「だったら、世界一の購買部をつくってみろ！」

アジルアソシエイツ、コスト削減と業務改善のステップをストーリー化

調達・購買分野に特化したコンサルティング会社である株式会社アジルアソシエイツ（本社：東京都港区、代表取締役：野町 直弘）は、2月27日、調達業務研究家の坂口孝則氏と共著で“製造業の現場バイヤーが教える「だったら、世界一の購買部をつくってみろ!」”を日刊工業新聞社から出版します。

「本当の現場の姿」と「こうあるべき現場の姿」の狭間で奮闘するベテランプロジェクトリーダーと、現場を理解し成長していくバイヤーたちの物語で、実現できないと言われている「世界一の購買部」を求めて、現状の調達・購買業務の課題とその解決策について、具体的かつ体系的にコスト削減や調達・購買改革のステップが理解できるよう構成されています。

著者は、「製造業の現場バイヤーが教える」シリーズの著者であり、現役のバイヤーでもある調達業務研究家の坂口孝則氏と、大手自動車メーカー、外資系金融会社で長く調達・購買業務に従事していた、調達・購買コンサルティング会社 アジルアソシエイツ代表取締役社長の野町直弘です。

両名は日本最大の調達・購買コミュニティ「購買ネットワーク会」の発起人として、日本企業の調達・購買部門やバイヤーの地位向上のため、今後も活動を続けて参ります。

同書の詳細は以下の通りです（添付資料も併せてご覧下さい）。

題名：製造業の現場バイヤーが教える「だったら、世界一の購買部をつくってみろ!」
著者：坂口孝則／野町直弘
＜A5版　240頁　定価（本体1900円＋税）＞
発行所：（株）日刊工業新聞社

以上

【本件に関するお問い合わせ先】
株式会社アジルアソシエイツ　担当：石井
TEL：　03-5545-3203
e-mail：info-ag@agile-associates.com

◆ 製造業の現場バイヤーが教える「だったら、世界一の購買部をつくってみろ!」
http://www.agile-associates.com/books.html

◇　坂口孝則
調達業務研究家。メーカーの購買部に在籍し、バイヤーとして今まで200社以上を担当。メルマガ「世界一のバイヤーになってみろ！」執筆者。主な著書は「製造業の現場バイヤーが教える　調達力・購買力の基礎を身につける本」（日刊工業新聞社刊）「牛丼一杯の儲けは9円」（幻冬舎新書刊）。

■　株式会社アジルアソシエイツとは：http://www.agile-associates.com/
株式会社アジルアソシエイツは、「調達購買マネジメント実現企業」です。お客様企業の調達・購買業務におけるマネジメントを確立し、外部支出の適正化、購入材・サービスの品質向上による競争力の強化、内部統制の確保など、企業価値向上に直結する仕組みづくりや定着を支援します。
さらに100%出資子会社の株式会社調達購買マネジメントが、お客様のリソースに合致した業務実行のアウトソーシングサービスを提供し、調達・購買業務の仕組みづくりから円滑な運営までトータルな支援を実現します。

【資料】

製造業の現場バイヤーが教える「だったら、世界一の購買部をつくってみろ!」
http://www.agile-associates.com/books.html

＜あらすじ＞

調達・購買分野の新定番「製造業の現場バイヤーが教える」シリーズ好評第3弾。現場の厳しさとそれを克服していく喜びを表現したストーリー仕立ての1冊。「本当の現場の姿」と、「こうあるべき現場の姿」の狭間で奮闘するベテランプロジェクトリーダーと、現場を理解し成長していくバイヤーたちが、「（ぜったいに実現できないと言われる）世界一の購買部」を追い求める。

本書の骨格は、教科書的な知識ではない「現場学」を教えるというもの。本来は教えるものではなく、感じ取るものだけに、知識を鵜呑みにするのではなく、ストーリーの中で「私ならこうする」という視点をもって読み進めて欲しい。構成は、社内協力やサプライヤーの存在を前提とした「戦略会議」「開発購買」などの会議場面、現場や会社組織の厳しさを痛感する折衝場面、そして新しい視点に基づいて購買部のあり方自体を変えていく改革場面が中心。

