

お客様とのコミュニケーション

お客様の視点に立って
日常業務を点検し、
経営品質の向上を進めます。

リコーは、経営理念に「お役立ちの精神^{*1}」を掲げると共に、「CS(お客様満足度)向上の障害となるものは、経営理念以外はすべて変えて行く」という方針を、経営トップが明確に打ち出しています。経営体質のレベルを向上させていくためには、お客様の声に耳を傾け、日々の活動の改善を図ることはもちろん、活動の内容や方向性が正しいのか、また、どの水準にあるのかを客観的にチェックすることも重要です。リコーは第三者機関によるお客様満足度調査で7年連続1位の評価(日本国内・複写機分野)を受けています。また、リコーグループは「日本経営品質賞(JQA賞²)」の継続的受賞などにより、自社の社会的レベルを把握すると共に、その結果を業務改革・組織改革につなげています。私たちは今後も、お客様や社会の視点に立って日常業務をチェックし、継続的な改善・革新を進めていきます。

*1 9ページを参照。

*2 リコーグループ全体として、1999年度のJQA賞を受賞。この賞は1995年、米国の国家経営品質賞である「マルコム・ボールドリッジ賞」の考え方をもとに制定されました。

日本 極

地域の経営品質賞を受賞

リコーグループの販売会社である新潟リコー、三重リコーは、優れた経営品質を実現していることが認められ、JQA賞の県版である地元の経営品質賞を受賞しました。新潟リコーは県知事賞、三重リコーは知事賞を受賞しています。各社とも、さらなる企業体質の強化を通じて、地元企業として地域社会でのリーダーシップを発揮すると共に、お客様にとっての存在価値を高めていきます。

お客様の声への対応

リコーは1981年、CSという言葉が世の中で注目を集める以前から「お客様相談室(旧QAセンター)」を設置し、お客様満足度の向上に努めてきました。私たちは、クレームはリコー製品に対する期待の現れであり、また新たな商品開発のヒントでもあると考えています。なぜなら、クレームをいただいたお客様は、リコー製品のご愛用者であることが多いからです。リコーは、こういったお客様の声をデータベース化し、翌日には経営トップや商品企画部などの関係者がクレームの内容をチェックできる仕組みを構築しました。重大なクレームには役員自ら対応し、そこから経営課題を発掘すると共に、業務の改善につなげています。

お客様相談室のサービスレベル(実績をもとにした目標値)

電話接続率	電話してつながらず(話し中にらない)率	85%以上
即答率	1回の電話で解決する率	90%以上
保留時間	お客様を保留でお待たせする時間	20秒以内
e-mail回答納期	e-mail着信から回答までの日数	2日以内
お客様満足度	アンケートによる満足度調査*	90ポイント以上

* 年2回、約270人のお客様に対してファックスとメールアンケートを実施。



お客様相談室

IT時代のお客様サポート

IT化の進展と共に、さまざまなブランドの機器が混在するマルチベンダー環境化が進み、オフィスのネットワークはますます複雑化しています。お客様のネットワークシステムのトラブル解決のために、リコーの「ネットワーク・コールセンター」では、先進のCTI

(Computer Technology Integration) システムを導入し、ハイレベルなサポートを行っています。



ネットワーク・コールセンター

米 州 極

アメリカ

CSとアクセシビリティの向上

アメリカのリコーグループでも日本と同様、お客様への配慮(CS)と社会への配慮(環境保全)が経営の両輪という考えに基づいて事業を行っています。リコーコーポレーションでは、お客様からのクレームを一定のフォーマットで管理すると共に、社長会議で報告を行い、改善につなげています。また聴覚障害によって一般の電話がお使いになれないお客様とのコミュニケーションを図るために、2001年6月からサービスセンターなどに、電話回線を経由した文字入力によるコミュニケーションサービス(テレタイプライターシステム)を導入しました。これによりお客様窓口のアクセシビリティを向上させています。

中 華 極

香港

リコー香港のCRM

リコー香港では、CRM(カスタマー・リレーション・マネジメント)のために、ITシステムを使って顧客情報や製品使用履歴、営業履歴などを管理し、お客様への適切な提案につなげています。また、お客様のクレームに対応する専任部隊を設置しているほか、全社員がクレーム対応システムを使う訓練を受けるなど、CSの向上に努めています。