



2019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

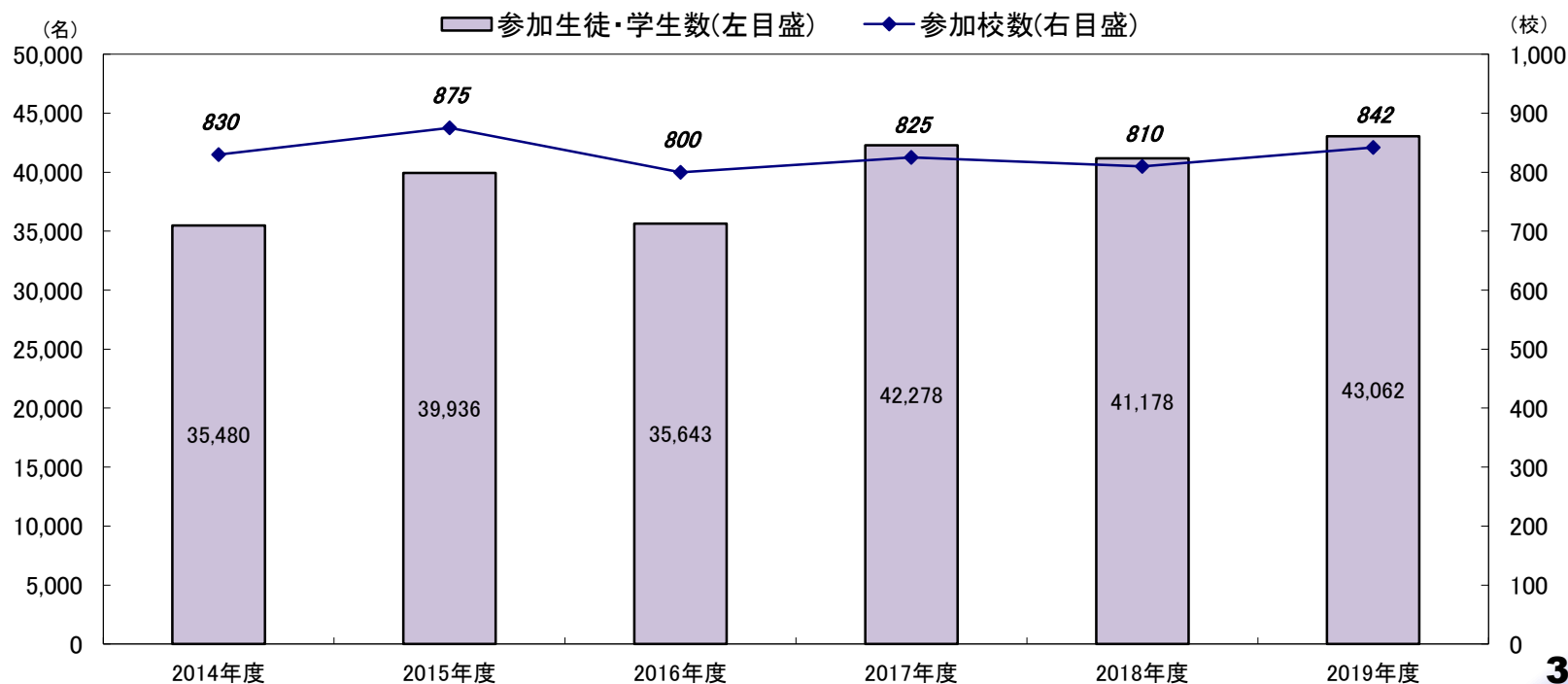
1. 実施状況
2. 株式学習ゲームを教材として導入した理由
3. 実施した授業科目
4. 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度
5. 株式学習ゲームの難易度
6. 生徒・学生の取り組み姿勢
7. 株式学習ゲームによる学習効果
8. 生徒・学生の反応・感想等
9. 売買の傾向
10. 授業での工夫やアレンジなど

