

販促情報のコンテンツ化で新境地を開拓

“気が効く”モバイルソリューションで成長



ピーシーフェーズ株式会社 代表取締役社長

吉田 和弘 氏



よしだ・かずひろ インテル株式会社入社後、IBM PC向けCPUデザインを担当。その後、富士通、日立、東芝といったナショナルクライアントを担当し、トップセールスチームを率いる。大阪営業所長に就任後、PCと家電の融合を模索し、家電向けプロセッサの仕様策定に貢献した

リアル店舗で拡大目指す



Flash自動生成エンジンと高い技術をもったFlashエンジニアリングによるFlashコンテンツの提供と、ケータイを使った会員ビジネスからキャンペーン、Eコマースまで、企業様のご要望に合わせたフルカスタマイズASPシステムサービスが事業の軸

Flash自動生成エンジンと高い技術をもったFlashエンジニアリングによるFlashコンテンツの提供と、ケータイを使った会員ビジネスからキャンペーン、Eコマースまで、企業様のご要望に合わせたフルカスタマイズASPシステムサービスが事業の軸

成長を続けるモバイル市場で、注目されているケータイ販売。企業販売を新たな発想でケータイコンテンツ化するという新ジャンルを開拓しているピーシーフェーズは、昨年Fast 50にノミネートされるなど、その成長性から存在が高く評価されている。競争の激しいモバイルソリューション開発の世界で「マネをされる? そんな心配をするなら、すぐに出したほうがいい」とピーシーフェーズ代表取締役社長の吉田和弘氏はあくまで強気だ。

「ピーシーフェーズは、吉田社長の実兄が創業した制御系の技術開発をする会社だった。一九九八年大阪で設立、規模が大きいわけではない。一方の吉田社長は外資系の大手半導体メーカー「インテル」に勤務していた。インテルではOEM営業でトップセールスマンを率いるなど敏腕営業マンと評価されてきた吉田社長。成長路線のまっただ中、一四年間勤めたインテルを退社してピーシーフェーズに参画した理由をこのように説明する。

「インテルといえばITの最先端、新しい発想を生み出す会社です。担当していたOEM営業は『営業』といっても物を売るといよりはエバンジェリストという雰囲気でした。そんな当時、CPUのスペックを考えた、家電系デバイスにCPUを埋め込むことを提

案する仕事をしていました。PCと比較して携帯電話のマーケットはまだ成長の伸びしろがあるというところを感じていました。時代は、ちょうどモバイルがスタートした直後で、当時のピーシーフェーズは、制御系技術開発の実績を応用し、インターネット向けの画像を表示することができなかった。モードに、これらの画像を変換して閲覧できるようにする。ミドルウェアを提供し急成長したのです。そんな携帯という成長しているマーケットに身を置き、自分で何か挑戦してみたい、その一心でピーシーフェーズを兄から引き継ぎ東京で再スタートをしたのだ。

「テクノロジへのこだわりはどのくらい強いですか、受託開発やコンテンツプロバイダービジネスのようないかと思つたので、予想以上の反響を

「この試みが結果するの、ピーシーフェーズによる企業販売のコンテンツ化は、予想以上の反響を

「この試みが結果するの、ピーシーフェーズによる企業販売のコンテンツ化は、予想以上の反響を

技術的発想力が生む タクトフルなサービス

開発実行力でクリアにしていく。私たちの成長の原動力は、このようなライアントとの出会い、そして常にこういった事例を持って営業活動ができたことといえます。

「面白い人材が集まっていく企業

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

「この釣具屋さんの場合、店頭にはパソコンはありませんから、みなさんに携帯からコンテンツを更新してもらったわけです。優れた技術を使用することにこだわると、マーケティングが求められるものを技術発想力と

