

相互意見参照型授業支援システム XIO を用いた

「デジタルバンク」に関する教育実践と回答傾向の比較分析

Educational practices on “Digital Banks” using the Mutual Opinion-Referencing Class Support System XIO and a comparative analysis of response trends

神辺 圭一*¹

Keiichi Shinbe

*¹ 福岡工業大学 Fukuoka Institute of Technology

要旨: 相互意見参照型授業支援システム XIO を用いた授業実践を通じて、Z 世代の大学生の銀行に対する意識を把握し、2024 年度と 2025 年度の回答傾向を比較分析した。分析の結果、銀行に対するネガティブイメージとして「営業時間が短い」「手数料が高い」「手続きが煩雑である」が両年度で上位を占め、特に「営業時間が短い」は 2025 年度で 76.0%に達した。自由記述においても「時間」「手数料」「営業」が頻出し、時間的制約が Z 世代にとって最大の不満要因であることが確認された。また、口座開設の動機は「アルバイト給与の受取」が圧倒的多数を占め、外部要因による開設が多いことが明らかとなった。デジタルバンクについては、特に「24 時間」「365 日」といった時間的制約の解消への期待が示された。

キーワード: 相互意見参照型授業支援システム, デジタルバンク, Z 世代, 授業実践

Abstract: Through classroom practice using XIO, a mutual opinion-referencing class support system, we examined Generation Z university students' perceptions of banks and conducted a comparative analysis of patterns observed in their answers between the 2024 and 2025 academic years. The analysis revealed that “short business hours,” “high fees,” and “complicated procedures” ranked as the top negative images of banks in both years, with “short business hours” reaching 76.0% in 2025. Open-ended answers also frequently included terms such as “time,” “fees,” and “business hours,” indicating that time constraints constitute the primary source of dissatisfaction among Generation Z students. Furthermore, the motivation for opening bank accounts was predominantly “receiving part-time job wages,” suggesting that account openings are largely driven by external factors. Regarding digital banks, the answers reflected strong expectations for the elimination of time constraints, particularly through features such as “24-hour” and “365-day” availability.

Keywords: Mutual Opinion-Referencing Class Support System, Digital Bank, Generation Z, Educational Practice

1. はじめに

Z 世代（1990 年代後半～2010 年代初頭生まれ）は、デジタルネイティブとして生まれ育ち、スマートフォンや SNS を日常的に利用する世代である。経済産業省の報告[1]によれば、日本のキャッシュレス決済比率は 2024 年に 42.8%に達し、政府目標である「2025 年までに 4 割程度」を達成した。決済手段の内訳では、クレジットカードが 82.9%と依然として主流であるが、QR コード決済も 9.6%（13.5 兆円）を占めるまでに成長しており、若年層を中心にキャッシュレス化が進展している。

一方、Z 世代と銀行の関係性については、マネーインサイトラボの調査 [2]（以下、先行調査）が示唆に富む。同調査によれば、Z 世代の銀行に対するイメージは「信頼」「長期的な関係」「伝統・歴史」といった堅実・安定的なものが上位を占める一方、「革新的」「カジュアル」といった印象は低い。また、口座開設のきっかけは全世代で「就業後の給与受取」が最多であり、Z 世代では「アルバイト代の受取」も上位に挙げられている。これらはいずれも勤務先の指定等による開設であり、自発的なニーズよりも外部要因が契機となっている

ことが窺える。さらに、Z世代は銀行アプリを口座開設と同時に使い始める傾向があり、送金の利便性や「お金の管理」機能への期待が高いことも報告されている[3]。

このような状況において、既存の銀行が抱える営業時間の制約、手数料負担、手続きの煩雑さといった課題を解消する存在として、デジタルバンクが注目されている。デジタルバンクは、スマートフォン完結型のサービス提供により、24時間365日の利用を可能とし、Z世代のライフスタイルに適合した金融サービスを提供している。

