

**家計の見える化検討会議
報告書**

**2026 年 9 月
家計の見える化検討会議**

目次

1. 会議設置の背景・目的	1
2. 議論の経過	3
2-1. 第一回会議	3
2-2. 第二回会議	4
2-3. 第三回会議	5
3. 家計の見える化に必要な情報	7
3-1. 家計の見える化にあたっての基本的視点	7
(1) 優先度の高い情報項目	7
(2) 必要な情報は属性に応じて異なる	8
(3) 情報の取得方法（自己取得と専門家支援）	8
(4) 物価上昇・金利上昇が家計に与える影響への理解促進	9
(5) 不確実性のある情報の扱い	9
(6) 従来の家計管理において十分に考慮されていなかった情報項目	11
3-2. 家計の見える化に必要な情報項目	11
3-3. 家計の見える化に必要な情報の取得難度の改善	12
(1) 利用者目線での情報提供	12
(2) 技術の進展・動向を考慮すべき事項	13
4. 家計管理行動への動機づけ	17
4-1. 動機づけに必要な要素	17
4-2. 有効と考えられる実例・施策案	18
(1) 体験型アプローチ	19
(2) ライフイベントを契機とした動機づけ	19
(3) インセンティブ設計	20
(4) 接点の拡張	20
(5) プッシュ型支援	21
5. 終わりに	24
5-1. 全体総括	24
5-2. 今後に向けて	24

家計の見える化検討会議

委員等名簿

座長	副島 豊	SBI 金融経済研究所研究主幹
委員	あんびる えつこ	「子供のお金教育を考える会」代表
	大河原 久和	N T T データ経営研究所 マネージングディレクター
	加毛 明	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	永沢 裕美子	「良質な金融商品を育てる会（フォスター・ フォーラム）」世話人
	三輪 純平	国立リベラルアーツ代表
	横田 健一	ウェルスパント代表

（敬称略／五十音順）

オブザーバー	全国銀行協会	日本証券業協会	日本損害保険協会
	生命保険協会	日本クレジット協会	
	日本資金決済業協会	電子決済等代行事業者協会	
	日本 FP 協会	Fintech 協会	
	金融庁	経済産業省	厚生労働省
	内閣官房		

1. 会議設置の背景・目的

2025 年 6 月 13 日に閣議決定された『新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2025 年改訂版』（内閣官房新しい資本主義実現本部）¹にて、以下の点が示された。

「家計の収支管理やライフプランの設計・点検を容易に行うことができるよう、J-FLEC（金融経済教育推進機構）の個別相談等の現場で活用することも念頭に、必要に応じてマイナンバーとの情報のひも付けも検討しつつ、個人が自身の金融資産やキャッシュフロー等の状況を容易に把握できるためのデータ集約の仕組みを整えるなど、年金も含めた金融情報の可視化のための環境整備を進める。」

また、『デジタル社会の実現に向けた重点計画』（デジタル庁）²では、以下の点が示された。

「家計の収支管理やライフプランの設計・点検を容易に行えるよう、このために必要な金融情報の『見える化』に向けて、金融経済教育推進機構（J-FLEC）を中心に関係省庁・関係金融団体等から構成される会議体を設置し、2025 年度中に議論を開始する。その際、家計の収支管理やライフプランの設計・点検を容易に行える観点からデータ連携の利用の目的や連携対象データの範囲、データの標準規格等を論点に盛り込むことに留意する。」

これらの閣議決定文書に基づき、2026 年 2 月に金融経済教育推進機構（J-FLEC）において、「家計の見える化検討会議」が設置された。

設置に際しては、金融経済教育推進機構（J-FLEC）のミッションである「一人ひとりが描く“ファイナンシャル・ウェルビーイング”を実現し、自立的で持続可能な生活を送ることのできる社会づくりへの貢献」も踏まえ、「個々人のファイナンシャル・ウェルビーイングを実現する上で重要である“家計の見える化”とは何か、その達成のための課題を検討する。」こととされた。

本検討会議においては、「家計の見える化」とは、「個人の「お金」に対する不安の軽減につながりうる、ファイナンシャル・ウェルビーイングを実現するための重要な手段の一つ」であるとの整理を行い、以降の議論における基本的な前提とした。

¹ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/ap2025.pdf

² https://www.digital.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/5ecac8cc-50f1-4168-b989-2bcaabffe870/cd4e0324/20250613_policies_priority_outline_03.pdf

なお、2026 年 7 月 21 日に公表された『成長投資を促進するための金融戦略－資産運用立国のアップグレーダー』（内閣官房日本成長戦略本部事務局）³において、以下の点が示された。

「J-FLEC のミッションであるファイナンシャル・ウェルビーイングの実現のためには、個々人がライフプランの設計・点検を行う上で、自身の金融資産や年金情報を集約・可視化することが有用である。このため、J-FLEC に設置された検討会議において、可視化が必要なデータとその取得方法について整理する。」

加えて、2026 年 7 月 7 日に決定された『デジタル行財政改革取りまとめ2026』（デジタル行財政改革会議）⁴において、以下の点が示された。

「金融庁は、2026 年 2 月、金融経済教育推進機構（J-FLEC）に「家計の見える化検討会議」を設置し、家計の収支管理やライフプランの設計・点検のための金融情報の「見える化」について検討を開始した。同会議において、金融資産や年金の情報の集約・可視化に向けて、可視化が必要なデータとその取得の方法について整理を行う。」

本検討会議においては、これらの文書で示された考え方を踏まえ、議論を行い、本報告書を取りまとめた。

³ <https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/nipponseichosenryaku/kinyu/pdf/financialservicesstrategy2026.pdf>

⁴ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_gyozaikaikaku/pdf/torimatome_honbun2026.pdf

2. 議論の経過

2-1. 第一回会議

第一回会議では、「個々人がファイナンシャル・ウェルビーイングを実現する上で、あるべき『家計の見える化』に必要な情報はどのようなものか。」をテーマとして意見交換を行った。

意見交換に先立ち、1) ファイナンシャルプランニングの実務家より、ファイナンシャル・ウェルビーイングの定義やその実現のためのステップ、必要となる情報について、また、2) 家計簿アプリ事業者より、家計簿アプリの利用実態や利用効果、家計管理分野におけるAI活用事例や将来展望について解説を伺った。

また、事務局からは、議論に当たっての視点として、

- 必要な情報は個人のライフステージやライフスタイル等により異なる点、
- 収支情報に加え、資産・負債情報や、そもそもライフプランを組み立てるための情報も必要である点、
- 必要な情報は無理なく継続的に入手・管理できるものでなければならない点、
- 管理負担軽減の観点からはデジタル技術の活用が有効でありうる点

