

平成30年度「株式学習ゲーム」の実施状況と 参加校からのアンケート調査結果について

日本証券業協会
東京証券取引所

「株式学習ゲーム」は、中学生・高校生・大学生を主な対象として、株式の模擬売買を通じて現実の生きた経済や市場の動きを身近に感じながら、経済の動きや社会の仕組みなどについて体験的に学習するプログラムとして、平成8年度から日本証券業協会、東京証券取引所が学校向けに提供している教材である。

1. 実施状況

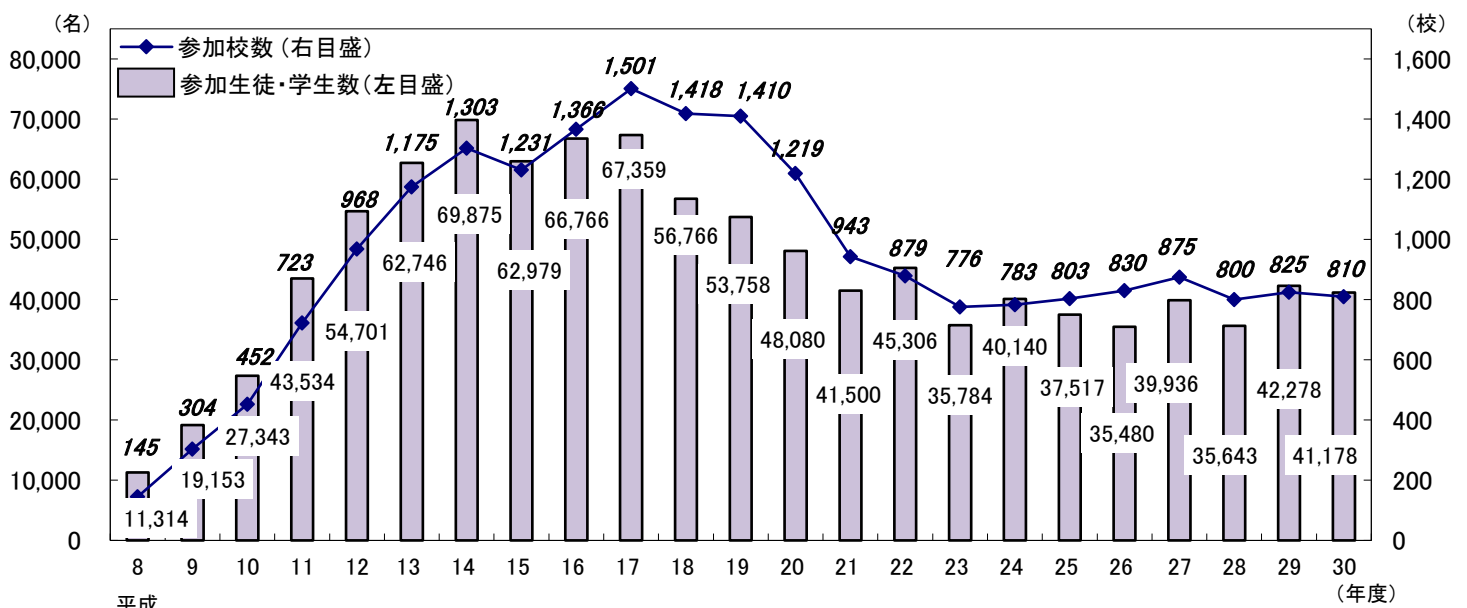
(1) 参加校数・参加生徒・学生数など

平成30年度の合計参加校数は前年度（825校）から減少し、全国で810校となった。参加人数についても前年度（42,278人）から減少し、41,178人となっている。

(第1表) 参加校数・参加生徒・学生数（春季・秋季・冬季別）

実施期間	参加校数(校)	参加生徒・学生数(名)
春季 (平成30年4月9日～8月10日)	213	11,235
秋季 (平成30年8月20日～12月21日)	358	18,685
冬季 (平成31年1月7日～2月28日)	239	11,258
総合計	810	41,178

