

英国金融サービス庁  
『消費者教育：金融システムに関する理解促進のための指針』

目 次

- 1 . 要旨
- 2 . はじめに
- 3 . コンサルテーションの結果を踏まえた消費者教育指針改訂案
- 4 . 作業計画
- 5 . おわりに

別紙1 コンサルテーションにおける回答者リスト

別紙2 消費者教育フォーラムへの委任事項

別紙3 タウンミーティングにおける質問事項への回答の要旨

本紙は、英国金融サービス庁の「金融サービスの理解促進に向けて：消費者教育の指針（コンサルテーションペーパー15）」のコンサルテーション結果の概要であり、コンサルテーションに寄せられた回答に照らして取られている対応を説明している。

本紙へのコメントは、金融サービス庁 Deborah Arnott に寄せられたい。

1999年5月

(訳注) 邦訳版では別紙1～3添付略。

## 1. 要旨

- 1.1 金融サービス庁は、金融サービス市場法<sup>1</sup>において「金融システムに対する公衆の理解を促進する」目的を有する旨定められている。
- 1.2 我々はコンサルテーションペーパー<sup>15</sup>を公開し、103 通の回答を受領した。寄せられた回答の大部分はこの目的を達成するために掲げた我々の提案を支持するものであった。主な項目に対する回答全体の要約は、これらの回答に照らしてわれわれが定めた政策的な結論とともに 3 章に掲載する。
- 1.3 非常に多くの回答が、金融サービス庁が消費者教育を主導し、協調し、発展させることに適しているとした。同時に、消費者教育は長期の事業になるであろうと予測し、金融サービス庁はその目的を達成するために他の組織と最も有効な方法で協力し合う必要があるとする回答が多かった。
- 1.4 金融サービス庁の消費者教育戦略とその作業に対して関係者が助言するための仕組みとして「消費者教育フォーラム」<sup>3</sup>を設立することが強く支持された。同フォーラムは臨時的諮問グループとして 1999 年 4 月に設立され、その助言は本紙における政策表明の策定に盛り込まれた。
- 1.5 コンサルテーションへの回答に照らし、我々は金融サービス庁の任務に関する我々の解釈を見直した。消費者教育の目的は、消費者が十分な情報に基づいて選択できるようにすること、自らの金融に関する問題をよりよく取り扱うことができるようにすることにある。また、それは消費者からの圧力が高まり、金融市場における競争を促進し、革新をもたらし、通貨の価値と質を高めることをも意味する。
- 1.6 この目的を達成するため、次の二つの分野で努力することになる。
  - ・ 金融に対する理解を促進するための教育： 個々人に対し、金融サービスの賢明な消費者となるための基礎となる知識、高い能力、技術を身につけさせ、自らの金融に関する問題によりうまく対処できるようにする。
  - ・ 消費者への情報と助言の提供： 個別の金融商品や金融サービスを推奨したり貯蓄するよう求めることなく、公平な情報と一般的な助言を与えることにより、消費者の資金計画と正確な情報に基づいた選択を助けること。

これらの活動のいくつかは我々が直接行うが、我々は他の団体等による消費者教育の提供の推奨や支援も行う。
- 1.7 金融に対する理解を促進することをすべての子供たちを対象とする教育システムに根付かせ、子供たちが権利と責任について準備のできた状態で学校教育を終える

---

<sup>1</sup> 1988 年 7 月に公表された金融サービス市場法案は英国財務省のウェブサイトに掲載されている。

<sup>2</sup> コンサルテーションペーパー 15「金融サービスの理解促進： 消費者教育指針」は金融サービス庁のウェブサイトに掲載されており、紙ベースでも同庁より入手可能である。

<sup>3</sup> 委任事項とメンバーについては別紙 2 参照。

よう手助けをしたいというのが、我々の長期的な目的であり、その考え方は広く支持されている。

- 1.8 しかしながら、成人に対する情報、助言、教育を提供することも必要である。その際、経験が乏しく、弱い立場にある消費者に優先的に情報、助言、教育を提供すべきであり、リテール市場に焦点を合わせるべきだとの認識が一般的である。
- 1.9 我々の作業プログラムは第4章に詳述するが、要約すると後掲図表となる。ここでは、コンサルテーションペーパー15の公表以来行われてきたことと、コンサルテーションの結果に照らして今後計画されていることが含まれる。
- 1.10 金融サービス庁の消費者教育に投入できる直接経費（人件費を含む）には上限がある。さらに、金融サービス庁の他の部門や活動にも消費者照会対応など、消費者のために行われるものがあることも忘れてはならない。予算制約と我々の幅広い任務に照らし、我々は他者と協力し、触媒として機能することにより、直接投入するコストに比して全体としてより大きな効果を実現したい。
- 1.11 我々は計画的にかつ発展性のある活動をすることを意図しており、とりわけ新しい分野においては実験的なプロジェクトも行いたいと考えている。これは、我々が前進しながら学習成果をフィードバックすることにより効率的に目的を達成しようとしていることを意味する。他方、その結果、我々は消費者教育の分野に長期的にみて各年どの程度の経費を投入する必要があるのかを正確に示すことはできない。

## 2. はじめに

2.1 金融サービス市場法において金融サービス庁は4つの法的任務を与えられている。これらのひとつは、「理解促進の目的」として知られる同法第4条である。

4条(1)理解促進の目的とは、公衆の金融システムに対する理解を促進することである。

(2)それは、特に、

(a)多様な種類の投資や金融取引のもたらす便益とリスクに対する認識を促進し、

(b)適切な情報と助言を提供することである。

2.2 1998年11月に金融サービス庁はこの目的を達成するための方針案をまとめたコンサルテーションペーパー「金融サービスの理解促進に向けて：消費者教育の指針（コンサルテーションペーパー15）」を発表した。本書は、広義において、金融サービス庁がコンサルテーションペーパー15への回答と、そうした回答の検討に基づく金融サービス庁の指針と作業プログラムを概説するものである。

