

## 金融教育の経験・満足度ともに日本の大学生は米国の1/2

### 日本の大学生の生活設計力の欠如が明らかに

#### Visa、大学生のキャリア形成をサポートする金融教育プログラムへの取り組みを発表

ビザ・ワールドワイド(以下:Visa、代表取締役:岡本和彦、所在地:東京都千代田区)は、日米在住の大学生 657 名(日本 312 名、米国 345 名)に対して、金融教育および金融分野に関する情報や知識に関する意識や実態について調査を実施しました。

Visa からの委託により、調査会社である株式会社シタシオンジャパンが、2012年3月に日米の大学生に対し実施した調査によると、小・中・高等学校のいずれかで金融教育を受けた経験があると回答した大学生は、日本の大学生が 39.7%(124 名)に対し、米国の大学生は 72.2%(249 名)であり、約 2 倍の差があることが明らかになりました。また、金融教育経験者に対し、金融教育は役立っているかを聞いたところ、役立っている(「役立っている」、「少しは役立っている」と)の回答は、日本は 34.6%、米国は 69.4%であり、満足度も米国の半分でした。日本において、金融教育は、ここ 10 年、高等学校の必須科目である公民科や家庭科の教育に組み込まれるようになったにも関わらず、今回の日本の調査対象者である大学生においては、自身の生活基盤を整えるために必要な知識の習得の機会として捉えられていないという結果が得られました。

2010年に国民生活センター<sup>\*1</sup>の相談窓口寄せられた売買契約の当事者からの相談を、年齢別件数の推移で見ると、20代未満は、対前年(2009年)比 44ポイントアップ、20代は前年比 14ポイントアップとなっています。

金融教育に詳しい横浜国立大学教育人間科学部の西村隆男教授は、次のように述べています。「PBS(プランニング・バジェットिंग・セービング)から構成される金融リテラシー<sup>\*2</sup>は、生活設計をする上で重要かつ必要不可欠です。しかしながら、普段学生と接して感じることは、金融リテラシーがなくても、生活は出来るし、金銭的被害や詐欺などに自分は遭わないと思込んでいる傾向が強いことです。しかし、実際には、就職用スーツのマルチ販売のトラブルに巻き込まれた学生がいることも聞いています。このようなトラブルは、学生が、金融商品やサービスの購入に対するリスクマネジメントを含む金融リテラシーに欠けていることによるものと考えられます。」

今回実施した調査において、日米の大学生の金融リテラシーに対する意識が、3つのポイントにおいて大きく異なることがわかりました。

#### 【ポイント 1】 自分の生活設計のための行動を起こしていない日本の学生(グラフ 1 参照)

- 日本の学生は、「情報をどのように入手していいかわからない(38.1%)」、「考えるには早すぎる(21.5%)」、「難しいので、考えないようにしている(13.1%)」、「知らなくても生活していけるので調べていない(8.0%)」と回答し、約 8 割が金融リテラシーの「PBS」に対して、情報すら集めていない。
- 米国の学生は、「分かり易い情報が提供されていない(29.9%)」、「情報を収集していて、内容も満足している(25.8%)」と回答し、約 5 割が、金融リテラシーの情報収集など、積極的に行動を起こしている。

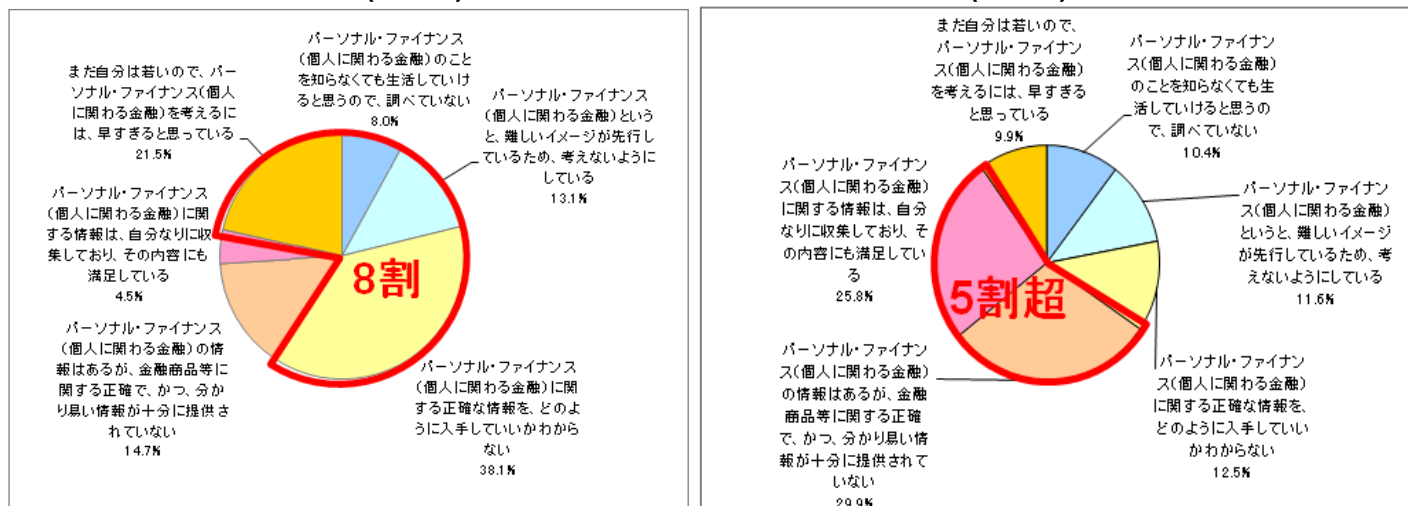
<sup>\*1</sup> 出典:国民生活センター発行「消費生活年報 2011」

