

Recruiting Deck



01	Company	-----	P.03
02	Business&Product	-----	P.10
03	Case study	-----	P.19
04	Technology	-----	P.23
05	Team &Culture	-----	P.29

Company

001 会社情報

Capex Recruiting Deck

AIコミュニケーションを世界中に普及し、 人類の機能を拡張する。

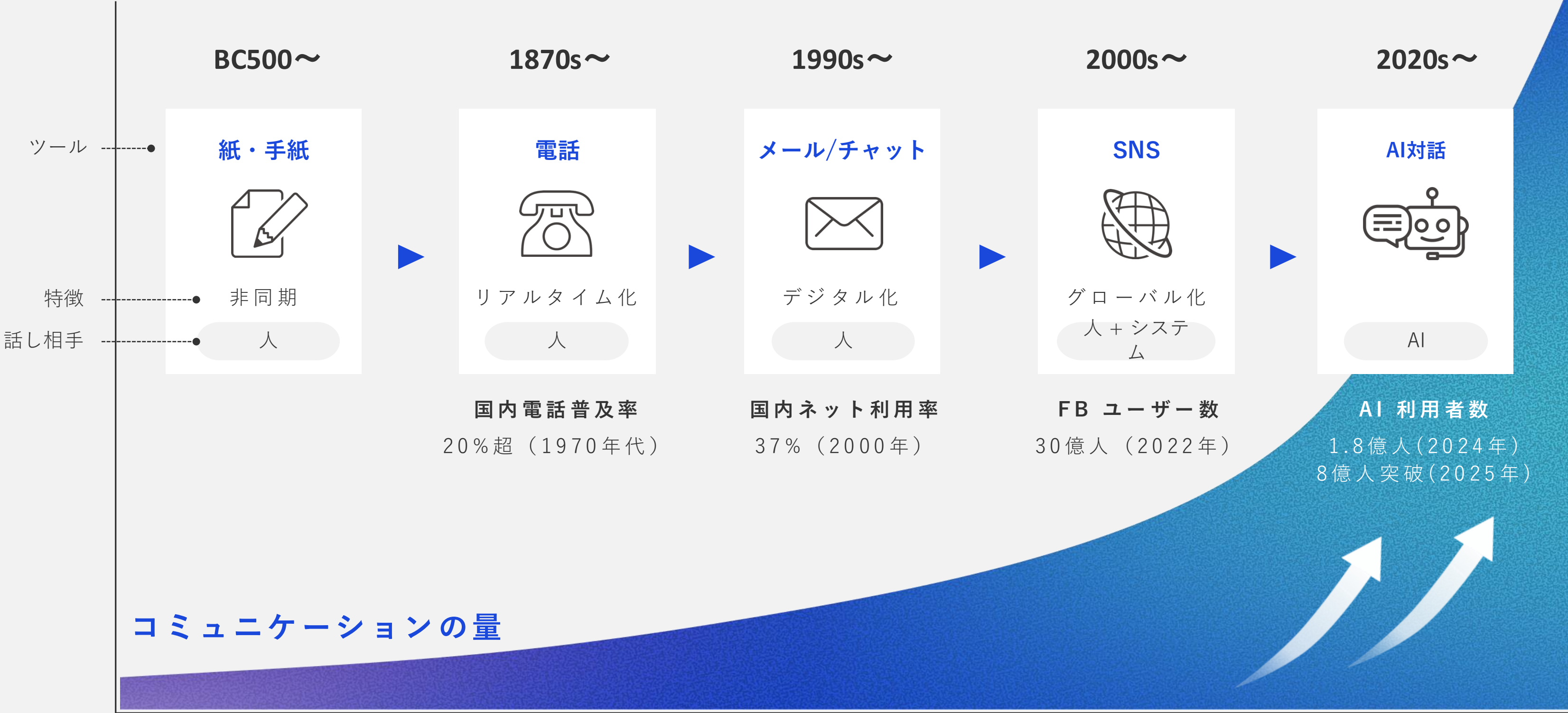
Capex が挑んでいるのは、新しいコミュニケーションの形づくりです。

購入の判断や疑問の解消などの意思決定において、対話を与える影響は大きいです。

一方で、対話の担い手が人間である以上、その機会や品質に差があり、すべての利用者に十分な対話体験を届けることは簡単ではありませんでした。

Capex は AI による対話により、すべてのユーザーに品質の高い対話をいつでも届けられる世界を実現します。

Capexが描く未来 コミュニケーション×テクノロジー



会社名 株式会社 Capex

設立年月日 2019年9月

資本金 2億3千万円

従業員数 40名

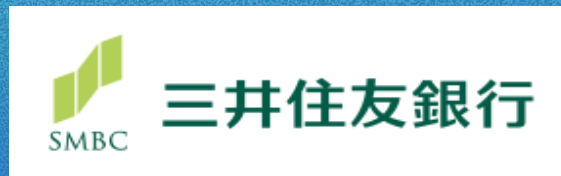
事業内容 対話AI システムの企画開発
対話AI システムによるデジタルマーケティング・営業活動の成果最大化サービスの提供

オフィス

Tokyo, Japan
Los Angeles, USA
Seoul, South Korea



取引銀行



株主





Founder / CEO

Shuntaro Kogame

小亀 俊太郎

- 2011 みずほ銀行入行 法人営業
- 2014 BitFlyer 入社 COO執行役員
- 2019 Capex 創業・代表取締役 就任



Board Member

Yuta Matsushima

松嶋 優太

- 2014 株式会社ジャフコ (現: ジャフコグループ株式会社)
- 2016 EY トランザクション・アドバイザー・サービス株式会社 (現EYストレタジー・アンド・コンサルティング株式会社)
- 2018 デトロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社
- 2019 株式会社 bitFlyer Holdings
- 2021 株式会社ユーグレナ
- 2022 大協肥糧株式会社へ出向 取締役
- 2024 株式会社Spotlight 設立 代表取締役 (現任)
株式会社Capex 取締役 (現任)



