

中国で始まった「AIエージェント経済」の衝撃——委任型消費、中国優位の構造、日本への波及と十五年シナリオ

エグゼクティブサマリー

本報告の結論は、中国で起きている変化を単なる「生成AIの普及」や「チャットボットの高度化」と捉えると、本質を見誤るということである。核心は、消費者や従業員がクリック、検索、比較、予約、決済、問い合わせといった一連の意思決定・実行をAIに委任し、AIエージェントが経済活動の「実行主体」に近づくことにある。指定されたYahoo!ニュース記事については、Yahoo!側の取得制限により本文を直接取得できなかったため、同記事の元記事として確認できるDIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー（HBR）日本版「中国で始まったAIエージェント経済の衝撃『委任型消費』の実態とは」を精読した。同記事は、この変化を「ユーザーによる実行からエージェントによる実行への移行」と定義し、中国の競争優位は最強の基盤モデルそのものではなく、**決済・本人確認・権限管理・物流・スーパーアプリ・データ・規制運用という“配管”**がすでに揃っていることにあると論じている。¹

その意味で「AIエージェント経済」とは新しいAIソフト市場ではなく、**経済活動のコントロール・プレーンが、人間の画面操作からAIによるオーケストレーションへ移る現象**と定義する方が適切である。美团では推薦、予約、決済、配送追跡を一つの閉ループで実行でき、アリババのQwenは淘宝、支付宝、Amap、旅行などを横断して「意図→取引完了」を結び始めている。百度は「心響」などのマルチエージェントとMCPを検索・EC等に接続し、テンセントも元器などを通じエージェント作成・配布基盤を整備している。したがって勝負は「誰のLLMが最も賢いか」だけではなく、**誰が本人の権限を持ち、どの店舗・決済・物流APIを呼び出し、需要を誰に配分できるか**へ移っている。²

中国政府もこの方向を政策上明確に追認している。2025年8月の国务院「人工智能+」行動意見は、2027年までに新世代スマート端末・智能体の普及率を70%超、2030年までに90%超とする政策目標を掲げ、消費、金融、物流、商務、法務などへのエージェント導入を促した。2026年の政府活動報告では「智能経済」の形成と智能体の大規模商用化が政策課題になった。一方、生成AIサービスの届出・登録、個人情報、学習データ、アルゴリズム、AI生成物表示などは既に制度化されている。つまり、中国を「無規制だから速い」と理解するのも誤りで、より正確には**政策的に実装を強く促進しながら、プラットフォーム単位で行政的統制を積み重ねるモデル**である。³

日本との差はモデル性能以上に大きい。日本でも2026年7月の第Ⅱ期人工知能基本計画が、AIを「業務を支援するツール」から「意思決定・実行を担う主体」へ進化すると明記し、エージェント型AIの積極導入、データ連携基盤、政府AI、パーティカルAI、フィジカルAI、責任分界の検討を打ち出した。したがって政策認識の遅れはかなり縮まった。だが、実装面では日本は組織横断・中小企業・地域でのAI利用に課題があると政府自身が認めている。さらにNRIの2026年国際調査では生成AIを月数回以上利用する比率が中国86.3%に対し日本34.9%であり、消費者・企業双方の「委任慣行」にはなお大きな差がある。⁴

ただし、日本には逆転可能な領域もある。人口減少で15～64歳人口は2026年3月時点で7,329万人、前年同月比26.5万人減であり、人手不足は既にマクロ的制約となっている。そのため、エージェントは日本では「雇いを置換する技術」より先に、**不足する労働力を補完する技術**として経済合理性を持つ可能性が高い。製造、ロボット、自動車、医療、介護、行政、地域物流のような「現実世界を動かすAI」では、中国型スーパーア

プリをコピーするより、日本が強い現場・ハードウェア・品質管理とAIエージェントを結合する方が勝ち筋になりやすい。これは日本政府の第II期AI基本計画とも整合する。 5

定量面については、AIエージェントだけを切り出した中国・日本のGDP効果、純雇用効果、市場規模、VC投資額について信頼できる公式統計は現時点で不明である。本報告では、既存の生成AI生産性研究、EC規模、AI普及率、労働制約、インフラの差を基にシナリオ推計する。NBERの実証研究では、生成AI支援を受けたカスタマーサポート担当者の生産性は平均で約14%向上したが、これは「自律エージェント経済」そのものの測定ではないため、以下のGDPレンジは公式予測ではなく筆者試算である。 6

時間軸	中国：実質GDP水準への累積押し上げ幅*	日本：実質GDP水準への累積押し上げ幅*	主な雇用・産業変化
短期・1～3年	+0.4～1.2%	+0.2～0.7%	中国はEC、広告、顧客対応、旅行、金融、ローカルサービスで先行。日本は事務、IT、コールセンター、行政、省人化から
中期・3～7年	+2～5%	+1.2～3.5%	調達、物流、法人営業、金融事務、医療事務、ソフト開発までワークフロー単位で自動化
長期・7～15年	+5～12%	+4～10%	エージェント間取引、機械顧客、フィジカルAIが本格化。日本は実装成功なら人手不足による成長制約を大幅緩和

*「AIがなかった場合」ではなく、**同程度の基盤モデルが存在するがエージェントによる自律実行が広範には普及しなかった反実仮想**との差。年率成長率ではなく各時点のGDP「水準差」であり、足し合わせない。筆者シナリオ推計。

最も重要な政策含意は、日本が中国を追って「国民向けスーパーアプリを一つ作る」ことではない。必要なのは、**決済・本人確認・委任権限・商品データ・契約条件・配送・行政・医療などを、一定の安全基準の下でAIが機械可読・機械実行できる“社会API”に変えること**である。日本がこれを怠れば、国内企業は商品やサービスを持ちながら「顧客との入口」を海外AIエージェントに握られ、検索エンジンやスマートフォンOS以上の仲介依存を抱える可能性がある。