<sup>\*2</sup> 金融リテラシーとは、プランニング(Planning・必要な資金の計画を立てる)、バジェットिंग(Budgeting・必要な資金を予算組みする)、セービング(Saving・必要な資金を得るための方法)の 3つの要素、「PBS(プランニング・バジェットング・セービング)」から構成される重要な知識です。個人のライフプランを賢く遂行するためには、計画の立案と実行が必要であり、それを支えるのが金融リテラシーであるといえます。

【グラフ 1: 生活に対する計画を立てること、その予算や貯蓄に関する知識や情報に関し、あなたの考え方に近いものを選んでください】

【日本(n=312)】

【米国(n=345)】

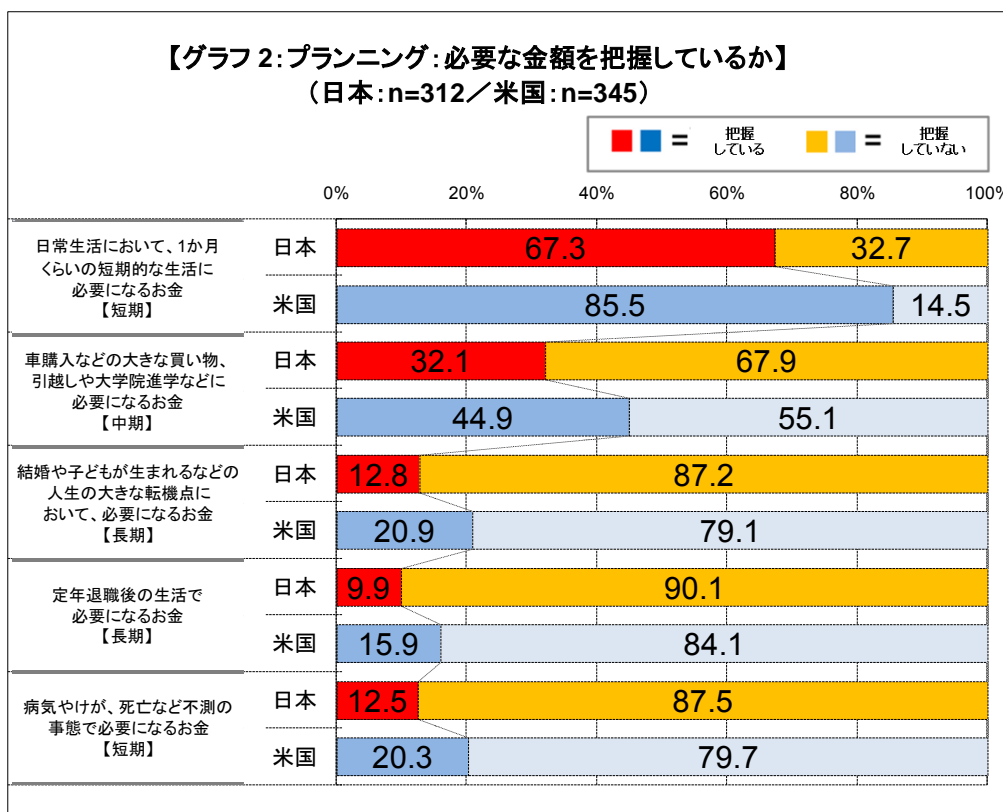


【ポイント 2】 1ヶ月の収支管理が甘く、わずか約 3 割しか予め貯蓄額を決めていない日本の学生

- 日本の学生は、約 9 割が収入は把握していると回答しているものの、支出の把握は約 7 割に留まり、収入と支出の把握にギャップあり。米国の学生は、約 6 割が収支ともに把握していると回答。
- 日本の学生の 83.0% (259 名)、米国の学生の 79.7% (275 名)が、貯金をしていると回答。貯金方法としては、予め貯蓄する金額を決める人の割合が、米国の学生が 55.6%、日本の学生は 37.5%と、18.1 ポイントの差。