が提示された。

意見交換では、必要な情報について、まずは年間の手取り収入と支出総額といった、あまり粒度が高くないレベルから情報を把握することの重要性が指摘されたほか、健康診断の家計版というイメージで考えていくと必要な情報の整理がしやすいとの意見や、種々の理由から家計管理行動を起こしにくい人に対してもアプローチが必要との提案、年金や保険については、提供主体が官か民かにかかわらず、利用者にとって必要な情報の理解や把握が必ずしも容易ではないとの指摘があった。

さらに、ファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けたプロセスとして、①現在の家計管理、②収入減や急な出費等、想定外のショックへの対応、③ライフステージ全般を見据えた将来見通し、④各人が「善き人生」を送るための選択肢の充実という4つのステップ（図表1）が重要であるとの認識が共有された。また、「家計の見える化」以前の問題として、家計管理や資産形成に対する意欲や関心が高くない人、「家計の見える化」以前に動機付けの段階で止まってしまっている人が一定数存在することへの対応も別途必要であることが意識された。

これらの認識を踏まえ、以降の会議においては、当該4つのステップを軸とした議論の整理や、意欲・関心が高くない層へのアプローチの在り方についても検討を

進めることとなった。

図表 1 ファイナンシャル・ウェルビーイング実現のための4つのステップ

	現在	将来
安心感	①家計管理 毎日や毎月の支払い等、家計を管理できる	②ショック対応 金銭的なショックを吸収できる能力 (サポートの仕組み：親族・友人、貯蓄、保険など)
選択の自由度	④選択肢 人生を楽しむためにお金の面で幅広い選択ができること (ニーズに加えてウォンツ。友人・家族・コミュニティに対して寛容など。学び直しや働く時間を少なくするなど。)	③将来見通し 金銭的な面での目標に向けて軌道に乗っていること (車やマイホーム、奨学金の返済、老後資金など)

出所：Consumer Financial Protection Bureau (2015) “Financial Well-being: The Goal of Financial Education” を基に横田委員作成。

2-2. 第二回会議

第二回会議では、まず、検討の前提として家計管理のための行動を始めている人と、行動を始めていない人や関心の低い人に対して、それぞれ異なるアプローチが必要であることが確認された。前者には、前回議論したファイナンシャル・ウェルビーイング実現のための4つのステップの達成を図るためのアプローチ、後者には行動の動機づけを行うためのアプローチが有用であるとの認識が共有された（図表2、後者については第三回で議論）。

そのうえで、見える化すべき対象を「個々人の「お金に対する不安の軽減」につながりうる情報」（以下、「見える化すべき情報」とする）と定義し、各アプローチでこういった「見える化」が必要かの検討を行った。

家計管理のための行動を始めている人に対しては、「見える化すべき情報」の例を一覧化したうえで、対象とすべき情報やその優先度、そうした情報の取得難度や課題等の整理について、ファイナンシャルプランナーによる解説も踏まえて意見交換を行った。

まず、追加的に把握しておくべき情報として、1）給与天引きのため意識されにくい団体保険、財形貯蓄、福利厚生費等や、2）クレジットカードの支払予定額（含むリボ払い残高）⁵に加えて、3）将来の収入・支出額等に関連するインフレ率等の

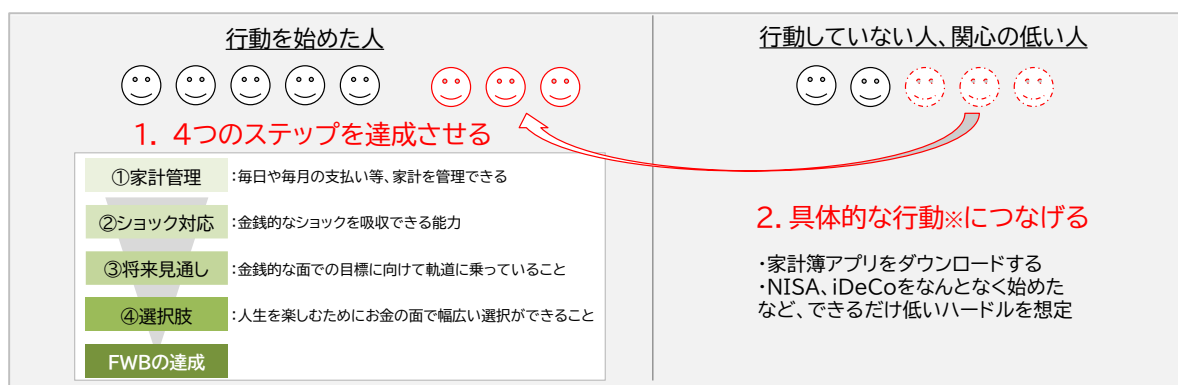
⁵ 会議では、クレジットカードの支払額について、支出予定額（フロー）として認識する視点と、負債（ストック）として整理するものと2つに分けるべきではないかとの意見があった。また、クレジットカードの翌月払いのように2カ月以内の支払いで完結するものと、割賦やリボ払いのように2か月を超える期間の支払いとして認知する必要があるものに分けられるとの指摘もあった。

マクロ指標の把握の必要性も指摘された。

また、優先度や取得難度に関する論点をめぐっては、1) 家計に関する不安の解消には単月、単年度のキャッシュフローの管理がまずは重要であり、これに直接関係する情報の優先度が高いのではないかと意見や、2) 人生の様々なリスクやライフイベントに関連する情報をどう見える化するかが重要との意見、3) 将来に関する情報はそもそも不確実性が高いものであり、考えるのを諦めて不安がるのではなく、人生の不確実性に対峙していこうという意思が重要であるとの意見が出された。

「見える化すべき情報」の整理に当たっては、属性によらず共通するものと、年齢層、世帯年収、家族構成等の属性に応じて必要性や優先度が異なるものもあるという指摘がなされた。情報提供者（金融機関〈口座明細〉や職場〈給与や税、積立〉等）の目線で情報を単に羅列し、提供するのではなく、利用者目線で情報を整理して提供するとともに、ライフステージに応じた情報提供を行うこと、利用者の視点を第一に、情報入手に用いるアプリ等の使いやすさや、必要な情報の充足度、入手した情報の活用のしやすさに配慮することの重要性が指摘された。

図表 2 家計の見える化の異なる2つのアプローチ



2-3. 第三回会議

第三回会議では、前半ではデジタル技術を活用した「見える化すべき情報」の取得難度の改善策、後半では家計管理のための行動を始めていない人や関心の低い人に対する家計管理行動への動機づけをテーマとして意見交換を行った。

