



日本エンタープライズAIエージェント市場マップ

導入の課題、支援プレイヤー、SIerの機会領域

2026年6月

Sakana Marlinの生成物は必ずしも正しいとは限りません。重要な情報は確認するようにしてください。

アジェンダ

01 サマリー

02 市場の現在地と格差

03 導入の障壁と課題

04 本番導入の成功条件

05 Slerの事業機会

01 サマリー：AIエージェント市場の全体像とSlerの機会

日本市場はPoCから本番運用への移行期にあり、セキュリティや既存システム連携が障壁。Slerの機会は構築そのものではなく「周辺支援領域」にある

① 現状：本番化の初期段階

生成AI業務利用（PwC）[1]

56%

エージェント統合（BCG）[2]

7%

調査対象・定義が異なる

大企業や公共セクターで本番導入が始まる一方、市場全体は期待先行のPoC段階にある。

② 課題：本番化を阻む障壁

最大の懸念は機密情報漏えい[3]

59.9%

▶ ガバナンス・統制の未整備が導入を抑制している。▶

約半数の企業にレガシーシステムが残存し[4]、既存システム連携の難易度も高い。

③ 機会：周辺支援領域

外資プラットフォームが基盤機能を担う中、Slerには日本企業固有環境への適合支援が求められる。

ストック型収益を含む事業機会：

- エンタープライズRAG構築
- AIガバナンス・統制設計
- AgentOps・CoE支援

[1] PwC (2025)

[2] BCG (2025)

[3] JIPDEC/ITR (2025)

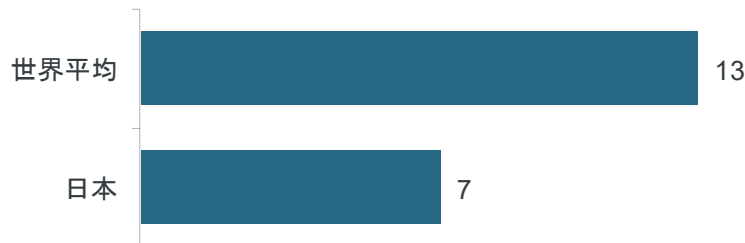
[4] NRI (2025)

02 市場の現在地と格差：生成AI利用とエージェント統合のギャップ

生成AIの利用は広がる一方、AIEージェントの業務フロー統合率は日本7%、世界平均13%にとどまる

AIEエージェントの統合率[1]

日本（7%）と世界平均（13%）の差は6ポイント
(%)



同一調査・同一定義で集計（BCG、2025年）[1]

[\[1\] BCG \(2025\)](#)

[\[2\] PwC Japan \(2025\)](#)

[\[3\] 矢野経済研究所 \(2025\)](#)

生成AIの利用は拡大[2]

生成AIを社内活用中・社外に提供中の日本企業（PwC、2025年春）

56%

56%と7%は別調査・別定義で、直接差し引けない

定義で利用率は異なる

矢野経済研究所では、生成AI活用企業215社のうちAIEエージェント「利用中」は3.3%[3]

02 市場の現在地と格差：調査定義によるAIエージェント利用率の幅

利用率は調査の定義・母集団で3.3%～81.9%と大きく異なり、定義と併せて読む必要がある。市場は「過度な期待のピーク期」にある

調査別の利用率（2025年）

調査	母集団	定義・設問	割合
矢野経済研究所[2]	生成AI活用企業215社	「利用中」のみ	3.3%
BCG[4]	日本の回答者	業務フローに統合	7%
テックタッチ[1]	大企業の生成AI活用品名	広い定義で「活用経験あり」	81.9%

市場の期待水準

Gartner Japanの2025年ハイプ・サイクルでは、AIエージェントを「過度な期待のピーク期」に位置付けた（統計ではなく調査会社の見解）。実運用を支える実務サービスの重要性が増す局面にある[3]

- テックタッチは「自律的に情報収集・処理するツール」と広く定義しており、生成AIの業務利用全般に近い[1]
- 矢野調査では関心層が6割超に達し、導入拡大の余地は大きい[2]

