

2026年 第2四半期版

AI活用 100本ノック

建築会社の実務で試されたAI活用事例から、業務への応用価値が高い100件を厳選。
課題、進め方、成果、人が確認すべき点まで、初見でも実務へ移せる形でまとめました。



新人住宅営業が警戒心の強い顧客役AIで初回商談を反復練習

課題	解決策	成果
新人の住宅営業は、先輩とロールプレイできる時間以外にも初回商談を練習したいが、一人では顧客の反応や想定外の質問を再現しにくかった。練習機会が先輩の空き時間に左右され、繰り返し試す場を確保しづらいことが課題だった。	ChatGPTに、初回来場で少し警戒心が強い架空の顧客役と、1～2行で1ターンずつ返す会話ルールを設定した。新人が営業トークを入力して商談を進め、停止合図の後に良かった点、不安を与えた言葉、改善セリフを出させ、人が内容を確認して次の練習へ反映した。 - 架空の顧客像と商談場面、返答の長さを設定する - 新人が営業トークを入力し、顧客役AIと1ターンずつ会話する - 停止合図を送り、良かった点と改善セリフを確認して再練習する 人が確認すること AIの指摘が自社の接客方針や実際の顧客対応に合うかを先輩・上司が確認し、採用する改善点を決める。	提出者は、先輩が付き添う練習時間を1～3時間削減したと回答した。先輩の空き時間に左右されず、自宅や空き時間にも反復でき、AIの指摘を先輩と確認して次の練習へつなげられる。 週に数回の練習へ使い、対人口ロールプレイだけでは確保しにくい反復回数を補えるようになった。 適用時の注意 - 架空の顧客反応は実在する顧客の反応を保証しない - AIの採点は先輩や上司による実地指導の代替にしない - 実在顧客の個人情報や商談記録は入力しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	顧客役と採点基準を決めておくと、先輩の時間に頼らず空き時間でも練習を続けられる。
--------	--

新人住宅営業が先輩の商談メモから質問意図と確認質問を作成

課題

住宅営業の新人が先輩の初回商談へ同席しても、自然な会話の中で行われる重要な深掘り質問を聞き逃しやすく、質問の狙いを自分の言葉で整理できなかった。商談後に何を先輩へ確認すべきか考えることにも手間がかかっていた。

解決策

ChatGPTへ匿名化した商談メモを渡し、会話をアイスブレイク、ヒアリング、提案、クロージングに分類させた。さらに、信頼形成につながった可能性のある発言とその意図、先輩へ確認する質問案を出させ、意図は仮説として本人に確認して学びへ変えた。

1. 商談メモから顧客情報と固有名詞を外す
2. ChatGPTに商談の流れと重要な発言を整理させる
3. 発言意図の仮説と先輩への質問案を生成する
4. 先輩本人へ意図を確認し、自分の学びとして記録する

人が確認すること

AIが推測した質問意図を事実扱いせず、先輩本人へ確認する。
顧客発言の要約に誤りや過度な解釈がないかも照合する。

成果

提出者は、商談メモの振り返りを15～30分短縮したと回答した。自分では言語化しにくかった質問の狙いを先輩への確認質問に変え、商談後の学びを具体化しやすくなった。

同席商談を見学だけで終わらせず、発言根拠、意図の仮説、本人確認までを一続きのOJTにできる。

適用時の注意

- AIが示す発言意図は仮説であり先輩本人への確認が必要
- メモに残っていない声色や間、表情は分析できない
- 顧客名や連絡先などの個人情報は入力前に除く

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

自分では言葉にできない疑問も、AIで質問案にすると先輩へ確認しやすくなる。

住宅営業が近隣ヒアリングPDFを写真付き土地提案レポートへ変換

課題	解決策	成果
土地提案の担当者は、現地で集めた土地情報、自治会、ゴミ収集、近隣コメント、写真を、お客様向けに毎回手作業で整理していた。情報の並べ替えと写真配置に数時間かかり、調査後すぐに分かりやすい提案資料へ仕上げるのが負担だった。	Claude / Claude Codeへ近隣ヒアリングPDFを渡し、写真を抽出して土地情報、周辺情報、自治会、ゴミ収集、近隣コメントをカード形式のHTMLへ整理させた。安全に再現する際は、読取不能箇所と写真対応を先に一覧化し、権利・匿名化・原PDF一致を人が確認してから出力する。 - 近隣ヒアリングPDFと掲載許可済み写真を用意する - 設問・回答・写真をページ番号付きで抽出する - 読取不能箇所と写真対応の不明点を確認する - 承認後にHTMLを別名出力し画面とPDFを確認する 人が確認すること 土地条件、近隣コメント、写真の場所と説明が原PDFに一致するかを確認し、個人を特定できる発言や写真が残っていないか点検する。	提出者は、数時間かかっていた整理を数分へ短縮し、削減時間を1〜3時間と回答した。写真と周辺情報を同じ構成へまとめ、顧客へ土地周辺の状況を説明しやすくなった。 土地調査の情報を同じ型へ整理でき、提案資料のレイアウト差と準備負担を抑えやすい。 適用時の注意 - PDFの文字や写真を誤って読み取る可能性がある - 近隣コメントは発言者を特定できない形へ一般化する - 写真の撮影・掲載権と土地情報の最新性を人が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

現地調査の情報と写真を同じ型へまとめると、短時間でもお客様が状況をつかみやすい提案資料になる。

土地選びに迷う顧客へ候補地別の良い点・注意点・確認事項を整理

課題	解決策	成果
土地選びで迷うお客様に対し、営業担当者は候補地ごとの判断材料を毎回ゼロから整理していた。良い点、注意点、追加確認事項を漏れなく並べ、押し付けにならない表現へ整えるのに時間がかかり、次回までに家族で話す論点も曖昧になりやすかった。	Claude / Claude Codeへ匿名化した候補地情報を渡し、選択肢ごとの良い点、注意点、今後確認することを並べた資料と、家族で話し合う論点、LINE下書きを作成させた。確認済み事実・仮説・未確認事項を分け、担当者が原資料と表現を確認してから利用する。 - 候補地ごとの確認済み情報と未確認事項を分けて入力する - 各選択肢の良い点、注意点、今後の確認を整理させる - 家族で話し合う論点とLINE送付文の下書きを作る - 担当者が土地情報と表現を確認し、承認後に共有する 人が確認すること 土地条件、費用、法規、周辺情報を原資料で確認し、AIが優劣を断定していないか点検する。LINEは宛先と文面を確認してから人が送信する。	提出者は、判断材料の整理を1〜3時間短縮したと回答した。候補地ごとの論点の抜けが減り、整理した材料を顧客へ渡すことで信頼と追客の質が上がったと評価している。 結論を急がせず、家族で話す事項と次回商談で確認する事項を同じ資料へまとめられる。 適用時の注意 - 土地の法規制や価格、周辺状況は別途確認が必要 - AIに候補地の最終評価や購入判断をさせない - LINE送信や資料共有は人の明示承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

選択肢を急いで絞るより、良い点と注意点、次に確認することを並べる方がお客様の判断を支えやすい。

注文住宅の仕様商談音声を議事録・課題・次回アクションに整理

課題	解決策	成果
注文住宅の詳細仕様を決める商談は細かなやり取りが多く、営業担当者が手作業で議事録を作ると、決定事項や双方の宿題を落としやすかった。次回アクションや商談上の課題の整理、CRMへの転記も別作業となり、商談直後の共有に時間がかかっていた。	Geminiへ商談音声を読み込ませ、概要、決定事項、双方の宿題、次回予定、商談上のハードル、停滞箇所と対策、CRM入力用サマリーへ構造化させた。安全に再現する際は録音同意と利用範囲を先に確認し、発言と仮説を分け、担当者が原音声と照合してから共有・転記する。 - 録音同意と利用範囲を確認し商談音声を用意する - 議事録・課題分析・CRM要約の見出しを指定する - 発言事実、仮説、未確認事項を分けて整理する - 担当者が原音声と照合し確認済み内容だけを使う 人が確認すること 決定事項、期限、担当者、次回予定を音声と照合し、営業側の推測を顧客発言として記録していないか確認する。CRM転記前にも再確認する。	提出者は、議事録作成と記録整理を1〜3時間短縮したと回答した。決定事項、宿題、次回アクションの抜けが減り、記録品質が安定して次回商談の準備を進めやすくなった。 議事録、商談上の課題整理、CRM入力用サマリーを同じ見出しで作り、担当者間の共有を早められる。 適用時の注意 - 録音には顧客の同意と利用範囲の確認が必要 - 音声認識の誤りや話者の取り違えが起こり得る - 課題分析や対策はAIの提案であり担当者が確定する - CRMへの登録は確認済み下書きだけを人が行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

見出しを固定して音声から整理すると、議事録だけでなく次回準備とCRM入力までつなげやすい。

住宅営業の商談録音を事実抽出・診断・次回戦略の3段階で分析

課題	解決策	成果
住宅営業の商談録音へ多数の分析指示を一度に出すと、出力の省略、根拠のない補完、分析の浅さ、長文の途中切れが起きやすかった。事実抽出と評価、次回戦略が混ざり、どの発言を根拠にした判断か追にくいことも課題だった。	Gemini / NotebookLMへ商談録音や議事録を読み込ませ、発言事実の抽出、診断、次回戦略の順に分けて処理した。安全に再現する際は、能動発言と受動反応、根拠時刻、テストクロージング、現在の商談フェーズ、各論点と建築動機の接続を確認し、次回戦略には顧客側の宿題と二件の想定反論への応酬話法を含める。各段階は担当者確認後に進める。 - 録音同意を確認し、匿名化した録音・議事録を読み込ませる - 発言事実、能動・受動の区分、根拠時刻を抽出させる - 確認済み事実からテストクロージング、商談フェーズ、建築動機との接続を診断させる - 担当者の確認後、顧客側の宿題、想定反論2件と応酬話法を含む次回戦略を作らせる 人が確認すること 各分析が実際の発言と一致するかを確認し、テストクロージング、商談フェーズ、建築動機との接続の根拠を検算する。顧客心理や営業評価の推測は事実と分け、顧客側の宿題と応酬話法は担当者と上司が採否を決める。	削減時間ではなく品質向上の事例である。提出者は、指示を分けることでAI回答の省略や浅さが減り、商談事実から次回アクションまで段階的に整理しやすくなったと評価した。 事実、診断、戦略を分けることで、上司との振り返りでも、どの発言を根拠にした案かを追やすい。 適用時の注意 - 録音には顧客の同意と保存範囲の確認が必要 - AIは顧客心理や因果関係を正確に確定できない - 録音にない情報は情報なしとして止める - 営業評価や顧客対応の最終判断は人が行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

長い指示を一度に出すより、事実抽出、診断、次回戦略に分ける方が回答の根拠と品質を確認しやすい。

課題	解決策	成果
住宅営業では受注できた理由を担当者の感覚で振り返りがちで、価格や商品条件による要因と、質問・提案・反論対応など営業行動による要因を切り分けにくかった。個人の経験を、他の担当者も試せる行動へ変換することに時間がかかっていた。	Gemini / NotebookLMへ匿名化した受注商談データを読み込ませ、重要な決定要因、BANT、商談の転換点、競合対応、危うかった局面を整理し、質問・説明順序・反論対応の候補へ変換した。安全に再現する際は失注例や反証も確認し、因果や担当者の優劣を人が断定しない。 - 受注商談の録音・議事録を匿名化して読み込ませる - 決定要因と転換点を根拠発言付きで抽出させる - 外的条件と営業行動を分け、危うかった局面も整理させる - 再現候補の質問と説明手順を上司と確認する 人が確認すること AIが勝因を断定していないか、根拠発言が元データにあるか、担当者や競合への偏った評価になっていないかを上司と確認する。	提出者は、受注商談の振り返りを30分～1時間短縮したと回答した。価格や性能だけでなく会話上の勝因候補を整理し、自分の強みを質問や説明順序として捉えやすくなった。 成功談の共有だけで終わらず、チームが小さく試せる営業行動と、適用しない条件を一緒に検討できる。 適用時の注意 - 受注案件だけの分析は成功要因を過大評価する可能性がある - 相関や顧客発言だけで受注の因果関係を断定しない - 録音同意と顧客情報の匿名化が必要 - 担当者評価や標準手順の確定は上司が行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

価格や性能以外の会話も根拠付きで見直すと、自分の強みを具体的な行動として捉えやすい。

住宅営業の月次帳票を統合し商談ファネルの離脱箇所を可視化

課題	解決策	成果
営業管理者は、複数のスプレッドシートに分かれた月次帳票から、集客、面談、申込、契約までの移行率を確認するたびに検索と集計を行っていた。データの所在が分散し、どの段階で離脱が大きいかを継続的に比べる作業に手間がかかっていた。	Gemini / NotebookLMへ複数の営業帳票を読み込ませ、月次件数、段階間の移行率、目標差、離脱箇所を分析した。公開用の再現手順では、匿名化した勝敗・競合資料の属性分析、広告費・商圈・出店前提を使うCPA/ROIと改善KPIの感度分析まで段階化する。数値定義、母数、相関と因果の区別を明示し、営業・マーケ責任者が判断する。 - 営業帳票と各KPIの定義、期間、母数をそろえて読み込ませる - 月次ファネルと担当者別の移行率を根拠数値付きで整理させる - 匿名化した勝敗・競合資料から要因別・属性別の傾向と反証を整理させる - 広告費・商圈・出店前提からCPA/ROIと改善KPIの感度を分析させる - 営業・マーケ責任者が原表、前提、相関非断定を確認して判断する 人が確認すること 集計期間、重複、欠損、KPI定義、分母・分子、CPA/ROI式、広告費、商圈、出店前提を原表で検算する。勝敗・競合の母数と匿名化、相関非断定を確認し、営業・マーケ責任者が改善案の採否を決める。担当者別データは個人評価へ直結させない。	提出者は、帳票検索と分析を5〜15分短縮したと回答した。複数帳票のファネルを同じ形式で確認でき、同期した更新データを分析へ反映しやすくなった。 ファイルを探す時間を減らし、どの段階の数値を確認して改善案を考えるかを営業管理者間でそろえやすい。 適用時の注意 - 帳票の定義や入力品質がそろっていないと誤集計になる - 勝敗・競合の少数データから優劣や原因を断定しない - CPA/ROIは式、対象期間、費用範囲、売上・粗利の扱いで結果が変わる - 商圈・出店分析と改善KPIは前提別の感度であり将来成果を保証しない - 担当者別データをAIだけで評価に使わず、同期設定と閲覧権限は管理者が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

帳票を同じ場所から参照できるようにすると、ファイル検索より数値の確認と改善検討へ時間を使いやすい。

断定的な失注分析プロンプトのリスク発見と安全な再設計

課題	解決策	成果
住宅営業の失注商談を担当者自身が振り返ると、記憶や思い込みに引っ張られ、確認不足や反応変化を客観視しにくかった。元の指示には顧客心理や営業担当者の能力、失注の単一原因をAIへ断定させる表現もあり、育成利用には根拠と仮説を分ける再構成が必要だった。	元の断定的な失注分析プロンプトを見直し、公開版では安全に再利用する際の推奨手順として、録音同意と利用範囲の確認、匿名化、話者・時刻・引用付きの事実抽出、複数仮説と反証、上司確認を組み込む構成へ再設計した。これらは元事例で実施済みと確認された安全策ではなく、再利用時に人が実行・確認する手順である。 1. 安全に再利用する前に録音同意と利用範囲を確認し固有情報を除く 2. 実行時に発言者・時刻・短い引用付きで確認事実を抽出する 3. AI出力を複数仮説、反証、情報不足、追加質問へ分ける 4. 上司が原文を照合してから育成用の行動だけを決める 人が確認すること 公開版の安全手順を実行する場合は、上司が全引用を原文と照合し、顧客心理、失注理由、営業能力を断定していないかを確認する。出力は育成用の仮説に限定し、人事評価や懲戒判断へ使わない。	確認済みの成果は、提出者が失注分析を30分～1時間短縮したと回答し、AI特有の甘い分析を排除して客観的で鋭い視点を得るためにプロンプトを工夫したと評価したことに限る。公開版で追加した安全手順の実施と品質効果は未確認である。 公開版の再設計は再利用時の推奨であり、録音同意、匿名化、根拠・反証・上司確認を含む安全手順の運用実績は確認されていない。 適用時の注意 文字起こしにない顧客心理や失注理由は断定できない 単一原因へ絞らず、複数仮説と反証を残す 個人評価や懲戒判断には使わず、育成用の仮説として扱う 録音同意、保存先、利用範囲を社内ルールで確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

元の断定的な指示には、顧客心理や営業能力を事実のように扱う危険がある。公開版では、安全に再利用する際の推奨手順として根拠・反証・上司確認を必須にした。

住宅来場後14日以上反応がない顧客を抽出し担当者へ追客通知

課題

来場後の追客を営業担当者の記憶に頼っていたため、忙しい時期には最終接触から時間が空いた顧客への連絡が後回しになっていた。管理表を見直して対象者を探し、担当者へ知らせる作業も手作業で、放置案件を見落とすリスクがあった。

解決策

Claude / Claude Codeで、来場予約管理シートから最終接触後14日以上かつ未成約の顧客を抽出し、担当切替、管理表更新、Chatwork通知を行うGASを作成した。安全な再現手順では定期実行を候補作成までに限定し、毎回の対象・本文を人が承認してから送信する。

- 対象シート、経過日数、ステータス、担当者対応表を設定する
- テスト用データで抽出条件と二重通知防止を検証する
- dry-runで対象一覧とChatwork通知プレビューを確認する
- 人の承認後に本番トリガーを有効化し、異常時は停止する

人が確認すること

抽出対象、最終接触日、未成約ステータス、担当者、TO表示を確認する。
Chatwork送信と本番トリガー有効化は管理者の明示承認後に行う。

成果

提出者は、追客対象の確認と通知作成を15～30分短縮したと回答した。担当者へのTO付きリマインドと通知済み管理により、追客を覚え続ける心理的負担が軽くなった。

毎日の確認を同じ条件で候補化でき、担当者の記憶だけに頼らず、送信前に対象をチームで確認できる。

適用時の注意

- 日付やステータスの入力誤りで誤抽出が起こり得る
- Chatwork API権限と送信先対応表の管理が必要
- 自動送信はdry-runと人の承認後に限定する
- 異常時はトリガーを停止し通知済みフラグを復旧する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

追客対象を自動で拾い、担当者へのTOを付けると、毎日覚えておく負担を減らせる。

課題	解決策	成果
設計・インテリア担当者は、顧客から届くLINEへ丁寧で冷たくない返信を作る際、自分らしい言葉へ整えるまで多い時で30分ほどかかっていた。一般的なAI文章は事務的になりやすく、結局ほぼ書き直すことが課題だった。	ChatGPT GPTsへ、丁寧だが堅すぎず、安心感を与える接客トーン、通常時と不安・指摘時の構成、LINEとメールの書き分けを設定し、返信文を下書きさせた。安全に再現する際は、相手・目的・確認済み事実を入力し、約束や対応可否を担当者が確認してから人が送る。 - 顧客メッセージから氏名など不要な情報を外す - 確認済み事実と伝える内容、希望トーンを入力する - ChatGPT GPTsにLINE返信の下書きを作らせる - 担当者が事実と約束事項を確認してから送信する 人が確認すること 日付、金額、仕様、対応可否、謝罪や約束の範囲を確認する。不安やクレームを含む場合は責任者の判断を受け、AI下書きを自動送信しない。	提出者は、返信文作成を15〜30分短縮したと回答した。自分の接客トーンを具体的に設定することで、冷たい印象の文章をほぼ書き直す負担が減り、日々の返信へ使いやすくなった。 相手と状況に応じた構成を共通化しながら、担当者の言葉らしさと文章の温度感を残しやすい。 適用時の注意 - AIは事実関係や対応可否を判断できない - クレームや契約事項は責任者の確認が必要 - 顧客情報は入力前に必要最小限へ減らす - LINE送信は必ず人の確認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

AIに自分の文章トーンを具体的に教えると、一般的な返信より手直しの少ない下書きを作りやすい。

住宅営業の宿泊体験PPTXへ図解を加え顧客向け資料の初稿を作成

課題	解決策	成果
住宅営業の宿泊体験提案では、内容が固まったPPTX草案を顧客向けに整えるため、担当者がアイコンやピクトグラムを探し、各スライドへ配置してレイアウトを調整していた。デザインの経験によって完成品質がぶれやすく、仕上げ作業にも時間がかかっていた。	Claude Codeへ宿泊体験の草案PPTXを渡し、既存テキストと構成を変えず、内容に合うピクトグラムやアイコンの配置、フォント、レイアウトを調整してPPTXを保存した。安全に再現する際は、原本を残して別名保存し、素材の利用条件と全ページの表示を人が確認する。 - 草案PPTXの文章・構成と仕上げ条件を確認する - 各スライドへ必要な図解と配置案を作る - フォントとレイアウトを整え別名PPTXへ出力する - 素材の権利、文字切れ、重なり、画像欠落を確認する 人が確認すること 担当者が原文・スライド順・文字切れ・画像の意味・ブランド表現を確認し、使用素材の著作権、商用利用、改変、クレジット条件を満たすことを確認する。	提出者は、仕上げ作業を30分～1時間短縮したと回答した。草案を添付して視覚要素とレイアウトを調整させることで、完成形に近い顧客向け資料の初稿を得られるようになった。 草案を仕上げる使い方が実務に定着し、担当者がゼロから図解配置を考える負担を減らせた。 適用時の注意 - 元PPTXの文章や数値の正確性は別途確認が必要 - 自動配置では文字切れや重なりが起きる場合がある - 画像やアイコンは著作権と利用条件を確認した素材だけを使う - 原本は変更せず、完成候補を必ず別ファイルへ出力する - 顧客への外部配布はプレビュー確認と明示承認の後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	草案の内容を保ったまま、顧客が読みやすい見た目へ整える仕上げ工程を短縮できた。
--------	---

住宅営業が暮らし方の回答から住まいの好みを可視化する診断HTMLを作成

課題	解決策	成果
住宅営業は、初回商談前にお客様の暮らし方やデザインの好みを把握する手段がなく、口頭ヒアリングだけで方向性を探っていた。限られた時間で会話のきっかけを作り、好みを整理して提案へつなげるための簡易ツールが必要だった。	Claude / Claude Codeに、暮らし方、好み、優先順位への回答から住まいスタイルを表示するスマートフォン対応のHTML / JavaScriptを作成させ、外部サービスへ送信せずローカルで動く構成にした。利用前の安全確認として、ダミー回答による全分岐テストと質問・結果文の人確認を行う。 - 質問項目、選択肢、結果タイプ、判定条件を定義する - Claude / Claude Codeに単一HTMLの診断画面を作らせる - 公開前にダミー回答で全結果とエラー表示を試す - 担当者が質問と判定ロジックを確認して利用する 人が確認すること 質問が誘導的でないか、回答と結果タイプの対応が妥当か、特定の好みを優劣で扱っていないかを確認する。表示崩れも実機で点検する。	削減時間ではなく商談品質の向上を目的とした事例である。暮らし方の回答を診断結果として可視化し、口頭だけではつかみにくい住まいの好みを話すきっかけが増え、初回商談の方向性を探りやすくなった。 一度作成して展示会や商談前に使えるため、小規模な住宅会社でも外部サービスなしでヒアリングの補助ツールを持てる。 適用時の注意 - 診断結果は好みを簡易分類する参考情報に限る - 回答から性格や購買意向を断定しない - 判定条件と質問文は担当者が見直す - 回答データを外部送信・保存しない構成を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

