

企業におけるAI活用と顧客データ 分析の実態および活用課題

— VOC分析の運用実態から見る成功要因とは —

目次・調査概要

目次・調査概要	- 2
調査背景・トピックス	- 3
1.企業におけるAI活用と顧客データ分析の運用実態および活用課題に関する調査	- 4
AI活用目的は効率化から顧客体験(CX)改善へ	- 5
日常的なテキストデータのAI分析が主流に	- 6
非構造化データの壁と人材不足が阻むAI活用	- 7
分析は進むが、活用はまだ途上段階に	- 8
AI活用の成果を決める「目的設計と業務実装」	- 9
AI活用を高度化するためのデータ活用体制づくり	- 10
調査のまとめ	- 11
2. 次世代のデータ活用なら「AI Central Voice」	- 12
AI Central Voiceの強み	- 13
AI Central Voiceの活用例	- 14
導入事例	- 15
会社概要	- 16

調査概要

「企業におけるAI活用と顧客データ分析の運用実態および活用課題」に関する調査

【調査期間】

2026年3月25日(水)～2026年3月26日(木)

【調査方法】

PRIZMAによるインターネット調査

【調査人数】1,003人

【調査対象】

調査回答時に小売・消費財、食品・外食、金融・保険、エンタメ・ゲーム、サービス業界に勤務し、AIを活用した顧客データやVOC活用に関与している担当者・責任者(コールセンター運営・VOC分析、CX推進、営業企画・営業推進、お客様相談室など)と回答したモニター

【調査元】

テックタッチ株式会社

【モニター提供元】

サクリサ

調査背景 - AI活用はどこまで進んでいるのか？顧客データ・VOC分析の現状と課題を探る

近年、企業におけるAI活用は急速に広がっており、業務効率化にとどまらず、顧客理解の高度化や顧客体験(CX)の改善を目的とした取り組みが進んでいます。特に、顧客データやVOC(顧客の声)をAIで分析し、意思決定や施策に活かす動きが加速しています。

一方で、チャットやメール、コールセンターの対応ログ、アンケートの自由記述など、膨大な定性データ(テキストデータ)が企業内に蓄積されているものの、それらを十分に活用しきれていないという課題も存在しています。

そこで今回、企業におけるAI活用の実態と、顧客データ・VOC分析の取り組み状況や課題を明らかにすることを目的に、コールセンター運営やCX推進、営業企画などに関与している担当者・責任者1,003名を対象に、「企業におけるAI活用と顧客データ分析の実態調査」を実施しました。

トピックス

- AI活用は「効率化」から「CX改善」へシフト、定性データ活用が主流に
- 顧客データを“十分活用できている企業”は約2割にとどまる実態
- 企業が活用するデータはチャット・対応ログ・自由記述などテキスト中心に
- 最大のボトルネックは分析ではなく“データの構造化・前処理”にあり
- 非構造データの扱い・人材不足・データ品質がAI活用の三大課題
- AI分析はできても施策に活かせていない企業が多数、導入と活用にギャップ
- 活用できる企業の共通点は「KPI設計・データ整備・業務組み込み」