[1] [テックタッチ \(2025\)](#)

[2] [矢野経済研究所 \(2025\)](#)

[3] [Gartner \(2025\)](#)

[4] [BCG \(2025\)](#)

02 市場の現在地と格差：生成AIの組織利用における規模間格差

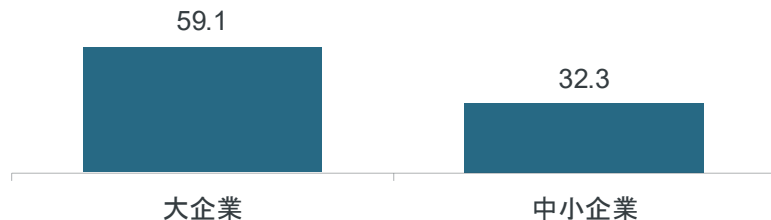
生成AIの組織利用は大企業で59.1%、中小企業で32.3%。自治体でも規模によって導入状況に差がある

企業の組織的活用率

2026年4月調査。全社・部門での活用推進の合計[1]

大企業59.1%に対し、中小企業は32.3%にとどまる

(%)

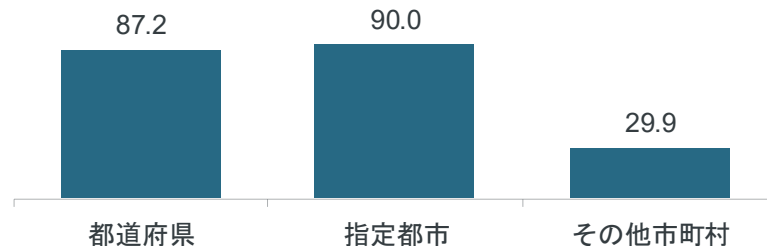


自治体の導入済み割合

2024年12月末時点の導入済み割合[2]

都道府県87.2%・指定都市90.0%、その他市町村は29.9%

(%)



いずれも生成AIの状況であり、AIエージェント単独の導入率ではない

[1] [東京商工リサーチ \(2026\)](#)

[2] [総務省 \(2026\)](#)

02 市場の現在地と格差：業種別格差と大企業の投資余力

組織的活用率は情報通信業64.4%が先行し、建設業は「方針未定」47.3%と遅行。大企業ではIT予算の増加予想が47.5%と、投資余力が確認できる

生成AIの組織的活用率[1]

2026年4月調査・6,327社（全社推進＋部門推進の合計）
(%)



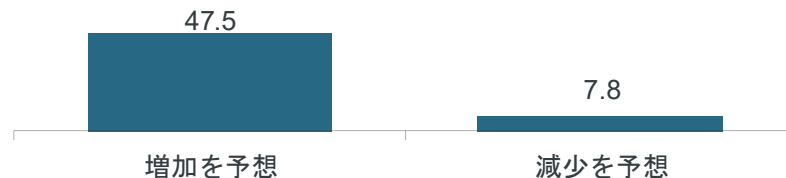
建設業は「方針未定」が47.3%と高く、組織導入の遅れが見られる[1]。帝国データバンクの2026年3月調査でも建設26.4%、運輸・倉庫27.5%と低位である[2]

[1] 東京商エリサーチ (2026)

[2] 帝国データバンク (2026)

大企業のIT予算見通し[3]

NRI 2025年調査・売上上位約3,000社のCIO対象
(%)



- 2025年度の増加企業は49.0%。大企業中心の調査で全体水準とは区別する[3]
- 生成AI「導入済み」57.7%、「今後検討したい」15.2%[3]

[3] NRI (2025)

03 導入の障壁と課題：セキュリティとガバナンスの懸念

最大の懸念は機密情報漏えい（59.9%）とハルシネーション（59.1%）。14.4%の企業が個人判断利用に委ねており、統制未整備が深刻である

主要な懸念事項

調査ごとに対象・設問が異なるため、割合は別々に読む

調査	懸念事項	割合
JIPDEC/ITR [1]	機密情報漏えい	59.9%
JIPDEC/ITR [1]	ハルシネーション	59.1%
帝国データバンク [2]	情報の正確性	50.4%
帝国データバンク [2]	情報漏洩のリスク	33.5%

