

育成する人材像に立ち返った教育課程の編成

文部科学省初等中等教育局児童生徒課産業教育振興室 教科調査官

西村 修一

1. はじめに

教科商業科においては、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人を育成することとし、そのために、顧客満足実現能力、ビジネス探究能力、会計情報提供・活用能力、情報処理・活用能力といったビジネスの理解力と実践力を身に付けさせるとともに、倫理観、遵法精神、規範意識、責任感、協調性などビジネスに必要な豊かな人間性を育むことを、新しい高等学校学習指導要領解説商業編で示した。

各学校においては、こうしたことを踏まえ、各学科で育成する人材像を明確にするとともに、それを実現する観点から教育課程を編成することが大切である。

現在、各学校において、新学習指導要領に基づく教育課程が検討されていることから、本稿においては、教育課程編成について考えることとする。

2. 教育課程編成の課題

(1) 教育課程の現状

グラフ1は、平成22年度に公立高等学校の商業科に入学した生徒に対する教育課程を集計したもの

である。

教育課程に必修で設定している割合が高い科目としては、原則履修科目である「ビジネス基礎」、 「課題研究」のほかに、「商業技術」が48.5%、「簿記」が99.3%、「会計」が59.0%、「情報処理」が99.0%となっている。

また、流通や経済関係の科目を教育課程に設定せず、生徒に学ぶ機会を提供していない学校が多く、「商品と流通」が44.4%、「マーケティング」が35.5%、「国際ビジネス」が66.2%となっている。

グラフ2は、平成22年度に公立高等学校の流通ビジネス科・流通経済科に入学した生徒に対する教育課程のうち、これらの学科に関連の深い科目である「商品と流通」、「商業技術」、「マーケティング」の設定状況を集計したものである。

このグラフにあるように、これらの科目を必修としていない学校が多くあり、マーケティングや流通を学ばないで流通ビジネス科や流通経済科を卒業している生徒がいるという状況にある。

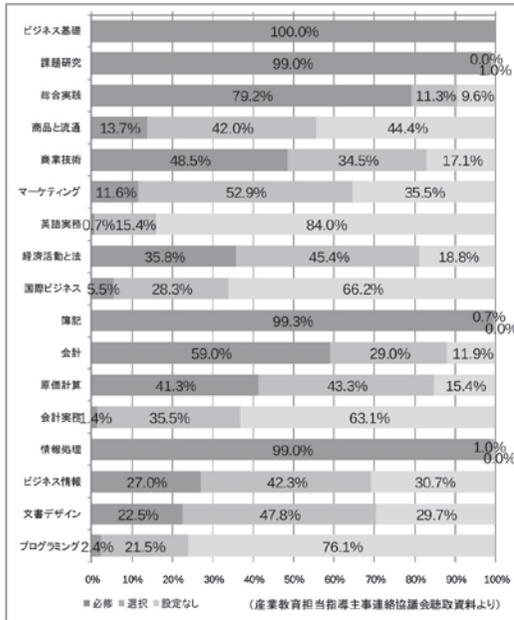
こうした教育課程が編成されている原因としては、教育課程の編成が、簿記や情報処理を中心とした検定試験への対応という視点からスタートしているということが考えられる。各学校では、改めて学科で

も く じ

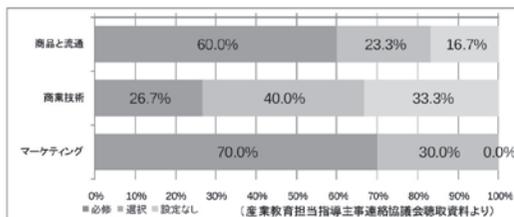
育成する人材像に立ち返った教育課程の編成 … 1	IFRS に備える PART 3 …………… 13
商業高校における知的財産教育への期待 …………… 5	Java による オブジェクト指向プログラミング …………… 17
結果の出る就職支援 …………… 8	インターネットショッピングモール 「からつ学美舎」の取り組み …………… 21

育成する人材像に立ち返り、それに整合した教育課程を編成しているかを振り返っていただきたい。

グラフ1 商業科の教育課程



グラフ2 流通ビジネス科・流通経済科の教育課程



(2) 学校設定科目

学校設定科目として、「簿記演習」や「会計演習」などの演習を中心とした科目、「ワープロ」、「データベース」、「アプリケーション」といったソフトウェアの活用を扱う科目など様々なものが設けられている。

学校設定科目の内容の構成については、関係する各科目の内容との整合性を図ることに十分配慮することが求められている。また、学習指導要領の改訂により科目数が17科目から20科目に増加したことから、これまで学校設定科目を設けなければ指導できなかった内容が、学習指導要領に定める標準の科目の中で扱うことができるようになったものも数多くある。これまで学校設定科目で扱っていたから今後も学校設定科目で指導するといったことではなく、

