

2024: HUMAN INPUT

2026: AGENTIC EXECUTION

オンラインマーケティングと AIの巨大アップデート 2026年への生存ガイド

'Human Search' (人間による検索) から 'Agentic Shopping' (AI代理購入) へ。
商業のルールが根本から覆る転換点。



2023-2025



Copilot Era (Assistance)

Humans use AI to work faster.

2026+



Agent Era (Delegation)

Humans delegate tasks; AI executes them.

AIは「使う」段階から「任せる」段階へ

The Shift

過去25年続いた「人間が検索して比較する」時代は終わりました。

顧客はAIに「良いヘッドホンを買っておいて」と指示するだけで、プロセスが完了します。

The 4 Pillars

- 1 AI Max: 検索広告の最終形
- 2 Agentic Shopping: ゼロクリック・コマース
- 3 UCP (Universal Commerce Protocol): AIのためのSEO
- 4 MCP (Model Context Protocol): 社内脳のAPI化

概念崩壊："Agentic Shopping"（代理購入）の衝撃

Old Way (Human Journey)



Human Manual Search

New Way (Agent Journey)



Evaluation Criteria (Trust Score)

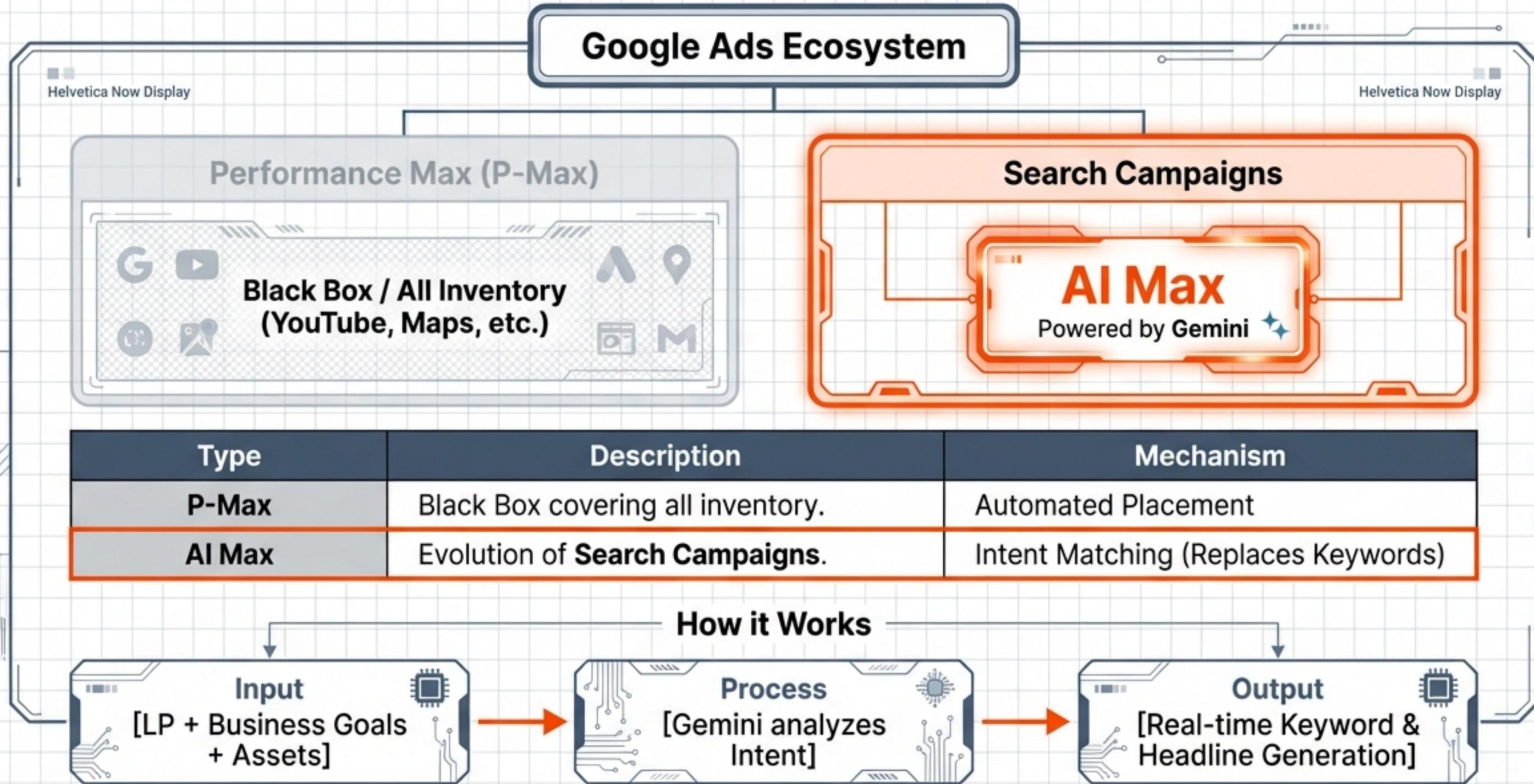
 Is the spec data accurate?
(スペックは正確か?)

