

“これからの調達・購買業務を、よりよくするために
外部のノウハウを参考にしたいという方、
あるいは、相談に乗ってほしい、という方へ。また、
一緒になって資料をつくってほしいという方へ。
日々の悩みを解消するためのご提案があります。”



坂口孝則

それまで悩んでいたことが、数日のうちに解決する。

書式作成に悩んでいたことが数日のうちに完成する。

サプライヤのマネジメント手法についても学べる。

本来、コンサルティングとは、こうあるべきです。

たとえば、サプライヤ評価表というものがあります。あなたは**サプライヤ評価表を作成するに必要な統計手法をご存知でしょうか？** それを無視すると、長年にわたって、まったく無意味な評価を継続することになります。あるいは、サプライヤ情報提供依頼フォーマット、サプライヤ見積り依頼フォーマット、サプライヤ、見積書フォーマット、サプライヤ与信調査フォーマットなどの、**各業界の標準フォーマットの標準型をご存知でしょうか？** それを知らないと非効率な調達となります。あるいは、**コスト査定に必要な原価理論をご存知でしょうか？** 単に交渉だけに頼ると、行き詰まりがすぐにやってきます。

それら知識を与えるのがコンサルタントです。

しかし、あまりコンサルタントに良いイメージはありません。某社の調査によると、「うさんくさいと思う職業ランキング」堂々の1位は「コンサルタント」だそうです。しかし、それはある意味、しかたがないことです。コンサルタント側にも問題があるからです。

多くのコンサルタントがやっている**過ち**があります

どんな過ちかという、おそらく、主なもの三つです。

過ち①:いつまでもコンサルティングをしようとする

コンサルタントといいながら、ダラダラとコンサルティングをするひとがいます。コンサルタントがずっといるなんて、それは、業務が改善していない証拠ではないのでしょうか？ ダラダラとコンサルティングをやられても困りませんか？ 長々するほど料金を請求できるのであれば、誰だって長々とコンサルティングをするでしょう。あなたは、時間に価値を感じていないはず。時間ではなく、成果に価値を感じるはず。

しかし、コンサルタントは、常に働いた時間だけをチャージしようとするのです。これでは、信頼できなくなるでしょう。私が企業の調達・購買部門側だったら、これを恐れて、なかなかコンサルティングをお願いできません。それは、おそらく、コンサルタントが、古くからある「賃率」「日給」的な考えかたを採用しているからです。

過ち②:型を作りすぎて、クライアントの意見を聞こうとしない

また、どうしても、コンサルタントのなかには、自分の流儀だけを押し付けるひともいるようです。だからコンサルタントを呼んでも、「自社に合わない仕組みが提案されるだけだ」と思ってしまうのは、しかたがないことです。多くの方は「自社は特殊だ」と思っています。そしてそれは、全員が思っているのです。私の経験で「我が社は、よくある会社です」とおっしゃっているケースはありません。

しかし、会社が置かれた環境や、そしてサプライヤとの関係性は、たしかに一社一様なのです。二つたりともおなじ会社はありません。すべては状況によるのです。コンサルタントの先生がそれまでの経験で作上げた型（やり方、手法、書式類）は素晴らしいものです。しかし、それを押し付けてはいけません。あくまで、会社の方々と討議しながらカスタマイズしていくべきなのです。それを理解できず、クライアントの苦情をいうひとすらいます。

これでは、繰り返し、コンサルタントを信頼できなくなるでしょう。私が企業の調達・購買部門側だったら、やはり、これを恐れて、なかなかコンサルティングをお願いできません。なぜ多くのコンサルタントがそうなるかという、おそらく、コンサルタントは唯一の解があると信じ込んでいるのです。もちろんかつてはビジネスにおける唯一の解があったのかもしれませんが、しかし、いまは時代が流れ、複雑系の世の中です。解は状況に依存するため、一つのはずはありません。

過ち③:契約に縛られすぎて、柔軟性が効かない

コンサルティングには根本的に矛盾があります。それは、「いったいどうしてよいかわからない」から、コンサルティングを依頼するわけです。もともと、筋道が立っているひとは、コンサルティングをお願いするはずはありません。また、コンサルタントを絶対的な基準で選べるはずはありません。直観と希望にも似た感情で「あなたにお願いしたい」と思うわけです。プロジェクトを進めるうちに、方針転換やスケジュール変更、あるいは、取り組む分野の変更があるかもしれません。そのとき、コンサルタントが「それは契約の範囲外です」といったらどうでしょうか。それはクライアントのことを考えていない、といってしまうても良いのではないのでしょうか。あまりに多くのコンサルタントがお客本位といいながら、実際には自分本位なのです。

