

UD や動画を導入してわかりやすく

伊藤 佳津子*

パンフレットの文字が読みにくく、内容もわかりにくかったので、見るのをやめてしまった。

届いた通知書は、文字がびっしりで読む気がおきなかった。

サービスに申込みうと書類に記入をはじめたが、わかりにくくて途中でやめてしまった。

このような「情報を得るための印刷物なのに、読む気が失せて情報を得ないままに終わる」「申込みつもりだったが、わかりにくくてその気が失せた」という経験を、多くの人が日常で体験している。情報を発信する企業にとって、提供する商品やサービスに興味を抱いてもらう、申込んでもらうための印刷物がそのような事態に陥っているのであれば、かけた費用の無駄でありさまざまな意味で損失である。一方で、情報を受け取る側も、自治体等の通知がわかりづらいと読まずに放置したことで、本来なら得られたはずの市民サービスを楽しむことができないことがあれば、本人が不利を被ることとなる。

このようなことになりにくい、わかりやすい印刷物をつくるということに、当社では十数年前から取り組んでいる。

当社は、銀行・保険を中心とした金融機関の顧客や、自治体の市民に向けた通知物の作成、デジタルチャンネルによる双方向のBPOサービスを展

開している。ビジネスの中心は、顧客情報を厳重にお預かりし、データ処理を24時間365日体制で行う通知物のデジタルプリントやメーリングプロセス、各種クラウドサービスの運用となっている。数年注力しているデジタルトランスフォーメーション(DX)分野では、スマートフォンから利用できるパーソナライズド動画や双方向のデジタル手続きサービス、郵送コストを削減する電子交付サービスをクラウドサービスで実現している。

お客さまの多くは金融機関で、SDGs、DXと並び、顧客本位の業務運営の達成を経営方針で定めていることが多い。「誰も取り残さない」「わかりやすい情報提供」がまさにコミュニケーション上の課題となり、その改善が業務効率化だけでなく顧客体験(CX)の向上に直結している。当社は印刷物とデジタル、2つのチャンネルを組み合わせ、この解決に貢献している。

ユニバーサルデザインに配慮したデザイン

この「わかりやすい情報提供」を叶えるために、ユニバーサルデザイン(UD)視点での制作を行っている。2004年頃から企画・制作スタッフを中心にUDについて定期的な勉強会等の活動を開始し、以降、制作にUDの考えを導入している。

UD配慮のひとつの例として、多様な色の見え方を考慮した配色がある。

人間には生まれつきの色の見え方に5種類のタイプがあり、色弱者といわれる方々の色覚タイプによっては、一般色覚の人にとってポピュラー

* ITO Katsuko
株式会社イセト
営業統括本部 営業企画部
〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町12-12
suishin@iseto.co.jp