

INSURANCE AI PRACTICAL COURSE

DAY 2

保険営業AI実践講座

AIを営業導線と
顧客接点に組み込む

一般社団法人日本住宅ローンコンサルティング協会

本日の流れ

01 | DAY1の振り返り

02 | 公式LINEの初期運用

03 | セミナー後フォロー導線

04 | 顧客リスト活用

05 | 社内共有メモ作成

DAY1の振り返り

DAY1で確認した5つの基本

AIは万能ではない

下書き担当 整理担当として使う

最終確認は人が行う

個人情報や商品推奨には注意

AIで作ったものはそのまま使わない

AIツールの使い分け

NotebookLM	手元資料を整理する
ChatGPT / Gemini Claude	文章作成 壁打ち 相談
Genspark	スライドや資料のたたき台
保険営業 サポートAI	メール LINE添削 住宅ローン相談案件の確認事項整理
情報発信用GPT	お客様向け発信文の作成

DAY2の目的

AIで作ったものを
営業活動にどうつなげるかを考える

文章を作って終わりではなく

接触先 接触内容 接触導線まで整理する

SECTION 03

公式LINEは作ることより使い方

CASE A

作ってきた場合

運用設計へ進む

CASE B

作っていない場合

最低限だけ一緒に作成

GOAL

どちらの場合もゴールは営業導線に組み込むこと

CASE A

作成済みの場合の確認事項

CONTENT

- ・ プロフィール文
- ・ あいさつメッセージ
- ・ 初回配信文

OPERATION

- ・ 誰に登録してもらうか
- ・ LINEカードを渡す場面
- ・ 月1回の配信テーマ

CASE B

未作成の場合は一緒に作りましょう！

TO DO

- ・ アカウント開設
- ・ 基本情報の入力
- ・ あいさつメッセージ
- ・ QRコードの確認

DECIDE TODAY

今日決める5つ

01

誰に案内するか

02

最初に何を送るか

03

どの場面でカードを渡すか（カードの作成はこの5つが決まった後に行います）

04

月1回何を配信するか

05

セミナー後フォローにどう使うか

あいさつメッセージを作る

含める要素

- ・ 登録へのお礼
- ・ 配信する内容
- ・ 売り込みではない安心感
- ・ 必要な時の相談導線

ここからブラウザでAIに下書きを作らせます

SECTION 03

LINEスタートカードの使い方

LINEカードは登録のきっかけを作る道具

SCENE

01

セミナー後

02

既存顧客
訪問時

03

年末カレンダー
配布時

04

季節のハガキ
同封

05

個別相談後

セミナー後フォローの考え方

セミナーは開催して終わりではない

参加後の接触が次の相談につながる

AIでフォロー文の下書きを作る

セミナー後に作る文面

5つの接触文をAIで下書きする

01

お礼メール

02

LINE登録案内

03

個別相談への自然な案内

04

1週間後フォロー

05

補足情報の配信文

セミナー後フォロー ワーク

STEP

- ・ 実際のセミナーを1つ題材にする
- ・ AIでお礼文とLINE登録案内を作る
- ・ 売り込み感を抑える
- ・ 自然な相談導線に整える

ここからブラウザでワークに入ります

SECTION 05

顧客リスト活用の考え方

顧客リストをAIで使う目的は

契約しそうな人を当てることではない

PURPOSE

誰に / どんな話題で / どの順番で接触するか
を整理すること

顧客リストを使う前の注意

守るべき5つの基本

REMOVE

- ・ 氏名 住所は削除
- ・ 顧客番号で管理
- ・ 備考欄は特に注意

DO NOT INPUT

- ・ 健康状態を入れない
- ・ 資産状況を入れない
- ・ 契約詳細を入れない
- ・ 実データ利用は
社内ルールを決めてから

サンプルCSVで分析する

RULE

- ・ 今日は架空の顧客リストを使う
- ・ 実名や住所は使わない
- ・ 顧客番号ベースで分類する
- ・ 接触テーマと優先順位を考える

ここからブラウザでサンプルCSVを開きます

・顧客リスト分析用プロンプト

以下は、氏名や住所を削除し、顧客番号で管理したサンプル顧客リストです。
目的は、保険商品の推奨や契約可能性の判定ではありません。
既存顧客への情報提供や、接触のきっかけを整理することです。
このリストをもとに、以下の観点で顧客を分類してください。

