

全サラリーマン必見

# AIに振り回される人 使いこなす人

ツールの使い方だけじゃない AI活用の"型"と実践

# 日本企業のAI活用、現実は厳しい

出典：各種調査レポート 2024-2025



## 70%

スキル不足が  
最大の障壁

野村総研 (NRI) 調査



## 60%

効果測定を  
していない

JUAS 企業IT動向調査



## 13%

日本の成功率  
(米国51%)

PwC 5カ国比較調査

矛盾：効果測定をしないでスキルやトレーニングはできないはずだし  
「成功」の定義もあやふや

## 本日お届けする内容

# AI活用の型を身につけ、それを活用する

今日から使える「逆算思考のプランニングシート」と「情報4分類」一挙公開



# 自己紹介

普通のサラリーマンが、普通じゃないAIの使い方をしている理由



## Dave Tanaka

3M Japan – Automation & Innovation Manager

- |            |              |                             |
|------------|--------------|-----------------------------|
| ● 1991-97  | <b>ASCI</b>  | MacPower編集部                 |
| ● 1997-03  | <b>Adobe</b> | Web / eCommerce             |
| ● 2000-03  | <b>Apple</b> | Direct eCommerce            |
| ● 2003-11  | <b>Adobe</b> | eCommerce Manager           |
| ● 2011-Now | <b>3M</b>    | Digital Marketing → AIツール開発 |

