

生成AI業務活用 実践ガイド

〈2026年版〉 ツール選び・プロンプト・費用がわかる、明日から使える一冊

— 「契約したのに使われない」から抜け出すための実践書 —

- ✓ ChatGPT・Claude・Gemini・Copilotの違いと、自社に合う選び方3ステップ
- ✓ 回答の質を変えるプロンプトの「5つの部品」と「5つの型」
- ✓ 営業・事務・採用・分析まで、業務別プロンプト例15
- ✓ プラン別の費用目安と、業務ごとの費用対効果の試算方法

発行：Harmonic Society株式会社

（千葉市 | ホームページ制作・AI導入支援・IT顧問）

はじめに — 「導入するか」から「どう使うか」へ

「ChatGPTを契約してみたものの、出てくる答えがどこかの外れで、結局自分で書き直している」——船橋市で建材卸を営む社長から伺った言葉です。「全員にアカウントを配ったが、使っているのは数人だけ」という声も、生成AIを導入した中小企業で本当によく耳にします。

生成AIは、もはや一部の先進企業だけの道具ではありません。月数千円から始められ、日本語で話しかけるだけで使えます。それでも成果が出る会社と出ない会社に分かれるのは、ツールの性能差ではなく、「**どのツールを、どの業務に、どう頼むか**」という使い方の差です。同じAIでも、頼み方ひとつで返ってくる答えはまるで別物になります。

本書は、当社ブログの「生成AI 業務活用」シリーズと、プロンプト・業務別活用に関する記事群を、**現場で手を動かす順番**に再構成した実践ガイドです。

- 第1～2章：何を任せるかを決め、自社に合うツールを選ぶ
- 第3～4章：プロンプト（AIへの指示文）の基本と、そのまま使える業務別の例
- 第5章：安全に使うための入力・出力の実務ルール
- 第6～7章：費用の目安と費用対効果の試算、社内に定着させる仕組み

「なぜ今AIなのか」「導入をどう進めるか」といった経営判断の全体像は、姉妹資料『中小企業のためのAI導入ガイド2026』にまとめています。本書はその続編として、読み終えた翌日に1つ目のプロンプトを試せることをゴールにしています。

本書の情報について：ツール名・プラン名・料金は執筆時点（2026年9月）の情報で、ドル建て料金の円換算は1ドル＝約150円の概算です。生成AIの分野は料金改定や機能追加が頻繁なため、契約前に必ず各社の公式情報をご確認ください。事例・削減時間の数値は当社ブログで紹介したモデルケースを含み、効果を保証するものではありません。

第1章 生成AIに「何を任せ、何を任せないか」

1-1. 生成AIは「もっともらしい文章」を作る道具

生成AIとは、文章・画像・音声などのコンテンツを新しく作り出すAIの総称です。文章を扱う生成AIの中核にあるのは**大規模言語モデル（LLM）**——膨大なテキストを学習し、「この言葉の次にはどんな言葉が続きやすいか」を確率的に予測して文章を組み立てる仕組みです。

つまり生成AIは事実を調べて答える「データベース」ではなく、「**言葉のパターン生成器**」です。たたき台づくりは驚くほど速い一方、数字や固有名詞を「それらしく」間違えることがあります（ハルシネーション）。

図表1：生成AIの得意なこと・苦手なこと

得意なこと（任せる）	苦手なこと（人が担う）
白紙からたたき台を作る（メール・提案書・求人票）	数字・日付・固有名詞・計算の正確さ
長い文書の要約・要点の抜き出し	学習時点より新しい情報
大量の文章の分類・集計（口コミ・アンケート）	教えていない自社固有の情報
言い換え・翻訳、違う切り口の案を複数出す	最終判断と、その責任

1-2. 基本の分担は「下書き8割・仕上げ2割」

AIの出力をそのまま使おうとすると、品質のばらつきに失望して使われなくなります。定着している会社に共通するのは、「**8割の下書きをAIに作らせ、残り2割を人が仕上げる**」という期待値をそろえていることです。

