

買物

フォーキャスト

2026

生活者とAIの

「対話」から繙く買物の未来



博報堂
買物研究所

「買物フォーキャスト」とは

2016年からスタートした「買物フォーキャスト」。

時代ごとの消費者インサイトや購買行動を捉え、

「これからの買物潮流」を予測し、

企業が次取るべき方向性や視点を示唆してきました。

これまでの「買物フォーキャスト」

2018
「選べない買物」

「選べない買物」の悲劇
モノ選びに疲れた生活者の関心を引き出す
買物欲マーケティング2.0



「選べない買物」の悲劇
という過程に負担を感じる現象

↓

選択肢を絞り込んだり、
より個別化した提案をする

2022
「パーパス買い」

ブランドパーパスと
買物行動



「社会的意義」や「共感できるブランド」を選択する現象

↓

購入行動そのものが意味のある行動と
感じられる仕組み

2025
「新購買行動モデルDREAM」

AIエージェントと暮らす時代の
新購買行動モデル



生成AIの登場で
購買行動自体が変化する

↓

新たな購買行動モデル
「DREAM」

「買物フォーキャスト2026」



AIを使った生活者の買物の現状は？



「続編」

2025年に提言した、
新購買行動モデル「DREAM」。
あれから生活者の買物は、
どのように変化しているのか？
生成AI×買物のいまを研究した。

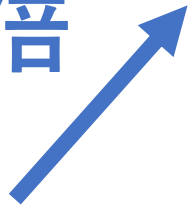
1

最新の生成AI市況

生成AIの登場は、スマホに匹敵する劇的変化を生んでいる 情報検索行動にも、既に変化が現れている

AI市場規模予測

約**13倍**



142億ドル

2022年

1,847億ドル

2030年

ゼロクリック問題



1. 検索結果からの流入が15% ⇒ **8%**
2. ブラウジングをやめるのは**26%**

出典：総務省
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r06/html/nd219100.html>

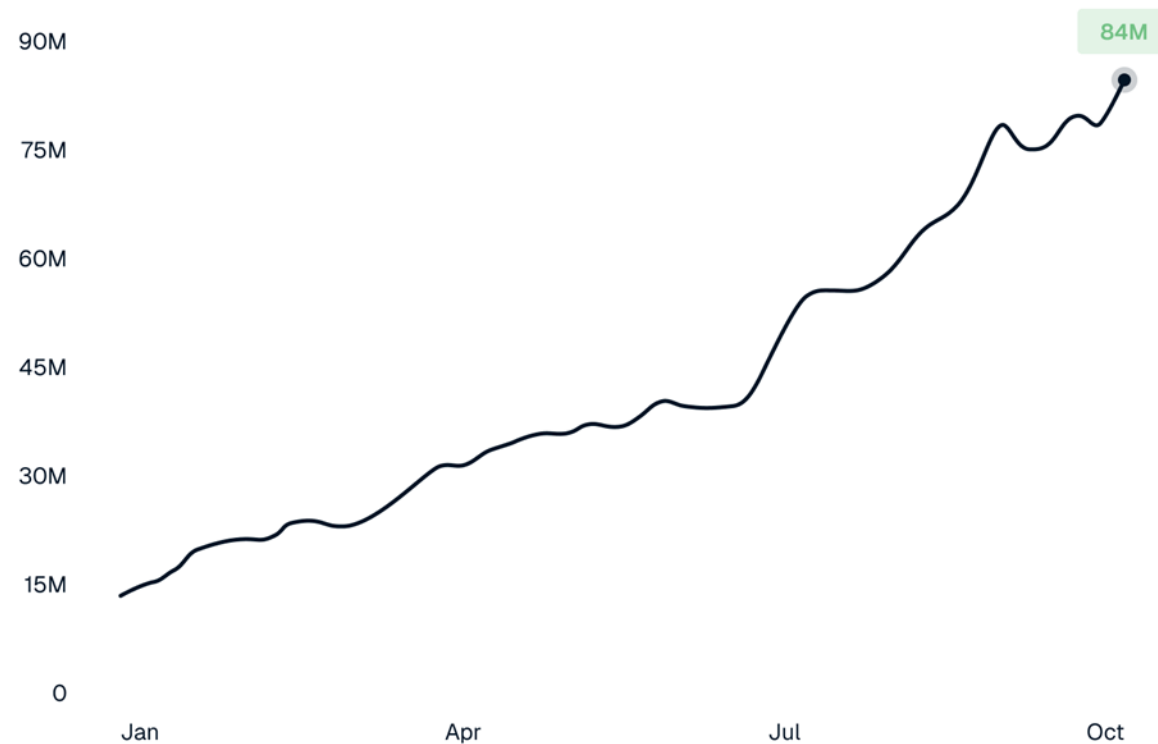
出典：米調査機関 Pew Research Center ワシントンD.C.(2025年7月22日)
タイトル：「Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results」
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/>

ショッピングへの生成AI利用は2025年に加速

ChatGPTでは、週あたり8,400万件以上の買物関連の質問

ChatGPTへの買物関連の週あたり質問量

2025 Weekly Volume (in Millions)



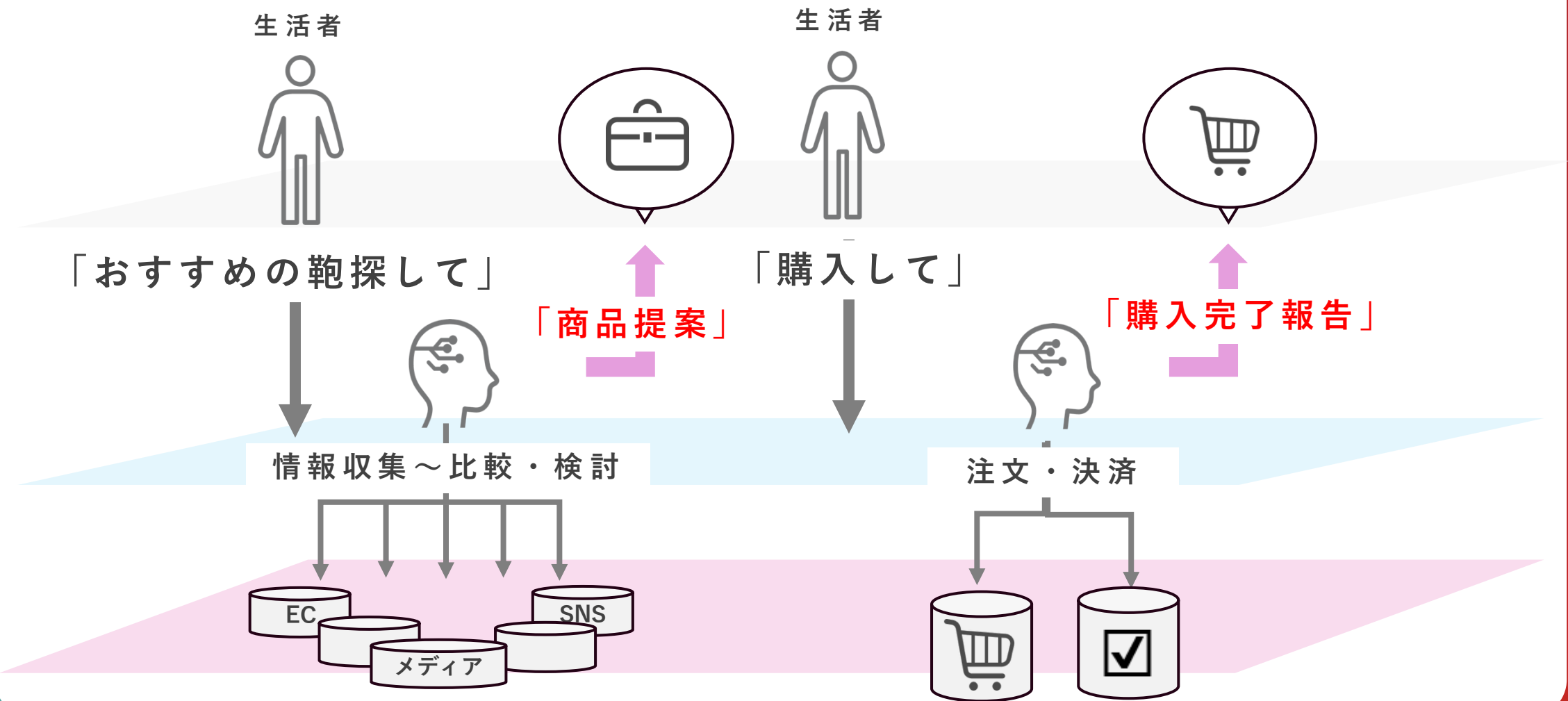
Source: Stackline

出典：Stackline

https://www.stackline.com/news/chatgpt-is-becoming-a-shopping-destination-the-ai-platform-receives-over-84-million-shopping-questions-from-u-s-consumers-every-week?utm_source=chatgpt.com

