

2026 年 8 月 18 日

博報堂と Braze、「買う」を起点に“動的”な生活者理解と次世代の顧客体験を探る共同プロジェクト「カウテックプロジェクト」を始動

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）と統合型カスタマーエンゲージメントプラットフォームを提供する Braze 株式会社（以下 Braze）は、生活者の「買う」という視点から次世代の顧客理解とテクノロジー活用のあり方を探り、継続的に発信していく共同プロジェクト「カウテックプロジェクト」を始動しました。本プロジェクトでは、博報堂の買物研究所が長年培ってきた生活者研究と、Braze のリアルタイムな顧客エンゲージメント基盤および AI 活用の知見を掛け合わせ、これからの時代に求められる新たなパーソナライズのあり方を提言してまいります。



カウテックプロジェクト KAUTECH PROJECT

本プロジェクトは、「売る」側の論理ではなく「買う」側の視点から消費の実態を捉え直し、生活者にフィットする顧客エンゲージメントをテクノロジーでどう実現するかを探究する取り組みです。両社は独自の生活者調査に加え、Braze の技術を活用した実証実験（PoC）を継続的に重ね、そこから得られる知見を、ホワイトペーパーやセミナー等を通じて業界に提言してまいります。

■ プロジェクト名「カウテック」について

「カウテック」は、「カウ＝買う」と「テック＝テクノロジー」を掛け合わせた造語です。生活者の購買行動に根ざしたインサイトと、テクノロジーの活用による企業の新たな向き合い方を融合するという本プロジェクトの理念を体現しています。「売る」側の論理ではなく「買う」側の視点から消費社会を捉え直し、その実態に向き合う企業のテクノロジー活用のあり方を提案します。

■ プロジェクト発足の背景

近年、生活者の購買行動は多様化・複雑化し、企業が従来型の「販売起点」で生活者を捉えることは難しくなっています。とりわけ、同じ生活者であっても、その時々状況や文脈によって購買のこだわりが移ろい、大きく揺れ動くようになっています。生活者をあらかじめ定めた属性で固定的に分類する従来型（静的）のセグメンテーションだけでは、状況や気分によって刻々と変わる一人ひとりの文脈までは捉えきれません。その一方で、こうした生活者の動的な側面を前提とした顧客アプローチの方法論は、いまだに確立されていません。

こうした課題意識のもと、博報堂の買物研究所が長年培ってきた生活者研究と、Braze がグローバルで展開するリアルタイムなカスタマーエンゲージメントプラットフォームおよび AI 活用の知見を組み合わせ、生活者の動的な側面に寄り添う新しいパーソナライズのあり方を、学術的かつ実務的な知見として統合的に発信していくことを目的に、本プロジェクトを立ち上げました。

■ 「カウテックプロジェクト」が目指すもの

カウテックプロジェクトでは、以下の取り組みを通じて、日本市場に新たな示唆を提供してまいります。

- ・生活者実態調査：「買う」を起点とした独自の生活者調査を実施し、これまで見えにくかった生活者の動的な実態に迫る（調査結果は順次公開予定）
- ・テクノロジー活用の実証：Braze のデータ連携・AI 機能をベースに、企業が実際にどのように生活者に向き合えるかを、実証実験（PoC）を通じて検証
- ・市場提言の発信：調査・実証で得られた知見をもとに、生活者起点の顧客体験とパーソナライズの新たなあり方を提言

■ 今後の展開

カウテックプロジェクトでは、第 1 弾の取り組みとして実施した生活者調査の成果をはじめ、今後得られる知見を、ホワイトペーパー、セミナー、ラウンドテーブル等を通じて順次発信を予定しています。参加企業や有識者とともに議論を深めて業界横断での知見共有を推進するとともに、生活者起点の視点と先端テクノロジーを掛け合わせ、これからの顧客体験の進化を両社で継続的にリードしてまいります。

■ Braze について

<https://www.braze.com/ja>

Braze は、ブランドが「Be Absolutely Engaging™」を実現する顧客エンゲージメントプラットフォームです。消費者の期待に応える優れた体験を通して、顧客と企業の双方に価値をもたらします。

「BrazeAI™」は、AI モデルや機能を Braze プラットフォームのあらゆる顧客接点に柔軟に組み込んで活用できる、先進的なインテリジェンス機能。これにより、マーケターは複雑な設定に悩むことなく、より高度かつ迅速な顧客エンゲージメントを実現できます。複数のチャネルをまたいだ最適なメッセージ送信や、顧客の行動に合わせたジャーニー全体の設計・実行はもちろん、AI による自律的な最適化が、一人ひとりの顧客にとって最適なアクションを自動で判断し、実行します。Braze は「単なる通知」を、心に響く「1 対 1 の対話」へと昇華させ、マーケティングオートメーション(MA)のその先にある次世代のパーソナライズ体験を提供します。

日本国内では 2020 年の日本支社設立以来成長を続け、2026 年開始時点で 130 社以上のお客様に導入いただいています。また、2026 年には日本国内データセンターを開設、これにより、高いセキュリティ要件が求められる金融機関をはじめとするお客様への支援体制もさらに強固なものとなりました。

Braze は業界アナリストからマーケティングテクノロジーのリーダーとして繰り返し評価されており、2025 年の G2「Best of Marketing and Digital Advertising Software Product」にも選出されました。また、働きがいのある企業として Fortune や Newsweek などの各賞を受賞しています。ニューヨーク本社のほか、米州、欧州、アジア太平洋地域に 15 の拠点を展開しています。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 大貫・丸山 koho.mail@hakuodo.co.jp