

キャピタル・アイ特別企画：メンバーズに聞く

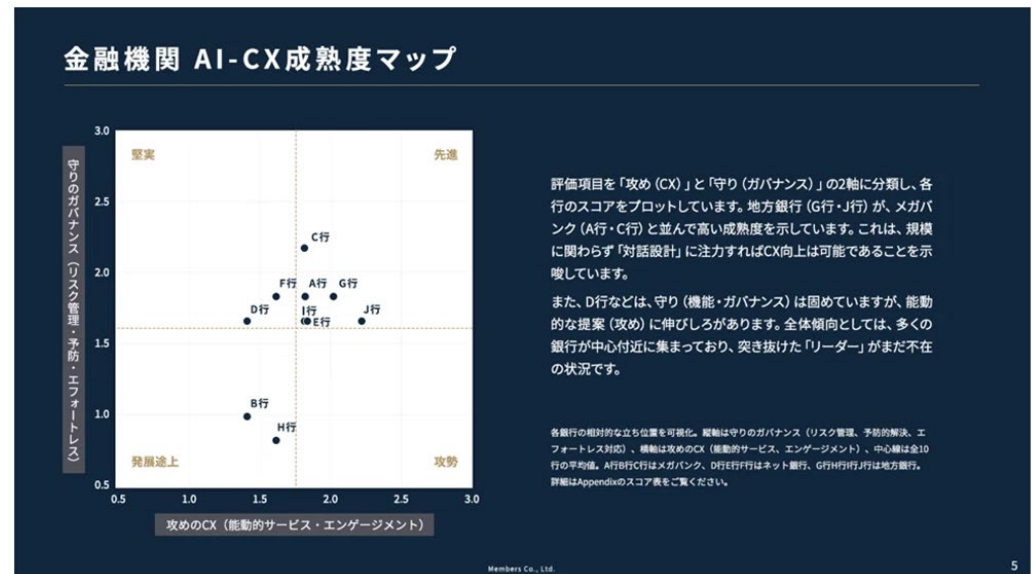
金融 AI ボットに伸びしろ、CX の勘所

伴走型の DX 内製化支援に強みを持つメンバーズ<2130>が、メガバンクやネット銀行、地銀など 10 行で人に代わって顧客の疑問に対応する「AI チャットボット」の品質を調査し、レポートを今年 2 月に公開した。これらのチャットボットは、業務効率化や顧客体験（CX）の高度化を目指すものだが、利用者の視点からは様々な課題が浮き彫りになっている。調査に携わった澤田雅城シニアプロジェクトマネージャーと徳江修氏に、証券業界など隣接領域に活かせる知見も併せて話を聞いた。

■そろそろ品質を

調査はメンバーズが自主的に実施したもの。金融機関では AI 導入が進み、運用品質を問われる段階になっている。銀行の顧客側でも、日常で生成 AI の利用機会が増え、キーワードの複合検索から、「自分の言葉で相談して答えを得る、導いてもらえるように要求水準が変わってきた」（徳江氏）ことや、金融業界での説明責任や、誤った情報提供に対するリスクへの配慮と利便性の両立の難しさについて、「日々、金融業界を支援しているなかでのノウハウや知見を用いて調査したい」（同）との背景があった。

AI 導入の場面では、コールセンター業務などを FAQ やチャットボットで代替してのコスト抑制が注目されやすい。CX やユーザー目線を重視するメンバーズは、顧客満足度や、店舗に行かずともブラウザ上で答えが出る環境で選ばれる銀行を目指す際に、「両者を差別化するために提供するサービスとして、どこに目線を置けば良いのか、現状を見ておきたかった」（徳江氏）という。



縦軸は守りのガバナンスを、横軸は攻めのCXを表し、全体的に能動的な提案ができる余地が大きい。地銀 2 行がメガバンク 2 行と成熟度で並んでおり、規模に関わらず、「対話設計」次第で CX 向上が可能であるという

■ 3つの“断絶”