仕上げの2割は、自社の実績や数字を差し込む・事実を確認する・自社らしい言葉に整えること。「AIで土台、人で味付け」です。

1-3. 業務を「4つの動詞」で棚卸しする

自分の業務を4つに分け、時間がかかっているものから試します。

- **書く**：営業メール、提案書、求人票、商品説明文、SNS投稿
- **まとめる**：議事録、週報・月次レポート、長い資料の要約
- **考える**：企画の壁打ち、キャッチコピー案、リスクの洗い出し
- **調べる・訳す・分析する**：口コミやアンケートの分類、競合の比較整理、翻訳（→第4章で業務別に紹介）

第2章 生成AIツールの選び方

2-1. 比較の物差しは3つだけ

ChatGPT・Claude・Gemini・Microsoft Copilotといった主要ツールは、いずれも業務利用に耐える水準にあります。「どれが最強か」を比べ始めると検討が長引き、導入そのものが止まってしまいます。中小企業が見るべきは次の3点です。

- 今の業務環境との相性**：Google WorkspaceとMicrosoft 365のどちらを使っているか。普段のメールやオフィスソフトの中で使えるか
- 主な用途**：文章作成中心か、資料作成か、長文の読み込みか、調べものか
- セキュリティ設定**：入力データを学習に使わせない設定（オプトアウト）や法人向けプランがあるか

2-2. 主要4ツールの特徴

図表2：主要生成AIツールの特徴と向いている会社（2026年9月時点）

ツール（提供元）	強み	向いている業務・会社	選ぶときの注意
ChatGPT （OpenAI）	利用者が多く、活用ノウハウや解説が豊富。文章からアイデア出し、画像生成まで一通りこなす万能型	「最初の1本」を選ぶ会社。用途がまだ決まっていない段階	業務利用は学習オプトアウトと法人プランを確認
Claude （Anthropic）	長い文書の読解・要約と、丁寧で自然な日本語に定評。じっくり考えて答える傾向	契約書・報告書など長文を扱う業務が多い会社。文章の質を重視する用途	同上
Gemini （Google）	Gmail・Googleドキュメント・スプレッドシートと連携	Google Workspaceを使っている会社。Gmail内で下書きを作るなど業務動線に組み込みたい	連携機能は契約形態により異なる
Microsoft Copilot	Word・Excel・PowerPoint・Teamsの中で直接呼び出せる	Microsoft 365を全社導入している会社。新しいツールを覚える負担を減らしたい	同上

どのツールを選んでも、成果を左右するのは指示文（プロンプト）の質です（第3章）。ツール選びに時間をかけすぎず、「業務環境との相性」で決めてしまうのが最短ルートです。

2-3. 迷ったらこの3ステップで決める

Step 1. 業務基盤で絞る

Google Workspace中心ならGemini、Microsoft 365中心ならCopilotを第一候補に。どちらでもなければChatGPTかClaudeから選びます。

Step 2. 無料版で1週間、実際の業務で試す

サンプルの質問ではなく、昨日書いたメールの改善や、実際の会議メモの要約など**自社の業務そのもの**で使い比べます。

Step 3. 有料プランは2〜3名から

まず経営者と推進役の2〜3名分だけ契約し、1か月ほど使って効果を確認してから全社に広がります。

2-4. 1週間お試しの評価シート

「なんとなく良さそう」で決めないために、試用期間中は次の観点でメモを残しておく、比較と社内説明が楽になります。

図表3：ツール試用時の評価観点

観点	確かめ方
出力の質	同じ業務（例：営業メール3通）を各ツールに頼み、手直しの量を比べる
日本語の自然さ	社外に出す文面として違和感がないか、敬語が不自然でないか
長文への強さ	社内規程や報告書など、公開して差し支えない長い文書の要約を頼む
業務動線との相性	普段のメール・文書作成の画面から離れずに使えるか
使いやすさ	ITが得意でない社員にも触ってもらい、迷わず使えるか
管理とセキュリティ	学習オプトアウト、法人プラン、メンバー管理の有無

2-5. 業務で使う前に確認する3点

個人利用と業務利用の大きな違いは、入力した情報の扱いです。無料プランでは入力内容がAIの学習に使われる場合があります。業務で使う前に、次の3点を必ず確認してください。

- 入力データを学習に利用させない**オプトアウト設定**があり、有効にしているか
- チーム・法人向けプラン**（Team／Business／Enterprise等）が提供されているか
- 利用履歴やメンバーの**アカウント管理**ができるか（退職者のアカウント停止を含む）

