

2026 年 1 月 30 日

インパクトホールディングス株式会社

問い合わせ内容で AI・自動対応に対する評価が二極化  
ECトラブルでは自動対応の不満 41.7%、設定・確認では満足 47.7%  
～RJC リサーチ、全国 20 歳～69 歳男女 504 人を対象にコンタクトセンターに関する利用実態調査を実施～

インパクトホールディングス株式会社の連結子会社で、マーケティングリサーチ事業を展開する株式会社 RJC リサーチ（本社：東京都港区、代表取締役社長：川村 雄二、以下「RJC リサーチ」）は、LINE リサーチにて、全国の 20 歳～69 歳男女 504 人を対象に「コンタクトセンターに関する調査」を実施いたしました。



# 問い合わせ内容で AI・自動対応に対する評価が二極化

コンタクトセンターに関する利用実態調査

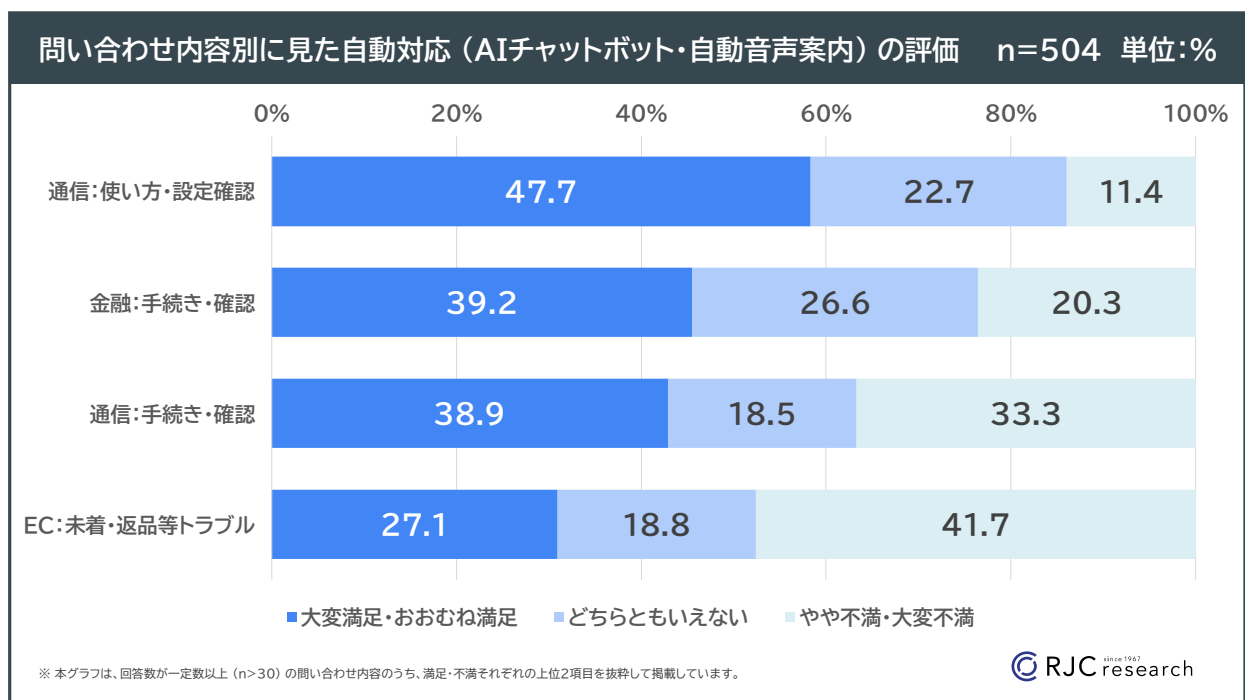
アンケート期間：2025年12月19日～22日

## 【調査結果サマリー】

- 自動対応は問い合わせ種別によって評価が異なる。
- ECトラブルでは、人対応の評価が相対的に高い。
- AI/自動対応の評価は年代差がみられる一方、人対応は全年代で高水準。
- 対応フローは「自動対応と人との併用」が主流。

