

JAPAN TREND REPORT

消費財・小売業界における AI エージェント



目次



01
はじめに



02
AI エージェント
とは



03
消費財・小売業界
におけるグローバ
ルトレンド



04
エンタープライズ
ソリューション
トレンド



05
当社アプローチ

エージェント的な未来の価値

消費財メーカーおよび小売業のマーケティング担当者が直面する共通課題のひとつは、リード獲得数が増加しても、それが有望な販売機会に結びつかないことにある。

その背景の一つに、企業の想定を上回るスピードで顧客の行動や嗜好が変化していることがあげられる。主な原因は3つあり、必要となる顧客情報更新までの時差、静的なアルゴリズムを採用した旧来のマーケティングテクノロジーの機能的限界、さらには顧客がブランドに期待する体験（CX）が明確に再定義されていないことも重なり、コンバージョンの促進には至らないという現象が発生する。

この課題に対し、AI エージェントが変革の鍵となりつつある。

AI エージェントは自律的に動作し、インタラクションを通じて継続的に学習することで、個々の顧客プロファイルに最適化された意思決定を逐次実現する。

本トレンドレポートでは、マーケティングファネルの各段階における AI エージェントの活用事例を紹介するとともに、よりパーソナライズされた効果的な顧客エンゲージメントを実現するための当社の戦略的アプローチを解説する。



エージェントの明確化

エージェント型 AI とは、複雑なタスクを自律的に実行し、意思決定を行い、最小限の人間の介入で行動を起こすことができる AI システムを指す。これにより、監督なしで計画、適応、行動し、目標を達成することが可能となる。従来の AI アシスタントが指示に応答するだけであるのに対し、AI エージェントは積極的かつ動的に行動。¹

OpenAI は、AI のレベルを AGI（人工汎用知能）までの 5 段階に分類しており、AGI はほとんどのタスクを人間よりも優れた能力で解決できると提言。AI エージェントは、この分類におけるレベル 3 に相当する。²

80%

2029年までに、一般的なカスタマーサービスの課題の80%がエージェントAIによって自律的に解決されると予測³

30%

同年までに、エージェントAIの導入により運用コストが30%削減見込³



03

消費財・小売業界 における グローバルトレンド



エージェント型 AI の高インパクト活用領域

顧客体験の変革、マーケティング・営業活動の強化、従業員体験の向上など、
経済合理性に立脚した具体的なビジネス成果をもたらすためのユースケースに活用されている。

そのなかでもカスタマージャーニーは、技術活用の指針であり、すべて人間中心の成果を導く基盤となる。



1. 大規模業務円滑化

新製品投入支援エージェント

販売、プロモーション、品揃え、サプライチェーンなどの異種データを統合・分析し、販売戦略、プロモーション時期、在庫配置に関する具体的な推奨を提供

新製品投入の精度と成功率を向上^{4,5}

ワークフロー統合エージェント

部門横断的なタスクを自律的に調整し、複雑な業務フローを円滑に実行

各種エンタープライズツールと連携し、業務効率を高め、手作業を削減^{4,6}

店舗運営エージェント

POS データ、来店者数、スタッフ配置、棚在庫を分析し、最適な人員配置、補充スケジュール、店内業務を提案

労働生産性と顧客体験を向上⁷

例外処理エージェント

業務プロセス上の異常を検知し、原因を分析
是正措置を自律的に実行し、業務中断を最小化⁸

在庫管理エージェント

消費者データと過去実績に基づき、在庫を自律的に監視・分析

最適な補充・配送計画を提示し、欠品を削減し、サプライチェーン全体の効率を向上^{4,8,9}

物流最適化エージェント

交通データと配送スケジュールに基づき、最適な配送ルートを計画

リアルタイムで状況に応じて動的に調整し、配送時間短縮とコスト削減を実現^{4,8,9}

ソリューション例

Cognizant® Intelligent Store Experience Solution

Powered by Cognizant

顧客レビュー、店舗データ、在庫情報、プラノグラム（棚割）情報を基に自律的にレビュー要約、棚割最適化、コンプライアンスチェック、リモート監視を行い店舗運営の効率化と売上向上を支援するスマートストア体験を提供

