

特集

顧客に選ばれる
商品・サービスを探る

レッドオーシャン——
それは、ライバル企業が多数存在する市場を、
激しい競争によって血で染まった
「赤い海」に見立てたものである。
本特集では、このレッドオーシャンを見事勝ち抜いている
企業に取材を行い、それぞれの戦略を伺った。
中小企業とそれを支援する
読者の皆さんにとって、大いに参考になるはずだ。



日本の現状からひも解くレッドオーシャン ●石井 卓

奇抜なアイデア商品で大手と勝負! ●島袋智輝
——木村飲料株式会社

効果的なコミュニケーションで市場の変化に対応 ●猪瀬輝星
——株式会社野毛印刷社

お客様を喜ばせ、変化し続けるスーパーマーケット ●向後潤一
——株式会社オオゼキ

「五方良し経営」で地域に不可欠な存在に ●佐野祐輔
——株式会社さくら住宅

レッドオーシャンを勝ち抜く秘訣 ●石井 卓

レッドオーシャンを 勝ち抜け!

特集

レッドオーシャンを勝ち抜け!
——顧客に選ばれる商品・サービスを探る——

1



日本の現状からひも解く レッドオーシャン

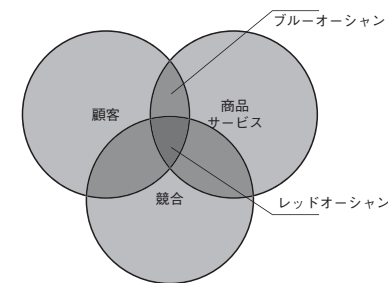
石井 卓
中小企業診断士

1 はじめに

レッドオーシャン——そう聞いて、皆さんは何を想像するだろうか。この単語を一度は耳にしたことがある方も多いはずだ。

本特集では、このレッドオーシャンを勝ち抜いている企業にスポットを当て、市場に活路を見出す方法を明らかにしたい。そのために、まずはレッドオーシャンと、その対立概念であるブルーオーシャンの考え方を確認したうえで、わが国の現状分析から、レッドオーシャンがひしめく日本市場を考察していく。

とレッドオーシャンはつながっており、商品やサービスの視点を変えた先に「青い海」は存在する。



出典：『ブルーオーシャン戦略』（ダイヤモンド社、W・チャン・キム/レネ・モボルニュ）

2 レッドオーシャンとブルーオーシャン

(1) レッドオーシャンとは何か

レッドオーシャンとは、ライバル企業が多数存在する市場を海になぞらえ、その市場を、激しい競争によって血で染まった「赤い海」に見立てたものである。各企業は、差別化戦略や低コスト戦略、集中戦略で競い合う。

後述するブルーオーシャンとの最大の違いは、競争との市場の奪い合いであるがゆえに、パイの奪い合いにすぎない点である。ブルーオーシャン

(2) レッドオーシャンの先のブルーオーシャン

一方で、ブルーオーシャン（青々と広がる未開拓の市場）という概念も存在し、それらを創造する戦略をブルーオーシャン戦略という。具体的には、「自分の業界における一般的な機能のうち、何かを『減らす』、『取り除く』、その上で特定の機能を『増やす』、あるいは新たに『付け加える』ことにより、それまでなかった企業と顧客の両方に対する価値を向上させる『バリューイノベーション』を行う戦略」（出典：同上）である。

たとえば、株式会社ベッパーフードサービスが