科目「電子商取引」の見方を変えてみよう

千葉商科大学専任講師　近藤　真唯

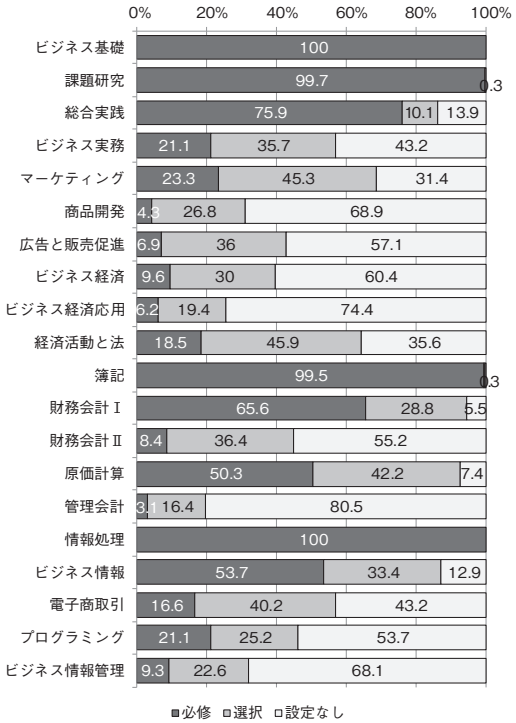
はじめに

質問です。

科目「電子商取引」は，学習指導要領上，四分野のうちどこに該当するでしょうか。

おそらく，各校で教育課程編成に携わっていた方や現在この科目の授業を受け持たれている方にとっては簡単な質問でしょうし，授業を受け持たれていなかったとしても商業科教員であれば多くの方がおわかりになったかと思います。昨年度で学習指導要領が完成年度を迎え，各高校の教育課程が一通り実施されました。（一部高校および課程を除く。）３年に配当された旧学習指導要領科目「文書デザイン」を再構成した「電子商取引」ですが，文部科学省の調査によると，必修として設定された割合が非常に低いことがわかっています（表１を参照）。さて，さきほどの質問ですが，正解は「ビジネス情報分野」です。では，なぜこのような質問をしたのか。それは「電子商取引」の内容を「誤解」されている先生方が非常に多く，その理由が「ビジネス情報分野」という言葉そのものに影響されているからではないかと感じているからです。

表１　科目の設定状況

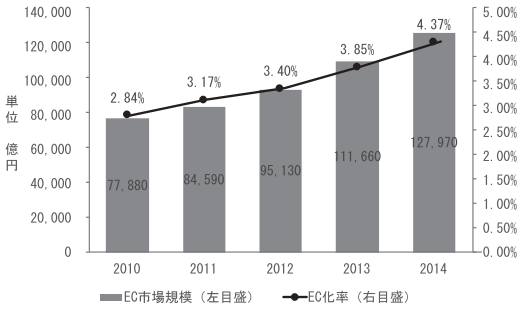


出典：「商業教育130周年記念誌」，全国商業高等学校長協会，2014年10月

電子商取引の実態を整理

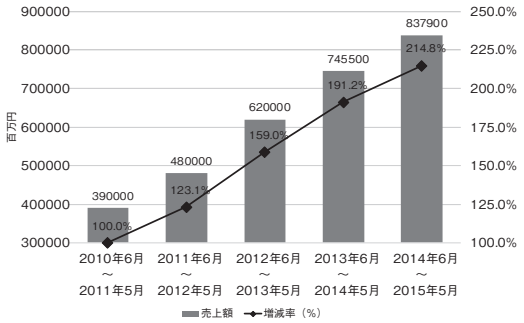
はじめに電子商取引の実態について整理しましょう。電子商取引についてはOECD（経済協力開発機構）にて「企業，家計，個人，政府，その他の公的・私的組織間を問わず，コンピュータを媒体としたネットワーク上で行われる財またはサービスの販売または購入」と定義（広義）されています。ネットショップにおいて日用品など，物の売買はもちろんのこと，スマートフォン用アプリの売買やネットワークを活用したゲームでの課金などのサービスも対象となるため，今日ではありとあらゆるものが電子商取引で売買されているといって過言ではありません。そのためその市場規模も拡大傾向を強めてお

