

顧客満足

DAIKIN'S POLICY

徹底したお客様志向と経験、
実績、高い技術力で、安心と信頼を提供します

CSR目標2020

世界150カ国以上で事業を展開しているダイキンは、
現地のニーズに合致した製品・サービスの提供に努め、
高い品質水準を確保することでお客様に最高の満足を提供します。
世界中のお客様の声を定期的に把握し、商品開発などに活かすことで
ライフサイクル全体でお客様満足を追求し続けます。

2017年度実績

お客様のアフターサービス満足度がどのくらい向上したかを測っています

お客様満足度(2015年度比)

日本

中国

シンガポール

イタリア

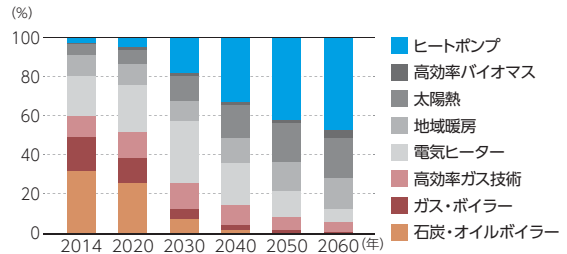
1.11 1.01 1.03 1.00

Why?なぜ重要か

パリ協定を機に温暖化政策が加速、 暖房・給湯機器も脱炭素化が求められているから

暖房からのCO₂排出量の割合が大きい欧州では、ガスや灯油などを用いた燃焼暖房から、空気の熱を利用し燃焼式に比べ環境負荷の低いヒートポンプ暖房への転換が進みつつあります。しかし、まだ欧州では馴染みの薄いヒートポンプ暖房。普及させるためには、お客様や販売店が「安心」できるしくみづくりが重要であると、ダイキンは考えています。

パリ協定達成のための暖房・給湯設備の熱源推移



注) IEA, Energy Technology Perspectives 2017をもとに当社作成
B2DSシナリオ(気温の上昇を2°C未満に抑えるためのシナリオ)による

特集

「安心」できるしくみづくりで、環境負荷の低い ヒートポンプ暖房の普及を促進

DAIKIN'S APPROACH

欧州のお客様、販売店、ダイキン 3者をつなぐプラットフォームを開発

欧州では、エネルギー効率の高い、低炭素経済社会への変革を域内政策とし、温室効果ガスの排出削減に積極的に取り組んでいます。家庭でのエネルギー消費をみると、比較的気候が寒冷なことから80%以上を暖房給湯が占めており、従来の燃焼暖房からヒートポンプ暖房などのCO₂排出がより少ないシステムへの転換が進められています。とはいえ、欧州の暖房市場に占めるヒートポンプ暖房の割合はまだ数%にすぎず、長年、燃焼暖房に親しんできたお客様には、ヒートポンプ暖房の能力や耐久性、アフターサービス等への認識不足から導入を躊躇されることが多いのも

事実です。

ダイキンでは、2017年、こうした認識を変え、お客様に安心してヒートポンプ暖房をご利用いただくために、お客様、販売店、ダイキンの3者をつなぐクラウド型のプラットフォームを開発。「いつもあなたのそばにいます」という意味を込めて、このサービスを、「スタンド・バイ・ミー (以下、SBM)」と名付けました。

DAIKIN'S PERFORMANCE

お客様が持つ懸念の払拭はもちろん、 販売店の業務効率化も支援

まず、「極寒期でも暖まるのか」というヒートポンプ暖房への最大の懸念を解消するために、販売店オンラインツール「暖房ソリューションナビゲーター」を開発、

お客様、販売店、ダイキンの3者をつなぐSBM





販売店がお客様の地域に合わせて、極寒期にも十分な暖房能力を発揮する正しい機種を確実に選定できるようにしました。機種選定に加えて、設置場所ごとのエネルギー消費計算を簡略化するなど販売店の業務負担軽減にも貢献しています。

欧州では、暖房機器のアフターサービスが非常に重視されています。そこで、ダイキンでは機器をSBMに登録することで、お客様と販売店をつなぎ、8年間の保証延長や保守契約をSBMポータルサイトで提供、オンライン決済もできるなど利便性に配慮しています。さらに今後は、ポータルサイト上にメンテナンススタッフの対応可能時間や価格を表示し、お客様が訪問希望日時を依頼できるしくみを提供する予定です。修理依頼後8時間以内の出動・修理をめざし、お客様の「安心」を支えます。

また、保守契約先の販売店は、SBMの顧客情報にもとづいたメンテナンスが可能になり、業務が効率化されます。修理履歴の閲覧や顧客情報にもとづくサービス部品の注文ができるなど、販売店への支援策は、サービスを受けるお客様の「安心」にもつながっています。