【ポイント 3】金融リテラシー「PBS」において、生活設計で最も重要な必要資金のプランニングが、短・中・長期いずれも低い日本の学生(グラフ 2 参照)

- 日本の学生は、米国の学生と比べると、短・中・長期のプランニングいずれの場合も必要金額を把握していない。日本の学生と米国の学生の差は、プランニングで、日本の学生はマイナス 10.6 ポイント\*3。なお、バジェットイングでは、日本の学生がプラス 5.7 ポイント、セービングでは米国の学生に比べマイナス 0.6 ポイント。



\*3 日米の短・中・長期のプランニングに関する 5 項目(グラフ 2 参照)の平均数値の差を示しています。

## Visa が西村先生の協力のもと、日本での大学生向け包括的な金融教育プログラムへの取り組み開始

西村隆男教授は、大学生における金融教育の必要性について次のように述べています。

「生活力の一部でもある金融リテラシーが欠如していることは、リスク分散・資産運用能力が不足し、将来にわたる生活設計に支障をきたすこととなります。現在、自立して持続的に経済活動を営むために必須な能力として、『金融教育の推進』が中・高等学校の授業では取り入れるようになってきています。しかしながら、大学における実施はまだ一部の学校や学部にとどまっている状況です。日本の将来を支えていく責任ある社会人となるために、キャリアを形成していく上でも、また、国際競争力を伴った日本人となるためにも、大学における『金融教育』を充実させていくことは非常に重要な取り組みと考えています。」

Visa では、グローバルで金融教育の推進活動に取り組んでおり、日本においても、生活に対する感性を高めていく取り組みが重要と考えています。Visa は、西村教授のご協力の下、「PBS」を柱にしつつ、自ら決定したことに伴うリスクへの対応能力を高め、安定した生活基盤設計、自身のキャリアを形成する上でのスキルアップにつながる知識や理解の習得を可能とする包括的な金融教育プログラムの作成に取り組んでいきます。

### 【調査概要】

調査実施会社:	株式会社シタシオンジャパン
調査名:	「金融教育に関する日米大学生アンケート」
実査期間:	日本:2012年3月19日~3月21日 米国:2012年3月16日~3月27日
調査方法:	インターネット調査
調査対象:	日本および米国在住の大学生計 657 名 (日本 312 名 - 男性 156 名/女性 156 名、米国 345 名 - 男性 168 名/女性 177 名)

