

2.5の成立理論とは、1つのマーケットには正規型企業が2企業、複数ではあるがゲリラ型の特化企業が0.5企業成立するという理論です。

自然食品業界（オーガニック食品業界）は、最近までは「ホールフーズマーケット」及び「ワイルドオーツ」の2企業と、各エリアに小規模チェーンが独立して0.5企業（例えば、オレゴン州のニューシーズンマーケットやコロラド州のバイタミンカテッジ…等の自然食品チェーン）の2.5企業成身体制が整っていました。しかし、第1のホールフーズマーケットが第2のワイルドオーツを買収して1位・2位連合が成立し、自然食品業界は1.5企業体制になってしまいました。

百貨店業界が4～5年前にはフェデレイテッドグループ及びメイグループの2企業と、ノードストローム及びニーマンマーカスの0.5企業の2.5企業成身体制でしたが、1位・2位連合が起こり、現在のメイシーズグループの1.0企業とノードストローム及びニーマンマーカスの0.5企業の1.5企業体制となったことと自然食品業態も同様になりました。百貨店業界ではその後、もう1つの正規型百貨店のエアポケット（客の選択肢に基づき、新たに1.0の正規型企業を発展させるパワー）ができ、ノードストローム（汎用性のある百貨店）がその実力以上の発展性を持ってきています。近未来においては、メイシーズグループとノードストロームの2.0企業と、ニーマンマーカスあるいはサックスフィフスアベニューの0.5企業の2.5企業体制となります。

実は、自然食品業界においても、ホールフーズマーケットの1.0企業体制に対する客の選択肢の必要性から、「サンフลาวーマーケット」という自然食品企業が大成長しています（現在、サンフลาวーマーケットは29店舗）。このサンフลาวーマーケットは、旧ワイルドオーツの創業者がワイルドオーツ売却後に設立した自然食品企業なのです。

ホールフーズマーケットが自然食品とグルメ食品を融合させるコンセプト&マーケティング戦略により、アップスケールな自然食品業態で価格もやや高めに設定し、中食の対面販売のウエイトが高く、店舗イメージも高い店舗を展開しているのに対し、旧ワイルドオーツの創業者が新たに設立したサンフลาวーマーケットは、対面のグルメ食品のウエイトを落とし、もっと自然食品中心とし、価格もリーズナブルに、店舗イメージもスタンダードにした店舗展開をしています。

ホールフーズマーケットがアップスケール自然食品業態であるのに対して、サンフลาวーマーケットはリーズナブル&スタンダードな自然食品業態とすることができます。

このサンフลาวーマーケットが急速に成長している原因は次の通りです（六車流：流通理論）。

- ①客の選択肢の確保の必然性から、自然食品企業がホールフーズマーケット(1.0企業)しか存在しなかったため、選択肢のある正規型企業の成立性が高まり、もう1つの自然食品企業のエアポケットができたこと。
- ②ホールフーズマーケットがアップスケールな自然食品企業であるため、価格的に「高い」という評価と同時に、やや非日常性の業態であることに対するアンチテーゼがあったこと。

このように、やがて自然食品業界も百貨店業界と同様に、もう1つの正規型企業が成長し、2.5企業体制になることは間違いありません。

実は、ホールフーズマーケットの創業者とサンフลาวーマーケットの創業者（ワイルドオーツの創業者でもある）は、「ヒッピー出身者」なのです。そもそも、1960年代、資本主義社会の生活を捨て自給自足の世捨て人として自然の中で自由に生きる道を選んだのがヒッピーです。今やヒッピーの生き様（ライフスタイル）は、21世紀型の消費に適合し、事業として見事に開花しました。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代表 六車秀之