

近未来金融システム創造プログラム第7回講義レポート

第7回目となる本日は、Finatext クリエイティブディレクターの保田容之介氏から「デジタル金融とデザイン」というお題で講義があった。あらゆる金融取引がスマホを仲介して行われる現代、そのサービスの特徴となるUI(User Interface)・UX(User eXperience)がより重視され始めている。これまでの講義で扱った、金融の概論や経済を取り巻く外部環境の変化とは異なる視点で、近未来の金融におけるデザインについてお話をいただいた。また、対面とオンラインのハイブリッド形式によるディスカッションでは、電子決済サービスを題材として活発な議論が生まれた。

デザインの重要性

大半の人々がスマホを所持するようになり、あらゆるサービスがデジタル化され始めている。金融取引も例外ではない。お金を送金する場合、以前まではATMや銀行などの店舗に出向く必要があった。しかし、今は自分のスマホ上で手続きを済ませ、場所や時間に制限されずに送金することができる。コロナ禍ではDX(Digital Transformation)が進み、特に PayPay や LINE pay を代表とする電子決済サービスが拡大した。企業にはデジタル化したサービスをより使いやすくする工夫が求められている。このように、UI・UXで視覚的・体感的な工夫を施しデジタル金融の利便性向上を図ることが、近未来の金融におけるデザインの役割である。

デジタル金融におけるデザイン

上ではデジタル金融におけるデザインの重要性を述べたが、そもそも「デザイン」とは何か？という問いに対して明確に回答できる人は少ない。教科書的には、『建築・工業製品・服飾・商業美術などの分野で、実用面などを考慮して造形作品を意匠すること。』と説明されるが、デジタル金融におけるデザインを考える上では、「視覚的に情報を伝える手段」「ユーザーの水先案内人になること」「ビジネスの成果に貢献すること」、この3つの概念がより大切となる。

人間が受け取る情報の8割は視覚からであるため、デザインは情報伝達における手段として大きな役割を持つ。しかし、UIのデザインが視覚的に優れていたとしても、ユーザーの体験が考慮されていなければ優れたサービスとは言えない。そのため、サービスのUI・UXをデザインする際には、5W1Hの枠組みで考えることがとても肝心だ。例えば、「若者向けの仮想通貨取引アプリ」を作りたい場合、以下のような考察が行える。

- Who → あまり貯蓄のない若者が
- When → 隙間時間に
- What → 仮想通貨取引を
- Where → アプリで
- Why → 投資をより簡単に、身近に
- How → 少額の資金で

この他にも、ペルソナやカスタマージャーニーの分析もターゲットとなるユーザーの性質や傾向を知る有効な手段である。

下の画像では、LINE Payの追加入金フローが順番に並んでいる。緑と白で構成されたシンプルなUI、合計タップ数がわずか4~5回で済むスムーズなUXが特徴的だ。



※上の画像は、栃木銀行のwebから拝借

LINE pay のデザインは、“視覚的”に整理された情報、“水先案内人”としてのスムーズな操作誘導が結果的にビジネスの成果に貢献している良い事例だと言えるだろう。

Q&A

Q, LINEの口座開設の場合、既にある程度の個人情報取得できているため、追加に必要な情報をのみを打ち込むだけですみますが、新しく一から情報を取得したい場合もLINEの口座開設のデザインはケーススタディとして応用可能なのか？

A, 一画面で入力すべき情報を制限したり、次に求められる操作を分かりやすく表示する、タップ数を減らすなど、細かな配慮があらゆる点に見られる。LINEのUI・UXはとても参考になるだろう。

Q, 企業側は広告を強調したいが、ユーザーにとっては迷惑になり得る。この課題を解消するデザインとして、どのような工夫が考えられるか？

A, 今は広告そのものが最適化されており、ユーザーに嫌悪感を感じさせない工夫がなされている。さらには、ユーザーにとってメリットが生まれるような広告の仕組みが考えられている。

Q, スーパーアプリと言われる、楽天やLINEは多分野に事業を拡大しているが、認知的な壁を越えるためにどのような戦略が採られているのか？

A, 主要サービスの既存ユーザーが使いやすいような誘導が必要である。デザインとしては心理的な障壁を下げるような工夫が求められる。また、単純に事業数を増やすのではなく、親和性の高い事業や機能を繋ぎ合わせるといった視点も大切である。