###

### ビザ・ワールドワイドについて

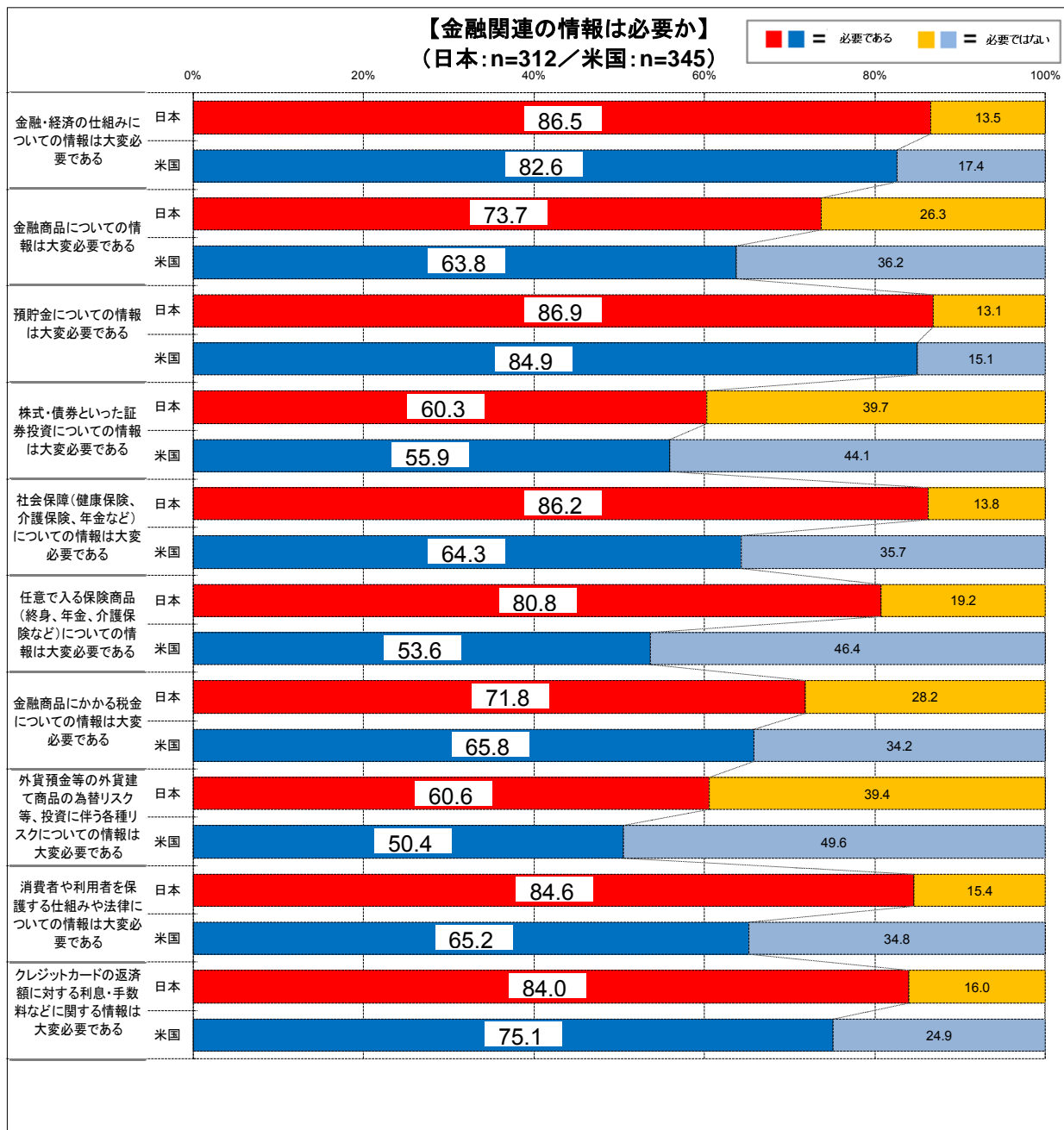
ビザ・ワールドワイド(以下、Visa)は、世界規模のペイメントテクノロジーを提供する企業です。世界の 200 以上の国と地域において、現金・小切手の代わりに電子通貨を利用することを可能にし、消費者、企業、金融機関、政府機関を結ぶ役割を果たしています。毎秒 2 万件を越す取引を処理できる VisaNet は世界でも最先端の情報処理ネットワークで、電子通貨の基盤であると同時に、消費者を詐欺や不正行為から守り、加盟店への確実な支払いを可能にしています。Visa の事業の特色として、カード発行、融資、会費や利息の設定を消費者に直接行わないことが挙げられます。Visa は取引先金融機関を通じて、デビットカードによる即時決済、プリペイドカードによる事前決済、クレジットカードによる事後決済といった多彩な選択肢を提供しています。詳しくは [www.corporate.visa.com](http://www.corporate.visa.com) (英語サイト) または [www.visa.co.jp](http://www.visa.co.jp) (日本語サイト) をご覧下さい。

