

# 今月のQ&A

2011年1月

魅力的品質と当たり前品質

## 魅力的品質と当たり前品質 — 質問者 佐藤央英

品質には『当たり前品質』と『魅力的品質』とがあるという話を聞かされたことがあります。私としては、「品質は特性が顧客の期待を満たせばよいものなので、顧客から見たときに特性が契約仕様どおり又は期待どおりであれば品質が良いわけだから魅力的と感じるし、そうでなければ品質が不十分だから魅力的でないと感じるだけ」と思います。それで、こういう区分をすることが理解できません。本質は品質の定義と変わらないと思います。私の考え方が、おかしいのでしょうか？ ご意見を頂きたく、よろしく申し上げます。

この質問についてお応えします。

近頃 ISO の顧客満足だの、“customer delight” などという記事から聞きかじった人たちが、『魅力的品質』のような言葉を振り回しているのだらうと思いますが、大体、『魅力的品質』などという考え方は間違っています。一味違って上等というのは有難いことでもあります。注文をした場合及びカタログなどの仕様の記述を信じて購入した場合には、勝手に契約又は注文に基づく約束のもの又はカタログなどの仕様と違うように変えられたら、有難迷惑、又は、大きなお世話ということが多いと思います。製品の特性を約束より上のレベルに上げる場合でも、顧客に適切に連絡して了解を取るべきです。そうでないと、過剰品質になり得ます。過剰品質は、不適合品となることがあります。

「図面(又は購入仕様書)に書いてないけど、ここはこうしなければだめだ。だからこの納入品は不合格なのだ」とやられて泣き寝入りする例が日本で時々あるようです。こういうことは、他国でもたまにあるようです。しかし、「たまに見かけるケース」で、これに魅力的品質という表現を使うのは本来の趣旨とは明らかに違います。無理が通れば道理引っ込むというところでしょう。

「使い勝手」(使いやすさ)と「使い心地」を『魅力的品質』としているということも考えられますが、それは、受注生産品、量産品、日用雑貨、耐久消費財、製品の種類によって、別々に考えなければなりません。日用雑貨の場合は、一々買って見て使い比べをすることができますが、耐久消費財でしたら、一々買って使い比べをするわけには行きません。

「使い勝手」と「使い心地」を使用前に伝達する方法としては、売り込み説明、仕様に明記、暗黙の了解、世間の評判、口コミなどですが、製品の種類によって大きく変わります。しかし、『魅力的品質』などという変な言葉が使われたらメーカーは迷惑でしょう。

以上