

AI STARTER GUIDE

生成AI活用スターターガイド

仕事・副業・業務改善のための実践ガイド

第1章 AI活用チェックリスト | 第2章 業務効率化プロンプト例 | 第3章 ツール活用ヒント | 第4章 失敗しないためのポイント

目的を明確にして、小さく始める — AI活用で成果を出す唯一の原則

第1章 AI活用チェックリスト

生成AIは非常に便利なツールです。しかし「とりあえず使ってみる」では成果が出ません。
AI導入で成果が出ている企業・個人には共通点があります。

「目的を明確にして、小さく始めること」

1 AIを使う 目的が明確

作業短縮・集客・効率化など

2 AI化したい 業務が具体的

メール・議事録・SNSなど

3 AIに判断を 任せていない

最終判断は必ず人間が行う

4 個人情報の 取扱ルールあり

顧客情報・パスワードは入力しない

5 成果測定の 指標を決めている

作業時間・売上・ミス減少など

6 小さく始める 準備ができている

まず1業務・1週間・完璧を求めない

第1章 | チェック項目一覧

① 目的

- ☐ 作業時間を減らしたい
- ☐ 売上や集客を改善したい
- ☐ アイデア出しを効率化したい
- ☐ 情報整理を楽にしたい
- ☐ 人手不足を補いたい

② AI化する業務

- ☐ メール作成
- ☐ 会議メモ作成
- ☐ 提案書作成

③ 判断の責任

- ☐ 最終判断は自分が行う
- ☐ AIの回答を鵜呑みにしない
- ☐ 必要に応じて事実確認
- ☐ 人間の責任を放棄しない

④ 情報管理

- ☐ 顧客情報をそのまま入力しない
- ☐ パスワードを入力しない
- ☐ 社外秘情報を入力しない
- ☐ 社内ルールを確認している

チェック結果

20項目以上
AI活用準備完了

15～19項目
小さく始める段階

10～14項目
目的の整理から始める段階

9項目以下
まずAIを使う理由を整理

第2章 業務効率化に使えるプロンプト例

より実務で使いやすい回答を得るには、「役割・目的・入力情報・出力内容」を整理して伝えることが大切です。

Prompt 1



メール作成

Prompt 2



会議メモ整理

Prompt 3



提案書作成

Prompt 4



SNS投稿

Prompt 5



顧客心理分析

Prompt 6



FAQ作成

Prompt 7



業務改善アイデア

Prompt 8



営業トーク

Prompt 9



文章整理

Prompt 10



行動計画

メール作成を効率化する

目的

案内・返信・依頼・日程調整メールを短時間で作成

使える場面

- ▶ 問い合わせ返信
- ▶ 商談後お礼
- ▶ 資料送付
- ▶ 日程調整
- ▶ セミナー案内

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、丁寧でわかりやすいビジネスメールを作成するアシスタントです。
以下の条件をもとに、相手に失礼がなく、読みやすいメール文を作成してください。

【入力情報】
メールの目的：
相手：
伝えたい内容：
相手にしてほしい行動：
文体：丁寧、やわらかめ、簡潔
注意点：

【出力してほしい内容】

1. 件名案を3つ
2. メール本文
3. 送信前に確認すべき注意点

【出カルール】

- ・長すぎない文章にしてください。
- ・押し売り感を出さないでください。
- ・相手が次に何をすればよいかわかりやすく明確にしてください。
- ・専門用語を使いすぎないでください。

会議メモ・議事録を整理する

目的

会議内容を要点・決定事項・次にやることに整理

使える場面

- ▶ 社内会議
- ▶ 顧客打ち合わせ
- ▶ 商談記録
- ▶ 研修後の振り返り

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、会議内容をわかりやすく整理する業務改善アシスタントです。
以下のメモをもとに、会議内容を整理してください。

【入力情報】
会議メモ：
ここにメモを貼り付ける

- 【出力してほしい内容】
1. 会議の要点
 2. 決定事項
 3. 未決定事項
 4. 次にやること
 5. 担当者
 6. 期限
 7. 関係者へ共有するための短い文章

- 【出カールール】
- ・箇条書きで整理してください。
 - ・重要度が高い順に並べてください。
 - ・曖昧な点は「確認が必要」と明記してください。
 - ・事実と推測を分けてください。