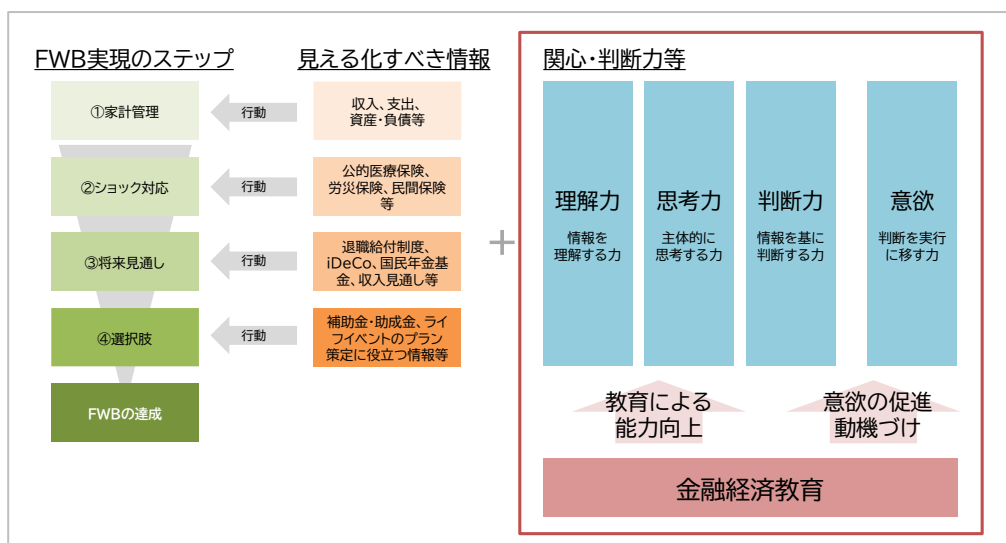
意見交換に先立ち、まず、情報取得に関する AI を中心とした技術動向や海外事例について、有識者による解説を伺った。次に、ファイナンシャルプランナーから、家計相談（有料相談に加え、生活困窮者等を対象とした無料相談を含む）における

相談内容や相談者の属性、相談したい内容等の実態をお伺いし、支援方法の一例としてキャッシュフロー表の作成・シミュレーションを通じた家計データの具体的な活用方法を伺った。

前半の意見交換では、「見える化すべき情報」の取得について、API 接続や AI の活用により自動取得・分析の可能性が広がっているが、データ提供主体が多数分散していることやデータ規格の不統一等により、情報の一元的な取得が必ずしも容易ではない点が指摘された。また、AI エージェントの活用は取得難度の改善に資する可能性がある一方で、情報の精度や責任の所在等に関する課題もあること等が指摘された。そのうえで、利便性とリスクの双方を踏まえた検討が必要であるとの認識が示された。

後半の意見交換では、家計管理を行動に移すためには、①自身の家計状況はどうなっているか、「見える化すべき情報」は何かなどを理解する（理解しようとする）力、②これらの情報を踏まえて、自分にとって必要な行動が何かを主体的に思考する力、③ありうる行動が複数考えられる場合に、実際にどのような行動をとるべきかを判断する力、④判断結果を実際に行動に移す意欲といった要素が極めて重要であるとの認識が共有された（図表 3）。家計管理やライフマネジメントへの関心が低い層に対しては、自発的な行動に委ねるのではなく、体験談の共有や参加型の学び、興味を持つようなきっかけやインセンティブ等の家計管理に向き合う機会の提供、結婚、出産や入院、住宅取得、相続等のライフイベントを契機とした働きかけの施策の有効性が示唆された。また、上記の施策等を、行政や職場等を通じたプッシュ型の支援として行うことの有効性についても指摘があった。

図表 3 家計管理行動を促す要素



3. 家計の見える化に必要な情報

3-1. 家計の見える化にあたっての基本的視点

本検討会議においては、家計の見える化に必要な情報について、収入・支出といった基本的な収支情報に加え、資産・負債の状況やライフプランニングに関する情報を一体的に把握することが重要であるとの観点から整理を行った。また、ファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けたプロセスとして、①家計管理、②ショック対応、③将来見通し、④選択肢といった各ステップに応じて必要な情報や優先順位等が異なることも踏まえ、具体的に見える化すべき情報の検討を行った。

以上の経緯のもと、本節では意見交換の中で委員から示された主な意見を本検討会議の趣旨に沿って整理する。なお、記載された意見には相互に異なる見解や方向性が含まれる場合がある。

(1) 優先度の高い情報項目

「見える化すべき情報」は、利用者が無理なく継続的に取得・管理できることが重要であり、必ずしも多くの情報を網羅することが望ましいとは限らない。そのため、家計管理に必要な情報項目について優先度を整理し、まず把握すべき情報を明確化することが有用である。家計の収支管理、キャッシュフローに関する情報を優先的に把握すべきである。

[会議での意見]

- ✓ 精緻かつ定量的に知る必要のある情報ばかりではない。定性的に概要を把握するだけで十分な情報もある。
- ✓ ファイナンシャル・ウェルビーイング実現のための4つのステップにおける優先度は、①家計管理>②ショック対応>③将来見通し>④選択肢の順。
- ✓ まず、単月、単年度のキャッシュフローを最優先に考えるべき。家計に対する不安の解消のためには、特に支出の管理が最重要で、手取り収入から支出を引いた際に黒字となるか、実際にそうなっているかを把握することが最初の一步。
- ✓ 次のステップが、ライフプランに沿った長期的なキャッシュフローの検討となる。実際には、ライフステージの変化など家計を巡る状況が変わるごとに（あるいは変わってなくても定期的に）、収支管理を見直し、場合に

よってはライフプランを再検討することもある。

- ✓ 換金する機会が少ない資産（マイホーム、絵画等）の価値把握の優先度は低い。

（２）必要な情報は属性に応じて異なる

家計の状況や課題は、年齢層、世帯年収、家族構成、居住地域等の属性によって異なることから、「見える化すべき情報」も利用者ごとに異なる部分があると考えられる。そのため、共通して把握すべき情報を優先し、さらに利用者の属性に応じて必要な情報や分析を提供できるようにする⁶二段構えアプローチが望ましい。本検討会議においても、特に年齢（ライフステージ）が必要な情報の内容や優先度に大きく影響するとの意見が示された。

〔会議での意見〕

- ✓ 年齢層、世帯年収、家族構成、居住地域等の属性により、必要な情報は変わりうる。特に年齢、家族構成が重要。
- ✓ まずは属性によらず共通した項目を整理する必要がある。
- ✓ 必要な情報は属性により異なる。同様に、必要な分析手法も異なる。
- ✓ 属性によって異なりうるリスクやライフイベントに関連する情報を、どう分かりやすく見える化するかが重要。

（３）情報の取得方法（自己取得と専門家支援）

「見える化すべき情報」の取得方法としては、利用者が自ら取得する方法に加え、ファイナンシャルプランナー等の専門家の支援を受けながら取得する方法が考えられる。情報によっては取得やその解釈が難しいものもあるため、自力での取得を想定する情報と、専門家の支援を活用することが望ましい情報を区分して示すことが有用である。

〔会議での意見〕

⁶ 提供しうる主体としては、金融経済教育推進機構（J-FLEC）等の金融経済教育に携わる主体や、ファイナンシャルプランナー等の専門家、社会保障等を所管する公的機関、また顧客の金融情報を保有する金融機関等が考えられる。以降も情報提供主体に関する議論があるが、同様。個別の情報の提供に関しては、別紙の「主な情報取得先等」を参照。

