**PPM   プロダクトポートフォリオマネジメント**

[複数](http://www.weblio.jp/content/%E8%A4%87%E6%95%B0)の[製品](http://www.weblio.jp/content/%E8%A3%BD%E5%93%81)[に対して](http://www.weblio.jp/content/%E3%81%AB%E5%AF%BE%E3%81%97%E3%81%A6)、[経営資源](http://www.weblio.jp/content/%E7%B5%8C%E5%96%B6%E8%B3%87%E6%BA%90)の[配分](http://www.weblio.jp/content/%E9%85%8D%E5%88%86)や[戦略](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%A6%E7%95%A5)[目標](http://www.weblio.jp/content/%E7%9B%AE%E6%A8%99)の[策定](http://www.weblio.jp/content/%E7%AD%96%E5%AE%9A)などを行うこと。[ボストンコンサルティンググループ](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9C%E3%82%B9%E3%83%88%E3%83%B3%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%82%B5%E3%83%AB%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%83%97)が[提唱](http://www.weblio.jp/content/%E6%8F%90%E5%94%B1)した[マトリクス](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9E%E3%83%88%E3%83%AA%E3%82%AF%E3%82%B9)が有名。  
PPM[マトリクス](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9E%E3%83%88%E3%83%AA%E3%82%AF%E3%82%B9)では[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)の[成長率](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7%E7%8E%87)と[相対的](http://www.weblio.jp/content/%E7%9B%B8%E5%AF%BE%E7%9A%84)[マーケットシェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B1%E3%83%83%E3%83%88%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)を[基軸](http://www.weblio.jp/content/%E5%9F%BA%E8%BB%B8)に、[自社](http://www.weblio.jp/content/%E8%87%AA%E7%A4%BE)[製品](http://www.weblio.jp/content/%E8%A3%BD%E5%93%81)の[ポジショニング](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9D%E3%82%B8%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%8B%E3%83%B3%E3%82%B0)を[分析](http://www.weblio.jp/content/%E5%88%86%E6%9E%90)、[評価](http://www.weblio.jp/content/%E8%A9%95%E4%BE%A1)します。  
[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)の[ポジション](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9D%E3%82%B8%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3)は以下の4[種類](http://www.weblio.jp/content/%E7%A8%AE%E9%A1%9E)に[分類](http://www.weblio.jp/content/%E5%88%86%E9%A1%9E)することが[できます](http://www.weblio.jp/content/%E3%81%A7%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%99)。  
・[花形](http://www.weblio.jp/content/%E8%8A%B1%E5%BD%A2)[商品](http://www.weblio.jp/content/%E5%95%86%E5%93%81)（[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)大、[シェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)大）  
急[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)する[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)に[伴って](http://www.weblio.jp/content/%E4%BC%B4%E3%81%A3%E3%81%A6)[設備投資](http://www.weblio.jp/content/%E8%A8%AD%E5%82%99%E6%8A%95%E8%B3%87)が必要なため、[キャッシュアウト](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%AD%E3%83%A3%E3%83%83%E3%82%B7%E3%83%A5%E3%82%A2%E3%82%A6%E3%83%88)も多いが、[将来的](http://www.weblio.jp/content/%E5%B0%86%E6%9D%A5%E7%9A%84)には「[金のなる木](http://www.weblio.jp/content/%E9%87%91%E3%81%AE%E3%81%AA%E3%82%8B%E6%9C%A8)」へと[ポジション](http://www.weblio.jp/content/%E3%83%9D%E3%82%B8%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3)を[移し](http://www.weblio.jp/content/%E7%A7%BB%E3%81%97)[収益](http://www.weblio.jp/content/%E5%8F%8E%E7%9B%8A)の[中心](http://www.weblio.jp/content/%E4%B8%AD%E5%BF%83)[商品](http://www.weblio.jp/content/%E5%95%86%E5%93%81)となる。  
・[金のなる木](http://www.weblio.jp/content/%E9%87%91%E3%81%AE%E3%81%AA%E3%82%8B%E6%9C%A8)（[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)小、[シェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)大）  
[シェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)が高く、[成熟市場](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E7%86%9F%E5%B8%82%E5%A0%B4)のため[大きな](http://www.weblio.jp/content/%E5%A4%A7%E3%81%8D%E3%81%AA)[設備投資](http://www.weblio.jp/content/%E8%A8%AD%E5%82%99%E6%8A%95%E8%B3%87)も[必要がない](http://www.weblio.jp/content/%E5%BF%85%E8%A6%81%E3%81%8C%E3%81%AA%E3%81%84)ため[収益](http://www.weblio.jp/content/%E5%8F%8E%E7%9B%8A)の[中心](http://www.weblio.jp/content/%E4%B8%AD%E5%BF%83)をなす[製品](http://www.weblio.jp/content/%E8%A3%BD%E5%93%81)である。  
・[問題児](http://www.weblio.jp/content/%E5%95%8F%E9%A1%8C%E5%85%90)（[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)大、[シェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)小）  
急[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)する[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)のため[大きな](http://www.weblio.jp/content/%E5%A4%A7%E3%81%8D%E3%81%AA)[設備投資](http://www.weblio.jp/content/%E8%A8%AD%E5%82%99%E6%8A%95%E8%B3%87)が必要だが、[市場シェア](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)を[確保](http://www.weblio.jp/content/%E7%A2%BA%E4%BF%9D)し[ていない](http://www.weblio.jp/content/%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%AA%E3%81%84)ため、[キャッシュアウト](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%AD%E3%83%A3%E3%83%83%E3%82%B7%E3%83%A5%E3%82%A2%E3%82%A6%E3%83%88)のほうが[大き](http://www.weblio.jp/content/%E5%A4%A7%E3%81%8D)い状態。[市場シェア](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)の[確保](http://www.weblio.jp/content/%E7%A2%BA%E4%BF%9D)が重要[課題](http://www.weblio.jp/content/%E8%AA%B2%E9%A1%8C)となる。  
・[負け犬](http://www.weblio.jp/content/%E8%B2%A0%E3%81%91%E7%8A%AC)（[市場](http://www.weblio.jp/content/%E5%B8%82%E5%A0%B4)[成長](http://www.weblio.jp/content/%E6%88%90%E9%95%B7)小、[シェア](http://www.weblio.jp/content/%E3%82%B7%E3%82%A7%E3%82%A2)小）  
[大きな](http://www.weblio.jp/content/%E5%A4%A7%E3%81%8D%E3%81%AA)[収益](http://www.weblio.jp/content/%E5%8F%8E%E7%9B%8A)源になる[可能性](http://www.weblio.jp/content/%E5%8F%AF%E8%83%BD%E6%80%A7)は低い。  
  
