

「第三者」による客観的な評価

UCDA AWARD 2025

UCDAアワード2025 実施概要

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

本内容は変更となる場合があります

目次

UCDAアワード概要

開催主旨	3
テーマ	3
主催団体・問い合わせ先	3
評価基準	4
プロセスと評価手法	5

実施要綱

エントリー対象	6
スケジュール	7
賞の種類	8
賞の構成	9
受賞結果の通知について	10

エントリー方法と費用

エントリーの流れ	12
エントリー費用	13
受賞トロフィー	14
アワードロゴマーク	14

必ずお読みください

提出物・提出先	16
提出時のご注意	17

アワード評価レポート

アワード評価レポートと報告会	20
----------------	----

評価オプション（エントリー特典）

DC9ヒューリスティック評価	22
視線追尾分析（ETA mini）	24

UCDAアワード概要

開催主旨

「UCDAアワード」は、企業・団体・行政が生活者に発信するさまざまな情報媒体を産業・学術・生活者の集合知により開発した基準を使用して「第三者」が客観的に評価し、優れたコミュニケーションデザインを表彰するものです。

テーマ

そろそろ、CUCDOが必要だ。

CEO、CFO、COO、どれも重要な役職だが、
そろそろ、チーフUCDオフィサーも必要だ。
情報品質は企業品質。

ユニバーサルコミュニケーションデザインを体験する
みんなのアワード2025。

主催団体・問い合わせ先



名称	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
法人化	2009年
理事長	在間稔允
活動	保険・金融商品の説明資料や申込書、食品・医薬品のパッケージ表示など人々の生命・財産・健康に関わる重要な情報が「見やすく、わかりやすく、伝わりやすく」デザインされているかを評価・認証する第三者機関です。また、人材育成、研究開発、広報化社会化活動なども行っています。
所在地	東京都中央区銀座1-16-1 東貨ビル5F
電話連絡	03-5524-0280
メール	jimukyoku@ucda.jp

UCDAアワード概要

評価基準

「第三者」による客観的な評価、これが私たちの基準です。

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）は、見やすく、わかりやすく、伝わりやすいコミュニケーションの実現を目指して「情報のわかりやすさ」の基準を作っています。

UCDAは、産業・学術・生活者が「情報の送り手・作り手・受け手」の異なる立場から重層的に議論することで最適なコミュニケーションのデザインを追求しています。

生活者の生命と財産に関わる重要なコミュニケーションにおいては、高度な企業コンプライアンスと生活者の納得性の両立が求められます。そのためには、どちらか一方の都合に偏らないフェアな視点で、コミュニケーションの課題を発見して、改善することが必要です。

私たちは産業・学術・生活者の集合知による客観的な評価基準を用いることで、この課題に取り組み、情報のコミュニケーションを多様な生活者にとってわかりやすく改善するための指標を提示してまいります。