エージェントティックコマースは、最注目概念

▼ エージェントティックコマースのイメージ

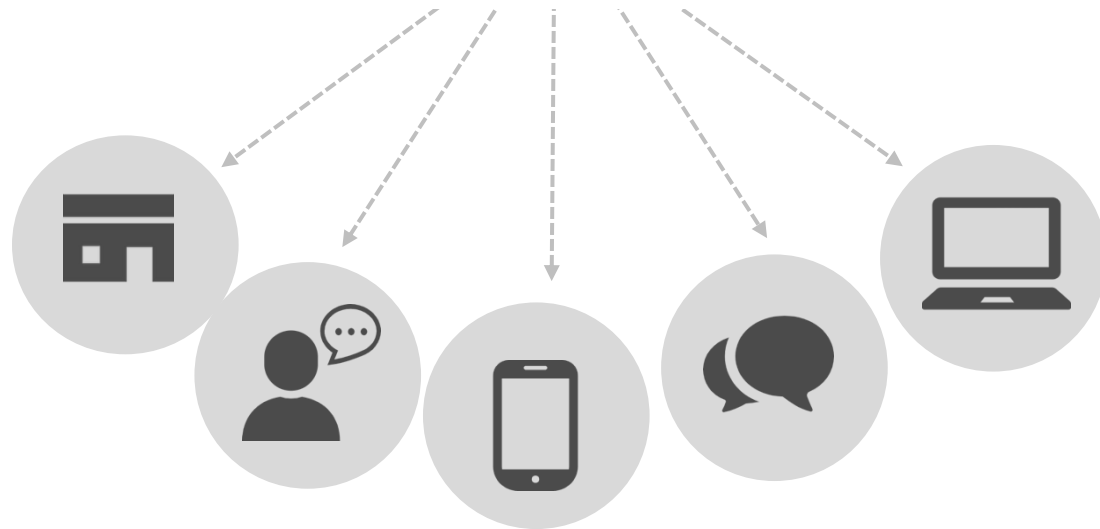


Before Agentic Commerce

生活者自身が顧客
自身で比較検討して、決済する



生活者自身が個別に情報収集・統合する



After Agentic Commerce

AIエージェントが顧客
検索～比較～決済まで自律的に実行



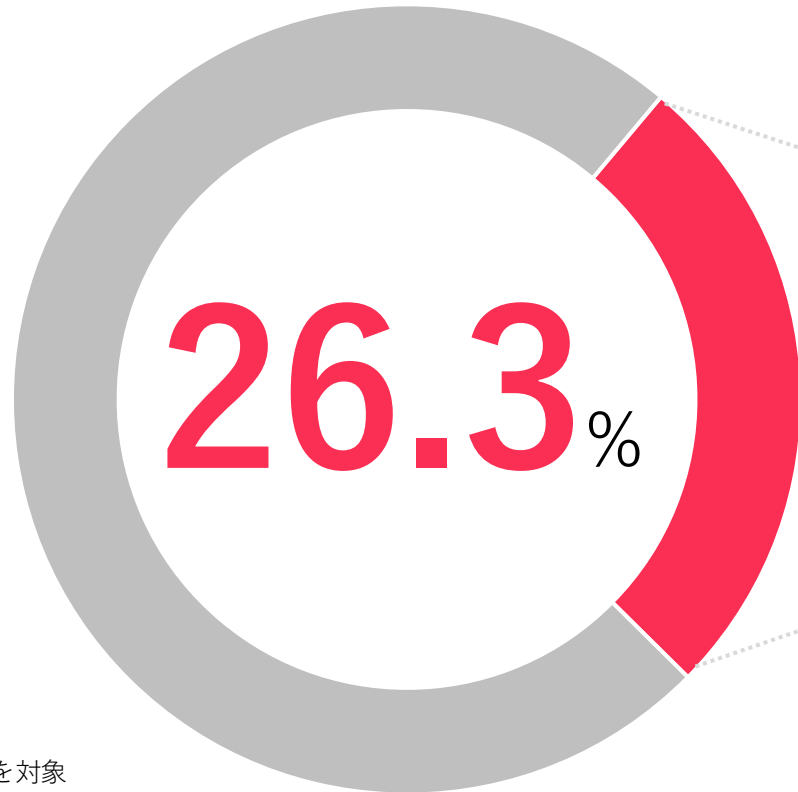
生活者が個別に情報源に触れることなく完結



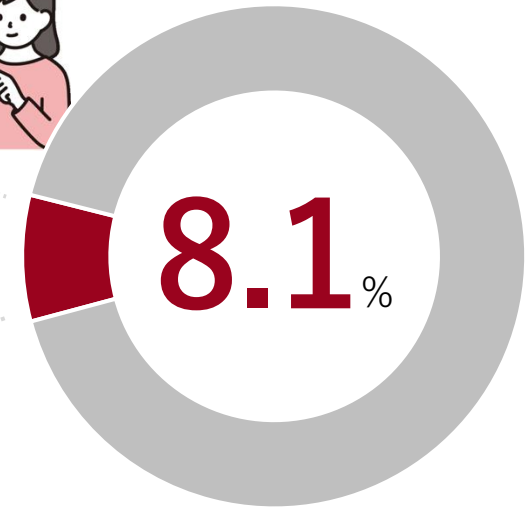
日本で買物に生成AIを活用するのは、まだ「先端層」

一般的な定量アンケートで、AIを使った買物の実態を解明するのはまだ難しい

プライベートでの
生成AIの1年以内利用率



利用者のうち、
買物に活用している割合



n=3,096

全国15-79歳男女を対象

n=948

出典：買物研究所 定量アンケート調査（2025年2月）

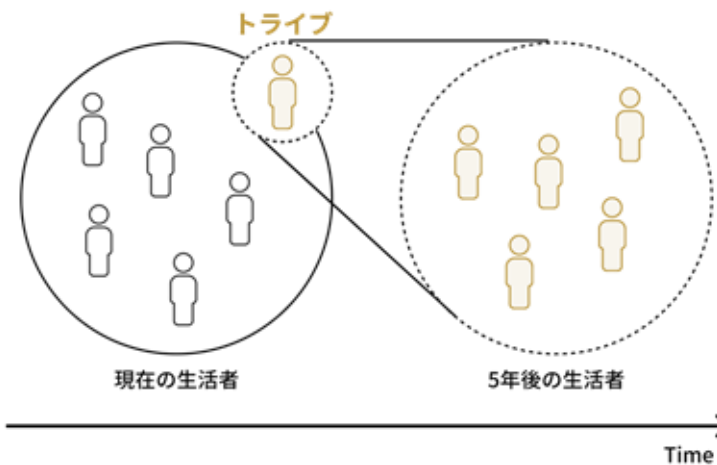
先端生活者リサーチの専門家SEEDER社と買物研が 両社の強みを掛け合わせて共同研究を実施



