



AIがECを飲み込む？ OpenAI とグーグルが仕掛ける「AI ショッピング」の衝撃

22161274 川向癒雨

概要

- ▶ 9月29日と30日、OpenAIは生成AI「ChatGPT」上で、Googleは「AIモード」上で、商品検索から購入・決済までを直接行える仕組みを提供開始した。
- ▶ 特にOpenAIが打ち出したのは「Agentic Commerce Protocol (ACP)」と呼ばれる仕組みだ。オープンソースとして公開され、販売事業者が自社の商品データを接続すれば、ChatGPT上で即座に販売が可能となる。言い換えれば「Amazonに出店する」のではなく、「ChatGPTの会話空間そのものを店頭にする」ことができる

課題

- ▶ 無意識決済のリスク

会話の流れで「じゃあそれ買う」と入力すれば即時決済される仕組みは、消費者保護の観点からリスクが高い。誤クリックや誤入力でも購入が成立してしまう可能性

- ▶ 補償・返品の問題

既存のECでは出店者やプラットフォームの規約に基づき返品や補償が整備されているが、AI経由の購入では「AIの提案ミス」の責任が誰にあるのかが不透明

- ▶ 決済情報・個人情報の漏洩リスク

AIサービスが購買履歴や決済情報を保持する以上、情報漏洩のリスクも高まる。特にLLMの学習データに誤って組み込まれるリスクは技術的課題として指摘されている。

コメント

- ▶ 日本市場は『楽天経済圏』と『Amazon依存』が二大柱ですが、AIが“中立の購買窓口”として普及すれば、消費者はモールを意識せず、AIが最適と判断した商品を購入するようになるでしょう（ライターのコメント）
- ▶ これは顧客の「面倒くさい」という感情をAIが解消し、その瞬間に財布の紐を握るといふ、巨大なビジネスチャンスの到来だ

感想

- ▶ 直感的に買い物をするのがない自分にとっては、あまり利用することのないサービスだと感じた。
- ▶ Amazonであったり楽天と違って、そこで購入した人のレビューを確認できないことや、セールなどが行われないことから金額を気にせず、時間を重視する人が主に利用していくのではないかと感じた。