

金融経済教育に関する企業の意識調査

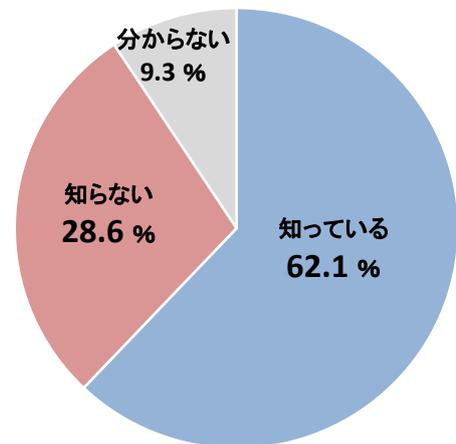
企業の 6 割が内容を認識するも、 取り組み企業は 4 社に 1 社にとどまる

～ 社員の関心や求めるニーズの多様化、人材不足が壁に ～

政府は、「貯蓄から投資へ」の動きを促す一環として、金融経済教育の充実を推進している。従業員に対する金融経済教育は、社会的な意義とともに従業員エンゲージメント（従業員と企業の結びつきの強さ）の向上につながると考えられ、企業にはより積極的な関わり方が求められている。

そこで、帝国データバンクは、金融経済教育に関する取り組み状況について調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2024 年 10 月調査とともに行った。

金融経済教育の認知度



※ 調査期間は 2024 年 10 月 18 日～10 月 31 日、調査対象は全国

2 万 7,008 社で、有効回答企業数は 1 万 1,133 社（回答率 41.2%）

※ 本調査における詳細データは、帝国データバンクホームページ (<https://www.tdb.co.jp>) のレポートカテゴリにある協力先専用コンテンツに掲載している

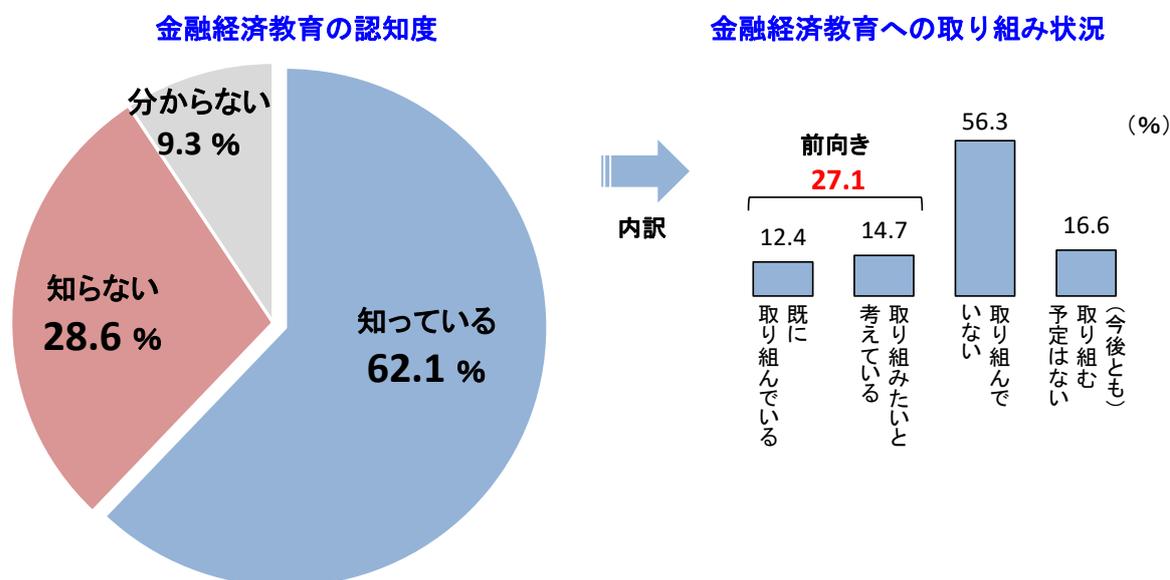
調査結果（要旨）

1. 金融経済教育、内容は 62.1%が認知も、前向きな企業は 4 社に 1 社にとどまる
2. 従業員数が多いほど前向き、「1,000 人超」で半数を上回る一方、100 人以下は 3 割に満たず
3. 取り組み上の課題、ニーズのバラつきによる「まとまった教育の困難」、「人材」・「時間」の不足が 3 大要因

1. 金融経済教育、内容は62.1%が認知も、前向きな企業は4社に1社にとどまる

金融経済教育¹について、その内容を知っているか尋ねたところ、「知っている」企業は62.1%と6割を超えた。他方、「知らない」は28.6%、「分からない」は9.3%だった。

