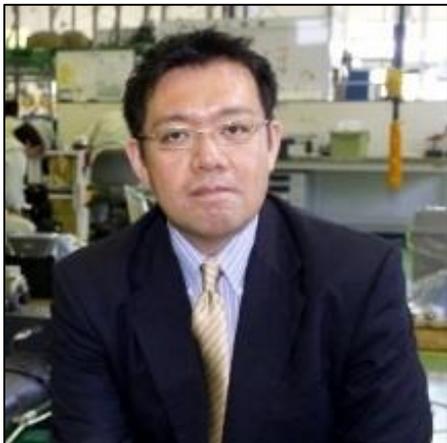


買い方の工夫【β版】

Naoya Makino

スピーカープロフィールシート/Profile Sheet



牧野直哉 (まきのなおや/Makino Naoya)

現役バイヤ (外資系企業サプライチェーン/ソーシングマネージャー)

未来調達研究所株式会社 取締役

神戸大学大学院経営学研究科非常勤講師

Facebook : <https://www.facebook.com/makino.naoya>

Twitter: @ryomaskmt e-mail: makinonaoya@future-procurement.com

提供サービス

① 講演・セミナー

・テーマ: 「調達環境読み解き」「CSR調達」「グローバル調達」「海外調達」「サプライヤマネジメント」「調達リスクマネジメント」等々

② 執筆 調達購買・グローバル調達・リスク管理

執筆作品

「調達・購買戦略決定入門」「大震災のとき! 企業の調達・購買部門はこう動いた—これからのほんとうのリスクヘッジ」「ほんとうの「調達・購買」実践マニュアル-社内の「まあいिया」業務を変える知識とノウハウ-」「製造業の現場バイヤーが教える! 調達・購買部門の<業務力向上>完全ガイド」(日刊工業新聞社)

「購買・調達の基本と仕組みがよ〜くわかる本」(秀和システム)

1969年東京生まれ 大学卒業

- ・重工業メーカーで発電プラントの輸出営業を経験後、資材部へ異動し、購買業務に従事
- ・現在は、外資系機械メーカーで、アジア太平洋地域のサプライチェーン管理を担当
- ・神戸大学ではトップマネジメント講座の調達購買分野を実施
- ・有料メール「ほんとうの調達・購買・資材理論」を発行
- ・内閣府防災担当の策定する東日本大震災後の企業/サプライチェーンの防災対策へのアドバイス

