

WHITE PAPER

非エンジニアのためのClaude実践ガイド

不動産AI活用 ユースケース集&検討シート | 仲介・管理会社のための業務棚卸し・ROI試算・導入チェックリスト

物件登録・反響対応・重要事項説明書・契約・入居者対応・原状回復まで。仲介と管理の業務をそのまま棚卸しして、どこにAI (Claude) が効くかを検討・稟議レベルで判断できる実用テンプレ。削減率・金額はあくまで試算（業務により変動）。2026年6月最新。

発行：2026年6月 / 対象：不動産業（仲介・管理）の検討担当・管理職

Claude Works (クラウドワークス)

非エンジニアのためのClaude実践メディア claudelab.jp

本資料は、記事「[不動産会社のAI \(Claude\) 導入 検討ガイド](#)」の読者向けに用意した、**仲介・管理会社の業務をそのまま棚卸しして検討・稟議に使えるテンプレート集**です。社内で配布して構いません（再配布は禁止）。一人称は「私」で統一しています。

数字の扱いについて先にお断りします。 本資料に出てくる削減時間・削減率・金額は、すべてあくまで試算で、**会社の規模・取扱物件・業務の現状によって大きく変動します。**そのまま鵜呑みにせず、必ず自社の数字に置き換えて使ってください。Claudeの料金は2026年6月時点で確認した値で、最新は提供元の公式情報をご確認ください。

ここで言うAIは、特定の製品に限定せず**Claude (クロード)**を例に進めます。Claudeには、文章作成・要約・分析・調べものを日本語で頼める対話型AI (**Claude Cowork**) と、ファイルの読み書きや定型作業まで任せられる作業エージェント (**Claude Code**) の2システムがあります。用語を1つだけ補足すると、**AIエージェントとは「指示するとファイルを読み・書き・実行までやってくれるAI」**のことで、チャットで会話するだけのAIより一歩踏み込んで作業を任せられます。

① 不動産業（仲介・管理）のAI活用の考え方

不動産会社のAI活用で最初に押さえるべき大原則は1つです。**AIに任せるのは「文章・情報を扱う繰り返し作業」、人が握るのは「物件を見る目・顧客との信頼・最終的な法的判断」**。この線引きを間違えなければ、仲介でも管理でも同じ考え方で進められます。

仲介・管理の業務は、大きく次の2種類に分かれます。

- **AIが効く業務**：物件情報の入力・整形、ポータルサイト用の物件紹介文、反響メールの一次返信、内見案内文、契約書・重要事項説明書の**ドラフト（下書き）作成**、入居者からの問い合わせ一次対応、原状回復の見積もり文面、月次の管理レポート、オーナー報告文書、社内の調べもの。これらは「文章を扱う繰り返し作業」の塊で、AIが最も得意とする領域です。
- **人がやるべき業務**：物件の現地確認と査定、顧客・オーナーとの対面の信頼構築、価格交渉、**重要事項説明そのもの（宅建士の対面説明）**、契約の最終チェックと締結判断、トラブル時の対人対応、入居審査の最終決定。

不動産業ならではの注意点が3つあります。

第一に、宅建業法・契約の領域は「ドラフトまで」。Claudeは重要事項説明書や契約書のたたき台を高速で作れますが、**最終的な内容確認・法令適合の判断・宅建士による対面説明は必ず人が行い**

まず。AIが作った文面をそのまま使わず、宅建士が一文ずつ確認する——この一線が不動産業のAI活用で最も重要です。

第二に、個人情報・物件情報の扱い。入居者・オーナー・購入希望者の個人情報、まだ公開していない物件の売却情報などは機微な情報です。**契約上、入力したデータが学習に使われない設定・プランを使う**こと、機微な個人情報はそのまま入力しないことをルール化します。

第三に、効果の出る順番。いきなり契約書まわりに使うのではなく、**反響対応・物件紹介文・管理レポート**といった「**毎日・毎週繰り返す文章作業**」から小さく始める。すぐ効果が出て、習得も速く、トラブルのリスクも低いからです。