1. 実施状況

2019年度の合計参加校数は前年度(810校)から増加し、842校となった。

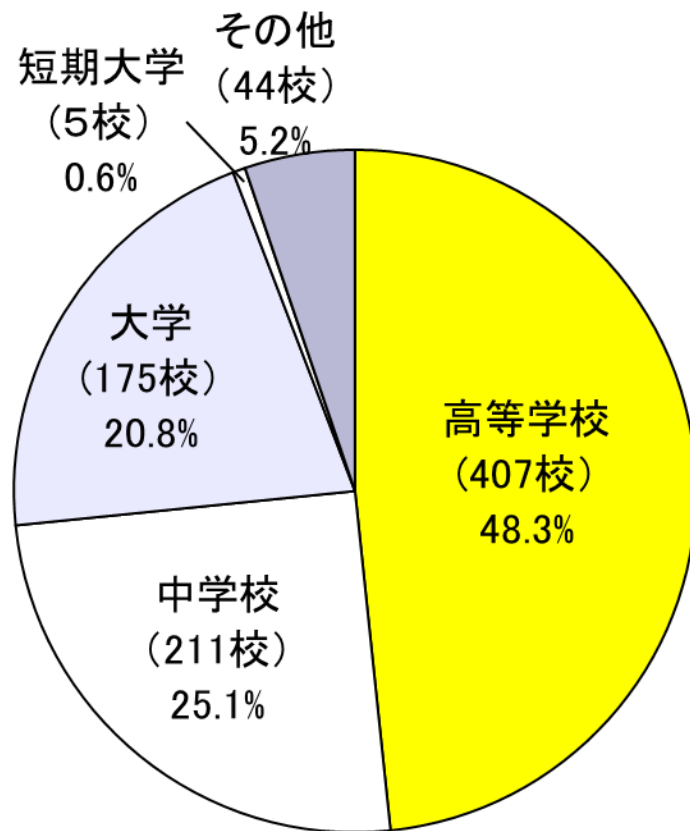
また、参加人数については、前年度(41,178名)から増加し、43,062名となった。

実施年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
参加校数	830	875	800	825	810	842
参加人数	35,480	39,936	35,643	42,278	41,178	43,062



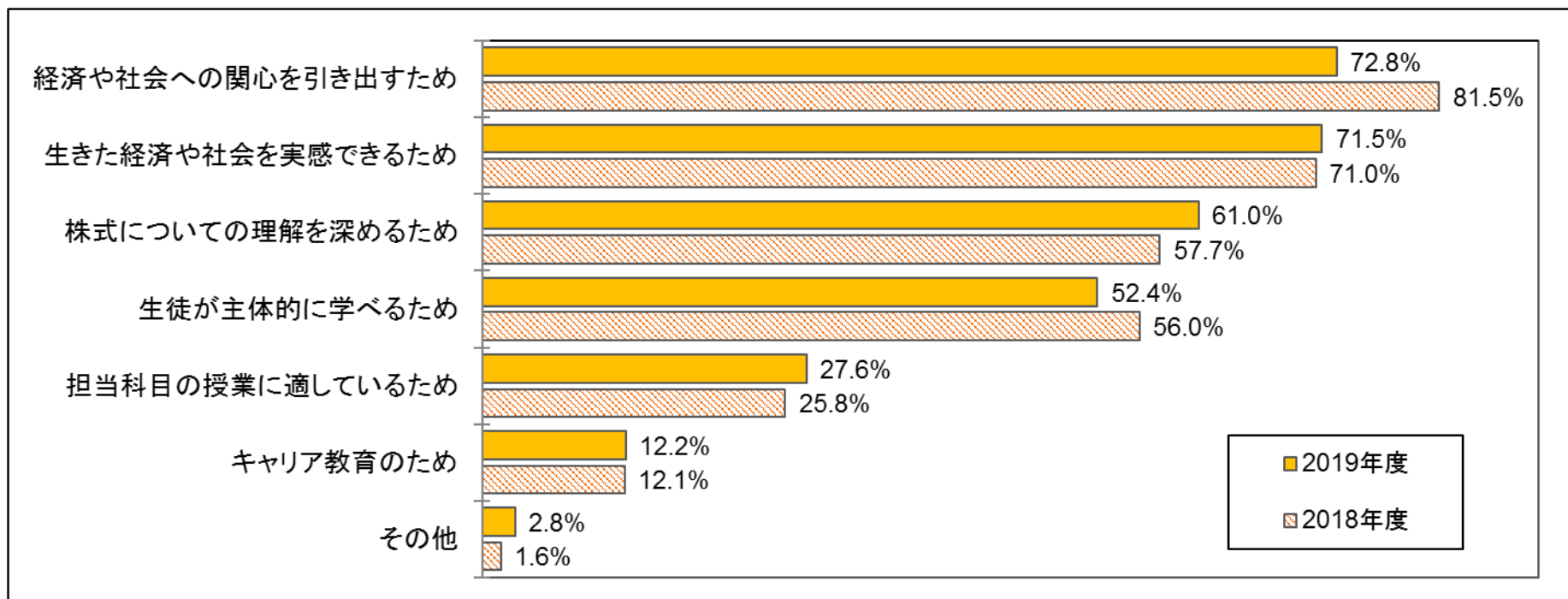
1. 実施状況

参加校(842校)の内訳は、
高等学校48.3%(407校)と最も多く、
次いで中学校が25.1%(211校)、
大学20.8%(175校)、短期大学0.6%(5校)、
その他の学校等が5.2%(44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、72.8%（179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」71.5%（176校）、「株式についての理解を深めるため」61.0%（150校）の順となっている。



