



# 平成29年度「株式学習ゲーム」 実施状況・アンケート調査結果

日 本 証 券 業 協 会  
東 京 証 券 取 引 所

# 目次

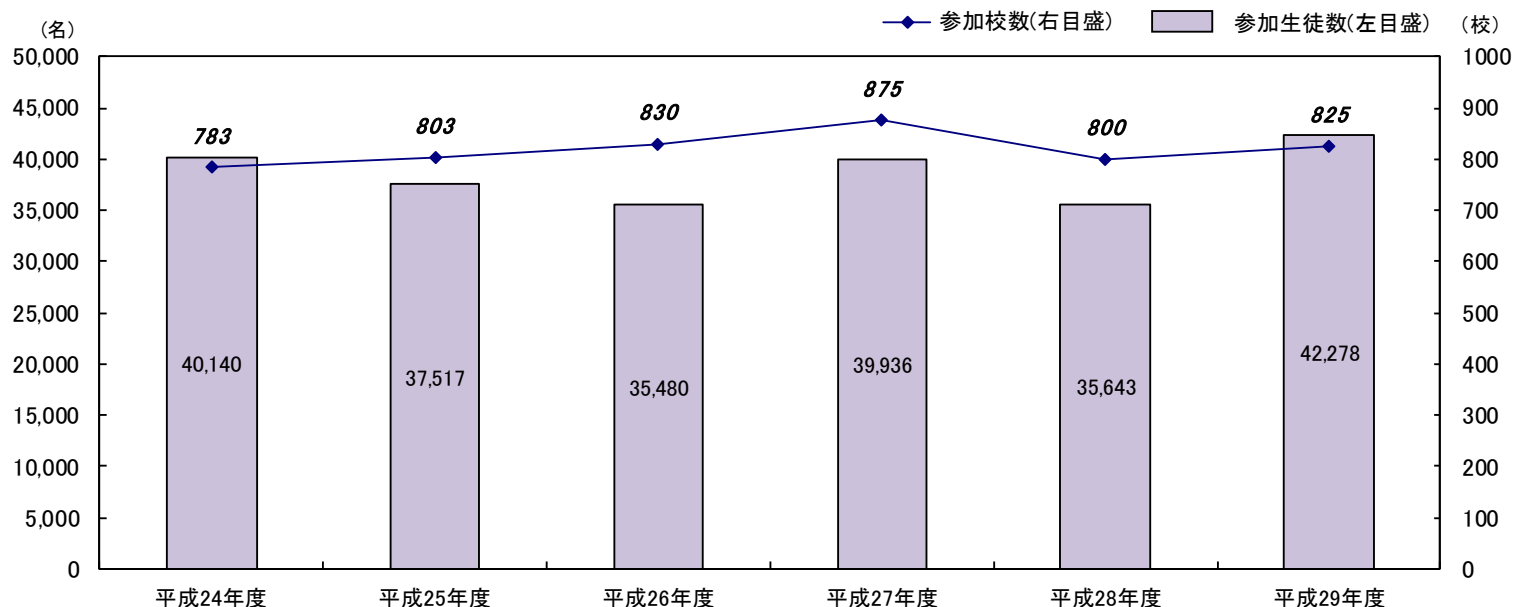
1. 実施状況
2. 株式学習ゲームを教材として導入した理由
3. 実施した授業科目
4. 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度
5. 株式学習ゲームの難易度
6. 生徒の取り組み姿勢
7. 株式学習ゲームによる学習効果
8. 生徒の反応・感想等
9. 売買の傾向
10. 授業での工夫やアレンジなど

# 1. 実施状況

平成29年度の合計参加校数は前年度(800校)より増加し、825校となった。

また、参加人数については、前年度(35,643人)から増加し、42,278人となった。

実施年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
参加校数	783	803	830	875	800	<b>825</b>
参加人数	40,140	37,517	35,480	39,936	35,643	<b>42,278</b>

