

中国における金融経済教育

Financial Education in China

PAN YUAN¹, 大藪千穂²

PAN YUAN¹, Oyabu Chiho²

[キーワード Keyword] 中国, キャッシュレス社会, 金融経済教育, 財経素養教育

[所属 Institution] ¹岐阜大学大学院 (Graduate School of Education, Gifu University), ²岐阜大学教育学部 (Faculty of Education, Gifu University)

[要旨 Abstract] 近年, 中国はキャッシュレス社会へ向かう動きが活発になってきている。キャッシュレス化の進展により, QRコード決済を用いたモバイル決済の普及と Alipay や WeChatPay などの第三者決済機関の利用者数の増加によって, 中国は世界最大の電子商取引市場になったが, 同時に多くの消費者問題も発生している。特に大学生には過剰消費や消費者金融で借入するという状況が生じ始めている。モバイル決済は消費者の利便性を向上させるが, 金融経済教育を受けていない大学生にとっては大きな誘惑となる。中国の学生は今後, 金融経済教育を通じて自分の収支を把握し理性的に消費しなければならない。本論文では中国におけるキャッシュレスの現状, 特に大学生や高齢者を取りまく消費者問題, 中国の金融経済教育の状況を明らかにした上で, 今後の中国における金融経済教育の重要性を提案する。

I. はじめに

近年, デジタルの進展により, 中国はキャッシュレス社会へ向かう動きが活発になってきている。2020年の中国のキャッシュレス決済比率は83.0%であり, 世界2位になった(経済産業省2022a)。1位の韓国はクレジットカード決済が主流なのに比べ, 中国はモバイル決済が主流である。とりわけ, QRコード決済を用いたモバイル決済の普及により, 人々の消費様式は現金払いでの「代金と引き換えで」から後払い・分割払いでの「先に消費し, 後で返済する」へと変わった。特に, 金融経済知識と理性的消費観念がまだ欠如している大学生らがモバイルで簡単に複数の消費者金融からお金が借りられ, 融資も受けられるため, 過剰消費や返済不能などのトラブルが生じている。中国の学生は金融経済教育を通じて自分の収支を把握し, 理性的・計画的に消費しなければならない。しかし, 中国においては学校教育における金融経済教育の学習指導要領やカリキュラムはまだ形成されておらず, 金融経済教育の方法と教材もほとんどない状況である。さらに, 中国は日本と同様に深刻な少子高齢化に直面している。社会保障制度の不備や公的年金の財政赤字のため, 今後, 社会保障制度の維持が懸念される。中国の高齢者は老後資金が不足し, 老後資金のための貯蓄の意識も低い。さらに金融経済に関する知識や経験がほとんどないため, 金融投資でだまされ, 老後資金の損失が生じている。そのため, 中国人は自分の年金や財産を, 保険や投資などの金融手段を通じて運用しなければならない。本論文では, 中国において金融経済教育を行う必要性を明らかにし, 今後の中国における金融経済教育のあり方を提案したい。

II. 中国におけるキャッシュレスの現状

中国支付清算協会は5万人以上のアンケートを分析し, 「2020年モバイル決済ユーザーアンケート調査報告書」を発表した。この調査報告書によると, 2020年にモバイル決済利用者のうち74%が毎日モバイル決済を利用しており, これは, 前年比4.4ポイント上昇となった。QRコード決済はモバイル決済利用者が最も用いる決済手段で, 前年比2.6ポイント上昇しており95.2%を占めている。モバイル決済は大多数の利用者に受け入れられ, 消費者が日常的に使用する主な決済手段となっている(中華人民共和国中央人民政府2021a)。

中国人民銀行が発表したデータによると, 2019年から2021年をみても, 中国のキャッシュレス決済の取引数と金額が増加していることが分かる。2019年に全国の銀行は合計3310.19億回の非現金決済(キャッシュレス決済)の取引を行い, 金額は3779.49万億元となった(中華人民共和国中央人民政府2020)。2020年には全国の銀行は合計3547.21億回の非現金決済の取引を行い, 金額は4013.01万億元となり, 前年同期よりそれぞれ7.16と6.18ポイント増加した(中華人民共和国中央人民

政府 2021 b)。2021 年には、全国の銀行は合計 4395.06 億回の非現金決済の取引を行い、金額は 4415.56 万億元となり、前年同期よりそれぞれ 23.9、10.03 ポイント増加した（中国人民銀行 2022）。

中国人民銀行によると、2019 年から 2021 年まで中国の電子決済の取引数と金額が年々増加し、そのうちモバイル決済の取引数と金額も増加していることが分かる。2019 年に銀行は 2233.88 億回の電子決済を取り引きし（2607.04 万億元）、このうち、モバイル決済の取引数は 1014.31 億回で、金額は 347.11 万億元である（中華人民共和国中央人民政府 2020）。2020 年には銀行は 2352.25 億回の電子決済を取り引きし（2711.81 万億元）、このうち、モバイル決済の取引数は 1232.2 億回で、金額は 432.16 万億元と、前年同期よりそれぞれ 21.48、24.5 ポイント増加した（中華人民共和国中央人民政府 2021 b）。2021 年には銀行は電子決済業務 2749.69 億回を処理し（2976.22 万億元）、このうち、モバイル決済の取引数は 1512.28 億回（金額は 526.98 万億元）、前年同期よりそれぞれ 22.73 と 21.94 ポイント増加した（中国人民銀行 2022）。

以上より、近年、中国はキャッシュレス決済やモバイル決済などの取引数と金額が増加し、特に QR コード決済を用いたモバイル決済を中心としたキャッシュレス社会へと急速に進行したことが分かる。このように、中国ではスマホ（モバイル）を使った決済が広く普及したため、中国ネットサービス大手のテンセント（騰訊控股）が自社のサービス利用者の 6000 人超に行った調査では、100 元（約 1,600 円）以下しか持ち歩かないと答えた人が 4 割、全く現金を持たずに外出すると答えた人は全体の 14%にのぼった（日本経済新聞 2017）。また中国では年々モバイル決済額は増加しており、2019 年から 2021 年の 2 年間で約 180 万億元（約 3492 兆円）にまで拡大している。さらに、中国銀聯は全国の約 17 万人を対象に行った調査分析に基づき、2021 年 2 月に「2020 年モバイル決済セキュリティ調査報告」を発表した。それによると、回答者の 98%が「モバイル決済は最もよく利用する決済手段」と答えた（人民網日本語版 2021）。調査によると、2020 年にはモバイル決済の 1 人 1 日あたりの平均利用回数は 3 回で、5 回以上という人の割合は調査対象全体の 25%に達したことが分かった。また最もよく利用される決済手段は QR コード決済で回答者の 85%が利用していた（人民網日本語版 2021）。QR コード決済を用いたモバイル決済の普及により、人々の消費様式は変化し、新たなライフスタイルを開拓している。

