AIの作った資料を
明確に判断できるようになる

プレゼンテーション
☆スタンダード

凡才開花コーチ
渡辺 拓

自己紹介



『生きるためのデザイン思考』著者

渡辺 拓

沖縄に移住して
5年

Udemy受講者数
16万人

電子書籍も含めて
出した本の数
12冊

このスライドはだいたいこの感じです

- **はじめに：**
  なぜこの資料を作った？など
- **本編：**
  プレゼンテーション☆スタンダードの3つの要素
- **さいごに：**
  さらに自分らしく在りたい方へ

ページ番号は区切りに付きます↓

はじめに

なぜ、
この資料を
作ったのか？

AI時代、こんなの増えましたね

デザインだけはいい感じ、だけど・・

- 情報量てんこもりで論旨が迷子
- 主張の主語がコロコロ変わる
- 結果、誰に何を言いたいのか？不明

そんなAIの「一般論の寄せ集め」ではなく…👉


あなたの意見、
聞かせて？

この資料は…

AIが作る凡百の資料より
あなたの一言を聞きたい。

土台をガッチリ押さえて
あなたの個性を輝かせてほしい。

そんな願いの元に作りました

この資料は

資料作りで最低限おさえる要素をまとめたものです。
この基準に沿うと、話し手のあなたも話しやすく、
聞き手にとってもわかりやすい話ができるようになります。

こんな人は読んでみてね

- AIのプレゼン資料が「なんか違う」と思ってもうまく指摘できない人
- チームで使える、ブレない「プレゼン基準」をつくりたい人
- 自分の中にある「モヤモヤ」を言語化して共有していきたい人
- プレゼンや募集ページの判断をAIに明確に伝えられるようになりたい人
- AIに作ってもらった資料でも、自信を持って話せるようになりたい人

資料を読んだ方の声

AIが作った資料の『違和感の正体』
が言語化されてスッキリしました！

「なんか違う」まま受け取っていたのが「この
基準で直して」と指示できるようになりました

この基準に沿って文字を大きく・削ぎ落とし
たことで、翌日の商談で初受注できました！

『この資料、なんか違う』とモヤモヤしとき
こそ、言葉を磨くチャンスだと気づきました

この資料のポイントは何か？

グランド
プレゼン☆
スタンダード

グランド・プレゼン☆スタンダードは

グッと
くるか？

AI時代のグッとこない資料

デザインだけはいい感じ、だけど・・

- 情報量てんこもりで論旨が迷子
- 主張の主語がコロコロ変わる
- 結果、誰に何を言いたいのか？不明

スタンダード
があると

スタンダードを作ることで

資料に話を磨いてもらえる

資料を
作る前に
やることは？

プレゼンの前に作るもの

- コアアイデア
- コンセプト
- 元気

コア
アイデア

これは

オモロイ

のでは！？

これは
役立つ
のでは！？

コンセプト

コンセプトとは

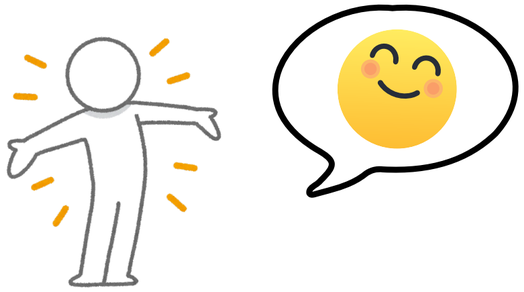
- 誰に
- 何を
- 言わせたいか

コンセプトとは



誰に：どんな人が・・

いわゆるターゲット



何を：「～できた！」

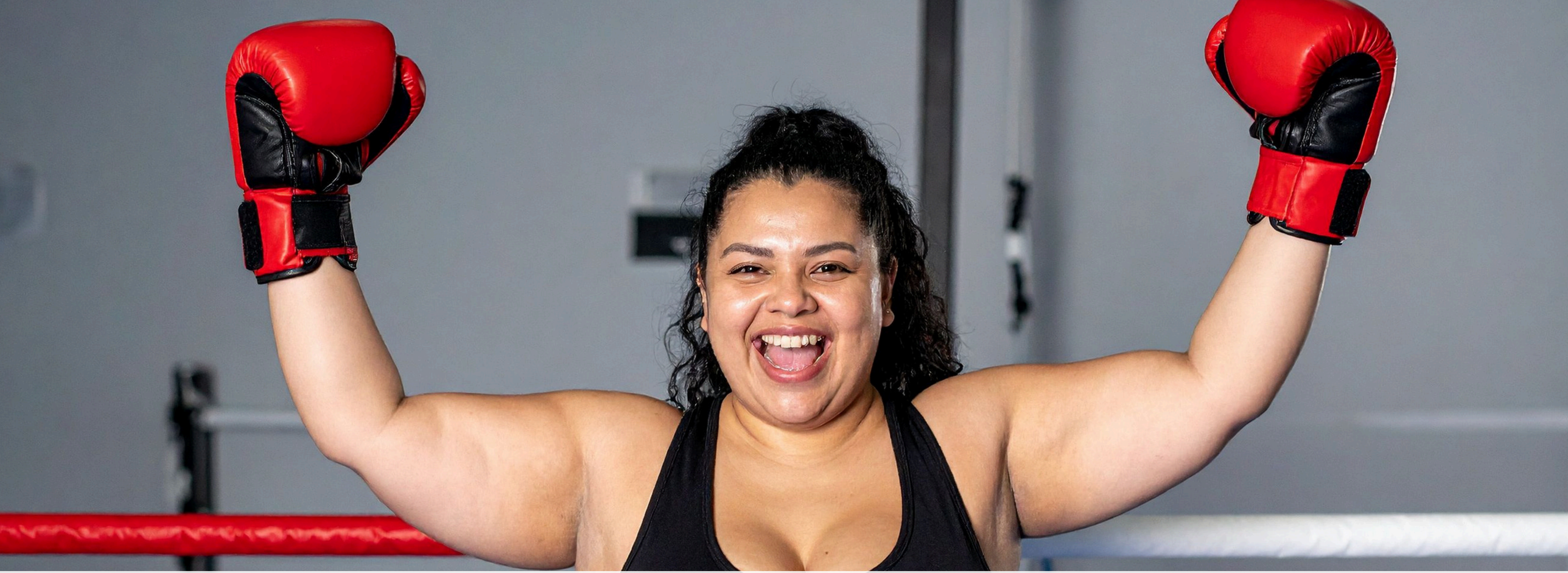
いわゆるベネフィット

どちらもセリフで表現すると判断しやすい

「またAIの資料？
なんか違うけど
よくわからん…」

「ここが違う！
はっきり明確！
個性も出たぞ！」

元気



元気があれば
何でもできる



いいアイデアも
湧いてくる

これらは、やりながら磨いていく

- アイデア
- コンセプト
- 元気

本編

プレゼンテーション・スタンダード3つの要素

- ロジック
- デザイン
- パッション

このスライドは以下を解説します

- **ロジック**
  箇条書きは3つまで/3Qの法則/コアストーリー
- **デザイン**
  カラーがあるから/本当のフォント/4つの型
- **パッション**
  話したい？聞きたい？/コアメッセージ/核心の一歩目