 Is inventory real-time?
(在庫はリアルタイムか?)

 Is the price fair?
(隠れコストはないか?)

Insight: バナーのデザインや情緒的なコピーは通用しません。AIエージェントが見ているのは「データ」だけです。

Google広告の革命：P-Maxとは異なる「AI Max」の正体

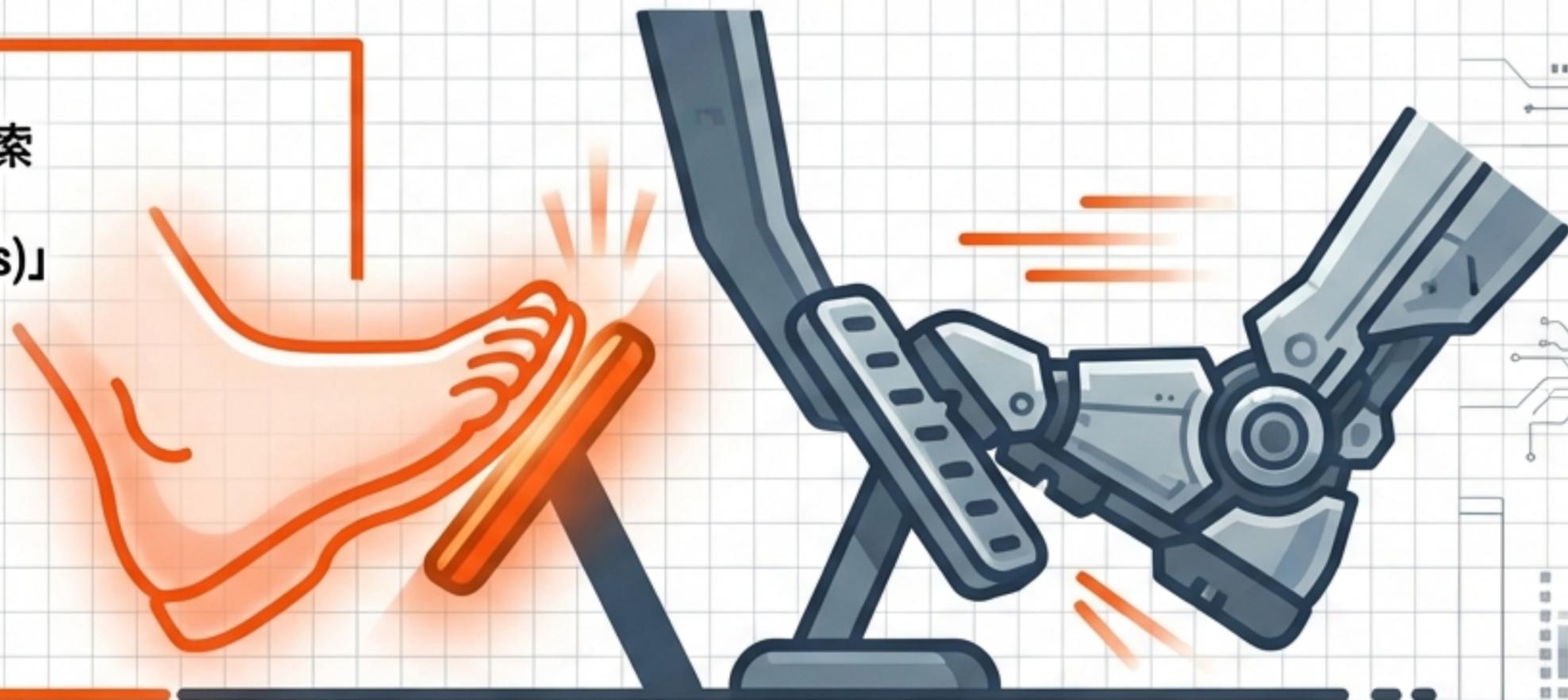


キーワードは「設定」するものではなく、AIによって「生成」されるものになります

運用者の仕事は「アクセル」から「ブレーキ」へ

The Brake (Human Role):

AIは放っておくと、利益の薄い指名検索や文脈違いの拡張を取りに行きます。「除外キーワード (Negative Keywords)」と「ブランド除外」の設定こそが、人間がすべき最大の制御です。