新購買行動モデル
DREAMの枠組みで考える



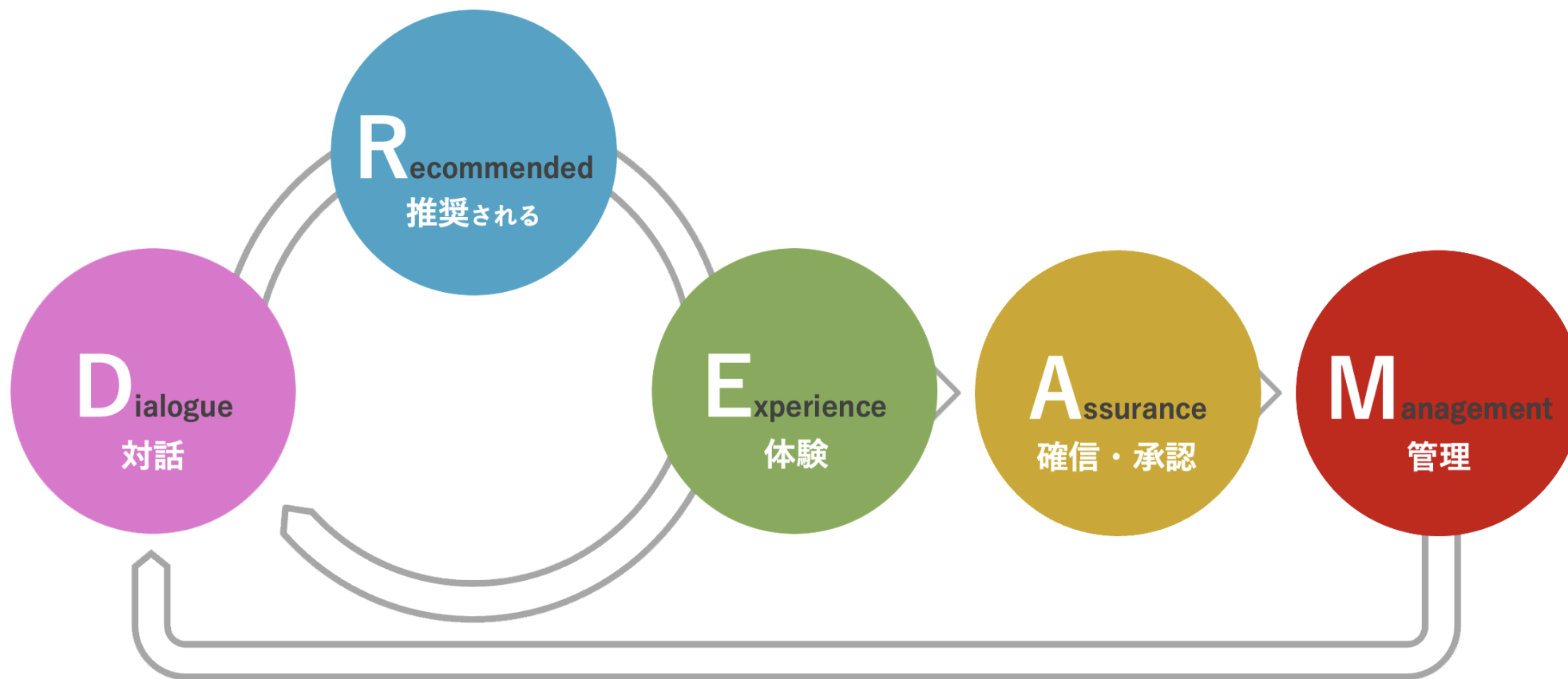
先進的な生活者
トライブへのインタビュー



2 新購買行動モデルDREAM

AIエージェントと共に暮らす時代の新購買行動モデル

「DREAM」とは？



対話

Dialogue

AIと**対話**しながら、趣味嗜好や潜在ニーズに気がつく

推奨
される

Recommended

AIから**購入候補の提案**を受け、そこから能動的に選び抜く

体験

Experience

リアル・デジタル問わずとにかく**試す・体験**する

確信
承認

Assurance

確信した段階で購入、場合によっては**AIに承認**

管理

Management

AIに**渡す情報を管理する**、購入後も**繋がり続ける**

対話

Dialogue

AIと対話しながら、趣味嗜好や潜在ニーズに気がつく

2025年1月時点で宣言。

Recommended

推奨

される

AIから購入候補の提案を受け、そこから能動的に選び抜く

2030年頃のモデルと想定していたが、

体験

Experience

リアル・仮想問わずとにかく試す、体験する

実現しつつある。

確信

承認

Assurance

確信した段階で購入、場合によってはAIに承認

対話から生活者の実態を見ていく

管理

AIに渡す情報を管理する、購入後も繋がり続ける

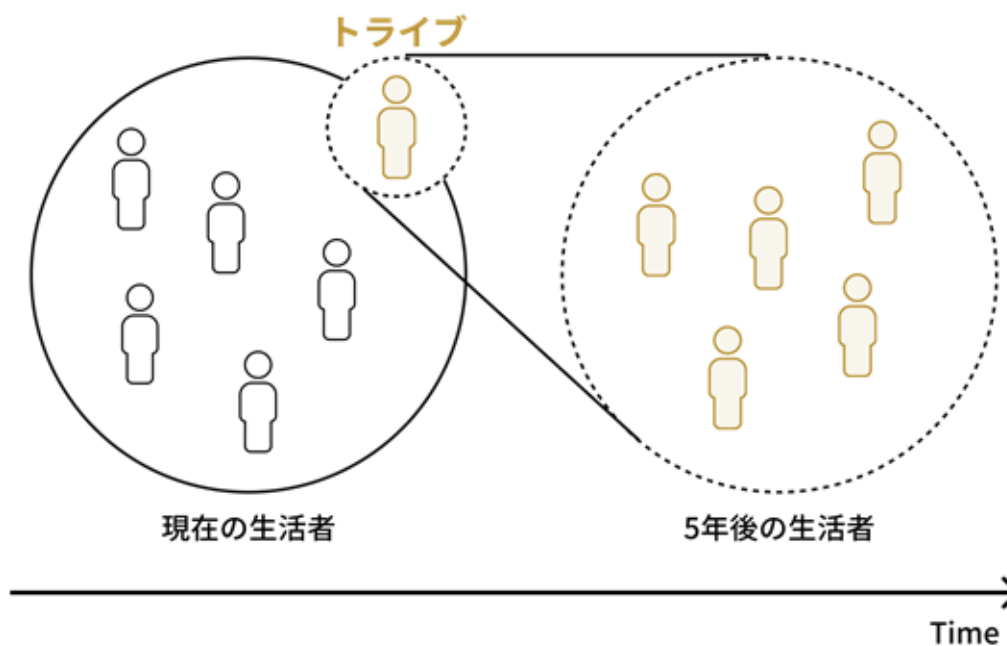
実際にどんな対話があるのか？

SNS分析とインタビューで先端生活者の理解を進めていく

ソーシャルリスニング
(Meltwater)



デプスインタビュー
(トライブリサーチ)



ソーシャルリスニングは、以下の形式で実行

ツール	Meltwaterを用いたキーワード抽出 
分析対象	Xの投稿の中で、生成AI（ChatGPT, Gemini, Copilot, Grok等） × 「買物」 に関わる内容を独自に定義し、日本語投稿を抽出
対象期間	2024年8月1日 ~ 2025年12月31日
抽出件数	総投稿数： 9,717 件
対象カテゴリ	食品、家電、不動産、クルマ、旅行、アパレル、コスメ、 日用品、趣味、書籍 他

出典：Meltwater社のエクスプロアを活用し、買物研究所が作成
※「Explore = Meltwaterのソーシャルリスニングツール」
※<https://www.meltwater.com/jp>

ソーシャルリスニングは、以下の形式で実行

ツール

まずは、SNS投稿から

分析対象

Xの投稿の中で、「生成AI（ChatGPT, Gemini, Copilot, Grok等）」 × 「買物」
AIを使った買物について

対象期間

2024年8月1日 ~ 2025年12月31日

どのような発信が行われているか？

抽出件数

総投稿数：9,717件

いくつか例をしてみる

対象カテゴリ

食品、家電、不動産、ファッション、旅行、アパレル、コスメ、
日用品、趣味、書籍 他

AIへの健康相談⇒AIからの生活改善指導



深夜に足が攣って目が覚めるのが本当に辛いのでAIに相談。
カルシウムと日光をおすすめされた。

飲み物や日光で一部は補えるけど……どうやら私には

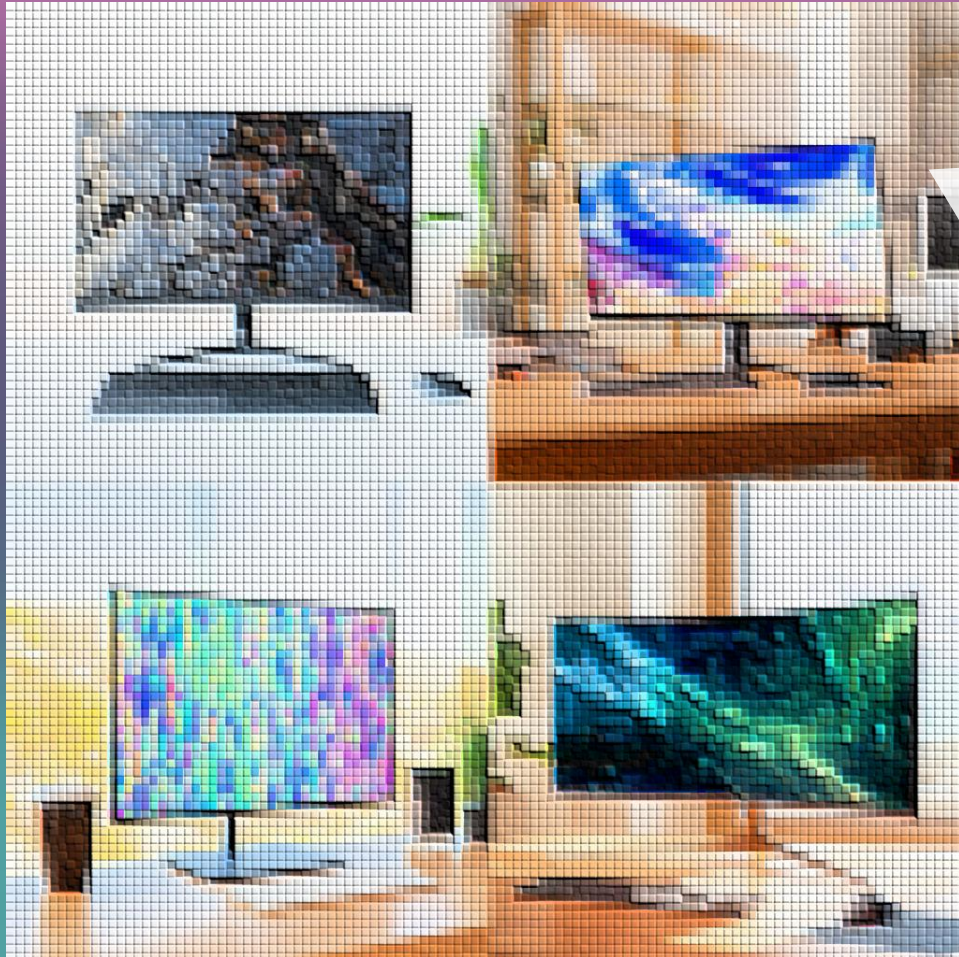
特定の栄養素が不足しているみたい。

足りないものはどうやらバナナで補える

ようなので、早速明日からバナナ習慣を始めてみます！
これで夜ぐっすり眠れるようになるといいな。

出典：SNS投稿買物研究所が作成

雑に要望⇒AIを使ってスペック徹底比較



パソコンのディスプレイを探すときにAIに
**「予算10万円以内で、
大きくて軽いのお願い」と
雑に投げるだけで完結**した。

- ・ 4つの製品のスペック比較
 - ・ メリットだけでなくデメリットの整理
 - ・ さらに選択肢を広げる代替案の提示
- これからは検索じゃなくて「AIに相談」がデフォルトになりそうだ。

