

2025年度 品質月間

“品質第一”と“お客様目線”を追求し、 『信頼』を積み重ねる1年にしよう

社長 CEO
沖津 雅浩

9月10日に、新たなコーポレートスローガン「ひとの願いの、半歩先。」を発表しました。このスローガンは、事業活動を通じて当社がお客様にお届けする「シャープらしい価値」を端的に表現したもので、当社とステークホルダーの皆様との約束の言葉です。

社員全員が、今後も経営理念・経営信条にこだわりを持って日々の業務に取り組むこと、つまり、Our Mission「誠意をもって人々の日常を見つめ、創意を持って新たな体験を提案する」を実践し続けることで、「ひとの願い」にいち早く気づき、「半歩先」のシャープらしい体験を次々と提案していきましょう。

さて、11月の品質月間は私たちが「品質」を再確認する大切な機会です。今年は“お客様目線”の重要性に加え、取り組みを推進している全社的な品質戦略についてお伝えします。

現在、全社の品質戦略では、大きく2つの取り組みを進めています。一つは広い意味での品質改善の成果を測る指標のひとつとしてNPS（Net Promoter Score）を導入すること。そしてもう一つは、生成AIなどの新しい技術を活用し、より上流で品質の作り込みを行える仕組みづくり（品質DX）を行うことです。

NPS（Net Promoter Score）とは、「この製品やサービスを親しい人に薦めたいか」という質問を通じて、製品やサービスに対するお客様の“信頼”や“愛着”を数値化したものであり、私たちの取り組みが正しくお客様に届いているかを示す重要なバロメーターとなります。

このスコアは単純に品質不良が起きなければ改善するものではなく、お客様が求めている製品の特長、機能、性能や使いやすさなども影響を与える指標となっており、お客様目線をしっかりと意識した商品企画や開発・評価が必要となります。また、もちろん品質不具合が起これば当社の製品・サービスに対する“信頼”は大きく損なわれ、スコアが大きく下がることは言うまでもありません。

ただ、どれだけ品質の作り込みに最善を尽くしても、予期せぬ不具合が起こる可能性はゼロではありません。そのような時こそ、サービス部門を中心に、迅速かつ確実な対応でお客様の信頼を早期に回復することが重要です。そして、その対応を通じて、お客様とのより良い信頼関係を築いていくことができると思っています。

最終的にお客様が手に取る製品やサービスの「品質」を守るのは、皆さん一人ひとりの誠実な仕事です。

“品質第一 私たちの心です”

この品質スローガンのもと、シャープグループ全員で世界中のお客様のご期待に応える“ひとの願いの、半歩先。”の製品やサービスを創り上げていきましょう。そして、多くのお客様にシャープの製品・サービスを他の方に薦めたいと思っていただける価値を提供し、シャープブランドのさらなる向上を目指していきましょう。