

トチツーカーを若年層に 広めるに当たって

20班

要旨

現在、能登では高齢化、過疎化、能登半島地震、豪雨などの自然災害によって地域経済の衰退の深刻化が問題となっている。このプロジェクトでは、衰退してしまった能登の経済を回復させることを目的とする。

私たちは、本校の三年生や授業参観にお越しになった本校の保護者様を対象にトチツーカーの知名度や使用意欲、使用用途について問うアンケートの実施、その結果からの分析を行った。

分析の結果、トチツーカーを知っている人は、生徒で約3割、保護者で約7割であることが分かった。これにより、トチツーカーの認知度は40～50代に比べて私たち学生のような若年層の利用率が低いことが分かった。この結果は北國銀行が公式に情報開示している石川県内の利用率と私たちの感覚とリンクしている。

今後は若年層の使用率を高めるためのポスターの作成・本校での掲示やサイトによるトチツーカーの紹介を行う予定だ。

1.研究背景と目的

令和6年1月1日に発生した能登半島沖地震により、能登半島における人口減少が加速した。これにより地域の過疎化が進行し、地域経済衰退の大きな要因となった。この問題点に着目し、能登の地域経済の回復および活性化を目指して活動しようと考えた。そこで、トチツーカーという地域決済アプリに目をつけた。探究活動を開始した当時、トチツーカーはキャンペーンを行っているにも関わらず、利用者数がなかなか増加しないことに悩まされており、なにか自分たちに協力できることはないかと考えた。

2.調査・分析

私たちは新聞やネットニュース、北國銀行の公式サイトでトチツーカーについて調べた。さらに、トチツーカーの現状を詳しく知るために北國銀行の方にメールや電話を通じて直接お話を伺った。

トチツーカーとは、北國銀行が管理するキャッシュレス決済のシステムであり、地域経済の回復効果が期待されている。

一般的な決済サービスとは異なり、利用できる範囲を石川県内の加盟店に限定している点が特徴である。これにより、地域内でお金を消費することを促し、他地域へのお金の流出を防いでいる。

トチツーカーは現在20万人以上が利用しており県人口の2割以上になる。しかし、地域経済を回復させるためには、トチツーカーの利用者をさらに増やす必要がある。

また、本校の保護者と生徒に向けてトチツーカーについてアンケートを行った。

生徒よりも保護者の方がトチツーカーを認知している割合が高いという結果となり、利用者を増やすためのターゲットとして高校生が適当であると考えた。また、北國銀行から利用者が20万人を突破、15歳以上の5人に1人が利用していると公式に発表があった。しかし、七尾高校内にそのような印象はなく、そのことから利用者を増やすターゲットとして高校生が適当であると考えた(図2-3)。

トチツーカーアプリを使用したことがありますか。
24件の回答

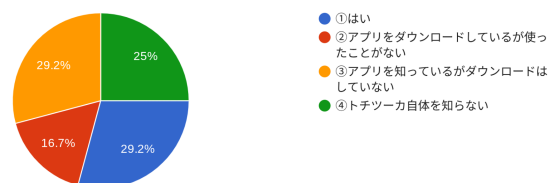


図2-1 保護者向けアンケート結果

トチツーカーという電子決済アプリを知っていますか
109件の回答

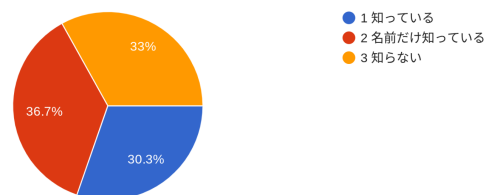


図2-2 生徒向けアンケート結果



1. トチツーカー登録者数
トチツーカー登録者数：202,708人（2026年6月29日時点）

図2-3 北國銀行が公式に情報公開したトチツーカーの利用率について

3.解決に向けた提案と実践

高校生をはじめとする若年層に、トチツーカーの存在やその利便性を認識してもらうことを目的とし、トチツーカーの魅力が伝わるように、現在行っているキャンペーンを中心にポスター(図3-1)を制作した。

