

資産形成の為の金融教育

～より実効性のある投資教育を目指して



令和3年10月4日
株式会社資本市場研究所きずな

金融教育の全体像について

個人の金融資産において預貯金が半数以上を占める状況は、貯蓄から投資への政策推進が進められている20年来変わっていない。しかし、高齢化して成長力が鈍化した社会において、国策として個々人の老後資金を含めた資産形成には投資を中心とした自助努力を促していきたいので、その為に個人の金融リテラシーを向上させる金融教育が政策として求められている。政府・地方自治体から各金融関係の業界団体、個々の企業が支援する学校教育から社会人・高齢者層まで及ぶ広範囲の金融教育が取り組まれている。

実際は、金融経済団体、報道機関、消費者団体等の各代表等、学識経験者、日本銀行副総裁で構成され、金融庁をはじめとする関係当局の局長等、日本銀行理事が参与として参画する「金融広報中央委員会」が業界横断的ネットワークを作りながら金融教育を推進してきている。そのうち学校教育については、学習指導要領改訂で金融経済教育として取り込まれており、株式会社の仕組み、直接

金融や間接金融などの金融の仕組みや働き、金融の自由化・国際化等、金融に関する環境の変化について教育が求められている。

一方、実際の投資行動に繋がる一般への投資教育については、金融関係の各業界団体がる預金、株式、投資信託、保険といった個別の金融商品やその社会的意義についての説明、資産運用や投資知識の向上のためのセミナー・出張講座、投資や資産運用について意識の啓発を図るイベント等様々な取り組みを行っている。このほか、各地の様々な市民グループ等において、主婦や金融機関のOB等のイニシアティブで、金融商品の仕組みやライフプランの立て方等、それぞれの関心にあわせた自主的な学習も行われている。

2013年4月に金融庁の金融経済教育研究会において報告書が纏められて、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は、(a)家計管理、(b)生活設計、(c)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、(d)外部の知見の適切な活用、の4分野(15

項目)に整理された。これを受けて、金融広報中央委員会では金融経済教育推進会議を設置(2013年6月)、以降16回の検討会議が実施されている。最低限身に付けるべき金融リテラシーを、年齢層別に体系的かつ具体的に記した「金融リテラシー・マップ」は、同会議で2014年6月公表(2015年6月改定)された。また2019年3月に、「大学1コマ90分講義で使えるモデル講義資料」を念頭に、金融リテラシー啓発用共通教材「コアコンテンツ」の策定・公表している。

2020年12月には、金融経済教育活動のデジタル化の推進に向けた取組みも検討されている。

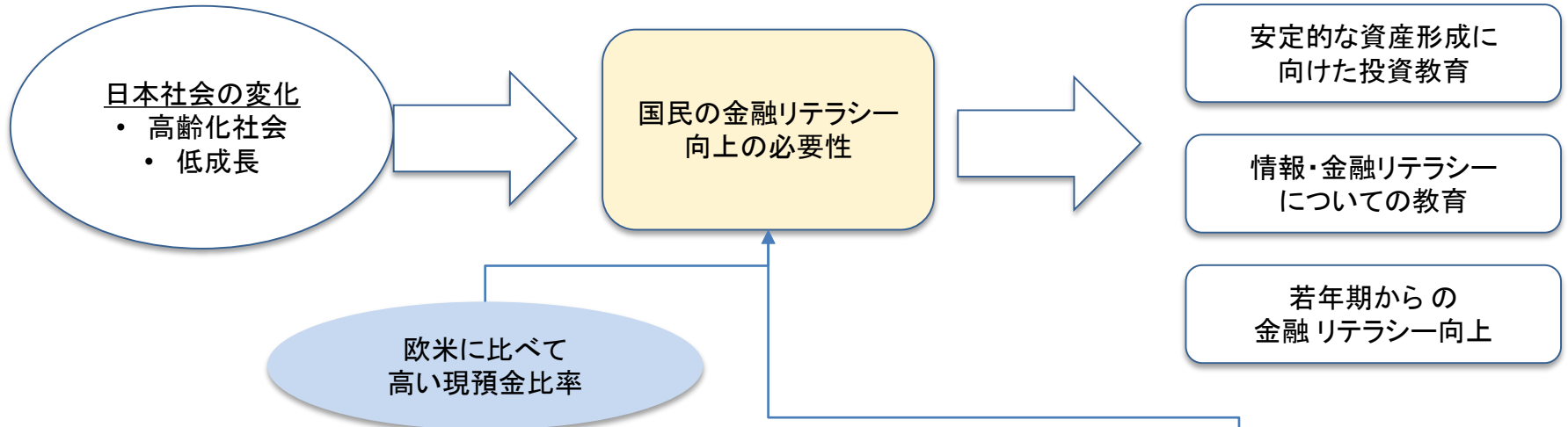
なお、金融広報中央委員会により全国2.5万人を対象に実施された「金融リテラシー調査2019年」から、金融庁は国際的にみても、日本の金融リテラシーの水準は決して高いとは言えない状況(特に、「複利」、「インフレ」、「分散投資」)としており、今後の金融経済教育の推進・拡充として、

