



事例⑩ 株式会社三井住友フィナンシャルグループ

金融経済教育の取り組みについて

～セミナーの開催から社会に対する影響の測定まで～

【会社概要】

当社は、銀行業務のほか、リース業務、証券業務、コンシューマーファイナンス業務、システム開発・情報処理業務、資産運用業務等のさまざまな金融サービスにかかわる事業を行っています。私たちは、お客さまや社会の必要なお金に届ける役割を果たし、経済の安定と発展に貢献しています。

1. 「お金」に関わるサービスを提供する企業として

皆さんが生活するうえで欠かせないお金。電子マネー、QRコード決済をはじめとする支払手段の多様化への対応や、人々の長寿化による老後資金の確保などのため、「お金」に対する知識や判断力の必要性はますます高まっています。こうした中、当社が持つ知見やノウハウを社会に還元する取り組みとして、私たちは子どもから大人まで幅広い世代に向けて金融経済教育に取り組んできました。

金融経済教育の意義や目的は、「金融リテラシーの向上を通じて、国民一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とする」とともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現にも貢献していくことにある（※1）」とされており、金融リテラシーとはお金の知識・判断力を指すと言えます。言い換えると、金融経済教育とはお金を上手に生かして生きる力を養うために必要なものです。また、例えば貧困の解消や気候変動問題への対策にはお金も必要不可欠な要素であることから、その知識や判断力は個人の生活のためだけでなく、社会が抱える課題の解決のためにもとても重要なものと考えられます。

金融経済教育の意義や目的は、「金融リテラシーの向上を通じて、国民一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とする」とともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現にも貢献していくことにある（※1）」とされており、金融リテラシーとはお金の知識・判断力を指すと言えます。言い換えると、金融経済教育とはお金を上手に生かして生きる力を養うために必要なものです。また、例えば貧困の解消や気候変動問題への対策にはお金も必要不可欠な要素であることから、その知識や判断力は個人の生活のためだけでなく、社会が抱える課題の解決のためにもとても重要なものと考えられます。

このように、お金に対する知識や判断力は、人々が経済

〈図1〉お金に対する理解や知識の海外比較

(金融知識に関する設問の正答率)

		(%)			
		日本	英国	ドイツ	フランス
知識（5問平均）		60	63	67	72
①金利	Q18	69	57	64	57
②複利	Q19	44	52	47	54
③インフレの定義	Q21-1	62	80	87	87
④リスクリターン	Q21-3	77	74	79	87
⑤分散投資	Q21-4	47	52	60	75

出典：知るぽると 金融広報中央委員会「金融リテラシー調査 2019 年」
https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/literacy_chosa/2019/

〈図1〉



社会環境が変化していく中、経済や社会が持続可能であり続けるためには、必要な知識や技術を備えた社会を支える人材の育成が不可欠であると SMBC グループは考えています。

的に自立し安心して暮らしたり、より良い社会を実現するために必要不可欠であるにもかかわらず、日本では家庭や学校でお金について学ぶ機会が少なく、諸外国と比べてお金に対する理解や知識が不足していると言われています。

こうした中、私たちは金融経済教育を提供することで、誰もがお金に対する正しい知識を身に付け、安心して暮らせる社会の実現を目指しています。理想とするライフスタイルや価値観は人それぞれですが、私たちはお金という切り口から、皆さんに自分らしく生きる力を身に付けてもらうことで、「誰もが自分らしく暮らせる社会」を目指しています。この取り組みの中核となる活動が、「PROMISE 金融経済教育セミナー（以下、本セミナー）」です。

※1：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 4 月 30 日）」
<https://www.fsa.go.jp/news/24/sonota/20130430-5/01.pdf>

2. 「PROMISE 金融経済教育セミナー」とは

本セミナーは、当社の子会社であり、「プロミス」というブランドで金融サービスを提供する SMBC コンシューマーファイナンスが 2011 年から実施している活動です。お金に関する正しい知識と適切な判断力を身に付けていただくことを目的に、全国の社員が講師となって出前授業を行っています。本セミナーの特色としては、開催先が主に学校であり、プログラムについては SMBC コンシューマーファイナンスのみならず、銀行、証券、クレジットカードなどのグループ会社と連携し、それぞれの専門性を生かした内容を提供している点にあります。

