

2 金融デザインセンター

SIerの既成概念にとらわれず新たな価値を創造するインハウスデザイン組織

金融デザインセンターは、NTTデータのデザインブランドである Tangity の中で、金融領域に特化したインハウスデザイン組織だ。イノベーションを起こす上で不可欠な、ユーザー目線での問題の探索、本質的な課題の特定、サービスの可視化・検証といったデザインコンサルティングサービスを、金融分野の各事業部門と連携しながら提供している。

新ビジネス／サービス 企画・開発伴走支援

金融デザインセンターが提供するサービスのひとつに、新ビジネス／サービスの企画・開発伴走支援がある。社内でも業際ビジネスが拡大しており、また金融業界のお客さまもこれまでの事業の枠を超えた新たなビジネスモデルを模索している。その企画構想から事業性の確認、実現手段の検討・検証まで、ユーザー目線での検討をサポートしている。

ビジネス／サービスのテーマや、検討の目的・ゴールがはっきりしていない場合には、経営課題を整理して特定することでアプローチを明確化するところからサポートする。

また、ビジネス／サービスのテーマは決まっても、ビジネスモデルが先行し、誰にどのような価値を提供するのかが明確になっていないことも少なくはない。

例えば、銀行のデジタルシフトにより支店の統廃合で生じる空き店舗スペースの活用、AIを用いた新しい融資サービスの検討、といった漠然としたテーマに対し、ユーザーは誰か？ユーザーはどんな課題を抱え、このサービスはユーザーにどのよう



株式会社 NTT データ
金融イノベーション本部
金融デザインセンター

(左から) 部長 杉原 隆一郎氏 課長 横山 智恵氏 課長 佐藤 拓氏

な価値を提供するのか、などひとつひとつの根本的な要素についてお客さまと一緒に考え具体化し、ビジネスプランの全体構想を完成させていく。

サービスアイデアがある程度明確な場合には、ユーザー体験とそれを実現するサービス提供者双方の動きの整理や、プロトタイプによるサービスコンセプトの可視化、コンセプト受容検証なども行っている。

システム開発における UIUX デザイン

金融デザインセンターでは、ビジネス／サービスの企画・開発だけでなく、システム開発の各フェーズに応じたサービスを提供する。

システム開発の上流においては、次期システムをどのようなものにす

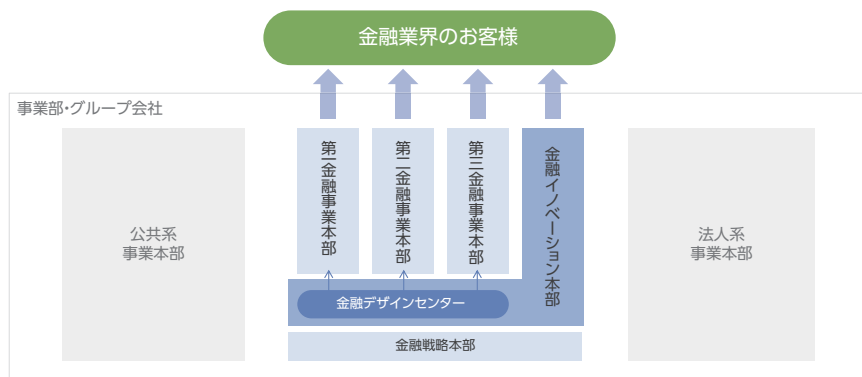


図1 金融デザインセンターの位置づけ

べきか、現行のシステムをどのように改善すべきか、などといったことに対し、ユーザー視点での検討を付加することで実効性を高めていく。

ビジネスプランやサービスアイデアを具体的なシステム機能に落とし込むとうとする際に、つまずきや遅れが発生してしまうことが少なくはない。そのような局面で、抽象的なビジネスプランから、具体的なユーザー体験を描き、それを実現するために必要な機能を導出することで具体性を高めていく。また、それをプロトタイプなども使いながら可視化することで関係者間での共通認識をより強固にし、プロジェクトの推進力を高めている。

要件定義や設計フェーズに進んでからは、いかにユーザービリティが高く、利用者にとって効率がよいものにしていくかという、UI デザインを支援する。ユーザービリティ向上の知見に技術的な観点も含め、実現に向けた UI を設計し、設計ルールを策定して開発に結び付けている。

UI デザイン支援例「あい作」

営農支援プラットフォーム「あい作」は、産地の栽培情報の見える化や双方向のコミュニケーションを促進することで、営農力向上・業務効率化を実現するサービスだ。農業と一口にいっても、栽培作物は米、野



図2 「あい作」デザインイメージ

菜などそれぞれであり、圃場の数・広さや家族経営か農業法人かといった経営形態・従事者規模も多岐に渡るため、ユーザーによって必要機能や使い方が異なる。そのような多様なユーザー状況に対する UX 改善に開発部隊と共に取り組んだ。

具体的な取組としては、ユーザーをモデリングして分類した後、タイプ毎に想定される操作の流れを検討し、それぞれに合った UI を検討しつつ、それが1つのシステムに内包されていても矛盾がないように機能設計を行った。

また、その検討においては、現行システムをどのように使っているのか、どの機能を使っているのか、どのあたりが操作しづらいのか、といったことを、実際のユーザー操作の様子からも確認している。さらにその現状を踏まえて、複数のプロトタイプを制作し、それをユーザーテストすることで、案の絞込みを進めていった。

ユーザー状況の理解・検証を重視することで、多様な要望に対応し、操作効率を高めたりデザインを実現することができた。

デザインプロセス・マインドの浸透

数多くのプロジェクト実績を積み重ねることで、ビジネス創出プロジェクト、自社ソリューション企画・開発やシステム開発まで、幅広い領域で、デザインを活用することの重要性が全社的に浸透してきている。ここ数年でチームも大きく拡大しているが、それを上回る依頼がきている状況である。そこで、より多くのプロジェクトでデザインを活用してもらうために、チームの拡大と並行

して、非デザイン人材へのデザインのプロセス・マインドの浸透を促進するための活動や、デザインのケイパビリティ向上に向けたツール開発なども行っている。

社内の開発担当者向け勉強会では、デザインの考え方やユーザー目線での捉え方、デザイン思考に基づいた開発の進め方などを、事例を踏まえながら紹介している。グループ会社も含めこれまでに千人規模の参加を得ている。

また、お客様とのこれまでの共創の中で蓄積されたビジネス創発のノウハウを標準化した「新規事業アイデアを育むイノベーションプログラム (DCAP)」を整備したり、金融分野の業務ソフトウェアに共通するデザインや標準ルールを、デザインキットやノウハウドキュメントとして整備したりするなど、ナレッジとしての確立にも努めている。

それによって、社内の各組織にデザインの人材を増やし、わたしたちがサポートせずとも開発部隊が自分たちでやっていけるような体制を構築することで、デザインが当たり前という状況の実現を目指していく。

デザインで創出する新しいマーケット

金融イノベーション本部のミッションは新しいマーケットの創出。経済価値と社会価値・環境価値の両立が求められる事業環境において、お客様課題と社会課題をつなぎ、解決策を提案し実装することが求められる。金融デザインセンターでは、デザインが持つ社会 / 生活者視点を活かし、デザインだからこそ創出できる価値により本部ミッションに貢献していく。