### 3. コンサルテーションへの回答を踏まえた消費者教育指針改訂案

- 3.1 103の回答が、金融業者、業界団体、教育関係機関、消費者団体、個人から寄せられた<sup>4</sup>。回答のトーンは、金融サービス庁の消費者教育へのアプローチと目的達成のための提案内容に対し、圧倒的にポジティブなものであった。
- 3.2 本章では、コンサルテーションに付された各項目とそこに寄せられた回答、回答を踏まえた我々の対応方針を説明する。また、その対応のために採用する手段についても概説する。

コンサルテーション項目：

#### 金融サービス庁は「理解促進の目的」をどのように解釈すべきか？

- 3.3 我々は「金融システムに対する理解を促進する」法的な目的を帯びている。我々はこれを「金融に関するニーズについて情報に基づいて選択する人々の能力を高めること」、すなわち「消費者教育」であると解釈すべきだと提案した。これは無知によって消費者が困難に陥る可能性を低下させ、消費者が金融商品やサービスに高い関心を寄せることにより、市場の競争を促進することも意味する。

コンサルテーション結果：

- 3.4 90%以上の回答者が金融サービス庁の法的な目的とこの分野における同庁の役割を支持した。残り10%は主として金融業者であり、理解を促進することが達成するに値する目的だと思えない、あるいは、金融サービス庁はその目的に向けて尽力すべき適当な主体ではないと思うとのことであった。支持者の間では金融サービス庁の任務に対する解釈に総じて賛成との声が強いが、一部の回答者は我々が目的や目的達成への意図についてさらに詳述することを望んでいる。

金融サービス庁の反応：

- 3.5 コンサルテーション結果を踏まえ、我々は金融サービス庁の任務に関する解釈をさらに見直した。消費者教育の目指すものは、消費者が十分な情報に基づき選択できるようにすること、自らの金融に関する問題をよりよく取り扱うことができるようにすることにある。これは、消費者からの圧力が高まり、金融市場における競争を促進し、革新をもたらし、通貨の価値と質を高めることをも意味する。
- 3.6 こうした目標を達成するため、金融サービス庁は次の目的に焦点を合わせる。

#### 金融に関する理解度

- 3.7 個々人に対し、金融サービスの賢明な消費者となるための基礎知識、能力、技術を身に付けさせ、自らの金融に関する問題によりうまく対処できるようにする。
- 金融サービス庁は教育プログラムと学校・社会人向け・地域教育向け教材を開発

---

<sup>4</sup> 別紙1はコンサルテーションペーパー15への回答者のうち機密扱いを希望しなかった者のリストである。

- し、また、その開発を助ける。学習者は次のような機会を与えられる。
- ・ 個人の金融に関わる数量的思考能力、読み書き能力、情報技術に関する能力を高める、
  - ・ 預金や負債の形態も含めたさまざまな形態の通貨の性質と使い方についての理解を促進する。
  - ・ 金融に関する情報と助言を入手し、解釈し、質問し、評価する能力を身につける。
  - ・ 金融に関する意思決定の結果について学び、消費者の権利と責任について学ぶ。
  - ・ 特定の金融に関するニーズを適切に満たすために、リスクと便益を比較衡量する方法を学ぶ。

### 消費者への情報と助言

- 3.8 個別の金融商品や金融サービスを推奨し、あるいは、貯蓄するよう求めることなく、公平な情報と一般的な助言を与えることにより、消費者の資金計画と正確な情報に基づいた選択を助けること。これは一般的な情報と助言が、
- ・ 消費者が自分自身の資金計画上のニーズを把握することを助けること、
  - ・ 消費者の需要に合った金融商品のタイプについてのものであること、
  - ・ 専門的な助言をどのように受けまたそれをどのように活用したらよいか、
  - ・ 消費者に自らの権利と責任を自覚させ、何か問題が起こったらどうしたらよいかを認識させること、
  - ・ 消費者に金融商品間の違いを踏まえて評価を下し、どの金融商品が自らのニーズを満たすものであるかを判断する助けとなる比較情報を提供することを意味する。
- 我々は金融業者等と協力してマーケティングと金融商品に関する資料を改善し、金融商品設計の簡素化にも努力する。

コンサルテーション項目：

**金融サービス庁の使命を果たす上で同庁の果たすべき役割とは。同庁と他者との関係はどうあるべきか。**

- 3.9 我々は、情報と助言へのアクセスを確実にするため多くの異なるチャネルを使う必要があると感じている。この分野において既に多くの良い試みがあり、資源を最大限に生かすには我々は他の組織と協力する必要がある。

コンサルテーション結果：

- 3.10 金融アドバイザーや金融商品アドバイザー等少数の回答者は、個別企業、業界団体、教育団体などの既存の組織に任せておけばよいとして、金融サービス庁が消費者教育の分野で積極的な役割を果たすことを支持しなかった。しかしながら、多くの金融業者および消費者団体は、金融サービス庁はこの分野を主導・調整し、発

展させるのに適していると回答した。

- 3.11 他の組織と協力することにより、資源を最大限有効に活用しつつ、教材をできる限り広く配布することができる。金融サービス庁が、社会保障局 (Department of Social Security、DSS) 教育雇用省 (Department for Education and Employment、DfEE) などの中央官庁や他の教育団体、そして金融サービスオンブズマン、地域グループなどの関係組織、市民アドバイス事務所 (Citizen's Advice Bureaux)、年金アドバイスサービス (Pensions Advisory Service) などのボランティア団体と協力することは多くの回答者によって支持された。
- 3.12 しかしながら、金融サービス庁が公平で金融界から独立している必要があるという主張にも強い支持が寄せられた。金融業者をはじめ多くの回答者は、金融サービス庁が金融界と協力するべきだとの見解を示した。しかし、消費者グループをはじめとする他の回答者 (その中には金融業者も含まれていた) は、金融サービス庁は個別企業と協力するべきではないとした。そして、一部の回答者は業界団体との連携も金融サービス庁の独立性を損なう可能性があるとした。