ロジック

理解の壁を取り除く

ロジック☆スタンダード

- 箇条書きは3つまで
- 3Qの法則
- コアストーリーは？

ロジック①

箇条書きは3つまで

ところで・・

なぜ箇条書きを
わざわざ
ルールにするのか？

答えは👉

箇条書きをルール化するのは

「伝えたい」を磨くため

やってみると

削ぎ落とさないと3つにならない

AI時代に増えたコレ、やめよう

デザインだけはいい感じ、だけど・・

- 情報量てんこもりで論旨が迷子
- 主張の主語がコロコロ変わる
- 結果、誰に何を言いたいのか？不明

AIの「一般論の寄せ集め」ではなく…👉



で？
アンタは
何が
言いたいの？

…を磨くために👉

ロジック①

箇条書きは3つまで

①箇条書きは3つまで

- 人は情報が多すぎると
  理解できない・扱えない

例：5W1H

例：PDCA

- 例えば、とある部族では
  「1,2,3,たくさん…」と数える

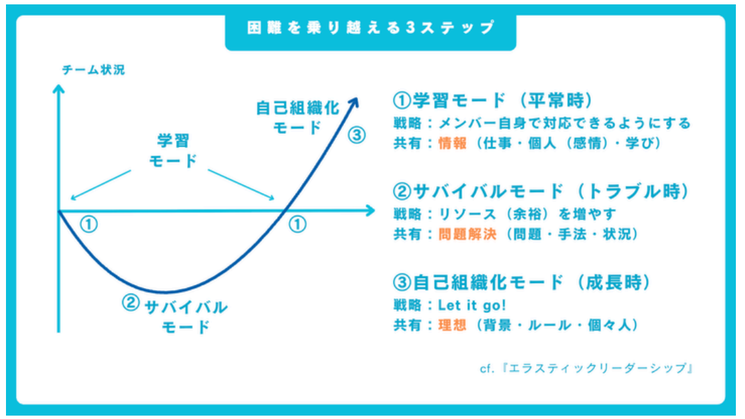
- 4つじゃダメ？は思考が足りてない
  3つになるまで絞る

例外：7つの習慣、2×2、
ブレット、その他

例外の例：2×2=4

図あり





要素1

要素3

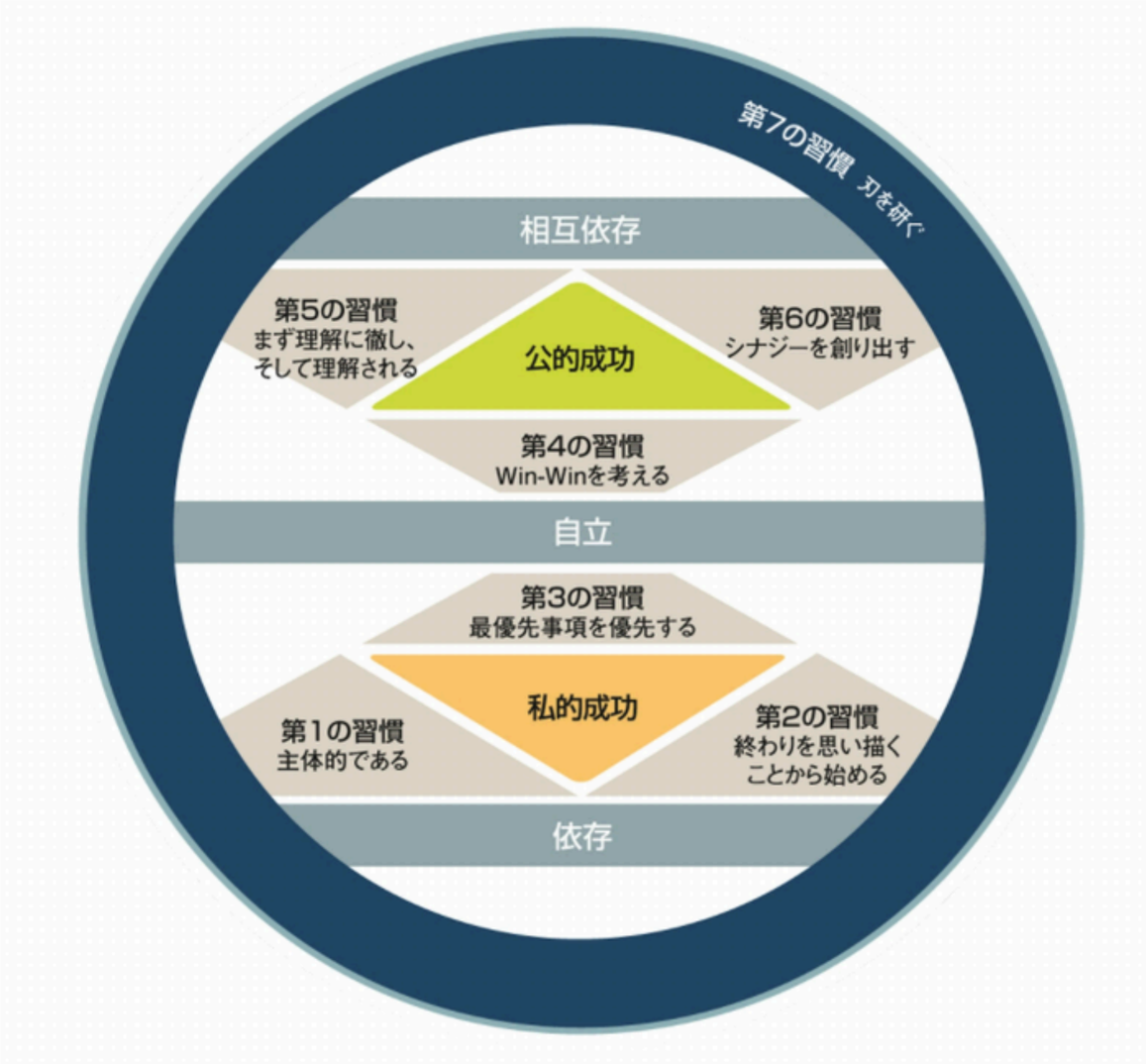
デザインは
世界観

プレゼンテーション・スタンダード3つの要素

- ロジック
- デザイン
- パッション

文字だけ

例外の例：7つの習慣



https://www.franklincovey.co.jp/blog/archives/3766

長くなるなら
ブロックに分ける

私的成功

1.主体的である
2.終わりを思い描くことから始める
3.最優先事項を優先する

公的成功

4.Win-Winを考える
5.まず理解に徹し、そして理解される
6.シナジーを創り出す

第7の習慣

7.刃を研ぐ

メンバーのこれ、知ってる？

例外の例：

★長くなる列挙は
ブロックで分ける
ここに意図が乗る



- 今日のタスク
- タスクに向かう感情
- 問題/困りごと

- 最近の学び
- 最近あったいいこと

- 実は私…
- 私の生い立ち

例外の例：ブレット

資料作りで最低限おさえる要素をまとめたものです。
判断基準はもっと色々あるし身につける必要がありますが
基本を押さえたらかなりいい感じになります。

こんな人は読んでみてね（ここがブレット）

★ 列挙が必要な時は
無理に絞らない

- AIのプレゼン資料が「なんか違う」と思ってもうまく指摘できない人
- チームで使える、ブレない「プレゼン基準」をつくりたい人
- 自分の中にある「モヤモヤ」を言語化して共有していきたい人
- プレゼンや募集ページの判断をAIに明確に伝えられるようになりたい人
- AIに作ってもらった資料でも、自信を持って話せるようになりたい人

思考整理のために・・『A4一枚』を書く

3/12 プレ★スタ	おさえる ポイント	→パッション	「話したい」 を育てる
AIの資料 なんか違う	ロジック	デザイン	お互いグッ とくるか？
基準が共有 されてない	感覚を言語 化しておく	パッション って何？	AIに聞く
まずは これ見て	型に整えて もらう	プレゼンス タンダード	

練り上げたなら、

グッと
くる

3Qの法則

②3Qの法則

● 3Qの法則とは？

「Why/What/How」の3つの質問に答えるように書く

例：なぜうまくいかない？/何がポイント？/どうやればいい？

例：〇〇とは？/なぜこれが大事か？/実践するには？

例：まずやり方は？/なぜこれがいいか？/さらにうまくやるコツは？

● なぜこれが大事か？

人は「Why/What/How」の3つの質問で“理解する”から

Why型　：「なぜ？」「そもそも？」

What型：「何？」「イメージは？」

How型　：「どうやって？」「具体的には？」

★ここがズレると
話が噛み合わない
先に網羅しておく

● どうやるか？👉

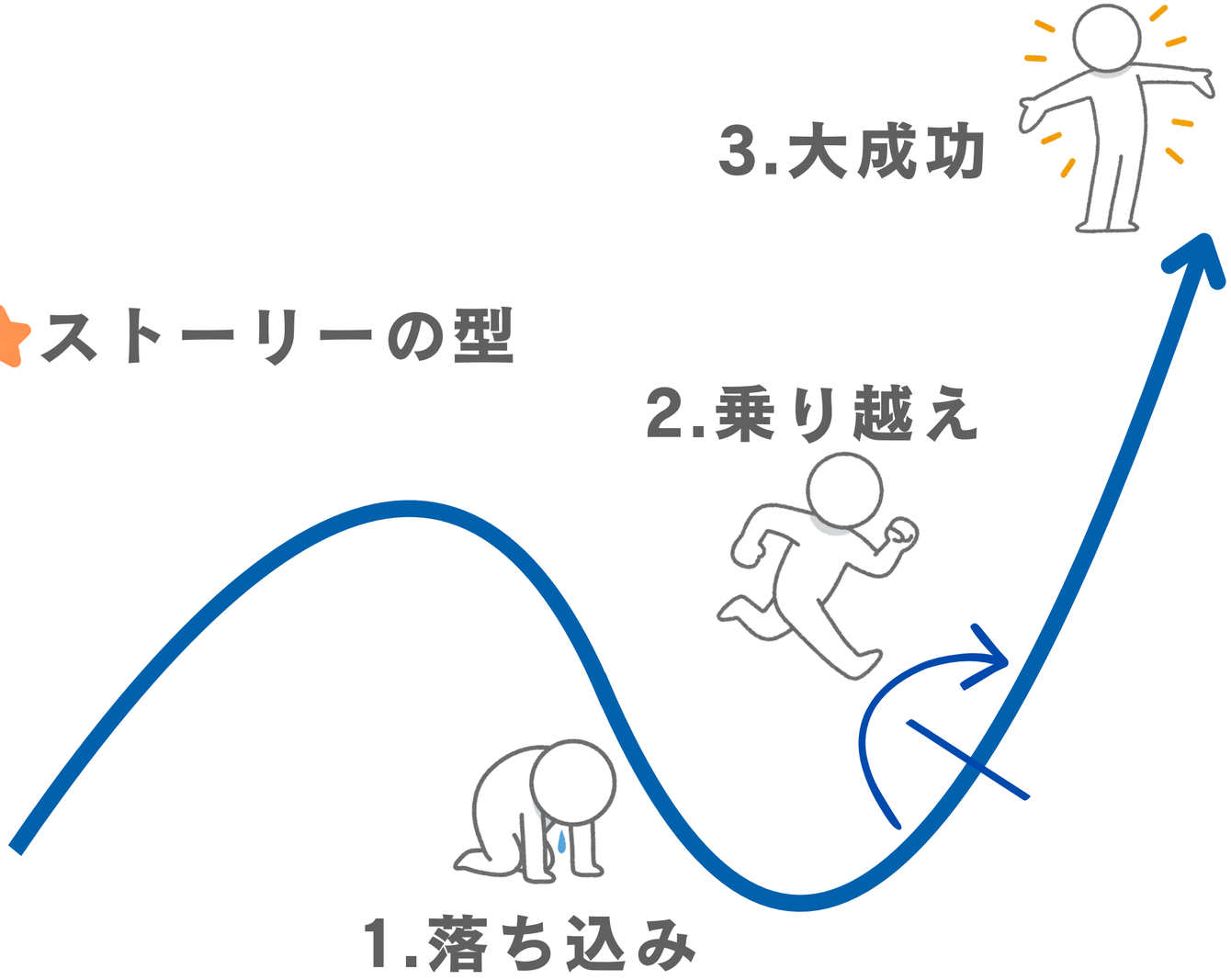
3Qの法則の実践・・『3Q一枚』を書く

3/12 プレ★スタ	必要なもの を届ける	世界観と リズム感	お互いグッ とくるか？
なぜAI資料 違和感？→	基準が共有 されてない	感覚を言語 化してない	パッション がない
ポイントは 何？　→	ロジック	デザイン	パッション
どうやって 整える？→	型に話を磨 いてもらう	ルールを 理解する	「話したい」 を育てる

