

2020年 過去16回の総まとめ

第17回オンライン 購買ネットワーク会

本日の特徴

- ファシリテーター（F）と過去のプレゼンテーター（P）の対談形式
- 過去14回の各回をポイント3つに絞っています
- すごいスピードで進めます（メモ必須）
- 詳細説明は省きます
- 質問はチャットに
- F&Pは購買界でそこそこの成功者達であり多くの失敗をしてきたしくじり社会人
- 本日の資料は資料庫に開示するので復習用にご使用ください

第1回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：供給クラッシュ(巨大不測事態)対応

1. “備え”の整備に留まらず、“備え”発動・運用も考えておく
 - ・ 司令塔「統合緊急事態対応センター」など大丈夫？
2. サプライヤーの困りごとを具体的に想定し対応する
 - ・ それにはサプライヤーの業務オペレーションの理解が必須
3. 3分類6種類の対応観点でまとめた事例集(資料室)は使える

第2回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：言いたいことも言えないこんな世の中は サプライヤーマネジメント

1. 変化の時はチャンスの時（コロナ禍で新しいことを）
2. チャンスは滅多に來ないが到来時に万全の準備ができているか
3. 基本はRed House

第4回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：ニューノーマルの今こそ見直すステークホルダーマネジメント

1. コロナ禍と共に、大きな変化の時期に差し掛かっている
2. Stakeholders Managementに限らず、Category Management、Organization Managementも含めた見直しが急務
3. Whatをブラすことなく、合意形成、時間管理、戦略等のHowを柔軟に適合させるべし

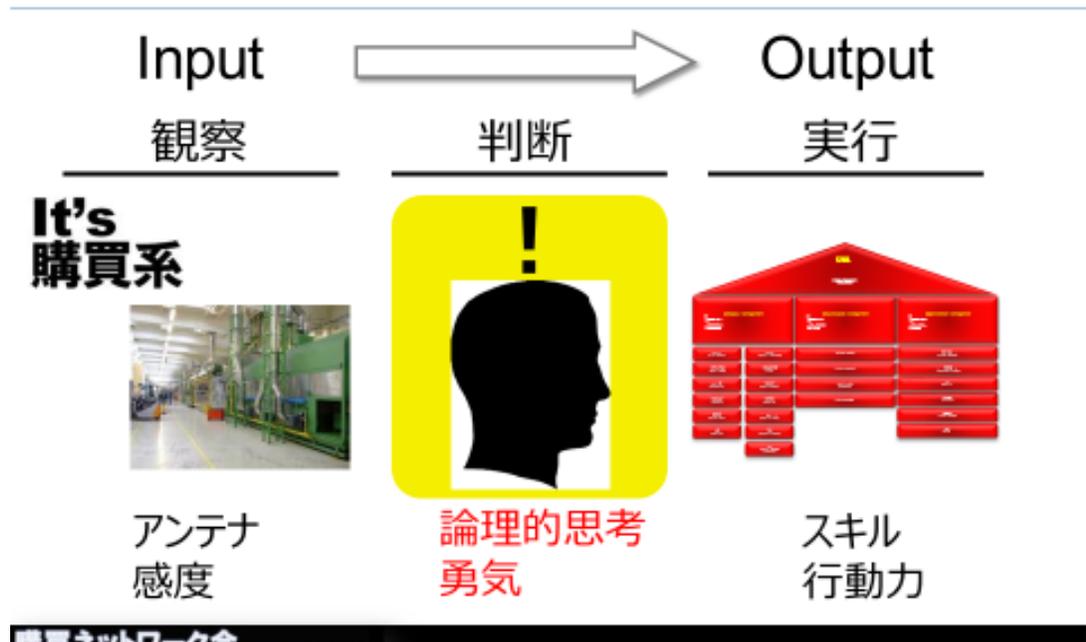
第5回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：究極の選択 全国版

1. 唯一絶対解はない。
2. 意見を言うには論理的に説明する責任がある。
3. 分からない中で決める「勇気」を持つ。

本日の内容（振り返り）

18



第6回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：新常态で結果を出す購買部門のための オーガニゼーションマネジメント