第3章 プロンプトの基本 — 答えの質は「頼み方」で決まる

3-1. なぜ同じAIなのに答えが変わるのか

生成AIは、与えられた文章の続きを確率的に予測する仕組みです。指示（プロンプト）が曖昧なら、返ってくるのは当たり障りのない一般論になります。

「うちの商品のキャッチコピーを考えて」

「市原市の工場向け、価格より納期の速さを重視する顧客に響くキャッチコピーを3案」

同じAIでも、この2つでは結果が別物になります。「何か作って」では定食しか出てきませんが、材料と好みを伝えれば望む一皿が出てくる——AIは料理人に似ています。

3-2. 良いプロンプトは「5つの部品」でできている

図表4：プロンプトの5つの部品

部品	伝えること	例
①役割	AIにどの立場で答えてほしいか	「あなたは中小企業向けのITコンサルタントです」
②相手・読者	誰に向けた文章か	「従業員20～50名の会社の経営者向けに」
③目的	読んだ人にどうしてほしいか	「商談の打ち合わせにつなげたい」
④素材・条件	事実・材料と、守ってほしい条件	「強み：開発期間1～3週間」「専門用語は避ける」
⑤形式	分量・構成・文体	「300字以内」「箇条書き5つ」「ですます調」

悪い例：営業資料を作って

良い例：あなたは中小企業向けのITコンサルタントです（役割）。従業員20～50名の会社の経営者に向けて（相手）、当社のWebシステム開発サービスを伝え、商談につなげる営業資料を作成してください（目的）。強調点は1～3週間の短期開発と、必要最小限の機能に絞った使いやすさ。親しみやすいトーンで（条件）。箇条書きで5スライド分（形式）。

3-3. いちばん大事な部品は「④素材」

AIはあなたの会社の実績も、顧客との経緯も知りません。自社の強みや過去のやり取りといった「材料」をどれだけ具体的に渡せるかが、出力の質の上限を決めます。

3-4. 精度を一段上げる「5つの型」

図表5：プロンプトの5つの型と向いている業務

型	やり方	向いている業務
1. 役割を与える	冒頭で「あなたは20年経験のあるベテラン経理担当です」のように立場を指定	士業の文書下書き、専門的な説明
2. 条件を箇条書きで渡す	「対象：」「目的：」「文字数：」と行を分けて並べる	ほぼすべての業務
3. 例を1つ見せる	理想に近い文章を1例示し「この調子で別の商品も」と頼む（フューショット）	商品説明・メニュー紹介の量産、書式の統一
4. 段階的に考えさせる	「結論だけでなく判断の理由も順を追って」と添える	見積りの妥当性チェック、損益分岐などの分析
5. 出力形式を指定する	「表形式で」「そのままメールに貼れる形で」	後工程の手直しを減らしたいすべての業務

なかでも**5の出力形式の指定**は、最も時短効果が大きい型です。

3-5. 一発で決めない — 「追加注文」で磨く

プロンプトの真価は、2回目以降の注文で発揮されます。最初の出力は「たたき台」と割り切り、遠慮なく注文を重ねてください。

- **方向の修正**：「もっとくだけた調子で」「冒頭をもっと目を引く形に」
- **分量の調整**：「半分に削って」「この部分だけ詳しく」
- **案の比較**：「違う切り口で3案ください」——1案だけだと当たり外れがあります。選べる状態を作るのがAI活用の醍醐味です
- **理由を聞く**：「なぜこの構成にしたの？」——自分の文章力の勉強にもなります

3-6. 知っておくと差がつく3つの小ワザ

- **「わからない点は、わからないと答えて」と添える**：推測で補う余地を減らし、もっともらしい誤りを抑えます
- **会話が長くなったら新しいチャットで**：長い会話では最初の前提が抜け落ちることがあります
- **うまくいったプロンプトは保存する**：次回は素材を差し替えるだけ（第7章）

第4章 業務別プロンプト例 — 「書く」仕事

ここからは、中小企業で効果が出やすい業務ごとに、そのまま使えるプロンプト例を紹介します。【 】の部分で自社の情報に差し替えて使ってください。社名や個人名など入力を控えるべき情報の扱いは第5章を参照してください。

