

# 主要國家央行推廣金融教育的比較與借鏡

黃富櫻

## 摘要

金融教育帶來金融知識，知識帶來力量。教育過程所產生的力量，可賦予百姓享有快樂、有尊嚴的生活。金融教育係消費者保護的一環，同時也是央行溝通政策的一環，已成為現代央行的主流業務。央行對社會大眾推廣金融教育具有達成貨幣政策目標、促進經濟成長、提升國民金融知識水準等「自利」效益；央行的角色與地位亦能提供公正客觀、不偏不倚、無廣告之嫌的教導；央行本身也具備足夠的知識、工具與能力進行金融教育。因此，本行不僅要積極投入金融教育行列，更應率先帶動我國的金融教育列車。

國人消費風氣改變，以及 94 年起發生的卡債風暴，業已喚起國人對金融教育的重視，政府與非政府單位及部分金融機構亦紛紛開辦年輕一代的金融訓練課程，以培養年輕一代正確、健康的金融觀念。本文探索主要國家央行在推動金融教育的工作與具體作為，藉他山之石，對本行的金融教育工作提

供建設性的建議。除由各國金融知識水準調查研究之文獻探討，佐證金融教育之重要性外，亦由近年來各國普遍重視金融教育之原因，以及金融教育之一般模式，說明央行在推廣金融教育的角色與重要性。

孩童是國家未來的資產，是型塑明日經濟的基石。因此，央行應重視對年輕一代的金融教育，並由孩童做起。但金融教育是一條漫長的投資過程，若能獲得組織高層的支持、教育對象要廣、儘可能與其他單位合作共同推動金融教育、與學校老師建立友好關係、協助老師輕鬆較學、及讓教材生動有趣，央行金融教育才能邁向成功之路。

考量金融教育係本行邁向現代央行里程碑時值得拓展與長期投資的業務領域。爰參酌各國央行金融教育工作經驗，建議於秘書處先成立「金融教育工作小組」積極推廣金融教育工作，本文並提出多項實務操作可行的短、中長期行動方案供參考。

## 一、前言

隨著金融市場全球化、人口結構變遷及政府政策更迭，今日複雜的金融世界及民眾

「經濟金融知識（以下簡稱金融知識）」水準普遍不足、如何使低照顧（underserved）百姓得到公平照顧、以及讓百姓有機會邁向成功、提高國民福祉等議題，已廣為各國政府所重視，紛紛立法要求相關單位對社會大眾進行「經濟金融教育（以下簡稱金融教育）」工作。

金融教育屬國家教育政策的一環，個人金融教育則是經濟學的應用，因為在每個人的生活當中充滿取捨，都要做選擇，而每個選擇都有成本，經濟學提供作個人決策的基本架構，金融教育就在教這個觀點，其最終目標是確保大人及小孩具備生活中的真實才能，成為具備金融素養的好消費者、以及有責任的好公民。美國前國務卿 Paul H. O'Neill (註 1) 稱，金融教育好比通往個人夢想的地圖，我們必須教導美國百姓解讀地圖的必要技巧，以實現個人自己的理想。放眼全球，各國政府正努力不懈地繪製創造全民福祉的金融教育地圖。

傳統央行治理強調央行擬定及執行貨幣政策，達成物價安定等貨幣政策目標之功能，現代央行治理則認為央行需要不斷展現最佳的經營管理，而不是如何決定與執行貨幣政策。此種思維已愈來愈受重視，其中亦包括央行在推廣金融教育的角色，其重要性已隨著各國央行的重視與積極生動活潑的作為而成為現代央行業務的新發展潮流。央行推廣金融教育具有「自利」的效益，除可強

化央行的貨幣政策效力外，亦可透過各種具備親和力之金融教育活動設計，讓民眾更認識央行，央行也具備企業識別，成為社區的好公民。更重要的是，央行是具公信力的政府單位，能提供公正、不偏不倚的教導，亦無廣告之嫌；央行本身具備足夠的知識、工具與能力進行金融教育，試問有誰最能說明央行的角色與功能呢？因此，央行一定要積極加入金融教育行列，即係基於上述考量，也是本文強調的重點。

金融教育係央行溝通政策之重要一環，雖已成為現代央行的主流業務，但對大眾的金融教育是一條漫長的路，其效果如細水涓滴，無法一蹴即至，惟仍值得央行進行長期投資。本行在消費者保護法之規範下，近數年來亦已伴隨網際網路發展，推動若干金融教育宣導工作，以保護消費者權益。盱衡各國央行較大規模之金融教育模式與工作經驗，對本行的金融教育工作甚具啟示力，係本行邁向現代央行里程碑時，值得拓展的業務領域，本行的金融教育工作亦有許多有待開發之處。本文研究旨在延續 95 年度完成之「央行貨幣政策操作的重要工具--溝通政策」報告，該報告囿於篇幅，無法深入探討央行在推廣金融教育的角色，爰利用本文進行後續研究，詳盡探索主要國家央行在推動金融教育的工作與具體作為，藉他山之石，對本行的金融教育工作提供建議。

本文共計六小節，除本前言外，第二節

探討各國百姓金融知識水準的調查研究文獻，並以美國、OECD、日本及我國之調查文獻為例，由一般大眾經濟金融知識水準、對金融教育的看法、平素金融知識的來源及應有的或最希望學習的教育課程等調查結果，佐證金融教育的重要性，及金融教育的需求與方向；第三節說明何以央行應重視金融教

育，以及央行金融教育的範疇、方式與對象；第四節介紹美國聯邦準備體系等七國央行之金融教育工作，另由美國與日本之個案探討金融教育成效；第五節說明國內當前之金融教育工作，並比較本行金融教育工作與主要國家央行的異同；最後為本文之結論與建議。

## 二、社會大眾金融知識水準的調查研究文獻探討

本節在說明文獻探討之前，首先釐清金融教育的意義，及其與消費者保護的差異。

### （一）金融教育與消費者保護的差異

Gopinath(2006)指出，金融教育是一種過程，消費者與投資者經由學習過程，增強渠等對金融商品、觀念與風險的認識，經由資訊擷取、教導或諮商等活動，消費者與投資者產生信心與技能，更了解金融風險與機會，更能做出具金融素養的明智選擇，知道何處可獲得協助，及採取有效行動，累積自己的財富。上述定義明確說明金融教育的範圍超越金融資訊的提供，尚包括教育訓練與諮商輔導等重點工作。

事實上，在金融教育未普遍受到重視以前，全球各國之消費者保護意識與消費者保護法或相關措施，已非常普及化。消費者保護法及金融教育皆以消費者為重心，但兩者在功能上仍有差異。各國普遍設有消費者保護法令保護消費者權益，但消費者保護法係

基於達成法令規定，加強對消費者發生消費糾紛時之法律保障，及提供消費者損害求償處理方法。金融教育則利用指導與訓練的方式補強所提供的資訊。唯有透過金融教育的方式，才能真正提高一國的知識水準，才能真正保護消費者的權益。因此，廣義而言，金融教育是消費者保護的一環，是保護消費者的輔助設施。

### （二）金融教育與金融知識

英國經濟學家 Alfred Marshall 稱經濟學是人類在日常生活中的知識，而經濟金融教育則是進行經濟學與日常生活中之消費、理財、避險、評估決策等活動的連結。我們必須在孩子尚小的階段，教導他們資源稀少的觀念，讓我們的下一代養成取捨 (trade-off) 的決策模式。經濟學雖予人枯燥難懂之先入為主觀念，但卻是一門具備決策基本架構的社會科學，若能透過教育方式，讓社會大眾了解經濟學的基本架構，深信久而久之能養成有經濟金融素養的選民。

金融知識(financial literacy)之一般用語頗多，亦有以金融能力(financial capability)相稱。兩者間之差別不大，但值得加以進一步說明其細膩差異處。一般而言，金融知識強調與貨幣、經濟或金融事務有關之特定議題的客觀知識及個人信心的主觀衡量，而金融能力則包括金融知識與了解、金融技能(financial skills and competence)及金融責任。因此，金融能力的觀念比金融知識廣，金融教育除教導金融知識外，亦需透過訓練與指導讓大眾養成金融技能與責任。

### (三) 主要國家之調查研究文獻

本單元將以美國、OECD、日本及我國之調查文獻為例，利用大眾對金融教育的看法、經濟金融知識水準、金融教育課程、平素金融知識的來源、使用頻率等各國之調查結果，佐證金融教育的重要性，茲歸納前述調查結果為大眾對金融教育的看法、經濟金融知識水準與金融教育課程、以及金融知識來源與使用頻率等兩大類說明如下：

#### 1、大眾對金融教育的看法、經濟金融知識水準及金融教育課程

(1) The National Council on Economic Education (NCEE)：NCEE 成立於 50 多年以前，是一種非營利組織，由事業基金、政府機構（如教育部）及個人之贊助作為資金來源，專責解決年輕人在經濟知識方面個人想知道與學校所教之間的缺口。在 1999 年及 2005 年曾兩度進行經濟知識水準調查，以了

解大人（18 歲以上的成年人）及高中學生（9-12 年級學生）對基本經濟的了解程度。大人部份採電話訪察，學生部分則在學校填寫問卷。調查報告之結論指出，無論教育水準為何，經濟知識對所有美國人民都很重要，特別是，並非所有大人均具備大學學歷，因此在高中或更早學習經濟金融知識顯得格外重要：

01. 就美國高中學生 1999 年與 2005 年之測驗成績觀察，與 1999 年比較，高中學生的經濟知識水準已有提高，但仍存在經濟知識缺口；絕大多數高中生不懂基本經濟知識，此種知識缺口嚴重影響年輕人管理財富的能力，亦影響經濟運作（見圖一）。

02. 2005 年的調查結果顯示（見表一）：

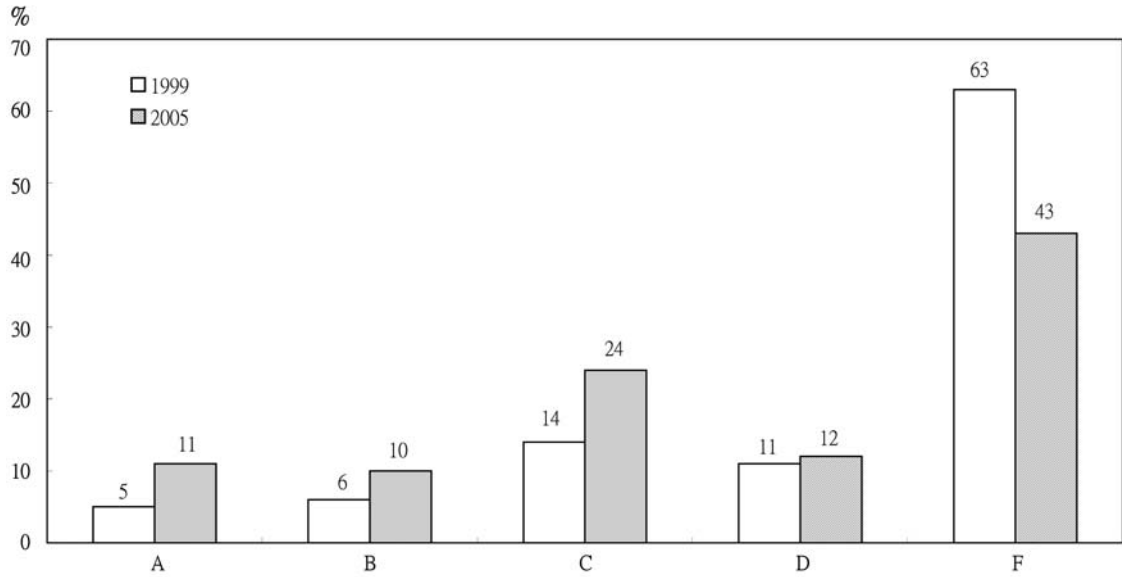
(01) 超過 90% 的大人及高中學生認為美國人熟悉經濟是很重要的事情。97% 大人受訪者認為應該在高中設經濟課程，但只有半數高中學生受過經濟教育。

(02) 77% 大人對經濟有興趣，但只有 51% 高中學生對經濟有興趣。

(03) 大人及高中學生在經濟及個人財務的測驗成績都不理想，大人及高中學生的成績分別為 70(C)及 53(F)，顯示他們對基本經濟觀念不熟悉。

(2) 克里夫蘭(Cleveland)聯邦準備銀行 2002 年之調查研究：克里夫蘭聯邦準備銀行於 2002 年進行金融教育的調查研究，並發表調查結果報告「Financial Education: What Is It

圖一 美國高中學生測驗成績之比較



資料來源: Markow, Dana and Bagnaschi, Kelly (2005)

表一 美國 NCEE2005 年調查研究主要發現

	受訪對象	
	大人	高中學生
熟悉經濟是很重要的	97	93
應該在高中教授經濟	97	
高中生曾上過經濟		50
12 年級		75
9-11 年級		42
對經濟有興趣	77	51
很有興趣	31	10
有些興趣	46	41
對經濟不很有興趣	12	36
對經濟一點也沒興趣	11	14
經濟及個人財務測驗的平均分數	70(c)	53(F)

資料來源: Markow, Dana and Bagnaschi, Kelly (2005)

and What Makes It So Important?」，其中指出 (註 2) 約有 1 千萬中低收入戶未在任何銀行開設帳戶、1990-2000 年每年約超過 1 百萬人面

臨財務問題、成人之金融知識水準平均約 57%、約 3/5 的家庭認為其支出高於所得。

(3) OECD 的調查研究文獻：OECD 在

2005 年針對金融教育的調查研究顯示，絕大多數國家的金融知識水準很低。如日本之成年人約有 71% 不懂股票及債券投資；美國及韓國的高中生則未通過信用卡管理及退休儲蓄之衡量測驗；更令人擔憂的是消費者通常高估自己所懂的經濟金融知識，澳洲的受訪者中，67% 認為他們懂得複利的觀念，但只有 28% 能正確答對複利的測驗題。因此，如何說服自認懂得金融知識但其實不懂的大眾參與金融教育訓練，成為政府推動金融教育的一項挑戰。此外，OECD 的調查亦顯示，高教育高收入之消費者之金融無知程度，其實與低教育低收入者同。OECD 的調查最後亦指出，如何提高消費者參與金融教育的興趣，不是件簡單的事，加拿大的受訪者表示，退休儲蓄計畫中如何正確選擇投資項

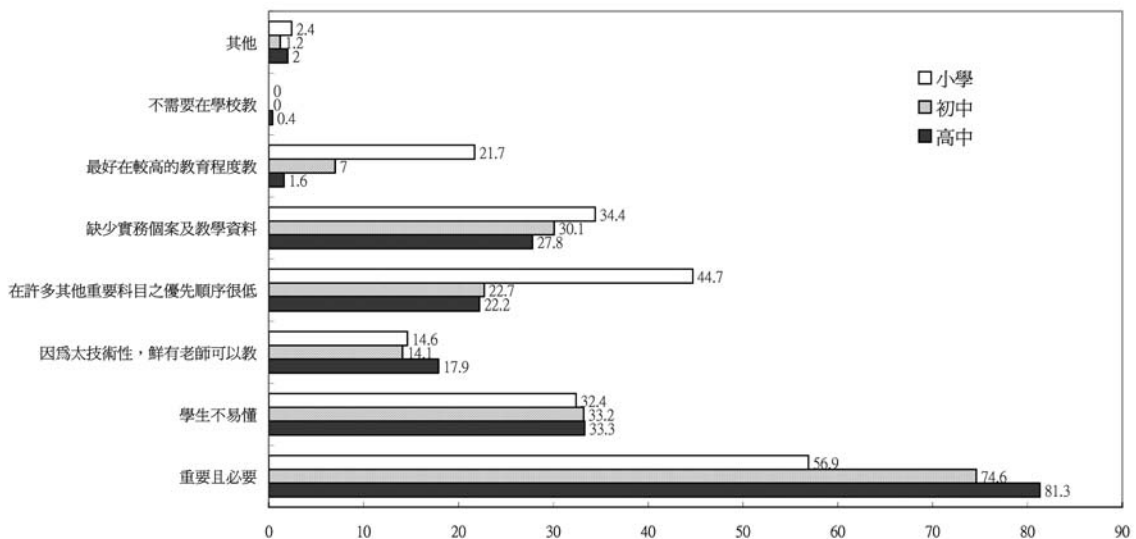
目，比看牙醫更緊張。

(4) 日本的調查研究文獻：

01、2004 年 8 月日本金融監理局 (Financial Services Agency) 對小學及中學的經濟金融教育調查結果顯示 (只有日語版，以老師為調查對象)，小學、初中及高中的老師認為經濟金融教育是『重要且必要』的比率分別為 56.9%、74.6% 及 81.3% (見圖二)。

