

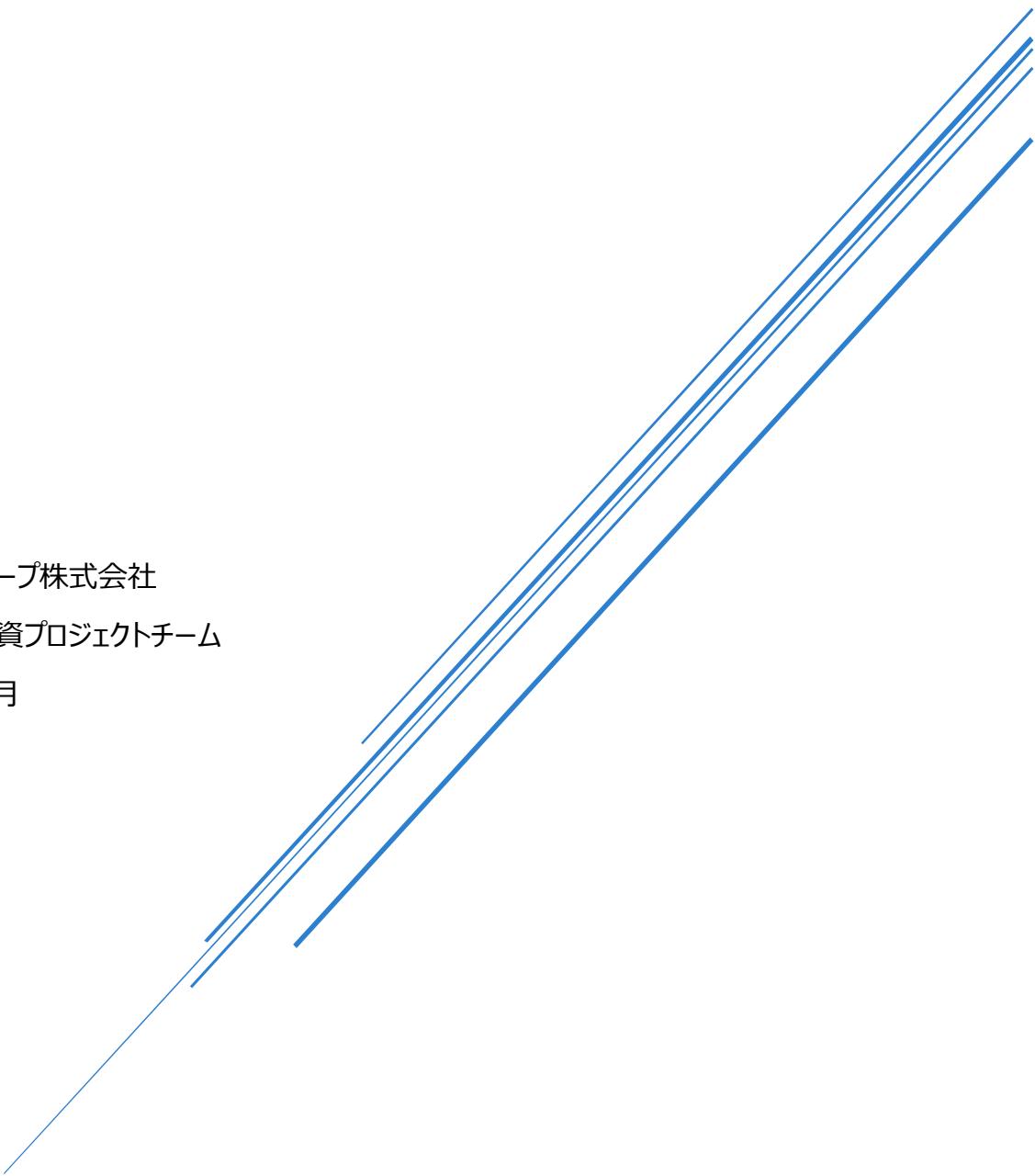
JAFCO

投資仮説レポート 第3号

海外事例から考察する、日本流 AI ビジネス

～顧客起点で再考する Post PoC 時代の仮説～

ジャフコ グループ株式会社
領域特化投資プロジェクトチーム
2026 年 1 月



技術のスケールと現場のギャップ°

2025年、AIを取り巻く技術環境は急速に進化した。しかし、そのスピードに現場は追いついているだろうか？インフラレイヤーでは、計算リソースの需給ギャップが顕在化し、ハイパースケーラーを中心とした投資が加速。モデルレイヤーでは、DeepSeek や Qwen のようなオープンモデルが一時的に特定の性能指標でクローズドモデルを凌駕し、コストパフォーマンスの常識を覆す事例が登場。クローズドモデルでは、Claude Code が普及し、Codex も追随。総合力では Google が Gemini3.0 などで躍進するなど、技術進化が著しい。