- ✓ 取得難度は、平均的な生活者が情報を取得する場合と、ファイナンシャルプランナー等の専門家のサポートがある場合で大きく異なる。取得した情報の解釈についても同様。
- ✓ 取得難度は、自分で最低限やるべきレベルとファイナンシャルプランナー等の専門家の助けを借りるレベルの二つに分別するのが重要。
- ✓ 後者に関しては、情報の活用法や解釈に関する支援が必要とされる。

（４）物価上昇・金利上昇が家計に与える影響への理解促進

家計管理においては、収入や支出、資産・負債に関する情報に加え、インフレ率や金利等のマクロ経済指標を把握することもライフプランの観点から重要である。近年は物価上昇や金利環境の変化が家計に与える影響が大きくなっており、これらの指標が実質的な購買力や住宅ローンの返済負担に及ぼす影響を理解することの必要性が高まっている。特に、長期間にわたりデフレ又は低インフレの状態と低金利環境が続いてきたことから、経済環境の変化を踏まえて家計管理を行うための情報提供や理解促進が重要である。これは金融リテラシーの向上とかかわる論点となっている。

〔会議での意見〕

- ✓ 過去 30 年、日本が経験していなかった物価上昇、金利上昇の世界を教育することも重要ではないか。この点は、ライフプランシミュレーションにも密接に関係する。また、最近の金利上昇に伴い、住宅ローンの変動金利への関心も高まっている。借入期間の長期化も気になるところ。
- ✓ 長期にわたってデフレが継続したわが国では、多くの方にとってインフレがどういうもののかの体感があまりない。インフレを踏まえた家計管理等についての情報提供には工夫が必要ではないか。
- ✓ インフレは、現在の家計管理への影響に加え、将来のキャッシュフロー、特に長期にわたる必要資金の実質的な負担増加を通じて、より深刻な影響を及ぼす可能性がある。

（５）不確実性のある情報の扱い

ライフプランの策定においては、将来の所得⁷、金利や、（４）で言及したマクロ

⁷ 例えばファイナンシャルプランナー等の専門家が、顧客の将来所得を踏まえたライフプランを検討する際に

経済指標である物価上昇率、運用利回り等の不確実性を伴う情報を考慮することが重要である。ライフプランニング等に関するシミュレーターの活用が有用である一方で、不確実な情報に関する仮定、前提が必要であり、金融リテラシーが十分でない利用者が適切な前提条件を設定することは容易ではない。特に、金利や運用利回り等の設定によって将来の資産額や資産寿命のシミュレーション結果は大きく変動し、長期間のシミュレーションほどその影響は大きくなることから、過度な不安や楽観につながらないよう結果の解釈には十分な注意が必要である。そのため、専門家による支援や前提条件に関する情報提供、金融経済教育の充実が求められる。また、将来に関する前提条件は時間の経過やライフイベントによって変化し得ることから、ライフプランについて定期的に見直しを行うことも重要である。

〔会議での意見〕

- ✓ 将来の情報は不確実性が大きく、近年は金融市場での価格変動も大きい。ライフプランシミュレーションを行う際には、不確実性の幅も考慮すべきだが、情報をどこまで提供すべきかの判断が難しい。
- ✓ ファイナンシャルプランナー等の専門家は、将来の不確実性の扱いに関して、定期的な家計の診断、見直しを行うことで課題を解消するというアプローチをとっている。
- ✓ 長期のライフプランシミュレーションを行う際に、インフレ率等のパラメータの設定⁸により、将来の生活費や資産取り崩し速度に非常に大きな差が生じる。唯一の正しい答えを出すものではなく、「パラメータの設定により変わる」点を利用者だけでなく専門家も、正しく理解することが重要である。
- ✓ 将来の情報について、不確実性があるから考えないという姿勢は好ましくない。不確実性があることを知ることが不安の軽減につながると考えるべき。特に資産の取り崩し（資産寿命）のシミュレーションを行うことは、安心材料となるのではないか。
- ✓ 資産寿命のシミュレーションは、運用利回りをどう扱うかがポイント。利回りの想定次第で、特に長期のシミュレーションをした場合の結果は大きく変わる可能性がある。

は、賃金の変動率や年金収入の変動率等を考慮している。

⁸ ライフプランシミュレーションでは、単にインフレ率等の前提条件が変われば結果も変わるということを理解するだけでなく、前提条件を整合的に設定することが重要である。例えば、生活費のみを物価上昇に応じて増加させる一方で、給与収入や年金収入を一定とするなど、前提条件の整合性を欠く場合には、シミュレーション結果が適切な将来見通しを示さない可能性がある。

- ✓ 公的医療保険や労災保険などについて、制度そのものへの理解度が低く、また自分ごととしての金額のイメージも持っていない人が多いと思われる。

（６）従来の家計管理において十分に考慮されていなかった情報項目

家計管理では収入・支出が注目されがちだが、資産や負債といった家計のバランスシート、高額療養費、傷病手当金、遺族年金といった公的保険からの給付、職場の退職給付制度や福利厚生全般、資産の取り崩しや借入の返済に係る元金・利息、実家の維持・処分に係る負担等、必ずしも十分に意識・把握されてこなかった情報もある。人生の様々な局面について、より幅広くかつ実態に即した観点から情報を捉えることが重要である。

〔会議での意見〕

- ✓ 金融資産の取り崩しや実物資産の売却は、本来的には収入ではないが、家計簿によっては収入として捉える場合もあり、家計管理、支出管理での扱いについての整理も必要。
- ✓ 管理の仕方次第だが、ローンの返済についても全額を支出と捉えるのではなく、元金部分は負債の減少、利息部分は消費支出という認識が適正な場合もある。その場合、データを分けて取得・管理する必要。
- ✓ 実家がある場合には、その処分費用や相続資産との相殺等を巡って親族間トラブルが生じている。古い住宅は負債として管理する意識づけが必要。
- ✓ クレジットカードの支払予定額（含むリボ払い残高）も把握するべき。

３－２．家計の見える化に必要な情報項目

本検討会議では、ファイナンシャルプランナーによる情報項目の整理及び委員から示された多様な意見を踏まえ、「家計の見える化」に当たって把握すべき情報項目について別紙⁹のとおり整理した。

⁹ 当該資料は、事務局が提案した「見える化すべき情報」の項目例に対し、ファイナンシャルプランナーが項目の加除整理、優先度、取得難度の評価、課題の記載を行い、さらに委員による意見を反映させたものである。そのため、優先度や取得難度の評価に幅のある項目があるが、これは評価者の視点の違いや評価観点の違い（「必要な情報へのアクセス」の視点と「情報を正しく理解し、情報を活用可能な状態とする」視点の違い等）によるものである。また、本検討会議の中で評価に関する議論が十分に進むまでには至らなかった項目については、“未評価”としている。ほか、別紙の位置づけは５章及び別紙の注釈も参照。

