

キャピタル・アイ特別企画：～新規上場企業のいま～

エクサウィザーズ<4259>：“いかに業務が楽になるか”

エクサウィザーズが東証マザーズ（現グロース）へ2021年12月23日に上場してから2年が経とうとしている。同社は、AIを活用したサービス開発による産業革新と、社会課題の解決を目指す。コンサルティング人材がクライアントのニーズを把握してプロジェクトを構築し、AIを実装するオールインワン型の「AIプラットフォーム事業」を展開。業務プロセスに簡易に導入できるAIソフトウェアを提供する「AIプロダクト事業」なども手掛ける。上場の効果や準備にまつわる事柄、今後の展望などを春田真代表取締役社長に聞いた。



春田真代表取締役社長

■「使われてなんぼ」

—2年が経ちつつあるが、上場を経たことで、事業や組織、管理上どのような効果があったか

顧客が大企業であり、上場していることで会社としての信用度が一定以上増していると思う。そこで得た資金や、ベンチャーキャピタリスト（VC）を中心とした元々の株主と、上場後に支えてくれる株主との交代も進んだので、それはやはり上場しないと得られなかったことだろう。

人事的に言うと、本人もそうだが、家族の心配が薄くなる部分があると見ている。信用の観点では、会社だけでなく人的にもそのような面は出てくる。

—既存の従業員と、これから応募する人たちの両方に対する効果という意味か

両方だ。特に上場前は、「上場するプロセスをともに経たい、そういうことをしてみたい」というのは間違いなくある。上場後に入社する人たちもたくさんいて、そういう人たちは会社としての可能性や、「この会社で〇〇をしたい」、その業務について、あるいは会社として何をしたいのかというのが、より強くなっている気がする。上場前後では、人のタイプも若干違う面はある。

当社の場合は大企業が相手だというのはあるが、大企業で働いていた人も、研究所や大学から来た人たちもたくさんいる。そう考えると、ベンチャーのなかでも安心感はあるのではないか。僕としては、もう少し勢いにあふれた人たちがもっと入ってきてくれてもいいと思う。

管理上の効果について、質問に対する答えとして当てはまるかは分からないが、「上場会社なので」と皆が認識する。業績のこともそうだが、いろいろな振る舞い、例えば、SNSの発信を含めても、「それは意識して」という話もするし、意識してくれるようにもなると思う。

そういう意味で「ちゃんとした会社として」ということを我々から言うのもあるが、何となくそれは感じてくれるだろう。そういう意味では効果があるのではないか。

—上場準備中に印象的だったエピソードや、工夫したことは

普通ではなかったか。数字を追いかけるのも、会社の運営も普通で、上場だから工夫したことは特にない。僕は上場が2回目だということは大きい。東証マザーズから1部への市場替えも含むと、関わっているという意味では5回目だった。

自分が実質的に行っているという意味では4回目なので、特別失するものがなく、上場だからということを前に出す必要はないと考えていた。社内でも、「上場のために〇〇」と言ったことはほとんどない。

上場は資金調達の1つのプロセスだと思っているので、上場だからというよりも「普段からちゃんとやっていきましょう」という感じだった。

—ある程度勘所を掴んでいたということもあるのか。いろいろな会社はこの質問をすると予実管理や内部体制の整備が話題になるが、自然体で粛々と進めたのか

予実も普通にやらなければならないことであるし、外部に対して開示する事だから、今のほうがズレると怒られるということも含めてある。当社は元々研究開発の会社ではなく、「使われてなんぼ」という言い方をずっとしてきた。

数字を追いかけようというカルチャーの会社ではあるので、売り上げを作り、顧客を増やすのは大変かもしれないが、それは普通の話なので、上場準備だからということは特になかった。AIを触るので、知財の領域などはこれから作っていかなければならないところもある。

その法的なバックグラウンドをきちんと持った弁護士や弁理士を社内に置こうと最初から考えていた。上場をするのが初めてではないせいもあって、その重要性を最初から認識しながら、そのような人たちを置いていたという部分はあるかもしれない。

■詰まってきた中身

―事業の現状について。上場を起点とした事業の進展や、業界の状況認識、現在のポジション認識などについてまず大まかに聞きたい

業容として見た場合、顧客も順調に増えている。特に、大企業中心の路線が最初から崩れることなく、ずっとやらせてもらっている。僕個人として見た場合、AI プロダクトをもう少し早めに展開できることを期待していたが、思ったよりもスピード感が出なかったのが、当初との比較という点では大きい。