Board Member

Tomotaka Goji

郷治 友孝

- 1996 通商産業省 (現経済産業省) 入省
- 2004 株式会社東京大学エッジキャピタルパートナーズ共同創業・代表取締役社長CEO (現任)
- 2022 株式会社Capex 取締役 (現任)



Auditor

Takashi Miyahara

宮原 崇

- 1999 伊藤忠商事株式会社
- 2007 IBM ビジネスコンサルティングサービス株式会社 (現: 日本IBM)
- 2012 グリー株式会社 グループマネージャー
- 2014 株式会社 マネーフォワード 執行役員 MF クラウド本部長
- 2018 Facebook japan株式会社 Head of seller Service, Electronics & IT solutions
- 2020 アマゾンジャパン合同会社 Head of Seller Service, Electronics & IT solutions
- 2022 株式会社東京大学エッジキャピタルパートナーズ プラットフォームディレクター (現任)
- 2024 株式会社Capex 監査役 (現任)

2019年9月

株式会社Capex 設立

2021年9月

総額1億3千万円資金調達

2022年3月

「Character Platform」
リリース

2025年3月

Capex South Korea 設立

2019



2026

2020年12月

「PATONA」リリース

2022年1月

「Pick Up」リリース

2024年4月

Capex USA 設立

Business & Product

002 事業とサービス

Capex Recruiting Deck

人間との対話以上に AI との対話以上にもたらせる価値

いつでも話せる

朝でも夜でも

すぐに返答

5年前のことでも覚えている

なんでも知ってる

自分のこと

商品のこと

世の中のこと

何語でも

寄り添ってくれる (いい感じに話せる)

どんな時でも安定している

共感から始まる



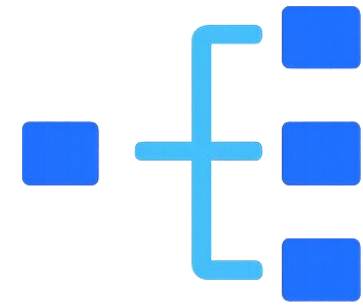
対話AI システム構築パートナー

Capex はクライアントの顧客体験の課題に対して、対話AIを用いたコミュニケーション戦略の設計からシステムの構築・運用までの伴走型支援で、ビジネスを成功に導きます。



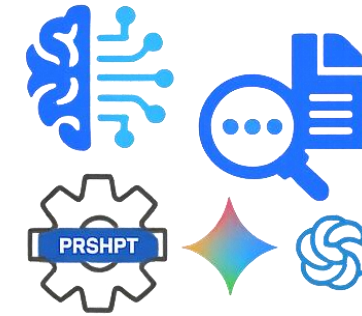
ビジネスニーズ

クライアントが抱える本質的な経営課題を見つけ、AI で解決すべき領域を定義します。



全体シナリオ設計

単なる一問一答に留まらず、ユーザーの関心や状況を捉えた最適なシナリオを構築。初回のCVからリピート・ファン化まで、事業成長を加速させる対話体験を設計します。



複数の対話エンジン

特定の技術に固執せず、最適な技術を選定・組み合わせて本質的な課題解決を目指します。



Capex 運用

私たちは、導入はゴールではなく始まりだと考えます。実際の対話データからユーザーの変化や傾向を捉え、継続的な改善を回すことでより質の高い AI を目指します。

Concept

エンドユーザーとブランド・プロダクトの心理的な距離を縮める、
親近感のある対話コミュニケーションを企画・実装し、
クライアントのデジタルマーケティングや個人むけの営業の成果を最大化する。

Product /Service Development

- 対話システムの高度化
- コミュニケーションの戦略設計
- 対話インターフェイスの多様化(SMS,SNS)

Business Development

当社サービスをグローバルに展開し、対話システムによるポジティブな影響範囲を拡大する。
業界や利用方法を限定せず、継続して新たな可能性に投資を行い、
ミッションの実現を積極的に推進する。

