

プリンタの品質維持活動について

白石 泰正
小池 清隆

福澤 一幸
小野 尚子

当社で開発・販売されたプリンタ製品は、世界各国で使用され好評を博している。製品品質の作り込み、その維持管理を通じ、お客様からの支持をいかに得ているか、お客様視点に立った諸活動をここに紹介する。

安定品質の維持

当社で開発・製造される商品は、CTP（Concept To Product）プロセスと呼ばれるプロセスマネージメントで管理している。このプロセスマネージメントによって、新商品は開発プロセスごとにその進捗や結果がレビューされ、次ステップへの移行可否が判断される。製品認定プロセスもその1つであり、設計プロセス完了後に環境評価や信頼性評価などを実施して開発製品がそのスペックに適合しているかどうかを判断し、次ステップである量産プロセスへ移行する仕組みになっている。

製品認定評価は、第3者の立場をもって常に決められた標準作業で評価が行われることが重要であり、そのために、評価項目別の作業手順や製品スペックが明確化された製品評価仕様書を作成し、それに則って認定評価を実施し判定している。ソフトウェア評価仕様書は機種に関係なく1つに集約されているが、ハードウェア評価仕様書は、以下の4つのカテゴリに分類されている。カラープリンタ／モノクロプリンタ／FAX／MFPの各評価仕様書は、それぞれの機能性能を十分に確認できるよう展開され、さらにお客様の立場での操作性、安全性、耐久性、消耗品寿命などの確認は、共通項目として展開している。

評価プロセスで重要なことは、タイムリーに市場へリリースされる製品が市場ニーズに対応し、お客様からのクレーム件数（障害率）を低減することにある。そのために、3つの視点から前述した製品評価仕様書の継続的な改版を行っている。

1つ目は、市場動向を常に監視して製品群のセグメント別にお客様の要求レベルや使い方を把握し、評価項目をお客様基準とすることである。必要に応じて製品スペックの変更要求もあり、市場調査や同じセグメントで競合する競合機の実力を十分に把握する必要がある。

2つ目は、新規機能や変更項目において、どのような視点で検証すれば実績のない新機能を保証できるかを検討することである。そのために、その機能の強み弱みを理解して新たな評価項目を構築し、潜在問題の市場流出防止とお客様視点での利便性を確認している。

3つ目は、工場や市場で発見された従来機種での諸問題やお客様要求に適合できなかった項目など、過去に発生したトラブルの再発防止策を盛り込むことである。単純な評価漏れもあれば、複雑な操作条件や特殊な環境でしか再現しない難しい問題も、どうすれば再発を防止できるかを検討している（図1）。

全世界のお客様が満足する製品を世に送り出すためには、どうしても日本国内だけの評価では検証できない媒体やシミュレーションできない環境がある。そのため、アメリカやヨーロッパの販社と共にグローバル評価体制を構築し、日本がヘッドクォーターとなり評価項目の分担や量産前のフィールド実使用評価を実施し、グローバルに製品評価を展開して検証レベルを高めている。

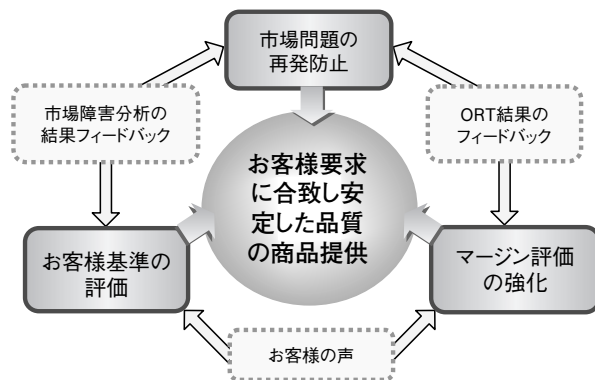


図1 評価プロセスの改善フロー

製品認定プロセス期間の評価だけではなく、量産プロセスへ移行した後も、製造されている装置の品質が維持されているかどうかの確認を行っている。まず、初期ロットが出荷される前に再度製品評価を実施し、認定時と同じレベルの品質が維持できていることを検証する。さ

らに、量産が継続される中で、定期的に量産品を抜き取るORT評価（On Going reliability Test）を実施し、品質のトレンドを監視し問題点の早期発見と解決を計っている。

