

購買職が目立つために

●目次

はじめに

- 1) 購買職のあるべき役割と責任
- 2) 購買職の業務内容
- 3) 購買部門の影響力向上で出来るであろう事、やれるであろう事
- 4) 個人の評価を高めるには
- 5) 中間まとめ
- 6) 仕事の効率化する方法
- 7) 難易度高へのアプローチ方法
- コーヒブレイク) 緊急度と難易度について
- 8) まとめ

はじめに

購買部門が他部門に対して最も大きな影響力が発揮できる事は何でしょうか？
それは発注を「**する・しない**」を決める事ではないでしょうか？

もし、

「他部門が勝手な納期・価格・品質で決めた品目・サービスの結果の
責任だけを購買部門が背負っている」

上記のような事があるならば、
それは購買部門が影響力が高いとは言えないかも知れません。

はじめに

そのようなことがまかり通っているならば、責任は発注部門に背負ってもらわなければならないでしょう。

また、

「無理を乗り越えて無茶な要求をしてくるが、それをはね返せない」
本当だったら、それらはしっかりとハネ返すべきでしょう。

はじめに

改めて「べき論」から購買部門の「購買のあるべき役割と責任」を振り返ってみたいと思います。

そこから個々人がなすべきことや仕事の仕方を考えて、最終的に「**目立つ購買部門になる**」ことで、「**影響力を増すこと**」が出来るのでは無いでしょうか。

1) 購買職のあるべき役割と責任

企業の外部購入物・サービスのすべて（投資、寄付などを除く）を対象として、最適化された品質、納期、サービスレベルに基づく社内要求を満たしつつ支出の最小化を実現するための活動をおこない企業貢献する。

- ・ 要求部門からの依頼は

「適切な品質・適切な納期設定・適切に最小化された支出」

になっていますでしょうか？

- ・ 確認すること無く依頼を右から左に通してないでしょうか？



もし、確認行わずに依頼を右から左に流しているようならば**目立たないし、影響力は高まらない**でしょう。

1) 購買職のあるべき役割と責任

一番簡単な影響力の高め方

「適切な品質・適切な納期設定・適切に最小化された支出」
を確認できない依頼は発注しない

とは言え、分かっているにもかかわらずこの方法は簡単ではないかも知れません...

- ① それではどうすれば必要な事を確認出来るようにしようか・・・
個人の存在感を上げる事で「**まず**」自分に相談が来るように出来ないか
- ② そのためには...?
仕事で成果を上げて購買各人が「**目立とう**」
- ③ 目立つためには...? 成果を出すためには...?
「**どの仕事に注力すべきか**」を考えてみましょう

2) 購買職の目的と業務内容

購買の目的	最適化された品質、納期、サービスレベルに基づく社内要求を満たしつつ支出の最小化 (cost saving・cost avoidance)
そのための手段	<ul style="list-style-type: none">・ 新規サプライヤの探索と選定・ サプライヤー管理・評価・ 調達購買の企画・ 予算管理・ コンペ(見積)・ 注文書発行・ 仕入先起因による納期遅れ管理・ 集中購買・ 海外調達・ コスト分析・ 開発購買 などなど

これらは日常的に行っている業務たち。
影響力の違いで出来栄えに違いが出るだろうか？

3) 購買部門の影響力向上で出来るだろう事・やれるだろう事

購買の影響力が向上しても「あるべき姿」には変化はなく、
「求められている事」や「やらなければならない事」にも変化はない。

そうならば改めて「購買部門の影響力」って何だろうか？
購買部門以外の周りも自部門の「影響力」の無さを気にしながら仕事
をしていますでしょうか？



購買組織の影響力向上を気にする前に
「個人の成果・実力を上げる事」 (=目立つ) に注力する。

3) 購買部門の影響力向上で出来るだろう事・やれるだろう事

購買組織の影響力向上を気にする前に
「**個人の成果・実力を上げる事**」(=**目立つ**)に注力する。



成果を上げる→自分が目立つ→相談に来る→意見を言える



購買として影響力を発揮できる流れが出来ました。

4) 個人の評価を高めるには

重要性・緊急性の視点から...

