

トッパンフォームズ「FDフィット診断」による消費者目線でのコミュニケーションツール改善

FPが診断メンバーに加わることでFDに対応した改善が可能に

トッパン・フォームズ株式会社は、金融デザイン株式会社と協働で、「顧客本位の業務運営に関する原則」に則った形で金融機関のコミュニケーションツールを改善するサービス「FDフィット診断」を2017年5月から開始した。本特別レポートでは、「FDフィット診断」での具体的な診断の流れを解説したうえで、このサービスを利用した農林中央金庫での改善例を紹介していく。

「弊

社では、以前から「UD診断」というサービスを提供していましたが、これは幅広い業種を対象に、その会社のチラシやWEBサイト、帳票などのコミュニケーションツールについて、消費者目線で「わかりにくさはなにか」を診断するものです。このサービスを金融業界に特化させたものが「FDフィット診断」です。先般、金融庁から『顧客本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティー。以下、FD）に関する原則』が公表され、金融機関に

はその対応が求められるようになりました。それに伴い、金融機関から、『わかりやすいツールを作りたい』などご相談をいただくことも増えています。そこで、FDフィット診断の提供を通じて、ツール改善による金融機関のFD対応をサポートできないかと考えました。

FDフィット診断は、金融機関のチラシ・パンフレット、WEBサイトなどのコミュニケーションツールを、「UD（ユニバーサルデザイン）視点」「科学視点」「金融視点」の3つの切り口から診断したうえでデザインの改善案を提案するサービスである。

このうち「UD視点」「科学視点」での診断は既存サービスのUD診断でも行われていたもので、トッ

パンフォームズが担当する。

FDフィット診断で新たにブラッスされた「金融視点」での診断は、金融デザイン株式会社が行う。同社は、個人向けのFP相談に加え、「金融に特化したWEBサイトや営業ツールの設計、デザイン、ライティング、分析、改善コンサルティング」などのデザイン事業も手掛けるFP会社である。

FDの7原則の中には、原則5「重要な情報の分かりやすい提供」、

原則6「顧客にふさわしいサービスの提供」という項目がある（図表1）。FDフィット診断では、この2点について金融機関のツールを分析・評価し、FDに対応した作りになるようサポートしていく。

加えて、原則4「手数料等の明確化」では、顧客が負担する手数料をわかりやすく説明することが求められる。FDフィット診断では、「手数料についてわかりやすく伝えるために、ツールをど

う作るべきか」という視点でも指摘を行い、改善点を提案している。

人の目と機械によってデザイン上の問題点を指摘

ここからは、FDフィット診断において、「UD視点」「科学視点」「金融視点」の3つの視点でどのようにコミュニケーションツールを分析しているのか、各視点における診断内容を詳しくみていく。

まず「UD視点」の診断は1級UD診断士が行う。UD診断士とは、UDに関するトッパンフォームズの社内資格で、1級は最高ランクにあたる。1つの案件に対しては3名の1級UD診断士が分析を担当。それぞれが指摘したデザイン上の問題点をとりまとめて診断結果を作成していく。

診断はチェックリストに基づいて行われる。チェックリストは大きく「視認性」「直感性」「理解性」「利用性」「事務効率」の5つの分野に分かれる（図表2）。それぞれは「情報量が多すぎる」などの

診断項目に細分化されており、診断士がその項目に該当しないかを洗い出していく。

次に「科学視点」では「情報量計測（ドットレシオカウンター）」「色覚シミュレーター（UDing）」「3M視線予測サービス」を用いて、機械的な診断を行う。「情報量計測」では、印字率を計測し紙面にどれだけの情報があるのかをパーセンテージで表示する。イメージとしては、ツールを白黒コピーした際に、アミかけなどを除いて紙面の中で黒い部分が占める割合を測定。これが19%を超えると、圧迫感のある紙面となり、お客さまは「読む気がしない」と感じる傾向があるという。

「色覚シミュレーター」では、色覚障がいのある方でも見やすい色の配置になっているかを検証する。一般的に色覚障がいのある方は、緑や赤といった特定の色について「見え方が異なる」「他の色と識別できない」という特性を持っている。そのため例えば、緑色のアミ

図表1 フィデューシャリー・デューティーの7原則

1. 顧客本位の業務運営に係る方針の策定・公表等
2. 顧客の最善の利益の追求
3. 利益相反の適切な管理
4. 手数料等の明確化
5. 重要な情報の分かりやすい提供
6. 顧客にふさわしいサービスの提供
7. 従業員等に対する適切な動機づけの枠組み

図表2 UD視点による診断のチェック項目

項目	関連するデザイン項目
1. 視認性（見やすさ）	・情報量 ・色彩設計 ・文字
2. 直感性（わかりやすさ）	・文字組み ・情報配置 ・表組み、グラフ、アイコン
3. 理解性（伝わりやすさ）	・目的誘導 ・文章表現
4. 利用性（つかいやすさ）	・記入欄 ・印刷物の仕様
5. 事務効率（作業しやすさ）	・印字作業 ・スキャニング作業 ・仕分け、入力作業

※トッパンフォームズ資料より抜粋