こうした技術進化は、顧客接点にも影響を及ぼし、多くの企業が AI を活用した単一タスクの自動化や、ワークフローの構築に関心を高めた年といえる。（図表 1）

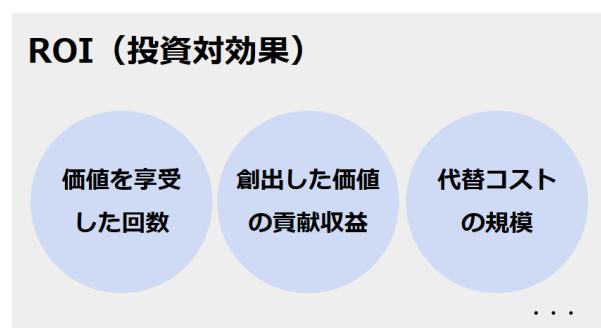
図表 1：タスクを実行する主体に生成 AI・自律型 AI が加わる

**AIによって個別固有の微細なタスクの自動化が可能に
あらゆる顧客にとって、ワークフローを再構築する機会が生まれている
一方日本においては、単一タスクの改善が始まったばかりの状況**



図表 2：今後の AI に対する関心は、業務浸透度と投資対効果へシフトする見込み

AIに触れる機会・PoCが増加したことで、顧客の関心は“業務浸透度”・“ROI”へシフト

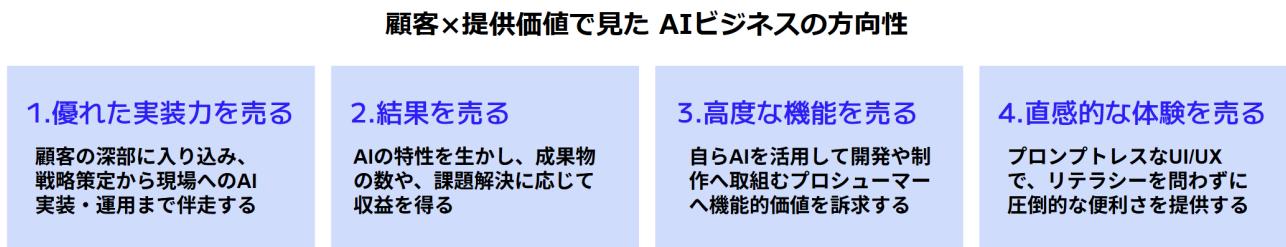


顧客起点で描く4つの方向性

顧客サイドで業務への浸透度や ROI が重視される中、AI スタートアップには「どの顧客に、何の価値を、どの形で提供するか」という、バリュープロポジションの設計が、これまで以上に明確に求められる。

Post PoC 時代において金脈を捉えるためには、自社の立ち位置を曖昧にしたまま進むのではなく、明確な顧客定義とアプローチを選び取ることが重要である。本レポートでは、そのための整理として 4 つの方向性を提示する。

図表 3：顧客×提供価値によって戦い方は異なる



1. 優れた実装力を売る

(Implementation)

エンタープライズの経営や業務の中核に深く入りこみ、戦略策定から現場への AI 実装・運用まで伴走するモデル。顧客固有の業務へ広く・深く、価値を提供するため、高度なドメイン理解と技術力の双方が求められる。

米 Palantir を中心に提唱する「Forward Deployed Engineering」に代表されるように、単なるツール提供に留まらず、顧客の中核業務に組み込まれるポジションを築けば、LTV や ACV の最大化を狙うことができる。

事例) Cohere、Writer、Mistral AI など

2. 結果を売る

(Outcome)