「緊急度高い」かつ「重要度高い」
のAが最も重要な象限になる

その次は...

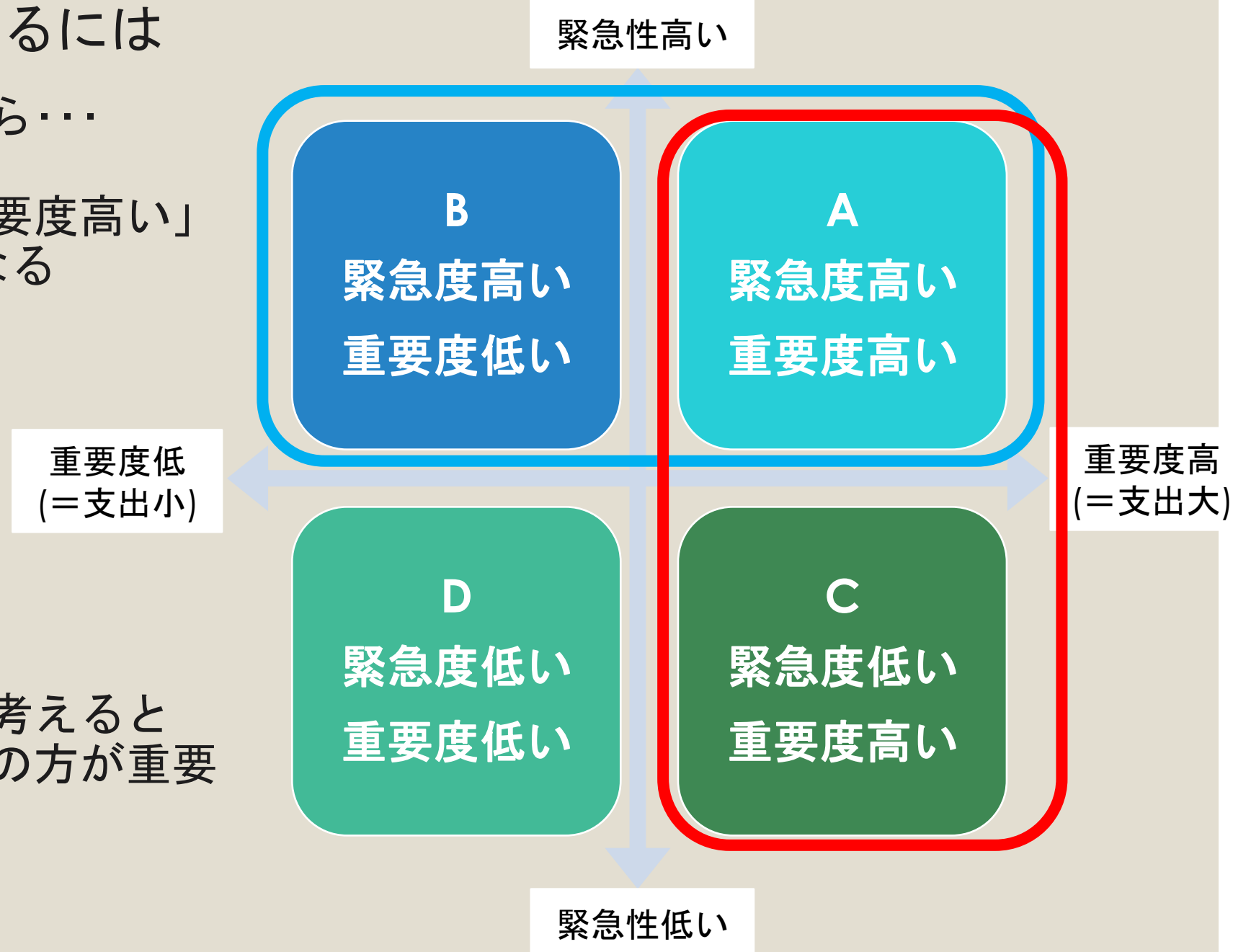
緊急度基準の場合

A→B→C→D

重要度基準の場合

A→C→B→D

会社・部門からの評価を考えると
重要度 (=支出大) 基準の方が重要



4) 個人の評価を高めるには

難易度・効果の視点から...

