

# 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

## 2009年度注力ポイント

- 品質教育の見直しを継続(中堅技術者教育拡充に注力)
- ユニバーサルデザイン技術の応用拡大

## 2009年度の状況

- 全社共通研修のなかに若手技術者向け新単元を開講
- お客様満足向上につながる保守員業務支援システムを開発・導入
- シニア向け情報サービスの実証実験を実施

## 2010年度注力ポイント

- 中堅技術者向け教育の拡充
- 品質教育・研修のグループ展開
- ユニバーサルデザイン技術の応用拡大

## OKIの品質保証の取り組み

OKIでは「品質」を「お客様にご満足いただけること」と捉え、「常にお客様に満足していただける商品を提供する」という品質理念を掲げています。ご満足いただくためには、お客様が欲する商品(製品、サービス、ソリューション)を、お客様にとって最適な“旬”の時にお届けすることが重要です。OKIはこの認識に基づいて品質保証体制を整えるとともに、各種の取り組みを推進しています。

### 品質保証体制とマネジメント

OKIは2008年10月の半導体事業譲渡に伴って品質保証体制の見直しを行い、従来コーポレートに設置していた品質統括部門を事業部門に移しました。2010年4月の組織改変においてもこの体制を踏襲し、事業活動と一体となった品質保証活動を推進しています。

品質に関わる最上位のルールである「品質保証規程」に品質理念、品質責任と権限、商品安全全社方針などを定めているほか、具体的な活動ルールとして全社細則および事業部門細則を定め、事業部門ごとに構築している品質マネジメントシステムに組み入れて運用しています。

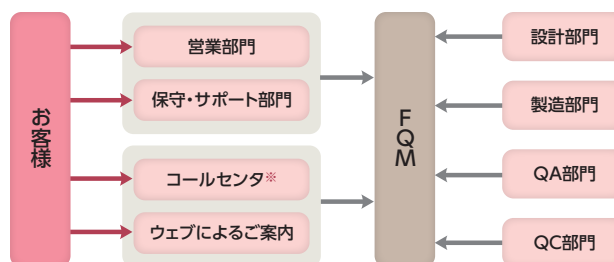
またグループの全生産拠点でISO9001の認証を取得し、生産ラインや製品特性にあわせた最適な品質管理体制を構築しています。

### お客様の視点を品質保証活動に活かす

OKIでは、製品開発部門と保守・サポートを担当するグループ企業が連携して、お客様の視点を強く意識した品質保証活動に取り組んでいます。営業・保守などの顧客接点部門と製品開発部門、品質保証(QA)部門および品質管理(QC)部門

が参加する「フィールド品質会議(FQM)」を事業ドメインごとに毎月開催し、市場に投入した商品の品質状況について、顧客接点部門を通じて得られた情報を共有するとともに、問題の早期発見・迅速な解決に努めています。

### ● FQMによる品質情報共有の仕組み



※プリンタなど一部の商品の場合

## 品質教育・意識向上の取り組み

### 品質教育の強化

品質を支える最も基本的な要素は、社員一人ひとりの品質意識と日々の行動です。OKIは、新入社員教育、部門



「統計の基礎」教材の例

配属後教育、中堅技術者教育などの各段階で品質教育を実施しているほか、業務上のニーズに応じて参加できるさまざまな品質教育メニューを揃えています。また、多忙な社員が受講機会を逸さないよう、eラーニングも活用しています。

2009年度は品質教育のさらなる拡充のため、技術系新入社員および若手の技術者を対象に、これまで各事業部門が独自に実施してきた「統計の基礎」および「信頼性の基礎」の単

元を全社共通単元として再編、新規開講しました。実際のモノづくりで生きる知識・手法を学べるよう、グループ内の事例や経験則に基づく実践的な内容としており、今後はさらに上級クラスの単元も整備していく予定です。

### 「品質月間」を通じ品質意識を向上

OKIグループは毎年11月を「品質月間」と定め、日頃の品質意識・活動を顧みる好機としています。2009年度の品質月間では全社テーマとして『営・技・生・保守一体。“意識”から“行動”へ』を掲げるとともに、営業、設計、製造の各部門において各々の業務内容や品質活動計画に即した行動スローガンを設定して部門内に展開し、品質意識の徹底を図りました。



部門別スローガンの入った「品質月間」社内啓発のためのポスター

## 製品の安全リスクに対するグループの連携

OKIは、「安全な商品を安心してお使いいただくための企業活動を最優先にする」という商品安全全社方針のもと、お取引先との契約に安全要求を盛り込むなど、さまざまな側面から製品安全に取り組んでいます。

### 製品事故発生時のグループ連携体制

OKIは、万一の製品事故発生時の対応として、商品の不具合による重大な品質事故が生じた場合の事故対策本部の設置、被害者の救済、市場・社会への告知、リコール実施、類似商品に対する予防・再発防止などの方法・手順をまとめ、規定化しています。この仕組みを主要なグループ企業にも展開し、OKIグループとして連携した対応を取れる体制としています。

