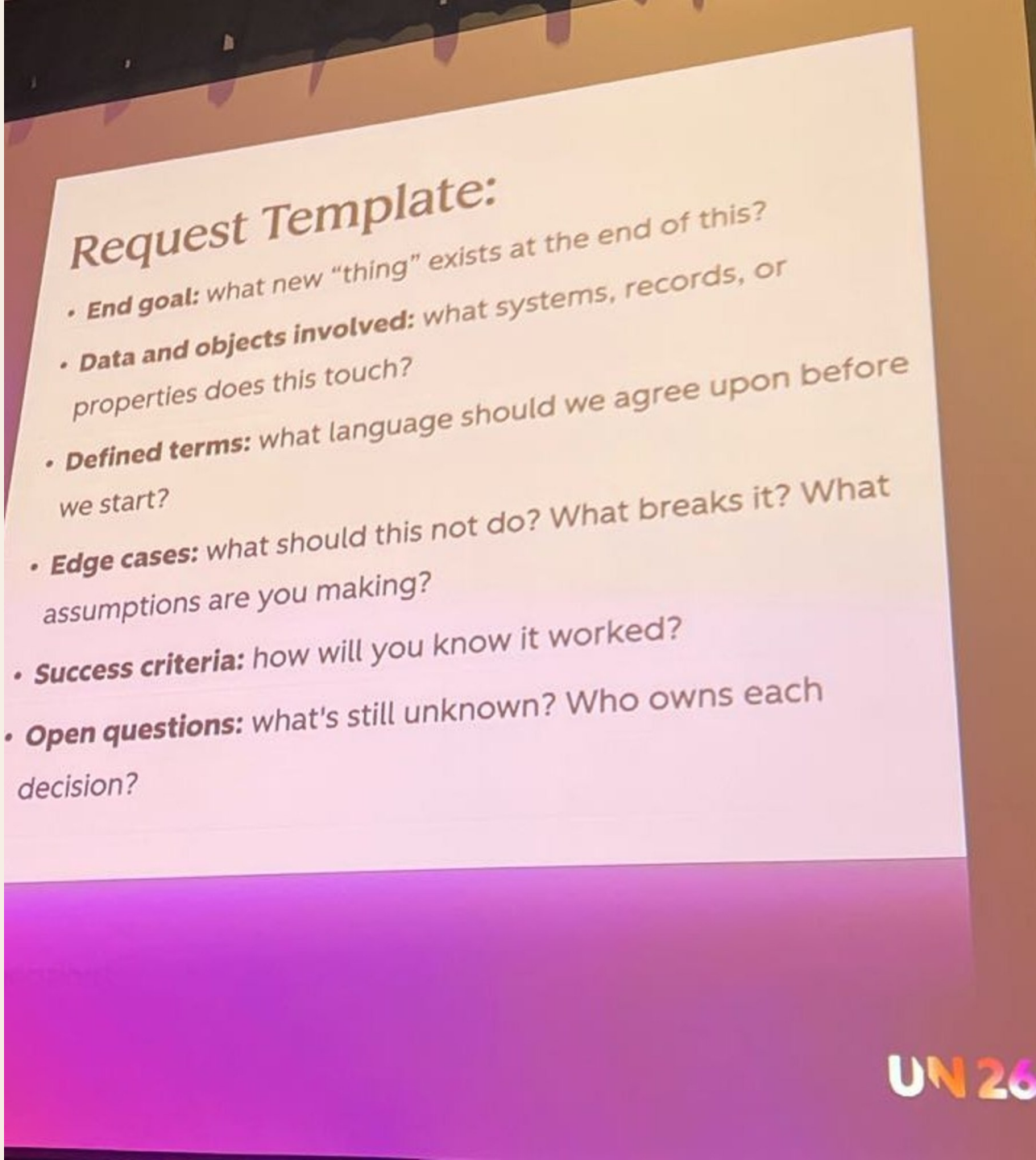
UNBOUND 2026 ｜ セッション要約

技術力より先に、依頼を明確にする

Translating Ideas into Buildable Systems

技術的な作業を人や AI ツールに頼むときの依頼の書き方を、
3つの段と6項目のテンプレートにまとめたセッションです。

登壇者	Meghan Parsons（Senior MarTech Specialist, HubSpot）
日時	2026年9月17日（木）13:15-14:00 ET
会場	Room 258
作成	株式会社100／2026-09-29