① 客観性

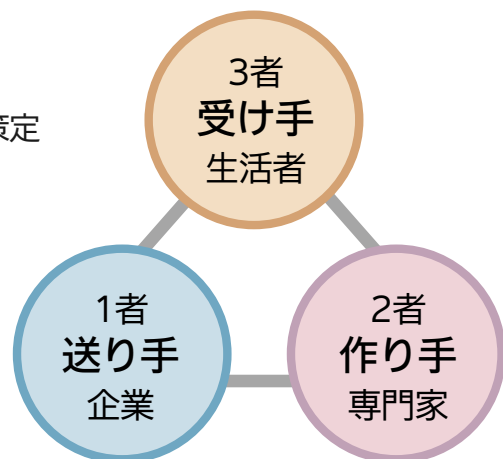
科学的な評価手法を元に「基準」を策定

② 重層性

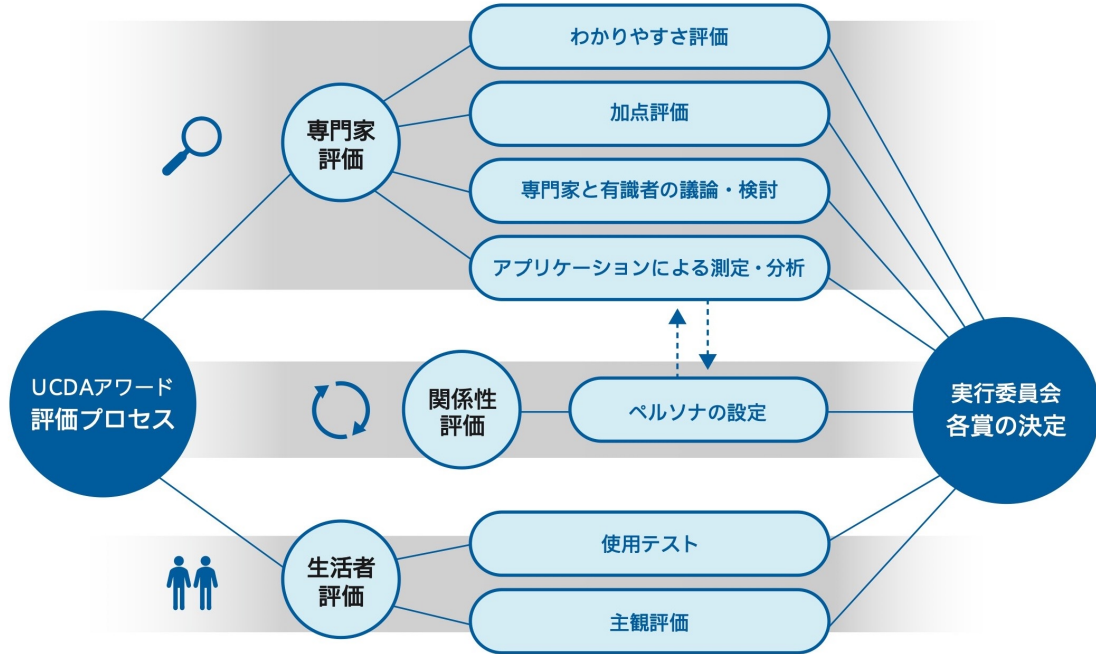
多くの視点が議論する「集合知」

③ 第三者性

特定の利益に偏らない独立した活動



プロセスと評価手法



● わかりやすさ評価 (DC9ヒューリスティック評価)

ユーザーへの伝達を妨げる要因・箇所・重要度を定量的に評価する。
DC9ヒューリスティック評価法*1 アワード版による三段階の**減点方式**。

*1 「わかりやすさの9項目」を根拠として
複数の専門家が問題点を発見、定量化する手法。
重要度は ISO 9241-11「ユーザビリティの定義」に準拠。

わかりやすさの9項目

- | | |
|---------------|-----------|
| ① 情報量 | ⑥ 色彩設計 |
| ② タスク | ⑦ マーク・図表 |
| ③ テキスト(文意) | ⑧ 記入(入力)欄 |
| ④ レイアウト | ⑨ 使用上の問題 |
| ⑤ タイポグラフィ(文字) | |

🔍 専門家の評価

● 加点評価

評価対象物の補助ツールや対面説明、DC9評価で得られた満足度を指摘する**加点方式**。

● 専門家と有識者の議論・検討

専門家と有識者がコミュニケーションの伝達効率を総合的に評価して集計する。

● アプリケーションによる測定・分析

「見やすさ」の3項目[情報量・タイポグラフィ(文字)・色彩設計]を定量的に測定する。

🔄 関係性の評価

● ペルソナの設定 (コミュニケーションデザインカテゴリ)

「想定する1人のユーザー像」と「ユーザーが評価対象物を使うシーン」をエントリー企業が設定。
ユーザビリティ上の問題点が発生するか、専門家がペルソナの視点で「関係性」を評価する。

