



特集

2017年 6月号 5/10 水 発売

エコシステムの競争優位

Ecosystem Innovation (November 2016 Issue)

従来のケイレッツや企業連合の関係を超え、よりオープンに複数の企業が事業環境を共有するビジネス・エコシステムがあらゆる業界で形成されている。そして多くの優れた企業が集まることでエコシステムは反映し、その反映がまた新たな企業を誘引する。企業一社の競争優位ではなく、エコシステムとしての競争優位はいかに築かれるか。最新の事例と理論で紹介する。

掲載予定

HBR 論文

■ アナログをデジタルエコシステムに変える

マックスウェル・ベッセル (ハーバード・ビジネス・スクール 上席研究員) ほか
“Trading an Analog for a Digital Ecosystem,” HBR, November 2016.

なぜ 20 世紀の偉大な企業がデジタルエコノミーでは成果を上げられなくなったのだろうか。成り上がった企業の特徴は、私たちのマインドや財布をシェアしているということだ。ウォルマートはアマゾンに勝てなかった。GM はテスラの勢いを止められない。テクノロジーにかなりの投資をしているにもかかわらず、タクシー協会はウーバーの侵攻をかわせずにいる。あらゆる企業の内部システムはビジネスモデルを支えるために存在しており、変えることは困難である。それゆえ、デジタルの変革に対応することは難しいのだ。しかし、筆者らがインタビューした CEO は、デジタルエコノミーで成功を収めるチャレンジをしている。サプライヤー、競合他社、協働企業、そして顧客と長年の安定的な関係を築いている企業は、そのネットワークを大きく変えることは難しいが、生き残るための方法はある。デジタル時代に価値を生み出し、獲得するために、何をすべきなのだろうか。

■ なぜ破壊的イノベーションの予測は難しいのか

ロン・アドナー (ダートマス大学エイモス・タックビジネススクール 教授) ほか
“Why It’s So Hard to Predict When a Disruption Will Occur,” HBR, November 2016.

この 30 年間、トップビジネススクールは「破壊の創造」を謳い続けてきた。しかし、それをいつすべきなのかは、いまだ謎のままである。破壊的創造における 1 つの目の脅威は、準備が間に合わずに破壊を起こすチャンスを逸することである。2 つ目の脅威は、破壊への備えが早過ぎてしまうことである。破壊の適切なタイミングを探るうえで、我々はまず、テクノロジーの変化そのものよりむしろ、それをサポートするエコシステムに目を向けなければならない。次に、競合他社が新しいテクノロジーにどれだけ精通しているかではなく、新たなテクノロジーに基づくエコシステムと古いエコシステムの間で彼らがどこに位置しているかを理解すべきだ。その 2 つの視点を持つことが、マネジャーが戦略的な意思決定を下すうえで多いに寄与する。

掲載予定

HBR 論文

■ **エコシステム革命：巨大企業は、デジタル時代に成長することができるのか**

ネイサン・ファー（ブリガム・ヤング大学 教授）ほか

“Ecosystem Innovation: How Big Firms Can Work Together to Disrupt Industries and Thrive in the Digital Age,” HBR, November 2016.

シスコが中心となり、DHL、エアバス、VISA、ナイキが一緒になって実施した国際的なプロジェクトは、この先10年で大きな価値を生み出すだろう。シスコによるエコシステム革命は、歩みの遅い業界をより迅速な業界へと変えた。そこにスタートアップの手法を取り入れることで、伝統的な組織を革新的な組織へと変えたのである。本稿では、筆者らのリサーチの過程を共有することで、伝統企業が協働するうえで共通の罫を導き出す。同時に、リーダーらがより価値あるイノベーションの機会を得るために打破すべき障害も明らかにする。それはすなわち、デジタル時代のエコシステム革命の核心に迫る議論である。

掲載予定

オリジナル論文

■ **IoT時代に競争優位となるエコシステム**

重松路威（マッキンゼー・アンド・カンパニー パートナー）ほか

IoTの市場規模は今後急拡大することが、マッキンゼーの調査で明らかになった。このIoT時代は、技術の境界線も、業界の境界線も超えた、産業の再編がはじまるが、その中で成功のカギはエコシステムである。これからはエコシステムの競争となる。

■ **女川町の復興：創発したエコシステム**

山崎繭加（DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー 特任編集委員）

東日本大震災の惨事から、確実に復興への歩みはじめた女川町は、町長のリーダーシップもあるが、企業、行政、NPO法人などの個々の活動から自然と生まれた「エコシステム」によって、個々の力を強化し、町全体の活力を生み出した。女川町のケーススタディから、企業が学ぶべき創発の仕組みとは何か。

広告掲載料金

広告掲載のご案内



雑誌

4C2P(中面) 200万円 (税抜)

4C1P(中面) 100万円 (税抜)

4C2Pタイアップ

~~250万円 (税抜)~~ → 200万円 (税抜)
(製作費込)



DHBRオンライン

トップレクタングル 50万円 (税抜)

GIF+テキスト 40万円 (税抜)

テキスト枠 20万円 (税抜)

お申込み・お問い合わせ

ダイヤモンド社クロスメディア推進部
Tel: 03-5778-7220 Fax: 03-5464-0783
E-mail: web_sd@diamond.co.jp

掲載スケジュール

タイアップ申し込み締め切り: 2017年 4月 3日 (月)

純広告掲載申し込み締め切り: 2017年 3月21日 (月)

入稿締切日: 2017年 4月21日 (金)