

改善点が見えてくる！

パンフレット

診断



01 情報

チェック欄 | チェック項目

- ★ 何の保険かが分かりやすく記載されている
メインとなる商品がアピールされ、それがユーザーに分かりやすいか。
- ★ 制度の特徴が記載されている
福利厚生制度のポイントが分かりやすく記載されているか。
- ★ 保険期間は明確に記載されている
明確な位置に分かるように記載されているか。
- ★ 新たな特約orプラン等が加わった場合に訴求されている
新商品はアピールするページを設け、何がポイントなのかニーズ喚起と説明をする必要がある。
- ★ ニーズ喚起が記載されている
販売を強化したい保険やオプションなどには、消費者ニーズを喚起するページが必要。
- ★ 支払い事例が記載されている
具体的な事例があることによって、消費者がいくらかの補償がされるものかイメージしやすい。
- ★ 割引率が目立つように記載されている
割引がある場合は、割引率や割引された金額を提示することは消費者も目にとめやすい。
- ★ 制度の加入人数・支払い実績の記載がある
実績を具体的な数値で示すことによって、制度の信頼性が増す。
- ★ OB制度がある場合の記載がある
団体保険の場合、現役社員用パンフレットにもOB制度があることを告知しておくことにより、生涯に渡って加入できることをアピールできる。
- ★ 保険の種類が多い場合に一覧表がある
保険の種目や特約・オプションなどが多岐にわたる場合、一覧があると消費者にとっても何の補償があるのか理解しやすい。
- ★ Q&Aのページがある
よくある質問を掲載することで、加入に対する不安を払拭できる。
- ★ おすすめプランが掲載されている
消費者自らプランを選択することは難しいもの。選択の煩わしさを解消するために、おすすめプランの掲載は効果的。
- ★ 業界用語を分かりやすい表現にしている
例：「傷害保険」→「ケガの補償」。






裏面も
あります



02 デザイン

チェック欄	チェック項目
	可読性を考慮した書体を使用している MSゴシックのような細い書体の使用は避けるべき。
	フォントの種類を多用していない フォントの種類をいくつも使用することは、結果的に読みにくい印象となる。
	書体のサイズは、用途に応じて適切なサイズになっている タイトル、見出し、本文のメリハリがある。
	イラストやピクトが適宜使用されている テキストのみでは疲れる文章となるため、 図形化できる部分はイラストやピクトを使用すべき。
	図解できる情報はないか テキストのみでは疲れる文章となるため、 図形化できる部分はイラストやピクトを使用すべき。
	枠を使いすぎていない 四角い枠で囲むのは楽で簡単だが、 使用しすぎると枠で区切られた部分が多くなり、見にくい書面になる。
	表やグラフに見やすくする工夫がある 色を使いすぎたり、線の縁を付けたりしすぎない。
	矢印・バクダン・記号などの形が歪でない また、色の濃淡を使用することで見やすい書面となる。
	文字量をコントロールして、読みやすくなっている 矢印の形を歪ませることは意味がない。
	色数を多く使用していない 色を使いすぎると目がチカチカして読みにくい書面となる。
	金額、パーセンテージ、日付等の数字が強調されている 金額や数値部分を太くすることで、消費者にも伝わりやすくなる。
	余白の量が適切である（文字情報を紙面に詰め過ぎていない。） 文字情報が多く紙面の70%以上を文字が占めると窮屈な印象をもつ。

03 申込方法

チェック欄	チェック項目
	加入申込票の提出期限、提出先の記載が分かりやすい 行動のフローが分かりやすくするために、情報をまとめて掲載する必要がある。
	手続きの流れが分かりやすい 加入前から加入後までの必要な行動や必要な物の一覧を掲載することによって、 加入前の煩わしさを解消できる。
	加入申込票の記入例が分かりやすい 消費者が順番に記入できる工夫がされているか。
	口数に対する保険料の計算欄が設けられている 口数加入は保険料のイメージが分かりにくいので、計算欄がある方がいい。
	申込人と加入対象者の範囲が分かりやすく記載されている 加入したら子供も補償の範囲となる、など消費者にとっては補償の重複などの防止に役立つ。

チェックの数



個

チェックの数



個

チェックの数



個

結果は次ページを
ご覧ください。

診断結果

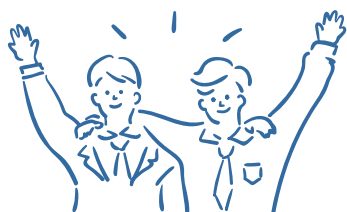
パンフレットの状態が分かると、
課題の設定が明確化となり、募集の改善につなげることができます。



☆ 10以上
♡ 10以上
♠ 4以上

伝わるパンフ

適切な情報が
盛り込まれている
「伝わるパンフレット」です。



- ・パンフレットを一度も見たことがない方に見てもらおうと違う視点での意見が出ることも。
- ・毎年改善を重ねて最適解を探りつづけることが、保険加入率アップに結び付きます。

☆ 7以上
♡ 7以上
♠ 3以上

惜しいパンフ

伝わるパンフレットまで
もう1歩です！
来年の配布に向けて
準備しましょう。



- ・問題のある箇所は少ないので、課題をメンバーで共有して改善していきましょう。
- ・いいなと思うパンフレットを集めて何がいいのか検証し、いいところ取りをしてみましょう。

☆ 5以上
♡ 5以上
♠ 2以上

残念なパンフ

ちょっと残念！
改善箇所を明確化し、
1つずつ改善
していきましょう。



- ・どこから改善するのか優先順位をつけて1つずつ進めてみましょう。
- ・他のパンフレットを見て比較してみることも新たな気付きとなります。

☆ 3以上
♡ 3以上
♠ 1以上

危険なパンフ

このままだと
募集結果に影響が出る！？
早急な改善が必要です！



- ・以前からこのデザインだったという理由でそのままにいませんか？
- ・お客さま目線でパンフレットを最初から見てみましょう。