【調査データ】

金融教育に関する日米大学生インターネット調査

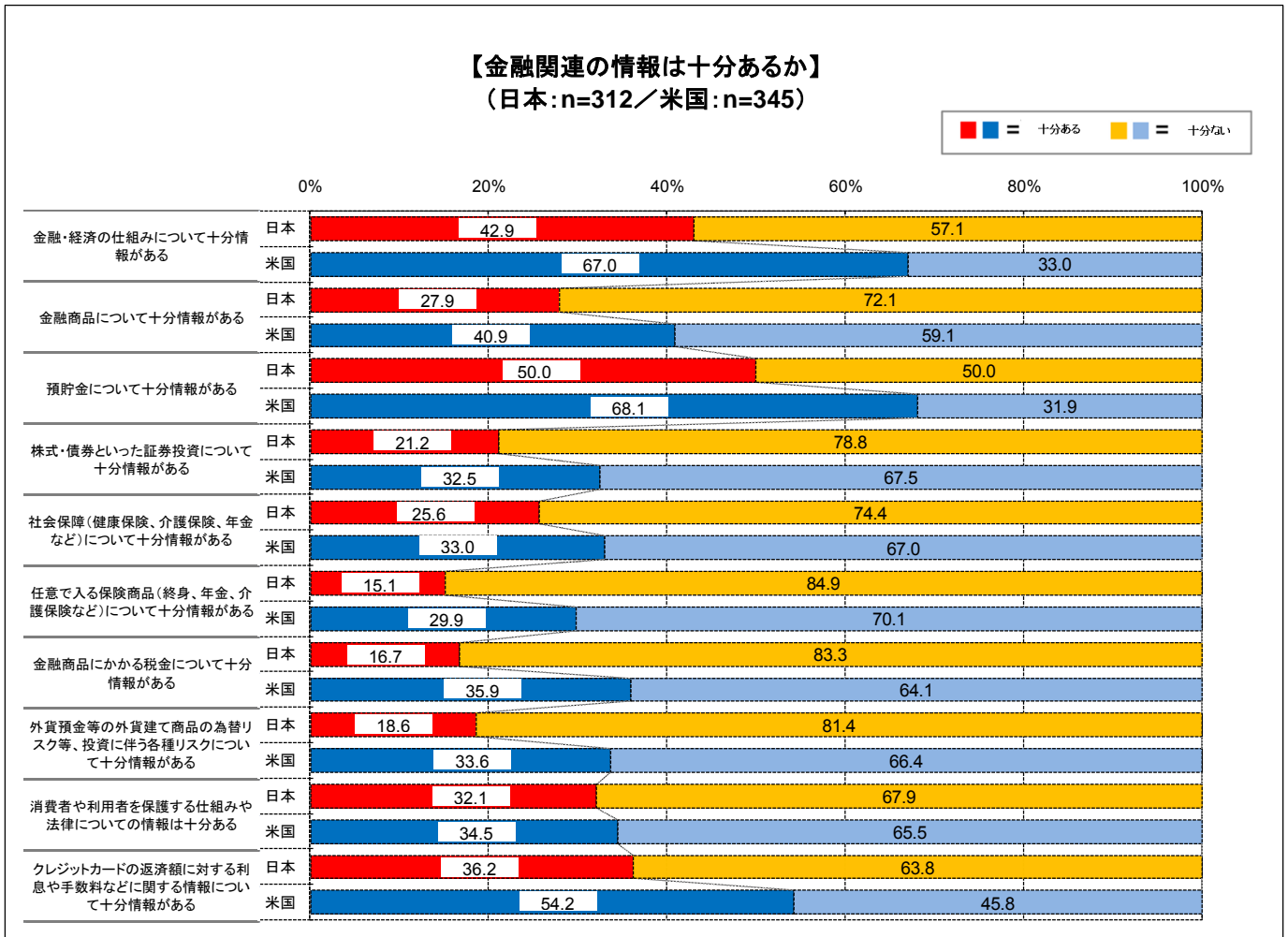
(1) 金融関連および金融リテラシーの情報や知識は必要か

・日本は 77.5% (10 問平均)、米国は 66.1% (10 問平均) が、必要と回答。



**(2) 金融関連および金融リテラシーの情報は十分あるか**

・日本は、十分情報がある:28.6%に対し、情報が無い:71.3%(10問平均)という結果。

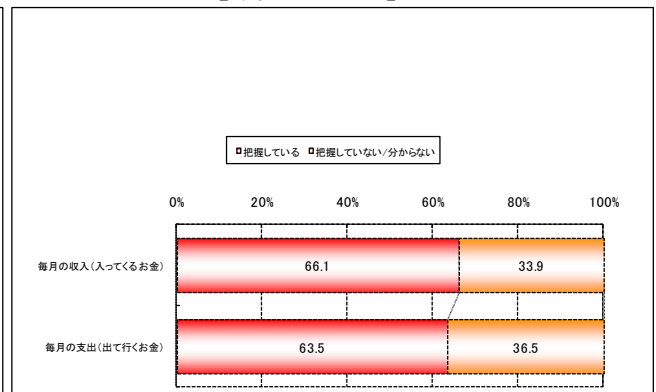
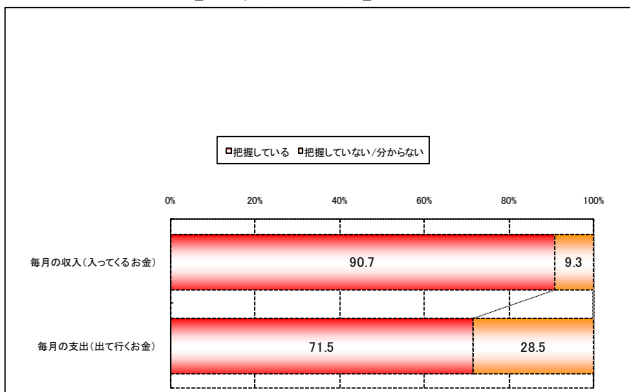