成果物の数や、課題解決等に応じて収益を得るモデル。AI は、推論量や解決件数に応じて課金する従量課金との相性が良く、顧客も ROI を明確に把握しやすい。本モデルでは、顧客側の意思決定構造やリテラシーに依存せず、自社の AI、或いは AI ネイティブな自社が「業務そのもの」を引き受けるポジショニングを取る。この結果、社内浸透という、パワーのかかるプロセスを経ずに価値提供でき、事業の立ち上がりが早い点が特徴である。

事例) Decagon、Chargeflow、Tennr など

3. 高度な機能を売る

(Advanced Function)

自ら AI を活用して開発や制作を行う「開発者」や「クリエイター」など高いリテラシーを持つプロシユーマー層に対して、高度な機能性そのものを価値として提供するモデル。こうしたプロシユーマーは、リテラシーが高く、プロダクトを自らサーチ・選定し、高度な活用を行っている。そのため、優位性のある機能を継続的に提供できれば、後発の参入であっても支持を得やすい。また、口コミやテックブログ、コミュニティを通じて自然に拡散されやすい特性を持つ。

事例) Cursor、ClickUp、Warp など

4. 直感的な体験を売る

(Prompt less CX)

プロンプトレスな UI/UX を特徴とし、AI を意識させない直感的な体験そのものを価値として提供するモデル。

プロンプトエンジニアリングなど「AI を使うための工数」を極力排除することで、専門知識をもたないユーザーに対しても圧倒的な便利さを提供できる点が特徴である。

メールや、会議、翻訳といった業界横断的に発生する日常業務を中心に参入が進んでおり、3.のモデルと同様にバイラルで成長しやすい特性をもつ。

事例) Poised、Napkin AI、Superhuman

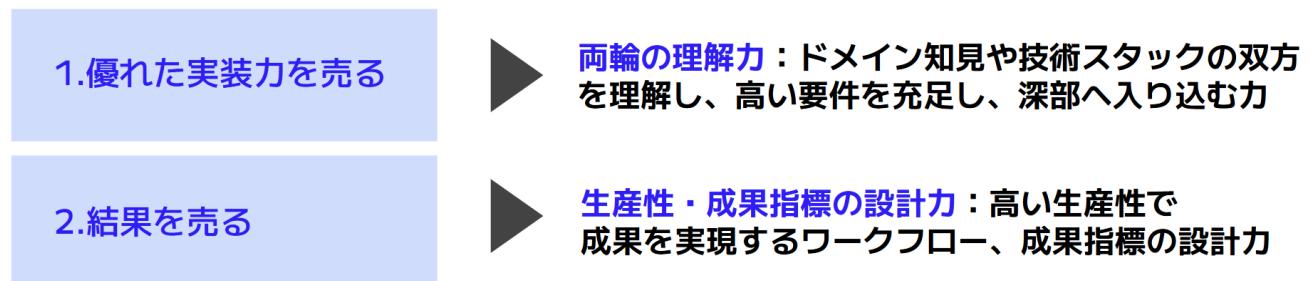
実装力を売るか、結果を売るか

実装力 or 結果、いずれも成立するモデルである一方、価値提供の方向性が異なるため、明確な選択が求められる。顧客の経営の中核部分（超上流）から入り込む 1 のモデルでは、実装力の対価として高い ACV や LTV をもたらす一方、ビジネスとエンジニアリングを融合させた高度な実装力が求められる。

具体的には、データ統合基盤の構築力、高いセキュリティ要件に耐えうるアーキテクチャの設計力、独自の要件に対する理解力やカスタマイズ性、属人的なプロンプトを排除する型の構築力などを如何に充足できるかがポイントとなる。

対照的に、顧客が AI を使いこなす労力を要さずに、AI 或いは AI ネイティブな自社が成果物を提供する 2 のモデルも注目される。この場合、自社の生産性をどれだけ高められるか、成果指標をどう設計するか、がポイントとなる。

図表 4：モデル毎のケイパビリティ（顧客のワークフローを変革する実装力 ⇔ 自社のワークフローで勝負する生産性・成果指標の設計力）



1. 優れた実装力を売る

Cohere

エンタープライズ特化型の AI を開発。エンタープライズの代表的な要件である、「高いセキュリティ」・「柔軟性」・「カスタマイズ性」を兼ね備え、金融や製造業、パブリックセクターなどで実績を持つ。エンタープライズの要求に対して、優れたチームでカスタマイズするモデルの代表的な例。

