

営業と購買の共通点

～DXベンダーからみたバイヤーとは～

自己紹介



高山 将平（タカヤマ ショウヘイ）

株式会社Leaner Technologies

セールス

福井県(～高校)→名古屋(大学)→東京（社会人）→大阪（現在）

好きな食べ物：お刺身



- 株式会社ROBOT PAYMENTに入社
- 経理向け請求管理SaaS事業の営業に従事



- 経理側のDXは、インボイス制度や電子帳簿保存法の改正で大きく進んできたと感じ。
- Leanerの「調達」領域の30年遅れている現状を初めて知り、「**調達のスタンダードを刷新し続ける**」というミッションに共感し入社

大前提

- ・ 調達に携わる人たちをヒーローにしたいと本気で思っています

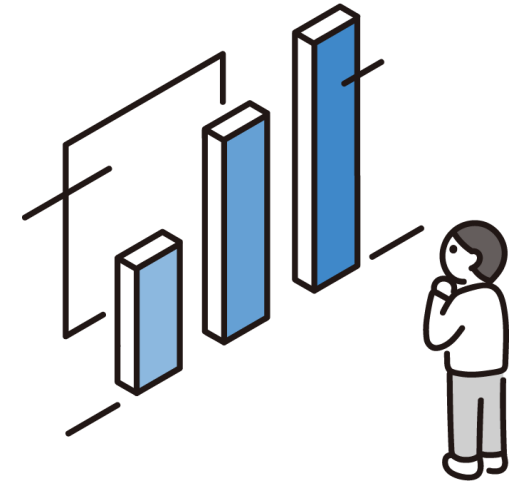
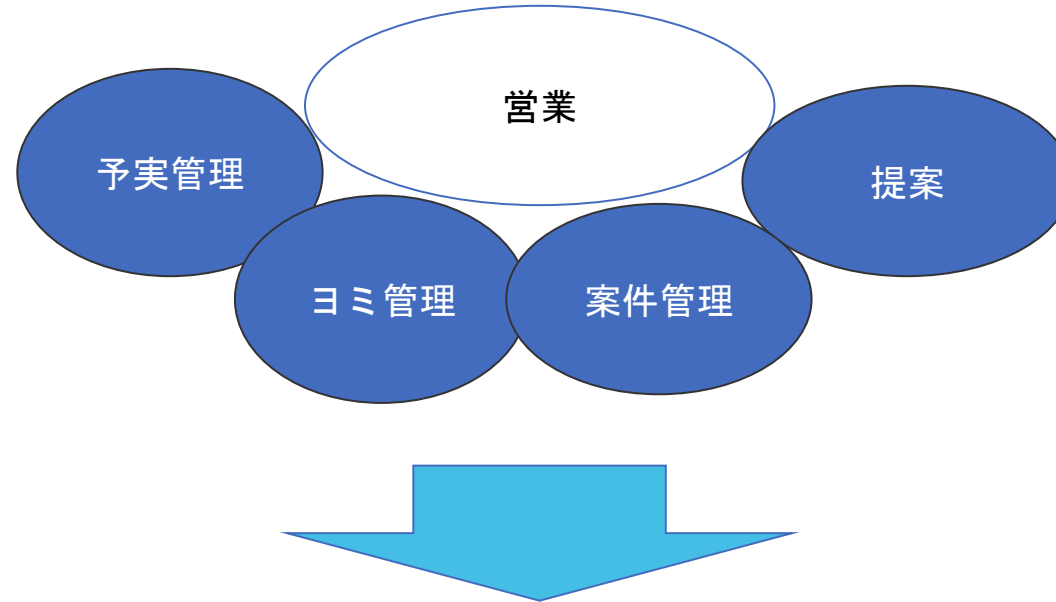
Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じること
3. 営業と購買の違いまとめ
4. 営業の当たり前
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. まとめ

Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じること
3. 営業と購買の違いまとめ
4. 営業の当たり前
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. まとめ

売上計画を達成のためには、細かい作業が多い



毎日対策や改善案を提出し、営業活動

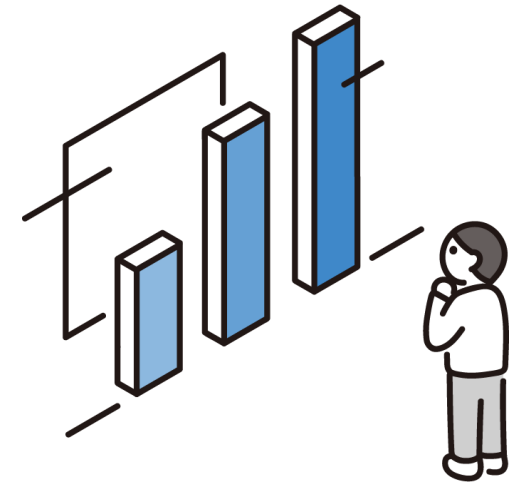
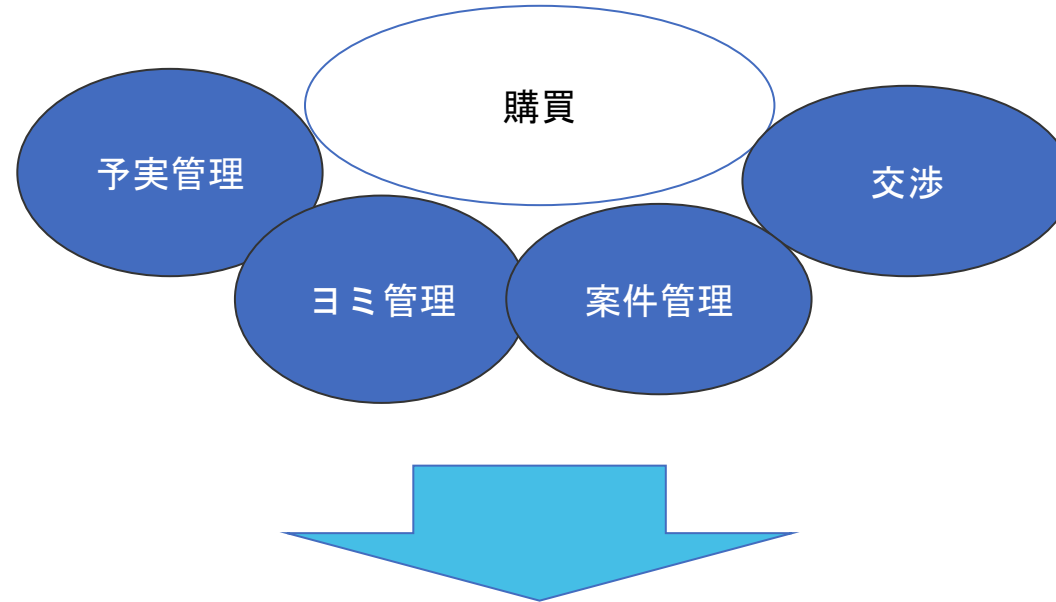
売上計画を達成のためには、細かい作業が多い