提案書のたたき台を作る

目的

サービス提案・企画提案の構成を短時間で作成

使える場面

- ▶ AI導入提案
- ▶ 業務改善提案
- ▶ Web集客提案
- ▶ 研修提案
- ▶ 営業資料作成

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、中小企業向けの提案書作成に強い営業企画担当者です。
以下の情報をもとに、提案書のたたき台を作成してください。

【入力情報】

提案先の業種：
提案先の課題：
提案するサービス：
期待できる効果：
予算感：
導入までの流れ：
注意点：

【出力してほしい内容】

1. 提案タイトル
2. 提案の背景
3. 現状の課題
4. 解決策
5. 導入メリット
6. 実施内容
7. スケジュール案
8. 費用感の見せ方
9. 次のアクション

【出力ルール】

- ・経営者にも伝わる言葉で書いてください。
- ・専門用語を使いすぎないでください。
- ・売り込み感を出しすぎず、課題解決の提案として整理してください。
- ・抽象論ではなく、具体的な行動に落とし込んでください。

SNS投稿を作る

目的

見込み客の関心を引く投稿文を作成

使える場面

- ▶ Facebook投稿
- ▶ X投稿
- ▶ Instagram投稿
- ▶ セミナー告知
- ▶ サービス紹介

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、共感されるSNS投稿を作るマーケティングコピーライターです。
以下の情報をもとに、自然で読みやすいSNS投稿文を作成してください。

【入力情報】
投稿の目的：
伝えたいテーマ：
対象読者：
読者の悩み：
伝えたい結論：
誘導したい行動：

【出力してほしい内容】

1. 共感型の投稿文
2. 気づき型の投稿文
3. 行動促進型の投稿文
4. 投稿に使える短い見出し

【出カルール】

- ・売り込み感を出しすぎないでください。
- ・専門用語を減らしてください。
- ・読み始めたくなる冒頭にしてください。
- ・最後に自然な行動導線を入れてください。

顧客心理を深掘りする

目的

見込み客の本音・不安・悩みを整理

使える場面

- ▶ LP作成
- ▶ 広告文作成
- ▶ 営業トーク作成
- ▶ SNS投稿
- ▶ 商品設計

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、顧客心理分析に強いWebマーケティング戦略家です。
見込み客の表面的な属性ではなく、目的・悩み・不安・制約から、
購買行動につながる心理を深掘りしてください。

【入力情報】

業種：

商品・サービス：

理想顧客：

自社の強み：

避けたい顧客：

【出力してほしい内容】

1. 顧客が本当に達成したい目的
2. 顧客が抱える悩み・不安・制約
3. 今すぐ解決したい課題
4. 後回しにしてしまう理由
5. 刺さる訴求ワード
6. 避けるべき表現
7. この顧客が今動く理由

【出力ルール】

- ・年齢や性別だけで分析しないでください。
- ・目的、悩み、制約を重視してください。
- ・営業やWeb集客で使える言葉にしてください。
- ・最後に、最も重要な顧客心理を1つに絞ってください。

目的

問い合わせ前の不安を減らし、申し込みにつなげる

使える場面

- ▶ サービスページ
- ▶ LP
- ▶ セミナー案内ページ
- ▶ 問い合わせページ
- ▶ 営業資料

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、問い合わせ率改善に強いWebマーケティング改善コンサルタントです。
以下の商品・サービスについて、問い合わせ前の不安を減らすFAQを作成してください。

【入力情報】
商品・サービス：
対象顧客：
よくある不安：
問い合わせしてほしい行動：

【出力してほしい内容】

1. 顧客が抱く不安を10個
2. FAQを5個
3. FAQの回答文
4. 問い合わせ率を上げるCTA文を5個
5. 離脱ポイントの仮説
6. 改善優先順位

【出カルール】

- ・押し売り感を出さないでください。
- ・問い合わせ前の不安を具体的に言語化してください。
- ・回答はWebページに掲載できる自然な文章にしてください。
- ・CTAは相談、確認、資料請求など低いハードルを意識してください。

業務改善アイデアを出す

目的

AIによって削減できそうな作業を見つける

使える場面

- ▶ 業務棚卸し
- ▶ DX推進
- ▶ AI導入前の整理
- ▶ 現場改善

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、中小企業の業務改善に強いDXコンサルタントです。
以下の業務内容をもとに、AIで効率化できる作業を整理してください。

