

「法人向け生成AIサービスの利用社員に対する業務活用調査」

社内業務・社外業務どちらも「生成AIを活用できている」と自己意識が高い人が6割以上活用できていない人は、業務適性や使い方がわからない初期のつまずきが多い傾向に。

コールセンター・バックオフィス（事務処理センター）の構築・運営を行うセコムグループの株式会社TMJ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長執行役員：丸山 英毅、以下TMJ）は、会社が利用契約し社員に提供する生成AIサービスを活用しているビジネスパーソン700名を対象に、「社内業務と社外業務における生成AIサービスの活用実態に関する調査」を実施しました。

社内業務^{※1}においては、**6割（63.0%）が生成AIサービスを「社内業務でうまく活用できている」**ことがわかりました。一方、**活用できていない3割（33.1%）は「業務適性がわからない」**意見が多い傾向がみられました。また、社外業務^{※2}においては、**6割（65.9%）が生成AIサービスを「社外業務でうまく活用できている」**ことがわかりました。**活用できていない3割（31.0%）は「生成AIの回答が期待値を下回る」と**感じている人が多い傾向がみられました。

※1社内業務：所属の会社内で完結する業務

※2社外業務：法人のお客様・取引先企業や個人のお客様に関連する業務

■ 調査結果サマリー

TOPICS 1：ビジネスパーソンにおける生成AIサービスの活用実態

生成AIサービス導入の意図の1位は、「業務効率向上、コスト最適（62.3%）」。
5割以上（52.4%）の人が「生成AIサービスの成果を実感している」と回答。

生成AIサービスの業務活用状況については、「社内業務（44.0%）」、「社外業務（18.0%）」、「社内業務と社外業務の両方（14.3%）」、「知らない・わからない（23.7%）」と回答。

あれば良いと思う外部支援は「特に思いつかない、わからない（30.4%）」がトップ。
フィットする業務や使い方がわからないといった課題感をもっている人が多い傾向に。

TOPICS 2：生成AIサービスの社内業務における活用実態

6割（63.0%）が生成AIサービスを「社内業務でうまく活用できている」と回答。
社内業務で活用している業務領域の1位は、「文章・構成などの執筆アシスト（41.2%）」と回答。

社内業務で生成AIサービスを活用できていない理由の1位は、「どんな業務や場面がマッチするかわからない（40.7%）」と回答。

社内業務で生成AIサービスを活用するためにお勤め先で整ってほしい環境の1位は、「AIの回答精度の向上（44.4%）」と回答。

TOPICS 3：生成AIサービスの社外業務における活用実態

6割（65.9%）が生成AIサービスを「社外業務でうまく活用できている」と回答。社外業務で活用している業務領域の1位は、「お客様からの問い合わせ・FAQの対応（44.3%）」と回答。

社外業務で生成AIサービスを活用できていない理由の1位は、「使い方により精度が低い、低くなる（32.9%）」と回答。

社内業務で生成AIサービスを活用するためにお勤め先で整ってほしい環境の1位は、「社会や会社内のガイドラインやルールの整備（32.9%）」と回答。

調査概要

※本リリース内容の転載にあたりましては、

出典として「TMJ調べ」という表記をお使い頂きますようお願い申し上げます。

- 調査対象 全国の20～60代の男女 | 700名
 - 調査期間 2024年3月5日（火）～3月7日（木）
 - 調査方法 インターネット調査
- ※図表の構成比（%）は小数点第2位以下を四捨五入しています。