**(3) 1ヶ月の収支の管理**

・日本は、収入は9割が把握しているが、支出の把握は7割に留まり、ギャップが大きい。

【日本(n=312)】

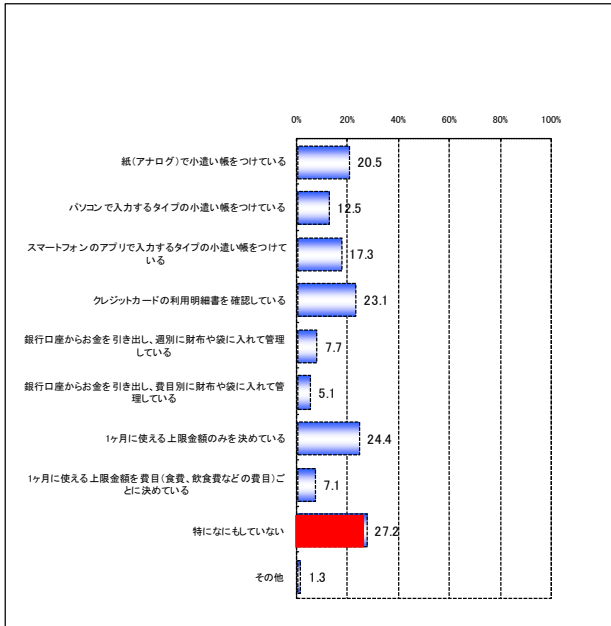
【米国(n=345)】



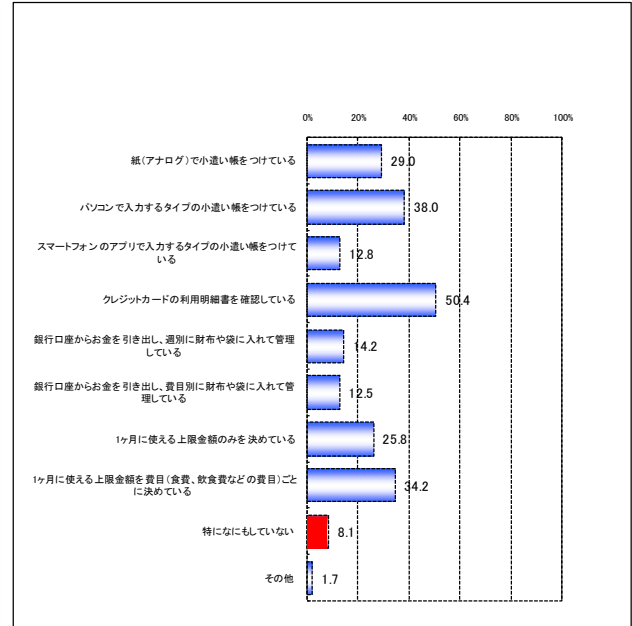
#### (4) 1ヶ月の生活費の把握方法

- ・日本の1位は、「特になにもしていない」が27.2%。
- ・何らかの方法で把握していると回答した割合は、「スマートフォンのアプリで小遣い帳をつける」を除き、日本はすべての方法で米国を下回っている。