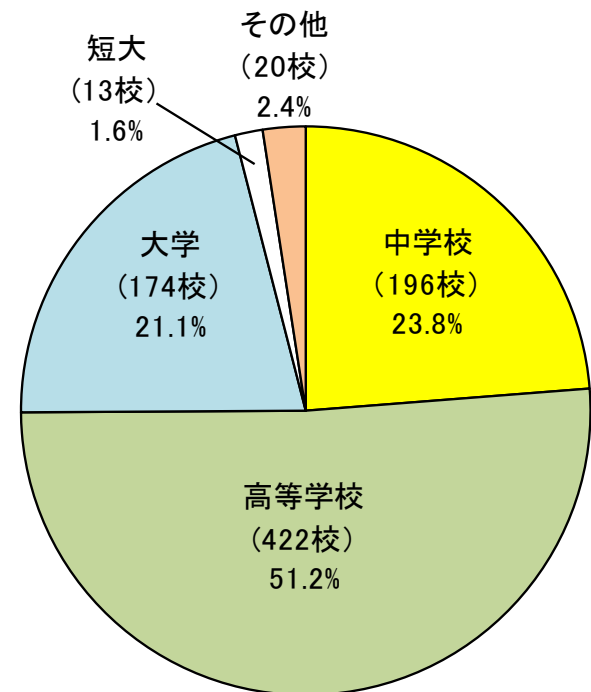


※1 平成14年度以降はインターネット方式が併行導入されたため、従来方式のマークシート方式と合算した数値となっている。

※2 平成25年度からはマークシート方式を廃止したため、インターネット方式のみの数値となっている。

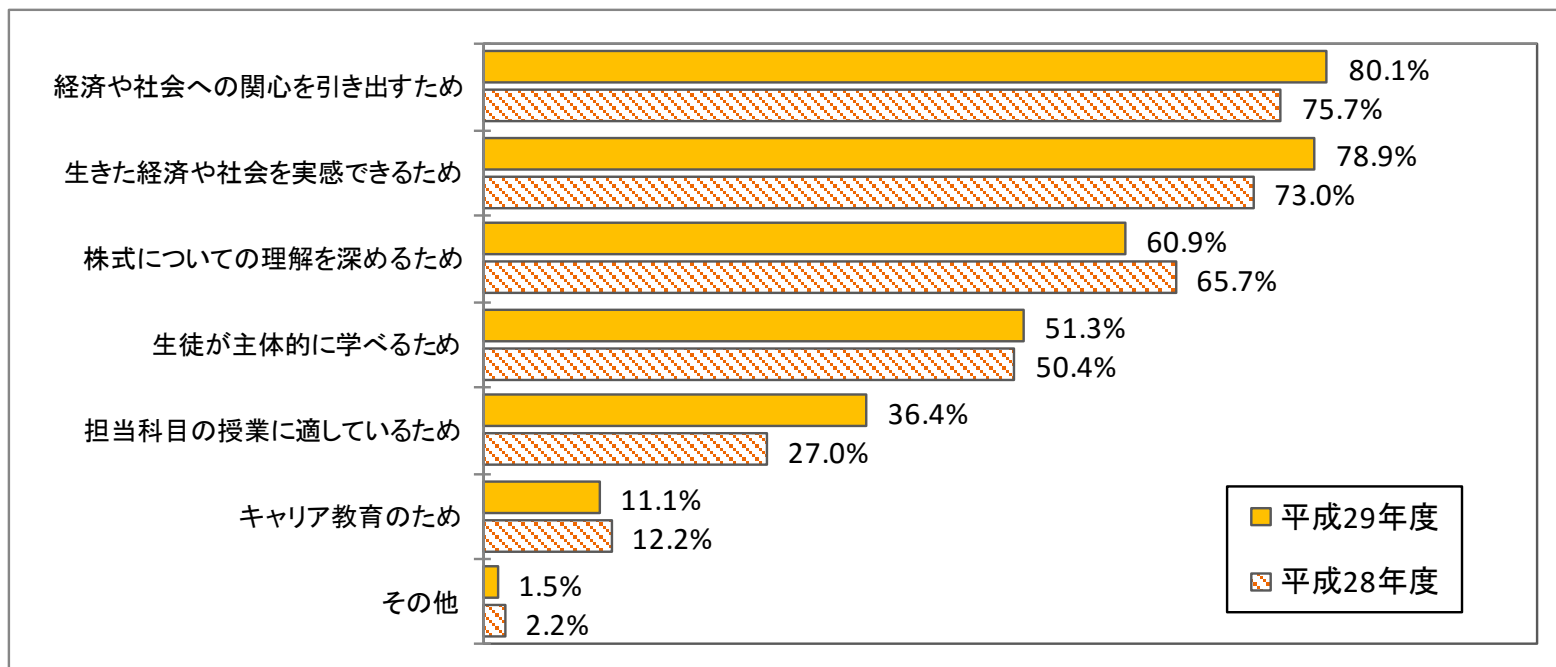
# 1. 実施状況

参加校(825校)の内訳は、  
高等学校51.2%(422校)と最も多く、  
次いで中学校が23.8%(196校)、  
大学21.1%(174校)、短大1.6%(13校)、  
その他の学校等が2.4%(20校)であった。



## 2. 株式学習ゲームを教材として導入した理由

前年度と同様「経済や社会への関心を引き出すため」という回答が80.1%（209校）と最も多かった。次いで、「生きた経済や社会を実感できるため」78.9%（206校）、「株式についての理解を深めるため」60.9%（159校）の順となっている。