02、日本央行 2005 年 3 月第 22 期之調查研究顯示，61% 的受訪者認為學校教經濟金融課程是必需的，只有 6% 認為不需要，33% 的受訪者沒意見；對央行未來積極推動金融教育的態度調查，62% 受訪者非常贊成，亦只有 4% 不贊成，其餘 34% 沒意見；至於日本央行應推動的金融教育課程，半數 (54.7%) 認為應教「基本經濟金融觀念」，

圖二 日本小學及初高中老師對經濟金融教育的看法



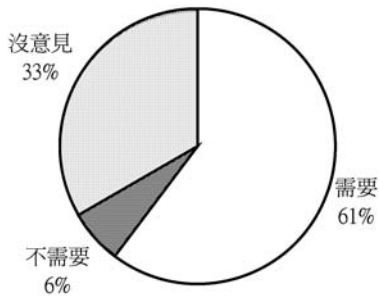
資料來源：繪圖資料來自EERB(2006), "The Need for Financial Literacy"

其次 36.2%為「貨幣角色與重要性」，再其次為「預算管理與人生規劃」及「央行功能、貨幣政策及金融機構角色」（見圖三~五）。

03、日本央行之 The Central Council for

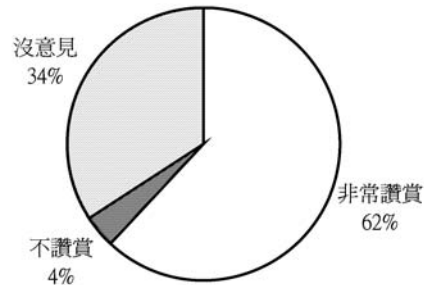
Financial Services Information 之 2003 年的日本中小學生金融教育調查結果顯示，只有 4% 有上金融教育課程，68% 的學生幾乎都沒上金融教育課程；進一步調查中小學生認為上金融教育課程有用與否，亦只有 5% 認為有用，

圖三 日本央行須要在學校(高中、初中及小學)教授經濟金融  
2005 年 3 月(22nd)



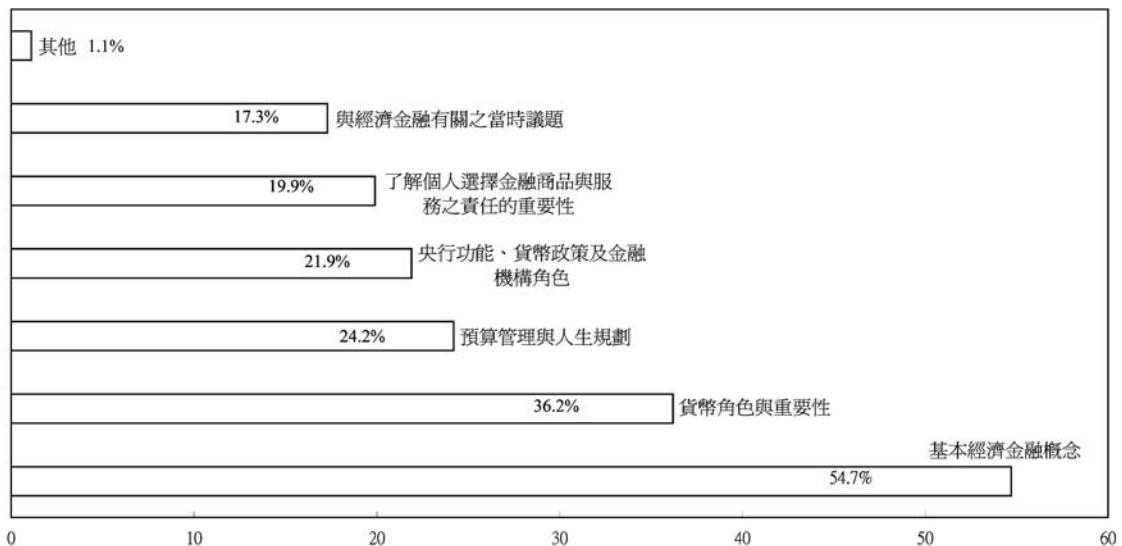
資料來源: 日本央行網站

圖四 對央行未來積極推動金融教育的態度  
2005 年 3 月(22nd)



資料來源: 日本央行網站

圖五 日本央行應有之金融教育課程  
2005 年 3 月(22nd)



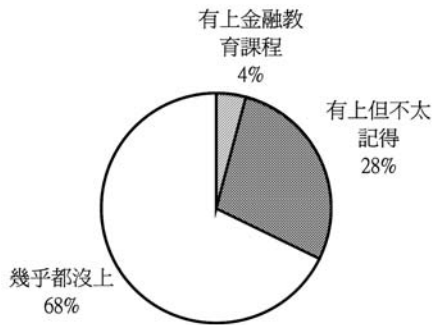
資料來源: 日本央行網站

56%認為幾乎沒有用；再進一步問你就讀的學校有教金融教育課程嗎？高中、初中及小學受訪者回答沒有者皆超過9成以上。最後問中小學生希望學習的金融教育課程，調查結果顯示，問卷的題目相同，其結果隨著學生年齡層而有所不同。小學生最優先希望了解貨幣的重要性，次為如何規劃使用貨幣；初中生以經濟金融的基本知識最為優先學習

的項目，次為如何規劃使用貨幣；高中生則以信用卡及使用須知最優先，次為了解金融商品及金融資產選擇，以及經濟金融的基本知識（見圖六~八及表二）。

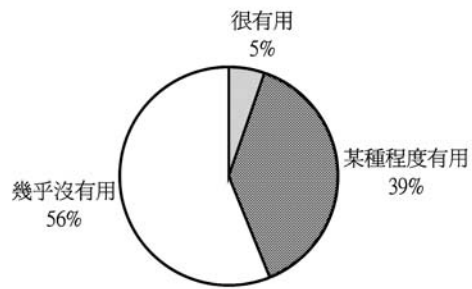
(5) 我國的調查研究：美商花旗銀行於2006年底之國小高年級之問卷調查(註3)如下，該行由真正了解信用概念的國小學童占少數之調查結果說明金融教育的重要性：

圖六 日本中小學生有無上金融教育課程



資料來源：CCFSI

圖七 有上金融教育課程之日本中小學生對金融教育課程有用與否之意見



資料來源：CCFSI

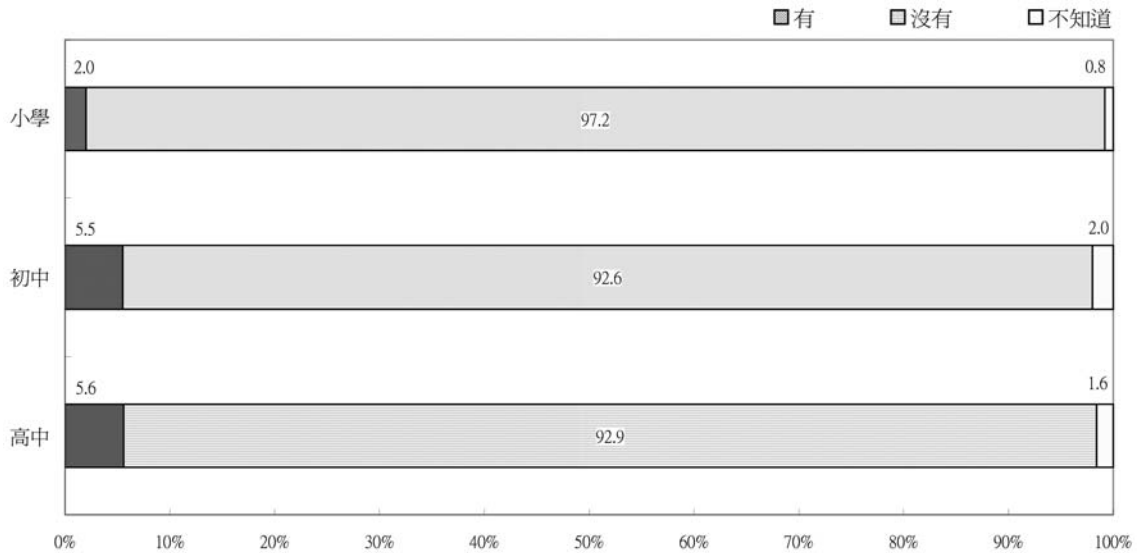
表二 中小學希望學習的金融教育課程

	%		
	小學	初中	高中
了解貨幣的重要性	92.5	27.5	15.0
了解如何規劃使用貨幣	61.4	51.8	16.1
經濟金融的基本認識	15.0	52.6	37.0
信用卡及使用須知	4.6	32.3	47.3
了解金融商品特性後之金融資產選擇	0.9	12.6	38.2
了解投資風險	0.4	6.8	30.9
管理消費與投資的能力	1.4	13.3	26.8
退休規劃	3.0	14.7	38.2
了解投資自我負責之重要性	1.1	5.4	32.7
其他	0.3	0.3	0.6

資料來源：The Central Council for Financial Services Information



圖八 學校有無教實用的金融教育課程



資料來源：CCFSI

01、78%的學童不敢使用信用卡，因為規定太複雜不易懂（67.3%）、容易花太多（54.6%）、不小心會破產（42.1%）。

02、小學生平均每週零用錢約 127 元，63%學童會全數存起來。

03、72%國小學童不會記錄消費支出，有紀錄消費習慣的學童中，以新竹市之 35% 最高，台北市 31% 次之。

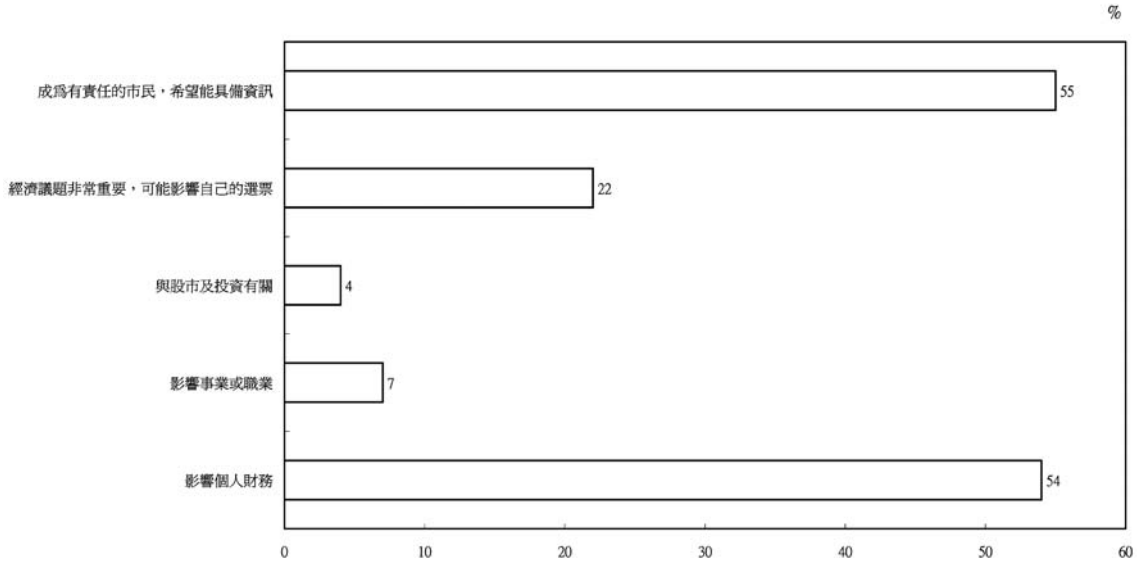
## 2、金融知識來源與使用頻率

(1) National Bureau of Economic Research (NBER) 2003 年春季進行電話隨機訪問調查 18 歲以上美國人對經濟政策的了解情形，藉由對經濟政策之認知，指出受訪者想要擁有經濟資訊的理由、資訊來源與使用頻率等金融教育之需求與方向。結果顯示，

55%受訪者希望成為有責任的市民，因此希望擁有經濟金融資訊；46.7%受訪者認為電視是其最重要的經濟資訊來源；各種來源的使用比率，亦以電視之 61% 最高，其次為報紙 49%，再其次為朋友、親戚或政治領袖（見圖九、十及表三）。

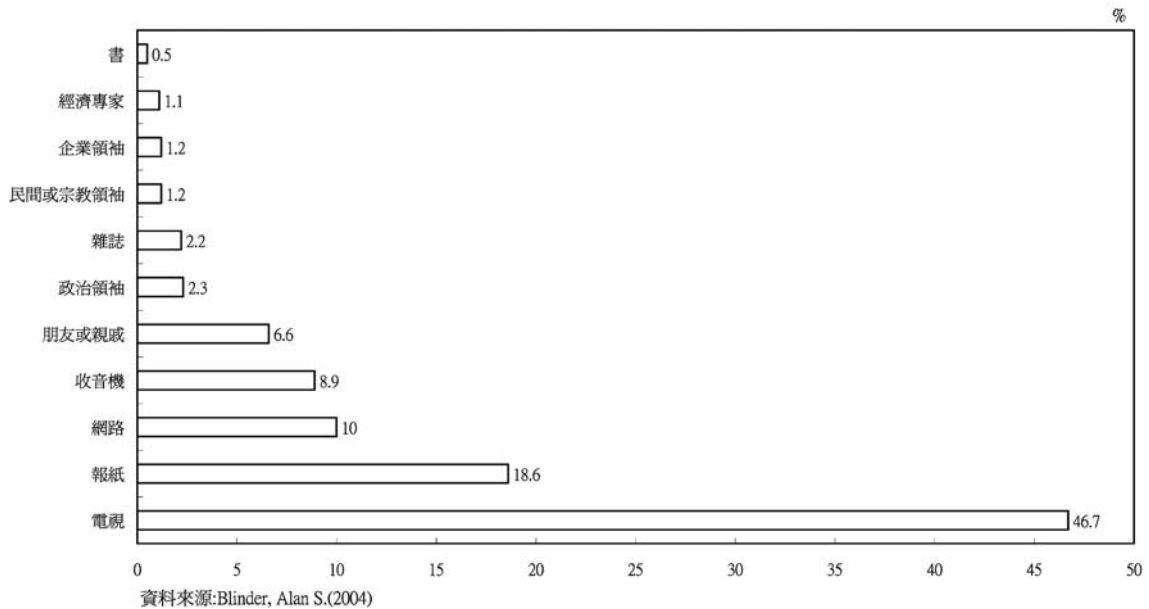
(2) Fed 研究人員依據 2001 年 11 月及 12 月消費者調查資料之研究報告指出，68% 消費者之金融知識的最重要來源是個人經驗，42% 來自朋友與家人，36% 來自電視、收音機、雜誌及報紙。獲取金融知識之最重要方法仍屬個人經驗，至於獲取金融知識之有效方法，以電視、收音機、雜誌及報紙之 71% 最高，其次為資料手冊（66%）（見表四）。

圖九 美國公民想要擁有經濟資訊的理由



資料來源:Blinder, Alan S.(2004)

圖十 美國公民最重要的經濟資訊來源



資料來源:Blinder, Alan S.(2004)

表三 各種資訊來源的使用頻率

排序	資訊來源	%		
		經常使用	偶爾使用	鮮少使用
1	電視	61	30	9
2	報紙	49	26	25
3	朋友或親戚	35	42	22
4	政治領袖	35	40	25
5	收音機	26	23	50
6	經濟專家	17	36	46
7	網路	21	18	61
8	企業領袖	12	31	57
9	民間或宗教領袖	10	27	62
10	雜誌	12	21	67
11	書	7	14	79