金融サービス庁の回答：

- 3.13 金融サービス市場法 87 条は金融サービス庁が消費者教育の推進のために資金面等の支援を行うことを認めている。我々は、次のすべてを支援できる枠組みをつくりたい。
- ・ 金融サービス庁によって開発され提供されるプログラム
  - ・ 目的を同じくする他の諸組織によって開発され提供される創造的な試み
  - ・ 「生涯教育」や「産業大学<sup>5</sup>」、「ニューディール<sup>6</sup>」や「政府消費者戦略<sup>7</sup>」のような関係諸機関の取組み
- 3.14 年金不正販売 (pensions mis-selling review) の後、金融サービス部門は定型商品の導入などにより、金融商品・サービスの質の改善に向けて取り組んでいる。金融に関する理解の促進という法的な目的に照らすと、金融サービス庁はこれらの動きを消費者の利益になるよう統合していく必要があるため、現在我々は社会保障局 (DSS)、通産省 (DTI)、英国保険協会 (ABI) と協議中である。

---

<sup>5</sup> 「生涯学習」は教育雇用省 (DfEE) が 1998 年 2 月に開始した、教育団体や雇い主による成人に対する学習機会の提供を奨励する取組みである。2000 年に設立される「産業大学」による通信教育がその主たる対象とされている。

<sup>6</sup> 教育雇用省 (DfEE) が若年失業者に提供する「ニュー・ディール」は、読解表現力、数量的思考力、面接技術、進路相談などの面での 4 ヶ月までの個人的な支援である「ゲートウェイ」を含む。

<sup>7</sup> 通産省が 7 月に消費者戦略に関する白書を公表する予定である。政府は、同書が、消費者の権利に関するより良い情報提供を行い、消費者がより正確な情報に基づき判断できるようにすること、消費者保護法の有効な運用により悪徳業者を追放すること、有効な救済策を利用し易くすること、の 3 つの要素から成ると表明している。

- 3.15 このように他の組織と協力することにより消費者教育の分野に投入する資源を何倍にも生かすことができる。金融界は1998年に広告費用として6億ポンドを投入している<sup>8</sup>が、これは、金融サービス庁の1999年度総予算の3倍である。マーケティング経費も加えると金融界は1兆ポンドを投入しているとされる。
- 3.16 しかしながら、金融サービス庁は独立した地位を維持すべきであるとの意見が数多く寄せられたことに照らすと、我々は他の組織の協力形態を決める際には細心の注意を払う必要がある。従って、金融界が製作した資料に合格認定を与える（‘accreditation’ or ‘endorsement’）ことは有益と思われるものの、そのような対応には慎重な検討を要する。
- 3.17 消費者教育フォーラムとの議論を通じて、我々は他の組織への支援や他の組織との連携が適当かを決定するための基準を策定したい。その基準を公開し、金融サービス庁の消費者向けウェブサイトにも掲載する。

コンサルテーション項目：

**金融サービス庁は何に優先順位を置くか？ その理由は？**

- 3.18 金融サービス市場法は、「理解促進」の目的を「金融システムに対する人々の理解を促進する」と定義することにより、潜在的に広い守備範囲を認めている。しかしながら、資源制約に照らし有効に機能するため、我々は、どのような人々と消費者教育のどのような分野に焦点を当てて努力していくのかを決めなければならない。

コンサルテーション結果：

- 3.19 金融の理解をしっかりとカリキュラムに組み込むことが最優先であるとの主張が数多くみられた。これは、全ての子供たちに一定の金融理解力をつけ、卒業後自らの資金計画に関する意思決定を迫られる時が来たとき、基本的な技術と理解を活用できるようにしたいとの考えに基づく。長期的にはこれが法的な目標を達成するための単一の最も有効な方法であると考えられる。
- 3.20 しかしながら、成人を直接の対象とした消費者教育の必要性も一般的な合意を得た。その際、経験が乏しく脆弱な個人、つまり自らの資金計画上のニーズに関する理解の乏しい個人を優先的な対象とすべきとの考えが広く共有されている。特に教育程度および所得の低い消費者への教育の重要性が指摘されている。
- 3.21 金融サービス庁の消費者教育の使命をリテール市場に限定すべきとの提案が広く支持された。同様に、市場を発展させるのは金融サービス庁の役目ではなく、市場をより効率的に機能させるべきであるとの見解もあった。規制商品だけでなく、個人金融全般を含めるべきだということも広く支持された。モーゲージ、債権債務

---

<sup>8</sup> 出典：MMS（メディア・モニタリング・サービス）分類35：金融、1998年1～12月。



といった消費者の資金計画上のニーズに深い関わりのある分野にも金融サービス庁が関与すべきだという回答が多かった。

- 3.22 人々が金融商品を吟味し、正確な情報に基づいて自らのニーズと好みに合った選択を行うのに必要な、知識、考え方、技術を身に付けさせるため、特定の教育プログラムの開発が必要である。
- 3.23 消費者が金融商品のタイプや優先順位を選ぶことができるよう、公平で基礎的な情報を消費者に提供することは強く支持された。しかしながら、既存の教材をコピーすることについては若干の懸念が示された。
- 3.24 人々のライフスタイルの変化、つまり、独立、入学、就職、転職、不動産の購入、結婚、出産、離婚または死別、退職準備、などによって、消費者はより強く情報を求めるようになるだろうとの指摘が多かった。金融サービス庁が消費者調査を行い、公的分野の既存の膨大な情報がなぜあまり利用されていないのかを調査すべきだとの意見も寄せられた。そのような調査結果は、金融サービス庁による効果的な情報普及、金融問題に対する理解促進に役立つだろうとの意見が多かった。
- 3.25 タウンミーティングについては、金融サービス庁が目標とする人々に辿り着くためにはあまり有効ではないのではないかと懸念を示す者が多かった。