TOPIC 1 ビジネスパーソンにおける生成AIサービスの活用実態

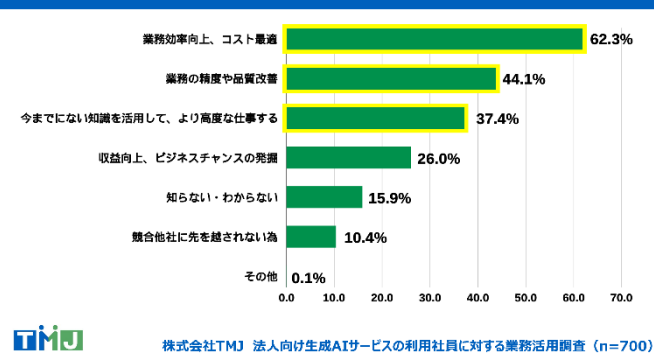
生成AIサービス導入の意図の1位は「業務効率向上、コスト最適（62.3%）」

5割以上（52.4%）の人が生成AIサービス導入の成果を実感していると回答。

お勤め先における、生成AIサービス導入の意図について聞いたところ、「業務効率向上、コスト最適（62.3%）」、「業務の精度や品質改善（44.1%）」、「今までにない知識を活用して、より高度な仕事する（37.4%）」と回答しました【図1】。また、生成AIサービス導入の成果は出ていると感じている聞いたところ、「出ている（14.6%）」、「出ているものもある（37.9%）」、「どちらとも言えない（35.0%）」、「あまり出ていない（4.4%）」、「出ていない（8.1%）」と回答しました。成果が出ていると感じている人（出ている+出ているものもある）が52.4%となり、半数以上の方が生成AIの成果を実感していることがわかりました【図2】。

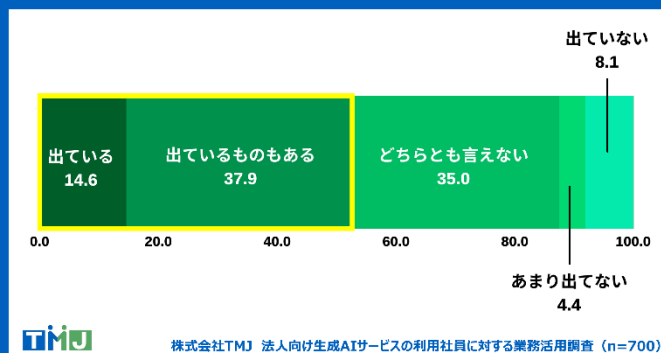
【図1】

Q.お勤め先における、生成AIサービス導入の意図について、ご存じのものをお知らせください。（複数回答）



【図2】

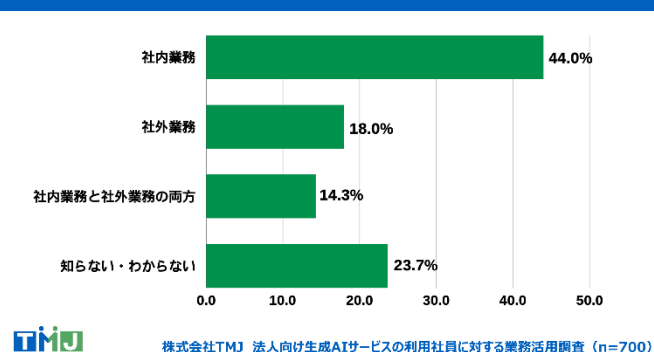
Q.お勤め先では、生成AIサービス導入の成果は出ていると感じますか。（複数回答）



さらに、お勤め先では、生成AIサービスをどのような業務で活用しているか状況を聞いたところ、「社内業務（44.0%）」、「社外業務（18.0%）」、「社内業務と社外業務の両方（14.3%）」、「知らない・わからない（23.7%）」と回答しました。社内業務での活用は広がってきているものの、社外業務の活用はまだ少ない状況であることがわかりました【図3】。

【図3】

Q.お勤め先では、生成AIサービスをどのような業務で活用されていますか。当てはまるものをお知らせください。



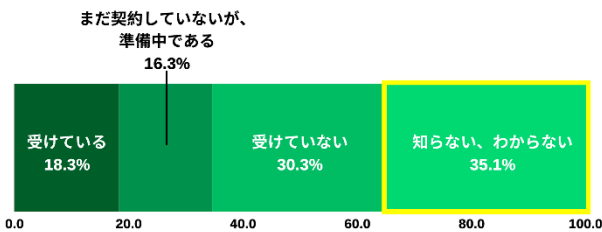
あれば良いと思う外部支援は「特に思いつかない、わからない (30.4%)」がトップ。

3人に1人以上が勤め先の生成AI活用の課題を把握できていないことが明らかに。

お勤め先における、生成AIサービスが組織的に活用されるように、コンサルティングなど外部支援を受けているか聞いたところ、「受けている (18.3%)」、「まだ契約していないが、準備中である (16.3%)」、「受けていない (30.3%)」、「知らない・わからない (35.1%)」と回答しました【図4】。外部支援を受ける見込みのある人 (受けている+まだ契約していないが、準備中である) は3割と少なく、外部支援の活用が進んでいない、または外部支援の有無や実感を把握できていないことが分かりました。