1

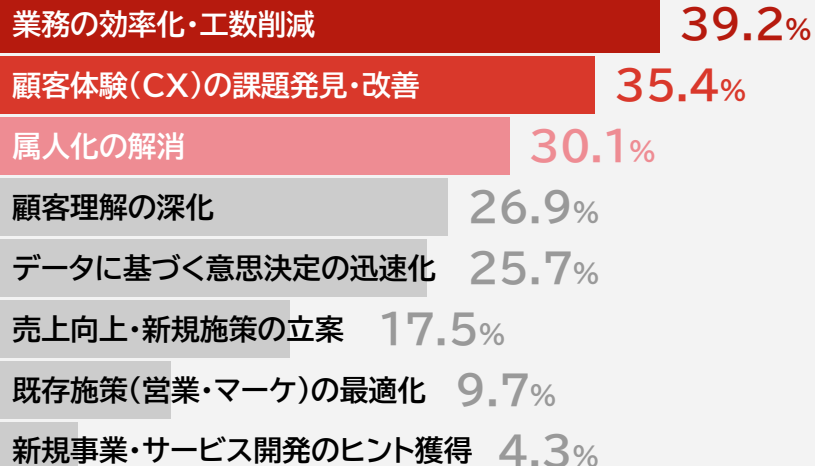
「企業におけるAI活用と顧客データ分析の運用実態および活用課題」に関する調査

AI活用目的は効率化から顧客体験(CX)改善へ

AI導入の目的は「業務効率化」が約4割で最多である一方、「CXの課題発見・改善」も3割以上を占め、顧客体験の改善を重視する傾向に。

Q. AI導入・活用の目的は何ですか？

(3つまで選択)※全9項目中上位8項目を抜粋



AIによる定型業務の自動化

AI活用の目的としては、レポート作成や集計などの定型業務にAIを活用し、工数削減を図る取り組みが最も多い回答となりました。単なる時短やコスト削減ではなく、データ分析や戦略立案といった重要な業務に人的リソースを集中させるための環境づくりを目指していると推察されます。

潜在的な顧客不満の可視化とCX向上の追求

約3割が「CXの課題発見・改善」を挙げたことから、AI活用は「効率化のための道具」から、「顧客理解を深めるための武器」へと役割を広げつつあるのではないのでしょうか。

属人化を排除し業務品質を底上げ

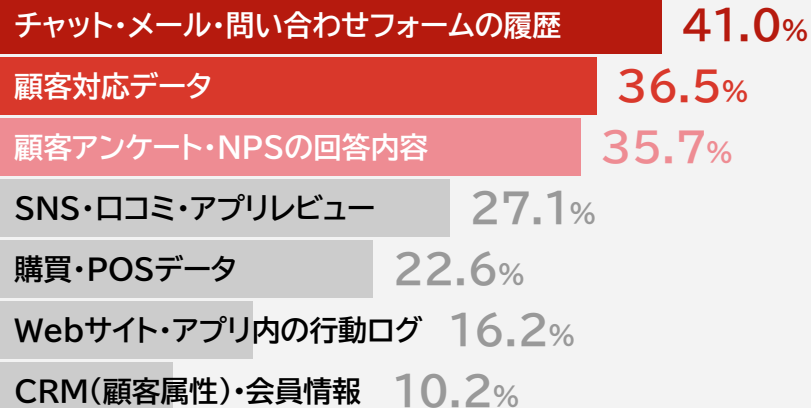
データ分析やレポート作成は、特定の経験を持つ人に依存しやすく、業務のやり方が属人化してしまう傾向にあります。AIを活用してこれらの業務を標準化することで、誰でも一定の成果を出せる体制づくりを目的とする回答も見られました。

日常的なテキストデータのAI分析が主流に

約4割の企業がチャットやメールなどの履歴をAIで分析しており、顧客接点データの活用が進んでいることが明らかに。

Q. 現在AIで分析または活用しているデータは何ですか？

(複数回答可)※全8項目中上位7項目を抜粋



日常的なテキストデータのAI分析が主流に

約4割の企業がチャットやメール、問い合わせフォームの履歴をAIで分析しており、顧客接点データの活用が進んでいることがうかがえます。加えて、顧客アンケートやNPS、Web・アプリの行動ログなども活用され、データドリブンな顧客理解が進展しているようです。

非構造化データ活用の広がり

これまでチャットやメールといったテキストデータは、人手での網羅的な分析が難しい領域でしたが、AIの進化により分析しやすくなっています。日常の顧客コミュニケーションからニーズや不満を抽出し、サービス改善につなげる動きが広がっていると考えられます。