👤 生活者の評価

● 使用テスト

生活者(高齢者を含む)が対象物を実際に使用して、所要時間や理解度を記録する。
また、それらの行動を専門家が観察して分析した。

● 主観評価

生活者(高齢者を含む)が対象物を実際に使用して、8~9項目の質問に三段階で回答する。
その他、特に言及したい点も記入した。

実施要綱

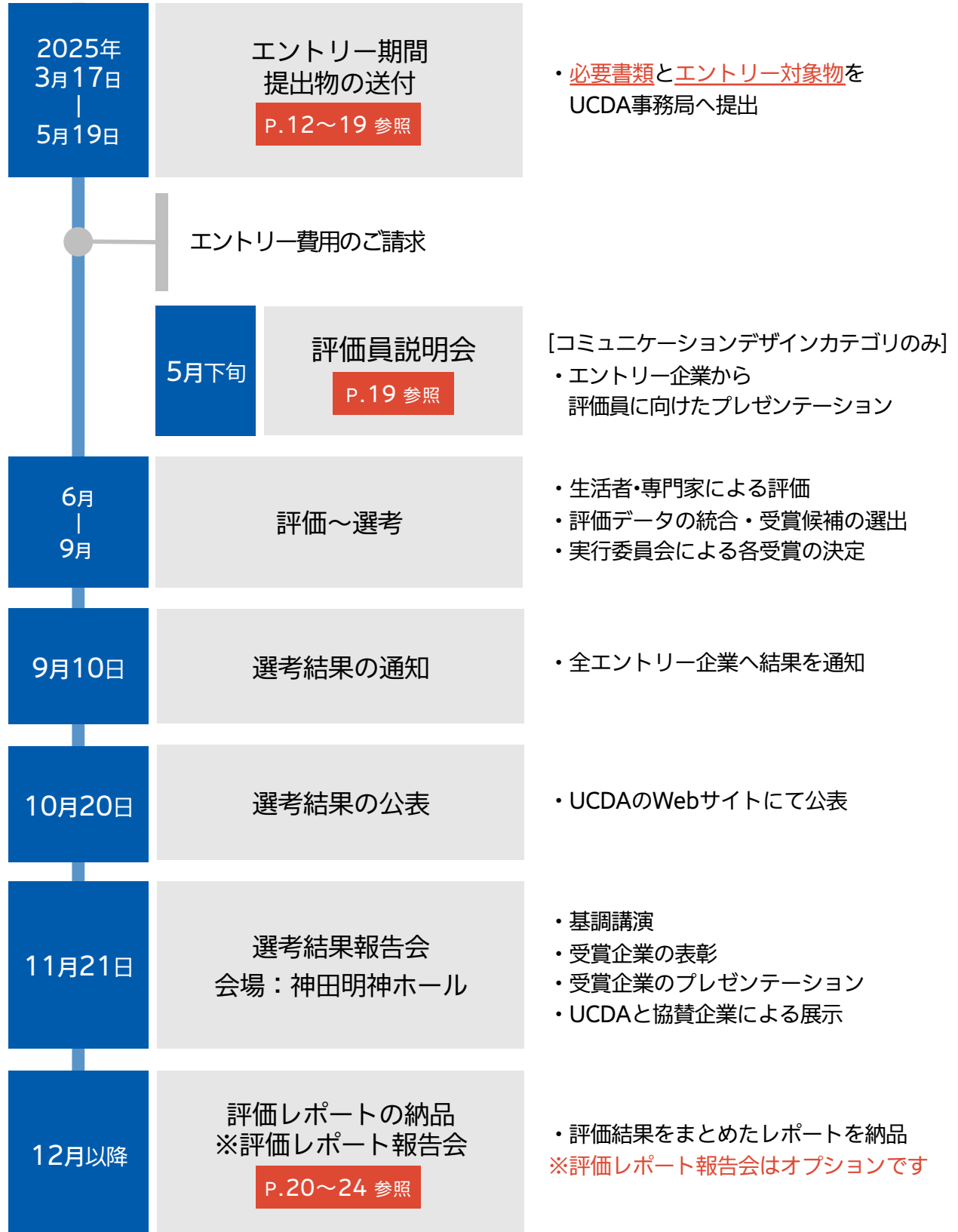
エントリー対象

- UCDAアワード2025は、4つのカテゴリで構成されています。
対象物ごとにエントリーするカテゴリを1つ選んでください。
- 1社あたりのエントリー数、カテゴリごとのエントリー数に上限はありません。
同一企業の複数エントリー、同一カテゴリへの複数エントリーが可能です。
- エントリーはどの分野（業種）からも可能です。
→ 過去の実績：金融・保険・食品・医薬品・公共・教育・行政
- 2025年10月20日の受賞発表日時点で情報公開が可能なものに限ります。
- エントリー対象物は、UCDA認証を取得している必要はありません。
UCDA認証を取得した対象物でエントリーする場合、割引（P.13）が適用されます。
- ご質問は、UCDA事務局（P.16）までお問い合わせください。

カテゴリと提出物

カテゴリ	対象物の例	提出する対象物の数
印刷物	パンフレット・帳票・DMなど	1点
デジタル	映像・Webサイト・アプリ・入力フォームなど	1点
パッケージ	紙器・軟包材・医薬品の添付文書など ※「添付文書のみ」のエントリーはできません	2点まで
コミュニケーションデザイン	上記3カテゴリを横断し、企業と生活者（ユーザー）のコミュニケーションを向上させるツールの組み合わせ パンフレットと映像、Webサイトと帳票など	2点以上

スケジュール



実施要綱

賞の種類

UCDAアワード表彰

UCDAアワード2025は、見やすさ・わかりやすさなど「デザインの情報品質」を評価し、全エントリー対象から優れたものを「UCDファイナリスト」として表彰します。さらにその中から「UCDAアワード2025」「専門家賞（旧・情報のわかりやすさ賞）」「生活者賞（旧・アナザーボイス賞）」を選定・表彰します。

※ 2025年から各賞の名称が変更されました。

- UCDファイナリスト
全エントリー対象から情報品質が特に高いものに贈られます。
- 専門家賞（旧・情報のわかりやすさ賞）
「UCDファイナリスト」から専門家の評価が特に高いものに贈られます。
- 生活者賞（旧・アナザーボイス賞）
「UCDファイナリスト」から生活者の評価が特に高いものに贈られます。
- UCDAアワード2025
「UCDファイナリスト」から専門家と生活者の評価が共に高いものに贈られます。

企業総合賞

UCDAアワード2025にエントリーしたすべての企業から「企業総合賞」を選出します。UCDによる社会課題の解決や年間の認定、認証への取り組みなど「企業の情報品質」を実行委員会で評価し、高い評価を受けた企業を「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」として表彰します。 2024年4月14日、評価基準項目に「アワードエントリー」を追加しました

評価基準項目
[対象期間：2024年10月1日～2025年9月30日]