	業務内容	ツール
予実管理	月別・年別予算に対して、売上がどのくらいで着地しそうか？不足分をどう補填するか？	Sales Force Automation（営業支援システム）
ヨミ管理	商談途中の案件について、受注予定の時期や金額、受注確度（ヨミ）をまとめることで、具体的な数値を把握	ドキュメントツール（営業支援システムと連携）
案件管理	取引先や営業進捗の情報を可視化し、記録・管理する	Sales Force Automation（営業支援システム）
提案	QCDの観点にて取引先と折衝、協定、取引の際の話し合いなど多岐に渡る	Sales Force Automation（営業支援システム）

Agenda





1. 営業マンの日常業務について
- 2. 調達・購買に携わって日々感じること**
3. 営業と購買の違いまとめ
4. 営業の当たり前
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. まとめ

コスト目標達成のためには、細かい作業が多い

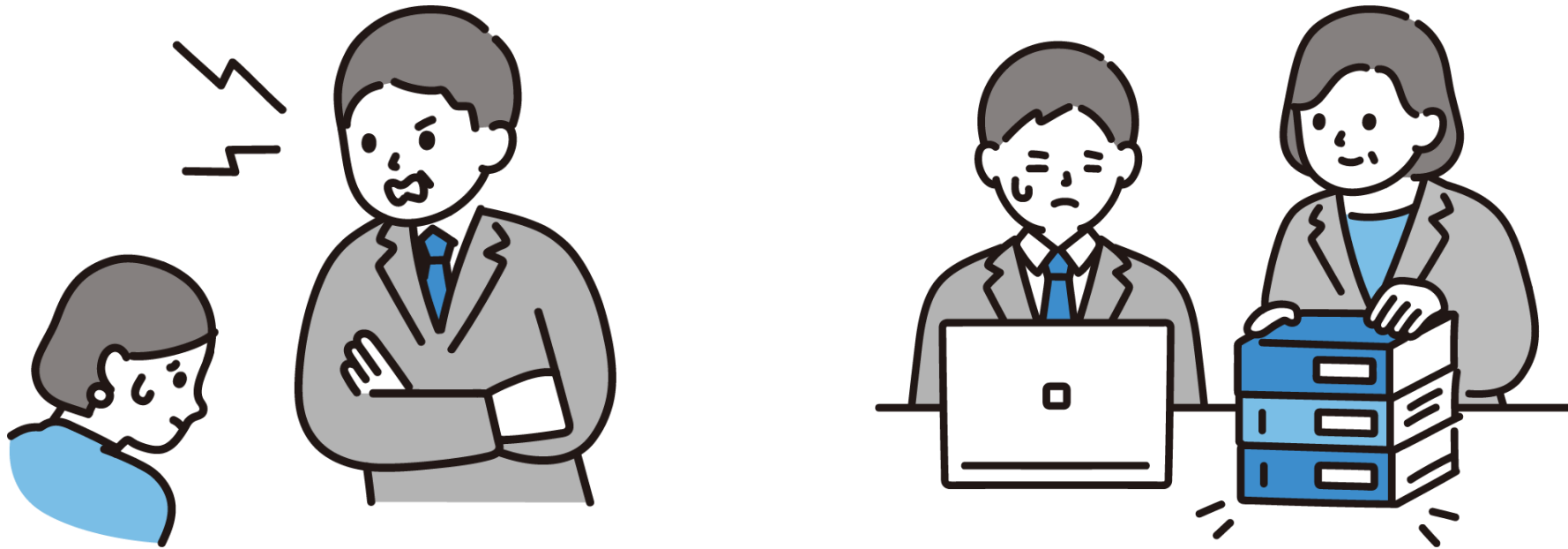


毎日対策や改善案を提出し、コストダウン活動

コスト目標達成のためには、細かい作業が多い

	業務内容	ツール	
予実管理	月別・年別予算に対して、コストがどのくらいで着地しそうか？不足分をどう補填するか？	Excelが現状でできていない方々もいらっしゃる	
ヨミ管理	交渉途中の案件について、発注予定の時期や金額、確度（ヨミ）をまとめることで、具体的な数値を把握	Excel（できていない方が多い）	
案件管理	多岐に渡る仕入れ先の仕入れ履歴（いつ・何を・どのくらいの量を）を管理する	Excel	
交渉	QCDの観点にて取引先と折衝、協定、取引の際の話し合いなど多岐に渡る	メール、社内フォルダ	

共通してる点




上長からの毎日の細かいご指導

Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じること
- 3. 営業と購買の違いまとめ**
4. 営業の当たり前
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. まとめ

セミナーの感想はぜひアンケートにご記入ください！

営業と購買の方々の違いまとめ

	営業		購買	
目的	売上UP 		コストDOWN→売上UP 	
案件管理	SFA 		Excel 	
ヨミ管理	SFA 		Excel 	
顧客とのやり取り履歴	SFAやドキュメントツール 		メール、FAX、電話  	
見積保管	クラウドサービス 		ローカルフォルダ 	
タスク管理	SFA、コミュニケーションツール 		Excel、メール 	
社内コミュニケーション履歴	コミュニケーションツール 		メール 	
上長からのフォロー	SFA、コミュニケーションツール 		口頭、メール 	
面談	Webが基本 		訪問、Web 	
名刺管理	クラウドサービス 		原本保管	

Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じること
3. 営業と購買の違いまとめ
- 4. 営業の当たり前**
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. まとめ