（複数回答可）

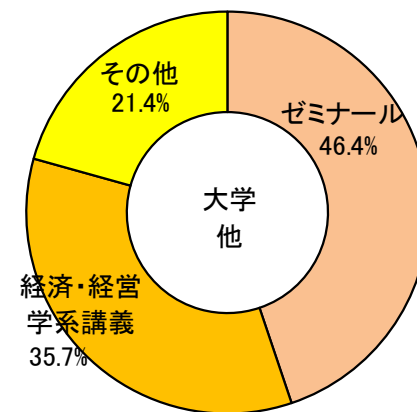
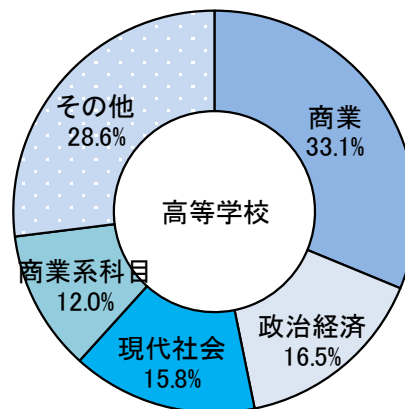
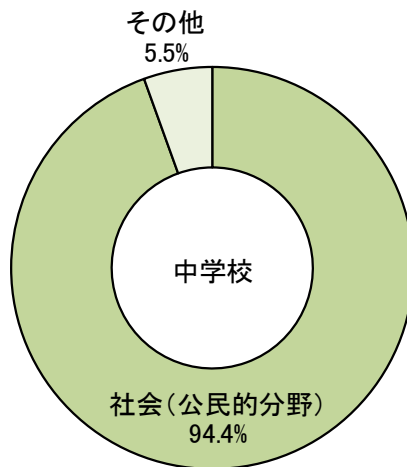
### 3. 実施した授業科目

中学校では、ほとんどが「社会(公民分野)」94.4%(68校)で実施していた。

高等学校では、「商業」の授業での実施が33.1%(44校)と最も多く、次いで、「政治経済」が16.5%(22校)、「現代社会」が15.8%(21校)となった。

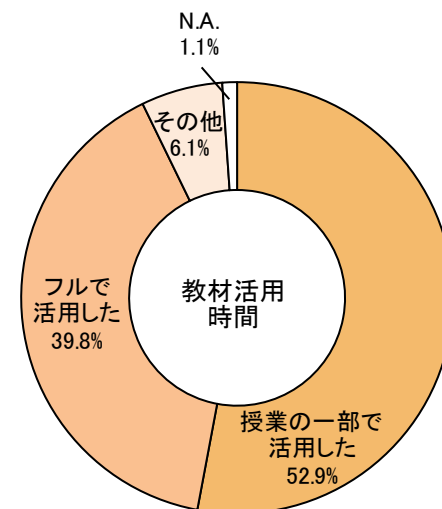
大学その他では、全体の46.4%(26校)が「ゼミナール」における実施となり、最も多い割合となった。次いで、「経済・経営学系講義※」が35.7%(20校)となっている。