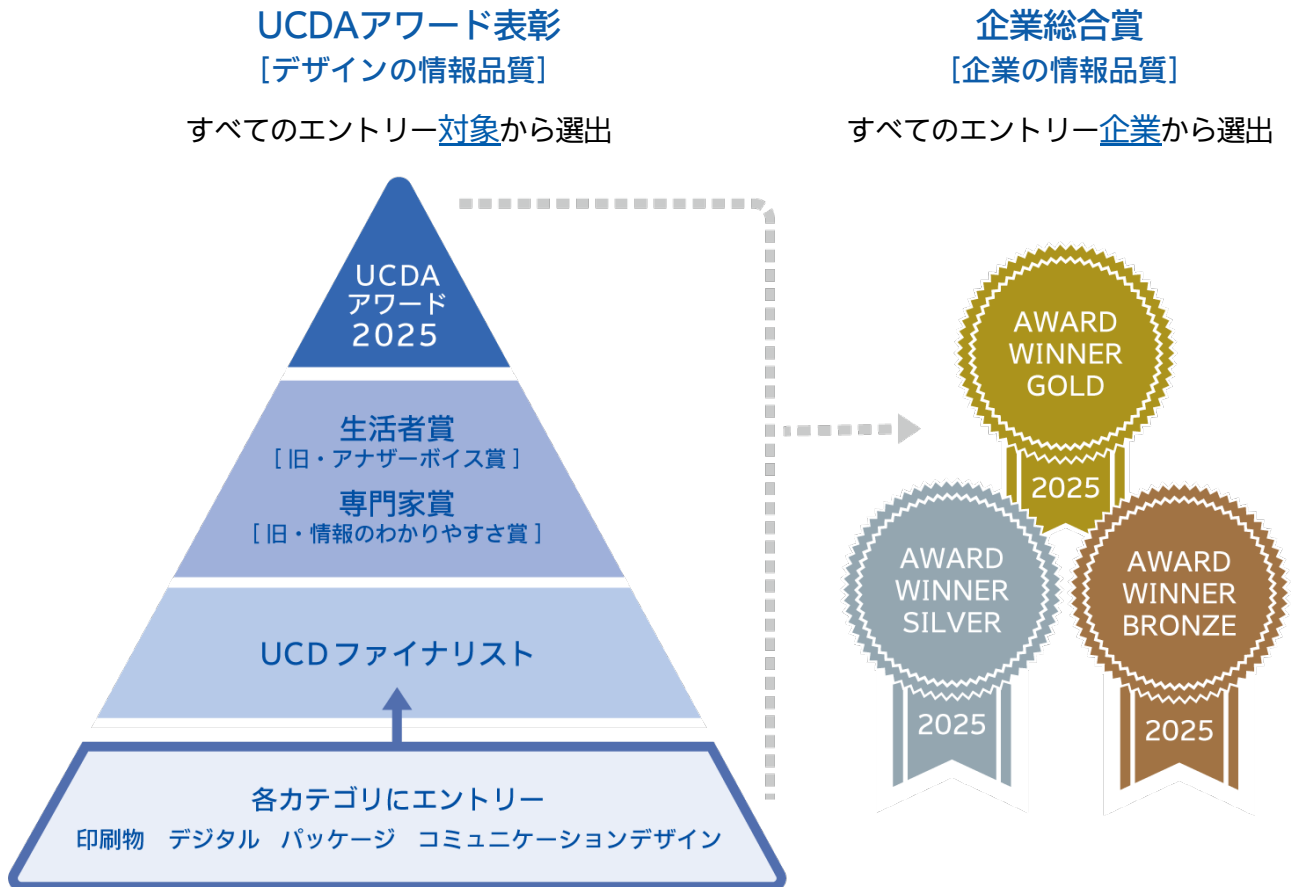
- UCD推進担当部門の活動
- アワードエントリー
- UCD推進活動実績
- UCDA認証取得実績
- UCDA資格認定取得実績
- 実行委員会評価

ゴールド

シルバー

ブロンズ

賞の構成



補足事項

- 各賞はカテゴリごとではなく、すべてのカテゴリを総合して選出・表彰します。
- UCDAアワード2025より各賞の名称が変更となります。「情報のわかりやすさ賞」は「専門家賞」に、「アナザーボイス賞」は「生活者賞」となります。
- 「企業総合賞」はUCDAアワード2025にエントリーした企業から選出・表彰します。「企業総合賞」のみのエントリーはできません。
- 2025年10月20日時点で選考結果の発表（情報公開）が不可の場合、受賞を取り消すことがあります。
- 受賞結果は、UCDAのWebサイト／プレスリリース／アワード冊子などで公表します。惜しくも受賞しなかった場合、エントリーの事実を含めて公表されません。

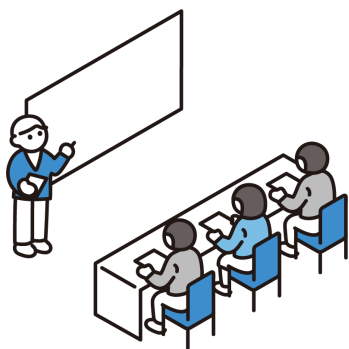
受賞結果の通知について

- エントリー企業に対しては、2025年9月10日（水）に選考結果を通知予定です。受賞の有無に関わらず、結果は書面でお知らせします。
- 受賞結果のプレスリリースは10月20日（月）にUCDAのWebサイトで公表します。
- 受賞企業によるプレスリリースも10月20日（月）以降でお願いいたします。それ以前の受賞に関する情報公開はご遠慮ください。
- 11月21日（金）の選考結果報告会で「表彰」を予定しています。一部受賞者には当日のご登壇・プレゼンテーションを依頼する場合があります。