◆ 自動対応は「確認・定型」では満足度は伸びやすい

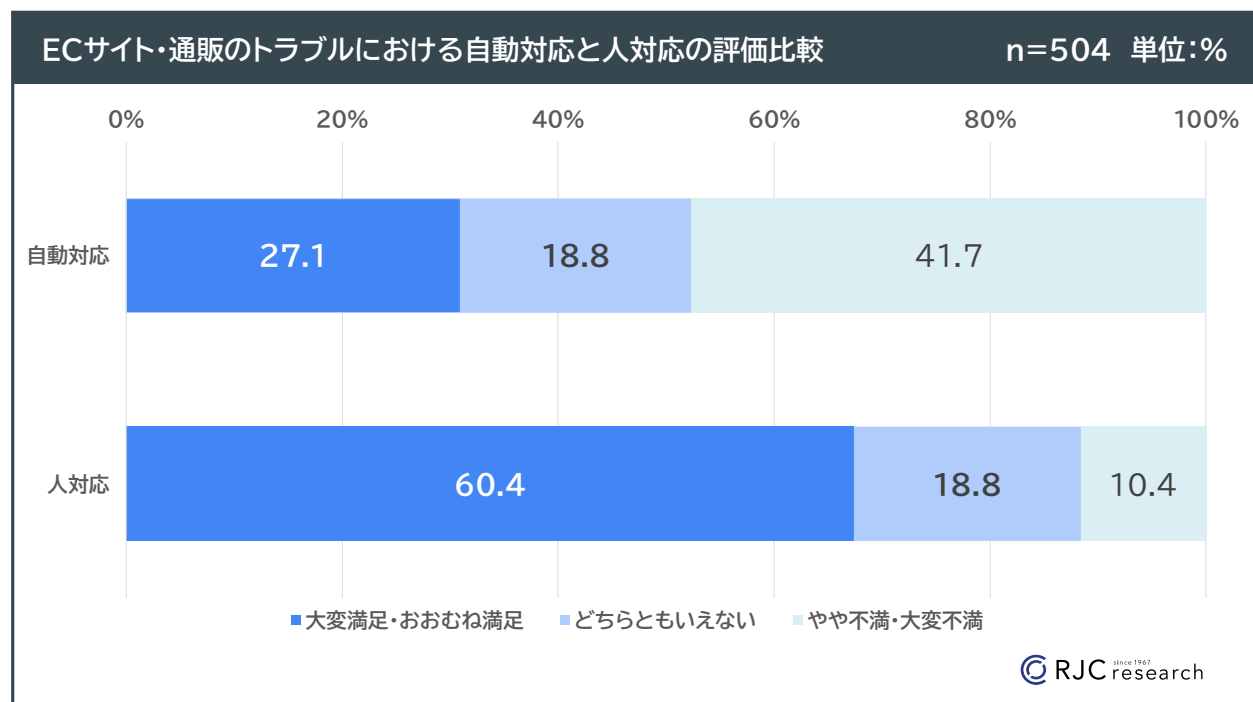
問い合わせ内容別に自動対応（AI チャットボット/自動音声案内など）の満足度を確認すると、手順が定型化しやすい「確認・手続き」領域で満足度が相対的に高い傾向が見られました。具体的には、通信の使い方・設定確認で満足（大変満足・おおむね満足）と答えた割合が 47.7%、金融・保険の手続き/確認は 39.2%となっています。



◆ ECトラブルに関する問い合わせでは自動対応の評価が相対的に低く、不満が高まりやすい傾向

ECトラブル（未着・誤配送・返品など）では、自動対応への不満（やや不満・大変不満）が41.7%と4割を超えました。トラブル時は状況の個性が高く、前提条件の確認や判断のすり合わせが必要になる場面も多いため、定型的な案内だけでは解決まで到達しにくいケースがあると考えられます。