中国でモバイル決済が普及した原因を考えると、以下のことが考えられる。「2021 年通信業統計公報」によると、スマホユーザー数は 16.43 億戸、スマホ普及率は 100 人あたり 116.3 台、このうち 4G スマホユーザー数は 10.69 億戸、5G スマホユーザー数は 3.55 億戸、両者はスマホユーザー数の 86.7%を占めている（中華人民共和国工業和信息化部 2022）。また、2022 年 6 月に、中国のインターネットユーザー数は 10.51 億人で、インターネット普及率は 74.4%に達している。2020 年の 67%から 2 年間だけでインターネット普及率は 7.4 ポイント増加した。さらに、インターネットユーザーがスマホを使ってインターネットを利用する数は 10.47 億人でインターネットユーザー数の 99.6%に達している（中国互联网信息中心 2022）。近年、スマホやインターネットの普及はモバイル決済の土台となり、中国のキャッシュレス化に拍車をかけている。

一方、2015 年全国人民代表大会において、「互聯網+（インターネットプラス）行動計画」が発表され、「移動互聯網（モバイルインターネット）」及び「大數據（ビッグデータ）」を利用することで、インターネット技術と従来の産業（医療、物流、金融など）とを結合することにより、従来の産業に対する新たな促進目標が定められた（孟丹 2019）。その後、中国の国務院は「互聯網+（インターネットプラス）行動計画を積極的に推進することに関する指導意見」を発表したが、「インターネットプラス」を目指したプロジェクトが推進され、オンライン決済サービスも急速に中国社会に広まり、人々の生活における様々な領域に浸透し、国民の生活のあり方を大きく改変させる政策方針を決定した（孟丹 2019）。モバイル決済の拡大、普及には中国政府の「互聯網+（インターネットプラス）行動計画」が大きく貢献している。（孟丹 2019）。

さらに、中国では低所得者がクレジットカードに必要とされる与信審査の通過が難しい場合が多く、クレジットカードの保有は富裕層に限定される傾向にあり、それゆえに、銀行口座を開設すれば入手できるデビットカードが主流となった（Square2019）。この三つの原因が中国のモバイル決済の普及に対して影響を与えたと考えられる。

中国のモバイル決済の特徴は「第三者決済」を利用している事である。第三者決済とは、ある程度の規模と信用を有する独立した第三者決済機関が、銀行と契約を結ぶことによって、銀行の支払決済システムと接続した決済プラットフォームを提供するという非銀行決済である（孟丹 2019）。この決済モデルを最初に導入したのは、電子商取引大手企業である阿里巴巴（アリババ）の Alipay である。Alipay は 2004 年にアリババ社が運営するオンラインモール淘宝网（タオバオワン）上のオンラインショッピングのための、第三者決済を用いた支払いサービスとして誕生した（孟丹 2019）。その後、2011 年に開発した中国トップのソーシャルプラットフォーム「WeChat」（Line）のモバイル決済サービスである「WeChatPay」（LinePay）は、中国ネットサービス大手のテンセント（騰訊控股）が提供している。2018 年のモバイル決済市場におけるシェアを見ると「Alipay」（53.71%）と「WeChatPay」（38.82%）の 2 つのサービスで 92.53%に達し、流通分野において圧倒的シェアを占

めている（王蓬博 2018）。「Alipay」と「WeChatPay」は、中国で大手電子マネーとして、身分証（マイナンバーカード）・携帯電話番号・銀行口座の3つを認証した上で利用できるという共通点がある。中国で2021年12月、「Alipay」や「WeChatPay」などの50以上の第三者決済機関が電子人民元（人民元の電子マネー）の取引をサポートしており、電子人民元の決済がますます広がっている。

III. 中国におけるモバイル決済による消費の現状と課題

モバイル決済の先駆者であるアリババの Alipay は QR コードを用いた送金機能や決済機能などを、大型商業施設から零細小売業や個人にまで導入することで、タクシーやホテルの予約、公共料金の支払い、病院の予約と支払い、資産運用、各種商品の購入などを同一アプリから直接行う事が可能となっている（孟丹 2019）。一方、2009年から電子商取引大手企業のアリババが運営するオンラインモール淘宝网（タオバオワン）上で毎年11月11日に「独身の日」（ダブルイレブン）というオンラインショッピングのセールイベントを主催しているが、「独身の日」の1日の売り上げは、2013年は約350億元（約6650億円）であった。2017年は約1682億元、2018年は約2135億元（約4兆612億円）へと急増してきている（馮嘉会、汪志平 2019）。2022年6月、中国のオンラインショッピングユーザーは8.41億人に達し、インターネットユーザー全体の80.0%を占めている（中国インターネット信息中心 2022）。モバイル決済の普及により、オンラインショッピングは発展しつつ、中国の人々の消費様式も大きく変化した。

中国『“十四五”電子商務発展规划』によると、電子商取引額は2015年の21.8万億元から2020年の37.2万億元に増加し、全国のネット小売額は2020年に11.8万億元に達し、中国は8年連続で世界最大規模のネット小売り市場となった。2021年にネット小売額が消費財小売総額に占める割合は4分の1近くに達し、電子商取引はすでに消費者の主要ルートの1つとなっている（中華人民共和国中央人民政府 2021c）。経済産業省が、2022年8月に発表した『令和3年度電子商取引に関する市場調査』の報告書では、中国のみで市場の52.1%を占め、中国の市場規模の大きさは群を抜いて際立っていることが分かった（経済産業省 2022b）。また、中国の電子商取引の発展は依然として不規範、不十分、不均衡の問題に直面しており、プラットフォーム企業の独占と不公平な競争問題が際立つ（中華人民共和国中央人民政府 2021c）。さらに、中国は世界最大規模のネット小売り市場として、消費者被害に関する多くの問題にも直面している。中国消費者協会が発表した「2021年网络消費(オンラインショッピング)領域消費者權益保護報告」によると、電子商取引において商品やサービスの品質に欠陥があることが際立っており、消費者の個人情報への安全を侵害する行為が多く発生し、宣伝と実物がかけ離れ、消費者が商品やサービスの質について正確に評価するのを妨げているなどの問題点を指摘した（中華人民共和国中央人民政府 2022）。偽物や知的財産権の侵害などはしばしば発生し、消費者と売手に深刻な被害を与え、さらに企業独占のため「二者択一」を強制し、不合理な取引条件を付加し、不公平な競争が存在している（王炳南 2017）。全国の消費者協会に寄せられた苦情の統計によると、2017年の72.3万件から2021年の104.4万件まで苦情件数は年々増加している。

