

楽天市場「AI 店長」の現状と今後の可能性

— 事実整理と知財・経営戦略上の含意 —

調査時点：2026 年 8 月 13 日

Claude Opus 5

1. 要旨

- ・「AI 店長」は、2026 年 8 月 5 日に三木谷浩史会長兼社長が「Rakuten AI Optimism」（横浜、8 月 5～7 日）の基調講演で初公開した構想であり、楽天市場の各出店店舗の店長・スタッフを AI アバター化し、24 時間 365 日の接客・商品提案・購入支援までを担う消費者向け接客 AI である^{1,2}。
- ・提供時期は未定で、2026 年内に一部店舗でテスト運用を開始する予定とされる^{1,4}。料金体系・対象店舗範囲は未公表である。
- ・AI 店長は単発の施策ではなく、AI 戦略「AI-nization」、出店者向け「Rakuten AI for RMS」、消費者向け「AI コンシェルジュ」、横断型「スーパーエージェント」構想の延長線上に位置づけられる^{2,5}。
- ・知財・経営戦略上は、①AI 生成コンテンツの著作権帰属、②景品表示法・薬機法・ステマ規制上の表示責任、③店舗の差別化喪失と楽天依存の深化、④買い手側 AI との「AI 対 AI」取引時代への備え、が主要論点となる（本項は分析）。

2. AI 店長の概要と位置づけ

2.1 発表の経緯

AI 店長は、2026 年 8 月 5 日開催の「Rakuten AI Optimism」基調講演において、三木谷浩史会長兼社長が「スーパーエージェント」構想とあわせて初公開した^{1,2}。存在自体は同社が 2026 年 7 月 7 日に開催した「楽天市場 AI 活用説明会」でも言及されている⁵。

2.2 対象と機能

AI 店長は楽天市場の出店店舗ごとに設置されるが、機能としては消費者（買い物客）に対する接客・購入支援が中心である。店長・スタッフのプロフィール、性格、商品知識、接客スタイルを学習した AI アバターが、24 時間 365 日、問い合わせ対応、商品比較、レビュー紹介、おすすめ提案、注文手続き支援を行う^{1,2}。

公開デモでは、スキンケア商品を探す利用者に対し、肌質・好みを確認したうえで条件に合う商品を提案し、口コミを紹介し、注文完了まで一気通貫で実行する流れが披露された²。単なるチャットボットではなく、購入・決済までを実行する方向性が示されている（「エージェントからスーパーエージェントへ」）。

2.3 提供時期・条件

ITmedia Mobile は「提供時期は未定だが、楽天によると年内に一部の店舗でテスト運用を始める予定」と報じ¹、共同通信は「年内に試作版の導入を目指す」と報じている⁴。料金体系、対象店舗の範囲、導入店舗数はいずれも未公表であり、現時点では開発中の構想段階と評価すべきである（分析）。

2.4 三木谷氏の狙い

三木谷氏は「楽天は Amazon と根本的に違う。楽天にとって店舗の皆さまが大切」「インターネットショッピングは自動販売機ではない」「人間味のある接客を AI で実現することが重要」と述べ、出店者に対しては「何でその商品を買うべきかのうんちくや商品説明が重要になる」とアドバイスした²。プラットフォーム統一型の AI ではなく、店舗の個性を残す設計思想を明示的な差別化軸としている（分析）。

3. 土台となる出店者向け AI「Rakuten AI for RMS」

AI 店長が消費者向け接客 AI であるのに対し、出店者の運営業務を支援する既存サービスが「Rakuten AI for RMS」である。両者は別のサービスだが機能的に連続している（分析）。

- ・ 提供条件：楽天市場の「出店プラン」加入者であれば無料で利用可能⁵。
- ・ 機能：商品説明文の自動生成支援、商品画像の背景加工、問い合わせ回答文の作成・校正、レビュー返信文の作成、RMS（Rakuten Merchant Server）マニュアルへの質問応答、データ分析エージェント（2026 年 4 月追加）^{5,6}。商品説明文生成は RMS の商品編集画面「ページデザイン」タブの「文章を AI で作成」から利用でき、商品画像とアピールポイントの 2 項目を入力する仕様である¹¹。
- ・ 利用実績：楽天グループ コマース & マーケティングテクノロジー統括部の山川祐介ジェネラルマネージャーは「現在では約 5 万の出店店舗様の約半分が毎月、何らかの形で AI 機能を活用いただいている」と説明している⁶。データ分析エージェント利用店舗の 72.9%が深掘り質問を実施（2026 年 6 月時点）⁶。