今回、「ストーリー仕立て」を著者が選んだ理由は、「現場はテキスト通りにはいかない」ということを強調した上で、「それでも現場で有効な知識と考え方は確かに存在する」ということを主張するため。通常の事例ではなかなか表現できない現場学の神髄が語られる。

また、ストーリー部分では表現しきれない幅広い知識や理論に関しては、各章ごとの「解説パート」でじっくりと解説。読者をストーリーの型に無理にはめこまない工夫をしている。

果たして、主人公たちは、「世界一の購買部」を作れるのか、それとも「克服困難な障害」や「現場の厳しさ」に負けて、それをあきらめて互いに感じる疑心暗鬼の中で絶望するのか、ぜひ実際に読んで確かめて頂きたい。

＜本書の章立てと簡単なあらすじ＞

調達・購買戦略構築論

新たな事業部で、マネジャーとして調達部門改革の仕事を始めたプロのバイヤー坂内。調達戦略の設定、そして意識改革。果たして坂内は、部員たちの戸惑いや反発を乗り越えて、調達改革を推し進めることができるだろうか。

サプライヤー評価

調達改革への情熱を燃やす坂内に対して、一人の部員が歩み寄ってくる。その部員である森に対して、坂内はサプライヤー評価をもって調達戦略のきっかけにすることを提案。森は、そこから戦略構築への興味を感じ、坂内は森の存在を部内改革の第一歩にしたいと考える。そのことが、いきなり核心に触れていくという考えもないままに。

開発購買（調達・購買戦略社内浸透論）

坂内のリードで行う設計部門との初めての調達・購買戦略会議。お互いの意見で、調達・購買戦略の現状と問題が再度確認されていく。購買部門メンバーたちの日頃の経験も、戦略構築の名の下で活き活きと輝き始める。調達・購買戦略を伝えることが社内で広がり、変化が起きようとしている。

サプライヤー決定

若手を中心に浸透していく購買部の意識改革。それは社全体の調達戦略に影響を与え始める。そして動き始める責任の所在。果たして、サプライヤー決定という最重要項目に関しても、責任者たちを説得して、変化を起こすことができるだろうか。

新規商品開発

トラブル発生。購買担当の斎藤は最悪の状態になすすべがなくなる。怒り、混乱、そして後悔。せっかく築き始めた変化への芽を枯らさないためにも、坂内は上司として、責任者として立ち上がる。一方、サプライヤー側との直接交渉を重ねることで、斎藤の心にも変化が起きていた。

調達・購買オペレーション

坂内は、部下である大南の些細な愚痴、要求部門から頻繁に繰り返される手書き伝票の件から、社内購買体制の新たな課題を発見する。早速、問題を整理していく坂内と大南。そして、坂内はそれを社内に公表すると宣言する。

グローバル調達

英語が得意なことで、海外調達を担当することが多い大南。それは、設計部門が、原価低減を図るため、安易に考えやすい項目でもある。その設計部との会議上、大南は上司の坂内の誘い文句で、これまでの疑問や反省、戸惑いを論じ始める。そして、設計部と協力した真のグローバル調達への模索が始まる。

電子調達（リバースオークション）

社内報での問題点暴露がきっかけで、システム変更という「パンドラの箱」を開けることになった坂内たち。部門ごとのそれぞれの思惑が錯綜する中、コスト優位性を明確にしたシステム構築を目指す坂内は、業者を決めるリバースオークションに打って出るが･･･。

集中購買

部長である長谷川の指示で集中購買プロジェクトチームの一員となる坂内と森。チームでは、コピー用紙という汎用的な品物からまず手をつけ始めるが、上手くいかない。果たして、上手な集中購買の方法とは。坂内は、大胆な発想転換を提案する。

内部統制・バイヤー評価

会社を揺るがす不祥事が発覚。突然の招集。対応に追われる幹部たち。そして記者会見。坂内たちは、責任者という言葉の意味と、その処分の重さを知る。そして、それでも想いは引き継がれていく。

購買組織論、BPO

人員削減を目的とした、購買部門のアウトソーシングの検討指令が、社長から発令される。社長命令を受けた神田本部長の指示で、坂内は皮肉にも自ら立て直しを図ってきた部門のBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）計画の任につく。果たして、「世界一の購買部づくり」はこのまま終わってしまうのか。

エピローグ

以上