口頭質問だけでなく診断結果を見ながら話すと、お客様の好みを言葉にするきっかけを作りやすい。

住宅ローンの金利上昇比較HTMLを試作し計算検証の課題を確認

課題	解決策	成果
住宅営業が変動金利の上昇影響を説明する際、口頭や単一の数値だけでは、返済額と残高が時間とともにどう変わるかをお客様がイメージしにくかった。複数シナリオを視覚的に比較する資料がなく、説明準備にも時間がかかっていた。	Claude Coworkへ借入条件と複数の金利上昇シナリオを渡し、返済額、残高、総返済額を比較するHTMLを試作した。修正した計算がHTML表示へ反映されない不具合も確認された。公式資料との照合や金融実務者による検算は未完了で、安全な再現時に必須となる。 - 借入条件と適用ルールの確認状況を入力する - 金利上昇シナリオと比較項目を定義する - 計算式付きの比較表とHTMLを試作する - 表示不具合を記録し専門検算前は顧客提示を止める 人が確認すること 金利、返済方式、ルールの適用可否、端数処理、各時点の残高、総返済額を公式資料と別計算で確認する。金融実務者の承認前は顧客へ提示しない。	提出者は、比較HTMLの試作を30分～1時間短縮したと回答した。表で返済変化を示せる可能性は確認できた一方、計算修正が表示へ反映されない不具合があり、専門検算前は顧客提示できないと分かった。 顧客説明の分かりやすさは「向上しそう」という提出時点の評価で、実運用上の効果は未確認である。 適用時の注意 - ローン商品の適用ルールは金融機関ごとに確認が必要 - AI生成HTMLで計算修正が反映されない場合がある - 出力数値を金融判断や契約条件としてそのまま使わない - 顧客提示前に金融実務者の検算を必須とする

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

計算を修正しても表示へ反映されないことがあるため、AIの数字は必ず別計算で検算する。

着工から引渡しまでの顧客対応ガイドライン案をAIで起草

課題	解決策	成果
住宅建設中の顧客対応が担当者の経験や判断に依存し、定期連絡、現場写真、仕様変更、トラブル初動の品質にばらつきがあった。必要性は認識していても、含める項目と担当者別の行動をゼロから整理して文書化する時間を確保できなかった。	Claude Codeへ、担当役割、連絡手段、着工から引渡しまでの業務場面を渡し、平常時と問題発生時に分けたHTMLガイドライン案を作成させた。連絡、写真報告、変更連絡、初動、管理職へのエスカレーションを表へ整理した。関係部署の承認と運用基準の確定は未確認である。 - 既存の顧客対応ルールと担当役割を集める - 平常時と問題発生時に必要な項目をAIへ整理させる - 担当者、タイミング、行動、エスカレーションを表へまとめる - 正式運用前に関係部署と管理職が内容を確認する 人が確認すること 連絡頻度、担当権限、金額・仕様変更時の決裁、トラブル初動、管理職へ上げる条件が現行ルールと一致するかを関係部署が確認する。	提出者は、ガイドラインの構成と初稿作成を3時間以上短縮したと回答した。担当者別・状況別の必要項目を広く洗い出し、対応基準を検討するHTML案へまとめられた。 対応品質の標準化は運用後に確認する必要があり、現時点の成果は検討項目と初稿の作成までである。 適用時の注意 - AIが提案した基準を社内ルールとして自動採用しない - 法務・契約・補償に関わる内容は専門確認が必要 - 役割や期限は自社の実態に合わせて更新する - 承認前の下書きを現場運用へ使わない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

AIと項目を洗い出すと、自分たちだけでは見落としやすい対応場面も含めてガイドラインを検討できる。

Google Calendarの商談予定からZoho CRMの来場更新候補を抽出

課題	解決策	成果
元の活用では、初回接客後のGoogle Calendar予定から顧客情報とCRMリンクを読み取り、Zoho CRMの来場ステータスを直接更新していた。予定表記がそろわないと検知漏れが起き、既定担当者、広い権限、重複更新、誤顧客更新、復旧方法にも未解決のリスクがあった。	元コードは予定タイトルと説明欄を解析してZoho CRMを直接更新した。安全な再現手順では、予定IDとCRMレコードIDを明示照合し、最小権限でdry-runの更新前後差分を出す。一件ずつ承認し、処理済みキー、監査ログ、停止スイッチ、変更前データによる復旧を実装する。 - 予定IDとCRMレコードIDの対応ルールを定義する - 最小権限で更新前後差分をdry-run表示する - 不一致・重複・欠損・更新済みを停止条件にする - 担当者が一件ずつ照合し明示承認する - 監査ログを残し異常時は停止・復旧する 人が確認すること 営業管理者が予定ID、CRMレコードID、顧客対応、既存値、更新後値、重複、除外理由を確認する。認証情報がコードやログへ出ていないことと、停止・復旧テストも確認する。	提出者は、来場情報の更新処理を1〜5分短縮したと回答した。一方、予定表記がそろわないと正しく検知できないことも分かり、表記ルールと例外確認が連携精度の前提になった。 安全な再現手順の実装効果は未確認であり、直接更新のまま本番運用を推奨しない。 適用時の注意 - 削減時間の比較対象となる従来工程は記録されておらず、手作業からの削減とは断定しない - 予定表記が標準ルールから外れると検知漏れが起きる - カレンダー情報だけでは実際の来場を確定できない - 元コードのdry-run、承認、二重処理防止、復旧は未確認 - GoogleとZohoの仕様変更後は再テストが必要 - 人の承認なしにCRMを更新しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

小さな更新作業でも、候補抽出と人の承認を分けることで安全に自動化できる。

匿名化した競合営業の観察メモを共通項目で比較整理

課題	解決策	成果
競合営業の観察メモは、接触頻度、初回面談、提案軸、クロージング時期などが断片的で、同じ基準へ整理しにくかった。元資料には実在会社・個人・価格条件も含まれ、少数の観察から成約理由や担当者の優劣を断定すると、名誉・営業秘密・比較表現のリスクがあった。	複数の競合営業メモをClaudeへ貼り、共通点と違いを整理した。再利用する場合は、会社・個人・顧客・条件を完全匿名化し、取得・利用権を確認する。出力は観察事実、仮説、情報不足へ分け、根拠メモ、反証、対象数を添え、優劣や成約との因果を断定しない。 - 会社・個人・顧客・価格・案件条件を完全匿名化する - 情報の取得経路と社内利用権を確認する - 観察事実、仮説、情報不足、反証を分ける - 法務と営業責任者が確認し小さく試す行動を選ぶ 人が確認すること 法務と営業責任者が匿名化、情報の取得・利用権、根拠、反証を確認し、名誉・営業秘密・不公正な比較表現、担当者の優劣や成約原因の断定がないかを点検する。	提出者は、比較整理を30分〜1時間短縮したと回答した。断片的な観察メモの共通点と違いを言語化し、個人の感覚にとどまっていた気づきをチームで共有しやすくなった。 整理結果は営業改善の仮説材料であり、成約パターンの証明や競合担当者の評価ではない。 適用時の注意 - 観察メモには記録者の主観や抜け漏れが含まれる - 共通点が成約の原因であるとは断定できない - 企業名、個人名、顧客情報、固有の条件は入力前に除く - 比較結果を個人評価や競合への断定的評価に使わない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

ばらばらな観察メモを同じ軸へ並べることで、営業改善のヒントをチームで扱える形にできた。

不動産仲介会社向け物件募集チラシの構成案をGeminiで下書き

課題	解決策	成果
不動産仕入で仲介会社から物件情報を集めるため、募集物件、取引条件、相手側のメリット、問い合わせ先をA4チラシへまとめる必要があった。従来手順の詳細は記録されていないが、構成と制作にかかる時間の削減が課題として示されていた。	Gemini Gemsへ募集目的、対象読者、募集物件、取引条件、相手側のメリット、問い合わせ先を入力し、キャッチコピー、主なメリット、募集物件、取引の進め方、問い合わせ先の順でA4チラシ案を作成させた。再利用時は固有条件を変数化し、宅建・法務確認前は下書きで止める。 - 募集目的と対象となる仲介会社を定義する - 物件種別、取引条件、問い合わせ先を変数として入力する - Gemini GemsにA4一枚の構成と文章案を作らせる - 担当者が条件と表現を確認し、承認後に配布する 人が確認すること 手数料、紹介料、取引条件、対象物件、法的条件、会社情報、連絡先を最新の承認資料と照合する。誤認を招く確約表現も確認する。	提出者は、物件募集チラシの構成・作成を1〜3時間短縮したと回答した。募集条件と問い合わせ導線を一枚へ整理できるが、問い合わせ増加や仕入成果は確認されていない。 固有の会社情報と条件を変数へ置き換えれば、募集対象が変わるたびにゼロから構成を作る負担を減らせる。 適用時の注意 - 取引条件や紹介料は承認済みの最新条件へ差し替える - 法的条件と宅建業上の表現は担当者が確認する - チラシによる問い合わせ・仕入成果は未確認 - 外部配布は人の承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

設計・IC担当が複数回の住宅打合せ議事録から好みと決定状況を横断整理

課題	解決策	成果
設計・インテリア担当者は、複数回の住宅打合せ議事録を読み返し、色、外装、内装の好みと決定事項を手作業で整理していた。記録が回ごとに分かれるため、検討中と決定済みの区別や、繰り返し出る好みの傾向を見落とすことがあった。	Claude Codeへ複数回の議事録を順に渡し、色味、外装・外観、内装・インテリアのカテゴリ別に抽出し、決定、検討中、要確認の状態と傾向サマリーを持つHTMLへ発展させた。安全に再現する際は根拠回と変更履歴を付け、担当者が原議事録と照合する。 - 複数回の議事録を匿名化し、回次と日付を付ける - カテゴリ別に発言と根拠回を抽出させる - 決定・検討中・要確認の状態を担当者が確認する - 修正後に傾向サマリーとHTML一覧を作る 人が確認すること 決定・検討中・要確認の判定が実際の合意と一致するか、根拠となる議事録回が正しいか、AIの傾向推測が強すぎないかを確認する。	提出者は、複数回の議事録を横断整理する作業を1〜3時間短縮したと回答した。手作業では見落としやすい好みの傾向が明確になり、スタッフ間の共有と提案検討を進めやすくなった。 月1回以下の案件でも、担当交代や長期の打合せで、何が決まり何が未決かを同じ一覧から確認できる。 適用時の注意 - 議事録にない希望や決定を補完しない - 曖昧な発言は要確認として扱う - 顧客の好みを固定的なタイプへ決めつけない - 録音・議事録の利用範囲と権限を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

複数回の記録を横断すると、単発の議事録では見落としやすい好みと決定状況を共有しやすい。

和室写真からリノベーション後の参考パースをGeminiで生成

課題	解決策	成果
マンションリノベーションの提案では、和室を洋室や現代的な空間へ変えた完成像を、言葉や簡易スケッチだけで伝えることが難しかった。完成予想図は専用CADや外注が必要で、作成に約1日かかることがあり、商談中にすぐ見せられなかった。	Gemini Gemsへ改修前写真を渡し、残す開口・柱・梁・設備、変更する床・壁・天井・建具・家具、素材・色、光、カメラ位置を指定して、リノベーション後の参考パースを生成させた。設計者が元写真との差分と実現可能性を確認し、完成保証ではない参考画像として扱う。 1. 利用許可を確認した改修前写真を用意する 2. 残す構造と変更したい内装・家具・色を指定する 3. Gemini Gemsで複数の完成予想イメージを生成する 4. 設計担当者が実現可能性を確認し参考画像として使う 人が確認すること 窓、柱、梁、開口、設備位置、寸法、材料、家具配置が実際に実現できるかを設計担当者が確認し、確定図や施工図と誤認されない表示にする。	提出者は、約1日かかっていた参考画像作成を数秒へ短縮し、削減時間を3時間以上と回答した。商談中に改修後のイメージを見せられ、言葉だけより提案内容を直感的に伝えやすくなった。 専用ソフトで設計を確定する前に方向性を共有し、顧客と仕上げや雰囲気話をすきっかけを作る。 適用時の注意 - 生成画像は寸法・構造・納まりを保証しない - 実現可能性と法規・施工条件は設計者が確認する - 写真や参考画像の利用権と個人情報を確認する - 完成保証ではなく参考イメージと明記する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

改修前写真からその場でイメージを作ると、お客様が完成後の方向性を直感的に話しやすくなる。

洗面台のカタログ情報を1ページに集約した営業用HTMLを作成

課題

オーダー洗面台はカウンター、ボウル、水栓、ミラー、棚などの選択肢が多く、営業担当者は複数ページの製品カタログを行き来して説明していた。商談で一覧しにくく、PDFからの画像切り出しやHTML更新には専門知識も必要だった。

解決策

Claude Codeに製品カタログPDFと修正内容を渡し、PyMuPDFで部材画像を切り出し、HTML / CSSで洗面台の選択肢を1ページへ整理した。画像をBase64で埋め込み、オフラインで開けるHTMLにした。安全な再現時は、版・ページ・仕様・組合せ・画像利用権を原資料と照合する。

1. 製品カタログPDFと掲載・変更項目を用意する
2. 部材、仕様、画像、ページの対応表を作る
3. 新規作成または既存HTMLの差分更新を行う
4. 原資料照合とオフライン表示テストを行う

人が確認すること

製品名、寸法、組み合わせ可否、画像、カタログ版、掲載ページを原資料と照合する。画像利用権と顧客へ見せる範囲も確認する。

成果

提出者は、カタログ整理と更新を1〜3時間短縮したと回答した。複数ページの選択肢を1ページで確認でき、画像抽出やHTML編集の専門知識がなくても自然言語で更新しやすくなった。

インターネット不要のHTMLとして使えるため、通信環境に左右されず、商談中に洗面台の仕様候補を一覧で説明できる。

適用時の注意

- 製品仕様と画像はカタログ版ごとに確認する
- メーカー画像の利用条件を確認する
- 組み合わせ可否や価格をAIだけで判断しない
- Base64埋め込みでファイルが大きくなる場合がある

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

複数ページの製品情報を1ページへ集めると、営業説明と更新の両方を進めやすい。

換気システムのカタログから顧客向け比較表の下書きを作成

課題	解決策	成果
設計・商品提案の担当者は、複数の換気システムのカタログや仕様書を読み、方式、性能、メンテナンス、費用に関する違いを比較表へまとめていた。専門用語を顧客向けに説明し直す作業も毎回必要で、提案準備に時間がかかっていた。	Claude / Claude Code / NotebookLMへ複数の換気システムのカタログ・仕様書を読み込ませ、換気方式、熱交換、メンテナンス、費用感、メリット・注意点を比較する顧客向け資料を作成した。版・出典ページ・測定条件の付与と技術担当者の確認は未確認で、安全な再現時に必須となる。 - 各カタログの製品名、版、発行日、対象ページを確認する - 比較項目、数値、測定条件、出典ページを整理する - 専門用語、メリット、注意点を下書きする - 技術担当者が全項目を確認してから顧客提示する 人が確認すること 換気方式、性能値、測定条件、メンテナンス、費用、カタログ版、参照ページを技術担当者が確認し、AIに最終選定を任せない。	提出者は、カタログ比較と説明文の準備を30分～1時間短縮したと回答した。複数資料の比較表と顧客向け説明文を同時に用意でき、技術提案の準備を進めやすくなった。 性能値と選定理由は未承認であり、出典・測定条件・技術確認を終えるまで、そのまま顧客へ提示しない。 適用時の注意 - カタログの版や測定条件が違う数値を単純比較しない - 資料にない性能や費用を推測で補わない - 製品の最終選定は設計条件と技術確認を踏まえて行う - 顧客提示前に技術担当者が全項目を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

比較表と専門用語の説明を同時に作ると、技術資料を顧客向けに整える準備時間を減らしやすい。

モデル住宅・宿泊施設の家具リストから配置図付き提案スライドを作成

課題	解決策	成果
インテリア担当者は、家具リスト、商品画像、間取り図から提案スライドを作り、各家具の配置と価格を分かりやすく示すのに約1時間かかっていた。画像の対応付け、1商品1枚のレイアウト、配置図、数量を含む合計の確認が手作業だった。	Claude Codeへ家具リスト、商品画像、間取り図、内装イメージを渡し、表紙、配置プラン、各アイテム、税込総額入りITEM LISTの固定順でPowerPointを生成した。各アイテムは1スライド=1アイテムとし、画像枚数別レイアウト、画像形式変換、配置番号も組み込んだ。安全な再現時は全ページの画像・数量・価格・配置・寸法・動線を人が照合する。 - 家具リスト、画像、間取り図、内装イメージをそろえる - 商品と画像、数量、税込価格、配置番号の対応表を作る - 表紙、配置プラン、1アイテム1枚、税込総額入りITEM LISTの順で生成する - 担当者が全ページの画像・数量・金額・配置を確認して確定する 人が確認すること 商品名、画像、数量、税込価格、合計、配置位置、寸法、動線を原資料と照合する。画像利用権と顧客へ提示する範囲も確認する。	提出者は、家具提案資料の作成を30分～1時間短縮したと回答した。モデル住宅と宿泊施設の家具提案で、商品、配置、数量、価格を同じ資料へまとめられるようになった。 顧客向けでの継続利用効果は未確認であり、現時点の実績はモデル住宅・宿泊施設向けの資料作成である。 適用時の注意 - 商品画像、価格、在庫は最新版を確認する - 配置は寸法・動線・安全性を人が確認する - 画像と図面の利用権を確認する - 顧客向けでの継続利用効果は未確認

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

モデル住宅や宿泊施設向けに作った資料構成は、確認項目を整えれば顧客向け提案にも応用できる。

IC担当の打合せ前後タスクを空き時間へ割り付け承認後に登録

課題	解決策	成果
インテリアコーディネーターは、設計・IC打合せの日程から、資料作成、照明・配線、内装検討、図面修正などの前後作業を逆算し、Googleカレンダーの空きへ割り付けていた。期限と所要時間が異なるため、日程調整だけで約1時間かかっていた。	ChatGPT / Geminiへ打合せ日と前後タスクを渡し、基準イベント、最短着手日、期限、所要時間、分割可否、優先度、まとめ実施可否に沿ってGoogleカレンダーの空きへ候補化させた。候補を時系列で確認し、対象者本人が承認した後だけ予定を登録する。 - 各タスクの基準日、着手日、期限、所要時間を入力する - 分割可否、優先度、まとめ実施、勤務条件を設定する - 期限超過・移動不足・競合付きの候補を表示する - 本人が承認した候補だけをGoogleカレンダーへ登録する 人が確認すること 候補日時、期限、所要時間、既存予定、休暇、担当者、顧客名の表記を確認する。Googleカレンダー登録は対象者本人の明示承認後に行う。	提出者は、IC前後作業の日程調整を30分～1時間短縮したと回答した。準備・修正タスクを期限内の空き時間へ候補化し、登録前にまとめて確認できるようになった。 所要時間と期限を変数で管理できるため、タスク追加や運用変更があっても、変更箇所を具体的に示して候補を作り直せる。 適用時の注意 - Googleカレンダーの空き情報と権限が正しいことが前提 - 顧客名や案件名は必要最小限の表示にする - 候補が期限内に収まらない場合は自動確定せず停止する - 予定登録は本人の明示承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	運用を変える時は、変更するタスク、期限、所要時間を具体的に指定すると候補へ反映しやすい。
--------	--

顧客NG日と設計担当者の空きを反映した打合せ日程案をGASで作成

課題	解決策	成果
住宅設計の打合せ日程を組む際、顧客のNG日、各設計担当者の空きと受入上限、平日・土日の希望、打合せ間隔、着工までのリードタイムを同時に確認する必要があった。条件漏れや短すぎる工程を手作業で見直す負担が大きかった。	Claudeへ既存のGoogle Apps Scriptと追加要件を渡し、顧客NG日、担当者キャパ、平日・休日候補、打合せ間隔、申請期限、着工までのリードタイムを反映した日程案と警告を出す処理へ改善した。テスト用コピーでのdry-runは未確認で、安全な再現時に実施する。 - 平日・休日枠、バッファ、受入上限、期限を設定する - 顧客NG日と担当者の空きを除いて候補を探索する - 休日優先と平日代替案、除外理由、工程警告を表示する - 担当者が候補を確認し自動確定せず運用する 人が確認すること 顧客NG日、参加者、担当者キャパ、打合せ間隔、申請期限、着工までの日数、既存予定との重複を確認し、警告のある日程を自動確定しない。	提出者は、打合せ日程案の作成を15～30分短縮したと回答した。顧客NG日、担当者キャパ、平日・休日候補、工程間隔の警告を同じ一覧で確認でき、手作業の見直しを減らせた。 以前のAI利用時よりコード修正のやり取りが減ったと提出者は評価している。 適用時の注意 - カレンダー権限や設定表が誤っていると候補も不正確になる - 警告は工程判断の補助であり自動承認しない - 顧客名やカレンダーIDは必要最小限に管理する - 本番シート更新は人の承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

既存コードと追加要件を整理してClaudeへ渡すと、修正のやり取りを減らしながら機能を改善しやすい。

打合せ資料PDFを住宅設備メーカー別に分類・命名

課題	解決策	成果
インテリアコーディネーターは、顧客との打合せ資料を住宅設備メーカーごとにスキャンし、内容を確認してファイル名を付け、履歴として保存していた。1物件あたり約15分かかり、週に数回発生するため、資料整理がほかの業務を圧迫していた。	Claude CodeにスキャンPDFと日付・顧客識別名・打合せ回次を渡し、メーカー別の判定キーワードと分類優先順で各ページを仮分類した。ページ番号、根拠、確度、命名案を先に表示し、複数メーカーに該当するページは各分類へ複製する。人の確認後に原本を変えず別ファイルを作り、必要な場合は添付一覧付きメール下書きまで作成するが送信はしない。 - スキャンPDFと命名に必要な日付・顧客識別名・打合せ回次を用意する - 判定キーワードと優先順で各ページをメーカー別と設備以外に仮分類する - 複数該当ページを含むページ番号・根拠・確度・命名案を確認する - 承認済み分類を元の順序で別名保存し、必要ならメール下書きを作る 人が確認すること 分類キーワード、優先順、複数メーカー該当ページ、顧客識別名、日付、打合せ回次、元ページ順、保存先、メール添付一覧を確認し、不明ページは自動確定しない。	手作業で約15分かかっていた資料整理について、1回あたり5～15分の削減が報告された。週に数回の定型作業を別業務と並行して進められるようになり、打合せ資料を履歴として残す負担が軽くなった。 メーカー別の資料が同じ命名規則で揃うため、設計・IC担当者が後から打合せ履歴を探しやすい。 適用時の注意 - スキャン品質が低いページや複数メーカーが混在するページは、人の判定が必要になる - 元PDFは保持し、分割ファイルの作成前にページ対応表を確認する - 分類後の外部送信は行わず、必要な場合は別途人が承認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