統制未整備の実態と制度的要請

- 会社として導入せず従業員の判断に任せる企業は14.4%存在し[3]、中小企業では個人判断での活用が27.7%に上る[4]
- 公共分野でも、導入済み573団体のうち97団体がガイドライン未策定であり、ツール導入が先行し利用ルールが後追いになっている[5]
- 2026年3月のAI事業者ガイドライン第1.2版で「内部データの外部送信リスク」が明示的に追加され、ガバナンス整備の必要性が制度的に裏付けられた[6]

[1] JIPDEC/ITR (2025)

[2] 帝国データバンク (2026)

[3] JIPDEC (2025)

[4] 東京商エリサーチ (2026)

[5] 総務省 (2026)

[6] IPA (2026)

03 導入の障壁と課題：既存システム連携と人材不足

実用化には複数データソースへの接続が不可欠だが、約半数の企業にレガシーが残存。トレーニング充足率12%と人材不足も本番化を阻害している

既存システム・データ連携の壁

42%の企業がAIエージェント導入に8つ以上のデータソースへのアクセスを必要としており、データ統合が導入の中核課題となっている[1]

レガシー残存：アプリ[2]

47.3%

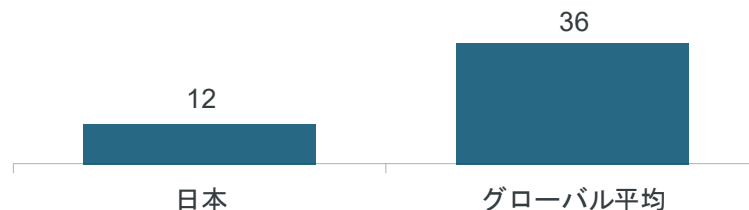
レガシー残存：基盤[2]

48.2%

ブラックボックス化や有識者不足を51.6%の企業が懸念し、データ抽出・権限管理の難易度が高い[2]

人材・トレーニングの不足

AIトレーニング充足率：日本はグローバル平均の1/3[3]
(%)



CIO調査でも「リテラシー・スキル不足」が70.3%で最上位課題[2]。総務省もDX推進リーダー育成を要請[4]

[1] [Architecture & Governance \(2025\)](#)

[2] [NRI \(2025\)](#)

[3] [BCG \(2025\)](#)

[4] [総務省 \(2026\)](#)

03 導入の障壁と課題：企画・構想フェーズの経営層指針不足

経営層のAI利用指針が十分と感じる日本の従業員は11%、CDO設置率は11.7%、部門間協調は約4割。企画段階の推進体制そのものが障壁となっている

企画・構想の障壁と根拠数値

経営層の指針不足	十分な指針を感じる一般従業員 [1]	11%
CDO/CAIOの不在	CDOがいる企業[2]	11.7%
合意形成の長期化	部門間協調ができる企業[2]	約4割
業務範囲の見極め困難	活用すべき業務の範囲を課題とする企業[4]	40.0%

効果創出企業との差

高い効果を上げる企業は経営トップ直轄の推進体制、CAIO配置、業務プロセスへの組み込み、ガバナンス整備を進めており、効果が期待未満の企業では整備率が低い[3]。同調査は日本企業の特徴として、合意形成重視・ボトムアップ志向の意思決定、失敗への懸念、低い目標設定を挙げる[3]。

[1] BCG (2025)

[2] IPA (2025)

[3] PwC Japan (2025)

[4] 帝国データバンク (2026)