【日本(n=312)】



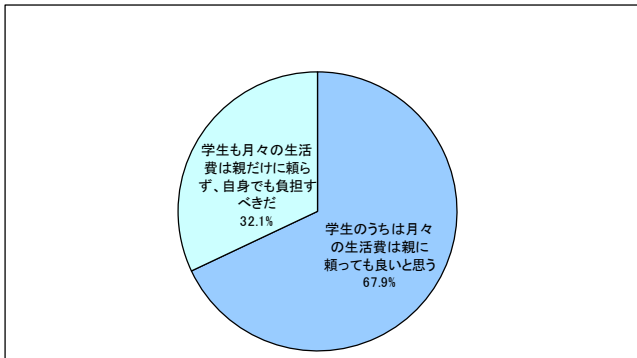
【米国(n=345)】



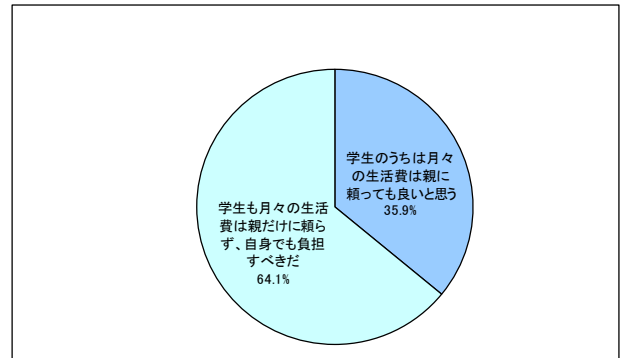
#### (5) 生活費に対する考え方

- ・日本は、学生のうちは月々の生活費は親に頼っても良いと思っている割合が87.9%と非常に高い。

【日本(n=312)】



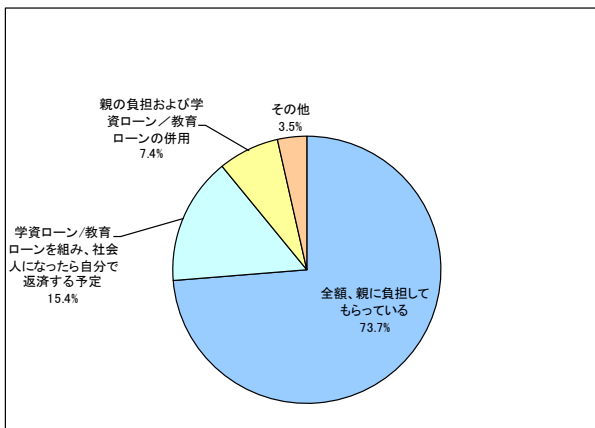
【米国(n=345)】



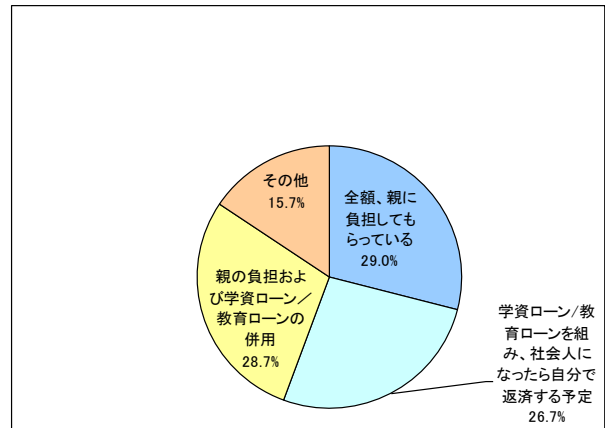
#### (6) 学費の授業料の支払方法

- ・日本は、「全額、親に負担してもらっている」が73.7%とトップ。

【日本(n=312)】



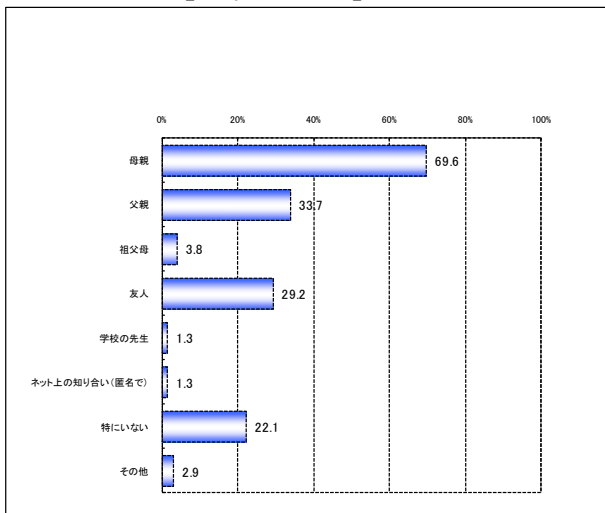
【米国(n=345)】



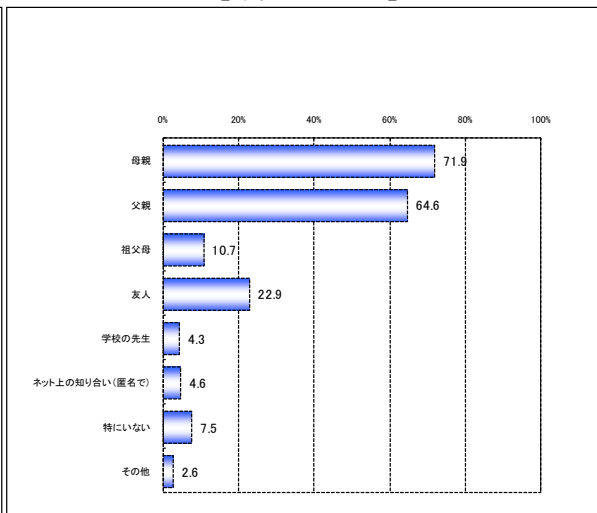
(7) お金や貯蓄に関して誰と話すか

・日本は、「母親と話す」が 7 割。父親はわずか 3 割強。

【日本(n=312)】



【米国(n=345)】



【調査概要】

調査実施会社: 株式会社シタシオンジャパン  
 調査名: 「金融教育に関する日米大学生アンケート」  
 実査期間: 日本:2012年3月19日~3月21日  
 米国:2012年3月16日~3月27日  
 調査方法: インターネット調査  
 調査対象: 日本および米国在住の大学生計 657 名  
 (日本 312 名 - 男性 156 名/女性 156 名、米国 345 名 - 男性 168 名/女性 177 名)

###

ビザ・ワールドワイドについて

ビザ・ワールドワイド(以下、Visa)は、世界規模のペイメントテクノロジーを提供する企業です。世界の 200 以上の国と地域において、現金・小切手の代わりに電子通貨を利用することを可能にし、消費者、企業、金融機関、政府機関を結ぶ役割を果たしています。毎秒 2 万件を超す取引を処理できる VisaNet は世界でも最先端の情報処理ネットワークで、電子通貨の基盤であると同時に、消費者を詐欺や不正行為から守り、加盟店への確実な支払いを可能にしています。Visa の事業の特色として、カード発行、融資、会費や利息の設定を消費者に直接行わないことが挙げられます。Visa は取引先金融機関を通じて、デビットカードによる即時決済、プリペイドカードによる事前決済、クレジットカードによる事後決済といった多彩な選択肢を提供しています。詳しくは [www.corporate.visa.com](http://www.corporate.visa.com) (英語サイト) または [www.visa.co.jp](http://www.visa.co.jp) (日本語サイト) をご覧下さい。