エントリー方法と費用

エントリーの流れ



① 説明会（オンライン）に参加

- ・第1回：2025年3月13日（木）11:00～12:00
- ・第2回：3月26日（水）14:00～15:00
- ・第3回：4月16日（水）14:00～15:00

※ 内容は各回すべて同じです。

※ 参加は任意です。

※ 後日、動画をYouTubeに公開予定です。



② 資料ダウンロード

サイトから応募書類一式をダウンロードしてください。

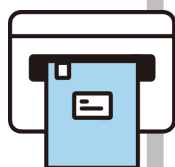
※ URL：<https://ucda.jp/award/award2025.html>



③ エントリー準備

応募書類に必要な事項を記入してください。
提出用の対象物などをご準備ください。

※ 詳しい内容については、P.16 をご覧ください。



④ 提出物の送付

エントリーに必要な資料・対象物一式を
郵送とメールでUCDA事務局に提出してください。

提出締切：2025年5月19日（月）必着



エントリー完了

エントリー費用（1エントリーにつき）

- エントリー費用はカテゴリによって異なります。
- エントリー費用にはA4判約50ページの「アワード評価レポート」の納品が含まれます。
- アワード評価レポートの「報告会開催は任意のオプションです。
- UCDA認証を取得した対象物でエントリーする場合、割引が適用されます。

カテゴリ	提出する対象物の数	金額（税込）	
必須 印刷物 デジタル	1点	基本料金	¥385,000 (税別 ¥350,000)
		「見やすいデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥30,000割引
		「伝わるデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥50,000割引
必須 パッケージ	2点まで	基本料金	¥385,000 (税別 ¥350,000)
		「見やすいデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥30,000割引
		「伝わるデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥50,000割引
必須 コミュニケーション デザイン	2点まで	基本料金	¥770,000 (税別 ¥700,000)
		「見やすいデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥30,000割引
		「伝わるデザイン」取得済の対象物1点につき	税別費用から ¥50,000割引
	3点以上	基本料金 ¥770,000 + 1点につき ¥385,000 (税別 ¥700,000) (税別 ¥350,000)	
任意 評価レポート報告会	UCDAが訪問して評価結果を直接ご説明します。 詳細はP.20をご参照ください。		¥110,000 (税別 ¥100,000)
任意	より詳細なDC9ヒューリスティック評価レポートも割引価格でご提供しています。 詳細はP.22をご参照ください。		

費用の目安（税込）

- 印刷物カテゴリにエントリー + 報告会を開催
 エントリー費用 ¥385,000 + 報告会 ¥110,000 = 総額 ¥495,000
- パッケージカテゴリに「伝わるデザイン」を取得した対象物でエントリー + 報告会を開催
 エントリー費用 ¥330,000 + 報告会 ¥110,000 = 総額 ¥440,000

エントリー方法と費用

受賞トロフィー

- 受賞時のトロフィーは、希望される場合に有償で制作を承ります。

受賞		金額（税込）
UCDAアワード表彰	UCDAアワード2025	¥38,500
	専門家賞	¥27,500
	生活者賞	¥27,500
	UCDファイナリスト	¥27,500
企業総合賞	ゴールド	¥38,500
	シルバー	¥27,500
	ブロンズ	¥27,500

アワードロゴマーク

「第三者」による客観的な評価



- UCDAアワードのロゴマークを受賞した対象物に掲載したり、CSR活動・販売促進につながる媒体で使用される際や広告を実施する際には料金を申し受けます。
- ロゴ使用を希望する場合はUCDA事務局までご連絡ください。申請書をお送りします。
- 使用期間は、ロゴマークの使用開始日より1年間です。

使用媒体	金額（税込）
受賞を伝えるニュースリリース・社内報	無料
受賞対象物 及び 対象物を送付する封筒等の付属物	¥220,000
ディスクロージャー誌やアニュアルレポート	¥110,000
チラシやポスター等の販促物	¥110,000
メールマガジン	¥110,000
動画	¥220,000



必ずお読みください

提出物・提出先

■ エントリーに必要な提出物

1. 対象物（PDFと現物20部）：最新版の資料をご提出ください。
2. エントリーシート（PDF）：ダウンロードした規定の書式を使用してください。
3. ヒアリングシート（PDF）：ダウンロードした規定の書式を使用してください。
4. ペルソナシート（PDF）：コミュニケーションデザインカテゴリのみご提出ください。
ダウンロードした規定の書式を使用してください。
5. 説明資料（PDFと現物20部）：対象物の補足説明とアピールポイントについて
具体的な内容をご記入ください。資料の形式は自由です。