○個々のニーズを踏まえた、安定的な資産形成に向けた投資教育

○デジタルライゼーションの進展を踏まえた、情報・金融リテラシーについての教育

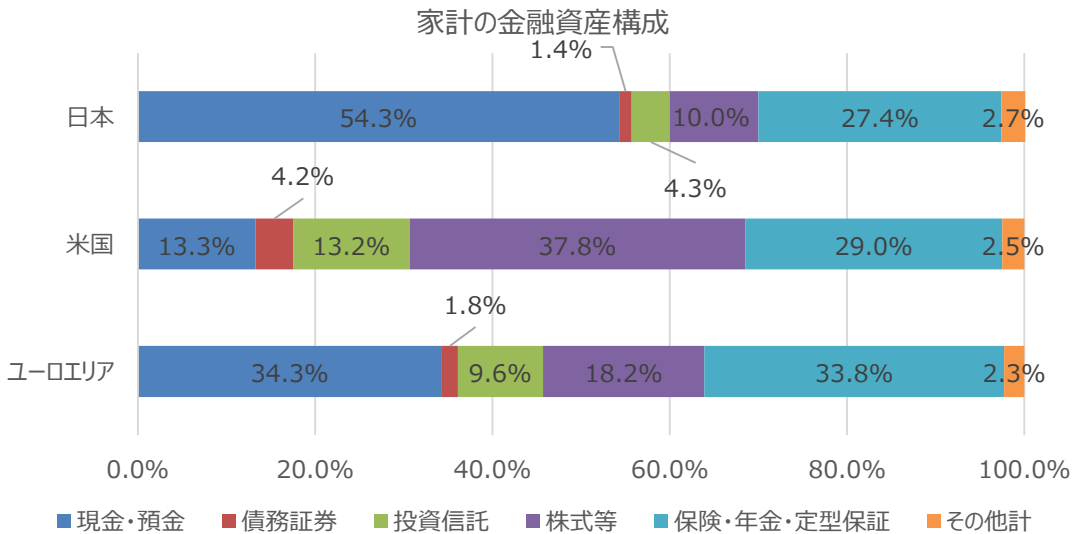
○成年年齢の18歳への引下げ(2022年4月予定)を踏まえた、若年期からの金融リテラシーの向上を上げている。

金融教育推進の概観



欧米に比べて高い現預金比率

欧米に比べて高くない金融リテラシー



金融リテラシー調査(2019)
 特に、「複利」、「インフレ」、「分散投資」がOECD調査(2016)などに比べて低い

※日本銀行「資金循環の日米欧比較（家計の金融資産構成）2020年3月末現在値」より

投資の現場における教育について

公正・中立な立場から長期的・継続的に証券知識の普及・啓発を図ることを目的に、学校における金融経済教育に役立つ各種学習教材の提供、一般消費者向けのセミナーや講演会の開催等、多岐にわたり活動している共同事業として「証券知識普及プロジェクト」が日本証券業協会、投信協会、各取引所などで取り組まれている。日本取引所グループや大手証券会社などでも、学校教育向け投資教育関連情報から実際の投資行動を支援する為の情報提供を行っている。