03 導入の障壁と課題：本番運用フェーズのセキュリティとシャドーAI

本番運用の最大課題はセキュリティ（経営層53%・実務者62%）。適切なツールが無いと54%が未許可利用に向かい、シャドーAI対策と運用管理が課題に

セキュリティが最大課題

経営層

53%

実務者

62%

AIエージェント導入の最大課題はセキュリティで、複数データソース統合に伴う権限管理の複雑性が本番化の障壁に[1]。NRI調査でも「リスク把握・管理が難しい」が48.5%で主要課題に[2]

シャドーAIリスク

未許可でもAIを使うと回答

54%

企業が適切なAIツールを提供しない場合の回答割合[3]。総務省の自治体向けガイドラインひな形も、私用デバイスに私的に導入した生成AIへの職務情報入力を禁じている[4]

運用管理機能の整備

管理課題がCopilot Studioの製品機能として顕在化[5]

- ・ 使用量上限設定・超過時の自動停止
- ・ アクティビティマップで実行計画を可視化
- ・ テナント単位の使用状況確認・共有制御・公開無効化

[1] [Architecture & Governance \(2025\)](#)

[2] [NRI \(2025\)](#)

[3] [BCG \(2025\)](#)

[4] [総務省 \(2026\)](#)

[5] [Microsoft \(2025\)](#)

04 本番導入の成功条件：先行事例に見る実装パターン

本番導入の成功企業は、汎用モデルをそのまま使わず、自社の既存業務データに深く接続し、成果物の形式まで含めて実装している

類型	既存データの接続	成果物の形式	代表事例
類型1：知的業務の初期工程を構造化	リサーチ・会議・CRMデータ	ガイドライン適合の提案書	三菱UFJ銀行：提案書作成の初期工程を支援し27部署に展開[1]。ソフトバンク：営業サイクルを構造化し500人超で導入[2]
類型2：顧客対応を自律化	月間約200万件の対応ノウハウ	意図把握・追加質問を行う自律対応	KDDI：自律型エージェントの本番運用を開始。ナレッジが豊富なほど本番化しやすい[3]
類型3：専門知識の継承・技術支援	過去の設計データ・法令	専門領域別の回答と回答集	トヨタ自動車：9種類のエージェント（O-Beya）を約800名が利用。ベテランのレビュー導線が品質維持に不可欠[4]

[1] [Sales Marker \(2026\)](#)

[2] [Dataiku \(2025\)](#)

[3] [KDDI \(2026\)](#)

[4] [Car Watch \(2024\)](#)

04 本番導入の成功条件：PoCから本番への移行を支える5つの条件

PoC止まりを回避した先行企業に共通するのは、成果物形式・品質検証・追跡性・データ土台化・段階的拡張の5条件である

1 成果物形式まで実装

2 PoCで品質検証

3 追跡・レビュー導線

4 既存データの土台化

5 段階的拡張

条件1～3：三菱UFJ銀行

- ・ 本番化の鍵は「営業提案としてそのまま使えるスライド」への到達。PowerPoint出力・ブランド適合・ソース追跡性が導入決定理由[1]
- ・ 約60名のPoCで品質・信頼性・安全性を評価。9割が「引き続き使いたい」と回答し本番移行を判断[1][2]

条件4～5：KDDI・デジタル庁

- ・ KDDIは月間約200万件の問い合わせの対応ノウハウを土台に構築し、au PAY等から2026年度内にauサービス全般へ拡張予定[3]
- ・ デジタル庁「源内」は職員約1,200人の試験利用から約18万人の大規模実証へ拡大[4]

[1] [Sales Marker \(2026\)](#)

[2] [Sales Marker \(2026\)](#)

[3] [KDDI \(2026\)](#)

[4] [ASCII.jp \(2026\)](#)

04 本番導入の成功条件：公共セクターの内製共通基盤モデル

個別SaaS購入ではなく、内製共通基盤上で職員が業務特化型アプリを開発・共有し自治体横断で再利用する「デジタル公共財」型モデルが確立しつつある

内製共通基盤

- デジタル庁「源内」は政府職員18万人対象の実証へ拡大[1]
- 東京都「A1」は都職員6万人向けに本格運用を開始[2]