- 新規クライアントへの対話コミュニケーションの活用を提案
- 既存クライアントの他の課題への

成果報酬型チャットボット広告

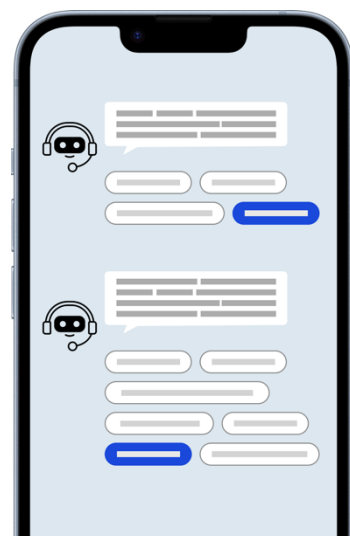
PickUp



サイトから離脱しそうなユーザーを、対話型AIがリアルタイムでサポート。

Webチャットで可能性を広げる

Suzanoh



Webチャット上でのユーザーの選択肢を広げ、よりスムーズな購買体験を実現。

音声会話で新しい体験を

Voice AI



音声対応により、テキストコミュニケーションとは別のUIを提供。

キャラAIで顧客と深くつながる

Character Platform



独自のAIキャラが顧客と対話し、ブランドへの愛着と関係性を深める。



https://youtu.be/IvyP-w_ppdQ





<https://youtu.be/5DVNAWZ8bdU>



金融業界から食品業界まで 多様な業界で活用されています。

保険業界



証券・暗号資産業界



銀行・貸金業界



クレカ・決済業界



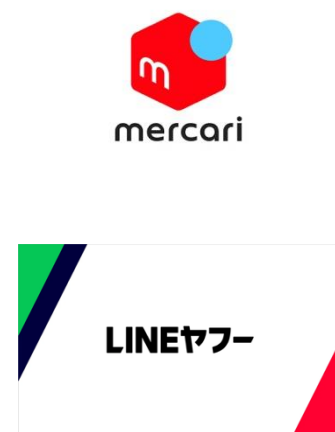
不動産業界



教育業界



EC業界



美容・健康業界



食品業界



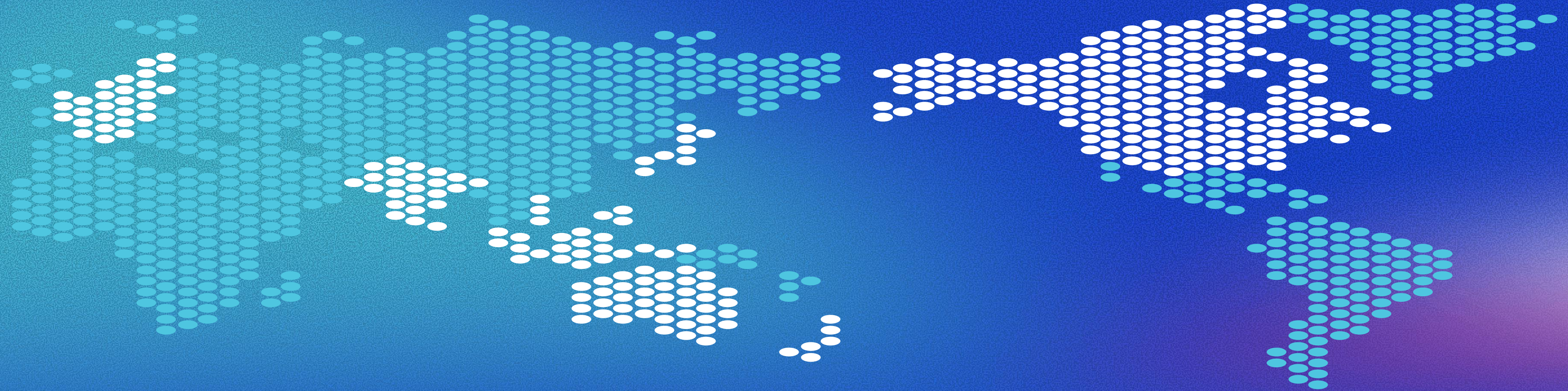
ITソリューション業界



インフラ業界



私たちのサービス / プロダクトは世界中で利用され始めています



SWEDEN

FRANCE

ISRAEL

INDIA

JAPAN

SOUTH KOREA

SINGAPORE

CANADA

DENMARK

GERMANY

BELGIUM

PAKISTAN

AUSTRALIA

MALAYSIA

USA

VIETNAM

UK

NETHERLANDS

NIGERIA

BANGLADESH

NEW ZEALAND

INDONESIA

PHILIPPINES

Case Study

003 導入事例

Capex Recruiting Deck

【JCB の PickUp 導入事例】 ユーザーの理解を深め、申し込みへつなげる！ PickUp が生み出す新たなユーザー導線

課題

- 受動的な広告経由のユーザーが多く、LP での離脱率が高止まり
- カード商品は情報量が複雑で、画一的なLPでは多様なニーズに応えきれず機会損失が発生

アプローチ

PickUp 導入による LINE 誘導と診断シナリオによるパーソナライズ

- LP で離脱しそうなユーザーを LINE へ誘導し、診断形式でニーズをヒアリング。
ユーザーごとに最適な情報を出し分け、商品選びの迷いを解消。

双方向コミュニケーションと長期ナーチャリング

- 即時申込に至らないユーザーに対し、フォロー配信やキャンペーン情報を通知。
- 双方向の対話でエンゲージメントを高め、長期的に再検討を促す運用を実現。

成果

- LP 離脱率の低減と CVR の大幅な向上を実現（特にゴールドカードLPで顕著な成果）
- 診断シナリオの改善（PDCA）により、申込への納得感と適用率がアップ
- 潜在層に対しても LINE で丁寧な理解促進を行い、顧客化に成功



【日本生命のキャラクタープラットフォーム導入事例】 双方向コミュニケーションで変わる保険の伝え方—キャラクタープラットフォームで生む新たな顧客接点

課題

- 無形商材である保険商品は、特に若年層への必要性の訴求や理解促進が困難だった
- 対面営業の機会減少に伴い、若年層との接点構築や信頼関係の醸成が難しくなっていた

アプローチ

Character Platform 導入による「心理的ハードル」の解消

- 親しみやすい AIキャラクターとの対話プラットフォームを導入。
営業的な圧力を感じさせず、ユーザーが自分のペースで保険を理解できる仕組みを構築。

双方向コミュニケーションとシナリオの最適化

- ユーザーの関心事から自然に保険の話題へ繋げる会話フローを設計。
離脱データを分析・改善し、共感を生む対話で潜在層の関心を育成。

成果

- AIキャラクターとの対話でエンゲージメントが向上し、相談予約数が増加
- 「売り込まれる」不安を払拭し、若年層のみならず40～50代でも高エンゲージメント
- デジタル上の気軽な対話が無形商材への理解を深め、リアル営業接点への橋渡しに成功



【株式会社ニチイ学館のPickUp導入事例】

クッキーレス時代を突破— LINE 対話AIでサイト来訪者との継続接点を実現

課題

- Cookie規制の影響でリターゲティング広告などの従来手法が難しくなり、サイト離脱後の再アプローチ手段が不足していた
- 資格取得は検討期間が長くなりがちだが、長期検討層との接点を維持する仕組みがなかった
- 資料請求は個人情報入力のハードルが高く、手前で離脱するユーザーが多かった

アプローチ

PickUp導入とLINE活用

- サイト訪問者にポップアップを表示し、入力ハードルの低い「LINE友だち追加」へ誘導。
Cookie規制の影響を受けない LINE上で、離脱ユーザーとの継続的な繋がりを確保。