出典：SNS投稿買物研究所が作成

食材を腐らせたくない⇒AIによる診断・手持ち活用



今までは「これとこれで何か作って」と
単発で聞いてたけど、**冷蔵庫のストックを
全部AIに管理**させてみた。

そしたら、**思いもよらない献立を提案**
してくれるし、**足りない食材の買い出し**
までアドバイスしてくれる。生活のレベルが
一段上がった気がする。まさに未来。

出典：SNS投稿買物研究所が作成

自分では見分けられない⇒AIによる真偽検知

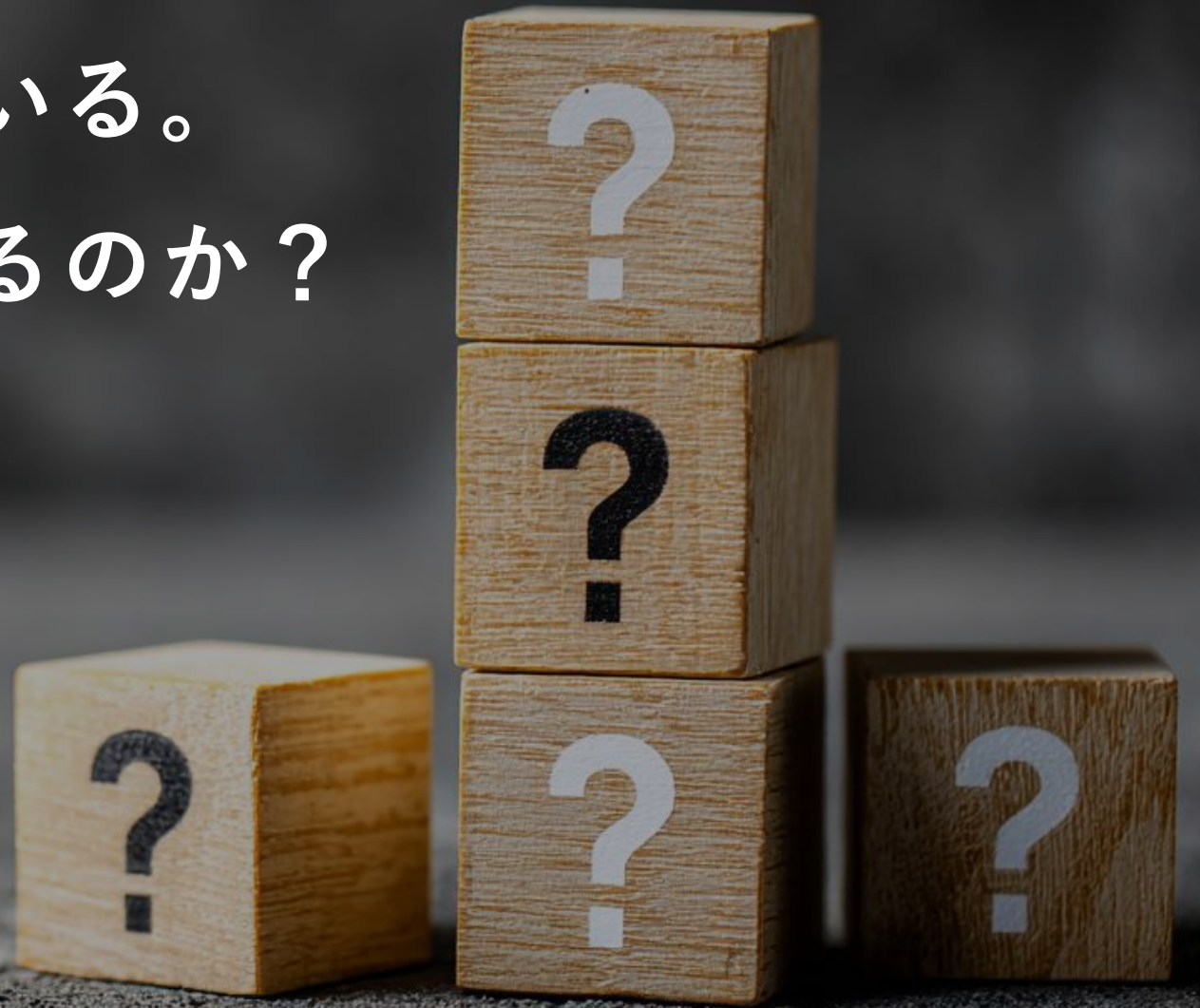


狙ってた色のグッズ、オークションで無事落札！
偽物による失敗リスクが怖かったから、
AIに「本物の見極めポイント」を
徹底的に叩き込んでもらって、
出品写真と照らし合わせながら慎重に選別しました。

3

先端層からみるAI活用インサイト

生成AIは買物において
多面的な役割を担っている。
一体、いくつ役割があるのか？





約 1 万件のX投稿を丁寧に分類した結果、

38の役割が見えてきた

38の役割一覧

支払い・資金計画

代替品の提案

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

リストアップ・備忘録

買い回りルート作成

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

要約理解

メリット・
デメリット分析

評判・クチコミ
の感情分析

購入場所の案内・
在庫確認

最安値・買い時判断

スペック徹底比較

商品・売り場知識
のレクチャー

理想に向けた指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

潜在欲求の言語化

接客シミュレーション

ギフト相談

秘めた趣味の共有

生活改善指導

家族内交渉・調整

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

買物動向・雑談

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

トレンド・流行把握

真偽検知

最適商品の推奨

抑制・ブレーキ

ベストチョイス選定

難しい用語の解説

選び方の
レクチャー

購入手順のガイド

新ジャンルの開拓

リピート判断

購入の後押し

38の役割一覧

対話のキツカケは何だろうか？

AIを使うことで、

どんなメリットがあるのだろうか？



分析視点① 対話のキッカケ

生活起点

自分の内面（本音や持ち物など）がキッカケ

商品起点

外の世界（価格・機能・流行など）がキッカケ

理想に向けた指導

生活改善指導

支払い・資金計画

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

リストアップ・備忘録

潜在意識の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

代替品の提案

買い回りルー

パーソナルセッション

買物動向・雑談

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

秘めた趣味の共有

概念推し買い
(キャラ・世界観ベース)

