「描く」「書く」を極め、その先の「かく」を拓く

Wacom
Story Book
Issue 2

薄い本

Chapter 4
サイドストーリー

Cover Art_Bunta『道具屋』

Editorial Team：Naoto Hatayama（Wacom）, Emiko Yoshikawa（Wacom）
Design：Naoki Cross（grok Design）

wacom

「描く」「書く」を極め、その先の「かく」を拓く

これまでの、そして、これからのワコムの話をしよう。

井出信孝
株式会社ワコム 代表取締役社長 兼 CEO

1970年 東京都生まれ。国際基督教大学大学院行政学研究科（当時）修了後、日本の家電メーカーに入社。米国での商品企画やマーケティング、中国での携帯電話ビジネスの事業開発などに携わり、2013年、株式会社ワコムに入社。2018年、代表取締役社長兼CEOに就任。2021年には、人間の新しい表現と学びを支える一般社団法人コネクテッド・インク・ビレッジを設立し、代表理事就任。読書、楽器演奏と作詞を楽しみ、休日はパフォーマーの娘とコラボ創作に取り組む。好きな作家は三島由紀夫、好きな音楽はチャイコフスキー、シオン。

2025年、中期経営計画「Wacom Chapter 4」の始動と共にワコムは新たな局面へと向かう。これまで数々の変革を会計・財務の面から支え続けてきた畑山。今、井出に問いかけるのは「ワコムが描く未来のカタチ」だ。

畑山 直登
ワコム
コーポレート ファイナンス
シニアディレクター

2009年ワコム入社。連結決算業務を経験した後、海外子会社へ出向し、組織の立ち上げ、ERP導入等に従事。現在は全社の管理会計、財務企画を担当。

Q1 「デジタルインク技術を活用した事業展開の加速」を掲げてきた中期経営方針「Wacom Chapter 3」が幕を閉じました。これまでを振り返り、どのような成果を挙げられますか？

Q2 多くの成果が得られた一方で、これまで見えていなかった課題も明らかになってきた4年間だったと思います。この先にもつながる「新たな気づき」はあったでしょうか？

Q3 2025年5月にはWacom Chapter 4が始まりました。この戦略の軸となる「描く」「書く」を極め、その先の「かく」を拓く、について、ビジョンを教えてください。

Q4 Wacom Chapter 4では、さまざまなユースケースドメインで、その先の「かく」を拓く、の実現を目指していきます。すでに動き始めている事例はありますか？

Q5 Wacom Chapter 4、そして、ワコムのさらなる持続的成長に向けた次の一手が気になります。具体的にはどのような打ち手を用意しているのでしょうか？

Q1 Wacom Chapter 3での4年間、その成果を教えてください。

Wacom Chapter 3での成果については、3つの観点で整理したいと思います。

真っ先に挙げるべきは**「技術への回帰」**です。技術こそがワコムの価値の源泉である。これは疑いようのない事実です。しかしながら、僕らはそのことを少しばかり忘れてしまっていた時期がありました。それを大きく巻き戻したのがWacom Chapter 3での最大の成果と断言できます。

「ワコム工房」をコンセプトに掲げ、ビジネスユニットごとに分かれていた従来の技術体制を一新。どのようなユースケース（使用事例）が持ち込まれても一元的に受け入れ、ワコムとしての最適解を提案できる体制へと再構築しました。日常的にエンジニアと関わる機会が少ないとなかなか見えにくい部分ではありますが、ハードウェア、ソフトウェア、サービスを一体化した技術体制を整えたことで、ワコムは継続的にイノベーションを生み出せる土壌を手に入れました。痛みを伴う改革ではあったものの、強い意志を持って取り組んだ価値は確かにあった。「技術の次の10年」「未来の価値創造の礎」を築けたことは、僕にとって誇らしい成果です。