コア
ストーリー

③コアストーリーはあるか？

★ストーリーの型



人は論理だけでは動かない。
説得と思われては抵抗、
闘争・逃走の姿勢になる。

人は感情が動いたときに
はじめて動く。
ストーリーは低反発。

話し手も熱量が乗るような
コアストーリーを組み込む。

なぜ、
この資料を
作ったのか？


あなたの意見、
聞かせて？



←社会人に
なりたての頃

実際に、
渡辺青年は・・・



お前、何言ってるか

わかんねーよ

と言われ…



伝わらない自分に
ガッカリ・・・

そこで…



プレゼンを
猛勉強

した結果…


生きるための
デザイン思考






Panasonic
CONNECT




・Udemy 13万人
・デザイン思考
・複業・独立
・沖縄移住















自分の想いが
伝わるように

なので…

この資料は…

AIが作る凡百の資料より
あなたの一言を聞きたい。

土台をガッチリ押さえて
あなたの個性を輝かせてほしい。

そんな願いの元に作りました

ロジックを超えて

グッと
くるか？

デザイン

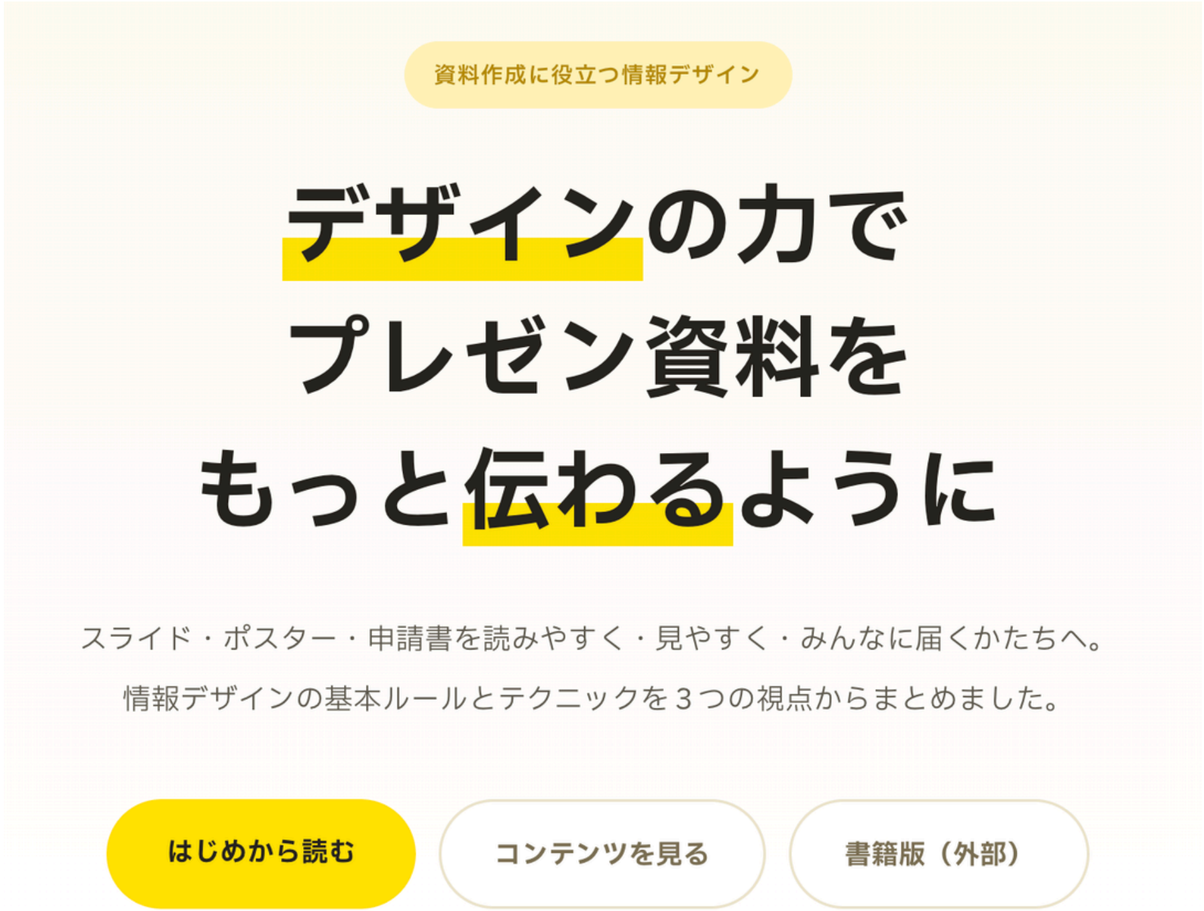
世界観・リズム感を生み出す

デザインは

世界観

デザインは
リズム感

基本はこれを読もう



研究発表のユニバーサルデザイン

伝わるデザイン

https://tsutawarudesign.com/index.html

デザイン☆スタンダード

- カラーがあるから
- 本当のフォント

・・・世界観

- 2×2の4つの型

・・・・・・リズム感

デザイン①

カラーが
あるから

色は
世界観

色は
世界観

色は
世界観

カラー① 7：2：1のルール



7：ベースカラー

2：メインカラー

1：アクセントカラー

カラー② 文字色はグレー

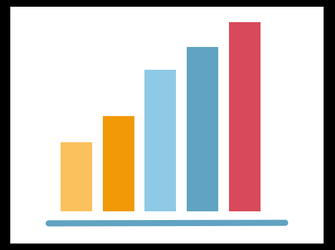
文字色の正体と「視覚の絶対感覚」

「なぜ、あの人の資料はすらすら読めるのか？」人を惹きつける文章には、必ず「視覚への配慮」が存在します。フォントの種類や行間だけではありません。

実は、読みやすさの鍵は「真っ黒な文字を避けること」です。白背景に純黒はコントラストが強すぎてドギツく、読み手の目を知らないうちに疲れさせてしまい、読もうとする集中力を奪います。

そこでおすすめしたいのが、文字色を純黒から「濃いグレー」へとシフトさせるアプローチです。背景との強すぎるコントラストが程よく和らぎ、網膜にかかる物理的なストレスが驚くほど軽減されます。結果として、読者は文字を「追う」ことへの無駄なエネルギーを使わなくなり、内容の本質にスッと没頭できる――これこそが、最後まで飽きさせずに読ませるための「視覚の絶対感覚」なのです。