金融経済教育への取り組み状況では、内容を「知っている」企業6,913社のうち「既に取り組んでいる」は12.4%、「取り組むたいと考えている」は14.7%と、両者を合計した取り組みに前向きな企業は27.1%で4社に1社にとどまった。一方で、「取り組んでいない」は56.3%となり、認知していても取り組みを進めていない企業が半数を超えていた。さらに、「(今後とも) 取り組む予定はない」とする企業も16.6%あった。



注: 認知度の母数は、有効回答企業1万1,133社。取り組み状況の母数は、「知っている」と回答した企業6,913社

現在「既に取り組んでいる」企業からは、

- 「金融機関職員を講師とした勉強会を開催している」(生菓子製造)
- 「中小企業は教育・研修などを受講する文化などが今までなかった。価値観が違いすぎる面はあるものの、時間をかけてやるのがとにかく大事であると思っている」(木造建築工事)
- 「DC(確定拠出年金)をもとに金融教育を行っている」(サッシ卸売)

¹ 金融経済教育とは、最低限身につけておきたいお金の知識と判断力を意味する金融リテラシーを得るための教育のこと。学生や社会人はもとより、国民一人一人が、社会で生きていくために必要な金融やその背景となる経済についての基礎知識を高めていくことを目的としている。

具体的には、家計管理(収入と支出の管理、計画的な支出、収支の改善など)、生活設計、お金や金融・経済の機能・役割、基本的な金融商品の内容、年金・保険、ローン・クレジットの仕組みや注意点、貯蓄や資産形成(NISA・iDeCo等)、金融トラブルの防止など。さらに、従業員に対する研修なども対象となる。

- 「社内内部留保に関する運用の仕組みの開示や、会社のメインバンクの残高・出納の開示など、会社の経営状況を題材に落とし込んでいる」（デザイン業）

といった意見が聞かれた。

一方で、「取り組んでいない」企業からは、

- 「金融経済教育を企業が行うのではなく、金融庁などの公的機関がリモートなどで講習会を開くのが一番良い方法」（自転車小売）
- 「金融経済教育は、実践的な内容を学生時代の早い段階から実施してほしかった。社会人になると、資産形成や、それを実行するための勉強時間や環境を捻出・調整しにくい」（施設野菜作農）

などの声もあがっていた。

2. 従業員数が多いほど前向き、「1,000人超」で半数を上回る一方、100人以下は3割に満たず

金融経済教育の認知度を従業員数別にみると、内容を「知っている」企業は「101～300人」が70.6%で最も高く、「301～1,000人」（70.0%）も7割台となった。一方で、「5人以下」は55.5%と、唯一5割台にとどまった。従業員の規模に比例して認知度は高まるものの、100人を超えると7割台で頭打ちとなっている。

取り組み状況は、従業員数が多い企業ほど前向きに考えている。内容を「知っている」企業のうち、従業員数が「1,000人超」の企業では50.6%が前向きであり（「既に取り組んでいる」33.7%と「取り組む予定はない」41.0%の合計）、次いで「301～1,000人」が45.5%で続いた。他方、「（今後とも）取り組む予定はない」では、「5人以下」が22.6%と2割を超えていた。

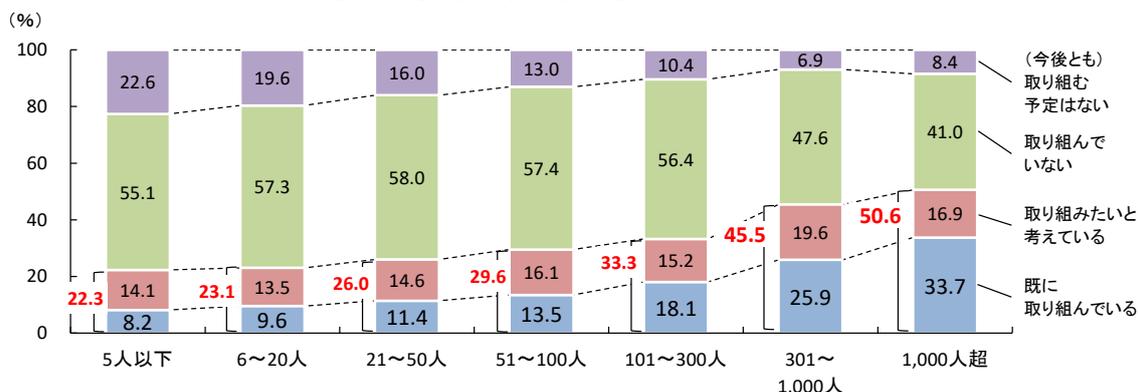
金融経済教育の認知度

～従業員数別～

(%)

従業員数	知っている
5人以下	55.5
6～20人	60.0
21～50人	62.6
51～100人	66.1
101～300人	70.6
301～1,000人	70.0
1,000人超	69.7

