

### Ⅲ. 「PROMISE 金融経済教育セミナー」 考察

## 24. 考察

2021年度社会的インパクト評価から得られた知見と、2022年度以降のPROMISE 金融経済教育セミナーへの提言は以下の通りである。

### 評価から得られた知見

### プログラムへの提言

評価

#### 事業実施による金融リテラシー向上効果の確認

- ① 客観的金融リテラシーの向上
- ② 以下の特定の属性への高い効果がある
  - (1) 高校1年生 (客・主)
  - (2) 一般校 (客)
  - (3) 専門学科 (客・主)
  - (4) 女子学生 (主)

(客：客観的金融リテラシー、主：主観的金融リテラシー)

#### 継続的な社会的インパクト評価の実施

- ① 追跡調査による中間アウトカムの測定
- ② 全国的なモニタリング
- ③ 顧客への金融経済教育の提供
- ④ 社会的弱者への金融経済教育の提供

実施方法とコンテンツ

#### プログラムコンテンツの適切性の確認

- プログラム・コンテンツと対応する金融リテラシーが有意に向上した

#### 行動特性・考え方に影響を与えるプログラムの必要性

- リテラシーの向上に比べ緩やかな変化

#### 受講者である高校生の金融経済への高い関心

- インタビューにおいて、該当分野への高い関心が確認された

#### 効果の高い対象校の実施絞り込み

データに基づいた高い効果を示す学校への注力

#### プログラム・コンテンツの多様化

- ① 複数コンテンツを組み合わせた継続的なプログラム・コンテンツ構成
- ② 適切な消費者行動・リスク回避行動へ働きかけるコンテンツの拡充（アクティブ・ラーニングを取り入れた参加型コンテンツの追加等）

# 25-1. 分析から得られた知見

## 1. 客観的金融リテラシーへのインパクト

客観的金融リテラシー（金融リテラシー・マップ分野）は、セミナー受講によりスコアが有意に向上しており、PROMISE 金融経済教育セミナーによる客観的金融リテラシーへのインパクトがあったと言える。また、以下の属性において、PROMISE 金融経済教育セミナーによる**客観的金融リテラシー向上への高い効果**が期待される。

➤ 特定の属性への高い効果

- (1) 高校1年生
- (2) 一般校・専門学科

## 2. 主観的金融リテラシーへのインパクト

主観的金融リテラシーは類似条件の受講群と未受講群の比較において、セミナー受講群においてスコアが向上傾向にあったが、PROMISE 金融経済教育セミナーによる主観的金融リテラシー向上は**特定の属性への高い効果**が期待される。

➤ 特定の属性への高い効果

- (1) 高校1年生
- (2) 専門学科
- (3) 女子学生

## 25-2. 分析から得られた知見

### 3. プログラム実施によるインパクトの確認

PROMISE 金融経済教育セミナーの「生活設計・家計管理プログラム」、「ローン・クレジットプログラム」、「金融トラブルプログラム」、それぞれのプログラムと対応する金融リテラシー・マップ及び行動特性・考え方の多くの分類においてスコアが向上していたことから、**プログラム・コンテンツは適切に効果を発揮している**と言える。

#### ➤ プログラム選択への示唆

各プログラムは異なる分類の向上を目指し構築されていることから、学生に対してどの分類への効果を特に求めるかで受講プログラムを選択することが望ましい。

#### ➤ ポジティブな変化が見られなかった分類

生活設計・家計管理プログラムにおいては「収支把握」及び「計画性」のスコアが、ローン・クレジットプログラムにおいては「計画性」のスコアが減少した。この要因としては、セミナー受講により自身の状況を振り返ったことによる、内省効果からの減少と推測することが出来る。

#### ➤ 非対応分類のポジティブな変化

本調査では、プログラム・コンテンツとの対応がない分類においても、セミナー受講前後での比較においてスコアの向上が見られた。事前・事後でのアンケート調査の間には凡そ1か月の時間経過があり、他の介入条件も考えることから、本調査の結果からはセミナー受講による変化とは断定できない。