調査内容は、「応答速度と基本品質」と「能動的な提案・情報提供」、「顧客の不安解消・誘導」、「セキュリティとUI/UX」の4つに大別され、「ユーザーの疑問に先回りして不利益な情報も伝えることで信頼を得られるか」という「信頼醸成とリスク開示」など12項目に及んだ。

質問入力から回答表示までにかかる応答時間や、個人情報への誤入力防止などでは、多くの銀行が基本的な性能を確保した。だが、顧客の意図を汲み取る“解決能力”や“提案力”では、Level1（低位）～Level3（先進）の3段階評価で最高水準のLevel3を満たすケースは限定的で、各項目で要求を満たせたのは1～2行にとどまった。

また、「信頼醸成とリスク開示」と「不安解消とリスク啓蒙」、「スムーズな自己解決誘導」、「専門家への適切なエスカレーション」の4項目で先進的とされる評価を獲得した銀行はなかった。調査結果は、3つの“断絶”に言及している。



評価項目の1つである「不安解消とリスク啓蒙」。専門用語を用いない抽象的な発問に対する的確な回答やリスクの提示は難しく、窓口誘導のみ、あるいは制度概要の説明と手続き先の案内にとどまるケースが多かった

1つ目は、話し言葉を十分に理解し切れない。例えば、住宅ローンや外貨預金というキーワードのみならず、『30代で、子供が1人いて、家を買って住宅ローンを組みたい』、証券であれば、NISA制度が拡大した時に、単に“NISA”のキーワードで検索するのではなく、『NISAによって自分の収入だったら月々いくらまで投資できるのか』と自分の言葉で答えを求めることに対する断絶が見えた(徳江氏)という。

2つ目は、一応の正解は出るが、金融商品取引法上の制約などで踏み込んだ答えがない。申し込みの仕方が出てそこで止まってしまい、本当に欲しい答えが提示されない。「ユーザーからすると『AIは何でも答えてくれる』という思いがあって、そこにギャップがあるのではないか」(徳江氏)と見ている。

3つ目は、質問に対する回答が出ない場合に、電話で問い合わせをすれば良いのか、解決に向けた誘導がないこと。「最近では証券会社もそうかもしれないが、メールやチャットで対応し、電話での問い合わせをあまり受け付けず出口がないので、結局モヤモヤしたまま終わってしまい、動線が断絶している」(徳江氏)。

■ 3つの要因

前述の各評価項目が Level3 に達しない構造的な要因は大きく 3 つあるという。第 1 には仕組みの問題。チャットボットには、人間が事前に設定する「もし A と言われたら、B と答える」といった条件の積み重ねで動く“ルールベース”で作られているものがあり、それを、「AI を使ったものへ徐々に移行させる段階にある」（徳江氏）ため、安定性やリスクを重視し、少しでもネガティブな要素があると、定めた基準に従って判断する保守的な設計に行き着き、Level3 に到達できないという。

第 2 に、説明責任や誤った案内によるリスクへの配慮から、簡潔に○か×で伝えられる情報ばかりではないこと。「顧客の事情によっても、ルールの定義や考え方が変わってしまうので、顧客に合わせて適切に出し分けるのはこれから」（徳江氏）で、AI を全面展開しにくいという。

第 3 は、「技術だけではなく、金融業界特有の運用の構造という問題があるのではないか」（徳江氏）という点。1 つのシステムを導入する場合、システムやコンプライアンス、マーケティング、顧客サポート部門など、組織の様々な部署の意見を集約・調整し、その範囲での最適解について合意を形成したうえで組み込まなければならない。

一方で、2 つの地銀が上位の評点（36 点中 23 点）を獲得しており、「対話の設計やシナリオの作り込みが、顧客体験の向上を左右するポイントではないかということが見えてきた」（徳江氏）。一因として、大手行と比べた場合の商品数や対象範囲、組織規模の違い、地域密着で顧客ニーズを把握しやすい構造が影響している可能性がある。

■ 失われる信頼

それでは、各調査項目で Level3 に未到であるという事実が、銀行にどの程度の機会損失をもたらすのか。「Level3 が少ないことは逆に、伸びしろのある領域でもあるので、やるべきことがたくさんあるし、改善できるチャンスと見ている」（徳江氏）との認識を前提に、売上よりも、顧客の心が離れていくことが懸念点になるという。

