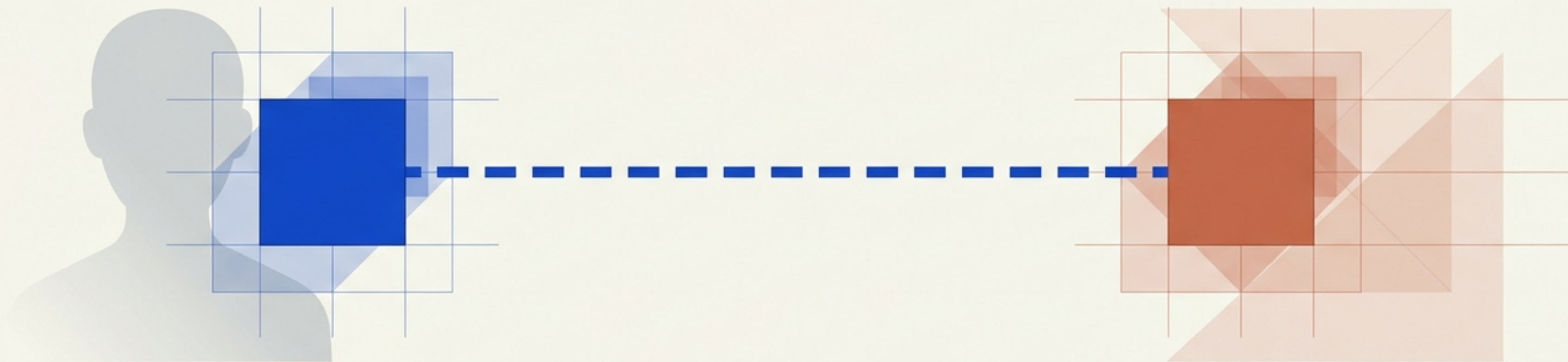


LTVとAIエージェントによる自動交渉

「納得」をデザインする。ブランドと顧客のAI同士が導き出す、2026年の新しい契約の形

[B2C] → [B2A]



**B2CからB2Aへ：
消費の主役が交代する日**

**2026年、買い物はもはや人間がサイトを巡って
価格を比較する作業ではありません。**

顧客の背後で動く「パーソナルAI」が、予算、好み、過去の利用状況を把握した上で、複数のブランドのAIと直接交渉を行う時代が到来します。

AI-to-AI 自動交渉の解剖学

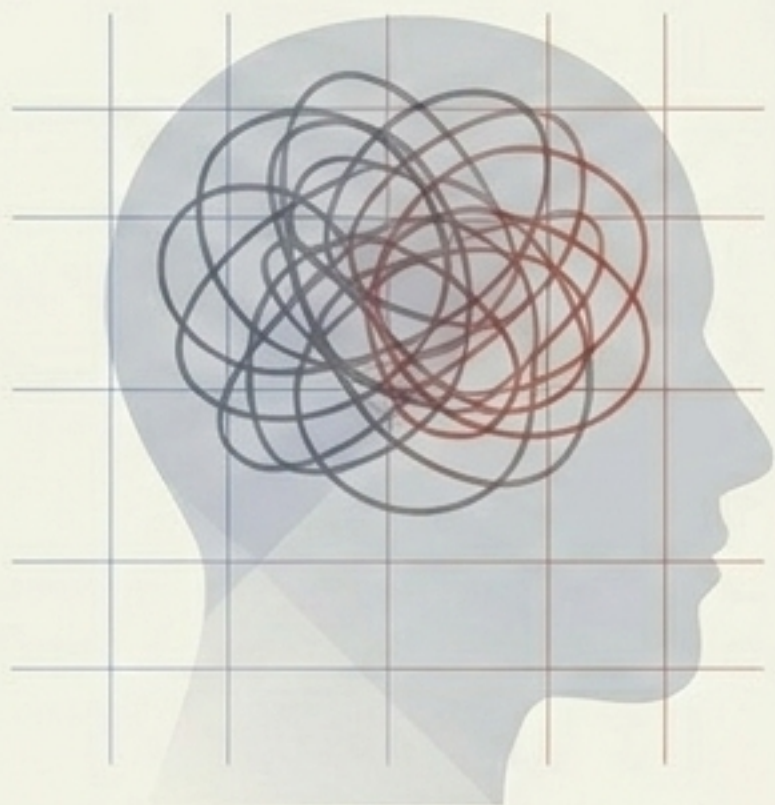
| 顧客AIの要求 | 瞬時の合意ポイント | ブランドAIの提示 |
|-----------------|--------------------|--------------|
| 過去実績から8,500円を要求 | 8,800円（長期契約を条件に合意） | 標準価格 10,000円 |
| 明日の午前中を希望 | 明日着（追加ポイント消費で対応） | 通常3日以内 |
| 趣味に合う限定サンプル | 専用サンプル同梱 | 一般向けクーポン |