(第1図) 参加校数・参加生徒・学生数の推移



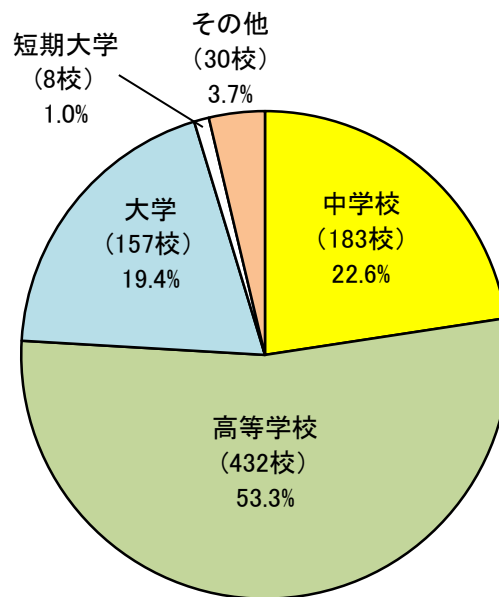
※1 平成14年度以降はインターネット方式が併行導入されたため、従来方式のマークシート方式と合算した数値となっている。

※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。

参加校（810校）の内訳は、高等学校53.3%（432校）と最も多く、次いで中学校が22.6%（183校）、大学19.4%（157校）、短期大学1.0%（8校）、その他の学校等が3.7%（30校）であった。

前年度と比べて、高等学校が10校増加した。また、期間別の参加校数の内訳は、春季26.3%（213校）、秋季44.2%（358校）、冬季29.5%（239校）となっている。

（第2図）参加校（810校）の内訳



（2）売買の傾向

平成30年度（3期間合計）において、売買回数の最も多かった銘柄は任天堂であった。

以下、2位ソフトバンクグループ、3位ソニー、4位トヨタ自動車、5位オリエンタルランド、6位コカ・コーラBJH、7位楽天、8位LINE、9位セブン&アイ・ホールディングス、10位資生堂の順となった。

例年通り、ニュース等で取り上げられ生徒・学生の間で知名度が高いと思われる銘柄の売買回数が多い結果となった。

（第2表）売買回数の多い銘柄一覧（過去3年分）

順位	平成28年度	平成29年度	平成30年度
1位	任天堂	任天堂	任天堂
2位	トヨタ自動車	ソフトバンクグループ	ソフトバンクグループ
3位	ソニー	ソニー	ソニー
4位	セブン&アイ・ホールディングス	トヨタ自動車	トヨタ自動車
5位	ソフトバンクグループ	オリエンタルランド	オリエンタルランド
6位	明治ホールディングス	セブン&アイ・ホールディングス	コカ・コーラBJH
7位	東宝	LINE	楽天
8位	オリエンタルランド	楽天	LINE
9位	日本航空	森永製菓	セブン&アイ・ホールディングス
10位	イオン	タカラトミー	資生堂

※売買対象となる銘柄は、東京証券取引所に上場している銘柄の中より生徒・学生が自身で選択することはできるが、利便性を考え、過去の実績などをもとに東京証券取引所第一部上場銘柄の中から300銘柄をピックアップした副教材を併せて配布している。