そして、この「技術への回帰」を成し遂げたからこそ、Wacom Cintiq Proシリーズ、Wacom One、Wacom Movink 13、Wacom Intuos Proシリーズに代表される新しいワコムの顔となる製品群、これからのワコムの希望の灯を世に送り出すことができました。そのいずれもが僕らの自信作。クリエイターであれば直感的に価値を感じられる、10から15の最先端技術を詰め込みました。同時に同根の技術をベースにOEMのお客様に展開されるテクノロジーソリューション事業においても、パソコン、タブレット、スマートフォン、教育専用端末といったお客様の進化したデバイス体験を支えることができました。「筆が走る」という見果てぬ夢にまた一歩近づいた、極みの「描く」「書く」体験を提供できるようになってきたという自負があります。

Wacom Chapter 3では技術体制の刷新と共に、製品企画のあり方も根本から見直しました。製品に対する常軌を逸した情熱を持ち、ユーザーとの距離も近いメンバーたちを任命して時限的に組織するETC（Extended Core）チームという新しい取り組み。営業、マーケティング、カスタマーサポートといった、いわゆる製品企画を専業としないメンバーで構成することで、現場でしか知り得ない「ユーザーの抱える本当の悩みや課題」への理解が圧倒的に進みました。その一人ひとりが、製品を創り上げる過程で数えきれない苦しみや痛みを経験したでしょう。

次に挙げたいのが**「デジタルインク技術を軸とした体験創出の基盤構築」**。ハードウェアからインプットされるデータをどのように処理し、体験としてアウトプットするのか。僕らはWacom Chapter 3の4年間を通じて、このチャレンジを続けてきました。そこから生まれてきた数々の成果、例えばWacom Yuify、Wacom Bridge、Z会様との取り組み、AI（人工知能）とインクの学習モデルの基礎となるKISEKI ARTプロジェクトなどは、デジタルインクがもたらす体験の可能性を広げるものとして、これからのWacom Chapter 4の行く末を明るく照らしてくれるでしょう。そして、そのすべてがこれからまだまだ発展する余地を残しているのです。

最後が**「数々のコミュニティとのエンゲージメント」**。「描く」「書く」に強みを持つ僕らワコムは、そのアドバンテージを最大限に活用するために、コミュニティと共に生きることを決意しました。ビジネスでの連携はもちろんのこと、コネクテッド・インクを通じた新しい形のコミュニティにより、多くの深い信頼や求心力が生まれたと感じています。Wacom Chapter 3で築いたコミュニティとの信頼関係は、それぞれが新しいユースケースに発展する可能性を秘めています。このコミュニティとの連携、コミュニティ・エンゲージメントこそがWacom Chapter 4に進む上で重要な意味を持ってくる。この点を改めて強調しておきます。

Photo_Sho Kato（timeties）, Kentaro Oshio　Text_Chikara Kawakami

– USUHON –

Q2 Wacom Chapter 3 を通じて得られた「新たな気づき」はありましたか？

この4年間を振り返って改めて気づくのは、僕らワコムが創っている「描く」「書く」に関する技術に基づく提供価値 — 僕はこれを「極みの価値」と呼びたい —、その深遠さが未だ十分に可視化されておらず、共有できていない部分があるということ。新たな技術体制によって素晴らしい製品群を世に送り出すことができ、OEMのお客様にもご満足いただきました。ユーザーからも好意的に受け止められ、かつてのワコムが戻ってきたという望外の賞賛もいただきました。一方で、ワコムが提供する「描く」「書く」体験に対するご評価は、一部のコミュニティからのものにとどまっており、お届けすべき先はまだまだあるという感覚もあります。僕らには成し遂げるべき課題がたくさん残っているのです。そもそも、「描く」「書く」に関する極みの価値は、ピンで留められた絶対的なゴールではなく、自問自答を繰り返しながら、そのあり方を探求していく終わりのない旅路でもあると思います。この探求の過程それ自体を社内外に伝えながら、より多くの共感を生み出していく。事業カテゴリを問わず、この旅路と向き合う姿勢こそが、今後の事業成長の要になるのではないだろうか。改めてそう認識したのです。