週に繰り返す小さな整理作業でも、別の仕事をしている間にAIへ任せると負担を減らせる。

外構図面の手書き修正メモをAIで一覧化

課題

外構担当者は、打合せ後の図面に書かれた手書き文字、矢印、丸囲み、参考写真を一つずつ読み取り、修正内容へ転記していた。文字が不鮮明な箇所や指示の位置関係を見落とすと、図面修正時の確認漏れにつながる課題があった。

解決策

Gemini Gemsへ手書きメモや写真が追記された外構図面を入力し、場所、対象部材、変更内容、確認事項の4項目に整理させた。判読できない文字や意図が曖昧な指示は推測で埋めず「要確認」として分離し、担当者が原図と照合してから議事録や修正指示の下書きに使った。

1. 手書きメモ入り外構図面の画像を用意する
2. Gemini Gemsが追記位置と内容を読み取る
3. 場所・部材・変更内容・確認事項の表に整理する
4. 担当者が原図と照合し、確定内容だけを修正指示へ反映する

人が確認すること

手書き文字、矢印の対象、部材名、寸法、色、型番、要確認箇所を原図と照合し、施工指示として使う前に担当者が確定する。

成果

図面から修正内容を整理する作業で、1回あたり5～15分の削減が報告された。読み取れない箇所も確認事項として抽出されるため、担当者が不明点に気づきやすくなり、修正時の確認漏れ防止につながった。

外構図面の追記を同じ項目で一覧化できるため、設計担当と施工担当の引継ぎにも使いやすい。

適用時の注意

- 不鮮明な手書き文字や矢印の対象は誤認する可能性がある
- 寸法・型番・施工可否はAIの読み取りだけで確定しない
- 顧客や案件を特定できる情報を公開用入力へ含めない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

読めない箇所を無理に埋めず、確認事項として出させることで見落としに気づきやすくなる。

CAD外構パースをGemini Gemsでフォトリアル化

課題	解決策	成果
外構提案で使うCADレンダリング画像は、素材や植栽の質感が十分に表現されず、完成後の雰囲気伝えにくいことがあった。特に照明表現がない画像では、同じ構図を保ちながら提案品質を高めるための画像調整に課題があった。	元の活用では、CAD外構パースのレイアウト、建物、デッキ、階段、植栽配置を保ちながら素材や光を写実化し、落ち葉、露、小石、クッション、植木鉢なども加えるよう指示して画像を生成した。公開版で安全に再現する場合は、生成画像を参考イメージに限定し、追加物を原則禁止して変更禁止要素を固定し、担当者が原案との差分を確認する。これらの差分確認は元活用で実施済みとは確認できない。 - 元活用では基準となるCAD外構パースを入力する - 元活用では構図・配置を維持しつつ質感と小物追加を指示する - 公開版では変更禁止要素と追加物禁止を明示して生成する - 公開版では原案との差分と追加・欠落を担当者が確認する 人が確認すること 公開版では、建物・開口・敷地形状、外構配置、視点、植栽、素材、照明器具、追加物、画像利用権を原案と照合し、参考画像であることを明示する。	この事例は時間削減ではなく提案画像の品質向上を目的としている。リアルに見せたい材質を具体的に指定することで、CAD画像よりも質感を伝えやすいフォトリアル表現へ改善できたと報告された。 完成イメージを視覚で共有しやすくなり、外構提案時の素材や雰囲気の説明を補助できる。 適用時の注意 - 生成画像は参考イメージであり、図面・構造・寸法・施工可否を保証しない - 元活用では写実化のため小物等の追加も指示しており、原案にない要素が入り得る - 公開版では追加物を禁止し、原案との差分を人が確認する - 入力画像の利用権と顧客情報を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

材質を具体的に指示すると、画像の質感を狙いに合わせて改善しやすい。

正方形の平屋と前面駐車6mを前提に土地寸法の概算表を作成

課題	解決策	成果
住宅営業担当者は、希望する建物規模に対して必要な土地の幅や奥行を、紙への手書きや口頭の概算で説明していた。1回20～30分ほどかかるうえ、前提条件と計算根拠を揃えて示しにくく、初期の土地提案に使える説明資料が不足していた。	元の活用では、ChatGPTに15坪・20坪の正方形平屋、境界から1.5m、前面駐車6m、接道幅8～13mという限定条件を渡し、計算式と必要奥行・面積の表を作成した。その回答をNotebookLMで説明スライドにした。安全に再現する際は、設計担当が全計算と前提を検算し、条件付き概算としてのみ使う。 - 建物規模と配置条件を仮定として整理する - ChatGPTで計算式と土地幅別の目安表を作る - 担当者が単位・計算・前提条件を検算する - 確認済みテキストをNotebookLMで説明用スライドにする 人が確認すること 入力条件、面積換算、計算式、表の数値を検算し、実際の敷地形状、建物プラン、法規、造成条件を設計担当者が別途確認する。	紙や口頭で約20～30分かけていた概算説明に対し、1回あたり15～30分の削減が報告された。限定条件と計算式を同じ表にし、NotebookLMでスライド化することで、初期相談のたたき台を説明しやすくなった。建築可否や法規適合を示す資料ではない。 正方形平屋と前面駐車という限定条件で、接道幅ごとの必要奥行を比較する初期説明に使える。 適用時の注意 - 法規適合や建築可否を判定する資料ではなく、設定条件に基づく概算である - 敷地形状、方位、高低差、道路、建物形状が変わると結果も変わる - 計算結果とスライドの転記内容を設計担当者が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

計算はChatGPT、説明資料はNotebookLMと役割を分けると、概算根拠をスライドへつなげやすい。

住宅図面から床面積・サッシ情報を読み取り積算Excelへ転記

課題	解決策	成果
積算担当者は、住宅図面を見ながら各階の施工床面積とサッシ情報を手作業で拾い、計算して積算Excelへ転記していた。1件30分以上かかり、計算や転記の誤りが起きやすく、担当者の経験による精度差も大きいいため、新人が単独に進めにくい業務だった。	元の活用では、ClaudeとClaude CodeでStreamlitアプリを作り、複数の図面PDF・画像をGeminiへ渡して施工床面積とサッシ情報をJSONで抽出し、積算Excelへ自動入力した。安全な再現手順では、抽出とExcel書込みを分け、ページ・確度付きのJSONを積算担当者が原図と照合して承認した後だけ、検証用Excelへ別名出力する。 - 図面の複製と積算Excelの検証用コピーを用意する - Streamlitで複数の図面PDF・画像を受け取る - Geminiが面積・サッシ記号・寸法・ページ・確度をJSONへ仮抽出する - 積算担当者が原図とJSONを照合し、低確度・尺度不明・記号重複を止める - 承認済みの値だけを指定セルへ転記し、検証用Excelを別名出力する 人が確認すること 各階寸法と面積、サッシ記号・種類・サイズ・設置箇所、根拠ページ、読取確度、社内ポイント換算、転記セル、合計値を原図と積算表で全数検算する。	図面を見ながら計測・計算・転記していた作業について、1件あたり30分〜1時間の削減が報告された。画像読取をGemini、アプリ開発をClaude系ツールに分けることで、積算の仮入力までを一つの流れにできた。 拾い出しと転記を定型化できるため、担当者は原図との検算や例外判断に時間を使いやすくなる。 適用時の注意 - 図面の解像度や表記によって面積・サッシを誤認する可能性がある - 施工床面積とサッシポイントは原図・社内積算ルールで必ず検算する - API認証情報をコードへ直接記載しない - 法規判断や最終積算をAIだけで確定しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

画像読取とコード生成を組み合わせると、プログラミング経験がなくても積算支援アプリを対話で形にできる。

仕入見積PDFから顧客提示額と標準仕様差額を自動計算

課題	解決策	成果
積算・営業担当者は、住宅設備の仕入見積PDFを見ながら、設備カテゴリごとの掛率を手計算し、顧客提示額と標準仕様との差額をExcelへ転記していた。設備の種類が多いため時間がかかり、計算や転記を誤るリスクもあった。	元の活用では、ClaudeとClaude CodeでPythonツールを作り、仕入見積PDFから商品名と仕入額を抽出し、カテゴリ別掛率と標準仕様額を適用してExcelを出力した。安全な再現では、依存ライブラリと設定箇所をREADMEへ示し、サンプルデータで手計算と一致させた後、担当者が原見積、全行、税・端数、合計を検算して確定する。 - 仕入見積PDFと計算ルールの最新版を用意する - 商品名・カテゴリ・仕入額を仮抽出する - 掛率と標準仕様額を適用して計算プレビューを作る - 担当者が原見積と計算条件を全行検算する - 承認済み結果をExcelへ別名出力する 人が確認すること PDFの読取值、商品カテゴリ、掛率、標準仕様額、税・端数処理、除外行、各行の差額と合計を原見積と照合する。	仕入額から顧客提示額と標準仕様差額を手計算していた作業で、1回あたり15～30分の削減が報告された。要望を言葉で伝えてツール化でき、繰り返す計算をExcelの定型出力へ置き換えられた。 計算根拠を行ごとに残せるため、営業・積算担当者が顧客提示前の検算を同じ手順で行いやすい。 適用時の注意 - PDFの表崩れや画像化された金額は誤読する可能性がある - 掛率・標準仕様額・税・端数ルールは会社ごとに設定し、更新日を確認する - 顧客提示額と差額は担当者が原見積と照合して確定する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

コードの知識がなくても、計算条件と欲しいExcel列を言葉で伝えたと実務ツールの開発を始められる。

形式の異なる電気工事単価表PDFをExcelで比較

課題	解決策	成果
積算担当者は、複数の電気工事会社から届く形式の異なる単価表PDFをExcelへ転記し、同じ品目を探して横並びにしていた。品目数が多く、名称や並び順も会社ごとに違うため、転記と照合に大きな時間がかかり、抜け漏れも確認しづらかった。	Claude Codeに複数社の単価表PDFと基準となる旧単価表を渡し、品目名と単価を抽出させた。表記ゆれを仮統一し、基準品目、各社の提示単価、社内決定単価を横並びにした比較Excelを生成する。読取しにくい箇所と一致候補が複数ある品目は要確認へ分け、人が原PDFと照合した。 - 比較対象PDFと基準単価表の複製を用意する - 各PDFから品目名・単位・単価を仮抽出する - 表記ゆれを整理し品目対応表を作る - 要確認品目を原PDFで照合する - 承認済み対応表から比較Excelを別名生成する 人が確認すること 各社PDFの品目名、単位、数量条件、単価、品目対応、未一致・重複・除外行、決定単価を原資料で確認する。	形式の違う単価表を手で転記・比較していた作業で、1回あたり1〜3時間の削減が報告された。品目名を横断して揃えた比較表により、各社の差と未一致項目を確認しやすくなり、抜け漏れの点検にも使えるようになった。 単価改定時に同じ比較形式を再利用でき、見積担当者が価格差と要確認品目へ集中しやすい。 適用時の注意 - PDFの文字が不鮮明な箇所は画像で再確認する必要がある - 類似した品目名を誤って同一扱いする可能性がある - 最終単価は数量条件や適用範囲を含め担当者が決定する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

PDFの形式が違って、品目名を揃える対応表を作ると比較作業と抜け漏れ確認をまとめて進められる。

過去のカーテン見積PDFから部屋別の採用傾向を可視化

課題	解決策	成果
インテリア担当者は、過去のカーテン見積から部屋別の製品タイプやメーカーの採用傾向を調べるため、PDFを一件ずつ確認して集計する必要があった。先にスプレッドシートへ一括整理する手間も大きく、内製化の検討に使える全体傾向を把握しづらかった。	元の活用では、Claude Codeで複数のカーテン見積PDFを一括読取りし、物件識別子、部屋、窓、製品タイプ、メーカー、品番、数量、金額を構造化した。部屋区分と製品分類を統一し、部屋別採用率、価格帯、組合せ、メーカー傾向をグラフ付きHTMLへ出力した。再現時は分類サンプル、母数、重複、欠損を原PDFで検算する。 - 見積PDFを読取専用で一括処理し、元ページ付き明細へ構造化する - 固定分類表で部屋・窓・製品タイプ・メーカー表記を正規化する - 少数PDFの分類サンプルと重複・欠損を確認する - 承認済み分類で採用率・価格帯・組合せを集計する - 母数付き集計表とグラフをHTMLへ出力する 人が確認すること 対象期間、PDF件数、部屋と製品の分類、メーカー・品番、重複、欠損、集計母数と比率を原見積で確認する。	過去見積を一件ずつ集計する作業で、1回あたり1〜3時間の削減が報告された。部屋別の製品タイプやメーカー傾向をグラフで確認できる資料になり、カーテン内製化の検討材料をまとめやすくなった。 同じ分類手順を別の商品見積にも応用でき、過去データを商品企画や標準化の材料へ変えられる。 適用時の注意 - PDFの表記ゆれや読取不良により分類がずれる可能性がある - 対象期間や案件構成に偏りがあるため全顧客の傾向とは限らない - 価格・比率・品番は原見積と集計母数を確認してから利用する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

一度分類ルールを作れば、同じ方法をほかの見積分析にも展開できる。

照明器具と特殊スイッチを分けて追加見積を自動計算

課題	解決策	成果
インテリア担当者は、照明見積Excelへ顧客や商品区分ごとの計算式を手入力し、照明器具と特殊スイッチの金額を分けて追加金額を算出していた。担当者ごとに書式も異なり、計算式の設定、確認、資料作成に手間がかかっていた。	Claude Codeで旧形式を含む照明見積Excelを読み、品名ルールで照明器具と特殊スイッチへ分け、控除額や算定条件を適用して区分別金額と追加金額を計算した。Excel結果に加え、InDesignで手動実行するExtendScript（.jsx）をUTF-8 BOM付きで生成した。公開版では原本を上書きせず、担当者が分類・式・合計・組版結果を検算する。 - 見積Excelの複製と最新版の計算条件を用意する - 品名から照明器具と特殊スイッチを仮分類する - 区分別の計算式と追加金額をプレビューする - 担当者が原見積と全行を検算する - 承認後にExcelと組版用原稿を別名出力する 人が確認すること 品名分類、対象外行、控除・掛率、税・端数、区分別小計、追加金額、Excel書式、InDesign原稿の転記値を確認する。	手作業で照明見積へ計算式を入れていた工程で、1回あたり5～15分の削減が報告された。あわせて担当者ごとに異なっていた書式を揃えられ、着工前に施工担当者が確認しやすい資料へ整理できた。 照明器具と特殊スイッチを分けて根拠を示せるため、顧客提示前の計算確認と施工側への引継ぎに役立つ。 適用時の注意 - 品名だけでは照明器具と特殊スイッチを誤分類する可能性がある - 控除額・掛率・税・端数ルールは案件や商品区分に合わせて確認する - ExcelとInDesign原稿の金額一致を人が検算する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

計算だけでなく書式も揃えると、見積を受け取る施工担当者にも分かりやすい資料になる。

既存の照明見積処理を別商品条件へ派生し、価格差分を管理

課題	解決策	成果
照明見積は商品・販売条件ごとに控除額や特殊スイッチの掛率が異なり、従来は顧客やブランドごとに計算式を手入力していた。既存の自動処理を別条件へ派生させる際、共通処理と価格差分の境界が曖昧なまま複製すると、どの条件を変えたか確認しにくい課題があった。	元の活用では、先に作成した通常版の照明見積処理を土台に、処理内容とレイアウトは保ったまま、控除額と特殊スイッチの掛率だけを変更した別商品条件向けの派生版を作った。設定ファイル化、共通ロジック化、現行条件が変わらない回帰テストは実施証跡がないため、公開版で推奨する追加改善として分けて扱う。 - 元活用では通常版の照明見積処理を土台にする - 元活用では控除額と特殊スイッチ掛率だけを別条件へ変更する - 追加改善では共通ロジックと価格条件設定を分離する - 追加改善では同じテスト見積で現行条件の回帰テストを行う - 追加改善の実装後は人が意図した価格差分だけか検算して承認する 人が確認すること 元活用では通常版から変更した控除額・掛率と計算結果を確認する。追加改善では条件識別名、品名分類、税・端数、区分別小計、追加金額、InDesign原稿への転記値も検算する。	販売条件ごとに計算式を手入力していた見積加工で、1回あたり5～15分の削減が報告された。この事例の独立した学びは、新しい基盤自動化ではなく、通常版を別商品条件へ派生させる際に、変更対象を控除額と掛率へ限定して差分を管理した点にある。 実施済みは価格条件を変えた派生版の作成までで、設定ファイル化・共通化・回帰テストは追加改善案である。 適用時の注意 - 価格条件を取り違えると顧客提示額が変わるため、実行前の選択確認が必要 - 品名分類、控除、掛率、税、端数、合計を原見積で検算する - 設定ファイル化・共通ロジック化・回帰テストの実施証跡はない - 生成した組版用原稿はInDesignで開き、表示と金額を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

既存の通常版を土台に、金額条件だけを変えて別商品条件向けの派生版を作れた。

工程表から着工・上棟・完成・引渡しまでの日数を自動集計

課題

施工管理者は、工期短縮の状況を把握するため、現場ごとの工程表を開き、着工日から上棟・完成・引渡しまでの日数を手で数えていた。除外日を反映した集計に加え、上長へ示すスライドも必要で、計算と資料化にかなりの時間がかかっていた。

解決策

元の活用では、Claude Codeへ工程表、着工日、上棟・完成・引渡しのマイルストーン、日曜と指定休業日の除外条件を渡し、各到達日までの日数を計算してスライドへ整理した。安全な再現では、開始日・終了日を数えるか、対象地域の祝日、欠損・順序異常を先に定義し、施工管理者が工程表と全計算を照合する。

1. 工程表と日数計算ルールを用意する
2. 起算日と各マイルストーンの日付を抽出する
3. 除外日を反映して日数を仮計算する
4. 担当者が日付と計算結果を検算する
5. 承認済み結果をスライド原稿へ整理する

人が確認すること

起算日、各マイルストーンの日付、除外する曜日・休業日、日数の数え方、工程表の欠損、スライドへの転記値を確認する。

成果

工程表から日数を数え、資料へまとめていた作業で、1回あたり1～3時間の削減が報告された。着工・上棟・完成・引渡しなど明確なマイルストーンを指定することで、AIへ集計条件を伝えやすくなった。

現場ごとの工期を同じ計算ルールで並べられるため、施工管理会議で差や改善状況を確認しやすい。

適用時の注意

- 工程表の表記や日付欠損によりマイルストーンを誤認する可能性がある
- 休日・休業日・起算日の含め方を案件ごとに確認する
- 日数とスライドの数値は工程表の担当者が検算する

この事例のプロンプトを見る→

引渡しアンケートを顧客別・施工担当別に自動集計

課題

品質管理担当者は、住宅引渡し後のアンケート点数を顧客ごとに手計算していた。件数が増えるほど集計に時間がかかり、計算ミスリスクも高まるうえ、施工担当別の平均や項目別傾向を比較しづらく、改善へつなげる分析が難しかった。

解決策

元の活用では、Claude CodeでGoogleスプレッドシートを作り、アンケート項目の点数から顧客別の合計・平均と施工担当別の平均を自動計算した。公開版の再現では、顧客名・担当者名を識別子へ置き換え、尺度、欠損、回答数、集計範囲を確認する。少数回答を個別表示せず、点数だけで人事評価や処遇を決めない。

1. 匿名化したアンケート項目と評価尺度を整理する
2. 顧客別入力シートと計算式を検証用に作る
3. 施工担当別・項目別の集計シートを作る
4. サンプルデータで欠損と計算結果を確認する
5. 承認後に実データへ適用する

人が確認すること

元アンケートの点数、評価尺度、欠損・対象外の扱い、集計範囲、合計・平均式、施工担当の対応を確認する。

成果

アンケート点数を手計算していた作業で、1回あたり15～30分の削減が報告された。提出者は手計算によるミスがなくなり、合計・平均を入力後すぐ確認できたと報告している。施工担当別の項目傾向も見えるため、改善アクションを検討しやすくなった。

顧客満足と施工品質の振り返りを同じ集計方法で継続でき、担当者間の比較条件も揃えやすい。

適用時の注意

- アンケート点数だけで施工担当者の評価を確定しない
- 欠損、回答数、尺度の違いを確認せず平均を比較しない
- 公開データでは顧客名・担当者名を架空化する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

手計算をなくして項目別の平均が見える化すると、改善が必要な点を早く見つけやすい。

現場監督の工事進捗報告管理表をGASで自動作成

課題	解決策	成果
現場監督は、施主への工事進捗報告を管理するGoogleスプレッドシートを新しく作る際、必要な項目、工程区分、集計式、見やすい書式をゼロから考えて設定していた。帳票設計だけで1〜2時間ほどかかり、作り手によって構成が変わる課題もあった。	元の活用では、GeminiとGemini Gemsへ工事工程、工程ごとの報告日欄、顧客欄、累計報告回数、固定表示、色分けを対話で伝え、Google Apps Scriptを生成して管理表を作成した。架空データでの検証は元回答では確認できないため、公開版の再現手順として、2段ヘッダー、見本行、累計式、追加行への数式継承を新規検証シートで試す。 1. 工程・報告回数・集計項目を対話で整理する 2. 1行目を工程、2行目を報告項目とする2段ヘッダーを設計する 3. 見本行と架空データで累計式・入力規則・書式を検証する 4. 追加行でも数式と書式が継承されるか確認する 5. 承認後に本番用の新規シートを作成する 人が確認すること 工程名、報告日欄、顧客識別子、集計式、固定行列、色分け、追加行での数式継承、実行権限を確認する。	管理表をゼロから設計・作成していた工程で、1回あたり1〜3時間の削減が報告された。完成イメージを質疑応答で具体化してからコード化したことで、必要な項目と書式を反映した帳票を作りやすくなった。 工程別の報告状況を同じ帳票で確認でき、現場監督間で進捗報告の管理方法を揃えやすい。 適用時の注意 - 要件が曖昧なまま実行すると不要な列や誤った数式が作られる可能性がある - 顧客名をコードや公開サンプルへ直接記載しない - 本番シートへの適用前に架空データでテストする

