

特集にあたって

積 高之（ウェブ解析士協会理事・京都華頂大学・関西学院大学）

近年、AI技術およびデジタルデータ活用の急速な進展により、組織や社会における意思決定の在り方は大きく変化している。Webサイト、SNS、業務システム、さらには生成AIを介して生み出される多様なデータは、従来の経験則や勘に基づく判断を超え、より構造的・定量的な意思決定を可能にしつつある。一方で、こうした環境は単なる自動化や効率化にとどまらず、人間とAIがどのように役割分担し、協調しながら最適化を行うべきかという新たな課題も浮き彫りにしている。

オペレーションズ・リサーチ(OR)は、本来、不確実性や制約条件のもとで資源配分や意思決定を合理的に行うための方法論として発展してきた学問である。その視点から、AIやWeb解析は、最適化の対象や手段を拡張する強力な技術基盤であり、理論と実践を結び直す触媒として位置づけることができる。本特集では、こうした問題意識のもと、「デジタル時代の最適化」をキーワードに、AIとWeb解析を軸とした多様な実践事例と理論的考察を提示することを目的とした。

本特集を担当したウェブ解析士協会は、Web解析を軸に、データに基づく意思決定を現場に実装する人材の育成と知見の体系化に取り組んできた団体である。企業、教育機関、自治体、中小事業者支援など、多様な現場において蓄積されてきた実践知は、必ずしも数理的に整った問題設定のもとで生まれたものではない。しかし、そこには制約条件下での意思決定、限られたデータからの推論、人間の判断を前提とした最適化といった、OR的思考と強く共鳴する要素が数多く含まれている。本特集は、そうした実務の蓄積を学術的文脈へと接続する試みでもある。

各記事は、以下のように構成されている。

①生成AI利活用におけるマーケティングテクノロジストの必要性（江尻俊章）

本稿は、生成AIや高度化するデータ分析環境の下で、マーケティング実務に求められる新たな専門職種として「マーケティングテクノロジスト」を位置づける。ツール導入や自動化そのものを目的化するのではなく、ビジネス課題を構造化し、AI・データ・人間の

役割分担を設計できる人材の重要性を論じる。組織内での橋渡し機能や意思決定支援の観点から、今後の実務と教育への示唆を提示する内容である。

②大学広報におけるSNS解析と施策効果最適化（積高之）

大学広報を取り巻く競争環境の変化を背景に、SNSデータを用いた施策評価と改善プロセスを整理する論考である。エンゲージメント指標の読み解き方や、投稿内容・頻度・タイミングの最適化を、Web解析の思考法に基づいて解説する。感覚的運用から脱却し、データに基づく改善サイクルを構築することで、限られたリソース下でも広報効果を高める実践的枠組みを示している。

③サイト改善プロセスにおける人間とAIの最適協調モデル（井水大輔）

Webサイト改善において、AIを「代替」ではなく「協働パートナー」として位置づける視点を提示する。分析・仮説生成・施策案提示をAIが担い、最終判断や文脈理解を人間が行う役割分担を明確化することで、改善プロセス全体の質とスピードを高めるモデルを提案する。実務で陥りがちなAI過信や属人化の問題を整理し、持続的改善に向けた設計思想を論じる内容である。

④データが少なくても現場（商工会支援）を最適化する（多田優之）

中小企業支援や商工会現場を想定し、十分なデータが存在しない状況でも意思決定を最適化するための考え方を示す。統計的厳密性よりも、仮説設定と検証の反復を重視し、Web解析的思考を現場運用に落とし込む点が特徴である。感覚的判断を否定せず、データと組み合わせる改善につなげる実践知として、OR的発想を応用している。

⑤生成AI活用によるマーケティングプロセスの変革と施策効果の相関係数（馬場晃）

本稿は、マーケティング業務にAIを導入した際の効果を「成果指標」と「実働工数」の両面から整理する。コンテンツ作成、分析、レポート作成などの業務において、どの工程でAIが有効に機能するかを具

体的に示し、過度な期待や誤用への注意点も指摘する。ROIの観点から、AI導入を経営判断に耐える形で評価するための視座を提供する。

⑥生成AI時代のプロジェクトマネジメント概論（杉山邦洋）

生成AIの普及を前提としたプロジェクトマネジメントの再定義を試みる論考である。進捗管理や資料作成の効率化に留まらず、価値創出を軸とした意思決定や、人間とAIの協働設計に焦点を当てる。ORの考え方を背景に、複雑性が高まるプロジェクト環境において、マネージャーが果たすべき役割を理論的に整理している。

⑦生成AIのコモディティ化と企業業務への定着に向けた課題と施策（片山善寛）

生成AIが急速に一般化する中で、企業業務に定着させる際の課題と対応策を論じる。ツール選定や導入初期の試行錯誤だけでなく、組織文化、業務プロセス、評価制度との整合性が重要であることを指摘する。短期的な効率化効果に終わらず、継続的に価値を生み出すための施策設計を、実務的観点から整理した内容である。

以上の7編は、AIとWeb解析を単なる効率化ツールとしてではなく、制約下の意思決定を更新する最適化基盤として捉え直す試みである。現場知を理論に接続し、人間とAIの協働設計を具体化することで、データ活用の実装可能性を高める。本特集が、組織の意思決定をより透明で再現可能なものへと進化させる議論の起点となることを期待する。