職員によるアプリ開発

- 職員自身がAIアプリを開発・共有できる基盤設計[2]
- 契約関係の仕様書案作成支援など業務特化アプリを展開[2]

横展開・標準化

- 他自治体でも再利用可能な「デジタル公共財」へ[2]
- 大阪府は民間参画のコンソーシアムで2026年度内にAI活用指針を策定[3]

標準形成とSlerの機会

公共部門は大口ユーザーにとどまらず標準形成主体となり、Slerには基盤構築と横展開の機会となる

[1] [ASCII.jp \(2026\)](#)

[2] [東京都 \(2026\)](#)

[3] [SHIFT \(2026\)](#)

04 本番導入の成功条件：公共セクターのガバナンス制度要件

総務省の2026年改訂ガイドブックはCAIO設置、オプトアウト、機密性分類別のクラウド利用範囲、研修を明記。導入はツール選定より統制整備が前提

総務省ガイドブックの制度要件[1]

- CAIO設置：AI統括責任者を置き、責任者を明確化する
- オプトアウト：入力した要機密情報を学習させない仕組みを徹底する
- 機密性分類とクラウド利用：分類に応じたパブリッククラウドの利用範囲を提示する
- 研修・確認・事故報告：利用前の所定研修、出力確認、リスクケース発生時のCAIO等への報告を求める

ガイドライン策定の規模別格差[1]

職員向け生成AIガイドラインの策定済み割合（2024年12月末）

その他市区町村は58.3%が未策定。先行自治体のテンプレート横展開と統制整備支援の余地が大きい[1]

(%)



[1] 総務省 (2026)

05 Slerの事業機会：周辺支援領域へのシフト

外資プラットフォームが基盤機能を提供する中、国内Slerの最大の事業機会は、日本企業固有のデータ環境・組織統制に適合する「周辺支援領域」にある

プラットフォームとSlerの役割分担

外資プラットフォームは基盤提供を強化する一方、日本市場への導入はパートナーとの協業を前提とする[1][2]

レガシー残存（約半数）や合意形成重視の文化への対応には、個社固有のカスタマイズと伴走支援が不可欠だ[3]

基盤は外資が提供し、適合と伴走はSlerが担う

Slerが担う3つの周辺支援領域

エンタープライズRAG構築・業務システム連携
データ抽出・変換・権限管理から成果物形式まで実装

AIガバナンス・統制設計
指針準拠のポリシー・監査ログ・セキュリティ導入

AgentOps・CoE支援
利用分析・チューニング・育成でストック収益化

基盤レイヤー：外資PF（Microsoft・Salesforce）

[1] [Microsoft \(2024\)](#)

[2] [Salesforce \(2025\)](#)

[3] [NRI \(2025\)](#)

05 Slerの事業機会：レイヤー別プレイヤーの具体像

基盤レイヤーでは外資と国内大手の提携・自社提供が進み、国内開発プレイヤーも台頭。日本市場への導入はパートナー協業が前提となっている

レイヤー別の主要プレイヤーと動向

レイヤー	代表プレイヤー	直近の動向
基盤（外資）	Microsoft・Salesforce・UiPath 等	日本導入はパートナー協業が前提で国内Slerに介在余地[5]
基盤（国内大手）	NTTデータ・富士通・ソフトバンク	OpenAI提携、Kozuchi・AGENTIC STAR等を提供[1][2][3]
国内開発（GENIAC第3期）	AI inside・ABEJA・PFN・Sansan 等	エージェント性能や業界特化モデルを開発[4]

焦点：NTTデータ×OpenAI

OpenAI関連ビジネス累計売上目標（2027年度末）[1]

累計1,000億円

日本初の販売代理店としてChatGPT Enterpriseを提供。まず大手100社のユースケース創出を支援[1]

[1] NTTデータグループ (2025)

[2] 富士通 (2024)

[3] ソフトバンク (2025)

[4] 経済産業省 (2025)

[5] UiPath (2025)