全体の進め方は、まず**自社の業務を棚卸し（②③）→効く業務を1~2個に絞る→効果を試算（④）→チェックリストで準備（⑤）→小さく実証してから広げる（⑥）**、という順番です。

② 【ユースケース集】 仲介・管理の業務 × AI活用例

仲介・管理の代表的な業務を10個ピックアップし、具体的なAI活用例・使うClaudeの系統・効果の出やすさ・注意点を一覧にしました。**自社で「これ毎週やってる」という業務に印をつけながら読んでください。**

#	業務（仲介・管理）	具体的なAI活用例	主に使うシステム	効果の出やすさ	注意点（人が握る部分）
1	物件紹介文・募集函面のコメント作成	物件データ（間取り・設備・周辺）を渡すと、ポータル用の紹介文・キャッチコピーを複数案で生成。トーン違いも一括	Cowork 中心	◎ 高い	誇大表現・おとり広告にならないか最終確認は人
2	反響メール・問い合わせの一次返信	ポータル経由の反響に対する初回返信、内見日程調整、来店案内の文面を瞬時にドラフト	Cowork 中心	◎ 高い	送信前の確認・価格や条件の最終回答は人
3	内見・案内資料の作成	物件周辺情報（学校・スーパー・駅距離）の整理、内見時の説明メモ、比較表のたたき台	Cowork 中心	○ 中～ 高	現地で見た一次情報の追記は人
4	重要事項説明書・契約書のドラフト	ひな形と物件情報から重説・契約書の下書きを作成、抜け漏れチェックのたたき台	Cowork +Code	○ 中 (要確認)	法令適合・最終内容・対面説明は宅建士が必須
5	入居者からの問い合わせの一次対応	設備不具合・更新・退去などのよくある問い合わせへの一次回答文、対応履歴の要約	Cowork 中心	◎ 高い	緊急対応・クレーム・例外判断は人
6	原状回復・修繕の見積・連絡文面	退去立会いメモから原状回復の説明文、業者への発注依頼文、入居者・オーナーへの連絡文を作成	Cowork 中心	○ 中～ 高	負担区分の最終判断（ガイドライン適用）は人
7	月次管理レポート・オーナー報告	入出金・空室・対応履歴のデータから、オーナー向け月次報告書のたたき台を自動整形	Cowork +Code	◎ 高い	数字の正確性チェック・方針の提案は人
8	空室・募集状況の集計と分析	複数物件の空室期間・問い合わせ数・成約率を集計、改善ポイントの整理	Code中心	○ 中～ 高	賃料設定・リフォーム判断は人
9	物件登録・データ入力の整形	紙資料・PDFの物件情報を読み取り、社内システム用の項目に整形・転記の下書き	Cowork +Code	○ 中～ 高	登録前の最終照合は人
10				○ 中	

#	業務（仲介・管理）	具体的なAI活用例	主に使うシステム	効果の出やすさ	注意点（人が握る部分）
	重説・契約の社内チェックリスト運用	過去のひな形から、物件種別ごとの確認項目チェックリストを生成・更新	Cowork中心		チェック運用・責任者承認は人
11	調べもの（法改正・制度・周辺相場）	宅建業法・賃貸借まわりの制度確認、補助・助成制度、エリア相場の公開情報を要約整理	Cowork中心	◎ 高い	一次ソース確認・最終判断は人
12	社内・募集チラシ／DMの文面	売却・賃貸募集のチラシ文面、オーナー開拓DM、来店促進メールのたたき台	Cowork中心	○ 中～高	広告表示ルールの確認は人

この表で◎がついている業務のうち、自社で毎日・毎週繰り返していて時間を取られている業務（特に #1 物件紹介文、#2 反響返信、#5 入居者一次対応、#7 月次レポート、#11 調べもの）から着手するのが鉄則です。一度に全部ではなく、まず1～2個から始めてください。

③ 【検討テンプレ本体】業務棚卸し表

ここが本資料の中心です。下の表に、**自社の仲介・管理業務を1行ずつ書き出し**、AI適性を判定して、着手の優先順位をつけます。まず記入例（5行）を見て、続く空欄に自社の業務を埋めてください。

