

〈RIETI 公開BBLウェビナー〉
外国企業との協業により経営力を強化！
—さらなる企業の成長のヒントが経産省の協業連携事例集に

Big Techとの協業による学びと AI時代における「データ」の論点

株式会社プレイド 代表取締役CEO 倉橋健太
2024年5月27日



倉橋健太

株式会社プレイド 代表取締役CEO

2011年10月に株式会社プレイドを創業。2015年、企業のカスタマーデータ活用を支援するクラウドソフトウェア「KARTE」を提供開始し、顧客戦略またはDX戦略の推進基盤として、EC、金融、不動産、人材他、幅広い業界で導入されている。2020年12月東証マザーズに上場し、同年のIPO of the Yearを受賞。

本日のアジェンダ

1. プレイドについて
2. Big Techとの協業と学び
3. 最後に：AIとデータ

本日のアジェンダ

1. プレイドについて
2. Big Techとの協業と学び
3. 最後に：AIとデータ



PLAID

株式会社ブレイド PLAID, Inc.

設立：2011年10月

所在地：東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX 10F

従業員（連結/単体）：414/341人（2023年12月末時点）

沿革

- 2011.1 創業
- 2015.3 KARTEの正式版を提供開始
- 2018.3 KARTE for Appを提供開始
- 2018.5 約27億円を調達
- 2019.11 Googleからの資金調達を発表
- 2020.12 東京証券取引所マザーズ（現東証グロース市場）に上場
- 2021.8 三井物産と新会社 株式会社ドットミーを設立
- 2021.8 株式会社エモーションテックの過半数株式を取得し、NPSなどサーベイ分野におけるサービス提供を本格化
- 2021.12 新会社 株式会社RightTouchを設立し、カスタマーサポート領域に正式参入
- 2022.1 アジト株式会社の過半数株式を取得し、インターネット広告領域におけるサービスを拡充

データによって 人の価値を 最大化する

人の発想や直感を生かし、その創造性を
テクノロジーで拡張することで次の社会を拓く

プレイドグループのクライアントの皆様（一部）

1,000を超える企業の皆様と共に、CXの変革を実現し世の中へのインパクトを創出しています。

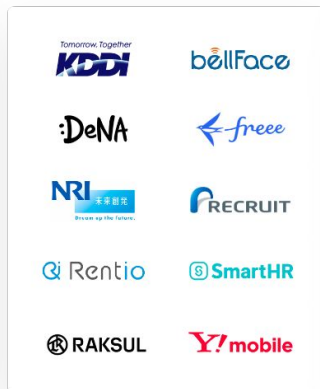
EC / 総合通販



金融 / 保険



IT / サービス



メーカー



コンテンツ



人材



旅行 / 交通 / 運輸



美容 / ヘルスケア



不動産 / 住宅情報



電気/ガス/エネルギー





累計ユーザー数 ※1

年間解析流通金額 ※2

解析速度

199億UU

2.59兆円

0.x 秒/解析

秒間トラッキング数 ※3

月間解析データ量

134,000over

180over ペタバイト

サイトやアプリの訪問顧客のリアルタイム解析・セグメンテーションを行い、それに応じたアクションやコミュニケーションを実現するためのクラウド上のソフトウェア



※1 ローンチ～2023年2月までのユニークユーザー数の実績 ※2 EC領域における解析流通金額。2022年3月～2023年2月までの単年の実績

※3 閲覧、クリック、購入などKARTEで計測しているユーザーの全イベントが対象。ローンチ～2023年3月までにおける最大値

企業の事業変革を支援するプロフェッショナルサービス

- 事業改革や組織変革を求める企業に対して伴走型事業支援を行うSTUDIO ZERO、データ分析を軸とした戦略設計から実装/運用まで支援するPLAID ALPHA、2つのプロフェッショナルサービスを提供することでより上流の顧客課題にアプローチ



BX（事業開発）

観光業 : 全社公募型新規事業開発プロジェクトの運営支援
インフラ業 : EV関連の新規事業開発支援

CX（顧客価値開発）

保険業 : デジタルマーケティングを活用する次世代営業スキーム構築支援
不動産業 : スマートビルディングにおける体験設計支援

EX（人材開発）

卸売業 : 全社DX人材育成支援
情報通信業 : 次世代営業・マーケティング人材育成支援



Consulting

アパレル業 : 新規 / ロイヤル顧客分析に基づく顧客体験戦略・施策の立案
金融業 : 顧客データ及びAI活用を軸に据えた次世代カスタマーサービスの構想支援

Integration

流通業 : KARTEによる事業部横断の顧客データ統合 / 顧客体験の再構築
出版業 : パーソナライゼーション戦略を軸に据えた中期ITロードマップ計画の策定支援