もちろん、契約を結んではいけない、という意味ではありません。また、たとえば、全 20 回の訪問を予定していたとして、極端な話として、1回で終了したらどうでしょう。多くのコンサルタントは、引き延ばそうとするはずですが、しかし、これも1回で終了しても良いのではないのでしょうか。契約はあくまで契約なので、それを修正したり、あるいは別のものを締結しなおしたりしたら良いだけです。

これら三つの過ちによって、うさんくさいし、そして、よくわからないコンサルタント像ができあがったのではないのでしょうか。この問題点について、さらにお話します。私の立場をハッキリさせておきますと、

私はコンサルティングにおいて、**明瞭な方法**を採用しています。まず**回数**です。数回のコンサルテ

ィングで、改善の方向に導きます。そして**分野を限定**しています。ホームページにも載せている通り、私のコンサルティング分野は限定的です。調達・購買コンサルタントとして、なんでもできるように述べるひともいるかもしれませんが、**そんなはずはありません**。得意とする分野は、人それぞれであり、重点的にやろうとすれば、いくつかの分野に限定せざるをえません。

また、これもコンサルタントの悪い癖で「完璧なプロフェッショナルです！」と雰囲気を漂わせているひとがいます。しかし、考えればわかる通り、あなたの会社を、あなた以上に知っているはずがありません。一緒になって考え、そして試行錯誤をともにしなければならないのです。

もちろん、これ以上は言いません。不快になった方、お詫び申し上げます。反省いたします。ただ、私は**現場の調達担当者の気持ちが誰よりもわかる**と思っていますので、それゆえの発言だとお許してください。本来、コンサルタントはかっこよくはありません。

私はカッコいい話できません。泥臭い話でよければ……

よろしく願います。そこで、私のコンサルティング内容のうち、メインの三つをご説明します。

コンサルティング・サービス①: サプライヤ評価手法構築支援

- 対象者: サプライヤ評価手法やサプライヤ指導方法について構築したい調達・購買部門様
- 問題意識: サプライヤ評価表がない。サプライヤ評価の項目について悩んでいる。見直しをしたい。
サプライヤ評価のフィードバックシートを作りたい。サプライヤ戦略を練りたい。
評価結果によって、サプライヤのシェアを変動するような社内規則を作りたい。
サプライヤとの年次ミーティングを開催したい。……etc
- 期間: 6回(例: 月に一回で半年間、月に二回で3ヶ月)
- 成果物: サプライヤ評価表、サプライヤ評価フィードバックシート、サプライヤ戦略書、評価規則……etc
- 対象企業: 製造業、サービス、建設・建築、公共。所在地は全国問わず。
- PR ポイント: サプライヤ評価表の適正さを定量的データから判断しコンサルティングできるのは私だけです

もちろん、前述のとおり、期間は絶対的なものではありません。また、困っている主体は私ではなく、あなたですから、型を押し付けはしません。そして、内容が変化していくのもやむなしと私は認識しています。

なお、PRポイントにありますとおり、おそらく**私だけが、サプライヤ評価表を統計的に正しく作成・アドバイスができます**。世の中にあふれるサプライヤ評価表指導の多くが、思いつきか、経験則か、類似項目での評価となっています。類似項目で評価してしまえば、特定のポイントが大きくなり、適正な評価ができません。それには、統計手法の活用が必須です。この**手法を知らずに作成してしまうと、言葉は悪いのですが、ろくでもない評価表になってしまいます**。そして実際に、少なからぬ会社のサプライヤ評価表は、そのようになっています。

しかし、同時に、あまりに評価項目が多すぎても実務に耐えられない、机上の空論になってしまいます。その妥協点を見つけるのがコンサルティングです。

また、サプライヤ評価を一緒に作り上げたあと、どのように運営していくか、そしてフィードバックをどのような様式でやっていかも考えていきます。評価はやるだけではなく、相手に改善していただければじめて効果が出るものです。社内規則も同様です。

典型的には、次の通りです。

- 1回目:社内事情把握、意見交換、サプライヤ評価項目理念共有
- 2回目:サプライヤ評価表更新確認、サプライヤ評価フィードバック関連整備
- 3回目:サプライヤ評価表修正確認、サプライヤ評価フィードバック関連修正確認
- 4回目:サプライヤ評価表試行結果共有、再修正確認
- 5回目:サプライヤミーティング資料、サプライヤ戦略書等整備
- 6回目:最終確認、微修正等、まとめ討議

