パレートの法則は、ビジネスやマーケティングで広く使われている。パレートの法則は「80:20の法則」や「2:8の法則」とも呼ばれている。

パレートの法則は、元々経済学者が発見した法則である。現在では、経済学だけでなくビジネスでも幅広く活用できる法則であることが知られてきた。

上位２割の顧客から、全体の８割の売上げをあげている。  
上位２割の製品が、全体の８割の売上げを上げている。  
費やした時間の２割で、仕事の８割の成果を達成している。

などが代表的な例だ。

みなさんも心当たりのある現象ではないだろうか？

本日はパレートの法則を再考し、みなさんのビジネスにパレートの法則がより活用できるよう、議論を深堀していく。

**この記事の目次**

* [パレートの法則とは？](http://blog.kairosmarketing.net/inbound/pareto-principle-20130812/#i)
* [パレートの法則をビジネスに活用する](http://blog.kairosmarketing.net/inbound/pareto-principle-20130812/#i-2)
* [パレートの法則を応用する](http://blog.kairosmarketing.net/inbound/pareto-principle-20130812/#i-3)
* [パレートの法則のまとめ](http://blog.kairosmarketing.net/inbound/pareto-principle-20130812/#i-4)

パレートの法則とは？

パレートの法則は、2:8の法則などとして知られている。何らかの２割のリソースで、全体の８割を生み出すという、分布の相関図を示す。このよく見かける分布状態から、パレートの法則は2:8の法則などと呼ばれるようになった。

パレートの法則は必ずしも2:8には分布しないが、おおむねこのような傾向が見られることが多い。  
パレートの法則をビジネスで活用するためには、この分布パターンをうまく利用する。

例えば、  
・Webサイトは、2割のページに8割のアクセスが集中する  
・売上げの８割は、２割の顧客から生み出されている  
・売上げの８割は、２割の製品から生み出されている  
という現象があげられる。

こんな数字を目にした記憶は無いだろうか？

パレートの法則をビジネスに活用する

パレートの法則は、分布状態である。とある少数（２割）が、大多数（８割）を占めるといった具合だ。パレートの法則のこの現象をビジネスで活用し、生産性がより高まる。

パレートの法則をビジネスで活用するためには、このような少数が大多数を生み出している現象を探し出すことから始まる。もちろん、前述の売上げと顧客もしくは製品の関係でもかまわない。

パレートの法則をより活用するためには、パレートの法則が成り立っている理由を探し出すことにある。

２割のお客が８割の売上げを占める理由は？２割の製品で８割の売上げを占める理由は何なのか？

これを解明することがパレートの法則の第一の関門である。

パレートの法則が成り立つ現象を見つけるだけでは、ビジネスに活用できない。

パレートの法則を応用する

パレートの法則をビジネスに応用する方法はまだまだある。

２割のお客様から８割の売上げがあがっている場合を例にとろう。

パレートの法則が適応される２割のお客様に経営資源を集中する方法もある。ビジネスを効率的に運用できるものの、拡大を目指すことは難しい。

この場合、２割のお客様ではなく、８割のお客様に着目する。２割のお客様へのアプローチを従来のままにし、８割のお客様へのアプローチを試行錯誤してみる。サービスであればその内容を変更し、製品であればオプションを変更するなど、さまざまなアプローチを試みる。

Webサイトであれば、ページビューの多い上位２割のコンテンツをそのままにし、残りの８割のコンテンツに変更を加える。

このようなアプローチをすれば、リスクを押さえて新しい試みが可能だ。

パレートの法則のまとめ

パレートの法則は、よくある分布の状態を示しているにすぎない。

パレートの法則の分布の状態を利用して、ビジネスを効率的にしたり、新しいアプローチの模索をリスクを抑えて行ったりすることが可能となる。