（複数回答可）

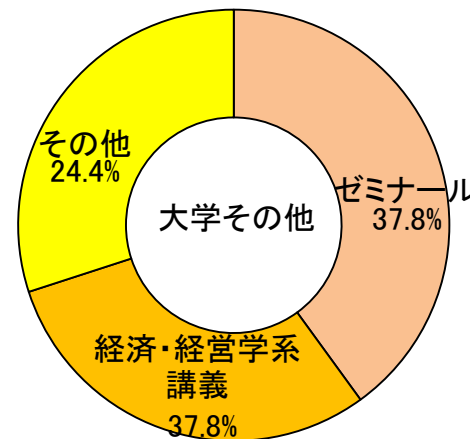
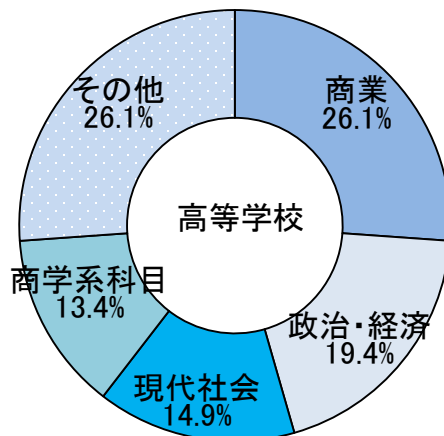
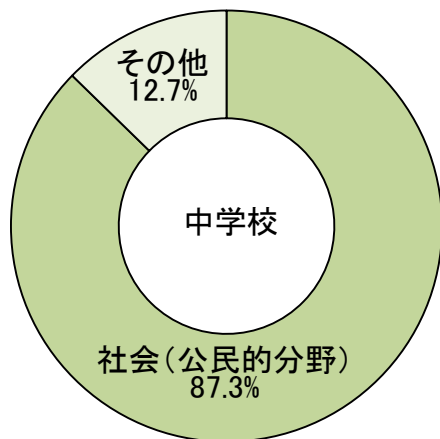
3. 実施した授業科目

中学校では、87.3%(69校)と、ほとんどが「社会(公民分野)」で実施していた。

高等学校では、「商業」の授業での実施が26.1%(35校)と最も多く、次いで、「政治・経済」が19.4%(26校)、「現代社会」が14.9%(20校)となった。

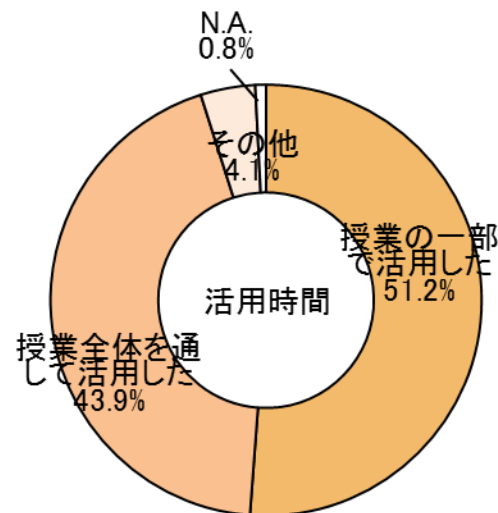
大学その他では、「ゼミナール」、「経済・経営学系講義※」における実施が、それぞれ37.8%(17校)を占めた。

※「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。

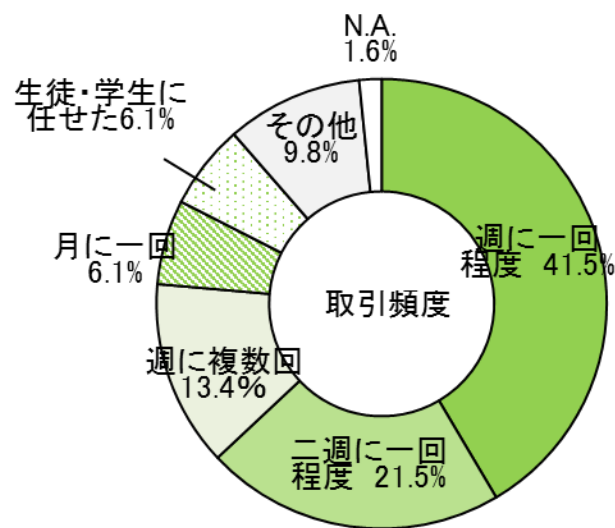


4. 株式学習ゲームの活用時間と取引頻度

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51.2%(126校)、次いで「授業全体を通して活用した」との回答が43.9%(108校)となった。