近年、中国では淘宝网（アリババグループ）、天猫（アリババグループ）、京東（ジンドングループ）などのオンラインモールの急速な発展により、Alipay（アリペイ）、JDPAY（ジンドンペイ）などの第三者決済機関が提供するキャッシュレスサービス、「蚂蚁借呗」「蚂蚁花呗」「京東白条」なども大学生がスマホアプリを通じて後払い、分割払い、少額融資等々が可能となり、買い物が容易になってきている。「蚂蚁花呗」は中国の巨大IT企業「アリババグループ」が提供するAlipayの消費者金融（クレジットサービス）である。「蚂蚁花呗」のユーザーが淘宝网（タオバオワン）や天猫（テンマオ）などのオンラインモールで商品やサービスを購入する際に、「蚂蚁花呗」で後払い、分割払いといったサービスを利用できる。2017年「蚂蚁花呗」が発表した「2017年年轻人消費生活報告」（2017若者消費生活報告）によると、中国の1.7億の1990年後生まれの若い世代のうち約4500万人が「蚂蚁花呗」を利用し、言い換えれば1990年後生まれの若い世代の4人に1人が「蚂蚁花呗」を利用し、また、約40%の1990年後生まれの若い世代は「蚂蚁花呗」のAlipayを利用する時に最優先支払い方法であることが分かった（中国新闻网 2017）。また、クレジットカード、借り越し、学生ローンなどの金融製品の急速な発展に伴い、大学生の消費習慣は「代金と引き換えで」から「先に消費し、後で返済する」方式に変わっている（严红霞・项恩来 2017）。そして、「分期楽」、「趣分期」など、オンラインショッピングモールには、金銭的余裕がない大学生が安易にお金を借りられ、分割払いもできるというプラットフォームが増えている。さらに、大学生の起業や奨学金を狙って、消費者ローンサービスを提供する「名校貸」などのオンライン貸金業者も現れてきた。それらの特徴は審査が甘く、入金が速く、高金利、高額な延滞金にある。学生はオンライン貸金業者を通じて簡単にお金が借りられ、借金や利息を支払うために新たなローンを組み、返済不能のため、早いスピードで延滞金が膨らみ、借金が雪だるま式に増え、多額の借金を背負い、暴力的な回収者に追い立てられ、

自殺する事件も生じるようになってきた（伊藤典子・山口香子 2017）。中国の大学生の生活費は 94%が親や親戚から支給され、次いでアルバイトで構成されている（严红霞・项恩来 2017）。つまり、収入がない大学生は返済する能力もリスクを負う能力もないのである。

2016年に河南省の大学2年生の男性がスポーツくじに夢中になり、生活費を使い果たした後、複数のオンライン貸金業者から60万円（約1139万円）近くも借り入れ、スポーツくじを買ってしまい、その後、借金のため自殺に追い込まれるということがあった。2016年に廈門の大学2年生の女性は借金に巻き込まれ、返済するために複数のオンライン貸金業者から借金を重ね、累計57万円（約1082万円）を抱えた後、自殺してしまった。さらに、一度に借りた金額が大きいか、期限を過ぎて返せない場合、悪徳な業者は学生に裸の写真を撮るように要求することもある。2016年12月に「貸借宝」という悪質なオンライン貸金業者の「裸条」というデータ圧縮パッケージが、ネット上で急速に広まった。約10Gのコンテンツには、約160人の女子大生の裸の写真や動画が含まれており、年齢層は主に17歳から23歳に集中していた。大学生の消費被害が頻発しているため、2021年3月銀保監会など5つの部委（國務院を構成する行政機関）が共同で発表した「关于進一步规范大学生互联网消费贷款监督管理工作的通知」によると、消費者ローンサービスを提供する少額貸付会社は大学生にインターネット消費の貸付を行ってはならず、監督管理部門の許可を得ずに設立された機関はすべて大学生に貸付サービスを提供してはならないこととなった（中華人民共和国中央人民政府 2021d）。しかし許可を得た商業銀行や政策銀行（Policy Bank）は学生向け貸付サービスを提供している。また、多くのオンライン貸金業者が姿を変えながら、学生を狙うローンを継続しているのが現状である。

金融系の大学や経済学科には専門的な金融経済科目があり、金融経済知識を知ることができるが、他の大学や専門の学生は金融知識を学ぶことが難しく、金融リスクに対して理性的な認識を持つことができず、金融経済知識が不足しているため、学生ローンが宣伝している「ゼロ金利」などに対して、虚偽の情報にだまされて警戒心も低く、最終的に借金返済不能に陥ってしまう（赵丽君・刘琳琳・李奕诺 2022）。そして、常一召（2021）は学生の消費観のずれ（拝金主義）、金融知識の不足、危機リスク意識の薄さは学生がだまされる主な原因であり、入学したばかりの大学生に対して必要な金融知識を普及させ、学生にネットの罠を識別することを教え、不法な貸金業者に対しては通報しなければならないと述べている。さらに、大学生の金融知識の欠如と金融経済教育の欠如が、学生ローンの違法事例が頻発する原因であると考えられ、対応策は、学校教育、家庭教育、社会教育を通じて学生の経済素養を高めることにあるとしている（吴鹤群・成晓越 2018）。つまり、親の仕送りへ依存する大学生が金利やローンの仕組みなどの金融経済知識が欠如しているため、返済が延滞した場合のトラブルを起こす原因と考えられる。

中国銀聯（2002年に中国人民銀行主導により設立された中国唯一のデビット/クレジット決済ネットワーク運営会社である）は9万人以上の中国の消費者に対してモバイル決済のセキュリティをめぐる行動の15年間の追跡調査である「2021移動互聯網支付安全調査報告」を発表した。この報告書によると、消費者の月平均消費総額のうちQRコード決済を用いたモバイル決済の割合は約8割以上を超え、年間で詐欺情報を受信した消費者の割合は7割を超え、モバイル決済に関する詐欺で経済的被害を受けた回答者は2020年に比べ6ポイントを増加し14%になっている。そのうち60歳以上の高齢者と若者（2000年後生まれた若者）は被害率が最も高く、特に高齢者の被害額が高額に及ぶ（中国銀聯 2022）。モバイル決済は消費者の利便性を向上させるが、金融経済教育を受けていない大学生にとっては大きな誘惑となる。中国の学生は今後、金融経済教育を通じて自分の収支を把握し理性的に消費しなければならない。

