

本県「商業（Business）教育」の振興策

一 「専門高校生実践力育成事業」を通じたマーケティング教育の充実一

福岡県教育庁教育振興部高校教育課 指導主事 泉 大介

1. はじめに

下表のとおり、本県においては、昭和63年度と平成18年度を比較すると、中学校卒業生数の大幅な減少に伴い、県立高校の入学募集定員が削減された。また、平成11年12月、県立高等学校再編整備基本計画が策定され、これに基づき県立高等学校の再編整備が推進されたことにより、本年度末までに単独商業高校4校及び商業科併設校3校が閉校し、近隣の高校とともに総合学科高校等として生まれ変わることとなった。この結果、商業科に学ぶ生徒数は、8.0%から4.7%にまで縮小した。

本県県立高等学校募集定員の推移

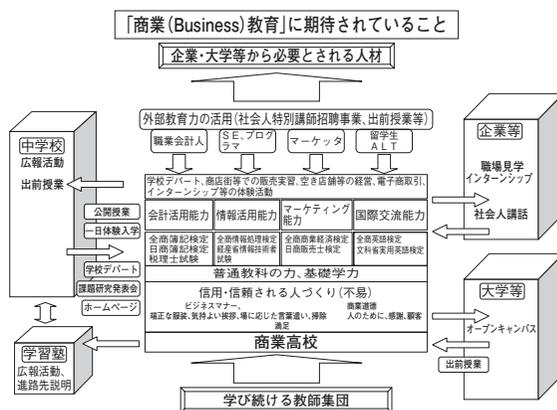
年度	県立全体	職業系学科	商業科	農業科	工業科
昭和63年度	40,144	10,505 (26.2%)	3,195 (8.0%)	5.3%	9.1%
平成18年度	24,800	5,160 (20.8%)	1,160 (4.7%)	3.5%	9.4%

2. 商業(Business)教育に期待されていること

右図は、企業及び大学等から「商業（Business）教育」に期待されていることを踏まえ、商業高校が目指す学校像、ならびに教科「商業」を学ぶ生徒にどのような付加価値を付けるのかを示したものである。

まず、「商業（Business）教育」が目指す人づくりの不易の部分、「信用・信頼される人づくり」である。このことは、「ビジネスマナー（礼法）」と「商業道徳」によって培われるものと考えている。「ビジネスマナー」と「商業道徳」に共通する理念が「思い遣りの心、気配りの心」であり、その行動が「ビジネスマナー」、行動の元になる考え方が「商業道徳」であると捉えている。

「ビジネスマナー」として、端正な服装、気持よい挨拶、場に応じた言葉遣い、掃除、「商業道徳」として、近江商人の「三方よし」の考え方に代表される顧客満足、感謝の心等は、いつの時代にあっても人づくりの観点から欠かせないものである。



この「信用・信頼される人づくり」は、「商業（Business）教育」の基本理念と言えよう。

基本理念の次は、教科指導力である。専門教育の基礎となる普通教科の力は非常に大切なものである。高校卒業後就職する生徒が一般教養を身に付け、立派に生きていけるように、また進学する生徒に必要な普通教科の力を付けることは、高等学校としての使命の不易な部分である。

一般教養の育成とともに商業高校に期待されているものの一つが、ビジネスで必要とされる資格取得である。生徒は、一つ一つの検定試験を受験し、合格していくことによって、「自信」と「やる気」を身に付けていく。「適時性」という言葉があるが、高校時代に資格取得の勉強をすることは、まさに、時宜にかなっており、生徒は、ある一定時期を過ぎると先生の手を借りずに、自分で進んで勉強をしていく。資格取得は、商業高校にとって、生徒の主体的な学習を進める財産であるとともに、就職及び進学へ向けて、生徒の高校時代の学習成果を証明するものでもある。

本県の昨年度の高度検定取得実績をみると、経営情報分野の初級システムアドミニストレーター試験には44名合格しており全国では5番目に位置する。簿記会計分野の日商簿記2級には166名合格しており全国では8番目に位置する。しかしながら、流通ビジネス分野の日商販売士検定では3級に17名合

