

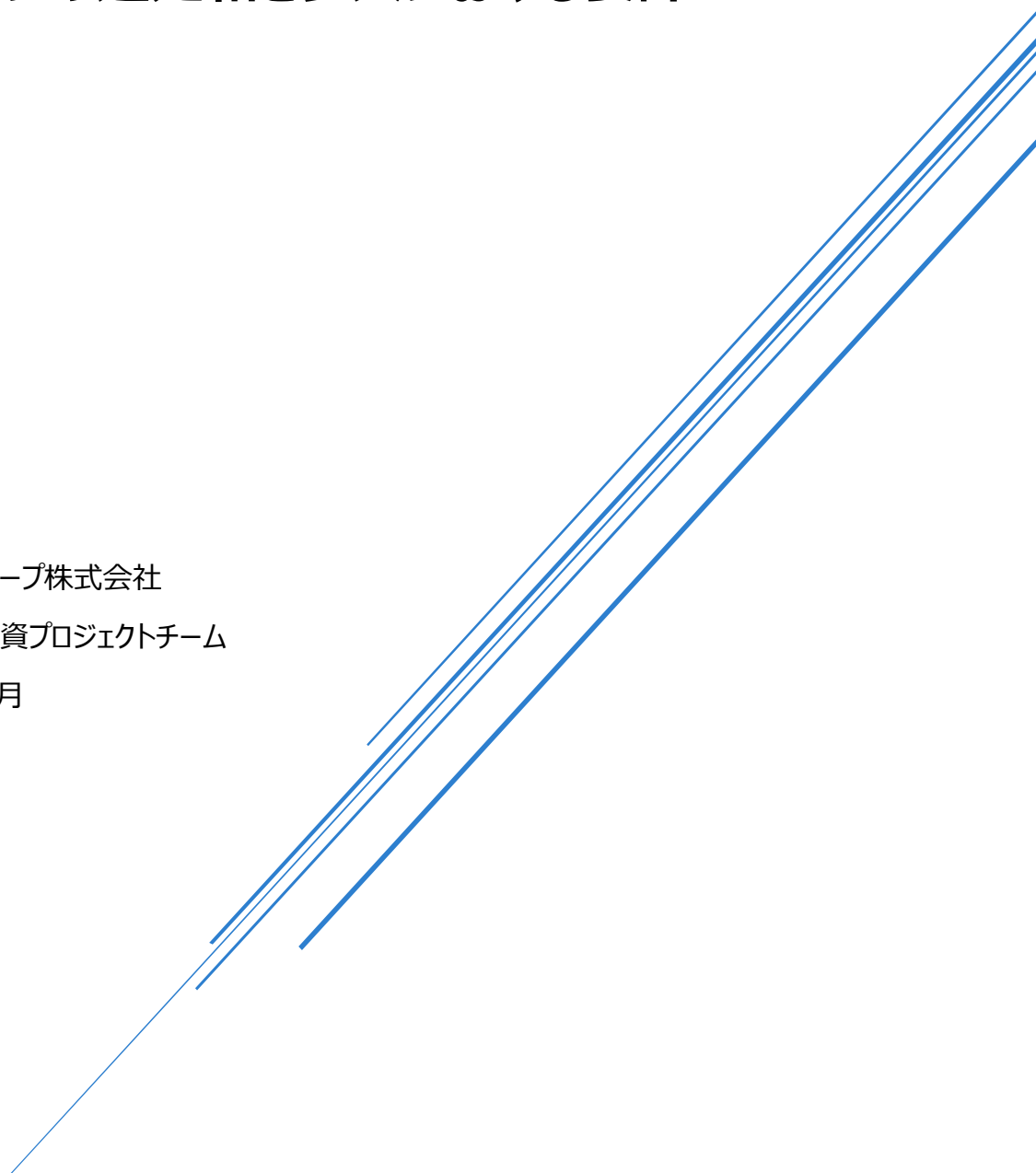
JAFCO

投資仮説レポート 第7号

AI BPO、どこで勝つか？

～ドメインの選定軸と参入における要諦～

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5月



アウトソーシング市場は今、ゲームチェンジを迎えている

長年人海戦術で形成され、巨大化してきたアウトソーシング（BPO）市場は、AIによってゲームチェンジが起きている。従来のBPOマーケットは、如何に丸ごと請けられる人的リソース、拠点を確保し、規模の経済を効かせながら大量のアウトソース需要を捌けるかどうか、いわば資本力のある大手プレイヤーが寡占する状況であった。