営業の当たり前とは

業務



amptalk



sansan



G Suite



様々な生産性向上ツールを導入している。

営業の当たり前とは

業務



amptalk



sansan



G Suite



SaaSへの投資額 月額30万円以上（営業15名）
1名あたり月額2万円以上

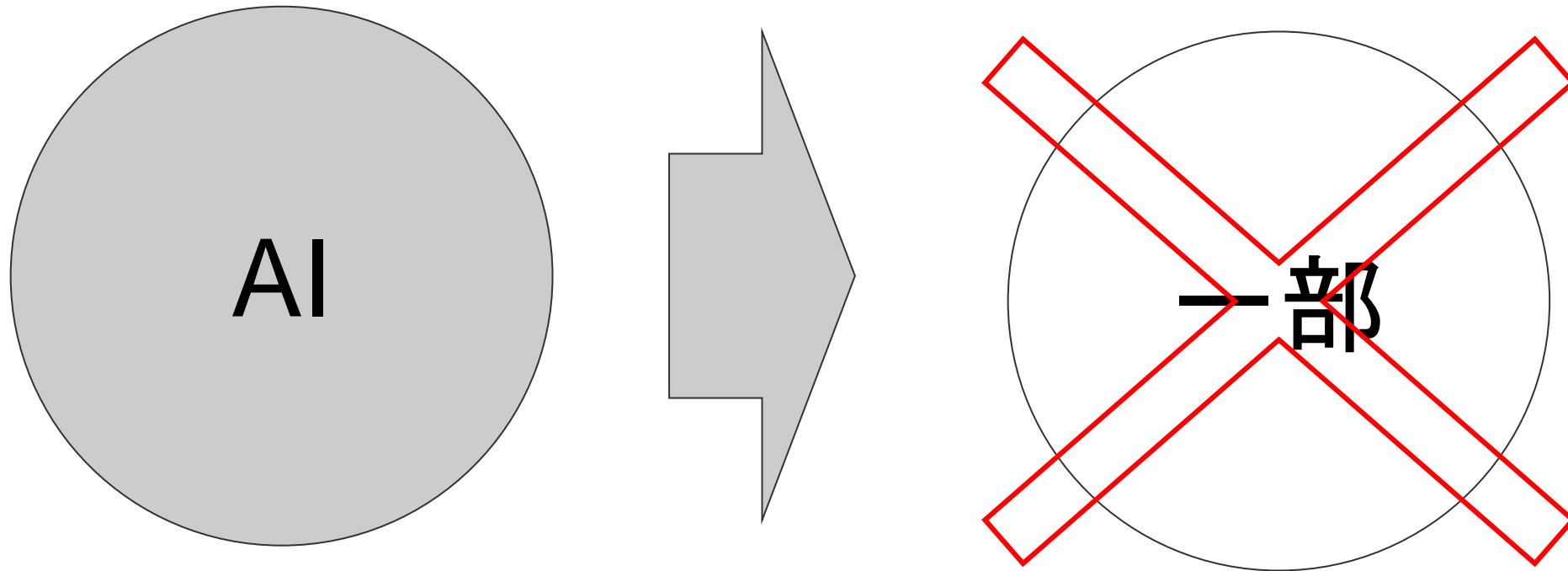
営業の当たり前とは

業務



それでもまだまだDXできていない領域が存在。

営業の当たり前とは



AIの活用はまだ一部しかできていない
データを正しく投入していく必要がある

Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じること
3. 営業と購買の違いまとめ
4. 営業の当たり前
- 5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）**
6. まとめ