指定記事の精読と「委任型消費」の本質

指定記事の最大の貢献は、「エージェント」をチャット画面の進歩としてではなく、**責任と経済主体性の再配分**として捉えた点にある。記事が取り上げる美団の「小美」は、2025年末の導入時点から社内で単なるチャットボットではなく「オーケストレーター兼実行エージェント」と位置付けられた。利用者が「いつものランチを、今日は20分遅く届けて」と依頼すれば、AIが意図、過去の嗜好、条件を解釈して注文を完結させる。従来なら人間が担っていた「検索→比較→店舗選択→商品選択→時間指定→決済→追跡」が一つの委任命令へ圧縮される。 7

これは従来のレコメンドAIと経済的に異なる。検索やレコメンドでは、AIが候補を並べても「選ぶ・クリックする・決済する」のは人間だった。エージェント型コマースでは、ユーザーは発見、評価、実行をAIに任せ、人間は予算超過、高リスク取引、曖昧な嗜好などのチェックポイントでだけ介入する。その結果、競争の単位は機能から**ワークフロー全体**へ変わり、「誰が意思決定したか」「誰が失敗責任を負うか」「誰が必要配分を支配するか」も変わる。 8

記事が示す中国の四つの実装形態は、今後の市場構造を考える上で重要である。美団は地域サービスを自社内で閉じる**クローズドループ型**、アリババは淘宝・支付宝・Amap等をまたぐ**エコシステム横断型**、AntのAQ

は医療・保険・予約を結ぶ**高リスク垂直型**、ByteDanceの豆包は画面を理解して他社アプリまで操作しようとする**OS／端末型**である。特に最後のモデルでは、AlibabaやTencent側が決済・金融領域のリスク管理を強化したと記事は報告しており、技術的にアプリを操作できることと、経済的・制度的に操作を許されることが別問題であることが既に露呈している。 9

したがって今後の主戦場は、LLMの回答精度だけではない。

第一の争点は「委任権限」である。どのAIに何円まで支払わせるか、どのデータを読ませるか、どの契約を締結させるかが新しいアクセス権になる。

第二の争点は「需要配分」である。人間が検索結果の20店舗を見る代わりにエージェントが3店舗まで絞れば、エージェントの選別アルゴリズムが巨大な経済的ゲートキーパーとなる。

第三の争点は「機械可読な信頼」である。HBR記事は、店舗がエージェントに選ばれる条件として配送確実性、返金・トラブル率、明確な規約、構造化商品データ、例外対応などを挙げる。つまりSEOの次には、比喩的に言えば**AEO=Agent Eligibility Optimization（エージェント選定適格性の最適化）**が重要になる可能性が高い。これは本報告による概念整理だが、基礎となる構造化変化は記事が明示している。 10

ここには広告産業への大きな衝撃がある。人が広告を見てクリックして購入する「注意経済」では、広告主は人間の注意を買っていた。しかしAIが人間より前に選択肢を落とすなら、「クリック率が高い」より「在庫データが正確」「価格条件が明瞭」「失敗率が低い」「返金可能」「API経由で即時確約できる」という条件が重要になる。したがって広告費が消滅するとは限らないが、広告支出の一部は**AIエージェントへのアクセス、構造化データ、SLA、在庫精度、評価・認証、エージェント内推薦枠**などへ移る可能性がある。 10

この意味で、AIエージェント経済の「衝撃」は、ネット通販が店舗をオンライン化した時より、**検索エンジンが情報流通の入口を握った変化、スマートフォンOSがアプリ流通の入口を握った変化、クレジットカード網が決済を標準化した変化**が同時に起きることに近い。

中国のエージェント経済を七つの比較軸で分解

中国の優位性を「AI技術が進んでいるから」の一言で説明するのは不十分である。HBRの表現を借りれば、中国の強みはモデル単体より「配管」にあり、企業公式情報と政策動向を重ねると、技術・インフラ・ビジネス・規制が相互強化する構造が見える。 11

比較評価

比較軸	中国の現状	構造的意味	日本との主要差
技術	長文脈、マルチモーダル、ツール利用、MCP、マルチエージェント、Agentic RLへ急速に移行。美团、百度、Alibaba等が自社業務に投入 12	「回答精度」より実行成功率・長時間安定性が重要に	日本にもモデル・SI能力はあるが、社会横断の実行環境は弱いと政府も認識 13
データ・インフラ	スーパーアプリ、決済、位置、購買、配送、店舗、レビュー等を閉じたエコシステム内で接続 11	AIが「考える」だけでなく「実行」できる	日本は決済・EC・地図・交通・行政等が別主体に分散。統一的なエージェント接続度の定量値は 不明

比較軸	中国の現状	構造的意味	日本との主要差
ビジネスモデル	EC・広告・決済・物流・旅行等の既存収益にエージェントを組み込む	AIそのものを課金しなくても、取引額・手数料・広告・クラウド収益を増やせる	日本はAI SaaS課金や社内効率化が先行しやすい
規制・政策	AI+政策で普及を促しつつ、生成AI届出、アルゴリズム、個人情報、生成物表示などを管理 ¹⁴	「実装促進+行政的管理」の同時進行	日本はAI法・基本計画を軸としたアジャイルな枠組み。エージェントの責任分界はなお検討中 ¹⁵
市場構造	Alibaba、Tencent、Baidu、Meituan、ByteDance、Antなど巨大プラットフォームがモデルから決済・実行まで競う	規模の経済とデータ・ネットワーク効果が非常に強い	日本には同程度に生活全域を閉じるスーパーアプリ型企業は限定的
労働	顧客対応、広告運用、コード、EC運営などデジタル業務からタスク単位の自動化	若手ホワイトカラー・定型知識労働への圧力	日本は労働力減少が大きく、初期には省人化メリットが相対的に大きい ¹⁶
消費者・安全	AI受容性が高い一方、OS横断、決済、個人データ、プロンプトインジェクション等のリスク増大 ¹⁷	委任が増えるほど「1回のAI誤作動」が実取引損失へ直結	日本は利用率が低い一方、慎重さを「信頼型エージェント」の競争力に転換可能

