

三井情報、金融機関カスタマーセンター利用者の AI 受容度調査を実施

－ 生活者の声から“人×AI の最適分担”を読み解く－

三井情報株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:真野 雄司、以下 三井情報)は、金融機関のカスタマーセンター(お客様窓口/コールセンター)の利用経験者を対象に、「金融機関カスタマーセンター利用者の AI 受容度調査(以下 本調査)」を実施し、その結果を取りまとめました。

■調査実施の背景

日本銀行の調査(*1)によると、金融機関では生成 AI の活用・試行が広がっており、その効果は一定程度評価されています。一方で、実際に金融機関のサービスを利用する消費者が、生成 AI の活用をどのように受け止めているかに関する定量的なデータは限られています。特に、コールセンター/カスタマーセンターに焦点を当てた調査は少ないのが現状です。

また、規制・ガイドラインの整備が進む中、利用者の声を踏まえた「責任ある AI 活用」や「人間中心の設計」が、金融機関の持続的な信頼確保において重要性を増しています。

こうした背景を踏まえ、本調査は、金融機関における AI 活用検討の基礎情報を提供することを目的に実施しました。

■調査結果サマリー

1. 生成 AI は「身近なもの」になりつつある一方で、印象は慎重寄り

- 調査対象者の約 7 割が生成 AI の利用経験あり。
- 生成 AI への印象は、約 6 割がポジティブな評価、約 3 割が「どちらともいえない」という結果となり、「好意的だが慎重」な姿勢がうかがえました。

2. 定型的な問い合わせでは AI 受容度が高く、非定型・高リスク領域では人による対応が求められる

- 「残高照会」「手続き方法案内」などの問い合わせでは、約 7~8 割が「AI だけでよい」「まず AI でよい」と回答し、AI 活用への許容度が高い結果となりました。
- 一方、「商品内容説明・相談」や「不正利用の疑いなど緊急性の高い相談」では、「最初から人に対応してほしい」との回答が多く、内容の複雑さやリスクの高さに応じた AI/有人の使い分けが必要であることが分かりました。

3. 対応者が AI か人かの明示と、いつでも人に切り替えられる“選択権”が、AI 対応受容の前提条件

- 利用者の 8 割以上が「対応者が AI なのか人なのか、あらかじめ教えてほしい」と回答しました。
- また、約 6 割が「希望すればすぐに人のオペレーターにつながることを安心条件として挙げるなど、AI 活用において“透明性”と“切り替えのしやすさ”が重視されていることが明らかになりました。

■調査結果(抜粋)

1. 顧客接点におけるAIの受容範囲

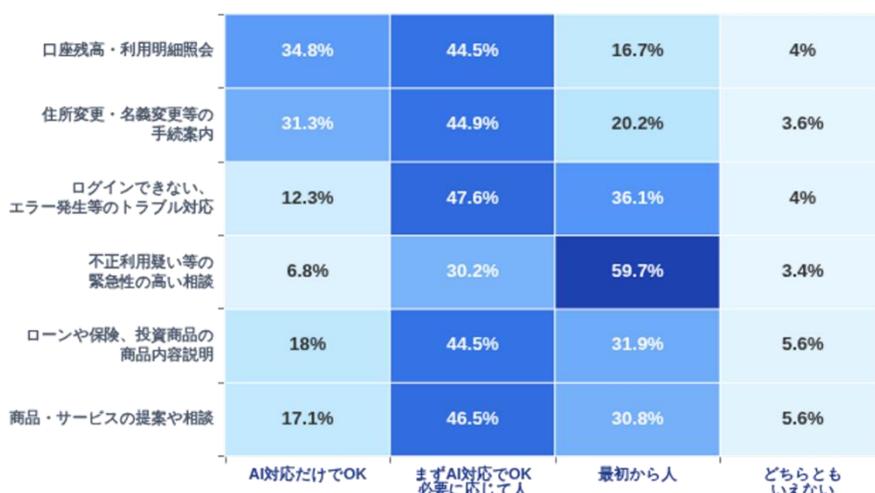
- 「口座残高・利用明細照会」「各種手続き方法案内」などの定型的な問い合わせにおいては、「AIだけで対応してよい」と回答した割合が他の問い合わせ内容よりも多く、AIへの受容度が高い結果となりました。
- 一方で、「不正利用の疑いがあるなどの緊急性の高い相談」「ログインできない、エラー発生等のトラブル対応」「ローン・投資・保険などの商品内容説明」では、「最初から人に対応してほしい」「まずAI対応でよいが、必要に応じて人に代わってほしい」という回答が大きな割合を占めており、**高リスク／相談要素の強い領域では有人対応が強く期待されている**ことが分かります。