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

帳票の完成イメージを一度で伝えにくい場合は、質疑応答で要件を詰めてからコード化すると精度が上がる。

建設部門の実績データから経営計画スライド30～40枚と更新ツールを作成

課題	解決策	成果
建設部門では、経営計画の発表ごとにPowerPointをゼロから作り、実績データの差し替え、デザイン統一、レイアウト調整を行っていた。前回資料を流用すると古い数値が残ったり表示が崩れたりしやすく、毎回の更新に大きな時間がかかっていた。	Claude Codeへ建設部門の実績データ画像、スライド構成、ブランドの色・書式を渡し、約30～40枚の編集可能なPowerPointを生成した。さらに、更新用入力ファイル、再生成スクリプト、画像差し替え機能、非技術者向けREADMEを作った。公開版では数値・期間・出典を確認し、サンプル値の変更で表・グラフ・合計が更新されるか試す。 - 確認済み実績データとスライド構成を用意する - ブランド書式と各ページの役割を定義する - Claude CodeでPowerPointの検証版を生成する - 数値・文章・画像・表示崩れを全ページ確認する - 更新用HTMLと再生成手順をテストする 人が確認すること 実績数値、集計期間、画像の出典、文章、ブランド書式、全ページの表示、更新前後の差分、再生成ファイルを確認する。	約30～40枚のPowerPointと更新ツールをまとめて作成し、1回あたり3時間以上の削減が報告された。文字と画像を差し替えて再生成できるため、一度きりの資料作成ではなく、次回以降も担当者が更新できる仕組みになった。 定例の経営計画資料を同じ構成とデザインで更新でき、古いデータの残存やレイアウト崩れを確認しやすい。 適用時の注意 - 入力した実績数値と画像が正しいことを担当者が確認する必要がある - 更新ツールは利用環境により動作確認が必要 - 外部共有や本番資料への差し替えは全ページ確認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

成果物と一緒に更新手順まで作ると、AI活用を一度きりで終わらせず担当者自身で継続できる。

施工担当別の実績データを比較グラフ・Excel化

課題	解決策	成果
建設管理者は、施工担当ごとの実績データをGoogleスプレッドシートへ記録していたが、数字の一覧だけでは担当間の差や月ごとの変化を把握しにくかった。毎回グラフと比較表を手作りすると1〜2時間かかり、継続的な傾向確認も難しかった。	元の活用では、Claude CodeでGoogleスプレッドシートから施工担当別の実績指標を取得し、比較グラフ、月別推移、Excelレポートを生成した。実名データを扱った分析であり、匿名化は実施済み事実ではない。公開例では氏名を識別子へ置き換え、閲覧権限を限定し、欠損・母数・指標定義を人が確認してから業務改善の参考に使う。 - 分析する指標と期間を定義する - 権限を確認したデータの複製を読み込む - 担当別・月別の集計プレビューを作る - 欠損・母数・集計値を元データと照合する - 承認後にグラフとExcelを別名出力する 人が確認すること 指標定義、対象期間、担当者対応、欠損・母数・外れ値、集計式、元データとの一致、利用目的を確認する。	グラフと比較表を手作業で作っていた工程で、1回あたり1〜3時間の削減が報告された。施工担当ごとの数値を横並びと月別推移で確認でき、月ごとのばらつきなど、一覧表だけでは見えにくい傾向を把握しやすくなった。 会議用グラフ、個別振り返り用Excel、管理用集計を同じ元データから作り分けられる。 適用時の注意 - 指標の母数や定義が違う値を単純比較しない - 集計結果だけで個人評価や処遇を決定しない - Googleスプレッドシートの閲覧権限と個人情報の扱いを確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

同じ実績を担当別と月別で見せると、数字の一覧だけでは気づきにくい変化を発見しやすい。

複数の施工進捗表から期限超過タスクを自動アラート表示

課題	解決策	成果
施工支援の依頼は、図面送付や各種手配など複数の現場・担当者にまたがっていた。担当者が管理表を毎日確認しても、期限を過ぎた未完了タスクに気づかないことがあり、対応漏れや遅延、上長への報告や協力会社への連絡の遅れにつながっていた。	元の活用では、Claude Codeで複数の施工進捗シートを扱う管理表を作り、予定日を過ぎた未完了タスクの遅延日数を自動表示した。安全な再現では、案件識別子とタスク種別で横断統合し、完了、承認済み保留、担当外、期限未設定を除外する。同一タスクの重複候補を通知前に分け、担当者が元データを確認して優先順位と対応を決める。 - 案件・担当・作業・予定日・状況の管理列を揃える - 期限超過日数の計算式を検証用表へ設定する - 未完了かつ期限超過の行を条件付き書式で強調する - 担当者が予定日と状況を確認する - 確認済みの遅延一覧を報告・催促に使う 人が確認すること 予定日、完了状態、担当者、遅延日数の計算式、休日の扱い、条件付き書式、対象外タスクを確認する。	毎日手動で期限を確認していた工程で、1回あたり15～30分の削減が報告された。期限超過日数が自動表示され、優先度の高いタスクを見つけやすくなったため、上長への報告や協力会社への連絡を行うタイミングも判断しやすくなった。 複数の現場の未完了タスクを同じ基準で確認でき、施工支援業務の対応漏れを早期に見つけやすい。 適用時の注意 - 予定日や完了状態が更新されていないと正しいアラートにならない - 休日を除く場合は会社の営業日ルールを別途設定する - アラートは優先度の参考であり、対応順は担当者が判断する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

感覚的な遅れを日数で見える化すると、報告や催促が必要なタスクを判断しやすい。

平面図と見積書からエアコン工事指示図を作成

課題	解決策	成果
施工担当者は、エアコン工事会社へ渡す指示図を作るため、平面図を印刷し、各部屋の品番や外部スリーブ色を書き込み、再度スキャンしていた。見積書や仕上表との照合も必要で、紙への出力、手書き、スキャンの一連作業に時間がかかっていた。	元の活用では、Claude Coworkへ平面図、エアコン見積書、仕上表を渡し、部屋、品番、対応畳数、スリーブ情報を整理して、2階層の平面図へ注記したPDFを生成した。安全な再現では、見積から機器一覧をJSON化し、室内機・室外機・配管・貫通位置は候補として色分けする。設計・施工担当が能力、ドレン、構造貫通、電源を承認するまで工事指示として確定しない。 - 平面図・見積書・仕上表の複製を用意する - 見積から機器・能力・台数・スリーブ情報をJSONへ仮抽出する 1階・2階の部屋と機器を三つの原資料で対応付ける - 室内外機・配管・貫通候補を色分けした注記プレビューを作る - 設計・施工担当の承認済み注記だけで別名PDFを出力する 人が確認すること 部屋、メーカー、品番、能力、台数、スリーブ色、室内外機・配管・貫通候補、ドレン、構造、電源、注記位置、出力PDFを原資料で確認する。	平面図の印刷、手書き、スキャンを行っていた指示図作成で、1回あたり5〜15分の削減が報告された。見積書と仕上表の情報を先に一覧化してから図面へ注記するため、工事会社へ渡す内容を確認しやすくなった。 設備情報と図面位置を一枚の指示図にまとめられ、施工担当者と工事会社の確認事項を揃えやすい。 適用時の注意 - 図面上の部屋名や機器位置を誤認する可能性がある - 品番・畳数・スリーブ色は見積書と仕上表で全件照合する - 工事会社への送付は担当者が指示図を承認した後に 行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

見積作成から指示図まで一括化できる余地はあるが、まずは原資料との照合手順を固めることが重要になる。

Chatwork通知自動化の試作で判明した認証情報直書きと誤送信リスク

課題

複数担当者が順番に進める建築プロジェクトでは、完了後の引継ぎが人の気づきに依存し、抜け漏れや担当の偏りが生じていた。通知自動化を試作したところ、認証情報と送信先IDをコードへ直書きし、状況更新時に即送信する構造になっており、漏えい・誤通知・重複送信を止めにくい危険が判明した。

解決策

元の試作では、Googleスプレッドシートで完了へ変わると次タスクと担当者を選び、コードへ認証情報と送信先IDを直書きしてChatworkへ即時通知する構造だった。公開版は失敗事例としてこの危険点を示す。再開前に必要な秘密管理、最小権限、テスト用通知先、都度承認、重複防止、監査ログ、停止・復旧は未実施の安全要件として分離し、完了を示唆しない。

1. 元試作の認証情報直書きと即時送信経路を洗い出す
2. 既存認証情報の無効化・再発行確認までは自動送信を禁止する
3. 再開要件として秘密管理・最小権限・テスト用通知先を設計する
4. 再開要件として都度承認・重複防止・監査ログを設計する
5. 停止・復旧を含む検証証跡が揃うまで本番送信を有効化しない

人が確認すること

既存認証情報の無効化・再発行、最小権限、タスク順、通知先、本文、都度承認、重複防止、監査ログ、停止・再送・復旧の実装証跡を確認する。確認前は自動送信を許可しない。

成果

元の試作は時間削減ではなく工程引継ぎの品質向上を目的としていたが、認証情報の直書きと即時送信という危険点が残った。提出者は認証情報を安全に扱う重要性に気づいたと報告している。一方、無効化・再発行や安全要件の実装完了は確認できず、安全な再設計の完了例ではない。

通知自動化の成功例ではなく、試作段階で秘密情報・誤送信・重複送信のリスクが判明した失敗事例である。

適用時の注意

- 既存認証情報の外部サービス側での無効化・再発行状況は未確認である
- 秘密管理、最小権限、テスト用通知先、都度承認、重複防止、監査ログ、停止・復旧は未実施である
- 再開条件の実装・検証証跡が揃うまで自動送信を有効化しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

APIトークンは重要な秘密情報であり、簡単に共有せず安全な保管方法を選ぶ必要がある。

標準工程を上棟日基準で自動計算し担当者別ビューへ整理

課題	解決策	成果
工程管理担当者は、完了済み物件がNotionの標準工程データベースに残るため、進行中案件を見つけにくかった。工程日は上棟日から自動計算したい一方、例外案件では手入力が必要で、各担当者が自分の案件だけを確認できる表示も求められていた。	元の活用では、Claude CodeでNotionの標準工程データベースへ、完了チェック、完了物件を隠すフィルタ、上棟日基準の工程計算、例外時の手入力優先式、担当者別ビューを設定した。複製DBでの検証・承認は実施済みと確認できないため、公開版の再現では毎回、追加・変更・削除候補を複製DBで確認し、その実行回の承認後だけ反映する。 1. 現行DBを読取り、複製DBで変更候補を作る 2. 完了チェックと進行中フィルタを設定する 3. 上棟日基準の計算式と手入力優先式を作る 4. 架空案件で通常・例外・完了と既存データ影響をテストする 5. 実行回ごとの全差分を承認後に本番へ反映する 人が確認すること 上棟日、工程ごとの日数ルール、手入力の優先条件、完了フィルタ、担当者ビュー、権限、既存データへの影響を確認する。	工程DBの設定を手作業で試行錯誤していた工程で、1回あたり30分～1時間の削減が報告された。完了物件を隠して進行中案件へ集中でき、自動計算と例外時の手入力、担当者別表示を一つのDBで両立できた。 担当者が自分の案件へ直接アクセスでき、確認の手間や工程日についての問い合わせを減らしやすい。 適用時の注意 • 工程日数ルールや休日条件が変わったら数式を更新する必要がある • 手入力値が残ると自動計算へ戻らない設計に注意する • 本番Notionの権限と既存ビューへの影響を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

自動計算に手入力の上書きを組み合わせると、標準工程と例外案件の両方を同じDBで扱える。

現場監督の相手別返信文をGemini Gemsで下書き

課題	解決策	成果
現場監督には、顧客、取引会社、職人、社内から毎日数件から数十件の連絡が届く。内容と相手に応じて文面、敬語、説明量を変える必要があり、重い内容では1件の返信を考えるだけで数十分かかることもあった。	元の活用では、受信内容、送信先の属性、返信の方向性、Chatwork・LINE・LINE WORKSなどの媒体をGemini Gemsへ入力し、媒体別のコピー用返信文を生成した。事実確認、未確認事項の分離、下書き停止、責任者確認、人による送信は実施証跡がないため、元活用の事実ではなく公開版で推奨する安全手順として分けて扱う。 - 元活用では受信内容・送信先・媒体・返信方針を指定する - 元活用では媒体別のコピー用返信文を生成する - 公開版では個人情報を除き、未確認事項を本文と分ける - 公開版では事実・日付・責任・約束を責任者が確認する - 公開版では下書きで停止し、承認後に人が送信する 人が確認すること 公開版の推奨手順として、宛先、顧客・案件情報、日付、金額、工程、責任範囲、謝罪、約束事項、敬語、媒体の書式を責任者が確認し、人が送信する。	相手ごとに返信文を考え直していた作業で、1件あたり5～15分の削減が報告された。送信先と媒体の形式を指定することで、文面の修正時間を短縮しながら、顧客・取引会社・職人・社内へ合う下書きを作りやすくなった。 媒体別の出力形式を指定して文面修正を簡略化した事例であり、事実確認や責任者確認を実施した証拠はない。 適用時の注意 - 受信内容の事実関係や相手の意図をAIが誤る可能性がある - 金額・工程・責任・謝罪・約束の確認は公開版で推奨する安全手順である - 下書き停止、責任者確認、人による送信は元活用で実施済みとは確認できない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

送信先と媒体の形式を先に指定すると、返信文の修正量を減らしやすい。

録音を自動文字起こし・議事録化し保存先まで整理

課題	解決策	成果
現場や建設会議の担当者は、商談・打合せの録音を聞き直しながら文字起こしと議事録を手入力し、ファイル名と保存先も判断していた。1回30～60分かかり、録音整理を後回しにすると決定事項や次の行動を探しにくくなる課題があった。	元の活用では、Claude CodeでGoogle Recorderの録音を文字起こしし、概要、議題、課題、決定事項、次の行動、次回予定、振り返りの7項目へ整理した。PC起動後にTXTとWord議事録を自動生成し、内容別ルールで保存先へ自動格納した。保存先候補のプレビューと人の承認は実施済みと確認できないため、安全な再現手順として追加する。 - 録音同意と利用範囲を確認し、監視対象へ音声を置く - 指定エンジンで文字起こしし、話者不明箇所を分ける 7項目の議事録と保存先候補をプレビューする - 担当者が発言・決定・次の行動・保存先を確認する - 承認後にTXTとWordを保存し、失敗時は途中工程から再開する 人が確認すること 録音同意、参加者、発言内容、決定事項、担当・期限、話者不明箇所、ファイル名、保存先、閲覧権限を確認する。	録音を聞き直して議事録を手入力していた作業で、1回あたり30分～1時間の削減が報告された。打合せ中に記録作業へ偏らず、統一した7項目で後から内容を確認でき、ファイル命名と保存先整理の負担も軽くなった。 適用時の注意 - 録音前に参加者の同意と利用範囲を確認する - 話者、固有名詞、決定事項、担当・期限は文字起こしだけで確定しない - 保存先を誤分類した場合に人が移し直せる確認待ち領域を用意する 商談、社内会議、研修など保存先が異なる録音でも、同じ議事録形式と確認手順で整理できる。

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

録音後の議事録形式と保存ルールを揃えると、会話に集中しながら記録を後から探しやすくなる。

点検報告書PDFから指摘事項と是正業種候補を一括抽出

課題	解決策	成果
アフター担当者は、形式の異なる住宅点検報告書PDFを一件ずつ開き、指摘箇所を目視で一覧化し、補修に必要な業種も都度判断していた。ページ数の多い正式チェックシートを含む複数報告書の横断集計は特に手間がかかり、担当者の経験に依存していた。	元の活用では、形式の異なる点検報告書PDFから指摘と是正業種候補を抽出し、Excelへ「指摘事項一覧」「施主別サマリー」「検査員別の傾向」の3シートを生成した。指摘事項一覧は施主別に括り、指摘番号を付け、点検日を先頭列にして並べ替えられる仕様だった。公開版では検査員別の個人傾向を出さず、匿名の記載品質チェックへ置き換える案を未実施の追加改善として扱い、担当者が原PDFで全件確認する。 1. 元活用では形式の異なる点検報告書PDFから指摘候補を抽出する 2. 元活用では施主別に括って指摘番号を付け、点検日順へ並べる 3. 元活用では是正業種候補を付け、原成果物の3シートへ整理する 4. 公開版では原PDFとの全件照合と業種候補の人による確定を加える 5. 公開版では検査員別傾向を匿名の記載品質チェックへ替える案を追加改善として示す 人が確認すること 点検日、施主別の括り、指摘番号、指摘箇所、所有者要望、対応要否、業種候補、根拠ページ、重複を原PDFで確認し、原因・補修方法・依頼先を人が確定する。個人評価は出力しない。	点検報告書の読解、指摘抽出、業種候補の整理について、提出者の推定では1回あたり15～30分の削減があった。形式の異なる報告書も同じ一覧へまとめられ、是正手配前に確認すべき指摘を横断して見やすくなった。 指摘事項を施主別・指摘番号・点検日順で確認でき、施主別サマリーと合わせて横断把握しやすくなった。 適用時の注意 業種分類はAIの推定であり、実際の原因・補修方法・依頼先は担当者が確定する PDF形式や画像品質により指摘を読み落とす可能性がある 匿名の記載品質チェックへの置換は未実施の追加改善案である 削減時間と発生頻度は提出者による推定値である

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

報告書の形式が違ってても指摘を同じ項目へ揃えられるが、是正業種は必ず人が最終確認する。

点検確定メールから点検種別・日付を管理表へ自動登録

課題	解決策	成果
アフター担当者は、点検会社から日程確定メールが届くたびにGmailを開き、顧客名、点検種別、点検日時を確認してGoogleスプレッドシートの該当行へ手入力していた。メールの見落としや入力漏れが起こることがあり、毎回数分の確認と転記が必要だった。	元の活用では、Claude CodeでGASを作り、Gmailの対象メールから顧客名、点検種別、点検日時を抽出し、空白を除いて管理表の行と照合した。1時間ごとに自動入力し、処理済みラベルで二重処理を防ぎ、失敗はログへ残した。登録前プレビューは実施済みと確認できないため、安全な再現では曖昧一致を停止し、登録予定セルを都度承認してから書き込む。 - 対象メール条件と管理表の列構成を確認する - メールから顧客識別名・点検種別・日時を仮抽出する - 元実装の自動入力に代え、照合候補と登録予定セルをdry-run表示する - 担当者がメール本文と照合結果を承認した後だけ登録する - メールID×点検種別×確定日を記録して二重処理を防ぐ 人が確認すること 送信元・件名、顧客照合、点検種別、日時、対象セル、二重処理、権限、誤登録時の取消手順を確認する。	メール確認と管理表への転記について、1件あたり1～5分の削減が報告された。元の自動入力では、メール受信後の入力漏れ・見落としがなくなったと報告されている。公開版では同姓同名や形式変更による誤登録を避けるため、曖昧一致を止めて人の承認を挟む。 点検種別や管理表の列が複雑でも、メールと登録先を対応付けるルールを明示すれば再利用しやすい。 適用時の注意 - メール形式や件名が変わると抽出に失敗する可能性がある - 同姓同名や表記ゆれで別顧客へ誤登録しないよう候補確認が必要 - GmailとGoogleスプレッドシートの権限を最小限にする

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

管理表のヘッダー構造とデータ開始位置を具体的に伝えと、複雑なセル照合ロジックも作りやすい。

点検報告書メールの取得・整理・ANDPAD登録を半自動化

課題

アフター担当者は、点検報告書メールが届くたびにZIPをダウンロード・解凍し、点検区分ごとに保存してからANDPADで該当案件を探し、フォルダを作ってPDFや指摘図面を登録していた。顧客名や案件名の表記ゆれ、除外ファイル、既存資料との重複確認にも手間がかかっていた。

解決策

元の活用では、Claude CodeでPythonの半自動ツールを作り、メール解析、ZIP整理、案件照合、ANDPADの案件参加・フォルダ作成・アップロードまでをPlaywrightで実行した。表記ゆれと案件横断の重複確認を追加したが、事前承認は実施済みと確認できない。安全な再現では、登録予定を読取専用でプレビューし、案件・権限・全ファイルを一件ずつ承認する。

1. 匿名化メールと報告書一式で抽出・整理を検証する
2. 顧客名・案件名・フォルダ名の表記ゆれを正規化する
3. 元実装はブラウザ操作で案件参加・フォルダ作成・アップロードまで行う
4. 公開版では案件候補・権限・重複・登録予定ファイルを読取専用で表示する
5. 担当者が一件ずつ承認した対象だけ登録し文書IDと元メールIDを記録する

人が確認すること

顧客と案件の一致、点検区分、除外ファイル、既存資料との重複、参加・登録権限、登録先、アップロード結果を確認する。

成果

元のツールは直近16件中15件をANDPADへ登録した。提出者の推定では、取得・整理・登録で1件あたり5～15分を削減した。表記ゆれと案件横断の重複確認を追加した一方、社内IT制限により完全無人化せず、担当者が起動する半自動運用になった。安全な事前承認ゲートは別途実装確認が必要である。

完全自動化できない環境でも、照合と登録候補作成をAIへ任せ、人は案件確定と権限判断に集中できる。

適用時の注意

- ANDPADの画面変更によりブラウザ操作が止まる可能性がある
- 表記ゆれの吸収で別案件を誤照合しないよう人が候補を確定する
- 削減時間と発生頻度は提出者による推定値である
- 案件参加や資料登録は権限を確認し人の承認後に行う

[この事例のプロンプトを見る→](#)

利用者の実感

完全無人化が難しい環境では、重複確認と登録候補作成までを自動化する半自動運用が現実的になる。

住宅検査日程の変更をGoogleスプレッドシートからカレンダーへ自動同期

課題	解決策	成果
施工担当者は、担当物件が増えると配筋、土台、金物、防水、竣工など複数の検査日程を把握し続けることが難しくなる。工程表とカレンダーを別々に確認・更新すると、予定の登録漏れや日付変更の反映漏れが起きる懸念があった。	元の活用では、Claude CodeでGASを作り、Googleスプレッドシートの現場名と着工・上棟・各検査・引渡し日を読み、編集時にGoogleカレンダーへ予定を直接作成・更新・削除した。イベントIDで重複を防いだが、差分承認は実施済みと確認できない。安全な再現ではテスト用カレンダーでdry-runし、全差分を承認後に同期し、削除は個別承認とする。 - 同期する検査列と対象カレンダーを確認する - 元実装の直接同期に代え、検証用シートとテスト用カレンダーでdry-runする - 作成・更新・削除・重複の全差分を担当者が確認する - 承認済みの作成・更新だけを同期し、削除は個別承認する - 行ID×検査種別を同期キーに操作記録と復旧情報を残す 人が確認すること 現場識別名、検査種別、日付、予定タイトル、対象カレンダー、作成・更新・削除の全差分、重複、同期キー、イベントID、復旧方法を確認し、削除は個別承認する。	検査日程のカレンダー登録と更新について、1回あたり1〜3時間の削減が報告された。イベントIDで同じ予定を更新できる一方、元実装は日付削除時にカレンダー予定も直接削除するため、誤同期リスクがある。公開版では全差分確認と削除の個別承認を必須にする。 検査日が変わった際も同じイベントを更新でき、工程表とカレンダーの二重管理による反映漏れを防ぎやすい。 適用時の注意 - シートの日付や現場名が誤っているとカレンダーにも誤反映される - イベントID列を手作業で変更すると重複や削除失敗につながる - カレンダー権限と削除対象を確認し、テスト用カレンダーで先に検証する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