筆者は、デジタルバンクである「M銀行」（仮名）においてデータサイエンティストとして勤務した経験を有する。この経験を活かし、所属学科の学生に対して、データサイエンティストの職業紹介を兼ねた授業実践を2024年度より開始した。授業では、相互意見参照型授業支援システムXIO（エクシオ）を用いて学生の銀行に対する意識を把握するとともに、他者の回答を参照することで思考の振り返りを促す活動を取り入れた。2024年度の取り組みについては既に報告している[4]が、当該年度はデータサイエンティスト職の紹介に時間を割いた結果、XIOの回答時間が不足するという課題が生じた。そこで2025年度は授業構成を見直し、「Z世代と銀行の関係性」に焦点を当てた授業を行った。

本稿では、XIOを用いた2年間の授業実践を通じて把握したZ世代の銀行観について、回答傾向の年度比較を行い、その特徴を明らかにする。

2. XIOの概要

本稿で取り上げるXIOは、筆者らが開発・運用しているWebベースの相互意見参照型授業支援システムである。

文章を作成する作業は、思考の結果を文字というメディアに映し出す行為であり、他者の文章を読むことで新たな気づきを得たり、再考する契機となり得る[5]。XIOは、この考えに基づき、学生間で回答内容を相互に参照できる仕組みを提供する。本システムでは、学生が回答を提出すると、同一授業の受講者は自他の回答内容と作成者名（実名）を閲覧できる。また、設問作成時に「参考回答欄の使用」機能を有効化すると、学生が参考にした回答番号を入力でき、参照元から参照先へのリンクが生成される。本稿では、XIOに蓄積された学生の回答内容を分析し、Z世代の銀行観の傾向と年度間の変化を明らかにする。XIOのシステムに関する概要は昨年度の報告[4]を参照されたい。

3. 授業実践

本章では、2024年度および2025年度に実施したXIOを用いた授業実践の概要を述べる。両年度で授業構成や設問設計に一部変更を加えており、以下ではその詳細を説明する。

3.1. 授業の概要

授業は、福岡工業大学情報工学部システムマネジメント学科（2024年度）および情報マネジメント学科（2025年度）の2年生を対象に実施した。科目名は、2024年度が「システムマネジメントゼミナールⅠ」、2025年度は学科改組に伴い「情報マネジメントゼミナール」となっている。

本科目はオムニバス形式のゼミであり、学生は班に分かれて14の研究室を2週ごとにローテーションで受講する。各研究室では担当教員の専門分野に関するテーマについて調査や討論を行い、3年次の研究室選択の参考とする。学科改組に伴う定員増により、2025年度は1班あたりの人数が5～6名から7～8名に増加した。

筆者の担当回では、デジタルバンクを題材として授業を設計した。1週目は自己紹介と研究紹介の後、XIOへの回答とデジタルバンクに関する動画視聴を行った。2週目はデジタルバンクに関するテーマについて班ごとに調査・発表を行い、最後にXIOで振り返りの回答を行った。

2024年度はデータサイエンティスト職の紹介に重点を置いた授業構成としたが、XIOの回答時間が不足するという課題が生じた。そこで2025年度はデータサイエンティストに関する紹介を最小限とし、「Z世代と銀行の関係性」に焦点を当てた構成に変更した。また、2024年度は環境整備のため後期のみXIOを使用した。表1に授業概要の比較を示す。

表1：授業概要の比較

項目	2024年度	2025年度
学科名	システムマネジメント学科	情報マネジメント学科
科目名	システムマネジメントゼミナールⅠ	情報マネジメントゼミナール
1班人数	5～6名	7～8名
XIO登録者数	35名	108名
XIO使用期間	後期（6班×2回）	通年（14班×2回）
授業の焦点	データサイエンティスト職の理解	Z世代と銀行の関係性

3.2. 設問設計

XIOでは、選択式および自由記述式の設問を設定した。表2に2024年度と2025年度の設問対応を示す。なお、回答は任意であり欠席者もいるため、回答者数はXIO登録者数より少ない。

