



慶應義塾大学ビジネス・スクール

Netflix の日本企業への示唆 (B) : Netflix はなぜ生き残ることができたのか？

5

「企業家が得る利潤とは不確実性の対価である」

フランク・ナイト (経済学者) 10

Netflix と戦略

Netflix の歴史を振り返ると、彼らは単に「成功した」企業というよりは、「生き残った」企業というほうが適当だと思われる。

15

Netflix は創業時、そしてオンラインへの転換時に倒産しても不思議ではなかった。ヘイスティングス自身、「Netflix は死んだと何度も言われた」と述懐している^[1]。いずれの困難も、ぎりぎりの踏ん張りで乗り切ったから今日がある。

「成功者には運と実力の両方がある」とは、2020 年に『エコノミスト』誌が心臓手術を終えたばかりの JP モルガン・チェースのジェイミー・ダイモン CEO を形容した言葉である^[2]。これは、Netflix にも

20

当てはまるだろう。

「運と実力」による生き残りのうち、実力の部分について戦略的視点から分析を行う。注意しなくてはならないのは「戦略」は必ずリスク、そしてトレードオフを伴うということである。こうした認識なしに、ただの「計画」を「戦略」と混同したり、「リスクのない戦略」を求める愚を犯す大企業は限りなく多い。

25

^[1] グノシー創業者の福島良則氏も同じことを話していた (<https://shimizu-lab.jp/news/3063.html>)。

^[2] 2020 年 3 月 14 日。

本ケースは慶應義塾大学大学院経営管理研究科教授 清水勝彦が作成した。クラスでの討議資料として作られたもので、経営の良否を問うものではない。

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)。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。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、機械的、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 (2020 年 12 月作成)