■ 提出締切

- ・ 2025年3月17日（月）～5月19日（月）必着

■ 提出先

現物は郵送で、PDFやデータはメールでご提出ください。

提出物が不十分だと受付できない場合があります。提出前によくご確認ください。

郵送で提出するもの

- ・ 対象物
- ・ 説明資料

〒104-0061 東京都中央区銀座1-16-1 東貸ビル5F Tel 03-5524-0280
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 事務局 宛

データで提出するもの

- ・ 対象物
- ・ エントリーシート
- ・ ヒアリングシート
- ・ ペルソナシート（コミュニケーションデザインカテゴリのみ）
- ・ 説明資料

任意のストレージサービスで jimukyoku@ucda.jp までご送付ください。

提出時のご注意

対象物

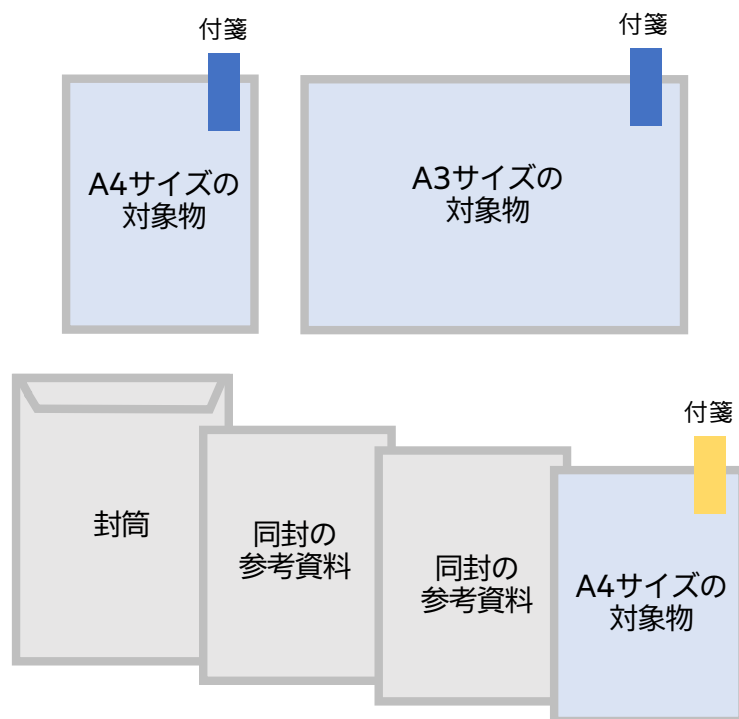
- 評価期間中、データ修正やデザイン変更など生じましたら必ずご連絡ください。
ご連絡がない場合、エントリー時の内容で評価を進めます。
- 印刷前／公開前のため現物が用意できない場合は、印刷したサンプルをご提出ください。
- 対象物以外に、関連する資料や付属資料がある場合は一式すべてをご提出ください。
その資料自体は評価しませんが、評価員が「参考資料」として参照します。
例) 保険パンフレット (対象物) + DM (付属資料) + チラシ (付属資料)

PDFの提出方法

「A3見開き」の対象物の場合、PDFデータは「A4片面」に分割してください。

現物の提出方法

提出資料のうち、どれが対象物かわかるよう「対象物の右上」に付箋を貼り付けてください。
例えば封筒の中に対象物と参考資料が混在しているような場合、付箋が目印となります。
付箋がない資料はすべて参考資料と判断します。



対象物の取り扱い

- 提出いただいた対象物の画像・キャプチャー・映像はアワードの広報活動に使用します。
- 対象物は返却しません。適切な保管の上、一定期間経過後に責任を持って廃棄します。

必ずお読みください

■ エントリーシート

- 対象物の名称、商品名は省略せず正式名称でご記入ください。
- 企業名や担当者の氏名、役職名は正式名称でご記入ください。
- エントリー後、記入した情報に変更がある場合は必ずご連絡ください。
- PDFに入力した文字が見切れて表示されていないか、提出前に必ずご確認ください。

■ ヒアリングシート・ペルソナシート

- 評価にあたり専門家評価員が参照する重要な資料です。
可能な限り、空欄がないようすべての欄に記入してご提出ください。
- PDFに入力した文字が見切れて表示されていないか、提出前に必ずご確認ください。
入り切らない文字は文字サイズを調整したり、別紙に記載して提出してください。

■ 説明資料

- 対象物の説明や作成に至る背景、狙い、アピールポイントなど具体的にご記載ください。
- 資料の形式は自由です。

■ デジタル媒体の提出方法（デジタルカテゴリ・コミュニケーションデザインカテゴリ）

映像の提出方法

wmv・mov・mp4・動画公開先のURLのいずれかを メールでご提出ください。

Webサイトやアプリケーションの提出方法

アクセス方法の解説資料

URLや二次元コードなど、審査対象となるページへのアクセス方法をExcelやテキストにまとめた資料を 郵送（20部）とメールでご提出ください。

画面キャプチャー

審査ページの画面キャプチャーをまとめた資料を 郵送（20部）とメールでご提出ください。
スマートフォン画面はスクロールで表示される範囲をキャプチャーしてください。

