

2030 年までに AI ショッピング・エージェントが e コマースの約 4 分の 1 を占める可能性を示唆【A.T. カーニー】

年間オンライン売上 10 兆～12 兆ドルを動かす可能性—安全な拡大に向けて「権限・正確性・責任」の 3 つの課題を提示

A.T. カーニー株式会社（東京都港区、日本代表：針ヶ谷 武文）は、論考『エージェントック・ペイメント——デジタル・コマースの新たなフロンティア』（英題：Agentic payments: a new frontier in digital commerce）を公開しました。

エージェントック・コマースとは、利用者が目標や制約を設定し、AI エージェントが商品の発見、比較、交渉、検証、支払いまでを実行する購買・決済モデルです。Kearney は、AI ショッピング・エージェントが 2030 年までに全 e コマースの約 4 分の 1、年間オンライン売上で約 10 兆～12 兆ドルを動かす可能性があると推測しています。本論考では、エージェントック・コマースが技術、オペレーティングモデル、広告・収益モデルにもたらす影響を分析するとともに、安全な拡大に向けて対応すべき「権限」「正確性」「責任」の 3 つの課題と、取引前後を通じて信頼性を支える「トラスト・スタック」を提示しています。

2030 年に全 e コマースの約 4 分の 1、年間 10 兆～12 兆ドルを動かす可能性

Kearney は、AI ショッピング・エージェントが 2030 年までに、全 e コマースの約 4 分の 1 を占め、年間オンライン売上で約 10 兆～12 兆ドルを動かす可能性があるとみています。利用者が目標や制約を設定し、AI が購買プロセスを担うモデルが普及すれば、日常的に繰り返される買い物や、比較・調査に多くの時間を要する買い物において、利便性と効率性が高まる可能性があります。

消費者行動にも、AI 活用の広がりを示す兆しが見られます。Vox Media による 2024 年の調査では、Z 世代の消費者の 61%が、検索エンジンや小売サイトではなく AI ツールを使って商品調査を始めています。また、本論考で紹介する別の調査では、Z 世代の購買者の 82%が、購買判断の指針として AI ツールを利用しています。

図表1 2030年、AIショッピング・エージェントがeコマースの約4分の1を動かす可能性

Kearneyの見通しと、Gen ZのAI活用に関する本文紹介調査



出所：Kearney調査「エージェンティック・ペイメント——デジタル・コマースの新たなフロンティア」

61%と82%は別調査であり、単純比較不可

「人が意図し、エージェントが買う」—2つの取引シナリオで購買を再設計

エージェンティック・ペイメントでは、消費者が予算、希望するブランド、配送時間帯などの条件を設定した後、AI エージェントが商品の発見、比較、交渉、検証、支払いまでを担います。リスクや事前に設定したポリシーに応じて必要な場合のみ利用者へ確認を求め、即時購入、価格監視、商品の補充やサブスクリプション、返品・保証請求まで、一連の購買プロセスを支援することが想定されます。

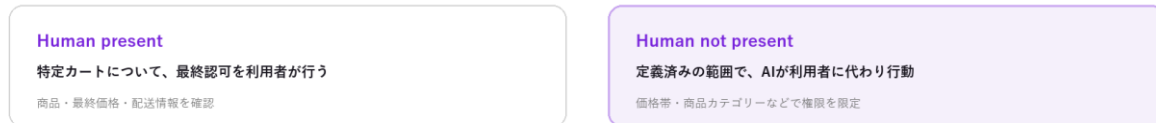
取引の実行には、特定の商品やカートについて最終的な承認を利用者自身が行う「Human present」と、価格帯や商品カテゴリーなど事前に定めた範囲内で AI が自律的に行動する「Human not present」の2つの主要なシナリオがあります。この転換は、新たな顧客体験の創出にとどまりません。技術、オペレーティングモデル、広告・収益モデルの3つの領域に影響を及ぼし、利用者の意図、取引の認可、問題発生時の責任を誰が担うのかという、決済バリューチェーンそのものの再設計につながります。

図表2 購買は「人が意図し、エージェントが実行」するモデルへ

利用者が目標とガードレールを設定し、AIが発見から支払い・購買後業務までを担う



取引実行の2つの主要シナリオ



出所：Kearney論考「エージェンティック・ペイメント——デジタル・コマースの新たなフロンティア」

ポリシーまたはリスクが要請する場合のみ利用者へエスカレーション

安全な拡大には「権限・正確性・責任」の3課題への対応が必要

本論考では、エージェンティック・ペイメントのエコシステムに参加する企業が検討・解決すべき重要な課題として、①エージェントが利用者に代わって支出する「権限」、②利用者の意図に沿った商品を購入する「正確性」、③問題が発生した際の「責任」の所在、の3点を挙げています。

エージェントの侵害や設定不備、利用者の意図の誤解釈、ハルシネーション、チャージバック発生時の責任範囲の曖昧化など、従来の決済とは異なるリスクへの備えが必要となります。

対応策としては、署名付きで取消可能な委任設定、利用範囲を限定した支払いトークン、一定条件を超えた場合に人による確認を求める Human-in-the-loop の閾値、利用者の意図や制約を構造化して確認する仕組み、紛争対応に利用できる証拠、関係者間の共有責任モデルなどが挙げられます。

さらに、安全性、説明責任、追跡可能性を確保するためには、取引前の本人確認と委任設定、取引中の認証・リスク判定、取引後の監査ログと責任配分を一貫してつなぐ、正式な「トラスト・スタック」の構築が重要です。

論考について

論考名：『エージェンティック・ペイメント——デジタル・コマースの新たなフロンティア』（英題：Agentic payments: a new frontier in digital commerce）

URL：<https://www.jp.kearney.com/issue-papers-perspectives/agentic-payments-a-new-frontier-in-digital-commerce>

監修者

河野 修平 シニアパートナー

東北大院卒。IBM ビジネスコンサルティングサービス（現日本 IBM）を経て、A.T. カーニーに入社。10 年以上の戦略コンサルティング経験を有する。金融機関を対象に、全社戦略、新規事業開発、営業戦略、IT 戦略、オペレーション改革など、幅広いテーマにわたり、数多くのコンサルティングを手がけている。加えて、様々な業界向けに、IT インフラ構想、デジタルケイパビリティの強化、デジタル投資評価など、テクノロジー分野のコンサルティングも行っている。

A.T. カーニーについて

A.T. カーニー（グローバル・ブランド名：Kearney）は、100 年にわたり世界有数の経営コンサルティングファームとして、Fortune Global 500 企業の 4 分の 3 以上をはじめ、世界各国の政府機関に信頼されるパートナーであり続けてきました。世界 40 カ国以上に拠点を展開し、私たちの最大の強みは「人」にあります。インパクト・ファーストを掲げ、独創的な発想と実行力をもって、顧客企業が直面する最も困難な課題に挑み、変革の実現をともに推進します。日本には 1972 年に進出し、主要産業のリーディングカンパニーに、戦略策定から変革の実行まで一貫した支援を提供しています。

<https://www.jp.kearney.com/>

本件に関するお問い合わせ

部署名：A.T. カーニー株式会社 広報

メール：Japan.PR@kearney.com