

●図表 4-39 指定部品見積書の例

見積り№ Quotation No.:	部 品 見 積 書 Quotation of Parts		発行日 Date of issue:	年(Y)	月(M)	日(D)
宛先 Address:			コード Partner Code:			
			会社名 Company Name:			
			見積責任者 Authorized Signature:	印		

形状 略図	見積もり台数 QTY for quotation	生産可能回数 / 日 Daily capacity [pcs]	
	初期注文リードタイム Initial order L/T	生産可能回数 / 月 Monthly capacity [pcs]	
	通常注文リードタイム Normal order L/T	一台当使用回数 Part qty per Assy	
	金型数 Num of Tooling	最小注文数 MOQ	
	CAV型数/金型 Num of CAV per tooling	二次加工 2nd process	有 無
	輸送条件 Delivery condition	部品正味重量 Part weight [g]	

材料・種類 Material description	製品寸法・正味重量 Part length/weight [mm or g]	材料取寸法・重量 Material length/weight [mm or g]	単価価格/取り数 Unit price [USD/mm or g]	材料費 Material cost [USD]	L/T [DAYS]	備考 Remark
1						
2						
3						

工程 Name of Process	使用機械/工程内容 Machine	時間(H) Hour	加工費率(H) Cost of Hour [USD]	加工費 Cost of Process [USD]	予 備 欄 footnote
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

科 目 Item	計算内容 Detail	金額 Cost [USD]	備考 footnote	科 目 Item	%	(良品)生産能力 Product capacity
A	材料費合計 Cost of Material			歩留まり Yield rate [%]		サイクルタイム Cycle time [s]
B	加工費合計 Cost of Process			販管費 Administration		生産能力 / 時間 Capacity / hour
C	不利益 Loss cost	(A+B) * (100%)		利 益 Profit		稼働時間 / 日 Working hour / day
D	販管費 Administration	B*(%)				
E	梱包費 Package cost					
F	運送費 Transportation			機 種 名 MODEL		本機種名 Model Name / 試作機種名 Tentative Model Name
G	利 益 Profit	sum(A - F)*(%)		部 品 名 Part Name		
H	外注加工・購入部 品費 Purchase			部 品 番 号 Part No.		本図番 Part No. / 試作図番 Tentative Part No.
I	特 別 費 others					
合 計 Total						

梱包形態 Package style	
個装カートン入数 Part qty per single carton	個装カートンサイズ Size of single carton [mm]
マスターカートン梱包入数 Single carton qty per master carton	マスターカートンサイズ Size of master carton [mm]

第4章
7 調達交渉

(5) 市販品の価格交渉

汎用性の高い調達品の場合、コスト分析を行っても、必ずしもそのコストに見合った価格で調達できるとは限らない。汎用品の場合は顧客が多岐に渡っているため、需要と供給、そして在庫レベルによって調達価格が左右される。高い価格でも購入したい顧客がいれば価格は上昇するし、需要が減退すれば価格は下落する。

市販品のような調達品の場合は、価格交渉において、次の7つの項目について事前に調査を行い、十分に状況を踏まえた上で交渉に臨む必要がある。

- 1) 売り手市場か、買い手市場か
- 2) 業界の需給環境はきついか、ゆるいか
- 3) 業界内の競合状況は独占か、寡占か、競合が激しいか
- 4) 交渉相手の企業の操業状態は繁忙か、閑散か
- 5) 他社切り替えは、技術的・コスト的にどれほどの自由度があるか
- 6) 代替品は有無及びその切替コストの大きさ
- 7) 最適な商流・物流ルートと比較検討

2 交渉の事前準備

交渉においては、いくら戦術を駆使しても目標を達成できないこともある。交渉をお互いの対立軸から共通の利害に向けることで壁を乗り越える可能性が見えてくる。

交渉過程のなかで、具体的に原価計算を行い、サプライヤーの技術力を見極めその実現性を測り、理論上の可能性と現場での実現性との乖離を埋める解決案を話し合う。そうした過程で質問、提案、討議、説得、時には駆け引きなどを行う。これらサプライヤーとのやりとりについての交渉シナリオは、事前準備シートなどにまとめておくのが良い。

事前準備シートの内容は目標価格の理論的裏づけやコスト査定の詳細内容、質問計画、想定問答案、交渉参加者の役割分担、交渉日程・場所・回答期限などである。

以下に交渉の準備について述べる。

■ 2-1 情報収集と分析の重要性

古来、「敵を知り己を知らば百戦危うからず」と言う。情報収集と分析は交渉の事前準備として最も重要である。我々の目指す協創型交渉「技談」の実現に際して、十分な情報が無いまま交渉をスタートさせてしまっては成功は覚束ない。

■ 2-2 SWOT 分析

SWOT分析は、企業の「強み」「弱み」「機会」「脅威」を分析し、効果的な交渉戦略を構築するのに有効な手法である（図表4-40）。双方の立場を客観的に分析することにより、交渉作戦を立案していくわけである。一般的に、弱みによるデメリットを少なくし、強みを最大限に活かすことで交渉は有利になる。しかし、強みや弱みは絶対的なものではなく、交渉の仕方や相手の考え方によっては逆転する場合もあるので注意を要する。

例えば、業界シェア1位の企業は必ずしも絶対的に強い立場とは言えない。2位企業以下に常に追われる立場というのは、大胆な戦略を行使できないという弱みがあるとも言えるし、2位企業は1位企業という明確な目標があるので、その手法を真似て短期間に追いつきやすいということは、強みともいえる（図表4-41）。