Brake
Human Control

Accelerator
AI Automation

The Fuel (Data Input):

Revenue (売上) is not enough. Feed **Profit (粗利)** data for true optimization.

「何を売るか」以上に「何を売らないか」を定義する能力が問われます。



UCP (Universal Commerce Protocol) : AI時代における「新SEO」

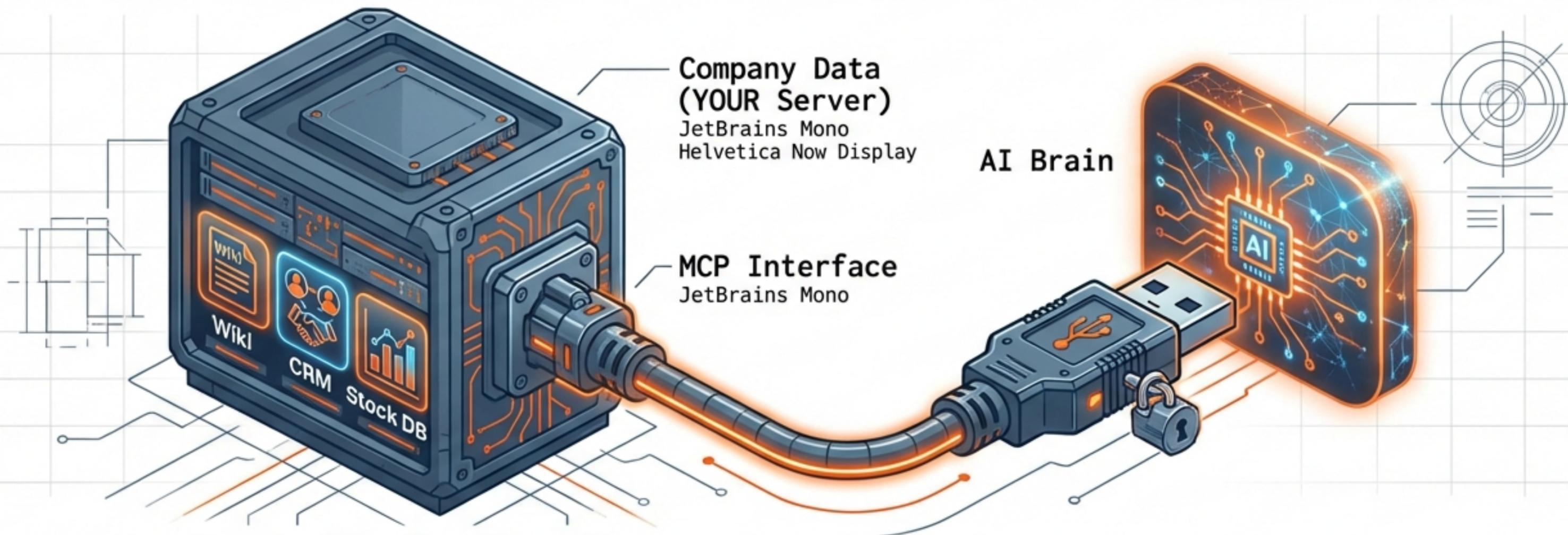


Definition: ログインの壁や在庫ラグを突破し、AIがリアルタイムで商品を「認識・購入」できるようにするための世界標準規格。

- Impact: Solves 'Hallucination' and 'Inventory Lag'.