このように製品の品質維持管理を常にお客様視点で幅広く行い、安定した品質の製品をタイムリーに提供することに心掛けている。

お客様相談センターの活動

(1) ワンストップ受付

お客様相談センター（以下、当センターと略す）は、「購入前相談窓口」、「操作・設定相談窓口」および「修理受付」と3つに分かれていた電話受付窓口を統合し、一つの電話番号でお客様からの全ての電話によるお問合せをワンストップで受け付けるために、2003年9月に開設した。その後、ホームページからの文書によるお問合せ窓口も統合している。

(2) お客様相談センターの運営

当センターの運営にあたっては、メーカーである当社と当社商品のサポートサービスを担当している沖電気カスタマードテック株式会社（以下、OCAと略す）との協同で運営している。これにより、技術力を活かした検証／解析による迅速な対応と、OCAによるコミュニケーションスキルを活かした誠実な対応と、コンタクトセンター運用経験を活かしたお客様の視点にたった運用とを実現している。

さらに、より分かり易くお客様にご説明するために、お客様と同じ環境を準備しお客様と同じ手順を踏めるようにしている（図2）。

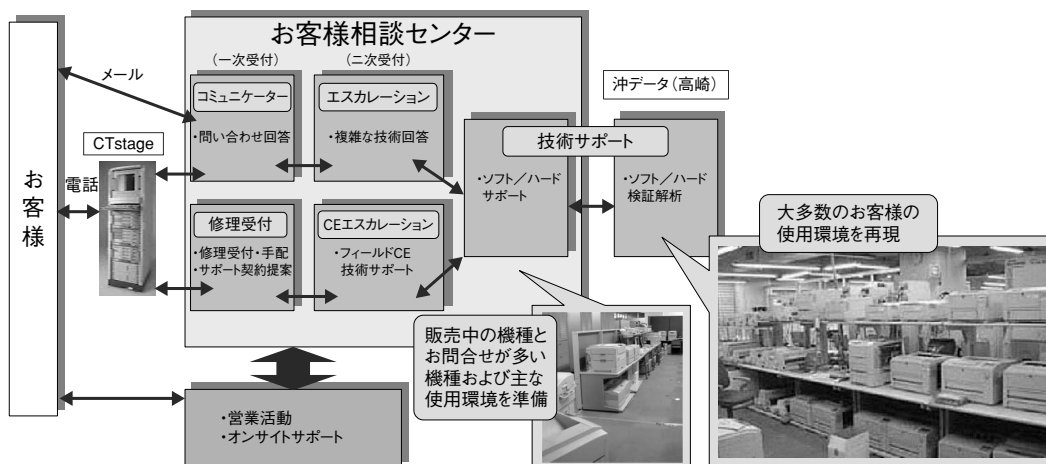


図2 お客様相談センター

*1) CTstageは沖電気工業株式会社の登録商標です。

(3) 受付システム

当センターでは、CTI（Computer Telephony Integration）システムとして沖電気工業製のCTstage^{®*1)}を導入し、受付データベースと連動させることにより、同じお客様からのお問合せに対して過去の対応履歴が即座に照会でき、担当者が代わっても継続したサポートをご提供できる仕組みを構築している。

(4) 電話アンケート

当センターでは、電話サポート品質に対するお客様満足度が最も重要と考えており、直接、お客様に満足度をお聞きしてPDCAを回し常に品質向上に努めている。

具体的には、毎日10件、電話アンケートによる当センターの対応の満足度調査を実施している。これは、前日お問合せいただいたお客様より対象者を無作為に抽出し、下記の5項目について4段階評価（満足、やや満足、やや不満、不満）でご回答いただいている。

- ① 全体の満足度
- ② 電話の繋がりがやすさ
- ③ 担当者の姿勢（親身に対応しているか）
- ④ 説明の分かり易さ
- ⑤ 担当者のスキル

電話アンケートにおいてTop One Boxすなわち「満足」の回答の05年度下期の月次での実績を図3（次ページ）に示す。

「電話の繋がりがやすさ」ではまだまだ厳しいご評価をいただいておりますが、「担当者の姿勢」、「説明の分かり易さ」および「担当者のスキル」ではいずれも90%を大幅に上回るご評価をいただいております。その結果として「全体の満足度」では約90%と高いご評価をいただいております。

