

金融知識の底上げによる 豊かな社会生活の実現¹

～ マネ育のススメ！～

横浜市立大学 藤野次雄研究会 金融政策分科会 B

笠井佐淑・齋藤友紀子・森山友里加・谷内早織

2011 年 12 月

¹ 本稿は、2011 年 12 月 17 日、18 日に開催される、ISFJ 日本政策学生会議「政策フォーラム 2011」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、藤野次雄教授（横浜市立大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

金融知識の底上げによる 豊かな社会生活の実現

～ マネ育のススメ！～

2011 年 12 月

要約

本論文の目的は、金融知識の底上げをすることで、消費者一人ひとりが自分のくらしや社会について深く考え、より豊かな生活や社会づくりに向けて主体的に行動できる態度を育成し、豊かな社会生活を実現することである。

今日の日本は、IT化、高齢社会、金融ビックバン、「貯蓄から投資へ」という国策、ペイオフ解禁や消費者金融業界の変化など、消費者を取り巻く生活環境が時代と共に大きく変化している。このような環境変化を受け、個人にも自己責任が求められる場面が増えている。

金融トラブルに関する相談件数は90年代後半から急増し、03年にピークを迎えてから減少傾向にあるものの、1年で約90万件にものぼる。多重債務者がおかれた現状は依然きわめて深刻であり、多重債務問題は社会問題化している。また、相談内容を分野別に注目するとインターネット・金融商品・高齢者に関する消費者被害は急増している。

消費者が金融トラブルから身を守り、豊かな社会生活を過ごすためには、正しい金融知識に基づいたリスクマネジメント¹を行う必要がある。国民のファイナンシャル・リテラシー（金融に関する理解能力）の水準を向上させ、リスクマネジメントを行える消費者を養成するために、政府や金融機関は「金融教育」を行っている。「金融教育」とは、正しい金銭感覚を養うことといった基本的な事柄から、金融商品の内容やリスクを理解し資産運用をすることなどといった発展的な内容まで包括した、金融に関しての知識をつけるための教育のことをいう。

しかし、「金融教育」は消費者にとって馴染みのない言葉であり、その役割を十分に果たせていない。我々は独自のアンケート調査を行い、統計ソフトSPSSを用いて計量分析することで、消費者の金融に対する意識・知識・行動、また、金融教育のイメージおよび普及に関する見方の実態を明らかにした。このアンケートのオリジナリティーとして、世代による比較を重視した。

この分析により、消費者の知識不足、世代間における知識格差が見られた。さらにクロス分析によって、知識の有無と意識・行動の有無は比例しているという結果が得られた。また、金融教育が消費者に浸透していない現状が明らかとなった。

この結果に基づき、次の2つの政策を提言する。

政策提言1： マネ育のススメ！～「金融教育」のイメージアップの推進～

政策提言2： ライフステージに応じた教育の推進

これにより、消費者自身が主体的に金融教育を受け、知識を得られる社会を目指す。また、生涯ライフステージに応じてそれぞれ必要とされる知識習得が可能となる。

¹ リスクを把握、コントロールすることで、リスクの回避や分散、リスクによる損害や損失の予防や最小化を目指すこと

目次

はじめに

第1章 日本の消費者被害の現状

第1節 日本の消費者被害の現状分析

第1項 自己破産件数

第2項 消費者被害相談件数

第2節 日本の消費者被害増加の背景

第1項 金融ビックバン

第2項 国策「貯蓄から投資へ」 間接投資から直接投資へ

第3項 ペイオフ解禁

第4項 消費者金融のイメージ戦略と業界の変化

第5項 消費者を取り巻く生活環境の変化

問題意識 1

第2章 現行の各組織による対策

第1節 金融教育 消費者被害の減少のために

第2節 政府

第1項 内閣府

第2項 金融庁

第3項 文部科学省

第4項 金融広報中央委員会（日本銀行）

第3節 金融機関

問題意識 2

第3章 消費者の金融教育に対する意識の現状

第1節 先行研究

第2節 独自アンケートによる実証分析

第1項 実施の目的

第2項 アンケート概要

第3節 アンケート結果

第1項 基本統計

第2項 クロス分析による結果

第3項 自由記述欄で得た消費者の意見

第4項 考察

第4章 政策提言

第1節 これまでのまとめ

第2節 政策提言

第3節 政策による効果

先行論文・参考文献・データ出典

補足 独自アンケート調査結果 基本統計

はじめに

お金 (MONEY) は、私たちの生活と切り離すことのできないものである。私たちは、労働によってお金を稼ぎ、お金と引き換えに財・サービスを得て生活している。金融トラブル(お金に関するトラブル)による消費者被害は遠い世界の出来事ではなく、ほぼ毎日発生している、意外に身近に潜んでいる危険である。

現在、日本は、規制緩和の経済政策によって、市場競争による経済の効率化、活性化が行われ、消費者を取り巻く生活環境が変化している。この背景には、金融ビックバン、国策「貯蓄から投資へ」、ペイオフ解禁、消費者金融業界の変化があげられる。このような変化により、金融商品の複雑化、消費者トラブルの増大などの問題が深刻化となってきた。

現在、このような問題を解決すべく、政府、金融機関が主体となって、金融教育の取り組みを行っている。「金融教育」とは、国民のファイナンシャル・リテラシー(金融に関する理解能力)の水準向上をめざしている教育で、「生活設計・家計管理」、「経済や金融の仕組み」、「消費生活・金融トラブル防止」、「キャリア教育」といった幅広い教育である。この金融教育の国民的な普及に向けて、政府、金融機関などは取り組みを進めている。また、その目的には、合理的な意思決定を行う個人の育成にとどまらず、年金問題に代表される社会保障改革など、構造改革の推進に伴う政策的課題の検討・解決に向けた国民的な理解能力の向上も視野に入れられている。

そこで、実際に社会で必要されている知識は何であるのか、また金融教育は浸透しているのかを把握するために独自のアンケート調査を行った。このアンケート結果を、統計ソフト SPSS を用いて分析した。金融に関しての知識・意識・行動がどのように影響しあっているのか、また金融教育のイメージおよび普及状況などを明らかにした。本アンケートのオリジナルティとして、属性を、男女別・居住県・出身県・年代(3世代)・職業・最終学歴・居住形態・メインバンクについて分類し、どのように違いが表れるのかをクロス分析を行った。

このアンケートの結果より、消費者に金融教育は浸透していない現状をどのように改善していくのかを考え、金融教育を浸透させるための政策提言を行う。本提言では、国民一人一人が、自分のくらしや社会について深く考え、より豊かな生活やよりよい社会づくりに向けて主体的に行動できる力を身につけることを目指している。

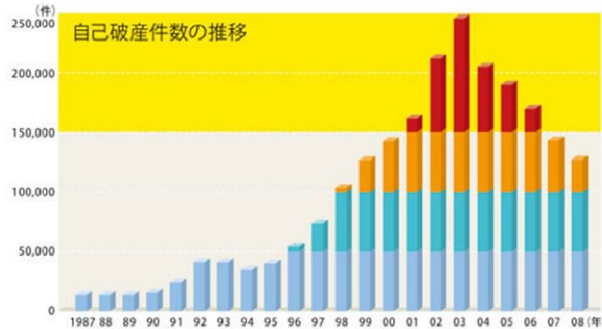
第 1 章

日本の消費者被害の現状

第 1 節 日本の消費者被害の現状分析

第 1 項 自己破産件数の推移

図 1 表 1



年次	自己破産件数
2002	224,467
2003	251,800
2004	220,261
2005	193,179
2006	174,861
2007	157,889
2008	140,941
2009	137,957
2010	131,370

裁判所司法統計より

資料：最高裁判所「司法統計年報」(2009年)

自己破産件数は、2003年にピークを迎え、その後減少している。2004年ヤミ金融対策法が施行され、無登録業者への広告禁止、高金利要求罪が適用されたためと考えられる。また、破産事件数の増加に伴い破産手続きを簡素化し、迅速な対応を図るため、2005年に破産法が制定されている。減少傾向にあるものの、2010年次も13万件を越えており、依然として多い。

第 2 項 消費者被害相談件数

表 2

	相談件数	前年度比
2003	1,509,884	***
2004	1,919,672	127.14%
2005	1,303,580	67.91%
2006	1,112,851	85.37%
2007	1,050,804	94.42%
2008	950,479	90.45%
2009	901,084	94.80%
2010	895,563	99.39%

消費者被害とは、消費者が受けたお金に関するトラブルのことである。国民消費センターより、消費者契約法¹に関する消費者生活相談件数のデータ²を引用する。相談軒数を商品・役務別に分類した。件数の多い相談内容、増加傾向にある相談内容を抽出し、トラブル原因の傾向ごとに分類した。販売形態を店舗販売、無店舗販売に分類し、そのうち無店舗販売を訪問販売、通信販売、マルチ取引、電話勧誘販売、ネガティブ・オプション³、その他の6項目に詳しく分類した。

¹ 平成13年4月 消費者契約法

² PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)により集計された、2011.11.01までのデータを利用。

³ ネガティブ・オプション(送りつけ商法)とは、注文していない商品を一方的に送り付け、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った悪徳商法のこと。代引制度を悪用するケースもある。

表 3 は、商品・役務別分類ごとにみた上位 10 位について、件数と構成比の年度別推移を示したものである。「運輸・通信サービス」が最も多い。2001 年と 2009 年を比べると、割合の変化はないが、件数は 2 倍以上となっている。通信サービスに含まれる、アダルトサイトや出会い系サイトなどインターネットに関連した相談が増加している。「金融・保険サービス」は、消費者金融や生命保険に関する相談が多い。分類方法の変化¹により、2001 年と 2009 年の「金融・保険サービス」とを直接比較することは出来ない。しかし、2009 年の「金融・保険サービス」の件数は、2001 年の「金融・保険サービス」と「内職・副業・ねずみ講」とを単純合計した件数を上回っており、増加したといえる。2005 年から件数は減少傾向にあったが、2009 年から 2010 年では再び増加している。2007 年における「教養・娯楽サービス」は「外国語・会話教室」に関する相談の増加などから件数・割合ともに上昇した。「保健・福祉サービス」では、「エステティックサービス」に関する相談の増加が大きい。近年では、分譲マンションや電気温水器などの住宅設備の相談を含む、「土地・建物・設備」、老人ホームや介護などに関連した「保健・福祉サービス」もたびたび上位にはいっている。

表 3

上位商品・役務別分類の相談件数・構成比の推移

2001		2005		2006		2007		
件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)	
1 運輸・通信サービス	99,191	15.1	運輸・通信サービス	331,239	25.4	運輸・通信サービス	214,804	19.3
2 教養・娯楽品	91,928	14.0	商品一般	228,417	17.5	商品一般	191,737	17.2
3 金融・保険サービス	68,743	10.5	金融・保険サービス	163,522	12.6	金融・保険サービス	175,432	15.8
4 住居品	53,144	8.8	教養・娯楽品	88,612	6.8	教養・娯楽品	81,835	7.4
5 教養・娯楽サービス	44,464	6.8	レンタル・リース・貸借	55,800	4.3	レンタル・リース・貸借	51,628	4.6
6 レンタル・リース・貸借	32,594	5.0	住居品	54,457	4.2	住居品	50,516	4.5
7 被服品	31,466	4.8	教養・娯楽サービス	46,901	3.6	教養・娯楽サービス	40,901	3.7
8 保健衛生品	28,808	4.4	土地・建物・設備	34,462	2.6	被服品	33,590	3.0
9 食料品	26,028	4.0	保健衛生品	34,017	2.6	土地・建物・設備	31,103	2.8
10 内職・副業・ねずみ講	22,480	3.4	被服品	33,843	2.6	保険・福祉サービス	29,930	2.7
2008		2009		2010				
件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)			
1 運輸・通信サービス	213,254	22.4	運輸・通信サービス	191,384	21.2	運輸・通信サービス	200,239	15.1
2 金融・保険サービス	170,546	17.9	金融・保険サービス	151,932	16.8	金融・保険サービス	159,979	14.0
3 教養・娯楽品	68,611	7.2	教養・娯楽品	71,643	7.9	教養・娯楽品	71,854	10.5
4 商品一般	60,053	6.3	レンタル・リース・貸借	57,118	6.3	レンタル・リース・貸借	52,330	8.8
5 レンタル・リース・貸借	50,290	5.3	商品一般	45,698	5.1	住居品	37,916	6.8
6 保険・福祉サービス	39,421	4.1	住居品	39,537	4.4	食料品	36,853	5.0
7 食料品	38,390	4.0	食料品	39,326	4.4	他の役務	35,110	4.8
8 住居品	38,310	4.0	教養・娯楽サービス	35,520	3.9	土地・建物・設備	34,882	4.4
9 教養・娯楽サービス	37,769	4.0	土地・建物・設備	34,379	3.8	教養・娯楽サービス	33,466	4.0
10 土地・建物・設備	31,982	3.4	他の役務	32,852	3.6	保険・福祉サービス	29,256	3.4

表 4

具体的な商品・役務別相談件数

2001		2007		2008				
件数	割合(%)	件数	割合(%)	件数	割合(%)			
1 電話情報サービス	50,599	8.1	電話情報サービス	126,972	12.1	電話情報サービス	#####	13.3
2 サラ金・フリーローン	44,347	7.1	サラ金・フリーローン	126,248	12.0	サラ金・フリーローン	#####	12.8
3 資格講座	21,344	3.4	商品一般	85,979	8.2	商品一般	60,053	6.3
4 賃貸アパート・マンション	19,976	3.2	オンライン情報サービス	74,857	7.1	オンライン情報サービス	42,001	4.4
5 教養・娯楽教材	19,160	3.4	賃貸アパート・マンション	32,577	3.1	賃貸アパート・マンション	33,853	3.6
6 商品一般	18,639	3.0	外国語・会話教室	18,058	1.7	相談その他	16,263	1.7
7 ふとん類	15,673	2.5	相談その他	16,311	1.6	健康食品	15,863	1.7
8 国際電話	15,031	2.4	健康食品	16,158	1.5	エステティックサービス	15,027	1.6
9 健康食品	14,292	2.3	生命保険	15,468	1.5	生命保険	13,511	1.4
10 自動車	12,908	2.1	エステティックサービス	14,257	1.4	自動車	13,215	1.4
2009		2010						
件数	割合(%)	件数	割合(%)					
1 サラ金・フリーローン	93,156	10.3	サラ金・フリーローン	88,968	10.0			
2 アダルト情報サイト	55,237	6.1	アダルト情報サイト	85,190	9.6			
3 デジタルコンテンツその他	51,470	5.7	賃貸アパート・マンション	37,333	4.2			
4 商品一般	45,698	5.1	デジタルコンテンツその他	32,291	3.6			
5 賃貸アパート・マンション	39,359	4.4	出会い系サイト	28,228	3.2			
6 出会い系サイト	33,474	3.7	商品一般	26,060	2.9			
7 相談その他	16,213	1.8	相談その他	16,660	1.9			
8 四輪自動車	15,758	1.7	四輪自動車	15,326	1.7			
9 移動通信サービス	13,745	1.5	インターネット接続回線	12,534	1.4			
10 健康食品	13,165	1.5	新聞	12,453	1.4			

