

金融リテラシー向上を目指して ～若年層対策の重要性～

研究員 佐々木志保

要 旨

1. 「金融リテラシー」は、金融や経済に関する知識や判断力、応用力を指す言葉として用いられており、単なる知識の習得を求めるのではなく、的確な判断や行動を伴う必要性を示している。最近には特に、金融商品の多様化やサービスの高度化、キャッシュレス化などが進んでおり、金融リテラシーが役立つ場面は確実に増加している。
2. 金融広報中央委員会が2016年に実施した「金融リテラシー調査」により、日本の金融リテラシーの水準の低さが明らかとなった。回答者の年齢層や性別、都道府県によって傾向が異なるものの、総じて弱さがうかがえる。とりわけ、学校や家庭での金融教育受講の有無でその後の知識や考え方に差が出てくることから、金融教育を通じた若年層対策の重要性が高まっている。
3. 徳島県の金融リテラシーは、知識としては全国平均をやや上回っているものの、消費行動などに課題が見られる。金融教育についても大きな開拓余地がある。
4. 若年層対策については、ライフイベントごとに必要となる資金の具体的金額や、今後備えておくべきリスクへの対応策などを提示し、安心や安定を実現するために現実的に何をすべきなのか自覚を促す「不安解消」の視点と、「ITを活用した知識習得」の仕組みや仕掛けづくりの視点を持つことが必要である。
5. 徳島県金融広報委員会では、金融教育に関するセミナーや金融機関見学会などの開催、金融広報アドバイザーの派遣などを行っている。親子を対象としたイベントに注力するなど、県民のニーズに合わせて活動している。
6. 徳島県など官の役割として、金融や経済に「興味がある人」だけでなく、関心が少ない人や金融リテラシーが低い人(身に付ける必要性の高い人)への効果的な情報発信が求められる。また民間の役割として、従業員への企業内研修などが挙げられるほか、金融機関や証券会社などには、引き続き消費者の金融リテラシー向上を図る積極的な取り組みを期待したい。
7. 金融リテラシーの向上のためには、官民に求められる役割は大きいほか、個々人の継続した自己研鑽は欠かせない要素である。高齢者、勤労世代にかかわらず、全ての人が自分事と自覚し、金融経済に関する情報感度を磨くことが望まれる。

はじめに

世界でキャッシュレス化が進む中、お金にまつわる常識や概念と言ったものが、徐々に変わってきているように感じる。キャッシュレス化加速の一翼を担っているのが、スマートフォンである。iPhoneがアメリカで発売された2007年から10年余りで国民の6割がスマートフォンを保有しており、20代・30代の保有率は9割を超える(図表1・2)。スマートフォンの普及により、クレジットカードや電子マネーなどにスマートフォン決済が加わり、利便性が向上している。一方で現金以外の決済方法が充実するに従い、それらを使用する個人は、正しい知識や判断力などがより一層必要となっている。

経済産業省が策定した「キャッシュレス・ビジョン(2018年4月)」は、世界のキャッシュレス決済比率について以下のように公表している。世界のキャッシュレス決済比率(2015年)の比較では、キャッシュレスが進展している国では40～60%台である一方、日本は18.4%にとどまっている。内訳を見ると、最も比率が高い国は韓国で89.1%、その後、中国60.0%、カナダ55.4%、イギリス54.9%と続く。これらの比率は2015年時点であり、現在はさらに上昇していると推測する。この数字を見ても、日本のキャッシュレス化は世界から後れを取っていることは明白である。他方、金融庁の公表によると、銀

行口座振替・振込を考慮するとキャッシュレス決済は5割を超えている。その点では世界との差は大きくないと言えるものの、消費の現場では現実としてキャッシュレス化が遅れている。東京オリンピック・パラリンピックを目前に控え、また訪日外国人旅行者が飛躍的に伸びるなか、キャッシュレスの推進は急務である。同ビジョンによりキャッシュレス推進のガイドラインが整備され、今後ますますキャッシュレス化が加速することは想像に難くない。

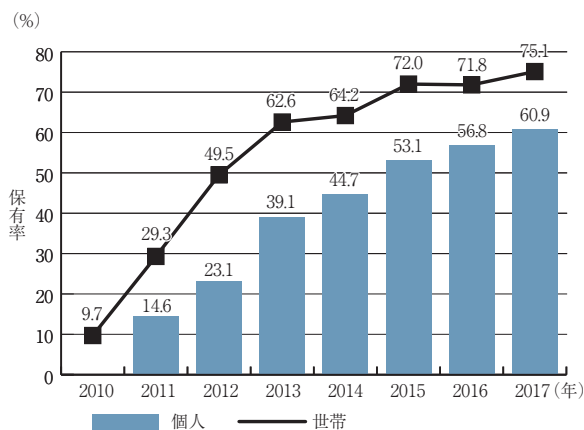
先に述べたように、世界的な潮流や日本政府が強力に推進していることなどから考えても、キャッシュレス化の流れは止まることはないだろう。このような多様な決済ツールの使い手は、それぞれの特性を十分に理解できているだろうか。また決済以外では、保険や投資信託、株式などの商品が多様化・複雑化している。金融の知識を身に付けることは、生活スキルの向上に寄与するという観点から、本稿では「金融リテラシー調査」の分析を行った後、若年層を中心に傾向や対策を考察する。

1. 金融リテラシー調査

(1) 定義

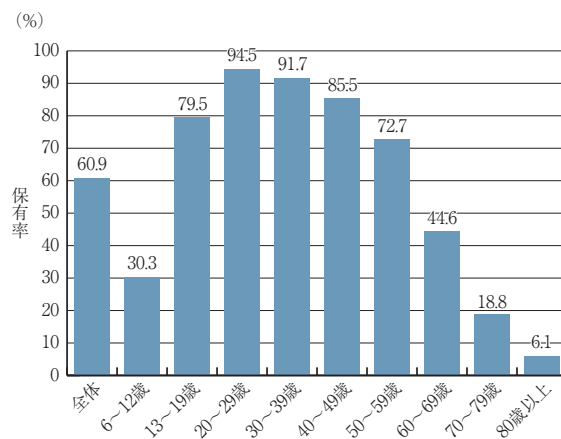
「リテラシー」とは「読み書きができる能力や、ある分野に関する知識やそれを活用する能力」を意味する。この言葉は単独で使われるよ

図表1 スマートフォンの保有状況



※ 2011年、2012年の個人の保有状況は、推計によるもの。
資料：総務省「平成29年 通信利用動向調査」

図表2 年齢階級別スマートフォンの保有状況 (2017年)



