

UCDA 福田理事長

アワード2012に向けて

一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会(以下、UCDA)では、来春開催予定の「UCDAアワード2012」に向けて準備を進めている。今年行われたアワード2011では、生損保の「総合通知」「自動車保険証券」などコミュニケーションツールの見やすさ、わかりやすさを評価した。福田泰弘理事長は「今後も情報という形のない商品を生活者にわかりやすく正確に伝えられるよう、コミュニケーションツールの改善を通じて、生損保を支援していきたい」と語る。

—アワード2011の報告会も盛会に終わったが。

福田 今回生損保33社からエントリーいただき、内容の濃いアワードになった。「評価されること」に対しては抵抗感を持つ人も多い中で、各社とも熱心に評価結果に耳を傾けていただけ非常にうれしかった。あらためてエントリー各社とアワードを盛り上げていた

福田 今回は生損保33社からエントリーいただき、内容の濃いアワードになった。生保の総合通知部門は、回を追うごとに大幅に改善が進んでいる。特に「通知物を読む流れが明確化したこと」「1ページ当たりの情報量が適切になってきたこと」「視覚障がい者にも配慮した色彩設計」などの点

福田 3回目の評価となった生保の総合通知部門は、回を追うごとに大幅に改善が進んでいる。特に「通知物を読む流れが明確化したこと」「1ページ当たりの情報量が適切になってきたこと」「視覚障がい者にも配慮した色彩設計」などの点

で工夫が見られた。また、三井住友海上がめき生命(現…三井住友海上あいおい生命)は、前回アワードで指摘した150力所すべてを修正して驚いた。認証レベルの評価結果だった。初めての評価となった自動車保険証券部門では、9社のエントリーが

同じく初めての評価となった生保のインターネットサービス部門では、ネット募集を中心とした生保で、商品のシンパル性がわかりやすさに直結していると感じた。ただ、全体を見るとまだこれからというところが多く、今後に期待したい。

福田 デジタル化がどれほど進んだとしても、まだ紙の役割は大きい。一方で、メディアを使い分ける「紙とデジタルの融合」がさらに加速する。また、ニーズも刻々と変化する。それらすべてに対応していくためには、コミュニケーションチャネルの一層の充実が求められるのではないだろうか。

加えて、情報の整理も必要だ。生活者の声を聞くことは当然だが、聞き過ぎると量が膨らんでコストが上がる。この矛盾をいかに解決していくかが今後の課題といえる。法律改正や商品内容の変更などで不要となった情報が見直されず残っているケースなどもあるよ

福田 アワード2011の報告会で基調講演をお願いした前金融庁総務企画局長の内藤純一さんは「適合性の原則の立場から言えば、金融機関は法律的な要請を果たしているかどうかではなく、お客さま一人一人を理解して適切なアドバイスをする高い次元のコミュニケーションが必要だ」と話していた。

福田 「お客さま一人一人を理解している」ということは、「一人一人の声をいかに反映するか」ということであり、そのための仕組みが各社には求められているのではないだろうか。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

「コミュニケーションを密にする」と

業績の向上には—

「紙とデジタルの融合」の時代へ

わたしがトップマネジメントをしていた時代、よく社員に「利益を上げるにはコミュニケーションを密にすること」と言い続けた。損保ジャパンを訪問した際も、部門間で横断的なプロジェクトチームを編成して改善に取り組んでいると聞き、成果につながっていると感じた。

—コミュニケーションツールの改善に向け、生損保が進むべき方向は。

福田 デジタル化がどれほど進んだとしても、まだ紙の役割は大きい。一方で、メディアを使い分ける「紙とデジタルの融合」がさらに加速する。また、ニーズも刻々と変化する。それらすべてに対応していくためには、コミュニケーションチャネルの一層の充実が求められるのではないだろうか。

加えて、情報の整理も必要だ。生活者の声を聞くことは当然だが、聞き過ぎると量が膨らんでコストが上がる。この矛盾をいかに解決していくかが今後の課題といえる。法律改正や商品内容の変更などで不要となった情報が見直されず残っているケースなどもあるよ

福田 アワード2011の報告会で基調講演をお願いした前金融庁総務企画局長の内藤純一さんは「適合性の原則の立場から言えば、金融機関は法律的な要請を果たしているかどうかではなく、お客さま一人一人を理解して適切なアドバイスをする高い次元のコミュニケーションが必要だ」と話していた。

福田 「お客さま一人一人を理解している」ということは、「一人一人の声をいかに反映するか」ということであり、そのための仕組みが各社には求められているのではないだろうか。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

うだ。わたしは、情報を収集することと同様に、情報を整理してスリムにすることも重要だと考えている。併せて、「共通化」を進めることも大事ではなからうか。難しい点も多々あると思うが、第

Another Voiceで生活者の声を定量的に分析

—今後、コミュニケーションの改善に向けて生活者の声を取り入れていく際に心掛けることは。

福田 アワード2011の報告会で基調講演をお願いした前金融庁総務企画局長の内藤純一さんは「適合性の原則の立場から言えば、金融機関は法律的な要請を果たしているかどうかではなく、お客さま一人一人を理解して適切なアドバイスをする高い次元のコミュニケーションが必要だ」と話していた。

福田 「お客さま一人一人を理解している」ということは、「一人一人の声をいかに反映するか」ということであり、そのための仕組みが各社には求められているのではないだろうか。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

福田 改善は進んでいる。例えば、アフラック

では、アワードの評価結果を基に総合通知を改良した結果、資料請求が8%増、苦情件数が25%減、トータルコストも35%削減と非常に素晴らしい結果を得られたと聞いている。

三者の視点を取り入れることで、整理・共通化は進みやすくなると思う。—コミュニケーションツールの改善には、システムの見直しも不可欠な一方、莫大なコストが掛かり、課題解決の足かせとなっている。シス

テム化推進にどのように取り組んだか。福田 わたし自身、システム導入はコストから計算すべきものではないと考えている。時代のニーズに対して自分たちはどうあるべきか考えた時、将来に対してプラス

UCDAではこのたび「Another Voice(アナザーボイス)」という新しい組織を立ち上げ、生活者、特に声が小さかったり少数派だったりして今まで聞こえてこなかった声を集める仕組みを構築した。生活者の声は各種調査会社やマー

アワード2012の開催へ向けて

—アワード2012と今後の活動の抱負を。福田 アワード2012では、評価対象を今までの生損保に加え、新たに銀行・証券・クレジットなど他業界も視野に入

になると判断すれば、コストも掛かる。そのため、いいか悪いかは別にして、わたしの場合は「わたしが神様だ、言うことを聞け!」と言って推進した。やはりお客さまのためのシステム作りという視点がポイントになると思う。

ケティング会社などでもモニター調査として行われているが、「Another Voice」では集めた声をこれまでの研究で培ってきた技術に落とし込むことで、さらに定量的

かコミュニケーションツールを評価してほしいとの要望も数多く届いている。『Another Voice』の意見も聞きながら検討したい。今後も、生損保をはじめ幅広い業界において、企業と生活者のコミュニケーションがさらによくなるために、協力を申し出ている電通さんやその他の事業者の方々とともに研究・改善を進めていきたい。アワードを基盤に認証制度を普及させて、社会の安心・安全に貢献していくつもりだ。



福田理事長