【入力情報】

業種：
部署：
現在困っている業務：
作業にかかっている時間：
関係者：
使っているツール：
避けたいこと：

【出力してほしい内容】

1. AIで効率化できる業務
2. 人が判断すべき業務
3. AIに任せてもよい作業
4. 導入しやすい順番
5. 期待できる削減効果
6. 注意点
7. 最初に試すべき1つの業務

【出カルール】

- ・いきなり大規模なシステム導入を前提にしないでください。
- ・少人数でも実行しやすい改善案にしてください。
- ・現場の負担が増えない案を優先してください。
- ・AIに決断を任せる提案は避けてください。

営業トークを作る

目的

見込み客に伝わる営業トーク・初回説明文を作成

使える場面

- ▶ 商談準備
- ▶ 電話営業
- ▶ 問い合わせ返信
- ▶ 展示会后フォロー
- ▶ セミナー後案内

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、中小企業向けの営業トーク作成に強い営業戦略アドバイザーです。
以下の情報をもとに、自然で押し売り感のない営業トークを作成してください。

【入力情報】
売りたい商品・サービス：
対象顧客：
顧客の悩み：
自社の強み：
相手に取ってほしい行動：

【出力してほしい内容】

1. 初回の一言
2. 課題を引き出す質問
3. サービス説明
4. 押し売り感を出さない提案文
5. 断られたときの返し
6. 次回商談につなげる一言

【出力ルール】

- ・相手を不安にさせすぎないでください。
- ・無理に売り込まないでください。
- ・相手が自分で必要性に気づける流れにしてください。
- ・専門用語を減らしてください。

文章をわかりやすく整える

目的

難しい文章や長い文章を読みやすく整える

使える場面

- ▶ メール
- ▶ 提案書
- ▶ ブログ記事
- ▶ SNS投稿
- ▶ 社内資料

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、わかりやすい文章に整える編集者です。
以下の文章を、読みやすく自然な文章に整えてください。

【入力情報】

文章：
ここに文章を貼り付ける

【出力してほしい内容】

1. 読みやすく整えた文章
2. 修正した理由
3. もっと短くした版
4. やわらかくした版

【出力ルール】

- ・意味を変えないでください。
- ・専門用語が多い場合は、わかりやすくしてください。
- ・不自然な敬語を整えてください。
- ・読み手が次に何をすればよいか明確にしてください。

今日やることを整理する

目的

AI活用・業務改善を実際の行動に落とし込む

使える場面

- ▶ 研修後
- ▶ セミナー後
- ▶ 業務改善の初日
- ▶ チーム内共有

プロンプト例（そのままコピーして使用可）

あなたは、実行計画づくりに強い業務改善アシスタントです。
以下の内容をもとに、今日から実行できる行動計画を作成してください。

【入力情報】
やりたいこと：
現在の課題：
使える時間：
関係者：
避けたいこと：
最終的な目標：

【出力してほしい内容】

1. 今日やること
2. 3日以内にやること
3. 1週間以内にやること
4. やらない方がいいこと
5. 最初に見るべき数字
6. 失敗しやすいポイント
7. 最初の一手

【出力ルール】

- ・大きすぎる計画にしないでください。
- ・今日動ける内容にしてください。
- ・優先順位をつけてください。
- ・少数数でも実行できる現実的な計画にしてください。