「難易度低い」かつ「効果大」
のAが最も重要な象限になる

その次は...

難易度基準の場合

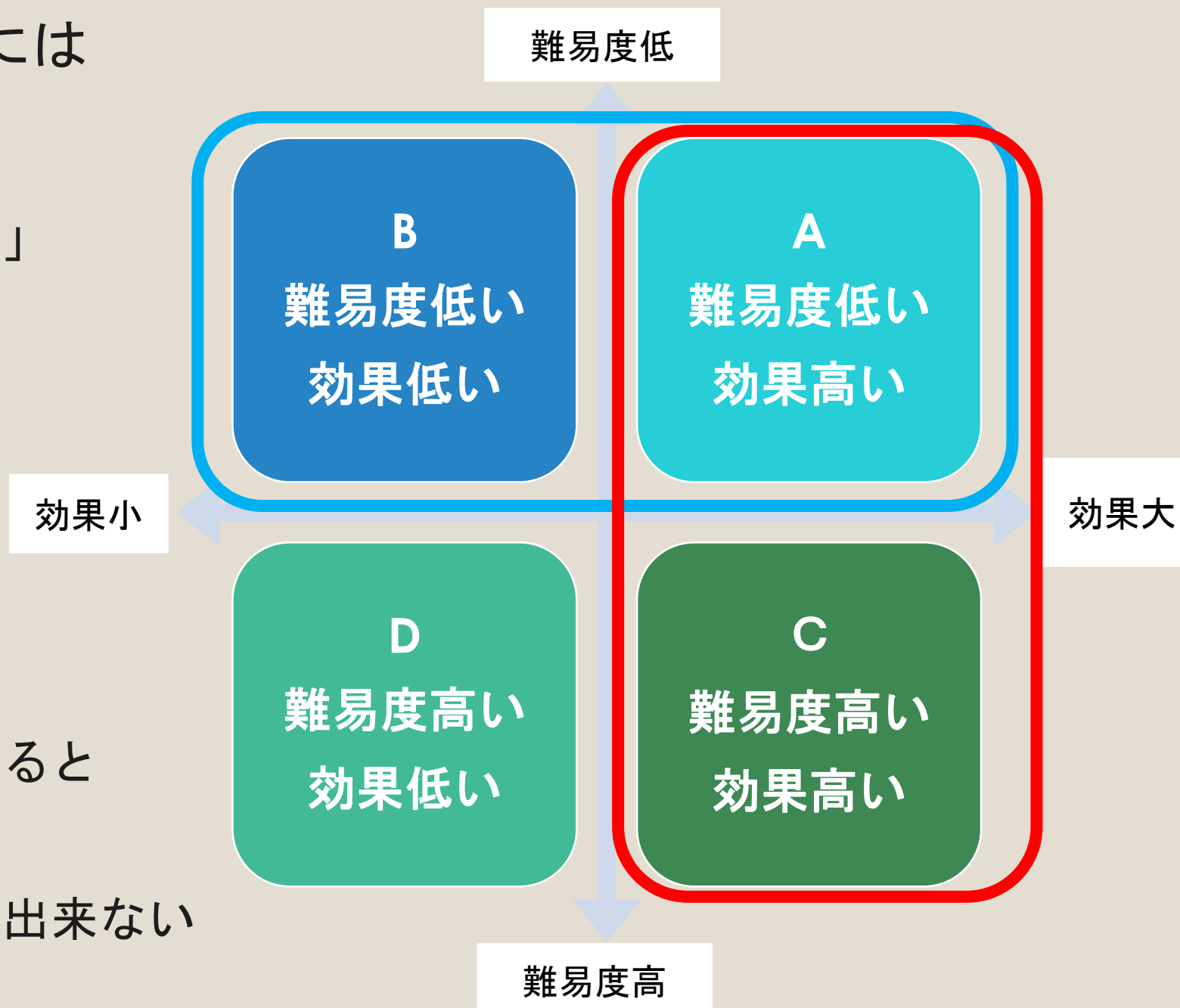
A→B→C→D

効果基準の場合

A→C→B→D

会社・部門からの評価を考えると
効果基準の方が重要

購買として目立つことで無視出来ない
存在(=頼られる)になる。



5) 中間まとめ

- ・ 組織の影響力の前に個人の成果・実力アップ
- ・ 目立つ事で、購買を無視出来ないようにする