金融サービス庁の回答：

- 3.26 学校のカリキュラムには金融理解力の育成を組み込むことが、長期的に最大のインパクトを持つものと考えられる。一定の年齢層の全員に影響を与えることができるからである。従って、これが最優先の課題であると思われる。しかしながら、金融理解力の育成がカリキュラムに十分に組み込まれたとしても、成人への教育にも取り組む必要がある。というのは、金融理解力の育成が14歳から19歳の教育に十分根付いたとしても、正確な情報に基づいて行動する成人の基礎を築くのにはすぎないからである。
- 3.27 経験豊富な金融商品・サービスの消費者や高所得者を排除する訳ではないが、経験が乏しく弱い立場にある消費者向けに教育プログラムや教材を作るつもりである。コンサルテーションの回答者も政府もこうした人々を優先すべきだとしている<sup>9</sup>。このカテゴリーには金融商品およびサービスの経験の少ない購入者、とりわけ教育水準の低い人々や中低所得の人々が含まれる。
- 3.28 いかなる教育機会を提供しても、金融に対する理解の進んだ人々によって利用される可能性が高く、金融に関する経験の乏しい人々に利用してもらうのは難しい。優先順位の高い人々向けに教材を作成し、効率的に教材を届けたいと考えている。優先順位の高い対象者に照準を合わせる方法については、なお検討中である。

---

<sup>9</sup> 金融サービス規制： 1998-9(I)委員会の第3レポートに対する政府の回答「金融サービス庁は公衆の理解促進目的を追求するに当たり、金融サービスを利用したことのない人々の教育を支援することに注力すべきである」。

- 3.29 我々は、教育や助言、そして既存の情報の利用を妨げる障壁についても検討している。理解力の不足の他、リスクに対する態度、金融システムへの満足度、それらの要因が複雑な資金計画に関して意思決定を行う能力に与える影響などが障壁となる。金融サービスが多くの人にとって利用し易いものとなるよう、我々は情報と教育手段を設計し、配付していきたい。
- 3.30 消費者が最も必要としていることに焦点を合わせるべきだとの金融サービス庁の見解が支持された。従って、専門家向けでない市場向けではなく、リテール部門において消費者に情報と手引きを提供することが優先されるべきである。リテール部門は、消費者が理解と知識の不足から大きな直接的なリスクにさらされている分野でもある。モーゲージや債権債務などは金融サービス庁の規制対象ではないが、教育プログラム、情報、手引きを作成するに当たっては対象に含めたい。

コンサルテーション項目：

**消費者への公平かつ包括的な情報・助言の提供において金融サービス庁が果たすべき役割とは**

- 3.31 独立で業界の利害と係わりのない単純明快で権威ある助言と情報を提供すれば、多くの消費者が長期的な目的を明確にし、資金計画を立てるのに役立つだろう。

コンサルテーションからのフィードバック

- 3.32 公平で権威ある包括的な情報の直接の提供者としての金融サービス庁の機能に期待する声が強い。消費者照会電話の活用や、消費者助言団体との連携が望ましいとの意見が寄せられた。
- 3.33 消費者の権利・義務に関する情報提供も行うべきとの意見が消費者団体等から寄せられた。包括的な情報と助言の提供は、金融理解力育成訓練と組み合わせることにより、消費者が専門的な投資アドバイスを自分の意思決定に役立てるのを助けるとの意見もあった。
- 3.34 しかし、金融界からはそのような試みに対する懸念が示された。特に、金融商品に関する包括的な助言と、専門家からの個別金融商品に関する「投資アドバイス」を明確に区別する必要があるとの主張がみられた。
- 3.35 包括的な助言と特定の金融商品の投資適格性に関する特定の助言の間には「グレーな領域」があるかもしれず、消費者が両者を混同する危険があるとの指摘がみられた。もし人々が包括的な助言を誤って解釈すれば、金融サービス庁の信認失墜に繋がるとの意見もみられた。金融サービス庁の包括的な助言には特定の投資アドバイスは一切含まれないと明記すべきとの意見も寄せられた。金融界からは、金融サービス庁は情報の提供のみに止めるべきであるとの意見が寄せられた。
- 3.36 包括的な助言・情報提供サービスのコストの問題もある。無料あるいは低料金

の助言・情報提供へのニーズは極めて強く、その存在が知られるにつれてさらにニーズが強まっている。

金融サービス庁の回答：

- 3.37 この分野については、実際の対応に着手する前に十分な調査を実施したい。
- 3.38 特に、個人金融の分野で消費者に対して現在行われている情報提供サービスの現状をよく分析する。また、消費者がどのような情報や助言を必要としているのか、どのような手段でそれを手に入れたいのかという点について、幅広い基礎調査を実施する。
- 3.39 こうした調査は、消費者への助言と手引きの提供を将来どのように行うべきかを決めるのに役立つであろう。本調査の実施は、コスト面、あるいは、金融サービス庁の関与の正当性についての回答者の懸念に我々が十分敬意を払っていることを示すものである。

コンサルテーション項目：

**消費者教育フォーラムの役割は？**

- 3.40 我々は、これまで主要金融業者、政府、消費者および利害関係者の代表の参加を得て進めているさまざまな取り組みを出発点として、新たに消費者教育フォーラムを設立することを提案した。同フォーラムは、金融サービス庁が議長を務め、定期的に会合を開催し、公的な消費者教育プログラム全体の調整に関して助言することとなるだろう。

コンサルテーション結果：

- 3.41 金融サービス庁がこの分野における主導的役割を確立するために同フォーラムを設立することに対し、幅広い支持が寄せられた。また、多くの回答者が同フォーラムに関与することに関心を示した。

