

鳴らない、電話

集中購買と分散購買

Hiro Umehara

自己紹介

(梅原広行 Hiro Umehara)

2000 同志社大学大学院 数理環境科学科 修了

2000-2005 P&G 購買部 パーチェッシング・マネージャー

2005-2009 日産自動車 グローバル購買部 課長

2010-2014 ノバルティス ファーマ
購買部 カテゴリー・ソーシング・マネージャー

2015- ベネッセ ホールディングス 調達購買部長

2007- 購買ネットワーク会 幹事

趣味、特技 : ゴルフ (BS 78)
スキー (SAJ/SIA指導員、1990~92日本選抜)
世界遺産巡り、カメラ、最新家電、生物学

苦手、嫌い : 水、高所、感覚論、英語、団体競技、ネガティブ思考、トマトジュース



鳴らない、電

話

第参話

AGENDA

- ◎ 集中と分散購買の基本概念
- ◎ 集中と分散購買のメリット
- ◎ 集中と分散購買の応用概念
- ◎ 現場レベルですべきこと
- ◎ まとめとおまけ
- ◎ Q & A

集中購買 と 分散購買

集中購買

読み方：しゅうちゅうこうばい | 英語訳：Concentration Purchasing

集中購買（方式）とは、本社と複数の事業所や工場を有する企業において、資材の調達を本社で一括して行う購買方式。
中央購買と呼ぶこともある。対義語は分散購買。

集中購買は、価格面などの取引条件を有利にしやすい、在庫量のコントロールが効きやすい、資材の標準化を進めやすいといったメリットがある。反面、工場の自主性の低下、事務手続きの複雑化などのデメリットがある。

集中購買 と 分散購買

分散購買

読み方：ぶんさんこうばい | 英語訳：Decentralization Purchasing

分散購買（方式）とは、集中購買の対義語で、複数の事業所や工場でそれぞれ資材の調達を行う購買方式。地方購買と呼ぶこともある。

集中購買

読み方：しゅうちゅうこうばい | 英語訳：Concentration Purchasing

集中購買（方式）とは、分散された調達・購買に関連する様々な要因、つまり購入数量、リソース、知識・情報、戦略、プロセス、権限などを特定の組織に一括し購買活動を行うことである。対義語は分散購買。

集中購買は、

- ◆購入数量の集中をおこなった場合は、購入力増大による有利な取引条件を得やすい、
- ◆リソース集中の場合は業務の効率化と購買人員削減、
- ◆知識・情報集中の場合は在庫量の適切化や仕様標準化のきっかけとなる

といったように、集中する要因によってメリットが異なる。

集中と分散購買の基本概念

例) 一般消費者における集中購買と分散購買



シンジ



アスカ



レイ



心配ない。私がまとめて買おう。
心配ない。私が買い方を指示しよう。

例) 企業における集中購買と分散購買



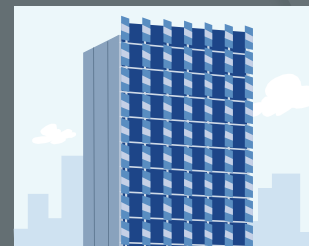
関東工場

- ・ 電子部品 A
- ・ 鋼材 A
- ・ 樹脂 A など
- ・ コピー機
- ・ 電気
- ・ 出張費 など



関西工場

- ・ 電子部品 B
- ・ 鋼材 B
- ・ 樹脂 B など
- ・ コピー機
- ・ 電気
- ・ 出張費 など



本社

- ・ コピー機
- ・ 電気
- ・ 出張費 など



購買本部

例) 数量の集中



<必要なこと>

- ・ 購買プロセスの策定
- ・ 仕様の標準化
- ・ 納期の調整
- ・ 物流方法の検討
- ・ サプライヤー生産能力の確認
- ・ 情報の集中化
- ・ など

