

金融リテラシー水準と 次世代金融商品選択行動

同志社大学大学院 ビジネス研究科 教授

山下 貴子

キーワード

金融リテラシー, 金融商品選択行動, 次世代金融商品, 電子マネー

消費者の金融リテラシーとフィンテックなどを用いた次世代金融商品の選択や電子マネーの使用状況との関連性を明らかにした。金融リテラシーは性別・年齢や所得水準・職業によって異なっており、低年齢層や低所得層、専業主婦などに金融教育を施していく必要性が示された。次世代金融商品については高リテラシー群に顧客化階層分析を実施し、商品の試用率や常用率を上げ顧客化階層を進行させるには、理解から試用の推移率を高める必要があるという結果が得られた。電子マネーの利用には、高リテラシー群は低リテラシー群と比較して商品の特性をよく理解し、多様な電子マネーを併用している。これからの金融マーケティングには、金融リテラシー別のターゲティングが効果的であることを提示した。