資料：総務省「平成29年 通信利用動向調査」

りも、例えば、情報リテラシーやメディアリテラシー、環境リテラシーなど、ほかの単語と組み合わせて使用されることが多い。「リテラシー」と「金融：金銭の融通」をつなげた言葉である「金融リテラシー」は、金融や経済に関する知識や判断力、応用力を指す言葉として用いられている。単なる知識の習得を求めるのではなく、的確な判断や行動を伴う必要性を示していることがポイントである。

（２）高まる金融リテラシーの必要性

人によっては、金融という言葉を知ると、堅苦しくて難しい、自分の生活とはあまり関係のないことのように思うのではないだろうか。とりわけ若年層に関しては、銀行窓口の利用や生命保険への加入、株式の購入など、身近に感じにくいと推測する。しかし金融は全ての人に関係し、生活を送っていくうえで必要不可欠である。お金にまつわる知識の有無によって、人生設計が大きく異なってくる。人生を充実したも

のにするために、また、金銭トラブルなどに巻き込まれるリスクを回避するための手段の一つとして、金融リテラシーを身に付けるべきである。このところは特に、金融商品の多様化やサービスの高度化、キャッシュレス化などが進んでおり、金融リテラシーが役立つ場面は確実に増加している。金融サービスの変化が激しい時代だからこそ、金融リテラシーを養うことの重要性が高まっている。

（３）金融リテラシー調査結果の分析

①調査の概要

金融リテラシー調査(以下、調査)とは、金融広報中央委員会が2016年に実施した、金融リテラシーの現状把握を目的とするアンケート調査である。調査概要は以下の通りである。

- ・実施期間 2016年2月29日～3月17日
- ・対象 全国の18～79歳の個人25,000人
- ・方法 インターネット・モニター調査

図表3 最低限身に付けるべき金融リテラシーの4分野・15項目

1. 家計管理
(1)適切な収支管理(赤字解消・黒字確保)の習慣化
2. 生活設計
(2)ライフプランの明確化及びライフプランを踏まえた資金の確保の必要性の理解
3. 金融知識及び金融経済事情の理解と適切な金融商品の利用選択
【金融取引の基本としての素養】
(3)契約にかかる基本的な姿勢の習慣化
(4)情報の入手先や契約の相手方である業者が信頼できる者であるかどうかの確認の習慣化
(5)インターネット取引は利便性が高い一方、対面取引の場合とは異なる注意点があることの理解
【金融分野共通】
(6)金融経済教育において基礎となる重要な事項(金利(単利、複利)、インフレ、デフレ、為替、リスク・リターン等)や金融経済情勢に応じた金融商品の利用選択についての理解
(7)取引の実質的なコスト(価格)について把握することの重要性の理解
【保険商品】
(8)自分にとって保険でカバーすべき事象(死亡・疾病・火災等)が何かの理解
(9)カバーすべき事象発現時の経済的保障の必要額の理解
【ローン・クレジット】
(10)住宅ローンを組む際の留意点の理解
①無理のない借入限度額の設定、返済計画を立てることの重要性
②返済を困難とする諸事情の発生への備えの重要性
(11)無計画・無謀なカードローン等やクレジットカードの利用を行わないことの習慣化
【資産形成商品】
(12)人によってリスク許容度は異なるが、仮により高いリターンを得ようとする場合には、より高いリスクを伴うことの理解
(13)資産形成における分散(運用資産の分散、投資時期の分散)の効果の理解
(14)資産形成における長期運用の効果の理解
4. 外部の知見の適切な活用
(15)金融商品を利用するにあたり、外部の知見を適切に活用する必要性の理解

資料:金融庁金融研究センター「金融経済教育研究会報告書」(2013年)

図表 4 正誤問題の分野別正答率

金融リテラシーマップの分野		正答率(%)
家計管理		51.0
生活設計		50.4
金融知識	金融取引の基本	72.9
	金融・経済の基礎	48.8
	保険	52.5
	ローン・クレジット	53.3
	資産形成	54.3
外部の知見活用		65.3
合計		55.6

資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

設問は「金融リテラシー・マップ」^{※1}の8分野(図表3)に基づき、「金融知識・判断力」に関する正誤問題と「行動特性・考え方等」に関する問題の組み合わせで構成される。約半数の設問に関しては、海外機関の同種調査と比較できる内容となっており、日本の実力を測ることができる。

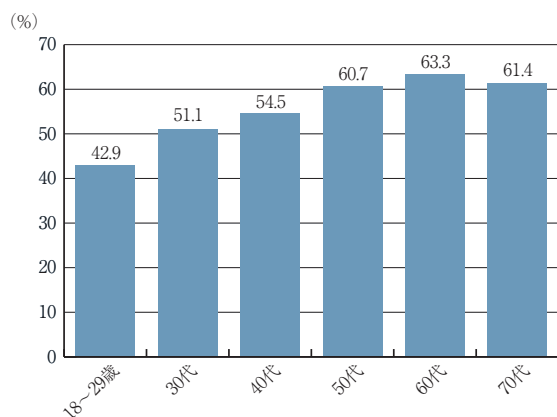
※1 金融庁は、2012年11月に有識者、関係省庁、関係団体などで組織する「金融経済教育研究会」を設置。これからの金融経済教育のあり方を検討した結果、2013年4月の報告書で「生活スキルとして最低限身に付けるべき金融リテラシー」を示した。その内容を年齢層別に体系的かつ具体的に記したもの。

②全体の特徴

< 正誤問題 >

正答率は55.6%と決して高くない(図表4)。どれも基本的な設問であるものの、正答率は概

図表5 正誤問題の年齢層別正答率



資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

図表 6 客観的評価と自己評価の比較

	客観的評価(A)	自己評価(B)	ギャップ(A) - (B)
18～29歳	77.2	83.8	▲ 6.6
30代	91.9	92.3	▲ 0.4
40代	98.0	97.3	0.8
50代	109.2	105.2	3.9
60代	113.8	111.2	2.6
70代	110.4	111.0	▲ 0.5
合計	100.0	100.0	0.0

※客観的評価は「正誤問題 25 問の正答率」、自己評価は「金融知識についての自己評価 (Q17)」について、それぞれ全体の平均値を 100 とする指数化を行ったもの。