## 25-3. 分析から得られた知見

### 4. 投資行動への関心喚起（「損失回避行動」への影響）

行動特性・考え方は、セミナー受講による大きな変化は見られなかったが、リスクのある投資行為を行うかどうか問うた「**損失回避行動**」においてのみスコアが大きく減少していた。高校生の多くは「投資にはリスクが含まれる」ことを当然と考えており、セミナーを受講したことで金融経済の中でも、特に**投資に関する関心が高まった**と考えられる。なお、未受講群では、「損失回避行動」のスコアは向上していた。

### 5. 金融経済教育の重要性に関する意識向上

定性調査の結果から、セミナー受講により、学校において金融経済を学ぶことの重要性について考える高校生が増えていたことから、PROMISE 金融経済教育セミナーが**高校生の金融経済教育導入に関する意識向上に効果**があったと考えられる。なお、定性分析からは、以下のポジティブな変化が確認された。

- リスク行動の認識や予防意識の変化
- 情報収集に関する意識の向上
- 様々な金融経済に関する情報への関心喚起
  - 生命保険や自動車保険などの保険料
  - 投資の仕方
  - 契約の時の保証など契約の詳細
  - 働いた時の税金の納め方や方法
  - 年金
  - 預金や利息の仕組み

## 25-5. 分析から得られた知見

### **6. 自己効力感へのインパクトは短期間にはみられず、指標の検討が必要**

先行研究にて金融経済教育により成果が認められている自己効力感について、一般性セルフ・エフィカシー尺度（General Self-Efficacy Scale: GSES）により測定したが、受講群・未受講群共に大きな変化は見られなかった。

本調査では、上記の通りGSESを用いて自己効力感を測定したが、自己効力感全般ではなく、金融経済に関する自己効力感を測定する指標を作成し導入することで、セミナー受講による、金融経済に関する自己効力感の変化について測定することも、今後の検討課題である。