AI プラットフォーム事業は、「顧客と一緒に AI の利活用を考えよう」というもので、それが特定の顧客の話ではなく、「汎用的な課題になっていくとプロダクトで解決できるようになるのではないか」というのが元々の発想だった。AI プラットフォーム事業で、こんなに顧客が増えて、売り上げが上がっていくとは想定していなかった。それはあくまでも、当社にとってのマーケティングやモデルを作るための場であり、それをプロダクトにどんどん生かそうという発想で取り組んだが、思ったよりも広がっていった。

プロダクト化しようとした時に、技術的なものも含めて、汎用的なものにすることに行き着かなかったのは、当初の想定とズレたところだった。昨年の 11 月の終わりに、生成 AI が ChatGPT (Generative Pretrained Transformer) になった時点で一気に注目を集め、これがだいぶ変わってきた。生成 AI を活用することで、今まであったものを、よりプロダクトにしやすくなり、これを生かして「○○みたいなことができる」という話になってきた。

昨年の暮れや年明け頃から、社内もそうだが、顧客のほうでもムードが変わってきた。今年の 3 月から一気に、プロダクト重視の方針を社内外に出し、「プロダクトをどんどん作っていくぞ」ということにしたので、社内でも分かりやすくなった。

―前期の決算説明で、「exaBase Studio (Studio)」の AI プロダクト事業へのセグメントの移管や、開発・拡販の話が出て、そこから 3 カ月ほど経った生成 AI で、より結びついてきた感じだ。もう 1 つ、DIA (デジタルイノベーターアセスメント) などアセスメント領域もそうだが、DX の文脈が 3~4 年ぐらい前から進み始めていた。そのなかで、DX を推進するための人が社内にもどれだけのいるのか、あるいは、そのレベルがどのようなものか示す指標がないという顧客の声から DIA が生まれ、広がってきた。



AI プラットフォームと AI プロダクト事業の両輪を回す“AI ぐるぐるモデル”で、アルゴリズムとデータを蓄積し、汎用的なサービスで社会課題を解決する

それを並行しつつ、既存顧客との間でいろいろな AI プロジェクトを進めて、もっとスムーズに進めていこうとした時に、AI で作ったモデルと、既存のシステムを結びつけることに難しさがあった。

特に、大企業では、エンジニアが情報システムのような部署にいて、基幹システムには、外部のベンダーを起用していることが多い。いろいろな業務プロセスを担うシステムと AI のモデルを接続しようとすると、人を呼んでこなければならないなど、労力が要る。これをもっとスムーズに分かりやすくできないかという発想で Studio を始めた。

Studio には「Canvas」という AI ソフトウェア設計のためのユーザーインターフェース (UI) があるので、システムの流れが分かりやすくなっている。また、エンジニアでなくてもできる UI/UX を前提にシステムを作っていこうとしていた。これを進める過程で、生成 AI が出てきたので、「生成 AI できることは何か」と考えると、やれることは広がる。



法人向け ChatGPT のプロダクト「exaBase 生成 AI powered by GPT-4」の操作画面

一般的な生成 AI の使い方で示すと、最初に広がった時に、チャットだったせいもあって例えば、「鈴木洋平がどんな人か」と検索のように使うことが多く、「生成 AI は嘘をつく」という話が出ているが、そういうことではない。

生成 AI にはいくつか凄いところがある。1 つは質問する側の意図を汲み取ることだ。例えば、「鈴木洋平ってどんな人」と問うと、どんな人かをきちんと理解しながら、どのような答えを期待しているのかに基づいて回答する。質問者の意図を酌んで回答してくれる仕組みが生成 AI だと位置付けると、こちらから指示すればするほど、その価値がどんどん出てくるだろう。

社内での使い方として、経営企画の立場であれば、足元の営業成績やコスト、社員の状況など、それぞれのデータベースがどのようになっているか聞こうとした時に、それぞれの事柄がどの箱にあるから分からない。日本の場合、いろいろな部門の人たちがその情報をもらってきて、取りまとめることに人手と労力をかけている。これは、データベースに話を直接聞きにいけば良い。人事と経理のデータベースは別々で一気に聞けないが、生成 AI を通じて指示する。つまり、AI がそれぞれの箱やデータベースと、いわゆる会話のようなことを直接してくれれば、シンプルに工数を削減できるのではないかという話になってきた。

別々のデータベースにあるものを生成 AI でいきなり結びつけようとするのは難しいだろう。そのような時に Studio を使うと、いろいろなところと連携できるのではないかと。Studio の価値は、AI のモデルと既存のサービスといった異なるものをより簡単に結び付ける。