Senior MarTech Specialist, HubSpot

Meghan Parsons

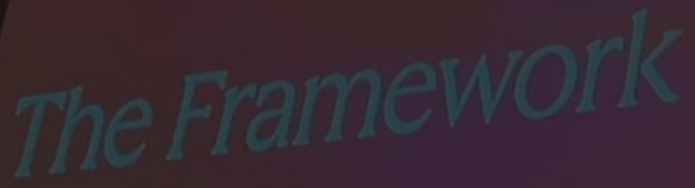
キャンペーンの曖昧な依頼を、
作れる仕様に訳す

- HubSpot に7年在籍し、うち4年以上は
  マーケティングテクノロジーのチーム
- キャンペーンチームからの曖昧な依頼を、
  エンジニア、データチーム、AI ツール
  向けの仕様に書き直す
- オブジェクト、スキーマ、ワークフローで
  考えつつ、マーケターの言葉も話す

© 100 Inc.

成果物のずれは、多くの場合、能力でなく伝え方の差から起きる。
必要なのは技術力ではなく、明確さ。

AI ツールで、技術寄りでない人が技術的なチームやツールに直接頼む場面が増えた。
依頼を3つの段で整え、6項目のテンプレートに落として渡す。



01

よくあるずれは3つ

言葉の解釈のずれ、言っていない
前提、誰も決めなかった判断。
多くの場合、知性の差ではない

02

3つの段で整える

依頼をする前、依頼をするとき、
日々の習慣。相手が人でも
AI ツールでも同じ

03

6項目で渡す

最終ゴール、データ、言葉の定義、
エッジケース、成功の基準、
未解決の問いと担当

© 100 Inc.

ずれは知性ではなく伝え方の差

家を建てる場面にたとえると、完成した家が思い描いたものと違ってしまう過程で、よく起きることが3つある。
技術的なパートナーとの協働でも、同じ痛みが起きる。

01

言葉の解釈がずれる

「暖かくて居心地のよい家」を
頼んだら、暗くて窮屈な部屋に
なった。思っていたのは大家族が
集まれる広い空間

02

言っていない前提

収納箱を置く場所があると
思い込み、伝えていなかった。
実際には置く場所がなかった

03

誰も決めない

キッチンの色をやり取りし続け、
互いに相手が決めると思っていた。
結局、塗られないままになった

多くの場合、頼む側と作る側の能力の問題ではない。It's not an intelligence gap. It's a communication gap.

© 100 Inc.