マーケター歴30年 コーディング歴0年 AIでどちらもいきなりトップスピード

# 万能ナイフと小刀～二極化問題

道具にばかり詳しくても、新しい道具を拒んでも、結果は同じ



どちらも問題の本質は同じ  
"自分は何をすべきか"が言語化されていない。

# 逆算思考 —— ゴールから遡って、今必要なものを特定する



← 逆算：ゴールから遡る

逆算思考ができる人は、AIを渡された瞬間に動き出せる

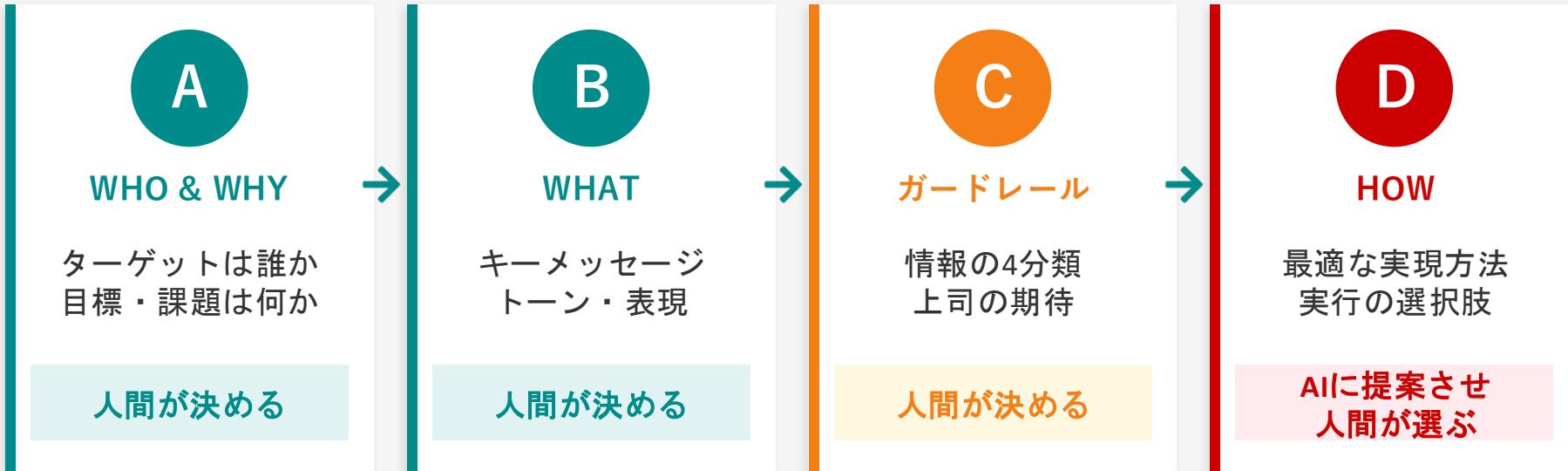
## 覚えてほしいこと ①

# 情報の4区分を理解して攻めも守りもバッチャリ セキュアかつ有効なAI利用で生産性を爆上げ



# Planning Sheet —— 逆算思考を言語化するフォーマット

## 第2弾 実践編



A～Cは人間が決める Dの選択肢はAIが広げる でも最後に選ぶのは人間

## 覚えてほしいこと ②

# 逆算思考のプランニングシートを活用する

ゴール設計はそのままAIによるアウトプットの質を決定する



# 完成：公開情報だけで作った企画書

## 第2弾 実践編

日本企業のAI活用  
現状と打ち手

経営会議提言資料

2025年2月

スライド 1 / 18 日本語 アクセシビリティ: 検討が必要です

- 使用情報  
Public Only
- 所要時間  
約13分
- ツール  
Claude  
+ Deep Research
- 機密リスク  
ゼロ

# 注文の仕方で、AIの出力は激変する

## 第2弾 実践編



おすすめのコール内容（テックスタッフ指定）

“Next.js (App Router) | TypeScript | Tailwind CSS | shadcn/ui | Vercel AI SDK”