4-1. 営業フォローメール

市原市の金属加工業の社長は、展示会で名刺交換した相手へのフォローメールを1件20分かけて書いていましたが、AIで下書きを作るようにしてから**1件5分程度**に短縮できたといいます。

あなたは【業種】の営業担当です。展示会で名刺交換した相手に、後日フォローのメールを送ります。相手の業種は【〇〇】、当社が扱う製品は【△△】です。押し付けがましくならない丁寧なトーンで、200字程度の本文を3案作ってください。

ポイント：「業種」「相手の状況」「トーン」「文字数」「案の数」を具体的に。新規開拓・既存客フォロー・見積もり後の追客など、目的別にパターンを分けて型を作ります。

4-2. 提案書の構成と下書き

松戸市の介護事業者では、提案書1件に4～5時間かかっていましたが、構成と下書きをAIに任せることで実作業が**1.5時間程度**まで縮んだといいます。

【顧客の業種】の顧客に【提案内容】を提案する提案書の構成を、見出しレベルで提案してください。課題整理・解決策・導入効果・費用・スケジュールを含めてください。

構成が固まったら、項目ごとに下書きを頼みます。

上の構成のうち「導入効果」の項目を、具体的な業務改善の観点で300字程度で書いてください。

ポイント：AIの下書きは一般論にとどまりがちです。自社の納入実績や具体的な効果など「自社にしか書けない情報」を人が差し込むことで説得力が決まります。数字は必ず社内の実データに置き換えます。

第4章 業務別プロンプト例 — 「書く」仕事（続き）

4-3. 求人票

応募が集まりにくい求人票は、事実が事務的に並ぶだけで、応募者が「ここで働く自分」を想像できません。AIは「会社目線から応募者目線への翻訳」を手伝ってくれます。

以下の事実をもとに、求職者が応募したくなる求人票を作ってください。職種：【〇〇】、仕事内容：【〇〇】、給与：【〇〇】、勤務地：【〇〇】、休日：【〇〇】、求める人物像：【〇〇】。まず、この仕事の魅力を「未経験者」「子育て中の方」「地元志向の方」それぞれの視点で挙げてから、求人票の本文を書いてください。

ポイント：続けて「この求人票を読んだ求職者が不安に思う点と、それを解消する一文を提案して」と頼むと、応募のハードルが下がります。ただし給与・休日・残業などの条件は事実どおりに。誇張は入社後のミスマッチにつながります。

4-4. 商品説明文（EC・店頭POP）

この商品の説明文を300字で、【20～40代の女性】に向けて、温かみのある語り口で書いてください。商品情報：【商品名・素材・サイズ・特徴・想定する利用者】。説明文の中に「【千葉県産】」という言葉を自然に含めてください。

ポイント：既存ページの文章を1つ見本として渡すと文体がそろいます（型3）。食品・化粧品では景品表示法や薬機法に触れる誇張表現がないか、人が必ず確認します。

4-5. SNS投稿

【今月の施工事例】を紹介するInstagram投稿文を3案作ってください。読者は【地域の子育て世帯】、目的は【ホームページの施工事例ページを見てもらうこと】。各150字以内、絵文字は控えめに、最後に行動を促す一文を入れてください。

ポイント：1週間分をまとめて作り、予約投稿ツールにセットすると発信が途切れません。

第4章 業務別プロンプト例 — 「まとめる」仕事

4-6. 議事録

会議の録音を文字起こしし、その文字を生成AIに渡せば、議事録のたたき台が数分でできあがります。

以下の会議の書き起こしテキストから議事録を作成してください。形式は、日時・参加者・議題・各議題の要約（300字以内）・決定事項・アクションアイテム。アクションアイテムは「担当者・内容・期限」の表形式にしてください。（以下、書き起こしを貼り付け）

ポイント：「決定事項・担当・期限」を必ず出させると、そのまま共有できる形になります。毎週発生する定例会議ほど、削減効果が積み上がります。

4-7. 週報・月次レポートのコメント

定例レポートの作業は「集計」「表やグラフに整える」「数字を読んでコメントを書く」の3つに分かれます。経営判断に役立つのは3つ目ですが、時間切れで薄いコメントになりがちです。