この複雑なすり合わせはミリ秒単位で完了。
人間には「あなたのAIが、最も有利な条件で契約を勝ち取りました」という通知だけが届きます。

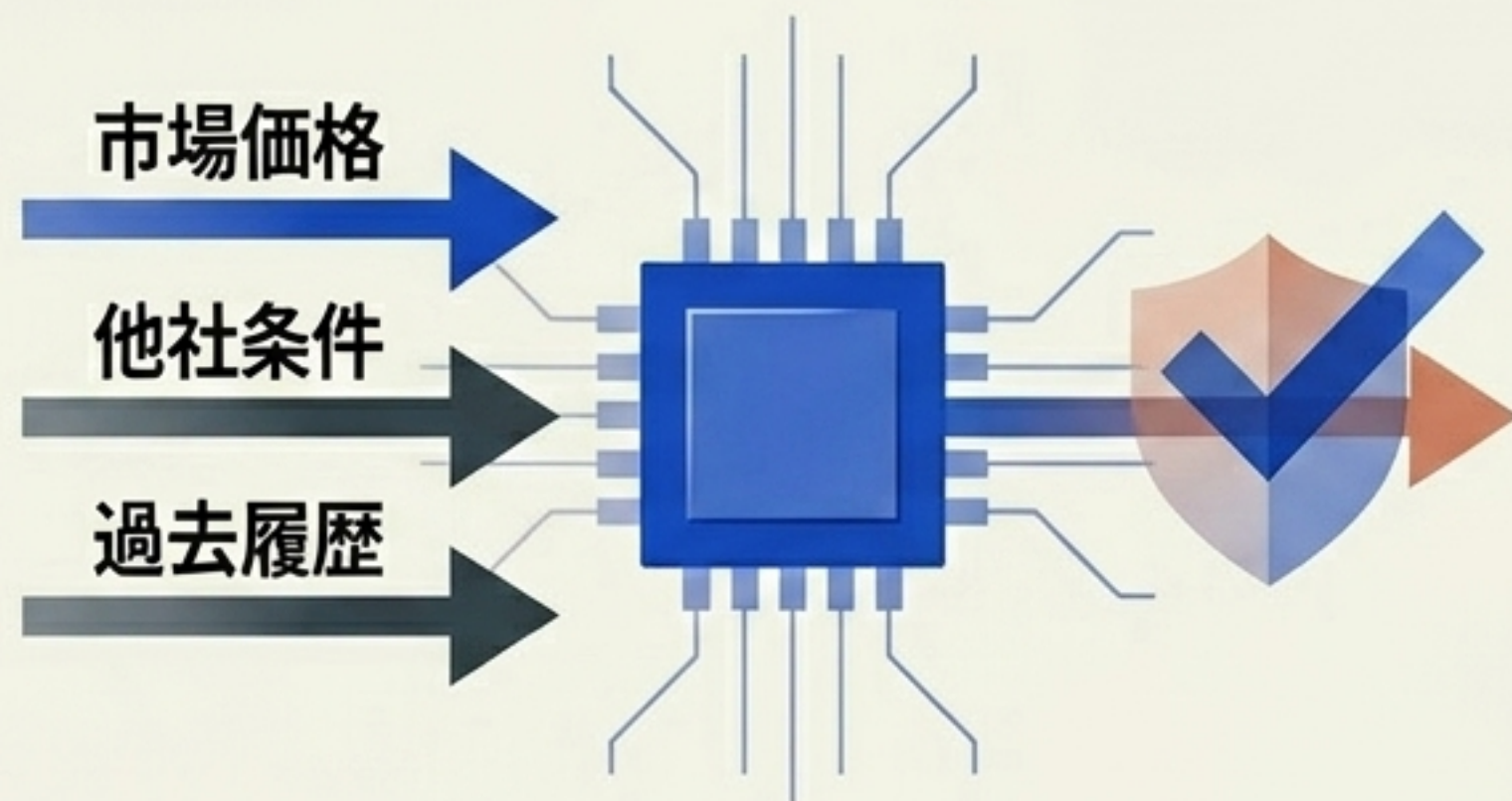
「論理的な納得感」が担保する信頼の質