格しているのみであり、経済の成熟化に対応できていないことが分かる。

資格取得の次に求められるのが、商業に関する知識・技術をビジネスに活用する能力である。学習指導要領では、図に示した4つの分野ごとに活用能力が定められている。企業では、現在までのデフレ経済の下では人材育成の余力がなく、派遣社員等の非正社員を採用する傾向が見られた。

商業高校においては、今後の団塊の世代の退職による正規社員の雇用需要に応えるため、「学んだ専門知識・技術を利用できる力」の育成を目指している。例えば、「課題研究」等の専門科目において、活用能力の育成に取り組んでおり、その成果を「課題研究成果発表会」等において地域の中中学生等に披露しているところである。

4つの能力はどれも大切なものであるが、経済が成熟した今、市場調査を通して、顧客のニーズ（潜在需要）を把握し、商品開発や仕入、店舗設計、接客、販売という一連のマーケティング活動を遂行する能力である「マーケティング能力」が他の3つの能力も併せて推進できることから一番重要であると考えている。

資格取得及び4つの活用能力を身につけるにあたって、ビジネス活動を実際に行うことは、身につけた知識・技術を机上のものから、実践を通して体得することとなり、大きな教育効果をもたらす。また、ビジネスの社会でどのように役に立っているのかを検証することにもなり、生徒はこのことを通して「商業科目の内容を再確認する」こととなる。

商業教育は、企業の経済的諸活動であるビジネスを教育対象としている。すなわち、企業活動を真に理解していないと正しい教育はできない。私たちの教育は「実学」であるから、ビジネス社会の第一線で専門性溢れる仕事に携わっている方から、その仕事の面白さや厳しさを学ぶことは「生徒の学ぶ意欲」を高めることに効果がある。

例えば、「会計活用能力」を育成する観点から、職業会計人である税理士や公認会計士を招聘する。「情報活用能力」を育成する観点から、SEやプログラマを招聘する。「マーケティング能力」を育成する観点から、マーケッターや中小企業診断士等を招聘する。「国際交流能力」を育成する観点から、留学生やJICA等を招聘する。このような教育活動を商業高校が行うことによって、経済社会の発展をソフ

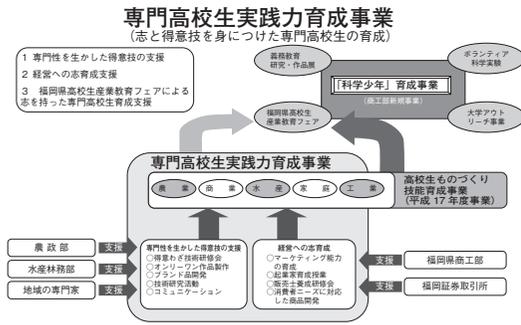
ト面から支える人材（ビジネスマナー、商業道徳を身につけた信用・信頼される人たる資質を有し、財務諸表を読み、コンピュータをビジネスに活用でき、ビジネスを推進する力をもった人材）を世に送り出すことが可能となる。このことにより、他の学科とは異なる「商業高校ブランド」を創ることができる。

しかしながら、高等学校で専門教育を施すのはわずか3年間である。そこで、商業高校での学習に興味・関心をもった中学生を入学させることが、私たちの目指す教育を実現する有効な手立てとなる。このため、中学校に対する広報活動や先生による「簿記」や「マーケティング」の「出前授業」を行い、中学生へ商業高校での学習内容を明らかにする。また、中学生が商業高校を知るよい手立てとなるのが、「公開授業」「一日体験入学」「学校デパート」「課題研究発表会」「ホームページ」等である。

さらに、中学生と密接に連携している学習塾の存在も忘れてはいけない。学習塾の講師は、普通科高校を出た先生が多いことから、商業高校の進路先を詳しく説明し、商業科からの大学進学が有利なことなどを熱く語らなければならない。このようにして、商業高校に目的意識をもって入学する生徒を増やしていくことが大切である。

