

Editor's Note - Marketing Team



なぜ、Plug and Play Japanなのか。

Ayumi Woman Startup Lab というシリコンバレーで唯一の女性のアクセラレーターが新しい日本人向けのプログラムのパイロットを実施するというので、その時のメンバーの一人が、Marikoちゃん(前COOの矢澤)でした。日本のスタートアップシーンをもっとこうしていきたいんだよね、という話ですごく彼女と盛り上がったのですが、帰国後しばらくして、Plug and Playの日本拠点設立のニュースを目にしたんですね。彼女に実際にどんなことをやっているか知るために会いに行ったのが始まりでした。

ミッションは「Plug and Play Japanというブランドを日本で確立する、そしてそれによってスタートアップだけではなく様々な企業がハッピーになる環境を作る」ということ。企業のデジタルマーケティングをサポートや、PRの仕事をしてきたけど、「マーケター」として働くのは実は初めて。PRとマーケティングをどう組み合わせ、そしてミッションに向き合うか、未だに毎日様々なことに挑戦、です。

Emi 私のファーストキャリアは東京都庁でした。6年間、3つの部署を経験しながらも、公務員という枠の中で仕事をしていました。都市計画をイギリスの大学院で勉強してい

たので、都市計画をやりたくて入庁したんですが、私が思い描いていたものと少し違って。非常に長いスパンで、かつ大きなお金をかけて一つのプロジェクトができるという環境に身を置いていたので、例えば私が60歳で定年した時に果たして「自分が成し遂げた」というものはどのくらいあるのだろうと漠然とした疑問がありました。ちょうどその頃、既存のルールに囚われないスタートアップの存在が街を変える大きなエネルギーになっていたことも、この業界に興味をもった理由の一つです。

Plug and Playのことは、実は初めは知らなくて、とりあえず話を聞きにきませんかと言われて面談に行ったときに、私が思っている漠然な想いをぶつけて、何かできないかと話を聞いてくれました。やれるかどうかわからなかったフィールドにも今Plug and Playに入ってチャレンジできているので、すごく良いキャリアチェンジだったなと思っています。

私はPlug and Play Japan18人目のメンバーで、ジョインしたときはちょうど今の半分くらいの規模。今やりたいと思ったことをすぐやろうとか、それに懸けるエナジーとスピード感があるこの環境は、まさに私が求めていたことでした。

Chiyo もともと高校・大学と演劇を専攻してきて、ニューヨークでアートマネジメントを勉強したり、プロドウェイで舞台制作のインターンをしたりしていました。帰国後は商社で消費財のバイヤーをやったり、コンテンツ制作会社でイベントマネジメントをやったり、フリーランスでライターをやったり、その合間にオーストラリアを旅したりとか。レジュメだけを見ると「いろいろやってますね」とエージェントに苦笑いされるような経歴なんですけど、コンテンツ・モノ・情報と扱うものは変わっても、結局は海外の面白いもの、ユニークなもの、役に立つものを日本に持ってくるという部分は変わってないです。

スタートアップについては、MeetupとかCanvaみたいなB2Cのサービスしか知らなかったのですが、面接の時に「海外のユニークなスタートアップ企業が日本で成長できるようにしたい」というのは伝えました。すごく良いサービスやアイデアなのに言葉や文化の壁で日本に根付かないものが多くて、もったいないなと思っていました。あとは、海外から日本にやってきて働こうとしている人が結局日本に定着できないとか。そういった課題を解決するために、情報を発信していくのが自分の役目かなと思っています。

Ho 大学まで中国で経済を学んでいました。新卒で日本にきて、リクルート社の広報部にいきなり配属されました。当時は日本語が話せなかったの、とりあえず広報で日本語を学んでほしい、あとは会社のオフリングを横断的にみて欲しい、というのが会社の意図だったみたいです。初めはプレスリリースの基礎を学んだりから始めて、徐々に記者さんとの会話がはまって、外部に会社の紹介をしたり、そんな4年間でした。それからやっぱり広報の仕事がだんだん面白くなってきて。