註：斜體部分之資訊來源並非獨立來源，假設其資訊來自其他8種管道

資料來源：Blinder, Alan S.(2004)

表四 各類型消費者獲取金融知識之來源分析

項目	消費者類型				
	全體消費者	不積極/不投入	不積極/投入	積極/不投入	積極/投入
獲取許多金融知識之來源					
個人財務經驗	68	51	66	72	86
朋友與家人	42	35	40	46	49
電視、收音機、雜誌、報紙	36	28	34	38	45
雇主	21	16	21	20	26
高中或大學課程	19	15	12	20	26
校外課程	17	11	12	18	25
網路	11	5	12	12	19
獲取金融知識之最重要方法					
個人財務經驗	48	47	42	49	51
朋友與家庭	21	24	25	19	17
電視、收音機、雜誌、報紙	11	8	13	11	14
訓練課程/研討會	5	3	4	6	5
雇主	5	3	5	6	5
高中或大學課程	4	7	5	4	4
網路	5	0	4	4	1
未回答	2	8	1	1	1
獲取金融知識之有效方法					
電視、收音機、雜誌、報紙	71	66	74	71	76
資料手冊	66	65	65	64	70
家庭錄影帶	64	65	63	60	67
網路/電腦	56	43	56	61	67
社區研討會	53	49	52	50	58
學校正式課程	53	53	53	56	52

資料來源：整理自 Braunstein, Sandra and Carolyn Welch (2002)。

### 三、何以央行應重視金融教育

本節將說明中央銀行在一國金融教育所扮演的角色、各國財政部或金融監督管理局皆已積極推管金融教育，何以央行仍須加入金融教育工作、以及央行金融教育的範疇、方式、對象與效益。但在說明上述細節之前，先說明近年來各國普遍重視金融教育的原因、及各國金融教育的模式，則有助於了解央行在推廣金融教育工作的重要性。茲分別加以說明如后：

#### (一) 近年來各國重視金融教育的原因

OECD(2005) (註 4) 指出下列原因導致金融教育的重要性與日遽增：

1. 科技技術與電訊發達，益以金融市場自由化，金融市場開放，成本降低帶動創新商品不斷推陳出新。
2. 金融市場快速發展，金融商品複雜化，消費者不易了解費用、收益、利率、到期日等商品的內涵，增加商品選擇的困難度，如保險商品的複雜度更勝於一般金融商品。
3. 戰後嬰兒潮在未來 5-10 年逐漸自職場退休，在人口老化及少子化之人口結構變遷發展下，如何進行退休規劃已是相當重要的課題。
4. 政府政策改變，退休制度大都由「確定給付退休計畫 (defined benefit pension schemes)」改為「確定提撥退休計畫 (de-

financed contribution pension schemes)」。退休新制將更多風險由雇主移轉至員工，更加重員工之責任與退休規劃。

5. 各國消費者之金融知識水準仍普遍低落，特別是低教育程度、少數民族、低所得及低照顧族群。

#### (二) 各國金融教育的範疇、方式、對象及提供教育的單位

一般而言，各國金融教育的範疇包括儲蓄、投資、債務管理、保險等個人的理財規劃，以及退休規劃與認識經濟金融之相關課程，其較詳盡資料如下：

1. 基本財務規劃：如儲蓄目標、消費騙局、金錢與市場。
2. 現金管理：如追蹤支出、購買規劃。
3. 儲蓄：如聰明購物、節省費用。
4. 銀行：如服務、商品與選擇、銀行如何運作、電子服務。
5. 貸款：如借款與管理、徵信報告與改善信用、降低債務、信用卡選擇、破產倒閉等。
6. 投資：如投資規劃與投資策略。
7. 稅賦：如了解稅賦、稅賦規劃。
8. 保險：如各種保險商品、避免保險詐騙。
9. 其他：如紀錄維護、消費權利與責任。

金融教育的方式則包括網際網路、手冊、宣傳單等出版品、諮詢服務、教育宣傳、訓練營或研討會、錄影帶等方式。金融教育的對象包括一般大眾及學生、婦女、新移民、低收入戶、企業員工及軍人等特定對象。提供金融教育的單位則含公、私部門及非營利政府組織，其中公部門包括財政部、中央銀行、金融監督管理局、社會事務部及其他政府機構等；私部門則指消費者協會、勞工協會、金融機構等。

### （三）央行為何需要扮演金融教育者

誠如前段所云，中央銀行係一國提供金融教育之一員，但下列正當理由足以說明央行尤須在金融教育中扮演更積極的角色：

1、央行是具有公信力的政府單位，能提供公正、不偏不倚的資訊，且不會產生一般金融機構推廣金融教育的廣告嫌疑。

2、央行有知識、資源、工具與潛力傳授經濟金融觀念。

3、相較其他單位，央行最了解其在經濟社會的角色，如果央行不挺身傳輸經濟金融及央行的角色，誰又會做呢？且央行最知道大眾想知道的是什麼，也最能看出市場的金融知識缺口與問題。

4、依規定央行是執行消費者保護法的參與單位。

5、金融教育是央行溝通政策的重要元素，可以達成央行物價穩定與金融穩定的目標。

### （四）央行金融教育的範疇、方式、對象與效益

一般金融教育的範疇甚廣，但央行是最高貨幣當局，具有知識、資源與工具，進行金融教育之傳輸工作，且考量許多金融教育單位已積極推動一般性之經濟金融知識，因此央行的金融教育範疇應採與央行業務有關之核心策略，專門講述貨幣、貨幣政策、央行功能等核心議題，金融教育的對象則涵括一般大眾及特定群體。央行亦透過網際網路、宣傳手冊、錄影帶、專題演講、研討會與訓練營等方式傳輸金融教育，但各國央行另透過貨幣博物館的貨幣展示及多媒體動畫設計，讓參觀民眾了解錢幣的由來、通貨膨脹或通貨緊縮的禍害、以及央行功能等一般性金融知識，貨幣博物館在央行推廣金融教育方面其實扮演相當重要的角色。有些央行（如德國央行）甚至以貨幣博物館為施展金融教育之主要場所，除館內之固定展示外，亦在博物館內設演講廳，舉辦專題演講，免費讓民眾參加，貨幣博物館儼然成為央行辦公室的延伸及央行的化身，此亦係近十餘年來多數央行紛紛新設貨幣博物館之主要緣由。表五顯示全球目前至少有 26 家央行設有貨幣博物館，其中亞洲地區僅日本、韓國、菲律賓及泰國之央行設有貨幣博物館。

過去 10-15 年隨著金融市場急劇變遷與多元化發展，全球央行業務產生許多典範轉移的重大變革，其中央行透明化是全球央行

表五 設立貨幣博物館之央行

	國家別	貨幣博物館名稱
1	奧地利	Geldmuseum
2	比利時	National Bank of Belgium Museum
3	巴西	Museum of Money
4	德國	Geldmuseum
5	加拿大	Musee de la monnaie
6	哥倫比亞	Banco de la Republica
7	哥斯大黎加	Museos del Banco Central de Costa Rica
8	多明尼加	Museo Numismatico y Filatelico
9	英國	Bank of England Museum
10	愛沙尼亞	The Eesti Pank Museum
11	格魯吉亞	National Bank of Georgia-Museum of Money
12	冰島	The Central Bank and Natuional Museum Numismatic Collection
13	牙買加	Money Museum
14	日本	Currency Museum
15	韓國	Bank of Korea Museum
16	立陶宛	Museum of the Bank of Lithuania
17	Marocco	Musee de la Monnaie
18	墨西哥	Numismatic Collection of Banco de Mexico
19	荷蘭	Coin Museum
20	菲律賓	Money Museum
21	葡萄牙	Museum of the Banco de Portugal
22	羅馬尼亞	The NBR Museum
23	斯洛伐克	Museum of Coins and Medals Kremnica
24	烏拉圭	Museo Numismatico
25	美國	Money Museum (Federal Reserve Bank of Richmond)
26	泰國	Bank of Thailand Museum

業務四大發展主流(註5)之一，透明溝通是獨立央行的責任，也能彰顯權責化，在貨幣政策操作過程中扮演樞紐地位。黃富櫻(2006)的報告專注闡明現代央行如何妥適運用溝通政策達成貨幣政策效果，其中亦舉出央行溝通過度以國會與媒體為重心向為社會所詬病、及絕大多數人口金融知識水準普遍不足，係成功的溝通策略所面臨的嚴峻挑戰之二，因此央行如何藉溝通政策謀取溝通對象的平衡、及提高社會大眾的知識水準，

是溝通政策的最大考驗。社會大眾的人數最多，但普遍欠缺專業知識，也不懂專業術語，因此，對大眾的金融教育其實是央行對外溝通所面臨之最大挑戰。

央行的溝通政策中其實已隱含對大眾的金融教育工作，央行投入金融教育工作其實是一種自利(註6)(self-interest)的效益。央行推廣金融教育，可以提高全民之金融知識水準，讓社會大眾聽懂央行使用的語言，達成貨幣政策目標；在大眾具備金融素養後，

更能了解及接受央行某些時候不得不為之困難決策之背後理由，更能激勵金融市場的深度發展，誘引金融機構開發顧客導向符合消費者需求的金融商品，從而促進經濟發展。此外，金融教育亦可拉近央行與民眾的距離，建立央行也是好公民的企業形象。上述央行投入金融教育的效益雖具體存在，但金融教育是一條漫長的路，其效果往往不如央行原先的預期，亦無法一蹴可至。儘管如此，金融教育仍屬央行必須長期進行的投資，長期而言對知識水準的提昇是有幫助的。

央行推廣金融教育既屬永續經營的工作，央行即應進行策略性規劃，但對大眾的金融教育層面甚廣，亦無法立竿見影，因此，教誰、教什麼、什麼時候教、在那裡教、如何教、及如何評估成效、如何研究分析等，都是央行在擬定金融教育策略時所面臨的挑戰，唯有全盤審密的規劃，金融教育才能發揮期望效果。其中成效評估及研究分析尤屬金融教育策略不可或缺的工作，研究分析可以讓央行瞭解知識缺口及推廣金融教育的結果，而成效評估則能據實舉出教育結果。

#### （五）攸關央行金融教育之其他議題

本節最後將分別說明央行金融教育工作，應重視年輕一代的金融教育，並由孩童做起、應重視金融教育的研究工作及成效評估、應重視職場金融教育等之原因，以及央

行金融教育成功的關鍵因素。

#### 1、應重視年輕一代的金融教育，並由孩童做起

年輕一代是國家未來的資產，金融教育若能愈早愈好，由孩童做起，將可使年輕人從小養成正確的金錢觀念或理財理念，可減少渠等長大成人後，在日常生活中修正錯誤所付出的鉅額成本。尤值得說明的是，絕大多數人由嘗試與錯誤的過程中隨意累積金融知識，有些人由父母處學習財務管理，有些人則由報章雜誌與銀行實務交易中學習金融知識，通常坊間的學習零零碎碎，極易被誤導或充滿錯誤。因此，純由學習來源的觀點考量，金融教育的根本之道，在孩童尚小階段，即應開始灌輸正確的金融觀念，在不斷的學習過程中，養成終身學習的好習慣，我們的年輕一代長大成人後也才能在複雜的金融市場中分享國內外經濟發展的果實，特別是年輕人學校畢業進入職場時，已具備金融敏感度、自信及金融知識的最低水準。盱衡先進國家大都立法規定中小學的課程中應包括經濟金融教材，特別是在數學及閱讀的課程中分別溶入複利及消費者保護法等之教材。

#### 2、應重視金融教育的研究工作及成效評估

研究分析係金融教育的重要元素，在建置金融教育計畫之前，研究工作可讓我們了解民眾的知識缺口，及推廣金融教育的好

處；正式啟動金融教育工作後，尤應不斷透過研究分析，了解當時的問題與待努力的方向。各國央行大都設有金融教育之研究團隊，美國 Fed 則於芝加哥聯邦準備銀行進行相關研究分析工作，及架設金融教育研究的專屬網站，該網站屬金融教育與知識研究之線上搜尋系統，提供一般大眾、研究人員、社區組織、金融機構及政府單位非常豐富的資料庫，包括文章、報告、研究論文及相關研究的完整內容與摘要。

就各國的相關研究工作觀察，其研究分析大都經由調查研究的方法，而調查研究則含括成效評估。成效評估所提供的調查結果，除揭示金融教育的績效外，亦能清楚揭示當前金融教育所面臨之問題。因此央行若能重視金融教育的研究分析與成效評估，可助益金融教育發揮長效。如美國 Fed 透過每三年一次之消費者調查評估金融教育成效，亦與民間機構 Jump\$Start 合作每兩年進行高中生金融知識水準的問卷調查。

### 3、應重視職場金融教育

央行除提供外部的金融教育外，亦須對內部的員工提供金融教育，Fed 在員工職場金融教育方面的投入頗為顯著，除提供相關課程或演講，助益員工進行退休規劃及更會理財外，亦定期舉行研討會，教導員工購屋預算、儲蓄及孩子的教育費用規劃，另亦提供內部網站，提供財務管理等提高生活品質的相關資訊。研究顯示，職場金融教育能促進

員工的工作表現，提高工作滿意度、及減少曠職率，就雇主而言是一種雙贏的策略。

### 4、審慎規劃金融教育課程

克里夫蘭聯邦準備銀行 2002 年之調查研究報告指出，央行在設計金融教育課程時，應考慮下列原則（註 7）：

(1) 教育課程應能改變消費者的行為，而不只是增加知識，並確保消費者能學以致用。

(2) 內容應包括易於應用、具吸引力且有用的知識。

(3) 提供知識時應告知該知識的價值。

(4) 在學習過程中，提供垂手可得的便利學習方式。

(5) 能使多數人受益的教育題材。

### 5、央行金融教育成功的關鍵因素

美國 Fed 在金融教育方面的努力受到全球的矚目，其經驗也是各國央行學習的對象。Minehan(2006)指出，Fed 下列金融教育的五大經驗與啟示，可提供各國央行參考，但事實上 Fed 之五大經驗可歸因為央行金融教育邁向成功之路的關鍵因素：

(1) 組織管理高層的支持：

任何計畫均涉及資源分配與經費支出，因此，金融教育計畫若無高層的支持與承諾，整個計畫將落空，無法實現。若金融教育工作深入學校與社區，更需要央行最高階層的支持，才能成功。Fed 前後任理事主席 Greenspan 與 Bernake 皆將金融教育列為央



行的重點工作，除經常發表專題演講，鼓吹金融教育的重要性以外，亦經常參與社區的金融教育活動。

#### (2) 金融教育的對象要廣

金融教育是政府政策的基礎工程，係全民分享的政府政策，並非少數對象的特定活動。經驗顯示對所有聽眾推廣金融教育，才能達到全面推廣金融教育的意義，也才能提高全民的金融知識水準。當然央行或教育單位可依不同群體設計不同教材。

#### (3) 儘可能與其他教育單位合作，共同推動金融教育

央行不可能期望每位市民都可訓練成為經濟學家或理財高手，此亦非央行推廣金融教育的目標。因此，央行若能與其他教育單位合作，共同推動金融教育，也是對金融教育的貢獻。如與其他單位合作舉辦研討會或專題演講，即能透過活動宣揚央行金融教育的努力，同時建立央行公正、廉潔、公信力、企業好公民的基礎力量。如芝加哥聯邦準備銀行成功地在「Money Smart week」那一週與 200 多家地方夥伴合作推出 300 多種金融教育活動。

#### (4) 與學校老師建立友好關係，協助老師輕鬆教學

絕大多數的學校老師平素教學工作繁忙，亦欠缺經濟學的專業背景，如何誘發學校老師參與金融教育工作，成為央行或金融教育單位的挑戰。Fed 基於上述因素，以及老師參與金融教育具乘數效果之考量下，非常重視學校老師金融教育教材的設計工作，除經常進行教師培訓營，訓練學校老師講授經濟金融的基本技巧外，亦將內容豐富的「老師使用手冊」教材架在央行網站，提供老師自由擷取，輕鬆教學。