UCPに対応していない企業は、AIエージェントにとって「存在しない店」と同じです。

MCP (Model Context Protocol) : 社内データを「AIの脳」に直結する

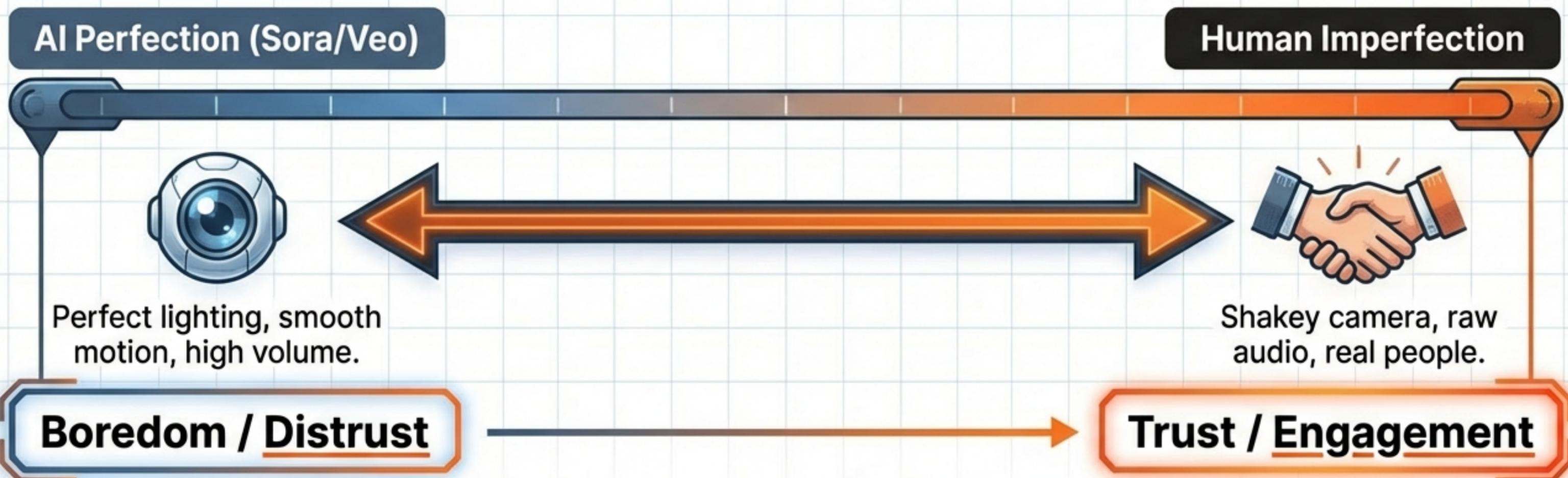


Concept: AIはこれまで「記憶喪失の天才」でした。
Noto Sans JP and Helvetica Now Display。MCPは、AIに自社の
マニュアル、Wiki、顧客DBを安全に接続する「USBポート」です。

Key Mantra: "MCP Server is YOUR Server."
(Data sovereignty is maintained).