【図4】

Q.お勤め先では、生成AIサービスが組織的に活用されるように、コンサルティングなど外部支援を受けていますか。ご存じの範囲でお知らせください。

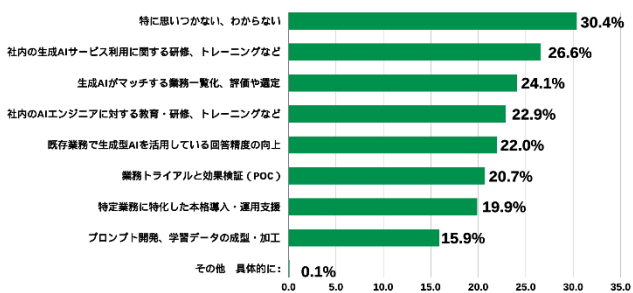


株式会社TMU 法人向け生成AIサービスの利用社員に対する業務活用調査 (n=700)

また、お勤め先の生成AI活用の課題に対して、どのような外部支援のメニューがあれば良いと思うか聞いたところ、「特に思いつかない、わからない (30.4%)」、「社内の生成AIサービス利用に関する研修、トレーニングなど (26.6%)」、「生成AIがマッチする業務一覧化、評価や選定 (24.1%)」と回答しました【図5】。具体的にもらいたいアドバイスが明確な人もいるものの、フィットする業務や使い方がわからないといった“初期のつまずき”に課題感をもっている人が多い傾向にあることが分かりました。

【図5】

Q.お勤め先の生成AI活用の課題に対して、どのような外部支援のメニューがあれば良いと思いますか。(複数回答)



株式会社TMU 法人向け生成AIサービスの利用社員に対する業務活用調査 (n=700)

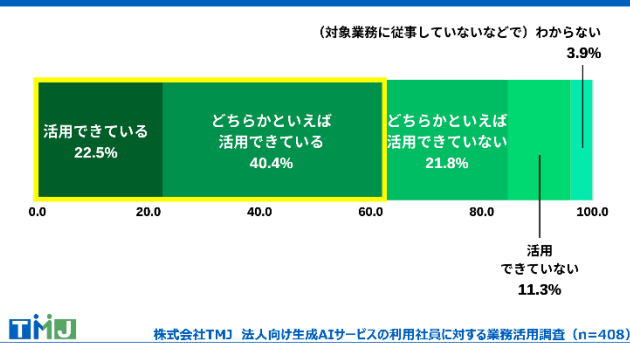
6割（63.0%）が生成AIサービスを「社内業務でうまく活用できている」と回答。

一方、活用できていない3割（33.1%）は「業務適性がわからない」意見が多い傾向に。

所属の会社内で完結する業務で活用する社内業務での生成AIサービスについて、あなたご自身は活用できているか聞いたところ、「活用できている（22.5%）」、「どちらかといえば活用できている（40.4%）」、「どちらかといえば活用できていない（21.8%）」、「活用できていない（11.3%）」、「わからない（3.9%）」と回答しました【図6】。**活用できている人**（活用できている+どちらかといえば活用できている）が**6割以上（63.0%）**となり、うまく活用ができている人がいる一方、**活用できていない人**（活用できていない+どちらかといえば活用できていない）が**3割以上（33.1%）**いることも分かりました。また、どのような業務領域で活用しているか聞いたところ、「**文章・構成などの執筆アシスト（41.2%）**」、「**議事録などの文章要約（38.1%）**」、「**文章、マニュアルなどからのFAQ生成（37.4%）**」と回答しました【図7】。

