

“親切な不親切” にみる DX の神髄

株式会社 野村総合研究所
金融コンサルティング部長
鳩宿 潤二

〇〇レス、全自動、時短・などなど、デジタル化が急速に広まる昨今、さまざまな商品・サービスが「便利・親切」になっている。一方、金融サービスの一部には、この手の流れに逆行するような動きもみられる。例えば、ある信託銀行では高齢顧客向けに「ご自身でさえ簡単には解約できない」厳重に資金を守る口座提供を開始した。また、とある QR コード決済は、ATM で現金チャージを行う仕様がある。給料日などに ATM から現金を引き出した上で、その場で再び現金を ATM に入金しチャージをする、この取引が増加傾向にある。デジタルに慣れた読者からみると一見、無駄・手間な行為に見えるかもしれないがこれは、実は利用者にとっては“必要な不便さ”なのである。

昨年末、NRI が実施した金融に関する調査^{*1}では、普段上記の QR コード決済を利用しつつも「なるべく現金で支払いたい」と回答した層が 48%にも上った。インタビューなどで理由を深掘りしてみると、「使いすぎが怖い。自分が利用できる金額を把握したい」という心理のようだ。当該サービスはこのあたりの心理を捉え、「あえて不便・不親切とする」ことで顧客の真のニーズに寄り添った結果なのである。過去を振り返ると、救急車を呼ぶ際の「119」も似たような発想だろう。いまや過去の遺物の“ダイヤル式電話”の時代、すばやく回せる“1”を2回と、あえて落ち着く時間を与えるために最後に“一番遠い9”を回させるという「その場の利用者の心に寄り添った設計」である。私はこれらの設計思想を“親切な不親切”と呼び、顧客心理の熟慮の結果として高く評価している。その価値は、アナログからデジタルの時代になっても変わらない。

公共サービスの開発においても同様だ。新政権の目玉政策の一つであるデジタル田園都市国家構想で示されるように、今後はマイナンバー制度拡大を含め、国・地方行政のデジタル化が急ピッチで進むだろう。ただ、国民のリテラシーは千差万別で価値観も多様である。単に表面上の便利・簡単に傾倒すべきでない設計が今後もあるだろう。特に財産、セキュリティ、プライバシー等に関する領域においてはそうだ。その際、重要なのは寄り添った設計に加えて、その思いを伝えることだ。設計やサービス思想を積極的に提示・理解を促すことで、国民へのデジタルサービスの理解・浸透が進むのではないか。

今後も、さらなるデジタル化競争が加速する中、優れたデジタル技術を活用しつつも利用者の深い理解と心の対話を伴ったデジタルトランスフォーメーション (DX) サービスのみが残っていくだろう。

^{*1} 生活者 1 万人アンケート調査 (金融編) WEB 調査版 : 全国の 18 歳から 89 歳の男女約 1 万人に対し、ネットモニターを対象とした金融行動に関する NRI 独自調査。2021 年 11 月実施