マルチユース（多機能汎用型）デバイスが市場を席巻する現在に至るまで、僕らワコムは40年間にわたって「描く」「書く」に焦点を絞ったシングルユース（単機能特化型）デバイスと、それらが生み出すペン体験に磨きをかけ続けてきました。時にオーバースペックとの誹りを受けながらも、譲れない信念を持って育ててきた製品と体験。それは他の誰にも真似することのできない、ワコムだけの極みの価値とも呼べる特別なものです。

「描く」「書く」を越えた広義の「かく」こと全般の総合的な体験を届ける道具屋・ワコムとその道具を待ち望む人が交わる場に確かに存在する高熱。その熱に触れた人は極みの価値を瞬時に体感し、純粋な喜びにあふれた表情を見せてくれます。その反応を見れば、極みの価値の持つ力がどれほどのものであるか、きっと感じ取ることができるでしょう。

一方、幅広いエンドユーザーとの接点において、僕らがこの高熱を余すところなく伝えられていたかと問われれば、答えは「NO」と言わざるを得ません。あれほどの高熱が、人を介し、時間を経ることでいつしか失われ、平熱へと戻っていく。そう、僕らワコムはせっかくの極みの価値を伝えきることができていなかった。これからのワコムにとって、この極みの価値のストーリーを追求し、マーケティング、セールス、オペレーション、技術、企画、プロジェクトマネジメント、チームメンバーの誰もが語りうるものとして事業カテゴリに関わらず共有することが不可欠である。このことがWacom Chapter 3を通じて見えてきたのです。

ワコムが持つ極みの価値とは何か。それを可視化し、言語化し、共感を呼ぶストーリーへと昇華する。改めて僕らワコムが提供している技術価値の本質を見つめ直すことで、世の中に対して語られるべき珠玉の物語が紡がれる。ひいては、事業成長につながると考えています。

極みの価値のストーリーを語ること。Wacom Chapter 3の最終盤になって、ようやくその可視化に近づくことができていると感じています。Wacom Chapter 4を通じて極みの価値を語り伝えられた時、ワコムのビジネスは必ず飛躍するはずです。

Q3 Wacom Chapter 4 の戦略の軸である「描く」「書く」を極め、その先の「かく」を拓く、のビジョンを教えてください。

Wacom Chapter 4での戦略を僕なりの言葉で表現するなら、「コミュニティから生み出される多様なユースケースに対し、製品、部品、プラットフォームといった幅広い届け方によって、ワコム独自の価値を提供する」となります。そして、その「ワコム独自の価値」こそが、ハードウェア、ソフトウェア、サービス、UX / UIが統合されて届けられる「ペンとインクの統合体験」です。

まずは「ユースケース」。これからのワコムは多岐にわたるユースケースに対して価値提供を図って行きます。デジタルペンで培った知見は、僕らが想像する以上に多くの場面で活用される可能性を持っています。もちろん、ユースケースによってはワコム単体でのリーチが難しいものも少なくありません。そのため、領域ごとに強い影響力を持ったパートナーと連携するなど、「ユースケースへの投資」にも積極的な姿勢で臨んでいきます。

「製品、部品、プラットフォームといった幅広い届け方」とは、言ってみれば総合的なソリューションを指します。ワコムのブランド製品であろうと、パートナーに提供するワコム製のデジタルペンであろうと、今後構築していくプラットフォームであろうと、その垣根は意味を持ちません。それらすべてを使って価値提供を図るというのが基本的な考え方です。

そして、あらゆるユースケースに対して、提供するソリューションが「ペンとインクの統合体験」となってユーザーの元に届けられる。これがWacom Chapter 4における僕らの戦略です。この戦略の実現をより強固に推し進めるため、従来のビジネスユニットに拘らず柔軟な組織運営体制に変えて行くことも、Wacom Chapter 4には織り込まれています。