※「経済・経営学系講義」には「証券・金融論」「経済学」「経営学」等を含む。

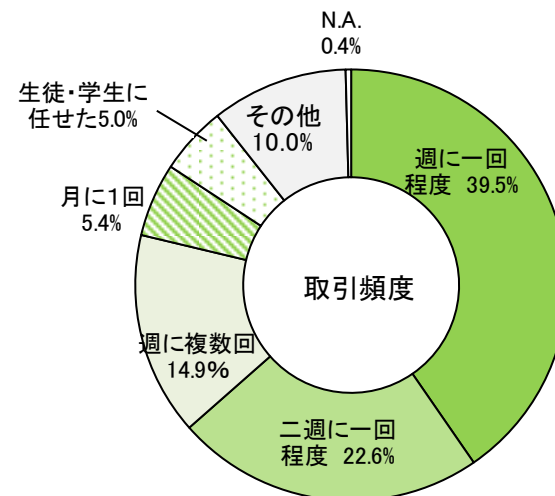


## 4. 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度

一回の授業における活用時間については「授業時間のうち一部で活用した」という学校が最も多く52.9%（138校）、次いで「授業時間を全て活用した」との回答が39.8%（104校）となった。



取引頻度については、「週に一回程度」が39.5%（103校）と最も多く、次いで「二週間に一回程度」が22.6%（59校）という結果となった。

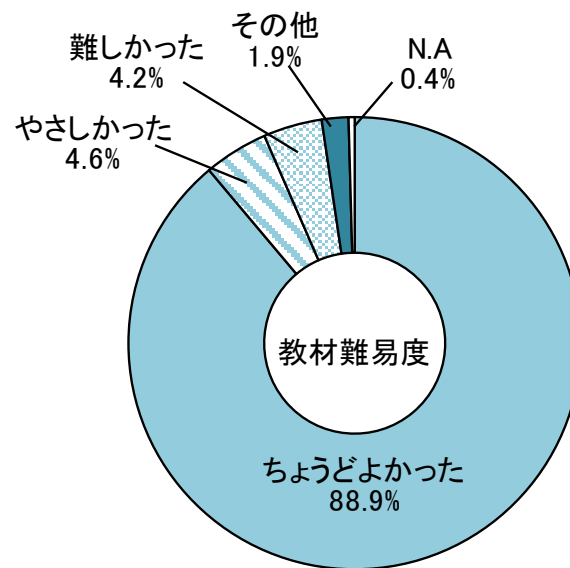


## 5. 株式学習ゲームの難易度

「ちょうどよかった」と回答した学校が88.9%(232校)と最も多かったが、「難しかった」と答えた学校も4.2%(11校)あった。

内訳は中学校5校、高等学校4校、大学1校、短期大学1校であり、具体的な理由として「株式を選ぶポイントを理解させるのが少し難しかった」「株価変動の理由を考察したり、世の中の動きから推察することが難しい」といったことが挙げられた。