IV. 中国における金融経済教育の推進

2016年から大学生が学生ローンの返済不能で自殺に追い込まれる事件が増えているため、2017年国家教育部・銀監会・人力资源社会保障部の3部門が共同で発表した『关于进一步加强校园贷规范管理工作的通知』（以下「通知」という）によると、金融経済知識及び法律法規教育を積極的に展開し、学生の理性的消費、科学的消費、勤儉節約、自己保護などの意識を育成すると指摘した。「通知」によると、大学では、学期ごとに少なくとも1回、学生ローンの特別宣伝教育活動を集中的に展開し、典型的な事例の教育を強化し、学生に悪質な学生ローンの危害を深く認識させ、学生に悪質な学生ローンから遠ざかるように注意しなければならないとしている（中華人民共和国中央人民政府 2017）。現段階では、国家教育部などは金融経済教育を非常に重視しているが、大学では広報活動を通じて金融経済教育を行っているだけで、学校教育における金融経済教育のシステムはまだ形成されていない、金融経済教育の教材と方法もほとんどない状況である。

2018年6月4日から8日にかけて、中国教育科学研究院財経素養教育調査グループはアンケート調査、座談会と実地調査などを通じて財経素養教育の概念、重要性和必要性などの問題について、中国教科院成都市青羊教育综合改革実験区の小・中・

高等学校の学生、教師、保護者などの異なるグループに財経素養教育を実施する認知調査研究を行った（史习琳・張男星など 2018）。今回の調査では、学生アンケートの有効サンプル数は 6570 人（小学生 3223 人、中学生 2219 人、高校生 863 人）、教師アンケートの有効サンプル数は 726 人（幼稚園教諭 379 人、小学校教諭 148 人、中学教諭 186 人、高校教諭 10 人）、小・中・高等学校及び幼稚園児の保護者アンケートの有効サンプル数は 8482 人、教育行政管理者アンケートの有効サンプル数は 147 件、合計 15925 件のアンケートを回収した。調査の結果によると、95%の学生、92%の教師、95%の保護者、98%の教育行政者は財経素養教育が重要だと考え、88%の学生、87%の教師、91%の保護者は高校に入る前に財経素養教育を行うべきだと考えている（史习琳・張男星など 2018）。44%の学生、36%の教師、48%の保護者は小学校から財経素養教育を行うべきだと考えている（張男星・岳昌君など、2019 年）。これから、大学生の消費被害を避けるために、そして、将来老後のお金に困らないために、大学入学前に金融経済の知識を学ぶべきであり、小さい頃から正しい消費観念を確立して正しい消費行動を行い、自分の状況に応じて理性的に消費し、健全に消費しなければならない。以下では現在の中国での金融経済教育の現状について紹介する（張男星・岳昌君など、2019 年）。

1. 財経素養教育（金融経済教育）の定義

『中国財経素養教育標準枠組み解説』によると、財経素養は個体が経済生活に対応するために必要な財経知識（金融経済知識）、理財技能、財産観念と人生信念などの基礎教養の総和であると定義している。したがって、財経素養教育は単一または専門化された財商（財務指数）教育、金融教育、消費者教育、財経教育だけではなく、個人が経済生活に対応するために必要な財経知識、理財技能、財産観念と人生信念などの基礎教養の総和を育成する活動である（張男星・岳昌君など、2019 年）。現在、財経素養教育を推進する上で、学校教育を主とし家庭と社会団体などと連携している。

2. 中国財経素養教育の現状

2000 年から OECD は各国の教育を比較する教育インディケータ事業 (INES) の一環として、PISA (Program for International Student Assessment: ピサ) と呼ばれる国際的な学習到達度に関する調査を 3 年ごとに実施している（文部科学省国立教育政策研究所 2022）。PISA 調査では 15 歳生徒を対象に「読解リテラシー」、「数学的リテラシー」、「科学的リテラシー」の三分野以外にもオプションの調査も含め、それまでに身に付けてきた知識や技能を、実生活の様々な場面で直面する課題にどの程度活用できるかを測っている（文部科学省国立教育政策研究所 2022）。2012 年 PISA 調査が金融リテラシー教育の状況を把握するため、オプションとして加えられ、新しく金融リテラシーにかかわる調査に含まれた「PISA 2012 金融リテラシー調査 (PISA 2012 Financial Literacy Assessment)」を実施した（栗原久 2014）。調査の結果から、金融経済教育などに関して、世界中の各国間の情報・経験の共有等を促進し、金融経済教育の教育政策・実践を促進することができると考えられる。中国では学術面と学校教育面で財経素養と財経素養教育に関心を持ち始めており、主に 2012 年に始まった PISA テストへの関心が高い（張男星・岳昌君など、2019 年）。PISA テストに参加する地区は上海のみの参加から、北京、上海、江蘇、広東に拡大している。中国の学生は PISA テストで優れた成績を取るが、財経素養レベルが高いとは限らない、PISA テストは学生の問題文の理解や数学を用いて問題文を解く能力を重視しており、財経素養の観念と価値には関係ない（張男星・岳昌君など、2019 年）。中国の学生は労働や規則と制度の制約を知らず、財経素養が欠如しているため、ライバルを意識しすぎることから、非理性的な消費をしている。また最低限の努力で「一夜にしてお金持ちになる」ことを望んでいる（張男星・岳昌君など、2019 年）。その後、中国は財経素養教育を重視し、関連した政策を複数出し、2013 年中国人民銀行は銀监会、証监会、保监会と連携して「中国金融教育国家戦略」を制定し、金融教育普及を国家戦略のレベルに引き上げることを強調している（張男星・王春春など、2018 年）。2015 年、中華人民共和国国務院弁公庁は「关于加强金融消費者權益保護工作的指導意見」を発表し、金融管理部門、金融機関、関連した社会組織に対して研究を強化し、多様な方式を総合的に運用し、消費者に向けた金融に関する宣伝教育活動の深化・展開を促進するよう要求した（張男星・王春春など、2018 年）。教育部は、金融知識の普及教育を国民教育システムに組み入れ、国民の金融素養を向上させようと求め、2016 年、中華人民共和国国務院弁公庁が発表した「普惠金融發展計書の推進 (2016-2020 年)」は、教育部に財経素養教育を国民教育システムに組み入れることを指摘し、学校教育において財経素養教育の責任を担うべきであることを示した（張男星・王春春など、2018 年）。