興味関心に応じたシナリオ分岐と長期ナーチャリング

- 診断結果に応じて配信内容を最適化。即決しない層とも関係を維持し、
3～6ヶ月後の受講申込へ繋げる育成を実現。

成果

- Cookie に依存しない LINE マーケティングを確立し、リタゲ広告の代替となる追客基盤を構築
- 資料請求より手軽な LINE 登録で心理的ハードルを下げ、多数の見込み顧客を獲得
- 半年越しの検討ユーザーからもCVが発生するなど、長期的な資産化に成功



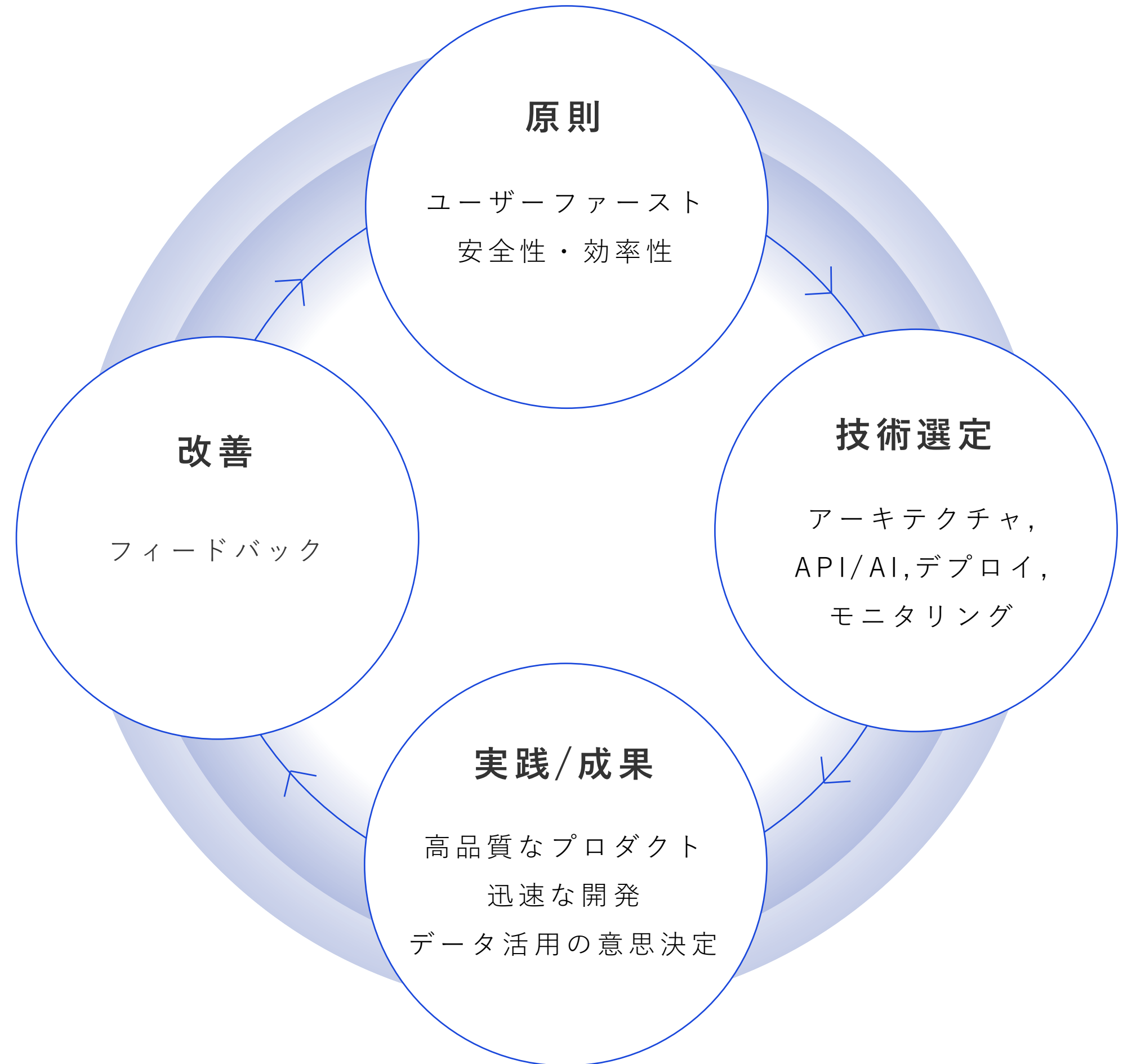
Technology

004 テクノロジー

Capex Recruiting Deck

私たちのテクノロジーは、
すべてユーザー体験を高めるためにあります。
その実現に向け、最適な技術を選び、
迅速な開発体制を整えています。

既存技術の社会実装による体験向上と、
R&D による市場創造の両輪で、
サービスを生み出し続けます。



Tools



AI Tools



Frontend



Frontend Framework



Server-side