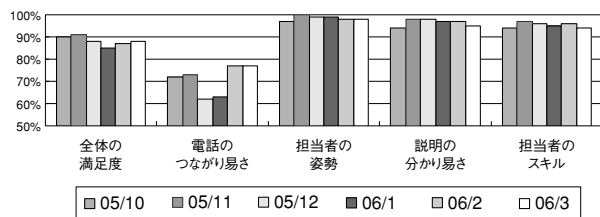


図3 電話アンケート実績

さらに、電話アンケートでは上記5項目に加えて自由意見も伺っている。そのご意見を分析し「良い」と評価されたものはさらに伸ばし、「悪い」と評価されたものはその原因を追求し改善を図っている。また、ご意見の中にはご提供している商品や当社に関するものも含まれているため、その内容に応じて関係各部門へフィードバックしている。

(5) お客様の声を反映

当センターには、連日、お客様からのあらゆるお問合せ、依頼およびご意見が入ってくる。そのほとんどは過去に経験がある内容であるため、対応履歴に基づき的確にかつ速やかにお客様へご回答を提供しているが、新たなお問合せの場合には、速やかに関連部門より対応策を引き出しお客様へ回答を提供している。また、具体的なアクションを求められている場合には、該当部門へお客様の要求事項を伝え対応を依頼する。さらに、お問合せや前記電話アンケートの自由意見の中で、商品の仕様や製造品質、当社への要望等、フィードバックが必要な事項については、その内容を纏め、緊急度、要求度に応じて関係各部門に対応を依頼しお客様満足度の向上を図っている。

VOCの取り組み

当社のCS (Customer Satisfaction) 向上活動の中でも、VOC (Voice of Customer) の取り組みは重要な役割を担っている。「2台目を売るのはCS部門の役目」のビジョンの下、CSセンターでは日々お客様維持活動を推進している。プリンティングに関する環境が日進月歩で変化している中、お客様を維持し続けるためには、お客様の期待に応える商品・サービスを提供していかなければならない。このために沖データは「お客様からの要求・要望を把握する」と「次機種へフィードバックする」ことを重要なテーマと考え、CS向上活動を行っている(図4)。

(1) お客様からの要求・要望を把握する

CS調査は、お客様を良く知るために大変有効な手段と

いえる。沖データでは、月次CS調査、年次CS調査、フィールドビジット(訪問調査)の三つの方法を採用している。

月次CS調査は、沖データのプリンタを購入後6ヶ月経過したお客様を対象に、毎月継続的に行っているアンケートである。調査は日本、アメリカ、ヨーロッパ、アジアオセアニア地域など45カ国でグローバルに実施し、お客様からみた価値を常時監視している。現在、新設販社や今後売上が増加するEmerging Market(新興国)での調査拡大を進めている。調査項目は、お客様の再購入意思(次も買う、たぶん買う、たぶん買わない、買わないの4択)を特に重要視している。再購入意思率(次も沖データを買う率)は、TOP BOX STRATEGYとして沖データ全社KPI(Key Performance Indicator)に設定されている。この再購入意思率は、毎月マネジメント層へ報告し、経営の先行指標として意思決定に役立っている。

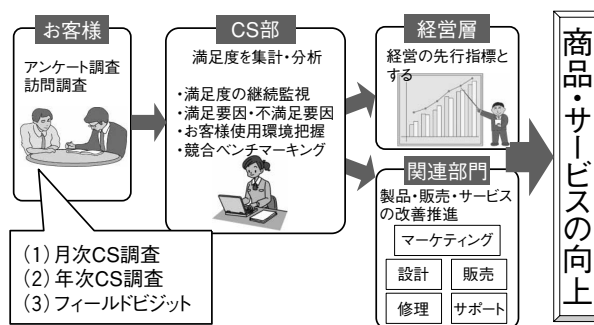


図4 CS向上活動

年次CS調査は、購入後1年を経過したお客様を対象に、100項目以上の質問をさせていただき、年に1度の詳しいアンケートである。調査項目は、お客様情報、製品品質、消耗品、サポートサービスと多岐に渡っており、お客様の満足度要因・不満足要因を詳しく把握することができる。またこの調査結果は、競合他社とベンチマーキングを行い、当社の強み・弱みを抽出し、次機種へのフィードバックに活用している。

フィールドビジット(訪問調査)は、その名の通り、お客様とコンタクトをとり実際にお客様先を訪問して行うアンケートである。特に新規性の高い新製品リリース後に、その製品がお客様先で実際にどのように行われているか把握するのに適している。現場でしかみることのできない貴重なお客様の使用環境を確認できるとともに、品質問題の早期発見に役立っている。また、お客様とのFace to Faceのコミュニケーションの中からお客様が真に期待していることを探り出すこともできる。

