NEWS RELEASE

Visa の調査：日本におけるエージェンティック・コマースの普及には「信頼」が重要であることが明らかに

AI アシスタントによる購入の決済を任せられるブランドとして、Visa が高い信頼を獲得

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：アルトゥーロ・プラネル、以下 Visa）は、エージェンティック・コマースに関する最新のグローバル調査結果を発表します。本調査から、日本の消費者が AI を活用したショッピングや決済をどのように捉えているかが明らかになりました。

消費者は、AI に買い物を任せることや AI と個人データを共有することには慎重な姿勢を示しています。一方、AI アシスタントによる買い物の決済において Visa に対する信頼は高く、回答者の半数以上が、AI エージェントが行う取引の決済を Visa に任せられると回答しました。

本調査は、Visa が継続的に実施しているエージェンティック・コマースに関するグローバル調査の最新版です。今回の結果は、AI が消費者の買い物を支援する段階から、消費者に代わって実際に取引を完了する段階へと進む中で、「信頼」が重要な役割を果たすことを示しています。また、AI が購買体験により深く関与するようになる中で、「信頼」と、消費者自身が管理・選択できる仕組みの重要性を示した、これまでの日本における Visa の調査結果とも一致しています。

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社 代表取締役社長（日本・韓国・モンゴル統括）のアルトゥーロ・プラネルは、次のように述べています。「日本の消費者は、すでに日常生活に AI を取り入れていますが、買い物や決済においては、より高い信頼を求めています。エージェンティック・コマースが発展する中、消費者に透明性、安全性、コントロールを提供することが、こうした信頼を築くうえで不可欠です。Visa は、信頼されるデジタル決済で培ってきた経験を生かし、コマースの新たな時代においても、消費者が安心して取引できるよう支援していきます。」

「信頼」が日本のエージェンティック・コマースの可能性を広げる

「Visa Trust Index」によると、日本の消費者の 67%が生成 AI アシスタントを少なくとも時々利用しており、26%は毎日利用しています。一方、AI が買い物を支援するだけでなく、消費者に代わって購入する段階になると、消費者はより慎重な姿勢を示しています。日常的に購入する商品を生成 AI が代わりに購入することを信頼すると回答した人は、わずか 20%でした。

個人データの共有についても、消費者の慎重な姿勢が明らかになっています。日本の消費者の約半数にあたる 49%が、生成 AI アシスタントとは個人データを一切共有しないと回答しており、AI を活用した体験における透明性と、消費者自身によるコントロールの重要性が浮き彫りになっています。

一方、こうした慎重な姿勢が見られる中でも、決済においては、実績のあるブランドへの信頼が高いことが分かりました。日本の回答者の 54%が、AI アシスタントによる購入の決済処理を Visa に任せられると回答しました。
今回の調査結果から、消費者は、利用する AI ツールと、資金移動を任せるブランドを区別していることが分かります。エージェンティック・コマースが発展する中、安全で使い慣れた決済体験は、消費者がより大きな安心感とコントロールを得るうえで役立ちます。

エージェンティック・コマースを支える Visa のグローバルな基盤

Visa は 60 年以上にわたり、消費者が決済に求める安全性と信頼性を提供することで、新たなコマースの実現を支援してきました。エージェンティック・コマースが進化する中、Visa はエコシステム全体のパートナーと連携し、AI エージェントが実施する、安全で適切な権限に基づく取引に必要な機能の開発、標準化、インフラの整備に取り組んでいます。

「Visa Intelligent Commerce」および関連する取り組みを通じて、Visa は、安全な取引、本人確認、認証、消費者によるコントロールを支えるテクノロジーにより、次世代のデジタルコマースに向けた決済エコシステムの準備を支援しています。

AI によって、人々が商品やサービスを見つけ、購入し、取引する方法が変化する中、Visa は今後も消費者の意識の変化を捉えながら、エコシステム全体と連携し、コマースの未来を支える信頼の基盤づくりに取り組んでいきます。

調査方法

本調査は、Visa の委託により、Harris Poll が隔週で継続的に実施する Omnibus 調査を通じて実施しました。同調査では、必要に応じて個別の質問を追加し、迅速に調査を実施することができます。

調査は、2026 年 7 月 7 日から 9 日にかけて日本で実施しました。回答者は、国勢調査データに基づき、日本の一般成人の人口構成に合うよう割り付けられています。日本における調査対象者は合計 1,007 人でした。決済取引に関する質問のサンプル数は、調査対象となったブランドごとに 498～509 人でした。

【Visa について】
Visa は電子決済の世界的リーダーとして、世界 200 以上の国と地域における決済取引によって消費者、事業者、金融機関や政府機関をつないでいます。Visa のミッションは、最も革新的かつ利便性や信頼性が高く安全な決済ネットワークで世界を結び、個人や企業、そして経済の繁栄に貢献することです。私たちは、世界中のすべての人にとっての包括的な経済こそが、世界中の人々の生活を向上させ、経済へのアクセスが決済の未来へつながると信じています。詳しくは、Visa.com（英語サイト）または www.visa.co.jp（日本語サイト）をご覧ください。