しかも、エンジニアでなくともできる環境を提供できるということが元々の価値ではないかとしてスタートした。その環境があっても使うのが難しかったら良さは出ないが、生成 AI というテクノロジーが出てきたので、「ものすごく使い勝手が良くなってきたのではないかと」というのが昨年の年明けぐらいのことだった。

そこから進んで足元で具体的に、第一生命とのプロジェクトが出てきた。僕たちのモデルも彼らが持っているモデルもあり、それをどう使ったら良いのか、「Studio があれば柔軟に考えられる」と顧客自身がその価値を感じてプロジェクトが進み始めた。

我々自身も生成 AI の登場を想定していたわけではない。だが、AI をどう広めるかに取り組んでいたモデル開発で、プラットフォームや、それを結びつける Studio を作った。それらを実務で回すことに興味がある人たちがどこにいるのかアセスメントする DIA のようなツールを持ち、これらが有機的に繋がる局面になってきたのが今だ。5 年ぐらいかかった。面白いタイミングというか、会社としては中身がようやく本当に詰まってきたと評価しているところだ。

■アシスタントからエージェントへ

一個別のプロダクトに関して、IR 支援の「exaBase IR アシスタント」が商用利用を開始した。業務で実際にどのように使われそうなのか

株主総会や投資家対応などの Q&A を、より簡単に作るもので、今はアシスタントと呼んでいる。いずれはアシスタントでなく、一人前で自立し、投資家や株主が質問したら勝手に答えるようになるだろう。聞きたいことを質問したら、それに対して答えてくれることが、IR 上で欲しいことだ。今は人が行っているが、そうできるようになることが、目指すべきものだ。生成元になるデータが限定されてくると、人間がやるよりも、いわゆるインサイダー的な話は出ないはずだ。そのようなことができるアシスタントが一人前になると、まさに株主対応のエージェントのようなものになっていくのだろう。



ユースケース例

生成AI×exaBase Studioが各種法令、社内ガイドライン、過去の書類等を参照し、行政などに提出するドキュメント作成を支援

約50%の開発効率向上を見込む

第一生命と生成 AI×exaBase Studio の利用による生産性向上の取り組みが始まった。多様な LLM に対応し、社内のあらゆるシステム/データリソースとの接続が可能。クラウドサービス上での自動デプロイや、利用ログ・入出力データの記録やハルシネーションチェックなどエンジニアリングスキルによらず、容易に AI モデルを開発できる。開発効率向上とは、100 個の社内向けアプリを作成するのに要した時間で、150 程度のアプリが作成可能であることを意味する。

そうすると、例えば、人事や採用などで、とても多くの工数や時間、人員が費やされているが、もっと簡素化できるのではないか。経理もそうだ。経理は開示業務と似たところがある。例えば、当社では勘定奉行などで入ってくるデータを、開示用に置き換えて加工し、書類に作り上げていく。「元々のデータは一緒だから一気にできたら良い」という話だ。このようなことが多分たくさんある。

社内の報告もそうだ。いろいろなデータを加工しないと、そこにあったデータそのままの意味をなかなか読み取れない、あるいは考えなければならない。だからその真ん中で、スタッフと呼ばれる人たちがいろいろ時間をかけながら分析する。これが定型化されるものであれば、例えば、上長などがダイレクトに分かる形になっていくのではないか。

入口は例えば、コ・パイロットなどで、今までのエクセルやパワーポイントなどでの資料作成を簡素化する方向での使い方がある。もっと突き詰めていくと、その先には、「資料自体を作成する必要が本当にありますか」ということになっていくのではないか。

人が少なくなっていく、あるいはもっと生産性を高めようとした時に、企業の今の仕事のなかでどのように余力を生み出せるかが大事になる。その余力を生み出すところにテクノロジーが入っていくのが、自然の流れではないか。

質問に戻ると、今は IR 業務だけだが、どんどん他の領域にも進めていくことを考えている。例えば、IR と経理、人事のエージェントがそれぞれあると、各エージェントに対して、僕が問いかけると、それに合わせて欲しい情報を出してくる。

そのような世界観、エージェント同士が会話していくものになっていくと、ホワイトカラーの仕事は、多分激変するのではないか。それをイメージしながらプロダクトを開発して顧客に提案し、そのなかで新たなニーズなどを酌み取りながら、形にしていければ良い。

■現場の可能性

—ChatGPT に関する話で、SIer が大規模な PoC（実証実験）を手掛ける話も聞くが、既存の SIer との競合環境や、認識はどうか
大企業の人たちもいろいろなことをやりたい。内部に常に外部の人たち（SIer）がいるので、何か新しいことをやろうとすると工数もかかるし、予算を大きく取らなければならなくなる。今までは、要求に合わせてシステムを変えたとすると、大上段に構えなければならなかった。