(注)2009 年度に商品・役務分類を変更したため、2008 年度以前の比較が出来ない分類がある。

¹ 表中の「内職・副業・ねずみ講」は、2001 年度当時は、「内職・副業・相場」という分類名であり、「商品相場」に関する相談を含んでいるが、2009 年度以降は、商品相場に関する相談は、「金融・保険サービス」に移設し、「内職・副業・ねずみ講」と分類名称を変更した。そのため、ここでは、新しい分類名称としている。「金融・保険サービス」については、2001 年度と 2009 年度以降の時系列の比較はできない。

表 4 は、具体的な商品・役務別分類ごとにみた上位 10 位について、件数と構成比の年度別推移を示したものである。2010 年で 1 位となっている「サラ金・フリーローン」に関する相談件数は、2001 年から約 2 倍に増加している。「アダルト情報サイト」に関する相談件数は、2010 年には 8 万件以上にのぼり、2001 年の 1 位である「電話情報サービス」よりも約 3 万件多い。「アダルト情報サイト」、「デジタルコンテンツその他」、「出会い系サイト」、「インターネット接続回線」は、携帯電話、インターネットなど IT 化が進んだ現代社会特有の金融トラブルといえる。「賃貸アパート・マンション」については、どの年でも上位 5 位に入っている。住宅は生活に必要不可欠であり、身近なトラブル原因となっている。

表 5

販売方法別

	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2009年度対 2001年度比
店舗販売	196725	***	***	337656	328107	329157	321360	163.35%
訪問販売	154742	169947	140259	117004	99552	97828	97765	63.18%
通信販売	130482	537457	368233	334730	280752	249290	241334	184.96%
マルチ取引	18803	21669	21290	24088	19150	15781	11504	61.18%
電話勧誘販売	73893	70665	59589	52403	49261	49569	63447	85.86%
ネガティブ・オプション	4397	4600	6724	3006	3055	2553	2869	65.25%
その他無店舗	10,182	14,362	12,609	12,099	10,377	9,590	9,740	95.66%
計	589,224	818,700	608,704	880,986	790,254	753,768	748,019	126.95%

表 5 は、販売方法別に相談件数を分け、年度別推移を示したものである。また、2009 年度対 2001 年度比を示した。店舗販売、通信販売、合計件数において増加がみられた。特に通信販売については 2005 年に 50 万件を超え、その後減少しているとはいえ、1.8 倍となっている。インターネットオークションについての相談が中心となっている。

表 6

多重債務							インターネット通販						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	80,115	90,101	95,160	77,944	72,155	18,335(27781)	相談件数	38,587	86,237	88,587	131,605	155,749	75,952(60487)
住宅ローン							テレビショッピング						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	2,017	2,257	3,345	4,452	4,507	15,05(1801)	相談件数	1,835	2,252	2,444	3,772	4,265	18,38(1703)
架空請求							中古自動車						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	177,968	124,566	99,267	61,245	23,326	7,816(10817)	相談件数	6,293	6,255	6,114	6,826	7,314	3,109(3026)
未公開株							高齢者への次々販売						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	4,073	2,616	3,071	6,115	8,536	3,373(2954)	相談件数	5,839	5,401	4,461	4,898	5,420	1,960(1968)
投資信託							点検商法						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	993	1,112	1,795	1,558	1,853	671(666)	相談件数	8,333	6,457	5,538	5,702	5,555	2,157(2241)
外国為替証拠取引							有料老人ホーム						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	352	292	311	687	600	180(270)	相談件数	279	327	372	447	543	543
商品先物取引							アレルギー						
年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011
相談件数	4,548	4,195	4,041	3,590	3,591	677(1416)	相談件数	948	1,059	1,064	1,020	961	1,610(465)

表 6 は、国民生活センターが発表している各種相談の件数や傾向のうち、全体に占める件数が多いもの、増加傾向にあるものを抽出したものである。「多重債務」、「架空請求」の相談件数は減少しているものの、それぞれ 7 万件、2 万件以上と多い。「多重債務」は諸費社金融、カードローンに関する相談が多い。「架空請求」は、存在しない法令や公的機関の名称を用いる、裁判手続をちらつかせるなど、様々なパターンがある。「運業者様から債権譲渡を受けた」、「通信会社様から委託を受けた」等債権譲渡を受けたとするもの、法務大臣の許可を得た債権回収業者の名称を用いるなど、金融商品に関連した請求内

容もある。「未公開株」、「投資信託」、「外国為替証拠金取引」、「商品先物取引」といった金融関連・商品サービスは増加傾向にある。特に「未公開株」、「投資信託」については年々多くなっている。また、インターネットに関連した相談件数が増加している。「インターネット通販」に関する相談はここ5年で4倍以上に増加している。「有料老人ホーム」、「高齢者分譲マンション」などの高齢者に関する相談、「アレルギー」に関する相談が増加している。相談内容は保証金や解約時の返金に関するものが多い。

第2節 消費者被害増加の背景

第1節より、自己破産件数、多重債務や架空請求に関する相談件数は、2003年をピーク¹に減少はみられる。しかしながら、多重債務者がおかれた現状は依然きわめて深刻であり、多重債務問題は社会問題化している。また、相談内容を分野別に注目するとインターネット・金融商品・高齢者に関する消費者被害は増加している。消費者トラブルの質が変わっているといえる。増加の背景として、金融ビッグバン、国策「貯蓄から投資へ」、ペイオフ解禁、消費者金融のイメージ戦略と業界の変化、消費者を取り巻く生活環境の変化の5項があげられる。

第1項 金融ビッグバン

今日の日本は、規制緩和の経済政策によって、市場競争による経済の効率化、活性化を促している。金融に目を向けると、金融機関が破綻し、大規模な銀行が合併するなど大きな変化が起こっている。1996年に政府は、フリー・フェア・グローバルの3原則によって金融ビッグバンに取り組むことを打ち出した。その背景には、経済の成熟化（経済成長の鈍化）及びバブル崩壊によって、1990年代に入り空洞化しつつあるとされたわが国の金融市場をニューヨーク、ロンドンと並ぶ国際市場として地位を向上させ、日本経済を再生させる狙いがあった。橋本首相は、6つの改革の一つに位置づけ、金融改革を2001年までに行なうよう指示した。宇宙誕生の大爆発のことを表すビッグバンという言葉には、金融サービスに関連する銀行などの金融機関、保険会社、証券会社のすべてにわたり、政府の規制を極力排除し、自由な営業活動を認めようという意味が込められている。その結果、外国の銀行や保険会社なども国内営業が活発化し、これまでは証券会社でしか扱われなかった投資信託の銀行での販売が開始されたりしている。「金融商品」とは、定期預金、外貨預金、生命保険、投資信託などの金融関連の取扱品を指し、消費者の手持ち資金を有利に運用するために、現在、多様な「金融商品」が販売されるようになった。消費者にとっては選択の幅が拡大し、利便性も向上するなどプラス面ばかりのようであるが、一方で、正確な情報による商品選択が求められるようになったことも見逃せない。その商品を選択したことによるリスク（将来価値の減少などの危険）の有無や、金融機関などの経営の安全性にも気を配る必要がある。

第2項 国策「貯蓄から投資へ」 間接金融から直接金融へ

「貯蓄から投資へ」とは、家計金融資産の構成を銀行預金から内外の株式や債券などへの投資へとシフトさせることを目的とし、税制変更を伴いながら段階的に進められた国の方針である。特に、2001年4月から2006年9月まで内閣総理大臣を務めた小泉純一郎政権において、推進された。国は、1998年に銀行窓口での投資信託の販売解禁、2003年からは証券投資優遇税制を施行、2004年に株式投資に関し3年間の損失の繰り越しを含む損益通算税制の導入、2005年には郵便局でも投信を販売できるようにするなど金融制度や税制を整備した。（表7）

先に書いたように、「貯蓄から投資へ」の目的は家計金融資産のうち預貯金額を減らし、投資を増やすことである。つまり、銀行が個人から資金を集め、企業へ貸し出す「間接金

¹ 独立法人国民生活センター調べ

融」の割合を減らし、証券市場を通じて企業へ資金を送る「直接金融」を推進するものである。(表 8)

なぜ直接金融へのシフトが望まれているのか。現在、日本は間接金融主体であり、銀行部門にリスクが集中している。1990年代のバブル経済崩壊後、このリスクが顕著化した。リスクを一手に負っていた銀行は不良債権を抱え、リスクに過敏になり資金の流れが悪くなり、金融危機へと至ったのである。「貯蓄から投資へ」は金融取引のリスクを銀行部門に集中させるのではなく、家計部門を含め広く社会に分散することを意図している。リスクを分散させることで、景気循環や金融システムに起因する景気の振幅が小さくなり、健康な金融市場を維持することが可能となる。この考えに基づき、政府は直接投資の割合を増やす政策方針をとっている。

消費者にとって、間接金融(預貯金)は銀行がリスクを負担してくれるため、安定資産とされている。しかし、ペイオフ解禁、日銀のゼロ金利政策などにより預貯金の金利が著しく低下したこと、預金利息税 20%や、銀行へのリスク集中による破綻の可能性などの現状を考えると、必ずしも安定とは言えず、「貯蓄から投資へ」のスローガンのもと優遇措置が整備された直接金融(投資信託)を選択する人が増えている。

表 7 住友信託銀行 調査月報 2009 年 2 月号より引用

実施年月	直/間*	施策	内容
2002年4月	間	ペイオフ部分解禁	預入れ先銀行破綻の場合、定期性預金の払戻保証額を元本1000万円とその利息分までに。
2003年	直	証券投資優遇税制の開始	株式・投信の売買益・配当金・分配金に対する課税率を期限付きで20%→10%に(売買益については07/12月、配当・分配金については08/3月まで)。 *預貯金金利への課税は20%に据え置き。
2004年4月	直	証券仲介業制度の開始	証券会社以外にも証券売買取次ぎ業を解禁(4月～コンビニに解禁、12月～銀行に解禁)。
2005年4月	間	ペイオフ全面解禁	預入れ先銀行破綻の場合、要求払い預金についても払戻保証額を元本1000万円とその利息分までに。
2007年	直	証券投資優遇税制の延長	売買益・配当金・分配金いずれも、課税率10%を1年間延長。
2007年9月	直	金融商品取引法の施行	「貯蓄から投資」に向けての市場機能の確保等を図ることを目指し、証券取引法を改正・拡大したもの。投資者保護法制の構築が4本柱のひとつ。
2008年	直	証券投資優遇税制の修正延長	2009～10年度は、売買益の500万円未満の部分と配当金・分配金100万円未満の部分について、課税率10%を維持(これを超える部分については20%)。

* 直=直接的推進策、間=間接的に「貯蓄から投資へ」推進効果を持つ施策。
(資料)政府HPなどから住友信託銀行調査部作成。

表 8

直接金融	資金を必要とする企業や国などが、銀行などの第三者を介入させずに、社債・株式・公債を発行して、必要な資金を証券市場を通じ直接貸し手から調達すること。貸し手がリスクを負う。
間接金融	企業や政府が必要な資金を、銀行、信用金庫などの金融機関からの借り入れで調達すること。金融機関がリスクを負う。

第3項 ペイオフ解禁

従来は、銀行等が破綻した際は、預金者には預金の全額を払い戻すこととされていた。即ち、「預金の全額保護」という措置が採られていた。「ペイオフ解禁」とは、これまで採られていた「預金の全額保護」という措置を廃止することを言う。従来、銀行が破綻した場合に、金融機関が破綻した時に預金者の被害を少しでも小さくするために備えて「預金保険制度」というものが存在した。具体的には、「預金保険機構」という公的機関が、銀行等からそれぞれの預金量に応じて一定の預金保険料を徴収、銀行が潰れた場合などは、ここから預金払戻しを行うという仕組みである。実際には、経営難に陥る銀行があっても他の有力銀行が吸収合併して救済したため、ペイオフが実施されたことは今までは一度も

なかった。しかし、その後不良債権問題が深刻化し、大手行等でも他行を救済できる力は殆どなくなっている一方、金融機関経営に対する国民の不安感は更に増大し、こうした事態を放置しておく、預金者の動揺から大規模な預金解約の恐れも懸念される状況となった。このため、平成8年に政府はペイオフを平成13年3月末までの5年間凍結することを決定した。そして1年の延期を経て平成14年4月にペイオフが解禁となった。つまり、預金が必ず全額保護されるという保証はなくなった。(表8)ここで、必要となるのは自分で金融機関を選ぶことである。しかし、実際には不良資産計上の甘さ等から、銀行等が発表している各種の経営指標は、なかなか経営の実態を正確に表していないことが多い。また、仮に「ある金融機関が比較的安全だ」ということになっても、上限額があるため、そこに集中して預けることは困難である。ペイオフ解禁は、我々消費者のもつ、銀行は安心して利用できる機関であるというイメージを覆した。

表9 預金保険制度の対象となる預金等の範囲 金融庁HPから引用

預金等の分類		保護の範囲
預金保険制度の対象預金等	決済用預金	当座預金・利息の付かない普通預金 等 全額保護
	一般預金等	利息の付く普通預金・定期預金・定期積金・元本補てん契約のある金銭信託(ビッグ等の貸付信託を含む。) 等 金融機関ごとに預金者一人当たり、元本1,000万円までとその利息等が保護
預金保険制度の対象外預金等	外貨預金、譲渡性預金、無記名預金、架空名義の預金、他人名義の預金(借名預金)、金融債(募集債及び保護預り契約が終了したもの) 等	保護対象外