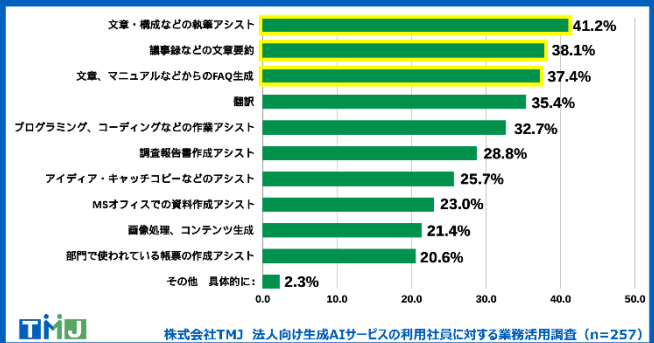
【図6】

Q.社内業務での生成AIサービスについて、あなたご自身は活用できていますか。



【図7】

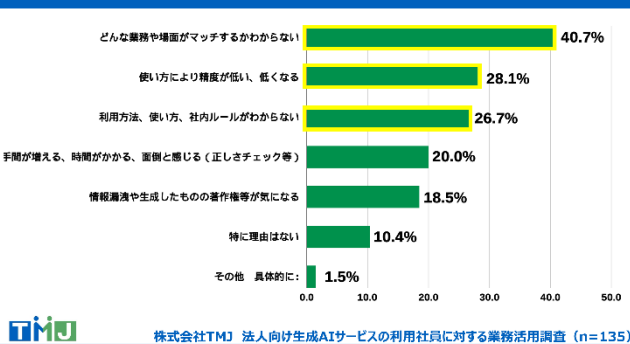
Q.どのような業務領域で活用していますか。いくつでもお知らせください。（複数回答）



さらに、**社内業務を活用できていない人**（活用できていない+どちらかといえば活用できていない）を対象に、導入している生成AIサービスを、あなたが社内業務に活用できていない/どちらかと言えば活用できていない理由について聞いたところ、「**どんな業務や場面がマッチするかわからない（40.7%）**」、「**使い方により精度が低い、低くなる（28.1%）**」、「**利用方法、使い方、社内ルールがわからない（26.7%）**」と回答しました【図8】。また、お勤め先でどのような環境が整ったら、導入されている生成AIサービスを社内業務で活用する、できると思うか聞いたところ、「**AIの回答精度の向上（44.4%）**」、「**効果のある業務や推奨業務が特定される（37.8%）**」、「**生成AIツール・アプリの機能拡張やユーザビリティの向上（23.0%）**」と回答しました【図9】。この結果から、**利用者側が使い方ですまづい**ていることが分かりました。利用するメリットや使い方、ツールのUIの向上が求められています。

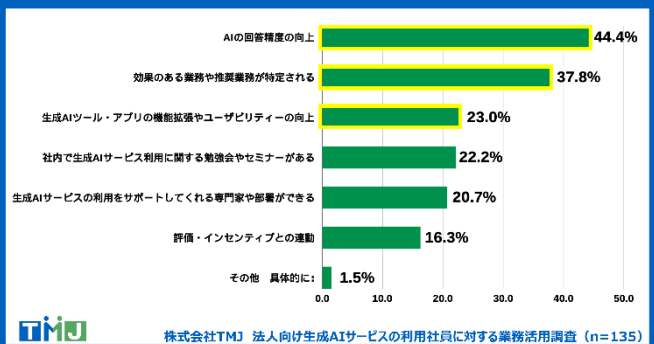
【図8】

Q.導入している生成AIサービスを、あなたが社内業務に活用できていない/どちらかと言えば活用できていない理由について、当てはまるものをいくつでもお知らせください。（複数回答）



【図9】

Q.あなたは、お勤め先でどのような環境が整ったら、導入されている生成AIサービスを社内業務で活用する、できると思いますか。（複数回答）



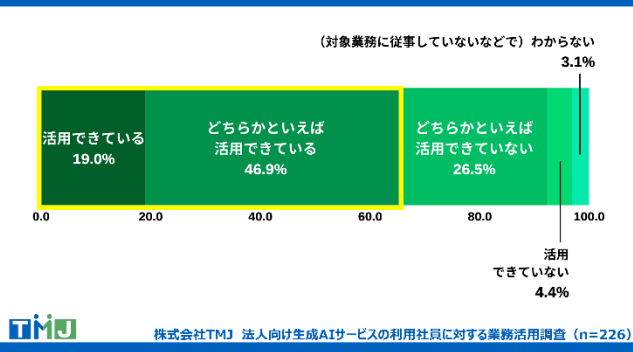
6割（65.9%）が生成AIサービスを「社外業務でうまく活用できている」と回答。

