

Buyer-X

私、失敗しないので

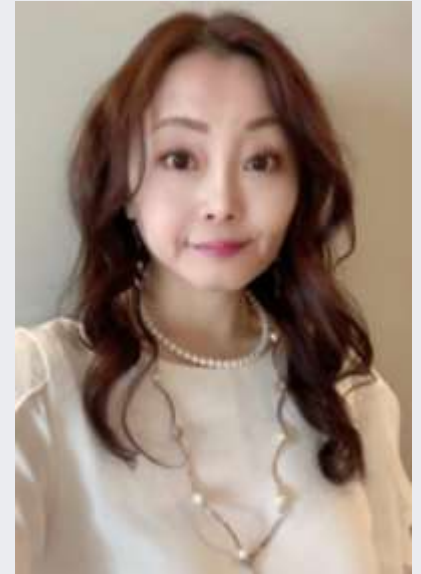
本日のAgenda

- 「私、失敗しないので」の背景にあるもの
 - 何かの「プロ」になろう
 - 「プロ」と認めるのは、他者
- “プロ” 認知されるためのコミュニケーション
 - 「コミュニケーション」=あなたと相手の物語
 - OnlineもOnsiteもコミュニケーション手段の1つ
 - これからの時代のコミュニケーションの主役はYouです
 - 具体事例：お悩み相談（コロナ禍・値上・社内）
 - まとめ「失敗しないので」への道のり

About me

- 氏名: Toshiko Namikawa
- 現職: 外資IT機器メーカー間接材調達責任者

キャリア: 役員秘書/コンサル/製薬会社/外資IT系(イマコ)



- 強み: SRM (Supplier & Stakeholder)、Compliance、Governance、Diversity、P-aas/CX
- [SHや組織から見た自分survey結果 as below] vs [The truth about me]

gentle	faithful	diligent
aggressive	perseverant	cooperative
genial	devoted	quick worker
Hard worker	logical thinking	strong sense of responsibility

ヒトミシリ	メンドクサガリ
ネガティブ	ヒキコモリ
ハタラキタクナイ	ナマケモノ
ダラシナイ	猫シカアイセナイ

バイヤーの力は最初の姿勢で決まる。

どれほどの熱意を持って購買・ビジネスを学び、主体的に取り組むか。

どれほどうまくバイヤーのやり方を見るか。

川の水が流れるように日々の努力を反復し、美しい購買活動を実践する。

そして、何よりサプライヤ・ステークホルダー・会社を見捨てないこと。

それが・・・理想のバイヤー。

私の師匠たちが教えてくれた



2. 「私、失敗しないので」といえる背景にあるもの

- 何かの「プロ」になろう

- 「プロ」と認めるのは、他者

何かの「プロ」になろう(購買+α) 2022年のYouの目標にしよう



何かの「プロ」になろう（購買・調達）

購買スキルのバイブル
“赤いおうち”



「プロ」と認めるのは、他者

- どれくらい多様な他者達に認知されるか（広さ）
- どれくらい記憶に残るか（深さ）
- どれくらい期待されるか（高さ）

「すべてを成果からスタートし、インサイド・アウトでなくアウトサイド・インで考えなければならない」『非営利組織の経営』ドラッカー

➡ 「他者の評価が自分の成果だと考えるべき」



3. “プロ” 認知されるためのコミュニケーション

- 「コミュニケーション」=あなたと相手の物語
- これからの時代のコミュニケーションの主役はYouです
- OnlineもOnsiteもコミュニケーション手段の1つ
- 具体事例: お悩み相談 (コロナ禍・値上・社内)
- まとめ「失敗しないので」への道のり

「コミュニケーション」=あなたと相手の物語



プロとしての認知・信頼・人望は1日にしてならず
サプライヤやステークホルダーとの関係性を構築し、
貴方がプロとして認められる感動の物語を紡ぐこと
= 『コミュニケーション』を日々心掛け、実行するか？

