

AIエージェントと決済

AIエージェントが商取引を代行する「エージェンティック・コマース」への関心が高まっている。AIが自律的に取引を行う「人間不在の決済」の実現に向け、決済事業者やAIプラットフォームで基盤構築が進む。エージェント主体の取引を安全かつ確実に実行する決済レイヤーの要件と、各社の動向を解説する。

渡邊 大喜

先端技術ラボ
エキスパート

エージェンティック・コマース

エージェンティック・コマースは、AIエージェントが、商品の検索・比較から購入・決済までを利用者に代わって一貫して実行する、Eコマースにおける新たな購買体験である。例えば、利用者の「1万円以下で白色のスニーカーを購入して」といった要望に対し、利用者の嗜好を踏まえた商品選定から、最適なポイント還元を含む決済までの一連の購買プロセスを自律的に完結させる。実際に、AIを起点とした購買行動は徐々に普及しており、すでに消費者の4分の1が意思決定の初期段階でAIを活用した経験があるとの報告もある^{*1}。こうした潜在需要を背景に、関連各社は技術基盤の構築を進めている（図表）。

先行実装から見えた課題

もっとも、AIエージェントを介した購買体験が直ちに定着するとは限らない。OpenAIが2025年9月に米国で導入したチャット内決済「インスタント・チェックアウト」は、26年3月に廃止された。利用者は商品比較にAIチャットを活用したものの、最終的には小売事業者の公式サイトで確認・購入していたのだ。現在、同社は決済まで含む一連のプロセスから「商品探索と小売事業者への送客」へと方針転換している。この事

例は、AI決済の普及にはチャット上の決済機能だけでなく、新たな購買体験が重要であることを示している。とくに、人間による確認や操作の負担をどこまで減らせるかがカギとなる。具体的には、利用者が事前に設定した条件に基づき、AIエージェントが購買のタイミングの検知から決済まで自律的に実行する体験が有力だ。例えば、「観戦チケットが3万円以下なら購入する」と設定すれば、利用者が画面を見ていない間もAIエージェントが作動し、購買判断を行う。このような「人間不在の決済」への期待が高まっている。

人間不在の決済の実現に向けて

「人間不在の決済」を実現するには、商品の発見や売買交渉、決済など、複数のレイヤーでの基盤整備が必要である。本稿では、そのなかでも決済レイヤーに着目する。エージェンティック・コマースの決済手段は、クレジットカードやデビットカードに加えて、ステーブルコインを含むデジタル通貨などが想定される。人間が介在しない「エージェント主体のトランザクション」を安全かつ確実に実行するには、決済レイヤーには少なくとも次の3つの要件が求められる。

第1に、「決済情報の安全な委任」である。AIエージェントにクレジットカード番号などの決済情報をそのまま渡すことは、決済情報の不正利用や権限逸脱のリスクを高める。そのため、VisaやMastercardは、AI

【図表】関連各社における技術基盤開発の取り組み

分類	企業の取り組み例	主な狙い
カードネットワーク	Visa : Visa Intelligent Commerce Mastercard : Mastercard Agent Pay	カードネットワークの認証・トークン化・不正対策を基盤に、AIエージェントと利用者の権限・意図を確認し、 安全で追跡可能な決済 を実現する
AIプラットフォーム	Google : Universal Commerce Protocol (UCP) OpenAI : Agentic Commerce Protocol (ACP) ※	AIと加盟店基盤を共通仕様で接続 し、商品発見から購入後対応までをAI上で一貫処理できる標準仕様を策定する
オンライン決済サービス	Stripe : Agentic Commerce Suite PayPal : Agent Ready / Store Sync	加盟店基盤を 複数のAIコマースに接続 し、商品掲載から決済・不正対策までを一括実装・運用できる環境を提供する

※ Stripeと共同開発
出所：各社公表情報を基に日本総研作成

エージェント向けに制御されたトークンを用いることで、正規のAIエージェントによるアクセスかどうかを識別し、利用可能な範囲を管理する方針を示している。具体的には、利用者が明確に定義した権限やコントロール（利用上限額、利用先のカテゴリーなど）の範囲内で取引を実行する仕組みが必要である。これにより、利用者は安全に決済を委任できる。

第2に、「信頼性の確保」、すなわち加盟店側で正規のAIエージェントと悪性ボットを見分ける仕組みである。AIエージェントがECサイトにアクセスする場合、加盟店は、それが真に消費者の依頼に基づく正当な購買行動なのかを判別する必要がある。この課題に対し、VisaのTrusted Agent ProtocolやMastercardのAgent Payは、あらかじめ登録・検証されたAIエージェントが自らの身元や行動目的を加盟店に示せるようにする方針を示している。

第3に、「委任内容と取引履歴の検証可能性」である。AIエージェントが自律的に商品を比較・選定し、最終的な購入までを実行する場合、取引後に「利用者が設定した許可範囲（購入内容や支払額の上限など）のなかで、AIエージェントが正しく処理したか」を事後検証できる仕組みが重要になる。この解決策として、AIエージェント間の支払いプロトコルAP2^{*2}や、GoogleとMastercardが共同開発したVerifiable Intentなど、利用者の意図や承認内容を改ざんしにくい形で記録し、検証可能にする仕組みの標準化が進められている。これにより、誤購入や不正利用が発生した際で

もAIエージェントの処理内容を確認し、原因究明や責任判断につなげやすくなる。

おわりに

もっとも、こうした技術基盤が整備されたとしても、消費者がAIエージェントによる購買体験を受け入れるかという受容性はまた別の問題だ。また、AIエージェントによる取引の際の本人意思の認定や、指示逸脱・不正利用時における関係事業者間の責任分担といった法的論点も残る。今後の普及には、技術面の確立だけでなく、利用者が安心して使える社会的な環境整備が不可欠となる。✕

*1 博報堂買物研究所. “AIショッパー調査”. 博報堂ニュースリリース. <https://files.hakuhodo.co.jp/files/user/2026/06/202606021000H-1.pdf>, (参照 2026-07-26).

*2 Agent Payments Protocol (AP2) は、Googleが提唱し、2026年にFIDOアライアンスへ寄贈。同団体で国際標準化が進められている。

Profile

渡邊 大喜

(わたなべ・ひろき)

NTT研究所でのR&D業務や事業会社でのシステム開発業務を経て、2022年から日本総研。先端技術ラブにて、先端IT技術に関する動向調査や業務適用に向けた応用研究に従事。

