

# はまだ起業家養成塾 2025

講師 株式会社 インキュベーション&リボーン  
代表取締役 井野口 房雄

# ブルーオーシャン戦略

## 非顧客層の3つのグループ

### 第1グループ

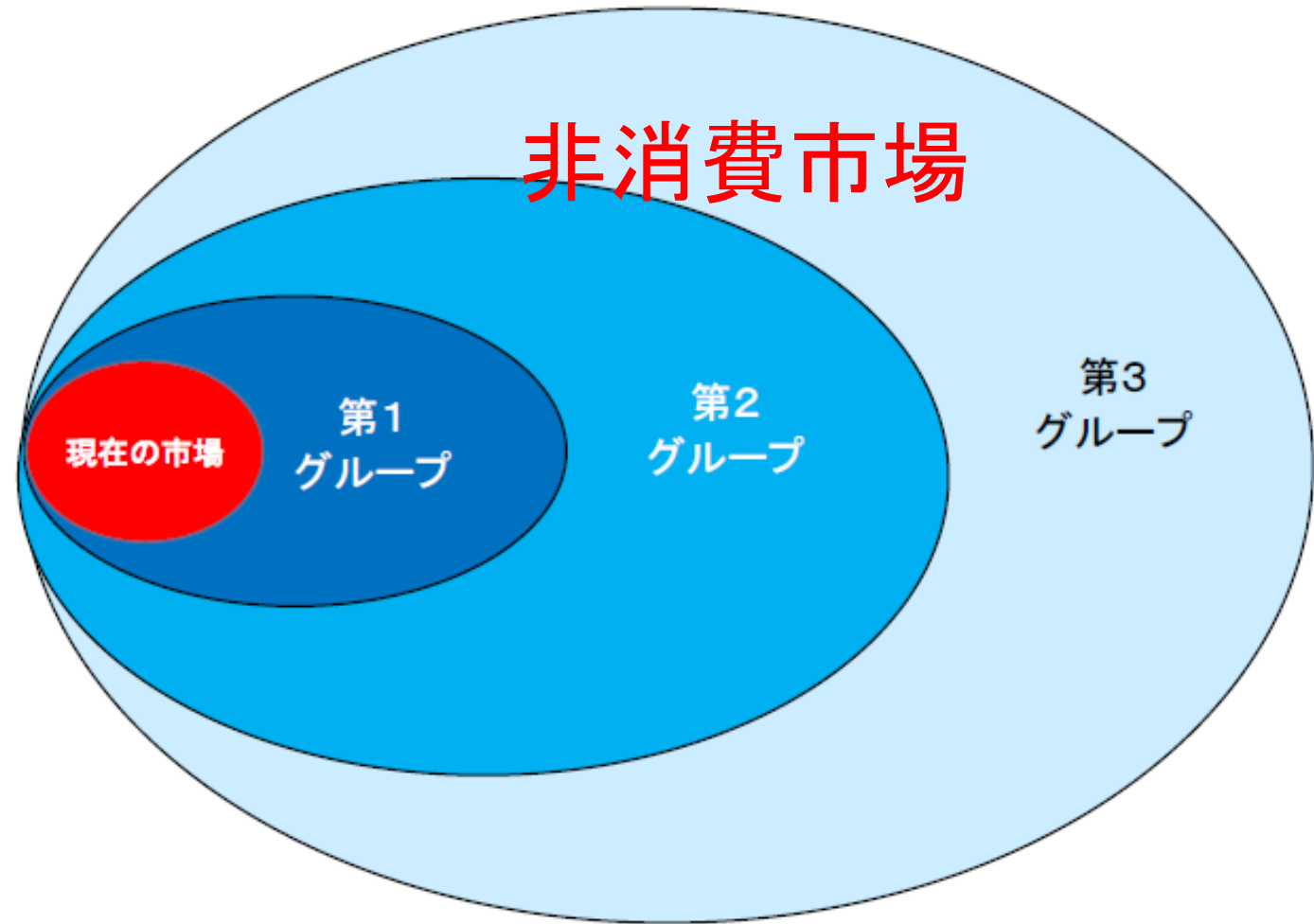
あなたの商品・サービスを購入しているかもしれないが、いつでもよりよいオファーがあれば逃げ出しそうな層