カラー③ ベース反転は難しい。困ったら白か灰色





背景が浮き配色も難しい
やるなら意図を持って

実は視認性も下がるよ

無難だし
見やすい

基本の上で
挑戦しよう

本当の
フォント

文字の鉄則

見えるは
わかる

文字のルール

● ゴシックか？明朝か？

・万能なゴシック体

・シリアスな話は明朝体

● 文字はでっかくする

・詰め込んだところで、理解にはつながらない（×書けばわかる）

・インパクトがあり、大きな会場でも見える（◯「見える」はわかる）

● 名前もでっかくする

・タイトルより名前を大きくする

・勇気・自信を資料に作ってもらう

フォント①

ゴシック

or 明朝


人生これから
どうしよう・・


人生これから
どうしよう・・


人生これから
どうしよう・・

ゴシック or 明朝

ゴシック体

永

視認性（瞬時に見る）
一般文字
親しみやすさ

明朝体

永

可読性（じっくり読む）
シリアス・真摯
格調高さ

フォントは

シーンに
合わせて
選ぼう

フォント②

文字は

でっかく

文字の最低限とでっかくする理由

● 小さすぎる文字は見えない・読めない

・読めない字でどれだけ詰め込んだところで、そもそも読まれない
・あと、多すぎる情報は解釈が困難になって読めたところでわからない（←21pt）

● 文字のサイズは24pt以上（これは36pt）※Canvaとパワポで違うかも

・文字に強弱をつけて配置する（これは32pt）
・基本サイズをはじめに決めておくといい

● できる限りでっかくする（64pt）

・＝情報を最小限にして、解説で補う（48pt）
・資料に話を削ぎ落としてもらう

スタンダードを作ることで

資料に話を磨いてもらう

フォント③

名前は

でっかく

AIの作った資料を
明確に判断できるようになる
プレゼンテーション
・スタンダード

凡才開花コーチ

↑
135pt
140pt ⟶

渡辺 拓

★タイトルスライドの
名前を一番大きく書く

やってみると

ドキドキする

やってみると

勇気がいる

スタンダードを作ることで

資料に勇気を磨いてもらう

スタンダードを作ることで

資料に感情を育ててもらう

その結果

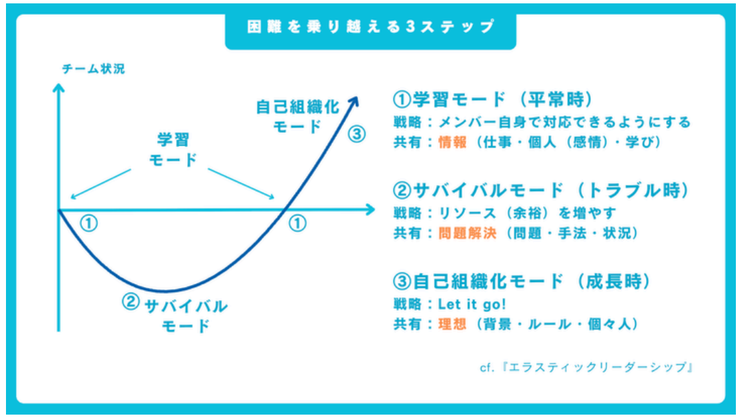
グッと
くる

２×２の
４つの型

2×2の4つの型

図あり





要素1

要素3

デザインは
世界観

プレゼンテーション・スタンダード3つの要素

- ロジック
- デザイン
- パッション

文字だけ

まず

要素1

最大の理由

テンポを
よくする

4つの型①

文字だけ要素1

例：

これ

この型のポイント

Q.なぜやる？

cf.高橋メソッド

A.見える＝わかる/情報がまとまる/簡単に作れる

Q.あまり会社とかで見ないですよね？

A.だから目立ちます。印象に残ります。

Q.ドキドキするんですけど？

A.その心の動きが資料に乗ります

4つの型②

画像あり
要素1



一緒に飛び出そう

この型のポイント

Q.なぜやる？

A.読む＜聞く/感情を動かす/ストーリーに乗せる

Q.画像の挿入ではダメですか？（次ページに例）

A.できるだけブチ抜きましょう。印象に残ります。

Q.ドキドキするんですけど？

A.その心の動きが資料に乗ります

今こそ飛び出そう！（Q2の例）



こうするよりは👉


これがブチ抜き

今こそ、
勇気を持って
一緒に
飛び出そう



こういうのもあり

次に

要素3

目的は

理解と納得

4つの型③

文字だけ要素3

なぜ、キャリアデザインは難しいのか？（これは例だよ）

1 ゴールが一つではなくなってきたから

終身雇用・持ち家・昇進…だけがキャリアのゴールではなくなってきた

「やりたいこと探し」は現代人に共通の悩みに

2 社会の流れが速すぎるから

生成 AI の出現により、仕事への取り組み方が変化してきた

49%の仕事は AI で代替可能とも言われるほどに

3 なのに「ゴール型」かつ「会社軸」で考えるから

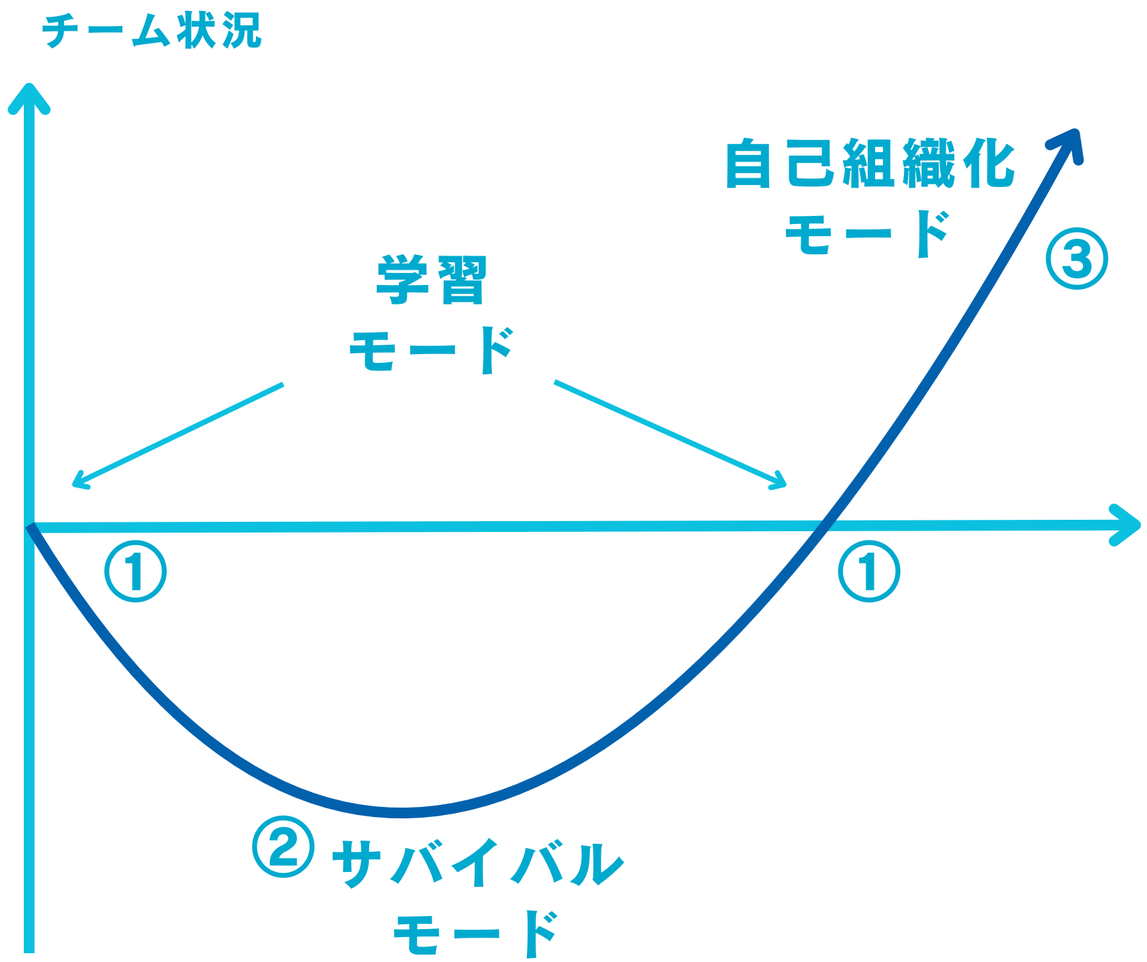
「10 年後の目標は?」は難しい質問（10 年後もこの会社?この仕事?）

そこから逆算しても、日々の実践がぼやけがち

4つの型④

画像あり
要素3

困難を乗り越える3ステップ



①学習モード（平常時）

戦略：メンバー自身で対応できるようにする

共有：情報（仕事・個人（感情）・学び）

②サバイバルモード（トラブル時）

戦略：リソース（余裕）を増やす

共有：問題解決（問題・手法・状況）

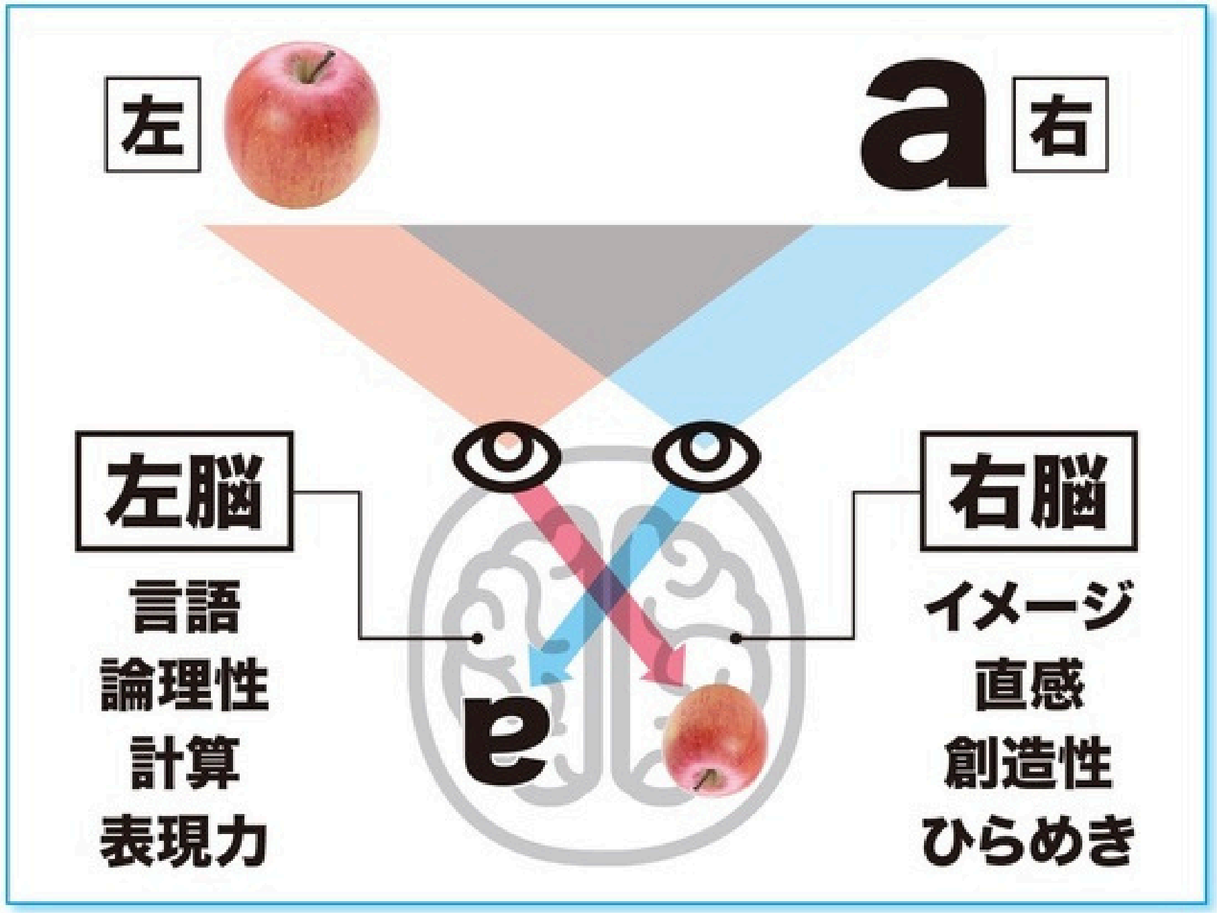
③自己組織化モード（成長時）

戦略：Let it go!