金融サービス庁の回答：

- 3.42 同フォーラムは、現在のところ、金融サービス庁の招待したメンバーによる臨時の諮問グループの形をとっている。同フォーラムは金融サービス庁の正式な組織の一部ではなく、意思決定能力を持たない。消費者教育フォーラムへの委任事項と現在のメンバーリストは別紙2を参照されたい。なお、本指針も同フォーラムへの諮問を経ている。
- 3.43 我々は同フォーラムを、利害関係者が金融サービス庁の消費者教育戦略とその作業に関して助言するためのしくみとして捉えている。同フォーラムは、金融界や消費者団体が金融サービス庁の作業計画に対し意見を述べ、付託する場となるだろう。同フォーラムの会合は少なくとも3ヶ月に1度開かれ、その構成メンバーは必要に応じてより頻繁に助言を求められるであろう。
- 3.44 学校カリキュラムなどの特定の分野に関する専門家を招いて意見を聞くために、

特定の分野に関する臨時の諮問グループを別途設けることも必要であろう。

- 3.45 消費者教育フォーラムと特定諮問グループは、金融サービス庁が「金融システムに対する人々の理解を促進する」という法的な目的を達成する上で既存の諸機関との連携を強化するのに役立つだろう。

コンサルテーション項目：

**金融サービス庁の消費者教育事業のためにどの程度の予算を投入するのが適当か、また、当該予算に上限を付すべきか？**

- 3.46 金融サービス市場法施行前は、我々の事業は控えめなものであったが、金融サービス市場法施行後はより高いレベルの活動が必要となる。

コンサルテーション結果：

- 3.47 金融界は、金融サービス庁の消費者教育事業のコストを誰が負担するのかという疑問を抱いている。その費用は中央政府が賄うべきであり、規制対象である金融界から金融サービス庁が徴収する手数料から賄われるべきではないという意見がしばしば聞かれた。しかし、金融サービス庁の消費者教育事業は金融市場の発展、ひいては金融業の便益にもつながるとの声も金融界の回答者から聞かれた。

- 3.48 上記の指摘にもかかわらず、消費者教育がインパクトを持つには相当の支出を要するとの認識が一般的である。金融サービス庁の総予算の2%から10%の上限が消費者教育に対して課されるべきではないかとの提案がなされた。

金融サービス庁の回答：

- 3.49 我々は計画的にかつ発展性のある活動をするつもりであり、とりわけ新しい分野においては実験的なプロジェクトも行いたいと考えている。これは、我々が前進しながら学習成果をフィードバックすることにより効率的に目的を達成することを意味する。一方、この結果、我々は消費者教育の分野に長期的にみて年間どの程度の経費を投入する必要があるのかを正確に示すことはできない。

コンサルテーション項目：

**金融サービス庁は消費者教育事業の有効性をどのように監視すべきか？**

- 3.50 金融サービス市場法は、金融サービス庁に資源の有効活用を求めている。消費者教育は新しい取り組みであることから、我々はコンサルテーションにおいて消費者教育の効果をどのように評価すべきか、また、何を持って成功とみなすべきか、をたずねた。

コンサルテーション結果：

- 3.51 消費者教育の効果の測定方法として評価が高かったのは、消費者サーベイによって人々の考え方のみならず実際の行動を調査するというものであった。金融サービス庁そのものと、その消費者保護と消費者教育の分野における役割に対する人々

の認識の高まりを目安とすべきとの意見もしばしば聞かれた。また、人々がなぜ損失を省みずに年金をキャンセルするのかなど、金融商品の保有期間の変化を詳細に分析すべきだとの指摘もみられた。他の指標としては、苦情の増減、マスコミ報道の規模、電話相談の件数、冊子への引き合いなどが挙げられた。

- 3.52 なお、観察された消費者行動の変化が消費者教育の成功によるものであって、社会および経済環境の変化等、他の要因の影響を受けていないということをどのように確かめるかは容易ではない。
- 3.53 いかなる測定方法によっても、消費者教育の成功には時間がかかるというのが一般的な認識である。5~10年後も、消費者の理解、考え方、行動に顕著な変化はみられないのではないかとする者が多かった。

金融サービス庁の回答：

- 3.54 消費者教育プログラムのコストと有効性を注意深く監視すべきとの指摘はもっともである。金融サービス庁は、新しい計画を実行に移す前に実験的な規模で試行することにより、多額の資源を投入する前に費用対効果についてよく検討したい。
- 3.55 金融サービス庁の消費者教育局は事業効果の指標を開発しようとしており、定期的に事業の費用と効果を評価する予定である。評価すべき点は人々の認識と考え方の変化である。消費者の行動の変化、たとえば、ある種の年金や養老保険の保有期間の変化を調べるのが消費者教育の効果の分析の手助けになるかもしれない。
- 3.56 コンサルテーションペーパー15 に述べられているように、金融サービス市場法案実施後は、金融サービス庁は、金融サービス庁は年次報告書により達成状況を報告するであろう。

#### 4. 作業プログラム

- 4.1 コンサルテーションペーパー15の公表以来、金融サービス庁は長期および短期の活動計画をさらに発展させるように努めてきた。この章では、コンサルテーションペーパーへの回答を踏まえつつ、この分野でのこれまでの成果と次の段階の計画を説明する。作業プログラムは後掲図表に纏められている。
- 4.2 我々は、プログラムを段階を追って発展させる。我々はタウンミーティングのような新しい分野における実験的なプロジェクトにも取り組みたい。金融サービス庁の1999年度の消費者教育（人件費を含む）予算は150万ポンドである。さらに、金融サービス庁の他の部門や活動にも、消費者のために行われるものがある。予算制約と我々の幅広い任務に照らし、我々は他者と協力し、触媒として機能することにより、費用対効果を引き上げたい。