Writer

エンタープライズ特化型の AI を開発。既存の技術スタックとの相互運用性と、100 種類上のブロックが強みであるエンタープライズ向け AI を開発。導入後の本番運用や社内浸透までを見据えた支援により、LTV の最大化に繋げていく戦略と見受けられる。

Mistral AI

フランス発のエンタープライズ向け AI。AI 規制法などが発効されている欧州の中で、規制・コンプライアンスへ適合しながら、運用効率の目指した AI を開発。

2. 結果を売る

Decagon

カスタマーサポート AI を開発。課題解決度に応じた価格設定（Resolution-based pricing）として、「人間にエスカレーションすることなく、AI のみで解決した割合」を Resolution Rate（課題解決度）として定義し、本指標に応じて料金が変動するモデルが特徴。

Chargeflow

EC サイトの不当な返金要求、不正利用などに対し、AI がデータ収集から反論提出までを完結させる AI を開発。回収に成功した金額の一部を徴収する成果報酬型を取り入れており、顧客の導入ハードルを低くしている点が特徴的な例。

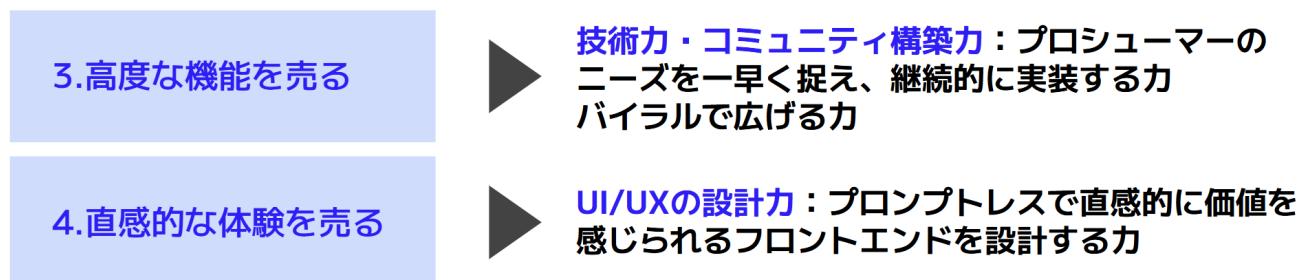
Tennr

医療機関の紹介状や保険請求に伴うワークフローを自動化する AI を開発。複雑なレイアウトの文書や FAX から必要な情報を正確に抽出し、システム入力まで代行。

高度な機能か、直感的な体験で広げるか

高度な機能 or 直感的な体験、いずれも成立するモデルである一方、プロダクト設計思想と成長の仕方は異なる。プロシユーマー層をターゲットとする 3 では、彼らの求める高度な機能や革新的な操作性を如何に継続的に充足できるか、コミュニティを如何に構築できるかがポイント。非エンジニアなどの層をターゲットとする 4 では、如何にプロンプトレスでリテラシーを問わずに便利さを体感させられるか、単一機能にとどまらない発展ができるか、がポイントとなる。また、いずれもバイラルで急速に拡大するポテンシャルを持つ一方、テックジャイアントを含めたアプリケーションレイヤーへの新規参入、買収による参入（例：Meta による Manus の買収等）も活発化しているため、拡大した後の定着に向けた戦術や一定の資本体力が求められる。

図表 5：モデル毎のケイパビリティ（プロシユーマーのニーズを捉え、継続的に反映する力 ⇔ プロンプトレスな体験を構築する力）



3. 高度な機能を売る

Cursor

VS Code をベースとした AI コーディングツール。人間と AI が協働する形でのコーディングを前提とした設計により、従来よりも高い開発速度を実現している。開発者が求める機能を継続的かつスピーディーに実装し、バイラルで急拡大をしていった代表例。

ClickUp

AI によるタスクマネジメントソフトウェアを開発。ワークスペース内のデータをコンテキストとして学習し、プロジェクトマネジメント、ナレッジ検索、内容要約などを自動化し、生産性を追求する層などに支持されている。AI ネイティブなワークフローマネジメントを提案する事例。

Warp

自然言語でコマンド生成が可能な AI ターミナルを開発。直感的なインターフェースでの管理、共有機能などによって、従来は属人的で煩雑だったタスクを自動化。

4. 直感的な体験を売る

Poised

オンライン会議の発言をリアルタイム解析し、コミュニケーションスキルの向上をサポートする AI を開発。会議におけるアジェンダの消化状況や、発言の質などを可視化する直感的な UI が特徴であり、操作のリテラシーを問わずに幅広い層の利用を狙った例。

