

深耕兒童理財教育 融合 108 課綱素養導向教學 保誠人壽榮獲 2019 保險信望愛獎「最佳社會責任」肯定

英國保誠人壽長期深耕台灣並積極投入社會公益，其所推廣的兒童理財教育公益課程『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』獲獎無數，今再傳捷報，獲得 2019 (第 21 屆) 保險信望愛獎「最佳社會責任獎」殊榮。2018 年度『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』特別提前呼應十二年國教 108 新課綱的素養導向的理念研發客製化教材，推廣「收入、儲蓄、消費、捐獻」理財教育四大觀念，並透過親子理財夏令營、校園課程、教師研習營、知識讀本等多元形式觸及近 77 萬人次，在參賽保險公司中脫穎而出。

英國保誠人壽行銷長楊繼平表示，『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』起源於 2011 年保誠亞洲公益基金針對全亞洲所做的一項大型研究計劃，針對 7 個國家與超過 3,500 位家長的調查發現，95%的家長皆認為孩子應該學習理財觀念並具備理財技能，但僅有 13%父母認為他們的子女目前具有理財能力。同時，有 94%的父母會使用電視及網路工具，協助孩子學習理財觀念。因此保誠亞洲公益基金與兒童教育博士 Alice Wilder 博士與卡通頻道共同發展『CHA-CHING』電視卡通並發展相關的教材，透過有趣易懂且兒童喜歡的音樂卡通，教導孩子具備在金錢決策時所運用的觀念及知識。

英國保誠人壽於 2012 年將『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』引進台灣，幫助台灣孩子擁有更多知識與能力來因應台灣日趨高齡化與少子化的社會挑戰。根據英國保誠人壽為所做的「子女培育大調查」^{註 1}顯示，近七成受訪者認為孩子理財教育「很重要」；近半受訪者認為孩子應該要在「小學」階段開始培養理財觀念。有近八成受訪者傾向透過「直接給孩子零用金讓孩子學習記帳」的方式學習理財觀念，這個結果與『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』想要傳達的理念一致，也凸顯台灣父母親對孩子的理財教育的心聲與期待，與此專案的價值與重要性。

『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』著眼於效益擴散與永續性。2018 年英國保誠人壽創新地融合 108 課綱素養教育精神，邀請專家設計教材，以「六頂思考帽」及「三面分析法」啟發孩子學習動機與熱情，陶冶生活知能，培育孩子適應未來的能力，另舉辦教師研習營鼓勵教師落實教學，為深耕教育永續扎根。2019 年度將持續投資，結合縣市教育局處的支持持續深耕校園，增加校園課程、教師研習營、暑期夏令營的場次，透過寓教於樂、結合生活實際經驗，幫助孩子瞭解「收入、儲蓄、消費、捐獻」理財教育四大觀念，讓孩子瞭解金

錢得來不易，懂得辨別需要與想要，提醒孩子善用金錢管理可以幫助自己完成夢想。

『CHA-CHING 兒童理財教育計劃』除在亞洲也在英美國小推廣。保誠英國也透過調查發現，在英國有超過 23%的小學生已經開始用父母親的信用卡²，有 18%的孩子知道父母親信用卡及預借現金卡的密碼³。現今無紙化的消費模式恐讓孩子對於金錢的概念更加模糊、消費更無感。不論國籍，幫助孩子建立正確金錢觀儼然已迫在眉睫。

註 1: 調查時間 2019/04/01~2019/04/15，網路調查，有效樣本數 1,545 份。

註 2: 調查時間 2017/10/04~2017/10/11，Opinium 市調公司針對 7-11 歲兒童所做的調查。

註 3: 調查時間 2017/10/04~2017/10/11，Opinium 市調公司針對有 7-11 歲子女之家長所做的調查。