

第84回 購買ネットワーク会 Bimonthly Session

やっててよかった！ 開発購買

- 資材視点での開発と社内関係構築 -

PRESENTER： はしもと

# Agenda

開発購買とは？

---

開発購買の merit/demerit

---

開発購買の適任者

---

開発購買の関係者

---

さいごに

開発購買とは？

- 一般論 -



## 開発購買とは？

- 商品の**開発設計段階**で、計画利益を確保するために、商品の予想市場売価からの**逆算割付け製造原価を達成するための、調達・設計・調達先(Supplier)の三者連携による利益創出活動**

(CPPテキストより引用)



開発購買とは？

- 弊社の場合 -

# 開発購買とは、Seeds(売り手)とNeeds(買い手)の橋渡し

営業・研究・開発・製造・  
需給管理・品質保証…

開発・Marketing・  
製造・品質管理…

## 【Seeds】技術

資材開発Resource  
拠点、Capacity  
品質管理基準  
中長期の方針  
2次Supplierの技術



Supplier



Buyer



社内関係者

## 【Needs】方針

新規技術の要望  
拠点、市場、需要量  
中長期の方針  
お客様の声・要望

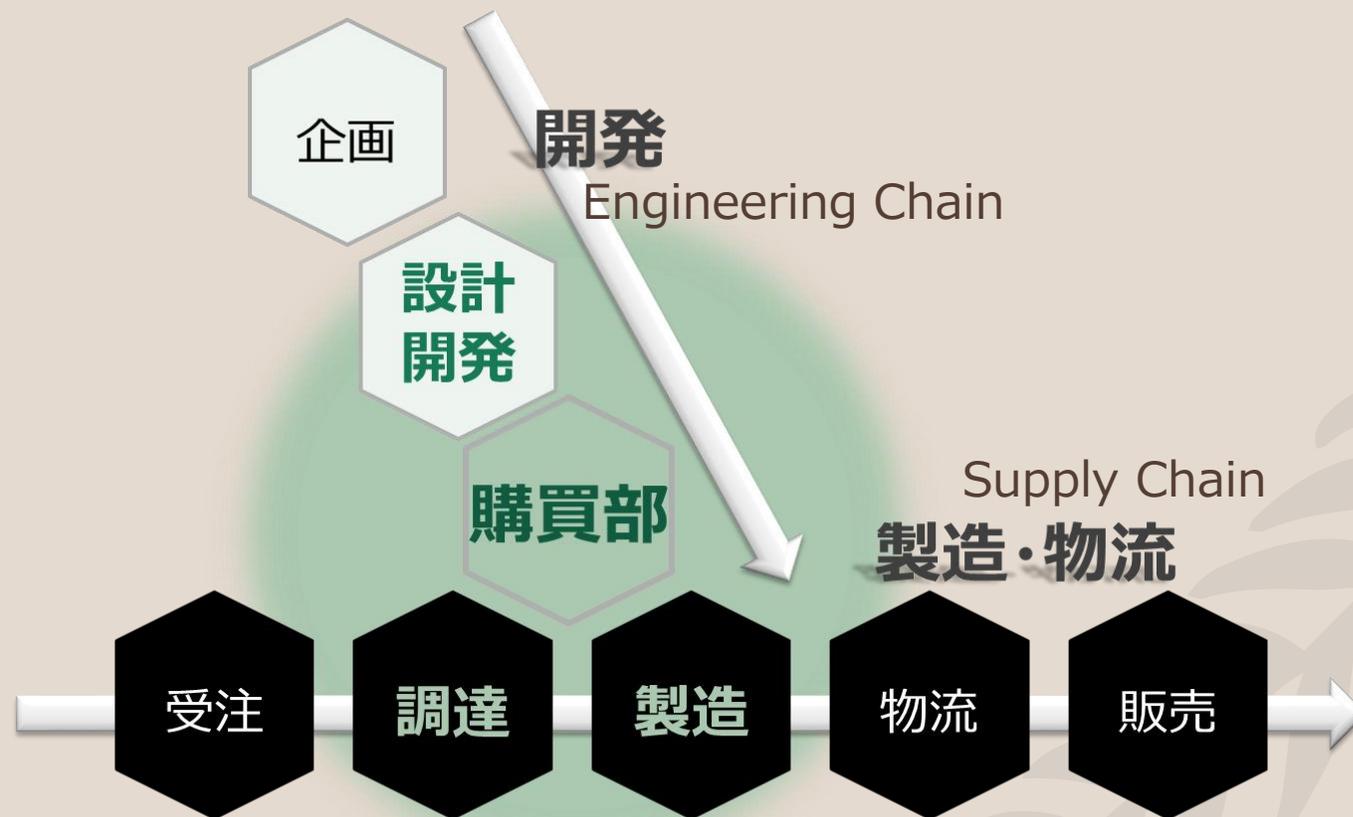
- Supplier(売り手)と自社(買い手)、市場への深い理解
- Buyerの視点(QCD：品質/価格/輸送)