これにより顧客満足度の向上、業務の自動化、サプライチェーンの最適化、持続可能な店舗運営が可能

2. 多変量コンテンツ統制

動画・画像生成エージェント

ブランドガイドラインとキャンペーンスクリプトに基づき、動画やビジュアル素材を自律的に生成

多言語音声やアスペクト比の自動調整により、ローカルに響くグローバルストーリーテリングを実現し、制作時間を短縮¹²

ローカライズエージェント

ブランド整合性を維持しながら、地域やプラットフォームごとに最適化されたコンテンツを生成・適応
グローバルキャンペーンの一貫性とローカル成果を両立¹¹

SEO 最適化エージェント

製品データと検索トレンドに基づき、SEO に最適化された正確な商品説明を生成

顧客理解を促進し、売上成長を支援¹⁸

アジャイルマーケティング エージェント

キャンペーンパフォーマンスをリアルタイムで監視し、コンテンツ、ビジュアル、予算を動的に調整

ROI を最大化し、マーケティング運用の効率を向上^{4,18}

メタデータタグ付けエージェント

コンテンツに対して文脈、ユーザー属性、関係性を定義するリッチなメタデータを自動付与

パーソナライズされた精緻なコンテンツ配信を可能にし、ユーザー満足度とエンゲージメントを向上¹³

コンテンツガバナンスエージェント

著作権チェック、トーンの監視、バイアス検出などのガバナンス業務をリアルタイムで実行

全フォーマット・チャネルにおける一貫性とコンプライアンスを確保し、ブランドリスクを低減^{14,15}

ソリューション例

コンテンツ生成エージェント

Powered by Cognizant

複数チャネルから収集された顧客フィードバックとブランド指示をもとに、自律的に感情分析、製品改善点の抽出、ブランドトーンに沿ったマーケティングコンテンツの生成を行い製品開発とマーケティング施策の最適化を提供

これにより 顧客インサイトが可視化、コンテンツ制作が効率化、ブランド価値を向上

3. 大規模パーソナライゼーション

顧客エンゲージメントエージェント

顧客の閲覧履歴、購入履歴、インタラクションに基づき、個別の推奨や割引を自律的に提供

顧客満足度とロイヤルティを向上¹⁶

レコメンデーションエージェント

視聴履歴や嗜好に基づき、コンテンツの配信内容とタイミングを最適化

エンゲージメントを高め、リーチを最大化¹⁷

没入型バーチャル試着エージェント

商品画像とユーザーの好みに基づき、バーチャル試着体験を提供

満足度向上、返品削減、売上増加に貢献¹⁸

リアルタイムキャンペーンエージェント

SNS、販売データ、顧客フィードバックをリアルタイムで分析し、ターゲティングされたマーケティングキャンペーンを実行

マーケティング成果と ROI を向上^{4,17}

商品発見支援エージェント

AI による色彩マッチングや美容嗜好に基づき、個別の商品提案を自律的に生成

発見性と満足度を向上¹⁹

トレンド連動型エージェント

セレブリティのトレンドデータと個人の好みを分析し、ユーザーに最適なアイテムを提案

より魅力的でパーソナライズされたショッピング体験を提供²⁰

事例

商品検索支援エージェント

Powered by Cognizant

自然言語処理とベクトル検索を活用した製品データの構造化をもとに、自律的に顧客の検索意図に応じた商品提案、代替品の提示、詳細情報の提供を行い、直感的でシームレスなショッピング体験を提供

これにより顧客満足度が向上、店舗業務効率化、売上と収益が増加

@英国大手スーパーマーケット

4. デジタルとリアルの販売チャネル統合

オムニチャネル体験最適化 エージェント

オンラインとオフラインの顧客データを統合し、パーソナルショッピングコンシェルジュとして機能統一された購買体験を提供し、顧客満足度とロイヤルティを向上^{21,22}

