

## レッドオーシャン

2021. 9. 2

レッドオーシャンとくれば、もう一つの色がある。ブルーオーシャンである。レッドオーシャンとブルーオーシャン、どこかの海なのかと思いきやビジネス用語である。

ブルーオーシャンとは、競争相手のいない未開拓市場のことで、文字通りのどかで穏やかな青い海のような市場である。競争相手がいないということは、今まで誰も考えつかなかった新しいビジネスこそがブルーオーシャンであり、自由な発想やユニークなアイデアから生まれ得るものである。

これに対して、競合がひしめき合う激しい競争状態にある既存の市場のことを「レッドオーシャン」と呼ぶ。文字通り血で血を洗うような真っ赤な海のような市場である。

どんな商品やサービスも、はじめは皆ブルーオーシャンだったはずである。ブルーオーシャンのうち、ある程度売り上げを伸ばしていくことができるだろう。だが、ヒットすればするほど、その市場は早々にレッドオーシャンと化す。

なぜなら、儲かる市場には必ず他社が参入してくるからである。そうなると、価格や独自のサービス、新たな機能やデザイン性など、あの手この手で他社との差別化を図らなければ生き残ることが難しくなる。

常にブルーオーシャンを見出すことができればいいが、そう簡単に見つけられるものではない。そのため、多くの企業がブルーオーシャンの開拓と並行して、レッドオーシャンで競争を続けながら利益を確保している。

ブルーオーシャンとレッドオーシャンという言葉に出合ったときに、ふと昔の自分のことを振り返った。まだ、若かった頃だが、国語の授業実践で、何か変わったこと、誰もやっていないようなことを探していたことがある。もっともらしい言い方をすれば、先進的な取組とでもなろうか。

一例をあげれば、「ディベート」がそうである。私が授業にディベートを取り入れた当時は、まだブルーオーシャンだった。それが、教科書にも掲載されることとなり、瞬く間にレッドオーシャンとなった。

だが、それは長くは続かなかった。一時の流行にすぎなかった。競合がひしめき合う激しい競争状態のようにはならなかった。どうも教育界には、流行が多いように思う。一時期は、言葉や用語の広まりとともに、多くの実践が見られるのだが、それがなかなか定着しない。いつの間にか、元のスタイルに戻ってしまうのである。ブルーオーシャンからレッドオーシャンとはいかないのである。

これは、そのものもっている本質を見ずに、上辺だけの表層的な取組で終わってしまうからではないだろうか。ハウツーものという言葉があるが、それに近い。やはり、本質が重要である。教育界には、レッドオーシャンはそぐわないが、もう少し実践がひしめき合うようなことがあってもいいように思う。