しかしながら、この教育活動を開始した当初は、企業が学校で「お金」に関する出前授業を行うということに抵抗感を持たれ、残念ながら積極的に耳を傾けてもらえないケースが多く、活動の趣旨を伝えようとしても思うように話ができないこともありました。また、全国の社員が活動する各拠点では、それぞれが所在地域の人々とのつながりを見出そうと優先するあまり、拠点間

※1

問
かけ
基本

【社会の価値観を考える】

なぜ「企業が学校でお金に関する授業をする」ことに抵抗を感じるような価値観が存在するのだろうか。そこにはお金に対するどのようなイメージがあるのだろうか。自分なりに考えたり、他の生徒と話し合ったりしてみよう。

問
かけ
発展

【価値観の相違を乗り越える】

この会社の人々は「若い人にお金について学んでもらうことは有益」だと考えたのに対して、「学校ではお金のことをあまり教えるべきではない」と考える人がいる。あなたがこの会社の人ならどうするだろうか。自分なりに考えたり、他の生徒と話し合ったりしてみよう。

〈図2〉セミナーの学習プログラムの例

生活設計・家計管理	講義	● ライフプランの意義 ● 資金計画を立てよう ● 教育資金と家計	ワーク	● 家計予算表の作成 ● キャッシュフロー表の作成 ● 人生の三大資金とは
	データ	● 初任給と生活費 ● ライフイベント費用	課題集	● 各プログラムのテスト集
ローン・クレジット	講義	● ローンとクレジットの仕組み ● 消費者信用の意味と意義 ● 個人信用情報機関の役割 ● 多重債務の未然防止・解決に向けて	ワーク	● 消費行動診断 ● ローンの特典・デメリット ● 金利・利息の計算
			課題集	● 各プログラムのテスト集
金融トラブル	講義	● 各種トラブルの手口 ● 対策と相談先について	ワーク	● トラブルの原因と対策を考える ● 貸金業の違法広告はどれ ● 名義貸しは誰が支払うのか
	事例紹介	● 被害事例の紹介 ● 事例から学ぶ教訓	課題集	● 各プログラムのテスト集

講師派遣の例

社会人 向け	大学・専門学校 向け	高等学校 向け
● 民間企業の社員研修 ● 保護者（PTA）の会合 ● 地域の各種団体の勉強会	● 入学オリエンテーション ● 就職ガイダンス ● 講義、ゼミナール ● 奨学金説明会	〈学習指導要領に沿った学習〉 ● 家庭、公民の授業 〈授業以外での学習〉 ● 進路ガイダンス ● 学年集会

*記載されたセミナーの学習プログラムや講師派遣はあくまで一例です。
 詳しいプログラムは、SMBC コンシューマーファイナンスのホームページをご覧ください。
<https://www.promise-plaza.com/about/educate/>

での連携の取り組みがおろそかになっていました。そうした環境は、各拠点で活動する社員たちの不安にもつながっていました。

転機となったのは、2011年に起きた東日本大震災でした。大きな被害があった宮城県にも拠点があったため、全国から有志を募り宮城県の拠点を中心に活動するボランティア部隊を結成しました。社員たちはボランティア活動を通じて地域社会に貢献したいとの思いを高めると同時に、活動をともにした社員同士でお互いの現状を話し合ったり、同じ悩みを抱えている現状を共有し合ったりしたことで、社員間の絆も深めることができました。こうした経験を経て、私たちは引き続き社会貢献活動の一環として出前授業を地道に取り組み続けていきました。

まず、一般の人々に私たちの金融経済教育の活動に対する思いや活動の趣旨を理解してもらう

ために、それぞれの地域や商店街でのイベントなどに参加し、地域の方々と積極的にコミュニケーションを図っていきました。しかし、当時は「CSR（企業の社会的責任）（※2）」という言葉は社会に浸透しつつあったものの、まだまだ認識して意識的に取り組む人々は多くなく、具体的な開催実績がない私たちの活動をすぐに理解してもらうことはできず、きちんと話を聞いてもらえるまでに一年以上の歳月を費やしました。

