

じつきょう

商業教育資料 No. 126 通巻414号



愛知の商業教育とケースメソッド教育

～商業だからできる、商業でしかできない
全ては子どもたちの笑顔のために～

名古屋商科大学 渉外部門
元愛知県立愛知商業高等学校長

川口 宗泰

1. はじめに

2021年度の公立高等学校入試において愛知県全体で2,600名を超える欠員があった。この厳しい状況下で、私は愛知の商業教育の拠点校である愛知県立愛知商業高等学校に赴任すると同時に、愛知県教育委員会が推進する「県立高等学校将来再編構想」の商業科の根本的な改革のまとめを担うこととなった。

愛知県下の県立工業高校は全て工科高校に校名変更されたように、県立商業高校の校名変更も検討される中、県内商業科教員には「マーケティングを生徒に指導している商業科設置高校がこれまで中学生を商業科に呼び込むブランド戦略を立ててきたのか、また、マーケティングの原則に従うなら顧客のつかない企業は事業を継続することは許されず、市場から撤退しなければならない」と強く訴えかけた。

このような状況の下でのケースメソッド教育を中心とした愛知の商業教育の実践をまとめてみる。

2. 愛知の商業教育

2021年から毎月商業校長会にて「経済社会とリンクした実践的な商業教育のリニューアル」をテーマに商業科改革について検討を重ね、グローバルビジネス科、ITビジネス科、会計ビジネス科、地域ビジネス科への学科改編を果たした。

学科改編では単なる名称の変更に留まらず、真に商業科が生まれ変わる方策が検討された。具体的には、ドローンやメタバース空間を活用したデジタル人材の育成、地域創生やSDGsの視点をもった地域の社会人を招へいすること等による生きたビジネスの体感、中部アイティ共同組合、名古屋税理士会等との連携によるインターンシップやアルバイトを活用しながら新規雇用の開拓、専門学校等との連携による高度資格取得を目指す体制の構築、オフィスカジュアルやオフィスメイク、キッチンカー、インスタ等SNSへの発信などビジネスの視点を取り入れた学校生活の体現を目指すこととした。

も く じ

愛知の商業教育とケースメソッド教育	1	授業実践 Part1 会計分野における	
商業高校における思考力の育成と『疑似体験』の価値	6	探究的なアプローチと会計人材の育成	23
課題解決型学習（PBL）を通じた非認知能力の育成と評価の在り方	10	授業実践 Part2 「作れる」から「売れる」へ	25
商業高校の学びは、社会でどう生きるのか	14	「のれん」に隠された背景を推察する力の育成	27
「2026 ミライ起業 LABO」が繋ぐ		みのる先生のお悩み相談	
商業教育のヨコの輪	19	～実教のデジタルで解決！～	32

当初、オフィスカジュアルの実施では、なぜ私服登校なのか、誰が指導するのかといった声も聞かれたが、「商業高校で実際に本物のビジネスを学ぶのは当たり前、普段から商業は実学と言って私たちがそれを実践できなければ、商業高校の存在価値はない」と先生方に説明し実施へと踏み切った。実際に行ってみると当初の心配は嘘のようにスムーズにオフィスカジュアルを着こなし、さらに発展させた取組であるオフィスメイクでは、PTA、同窓会、企業などの賛同も得て現在も継続して取組を進めている。

また愛知商業高等学校の学校案内では、「15歳で社会に挑め。大人になるまで、大人しく待つつもり？」をキャッチコピーに、これまでの学校の常識や校則とは全く異なるビジネスを踏まえた視点での「商業だからできる、商業でしかできない取組」を全面に押し出し中学生からの高い支持を得ている。



愛知商業高等学校 オフィスカジュアル・オフィスメイク



愛知商業高等学校 学校案内

3. ビジネスの視点を踏まえた授業実践「ケースメソッド」

学校での活動の中心はなんと言っても授業である。遠足や修学旅行の前の夜、ワクワクドキドキして眠れないそんな経験を誰もがしている。そんな

ワクワクする授業を私たちは提供できているか。これまでの商業高校では、一方的に知識やテクニックを教え込み、生徒は授業を聞いているだけ、分かったつもりになっていなかったか？検定を取得するものの真の意味で人生100年時代のビジネス社会に耐えうる生きる術を与えてきたのか？生成AIが人間の能力を大きく超えるパワーを持ちつつある中、単なる知識や問題を解くテクニックだけでは、これからのビジネス社会では必要とされない。商業高校での指導と実際に社会で求められる能力が乖離している現状を私たちは受け入れるべきである。変わらないのは生徒でなく、学校や私たち教員であることを認識すべきである。

私はこれらの乖離の解消方法を模索しながら、ある時、名古屋商科大学でのケースメソッドに出会い、深い衝撃を受けた。授業では社会での実例(ケース)を元に、学生たちは学びの共同体を構築しながら絶対解のない社会での最適解を主体的に求めている。学生の誰もが真剣で、ある意味学びを楽しんでいた。