#### (5) 讓教材生動有趣

如何提高社會大眾參與金融教育的興趣，在教材設計方面頗為重要。既然金融教育愈早愈好，孩童使用的教材即應生動活潑，才能激起兒童的學習興趣。各國央行大都設計卡通動畫，藉說故事的方式牽引出生活中的金錢、儲蓄、投資、甚至通膨膨脹的觀念，或舉辦金融競賽、論文比賽，從真實的世界中體驗或應用金融知識。經濟學並非世俗所想供需曲線枯燥難懂的乏味科學，只要用心設計，即可賦予學習經濟學的樂趣。因此設計生動活潑的教材，係金融教育吸引受教者樂於學習之重要法門，也是邁向成功之關鍵因素。

### 四、主要國家央行的金融教育工作

本節將介紹美國、加拿大、英國、歐洲央行、德國、日本及韓國等主要先進國家央

行之金融教育工作，並以美國 Jump\$Start 與日本央行之間卷調查為例探討金融教育成效，

藉主要國家央行在金融教育工作的先驗，提供本行參考，以建構本行未來的金融教育機制。

(一) 美國、加拿大、英國、歐洲央行、德國、日本及韓國等主要國家央行之金融教育工作

1、美國聯邦準備體系

美國 Fed 長久以來體認金融教育促使老百姓及消費者資訊豐富化的價值，非常積極投入金融教育工作。華盛頓特區之理事會及 12 家聯邦準備銀行所從事的金融教育工作質與量並重，金融教育課程亦最為豐富，係各國央行的最佳學習典範。增加金融資訊擷取路徑、促進金融教育重要性的了解、與教育團體及社區充分合作、支持相關研究及找出最佳實務、提供央行員工金融教育等為 Fed 金融教育的五大範疇，其主要金融教育工作如表六所示，金融教育途徑包括：

(1) 透過華盛頓特區理事會及各聯邦準備銀行網站之金融教育專屬網頁，及專屬金融教育網站 (Federalreserveeducation.org)，提供非常豐富的資訊便利一般大眾、學生、學校老師及研究分析人員自由擷取所需的資料。

(2) 發行免費索取之手冊、報告、宣傳單或 DVD 錄影帶。

(3) 專題演講。

(4) 舉辦學生研習營。

(5) 培訓學校老師，舉辦教師研習營。

(6) 舉辦金融競賽及論文競賽：Fed Challenge 不是由教科書學習相關知識，而是由模擬 FOMC 的真實生活中的學習。透過此種生動的學習方式，參賽者可進入真實世界的經濟學，可建立信心，影響其在大學選修經濟金融，甚至畢業後的職場選擇，有些優異的參賽者最後甚至進入 Fed 工作。

表六 美國聯邦準備體系的金融教育工作

	金融教育			
	名稱	對象	頻率	主要內容
華盛頓 Fed Federal Reserve System	參與 American Savings Education Council (ASEC)	一般大眾		ASEC 致力於教導儲蓄與退休規劃，提高大眾對於金融教育重要性的認知。Fed 在此組織非常活躍。
	參與 Financial Literacy and Education Commission (FLEC)	一般大眾		FLEC 負責制定國家金融教育策略，財政部之金融教育辦公室負責 FLEC 業務。Fed 在此組織擔任委員。
	參與 U.S. Conference of Mayors' National Dollar WISE Campaign	地方民眾		發展地方策略，進行對地方民眾之金融教育。Fed 在此組織擔任顧問。
	參與 Operation Hope	低收入戶及少數族群		從事一般性金融教育。Fed 在此組織非常活躍。

		金融教育			
		名稱	對象	頻率	主要內容
		參與 The JumpStart Coalition for Personal Finance	高中高年級學生	兩年一次的意見調查	此組織成立已 10 年，進行兩年一度對高中高年級學生之意見調查，以瞭解高中學生的金融知識水平。Fed 是 JumpStart 的合作夥伴同時擔任理事會理事。
		The Fed Challenge	高中生及大學生	年度競賽	成立已 12 年，由 5 位學生組隊參與競賽，模擬公開市場操作委員會，包括簡報、分析經濟動態、提出政策建言及 Q&A。Fed Challenge 由紐約聯邦準備銀行負責。
		金融教育專屬網站 Federalreserveeducation.org	一般大眾、學校老師、及高中與大學學生		內容包羅萬象，是一個便利的網站，也是搜尋引擎，亦提供不同年齡層、不同知識等級的線上遊戲，由 Kansas City 聯邦準備銀行負責維護。
		Federal Reserve Community Affairs Research	一般大眾	每兩年舉辦一次	研討金融教育方面的議題與實務。
波士頓 Boston		The New England Economic Adventure	一般大眾		1.5 小時的動態展示，介紹新英格蘭州 Francis Cabot Lowell, Colonel Albert Pope, Ken Olson 三位企業家，及他們促使勞工更具生產力的投資決策。
		Peanuts & Crackerjacks	一般大眾		是一種受歡迎之線上經濟教育遊戲，模擬棒球比賽傳輸經濟觀念。投球為問題，答對後可以打並跑，答錯則出局。另亦設有老師指引。
		Talking about College	中學生		培育學生渴望進大學，協助財務規劃與大學選校。在公立學校的課後活動講授。
紐約 New York		It's All About Your Money	4-8 年級學生 (大都為中低所得社區的學校)		有兩種方式： (1)30-50 位學生參觀紐約聯邦準備銀行，約 3 小時。其中含以物易物演練、生動學習貨幣的變動、以及預算、儲蓄及其他個人理財專題。 (2)學校老師直接由紐約聯邦準備銀行網站擷取前述資訊，在學校教室傳授相關知識。
		Foundation of Finance : Money Management for High School and College Students	高中生及大學生		是一種金錢管理講習會，教導學生正確使用金錢的最佳實務。可依主辦學校之需要設計活動內容，通常包括大學生的財務管理、貸款的效益與風險、未來的財務規劃、編列預算、稅賦、聰明的消費實務等。

		金融教育			
		名稱	對象	頻率	主要內容
		Wall Street Economics and Finance Club	高中生		讓 50 位高中生參加紐約聯邦準備銀行主辦之每個月 2 小時總共 8 次的研習營，學習金融系統的功能與結構。參與活動的學生最後成為班上的央行大使，鼓勵班上同學學習經濟金融知識。
費城 Philadelphia		Finding the Keys to Your Financial Success	老師	年度活動	一年一次，5 天期免費的教師訓練課程。由費城聯邦準備銀行及 Delaware 大學、Delaware 銀行公會及 Maryland 及 Delaware 消費者信用諮詢單位共同主辦。
		Buried by Debt: the Dangers of Borrowings	成年人		長達 14 分鐘之成年人錄影帶教學，說明借貸潛藏的風險，並由當地 6 位居民失敗案例之現身說法。主要教導中低收入族群。
		Money and Banking for Education	老師	年度夏季訓練課程	自 2004 年起提供老師免費專案夏季訓練課程，提供老師生動的學習技巧，以增強學生對經濟知識、央行及貨幣政策的瞭解。
		Personal Finance for the Middle School Classroom	K-12 之中學老師		為期 5 天之專業訓練課程，由 Fed 的金融教育專家及來自金融教育中心的老師負責授課，訓練老師講授貨幣、Fed 及銀行的相關知識。
		Personal Financial Education Curricula and Compendium of Providers	一般大眾		提供金融教育教材。
克里夫蘭 Cleveland		The Learning Center and Money Museum	一般大眾		2006 年 1 月啓用貨幣博物館及學習中心，提供互動學習的展示及相關教育內容、以及貨幣的價值，包括儲蓄與消費、通貨膨脹、以物易物制度、以及 Fed 的介紹。
		Fourth District Financial Education Consortia	金融機構、政府機關及社區非營利組織		成立於 2003 年 6 月，提供一系列圓桌會議，討論如何在該聯邦區域推廣金融教育，及協調金融教育課程。主要參考克里夫蘭聯邦準備銀行在 2003 年初完成之金融教育調查“Financial Education: What is it and what makes it so important”
		The Essay Contest	高中生	年度競賽	是一種論文年度競賽，參加學生很廣泛，不限於經濟教室學生。

	金融教育			
	名稱	對象	頻率	主要內容
里奇蒙 Richmond	My Money	小學生	年度	是針對小學生的金融教育，包括老師版及學生版的課程：“What is money?”，“Money equivalents”，“Jobs, money, goods and services”。
	The Essay Contest	高中中高阶級學生	年度秋季競賽	只要寫 3 頁的報告，題目包括 Fed 或金融方面，優勝者獲頒 Savings Bonds，並在里奇蒙聯邦準備銀行午餐會上頒獎。2005 年秋季的論文主題為年輕時儲蓄的重要性；2007 年的主題：Your financial future: goals and choices
	Financial Literacy Fairs	里奇蒙聯邦準備銀行員工	年度	為自己的員工舉辦金融知識博覽會，在金融知識月、金融研討會中發表理財、退休儲蓄及信用卡付款等專題。
亞特蘭大 Atlanta	Monetary Policy: Part Art, Part Science	一般大眾		錄影帶說明 Fed 的結構與功能、制定貨幣政策的角色及利率決策。
	Extra Credit	學生及老師	每年出版兩次	是一種電子刊物，協助老師搜尋教材及課程規劃，亦提供中學生一些經濟金融的觀念。
	Financial Education Day at Fed	8 年級學生	一年一次	一年辦一次教導 8 年級學生預算、信用卡及儲蓄等金錢管理技巧，包括專題演講及互動學習。學習前後均有測驗，以了解學習成效。
	Workshops and Tours	學生		講習會及參訪，另亦與其他單位合作舉辦研討會。
芝加哥 Chicago	Money Smart Week	學生	一年一次	是芝加哥聯邦準備銀行的首要活動，包括向家庭發送 DM、向 K-6 學生發送書籤、在街上送月曆等促銷與行銷活動。使用語言：英語及西班牙語
	Financial Education Research Center	一般大眾		是金融教育研究的資料庫，對研究人員、學校老師、活動指導員及有興趣者提供線上資源，該中心的網站亦列出全國金融教育的活動課程，便利社會大眾及老師上網查詢。
	Power of Money Curriculum Package	一般大眾		提供兩種課程及 9 分鐘的錄影帶，介紹芝加哥聯邦準備銀行。
	The Visitors Center and Tour Program: Money Museum	一般大眾		貨幣博物館在 2001 年 6 月開幕。

	金融教育			
	名稱	對象	頻率	主要內容
聖路易 St. Louis	Making Sense of Money and Banking	K-12 的老師		針對 12 年級的老師設計，由聖路易聯邦準備銀行主辦，University of Missouri-St. Louis 及 Southern Illinois University Edwardsville 協辦，是一週的訓練課程，協助老師將貨幣與銀行整合至社會、語言及數學等課程。1996 年 6 月開始辦理。
	Teach Children to Save Day	1-3 年級學生為主要對象		是全國性的活動，由 American Bankers Association Education Foundation 主辦，聖路易聯邦準備銀行、University of Missouri-St. Louis Center for Entrepreneurship and Education，及多家銀行共同協辦。以 1-3 年級學生為對象，講授 45 分鐘「儲蓄的重要性」課程，課後並贈送學生小豬撲滿。
	Your Paycheck	10 多歲青年學生為主		聖路易聯邦準備銀行與 Culver-Stockton College of Canton, Missouri 合辦。讓學生賺到第一份收入，同時也面臨金錢、信用與財務責任的挑戰。該活動由 Illinois Quincy 所贊助，Quincy 經常僱用 10 多歲青年。
	Learn Before You Leap	一般大眾		是一系列的小冊子，列出提供購屋諮詢服務的單位名稱，購屋諮詢包括編列預算、合約商議及抵押融資等。
明尼波里斯 Minneapolis	Supply, Demand and Deadlines	新聞媒體	年度	針對新聞媒體開辦之 3 天經濟研習營，由明尼波里斯聯邦準備銀行及 University of Minnesota Journalism School 主辦，包括經濟理論研習及個案研究。結訓後 6 個月並調查參訓記者應用所學的情形。
	The Essay Contest for High School Students	高中生		高中生論文比賽，前 30 名之學生及家長、老師獲邀參加頒獎典禮
堪薩斯城 Kansas City	The Workplace Financial Education Program	企業受雇員工		2005 年 10 月堪薩斯城聯邦準備銀行第一次舉辦，鼓勵企業僱主提供員工接受金融教育訓練，是一系列的研討會，包括編列預算、減輕債務、增加儲蓄、退休規劃等，每位參加者可進行最多兩小時之一對一諮詢對談。
	Jump\$tart Your Money	一般大眾		2005 年在 Oklahoma 啟用，是一週的課程，專注於個人金融教育。

	金融教育			
	名稱	對象	頻率	主要內容
達拉斯 Dallas	Building Wealth : A Beginner's Guide to Securing Your Financial Future	一般大眾		是一種刊物，介紹個人及家庭建立財富規劃的觀念，包括 4 大部分：Learn the Language, Budget to Save, Save and Invest, Take Control of Debt。2000 年 10 月起發行，有英語及西班牙語兩種版本。
	Rx: Financial Health	高中老師	年度	是達拉斯聯邦準備銀行 2006 年個人金融教育講習會，研討主題與達成財富健全有關。
	Where Did My Money Go? Making Money, Spending It and Keeping It	高中老師	年度	是達拉斯聯邦準備銀行 2005 年個人金融教育講習會，重點在賺錢、消費與儲蓄。超過 300 所高中的老師參加為期一天的講習會，地點在達拉斯聯邦準備銀行及分行處所。
	Riding the Waves of the Global economy	高中老師		是達拉斯聯邦準備銀行為期 2 天之經濟高峰會議。超過 130 所高中老師參加。該活動主要以世界經濟及國際議題為主，特別強調技術、金融市場、貧窮與委外，達拉斯聯邦準備銀行總裁及 Fordham University 經濟學教授為講師。
舊金山 San Francisco	There's a lot to Learn About Money	高中生		針對高中生開設 1 個小時之個人金融教育課程，是學生參訪舊金山聯邦準備銀行之輔助課程，教導學生編列預算、借款、儲蓄與投資等個人理財的觀念。2005 年秋季開始開課。
	Open and Operating ; The Federal Reserve Responds to September 11	高中老師		是錄影帶教學，提供教歷史與經濟的老師有關 Fed 的教材。2006 年第 1 季曾發送出 2500 套錄影帶。
	The International Economic Summit (IES)	高中學生		國際經濟論壇，教導高中生在全球化下世界貿易的效益，採小組活動方式，每個小組選擇一個國家扮演經濟顧問角色，評估該國之發展動態並提出策略性計畫。約有 300-400 學生參加，樣本國有 60-80 個，最後頒獎給達成策略性計畫之經濟顧問團隊，學生亦競逐創意包裝與圖表使用比賽。
	Building Native Communities	講師訓練		係在 Portland, Sacramento, Seattle, Phoenix 開辦之一系列講習會，訓練美國原住民組織之部落會員與代表為種子講師，俾在其部落傳受金融教育課程。

金融教育				
名稱	對象	頻率	主要內容	
Individual Development Account Initiatives	中低收入居民		教導舊金山聯邦準備地區之中低收入居民如何儲蓄購屋、經營小型企業、或儲備教育支出。	

資料來源：整理自 Ben S. Bernanke (2006), 及各聯邦準備銀行網站。

(7) 貨幣博物館及參觀地下金庫。

以及學校老師與聯邦準備銀行如何互相幫助。

(8) 於芝加哥聯邦準備銀行設立金融教育

研究中心。

## 2、加拿大央行

(9) 與其他政府單位、非營利政府組織及民間教育單位或社區組織，共同推廣金融教育。

加拿大央行主要利用央行網站及貨幣博物館推廣金融教育，經濟金融方面之參考資料可由央行網站擷取，央行網站亦提供許多

(10) 設區域老師顧問委員會 (District's teacher advisory boards)：委員會成員來自中學及高中老師，其主要功能是告訴聯邦準備銀行負責金融教育的專家，學校老師所需要的是什麼，什麼是有效的，什麼是無效的，