- ・事例：ギフト専門店「momo-fuku」（株式会社百福・木澤典子専務）は回答作成支援 AI により問い合わせ対応時間を月 67 時間から月 20 時間へ（約 70%削減）、1 件あたり約 10 分から 1~3 分へ短縮したとされる^{5,6}。

4. 消費者向け AI とスーパーエージェント構想

楽天市場 AI コンシェルジュは 2025 年 12 月に提供を開始した対話型サービスで、商品提案、最大 4 商品の比較、レビュー・価格・在庫の要約を行う¹³。高間真里執行役員によれば、楽天の調査（2026 年 5 月 1~25 日、通常サーチ経由との比較）で購入決定までの時間が約 41%短縮し、平均注文金額が約 17%増加した^{5,7}。なお日経クロストrendは別の調査期間（2026 年 1 月 3~22 日）に基づき「時間約 43%短縮・平均注文額約 41%向上」と報じており、集計期間の差が数値差の要因とみられる⁹（後段の差異解釈は分析）。

また 2025 年 11 月提供開始の「ディスカバリーレコメンデーション」は偶発的な商品との出会いを演出するもので、アプリ滞在時間が 41%増加したとされる⁷。

スーパーエージェント構想は、楽天市場・トラベル・モバイル・金融など 70 以上のサービスを横断し、予約・購入・決済まで実行するものである。デモでは 4 人家族の 1 週間分の食料品リスト生成などが披露された。三木谷氏は「AI エージェントの性能は 7 カ月で倍増する」と述べている^{1,2}（この見通しは同氏の予測であり事実ではない）。

5. 基盤技術

5.1 自社 LLM

楽天は日本語特化のオープンモデル群を展開している。Rakuten AI 7B（2024 年 3 月、70 億パラメータ、Mistral-7B-v0.1 ベース、Apache 2.0）、Rakuten AI 2.0（約 470 億パラメータ、MoE）を経て、Rakuten AI 3.0 は 2025 年 12 月 18 日に開発を発表し、2026 年 3 月 17 日に提供を開始した（GENIAC 第 3 期採択・NEDO 支援、Apache 2.0 公開）。

パラメータ数については、楽天のプレスリリースが「約 7,000 億パラメータの MoE・日本語 LLM として国内最大規模（自社調べ）」と表記する一方、Hugging Face 公式リポジトリ

（Rakuten/RakutenAI-3.0）では総パラメータ 671B（約 6,710 億）・1 トークンあたり活性化約 37B と開示されている¹²。MoE における総パラメータ数と活性化パラメータ数の差、および丸め方の違いによるものと解される（分析）。エッジ向け 15 億パラメータから 7,000 億級まで複数サイズを展開している。

5.2 外部モデルの併用

法人向け「Rakuten AI for Business」は最新の GPT-5 を搭載し（月額税込 1,100 円）、2026 年 8 月 6 日には Anthropic の「Claude」を活用したリサーチ・データ分析機能を追加した。OpenAI とは 2023 年 8 月に基本合意、同年 11 月に戦略的パートナーシップ、2024 年 2 月に通信業界向け AI ツール（Open RAN×AI）の共同開発を発表している。楽天市場では「Google や OpenAI などの汎用 AI を新たな顧客接点として積極活用」する方針が示された^{5,6}。

5.3 競争優位の主張

楽天は、1 億超の楽天 ID、70 以上のサービス、月間 4,588 万 MAU（2026 年 5 月）、クロスユース率 77.3%、年間 3 兆件超のトランザクションデータを競争優位の源泉として掲げる。三木谷氏は「オープンでモデルの性能さえ揃えば、AI の力を左右するのはデータ」と主張している²。

6. AI 戦略全体における数値

- ・ AI 利益貢献：2024 年度 105 億円、2025 年度 255 億円（目標 210 億円を超過、前年比 2 倍）、2026 年度目標 315 億円（2024 年度実績の 3 倍）。ティン・ツァイ CDO が 2026 年 2 月 12 日の決算説明会で説明した²⁰。
- ・ AI 関連機能による楽天市場流通総額の押し上げ効果は年間約 255 億円規模と試算され、CS 向け AI「Raptor」により 2026 年度は通期 43 億円規模の利益押し上げを見込むとされる⁷。
- ・ セマンティック検索：11 サービスで稼働、検索結果ゼロが 98.5%減少、流通総額 5.3%増¹⁰。
- ・ 組織：2026 年度から全事業部門に「チーフ AI オフィサー（CAI）」を設置する方針⁷。
- ・ スローガンの変遷：2024 年「AI-nization」「AI³」¹⁰、2025 年新春カンファレンス「No AI, No Future」、2025 年秋 Rakuten Technology Conference「AI-nization with U」。