複雑な同期処理でも、列構成と更新ルールを説明すればプログラミング経験なしで形にできる。

住宅の着工・検査予定をカレンダー同期し5日前にChatwork通知

課題

施工・検査担当者は、工程表に並ぶ着工日、上棟日、各種検査日を継続して確認し、必要な検査予約へつなげていた。案件が重なると確認や予約を忘れるおそれがあり、担当者の記憶だけに頼らず予定日の前に気づける仕組みが必要だった。

解決策

元の活用では、Claude CodeでGoogle Apps Scriptを作り、工程表の日付・時刻をGoogle Calendarへ同期したうえで、該当予定の5日前にChatworkへ自動通知した。公開版の安全な再現手順では、同期と通知を分け、通知のたびに対象案件、予定日、宛先、本文、送信履歴を確認してから実行する。

1. 工程表の対象列、時刻列、予定ID、同期先を定義する
2. 追加・変更・取消の差分を表示し、承認後にGoogle Calendarへ反映する
3. 5日後の対象予定、宛先、本文、前回送信記録を通知ごとに表示する
4. 担当者が直前確認し、承認された通知だけをChatworkへ送る

人が確認すること

工程表、検査予約状況、Google Calendarの予定、5日前条件、Chatworkの宛先と本文を照合する。通知は予約完了の証明ではないため、担当者が実際の予約状況を別途確認する。

成果

提出者は、着工・検査予定の5日前通知により、1回あたり1～3時間を削減し、工程や検査予約の忘れを防げたと回答している。予定確認を担当者の記憶だけに頼らず、事前に気づくきっかけを作れた。

週に数回発生する確認作業で使われた。検査予約忘れが実際に何件減ったかは元回答に記録がなく、通知後の予約完了確認は引き続き人が行う。

適用時の注意

- 元の工程表に誤りがある場合は誤った予定が同期・通知される
- 変更・取消・重複・宛先不一致では処理を止める
- 通知だけで検査予約の完了を保証しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

日程同期だけで終わらせず、5日前の確認までつなげることで検査予定を見落としにくくできた。

Meta広告データとバナーを並べ改善対象を可視化

課題	解決策	成果
Meta広告の担当者は、Instagram広告の成果を確認するたびにMeta広告マネージャーを開き、CTR、CV、CPA、広告費などを手作業で拾っていた。数値とバナーを同じ画面で比べにくく、目標CPAに対する評価や改善対象の判断が担当者の感覚に寄りやすかった。	元の活用では、Claude CodeでMeta広告の指標とバナー画像を取得し、評価カード、数値一覧、全体サマリー、CSVを自動生成した。公開版の再現手順では、広告IDで数値と画像を結び、期間・予算・目的が異なる広告を同列評価せず、原因コメントを根拠指標付きの仮説として人が検証する。 - 広告アカウント、取得期間、CV定義、目標CPA、比較条件を設定する - 広告IDを結合キーにして指標とバナー画像をdry-run取得する - 評価カード、数値一覧、全体サマリーをHTMLとCSVで生成する - 担当者が数値と原因仮説を確認してからレポートを共有する 人が確認すること 広告管理画面の合計値、CV定義、通貨、期間、予算、広告IDとバナーの対応を照合する。条件差を確認し、原因コメントを事実ではなく次回検証する仮説として扱う。	提出者は、広告成果の確認とレポート作成を1回あたり30分〜1時間短縮したと回答している。数値とバナーを同じ画面で比較し、目標CPAを超えた広告や確認すべきクリエイティブを見つけやすくなった。 月に数回の広告確認で使える形となり、広告カード、一覧表、全体サマリーを同じ条件で見直せるようになった。 適用時の注意 - APIの取得値やCV定義は広告管理画面と必ず照合する - 原因分析コメントは相関からの仮説であり、勝敗の確定理由にしない - バナー画像の利用権限と社外共有範囲を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

バナーと指標を横並びにすると、感覚だけでなく同じ評価条件で広告を比較しやすい。

GA4で見学会予約の流入経路を分析しExcel・報告スライドを作成

課題	解決策	成果
完成見学会の集客担当者は、予約がInstagram広告、自然検索、オーガニック流入などのどこから生まれたかをGA4で確認したかった。しかし、ランディングページの絞り込みやセッションスコープの設定が複雑で、分析と報告資料の作成に長い時間がかかっていた。	Claude Codeとの対話で、対象ページの絞り込み、セッションスコープ、ファネルデータ探索、自由形式レポートを設定した。共通サンクスページによるCV混在を分析上の限界として残し、確認した数値を4シートのExcelと8枚のPowerPoint報告資料へまとめた。 - 対象イベント、期間、流入パラメータ、CV地点を整理する - GA4の絞り込みとセッションスコープを確認して分析表を作る - ファネルと自由形式の集計差を定義・計測範囲から説明する - 確認済み数値を数式・グラフ付きExcelとPowerPointへ出力する 人が確認すること GA4の期間、セグメント、ディメンション、CV定義を担当者が再確認し、共通サンクスページ由来の混在を踏まえて数値を断定しすぎていないか確認する。	提出者は、GA4の設定確認からExcel・PowerPoint作成までを1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。分析条件と共通サンクスページによる計測限界を同じ資料に示し、流入経路の違いを説明しやすくなった。 週1回程度の集客分析で使われ、数値の整理だけでなく、ファネルと自由形式で差が出る理由も確認しながら報告できた。 適用時の注意 - 共通サンクスページでは別フォームのCVが混在する可能性がある - 流入経路の集計は選んだスコープやアトリビューションで変わる - AIが案内したGA4設定と転記数値は担当者が実画面で確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

GA4の設定と資料化を一続きにすると、計測の限界まで含めて報告しやすくなる。

住宅会社サイトのGA4とCRM実績の差を検証し運用会社向け報告を作成

課題	解決策	成果
Webサイト刷新後、GA4上のCVR低下がサイト、広告、計測のどこに起因するか判断できず、GA4のキーイベントとCRM実績の差も説明できていなかった。探索レポートの操作、差分の読み解き、運用会社へ伝える文章化を一人で進める負担が大きかった。	Claude Coworkに、サイト変更の背景、比較期間、GA4のキーイベント、CRM実績、関係者からの質問を渡し、必要なデータと確認手順を対話で整理した。差分表を作り、根拠の弱い仮説を外しながら原因候補を見直し、確認済み事実と要確認事項を分けた運用会社向け報告文へまとめた。 - サイト変更の背景、比較期間、GA4とCRMの定義をそろえる - GA4の確認手順に沿ってキーイベントと内訳を取得する - GA4とCRMの差分を分類し、根拠の強弱を付けて仮説を検証する - 結論、根拠、要確認事項を運用会社向け報告文へ整理する 人が確認すること GA4とCRMで期間、対象、重複、除外条件が一致しているかを担当者が確認し、AIが示した原因仮説を業務知識と元データで反証してから報告する。	提出者は、GA4の操作確認、差分分析、Excel整理、報告文作成を一つの対話で進め、1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。AIの誤った仮説を業務知識で反証し、確認できる説明へ絞り込めた。 週1回程度の分析で使われ、数値の読み方を確認しながら、Excelと運用会社向け文章を同じ根拠で作れるようになった。 適用時の注意 - GA4とCRMは計測定義や反映時点が異なるため単純一致しない場合がある - AIが出した原因は仮説であり、元データと関係者確認で検証する - 個別顧客の情報は集計・匿名化してから入力する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

AIの仮説は鵜呑みにせず、違和感を問い返して根拠の強い説明だけを残すことが重要だった。

住宅会社サイトのGA4画面から改善仮説と優先順位をHTML化

課題	解決策	成果
Web担当者は、サイト刷新後にCVRが低下していることは把握できても、GA4の経路、ページ、ファネルの数値から何が問題で、どこから改善すべきかを言語化できずにいた。分析、施策の優先順位づけ、チーム共有資料の作成が別々の作業になり、半日単位の負担が生じていた。	ClaudeにGA4の経路データ探索、ページレポート、ファネル分析の画面とサイト刷新の背景を段階的に渡した。画面から読み取れる事実と複数の原因仮説を分け、次に確認するデータを絞り込み、転換率とコンテンツ充実の両立に向けた施策を優先順位付きで整理してHTMLレポートにした。 1. サイト刷新の目的、比較期間、CV定義、確認したい問いを整理する 2. GA4の経路・ページ・ファネル画面を順番に読み取る 3. 確認済み事実と原因仮説を分け、追加確認データを決める 4. 改善施策を優先順位付きでHTMLレポートへ整理する 人が確認すること 画面から転記した数値、比較期間、GA4の設定、施策の前提を担当者が確認し、AIの仮説を確定原因として扱わず追加データで検証する。	提出者は、GA4の読み解きから改善施策とHTMLレポート作成までを一続きにし、1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。画面から読める事実と仮説を分け、チームが次に確認するデータと施策の優先順位をそろえやすくなった。 月に数回の分析で使われ、数値整理をAIに補助させることで、担当者は次に確認すべきデータと施策判断へ集中できた。 適用時の注意 • スクリーンショットだけではGA4の設定や全データを確認できない場合がある • AIが示す原因は仮説であり、追加分析や施策テストで検証する • 生成したHTMLは社内共有前に数値、表示、不要情報を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

数値の転記よりも、次に何を見るかと改善の優先順位を考える時間を増やせた。

住宅イベントのMeta広告2案を比較し次回コピーの仮説を作成

課題	解決策	成果
住宅イベントのMeta広告では、アイキャッチごとの成果差は把握できても、なぜクリックされたか、なぜ反応が弱かったかを言語化できず、次回案が感覚頼りになっていた。コピー案も少数で行き詰まりやすく、改善仮説を広げるのに時間がかかっていた。	元の活用では、Claude Codeに成果が良かった広告と弱かった広告のコピー、画像、GA4・Meta広告指標を渡し、勝因・敗因の分析から次回コピー案と派生案を作った。公開版では、配信条件の差を先に確認し、成果差の理由を確定せず複数仮説と反証材料に分ける。 - 比較する広告のコピー、画像、同じ条件の成果指標をそろえる - 勝因・敗因の仮説と根拠指標、別の可能性を整理する - 次回のターゲット、ビジュアル、訴求条件を指定してコピー案を出す - 担当者が事実表現と広告方針を確認し、テスト案を選ぶ 人が確認すること 比較期間や配信条件の違いを確認し、AIの勝敗理由を因果関係として断定しない。コピーの事実性、誇大表現、ブランド適合、画像との一致を担当者が確認する。	提出者は、広告の比較分析と次回コピー案の作成を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。コピー、画像、成果指標を対応づけ、少数で止まりがちだった案を狙いと検証指標付きの複数案へ広げられた。 月に数回の広告改善で利用でき、少数案で止まっていたコピー検討を、根拠と狙いを添えた複数案へ広げられた。 適用時の注意 - 広告成果の差は配信条件、期間、予算、ターゲットの影響も受ける - 少数事例の比較だけで勝因や敗因を確定しない - コピーは広告審査、事実性、ブランド方針を人が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

当たり外れを言語化し、次回のコピー案まで同じ比較条件から展開できた。

住宅会社のGA4・広告・来場予約を統合し月次集客レポートを生成

課題	解決策	成果
月次マーケティング会議の準備では、GA4、広告レポート、ダッシュボード、来場予約データを別々に開き、LPごとの成果を手作業で比較していた。数値転記と仮説整理に時間がかかり、会議直前の作業になって議題や次のアクションを十分に準備できないことがあった。	Claude Codeで、GA4指標、広告クリエイティブレポート、ダッシュボード画面、来場予約CSVを月次で読み込み、先月の集客、HP・LP、広告、今月進捗、次のアクションを一つのHTMLにまとめる仕組みを作った。不調LPの改善案はヒートマップ情報も添え、仮説として表示した。 - 会議の対象期間、KPI、LP、来場予約の集計条件を設定する - GA4、広告、ダッシュボード、予約CSVをdry-runで読み込む - 数値・広告素材・改善仮説を月次HTMLの各セクションへ配置する - 担当者が元データと照合し、議題と次のアクションを承認する 人が確認すること GA4、広告、来場予約で期間とCV定義がそろっているか、集計値が各元データと一致するか、LPの不調理由を断定していないかを担当者が確認する。	提出者は、月次レポート準備を1回あたり30分〜1時間短縮したと回答している。会議当日に数値を読み始めるのではなく、改善仮説と議題を用意した状態で話し合えるようになった。 月に数回の集計で使われ、先月の振り返り、今月の進捗、広告、LP、次のアクションを同じ構成で確認できるようになった。 適用時の注意 - 各データソースの期間、CV定義、更新時点が違うと比較を誤る - ヒートマップを含む改善案は仮説であり、実データと施策テストで確認する - 来場予約データは個人情報を除いた集計値だけを使う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

月次会議を数値確認の場ではなく、仮説と次の行動を決める場に変えやすくなった。

イベント広告2回分を比較し次回の出稿条件をWord報告書へ整理

課題	解決策	成果
イベント担当者は、実施時期と出稿方法が異なる2回分のInstagram広告データをExcelで比較し、非専門家の委員会へ説明していた。数値整理に加え、成果差の可能性、各出稿方法の利点・注意点、次回に試す条件を短期間で文章化することが難しかった。	元の活用では、Claude Codeへ2回分の広告Excelと出稿方法の違いを渡し、比較表、原因分析、利点・注意点、次回提言を8章のWord報告書にした。公開版では、2回だけで原因や最適予算を決めず、条件差、不確実性、次回テスト案までに限定する。 2回分の広告Excelと目的、期間、予算、ターゲット、CTAを確認する - 比較できる指標と比較できない条件を分けて数値表を作る - 成果差の仮説、反証材料、不確実性、次回テスト案を整理する - 比較表と確認事項を含むWord報告書を別名で生成する 人が確認すること 2回の目的、期間、予算、ターゲット、CTA、遷移先を確認し、少数比較から因果や最適予算を断定しない。報告書の数値は元Excelと照合し、出稿条件と予算は担当者・決裁者が決める。	提出者は、広告データの比較、成果差の説明、Word報告書の作成を1回あたり30分〜1時間短縮したと回答している。非専門家にも、出稿方法の違いと次回に検証する条件を伝えやすくなった。 月1回以下の報告で使われた。2回分だけでは因果や最適予算を確定できないため、次回テストの材料として扱う。 適用時の注意 2回分だけの比較では成果差の因果関係を確定できない - 目的、予算、期間、ターゲット、CTAの違いを分けて評価する 2回分だけで成果差の因果や最適予算を確定しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	2回の数値を比べるだけで終わらず、条件差と次回に試すことを非専門家向けに整理できた。
--------	--

住宅サイトのGA4週次レポートを生成しChatwork定期投稿の停止条件を特定

課題	解決策	成果
Web担当者は毎週GA4を開き、セッション、流入チャネル、イベントページの指標、前週比を集計してChatworkへ投稿していた。数値計算とページ別コメントに手間がかかり、多忙な週は後回しになりやすく、広告対象ページの判定や確認項目に抜け漏れが生じていた。	元の活用では、Claude CodeとGA4を連携し、毎週の指標とイベントページ分析を生成してChatworkへ自動投稿した。ただしClaude Codeのセッション終了で定期実行が止まり、継続運用できなかった。公開版ではレポート下書きまでを標準にし、送信機能を付ける場合は常時稼働基盤、監視、毎回承認を別途設ける。 - GA4の期間、指標、対象・除外ページ、常時稼働基盤の有無を確認する - 集計期間を実行キーにして前週と比較週を読み取り専用で取得する - 前週比、注目点、改善仮説を含むChatwork下書きを生成する - 担当者が数値・宛先・本文を確認し、その回の承認後だけ送信する 人が確認すること GA4の期間、タイムゾーン、指標定義、イベントページの対象条件を確認し、直帰率だけでページ品質を決めつけていないか、通知先と本文が正しいかを確認する。	提出者は、週次アクセス解析と共有文作成を1回あたり30分～1時間短縮し、イベントページ別の流入、直帰率、滞在時間を同じ形式で確認できたと回答している。一方、定期実行はセッション終了後に持続しなかった。 週に数回の確認作業へ利用された。レポート生成には価値があったが、完全自動投稿には常時稼働する実行基盤と停止検知が必要だと分かった。 適用時の注意 - 元の定期実行はClaude Codeのセッション終了で停止した - 常時稼働基盤、監視、再実行時の重複防止がなければ自動送信しない - 直帰率など単一指標だけでページの良否を確定しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

レポート生成と定期実行は別問題で、送信を自動化するには止まったことを検知できる運用が必要だった。

問い合わせメールから新規・既存、行動種別、会場、来場目的を管理表へ入力

課題

Webフォームの問い合わせメールはスプレッドシートへ取り込めていたが、新規・既存、アクション内訳、会場、来場目的の4項目は担当者が1行ずつ確認していた。件数が多い時期は入力に20～30分かかり、入力漏れや分類ミスに加え、制作会社へ変更ルールを説明する負担もあった。

解決策

元の活用では、Claude Coworkへ管理表、分類対応表、問い合わせ例を渡し、4項目を入力するGASを実装するとともに、制作会社向け変更仕様書と依頼文を作った。公開版の再現手順では、匿名化例で分類候補を表示し、曖昧な行を要確認にして、承認された差分だけを反映する。

1. 管理表の4項目、候補値、分類ルール、例外を定義する
2. 匿名化した問い合わせ例で分類結果をdry-run表示する
3. 承認済みルールに基づくGAS案とテストケースを作る
4. 更新差分を確認し、承認後に管理表へ反映する

人が確認すること

分類結果が既存のプルダウン候補と一致するか、曖昧なメールが要確認になっているかを担当者が確認する。制作会社へ渡す仕様も実データで検証してから承認する。

成果

提出者は、4項目の入力ロジック、GAS、制作会社向け仕様書と依頼文の作成をまとめ、1回あたり1～3時間短縮したと回答している。分類ルールをコードと依頼書でそろえ、手入力の漏れや判定ミスを減らす実装へつなげた。

週に数回発生する問い合わせ処理で使われ、管理表の構造と具体例をAIへ渡すことで、分類ルールと実装依頼を同じ内容にそろえられた。

適用時の注意

- 件名や本文の表記が新しく変わると分類ルールの追加が必要
- 曖昧な問い合わせは自動入力せず担当者が判断する
- 問い合わせ本文の個人情報はAIへ渡す前に匿名化する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

管理表と具体例を渡すことで、分類ルールから制作会社への依頼まで一続きで整理できた。

住宅反響のChatwork通知を月別Googleスプレッドシートへ自動転記

課題	解決策	成果
住宅営業では、Chatworkへ届く資料請求や来場予約の通知を1件ずつ確認し、反響管理表へ手入力していた。転記漏れや二重対応、来場予約者への誤架電が起きやすく、担当者は新着通知と管理表の一致を常に気にしながら対応する必要があった。	元の活用では、ClaudeとClaude CodeでGoogle Apps Scriptを作り、Chatworkの新着通知から反響情報を抽出して月別のGoogleスプレッドシートへ自動転記した。処理済みメッセージIDで重複を防ぎ、来場予約行を色分けした。公開版では、実行ごとに候補と書込先を表示し、承認された行だけを追記する。 - 対象ルーム、反響種別、抽出項目、月別振り分け条件を定義する - 実行ごとに新規候補、根拠メッセージ、重複、追記予定行を表示する - その回に承認された通知だけを管理表へ追記して色分けする - 処理済みID、更新前後、実行者、エラーを監査ログへ残す 人が確認すること Chatwork原文、受信日時、反響種別、対象月、書込先行、既存値を照合する。個人情報、分類不明、列構成変更、重複、既存値衝突がある候補は更新せず確認へ回す。	提出者は、反響1件あたり5〜15分の転記時間を短縮し、手作業の転記が不要になったと回答している。対応漏れと誤架電がほぼなくなり、色分けで次の対応を見分けやすくなった。 1日に複数回発生する反響処理で使われ、処理済みメッセージIDによる二重登録防止と月別整理を同時に 行えるようになった。 適用時の注意 - 通知文の形式が変わると抽出・分類ルールの変更が必要 - 曖昧な反響種別や欠損項目は人が確認して登録する - 反響情報を扱うアカウントと管理表の権限を最小化する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

転記だけでなく重複防止と来場予約の色分けまで行い、次の対応を判断しやすくなった。

注文住宅の制作会議録から潜在顧客別の広告コピー・LP案を作成

課題

マーケティング担当者は、長時間の制作会議から潜在顧客の悩みを拾い、広告コピーとLP構成へ落とし込む必要があった。会議には当面の施策と無関係な話題も混ざるため、必要な発言の抽出、ターゲット整理、アイデア展開に数時間から半日かかっていた。

解決策

NotebookLMへ会議の文字起こしと自社ホームページの商品情報を読み込ませ、注文住宅をまだ具体検討していない複数のターゲット層を整理した。各層について悩み・障壁、長短の広告コピー、LPの見出しと記載内容を作り、除外する話題や使わない表現を制約として明示した。公開版の再現時は、商品資料の版と確認日を別途確認する。

1. 会議録と商品情報を用意し、対象施策と除外話題を定義する
2. 発言根拠のあるターゲット候補と悩み・障壁を抽出する
3. 各ターゲット向けの広告コピーとLP構成案を作る
4. 担当者が商品事実、表現、対象設定を確認して制作指示にする

人が確認すること

会議内の仮説と確認済み商品情報を分け、コピーの価格・性能・対象者表現に根拠があるかを確認する。ターゲット分類は決めつけや差別的表現にならないよう担当者が見直す。

成果

提出者は、会議録の整理から潜在顧客別の広告コピーとLP構成案の作成までを1回あたり1～3時間短縮したと回答している。雑多な会話から必要な戦略要素を抜き出し、制作指示へつなげられた。

月に数回の企画で利用され、除外話題と禁止表現を先に指定することで、広告制作とLP制作に使う情報のぶれを抑えられた。

適用時の注意

- 会議の発言は仮説を含むため、商品情報や市場事実として扱わない
- ターゲット分類から個人の属性や意向を決めつけない
- 広告コピーの価格、性能、比較表現は確認済み資料と広告審査で確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

使う情報と除外する話題を先に決めることで、会議録をそのまま要約せず制作指示へ変換できた。

採用サイトの指摘書とFigmaデザインビューを照合する確認手順を整理

課題	解決策	成果
採用サイトの制作確認では、制作会社へ渡した指摘書とFigmaの修正版を担当者が一項目ずつ照合し、未対応や追加修正を文章化していた。確認基準が担当者の経験に寄りやすく、項目数が多いと見落としやフィードバックの表現差が生じることが課題だった。	元の活用では、Claude Codeへ指摘書とFigmaデザインビューURLを入力し、指摘項目を照合する確認手順と制作会社向けフィードバック下書きを作成した。対応状況を示す比較ログや画面証跡は残っておらず、実際の修正反映、操作、遷移、レスポンスの検証は未確認である。 - 指摘書から対象箇所、修正内容、優先度を一覧化する - Figmaデザインビューで見える範囲と各指摘を一項目ずつ照合する - 対応状況、確認根拠、追加修正、要議論を整理する - 担当者が実画面を再確認し、承認後にフィードバックする 人が確認すること Figmaデザインビューの最新バージョン、対象画面、文言、余白を担当者が確認する。操作、遷移、ホバー、レスポンスは別途実機で検証し、比較ログまたは画面証跡を残す。	提出内容で確認できる成果は、指摘書とFigmaデザインビューを照合する確認手順、および制作会社向けフィードバック下書きの作成までである。実際の修正反映、操作、遷移、レスポンスの確認完了は証跡がなく未確認である。 一度きり・不定期の制作レビューとして提出された。比較ログ、画面証跡、工数記録は確認できず、品質向上は提出者の定性的な気づきとして扱う。 適用時の注意 - Figmaデザインビューへアクセスできない場合は照合を停止する - 操作、遷移、ホバー、レスポンス挙動の確認完了は未確認 - 対応状況は比較ログまたは画面証跡を残して担当者が判断する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

