

A. WHO & WHY (誰のために、なぜやるか) — 人間が決める

ターゲット	この企画/プロダクトの主な対象者は？
ターゲットの目標	その人が仕事上で達成したいことは？
ターゲットの課題	目標達成を妨げている障壁は？
ゴール (CTA)	これに触れた後、相手にどう動いてほしいか？

B. WHAT (何を伝える/作るか) — 人間が決める

キーマッセージ	最も重要な1つのメッセージ。これだけ覚えてもらえれば成功
根拠の柱	キーマッセージを支える根拠・データ・事例 (3~5つ)
トーン&スタイル	どんな雰囲気伝えるか (フォーマル/カジュアル、データ重視/ストーリー重視)

C. ガードレール (譲れない制約) — 人間が決める

情報の分類	使う情報は Public/General/Confidential/Restricted のどれか？
組織上の制約	上司の期待、承認フロー、チームの合意事項、予算、期限など

【基本処方】すべてのプロジェクトで記入

スコープ (やること)	例: 社内向け検索ページ、営業資料のたたき台 など
スコープ (やらないこと)	例: 決済機能、一般公開、多言語対応 など
AIに渡してはいけない具体例	例: 顧客名簿、未発表の数値、個人の評価情報 など
自律性限度	AIが勝手にやっていたいこと / 必ず人間が確認することを分ける (例: 外部公開、課金、データ削除、法務文言挿入、本番DB直接操作、契約最終作成 など)

【追加処方】アプリ開発・Vibe Coding 時に記入 (それ以外は空欄でOK)

品質: テスト内容	テスト最低ライン。例: 主要画面の目視確認、一連操作の動作確認 など
品質: リリース条件	リリース不可条件。例: ログインできない、データが消える など
コスト制約・条件	利用ツール・サービスおよび月の予算上限
セキュリティとバックアップ	バージョン管理。例: Git使用、機能ごとに commit、本番反映前にテスト環境で確認

D. ループ設計 (ゴールまで回す) — 人間が決める・AIが回す

D1. ゴール (完成の定義)	どうなったら完成か。チェックできる状態を一文。例: 読者が5分で1枚書ける / 全テスト緑 / 誤字ゼロ+NGワードゼロ
D2. 検査係 (誰が採点する)	作り手とは別にする。例: ChatGPTで書きClaudeに採点させる / 上司レビュー / pytest (同じAIに作らせて採点させない)
D3. やめとき (停止条件)	合格ラインと打ち切り。例: 全軸4点以上で停止 / 3周直して改善しなければ止めて報告 (無限ループ防止)
D4. 学びの置き場 (蒸留) ← ここまでを範囲選択	各ループで直した理由を1行記録し次へ。例: 採点ログをメモに残す / 繰り返す指摘はC欄ガードレールへ昇格

E. HOW (実現方法) — AIが提案し、人間が選ぶ

アウトプット形式	← AIが提案する: スライド? レポート? 動画? Webアプリ? 最適な形式は?
必要なリソース	← AIが提案する: ツール、データソース、協力者、工数の見積もり
検証方法	← AIが提案する: 成功をどう測るか? 誰に見せてフィードバックを得るか?

A. WHO & WHY (誰のために、なぜやるか) —— 人間が決める

ターゲット	
ターゲットの目標	
ターゲットの課題	
ゴール (CTA)	

B. WHAT (何を伝える/作るか) —— 人間が決める

キーマッセージ	
根拠の柱	
トーン&スタイル	

C. ガードレール (譲れない制約) —— 人間が決める

情報の分類	
組織上の制約	

【基本処方】すべてのプロジェクトで記入

スコープ (やること)	
スコープ (やらないこと)	
AIに渡してはいけない具体例	
自律性限度	

【追加処方】アプリ開発・Vibe Coding 時に記入 (それ以外は空欄でOK)

品質：テスト内容	
品質：リリース条件	
コスト制約・条件	
セキュリティとバックアップ	

D. ループ設計 (ゴールまで回す) —— 人間が決める・AIが回す

D1. ゴール (完成の定義)	
D2. 検査係 (誰が採点する)	
D3. やめとき (停止条件)	
D4. 学びの置き場 (蒸留) ← ここまでを範囲選択	

E. HOW (実現方法) —— AIが提案し、人間が選ぶ

アウトプット形式	
必要なリソース	
検証方法	

AI Planning Sheet ver6.1

公開カタログから営業ハンドブックを作る

A. WHO & WHY (誰のために、なぜやるか) — 人間が決める

ターゲット	3M製品を扱う販売代理店の営業担当・営業所長。新製品や用途相談に対応するが、全カタログを読み込む時間は限られている。
ターゲットの目標	顧客からの用途相談に対して、候補・確認ポイント・次のアクションを短時間で整理したい。新人でも初動対応できる状態にしたい。
ターゲットの課題	情報がPDFやWebに散らばっており、どの製品を候補にすべきか、何を確認すべきかがベテラン依存になっている。
ゴール (CTA)	公開カタログをもとに、営業ハンドブック、FAQ、用途確認チェックリストのたたき台を作り、社内でレビューして使い始める。