以下は今週と前週の【売上・客数・客単価・問い合わせ数】です。前週と比較して変化の大きい項目を挙げ、考えられる要因の候補と、来週確認すべきことをレポート形式でまとめてください。（以下、表データを貼り付け）

ポイント：AIのコメントはデータから読める「仮説」にすぎません。「近隣で工事があり客足が鈍った」といった現場の事情は人が補います。毎回同じ項目・順番の「型」を決めておくと、出力の品質が安定します。

4-8. 長い文書・契約書の要点整理

以下の業務委託契約書を読み、発注者側（当社）にとってリスクがありそうな条項を箇条書きで挙げてください。各項目に、なぜリスクなのかの説明を添えてください。（以下、本文を貼り付け）

ポイント：「読む」業務の初動が大幅に速くなります。ただし法的な最終判断は必ず専門家へ。取引先名や金額など機密性の高い箇所は、入力前に置き換えます（第5章）。

第4章 業務別プロンプト例 — 「分析する」仕事

生成AIは、数十～数百件の文章を「分類して傾向をつかむ」作業が得意です。一件ずつ読むと印象に残った数件に引っ張られがちですが、AIに分類させれば全体像が見えます。

4-9. 口コミ・レビューの分析

以下の口コミ【80】件を、ポジティブ・ネガティブ・中立に分類し、それぞれの件数を出してください。そのうえで、改善要望として繰り返し挙がっている点を多い順に5つ、代表的な口コミの要約とともに挙げてください。

ポイント：続けて「これらの不満を解消する具体的な改善案を」と聞けます。ポジティブな口コミに表れる「強み」は、顧客自身の言葉として販促のコピーにも生かれます。個別の口コミへの対応は、人が内容を確認して判断します。

4-10. アンケートの自由回答

以下のアンケート自由回答（1行1件）を内容ごとに分類し、カテゴリ名と件数を表にしてください。そのうえで、件数の多い不満の上位3つと、考えられる改善策を整理してください。

ポイント：氏名や連絡先が含まれる場合は、AIに渡す前に削除します。分類の観点が自社の意図とずれることがあるので、最初は人が結果を確認し、必要なら「価格・接客・品揃えの観点で」と指示し直します。件数が少なくても重要な指摘は切り捨てないこと。

4-11. 競合の比較整理

以下は競合【3】社のホームページと公開口コミから集めた情報です。価格帯・取扱サービス・強みとして打ち出している点・口コミの傾向の観点で、比較表に整理してください。最後に、当社が【地域密着・短納期】という強みを持つ場合、どこで差別化できるかを3案挙げてください。

ポイント：対象は3～5社、観点は先に決めておきます。AIの知識やネット上の情報は古い場合があるため、価格などの重要な数字は一次情報で確認します。月に一度の定点観測にすると効果的です。

第4章 業務別プロンプト例 — 「考える・見直す」仕事

AIは、一人で考え込みがちな経営者の「壁打ち相手」にも、書いたものの点検役にもなります。

4-12. 決裁者の目で提案書を点検する

この提案書を、【顧客企業の決裁者】の立場で読んだとき、不足している情報や反論されそうな点を指摘してください。重要度の高い順に5つまで。(以下、提案書を貼り付け)

ポイント：抜け漏れや弱点を事前に補強できます。求人票なら「求職者の立場で」と置き換えられます。

4-13. 企画の壁打ち・SWOT分析

以下の事業について、強み・弱み・機会・脅威をそれぞれ5つずつ挙げてください。そのうえで、強みを機会に生かす戦略と、弱みと脅威が重なる領域への対策を2つずつ提案してください。事業：【〇〇】、立地：【〇〇】、競合：【〇〇】、強み：【〇〇】。

ポイント：AIの提案は思考の出発点です。自社の現実には照らして取捨選択するのは経営者の仕事です。

4-14. 口コミ・クレームへの返信文

以下の口コミに対する、店舗からの返信文を2案作ってください。お詫びすべき点は率直にお詫びし、言い訳に聞こえないように。改善の取り組みとして【〇〇】を伝えてください。150字程度で。(以下、口コミを貼り付け)