改めて学校設定科目として設定する必要があるかを十分に検討していただきたい。

(3) 進学対応

商業に関する学科の生徒には、大学への進学を希望する生徒も多い。とりわけ、国際ビジネス科・国際経済科においては、進学対応することを強く意識している学校が多くある。

進学に対応するに当たっては、進学対応と専門性の深化とを両立させ、専門的な知識や技術の基礎を築いた上で、目的意識をもって進学する道を目指していくことが必要と考える。それにより、普通科の卒業生よりも3年間、専門的な学習を早く始めた利点を生かし、進学してからも大きな成果を収めることができるようになり、商業に関する学科から進学する意義が高まるものと考えられる。

新学習指導要領の総則においては、「全日制の課程における週当たりの授業時数は、30単位時間を標準とする。ただし、必要がある場合には、これを増加することができる。」として、各学校や生徒の実態等に応じて、30単位時間を超えて授業を行うことが可能であることを明確にしている。また、65分授業を行うなどして授業時数を増加させている高校もある。

専門性を薄めることのないよう、各学校において、専門性の深化と生徒の進学希望への対応を両立させる様々な工夫が行われることを期待する。

3. 教育課程の編成

(1) 教育課程編成の手順

商業に関する学科の教育課程を編成するに当たっては、商業教育の柱を組み立てることが特に重要と考える。

そのため、各学科で育成する人材像を明確にした上で、第1段階としては、検定試験のことは考えず、選択科目を設けない教育課程を編成していただきたい。第2段階として、教育課程の柱を崩さないようにしつつ、生徒の興味・関心や進路希望等に応じて選択科目を付け加えたり、検定試験との整合性を考慮していただきたい。高等学校学習指導要領解説総則編に示されている教育課程編成の手順の一例を参考にするとともに、こうしたことを念頭に置いて教育課程が編成されることを期待する。

(2) 4分野全般を学習する商業科の教育課程編成例

教科商業科では、教科組織上の分野を、マার্ケテ

イング分野，ビジネス経済分野，会計分野，ビジネス情報分野としている。商業科の教育課程を編成するに当たっては，4分野全般を広く学習させるようにするのか，類型などを設けて重点的に学習する分野を生徒に選択させるようにするのかを決定する必要がある。

図1は，4分野全般を学習する教育課程の例を考えたものである。

1学年では，基礎的科目である「ビジネス基礎」のほか，「簿記」，「情報処理」を必修とし，ビジネスの諸活動を行うための基盤となる知識や技術等を習得させるようにしている。

2学年では，マーケティング分野，ビジネス経済分野，会計分野，ビジネス情報分野から1科目ずつ必修で設け，幅の広い学習ができるようにしている。

3学年では，総合的科目である「課題研究」，「総合実践」，「ビジネス実務」を必修とするとともに，専門性を深化させることができるよう，選択枠を3つ設けている。

こうした教育課程を編成することにより，幅広い知識や技術等をバランスよく習得させ，創造的な能

力や実践的な態度を身に付けた人材を育成することが期待できるものと考ええる。

(3) 類型を設けた商業科の教育課程編成例

図2は，マーケティング類型，ビジネス経済類型，会計ビジネス類型，ビジネス情報類型を設け，生徒に類型を選択させる教育課程の例を考えたものである。

1学年では，「ビジネス基礎」，「簿記」，「情報処理」の3科目を，2学年では，「財務会計Ⅰ」，「ビジネス情報」の2科目を，3学年では，「課題研究」，「総合実践」，「ビジネス実務」の3科目を，いずれも必修としている。これらの科目で扱うこととしている内容は，ビジネスの諸活動を主体的，合理的に行うために重要なものであることから，いずれの分野を重点的に学習するにしても，共通に履修させたいと考える。

2学年以降は，類型を選択して学習することとしている。

例えば，マーケティング類型を選択した生徒は，2学年で，「マーケティング」を履修してマーケティングの一連の活動を学ぶとともに，「商品開発」

図1 4分野全般を学習する商業科の教育課程の編成例

	5			10		
1年	ビジネス基礎 (3)	簿記 (4)		情報処理 (3)		
2年	マーケティング (3)	経済活動と法 (3)		財務会計Ⅰ (3)		ビジネス情報 (3)
3年	課題研究 (2)	総合実践 (2)	ビジネス実務 (2)	商品開発 (2)	広告と販売促進 (2)	
				ビジネス経済 (2)	ビジネス経済応用 (2)	
				原価計算 (2)	管理会計 (2)	財務会計Ⅱ (2)
				プログラミング (2)	ビジネス情報管理 (2)	電子商取引 (2)