コンサルティング・サービス②:調達・購買プロセス様式類整備支援

- 対象者:調達・購買部門を設立したばかり、あるいは様式類が未整備の調達・購買部門様
- 問題意識:サプライヤ選定様式がない。サプライヤ調査様式がない。見積り依頼フォーマットがない。
サプライヤからの見積りフォーマットがない。見積り比較フォーマットがない。
技術評価フォーマットがない。社内提案書フォーマットがない……etc
- 期間:4回(例:月に一回で4ヶ月、月に二回で2ヶ月)
- 成果物:RFx 様式類(サプライヤ情報提供依頼フォーマット、サプライヤ見積り依頼フォーマット、サプライヤ見積書フォーマット、サプライヤ与信調査フォーマット……etc
- 対象企業:製造業、サービス、建設・建築、公共。所在地は全国問わず。
- PRポイント:さまざまな業種の様式類をもってコンサルティングできるのは私だけです

繰り返すと、前述のとおり、期間は絶対的なものではありません。同じく繰り返しですが、困っている主体は私ではなく、あなたですから、型を押し付けはしません。そして、内容が変化していくのもやむなしと私は認識しています。

なお、PRポイントにありますとおり、おそらく**私だけが、さまざまな業種や業界の書式類を有していますから、それをもとにコンサルティングができます**。様式整備の場合は、さまざまな問題が考えられます。書式に一つの答えはありません。あなたと一緒にしながら、最適案を探さす必要があります。そのときに、やはり必要なのは柔軟性であり、協調性です。

ほとんどの人は知りませんが、重要なのは、部員が誰であってもほぼ同じような成果を残せる組織づくりをすることです。そのとき、属人的なノウハウに頼っていたら、調達・購買業務のレベルを上げることはできません。そこで

肝要は、書式のフォーマット化です。それにより、多くのひとたちが知識レベルによらず同等の成果をあげられるようになります。知的な調達・購買業務は、それ以降にはじまります。だからこそ、基礎固めとして、業務プロセスと業務様式のフォーマット化をオススメします。

そして、属人的なまま進んでしまうと、調達・購買業務に進化がありません。私は、かなり強く、組織が業務について使用するツール類を様式化することを、推奨します。

典型的には、次の通りです。

1回目:社内事情把握、意見交換、重要項目ヒアリングと方向性合わせ

2回目:他者事例紹介、フォーマット作成状況の確認

3回目:フォーマット修正、使用方法の確認

4回目:最終確認、微修正等、まとめ討議

コンサルティング・サービス③:コスト分析、調達戦略構築支援

- 対象者:永続的なコスト削減を組織に根付かせたい、そしてコスト分析手法を構築したい調達・購買部門様
- 問題意識:いきあたりばったりで交渉をしている。コスト目標やコストの尺度がない。基準はいつも設計任せ。コスト競争力に進化がない。誰も、査定の基準をもっていない。コストテーブルがない。サプライヤのコスト競争力をベンチマークしたい。サプライヤの原価構造に切り込んで交渉したい。サプライヤと理論的、論理的に価格を決定したい。調達戦略書を作りたい……etc
- 期間:10回(例:月に一回で10ヶ月間、月に二回で5ヶ月)
- 成果物:コストテーブル、コストドライバー分析結果表(サプライヤコスト比較結果表)、加工費分析表、労務費分析表、調達戦略書……etc
- 対象企業:製造業、サービス、建設・建築、公共。所在地は全国問わず。
- PRポイント:コスト構造やコストドライバー分析を統計的に処理しアドバイスできるのは私だけです

もちろん、これまた、前述のとおり、期間は絶対的なものではありません。また、困っている主体は私ではなく、あなたですから、型を押し付けはしません。そして、内容が変化していくのもやむなしと私は認識しています。

この③については難しく考えないでください。日ごろ調達している調達品のコストについて深く分析し、それを今後の調達につなげたいひとたちのサービスです。

PRポイントにありますとおり、**私は統計やデータ処理を専門にしておりますので、何を尺度にコストテーブルを作ればいいのか、そして、何を基本としてコスト査定すればいいのかをアドバイスできます。**また、正直に申し上げて、競争ができない、あるいはコスト査定ができない領域もあります。たとえば、お一人の担当者が、何百点もの調達品を購入しているケースがあります。そのような場合、すべてを査定し、理論的なコストを求めるなど不可能です。それなら、品目を絞ったり、あるいは簡易的な方法でコストを査定したりすべきです。そういった現実的な内容もお話していきます。