大きな予算を取ってシステムを統合する、変えるといったことをやらなくてはならなかった。生成 AI の良いところは、中央集権的というよりも、現場でいろいろなことができる可能性が出てきたということだ。生成 AI を扱うことができれば、SIer に大きなお金を払う以外の選択肢が生まれるはずだ。そのようなことにチャレンジしたい企業の情報システムの人たちは多いと見ている。僕らとしては、いい感じで連携しながらできれば良い。

SIerの人たちは、「自分たちの在り方が将来的にどうなるのか分からない」と絶対に思っているだろう。だからこそ今、生成 AI を放置しておくと考えられるかもしれないから携わっている。実際に基幹部門でいきなり SIer がなくなるのは、各所で難しい問題が起こるので、生かしながらどういうものができるのか、いろいろな面で考えているのではないかな。

—良い感じで連携していくというのは、エクサウィザーズとクライアントが連携するということか
クライアントも SIer との関係があるし、そこに我々のような会社がいることによってどう連携できるか、そんな風になっていくと良い。

■顧客がいるからできる

—今まで ChatGPT の話が主に出てきたが、2 年前の会見では、AI のコンポーネントをかなり内製化しており、例えば、音声認識や音声合成も自分たちで作っていた。それから 2 年経ち、オリジナルのアルゴリズムなどは、どのように進化したのか
例えば、音声では、11 月に展示している JAXA の例で、ロボットを音声で動かすようなことがほぼ実装レベルで動いている。「音声を使った〇〇」という点では進化しているのも確かだ。

それも、「生成 AI を使ってこんなことができるのでは」というところからスタートしている面もある。テクノロジーが進むなかで、社内にエンジニアもいて、それがベースになるが、研究機関ではなく顧客が存在するので、その現場で一緒にできるというのは大きい。

研究によってできるものもあるが、本当に使えるかは現場に出してみないと分からない。例えばロボットに関しても、当社の場合は AI を使って粉体や液体を測ることも実装レベルで実現できている。簡単そうに見えて難しいが、そのようなことは顧客がいるからできる。足元では、画像の領域でもいろいろと進んでいる。

例えば、ChatGPT でできるようになったことと重なる部分もあるが、先行していることによって、応用可能性や違いのようなことが分かるのも確かだ。社内でエンジニアが AI をずっと触り続けていることが大きい。

■上位レイヤーで協業

—スタジアムの買収について。発表では主目的が拡販と説明していたと思うが、PKSHA Technology<3993>が、モビリティ MaaS 領域のアルゴリズムの社会実装を目的に、駐車場機器の製造販売などを手掛けるアイドラを何年か前に買収した。エクサウィザーズはクライアントの存在でプロダクトが進化することだが、実装先をグループ内に持つことも必要なのではないかなという印象もある。どのような戦略なのか
スタジアムの場合は、もし昨年に話があれば、多分買収していない。自分たちが拡販できるプロダクトを「もっと売っていくぞ」という方針になっていなければ、多分やっていない。

そのようなプロダクトを一気に作ろう、今後もっと増やしていこうと思っていたタイミングで話が寄せられたため、こうしたら使えるのではないかといいところからスタートした。さらに、自分たちが営業の在り方を考えた時に、今であれば例えば、リスト作成などを行っているが、「AI を使ったらもっと進化していくのでは」ということは、アイデアベースではある。

それが実際に動いてくれるところがあれば、そこでもう少しそれを当てはめることによって、今は業務代行といった新規事業を立ち上げる、人員を送るなどいろいろな取り組みをしている。

だが、そこだけではなくて、もう少し上のレイヤーで営業戦略や戦術策定などを一緒にできたらけっこう面白いという議論している。そのなかで、営業の仕方をちょうど変え始めているところだ。これをやり始めると面白くて、「営業だけではない」という話も出てくる。バックオフィスの業務に改善の余地があるという話も寄せられる。結局、目指すのはテクノロジーを使ってどれだけ楽にできるかという話だと思う。

彼らはいろいろなところと接点を持っていて、僕らの営業先でなかった中小企業へ進出している。そういったところでもっと連携できる点も、今後増えるのではないかな。かなりいろいろなことができるのではないかな。