#### 基礎調査プログラム

- 4.3 コンサルテーションペーパー15では、基礎調査プログラムは作業プログラムの中の独立した事項とされたが、この指針では、基礎調査を実施しその結果を還元することは、作業プログラムを立ち上げ、消費者に最適な経路でメッセージと教材を届けるための基本的な要素とみなされる。基礎調査の実施とその結果の還元は、金融に関する消費者教育の成果を効果的に監視するためにも必要な作業である。なお、適当とみなされる場合は、調査結果は公表される。
- 4.4 我々の作業プログラムの下でのプロジェクトは3章で定義した次の見出しの下で行われる。
- ・ 金融理解力の育成
  - ・ 消費者への情報と助言の提供
- 現在進行中のプロジェクトのタイムテーブルは次の通りである。

#### 金融理解力の育成

##### A. 学校における金融理解力育成

- 4.5 1998年12月に我々は金融理解力の育成をいかにカリキュラムに組み込むかを提案するペーパーを起案した。これは資格カリキュラム庁（Qualification and Curriculum Authority、QCA）と教育雇用省（DfEE）に前向きに受け入れられ、QCAは現在イングランドとウェールズにおけるカリキュラムの見直しを行っている。
- 4.6 現在我々は2000年度より実施予定の新しいカリキュラムに関するコンサルテーションとガイダンスを行っている。我々は、財務省（HM Treasury）、社会保障局（DSS）、通産省（DTI）等、さまざまな中央官庁から強い支持を得ており、また、教育雇用省（DfEE）および資格カリキュラム庁（QCA）から新しいカリキュラム

に金融理解度が盛り込まれるとの確約を得ている。資格カリキュラム庁（QCA）は個人金融をカリキュラムに組み込む方向で我々と協力することに同意した。

- 4.7 我々はスコットランドのカリキュラム諮問委員会より、同委員会が作成した「金融に関する能力を高めるための教育」提案に意見を述べるよう求められている。我々はスコットランドおよび北アイルランドで諸団体と協議を進めている。
- 4.8 我々は全国職業訓練科目に個人金融を取り入れる方向で、資格カリキュラム庁（QCA）および他の調査団体と共同作業を進めている。我々は、数学の授業に金銭管理と金融計画を取り入れる実験的な取り組みに関する資格カリキュラム庁（QCA）のワーキング・グループにも参加を求められている。
- 4.9 我々は個人金融をカリキュラムに組み込もうとする「個人金融教育グループ（Personal Finance Education Group、pfeg）」の実験的な試みに積極的に参加している。その試みは1998年の秋に3つの地方自治体における小・中学校計18校でスタートした。個人金融教育グループ（pfeg）は最近独自のウェブサイトも開設したが、そこには学校教育関係者が利用できる情報のリストが掲載されている。
- 4.10 金融サービス庁は英国における数学への取り組みを高めようとする教育雇用省（DfEE）のキャンペーンに貢献すべく努力しており、「数学2000」プロジェクトの順調な滑り出しにも協力している。中でも個人の資金計画と金銭管理における数量処理能力の必要性に焦点を当てる試みを進めたい。
- 4.11 年1回、教育実務家のコンファレンスを開き、毎年、カリキュラムにおける金融理解力育成のさまざまな分野に焦点を当てたい。第1回は、全国数量的思考能力強化戦略（National Numeracy Strategy）に焦点を当て、どのようにすれば初等教育の算数の授業で個人金融を取り上げることができるかを提案したい。2年目以降は、中等教育における個人金融に関する教育や、高等学校以上のレベルでの生徒のニーズなどを扱いたい。

## **B．成人のための金融理解力育成**

- 4.12 成人に対しては双方向のソフトウェアを使ってさまざまな教材を提供する機会がすでに存在する。インターネットに接続されたコンピューターは、個人の学習プログラム利用を可能にするだけでなく、職場、地域グループ、大学などの学習グループへの教材提供、消費者アドバイザーへの実習用教材提供にもふさわしい手段である。
- 4.13 包括的で継続的なプログラムは、産業大学（University of Industry）生涯学習（Lifelong Learning）等の政府主導の事業との整合性を保つことが望ましい。産業大学の来年の開設に向けたTVキャンペーンは数量的思考に重点をおいている。
- 4.14 今後6ヶ月をかけて成人向け教育プログラムを調査し、この分野で活動している他の組織と協議する。どのような需要が存在するのかを十分調査した上で、イン

ターネットを通じた教材提供、双方向の学習プログラム等の提供方法を検討し、実験的プロジェクトを開始する。

## 消費者への情報提供と助言

### A．金融サービス庁の消費者向けウェブサイト

- 4.15 現在のところ（1999年時点）金融サービス庁ウェブサイトの主たる利用者は専門家、金融業者、新聞記者等であり、消費者には利用されていない。今後、我々は消費者のニーズと関心に徹底的に照準を合わせたウェブ上の一連のページを作成する。この消費者向けページを金融サービス庁ウェブサイトの目立つ位置に作り込み、消費者教育の教材とこの分野での記者発表がひと目で分かるようにする。
- 4.16 この新しい消費者向けウェブページの役割は、消費者にとっての金融サービス庁の役割を説明し、消費者に包括的な情報や金融に関する助言を提供することにある。金融サービス庁ウェブサイトの消費者向けページは、消費者教育、相談窓口、他の消費者サービス（補償あるいはオンブズマンなど）への第一の接点となるだろう。また、消費者は同サイトや入手資料・教材について意見をフィードバックするだろう。この作業は順調に進捗しており、夏までにカットオーバーする予定である。
- 4.17 より長期的には、金融サービス庁のウェブサイトは双方向の学習用あるいは指導用の教材を提供するだろう。さらに、（金融商品の）順位表のような比較可能情報が掲載されるようになれば、同サイトは広範な人々に対してこうした情報を伝える最も低コストの手段を提供することになる。