購買の皆さんはどうでしょうか？



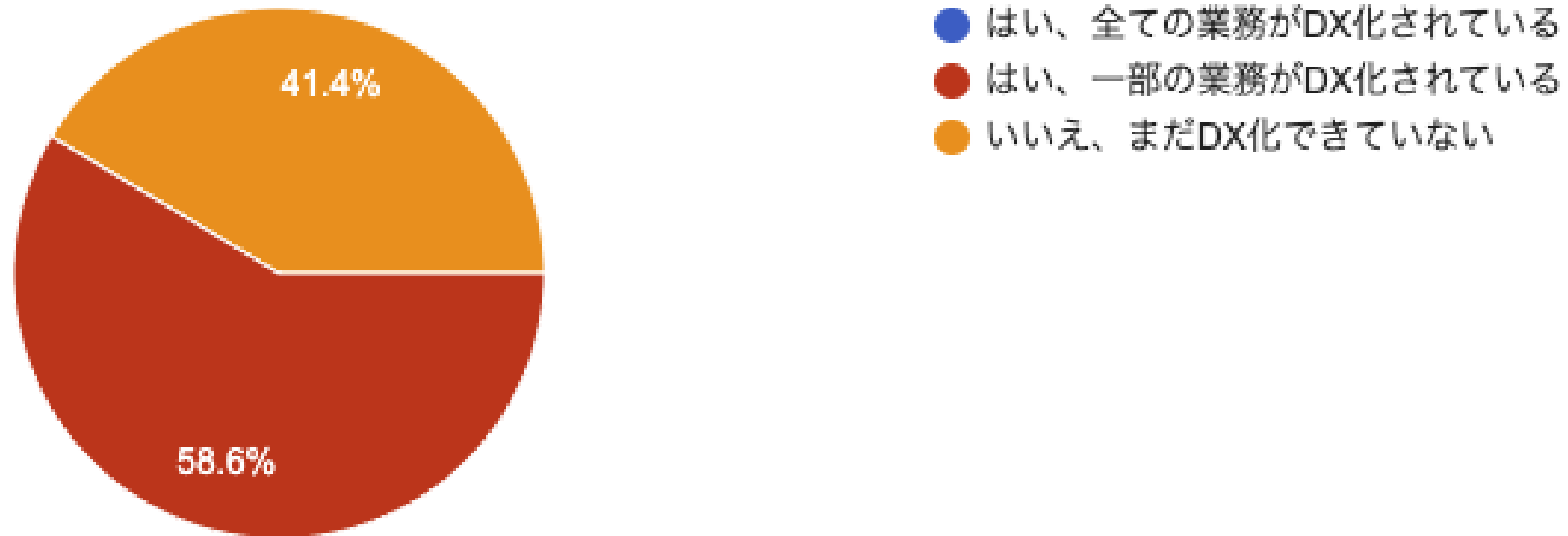
取り組みが進んでいるのは、
本当に大きな企業様でも「一部のみ」

DXに関するアンケート調査を実施



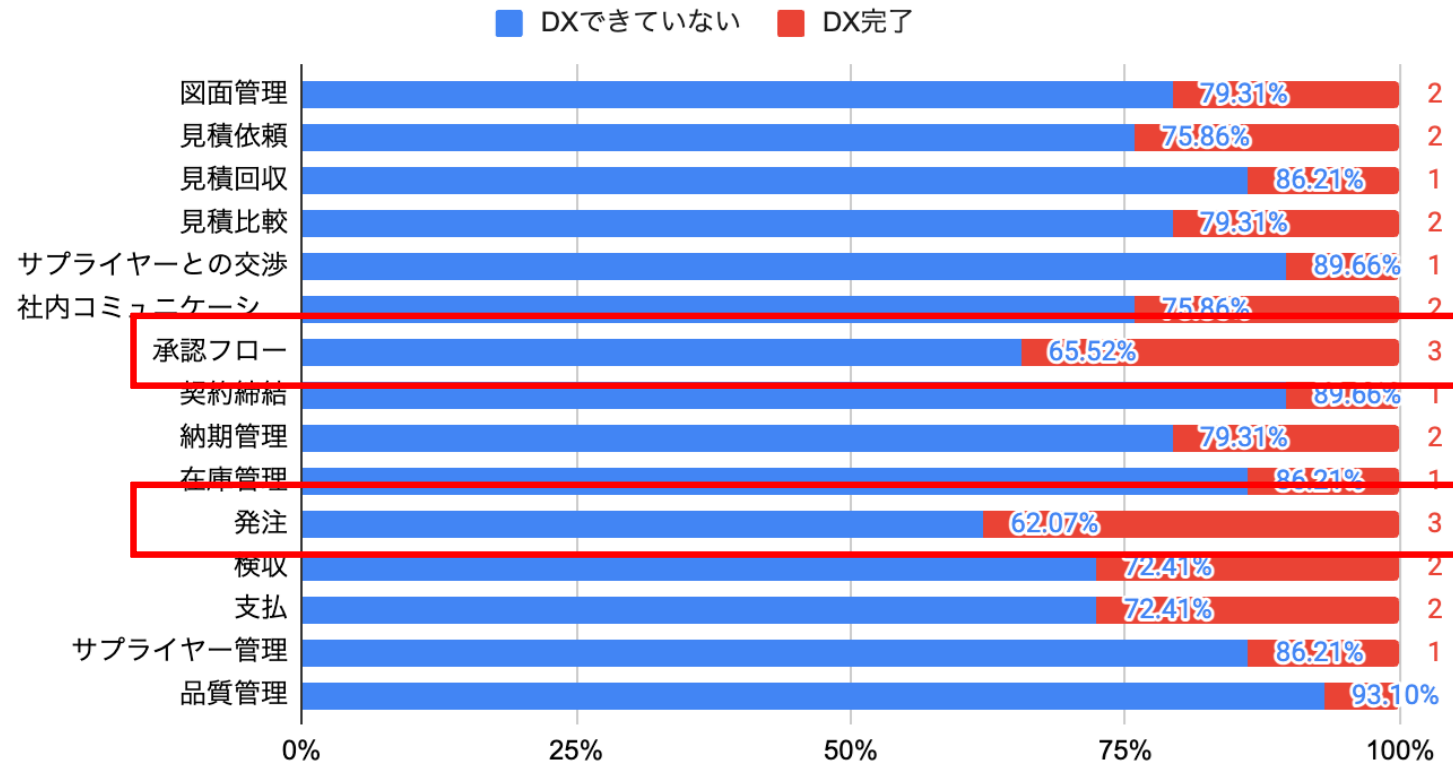
従業員数2,000名以上（いわゆる大企業）の調達の方々向けに、
弊社独自にアンケートを実施しました。（法人の0.3%）

1. 自社では調達領域におけるDXができていない



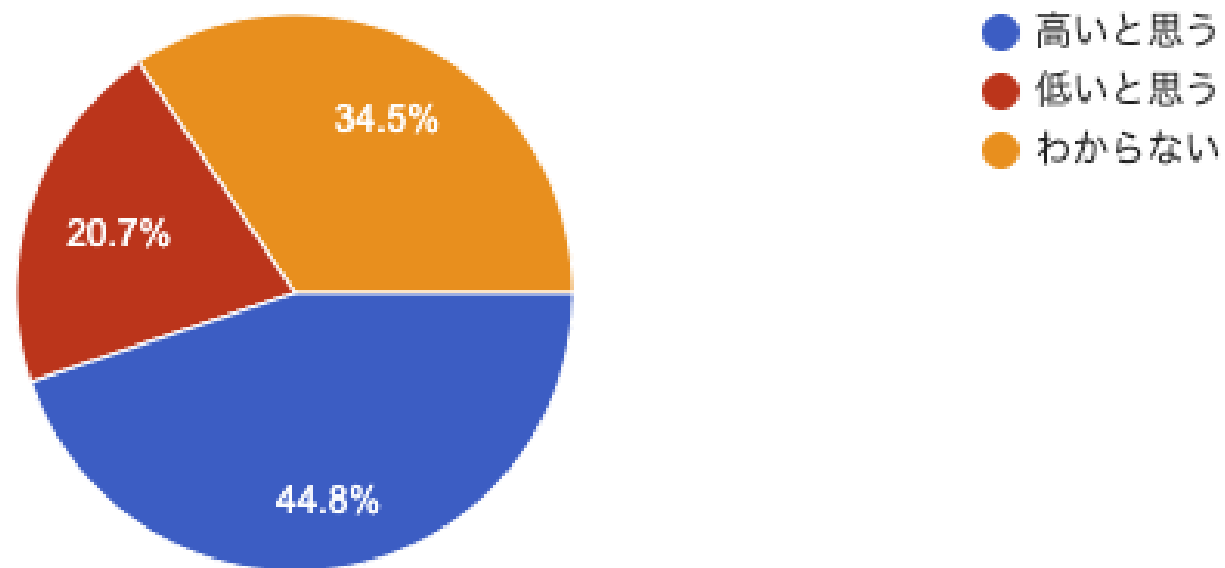
大企業様によるDXは想定よりも進んでいる。
半分以上がDXに着手し始めてきている