お客様とのつながりにより 販売店の高い満足度を実現

2018年5月現在、欧州全体で約3万台の暖房機器がSBMに登録されています。

スペインで実施した販売店向けアンケートでは、業務負担の軽減や販売支援に加えて、お客様とのつながりを持ち続けられる点が高く評価され、「非常に満足している」が50%、「満足している」も含めると、67%以上が満足という結果になりました。

Voice

幅広い情報提供で業務の効率化が可能に

SBMはお客様先に設置された暖房機器ごとに、保証期間、メンテナンス・修理の状況など、幅広い情報を提供してくれるので、業務を大幅に効率化できました。

インターフェイスは直観的に操作することができ、使いやすくするために工夫されていると感じます。



ダイキン販売店
Reparaciones
Técnicas del
Hogar S L
Luis José
Garcia 氏

NEXT CHALLENGE

お客様、販売店の満足度を高めながら 社会全体のCO₂削減に貢献

2018年10月からは、SBMに遠隔監視機能を追加し、販売店のアフターサービス支援を強化します。これによって、現場に行かなくても運転状態がWEB上で確認できるようになり、その情報を故障診断や故障予知に役立てることが出来ます。また、ダイキンの強みである販売店ネットワークとお客様、ダイキンをプラットフォームでつなぐことが、3者それぞれにメリットが大きいことから、現在、SBMの登録機種を暖房機器だけでなくエアコンにも広げようとしています。

これからもダイキンは、お客様、販売店の満足度を高めながら、ヒートポンプ暖房を普及させ、社会全体の脱炭素化に貢献していきます。

パフォーマンス報告

品質マネジメントシステム

グローバル全体での品質方針を制定

ダイキンは、「グローバル品質保証規程」を制定し、グループで共有すべき品質の考え方や、品質の監視・是正を円滑に実施するための責任と権限を定めています。

また、各生産拠点でISO9001の認証を取得し、それにもとづく品質マネジメントシステムを構築しています。製品の品質レベルを維持管理し、開発、調達、製造のあらゆる部門で管理を徹底しています。さらに、生産委託取引先様も巻き込み、品質向上に取り組んでいます。

品質マネジメントシステムの各側面については、事業部ごとに内部監査を行い、運用状況を評価し、実践・評価・改善を続けています。

さらに、毎年、グループ年頭方針にもとづいて事業部ごとの品質重点施策と目標を策定し、これをもとに品質プログラム(年度計画)を立て実行しています。

お客様への対応・サポート体制

世界各地にサービス体制を構築

国内のお客様からの修理依頼・技術相談・購入情報などすべてのご相談は、総合窓口である「ダイキンコンタクトセンター」が24時間365日体制で受け付けています。

また、海外でもアフターサービス体制を整え、「速さ・確かさ・親切さ」をスローガンに、多様なご要望にお応えしています。2017年度はイギリスで暖房事業強化に向け、B to Cに特化したコンタクトセンターを立ち上げました。今後も

コールセンターの設置や、WEB上での技術情報の提供、応対品質向上研修などに取り組めます。イギリスコンタクトセンター



います。国内では、アフターサービスでのお客様対応を評価をいただく「ふれあいアンケート」を実施しています。2017年度の総合満足度は5点満点中4.49という過去最高の評価をいただきました。これは、「受付から完了までの速さ」「一度の訪問での修理完了」を重点施策とし、「技術力向上」「お客様対応力の向上」などの教育訓練に取り組んできた成果と考えています。

また、ショールームや店頭、ホームページで収集したお客様の声を製品開発に活かしています。2017年度はスタイリッシュなエアコンを求める声に応え、インテリアとの調和を追究しデザインと最新機能を兼ね備えたエアコン「risora(リソラ)」を開発しました。「2017年度グッドデザイン賞」や国際的デザインアワード「iFデザインアワード2018」などを受賞、国内外からそのデザイン性と機能が評価されています。



お客様の声から生まれた「risora」

お客様情報の保護

情報管理者を置き、従業員教育を徹底

ダイキンでは、お客様からお預かりした個人情報を適切に管理し活用するために、「個人情報保護方針」を掲げ、社内ルールを整備しています。例えば国内グループでは、各部門に配置された情報管理者が中心となり、社内ルールに沿った個人情報の適切な管理と活用の徹底を図っています。情報管理者会議を開催し、秘密情報・個人情報を対象としたリスク軽減に取り組んでいます。2017年5月には、日本で改正個人情報保護法が施行されたことを受けて、社内規程・要領を見直すとともに、全従業員を対象にEラーニングを行いました。

お客様の声の収集

お客様の声を収集し 製品開発・サービス向上に反映

ダイキンは、お客様がどのくらいアフターサービスに満足されたかを測り、お客様満足の向上に活かして