列の意味

- **業務**：具体的な作業名（できるだけ細かく）
- **頻度**：毎日／週○回／月○回 など
- **月間時間**：その業務に1ヶ月で使っている合計時間（担当者全員分の目安）
- **AI適性**：◎=高い／○=中／△=低い（②の表や「文章・繰り返し・正解がある」で判断）
- **想定削減**：AIで減らせそうな時間の割合（あくまで試算。最初は控えめに）
- **担当**：その業務の担当部署・担当者

記入例

業務	頻度	月間時間	AI適性	想定削減	担当
ポータル用 物件紹介文の作成	週10件	16時間	◎	60%	仲介・営業
反響メールの一次返信・日程調整	毎日	20時間	◎	50%	仲介・営業
入居者からの問い合わせ一次対応	毎日	18時間	◎	40%	管理
月次管理レポート・オーナー報告	月1回	24時間	◎	55%	管理
重要事項説明書のドラフト作成	週3件	12時間	○	35%	仲介（宅建士確認必須）

自社記入欄（空欄）

業務	頻度	月間時間	AI適性	想定削減	担当

書き終わったら、AI適性「◎」かつ「月間時間が多い」業務の上位2つに丸をつけてください。それが最初に着手すべき業務です。

④ ROI試算枠（計算例つき）

棚卸しで「どこに効くか」が見えたら、次はいくらかかって、いくら効果が出るかです。判断に必要なのは **費用 ÷ 効果 = 投資対効果（ROI）** です。

費用の考え方（2階建て）

1階：ツール利用料。 Web・アプリから普通に使うなら、個人向け**Proプラン（月20ドル前後・約3,000円）**が基本です。チームでまとめるなら**Team（1人あたり月25ドル前後／年払い月20ドル前後・最低5名から）**、毎日重く使うなら**Max（月100～200ドル）**。文書作成・反響対応中心の使い方なら、**1人あたり月3,000円前後で収まる**ことがほとんどです。（参考：API従量課金の単価は2026年6月時点で、Claude Opus 4.8が100万トークンあたり入力5ドル・出力25ドル、Sonnet 4.6が入力3ドル・出力15ドル、Haiku 4.5が入力1ドル・出力5ドル。ただし通常の使い方ではAPIではなくプラン料金だけで済みます。）

2階：導入・定着の費用。 最初の業務設計・使い方の習得・情報の扱いルール整備にかかる時間・費用です。独学で進めればほぼゼロ、短期間で確実に立ち上げたい・全社展開まで見据えるなら研修・伴走支援を使うと習得が速くなります。

効果の考え方（時間を金額に換算する）

効果は、**削減できた作業時間 × 時給換算**で金額にします。これが稟議で最も効く数字です。

ROI計算例（記入欄つき）

下の式に、③の棚卸し表で出した数字を入れてください。

【1業務あたりの月間効果（試算）】

月間時間 × 想定削減率 × 時給換算 = 月間効果額

例：反響返信 20時間 × 50% × 時給2,500円 = 月25,000円

例：紹介文作成 16時間 × 60% × 時給2,500円 = 月24,000円

例：月次レポート 24時間 × 55% × 時給2,500円 = 月33,000円

3業務の月間効果（試算） = 月82,000円 → 年約98万円

【費用（試算）】

ツール利用料 3名 × 月3,000円 = 月9,000円（年約11万円）

（導入・定着費は別途。研修を使う場合はここに加算）

【ROI（試算）】

年効果 約98万円 ÷ 年費用 約11万円 = 投資対効果 約9倍

※ あくまで試算。最初の1～2ヶ月は慣れの時間で効果は小さく出ます

自社記入欄

業務	月間時間	想定削減率	時給換算	月間効果額（試算）
（上位業務1）		%	円	円
（上位業務2）		%	円	円
（上位業務3）		%	円	円
月間効果 合計				円
年間効果 合計（×12）				円

金額に出ない効果も併記すると稟議が通りやすくなります。例：反響への返信が速くなり成約機会を逃しにくくなる／空室期間の短縮／担当者の残業削減・離職防止／浮いた時間を内見・オーナー開拓に回せる。これらは「定性効果」として書き添えてください。研修費は人材開発支援助成金などで実質負担を圧縮できる場合がありますが、助成率・要件は変動し、申請前に管轄の労働局での確認が必須です。