3. 中国財経素養教育標準枠組み「五維三標」

中国において地域、経済発展のレベル、及び学校の発展状況によって、財経素養教育に対して重視する程度、財経素養教育

活動を展開する時間、財経素養教育の教師の資質能力と教育条件、学生の財経素養の水準などはすべて格差がある現状である（張男星・王春春など2018年）。2018年中国財経素養教育協同創新センターは、専門家からなるチームによる幼稚園から大学までの「中国財経素養教育標準枠組み」5次元（分野）・3目標の内容を整理し開発した。表1は小学校において習得すべき財経素養教育の内容である。中国財経素養教育標準は通用の枠組みであり、財経素養教育の実施基準において相対的に一致することと品質の参照を相対的に統一することを促進する（張男星・王春春など2018年）。全国の学校は、学校の状況に応じて「中国財経素養教育標準枠組み」に基づいて財経素養教育内容、時間数、程度などの調整する（張男星・王春春など2018年）。「中国財経素養教育標準枠組み」は「世界的視野、中国の特色」の思想を指導とした上で財経価値観（金銭・財産に関する価値観）の導きを重視する、個人と社会、国家の経済的つながりを際立たせる、伝統文化における優れた経済思想を明らかにする、労働が富を創造する態度を強調する、制度、規則の理解と遵守を強調する五つ特徴がある。（張男星・王春春など2018年）

表1 中国財経素養教育標準枠組み「五維三標」の小学校の内容

維度	目標		
	目標1: 知識と事実を知る	目標2: 方法と技能を身につける	目標3: 概念と態度を形成する
維度1 収入と消費	ステージ1 労働と個人収入	・異なる業種と部署によって入用の労働を支払う。 ・異なる労働を支払う及び収入差異	・収入を稼ぐための重要な手段は労働であり、収入によって労働の支払いが異なる。 ・誠実な労働を通じて合法的なコンプライアンスによる収入を得る。
	ステージ2 個人消費と計画	・商品分類と特徴。 ・異なる支払い方法。 ・合理的な消費の判定要素、需要の重要性と切迫性を含む。	・欲望をコントロールし、収入に応じて支出し、過度な消費をしない、盲目的に比較しない。 ・契約は他人の労働と社会財産に対する尊重である。 ・誠実な取引、詐欺しない。
	ステージ3 政府収入と支出	・国は公共物への投入及び個人生活への影響。 ・国民と納税。	・法に従って納税し、脱税はしない。 ・教育を優先的に発展させ、国は教育への投入を非常に重視する。
維度2 貯蓄と投資	ステージ1 貨幣と利率	・貨幣の生成と形式の変化。 ・異なる国の通貨および為替レート。 ・金利、利息の簡単な意味。	・為替換算ができる。 ・単利計算ができる。 ・人民元の真偽を判断する方法を挙げられる。
	ステージ2 貯蓄と消費金融	・銀行の基本業務と預金の種類。 ・借入条件及び証明書。 ・信用の重要性と不良信用の結果。	・貯蓄は生活の緊急需要の対応と将来の生活目標を実現する手段であり、適度に貯蓄できる。 ・活動の中で自分の信用を確立しなければならない。
	ステージ3 投資と収益	・投資の簡単な目標。 ・投資商品の種類が分ける。 ・投資の計画性。	・異なる投資商品の投資価値とリスクを簡単に比較できる。 ・物品によって付加価値が高まる空間が異なり、計算と計画が必要である。 ・より多くの収益を得るためには、より多くのリスクを負う必要がある。
維度3 リスクと保険	ステージ1 リスクとコントロール	・リスクの発生と不確実性。 ・個人の財貨及び情報の保護。	・一定の方法で個人情報保護できる。 ・自分の財産を保護し、損失を避ける；突発的な予期しない時に、助けを求めする方法を知る。
	ステージ2 商業保険と社会保障	・保険の生成と発展の簡単な歩み。 ・一般的な商業保険の種類。 ・社会救助、社会福祉の簡単な意味。	・リスクはどこにもある。 ・プライバシーを保護し、他人のプライバシーを尊重する。 ・保険はリスク管理の1つの方法である。 ・社会保障の過程で一人は皆の為に、皆は一人の為に。
維度4 制度と環境	ステージ1 経済制度と体制	・市場経済の主要な規則。 ・労働、契約、消費者権利保護などに関する法律が対象とする集団及び範囲。	・取引の規則を遵守し、市場取引のシミュレーションを行う。 ・中国消費者協会の苦情電話や消費者権利を守る方法を調べることを知る。
	ステージ2 国際貿易とグローバル化	・国際貿易の地域と国家を超えた特性。 ・希少な自然資源と経済発展。	・主要な国の優位性がある製品をいくつか挙げられる。 ・省エネのための革新的なやり方や発明を収集できる。 ・国際貿易の準則は共同で遵守する必要がある。 ・いかなる経済活動も資源を消費し、自然資源が不足し、節約が必要である。
	ステージ3 財貨と個人家庭	・どんな職業に就くにしても、誠実な労働を通じて富を創造しなければならない。 ・労働成果を他人と分け前にあずかる。	
維度5 富と人生	ステージ2 財産と国家社会	・富は人によって創造されるものであり、すべての労働者を尊重しなければならない。 ・契約は過度な消費をしない美徳であり、他人の労働に対する尊重でもある。	
	ステージ3 財貨と生命自然	・地球は一つしかない、自然環境を大切に、環境に優しく節約しなければならない。 ・人間は自然の一部であり、自然を破壊する経済活動は人間自身を傷つける。	

出典：張男星・岳昌君など、『中国財経素養教育標準框架解説』，科学出版社，2019年，pp.45-55

4. 財経素養教育の最終的な目標

財経素養教育の最終的な目標は、個人が社会経済生活に入る際に5つの面での合格者になり、社会主義の建設者と後継者になることを助力し、合格した労働者（自力で生計を立てる労働者）、合格した消費者（成熟した理性的な消費者）、合格した投資者（誠実で規範的な投資者）、合格した管理者（財産を保有する管理者）、合格した創造者（富の人生の創造者）の「五個合格者」になることである。「五個合格者」は、個人が経済生活の中で、異なる役割を担うことであり、役割によって要求される能力と存在価値が異なり、その間の関係の根幹は階層的、徐々に進んでいる。「五個合格者になる」という財経素養教育の目標は、個体が人生の各段階で経済生活の異なる役割を果たすことを助け、個人の幸福、家庭福祉、国家の安定と社会発展のために役割を発揮すべきであるとされている（張男星・岳昌君など，2019年）。

5. 中国における小・中・高等学校の財経素養教育

中華人民共和国教育部（2021）によると、現在、小・中・高等学校の学校教育においては、財経素養教育に関する内容は主に「道德与法治」（道德と法治）、「语文」（国語）、「数学」、「历史」（歴史）、「地理」、などの教科に組み込まれている。「道德与法治」においては、小学校(3-6年生)では、「私の家庭生活」という特定のテーマで、家庭の収入源と固定支出について理解する。中学校では、「私と他人と団体」という特定のテーマを設置し、法律が国民の財産、未成年者の財産相続権、知的成果などを保護していることを理解し、法律を利用して自分の経済的権利を保護することを学ぶように指導している。普通高校では、「投資と理財」のモジュールを設け、一般的な投資・理財の方式を比較し、投資・理財のリスクをコントロールすることと回避することを論じ、バランスファンドで合理的投資・理財の方式を組み合わせるように指導している。