- ・ 緊急度重要度マトリクス、難易度効果マトリクスに業務を配置して優先度を俯瞰してみる

6) 仕事の効率化する方法

Q) まず何のために仕事を効率化するか？

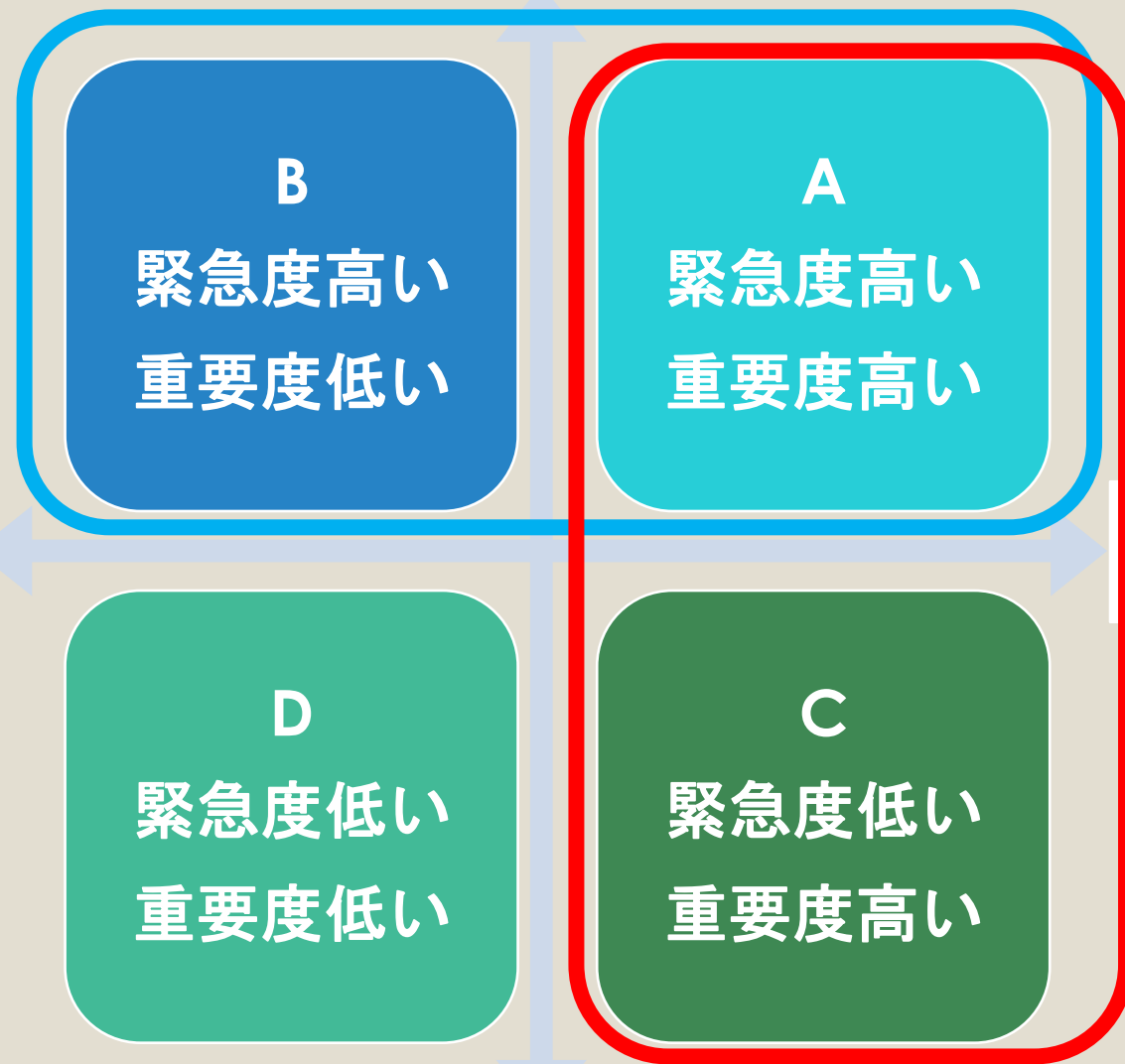
A) 今行っている仕事を見直すことで、「ソーシング」を考えるための時間を作り出し、より効果的な仕事に繋げるため。
購買として本来の時間の使い方は「最適化された品質、納期、サービスレベルに基づく社内要求を満たしつつ支出の最小化を実現するため」であるべきだから。