店舗体験エージェント

店内の顧客位置や行動をリアルタイムで分析し、パーソナライズされた割引やデジタル広告を提供
オフラインでの購買体験を強化し、売上を拡大²⁴

会話型コマースエージェント

メッセージングプラットフォーム上の対話と顧客嗜好に基づき、リアルタイムでパーソナライズされた購買体験を提供

デジタルから店舗への購買導線を強化²⁵

意思決定支援エージェント

カタログ、レビュー、Web データを学習した生成 AI により、製品情報、比較、推奨を提供

購買判断の質を高め、コンバージョン率を向上^{4,17}

ダイナミックプライシング・ プロモーション管理エージェント

需要、競合価格、季節性、顧客行動に基づき、価格を自律的に調整

プロモーションの開始・停止も自動化し、収益最適化と販売効率を向上^{17,18,21}

コンバージョンパス分析 エージェント

複数チャネルにまたがる顧客ジャーニーを分析し、主要な接点と障壁を特定

ファネル最適化のためのインサイトを提供し、スムーズな購買体験を実現²³

ソリューション例

棚割最適化エージェント

Powered by Cognizant

複数チャネルから収集された顧客レビューの要約と店舗棚割（プラノグラム）提案をもとに、自律的にリアルタイムなフィードバック分析と最適な商品配置の生成を行い、売上向上と店舗体験の変革を提供

これにより顧客中心の棚割最適化、インテリジェントなコンプライアンス監視が可能

5. フィジカルサービスエージェント

カスタマーサービス支援 エージェント

商品・注文データを活用し、配送遅延、返品、支払い問題など複雑な問い合わせを自律的に処理し、必要に応じて人間のオペレーターにエスカレーション
顧客満足度とコンバージョン率を向上¹⁸

顧客体験エージェント

顧客のインタラクションと行動データを分析し、チャネル横断でパーソナライズされたサポートを提供
スケーラブルな体験を実現し、ロイヤルティとジャーニー全体の質を向上²⁷

オムニチャネル連携エージェント

デジタルと店舗の在庫、価格、プロモーション情報を同期
リアルタイムで一貫性のある可視性と体験を提供し、業務効率と顧客信頼を向上²¹

予測型課題解決エージェント

サービス・物流データを監視し、遅延などの問題を自律的に検知
即時対応を行い、解決時間を短縮し、顧客維持率を向上²¹

フィードバックループエージェント

施策の成果と顧客反応を監視し、システムにフィードバック
継続的な最適化を促進し、意思決定と顧客戦略を高度化²⁸

購入後フィードバック音声 エージェント

購入後に音声通話を自動実行し、音声認識と感情分析を通じてフィードバックを収集
インサイトを提供し、顧客エンゲージメントを強化²⁹

ソリューション例

商品返品分析エージェント

Powered by Cognizant

返品データと顧客からの苦情情報を基に自律的に返品理由のパターン分析、根本原因の特定、通知メールの自動送信を行い製品品質の改善と顧客満足度の向上
これにより業務が効率化、迅速な問題対応、将来的な返品を削減