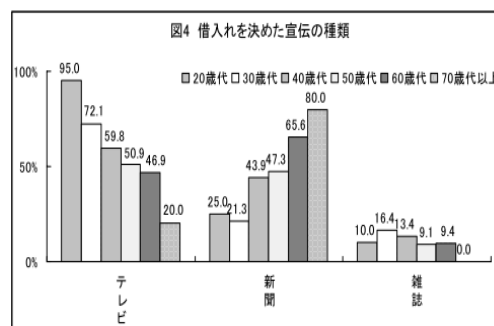
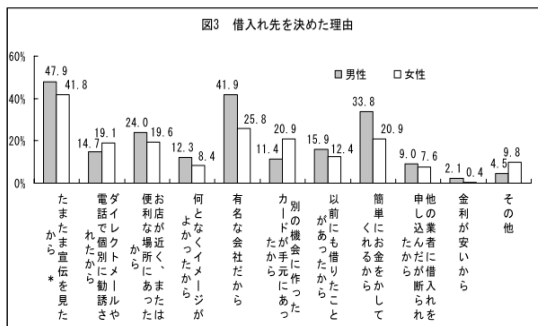
第4項 消費者金融のイメージ戦略と業界の変化

金融機関のCM(コマーシャル・メッセージ)は1985年の金利自由化以降、金融機関間にサービス格差が生じ、1988年よりラジオのスポット広告が、1992年よりテレビのスポット広告が行われるようになった。当初は放映時間数に制限を設ける、提供クレジット表示ができないといった自主規制がされていたが、後に廃止された。

1993年に自動契約機が設置され、無人店舗での金銭貸借の契約手続とサラ金カードやクレジットカードを発行が可能となった。それまでの対人契約に比べ、キャッシングをすることに対する心理的ハードルが低くなり、気軽に利用できるようになった。

CMにおいても「お金に困ったら、自動契約機へ行こう・電話しよう」という気軽さをアピールするものが主流となった。1990年代からモデル、俳優やスポーツ選手を起用した、明るくコミカルな雰囲気CMが目立つようになった。2002年には、放映されたアイフルのCMに出演したチワワの写真集や絵本が出版される等、チワワ犬ブームが起こった。このイメージ戦略により、それまでの消費者金融の暗い、怪しいといったイメージが払しょくされた。2008年に放映されたドラマでは、主人公が「大学生でも無担保でお金が借りられるから」と消費者金融のATMを利用し、たびたび借金をするといったシーンがある。

図2



「多重債務問題の現状と対応に関する調査研究」(2006・独立行政法人国民生活センター)での、弁護士事務所および司法書士事務所等への相談者を対象とした調査結果(表9)によると、借入先を決めた理由は「たまたま宣伝を見たから」、「有名な会社だから」、「簡単にお金を貸してくれるから」の割合が高い。借入を決めた宣伝の種類は、若い世代では「テレビ」が多く、年齢があがるにつれ「新聞」の割合が多くなっている。マスメディアによる影響の強さが伺える。

多重債務問題を解決するため、貸金業法¹が2003年と2006年に抜本改正され、施行された。CMについては、消費者金融の意図(貸出金利・貸出条件など)を伝えていないもの、警告表現(計画的な消費者金融の利用を勧告するなど)のないものは放送禁止にした。午前7~9時と午後5~10時までは放送を禁止し、午後10時~深夜0時の時間帯における放映数上限を50本に、各社のCMをそれぞれ月間100本までに制限した。また、上限金利は年率20%となり、顧客の年収の3分の1までしか貸すことが出来ない。

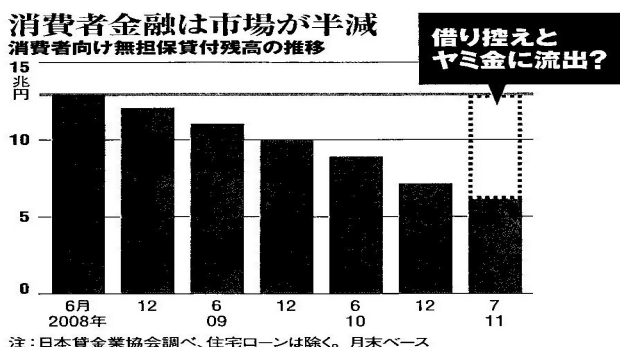
改正貸金業法により、消費者向け無担保貸付残高は直近3年間で半分以下となった(図2)消費者金融は経営危機に陥り、業界大手のプロミス、アコムは生存のため銀行の完全子会社となった。事実上、消費者金融業界は銀行が支配する構造となった。

表 10

形態	会社名	親会社
銀行傘下	アコム株式会社 モビット	三菱東京UFJフィナンシャルグループ
銀行傘下	プロミス株式会社	三井住友フィナンシャルグループ(FG)
銀行傘下	株式会社レイク	新生フィナンシャル
独立	アイフル株式会社	事業再生ADR制度で再建中
独立	株式会社武富士	会社更生法申請中

消費者金融は審査が速く、中小・零細企業の突発的な資金需要に対応し、銀行の補完役としての役割を担っていた。だが、子会社化によって、その機能が失われた。消費者禁輸の顧客は、過去に銀行に融資を断られたり、断られると思っただけでいる人が多い。この誤解により、貸金業法改正後も消費者金融から銀行への顧客の流れはみられず、ヤミ金へ流出したと考えられる。金融庁の調査によると、貸金業法改正後の昨秋調査と今春では、ヤミ金を利用したとの回答比率は上昇した。²

図 3 日経ビジネス 第1611号より引用



¹貸金業法とは、消費者金融などの貸金業者の業務等について定めている法律

²日経ビジネス (2011.10.10) 第1611号 86ページ

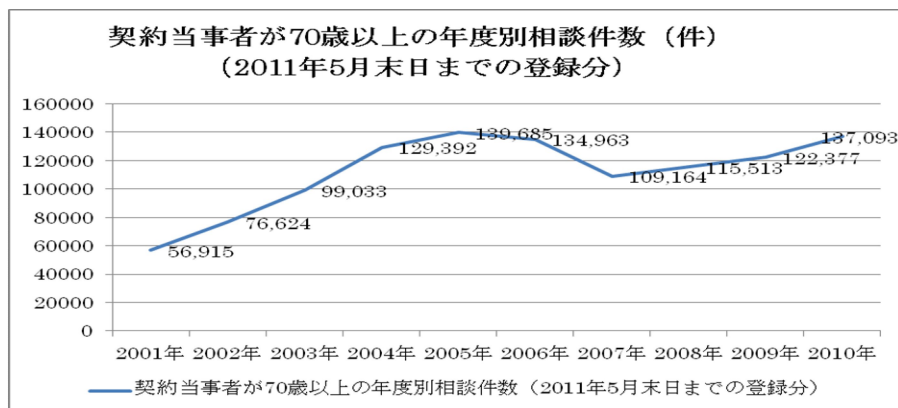
第5項 消費者を取り巻く生活環境の変化

現代の子供たちは、経済成長や購買手段の発達などによりものに不自由することなく暮らしている。また、親の働く姿を見る機会は減少し、お金の有難さを実感しにくくなっている。

高校生に向けたアンケートによると、自分専用で携帯電話を96%、パソコンを22%持っている。45%の人はネットショッピングを利用している。1年間のうちで、自分では支払えない額を請求されたことのある人は3.8%、通信販売で買ったものが思っていたものと違った人が6.7%いる。便利さの中でトラブルを受けやすくなっている。約3割の人は、家庭で親と親の仕事についての話をすることがない。(子どものくらしとお金に関する調査(第2回)平成22年度より)

日本は少子高齢化が進んでおり、現在、およそ5人に一人が65歳以上である。表8は全国の消費生活センターに寄せられた契約当事者が70歳以上の相談の件数の年度別推移である。2004年度に10万件を超え、2010年度は約13万件で、相談全体の約15%を占めている。これは、一人暮らしの高齢者が増えていることも原因となっている。高齢になるほど、判断力は低下し、だまされたときに「自分が悪かった」という思考に至り、周囲に相談できないでいる。これからの社会において、子供たちや高齢者に対しては、消費者被害に合わないよう見守っていくことが必要とされる。

表 11 国民生活センター調べ



問題意識 1

自己破産件数、消費者被害相談件数の総数は減少しているものの、反対に増加している相談内容もあった。インターネット、金融商品、高齢者に関する金融トラブルである。これらは近年急速に進んだインターネット普及、少子高齢化社会が進むに伴って発生した、現代社会特有の問題といえる。時代の変化とともに、消費者が必要とする金融知識も変わっており、柔軟な対応が必要である。

マスメディアの消費者に与える影響力は大きく、法律による規制が行われている。しかし、一度定着したイメージや誤った認識を払しょくするのは難しく、消費者側の意識改革が必要と考える。

第2章 現行の各組織による対策

第1節 金融教育 消費者被害の減少のために

第1章でみてきたように、今消費者たちは様々な金融・消費トラブルに巻き込まれる可能性が高まっている。以下にこれまでに挙げた現日本で起こりうる被害をまとめる。

金融ビックバン

金融商品の多様化により、確かな選ぶ目を持たなければ、金融商品の将来価値の減少がおきることがある。

国策「貯蓄から投資へ」

「貯蓄から投資へ」で推薦された直接金融は、将来価値の減少がおきることがある。

ペイオフ解禁

預金する金融機関の破たんの際の預金が保護されない

消費者金融業界の変化

コマーシャルを利用した消費者金融のイメージづくりによって、消費者は消費者金融に対する間違った印象を持っている。

消費者を取り巻く環境の変化

消費者トラブルは子供や高齢者が狙われやすい。

以上のような被害が予想されるのも、一概に、個人をとりまく経済・金融環境が近年大きくかつ急速に変化していることが大きな要因である。そんな中、生活者としての個人にも自己責任が求められる場面が増え、自己責任を全うできる「生きる力」の養成が急務となっている。その目標を達するために、『金融教育』が推進されている。政府・日銀は、ペイオフ解禁となった2005年度を「金融教育元年」と位置づけ、国民のファイナンシャル・リテラシー（金融に関する理解能力）の水準向上をめざして、金融教育の国民的な普及に向けて取り組みを進めている。金融教育とは具体的に何か、その定義から述べるためには、金融教育という言葉はさまざまな意味合いで使われているのが実情であるということから理解しておく必要がある。下記がその例である。

「物やお金を大切にすることを通じて、正しい金銭感覚を養うこと」(金銭教育的な視点)

「経済・金融の仕組みや機能を理解 すること」(経済教育的な視点) ,

「経済学的な考え方を基本に合理的な意思決定や社会問題を考える視点を養うこと」(経済学教育的な視点)

「家計の収入 や支出内容を把握し、健全な家計管理と将来の生活設計力を身につけること」(生活設計的な視点)

「各種金融商品の内容やリスクについて学び、自己責任に もとづく合理的な資産運用の力を身につけること」(投資教育的な視点)

「消費者としての基本的な権利と責任を学び、各種の金融トラブルの未然防止や事後 対応力を養うこと」(狭義の消費者教育的な視点)

「労働体験を通じて勤労の意味を理解するとともに、将来の職業選択等について考えさせること」(キャリア 教育的な視点) [知るぼるとより]

なぜこのような使われ方をするのか。たとえば、社会人にとっては証券や株などについて知る必要があるかもしれないが、小学生にとってはお小遣いの管理の仕方など、初歩的なこと

について学ぶ必要がある。逆に社会人にとってお小遣いの管理の仕方を学ぶことは適さない。このように、金融教育は受ける人によって必要な教育が様々である。金融教育は、そのような性質ゆえに、対象とする人それぞれに対応した金融に関する教育のことであると定義できる。

第2節 政府

政府は、平成17・18年度を構造改革の「重点強化期間」と位置づけ、「貯蓄から投資へ」の流れのなかで、個人一人一人が自立的な意思決定能力を高めていくことが必要不可欠として、経済や金融に関する行政に係る情報提供を充実させるとともに、学校教育や生涯教育などの機会を通じて、こうした取組みを積極的に支援していくとした。このため、骨太の方針¹では、「人間力の強化」のなかで、「基本方針」としては、はじめて「金融を含む経済教育等の実践的教育を推進する」ことが盛り込まれた。以下では、これを受けた関係省庁（内閣府・金融庁・文部科学省）および金融広報中央委員会の取組みについて述べる。

第1項 内閣府

内閣府は、「基本方針2005」²の閣議決定を受けて、「経済教育等に関する関係省庁等連絡会議」を設置した。連絡会議では、「経済教育等の推進について」をとりまとめ、他の機関の平成17、18年度の取組みを整理した。

このうち、内閣府独自の取組みとしては、学校教育関係者を含めて「経済教育に関する研究会」を立ち上げ、平成17年6月に中間報告書を、そして、この内容を踏まえて、17年7月に「経済教育サミット」を開催した。このなかでは、学校教育における「総合的な学習の時間」で生徒が「牛丼屋」を開業するという教育プログラムが提唱され、話題となった。

第2項 金融庁

金融庁は、内閣府より早く、金融教育に対する関心を示していた。2012年6月、文部科学省に対して文書（「学校における金融教育の一層の推進について」）での金融教育への取組みを要請した。金融庁独自としては、小中高生向けにウェブサイトの充実、パンフレットの作成、教師から意見を聞くための懇談会、金融庁のこれまでの取組みについて問うたアンケートなど小中高生向けのコンテンツ作り、その評価を中心に行ってきた。再度、学校における金融経済教育の一層の推進のため、文部科学省に対して文書（「学校における金融経済教育の一層の推進について」）で要請。

平成17年2月には「金融経済教育懇談会」を設置。平成17年6月の懇談会における、論点整理では、学校教育分野においては、教材自体は十分に提供されていて、学習指導要領にも十分な記述があるのに、現場の実践との間にはギャップがあるとして、

1. 場の担い手である先生の意識を高める
 2. 金融経済という専門領域に関わる授業のイメージを描くことができるような教材の開発
 3. 疑似体験、見学、実地活動などを通じた実践的、体験的な教育が不可欠
- といった提言がなされている。

平成19年9月には多重債務についてのリーフレットを作成。その後もDVDを作成したり、多重債務問題についても触れてきている。金融庁は小中高生向けのコンテンツ作りを中心に、地域でのシンポジウムやハローワークにも資料を置いたり、幅広い分野の人々に金融教育への門を開いている。