別紙の作成にあたっては、収入・支出といった基本的な収支情報に加え、資産・負債の状況やライフプランニングに関する情報を含めて整理するとともに、ファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けたプロセス（①家計管理、②ショック対応、③将来見通し、④選択肢）に応じて必要となる情報の観点も踏まえて構成した。また、すべての情報を一律・網羅的に取得することを前提とするのではなく、利用者が継続的に把握・管理できる範囲も考慮し、取得優先度や取得難度等の観点も付した。

なお、利用者の年齢層、世帯年収、家族構成等の属性に応じて必要な情報や優先度は異なる。別紙の内容を、幅広い主体が実際に活用できるようにしていくことを想定した場合には、さらに情報の取捨・整理等が必要となりうる点に留意が必要である。

3-3. 家計の見える化に必要な情報の取得難度の改善

（1）利用者目線での情報提供

「見える化すべき情報」は、利用者が実際に活用しやすい形で提供されることが重要である。そのため、専門用語を排して理解しやすい表現とする必要がある。重要度の高い情報を優先的に配置し、関連する情報をまとめて読めるようにするなど、利用者の利便性を意識して、情報の提供方法と内容を工夫することが望ましい。また、結婚、出産、住宅購入、転職等のライフイベントは家計管理への関心が高まる契機となることから、こうしたタイミングに合わせて必要な情報を提供することが有効である。

〔会議での意見〕

- ✓ リスクへの備えでは、制度の羅列ではなく、リスクが顕在化した際に、そのリスクに関連する制度をステップごとにまとめたうえで見える化することが重要。例えば、病気で仕事ができなくなった場合、まずは、職場の傷病休暇、有給休暇を使用し、その後は傷病手当金を受け取り、障害認定された場合には公的年金保険の障害年金の受給が始まるといったプロセスを念頭に見える化することが考えられる。
- ✓ 各種制度については、制度の理解だけでなく、パーソナライズされた情報が重要。こうしたものの例としては、高額療養費制度の自己負担限度額や傷病手当金の受け取り可能金額の概算金額等がある。

（２）技術の進展・動向を考慮すべき事項

近年、AI 技術の進展に伴い、家計の見える化に必要な情報の取得・分析・活用の在り方は大きく変化しつつある。特に、AI エージェントが利用者に代わり複数の情報源からデータを取得・統合し、分析・助言を行うとともに、将来的には家計管理に関する行動までを支援する可能性が指摘されている。こうした技術は、情報取得の負担軽減や分析の高度化を通じて、情報の理解促進や意思決定支援に資することが期待される。

一方で、AI の活用に当たっては、その利便性とリスクのバランスをどのように確保するかが重要である。利用者が、誤った知識や偏った現状認識に基づき AI に指示を出すことで、AI からの回答にも誤りや偏りが生じる可能性がある。また、正しく指示を出したとしても、AI にはハルシネーション¹⁰や文脈理解の限界といった特性があり、必ずしも利用者の状況に即した適切な判断が行われないリスクがある。加えて、AI による「合理的」な提案が、個人の価値観や満足感を含むファイナンシャル・ウェルビーイングの実現と一致するとは限らない点にも留意が必要である。

このため、家計管理においては、AI の活用と人による支援との適切な役割分担が重要となる。AI は情報の収集・整理や分析等に活用が期待される一方で、個々人の価値観や生活状況を踏まえた判断や最終的な意思決定については利用者自身が行うことや、場合によってはファイナンシャルプランナー等の専門家が関与することが重要である。

さらに、技術の基盤となるデータ接続や標準化に関する論点も存在する。金融機関、事業者、行政機関等に分散するデータの統合には、アクセス手段の整備やデータ構造の標準化、プライバシー保護への対応に加えて、各個人がこうした個人情報等の扱いに関する理解を深めることも必要であり、分野ごとに異なる論点がみられる。また、データの帰属先や管理、責任の所在、プラットフォームの在り方等についても様々な論点が残されている。

AI をはじめとする技術の進展は極めて速く、前提となる技術やサービスが短期間で変化する可能性がある。このため、将来を見据えた検討に当たっては、特定の技術に依拠するのではなく、変化に応じて柔軟に対応し得る姿勢を持つことが求められる。

[会議での意見]

(AI の限界および意思決定・価値判断に関する意見)

¹⁰ 生成 AI が事実とは異なる情報をさも真実であるかのように生成すること。

- ✓ AI エージェントによる家計の最適化が「合理的経済人」の尺度によって行われた場合、それが個々人にとってのファイナンシャル・ウェルビーイングと同義とはならないのではないかと。例えばエシカル消費¹¹は、外部不経済を内部化する分、価格は高くなるが、それは消費者の倫理的な価値観によって選ばれるものである。個人の倫理的な価値観のような背景情報を汲み取れていない AI エージェントは、こうした選択はしないのではないかと。個々人の価値判断をどのように扱うのかが論点になるのではないかと。
- ✓ AI に聞いて効率的に情報収集し、これに基づいて判断を下すという利用形態が増えている。うまく AI を活用しているように見えるが、主体的な情報収集や判断は行っていないともいえる。ファイナンシャル・ウェルビーイングの定義は、人の価値観の多様化に対応して様々であり、AI はそこまで汲み取れていない。「善い選択」には自分で考えて判断する過程が必要なのではないかと。仮に善い選択ではなかった(と感じた)としても、そこから学ぶプロセスにも価値があり、これらがウェルビーイングに繋がると思う。
- ✓ AI は本質的に間違えうる。また、「空気を読めない」。AI の回答を正しく判断し、行動に対して責任を持つのは AI の利用者であることが大前提。この点を啓発、周知していく必要がある。
- ✓ ファイナンシャルプランニングのサービス提供においては、相談者にとって厳しい状況の認識や対応の必要性を、人間であれば「空気を読みながら」情報を伝えられるが、AI は「空気を読めず」に冷酷な伝え方となってしまうかもしれない(逆に迎合してしまうリスクもある)。
- ✓ 広告等に表れる「悪意なきダークパターン¹²」に気が付けるように消費者の啓発を行っているが、AI エージェントは「悪意なきダークパターン」にどう対処するのも今後の論点となりうるのではないかと。

(データ・制度・構造に関する意見)

- ✓ AI エージェントのサービスを実現するためには、外部情報システム内のデータへのアクセスが前提となる。現状、API 化が進んでいない業界もあれば、業界内でデータ規格が標準化されていない業界もある。MCP 等の技術が

¹¹ エシカル消費とは、消費者庁 HP の定義では、「地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動」とされている。

(<https://www.ethical.caa.go.jp/ethical-consumption.html>)

