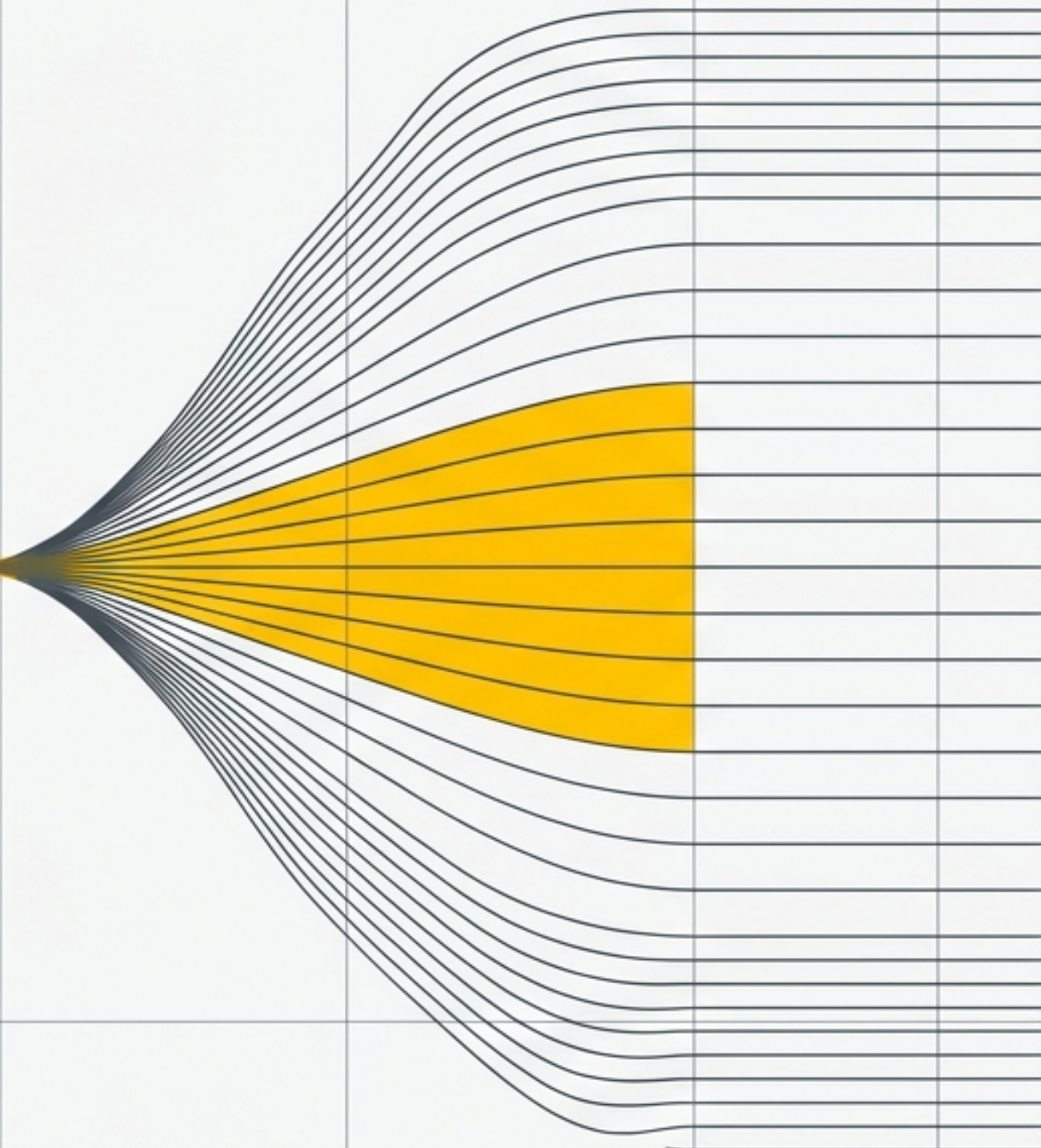


AIの勝負はモデル では終わらない

Gensparkの急成長が示す
「次世代AIサービス」の条件と、
その死角



2025年を見据えたAI戦略の転換点: モデル競争から応用オーケストレーションへ

2023-2024: 「モデル至上主義」の時代



Focus: どのモデルが一番賢いか？

Reality: フロンティアモデルの性能はトップ層で拮抗し、一般ユーザーには違いが判別不能に。

2025-2026: 「アプリ・オーケストレーション」の時代



Focus: どの作業に最適なモデルを選び、完成した業務成果を届けるか？

Validation: a16z (マーク・アンドリーセン) や Sequoia も「モート(堀) はモデルそのものではなくアプリ層に蓄積する」と提唱。

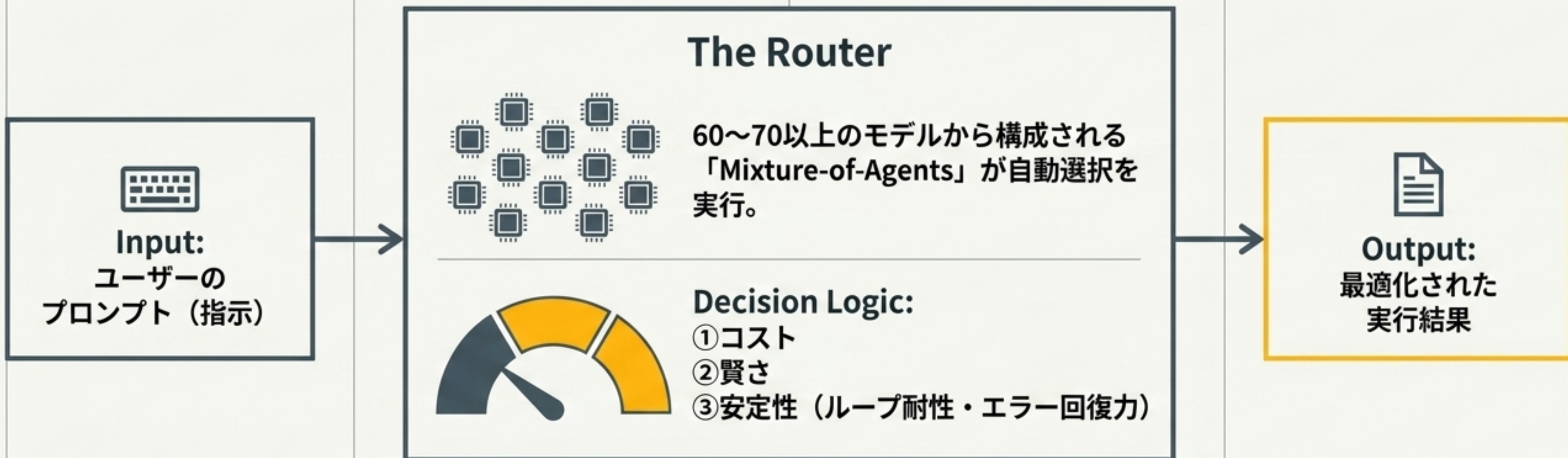