- 中長期的な資材開発
- 課題解決(マイナーチェンジ、品質改善)



# 開発購買とは、**自社商品の価値をBuyerが作り込むこと**

- 自分で資材を作って、自分で価格を決めて、自分で買う！という業務。
- 「購買部の仕事」の枠を超えて、設計・開発に積極的に関与する(=**Engineering Chain**)
- かつ、製造開始に向けた条件調整も(=**Supply Chain**)
- **商品の価値をBuyerが作り込む**



# 開発購買のStep



# 開発購買業務の全体像 (再掲)

営業・研究・開発・製造・  
需給管理・品質保証…

開発・Marketing・  
製造・品質管理…

## 【Seeds】技術

資材開発Resource  
拠点、Capacity  
品質管理基準  
中長期の方針  
2次Supplier技術



Supplier



Buyer



社内関係者

## 【Needs】方針

新規技術の要望  
拠点、市場、需要量  
中長期の方針  
お客様の声・要望

- Supplier(売り手)と自社(買い手)、市場への深い理解
- Buyerの視点(QCD：品質/価格/輸送)

- 中長期的な資材開発
- 課題解決(マイナーチェンジ、品質改善)



# 開発購買Step①：日頃の準備

## ■ 通常の購買業務の過程で情報収集

### ■ 市場の把握

これから伸びる自社事業は？  
市場は環境や人権を強く意識している？

### ■ Supplierの把握

どんな技術を持っている？ 開発している？  
拠点はどこにある？ 資材以外の事業は何？  
重視しているのは安定性？ 独自性？  
自社との取組に積極的かどうか？

### ■ 自社方針の把握

商品を上市するScheduleは？  
どんな技術が求められている？  
これから伸びるのはどの分野？

## 【Seeds】技術

資材開発Resource  
拠点、Capacity  
品質管理基準  
中長期の方針  
2次Supplier技術



Supplier

営業・研究・開発・製造・  
需給管理・品質保証…

開発・Marketing・  
製造・品質管理…



社内関係者

## 【Needs】方針

新規技術の要望  
拠点、市場、需要量  
中長期の方針  
お客様の声・要望

## 開発購買Step②：開発購買案件への着手

- NeedsとSeedsをBuyerが結び付ける
- 方法は、**Needs発信** or **Seeds発信**
- Needs (社内) 発信：  
どのSupplierがNeedsを実現できる？  
どうやったらRiskを解消できる？
- Seeds (Supplier) 発信：  
Seedsが最も生きる自社製品は？  
誰が協力してくれる？今やるべき？
- **両社の認識を合わせてから**開発着手！

営業・研究・開発・製造・  
需給管理・品質保証…

開発・Marketing・  
製造・品質管理…



Supplier



Buyer



社内関係者

- Supplier(売り手)と自社(買い手)、市場への深い理解
- Buyerの視点(QCD：品質/価格/輸送)
- 認識を合わせたうえで着手

## 開発購買Step③：Spec確立

- Needsに合った資材を試作  
Backup案も並行検証
- 自社で製品を試作  
自社希望Specが実現できたか？  
想定外のNegative要素はないか？
- 関係者と議論しつつ最適なSpecを探る
- Buyerは資材Specだけでなく、**Costや品質(監査)、  
原料(2次~3次Supplier)、  
Delivery観点の対応も早期着手**



## 開発購買Step④：開発資材の導入

- Needsに合った資材Specが完成！
- 資材調達に必要な観点すべてに合意！

Cost, 資材規格, 品質(監査),  
原料・資材の品質保証,  
Delivery, MOQ, etc...