2.DXできている領域はどこですか？



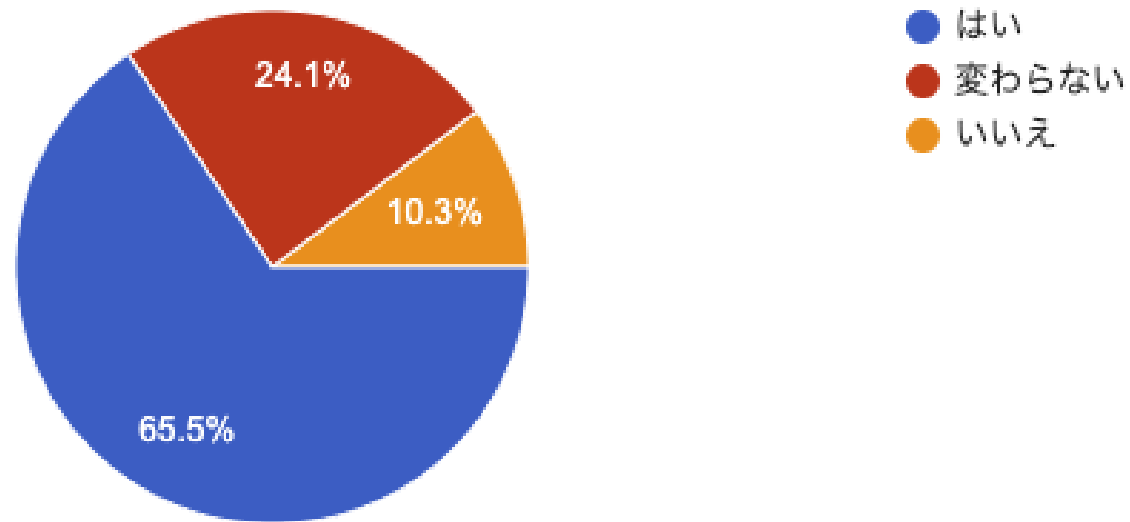
ただ部分的な導入に止まり全体で見ると、
20%程度のDX着手率。

3. 社内のDX感度は高いですか？



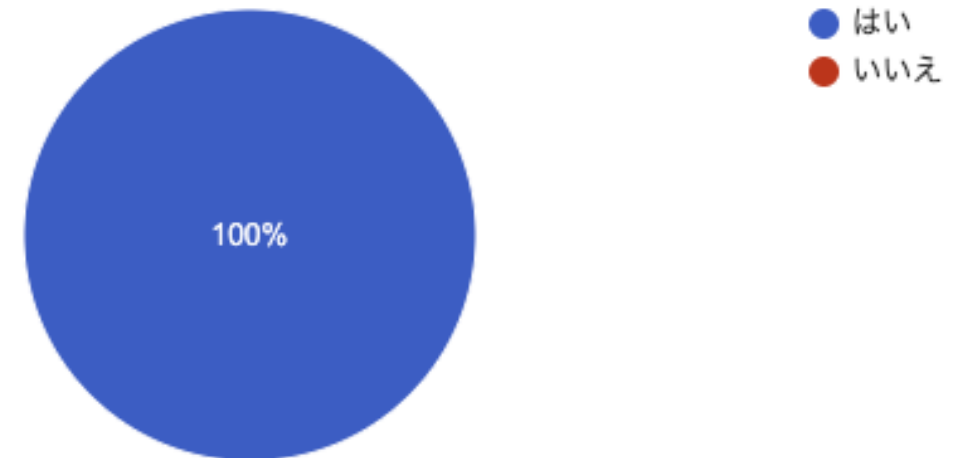
社内のDX感度が高いと感じる人の割合は、**4割程度**で、まだまだ進みそうにない。

