

アメリカは1990年代から、日本は2011年からSC飽和期(あらゆるSCが適正立地に適正規模で成立している時代)になりました。流通飽和期は、**20世紀流**に考えれば激しい同質競争によるSC間競争が起こります。しかしながら、やがて激しい競争は互いの体力を弱め、必ずしも有効なる戦略ではないと感じ始めるようになります。すなわち、**21世紀流**に考えるならば「**無駄な競争をやめ、互いに“競”存共栄する戦略**」が必要となり、まさにレッドオーシャンからブルーオーシャンの競争概念の時代の到来を意味します。

と言いながら、すべてのSCが“競”存共栄することは理論的に無理があります。

流通理論の中に「1つのマーケットのなかに2.5のSCが成立するというSC成立原則」があります。これは、1つのマーケットの中に「客」はいくら多数のSCがあっても、正規型のSCが2.0ヶ所、ゲリラ型SC(差異化したニッチなマーケットを対象としたSC)が0.5ヶ所(ただし複数)しか選ばないという原則です。

ゲリラ型の0.5SCは別にして、正規型のSCは、客は1つのマーケットの中で「第2位までの売上のSC」及び「2つのSCが互いの得意分野で棲み分けているSC」を選びます。これを「**出向動機の違いに基づくSC選択理論**」と言います。

つまり、1つのマーケットの中の客は、互いに棲み分けたSC(当然ながら2つのSC)を重点的に選択し、客は自らのマーケットの中で「2つのロイヤリティの高いSC」と「その他多数の興味のないSC」に分別して利用します。このように考えるならば、1つのマーケットの中で2.0のSCは強者連合を結ぶ(?)ことにより、ブルーオーシャンマーケットを形成することが可能となります。

すなわち、1つのマーケットには選択肢のある2つの棲み分け型SCを客は望み、この2つのSCとして選ばれた「強者としてのSC」は、互いに異なる得意分野を持ち、「客からみて、両方ともあって欲しいSC」です。客は、互いに性格の異なるSCを選択して「一方を主力としながらも一方をサブとして利用」や「両方とも均等に利用」や「一方のみ集中的に利用」のパターンに分かれます。

それならば、2つの棲み分けした強者は互いにブルーオーシャンマーケットを形成し、「**2人勝ち体制を1つのマーケットで確立**」すると、互いに意味のないバッティングや販促による客の奪い合いがなくなります。それにより、**競争相手に対する「攻撃コスト」より、より自らの客を満足させる「カスタマイズコスト」**に集中投資することにより「客のSCに対する満足度の向上」と「SCの開発及び運営コスト低減」が可能になります。

それゆえに、選ばれた2つのSCは、互いに「**情報を共有化**」することにより、「**棲み分け同盟**」をすることがブルーオーシャンマーケットづくりにおいて適切な手法となります。この考え方を「**血のつながらない姉妹SC理論**」と言います(六車流:流通理論)。

1つのマーケットの中で互いに棲み分けた2つのSCが、性格は異なるが親密性の高い姉妹のような関係のある状態であるSCのことです。お互いに特定の契約や同盟を結ぶ場合もあれば、単に暗黙の了解で互いに認識した関係である場合もあります。それゆえに、このような2つのSCは企業が異なるために「**血のつながらない姉妹のSC**」と呼びます。