- 導入価格の交渉
- 資材規格書や見積書の策定
- 立上検証や初回生産用の資材を手配

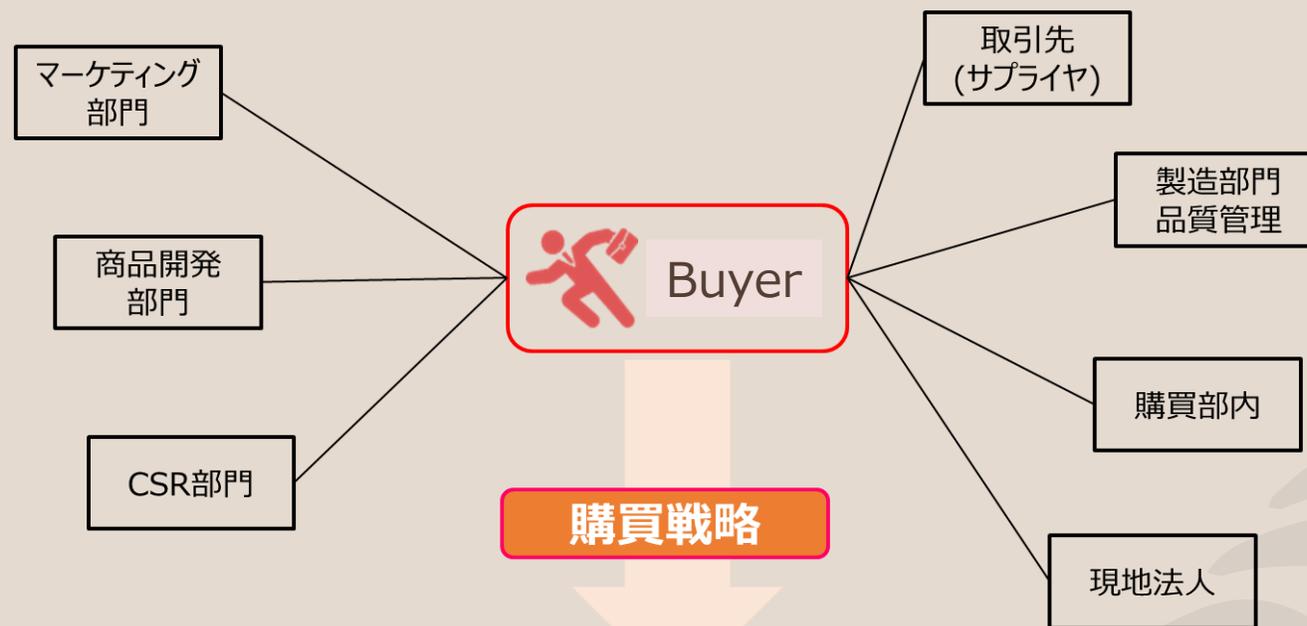




# 開発購買の 関係者

# 開発購買の関係者

- とにかく関係者が多い業務
- Team Managementが重要
- 社内の関係者が増える  
← (詳しくは次頁にて)
- 社外の関係者も増える  
← 営業、開発、品管、他拠点…



## アウトプット

・資材規格決定 ・価格決定 ・素材開発 ・調達リソースの確保 ・資材クレーム対応 など

## 開発購買に関する問い合わせ（社内関係者の場合）



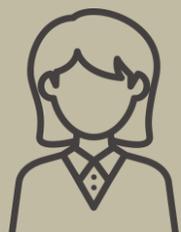
R&D

商品価値に繋がる機能を持った新規資材が欲しい！  
VA・CDに繋がる資材ってある？？

資材Specの情報をPackageの謳い文句に使っていい？  
あの認証Markは記載できる？



Marketing



品質管理

直近納入された資材が使いづらい。  
Supplierでの生産方法に変化はあった？



海外法人

他拠点で使用している資材を自拠点に転用したい！

開発購買の  
merit/demerit



## merit

- **資材関連の情報量（原料・製法・設備・人件費・Capacity…）が増える**  
= 交渉に使える武器が増える（**中長期**を視野にいれた価格相談など）
- **いっしょに汗をかいた関係者とのCommunicationが円滑になる**  
= 購買業務で困ったときに**頼れる人が増える**（Supplierの技術者など）
- **情報量と窓口が増えることで危機管理能力と課題対応力がup**  
= Riskにいち早く対処+供給Resource確保が可能（再現資材開発など）  
= BCP観点のmerit

## merit (発表者の場合)

- **自社に最適化したSpecを社内に展開できる。**  
→結果として資材のEOL延長、安定調達に繋がる。
- 社内外に信頼できる関係者が増えることで、**自分のResourceが拡大する。**
- **Supplierとの信頼関係がより強くなる。**  
→ 導入実績や協働したProcessが信頼になる！
- 「ちょっと困った」段階で相談してもらえる。**炎上する前に手が打てる。**

## demerit

- 担当資材やSupplierについて、**求められる知識量・Levelが高くなる**

弊社でBuyerに求められているのは、  
「**担当資材とSupplierについて、社内の誰よりも詳しくなる**」こと

- 価値追及のために**特殊品開発に腐心するとBCPと逆行する。**  
= Supplierの競争環境が構築できない、交渉力の低下
- **純粹に裁量範囲が増え、Hardworkに…**



# 開発購買の適任者

## 開発購買の適任者

- **人と関わるのが好きな人**  
=Communicationが苦にならない人
- **Buyer歴が浅い人**  
→社内外に頼れる人が増えて仕事がSmoothに！
- **交渉時の「もうひと押し」がほしい人**  
→技術・中長期の観点での交渉も可能！

## さいごに

- 通常の調達業務から、開発購買業務へ職域を拡大することで、**自分自身ができることも増えます**。(少なくとも発表者は増えました！)
- Buyerとして描くCareerは、「**購買のProfessional**」への道も、他部署(開発・品管…)の知見を備えた「**Generalist**」への道も拓けます。
- 皆さまが日々の業務の中で、開発購買を参考にしよう！取り入れてみよう！資材の開発にもう一段深く関わってみよう！と思うきっかけになれば幸いです😊



ご清聴ありがとうございました😊

はしもと ( [miyu-hashimoto@unicharm.com](mailto:miyu-hashimoto@unicharm.com) )