

2022年度から高校生の「家庭科」に導入スタート！「資産形成」の授業に関するアンケート

約8割が導入されることを知らなかった高校生の本音は…？

<高校生>65.2%が投資に関する授業は“楽しみ”／60.0%が投資の印象は“難しそう”

<保護者>高校生の子どもとお金のお話をする頻度 1位“月1回程度”、2位“しない”

新授業導入が「お金の話」のハードルを下げる一助に。新たな家庭内コミュニケーションに期待高まる

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、高校1年生や2年生、高校1年生または2年生の子どもがいる保護者を対象に“「資産形成」の授業”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL: <https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220316000001/?vos=scrmot00019>

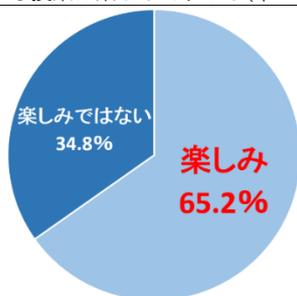
■ 2022年度から高校生の家庭科で「資産形成」の授業がスタート。高校生の本音は…？

授業導入はポジティブに捉えつつ、“投資”に対する印象はポジネガが半々

2022年度から高校生の家庭科に「資産形成」の授業が導入されますが、約8割が導入されることを知らなかった（※）という高校生の本音はどうでしょうか？一番身近な内容となるであろう“投資”の授業は楽しみですか？と聞くと、65.2%の人が“楽しみ”と答え、新たな学びへの期待もありました。さらに、投資に関する印象を聞くと1位は“難しそう”の一方で、4位“楽しそう”、5位“勉強になりそう”と明るい回答も多くみられ、ネガティブな印象とポジティブな印象は半々なことが分かりました。（※）データは「#高校生なう」の記事を参照

<Q.投資に関する授業は楽しみですか？(単一回答/高校生 n=500)>

<Q.投資についてどんな印象を持っていますか？(複数回答/高校生 n=500)>



順位	投資に関する印象TOP5	割合
1	難しそう	60.0%
2	始める前に勉強が必要そう	39.8%
3	ギャンブルっぽい	32.0%
4	楽しそう	29.4%
5	(経済などを知る上で)勉強になりそう	29.2%

■保護者が回答！ 高校生の子どもとお金のお話をする頻度は、1位“月1回程度”、2位“しない”

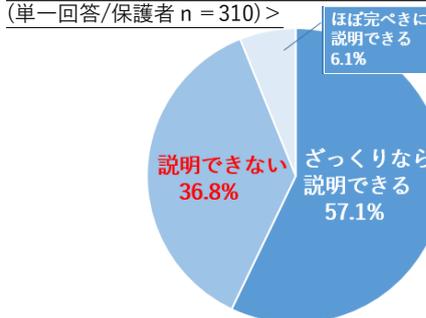
約4割が、高校生に「投資って何？」と聞かれても‘説明できない’

高校生のお子さんのいる保護者には、家庭の中でどの程度お金に関する会話をしているのか？と聞くと、1位“月1回程度”と一般的なお小遣いのタイミングと連動していましたが、2位“お金の話はしない”という結果に。また、高校生に「投資って何？」と聞かれた際にどの程度説明できるのか聞くと、約4割の人が“説明できない”と自信のない声。もしかするとお金の話が家庭で行われないのは、大人が明確に答えられないからなのかもしれません。

<Q.高校生のお子様とお金のお話はしますか？(単一回答/保護者 n=310)>

<Q.高校生に「投資って何？」と聞かれて説明できますか？(単一回答/保護者 n=310)>

順位	お金に関する会話の頻度TOP5	割合
1	月に1回程度	29.0%
2	お金の話はしない	18.1%
3	週に1回程度	14.2%
4	進学費用などが発生する進路関連のタイミング	12.6%
5	半年に1回程度	9.4%



■編集長コメント

新授業の導入が「お金の話」のハードルを下げる一助に。新たな家庭内コミュニケーションに期待高まる



『スタディサプリ進路ブック』
編集長
仲井 美夏
(なかい みか)

高校生・保護者共に未知の学びにワクワクしている様子が分かった今回のアンケート結果。高校生は“投資は難しそう”としつつも、新たな授業の導入は“楽しみ”とどちらも半数以上が回答。保護者はまた別の感情もあったようで、「お金のことは誰も教えてくれなかった」(48歳/男性)と答えた方がいる中で、授業導入を“良いと思う”と約7割(※)が回答していました。身をもってその難しさを感じているからこそ、子どもたち世代の新たな学びに前向きなのでしょう。

ただ、日常的な家庭でのお金の会話は“月に1回”が1位と、決して多いとは言えず、「日本人は一般にお金のお話をするのを嫌がる」(49歳/男性)、「お金のことは誰も教えてくれなかった」(48歳/男性)と答えた方も。しかし、高校生と実際に会話をした際、進路検討については「保護者に学費の話はしづらい」「奨学金に興味はあるけど保護者に世帯年収を聞きづらい」と話す子が多いのも事実です。家庭の収支の話はハードルが高くとも、高校生、保護者共に興味津々な「資産形成」という切り口が、家庭内に新たなコミュニケーションと知識の循環を生み出し、「タブーなお金の話」を打破するきっかけにもなると考えています。

(※) データは「#高校生なう」の記事を参照

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

【アンケート概要】

- 調査時期：①2022年2月10日（木）～2022年2月14日（月）
②2022年2月17日（木）～2022年2月18日（金）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：①全国高校1年生・2年生男女（『スタディサプリ進路』の高校生エディター/公式LINE登録者）、
②高校1年生・2年生の子どもがいる保護者男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：①500件（男子161件、女子339件）、②310件（男性155件、女性155件）

■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020年に50周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校3年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインナップを無料で提供しています。

（詳細：<https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010>）

■“スタサブ編集部”について

全国2500人以上の現役高校生からなる「スタサブ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Webサイト「#高校生なう」、年8回発行の雑誌「スタサブ進学マガジン」、アプリ「スタディサプリ for SCHOOL」、会員向けメールマガジン、各種SNSで配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は「#高校生なう」の下記URLにて公開中。

<URL：<https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220316000001/?vos=scrmot00019>>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここがない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.co.jp/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>