

静岡県における商業教育の今後の在り方

～静岡県産業教育審議会答申から～

静岡県教育委員会高校教育課 中澤 秀紀

I. はじめに

今日、少子高齢化の進行、知識・技術・情報等が社会の中心的な資源となる知識基盤社会への移行、経済活動のグローバル化等の社会変化の中で、生徒の興味・関心等の多様化は一層進み、それぞれの能力・適性に応じた教育の必要性が高まっている。こうした状況の中、専門学科だけでなく、普通科や総合学科で学ぶ生徒たちにも、望ましい職業観・勤労観とともに職業人としての基礎的な資質能力を育成することが求められており、職業教育のより一層の改善・充実と専門学科における体制整備が課題となっている。

このような時代の要請を踏まえて、静岡県産業教育審議会は、平成18年10月11日、教育長から「専門学科等における職業教育の改善・充実及び体制整備の基本方向について」諮問を受け、平成19年9月18日、答申として取りまとめた。

この答申をもとに、本県商業教育の今後の在り方についてまとめてみたい。

II. 審議の過程で浮き彫りにされた 「高校における商業教育の存在意義」

経済社会の発展に伴い経営管理・マーケティング等の機能がますます高度化し、商業高校から大学等上級学校への進学率が高まる中で、商業高校における商業教育の存在意義が問われている。具体的に言えば、「普通科高校から大学の経済学部、経営学部、商学部等へ進学する者と、商業高校から経済学部等へ進学する者との違いは何なのか?」、「普通科高校では、生徒は国語、数学、英語等の教科の基礎学力をしっかりと身に付けた上で進学し、大学等での専門的な学問に触れることによって、専門的職業人としての確かな基盤を形成することができる。これに対して、商業高校では、生徒は何を身に付けて進学し

たらいいのか?」、さらには、「社会体験や生活体験の乏しい高校生にとって、商業教育における経営管理・マーケティング等に関する内容を理解することは不可能なのではないか?」、「普通教科を中心とした教養を身に付けたほうが、長い目で見ると、職業生活に入ってからむしろ良い結果がでるのではないか?」など、これらの問いかけに対して明確な答えを出せなければ、高校における商業教育の存在意義は大きく後退してしまう。審議の過程で、このような「高校における商業教育の存在意義」を再考させられる場面に多く遭遇した。

高校教育においては、生徒の様々な進路希望に対応できるよう配慮することは当然のことであり、生徒の興味・関心、能力・適性、発達段階等に応じて、職業を意識した教育を行う必要がある。この点を見れば、後期中等教育は、前期中等教育と同じものとなってしまう存在意義を失ってしまう。これまでの高校における商業教育においても、将来の専門的職業人の基盤となる、商業に関する基礎的・基本的な知識・技術とともに、職業人としてのマナー・心構え・態度を身に付けさせてきた。しかも、職業を強く意識して、かつ、実務に可能な限り即して、体験的・实际的に学習させることによって身に付けさせてきたのである。このような教育は、普通科では不可能であり、商業教育によってはじめて可能となる。

また、「商業教育は人づくり」と伝統的に言われてきたように、人間と相対する学習場面を積極的かつ意図的に教育内容に取り入れるなど、商業教育はマナーだけでなく、対人関係能力やコミュニケーション能力の育成を従来から重視してきた。現在、経済社会の発展に伴う経営管理・マーケティング等の機能の高度化により、業務の過程や組織は複雑化している。したがって、単に個々の仕事を行うだけでなく、仕事全体の流れや組織についての知識・理解

を持たなくてはならないが、このような知識・理解も商業教育によって習得されているのである。

これらのことから、高校における商業教育の存在意義は、「職業」と「対人間」を強く意識した教育であることにあり、このことはキャリア教育の推進や教育の適時性等の観点から見ても、高校という発達段階における教育として適切であると考えている。

さらに大学の段階では、その基礎に立ってより一層充実した商業教育が行われ、その結果として、その個人にとどまらず商業教育全体の充実発展につながっていく。したがって、高校と大学等の商業教育は、どちらかで完結するというものではなく、相互補完的なものであり、密接な関連を保つことが、両者にとって望ましいものである。

以上のように、前述した問いかけに対する答え、つまり、高校における商業教育の存在意義を中核に据えて、本県商業教育の今後の在り方について審議を進めていったのである。

Ⅲ. 答申にこめた3つの願い

1 「精神性」の重視

生徒は学習を通じて、知識・技術などを身に付けるだけでなく、確かな知識・技術に裏付けられた精神的な成長を遂げる。さらには、このことを通じて社会の発展に寄与する。このような生徒の成長を実感できることは、教員という仕事の大きなよろこびである。別の言い方をすれば、背後にある理念や思想などを切り離して、知識・技術の習得のみに重点を置いて学習させることは、生徒の健全な価値観の形成や人格の完成までを意識した教育とは言えないのではないだろうか。