### 第2グループ

自分のニーズをよく検討したうえで、あなたの商品・サービスを購入しないと意思決定した層

### 第3グループ

あなたの商品・サービスを使おうと検討したこともないし、あなた方も顧客として検討したことのない層

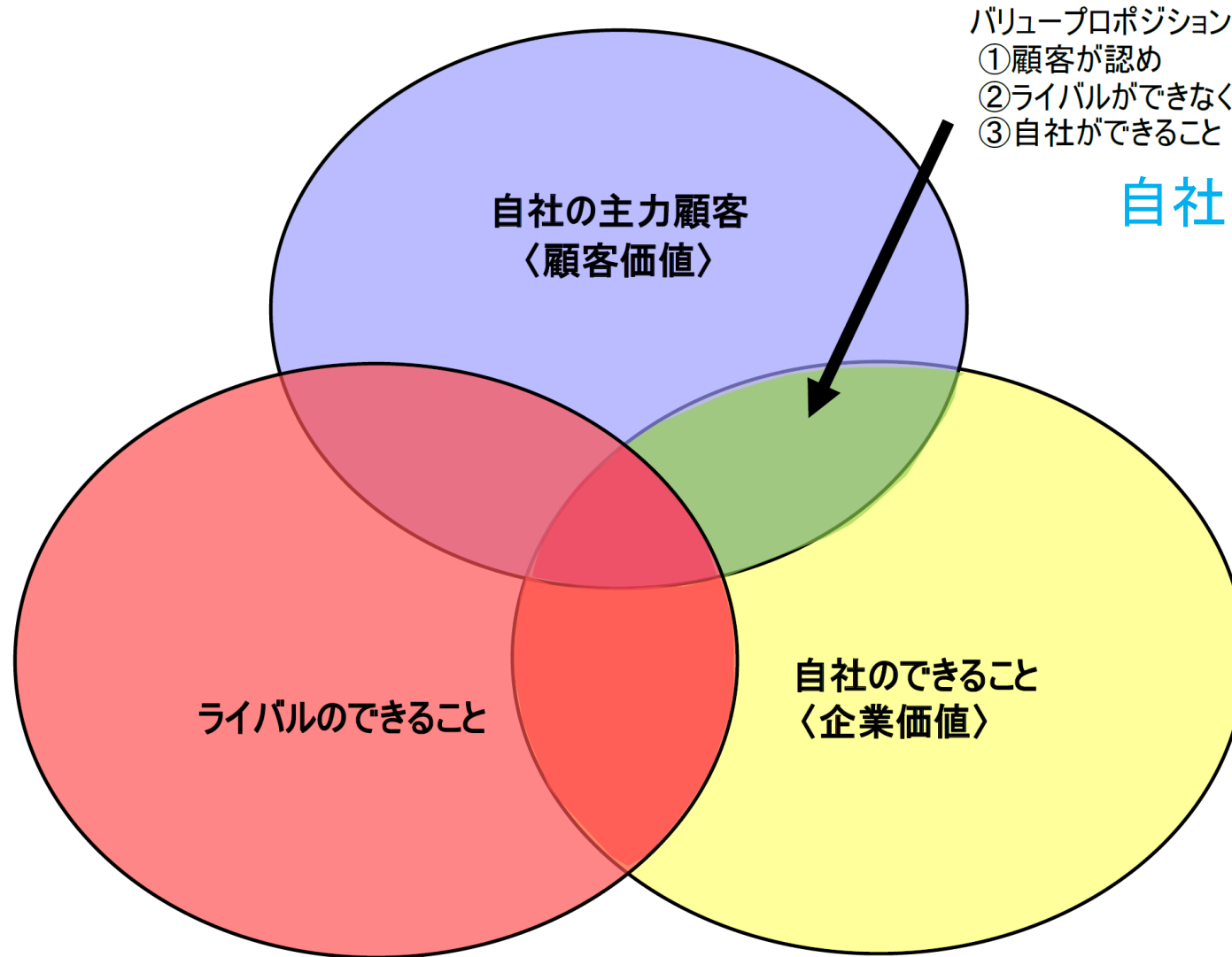


A large iceberg floats in a deep blue ocean under a clear blue sky. The visible tip of the iceberg is small and jagged, while the submerged part is much larger and more complex, with a large hole in the center. This visual metaphor represents the concept of SWOT analysis, where the visible part is the obvious and the submerged part is the hidden.