例) サプライヤーの集中



<必要なこと>

- 購買プロセスの策定
- 仕様の標準化
- 納期の調整
- 物流方法の検討
- サプライヤー生産能力の確認
- サプライヤーの技術力
- など

例) 情報の集中



＜必要なこと＞

- ・ 情報収集プロセスの画一
- ・ など

例) 戦略の集中



<必要なこと>

- 情報収集プロセスの画一
- 購買プロセスの策定
- 責任と役割
- 戦略展開方法とルール
- など

集中(分散)要因

◆ 人的リソース

◆ 問題

◆ 解決法

◆ 数量

◆ 知識

◆ テクノロジー

◆ スキル

◆ アイデア

◆ 戦略

◆ システム

企業レベルの集中・分散と バイヤーレベルの集中・分散

- ◎ 企業レベル

- 集中購買か分散購買か

- ◎ バイヤーレベル

- Leveraging

集中と分散購買のメリット

集中購買のメリット

- ◎ 購入数量、購入金額を最大化することによってBuying Power（交渉力）を大きくする
- ◎ 情報や購買戦略を集約できる
- ◎ 購買プロセスの統一化
- ◎ 責任の明確化

分散購買のメリット

- ◎ 各地域、各部署、各事業所等で必要なものを購入できる自由度
- ◎ スピード
- ◎ 各地域、各部署、各事業所等での最適価格を採用できる

集中と分散購買の応用概念

より高レベルな集中購買のために 必要なこと

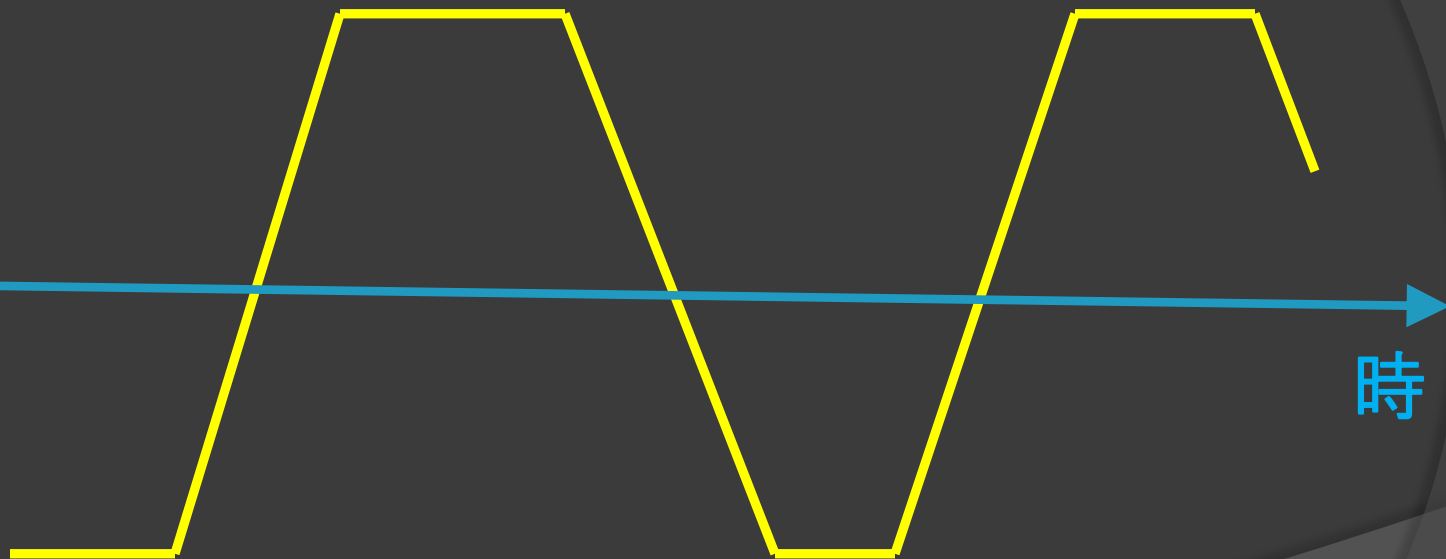
- ◎ 仕様の標準化
- ◎ 購買プロセスの統一化
- ◎ 責任と役割
- ◎ 購買ルール
- ◎ 承認ルール

集中と分散の歴史

集中

分散

時



重要なこと

- ◎ 時代（業界の動向や状況、企業の体制や方針）やアイテムによって集中購買と分散購買を検討すべき
- ◎ 「集中すれば安くなる」は疑え
- ◎ 購買プロセス、ルール