Server-side Framework



Infrastructure



OKR / プロジェクト設計

クォーター/半期OKR



プロジェクトのプライオリティを決定



Project A

目標・スコープ

Project B

目標・スコープ

Project C

目標・スコープ



PM Server Front

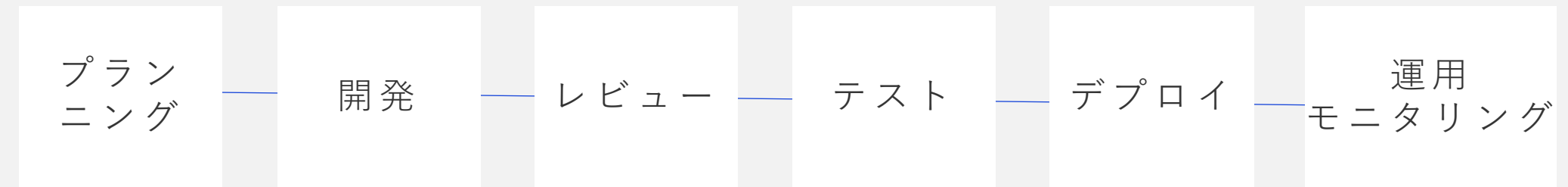


PM Server Front



PM Server Front

エンジニアの活動範囲



全エンジニアが PdM, PM とともにプランニングからデプロイまで一貫して担当

週間の進行イメージ

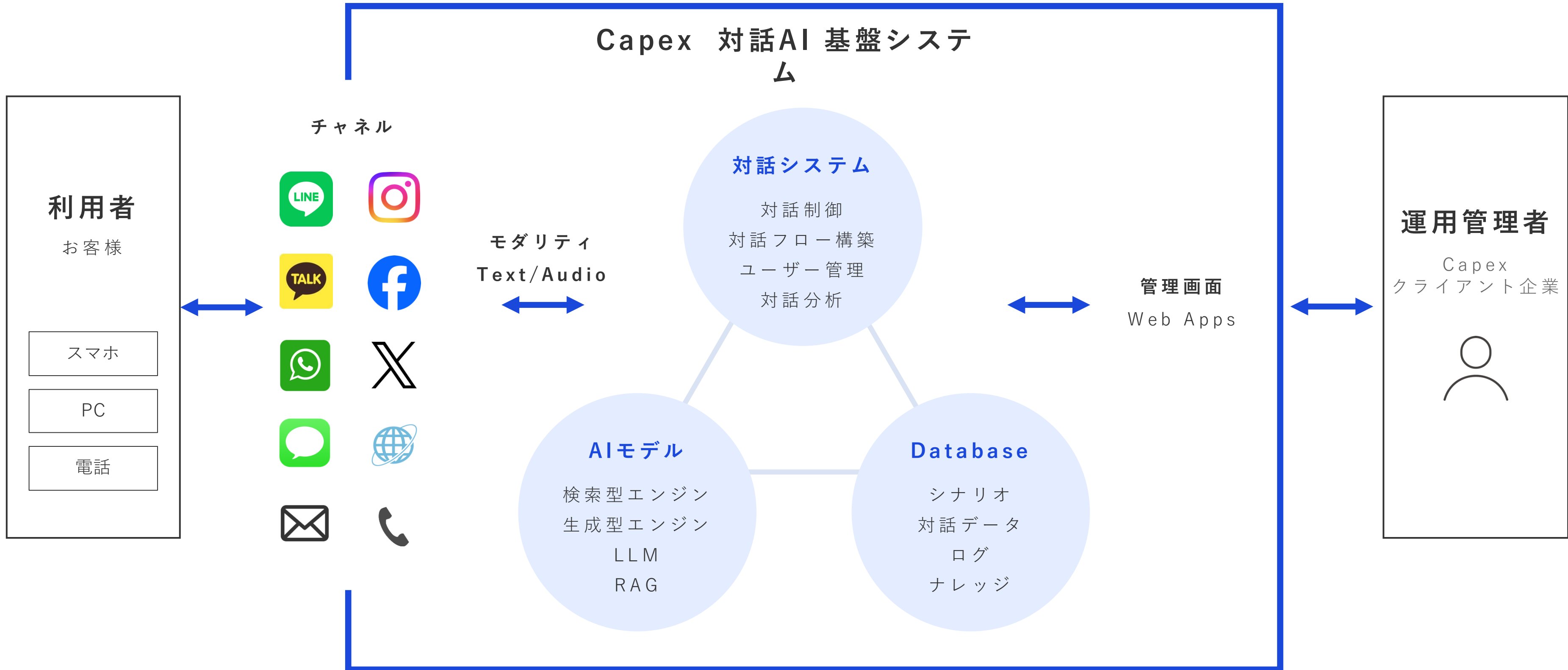
キャッチアップ頻度

	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5
デイリー 重要度の高い機能開発	●	●	●	●	●
週2回 通常の開発プロジェクト	●	●	●	●	●
週1回 安定稼働中のプロジェクト	●	●	●	●	●