Napkin AI

テキストを入力するだけで、文脈に沿った図解やドキュメントを生成する AI を開発。特定のテキストへカーソルを置き、関連性の高いビジュアルを選択するのみで図解を生成可能。ユーザーにとって、プロンプトレスな体験を提供している事例。

Superhuman

メール処理に強みを持った AI を開発。従来の UI/UX を大きく変えず、ルールベースでのメールのフィルタリング、返信、推敲、スケジューリングなどの業務を自動化。

持つべき視点

前述の4つのモデルは、技術進化と顧客サイドのギャップの現状を踏まえた、[事業設計の違い](#)を示したものである。

1.優れた実装力を売る：顧客の上流を担う経営レイヤーから全ワークフローへ入り込んでいくことが重要であり、エンタープライズへのセールス力・要件充足力が求められる。

要件においては、セキュリティ要件、独自の要件に対するカスタマイズ性、属人的なプロンプトを排除する型など、エンタープライズ特有のものが存在。こうした要件を充足できるチームを組成・拡大できるかが競争力のポイントとなる。

2.結果を売る：自社の高い生産性を実現したワークフローを駆使して結果（アウトカム）を売る場合、生成されるアウトプットの数が多く、従来BPOセンターなどへ外注されていた領域がねらい目。

また、Decagonが採用している課金モデル（「人間にエスカレーションすることなく、AIのみで解決した会話の割合」に応じて料金が変動するモデル）のように、人間とAIの責任分解を視野に入れた成果指標の設計がポイントとなる。

3.高度な機能を売る：プロシューマーの探索力、ニーズをいち早く捉える力などが求められる。バイラルで広がりやすい特性がある一方、トレンドや競争環境の変化に影響されやすい。そのため、こうした変化に耐えうる継続的な機能開発力、コミュニティ構築力が重要となる。これらを充足すれば、コアな顧客による高いARPPUとエンゲージメントが期待できる。

4.直感的な体験を売る：当モデルでは、直感的なインターフェースで如何に親しみやすい体験を作りこむことができるかが重要となる。また、3のモデルと同様の特性があるため、日々のタスク実行のインターフェースとしてどれだけ浸透できるか、単一タスクの自動化に留まらず、発展性をもたらすことができるか、がポイントとなる。

AIスタートアップにとって重要なのは、どのモデルが正解かではなく、[自社は顧客のどこを入口に、どこまで深く入り込む覚悟を持つのかを明確に定め続けること](#)である。

図表6：モデル別のポイント

| 方向性 | ポイント |
|-------------|--|
| 1.優れた実装力を売る | <ul style="list-style-type: none">データ統合基盤高いセキュリティレベル柔軟なカスタマイズ性属的なプロンプトを排除する型 |
| 2.結果を売る | <ul style="list-style-type: none">高い生産性を可能とする自社のワークフローアウトプットのボリューム、頻度人間とAIの責任分解を視野に入れた成果指標の設計 |
| 3.高度な機能を売る | <ul style="list-style-type: none">（拡散力ある）プロシューマーの探索プロシューマーのニーズをいち早く捉え、実装する技術力環境変化に耐えうる継続的な開発力ユーザーコミュニティの構築力 |
| 4.直感的な体験を売る | <ul style="list-style-type: none">プロンプトレスなインターフェースインターフェースの利用定着単一自動化に留まらない発展性 |

最後に/JAFCO からのお願い

本レポートで紹介した 4 つの方向性は AI ビジネスを整理するための一つの視点に過ぎません。実際に "Physical AI" や "Sovereign AI" をはじめ、新たな領域が次々と生まれています。

ここで重要なのは、変化の中で「自社はどこで勝つのか」を考え続けることだと考えています。

2025 年は、多くの AI スタートアップが受託等で価値提供をし、次の方向性を日々試行錯誤した年ともいえます。わたしたちは、こうした受託開発や既存事業で培ってきた強みは、更なる発展に向けた強力な資産になると捉えており、皆さまが当領域の発展を牽引していくと考えています。