対応ノウハウを会社全体で活かす仕組みづくり

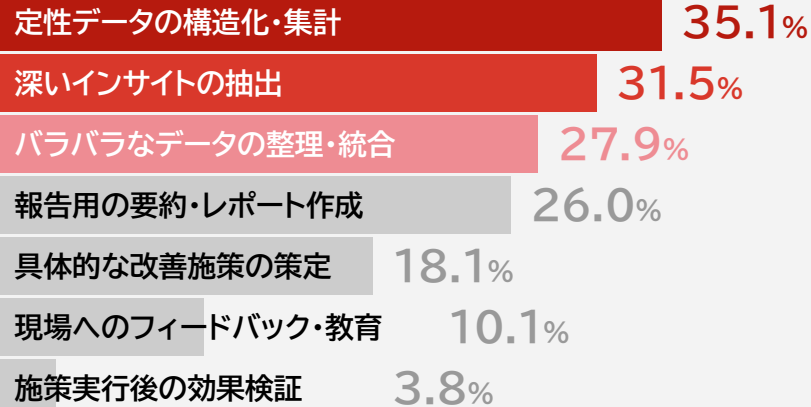
カスタマーサポートに蓄積される対応ログやナレッジには、顧客の率直な声やトラブルの兆候が含まれていると考えられます。これらをAIで分析することで、現場の課題解決に加え、プロダクト改善や業務最適化など、全社的な品質向上につなげる取り組みが進んでいるのではないのでしょうか。

非構造化データの壁と人材不足が阻むAI活用

テキストや音声など非構造化データの扱いや前処理に多くの工数を奪われており、実運用を推進する専門人材の不足もAI定着の壁となっている。

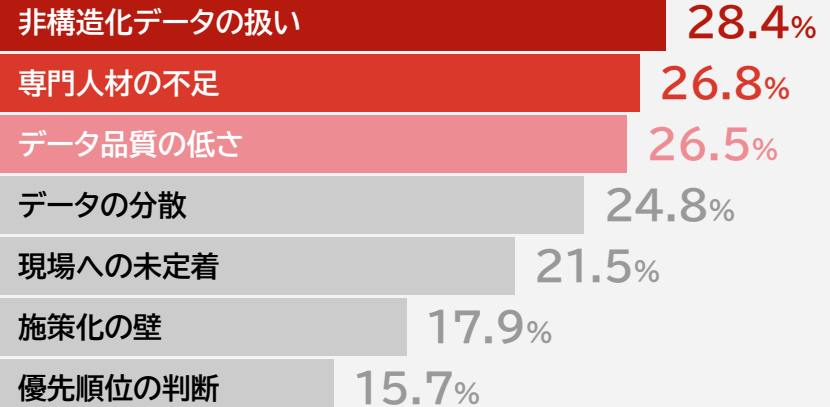
Q. AI活用において、特に工数がかかっている工程はどこですか？

(2つまで選択)※全8項目中上位7項目を抜粋



Q. AI活用において、感じている課題は何ですか？

(複数回答可)※全13項目中上位7項目を抜粋



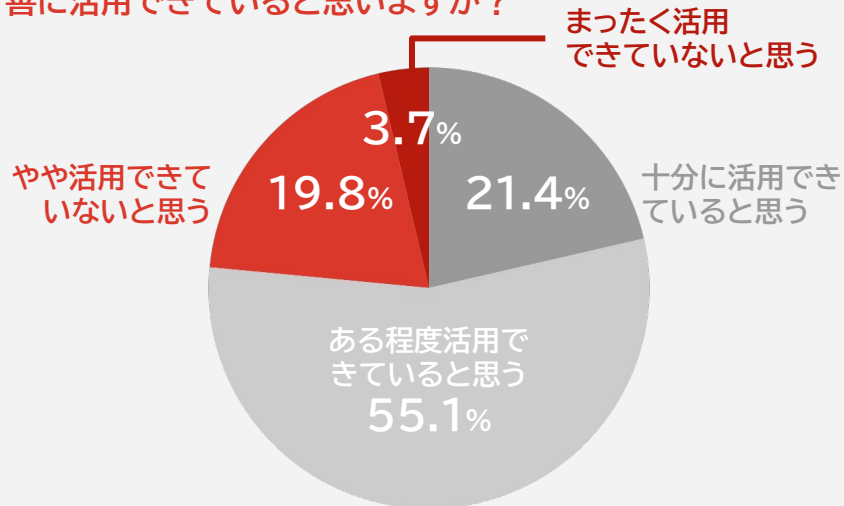
前問で定性データの活用が進んでいることが示された一方で、その構造化や集計に最も工数がかかっていることから、活用ニーズの高さとは裏腹に、現場ではその手前の工程がボトルネックになっていることがうかがえます。