Gensparkの中核主張は、単なるポジショントークではなく、最有力VCのコンセンサスと完全に一致している。

F1マシンか、ファミリーカーか

1	Frontier Models (OpenAI, Claude, etc.)		「F1マシン」。極めて高速で高い知能を持つが、高コストであり、一般人が「運転」して日常業務をこなすには難易度が高すぎる。
2	Genspark		「EV / ファミリーカー」。日常業務に最適化され、コスト効率が高く、目的地（完成した成果物）までユーザーを確実に届けることに特化。

“ AIの勝負は『F1マシン』を作ることではない。日常的に使える『ファミリーカー』をどう提供するかだ” — Eric Jing (CEO)

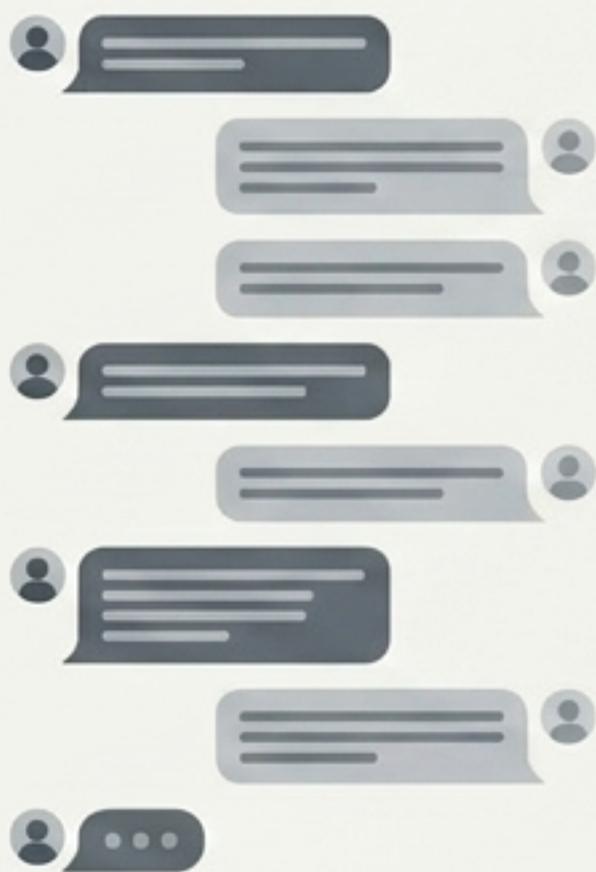
価値の源泉：「評価」と「オーケストレーション」



Key Insight: 「同じ処理に10倍のコストがかかる最上位モデルを常に使う必要はない」。あえて最新モデルではなく、実務上の安定性を優先してルーティングする技術こそが核。