資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

ね 5 割程度にとどまるかたちとなっている。分野別では、最も正答率が高い「金融取引の基本」で 72.9%、逆に最も低い「金融・経済の基礎」で 48.8%と 5 割を下回っている。年齢別で見ると、18～29 歳の若年層が最も正答率が低く、42.9%と全体を押し下げている。正答率は年齢とともに上昇し、60 代で 63.3%と最も高くなっているが、全体の水準は約 6 割と、全ての年齢層で金融リテラシーが十分に備わっていないことが浮き彫りとなった(図表5)。さらに客観的評価と自己評価の比較ではギャップが生じており、中でも 18～29 歳は実力を過大評価する傾向が見受けられる(図表6)。

海外と比較すると、共通の正誤問題の正答率は、アメリカ▲10%、ドイツ▲9%、イギリス▲7%とそれぞれ下回っている。国が違えば金融商品や金融サービスなど異なるため、全て同一の条件ではなくとも、海外と比べ日本が後れを取っていることに疑う余地はない。

また、日本人の特徴として行動面に「慎重さ」が感じられる。例えば、調査でリスク性資産の購入経験がある人は、株式 31.6%、投資信託 25.8%、外貨預金等 17.3%にとどまり、期待収益率 5%の投資に対して「投資しない」と回答した人は約 8 割にのぼる。このような堅実な姿勢は必ずしも悪くはない一方で、個人の知識不足ゆえに過度なリスク回避思考に陥っている可能性が考えられる。人生 100 年時代を迎えるにあたり、長期的な視点を持ち、短期で見れば資産が増減するリスクをある程度は受け入れ、小口

分散や長期保有などの手段を使いながら資産形成を行っていくことが肝要である。様々な選択肢の中から必要な情報を収集し、リスクを認識したうえで、自己の責任に基づいた的確な判断を下すスキルを身に付ける必要がある。迅速な知識の底上げ対策が求められる。

< 年齢層別 >

「人生の三大費用」といえば、教育費・住宅購入費・老後の生活費を指す(この設問に対する正答率は47.6%で、5割を切っている)。ライフステージによってライフイベントも異なり、必要となる費用は年齢層ごとに変化していく。また人生の三大費用のほかにも、就職活動費用や結婚にかかる費用、出産・子育て費用、介護費用など、様々な準備が求められる。もちろん、個人によって起こり得るライフイベントは異なるうえ、晩婚化や未婚化が進むなど、ライフステージとライフイベントを固定化することは困難である。しかし、ライフプランに沿って各費用の準備を考え出すべき時期は訪れる。以下は、30代・40代・50代の人生の三大費用への理解度等の回答である。

○ 30代：教育費

必要額の認識あり 55.8%

資金計画を策定している 51.3%

資金を確保している 31.4%

○ 40代：住宅費

必要額の認識あり 56.5%

資金計画を策定している 38.6%

資金を確保している 16.7%

○ 50代：老後の生活費

必要額の認識あり 54.4%

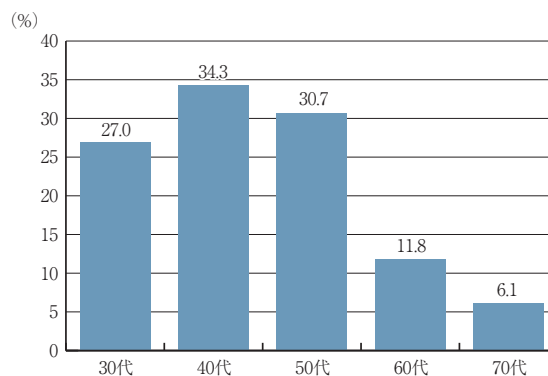
資金計画を策定している 38.0%

資金を確保している 28.0%

年金の受給金額を認識している 40.3%

必要額を認識できている人は6割に満たず、資金計画を策定している人は、30代の教育費で5割を超えているものの、40代の住宅費、50代の老後の生活費では4割を下回る結果である。三大費用の資金の確保は十分とは言えず、その

図表7 各年齢層における住宅ローン利用者の割合



資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

ほかにも様々なライフイベントで費用がかさんでくることを考えるとなおさらである。人生の重大なイベントにかかる費用は重複する場合(例えば、老後の生活費と介護費用など)も多いと考えられるため、事前に、計画的に資金確保をしていかなければならない。また、住宅ローン利用者の割合(図表7)は、40代をピークに減少していくものの、定年退職後も返済を続けている人が相応にいることも念頭に置く必要があろう。

これらの結果は、ライフプランを立てる際には長期的な視点を持ち、無理のない資産運用を行う必要性を示唆する一方で、豊富な選択肢を持つ重要性が鮮明になった。

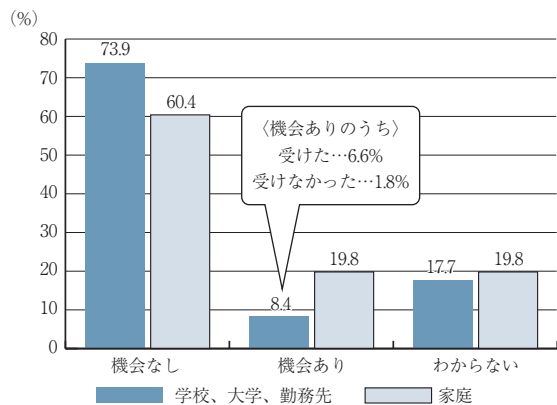
< 金融教育の有無 >

金融リテラシー・マップにより金融教育^{※2}のスタンダードが年齢層別^{※3}に示され、身に付けるべきスキルが明確となったことで、教育現場の効率的・効果的な金融教育の推進につながっている。金融教育は、金融リテラシーを高めるうえで大きな役割を担う。とりわけ小学生から

※2 金融広報中央委員会が公表している『金融教育プログラム』(2016年2月)は、金融教育を「お金や金融の様々な動きを理解し、それを通じて自分の暮らしや社会について深く考え、自分の生き方や価値観を磨きながら、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教育」と定義している。

※3 小学生、中学生、高校生、大学生、若年社会人、一般社会人、高齢者の7分類。

図表 8 金融教育の経験



資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

金融教育を受ける機会を持ち、早い段階から基礎を固めておくことが重要であると考えます。

調査では62.4%の人が「金融教育を行うべきと思う」と回答した一方で、行うべきと回答した人の中で、実際に金融教育を受けた人は1割に満たないという結果であった。金融教育のニーズの高さがうかがえるものの、学校や勤務先、家庭での実績は伴っていないという課題が顕在化した(図表8)。また金融教育を受けた人は望ましい金融行動をとる割合も高く、正誤問題の正答率では全年齢平均(55.6%)を0.8ポイント上回っている(図表9)。これらの結果を踏まえても、金融教育の効果は十分に発揮されており、金融教育受講の有無によりその後の金融行動に大きな差が出てくることは容易に想像できる。教育現場はもちろんのこと、各家庭や金融機関をはじめとする企業、行政など、それぞれの役

