

小野修一の経営お役立ちコラム 第10回

●データ分析に基づく戦略策定（ABC分析）の有効性と付随効果

ABC分析はパレート分析とも呼ばれ、QC7つ道具の一つです。小売業では、商品カテゴリごとに売上データを集計・分析し、売れ筋商品カテゴリ、堅実な売行きの商品カテゴリ、売れない商品カテゴリに分けて商品戦略・価格戦略を策定する目的で、よく利用されている手法です。

実は、ABC分析は、小売・流通業以外の業種でも有効な手法です。例えば製造業では、製造する製品ごと、製造ラインごと、製造グループごとの区分で不良率の割合を集計しABC分析を行うことで、不良率を低減するための品質管理につなげている事例があります。また、物流業では、配送する商品カテゴリごとの物流コストの大きさをABC分析を行い、配送方法・手順の見直しを行うことによって、物流コストの削減に成功した事例があります。

ABC分析の有効性は、日々の業務活動で発生する実データの分析によって業務改善を図るので説得力があることです。QC7つ道具のすべての手法で同じことがいえませんが、ABC分析は取組みが容易であることから、経営分析・改善手法としては非常に有効です。

さらに、ABC分析を行うことの付随効果として、業務データに目を向ける意識が身に着くことがあります。日々の業務活動の状況を経験に基づく感覚で判断することは、決して悪いことではありません、というより、それが業務ノウハウということです。そして、感覚で判断したことを業務データで裏付ける意識が高まれば、よりの確な戦略策定、意思決定ができることになるのです。