パラダイムシフト：「会話」から「成果物」へ

旧パラダイム: Conversational UI



旧パラダイム: ユーザーが相談し、AIがアドバイスを
する。しかし「実際の作業」はユーザーの手元に残
ったまま。

新パラダイム: Artifact-Oriented



"One Prompt, Job Done" — 意図を一度伝えれば、
役員会向けスライド、財務モデル、Webアプリなど
「完成した成果物」が直接出力される体験。

異常な資本効率が証明するPMF（プロダクト・マーケット・フィット）

ARR: \$0
→ **\$250M** (約375億円)
ローンチから12ヶ月で垂直立ち上げ

Valuation:
\$2.6 Billion
2026年6月時点

Capital Raised:
\$645M
Emergence, Lanchi, Sozo Ventures等

Headcount: わずか約70名

70名の組織でARR 2.5億ドルを達成。この尋常ではない「従業員一人当たり収益」が、オーケストレーション特化型モデルの強烈なスケラビリティを証明している。

連続するピボットと、不変の思想



Core Insight: プロダクトの形態は1年で激変したが、「**単一モデルに賭けず、複数モデルを評価・組み合わせる**」という創業時からの思想は一貫している。

最重要市場としての「日本」

\$100M (約150億円)

今後3年間の日本市場への投資コミットメント。

2,500 / 6,000

全世界6,000社のエンタープライズ顧客のうち、約40% (2,500社) が日本企業 (NTTデータ、パナソニックコネク等) 。

なぜ日本なのか？

日本特有の強い「ドキュメント文化 (プレゼン資料・スプレッドシート作成需要)」が、Gensparkの成果物出力機能 (AI Slides/Sheets) と完璧に合致しているため。

アキレス腱か、必然か：「ラッパー批判」の検証

The Critique: 「所詮ラッパーではないか」

- 自社で基盤モデルを持たず、OpenAI/Anthropic/Google等のAPIに依存。
- 純正モデルが同様のワークスペース機能をリリースすれば、差別化は一夜にして消滅する負債リスク。



The Defense: 「モデル開発者にはできない評価」

- OpenAIは競合であるClaudeを自社システムに組み込んで**客観的に評価・オーケストレーション**することは**構造的に不可能**。
- 中立的な「**評価・ルーティング層**」は、特定のモデルに依存しない**独立プレイヤー**にしか構築できない。

