

■ 適当な見積もりデータからでも、 割と正確な見積もりを作成できる

修正： 2023.06.01

投稿： 2023.06.01



- 適当な見積もりデータからでも、

割と正確な見積もりを作成できる①

なぜか部屋の隅や本棚の上に
ホコリが溜まってしまいます。
どうしてなのでしょうね…。(_ _メ)

//-----

さてさて、本題ですが、

見積もりを作ったことがある人は知っている
と思いますが、あれ、結構、**適当**です。

似たような見積もり依頼がきても、
あるときは **50 万円**って答え、
あるときは **55 万円**って答えます。

というのも単純な話で、
定価が決まってないからです。
その時その時の感覚で計算しているので、
金額は微妙にズレていきます。

ただし、一度出した見積もりに対して、
ほぼ同様の問い合わせがあった際は、
過去の見積もりを引っ張り出してきて、
無理にでも金額を合わせます。

ということ自分たちもやっているんで、逆に、
業者から見積もりを出してもらったときは、
「あ〜これ、作られた数字だな〜 (´▽´)」
とを感じるものです。

別にそれが悪いということではなく、
「同じように苦労して調整してるんだな〜 (*´3`)」
というだけの話です。

お客さんから、

「これちょっと高いんじゃない？ (;・`д・´)」と言われれば、

「やっぱな～ (。-`ω-)」と思うことも多々ありますが、

だからといって素直に値引くこともできないので、

かくかくしかじかで～と説明するものの、

実のところ金額に絶対的な自信はない！

といったところです。

(続)

//=====//

● 適当な見積もりデータからでも、

割と正確な見積もりを作成できる②

見積もりは「経験」と「勘」でやっている、

というのが現実です。

定価を決められない業者の場合は、

お客様の注文の度に、注文内容に応じて、

見積もりを作成しなければなりません。

これがなかなか**面倒**です。

担当者によっても見積もりは変わりますし、はたまた、

過去の見積もりと**金額の面で整合性**がとれていないこともあり、

お客様もよく覚えているもので、すぐに**ツツコミ**が入ります。…。

そういう背景を踏まえ、会社では大抵、

大雑把に入力すればパパッと金額を計算してくれる

「見積もりソフト」や「見積もりシート」のようなものを
用意しています。が、それらは、

仕組みとして、必要な材料や工数を入力すれば
予め指定された重みを掛け合わせて合算し
見積もり金額を算出する、という単純なものです。

結局、計算の元となる材料の発注量や工数については、
その都度その都度、人間が予測していかなければならず、つまり、
「経験」や「勘」に頼らざるを得ない部分がある、ということです。

もし見積もりを少なくしすぎれば損失となりますし、
だからと言って、多く見積もりすぎれば
お客様からクレームを受けてしまいます。そして、
一度でも少なく見積もってお客様に提示してしまうと、

「えっ？前は〇〇円だったのになぜ？」
となり、正当な金額であるにも関わらず、
お客様に対して“言い訳”しなければならなくなります。

よって見積もりは、お客様の顔色もうかがいながら、
職人の経験や勘に頼って算出しなければなりません。

技術革新、AIの導入が進むにつれ、
職人の経験や勘が必要とされなくなりつつありますが、
意外とこういった面で職人が必要とされているのです。
見積もりも「職人技」の一つと言えなくもありません。

(続)

//=====//

● 適当な見積もりデータからでも、 割と正確な見積もりを作成できる③

見積もりの最適化ができるということは、
仕入量(発注量)の最適化もできるということです。
そして、仕入量を最適化するためには、
「適正在庫数」と「リードタイム」が必要です。

商品によっては、季節や地域の影響も受けるわけですから、
そういった環境の要因も考慮しつつ、商品ごとに、
適正在庫数とリードタイムを計算しなければなりません。

もしこれを各店舗の店長に任せていては、
経験と勘で算出することになります。

すると、欠品や廃棄が生じた場合に、
なぜそうなったのかを論理的に反省することができません。
それに何より、店長からして、算出に労力がかかります。

これに対して、過去データを参照し、アルゴリズムで
適正在庫数やリードタイムを計算するようにしていれば、
仮に予測と結果が大きくズレた場合でも、そのロジックを追うことで、
より現実に近い(より精度の高い)モデルを構築することができます。

その適正在庫数とリードタイムを算出するにあたって、
必要になるデータは「売上データ」のみです。
いつ何の商品がどれだけ売れたかささえ分かれば、
適正在庫数とリードタイムは算出できるからです。

そして、売上データであれば、
どこの会社であっても持っているはずですから、
こうした適正在庫数やリードタイムの算出は、
どこの会社でも実施することができます。

こういったデータマイニングの技術を
一つだけでも職場に導入しておけば、
様々な場面でデータを活用できるようになり、
反省と改善が容易になります。

(完)

//=====//

Web サイト：

データアクションサービス —データからアクションを起こす—

著者：

時無 和考(Tokinashi Kazutaka)