図表 9 金融教育の効果 (%)

(学生に占める構成比)		金融教育		差異 (A-B)
		受けた学生 (A) (14%)	受けていない 学生 (B) (86%)	
正答率<25問計>		56.4	38.2	18.2
金融 行動・ 考え方	金融商品購入時に他の商品と比較した人の割合 <Q24・29・32>	56.6	48.0	8.6
	お金の長期計画をたてる人の割合 <Q1~4>	54.3	40.4	13.9
	商品性を理解して投信を購入する人の割合 <Q34>	80.0	37.9	42.1
	金融経済情報を月1回以上みる人の割合 <Q48>	71.6	41.7	29.9
学校での金融教育の必要性を認識している人の割合 <Q41>		88.3	59.3	29.0

※ 18～24歳の学生について集計。

資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016年)

割に合わせて金融教育を推進していくことが一層求められる。

③徳島県の特徴

これまで全国の調査結果を取り上げたが、都道府県別でみると、徳島県の傾向や全国での立ち位置はどのようなものなのか。調査は都道府県別データも公表している。徳島県の調査サンプルは152人で、全国に占めるウエイトは0.6%(徳島県人口の全国に占めるウエイトと同程度)である。

<正誤問題>

都道府県別の正誤問題の正答率は、1位は奈良県(60.5%)で、2位 香川県(59.4%)、3位 京都府(58.2%)と続く。下位を見てみると、45位 山形県(51.6%)、46位 沖縄県(51.3%)、47位 山梨県(48.7%)で、全体の正答率は48～61%に分散しており、全国平均(55.6%)を下回ったのは22道府県であった。なお、徳島県は10位(57.0%)と上位に入っているものの、1位とは3.5ポイントの差が開いている。また、分野別の正答率では、「金融取引の基本」の3位(76.5%)や「資産形成」の5位(56.6%)など上位の項目がある一方で、「家計管理」と「保険」はそれぞれ30位(50.7%、51.8%)と下位に沈んでいる。

年齢別の正答率は、18～29歳は43.8%で14位(全国平均42.9%)、30～59歳は56.8%で8位(同55.3%)、60～79歳は62.7%で19位(同62.6%)となっており、全年齢で全国平均を上回っている(図表10)。しかしその差はわずかであり、全国と比較して高い水準であるとは言えない。これらの結果を踏まえたうえで、金融リテラシー・マップに則した各年齢層の重点課題を洗い出すとともに、対策を考える必要があろう。

<行動・考え方>

金融知識や判断力に関しては分野ごとに正答率にバラつきが見られ、伸びしろは十分にあるものの、全国的に見て決して悪くはないことが分かった。それに対して、金融知識に自信を

図表 10 徳島県の全国順位（正誤問題）

分野 (問題数)		順位	正答率(%)	
			徳島県	全国
家計管理(2)		30 位	50.7	51.0
生活設計(2)		8 位	53.6	50.4
金融知識	金融取引の基本(3)	3 位	76.5	72.9
	金融・経済の基礎(6)	8 位	50.5	48.8
	保険(3)	30 位	51.8	52.5
	ローン等(3)	26 位	52.9	53.3
	資産形成(3)	5 位	56.6	54.3
外部の知見活用(3)		8 位	66.7	65.3
合計(25)		10 位	57.0	55.6
年齢層別	18～29 歳	14 位	43.8	42.9
	30～59 歳	8 位	56.8	55.3
	60～79 歳	19 位	62.7	62.6

資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」（2016 年）

持っている人の割合は全国平均(12.5%)を下回る 8.6%（43 位）と、自己評価の低さが見て取れる。

行動面(図表 11)では、「緊急時に備えた資金を確保している人」が全国 1 位(61.2%)と、貯蓄好きと評される県民性が表れている一方、「1 か月の支出を把握している人」は 44 位(69.1%)、「老後の生活費について資金計画をたてている人」は 46 位(28.2%)と、項目によっては弱さが見られる。さらに「契約時に他の商品と比較した人」の割合では、生命保険加入時は 45 位(46.1%)、借入れ時は 46 位(41.9%)、資産運用を行う際は 45 位(50.0%)と下位であることに加

え、「商品性を理解せずに外貨預金等を購入した人」は 2 位(40.7%)であった。また行動バイアス(偏り)を全国と比較すると、横並び行動(他の人と同じ動きをする)バイアスが強い人の割合が高い。つまり、サービスや商品内容などを精査しないまま、売り手に勧められるままに消費行動を起こしている可能性が考えられる。この行動は将来トラブルへと発展する恐れがあることを認識し、早急に見直すべきである。もちろん、サービスや商品を提供する金融機関や証券会社、保険会社などの売り手側の説明責任などは重い。金融サービスや商品が多様化・複雑化する今だからこそ、顧客の金融リテラシー向上に対して売り手側が担うべき社会的役割は大きい。

< 金融教育の捉え方 >

先にも述べたように、金融リテラシーを高めるにあたって、金融教育が一翼を担っている。「学校で金融教育を行うべき」と思っている人の割合は全国 62.4%であるのに対し、徳島県は 65.8%と 3.4 ポイント上回っており、全国 9 位と高い(図表 11)。反面、学校等で金融教育を受けた人の割合は 5.3%（37 位）で、全国 6.6%を下回っており、ニーズと実態のギャップの大きさ

図表 11 徳島県の位置付け

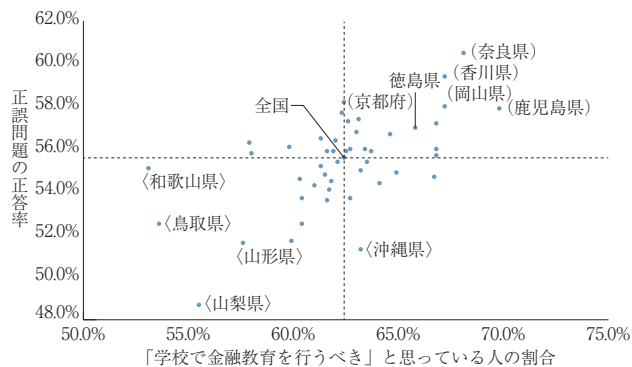
(%)

