

■ 2-3 ODM 生産とその形態

ODM 生産方式は、製造する製品の設計から製品開発までを受託者が行う。受託者のなかには、マーケティングまで行い、さらに物流や販売まで複数のブランドの製品を一貫して提供する企業もある。これは、受託者が技術力を向上させ、OEM の形態を進化させた結果とも言える。さらに、受託者が商品の企画、設計、技術情報をバイヤー企業へオファーする場合もある。そのオファーに対してバイヤー企業から修正要求があった場合も、基本的には受託者が基本設計から製造まで全てを請け負うのが特徴である。

ODM の受託者の中には、委託者のブランドの製品を製造するほか自社ブランドでの製品を販売するとともに、自社ブランド製品の部品を他の競合企業や、OEM/OEM メーカーへ販売する企業もある。ODM 発注に際しては、技術情報など機密情報の漏洩や拡散に十分留意すると同時に、将来、マーケットにおいて手強い競合になる可能性があることも念頭に、単にコスト面のメリットだけを追い求めてアウトソースしないような注意が必要である。

3 サプライヤー選定の課題

新規技術を伴う調達品や新規形態での調達の場合、サプライヤー選定は、開発主導で行われることがよくある。このとき、

- ・当該サプライヤーでないと作れない部品である
- ・急ぎのため他のサプライヤーを探している時間がない
- ・他のサプライヤーを知らない

などの理由から、1社調達になってしまうことがある。これは、調達権限を侵されている状態であると言える。

調達は1社調達にならないよう、開発担当者に対し日頃からサポートしていく必要がある。つまり、中期開発計画を見据え、将来どのような技術やサプライヤーが必要になるか、下調べをして常日頃から情報収集に努めておくことが重要になる。

そこで、サプライヤーの製品を供給する能力をきちんと定義し、予めその能力の評価ができるようにフォーマットを整えておく必要がある。そうしておかないと、目先の判断でサプライヤーを選定してしまうことになりかねない。よって、調達は開発担当者に対し、サプライヤーの能力評価の視点を定義し、その評価を協働で行いながら、競争環境の整備を図り、開発支援していく必要がある。

発注形態別のサプライヤー能力評価視点例を図表 3-28 に示す。詳細は、[図 4 章「1 サプライヤー評価と維持管理」](#)を参照されたい。