6) 仕事の効率化する方法

重要性・緊急性の視点から…

BとかDの重要度の低い仕事を
しない
削減するには…

重要度低
(=支出小)



重要度高
(=支出大)

緊急性低い

6) 仕事の効率化する方法

例1) 納期遅れの場合：契約書を見直してみる

昨今の社会情勢の中では、納期遅延は当たり前。
需要過多・港湾のストライキ・天災・戦争etc・・・
理由は様々ですが、「遅れてしまった」ということは変わらない。

納期が過ぎてから未納を知る → 生産工程への影響度大・緊急度大
事前に納期遅れの可能性を知る → 生産工程への影響度小・緊急度小
(生産工程を事前に調整ができれば緊急度が低くなるかもしれない)

Q) 如何にして事前連絡を貰おうか??

A) 例えば...

基本契約・売買契約で根拠付けをする。
すでに契約に記載されているかも知れません。
なので一度、契約書の確認をしてみることも必要かと思います。
「世間が遅れてるから、遅れても仕方ないですよね～」と思わせない。

6) 仕事の効率化する方法

例2) 値上交渉:ルール化する

価格を決めるときに都度見積もりをもらっていませんか？
もちろん複数社相見積もりが必要です。
ただ、毎回必要でしょうか？

Q) 如何にして見積業務をルール化しようかな？

A) 例えば…

大きな枠（年間総購入金額ベース）で相見積もりを行う
そこで主たる注文先を決めてしまう
さらに価格の決め方（例えば計算式）を事前に合意する
それにより、新規案件は価格の合意の確認作業だけにできる
→誰でもできる作業になる。誰かにパスできるようになる。