取引頻度については、「週に一回程度」が41.5%(102校)と最も多く、次いで「二週間に一回程度」が21.5%(53校)という結果となった。

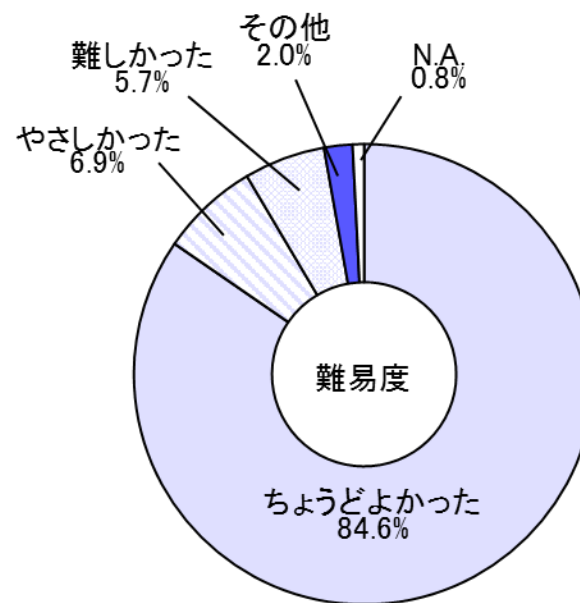


5. 株式学習ゲームの難易度

「ちょうどよかった」と回答した学校が84.6%(208校)と最も多かったが、「難しかった」と答えた学校も5.7%(14校)あった。

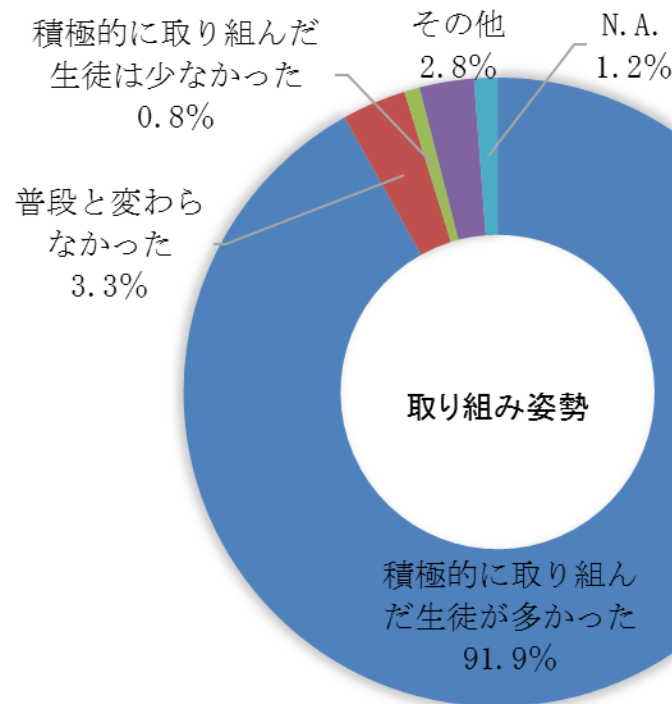
その内訳は中学校3校、高等学校7校、大学4校であり、具体的な理由として「四季報を読み取ることが難しかった」、「専門用語をより噛み砕き説明する必要がある」といったことが挙げられた。