認識のギャップ：ハイプと現場の摩擦

The Hype

X/LinkedInでの絶賛、
最速ユニコーン化、VC
からの熱狂的な支持と
異常なARR成長。



The Reality

1.6 / 5



Trustpilotスコア（レビューの約84%が「星1」）



クレジット消費の
不満（タスク失敗
時も課金される）



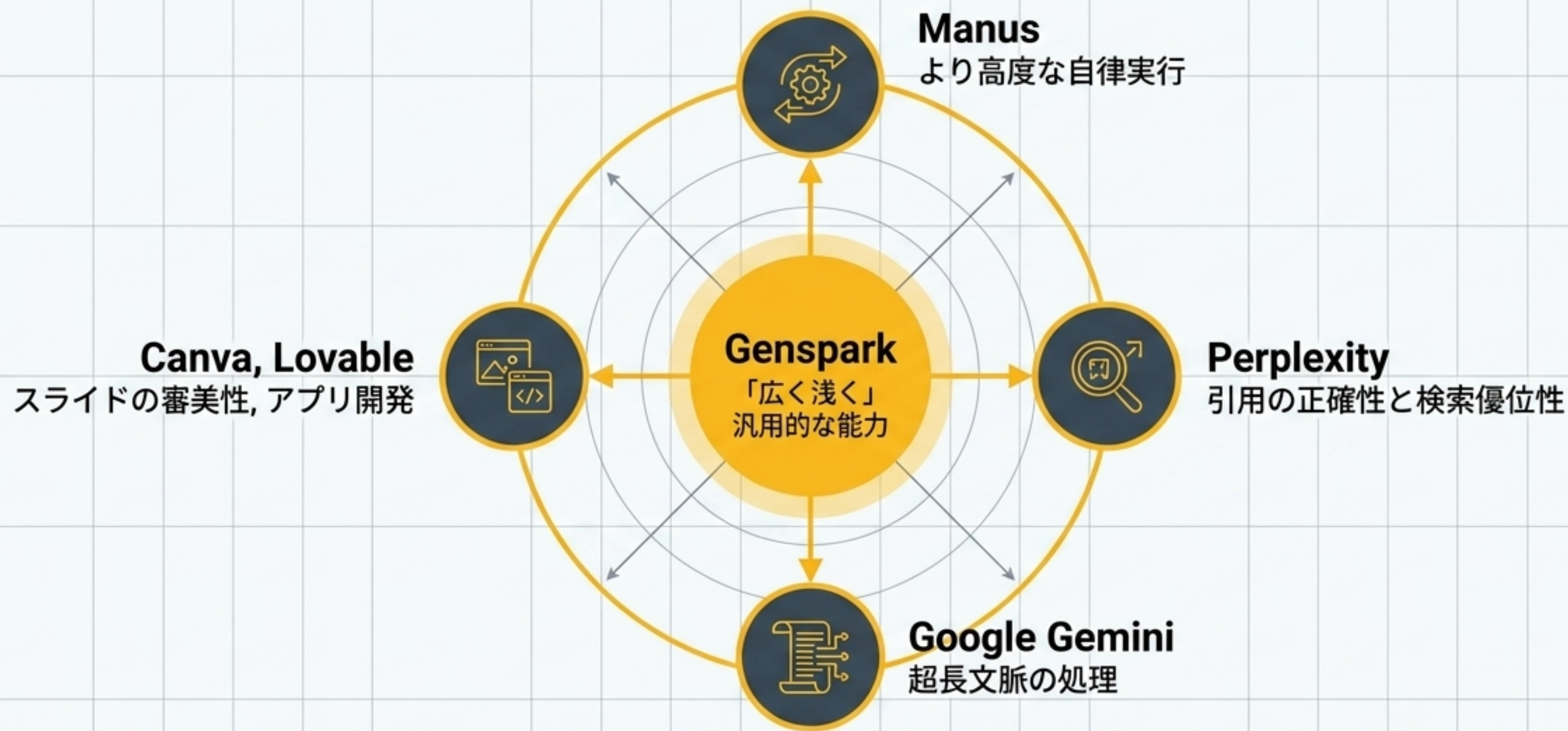
年額課金への自
動移行に関する
透明性の欠如



カスタマーサ
ポートの不在

自己選択バイアス（不満層が投稿しやすい）は存在するが、急成長の裏でオペレーションと顧客体験（CX）の深刻な歪みが発生していることは明白。

競合環境：「広く浅く」のジレンマ



Strategic Risk: Gensparkは「すべてをそこそここなす」が、各領域の特化型専用ツール（例：Canvaのスライドデザイン）と比較すると機能が劣る。特定のワークフローを完璧に極めきれていないという弱点がある。

無形資産・「堀」の診断（Moat Diagnostic）

Feature	Status Indicator	Evaluation
ルーティング・評価技術		一定の技術的優位はあるが、競合（Perplexity等）も追随可能であり決定的な独占性には欠ける。
日本市場の先行・ブランド		2,500社の基盤と行政導入は強力な「短期的な堀」だが、言語・体裁の最適化自体は本質的に模倣困難ではない。
ワークフローのロックイン		Cursorが開発環境で行ったような、業務への不可逆的な深い埋め込みはまだ発展途上。
コンテキストとデータ（SecondBrain）		最も有望な堀。蓄積すればするほどスイッチングコストを生む唯一の資産。