自由度の高い購買戦略とは？

Ex1) 購買戦略の一極集中

Ex2) 集中購買のアウトソーシング



現場レベルですべきこと

現場レベルで何をすべきか？

- ◎ 会社の集中・分散購買戦略の真意を理解する
- ◎ 個人レベルでの集中・分散を常に検討する（Leveragingの可能性）

追） 集中と分散購買でのバイヤータスクの違い

まとめとおまけ

集中購買する一つの手段が共同購買

集中購買

共同購買

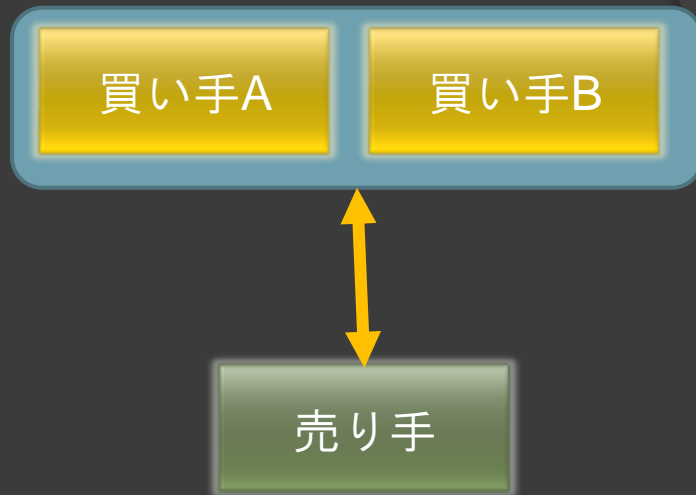
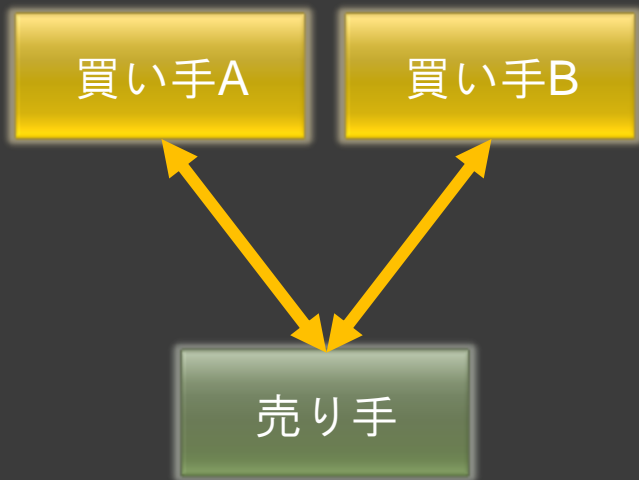
サプライヤーに対しての
強い購入力を持ちたいから

