

インタビュー
UCDA アワード2016
から見る

お客様に分かりやすい 帳票・書類のポイント

【近】



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® 事務局長

三村一夫さん

年、ユニバーサルデザインは施設や製品だけでなく、情報媒体においても重要視されています。特に、企業や団体が一般生活者に発信する情報コミュニケーションの分野では、見やすい・分かりやすい・伝わりやすいものを「ユニバーサルコミュニケーションデザイン」(以下、UCD)といい、いまや企業や団体の社会的な責任(CSR)の1つとなっています。

書類は少なくありません。そこで本特別企画では、お客様に分かりやすい帳票や書類のポイントについて、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®(以下、UCDA)の事務局長・三村一夫さんにお話をうかがいました。

UCDAでは毎年「UCDAアワード」を開催しており、2016年の選考結果報告会は11月に実施されましたが、そこで受賞した帳票も紹介しながら、分かりやすさの重要性に迫ります。

に、まずUCDAのお取り組みをご紹介ください。

三村事務局長 UCDAを簡単に紹介しますと、印刷物や電子画面における文書の分かりやすさを客観的に評価し認証する第三者機関です。具体的な取組みとして、『見やすいデザイン』『伝わるデザイン』の認証制度、UCDを推進する人材を育てる資格認定制度、UCDを実現するコンサルティング、分かりやすさの基準・ソリューション・ソフトウェアの研究開発などを行っています。

UCDAアワードも当協会の取組みの1つで、企業や団体が一般生活者に発信する情報媒体を客観

的に評価し表彰する制度です。毎年1回開催しており、2016年で全7回を数えます。

2016年のアワードでは、生命保険・損害保険・金融・自治体・CSR報告書・食品の分野を取り上げ、金融分野では住宅ローン申込書類一式を評価の対象としました。今回は紙媒体に加えて初めて電子媒体も表彰しています。

金融分野は、最高賞といえる「UCDAアワード2016」を京都中央信用金庫さん(紙媒体)が、「アナザーボイス賞」を三井住友銀行さん(電子媒体)が、「特別賞」を西武信用金庫さん(紙媒体)が受賞されました。

研究開発したDC9を 評価基準に活用

—— 分かりやすさはどうしても主観的になりがちですが、UCDAではどのように評価されているのでしょうか。

三村事務局長 確かに分かりやすさは人の感覚によって異なるものであり、客観的な基準は設定でき

ないと思われるかもしれませんが、ですが、感覚による判断の前には、分かりにくさの要素が介在しているであって、それがなくなれば分かりやすさという判断につながることも考えられるのです。

そこで当協会では、「分かりやすさとは、分かりにくさを取り除いた状態」と定義しています。その観点から、有識者や専門家、生活者の意見を集約し議論・検討を行い、分かりやすさの基準「DC9ヒューリスティック評価法」(以下、DC9)を策定しました。

—— 「DC9」とはどのような内容なのでしょう。

三村事務局長 DC9とは、次の9項目で構成されるものです。

①情報量：情報量として適正か、許容量を超えていないか

②タスク：例えば記入や署名捺印などユーザーに要求する行動が分かりやすく設計されているか

③テキスト(文意)：文章の表現・意味が分かりにくいなど文意にハードルがないか

④レイアウト：例えば横書きは目

線が左から右へ↓左下↑また左から右へ移動するといった認知の導線が自然に設計されているか

⑤タイポグラフィ(文字)：文字の読みやすさや、可読性への配慮があるか

⑥色彩設計：多様な色覚のユーザーへの配慮があるか

⑦マーク・図表：既知性に基づく図形化がされているか

⑧記入欄：記入する際の書き込みやすさが保たれているか

⑨使用上の問題：情報を利用するうえでの阻害要因がないか

例えば、①の情報量については版面のうち文字・図等の情報が19%を超えると、8割以上の方が「読みたくない」という研究結果が出ています。当協会の評価においては、19%未満を情報量の基準としています。

工夫次第で複雑な文章も 分かりやすくなる

—— 金融機関の帳票等で分かりにくいものには、どんな問題点がよく見られますか。



▲ UCDA アワード2016選考結果報告会の様子



▲ 表彰で登壇された京都中央信用金庫・平林幸子副理事長(右)とUCDA・在間稔允理事長(左)

みんなの文字®

この制作物は、みんなの文字を使用しています。みんなの文字は、一般社団法人UCDAが「読みやすさ」を認証した書体です。