一方、活用できていない3割（31.0%）は「生成AIの回答が期待値を下回る」傾向に。

法人のお客様・取引先企業や個人のお客様に関連する業務で活用する社外業務での生成AIサービスについて、あなたご自身は活用できているか聞いたところ、「活用できている（19.0%）」、「どちらかといえば活用できている（46.9%）」、「どちらかといえば活用できていない（26.5%）」、「活用できていない（4.4%）」、「わからない（3.1%）」と回答しました【図10】。活用できている人（活用できている+どちらかといえば活用できている）が6割以上（65.9%）となり、うまく活用ができていない人がいる一方、活用できていない人（活用できていない+どちらかといえば活用できていない）が3割以上（31.0%）いることも分かりました。また、どのような業務領域で活用しているか聞いたところ、「お客様からの問い合わせ・FAQの対応（44.3%）」、「営業資料、報告書作成アシスト（40.3%）」、「商談に関わるメールやチャットなどの文章作成アシスト（34.2%）」と回答しました【図11】。

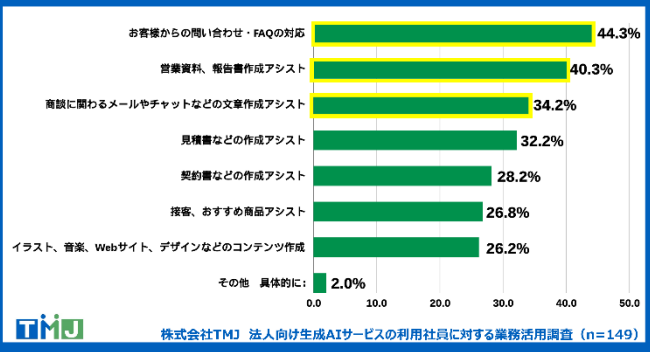
【図10】

Q.社外業務での生成AIサービスについて、あなたご自身は活用できていますか。



【図11】

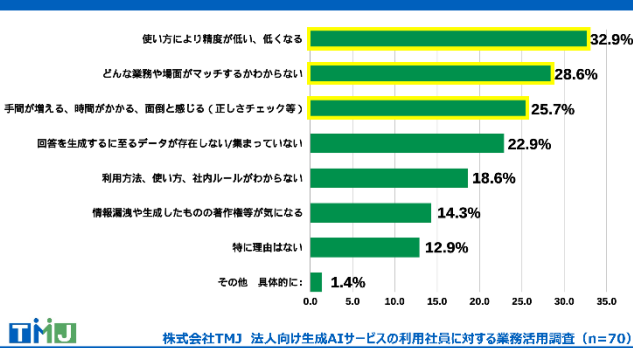
Q.どのような業務領域で活用していますか。いくつでもお知らせください。（複数回答）



さらに、社外業務を活用できていない人（活用できていない+どちらかといえば活用できていない）を対象に、理由について聞いたところ、「使い方により精度が低い、低くなる（32.9%）」、「どんな業務や場面がマッチするかわからない（28.6%）」、「手間が増える、時間がかかる、面倒と感じる（25.7%）」と回答しました【図12】。また、お勤め先でどのような環境が整ったら、導入されている生成AIサービスを社外業務で活用する、できると思うか聞いたところ、「社会や会社内のガイドラインやルールの整備（32.9%）」、「生成AIツール・アプリの機能拡張やユーザビリティの向上（30.0%）」、「AIの回答精度の向上（28.6%）」と回答しました【図13】。この結果から、生成AIが導く回答が利用者側の期待値を下回り、都度修正する煩わしさや、サービスにおける操作性や機能の簡易化が求められています。

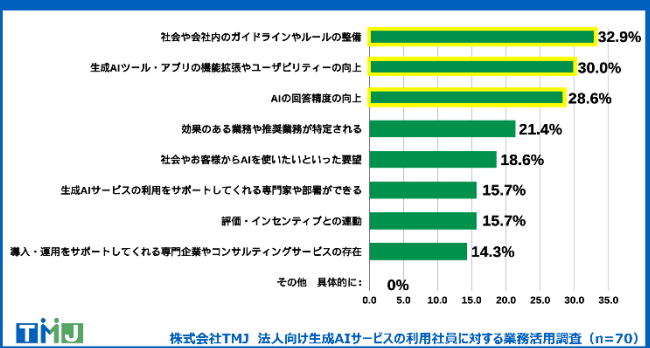
【図12】

Q.導入している生成AIサービスを、あなたが社外業務に活用できていない/どちらかと言えば活用できていない理由について、当てはまるものをいくつでもお知らせください。（複数回答）



