

## 発表要旨

### 報告(1) 地域銀行の個人向けビジネス—九州を基盤とする地域銀行を中心に

前田 真一郎 (九州大学)

銀行経営において、個人向けビジネスの重要性が高まってきた。背景には、高齢化の進展、個人における金融ニーズの多様化・高度化、金融規制の緩和、金融商品の取引および情報収集のためのコストの低減、投資商品の増大と個人投資家の台頭などがある。さらに金融取引におけるデジタル化の進展は、個人向けビジネスの競争環境に変化をもたらしている。

九州を基盤とする西日本シティ銀行は、早くから個人を対象としたビジネスを拡大してきた歴史がある。合併前の旧福岡シティ銀行は、個人向けローンへ積極的に取り組み、カード事業への進出も早かった。2025 年 3 月末における西日本シティ銀行アプリの口座登録件数は 117 万に達し、地域銀行トップクラスである。また西日本シティ銀行の NISA 口座数は、地域銀行のなかで福岡銀行に次いで全国第 2 位となっている。本報告では、西日本シティ銀行を事例として取り上げ、地域銀行の個人向けビジネスについて考察する。

### 報告(2) 感情がデジタルゲームにおける課金行動に与える影響

岡本 雅弘 (福井大学)

増井 優希 (福井大学大学院)

近年、デジタルゲームにおけるゲーム内課金市場はモバイルゲームを中心に成長を続けている。その一方で、「ガチャ」と呼ばれる課金モデルによって多額の課金が発生することが社会問題となっている。

そこで本研究では、デジタルゲームにおける「月平均課金額」「一度の最高課金額」「年間課金額」の 3 つの指標に対し、どのような感情因子が影響を与えているかについて、アンケート調査に基づく共分散構造分析 (SEM) および感情尺度である PANAS を用いて分析した。

その結果、ポジティブな感情は、月平均課金額に対して正の影響を与えるが、最高課金額に対しては負の影響を与えること、ネガティブな感情は、月平均課金額と最高課金額の双方に正の影響を与えることが分かった。

### 報告(3) 会計学教育における教師の役割

村上 敬進 (大阪国際大学)

A 大学の FD 活動で実施したアンケートデータを分析し、以下の傾向が得られた。受講者が教員との関係性を高く評価するほど、今後の学修意向が高まることを、順序プロビットモデルで推定し明らかにした。

具体的には、エンゲージメントスコア(教員と学生の関係性の指標)の 1 単位の増加に対して、今後の学修意向が 5(5 件法で評価した場合の今後の学修意向の最高値)になる確率は 0.07 ポイント増加することが明らかになった。学生エンゲージメントの設問 4 個の内容は、教員の努力と工夫次第で達成できる。したがって、教員の属性に関わらず、良い教員を目指すことができることを示すことができた。

**報告(4) EC 事業におけるコード決済導入による決済方法の変容について**

木下 誠也 (福井大学)

日本国内の B to C 事業 EC 化率は増加の一途を辿っている。また、個人消費の決済方法も多様化し、経済産業省の報告(2025 年)によればキャッシュレス決済比率は 4 割超と政府目標の前倒し達成の状況となつた。

本発表では、自社 EC サイトを運営する企業体に注目し、決済方法の多様化に合わせて導入したコード決済の有用性について検証する。従来の決済手段に加えてコード決済を導入したことにより、顧客の決済方法に如何なる変容をもたらしたか、導入時期の前後を比較した結果を示す。

EC 事業への参入障壁が低くなった今日において、個人消費の実際のデータを用いた研究は、EC 事業者のとるべき決済方法導入選択肢と消費者目線の取り入れに有益な示唆を与えることが期待される。

**報告(5) メタ認知を活用した自信過剰の是正による金融詐欺被害防止の研究**

寺尾 隆 (福井大学／SMBC コンシューマーファイナンス)

村越 まひる (NTT データ経営研究所)

茨木 拓也 (VIE／NTT データ経営研究所)

西下 慧 (日本総合研究所)

坂越 紀子 (SMBC コンシューマーファイナンス)

金融詐欺被害の一因として、自分は被害に遭わないと考える“自信過剰”が知られるが、これは従来の金融リテラシー教育では変容が難しかった。本研究では、自身の能力を客観視するメタ認知スキルを高める新たな金融教育プログラムを開発し、自信過剰の是正を通じた詐欺被害防止を目指した。2025 年より教育現場で実証を開始し、大学・専門学校での金融トラブルに関するセミナーの冒頭において、メタ認知訓練を行う介入群と従来型教育の統制群を設定した RCT(個人を無作為に割り付けて比較する研究手法)を実施した。本研究で実施するメタ認知訓練とは、詐欺を見分ける課題に対して、設問の回答と自信度を回答させ、設問の正誤に対する自信度をスコア化し、そのスコアをフィードバックされることである。セミナー前後でアンケートを実施し、2025 年 8 月～12 月末までのデータ (n=749) を反復測定分散分析でセミナー前後の変化を調査した。その結果、介入群では「自分が金融トラブル被害に遭う可能性の認識」が統制群と比べ有意に上昇した。今後、アプリ化等を通じた普及を目指していきたい。