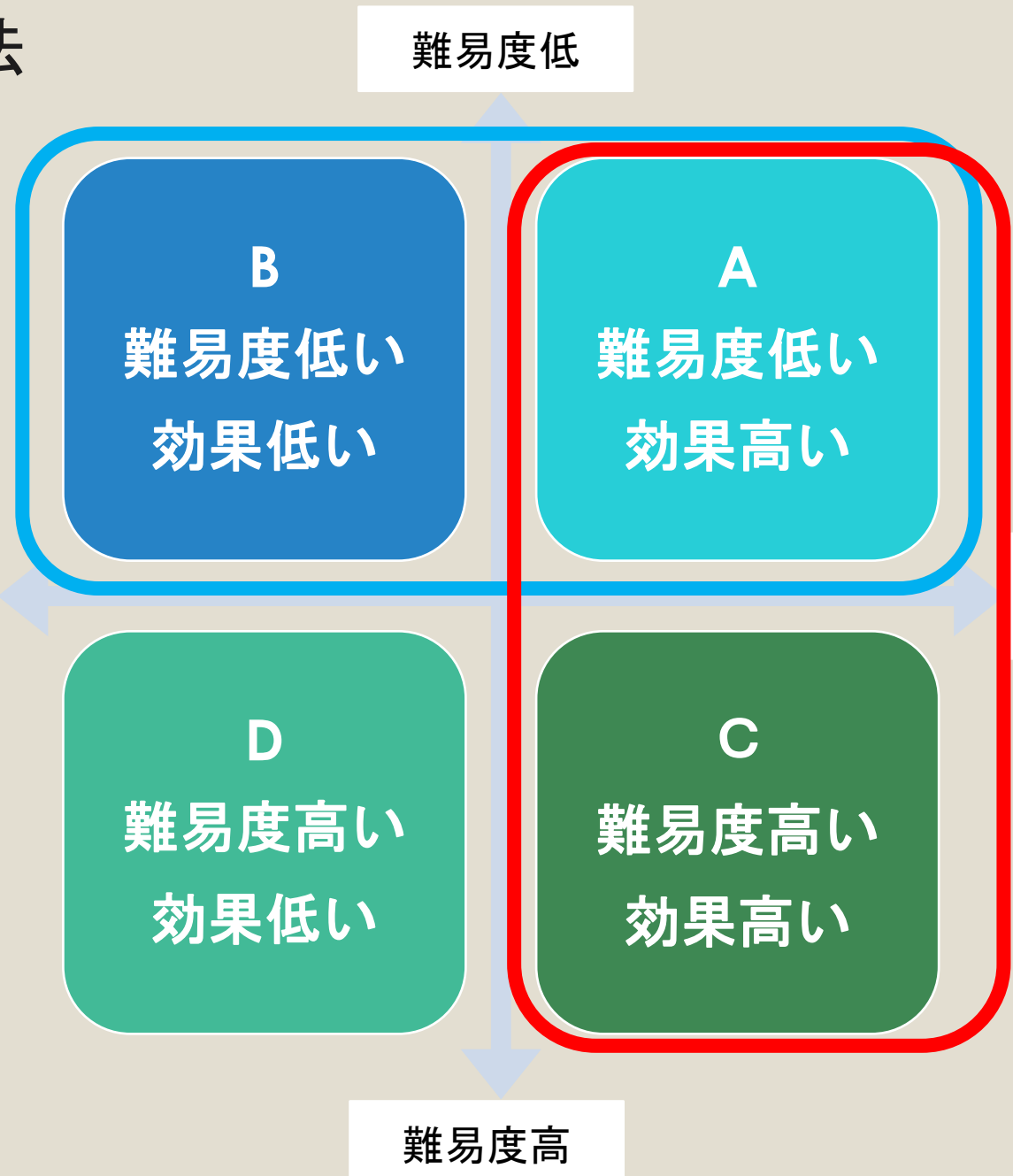
7) 難易度高へのアプローチ方法

難易度・効果の視点から・・・

BとかDの効果の低い仕事をしない
削減するには・・・

効果小

効果大



難易度高

7) 難易度高へのアプローチ方法

例) クロスファンクション

まずは自分一人で仕事を進めていませんか？

自分の担当だからと言って自分の思いで進めて・・・

上長からのダメ出し、関係部署からのダメ出しでやり直し。

それを繰り返すほど難易度が上がっていくと感じていませんか？

Q) 如何にして難しい内容に取り組もうかな??

A) 例えば...

自身が主導して計画を立てて、関係者を巻き込みましょう。

計画を自分で立てて、自分で主導する。

関係者には、「誰が」「何を」「いつまでに」「どのように」

餅は餅屋に任せれば、その期間は別のことに当たれます。

コーヒーズブレイク ～難易度と緊急度を挙げている原因は？～

緊急度が高い案件は初めから緊急度が高いとは限らない。
難易度が高い案件は初めから難易度が高いとも限らない。
自身の仕事の取り組み方のせいで緊急度と難易度を挙げてしまっていないか考えてみましょう。