共有：理想（背景・ルール・個々人）

cf.『エラスティックリーダーシップ』

図は左、文字は右



左目から入る情報は右脳へ、
右目から入る情報は左脳へと
つながっている

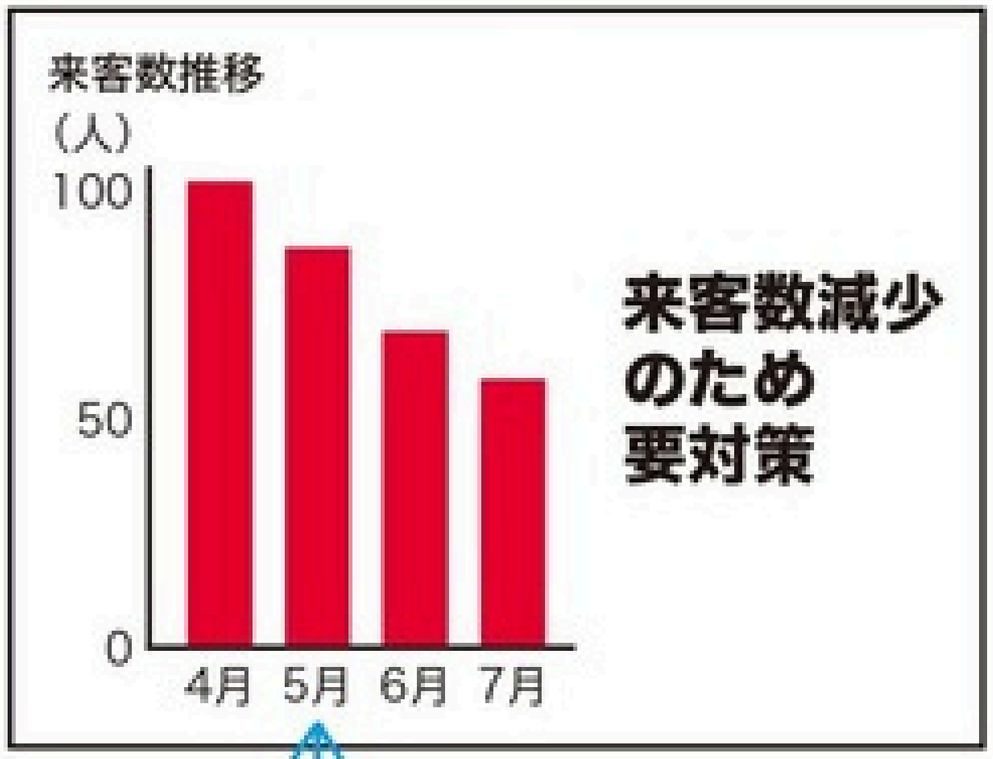
グラフや図は左、
文章は右に配置すると
脳への負担が少ない

https://diamond.jp/articles/-/81605

…ホントに？👉

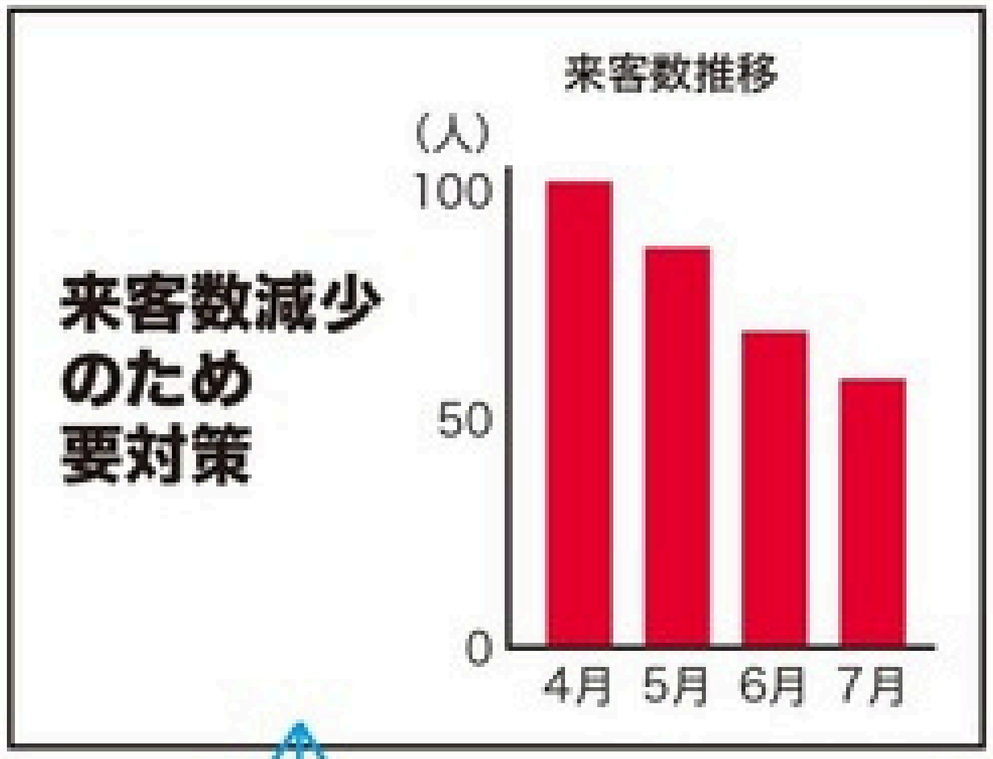
どうですか？

○



スッと頭に入ってくる！

×



頭に入ってこない！

要素1と3を混ぜて

メリハリで読ませる

読み込んで欲しい箇所が一目瞭然

実際、しっかり読みましたね？自然とリズムも生まれます



ちなみに

ジャルジャルの漫才「校内放送」を見ると、テンポ感が理解できます



ちなみに・ちなみに

図や画像を載せるとき、伝えたいメッセージは上に書く



パッション ヨン

「話す理由」を作る

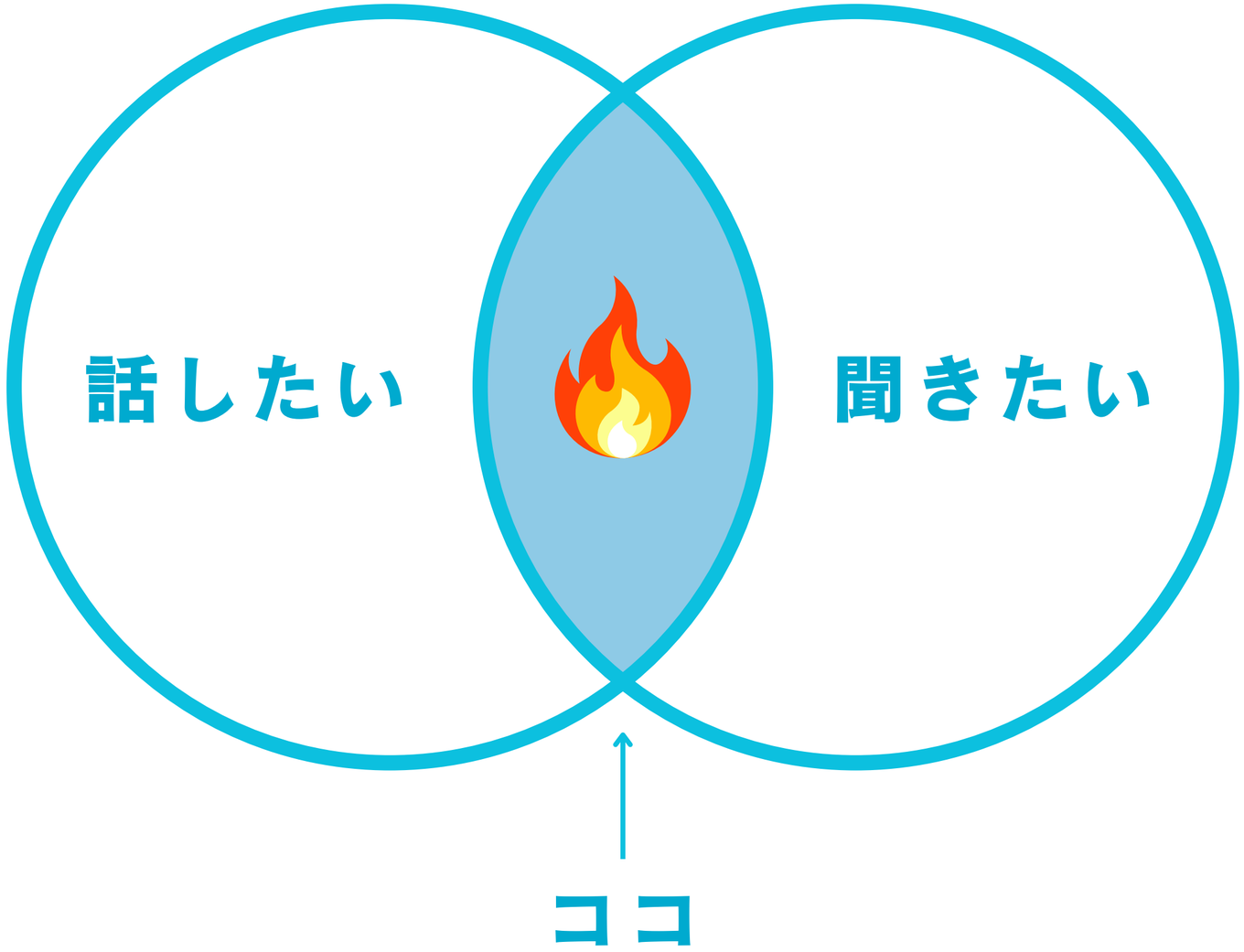
- 話したい？聞きたい？
- コアメッセージは？
- 「核心の一歩目」は？

パッション①

話したい？

聞きたい？

そもそもパッション（熱量）とは



つまりパッションを出すには

● 自分の「話したさ」をあげる

・言いたいことを整理して絞り込む（ロジック）
・資料の作り込みをする（デザイン）
・これは！というものを見つける（コアメッセージ）

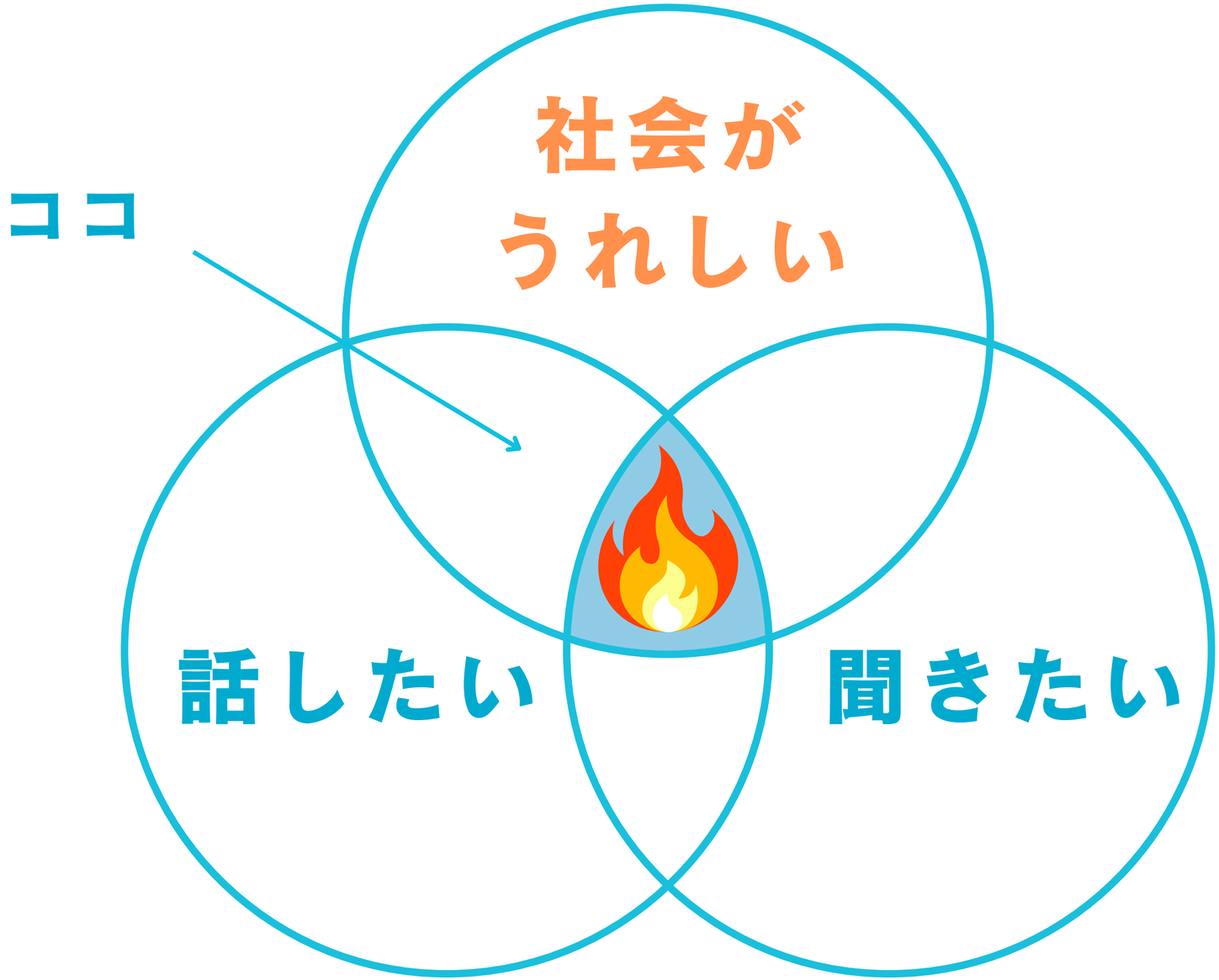
● 相手の「聞きたさ」をあげる

・アンケート・ヒアリングで「コアひふみ（非・不・未）」を絞り込む
・魅力的な未来を語る（コンセプト（誰に・何を））
・ストーリーで価値（ビフォー・アフター）を語る（コアストーリー）

● 行き来しながら練り上げる

・伝えたいことの裏付けを探す
・相手に伝わるような例えを探す（自分にない情報に触れる）
・違和感・ドキドキ・ワクワクを見逃さず、実体験で確かめる

アップデート





意義深い

コア
メッセージ

コアメッセージの型

- 「AはBです」
  - Bではなく、Cです / Bよりも、Cです
- 「◯のとき、△すれば、□できる」
  - 今は◯だが、△で、こんな□を作りたい
- 「？」
  - 「◯のとき、△か？」

リズム感でまとめる

● 七五調・五七調

・この木なんの木 気になる木（7・5）
・セブンイレブン いい気分（7・5）
・24時間 働けますか（7・7）

● 言い切り

・地球は青かった。（ガガーリン）
・THINK（IBM）
・暮らし感じる、変えていく。（P&G）

● 対比

・Don't think, Feel.（燃えよドラゴン）
・未来の乗り物ではなく、未来を作りたい（HONDA）
・10歳若く見えるより、10倍楽しく生きよう。（ルミネ）