手持ち商品の被り確認

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

要約理解

最安値・買い時判断

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

メリット・
デメリット分析

スペック徹底

真偽判定

選び方の
レクチャー

リピート判断

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

新ジャンルの開拓

分析視点② 生活者のメリット

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

縮める

1人でも出来ることを効率化、
正解への距離を縮める

商品・売り場知識
のレクチャー

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

広げる

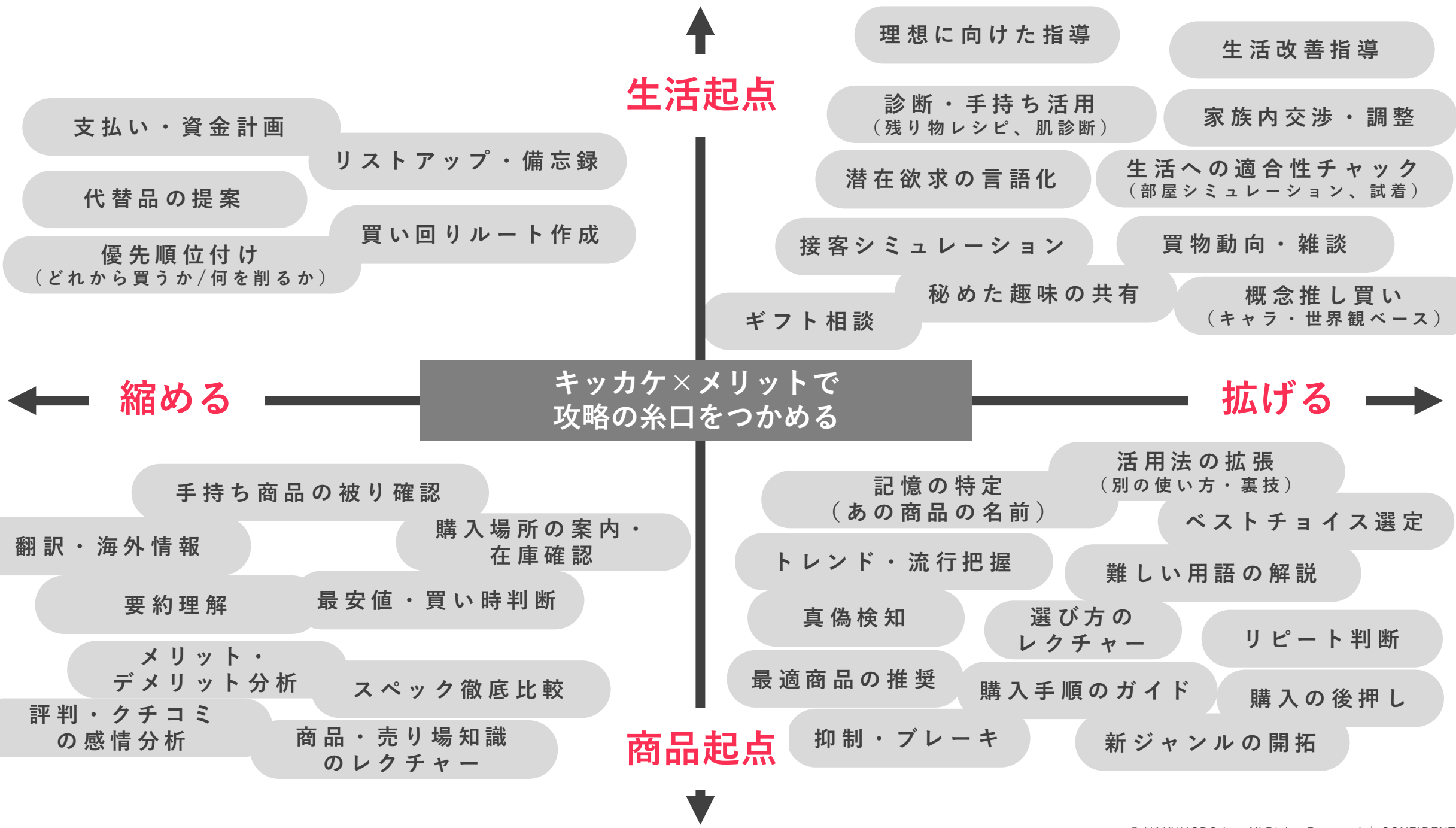
1人で出来ないことを実現し、
可能性を広げる

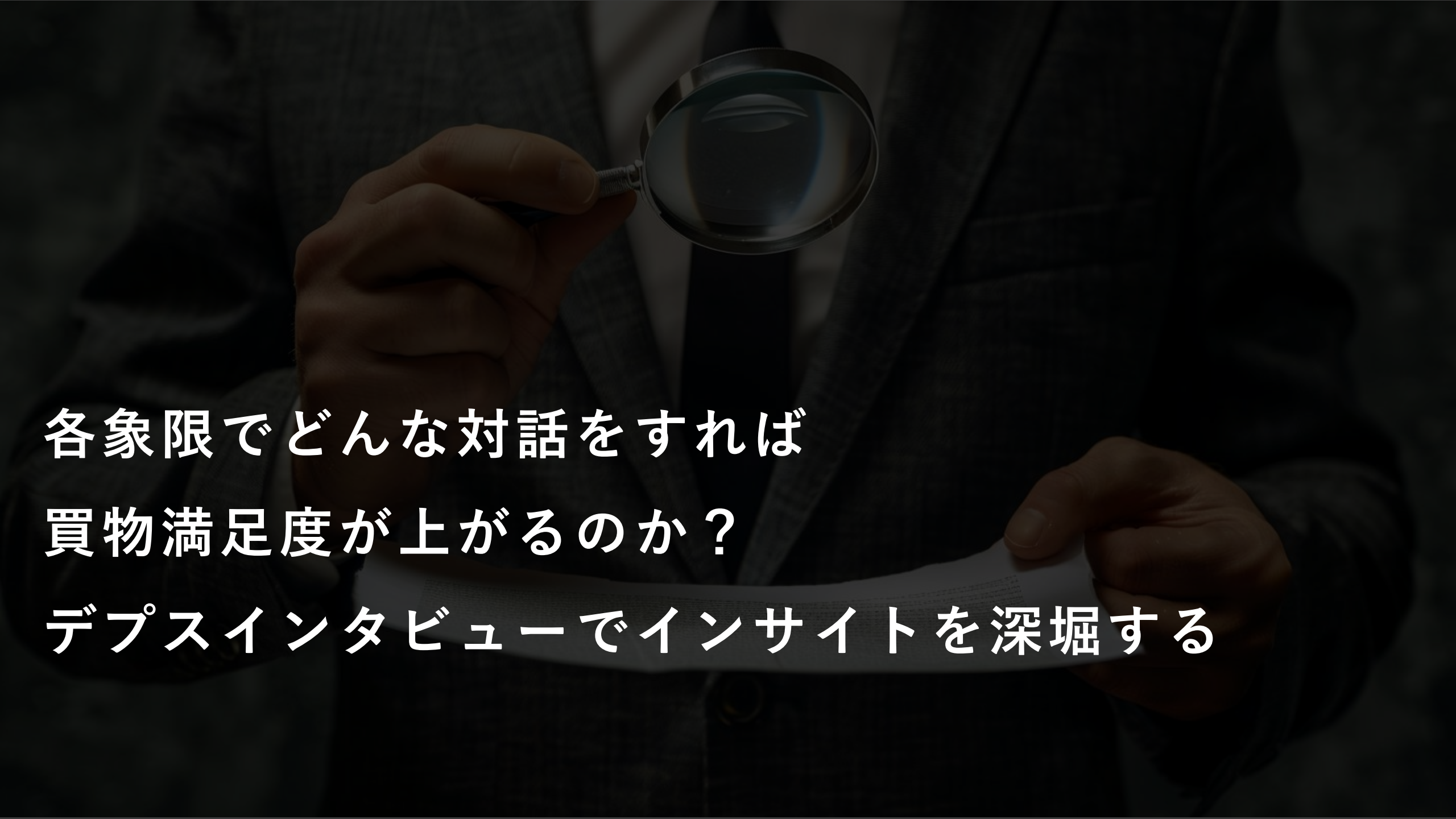
抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

生活起点

商品起点



A person in a dark suit and tie is holding a magnifying glass over a document. The scene is dimly lit, with the magnifying glass and the document being the primary light sources. The person's hands are visible, holding the handle of the magnifying glass and the edge of the document.

各象限でどんな対話をすれば
買物満足度が上がるのか？

デプスインタビューでインサイトを深堀する

話を聞いたAIを買物に活用している生活者

Hさん

30代/女性
製造業 事務職

#ファッション
#コスメ



「華奢なゴールドピアスって
どんなのだろう？」って
思ったので「画像で出して」
と言いました

Aさん

30代/女性
コンサルタント

#ファッション #コスメ
#家電 #食品



健康診断のデータを食わせて
みたりとかして、そこからより
良いものはどれだっというのを
チャッピーから頂く

Nさん

30代/男性
制作会社

#ファッション #家電
#キッチン用品



チャットGPTに
欲しい条件とか要望を
全部打ち込んでいって
全部表にして点数つけて
もらってから買いました

Tさん

20代/男性
市場調査会社

#ファッション
#生活用品
#健康用品



価格で選択肢が絞られる為、
AIを使わず検索していたら
もう少し高いものを
買った可能性はあるかも

Mさん

30代/女性
会社員・正社員

#コスメ #家電 #
住宅ローン



住宅ローンとか、
「もう借りるのは決まってる」時に
「どの条件がいいか」判断するには、
ものすごく相性が良かった

生活起点

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

縮める

広げる

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・
デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

記憶の特定
(あの商品の名前)

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

トレンド・流行把握

ベストチョイス選定

真偽検知

難しい用語の解説

選び方の
レクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

商品起点

この象限のメリット例

文脈データで、正解に辿り着く

リストアップ・備忘録



Aさん
30代/女性

「でも、今日 **これ食べ過ぎちゃった** なら明日の回復プラン、調整プラン立てようか」みたいな。
「**明日コンビニで手軽に買える、なんかおすすめ三つ** でしょうか」みたいな。
「はいありがとう」という感じ。

優先順位付け



Nさん
30代/男性

腰痛や寝返りの多さなど、自分の健康状態や要望をAIに伝えた。
有名な商品を自分で調べ、条件や要望をAIに伝え、似た商品や同ランクの商品を表にまとめてもらい、**点数をつけて枕を比較。**



「面倒臭くて動き出せない」



正解に導く存在

課題解決の出発点を提示し、キッカケを与える

この象限のヒント

自分向けを得るために、説明・確認疲れ



Nさん
30代/男性

AIを使うようになって、買物でネガティブな変化もあった。
細かいニュアンスが伝わらず、

何度も説明する手間が増えました。

メモリ消費や情報の引き継ぎも面倒です。

生活者が文脈に合わせた自己開示をしやすい設計、
小さなコミュニケーションコストが重要

ミッション

支払い・資金計画

正解に導く

リストアップ 備忘録

代替品提案

買い回りルート作成

優先順位付け

とはいえ

(どれから買うか/何を削るか)