なお、コストドライバー分析とは、製品の価格決定要素のうち、一つ(あるいは二つ)に注目し、それと価格の相関分析を実施するものです。その価格に決定的な影響をもつ要素をコストドライバーと呼び、その抽出に努めます。また、コスト構造分析は、コストドライバー分析よりも緻密です。ゼロから、コスト要素を一つひとつ積み上げていき、最終的なコストを試算するものです。

このどちらが正解、というわけではありません。使いわけが必要です。そして、重要なのは、この考えかたを習得し、次の調達以降に、現場の調達・購買担当者が活用することです。

「机を叩いて交渉する」だけでは寂しいものです。しかし、現実的には、そのような交渉が効果的なケースもあるでしょう。結局は、時と場合によるのです。だから、**杓子定規に考えるのではなく、あなたの会社にあった方法を模索していきます。**

典型的には、次の通りです。

- 1回目:社内事情把握、意見交換、重要項目ヒアリングと方向性合わせ
- 2回目:重要品目の抽出、コストドライバー、コスト構造の要素決定
- 3回目:コストドライバー分析のテストサンプル作成と、その評価(1)
- 4回目:コストドライバー分析のテストサンプル作成と、その評価(2)
- 5回目:コストドライバー分析のテストサンプル作成と、その評価(3)
- 6回目:コスト構造分析のテストサンプル作成と、その評価(1)
- 7回目:コスト構造分析のテストサンプル作成と、その評価(2)
- 8回目:コスト構造分析のテストサンプル作成と、その評価(3)
- 9回目:コスト構造分析のテストサンプル作成と、その評価(4)
- 10回目:最終確認、微修正等、まとめ討議

ここで、良いお知らせと、悪いお知らせをお伝えせねばなりません

まず**良いお知らせですが、ご相談のハードルは、極限まで低くしてください。**

ご相談は、info@future-procurement.com（実際に送られるときには@を小文字の@になさってください）まで、「こういうことをしたい」とメールをいただければ大丈夫です。できないことは、「できません」と申します。また、予算的に制約があれば、正直にお話いただければ良いと思うのです。

コンサルタントは町医者であるべきです。したがって、相談のハードルが高いほど、支障が出ます。つまり、早めに相談いただければ良いのに、遅れせることで、そのあいだに無駄な調達費が増えてしまうのです。どちらが賢明かは自明のはずです。

かなり思い詰めなければ相談できないかという、そんなはずはありません。それよりも不幸なのは、知り合えないことのデメリットです。

次に**悪いお知らせです。**それは、**次の二つに当てはまる場合はご遠慮**ください。

- (1)単に情報交換をご希望の場合
- (2)他のコンサルタントと相見積りをご希望の場合

(1)の場合はすみません。さまざまなコンサルタントがいると思いますので、そちらにお問い合わせください。私は、信頼いただける方に全力を尽くすのがモットーですから、ご遠慮したいと思います。また、そもそも疑いの目をも

ち接する方も、お金だけ払えばペコペコするコンサルタントばかりですから、そちらにお願いいただければ幸いです。

また、(2)については、仕事もなく困っているコンサルタントばかりですから、私にお声かけいただくだけで結構です。そちらのコンサルタントにお任せします。

ちなみに、コンサルタントの選び方は「この人だったらお願いしたい」と思うコンサルタントにお願いするのが一番です。なんだかんだ申してきましたが、その人のことを信頼できなければ、プロジェクトがうまくいくはずはありません。だから、私もかなりの情報を公開していますので、私でよければ、ご連絡ください。

これは、「お金を払う準備がなければ連絡してくるな」という意味ではありません。まったく違います。そうではなく、**真剣な方のみとお話したいだけです。**

なお私は「究極の調達」(<http://www.future-procurement.com/kyukyokupro/>)という冊子を無料で公開しています。このような冊子をお読みいただいても、私の本気をお伝えできると考えています。**かなり矛盾しているように感じるかもしれませんが、次の言葉で表現したいと思います。**