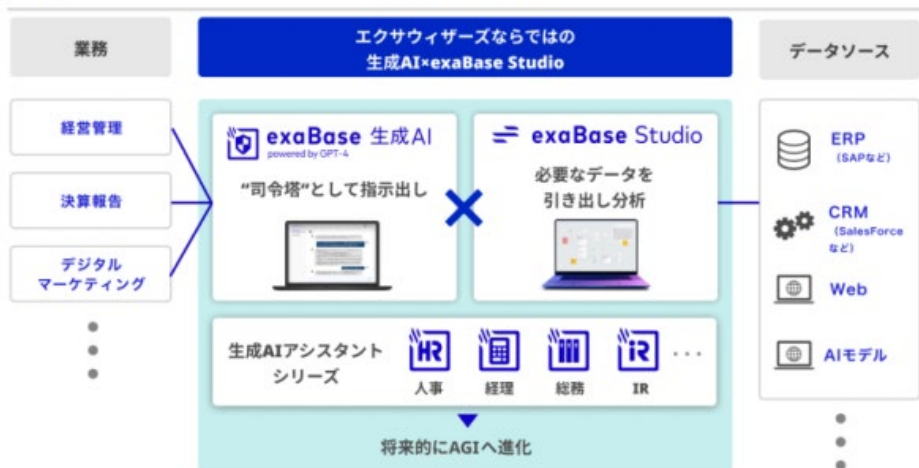
一業界の話だが、少し前にアクセンチュアが ALBERT<3906>を買収した。コンサルティング会社が開発部門を持ちたいという印象がある一方で、逆に AI ベンチャーがコンサルと組んで営業にチャレンジしたいという動きもある。エクサウィザーズはワンストップであり、それほど関係がないようにも思えるが、そのような流れをどう見るか

競合云々とよく聞かれるが、大企業が顧客ということもあり、アクセンチュアが（競合として）大体いるという側面はある。我々の動きが速く、モデル作成も含めてコンサルティングから開発まで一気に進めるところもあり、知ってもらおうと使い勝手が良いこともある。そのため、選択肢として当社を起用したいと考えてもらえるところがあると感じている。

一方で、業界全体で見ると、ベンチャーもたくさんある。だが、上位レイヤーの顧客と話ができる機能を持たないところは、どのようなビジネスをしているかほとんど分からないが、実際にはほとんど会わない。いろいろな会社がいるとなると、下側（開発）に入ると見ている。

上位レイヤーをそういった会社や、連携先に任せて、あるいは企業側に任されて一部分の開発を任されることが多いのではないかな。もちろんそれで売り上げが立ち、会社が成立するのは、非常に大事なことではあると思う。僕らは自分たちで IP も持ちたいし、思う通りのビジネスも作りたいので、両方構えてやっている。業界全体で見るとそういう形で上位レイヤーへの入口をどう作るかは、特にベンチャーの場合すごく大変なので、そういう動きは進むのかとったりはする。

生成AI×exaBase Studioで実現する未来



生成AIをチャットベースで活用しながら、exaBase Studioが
多様なデータソースを連携・分析

生成AIが司令塔としてexaBase Studioとも連携しつつ、既に企業内に存在するが、諸々の制約で活かしきれていないシステムやモデル、データを最大限活用しながら生産性向上を実現できることが、エクサウィザーズならではの強みだという

■生成AIで業務改善にコミット

—今後の展望について。しばらく先のことにに関して、まずは概要を聞きたい
1つは生成AIを軸にして、企業の生産性を上げることに力を注ぎたい。そのなかでやるべきことが山のようにある。

OpenAIの発表を見た時に、世のなかではBtoBよりもBtoCのほうが先に、生成AIを使ったいろいろなサービスや利用例があり、ChatGPTなどでは余計にそういうものが出てくるだろう。だが、大企業における利活用は、そんなにシンプルにいかない。

世のなかでChatGPTを含めてテクノロジーの受け入れ度合いが高まるのは大事なことだ。そのような状況でBtoBの世界で使いやすいもの、リスク管理も含めて、サービスとして生み出せたら面白い展開になるのではないかと。生成AIを軸にした業務改善の領域にコミットしたい。

—技術面について、サービス群を大きく4つに分けていたが、その展開について、種類を増やしていくのか、機能を深めていくのか

どちらかといえば、機能を深めていく。例えば、サポート1つを取ってもそうだが、当社は生成AIの環境提供では220社を超える顧客と提携する契約を結んでいる。だが、使っている従業員は数%に過ぎない。企業側も、使っていない残りの人たちには「どうさせようか」と思っているのが実態だろう。「まず使ってみてからいろいろ考えよう」となかなかならないのが日本の難しいところだ。

とはいえ、「ちょっとやらせてみようよ」というメニューやサポートのようなものをしっかり用意しなければならないのも確かだ。今、それを並行して一生懸命作ろうとしている。研修とサポートのどちらの言い方が適切かというのはあるが、「使ってみなさいよ」と言える部隊の拡充をしっかりとやる。