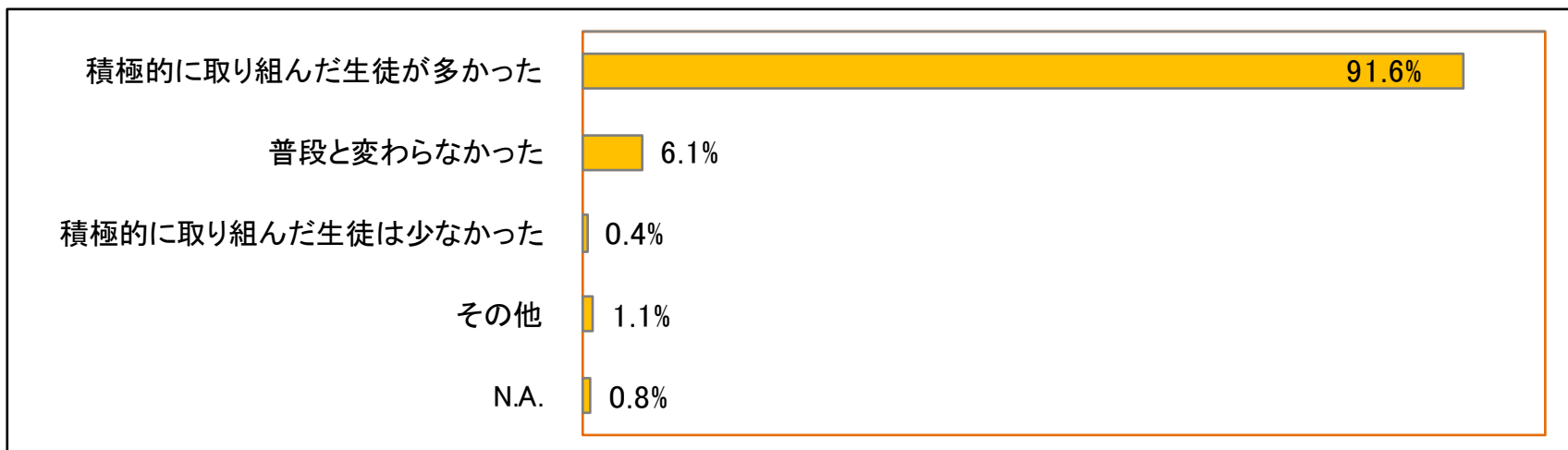
また、「やさしかった」と回答した学校も4.6%(12校)あった。





## 6. 生徒の取り組み姿勢

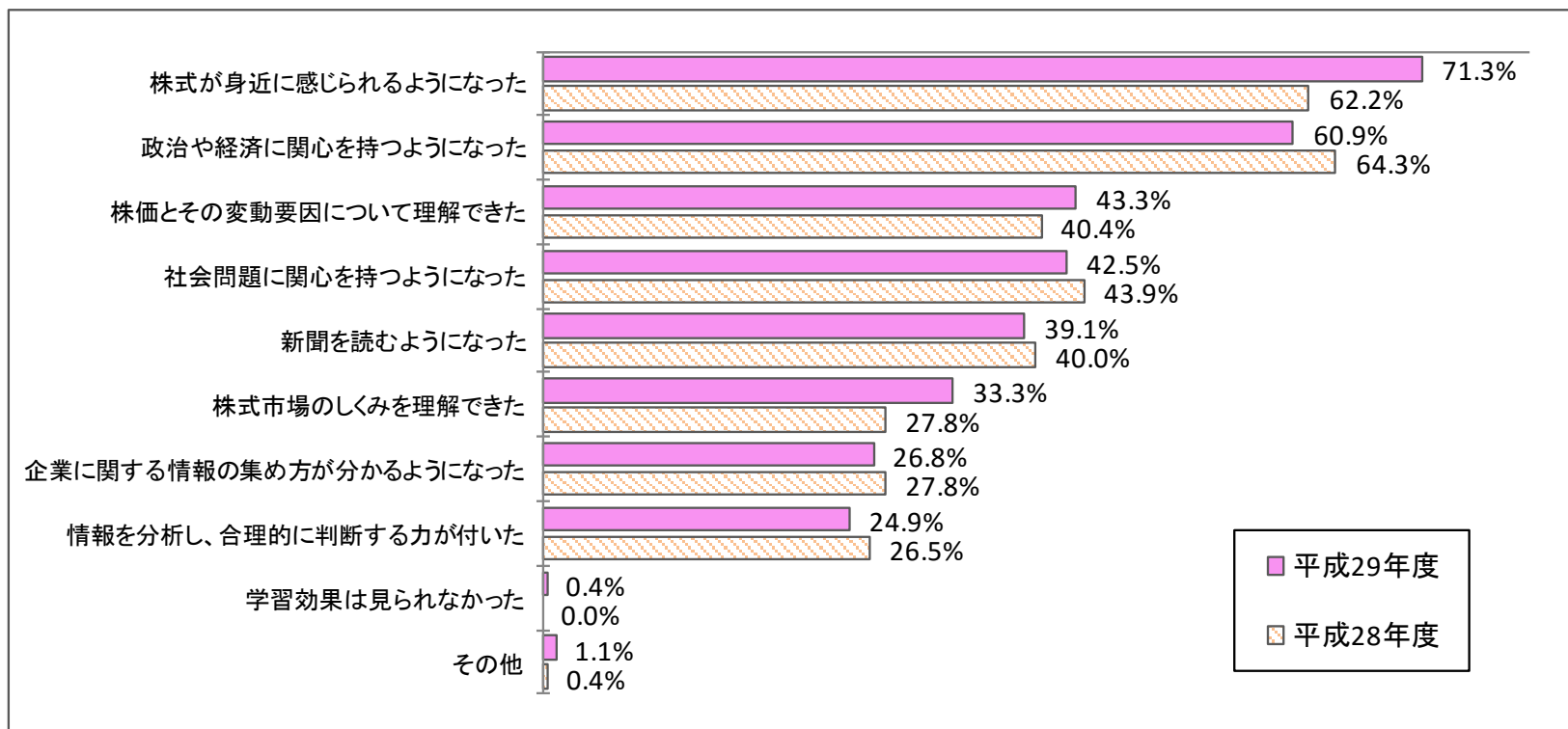
「積極的に取り組んだ生徒が多かった」が最も多く91.6% (239校)であった。  
以下、「普段と変わらなかった」6.1% (16校)と続き、「積極的に取り組んだ生徒は少なかった」0.4% (1校)であった。



