

## 視点(2327)

### オンリーワン戦略とクラスター分析!!

(SC理論編)

#### (1) SCの3つの勝ちパターンづくり

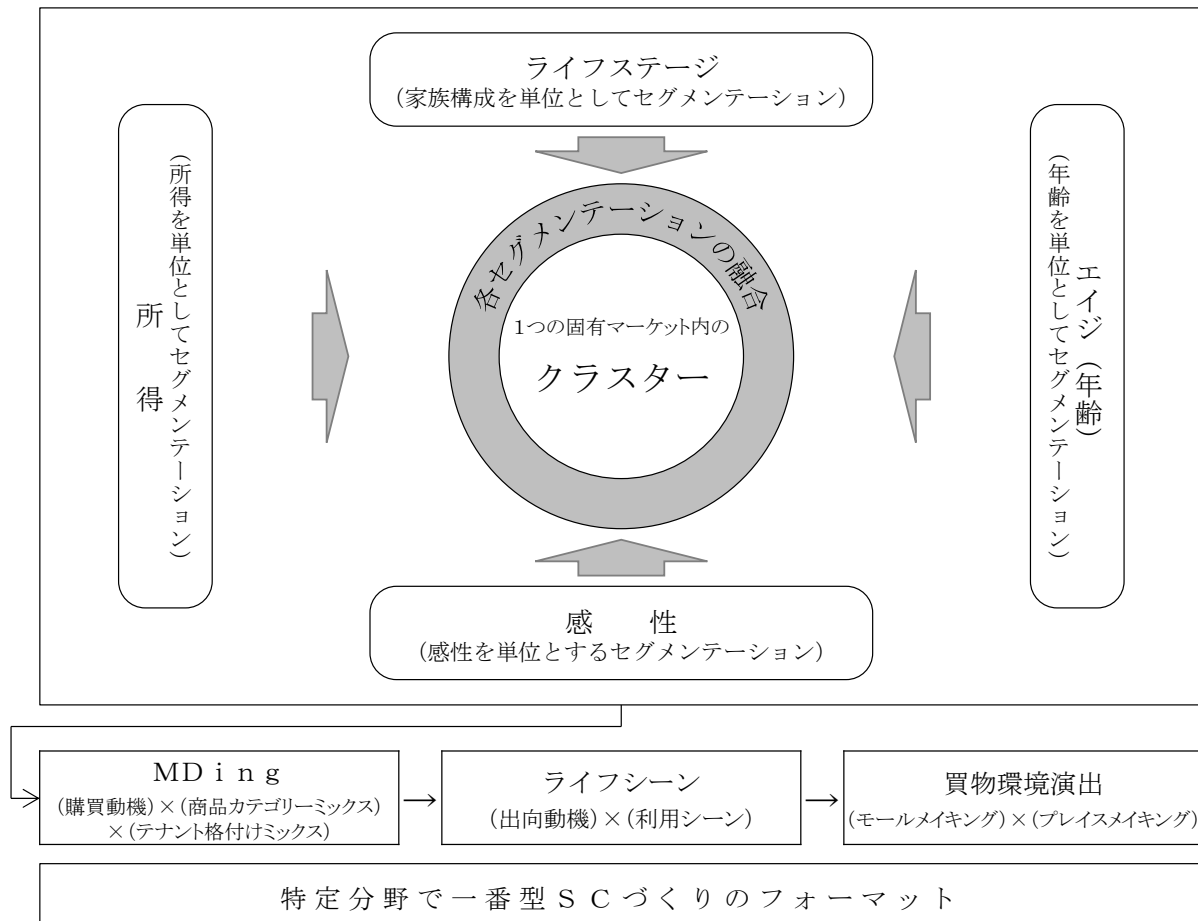
SCの勝ちパターンづくりには3つの戦略手法があります。

- ① **ナンバーワン戦略**→圧倒的1位の規模の優位性に基づく勝ちパターンづくり
- ② **オリジナルワン戦略**→規模1位・2位・3位の複合競争の中で1位に対する2位・3位の差異化競争で、3割差異化・特化、7割総合化（5割差異化・特化、5割総合化）ができている勝ちパターンづくり
- ③ **オンリーワン戦略**→規模の優位性がオリジナルワン戦略のレベルに達しない場合、競争SCが好まない（捨てている）、あるいは競争SCにとって適さない特定のマーケットで独自の優位性を発揮する勝ちパターンづくり

#### (2) オンリーワン戦略とマーケットセグメンテーション

競争上、一番優位に展開できるのはナンバーワン戦略ですが、ナンバーワン戦略が可能なのは少数のSCであり、多数のSCはオリジナルワン戦略あるいはオンリーワン戦略を採用しなければ勝ちパターン化できません。特に、オンリーワン戦略は、特定の分野で一位型SCになることであり、特定の分野で二位型SCは成立しません。オンリーワン戦略で特定の分野で一位になるためには、特定分野を定めなければなりません。特定の分野をマーケット的に明確にする手法を「マーケットセグメンテーション戦略」（市場細分化戦略）と言います。

特定の分野で一位の特定の分野は「立地場所としての一位」と「マーケットとしての一位」があります。ここで、マーケットとしての特定分野をマーケットセグメンテーション手法で説明すると次の通りです。



(株)ダイナミックマーケティング社<sup>7</sup>  
代表 六 車 秀 之