何度も地域の方々に会いに行き、活動に興味をもってもらえた方々を中心に、当時被害が拡大していた「振り込め詐欺」などの様々な消費者被害から身を守るため正しい知識や防止策の理解が必要であることや、成年年齢引き下げの議論と若者の消費被害の防止などのため早目にお金や契約について学んでおくことの重要性が高まっていることなど、“金融経済教育が社会の皆さまにとって必要な取り組みである”ことをお話する機会を設け、少しずつ人々の理解につなげていきました。また地域の方に私たちを身近に感じてもらうためにも、地域の清掃活動や登校時間中の横断歩道の交通整理といったさまざまなボランティアにも積極的に参加しました。ボランティア活動を通じて顔を覚えてもらうことで信頼が生まれ、地域貢献したいという私たちの真摯な気持ちを理解してもらうことにつながりました。

次に、各地の拠点に併設されたイベントスペースを地域イベントに利用してもらうことで、私たちの活動拠点を知ってもらうよう努めました。しかし市の中心部にある私たちのスペースを無償で貸し出すサービスは、スペースの利用後に何か商品の勧誘をされるのではないかと誤解されるなど、募集当初はあまり利用がありませんでした。しかしそういったことにもめげず、地域や商店街のイベントに参加した際に、私たちのスペースを地域活動に利用してほしいと案内を続けました。ある拠点では、「地域活性化のために貢献できることがあれば積極的に参加したい」と商店街の方にお話したところ、私たちの活動に賛同してもらうことができ、毎年商店街で開催されていたその市の市長による出前講座の会場として利用されることとなり、私たちの拠点は徐々に地域で認知されるようになりました。

一方で、私たちの話が理解してもらえず、相変わらず何度も断られた地域もありました。その際は、私たちの活動に関する説明は一旦止めて、その方々の希望や悩み事を聴くことに専念しました。その話を持ち帰り、私たちだからできるサポートは何かを検討し、改めて地域貢献の一環としてサポートを申し出たところ、私たちの真摯な姿勢を理解してもらうことができ、活動についても受け入れてもらえました。

さらに、地域のイベントや学校関係者が集まる会合にも積極的に参加して、金融経済教育セミナーの紹介を行いました。ある時会合に参加した際に大学の先生とお話しする機会があり、その方にも私たちのセミナーについてお話してみたところ、私たちの活動趣旨に賛同してもらうことができ、「大学で会社のCSR活動について話してみないか」とのお誘いがありました。その後継続的に大学での講義へ参加し、学校教育における実績を積み重ねることができました。また、その先生自らが参加していた様々な会合でも活動について紹介してもらえたことで、私たちの活動は口コミにより他の学校にも広がっていきました。

〈図2〉



問 かけ 発展

【一見回り道に思えるやり方について考える】

この会社の人々は学校での出前授業をしたかったはずなのに、地域や商店街の人々に会いに行って話をしたり、地域でボランティア活動をし続けたのはどうしてだろうか。自分なりに考えて、他の生徒とも話してみよう。

問 かけ 発展

【他人に理解してもらう方法を考える】

自分（たち）がやろうとしていることを他の人々になかなか理解してもらえない場合、あなたならどうするだろうか。自分なりに考えて、他の生徒とも話し合ってみよう。

【傾聴の重要性を理解する】

なぜこの会社の人たちが説明を止めて話を聴くことに専念すると、相手側の姿勢に変化が生まれたのだろうか。自分なりに考え、他の生徒とも話し合ってみよう。

問いかけ 基本

【同じ考え方で他の例を知る】

一つ例が生まれると、その後は同様のことを行いやすくなるということがある。あなたの身の回りのことでも社会の中でもよいので、いくつか挙げて他の生徒とも話し合ってみよう。