SWOT分析

ブルーオーシャン戦略

# バリュープロポジションが、ブルーオーシャンとなる！



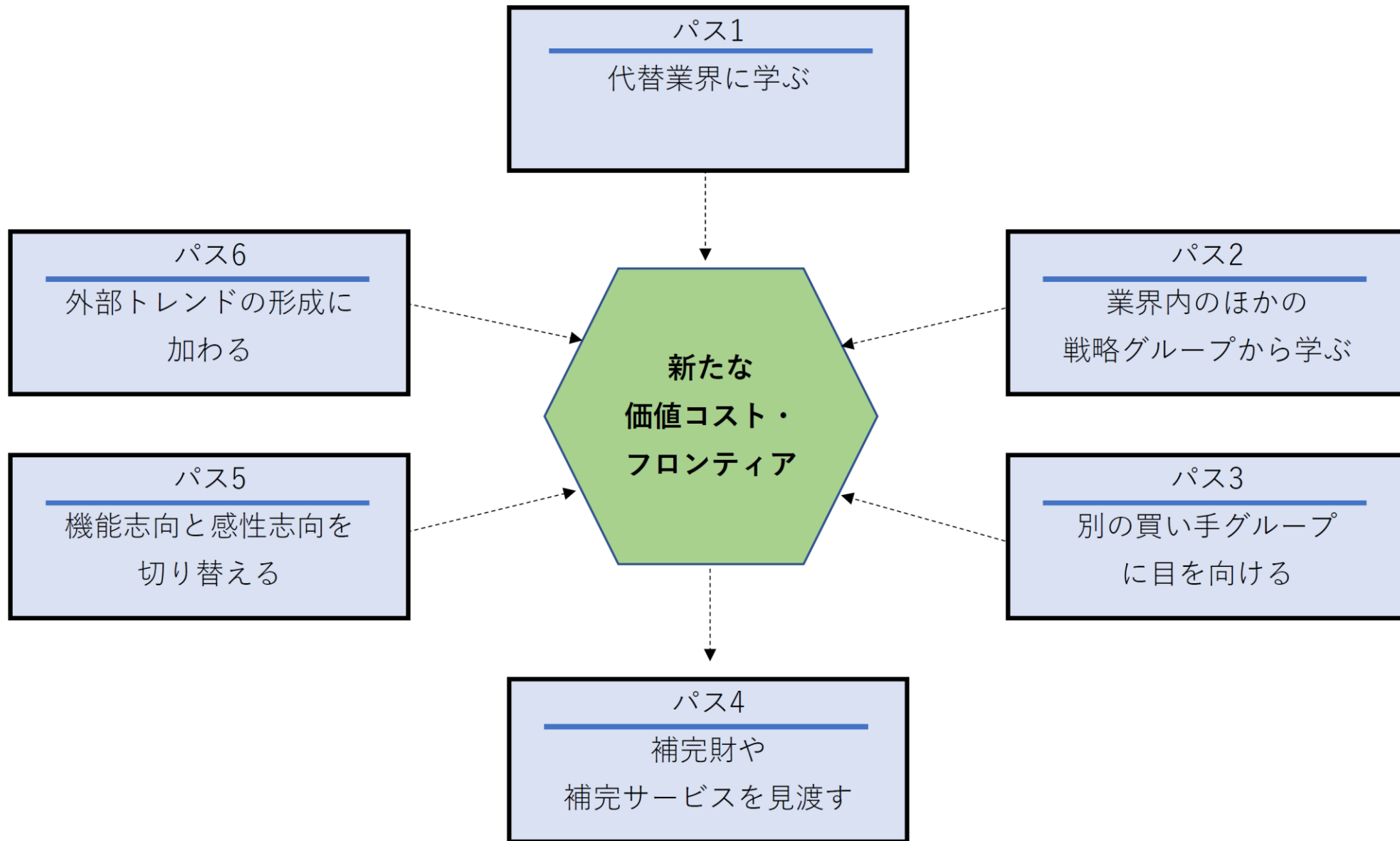
自社の独自性や存在価値

戦 いを

略 く

# ブルーオーシャン戦略の視点

## 6つのパス



# 戦略の重点を移す：正面競争から新市場の創造へ

競争の枠組み	正面競争	新市場の創造	視点の具体的な内容
業界	業界内のライバル企業に焦点を絞る	代替財や代替サービスを提供する業界に着目する	同じ目的を持つ産業
戦略グループ	戦略グループ内部の競争上のポジションに集中する	業界内の別の戦略グループを見渡す	業界内で似通った戦略を取っている戦略グループ⇒様々なグループ
買い手グループ	買い手グループの要求に、よりの確に 応えることに集中する	業界の買い手グループを定義し直す	これまで見落としていた買い手
補完財や補完サービス	業界の枠組みの中で製品やサービスの 価値を最大化することに集中する	業界の枠組みを超えて補完財や補完 サービスを見渡す	買い手がどのようなトータルソリュー ションを求めているか
業界の機能志向と感性志向	業界の機能志向、あるいは感性志向に 従って、価格とパフォーマンスを改善 する	業界の機能志向、あるいは感性志向を 見直す	機能志向に感性をプラス、感性志向に 機能性をプラス
外部トレンド	外部トレンドに適応することに集中す る	将来にわたって外部トレンドの形成に 参加する	外部環境、トレンド、グローバルな動 きへの対応

- 業界

同じ業界ではなく、同じ目的の商品やサービスを提供する他業界のとのすき間や強みを取り込む

- 戦略グループ

顧客がどのような理由から他社商品、サービスを選択するか  
その魅力を組み合わせたり、それ以外の要素を取り除く

- 買い手グループ

これまで見落としていた顧客、購入者、利用者、影響者に焦点を絞る

- 補完財や補完サービス

商品やサービスの価値を形成する他の要素の影響

- 機能志向と感性志向

業界内の他社と同一の武器ではなく、機能や感性の要素を付加する

- 外部トレンド

現状から将来まで、今後提供する可能性を持っている価値を見通す

# BOS:6つのパス事例

パス	視点	業種	市場の境界線を引き直す
1	同じ目的を持つ産業	アパレル	古着販売がUSED販売の車業界を見て、レンタル
		スマホ	PC業界から、メール・表計算・文書作成・スケジュール管理
		カフェ	ホームシアターを設置しゆったりとした空間