顧客が AI チャットボットで回答を得られなかった際に、解決を求めて銀行に電話をするなどして、店舗が動くような場合には、有人対応のコスト増加にも繋がるが、最大の損失は、「『やはりここは頼りにならない』という印象を顧客が持ってしまって、『使いづらから、自分のメインから外す』といった長期的な信頼損失が最も大きい」（徳江氏）と見る。

■ 求む!翻訳力

AI チャットボットの機能改善の要点としてメンバーズは、1) 選択肢と自然言語の併用による“ハイブリッド UI”への改修と、2) 有人チャットや電話予約へ誘導する導線を確保するなど「未解決」を放置しないシームレスな出口戦略、3) 「名義変更」の質問に対し、キャッシュカードや投資信託など関連して変更が必要な手続を案内するなど「聞かれたこと」以上に答える、あるいは能動的なリスク開示を提示する。



徳江修氏。メンバーズの DX/AI アカウントサービス本部のなかで金融業界に特化した Fin-DX 事業部のセールスとマーケティングの責任者を務める。AI チャットボットの調査レポート作成で中心的役割を果たし、取材では金融と DX の接点について柔らかく解説した。

特に、ハイブリッド UI は、操作の簡便性に優れる選択肢方式と、自然言語検索による操作を併用する仕組みだが、人間の意図を完全に汲み取れないという 1 つ目の「断絶」をどうカバーするのかという問題がある。この点については、Gemini や ChatGPT の回答精度の向上や、金融業界特化型の国産 AI の開発も控えており、技術の進展を待つことになる見通しだ。

銀行と同様かそれ以上に、「証券業界では専門用語が非常に多く、取引の際に、顧客が特定の用語で問い合わせたときに、明快に返ってくる翻訳力が、進化していくために必要」（徳江氏）だという。

一般の顧客が銀行で住宅ローンなどを組む際には、金利が判断基準になりがちだが、証券取引では、商品選択のみならず制度の仕組みも難しい。一口に NISA と言っても種類が多く、年齢によっても差がある。判断の基礎とするために情報を見るときも、「いざ取り組もうとしたときに、元々の金融知識がないと踏み込んでいけないので、いきなり『何か分からないことがありますか』と専門家に問われても、分からないことが分からないので質問のしようがない」（徳江氏）のが難点だ。

■ 調整の難易度

AI をチャットボットで活用すると、「NISA って始めるの難しいの?」という投資の初心者が最初に抱くような素朴な問いから、彼/彼女らに興味を持たせる入口にもなり得るため、商品の難しさや、専門用語の理解、金融商品に対する不安の解消がカギになるという。また、「報道を見ている制度の変更頻度が高いように見え、すぐに変わるわけではないにしても、何となく追いつかないところもある」（徳江氏）。

ルールベースで整理が付いていない状況で先端技術をいきなり導入してしまうと、顧客が置いていかれてしまうことが懸念される。そのため、顧客がどのようなことを求め、どのような回答を提供するのかを整理し、その後に AI をどう組み合わせるのが肝要となるが、「証券業界のほうが、調整に関しての労力は高くなるのではないのだろうか」（徳江氏）という。

顧客の判断が損益に直結する度合いが一層高い証券取引では、個別銘柄の情報のみを網羅的に表示すべきか、投資判断に資する周辺情報とともに回答すべきか、といった運用体制の柔軟性に関しては、例えば、相場が大きく変動した局面で何に投資するのかを AI が判断するとなると、リスクを誰が取るのかという問題もある。全部ではないにせよ、「AI での予測を活用した商品を、証券会社も少しずつ出し始めているようだが、人生を左右してしまうようなものもあるので、一足飛びにそこにたどり着くのは難しいのではないか」（徳江氏）。