【ケースメソッドの特徴】

- ・ケースメソッドとは、参加者を中心とした探究型学修を指し、1921年にハーバード・ビジネス・スクールで誕生した教育手法である。日本ではアクティブラーニングなどとも呼ばれる。
- ・伝統的な講義形式の授業と異なり、単なる知識の伝達に留まらず、知識を生かす力を養おうとする。
- ・ケースメソッドの最大の特徴は「正解がない」議論を教員が教室内でハンドリングしなければならない点である。正解・解答がある課題を教えることはそれほど難しくないが、ケースメソッドが目指すのは、正しい「知識」の修得ではなく、参加者個人の「判断力や表現力」を高めることである。
- ・教員には参加者それぞれにとっての「納得解」を議論の中から引き出すファシリテーション能力が求められる。
- ・ケースとは、主人公が実際の社会で悩んでいる状況を描いた一種の物語である。参加者はその主人公の立場で考え、判断するトレーニングを行い、自分の意見を授業の中で発言する主体性を身につけることができる。参加者はリアルな教材に基づく課題を予習し、グループに分かれてどう対応すべきかを議論し、一人では思いつかなかった視点や考え方に気づくなど有意義な学修体験が可能となる。

早速愛知県商業教育振興会は名古屋商科大学との連携協定を締結し、マーケティング部会において名古屋商科大学竹内伸一教授や小野裕二教授から指導を受けながらケースメソッドの運営方法やケースライティングなどを学び始めた。当時部会に参加する高校には「本気でケースメソッドに取り組み実際に授業で展開できる気概のある先生だけに部会に参加してほしい」と呼びかけた。参加した教員は科目「ビジネス基礎」で活用できる高校生向けのケース教材をそれぞれが作成し、「日本ケースセンター」に10本の高校向けケース教材を掲載している。さらに現在では会計部会やビジネス情報部会でもケースメソッドに取り組んでいる。

また、愛知県教育委員会では、愛知県独自のビジネス探究プログラムを開発するため、名古屋商科大学に事業委託し、ケースメソッドからのPBL（課題解決型学習）、さらにはアントレプレナーシップ教育へとつながる3年間にわたる系統的なビジネス教育を推進している。特に全ての県立商業科設置校の科目「ビジネス基礎」の授業において、ケースメソッドに取り組んでいることは特筆すべきである。

ただし、ここでも学校には年間最低5回のケースメソッド授業を展開すればよいことを示し、先生方の心理的なハードルを低くする工夫をしている。また、「知識の伝達や検定への対応が難しくなる」と言った先生方の声に対しては、ケースメソッドで学ぶ楽しさを知った生徒が知識の習得や検定取得にも一層前向きになることも示した。

愛知県では、こうしてケースメソッドを活用しながら、生徒はビジネスの学びを楽しむとともに、高校生活そのものをワクワクドキドキする商業高



愛知県商業教育振興会と名古屋商科大学との連携協定締結

校へ変革することに成功した。

中学生に対する体験入学でも積極的にケースメソッド授業を体験してもらうなどにより、愛知商業高等学校の高校入試では、県内でも有数の志願者数を誇るようになった。入試の面接において志望する中学生は「愛知商業でケースメソッド授業を受けたい」と志望理由をあげるようになり、保護者までもが「愛知商業で学びたい」と言わしめるまでになっている。

同時に、私がケースメソッドに出会ったことにより根本的に変わったのが、校長としての経営に対する考え方である。校長は学校経営を任せられながら、「経営とは何か」を誰からも教えられずに日々をすごしてきた。経営のノウハウを理解せずに活動する経営者が成功するわけがない。私は、ケースメソッドに触れながら、「学校のKFS（重要成功要因）は何で、どのような経営戦略を持っているのか？」を真剣に考えるようになった。商業高校のKFSは生徒を就職させることか？遅刻欠席の数を少なくすることか？厳しい校則に従う生徒を育てることか？静かに黙って授業を聞かせることか？SWOT分析により商業高校の何が脅威で強みか理解しているか？何を達成すれば学校経営上の成功なのか？愛知県の商業高校長は真剣に「学校経営が何か？」に向き合い、実践するようになった。

授業においても、小学校では授業の最初に黒板に本時の授業の目的「目当て」を書く。一方高校の授業では何ができたらゴールなのかを示すことなく、1時間説明し続け、後出しジャンケンのように小テストや定期考査を行い、これを評価と称する。これまでの教育活動を真摯に見つめ直し、ビジネスの視点で新たな取組を創造する、それこそが私たちのケースメソッドを核とした活動だった。

もう一点大切なことはこうした戦略の目的の主語が誰になっているかである。往々にして私たちは「教員がいかに活動するか」に焦点を当てがちであった。地域連携、商品開発、外部講師の招へいなど教員は「生徒のために」の旗印のもと様々