		建築	アフター5を考えた、ホームジム・ホームシアターの施工
		眼鏡	ルーペで見やすく
		寿司屋	肉類・洋食・中華・デザートの商品揃え
		配達	複数のレストラン、飲食店の料理をデリバリー
		ウォッシュレット	くつろぎの空間
		機能性飲料	栄養ドリンクではなく、情緒的な体験・気分を高揚

2	業界の様々なグループ	アパレル	セレクトショップがブランド古着販売
		フレンチ	ファーストフードの立ち飲みスタイルの店で、高級なメニューを安価に
		フィットネス	女性専用で短時間のトレーニング
		ブラインドサッカー	誰もが楽しむスポーツ
		ペットサービス	マッサージ、老犬ホーム
		外車販売	カスタム
		高級チョコレート	CVSルート

3	見落とししていた買い手	車	利用者・購入者・影響者に合わせた車両開発
		コピー機	事業所用から個人用のコピー機
		ホテル	マラソン・ジョキングランナーの風呂、着替え
		ポストイット	家庭用
		菓子	オフィスで菓子
		アイロン	吊り下げたままスチームアイロン
		クラウドファンディング	新しいことに挑戦する人と支援者のマッチング
		シングル	焼肉、居酒屋、レンチン料理

4	トータルソリューション	ペットトリミング	ペットの送迎
		カフェ	コーヒーのサブスクリプション
		ベーカリー	頒布会制度
		ペットフード	缶のサイズを半分に
		歯科	夜間・日曜営業
		競馬	ナイター
		マルチハビテーション	空き家を活用して都市部と全国の地方で多拠点活動

5	感性志向と機能性志向	アパレル	ヒートテック・エアリズム等の機能性付加
		ユニフォーム	ハイグレードとなるデザイン
		建設業	見えない施工個所をスケルトン化
		PC	CPU・ハードディスク・メモリではなく、デザイン主義
		散髪	時間志向への対応で、短時間・安価
		和菓子	縁起物としての土産
		傘	ファッション（クリームソーダー、ステンドグラス、クラゲ）
		フィットネス	結果にコミット

6	外部トレンド	所得の減少	ホテルでセルフチェックイン・安価
		グローバル	海外市場、インバウンド
		IT化	IOT住宅
		警備	オンライン警備システム
		自動・省人化	データ分析・会計・車・接客・レジ
		ベーカリー	糖質制限、アレルギー対応
		シェア	シェアハウス
		人工知能	掃除ロボット、自動運転、宅配ドローン

ケーススタディ

和菓子屋のブルーオーシャン

# 和菓子屋の基本的なニーズ分析