購買リソースを最適化
したいから

なぜ？

何らかの要因を集中するために共同
で購買・調達行為をおこなう

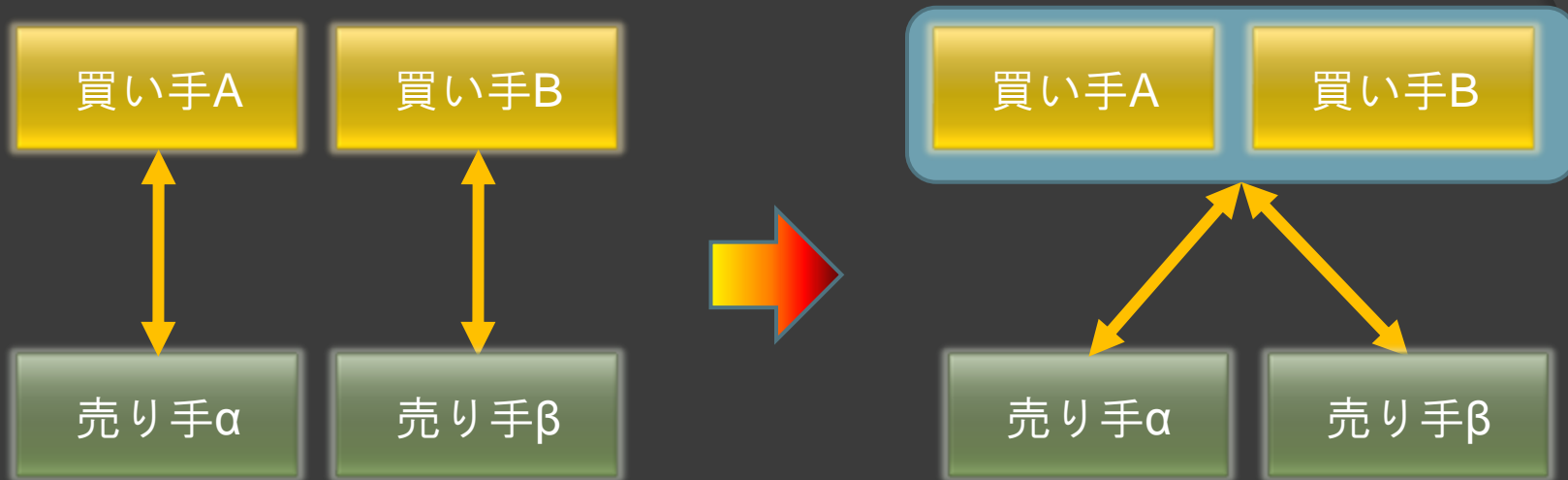
買い手AとBが共同して購買活動1



集中できるもの

- ・ 購入数量
- ・ リソース
- ・ 問題、解決法
- ・ 知識
- ・ 戦略
- ・ アイデア
- ・ プロセス
- ・ 権限 など

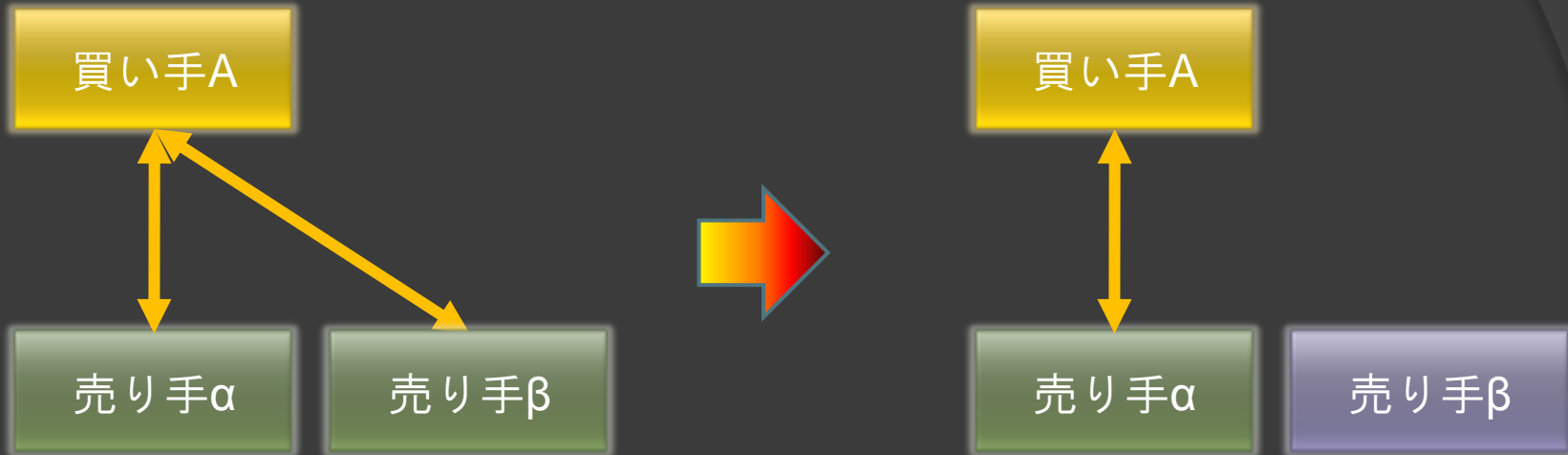
買い手AとBが共同して購買活動2



集中できるもの

- ・ 購入数量
- ・ リソース
- ・ 問題、解決法
- ・ 知識
- ・ 戦略
- ・ アイデア
- ・ プロセス
- ・ 権限 など

買い手Aが売り手αに集中



集中できるもの

- ・ 購入数量
- ・ (リソース)
- ・ (サプライヤー) など

Q & A