2. アンケート調査結果

毎年、株式学習ゲームの終了後、参加した学校の教員を対象にアンケート調査を実施している。

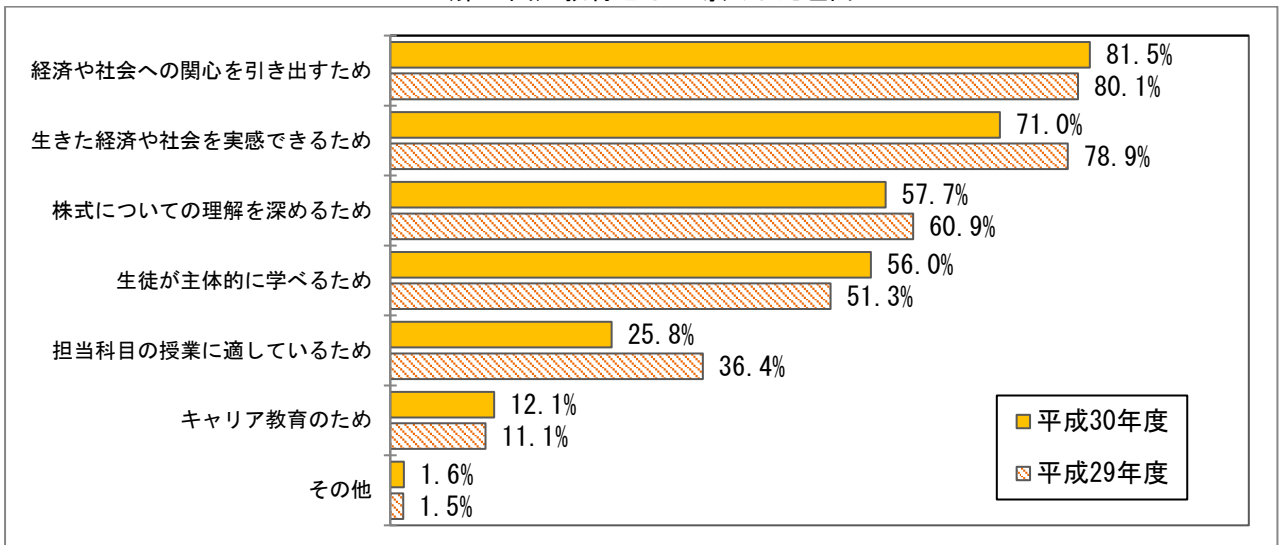
平成30年度は248校（中学校60校、高等学校142校、大学その他46校）から回答を得た。回答内容等の詳細については、以下のとおりである。

（1）株式学習ゲームを教材として導入した理由について（複数回答）

本教材を導入した理由について尋ねたところ、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81.5%（202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」71.0%（176校）、「株式についての理解を深めるため」57.7%（143校）の順となっている。そのほかでは、「株式の意義を理解してもらうため」、「企業のCSRと株価の変動の関係を学ぶため」といった回答も寄せられた。

（第3図）教材として導入した理由



（2）実施した授業科目について（複数回答）

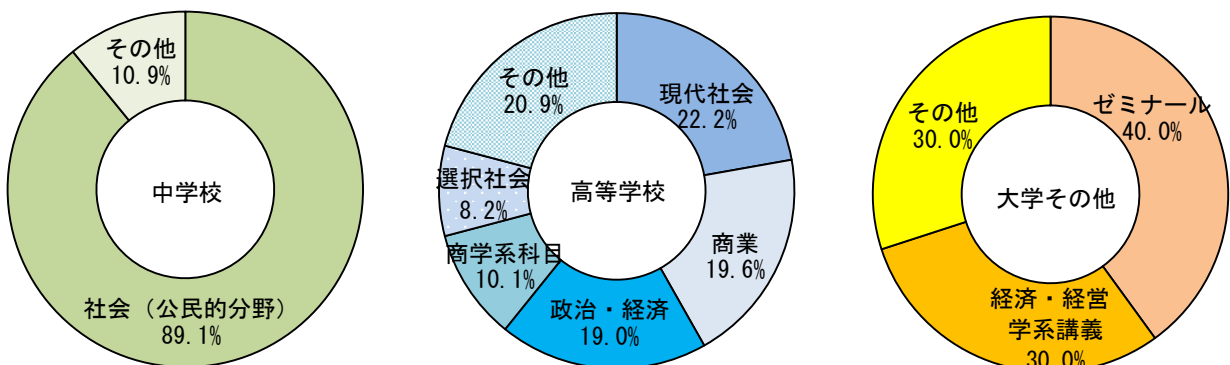
実施した授業科目について尋ねたところ、中学校では、ほとんどが「社会（公民的分野）」89.1%（57校）で実施していた。

一方、高等学校では、「現代社会」の授業での実施が22.2%（35校）と最も多く、次いで、「商業」が19.6%（31校）、「政治・経済」が19.0%（30校）となった。

大学その他では、全体の40.0%（20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30.0%（15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。