問いかけ 発展

【現象の理由を考える】

このエピソードのように、一つでも実例が生まれるとその後同様のことが行いやすくなるのはどうしてだろうか。自分なりに考えたり、他の生徒と話し合ったりしてみよう。

前例のない取り組みが、ある一つの出来事をきっかけとして教育機関で大きく広がっていくことを目の当たりにするという体験を基に、他の拠点でも同様に、地域の教育関係者を通じて活動の案内を進めていきました。他校での開催実績が、自校でのセミナー開催を悩んでいる学校関係者の判断材料になるという情報も聞き、本セミナーの過去の開催実績の情報を生かして、さまざまな学校に案内を進めていきました。

こうした地道な取り組みにより、少しずつセミナーについての理解の輪を広げ、人々との信頼関係を深めていくことで、学校での出前授業を開催することができるようになりました。

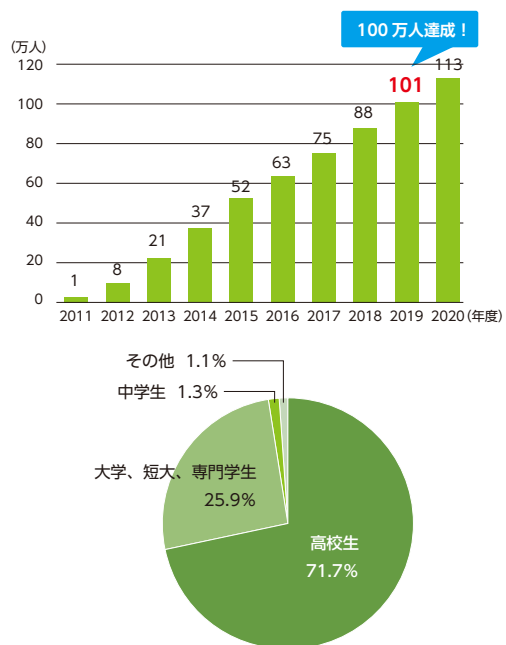
また、それまで本セミナーは小学生向けのカードゲームを中心に開催していましたが、ここで、近い将来に社会に出て“お金”に触れる機会が間近に控えている高校生を対象としたセミナーを数多く開催していくこととしました。その際、講義内容が一方的な提案にならないよう、開催先の学校の先生方と何度も打ち合わせを行い、先生や生徒が必要と考えるテーマや内容を盛り込むようにしました。卒業後にすぐ社会人となる生徒が多い場合はライフプラン（※3）を考える内容を中心にするなど、生徒たちの特徴や進路なども踏まえて、先生方と一緒に内容を考えました。

このように、相手がその時に必要と感じていることに寄り添った内容の講義を積み重ねることで、参加した生徒や学生、先生方からたくさんの感謝の声や笑顔を得ることができました。こうした評判は周辺の学校へも口コミで広がっていき、将来に向けて生徒・学生に「お金」のことを学んでほしいという学校側のニーズと相まって、セミナーの開催先が一気に拡大していきました。今では、全国各地域の700以上の学校で年間約12万人が受講しており、この10年間での受講者数はのべ100万人を突破するほど大きな活動に成長しました。



「PROMISE 金融経済教育セミナー」の講義風景

〈図3〉「PROMISE 金融経済教育セミナー」の受講者数と受講者の内訳



（円グラフ：2020年度実績における受講者の内訳）

※2：企業活動において、社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、従業員、投資家、地域社会などの利害関係者に対して責任ある行動をとるとともに、説明責任を果たしていくことを求める考え方（厚生労働省ホームページより）。

※3：人生で訪れる、例えば進学や就職、結婚（家族を持つ）、車や自宅の確保、老後（仕事からの引退後）の生活などを考えた人生の計画と、それぞれの段階で必要なお金のことを併せて考えたもの。

3. 金融経済教育を通じて社会的インパクトを目指す

2020年2月に本セミナーは受講者のべ100万人達成という大きな節目を迎えましたが、活動を続けてきた10年間で、国連でのSDGsの採択をはじめ企業を取り巻く環境は大きく変化してきました。こうした変化を受け、2020年4月、当社は経営理念を改定して「社会」への貢献を追加するとともに、新たに「サステナビリティ宣言」（※4）を策定しました。この中で、「お客さまをはじめとするステークホルダー（※5）と対話し共に行動することにより、社会をより良いものへ変革することに貢献する」ことを宣言しています。つまり、社会をより良いものにするために、事業活動を通じて社会に変化をもたらしていこうということです。