よくある一例から仕事の仕方を比較してみよう

●経緯と情報

- ①22年7月にP社製の小型インダクションモータの廃盤の連絡がありました。
- ②P社での代替機種の手定は無く、同業他社での代替品が必要になった。
- ③廃盤の理由は、建前は「環境側面から部品調達が難しくなったから」
本音は「儲からないからやめる」だそう。
- ④最終受注日は、23年6月末まで。最終出荷日は23年12月末まで。(予定)
- ⑤O社製小型インダクションモータは別の機種で採用実績あり。
- ⑥年間購入金額は100万円程度で金額的には大したことが無い。

●現状

- ・最終出荷日まで12ヶ月もある→緊急度はかなり低いかも
- ・代替機種としてO社製を採用実績がある→難易度も低いかも

よくある一例から仕事の仕方を比較してみよう

●よくあるマズい進め方

購買

P社の小型インダクションモータが廃番になりました。
何か大体機種ありませんか？

変更依頼お願いします。期限はいつまでですか？

技術

購買

来年の6月が最終注文日期限です。最終出荷日は12月です。

了解です。いろいろな案件あるので折り見て確認します。

技術

そして2・3ヶ月後・・・

実績のある〇社製で選定しました。あとはよろしく。

技術

よくある一例から仕事の仕方を比較してみよう

●よくあるマズい進め方

購買

了解です。見積もり取ります。

そして2・3週間後・・・

購買

部長。P社製の代替品の見積もり取れました。
価格は現状の約70%アップになりそうですが、置換えは出来そうです。

いやいや。上がりすぎでしょ！？
交渉しました？他社比較しました？

購買部長

購買

いや、技術に代替品選定をしてもらってからの進めてるので・・・
これから価格を交渉します。

そして1・2ヶ月の交渉の後・・・

購買

なんとか15%下げられました。コレで進めたいと思います。

もうちょっと頑張って!!

購買部長

よくある一例から仕事の仕方を比較してみよう

●よくあるマズい進め方

・・・などとやり取りをしているうちに時間が過ぎてしまい、
設計変更・ラストバイ・変更時期の調整など後工程の時間が無かった。
なんて事は無いでしょうか？

今回の場合は、

- ・ **仕様決めの期間を含めて技術に丸投げしてしまった。**
 - ・ **技術の選定が「正」として進めてしまった。**
 - ・ **ベンチマークも無く、金額が出てからの交渉となり、後手に回ってしまった。**
- など全体的に受け身になってしまったことが良くなかったと思われる。

年間購入金額も大きくなり、更新期間も十分にあっても、
やり方がマズいと、効果・成果は低いが緊急度・難易度が上がってしまいます。

よくある一例から仕事の仕方を比較してみよう

●効率良く進めるには

- ①全体の把握
- ②関連部署を集めて役割と期間を決める
- ③仕様や金額の合意点を全体で確認しておく
- ④購買として支出最小化のための可能性検討
- ⑤代替品を選定し、変更可能かの検討

と初めから関係者を巻き込み合意をしておく。

事前に合意点を見いだしておけば、振り出しへ戻る事は無くなります。

行うべき内容が明確ならば、**自分でやらなくても良いはず！？**

適任者に任せて自分はより重要度が高い事に取り組む時間を確保できる

「計画するのは自分、実行するのは適任者」でもいいのではないのでしょうか。

8) まとめ

- ・ 購買組織のプレゼンスを上げる前に個人の評価を上げる努力
- ・ 目の前の仕事から行う前に全体を見してみる
- ・ 自分の評価・効果が上がる事は何か？を考える
- ・ 自分の仕事を楽にするためのルールを再確認、見直してみる
- ・ 仕組化できたら、誰かにパスする
- ・ 課題は自分が主導する

組織は個人の集まりです。

購買部門のプレゼンスを上げるためには個人が目立つ事が必要でしょう。

まずは自分の存在感を上げる事がしてみませんか??

そうすればおのずと周りから頼られることになると思います。

それが最終的には組織の存在感を高める事に繋がります。

一度、自分の仕事を根本から作り直せないか考えてみてはいかがでしょうか。

ご清聴ありがとうございました