その上で焦点を定めるのは、❶創る（Creation）❷学ぶ／教える（Learning & Teaching）❸働く／楽しむその先へ（Work / Play & Beyond）❹より人間らしく生きる（Well-being）、この4つを支えるユースケースになります。いずれもユーザーに近いところでの商品開発からつながったユースケースであり、そのすべてに道具屋・ワコムとして「人間活動を支える」という信念が色濃く反映されています。これまで僕らワコムは、「描く」「書く」に軸足を置いて事業を展開してきました。これからはワコムの視点から社会の視点へと転換し、極みの価値を活用できる領域を自ら探索していく姿勢が求められます。ユースケースの拡大は、ワコムが価値提供できる領域が広がることに直結するのです。

技術への回帰が結実した製品のひとつがWacom Movink13。ワコム史上最薄の厚さ4mm（最薄部）、重量僅か420gのディスプレイは、突然のひらめきや創作の衝動を逃さず「かき」留める。

Q4 その先の「かく」を拓く、すでに動き始めている事例はありますか？

今まさにさまざまなプロジェクトが形になりつつあります。そのなかで2つの事例を紹介します。

ひとつが「働く／楽しむその先へ」を支えるユースケース。クリエイターではない、毎日の仕事のなかでデジタルペンを使うユーザーが、どのように僕らの技術を使ってくれているのか。それを“10 stories of working days”として分類しました。考えを整理するために簡単な図形を描いたり、会議中に手書きのメモを取ったり、クラウド上の共有ファイルに仲間と共にアイデアを書き込んだり、そういった「絵を描く」とは異なるユースケースです。僕らワコムはOEM顧客と共に、こうしたユースケースをサポートする「ペンとインクの統合体験」の実装を目指しています。PCメーカーにとって、これまではデジタルペンを付属することそれ自体に価値がありましたが、これからはユーザーに密着したユースケースも含めて提案していくことが求められます。ワコムにとってのチャンスがそこにあるのです。

もうひとつが「より人間らしく生きる」を支えるユースケース。テーマは「未病段階での疾患の早期発見」です。本格的な発症の前段階で身体や心の状態を可視化し、的確に把握することは、現代社会における重要なテーマのひとつ。ワコムは、従来の医学的アプローチに加え、一人ひとりの筆跡データの特徴量とその変化を分析することによって、未病段階における疾患の気配や兆しを捉えることを目指しています。筆跡データを取得するワコムのペンタブレット、KISEKI ART プロジェクトで開発したデータ解析のための深層学習アルゴリズムなどを組み合わせた、これまでにない全く新しい「かく」体験。「より人間らしく生きる」につながる形で、社会課題を解決するユースケースが必要とされるコミュニティやヘルスケア・医療の現場にお届けする。そうした未来を見据えています。

この2つの事例は、これから続々と生まれるその先の「かく」を拓くの先駆けに過ぎません。Wacom Chapter 4ではこうしたユースケースごとの体験価値を積み上げ、2029年3月期で1,500億円の売上高を目指します。

ワコムの最先端技術を搭載し、ユーザー特性を徹底的に研究して一新されたWacom Intuos Pro。新規開発のICがより精緻な座標検知能力を発揮し、直感的な創作へと導く。

Q5 ワコムの持続的成長に向けた具体的な打ち手を教えてください。

すべてのユースケースについてワコム単体で「ペンとインクの統合体験」を届けるのは現実的ではありません。それでも、これまでのワコムは全てを自分たちの手で実現しようとしていました。M&Aや戦略的パートナーシップによって効率的にユースケースを拡大するという方向性は以前から検討してきたものの、僕のなかには「その時期はワコムのコアとなる技術を手に入れてから」という強い思いがありました。僕らの技術に対して絶対的な自信が持てないうちは、外に目を向けてユースケースに投資しても大きく成功するイメージが持てなかったのです。