コアメッセージ：

グッと
くるか？

サブ・コアメッセージ

資料に話を磨いてもらう

「核心の一歩目」

「核心の一歩目」とは？

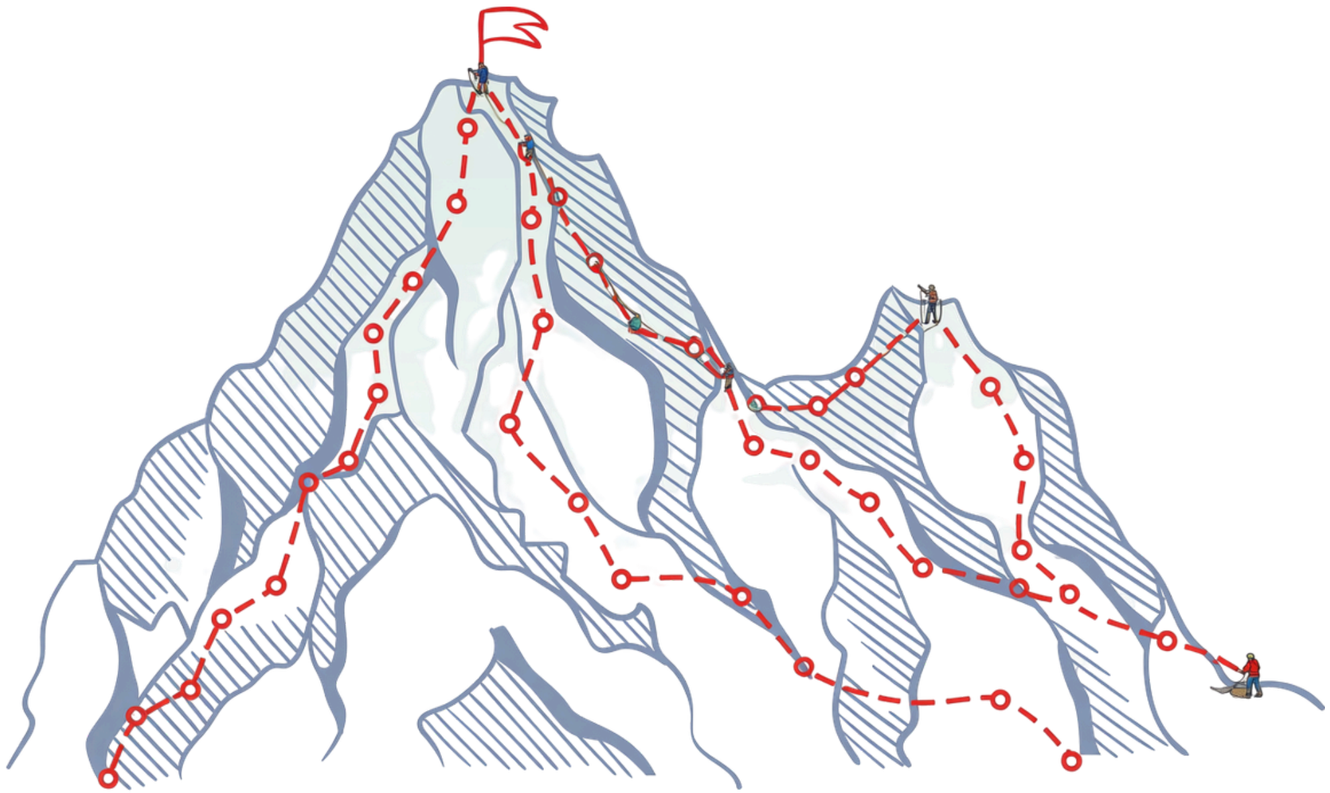


「練度が表れる基本動作」のこと。
初心者など誰でもできるけど、
やる人によってまったく違う。

武道なら
「礼に始まり、礼に終わる」
野球ならストレート、
ピザならマルゲリータ。

これを「核心の一歩目」と呼び、
これを相手にプレゼントする。

核心へ近づくと、分野を超える



どの道からスタートしても
だんだん登っていくにつれ、
分野を超えて応用できるような
同様の感覚が備わっていく

同じ景色を見ている人の会話は、
たとえ分野が違っても通じ合う
（なぜなら、抽象度が高いから）

究極は「真・善・美」のような
普遍的な核心へと近づくのだろう

グランド・プレゼン☆スタンダードは

グッと
くるか？

これは

どこに差が出る？

自分の
グッとポイント
分かっているか

伝えるならば

自分の
グッとポイント
言葉にしているか



絶対感覚

絶対感覚があると・・



・大きく崩れることがない

・何がウケるかは、
試さないとわからないけど
「これは失敗する！」は
確実にわかる感じ

・その土台の上に
「今日はこれやってみよう！」
をどんどん試せる

つまり

知っている
だけでなく

感覚として
