

管理ポイントシリーズ

購買の管理ポイント

南川利雄

生産部長の虎の巻 向上心読本!!

あなたが購買担当者となった時、焦らず、迷わず自信をもって職務を遂行し、部下を指導できるように本書を準備しました。

購買管理ポイントのイロハを13項目に絞った、読んで直ぐ役に立つ斯界第一人者による「管理ポイントシリーズ」第1弾。

税務経理協会

購買の管理ポイント

南川利雄

税務経理協会

著 者 紹 介

1911年生
日本大学工学部と経済学部卒業
工学博士 技術士
日本生産科学研究所長
日本資材管理協会副会長
著書は資材管理、購買管理、運搬管理など
経営工学に関するもの多数。

管理ポイントシリーズ
購買の管理ポイント

定 価 1,400円
2034-0343-3911

著 者	^{みなみ} 南 ^{かわ} 川 ^{とし} 利 ^お 雄
発 行 者	大 坪 嘉 春
印 刷 所	税経印刷株式会社
製 本 所	三 光 社 製 本

発 行 所 東京都新宿区 株式会社 税務経理協会
下落合2丁目5番13号

郵便番号 161 振替 東京 9-187408 電話 (03) 953-3301 (代表)

乱丁・落丁の場合はお取替えいたします。

© 南川利雄 1979

著者との契約により検印省略

本書の内容の一部又は全部を無断で複製複製(コピー)することは、法律で認められた場合を除き、著者及び出版社の権利侵害となりますので、コピーの必要がある場合は、予め当社あて許諾を求めて下さい。

はじめに

本書は、管理者・責任者のための購買の管理ポイントを説くものであるから、あえて購買管理の入門的な解説や知識的事項は、必要不可欠の部分を除いて省略した。したがって章によっては、説明不足の部分が生じたきらいがある。

これまでの購買管理に関する参考書とちがって、管理者・責任者に直ちに役だつように、著者の体験からこれと思われる管理ポイントを十三摘出して、それを実務的にまとめた。

購買関係の管理者・責任者用としては、この種のポイントこそが大切であると信じたので、従来の教科書的表現をやめて、親しみやすいように、身近な表現をした。

しかし、十三のポイントだけでは、不満足の部分があると思われる。それらは、この十三のポイントよりの応用問題として、適宜解決していただければ幸である。

一九七八年十二月一日

南 川 利 雄

はじめに

購買の管理ポイント十三

管理ポイント 1

失敗経験を宝として他人にも聞かせる 3

——義理にはさまれて発注したために——

1 購買における失敗経験を分類記録 4

2 義理にはさまれて 6

3 発注には 9

4 失敗事項の詳細 12

5 これからの留意点 15

管理ポイント 2

成功経験はたんなる話の種にとどめる 17

——八パーセントの値引きをさせて喜んだが、それもつかの間のこと——

管理ポイント 3

1	成功経験は、だれでも手柄にし、いつも自慢にする	18
2	成功談は話の種にする	20
3	値引きというもの	22
	——値引きの理論——	
4	値引きは目的をもってするもの	26
	——八パーセント値引きはさせたものの——	
5	あと味が悪いこともある	28
1	仕様書の解釈、つまり読み方はむずかしい	32
2	機械の購買は未経験というその見解が問題	34
3	購買後に各種の問題が残る	37
4	その問題の内容	38
5	十分すぎて悪いことはない	42
	未経験の経験が重要	31
	——機械の購買にあたって、その仕様書の作成と、仕様書の解釈が不十分であった——	

管理ポイント 4

人を信頼した購買業務を 45

——購買納期が確保された——

1 信頼管理方式というものがある 46

2 購買業務と信頼管理との結合には勇気がある 48

3 納期というものは 51

4 人を信頼して、どうして納期が確保できたか 55

5 だが、よいことばかりもない 57

管理ポイント 5

購買倫理を守り守らせる 59

——競争性のある特命購買を行って——

1 購買倫理なるもの 60

2 購買倫理を基調とする競争性のある特命購買 62

3 特命購買をして倫理的によかったこと 65

4	購買倫理をいかに守り、守らせるか	68
5	購買倫理はこれからのもの	71

管理ポイント 6

購買は特にあと味の良い仕事をする	73
------------------	----

——互恵購買方式を試みる——

1	あと味のよい仕事	74
2	それには互恵購買方式がある	77
3	互恵購買ができる下地づくり	80
4	意識しない共存共栄	84
5	長続きするあと味の良さを	86