説明コスト下げるべし

縮める

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミの感情分析

商品・売り場知識のレクチャー

生活起点

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念推し買い
(キャラ・世界観ベース)

広げる

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方のレクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

商品起点

生活起点

商品起点

縮める

広げる

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・
デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方の
レクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

この象限のメリット例

構造化で、情報の渦から抜け出せる

スペック徹底比較

Aさん
30代/女性

エレキベースの買物の話ですけど、EC間で商品説明の形式ってバラバラじゃないですか。だらだらと文章で書いてあるものがあれば、まとめてあるものもあれば、それがすごい情報を比較する時に困るので、**情報の標準化**っていうか、フォーマットの形式を合わせるってことですね。

要約・理解

Tさん
20代/男性

AIは網羅的に商品情報や機能を整理してくれるので、**普段使わない商品でも情報の取りこぼしがなく便利。情報がコンパクトにまとまっている**ので、以前より効率的に比較できるようになった。



「情報が多すぎて商品が選べない」



商品選択を楽に

時間コストだけじゃなく心理負担も低下

この象限のヒント

任せっきりは嫌、本当は選びたい



Mさん
30代/女性

AIは材料を揃えてくれる存在で、
「自分で選んだ感」がとても大事。
この条件ならこれ。でも+1万円すると、
こんな選択肢もある、みたいな提案があるといい。

**AIが結論を押しつける存在になると不満
補完的な役割も選べないと、そのAIサービスは避けられる**

生活起点

商品起点

縮める

広げる

選び易くする

選択余地は残すべし

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

ミッション

手持ち商品の被り確認

購入場所の案内・在庫確認

翻訳・情報

要約理解 最安値・買い時判断

メリット・とはいえ

デメリット分析 スペック徹底比較

評判・商品の感情分析

商品・売り場知識のレクチャー

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方のレクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

・ブレーキ

新ジャンルの開拓

生活起点

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

縮める

広げる

商品起点

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・
デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方の
レクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

この象限のメリット例

あるべき姿の提示で、希望を叶える

診断・手持ち活用



Nさん
30代/男性

自分が**持ってる服の写真とかを渡して**、
で、**これとだったらみたいな**、
どういう使い方ができる？って聞いて、
まあ具体的にまあちゃんと返事されると、
ああ、やっぱりいいかと思って。

理想に向けた指導



Hさん
30代/女性

例えば髪型を変えるとか服を変えるとか、
スキンケアをするとか、いろいろ選択肢はあると思うん
ですけれど、その全般から「**まずは何ができるかな**」
っていうのを提案して欲しくて、アイデア出し
みたいなところを振ってみたって感じですね。

A woman with a towel on her head is smiling. A therapist in a purple scrub top is looking at a tablet. The background is a spa or wellness center.

「自分の理想」がわからない



生活に次のプランを与える存在

潜在的な願望が言語化され気づきを得る

この象限のヒント

買わずに済むなら、それでもいい



Hさん
30代/女性

ソックスとピアスは

何かを買いたくてというよりは、

「**どういうソリューションがあるかな**」みたいな
依頼で、実際取り入れてもいいかなというのがあったので、
最終購入に至ったっていうケースです。

買う選択肢をいきなり出されると、それは不満
課題解決や理想を叶える方法から提示していくのが重要

生活起点

理想に向けた指導

ミッション

生活改善指導

診断・手持ち活用

家族内交渉・調整

理想を示す

潜在ニーズの抽出 (商品への適合性チェック (部屋シミュレーション、試着))

接客シミュレーションとはいえ

買物動向・雑談

購入ありきにはしない

ギフ... 必めた趣味の共有... 概念押し買い... 世界観ベース)

縮める

広げる

商品起点

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け

(どれから買うか/何を削るか)

手持ち商品の被り確認

購入場所の案内・在庫確認

翻訳・海外情報

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミの感情分析

商品・売り場知識のレクチャー

記憶の特定 (あの商品の名前)

活用法の拡張 (別の使い方・裏技)

トレンド・流行把握

ベストチョイス選定

真偽検知

難しい用語の解説

選び方のレクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

生活起点

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

ギフト相談

縮める

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・
デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

拡げる

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方の
レクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

商品起点

この象限のメリット例

質問を重ねて、一人では選べない答えに到達

難しい用語の解説

Aさん
30代/女性

歯医者で、虫歯に詰め物するじゃないですか。
ジルコニアがいいのか、セラミックの何グレードが
いいのかとか、

**言ってることがよくわからなかったんで、
ちょっと解説して**ってチャットGPTに投げて、
(その提案の中から) 最後は選んだっていう。

選び方のレクチャー

Tさん
20代/男性

シャワーヘッドの**いい基準がよくわかんない**し、こだわり
はあまりなかったのでとりあえず聞いてみようみたいな。
2、3回ですかね。なんか、価格帯このぐらいだと絞ったり、
**もうちょいカッコよいデザインで探してとか、
しっくり来なかった時に対話で条件を狭める。**



「もっと良いモノが欲しい」



目利き能力を借りる

詳しくないカテゴリでも、誰でも満足できる

この象限のヒント

プロ目線でも、気分には合わないキャラはやめて欲しい



Aさん
30代/女性

チャッピーは、
仕事上では**戦友**、
プライベートでは**バトラー**や**三河屋さん**の
ような御用聞き、
時には**カウンセラー**や**友達**的な立ち位置です。

生活者は、シーンによってAIの役割を変えている
寄り添いを求めている時には、人間味を求めているが、
辛口のプロ目線は禁物

生活起点

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

秘めた趣味の共有

概念押し買い
(キャラ・世界観ベース)

ギフト相談

縮める

広げる

手持ち商品の被り確認

翻訳・海外情報

購入場所の案内・
在庫確認

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・
デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

商品起点

活用法の拡張
ミッションの使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

ベストチョイス選定

プロ目線の貸与

真偽検知

選び方のはいえー

リピート判断

最滴商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

状況に合った口調にすべし

生活起点

理想に向けた指導

生活改善指導

ミッション

支払い・資金計画

正解に導く

アシスト・ブック・備忘録

代替・提案

買い回りルート作成

優先順位付け とはいえ

(どれから買うか/何を削るか)

説明コスト下げるべし

縮める

ミッション

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

理想を示す

潜在ニーズ・気づき・気づきへの適合性チェック
(シミュレーション、試着)

接客シミュレーション とはいえ

買物動向・雑談

秘めた趣味の共有

概念推し買い

購入ありきにはしない

広げる

ミッション

手持ち商品の被り確認

選び易くする

購入場所の案内・

在庫確認

翻訳・海外情報

要約理解

最安値・買い時判断

メリット・ とはいえ

デメリット分析

アパレル徹底比較

評判・口コミ

選択余地は残すべし

の感情分析

商品・売り場知識

のレクチャー

商品起点

活用法の拡張

ミッション(の使い方・裏技)

記憶の特定

(あの商品の名前)

プロ目線の貸与

ベストチョイス選定

トレンド流行

真偽検知

選び方の

とはいえ

リピート判断

最滴商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

状況に合った口調にすべし

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

Agentic Commerceは
こちらに重心がある

縮める

1人でも出来ることを効率化、
正解への距離を縮める



拡げる

1人で出来ないことを
実現し、可能性を拡げる

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手持ち活用
(残り物レシピ、肌診断)

家族内交渉・調整

潜在欲求の言語化

生活への適合性チェック
(部屋シミュレーション、試着)

接客シミュレーション

買物動向・雑談

ギフト相談

秘めた趣味の共有

概念推し買い
(キャラ・世界観ベース)

活用法の拡張
(別の使い方・裏技)

記憶の特定
(あの商品の名前)

1人で出来ないことを
実現し、可能性を拡げる

ベストチョイス選定

トレンド・流行把握

難しい用語の解説

真偽検知

選び方の
レクチャー

リピート判断

最適商品の推奨

購入手順のガイド

購入の後押し

抑制・ブレーキ

新ジャンルの開拓

理想に向けた指導

生活改善指導

診断・手帳を活用
(残り物)

潜在欲

接客シミュレーション

こちらにも目を向けることで
チャンスが生まれる

支払い・資金計画

リストアップ・備忘録

代替品の提案

買い回りルート作成

優先順位付け
(どれから買うか/何を削るか)