資料協助學校老師進行金融教育課程。至於遊戲方面的金融教育節目，則設於貨幣博物館，加拿大央行針對不同年齡層之學生設計不同之線上遊戲（見表七）。貨幣博物館另外提供學校老師預約參觀的服務，將學校教

表七 加拿大央行的金融教育工作

	型式	說明	來源處	適合之學生
<b>加拿大央行</b>				
錄影帶 Not Your Average Bank	錄影帶	20 分鐘，介紹央行及其角色	央行網站	中學；大學
<b>消費者認知與資訊</b>				
Inflation Calculator	參考資料	說明通膨對物價及工資之影響	央行網站	小學高年級、中學、大學
Investment Calculator	參考資料	說明通膨對投資的影響	央行網站	小學高年級；中學、大學
Inflation Busters	遊戲	通膨及其成因之三種遊戲	貨幣博物館	中學 (14-18 歲)
<b>貨幣政策</b>				
How Monetary Policy Works	老師使用之圖解教材	說明貨幣政策如何影響經濟	央行網站	中學；大學
Why Monetary Policy Matters: A Canadian Perspective	報告	說明央行貨幣政策對加拿大經濟的重要性	央行網站	中學；大學
Fact Sheets	報告	攸關貨幣政策及經濟議題之摘要說明	央行網站	中學；大學



鈔券與硬幣				
Dig It	遊戲	學生找尋古代貨幣	貨幣博物館 央行網站	小學 (8-14 歲)
Money Matters	遊戲	學生學習貨幣怎麼來的	貨幣博物館	小學高年級 (10-14 歲)
Curious Currency Chests	遊戲	認識加拿大貨幣	貨幣博物館	小學 (3-6 歲)
錄影帶 Make Sure It's Real	錄影帶	學習鈔券防偽辨識	央行網站	中學；大學

資料來源：整理自加拿大央行網站

室延伸至貨幣博物館，預約隊伍之學生人數至少 12 人以上，博物館之開放時間為星期一至星期六，上午 10 時 30 分至下午 5 時；星期日為下午 1 時至下午 5 時。加拿大央行貨幣博物館係少數在週末非營業日仍開放的博物館，足見貨幣博物館在央行金融教育工作的重要性。

### 3、英格蘭銀行

英格蘭銀行提供許多金融教育與資源，以建立社會大眾對央行功能與角色的熟悉與了解。該行的金融教育工作可由不同對象加以說明如下：

#### (1) 中小學生：

01. 提供貨幣與物價方面的金融教育教材：

02. Pounds & Pence：適合 9-11 歲的學生，提供彩色小冊子及 DVD，內容包括貨幣的歷史與功能、物價為何會變動、央行在維持物價安定的角色、以及鈔票的認識與防偽等。上述教材亦包括在小學的課程中，有英語及威爾斯語兩種版本。

03. Made of Money：適合 14-16 歲學生，

提供學生及教師使用手冊及 DVD，內容包括經濟是什麼、經濟如何運作、經濟如何與我們的生活有關、如何消費、如何儲蓄等。

04. Meet the Jackson Family and Anita：是一種卡通動畫的線上解說教材，適合所有中小學生。

#### (2) 中學生及大學生的年度金融競賽：

Target Two Point Zero-The Bank of England/Times Interest Rate Challenge 是一種英格蘭央行與 Times 雜誌合作，針對 16-18 歲學生設計之年度競賽，助益她們生活化的經濟學習。每年的比賽細節均公佈在央行網站，參賽隊伍須模擬貨幣政策委員會的委員，利用經濟數據，評估經濟展望及通膨發展，並決定可以達成 2% 通膨目標之利率水準，簡報之後尚需回答現場四位裁判（註 8）的問題。2006 年 9 月至 2007 年 3 月係第七屆比賽，計有 265 隊伍報名參加，最後選出 6 組優勝隊伍（註 9）進行最後決賽，冠軍除獲得獎盃外，另贏得 10,000 英鎊之獎金；第二名及第三名之獎金分別為 5,000 英鎊及 2,000 英鎊，其餘三組隊伍同列第四名，獎金為 1,000 英鎊。

(3) 各年齡層之一般大眾：透過貨幣博物館的展示及多媒體動畫教材對各年齡層一般大眾進行金融教育，貨幣博物館亦說明 1694 年以來英格蘭銀行的歷史，有時亦辦特展。貨幣博物館的開放時間為星期一至星期五上午 10 時至下午 5 時，週末及國定假日休館。免費參觀，亦可花 1 英鎊租借錄影帶，特展之說明書則酌收工本費。英格蘭銀行的貨幣博物館亦有免費導覽之活動，使用語言包括英語、中文、法文、德文、日文、俄文及西班牙文，英格蘭銀行提供多國語言之導覽活動，係其異於他國央行之特舉。

(4) 各國央行從業人員：英格蘭銀行設有 Bank's Centre for Central Banking Studies，專責主辦研討會或訓練課程，亦提供諮商專家，各國央行可由其網站搜尋金融教育課程與資訊。

英國之金融監理局係另一推廣金融教育之政府機構，該局於 1998 年出版第一本消費者教育刊物「A guide to the provision of financial services education for consumers」。

#### 4、歐洲央行

歐洲央行自 1999 年設立以來，亦不斷加強其金融教育工作。其網站「FACTS presentation」專頁係一系列的投影片與講義，詳細說明歐洲央行的組織、貨幣政策、歐元貨幣及過去 50 年歐元地區的整合等，可提供學校老師作為教材。歐洲央行另提供線上「物價安定」的教材，由卡通動畫「為何物價安定

如此重要」教導社會大眾物價安定的重要性，以及央行在維持物價安定的角色，該專題備有學生及教師的使用手冊。

歐洲央行除提供一般大眾知金融教育外，亦針對各國央行之從業人員提供研討會等教育課程，及對新聞媒體舉辦研討會，一年兩次，為期 1.5 天。

#### 5、德國聯邦銀行

德國聯邦銀行的金融教育工作近似他國央行，但其貨幣博物館的多元化活動則頗為特殊，值得特別加以說明，茲扼要說明各種對象別之金融教育內容如下：

(1) 學校學生：德國聯邦銀行針對學校學生設計兩套手冊，「Our Money」適合低年級學生，「Money and Monetary Policy」則適合高年級學生，學生亦可參觀貨幣博物館。

(2) 學校老師：央行提供教師研習營，培訓金融教育的師資。

(3) 貨幣博物館（針對一般大眾）：

01. 一般性活動：說明貨幣政策與外匯政策，並展示貨幣的歷史。另由鈔票印製與硬幣鑄造的展示了解貨幣的功能；訪客亦可由多媒體設計，親自動手控管貨幣存量，觀察能否達成物價安定而非通貨膨脹或通貨緊縮。該設計具趣味性，頗獲好評。博物館的開放時間為週一、二、四、五、日上午 10 時至下午 5 時，週三為上午 10 時至晚間 9 時，新年、復活節、5 月 1 日及 12 月 24-25 日與 31 日則休館。

02. 博物館晚間活動 (Museum Evenings)：每年 10 月至次年 6 月之每個月特定週之週三（通常為當月第三週之週三）夜晚 6 時，舉辦博物館晚間活動，由聯邦銀行的專家以非技術性語言發表專題演講，會後進行討論會。此種專題演講多為學生搜尋經濟金融資訊的來源，免費參加。

03. 法蘭克福博物館嘉年華會 (Museum Embankment Festival)：德國聯邦銀行亦參加每年 8 月下旬星期五至星期日（如 2007 年 8 月 24-26 日）之法蘭克福地區博物館嘉年華會，央行設有展示攤位，同期間為配合特別主題，央行的貨幣博物館亦延長開放時間。

04. 博物館之夜 (Long Night of the Museums)：每年春天（如 2007 年 5 月 5 日週六）舉辦博物館之夜，所有法蘭克福地區之博物館在星期六晚間 6 時開放至週日凌晨 2 時。博物館之夜之特別節目包括參觀、專題演講、現場音樂會、遊戲及烹飪活動等。

05. 專題演講 (Program of Lectures on the History of money)：貨幣博物館 1 樓演講廳邀請外部專家舉辦專題演講，特定週三晚間 6 時開始，免費入場，約 1 小時，會後有討論會，參加者在晚間 9 時關門以前仍有機會參觀博物館。

#### 6、日本央行

日本央行的金融教育工作已行之多年，2004 年起基於日本下一代在該國未來經濟中將扮演重要角色之考量，積極投入教育下一

代之金融教育工作。該行的金融教育包括出版小冊子等宣導資料、專題演講、學生及老師研習營、開放東京及 Otaru 的貨幣博物館等。2004 年起為產生地方好公民的企業識別，於該年 4 月新設兒童網頁、8 月開放地下金庫供民眾參觀，2005 年起舉辦大學生經濟金融年度競賽，以及改善央行網站與充實公共關係雜誌的內容。另外值得一提的是，日本央行另透過參與地方文化復興藝文活動的方式，推廣金融教育，如日本央行舊大樓廣場演出地方戲曲「能劇」、舉辦音樂會，及於夜間點亮霓虹燈等。上述活動皆在增強一般民眾對央行的認識，並對剛性之日本央行留下柔性之美好印象（見表八）。日本央行另與金融資訊中央委員會 (Central Council for Financial Service Information, CCFSI) 共同合作推廣金融教育，日本央行是 CCFSI 最活躍的會員，CCFSI 專責提供社會大眾經濟金融資訊，並自 2005 年起更積極投入金融教育工作，規劃金融教育課程及演講活動，協助日本央行改善金融教育。

#### 7、韓國央行

韓國央行亦屬亞洲地區相當重視金融教育的央行。1997 年開始進行問卷調查，以了解社會大眾對央行的認知程度，惟韓國央行並未公佈調查結果，據稱民眾對央行認知之進展仍微乎其微。韓國央行相關人員稱，問卷調查的結果並未打擊渠等推廣金融教育的士氣，反而可藉以檢討金融教育工作應改進

表八 日本央行的金融教育工作

	對象	主要內容
成爲地方好公民之企業識別	一般大眾	2004年4月央行網站中增加兒童網頁； 2004年7月捐贈原先載運鈔票之車廂，在 Otaru Transportation Museum 展示； 2004年8月開放總行舊辦公室地下金庫； 2005年3月充實公共關係雜誌內容。
參觀日本央行辦公室	一般大眾	參觀日本央行舊辦公大樓，每個營業日都開放，採預約方式。舊大樓金庫於2004年6月停用，8月加入參觀行列。
央行網站	一般大眾	日本央行於1996年11月架設網站，2006年加以改革，充實內容。
Nichigin Kids	兒童	2004年4月啓用之兒童網頁，Nichigin 是日本央行的日文，該網站以生動活潑之卡通設計，向日本兒童介紹貨幣、貨幣的價值、貨幣的流動等，主要在簡單說明基本的金融系統及日本央行的貨幣政策。
日本央行(This is Bank of Japan)簡介錄影帶及書冊	一般大眾	係民眾參觀日本央行或參加研討會時，日本央行播放之介紹短片錄影帶，片長18分鐘，有日文及英語兩種版本。內容包括鈔券發行、金融安定、物價安定、及總裁的談話。大眾可租借錄影帶。
Shiruhodo Naruhodo!Nippon Ginko 錄影帶及書冊	高中生	只有日文版，內容包括鈔券發行、金融安定、物價安定，學校可租借錄影帶。
Functions and Operations of the Bank of Japan	一般大眾	日本央行貨幣經濟研究院出版之刊物，有日文及英語兩種版本
貨幣博物館	一般大眾	包括東京及 Otaru 之貨幣博物館，開放時間爲9:30am—4:30pm，星期一及國定假日休館。星期二及四則有免費導覽。貨幣博物館通常亦有特定主題之展覽。
專題演講	一般大眾	貨幣政策委員會委員及分行經理在大學及其他教育單位發表專題演講。
學生研習營	學生	舉辦學生的金融教育研習營，以初中生爲主要對象。
教師研習營	老師	自2004年起舉辦教師研習營，提供小學、中學及高中老師研討會的訓練課程。
大學生經濟金融年度競賽	大學生	日本央行自2005年起舉辦大學生的經濟金融年度競賽。每個參加隊伍3人，模擬貨幣政策委員會，提出建言，包括簡報及Q&A，裁判大都爲貨幣政策委員會委員。日本央行的上述競賽，取名爲BOJ Grand Prix—Proposals from College Campus。第1次比賽在2006年舉行，主題是Achieve a breakthrough: Our strategy to boost the financial strength, or performance of Japan。
發布研究報告及公共關係雜誌	一般大眾	發佈Nippon Ginko Chousa Gppo月刊、Public Relation Magazine Nichigin季刊，Bank of Japan Quarterly Bulletin則自2007年起已停刊。
參與地方文化復興與藝文活動	一般大眾	在日本銀行舊大樓前廣場演出地方戲曲，如能劇，或舉辦小提琴獨奏音樂會，另於舊大樓屋頂裝置霓虹燈。上述活動皆在增強一般民眾對央行的認識，並留下美好印象。

資料來源：“Public Relations Activities of the Bank of Japan and Its approaches to Financial Literacy Education”，Public Relations Department of BOJ, Sep. 2005

之處。韓國央行自 2005 年起積極投入經濟教育工作，協助社會大眾更了解經濟金融及強化作合理決策的能力。為建構系統化之金融教育工作，韓國央行進行組織變革，將原先之二級單位「經濟資訊辦公室」，提昇為「經濟教育中心」之一級單位，下設經濟資訊組、公共關係組、經濟教育發展組及經濟教育管理組，專責央行的金融教育工作。遺憾的是，目前韓國央行網站所揭示之金融教育資訊只有韓文版，英文版尚付闕如，只能由有限的英文文獻搜尋相關資料。

韓國央行的金融教育工作主要包括：

(1) 對年輕人的金融教育：包括對年輕人

的專題演講(註 10) (Economic lectures for youth) 及經濟金融訓練營。此外，亦進行師資培訓，舉辦學校老師的訓練營。

(2) 對一般大眾的金融教育：包括星期五固定的專題演講，以及貨幣博物館內之專題演講。

(3) 年度貨幣政策競賽：仿美國及英國的央行，韓國央行亦進行年度貨幣政策競賽，每年夏天舉行，大學生組團先進行區域初賽，優勝隊伍再進行決賽，參加者需模擬貨幣政策決策者，依據其經濟分析與預測，試擬決策判斷。決賽獲勝隊伍獲頒獎金及獎品。

表九 韓國央行經濟教育成果統計

	2004		2005		2005與2004比較		
	項目	參加人數	項目	參加人數	項目	參加人數	
一般社會大眾(A)	146	10,903	520	51,260	374	40,357	
演講	大學	57	5,441	132	11,597	75	6,158
	軍隊	-	-	72	19,106	72	19,106
	警察局	-	-	48	4,036	48	4,036
	公務機關	13	637	40	3,330	27	2,693
	老師	9	787	79	4,150	70	3,363
其他	67	4,038	149	9,041	82	5,003	
年輕人(B)	307	60,965	1,609	271,893	1,302	210,928	
演講	小學	94	14,437	695	77,634	601	63,197
	初中	76	19,285	540	116,545	464	97,260
	高中	120	24,113	320	75,385	200	51,272
	其他	14	3,030	37	1,652	23	-1,378
特別課程	經濟研習營	3	100	13	519	10	419
	教師訓練課程	-	-	4	158	4	158
(A)+(B)	453	71,868	2,129	323,153	1,676	251,285	
總行	78	5,568	953	90,224	875	84,656	
分行	375	66,300	1,176	232,929	801	166,629	
大學生貨幣政策競賽	46所大學65個隊伍		61所大學92個隊伍				
參觀貨幣博物館		53,750		86,000		32,250	

資料來源: Annual Report 2005, The Bank of Korea.