表 2：設問対応表

授業	内容	回答形式	設問番号		回答者数		平均文字数	
			2024年度	2025年度	2024年度	2025年度	2024年度	2025年度
1週目	DSのイメージ	記述	Q01	-	32	-	71.4	-
	決済手段	選択	Q02	Q01	32	104	-	-
	銀行利用頻度	選択	Q03	Q02	31	101	-	-
	ポジティブイメージ	選択	Q04	Q03	32	102	-	-
	ネガティブイメージ	選択	Q05	Q04	32	100	-	-
	銀行への不満	記述	Q06	Q05	32	101	24.3	32.0
	口座開設動機	記述	-	Q06	-	100	-	19.6
M銀行認知度	選択	Q07	Q07	32	101	-	-	
2週目	不満解消	記述	Q08	Q08	27	89	49.0	44.2
	新サービス提案	記述	Q09	Q09	25	78	48.2	45.2
	BaaS提携先	記述	Q10	Q10	21	70	50.4	62.0
	DSイメージ変化	記述	Q11	-	22	-	43.4	-
	発見・気づき	記述	Q12	Q11	21	63	68.0	77.6

※DS = データサイエンティスト, BaaS = Banking as a Service

2025年度では、データサイエンティストに関する設問（2024年度 Q01, Q11）を削除し、新たに口座開設動機に関する設問（Q06）を追加した。

設問は大きく2つのフェーズに分かれる。1週目の授業では、動画視聴前に決済手段、銀行利用頻度、銀行に対するイメージ、銀行への不満などを回答させた（2024年度 Q02～Q07, 2025年度 Q01～Q07）。2週目の授業では、調査・発表後の振り返りとして、デジタルバンクによる不満解消の可能性や新たな発見・気づきを回答させた（2024年度 Q08～Q10・Q12, 2025年度 Q08～Q11）。

2週目の設問のうち、Q08 および 2024年度 Q12・2025年度 Q11 では「参考回答欄の使用」機能を有効化し、他者の回答を参考にした場合はその回答番号を入力できるようにした。

4. 結果

本章では、XIOに蓄積された回答内容の分析結果を示す。選択式設問については年度間の回答割合を比較し、自由記述式設問については形態素解析による出現語の傾向を分析した。

4.1. 決済手段と銀行利用頻度

表3に決済手段の年度比較を示す。

表3：決済手段の年度比較（複数選択可）

選択肢	2024年度 (n=32)	2025年度 (n=104)	変化
現金	90.6%	86.5%	-4.1pt
クレジットカード	62.5%	52.9%	-9.6pt
デビットカード	15.6%	11.5%	-4.1pt
QRコード決済	65.6%	76.0%	+10.4pt
交通系IC	31.3%	24.0%	-7.3pt
電子マネー	12.5%	13.5%	+1.0pt

両年度とも現金が最も多く選択されているが、2025年度ではQRコード決済が76.0%と10.4ポイント増加

し、現金（86.5%）に次ぐ利用率となった。1章で述べた全国のキャッシュレス決済比率と比較すると、本授業の受講生では、QRコード決済の利用率が全国平均を上回っている。

表4に銀行利用頻度の年度比較を示す。

表4：銀行利用頻度の年度比較

選択肢	2024年度 (n=31)	2025年度 (n=101)	変化
ほぼ使用しない	0%	13.9%	+13.9pt
月に1回未満	3.2%	5.9%	+2.7pt
月に1回程度	19.4%	20.8%	+1.4pt
月に数回程度	64.5%	38.6%	-25.9pt
週に1回程度	9.7%	13.9%	+4.2pt
週に数回以上	3.2%	7.0%	+3.8pt

2024年度では「ほぼ使用しない」が0%であったのに対し、2025年度では13.9%が該当した。また、「月に数回程度」は64.5%から38.6%へと25.9ポイント減少した。キャッシュレス化の進展により、銀行（ATMを含む）の利用頻度が低下している可能性がある。

4.2. 銀行に対するイメージ

表5にポジティブイメージの年度比較を示す。

表5：ポジティブイメージの年度比較（複数選択可；上位5項目）

選択肢	2024年度 (n=32)	2025年度 (n=102)	変化
信頼できる	71.9%	70.6%	-1.3pt
安全性が高い	53.1%	55.9%	+2.8pt
便利である	46.9%	38.2%	-8.7pt
安定している	34.4%	31.4%	-3.0pt
丁寧である	15.6%	20.6%	+5.0pt