7. 競合比較

主要 EC プラットフォームの AI エージェント関連機能を整理すると次のとおりである。

プレイヤー	出店者向け AI	消費者向け AI	自律性
楽天市場	Rakuten AI for RMS（説明文・画像・CS・分析。出店プランに無料付帯）	AI コンシェルジュ、ディスカバリーレコメンデーション、AI 店長（開発中）	提案から購入実行までを志向
Amazon	Project Amelia（後に Seller Assistant へ改称。AWS Bedrock 基	Rufus、A+コンテンツ生成	現状は助言中心、エージェント化を志向

プレイヤー	出店者向け AI	消費者向け AI	自律性
	盤)		
Yahoo!ショッピング／LINE ヤフー	生成 AI による商品説明・レビュー要約支援等	ショッピングエージェント (2025 年 7 月 β→10 月会話型→2026 年先回り提案)	先回り提案へ移行中
Shopify	Sidekick (2024 年夏→2025 年 12 月大幅刷新)、Magic (コピー生成・無料)	Agentic Storefronts (ChatGPT／Perplexity／Copilot 上での表示制御)	変更は原則マーチャント承認制
Alibaba (Taobao／Tmall)	Ali Xiaomi (CS)、Accio／Accio Agent (B2B 調達)	Wenwen (淘宝の対話型ショッピング)、Quark (Qwen3)	Accio Agent は自律実行を志向

楽天の差別化要素は、①店舗ごとの店長の人格・接客スタイルを再現する点 (Amazon／Yahoo!のプラットフォーム統一型 AI とは異なる設計思想)、②70 以上のサービス横断のエコシステムデータ、③日本語特化の自社 LLM、の 3 点に整理できる。ただし機能面では、CS 自動化・説明文生成・データ分析は Amazon、Shopify、Yahoo!とほぼ同時期・同水準であり、先行というより横並びから一部追随と評価するのが妥当である。消費者向け対話型 AI についても、Yahoo!ショッピング (2025 年 7 月 β) に対し楽天 AI コンシェルジュ (2025 年 12 月) は後発である。(本節の評価は分析)

8. 買い手側 AI (エージェンティックコマース) との相互作用

OpenAI は 2025 年 9 月に ChatGPT の「Instant Checkout」を開始し、Stripe と共同開発した Agentic Commerce Protocol (ACP、Apache 2.0) により米国の Etsy／Shopify 商品を購入可能とした¹⁴。もっとも、一部の業界解説では 2026 年 3 月 5 日に Instant Checkout を終了し、小売各社が運営する「ChatGPT Apps」(Walmart Sparky 等)へ転換したとされる¹⁵。この点は一次情報を確認できておらず、要検証である。ACP 自体はインフラ層として存続しているとされる^{14,15}。

競合標準としては、Google の Universal Commerce Protocol (UCP) および Agent Payments Protocol (AP2、2025 年 9 月・60 超のパートナー、2026 年 4 月に FIDO Alliance へ移管) が並立している

¹⁴。

含意 (分析)：将来的に「売り手側 AI (AI 店長)」と「買い手側 AI (購買エージェント)」が交渉・取引する構図が現実味を帯びる。楽天では河野奈保 CMO (取締役副社長執行役員) が「楽天市場と他社 AI の連携も検討」と発言しており⁹、外部購買エージェントへの商品供給 (フィード連携) と自社エコシステム内での囲い込みという二正面戦略を迫られる可能性が高い。

9. 知財・法務上の論点

9.1 AI 生成物の著作権

日本の著作権法第 30 条の 4 により、学習・情報解析段階は原則として許容される（ただし享受目的の併存、権利者の利益を不当に害する態様、必要な限度を超える場合は適用外）。生成・利用段階は類似性および依拠性により侵害が判断される¹⁷。AI 生成の商品説明文・画像については、人間の創作的寄与が乏しい場合には著作権が発生しない可能性があり、店舗が権利を主張し二次利用を独占しにくいリスクがある（分析。個別事案の判断は不確実であり、確立した裁判例は限られる）。

9.2 AI 関連法規制

「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律」（令和 7 年法律第 53 号）は 2025 年 6 月に公布、同年 9 月に全面施行された。罰則を伴わない推進型の法律だが、悪質事業者名の公表規定を含む¹⁸。また総務省・経済産業省「AI 事業者ガイドライン（第 1.2 版）」（令和 8 年 3 月 31 日）は、AI エージェントを「特定の目標達成のため環境を感知し自律的に行動する AI システム」と定義し、人間の判断の適切な介在、バイアス・プライバシーへの配慮を求めている¹⁹。