また、最も工数がかかる工程として挙げられたデータ構造化(バラバラなデータの整理)の難しさや専門人材の不足が、運用上の大きな障壁となっており、ツールを入れるだけでは解消しないことがわかります。実際には、前処理を回せる体制、人材、ルール、そして分析に耐えうるデータ品質まで含めて設計しなければ、AIは“導入済みだが使い切れない仕組み”になりやすいと言えます。

分析は進むが、活用はまだ途上段階に

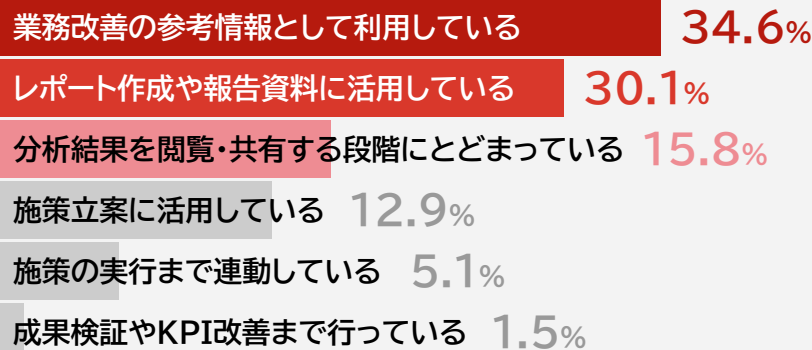
AI活用は進展するも、成果創出につながる運用体制には課題。

Q. AIによる顧客データやVOC分析結果は、施策や業務改善に活用できていると思いますか？



Q. AIによる顧客データやVOC分析結果は、どの段階まで業務に反映されていますか？

※前設問で「活用できていると思う」と回答した方が回答



「十分に活用できている」と回答した企業は約2割にとどまり、AI活用の広がりに対して、成果創出の進捗は追いついていない状況がうかがえます。

今回の結果から、多くの企業が分析できる状態”には達している一方で、“活用が回る状態”には至っていないことが示唆されます。

また、実際に分析結果を活用できている層においては、「業務改善の参考情報としての活用」や「レポート・報告資料への活用」が中心となっている傾向が見られました。

AI活用の成果を決める「目的設計と業務実装」

AI分析を業務に活かせるか否かは、事前の目的・KPIの明確化と、現場の業務フローへ組み込む設計力の差に直結していることが明らかに。

Q. AI分析結果が施策や業務改善につながらない理由は何ですか？（複数回答可）※全10項目中上位7項目を抜粋

AIによる顧客データやVOC分析結果について「活用できていないと思う」と回答した方が回答

目的・KPIが曖昧で、どう使うべきか判断が難しいから 30.9%

現場での活用が定着しないから 27.5%

既存の業務フローに組み込めないから 24.2%

データ / ツールが分断しているから 21.6%

推進人材・担当者が不足している / 役割が曖昧だから 20.8%

セキュリティ・法務・利用ルール面の懸念があるから 16.1%

分析結果の精度・信頼性に不安があるから 14.4%

Q. AIによる分析結果が活用できている理由は何ですか？（複数回答可）※全10項目中上位7項目を抜粋

AIによる顧客データやVOC分析結果について「活用できていると思う」と回答した方が回答

目的・KPIが明確で、活用シナリオが定義されているから 37.6%

データ整備・前処理が一定自動化／標準化されているから 37.4%

業務フローに組み込まれているから 30.4%

運用ルール・教育が整備され、現場で定着しているから 26.9%

データ / ツールを横断できているから 21.5%

精度を担保する仕組みがあるから 20.2%

推進担当・役割が明確であるから 17.0%

顧客データやVOC分析結果を施策や業務改善に「活用できていない」層では、ツール導入そのものが目的化し、肝心の「どのように使うか」が置き去りになっている状況がうかがえます。一方で、「活用できている」層では、「何のために分析するのか」という目的が整理されており、データ整備や前処理の自動化を含め、業務の中で継続的に活用するための運用設計がなされていると考えられます。