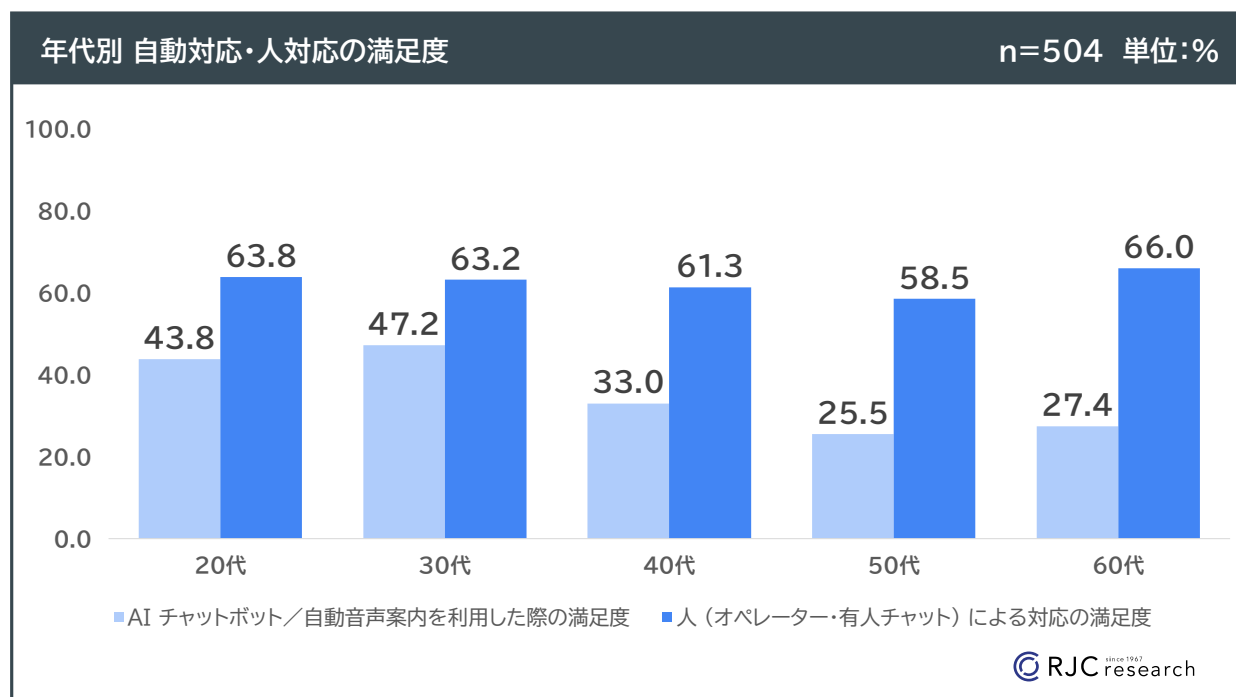
一方で、人による対応では満足（大変満足・おおむね満足）と答えた割合は60.4%と高く、不満は10.4%にとどまりました。自動対応は満足27.1%に対し不満41.7%となっており、トラブルに関する問い合わせでは、人が関与することで体験評価が高まりやすいことがうかがえます。