AI ツールで依頼の相手が変わった

技術寄りでない人から技術寄りの人までを1本の軸に並べると、依頼の流れが変わった。
そのぶん、依頼の書き方が以前より成果を左右する。

これまで

デジタルマーケターが MarTech の担当に頼み、
そこからソフトウェアエンジニアへつないだ

いま

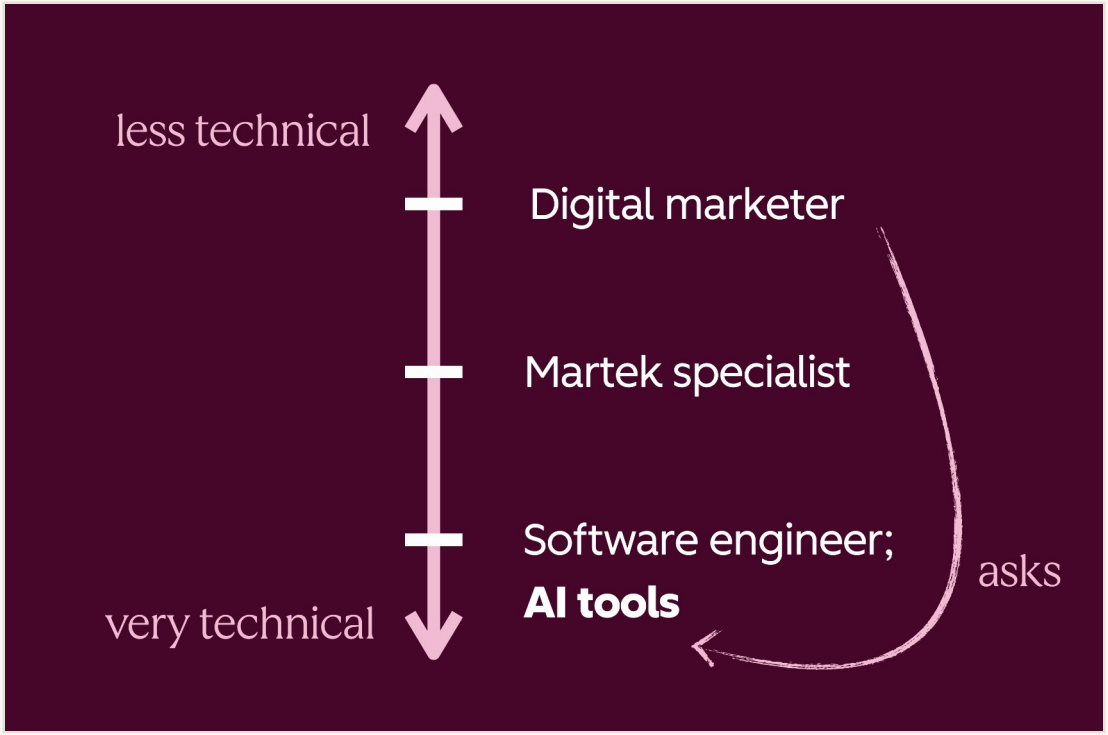
デジタルマーケターが、ソフトウェアエンジニアや
AI ツールに直接頼む

変わった理由

AI ツールが、複雑な技術的作業を実行できる人の
敷居を下げた

だから

チームとスキルをまたぐ伝え方の枠組みが、
以前より要る



いまの依頼の流れ。AI ツールに直接頼む

© 100 Inc.

終わったときに何があるかを決める

依頼をする前に、言葉とゴールとデータの3つをそろえる。
問いは「この作業が終わったあと、それまで無かった何が存在していてほしいか」。

01

共通の言葉を定義する

「暖かくて居心地がよい」が
実際に何を指すのかを、
始める前にそろえる

02

手に取れるゴールを書く

例：毎週火曜の午前9時に
走り、担当者にタスクを
割り当てる自動化

03

データとオブジェクトを挙げる

この依頼が触れるデータと
オブジェクトを、分かる範囲で
すべて書き出す

ゴールを箇条書き1つ、平易な1文で答えられないなら、まず自分が何を頼んでいるのかをはっきりさせる。

© 100 Inc.

曖昧なものは、話さない限り明確にならない

依頼をするときのテーマは、頼む側と作る側で明確さを共有すること。
分かっていないこと、エッジケース、成功の定義を、その場で言葉にする。

01

分からないことを名指しする

例：収納箱をどこに置くかは
まだ分からない。名指ししないと、
問題になるまで居座り続ける

02

エッジケースを想定する

すべては想定できない。通常の
流れから何が逸れうるかと、
そのときの次の一手は持てる

03

成功を定義する

いつ終わったと言え、実際に
うまくいったと言えるか。
例：12月1日にこの仕様で入居

分かっていない変数があること自体は問題ではない。問題は、それをいま名指ししないこと。

© 100 Inc.

