**PPM（プロダクト・ポートフォリオ・マネジメント）分析**

横軸に｢市場（マーケット）シェア（占有率）｣を、縦軸に｢市場成長率｣をとる。

各製品のシェア―、成長率をプロットして、現状の利益の柱はどれか、今後利益の中心とすべき事業・製品は何かを分析し、自社の製品を、市場成長率と市場占有率（マーケットシェア）から　「花形(スター)」、「金のなる木」、「問題児」、「負け犬」の４つのポジションに分類し、それぞれに見合った事業展開を検討するための経営戦略手法で、次期の経営資源投資戦略などを検討する。

★金のなる木:シェアが高いために、資金がかからず収益率の高い製品。成長率が低いので過度な投資、収益を他の製品へ回す、重要な資金源となる。成熟事業。市場成長率は低く、相対的シェアが高いのは「金のなる木」事業です。自社のシェアが高いため売上は大きくキャッシュインは増加し、市場成長率が低く競争が鈍化しているため設備投資や販促費などのキャッシュアウトは減少します。今は最も儲かる事業ですが、いずれは衰退していく可能性が高い事業です。

★花形製品:　マーケットシェアを維持するために資金はかかるが、収益率は高い。シェアが維持できれば、市場成長率の鈍化に連れて｢金のなる木｣になるが、失敗すれば｢問題児｣に転落する。成長・成熟製品市場の成長率、相対的シェアともに高いのが「スター」事業です。この事業は売上が増え、キャッシュもどんどん流入していますがシェアを維持するために設備投資や販促費も増やす必要があるためキャッシュアウトも増加します。今後の成長の鍵をにぎる事業です。

★問題児:成長率は高いがマーケットシェアが低いため資金の流出が多い。将来の成長が見込める製品なので｢花形製品｣にするための戦略が必要で、資金投入を継続する必要がある。ただし、花形への成長可能性の見極めが難しい。市場成長率が高く、相対的シェアが低いのが「問題児」事業です。市場は成長しているので、設備投資等のキャシュアウトは増加しますが、自社のシェアが低いのでキャッシュインは小さく、金食い虫となります。ただしこの事業は将来のスター候補なので、じっくりと育てていくことが必要です。新規参入当初は問題児になることがほとんどです。

★負け犬:資金の流出・流入のいずれも低い。投入する資金以上の収益が見込めなければ、撤退・売却・縮小のどれかをとる必要がある。衰退事業。市場成長率も相対的シェアも低いのが「負け犬」事業です。撤退の対象となりますが、徹底した合理化などにより他社が撤退するまで生き残れれば「金のなる木」になりうる事業です