◆ 自動対応の評価には年代差が見られる一方、人対応は全年代で高水準

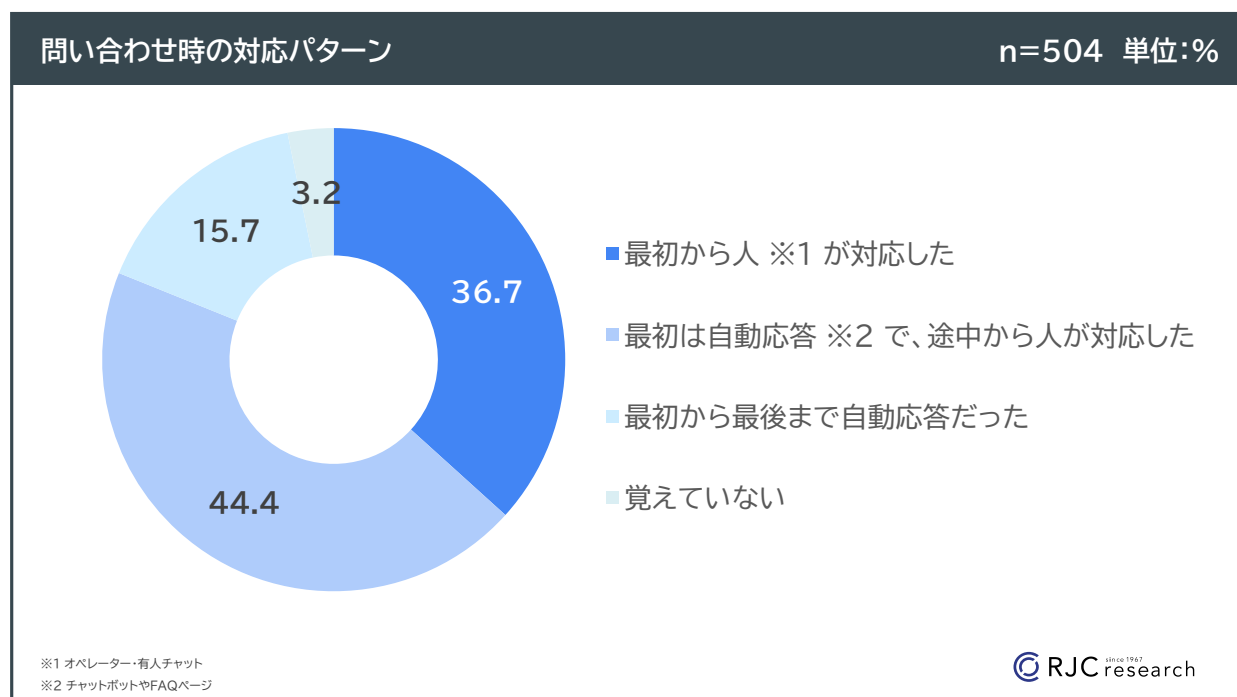
自動対応（AI チャットボット/自動音声案内など）の満足度は、年代によって差が見られました。満足（大変満足・おおむね満足）と回答した割合は、30代で47.2%と比較的高い一方、50代では25.5%まで低下しています。年代が上がるにつれて、自動対応を肯定的に評価する割合が下がる傾向がうかがえます。

人による対応（オペレーター/有人チャットなど）の満足度は全年代で6割前後と安定しており、60代では66.0%が満足と回答しました。自動対応は受け止め方に個人差・世代差が出やすい一方で、人による対応は幅広い年代で一定の評価を得ていることが分かります。



◆ 対応フローの実態は「自動と人の併用」が中心

問い合わせの流れとしては、「最初から人が対応した」ケースだけでなく、「最初は自動対応を利用し、途中から人につながった」ケースも多く見られました。人が関与した（最初から人＋途中から人が対応した）割合は81.1%となっており、現状では自動対応のみで完結よりも、自動対応と人を組み合わせたハイブリッド対応が主流となっていることが分かります。



## ◆ 総括

---

本調査から、自動対応は万能ではなく、問い合わせ内容によって評価が大きく分かれることが明らかになりました。確認・定型領域では自動対応が評価されやすい一方、ECトラブルのようなトラブル領域では不満が高く、人が介入できることで体験評価が大きく改善する傾向が見られます。

今後は「AI」か「人」かの二択ではなく、問い合わせ内容に応じて“人が介入する導線”をどう設計するかが、顧客体験を左右するポイントになっていくと考えられます。

## ◆ 調査概要

---

調 査 手 法 : LINE リサーチ プラットフォーム利用の調査

調 査 地 域 : 全国 47 都道府県

調 査 対 象 : 20 歳～69 歳男女

調 査 期 間 : 2025 年 12 月 19 日 (金) ～ 22 日 (月)

有効回収数 : 504 サンプル

※ 図表の数字は、四捨五入による端数を調整していないため、内訳と計は必ずしも一致しません。

### 【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、RJC リサーチが保有します。

調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に RJC リサーチまでご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲。
2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

例 : 「株式会社 RJC リサーチが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・ データの一部または全部を改変すること
- ・ 本レポートを販売・出版すること
- ・ 出所を明記せずに転載・引用を行うこと

## ◆ 会社概要

---

会 社 名 : 株式会社 RJC リサーチ (インパクトホールディングス株式会社 連結子会社)

代 表 者 : 代表取締役社長 川村 雄二

設 立 : 1967 年 7 月 ※2017 年 12 月に分社化により新会社として設立

本 社 所 在 地 : 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 23F

事 業 内 容 : マーケティングリサーチ事業

W e b U R L : <https://www.rjc.co.jp/>

### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社 RJC リサーチ TEL:03-5937-1501 / E-mail:info@rjc.co.jp