両年度とも「信頼できる」が最も多く選択され、約70%を占めた。1章で述べた先行調査[2]においてもZ世代の銀行イメージとして「信頼」が上位に挙げられ

両年度とも「解消」「時間」「利用」が上位を占め、デジタルバンクが時間的制約の解消に寄与するとの認識は共通している。一方、2025年度では「24時間」(19件)「365日」(9件)といった具体的な時間表現への言及が増加した。2024年度ではこれらの語は上位に位置しておらず(「24時間」3件,「365日」1件),2025年度の学生がより具体的にデジタルバンクの利点を認識していることが示唆される。また,「手数料」(19件)「無料」(7件)への言及も2025年度で増加しており,手数料問題の解消への期待が高まっている傾向がみられた。

なお,Q08では「参考回答欄の使用」機能を有効化しており,参照した回答番号の入力件数は2024年度が5件,2025年度が11件であった。一部の学生が他者の回答を参考にしながら自身の考えを記述したことが確認された。

5. 考察

本章では,4章で示した結果をもとに,Z世代の銀行観の特徴と授業実践の効果について考察する。

5.1. Z世代の銀行観の特徴

4章の結果から,Z世代の銀行に対する不満は「時間的制約」「手数料」「手続きの煩雑さ」に集約されることが明らかとなった。特に時間的制約への不満は,選択式・自由記述の両方で顕著にみられ,Z世代にとって最大の不満要因であるといえる。平日は授業やアルバイトで多忙なZ世代にとって,銀行の営業時間内に窓口を訪れることは困難であり,ATMについても手数料や利用可能時間の制約がある。自由記述で「土日」への言及が増加したことから,平日に利用できない学生が土日の営業を求めている状況がうかがえる。このような時間的制約への不満が,24時間365日利用可能なデジタルバンクへの期待につながっていると考えられる。

一方,「金利が低い」への不満は年度間で減少傾向にあった。先行調査[2]によれば,Z世代は金利上昇に対して「特に何もしない」と回答した割合が約62%と高く,金利への関心が低い傾向にある。本授業の受講生においても同様の傾向がみられた。この背景には,若年層は相対的に保有資産が少なく,金利変動の影響を実感しにくいことも影響していると推察される。Z世代にとっては,金利よりも「いつでも使える」「手数料がかからない」といった利便性の方が重要な関心事であることが示唆される。

口座開設の動機については,アルバイト給与の受取が圧倒的多数を占めた。これは勤務先の指定等による開設であり,Z世代にとって銀行口座は「自ら選んで

開設するもの」ではなく「必要に迫られて開設するもの」という位置づけにあるといえる。デジタルバンクが提供する「いつでもどこでも口座開設可能」という利点は,このような受動的な口座開設のハードルを下げる効果があると考えられる。

5.2. キャッシュレス化と銀行利用頻度

決済手段については,両年度ともQRコード決済の利用率が全国平均を大きく上回っていた。本学ではキャッシュレス化が進んでおり,食堂や売店等で各種決済が利用可能である。また,学内にはATMも設置されている。このような環境が,学生の決済手段の選択に影響を与えている可能性がある。

銀行利用頻度については,2025年度では「ほぼ使用しない」学生が一定数存在し,「月に数回程度」の割合も減少した。キャッシュレス決済の普及により現金を引き出す機会が減少し,銀行(ATMを含む)の利用頻度が低下していることが示唆される。4.3節で示した「土日」への不満の顕在化を踏まえると,銀行を利用する頻度は減少しているものの,利用が必要な場面では時間的制約が大きな障壁となっているといえよう。

5.3. 授業設計の改善効果

2024年度はデータサイエンティスト職の紹介に重点を置いた結果,XIOの回答時間が不足するという課題が生じた。2025年度は授業構成を見直し,「Z世代と銀行の関係性」に焦点を当てた。この変更の効果を平均文字数から検討すると,2回目の授業の最後に回答する「発見・気づき」(2024年度Q12,2025年度Q11)は68.0字から77.6字へと増加した。授業全体を通じた学びの振り返りにおいて,より充実した記述が得られるようになったことが示唆される。