第3項 文部科学省

¹平成13年（2001）から平成21年（2009）にかけて、政府が毎年発表した経済財政に関する基本方針の通称。

²経済財政運営と構造改革に関する基本方針2005 平成18年度までの2年間の重点強化期間の取組みを示す。

文部科学省は、2度目の金融庁の指摘により、21世紀を生きる子どもたちの教育の充実を図るため、現在の学習指導要領（平成11年3月告示）の見直しをすることにした。また、「金融・資本市場競争力強化プラン」において、「金融経済教育の一層の充実による金融経済リテラシーの向上」として、「基礎的な金融経済知識の普及に資する教材・パンフレットの配布、シンポジウム・セミナーの開催など、関係団体等と連携して、金融経済教育の一層の充実に努める。」ことを表明。

また、有識者のヒアリングなどを経て、平成20年春以降に新しい学習指導要領を告示するとしている。新学習指導要領は、平成23・24年度から適用される見込みである。

第4項 金融広報中央委員会（日本銀行）

金融広報中央委員会とは、日本銀行情報サービス局に事務局を置き、各都道府県金融広報委員会、政府、日本銀行、地方公共団体、民間団体等と協力して、中立・公正な立場から、金融経済に関する情報の提供、金融経済学習の支援を行っている。現在は、「マネー情報 知るばると」の愛称で、“身近な金融情報の港”、“金融知識の入口”を目指して、活動を展開している¹。

具体的な活動内容は次の通りである。

1. 金融経済情報の提供

- ・ インターネットによる金融経済情報とシミュレーション・ツールの提供
金融商品なんでも百科，年金シミュレーション，生活設計診断，家計簿ソフト等
- ・ テレビ，新聞等マスメディアを活用した広報
- ・ ビデオ，各種刊行物・資料等の作成
- ・ 全国キャラバン金融講座など講演会・シンポジウムの開催
- ・ 通信講座

2. 金融経済学習の支援

- ・ 地域や学校等における講座，講習会，セミナーなどの開催
- ・ 金融学習特別推進地区，金融学習グループでの学習活動
- ・ 金融教育研究校，金銭教育研究校，金融教育研究グループでの実践教育，研究
- ・ 学校等の教育現場や家庭での学習・指導に活用できる体系的プログラムの検討，教材，資料，実践事例集，ビデオ等の作成・配付

（出典：日本銀行情報サービス局日本銀行の広報活動と金融教育分野での取り組みより）

第3節 金融機関

つぎに、金融機関による取り組みをみる。日本の金融機関は、企業を巡る社会環境の変化や、地域密着型金融（リレーションシップ・バンキング）機能の強化等の経営環境の変化等を受け、近年、CSR（Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任活動）活動に積極的に取り組んでいる。CSR活動に取り組む理由は、主として学生（小学生・中学生・高校生・大学（学部）生）に対して、「正しい金融知識を習得してもらうこと」、「日常生活で直面する金融・経済に係る諸問題に対して、自己責任に基づき対応できる能力を育成すること」、「職場体験等を通じた職業意識の啓発を行うこと」等を挙げているほか、「地域との関係を深めること」も挙げている。

¹ 知るばるとHPより引用

各金融機関が実施している具体的な取組み例を上げると、学校に講師派遣、職場見学・職業体験の受け入れ、教員支援、寄付講座の開設、教材提供など、多角的な活動を行っている。

活動	具体的内容
講師派遣	小・中学校へ出張授業（秋田銀行、SBJ銀行、愛媛銀行など） 専門学生、大学生へ講座・講義を実施（紀陽銀行、鳥取銀行、山梨中央銀行など）
就業体験	大学生向けのインターンシップ開催（三菱UFJ信託銀行、福井銀行、武蔵野銀行など） 中高生向け職業体験（住友信託銀行）
教員支援	教員を対象とした研修（栃木銀行、群馬銀行） 金融教育無償支援、授業サポート（三菱東京UFJ銀行）
学校連携	エコノミクス甲子園（シティバンク銀行など） 金融教育セミナー（北國銀行） 金融教育の実施（武蔵野銀行、西日本シティ銀行）
その他	経済教育プログラムへの支援（福岡銀行） 金融資料館（七十七銀行、第四銀行）

（全国銀行協会、各銀行資料 HP により独自作成）

- 秋田銀行の例 -

小学6年生の総合的な学習の時間で行われる全20時間のプログラム。授業を担当するのは秋田銀行の職員であり、もともと学校の先生になりたかったという職員など19人である。これらの講師は、事前のセミナーを受講している。授業内容としては、小遣帳のつけ方と効用、金融の仕組みなどお金にまつわることが中心だが、身の回りにある大人の仕事など職業観の育成や、地域の産業などについても幅広く学習する。プログラムのなかには、農業、製造業、サービス業に携わる人をそれぞれゲスト講師として教室に招く時間もある。

こうした活動を、積極的に継続して行うことにより、社会におけるCSRの面での評価を高めると¹同時に、将来の顧客開拓へもつながる可能性がある。このことから、金融教育は、金融に対するロイヤリティの向上や経済の活性化にも寄与すると考えられる。

問題意識2

現状分析により、一番中心となっている金融教育を推進している主体とはどこなのか明確となっていないことが指摘できる。各組織での取り組みの内容がかぶっていることが多い。また、金融庁から文部科学省に宛てた、金融教育の拡充を求める要請も、1度目で反応が得られず、2度も行われていた。組織間の関わりが希薄な状態で非効率的に金融教育の推進が行われているのではないかと考えられる。

金融教育とは、情報供給者側である金融機関と、情報需要者側である私達消費者間での情報格差を是正するための、消費者に対する教育であるとも言える。さまざまな機関での取り組みを挙げたが、金融機関による取り組みも存在した。金融機関による金融教育は、顧客開拓が中心となっている面があり、中立的な立場で情報格差是正に臨んでいるのだろうかという疑問点が残る。

¹平成21年3月5日金融広報中央委員会「金融に関する消費者アンケート調査」（第3回）の結果より独自作成

第3章 消費者の金融教育に対する意識の現状

第1節 先行研究

金融教育を浸透させるべく、これまでに様々な組織がアンケート調査を行っている。全国消費生活相談員協会による「学校教育における消費者教育の実態調査」、子どもの経済教育研究会による「経済教育の現状と課題」、金融庁総務企画局政策課による「初等中等教育段階における金融経済教育に関するアンケート」、金融証券知識の普及に関する NPO 連絡協議会、証券知識普及プロジェクトによる「学校における経済・金融教育の実態調査」などが挙げられる。これらは全て教員を対象としたものであり、学校における金融教育の現状とこれからの在り方の調査を目的としている。また、金融広報中央委員会が「金融に関する消費者アンケート調査」を実施している。この調査は、同委員会が、今後の金融に関する広報活動や消費者教育活動の参考とすることを目的として、一般個人（成人）を対象に、金融全般に関する知識水準や金融教育、金融知識普及に関する見方等を伺ったものである。

私たちは、金融教育は学校においてだけでなく、全世代において必要とされている教育であると考え、この「金融に関する消費者アンケート調査」を先行研究とした。この先行研究の設問は、金融全般に関する知識、金融関連用語の認知度、金融に関する理解度、金融トラブルなどの経験、学校・家庭における金融教育、暮らしに役立つ金融知識・情報の6つの分野から成り立っている。このアンケートの推計結果からは、消費者全体の明らかな知識不足が伺える。さらに、学校における金融教育の不十分さ、必要とされている金融教育の分野が読み取れる。この調査は、平成13年、15年、20年の3回行われている。下図から読み取れるように、金融知識の水準は7年間で変化が見られない。また、学校においても金融教育は推進されているにもかかわらず、金融教育を受けたと回答している人も増えていない。以上のことから、金融教育が浸透していないことが明らかとされている。

表 12

金融全般についての知識水準の自己評価									
	金融・経済の仕組み			預貯金			証券投資		
	十分知識があると思う	どちらともいえない	ほとんど知識がないと思う	十分知識があると思う	どちらともいえない	ほとんど知識がないと思う	十分知識があると思う	どちらともいえない	ほとんど知識がないと思う
平成13年	6.9	43.2	49.7	19.8	56.7	23.1	4.9	24.2	70.7
平成15年	7.0	42.4	50.2	17.2	57.7	24.4	4.4	24.5	70.6
平成20年	6.7	38.5	54.6	18.4	53.9	27.3	4.9	22.9	71.8
									金融教育に関する消費者アンケート調査/金融広報中央委員会 (%)

表 13

学校における金融教育の経験			(%)
	受けた	受けたと思うが、よく覚えていない	ほとんど受けていないと思う
平成13年	4.4	27.0	68.5
平成15年	4.2	28.0	67.6
平成20年	4.0	20.0	75.3

金融教育に関する消費者アンケート調査 / 金融広報中央委員会

第2節 独自アンケートによる実証分析

第1項 アンケート実施の目的

近年の金融経済環境の変化の中で、金融商品・サービスなどの内容を十分理解した上で、自らの判断と責任を持った行動をとることが必要とされている。このような行動をとるためには、金融の仕組みや取引ルールなどの知識・理解を深めることが重要である。このような観点から、金融教育を推進するための政策が行われてきた。こうした状況の中での、消費者の金融に対する意識・知識・行動、また、金融教育のイメージおよび普及に関する見方の実態を把握するためにアンケート調査を行い、今後の金融教育を推進するための政策提言を行う上での参考にすることを目的とする。

第2項 アンケート内容

本分析のオリジナリティーとして、属性を、男女別・居住県・出身県・年代(3世代)・職業・最終学歴・居住形態・メインバンクについて分類。これらの属性によってどのように違いが表れるのかを検証した。内容は、(1)金融についての知識・意識・行動(2)金融の知識に関する情報源(3)金融教育のイメージ、必要性(4)学校にうける金融教育の実態(5)家庭における金融教育の実態を問うものとなっている。アンケートによる結果は、統計ソフト SPSS を用いて分析した。特に、「世代間における違いが出るのではないか」という仮説を立て、この比較を重視した分析を行った。また、自由記述欄を置くことで、それぞれ個人が日常生活を送る上での金融に関する問題が明らかとなるようにした。

1. 調査対象

- a. 横浜市立大学の1年生から4年生の全学年全学部および大学院生
- b. 他大学の知り合い(専攻学科の偏りをなくすため)
- c. 大学生の家族、知り合い(異なった世代・居住県・出身県の人々の情報を得るため)

2. 調査方法

- a. 学校内で配布、回収。
- b. 他大学の知り合いの学生に配布
- c. 横浜市立大学生の家族および知り合いに訪問、郵送、電話による調査

3. 調査期間

平成23年10月15日～11月15日の期間に配布、回収

4. 配布・回収状況

約600枚を配布
有効回答数は501枚

第3節 独自アンケート結果

第1項 基本統計

回答者の属性

- a.男女 男性 42.9% 女性 57.1%
- b.居住県 大首都圏¹74.7%，その他の県 24.8%，無回答 0.6%
- c.出身県 大首都圏 47.5%，その他の県 51.3%，無回答 1.2%
- d.世代 18～29 歳（第1世代）56.3%，
30～49 歳（第2世代）22.2%，
50 歳～（第3世代）21.6%
- e.職業 会社員 16.6%，公務員 15.0%，自営業 2.4%，家事・育児（専業）3.8%
パート・アルバイト 7.8%，学生 50.1%，その他 2.6%，無回答 0.2%

その他の基本統計については、補足を参照。

第2項 クロス分析による結果

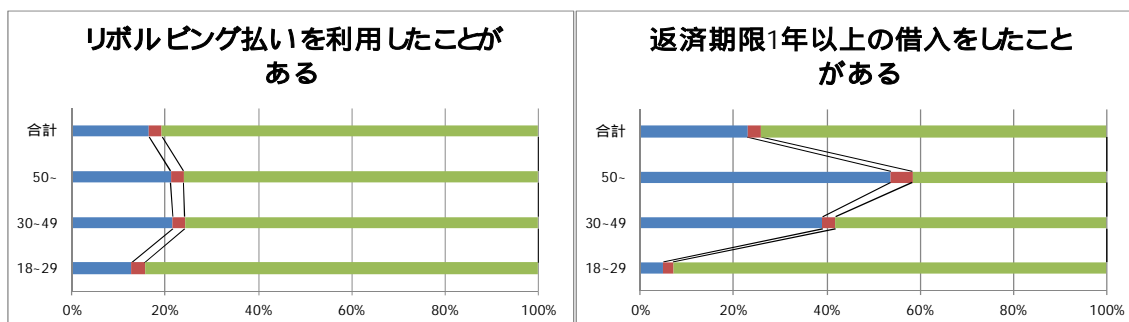
1)金融に関する知識・意識・行動の比較

1つ目に、金融に関する知識の有無・行動を行いたいという意識・実際の行動の3つに分類して調査した。さらに、世代間において差が見られるかを検証した。

まず、全体を通して、知識があると回答されたのはほとんどの項目で3割を下回っており、知識不足が伺える。また、預貯金に関して、知識があると答えた人は22.4%であるにもかかわらず、預貯金を自分で管理している人は71.3%となっている。証券投資に関しては、知識があると答えた人は、わずか10%で、一方知識がないと答えた人が72%と高い水準となっている。クレジットに関して、知識があると答えた人は29.1%であるが、利用している人は63.6%もいるという結果であった。証券投資を行いたいという意識を持っている人、リボルビング払いをしている人、借入を行った人は、20%程度であった。