**飛行機で福岡へ行く料金
あらゆる可能性を考慮した
最安値と最高値の差額（片道）
（自家用機・チャーターは除く）**

- A: 3万円未満**
- B: 4万円未満**
- C: 5万円未満**
- D: 5万円以上**

買い方=買う方法

工夫

いろいろ考え

良い方法を得ようとする

買い方の工夫とは

**より良く「買う方法」を考え
獲得する一連の取り組み**

昭和30年代～昭和末期

生産管理 理論と実践 9

資材・購買管理

国狭武己一著

購買担当者の実務

コストダウンのための購買業務マニュアル

野本満雄著

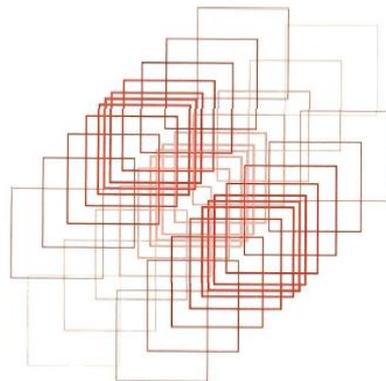
日経文庫

購買管理の知識

水戸誠一著

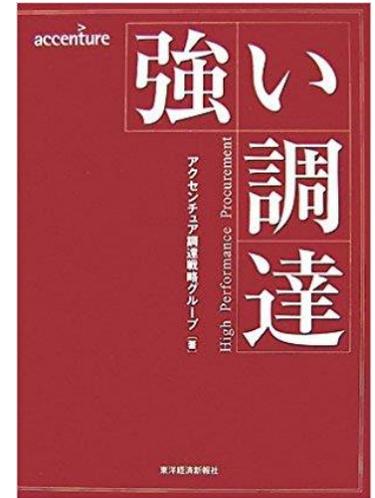
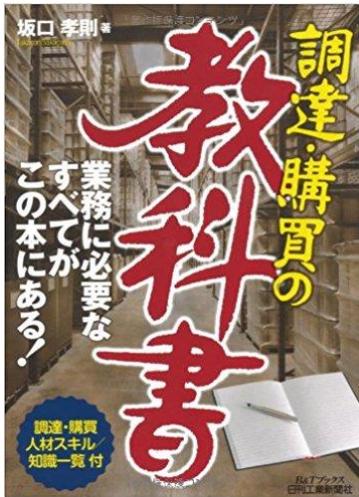


日本経済新聞社



日本資材管理協会

平成のいま



昭和13年

日本産業能率研究所
所長 上野陽一 著

補 增
購買管理及倉庫管理

千倉書房 版

買い方には普遍性がある

買うときに

✓**変えるか**

⇒数量、サプライヤー、購入内容

✓**競争させる（する）か**

⇒サプライヤー、自社

✓**まとめるか**

⇒数量、サプライヤー、購入内容

✓**ずらすか**

⇒購入タイミング

それぞれに主語を補って文章化 = 「買い方」

何かが変わっているのか？

環境変化

新たなテクノロジーの登場

ルールも変わる

どんなサプライヤーが
どんな環境で
どんな市場の
どんな顧客に
どんな商品やサービスを
売っているのか？

**飛行機で福岡へ行く料金
あらゆる可能性を考慮した
最安値と最高値の差額（片道）
（自家用機・チャーターは除く）**

- A: 3万円未満**
- B: 4万円未満**
- C: 5万円未満**
- D: 5万円以上**

D: 5万円以上

6月25日時点、7月1日搭乗

片道普通運賃：43,890

マイレージの特典航空券で予約

当日登場予定便が満席

フレックストラベラー制度活用

搭乗予定の次の便に変更：△10,000

⇒差額 53,890

複雜化

分

析

サプライヤー

バイヤー企業

環境分析 ①景気 ②需要動向 ③業界 ④国 ⑤地域

サプライヤー

バイヤー企業

環境分析 ①景気 ②需要動向 ③業界 ④国 ⑤地域

競合分析

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

競合分析

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

環境分析 ①景気 ②需要動向 ③業界 ④国 ⑤地域

競合分析

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー分析

サプライヤーが売りたいがっているのか
バイヤー企業が買いたがっているのか

競合分析

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

環境分析 ①景気 ②需要動向 ③業界 ④国 ⑤地域

競合分析

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー分析

サプライヤーが売りたいがっているのか
バイヤー企業が買いたがっているのか

購入対象/購入ルート分析

- ①どんなモノか
- ②どんなサービスか ……違いはどこにあるか
- ③市場性はあるかないか
- ④販売ルート/商流・商社・販売店・代理店

競合分析

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

環境分析 ①景気 ②需要動向 ③業界 ④国 ⑤地域

競合分析

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー

サプライヤー分析

サプライヤーが売りたいがっているのか
バイヤー企業が買いたがっているのか

4つの分析から
買い方は「導かれる」

購入対象/購入ルート分析

- ①どんなモノか
- ②どんなサービスか ……違いはどこにあるか
- ③市場性はあるかないか
- ④販売ルート/商流・商社・販売店・代理店

競合分析

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

バイヤー企業

**今日のスペシャルトークで
これからおこなうアウトプット**

- ✓ **トーク内容をメルマガで配信**
- ✓ **新たなテーマの掘り下げ**
- ✓ **8月22日に
「買い方の工夫」のセミナー
を東京都内で開催**