

金融経済教育の効果測定のための取組み

- ・ イベント・授業等の終了時のアンケートにより、効果を測定している先は多いが、時間をおいて「変化」をみる形での効果測定を実施している先は少ない。
- ・ ホームページについては、全ての団体が全体や個々のコンテンツのアクセス件数、滞留時間、ページ遷移等のログデータを収集し、効果を測定している。
- ・ 大学生・社会人については、①金融知識・判断力や②証券投資に関する意識等に関する全国調査が行われており、これを時系列でみることで効果測定が可能。

※11団体の効果測定のための取組みを集計。表中の数字は、各項目の取組みを実施している団体の数。

		事前アンケート		イベント・授業等の終了時アンケート		イベント・授業等終了後、一定期間経過後のアンケート		その他調査	
小学生 中学生 高校生	イベント (親子学習会等)			2	イベントの参加者や主催者を対象に、イベントの評価、要改善点等についてアンケートを実施。	2	保護者に対して、イベントで学習した内容の子どもの態度・行動への影響等について1週間または2か月経過時点で調査。		
	出前授業			8	主催者・参加者(学校教員、PTA等)や生徒児童を対象に、授業の評価、要改善点等についてアンケートを実施。				
専門学校生 大学生	イベント (サークル学習会等)			3	イベントへの参加者を対象に、イベントの評価、要改善点等についてアンケートを実施。			2	個人の①金融知識・判断力や②証券保有実態・証券投資に関する意識に関する全国調査を実施。
	出前講義			9	主催者や参加者を対象に、講義の評価、要改善点等についてアンケートを実施。				
		1	大学連携講座の一部開講先において、講座開始前に生活設計や投資等に関する認識・意識を問うアンケートを実施。	1	事前アンケートと同一内容のものを講座終了時に行い、認識・意識の変化をみる。				
社会人	イベント (経済講演会等)			5	主催者や参加者を対象に、イベントの評価、要改善点等についてアンケートを実施。				
	セミナー			11	主催者や参加者を対象に、セミナーの評価、要改善点等についてアンケートを実施。				
学校教員	セミナー			9	主催者や参加者を対象に、セミナーの評価や、セミナーの内容をどのように授業で活用するか等についてアンケートを実施。	2	参加者を対象に、セミナーで習得した内容を自分自身の授業に採り入れたか否か等について約2～4か月後に調査。		

		ログデータの収集			
		アクセス件数 (HP全体)	アクセス件数 (コンテンツ毎)	滞留時間	ページ遷移
ホームページ	イベント用等の特設サイト	7	6	6	6
	通常のホームページ	11	11	11	11