実際に個人が資産形成の為に投資を行うについては、次の様なプロセスが考えられる。

1. 個々のライフプランに合わせて、老後資金や住宅・教育資金など投資目的を設定する。
2. NISAやつみたてNISA、iDeCoなど確定拠出年金制度などの利用や、預金から投資商品へのシフトなど個々の将来資産ポートフォリオを想定しながら投資手段を

決定する。

3. リスク許容度に見合った投資商品を検討し、具体的な投資商品を選択する。
4. 証券会社や金融機関などで実際の投資商品を買付ける。
5. 投資商品を買付けた後、投資商品の運用状況を確認し、投資目的に合わせて定期的に投資資産全体のポートフォリオも見直す。
6. 必要に応じて、運用資産の入替えを行う。

上記を投資教育上の情報提供の視点で見ると、1.は学校教育から一般向けの投資教育として必要とされており、2.については、非課税投資制度や確定拠出年金制度などの制度情報が中心となる。具体的な投資行動となる3.以降については、個々人のリスク許容度に関する考え方、具体的な投資手法や投資商品情報、どの様なタイミングが望ましいかを判断する為の市況や経済環境などの投資環境情報も求められている。大手証券会社や金融機関のみならず、中堅・地方証券会社などにおいても、取引所や協会などとの協働でセミナーや投資家向け情報提供を

行うことで、投資教育の一端に参加している。

実際の投資教育を行う方法としては、セミナーやグループミーティングなどの実施、webサイトにおける関連コンテンツの提供、SNSを利用した動画の配信などがあるが、新型コロナウイルス禍もあって過去1年半ほどは対面を前提とするセミナーは殆ど実施されていない。この代替としては、一部がwebセミナーとして実施されているものもある。また、この様な状況からYouTubeなどで視聴可能な動画での投資教育コンテンツが整備・強化されており、大手証券会社などでもアーカイブとして外部からのアクセスを可能としている。なお、現在は停止されているセミナーなどの対面の投資教育は、証券会社などの新規顧客開拓にも利用されており、デジタルコンテンツを一方方向で提供するよりは投資教育効果が実感できるとされているので、新型コロナウイルス禍終息後は、復活すると見込まれる。また、投資教育コンテンツのスマホ対応も始まっているが、現時点では旧来の資料へのアクセスが中心で、コンテンツ自体のスマホ対応はこれからの取組みではないかと思われる。

個人の資産形成の為の投資教育

個人の資産形成の為の投資

ライフプラン
に合わせた
投資目的の
設定

投資手段
の選択

リスクに見
合った投
資商品の
選択

投資商品
の買付

資産ポー
トフォリオ
の見直し

運用資産
のリアライ
メント

学校教育

投資手
法情報

商品
情報

投資環
境情報

業界団体が進める投資教育
(証券知識普及プロジェクト【e-104.net】など)

中堅・地方証券会社などが協会・取引所と
協働で行う投資教育

取引所による投資に係わる情報提供

大手証券会社などの情報提供

資産形成の為の
投資教育

投資の現場に近い投資教育

投資教育に関する新たな取組みについて

投資教育の中核には日本証券業協会と日本取引所グループがあって、学校教育から職場や地域でのセミナーに必要なコンテンツの提供や講師の派遣まで対応しているが、それぞれに新しい取組みが行われている。

日本証券業協会においては、大学生や若年層向け投資教育を強化している。2018年8月に東京大学教養学部教養教育高度化機構ブランドデザインスタジオと協働で「100年大学お金のこと学部」を開設、学生代表として女性タレントを起用し、記念テストの実施、東京大学での記念講座や講義を実施した。2019年8月には第二期として「100年大学投資はじめて学部」を開設、Twitterやラジオ番組を利用、2020年12月には同学部のONLINEとしてYouTubeチャンネル開設し、2ヵ月間で6回の動画を配信した。また、同協会は投資教育に関するコンテンツを個人の金融リテラシーに合わせて体系化して提供する取組み（「投資の時間」や「金融経済学習ナビ」など）にも注力している。