人間の限界

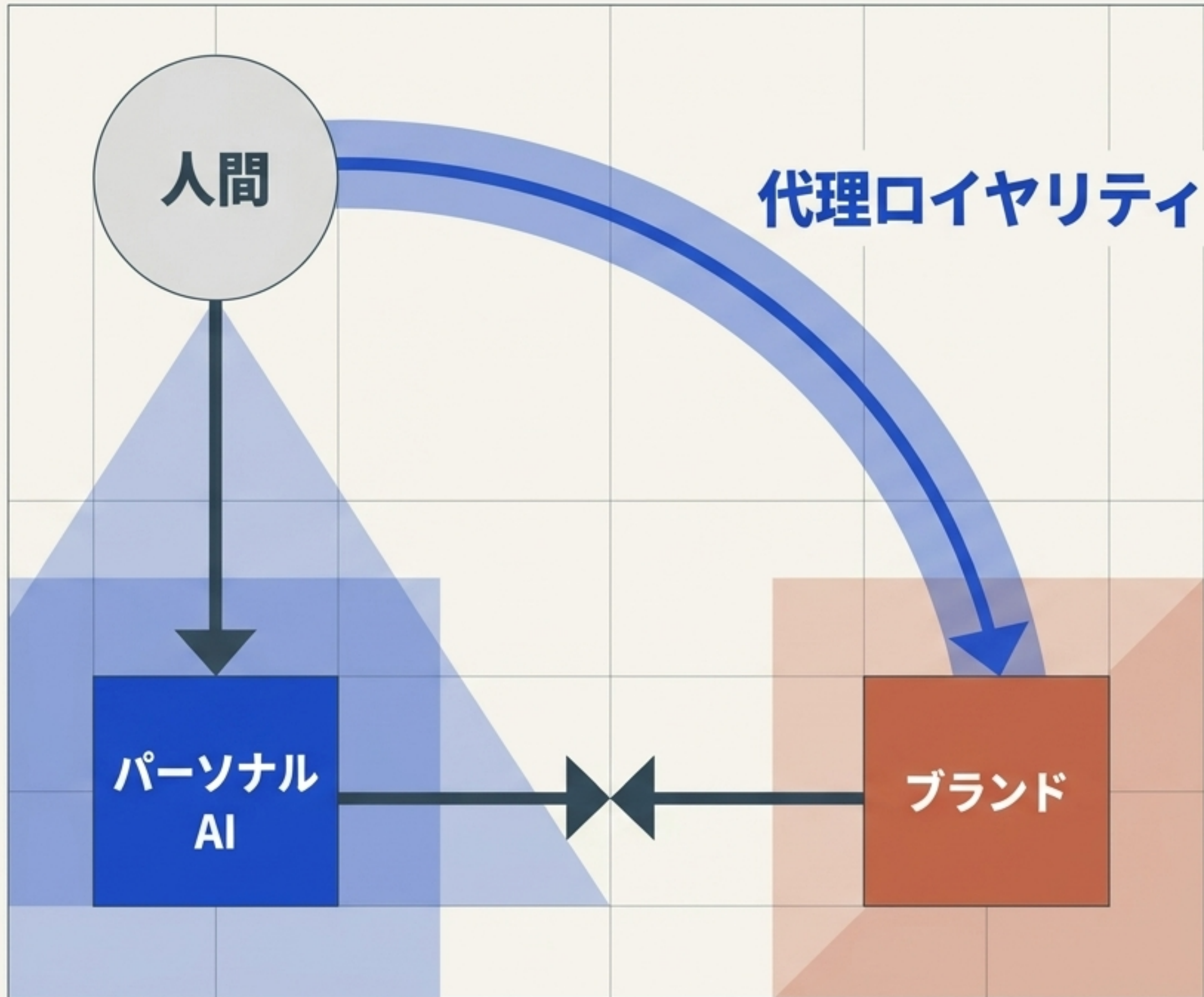


感情や一時的な情報に左右されやすく、常に「損をしていないか」という疑念（情報の非対称性）がつきまとう。

AIの保証



市場価格や他社条件を冷静に比較。