- 最適な方法・ツール
- 継続・持続性のあるコミュニケーション
- 主体的に周囲を巻き込む・マネジメントする力



どれくらい、今、
認知されるための
コミュニケーション、
できていますか？
Check

サプライヤ・ステークホルダーの好きなコミュニケーションツール（対面・電話・メール・チャット・オンライン・・・）

前回のコミュニケーションを覚えていますか？

コミュニケーションが個人心情で特定他者に偏っていませんか？

誰かのおまけ、おかげ、でコミュニケーションしていませんか？

定期的なコミュニケーション機会を形成していますか？（会議・1on1・SNS・交換日記・・・）

相手が何を望んでいるか、何が重要か、理解していますか？

何か『Youのプロとしての力』を発揮して相手に貢献しましたか？

Online (Web会議など) も Onsite (対面) もコミュニケーションの1つの手段・手法であり、対極ではない



課題討議

資料共有

議事録・記録



意思決定速度

効率化

会議室不要

どこからでも参加可能

コスト低

どちらにも Pros Cons がある

思いつき

親密度

人肌

細かな表情・感情

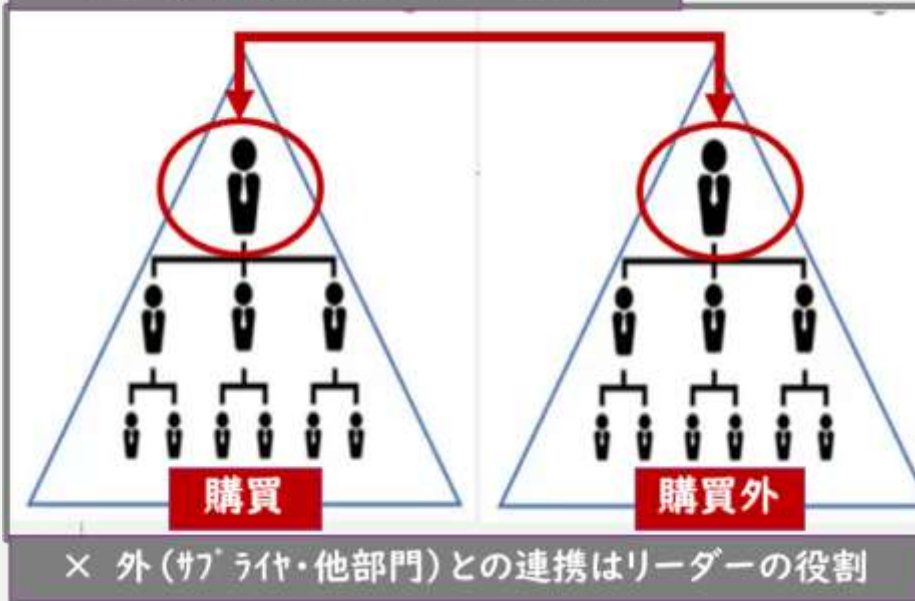
良い想定外

Put yourself in someone's shoes : 人の数だけ、要求や背景、事情があること

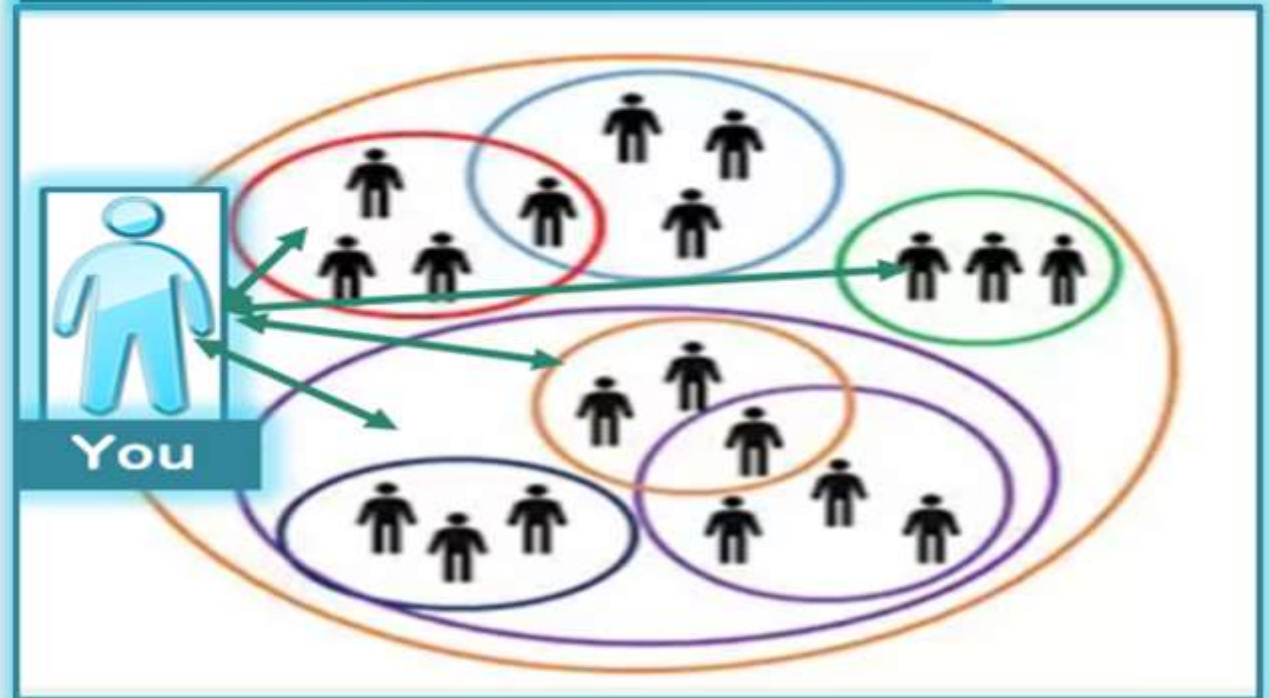
Get everyone in same page: 共通認識、情報共有を忘れずに、おいてけぼりをつくらないこと

どれだけ観察力・傾聴力・表現力・共感力・想像力・敬意をもって接することができるか?

古い時代のコミュニケーション