2025年後半～2026年に、導入後の利用分析・内製化支援を含むCoE支援サービスが国内で立ち上がった。専門市場への分化は今後1～2年後と見込まれる

導入後支援を明示する国内サービス



提供社	開始	サービスと支援範囲
ヘッドウォータース[1]	2025年7月	「AI Agent CoE支援サービス」でAI CoE・Agent Opsを伴走支援
オプテージ[2]	2026年1月	Copilot Studio導入支援で目的整理から設計・運用まで一気通貫
パーソルクロステクノロジー[3]	提供中	トレーニング・導入コンサル・開発支援に加え、利用状況分析・チューニング・内製化支援を提供

発展経路の見通し

本番運用率は低く（業務フロー統合7%、利用中3.3%）、各サービスはAgentOps単体ではなくCoE支援・導入支援の一部である。

専門市場への分化は本番運用企業が一定規模に達した後（今後1～2年後）との2026年6月時点の見立てで、公共実証（源内18万人、A1 6万人）の本番移行が需要顕在化の契機となりうる[1][3]

[1] [ヘッドウォータース \(2025\)](#)

[2] [オプテージ \(2026\)](#)

[3] [パーソルクロステクノロジー](#)

05 Sierの事業機会：対立シナリオと成立条件の検証

「周辺支援領域が主戦場」との見解への4つの対立シナリオを検証。現時点ではいずれも成立条件を満たさない（2026年6月時点）

シナリオ	成立条件	現時点の反証事実
A 外資の自前化	日本語・日本業務対応の強化、データ環境の標準化、ガバナンスの収斂	本番導入4社すべてが自社固有データとの深い接続を前提。レガシー残存約半数・ブラックボックス化懸念51.6%でパートナー依存は当面維持[1][2]
B 顧客の内製化	AI人材の充足、トレーニングの普及、社内CoEの成熟	トレーニング充足率12%、リテラシー・スキル不足70.3%と人材基盤は未整備。内製化支援自体が事業機会に[3]
C 市場成長の鈍化	「過度な期待のピーク期」後の幻滅期入り[5]	本番導入が民間・公共で複数確認、生成AI活用企業の86.7%が「効果あり」。実用化基盤は形成途上[4]
D 公共の内製化徹底	基礎自治体でのガイドライン策定と内製体制の整備	その他市町村の導入済み29.9%、ガイドライン未策定58.3%。大阪府コンソーシアムにSHIFT・Sky・PSC等が参画し外部関与が前提[6][7]

[1] [Sales Marker \(2026\)](#)

[2] [NRI \(2025\)](#)

[3] [BCG \(2025\)](#)

[4] [帝国データバンク \(2026\)](#)

[5] [Gartner \(2025\)](#)

[6] [総務省 \(2026\)](#)

[7] [SHIFT \(2026\)](#)

05 Slerの事業機会：ターゲットセグメント別のアプローチ

短期的な主戦場は投資余力のある大企業と先行公共セクターであり、中小企業・基礎自治体には軽量パッケージによる中期的アプローチが有効である

セグメント	市場の状況・根拠	Slerの提供アプローチ	時間軸
Tier 1A：大企業×高情報集約業種（情報通信・金融）	生成AIの組織的活用率は情報通信で64.4%と高く、IT予算の増加余力もある[1][2]	レガシー連携・高度なガバナンス設計を含むフルカスタムSIとCoE支援マネージドサービス	短期（主戦場）
Tier 1B：先行公共セクター（政府・都道府県・指定都市）	生成AI導入率は約9割。源内（18万人）・A1（6万人）の大規模利用基盤が稼働[3][4]	共通基盤の構築・運用支援、総務省ガイドライン準拠の統制パッケージ、研修プログラム	短期（主戦場）
Tier 3：中小企業・その他市町村	組織的活用率は32.3%と低く、方針未定・未導入層が多い[1][3]	業界特化型テンプレートや軽量導入・伴走パッケージで底上げ需要を取り込む	中期

[1] 東京商工リサーチ (2026)

[2] NRI (2025)

[3] 総務省 (2026)

[4] ASCII.jp (2026)