

生活保険“1UP↑”商品パンフレットが、 第三者機関の認証を取得しました。 (実利用者ユニバーサルデザイン認証・CUD認証の取得)

住友生命保険相互会社(社長 橋本 雅博)は、“働けなくなったとき”に備える生活保険「1UP(ワンアップ)」の商品パンフレット(平成29年4月改訂版)について、特定非営利活動法人 実利用者研究機構より「実利用者ユニバーサルデザイン認証」、特定非営利活動法人 カラーユニバーサルデザイン機構より「CUD認証(カラーユニバーサルデザイン認証)」を取得いたしました。

引き続き、より幅広いお客さまに商品内容を正確にお伝えするべく、見やすく読みやすくわかりやすい募集資料の実現に取り組んでまいります。

1. 実利用者ユニバーサルデザイン認証の取得

実際の利用者が製品・サービス等を利用する際の行動観察調査を行い、情報が正確にわかりやすく伝わるまでの課題を発見し、その課題を取り除く改善プロセスを経て作成された製品・サービス等に対し与えられる認証です。

本パンフレットでは、子育て世代(6歳以下のお子さまを持つ、24歳女性、29歳女性、33歳女性、30歳男性、50歳男性)を対象に行動観察調査を行い、商品内容がよりわかりやすく、正確に伝わるよう改善しました。

実利用者ユニバーサルデザイン認証



<行動観察調査を踏まえ改善した例>

改善前



●改善前

働けなくなったとき、お亡くなりになったときの収支の不足分を切れ目のなくサポートできる魅力をお伝えするページでしたが、給付金額など情報が多く、肝心の受取イメージが伝わりませんでした。

改善後



●改善後

ページ内の情報量を削減し、時系列でイラストを交えて説明することで、受取イメージがわかりやすく伝わるよう改善しました。

認証機関：特定非営利活動法人 実利用者研究機構
所在地：〒135-0016 東京都江東区東陽 5-31-21 川崎ビル 301
代表者：理事長 横尾 良笑
URL： <http://jitsuken.com/>

JITSUken

2. CUD 認証の取得

人間の生まれつきの色の感じ方（色覚）は、大きく5つの型（タイプ）に分けることができ、それぞれの色覚型には色の感じ方に異なる特徴があります。日本人男性の5%、女性の0.2%が色弱者だといわれており、男性の20人に1人は色の感じ方が異なります。また色覚は病気や年齢を重ねることで変わることもあります。このような色覚の多様性に配慮し、より多くの方に利用しやすい配色を行った製品や施設・建築物、環境、サービス、情報を提供するという考え方を「カラーユニバーサルデザイン（略称CUD）」と呼びます。

本パンフレットでは、色弱者も含め、多様な色覚の方に配慮した色彩設計を行い、より多くの方に商品内容が正しく理解できるよう改善しました。

CUD 認証



認証機関：特定非営利活動法人 カラーユニバーサルデザイン機構
所在地：〒101-0021 東京都千代田区外神田 2-14-10 第2電波ビル7階
代表者：理事長 武者 廣平
URL： <http://www2.cudo.jp/wp/>



以上