指摘書と同じ基準で確認候補を整理し、最終判断は担当者の実画面確認へ残す。

建築会社の社内資料を参照しPR TIMES原稿と承認メモを作成

課題

広報担当者はPR TIMES向け原稿を作る際、会社情報、企画資料、調査結果、過去原稿など複数の社内資料を参照する必要があった。通常のチャットでは必要な資料を十分に参照できず、固有名詞や数字を集め直し、原稿へ反映する作業に時間がかかっていた。

解決策

Claude Codeに今回の発表内容と固定参照する会社概要、商品資料、調査資料、表記ルールを渡し、PR TIMES本文と掲載確認用の社内メモを同時に作った。本文は住宅・建築分野の読者が理解しやすい切り口へ整え、数字、引用、未確定事項を確認メモへ分けた。

1. 今回の発表内容と参照を許可する資料を限定する
2. 日時、数字、固有名詞、出典、公開可否を事実表にする
3. 確認済み事実だけでPR TIMES原稿の初稿を作る
4. 要確認事項を解消し、担当者と責任者が公開前承認する

人が確認すること

広報担当者が日時、曜日、数字、固有名詞、引用主体、連絡先、公開可否を原資料と照合し、未確認情報や誇張表現を解消してから責任者の承認を得る。

成果

提出者は、社内資料を参照したPR TIMES原稿作成を1回あたり15～30分短縮したと回答している。本文と社内承認メモを同じ参照資料から作り、数字・固有名詞・公開可否の確認事項を分けて扱えるようになった。

週1回程度の広報原稿作成で使われ、本文と確認事項を分けることで、未確定情報を残したまま公開へ進むリスクを減らせる形になった。

適用時の注意

- 参照資料が古い、または誤っている場合は原稿にも影響する
- 外部調査、引用、製品・サービス情報は公開時点の一次情報で再確認する
- AIは公開判断を行わず、広報責任者が最終承認する

[この事例のプロンプトを見る→](#)

利用者の実感

必要な社内資料を限定して参照させると、原稿と要確認事項を同じ根拠から作りやすい。

住宅イベントの来場予約を促すInstagramストーリーズ2枚案を作成

課題	解決策	成果
住宅イベントのInstagramストーリーズを作る際、担当者は企画構成、1枚ごとのコピー、写真の見せ方、来場予約への導線を考え、デザイナーへ依頼内容をまとめていた。情報量と視認性の調整も必要で、企画から依頼まで約2時間かかっていた。	ChatGPTに、イベントの目的、確定した企画内容、ターゲット、参考バナー、使用する景品写真、デザインルールを渡した。興味を引く1枚目と、内容・予約導線を示す2枚目に分け、コピー、写真配置、装飾、空白のCTAボタンまで制作指示として整理した。写真の利用許諾は公開版の再現条件として別途確認する。 - イベントの確定情報、対象者、写真、予約導線をそろえる - 興味喚起と内容説明に分けたストーリーズ構成を決める - 各画面のコピー、写真配置、装飾、CTA位置を作る - 担当者とデザイナーが事実・権利・見やすさを確認する 人が確認すること イベント日時、景品、参加条件、予約方法が確定情報と一致するか、写真の利用許可、スマートフォンでの文字可読性、CTAの遷移先を担当者が確認する。	提出者は、ストーリーズの企画構成とデザイナーへの依頼作成を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。興味喚起と内容・予約導線を2枚に分け、制作意図を具体的に伝えられるようになった。予約数への効果は未確認である。 月に数回のイベント告知で使われ、コピー、写真、余白、CTAの要件を一つ制作指示としてまとめられた。 適用時の注意 - イベント内容、景品、参加条件は確定情報だけを使う - 添付画像の著作権、肖像権、利用範囲を確認する - 生成案は実機表示とInstagramの広告・掲載ルールを人が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

興味喚起と予約導線を画面ごとに分けることで、デザイナーへ狙いを具体的に伝えやすくなった。

住宅会社の長尺YouTube動画11本をAPIで横断比較

課題	解決策	成果
動画担当者はYouTube Studioで動画を1本ずつ開き、再生数、視聴維持率、視聴時間、流入元、獲得登録者を確認していた。11本の長尺動画を横断比較すると1時間以上かかり、登録者獲得に効く動画や維持率が高いテーマの定期分析が後回しになっていた。	Claude CodeでYouTube Analytics APIの認証と取得項目を整理し、長尺動画の指標を一括取得して比較表とグラフを作る仕組みを構築した。動画別レポート、チャンネル全体の見方、長尺動画の総合分析を分けたHTMLとして出力した。YouTube Studioとの照合実施は元資料で確認できず、公開版では担当者の必須確認にする。 - 対象チャンネル、長尺動画の定義、期間、比較指標を設定する - 必要権限を確認し、少数動画でAPI取得をdry-runする - 動画別指標、グラフ、横断比較をHTMLへまとめる - 担当者がYouTube Studioと照合して分析結果を承認する 人が確認すること 取得期間、動画一覧、指標定義、欠損値、タイムゾーンを確認し、YouTube Studioの合計と一致するかを照合する。少数動画の傾向をチャンネル全体の因果として断定しない。	提出者は、11本の長尺動画を比較する作業を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。再生数だけでなく、視聴維持率、視聴時間、流入元、獲得登録者を横断して確認できるようになった。 月に数回の動画分析で使われ、動画別、チャンネル全体、長尺動画総合の3つの視点をHTMLで見直せる形になった。 適用時の注意 - APIで取得できる指標は権限、期間、動画種別によって異なる - YouTube Studioとの定義差や反映遅延を確認する - 指標の相関だけでテーマや構成の成功要因を断定しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

動画を1本ずつ開かず、長尺動画を同じ指標で横断比較できるようになった。

建築業界の講演音声からYouTube概要欄の要約と見どころを作成

課題	解決策	成果
講演や研究会のアーカイブ動画を公開する際、担当者は動画全編を確認して内容を理解し、概要、見どころ、講演者情報をYouTube概要欄へまとめていた。視聴時間に加えて文章構成にも時間がかかり、決まった形式で継続して作る負担が大きかった。	元の活用では、GeminiにMP3音声と講演情報を渡し、概要、キーポイント、講演者プロフィールを定型形式で作成した。ただし元プロンプトは情報不足時に一般的な経歴の仮置きを求めている。公開版プロンプトではこの指示を削除し、音声や確認済み資料にない経歴・実績は要確認で止める。 - MP3音声または文字起こしと確認済みの講演者情報を用意する - 講演の主題、課題、提案、見どころを音声から抽出する - 概要、キーポイント、講演者情報を定型フォーマットにする - 担当者が発言内容と固有名詞を照合して公開を承認する 人が確認すること 講演者名、会社・役職、開催回、固有名詞、発言要旨を音声と正式情報で照合し、誤解を招く要約や音声にないプロフィールが含まれていないか確認する。	提出者は、動画内容の把握とYouTube概要欄の文章作成を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。MP3を入力することで、毎回同じ構成の概要と見どころを下書きできるようになった。 月1回以下のアーカイブ公開で使われた。元プロンプトの経歴仮置きは誤情報につながるため、公開版では不足情報を要確認として人が補う。 適用時の注意 - 音質や話者の重なりによって内容を誤認する可能性がある - 元プロンプトにあった一般的な経歴の仮置きを使用しない - 著作権、登壇者の公開同意、公開範囲を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

MP3を渡すだけで定型の概要欄を作れるため、内容理解と文章化の負担をまとめて減らせた。

建築会社の広報実績をスプレッドシート更新で反映するメディアキット

課題	解決策	成果
広報担当者は取材、寄稿、登壇依頼に使うメディアキットを更新するたび、掲載実績や登壇歴を集めてWebページを手修正していた。既存資料は情報が完結せず更新性も低かったため、最新状況を反映する作業に毎回約3時間かかっていた。	Claude Codeで、公開用Googleスプレッドシートをデータ源にし、プレスリリース、メディア掲載、登壇、受賞、PRトピックを表示する静的サイトを作った。広報担当者はシートへ行を追加するだけで表示を更新でき、取得失敗時は同梱の代替データを表示する構成にした。代替データの内容確認と取得失敗テストの実施記録は元資料で確認できない。 - 公開する情報項目とスプレッドシートの列を定義する - 個人情報や非公開情報がないテストデータでdry-runする - シート読込、5タブ表示、fallback-data.jsによる代替表示を実装して取得失敗テストを行う - 公開前プレビューを確認し、承認後にGitHub Pagesへ反映する 人が確認すること シートの全行が公開可能か、日付・リンク・件数・会社情報が正しいか、取得失敗時の表示とスマートフォン表示に問題がないかを広報担当者が確認する。	提出者は、メディアキット更新を1回あたり3時間以上短縮したと回答している。Webページを直接編集せず、Googleスプレッドシートへ情報を追加する運用で最新内容を反映できるようになった。 月に数回の更新で使われ、広報データと表示サイトを連携することで、複数カテゴリの実績を同じ手順で管理できるようになった。 適用時の注意 - 公開用シートに個人情報、非公開実績、内部数値を置かない - シートの公開設定や列構成が変わると表示できない場合がある - リンク、表示、取得失敗時の代替データを公開前に確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

Webページを毎回直さず、広報担当者がスプレッドシートへ追加するだけで更新できるようになった。

2つのライフプランPDFを比較し、違いと顧客向け説明文を作成

課題

住宅営業担当者は、数十ページある2種類のライフプラン結果PDFを見比べ、前提や結果の違い、顧客へ伝える注目点を整理していた。比較後は送付文も一から考える必要があり、数値確認と分かりやすい表現の両方に時間がかかっていた。

解決策

元の活用では、Claudeへベース案と条件を変えた案の2つのPDFを読み込ませ、違いと注目点を整理し、顧客へ送るLINE文面を作成した。比較項目や数値差の照合結果は元回答にない。安全に再現する際は、個人条件を架空化し、各記述へ元PDFのページを付け、住宅営業担当者または専門家が全数値を確認する。

- 元の活用では、2つのPDFを読み比べて違いと注目点を整理した
- 元の活用では、顧客へ送るLINE文面を作成した
- 再現時は、比較表の各項目へ根拠ページと要確認を付ける
- 再現時は、担当者が全数値を照合してから説明文を確定する

人が確認すること

年収、支出、資産、家族条件、借入、保険、退職時期などの前提と全数値を元PDFで照合する。AIにプランの優劣、金融助言、契約判断をさせず、顧客送信前に担当者または専門家が確認する。

成果

提出者は、2つのライフプラン結果の比較と顧客向け文面の作成により、1回あたり15～30分を削減できたと回答している。発生頻度は月に数回で、比較精度や顧客反応は元回答に記録されていない。

削減時間と頻度は提出者報告である。比較項目、数値差の照合結果、顧客の理解や反応は確認できていない。

適用時の注意

- 比較結果の正確性を検証した記録は元回答にない
- 顧客反応やプラン選択への影響は記録されていない
- AIの出力を金融助言やプランの優劣判断に使わない
- 実顧客の年収・資産・家族構成などを公開用入力へ載せない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

提出者は、異なるライフプラン結果の比較と要約により作業時間を大きく短縮できたと回答している。

複数拠点のサイネージ画像8枚を確認可能な説明文へ整理

課題	解決策	成果
複数拠点のデジタルサイネージ画像を月ごとに更新する際、担当者は画像ごとの選定理由と来客へ伝えたい印象を社内共有文にしていた。合計8枚分を手入力すると30分～1時間かかり、拠点ごとのコンセプトと文章形式をそろえる負担が大きかった。	元の活用では、Gemini Gemsへ配信月、画像、拠点割り当て、拠点コンセプトを渡し、季節、地域、花言葉等を含む説明文を生成したが、外部事実の出典確認記録はない。公開成果は、画像から確認できる特徴、入力された割り当て、拠点コンセプト、選定意図だけを使う説明文に限定し、外部事実は本文へ入れず出典確認候補へ分ける。 - 配信月、画像順、拠点コード、掲出目的、対象者、必須表記を入力する - 画像で確認できる特徴と入力済みの選定意図だけを抽出する - 主説明文と、季節・地域・花言葉等の出典確認候補を分けて生成する - 担当者が事実と割り当てを確認し、承認後に社内共有する 人が確認すること 画像番号、拠点、被写体、掲出期間、権利を確認する。主説明文に季節、地域、花言葉等の未確認事実が入っていないかを照合し、出典確認候補は採用せず、Chatwork送信は別途承認する。	提出者は、従来30分～1時間かかっていた8枚分の説明文を3分足らずで作成できたと回答している。公開成果として扱うのは、画像から確認できる特徴、入力された割り当て、拠点コンセプト、選定意図だけで構成する説明文下書きである。 月1回以下の更新で使う想定で、季節、地域、花言葉等は本文から除外し、将来使う場合の出典確認候補として分離する。 適用時の注意 - 季節、地域、花言葉等は出典確認未実施の候補であり本文へ採用しない - 画像の順番と拠点割り当てを人が照合する - 社内共有文は下書きとして確認し、承認前に送信しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

画像で確認できる特徴と入力済みの選定意図だけで、拠点別に同じ形式の説明文を作る。

全12回の新入社員研修構成を設計し第1回～第3回の原稿を作成

課題	解決策	成果
人材育成担当者は、新入社員研修の構成を変更するたび、既存スライドを読み直し、新しい全体構成と各回の内容をドキュメントやスライドへ組み直して提案していた。各回のつながり、進行時間、講師・運営者の動きまでそろえる必要があり、起案資料の品質を保つ負担が大きかった。	Claudeに既存研修資料と新しい全12回の構成案を渡し、流用・削除・追加する内容を比較して全12回の役割を設計した。実際に原稿作成を指示した範囲は第1回～第3回で、タイトル、本文、図解案、スピーカーノート、ワーク、運営者の介入ポイントをGoogleスライドへ移しやすい形にした。残りの回の完成は未確認である。 - 既存資料と新しい全12回構成の目的・対象者・時間を確認する - 流用・削除・追加する内容と各回の役割を比較表にする - 第1回～第3回のスライド本文、図解案、ノート、ワークを作る - 人材育成担当者と講師が内容・時間・表現を確認して統合する 人が確認すること 研修目的、社内方針、各回の所要時間、参加者への配慮、講師・運営者の役割を人材育成担当者が確認し、AIが追加した理論や事例を正式教材として採用するか判断する。	提出者は、時間削減よりも研修起案の品質向上を成果として回答している。確認できる成果は、全12回の構成設計と第1回～第3回のスライド原稿作成までである。残りの回は追加指示後の生成を前提としており、完成原稿や生成ログは確認できない。 適用時の注意 - 長い資料と全回分を一度に扱うと出力制限や待ち時間が生じる - 残りの回の完成原稿と生成ログは未確認で本事例の成果範囲外 - 社内理念、制度、講師の意図は担当者が原資料で確認する - AIが作った研修理論や事例を確認せず教材へ追加しない 一度きり・不定期の研修改訂で使われた。担当者が全体構成と最初の3回分を確認してから、残りの原稿作成へ進む設計である。

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

全12回の構成を先に設計し、第1回～第3回の原稿から確認すると調整しやすい。

口頭レクチャーの文字起こしから新人向け業務マニュアルを作成

課題	解決策	成果
新人向けの業務レクチャーは口頭で行われ、後から文書化する際に担当者が録音を読み直して構成を考えていた。ゼロからマニュアルを作る手間が大きく、作成者によって説明の順序や例外対応の詳しさにばらつきが出ていた。	元の活用では、Claudeに口頭レクチャーの文字起こしを渡し、業務目的、事前準備、業務フロー、基本ルール、例外対応、Q&Aの6セクションへ整理してNotionへ保存した。公開版の再現手順では、文字起こしにないルールを要確認として残し、業務責任者がプレビューと保存先を承認してから新規ページへ保存する。 人が確認すること 業務責任者が手順の順序、必要権限、連絡先、例外対応、社内用語を確認し、文字起こしにないルールをAIが追加していないかを照合する。	提出者は、口頭レクチャーから業務マニュアルを作る作業を1回あたり3時間以上短縮したと回答している。6セクションの構成を固定することで説明のばらつきを抑え、Notionで共有しやすい形へ整理できた。 月1回以下のマニュアル作成で使われ、担当者はゼロから章立てを考えず、要確認事項の補足と実務確認に集中できた。 適用時の注意 文字起こしの誤認識や省略により手順を誤る可能性がある 業務ルール、権限、例外時の連絡先は責任者が確認する 録音・文字起こしの同意と保存範囲を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

構成を固定し、不足は要確認として残すことで、作成者によるマニュアル品質の差を抑えやすくなった。

長時間の研修音声のを要約・Q&A・アクション項目へ整理

課題	解決策	成果
長時間の新入社員研修は内容が濃く、手作業で議事録にすると作成時間がかかるうえ、要点や講師の意図が抜け落ちやすかった。受講していない社員への共有や後日の振り返りにも使えるよう、発言の羅列ではなく、背景と行動項目を含む記録へ整える必要があった。	元の活用では、Geminiへ研修音声を読み込ませ、全体要約、時系列、詳細な教え、Q&A・ワーク、アクション項目へ整理し、講義の意図や背景も補って読み物にした。背景補完は音声にない内容を作るおそれがあるため、公開版では発言事実、要約、推論を分け、音声にない背景を要確認で止める。 - 録音同意、共有範囲、話者、音声の分割単位を確認する - テーマ、時系列、教え、Q&A、ワーク、行動項目を抽出する - 発言事実と編集上の要約・推論を分けて議事録を作る - 講師・担当者が確認し、承認後にNotionで共有する 人が確認すること 講師の発言、意図、Q&A、担当者、期限を音声と照合し、AIが背景を作り足していないかを確認する。アクション項目は本人と責任者が合意してから確定する。	提出者は、長時間研修の議事録作成を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。要点とアクション項目を構造化し、未受講者にも内容を伝えやすく、後から振り返れる記録として残せた。 月に数回の研修で使われ、研修ナレッジを蓄積しながら、担当者は議事録作成より振り返りと展開に時間を使えるようになった。 適用時の注意 - 音質や話者の重なりにより発言を誤認する可能性がある - 講師の意図や背景を音声にない内容で補わない - アクション項目の担当・期限は本人と責任者が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

発言の羅列ではなく、教えの背景と次の行動まで整理すると、未受講者にも伝わる記録になる。

複数人のGoogleカレンダーから研修前後の空き時間をランキング

課題

研修前後に打合せを設定する際、担当者は参加者ごとにGoogleカレンダーを開き、共通して空いている時間を目視で探していた。参加者が増えるほど候補抽出に時間がかかり、候補提示後も本人確認と再調整が何往復も発生していた。

解決策

Google Apps Scriptで、研修日、必要時間、検索日数、業務時間、参加者を設定し、Google CalendarのFreeBusy情報から候補枠を抽出した。予定の件名や内容は取得せず、参加可能人数が多い順に並べ、確認できない参加者と上位候補をGoogleスプレッドシートへ表示した。公開版では少人数のdry-run後に候補表だけを作り、予定登録は行わない。

1. 研修日、必要時間、検索範囲、業務時間、参加者を設定する
2. 閲覧同意と権限を確認し、少人数でFreeBusy取得をdry-runする
3. 空き枠を参加可能人数順に並べ、確認不能者とともに表示する
4. 担当者が候補を確認し、参加者へ打診して日程を確定する

人が確認すること

対象者、タイムゾーン、業務時間、昼休み、休日、必要時間、共有権限を確認する。空き表示だけで参加可能と確定せず、本人確認後に日程を決める。

成果

提出者は、最大50人分の空き状況を同時確認し、日程候補の抽出を1回あたり1～3時間短縮したと回答している。参加可能人数の多い順に候補が並ぶため、全員参加が難しい場合も比較しやすくなった。

月に数回の日程調整で使われ、上位50件の候補と確認できなかった参加者を同じシートで確認できるようになった。

適用時の注意

- カレンダーの共有権限がない参加者は正しく判定できない
- 空き時間は参加意思や移動時間まで保証しない
- 参加可能人数だけで決めず、必須参加者と本人都合を人が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

予定内容を見ずに空き枠だけを比較し、参加できる人数が多い候補から確認できるようになった。

研修・ロープレ時間をカレンダーから自動集計

課題	解決策	成果
新人育成の担当者は、複数社員のカレンダーに散在する研修、ロープレ、面談などの予定を目視し、誰がいつ何時間実施したかを計算していた。Excelへ手入力すると抜け漏れや重複が起きやすく、担当者別・カテゴリ別の合計を確認するのに時間がかかっていた。	元の活用では、Claude Coworkに対象者と集計項目を伝え、カレンダーからロープレ、テスト、研修等の予定を抽出して日別・担当者別・カテゴリ別に集計した。公開版では名称キーワードと除外語を設定表にし、重複、取消、分類不能を要確認へ分け、読み取り専用で集計する。 - 対象者、期間、カテゴリ、予定名の分類ルールを定義する - 権限を確認し、短期間・少人数で予定抽出をdry-runする - 日別一覧と担当者別・カテゴリ別の合計時間を作る - 担当者が元カレンダーと照合し、集計結果を承認する 人が確認すること 対象者、期間、予定名、開始・終了時刻、取消予定、重複、カテゴリ分類を元カレンダーと照合する。集計時間だけで育成成果や社員評価を決めない。	提出者は、研修・ロープレ等の時間集計を1回あたり1〜3時間短縮したと回答している。担当者別・カテゴリ別に分類し、手作業では見落としやすい抜け漏れ候補も確認できるようになった。 月1回以下の集計で使われ、対象者名、カテゴリ、出力形式を明確にするほど、日別一覧と合計時間を整理しやすくなった。 適用時の注意 - 予定名が曖昧な場合は正しいカテゴリへ分類できない - カレンダー予定は実施事実や内容の完了を保証しない - 集計結果を人事評価の確定材料として単独で使わない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