また、「やさしかった」と回答した学校も6.9%(17校)あった。



6. 生徒・学生の取り組み姿勢

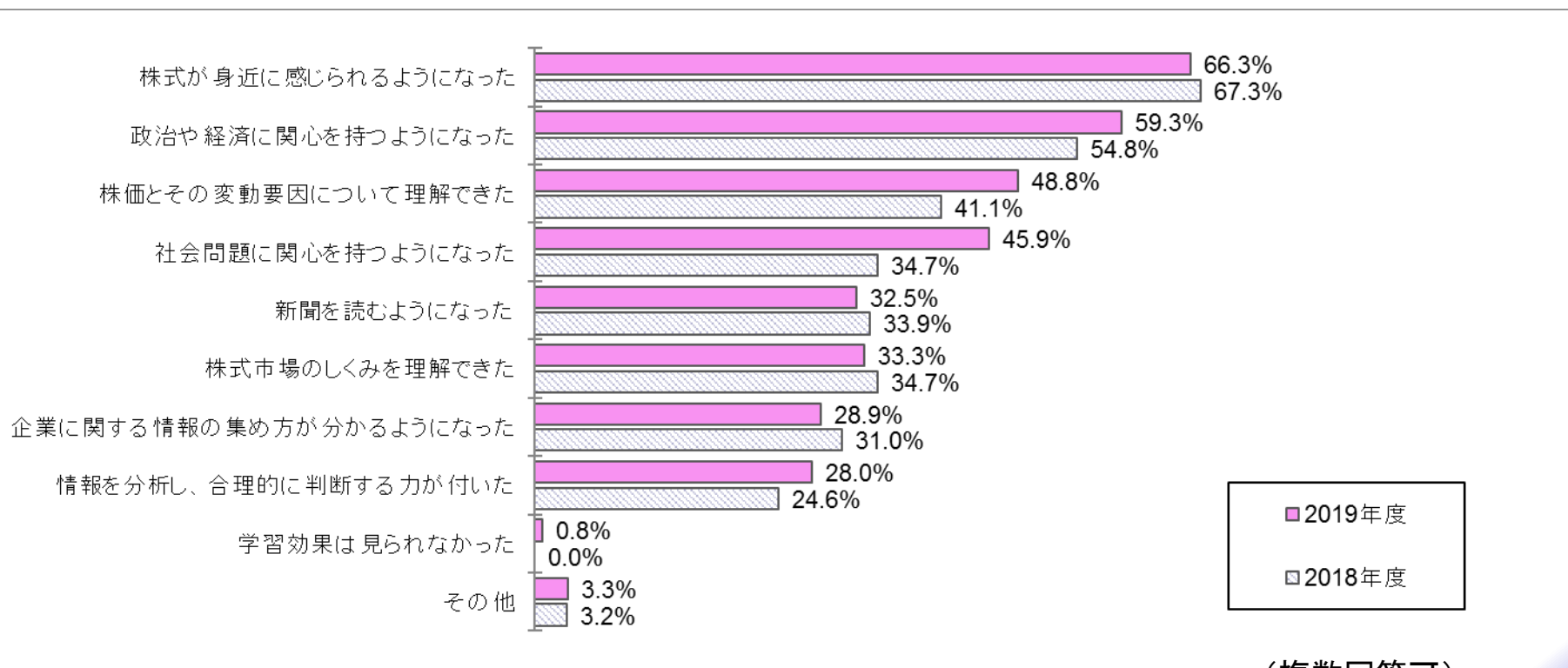
「積極的に取り組んだ生徒が多かった」が最も多く91.9% (226校)であった。以下「普段と変わらなかった」3.3% (8校)と続き、「積極的に取り組んだ生徒は少なかった」0.8% (2校)であった。



(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」66.3%(163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」59.3%(146校)、
「株価とその変動要因について理解できた」48.8%(120校)と続いた。



(複数回答可)

8. 生徒・学生の反応・感想等

生徒・学生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・学生の反応、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	32
社会の変化と株価の連動を感じることができた	25
株式(投資)が身近に感じられるようになった	14
将来実際に株式投資をしたいと思った	14
株式の仕組みが分かった	7
リアリティがあって面白かった	4
株式投資は銘柄選びなどが難しかった	2
就職活動に役立つと感じた	1
わかりやすかった	1

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・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かった。

順位	2017年度	2018年度	2019年度
1位	任天堂	任天堂	任天堂
2位	ソフトバンクグループ	ソフトバンクグループ	ソニー
3位	ソニー	ソニー	トヨタ自動車
4位	トヨタ自動車	トヨタ自動車	オリエンタルランド
5位	オリエンタルランド	オリエンタルランド	ソフトバンクグループ
6位	セブン&アイ・ホールディングス	コカ・コーラBJH	楽天
7位	LINE	楽天	LINE
8位	楽天	LINE	セブン&アイ・ホールディングス
9位	森永製菓	セブン&アイ・ホールディングス	資生堂
10位	タカラトミー	資生堂	JAL

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)
オリジナルのプリント等を使用した	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
企業研究(CSR・ニュース・企業見学等)を行わせた	11
取引しやすい環境作りを行った	11
プレゼンテーションを行わせた	10
売買結果を記録させた	7
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
取引結果や順位を掲示した	5
売買理由を明確にさせた	4
パワーポイントを活用した	2