

## 8・2 購買リードタイム短縮

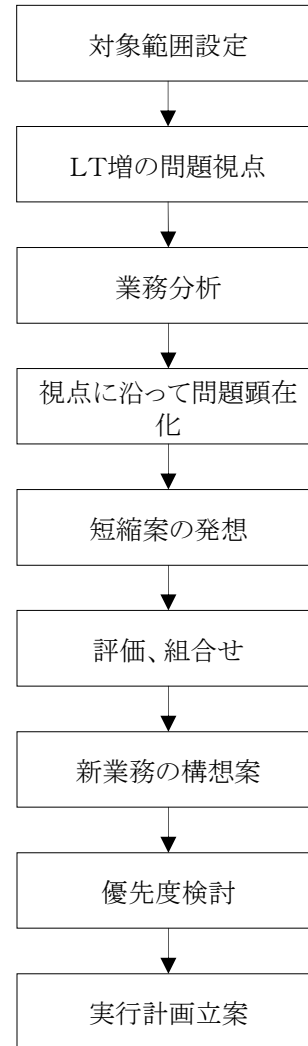
多くのサプライヤーに同じようにリードタイム短縮を要望しても、すぐに対応出来ない場合が多くあります。サプライヤー毎にリードタイムが長くなっている原因を明らかにし、適切な方法で対応してもらおうのが良いでしょう。

例えば、物流に時間の掛かる場合では、そのルートなり物流方法等に手を入れるべきです。工場内の生産リードタイムが長い場合は、工場改善の支援を行い、流れ化の検討も必要でしょう。購買力に問題があるならば、部材支給の方法も効果が出ます。どうしようもない場合は、一定の在庫を持つてもらったことも必要でしょう。その際には、予測や計画の共有化等の検討も必要です。

購買リードタイムを力づくで実現しようとしても、もぐらたたき状態となります。根本的な対策をする必要があります。図のような体系的な問題対策を行うことが必要です。

活動においては、このような視点を持ち、どこで問題が発生しているかを明確化し、その根本対策を優先度を付けて着実に実行することが重要です。

### 展開ステップ



### 購買LT短縮手法例