技術。 中国企業の動きで注目すべきは、基盤モデルからエージェント実行基盤への垂直統合である。Alibabaは2026年1月、Qwen Appを淘宝、即時配送、支付宝、Fliggy、Amapなどと統合し、飲食注文、会話内決済、旅行予約、電話、複数段階タスクを一つのインターフェースから実行できる公開テストを開始した。Qwen Appは公開ベータから2カ月で月間アクティブユーザー1億人を超えたとAlibabaは発表している。ただしこれは企業公表値である。 ¹⁸

百度はマルチエージェント型「心響」で自主計画と複数エージェントの協働を採用し、開始時点で200超のタスク類型を搭載した。また「秒哒」はプロダクトマネージャー、アーキテクト、デザイナー、テスター相当の複数エージェントを組み合わせ、クラウドストレージ、DB、地図、顧客サービス呼び出す。同社はさらに検索・EC等へのMCP接続を進めている。これは、AI開発競争が「一つの巨大モデル」から「モデル+ツール+専門エージェント+API」のシステム工学へ移ったことを示す。 ¹⁹

美团も2026年7月にLongCat 2.0を基盤とする全シーンAI Agent基盤「CatPaw」を公開し、個人向けワークスペースだけでなく企業向けエージェント開発・ホスティングに進出した。さらにAgentic Coding、長期ユーザーモデリング、検索エージェントなどを研究・実装している。同社の強みはモデルだけではなく、店舗、配送、検索、推薦、決済、実世界の履行データを持つ点にある。 ²⁰

ただし自律性はまだ過大評価すべきでない。Stanford AI Indexが紹介するエージェント評価では、短時間タスクではAIが人間専門家を上回る例がある一方、長時間タスクになると人間の優位が残る。RetailBenchのような研究も、動的環境で長期間一貫した意思決定を続ける能力が未解決であると指摘する。したがって2026年時点の「エージェント」は、人間を完全に不要にする汎用自律主体ではなく、**明確なAPI、制約、検証点を備えた環境ほど急速に実用化できる技術**と見るべきである。 ²¹

ビジネスモデル。 中国企業はAI単体の月額課金を最大化する必要がない。Qwenが1件の注文を増やせば淘宝・即時配送・支付宝等の既存取引基盤が利益を得る。美团なら飲食、ホテル、旅行、店舗、配送などの

GMVや広告・手数料に波及する。この構造は、AI導入を「IT費用」ではなく**既存プラットフォームの取引密度を上げる設備投資**にする。Alibabaは2026年春節期、30億元規模のインセンティブを伴うQwenキャンペーンで6日間に1.2億件超の注文を生んだと公表している。ただし大量補助を伴うため、この数字をエージェントへの自然需要や恒常的収益性の証拠と解釈することはできない。 22

この先の収益源は、①取引手数料、②エージェント経由広告・推薦、③加盟店向けAI運用サービス、④クラウド・モデル利用料、⑤高信頼API／認証、⑥業務エージェント、⑦金融・決済付加価値へ分化すると考えられる。特に「エージェントの棚」の上位に入るための競争が強まれば、従来の検索広告に似た**新しい配分料＝“agent tax”**が形成される可能性がある。これは現時点で確認された料金制度ではなく、本報告の中長期推論である。HBRが指摘する需要集中と「適格性を得るコスト」の上昇はこの推論と整合する。 10

規制・産業政策。中国の2025年「人工智能+」行動意見は、2027年に新世代智能端末・智能体の普及率70%超、2030年に90%超という目標を設定し、商務、金融、物流、法務、交通、消費等への導入を政府戦略に格上げした。これは実績値ではなく**政策目標**である。2026年には政府活動報告でも智能体の規模化商用と「智能経済」が明示され、計算資源、高品質データセット、オープンソース等も政策対象になった。 23

同時に、中国には2023年施行の「生成式人工智能服務管理暫行辦法」があり、学習データの合法性、個人情報、サービス提供者責任、一定サービスの安全評価・アルゴリズム届出などを定めている。2025年9月にはAI生成コンテンツの明示・暗黙表示制度も施行された。2026年4月末までに累計868の生成AIサービスと530のアプリ・機能が届出・登録されたとCACが公表している。したがって中国モデルは自由放任ではなく、**国家が普及方向を決め、企業にはかなり細かなコンプライアンスを課しながら、許容範囲では大規模実験を進める方式**である。 24

市場構造・資金調達。中国政府系発表では2025年のAI中核産業規模は1.2兆元超、AI企業は6,000社超とされる。ただしこれは「AIエージェント産業」だけの数字ではない。エージェント専門市場の信頼できる公式市場規模、およびエージェント専門スタートアップの年間VC調達総額は、今回確認できた一次資料では**不明**である。Stanford AI Indexによれば、中国のAI民間投資は米国を大きく下回る一方、中国は研究論文、特許、モデル競争力などで存在感を強めている。この点は「資金総額で米国に勝ったから中国がエージェントで先行している」のではなく、**既存巨大プラットフォームへの実装速度が強さの源泉**だという解釈を補強する。 25

スタートアップ面でも、2026年の中国ではOpenClawに代表されるオープンなエージェント環境が急速に注目され、地方政府・大手プラットフォームによる支援が広がる一方、中国当局・国有企業では業務端末への導入にセキュリティ上の警戒も生じたと日本の報道は伝える。この動きは、エージェントが「研究デモ」から企業IT・個人端末へ降りてきたことと、権限の大きなエージェントほどサイバーリスクも大きくなることを同時に示している。 26

労働・雇用。もっとも速く変わるのは職業そのものより「仕事の束」である。問い合わせ回答だけなら生成AI支援だが、問い合わせを理解し、顧客情報を照会し、返金可否を判断し、在庫変更、配送変更、CRM記録まで行くと一連のバックオフィス人員配置が変わる。NBERの実証では生成AI支援によってカスタマーサポート生産性が約14%上昇し、特に経験の浅い労働者への効果が大きかった。エージェント化ではこの「助言」が「実行」まで拡張するため、定型事務、一次顧客対応、デジタル広告運用、簡易リサーチ、初級コーディングなどへの影響はより大きくなる可能性がある。ただし、エージェントだけによる中国の純雇用減少数について信頼できる統計は**不明**である。 27