公開前／リリース前の場合

モックアップやテストサイトのURL、テスト環境を メールでご連絡ください。

ログインが必要な場合には、IDやパスワードを別紙で添付してください。

評価期間中、最大20名が同時にアクセスできる環境を設定してください。

モックアップやテストサイトは、11月の選考結果報告会までアクセスできるよう期限を設定してください。

■ 評価員説明会（コミュニケーションデザインカテゴリ）

- コミュニケーションデザインカテゴリのみ開催します。日程は相談の上、決定いたします。
- 対象物の利用シーン、説明や作成に至る背景、狙い、アピールポイントをエントリー企業から専門家評価員にプレゼンテーションしていただきます。

■ 保管に注意が必要なもの（パッケージカテゴリ）

- 冷凍が必要な食品、傷みやすい食品などは送付前にご連絡ください。

アワード評価レポート

アワード評価レポートと報告会

- レポートには評価の簡易的な抜粋、カテゴリごとの傾向や平均値を掲載しています。アワード評価レポートの作成費用はエントリー費用に含まれます。受賞の有無に関わらずエントリーしたすべての企業に納品します。納品時期は、2025年12月以降を予定しています。
- レポートにはUCDAと内外の専門家が保有する業務上のノウハウを記載しています。社外の関係者、印刷会社や広告会社、制作会社等への共有はご遠慮ください。



注意事項

- DC9ヒューリスティック評価レポートとは内容が異なりますのでご注意ください。
- エントリー企業にはDC9評価を割引で提供します。詳細はP.22をご参照ください。

評価レポート報告会 (任意)

開催費用

1回につき¥110,000 (税込)

- 評価結果をUCDAが直接ご説明するもので、開催は任意 (有償オプション)です。希望する場合は、エントリーシート「評価レポート報告会」欄にご記入ください。
- 1回の所要時間は1エントリーにつき約60分間です。複数エントリーした場合、それぞれで報告会をご希望の場合は1回ずつお申込みください。
- 開催時期は、2025年12月以降を予定しています。
- 原則として対面で開催します。遠方の場合は別途交通費を申し受けます。
- 参加人数は問いません。印刷会社や広告会社など制作会社は同席できません。



評価オプション（エントリー特典）

DC9ヒューリスティック評価レポート（UCDAアワード特別価格）

■ アワード評価レポートより詳細な評価レポートです



- ・ アワード評価レポートには掲載されていない詳細な専門家のDC9、情報量測定、色彩設計などの評価を掲載しています。
- ・ レポートサンプルの閲覧はUCDAまでお問い合わせください。

■ 価格と申込

- ・ エントリー対象物には、DC9ヒューリスティック評価を 20%割引 でご提供します。
- ・ DC9評価を希望または検討する場合はまずお見積もりを作成します。
エントリーシートの「見積もり希望」欄にご記入ください。
- ・ 納品時期は、2025年12月以降を予定しています。
- ・ レポートにはUCDAと内外の専門家が保有する業務上のノウハウを記載しています。
社外の関係者、印刷会社や広告会社、制作会社等への共有はご遠慮ください。

■ 評価のメリット

- ・ 主観的なデザインの「わかりにくさ」を、専門家が適切に言語化・定量化することでスムーズな問題点の発見とメンバー間の共有、改善につなげることができます。
- ・ 定量的に評価することで組織合意の形成も容易となり、改善コストが削減できます。