商業高校に入学した生徒には、商業教育の魅力と企業や大学のことを詳しく学ばせ、体験させることが必要である。具体的には、職場見学やインターンシップを通して、学ぶことと職業がどのように結びついているかを教えることが重要である。そのため、インターンシップにおいては、小学科ごとに、あるいは生徒の希望に応じて、学ぶ内容と結びついたところで体験させることが生徒の学ぶ意欲を高めることにつながると思う。

「商業高校ブランド」を創り出すには、経済の変化に適應する企業の経済的諸活動に対応できる商業教育を現場の先生方が行わなければならない。資格で言うと、日商簿記検定1級が指導できる力、経済産業省のシスアドあるいは基本情報の指導ができる力、販売士1級の指導ができる力、等が必要である。このため、先生方には計画的に自己研鑽を積んでいただく必要がある。また、生徒の専門活用能力を育成するには、ビジネスの現場でどのように活用されているかを知ることが大切である。企業をとりまく経済のことを知る。そのために、新聞の経済欄を読む、経済番組を見る、企業研修に行く等、様々な自



己研鑽が必要である。

「商業（Business）教育」に期待されていること、すなわち企業・大学等から必要とされる人材を育成するには、「学び続ける教師集団」であることが何よりも重要となる。

3. 専門高校生実践力育成事業

平成16年6月18日、5大臣合意による「若者自立・挑戦プラン強化の基本的方向」における「学校段階からのキャリア教育の強化（ものづくり体験等）、専門的職業人の育成」の中で、「専門高校等において、地域産業界等との連携の強化により、将来の地域社会の担い手となる専門的職業人を育成する。」とあり、初めて「専門高校」の4文字が入った。これは、骨太の方針を審議する経済財政諮問会議等において、専門高校の教育目標を明確に示したものである。

本県においては、昨年度から3年間、「高校生ものづくり技能育成事業」を実施し、工業高校生のものづくり技能を高める取組を行い、地域産業の人材要請に答えている。

一方、工業を除く専門学科については、本年度から3年間、「専門高校生実践力育成事業」を実施し、各学校独自のオリジナルブランド品開発を通じた得意技の支援及び店舗経営を通じた経営の志育成を図っている。

以下、商業に関する事業について説明する。

(1) 空き店舗等を活用した有店舗経営

筑豊高校と朝倉東高校の2校で、チャレンジ・ショップを運営する。有店舗経営を通じた生徒の経営管理的能力及び起業家精神を育成するため、1年目は模擬株式会社で実施し、2年目からは、新たにNPO法人を設立し、同法人の運営を通して生徒に本物の経営を学ばせる。両校には、地元の商工会や

商店街組合等と連携し、地域経済の活性化に貢献するチャレンジ・ショップ経営が期待されている。各学校は、店舗の設立手続きや一連のマーケティング活動を教材化し、本取組の拡充・発展を目指す。

空き店舗等を活用した有店舗経営 (チャレンジ・ショップ) スケジュール

年度	平成18年度				平成19年度				平成20年度				平成21年度			
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7
準備																
実施																
完了																

(2) 電子商取引による無店舗経営

小倉商業高校と田川科学技術高校の2校が、インターネットを活用した電子商取引を継続的に行うことにより、顧客満足を目指したホームページづくりや商品開発を推進し、生徒の経営管理的能力や起業家精神を育成する。両校は、電子商取引による一連のマーケティング活動を教材化する。

(3) 経営能力育成授業

空き店舗等を活用した有店舗経営や電子商取引による無店舗経営に必要な専門知識を学ぶために、地域に密着した起業家等の専門家による授業を年に2回程度、計6時間実施する。

(4) 商業教員等集中研修（販売士養成）

ア 趣旨

本年度から3年間にわたり、県立高等学校の商業科教員等を対象に、販売士養成のための集中研修を実施し、日本商工会議所主催販売士検定1級資格の取得を目指す。このことにより、商業科教員等のマーケティング指導能力の向上を図り、生徒のビジネス実践力を高めるとともに、生徒の販売士検定2・3級の取得を促進する。