¹² ダークパターンとは、ウェブサイトやアプリにおいて、ユーザーを意図的に誤解させ、不利な選択をさせるように設計されたユーザーインターフェースのこと。本文中の「悪意なき」ダークパターンは、明確な誤導の意図を伴わない場合であっても、情報の提供方法や文脈の工夫により、結果として利用者の判断や行動が特定の方向に誘導される可能性のある設計を指す。

急速に進む現状を踏まえ、今後の動向に留意すべきである。

- ✓ 給与明細は当然のことながら各事業会社が個別に作成しており、見える化すべき情報の提供主体やフォーマットは様々に異なっている。これを統一化するために、個々の事業会社に個別に働きかけるのは困難であると考えられる。
- ✓ 個人情報の分野では、「情報は誰のものなのか」の議論は根強くある。これは難しい問題。文化的な背景もあると考えられ、情報の保有に対する考え方は国により異なる。アメリカでは信用情報も含んだ各種の情報について、透明性を確保した上で、利活用することにより、社会の厚生を上げるという考え方。ヨーロッパでは個人の情報は個人の尊厳と関わり、個人が管理するという考え方。金融機関が情報を作成・管理していても、情報は個人のものであり、個人が要望すれば、金融機関は提供すべきものと考えられている。日本は、アメリカ、ヨーロッパのどちらでもなく、個人に関する情報であっても、当該個人というより、データの作成・管理主体のものであるという考え方が有力なのではないか（医療情報は病院のもの、金融情報は金融機関のもの等）。日本でエージェント AI のサービスを広げる上でも、このような情報に対する根幹的な考え方がネックになるのではないか。
- ✓ 以上の状況を踏まえると、家計の見える化の推進のためには、家計に関する個人情報を保有・収集する主体が、情報収集の目的や管理方法を各個人に丁寧に説明するとともに、データ活用による便益を分かりやすく示し、理解と信頼を得ることが重要である。
- ✓ AI の精度がどこまで上がっても、何か起きた際の責任分界の話は残り続ける。問題が生じた際の責任分界や、サービスレベルの保証を、既存の規制のなかでどこまで活用できるかの検討が必要。
- ✓ アメリカでは、データアグリゲーター¹³が一元的にデータを取得し、そのデータを各自が利用する効率的な形になってきた。ただし、これは独占構造にあるともいえるため、日本も今後、同様のプラットフォーマーが出てきたときに責任分界点やサービスレベルの保証のような話が重要になる。

（技術進展に関する意見）

- ✓ AI をはじめとする技術の進展は極めて速く、本検討会議の開始時点（2026年2月）と比較しても、短期間で前提となる技術やサービスが大きく変化し

¹³ 複数のデータソースから情報を収集・統合し、一元的に提供するサービス又はツール。この仕組みにより、異なるフォーマットや分散した場所に存在するデータを整理し、利用者が必要な情報を容易に把握できるようにするもの。

ている。すべては流動的であるという視点で臨むことが重要。

4. 家計管理行動への動機づけ

4-1. 動機づけに必要な要素

ファイナンシャル・ウェルビーイング実現プロセスの最終ゴールは「善き人生」を送るというものである。その出発点として、広い意味での家計管理行動に対する動機付けがまず重要である。

そのうえで、家計管理を行動に移すためには、単に情報を得るだけでなく、情報を活用して適切な意思決定を行い、実際の行動に結び付けるための能力が重要となる。例えば、自身の状況や家計管理に必要な情報を正しく理解する力（理解力）、理解した情報をもとに、自身に何が必要かを主体的に思考する力（思考力）、複数の選択肢の中から適切な意思決定を行う力（判断力）、そして判断した内容を実際の行動に移す力（意欲・実行力）が必要と考えられる。

また、理解力と判断力は家計管理行動の基盤となる要素であり、その重要性は動機付けだけにとどまらない。これらが十分でない場合には、不適切な意思決定に至るリスクもある。例えば、投資に対する意欲のみが先行し、リスクや仕組みに関する理解が伴わない場合には、投資トラブルや不適切な金融商品の選択につながるおそれがある。こうした問題に適切に対応するためにも、理解力と判断力の向上が重要である。

思考力も同様に重要な要素として挙げられる。特に、投資判断における確率的思考や、不確実性を前提とした将来予測の理解、AIによる分析や助言に対して主体的に評価・判断するための思考力等は、現在においても重要であるが、今後の家計管理においてその重要性が一層高まると考えられる。ただし、人々は常に主体的、合理的に判断や行動をしているわけではない点には留意が必要である。何が合理的なのかも基準は様々で、合理性とファイナンシャル・ウェルビーイングにはずれも存在すると考えられる。

[会議での意見]

- ✓ 家計管理への動機付けが弱く、「家計の見える化」の前段階で止まっているケースは少なくない。この問題への取り組みも重要である。
- ✓ 適切な行動の土台として理解力と判断力があるのではないか。例えば、意欲だけあり、理解力、判断力は伴わない人は投資詐欺の被害にあうリスクが高まりかねないなど、非常に危ない状態といえる。

- ✓ 広告・宣伝の中には、十分な理解や判断を促すことなく、商品・サービスの購入等に対する意欲を先行して高めるアプローチをとっているものがある。
- ✓ 投資の際の確率的思考や AI の回答に対して、主体的に思考する力も重要であり、思考力向上への配慮も必要。
- ✓ 一般に経済活動においては、主体的、合理的な個人が想定されている。しかし、行動経済学やアンケート調査などの積み重ねにより、人間は必ずしも合理的な判断や行動ができるわけではないことが判ってきた。また、何が合理的なのかも基準は様々で、合理性とファイナンシャル・ウェルビーイングにはずれも存在する。
- ✓ ファイナンシャル・ウェルビーイング実現プロセスの最終ゴールは「善き人生」を送るというものである。その出発点として、広い意味での家計管理行動に対する動機付けがまず重要である。また「動機付け」には、意欲・実行力だけでなく、「自身の状況や家計管理に必要な情報を把握しよう」、「どのような行動が必要なのかを考えよう」というレベルのものも含まれるのでは。

4－2．有効と考えられる実例・施策案

4－1で示した各種能力は、金融経済教育を通して身に付けることが考えられる。金融経済教育は、定義を広くとれば、公的機関や金融機関等による講座・セミナーに加え、資産運用や資産保全に関するコンサルティングや、生活困窮者等に対する家計改善支援等も含まれると考えられる。

ただし、教育を提供する側、教育を受ける側双方の趣旨や目的は多様である。本検討会議では、現状では、所得水準が中間以上の層に対しては、教育提供者は民間が中心となっている一方で、生活困窮者等に対しては公的主体が提供者の中心となり、家計相談等の取組に加え、生活再建支援を目的とする取組も行われているとの現状認識も紹介された。

このような状況を踏まえると、1) 各教育提供主体において活用されている家計管理等の意欲向上策の実例の収集と共有や、2) 家計相談の機会が十分に行き届いていない可能性のある集団（例えば、若年層、高齢単身世帯、非正規雇用者、生活困窮者）に対して家計の見える化等への意欲を高める施策が課題となる。