このように、目的が異なる3つのCS調査をうまく組み合わせ、日々お客様からの要求・要望の把握に取り組んでいる。

この他にも、世界各国から上がってくる製品の故障率やサービス出勤記録なども沖データにとって貴重なお客様情報と捉えている。この中から、次機種では絶対に再発させてはならない品質問題の抽出にも取り組んでいる。

(2) 次機種へのフィードバック

お客様満足は「知覚品質」であり、お客様が感性で感じる品質といえる。これはお客様が購入に当たって最も重要視するもので、科学的測定とは異なる。このお客様の知覚品質を次機種にフィードバックして初めて、魅力ある商品に仕上げていくことができると考えている。特に製品に対する要求・要望は開発プロセスに入ってから盛り込むことは難しく、その前段階であるマーケティング・商品企画の上流工程でフィードバックする必要がある(図5)。

CS調査で得られたお客様からの要求(強み、弱み)・要望および品質問題を「フィードバック要求書」の形にまとめて新商品キックオフ会議で発表し、製品仕様に関与するよう要求している。これらの要求は事業部で投資対コストを検討し、できる限り新製品へ反映するべく努力が行われている。

お客様要求のフィードバック率80%を目標として設定し、その実施状況を商品開発プロセスの各段階でチェックを行い、監視を続けていくことも重要な仕事である。このように社内全プロセスが一丸となってお客様要求を新製品へ取り込む活動を続けている。

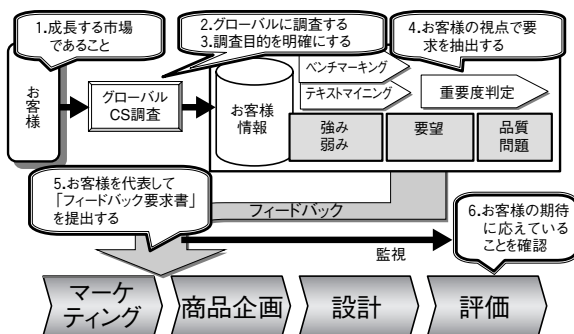


図5 VOCフィードバック

5月に発表した新製品C8600dn(写真1)では、プロアクティブなCS調査活動を展開し、お客様が沖カラープリンタの何に価値を見出しているかを明らかにした(図6)。

お客様からみた 沖の強み		お客様からみた 沖の弱み		お客様の要望	
項目		項目		項目	
1	印刷が速い	1	音を静かにしてほしい	1	もっともっと小さいプリンタがほしい
2	仕上がりきれい	2	ランニングコストを安く	2	はがきをそらないで印刷したい
3	用紙補充がしやすい	3	紙づまりを取りやすく	3	ふちなしで印刷をしたい
4	本体価格が安い	4	トナー交換をやすく	4	スキャナやFAXなどの複合機能がほしい
5	コンパクトでよい	5	操作パネルをわかりやすく	5	ネットワーク対応力を高めてほしい

図6 CS調査活動結果

お客様からみた沖データのカラープリンタの強みは、基本性能の良さであり、専門メーカーという点に魅力を感じて下さっている。一方、弱みは、お客様が使用にあたって情緒的に感じる部分が、多く指摘されていた。これ以外にもお客様から数多くの要望が寄せられた。

これらの項目をフィードバックした結果、C8600dnはフィードバック率88%の高い成果を上げることができ、お客様の期待に応えたすばらしい商品を完成することができたと考える。



写真1 C8600dn

あ と が き

製品を開発すること・販売すること・サービスすることだけを自己目的化してしまえば、お客様からの支持は得られないと考えている。全ての社内プロセスの価値基準をお客様基軸にした活動を行うことで、CS向上サイクルが回りだし、真のお客様維持活動が可能となると信じている。◆◆

● 筆者紹介

白石泰正：Yasumasa Shiraishi. 株式会社沖データ CSセンタ長
 福澤一幸：Kazuyuki Fukuzawa. 株式会社沖データ CSセンタ 評価技術部 評価技術第二チームリーダー
 小池清隆：Kiyotaka Koike. 株式会社沖データ CSセンタ お客様相談センター長
 小野尚子：Hisako Ono. 株式会社沖データ CSセンタ CS部 CS推進第一チーム サブチームリーダー