### B．タウンミーティング

- 4.18 我々の最初の実験的な試みのひとつがタウンミーティングである。当初、タウンミーティングは消費者教育の手段としてだけでなく、同庁の知名度向上の手段として機能した。さらに、タウンミーティングは消費者が金融サービス庁に何を望んでいるかを聞く貴重な機会も提供した。
- 4.19 3つの実験的なタウンミーティングが、ブリストル、エジンバラ、ヨークで1999年1月から3月の間に開催された。経験の乏しい消費者に照準を合わせ、地方紙とラジオを通じてできるだけ多くの人々に向けた広告がなされた。それぞれのタウンミーティングは、オープンな質疑応答を通じて情報を提供することに重点をおき、1時間半程度開催された。3つのタウンミーティングに合計700名以上が参加した。
- 4.20 タウンミーティングへの参加者のうち450名弱がアンケートに回答した。ブリストルのタウンミーティングへの出席者の回答を分析した結果、彼らは比較的金融商品に詳しい人々であり、その点は彼らの質問にも表れていた。アンケートに答えた人々の4分の3が企業年金（employer's pension scheme）に加入しており、半分は養老年金に、そしてほぼ3分の2が個人株式プラン（Personal Equity Plans、



PEPs) に加入していた。4 分の 3 が個人株式プラン (PEPs) 以外に株を保有しており、ほぼ 3 分の 2 が独立ファイナンシャル・アドバイザー (Independent Financial Adviser、IFA) に相談したことがあるとしていた。エディンバラとヨークの参加者の特性は類似していた。

- 4.2.1 結論として、タウンミーティングは、参加者数、質問の数と質、その内容のいずれからみても成功であった。しかしながら、タウンミーティングは、金融商品取引で困ったことのある、潜在的な投資家を引き付けることは少ないのではないかと思われる。
- 4.2.2 消費者教育の一環としてのタウンミーティングについては、教育的な効果と参加者の面からみて優先順位を判断しなければならない。現在我々は一連のタウンミーティングの費用対効果を評価している。我々は、他のイベントと抱き合わせにするとか、企業あるいは地方自治体の協力の下で開催することにより他の種類の聴衆を低コストで引き付けることができないかを検討している。定期的に地域ごとのタウンミーティングを開くことにも意味があるだろう。

### C. 金融サービス庁の消費者向け刊行物

- 4.2.3 金融サービス庁による消費者向け教育冊子の最初のシリーズは一連のタウンミーティングと同時に発刊された。タウンミーティングへの出席者は金融サービス庁による新しい 5 冊子の入った包みを受け取った。

これらの冊子には、タウンミーティングへの出席者から、体裁や言葉遣いがすっきりしているとの好意的なコメントが寄せられている。
- 4.2.4 金融サービス庁は規制の変更や消費者の要請に応じて定期的に新しい冊子を発行しようと計画している。金融業界により新商品に関する指針が発表された時等には、我々も消費者向けのパンフレットを発行する予定である。
- 4.2.5 消費者向け資料の配布に当たり、市民アドバイス局をはじめとする他の消費者助言機関、公共図書館、その構成メンバー等に送付した。また、パンフレット類は金融サービス庁のウェブサイトから直接ダウンロードできるようにしたほか、フリーダイヤルでも請求できるようにした。1999 年 4 月の時点では週に数千部を送付している。
- 4.2.6 金融サービス庁の消費者向け資料はすべて平明な言葉遣いで書かれ、可能な限り外部の評価を受けている。シリーズ物の創刊号については、体裁や内容に関する利用者のコメントを次号以降に反映させている。消費者向けの調査により、さまざまな冊子が、我々が主たるターゲットとしている読者層に合ったレベルか、また、年金や金融にまつわる諸問題に関する助言などの基本的なメッセージをいかに上手く伝えているかを把握していきたい。

## D．消費者向けアドバイス

### 消費者向け照会電話の開設

- 4.27 金融サービス庁の照会電話は、かつては金融商品を購入後に問題が生じた場合や、金融システムに関する情報入手経路を見つけるために利用されることが多かった。消費者に単一のアクセス先を提供することは、金融サービス庁設立の目的のひとつでもあったのだが、現在この点はうまく機能しており、金融サービス庁の消費者教育活動の広がりと共に照会電話の利用件数も大幅に増加している。1998年秋には週当たりの利用件数は1千件程度だったが、1999年春までの半年では週に2,500件にまで増加している。他に書面による質問が週に150件寄せられ、電子メールの利用も増加している。
- 4.28 広範な金融商品について、金融商品購入の意思決定をする前に照会電話をかけてくるケースが増えている。その場合、規制対象商品だけでなく、モーゲージなどの規制対象外商品についての質問も多い。金融サービス庁のウェブサイトの充実や、年金をはじめ質問の多い項目をカバーした包括的な冊子・パンフレットの発行に伴い、電話相談がより有効に機能するようになり、全体の件数も増加している。

### 消費者アドバイスネットワークへの支援

- 4.29 地方自治体の取引基準局(Trading Standards)や独立アドバイスセンター連盟(Federation of Independent Advice Centres)のように、金融商品・サービスの分野で消費者に助言を提供している数多くの組織がある。また、そのようなサービスを提供したいとの希望は有しながら、広範な金融商品やさまざまな金融経済状況について適切な助言を提供できるかどうか自信がないという組織も数多く存在する。金融サービス庁は既存の消費者助言ネットワークを極力支援し、そうしたネットワークが消費者の質問に適切に対応できるよう手助けしたい。
- 4.30 金融サービス庁は消費者への情報提供の面で、適切な情報を共有しつつ協調して取り組むべく中央官庁に働きかけている。今までのところ、通産省、社会保障局、財務省、公正取引事務所をはじめとする諸機関と協議している。
- 4.31 こうした分野での連携や、既存の消費者助言サービスの実態、アクセス方法、利用者の感想に関する調査は、現存するニーズや、そのニーズを満たす方法を知るのに役立つであろう。この調査は、身体障害者や少数民族の要求に関する調査も含む。スコットランド、イングランド、ウェールズ、北アイルランドの地域的な多様性の分析も推奨されている。
- 4.32 我々はこうしたサービスに要するコストやその内容に関する回答者の懸念を十分に考慮し、また、この分野における調査結果を踏まえて、1999年秋までに提案を取りまとめる。この提案では、包括的な情報と助言を低コストで入手したいとする消費者のニーズをどのように満たすかをまとめたい。金融サービス庁がこの分野で