買物動向・雑談

ギフト相談

おぼえた趣味の共有

概念押し買い

縮める

手持ち商品の被り確認

1人でも出来ることを効率化、
正解への距離を縮める

メリット・

デメリット分析

スペック徹底比較

評判・クチコミ
の感情分析

商品・売り場知識
のレクチャー

広げる

1人で出来ないことを
実現し、可能性を広げる

トレンド

真偽検知

最適商品の推奨

抑制・ブレーキ

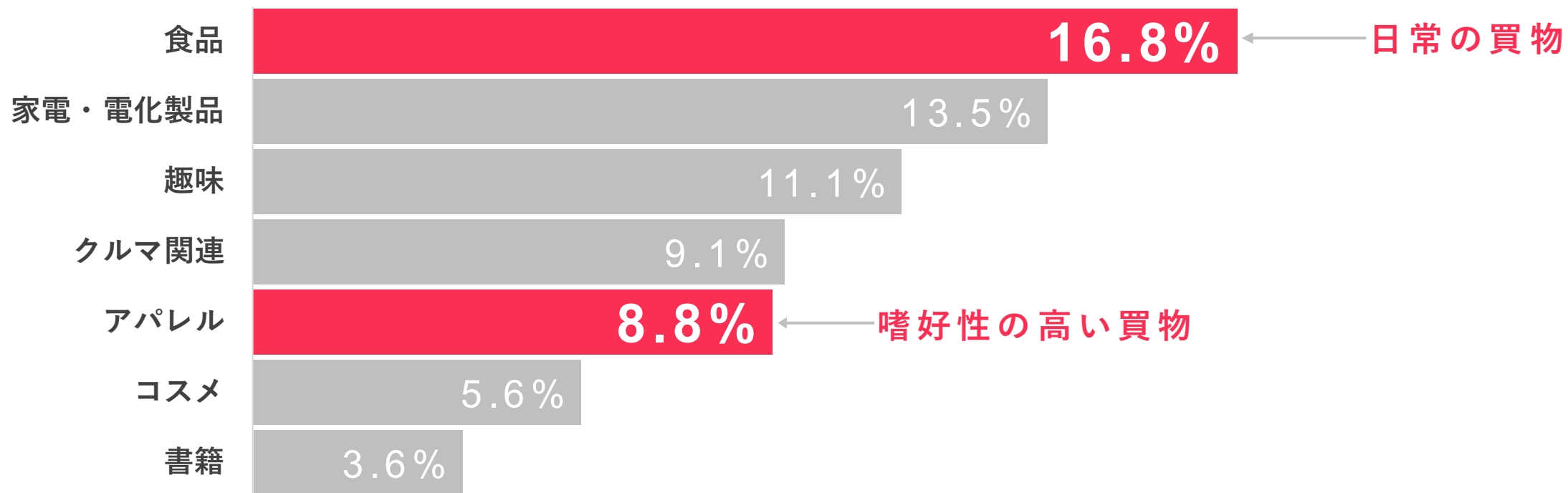
新ジャンルの開拓

4

AIエージェント時代の買物における
食品・アパレルカテゴリーのヒント

「食品」と「アパレル」に着目し、 AIエージェント時代に準備すべきことを考えてみる

生成AI×買物のX投稿シェア上位7カテゴリー



出典：Meltwater社のエクスペロアを活用し、買物研究所が作成
※「Explore = Meltwaterのソーシャルリスニングツール」
※<https://www.meltwater.com/jp>

FOOD



食品カテゴリーでは、生活の中から、
新しい選択肢や行動を「拡げる」対話が目立った



AI最適化は、AI起点から**生活起点**へ

AI起点から考えた場合…

SEO対策

WebサイトやSNSで自社ブランドや商品名を張り巡らせ検索上位にする

SEOの延長線上で、AI最適化を考えると以下のように場所や根拠だけを整える対策になる

情報の置き場

Note/
Wikipedia

情報の種類

データ/
エビデンス

生活起点で考えた場合…



実際に食品領域で多い生活者からのAIへの相談を考慮してAI最適化を考えるなら、

悩みや課題に自社の商品を紐づけた説明を用意



APPAREL

アパレルカテゴリーでは、 商品の見極めをサポートする対話が目立った

買おうか迷ってた服の試着画像を見てもらった



購入への後押し

写真を送ってフィードバックをもらう



選び方のレクチャー

商品説明は、その場限りの販売員ではなく**専属スタイリスト**から

販売員の代替としての接客

商品説明

アパレルの接客では、
店員さんによる商品説明が中心

一方で、店頭における人員削減や
DX推進といった背景もあり、
デジタルによる接客を進める店舗が増加

店頭接客

店頭AI
コンシェルジュ



生活起点で考えた接客



実際にアパレル領域で多い生活者からの
AIへの相談を考慮して商品説明を考えるなら、

試着やフィードバック

が気軽に貰える環境を用意

個人の購入履歴や好みを記憶させ
長期的に伴走させるシステムが必要

5

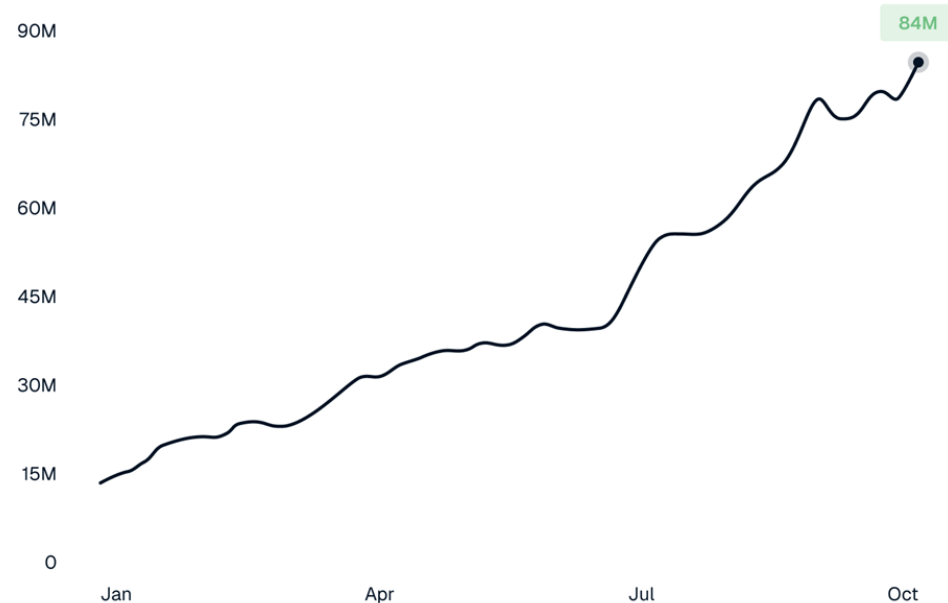
まとめ：AI×買物を攻略するために

AIを活用した買物は既に始まっている

ChatGPTへの買物関連の週当たり質問量

ChatGPT U.S. Shopping Questions

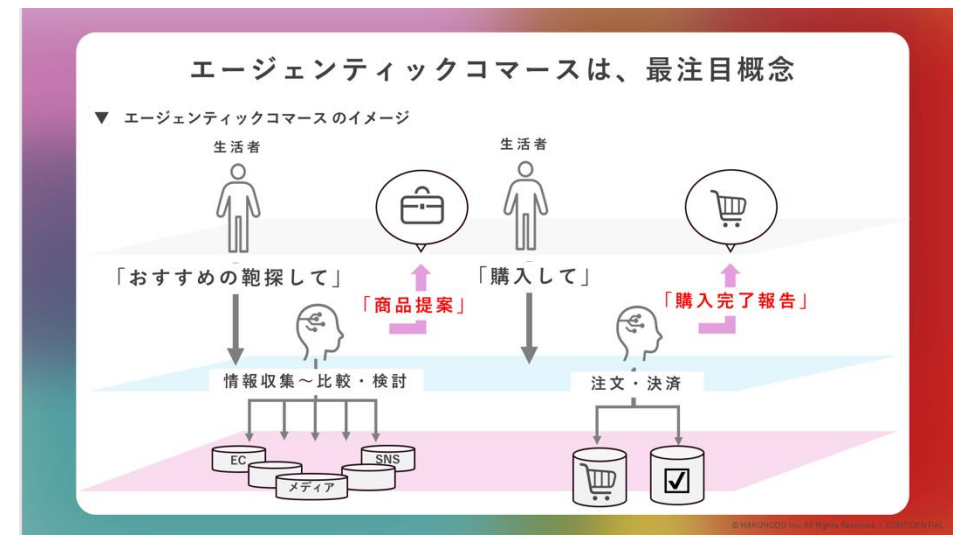
2025 Weekly Volume (in Millions)



Source: Stackline

Agentic Commerce

AIエージェントが顧客
検索～比較～決済まで自律的に実行



出典：Stackline

https://www.stackline.com/news/chatgpt-is-becoming-a-shopping-destination-the-ai-platform-receives-over-84-million-shopping-questions-from-u-s-consumers-every-week?utm_source=chatgpt.com