一方,2025年度の回答者数をみると,1週目の「銀行への不満」(Q05)が101名であるのに対し,2週目の「発見・気づき」(Q11)は63名にとどまった。これは,2週目の授業において調査・発表に時間を要し,最後のまとめの段階でXIOの回答時間を十分に確保できなかった回があったためである。授業構成の見直しにより一定の改善はみられたものの,依然として課題が残る結果となった。

また,Q08における参照回答番号の入力件数は2024年度の5件から2025年度の11件へと増加した。XIOの相互参照機能が一部の学生に活用されたことがわかるが,利用は限定的にとどまっている。本科目はオムニバス形式のゼミであり,回数を重ねるごとに回答データが蓄積されていくため,学生が全回答を閲覧すること自体が負担となっている可能性もある。参照機能

の活用促進に加え、回答の絞り込みや推薦といった閲覧支援の仕組みも今後の課題である。

6. まとめ

本稿では、相互意見参照型授業支援システム XIO を用いた 2 年間の授業実践を通じて、Z 世代の銀行に対する意識を把握し、回答傾向の年度比較を行った。

その結果、Z 世代の銀行に対する不満として「営業時間が短い」「手数料が高い」「手続きが煩雑である」が両年度で上位を占め、時間的制約が最大の不満要因であることが確認された。また、口座開設の動機は「アルバイト給与の受取」が圧倒的多数を占め、自発的なニーズではなく外部要因による開設が多いことが示された。デジタルバンクによる不満解消については、時間的制約の解消に関する言及が多く、デジタルバンクが Z 世代のフリクション解消に寄与しうるとの認識が学生に共有された。

今後の課題として、以下の点が挙げられる。第一に、授業構成のさらなる見直しである。2025 年度は授業構成を変更したものの、依然として授業内容を盛り込みすぎており、XIO の回答時間が十分に確保できないケースがあった。第二に、XIO のユーザーインターフェースの改善である。現状では PC を前提とした設計となっており、スマートフォンからのアクセスでは操作しづらいという問題がある。第三に、相互参照機能の活用促進である。参照回答番号の入力件数は限定的であり、学生に対して他者の回答を参照することの意義をより積極的に伝える必要がある。加えて、オムニバス形式のゼミでは回数を重ねるごとに回答データが蓄積され、学生が全回答を閲覧すること自体が負担となるため、効率的に他者の回答にアクセスできる仕組みの検討も必要である。第四に、XIO の学習効果を最大化するためには、事前課題から事後課題、さらに内省課題へと段階的に思考を深化させるサイクルを構成することが望ましいが、2 回の授業ではこのような反復的サイクルを十分に組み込むことが難しい。授業回数や課題配置の工夫により、学習者の視野拡大と思考の深化をより効果的に促す仕組みの構築が求められる。

謝辞

XIO を用いた授業実践に関して、九州大学人間環境学研究院久米弘准教授から様々なご助言をいただいた。ここに感謝の意を表す。

文 献

- [1] 経済産業省：2024 年のキャッシュレス決済比率を算出しました、〈<https://www.meti.go.jp/press/2024/03/20250331005/20250331005.html>〉（参照 2026-01-30）
- [2] マネーインサイトラボ：銀行の利用実態調査、〈https://corporate.minna-no-ginko.com/common/pdf/news/2024/07/31/newsrelease_media_0731_01.pdf〉（参照 2026-01-30）
- [3] マネーインサイトラボ：銀行アプリの利用実態調査、〈<https://corporate.minna-no-ginko.com/information/corporate/2024/10/31/594/>〉（参照 2026-01-30）
- [4] 神辺 圭一：相互意見参照型授業支援システムを用いた Z 世代の「銀行」に対する意識の把握と授業実践、第 31 回社会情報学シンポジウム、2025。
- [5] 神辺 圭一：回答の相互参照による思考変容の可視化に関する研究、2025 年社会情報学会 (SSI) 大会研究発表論文集、pp.47-51、2025。