ここで改めて本セミナーの活動を振り返った際、受講者数100万人は大きな成果ではありましたが、これが果たして私たちが真に目指していた成果なのかという疑問が湧きました。つまり、「何人の受講者に提供したか（＝行動）」だけではなく、「どのような変化が受講者に起きたのか（＝成果）」を確認することも重要ではないかということです。受講者のお金に対する考え方や日々の行動が変わらなければ、せっかくの教育活動でいかに多くの人々に学習機会を提供したとしても、私たちが真に望む成果は得られないのではないかと考えました。

こうした問題意識の解決方法として、ある事業や活動の社会への影響を測る「社会的インパクト評価（※6）」という手法があります。これは、事業活動を通じ社会的な影響を生み出し、社会課題の解決に貢献したいと考える企業などが増加したことによって、近年急速に発展してきた手法です。当社は、持続可能な社会を実現するためには、SMBCグループが行うビジネスや社会貢献などの活動を通じて与える悪いインパクトをなくしていき、社会に対する良いインパクトをより大きくしていくことが必要だと考えています。

そこで私たちは2020年度より、専門家の力を借りて本セミナーの社会的インパクト評価に着手しました。当社として力を入れている金融経済教育を通じて、受講者のお金に関する学びや意識・行動の変化といった社会的インパクトを十分に創出できているのか、客観的に分析してより効果的なプログラムにしたいと考えたためです。

このような社会的インパクト評価を実施するには、学校と協働する必要があります。本セミナーは、受講者の約7割が高校生であることから、過去にセミナーを開催したことがある高校に協力を打診し、趣旨を説明して理解してもらうところからスタートしました。打診した当初は前例のない取り組みに難色を示されましたが、直接学校に足を運んだり専門家にオンラインで協力してもらったりして、社会的インパクト評価を実施する意義や具体的な進め方などを丁寧に説明したことで、先生方に理解してもらうことができました。このように、関係者との調整を進めながら、協力校の先生・生徒の皆さんと専門家、当社の担当者とが協働し、初の試みを実行に移していきました。

問いかけ 基本

【企業の経営理念について考える】

この会社のホームページで経営理念や「サステナビリティ宣言」を見てみよう。良いと思った点、賛同できなかった点、納得・理解できなかった点などをまとめて、他の生徒と話し合ってみよう。