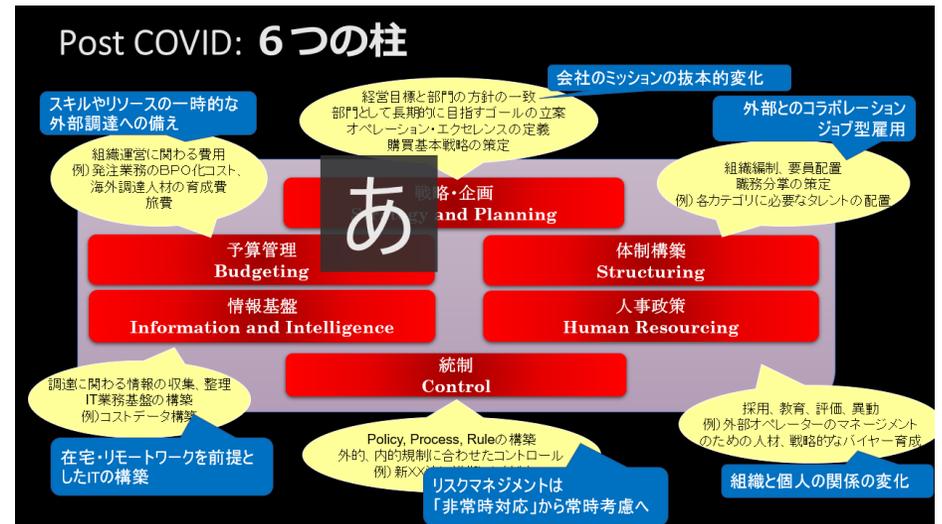
1. 会社のミッションの抜本的な変化に貢献する購買をつくれ
2. 外部とのコラボレーションや一時的なスキル・リソースの調達に備えろ
3. 財やサービスの知識だけでなく、コマмерシヤル(商務)、ディール(取引)のプロフェッショナルとしてのバイヤーを育成しろ

人事政策 Human Resourcing

※2013年はまだまだ「就社」時代の「社内の人材育成」が議論の中心だった...反省

Post COVID

- 「個人としてのキャリア」の配慮と、組織の中核人材への「タフ・メント」
- 何でも買えるマルチロールバイヤーと、カテゴリに精通した匠の混成
- 調達部門不要論？
→コマmercial(商務)、ディール(取引)のプロフェッショナルとしてのバイヤー
- 中途採用:「社内」に存在しないスキル、ナレッジの入手だけでなく、「変化の触媒」としての価値



第7回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：調達・購買部門の一員として、私は、
今、そして、未来、何をすべきだろう？

1. 企業における自身がすべき貢献を具現化せよ
2. 目的・状況ごとの適切な合意形成力を磨け
3. 主体的思考力をもって、具体的な行動/成果にコミットせよ

VUCA時代において、必要なのは、VUCA2.0な思考法

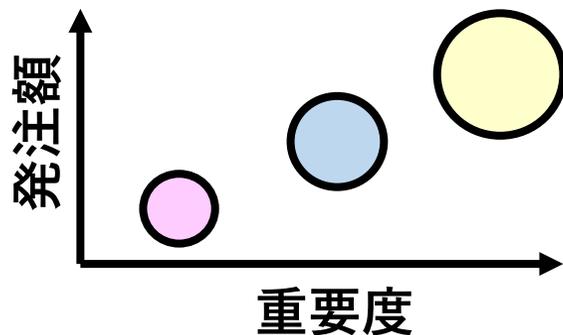


第8回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：実践！サプライヤー評価 2020。

（コロナ環境下におけるサプライヤーとの関係性を維持・強化する為に）

1. 自社のサプライヤー評価の目的及び活用方法を再確認。
2. 定量面に加えて、定性面の評価も重視して実施。
3. 重要サプライヤーは、そのサプライヤーの営業戦略を確認。



サプライヤー企業の営業戦略
バイヤー企業の購買戦略

ゴール

第9回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：コロナ環境下における交渉新論を考える

1. オンライン前提のコミュニケーション方法に変えよう！
2. 基本的に進め方は同じだけど、気を付ける、気を遣うことはあるはず！
3. コミュニケーションが難しい環境下では交渉のやり方も変えよう！

第11回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：コロナ禍下における最新転職市場動向と 今求められるバイヤー像とは

1. 大変化の時代において全てを前向きに捉える
2. 専門性（ジョブ型）重視の採用形態になる
3. 求めるは購買力＋マルチスキル力

第12回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：今こそ見直す目標値の考え方

1. 経営目標 ⇔ 購買部門目標 ⇔ 担当業務目標
各目標の繋がりを明らかにしよう。
2. 完璧な目標値の作り方はない。
考え方、長所・短所を理解し利用しよう。
3. 目標値・査定値(should cost)・見込み値(成り行き)
各々はイコールにはならない。
適宜観測し、乖離があれば計画を見直そう。

第13回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：今、調達購買の役割を変える時

1. 購買職ならコスト削減、品質向上、納期遵守は当たり前
2. PLに影響する活動を
3. 購買 + α がなければ社会はあなたを必要としない

第14回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：コロナ禍で考える人材育成

1. ファンダメンタルスキルのないものに向上はない
2. 人材育成は庭師の心で、将来の姿を想像して
3. 飲み会の段取りができないものに仕事はまかせられない

第15回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ：ビジョン策定のすゝめ

1. MVV策定を個人/組織の成長機会(学び+実践)にすべし
2. メンバーの意見はNot Easy, Tough & Warmの姿勢で汲取るべし
3. 概念のイメージ共有と言語化で思考とポリシーを棚卸すべし

第16回 オンライン購買ネットワーク会

テーマ : 「コスト削減」のための
「品目カテゴリー戦略」リターンズ

1. 原価低減は調達機能の要諦
2. コスト削減は時間軸と空間軸に大別
3. 品目カテゴリー戦略を構築すべし