「現在の市場で最も誠実で、あなたの価値観に合致している」とAIが太鼓判を押すことで、疑念は完全に排除される。

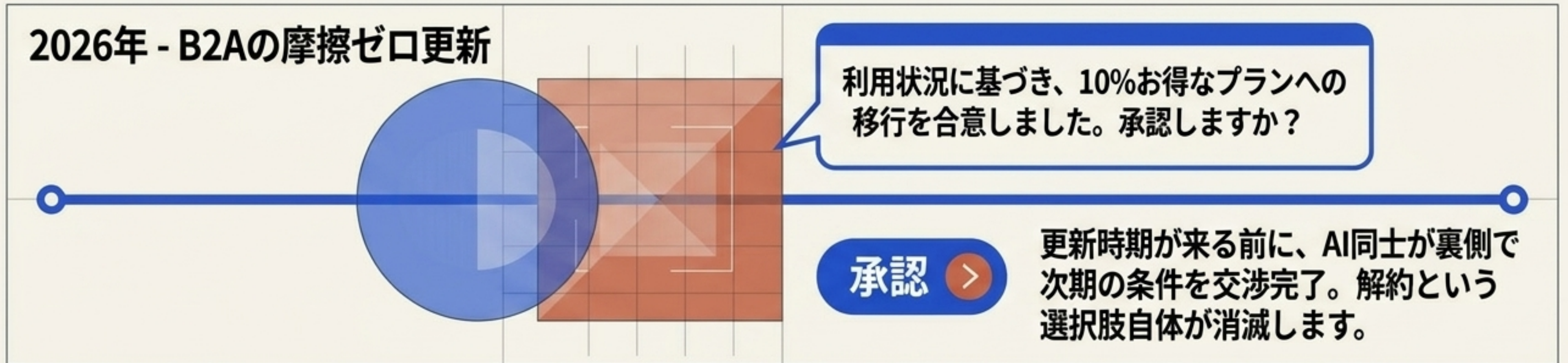
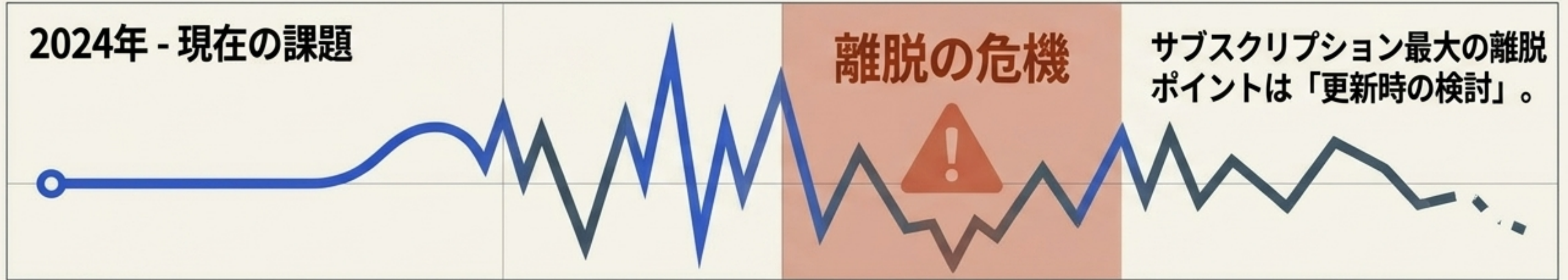