※プロジェクトごとにキャッチアップ頻度が異なる（デイリー / 週2 / 週1）

※プロジェクト・タスクベースで期間は変動する

システム全体構成



対話AIにおける主要なモジュール

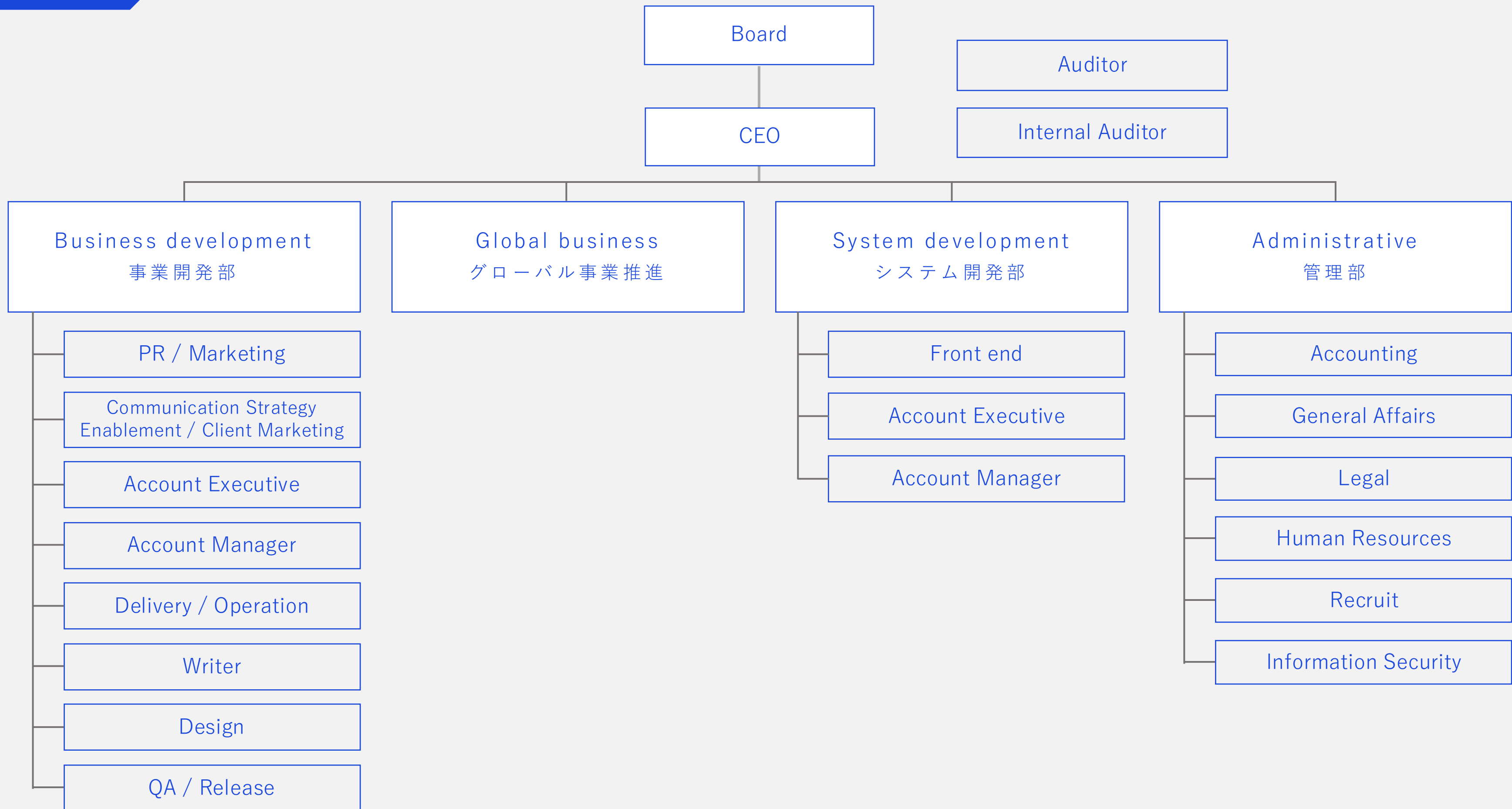
	シナリオ型 エンジン	RAG Retrieval-Augmented Generative	LLM	STT/TTS/STS
	ツリー構造・選択肢	最適な返答を探し 特化モデルによる返答生成	大規模言語モデルによる生成	Voice AI
特徴	会話の流れを正確に制御 利用者から正確に情報収集	多様な会話への対応 キャラクター性もある程度 再現	多様な会話への対応 キャラクター性も ある程度再現	AIによる 音声コミュニケーション
用途	意図を把握したい質問 属性情報の収集	自由な入力体験の提供 特定ドメインにおける 正確な返答	あらゆる会話への汎用的な 対応能力の向上	通話(電話・ Web ストリーミング)での 体験が可能

上記の対話エンジンを組み合わせてコミュニケーション全体を制御する対話基盤システムを提供

Team & Culture

005 チームとカルチャー

Capex Recruiting Deck



01

ただ“売る”のではなく、“価値をつくる”営業。
目指すは、新たなマーケットを切り拓く
フロントランナー。

Account Executive

DeNA・フリークアウト・Facebook・Uberと大手企業での営業キャリアを経て、2025年8月に Capex へ入社。

スタートアップならではの裁量の大きさと、AI領域で成果報酬型のビジネスモデルにコミットメントの強さを感じたことが入社決め手となった。

現在は Account Executive として新規顧客の獲得から、顧客課題に合わせたプロダクト開発までを一手に担う。決まったパッケージを売るのではなく、PM的な役割も兼ねながらエンジニアと連携し、課題解決に向けたソリューションをゼロから作り上げるスタイルが特徴だ。7社コンペを勝ち抜いた経験が示すように、課題の深掘りと具体的な実現イメージの提示が強みとなっている。

「クライアントの売上にコミットすることが結果」という信念のもと、今後は採用・育成を通じてチームを強化し、対話システムの新たなスタンダードをつくるフロントランナーを目指している。



02

プロダクトの“導入後”を支え、
成果を伸ばす運用パートナー。
広告代理店を経て、Capex を選んだ理由。

Account Manager

広告代理店2社で約11年のキャリアを積み、AIによる業務代替を肌で実感したことをきっかけに、「中間に立つ立場」より「直接価値を届けられる立場」で働きたいという思いが強まり、2025年12月に Capex へ入社。

現在は Account Manager として既存顧客6~10社を担当し、自社プロダクト「PickUp」の導入後運用を支援している。

具体的には、友だち登録からの日数に応じたメッセージ配信やスポット配信を組み合わせたシナリオ設計・改善提案を行い、顧客ごとの課題に寄り添いながら成果を伸ばしている。ライター・オペレーター・アナリストなど社内の専門職とも密に連携し、部署横断のハブ的役割も担う。

「最終的に選ばれるのは商品ではなく信用」という前職上司の言葉を胸に、迅速なレスポンスと丁寧な対応を徹底。今後はチームの業務標準化と目標設計の明確化を進め、メンバー全員がビジョンを持って働ける組織づくりを目指している。



03

ユーザーに届ける直前まで、
高度な品質保証に挑む。

QA/リリースだから味わえる仕事の醍醐味とは。

QA/Release

通信会社でのホームページ運用を経て、AI領域への関心と自身の市場価値向上を求め Capex に入社。

入社からわずか半年でQA/リリースのマネージャーに昇格し、現在はプロダクトの品質を最終的に担保する重要なポジションを担っている。

主な業務は、LINEスポット配信などのリリース前最終確認や本番環境への反映で、1週間に約45件のリリースをこなす。また新機能実装前の UAT（ユーザー受け入れテスト）も担当し、エンジニアと連携しながら品質管理を徹底している。ミスがクライアントの売上に直結するからこそ、「自分で判断すべきことと上司に相談すべきことの線引き」を常に意識することが信条だ。