- **External: UCP handles the shop.**
- **Internal: MCP handles the knowledge.**

コンテンツのパラドックス：「完璧なAI」への飽きと、「人間味」の復権



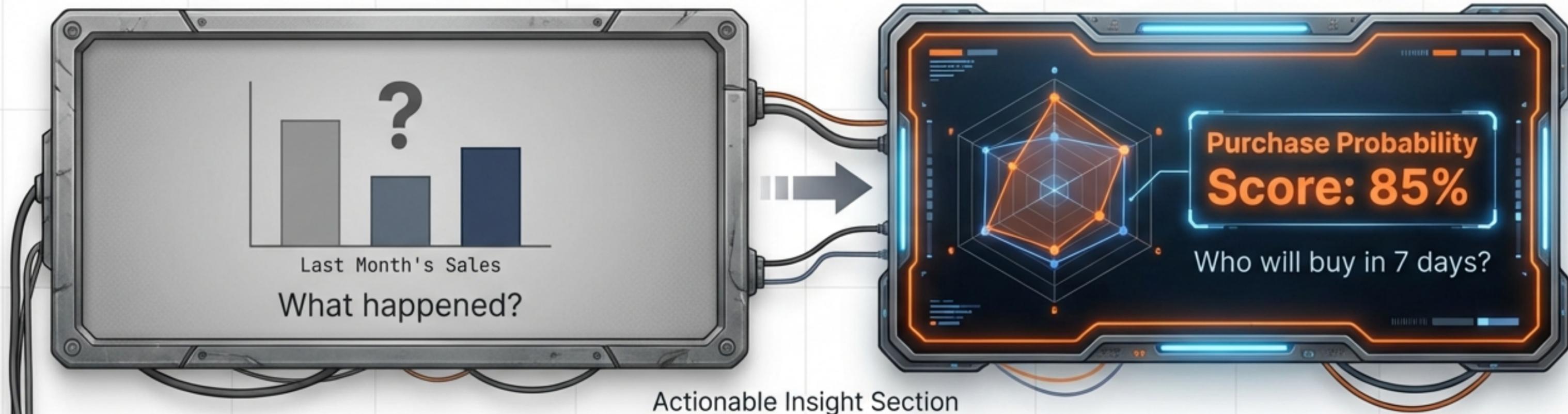
- **Trend:** 動画生成コストがゼロになり、タイムラインは「完璧がだが冷たい動画」で溢れます。
- **Strategy:** Use AI for Volume (Variations). Use Humans for Connection (Trust).



アナリティクスの進化：「過去の報告」から「未来の予測」へ

Rearview Mirror (Old Analytics)

GPS Navigation (New Analytics)



Predictive Audiences Strategy:

99% Likely to Buy

Ignore (Will buy anyway)

Persuadable Middle

Target Here

1% Likely to Buy

Ignore (Waste)