(複数回答可)

# 7. 株式学習ゲームによる学習効果

「株式が身近に感じられるようになった」71.3% (186校) が最も多く、以下、「政治や経済に関心を持つようになった」60.9% (159校)、「株価とその変動要因について理解できた」43.3% (113校) と続いた。



(複数回答可)

## 8. 生徒の反応・感想等

生徒たちは本教材を通じて、新聞やテレビなどのニュースに関心を持つようになり、経済・社会・企業について興味・関心を持って学習した様子が見えてくる。

先生方から見た全体的な生徒の反応、感想等 (原文を要約後、区分)	回答数(校)
新聞やニュースに関心を持つようになった	54
株式(投資)が身近に感じられるようになった	30
リアリティがあって面白かった	27
社会の変化と株価の連動を感じることができた	24
自ら進んで学習できた	20
株式の仕組みが分かった	17
将来実際に株式投資をしたいと思った	15
就職活動に役立つと感じた	10
株式投資は銘柄選びなどが難しかった	10

## 9. 売買の傾向

例年と同様に、CMやニュース等で取り上げられる頻度が高く、生徒の間で知名度が高いと思われる銘柄の売買回数が多かった。

順位	平成27年度	平成28年度	平成29年度
1位	トヨタ自動車	任天堂	任天堂
2位	セブン&アイ・ホールディングス	トヨタ自動車	ソフトバンクグループ
3位	オリエンタルランド	ソニー	ソニー
4位	ソフトバンク	セブン&アイ・ホールディングス	トヨタ自動車
5位	任天堂	ソフトバンクグループ	オリエンタルランド
6位	ソニー	明治ホールディングス	セブン&アイ・ホールディングス
7位	イオン	東宝	LINE
8位	ローソン	オリエンタルランド	楽天
9位	日本航空	日本航空	森永製菓
10位	アサヒグループホールディングス	イオン	タカラトミー

# 10. 授業での工夫やアレンジなど

工夫している点・アレンジしている点等(原文を要約後、区分)	回答数(校)
企業研究(CSR・ニュース・企業見学等)	15
時事問題(新聞、テレビのニュース、インターネット等)を取り上げた	12
売買理由を明確にさせる	12
オリジナルのプリント等を使用した	11
取引結果や順位を掲示した	8
購入の条件を追加した(分散投資を行う等)	8
レポートの提出を求めた	6
株式や株式会社に関する講義を行った	6
プレゼンテーションを行わせた	5
スマートフォンやタブレット等を活用した	5
売買結果を記録させた	4