UCDAアワード2012

医療保険と自動車保険部門 あんしん生命、三井住友海上受賞

「生活者を守るデザイン」テーマに

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（UCDA、福田泰弘理事長）は5月31日、「UCDAアワード2012」（特別協賛：トッパン・フォームズ）の選考結果を発表した。医療保険と自動車保険部門は東京海上日動あんしん生命と三井住友海上がそれぞれ受賞した。

「第三者」による客観的な評価 UCDA AWARD 2012

今回のテーマは「生活者を守るデザイン」。対象となったのは医療保険と自動車保険の「募集パンフレット部門／募集ウェブページ部門」のほか、投資信託の外国債券ファンド販売用資料、OTC医薬品の総合感冒薬パッケージ。

1月10日に募集を開始し、3月10日から「アナザーボイス」（注）による評価を行った。評価対象のプロフィールを記載したエントリーシートと、任意で評価員に対するプレゼンテーションの機会を設け、同19日からの評価員説明会では13社が自社の取り組みを説明した。

同28日から始まった評価では、グラフィックデザイナーや人間中心設計専門家、ユーザビリティーエンジニア、ウェブディレクターなど56人の評価員が「情報の分かりやすさ」と「情報の充実度」について評価。この評価データを統合会議で評価員リーダーがまとめ、5月18日に行われた評議会では、統合会議の評価とアナザーボイスの評価を参考に、有識者、UCDA理事、評価員リーダーなど19人が評議してアワードと各賞を選出した。

全体を通して評議員からは「ユーザーは見たくないと思ったものは読まない。読んでもらえなければよさも分からない。生活者視点のデザインは大切」「ネットとパンフレットの役割を分けているものは、シンプルで分かりやすい」といった意見が出された一方、参加企業からは「問題点を指摘してほしい。第三者の意見として上（官庁）に伝えやすい」「業界団体や企業もUCDAと共に分かりやすさへの改善に取り組むべきだ。それがアワードだと思う」などの声が寄せられた。

評議会のもよう

同協会副理事長で事務局長の八杉淳一氏は「UCDAアワード2012では、募集ツールを初めて対象とし、従来の専門家による評価だけでなく、〝アナザーボイス〟の評価を加えたことにより、コミュニケーションのデザインが購買行動に与える影響について新しい知見が得られた。ユーザーはコスト感覚に敏感になっており、生保分野では月々の支払額から保障内容のセットを素早く見つけられるパンフレットの評価が高い一方で、給付金が支払われないケースの提示も求められている。損保分野では自分に必要な補償を選択しやすいツールに対する評価が高い。ユーザーは、より目的性の明確な保険を探す傾向がうかがえる」と述べた。

選考結果報告会は7月5日に霞山会館（東京都千代田区）で開催する予定。

（注）アナザーボイス：情報コミュニケーションの分野で、生活者の声の中から建設的で批評意欲に溢れた意見（＝another voice）を導き出して世の中に発信する組織。UCDAが運営している。

UCDA アワード2012受賞社

〈UCDA アワード2012〉
- ・医療保険　東京海上日動あんしん生命
- ・自動車保険　三井住友海上

〈情報のわかりやすさ賞〉
- ・医療保険　募集パンフレット部門　三井住友海上あいおい生命
- 募集ウェブページ部門　ライフネット生命
- ・自動車保険　募集パンフレット部門　共栄火災
- 募集ウェブページ部門　AIU

〈情報の充実度賞〉
- ・医療保険　募集パンフレット部門　アフラック
- ・自動車保険　募集パンフレット部門　日新火災

〈特別賞〉
- ・医療保険　アメリカンホーム（アナザーボイス）
- 朝日生命
- 太陽生命
- 富国生命
- ・自動車保険　損保 ジャパン（アナザーボイス）
- 東京海上日動（コンプライアンス）
- あいおいニッセイ同和損保

保険毎日新聞

日　刊（但土曜 日曜 祝日休刊）
定価1カ月4,000円（送料＋税込み）

発行所
保険毎日新聞社
東京都千代田区岩本町1丁目4番7号
〒101-0032
電　話　03（3865）1401（代表）
振　替　00140－6－70860

© 保険毎日新聞社