	項目	順位	徳島県	全国
家計管理	緊急時に備えた資金を確保している人の割合	1 位	61.2	54.9
	1 か月の支出を把握している人の割合	44 位	69.1	72.1
	期日に遅れずに支払いをする人の割合	1 位	90.1	84.5
生活設計	お金について長期計画を立て、達成するよう努力している人の割合	19 位	48.7	47.4
	老後の生活費について資金計画をたてている人の割合	46 位	28.2	35.6
金融知識・金融商品の利用選択	生命保険加入時に他の商品と比較した人の割合	45 位	46.1	54.7
	借入れ時に他の商品と比較した人の割合	46 位	41.9	53.6
	資産運用を行う際に他の商品と比較した人の割合	45 位	50.0	63.1
	消費者ローンを利用している人の割合	7 位	5.3	3.9
	お金を借り過ぎていると感じている人の割合	43 位	9.9	11.4
	株式を購入したことがある人の割合	15 位	34.2	31.6
	投資信託を購入したことがある人の割合	17 位	27.0	25.8
	外貨預金等を購入したことがある人の割合	14 位	17.8	17.3
	商品性を理解せずに株式を購入した人の割合	16 位	26.9	24.3
	商品性を理解せずに投資信託を購入した人の割合	25 位	31.7	32.2
	商品性を理解せずに外貨預金等を購入した人の割合	2 位	40.7	25.6
外部知見の活用	金融トラブル発生時の相談窓口を認識している人の割合	1 位	84.9	73.7
	金融経済情報を月に 1 回もみない人の割合	29 位	36.8	37.1
行動バイアス	損失回避傾向が強い人の割合	5 位	82.9	78.6
	近視眼的行動バイアスが強い人の割合	6 位	52.0	47.1
	横並び行動バイアスが強い人の割合	3 位	18.4	15.0
金融教育	「学校で金融教育を行うべき」と思っている人の割合	9 位	65.8	62.4
	学校等で金融教育を受けた人の割合	37 位	5.3	6.6
	家庭で金融教育を受けた人の割合	42 位	16.4	19.8

資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」（2016 年）

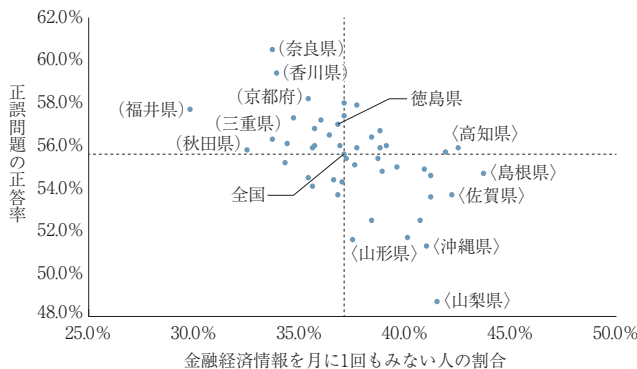
が見て取れる。金融教育を行う場として、家庭が補完的機能を有しているのであれば特段の問題はないと思われるが、「家庭で金融教育を受けた人」の割合は16.4%で42位にとどまり、全国19.8%に届いていない。本来であれば金融教育の一端を担うべき家庭でも、その機能を十分果たせていないことは明らかである。学校と家庭

図表 12 「学校で金融教育を行うべき」と思っている人の割合と正答率の関係



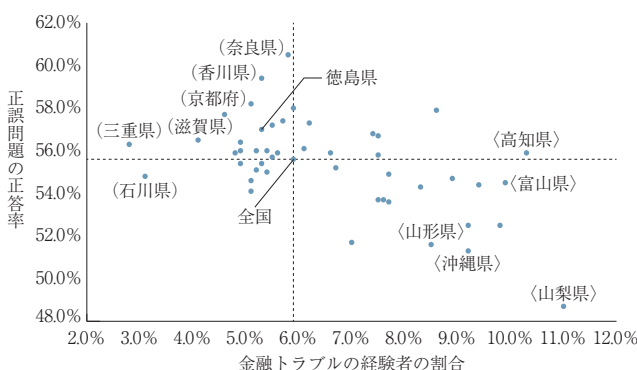
※各項目の上位を (), 下位を < > で示している。
資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016 年)

図表 13 金融経済情報を月に一度もみない人の割合と正答率の関係



※正答率の上位および金融経済情報をみない人の下位を (), 同下位および同上位を < > で示している。
資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016 年)

図表 14 金融トラブルの経験者割合と正答率の関係



※正答率の上位および金融トラブル経験者割合の下位を (), 同下位および同上位を < > で示している。
資料：金融広報中央委員会「金融リテラシー調査」(2016 年)

の両輪で金融教育を推進していく必要があり、大きな開拓余地があると言えよう。

「学校で金融教育を行うべき」と思っている人は、金融リテラシーを重要視していたり関心が高かったりすると考えられる。図表 12 は、「学校で金融教育を行うべき」と思っている人の割合と正誤問題の正答率の関係を示している。正誤問題の正答率が高い県は、金融教育を行うべきだと思っている人の割合が相対的に高いことが分かる。同じく、正答率が高い県は金融経済情報を月に一度もみない人の割合が相対的に低く、情報感度が高いと推察される(図表 13)。逆に正答率が低い県は、金融経済情報へ向けてアンテナを張っておらず、金融リテラシーを高めることの重要性を理解していない可能性がある。また、正誤問題の正答率が低い県は、金融トラブル経験者の割合が相対的に高くなることから、若年層のうちに金融リテラシーの重要性をきちんと認識しておくことが望ましい(図表 14)。金融教育の重要性への気づきを促すためにも、金融教育を受ける機会がより多く、より広く提供されることが望まれる。実際に金融教育を受けることで、金融リテラシー向上にかかる情報感度を磨き、その後のライフプランに好影響を与えることを期待したい。

2. 若年層の金融リテラシー

(1) 若年層の傾向

これまでにも述べたように、金融リテラシーの向上を図るうえで、金融教育を行うことは必要不可欠であり、金融教育の受講の有無によって、その後の金融とのかかわり方に大きな違いが生じてくることが分かっている。特に若年層においては、人生における三大支出を多くの人が控えている年代であるため、ここでは若年層に的を絞り、ニーズや傾向を探りたい。本稿で取り上げる若年層は、特別な記載のない限り、前出の「金融リテラシー調査」の区分を参考にし、学生と若年社会人の 18 ～ 29 歳を指すこと