AI予測を用いて、働きかければ動く「中間層」に予算を集中させます。

2026年のマーケターの役割：データの建築家

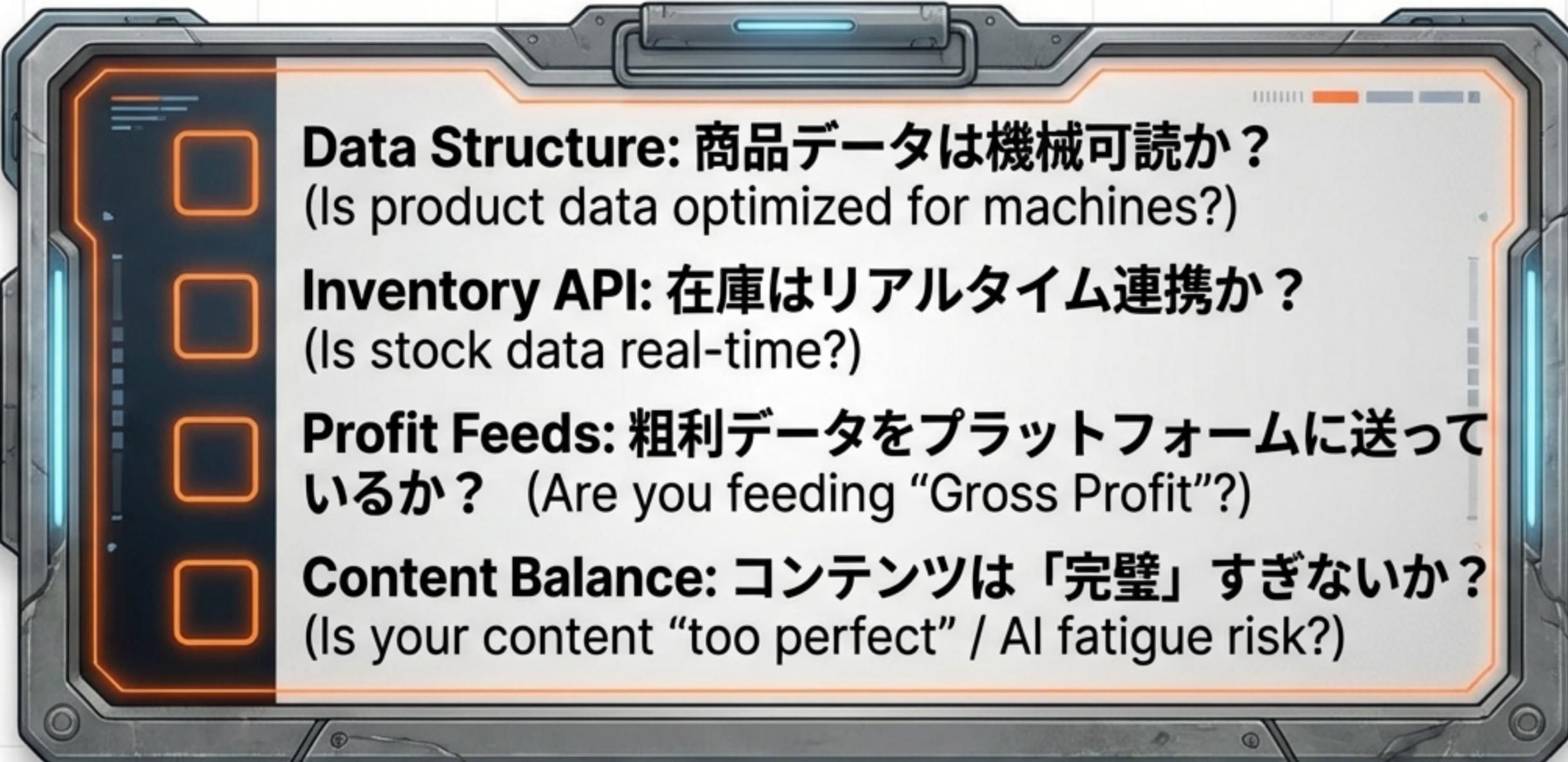
マーケターは「運用者」から「設計者」になります。



New Job Duties:

- Structuring data so AI can read it (UCP). 
- Setting ethical and strategic boundaries (Negatives/Safety).  
- Injecting "Humanity" where algorithms cannot fake it. 

戦略的アセスメント：あなたの組織は「エージェント」を迎える準備ができていますか？

- 
- Data Structure:** 商品データは機械可読か？
(Is product data optimized for machines?)
 - Inventory API:** 在庫はリアルタイム連携か？
(Is stock data real-time?)
 - Profit Feeds:** 粗利データをプラットフォームに送っているか？ (Are you feeding “Gross Profit”?)
 - Content Balance:** コンテンツは「完璧」すぎないか？
(Is your content “too perfect” / AI fatigue risk?)

A 'No' to any of these is a risk factor for 2026.

Action Plan Phase 1: Immediate (The Foundation)

Action Phase 1: 即時実行 (基盤構築)

01



Upgrade GMC Feeds

Google Merchant Centerの属性データ（サイズ、素材、重量など）の入力率を100%に近づけてください。AIは画像ではなくテキスト属性を読みます。

02



Schema.org Implementation

ウェブサイトの構造化データを厳格に実装し、「AIに見える」状態にします。

03



API Integration

Ensure inventory databases talk to the frontend in real-time.

Focus: Data Hygiene & UCP Readiness

Action Plan Phase 2: Short-Term (The Transition)

Action Phase 2: 短期実行（移行とテスト）

01



Pilot AI Max

指名検索以外のキャンペーンでAI Maxをテスト導入してください。

02



Build 'The Brakes'

徹底的な「除外キーワードリスト」を作成し、AIの無駄遣いを防ぐガードレールを作ります。

03



Predictive Audiences

GA4の予測オーディエンス機能を使い、リターゲティングの精度を「過去」から「未来」へ切り替えます。

Focus: AI Max & Predictive Testing

Action Plan Phase 3: Mid-Term (The Expansion)

Action Phase 3: 中期・恒久対応（拡張と本質）

01



Deploy MCP

IT部門と連携し、社内ナレッジをAIに接続するMCPサーバーを構築します。

02



Invest in Humanity

デジタルで効率化したリソースを、イベント、実店舗、顔の見える発信など、アナログな信頼構築に再投資してください。

03



Zero-Click Readiness

Prepare for a future where traffic drops, but conversion (via agents) rises.

Focus: MCP & Internal Automation

結論：AIは「魔法」ではなく「新たな顧客」である

AIを単なる効率化ツールとして見ないでください。

AIは、あなたの会社の情報を正しく伝えるべき「新しいVIP顧客（エージェント）」です。

**「アルゴリズムのために最適化し、人間のために信頼を築く。
それが2026年の生存戦略です。」**