こうしたことから、専門教育である商業教育を通して、商業に関する専門的な知識・技術を身に付けさせるとともに、健全な価値観を形成し、さらには、経済社会の発展に貢献できる人間を育成したいと考えた。また、成熟した消費社会を迎えた現在、商業を学ぶことを通して、経済的価値だけでなく、精神的価値を重んじる態度の育成は不可欠であると考えた。

2 「商業教育の目指すもの」の明示

不易と流行という言葉があるが、商業教育はこれまで、公教育としての商業教育として行うべきことよりも、流行の部分と言える経済社会の変化への対応を優先してきたきらいがある。言い換えれば、経済社会のニーズに対して誠実に反応してきた結果と

して、商業教育の本質が世間に分かりにくいものとなってしまった面がある。いくつかの商業科目が、資格取得と結びつけることによってその教育内容を示すようになってきていることは、この一例である。

こうしたことから、今後、社会がどのように変化しようとも揺らぐことのない教育内容、また、一つの専門分野に特化せず、かつ、様々な専門分野に拡散しない教育内容、すなわち「商業教育の目指すもの」を示したいと考えた。そして、「どのような教育内容を通して、どのような資質能力を身に付け、どのような人材を育てようとするのか。」について明確にしようと考えた。

3 「学ぶ誇り」と「教える誇り」

商業科の授業は往々にして、問題演習を主として、解き方を丁寧に教えていく「解き方解説」や、教員が教えたことをそのまま生徒に行わせようとする「伝達講習」となる傾向がある。商業を学ぶ生徒たちに「学ぶ誇り」を持たせるためには、解き方解説、伝達講習から脱却し、商業科の各科目を学ぶ意義や経済社会との繋がり、商業活動の在るべき姿などを考え理解させる授業に転換する必要がある。

こうしたことから、上記のように「精神性」を重視しつつ「商業教育の目指すもの」を実践することによって、教員の力量を向上させるとともに、経済社会の在るべき姿を指向する授業を通じて、商業活動を担う者として必要な倫理観・商業的感覚などを生徒に身に付けさせることが可能になると考えた。また、このことを通して、商業を学ぶ生徒に対しては「学ぶ誇り」を、教える教員に対しては「教える誇り」を抱かせ、常に古くて新しい問題である教員の意識改革を推進したいと考えた。

Ⅳ. 答申の3つのキーワード

1 ソーシャル・アントレプレナーシップの育成

専門教育である商業教育を通して、健全な価値観を形成し、さらには、経済社会の発展に貢献できる人間を育成するため、起業家精神に、経済的な価値よりも社会的な価値を、ビジネスの手法を用いて創造し社会に貢献するという精神を加えた、ソーシャル・アントレプレナーシップの育成を大きな目標とした。

そしてこのソーシャル・アントレプレナーシップを育成するためには、ビジネスの手法を体験的に習得させるとともに、働くことは尊いことであり、働

くことを通じて社会に貢献しようという気持ちを身に付けさせることが大切である。このことから、前回答申（平成17年2月）で提言されている「新商品開発研究」、「商道德」、「長期インターンシップ」の取組等を、高等学校3年間を見通して、計画的かつ段階的に行うことを推進することとした。

2 社会・経済・産業を観る能力の育成

今後、社会がどのように変化しようとも常に必要とされる能力は、絶え間なく変化する社会・経済・産業の実態を理解し、分析し、評価する能力（社会・経済・産業を観る能力）であると考え、この能力の育成を大きな目標とした。

そして、この社会・経済・産業を観る能力を育成するためには、「もの・かね・ひと・情報」を客観的に把握できる能力を身に付けさせるとともに、経営戦略的な思考ができるようにすることが不可欠である。このことから、会計、情報、マーケティングの3つの分野の基礎的・基本的な内容を、計画的に学習させ、確実に身に付けさせることとした。

3 大学科類型制への移行

上記1、2に述べたとおり、「新商品開発研究」、「商道德」、「長期インターンシップ」の3つの取組と会計、情報、マーケティングの3つの分野の学習を通して、ソーシャル・アントレプレナーシップと社会・経済・産業を観る能力を身に付け、経済社会の発展に寄与する人材を育成することを、本県商業教育の大きな目標とした。