この、大きなマクロ変化の中で、自社の強みを最も活かせる「金脈」を見つけ、素早く行動を起こせるのは、スタートアップです。リスクを取り、新たな価値創造に挑むすべての起業家の皆様に、リスペクトを表すと共に、本資料が、起業家の皆さまの挑戦の一助となれば幸いです。

JAFCO では、従来から行っているアウトバウンド開拓型のアプローチに加え、近年はマーケットアプローチで有望領域をいち早く発見し、仮説ドリブンで投資機会を創出する取り組みにも力を入れています。

マーケットやニーズの仮説を精緻化するため、私たちは、こうした変化の中で**起業家の皆さまと対話しながら、仮説を磨き、投資機会と一緒につくっていきたい**と考えています。

起業家の皆様へ

当社はこれまで 4000 社以上の会社に投資を行い、創業から IPO や M&A に至るまで様々なステージを起業家の皆様と共に歩んできました。創業から事業を軌道に乗せ、さらに大きく拡大していく過程では、さまざまなことが起こります。しかし、その中にはベンチャーに共通の課題も多く、当社の知見を活かすことで解決可能なものも少なくないと考えています。

50 年以上にわたるベンチャー投資の中で、当社は多くの成功と失敗を起業家の方々と共に体験してきました。その経験を次の起業家と共にし、事業を共に創り出すことが当社の役割だと考えています。起業をお考えの方、資金調達をご検討されている方は是非ご相談ください。

著者

上岡 博雄 | hiroo.kamioka@jafco.co.jp

2024 年 9 月中途入社。早稲田大学基幹理工学部表現工学科 (Intermedia Art & Science) 卒業。
toB・toC 問わず、シード・アーリーステージの AI 企業を中心に、投資先の発掘から投資実行、投資後の支援業務を担当。
【主な投資先】
アディクシイ

堀ノ内 友馬 | yuma.horinouchi@jafco.co.jp

2023 年 4 月新卒入社。東京大学農学部応用生命科学課程生命化学・工学専修 卒業。
toB・toC 問わず、シード・アーリーステージの AI 企業を中心に、投資先の発掘から投資実行、投資後の支援業務を担当。
【主な投資先】
シンプルフォーム

※当社に所属するキャピタリストの一覧は[こちら](#)をご覧ください。

JAFCOについて

JAFCOは、1973年の設立以来、常に時代をリードする起業家とともに歩んできました。国内外における運用ファンドの出資約束金額は累計で1兆円を超え、累計上場社数も1,000社以上にのぼります。ベンチャー投資に加えてバイアウト投資も展開しており、パートナとして「挑戦への投資で、成長への循環をつくりだす」を掲げ、世界中で革新的な技術・サービスの創造にコミットしています。起業家のいちばん近くにあって、その「志」を実現したいという想いのもと、HR、マーケティング・セールス、バックオフィスなども支援しています。

当社オウンドメディア「&JAFCO POST」で起業家インタビューや投資先支援、JAFCOに関する発信を行っています。今後、業界レポート等も継続的に発信していくので是非ご覧ください。

▼JAFCO 公式メディア

HP : <https://www.jafco.co.jp/>

Facebook : <https://www.facebook.com/JAFCO.PR/>

X(JAFCO) : https://twitter.com/JAFCO_PR

X(JAFCO | スタートアップ トレンド情報発信) : https://x.com/jafco_intern

YouTube : <https://www.youtube.com/@jafco3038>

▼起業・資金調達に関するお問い合わせ（リンク先または前ページ記載のキャピタリストまでお気軽にご連絡ください）

<https://www.jafco.co.jp/contact/business/>

▼メディア掲載・取材に関するお問い合わせ

<https://www.jafco.co.jp/contact/media/>

ジャフコ投資仮説レポート 2026

Copyright © 2026 ジャフコ グループ株式会社

金融商品取引業者 関東財務局長（金商）第 1693 号

加入協会／一般社団法人 日本投資顧問業協会、一般社団法人 第二種金融商品取引業協会

本資料は、起業家に対する情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘や、投資家に対する情報提供を目的としたものではありません。また、本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成していますが、その正確性、確実性、情報や意見の妥当性等を保証するものではありません。また、記載した見解は、必ずしも会社の立場、戦略、意見を代表するものではありません。掲載された内容によって生じた直接的、間接的な損害に対しては、責任を負いかねますので、ご了承ください。

本資料の一部または全部を、複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製することを禁じます。