究極の防御壁：「SecondBrain」によるコンテキストの独占

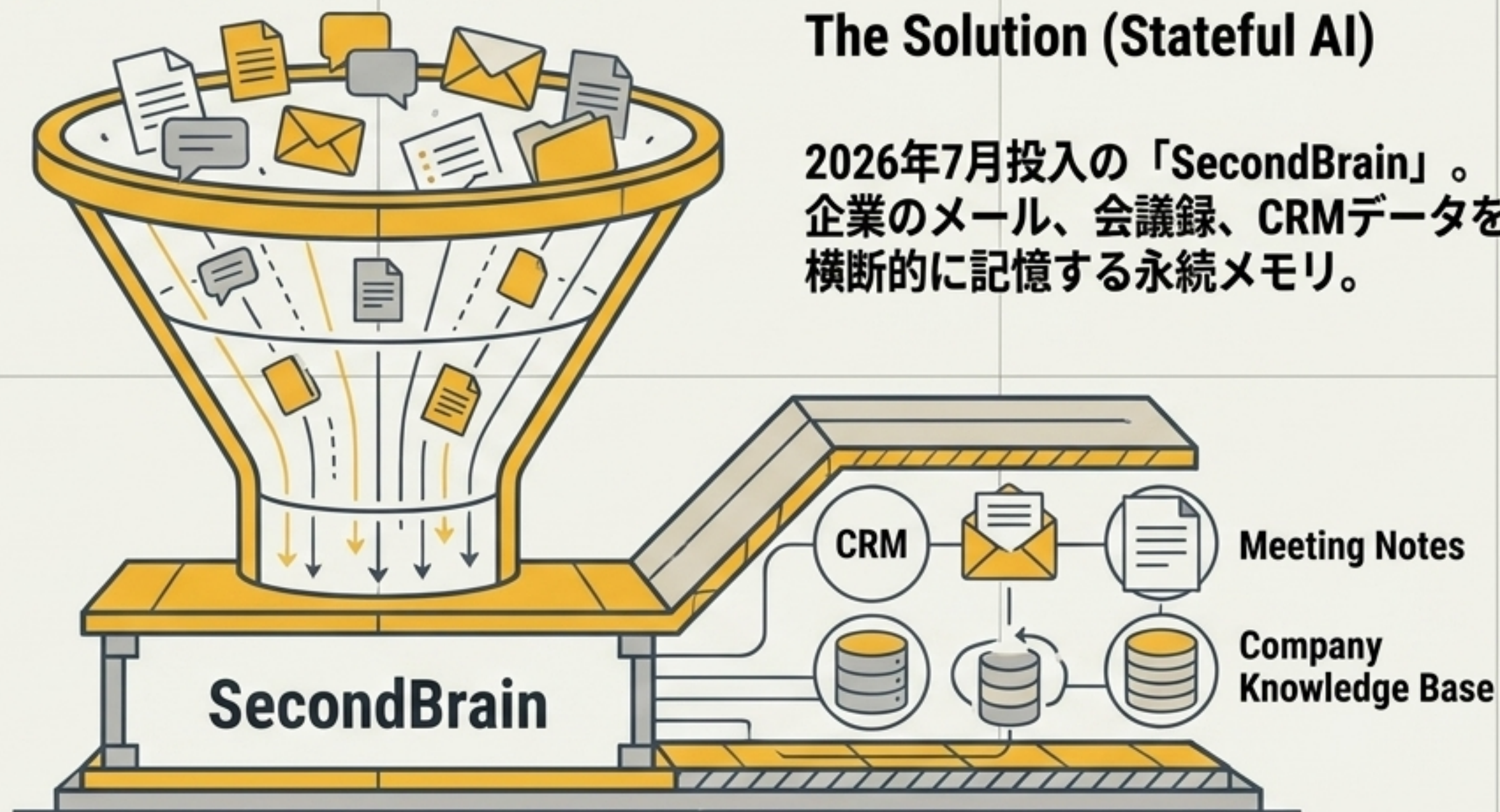
The Problem (Stateless AI)



従来のAIは「記憶喪失」。毎回ゼロから前提条件や社内用語をプロンプトで入力し直す分断が発生。

The Solution (Stateful AI)

2026年7月投入の「SecondBrain」。企業のメール、会議録、CRMデータを横断的に記憶する永続メモリ。



Strategic Impact: モデル自体がコモディティ化し価格が下落しても、「自社の文脈（コンテキスト）を完全に理解しているシステム」からは離脱できない。データ蓄積によるスイッチングコストこそが、ラッパー批判を跳ね返す唯一の回答。

実務的示唆と今後のウォッチポイント

 エンタープライズ（導入検討企業）へ エンタープライズ（導入検討企業）へ	 投資家・市場ウォッチャーへ
検証の徹底: 無料枠での実証（エクスポート後の編集性、クレジット消費の実測）を全社社契約前に行うこと。 ポリシー策定: SecondBrain（記憶レイヤー）へ投入する社内情報のガバナンスとプライバシー基準を事前定義する。 契約の注意: トラブル報告が多いため、年額契約の自動更新プロセスは事前に厳格な確認を。	ARR維持率: 2.5億ドルからの成長鈍化、または企業顧客のチャーン（解約率）が最初の警戒信号となる。 純正の追撃: OpenAI / Googleが提供する純正ワークスペース機能が、どこまでGensparkのUI/UXに肉薄するか（ラッパー消滅シナリオのトリガー）。