6. スマート・パートナーシップ

ロイヤルティプログラム エージェント

購買履歴とエンゲージメントデータをもとに、個別のリワードと推奨を自律的に提供

顧客体験を向上させ、リピート購入を促進。ブランドロイヤルティと顧客維持率を強化¹⁸

予測LTVエージェント

顧客行動と取引データを分析し、ライフタイムバリュー（LTV）を予測

マーケティング投資とセグメンテーションの意思決定を支援し、ROIとターゲティング精度を向上³¹

感情ロイヤルティエージェント

インタラクション中の顧客感情を感情分析で検出し、応答戦略を動的に調整

パーソナライズされた割引やサービスアップグレードを提供し、体験とロイヤルティを向上^{32,33}

時間軸ベースのロイヤルティ活性化 エージェント

特定の時間帯やイベント前後のエンゲージメントパターンを特定し、個別のリワードやキャンペーンを展開

ブランドロイヤルティを強化³³

クロスブランドロイヤルティ エージェント

購買行動と嗜好を分析し、提携ブランドとのポイント交換や共同プロモーションなどの連携プログラムを推奨

報酬の同期を通じて、より広範な価値を提供し、顧客の定着率を向上³⁴

ゲーミフィケーションロイヤルティ エージェント

チャレンジ、バッジ、ランキングなど、個人の嗜好に合わせてゲーム要素を取り入れた体験を設計・管理

エンゲージメントを高め、リピート購入を促進し、長期的なロイヤルティを構築³⁵

ソリューション例

パーソナライズ レシピ提案エージェント

Powered by Cognizant

顧客の体重、健康状態、アレルギー、料理の好み、店舗在庫情報をもとに、自律的に個別最適なレシピの生成と提案を行い、健康的かつ実用的な食事選択の支援を提供

これにより顧客の健康管理支援、食材の有効活用を提供し、購買体験が向上

その他重大リスク

経営リスク

財務負担

既存システムとの統合が困難であり、技術・人材への長期的な投資が必要となる³⁸

投資回収長期化

導入後すぐに ROI が得られるとは限らず、成果が現れるまでに時間を要する可能性がある³⁷

CSR 配慮

高頻度な処理に大量のエネルギーを消費するため、効率性と環境負荷のバランスが求められる³⁹

過信・不信

AI エージェントの予測不能な挙動により、過信または不信が生じ、意思決定の質が低下する可能性がある⁴⁰

マーケティングリスク

公平性欠如

バイアスを含むデータやリソース選定により、特定のグループに不公平な影響を与える可能性がある⁴⁰

説明責任・透明性欠如

意思決定プロセスやツールとの連携が不明瞭で、トレーサビリティが確保されない場合がある⁴⁰

法務リスク

倫理・ポリシー違反

AI エージェントが人間の価値観や企業の倫理・ポリシーと乖離した行動を取る可能性がある⁴⁰

(例：著作権侵害、ブランド一貫性の喪失)

プライバシー・知的財産漏洩

個人情報や機密情報、知的財産が意図せず共有される可能性がある⁴⁰

IT リスク

計算効率低下

冗長な処理やループに陥ることで、リソースを浪費し、目的達成に至らないケースがある⁴⁰

システム統合困難

既存のプロセス自動化やモダナイゼーション投資が、AI エージェントとの統合を困難にする³⁷

データ準備負荷

AI モデルの学習に必要なデータ整備や統合には多大な労力が必要となる³⁷

高度セキュリティ必須

機密性の高いデータを扱うため、サイバー攻撃の標的となりやすく、ブロックチェーンなどの堅牢なセキュリティ対策が不可欠³⁸

リスク軽減戦略例

安全性・信頼性確保

AI システムは、あらゆるスケールと環境で意図通りに機能するよう、厳格なテストと継続的なモニタリングを実施する必要がある。

人間中心設計

AI の開発は、人間のニーズを最優先とし、関連法規や倫理基準に準拠して、ユーザーの尊重・支援・利益を実現することが求められる。

公平性・包摂性担保

AI は、すべてのユーザーに対して公平でアクセス可能かつ代表性のある設計とし、結果の平等性を追求すべき。

拡張性・持続可能性確保

AI ソリューションは、将来的な拡張に対応可能であると同時に、環境および社会への影響も考慮すべき。

透明性・説明可能性確保

信頼構築には説明可能性の向上が不可欠。AI の設計と運用は、透明性・トレーサビリティを重視し、人間中心の意思決定を支援すべき。

セキュリティ・プライバシー強化

個人データの保護と、AI システムに対する脅威や脆弱性への対策として、適切なセーフガードを導入する必要がある。

責任・監査可能性確保

人間による監督は不可欠。AI システムには、説明責任と監査可能性を担保する仕組みを組み込む必要がある。

04

エンタープライズ ソリューション トレンド



主成功要素



マルチエージェント システム化

マルチエージェントシステムは、複数のエージェントが自律的に協力し合って複雑な問題を解決するシステム。専門特化したエージェントによって、その領域での高精度な回答が得られ、誤回答（ハルシネーション）を防ぐ。また、各組織のエージェントが協力することで、組織内のサイロ化をも防ぐ。さらに、機能やエリアに関係なく容易に拡張でき、システム全体の大規模な改修が不要。加えて、冗長性を持たせ適応力を確保することで、障害が発生しても事業が継続可能。