この状況が、AIによって従来は考えられなかった水準の粗利率を実現できる構造へと変化しつつある。人間に関わるコスト、推論コストの圧縮を適切に設計できるプレイヤーによるゲームチェンジが起きている。

AI×オペレーションエクセレンスによって 従来では考えられなかった粗利率をたたき出す

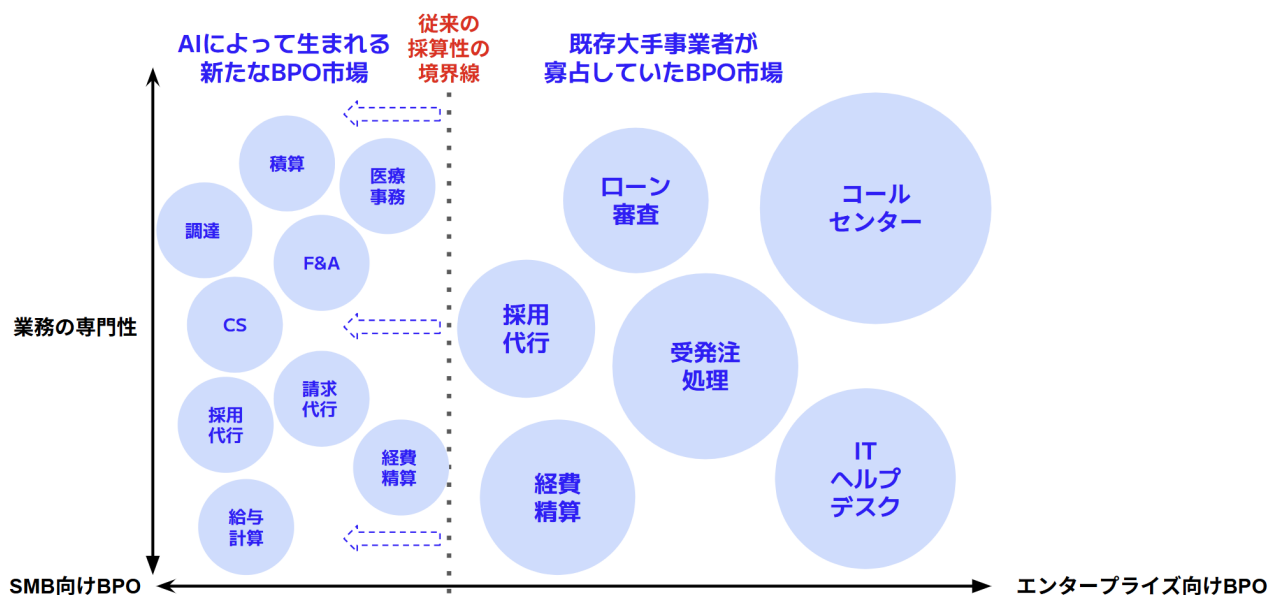
従来BPO	粗利	人間に関わる原価 (直接人件費、教育コスト、福利厚生費 など)	システムに関わる原価 (SaaS利用料など)
AI BPO	粗利		人間に関わる原価 AIに関わる原価 (API、GPUなど)

2つの参入機会

AIによる生産性向上は、(i) 既存のエンタープライズ向け BPO 領域における処理単価の低下と、(ii) 知的専門性の民主化による新規 BPO 領域の創出という2つの参入機会を同時に開く。

- (i) 大手が寡占してきた BPO 領域：大手が数千人規模の人的リソース+オフショア拠点で寡占している領域
- (ii) AI で成立する新たな BPO 領域：SMB では専門性に対してコストが見合わず、内製または未処理だった領域

AIによって、生産性・採算性の常識が変わる 既存の大手寡占市場、SMB向けの新たなBPO市場それぞれに参入機会が生まれている



領域別はどう参入するかは全く異なる

ゲームチェンジを迎える当領域では、AIによる処理単価の低下圧力が常に働くため、「単価」による勝負がしづらい。したがって、「数量」と「粗利率」をどれだけ極大化できるかが勝負となることから、主に6つのポイントが重要と考える。