9.3 表示規制

AI 生成の説明文については景品表示法（優良誤認・有利誤認）、健康食品・化粧品については薬機法上のリスクが生じる。ハルシネーションによる虚偽・誇大表示の責任は、原則として AI 利用者である出店者に帰属する構造と考えられる（分析。プラットフォーム側の責任分界は、AI 店長の実装形態と規約次第であり現時点では不明）。また 2023 年 10 月施行の景品表示法ステルスマーケティング告示との関係で、AI 生成レビューや AI 店長による「おすすめ」が広告と誤認されないような表示・区別が必要となる。

10. 特許動向

楽天グループの特許ポートフォリオは全世界で数千件規模とされる（GreyB 集計で約 3,371 件、うち登録約 1,256 件。ただし集計日付不明）²¹。IPO の「Top 300」集計では、2024 年の米国特許登録件数は世界 268 位である。

AI/EC 関連の具体例としては、商品説明文の自動生成（US12386920、画像とメタデータから説明文を生成）、コールドスタート推薦（US12626126、2026 年 5 月登録）、ワンクラス推薦モデル（US20240037191A1）¹⁶、UI の動的制御（US20260133680、CTR/CVR/品質スコアで表示要素を動的に選択）、LLM による編集エラー検出（US20260148013、2026 年 5 月公開）などが確認でき

る。楽天技術研究所（Rakuten Institute of Technology、2005 年設立）は NLP・機械学習・コンピュータビジョン等を研究している。

もっとも、AI 店長固有の特許は確認できなかった。また、楽天の AI 関連特許のみを対象とした正確な出願件数を示す一次統計（J-PlatPat／特許庁）も確認できていない。

11. 今後の可能性と実務示唆

以下は本レポート筆者による分析・提言であり、事実の記述ではない。

11.1 段階 1（現時点～2026 年内、AI 店長テスト運用期）

- ・クライアントが楽天出店者である場合、無料付帯の Rakuten AI for RMS の全機能について活用状況を棚卸しする。AI 店長テスト運用への参加可否は、三木谷氏が明言した準備事項である「店長のうんちく・専門知識・接客スタイルのデータ化」の観点から評価する。テスト参加は先行ノウハウ獲得の機会となるが、店舗データ提供の範囲と二次利用条件は必ず確認する。
- ・知財面では、AI 生成した商品説明文・画像の権利帰属を楽天の利用規約で確認し、自社の創作的寄与（プロンプト設計・編集・監修）を記録する運用を整備する。景品表示法・薬機法上の最終責任は出店者にある前提で、AI 出力の人的レビュー体制を必須化し、ステルスマーケティング告示に沿った AI 関与の表示ルールを整備する。

11.2 段階 2（正式提供・料金判明後）

- ・料金体系が「無料付帯」か「有料オプション」かにより、中小 EC 事業者のコスト構造が大きく変わる。有料化は、楽天依存度と手数料負担の増大を示すシグナルとして監視すべきである。
- ・全店舗が同一基盤の AI 店長を持てば接客は均質化し、差別化が失われるリスクがある。人間にしかできない付加価値（独自商品開発、キュレーション、コミュニティ、ブランドストーリー）へ資源をシフトすべきである。EC 支援事業者・制作会社は「制作代行」から「AI オーケストレーション／データ整備／ブランド戦略」への業態転換が不可避となる。

11.3 段階 3（買い手側 AI 普及後）

- ・ChatGPT や Gemini 等の購買エージェント経由の流入に備え、商品フィードの構造化データ最適化（生成エンジン最適化、GEO）に早期着手する。
- ・楽天が ACP／UCP へ商品供給を開放するか否かを継続監視し、開放時には「楽天内 AI 店長」と「外部エージェント」双方への露出戦略を設計する。

11.4 判断を変える閾値

①AI 店長の正式料金・対象範囲の公表、②導入店舗数と売上改善の実データ公表、③楽天が外部購買エージェント（ACP／UCP）に商品供給を開放するか否か、④AI 生成コンテンツに起因する景品表示法・薬機法上の処分事例の発生、のいずれかが確認され次第、戦略を再評価すべきである。