特にエンタープライズ・ワークフローにおいては、複数エージェント同士のシームレスな連携と協調を可能にする、構造化されたフレームワークの必要性がさらに高まる傾向。



プライベート ホスティング

エンタープライズ・ワークフローにおいては、より多くの機密情報や個人情報を取り扱うため、セキュリティが非常に重要となる。企業独自のアルゴリズムやモデルが外部に漏れるのを防ぐためには、ファインチューニングされた大規模言語モデル（LLM）や、検索を拡張するための企業独自データ（RAG）はプライベートなホスティング環境に置く必要がある。

また、マルチエージェントシステムの場合、エージェントの認証、通信の安全性、エージェント間の信頼性といった問題に対応することも必須。



最小実用可能 プロダクト

過去の技術トレンド到来にあたり繰り返された数多の概念検証（POC）だけでは市場投入にいたれなかった反省を踏まえ、まずは実用可能で最小限のプロダクト（MVP）をリリースし、フィードバックからインサイトを得る反復プロセスを踏むことが創出価値を獲得するためには肝要。

特に昨今エンタープライズ AI の採用は大きな変化を遂げており、最新データでは収益を生み出すミッションクリティカルな実装が進んでいることが示された。Air Street Capital の調査によると、エンタープライズ AI アプリケーションの 12 か月後のリテンション率は、前年の 41% から 63% に増加。

過去の実験的なテクノロジーから、よりビジネスクリティカルなインフラへと根本的な移行加速が示唆される。¹⁸

05

当社アプローチ



オペレーティングモデルを通じて実現

消費財・小売業の AI エージェント機能に適したオペレーティングモデルは、スケーリングを可能にし、企業の組織構造と文化に一致するものでなければならない。

当社の専門知識は、戦略的目標の達成を促進するオペレーティング環境を提供するための戦略的アプローチを可能にする。

イノベーション CoE

イノベーションセンター・オブ・エクセレンス

- 意図と戦略の設定
- 設計とスケール
- 構築と資金調達
- 促進と燃料供給

オペレーティングモデル

高度に集中化

中央チームが AI エージェントソリューションを規制



中央主導

AI エージェントチームと事業部門間で部分的に統合



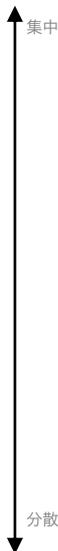
事業部門主導

事業部門によるボトムアップの AI エージェント適用



高度に分散化

事業部門全体で高度に統合



取り組み

データ保持部門

財務、営業、人事、生産、IT

データ & AI ガバナンス

データサイエンス

IT 運用

集約されたデータと AI チーム

データ消費部門

プロセスオーナー、マネージャー、ビジネスアナリスト、経営幹部

● 最高経営責任者 ● 事業部門 ● AI エージェントチーム ○ AI エージェント戦略担当

今こそ AI エージェントの試行を始める時 当社が実践をリード

当社 AI innovation Labs は、組織内で AI エージェントに対する共通理解とビジョンを創り出すための基盤を構築。

ビジネス領域全体で AI エージェントの利点を探り、潜在的なリスクや倫理的な考慮事項にも対応。

インタラクティブなセッションを通じて、次の洞察を得ることが可能：

- 可能性追求：消費財・小売業界を革新する AI エージェントの画期的な応用を探究
- ビジョン： AI エージェント投資方向性を定めるため、核心目標を確立し、調整
- AI エージェントの成熟度：企業採用フレームワークに基づき、主要な強みとギャップを評価
- 責任ある AI の実践：責任ある信頼できる AI エージェントの使用を確保するため、倫理的考慮事項とベストプラクティスを探求
- ユースケースロードマップ：実装ロードマップと採用基盤を形成する、適切な AI エージェントユースケースを定義

責任ある AI の原則



既存のビジネス資産と資料（利用可能な場合）

インタラクティブ ワークショップ

(次ページにサンプルアジェンダ)