日本取引所グループにおける投資教育は、金融経済

教育から実際の投資手段に至るまでカバーする豊富なコンテンツと積極的な講師派遣・オンラインセミナー実施など実施されている。特に最近注力されているのは社会人や大学生を対象としたTwitterやYouTubeでの情報発信で、個人の資産形成を支援する目的で行われている。また、身近なお金の話から、プロが教える資産形成のノウハウまでわかりやすく解説し、様々な資産形成法も紹介するサイトである「東証マネ部！」は、最近のスマホ向けアプリでの取組みを強化しており、特に新社会人向け情報提供やロボアド比較などは注目される。

上記の取組みは、金融経済教育推進会議での議論を受けてターゲット別に強化されているものもあるが、投信協会での取組みは、大学や研究機関・運用会社などの研究員が、金融教育の在り方に関して議論をして将来の具体的な目標を定め、政策提言していくボトムアップ式の新しい動きだ。

同協会から本年5月31日に公表したレポート「2041年、資産形成をすべての人に」（通称つみけんレポート）では、過去20年間で余り進まなかった“貯蓄から投資へ”を現実的に推進する為、20年後（2041年）の具体的な5つの目標を

示された。

- ①現役世代の年代別保有金融資産の中央値を2倍
- ②つみたてNISA及びDC等による積立投資総件数を4,000万件
- ③つみたてNISA及びDCの残高を150兆円
- ④株式や投資信託を保有している人の割合が100%
- ⑤金融教育を受けたことのある人の割合が100%、

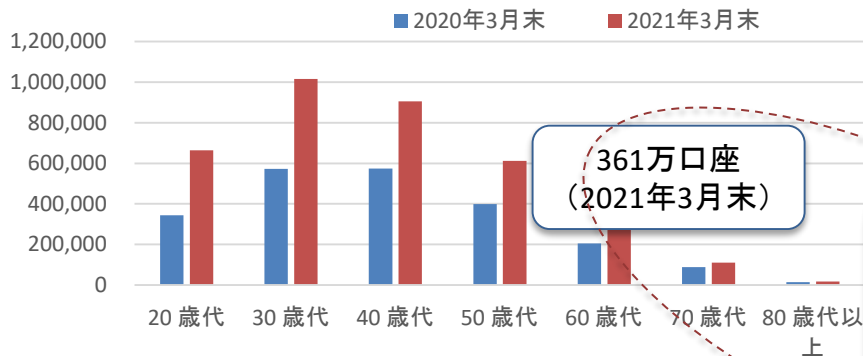
以上の実現の為に、16項目のモニタリングが定期的に実施され、議論を継続していくことで具体策について会議体を使って提言していくとされている。

なお、現状については、二人以上世帯の金融資産保有額の中央値は、20代165万円、30代355万円、40代550万円、50代1,000万円、60代1,200万円(金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査」2019年)、NISA口座数は1,586万口座でその内つみたてNISA口座数は361万口座、確定拠出年金制度加入者数は企業型が750万人、個人型が194万人(いずれも2021年3月末)となっている。また、金融教育を受ける機会があったと認識

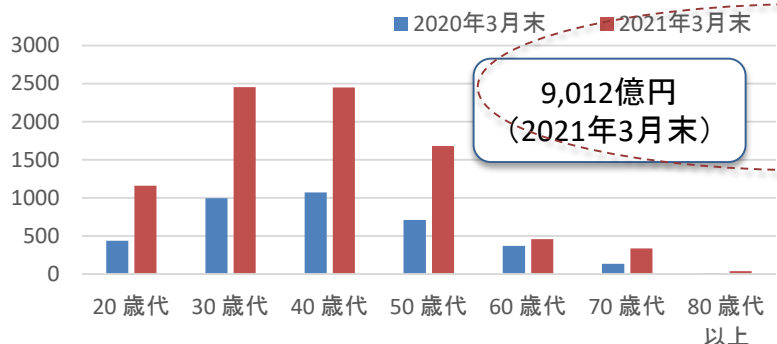
している割合は9.1%(金融リテラシー調査2019年より)株式や投資信託をいずれか1つでも保有している人の割合は28.8%(NISA、iDeCo等制度に関する調査2019年)となっている。

