

第 1 章

**品質管理とは**  
—組織における  
良い製品づくり—

---

## 1. 品質とは

---

### 問 1

製品やサービスの品質とは，その製品やサービスが「何か」を満たしている程度のことをいう。その「何か」に当てはまるものとして，もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. 事業目的
- イ. 販売目的
- ウ. 使用目的
- エ. 創造性

### 2

企業が，顧客の求める品質を実現するためには，顧客から何を聞くとよいか。もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. その製品やサービスを販売している内容
- イ. その製品やサービスで創造している内容
- ウ. その製品やサービスに学んでいる内容
- エ. その製品やサービスに期待している内容

### 問 3

企業が，顧客の求める品質を実現するために，製品の場合には，何をよく調べる必要があるか。もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. 顧客の製品の使い方

- イ. 顧客の製品の学び方
- ウ. 顧客の製品の販売方法
- エ. 顧客の製品の創造方法

④ 4

「品質管理」とは、製造後から不適合品を取り除くのではなく、最初から良い製品やサービスを作るために、お客様に製品やサービスの提供および提供後の各段階（例えば、材料の仕入れ、製品の生産、販売）で何をすることか。もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. 不適合品を適合品にするために、基準を見直し確実に実行
- イ. 適切な品質が保たれるための仕組みづくりの確実な実行
- ウ. 営利度外視で多くの資源を投入することの確実な実行
- エ. 数多くの検査を行い、検査で品質を良くすることを最重要に考えて不適合品を除くことの確実な実行

④ 5

顧客に提供する製品を分類するとき、一般にその対象となる形態には何があるか。もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. ハードウェア、ソフトウェア、素材、サービス、エネルギー、情報は対象である。
- イ. ソフトウェア、素材、サービス、エネルギー、情報は対象であるが、ハードウェアは対象外である。
- ウ. ハードウェア、素材、サービス、エネルギー、情報は対象であるが、ソフトウェアは対象外である。
- エ. サービス、エネルギー、情報は対象であるが、ハードウェア、ソフトウェア、素材は対象外である。

**問 6**

製品やサービスを提供する「お客様」とは誰のことか。もっとも適切なものをひとつ選べ。

- ア. 自社外の製品やサービスの受取り手
- イ. 自社内の製品やサービスの受取り手
- ウ. 社内外の製品やサービスの受取り手
- エ. 国内の製品やサービスの受取り手

**問 7**

「広義の品質」として一般に言われる QCD+PSME に関する記述として、誤っているものをひとつ選べ。

- ア. QCD+PSME の「C」とは、チェック・評価 (C) のことである。
- イ. QCD+PSME の「S」とは、安全 (S) のことである。
- ウ. QCD+PSME の「M」とは、士気・やる気や人として守るべきことを守るという倫理・道徳 (M) のことである。
- エ. QCD+PSME の「E」とは、環境 (E) のことである。

**解説**

この問題は、品質とは何か、品質管理とは何かについて問うものである。

品質の定義、品質管理の役割、顧客（お客様）は誰か、顧客が求める製品やサービスの品質を実現するための企業の行動などからなる 7 問で構成されている。

本問では、品質および品質管理に対する基本的な考え方を理解しているかどうかポイントである。

**解答**

問1 ウ      問2 エ      問3 ア      問4 イ      問5 ア  
問6 ウ      問7 ア

**問1**

製品やサービスの品質はそれを利用した顧客が感じた評価であるとしてとらえ、製品やサービスが顧客の何を満たしていなければならないかについて考える必要がある。製品やサービスの品質とは、通常、「製品やサービスが使用目的を満たしている程度（使用目的への適合性）」とされている。よって、正解はウである。

誤解答である選択肢について、事業目的は、組織の事業の目的である。販売目的は、販売に対する目的であり、創造性は発想を生み出すことである。いずれも製品やサービスの品質には適さない。

**問2**

企業が顧客の求める製品やサービスの品質を実現するために、企業は顧客から何を聞いたらよいかを考える。品質は、顧客の使用目的に適合していることが求められるので、企業が行うべきことは、顧客が製品やサービスに期待している内容を知ることが重要である。よって、正解はエである。

誤解答である選択肢について、製品やサービスを販売している内容は、顧客にとって必ずしも製品やサービスの使い方や受取り方に関係しない。製品やサービスで創造している内容は、企業が期待の一部を発想するものであって、顧客の使用目的に一致しているとは限らない。また、製品やサービスに学んでいる内容は、顧客にとって製品やサービスから学びを得る必要のないものもあるので適切ではない。