金融経済教育の取り組み状況～従業員数別～



注: 母数は、金融経済教育の内容を「知っている」企業6,913社

3. 取り組み上の課題、ニーズのバラつきによるまとまった教育の困難、人材・時間の不足が3大要因

金融経済教育の内容を「知っている」企業6,913社に対して、金融経済教育に取り組むうえでの課題について尋ねたところ、「社員のニーズにバラつきがあり、まとまった教育が行えない」が39.5%で最も高かった（複数回答、以下同）。また、「教育を行う人材がない」（38.5%）、「教育を行う時間が割けない」（34.2%）がいずれも3割台で続いた。

金融経済教育に取り組むうえでの課題（複数回答）^(%)

順位	項目	構成比
1	社員のニーズにバラつきがあり、まとまった教育が行えない	39.5
2	教育を行う人材がない	38.5
3	教育を行う時間が割けない	34.2
4	何を教えればよいか分からない	16.9
5	教育を行うための費用が捻出できない	15.2
	その他	6.2

注:母数は、金融経済教育の内容を「知っている」企業6,913社

次いで、「何を教えればよいか分からない」（16.9%）、「教育を行うための費用が捻出できない」（15.2%）が続き、教える内容や費用面での課題は1割台にとどまった。

企業からは、

- 「選択制の企業型確定拠出年金の導入には金融経済教育が必須であるため、定期的な教育機会を作っているが、社員間の関心の高さの度合いが異なるため、画一的な教育が難しいのが現状」（経営コンサルタント）
- 「以前 iDeCo を進めたが、誰も応募してこなかった。若い従業員が多く、将来のお金より今のお金が大事なのだと感じている」（金属プレス製品製造）
- 「集合教育の機会があまりとれないので、オンライン教材などの活用が必要」（ソフト受託開発）
- 「教育を金融機関に依頼している」（養鶏）

などの声があがった。

まとめ

本調査によると、企業の6割超が金融経済教育の内容を知っていた。しかし、その中で前向きに考えている企業は4社に1社にとどまる。その理由として、多様なニーズを自社でまとめきれないことのほか、人材や時間の不足が3大要因となっていることが分かった。

政府が金融経済教育を進める背景には、「貯蓄から投資へ」のキーワードをベースに個人の経済的自立や生活設計の支援だけでなく、超高齢社会への対応や金融市場の複雑化、デジタル化の進展、国際競争力の強化などがあげられる。

金融リテラシーの向上は、持続可能で安定した経済社会を実現する一助となる。そのため、政府・民間企業・金融機関が協力し、実践的な金融教育プログラムをより一層提供すべきであろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,008社、有効回答企業1万1,133社、回答率41.2%)

(1) 地域

北海道	510	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,201
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	768	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,804
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	902	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	759
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,305	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	379
北陸(新潟 富山 石川 福井)	551	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	954
合計			11,133

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	103	小売	飲食料品小売業	151
金融	174		繊維・繊維製品・服飾品小売業	89
建設	1,679		医薬品・日用雑貨品小売業	54
不動産	471		家具類小売業	23
製造	飲食料品・飼料製造業	306	家電・情報機器小売業	78
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	121	自動車・同部品小売業	185
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	196	専門商品小売業	254
	パルプ・紙・紙加工品製造業	82	各種商品小売業	48
	出版・印刷	186	その他の小売業	14
	化学品製造業	331	運輸・倉庫	442
	鉄鋼・非鉄・鋳業	449	飲食店	115
	機械製造業	435	電気通信業	9
	電気機械製造業	268	電気・ガス・水道・熱供給業	12
	輸送用機械・器具製造業	106	リース・貸貸業	98
精密機械・医療機械・器具製造業	72	旅館・ホテル	92	
その他製造業	68	娯楽サービス	110	
(2,620)	飲食料品卸売業	318	放送業	22
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	146	メンテナンス・整備・検査業	260
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	273	広告関連業	115
	紙類・文具・書籍卸売業	112	情報サービス業	533
	化学品卸売業	222	人材派遣・紹介業	67
	再生资源卸売業	30	専門サービス業	433
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	238	医療・福祉・保健衛生業	124
	機械・器具卸売業	787	教育サービス業	48
	その他の卸売業	293	その他サービス業	256
			その他	35
合計			11,133	

(3) 規模

大企業	1,755	15.8%
中小企業	9,378	84.2%
(うち小規模企業)	(3,766)	(33.8%)
合計	11,133	100.0%
(うち上場企業)	(222)	(2.0%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

株式会社帝国データバンク 情報統括部長 藤井 俊

【問い合わせ先】 窪田 剛士 03-5919-9343 (直通)

keiki@mail.tdb.co.jp

情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。