そして、Wacom Chapter 3での4年間を経たいま、僕らワコムは強力な技術ポートフォリオを組むまでに至りました。「技術への回帰」によってコア技術群が確立したことで、ユースケースに投資する方向へと成長戦略を転換する決断が可能になったのです。これからの10年を支えるコア技術群があればこそ、有望なパートナーからも投資や戦略的提携を受け入れてもらえる。お互いに手を組むには、相手側からもワコムの極みの価値を求めてもらわなくてはなりません。当然のことですが、技術イノベーションを起こし続けることは、技術会社にとっての生命線。次のコア技術を生み出す取り組みをさらに加速させていきます。

ユースケースへの投資はワコム1社ではリーチできない未開のユースケースに最短距離でアプローチできるということ。これからの4年間は、僕自身のリソースのより多くを「投資すべきユースケースの探索」に注ぐことになるでしょう。また、時間を買う意味で、資金をしっかりと投下することも意識していきます。その理由は明白で、この部分がWacom Chapter 4の鍵を握るからです。ともすれば誤解されがちな部分ですが、ユースケースを手に入れること自体は目的ではありません。トライ＆エラーも含め、数々の実験的取り組みを繰り返しながら、ワコムの極みの価値が発揮されるユースケースを探索／開拓し続けることに価値があるのです。極端な話ですが、将来、ワコムがスタジオを持ったり、学校を運営していたとしても、僕には何の不思議もありません。

ユースケースへの投資とあわせ、Wacom Chapter 4に先駆けた動きとなったPreferred Networks社（以下、PFN）との資本提携は、ワコムにとって非常に大きな意味を持ちます。PFNは言わずと知れた日本を代表するAI開発企業。Sクラスの優れたAIエンジニアがワコムと共に動いてくれることで、僕らだけでは難しかったビジネスの実現に大きく近づきます。さらには、PFNが持つ強力なコミュニティを通じて、社会実装や市場実装までのステップが大幅に短縮されることも、僕らにとってのメリットです。間違いなく期待以上の価値をもたらしてくれることでしょう。このパートナーシップも、元を辿ればKISEKI ARTプロジェクトで協業し、お互いの理念の共鳴を感じてコネクテッド・インクでも共に登壇してきたつながりから始まったもの。これまでに培ってきたコミュニティ・エンゲージメントが、ワコムの成長にとっていかに大きな意味と価値を持つかがわかっていただけると思います。

ここで、ワコムとしてのAIとの関わり方にも触れておきます。ワコムが大切にしたいのは、一人ひとりの人間、その人だけが持つ文脈や意図といった「人間しか持ち得ない深遠性」を探究し、可視化するという方向でのAI活用。これは、機械学習によるアルゴリズムで一律に処理される生成AIや汎用AIとは真逆にも映るものです。とはいえ、道具屋・ワコムとしては生成AIや汎用AIもひとつの道具として、他のツールと等価に扱いたいという考え方も持っています。AIは使う人間の「意図」がすべて。AIを使うか、使わないか。それもすべてユーザーの自由。そうした考えの元でAIと向き合って行きます。

Wacom Chapter 4では Wacom Chapter 3での成果と学びを活かしながら、ユースケースへの投資とコミュニティ連携の半歩先、コミュニティと共に生きることで、戦略パートナーと共にさらに多くの「かく」を拓くことの実現を目指します。この「薄い本」を読んでいただいた方が、これからのワコムに希望を抱いてくれたら嬉しいですね。

必然の出会いの、その先に。

AI領域のフロントランナーが ワコムと歩調を合わせる、その理由。

ディープテックに活路を見出す錚々たる大企業から戦略パートナーに指名され続ける日本発AI企業の雄 株式会社Preferred Networks。5年間の協業を経て2024年12月、ワコムは第三者割当増資を引き受け、資本関係を結んだ。両社が強く共鳴した最大の理由、「人間起点」の考え方とは。エンジニアリング担当VP (VPoE) / プロダクト・サービス担当VP / ビジネス戦略担当VP・福田昌昭氏を招いてのクロストーク。