一方で、サービスレベルとしても、機能を強化したいものが、今の開発ロードマップにもいろいろと入ってきている。もっと深めてできることは増えるだろう。横にとりより、深めることを中心にしていくことになる。

—より具体的には、プロンプトエンジニアリングをもう少し分かりやすくするとか、カスタマーサクセスを充実させるという発想なのか
発想としての入口はそこにある。僕らが本当にやらないといけないのは、業務プロセスをどう変えさせるかということだ。今のプロンプトをどうする、「使い
方ってこうだね」というのをなじませることはとても大事だが、そこで止まっていたら変わらない。

何年か前の RPA（Robotic Process Automation）では、けっこうそうなってしまった気がする。現場での使い勝手だけになってしまうと、結局トータルで
「何か変わったのか」となってしまったのが実態ではないか。なぜなら、そこまで突っ込んでいないからで、今回はやはりそこまで突っ込まなければならな
い。

入口としては、当然ながらサポートは重要で、理解してもらわなければならないので、それはそれでやる。でもそれが僕らのやりたいことのコアかという
そうではない。並行して、これを使ったら“いかに業務が楽になるか”を作り出す。顧客と一緒に作り、自分たちのなかでこういうことが良いのではないかと
生み出す。そこが中期的には凄く大事なことだ。

—突っ込むという言葉の意味は、深掘りするという意味か

そうだ。AI アシスタントシリーズのプロダクトをきちんと深めていく。やろうとしたらその業務が何かを突っ込んでいかないと分からない。例えば、総務や
いろいろな領域があるかもしれないが、人事や経理はプロセスがある程度似ている。

それは、エクサウィザーズのなかにもある。当社内ではどんな風にできるか、採用領域はどうしたら楽になるのかというのがベースにある。それを、AI を使
ったらこんなに楽になるのではないかということに取り組んでいる。

それをプロダクトにしたら、こんな風になるかもしれないので、顧客に提案してみようかという感じになる。顧客が存在して一緒に作ってもらえる部分があ
るのは凄く大きい。その展開過程でメニューが増えていく。そうすると業務として使える AI が出てくる。

生成 AI を使いながら、「こんなふうに使ったら楽になる」と思っている人たちに、新しいプロダクトを提案できれば、より分かりやすくなっていく部分が多
いのではないか。現場での使われ方にこだわりたい。

—日本の大企業で、SIer がサービスを提供する際に、カスタマイズ要求が非常に多いという話も踏まえて、各社共通しているところから攻めていくのか
そうだ。できれば本当はカスタマイズではなく、パッケージに合わせた業務フローにしたほうが、コストが安くなるに決まっている。なかなかそうならない
実態が、このようなものが出てくることで変わってくると良い。

■マルチエージェント・システムと AGI

—AI アシスタントが将来的に「AGI (Artificial General Intelligence)」へ進化するとの見通しだが、エージェントのようなものが出てくるのか。ロードマップなどはあるのか

AGI を作ろうとまでは思っていない。個別のアシスタントと呼んでいるものが、エージェントになっていくイメージを持っている。エージェントがエージェント同士で会話する、いわゆるマルチエージェント・システムのようなもののほうがイメージしやすい。これをもっと統合していく何かがあれば、それが AGI と呼ばれるものかもしれない。

例えば、エージェントが僕の横にいて、「ちょっと業績を見ておいて」と話すと、その AGI と呼ばれているものが、経理やマーケティング、人事のエージェントと話す。それがトータルとして回答を出すようなものが AGI のようなものになるかもしれない。統合された情報を扱うエージェント自体も、僕のエージェントのようなもので、エージェントとエージェントが会話しているだけかもしれない。でも、そのエージェントはいろいろなところと話をしているから、結果的には AGI と呼ばれるものになっているかもしれないという世界観が理解しやすいのではないかな。それぞれの業務が違って、1 つ 1 つ良いものにしていこうとすれば、それなりに学習や経験を積ませていくことが大事になる。

知っている人にきちんと聞ける誰かがいると良い。だから、業務のなかにおける AGI のほうが分かりやすく、世の中に出た時の「AGI って何だっけ」という感じはある。

—あくまでも、分散した概念としてのエージェントをまとめていくと、その総体として汎用的なものができる
そのようなイメージはある。

■バージョン間をシームレスに

—今は、ChatGPT がサービスのバックボーンにあると思うが、ああいった LLM (Large language Model) は OpenAI だけでなく、いろいろなシステムやデータベースが出てくると予想できる。そういったものが出てきた時に柔軟に対応できるのか

