

# エージェント取引の時代： 自律型コマースとデジタルトラスト

生成AIの進化に伴い、AIエージェントが交渉・発注・支払を自律的に実行する取引が現実のものとなりつつある。先行する「自律型コマース」では、委任範囲の検証など統制上の課題解決に向けた対策が進展。これらを参考に、金融機関は早期にデジタルトラストの骨格を整えるべきである。

## 取引の実行主体が 人からエージェントへ移る

生成AIは、会話を通じて助言する道具から、利用者の意図に沿って自律的に行動するエージェントへと進化した。情報収集や条件比較、問い合わせや交渉、さらにはサービスの申し込みから手続きの実行に至るまで、あらかじめ設定した方針に基づきエージェントが代行する動きが広がりつつある。

こうした変化の意味は効率化にとどまらない。人が自ら操作する過程では、本人がログインし確認・同意したうえで実行するという行為が、手続きの正当性の根拠となってきた。しかしエージェントが介在する環境ではこの前提が成り立たない。誰がどの範囲を許可し、どの根拠で判断したのかを検証可能な形で記録・説明する仕組みが求められる。これはデジタルにおける信頼（デジタルトラスト）の設計問題であり、エージェントの関与が広がるほどその重要性は増す。

## 先行する自律型コマース

自律型コマースとは、利用者の意図を委任されたエージェントが、商品の比較・交渉から購買・決済手続きまでを代行する取引形態を指す。従来の電子商取引（EC）では利用者自身が画面上で商品を選び、カートに入れ、支払いを確定していたが、この過程をエージェントが一貫して引き受ける。エージェントの活用が商取引から始まるのは、定型化しやすく頻度も高いため、大きな導入効果が見込めるからである。同時に、加盟店・物流・決済と関係者が多いことから統制上の課題も顕在

化しやすく、デジタルトラストの検討が先行する領域でもある。

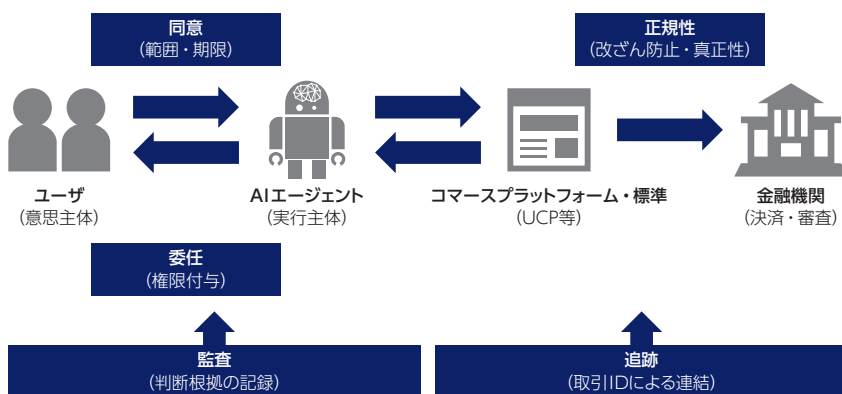
たとえばエージェントが在庫や返品条件を収集し、クーポンを使い発注する。配送遅延時には代替品への切り替えや返品・返金の追跡まで完遂する。しかしこれらの作業は配送先変更や支払手段の切り替えも伴うため、取引状況の把握は複雑になる。一連の処理を取引単位で追跡し、各段階の判断根拠を検証できる仕組みが求められる。

## 自律型コマースを支える デジタルトラストの要素

これらの課題を解消するためのデジタルトラストは5つの要素に整理できる（図表）。許諾の範囲・期限を定める同意、エージェントへの権限付与を明示する委任、電子署名等で改ざん防止と真正性を確認する正規性、判断根拠を記録する監査、そして取引IDで一連の処理を連結する追跡である。

こうした要件に対し、民間企業によるプロトコルの提案が始まっている。2026年1月、Googleが主導しShopifyと共同でUniversal Commerce Protocol（UCP）を発表した。UCPIは商品の探索から購入後の返品・問い合わせ対応までを、企業間で共通に使える標準として設計している。参加企業が自社の対応範囲を提示したうえで接続し、購入者の同意を目的・範囲・期限付きでシステムが検証できる形で管理する。委任の範囲や取引IDによる追跡も仕様に含まれ、5要素のうち同意・委任・監査・追跡を直接支える。決済やアカウント連携、注文管理も中核機能として備え、Walmart、Targetなど大手小売が参画する。

図表 自律型コマースを支えるデジタルトラスト5要素



(出所) 野村総合研究所

決済領域では、MastercardがAgent Payを通じて、エージェントが利用者に代わって支払う際の委任確認・承認手順を提案した。VisaはTrusted Agent Protocolで正規のエージェントを識別し不正なアクセスを防ぐ仕組みを標準化し、加盟店での受入手順の共通化を図っている。いずれも提案段階だが、決済は取引の成立点であり紛争時の検証にも直結する。決済事業者は、エージェントからの決済要求に対応できるよう、本人確認や委任確認の仕組みを整える必要がある。

## 決済以外の金融サービスへの広がり

将来的には決済以外の金融サービスにもエージェントが関与する可能性がある。銀行では口座操作や与信判断、証券では適合性原則に基づく投資判断、保険では加入から給付金請求に至る手続きが対象として想定される。いずれも同意・委任の範囲をデータとして管理し、判断根拠を監査可能な形で記録する仕組みが求められる。

その検討においては、自律型コマースの5つの要素が

参考になる。ただし金融機関の業務は多様であり、求められる粒度と優先度は異なる。業態横断で共通するのは取引単位の検証基盤の整備であり、以下の順で段階的に取り組むことが現実的である。

第一に、取引IDを起点に認証から支払い・返金までを同一系列として束ねる共通キーを定義する。第二に、同意と委任を構造化データとして扱い、委任を確認で

きない要求は処理しないルールを設ける。第三に、電子署名やトークンで正規性を検証する手順を標準化する。第四に、監査に最低限必要な記録として同意取得時刻・委任範囲・検証結果を必ず残す。第五に、社内の経費精算など影響範囲の限られた業務から段階的に導入し、運用を固めながら適用範囲を広げる。

エージェントの本格普及は先だが、標準やルールが固まってからでは対応が遅れる。これらはオープンAPI基盤や本人確認の高度化など、すでに進行中の施策と地続きであり、既存の検討を活かして着手できる。エージェントが顧客接点を担う時代には、デジタルトラストを備えた金融機関が取引先として選ばれる。その骨格をいち早く整えておくことが、今後の金融機関の競争力を左右するだろう。

## Writer's Profile



**幸田 敏宏** Toshihiro Koda  
NRI IT Solutions America, Inc.  
Pacific支社 支社長  
専門はFintech、HRTech、RetailTech、XR技術  
focus@nri.co.jp