# 3役体制 —— あなたは発注者、AIが実行者

## 第2弾 実践編



工場長

Claude

全体設計・相談役

「何を作るか」を  
一緒に考える  
仕様策定・要件定義



職人

Claude Code

実装担当

指示通りにコードを書く  
コーディング・実装



品質保証部

レビューツール

品質チェック

バグ検出 &  
セキュリティ確認  
テスト・レビュー

# 同じシート、出口が違うだけ

## 第2弾 実践編



# 情報の4分類フレームワーク

ルールは壁ではなくガードレール。分類があるからAIを安全に使える

1

## Public

公開情報

- プレスリリース
- Webサイト
- 製品カタログ



使える

今すぐAI活用・爆速化できる宝の山

2

## General

社内一般

- 社内公開情報
- 固有名詞を伏せれば活用可



注意して  
使える

少しの工夫で安全に活用可能

3

## Confidential

社内秘

- 顧客・取引先情報
- アンケートデータなど
- 抽象化すれば活用可能



そのままは  
ダメ

そのままNG → 抽象化すれば可

4

## Restricted

最重要機密

- センシティブ（健康・給与）
- M&A関連情報
- 著作権・特許・発明など



絶対ダメ

絶対にAIに触れさせてはダメ

# 抽象化テクニック —— Confidentialも安全に活用

## ✖ Before (ダメな例)

A社の田中部長から、  
新製品Xについて  
クレームが来た。

固有名詞が全部出ている  
→そのままAIに入れたらアウト

A社 / 田中部長 / 新製品X ← 全てNG



## ✓ After (良い例)

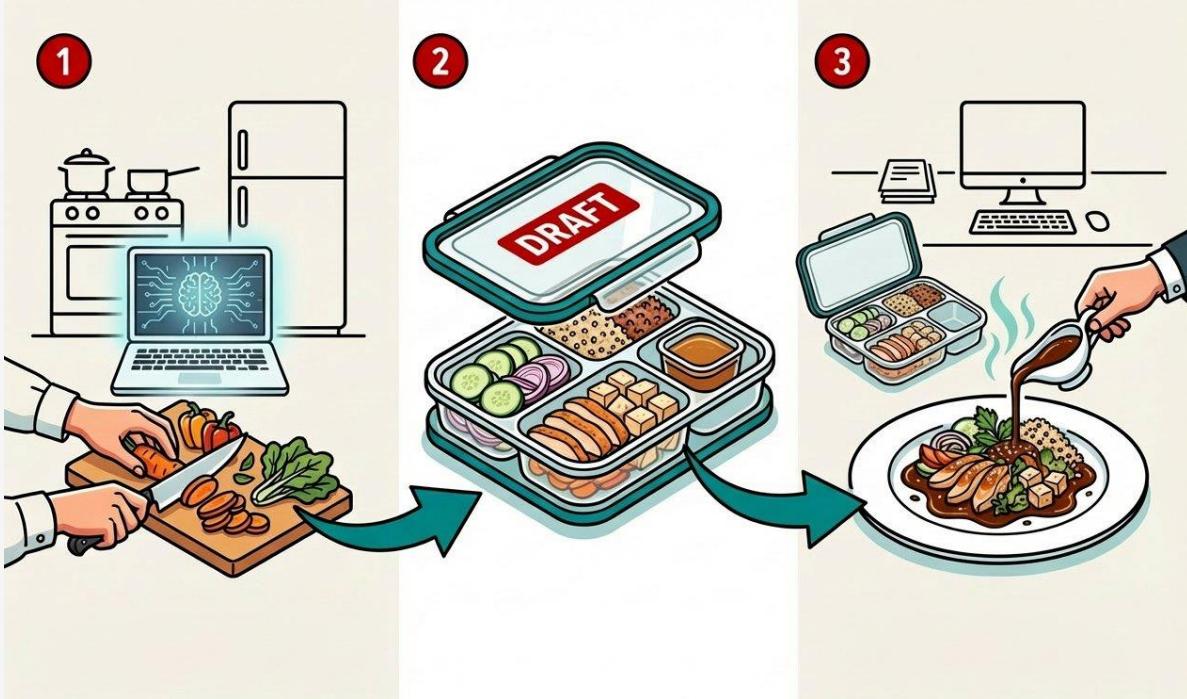
ある重要顧客から、  
新製品の初期不良について  
クレームがあった。  
謝罪メールの構成と  
解決策を3つ出して。

機密情報ゼロ、でもAIは  
完璧な壁打ち相手になる

個人名・固有名詞を取り除いて、構造だけにする —— それが抽象化

# 一人セントラルキッチン方式

自宅で下ごしらえ → タッパーに詰めて出社 → 会社で盛り付け



CENTRAL KITCHEN WORKFLOW CONCEPT

使用情報

Public  
のみ

所要時間

約30分

機密リスク

ゼロ

# セントラルキッチン方式 — 何を持ち出せる？何を持ち込む？

4分類に基づく「タッパーの中身」ガイド

## 会社 → 自宅 持ち出せるもの

### OK Public / General

- 公開済みプレスリリース
- 自社Webサイトの情報
- 業界団体の公開レポート
- 公開済み事例紹介
- 製品カタログ（公開版）
- 公開済みIR・決算資料
- 自分が公開発表した資料
- 公開済みの技術仕様書

## 自宅 → 会社 持ち込むもの

### OK Publicな情報だけで作った成果物

- Public情報ベースの市場調査
- 企画書の骨格・構成案
- メール文面テンプレート
- FAQ・想定Q&Aの叩き台
- 競合比較表（Web公開情報）
- プレゼンのアウトライン
- 業界トレンドの要約
- 翻訳の下書き（公開文書）

### NG Confidential / Restricted

- 顧客リスト・連絡先
- 社内売上データ・予算
- 未発表の製品情報・価格表
- 人事情報・契約書・NDA

### 注意 ただし「作り方」にルールあり

- 社内秘をそのまま外部AIに入れない
- 固有名詞は抽象化してから使う
- 成果物にConfidential情報が混入していないか確認

**POINT** : 迷ったら「**その情報はどの箱か？**」で判断。Public / Generalなら安心。Confidentialは抽象化してから。Restrictedは絶対NG

覚えてほしいこと ③

次回予告

# マーケの企画書 = ソフトウェア開発のPRD

AIの活用でアウトプットは人間の手を離れる



近日公開！  
チャンネル登録してね