入社当初に先輩社員に支えてもらった経験から、自分も周囲を支える存在でありたいと考えている。今後はメンバーが働きやすい環境づくりとマニュアル整備に注力し、助け合いを前提とした温かいチームを目指している。



04

多忙な日々が成長を加速させる。
施策実行に向けて社内を動かす、
オペレーションプランナーの舞台裏。

Operation Planning Account Management

アパレルメーカーの店舗スタッフを経て SEOメディアのスタートアップでライター兼ディレクターとして活躍。

AIの台頭による SEO限界を感じたタイミングで Capex からスカウトを受け、2025年9月に入社した。

現在は Operation Planning と Account Management を兼務し、ライター・デザイナーへの依頼や LINE実機反映、制作進行全般を担うオールラウンダーとして活躍中。クライアントの要望を施策に落とし込み社内を動かす"推進役"として、複数案件を同時進行でこなしている。

大切にしているのはエンドユーザーの視点で、CVよりもユーザーにとって安心できる情報を届けることを優先する姿勢が信条だ。「数字にコミットし、原因を責めず改善に向けて動き続ける文化」に共感しており、今後は数値分析スキルの向上と社内ノウハウの共有体制づくりを目標に掲げている。わからないことを素直に聞ける人と共に、オープンなチームを築いていきたいと語った。



人事制度の目的・基本方針

Mission

AIコミュニケーションを世界中に普及し、
人類の機能を拡張する。

ありたい組織の姿

主体的に、先取的な行動を通じて、
顧客・エンドユーザーへの付加価値を最大化し、
AIコミュニケーションの普及範囲を
広げ続けていく組織

人事制度の基本方針

顧客への提供価値の増大を通じて、
対話AIシステムの普及を実現し、事業を拡大し続ける人材に、
機会、権限、報酬を報いる

行動指針

Customer：顧客を中心に考え、顧客から選ばれ続ける

Execution：決めたら、素早く、やりきる。

Fact：事実・数字に基づいて考え、決める。

各制度要素のコンセプト

等級：本人の役割・期待 / コミットに基づく

評価：成果と組織貢献の視点から PDCA を素早く回せるシンプルな評価制度

報酬：職種別年俸制度・年俸、インセンティブ、賞与

評価概要

Capex の人事評価は「①成果」「②行動」を基盤とした、絶対評価です。

① 成果 Result

全階層で最優先される評価軸です。

案件成果、担当領域の成果、

部門全体の成果、プロジェクトのリリースなど。

開発プロジェクトに関しては OKR sheet を中心に判定します。

② 行動 Behavior

グレード定義の役割と行動の充足

Execution、Customer、Fact、AI活用、組織貢献/文化醸成の5要素から構成。

- ・ Performance: 成果を出すためのスピード・量・質・投下時間を評価
- ・ Collaboration: チーム・顧客との協働姿勢
- ・ Ownership: 責任感を持ち、最後までやり切る力

評価プロセス

評価サイクル

- ・ 半期毎（6月、12月）＋中間レビュー（3月、9月）
- ・ 評価制度サイクルは四半期ごとに繰り返され、継続的な成長と改善を促進するように設計

目標設定

- ・ 目標シート記載・目標設定面談（15分）
- ・ 中間レビュー時は同一のシートを利用

評価

- ・ 自己評価
- ・ 評価者による評価
- ・ フィードバック面談：15分





効率性を重視したオフィス構成

日本・韓国・アメリカに拠点をもち、
複数モニター・昇降式デスクなどの備品や
ミーティングルームやオフィス周辺的环境による生産性の向上を目的としたオフィス設計をしています。