コグニザントの企業向け AI エージェントアプローチを用いて、AI エージェントと責任ある AI の理解を加速し、解決できる課題を定義

主要な成果物

ワークショップ概要と成熟度能力評価

AI エージェントを組み込み、組織の適応力を向上させるための次ステップに関する推奨事項

ビジネスに適用可能な AI エージェントユースケース要約バックログ

未来への視座

“

未来を予測する最良の方法は自ら創ることだ。

41

未来は待つものではない。ババクは「未来を予測する最良の方法は、自ら創ることだ」と語る。コグニザントは、業界ごとのリファレンスアーキテクチャを先回りして構築し、クライアントに「可能性の地図」を提示している。これは、変化を受け身で待つのではなく、変化を先導する姿勢そのものだ。



ババク・ホジャット

人工知能最高技術責任者

最も重要なのは、エージェント同士が相互運用できること

コグニザントが描く AI の未来は、マルチエージェントシステムの高度化にある。企業内で数千規模の AI エージェントが連携し、業務を自律的に遂行する世界が現実味を帯びてきた。ババクは「プラットフォームやクラウドに依存せず、エージェント同士が再設計なしで連携できる相互運用性が鍵」と語り、同社が開発したオープンソース基盤の重要性を強調。

AI が自信を持って判断できているかどうかを数値化

AI の自律性を担保するため、コグニザントは AI の「信頼度 (Confidence)」を数値化する技術を発明。95% 以上の信頼度があれば自動実行、低ければ人間が介入するという仕組みが可能となり、業務の安全性と効率性を両立。さらに、エージェント同士が互いを監視する「監視エージェント」も導入され、スケーラブルな安全管理体制を整えている。

“

パーソナルAIアシスタントの普及が加速。CMO は顧客体験の全体設計を抜本的に再構築するかつてない戦略的好機を迎えている。 42



ベンジャミン・ウィナー

Cognizant Moment
グローバル責任者

AI の活用に積極的な消費者は、2030 年までに最大 55% の消費支出を牽引

AI は、単なる業務効率化のツールではない。コグニザントがオックスフォード・エコノミクスと共同で実施した調査では、2032 年までに年間 1 兆ドルの経済成長を牽引する可能性があるとされている。購買体験のパーソナライズ、需要予測の精度向上、商品開発の高速化など、AI がもたらす変革は多岐にわたる。