イ 研修内容

- ① 7月27日（木）～8月7日（月）〔8日間〕
試験科目（8科目）の講義
- ② 12月25日（月）～27日（水）〔3日間〕
論述問題演習・解説
- ③ 1月4日（木）～5日（金）〔2日間〕
論述問題演習・解説
- ④ 通信添削（8月～2月）

日本商工会議所主催販売士検定1級の内容

講義区分	試験科目	内容	講義時間
商業経営の基本	経営とマーケティング	小売業の経営管理	3
		小売業のマーケティング	3
		小売業の経営法規	3
	市場調査と立地計画	市場調査と商圏分析	3
指導養成	組織と人事管理	組織と人事管理	4
		部下管理と能力開発	2
仕入管理と商品在庫管理	商品計画と商品予算 仕入計画と在庫管理	商品計画と商品予算の実務	4
		仕入管理技術と在庫管理技術	3
販売管理	販売計画と管理	販売管理政策	2
		販売促進政策	4
財務管理	経営計算	財務管理と経営分析	6
情報化	情報化	小売業と情報システム	3
合計			40

ウ 講師

株式会社ウエストブレン

代表取締役 坂井浩二 氏

(福岡商工会議所の紹介による)

下の写真は、本年5月26日(金)16時10分から1時間、福岡県吉塚合同庁舎にて実施した事前説明会である。講師の坂井先生から本年度受講生に対して、販売士検定1級の内容と学習方法を説明していただいた。さらに、夏季休業中の研修会までの宿題として過去5年分の検定問題をいただいた。



4. おわりに

前述のとおり、本県においては、「マーケティング能力」育成の具体的な対応が遅れていた。それは、各校の「マーケティング」の開講状況及び履修者数、並びに販売士検定受験者数から明らかである。

昨年度、本県公立高等学校の商業学科卒業者の職種別就職状況は、事務職(36.9%)、販売職(16.6%)、サービス職(17.4%)、製造職(21.8%)、その他(7.3%)であり、2年前と比べると、事務職は微増しているものの、販売職は4ポイント減少している。企業が派遣社員等の非正社員を採用する動きを見せられている中で、本県「商業(Business)教育」におい

ては、生徒の販売職での正規就職を支援する取組を行わなければならない。

これまで、本県では簿記や情報処理といったいわゆる事務職対応の資格取得には先生方の努力により一定の成果を上げてきた。しかしながら、販売職への対応については、資格取得及び体験活動についてもこれからである。

多くの商品やサービスに溢れる現代社会において、それぞれの商品やサービスの特性を的確に説明する能力とともに、消費者の声を生かし新たな付加価値を有する商品・サービスを創り出す能力が求められる。それは、電器専門店などで洗濯機等の商品を購入する際、多くのものからどれを選ぶかは、販売員の説明に依るところが多いことから明白である。

また、某コンビニエンスストアのマーチャндаイジング部が製造業者と共同で商品開発を行い、毎週100アイテムもの新商品を店頭並べることから、消費者に一番近いところにいる商業教育が果たす役割が見えてくる。同社の商品開発力は、今や売上高の半分をオリジナルブランド品で占めるまでに成長している。

経済は、農業や工業等が作り出す商品とともに、商業が担当する商品説明能力及び商品開発力が両輪となって発展するものと言えよう。よって、「商業(Business)教育」に携わる我々は、「商業(Business)教育」の不易と流行を正しく見極め、経済発展をソフト面から支える人材育成を継続して行っていくことで社会的責任を果たしていきたい。

本県においては、新規事業を感謝の心で有効活用し、現代経済社会で求められる商業科卒業生を育成していく所存である。空き店舗等を活用した有店舗経営や電子商取引による無店舗経営を体験した生徒の中から、いつの日か本県経済を牽引する起業家が誕生することを期待するものである。