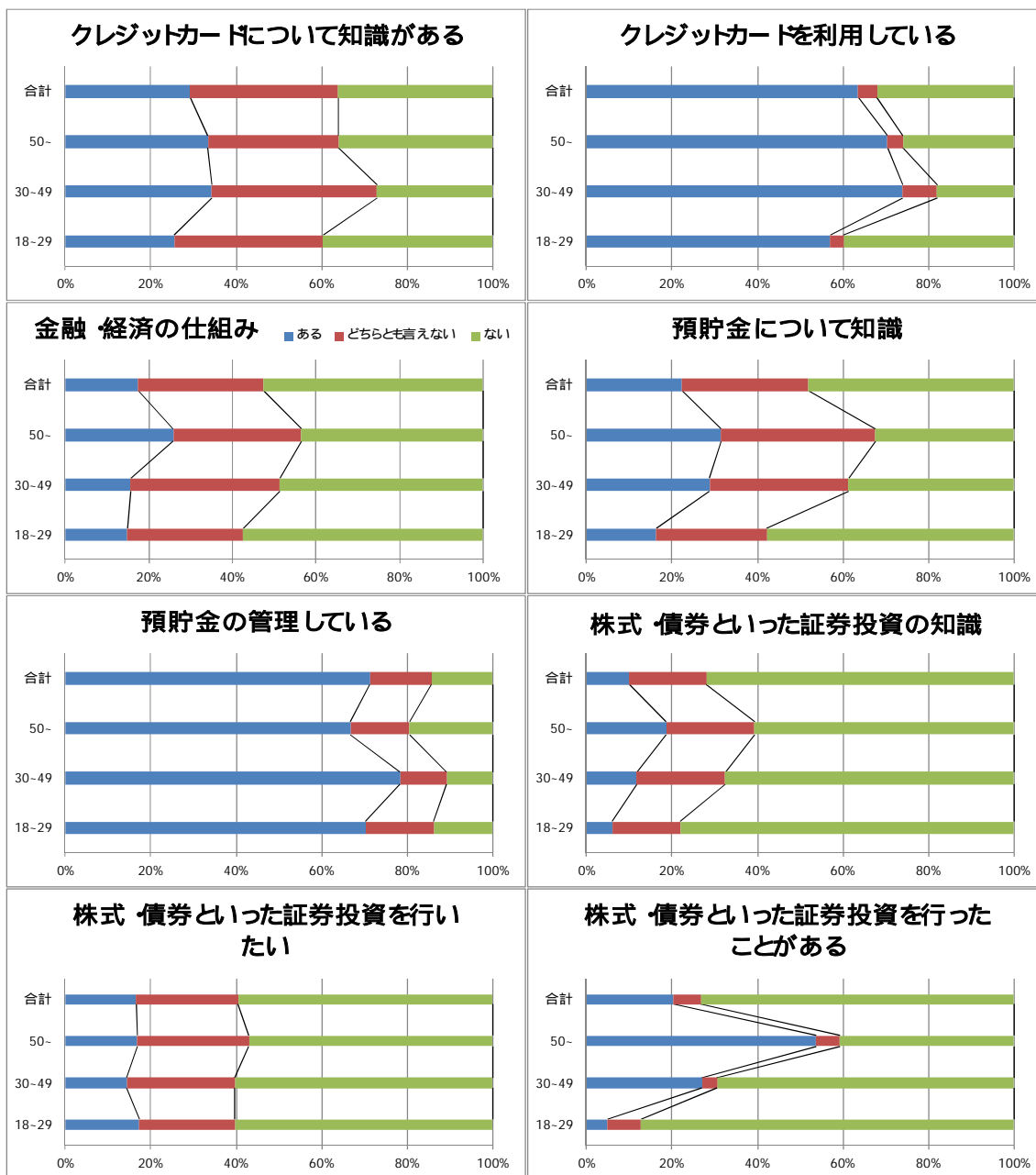
次に、世代間において見る。世代が上がるにつれて知識があると答えた人が多くなっていることが読み取れる。経験においては、借入経験で、第1世代と第2・3世代との間で顕著な開きが見られる。上の世代になるにつれて、借入経験が増えていくということが伺える。

図 4



¹ 3大都市圏：東京・神奈川・埼玉・愛知・大阪と定義

図 5

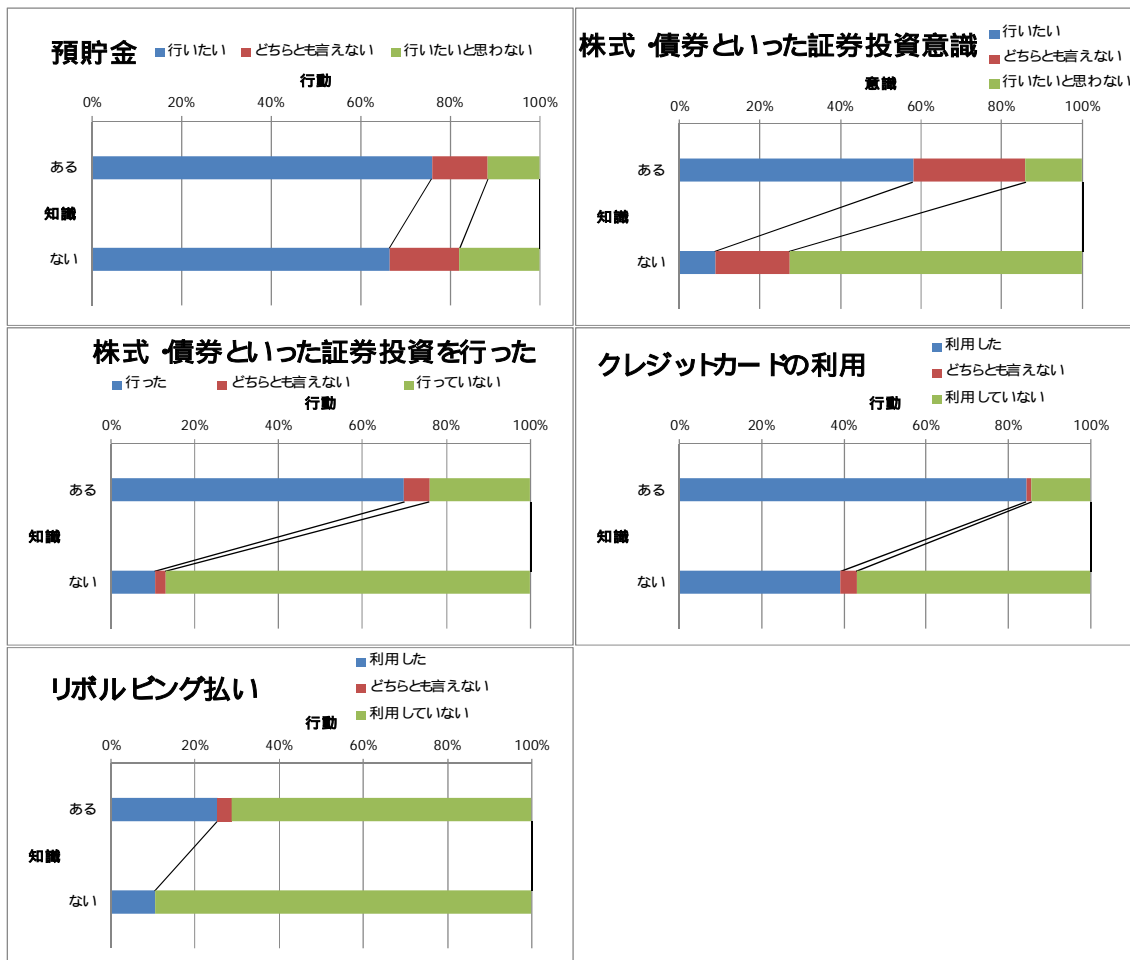


次に、知識の有無と意識・行動がどのように影響しているのかを分析した。

預貯金に関しては、知識があると答えた人、ないと答えた人共に、預貯金を自分で管理しており、知識の有無に関係なく行動を行っている。株式・債券などの証券投資は、知識があると答えた人は、実際に証券投資を行いたいという意識を持つ人が6割近くに達しており、実際に行動した人は7割に達している。一方、知識がないと答えた人は、意識、行動共に、1割程度となっている。よって証券投資の項目においては、知識の有無が意識や行動に強く影響している。クレジットカードでは、知識があると答えた人の8割以上の方が実際にクレジットカードを使っている。一方で、ないと答えた人で行動

に移しているのは4割である。クレジットカードについても知識の有無が行動に影響することがわかる。

図 6



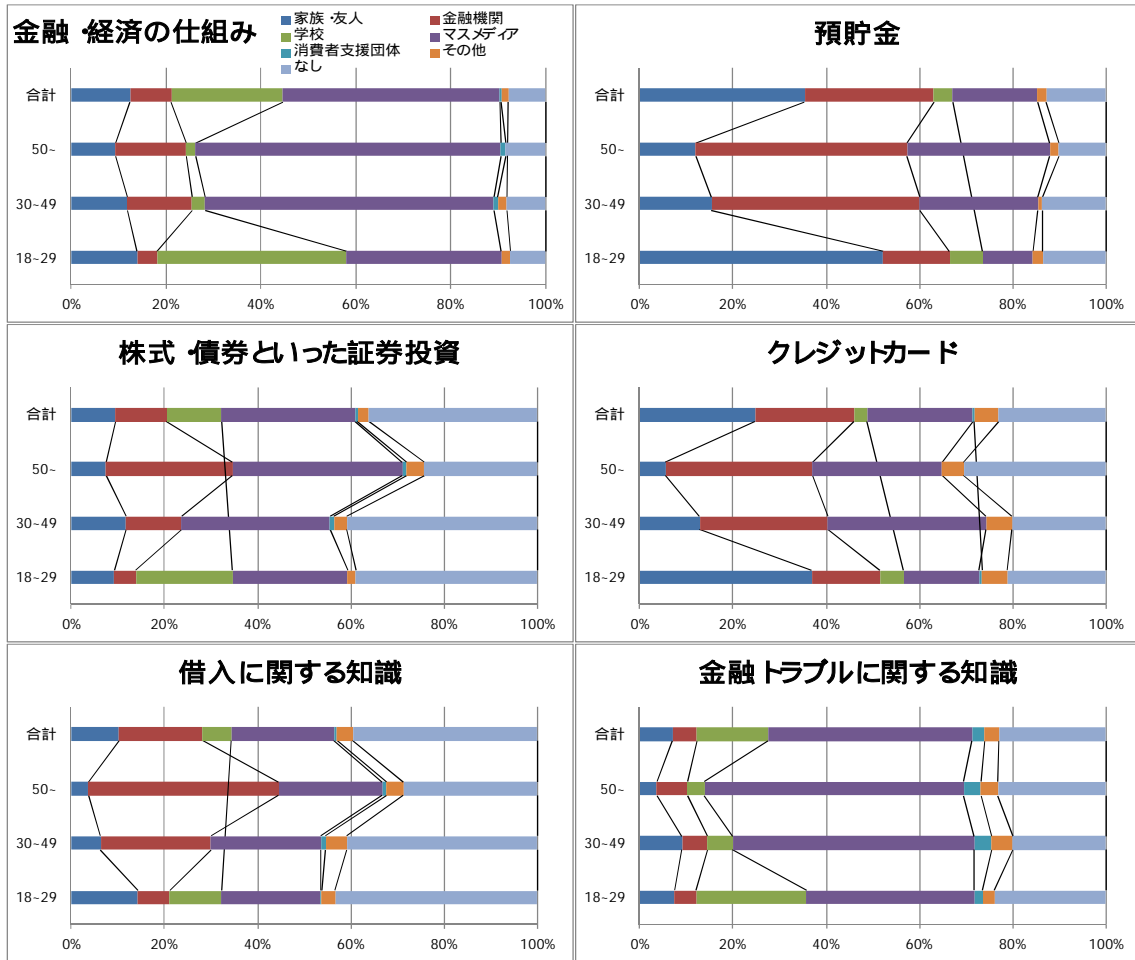
2.)金融の知識に関する情報源

2つ目に、金融の知識に関して、それぞれの項目でどこから主に情報を得ているのかを調査した。

ほとんどの項目で共通して言えることは、マスメディアが情報源となっている割合大きい。金融・経済に関する知識と金融トラブルに関しては、マスメディアの割合が半数近くに上り、この分野において、マスメディアの影響力が大きいことが伺える。

また、情報源では、世代によって格差が見られた。第1世代においては、預貯金に関しては、家族・友人が情報源となっている割合が52.1%と高い水準であった。金融・経済の仕組み、株式・債券といった証券投資、借入、金融トラブルに関しては、他の世代と比べて、学校から情報を得ている人が多いことが読み取れた。第2,第3世代においては、金融機関から情報を得ている人が第1世代に比べて多かった。預貯金では40%を超えており、クレジットカードでは約30%、借入については、第2世代で23.6%、第3世代で40.7%となっている。

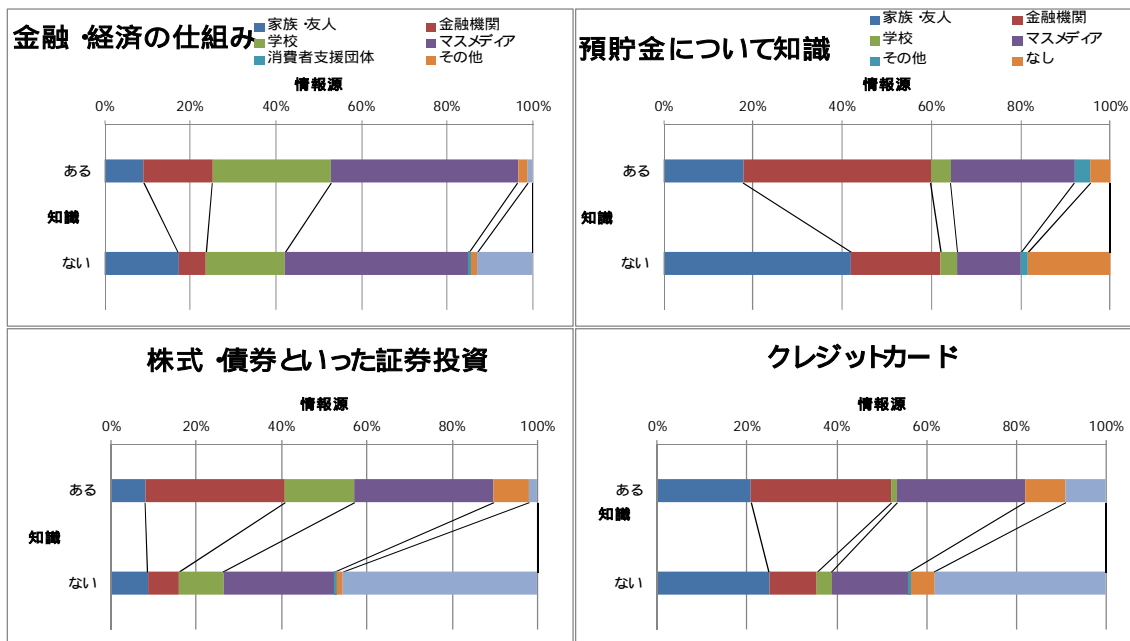
図 7



次に、知識があると答えた人とないと答えた人で、主となっている情報源に違いがあるのかを検証した。

金融・経済の仕組みでは、知識があると答えた人、ないと答えた人共に、マスメディアが大きな割合を占めている。また、前者は後者と比べて、学校や金融機関の割合が大きい。預貯金、株式・債券といった証券投資、クレジットカードについての知識では両者の情報源に大きな違いがある。前者では金融機関が大きな割合を占めており、後者では、家族・友人の割合が大きい。このことから、金融機関が主な情報源となると、知識取得につながるという。