マーケットアプローチでの選定：流通する業務量や頻度、AIによる代替適合性、既存BPO事業者の寡占有無
特化/標準化の設計：どこまで特化していき、型を当てはめていくか（単価、粗利率とカスタマイズ工数のバランス）

営業力：営業組織、営業チャネル、営業プロセスなどの設計

粗利率：オペレーションエクセレンス（人間とAIの最適な役割分担、タスク実行方法）、推論コストのマネジメント

顧客へのロックイン：顧客から継続的にフルキャパシティで受託し続けるための粘着性、後発に対する参入障壁

ファイナンス：リードタイム、1人あたり生産性と受注量予測を踏まえた調達、専門人材/販路獲得に向けたM&A

参入激化を見据え、抑えるべきリスク

納期・価格競争	判断より処理が中心の業務が多く、標準化しやすいことからAIとの相性は抜群にいいそれが故に、成果物の品質よりも、価格や納期に対するKBFへ重心が移行することに留意が必要
限定的な規模	対象業務のボリュームが限定的かつニッチすぎる場合、相当な市場シェアを取らなければ、獲得可能な規模が限定的となる
受注量と体制のミスマッチ	常にフルキャパシティに近い量を受注し、デリバリーし続けられるかの勝負一方、季節変動や顧客事情等で受注量が想定を下回る場合に旨味が薄くなる



ポイント

問うべき問い

対象業務の選定基準	マーケットサイズ（業務量や頻度）、AIによる代替適合性、競争環境、専門性を考慮した選定	その業務はAI BPOのスイートスポット（大量・頻発・ルール化可能など）に該当するか？
特化/標準化の設計	特化の深さ、既存運用への適合性、カスタマイズ方針など	どこまで特化し、どこは標準化するか？現場の運用にどう接続するか？
営業力	営業組織、チャネル、プロセスをどう設計するか誰に・どう接触し・どう売るか	リードタイムと営業生産性をどう両立させるか？
粗利率	AI BPOの真骨頂が問われる領域人間とAIの役割分担、人間・推論コストの最適化	規模を拡大しても粗利率が上がる構造か？
顧客へのロックイン	顧客から継続的に受注を請けるための源泉スイッチングされない障壁の構築	スイッチングされないために顧客へどのような価値提供が必要か？
ファイナンス	事業特性に応じた資金調達・配分の設計営業サイクル・キャッシュフロー特性との整合	受注ボリュームをどう予測可能にするか？最大キャパシティ、粗利率は？

エンタープライズ向け BPO : AI/体制の構築力勝負

従来では、**大量採用・労働集約的にデリバリーされていた領域**。オフショア拠点も活用しつつ、数千人単位の人的リソースを確保し、資本力と老舗企業としての信頼を武器として大手が寡占している。

新興事業者がこの領域で勝つには、大手と遜色ないキャパシティを担保すること、加えてエンタープライズの内製化志向や既存システムへの接続要件にも応えることの両立が求められる。そのため、顧客のワークフロー内へ一定割合の AI をデプロイしつつ、**人間とのハイブリッドでデリバリーする形態が現実解**となる。また、直販ではセールスサイクルが長期戦となりやすいため、**ケイパビリティ補完をフックとしたアライアンス、M&A によって上手く入り込んでいく戦略も重要**となる。

対象業務の選定基準	<ul style="list-style-type: none">アウトソーシング予算が数千万～数十億円規模で確立されている大手BPO事業者が人海戦術で展開している領域 (=AI代替効果が大い)コンプライアンス、セキュリティ要件が明確 (要件をAIで満たせれば優位)
特化/標準化の設計	<ul style="list-style-type: none">既存大手同等以上のキャパシティを示せる処理能力 (モデル開発など)コンプライアンス、セキュリティ、監査対応既存システムとの接続性 (レガシーAPI・RPA・オンプレ対応)
営業力	<ul style="list-style-type: none">エンタープライズの高い要求と内製化ニーズに対応可能なAI長期セールスサイクル (半年～2年) 前提のパイプライン管理経営層、購買部門、情シスなどへの多層的なリレーション構築
粗利率	<ul style="list-style-type: none">Agentic AIのデプロイによる適用業務範囲の拡大エンタープライズ要件への最低限の個別最適化 (過剰対応は粗利へ影響)ターゲットとなる業務別の使用モデルの使い分け
顧客へのロックイン	<ul style="list-style-type: none">AIのデプロイが必要であり完全なBPOになりづらいアライアンスによる共同でのサービス開発エンタープライズセールスの採用
ファイナンス	<ul style="list-style-type: none">商談長期化に耐える資金体力人材/販路獲得に向けたM&Aの活用