一定の役割を果たし続けることは確かである。消費者教育フォーラムはこうした過程で諮問を受けるであろう。

## E . 比較可能な情報

- 4 . 3 3 財務大臣は 3 月に「金融サービス庁は貯蓄・投資商品に関する順位表 ( league table )」に関して協議する。これらの順位表は、私的年金、養老保険、投資信託 ( unit trust )、個人定期預金 ( ISA ) に関する権威と信頼性のある情報源となろう」との見解を表明した。
- 4 . 3 4 消費者がさまざまな金融商品を選択する際の助けとなるような意味のある比較可能情報の提供は、コンサルテーションペーパー15 で提案された。これが実現すれば、リテール部門の競争を促進することにもつながるであろう。
- 4 . 3 5 財務大臣の発言を受け、比較可能情報の入手可能性と公表形態に関する調査作業が進行中である ( 当該調査対象には、個人投資庁 ( Personal Investment Authority、PIA ) が収集し公表している既存データも含まれる )。我々は、金融商品のコストまたは質に関する主要指標を提供すれば、消費者の役に立つのではないかと考えている。さらに、私的年金、個人定期預金 ( ISA )、養老保険、投資信託、生命保険などの商品についての意味のある順位表をどのように作れば良いのかも検討中である。
- 4 . 3 6 金融サービス庁は、この作業を進めるに当たり、金融界および消費者団体といった利害関係者の協力を得る。消費者にとって実質的な利益をもたらすこと、実践可能であることがプロジェクト成功の鍵であろう。次のステップは金融サービス庁の提案に関するコンサルテーションペーパーの公表であり、同プロジェクトはコンサルテーション後の 2000 年初には段階的に実施されるであろう。

## F . 他の媒体との連携

### 放送局および出版関係

- 4 . 3 7 テレビ・ラジオ放送は大勢の視聴者への情報伝達に関し、費用対効果の大きい媒体である。さらに、ケーブル TV や地方ラジオ局を利用することにより特定の視聴者に焦点を当てた活動を行うこともできる。地方紙、専門紙、雑誌などの多様な紙媒体も特定の視聴者に情報を伝えるのに適している。我々はこの分野における利用可能な機会を最大限生かすためのメディア戦略を作成中である。長期的には、TV とコンピューターを結ぶ技術の進歩が双方向性の番組を広範な視聴者に届けることを可能にするだろう。我々は放送局と共同で斬新なプログラムを製作し、多様な視聴者が資金計画の技術を高めるのに役立てたいと考えており、短期・長期それぞれにおいて利用可能な機会にはどのようなものがあるかを主要な放送局と議論している。

## ミレニアム・プログラム

- 4.38 ミレニアム・ドームの「マネー・ゾーン」の発展を監督するために、ロンドン市役所によってドーム・シティ・フォーラムが設立された。「マネー・ゾーン」は、シティが何をやるか、シティの存在が英国経済にどのような好影響をもたらすのかという点を強調している。金融サービス庁は「シティ・ウォール」と呼ばれるセクションで、同庁の消費者保護および消費者教育における役割に関する情報を伝えようとしている。その部門の見学者は、高度な資金繰りと本格的な金融商品・サービスとの関係を学べるようになっている。

## G. より分かり易い、より質の良い金融商品

- 4.39 政府は ISAs や企業年金のような定型商品の発売を認める立法を主導してきた。英国保険協会 (ABI) は貯蓄・長期リスク (SALTR) プロジェクトを通じてより分かり易く質の良い商品の開発を促す計画である。このプロジェクトは、既存の基準を満たす金融商品に基準合格認定を与えるとの提案も含んでいる。
- 4.40 我々は金融商品の購入者の基準に対する理解力、基準に対する態度を調査する予定である。そして、この調査結果が、この分野における我々の仕事の将来像に関する情報を与えてくれるのではないかと考えている。我々は政府および金融界とともにこの作業を進めたいと考えており、その結果、政府や金融界の方向性に影響を与えることができるのではないかと期待している。
- 4.41 通産省 (DTI) もその新しい消費者政策によってこの分野に影響を与えるであろう。中でも、不公正な契約を排除することが重要である。また、通産省の他の主要関心事は、なぜ英国の一部のリテール市場が諸外国に比べて割高なのか、という問題である。この問題への取り組みはまだ初期的な段階であるが、我々は通産省はじめ諸機関と今後どのように協調していくかを議論している。

## 5 . おわりに

### 5 . 1 来年を通じて我々は次のことに専念する。

- ・ 比較可能な情報を整備するという政府によって定められた我々の任務を遂行する。
- ・ 消費者向けの公平で一般的な情報と助言の提供の不足を生めるための計画を練る。
- ・ 金融に対する理解度を高めるために努力する。特に、子供たちに関しては、学校のカリキュラムに適切な変更を加える方向で努力する。また、成人に関しては、他の機関との協力の下で、いくつかの新しい実験的なプロジェクトをスタートする。

### 5 . 2 我々は消費者教育を推進するに当たり、新たに設立された「消費者教育フォーラム」の助けを得ることができる。同フォーラムは金融サービス庁に全体のプログラムを進める上での有益な助言と助力を提供する。

### 5 . 3 公衆の理解促進は金融サービス庁の主要な目的となろう。消費者教育局 (Consumer Education Department) は我々がともに作業を進めるべき主要な部署だが、他に、消費者関係課および職業訓練、広報課など金融サービス庁の他の部署とも連携する必要がある。

### 5 . 4 金融サービス庁は年次報告書において理解促進活動の効果を公表する。現在、我々は作業プログラムの成否の尺度となる調査結果を作成中であるが、これは複数のプロジェクトの優先順位付けにも役立つであろう。

以 上