ポイント：感情的になりがちな場面でも丁寧な文面を保てます。最後の言葉選びには自社らしさと誠実さを人が加えます。

4-15. 数字を使った分析

当社は月間売上が【300万円】、固定費が【200万円】、変動費率が【40%】です。損益分岐点売上高を計算し、現状の利益率を分析してください。ステップバイステップで考えてください。

ポイント：「段階的に考えさせる」型（型4）の代表例です。AIは計算を誤ることがあるため、結果の数字は必ず電卓や表計算で検算してください。

第5章 安全に使うための「入力」と「出力」のルール

5-1. 入力する前に「置き換える」

会社契約のアカウント（学習オプトアウト設定済み）を使い、顧客の個人情報・取引先の機密・自社の非公開情報は入力しないのが原則です。文面に関わる場合は**置き換えてから入力**します。

図表6：入力前の置き換え例

元の情報	置き換え例
取引先の社名・担当者名	「A社」「担当者X」
具体的な金額・取引条件	「約〇百万円」など数値をぼかす、または空欄にしておき後で記入
顧客リスト・名簿そのもの	入力しない。「文面の型」を作る用途にとどめる

5-2. 出力は「使う場面」に応じて確認する

図表7：利用シーン別の確認レベル

利用シーン	確認する人
社内向けの下書き	作成者本人
顧客向けのメール	作成者＋上長
外部公開するコンテンツ	作成者＋上長＋専門家
法律・契約に関わる文書	作成者＋法務担当（専門家）

確認のポイントは、①**数字・日付・固有名詞**の裏取り、②**前後の矛盾や自社方針とのずれ**、③**失礼な表現や誇張**の3つ。納期や価格の誤りは信用問題に直結します。

5-3. 誤りを減らす「一言」をプロンプトに入れる

- 「不明な点は『わかりません』と教えてください」
- 「推測で理由を創作せず、『詳細は現在確認中』としてください」
- 「以下の資料に基づいて回答してください」（資料を貼り付ける）

禁止より「安全な使い方」を会社として用意するほうが、リスクは小さくなります。

第6章 費用 — いくらで、何を買えるのか

6-1. 利用形態別の費用の目安

費用は「無料」から「数百万円」まで、どこまで踏み込むかで桁ごと変わります。**多くの中小企業に必要なのは、既製ツールの有料プラン**だけです。

図表8：利用形態別の費用目安（2026年9月時点）

利用形態	費用の目安	何が変わるか	向いている段階
無料プラン	0円	利用回数や使えるモデルに制限。入力内容が学習に使われる場合がある	個人での試用（業務の機密情報は入力しない）
個人向け有料プラン	月20ドル前後（約3,000円）／人	高性能なモデル、利用上限の緩和	経営者・推進役の試験導入
チーム・法人向けプラン	月25～30ドル程度（約3,800～4,500円）～／人	学習に使わない設定、メンバー管理機能	業務での本格利用の基準
API（プログラムから呼び出す仕組み）	従量課金。社内利用レベルなら月数千円～数万円が多い	自社システムやWebサイトへの組み込み	既製ツールで効果を確認した後
開発委託（チャットボット等）	小規模で数十万円～、要件次第で数百万円規模	自社専用の仕組み	1業務に絞った小さな検証から

6-2. 人数別の月額イメージ

法人プランを基準にすると、月額はおおよそ次のとおりです（1人月25～30ドル、1ドル＝約150円で概算）。

- ・ **2～3名で試験導入**：月約7,500円～1.4万円
- ・ **5名で本格利用**：月2万円台——パート1人の数時間分の人件費で全員分をまかなえる計算です

6-3. ツール代より効くのは「使われる仕組み」

契約しただけで使われない「幽霊アカウント」はよくある失敗です。ツール代の差より、ルール整備やプロンプト共有といった**社内工数（第7章）**が効果を左右します。IT導入補助金などの対象にAI関連ツールが含まれる場合もあるため、検討時点の公募要件も確認してください。

