流通とＳＣ・私の視点

2015 年７月５日

視点（1947）　　1つのマーケットの中での「2.5･3.5SC成立」理論の普遍の法則モデル!!

（ＳＣ理論編）

ＳＣの成熟期における勝ちパターンのＳＣの基本戦略は「１つのマーケットの全体あるいは特定の分野で参入障壁の高い持続性のある競争優位性（規模及び立地）を確立すること」で、それは次の通りです。

①１つのマーケットに勝ちパターンのＳＣは 2.5ＳＣあるいは 3.5ＳＣであること

②全体あるいは特定の分野で参入障壁の高い持続可能性のある競争優位性を確立すること

③ただし、１つのマーケットの中で特定分野にターゲットを絞り込み、競争相手と棲み分けしたならば、棲み分けした分野で１番の競争優位性を持つこと

ここで、１つのマーケットにおける「2.5 ヶ所のＳＣ」あるいは「3.5 ヶ所のＳＣ」の成立理論を２つの普遍の法則の中から導き出します（六車流：流通・マーケティング理論）。

（１）2.5ＳＣ及び 3.5ＳＣのＳＣ成立理論

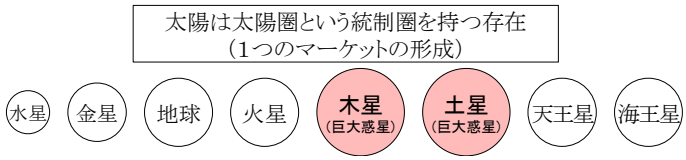
１つのマーケットの中には「2.5 のＳＣ」が基本的に、顧客の選択肢の観点から成立します。すなわち、顧客にとって１つのマーケットに１ヶ所のＳＣではエリアでの満足度は希薄です。ただし、１つのマーケットの中で１つのＳＣが競争ＳＣの２～３倍以上売場面積を持ち、ピンキリ商法を行えば顧客の満足度も高まりますが、それもやがて当たり前化現象により顧客の選択肢の希薄化で少しずつ切り崩されます。

つまり、２つの正規型ＳＣ（性格は異なるが顧客満足度の高いＳＣが２つ）と 0.5 のゲリラ型ＳＣ（複数ではあるが、コンセプトが絞り込まれて正規型のようにターゲットを広く対応できず、特定の限られた顧客を対象とするＳＣ）の 2.5ＳＣ成立理論が基本です。さらに、マーケットの成熟やＳＣの成熟時代には、１つのマーケットの中には「3.5 のＳＣ」が成立するようになります。３つの正規型ＳＣと 0.5（複数）のゲリラ型ＳＣの成立理論です。正規型ＳＣが３つ存在することは、顧客（買い手）の選択肢から見て十分成立しますが、問題はＳＣ側（売り手）の基軸となるＳＣに対しての棲み分けのレベル（難易度）が高くなることです。

（２）「2.5」及び「3.5」のＳＣ成立理論の普遍的モデル

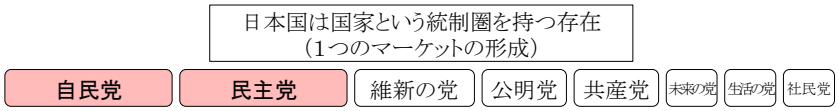
ここでの普遍的モデルを「宇宙の法則の適用」と「政治政党の法則の適用」から述べます。

太陽圏は、太陽によって統制圏（かたまりとしての1つのマーケット）を持っています。この統制圏は万有引力の法則（質量の大きさに比例し、距離の2乗に反比例するという力関係）によって互いの惑星の位置（ポジショニング）が決まっています。太陽圏内には8つの惑星がありますが、巨大惑星（勝ちパターンの惑星）は木星（地球の 1,000 倍）と土星の2つです。この2つの勝ちパターンの惑星の存在が、太陽圏の存在のメカニズムになっています。しかし、事例的に1つの恒星に巨大惑星が3つあるケースもあるそうですが、やがて万有引力の法則によって何億年か後には2つになり、成立のハードルは高くなります。



太陽圏は2つの正規型の巨大惑星として木星と土星、が 0.5 の特色のある惑星として地球と火星（本来は水の豊富な惑星）の 0.5 体制で成り立っています。3つ目の巨大惑星の成立は、ハードルが高くなっています。

日本国は国家（領土）によって統制圏（かたまりとしての1つのマーケット）を持っています。この統制圏は憲法に基づく統治権（国民、経済、軍事等）によって成り立っており、政党の力関係（国民の選挙を通じての選択肢）によって国家の意思が決定されます。通常、どこの国家の議会も 2.5 政党の正規型の政党＝政権交代ができる政党 2.0 と個性のあるコンセプトを持つゲリラ型政党 0.5 です。2つまでは国民の選択肢の観点から容易に成立しますが、3つ目の勝ちパターンの政党のハードルは高くなります。



日本の政党は、最近までは自民党と民主党の 2.0（2大政党）、0.5 の公明党と共産党でした（その他の政党は棲み分け分野の2番手政党であり、コテンパンに負けています）。しかし、3番目の政党として維新の当が出現しましたが、3極の政党になるかどうかはわかりません。3番目の正規型政党は強烈な個性を持ちながら多数の支持を得なければならないため、成立のレベルは高くなります。

（株）ダイナミックマーケティング社[+6]

代　表　六（む）車（ぐるま）　秀　之

Copyright(C)Dynamic Marketing Co. Ltd. 2015 All rights reserved.