新しいモデルができた時に、柔軟に対応できるほうが良いのではないかな。例えば、今の GPT-3.5 や 4 も今後も進化していくだろう。これが悪いかというと、もちろん日本語能力云々という話はある。しかし、できることが多い。もちろん一定の嘘をつくというような点は、学習のさせ方などを考えながらうまくやれば使える部分も多くなると見ている。

別の何か突然現れるかもしれない。だったらそれに乗り換えるような仕組みを作る、乗り替えた時にできるようにするのがすごく大事ではないかな。モデルの大きな変化ももちろんそうだが、例えば、今でもモデルの GPT-3.5 と 4 で、同じようなプロンプトを入れても回答が違うことがある。これがもし、いわゆる業務に使っていく時に、今まで 3.5 でずっと運用していて、4 を使うことになった場合、「同じ答えじゃないと困りませんか」ということだ。

単なる文書を作るといった話であれば良いが、これを使って業務に活用する時に、例えば、Windows もそうだが、バージョンが変わる時に情シス部門などが凄く大変で、今までのものは変わらないかとチェックする。

3.5 が 4 になった時でもそのようなことが起こると見越した時に、バージョン管理や、変更時にどのようにサポートできるのか。さらに言えば、変更箇所自動的に対応できるようなものも用意していかなければならない。LLM が違ったらどうするかというだけではなく、やることはいっぱいある。

通常のバージョンのなかでも起こり得るので、そういうことも含めて、この領域はまだ入口に過ぎない。そのなかでやるべきことや、「やってくれたから良かった」と思えるところもけっこう出てくるのではないかな。

ポイントは、やはり実利用や実務で使われるところだ。そのためには、研究も大事だが、現場でいかに使ってもらいながら、課題があるか常に吸い上げることが重要ではないかな。

ーグローバル展開について、会見の時にも少し触れていたが、どうか
元々の発想として、AI のモデルと基幹システムをより簡単に結びつける Studio のイメージがあった。これは元々言語に関係なくできる話なので、グローバルで展開できたら面白いと考えていた。

足元では、プロジェクトベースで動くことが非常に多くなっている、プロジェクトで呼ばれることが多く、これを使ったらこんなことができるのではないかなという結果として、Studio の開発や中身がちょっと変わってきているのは確かだ。

そうすると、顧客との話し合いのなかで今できるものを磨き込むことによって、それがグローバルでどう展開できるか意識したほうが良いかな、そのためにどういうことが必要かな、洗い出しを始めている。そのように海外に持っていけるものがあれば面白い。

世界と戦いたいと大上段に構えるより、「自分たちが作ったものが世界中で使われたら面白い」というのが入口にある。そんなサービスが作れたら良いし、社内のエンジニアを含めて皆もそう思ってくれると良い。

偶然自分たちが作っているものを見た時に、これを持っていけるのではないかなと思っているだけで、全然違う領域で検討しているプロダクトもあるので、それが外に行けるのであればそれはそれでありだ。これだったらいけそうだと思うものについて、いち早く持っていけるような勝負をしたい。

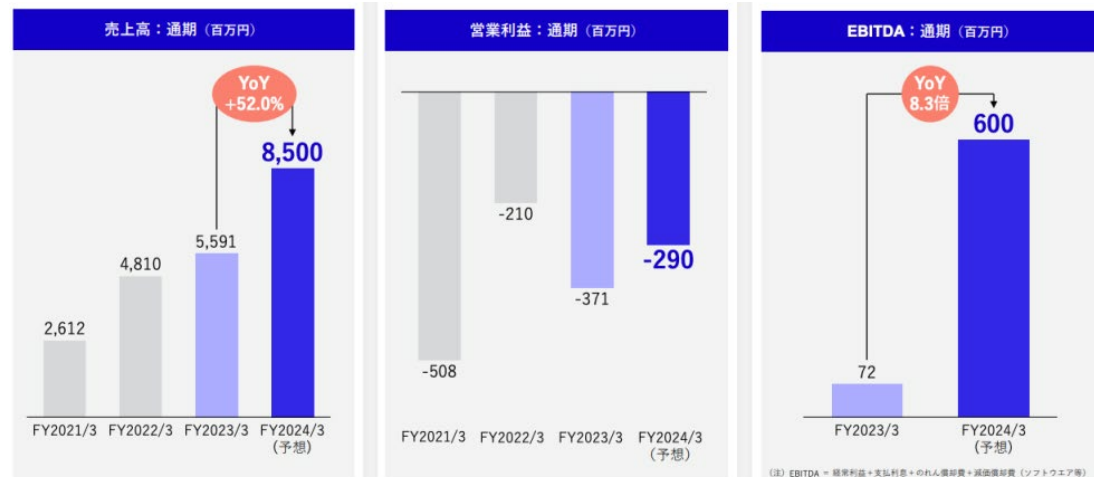
■変わるタイミング

—今期の赤字が縮小したが、財務上のハイライトを

第2四半期もかなり良い感じになってきて、あとは第3、4四半期に向けて進んでいる。昨日に開示した決算だけでは、累積で見ると昨年よりも赤字幅が拡大するので「なんだよ」という感じだ。第1四半期の数字がそうなのだから「足元で見たらそうだろう」というのは声を大にして言いたいところではあるが、中身はかなり改善してきている。