消費者行動。中国の決定的な先行条件の一つは委任への慣れである。HBRが引用するStanford AI Indexでは、中国回答者の83%がAI搭載製品・サービスについて「欠点より利点が多い」と回答した。別のNRI国際比較でも、2026年時点で生成AIを月数回以上使う回答者は中国86.3%、日本34.9%だった。調査母集団や設問は異なるので二つの数値を直接連結してはいけませんが、中国側のAI利用・受容が日本よりかなり高いという方向性は一致する。 28

中国では2025年の物販オンライン小売額が約13.09兆元、社会消費品小売総額に占める比率が26.1%だった。これに即時配送、QR決済、スーパーアプリが組み合わせるため、AIが生成したデジタル上の「意図」を現実の配送まで閉じるコストが低い。一方、日本のBtoC-EC市場は2024年26.1兆円で拡大しているものの、両統計は定義、通貨、対象年が異なるため市場規模を直接比較してはならない。重要なのは絶対額より、**中国ではEC・決済・地図・物流・生活サービスの一体化がエージェントの実行可能性を高めている**ことである。

29

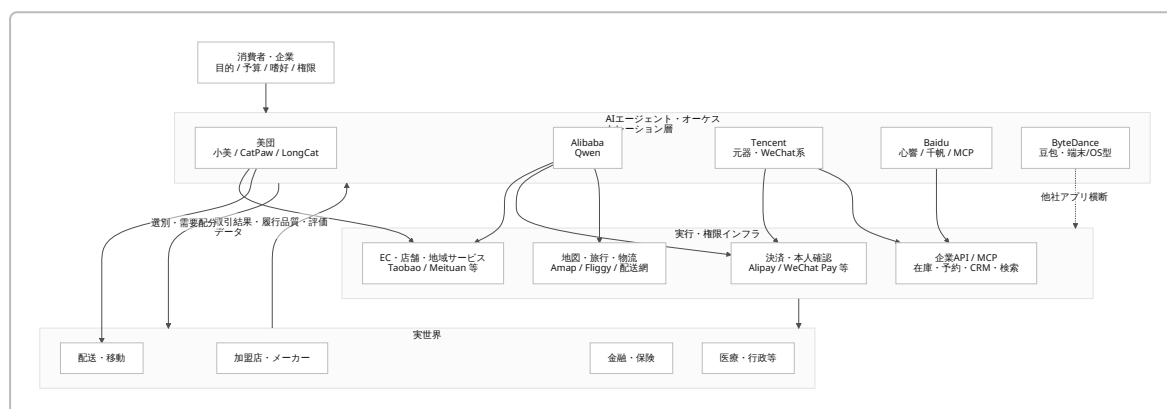
倫理・安全性。 AIが「答えるだけ」なら誤りは情報リスクで済む場合がある。しかしAIに銀行送金、購入、メール送信、契約、データ削除の権限を与えると、誤りは不可逆な経済損失になり得る。AgentDojoの研究は、外部ツールを利用するLLMエージェントが、外部データに埋め込まれた悪意ある指示による間接的プロンプトインジェクションに脆弱であり、攻撃がない状態でも一部タスクに失敗することを実証している。

30

さらに経済面では、プラットフォーム自身の商品を優遇する自己優遇、ユーザーが知らないうちに価格・ブランド選択を狭める誘導、行動履歴からの過度な推測、弱者への差別的価格・金融判断、広告と中立推薦の境界消失などが問題となる。技術リスクと競争政策・消費者保護が同じ「エージェント選択アルゴリズム」で交差する点が従来の生成AIとは異なる。

主要企業の構造を単純化すると、次のようになる。これは各社公式資料とHBRの記事を統合した概念図であり、企業間にここに描いたすべての直接接続が存在することを意味しない。

31



この図で経済的に最重要なのは最上段のLLMではなく、中央の「**実行・権限インフラ**」である。そこを握った事業者は、単にユーザーに回答するのではなく、需要そのものを店舗・金融商品・移動・広告主へ配分できる。

中国と日本の構造差

日本が中国のAIエージェント経済から受ける衝撃を評価する際、中国の成功条件をそのまま輸入できると仮定してはいけない。制度、企業構造、労働市場、決済慣行、消費者心理が異なる。

制度面では、中国の方が「実装目標」が明示的である。 中国の「人工智能+」は2027年、2030年について智能体・スマート端末の普及率目標を置き、政府が産業横断でスケールを作ろうとしている。一方、日本の第II期人工知能基本計画も2026年7月には「急伸するエージェント型AIへの適応」を冒頭に置き、政府・自治体への導入、データ連携、パーティカルAI、フィジカルAIに踏み込んだ。つまり2026年時点では「中国はエージェント、日本はまだ生成AI」という単純な図式は既に古い。差は**政策認識より実装基盤と速度**へ移っている。

32

日本政府自身、第Ⅱ期計画でAIが「業務を支援するツールから、意思決定・実行を担う主体へ」変化していると記載し、エージェント型AIが経済力・防衛力・技術力に直結すると認識している。同時に、日本では組織全体、中小企業、地域での活用に課題があり、計算資源、電力、人材、データ、制度を含む「AI実装能力」の強化が必要だとしている。この自己認識は、中国との差の核心をかなり正確に捉えている。 33

プラットフォーム構造では中国が優位である。中国ではAlibaba/Ant、美团、Tencentなどが、それぞれ決済、本人確認、EC、店舗、配送、地図、メッセージングを大きな経済圏にまとめている。閉じた経済圏は競争政策上の問題を生む一方、エージェントにとっては「本人の許可を得た後、共通IDと決済で最後まで完了できる」という技術的メリットがある。 11

日本でもキャッシュレス化は大幅に進んでいる。経済産業省は2025年のキャッシュレス決済比率について、国内指標で58.0%、従来指標では46.3%としている。ただし日本はクレジットカード、QRコード、交通系電子マネー、銀行、EC、ポイント、配送などが複数主体に分かれており、中国のスーパーアプリと同じ意味での一体化ではない。したがって日本で「〇〇しておいて」の一言を完全実行するには、技術的推論能力以上に、**ID・同意・決済・APIの相互運用**がボトルネックになる。中国との統一的な「エージェント実行可能API数」の比較統計は不明である。 34

