

お客様満足の上

常にお客様の満足を得られる商品・サービスを、安全や使いやすさに十分配慮して開発・提供します。

2006年度注力ポイント

- お客様に安心して商品をお使いいただけるサポート活動の充実
- 製品の安全リスクに対するグループの連携強化
- 商品におけるユニバーサルデザイン強化

2006年度の主な取り組み

- 保守作業の品質向上
- 品質事故対応ルールのOKI版制定とグループ展開
- ユニバーサルデザイン技術の応用

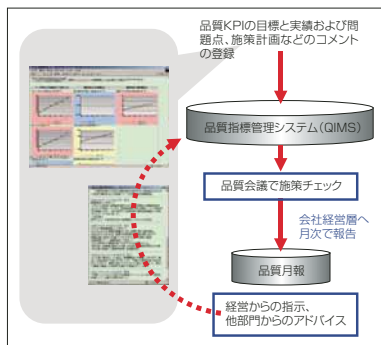
2007年度注力ポイント

- 品質事故対応ルールのグループ各社版制定
- 品質保証活動・製品安全活動をお客様により知っていただくための活動を推進
- ユニバーサルデザイン技術の応用拡大

品質管理体制の強化

全社品質向上プログラムの定着

OKIでは、お客様の視点を強く意識した品質保証活動を進めるため、2005年度から製品開発や保守・サポートを担当するグループ企業とともに「全社品質向上プログラム」を推進しています。



品質指標の月次管理の仕組み

このプログラムは、顧客満足度(CS)調査や日々のお客様の声をもとに「お客様にとって重要」な項目を品質活動の評価指標(=品質KPI^{※1})に定め、半期・月次の目標を設けて、その達成に向けた施策を実践するというものです。品質指標の実績は月次で管理し、経営層が随時イントラネットで確認できる仕組みとなっています。

2006年度は、前年の目標未達項目と、ベンチマーク調査などから得た自社の弱点項目に注力して品質向上活動を進めました。また2006年度の評価結果は、総体的には良好化しているものの、商品の不具合申告をいただいてから原因を解析し、お客様へ回答するまでのTAT^{※2}が目標に達しない例が見られるなど、いくつかの課題を残しました。これらを踏まえ、今後も目標達成に向けた活動を進めていきます。

※1 KPI:Key Performance Indicatorの略。ある目標に対して重視すべき業績評価指標のこと。

※2 TAT:Turn Around Timeの略。受付から完了までの対応時間のこと。

製品の安全リスクに対するグループの連携強化

製品事故発生時の対応体制を強化

OKIは全社規定のなかで「安全な商品を安心して使用いただくための企業活動を最優先する」という方針を定め、実践しています。

2006年度は、2007年5月の消費生活用製品安全法改正などに合わせ、商品の不具合で品質事故が生じた場合の体制強化に取り組み、被害の拡大防止と迅速な問題解決のために取るべき行動をマニュアルおよび規定として整備。事故情報の把握から、事故対策本部の設置、被害者の救済、市場・社会への告知、リコール実行手順、類似商品に対する波及措置・再発防止までの方法・手順を定め、社内関係部門間で役割を再確認しました。

グループ間で連携した対応を取れるよう、主要なグループ企業ともルールの整合を図っており、2007年度はこれらグループ各社でも順次ルールの制定を進めていきます。

商品安全と技術コンプライアンスへの取り組み

OKIグループでは、商品の安全性を高めるため、「安全技術に関する4法[※]」の遵守の徹底に努めています。

2006年度は、推進組織である「製品安全技術委員会」の活動を強化しました。ルールの充実を基礎に、設計、製造、調達、販売、保守サービスのどの段階でも法規や認証に対応できるよう、コーポレートとカンパニー、グループ企業のコミュニケーションを重ね、個々の場面の課題にきめ細かく対応しています。また、これらの対応が一過性のものとならないよう、課題や改善結果は委員会で共有し、レベルの平準化を図っています。

また、2006年度から新たに、お取引先に対しても4法の遵守についてご理解・ご協力をお願いしています。

※ 安全技術に関する4法：情報通信機器の安全性等に関する法規および自主規制。具体的には、電気用品安全法、電気通信事業法、電波法、VCCI(電波障害自主規制)を指す。

お客様に安心して商品をお使いいただくために

サポート活動における作業ミス半減の取り組み

お客様に商品を安心してお使いいただくためには、稼働後の予防保守[※]や故障の際のサポートが不可欠です。OKI商品の多くについて保守・サポートを担当している(株)沖電気カスタマアドテックでは、「いつでも、どこでも、すばやく」を合言葉に「全国の離島も含め、故障などトラブル発生時には1時間以内に現場に到着し、お客様に安心をお届けする」ことを目標に取り組んでいます。2006年度はこの目標を月別平均91.4%の割合で達成しました。