(4) 出版小冊子、錄影帶等：韓國央行亦出版金融教育之宣傳手冊或錄影帶，供大眾索閱，其中有些小冊子陳列在貨幣博物館的小型圖書館，民眾在參觀貨幣博物館時可就近免費索取。

(5) 貨幣博物館：韓國央行在其辦公室舊址設貨幣博物館，新辦公室在舊辦公室的正後方，民眾參觀貨幣博物館時，極易拉近與央行的距離，增強對央行的認知。貨幣博物館提供訪客現成的經濟教育經驗，館內除展示各國貨幣及韓幣之歷史外，亦藉科技多媒體之簡易操作功能，了解銀行、利率、匯率、通貨膨脹及央行貨幣政策等多項主題。博物館內另亦設小型圖書館及紀念品販賣部，二樓則展示央行蒐集的藝術品。

(6) 年輕人經濟教育網站：韓國央行自2006年9月4日起特別為學生及年輕人架設特別網站(youth.bok.or.kr)，提供線上經濟金融教育。該網站包括經濟金融議題、e-learning課程、卡通動畫、遊戲、測驗及視聽節目。

表九顯示韓國央行2004年與2005年經濟教育成果的比較，無論活動項目或參加人數，2005年均較2004年顯著增加，其中尤以對年輕人的教育深耕最多，特別是對小學及初中學生。

## (二) 金融教育成效個案探討-美國 Jump\$tart 與日本央行的問卷調查分析

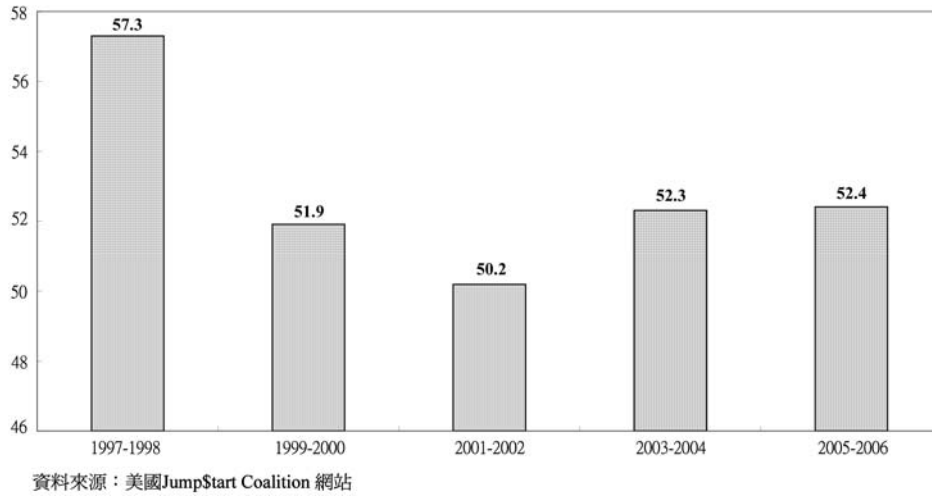
金融教育成效衡量除可端倪各教育團體

或央行金融教育工作的成果外，亦可用來檢討金融教育工作的努力方向。相關文獻探討中發現各國大都進行金融教育成效衡量或評比，但央行直接進行相關評比的個案並不多，日本央行在這方面的努力最積極，按季進行問卷調查，有些央行可能進行調查研究，但未公佈結果如韓國央行。美國 Fed 的例行性調查包括(1)每三年一次之消費金融調查，提高對金融教育的了解；(2)與 Jump\$tart 合作每兩年進行調查，了解美國高中生的經濟金融知識水準；(3)每兩年一次舉辦社區事務研討會(Community Affairs Research Conferences)，討論金融教育的成效。除例行性調查外，部份聯邦準備銀行(如克里夫蘭聯邦準備銀行)亦曾單獨進行金融教育調查，以了解其聯邦準備區域之金融教育概況。本節將直接以美國 Jump\$tart 與日本央行為例，說明美國及日本之金融教育成效。

### 1、美國 Jump\$tart 兩年一次的調查分析

Jump\$tart 是民間的教育團體，以美國學生及在校老師為其主要教育對象，其成立宗旨在確保美國人在高中畢業時，具備經濟金融知識與才能。Jump\$tart 在美國各州設辦公室，Fed 為其積極合作的夥伴，自1997年起每兩年進行12年級高中生的經濟金融知識水準調查，採測驗方式。圖十一顯示歷次的測驗結果，12年級高中生的測驗評量由1997-98的57.3分下滑至2001-02之50.2分，2003-04

圖十一 美國 12 年級高中生之金融知識評量



表十 美國 2003 年前後經濟金融教育之大事紀

時間	大事紀	主要內容
2002 年	1 月 8 日布希總統簽署「No Child Left Behind Act of 2001」	提供 385 百萬美元資金供 27 種地方性創新教育計畫使用，其中第 11 種計畫為經濟金融教育。
	4 月 23 日 Jumpstart 公佈美國 12 年級高中生 2001-2002 之金融知識評量結果”From bad to worse: Financial Literacy drops further among 12 <sup>th</sup> graders”	調查結果之低水準引起國會及相關單位的注意，國會亦舉辦美國成年人與年輕人金融教育的公聽會。
	財政部成立「金融教育辦公室」	推廣金融教育工作。
	11 月 Fed 舉辦圓桌會議，討論次年即將展開之「2003 年金融教育活動」	
2003 年	美國國會在「金融知識與教育促進法 (Financial Literacy and Education Improvement Act)」通過後，設立「金融知識與教育委員會 (Financial Literacy and Education Commission, FLEC)」	負責制定發展美國金融教育之國家策略，改善美國百姓之經濟金融知識，由 Fed、財政部及其他聯邦單位組成，財政部之金融教育辦公室負責相關業務。
	5 月 Fed 開始推動 2003 年全國性金融教育活動，活動主題為”There’s a lot to learn about money”。	

拉回 52.3 分，2005-06 則小有進步 0.1 分。上述變動成績顯示，美國學生的金融教育仍有長足的努力空間。

美國的金融教育工作頗受全球矚目，屢

屢成為各國的學習典範。其金融教育機構與金融教育活動琳瑯滿目，聯邦政府及各州政府並立法規範金融教育工作，有些州甚至立法規定中小學課程中應包括經濟金融教育題

材。事實上，美國對金融教育的積極重視溯自布希總統於2002年1月8日簽署「No Child Left Behind Act of 2001」起，該法案提供385萬美元專案資金辦理地方性創新教育計畫，其中包括11種金融教育計畫，藉以提昇美國兒童之金融知識素質。2001-02年 Jump\$Start 高中生金融知識測驗之低水準則特別引起國會與相關單位的高度重視，國會甚至舉辦成年人與年輕人金融教育的公聽會，接著公布『金融知識與教育促進法（Financial Literacy and Education Improvement Act）』，並於2003年成立『金融知識與教育委員會（Financial Literacy and Education Commission, FLEC）』，由財政部2002年設立的『金融教育辦公室』負責相關事宜，並設定每年4月為金融教育月。Fed為金融知識與教育委員會之委員，參與制定攸關金融教育之發展策

略，Fed 爰自2003年5月起配合聯邦政策更積極推動全國性的金融教育活動，活動主題為『There's a lot to learn about money』，藉以強調金融教育與金錢管理的重要性。（參見表十）。

## 2、日本央行按季進行之問卷調查分析

日本央行為了解社會大眾對貨幣政策與央行操作的看法，自1993年起由公共關係處按季進行問卷調查。樣本數約4000人，年齡在20歲以上，係一種意見調查（Opinion Survey），其性質與與短觀（Tankan）之日本企業短期經濟調查不同。意見調查採問卷調查方式，由研究人員實地拜訪（in-home）樣本個人，請受訪者在特定日期以前填寫問卷，第二次拜訪時收回問卷。但自2006年9月之第27期調查起日本央行改採郵寄調查方式。

表十一 日本民眾對央行認知程度之調查結果

問卷題目	實地訪查						郵寄調查		
	21期	22期	23期	24期	25期	26期	26期	27期	28期
	2004/12	2005/03	2005/06	2005/12	2006/03	2006/06	2006/06	2006/09	2006/12
對央行有信心	26.2	28.3	31.5	34.8	32.8	30.6	43.3	41.4	44.0
沒意見	58.0	57.9	56.7	54.6	55.9	56.2	46.2	41.5	39.7
對央行沒信心	14.9	12.2	11.0	9.9	10.9	12.9	9.1	16.4	15.2
央行說明很清楚	2.6	3.6	4.8	2.3	3.9	4.3	6.2	7.0	5.0
沒意見	44.7	44.7	42.1	43.4	39.4	41.8	32.5	32.8	31.9
央行說明不清楚	52.0	50.5	52.6	53.5	56.5	53.6	60.5	59.5	62.1
對央行政策與操作很了解	13.6	14.2	14.3	12.2	21.2	23.7	26.1	30.7	26.3
沒意見	23.0	20.8	20.2	19.4	19.8	22.0	30.4	29.9	27.5
對央行政策與操作不了解	62.7	63.8	65.0	67.8	58.7	53.9	43.3	39.2	45.9
央行與民眾的生活有關	55.5	53.1	53.5	52.4	52.8	55.4	70.7	75.3	71.0
沒意見	26.1	27.3	26.4	26.3	27.2	26.1	18.2	15.6	17.5
央行與民眾的生活無關	18.4	18.6	19.6	20.5	19.6	18.2	10.9	8.8	10.9
央行對民眾的生活有貢獻	37.4	36.1	35.8	35.3	35.1	35.5	45.2	47.5	42.7
沒意見	44.6	45.0	45.2	45.4	46.7	45.6	41.3	38.4	41.4
央行對民眾的生活無貢獻	18.0	17.6	18.4	18.6	17.7	18.5	13.0	13.8	15.4

資料來源：日本央行網站



日本央行前述問卷調查之項目甚廣，包括對經濟狀況的看法、家計部門的現況調查、對物價的看法、對土地價格的未來發展、日本經濟的潛在成長、以及對央行公信力與認知的程度，其中最後一項包括對央行目標、國庫資金撥付電子支付制度、新版鈔券的看法、及對央行總體認知程度。上述歷年來的調查結果饒富趣味，爰由日本央行網站意見調查網頁（Policy and Operations < Statistics, Researches and studies < Opinion Survey）蒐集相關資料整體分析如下（見表十一）：

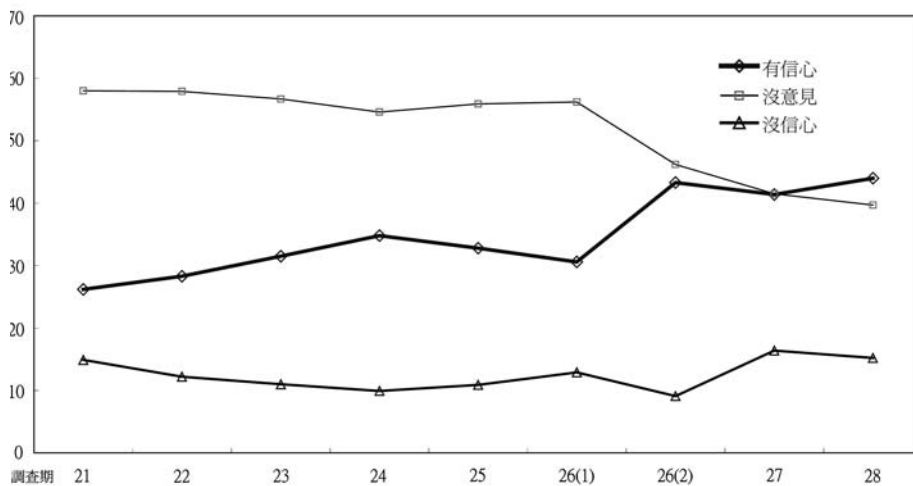
（1）日本民眾對央行是否有信心

圖十二顯示日本民眾對央行是否有信心之第 21 期至 28 期之問卷調查結果，對央行有信心及沒信心的比率皆有些微上升之趨勢，其中有信心之比率上升較多，至於沒意

見之比率自 2006 年 6 月之第 26 期起則顯著下降。但事實上，若考慮日本央行自 27 期起改變調查方式之因素後，上述曲線變動似乎無法用來說明日本民眾對央行之信心比率是否上升如圖形所示之較高水準。據日本央行相關人員稱，日本民眾對央行有信心之成長率極為有限。

另依據日本央行第 27 期以來進一步之問卷結果顯示，對央行有信心之主要因素分別為：6 成以上係因央行的目標是維持物價與金融安定、近半數認為央行以中性立場執行貨幣政策、約 1/3 係因對央行有好印象、約 1/3 肯定央行的貨幣政策。至於對央行沒信心的主要理由是：約 4.5 成對央行沒好印象、約 4.5 成認為央行未保持中性立場執行貨幣政策、約 3 成認為央行對外說明或意見調查不夠努力。惟第 27 期以前之調查結果則顯示約

圖十二 日本民眾對央行是否有信心



資料來源：日本央行網站

註：26(1)採實地訪查方式，26(2)採郵寄調查方式。

7成認為央行很遙遠且陌生，約6成認為不了解央行貨幣政策的內容與意圖，上二因素為日本民眾對央行沒信心的主要理由。

(2) 日本央行對民眾的說明是否清楚

圖十三顯示日本央行對民眾之說明是否清楚之問卷調查結果。受訪者認為央行說明清楚者之比率低於10%，認為說明不清楚之比率則由5成攀升至6成2，沒意見之比率則逐年降低。進一步之調查亦顯示，約半數受訪者欠缺對央行的基本知識，自然無法了解央行的說明，有4成民眾則認為從無機會讀到或聽到央行的說明，約3成民眾認為相較央行，金融體系與經濟更難懂，約2成認為央行說明時使用之語言深澀且過於技術化而不易懂，約2成認為不知何處可找到央行的資料。

(3) 日本央行對民眾的生活有無關係

圖十四顯示5成以上的受訪者認為日本央行對民眾的生活有關係，約2成認為日本央行對民眾的生活沒關係，約2成5則沒意見。

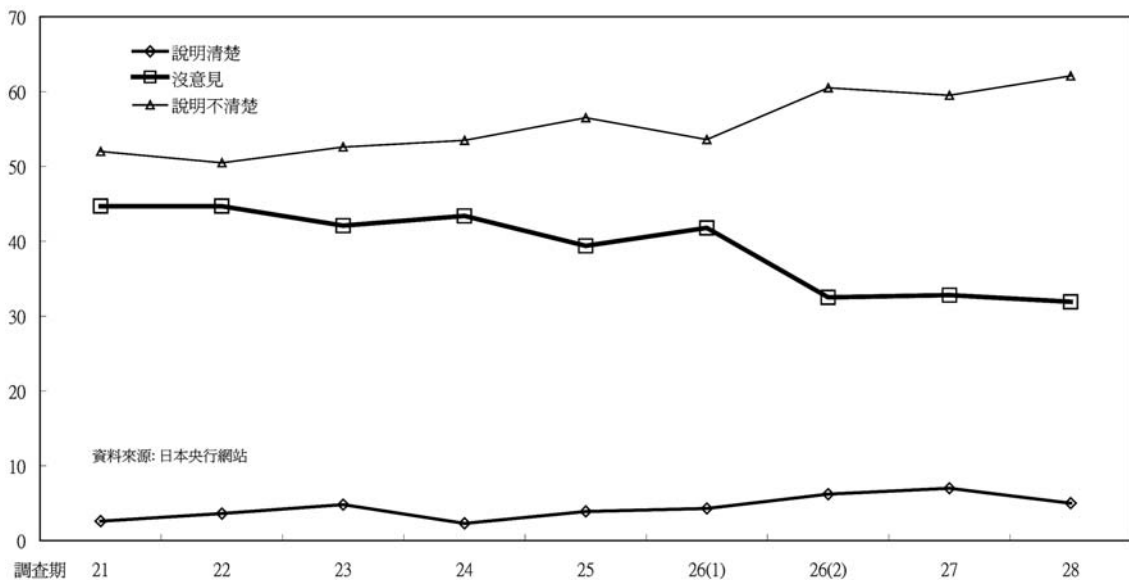
(4) 日本央行對民眾生活有無貢獻

圖十四雖顯示5成以上的受訪者認為日本央行對民眾的生活有關係，但圖十五顯示平均僅約4成之受訪者認為日本央行對日本民眾的生活有貢獻，沒意見之比率約佔4成5，日本央行對民眾生活無貢獻之比率則佔約2成。