経済構造では、日本の人手不足がむしろエージェント導入を後押しする。総務省によると2026年3月の15～64歳人口は7,329万人で前年同月から26.5万人減少した。厚生労働省も、現在の人手不足を人口減少によるマクロな労働力逼迫と、特定産業・職業のミスマッチに分けて分析している。小売、サービス、介護、地方交通などでは供給制約そのものが問題になっている。 16

したがって日本では、AIが「10人を5人に減らす」用途より、**「8人必要なのに6人しか集まらない業務を6人で回す」用途**の社会受容が先行すると考えられる。内閣府も2026年に、人手不足の深刻な地方のエッセンシャルサービスについてAXによる飛躍的省力化・生産性向上の可能性を指摘している。 35

文化・消費者受容は中国有利だが、固定的な「国民性」で説明すべきではない。NRIの国際比較では月数回以上の生成AI利用率が中国86.3%、日本34.9%であり、少なくとも現在の行動データでは大差がある。これは中国人が本質的に技術好きだからというより、QR決済、スーパーアプリ、オンライン配送などを通じ、日常行動のデジタル委任を既に何段階も経験している効果が大きいと考えるのが妥当である。 36

逆に、日本の慎重さは必ずしも弱点だけではない。医療、金融、介護、行政、法人調達のように、「多少便利」より**誤作動しない、理由を説明できる、誰が責任を持つか明らか**であることが重要な市場では、監査性・品質・責任分界を商品価値にできる。第Ⅱ期AI基本計画も「信頼できるAI」、トレーサビリティ、ガードレール、責任分界の継続検討を政策の柱に置いている。 37

ここで日中差を「中国＝消費者エージェント、日本＝企業エージェント」と固定するのも早計である。より可能性が高いのは、中国では**B2Cの巨大利用量を起点にB2Bへ拡大し、日本ではB2B・行政・人手不足領域から信頼を積み、B2Cへ降りる**という逆方向の普及である。

政策・市場タイムライン

中国の動きは2023年の生成AI規制から2025～26年に「実行型AI」の産業政策へ急速に進んだ。日本も2026年にエージェント型AIを国家戦略に明示した。 38

2023年8月
中国「生成式人工智能服務管理暫行辦法」施行
↓
2025年4月

百度：マルチエージェント「心響」、MCP・EC接続を展開



2025年8月

中国国務院「人工智能+」行動意見

2027年：智能体・新世代端末の普及率70%超を政策目標



2025年9月

中国：AI生成コンテンツ表示制度施行



2025年末

美团「小美」——生活サービスの実行エージェント化



2026年1月

Alibaba：Qwenを淘宝・支付宝・Amap・旅行等へ深く統合



2026年3月

中国政府：「智能経済」、智能体の大規模商用化を政策化



2026年春

OpenClaw等の自律エージェント利用拡大と同時に安全性警戒



2026年7月

中国：CAICTのインターネット智能体研究・相互運用の議論

日本：第II期人工知能基本計画、エージェント型AIとAXを明示



2026年7～8月

美团CatPaw、検索・Agentic AI等を相次ぎ実装

中国情報通信研究院（CAICT）系の2026年議論でも、タスク計画、ツール呼び出し、クロスプラットフォーム実行、持続的インタラクションがエージェント普及の中核能力として整理され、WAICではエージェント間相互運用・信頼プロトコルの検討も進んだ。ここから次の競争が「人間→AI」だけではなく、**AI→AIの経済取引標準**へ向かっていることが分かる。 39

将来シナリオと経済・雇用への影響

以下の推計は、信頼できる「AIエージェント単独のGDP予測」が中国・日本とも**不明**であるため、本報告独自のシナリオ分析である。基礎となる考え方は、

GDP効果 ≡ 対象付加価値 × エージェントに委任可能なタスク比率 × 対象タスクの生産性向上 × 実装・組織変革の実現率 + 取引・物流・配分効率化 - 移行コスト

である。

既存研究の約14%という顧客サポート生産性改善は一つの下限的アンカーだが、エージェントは複数システムを連続実行できる一方、長期タスクでの信頼性や安全性に限界がある。このため単一研究の数値を経済全体に外挿せず、かなり広いレンジを取った。 40

シナリオ	短期・1～3年	中期・3～7年	長期・7～15年
抑制ケース	規制、事故、API分断、消費者不信で「補助AI」にとどまる。中国GDP +0.4%前後、日本 +0.2%前後	部分自動化中心。中国 +2%、日本 +1.2%程度	高リスク領域の人間承認が残る。中国 +5%、日本 +4%程度
基準ケース	低リスク商取引・定型事務で委任が定着。中国 +0.7～0.9%、日本 +0.3～0.5%	API標準化、B2Bエージェント、調達・物流が拡大。中国 +3～4%、日本 +2～3%	AI間取引とフィジカルAIが一般化。中国 +7～9%、日本 +6～8%
加速ケース	決済・ID・データ接続が急進。中国 +1.2%、日本 +0.7%程度	エージェントが企業ワークフローの標準UIになる。中国 +5%、日本 +3.5%	「機械顧客」が大きな需要主体へ。中国 +12%、日本 +10%程度

これらはGDP「水準」の累積差であって年率ではない。長期+10%とは毎年10%成長率が高まるという意味ではなく、15年後のGDP水準が反実仮想より約10%高いという意味である。また技術失業、所得分配悪化、サイバー事故、電力・計算資源費などを強く見積もれば、ネット効果はレンジ下限を割る可能性もある。

短期の中国では、消費者向け取引が最大の実験場になる。 外食、即時配送、旅行予約、ホテル、EC、カスタマーサービス、金融問い合わせ、広告運用のようにAPI化済みで頻度が高く、失敗時の損失を限定できる業務が先行する。Alibabaと美团の現在の実装はこの方向を既に示している。 ⁴¹