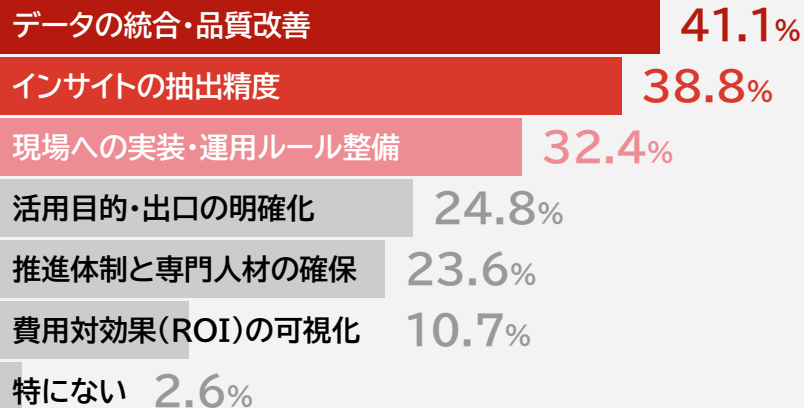
これらを踏まえると、成功と失敗を分けるポイントは単なるAI導入の有無ではなく、高精度な分析を可能にするための「前提条件」や「運用設計」を整えられているかどうかにあると言えるのではないでしょうか。

AI活用を高度化するためのデータ活用体制づくり

AI活用の成否を分ける重要要素は「データ基盤整備」「意思決定につながる分析」「運用設計」。

Q. 今後、AIによる分析結果の活用をさらに推進するうえで重要になる要素は何だと思いますか？

(複数回答可) ※全8項目中上位7項目を抜粋



データ基盤の整備がAI活用の前提に

部門ごとにデータが分断された状態や、ノイズを含む低品質なデータのままだでは、高性能なAIでも正確な分析は難しくなります。そのため、前処理の負担を抑えつつ、質の高いデータを全社で統合・管理できる基盤整備が重要だと考えられます。

「要約」から「意思決定支援」への転換

AIによるテキスト要約は進む一方で、「なぜ起きたのか」「次に何をすべきか」といった行動につながる示唆を得にくいという課題も見られます。単なる情報整理にとどまらず、意思決定に活かせる分析への期待が高まっていると推察されます。

現場定着を左右する運用設計

分析結果を価値につなげるためには、日々の業務に落とし込む仕組みが不可欠です。誰がどのようにアクションするのかを明確にし、教育や運用ルールを整備することが、継続的な活用の鍵になると考えられます。

AI活用は「効率化」から「CX・顧客理解」へ、しかし十分に活用できているのは2割にとどまる

本調査から、企業におけるAI活用は、業務効率化の段階を超え、顧客理解の深化や顧客体験(CX)の改善といった、より上流の価値創出へと広がっていることが明らかになりました。特に、チャットやメール、問い合わせ履歴といったテキストデータや、コールセンターの対応ログなどの定性データをAIで読み解こうとする動きは、今後さらに強まっていくと考えられます。

その一方で、AI分析を「十分に活用できている」とする回答は約2割にとどまり、導入と成果活用の間にはなお大きな隔たりがあります。ボトルネックとなっていたのは、分析モデルの性能以上に、非構造データの構造化、データ品質の担保、そして分析結果を業務に組み込むための「運用設計」でした。

成否を分けるのは「ツール」ではなく運用設計、AIは“回る仕組み”で初めて機能する

さらに、活用できている企業とできていない企業の差を見ていくと、その違いはツールの導入有無ではありません。「何のために使うのか」という目的やKPIが明確に設定されていること、データ整備や前処理が標準化・自動化されていること、分析結果が業務フローの中に組み込まれ、実行までつながる設計になっていること、こうした前提がそろって初めてAIは実務のなかで機能します。

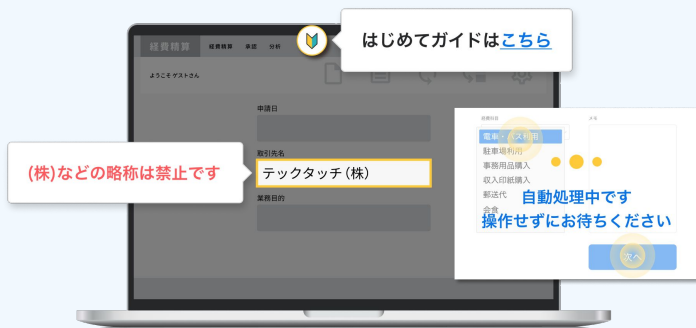
企業に求められているのは、AIを導入することそのものではなく、顧客の声を継続的に読み解き、施策に変えていける運用をつくることです。今後の競争力を左右するのは、AIの有無ではなく、AIを現場で回る仕組みにできるかどうかだと言えるのではないのでしょうか。