運用できて
いるか

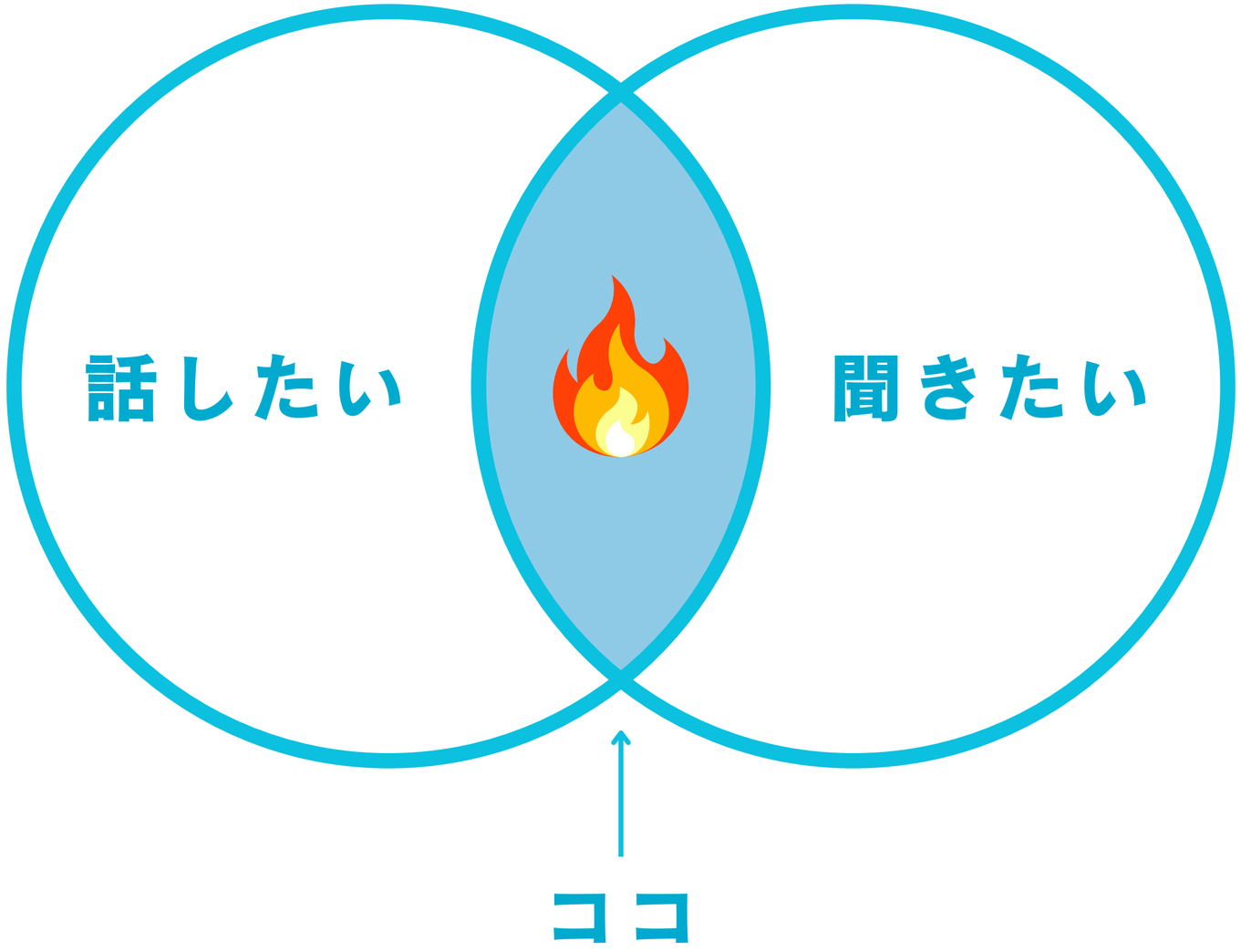
チームなら

感覚として
共有できて
いるか

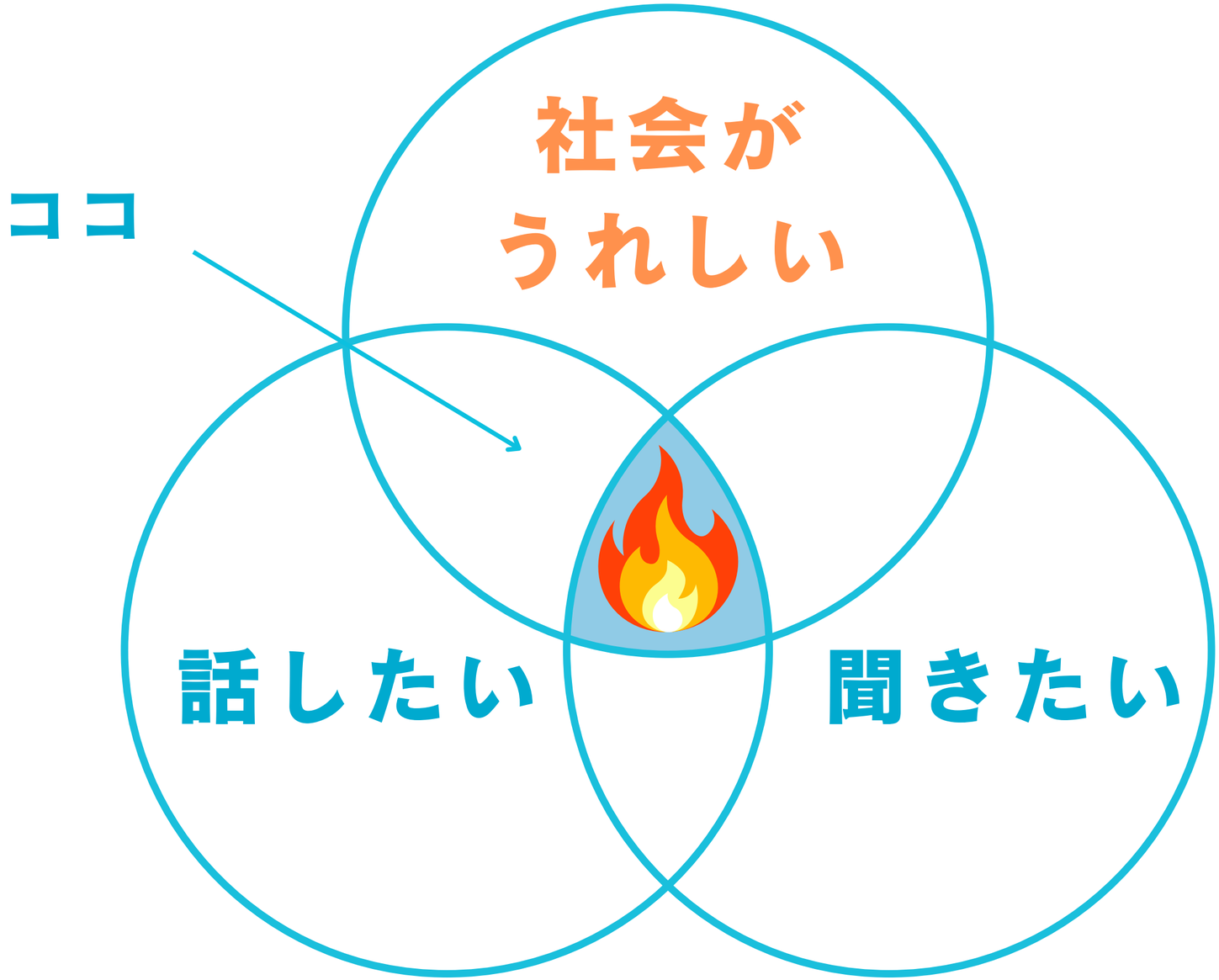
あなたの

グッとポイントを言葉にして共有しよう

それが



そして



まずは

名前

をでっかく書こう

そしたら

グッと
くるから

待ってます

あなたの話聞かせてね

さいごに

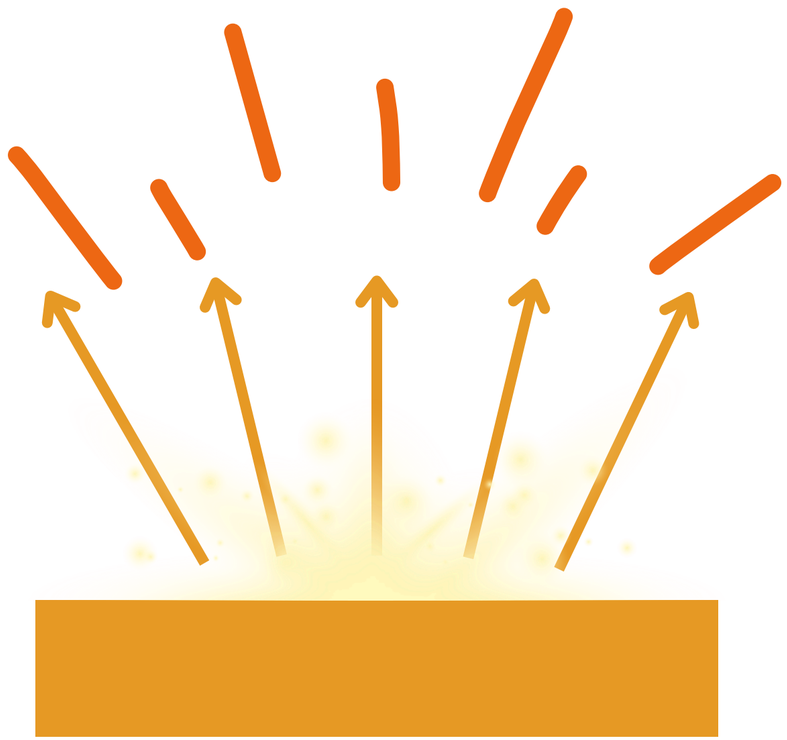
資料を活かす3つの指針

- インナースキル
- 習熟の３段階
- アウトプットの公式

インナー

スキル

インナースキルとは



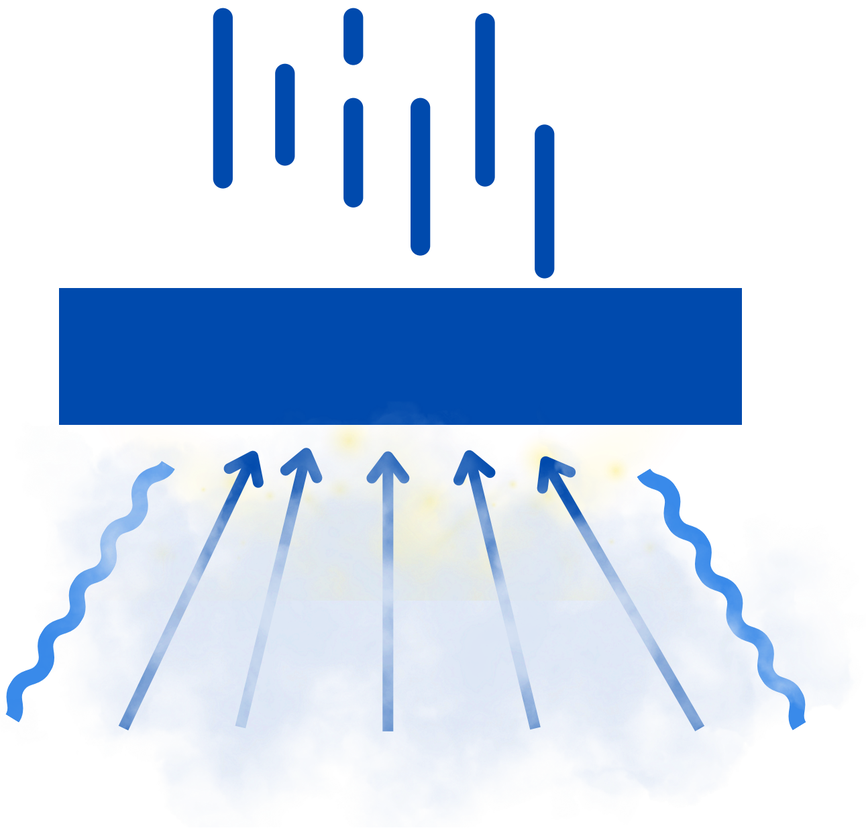
巷に溢れる外側のノウハウやテクニックを
使いこなせる**土台となるスキル**

例：プロンプト（アウター）を覚えるより
それを生み出せる思考力（インナー）を磨く

- AIの回答や大量の情報に振り回されず、本質を見抜く「**判断力**」や、自分の問いを出す「**思考軸**」
- 目の前の状況を受け止める「**感謝力**」や、メンタル逆境を乗り越える「**レジリエンス**」
- AIの思考を元に動ける「**行動力**」「**継続力**」
  安定した心や直感を生み出す「**姿勢**」「**呼吸法**」