4.10年前と比較して業務量は増えたか？



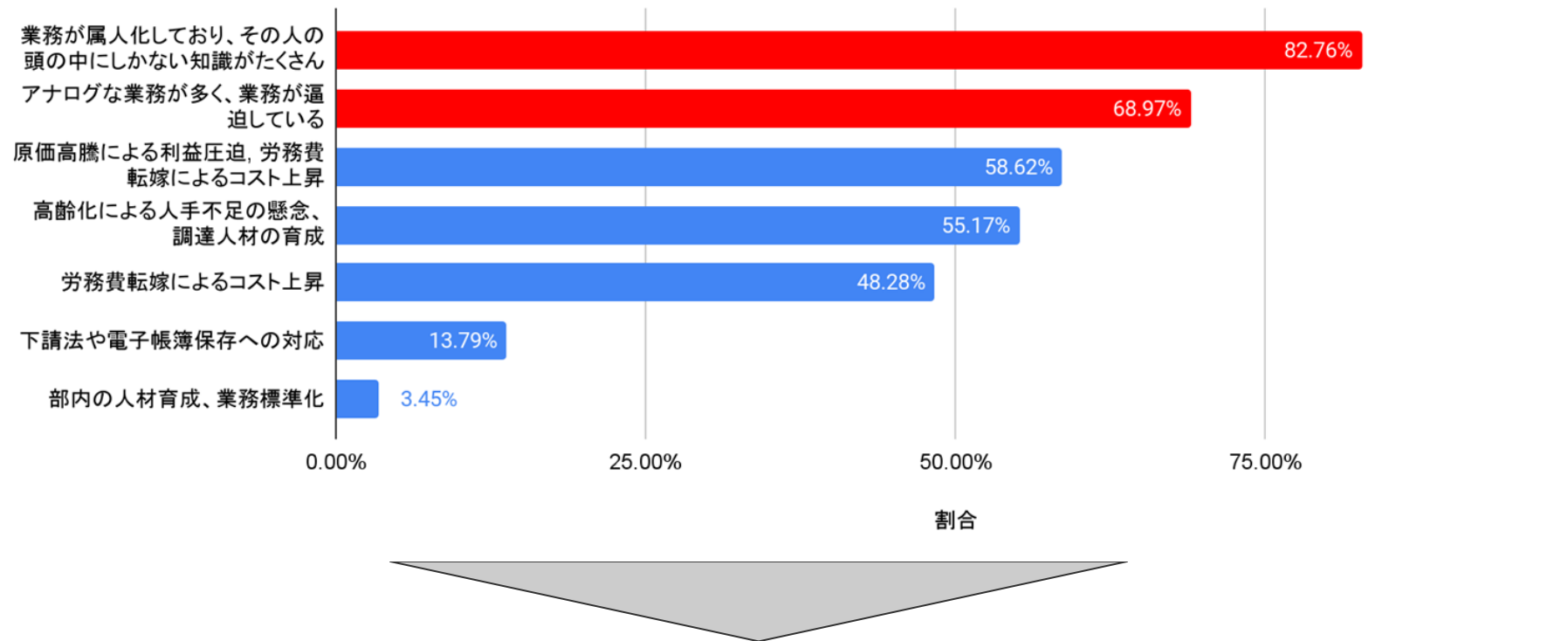
7割近い人が業務は「増えた」

5.自社の調達組織に課題はありますか？



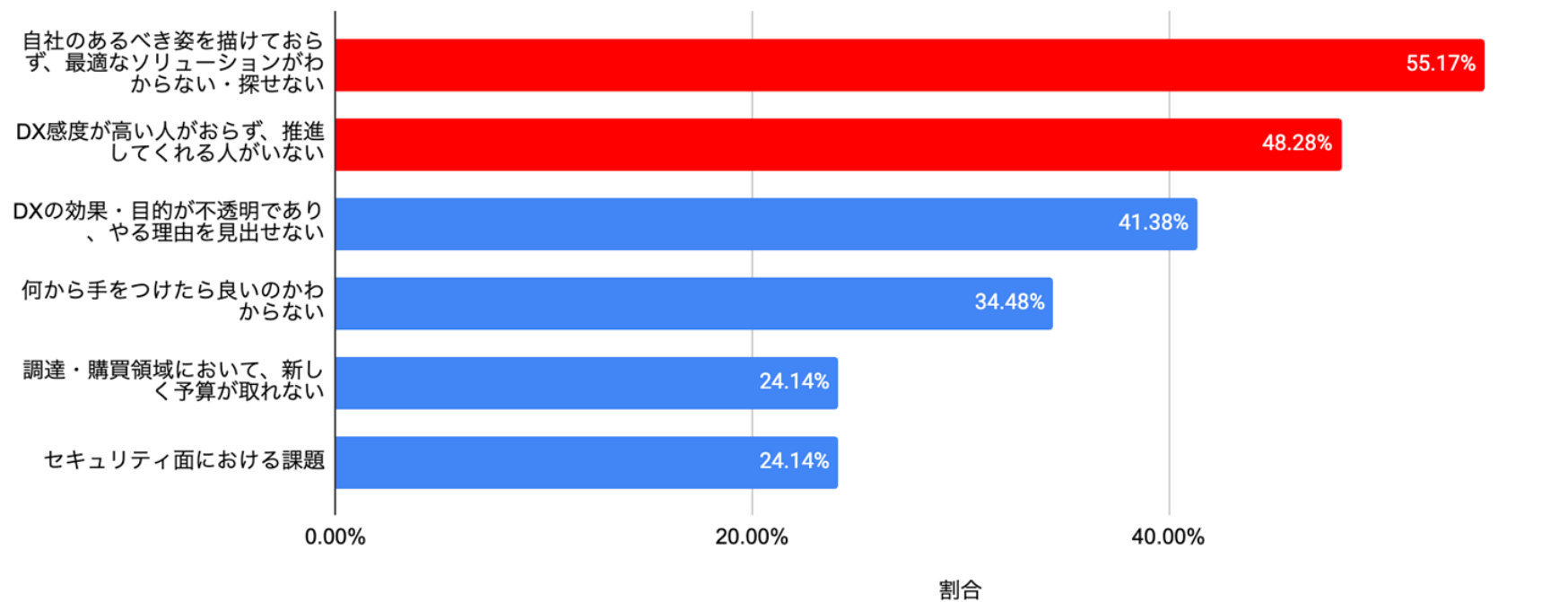
全ての人が「はい」

6. 自社の調達業務における課題はどんなものがありますか？



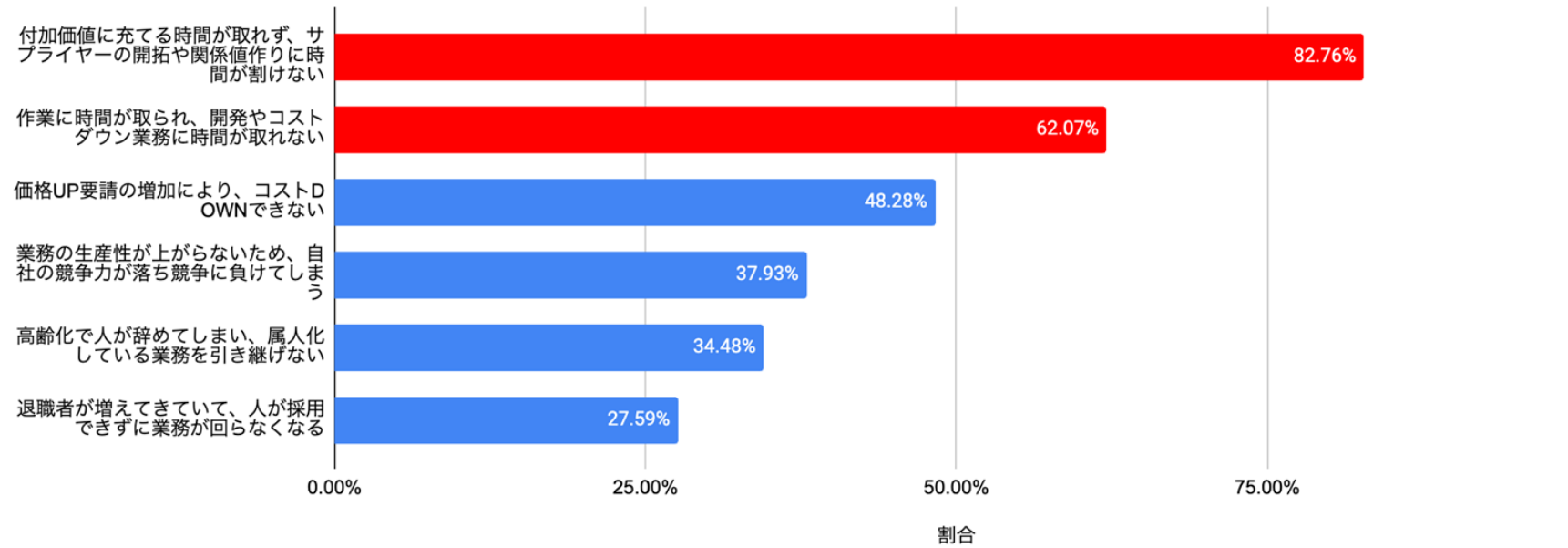
業務量も増加し、課題もあると認識しているものの、DX導入が進まない。

7.DXが進まないのはなぜですか？



優秀な人たちであってもDX人材や組織の未来を描けない。

8.このまま放置するとどうなりますか？ (今後2,3年以内に起こるリスク)



このまま放置した場合、どうなるかについても一定の理解がある。

DXとは

DXという言葉はいつから？DXの起源は2004年。 日本では2018年から

DX（Digital Transformation）という言葉が誕生したのは、2004年です。スウェーデンのウメオ大学の教授であるエリック・ストルターマン氏が「ITの浸透が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる」と提唱し、「**社会の変化**」を表した概念でした。

その後、DXは学問的な用語として提唱されるようになりました。2010年頃にSNSの普及やデジタル化、IT化が進みDXという言葉がビジネス界でも少しずつ浸透し始めました。

アンケートのサマリ



「DX」と言われて久しいが、
「DX」は進んでいない。



逆に進んでいる企業は？

DXに成功している企業は、

システムを使って、業務の進め方を変えることができる。

例えば、DX成功している会社は...?

定常的な案件と区別するために、「コストダウン案件」等のタグを活用
コストダウン案件の管理が容易になり、取組状況も可視化。“チームで”原価低減の推進を行う体制を構築できる

既存の案件と区別して検索可能

**各案件ごとにToDo設定が可能
どの案件において、どのようなアクションをする必要があるのかを管理するのが容易なので、プロジェクト推進が円滑化**

**A/B/C等の確度をタグ付けすることもでき、注力している案件が一目瞭然
上司が重点フォローを入れるべき案件が分かる**

プロジェクトに関連する社内メモやファイルを蓄積可能（容量無制限）

ステータス	見積案件番号	タイトル	部門	主担当	タグ	依頼日	見積提出期
実行中	202402-002				コストダウン取組案件 Bヨミ	24/02/28	24/09/30
実行中	202312-005				コストダウン取組案件 Aヨミ	23/12/19	23/12/26
中止	202312-001				コストダウン取組案件 Cヨミ	23/12/04	23/12/11
中止 6	202311-011				コストダウン取組案件 Aヨミ	23/11/14	23/11/30
完了 7	202311-010				コストダウン取組案件 ネタ	23/11/14	23/11/17