2025年に提言した新購買行動モデル「DREAM」
未来の買物は、AIとの「対話（Dialogue）」からスタート

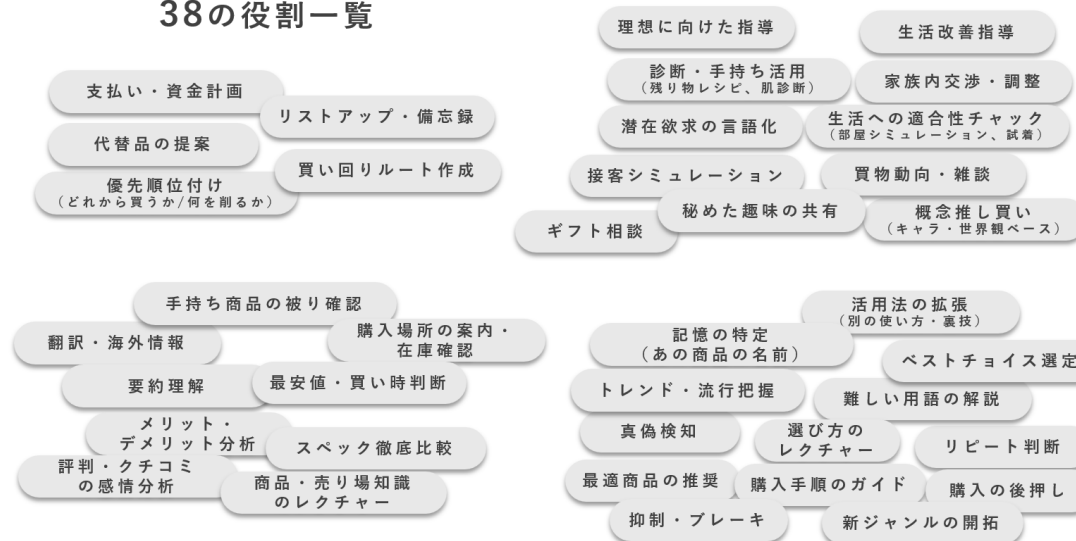


現時点の実態を深く理解するため、ソーシャルリスニングと
デプスインタビューを活用し、生活者とAIの対話の最前線を調査。

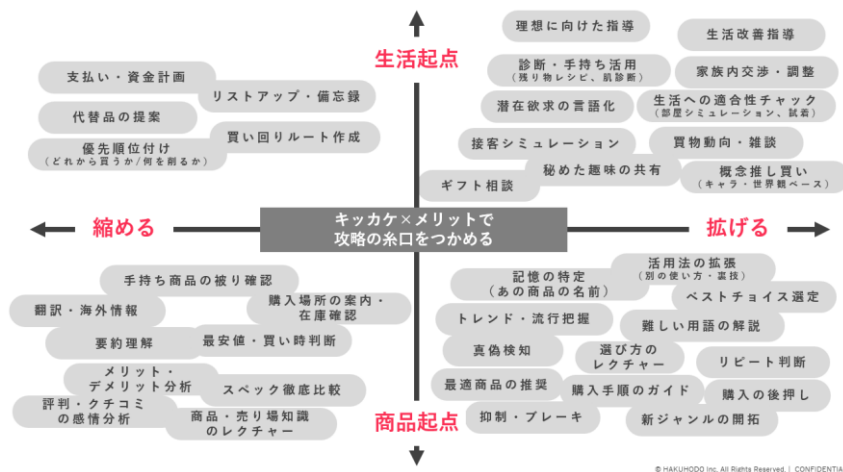
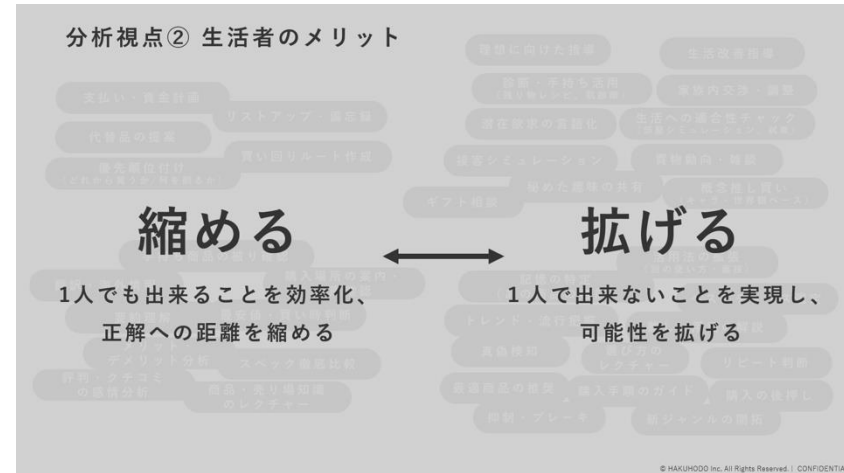
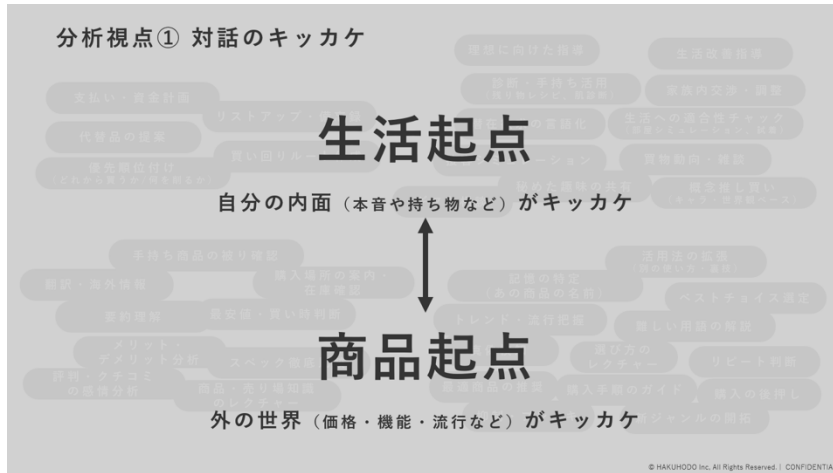
「対話」をのぞいてみると、 買物に関して、AIが38もの役割を果たしていることが判明



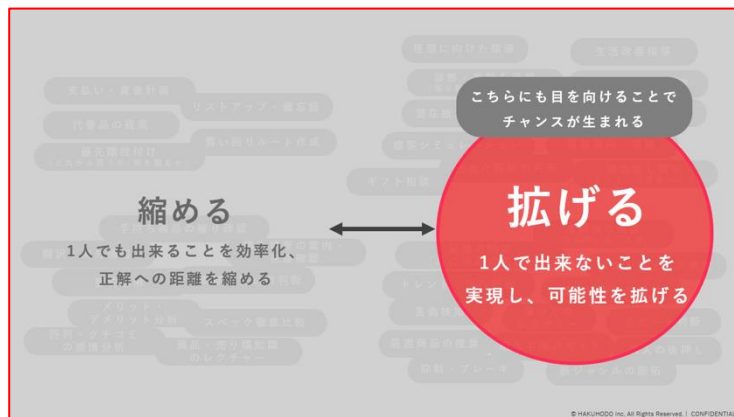
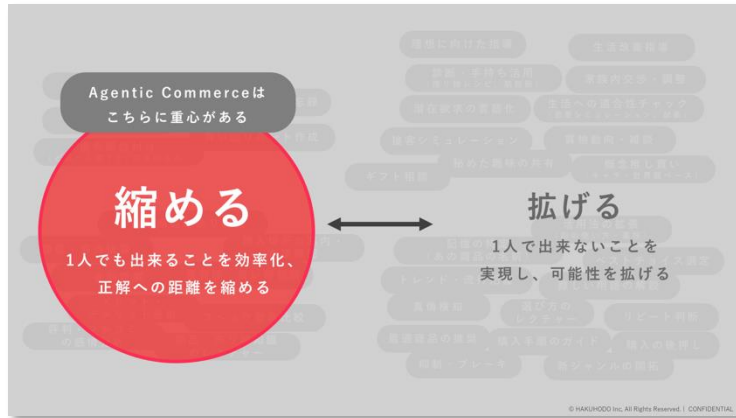
38の役割一覧



役割を4象限で整理し、生活者の本音を探ることで、 AI × 買物を攻略する糸口が見えてきた



企業としては、生活者の可能性を「広げる」役割にも 目を向けることで、ビジネスチャンスが生まれる



生活起点で考えた場合…



実際に食品領域で多い生活者からの
AIへの相談を考慮してAI最適化を考えるなら、

悩みや課題に自社の商品を
紐づけた説明を用意

生活者とAIの「対話」を深く理解する事が、
AIエージェントで差別化をする際のカギとなる



企業に求められる対応

1. 対話の解像度を上げる：生活者がAIに何を相談し、どのような役割を求めているのか理解し、それに合わせた体験設計が必要。
2. 能力拡張に目を向ける：テクノロジードリブンな効率化だけでなく、生活者自身の可能性を拡張する、サービスを提供する。

このレポートの著者



いくしま がく
生島 岳

博報堂 買物研究所
マーケティングプランニングディレクター



いじまたくみ
飯島 拓海

博報堂 買物研究所
副所長

問合せ先



info.kaimonoken@hakuodo.co.jp