B. WHAT (何を伝える/作るか) — 人間が決める

キーマッセージ	公開カタログを、営業と問い合わせ対応で使える実務資料に変える。
根拠の柱	2. NotebookLM等で要約、FAQ、確認質問に変換できる。 3. ベテラン確認の前段を軽くできる。
トーン&スタイル	販売代理店の経営層・営業責任者向け。実務的、控えめ、誇張しない。AIのすごさより「現場で使える」ことを重視。

C. ガードレール (譲れない制約) — 人間が決める

情報の分類	Public。3M公開カタログ、公開Webページ、公開済み製品資料のみを使う。
組織上の制約	技術数値や用途適合は公式資料で確認。外部公開前は自社の担当部門または技術担当が確認。価格・顧客名・未公開SKUは扱わない。

【基本処方】すべてのプロジェクトで記入

スコープ (やること)	公開カタログをもとに、営業ハンドブック、FAQ、用途確認チェックリスト、短い説明文のたたき台を作る。
スコープ (やらないこと)	価格提案、最終的な製品保証、個別顧客向けの正式回答、非公開情報を使った比較、外部公開物の最終承認はしない。
AIに渡してはいけない具体例	顧客名簿、顧客別売上、未発表製品情報、個人名入り問い合わせ履歴、社内限定の試験データ、契約条件、価格表。
自律性限度	AIは要約・たたき台・確認質問の作成まで。製品選定の最終判断、顧客への正式回答、公開資料化は人間が確認する。

【追加処方】アプリ開発・Vibe Coding 時に記入 (それ以外は空欄でOK)

品質：テスト内容	主要な用途相談3パターンで、候補・根拠・確認質問が出るか目視確認する。採点は次の5項目を各5点で行う。①公開情報準拠(記載内容が公開カタログ等で裏取りできるか)②誇張回避(製品性能を断定・誇張していないか)③NG情報の不在(価格・顧客名・未公開情報が混入していないか)④根拠追跡可能性(各記述の出典をとれるか)⑤分量(営業担当が10分程度で読めるか)。
品質：リリース条件	公開情報だけで根拠が追えること。製品性能を断定しすぎないこと。NG情報が含まれないこと。営業担当が10分程度で読める分量に収まること。
コスト制約・条件	追加有料ツールを前提にしない。まず既存アカウントまたは無料枠で試せる範囲を優先。
セキュリティとバックアップ	作成物はローカルまたは社内承認済み保管場所に保存。版管理し、公開前にレビュー済み版だけを共有。

D. ループ設計 (ゴールまで回す) — 人間が決める・AIが回す

D1. ゴール (完成の定義)	営業担当が読んで、顧客ヒアリング前に確認すべき質問を5つ挙げられる営業ハンドブックになる。
D2. 検査係 (誰が採点する)	作成AIと別のAIで、C欄「品質:テスト内容」の5項目を各5点で採点する。最後は営業責任者または自社の担当部門が確認。
D3. やめどき (停止条件)	5項目評価で全て4点以上なら採用。最大3周まで改善し、改善しなければ人間レビューへ戻す。
D4. 学びの置き場 (蒸留) ← ここまでを範囲選択	各週の修正理由を1行で記録し、繰り返し出る指摘はC欄のガードレールに追加する。

E. HOW (実現方法) — AIが提案し、人間が選ぶ

アウトプット形式	AIが提案して埋める欄 (コピー不要)
必要なリソース	AIが提案して埋める欄 (コピー不要)
検証方法	AIが提案して埋める欄 (コピー不要)








AI Planning Sheet v6.1 記入ガイド

A〜Dは人間が決める入力範囲です。A〜D (30行目まで) をAIに渡すと、E. HOW (実現方法) をAIが提案します。Eはコピー範囲ではなく、返答を受ける場所です。

