日本貿易振興機構（ジェトロ）

2026 年 7 月
ジェトロ・ロサンゼルス事務所

北米 EC 動向レポート

エージェンティック・コマース時代に AI に推薦されるブランドになるために必要な視点

2025 年、世界の E コマース市場は大変革を遂げた。これまで商品を探す起点であった Google 検索や Amazon でのキーワード検索と並び、「ChatGPT などの生成 AI に相談する」という行動が急速に広がったのだ。2025 年 7 月の調査では、米国の消費者の半数以上が既に何らかの形で生成 AI を買い物に活用しており（出典）、現在ではこの数字はさらに伸びているだろう。近い将来実現するとみられている「AI が消費者に代わって自律的に”買う”」段階はまだこれからだが、「探す・比べる・絞り込む」という用途では、AI ショッピングはもはや新しい買い物習慣として定着しつつある。こうした購買行動の変化を象徴する分野が「エージェンティック・コマース」、すなわち AI エージェントが商品の発見から比較、さらには購入までを担う仕組みである。

この変化は数字にも表れている。Salesforce が世界 15 億人超の購買データを分析したところ、2025 年のサイバーウィーク（11 月 25 日～12 月 1 日）において、AI エージェントは世界の全注文の約 20%にあたる約 670 億ドルの売上に影響を与えた（出典）。さらに注目すべきは流入の「質」である。同社のデータによれば、ChatGPT 等の AI エージェント経由の流入は、ソーシャルメディア経由の流入よりコンバージョン率が 8 倍も高かった。ソーシャルメディアが「なんとなく眺める」入り口であるのに対し、AI は消費者が来訪する前に製品のリサーチと比較を済ませている。つまりサイトに辿り着いた時点で「何を買うか決まっている」状態であり、閲覧者ではなく購入直前の買い手としてやってくるのである。AI は単なる接客の省力化ツールではなく、売上を生み出す主役になりつつある。

この流れを決定づけたのが、2025 年 9 月の Shopify と OpenAI の連携である。これにより、100 万を超える米国向け Shopify 加盟店が、追加開発をほぼせずに生成 AI の会話のなかで商品を露出・販売できるようになった。仕組みの核心は、各ブランドが OpenAI と個別

禁無断転載 Copyright (C) 2026 JETRO. All rights reserved.

に交渉・実装する必要がなく、Shopify という「土台」に乗っているだけで巨大な AI チャネルに自動接続される点にある。決済や配送、顧客との関係は引き続き加盟店が握ったまま、生成 AI の膨大なユーザーに商品が届く。「自社サイトに集客する」時代から、「AI の会話のなかに商品が現れる」時代への移行が始まったといえる。

では、どのような企業や商品がこの波にうまく乗れているのか。鍵となるのは二つの要素である。第一に「製品データの構造化（機械可読化）」である。AI は人間のように見た目の魅力やブランドの世界観を感じ取るのではなく、構造化されたデータを読み取って商品を比較する。商品名・価格・在庫・レビューなどの情報を、AI が正確に読み取れる形で整理しておくことこそが「推薦される最低条件」となる。実際、ChatGPT は商品推薦の多くを Google Shopping のデータフィードから引いているとされ、フィードが整っていなければ AI の視界にすら入らない。興味深いのは、トラフィックの大小よりデータの構造化度が有効だという点で、丁寧に製品データを整えた中小ブランドが、大手より先に AI の推薦に現れる例も出ている。第二に「第三者の信頼シグナル」である。AI は「どのブランドが良いか」を判断する際、企業自身の宣伝文句ではなく、実購入者のレビューや、専門メディアの編集記事といった第三者の評価を重視する。ChatGPT などの生成 AI はレビュー本文の内容を読み解いて消費者の質問に答え、Perplexity などの AI を活用した回答エンジンは、第三者サイトの引用を手がかりにブランドの権威性を推し量る。裏を返せば、レビューが構造化されておらず、信頼あるメディアでの露出も乏しいブランドは、AI にとって「存在しないも同然」になりかねない。

エージェンティック・コマースの時代において、日本企業が問われるのは、商品そのものの良さに加え、その良さを AI に正しく「読み取られ、推薦される」状態をいかに整えるかである。優れた製品を持ちながら AI の視界に入らないという機会損失を避けるためにも、製品データの構造化と第三者からの信頼の蓄積は、米国市場参入の新たな前提条件になりつつあると言えるだろう。

（作成）ジェトロ・ロサンゼルス事務所
（調査）Exa Innovation Studio

【免責条項】
本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載 Copyright (C) 2026 JETRO. All rights reserved.