問い合わせ内容別のAI受容度マトリクス

Q. 金融機関のカスタマーセンター（お客様窓口／コールセンター）で、生成AIが対応してもよいと思う範囲

数字は回答割合(%)

● 低 ● 中 ● 高 (回答割合)



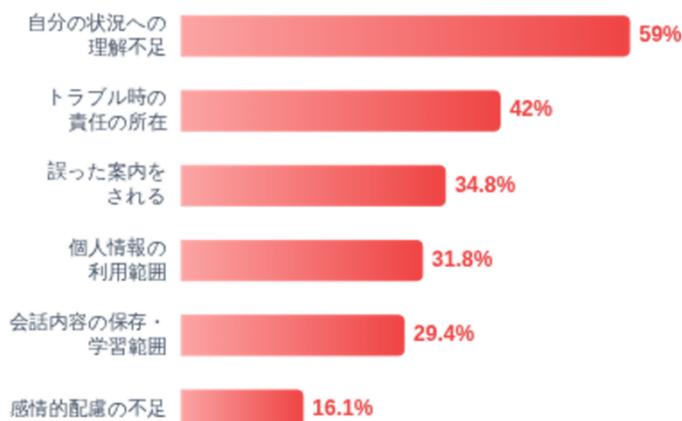
2. AI対応への不安と、安心のための条件

➤ AI対応への不安要因

AI対応に対して不安を感じる点としては、「自分の状況を十分に理解してもらえないのではないか」、「トラブル時に責任の所在があいまいになりそう」、「誤った案内をされるのではないか」、「個人情報や会話内容がどのように使われるか分からない」などが上位に挙がりました。

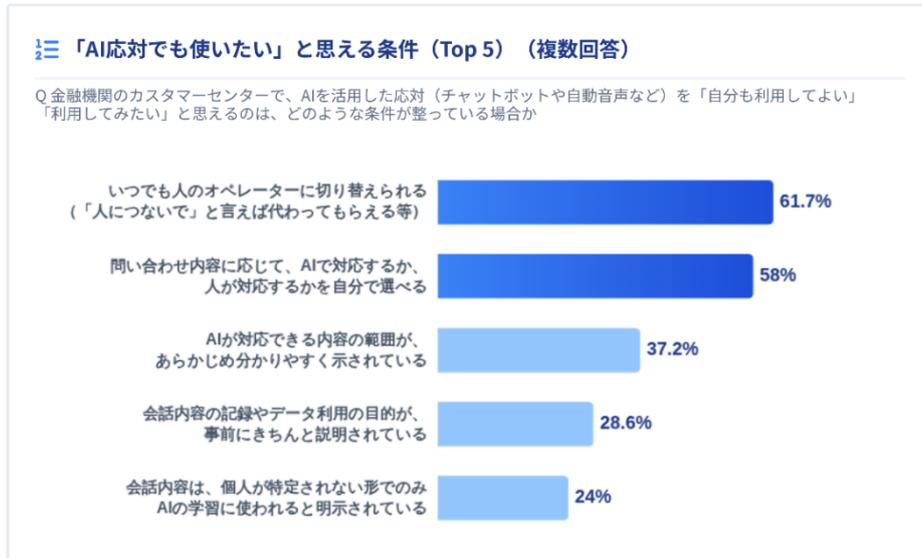
AI対応への不安要因ランキング（複数回答）

Q. 金融機関のカスタマーセンターに問い合わせた際に、人ではなくAIによる対応だと不安に感じそうなこと



➤ 「AI 対応でも使いたい」と思える条件

- ・ 逆に、「AI 対応でも利用してよいと思える条件」としては、「いつでも人のオペレーターに切り替えられる」、「AI かんか、自分で選べる」、「AI が対応できる範囲があらかじめ分かりやすく示されている」、「会話内容の記録・データ利用目的が事前に説明されている」といった項目が多く選ばれ、“コントロール権(選択・切替)”と“透明性”が AI 受容のカギであることが示されました。