対象者、カテゴリ、出力形式を先に決めることで、散在する予定を同じ基準で集計できた。

候補者レジュメの確認済み実績から個別スカウト文・再送文を下書き

課題	解決策	成果
採用担当者は、候補者ごとにレジュメを読み、経歴に合わせた初回スカウト文と再送文を一件ずつ作成していた。対象職種の選定や内容確認も必要で、文面作成だけでも一件あたり約5分かかり、送信件数が多い日に負担が集中していた。	元の活用では、対象職種と候補者レジュメをGeminiへ渡して初回文・再送文を生成し、Claude Coworkで文面出力と確認工程を効率化した。安全に再現する際は、レジュメに明記された実績だけを個別化の根拠にし、会社の強みは確認済み求人資料から3点を選ぶ。候補者の悩みや転職意向は推測せず、採用担当者が確認してから利用する。 - 対象職種と確認済みの求人情報を用意する - 個人情報を必要最小限にした職務経歴を入力する - 初回文、再送文、個別化の根拠、要確認事項を下書きさせる - 採用担当者が事実と表現を確認し、承認後に利用する 人が確認すること 候補者の経歴、求人条件、会社の強み、差出人の立場に誤りがないか確認する。性格・悩み・転職意向を推測せず、候補者選定、送信、再送予約は採用担当者が判断する。	提出者は、文面出力の時間を一件あたり1〜5分削減できたと回答している。初回文と再送文を同じ構成で準備しやすくなった一方、候補者の選定、事実確認、送信、再送予約は人が担う。 レジュメにある実績と求人情報を根拠として併記することで、個別化した箇所を採用担当者が確認しやすい下書きにできる。 適用時の注意 - 候補者の志向や悩みを経歴だけから断定しない - 求人条件や制度は確認済み資料だけを根拠にする - AIは候補者選定や採用判断を行わない - 外部送信と再送予約は人の承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

候補者ごとの着目点と根拠を一緒に出すと、個別感を保ちながら確認しやすい下書きになる。

求人票から採用サイト原稿を作り、社内語混入を公開前に発見

課題	解決策	成果
採用サイトの職種紹介ページは、求人票の事実を確認しながら、制作会社の原稿シートに合わせて項目ごとの文章を考える必要があった。従来は一職種ずつ人が文章を作り、文字数や訴求の調整まで含めて数時間かかっていた。	GeminiとGemini Gemsに求人票と原稿シートの列構成を渡し、ガイド文と文字数条件に沿う記入欄の初稿を作らせた。ただし、学習資料に含まれる社内用語が原稿へ混ざり、そのままWeb掲載できる完成稿にはならなかった。再現時は、職種・対象読者・必須要件・避ける表現・各欄の文字数を一つずつ確認し、求人票にない条件は補わず要確認にする。 - 求人票と原稿シートの項目・文字数目安を用意する - 対象職種、対象読者、必須要件、避ける表現を一つずつ確認する - 項目ごとの原稿と文字数、訴求意図を出力させる - 採用担当者が事実と社外向け表現を確認して修正する 人が確認すること 求人条件、仕事内容、制度、実績が求人票や確認済み資料と一致するかを採用担当者が確認する。社内用語、誇張、属性による決めつけを除き、各欄が指定文字数内かを掲載前に再計測する。	提出者は初稿作成を1回あたり1～3時間削減できたと回答した。一方で社内用語が混ざり、そのまま公開できないことも判明したため、成果は完成稿ではなく、公開前チェックが必要な初稿と確認項目の発見である。 求人票だけを根拠に社外読者へ通じる表現へ再構築し、修正後の原稿と確認記録がそろうまで採用サイトへ掲載しない。 適用時の注意 - 学習済み資料の社内用語が原稿へ混ざる場合がある - 求人条件や制度をAIに補完させない - 応募者像を固定的な属性で決めつけない - 最終原稿は採用担当者と制作担当者が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	項目と文字数を先に固定すると、制作会社のシートへ移しやすい職種紹介の初稿を作れる。
--------	---

人材アセスメント導入前の費用・検証項目・人事リスクをHTML整理

課題	解決策	成果
人事担当者が人材アセスメントの導入を検討する際、導入目的、運用案、費用、トライアル結果を別々に整理する必要があった。情報量が多く、経営判断に必要な論点を網羅して比較資料へまとめるには数時間かかることが想定された。	元の活用では、Claude Codeで導入提案、長期費用案、少人数トライアルの個人別分析をHTML資料へまとめた。ただし、製品機能・料金・診断の妥当性や個人評価への利用範囲は十分に検証されていない。公開版では個人データを扱わず、公式資料と見積日を基に、検証仮説、対象、費用、評価指標、バイアス・個人情報・労務法務の確認事項だけを整理する。 - 導入目的と現状課題、比較したい選択肢を整理する - 公式資料と見積日から確認済みの機能・費用を抽出する - 個人評価を除き、仮説・未確認事項を分けてHTMLを生成する - 人事担当者と決裁者が内容を確認し次の検証を決める 人が確認すること 製品機能、料金、見積時点、診断の妥当性、個人データの扱いを人事・個人情報・経理の担当者が確認する。採用、配置、評価、処遇は診断やAIだけで決めない。	提出者は資料整理と検証を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。目的に照らして複数回見直せる資料は作れたが、診断の妥当性、費用、個人への適用、導入効果は未確認である。 公開教材として再利用できるのは個人評価を含まない導入要件整理までであり、元の個人別分析を採用・配置・評価の根拠として推奨しない。 適用時の注意 - 診断値は個人の能力や将来成果を保証しない - 個人別結果は公開用資料へ掲載しない - 費用や機能は提供元の確認済み資料で再確認する - 人事判断は複数の情報と人による面談を踏まえる

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	導入前の仮説と試行後の観察を分けると、ツールの印象ではなく検証結果を基に話し合える。
--------	--

防蟻材の種類・耐久性・安全性を根拠付き比較資料へ整理

課題	解決策	成果
住宅営業担当者は、防蟻材の種類や作用の考え方、耐久性、安全性を顧客へ説明するために、専門情報の調査と資料デザインを同時に進める必要があった。技術的な前提を一人で整理するのが難しく、説明が経験則や曖昧な表現に寄りやすかった。	元の活用では、Claudeに防蟻材の種類・理論・比較を調査させ、顧客説明用のPowerPointを生成した。公開用の再現手順では、比較対象と評価軸を先に定義し、発行元・発行日・該当ページが確認できる技術資料だけを根拠にする。事実と解釈を分け、条件なしに優劣を断定せず、技術担当者の確認後に資料化する。 1. 比較対象と顧客が知りたい論点を整理する 2. 根拠資料の発行元・発行日・該当ページを確認する 3. 作用・耐久性・安全性・制約を同じ軸で比較する 4. 技術担当者の確認後に顧客説明用スライドへ整える 人が確認すること 材料区分、作用の説明、耐久性、安全性、適用条件、施工・維持管理上の注意、根拠資料の版を技術担当者が確認する。条件の違う情報を単純比較せず、未確認事項を優劣の結論に使わない。	提出者は、防蟻材の種類・根拠・比較を整理した顧客説明用PowerPointを作成し、1回あたり1〜3時間を削減できたと回答している。資料の技術的正確性や顧客理解への効果は独立検証されていない。 本事例は、根拠資料の整理、共通軸での比較、説明スライド作成に対象を限定する。特定材料が最も優れているという判断はAIに任せず、建物条件と採用基準を確認できる担当者へ戻す。 適用時の注意 • 材料の性能や安全性は製品・施工条件・維持管理で変わる • 出典不明または版の古い情報を比較根拠に使わない • 特定材料の優位性を条件なしに断定しない • 顧客提示前に設計・施工・品質管理の担当者が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

最初に比較軸と根拠資料をそろえると、専門テーマでも事実と説明上の解釈を分けて伝えやすい。

課題	解決策	成果
経営方針発表のスライドへ入れるイラストは、フリー素材を探して加工していたため、発表内容に合う人物配置や表情をそろえるのに手間がかかっていた。既存素材では、モノクロ漫画調の統一感や必要な場면을表現しにくかった。	Geminiに、モノクロ線画、スクリーントーン、現代的なオフィス、登場人物の配置と仕草、横長の構図を具体的に伝えてイラストを生成した。初回画像を確認し、表情や手の動き、背景の細部を追加指示しながら、発表スライドに合う画面へ調整した。 - スライドで伝える場面と登場人物の役割を整理する - 画風、構図、表情、仕草、背景を具体的に指定する - 生成画像を確認し、不自然な部分を追加指示で直す - 発表資料へ入れる前に権利と表現を人が確認する 人が確認すること 人物の手や表情、画面内の文字、服装、背景に不自然さがないか確認する。実在社員に似せる場合は本人同意を取り、利用条件も確認する。	提出者はイラスト探しと加工を1回あたり1〜3時間削減できたと回答している。発表内容に合わせたモノクロ漫画調の素材を用意し、画風をそろえやすくなったが、発表内容の理解や反応への効果は未確認である。 初回の指示だけでは表情や仕草が不足したため、生成結果を見ながら細部を追加する反復が品質向上に有効だった。 適用時の注意 - 生成画像の人物や手、文字は崩れる場合がある - 実在人物や既存作品への過度な類似を避ける - ロゴや機密情報を画像へ入れない - 利用媒体に応じて生成物の権利条件を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

画風だけでなく、人物の位置、視線、手の動きまで分けて指定すると、発表内容に合う画像へ近づけやすい。

AI活用講座の原稿からNotebookLM手順付き研修HTMLを生成

課題	解決策	成果
社内でAI活用の講座を継続するには、講座原稿を研修用のガイドへ整え、操作手順やプロンプト例を受講者が実践できる順序で掲載する必要があった。毎回ゼロからHTMLの構成と見た目を作ると、資料作成に大きな工数がかかっていた。	元の活用では、Claude Codeに講座原稿と既存ガイドを渡し、見出し、操作手順、NotebookLMで使う指示例を共通構成のHTMLへ整理する生成手順を作った。プレビュー、表示テスト、上書き回避の実施記録は元回答にないため、公開版の再現手順として、構成確認、テスト用HTML、別名保存、ブラウザ・印刷確認を追加する。 - 講座原稿と参考ガイド、必須セクションを用意する - 公開版の再現では見出し構成と不足情報を先に確認する - テスト用HTMLを別名生成し、表示・リンク・印刷を確認する - 研修担当者の承認後に正式版候補として保存する 人が確認すること 講座内容の正確性、NotebookLMの操作説明、プロンプト例、社内情報の混入を研修担当者が確認する。公開版の再現時は、PC・スマホ・印刷表示と別名保存も確認する。	提出者は研修ガイド作成を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。原稿と構成案から同じ形式のHTMLを生成しやすくなり、講座資料の見た目と操作説明をそろえる土台ができた。 NotebookLMの指示例と操作順もガイド内へまとめられ、受講者が講座後に同じ流れを試せる資料になった。 適用時の注意 - 元原稿にない機能や手順をAIに補完させない - ツール画面や操作は提供時点で人が再確認する - 既存ガイドを無断で上書きしない - 受講者情報や認証情報をHTMLへ含めない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

原稿と共通構成を分けておくと、講座ごとに内容を差し替えながら見た目をそろえられる。

設計打合せの確定事項をフェーズ別承諾書として書面化

課題	解決策	成果
設計打合せでは、決定した内容が後から変更されて手戻りが生じることがあり、フェーズごとの確定事項を顧客と社内で確認する共通書式もなかった。担当者ごとに記録方法が異なり、どの時点で何を確認したかを同じ粒度で残しにくかった。	元の活用では、Claude Codeと対話しながら、プランFIX、詳細打合せ、着工前引継ぎの各段階で確認する項目と署名欄を持つ承諾書を、GASを使ってGoogleドキュメントで作成する仕組みを構築した。契約・約款・変更手続との整合や法的効力を確認した記録は元回答にない。 - 打合せフェーズごとの確認事項リストを共有した - 署名欄・レイアウト・確定事項の見せ方を対話で改善した - GASでGoogleドキュメントの承諾書を作る仕組みを構築した - 再現時は、契約・約款・変更手続との整合を責任者が確認する 人が確認すること 各フェーズの確認事項、確定の定義、変更可能範囲、変更手続、契約・約款との整合、説明文、署名欄の運用を設計責任者と契約実務責任者が確認する。承諾書の法的効力や紛争防止効果をAIに判断させない。	提出者は、時間削減ではなく品質向上の事例として、フェーズごとの確認事項と署名欄を持つ承諾書を作成し、合意内容の書面化が顧客と社内の認識統一に役立つと回答している。手戻りやトラブルの減少件数は記録されていない。 実成果は承諾書と生成の仕組みである。実際の署名取得件数、法的効力、手戻り・紛争の削減効果は確認できていない。 適用時の注意 - 承諾書の法的効力は元回答から確認できない - 手戻りやトラブルの削減件数は記録されていない - 確定事項や変更不可範囲をAIだけで決めない - 契約・約款・正式な変更手続に置き換えて使用しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

提出者は、署名欄・レイアウト・フェーズ構造を対話しながら短時間で形にできたと回答している。

社内資料の過去サウナ見積を探し資金計画の根拠候補を整理

課題	解決策	成果
住宅営業担当者は、サウナを含む資金計画を作る際、過去に同種の提案や工事があったかを複数の担当者へ聞き、社内資料を一つずつ探していた。参考になる見積や費用範囲へたどり着くまで時間がかかり、初期予算の根拠をそろえにくかった。	元の活用では、Claude Coworkへ社内資料内に参考になるサウナ見積や資料があるかを依頼し、過去資料から候補を抽出した。検索範囲の承認、読取専用設定、原本照合の実施記録は元回答にない。安全に再現する際は、承認済みの資料領域だけを読取専用で検索し、候補ごとに作成時点・費目・対象範囲・除外項目を整理したうえで、担当者が原本を確認してから参考情報として使う。 - 元の活用では、サウナ関連の過去資料を検索して候補を抽出した - 再現時は、検索を許可する資料領域と検索語を決める - 再現時は、読取専用で候補を探し、作成時点・費目・対象範囲・除外項目を整理する - 再現時は、担当者が原本を確認し、現行見積とは分けて参考情報として扱う 人が確認すること 再現時は、検索権限、対象資料、顧客情報、作成時点、数量、税の扱い、設備費と工事費、含まれない費用、案件条件の違いを確認する。過去資料だけで現在の見積金額や採用可否を確定しない。	提出者は、社内資料から過去のサウナ見積や関連資料の候補を抽出し、資金計画の参考情報を探す作業で1回あたり30分～1時間を削減できたと回答している。活用は一度きり・不定期で、抽出した費用を現在の案件へ適用した実績は元回答にない。 元回答には、候補抽出後に比較表を作成したこと、担当者が原本を確認したこと、現行見積へ反映したことの記録はない。 適用時の注意 - 過去の価格や仕様が現在も有効かは元回答から確認できない - 設備費・施工費・付帯工事の範囲を比較した実施記録は元回答にない - 顧客名・実金額・製品型番は公開用の例へ載せない - 再現時に資金計画へ反映する前は、担当者が原本と現行条件を確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

提出者は、キーワードだけで社内資料から必要な内容を抽出できたと回答している。

モデルハウス出店稟議に必要な6つの判断材料をプロンプト化

課題	解決策	成果
モデルハウスの出店判断では、来場者分布、市場相場、競合状況、候補地の収支や立地リスクを複数人で集め、稟議へまとめる必要があった。調査に数日かかることがあり、相場や代替候補の根拠が不足すると差し戻しも起きていた。	元の活用では、来場分布、価格妥当性、交渉余地、収支、候補網羅性、立地健全性を同じ順序で確認するプロンプトをClaude Coworkで作った。実データを使った調査、稟議完成、出店判断の精度は元回答だけでは確認できない。再現時は、入力資料の出典と確認日、標準・強気・弱気の計算前提、反対材料、不足値を明示し、専門担当の確認用資料に限定する。 - 判断材料6群と各資料の出典・確認日を定義する - 不足資料、未確認値、反対材料をAIに洗い出させる 3シナリオの収支式と候補比較のひな型を作らせる - 担当者が原資料・現地・専門論点を確認してから使う 人が確認すること 来場集計、市場資料の出典と時点、原価、粗利、用途・道路・災害条件を経営・財務・不動産・設計の担当者が確認する。出店可否、価格交渉、投資判断はAIへ委ねない。	提出者は1回あたり3時間以上を削減できたと回答しているが、確認できる成果は6つの判断材料を漏れなく並べるプロンプトの作成までである。実データによる稟議完成、出店判断の精度、投資成果は未確認である。 来場分布、価格、交渉余地、収支、候補網羅性、立地健全性を同じ順序で確認する型として使い、数値や法規は原資料と専門担当へ戻す。 適用時の注意 - 市場データの時点と出典を必ず確認する - 法規・災害・道路条件は行政や専門家へ確認する - 収支は原資料と担当者の検算を必要とする - AIの候補推奨だけで出店を決定しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

来場分布と相場、収支、立地リスクを分けて並べると、出店判断で不足している根拠を見つけやすい。

複数の宿泊物件の5年ロードマップと簡易損益案をHTML化

課題	解決策	成果
複数の宿泊物件について、中期の開業工程、役割別タスク、KPI、物件別の損益を一つのロードマップへまとめる必要があった。事業計画を精緻にするほど表が複雑になり、人が構成と計算を整えるには多くの時間がかかっていた。	元の活用では、物件ごとの開業時期、運営形態、役割、売上・経費・価格係数などの前提をClaudeへ入力し、5年ロードマップと物件別の簡易損益を単一HTMLへまとめた。入力値の確認や専門家確認の完了は元回答にない。安全に再現する際は、未確定値を要確認にし、計算式、含む費用・含まない費用、3シナリオ、版番号を表示して別名生成する。 - 物件別の工程・役割・売上・経費・KPI前提を整理する - 未確定値、算入・除外費用、専門確認項目を質問させる 3シナリオの年次ロードマップと簡易損益をHTML生成する - 担当者が計算と工程を検算し、専門担当へ確認する 人が確認すること 開業時期、売上・稼働・単価・経費の前提、計算式、法的な営業区分、税務・会計、保険、融資条件を原資料と担当者・専門家で確認する。AIの収支を確定値にしない。	提出者はロードマップ作成を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。複数物件の工程、役割、KPI、簡易損益を同じHTMLで見渡せる案を作れたが、数値妥当性と実行可能性は未承認である。 構造、数値ロジック、表記、役割別タスクを段階的に直せる点が価値であり、投資判断や確定収支ではなく検証用の計画案として使う。 適用時の注意 - 売上・稼働・経費の前提は実績を保証しない - 税務・会計・法務・融資は専門家確認が必要 - 計算式と原資料の数値を人が検算する - 未確定の開業日や役割は要確認のまま残す

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

工程、役割、KPI、損益を同じ時間軸で並べると、物件ごとの前提差と確認漏れを見つけやすい。

宿泊2物件の月次収支・予実・返済後CFをExcelで比較

課題	解決策	成果
複数の宿泊物件について、月次損益、返済後キャッシュフロー、複数シナリオ、予実管理、日次入力をExcelで一つずつ作る必要があった。物件ごとの稼働期間、単価、費用、借入条件が異なり、表構成と計算式を手作業で整える工数が大きかった。	元の活用では、既存シミュレーションを基に、前提、物件別月次損益、シナリオ比較、予実管理、日次入力など10シートのExcelと操作マニュアルをClaude Coworkへ作成させた。計算精度や専門家検算の完了は元回答にない。安全に再現する際は、入力セルと計算セルを分け、数式、単位、税込税抜、期間、借入返済、原本合計を検算する。 - 物件別の確認済み前提と原本データを整理する 10シートの損益・比較・予実・日次入力構成を決める - 数式入りExcelと操作マニュアルを別名生成する - 担当者と専門家が原本突合・セル検算して承認する 人が確認すること 売上、経費、税、端数、借入返済、稼働期間、計算式を原本と突合する。税務・会計・融資の扱いは担当者と専門家が確認し、AIの計算だけで投資判断をしない。	提出者は収支計画作成を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。月次損益、シナリオ比較、予実管理、日次入力を同じExcelで扱う案を作れたが、計算精度、運用結果、投資判断への有効性は未確認である。 本事例は、中期ロードマップではなく、月次計算・予実・返済後キャッシュフローをセル単位で検算できる詳細Excelに対象を限定する。 適用時の注意 - 売上・稼働・経費の前提は将来実績を保証しない - 借入・返済・税務・会計は専門家確認が必要 - 原本と計算式をセル単位で検算する - 物件固有の金額や住所を公開用データへ含めない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

入力値、計算値、シナリオを分けておくと、収支が変わった理由と確認すべき前提を追いやすい。

不動産仕入稟議の不足情報を質問し、下書きを作成

課題	解決策	成果
不動産の仕入稟議では、物件資料、原価、周辺成約事例、災害リスク、修繕や告知事項を確認し、出口戦略まで説明する必要があった。構想から文章化まで3時間以上かかり、必要情報の抜け漏れも起こりやすかった。	Gemini Gemsに物件資料とヒアリング内容を渡し、原価、出口価格の根拠、権利・告知・災害リスクなどの不足項目を先に質問させた。情報がそろった後に、案件概要、原価、物件評価、複数の販売価格案、進行状況、担当者見解の順で仕入稟議の案を作らせた。再現時は、原資料・現地・専門家確認前の下書きであることを明記する。 - 物件資料、原価、取引事例、リスク情報を用意する - AIに不足項目と矛盾を質問させる - 挑戦価格・通常価格・撤退上限を含む稟議案を作る - 担当者・専門家・決裁者が原資料と現地を確認する 人が確認すること 原価、粗利、相場、権利、災害、インフラ、管理状況、告知事項を原資料と専門家で確認する。仕入可否や販売価格はAIの文章だけで決めない。	提出者は仕入稟議の構想と下書きを1回あたり3時間以上削減できたと回答している。原価、出口価格、権利、災害、告知の不足項目を先に並べられるが、仕入可否や販売成果は確認されていない。 AIが作るのは承認済み稟議ではなく、不足資料と価格シナリオを含む下書きである。仕入可否と価格は原資料・現地・専門家確認後に人が決裁する。 適用時の注意 - 相場や成約事例の時点と比較条件を確認する - 権利・告知・災害・法務は専門家確認が必要 - 物件固有の住所や金額を公開用データへ載せない - AIは仕入承認や価格決定を行わない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

稟議を書く前に不足資料を洗い出すと、原価・出口・リスクの根拠をそろえてから判断材料を作れる。

買取再販の販売価格・リカバー条件・担当期限を計画書案へ整理

課題	解決策	成果
買取再販の販売戦略は、断片的な物件情報から目標価格、利益、販売手順、値付け変更の条件、担当タスクを組み立てる必要があった。戦略の立案から上席へ提出できる企画書に整えるまで、1時間以上かかっていた。	元の活用では、物件概要、原価、販売価格案、販売対象、担当者を Gemini Gemsへ入力し、プロジェクト概要、利益比較、販売戦略、リカバー策、期限付きアクションを計画書案へ整理した。販売実績や計画の妥当性は元回答で確認できないため、再現時は確認済み数値だけを使い、価格変更の条件と担当を責任者が確認する。 - 物件概要、原価、価格案、販売対象を整理する - 不足する根拠と担当・期限をAIに質問させる - 利益比較と販売戦略を含む企画書案を作る - 担当者 と 上席 が 相場・数値・実行条件を確認する 人が確認すること 仕入原価、販売経費、粗利、相場、販売対象、価格変更条件、担当者 と 期限を確認する。権利・告知・契約上の論点は専門家へ確認し、AIだけで販売方針を確定しない。	提出者は販売戦略の立案と文書化を1回あたり1～3時間削減できたと回答している。利益比較、販売施策、リカバー条件、担当別タスクを一つの下書きへ整理できたが、販売成果は未確認である。 曖昧な意気込みを避け、価格変更の発動条件、担当、期限、見直し順を明示することで、上席が実行前提を確認しやすい計画案にできる。 適用時の注意 - 価格と粗利は最新の原価・相場で再計算する - 販売期間や反響をAIに断定させない - 権利・告知・契約は専門家確認が必要 - 価格変更と販売方針は責任者が承認する - 販売成果や成約時期をAIに保証させない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