## 日本における消費者教育および金融教育推進にむけての最新動向

### ■消費者庁の取り組み

平成22年3月に閣議決定された消費者基本計画に基づき、「これまでに蓄積された研究・実践の成果を生かして小学生から大学生、そして成人に至るまでの多様な消費者教育を連携して体系的に進める体制を確立」するため、関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者等をメンバーとする消費者教育推進会議を、平成22年11月より開催し、消費者教育の推進の検討をしています。具体的には、以下の事項を検討しています\*1。

(1) 学校教育における消費者教育を推進するための方策

- ① 新しい学習指導要領を踏まえた学校における消費者教育の推進・支援方策
- ② 大学における消費者教育の推進・支援方策
- ③ 教育委員会及び学校と消費者教育にかかわる多様な関係者との連携方策

(2) 地域における消費者教育を推進するための方策

- ① 社会教育における消費者教育の推進・支援方策
- ② 消費者教育への参加者の増加策
- ③ 特定層(例えば高齢者)ごとの消費者に対する消費者教育の進め方
- ④ 効果的に消費者教育を行うための各主体の連携方法

(3) 関係省庁が行う消費者教育を推進するための方策

個別分野(金融、環境等)における消費者教育を推進するために、関係省庁が実施する施策の進め方

また、消費者教育推進会議においては、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を目指します。

社会教育における指針を各省庁で共有し普及させるなど施策の推進を図るとともに、関係省庁の消費者教育についての知見を共有しつつ、関係省庁が作成する消費者教育用教材や取組等の体系化を推進します。さらに、消費者教育に関する法制の整備について検討を行っています。

### ■文部科学省の取り組み

・平成22年度に大学等及び地方公共団体における消費者教育の取り組み状況の調査を実施

調査報告書 URL: [http://www.mext.go.jp/a\\_menu/ikusei/syouthisha/](http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/)

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/ikusei/syouthisha/detail/1306390.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/detail/1306390.htm)

・同じく、平成22年、有識者、消費者行政関連者等からなる「消費者教育推進委員会」を設置し、大学等及び社会教育における消費者教育推進の際の参考となる「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」を作成。

### ■「消費者教育推進法」を今通常国会(平成24年度)へ議員提案

2012年3月15日、「消費者教育推進法」の今通常国会(平成24年通常国会)への提出を検討している、民主党、自由民主党、公明党の実務者が、消費者教育推進法の骨子に合意しました。日本において、消費者教育の推進を後押しする背景としては、金融関連の契約トラブル(架空の投資、未公開株や社債の勧誘など)の被害額が増加\*2していることも挙げられています。また、消費者教育推進法では、消費者が自らの身を守る知識を習得するとともに、自ら商品やサービスを選択する自主性の育成も目指しています。

なお、「消費者教育推進法」では、小・中・高等学校および大学、また地域にて、消費者が学ぶ機会を得られるために、国と地方自治体は必要な施策を打つこと、また、企業が消費者教育に協力することを求める方針です\*3。

###

### ビザ・ワールドワイドについて

ビザ・ワールドワイド(以下、Visa)は、世界規模のペイメントテクノロジーを提供する企業です。世界の200以上の国と地域において、現金・小切手の代わりに電子通貨を利用することを可能にし、消費者、企業、金融機関、政府機関を結ぶ役割を果たしています。毎秒2万件を超す取引を処理できるVisaNetは世界でも最先端の情報処理ネットワークで、電子通貨の基盤であると同時に、消費者を詐欺や不正行為から守り、加盟店への確実な支払いを可能にしています。Visaの事業の特色として、カード発行、融資、会費や利息の設定を消費者に直接行わないことが挙げられます。Visaは取引先金融機関を通じて、デビットカードによる即時決済、プリペイドカードによる事前決済、クレジットカードによる事後決済といった多彩な選択肢を提供しています。詳しくは [www.corporate.visa.com](http://www.corporate.visa.com) (英語サイト) または [www.visa.co.jp](http://www.visa.co.jp) (日本語サイト) をご覧下さい。

\*1 出典: 消費者庁消費者制度課「消費者教育推進会議について」

\*2 2010年度に国民生活センターに寄せられた相談において、契約・購入金額の合計は、約6,985億円で、2010年度より6.4%増加しました。さらに、既支払い金額の合計は、約2,429億円で、対前年度比20.2%と大幅に増加し、過去最高額となりました。国民生活センターは、相談総件数が減少傾向にある中で、契約・購入金額、および既支払い済み金額が増加している理由としては、「公社債」、「ファンド型投資商品」、「株」など、平均契約金額が高額な金融商品に関する相談件数が増加したとしています。

\*3 出典: 朝日新聞 2012年3月16日朝刊