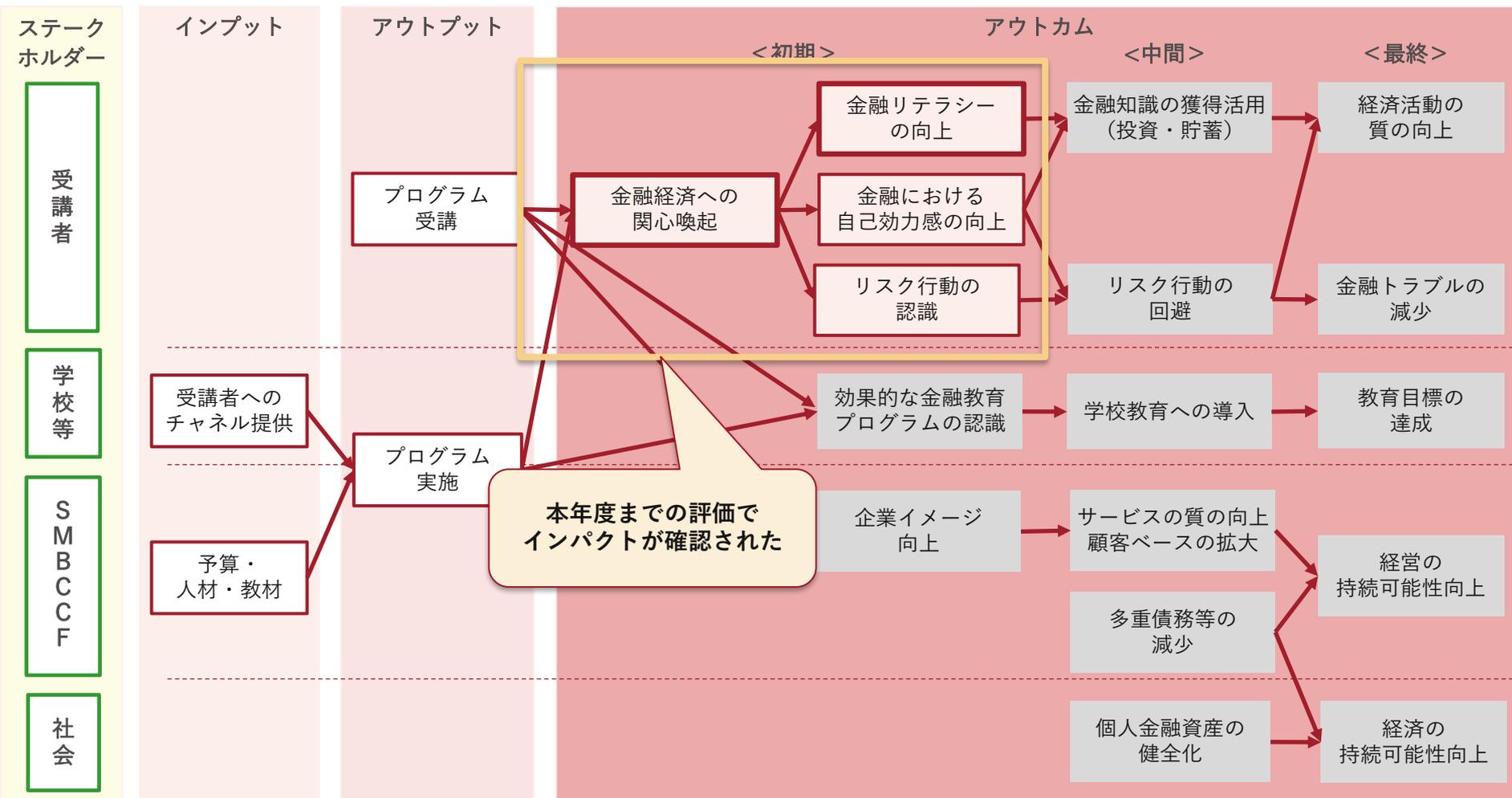
#### ➤ 定時制高校におけるスコア

受講群と未受講群のスコアにおいて、事前・事後共に有意な差が見られ、未受講群の方がスコアが高い傾向にあったが、未受講群が存在する属性のみにそろえ、進学校・一般校に限定して受講・未受講を比較したところ、群間での有意差は存在せず、受講群のスコアがわずかに向上した。

定時制等における自己効力感のスコアが、事前が28.7%、事後は27.8%と他の属性よりも低かったことが要因と考えられ、定時制等に在籍する学生の特性により、自己効力感のスコアが低い傾向にあると推測される。

# 25-6. 分析から得られた知見：ロジックモデル

2021年度社会的インパクト評価から、「PROMISE 金融経済教育セミナー」のアウトカムとして、「金融経済への関心喚起」・「金融リテラシーの向上」・「金融における自己効力感の向上」・「リスク行動の認識」が確認された。



## 26. 今後への提案

2021年度社会的インパクト評価により、PROMISE 金融経済教育セミナーがもたらす初期アウトカムに関しては実証することが出来たが、継続的、また本業とのリンケージとなる社会的インパクト評価を導入することによって、PROMISE 金融経済教育セミナーがもたらす中間アウトカムから最終アウトカムについて検討することが可能となる。

導入検討案	事業イメージ	SMBC-CF事業へのインパクト
<p>複数年度にわたる、複数セグメントに対する追跡調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高校生だけではなく、大学生・社会人セグメントを加え、規模を拡大して経年での行動変容を調査、プログラム実施のインパクトを評価する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中間アウトカムの測定が可能となり、金融経済教育セミナー事業全体の社会的インパクトの推計、社会的な発信が可能</li> <li>効果的な事業設計についての示唆が得られる</li> </ul>
<p>顧客情報と紐づいた、オンライン金融経済教育コンテンツの提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>視聴に紐づくアンケート等により、顧客情報としての金融リテラシーをリスク情報として収集</li> <li>延滞リスクの高い顧客を特定、オンラインセミナー受講にインセンティブを付与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会貢献としてだけではなく、延滞率や貸し倒れ等の低減による、本業の収益率改善への貢献の可能性</li> <li>出張授業の形式ではなく、申し込みチャンネルの大きな割合を占めるオンライン申し込み層へリーチ</li> </ul>
<p>シングルマザー等、特定の社会的弱者に対する支援策としての金融経済教育の実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定の社会的弱者層に対して金融経済教育のコンテンツを提供</li> <li>生活困窮者支援NPOや行政等との協働事業により、具体的な社会課題の解決への貢献を実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>金融事業を通じて社会課題を解決、社会にインパクトをもたらすSMBCコンシューマーファイナンス株式会社の社会的価値の創造</li> <li>社会課題の進展を未然に防ぐ有効な手段としての金融経済教育の実施が可能</li> </ul>