表２　BtoC-ECの市場規模およびEC化率の推移



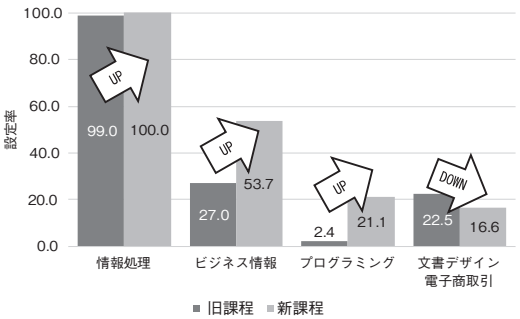
出典：「平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査」）報告書」（経済産業省，2015年５月）

表３　アマゾンジャパンの売上推移（過去５カ年）



出典：「月刊ネット販売」，宏文出版，2011-2015 を元に作成（増減率は2010年６月～2011年５月を基準としています。）

表４　科目別教育課程設定率（必修）の比較



出典：「商業教育資料№87」（実教出版，2011 年２月），「商業教育 130 周年記念誌」（全国商業高等学校長協会，2014 年 10 月）を元に作成。新課程科目「ビジネス情報管理」は新設のためグラフからは除外。

り，平成 26 年は前年比 14.6％増の 12.8 兆円（BtoC-EC）となっています（表２参照）。もちろん EC 化率は 4.37％（前年比 0.52 ポイント増）と，リアル店舗での購入が圧倒的に多いのですが，スマートフォン保有者の 48.6％が電子商取引を利用している（総務省調べ）など，着実に電子商取引が浸透してきているとともに，そのニーズの高さがわかります。実際，インターネット専業として有名な総合小売業者・アマゾンジャパンの 2014 年６月から 2015 年５月までの売上は 8379 億円とここ５年で２倍以上になるなど，増加傾向が続いています（表３を参照）。

このような経済社会の実態を受け，実学（社会生活にて実際に役立つ学問）を指導する教科商業科においては，当然，電子商取引を指導内容として取り組むべきであり，むしろ外すことの方が不自然のように感じます。ベネッセコーポレーションの調査によると，高校生が電子商取引を行っている割合は 61.5％にのぼるとの結果も出ています。しかし，前述したように，実際には必修として教育課程に設定している商業高校等は 16.6％しかなく，「文書デザイン」の必修 22.5％から大きく割合を下げる結果となっています（表４を参照）。また，他科目と比較しても設定している割合が低い部類であることがわかります。実学を学ぶはずの教科商業科が，経済社会において求められている内容を学んでいないという実態は，矛盾してはいないでしょうか。

教育課程に設定されない理由

では，なぜこのような状況に陥ったのでしょうか。さまざまな理由が考えられますが，まず考えられる理由の一つ目は，資格検定との関係性です。「文書デザイン」から「電子商取引」に再構成されたことで，ワープロソフト等での広告作成やプレゼンテーションの実践などが削除もしくは他科目へ移行となりました。そのため，それに関する資格検定，特に実技を伴う資格検定の授業が実施しにくくなり，生徒たちの進路を鑑みた上で他科目に変更した可能性があります。