項目	書き方のコツ	例・注意点
A. WHO & WHY (人間が決める)		
ターゲット	「誰に向けるか」を行動レベルまで具体化します。属性だけで止めないのがコツです。	例: 既存顧客の設計・製造技術担当。今はネジ/溶接/液状接着剤を使っている。
ターゲットの目標	相手が仕事上で達成したい成果を書きます。こちらが言いたいことではなく、相手の達成したいことです。	例: 接合工程を安定させ、手戻りや工数を減らしたい。
ターゲットの課題	目標達成を妨げている障壁を書きます。AIへの依頼品質はここで決まります。	例: テープで構造接着できるのか不安。社内説得の材料が足りない。
ゴール (CTA)	相手に最後にしてほしい行動を1つだけ書きます。複数並べると出力がぼやけます。	例: 技術資料をダウンロードし、用途確認の相談を始める。
B. WHAT (人間が決める)		
キーメッセージ	最も重要な1文です。これだけ覚えてもらえれば成功、という粒度まで絞ります。	例: ネジ・溶接・液状接着剤を「貼るだけ」に置き換え、工程短縮を狙える。
根拠の柱	キーメッセージを支える根拠を3〜5個。公開情報・確認可能な情報に寄せます。	例: 強度データ、工程削減、素材適合、採用事例、カタログ記載の性能。
トーン&スタイル	誰にどう響かせるか。技術者向け/経営層向け/営業向けで書き分けれます。	例: 技術者向け。誇張せず、数字と確認条件を重視。
C. ガードレール (人間が決める)		
情報の分類	Public / General / Confidential / Restricted のどれかを先に決めます。迷ったら「情報4分類」シートを確認。	外部AIに渡すならPublic中心。General以上は社内ルール確認。
組織上の制約	承認フロー、期限、予算、関係部署、使ってよいツールなどを書きます。	例: 技術数値は公式カタログのみ。公開前にマーケ/技術部門確認。
スコープ (やること)	今回AIに作らせる範囲を明確にします。	例: メルマガ本文、FAQ、営業メモ、確認質問リスト。
スコープ (やらないこと)	やらないことを決めると、AIが余計な方向へ行きにくくなります。	例: 価格訴求しない。個別顧客名を出さない。公開しない。
AIに渡してはいけない具体例	抽象的な「機密注意」ではなく、渡さない情報を具体名で書きます。	例: 顧客名、未発表数値、個人評価、未公開SKU、社内限定試験データ。
自律性限度	AIが勝手にやってよいこと、人間確認が必要なことを分けます。	例: 件名案はAI可。技術数値の正誤判断、最終送信、外部公開は人間確認。
追加処方 (必要な場合のみ)	アプリ開発やVibe Coding時だけ、テスト、リリース条件、コスト、バックアップを書きます。	マーケ資料だけなら空欄でOK。開発時は事故防止のため記入推奨。
D. ループ設計 (人間が決める・AIが回す)		
D1. ゴール (完成の定義)	完成状態を、チェックできる一文で書きます。曖昧な「いい感じ」は避けます。	例: 技術者が5分で要点を理解し、資料DLに進める本文。
D2. 検査係 (誰が採点する)	作り手と検査係を分けます。同じAIに作らせて同じAIに採点させないのが基本です。	例: ChatGPTで作成、Claudeで採点。上司レビュー。チェックリスト評価。
D3. やめどき (停止条件)	合格ラインと最大ループ回数を決めます。無限に回さないための安全装置です。	例: 全評価軸4点以上、または3周改善して伸びなければ止めて人間へ報告。
D4. 学びの置き場 (蒸留)	各ループで何を直したかを1行残します。次回からのガードレールになります。	例: 「誇張表現が出やすいので、C欄に“感嘆符禁止”を追加」。ここまでがコピー範囲。
E. HOW (AIが提案し、人間が選ぶ)		
アウトプット形式	AIがA〜Dを見て、最適な形式を提案します。人間は最終的に選びます。	例: スライド、FAQ、営業メモ、Webページ、動画台本、アプリなど。
必要なリソース	AIが必要な材料・ツール・協力者・工数を提案します。	例: 公開カタログ、画像、レビュー担当、作業時間、社内承認。
検証方法	AIが成功の測り方を提案します。Dのゴールとつながっているかを確認します。	例: 読み手レビュー、チェックリスト、別AI採点、公開前QA。

情報の4分類 — AI に渡す前に、まず「どの箱か」で判断する

Planning Sheet C欄「情報の分類」で使用するフレームワーク。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

分類	説明	AI での扱い	具体例
 Public	公開情報 誰でもアクセスできる情報	 そのままAI に渡してOK 外部AI サービス (Claude、Chat GPTなど) で自由に使える。	<ul style="list-style-type: none"> ・公開されたプレスリリース ・ニュース記事、業界レポート ・自社Webサイトの公開情報 ・公開済み統計データ
 General	社内一般情報 社員なら誰でも知っている情報	△社内AI なら可。外部AI は要確認 社内ポリシーを確認。抽象化すれば外部AI でも使える場合あり。	<ul style="list-style-type: none"> ・社内ポータル的一般情報 ・組織図 (大枠) ・社内イベント情報 ・共有の業務マニュアル
 Confidential	社内秘 限られた関係者のみアクセスできる情報	 そのままでは外部AI に渡さない → 「抽象化」テクニックで固有名詞を除去すれば、構造だけをAI に相談可能。	<ul style="list-style-type: none"> ・未発表の製品情報 ・顧客リスト、取引条件 ・人事評価、給与情報 ・事業戦略の詳細
 Restricted	極秘 特定の承認者のみアクセスできる情報	 AI には渡さない (社内AI も含む) 法的リスクが伴う。人間のみで処理。	<ul style="list-style-type: none"> ・M&A関連情報 ・特許出願前の技術情報 ・個人の医療情報 ・法的紛争の詳細