

平成27年10月14日  
日本生命保険相互会社

## 「UCDAアワード2015（生命保険分野）」の受賞について

日本生命保険相互会社（社長：筒井義信、以下「当社」）は、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が主催するUCDAアワード2015の生命保険分野において、最優秀賞にあたる「UCDAアワード2015」を2年連続で受賞しました。

当社は、多様化するお客様のニーズにきめ細やかに応えるため、平成24年4月に「みらいのカタチ」を発売しました。「みらいのカタチ」では、商品の仕組みを抜本的に見直し、加入時・加入後の自在性を向上させました。また、お客様向けの提案書（契約概要）についても、この自在性の高さやご提案プランの内容が、お客様にとってよりわかりやすく伝わるよう、“情報の伝わりやすさ”にこだわり、平成26年4月にリニューアルいたしました。

第6回となるUCDAアワード2015は、「情報品質という大きな責任」がテーマであり、今回の受賞は、当社の提案書（契約概要）のわかりやすさ、お客様のニーズにあわせた書面構成が高く評価されました。

### <主な受賞理由>

- 提案書（契約概要）に記載された情報量が豊富であるなかにおいて、創意工夫されたレイアウトや紙面構成、および対面説明によって、情報の伝達効率が高められていること
- お客様のニーズに合わせた情報の整理がなされている結果、お客様にとってわかりやすいプランの説明に繋がっており、高い満足度を実現できていること

今後も、お客様のニーズにきめ細やかに応えられる魅力的な商品・サービスを提供し、お客様にとってよりわかりやすく内容をお伝えできるよう努めてまいります。

「第三者」による客観的な評価



UCDAアワードとは、企業・団体が生活者に提供する様々な情報媒体を、産業・学術・生活者の知見により開発した尺度を使用して「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。選考では、生命保険、損害保険、銀行・信用金庫、自治体が対象となります。

### ■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について

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は、2007年任意団体として設立（2009年11月に一般社団法人化）。視覚情報伝達の領域に、人間中心設計の考え方を導入。生活者の生命・財産に関わる金融コミュニケーションの分野を中心に、第三者機関として「わかりやすさ」の認証制度を行っています。産業・学術・生活者の第三者による研究および評価・改善活動で情報の伝達効率を向上させ、発信者である企業・団体と、受信者である生活者、双方の利益に資することを目指しています。

<ご参考：当社の提案書（契約概要）について>

当社の提案書（契約概要）は、ライフサイクルに応じた保険金額や保障期間、保障内容等、様々な情報を整理した構成にしています。また、保障内容をよりイメージいただきやすいよう図版ピクトを活用したり、お客様に配慮したカラーを採用するなど、“情報の伝わりやすさ”を重視しています。

【当社商品にご加入いただいたお客様に対する保障見直しの提案書（契約概要）イメージ】

ご契約を見直す前後における保障内容・保障期間の変化を紙面中央で描写

保障見直し制度  
ご利用後の見直し内容  
期間 保障内容

ご提案書の合計実払込保険料 (34歳～43歳)  
17,318円 高額割引制度(18)による割引額 3,401円

また当社では、携帯端末「REVO（レボ）」を用いたご説明・ご提案を行っています。「REVO」では、お客様のご意向をおうかがいしながら、その場でご提案プランの修正が可能です。加えて、がんの現状や各種サービスを紹介した約30種類の動画コンテンツや、がんの治療にかかる費用等、お客様のご検討に役立つ各種統計データを搭載しています。



以上