ここで最も影響を受けるのは「人間がWebサイトを行き来すること」を前提とする業種である。検索広告、比較サイト、旅行メタサーチ、アフィリエイト、SEO、一次問い合わせ代行などは、AIが比較を上流で済ませれば仲介価値が縮む可能性がある。一方、物流、決済、認証、在庫管理、API提供、監査、セキュリティは需要が増える。

短期の日本では、消費より企業内省人化が中心になる可能性が高い。 企業のAI利用自体は拡大しているが、IPAは日本企業のDXについて効率化・スピード向上に比べ、価値創出や企業変革への結び付きがなお弱いと分析している。したがって最初の1～3年は「AIに会社を変えさせる」より、問い合わせ、議事録、調査、購買申請、経費、IT運用など、明確なROIを持つ業務から進むと考えられる。 ⁴²

短期の労働時間ベースでは、本報告は中国で経済全体の**2～5%程度**、日本で**1～3%程度の作業時間**がエージェントへ実質委任される可能性を基準レンジとみる。これは失業率ではない。人間はレビュー、例外処理、顧客関係、最終責任ヘシフトするため、純雇用効果は**不明**である。

中期には「アプリ」より「ワークフロー」が崩れる。 企業内AIがERP、CRM、調達、会計、サプライチェーン、銀行、法務、外部サプライヤーへ接続されると、人間が複数システム間をつなぐ「組織的な接着剤」であったホワイトカラー業務が自動化される。

たとえば「新規取引先を探す」は、現在なら検索、候補表作成、信用調査、見積依頼、比較、上司承認、発注登録、支払い条件設定という複数部門の作業である。中期のエージェントはこれを、

要件 → 市場探索 → 候補評価 → 見積取得 → 契約リスクチェック → 稟議 → 発注

という一つのプロセスとして回す可能性が高い。

この段階では中国の強みはB2Cスーパーアプリから産業データへ移る。中国は2025年時点でAI中核産業が1.2兆元を超え、AI企業が6,000社超と政府が発表しているほか、スマート工場など現実産業のデジタル基盤も大規模に整備している。ただしこれらの数字をエージェント市場の規模と同一視してはならない。 ⁴³

中期の日本は二つに分岐する。ID・契約・データスペース・API相互運用が進めば、人手不足を背景に普及が一気に進む可能性がある。一方、各社が自社内チャットボットだけを作り、データアクセスや業務権限を与えなければ、中国との生産性格差が広がる。第II期AI基本計画が政府・準公共・産業データの連携基盤を明示したのは、このボトルネックへの政策対応と解釈できる。 44

本報告の基準ケースでは、中期までに全労働時間のうち中国**8～18%**、日本**6～15%**程度のタスクがエージェントによって直接実行または大幅自動化される可能性を想定する。これも「8～18%の人が失業する」という意味ではない。

純雇用は、概念的に

自動化による減少－AIによる需要増－労働時間短縮－人手不足の穴埋め＋新職種

の差で決まるため、現時点で確定的な純減数を提示することはできず**不明**である。特に日本は労働供給が減少しているため、中国や米国と同じ自動化率でも失業率への影響が小さく、代わりに潜在成長率への効果が大きくなる可能性がある。 16

長期には「人間対AI」より「エージェント対エージェント」の経済になる可能性がある。 家計エージェントが最適な電気料金、通信、保険、旅行、食品、金融商品を定期的に探索し、企業の購買エージェントがサプライヤー側エージェントと価格・納期・条件を交渉する世界では、経済のかかなりの部分が人間の画面外で動く。

そこで新しい市場インフラになるのは、検索画面ではなく、

機械可読な商品仕様＋認証済みID＋委任状＋予算制約＋契約条件＋支払権限＋SLA＋監査ログ

である。

その世界では、**企業の顧客は人間だけではない。AIも「機械顧客」になる。** 商品ページが美しいことより、APIで価格・在庫・保証・ESG属性・配送可能性・返品条件を正確に返せることの方が、売上に直接影響する可能性がある。

日本はこの長期戦で必ずしも不利ではない。第II期AI基本計画は、日本の「勝ち筋」としてパーティカルAI、AIロボティクス、自動運転、AI for Science、現場に蓄積された暗黙知を明示している。製造設備、物流機器、自動車、医療機器、介護、建設などでは、言語モデルだけでなく実世界の信頼性、安全規格、品質管理が価値を持つためである。 44

したがって長期の国際競争は、概ね三層に分かれると予想する。

基盤知能層では米中が強く、日本単独で最大規模モデル競争を全面追随する費用対効果は低い。

取引オーケストレーション層では中国のAlibaba、Tencent、Meituan等が非常に強く、日本が最も脆弱である。

現実世界実行層では製造、ロボティクス、モビリティ、精密機器、医療・介護など日本にも強い資産がある。

したがって日本の国際競争力は「ChatGPTの日本版を作れるか」より、**世界のAIエージェントが日本の機械・工場・交通・サービスを安全に呼び出せる標準を誰が作るか**で決まり得る。

政策提言と企業戦略

日本にとって第一の政策課題は、AIモデル開発補助金だけではなく「**委任インフラ**」を公共財として整備することである。中国の優位がモデルではなく決済・ID・物流・スーパーアプリという「配管」から生じている以上、日本側もモデル性能競争だけに資源を配分しても差は埋まらない。 45

具体的には、マイナンバー等の公的IDそのものを民間AIへ無制限接続するのではなく、用途別に「誰が、どのAIに、何を、いくらまで、いつまで委任したか」を証明できる**機械可読な委任証明**が必要になる。たとえば「航空券は10万円まで購入可」「銀行振込は候補作成までで実行不可」「医療予約は可、医療同意は不可」といった権限を細分化すべきである。

第二に、**Agent-to-Business APIを産業政策化する必要がある**。商品、価格、在庫、予約枠、納期、保証、返品、契約、CO2排出量、アクセシビリティなどを標準化し、中小企業も低コストでAIエージェントから呼び出せるようにする。中国の閉じたスーパーアプリ型をコピーする代わりに、日本は複数企業が相互運用する「オープンな信頼型エージェント経済」を作る方が現実的である。日本政府のデータ連携基盤政策はこの方向へ拡張可能である。 44