問いかけ 基本

【量と質について考える】

世の中には、A)「数や量」が増えればそれで良いことと、B)「数や量」が増えただけではあまり意味がなく「質」も伴わなければ意味がないことがある。

あなたの身の回りでA)とB)のそれぞれについて、具体例を挙げてみよう（例えば、勉強時間や洋服の数については？）。

【効果測定を考える】

あなたがこの会社の教育活動の「効果・成果」を知るためアンケートをとるとすると、どのような質問項目が必要だと考えるだろうか。

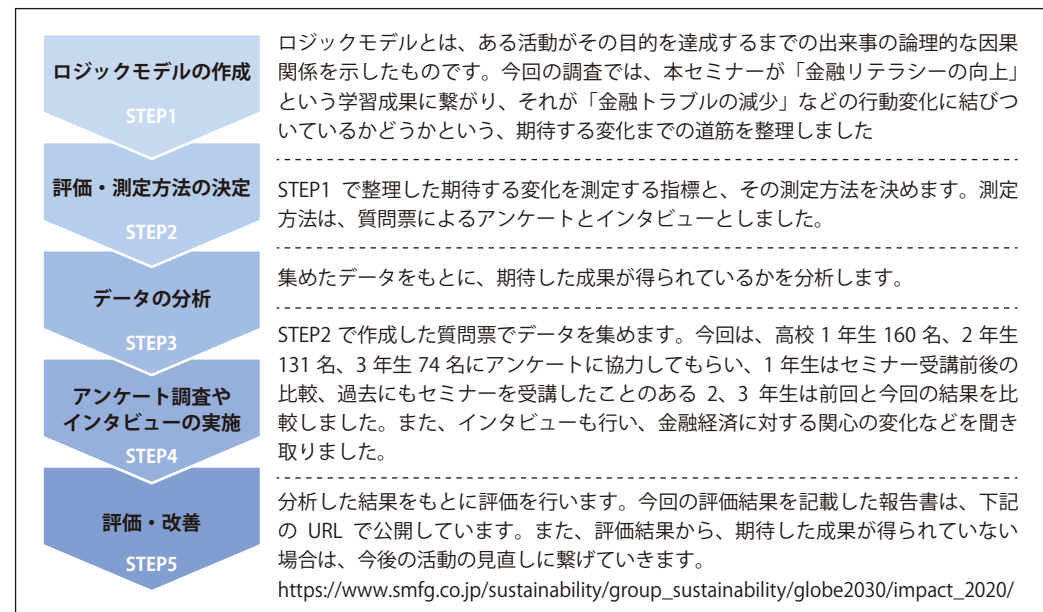
以下の文章を読む前に、自分なりに考え、他の生徒とも話し合ってみよう。

問いかけ 基本

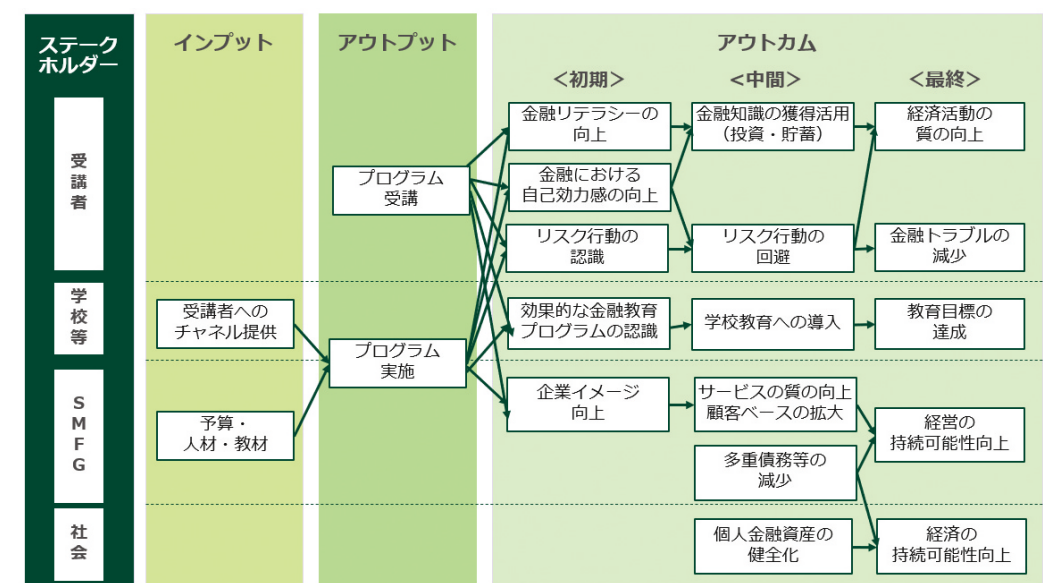
【パートナーシップについて考える】

この会社ではセミナーや社会的インパクト評価を実施するために学校と協働しようとして、色々な働きかけを行っている。それらの行動からは他者と協働しようとする場合に大事なことがいくつか読み取れるだろう。自分なりに考えて、他の生徒とも話し合ってみよう。

〈図 4〉社会的インパクト評価のプロセス



〈図 5〉この社会的インパクト評価のロジックモデル



具体的には、今回の社会的インパクト評価では、図 4 の流れで調査や分析・評価を行いました。

さまざまな指標を分析した結果、本セミナーの受講により生徒の金融リテラシーが向上することが確認されました。例えば、高校1年生へのアンケート（お金の知識を問う問題）の正答率がセミナー受講後に向上したり、生徒がこれまで関心がなかった分野や新しい分野に関心を持てた