6-4. 費用対効果は「削減時間×時給」で試算する

投資判断に難しい理屈は要りません。①対象業務の今の時間を測る → ②AI活用後の時間を見積もる → ③削減時間を時給換算し、利用料と比べる。これだけです。

当社ブログで紹介したモデルケースの削減時間をもとに、時給2,500円で月あたりの効果を試算すると次のようになります。

図表9：業務別の費用対効果の試算例（時給2,500円換算）

業務	導入前 → 導入後	試算の前提	月あたりの削減	金額換算
議事録作成	週3時間 → 週1時間	週2時間×4週	8時間	約2万円
展示会後のフォローメール	1件20分 → 5分	月20件と仮定	5時間	約1.25万円
提案書作成	1件4～5時間 → 1.5時間	月2件と仮定（1件約3時間短縮）	約6時間	約1.5万円
メール処理（ひとり社長のモデルケース）	1日60分 → 20分	月20営業日	約13時間	約3.3万円

対する利用料は1人月3,000～4,500円程度です。**1つの業務だけで、利用料を十分に回収できる**計算になります。大切なのは、この試算を導入前に1業務分だけでも作っておくこと。「なんとなく便利そう」ではなく、数字で継続を判断できるようになります。

6-5. 研修費も同じ式で考える

外部研修を使う場合も、回収の目安は同じ考え方で見積もれます。

$$\text{回収の目安} = \text{受講者数} \times \text{1人あたりの週間削減時間} \times \text{時給} \times \text{継続週数}$$

たとえば受講した3名がそれぞれ文書業務を週2時間削減できれば、時給2,500円換算で**月6万円分**。逆に言えば、「どの業務の時間を減らすための研修か」を先に決めずに申し込むと、回収の測りようがありません。研修の前に、対象業務を1～3個に絞っておきましょう。

第7章 定着させる — プロンプトを「会社の資産」にする

生成AI活用の最大の障壁は、技術でも費用でもなく「**使われなくなる**こと」です。個人の工夫で止まらず、組織のノウハウに変える仕組みを最初から用意しておきます。

7-1. 「プロンプト型集」を育てる3ステップ

1. **残す**：うまくいったプロンプトを、社内の共有フォルダに業務別の「型集」として保存する（本書の第4章と付録Aをそのまま土台にできます）
2. **話す**：週に1度、朝礼で5分だけ「今週使ったAI活用」を共有する
3. **組み込む**：月末に最も役立った使い方を1つ選び、業務マニュアルに組み込む

この積み重ねで、社員10人規模の会社でも全社的なノウハウになっていきます。

7-2. 毎回の入力を減らす機能を使う

多くのツールには、前提を覚えさせる機能があります。たとえばChatGPTの「カスタム指示」に「私は従業員5名のIT企業の経営者です。回答は日本語で、簡潔で実践的に」と設定しておけば、すべての会話にこの前提が適用されます。有料プランでは「議事録作成専用」「SNS投稿作成専用」のような用途別のアシスタント（GPTs）も作れ、プロンプトを書かなくても一貫した出力が得られます。

7-3. 教える人を先に育てる

全社一斉の研修から入るより、**まず経営者・推進役が自社の実データで深く学び、その人が社内勉強会で広げる二段構え**のほうが、費用を抑えながら定着率が高くなります。研修を選ぶときは、汎用のサンプルではなく自社の議事録・見積書・顧客メールを教材にできるかを確認してください。

7-4. よくある失敗パターン3つ

- **ツール操作だけ教わって終わる**：画面の使い方は1時間で覚えられます。価値は「自社業務への翻訳」にあります
- **全社一斉で薄く広く**：関心のない層まで巻き込むと、満足度も定着率も下がります
- **使う場がない**：会社契約のアカウントや社内ルールが未整備のまま研修だけ先行すると、学んだことを試せず熱が冷めます。環境整備と研修はセットで

巻末付録A プロンプト作成シート

新しい業務でAIを使うときは、次の空欄を埋めてから入力してください。5部品がそろえば、たいていの業務で実用的な下書きが出てきます。

- ①**役割**：あなたは【 】です。
- ②**相手・読者**：【 】に向けて、
- ③**目的**：【 】ための【成果物】を作成してください。
- ④**素材・条件**：
- ・必ず入れる情報：【 】
 - ・守ってほしい条件：【トーン／使わない表現／根拠のない数字は書かない】
- ⑤**形式**：【文字数】、【箇条書き・表・メール本文】、【案の数】
- 添える一言**：不明な点は推測で補わず、「要確認」と書いてください。