（第4図）株式学習ゲームを実施した授業科目

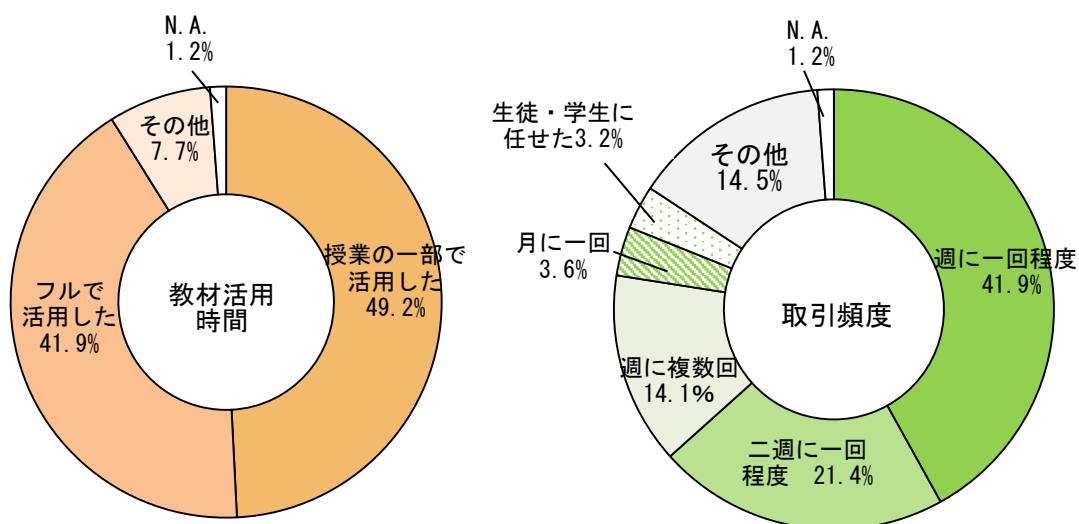


(3) 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度について

一回の授業時間のうち、本教材をどの程度活用したかを尋ねたところ、「授業時間のうち一部で活用した」という学校が最も多く 49.2% (122 校)、次いで「授業全体を通して活用した」との回答が 41.9% (104 校) となった。その他の回答として「教員のみで試験導入した」、「夏休み課題とした」などがあった。

また、取引頻度については、「週に一回程度」が 41.9% (104 校) と最も多く、次いで「二週間に一回程度」が 21.4% (53 校)、「週に複数回」が 14.1% (35 校)、「月に一回程度」3.6% (9 校)、「生徒・学生に任せた」3.2% (8 校) となった。

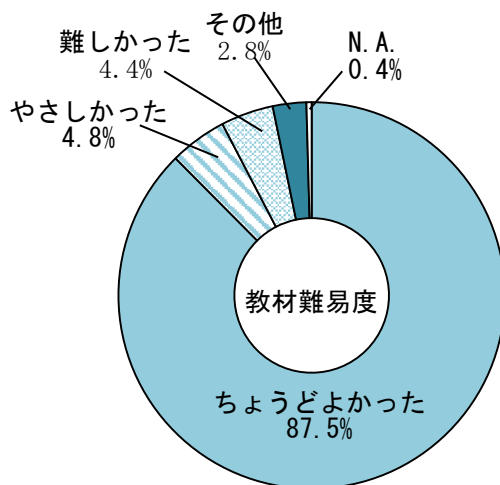
(第5図) 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度



(4) 株式学習ゲームの難易度について

本教材の難易度について尋ねたところ、「ちょうどよかった」と回答した学校が 87.5% (217 校) と最も多かったが、「難しかった」と答えた学校も 4.4% (11 校) あった。難しかったと答えた学校の内訳は中学校 3 校、高等学校 7 校、大学 1 校であり、具体的な理由として「株価を見る四季報を読み取ることが難しかった」、「新聞を見る習慣がない生徒・学生に、興味・関心を持たせるのが難しい」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 4.8% (12 校) あった。