第3章 初心者向け AIツール活用のヒント

最初から多くのツールを導入する必要はありません。「目的に合ったツールを選ぶこと」が大切です。

ChatGPT

迷ったらまずこれ

文章作成 / メール作成 / 提案書作成 / SNS投稿

対象: 初心者・個人事業主・中小企業

<https://chatgpt.com>

Gemini

Google連携が得意

文章作成 / Google連携 / 情報整理 / 要約

対象: Google Workspace利用者

<https://gemini.google.com>

NotebookLM

資料整理・要約

PDF要約 / 資料整理 / 社内資料の理解 / 議事録整理

対象: 研修担当者・社内共有担当者

<https://notebooklm.google.com>

Canva

デザイン・画像生成

画像作成 / SNSバナー / プレゼン資料 / チラシ作成

対象: デザイン初心者・SNS運用担当者

<https://canva.com>

Gamma

資料作成が超速い

プレゼン資料 / 提案書作成 / セミナー資料 / 社内共有資料

対象: 営業担当者・講師・資料作成が苦手な人

<https://gamma.app>

Perplexity

信頼性の高い情報収集

情報収集 / 調査 / 出典確認 / 比較検討

対象: 調べ物が多い人・信頼性重視

<https://perplexity.ai>

第3章 | ツール選択のポイントとよくある失敗

目的別ツール選び方

文章を書きたい

→ ChatGPT

調べ物をしたい

→ Perplexity

会議内容を整理

→ ChatGPT / Gemini

資料を作りたい

→ Gamma

画像を作りたい

→ Canva

PDF・資料を整理

→ NotebookLM

高額ツール導入前の確認

☐ 本当に困っている業務は何か？

☐ 現場で使う人は誰か？

☐ 社内で使い続けられるか？

☐ 小さく試してから判断できるか？

よくある失敗パターン

× 失敗1 高額なツールを契約したが誰も使わない

× 失敗2 AI導入が目的になってしまう

× 失敗3 現場の意見を聞かない

× 失敗4 全部を一気に変えようとする

× 失敗5 AIに判断を任せてしまう

結論

まずは無料版 or 低価格プランで十分

使う → 改善する → 続ける

第4章 AI導入で失敗しないためのポイント

①

AI導入そのものが目的になる

✕ 「他社が導入したから」「流行っているから」「補助金が使えから」

✓ 「何を改善したいのか」を先に明確にする

③

現場の意見を聞かない

✕ 経営者だけで導入を決め、現場が使わない

✓ 実際に使う人の意見を聞き、負担を減らす方向で導入

⑤

AIに判断を任せてしまう

✕ AIの回答をそのまま採用し、責任の所在が曖昧に

✓ AIは「選択肢を出す存在」。人間が決断する

②

高額なツールから入ってしまう

✕ 月額数万～数十万のサービスを使いこなせないまま契約

✓ まず無料版・低価格プランで小さく試す

④

一気に全部を変えようとする

✕ 全社・全部門・一斉導入で混乱

✓ まず「1人・1部署・1業務」から。成功事例を作ってから広げる

⑥

効果測定をしていない

✕ 「便利になった気がする」で終わり、継続する理由がなくなる

✓ 作業時間・残業・問い合わせ数など数字で確認

AI導入で成功している企業の共通点

①

目的が明確

「何を改善したいか」がはっきりしている

②

小さく始めている

まず1つの業務・1週間から試している

③

現場の負担を増やさない

現場スタッフの声を聞いて導入している

④

効果を数字で確認

作業時間・残業・ミス数など指標がある

⑤

人とAIの役割を分けている

AIは補助、人間が判断・責任を持つ

AIで減らしたいのは、人ではなく手作業です。

AIと人間の役割分担

AIが担当すること

- 整理すること
- 要約すること
- 下書きを作ること
- 選択肢を出すこと

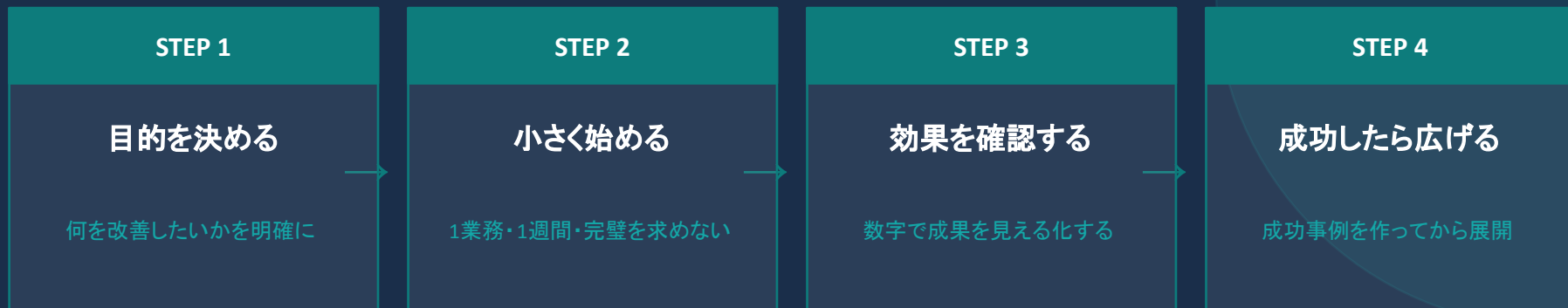


人間が担当すること

- 考えること
- 決めること
- 伝えること
- 責任を持つこと

AIを使う。決断は渡さない。この役割分担ができたとき、AIは本当の力を発揮します。

まとめ — AI活用を定着させる方程式



焦らず、一歩ずつ進めていきましょう。

AI | 整理する / 要約する / 下書きを作る / 選択肢を出す

人間 | 判断する / 責任を持つ / 共感する / 創造する