今後 10 年で、ほとんどの仕事 (90%) が AI により変化する可能性

AI による変化は、ホワイトカラーだけでなく、現場の仕事にも及ぶ。リテールでは接客や在庫管理、CPG では製造や物流が再定義される。

実験開始を加速

インタラクティブワークショップ開催

コグニザントの企業向け AI エージェントアプローチを用いて、AI エージェントと責任ある AI の理解を加速し、解決できる課題を定義。

サンプルアジェンダ

サンプル1: ビジネスケース開発支援モデルの提案

サンプルユースケース「アプリストアにおけるユーザー評価とフィードバック」など

- ユースケースのバリュードライバーと考慮事項を検討

サンプル2: イノベーション CoE を設立するための推奨事項を定義

- AI エージェントの環境を定義
- ツールの選択肢と選定
- ベンダーの選定
- テストバックログをサポートする技術スタック

サンプル3: クイックに AI エージェント活用ビジョン図示

- 機会創出ワークショップとサービスブループリントから MVP 構築



市川 恵貴

エクスペリエンスパートナー
日本 & ASEAN マーケットリード



マリオ・クニオ

Moment Strategy & Design
日本 & ASEAN デザイン
プラクティス責任者



梶井 祐介

Moment Strategy & Design
エクスペリエンス・
ストラテジスト



出典

1. OpenAI, Inc., [“Practices for Governing Agentic AI Systems”](#), 2023
2. Bloomberg L.P., [“OpenAI Scale Ranks Progress Toward ‘Human-Level’ Problem Solving”](#), 2024
3. Gartner, Inc., [“Gartner Predicts Agentic AI Will Autonomously Resolve 80% of Common Customer Service Issues Without Human Intervention by 2029”](#), 2025
4. Genpact, [“How consumer goods companies can use agentic AI”](#), 2025
5. Symphony AI, [“The ultimate use case for agentic AI in retail”](#), 2025
6. IBM, [“What is AI Agent Orchestration?”](#), 2025
7. CB Insights, [“The AI agent market map”](#), 2025
8. Akira AI, [“AI Agents: Transforming order management in the CPG industry”](#), 2024
9. SmythOS, [“Multi-agent systems in supply chain: enhancing efficiency and responsiveness”](#), 2024
10. Medium, [“How AI Agents Are Driving ROI: 5 Useful Case Studies from the Real World”](#), 2025
11. IBM Corporation, [“The content supply chain’s AI awakening”](#), 2025
12. The Verge, [“Runway CEO Cris Valenzuela wants Hollywood to embrace AI video”](#), 2025
13. Adobe, [“Building the AI content pipeline — why structured content is the key to automation and personalisation”](#), 2024
14. IBM, [“AI agent governance: Big challenges, big opportunities”](#), 2025
15. Microsoft, [“Azure AI Content Safety”](#), 2024
16. BytePlus, [“Multi-agent systems case studies for retail locally”](#), 2025
17. ADTechie, [“Case Studies: Successful Implementations of Multi-Agent Systems in Marketing Campaigns”](#), 2025
18. MetaDialog, [“Key Artificial Intelligence \(AI\) Trends in Retail”](#), 2024
19. AKENEO, [“How AI is Disrupting Commerce Today”](#), 2025
20. Vogue, [“Want to dress like your favourite celebrity? Ask this new AI shopping agent”](#), 2025
21. Amplience, [“What is Agentic AI and How is it Transforming Retail Workflows?”](#), 2025
22. Relevance AI, [“Omnichannel Experience Optimization AI Agents”](#), 2025
23. Relevance AI, [“Conversion Path Analysis AI Agents”](#), 2025
24. VKTR, [“Using AI for Unified Customer Experience Across Channels”](#), 2024
25. Customerzone360, [“The Future of Customer Service? Vonage Integrates Generative AI into Conversational Commerce”](#), 2024
26. Landbot, [“E-commerce Product Recommendation: How Emma Increased Average Order Value by 18% with a Website Chatbot”](#), 2024
27. Polestar, [“Agentic AI in CPG: Real-World Use Cases and What’s Next”](#), 2025
28. Graas, [“Agentic AI: The Ultimate Game-Changer for Ecommerce Marketing in 2025”](#), 2025
29. Awaz AI, [“Building an AI Assistant for Post-Purchase Feedback in Auto Sales”](#), 2025
30. Inovar Tech, [“Omni-Channel Fashion Retailer achieves 30% Reduction in Support Tickets and Boosts Customer Loyalty with Agentic AI”](#), 2025
31. Simondata, [“7 ways AI agents are changing retail marketing”](#), 2025

出典

32. CMSwire, "[Emotion Is the New Metric: The Rise of Sentiment Analysis in Retail](#)", 2024
33. Loyalty Reward.Co., "[AI trends in loyalty](#)", 2023
34. Relevance AI, "[Loyalty Program Management AI Agents](#)", 2024
35. Ascendant, "[AI in Loyalty Series: Leveling Up Loyalty Programs with AI-Driven Gamification](#)", 2025
36. PYMNTS, "[Starbucks Uses AI-Powered Personalized Rewards to Boost Frequency and Spend](#)", 2024
37. Everest Global, Inc., "[Agentic Artificial Intelligence \(AI \): The Next Growth Frontier – Can It Drive Business Success for Banking & Financial Services \(BFS\) Enterprises? | Blog](#)", 2024
38. Everest Global, Inc., "[Agentic AI in Insurance: Transforming Risk, Relationships, and Results | Blog](#)", 2024
39. Piyush Ranjan, "[The Future of Finance in the Age of Agentic AI](#)", 2025
40. IBM Corporation, "[AI agents: Opportunities, risks, and mitigations](#)", 2025
41. TV18 Broadcast Limited., "[Young Turks: Voices From The Valley | Cognizant's New AI Lab: Inside The Silicon Valley | CNBC TV18](#)", 2025
42. Cognizant, "[New minds, New marketers](#)", 2025