二つ目に挙げられるのは，一般的なウェブサイトと電子商取引を行う EC サイトとの違いが理解されていない点ではないでしょうか。いや，そもそも電子商取引自体が理解されていないと言っていいかもしれません。ICT が経済社会の中で発展していく過程において，はじめに企業団体等が制作したウェブサイトを閲覧（利用）するところから始まり，次の段階として自作ウェブページやブログ，SNS など個人でウェブサイトを制作，運営することが流行していきました。おそらく多くの商業科教員がこの過程を経験しており，最終的には何らかの個人サイトの制作，運営を行っている（もしくは行っていた）かと思います。その経験があるからこそ，「文書デザイン」でウェブサイト制作することにそれほど抵抗はなかったでしょうし，実際にホームページ・ビルダー（ジャストシステム社）などのソフトウェアを用いて実習を行うことができたのでしょう。では EC サイトについてはどうでしょうか。前述したように，電子商取引そのものは，その利便性から，多くの方に利用されています。前述した流れからすると，次の段階は何らかの方法を用いて EC サイトを制作，運営する方が出てくることになりますが，国内全体として誰もが EC サイトを手軽に制作できる土壌は育っていませんし，商業科教員の中で（授

業以外で）ECサイトを制作，運営したことがある方はほぼ皆無でしょう。この経験の無さが教育課程作成の際に影響した可能性はあります。私がこれまで先生方から聞いた限りでは，「電子商取引」を設定している学校の先生方でも「何を教えていいのかわからない」との意見が一定数存在します。ECサイトは利用しているものの，電子商取引そのものについては理解されていないことが，この意見に集約されている気がします。ただし，この経験の無さはどうにもできない部分でもあります。一般的なウェブサイトは個人の自由で制作できるものですから，制作者が掲載したい内容をそのまま表現すればよいのに対し，ECサイトの場合はビジネスに直結する内容であり，その制作にはさまざまな条件が付加されます。経験しようにも簡単にできるものではないということを付け加えておきます。

三つ目に挙げられるのは，本稿での一番のポイントとなる部分ですが，「電子商取引」が「ビジネス情報分野」であることではないでしょうか。誤解を招かないように補足をします。「電子商取引」は「文書デザイン」を再構成した科目ですし，コンピュータやネットワークの知識・技術などを必要とする科目でもありますので，「ビジネス情報分野」に属していることは，至極当然のことです。問題は，冒頭でもお話した，「ビジネス情報分野」という分野名そのものに先生方が影響を受け，「誤ったイメージ」を構築してしまっているのではないかという点です。では「誤ったイメージ」とは何か，これは「ビジネス情報分野」だから常にコンピュータやネットワークを使った授業を展開しなければならない，ECサイトをコンピュータで制作してネットワーク上に公開しなければならない，といったものです。これが指導する上での「縛り」になってしまい，指導のしにくさを生じさせてはいないでしょうか。しかし，実際に電子商取引を行うためには，確かにコンピュータやネットワークを必要としますが，その前に学ぶべき知識が数多くあり，それを学ばない限り実際にECサイトを制作することはできません。

では，「電子商取引」ではどのような知識を学ぶ必要があるのでしょうか。教科書に沿って説明をすると，ECサイト制作は分析→企画・立案→制作→公開という順番で進めていきます。分析では市場調査や消費者行動などの知識が必要になりますし，企画・立案は事業計画などを行うための知識が必要です。制作するECサイトを世に周知するため，広告に関する知識も必要となるでしょう。また，ECサイトを制作する際には特定商取引法に関する表記の掲載が必須となります。そうすると法律に関する知識も必要となります。お気づきの先生方も多いかと思いますが，実は，今挙げた知識は全て「マーケティング分野」と「ビジネス経済分野」の学習内容です。つまり，「ビジネス情報分野」においてマーケティングや経済に関する知識を指導する必要があるということです。当然，制作したECサイトで売上が生じれば会計処理が必要になりますので，「会計分野」の知識も欠かせません。そうすると，必ずしも毎授業において常にコンピュータやネットワークを利用する必要はなく，コンピュータ室以外でも授業が展開可能だということがお分かりになるはずです。事実，私も大学において電子商取引に関する授業（90分×30回）を担当していますが，座学と実習の割合はおおよそ7対3です。以上を踏まえ，「電子商取引」は「ビジネス情報分野」というより「総合的科目」に近い科目として捉えた方が安心して指導することができるのではないでしょうか。このような「縛り」さえなければ，例えECサイトを制作したことがない方でも，「マーケティング」や「経済活動と法」の延長線上として問題なく授業が実施できるはずです。無理にECサイトを制作，公開まで実施しなくとも，商業教育資料100号（2015年5月）「電子商取引の指導上のポイントと留意点」にも掲載されているように，学校の実情などに応じて実施すればよいのです。

