

UCDA

# UCDAアワード2012

## 評価結果分析セミナー開く

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(福田泰弘理事長、以下UCDA)はこのほど、東京都港区東新橋のトップフォーラム本社で「UCDAアワード2012 評価結果分析セミナー」を開催した。当日は生保、損保、銀行、カード会社、証券(投資信託)などから124人が参加した。

開会に先立ってあいさつしたトップフォーラムの森茂孝常務取締役は、UCDAアワードが発展・充実してきた要因として、①の発信者である企業と受け手である生活者とのコミュニケーションの活性化に有効という意識が広がってきた」と述べた。



森常務取締役



八杉副理事長



矢口准教授

アワードは今年で3回目となるが、第1回の参加企業は21社だったのに対して、今年には生保、損保、投資信託など53社に増加した。講演したUCDAの八杉淳一(副理事長は「社会や企業はより客観性を求めている。特に企業にとっては、いかに客観的な外部評価を受けるか」という点で大きな価値がある」と述べ、UCDAの活動の意義を強調した。

この後、「アワードから得られた知見」をテーマに講演が行われ、東京電機大学の矢口博之准教授が主に生保・損保両業



指澤評価員



尾崎本部長

で、消費者が必要な情報にたどり着く工夫が大切だ」と指摘した。一方、損保のパンフレットは、各社とも商品性の違いは少ないことから、記載順序と表現方法による差別化が重要だとし、「商品内容と保険に関する共通知識の情報を分冊化したり、ユーザーが求める情報をコンパクトにまとめる工夫が必要だ」との考えを示した。その上で、生保・損保共通のポイントとして「紙とウェブの連携、情報の優先度の明確化、情報量を抑えることなどが課題になる」と述べた。

また、UCDA評価員の指澤竜也氏が生活者の視点に立った組織「アナザボイス」について、その評価手法などについて紹介。生活者の要望として、「読めないデザインはやめてほしい」「必ずしも必要ない情報も削除してほしい」と述べた。

## 生活者視点の商品説明が課題に

尾崎修史氏が「企業のビジネス環境の大きな変化に伴い、要望もシステム重視からコミュニケーション重視に変化してきている」と指摘するとともに、「今後に向けてUCDAと共に課題解決に取り組んでいきたい」と述べ、閉会した。

最後にまとめとして同社営業統括本部管理本部長の

法を提示した。

今後の展開について八杉氏は、ユーザーが負担に感じる部分として、①同じような説明が各社でばらつきがある②必要な情報が見つけにくい③情報の提示順が各社で異なる④法律や注意情報の表現が難しいといった点を指摘。生保・損保各社の改善策として、業界レベルの協調により法定表示の共通化や標準化を図るべきだと提言した。