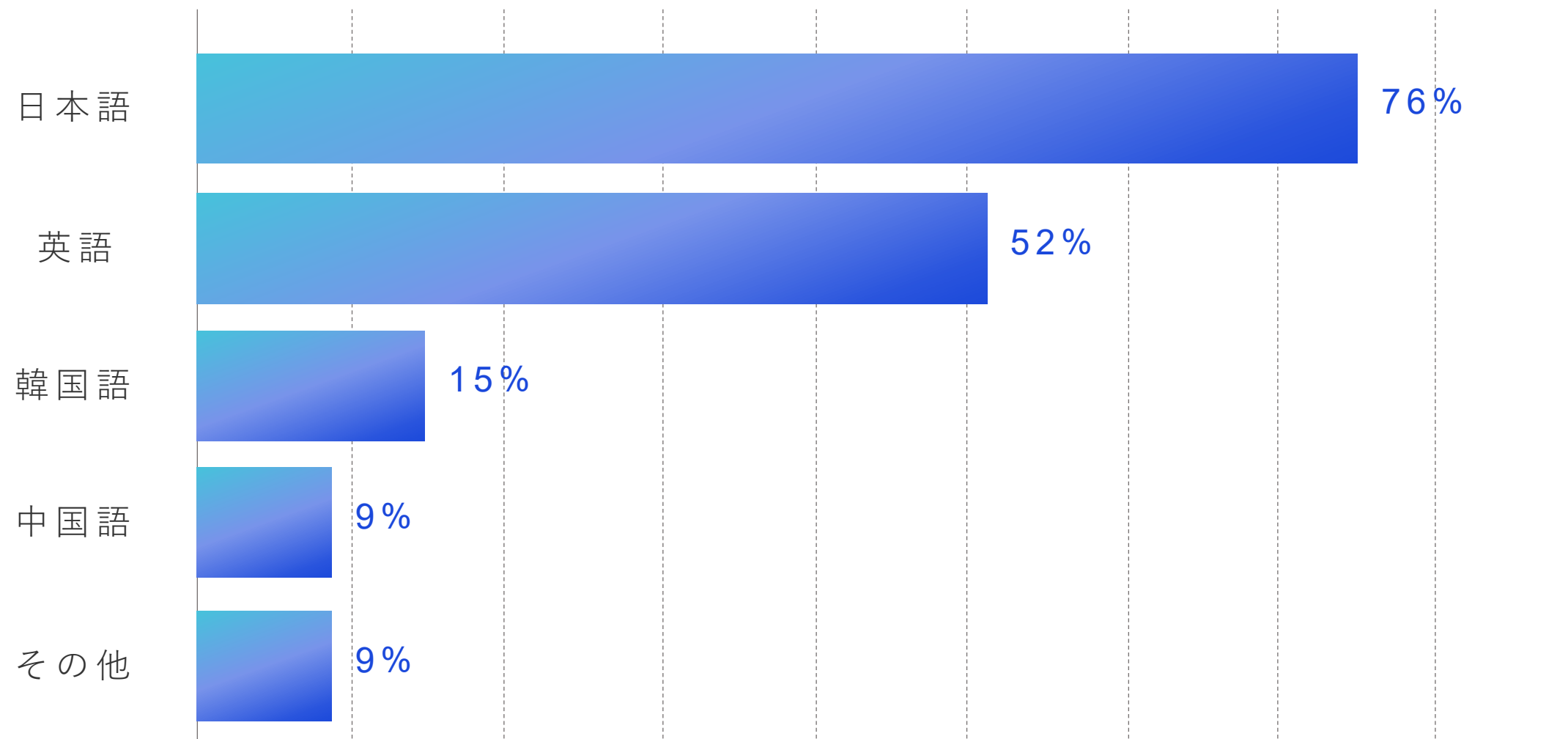
● Tokyo, Japan Office

● Los Angeles, USA Office

● Seoul, South Korea Office

私たちはお互いの多様なバックグラウンドを尊重し、フラットなコミュニケーションを大切にしています。ビジネス職では基本的に日本語を使用します。エンジニアや海外拠点とコミュニケーションを取る場合は英語を使用することが多いです。

Capexメンバーの使用言語比率



※2025年12月調査



社員一人ひとりの成長とキャリアアップを支援する為、資格取得支援や成果に応じた報酬など**多彩な福利厚生**を整備しています。
さらに、活発な社内コミュニティ活動により連携と刺激を促進し、業務に集中できる環境を提供しています。



Device/Software

ノートPC (MacbookPro) 貸与
AirPodsPro 貸与/オフィスにて複数ディスプレイ貸与



Self study

書籍購入制度



Housing

近距離住宅手当
近距離住宅奨励金 (最大5万円)



Office

オフィスおかん導入
月に1度マッサージの利用が可能



Childbirth

出産費用支援



Parenting

定型保育園の従業員枠利用が可能

Q.対話AI の市場をどう見えていますか？従来のチャットボットとの違いは？

従来のチャットボットは定型応答が中心で体験に限界がありました。Capex は LLM・検索型・シナリオ型・生成型の複数エンジンを組み合わせ、人と区別がつかないレベルの自然な対話を実現しています。企業とユーザーのコミュニケーションが「一方通行」から「双方向の対話」へ不可逆的にシフトする中で、大きな成長が見込まれる領域です。

Q. SaaS や Sler とどう違いますか？

SaaS はスケール性に優れるが個社対応に限界があり、Sler は柔軟だが時間チャージで効率性が優先されがちです。Capex はベースのプロダクト群を持ちながら、クライアントの課題に合わせてプロダクト自体を開発・拡張する「構築パートナー」です。成果報酬型だからこそ、本質的な課題解決にコミットできます。

Q.エンジニアの開発環境・働き方について教えてください。

東京（出社）・LA（フルリモート）・ソウル（出社）の3拠点体制で、GitHubベースで連携しています。1週間スプリントで月曜プランニング～金曜振り返りの短サイクル開発。エンジニアも企画会議やチーム横断プランニングに参加し、上流工程から関わられます。

Q.どのような人材を求めていますか？

クライアントの課題に向き合い、解決策を自走で提案できる方です。営業であればPM的役割も担い、課題発見から仕様設計、エンジニア連携まで幅広くカバーする職人スタイル。「型にはまった仕事」より「課題を解きに行く仕事」にワクワクできる方に向いています。

Q.成果報酬型のビジネスモデルについて詳しく教えてください。

クライアントの売上やコンバージョンに連動する成果報酬型です。クライアントの成果が上がるほど Capex の収益も伸びるため、両者のゴールが完全に一致します。Slerの時間チャージ型と異なり、「成果の最大化」にリソースを投下できる構造が、課題に深く入り込む文化の土台になっています。

Q. LLM は自社開発ですか？技術的な競争優位性はどこに？

外部モデルも活用しつつ、4つのエンジン（シナリオ型・検索型・生成型・LLM）を統合制御する対話基盤システムを自社で構築しています。単一の LLM API に依存しない設計が強みです。1週間スプリントで高速に開発・改善を回し、AI領域の変化にも素早く対応しています。

Q.入社後のキャリアパスを教えてください。

20～30名規模で事業拡大中のため、ポジションが急速に生まれているフェーズです。エンジニアはテックリードや PdM へ、ビジネスサイドは営業チーム立ち上げからマネジメントへの展開が可能。「自分がプロダクトを作った」と言えるフェーズに直接関わることが最大の機会です。

Q.選考プロセスと重視ポイントを教えてください。

スキルセットだけでなく「Capexのフェーズで何をしたいか」の解像度を重視しています。仕組みを作りながら成果を出す力が求められる環境です。カジュアル面談からスタートし、事業理解を深めた上で選考に進みます。

Thank you for watching !

採用サイト

社員インタビューや働き方、オフィスの雰囲気など、
Capex をより深く知りたい方はこちらをご覧ください。