事例 : Crescendo

Crescendo は、カスタマーサポート領域の AI BPO 事業を展開。完全自律型 (例 : Sierra・Decagon) と純粋人海戦術型 BPO の中間に位置するのが特徴。AI を顧客のワークフローへ常駐させ、自社の CS エキスパートが例外対応・品質担保を担うことで、コスト削減と品質担保を両立している¹。主に下記 2 つが成功要因といえる。

Human-in-the-Loop 型での品質改善

顧客社内に AI を常駐させつつ、自社側にエキスパート人員を抱えて品質・例外処理・継続改善を担うことでキャパシティ、品質を既存大手以上に担保しつつ、価格競争力を以ってデリバリーすることを実現。

M&A によるリソース、顧客基盤の早期構築

2024 年にカスタマーサポート事業者の PartnerHero 社を買収したことで、3,000～3,500 名規模のサポート体制を確立し、200 社以上の顧客基盤を獲得した²。

SMB 向け BPO : デファクト化のスピード勝負

AI が処理単価を大幅に引き下げることで、SMB を中心に初めて外注という選択肢が経済的に成立する領域である。既存事業者が参入しきれていないフラグメント市場であるため、いかに早くデファクト化するかが勝負となる。具体的には、(i) AI-SDR を駆使した短いリードタイムでの SMB 開拓、(ii) 顧客の既存ワークフローを極力変えない導入設計、(iii) 処理件数とデータ蓄積によるロックイン形成、この 3 点を高速に回すことが重要となる。

対象業務の 選定基準	<ul style="list-style-type: none">・業務が完全にルール化されている（属人性のなさ）・全国に均質な業務が存在（地域差、業界差が小さい）・1業務あたりの処理単価が低く、頻度が高い（バルクでの請負）
特化/標準化の 設計	<ul style="list-style-type: none">・単一ワークフローへの完全特化・現場の運用を変えない設計（既存ツール、FAX・紙運用などに寄せる）・カスタマイズは原則ゼロ（テンプレ化が粗利の源泉）
営業力	<ul style="list-style-type: none">・AI-SDRで大量にリード生成 → フィールドセールスによるクロージングのPDCAを回す・短いセールスサイクル（数日～数週間）を前提とした組織設計・業界団体、金融機関、土業ネットワーク経由などでのチャンネル開拓
粗利率	<ul style="list-style-type: none">・顧客固有対応の徹底排除（1つ型を作れば横展開できる形）・タスク難易度別のモデル使い分けなどによる推論コスト最適化・立ち上がり期間の短縮に向けたオンボーディングの仕組み
顧客への ロックイン	<ul style="list-style-type: none">・ROIの月次可視化（削減コスト、削減人月、処理件数 など）・データ蓄積による粘着性構築・アライアンス
ファイナンス	<ul style="list-style-type: none">・キャパシティ、粗利率の定常的な把握・初期段階でのGTM投資（主に、営業組織構築）

事例 : Tennr

Tennr は、医療紹介状・患者情報処理の AI による自動化を展開。FAX・メール経由の書類を AI が読み取り、保険適用チェック～事前承認～患者ルーティングまで一気通貫で実行³しており、主に下記 3 つが成功要因といえる。

あえてデジタル化しない

多くのスタートアップが FAX を廃止してデジタル化の方向を目指す中、Tennr は「FAX がある現実に合わせて」設計を選んだ。大量の FAX が当たり前だった同業界において、現場の運用を変えずに導入できたことが急成長の鍵だった。