などなど・・

アウタースキルを追うと・・



逆に、アウタースキルばかりを追うと
インナースキルは枯れていく
疲弊もするし、時代が変わると使えなくなる

たとえば、AIの作った資料を鵜呑みにして
「なぜいいか」「なぜそう思うか」を考えない
聞かれても「AIが作ったから」・・とか。

土台がないから、自信にもつながらず
流行り廃りに一喜一憂することになる

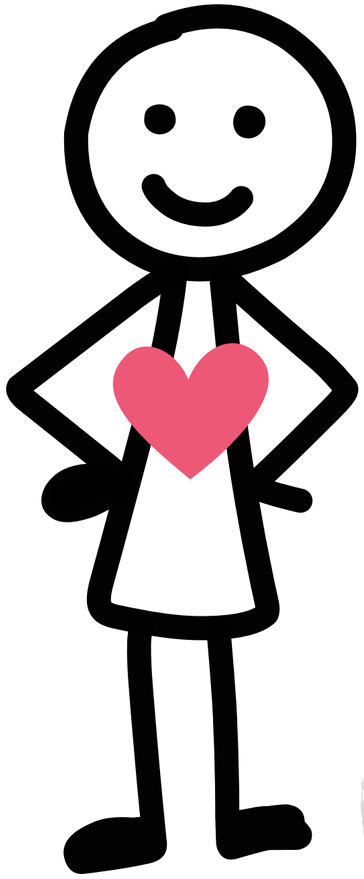
今後のために

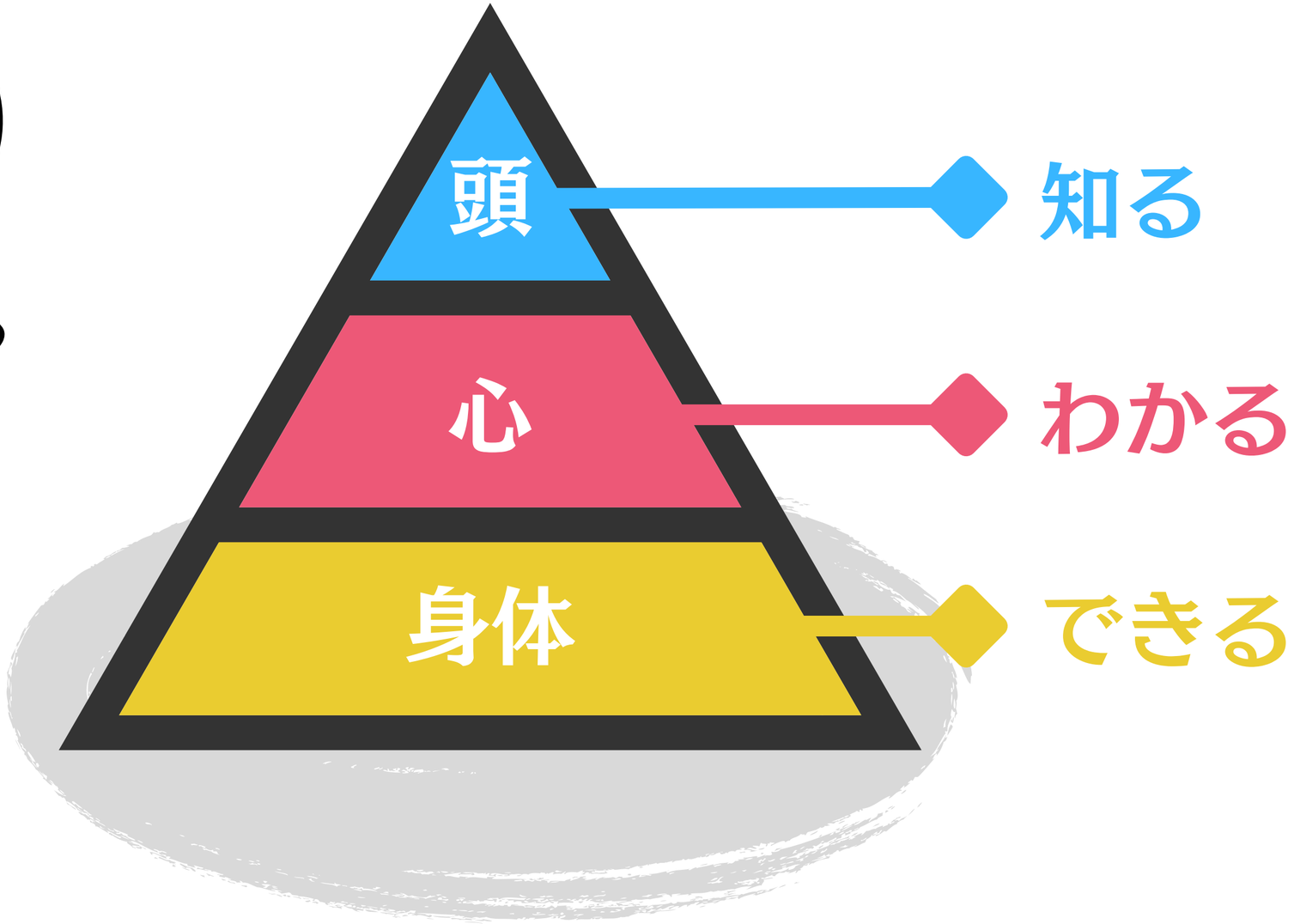
学びは
インナースキル化
しよう

そのために…👉

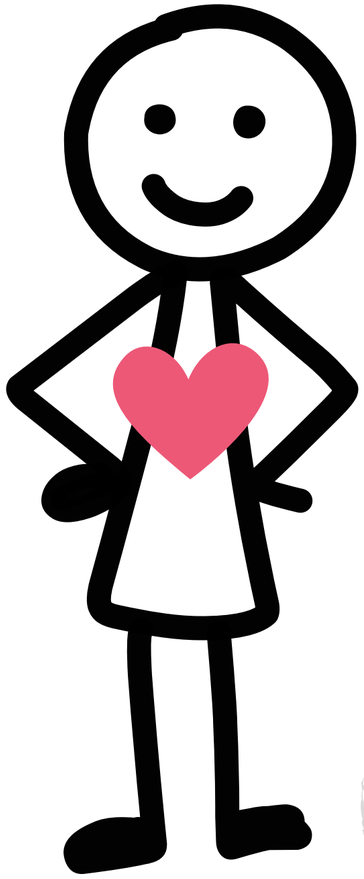
習熟の3段階

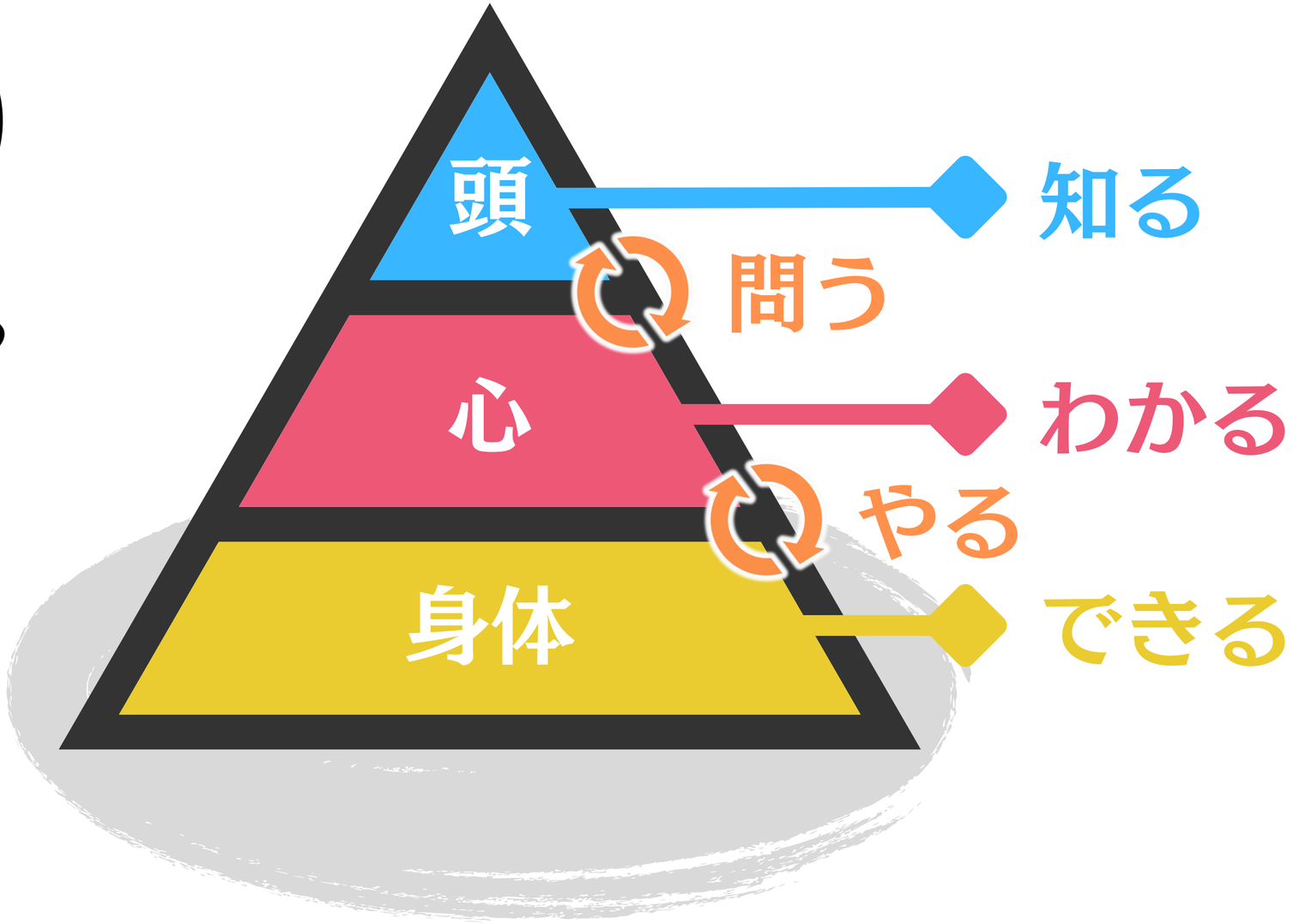
習熟の3段階



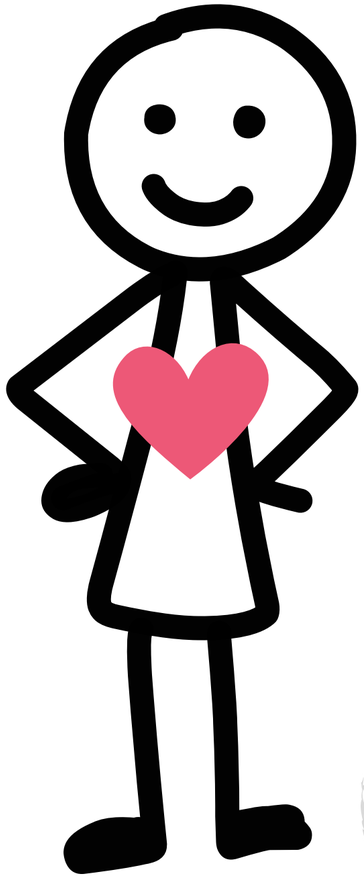


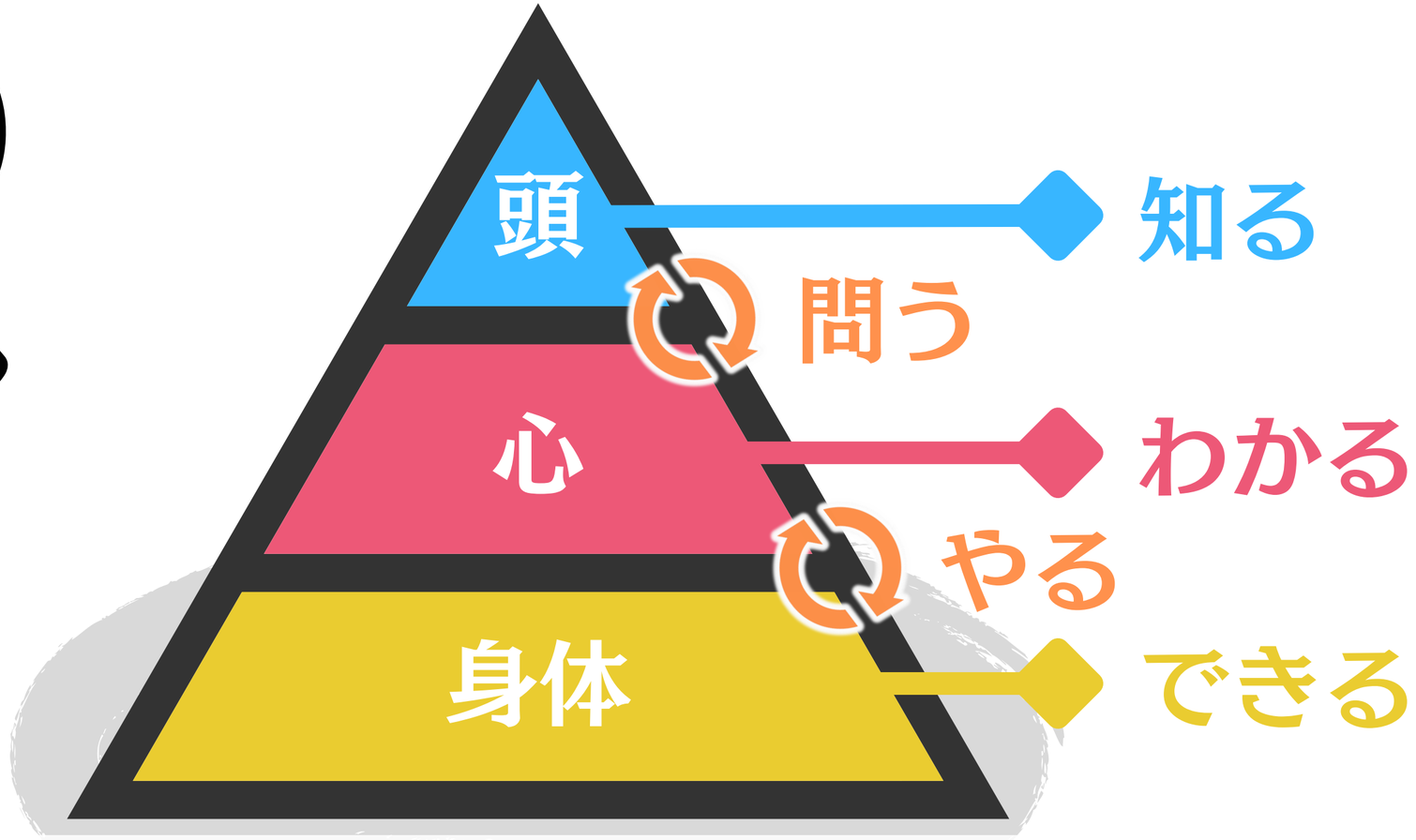
習熟の3段階





習熟の3段階





問わずにわかるわけがない
やらずにできるわけがない

AIが作った資料を見たら・・

問う：これ、本当？これは伝わる？

検証することで、アホにならなくなります

やる：実際に、話してみる

しっくり来る言葉、変なところがわかります

磨く：くり返して、感覚に落とし込む

培った感覚は、将来の時短を生みます

ぜひとも

使って
みてね

そのために…👉

アウトプットの公式

アウトプット
＝インプット
＋自分の考え

なにより・・・

あなたの体験に価値がある

待ってます

あなたの話聞かせてね

翻訳すると

あなたの話聞かせてね

＝

ぜひ
・いいね
・フォロー
・シェア
・感想
お願いします！

お声を元に、
資料やプロンプト（次ページ）を
ブラッシュアップしていきます！

特典があります！

この資料を使って
自分の資料をAIにブラッシュアップしてもらえる
「スタンダード☆プロンプト」をお送りします！
こちら↓をクリック
https://wonder-zero.com/p/r/Jcht3h9l

その他、資料の内容を深めるお話や
プレゼンや話し方などの勉強会、
「インナースキル」についても
お伝えしていきます！

勉強会の参加者の声

資料は事前に見ていたのに、直接お話を聞いたときの『グッとくる』熱量と感覚が全然違いました

たった数分語られた『核心の一歩目』の話にジーンときて、ここ数年求めていた本質に出会えた気がします

一緒に作った資料でプレゼンしたところ、参加者の方から『感動しました』と言ってもらえるようになりました

勉強会やプロンプト（特典）の受け取りはこちら↓をクリック
https://wonder-zero.com/p/r/Jcht3h9l

おわり

ありがとう
ございました！