数学においては、学生が生活の中の金融問題を理解する上で解決できるように導くことを重視している。例えば、中学校では給与の平均値を計算し、買い物などの生活実例を組み込んでいる。普通高校では「関数」のモジュールの中で、住宅ローンなどの金融に関する実例を組み込んでいる。歴史においては学生が歴史上・現代の国内外で貨幣の発行と使用状況を理解し、関税、貨幣、消費者金融、商業契約などの日常生活における役割を知り、20世紀以来の貿易、金融の変化が人類の生活に与える影響などを認識する。中華人民共和国教育部によると、これから引き続き関連の部門と連携しながら、小・中・高等学校での関連する教科における財経素養教育の内容をさらに充実させることを目標としている。

V. 中国の財経素養教育と日本の金融経済教育の比較

1. 「中国財経素養教育標準枠組み」と「金融リテラシー・マップ」(金融庁)の比較

中国財経素養教育協同創新センター（以下、センターとする）は、中国教育科学研究院、西南財経大学、上海財経大学、中央財経大学、中国財政科学研究院、山東省教育科学研究院、四川省教育科学研究院、重慶教室内外雜誌有限責任公司、康德教育集团などの9機関が共同で開設し、2016年11月に北京で正式に設置された。これまでに17機関がセンターのメンバーとなっている（張男星・岳昌君など2019年）。

一方、日本の金融経済教育は様々な母体で実施されているが、「金融経済教育推進会議」が関係省庁（金融庁、消費者庁等）、有識者、金融関係団体（全国銀行協会、日本証券業協会、投資信託協会、生命保険文化センター、日本損害保険協会、日本FP協会、日本取引所グループ、運営管理機関連絡協議会）、金融広報中央委員会をメンバーとして、2013年6月に金融広報中央委員会（事務局：日本銀行情報サービス局内）の中に設置された。2015年12月には信託協会が加わった（金融経済教育推進会議2016）。さらに消費者庁も「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会」が2013年に発表した「消費者教育体系イメージマップ」(消費者庁、2013)を作成している。ここでは、4つの「重点領域」である「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」のうち、「消費者市民社会の構築」（消費がもつ影響力の理解）、「生活の管理と契約」（生活を設計・管理する能力）の2つの領域で主に「金融経済教育」を位置づけている（奥田真之、2014）

表2 「中国財経素養教育標準枠組み」と「金融リテラシー・マップ」の比較

	中国財経素養教育標準枠組み	金融リテラシー・マップ
公表の時間	2018年公表	2014年公表、2015年改訂
開発した機関	中国財経素養教育協同創新センター	金融経済教育推進会議
対象	幼稚園から大学までの学生	小学校から大学までの学生、 若年社会人、一般社会人、高齢者
仕組み	五維三標	4分野15項目
内容	五維度 1. 収入と消費 2. 貯蓄と投資 3. リスクと保険 4. 制度と環境 5. 富と人生	4分野 1. 家計管理 2. 生活設計 3. 金融知識及び金融経済事情の理 4. 外部の知見の適切な活用

このように、中国は大学・研究院と企業が連携して開発し、日本は政府などの公的機関、金融団体、EPO、個人などと幅広く連携して開発していることがわかる。現段階では中国人民銀行と銀保監会は主に消費者を対象として金融素養調査、金融知識普及などの関連業務を展開しているが、教育部、財政部、研究機関などと連携していない（党鵬2022）。また表2の内容を見ると、日本は中国よりも生活設計の内容を重視している。特に、生涯を見通して計画し、ライフステージによって、自分がどのような人生を送りたいのかを考えて、ライフプランを立ててみると、どの時点で、どのような準備が必要になるのかが分かるという視点となっている。

2. 学校教育における中国の財経素養教育と日本の金融経済教育の比較

中国にはまだ系統的な財経素養教育の教材がないため、財経素養教育の内容は他の教科に点在しており、系統性が不明瞭になっている(党鵬 2022)。現段階では、北京、上海、広東、四川、重慶などの一部の小・中学校だけが自主的に財経素養教育の探索を展開し、四川大学などのごく少数の大学だけが大学生の「財経素養通識課程」を開設している。財経素養教育に対する理解や重要度は各地で異なるため、沿海地区の一部の学校ではすでに選択科目を開設し、校本教材(学校が開発された教材)を開発し、実践活動を展開しているが、まだ多くの学校では財経素養教育を展開する意識がないので、地域の格差が大きい(党鵬 2022)。

一方、日本では、小学校、中学校、高等学校の学習指導要領において、金融経済教育の内容が含まれている教科としては、小学校では道徳、生活科、家庭科、社会科、中学校と高校では技術・家庭科、社会科(特に公民的分野・公共や政治・経済)があげられる(大藪千穂, 奥田真之 2014)。家庭科は表3に示すように、小・中・高等学校において金融経済教育内容の系統性が明確であることがわかる。また、家庭科の学習指導要領は1947年から約70年にわたって改訂され、近年、金融経済教育に関する内容の比重が増えているが、中国の財経素養教育の課程標準(学習指導要領)はまだ出ていない(党鵬 2022)。

表3 家庭科学習指導要領における小中高の金融経済教育の内容(抜粋)