3. バックエンド業務(*2)への AI 活用に対する評価

- カスタマーセンターでの会話を AI が分析し、「応対品質の向上」、「オペレーター教育」、「商品・サービスの改善」に役立てることについては、いずれも 7 割前後が肯定的な回答をしており、**会話データを「サービス改善のための資産」として活用することには高い受容性があることが分かりました。**
- オペレーター支援AIについても、利用者の多くは「正確で迅速な回答が期待できる」「新人でも一定レベルの応対ができそう」といったポジティブな印象を持っており、“AIが人を置き換える”のではなく“AIが人を支える”文脈であれば、利用者にとってもメリットとして認識されやすいと考えられます。

会話データの分析：利用目的別の受容度

Q. カスタマーセンターでの会話を、以下の目的でAIが分析・記録することをどう感じるか

数字は回答割合(%)

● 低 ● 中 ● 高 (回答割合)

目的	低	中	高	とても良い	どちらかというとき
録音・後から確認	34.3%	44.2%	17.4%	3.2%	1%
応対品質向上・教育	27.6%	45.3%	21.8%	3.4%	1.9%
商品・サービス改善	29%	43.6%	21.9%	3.8%	1.6%
商品・サービス提案	24.6%	41.8%	25.9%	5.5%	2.3%

とても良い どちらかというとき どちらともいえない どちらかというとき 良くない 全く良くない

■本調査レポートの内容とダウンロードについて

本プレスリリースでは、一部の設問結果のみを抜粋してご紹介しています。

年代別・性別別の集計結果や設問ごとのグラフ、考察をまとめたレポート(全体版)は、下記URLよりダウンロードいただけます。

[▼詳細な調査レポートをダウンロードする](#)

■レポートタイトル:「金融機関カスタマーセンター利用者のAI受容度調査レポート」

■主な掲載内容:

- 生成AI利用経験・印象のクロス分析(年代×性別)
- 問い合わせ内容別のAI受容度(残高照会／不正利用／商品相談 など)
- AI対応への不安要因と、利用を許容できる条件の整理
- 会話データの利用目的別のAI受容度

本調査は、金融機関側の生成AI活用の進展だけでなく、実際にサービスを利用する生活者の受容度や不安、受容条件を可視化した点に特徴があります。これにより金融機関は、AIに任せられる業務領域と人による対応が求められる領域を具体的に把握し、顧客の信頼を損なうことなく、生産性向上と顧客体験向上を両立するAI導入の検討が可能になります。

また、会話データのAI分析やオペレーター支援に対する高い受容性は、VOC(Voice of Customer)を起点とした商品・サービス改善や、金融包摂の推進につながる可能性を示しています。

■調査概要

- 調査名称:金融企業カスタマーセンター利用者のAI受容度調査
- 調査対象:以下を満たす全国の20～70代男女
 - 過去1年以内に対象金融機関(銀行・クレジットカード会社・証券会社・生命保険会社・損害保険会社等)のカスタマーセンター(お客様窓口／コールセンター)に問い合わせた経験がある
 - 「生成AI」という言葉を認知している
- 調査方法:インターネットリサーチ
- 調査期間:2025年12月19日～2026年1月5日
- 有効回答数:1,781サンプル
- 調査企画:三井情報株式会社

(*1) 金融機関における生成 AI の利用状況とリスク管理(2025 年 9 月公表): <https://www.boj.or.jp/research/brp/fsr/fsrb250930.htm>

(*2)バックエンド業務とは、システム管理、リスク管理を指します。

以上

【関連ページ】

コンタクトセンターソリューションページ: <https://www.mki.co.jp/lp/contact-center.html>

【三井情報株式会社について】

三井情報株式会社(MKI)は『ナレッジでつなぐ、未来をつくる』をパーパスに掲げ、ICTを基軸とした事業を展開し、2030 Vision「未来社会の当たり前をつくる」の実現に向け、お客様と共に社会課題の解決や新たな価値の創出に取り組んでいます。第七次中期経営計画では、2023年4月からの3年間を「想創期」と位置づけ、半世紀にわたり培った技術や知見の結実である“KNOWLEDGE”を活かし、お客様と共に価値を創造する「価値創造企業」として絶え間ない挑戦を続けていきます。

ホームページ: <https://www.mki.co.jp/>

※三井情報、MKI及びロゴは三井情報株式会社の商標または登録商標です。

※本リリースに記載されているその他の社名・商品名は、各社の商標または登録商標です。

【報道関係者からのお問い合わせ先】

三井情報株式会社

広報・ブランディング推進室

TEL : 03-6376-1008 E-mail : press-dg@mki.co.jp

【本製品サービスに関するお問い合わせ先】

三井情報株式会社

共創営業本部 マーケット推進部 第二推進室

E-mail : ccsol-sales-dg@mki.co.jp