(第6図) 株式学習ゲームの難易度について

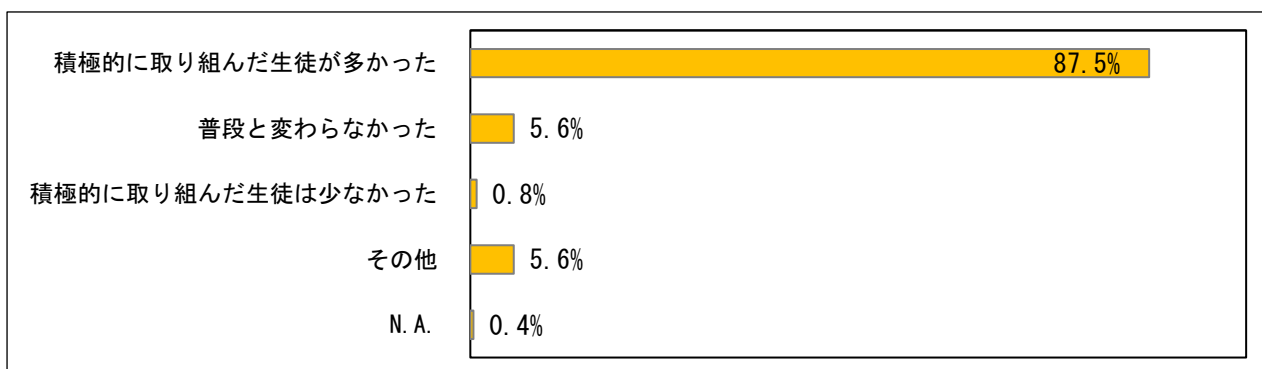


(5) 生徒・学生の取り組み姿勢について（複数回答）

生徒・学生の取り組み姿勢について尋ねたところ、「積極的に取り組んだ生徒が多かった」が最も多く 87.5%（217 校）であった。以下「普段と変わらなかった」が 5.6%（14 校）と続き、「積極的に取り組んだ生徒は少なかった」は 0.8%（2 校）であった。

「積極的に取り組んだ生徒が多かった」理由としては、「ゲーム感覚で参加できる一方、「遊び」ではなく「学び」になるから」、「利益と損失が数字で出るので、成功・失敗が分かりやすく、興味を持っていた」といったことが挙げられた。

