

プラチナ・ウェンズデー ジュニア・マネジャーの 集い

分科会

「プラチナ・ウェンズデー～第1回ジュニア・マネジャー集い」(2017年7月19日)実施サマリー



1. プラチナ・ウェンズデー～第1回ジュニア・マネジャーの集いの募集案内

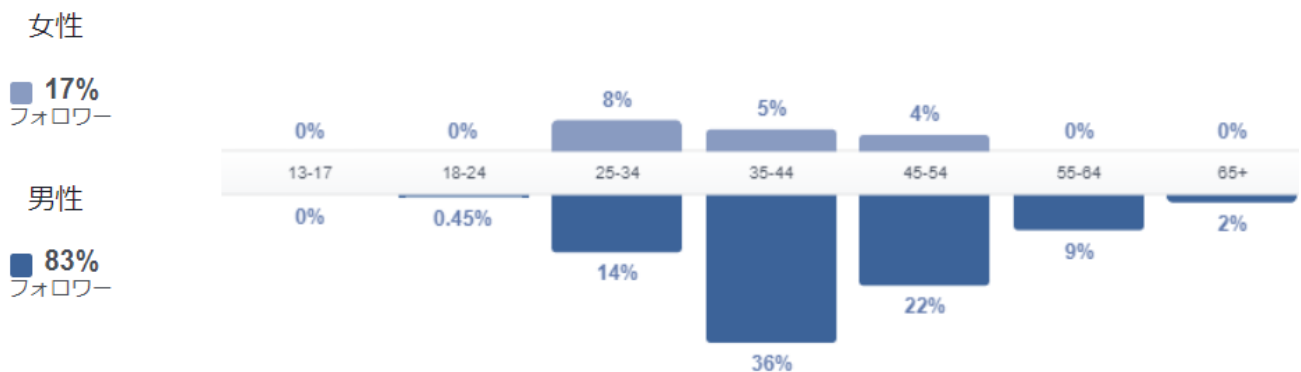
プラチナ・ウェンズデー～第1回ジュニア・マネジャーの集いは、2017年7月19日(水)に開催されました。

その募集案内には、以下の内容が書かれました。

=====

これまで購買ネットワーク会では、例えば第60回の「買い方の工夫」のような実務現場での実践テーマを多く取り上げてきました。

一方で、購買ネットワーク会メンバーは、下図のように30代後半～40代後半が主体です。(全体の41%を占めます)。ちょうどマネジャーとしての役目を負う年代にあたります。



(購買ネットワーク会 Facebook ページの年代・性別利用状況)

マネジャーとなると、何人かのチームや部門を取りまとめ、チームでの成果を上げていかなければなりません。自分一人がサプライヤーから良い購買契約を引き出してきただけでは済まなくなります。

人材育成、組織管理、チーム・部門代表としてのサプライヤーや社内関係者との対応、購買ポリシーやルール策定、チーム戦略立案と業績管理、情報システムなど、購買業務の構成要素全般への目配りが求められてきます。

第60回購買ネットワーク会2次会で発表されたように、そのような購買マネジメントの交歓の場として、「プラチナ・フライデー～ジュニア・マネジャーの集い」を立ち上げようとなりました。

「プラチナ・ウェンズデー～ジュニア・マネジャーの集い」は、購買マネジメントを担っていく有望人材の皆様の作戦会議体（購買マネジャーが直面するテーマに関する“ひと味違う”勉強会）を狙いに、購買業務のジュニア・マネジメント、もしくは今後の目指される方々を対象に、毎月1回水曜日に開催していきます。

■■ 第1回（2017年7月19日）実施要領 ■■

第1回目は、購買ネットワーク会七武海メンバーとして、数多くのテーマで知見をご提供いただいたお二人のご講演をいただきます。

ご講演#1：他社事例集約(梅原広之様)

“結果は同じだが手法が異なる。結果は同じだがかける労力が異なる。結果は同じだがスピードが異なる。”

講師が経験した優れた購買力をもつ企業4社（P&G、日産自動車、ノバルティス、ベネッセ）の違いを包み隠さず公

開。それらの事例から得られる内容を文化、社風、歴史、規模、業態が異なるそれぞれの企業へどのようにフィードバックするかを検討するディスカッション形式の講座。

ご講演 # 2: 100 人企業の購買マネージャーの悩み (赤西和郎様)

世の中に購買本があふれる昨今、理想論は頭に入っている。しかし、現実はなかなか厳しい。

理想をゴールに据えながらも実践的な次の一歩を進めるため、何に目を瞑り、何にこだわるべきなのか、100 人企業の購買マネージャーが辿りついた 1 つの解についてケーススタディ形式で披露いたします。