追加注文フレーズ集

図表10：出力を磨く追加注文の例

したいこと	そのまま使えるフレーズ
トーンを変える	「もう少しだけた調子で」「より誠実で落ち着いた印象に」
分量を変える	「半分に削って」「〇〇の部分だけ詳しく」
選択肢を増やす	「違う切り口で3案ください」
読み手の目で点検する	「【決裁者／求職者／初めて見る人】の立場で、不足点や反論されそうな点を指摘して」
形式を整える	「表形式にして」「そのままメールに貼れる形で」
根拠を確かめる	「この内容のうち、事実確認が必要な箇所を挙げて」
考え方を学ぶ	「なぜこの構成にしたのか理由を教えて」

使う前の3秒チェック

- ・ 社名・個人名・金額など、置き換えるべき情報は残っていないか
- ・ 会社契約のアカウントで使っているか
- ・ 出力のうち、数字・日付・固有名詞に確認の印をつけたか

巻末付録B 生成AI業務活用チェックリスト20

【ツール選び】

- ☐ 1. 自社の業務基盤（Google Workspace／Microsoft 365）を確認した
- ☐ 2. 無料版で、自社の実際の業務を1週間試した
- ☐ 3. 出力の質・日本語の自然さ・使いやすさを評価観点に沿って比べた
- ☐ 4. 学習オプトアウト設定と法人プランの有無を確認した
- ☐ 5. 有料プランはまず2～3名で契約した

【プロンプト】

- ☐ 6. 5つの部品（役割・相手・目的・素材・形式）を意識して指示している
- ☐ 7. 自社の実績や事実など「素材」を具体的に渡している
- ☐ 8. 出力形式（表・箇条書き・文字数）を指定している
- ☐ 9. 1案で決めず、複数案や追加注文で磨いている
- ☐ 10. うまくいったプロンプトを保存している

【安全な使い方】

- ☐ 11. 入力してはいけない情報の範囲を社内で共有した
- ☐ 12. 社名・個人名・金額を置き換えてから入力している
- ☐ 13. 数字・日付・固有名詞は一次情報で確認している
- ☐ 14. 利用シーン別の確認者（上長・専門家）を決めた
- ☐ 15. 私用アカウントでの業務利用をしない取り決めがある

【費用と定着】

- ☐ 16. 対象業務の「今の所要時間」を測った
- ☐ 17. 削減時間×時給で費用対効果を試算した
- ☐ 18. 社内に「プロンプト型集」の置き場所がある
- ☐ 19. 週1回・5分程度のAI活用共有の場がある
- ☐ 20. 推進役（気軽に相談できる担当者）を決めた

8個以下の方は、まず第2章のツール選びと第4章のプロンプト例1つから。16個以上の方は、API連携や社内文書を参照するAIなど、次の段階を検討する準備ができています。

おわりに — 1つの業務、1つのプロンプトから

生成AIの業務活用は、「対象業務を1つ決め、ツールを1つ選び、プロンプトを1つ試す」ところから始まります。特別な技術は要りません。本書の第4章から自社に近い例を1つ選び、【 】を差し替えて、明日の業務で試してみてください。うまくいったら保存し、次の人に渡す。その積み重ねが、会社の力になります。

発行元・ご相談窓口

Harmonic Society株式会社

千葉市を拠点に、中小企業のホームページ制作・AI導入支援・IT顧問を提供しています。本書のもとになった生成AI活用の解説記事群は、中小企業の現場での導入支援から得た実践知をまとめたものです。

サービスのご案内

サービス	内容・価格
IT顧問ライトプラン	AI活用・業務のIT化を月1.5万円から継続相談
AIトレーニング（マンツーマン）	貴社の実務を教材にした生成AI研修
AI導入支援	ツール選定・社内ルール整備から定着まで伴走

まずは30分の無料相談から

「うちの業務なら、どのツールでどう頼めばいいか」——本書を読んで浮かんだ疑問を、そのままお持ちください。売り込みはしません。

- Web：<https://harmonic-society.co.jp/contact/>
- お役立ち資料一覧：<https://harmonic-society.co.jp/whitepaper/>

本書の内容は2026年9月時点の情報に基づきます。ツールの料金・プラン・機能は変更される場合があります。掲載した事例・数値にはモデルケースを含み、効果を保証するものではありません。無断転載を禁じます。