テックタッチの2つの事業

国内シェアNo.1 次世代AI型DAP 「テックタッチ」

DX・AIとユーザーのラストワンマイルを支援

「テックタッチ」は、操作ガイドをシステム上に表示することで、誰もが迷わずにシステムを操作できる環境を提供します。また、システム導線上に設置可能なAIを活用することで、従業員のAI活用を促進します。

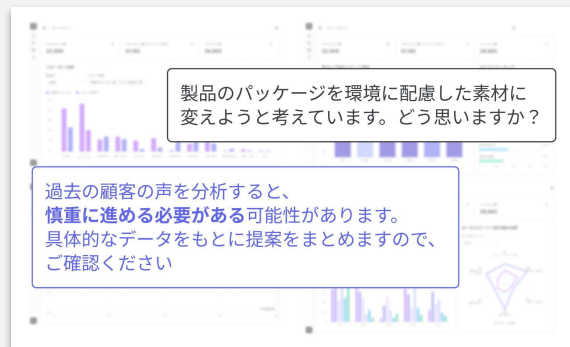


お問い合わせ

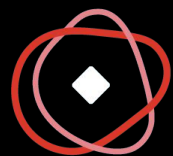
データ戦略AIエージェント 「AI Central Voice」

埋もれたデータが、戦略のヒントに。

「AI Central Voice」は、顧客の声・ログ、従業員エンゲージメント、商談記録など、あらゆる定性データを構造化し、課題を可視化。対話形式※でアイデア出しをサポートし、経営の意思決定に役立つ新たな洞察の発見を促進します。



お問い合わせ



AI Central Voice

2

“高精度な文脈理解”と“運用設計伴走”で、
データ活用を成功に導く「 AI Central Voice 」

AI Central Voiceの強み

「AI Central Voice」は、“高精度な文脈理解”と“運用設計伴走”で、顧客の声を経営の意思決定に変えるAI分析プラットフォーム

多種多様なデータを
AIが分析可能な形式に構造化

テキストや音声などの非構造データを自動で分類。高精度なタグ付けで分析しやすい状態に変換します。

施策分析や商品改善に役立つ
示唆を高速で示し、
意思決定を支援

組織内のデータを横断解析し、施策改善や売上向上に直結するインサイトを高速で可視化します。

部門横断の情報を
瞬時に検索し、
ナレッジ活用を促進

社内データを一元化し、必要な情報を即時検索。過去の知見や顧客の声を全社で共有・活用できます。

組織に蓄積された知見を
活用するナレッジデータベース
連携型AIチャット

社内データに基づくAIチャットを搭載。対話形式で意思決定のアイデア創出を支援します。

サービスサイト

資料ダウンロード

導入事例 - サントリーホールディングス株式会社様

VoC(お客様の声)分析を高度化し、文脈理解AIで戦略立案を支援

AI Central Voiceを選んだ理由

- キーワードベース分析では顧客の真の意図を把握できなかった
- 同一ワードでも意味が異なり、人手での分類負荷が大きかった
- 年間約7.5万件のVoC増加により、従来手法では分析が限界
- 文脈まで理解し、深い示唆を抽出できるAIが必要だった
- 自社独自の分類基準に対応できる柔軟なカスタマイズ性を評価
- コンサルカ・提案力など、伴走支援への期待感

導入効果

- 文脈理解による高精度な分類 ⇒ 単語ではなく「背景・意図」まで読み取り可能に
- 分析の自動化・効率化 ⇒ 手作業での振り分けが不要に、工数削減
- 熟練者依存から脱却し、組織全体で分析レベルを底上げ
- 意思決定の高度化・迅速化
- 可視化+AIチャットで即座に示唆取得
- 商品開発・品質改善・リスク管理への活用
- VoCを経営判断に直結できる状態に
- 分析スピード・精度の向上
- 独自基準に沿った分類を自動化し、精度×スピードを両立

The image shows the SUNTORY logo in a light blue, sans-serif font, centered on a light gray background.