図表 15 各年齢層に応じ習得すべきスタンダード

小学生	中学生	高校生
お金にかかわって徐々に経験・知識・技能を身に付ける段階。 買い物、こづかい、お年玉、手伝いなどの体験を通じて、お金や社会・経済に関心を持ち、主体的に考え、工夫し、努力する態度を身に付けるなど、<u>社会の中で生きていく力の素地を形成することが望まれる。</u>	経済や金融と生活のかかわりについて基礎的な理解を形成し、<u>将来の自立に向けた基本的な力を養う時期。</u> こづかい管理や買い物の経験も増え、行動が広がり、家計や生活設計について理解できる。 勤労や職業の意義を理解し、将来の生活についてもある程度具体的に構想できる。	<u>社会人として自立するための基礎的な能力を養う時期。</u> 生涯を見通した生活設計の重要性や社会的責任について理解できる。 経済や金融に関する学習と、実践的な学習を関連させ、「ひとり立ち」を展望できる状態に近づけたい。
大学生	若年社会人	
<u>社会人として自立するための能力を確立する時期。</u> 金融経済に関する理解を深めること、価値観を形成し自ら行動すること、社会的責任について自覚することが求められる。 お金が必要となる機会が増え、一人暮らし、アルバイト、カード等の利用も多くなる。<u>若年社会人と同様の金融リテラシーを身に付けることが望ましい。</u>	<u>生活面・経済面で自立する時期。</u>社会人としての責任も担いはじめる。 ライフスタイルや価値観は多様化しているが、貯蓄・資産運用、住宅資金、結婚資金などの具体的な知識や技能が必要になることが多い。	資料：金融経済教育推進会議「金融リテラシー・マップ」(2016 年)より抜粋

とする。

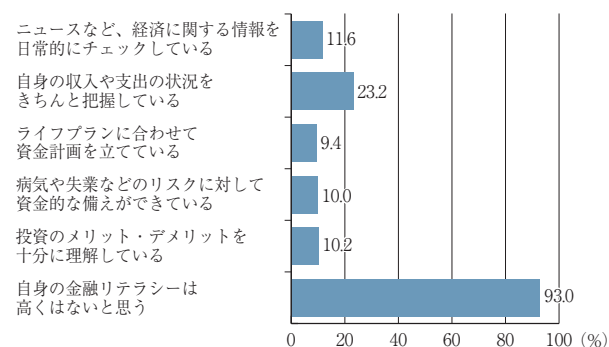
金融リテラシー・マップ(以下、マップ)には、若年層をさらに細分化した年齢層ごとに求められる能力や素養が示されている(図表 15)。マップには年齢層によって到達しておきたいレベルが表されており、目安として捉えることができるとともに、着実にステップアップしていくためのツールとして活用できる。学校などの教育現場に限らず、家庭で金融教育を行う際にも大いに参考となるだろう。しかしマップで示されている身に付けるべき金融リテラシーのレベルと、実際のレベルとの間には乖離が見られる。金融リテラシー調査では、若年層の正誤問題の正答率(42.9%)は全年齢の中で最も低い(図表 5)。これを学生(18～24 歳)と若年社会人(18～29 歳)に分類すると、40.8%と 44.6%となっており、マップで求められているレベルには届いていないと判断せざるを得ない。

2018 年 2 月に株式会社 Good Moneyger が 20 代および 30 代前半の男女 500 人(大学生・大学院生 200 人、会社員 300 人)を対象に「金融リテラシーに関するアンケート調査」を行っている。調査結果では、「自身の収入や支出の状況をきちんと把握している」という人の割合は 23.2%にとどまっており、約 8 割の人については自身の収支状況を十分に把握できていないと感じていることが明らかとなったほか、「自身の金融リテラシーは高くはない」と思っている人は 9 割を超えており、課題の大きさがうか

がえる(図表 16)。また、海外と比較したうえでの現状について「日本人の金融リテラシーの低さに対して問題だと感じる」人は 60.2%であった。つまり、約 4 割の人は問題意識を抱いていない、いわば無関心な層である。これは具体的なライフプランを考えるべき年齢である若年層にとって、資金計画を立てる際などの選択肢を狭めることにつながっていく。ライフイベントは不確実性が高いため、できるだけ多くの可能性に対応できるよう備えておくことは必須である。そのうえで、何か問題が起きた場合でもリカバリーがきく状況に導くための知識や情報などは、生きる力として身に付けておきたいものである。将来のための資産運用の重要性が指摘されるなか、当事者意識を醸成していくことは急務であろう。

2017 年 12 月には、MUFG 資産形成研究所が「金融リテラシー 1 万人調査」を行っている。調査対象は、企業規模 300 人以上の会社の勤務者

図表 16 金融リテラシーに関する意識・行動



資料：(株) Good Moneyger 「金融リテラシーに関するアンケート調査」

8,500 人および、公務員 1,000 人、専業主婦・主夫 500 人の合計 1 万人である。その中でも特徴のある 30 歳代以下(29 歳以下:670 人、30～34 歳:1,334 人、35～39 歳:2,114 人)の男女の傾向(他年代との相対的な比較)について、以下のような分析結果を公表している。

<若年層の男性の特徴>

- ・投資の実施比率が相対的に高く、自身のライフプランや経済社会、投資への学びの意欲も高いが、投資実施の目的が長期というよりも短期志向になる傾向がある。
- ・投資とは「中長期的な成長を享受すること」という考え方と、「少額でも長期に積立投資すること」の効果が確認されれば、投資家層としての拡大が見込める。
- ・インターネットやスマホアプリの使用率が高く、情報発信や手続きの媒体としての活用が望まれる。

<若年層の女子の特徴>

- ・自身のライフプランや投資に対する関心が高く、潜在的な学習意欲もあるが、投資の実施比率は相対的に低い。
- ・自身の金融知識の水準に自信を持っていない人の割合が高く、投資の検討をしない理由として、知識不足や損への不安などを挙げる人の割合が高い。
- ・投資への敷居を下げる要素として、損の気にならない程度の少額投資、安心できる商品、スマホ等の媒体を活用した手続きなどを挙げている。

このように、家計の資産分散には一定の理解があり、投資に対する関心が見られる。一方で投資をする人を増やすためには、不安を解消するような仕掛けやスマホを活用する仕組み作りなどが必要であり、金融リテラシーの水準に応じた対策を行うことが望まれる。

(2) 若年層が育った時代背景を考える

現在の若年層が生まれ育ってきた“平成”は、バブルが崩壊し、長く不況が続いた時代である。

世代の特徴を表現した名称では、「ゆとり世代」や「さとり世代」が該当する。どちらの世代に属する人も、IT 分野の進歩とともに成長しており、小学校在学中にコンピューターを導入した授業を受けるなど、幼少期から IT へのかかわりが深かったことが特徴である。また、平成生まれは華やかな時代を知らないまま社会に出ているため、堅実で安定した生活を求める傾向があると言われている。