2009年度は、4月1日に施行された改正消費生活用製品安全法に的確に対応するため、グループの各事業でとるべき措置を再確認しました。

### 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、「製品安全技術委員会」を設置し、「安全技術に関する4法<sup>\*</sup>」の遵守を徹

底しています。設計、製造、調達、販売、保守サービスの各段階で法規や認証への対応を確実なものとするよう、統括部門と事業部門、グループ企業のコミュニケーションを重ね、ルールの充実を図っています。また、課題や改善結果は製品安全技術委員会でも共有し、レベルの平準化を図っています。

2009年度は相次ぐ法令改正に的確に対応するため、製品安全技術委員会を通じて関連情報を共有し、対応の徹底に注力しました。具体的には、9月の電気用品安全法改正内容、および電気通信事業法の法令改正にむけた情報通信審議会の答申・パブリックコメントについて検討を重ねました。

<sup>\*</sup>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。

## お客様満足度(CS)向上のための取り組み

### CS調査結果を商品開発にフィードバック

プリンタ事業を展開するOKIデータでは、グローバルなCS調査を月次で行っているほか、世界各国における製品の故障率やサービス出動記録なども収集し、ここで得られたお客様の要求や品質問題を「CSフィードバック要求書」にまとめて、新商品開発会議で共有しています。

2009年度は、商品開発の初期段階におけるフィードバック要件の検証をよりの確に行い、従来80%としていたフィードバック率(新商品への反映率)の目標値を100%に引き上げました。商品開発プロセスの各段階で実施状況をチェックし、新商品への着実な反映をめざしています。

### パートナー企業の声を商品・サービスに反映

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です。IPシステム機器の開発・販売を行



フィードバック委員会の様子(2010年5月)

うOKIネットワークスでは、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、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

## お客様満足の上

事業戦略に反映しています。また、パートナー様向け教育研修やパートナー様向けウェブポータル「Partner's Net」、および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年の活動開始以来、委員会に付議したパートナー様の声は6,000件を超えました。これからもご要望の内容を分析しながら、具体的に商品・サービスへ反映していきます。

### お客様満足の上につながる

#### 保守員業務支援システムを開発・導入

保守サービスを展開するOKIカスタマアドテックは、お客様先での保守作業や障害対応などを担当するカスタマエンジニア(CE)のサービス提供品質を向上させてお客様満足につな



「MCPC award 2010」

げるため、保守員業務支援システム「@スマートCEシステム」を開発し、2010年1月に全国展開を完了しました。

本システムは全国250カ所のサービス拠点に配置された約1,200名のCEにイントラネットと常時接続されたスマートフォンを配備し、保守の現場で必要な技術情報の瞬時の閲覧・確認を可能とするものです。バックオフィス側からもCEの位置・作業状態がリアルタイムに把握できることから、最適なタイミングで現場の活動を支援することができます。サービス提供品質の向上や故障対応時の復旧時間短縮によりお客様満足の上昇に寄与するモバイルシステム導入事例として、2010年3月19日には「MCPC award 2010」(主催:モバイルコンピューティング推進コンソーシアム)において奨励賞を受賞しました。今後本システムの活用により、さらなるお客様満足の上昇をめざします。

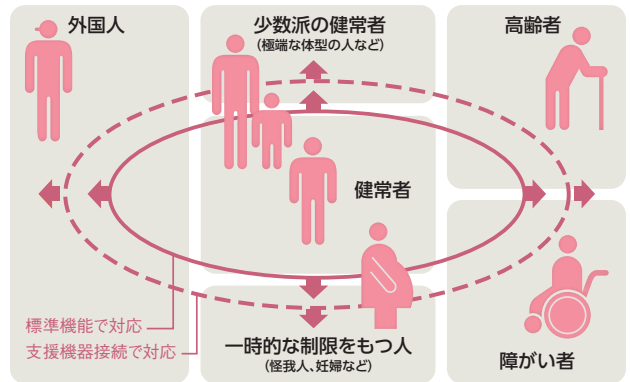
## ユニバーサルデザイン技術の 応用拡大

### 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「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(高齢者や障がいのある人などへの配慮)」という2つを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。

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。

### ● 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



### ユニバーサルデザイン技術の応用例:

#### シニア向けモバイル観光情報サービスの実証実験

OKIは2009年12月、東京大学との共同研究として進めている「ユーザ指向のユビキタスサービス設計」の一環として、愛媛県松山市の道後温泉にある商店街において、「シニア向けモバイル観光情報サービス」の実



協力者による買い物などの活動の様子をスタッフが観察

証実験を行いました。モバイル観光情報サービスとは、観光地において携帯電話や専用機などのモバイル機器により観光客に情報を配信するサービスですが、実際に使用する観光客のニーズに対応した情報提供や、それを伝えるモバイル機器の十分な活用がなされていないといった課題があります。

実証実験ではターゲット層である60代の男女18名に協力をお願いし、事前の同世代へのヒアリングやアンケート結果に基づいて設計した実験システムを使って、お土産用の商品を選ぶなどの活動を行っていただきました。ITを用いたサービス提供は技術面ではさまざまな課題が解消されつつありますが、多様化が進むユーザに対して真に利用しやすいサービスを提供するためには、こうした定性調査を交えたきめ細かい分析が不可欠です。今後も有用性の高い情報システム実現のための研究を進めていきます。