第三に、**決済にはAI専用の権限制御層**が必要である。「AIにクレジットカード番号を渡す」のではなく、1回・1日・店舗種別・商品種別ごとに制限されたトークン、二段階承認、高額決済の人間確認、異常取引停止、即時取消しを標準化すべきである。委任型消費では、決済インフラそのものがAI安全保障になる。

第四に、**事故責任を“AIが悪かった”で終わらせない制度設計**が必要である。日本政府自身、第II期基本計画で、エージェント型AIを前提として権利侵害・損害発生時の責任分界を継続検討するとしている。現時点で、すべての自律的な消費者エージェント取引について統一的に責任主体を定める日本の専用法制度は確認できず、具体的な最終責任ルールは**不明／検討途上**である。 15

制度は少なくとも、

モデル提供者 → エージェント提供者 → API/プラットフォーム → 加盟店 → 決済事業者 → 利用者

の各段階について、どのログを残し、どこまで注意義務を負い、どの条件で取引を取り消せるかを定める必要がある。

第五に、「**監査可能性**」を**日本ブランドにするべきである**。高リスクエージェントでは、すべての外部ツール利用について「何を讀んだか」「どの指示を優先したか」「何を実行したか」「どの金額を動かしたか」を再生可能にすることが望ましい。AgentDojoが示すように、外部Webやメールに悪意ある指示が含まれるとツール利用型AIは乗っ取られ得るため、単なるLLM安全フィルターでは不十分である。 30

実務的な最低条件は、**最小権限、金額上限、サンドボックス、外部コンテンツと命令の分離、重要操作の二重確認、監査ログ、取消可能性、人間へのエスカレーション**である。これらは「便利さを落とす規制」ではなく、高額・医療・金融・法人取引までエージェント経済を拡張するためのインフラと位置付けるべきである。

第六に、雇用政策は「AI人材を増やす」だけでは不足する。影響が強いのは必ずしもAIエンジニアと競合する職種ではなく、**初級ホワイトカラーのキャリア入口**である。AIが資料作成、簡易分析、一次顧客対応、初級コーディングを代替すると、従来は若手がそれらを通じて専門能力を獲得していた企業内訓練構造が壊れる可能性がある。日本政府も2026年基本計画で雇用影響の調査、リスクリング、AI実装人材育成を政策化している。 46

したがって企業には、「AIで若手を不要にする」のではなく、**AIを使う若手をより早く高付加価値業務へ上げる新しい徒弟制度**が必要である。純粋な人数削減だけをKPIにすると、5～10年後の中堅人材層を失う恐れがある。

第七に、競争政策は「**AIが何を推薦したか**」ではなく「**なぜ候補から消したか**」を見る必要がある。エージェントが10万商品から5商品しか人間に見せない場合、候補入りのルール自体が市場アクセスを決める。プラットフォーム自身の商品、広告主、高い手数料を払う加盟店が秘密裏に優遇されれば、消費者の選択は表面上自由でも実質的には狭められる。HBRの「エージェントの棚」という概念は、この競争政策問題を先取りしている。¹⁰

日本企業側の対応も、単に「自社ChatGPTを導入する」だけでは足りない。経営上の優先順位は、

人間向けWebサイトをAI対応する → 社内業務をAPI化する → 商品・契約・在庫を構造化する → 権限管理を設計する → AIに実行させる → 他社エージェントからも呼ばれる

という順番になる。

特に小売・サービス企業は、今後のマーケティング指標をPV、CTR、CVRだけでなく、**Agent Selection Rate、履行成功率、API応答率、在庫一致率、例外解決時間、返金率、AI経由リピート率**へ拡張する必要があるだろう。これは現行の標準指標ではなく、本報告が中国の「機械可読な信頼」から導く経営指標案である。¹⁰

そして日本の国家戦略として最も避けるべきなのは、AIエージェントの入口をすべて外国企業に渡すことである。モデルそのものを海外から利用することと、**日本の家計・企業の購買権限、嗜好、価格交渉、決済、取引履歴まで同じ外国エージェントが握ることは経済安全保障上まったく別の問題**である。

日本に必要なのは完全な「国産囲い込み」でもない。第II期AI基本計画が掲げる「開かれたAI主権」の考え方に沿って、モデルは内外を組み合わせつつ、本人認証、委任権限、重要データ、監査、公共サービス、産業APIについては日本側が交換可能性と統制能力を保持する設計が合理的である。⁴⁴

参考出典・前提と不確実性

本報告で最も重視した指定記事は、マーク J. グリーブン、ファブリス・ボーリュー、ウェイ・ウェイによるDIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー日本版「中国で始まったAIエージェント経済の衝撃『委任型消費』の実態とは」（2026年6月24日）である。同記事は、中国企業へのフィールド調査・幹部インタビュー等を基に、美团、Alibaba/Ant、ByteDanceを比較し、中国の優位を「権限インフラ、実行能力、エコシステム統合、消費者準備度、規制の順序」という五条件で説明している。指定されたYahoo!ニュースURLは取得制限があったため、元記事本文を用いた。⁴⁷

中国政策については、国务院「人工智能+」行動意見、国家インターネット情報弁公室（CAC）の生成AI管理暫行弁法、AI生成物表示制度、生成AIサービス届出統計、2026年政府活動報告・関連政府資料を優先した。特に2027年70%、2030年90%という智能体・新世代端末普及率は**実測値ではなく政府目標**であることに注意が必要である。⁴⁸

企業についてはAlibaba Cloud/Alibaba、Baidu、美团、Tencent等の公式発表を優先した。企業公表のMAU、モデル性能、注文数、成功事例等は第三者監査を経た統計とは限らないため、本報告では原則として「企業発表値」として扱った。AlibabaのQwen連携、美团CatPaw、百度の心響・MCPIは、各社が「会話AI→実行AI」へ移っていることの一次資料として用いた。⁴⁹