電子商取引の指導方法事例

では具体的にどのような授業を展開していくのがよいのか，ECサイト制作におけるポイントを絞って事例を紹介します。

⑴共通ポイント

リアル店舗に限らずネット店舗においても商品購入時にポイントが付与されるようになり，最近ではポイントの共通化（共通ポイント）が進んでいます。これはO2O（Online to Offline）というリアル店舗とネット店舗の購買行動を連携させるための取り組みです。生徒にはこのような取り組みを行う必要性について考えさせたいところです。また，身の回りにどのような共通ポイントがあり，どのような業種，業態が連携しているかを調査できるとよいでし

ょう。

⑵商品売買時の法律

ここで押さえておきたいポイントは，カートシステムと「錯誤」（間違い）の関係性です。電子商取引を行っていると，カートシステム上において注文商品の確認画面が必ず表示されます。この画面には「錯誤」について，電子契約法（電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律）と民法が大きく関わっています。民法では消費者に重大な錯誤があった場合は契約を無効にできないことになっています。しかし，電子契約法において，元々申し込む気がなかった場合，または申し込むつもりだったが間違った内容を申し込んでしまった場合については，例外を除いて契約を無効にできることになっています。ではその例外とは何かというと，EC サイト運営者が注文商品を画面上で確認させた場合や，消費者が確認しないと表明した場合は契約を無効にできない，つまり返品することができないということになります。

このようにカートシステム一つをとっても，さまざまな法律が関係してきますので，ケーススタディなどで生徒に考えさせる授業が展開できます。

⑶ EC サイト制作（実習）

EC サイトを制作する際に最も大きなハードルはカートシステムの導入です。カートシステムは消費者の行動によって動的ウェブページを作成する必要があるため，教科書ではウェブページ作成ソフト「ホームページ・ビルダー」&「ダヴィンチ・カート」や CMS「Zen Cart」を利用した指導を展開しています。ここでは CMS「WordPress」（https://ja.wordpress.org/）とプラグインソフト「Welcart」（http://www.welcart.com/）を組み合わせた EC サイト制作方法を紹介します。

「WordPress」は，「Zen Cart」と同じくプログラム言語 PHP とデータベースサーバ MySQL を利用した，オープンソースの CMS で，本来はブログを作成するためのシステムです。これには機能拡張するためのプラグインソフトが豊富に用意されており，「Welcart」は「WordPress」にカートシステムを付加する無料プラグインです。

「Welcart」の操作方法は比較的簡単で，容易に EC サイトの制作をすることができます。私自身が大学授業において利用していますが，コンピュータが苦手な学生でも簡単な操作説明をするだけで制作できています。ただし，「Welcart」は基本的なカートシステムのみを付加してくれるプラグインソフトであるため，運営に必要なページ（特定商取引法に関する表記など）がすべて揃っているわけではないため，制作者が EC サイトとしての要件に過不足ないか確認する必要があります。

おわりに

電子商取引は，ネットワークに関するビジネスの中でも消費者にとって最も馴染みやすいものであり，今後も成長が期待されている内容です。最近では，ネットスーパーなど，最寄り品を取り扱う店舗も増えてきており，ありとあらゆるものがインターネット上にて購入できるようになるでしょう。多くの高校生が科目「電子商取引」を学び，自らの手でビジネス体験してくれることを期待しています。

図表１　Welcart を導入したWordPress トップ画面

図表２　商品紹介ページ画面