販売計画に発動条件と担当・期限を入れると、反響が弱い時に何を変えるかまで事前に共有できる。

受注データを町名別に抽出し、新規開拓エリアの過去実績を確認

課題	解決策	成果
新規開拓エリアの受注実績を確認するたびに、複数の管理表から対象ブランドと住所列を選び、地区別件数を集計する必要があった。社内の集計担当者へ依頼し、関数を組んで結果を出すまで半日ほどかかっていた。	Claude Coworkに、対象とする管理表、除外するブランド、住所列、抽出するエリア名を明示し、過去データへ直近分を加えたうえで対象地区の受注件数を集計させた。該当行と集計根拠も一覧化し、重複、表記ゆれ、対象外データを人が確認した。 - 対象表・対象ブランド・住所列・地区名を指定する - 過去データと直近データの列をそろえる - 地区別件数と該当行の根拠一覧を出力させる - 重複・表記ゆれ・対象外ブランドを人が検算する 人が確認すること 対象表とブランド、住所の表記ゆれ、重複受注、取消案件、集計期間を確認する。個別顧客や詳細住所は集計結果へ出さず、エリア単位に限定する。	提出者はエリア別集計を1回あたり1～3時間削減できたと回答している。対象町名の過去受注件数と該当行を確認しやすくなったが、将来需要や地域全体の市場規模を示すものではない。 関数作成と抽出をAIへ任せられる一方、Excelの見た目を整える作業は残った。判断できる範囲は自社データ内の過去受注実績に限定する。 適用時の注意 - 住所の表記ゆれや町名変更で抽出漏れが起こり得る - 受注件数だけで将来の市場規模を断定しない - 顧客名や詳細住所を集計結果へ含めない - 対象期間・ブランド・取消条件を人が確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

対象表、住所列、除外データを先に固定すると、地区別集計の根拠を追いやすくなる。

請負契約時に渡す案内PDFのひな型をAIと設計

課題	解決策	成果
請負契約時に顧客へ渡す案内資料は、営業担当者が毎回手作りしていた。掲載項目の基準がなく、契約当日の流れ、電子署名に必要なもの、契約金の案内などに抜け漏れや表現のばらつきが生じやすかった。	元の活用では、ClaudeとClaude Codeで契約時の説明項目を洗い出し、当日の流れ、電子署名に必要な端末、契約金と振込方法をA4一枚へまとめるPDFを生成した。ただし元指示には固定の口座情報と表記誤りが含まれていた。公開版では顧客名、金額、口座、名義、日付を入力欄へ置き換え、法務・営業・経理の承認後だけ差し込む。 - 契約時に説明する項目を営業・経理と整理する - 当日の流れ、必要物、支払案内の構成を作る - 個別情報を入力欄にした編集可能原稿とPDFを別名生成する - 全ページを確認し、関係部署の承認後に契約ごとに利用する 人が確認すること 契約の流れ、約款・保険の説明、電子署名手順、契約金額、振込先、名義、顧客情報を法務・営業・経理が原契約と照合する。PDFだけで契約説明を完結させない。	提出者は案内PDFの設計と作成を1回あたり1～3時間削減できたと回答している。掲載項目を標準化する土台はできたが、元指示にある表記誤りと機微情報の修正・承認が終わるまでは再利用・公開できない。 何を載せるべきかの整理からAIと対話した点が価値であり、固定情報をそのまま使うのではなく、契約ごとに承認済み情報を差し込むひな型へ改修する。 適用時の注意 - 契約・支払・電子署名の説明は関係部署が確認する - 契約金額や振込先をAIに推測させない - 顧客ごとの条件は原契約と照合する - テンプレートは正式な契約書や重要事項説明を代替しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

個別情報を入力欄へ分けると、契約ごとの確認を残しながら案内の構成をそろえられる。

マーケティング実績をSVGグラフ化し発表スライドを即時更新

課題	解決策	成果
経営方針発表のスライドは、実績数値の差し替え、グラフ作成、レイアウト調整をGoogleスライド上で手作業していた。作成に数日かかることがあり、上司のフィードバック後も修正箇所ごとに作業が発生し、ブランド表現の統一も難しかった。	元の活用では、Gemini、Claude、Claude Codeを使い、来場予約、SNS、動画などのマーケティング実績と発表原稿から、ブランド用HTMLスライド、SVGグラフ、PPTXを生成した。上司の指摘や画面画像を渡し、修正した。dry-run、差分承認、前版への復旧は元回答にないため、公開版の再現手順として追加し、数値・軸・凡例を全ページ確認する。 - 発表原稿、確認済み実績、ブランド条件を用意する - dry-runでスライド一覧とグラフ仕様をプレビューする - テスト生成後に全スライドの画像と数値を確認する - 修正差分を承認し、正式版のPPTXを生成する 人が確認すること 実績数値、期間、単位、グラフ軸、凡例、注記、発表原稿との一致を経営資料責任者と数値オーナーが確認する。指示範囲外の変更がないか全ページ画像で確認する。	提出者は資料作成と修正を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。マーケティング指標をSVGグラフへ反映し、数値変更を短時間で更新でき、画像を使った修正指示でブランド表現をそろえやすくなった。 本事例は、マーケティング指標のSVG自動描画、画像フィードバック、PPTX化に対象を限定する。 適用時の注意 - 実績数値と着地見込みを混同しない - グラフ軸や単位の誤りを全ページで確認する - 未公開の経営数値は閲覧権限を限定する - テンプレート変更は差分承認後に行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

発表データとデザインを分けてテンプレート化すると、数値差し替え後も同じ品質で見直しやすい。

宿泊事業の2年工程案を物件別・共通業務のExcelガントへ整理

課題	解決策	成果
複数物件の開業準備と事業全体のタスクを、設計、工事、許認可、運営、経理などに分けてExcelガントチャートへ整理する必要があった。担当、依存関係、マイルストーンまで手作業で配置すると、一日ほどかかっていた。	元の活用では、詳細な物件名、担当者、日付、費用、許認可、工事タスクをClaudeへ渡し、openpyxlで全体フロー、物件別工程、共通業務、凡例を持つExcelガントチャートを生成した。日付や実現可能性の専門確認は元回答にない。公開版では固有情報を一般化し、未確定日を仮置きと明示して、依存違反や日付逆転を検査する。 - 物件別・共通業務のタスクと担当役割を整理する - 開始・終了予定、依存関係、マイルストーンを入力する - 日付軸とフェーズ色を持つ数式入りExcelを生成させる - 日付・依存・空欄を検査し、各担当が工程を確認する 人が確認すること 確認申請、消防、行政手続き、工事期間、外部委託、融資・税務の予定を各担当と専門家が確認する。AIの工程案だけで開業日や工期を確定しない。	提出者はガントチャート作成を1回あたり3時間以上削減できたと回答している。物件別工程と共通業務を同じ日付軸へ並べ、担当、依存関係、マイルストーンを見渡せるExcel案を作れた。 元の詳細日付は未確認の計画値であり、設計・施工・消防・行政・税務・融資の確認前は確定工程や約束日として使わない。 適用時の注意 - 許認可や工事日程は行政・設計・施工担当へ確認する - 確定前の日付を約束日として扱わない - 税務・融資・契約工程は専門家確認が必要 - 進捗変更は担当者の承認を反映して管理する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

全体フローと物件別タスクを同じ日付軸へ置くと、依存関係と遅れの影響を確認しやすい。

不動産会議のAI議事録で発言者誤記と議題外情報を発見

課題	解決策	成果
不動産会議を文字起こしから議事録にする際、発言者名の誤りや、主要議題と関係のない行動報告が混ざっていた。数値、案件課題、リカバー策、次月見込みへ絞り直すため、毎回約10分の修正が必要だった。	元の活用では、Gemini Gemsへ出席者候補を4名に固定して発言者を分類させ、数値、案件課題、リスク、リカバー策、次月見込みの順に議事録を作った。この強制分類が発言者誤記を再発させるため、公開版の再現手順では話者不明を許容し、根拠発言、提案と決議、担当・期限を分け、出席者が原音声と照合する。 1. 文字起こしと会議の正式な議題を用意する 2. 対象外の行動報告と雑談を除外させる 3. 議題別に根拠発言・数値・課題・担当・期限を整理させる 4. 話者不明を残し、出席者が原音声と決議内容を確認する 人が確認すること 発言者、案件、金額、期限、担当、提案と決議の区分を出席者が原音声・原資料と照合する。聞き取れない箇所や話者不明は推測で補わず要確認にする。	提出者は1回あたり5～15分削減できたと回答した一方、発言者名や議題外情報の修正に約10分かかる課題も残った。したがって、成果は完成議事録ではなく、誤記を検出しやすい項目構成と改善点の把握である。 話者を候補者へ強制分類せず、数値、課題、リカバー策、次回見込みを根拠発言とともに出す手順を検証してから再利用する。 適用時の注意 • 文字起こしだけで発言者を断定しない • 数値・金額・期限は原資料と出席者で確認する • 顧客名や物件名を公開用データへ含めない • 会議で決議されていない行動を追加しない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

議題外の報告を除き、リカバー策を担当・内容・期限に分けると、次回確認しやすい議事録になる。

Claude Codeの誤削除・情報漏れを防ぐ安全ルールを整備

課題	解決策	成果
Claude Codeを業務フォルダで使う際、削除、秘密情報の読込み、危険なコマンド、外部送信に関する禁止事項が明文化されていなかった。利用者ごとに判断が変わると、誤操作や情報漏れにつながる不安があった。	元の活用では、ClaudeとClaude Codeで、直接削除せず退避する、秘密情報を開かない、危険操作を禁止する、外部送信は人の明示指示がある場合だけ行う、という運用ルールを文書化した。既存ルールへ追記する際の差分承認と、OS・ツール側の権限制御は元回答にないため、安全な再現手順として別に確認する。 - 既存ルールの有無と適用範囲を確認する - 削除・秘密情報・危険操作・外部送信の基準を整理する - 不足する安全ルールの差分をプレビューする - 管理者承認後に追記し、想定例で動作を確認する 人が確認すること 既存ルールとの矛盾、適用範囲、禁止操作、退避先、外部送信の承認者を情報セキュリティ・システム管理者が確認する。秘密ファイルは開かず、OS・ツール側の権限も併用する。	時間削減ではなく安全性の向上を目的とした事例である。削除は退避、秘密情報は非読込、危険操作は禁止という基準が明文化され、AIへ作業を任せる際の不安を減らせた。 外部送信も明示承認がある場合だけと定めたことで、ローカル作業と外部状態を変える操作の境界を共有しやすくなった。 適用時の注意 - ルール文書だけで技術的な権限を完全には制限できない - OSやツール側の権限制御も併用する - 既存ルールとの矛盾は管理者が解消する - 外部送信はプレビューと明示承認後に限定する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	削除、秘密情報、外部操作の境界を先に明文化すると、AIへ任せられる範囲を判断しやすい。
--------	---

Claude Codeの初期設定を標準化する導入手順書を作成

課題	解決策	成果
Claude Codeの導入時、作業フォルダ、安全ルール、検証方法を利用者ごとに手作業で設定していた。構成や禁止事項がばらつき、新しく使い始める人は何から準備すればよいか分からず、教える側にも説明負担があった。	元の活用では、ClaudeとClaude Codeで、利用者への確認、標準フォルダ、安全ルール、検証スクリプト、完了報告を含む導入手順書テンプレートを作った。複数環境への適用試験や自動構築の完了は元回答だけでは確認できない。再現時は、作成予定ファイル、既存環境との差分、検証、ロールバックを先に示し、実ファイル適用を別工程に分ける。 - 利用者の業務と保存対象、権限を確認する - 標準フォルダと安全ルールの案を作る - テスト用ファイルで禁止事項と検証方法を確認する - 利用者と管理者が完了チェックを行う 人が確認すること 利用者のOS・権限、保存先、退避方法、秘密情報、外部送信の承認者、作成予定ファイルを情報セキュリティ・システム管理者が確認する。既存環境は差分承認なしに変更しない。	提出者は初期設定と手順書作成を1回あたり1～3時間削減できたと回答している。導入項目と説明内容を標準化するテンプレートはできたが、新しい利用者の環境へ安全に自動適用できることは未検証である。 利用者への質問から検証と完了報告までをチェックリストにしたことで、教える側が毎回同じ内容を口頭説明する負担も軽くなった。 適用時の注意 - 利用者の権限やOS差に応じた調整が必要 - 手順書だけで権限制御を完全には代替できない - 既存環境は差分確認なしに変更しない - ツール仕様変更時は管理者が手順を再確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感 利用者確認、安全ルール、テスト、完了確認を同じ順序にすると、初めての人にも説明しやすい。

名簿を貼るだけで座席配置できるオフラインHTMLツール

課題	解決策	成果
社内イベントの座席表をExcelや手書きで作っていたため、人数変更や当日の欠席が出るたびに配置を作り直していた。シアター形式とグループテーブル形式で別々の様式を管理する必要があり、直前変更への対応に手間がかかっていた。	元の活用では、Claude Codeで、名簿を貼ると人名タグを作り、ドラッグ＆ドロップで席へ配置できる単一HTMLツールを開発した。シアター形式とグループテーブル形式、横向き印刷、ブラウザ内保存に対応した。架空名簿テストや外部通信の検証記録は元回答にないため、公開版では実名利用前に通信、保存、消去、印刷を確認する。 - 名簿の入力形式と必要な座席形式を決める - 公開版の再現では架空名簿で画面と配置機能をテストする - 移動・欠席・印刷・保存・復元をテストする - 担当者承認後に実名簿をローカルで読み込む 人が確認すること 名簿の人数、重複、未配置者、席数、通路、印刷結果、外部通信の有無を担当者が確認する。実名簿は共有PCへ残さず、ブラウザ保存の有効化、保存期間、消去方法を決める。	提出者は座席表の作成と変更を1回あたり15〜30分削減できたと回答している。人名タグを画面上で移動でき、欠席や席替えへ対応しやすくなったが、端末内に名簿が残る安全性は別途確認が必要である。 インストールやネット接続を必要としない単一HTMLのため、イベント担当者へ同じツールを渡して使える形になった。 適用時の注意 - ブラウザ内保存は端末利用者から見える可能性がある - ブラウザ内保存は既定で無効とし必要時だけ有効化する - 名簿の共有・保存期間を組織ルールで定める - ブラウザ差と印刷倍率を事前にテストする - 未配置者と重複配置は人が最終確認する

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

名簿をタグ化して画面上で動かせると、直前の欠席や席替えにも配置を崩さず対応しやすい。

測量PDFの座標を抽出・表化し、Jw_cad入力を準備

課題	解決策	成果
設計担当者は、測量資料がPDFしかない場合、敷地図をCAD化する前に多数の座標を画面から読み取り、手作業で転記する必要があった。桁数の大きい数値が連続するため、点名、符号、小数点、並び順の転記ミスが起きやすく、入力準備にも時間がかかっていた。	元の活用では、Claudeへ測量PDFを渡し、Jw_cadで敷地図化する前工程として、資料内の座標データを抽出して表にした。正確なベクトルデータや敷地図の自動完成には至っていない。安全に再現する際は、出力を入力候補に限定し、測量士または設計者が原PDFと全点照合する。 - 測量PDFから点名と座標を抽出した - 抽出した座標を表形式に整理した - Jw_cadで敷地図化する前工程へ利用した - 再現時は、測量士または設計者が原PDFと全点照合する 人が確認すること 測量士または設計者が、点名、点順、X・Yの対応、符号、単位、小数桁、座標系、原点、閉合の扱いを原PDFと全点照合する。確認前のデータをJw_cadへ確定入力せず、敷地図や座標精度を保証しない。	提出者は、測量PDFから座標を抽出して表化する作業により、1回あたり5〜15分を削減し、敷地図作成前の一工程をAIへ分担できたと回答している。活用は一度きり・不定期で、座標精度や敷地図完成の実績は確認できていない。 AI単独では正確なベクトルデータを作成できなかった。Jw_cad入力後の全点一致、閉合、敷地図の完成は元回答に記録されていない。 適用時の注意 - 座標の一致件数や読取精度は記録されていない - 正確なベクトルデータや敷地図は自動完成していない - Jw_cad用の文字列形式は利用環境の仕様確認が必要 - 測量士または設計者の全点照合前に確定データとして使わない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

提出者は、AIに一工程を任せることで、すべてを自動化しなくても作業速度を上げられたと回答している。

Chatworkの案件履歴から自分宛て依頼6件を抽出し、確認後Asanaへ登録

課題	解決策	成果
通常業務と並行して進む案件では、Chatworkの長いやり取りから自分宛ての依頼、期限、背景を探す必要があった。他の担当者同士の会話も含まれるため、全履歴を読んで自分のタスクを判断し、別のタスク管理へ転記するのに時間がかかっていた。	元の活用では、Chatworkの正式タスクを先に取得し、不足時はメッセージ内の自分宛てToから依頼候補を抽出した。利用者が「登録して」と承認した6件をAsanaへ作成したが、期限不明には目安日を入れ、登録先変更時は作り直して重複を削除した。安全な再現では期限を推測せず、登録前に重複照合し、根拠と項目別承認を残す。 - 対象ルーム、自分の識別情報、登録先を設定する - 正式タスクを先に読み、不足時だけTo付き依頼候補を抽出する - タスク名・根拠・明示期限・重複をプレビューする - 本人承認後に選択したタスクだけAsanaへ登録する 人が確認すること 依頼が本当に自分宛てか、根拠メッセージ、タスク名、明示された期限、依頼元、登録先、既存タスクとの重複を確認する。Asana登録は本人の項目別承認後に行う。	提出者は案件履歴の確認とタスク化を1回あたり15〜30分削減できたと回答している。自分宛て依頼6件を要約してAsanaへ登録でき、背景理解と返信を早めやすくなった。 Chatwork上の正式タスクだけでなくメッセージ内の依頼候補も拾い、根拠とともに確認してからAsanaへ移す運用にできた。 適用時の注意 - 会話の文脈だけでは依頼か相談か判定できない場合がある - 期限不明のタスクをAIに推測させない - トークン・ルームID・プロジェクトIDを公開しない - 登録前に重複照合し、取消は作成済みIDを基に別承認で行う

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

依頼候補を根拠メッセージと並べて確認すると、会話の文脈を失わずタスクへ移しやすい。

断熱材の仕様変更を性能データ付きA4説明資料へ要約

課題	解決策	成果
施工担当者は、床断熱材の仕様変更を顧客へ説明するため、計算データだけでなく、変更の背景と性能上の確認点を補足する資料も用意する必要があった。複数資料を読み、一から構成・文章・デザインを考えてA4一枚へまとめる作業に時間がかかっていた。	元の活用では、Claude Coworkにフォルダ内の資料を要約させ、床断熱材の仕様変更について、断熱性能の指標へ注目したA4一枚の顧客説明PDFを作成した。製品性能、計算条件、変更理由、供給事情、出典ページを技術責任者が確認した記録は元回答にない。 - フォルダ内の仕様変更資料と計算データを読み込ませた - 変更の背景と断熱性能の注目点を要約した - 見やすいA4一枚の顧客説明PDFを作成した - 再現時は、原資料ページと技術責任者の確認を付ける 人が確認すること 変更前後の製品、性能値、計算条件、UA値、変更理由、供給事情、施工条件、契約上の説明範囲を原資料で確認する。技術責任者の承認前は、同等性、性能維持、法規適合、顧客への正式説明を確定しない。	提出者は、フォルダ内資料の要約からA4一枚の説明PDFを作成し、1回あたり1〜3時間を削減できたと回答している。発生頻度は月に数回で、十分な背景情報を与えると満足できる資料が生成されたと報告した。 削減時間と満足度は提出者報告である。性能値の検証、技術責任者の確認、顧客の理解・承認は元回答に記録されていない。 適用時の注意 - 製品性能やUA値を確認した記録は元回答にない - 変更理由や供給事情の根拠ページは記録されていない - 仕様変更の同等性・適否・法規適合をAIに判断させない - 顧客の理解や承認の結果は確認できていない

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感	提出者は、背景情報を十分に与えることで、満足できる説明資料を生成できたと回答している。
--------	---

録音文字起こしから題名を自動付与し、匿名化・承認の課題を整理

課題	解決策	成果
Google Recorderの録音タイトルが日時だけで保存されるため、後から会議や打合せの内容を見分けにくかった。録音が増えるほど目的の記録を探すのに時間がかかり、文字起こしがあっても毎回手動で短い題名を付ける作業が必要だった。	実施済み工程では、Google Recorderの文字起こしから主題を読み、個人名入りの題名へ自動変更する運用を構築した。公開用の推奨工程は未実装・未試験であり、録音同意を確認した書出し済み文字起こしのコピーから、個人名・顧客名・機密語を除いた匿名題名候補だけを作る。ログイン済みブラウザの自動変更と定期実行は、この推奨工程に含めない。 - 実施済み工程: Google Recorderの文字起こしから主題を読み、個人名入りの題名へ自動変更した - 実施済み工程: Windowsタスクスケジューラーと連携し、毎日17時に定期実行する運用を構築した - 推奨工程（未実装・未試験）: 録音同意を確認した書出し済み文字起こしのコピーを手動で選び、匿名題名候補だけを作る - 推奨工程（未実装・未試験）: 候補と個人・顧客・機密情報の有無を確認し、外部の題名は変更せずに停止・復旧条件を検証する 人が確認すること 録音同意、文字起こしコピーの対象範囲、題名と内容の一致、個人名・顧客名・住所・案件固有名・機密語、同名・重複を確認する。初回公開版では候補を確認するだけで外部の題名は変更しない。	提出者は録音タイトル整理を1回あたり1〜5分削減できたと回答している。日付と内容のキーワードで検索しやすくなった一方、個人名を題名へ含める完全自動運用は共有・公開時の個人情報リスクがある。 匿名候補だけを作る初回公開版と、手動起動・承認・復旧を備えた将来の変更機能は未実装・未試験である。架空録音による異常系試験と担当者確認が終わるまで、安全版を実績としない。 適用時の注意 - 文字起こし誤りで題名が内容とずれる場合がある - 個人名・顧客名・機密語を題名へ含めない - 初回公開版は書出し済みコピーだけを読み元録音を変更しない - ログイン済みブラウザの自動操作と定期実行を行わない - 将来の変更機能は差分停止と元題名への復旧を必須にする

この事例のプロンプトを見る→

利用者の実感

変更前後の題名を確認してから反映すると、録音の検索性を上げながら誤命名も戻しやすい。