一方、課題となっていたのが保守作業における人的ミスの削減です。同社グループが対応する案件は年間70万件を超えますが、対応プロセスが煩雑であったことがミスの一因となっていました。そこで同社は、OKIと協働で2004年から2006年までの3年間にわたって「作業ミス半減活動」に取り組み、①人的要因の分析、②保守プロセスの整理・明確化、③現地作業を支援するITツールの構築、などを実施しました。さらに、「一人ひとりのエンジニアの技量・行動が保守・サポートにおける『商品』である」ことを各人に徹底・浸透させるため、社長自らが各拠点を訪ね、社員とのコミュニケーションに努めています。

これらの活動の結果、2006年度の作業ミス件数は2004年度比で約60%減となりました。

※ 予防保守：故障を未然に防ぐために定期的にメンテナンスなどを行うこと。

お客様満足度(CS)向上のための取り組み

パートナー企業の声を商品・サービスに反映

OKIは、商品・サービスを利用するお客様にご満足いただくためには、その販売活動を担うパートナー企業の皆様との緊密なコミュニケーションが重要と考えています。IPシステム機器の

パートナー様を対象に技術支援を行うカスタマサポートセンタは、年に1度実施する「パートナー様満足度調査」と、日々の活動のなかでお寄せいただくご意見の事業活動へのフィードバックを2つの柱として、パートナー様とのコミュニケーションを強化しています。

満足度調査では、OKIの製品・システムのほか、販売支援、保守などの各活動について評価をいただき、その結果を次年度のOKIの事業戦略に反映しています。一方、センタへの問合せや教育研修のなかで、あるいはWebサイトやSE・営業担当者を通じて寄せられるご意見は、月次で開催されるフィードバック委員会ですべて共有し、商品企画などにどのように反映するかをその場で決定して実践しています。2006年度の1年間で委員会に付議したパートナー様の声は1,700件を超え、ご要望の内容を分析しながら具体的に商品・サービスへ反映し続けています。

社員の声

パートナーの皆様の声を着実に商品・サービスに反映してお客様満足度の向上につなげるためには、情報の網羅性と継続が重要だと考えています。OKIは2006年10月、パートナー様向け総合支援スキームとして構築したWebポータル「Partner'sNet」の機能を強化



IPシステム本部
カスタマサポートセンタ
新木 由美子

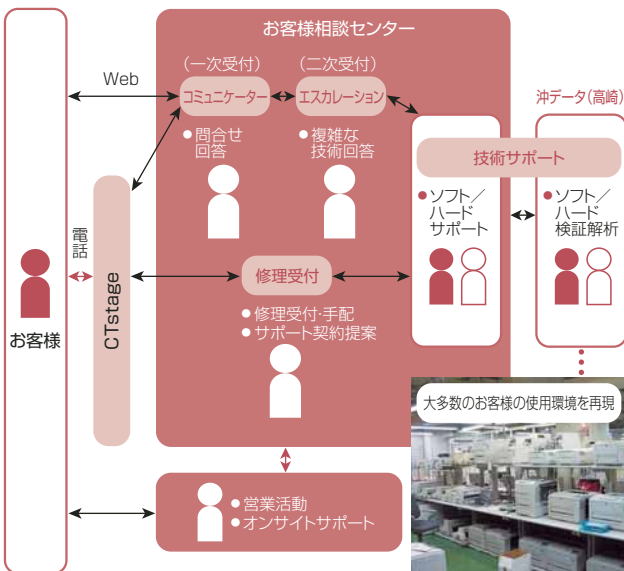
し、カスタマサポートセンタのほか、営業支援活動を行うダイレクトマーケティングセンタ、販売促進用の情報などを提供するセールスプロモーションセンタの各サービスをWebサイト上に統合しました。パートナー様ごとにパーソナライズされた情報をサイト上でリアルタイムに提供するとともに、各センタを通して頂戴する声を、より確実に事業活動にフィードバックしていきます。

プリンタに関する各種問合せにワンストップで対応

プリンタ事業を展開する(株)沖データのお客様相談センターでは、購入前の相談から購入後の操作・設定に関する問合せ、故障時の修理受付まで、電話やWebサイトを通じたお客様からの問合せをすべてワンストップでお受けしています。サポートサービスを担当する(株)沖電気カスタマアドテックとの協同運営により、迅速な検証・解析と誠実な対応を実現するとともに、社内にお客様のプリンタ利用環境を複数準備し、問合せ内容と同じ手順を再現することで、わかりやすい説明を可能にしています。

また、センターを利用するお客様にご満足いただくためには電話を通じたサポートの品質が重要という認識から、毎日10件、電話アンケートによる満足度調査を実施しています。2006年度下期の調査結果では、「担当者の姿勢」「説明のわかりやすさ」「担当者のスキル」について「満足・やや満足」が90%以上という評価をいただく一方、「電話のつながりやすさ」について厳しい評価をいただき、改善に努めています。なお、問合せや電話アンケートのなかで頂戴する、商品の仕様や品質に関するご意見や会社への要望などは、商品や事業活動に活かすため、関係部門に展開しています。