このような、商業教育として行うべき不易の教育内容を充実しつつ、経済社会のニーズの変化に対応すべき流行の教育内容を実践するためには、小学科制から大学科類型制へ移行することが有効である。また、各学校が、教育内容のより一層の充実や特色ある教育課程の編成に、より主体的に関わることができるようになることから、教員の学校に対する問題意識や課題意識が高まり、活性化につながる。これらのことから、本県商業教育の大きな目標を達成するために、大学科類型制に移行することが望ましいとした。

V. 今後の課題

今回の答申には、まず、個性の伸長の具体的方策について述べていない。大学科類型制へ移行することにより、不易の教育内容の充実は図ることができるが、その一方で、画一的な教育に傾斜する可能性

も否定できない。しかし、商業を特定の分野に特化することなく幅広く学ぶことによって、結果的に生徒ひとりひとりの持つ個性が開花するものと考えている。

次に、専門性深化の具体的方策についても述べていない。大学科類型制へ移行することにより、専門性の深化や入学時から目的意識を明確にすることができると、小学科の長所が失われる可能性がある。高校3年間でどこまで専門性を深める必要があるのか、大学に進学してから専門性を深めるための基礎的・基本的な学習に絞るのかなど、様々な課題が残されている。

最後に、資格取得についても述べていない。資格取得には、学習意欲の高揚につながる効果だけでなく、学習の成果を点検・評価できる点や資格を通じて関連する学問的意味を発見できる点など、様々な教育的効果がある。資格取得について「意味付け、意義付け」を行う必要がある。

これらの課題は残されているが、これらは各学校が生徒や地域の実情、各学校が立地している経済的条件等を踏まえ、それぞれの創意工夫を凝らし知恵を結集して、教育課程を編成することにより解決していくことだと考えている。

VI. おわりに

「変えてはならないものは変えない冷静さと、変えなければならないものは変える勇気と、それを識別する英知を、しっかり生かしていくべきだ。」という言葉がある。私たちの先輩教員が営々と継承・蓄積されてきた商業教育の魂を、不斷の教育改革時代の中で、決して見失うことのないように、この言葉を胸に「商業教育とは何か」を常に問い続けていかなければならないと思う。

これからも、本県商業教育が商業教育の王道を歩めるように、微力ながら最善を尽くしていきたいと考えている。

<参考>

「専門学科等における職業教育の改善・充実及び体制整備の基本方向について」

（静岡県産業教育審議会答申 平成19年9月）－抜粋－

第1章 前回答申の具現化に向けた取組に対する分析・評価

4 商業

前回答申（平成17年2月）において、商業教育の一層の充実を図る方策として、「新商品開発研究」、「商道德」等の学校設定科目の開設や「長期インターンシップ」を積極的に取り入れること等が提言された。この提言を受け、具現化に向けた取組が行われてきた。

（1）新商品開発研究

地域との連携の中で高校生の感性を生かした新商品の開発や起業について学ぶため、「新商品開発研究」を、商業に関する学科を設置する高等学校（以下「商業高校」という。）15校（全18校中、以下同じ。）で実施している。「マーケティング」等の商業科目で、一つの単位として取り組んでいる学校が多いが、学校デパート、チャレンジショップ等の取組の一部として実施している事例もある。

「新商品開発研究」の取組は、教員と生徒及び生徒同士の協働作業により、課題解決に向かって学習する点に大きな特徴がみられる。また、この取組においては、「地域の特産品の商品価値をいかにしてより高めるか」などを課題とし、グループ学習を積極的に取り入れる中で学習方法、学習形態等が工夫改善され、教員の教科指導力の向上に結びついている。

この取組に当たっては、新商品を作ることにのみ価値を置くのではなく、人に頼らず独創的に取り組む姿勢、自らプロジェクトを起し自ら解決する態度等を身に付けさせることに重点を置いて指導していく必要がある。

（2）商道德

地域の企業や起業家の事例研究を通して、企業の果たすべき社会的責任を理解し、望ましい職業倫理について学ぶため、「商道德」を商業高校15校で実施している。「ビジネス基礎」等の商業科目で、一つの単位として取り組んでいる学校が多いが、学校デパート、チャレンジショップ等の実体験の中で実施している事例もある。

規制緩和の進行に伴い容易に起業できる環境が整う反面、法令遵守、企業倫理等の重要性は、世界的潮流として、以前にも増して高まっている。このような状況の中、「商道德」の取組は時宜を得たものであり、21世紀を生きる職業人を育てるには必要不可欠な教育内容である。

この取組に当たっては、生徒の夢をはぐくむことに配慮しつつ、企業や起業家の成功事例等を教材と

して取り上げ、その成功に至るまでの過程を探究させるなどの工夫が必要である。また、その事例を高等学校3年間で学ぶ他の科目と関連付けて継続的に扱うことも効果的である。