若年層が多く利用していると考えられるトチツカの加盟店を掲載したり、若年層にトチツカの魅力が伝わりやすいように工夫したりした。

また、今回の調査では口座と紐づけて使う点に不安を感じる回答者が多かった。そのため、その不安を解消できる内容も含め、私たちだけが作れるポスターに仕上げた。



図3-1 ポスター

ポスターを作成している中で、若年層に向けた内容が十分ではないと感じた。そのため、本校の生徒向けにトチツカについての専用のポータルサイト(図3-2,3-3)を制作した。特にトチツカの登録手順や使用上での注意点等を高校生向けという視点で詳細に掲載した。

これらの制作物に関して、ポスターは後日、校内の全フロアの踊り場と廊下の手すりに掲示し、ポータルサイトは後日全校生徒に向けて共有をする予定だ。そしてアンケートを取り、これらの制作物によって本校の生徒のトチツカに対する認知度や意識がどのように変化したのかについてデータを取り、分析したいと考えている。



図3-2 ポータルサイトの一部①
トチツカで大盛り上がり!



図3-3 ポータルサイトの一部②

4.考察

私たちはこの活動を広げ、発展させていくことで、企業の手では届きにくい場所である高校に

トチツカを広め、高校生でも地域経済活性化の担い手となるきっかけを与える役割を担う事ができると考えている。

ポスターを掲示することで高校生のトチツカの認知度や興味関心を高め、ポータルサイトのQRコードをポスターからトチツカのメリットとデメリットの理解度を高め、利用者数増加につなげることができると考えた。

5.今後の課題と展望

今回のプロジェクトを経て、若年層にトチツカの認知度や利用率を高めるためには、安全性や利便性を伝えるだけでなく、若年層の利用が多そうな利用可能店舗を紹介したり、魅力的なキャンペーンの内容を伝えたりすることが重要だとわかった。今後は、ポスター掲示やポータルサイトの使用による本校生徒のトチツカ認知度や利用率の変化のアンケートを集計し、若年層のニーズに合った普及方法を吟味していきたい。

また、7月の保護者懇談でポスターを掲示し、保護者への認知度と理解度の上昇を図りたい。

今回の取組を北國銀行に報告し、学びを深めるだけでなく、能登信用金庫さんなどトチツカに関わっている他企業にも広めていきたい。さらに本校内にとどまらず、他校にもトチツカを広められるように活動を広げていきたい。

6.結論

私たちは能登半島地震の被害による地域経済の衰退を解決するため、利用できる範囲を石川県内の加盟店に限定し、他地域へのお金の流出を防ぐ北國銀行のキャッシュレス決済アプリであるトチツカに注目した。

当時、トチツカはキャンペーン中にも関わらず、利用者数が伸び悩んでいた。私たちは自分たちに協力できることはないかと考えた。行動

を起こすべく、私たちはインターネットの公式サイトなどでトチツカについて調べ、さらにトチツカの現状を詳しく知るために北國銀行の方にメールや電話を通じてお話を伺った。

また、本校の保護者と生徒に向けてトチツカについてアンケートを行い、ユーザー側の認知度や理解度について調査した。その結果、生徒よりも保護者のほうがトチツカを認知している割合が高いことがわかり、若年層への普及に課題感があることに気づいた。

その課題を解決すべく、トチツカの魅力やアンケート結果から見えるトチツカの不安を解消できるような内容も含めたポスターや本校の生徒向けにトチツカについての専用のポータルサイトを制作し、サイト上での利用までの流れと利用の際の注意事項を整理した。

これらの掲示後、アンケートを取り、本校の生徒のトチツカに対する認知度や意識がどのように変化したのかについてデータを取り、分析する。

これらの取り組み内容を北國銀行に報告するだけでなく、トチツカに関わる他企業にも広めたり、本校内にとどまらず、他校にも広めるような活動を広げていきたい。

7.参考文献・協力団体

北國銀行

<https://tochituka.com>