



慶應義塾大学ビジネス・スクール

株式会社ミクシィ（B）：元社員から見たミクシィ

5

ミクシィはビジョンドリブンの会社。会社の掲げるビジョンに共感して入っている人が多い。それを実現するために頑張ろうとする人が一定数いる会社だ。

10

ミクシィは人と人を繋ぐというコンセプトがぶれない企業。自社サービスが好きで、人に喜んでもらえるのが嬉しいからやっている会社だった。ユーザー目線でやっていくという意識が強い。笠原さんは（どんなに儲かりそうでも）ユーザーフレンドリーでない仕組みは断るくらいの人だ。例えばプラットフォーム事業によく見られるような、胴元として搾取するようなビジネスは全く好まなかった。支払う金額とユーザー満足度が一致するようにしたい、という意識は相当強い。

15

現社長の木村さんは（笠原さんが作り出した）ミクシィの強みを理解していた人。それを活かしたゲーム設計、マーケティングをしていたと思う。アプリの演出は岡本さん（※木村氏が外部から招聘したゲームプロデューサー。カプコンの専務取締役を経験した後、独立。）が抱えていたエンジニアが作りこんだ。企画はミクシィで作りこみは岡本さんという棲み分け。インセンティブ設計を上手くやって、（外部も含めた）チームを盛り上げるのが上手だった。

20

笠原さんは、別にお金儲けが嫌いな訳ではない。新しい施策を持っていった時に、そのインパクトを聞いてニヤリとした顔は今でも忘れられない。矛盾するようだが、そうした中でも決してユーザーファーストを忘れないのが笠原さんの特徴であると思う。

25

このケースは、クラス討論の基礎資料として慶應義塾大学ビジネス・スクール清水勝彦教授の監修のもと M43 松元拓也、村上勝志が作成したものであり、経営上の適切もしくは不適な状況を例示しようとするものではない。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機会的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 清水勝彦、松元拓也、村上勝志（2021年11月作成）