12. 留保事項

- ・ AI 店長は開発中・構想段階であり、本レポートの機能記述は主にデモおよび三木谷氏・楽天幹部の説明に基づく。実装内容・時期・料金は変更の可能性が高い。
- ・ 効果数値（255 億円、41%短縮、17%向上、70%削減等）はいずれも楽天の自社発表であり、第三者による独立検証はされていない。
- ・ AI コンシェルジュの効果数値は、2026 年 7 月 7 日説明会・8 月 5 日発表と日経クロストrend報道とで調査期間が異なり、数値に差がある。
- ・ Rakuten AI 3.0 のパラメータ数は、楽天広報表記（約 7,000 億）と Hugging Face 開示（671B）で差がある。
- ・ 「AI エージェント性能が 7 カ月で倍増」等は三木谷氏の見解・予測であり、確定した事実ではない。
- ・ ChatGPT Instant Checkout の 2026 年 3 月終了は二次情報に基づき、一次確認できていない。
- ・ 楽天の AI 店長・AI 関連特許の網羅的把握はできていない。挙げた特許番号には出願・公開段階（未登録）を含み、帰属の確度も個別に異なる。
- ・ 参考文献のうち URL を付していないものは、本調査時点で一次 URL を確認できなかったものであり、引用の際は原典の再確認を要する。

参考文献

1. ITmedia Mobile「楽天市場に「AI 店長」起用へ 三木谷氏が明かす“スーパーエージェント”構想とモバイルの重要性」2026 年 8 月 5 日 <https://www.itmedia.co.jp/mobile/articles/2608/05/news099.html>
2. 日本ネット経済新聞「【楽天 三木谷社長が AI 戦略発表】楽天市場に「AI 店長」実装、スーパーエージェント構想も紹介」2026 年 8 月 5 日 <https://netkeizai.com/articles/detail/19445>
3. 日本経済新聞「楽天、AI 店長を楽天市場に導入へ」2026 年 8 月 5 日（URL 未確認）
4. 共同通信「楽天、AI 店長を年内に試作版導入へ」2026 年 8 月 5 日（URL 未確認）
5. マイナビニュース「「楽天市場」AI 活用最前線 — AI で“売れる店”と“楽しい買い物”をどう創る？」

2026 年 7 月 9 日 <https://news.mynavi.jp/techplus/article/20260709-4678616/>

6. EC のミカタ「楽天市場 AI 活用説明会」報道（山川祐介ジェネラルマネージャー発言、株式会社百福 事例）2026 年 7 月 7 日（URL 未確認）
7. ネットショップ担当者フォーラム 楽天グループの AI 関連報道（2026 年 2 月／2026 年 8 月 5 日）（URL 未確認）
8. Business Insider Japan 楽天市場 AI 活用説明会 関連記事 2026 年 7 月 7 日（URL 未確認）
9. 日経クロストrend 楽天 河野奈保 CMO インタビュー 2026 年 4 月 8 日（URL 未確認）
10. 日本ネット経済新聞「【楽天新春カンファ 2024】三木谷社長「AI エンパワーメントカンパニーへの進化」を宣言 店舗向け AI サービスも発表」 <https://netkeizai.com/articles/detail/10656>
11. c-rocketz「Rakuten AI for RMS 商品説明文生成機能 検証記事」（URL 未確認）
12. Hugging Face「Rakuten/RakutenAI-3.0」モデルカード（URL 未確認・要一次確認）
13. Rakuten Today「Rakuten's new AI concierge is redefining the shopping experience」
<https://rakuten.today/blog/rakutens-new-ai-concierge-is-redefining-the-shopping-experience.html>
14. Paz.ai「Agentic Commerce Protocol (ACP): How It Works in 2026」
<https://www.paz.ai/glossary/agentic-commerce-protocol-acp>
15. No Hacks「Selling to AI: The Complete Guide to Agentic Commerce」（Instant Checkout 終了に関する記述は二次情報・一次未確認） <https://nohacks.co/blog/agentic-commerce>
16. Retail Insight Network「Rakuten Group files patent for one-class recommendation model for predicting user-item interactions」 <https://www.retail-insight-network.com/data-insights/rakuten-group-files-patent-for-one-class-recommendation-model-for-predicting-user-item-interactions/>
17. 文化庁 文化審議会著作権分科会法制度小委員会「AI と著作権に関する考え方について」2024 年 3 月 15 日（URL 未確認）
18. 「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律」（令和 7 年法律第 53 号、2025 年 6 月公布・同年 9 月全面施行）（URL 未確認）
19. 総務省・経済産業省「AI 事業者ガイドライン（第 1.2 版）」令和 8 年 3 月 31 日（URL 未確認）
20. 楽天グループ株式会社 2025 年度通期決算説明会資料・同説明会におけるティン・ツァイ CDO 発言 2026 年 2 月 12 日（URL 未確認）
21. GreyB「Rakuten Patents」特許ポートフォリオ集計（集計日付不明・URL 未確認）