⑤ 導入チェックリスト

着手前・着手中・展開時に確認すべき項目です。記入例（チェック済み）を参考に、自社で1つずつ潰してください。

着手前の準備

- ③の棚卸し表で、AI適性◎かつ時間の多い業務を2つに絞った（例：反響返信・物件紹介文）
- ④でROIを試算し、年効果と費用をざっくり把握した
- 着手する業務の「今かかっている時間（ビフォー）」を記録した
- 個人情報・未公開物件情報の取り扱いルールを決めた（機微な個人情報は入力しない）
- 入力データが学習に使われない設定・プランで契約することを確認した
- まず使う担当者（1～2名）と、効果を測る担当を決めた

着手中（最初の30日）

- 決めた業務は毎回必ずAIに通す（気が向いたら、にしない）
- うまくいった指示の出し方をメモに残す（後の手順書になる）

- アフターの時間を記録し、ビフォーと比較する
- 重説・契約まわりは「ドラフトのみ・宅建士が必ず確認」を徹底した

全社・他店舗へ展開する前

- 実測した削減時間を金額に換算し、最初の効果レポートを作った
- 効果が出た特定業務を指定して展開する（自由に使いわせるのではなく）
- チーム共通のルール（情報の扱い・困ったときの相談先）を整えた
- 推進担当・問い合わせ窓口を決めた

⑥ 次の一步

ここまで埋めれば、「**自社のどの業務にAIが効くか**」「**いくらかかって、いくら効果が出るか**」「**何から始めるか**」が、検討・稟議に使えるレベルで揃います。具体的な進め方は次の通りです。

1. **③の棚卸し表を埋める**（仲介・管理の業務を1行ずつ書き出し、AI適性で優先順位づけ）
2. **上位2業務でROIを試算する**（④の記入欄）
3. **⑤のチェックリストで、ビフォー測定と情報ルールを準備する**
4. **その2業務を30日、毎回AIに通して実測する**（反響返信・物件紹介文・月次レポートが特におすすめ）
5. **効果レポートを作り、他店舗・他業務へ展開する**

不動産業のAI活用は、特別な技術力ではなく、**正しい順番と、人が握るべき仕事（査定・対面・宅建士の説明・最終判断）の見極め**で決まります。文章の繰り返し作業を巻き取らせ、小さく証明し、空いた時間を内見・接客・オーナー開拓に回す。これが基本の型です。

詳しい背景・考え方は、本資料のもとになった記事「[不動産会社のAI \(Claude\) 導入 検討ガイド](#)」をあわせてご覧ください。

自社だけで進めるのが不安な方へ

本資料の通りに進めれば、検討と小さな立ち上げはご自身でも十分前に進められます。ただ、「**重説・契約のドラフトをどこまでAIに任せていいか**」「**個人情報の扱いルールはどこまで決めればいいのか**」「**複数店舗にどう展開するか**」といった、不動産業ならではの判断で迷う場面は必ず出てきます。

そういうときは、**無料30分相談**をご利用ください。この検討シートに自社の業務を当てはめた状態でお持ちいただければ、どの業務から着手すべきか、宅建業法まわりの線引き、情報の扱い、展開の進め方を、具体的にお答えします。仲介・管理会社向けの研修・伴走（法人向け：1日入門研修25万円～、部署特化研修18～35万円、3ヶ月伴走コンサル48～98万円）が必要かどうかも含めて、フラットに整理します。

→ [無料30分相談を予約する](#)（オンライン・予約は[こちらのカレンダー](#)から）

→ [研修・コンサルティングのメニューを見る](#)

無料30分オンライン相談を受け付けています

「自社の場合どう進めればいいのか」を、御社の状況に合わせて具体的にご提案します。売り込みはいたしません。

 ご予約：<https://app.spirinc.com/patterns/availability-sharing/evuvVnwxGC-HC8t6imBtr/confirm>

 support@lexor.jp /  <https://claudelab.jp>