（3）長期インターンシップ

就業体験は、商業高校16校で実施しており、実施期間は2～4日の例が多いが、年間を通して行うような、「長期インターンシップ」を実施している学校も2校ある。

「長期インターンシップ」は、望ましい職業観・勤労観等、職業人としての基礎的な資質能力の育成に役立つだけでなく、年間を通して行うことにより、職場での様々な体験を得ることや所属意識を醸成することができる。また、学校で学んでいる専門的な学習が、職場の実際の場面にどのようにつながっているかについて知ることができ、キャリア教育の推進につながる非常に意義深い取組である。

この取組に当たっては、高等学校3年間を見通して、第1次産業、第2次産業、第3次産業の様々な産業・職種を計画的かつ段階的に経験させることによって自己の職業適性の発見につなげたり、高大連携との関連を図ることによって将来更にその専門性を深めていきたいという学習意欲を高めたりするなどの方法も考えられる。

第2章 専門学科等における職業教育の改善・充実

1 今後の専門学科における職業教育及び学科改善の在り方

（4）商業

ア. 基本的な考え方

（ア）社会・経済・産業を^み観る能力の育成

我が国においては、高度経済成長を経て成熟した工業社会から、知識・技術・情報などが社会の中心的な資源となる知識基盤社会への移行が進みつつあり、産業構造は、サービス業・知識集約型産業を中心としたものに変化している。

このような時代においては、自ら新しい知識・技術を習得し、それを総合的・応用的に活用することによって、従来にない価値を創造する力が求められる。

こうしたことから、商業を学ぶ生徒に対しては、絶え間なく変化する社会・経済・産業の実態を理解し、分析し、評価する能力（社会・経済・産業を^み観る能力）を育成していく必要がある。

（イ）ソーシャル・アントレプレナーシップの育成

これまで日本経済を支えてきた日本の経営、雇用慣行等の見直しが求められ、様々な分野で構造改革と規制緩和が進行している。

このような時代においては、日々の仕事に自律的に取り組むことで、新たに課題を発見し、その課題を解決するための工夫改善を継続する精神（起業家精神）が求められる。

さらに、法令遵守や企業倫理の重要性も高まっており、企業の社会的責任は従来にも増して求められるようになったことから、商業を学ぶ生徒に対しては、起業家精神に、社会的な価値の創造を重視するという精神を加えた、「ソーシャル・アントレプレナーシップ（社会起業家精神）」を育成していく必要がある。

イ. 具体的方策

具体的方策として、次のような観点に立って、検討する必要がある。

(ア) 会計、情報、マーケティングの3つの分野の重視

社会・経済・産業の実態を理解するためには、それらを構成する4つの要素である「もの・かね・ひと・情報」を客観的に把握できる能力を身に付けることが不可欠である。

このことから、企業の経営状況を明らかにし、企業価値を高めるための知識・技術を学ぶ会計分野、企業の意思決定に不可欠な情報を効果的に活用するための知識・技術を学ぶ情報分野、4つの要素のすべてを合理的に活用し、企業の最適な意思決定と顧

客満足を実現するための知識・技術を学ぶマーケティング分野は、それぞれ欠かすことのできない重要な学習分野である。

こうしたことから、商業を学ぶすべての生徒に対し、会計、情報、マーケティングの3つの分野の基礎的・基本的な内容を、計画的に学習させ、確実に身に付けさせることが大切である。

(イ) 前回答申の具現化に向けた取組の一層の推進

ソーシャル・アントレプレナーシップを育成するためには、仕事に対する前向きな取組の姿勢（強いジョブ・アンカー）と、社会に貢献しようと誇りを持って働く気持ちを身に付けさせることが大切である。そのためには、商業活動を具体的な事例を通して体験的に学習させることが望ましい。

こうしたことから、前回答申で提言されている「新商品開発研究」、「商道德」、「長期インターンシップ」の取組等を、高等学校3年間を見通して、計画的かつ段階的に行うことを推進する必要がある。

(ウ) 3つの分野を総合的に学ぶ学科の設置

上記（ア）及び（イ）のためには、学科改善の在り方として、会計、情報、マーケティングの3つの分野を総合的に学ぶことができる学科を設置し、その中に各類型を置くことが望ましい。

なお、「流通経済科」、「会計科」、「情報処理科」等の複数の学科を併置する場合には、学科の枠を越えて共通に履修できる科目を増やしたり、学科の変更を希望する者にはそれを認めたりするなど、弾力的に運用する必要がある。