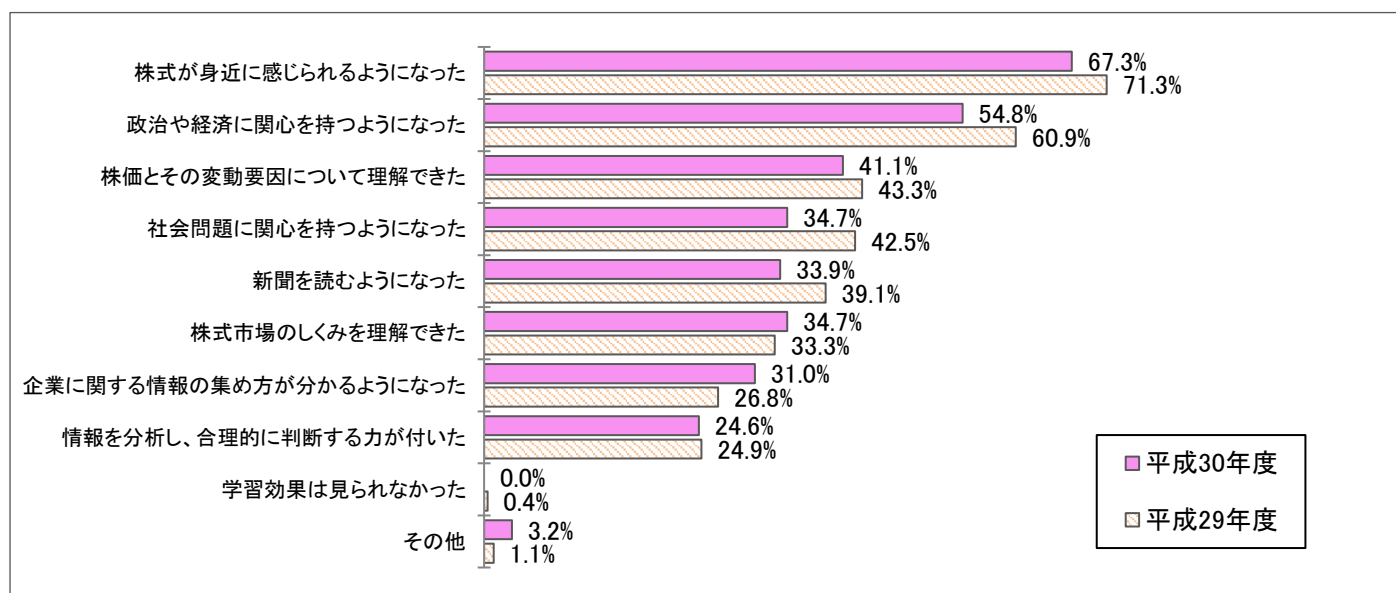
（第7図）生徒・学生の取り組み姿勢について



(6) 株式学習ゲームによる学習効果について（複数回答）

本教材を授業に導入して、どのような学習効果があったかについて尋ねたところ、「株式が身近に感じられるようになった」67.3%（167 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」54.8%（136 校）、「株価とその変動要因について理解できた」41.1%（102 校）と続いた。また、「社会問題に関心を持つようになった」34.7%（86 校）、「新聞（株式欄、政治・経済面、社会面）を読むようになった」33.9%（84 校）、「株式市場の仕組みを理解できた」34.7%（86 校）などの回答があった。そのほかに、「お金の動きと会社のこと（運営）がわかるようになってきた」、「購入した会社の経営分析を行っている」、「傾聴能力の向上および合意形成能力の向上」といった回答も寄せられた。

（第8図）株式学習ゲームによる学習効果について



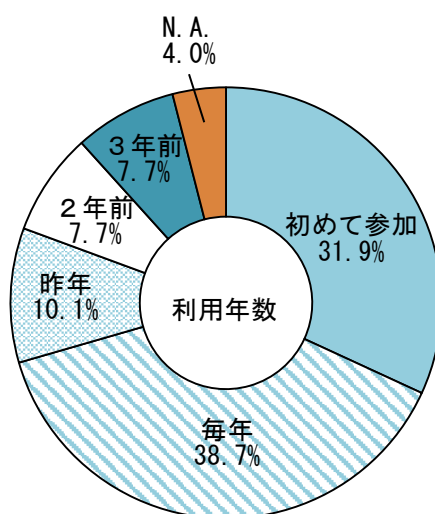
(7) 提供教材以外に利用した教材等について(複数回答)

本教材を使った授業を進める上で、独自に利用した資料等について尋ねたところ、「ホームページ(ヤフーフイナンス・日本経済新聞のWebサイト等)」が23校、「新聞(記事の抜粋を含む)」が21校、「自作プリント」が20校、「雑誌・書籍等(会社四季報及び業界地図を含む)」が20校であった。

(8) 株式学習ゲームの利用について

本教材の利用について尋ねたところ、「初めて参加した」が31.9%(79校)、「毎年」が38.7%(96校)、「昨年」が10.1%(25校)、「2年前」が7.7%(19校)、「3年前」が7.7%(19校)であった。

(第10図) 株式学習ゲームの利用年数について

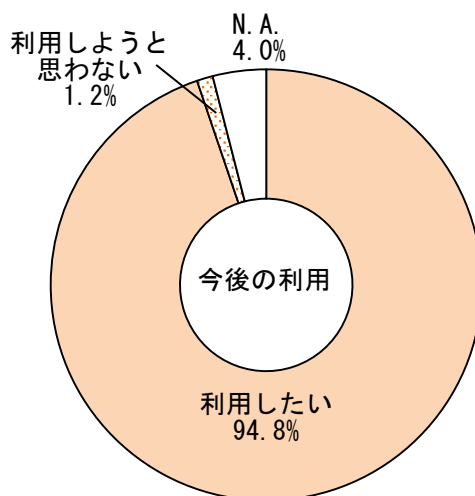


(9) 今後の参加予定について

本教材の今後の利用予定について尋ねたところ、「利用したい」と回答した学校が94.8%(235校)に及んだ。

一方、「利用しようとは思わない」と回答した学校は1.2%(3校)あり、その理由としては「担当を外れることになり、授業することが難しくなったため」ということであった。

(第11図) 今後の参加予定について



参考：株式学習ゲームについての意見・感想等の概要

I. 生徒・学生の反応、感想等（自由記入：248 校中 123 校より回答を得た）

株式学習ゲームに対する生徒・学生の反応について、全体的な感想としては、「今までよりも新聞を読んだり、ニュースを見たりするようになった」など経済や社会に対して関心の度合いが高まったという感想が寄せられた。また、「社会・経済の動きと株価が密接に関係していることが分かった」、「投資と投機の違いを知ることができた」、「将来の就職活動に向けて、証券会社に興味を持った」などの回答が寄せられた一方で、「株式投資は難しいと思った」、「予想(分析)する難しさを知った」、「痛い目を見る事が分かった」という感想もあった。