Photo_Kentaro Oshio　Text_Chikara Kawakami

「人間起点」でAIと向き合う。

井出　Preferred Networks（以下、PFN）との出会いは5年前。協業としてはKISEKI ARTの取り組みが最初でした。このプロジェクトは、クリエイターの創作の軌跡をワコムのデジタルインク技術で捉え、その特徴量の変化をPFNのAIによって可視化するもの。日本を代表する頭脳集団であるPFNの方々が、将来の事業化やマネタイズといった現実的課題を度外視して、「面白いですね！」「やってみましょう！」と僕らワコムの提案を快く受け容れてくれた。まずそのことに驚き、感動したことをよく憶えています。

福田　私はクリエイティブ領域での経験もあるため、個人的にワコムのことはよく知っていました。メディアで井出さんが語られていたのを拝見し、PFNの戦略とも親和性が高いと感じていました。

井出　AIを取り巻く環境は、PFNが創業された10年前に比べて隔世の感がありますよね。創業当時、現在のような技術的進化を予測されていましたか？

福田　PFNは早くからAI領域に事業をフォーカスしてきましたが、長い冬の時代を乗り越えて、この数年で状況は大きく変わりました。AIの発展は、今や私たちが想像していたレベルを遥かに超えています。ここまでの劇的な進化はイメージできていなかったというのが正直なところですね。

井出　特にこの数年の変化は目覚ましいものがありますよね。そのAI研究の最前線は、自動化、効率化、時短化、機械学習といった実利的なワードが飛び交う世界ですが、PFNからは「人間という存在に目を向けている」「アプローチが人間くさい」という特徴を感じます。

福田　そうですね。PFNはAIを専門とする技術会社であり、生み出した技術やプロダクトを通じて「誰かの役に立ちたい」「誰かの生活を豊かにしたい」という想いを持ち続けてきました。であれば、「人間という存在」を無視してAIを語ることはありえません。人間の感情を抜きにしては、AIと向き合うことはできないんですよね。それが「人間起点」に映る要因だと思います。AIの社会実装を想定し、さまざまなプロダクトを自分たちの手で作り、そのなかでAI活用の可能性を探っていくという姿勢も、「人間起点」に由来するPFNの特徴と言えるかもしれません。

井出　ワコムも「人間にコミットする」という姿勢を大事にしています。細かな分業化が進む複雑な社会構造の下では、実際に自らが体感しないとユーザーが抱える本当の悩みや課題が見えないことを実感します。絞り込んだ領域で価値あるソリューションを提供するためには、実際に自分たちでやってみて、課題との距離を究極まで詰めること、究極まで自分事化することが、デジタル時代の要諦になるかもしれません。2025年から始まった中期経営計画「Wacom Chapter 4」にも、この考え方は通じるものがありますね。

確固たる信念が、道を拓く。

井出　ワコムは40年にわたって「描く」「書く」というシングルユースデバイスの世界で、競合が真似することができないレベルまで技術と製品を磨き上げてきました。1台であらゆる用途をカバーするマルチユースデバイスが主流と

なっている現代において、このこと自体がワコムの特異性を示しています。PFNも、その将来性も不確かな黎明期からAIアルゴリズム開発の世界で、愚直なまでに研究開発に没入してきたという印象があります。僕らを支える確固たる信念は、ある意味では「狂気」とも言い換えられるかもしれません。

福田　そうですね。AI領域で戦うと覚悟を決め、半導体開発に参入した際には多くの疑問の声をいただきました。「なぜ、PFNが半導体から製造する必要があるのか」と。それでも、「PFNが理想とするAIを実現するにはそこまでやらなければならない」と、信じて疑わなかった。その覚悟は、確かに「狂気」かもしれませんね。