図2 類型を設けた商業科の教育課程の編成例

	5			10		
1年	ビジネス基礎 (3)	簿記 (4)		情報処理 (3)		
2年	財務会計Ⅰ (3)	ビジネス情報 (3)		マーケティング (3)	商品開発 (3)	
				経済活動と法 (3)	ビジネス経済 (3)	
				原価計算 (3)	財務会計Ⅱ (3)	
				プログラミング (3)	電子商取引 (3)	
3年	課題研究 (2)	総合実践 (2)	ビジネス実務 (2)	広告と販売促進 (3)	マーケティング (3)	
				ビジネス経済応用 (3)	経済活動と法 (3)	
				管理会計 (3)	原価計算 (3)	
				ビジネス情報管理 (3)	プログラミング (3)	

※会計ビジネス類型については，「財務会計Ⅰ」を前期，「財務会計Ⅱ」を後期に履修

↑
他類型の科目を選択

を履修し、さらに3学年では、「広告と販売促進」を履修する。マーケティング分野の3科目を全て学ぶことにより、消費者の視点に立ち、そのニーズを適切にとらえ、顧客満足を実現するなどの顧客満足実現能力を育成することが期待できる。

また、ビジネス経済類型を選択した生徒は、2学年で「ビジネス経済」と「経済活動と法」を履修し、経済に関する基礎的な知識やビジネスに必要な法規に関する知識などを習得するとともに、3学年で「ビジネス経済応用」を履修し、身近な地域のビジネスの動向やビジネスに役立つ資源についての調査や研究、地域産業の振興のための具体的なビジネスアイデアの考案や提案などの実習を行う。ビジネス経済分野の3科目を全て学ぶことにより、経済社会の発展に取り組むなどのビジネス探究能力を育成することが期待できる。

いずれの類型を選択した場合でも、3学年で他の類型の科目を選択できる枠を2単位分設けている。

(4) 流通ビジネス科の教育課程編成例

ここでは、分野に対応した小学科のうち、流通ビジネス科の教育課程の編成について考える。

新学習指導要領では、流通ビジネス科に関連の深い科目としては、マーケティング分野の科目である「マーケティング」、「商品開発」、「広告と販売促進」の3科目があげられる。流通ビジネス科の教育課程については、これらの科目を中心として編成することが必要となる。

図3は、流通ビジネス科の教育課程の例を考えたものである。消費者の視点に立ち、そのニーズを適切にとらえ、顧客満足を実現するなどの能力（顧客満足実現能力）を中心としてビジネスの理解力と実践力を身に付けさせるとともに、社会の信頼を得てビジネスの諸活動に取り組むための倫理観、遵法精神、規範意識、責任感、協調性などビジネスに必要

な豊かな人間性を育むことをねらいとしている。

1学年では「マーケティング」を必修とし、マーケティングの一連の活動に関する知識と技術などを習得させるようにしている。2学年では「商品開発」を必修とし、商品を企画・開発し、流通させるために必要な知識と技術などを習得させるようにしている。3学年では「広告と販売促進」を必修とし、広告の制作、店舗設計、商品陳列、接客などに関する知識と技術などを習得させるようにしている。

これらの3科目については、この学科の教育課程の軸となるものであることから、必修で設けることが適切と考える。

また、「電子商取引」については、ビジネス情報分野に位置付けられている科目であるが、情報通信技術の進歩による広告や広報活動の変化など、流通活動に関連する内容が含まれていることから必修としている。

さらに、生徒の興味・関心、進路希望等に応じて、マーケティング分野以外の科目も選択して履修できるように配慮している。

このような教育課程を編成することにより、学科の専門性を深化させることが期待できるとともに、分野に対応した小学科の利点を生かすことができるものと考えられる。

4. おわりに

本稿では、教育課程の編成などを考えてきた。各学校においては、生徒や地域の実態を踏まえるとともに、それぞれの学科で育成する人材像を明確にし、それを実現する観点から教育課程を編成していただきたい。

地域や産業界のニーズに応えるとともに、本質的なもので勝負する商業教育を目指して、教育課程が編成されることを期待する。

図3 流通ビジネス科の教育課程の編成例

	5			10		
1年	ビジネス基礎(2)	マーケティング(3)	簿記(4)		情報処理(3)	
2年	ビジネス実務(2)	商品開発(3)	財務会計I(3)	ビジネス情報(3)		
3年	課題研究(2)	総合実践(2)	広告と販売促進(3)	電子商取引(2)	ビジネス経済応用(2)	
					経済活動と法(2)	
					原価計算(2)	