黒字を出すことについては、第3四半期がどのようなものか個別に答えるのは難しいが、かなり改善できるだろう。トータルでの、年度での黒字化について、今期はまだそこには行かない。だが、少なくとも来期に向けては、投資家もそれを期待しているので実現したい。

やりたいことはいっぱいある。僕は元々赤字が大嫌いなので、赤字を許容したいとは全く思っていない。それが大前提だが、今は本当に変わるタイミングをひしひしと感じる。「こういう感じでやったら面白いのではないか、こんなものを作ってみたら面白いのでは」、「この部分を一気にもう少し広げよう」とかそのようなことをいろいろ考える。だが、足元ではこれだけ赤字だったということもあるため、マーケット的に黒字を期待する声大きいのも確かなので、それを無視するわけにはいかない。



2024年3月期通期業績では、売上高85億円、営業損失2億9000万円、EBITDA6億円を予想しており、5月の発表時から、売上高を15億円、営業利益を8000万円、それぞれ上方修正した

そうすると、「ここの部分をちょっと制限しながらちゃんと作ろう」みたいなことをやらなければならない。一定の制約になるのは確かだしながらも、やりたいことや、やるべきことについて突っ込まなければならない時は、マーケットにきちんと説明したうえで行いたい。

■こんなものではない

—株主や投資家へひとこと

自分で創業しているせいもあるので、時期は切れないが絶対に株価を上げる。このままでは収まらないという感じだ。伝わるかどうか分からないが、今社内でメンバーを見ていて、いろいろなものが作り上げられてきている。会社が持っているポテンシャルを考えた時に、「こんなものではない」と本当に思っている。



春田社長は最近読んだ本のなかから『イーロン・マスク（上・下）』（ウォルター・アイザックソン（著）、井口 耕二（訳））を薦める。Tesla や SpaceX のような会社を立ち上げている事実に対し、「ああいう人でなければ作れないのか」、「普通のやり方ではあのような会社を作れないのか」など、思考を巡らせるうえでも面白い本だという

外部の人たちにはまだそこまで伝えきれないし、プロダクトや数字で示さないと伝わらないので、それを今まで仕込んでいる。いち早く体現し、皆さんに認識してもらうことによって、僕が持っている期待値や、この会社に対する評価みたいなものなどがマッチしてくれると良い。そうなれるように努力する。

DeNA の頃からずっと事業を運営していたから、「こんなものでは駄目だろう」と本当に思っている。赤字が大嫌いというのも含めてだが、儲けなければならない。儲けないといろいろなことができないし、株価が低いと株主に期待したものを返せていないというのものもある。

例えば、今回のスタジアムの買収は現金での支払いだったが、株価を上げることによって、貨幣としての株式を使っていける。そのような観点からしても株価は本当に上げなければいけない。

—今後上場を目指す会社に向けてひとこと

上場して事業を進めていこうとすると、特にスタートアップとして上場していこうとするならば、最初から上場を意識して、それに合う体制やサービスを作り、必要な資金を確保しなければならない。自然体でなるというのはスタートアップとしてはあまりないと思っている。「上場会社としてやっていくんだ」ということを固めたほうが良い。

そうであれば、その会社は上場を目指して何とかするではなく、上場は1つのステップでしかないと本当に思っているので、そのぐらいの気持ちで、その後にどんな風になっていきたいのか、どうしていくのかということまで意識してやってほしい。

上場はプロセスではあるが、プロセスをクリアすることによって、「良かった」と思っても当然良い。それによってハッピーになる人たちもたくさんいるので、それはそれで喜んだら良い。その後のことを考えると入口に過ぎない。上場を目指してというより、「よりでかいサービスを作るんだ」とか「より大きな会社にするんだ」、「より世界に貢献するんだ」という形でやってもらうほうが良いのではないかな。

画像・図表の出典：エクサウィザーズ（2023/12）
[2023/11/15：キャピタルアイ・ニュース 鈴木 洋平]