小学校(5~6年生) 家庭編	中学校(7~9年生) 技術・家庭編	高校(10~12年生) 家庭編
A 家族・家庭生活 B 衣食住の生活 C 消費生活・環境 (1) 物や金銭の使い方と買物 ア(ア) 買物の仕組みや消費者の役割、物や金銭の大切さ、計画的な使い方 イ(イ) 身近な物の選び方、買い方、情報の収集・整理 イ 身近な物の選び方、買い方の工夫 (2) 環境に配慮した生活 ア 身近な環境との関わり、物の使い方 イ 環境に配慮した物の使い方の工夫	家庭分野 A 家族・家庭生活 B 衣食住の生活 C 消費生活・環境 (1) 金銭の管理と購入 ア(ア) 購入方法や支払い方法の特徴、計画的な金銭管理 イ(イ) 売買契約の仕組み、消費者被害、物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理 イ 情報を活用した物資・サービスの購入の工夫 (2) 消費者の権利と責任 ア 消費者の基本的な権利と責任、消費生活が環境や社会に及ぼす影響 イ 自立した消費者としての消費行動の工夫 (3) 消費生活・環境についての課題と実践 ア 環境に配慮した消費生活についての課題と計画、実践、評価	家庭基礎(2単位) A 人の一生と家族・家庭及び福祉 B 衣食住の生活の自立と設計 C 持続可能な消費生活・環境 (1) 生活における経済の計画 ア(ア) 家計の構造や生活における経済と社会との関わり、家計管理について理解すること。 イ(イ) 生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性について、ライフステージや社会保障制度などと関連付けて考察すること (2) 消費行動と意思決定 ア 消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解するとともに、生活情報を適切に収集・整理できること。 イ 自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について考察し、工夫すること。 (3) 持続可能なライフスタイルと環境 ア 生活と環境との関わりや持続可能な消費について理解するとともに、持続可能な社会へ参画することの意義について理解すること。 イ 自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動できるよう考察し、責任ある消費について工夫すること。 (3) 持続可能なライフスタイルと環境 ア 生活と環境との関わりや持続可能な消費について理解するとともに、持続可能な社会へ参画することの意義について理解を深めること。 イ 持続可能な社会を目指して主体的に行動できるよう、安全で安心な生活と消費及び生活文化について考察し、ライフスタイルを工夫すること。
		家庭総合(4単位) A 人の一生と家族・家庭及び福祉 B 衣食住の生活の科学と文化 C 持続可能な消費生活・環境 (1) 生活における経済の計画 ア 次のような知識及び技能を身に付けること。 (ア) 家計の構造について理解するとともに生活における経済と社会との関わりについて理解を深めること。 (イ) 生涯を見通した生活における経済の管理や計画、リスク管理の考え方について理解を深め、情報の収集・整理が適切にできること。 イ 生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性について、ライフステージごとの課題や社会保障制度などと関連付けて考察し、工夫すること。 (2) 消費行動と意思決定 ア 次のような知識及び技能を身に付けること。 (ア) 消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や責任ある消費の重要性について理解を深めるとともに、生活情報の収集・整理が適切にできること。 (イ) 消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう、消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解するとともに、契約の重要性や消費者保護の仕組みについて理解を深めること。 イ 自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動できるよう考察し、責任ある消費について工夫すること。 (3) 持続可能なライフスタイルと環境 ア 生活と環境との関わりや持続可能な消費について理解するとともに、持続可能な社会へ参画することの意義について理解を深めること。 イ 持続可能な社会を目指して主体的に行動できるよう、安全で安心な生活と消費及び生活文化について考察し、ライフスタイルを工夫すること。
	D ホームプロジェクトと学校家庭クラブ活動	D ホームプロジェクトと学校家庭クラブ活動

出典：文部科学省(2017・2018)、「小・中・高等学校学習指導要領解説 家庭編」

VI. まとめ

本論文では、まず中国の金融に関する現状を、キャッシュレス化、中国におけるモバイル決済の普及、中国におけるモバイル決済による消費の現状と課題、の3つに分けて分析した。この結果、中国はキャッシュレス決済やモバイル決済などの取引数と金額が増加し、特にQRコード決済を用いたモバイル決済を中心としたキャッシュレス社会へと急速に進行したことが明らかになった。また中国は世界最大規模のネット小売り市場として、消費者被害に関する多くの問題に直面していることも明らかとした。電子商取引において商品やサービスの品質に欠陥があることが際立っており、消費者の個人情報や安全を侵害する行為が多く発生しているが、さらに大学生はスマホでオンライン貸金業者などから簡単にお金が借りられ、借金や利息を支払うために新たなローンを組み、返済不能の悪循環になっている。モバイル決済に関する詐欺で高齢者と若者は経済的被害を受ける被害率が最も高いことを明らかにした。モバイル決済は消費者の利便性を向上させ、生活様式を変化したが、金融経済教育を受けていない大学生や高齢者にとっては大きな課題もはらんでいる。

次に中国における金融経済教育について明らかにした。この結果、中国の財経素養教育の内容は他の教科に点在しており、系統性・一貫性が不明瞭になっている状況であることが明らかとなった。中国は財経素養教育を重視しているが、財経素養教育に関する教育政策が不足しており、日本に比べると、多くの機関と幅広く連携していないため、影響力は限られている。また、中国の各地の学校における財経素養教育は不均衡の状態にあり、系統性と一貫性に欠けている。政府が財経素養教育の国家戦略を打ち出したことで、教育部、中国人民銀行などの多くの機関と連携しやすくなり、関連する取り組みも統一感があり、全国民を対象とした財経素養教育(金融経済教育)の普及を推進しやすくなった。一方、財経素養教育の課程標準はまだ作ら

れていない。財経素養教育の課程標準を作成し、教える内容や教科の目標を示すことで、全国の学校教育において一定の水準を保つことができると考えられる。中国の金融経済教育は緒についたばかりで、段階的に金融経済教育を実施する必要があることが分かった。

中国はキャッシュレス化の進展、少子高齢化などにより、若者は過剰消費や返済不能、多重債務を負ってしまい、高齢者を狙った金融詐欺も生じていることから、金融経済教育を積極的に進めていくことは喫緊の課題である。中国にとって金融経済教育は新しい分野であり、今後、日本における金融経済教育の動向と取り組みを踏まえつつ、中国において金融経済教育を国家戦略として推進していき、日本のように若者をはじめとする国民の各層に向けた金融経済教育の活動に取り組んでいきたい。