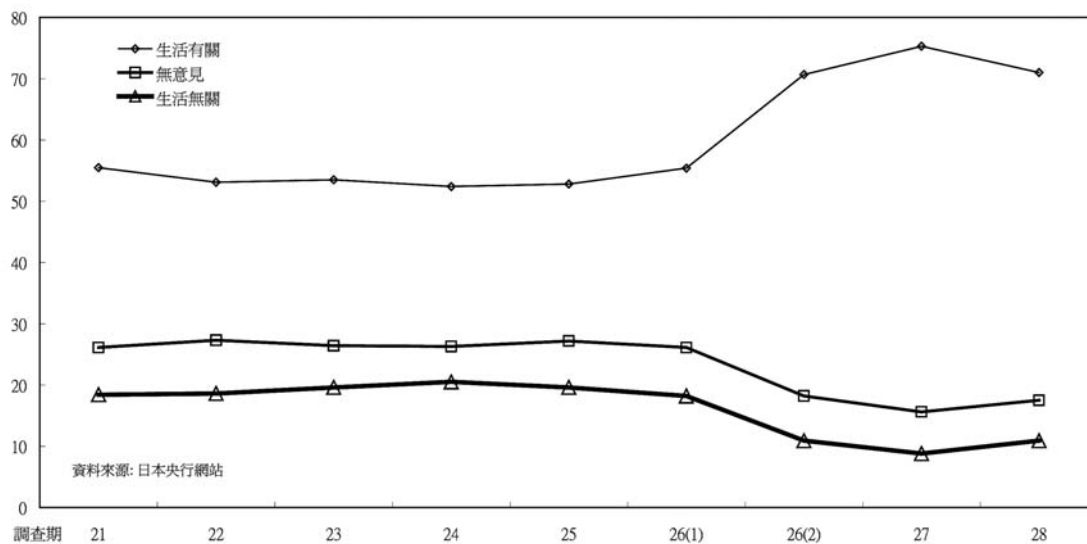
(5) 日本民眾對央行目標的認知

日本央行自23期調查起，另針對日本民眾對央行目標的認知進行問卷調查，調查項目包括物價安定目標、當前貨幣政策與工

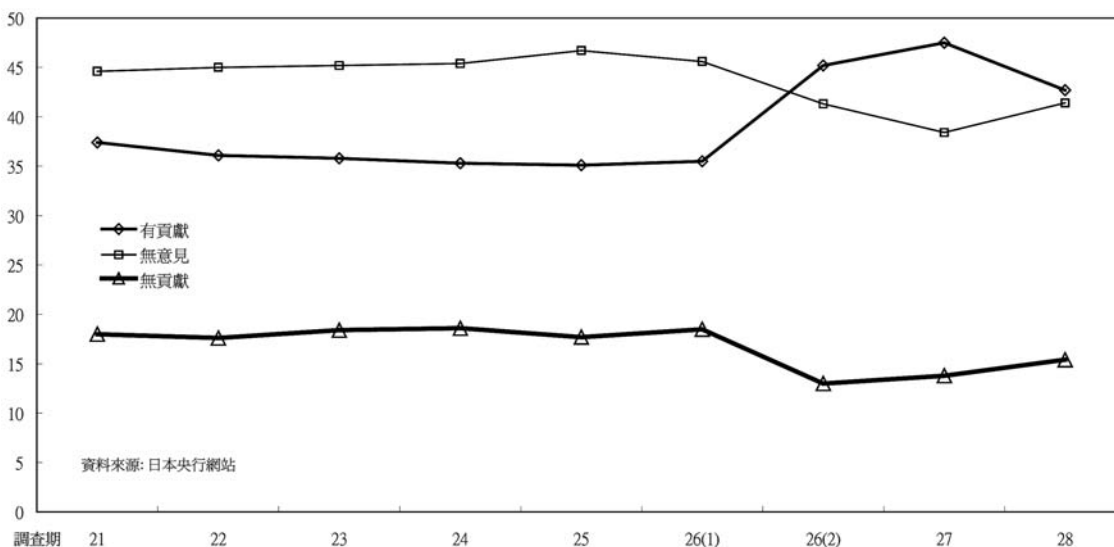
圖十三 日本央行對民眾之說明是否清楚



圖十四 日本央行與民眾之生活有無關係



圖十五 日本央行對民眾生活有無貢獻



具、金融安定目標等，亦包括對新版鈔券之使用及鈔券破損與否加以調查。表十二顯示，僅 3 成多民眾非常清楚央行的物價安定目標，約 4 成民眾非常清楚央行的金融安定

目標。至於對當前貨幣政策工具之認知，在 27 期以前實地訪查之結果顯示，平均約 6 成受訪者從未聽說央行的貨幣政策工具；改採郵寄調查方式起，從未聽說之比率明顯降至

表十二 日本民眾對央行目標的認知之調查結果

問卷題目		實地訪查				郵寄調查			%
		23期	24期	25期	26期	26期	27期	28期	
		2005/06	2005/12	2006/03	2006/06	2006/06	2006/09	2006/12	
物價安定目標	非常清楚	12.3	25.3	24.8	29.4	34.9	35.0	33.5	
	有聽說但不了解	35.9	39.0	39.5	42.8	44.2	46.5	46.4	
	從未聽說	51.5	35.3	35.6	27.7	20.5	18.2	19.7	
當前貨幣政策(1)	非常清楚	11.5	15.3	16.6	32.1				
	有聽說但不了解	28.1	34.9	36.2	38.9				
	從未聽說	60.2	49.4	47.0	28.9				
當前的貨幣政策工具(2)	非常清楚	4.9	6.4	8.1	17.0	30.9	37.0	32.3	
	有聽說但不了解	23.4	28.3	28.0	24.3	40.9	43.0	44.1	
	從未聽說	71.4	64.8	63.6	40.5	27.6	19.9	23.4	
央行提高短期利率目標， 由0%制0.25%	非常清楚						70.0		
	有聽說但不了解						18.0		
	從未聽說						11.8		
金融安定目標	非常清楚	24.0	35.5	36.4	39.1	41.7	42.4	39.7	
	有聽說但不了解	34.5	35.7	37.3	37.0	38.4	40.8	40.8	
	從未聽說	41.1	28.5	26.0	23.8	19.7	16.5	19.2	
央行提供安全可靠的清算 支付工具	非常清楚	22.8	25.2	26.2	28.5	38.4	37.1	36.7	
	有聽說但不了解	36.0	38.9	39.7	42.9	39.5	42.8	43.8	
	從未聽說	40.9	35.5	33.7	28.5	21.8	19.9	19.3	
央行提供銀行專案融通以 確保金融安定	非常清楚	24.5	27.0	28.2	32.7	43.0	41.4	44.4	
	有聽說但不了解	35.1	36.5	38.2	37.9	33.4	37.4	33.5	
	從未聽說	40.0	36.1	33.3	29.3	23.5	20.9	21.7	
央行進行實地金融檢查	非常清楚	19.7	22.4	19.2	22.9	35.3	36.7	34.4	
	有聽說但不了解	31.2	32.3	35.1	33.3	32.5	32.8	33.4	
	從未聽說	48.8	44.9	45.4	43.7	31.7	30.2	32.0	
國庫資金(繳稅及社會福 利金入帳)的電子支付	非常清楚	30.7	30.3		35.3	44.3		41.8	
	有聽說但不了解	37.3	36.7		35.0	32.5		32.3	
	從未聽說	31.9	33.0		29.5	22.8		25.3	
對2004年新版鈔券之使用	已廣泛使用	56.2	56.3						
	沒被廣泛使用	2.0	2.2						
	大致被廣泛使用	28.3	24.8						
	大致沒被廣泛使用	3.1	2.8						
	不知道	10.1	13.8						
萬元鈔票	破損中			1.5	1.5	1.1		1.0	
	有一點破損			7.8	8.3	5.2		5.6	
	不知道			20.4	27.5	26.9		30.0	
	相當乾淨			49.4	46.3	47.9		45.6	
	乾淨			20.8	16.3	18.6		17.3	
5千元鈔票	破損中			2.7	2.9	1.7		2.0	
	有一點破損			11.3	12.5	8.3		11.0	
	不知道			25.6	32.9	30.2		33.3	
	相當乾淨			43.9	37.8	42.6		38.1	
	乾淨			16.5	13.9	16.8		15.1	
1千元鈔票	破損中			10.7	9.9	6.9		6.3	
	有一點破損			24.4	27.0	19.2		21.6	
	不知道			27.9	32.3	34.4		34.7	
	相當乾淨			28.9	23.7	28.7		27.9	
	乾淨			8.0	7.1	10.6		8.6	

資料來源:日本央行網站

(1)2006年6月起改問央行結束量化寬鬆貨幣政策的問題，以前則問對量化寬鬆貨幣政策之瞭解

(2)2006年6月起改問央行控制短期利率直航貨幣政策的問題，以前則問量化寬鬆政策調整物價為正數之承諾

2 成左右，非常清楚者佔約 3 成，約 4 成則有聽說但不清楚。

(6) 日本民眾對央行金融教育的認知  
日本央行 2005 年 3 月第 22 期之問卷調查同時進行日本民眾對央行經濟金融教育的認知。表十三顯示約 9 成以上的受訪民眾不知道央行透過網站、印製發送手冊、贈送或

租借錄影帶、以及舉辦教師研習營等金融教育活動，約 8 成受訪者亦不知道央行開放民眾參觀央行舊址辦公室。問卷結果中非常了解央行金融教育工作者不及 1%，充分彰顯央行金融教育工作仍有很大的努力空間，亦突顯出央行非常努力推廣金融教育，但成效極為有限之窘境。

表十三 日本民眾對央行經濟金融教育的認知 (2005 年 3 月, 22nd)

	透過網路提供資訊(1)	印製及發送手冊(2)	贈送或租借錄影帶(3)	開放參觀央行辦公室(4)	舉辦教師研習營
非常了解	0.5	0.7	0.3	1.5	0.6
有聽說但不了解	5.8	6.9	3.2	14.6	6.6
不知道	93.2	91.7	95.7	83.2	92.1

(1) 如在央行網站為兒童設計卡通動畫"Nichigin Kids"。  
 (2) 如"Bank of Japan guidebook"及"Nichigin Youkoso"等手冊。  
 (3) 如"This is Bank of Japan"錄影帶。  
 (4) 如參觀總行及分行辦公室，及參觀日本央行就辦公室。

資料來源: 日本央行網站

## 五、國內當前的金融教育工作及本行與他國央行之比較

隨著國人消費風氣改變，以及 94 年起發生的卡債風暴，國內金融教育之風氣已漸被重視，特別是培養年輕一代正確金融觀念的教育訓練，政府單位、非政府單位與部分金融機構紛紛開辦年輕一代的金融訓練課程。當前國內承辦金融教育工作之單位包括央行、金融監督管理委員會、台灣金融研訓院及少數金融機構（如花旗銀行與第一銀行）。本節將逐一介紹上述國內主要單位當前之金融教育工作，最後將本行之金融教育工作與他國央行作比較，除比較金融教育工

作的異同外，亦比較分析各國金融教育工作之組織設計。

### (一) 國內當前之金融教育工作

#### 1、本行當前的金融教育工作

我國為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，於民國 83 年 1 月 11 日公佈「消費者保護法」，第三條規定政府為達成消費者保護法的目的，應實施十三項措施，並定期檢討、協調與改進，其中第 11 項及 12 項措施即分別明訂政府應推行消費者教育及辦理消費者諮詢服務。

本行依據消費者保護法之規定，於民國 85 年初成立消保小組，88-90 年間陸續出版「認識通貨膨脹」、「中央銀行簡介（含中英文文字檔及多媒體簡報光碟片）」、「中央銀行之制度與功能（中英文版）」及「中央銀行在我國經濟發展中的貢獻」等宣導資料，以執行年度消費者保護方案，藉深入淺出報導，加強一般民眾對央行的認識。95 年 8 月起央行網站新增「認識央行」兒童網頁，以提高年輕一代對央行的認識。央行網站首頁並設「宣導事項」，提供鈔券真偽辨識、偽鈔刑責等重要訊息（參見表十四）。

本行當前的金融教育工作大都以消費者保護法為法源依據，亦多屬紙本文宣之靜態作業，雖可達成消費者保護法推行消費者教育之規定，但考量金融教育係消費者保護的一環，係保護消費者的輔助措施，其範疇實已超越金融資訊的提供。因此，本行之金融

教育若能含括教育訓練與諮商輔導等動態性工作，將可昇華整體金融教育的精神，亦可兼具溝通政策效果，何況金融教育工作對央行具備達成貨幣政策目標、促進經濟成長、提高全民金融知識水準、拉近央行與民眾距離及建立央行企業好公民形象等自利效益。

為達成上述目標，全民對貨幣的由來、央行功能與角色的認識與了解、及央行為何要維持物價安定等央行核心業務之金融知識水準有待提升。上述課程實無法由金融監督管理委員會或金融研訓院所越廚代庖，央行本身具備資源與專業知識，係提昇央行業務領域之金融知識水準之唯一人選。因此，央行以核心業務為金融教育工作之焦點，才不致與金融監督管理委員會或台灣金融研訓院之金融教育內容有所重複，而耗損國家資源。事實上，主要國家央行之金融教育課程亦與其國內之其他教育單位有所區隔。央行

表十四 本行網站之金融教育訊息

網頁		金融教育訊息
出版品	不定期	中央銀行之制度與功能（92 年版）
		中央銀行之制度與功能（英文版）（95 年 12 月）
		中央銀行在我國經濟發展的貢獻
		中央銀行在貨幣支付系統中扮演之角色
		認識通貨膨脹
		中央銀行簡介（中英文文字檔及多媒體簡報光碟片）
認識央行		認識央行之影片展示（WMV 檔）
		認識央行（兒童網頁）
網站首頁	宣導事項	流通鈔券真偽之辨識
		行使及製造偽鈔刑責
		贖舊券幣，回存金融機構；金融機構付出贖舊券幣，本行專線接受申訴
		票券管理新制之內容

不僅應積極投入金融教育行列，甚至應率先帶動一國之金融教育列車。

2、金融監督管理委員會之金融教育工作  
政府單位中除本行提供金融教育外，金融監督管理委員會亦提供金融教育之相關宣導手冊與活動。金管會網站設有「金融知識宣導」專屬網頁，包括提供教育宣導手冊，如「金融生活達人」口袋書、「打擊地下期貨篇」及「杜絕非法代操篇」等；提供宣導影片，如「保障型商品宣導影片」、「防制內線交易、投資人存摺印鑑」及「金錢管理」等宣導短片；宣導現金卡及信用卡的正確使用觀念（阿貴版）等；舉辦金融教育活動，如「小小金融家成長營」及「理財 Happy Go!」等。此外，金管會亦培訓金融種子講師及甄選志工加以訓練擔任「小小金融家成長營」的輔導員，另為讓金融知識向下扎根，亦提供資金補助大學辦理金融知識普及活動。95年起並走入校園與社區宣導金融知識，使青少年與民眾都能獲取消費金融知識，養成正確金錢觀念及負責任的態度，以提昇全國百姓的金融知識水平。

### 3、台灣金融研訓院之金融教育工作

台灣金融研訓院近年來亦積極開辦一般大眾之金融教育訓練課程，該院網站設「學生金融 Yes」專屬網頁，開辦年度大專學生金融研習營及高中職學生金融研習營；亦製作金融教育之 DVD 光碟片，如金融探索之旅（包括貨幣的演進、通貨膨脹與通貨緊縮、