次

管理ポイント 7

プロ・バイヤーに	89
----------	----

——購買戦略の騎手——

1	プロとは	90
2	プロへの環境	92
3	バイヤー精神	95
4	バイヤー精神の養成	100
5	目標をたてて試行	102

管理ポイント 8

	足で管理する訓練を	105
	—— 購買先をこの目でたしかめる ——	
1	知識と知恵とをもととして	106
2	足で得る購買知識	109
3	足がする購買先の現地調査	113
4	足でみる重要着眼点	116
5	この目でたしかめる有利性	120

管理ポイント 9

情報は糧とする 125

——特に効く購買情報はすばらしい——

1 情報処理の一般 126

2 購買における情報 129

3 効く情報を得るためのシステム 133

4 情報の利活用 137

5 情報と購買管理 142

管理ポイント 10

技術から逃げぬこと 143

——購買技術を一通り知っておく——

1 購買にも技術がある 144

2 計画技術 147

管理ポイント 11

考える時間を与える 165

—— 価値分析のとりこになるほどに ——

1 時間は過去に流れない 166

2 購買業務の中での考える時間 169

3 考える手がかりとして、たえず価値分析を心がける 172

4 身にしみこんだ価値分析 176

5 目標を定めた価値分析 181

3 購買方式技術の古顔と新顔 151

4 現物の取得促進技術 155

5 技術のひろがり 160

管理ポイント 12

買う立場から価格をみる 185

——購買価格の構成の学習——

1 購買価格について 186

2 購買価格の算出 189

3 購買独特の原価構成を 191

4 購買価格考 193

5 買う立場から再検討 195

管理ポイント 13

ネゴは詰めきること 197

——購買折衝の要点——

1 仕事は詰めきる 198

参考文献の一部

2	購買価格の折衝において	199
3	納期の折衝において	201
4	クレーム処理のネゴにおいて	202
5	支払い代金の問題について	203

205

カバーデザイン・野村幸明
本文イラスト・野村ユキアキ
(原画は主として著者)

購買の管理ポイント十三

- 1 失敗経験を玉として他人にも聞かせる
- 2 成功経験はたんなる話の種にとどめる
- 3 未経験の経験が重要
- 4 人を信頼した購買業務を
- 5 購買倫理を守り守らせる

- 6 購買は特にあと味の良い仕事をする
- 7 プロ・バイヤーに
- 8 足で管理する訓練を
- 9 情報は糧とする
- 10 技術から逃げぬこと
- 11 考える時間を与える
- 12 買う立場から価格をみる
- 13 ネゴは詰めきること

管理ポイント 1

失敗経験を宝として他人にも聞かせる

義理にはさまれて、発注したために、予期せぬ失敗をした。

そんなとき、かくしておかずに他人にも聞かせる。

1 購買における失敗経験を分類記録

(1) 失敗

ものごとの失敗というものは、とにかくしたがるものである。これは、かくしてしまうからまた失敗することになる。

失敗した本人がまた失敗するのであるから、そうした失敗を知らない他人が、同様の失敗をすることがよくある。

失敗はいけないうことであるが、たまには愛嬌があつてよいものではないか、といった程度の余裕が仕事にはあつてほしいものである。

しかし、プロには失敗は許せない。よつて上記の愛嬌はプロになるまでの話である。いったんプロになったからには、たとえ問題の残らない失敗であっても、それはいけない。

だが、プロになったからとて人間である。人間である以上失敗はする。それをプロなるがゆえに許せないというのは酷なことであるが、そのくらいの意気込みがほしいからである。

そこでもし失敗したら、その失敗を二度と繰り返さないようにするか、失敗を種にそれを成功の方に導くようにするか、失敗をもって幸運の招来となすようにすれば失敗も許してもらえらる