Growth & Operation

メディア : 顧客体験向上 / リテンションを目的としたマーケティング企画・運用業務の受託
金融業 : 高度なパーソナライゼーション施策の技術サポート / 実装支援

中長期的に目指す姿

- ・ ”マルチチャネル × 1st Party Customer Data × リアルタイム”をワンストップで提供するデータ活用の新しいプラットフォームを目指す
- ・ 当社プロダクトのデータ分析/活用に、大規模言語モデル(LLM)などのAI技術を本格的に取り入れ、プラットフォーム全体の価値向上も実現していく



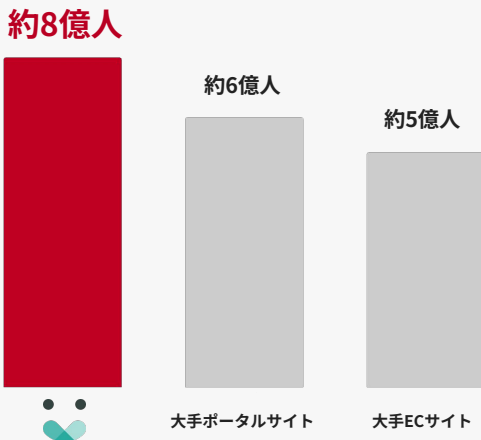
国内最大級の1st Party Customer Data基盤

- KARTEを提供開始した2015年以降、膨大な規模の1st Party Customer Dataを解析
- 2023年9月の解析MAU⁽¹⁾数は約8億人、またKARTE利用の約3割を占めるBtoC-ECにおいては市場全体に対するKARTEの解析GMV⁽⁵⁾割合が10%を超えている等、国内最大級のデータ基盤を誇る

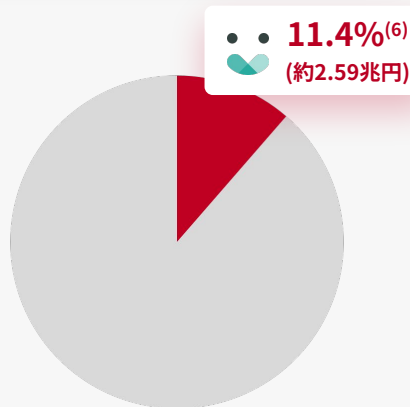
KARTEの解析MAU数⁽²⁾⁽³⁾



国内上位サイトとのMAU数比較⁽⁴⁾



国内EC市場に占める解析GMV割合



本日のアジェンダ

1. プレイドについて
2. **Big Techとの協業と学び**
3. 最後に：AIとデータ

Googleからの 出資概要は報告書 をご覧ください

④ Google International LLCによる株式会社ブレイドへの出資 (ブレイド × Google 2019年)

マイノリティ出資
ソフト・情報

顧客データ解析に強みを持つCXプラットフォーム「KARTE」を提供するブレイドは同プロダクトをマルチクラウド環境で提供しており、Googleのクラウドコンピューターサービス（Google Cloud Platform（GCP））も採用。出資を契機としたGoogleとの連携を通じ、技術力、グローバルネットワークを活用。プロダクトの分析機能強化やコンサルサービスにおいて、顧客への更なる価値提供や顧客開拓を推進し、将来的に海外への事業展開も目指す