「代理ロイヤリティ」の誕生

「自分の代理人が最善を尽くしてくれた」という感覚が、ブランドへの深い愛着を生み出します。

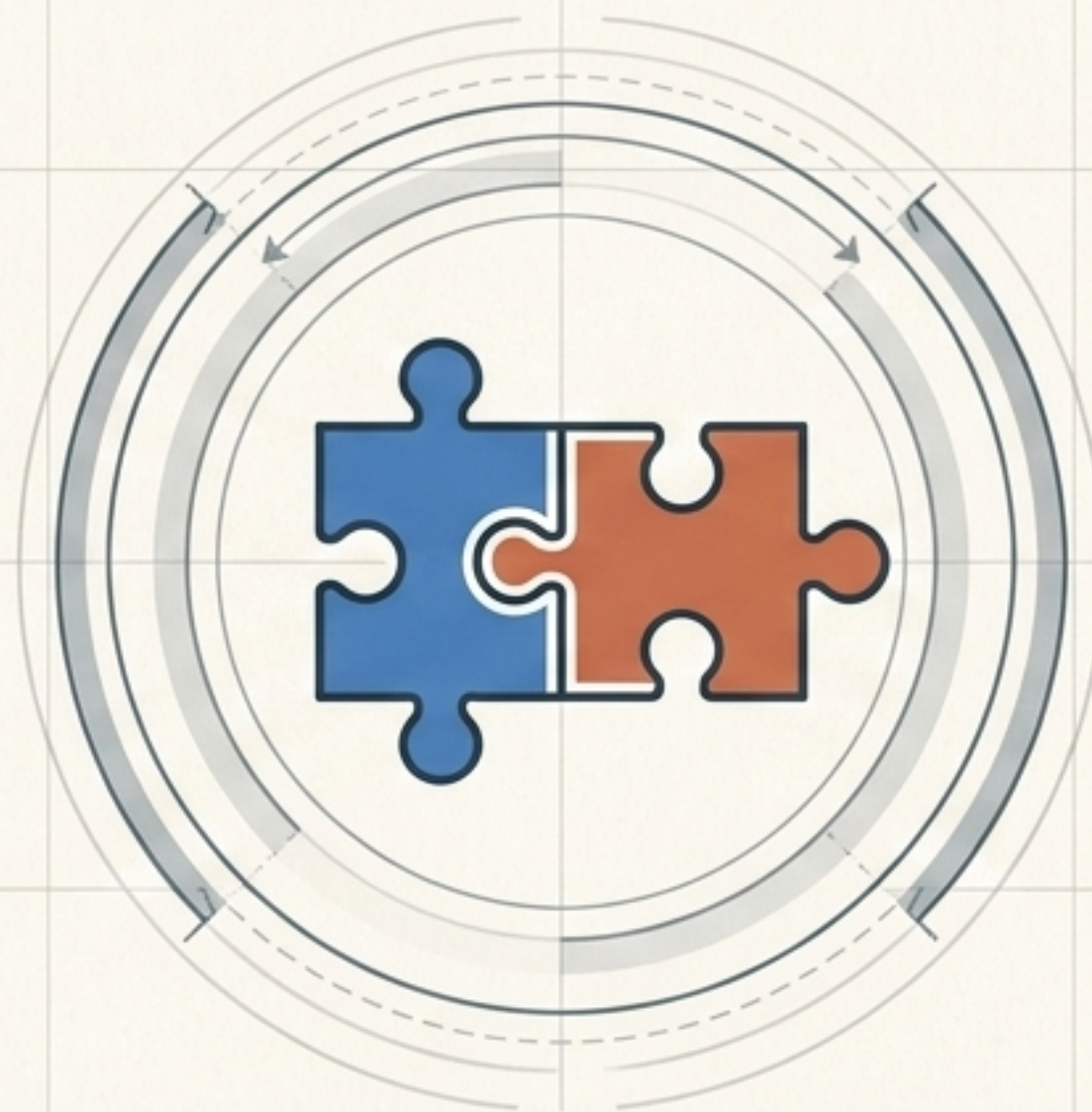
AI同士の透明性の高い交渉によって勝ち取られた「特別条件」は、単なる割引ではなく、ブランドに対する強固で超長期的なLTV（顧客生涯価値）の基盤となります。

摩擦ゼロの契約更新：離脱の際を与えない事前合意



パラダイムシフト：交渉は「対立」から最高の「マッチング」へ

| | 旧時代の交渉 | B2Aの自動交渉 |
|------|--------------------------|-------------------|
| 目的 | 安く叩くこと(価格の奪い合い) | 価値とニーズの極限のすり合わせ |
| プロセス | 人間の多大な労力とストレス | ミリ秒単位のAPI連携による自動化 |
| 基盤 | 情報の隠蔽と非対称性 | 完全な透明性とデータに基づく論理 |
| 結果 | 勝者と敗者が生まれる (Win/Lose) | 完璧なフィットによるLTVの最大化 |



アルゴリズムに選ばれるブランドへ

2026年を生き抜く条件。それは、AIエージェントに選ばれるための「論理的価値」と「絶対的な誠実さ」を備えることです。

小手先のマーケティングギミックは通用しません。自動交渉を受け入れ、最高のマッチングを提供する準備ができたブランドだけが、AI時代の消費者の隣に一生涯寄り添い続けることができます。