

2026 年 10 月 6 日

【博報堂 BIZ GARAGE 主催】

AI は買物の「選び方」を変える

～3 週間の実利用調査から見た、AI ショッピングのリアル～

10/15(木)・11/24(火)オンライン開催

AI 活用・マーケティング・EC ご担当者へ

The poster features a grid background with a color gradient from light orange to red. At the top right is the BIZ GARAGE logo. Below it, three circular portraits of speakers are shown with their names and affiliations: 小田 壘 (Ryu Oda, Hakuhodo Buy Research Institute), 原子 耕 (Koji Harumi, Hakuhodo), and 登 章良 (Chang Aki, ONE-AIO Lab). The main title 'AI は買物の「選び方」を変える' is prominently displayed in large, bold characters. Below the title, it says '3週間の実利用調査から見た AIショッピングのリアル' and 'ONLINE SEMINAR'. At the bottom, the dates and times are listed: '10.15 木 15:00 - 16:30 & 11.24 火 11:00 - 12:30'.

AI は買物の「選び方」を変える

3週間の実利用調査から見た
AIショッピングのリアル

ONLINE SEMINAR

10.15 木 15:00 - 16:30 & 11.24 火 11:00 - 12:30

BIZ GARAGE

博報堂買物研究所
小田 壘

博報堂
原子 耕

ONE-AIO Lab
登 章良

博報堂が運営するビジネスポータル「BIZ GARAGE」は、フルファネルマーケティングを実践するソリューションや事例など、さまざまな情報をお届けしています。また最新トピックスや企業にとって興味関心の高いテーマを専門家や実務リーダーが詳しく解説するウェビナーやイベントのお知らせも多数掲載し、「博報堂 BIZ GARAGE ウェビナー」を無料開催しています。

今回のテーマは「AI は買物の『選び方』を変える ～3 週間の実利用調査から見た、AI ショッピングのリアル～」。

買物で生成 AI を活用する生活者がすでに 4 人に 1 人となるなど、購買行動への AI 浸透が進んでいます。一方で、「生活者が実際に AI をどう使っているのか見えない」「AI の提案を実際の購入や来店に繋げるための施策設計に迷っている」という悩みを抱える担当者の方も多いのではないのでしょうか。

AI を自社のコマース戦略に組み込み、成果へ繋げるためには、生活者が AI とどう対話し、どのように意思決定を行っているのか、その「リアルな実態」から顧客体験（CX）を設計することが不可欠です。

本セミナーでは、博報堂買物研究所による「買物 AI 未活用層 70 人に対する 3 週間の実利用調査」から見た分析結果を解説します。AI が単なる「探す・比べる」ツールから、「自分向けの意思決定」を組み立てるパートナーへと進化している現在地を紐解きます。

AI が買物を代行する「エージェンティックコマース」時代に向けて、企業が備えるべき体験設計のヒントをお届けします。マーケティング、EC、CX、事業開発を担う皆様の次なる一手として、ぜひご参加ください。

■ イベント概要

タイトル：AI は買物の「選び方」を変える～3 週間の実利用調査から見た、AI ショッピングのリアル～

主催：博報堂 BIZ GARAGE

日時：①2026 年 10 月 15 日(木)15:00~16:30

②2026 年 11 月 24 日(火)11:00~12:30

※両日とも同内容

※ライブ配信の申込者の方のみ見逃し配信あり

形態：オンラインイベント(ライブ配信)

料金：無料

参加方法：事前登録制

詳細・応募：<https://www.bizgarage.jp/seminar/20261015>

■ 応募締め切り

①2026 年 10 月 12 日(月)13:00

②2026 年 11 月 19 日(木)13:00

※セキュリティの設定や、動作環境によってはご視聴いただけない場合がございます。

※お申込み多数により、抽選とさせていただきます場合がございます。

■ プログラム ※本プログラム内容は変更となる場合がございます。

1. AI ショッピングの現在地 — 生活者は AI をどう使い、どこまで任せ始めているのか
2. 3 週間の実利用調査から見た、AI が変える「選び方」
3. エージェンティックコマース時代に、企業は何を備えるべきか
4. パネルディスカッション — AI 時代、生活者との「選ぶ・任せる」の関係はどう変わるのか
5. これからの AI 活用にむけて：博報堂 D Y グループにおけるご支援領域のご紹介

■ 登壇者

小田 壘



株式会社博報堂 博報堂買物研究所 研究員

2019 年博報堂入社。マーケティングリサーチ会社、大手 EC モールを経て、HAKUHODO EC+にて EC を起点にしたコマース事業戦略の策定から実行支援までを担当。現在は買物研究所にて、オンライン・オフラインを横断する生活者の買物行動を研究。

原子 耕



株式会社博報堂 ストラテジックプランニング局 マーケティングプランニングディレクター

博報堂入社後、一貫して戦略領域を担当。業種を横断して、クライアント企業の事業戦略・マーケティング戦略・コミュニケーション戦略を幅広く支援。

登 章良



株式会社 HakuHodo DY ONE オウンドソリューション本部

ONE-AIO Lab 所長／ONE-AIO Lab R&D 局 局長

博報堂 DY グループの SEO・AIO 領域のコンサルティング部門・R&D 部門を担当。2010 年からさまざまな業界における大規模サイトの SEO を中心に経験。SEO エンジニアとしてサイト制作の経験を積んだのち SEO コンサルタントへ転身。サイト制作の工程から集客に至るまでの体系的なスキルを保有し、5～10 年以上にわたる伴走型コンサルティングの実績が豊富。米国 PMI®認定資格、Project Management Professional (PMP)® 所持者。Ahrefs 日本公式アンバサダー。

■ BIZ GARAGE について

ビジネスを動かす、あの手この手ポータル。



株式会社博報堂では、クライアントのフルファネルマーケティングを実践する各種ソリューション情報やお役立ち情報を掲載するビジネスポータル「BIZ GARAGE」を運営しています。

クライアントの商品・サービスの認知・興味を促進させる広告・販促領域だけでなく、購入・リピートといった生活者の顧客化からファン化までをフルファネルでサポートするために、「セールス領域」「EC 領域」「OMO 領域」等の関連する実践的なソリューション情報を発信中です。

HP : <https://www.bizgarage.jp/>

【ウェビナーに関するお問い合わせ】

BIZ GARAGE 運営事務局 : info.bizgarage@hakuhodo.co.jp