業界・学術面ではStanford AI Index、中国信息通信研究院（CAICT）関連資料、NBERの生成AI生産性研究、AgentDojo等のエージェント安全性研究を参照した。Stanfordの比較は、中国が論文・特許などで強く、米国がトップモデルや民間投資でなお大きな優位を持つという複雑な構図を示しており、「中国がAIのすべてで世界一」という解釈は支持しない。 50

日本については、内閣府の2026年7月14日閣議決定「第Ⅱ期人工知能基本計画」をPDF原文・概要まで確認した。同計画はエージェント型AIへの適応、政府への率先導入、データ連携、バーティカルAI・フィジカルAI、AI主権、責任分界、雇用影響、リスクリングを明記している。このため日本政府を「エージェントAIを政策上まだ認識していない」と評価することは2026年9月時点では不正確である。 51

日本の市場・労働データには経済産業省のEC・キャッシュレス統計、総務省人口推計、厚生労働省の人手不足分析、IPA、NRI等を用いた。日本の2024年BtoC-EC市場26.1兆円、中国の2025年物販オンライン小売13.09兆元は対象定義・年・通貨が違うため、絶対規模の日中比較には用いていない。 52

最後に、現時点で**不明**と判断した重要事項を明記する。中国・日本とも「AIエージェントだけ」の公的市場規模は不明、エージェント専業企業だけを抽出した信頼できる年間VC調達総額も不明、自律エージェントが実際に消費支出の何%を決済しているかも不明である。AIエージェントによる純雇用増減数、GDPへの因果的寄与も不明であり、本報告のGDP「+0.4~12%」等は、既存の生産性実証と各国の実装条件から構築した**シナリオ・レンジであって予測値ではない**。エージェントが普及しても、サイバー事故、法的責任、API分断、消費者不信、電力・計算資源制約、競争政策によって実現率が大きく低下し得る。 53

総合すると、中国で始まった衝撃の本体は「AIが人間より賢くなった」ことではない。**AIが人間の代わりに経済行為を実行できるだけの決済・ID・物流・データ・API・制度が接続され始めたこと**である。これがスケールすれば、企業は人間に見つけてもらうためだけでなく、AIに「取引可能で信頼できる相手」と判定してもらうために競争する。中国はその未来を世界より早く実地試験している。日本の選択肢は中国型スーパーアプリの模倣ではなく、**信頼・相互運用・現場力を核にした「オープンな委任経済」の基盤を先に作れるかどうか**にある。

1 2 7 8 9 10 11 17 28 31 45 47 中国で始まったAIエージェント経済の衝撃「委任型消費」の実態とは | テクノロジー | DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー

<https://dhbr.diamond.jp/articles/-/13999>

3 14 23 32 48 国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见

https://www.mee.gov.cn/zcwj/gwywj/202508/t20250827_1126207.shtml

4 13 15 33 37 44 46 www8.cao.go.jp

https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_plan/aipplan_g_20260714.pdf

5 16 人口推計（2026年（令和8年）3月令和2年国勢調査を基準と ...

https://www.stat.go.jp/data/jinsui/new.html?utm_source=chatgpt.com

6 27 40 53 Generative AI at Work | NBER

https://www.nber.org/papers/w31161?utm_source=chatgpt.com

12 18 41 49 Alibaba's Qwen App Advances Agentic AI Strategy by Turning Core Ecosystem Services into Executable AI Capabilities - Alibaba Cloud Community

https://www.alibabacloud.com/blog/alibaba%E2%80%99s-qwen-app-advances-agentic-ai-strategy-by-turning-core-ecosystem-services-into-executable-ai-capabilities_602801

19 新闻动态

https://home.baidu.com/home/index/news_detail/id/18023

20 美团技术团队 | 美团・技术团队

<https://tech.meituan.com/>

21 50 AI Index 2025: State of AI in 10 Charts | Stanford HAI

https://hai.stanford.edu/news/ai-index-2025-state-of-ai-in-10-charts?utm_source=chatgpt.com

22 Qwen App's CNY Campaign Attracts Over 120 Million Orders

https://www.alibabacloud.com/blog/qwen-apps-cny-campaign-attracts-over-120-million-orders_602885?utm_source=chatgpt.com

24 38 生成式人工智能服务管理暂行办法_中央网络安全和信息化委员会办公室

https://www.cac.gov.cn/2023-07/13/c_1690898327029107.htm

25 43 新闻发布会现场（刘健摄）

https://www.scio.gov.cn/live/2026/37907/tw/?utm_source=chatgpt.com

26 中国でAIエージェント急拡大 「24時間無休の秘書」活用 政府は情報漏えいリスク警戒 - ITmedia NEWS

https://www.itmedia.co.jp/news/article/2604/20/1260420056/?utm_source=chatgpt.com

29 中华人民共和国2025年国民经济和社会发展统计公报

https://www.stats.gov.cn/sj/zxfbhjd/202602/t20260228_1962662.html?utm_source=chatgpt.com

30 AgentDojo: A Dynamic Environment to Evaluate Prompt ...

https://arxiv.org/abs/2406.13352?utm_source=chatgpt.com

34 2025年のキャッシュレス決済比率を算出しました

https://www.meti.go.jp/press/2025/03/20260331006/20260331006.html?utm_source=chatgpt.com

35 第5回記者会見要旨：令和8年 会議結果：経済財政政策 - 内閣府

https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/minutes/2026/0427interview.html?utm_source=chatgpt.com

36 Japan's AI Utilization Gap and the Road Ahead

https://www.nri.com/en/media/journal/20260416.html?utm_source=chatgpt.com

39 信息通信技术与政策- 中国信息通信研究院

https://ictp.caict.ac.cn/CN/news/folder.do?folderId=39&utm_source=chatgpt.com

42 「DX動向2026」広がるAI導入、DXは変わるか

https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/dx-trend-2026.html?utm_source=chatgpt.com

51 人工知能基本計画 - 科学技術・イノベーション

https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_plan/ai_plan.html?utm_source=chatgpt.com

52 令和6年度電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめ ...

https://www.meti.go.jp/press/2025/08/20250826005/20250826005.html?utm_source=chatgpt.com