協業前の状況		協業後の状況	
① 協業の背景・課題	② 協業の経緯・目的	③ 協業過程	④ 出資後の成果
■ ブレイドは更なる事業成長のため、国内にはないAI技術の活用等、自社プロダクトの機能強化や顧客開拓を企図 ■ Googleは日本におけるGCPユーザーとの協業を通じて、日本のクラウド市場の拡大や日本のスタートアップエコシステムへの支援を企図	■ GoogleはGCP上でユニークなプロダクトを開発するブレイドへの出資を検討 ■ GoogleからブレイドへAI等の技術提供を行い、ブレイドはGCP上でプロダクトの更なる機能強化・顧客開拓を進める形で協業を開始	■ 技術面では、Googleプロダクトを活用した技術の開発・実装についてGoogleと協議 ■ 営業面では、Googleとブレイドのそれぞれのソリューションの販売協力などについてグーグル合同会社及びグーグル・クラウド・ジャパン合同会社と協議	■ Googleからの販売協力や技術的な支援を受けて、「KARTE」の機能強化や新サービスの開発、顧客開拓を推進。売上の増加にも貢献 ■ 顧客企業の事業開発やAI技術活用といった経営課題を解決するコンサルサービスでも連携
協業内容・出資比率・取締役会構成		協業成功のポイント	
■ 協業内容は、ブレイドの提供するプロダクトの技術開発や顧客開拓 ■ 2019年にGoogleはブレイドに出資を行い、技術面や販売面での協業を開始（出資比率は5%未満） ■ Googleからブレイドへの取締役の派遣ではなく、ブレイドが主体的に経営		■ 他社に模倣困難なプロダクトの提供 ➢ 他社が開発できないユーザーデータのリアルタイム解析技術といったコア技術を保持し、技術の模倣が困難なプロダクトを提供することが、グローバル大企業から出資先・協業先として認められようためには重要 ■ 協業におけるシナジー創出に向けた目標設定と進捗管理 ➢ 協業を進めるにあたり、ブレイドとGoogleで互いに、技術とビジネスの両面で密なコミュニケーションを取っている	
提供したリソース（支援等） ・ GCPの活用ノウハウ ・ GCP上のソリューション	 非公表	提供したリソース（支援等） ・ 資金 ・ AI等の技術 ・ 顧客接点 ・ グローバルネットワーク	
取締役会構成 ブレイド 6名 Google 0名		※ KARTE：ブレイドが開発・提供するCX（顧客体験）プラットフォーム。顧客データ解析に強みを持ち、Webサイトやアプリを利用している人の行動をリアルタイムで可視化。KARTEで解析した顧客データを基に、あらゆる接点で顧客体験向上を可能にする様々なプロダクト群を展開。	

案件概要
 <公表日> 2019年11月 <スローモ> 優先株式の発行（出資割合：非公表） <取引額> 非公表 <日本企業> 株式会社ブレイド（東京都）
 <事業内容> CXプラットフォーム「KARTE」等のSaaSの開発、提供及びプロフェッショナルサービスによる企業や組織、自治体等のCX支援 <売上> 86億円（2023年9月期） <従業員数> 341名（2023年12月末時点）
 <資本金> 29億円 <区分> 中小企業（輸出資持点） <出資者（外国企業）> Google International LLC <事業内容> 検索エンジン、オンライン広告、クラウドマーケティング等のサービスの開発・提供



25

出資に至った ポイント

1. トップクラスのクラウド利用実績
2. 事業内容の噛み合わせ
3. カスタマーデータ、AI、日本

Big Techとの 協業で得た学び①

- 圧倒的な人材層の分厚さ

Big Techとの 協業で得た学び②

- 性善説と性悪説の使い分け
- 「失敗できる領域」をいかに作るか？

Big Techとの 協業で得た学び③

- 協業のブレーキはスタートアップ側
- Googleとの協業インパクトはむしろこれから

本日のアジェンダ

1. プレイドについて
2. Big Techとの協業と学び
3. 最後に：AIとデータ

プレイドはグループをあげてAIへの取り組みを加速



KARTE Craft

サイト制作からAPI開発まで
カスタマードリブな
機能をAIのサポートで
開発できる



TopicScan[®]
トピックスキャン

produced by  EmotionTech

RightTouchのLLM活用 これまでとこれから



齋藤 成之
Nariyuki Saito



Google Cloud
Next
Tokyo

生成 AI による 次世代のユーザ行動分析



葛木 美紀
Google Cloud
AI コンサルタント



牧野 祐己
株式会社プレイド
CTO



近藤 周平
株式会社プレイド
データサイエンスエンジニア



これから起こること

人しかできなかった曖昧な作業へ
機械の介在が進む。

AI活用できる -> 優位

AI活用できない -> 大きく劣位

今起きている環境変化で問われる
のは、“その企業独自の提供価値
に集中できるか”ということ。

データ利用の民主化から “データ解釈”の民主化へ

AIでデータの一般的な意味解釈が可能に
個別具体データだけではなく、意味的な
共通性を利用できる。

これまでデータを正しく解釈して利用す
るのが難しかったが、AIを使うことで解
釈をより自由にできるように。

例えば、A商品を購入した、という事実
ではなく、XXのためにA商品を購入し
た、というContextが明らかになる。

「生成AIにどんなデータを学習させるか」

「そのデータをどのように生成・集約するか」

「そのデータはどこに保管されるべきか」



PLAID