問題意識をお持ちの方のみ、気楽にお問い合わせください

ご相談は、info@future-procurement.com（実際に送られるときには@を小文字の@になさってください）まで、よろしく申し上げます。

私は定量的、かつデータに基づくことしか、基本的にはいいません。しかし、最後に、やや定性的かつ確信をもっている一言をいわせてください。

かならずあなたの調達部門は良くなります

なぜなら、両者(社)が真剣に考えて、改善しないはずはないからです。そのために、私たちは豊富なデータなども用意しています。あとは、あなたが一步を踏み出すだけです。あなたの決断を期待しています。

ご相談は、info@future-procurement.com（実際に送られるときには@を小文字の@になさってください）まで、

- ご芳名
- 会社名
- お役職名
- お悩み、問題意識の内容

この内容は私が紹介したコンサルティング・サービス三つに**限りません**。

を簡単でもかまいませんので、ご連絡ください。よろしく申し上げます。

次のページからは、私の自己紹介です。

さらにお付き合いいただければご印刷ください。

<自己紹介～これ以降は、ご興味のある方のみご覧ください>

自己紹介として、お話ししておきたいことがあります。

私はロクでもない社員でした。

私は望みもしない部門に配属されました。それが、資材部というところですよ。もともとやりたくなかった仕事ですから、もちろん、その意味や意義もわかりませんでした。生産に使う部材の伝票を発行しては、取引先にひたすら納期催促の電話をかけ続けていました。単調作業の繰り返しで、モチベーションを維持するどころか、将来の希望を持つことすらできませんでした。

どうしても間に合わない部材は、取引先の工場まで取りに行ったこともあります。突然、秋田に行くことになったとき、神戸から直行し、到着すると、気温に合わない服装で、立ち続けることもできませんでした。雪道を歩いていると、雪でスーツと靴は汚れ、寒さが肌身に伝わってきました。

取引先の工場に出向いたら「忙しいのに来てもらっても困る」と言われ、なんとか生産をお願いすると、工場横のストーブのない会議室に通されました。数時間後、やっと生産が完了した、できたての部材をバッグに入れ、そのまま空港に戻りました。手もかじかみ、感覚すら残っていなかった記憶もありますが、もうほとんど覚えてはいません。

私が搬送上で揺らしたのが悪かったせいか、自社工場に持っていき、検査をしてもらおうと、何度やっても動きません。秋田まで行って、かつ寒さに震えた結果が、このザマでした。受入担当者が私を怒鳴りつけました。「お前は、こんな役立たないものを取りにいったんか！バカヤロー！」

私は反論もできず、いくつかの言い訳を重ねることしかできませんでした。仕事の喜びは、ひとつも落ちていませんでした。

私は、現場の調達担当者の気持ちが誰よりもわかります。もちろん偽善とお感じになってもかまいません。ただ、私が伝えたいのはそのことです。私は大学で経済学を学んだとはいえ、とくに資格もありません。とにかく働かしがありませんでした。すると、あきらめながらやっていた仕事に、一つの光が見えてきました。当たり前のことに気づいたのです。

私は秋田での苦い思い出について述べました。しかし、考えるに、その結果を導いた、仕事のやり方こそ問題だったのです。同じ仕事のやり方を繰り返すだけであれば、同じような失敗を重ねるだけです。必要なことは、仕事のやり方を変えることでした。

私はもう怒られたくないからという理由だけで対策を練りました。バカにされることも、寒さに震えることもイヤだったので、やむなく防止策を考えたのです。

私はそこから取引先に納期を遅延させないように、毎週、納期進捗書を配布し、状況を伝えました。同時に、契約書を読み返し、納期遵守の義務を伝え歩きました。また、社内にも無理な短納期発注を防止するよう手順書を作ったり、定例会議を実施したりしました。無理な納期でも対応してくれた取引先の担当者には直筆のお礼状をしたためることを自分にルール化しました。

すると、目に見えて状況が改善してきました。単純すぎて、幼稚なことだと思いますか？ そうかもしれません。でも、目の前の仕事に必死で取り組み、そのなかでうまくいく方法を考え、実践するとは、このような地道な作業の積み重ねだと、私は考えています。

そこで私は「調達力・購買力の基礎を身につける本」という書籍まで発行できました。この本は当ジャンルの中でもっとも売れ、出版社の年間ランキングに入りました。研修や講演の依頼が届き、2010年ごろからは、忙しく飛び回っていました。もっとも多くの人たちに教えてきたのは、自主セミナーです。ここで非常にたくさんの調達・購買担当者の悩みを聞き、質問に答えてきました。