参考文献

- 常一召 (2021) 「校园贷对大学生消费行为和消费心理的影响与改革措施」, 『現代营销 (経営版)』2021 年 01 期, 28
- 党鵬 (2022) 「全国人大代表徐玖平: 把财经素养教育纳入国民教育体系」,
<http://www.cb.com.cn/index/show/bzyc/cv/cv135146741644>(2022 年 11 月閲覧)
- 馮嘉会・汪志平 (2019) 「中国におけるネットショッピングの発展」『札幌大学総合論叢』第 47 号, 111
- 伊藤典子・山口香子 (2017) 「焦点: 中国の学生ローン地獄, 自殺者増加で取り締まり強化」, <https://jp.reuters.com/article/china-student-loan-suicide-idJPKCN1C40S6> (2022 年 10 月閲覧)
- 栗原久 (2014) 「第 6 章 OECD 金融教育プロジェクトと PISA2012 金融リテラシー調査」, 『海外における金融経済教育の調査・研究報告書』, 61, 70
https://www.jsda.or.jp/about/kaigi/chousa/kenkyukai/content/k_report.pdf(2022 年 10 月閲覧)
- 金融経済教育推進会議 (2016) 『金融リテラシー・マップ』, 1,
<https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/literacy/pdf/map.pdf> (2022 年 10 月閲覧)
- 出典: 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会, 「消費者教育の体系イメージマップ ~消費者力ステップアップのために~」2013 年)
- 経済産業省(2022a) 「キャッシュレス更なる普及促進に向けた方向性」資料 5,
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/pdf/001_05_00.pdf (2022 年 10 月閲覧)
- 経済産業省 (2022b) 『令和 3 年度電子商取引に関する市場調査』, 102,
<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220812005/20220812005-h.pdf> (2022 年 12 月閲覧)
- 文部科学省(2017a) 「小学校学習指導要領 (平成 29 年告示) 解説 家庭編」, 85,
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/fieldfile/2019/03/18/1387017_009.pdf
 (2022 年 10 月閲覧)
- 文部科学省(2017b) 「中学校学習指導要領 (平成 29 年告示) 解説 家庭編」, 119 (2022 年 10 月閲覧)
https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/fieldfile/2019/03/18/1387018_009.pdf
- 文部科学省(2018) 「高等学校学習指導要領 (平成 30 年告示) 解説 家庭編」, 139-146,
https://www.mext.go.jp/content/1407073_10_1_2.pdf (2022 年 10 月閲覧)
- 文部科学省国立教育政策研究所 (2022) 「OECD 生徒の学習到達度調査 2022 年調査パンフレット」,
https://www.nier.go.jp/kokusai/pisa/pdf/2022/01_point.pdf (2022 年 11 月閲覧)
- 孟丹 (2019) 「中国におけるモバイル決済の実態分析」『立正経営論集 52 (1)』, 82-93
- 日本経済新聞 (2017) 「中国, 消えゆく現金決済「所持金 100 元以下」が 4 割に」,
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO20385050V20C17A8000000/> (2022 年 9 月閲覧)
- 奥田真之 (2014) 「金融経済教育の動向と実践に向けた課題」, 『中部消費者教育論集』10 号, 7-8
- 大藪千穂・奥田 真之(2014) 「情報活動を基盤とした新しい視点による金融経済教育の開発と実践」, 『生活経済学研究』第 40 巻, 1-13
- 人民網日本語版 (2021) 「中国のモバイル決済利用者 8 億人超 一日平均何回利用するか」,
<http://j.people.com.cn/n3/2021/0203/c94476-9815916.html> (2022 年 12 月閲覧)

- Square(2019)「電子決済大国はどのようにして誕生したの？中国のキャッシュレス事情」,
<https://squareup.com/jp/ja/townsquare/cashless-world/china> (2022年11月閲覧)
- 史习琳・张男星・桂庆平・王春春・靳晴晴・刘文权・楚晓琳・庞雪(2018)「中小学实施财经素养教育认知调查报告」『大学』11期, 53
- 王炳南(2017)「国内外电子商务的现状与发展」,『十二届全国人大常委会专题讲座第二十九讲』,
http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2017-06/29/content_2024895.htm (2022年10月閲覧)
- 吴鹤群・成晓越(2018)「风险社会视域下“校园贷”问题的生成及应对」,『当代青年研究』,2018年01期,106
- 王蓬博(2018)「移动支付行业数字化进程分析—易观:2018年第3季度中国第三方支付移动支付市场交易规模438357亿元人民币」,<https://boyue.analysys.cn//sail/view/portal/index.html#/detail/20019111> (2022年12月閲覧)
- 严红霞・项恩来(2017)「第三方支付平台对大学生消费习惯的影响及对策—以支付宝为例」,『才智』第12期,161
- 中国新闻网(2017)「花呗年轻人消费报告:中国90后消费比美国更“前卫”?」,<https://www.chinanews.com.cn/m/life/2017/05-03/8214804.shtml>
- 中国财经素养教育协同创新中心(2018)「中国财经素养教育标准框架」『大学』01期,16-19
- 中国人民銀行(2022)「2021年支付体系运行总体情况」,2-4,
<http://n2.sinaimg.cn/finance/2e069050/20220402/ZhiFu.pdf> (2022年9月閲覧)
- 中国互联网信息中心(2022)「第50回中国互联网发展状况统计报告」,25,45
<http://cnic.cn/NMediaFile/2022/0916/MAIN1663313008837KWI782STQL.pdf> (2022年9月閲覧)
- 中国銀聯(2022)「2021移动互联支付安全调查报告」,<https://cn.unionpay.com/upowhtml/cn/templates/newInfosub/7885004da382485e8bde5a0ba000fdd3/20220125112643.html> (2022年10月閲覧)
- 中華人民共和国教育部(2021)「对十三届全国人大四次会议第3972号建议的答复(513号)」,
http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/xxgk_jyta/jyta_jiaocaiju/202201/t20220124_596069.html (2022年10月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2017)「三部门关于进一步加强校园贷规范管理工作的通知」,http://www.gov.cn/xinwen/2017-06/29/content_5206540.htm (2022年11月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2021a)「调查报告:74%的用户每天使用移动支付」,http://www.gov.cn/xinwen/2021-01/14/content_5580032.htm (2022年9月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2020)「2019年我国银行办理非现金支付3779.49万亿元」,http://www.gov.cn/xinwen/2020-03/18/content_5492759.htm (2022年9月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2021b)「2020年我国银行办理非现金支付超4000万亿元」,http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/24/content_5595415.htm (2022年9月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2021c)「商务部解读《“十四五”电子商务发展规划》」,http://www.gov.cn/zhengce/2021-11/01/content_5648151.htm (2022年9月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2021d)「中国银保监会办公厅·中央网信办秘书局·教育部办公厅·公安部办公厅·中国人民银行办公厅关于进一步规范大学生互联网消费贷款监督管理工作的通知」,http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/17/content_5593569.htm (2022年10月閲覧)
- 中華人民共和国中央人民政府(2022)「中国消费者协会发布《2021年网络消费领域消费者权益保护报告》」,
http://www.gov.cn/xinwen/2022-03/16/content_5679295.htm (2022年11月閲覧)
- 中華人民共和国工业和信息化部(2022)「2021年通信业统计公报」,
https://wap.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/txy/art/2022/art_e8b64ba8f29d4ce18a1003c4f4d88234.html (2022年9月閲覧)
- 赵丽君・刘琳琳・李奕诺(2022)「校园贷视阈下大学生金融素养的培养途径研究」,『老字号品牌营销』2022年02期,103
- 张男星・王春春・刘次林・毛豪明(2018)「中国财经素养教育标准研制的几个问题」『大学』01期,5-7
- 张男星・岳昌君など(2019)『中国财经素养教育标准框架解读』,科学出版社,総序ii, iii, iv, v