(3) 若年層の金融リテラシー向上に必要なこと

(1)・(2)から総合的に考えてみると、若年層の金融リテラシーを向上させるためには少なくとも 2 つの視点が必要である。

1 つ目は、「安定志向の強さ」や「欲のなさ」、「高望みをしない」という特徴が指摘される世代であることから、ライフイベントごとに必要となる資金の具体的金額や、今後備えておくべきリスクへの対応策などを提示し、安心や安定を実現するために現実的に何をすべきなのか自覚を促す「不安解消」の視点である。不安を解消するためには金融リテラシーの向上が肝要であることへの気づきを促し、理路整然とした説明できちんと根拠を示すことが、若年層への対応として効果的ではないだろうか。2 つ目は、「IT を活用した知識習得」の仕組みや仕掛けづくりの視点である。IT へ親しみの深い年齢層だからこそ、対応の遅れは致命傷となり得る。最近では様々な家計管理アプリなどが開発されており、活用している人も少なくないため、金融リテラシー向上に寄与する機能が追加されれば、知識の底上げにつながる。さらに、金融商品の購入やカードの契約など非対面で行えることが増えれば、金融商品への敷居が下がり、選択肢の一つとして選んでもらえる確率が上がると思われる。その前提として、ニーズに合致した商品やサービスが必要であることは言うまでもないだろう。

以上の 2 つの視点は少なくとも必要であり、金融リテラシーの低さが将来のリスクにつなが

り、自らの可能性を狭めているという危機感を抱かせる取り組みが緊要である。

3. 徳島県の取り組み

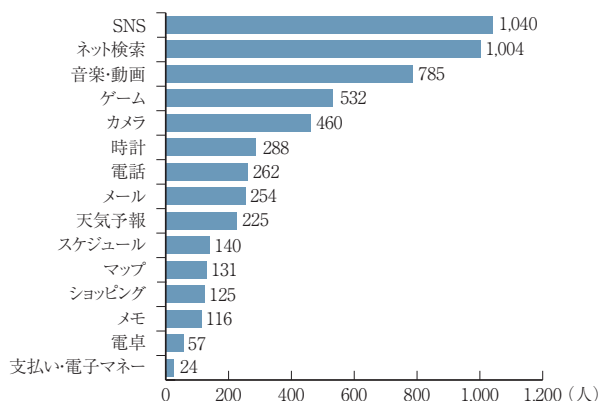
(1) 徳島の大学生の実態

―「企業と大学」のアンケート結果より

徳島大学は創立 70 周年記念事業の一環で、地域経済と大学をつなぐ月刊誌「企業と大学」を発行している。徳島県内の企業のトップと徳島大学の学長との対談や在学生による OBOG 訪問など、内容は多岐にわたる。コンテンツの中には在学生へアンケート調査を行う「はてナニ？」というコーナーがあり、興味深いアンケート結果が示されていたので紹介したい。

創刊号である 2018 年 11 月号の同コーナーのテーマは「今どきの大学生スマホ事情」、回答数は 1,321 人(男性 810 人、女性 511 人)である。設問の「スマホでよく使う機能(複数回答)」では、SNS (78.7%)が最も多く、次いでネット検索(76.0%)となっている(図表 17)。支払い・電子マネーと回答した学生は 1.8%と少ないものの、「よく使う機能」として挙げる学生がいることに注目したい。「使ったことがある機能」としての設問であれば、比率は高まるだろう。また、「スマホでの買い物経験がある学生」は約 8 割にのぼり、そのうち 15.6%は良く買っていると回答、「よく使う SNS アプリの種類(複数回答)」には LINE (94.1%)、Twitter (66.1%)、Instagram (38.0%)が上位に入ってい

図表 17 スマホでよく使う機能 (複数回答)



資料：徳島大学「企業と大学 創刊号」2018.11

る。さらに「テレビよりもスマホを見る時間が長い」学生は 65.0%であることから、若年層対策は、いかに「スマホ経由」できるかがポイントとなりそうである。

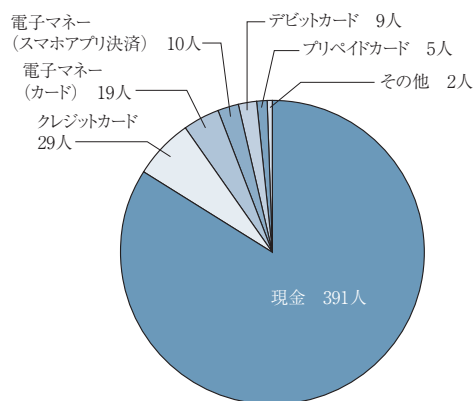
2018 年 12 月号では「知りたい！大学生のコンビニ活用術」(回答数 468 人、うち男性 280 人、女性 188 人)を調査している。「コンビニでの支払方法」については 8 割を超える学生が現金で支払っている一方で、クレジットカードやデビットカード、電子マネーなどの非現金を利用している学生が 15%ほどいる(図表 18)。

学生の実態として、スマートフォンと切っても切れない関係性であることは間違いない。その利便性を享受している反面、個人情報流出や詐欺といった相応のリスクにさらされていることを自覚するとともに、自身を守るためにも情報リテラシーと併せて金融リテラシーの向上を求めたい。

(2) 徳島県金融広報委員会の取り組み

徳島県金融広報委員会(以下、委員会)は、健全で合理的な家計運営のために金融広報中央委員会(以下、中央委員会、事務局：日本銀行情報サービス局)等と連携し、中立・公正な立場から暮らしに身近な金融に関する広報および消費者教育活動を行う団体であり、徳島県や四国財務局徳島財務事務所、日本銀行徳島事務所、金融経済団体などで構成されている。委員会の活動方針は、中央委員会の活動方針に即しており、2018 年度は「広めようお金の知恵～生きる

図表 18 コンビニでの支払方法



資料：徳島大学「企業と大学 創刊 2 号」2018.12

力、自立する力を高めるために」のスローガンのもと活動している。主な活動内容としては、金融教育に関するセミナーや金融機関見学会などの開催、金融広報アドバイザー^{※4}の派遣などである。