- 1.住宅ローンや家計の情報提供が合いそうな顧客
- 2.教育費や子育て世帯向け情報が合いそうな顧客
- 3.相続や老後資金の情報提供が合いそうな顧客
- 4.しばらく接触が空いている顧客
- 5.セミナー案内を送りやすい顧客
- 6.公式LINE登録を案内しやすい顧客

出力は、以下の形式で整理してください。
分類名：
該当する顧客番号：
分類した理由：
最初に送るとよさそうな話題：
送る方法の候補：
最初の接触文の方向性：
注意点：
注意事項：

特定の保険商品を推奨しないでください。
契約につながる可能性を断定しないでください。
不安をあおる表現は避けてください。
医療、税務、法律判断はしないでください。
あくまで、接触のきっかけと情報提供テーマを整理する目的で分析してください。

・分析後のコンタクト文章作成プロンプト

先ほど分類した顧客グループごとに、最初に送る短い接触文を作成してください。
対象は既存のお客様です。
売り込み感は出さず、情報提供や近況確認として自然に読める文章にしてください。
特定の保険商品は推奨しないでください。
不安をあおらず、必要があれば相談できるという程度の自然な導線にしてください。
以下の分類ごとに作成してください。

- 1.住宅ローンや家計の情報提供が合いそうな顧客向け
- 2.教育費や子育て世帯向け情報が合いそうな顧客向け
- 3.相続や老後資金の情報提供が合いそうな顧客向け
- 4.しばらく接触が空いている顧客向け
- 5.セミナー案内を送りやすい顧客向け
- 6.公式LINE登録を案内しやすい顧客向け

出力形式は以下にしてください。

分類名：
想定する顧客番号：
送る話題：
LINE向け短文：
メール向け文面：
ハガキ向け一言：
注意点：

AIで分類する観点

01

住宅ローンや
家計の情報提供

02

教育費や
子育て世帯向け情報

03

相続や
老後資金の情報提供

04

接触が空いている顧客

05

セミナー案内候補

06

公式LINE登録案内候補

SECTION 05

分類して終わりにしない

分類結果をもとに

STEP 01

送る話題を
決める

STEP 02

送る方法を
決める

STEP 03

最初の接触文を
作る

分析から行動につなげることが重要

接触文作成ワーク

4つの層に向けて

01

住宅ローン層
向け

02

教育費層
向け

03

相続層
向け

04

接触空白層
向け

それぞれに合う短い文面を作る

ここからブラウザでAIに下書きを作らせます

社内ルールとして決めること

社長と一緒に決める5項目

01	AIに入れない情報
02	匿名化の方法
03	文面の最終確認者
04	実データ利用の許可範囲
05	お客様向け配信前の確認フロー

社内共有メモを作る

含める項目

RESULT

- ・ 今日作ったもの
- ・ 公式LINEの使い方
- ・ セミナー後フォロー案
- ・ 顧客リスト活用案

NEXT

- ・ 注意点
- ・ まず1か月で試すこと

講座後の進め方

STEP 01

2日間はAI活用の入口

STEP 02

実際に使ってから疑問が出る

STEP 03

半年間の月1コンサルで継続支援

STEP 04

御社に合う形へ調整していく

SUMMARY

まとめ

AIで文章を作るだけではなく

01

接触先

02

接触内容

03

接触導線

を整理する

CLOSING

小さく試しながら 代理店の実務に合わせて育てていく