その中でも日本の大手企業のカルチャーが自分に向いてないと思っていて、今後はスピード感のあるスタートアップだったり小さめの組織に行きたいなと思ってたんですね。その後中国系のファンドが企業が日本に進出してきて、投資先のPRサポートに転職しました。そして自分のバックグラウンドも日本と海外のクロスボーダーの中でPRの観点でやっていきたいと思いPlug and Playに入社しました。

Yue 私は人生のちょうど半分くらい海外で過ごしています。大学を卒業して、新卒でアメリカのデジタルマーケティングのエージェンシーに入りました。その会社もスタートアップのようで、SaaSとeCommerceを中心としたクライアントが多くて、カンファレンスのスポンサーやイベント主催、Podcastと様々な仕事を担当しました。そこでの仕事を通してスタートアップ業界のスピードや、仕事のスタイル、熱量にもすごく魅力を感じていました。

それから日本に帰ってきて、やっぱり今までの環境が恋しくて個人的にテックミートアップとか、スタートアップイベントにいきながら、そこで会う人や、プロジェクトを通して、何か自分のできることはないかな、何か新しいプロジェクトはないかなと模索していた時にPlug and Playについて知りました。

スタートアップの周りでお仕事することで、何かに向かって走っている人たちのエネルギーを感じながら働けるということも大きかったですし、あとは実際にPlug and Playのメンバーと会った時も、自らの熱で燃えている人が多いなと感じました。外からのファクターではなくて、自分のビジョンを持って仕事をしているなど。私が軸にしているパッションを持った、常にGrowth Mindsetを持った人たちと一緒に働く環境があると思、ここは自分が成長するためにぴったりな場所だと思って入社しました!



Marketing Teamのユニークさ

Chiyo 横断的に全部のVerticalと関われるというのは面白いし、Plug and Play としてのブランドを作ってカルチャーを作っていくという立場が大事だなと思います。あとは、色々なバックグラウンドの人が集っている、それも面白い部分かなと思います。似たような人たちが全然ないんです。

Ayumi "マーケティング"としては少し変わった立ち位置と仕事内容かなと思っています。いわゆる真ん中なマーケティングではない。ずっとマーケティングやっていたらメンバーがいないのも面白いところです。だからこそ、視点が面白いし、ユニークなことがやれていると思います。

Emi 発想も自由だし、凝り固まってない。毎回みんなでディスカッションしながら何か作っていくというのがユニークですよ。

Yue それにプログラムの時期にあまり縛られていないせいか、時間がめまぐるしく流れていく中で常に新しいことをトライして行こうってマインドセットありますよね。

Ayumi あとはすごい優秀なインターンがいること！

ALL そうそう！！

Ho キッチンのような存在かもなと思う事があります。プログラム回している現場の人たちから運ばれてくる色々な材料がある中、ここでどう調理するか、どう加工するか、どう出していくかみたいなことをたくさんするチームですよ

ね。情報量も多いし、フィルタリングして外に出していくっていうのはありますね。

Yue クロスパーティカルで動くのは難しいですよ。でもメンバーが増えていくに連れてチーム感が出てきて、動き方もすごく変わりましたよね。

Chiyo 入社したばかりの時に、Ayumiさんから「やりたいことはどんどんやっていって、ちょっと違う時は止めるから」って言われたの覚えています。遠慮はしないですし、思ったことはなんでも言えるような信頼関係がある感じ。

Ayumi 配慮はするけど、遠慮はしない。みんなそれぞれ刺激を与え合っていて、次はこうしようとか、次はこの企画をしようとか。だいたい誰かが何かやると、次はまた誰かが仕掛けてきますね。自分にはできないかもというマインドセットは基本なくて、私ならこうできるっていうような勢い、とても好きです。

