

お客さま向けパンフレットを全面的に刷新！

～外部評価機関のアドバイスを取り入れ、お客さま視点に立ち、より理解しやすい内容に～

AIGエジソン生命保険株式会社（代表取締役社長：片岡 一則）は、2010年4月に施行される保険法の対応を期に、お客さま向けの商品パンフレットを全面的に刷新します。

パンフレット改訂の概要

生命保険商品の内容を説明しご理解いただくために、商品パンフレットは最も汎用的な資料ですが、近年、お客さまに対して伝えなければいけない情報が増え、一読しただけでは、わかりづらい内容となる傾向がありました。

今般、保険法の対応等で商品に関する記載内容を刷新するにあたり、社内の評価検証プロセスに加え、資料をご覧になるお客さまの視点強化の観点から、「外部団体による客観的評価」を追加しました。この結果、お客さまにとってさらに見やすく、商品内容がわかりやすく伝わるように構成、内容やデザイン等を改善しました。今後発売予定の新商品に関しましても、同評価を参考にしたパンフレットを制作します。

主な改良内容

1. 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よる「DC9ヒューリスティック調査」結果に基づき、情報量やレイアウト、図形化の適切性や色彩設計等を改善し、お客さまの視点で読みやすい「ユニバーサル・デザイン化」を目指しました。
2. 表紙は「お客さまの生涯の生活・暮らしを保障・サポートする」を主要コンセプトとし、“保障すべき暮らしを象徴する居住空間の写真”を使用したカタログ風デザインを採用し、イメージを一新しました。
3. 営業社員に対しても、商品分野ごとのテーマカラーを設定し、改訂年月日をわかりやすく明示するなど、パンフレットの誤使用を防ぎ、お客さまに提案しやすい内容とする工夫を行いました。



<例>従来のパンフレット



<例>刷新され掲載情報を整理したパンフレット

当社では、商品パンフレット以外にも、毎年、契約内容や生命保険料控除証明書等を契約者へ発信している「ご契約内容のお知らせ」についても同様に、外部団体による客観的評価（「DC9ヒューリスティック調査」評価）を受け、内容を見やすく改良しております。