



慶應義塾大学ビジネス・スクール

Netflix の日本企業への示唆 (C) :

5

Netflix は “amazing and unusual” をどう醸成したか

Netflix’s company culture deck may well be the most important document ever to come out of the Valley.

(「Netflix の文化をまとめた『カルチャーデッキ』は、シリコンバレー史上最も重要な文書かもしれない)」

10

シェリル・サンドバーグ (フェイスブック COO)

Netflix の文化の 3 つの核

『ブルームバーグ ビジネスウィーク』誌は “Netflix: Flex to the Max (Netflix: 最大自由度のある企業)” と題した 2007 年 9 月 24 日の記事の中で、「Netflix は人々がレンタルする行動だけではなく、働き方も変えた」と指摘した^[1]。

15

2001 年 Netflix はレイオフで社員が減ったことを逆手に取り、少数精鋭で競争を勝ち抜く体制を整えた。彼らの差別化の本質にあるのは、常に競争や技術進化にさらされて陳腐化する可能性があるビジネスモデルではなくタレント・デンシティ (talent density)、すなわち、いかに優秀な人材だけを集めるかである。

20

優秀な人材は何を求めているのか。それは信頼し尊敬できる同僚たちと力を合わせ、みずから一心不乱に素晴らしい仕事ができることだというヘイスティングスの経験と信念を基盤にして、Netflix における組織の 7S^[2] は組み立てられている。

25

^[1] Netflix が目指す文化とそのための方針をまとめた「カルチャーデッキ (Culture Deck)」の PPT は web から見ることができる。

(<https://www.slideshare.net/reed2001/culture-1798664>)。

^[2] マッキンゼーの 7S とは、strategy (戦略)、structure (組織構造)、system (システム)、shared vision (共通の価値観)、style (スタイル)、staff, skill (人材) の 7 つ。前者 3 つは「hard S」後者 4 つは「soft S」と呼ばれる。

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)