これからのTo Be コミュニケーション



- 自分がコミュニケーションブリッジ(橋)になるつもりで
- たくさんきっかけを考えて、機会をたくさん作ろう
- 失敗してもチャレンジするたびコミュカは向上
- 人に合い、ヒトを知ることは自分を知ること

これからのコミュニケーション

コミュニケーションの主導をするのはYouです

コミュニケーション お悩み相談

1. コロナ禍（テレワーク・対面禁止など）のコミュニケーション方法で悩んでいます
2. サプライヤに値上を言われるばかりで、何もできません
3. ステークホルダー（他部門・上司・お偉いさん）の理解が得られないんです。

1. コロナ禍（テレワーク・対面禁止など）のコミュニケーション例

サプライヤ・ステークホルダーの可能な & 好きな コミュニケーションツール・時間帯確認

- ・ 対面できない状況の中で、どうしたら連絡がとりやすいか？好きか？を調べ、使い分ける
- ・ F2F（対面）？オンライン（種別も）？ 電話？チャット？メール？FAX？郵便？系電話？テレパシー？
- ・ 「できるだけ、今まで通り、むしろ世の中が変化するときだからこそ、コミュニケーションを積極的におこないたい」という意思表示
- ・ コミュニケーションを実施したら、お礼のコミュニケーションで締めと次回の約束を忘れずに

世の中変化のたびに報連相（非常事態宣言・解禁・アフターコロナ論議・法改正・・・）

- ・ 『非常事態宣言および解禁で、貴社・あなたの日常はかわりますか？』確認
- ・ 『うち（自社）はこういうことに取り組むんです、私の業務（平常通り・変化します）報告』
- ・ 市場状況（半導体・樹脂・鉄鋼・物流などの深刻な材料・人手不足や高騰化）の情報提供依頼相談
- ・ 法改正（電帳法改正・インボイス方式・・・）対応のための報連相