（１）体験型アプローチ

家計管理行動を促すためには、知識の付与にとどまらず、理解の深化や判断力の向上、さらには行動意欲の喚起につながる取組が重要である。こうした観点から、体験を通じたアプローチが有効と考えられる。具体的には、実際の体験談や失敗事例の共有を通じて自らの問題として認識しやすくすることや、診断ツール等を通じた自己診断を導入することが挙げられる。また、ワークショップ形式の参加型教育や、問いかけを通じて自ら気づきを得るソクラテスメソッド¹⁴の活用も、理解の定着や判断力の向上、主体的な行動の促進に資するものと考えられる。

〔会議での意見〕

- ✓ 動機づけのためには体験談で伝えることも効果的。
- ✓ 失敗談は人の心に響く。また、教訓を蓄積することに価値がある。
- ✓ 最近の若い人は診断を通じた自身の理解に関心が高い。自己診断を教材に入れることが有効と考えられる。
- ✓ 消費者教育の分野ではワークショップ形式にすると知識の定着率が高い。
- ✓ 教育において、ソクラテスメソッドは重要。自分への気づきを通じて AI とも対峙できるようになるのではないかな。
- ✓ 自分のウェルビーイングが何かを意識的に考える機会にもなる。

（２）ライフイベントを契機とした動機づけ

前述の通り、結婚、住宅購入、出産、転職等のライフイベントは、家計管理に対する関心が高まり、行動に移す契機となりやすいタイミングである。このため、こうした機会を捉え、必要な情報提供や支援を行うことは、効果的な動機づけにつながると考えられる。

〔会議での意見〕

- ✓ ライフイベント（結婚、住宅購入、出産等）を考えるタイミングは、家計管理への関心が高まるタイミングでもある。

¹⁴ 相手に答えを直接教えるのではなく、次々と適切な質問を投げかけることで、相手自身に気づきや深い理解を促す対話手法を指す。

（３） インセンティブ設計

学習や行動の促進に当たり、インセンティブの活用も有効である。例えば、金融経済教育の受講やテストの実施、あるいは定期的な家計状況の診断に対してポイント等を付与する仕組みや、そのポイントを活用して家計相談の機会を提供する取組等が考えられる。

[会議での意見]

- ✓ 学習の動機づけとして、学びに応じてポイントを付与し、ポイントにより無料で相談に行けるといった好循環を作り出す仕組みが提供できるとよいのではないか。
- ✓ 体系的に知識を学べる仕組みや、理解を定着するための学習後のテストを用意し、一定の得点を超えた人へポイント等を付与するのが効果的ではないか。

（４） 接点の拡張

従来の教育・相談の枠組みに加え、より多様な接点を通じたアプローチも重要である。具体的には、職場を通じた教育機会の提供や、年齢層・所得水準等の属性を参考に接触頻度の高いメディア媒体（SNS 等）を活用した情報発信が挙げられる。また、若年層に対しては、同世代が主体となってコンテンツを作成するなど、受け手にとって親和性の高い形での情報提供も有効と考えられる。

[会議での意見]

- ✓ 中間層～準富裕層でも家計管理やライフプランニングに意欲のない人は多い。低所得層だけでなく幅広い社会グループへのアプローチを考える必要がある。例えば社会保険や年金で接点のある職場を通じたアプローチが考えられる。
- ✓ 若者等に対して、彼らの接触頻度が高いメディア媒体（SNS や YouTube 等）で金融経済教育推進機構（J-FLEC）等が教育コンテンツを提供、発信していくのも効果的ではないか。
- ✓ 若い世代への金融経済教育の普及のために、若い世代自身に「自分たちが受けたい金融経済教育」を考えてもらおうと家計管理に対する意識が高まるのではないか。消費者教育の分野では学生による教材作りが盛んで、実際に良い教材が生まれてきている。

（５）プッシュ型支援

自発的な行動が期待しにくい層に対しては、行政や関係機関が主体的に関与するプッシュ型の支援が有効と考えられる。例えば、税、福祉、医療等の情報を活用して家計管理の支援が必要と考えられる方を把握し、相談や支援につなげる取組がみられる。また、健康診断のように、定期的に自身の家計状況を確認する仕組みを制度的に位置付けることも考えられ、特に中小企業や個人事業主等を対象とした取組には、工夫の余地があるようにもみられる。

〔会議での意見〕

- ✓ 健康診断と同様に自身の家計、資産に関して考える他律的な機会があってもいいのではないか。
- ✓ 個人の金融状況の定期健診のようなもの（家計管理の良し悪しを「診断」というより、改善のためにアドバイスするもの）があると良い¹⁵。例えば、職域でのアプローチが考えられるが、特に、企業型 DC 等の導入が進んでいない中小企業や個人事業主向けは有効と考えられる。
- ✓ お金の相談を当たり前のものとして定期的に行っていけば、相談する側のお金の話を他人にすることの抵抗感もなくなっていくのでは。自分の所得や支出を出して相談することへの気おくれは誰もが感じるものであり、乗り越える工夫が必要。
- ✓ 一部の国では、すでに保有しているデータを用い、福祉等で必要な手続きや給付を能動的かつ自動的に提供・実行していくといったプッシュ型支援の動きが、これまでの申請主義にかわって出てきている¹⁶。

【参考】家計管理行動の動機づけに関する諸外国の取組

諸外国においては、家計管理を行っていない層に対して、行動のハードルを下

¹⁵ 会議では、消費者のクレジットおよび消費者ローンに関する信用情報（個人の属性・契約内容・支払状況・残債額など）を集約する指定信用情報機関である株式会社シー・アイ・シーが提供する、「クレジット・ガイダンス」がこの定期検診の一種ではないか、との意見があった。

<https://www.cic.co.jp/credit-guidance/index.html>

¹⁶ 例えばエストニアでは「市民がサービスを探すのではなく、サービスが市民を見つける」、「一度伝えれば十分（tell-us-once）」という思想の下、親からの申請がなくとも、出生登録をきっかけに児童手当の支給、健康保険の有効化、関連サービスの通知等が自動で行われる。

（GDX TIMES 『“Proactive Public Services”に関する調査報告書（概要版）』、2025 年 10 月、<https://gdx-times.com/wp04/>）

げ、最初の一步を促すとともに、その後の継続や改善につなげるための様々な取組がみられる。

例えば、家計の状況の現状の把握を促す手法として、家計診断や可視化を活用した取組がみられる。英国では、政府の関連機関である Money and Pensions Service により、収入や支出項目を入力することで家計状況を把握できるオンラインツールが提供されている¹⁷。また、豪州においては、公的な金融教育サイトにおける情報提供¹⁸に加え、民間において簡易な質問により自身の家計の状況を把握できる診断型ツールが提供されている¹⁹。これらはいずれも一定の入力を必要とするものの、短時間で現状を可視化し、必要に応じた情報にアクセスし助言を得られる設計となっており、家計管理の出発点として活用されている。