金融広報アドバイザーの派遣実績は、2016年度44件、2017年度49件であり、2018年度は1月22日現在41件となっている。件数は年度ごとに若干変動するものの、委員会事務局によると、派遣のニーズは高いという。また事務局の所見によれば、統計的なデータはないものの、徳島県の活動内容は他県と比較して、小学生などの子どもを対象にした取り組みが多い。これは、子どものころからの金融との関わりや意識付けが必要との考えであることに加え、保護者に行ったアンケートで「お金の使い方などをどのように教えていけば良いのか悩んでおり、イベントの開催はありがたい」といった声が上がっているからだ。家庭は金融教育の一端を担う場であり、お金に関わる倫理を教える場であるとの認識はあるものの、その方法に頭を悩ませている保護者は実はたくさんいるため、子どもを対象にした金融教育のニーズの高さを感じる。一方で事務局によると「中学生・高校生・大学生を対象としたイベントなどは不十分なところがある」という。なお、事務局を置いている県では、高校生を中心に若年者へ消費者教育の充実に向けた取り組みを行っていることから、今後両者がより一層連携することで、対象者の間口拡大につながると期待される。

※4 各地域で開催される金融経済に関する学習会や講演会の講師・助言者として、中立・公正な立場から正確でわかりやすい情報提供および広報活動を行う第一線指導者。徳島県では1月22日現在、6人の金融広報アドバイザーが活動している。

4. 今後の課題と展望

(1) 環境の変化

日本人の平均寿命は延び続け、厚生労働省によると、男性81.09歳、女性87.26歳(2017年)となっており、「人生100年時代」という言葉も定着しつつある。長寿化に伴い、資産形成や金融トラブルの防止策などがこれまで以上に課題になってくることに加え、2022年4月からの成人年齢が18歳に引き下げられ、ローンやクレジットカードの利用の裾野が広がる。こうした法改正なども相まって、金融リテラシーの向上は喫緊の社会的課題であり、中でも若年層への啓蒙活動が急がれる。

また、2016年1月にはジュニアNISA(未成年者少額投資非課税制度)が開始されたほか、2017年にはiDeCo(個人型確定拠出年金)の対象者の拡大、2018年1月にはつみたてNISA(積立型少額投資非課税制度)が始まるなど、資産形成手段が充実してきた。これらの制度は税制優遇効果が期待でき、中長期的な投資にメリットがあるため、子育て世代をはじめとする若い世代への利用促進が行われている。

さらにこのところの決済方法の多様化は顕著であり、キャッシュレスが台頭してきた。日本は海外と比べ政策的に遅れていると言わざるを得ないものの、外国人観光客の増加や東京オリンピック・パラリンピックの開催、2019年10月に予定されている消費増税を契機にキャッシュレスの動きが本格化すると考える。現金からキャッシュレスへの移行にはマインド的な障壁があると思われるが、政策的に推進されることで徐々に利用者が増加していくだろう。

このように、法改正や制度の充実など、環境の変化が目まぐるしく、対応する企業や個人の負担は大きい。知識の有無で不利益を被る可能性が高くなっており、金融リテラシーの底上げや情報発信など、ますます重要性が増している。

(2) 官民の役割

金融リテラシー向上を目指すうえで、官民それぞれに役割があり、双方がうまく機能することが肝要である。

官の役割として、教育機関での金融教育の充実や各種セミナーの開催などが挙げられる。広く情報を発信することも役割の一つであるが、きちんと伝わっていない部分も多いと思われる。本来であれば、能動的にセミナーに参加する人だけでなく、これと言って金融や経済に興味がないという人にも、ある程度の知識を身に付けてもらう必要がある。「興味がある人」にとっては受信しやすくとも、その他の人には届かない情報では、いつまでたっても金融リテラシー向上は望めない。現実的に全ての人に情報を届けることは困難であっても、セミナーなど学びの機会へのアクセスを増やすことが処方箋となる。また情報の一元化を目指すため、お金にまつわるポータルサイトを作り(または既存のサービス内容の体系化を図り)、情報の錯綜を解消する必要がある。その際は、スマートフォンからのストレスのないアクセスも併せて検討すべきである。

民の役割としては、従業員に対して企業内研修を徹底することが求められる。企業ごとに保険や年金に関する研修やライフプランセミナーを行うことで従業員の金融リテラシー向上に貢献する。従業員が知識を付けることで、金融トラブルに巻き込まれるリスクが軽減されるといった生活の安定につながると考えれば、企業側にも十分にメリットがあるだろう。従業員への対応に加え、金融機関や証券会社などには、各種ローンや保険、投資信託などを販売する立場から、金融教育の強化・徹底をし、金融リテラシー向上を目指した取り組みを求めたい。取り組む

際の注意点として、コンプライアンスの視点も重要になるほか、各商品のPRに終始する内容とならないようにする点が挙げられる。消費者の金融に対する知識向上を図ることが健全な個人消費へとつながり、日本経済の活性化に向かう。このような好循環を生むといった広い視点を持ち、積極的な取り組みを期待したい。

おわりに

金融リテラシーについて、日本は未だ発展途上である。しかし金融商品の多様化・複雑化や、投資の裾野拡大、フィンテックの台頭、人生100年時代、法改正など、環境の変化は目まぐるしい。そのため金融経済の知識が必要となる場面は、格段に増えている。

金融リテラシーの向上のためには、官民に求められる役割は大きいほか、個々人の継続した自己研鑽は欠かせない要素である。高齢者、勤労世代にかかわらず、全ての人が自分事と自覚し、今より少しでも高くアンテナを張ってもらいたい。とりわけ若年層の金融リテラシー向上は喫緊の課題であると捉え、学校教育や家庭、地域など官民連携した対応策を講じることが望ましい。

次回「金融リテラシー調査」が行われた際には、徳島県はもとより日本全体の金融リテラシーが向上し、海外に引けを取らない水準に達していることを期待したい。本稿が人生100年時代において自身の資産運用のあり方を見直し、金融リテラシーを考えるきっかけになれば幸いである。

最後に、本稿をまとめるにあたり、取材へのご協力や多くのアドバイスをいただいた関係者の方々に、改めて心から感謝申し上げます。

〈参考資料〉

- ・金融経済教育推進会議「金融リテラシー・マップ」2016.1
- ・金融広報中央委員会「『金融リテラシー調査』の結果」2016.6
- ・金融財政事情研究会「KINZAI ファイナンシャル・プランNo.385」2017.3
- ・金融ジャーナル社「月刊金融ジャーナルNo.750」2018.10
- ・徳島大学「月刊企業と大学 2018 年 11 号、2018 年 12 号」2018.11、2018.12