お客様相談センターの仕組み

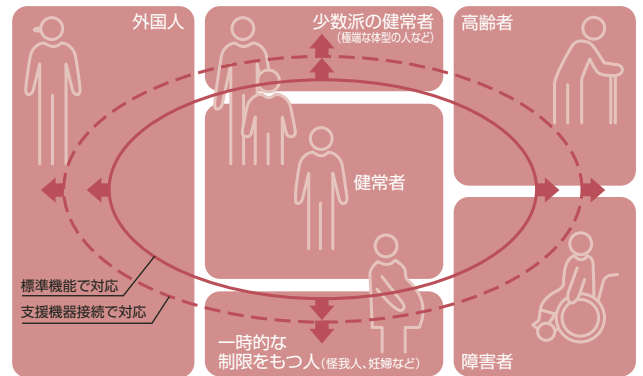


ユニバーサルデザインの推進

OKIグループの考える「ユニバーサルデザイン」

OKIグループでは、商品やサービスにおける「ユニバーサルデザイン」を、「『ユーザビリティ(基本的な使いやすさ)』と『アクセシビリティ(高齢者や障害のある人などへの配慮)』という2つの側面から高いレベルで実現し、すべてのお客様に正しく、効率的に、満足してご利用いただける状態」と定義しています。

より多くの人による利用を志向するユニバーサルデザイン



この「ユーザビリティ」と「アクセシビリティ」を向上させるために、①インターフェースがわかりやすい、②心身へのストレスが少ない、③操作方法が選べる、④親しみやすく美しい、という4つのコンセプトを掲げ、社内横断型の「エルゴノミクス委員会」を推進組織として、検証実験などを通じて集めた利用者の方々のご意見を商品・サービスに反映しています。

こうした考え方や取り組みを社外の皆様にご理解いただくための情報発信にも力を入れており、2006年度は10月に京都で開催された「国際ユニバーサルデザイン会議2006」において、OKIの研究者が5つのテーマについて発表を行いました。



発表の様子

成田空港第1ターミナルに 国際自動チェックイン機を設置

2006年6月、成田空港第1ターミナルで、OKIが開発した国際自動チェックイン機126台が稼働を開始しました。自動チェックイン機が多数導入された理由は、搭乗手続き時間の短縮と使い勝手の向上による利用者サービスの向上です。

OKIは、ATM(現金自動預払機)で培ったユニバーサルデザインの技術を活用し、スムーズにチェックインできる端末を実現しました。

具体的には、利用者の経験や知識にかかわらず操作ができるよう、1つの画面に1つの指示というATMの操作手順を徹底。画面上の文字の大きさやコントラストなどにも配慮したほか、4カ国語での対応を可能としました。さらに、色だけに頼らない表現や、アニメーションを用いた操作誘導などにより、誰もが利用しやすい画面表示を実現しています。



国際自動チェックイン機

社会に役立つ商品・技術

OKIグループは、企業理念に基づき、すべての商品の提供を通じて、お客様のお役に立ち、社会に貢献することをめざしています。

カメラ付き携帯電話でのアイリス認識を実現

OKIは、カメラ付き携帯電話を使って、人の目のアイリスパターン(虹彩の模様)により個人を認識する「携帯アイリス認識技術」を国内で初めて開発しました。

携帯電話の高機能化に伴い、さまざまな新しいサービスが広がると同時に、携帯電話の紛失・盗難時の悪用防止や、安全なサービス提供のため、より高度なセキュリティ機能が求められています。複雑でランダム性



カメラ付き携帯電話での利用イメージ

に富んだアイリスパターンを用いることで、高精度の個人認証が実現でき、携帯電話で決済などのサービスを利用される方々に、より大きな安心感を提供することが可能となります。

2007年度には携帯電話やPDA(携帯情報端末)などのモバイル機器にアイリス認証機能を組み込むためのミドルウェアを発表しており、今後も最適なセキュリティを提供する商品を拡充していきます。

「eえいぞう」技術を活用し セキュリティ関連業務を高度化

「eえいぞう」は、国際標準化機関が定めた映像符号化方式「MPEG-4」「H.264」などに準拠し、かつOKIが独自に最適化した高画質映像符号化・伝送技術です。OKIはこの技術を用いて、セキュリティ関連業務を高度化し安全な社会を実現する各種商品を提供しています。

● デジタルビデオレコーダ「VisualCast VBOX-S/500」

「VisualCast VBOX-S/500」は、ネットワークカメラを含め、最大16台の監視カメラを接続できるデジタルビデオレコーダです。デジタル録画機能や、センタでの集中監視を可能にするネットワーク機能に加え、取り込んだ映像から不審者の動きなどを自動検出する行動認証機能を備えています。



● MPEG-4エンコードLSI「ML86410」

「ML86410」は、MPEG-4方式での画像圧縮を行うエンコードLSIです。OKIは、このLSIを用いてネットワーク監視カメラシステムを構築するためのリファレンスデザイン(設計図)、および高画質なビューソフトウェアを同時に提供しており、お客様は独自の高品位な監視システムを短期間で容易に構築することができます。



コンプライアンスの
推進

お客様満足への
向上

株主・投資家への
情報発信

社員の尊重

環境への対応

社会貢献