【図13】

Q.あなたは、お勤め先でどのような環境が整ったら、導入されている生成AIサービスを社外業務で活用する、できると思いますか。（複数回答）



■ 総括

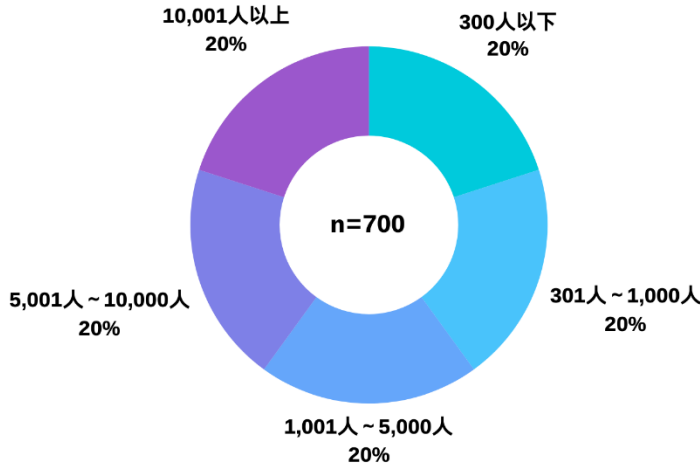
今回の調査結果から、法人向けの生成AIサービスは社内向けに留まらず、社外向けに一定利用されており、社員であるユーザーは総じて高い活用認識を持つ一方で、利用初期のつまづきの状態にいることがわかりました。

2024年以降は「利用促進やユースケース作りの取り組みが一巡し、複雑度のやや高い業務や社外（顧客向け）業務へ試行・利用が拡大」「活用が進むユーザーに対してより実務に沿った知識・スキルのアップデートが加速」「未活用者への効率的なサポートの必要性の高まり」が予測されます。更なる生成AIの活用が進む中、様々な課題に対し外部支援の有効活用は求められると私たちは考えます。

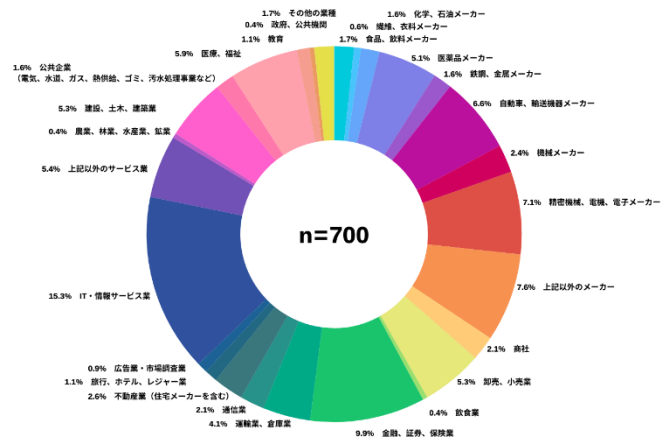
TMJは社外業務における改善施策について強みを持ち、CX向上やカスタマーロイヤルティ最大化をゴールに、チャネルの最適化や、業務アセスメントとChatGPT/LLM技術検証・導入でサービスプロセスの効率化を目指す伴走型支援サービスを提供しています。ぜひ生成AI活用に向けてご検討ください。

■ 回答者の属性情報

<従業員規模>



<勤め先の業種>



■ 株式会社TMJについて

<業務改善ノート> (<https://www.tmj.jp/column/>)

BPO業界における豊富な顧客対応実績から生まれたコミュニケーションのノウハウや効率化のポイントなど、仕事の改善に役立つさまざまな情報をお届けします。

<株式会社TMJ 会社概要> (<https://www.tmj.jp/>)

TMJは、株式会社福武書店（現・株式会社ベネッセコーポレーション）のインハウスコールセンターより独立分社化する形で1992年に設立。世界でも例のない継続型の会員制事業で培った生産管理、品質管理のノウハウを活かし、多種多様なクライアント企業のコールセンターの設計・運営から、調査・分析、人材派遣、人材育成などのサービスを提供しています。2017年には、セコム株式会社の100%子会社となり、より強固で安全性の高いグループネットワークを活かし、クライアントビジネスの成功をサポートします。