資産形成の為の投資の現状と“つみけん”目標

つみたてNISA口座数



つみたてNISA買付額



確定拠出年金制度 (DC)

企業型: 750万人
個人型: 194万人
(2021年3月末)

運用資産産高
13兆5,819億円
(2020年3月末)

※厚生労働省データ及び
運営管理機関連絡協議会
資料より

現役世代の年代別保有
金融資産の中央値を2倍

積立投資総件数を
4,000万件

つみたてNISA 及びDCの
残高を150兆円

株式や投資信託を保有
者の割合が100%

金融教育を受けたこと
のある人の割合が100%

※NISA・ジュニア NISA 口座 の利用状況 調査(金融庁)より作成

身近な投資教育について

実際に資産形成の為の投資行動に繋がる為には、個人にとって身近な投資教育が求められる。その為のチャンネルは大きくは2つに分かれる。

まず投資教育の実効性を考えた場合、対面で行うことのチャンネルとしての重要性は否定できない。現在は、新型コロナの影響もあって殆ど実施されていないセミナーやグループミーティングなどの取組みも復活することが予想されるし、確定拠出年金制度を導入してる企業にとって継続投資教育義務は法改正(2018年5月)によって重くなっているため、約三分の二のDC参加企業が集合研修を望んでおりとされており、職域でのセミナー増加も想定される。これらを実際に行っていくのは、業界団体などの職員や証券会社や金融機関などのファイナンシャル・プランナー(FP)資格を持つ者が講師となっている。

次に現在最も注力されているのは、インターネットのチャンネルとしての活用だ。例えば、金融経済教育推進会議(金融広報中央委員会)では、金融リテラシーに関する

eラーニング講座の組成プロジェクトが進められており、5分程度の受講の動機付けを行うモチベーション動画と20分程度の主要テーマに関するコンテンツ動画がMassive Open Online Course(MOOC:無料のオンライン学習サイト)で本年9月より提供される予定だ。また、取引所や大手証券会社などでは旧来のセミナー内容のデジタル化を進めており、オンラインの投資教育コンテンツとして充実させている。

インターネット活用のツールとして、個人が上記のeラーニングやコンテンツ動画の利用する場合は、パソコンが中心となると見られるし、実際のコンテンツ整備の現状もパソコン利用を前提に行われている。理由は、時間がある程度長く、またコンテンツの情報量も多いので、投資教育に関してある程度意欲をもって取組む個人を想定してためだ。一方、学習意欲まで誘引するような投資教育のチャンネルとしての役割がスマホに期待される。スマホ利用の特性としては、情報量や動作が限られているので、従来のコンテンツを簡略化しながら、必要なコンテンツが体系化されて繋がっていく必要がある。ただし、その為のアプリの開発やコンテンツ対応に関しては、現段階はまだ試験的な取組み

の域を出ていないように思われる。

金融商品の販売サイドである証券会社や金融機関などの営業現場からみても身近な投資教育は、投資手法や商品、投資環境に関して行うセミナーや説明会の中で行われることもある。その為には、聴衆者に提供している情報が、各人の投資目的とどの様な関係があるのか、また実際の投資行動上で係わるポイントは何なのかなど、投資教育上の体系づけが行うことが必要だ。また、営業員達が直接・間接で行う投資教育の対象は、同じ地域の住民でもあるので、投資を通じての地域や社会への貢献・環境問題への取組みについて目線を同じくするESG投資など、身近な投資教育のテーマとして今後有望になりそうだ。これら、営業現場で行われる証券会社にとっての身近な投資教育を実践していくことで、営業員自身のリテラシーの向上に繋がり、競争力のある営業現場となる可能性もある。

なお、身近な投資教育を受ける者・行う者、双方を支える仕組みとして、金融教育・投資教育に係わるビックデータの整備や、そのビックデータを個々のニーズに合わせてパターン化することができるAI活用など、この分野に

おけるデジタル・トランスフォーメーションなどの動向にも注目していく必要がある。

身近な投資教育概観イメージ