■ DC9評価レポートとアワード評価レポートの相違点

- ・ DC9ヒューリスティック評価はデザイン改善に有効な「部分」「評価点」を記載します。

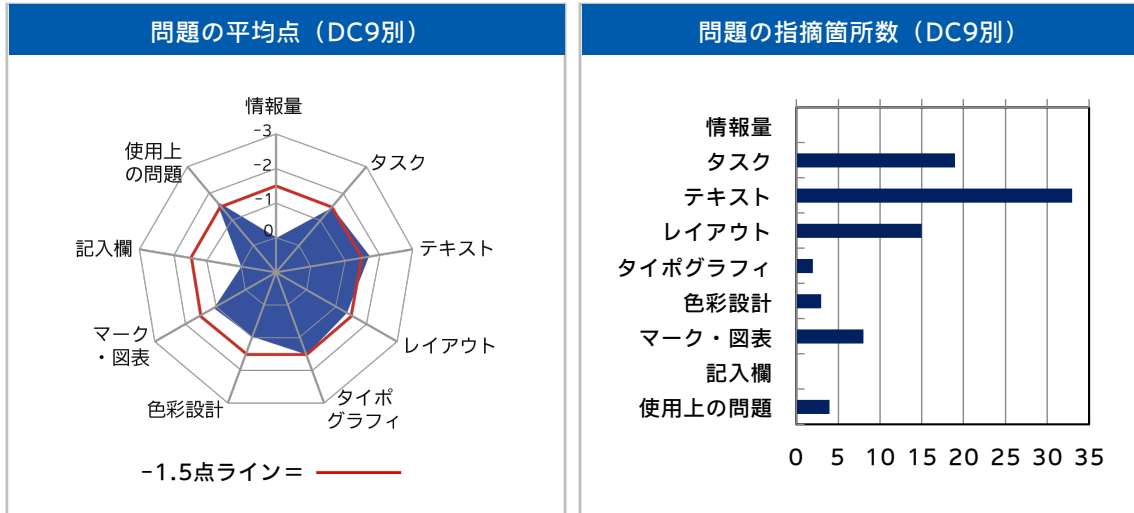
アワード評価レポート

	部分	DC9項目	指摘	評価点	解説
(1)		タスク	必要な行動が起こしにくい		紙面中段：多様な文字色、下線が使われており、どこが強調されているのかわかりにくい。
(2)		タスク	必要な行動が起こしにくい		下部に「お客様のお支払いの状況につきましては、「ご契約状況のお知らせ」をご覧ください。」とあるが、

DC9ヒューリスティック評価レポート

	部分	DC9項目	指摘	評価点	解説
(1)	A	タスク	必要な行動が起こしにくい	-2	紙面中段：多様な文字色、下線が使われており、どこが強調されているのかわかりにくい。
(2)	A	タスク	-	-1	下部に「お客様のお支払いの状況につきましては、「ご契約状況のお知らせ」をご覧ください。」とあるが、冊子内のどこかに記載されているのか、この文から判断しにくい。
(3)	A	テキスト（文意）	文章の意味がわかりにくい	-3	図の吹き出し内の数字がもらえる金額なのか、支払う金額なのか

平均点と指摘箇所数（DC9ヒューリスティック評価レポートのみ掲載）



レポート内容の比較

	DC9ヒューリスティック 評価レポート	アワード評価レポート
9項目の指摘	あり	あり
指摘の箇所	細かく位置を指定する	細かな位置を指定しない
評価点（重要度）	あり	なし
専門家の加点评価	あり（別冊で納品）	あり
生活者の評価	あり（別冊で納品）	あり
情報量測定	あり	なし
色彩設計	あり	なし
専門家の評価総括	あり	なし
DC9評価の集計	指摘箇所数・累計点・平均点	平均点のみ
評価傾向の分析	あり	なし

評価オプション（エントリー特典）

視線追尾分析（ETA mini）

生活者の視線から「わかりにくさ」の原因を分析します



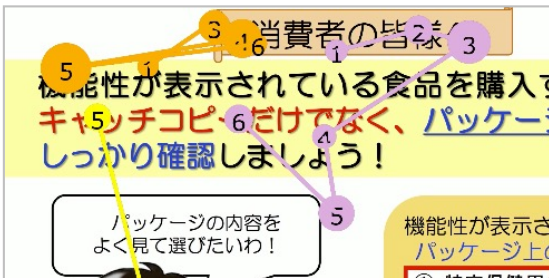
- 視線追尾分析（Eye Tracking Analyst = ETA）は、特殊な機材を用いて眼球運動を測定し、生活者の視線が見える化します。分析を通じて「見た順番」「よく見た箇所」「見逃した表示」などの傾向を把握し、改善に役立つレポートを作成します。
- 今回は簡易的に短期間で実施できる「ETA mini」を特別価格で提供します。
- 詳細はUCDAのWebページもご参照ください。
URL : <https://ucda.jp/solutions/eta.html>

価格と申込

実施費用

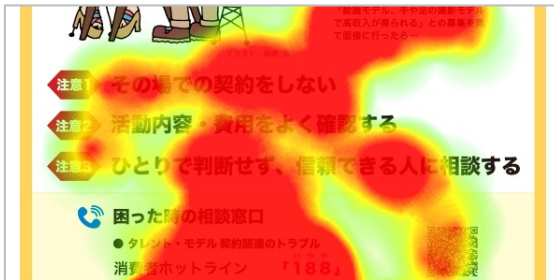
対象物1点（4ページ相当）につき ¥165,000（税込）

- ETAmimiを希望する場合はエントリーシートの「申込」欄にご記入ください。
- 納品時期は、2025年12月以降を予定しています。
- レポートにはUCDAと内外の専門家が保有する業務上のノウハウを記載しています。社外の関係者、印刷会社や広告会社、制作会社等への共有はご遠慮ください。



評価例① ゲイズプロット
視線の移動順序を記録

- 見た順序によりレイアウトの問題点を発見します
- 数字が小さい順に視線が止まっています
- 円が大きいほど、見続けた時間(滞留時間)が長いことを示しています



評価例② ヒートマップ
視線の滞留時間を視覚化

- 注視の度合いを示しています
- よく見た場所、見逃した場所がわかります
- 赤い部分が最も強く注視し、黄、緑と続きます



「第三者」による客観的な評価

UCDA
AWARD
2025