

お客様第一，品質第一について



トヨタ紡織（株）
松浦 秀樹

現在，日本の産業界が抱える様々な課題を解決するためには，商品やサービスに求められる品質を問い続け，社会に実装できる能力，すなわち「品質を創造する力」が必要です。

そのためには，社会の変化を受け止め，柔軟に向き合う力を育む組織風土の醸成が鍵となります。

弊社の組織風土根幹に，豊田綱領があります。豊田綱領は，トヨタグループの創業者である豊田佐吉の理念や精神をまとめた行動指針です。

佐吉は幼い頃，母の機織りを見て育ちました。機織りの生産性を向上させることで，母の負担を軽減できるだけでなく，良品廉価な生機（きばた）を生産することで人々の生活の質を向上させ，ひいては国家のためになると考え，動力織機の発明を生涯の目標と定めました。

彼は数々の織機を発明し，現地・現物・現確を自ら実践しながら改良を重ね，1924年には通称「G型自動織機」を完成させました。この織機の大きな特徴は，高い生産性に加え，糸切れなどの異常を検知して自動停止する機能を備えており，品質不良や手直しを防ぐ点で，後のトヨタ生産方式の原点となりました。

1923年には刈谷に試験工場を設立し，品質が保証された製品を販売するため，520台の織機を設置。お客様と同じ条件で，性能・動力費・修繕費などの経済性を確認しました。

佐吉の言葉に，「創造的なものは，完全なる営業的試験を行うにあらざれば，発明の真価を世に問うべからず」というものがあります。これはまさにお客様第一・品質第一の精神を表しています。

「お客様第一」とは，お客様の立場や目線で物事を考え，お客様のためになる製品やサービスを提供することです。お客様は消費者だけでなく，「後工程はお客様」という考え方も重要です。

この精神を業務の中で体現するためには，まず「お客様は誰か」を明確にし，VOC（Voice of Customer）＝お客様の声を聴くことから始める必要があります。収集した声から，お客様にどのような価値を提供すれば満足や笑顔につながるのかを導き出します。

例えば，「カスタマーイン（Customer-in）」の様に，お客様の環境に入り込み，行動や困りごとを観察・収集することで，ビジネスの種を探索する事例もあります。ここで注意すべきは，「お客様第一」の名のもとに，利益・売上・納期を理由に品質を犠牲にしてはならないという点です。

特に大きな組織ではセクショナリズム（Sectionalism）が強くなりやすく，利益・売上・納期と品質を総合的に判断する機能が弱くなることがあります。そのためTQM（Total Quality Management：総合的品質管理）の重要性が高まります。

品質とは，単なる製品品質ではなく，お客様に提供する価値の度合いです。

当学会規格「TQMの指針」には，TQMの17原則が記述されており，その中には「顧客志向」「後工程はお客様」「品質第一」といった目的が定められています。私たち組織のすべての要員が，これらの原則に基づき，考え・判断し・行動する。そのような組織風土を，ぜひとも醸成していきたいと考えています。

「品質」を取り巻く環境変化に対する 学会活動への期待



ダイヤモンドエレクトリックホールディングス（株）
阿部賢一郎

関西支部長の阿部です。皆さまには日頃より、本学会の活動にご参加ご協力いただき、心より感謝申し上げます。この度は、私自身が企業で経営の一端や品質に携わる中で感じていることや、学会活動に期待したい点について述べさせていただきます。

～時代の「変化」と「品質」～

今、私たちはまさに時代の転換期にいます。産業界、アカデミアの皆さま問わず、この変化の速さを日々肌で感じていらっしゃると思います。

私たちが扱う「品質」とは、お客様の満足そのものです。故に社会の環境変化で「モノサシ」が変化すれば、お客様満足の基準も変わります。企業や組織が社会に貢献し長く存続を果たすには、この変化に対応し、自らも変わることが不可欠であり、人材育成や研究を通じ社会貢献を果すアカデミアの皆さまにも同様です。

現在直面する大きな社会的変化は以下の通りです。

- ・少子高齢化（消費縮小、労働力不足、医療福祉問題）
- ・気候変動（自然災害問題、CO₂削減課題など）
- ・格差問題（教育格差、情報リテラシーなど）
- さらに社会と技術の変化から加速する課題として、
- ・価値基準の変化（モノから体験やサービスへ）
- ・DXの加速対応（IoT化や、AIの進化など）
- ・地政学リスク増大（自国主義～RareMetal規制等）

これらは過去に比類ない速度で変化を続けており近年国内で多発した「品質不正問題」もまた、これらの変化が「歪みを拡大」させた結果だと皆さんも感じておられたと思います。変化に順応しない多くの無理は歪みを生み、やがて破綻に繋がります。

～「守・破・離」から考える学会の役割～

武道や芸事の鍛錬・練磨には「型」があり、そこには「守・破・離」という考え方が適用されます。

- ・守：型を守り、繰り返し徹底的に磨く
 - ・破：体得した基本（型）に発展を加える
 - ・離：基本を発展させた上で新たなものを創造する
- これらの全ては、基本を守ることから始まります。

私たち品質に携わる者にとり最も大切な基本の型は、「品質第一」の姿勢・視座であり、それに正対する「方法・手段」、即ち、お客様満足に繋がるモノサシ（プロセス管理や評価手法等）です。

しかし現実的にいま、この第一とすべき「品質（お客様ニーズの満足）」と「方法・手段」とのバランスは今の急激な変化で崩れる可能性を有しています。

これまでは諸先輩方や会員諸氏の努力により、変化に順応した（「破」「離」を担い）新たな方法・手段の創造（学会使命）を果たされてきました。転換点の今、継続的な学会機能発揮がまさに重要となっています。

～直面する課題と未来への対応～

しかし一方で、過去と異なる環境や価値観の中で、近年の学会員減少という事実があります。

お客様（会員／入会検討者）から見た学会「品質」は目的やニーズへの合致。その「方法・手段」である学会活動がニーズ適応だとすると、既に再適応を図る機会や時期なのではないでしょうか。

如何に会員・入会検討者方々の価値に繋がるコンテンツを継続提供できるかです。

特に7割以上を占める企業所属の会員方々と賛助会員企業に向けた価値は、アカデミア側の研究・発表の場の更なる充実方法とともに最重要検討課題です。

喫緊の課題として若年層の入会促進や高齢化への対応等がありますが、目線を変えると社会的な「労働力不足」が背景にあり、特に品質人材の不足は深刻で供給側のアカデミアより寧ろ、企業側の人材育成次元の変革が不可欠（育成や支援が新ニーズ）です。この様に社会問題対応を考えれば、従来の学会活動から、他団体や企業との連携・共創などを必要とする活動も求められてくると考えます。

「既知」の課題だけでなく「未認識」の潜在課題を掘り起こすきっかけになるかもしれません。私たちは「品質」を探求し、問題・課題の解決を扱う専門集団です。今すぐにはなくとも必ず未来に繋がる対応に結びついていくはず です。

まずは、関西支部にて会員増減の実態調査・分析を起点に、有志メンバーでの意見交換を先般始めさせて貰いました。近々何かしらをアウトプットが出来ればと思いますが、次世代に繋ぎ続けられる魅力的な学会・関西支部に向け、皆さま（特に若手の方々）の率直なご意見やアイデアをお待ちしております。是非ともお気軽にご意見をお寄せください。