こうした取組に加え、行動のきっかけを提供するための働きかけもみられる。英国では行動経済学の知見を活用し、通知やメッセージの工夫等を通じて行動を促す試みが行われており²⁰、貯蓄行動に関する取組では、働きかけの方法や提供内容の違いが実際の参加行動に影響を与え得ることが確認されている。

同様に、カナダでは金融消費者庁がモバイルアプリを活用し、短いクイズや金融教育メッセージの配信、ポイント付与等を通じて、予算管理行動を促す取組を実施しており、予算管理に関する知識や自信の向上に加え、実際に予算を作成する者の増加が確認されている²¹。なお、英国及びカナダにおけるこれらの取組については、RCT（Randomized Controlled Trial：ランダム化比較試験）により施策評価が行われている²²。また、利用者の負担を軽減しながら行動の継続を支えるため、自動化の仕組みを取り入れた取組も見られる。英国では、給与から一定額を自動的に貯蓄に回す仕組み（給与天引きによる貯蓄）が導入されており、利用者が個別に手続を行わなくても、継続的な貯蓄が行われるよう設計されている²³。さらに、行動の維持や改善を促す工夫として、比較やフィードバックを活用した取組も確認されている。例えば、米国では、家庭のエネルギー使用量を近隣と比較して提示する取組が実施されており、こうした社会的比較情報の提供によ

¹⁷ <https://www.moneyhelper.org.uk/en/everyday-money/budgeting/budget-planner>

¹⁸ <https://moneysmart.gov.au/>

¹⁹ <https://www.anz.com.au/personal/financial-wellbeing/score/>

²⁰ <https://maps.org.uk/en/publications/research/2022/using-behavioural-science-to-help-employees-save-payroll-savings-scheme>

²¹ <https://www.canada.ca/en/financial-consumer-agency/programs/research/pilot-mobile-technology.html>

²² RCT については、このほか、米国の Consumer Financial Protection Bureau が低所得層等を対象に金融コーチングの効果を RCT で検証したケース、中進国で貯蓄目標やクレジットカード支払いの気づきを促す効果を検証した実験等、多数の RCT 活用事例がある。

²³ <https://maps.org.uk/en/work-with-us/financial-wellbeing-in-the-workplace/payroll-deducted-saving-schemes#>

り行動が変化することが実証的に確認されている²⁴。

これらの取組は、情報提供にとどまらず、行動の開始や継続を支援する様々な工夫が行われている点に特徴があり、家計管理行動の動機づけを検討する上で参考となるものと考えられる。

²⁴ <https://www.povertyactionlab.org/evaluation/opower-evaluating-impact-home-energy-reports-energy-conservation-united-states>

5. 終わりに

5－1. 全体総括

本検討会議では、「家計の見える化」を、個人の「お金に対する不安の軽減」につながりうる、ファイナンシャル・ウェルビーイングを実現するための重要な手段の一つと位置付け、その具体的な在り方について、多様な観点から検討を行った。

議論を通じて、「家計の見える化」においては、必ずしも情報を細かく網羅的に把握するのではなく、利用者が継続的に把握・管理できる範囲で、優先度や取得難度を踏まえて情報を整理することが重要であることが確認された。また、利用者の年齢や家族構成等の属性に応じて必要な情報、優先順位が異なることに加え、利用者の利便性に配慮した工夫（例えば、リスクの内容やライフステージ別に対応法や各種支援制度を整理）を行い、情報を提供することが重要であるとの認識が共有された。さらに、情報の取得の困難さに関しては、取得の手順を紹介することにも意義があることも認識された。

情報の取得・統合に関しては、AIをはじめとする技術の進展により、情報取得の負担軽減や将来の収支見通しのシミュレーション・分析の高度化が期待される。その一方で、AI等を活用するにあたっては、データ接続や標準化、AIの特性に由来するリスクへの対応、個人情報の保護・管理等、多様な観点に留意する必要性も明らかとなった。

家計管理行動を促すためには、情報の提供にとどまらず、理解力、思考力、判断力、意欲・実行力といった要素を踏まえた総合的な対応が重要であり、体験型の教育、インセンティブ設計、接点の拡張、プッシュ型支援等、多様な手法が有効であることが示唆された（海外の実践事例を参考としてまとめた）。

5－2. 今後に向けて

これらの議論を踏まえ、本検討会議で整理された「見える化すべき情報」については、そのリスト化により分かりやすい情報提供を行うことが有効であると考えられる。具体的には、金融資産や年金の情報も含め、利用者が自身の家計状況を把握し、自身の家計管理やライフプランニングにおける課題を認識し、必要に応じて専門家の支援を受けながら行動につなげていく観点から、別紙のとおり、情報のリストを作成した。ただし、当該リストは、関係する情報を網羅したものではなく、ま

た全ての項目の取得や、情報取得先による課題・留意事項への対応、情報取得先の集約化等を求める趣旨ではない点に留意すべきである。具体的なリストの活用の方法については、金融経済教育推進機構（J-FLEC）の個別相談事業における利用状況も踏まえながら、今後、実務面での有効性や課題を確認していくことが有益である。その際には、海外の取組も参考にすることが考えられる。

こうしたリスト類の活用と並んで、体験型の教育、インセンティブ設計、接点の拡張等、会議で示された様々な手法も取り入れながら、よりよい金融経済教育が広がっていくようにすることも重要であると考えられる。さらには、「家計の見える化」における AI の活用が進んでいった場合に、そのより有効な活用やそれに伴う課題に適切に対処していくことの重要性も、今後さらに高まるものと考えられる。

「家計の見える化」を取り巻く環境は、社会経済状況の変化や AI をはじめとする技術の進展により、近年、急速に変化してきている。このため、金融庁において、こうした動向の実態把握を行うとともに、そうした変化が個人の家計管理の手法のあり方に与える影響について整理することが期待される。その際には、前述の 5-1 で記述した観点を含め、技術の活用可能性とリスクのバランスに留意しつつ、進めていくことが重要である。

会議における有識者等からのプレゼンテーション

回	発表者名（所属）	テーマ
第一回会議	横田 健一 （株式会社ウェルスペント）	ファイナンシャル・ウェルビーイング 実現に向けた家計の見える化
	瀧 俊雄 （株式会社マネーフォワード）	近未来の家計簿のかたち
第二回会議	田中 友加 （J-FLEC 認定アドバイザー）	見える化すべき情報リストの評価、 解説
	中里 邦宏 （J-FLEC 認定アドバイザー）	同上
第三回会議	大河原 久和 （株式会社 NTT データ経営研究所）	「家計の見える化」のための情報取得 に関する技術と利用事例
	坂本 綾子 （「良質な金融商品を育てる会（フォ スター・フォーラム）」）	FP 有料相談の現場から -家計データの活用法と課題-