しかし、ここで私は間違った選択を犯してしまいます。

私はどんどん、難しい方向に進んでしまったのです。サプライヤの財務分析だけではなく、コスト構造の指数分析とか、微分方程式、ブラック・ショールズ方程式を使った材料調達とか、比較優位方程式を使ったアロケーション理論とか……。それはもちろん、調達の世界を深化させようと努めてきた結果ではありました。それぞれが論文にできるほどのレベルで、実際に書籍化したものもあります。

ただ、そういうセミナーをやればやるほど、お客さんは逃げて行きました。アンケート結果も悲惨なものでした。「難しすぎてわからない」「実務に使えない」「机上の空論すぎる」……読み返すことができないほど、辛辣なコメントが並んでいます。

いや、もっと正直に言えば、私はそれでも「わかってくれないひとたちが悪い」とすら考えていました。なぜ、こんな高度なものを活用しようとしなないのだ、と。

一時期、誰も私の話を聞きに来なくなり、

集客も一気に減りました

せっかく考えた理論を理解されず、落ち込みました。それまで熱心に聞きに来てくれていたお客さんが減り続け、さらには、声をかけてくれていたセミナー会社の一部も去って行きました。つらいことでした。それでも私は高度数学理論を使ったマーケットバイイング論を考えたり、小難しい契約学説を学んだり、あらぬ方向へ突っ走っていました。某セミナー会社では、もっとも集客できていたはずなのに、ほとんどお客さんが入らなくなってしまったほどです。

なぜこれだけ努力している自分が認められないのか。私のなかでは被害妄想だけがぐるぐるとまわっていました。毎日、もう辞めようかな、と考えていました。セミナーなんてやっても、誰も来てくれない。「どうしてこうなってしまったのか」。そんなことを悩み続けていました。

単純なことに気づきました。一人の現場担当者のかたの感情を、完全に忘れてしまっていたのです。

ほんとうにバカでした。私が現場担当者のかたのとき、たとえば指数分析とか、微分方程式、ブラック・ショールズ方程式なんて話を聞いて、喜んだでしょうか。そんなはずはありません。講師の自己満足にしか思えなかったはず。冒頭から、「明日から業務で使える考えかたであり、具体的なツール」が大切と書いてきましたが、それを見

失っていたのは、まさに自分自身だったのです。そして、私は難解方程式にハマってしまうがあまり、もともと持っていた「調達・購買人員全体のレベルアップ」という志、「新人のかた、あるいは転入者のかたをトップに引き上げる」という志を失念してしまっていたのです。

ある日、受講生からメールがありました。さすがに、そのまま貼り付けるわけにはいかないものの、こういった内容でした。「最近、あなたの講義は、自分の趣味のように感じられます。現場の担当者のことを一番わかってくれているひとだったはずなのに、あなたも、他の偉い先生のようにになってしまうのですか。難しい式は学者に任せて、はやく現場の担当者の悩みを解決する講義をしてください」

私は、こんな当然なニーズに気づきませんでした。バカかと笑われるかもしれませんが、このメールで変わろうと思いました。

現場の調達担当者が役立つ

コンサルティングや講義に全力を尽くす

このメールを受け取ってから、自分の調達領域における使命についてもう一度考えました。自分自身のノウハウを、あくまで現場・実践の観点を外さずに、わかりやすく講義する。現場で苦しみ、もがき、悩み続けている担当者に、全力で伝えていく。そう考えました。

私は、常に全力を尽くしています。コンサルティングでも、セミナーでも、集合研修でも、クライアントや受講生のみなさんにすべてお伝えします。コンサルティング資料や、セミナー資料はすべて、現場で培った内容のエッセンスを濃縮したものです。現場で実際に問題と格闘している私が主機能を務めます。

私の基本スタンスは明確です。みなさんと一緒に汗を流したい。そして、一緒に考えたい。そして、これまでに考えた内容については、

すべてみなさんにインストールさせてください

というものです。ぜひ、どこかでご一緒することを心から望んでいます。社交辞令ではありません。私はどこでもずっと、調達・購買の部門の地位向上を考え続けているのですから。

坂口孝則

経歴: 坂口孝則(さかぐち・たかのり)

未来調達研究所株式会社取締役。大阪大学経済学部卒業後、電機メーカー・自動車メーカーの調達部門にて従事。調達、購買、原価企画を担当。「調達力・購買力の基礎を身につける本」「調達・購買の教科書」(日刊工業新聞社)等、2016年4月時点で同領域の著書27冊。