					コストダウン取組案件 ネタ	23/10/27	23/10/31
					コストダウン取組案件 Cヨミ	23/10/27	23/11/02

依頼社数	回答社数	見積回収率	明細数	決定済	回答決定率
1社	1社	100%	19件	0件	0%

ToDoリスト

- 未完了 2 全て 2
- タイトル/ 期限日
- 月未までに再度交渉を試みる
2024年02月29日 担当: 鈴木 孝祐
- 社内的な調整を進める
2024年03月06日 担当: Leanerカスタマーサポート

社内メモ

【価格改定要因】

- ・海運市況で主に輸送エネルギーが2%コストアップ
⇒市況変動は10%とのことだが、●●の理由で2%の値上がり
- ・労務費、主に人件費が5%コストアップ
⇒コスト全体の人件費比率が10%のため、全体で約0.5%の値上がり

社内向け添付ファイル

ファイル名	作成者	日時
20240222_XX001_コストダウン検討資料.pptx	山下翔平	2024/03/13 16:24
XX001_コスト解析.xlsx	山下翔平	2024/03/13 16:24
20240313_XX001_本部長会議向け報告用資料_fix.pptx	山下翔平	2024/03/13 16:25

社内チャットを用いた原価低減活動の推進

上長がメンバーの見積案件をリアルタイムに確認し、相見積の実施を促進
メールでは気づけなかった案件状況が見える化することで、前手前手の原価低減のアクションを取れるようになる

見積案件 設定

④ 見積案件の作成

すべて 541 | 下書き 131 | 実行中 240 | 完了 79 | 中止 51 | アーカイブ 144 | テンプレート 40

Q 見積案件番号、タイトル、品名、サプライヤー名、担当者、タグ名で検索

Q 仕様の値で検索

部門検索 主担当検索 検索 クリア

ステータス	見積案件番号	タイトル	部門	主担当	タグ	依頼日	見積提出期限	回答社数/依頼社数	最終更新日
実行中	202403-041	【240115】成型部品	技術部	高山 将平		24/03/13	24/03/15	0/2 (0%)	4時間前
実行中	202403-040	2024年度 研究施設B棟の保全工事	調達部	山下翔平		24/03/12	24/03/31	1/5 (20%)	5時間前
実行中	202403-037	【パソコン】30台_xxx機向け	技術部	高山 将平		24/03/12	24/03/22	0/3 (0%)	1日前
実行中	202403-036	電源幹線設備工事	調達部	梅田 貴志		24/03/13	24/05/17	2/2 (100%)	3時間前
実行中	202403-031	テスト	調達部	梅川 夏歩		24/03/11	24/03/12	2/2 (100%)	2日前
実行中	202403-030	0311 加工品 お見積り依頼	調達部	梅川 夏歩		24/03/09	24/03/31	3/3 (100%)	2日前
実行中	202403-029	【111-1】加工品 お見積り依頼	調達部	梅川 夏歩		24/03/09	24/03/31	1/3 (33%)	1日前