記録は開いた場所に残す

協働を続けるための習慣は4つ。最後の記録の残し方は、
AI ツールが書かれたもの・話されたものを文脈として読むいま、特に効く。

早く、何度でも質問する

多くの場合は、会議のあとに調べて戻るより、
気づいたその場で口に出す

言葉で足りなければ図を使う

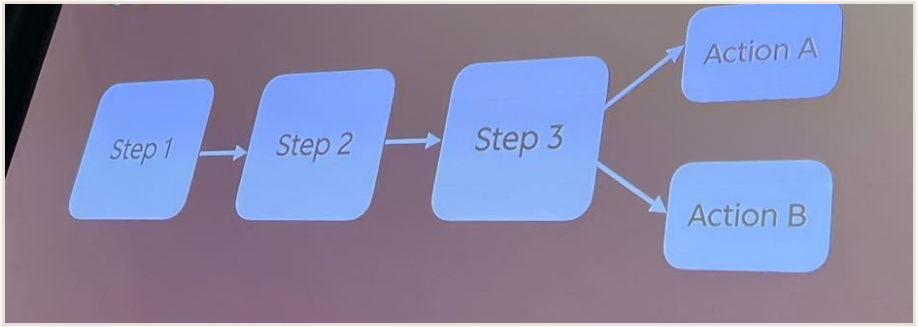
色分けしたフローチャートや分岐の図で、解釈のずれを見せる

担当と次の手順を決める

例：キッチンの色は誰がいつまでに決めるか

共有の記録を残す

公開チャンネルに出し、共有の資料を作りながら進める



言葉で足りないときの図の例。3つの手順から2つの行動に分かれる

> **みんな確信を持てていないし、疑問を抱えている。ただ、それを口にしていないだけ。**
> **（Others are uncertain too. They just aren't saying it.）**

© 100 Inc.

持ち帰る1枚は6項目の依頼テンプレート

このセッションから1枚だけ持ち帰るなら、このテンプレート。
複製して、自分の言い方と仕事に合わせて直し、依頼ごとに埋める。

項目	何を書くか
End goal（最終ゴール）	終わったときに存在している新しい「もの」は何か
Data and objects involved	どのシステム、レコード、プロパティに触れるか
Defined terms（言葉の定義）	始める前に合意しておくべき言葉は何か
Edge cases（エッジケース）	何をすべきでないか。何が壊すか。どんな前提を置いているか
Success criteria（成功の基準）	うまくいったと、どう判断するか
Open questions（未解決の問い）	まだ分からないことは何か。それぞれの判断は誰が持つか

> **項目名は公式スライドの英語。日本語は株式会社100の訳で、公式の日本語表記ではない。**

© 100 Inc.