Emi みんな、自ら結構追い込みますよね。

Ayumi そう、でももっともっとやっていけるよね(笑)それが他のチームにも伝わっていく、いわば火種を作れるようなチームな存在になっていきたいですね。

Ho Ask yourself, answer yourselfっていうマインドセットが強いチームですよ。自分で考えてトライしていく、と。

Ayumi 自由ってことはその分責任があるからね。なんのためにやるのか、これでどんなインパクトあるのか、ということをチームにはいつも聞いていますね。

3 Year Magazine Project に込める想い

Yue 今このプロジェクトを通して、まだ3年も勤めてない会社の道のりを他の人の視点から振り返ることができています。いろんなメンバーやチャンピオンのみなさんをインタビューしていく中で、本当にたくさんを学びました。優秀でパッションを持ったメンバーの想いとか、試行錯誤してPoCを実施しているパートナー企業のみなさんのお話とか、今はうまく外には伝わってないことが沢山あります。Plug and Play Japanの今までの成長とこれからの意気込みを綺麗にまとめて、コミュニティに伝えられる良い機会になったなと思いました。

Chiyo ステークホルダーが多いじゃないですか。大企業も、スタートアップも、行政も、いろんな立場の方々がいる中で、全ての人に伝わるように言葉選びとか、渡し方を工夫しなくてはいけないな。みんな使う言葉が違うし、同じ意味でも表現の仕方が変わってくるな。それをどう伝わ

次の3年を見据えて

Chiyo 私はKyotoのプレゼンスをもっと高めて行きたいです！それと、海外への発信を強化していこうと思います。日本のスタートアップを世界へ、世界のスタートアップを日本へ。もっともっと発信していきたいですね。

Ho 社外へのブランディングの観点ですと、アメリカから日本に上陸してこの3年間は「Plug and Playとは」のフェーズだったと思います。今後3年は実績や、中期発表のフェーズになってくるんじゃないかなと。このコミュニティに入ることでのメリットを感じてもらうことに焦点をおきたいです。

Emi 次の3年は今までやってきたことをブラッシュアップしていく時期になるんじゃないかなと思います。今までやってきたことを、今の時代にあってるかどうか、棚卸しをできる良い時期ではないかなと。私たちが思っている以上に、日本のスタートアップエコシステムは成長期で、来年になったらもっとたくさんスター

るように伝えていってというのがこれからの課題じゃないかなと思っています。

Ayumi オープンイノベーションは色々な実現の方法がありますが、複数あることでもっと面白いことを仕掛けていけるってことを私たちは知っています。それとっといろいろな人たちが私たちを通じて体感する、そういったことをこの先私たちがより積極的に実現していかなければいけないところなんじゃないかなと思います。

Emi 私自身もなんですが、Plug and Playに関わったことで人生変わったな、自分がこんなことやるとは思ってなかったな、と思っている人たちがメンバーだけではなく、スタートアップやパートナーの皆さんにもいると思うんですね。

3 Year Magazineを通じて、私もPlug and Playと関わったらか何かやれるかも、一緒にやれないかなという風に思ってくれる人が増えることで、もっとコミュニティを大きくできると良いですね。

トアップが誕生して、成長していると思うんですよ。私達もそのスタートアップのスピードについていく必要がありますよね。引き続き良いアンテナを張って、私達ができることをアップデートすることで、日本のスタートアップシーンのプレゼンスを高めることに繋げていきたいですね。

Yue 同感です！あとは、コミュニティに関わる価値づくりですよ。これからもっともっとプログラムのAlumniも増えていきますし、投資先ポートフォリオも増えていくと思います。このコミュニティの一員になるためにプログラムに参加したい、投資をしてもらいたい、っていうスタートアップを増やすために、ブランディングだったり価値提供に注力しなくてはいけないなと強く思いますね。

Ayumi 今年ずっと言っているのが「継続力」。発信も、成果も、発信し続ける、成果を出し続ける、と継続していかなければ意味がないです。オープンイノベーションは長期での取り組みが大事です！と言っているので自分たちで体現していくべきだと思います。特に今からの3年間はそれがすごく大事なかなと思います。