図 8



3)金融教育のイメージ，必要性

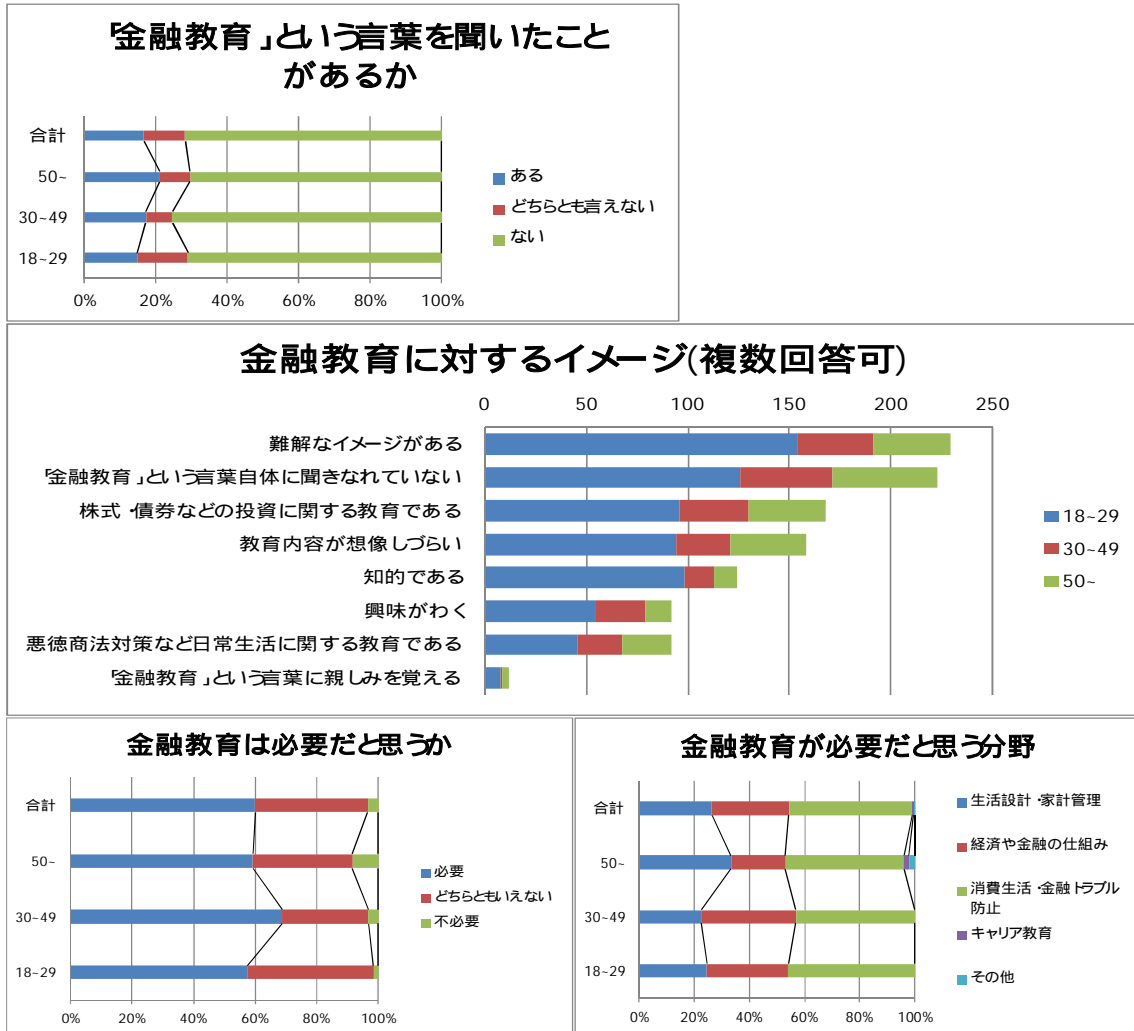
3つ目に，金融教育に対するイメージと必要性，必要とされている分野，セミナーなどの参加の有無について調査した。

「金融教育という言葉聞いたことがあるか」という問いに対する「ないと思う」の回答率が70.5%であることから，金融教育が消費者にとって馴染みのない言葉であることが分かる。次に具体的なイメージの内容だが，ここで多数を占めたのは「難解なイメージ」であった。また，具体的な教育内容には，「悪徳商法対策など日常生活に関する教育」より「株式・債券などの投資に関する教育」というイメージが強いという結果が得られた。

「金融教育という」言葉自体には聞き慣れていない人が多数であるが，「金融教育は必要だと思うか」という問いに対しては61.9%から「必要である」という回答が得られた。「必要である」「不要である」どちらの回答者も「難解なイメージがある」「教育内容が想像しづらい」のイメージ回答が多数であり，違いは見られなかった。

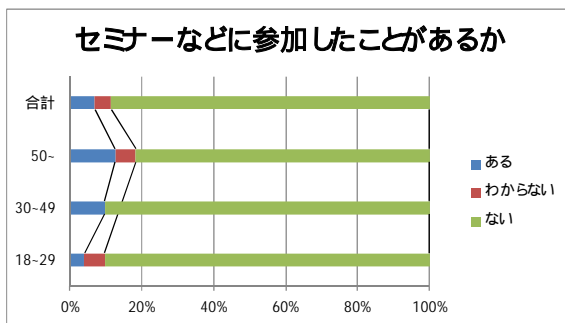
「金融教育は不要である」回答者を除いて，必要だと思われる分野を問うたところ，「消費生活・金融トラブル防止」が最も多かった。

図 9



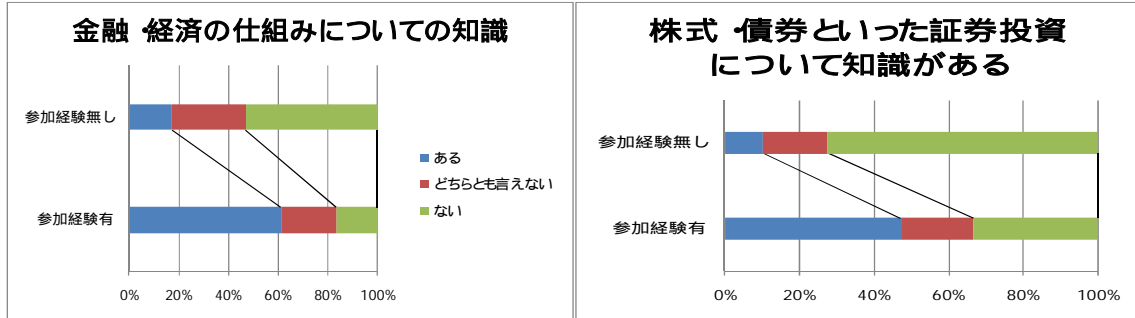
次に、現在金融機関をはじめ多くの組織がセミナーを開催しているが、どのくらい浸透しているのかを調査した。参加した経験のある人は全体の 7.2%にしか達しておらず、浸透していないと言える。

図 10



また、セミナー参加経験の有無と 1)の知識とのクロス集計を行った。すると、全ての項目において参加経験のある回答者の知識・経験が上回った。特に「株式・債券といった証券投資についての知識」については顕著に表れた。

図 11

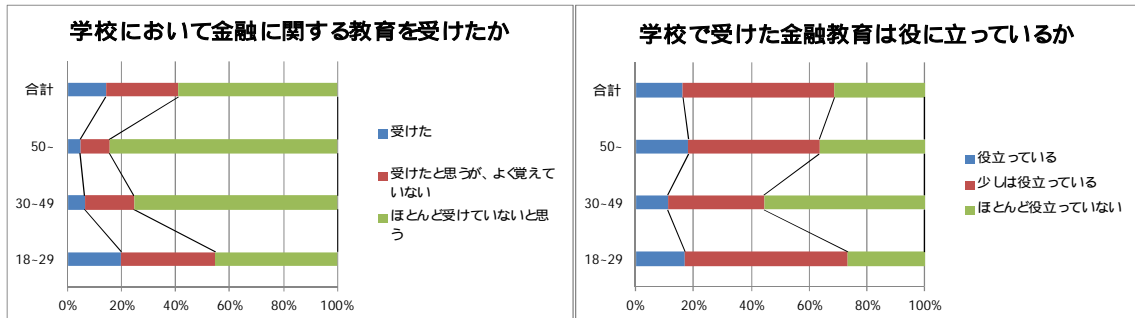


4)学校にうける金融教育の実態

ア)学校教育の貢献度

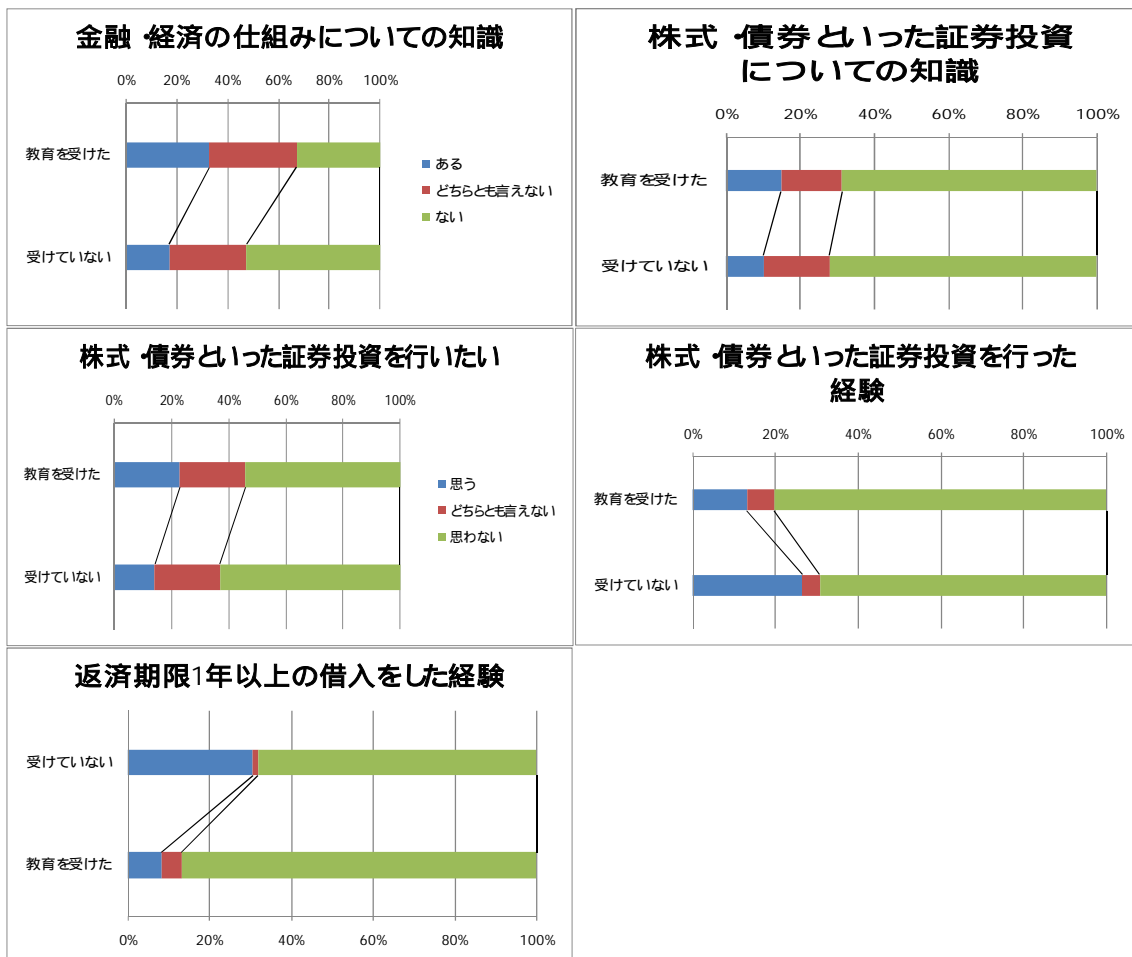
小学校・中学校・高校において「金融に関する教育を受けた」と回答したのは第1世代が最も多く、19.5%であった。また「金融に関する教育を受けた」と回答した人に役立っているかどうかを問うたところ、「役立っている」と回答したのは全体で13.7%であった。

図 12



ここで 1)の知識・意識・行動とのクロス集計を行なった。その結果、知識を問う設問は全て「教育を受けた」回答者が上回った。経験を問う設問では「教育を受けていない」回答者が上回ったが、これは社会経験の多い上の世代が教育を受けていないためと推測できる。