及外匯的故事等三片）及台灣金融發展史話等。此外，亦提供「金融知識與財富管理」及「校園演講」等線上學習教材（E-Seminar），供青年學生進行網路學習金融知識。

### 4、少數金融機構之金融教育工作

本國銀行業積極開辦金融教育之風氣尚未普及，當前僅少數銀行非常積極開辦金融教育訓練課程。茲以花旗銀行與第一銀行為例說明其金融教育活動。花旗銀行較早開辦金融教育訓練，該行設有金融理財教育計畫，提供「兒童網路理財教育計畫」、「兒童理財特攻隊」、「青少年理財教育講座」及「大學金融實務研討課程」；第一銀行則於本（96）年7月下旬首度開辦北中南5個場次之「第一小財神」理財夏令營。上述金融教育單位皆希望透過課程設計，建立年輕一代健康的金錢價值觀念，讓正確的理財觀念從小扎根。

## （二）本行金融教育工作與主要國家央行之比較分析

表十五顯示各國央行金融教育工作的異同，以及執行金融教育工作之組織設計。大體而言，金融教育專屬網頁、出版宣傳手冊或刊物、提供錄影帶及 DVD/VCD 光碟片、提供線上學習與互動遊戲、專題演講、舉辦學生研習營、培訓學校老師成為種子師資、設貨幣博物館等為各國央行之一般性金融教育工作，部分國家之央行則另提供獨特的活動，如美國、英國、日本及韓國之央行設有

表十五 各國央行金融教育工作與組織設計之比較

	美國 Fed	加拿大央行	英格蘭銀行	歐洲央行	德國聯邦銀行	日本央行	韓國央行	我國央行
央行網站中設金融教育專屬網頁	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓ 只有韓文	
出版刊物、手冊及宣傳單	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
錄影帶或 DVD/VCD 光碟片	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
線上學習與互動遊戲	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
金融競賽	✓		✓			✓	✓	
論文競賽	✓							
專題演講	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
學生研習營或講習會	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
老師訓練課程或研習營	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
貨幣博物館	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
參觀央行辦公室	✓					✓		
參觀地下金庫	✓ 紐約 Fed					✓ 東京總行		
舉辦藝文活動						✓		
辦公大樓屋頂設霓虹燈夜間照明						✓		✓
對央行員工提供金融教育	✓							
與國防部合作辦理軍人金融教育	✓							
組織設計	社區事務 辦公室 (Office of Regional & Community Affairs)	溝通處 (Communi- cations Dept.)	溝通處 (Communi- cations Dept.)	溝通處 (Communi- cations Dept.)	K 處：溝 通、資訊 管理及語 言服務 (K Dept.: Communi- cation, Information & Language Service)	公共關 係處 (Public Relations Dept.)	經濟教 育中心 (Economic Education Center)	秘書處

年度金融競賽；美國 Fed 另有論文競賽；美國及日本央行開放民眾參觀央行辦公室及地下金庫；日本央行則舉辦藝文活動及辦公大樓夜間霓虹燈，以拉近與民眾的距離；美國 Fed 提供員工金融教育，並與國防部合辦軍人金融教育，其他央行則無法由相關文獻得知

是否有上述金融教育活動。

組織是創造價值的平台，任何計畫若欠缺適當的組織加以執行，最終淪為空談，組織設計的重要性已漸為先進國家央行所重視，各國央行近 10 年來頻頻進行組織變革，即屬各國央行重視組織設計之最佳寫照。就



央行金融教育工作的組織設計而言，基於金融教育工作係溝通政策的一環，加拿大、英國、德國及歐洲央行的金融教育工作由溝通處負責，日本由公共關係處負責，該處的工作與溝通處同；美國 Fed 則由社區事務辦公室負責金融教育工作，韓國由經濟教育中心負責，本行則由秘書處負責。

與他國央行相較，目前本行的金融教育

工作以執行消費者保護法為主，其規模相對較小，亦未設有專責組織從事金融教育業務。本文將於最後一節建議本行積極推廣金融教育工作，擴大金融教育範疇，並借鏡他國央行的經驗，加強對年輕一代的金融教育。在組織尚未變革之前，或可於秘書處先成立金融教育工作小組，亦可逐步推動金融教育工作。

## 六、結論與建議

### (一) 結論

金融教育是一種過程，消費者與投資者經由學習過程，增強渠等的金融知識，強化日常生活中的選擇與決策。消費者保護法雖能保護消費者權益，但金融教育透過指導與訓練的方式，能補強消費者保護法所提供的資訊，金融教育的範疇實已超越金融資訊的提供，唯有透過金融教育，才能真正提高一國的金融知識水準，才能真正保護消費者的權益。廣義而言，金融教育是消費者保護的一環，是保護消費者的輔助措施。

本文除由各國金融知識水準調查研究之文獻探討，佐證金融教育之重要性外，亦由近年來各國普遍重視金融教育之原因，以及金融教育之一般模式，說明央行在推廣金融教育的角色與重要性。大致而言科技與電訊技術發達所帶動之金融市場變遷與深化，導致金融市場益趨複雜難懂；益以戰後嬰兒潮正面臨退休潮及退休撫卹等政府政策更迭，

促使一般大眾所需承擔的責任較以往為重，因此消費者保護活動或金融教育，皆逐漸為各國所重視。

中央銀行推廣金融教育具有達成貨幣政策目標、促進經濟成長、提升國民金融知識水準、成為企業好公民等「自利」效益。更重要的是，央行是具公信力的政府單位，能提供公正、不偏不倚的教導，亦無廣告之嫌；央行本身也具備足夠的知識、工具與能力進行金融教育，試問有誰最能說明央行的角色與功能呢？因此，央行一定要積極加入金融教育行列，即係基於上述考量，亦屬本文強調的重點。但金融教育是一種漫長的投資過程，非一蹴可至。各國央行金融教育成效評估亦顯示其結果未如央行預期，但並未因此打擊士氣，央行亦不可因此放棄金融教育，事實上，各國央行反而更積極進行金融教育工作，金融教育已成為現代央行的主流業務，係央行溝通政策重要的一環。

央行推廣金融教育，必須進行策略性規劃，教誰、教什麼、什麼時候教、在那裡教、如何教、如何評估成效及如何研究分析等，皆屬央行擬訂金融教育策略時所面臨的問題與挑戰，其中尤應重視對年輕一代的金融教育，並由孩童做起。各國央行深入校園及培育學校師資等活動，充分彰顯央行對孩童金融教育的重視。因為從小養成金融素養的孩童，是國家未來的資產，是型塑明日經濟的基石。美國 Grand Teton 國家公園手冊以「What she sees today will last a lifetime」說明孩童參與國家公園的意義，若將上述詞句用來說明孩童參與金融教育，似恰如其分，有異曲同工之妙。

進行策略規劃固可有效推動金融教育工作，但央行金融教育欲邁向成功之路，仍需獲得組織高層的支持，教育對象要廣，儘可能與其他單位合作共同推動金融教育，與學校老師建立友好關係，協助老師輕鬆教學，並讓教材生動有趣。絕大多數央行利用網際網路、宣傳手冊、錄影帶、專題演講、研討會及訓練營等方式提供必要的金融教育資訊，許多央行即利用卡通動畫教學，提高年輕一代對金融教育的興趣。舉辦金融競賽，讓高中及大學生進行角色模擬，在真實生活中學習及應用金融知識；亦利用貨幣博物館的貨幣展示與多媒體動畫設計，將參觀民眾帶入金融世界。貨幣博物館已成為央行金融教育的主要場所，成為央行辦公室及學校教

室的延伸，貨幣博物館在央行金融教育中居相當重要的角色，此係各國央行紛紛設立貨幣博物館的主要緣由。

## （二）建議

央行公信力及社會大眾對央行的認知度深深影響貨幣政策的有效性，而溝通政策則可強化央行公信力及大眾對央行的認知，因此，央行的溝通政策首應先區隔其溝通對象，並採不同溝通方法達成央行期望的目標。一般而言，央行的溝通對象可簡化為國會與新聞媒體、及社會大眾等兩大類，溝通的方式則包括理事會或貨幣政策委員會的決策新聞稿、記者會、央行高階官員接受採訪或專題演講、國會聽證會之專題報告、出版刊物（如通貨膨脹報告）、央行網站及貨幣博物館等七大類。前六種溝通方式大多以國會及新聞媒體為主要對象，後三種則以社會大眾為對象。但各國央行大多以新聞媒體、國會等為溝通重心之實務操作，向為社會所詬病；而絕大多數人口經濟金融知識水準普遍不足，亦為央行溝通政策所面臨之嚴峻挑戰之一。因此，謀取溝通對象平衡、及加強對社會大眾之金融教育，以提高百姓之經濟金融知識水準，廣為各國央行所重視。近十餘年來加強對社會大眾之金融教育，特別是對年輕一代的金融教育，已發展為現代央行之主流業務，也是央行必要的投資。

各國央行較大規模的金融教育模式與經驗，對本行的金融教育工作甚具啟示力，係

本行邁向現代央行里程碑時，值得拓展與長期投資的業務領域。與他國央行相較，本行的金融教育工作以執行消費者保護法為主，多屬紙本文宣之靜態作業，規模相對較小，確有許多有待開發之處。因此，本文參酌各國央行金融教育工作專責的組織設計，建議本行在正式組織編制以前，或可於秘書處先成立「金融教育工作小組」積極推廣金融教育工作，初步成員約 4-5 人，專責規劃、執行、管控、成效評估及研究發展等金融教育工作流程。本行推廣金融教育以社會大眾為對象，且應特別重視年輕一代的教育訓練，並以「貨幣的由來」、「央行功能與角色的認識與了解」、及「央行為何要維持物價安定」等央行核心業務為焦點教材。茲提供實務操作上具體可行之下列短、中長期行動方案供參考，以提昇全民之金融知識水準，有效達成貨幣政策目標：

#### (1) 短期行動方案

##### 1、設計生動活潑之金融知識教材

除原有配合執行消費者保護法之宣導手冊與刊物外，另商請專家設計生動活潑之金融知識教材，含線上知識或遊戲、錄影帶或 DVD/VCD 光碟片。如編撰貨幣的由來、央行為何要執行貨幣政策、通貨膨脹或通貨緊縮的魔咒、為何要儲蓄與為何要投資等投資理財的卡通動畫。

2、深入校園舉辦金融教育專題演講、學生研習營或教師培訓營。

(1) 深入學校校園，派員至中小學及大學進行巡迴演講，或舉辦研習營、訓練營。如派行員至中小學及大學進行攸關央行主題的專題演講，另在寒暑假期間，舉辦學童金融教育夏令營或冬令營。

(2) 培訓學校老師成為種子師資，達到金融教育的乘數效果。如於寒暑假舉辦學校老師的金融教育訓練營。

#### (2) 中長期行動方案

##### 1、增設「金融教育」專屬網頁

未來本行對外提供之金融知識教材更豐富化、更多元化後，可在本行網站增設「金融教育」專屬網頁，並將當前分散在「認識央行」、「出版品」及「宣導事項」等不同網頁攸關金融教育的題材整合至該專屬網頁，以便利民眾自由擷取所需資訊。如將認識央行的影片與兒童網頁、認識通貨膨脹、央行在經濟發展的貢獻等宣導刊物、以及重要的宣導事項集中在「金融教育」的專屬網頁中。此外，本行目前網站已有之相關網站連結亦可集中整合至金融教育專屬網頁。

##### 2、新設貨幣博物館

設貨幣博物館，展示鈔券與硬幣之餘，亦能透過多媒體設計，帶領參觀民眾了解利率、匯率、銀行、通貨膨脹等觀念，以及央行為何要維持物價安定與金融安定。建議派員至先進國家央行實地考察其貨幣博物館之設計內容與參觀動線。貨幣博物館在央行推廣金融教育的角色十分重要，甚至可成為央

行金融教育的主要場所，成為央行辦公室及學校教室的延伸。至於貨幣博物館的工作人員，可仿德國聯邦銀行，由本行退休同仁以志工方式參與導覽業務。此種人力配置除可精簡人事成本外，亦可充分利用退休同仁之專業技能，是一種雙贏策略。

### 3、舉辦年度金融競賽

仿他國央行舉辦年度金融競賽，讓我國之高中生及大學生能學以致用，將所學運用於實質生活，模擬央行理事會，提供決策建議，經評審裁定之最後優勝者由總裁頒發獎盃及獎金。

4、積極與其他教育單位合作，促銷及加深央行在推廣金融教育的角色。如與教育

部、金管會及台灣金融研訓院等合作，共同推廣金融教育。

5、舉辦本行員工金融教育訓練課程，包括專題演講與講習會。如在午休時間舉行專題演講或講習會。

6、仿日本央行之間卷調查，採外包模式設計相關問卷，定期（按季或按年）進行問卷調查，據以了解一般大眾對金融教育之認知程度，及檢討金融教育工作之成效，並擬定未來努力與改進的方向。此外，央行亦可與其他教育單位合作，針對國內高中學生進行經濟金融知識測驗，掌握高中學生之經濟金融水準。

## 附 註

(註 1) 在 2002 年 2 月 5 日的聽證會中的陳述，參考 O'Neill (2002)。

(註 2) 參考 Hopley(2002)。

(註 3) 報載(中國時報本年 5 月 19 日)花旗銀行邀請兒童劇團在北部各國小進行公演，教導小學生理財觀念，演出後針對 32 所國小之 3297 位高年級之學生進行問卷調查，了解國小學生對於金錢的認識。

(註 4) OECD 出版「Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies」專冊

(註 5) 四大發展主流包括央行獨立性、通貨膨脹目標化、央行透明化及貨幣政策委員會之集體決策模式。參考黃富櫻 (2006)。

(註 6) 參考 Minchan (2006)。

(註 7) 參考 Hopley(2002)。

(註 8) 2006 年之裁判包括督導金融安定部門之副總裁 Sir John Gieve，及兩位貨幣政策委員會委員 Kate Barker 與 Gary Duncan，以及 Times 之經濟編輯 Paul Trucker。

(註 9) 其中 5 組來自高中，一組來自大學，最後獲得前三名者均為高中生。

(註 10) 若大學、軍隊、警察及非營利政府組織提出需求，央行也會派人做專題演講。

## 參考資料

黃富櫻 (2006)，「央行貨幣政策操作的重要工具-溝通政策」，央行季刊 28 卷第 4 期。

- Greenspan, Alan (2003), "Financial education", BIS Review 42--/2003.
- Bank of Japan(2005), "Public relations activities of the Bank of Japan and its approaches to financial literacy education", Public Relations Department of the Bank of Japan, Sept. 2005.
- Bank of Korea (2005), Annual Report 2005.
- Bernanke, Ben S. (2006), "Financial literacy" · Testimony before the Committee on Banking, Housing, and Urban affairs of the United States Senate, May 23, 2006.
- Blinder, Alan S. and Krueger, Alan B.(2004), "What does the public know about economic policy, and how does it know it?", Working paper 10787, National Bureau of Economic Research.
- Braunstein, Sandra and Carolyn Welch (2002) · "Financial literacy: an overview of practice, research, and policy", Federal Reserve Bulletin, November 2002.
- EERB(2006), "The need for financial literacy education", Aug. 2, 2006, <http://www.eerb.nbportal.pl/>.
- Gopinath, Shyamala (2006), "Inclusive growth of financial education", BIS review 107/2006.
- Markow, Dana and Bagnaschi, Kelly (2005), "What american teens & adults know about economics", The National Council on Economic Education, April 26, 2005.
- Minehan, Cathy E.(2006), "The role of central banks in economic and personal finance", <http://www.bos.frb.org/news/speeches/cem/2006/092806.htm>
- Hopley, Virginia(2002),"Financial education: what is it and what makes it so important? ", Federal Reserve Bank of Cleveland.
- OECD(2005), "Improving financial literacy: analysis of issues and policies", OECD e-book, Nov. 2005.
- O'Neill, Paul H.(2002), "Integrating financial education into school curricula", A white paper prepared by the United States Department of the Treasury Office of Financial Education. May 16, 2002.

(本文完稿於96年7月，作者為本行經濟研究處研究員)