■安心・安全・誠実・便利

一方で、生成 AI が誤った情報を出力するハルシネーションについては、すぐに対処できないことが課題となる可能性がある。金融機関のリテール営業が、顧客個人の属性や Web 行動情報や取引履歴、購買情報などと紐づく“1to1 マーケティング”の領域に進むと、各機関が保有する勘定系や周辺系のシステム基盤と連携し、さらに複雑化する。

例えば、顧客が直前にどのような金融サービスを見ていたかのみならず、その人が自行にどれだけの資産を持っていて、月々にどのように金融資産を運用しているのか、どのような支出があるのかも踏まえて、総合的に寄り添うものになる。その裏側の基盤設計も、リスク管理を含めてハルシネーションが課題になる。金融領域では、「安心・安全・誠実に、かつ役立つ形で実装されることが大事なので、支援を通じて、特定の顧客よりも業界全体、銀行だけというより金融業界全体に対する品質向上に貢献していくことが大きなテーマとなる」（徳江氏）という。

■不断のチューニング

今回の調査は金融機関の優劣を決めるものではなく、「新しいデジタル技術や AI を活用した顧客接点をどう改善していくのがポイント」（徳江氏）で、今後は銀行のみならず、証券や保険、クレジットカードなど様々な業界で継続的に調査しつつ、領域の拡張も視野に入れている。調査で終わらず、AI 活用時の顧客接点の改善やデータ整備手法も含め、その課題を明らかにし、支援を通じて金融業界としてのスタンダードを目指したいという。

いずれにせよ、システム導入に当たっては、日々の運用改善が必要になる。以前にメールの自動配信などによってマーケティングを自動化するプロダクトの導入が流行したが、人間の関与は不可欠だった。配信の仕組みを新たに設定し、蓄積したデータに関するレポートに対応して、シナリオの見直しによるコンテンツ変更、それらを更新しながら定常的に運用しなければならない。

AI チャットボットも同様で、一度セットしたものが、どの程度の期間、勝手に判断して成長していくのか見えていない現状では、運用しながら、AI のアップデートに合わせたチューニングが必要で、新しい金融商品も日々出てくる。「金融不安が起きた時にどうするか、逆に好転した時にどう対処するか、状況は変化しているので、寄り添いながら運用していくことが最も大事なのではないか」（徳江氏）と指摘する。

さらに、「チャットボットに限らず、AI に丸投げするだけではなく、最終的には人の目で判断し、回答の信頼性を上げていくために、人間の介在がある程度必要になる」（澤田 SPM）。継続的なチューニングとブラッシュアップで精度や信頼性を高めるべく、AI と人間がうまく共存するハイブリッドな仕組み・体制の構築が必要だという。

■“守り”と“攻め”

顧客と企業との間のデジタルでの接点に AI が浸透することで、顧客のデジタルの使い方や、それらへ向き合い方が変わり、特に金融業界では、独自の厳格な規制や個人情報保護、リスクやコンプライアンスへの対応など、「“守り”の部分が非常に求められる」（澤田 SPM）。その部分を担保しつつ、「“攻め”の、最適な顧客体験の実現するために、チャットボットでも銀行以外のほかの業態、証券や保険にも調査を横展開していきたい」（同）考え。

チャットボット以外でも AI を活用したデジタル上の顧客接点は多いため、継続的に各業界や、デジタル接点ごとの顧客体験に着目した調査・分析を進めたいという。調査による成果物を一過性のものではなく、継続的に発信することで、「各社の今後の課題や気付きに繋がっていけば良い」（澤田 SPM）と話す。

証券業界に関しては、CX という広いテーマであっても、“アプリや Web サイトの UX”といったもう少し狭い範囲でも、「CX を支えるための UX や AI 活用と考えている」（澤田 SPM）ことから、幅広い文脈で相談を受けられるという。



澤田雅城アカウントスーパーバイザー シニアプロジェクトマネージャー。AI 導入に限らず、伴走型支援によるクライアントとエンドユーザーの関係性向上を特長とするメンバーズの在り方と、今後の調査への意気込みを語った

画像・図表の出典：メンバーズ（2026/5）[2026/4/23:キャピタルアイ・ニュース 鈴木 洋平]