井出　僕らはお互いに似通った道を歩んできたんですね。

福田　グローバルでの潮流もあり、AIに対する見方はゆっくりと、だが、確実に変わりつつあります。大切なのはユーザーと向き合い、サービスやソリューションを提供すること。ワコムとPFNが組むことで、人間に資するAI活用の新たな可能性を示していきたいですね。

僕らが手を組む、その本質的価値。

井出　2024年に資本関係も構築し、今後、多くのプロジェクトを共に進めていくのが楽しみですよね。僕らの協業はAI業界にどのようなインパクトをもたらすでしょうか？

福田　生成AIはすでに実装フェイズに突入しており、次に訪れるのは「ヴァーチャルからフィジカルへのソリューションの拡大」です。それは現実世界にAIが入り込んでくることを意味します。ワコムはまさに、現実世界での圧倒的な技術力を持ったものづくりの会社。アナログ入力をデジタル情報に変換する強い技術、世界中で支持される強い製品を持ち、デジタルペンの領域を牽引するワコムと組むことは、PFNにとってもAI業界にとっても大きな意味を持ちます。AI技術が進歩して行った先には、PFNだけでは参入できない領域が必ず現れてきます。その時に、さらに深い協業ができる相手としてワコムがそこにいた。これは本当に私たちにとっては幸運でした。

PFNはさまざまな産業領域におけるプロセスの高度化、工場やプラントなどの自動化技術で知られることが多いのですが、実はエンタテインメント、教育、メディカルの領域でのAI活用も重点領域として掲げており、ワコムと進もうとしている方向性も共鳴していると思っています。

井出　まずはメディカル領域から、ですね。未病発見や認知症の対策は大きな社会課題であり、取り組む価値のあるテーマですよね。人間の創作の軌跡と同じように、人間の生体情報も千差万別。血管一つ取ってもその走り方は全く違うそうですが、「一人ひとりの特徴量の変化を捉える」というKISEKI ARTプロジェクトから生まれた私たちのアルゴリズムは、その成功要因となりうるのでしょうか？

福田　ちょうど今がアルゴリズムとデバイスが揃うタイミングで、これまでは難しかった微細な特徴を取得し、解析するという挑戦が始まります。社会に貢献できることが見えてくれば、それだけ競争も激化するでしょう。それでも我々には勝算がある、と考えています。

福田 昌昭 氏

大学院卒業後、大手電機メーカーにてゲーム機器およびネットワークサービスの開発に従事。その後、インターネットサービス企業にてソーシャルゲームの企画、開発、運用を担当し、事業責任者として事業戦略および事業計画の立案と実行を推進。現在はPreferred Networks社にて、エンジニアリング担当VP、プロダクト・サービス担当VP、ビジネス戦略担当VP、経営企画を担当。

井出　僕らだからこそ初めて提供できる特別な価値、特別な未来があるはずですよね。

福田　ワコムは世界中のクリエイターから支持される素晴らしいプロダクトを持っています。そして、注目する分野の多くがPFNとも共通しています。資本提携協議の過程でも、PFNが描く夢にも真摯に耳を傾けていただきました。やはり根本にある理念の部分で共感を得られなければ、良好な関係を継続することはできません。この協業から多くを学べることを嬉しく思っています。

井出　ワコムにとって、PFNが持つ最先端のAIアルゴリズムの知見に触れられることは大きな意味を持ちます。ただ、それだけではない。あらゆる分野から高い関心を集めるAI領域。その先頭を走るPFNの周りには、ディープテックの可能性を信じる多種多様な先駆者たちがひしめき合っています。「人間起点」でAIと向き合い、ワコムの理念とも共鳴するPFNの優秀なエンジニアたち。彼／彼女らと共に、未だ見ぬビジネスチャンスに飛び込める環境こそが、むしろ、僕らが手を組む本質的価値と言っても良いでしょう。Wacom Chapter 4で、僕らの協業から「ペンとインクの統合体験」が続々と生まれてくることを信じています。