(以下、主な感想等【一部抜粋・修正】)

- ・あまりなじみのなかった株式に対して、興味がわいた。
- ・株式に対してマイナスのイメージを持っていたが、ゲームをやってみて悪いものではないと分かった。
- ・世界の動きを知るために常日頃から主要な国の経済政策や政治の動向に注目するようになった。
- ・株式を勉強すると、社会のことが理解できるようになることが分かった。
- ・株式に対する知識以外にも、グループ内のコミュニケーションの大切さが身についた。
- ・自分の知っている会社（銘柄）について調べたりしたことで、単なるイメージではなく、企業としてその会社を知ることができた。
- ・経済のしくみに触れることができる楽しさや実体経済の恐ろしさを感じる事ができた。
- ・予想外の変化や思いがけないニュース、一見関係のなさそうなニュースでさえも響いてくるので、実際の資金で運用するのはとても大変だと思った。
- ・授業を通して友達の考え方や価値観を知り、協力できた。

(第 i 表)

教員から見た全体的な生徒・学生の反応、感想等（原文を要約後、区分） ※複数回答	回答数(校)
社会の変化と株価の連動を感じる事ができた	33
新聞やニュースに関心を持つようになった	31
リアリティがあって面白かった	25
株式（投資）が身近に感じられるようになった	15
株式の仕組みが分かった	13
将来実際に株式投資をしたいと思った	9
自ら進んで学習できた	4
株式投資は銘柄選びなどが難しかった	4
もっと長期間の取引がしたかった	4
就職活動に役立つと感じた	2
わかりやすかった	2

Ⅱ. 教員の授業での工夫やアレンジなど（自由記入：248校中129校より回答を得た）

工夫している点やアレンジしている点については、「実際の新聞を活用し社会の出来事などを紹介するようにした」、「プリントを作成し、知識の確認と振り返りをした」、「株式の売買の理由や社会の動向について意見をまとめ発表する機会を設けた」という意見が多かった。また、売買結果を記録させたり、選定理由を記入させる学校も多くあった。そのほか、生徒・学生の興味・関心を高めるため、定期的に印刷して学年の掲示板にランキングとして掲示した学校もあった。

（以下、主な工夫等【一部抜粋・修正】）

- ・会社四季報を活用し、企業研究にチャレンジさせた。
- ・毎回、投資信託、NISA、iDeCo及びIPOなどグループ発表させ、株だけでなく、それに関連するものも含めて学習させた。
- ・企業のCSR担当者へ文書を送り、返事のあった企業の担当者に出前授業をしてもらった。
- ・企業の会計情報（貸借対照表、損益計算書）から主要データを収集し、投資対象を選択させた（テーマスクリーニング+財務スクリーニングによる投資対象企業選定）。
- ・財務データを分析してから、投資活動を行わせている。
- ・投資額と銘柄数の目安を各学期ごとに示し、分散投資を指示した。別に「経済用語辞典」を持たせて、経済用語の基礎を毎時間ごとに少しずつ勉強させた。
- ・利益などにとらわれず、各グループでテーマを決めた上で株式を売買させ、株価がどのように変動したか、なぜそのような変動が見られたかを考えさせ、プレゼンテーションをさせたり、レポートを作成させたりした。
- ・長期投資や分散投資こそ重要だということを徹底させるようにしている。

（第Ⅱ表）

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） ※複数回答	回答数(校)
オリジナルのプリント等を使用した	18
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	14
プレゼンテーションを行わせた	14
企業研究（CSR・ニュース・企業見学等）を行わせた	14
売買結果を記録させた	8
取引結果や順位を掲示した	6
購入の条件を追加した（分散投資を行う等）	6
レポートの提出を求めた	6
取引しやすい環境作りを行った	6
売買理由を明確にさせた	3
パワーポイントを活用した	3
株式や株式会社に関する講義を行った	1
スマートフォンやタブレット等を活用した	1
出前授業を利用した	1

以上