曖昧な依頼文を問いで分解する

Slack で届いた依頼文を題材に、テンプレートの観点で問いを立てる。
親しみやすく良い案だが、作る側にはすぐに問いが残る。

最後に何が存在するか

マーケティングメールか、シーケンスか。
どう送るか

パーソナライズの中身

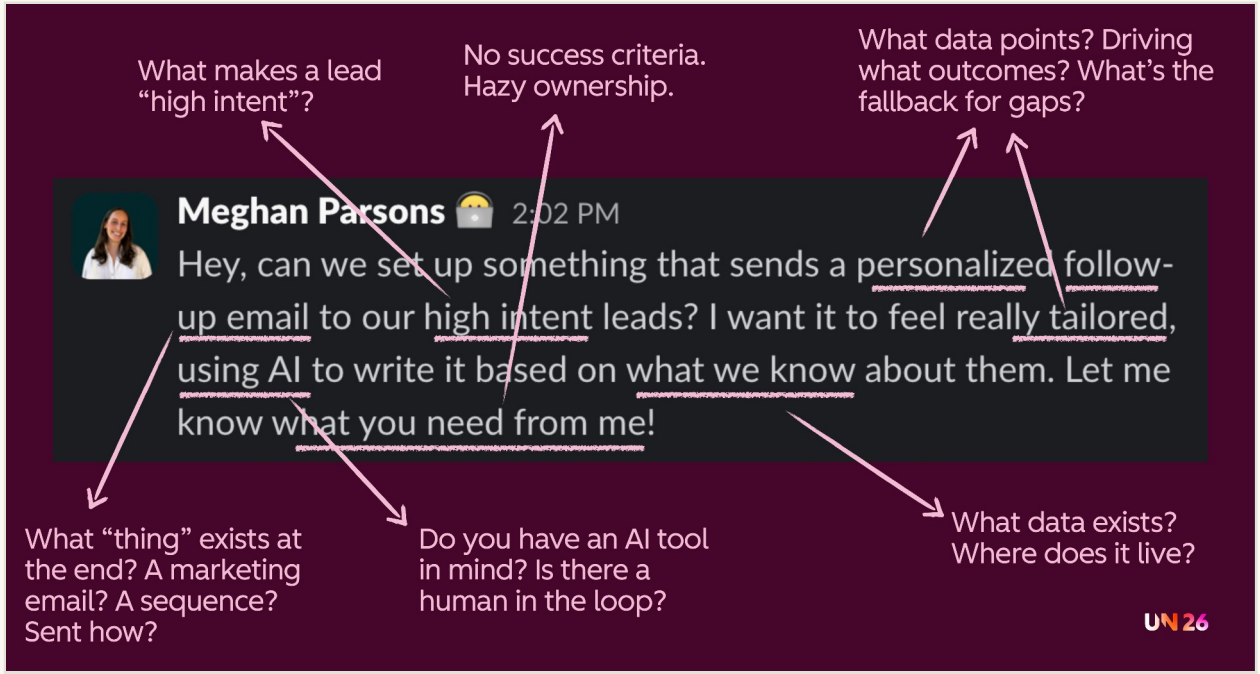
どのデータ項目で、何の成果を動かすか。
欠けたときの代替はどうするか

high intent とは何か

何をもって購買意欲が高いとするか。
そのデータはどこにあるか

AI と人の役割

どの AI ツールか。人が間に入るか。
成功の基準と担当も曖昧



依頼文の各所に、作る側が抱く問いを付けた実演の画面

© 100 Inc.

直した依頼はすぐ見積もりに入れる

テンプレートを当てても、情報そのものは大きく変わらない。
問いが先に分解され、技術的なパートナーがすぐに規模の見積もりを始められる形になる。

項目	直した後の依頼文（要旨）
最終ゴール	3通のシーケンス。high intent で起動し、担当者の名前で送る
データとオブジェクト	コンタクト、リードスコア、会社の業種と規模、最終活動日
言葉の定義	high intent＝スコア80超、7日以内に価格ページ閲覧、進行中の取引なし
エッジケース	シーケンス登録中と取引中は除外。スコア低下で停止。担当者不在なら Meg から送る
成功の基準	30日後に、返信率と商談の設定率で測る
未解決の問い	文面は誰が承認するか。代替の文面の判断は誰が持つか

> **high intent の定義は実演のための例で、HubSpot の標準の定義ではない。**

© 100 Inc.

もっと技術的になる必要はない。
もっと**明確**になればよい。

You don't need to get more technical. You just need to get more clear.

Meghan Parsons ／ 家の比喩に戻り、3つのずれがどう防げたかを振り返ったあとで

© 100 Inc.

出典と注意点

出典

公式セッションページ

https://unbound.hubspot.com/sessions/SESS-824

公式スライド

Translating Ideas Into Buildable Systems（51ページ）

公式AIサマリー

HubSpot が AI で作成したセッション要約

当日の講演記録と会場写真

2026-09-17

読むときの注意点

- 登壇者個人の進め方の提案で、HubSpot の公式な方法論ではない。製品の発表は含まない
- テンプレートの日本語は株式会社100の訳。効果を示す数値はセッションに含まれない
- 実演の依頼文と数値（スコア80超など）は例。実在のデータや標準の設定ではない
- 依頼の流れの変化は、登壇者が見てきた範囲

本資料は、公式スライド、公式AIサマリー、当日の講演記録をもとに株式会社100が要旨を日本語で整理したものです。
逐語訳ではなく、図版は公式スライドと会場で撮影した写真から引用し、そのほかの図表は株式会社100が作成しています。

© 100 Inc.