2. プラチナ・ウェンズデー〜第 1 回ジュニア・マネジャーの実施内容サマリー

以下に両セッションの概要をいかにサマリーしてみます。

なお機密性の高い本音の話が語られ、ディスカッションされましたが、その内容は記載できないため、やや薄い内容になります。なお、ご講演者のお二人から提供された講演資料は、出席者の皆様にはすでに配布済みです。

ご講演 # 1: 他社事例集約(梅原広之様)



他社事例集約 INFORMATION SHARING SESSION

Platinum Wednesday
梅原 広行

最初の梅原様のセッションでは、以下のようなテーマが準備されていて、出席者の方がその場で選択できる方式でした。

- ・生産性風土の作り方
- ・人を育てる方法
- ・企業買収後の業務統合
- ・集中購買
- ・購買プロセス

- ・コスト削減とは
- ・購買戦略
- ・交渉術
- ・購買システム導入

第 1 回に選ばれたのは、「人を育てる方法」と「購買戦略」。でも盛りたくさんの内容のため、「人を育てる方法」で時間切れしてしまいました。残りは第 2 回以降に持ち越しです。

梅原様は、セッションの開始時に「どここの会社はそうしていますよ...チャンチャンです。こうすべき論とかはしませんよ」という前置きをされました。そしてそのお言葉の通り、事例紹介だけで一方的に話を聞いて、何万円も取られてしまうセミナーとは、一線を画した内容が話されました。

まず最初に問いかけられたのは、以下の内容でした。

- ・皆さんが今の会社で実施している教育とは何ですか
- ・会社は何をすれば購買スタッフは成長しますか

そのうえで、この観点に即して 4 社の具体的な内容と比較検討結果、そしてどうすればいいかのご意見まで述べられた上で、出席者との Q&A、ディスカッションに入られました。

外部非公開の約束の上で、具体事例も含めた話がされているため、詳細にはお書きできないのですが、以下の 2 点は「なるほどなあ」と思いました。

- ・日産自動車のとにかく迅速に人を育てるためのやり方
- ・P&G 社での、講師も含めて、自社で徹底的に考えさせ、組織知を育て上げるやり方

P&G 社は、元 CPO の Stephen C. Rogers 氏が"The Supply-Based Advantage: How to link Suppliers to Your Organization's Corporate Strategy"という著書で購買管理体系を説明するなど、管理体系がしっかりとした購買のお手本企業(]ベストプラクティス)として有名ですが、なるほどなあと得心いたしました。

外部非公開の約束の上で、具体事例も含めた話がされているため、詳細にはお書きできないのですが、以下の 2 点は「なるほどなあ」と思いました。

ご講演 # 2: 100 人企業の購買マネージャーの悩み (赤西和郎様)

PLATINUM WEDNESDAY 「100人企業の購買マネージャーの悩み」

赤西 和郎

2017-07-19 (水) 第1回 プラチナ・ウェンズデー～ジュニア・マネージャーの集い

赤西様のお話いただいた内容は、一から購買部門を立ち上げる冒険に意図して飛び込まれた具体例のお話でした。新しく着任された経営エグゼクティブの要請で購買責任者として飛び込まれた話、人材の選定採用も含めて購買部門を作り上げていった話、購買の仕組みを作り上げるのに有効だった方法論、社内に購買業務を浸透させていった手順などを具体例で説明してくださいました。

具体的な数字を示した上でのご説明だったため詳細は書けませんが、これまでの成果をご提示いただいた上、さらに現在の直面している課題も率直に説明していただき、さらにはその課題を題材に情報交換・ディスカッションの場を設けてくださいました。

トランプ大統領が就任されたときも「最初の 100 日」という報道があったのはご存知でしょうか。

何かを立ち上げたときには「最初の 100 日間マネジメント(The first 100 days)」をうまく行えるかが、成功するリーダー・マネージャーの条件と言われています。

その購買業務での具体例を、課題も含めて共有させていただくことができました。

それとともに、赤西様のお話では、会社の業績に対して、目標数値に対して、購買部門は何をなすべきかをきちんと整理して対応されている姿勢がお見事と思いました。

私自身、多くの購買リーダー・マネージャーとお話する機会を持っていますが、何をすべきか、何を貢献できるのかを筋道立ててきちんとお話いただける方は、以外に少ないのです。

(皆様もちよっと胸に手を当てて考えてみていただけませんか)

それに対して、プランを立て、それを実践し、さらなる課題意識を持って対応されているお話を具体的に伺えたのは貴重に思いました。