専用モデル（RaeLM）の構築

「紹介状処理」という一つのワークフローに絞り、専用モデルを構築。汎用 AI では到達できない精度・運用上のレギュレーションへの対応を、モデル特化によって成立させた典型例である。

ROI の明確な可視化

コンバージョン率・返戻率・FTE 削減数から毎月 ROI を可視化し、顧客をロックインしている。

最後に / 起業家の皆様へ

本レポートでは、AIによって巨大なBPO市場のゲームチェンジが起こり、2つの参入機会が生まれる点、それぞれの参入機会において重要な視点や取り組みについて整理してきました。

例えば、医療・介護領域のAI BPOは、従来採算が取りづらくSMB向けのBPOでの規模化が難しかった状況が打開され、ルール照合型業務とAIの相性の良さ、そして構造的な人手不足という追い風が揃った領域です。

件数ベース・成果報酬型のマネタイズにより、従来BPOを利用できなかった小規模事業者まで顧客化が可能となり、潜在的な市場規模は既存BPO市場を大きく上回る可能性を秘めています。

私たちは、こうした領域におけるAI BPOスタートアップに注目しており、営業力とドメイン知識を兼ね備えた創業者とともに、この領域を開拓していきたいと考えています。該当領域で挑戦中の方、あるいは挑戦を検討されている方、また事業のポイントについてお考えがある方、ぜひお話ししましょう。

筆頭著者



種市 菜 | shiori.taneichi@jafco.co.jp

東京外国語大学国際社会学部朝鮮語科を卒業後、2025年4月当社入社

【主な投資先】 ROUTE06

【Xアカウント】 [@jafco_taneichi](https://twitter.com/jafco_taneichi)



上岡 博雄 | hiroo.kamioka@jafco.co.jp

早稲田大学基幹理工学部表現工学科を卒業後、IGNITION POINT GROUPを経て、2024年9月当社入社

【主な投資先】 アディクシ

【Xアカウント】 [@hrkmok](https://twitter.com/hrkmok)

領域特化投資プロジェクトチーム



田中 友基 | yuki.tanaka@jafco.co.jp

慶應義塾大学を卒業後、トヨタ自動車、アーサー・ディ・リトル・ジャパン勤務を経て、2022年10月当社入社

【主な投資先】 A1A、CAGUUU、newmo、Fact Base、AGRI SMILE、ゼロボード、ROUTE06、WAKAZE

【Xアカウント】 [@yuki_tanaka1995](https://twitter.com/yuki_tanaka1995)



上赤 祥貴 | yoshiki.kamioka@jafco.co.jp

関西学院大学を卒業後、freeeを経て、2023年8月当社入社。JAFCOでの人事経験もある

【主な投資先】 The Chain Museum、KIS

【Xアカウント】 [@kamioka_1994](https://twitter.com/kamioka_1994)



堀ノ内 友馬 | yuma.horinouchi@jafco.co.jp

東京大学農学部応用生命科学課程生命化学・工学専修を卒業後、2023年4月当社入社

【主な投資先】 シンプルフォーム

【Xアカウント】 [@horinouchiyuma](https://twitter.com/horinouchiyuma)

投資仮説 AI レポート バックナンバー

- [第1号：生成 AI の注目ポイント 日本市場で注目される5つのポイントとこれから期待される領域についての簡易アイデア](#)
- [第2号：AI×BPO ～LLM が革新するアウトソーシングの未来～](#)
- [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～](#)
- [第4号：AI ラッパーに価値はないのか？～生成 AI 時代の持続的競争優位の構築戦略～](#)
- [第5号：AI による組織の在り方の地殻変動～スタンスの重要性の高まり～](#)
- [第6号：AI×労働力提供のモデルについて考える～供給側と需要側から見る事業設計～](#)

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、パーパスとして「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おいて、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「[JAFCOPOST](#)」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://x.com/JAFCO_PR
- X (JAFCO | スタートアップ トrend情報発信) : https://x.com/jafco_intern
- YouTube : https://www.youtube.com/@JAFCO_PR

▼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 資産運用業協会、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、複製、写真複製、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。

¹ <https://www.crescendo.ai/>

² <https://www.partnerhero.com/blog/crescendo-acquires-customer-operations-innovator-partnerhero>

³ <https://www.tennr.com/>