〈図 4〉

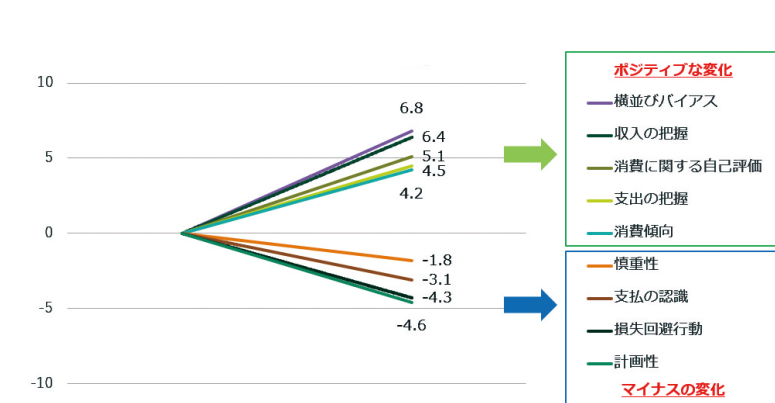


というインタビュー結果が得られたなど、受講者におけるプラスの変化が多く確認できました。

一方で、セミナーを受講した後に、マイナスの変化が見られたものがあります。それは「慎重性」や「計画性」、「損失回避行動（損することを避けるような行動）」に関してでした。これは、生徒がセミナーで正しい知識や適切な判断力を学んだ結果、「自分はまだできていないな」と自己評価を低くしたことによると考えられます。このように、セミナー受講によって、マイナスの変化も起きるということは、今回得られた新たな気づきの一つでした。

今後、本セミナーを通じて社会的インパクトをより高めるため、プログラムの改善を図るとともに、今回は実施できなかった、講義を受けていない生徒との比較調査を含む評価の取組を継続的に実施していきます。また、今回のインパクト評価

〈図 6〉セミナー受講による行動特性・考え方の変化



※横並びバイアス：例えば、「自分が『良い』と思ったものよりも、『これが一番売れています』と勧められたものを買うことが多い」といったバイアスのこと

※消費に関する自己評価：例えば「お金を使いすぎていると感じているか」など

に付けているというレベルから、「一人ひとりの生活にあった行動ができる」レベルまで高めるお手伝いをするをを目指したいと考えています。

コロナ禍による ICT（※ 7）導入の加速化やスマートフォン等の普及によるネット社会の情報氾濫など、若者を取り巻く環境は大きく変化しています。また、そのような環境下において新たな価値観も生まれ、学びへのニーズも多様化しています。一方で、本セミナーは主に講義スタイルで開催することが多く、ニーズの変化に対応できていない点に課題があると感じています。今後、皆さまのニーズにあわせて内容の改良を行いつつ、一人ひとりが思い描く夢や目標を「お金」という切り口でサポートできるよう、グループ一体となって活動に取り組んでいきます。

※ 4： https://www.smfg.co.jp/sustainability/group_sustainability/

※ 5：企業などある組織の利害関係者のこと。例えば企業ならば具体的には、株主や顧客、取引先、従業員、地域社会などが挙げられる。

※ 6：事業や活動の短期・長期の変化を含めた結果から生じた「社会的・環境的な変化、便益、学び、その他の効果」を社会的インパクトと言う。これを定量的・定性的に把握し、事業や活動について価値判断を加えることが「社会的インパクト評価」となる。

※ 7：Information and Communication Technology の略で、「情報通信技術」と訳される。コンピューターによる情報処理や、インターネットなどでの通信による情報の共有・活用の技術を総合的に表わした言葉。

※ 4



問 かけ 基本

【残る課題について自由に考える】

この会社は金融経済教育についてこのような課題を感じているが、あなたは学ば側の立場として、どのような学び方だと必要なことが十分に自分の身に付くと思うか。自由に考え、他の生徒とも話し合ってみよう。

【同じ考え方で他の例を考える】

「お金」に関する学習は全ての人にとって必要だが、このような企業の取り組みもなければなかなか広がらなかっただろう。

他にも、必要だがあまり一般には広まっていない学習テーマには何があるか考えてみよう。他の生徒とも話し合ってみよう。