2. サプライヤに値上を言われるばかりで、何もできません

サプライヤからの値上依頼資料、社内用に一緒に加筆修正していますか？

記録をきちんと残し共有していますか？（根拠・決定事項・議事録・双方がした努力アクションの記録）

今後の社内・サプライヤコミュニケーションを形成していますか？

- 自社関係者が理解・検討・決断しやすい資料
 - ✓ 要求主旨（サマリー）
 - ✓ 根拠・結論
 - ✓ 「課題」「原因」「解決策」「効果」「改善策」
 - ✓ 情報過不足
 - ✓ 相手目線

自社関係者の目線は、あなたでないと伝えられない

- 結果、値上受入なので、見積書・契約書の受領で終わらせない

時系列・コミュニケーション・お互いがした努力・アクションを文字に残し、関係者と共有する

経緯と記憶とを後世に残すこと

- 今後、どうしていけばいいか、報連相のコミュニケーションを形成・約束できるタイミングを逃すな

同じことは、また起きる。と想定し、0ベースに戻さないために、「改善」「検討」「情報交換」などの機会を定期的にもつこと

➡物語を紡ぐこと

コミュニケーション事例サマリー

1. コロナ禍（テレワーク・対面禁止など）のコミュニケーション方法で悩んでいます

- ・ サプライヤ・ステークホルダーの可能な & 好きな コミュニケーションツール・時間帯確認
- ・ 世の中変化のたびに報連相（非常事態宣言・解禁・アフターコロナ論議・法改正・・・）

2. サプライヤに値上を言われるばかりで、何もできません

- ・ サプライヤからの値上依頼資料、社内用に一緒に加筆修正していますか？
- ・ 記録をきちんと残し共有していますか？（根拠・決定事項・議事録・双方がした努力アクションの記録）
- ・ 今後の社内・サプライヤコミュニケーションを形成していますか？

3. ステークホルダー（他部門・上司・お偉いさん）の理解が得られないんです。

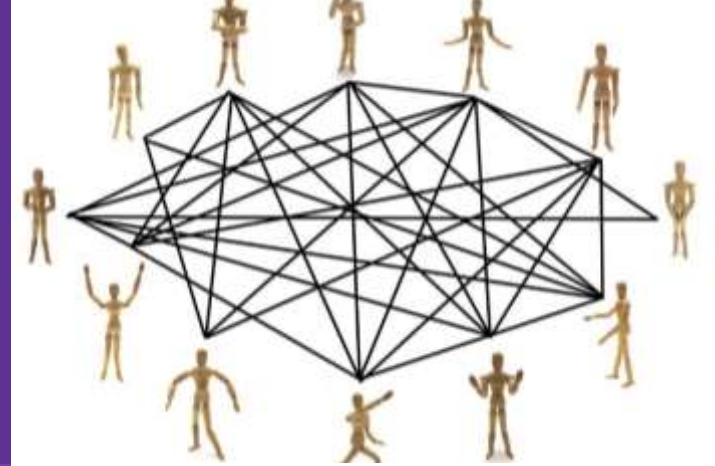
- ・ 「自分が・購買がしたい（依頼型）」でなく「あなたに、会社に、メリットがあるから協力してほしい（提案型）」
- ・ 相手によって見せる資料を工夫する（結果・目標・数字・分析・仮説・課題・問題・リスク・改善・今後のアクション・・・）
- ・ コミュニケーションの『締』を自身で行い、『次回の約束』をする

「プロ」と認めるのは、他者。 認められなければただの人

- どれくらい多様な他者達に認知されるか（広さ）
- どれくらい記憶に残るか（深さ）
- どれくらい期待されるか（高さ）

「すべてを成果からスタートし、インサイド・アウトでなくアウトサイド・インで考えなければならない」『非営利組織の経営』ドラッカー

➡ 「他者の評価が自分の成果だと考えるべき」



Thank you