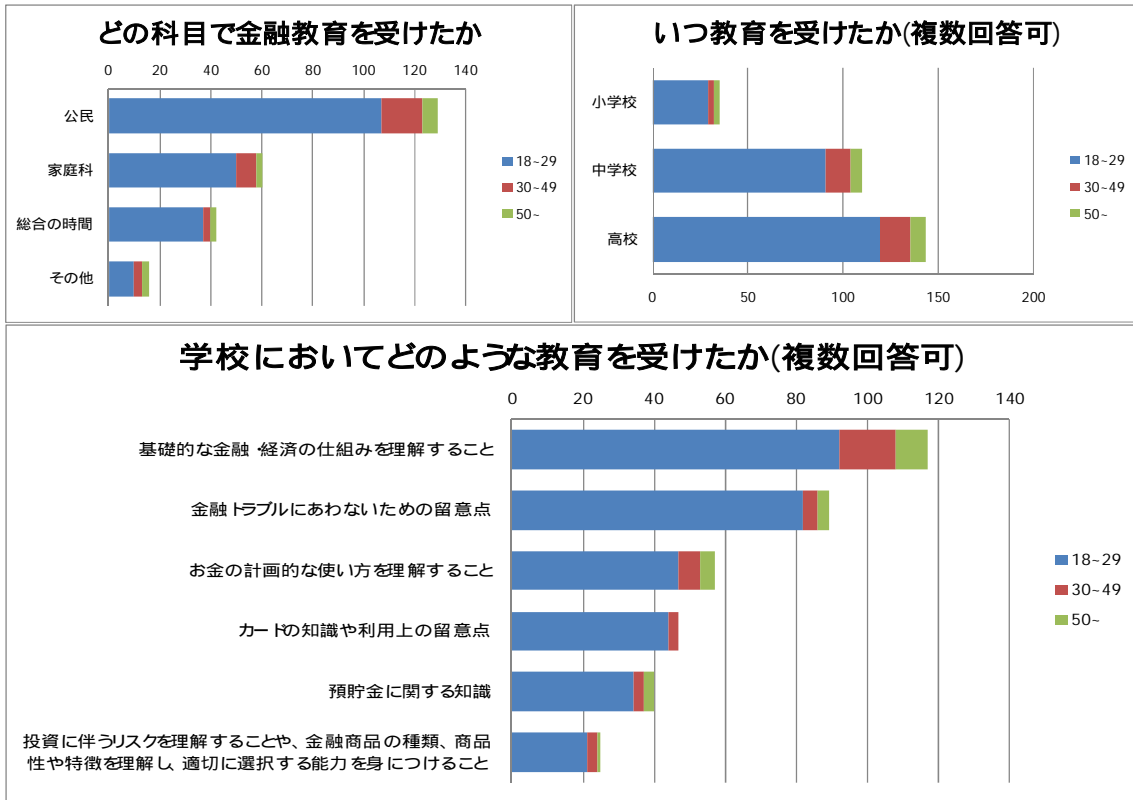
図 13



(イ) 学校教育の概要

「学校教育を受けた」回答者対象に、いつどの科目でどのような内容を学んだか調査した。「高校」の回答が多数であり、小学校・中学校を選んだ回答者は同時に高校も選んでいるという傾向にあった。科目は公民が多く、そのため学んでいる内容は「基礎的な金融・経済の仕組みを理解すること」が多数であった。次に多かった回答が家庭科であり、ここで「金融トラブルにあわないための留意点」を学んでいると考えられる。

図 14



5)家庭における金融教育の実態

5 つ目では、家庭において金融教育がどのように行われているのかその実態を調査した。

(ア)家庭教育の貢献度

学校教育に対して、家庭教育において世代格差は見られなかった。金融に関する教育を受けたと回答した人に役立っているか問うたところ、全体で 19.3%が役立っていると回答した。

ここで問 1 とのクロス集計を行ったところ、ほとんどの項目において「教育を受けた」回答者の知識が上回ったが、「株式・債券といった証券投資についての知識」「返済期限 1 年以上の借入をした経験がある」の経験に関する項目については、上回らなかった。「クレジットについての知識」「預貯金についての知識」では顕著に教育を受けた回答者の知識が上回っている。

図 15

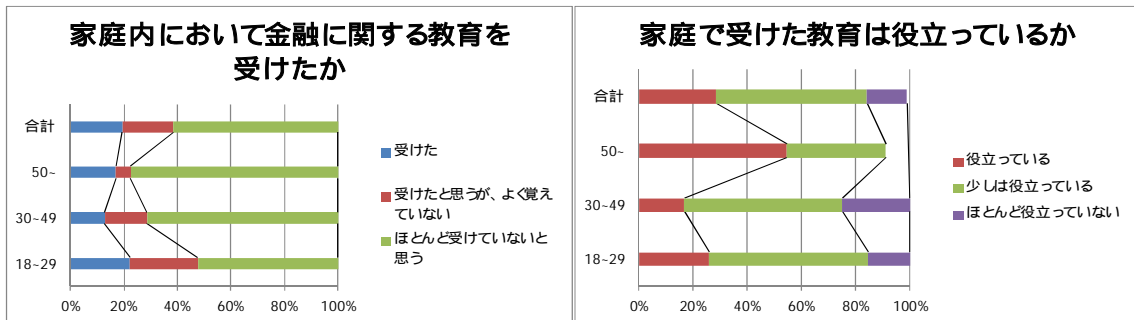
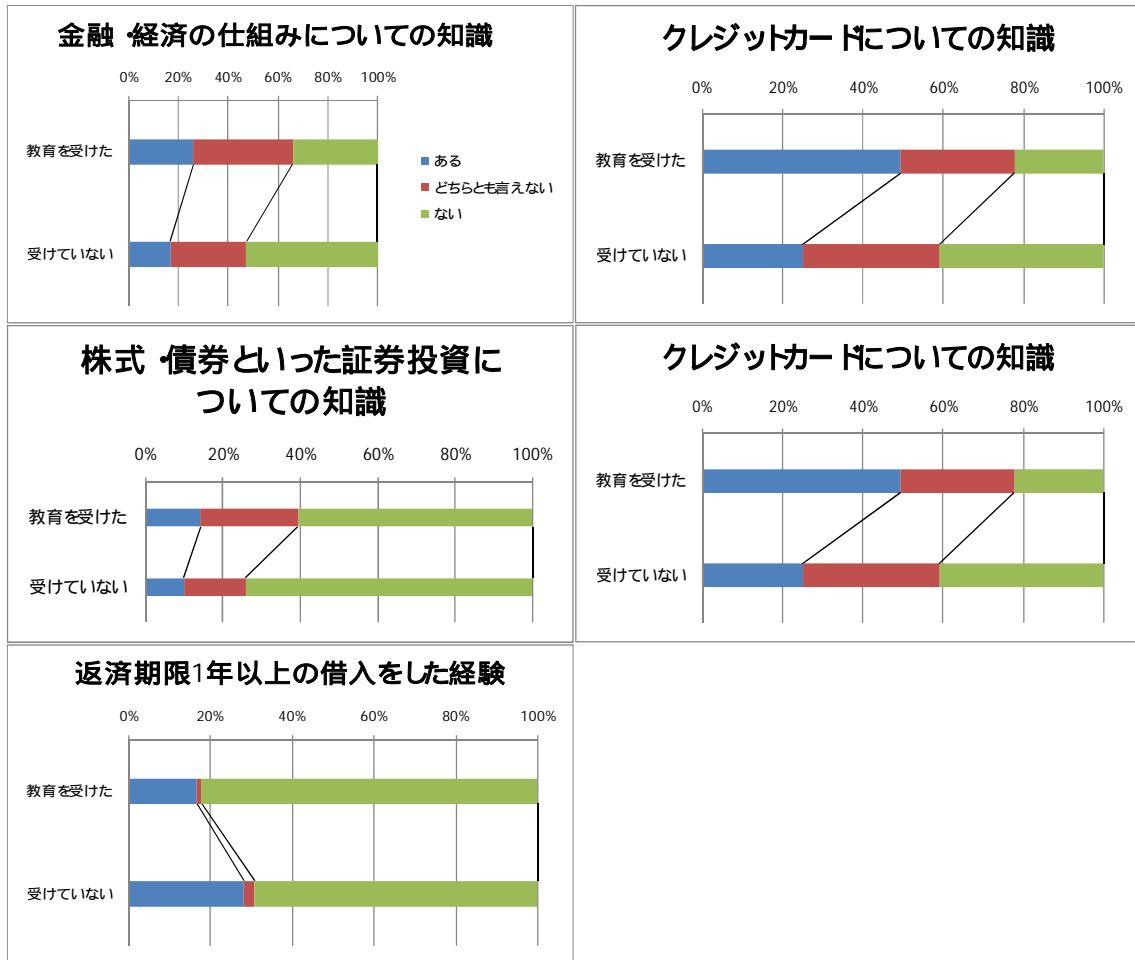


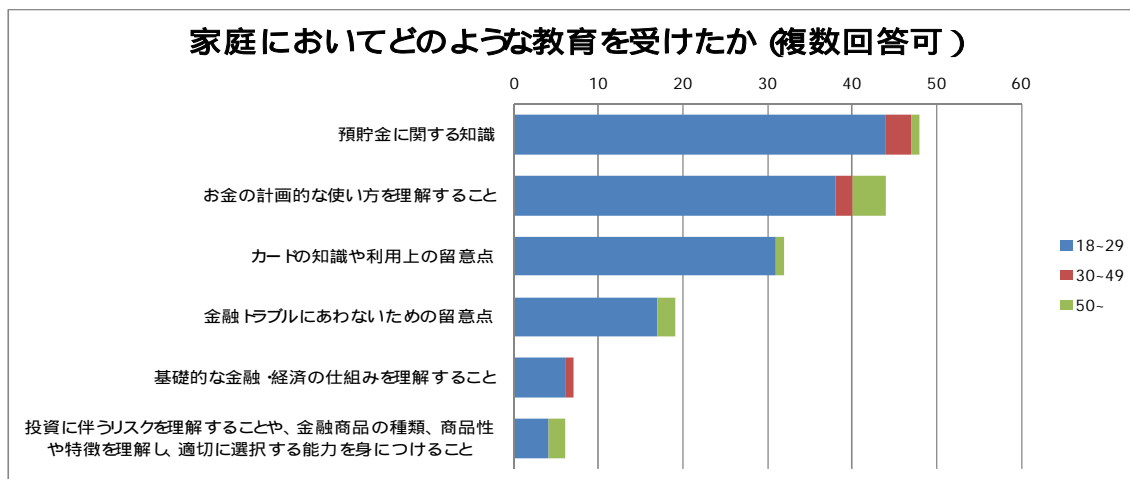
図 16



(イ)家庭教育の内容

家庭において教育を受けたと回答した人に対し、どのような教育を受けたか問うた。その結果、「預貯金に関する知識」「お金の計画的な使い方を理解すること」「クレジットカードの知識や利用上の留意点」など生活に密着したものが多数であった。学校教育において多かった「基礎的な金融・経済の仕組みを理解すること」を学んだという回答は少数であった。

図 17



第3項 自由記述欄で得た消費者の意見

まず、金融知識についての意見であるが、全体を通して、「クレジットカードについて使い方を理解していないのに利用しており、専門機関から説明をきちんと受けたい(20代女性)」など、クレジットカードに関する意見が最も多かった。「金融商品などが増えているが、トラブルに陥ったとき、知識がないと困る。(20代女性)」など消費者トラブルに関しての意見もあった。

次に、金融教育についての意見であるが、イメージについては、「金融教育という言葉の内容がイメージしづらい。(20代男性)」、「小中高の社会、公民、政経などの一部の科目のさらに一部で学ぶことが「金融教育」という印象である。(20代男性)」など、金融教育に対してのイメージが想像しづらいというマイナスのイメージの意見が多かった。

金融教育について、学校教育についての意見では、「学校教育の中で金融教育や金融情報をしっかりと教育すべきだと感じる。(40代男性)」、「小さな子どもたちにもお金の接点があることを考えれば、現在の金融教育は幼稚園などの早い段階から始めるべき。小学校の低中高学年、中学校、高校の各段階でどのような内容をどのような順序で学習すれば金融に対する知識や考える力が理想的な形で身につくのかは、計画的に金融教育を進めていく上で非常に重要な課題であると考え。(20代男性)」など、学校でしっかりとした金融教育を行うべきという意見が多かった。

また、社会における教育の必要性を訴える声が多くみられた。「幅広い金融に関する情報は、社会生活をおくる上で必要なものです。学生、社会人問わず地道に行っていく必要を感じます。(20代女性)」、「金儲けや投機的な考えではなく、個人の生活の幅を広げるための、公正な金融知識の情報について、もっと知らしめてほしいと思う(50代男性)」、「金融教育は自分の生活を豊かにするだけでなく、トラブル防止の観点からも必須項目であるといえる。(40代男性)」など、学校だけでなく、社会人についても金融教育を行うことも強く求められている。さらに、世代によって金融知識の意見に違いがあった。上の世代では、投資などを行っている割合が多いことから、「投資を行っているがよく内容を理解していない。金融機関が説明してほしい。(50代男性)」など投資に関しての意見が多かった。保険・年金についての仕組みを学びたいと思う(50代女性)」など、将来に向けてのお金の管理、保険・年金制度の仕組みに関しての教育を行ってほしいという意見もみられた。それぞれ世代別によって必要とされている金融知識の内容が異なっているということが伺える。

第4項 考察

アンケート分析より、消費者の知識不足が浮き彫りとなった。消費者の情報源は、マスメディアが主となっている。しかし、マスメディアの情報は偏っているなど、信頼性が低い可能性もある。知識を持つ消費者は、金融機関や学校を主な情報源としており、これらの機関が主体となって情報を提供すると知識の習得につながるといえる。また、知識がないのにもかかわらず、行動を行っている消費者も多いということも明らかとなった。さらに、知識の有無と、実際に行動をしたいという意識を持った人、実際に行動を行った人は比例しており、知識の有無が消費者の意識や行動に影響することがわかる。正しい知識を持たないままであると、理想とする行動を取れず、間違った行動に移る恐れがある。これは、多重債務や金融トラブルにつながる可能性もある。借入や、クレジットカードの利用などは、社会に出て世代が上になれば経験も増えていく。ライフステージに応じて、必要な知識を習得するための教育が必要であるといえる。

金融教育を必要としている消費者は多数であるのにもかかわらず、現在の金融教育は、消費者がこの教育の存在を知らず、イメージも漠然としてわかりづらい内容となっている。このため、消費者が積極性を持つことが難しく、また学び方も身につけていない可能性がある。学校における金融に関する教育も、実施されてはいるものの、ある科目の一部に組み込まれているに過ぎない。これからの教育の在り方を考えても、既に学ぶべき内容で溢れている学校教育に金融分野が組み込める量は限られている。そのために効率的な学習方法を考える必要がある。

以上のことから、学校での教育、社会での教育が共に、それぞれの段階に応じて適切な形で、また、内容を明確化して行われるような金融教育の推進が必要である。

第4章 政策提言

第1節 これまでのまとめ

これまでの議論を整理してから、政策提言に移る。アンケート分析によって、年代が上の人ほど金融の知識があることが明らかとなった。アンケート自由記述欄において、「昔のことでわざわざ金融教育という形での認識はありませんでした。長年の間になんとなく金融関係のことは身につけました。」(60代/女性)という意見があった。このように、金融に関する知識は生活に密着したものであるため、社会経験の多い人ほど知識が多いのだと推測できる。世代格差ができてしまうのは仕方のないことなのかもしれない。しかし、取引をする上では、年齢も学歴も考慮されない。日本は対等な取引のできる社会を目指して自由な取引を推進しているが、それは最低限の知識があってこそ成り立つものである。若い世代も社会に出る前に、金融に関する知識をつけておくことが重要だ。