実行中の案件のなかで、
1社見積になっている案件を確認



社内チャットにて相見積のできない原因を確認
→追加でサプライヤーを追加して見積依頼

益永 匠さんが コメント しました @生産技術部/佐藤 一郎
本〇〇案件、相見積りできますか？

佐藤 一郎さんが コメント しました @購買部/益永 匠
別の案件で相見積りも行っていきます。

益永 匠さんが コメント しました @生産技術部/佐藤 一郎
見ました。ありがとうございます。
こちらについては、相見積りできませんか？

佐藤 一郎さんが コメント しました @購買部/益永 匠
本件、サプライヤー2社に追加で相見積りを行いました。

益永 匠さんが コメント しました @生産技術部/佐藤 一郎
ありがとうございます！結果が楽しみです。

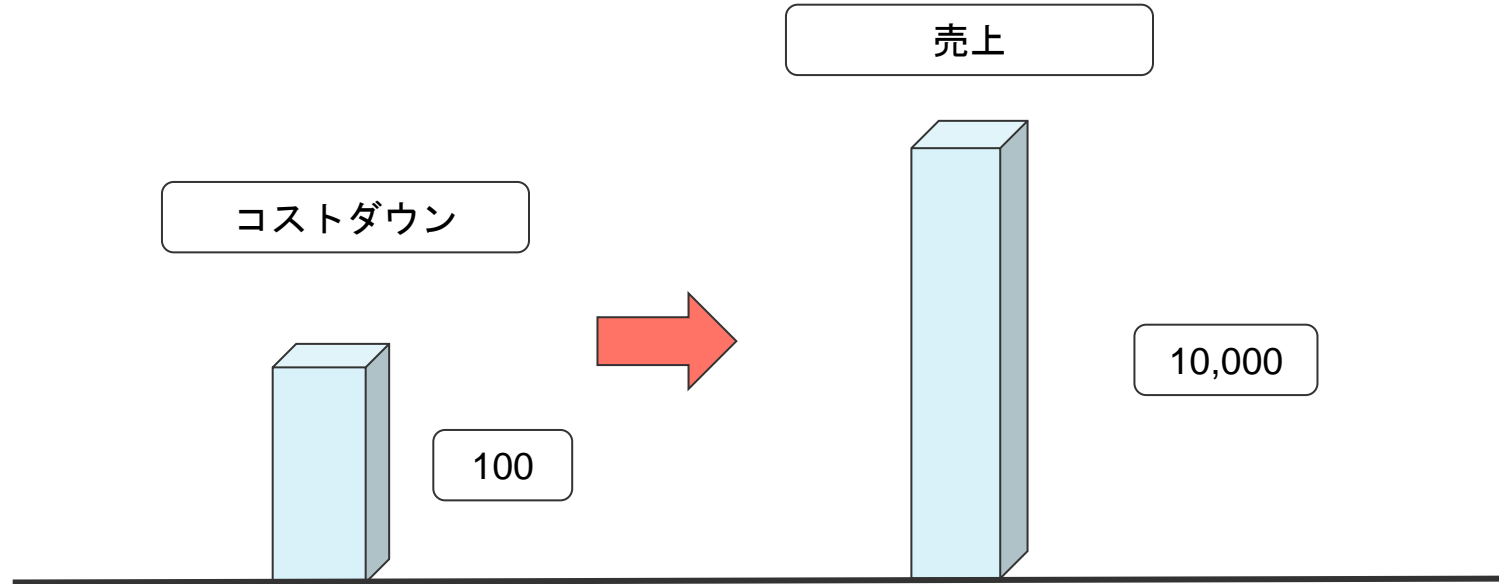
佐藤 一郎さんが コメント しました @購買部/益永 匠
こちらこそ、引き続き宜しくお願い致します。

佐藤 一郎さんが コメント しました @購買部/益永 匠
サプライヤーA社から、事例の連絡が来ていますが「社内製品限定の取り決めあり」と記載があります。
(ちなみに、〇〇案件の見積にも同様の記載あり)
これは、サプライヤーA社に対して、再受託契約を締結していないことが要因でしょうか？

Agenda

1. 営業マンの日常業務について
2. 調達・購買に携わって日々感じる事
3. 営業と購買の違いまとめ
4. 営業の当たり前
5. 購買の現状（アンケートを元に振り返る）
6. **まとめ**

購買は重要な仕事

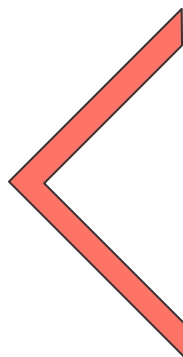


利益率1%の企業のケース
同じ利益を出すために...
コストダウン100円するのか、売上を2倍にするのか

最後に（私の思い）



営業マン



バイヤー

購買は営業よりも重要な仕事。
企業にとっての生命線である。
まずはベンダーをうまく使っていきましょう。

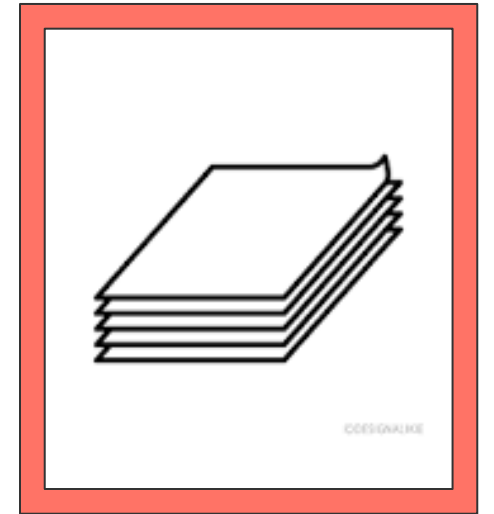
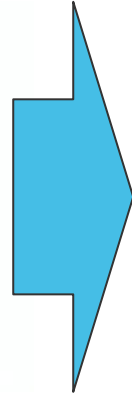
最後に（私の想い）

- ・ 自分自身がDXの推進者になっていくこと
- ・ まずは目の前のやるべきことをやっていくこと

また、こういう考え方も大事。



AI活用の前にDXから、DXの前に案件管理から



AI活用の前にDXから、DXの前に案件管理から