また、消費者トラブルの被害形態は日々変化しており、近年はIT化による危険も潜んでいる。一度学べば身につくようなものとは違って、金融教育は継続した学習が必要とされる。特に消費者トラブルの知識は、日々更新されていかなければならない。そのため、学校教育・家庭教育だけでなく、社会人が継続的に学ぶ機会が設置されることを理想とする。

以上のことを踏まえて、本論文では次の政策を提言する。

第2節 政策提言

まず金融教育の推進にあたって中心となる組織を明確にすることが必要である。そこで、中立的な立場である金融広報中央委員会が中心となり、以下の2つの政策を行う。できるだけ多くの国民に教育が行き渡るよう、地方自治体、NPO、金融機関との協力、協働を図る。

政策提言 : マネ育のススメ! ~「金融教育」のイメージアップの推進~

金融教育への関心を高めることを目標とした推進運動を行う。この運動の一環として「マネ育」月間を制定する。この月を中心に、全国各地で金融機関とNPOとが連携し、金融教育の普及に取り組むことで、国民的な広がりを持つ運動とする。具体的にはNPOと専門的知識を持つ金融機関と連携したセミナーの開催、PRのための資料作成等を行う。それぞれの機関が緊密な連携・協力を図り、全国的な金融教育推進運動が展開されるよう、適切な取組を行う。

政策提言 : ライフステージに応じた教育の推進

家庭教育

誰しにも、お金の接点があることを考えれば、子どものころから、金融知識の基礎を身につけることは必要だ。このため、日常生活の基盤である家庭において、子どもへの教育を行っていくことは重要な課題である。ライフスタイル、家庭の形態は多様化しており、家庭における教育は一律に推進するのは困難である。しかしながら、家庭が子どもへの金融知識の基礎を形成する場であることは否めない。そこで、仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)、学校、保育所、地域社会等との波及効果を利用して、家庭における金融教育を推進する。

学校教育

新しい学習指導要領¹が導入され始めており、金融教育分野のプログラムの充実化がされている。しかし、教員側の知識不足の問題は解消されていない。そこで「マネ育」月間に出張授業を行うことにより、内容のある授業を展開する。

生涯教育

子どもから成人、高齢者に至るまで、ライフステージに応じた継続的な金融教育を推進し、一生涯にわたって金融知識が身につけられる社会の構築を目指す。そのためには、一人一人の国民が自ら積極的に金融知識を得るための取組を実践しなければならない。そこで、地方自治体、NPO、金融機関と連携、協働した支援施策を講じる。

第3節 政策による効果

政策提言　・　より、消費者自身が社会で生きていく上で必要とされている金融知識を理解し、ライフステージに応じて主体的に知識を身につけることができる。

それによって、今日の日本の社会環境の変化から生じた社会経済が抱える課題に対しても幅広く関心を持ち、その解決に向けて合理的に考える態度を養うことが期待できると考える。さらには、金融市場の健全な発展にもつながり、豊かな社会生活の実現が達成される。

¹小学校：平成 23 年 4 月～ 中学校：平成 24 年 4 月～ 高等学校：平成 25 年度入学生から（数学及び理科は平成 24 年度入学生から）

先行論文・参考文献・データ出典

《先行論文》

- ・金融広報中央委員会 (2008) 「金融に関する消費者アンケート調査」
<https://www.saveinfo.or.jp/finance/chosa/enqu2008/pdf/08enqu2.pdf>

《参考文献》

- ・藤野次雄、田尻嗣夫、糸瀬茂、保坂尚郎 (2000.12.10) 『金融ビッグバン・IT 革命と郵貯・簡保』日本評論社
- ・藤野次雄 (2001.2.28) 『規制緩和、金融ビッグバンと消費者政策』貯蓄経済研究センター貯蓄経済理論研究会年報第 16 号
- ・木村 俊文 (2006)金融機関が行う金融経済教育への取り組み - 2 ~ 社内インストラクターが出前授業を行う地方銀行の事例 ~
- ・住友信託銀行 調査月報 2009 年 2 月号
- ・岩重佳治・田澤とみ恵・晝間文彦・松村祥子 (2006.03.22) 『多重債務問題の現状と対応に関する調査研究』独立行政法人国民センター
- ・日経ビジネス (2011.10.10) 第 1611 号 86 ページ
- ・子どものくらしとお金に関する調査 (第 2 回)平成 22 年度 知るぼると
- ・金融庁 (2004) 「初等中等教育段階における金融経済教育に関するアンケート」
- ・坂東俊矢・細川幸一 (2010) 「18 歳から考える消費者と法」法律文化社。
- ・西村多嘉子・藤井千賀・森宮勝子「法と消費者」(2010,9,25)慶應義塾大学出版会株式会社
- ・西田小百合, 西村佳子 (京都産業大学経済学部准教授)村上恵子 (県立広島大学経営情報学部准教授)・『家計の金融資産選択行動と統計的素養についての考察』(2009)東海大学紀要政治経済学部 第41号
- ・川村雄介 (2004) 「わが国における金融教育の意義と課題」地銀協月報12月号。
- ・内閣府経済社会研究所 (2005) 「経済教育に関する研究会 中間報告書」
- ・農林金融 (2006) 「金融教育の現状と課題」

《参考資料》

- ・裁判所 <http://www.courts.go.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・独立行政法人 国民生活センター <http://www.kokusen.go.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・金融庁 HP <http://www.fsa.go.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・知るぼると 金融広報中央委員会 <http://www.shiruporuto.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・消費生活年報 2010 年度 独立行政法人国民生活センター (2011/11/18 最終アクセス)
- ・内閣府 HP <http://www.cao.go.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・国民生活センターHP <http://www.kokusen.go.jp/> (2011/11/18 最終アクセス)
- ・文部科学省 新学習指導要領 http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/index.htm

金融教育に関するアンケート

私たちは、消費者生活の向上を目的とした金融教育に関する研究を、横浜市立大学で行なっております。このアンケートは、横浜市立大学 国際総合科学部 藤野次雄研究会の研究発表のために実施するものです。このアンケートにより、消費者の皆様への金融教育に対する意識を明らかにしたいと思っております。

調査結果はすべて統計的に処理し、学術的研究にのみ使用いたします。

金融教育とは、「生活設計・家計管理」、「経済や金融のしくみ」、「消費生活・金融トラブル防止」、「キャリア教育」といった幅広い分野を対象とした教育で、これらを通じて、自分のくらしや社会について深く考え、より豊かな生活やよりよい社会づくりに向けて主体的に行動できる態度を養うことを目指しています。

所要時間10分程度で終わる簡単なアンケートとなっております。
お忙しい中、大変恐縮ですがご協力よろしくお願い致します。

横浜市立大学 藤野次雄研究会
平成二十三年 十月

まず、あなたご自身についてお伺いします。

- (1) 性別 (a. 男 b. 女)
- (2) 居住県 ()
- (3) 出身県¹ ()
- (4) 年齢 (a. 18～29歳 b. 30～39歳 c. 40～49歳 d. 50～59歳 e. 60歳以上)
- (5) 職業
 (a. 会社員 b. 公務員 c. 自営業 d. 家事・育児(専業) e. パート・アルバイト
 f. 学生 g. 無職(退職者を含む) h. その他())
- (6) 最終学歴(在学中の場合も含みます)
 (a. 義務教育のみ b. 高校課程修了 c. 大学・短大修了(法・経済・経営・商学系)
 d. 大学・短大修了(その他の学系))
- (7) 居住形態 (a. 単身 b. 二世帯 c. 三世帯 d. その他)
- (8) メインバンク² ()



問1 . 各設問に対して、当てはまる欄に丸を1つ付けてください。(%)

設問	はい	どちらとも 言えない	いいえ
(9) 金融・経済の仕組みについて知識があると思う。	17.4	30.1	52.5
(10) 預貯金について知識があると思う。	22.4	29.5	48.1

¹ 小中高校時代に最も長く住んでいた都道府県をお答えください。

² 一番利用している金融機関をお答えください。例：ゆうちょ銀行、みずほ銀行等

			1
(11) 預貯金を自分で管理している。	71.3	14.4	14.4
(12) 株式・債券といった証券投資について知識があると思う。	10.0	18.0	72.0
(13) 株式・債券といった証券投資を行いたいと思う。	16.6	23.8	59.6
(14) 株式・債券といった証券投資を行ったことがある。	20.4	6.4	73.3
(15) クレジットカードについて知識があると思う。	29.1	34.7	36.1
(16) クレジットカードを利用している。	63.6	4.4	32.0
(17) リボルビング払い ¹ を利用したことがある。	16.6	2.8	80.6
(18) 返済期限1年以上の借入をしたことがある。(奨学金は除く)	23.0	2.8	74.2

問2. 以下の知識や情報について、どのような主体から得ているかお答えください。

各設問について、あなたにとって最も情報源となっている主体の欄に1つ丸を付けてください。

¹ クレジットカードでの品物購入やキャッシングの際、その金額に関わらず返済回数は決めず月々ほぼ一定額または残額に対する一定割合額などの形で返済する方式。

設問	家族・友人	金融機関 ¹	学校	マスメディア(新聞、ニュース、インターネットなど)	体 ² 消費者支援団	その他	特になし
(19) 金融・経済の仕組み	12.4	8.4	23.5	46.0	0.4	1.4	7.8
(20) 預貯金	35.3	27.7	4.0	18.3	0	1.8	12.9
(21) 株式・債券といった証券投資	9.5	11.1	11.7	28.8	0.4	2.4	36.2
(22) クレジットカード	24.8	21.2	2.8	22.6	0.4	5.2	23.0
(23) 借入に関する知識	10.3	17.9	6.2	21.9	0.6	3.4	39.6
(24) 金融トラブルに関する知識 (消費者金融とのトラブル、訪問販売、悪質商法など)	7.0	5.2	15.3	43.8	2.6	3.2	22.9

問3. 金融教育についてお伺いします

各設問について、最も当てはまるものに1つ丸を付けてください。

¹ 窓口、ホームページ、専門員など

² 消費生活センターなど

- (25) 「金融教育」という言葉を聞いたことが
 (a. あると思う 16.7% b. どちらとも言えない 11.4% c. ないと思う 71.9%)

(26) 「金融教育」という言葉に対する、あなたの持つイメージに近いものを以下の内から選んでください。(当てはまるもの全てに丸)

- | | | |
|----|------------------------|-----------------|
| a. | 興味がわく | 92/492 |
| b. | 知的である | 124/492 |
| c. | 難解なイメージがある | <u>229</u> /492 |
| d. | 教育内容が想像しづらい | 158/492 |
| e. | 株式・債券などの投資に関する教育である | 168/492 |
| f. | 悪徳商法対策など日常生活に関する教育である | 92/492 |
| g. | 「金融教育」という言葉に親しみをおぼえる | 12/492 |
| h. | 「金融教育」という言葉自体に聞き慣れていない | <u>223</u> /492 |
| i. | その他 | 17/492 |

- (27-) 金融教育は必要だと思いますか。
 (a. 必要 63.0% b. どちらとも言えない 33.9% c. 不必要 3.0%)

(27-) (27-)で「必要」だと答えた方に質問です。
 どの分野において特に必要だと思いますか。(最も必要だと思うものに丸を1つ)

- | | | |
|----|-----------|------|
| a. | 生活設計・家計管理 | 28.3 |
| b. | 経済や金融のしくみ | 28.9 |

- c. 消費生活・金融トラブル防止 41.9
- d. キャリア教育 0.6
- e. その他 0.3

(28) 現在では多くの組織が金融知識を広めるためのセミナーを行ったり、金融商

品の説明に力を入れています。このような取り組みに参加したことはありますか。

- (a. ある 7.4% b. わからない 3.9% c. ない 88.7%)

問4 . 学校における金融教育についてお伺いします。

(29-) 学校教育(小・中・高校時代)の中で金融に関する教育を

- (a. 受けた 12.5% b.受けたと思うが、よく覚えていない

27.0 %

- c. ほとんど受けていないと思う 60.5%)

以下の質問は、(29-)でaまたはbを選んだ方に質問です。

(29-) 学校で受けた金融に関する教育は、

- (a. 役立っている 13.7% b.少しは役立っている 53.3% c.ほとんど役立っていない 33.0%)

(29-) 以下のどの科目で教育を受けましたか。(当てはまるもの全てに丸)

- (a. 家庭科 60/195 b 公民 129/196 c.総合の時間 42/194

d. その他 16/190)

(29-) いつ教育を受けましたか。(当てはまるもの全てに丸)

a. 小学校 35/195 b. 中学校 110/195 c. 高校 143/195)

(29-) 学校において、どのような金融教育を受けましたか。(当てはまるもの
全てに

丸)回答個数190

- a. お金の計画的な使い方を理解することについて 57
- b. 預貯金に関する知識について 40
- c. 基礎的な金融・経済の仕組みを理解することについて 117
- d. カードの知識や利用上の留意点について 47
- e. 投資に伴うリスクを理解することや、金融商品の種類、商品性や
特徴を理解し、適切に選択する能力を身につけることについて

25

- f. 金融トラブルにあわないための留意点について 89
(消費者金融とのトラブル、訪問販売、悪質商法など)

問5 . 家庭における金融教育について、お伺いします。

(30-) 家庭内において金融に関する教育を

- (a. 受けた 17.2% b.受けたと思うが、よく覚えていない20.9% c.
ほとんど受けていないと思う61.9%)

以下の質問は、(30-)でaまたはbを選んだ方に質問です。

(30-) 家庭で受けた金融に関する教育は、

- (a.役立っている 24.6 % b.少しは役立っている
61.5% c. ほとんど役立っていない13.8%)

(30-) 家庭において、どのような金融教育を受けましたか。(当てはまるもの
全てに

丸)

- a. お金の計画的な使い方を理解することについて 44/67
- b. 預貯金に関する知識について 48/67
- c. 基礎的な金融・経済の仕組みを理解することについて 7/67
- d. カードの知識や利用上の留意点について 32/67
- e. 投資に伴うリスクを理解することや、金融商品の種類、商品性や特徴を理解し、適切に選択する能力を身につけることについて 6/67
- f. 金融トラブルにあわないための留意点について(消費者金融とのトラブル、訪問販売、悪質商法など) 19/67

自由記述欄 (ご意見があれば是非お聞かせください。)

現在の金融教育、金融情報に関してのご要望など、何でも構いません。

ご協力ありがとうございました。