な教育活動を行ってきたが、そこには生徒の満足する気持ちが汲み取られていたのか。生徒や保護者が望んでいる活動なのか、生徒を成長させているのか。学校のためでなく、生徒のために何ができるのか、どうすれば生徒が主役になれるのか、生徒が笑顔で過ごせるのかを考え実践することで商業教育は確実に変わっていく。ビジネスにつながる商業高校だからこそ魅力的な商業教育が実践できる。そのための起爆剤となるのがケースメソッド教育である。

4. 全国の商業科設置校の訪問とケースメソッド授業の実践

令和7年4月名古屋商科大学に入職後、半年間で全国47都道府県の主な商業科設置校を訪問した。どの高校も伝統的なトーク&チョークを用いた一方的な知識伝達や、検定中心のこれまでのティーチングには無理があると感じている。また、これからの教育のあり方として、「コーチングやファシリテーションが重要だ」ということも承知している。同時に、現状を変えられないもどかしさを感じながらも、自らが未体験である新たな教育実践に一步踏み出せない先生も多く見られる。また、高校を訪問する中でケースメソッドを紹介すると「確かにケースメソッドは素晴らしいと思うけど、うちの高校は大人しい生徒が多いから発言できない、うちは拠点校でもないから無理」などの声も多く聞かれた。

そんな時先生方には「ケースメソッドができないのは、生徒に力がないからでなく、先生が失敗を恐れ一步踏み出すことをためらっているからです。ビジネスは失敗するのが当たり前。生徒はきちんと感じているし、考えてもいます。最初から思ったように発言できなくても当たり前。それができるようにするのがケースメソッド。ケースメソッドの魅力は①脳みそのゾワゾワ感、②共振する力と余韻、③そしてスッキリ感でなくモヤモヤ感。教員は生徒に教え込むのではなく、ケースメソッドでは学びの共同体でのお互いが盟友。先生がまず失敗を恐れずケースメソッドのファースト

ペンギンになってください。」と説明している。

このような状況の中、様々な県における商業教育研究会での講演や研修会にお招きいただきケースメソッドを紹介すると、参加された先生方のわずかな希望となれたのか、多くの高校から「実際に生徒に授業を実践していただきたい」「自分たちも参観してみたい」とのご要望を受け、現在では全国の高校へ出かけケースメソッド授業を展開している。

仙台市立仙台商業高等学校では、先生ご自身で独自のケースを作成され、授業を実践されている。私自身も訪問するたび、先生方のケース授業を参観させていただきながら、私もケース授業を実施している。



長崎県立佐世保東翔高等学校でのケース授業



仙台市立仙台商業高等学校の先生によるケース授業

5. 生成AIを活用したケースライティング事例

一例として科目「情報処理」で活用するための生成AIへの指示例を示す。以下の指示を生成AIに投入しケースライティングを体験していただきたい。

【依頼事項1】

- ・高等学校教科「商業」科目「情報処理」で活用するケース教材を作りたい。
- ・内容は指導項目「ビジネスにおけるプレゼンテーション」とする。
- ・ケースの内容には、必要であれば多くの商業高校で1年生が履修する科目「ビジネス基礎」「簿記」に関連づけた内容を盛り込みたい。
- ・高校生が50分間の授業で活用できるものとする。
- ・単なる物語や事例でなく、困りごとや課題を抱えた主人公や登場人物の課題を授業内で高校生がディスカッションできる内容とする。
- ・セリフをふんだんに取り入れた理解しやすいストーリーとし、読み手が感情移入し自分ごととして感じられるようにしたい。
- ・文字数はA4判で800～1,000字程度とする。

【依頼事項2】

- ・設問を4問準備してもらいたい。
- ・設問には必要に応じて教科「商業」の科目「ビジネス基礎」「簿記」に関連づけた内容を盛り込みたい。
- ・単なる唯一の正答を問うものでなく、絶対解のない様々な考えを表現できるものとする。
- ・広く浅い誰もが答えられるような設問1から、設問2、設問3と進むにつれ深い問いかけとなるようにする。
- ・設問4は、「今日は何を学び、今後の自分の学びにどう活かしていきたいのか？」とする。

【依頼事項3】

- ・依頼2に対する、模範解答を示して欲しい。
- ・解答は高校生でも十分思いつく内容とする。

生成されたケース教材に対して、ファクトチェックを行うことは言うまでもない。追加の指示を与えたり、様々な生成AIに投入した結果を適宜組み合わせたりすることによって、より授業の目的にあったケースとすることができる。

ケースメソッドは教科「商業」だけで活用できるものではない。教科、科目、指導項目を変更することにより、あらゆる授業に対応したケースを作成することができる。その結果、学校全体で探究活動を行うことができ、結果として彼らが学校力となり、真の意味での学校のブランドになる。

6. 最後に

本稿の最後に全国の先生方へのメッセージで締めくくる。

「皆さんの学校にブランドはありますか？『〇

〇高校と言え〇〇』中学生にそうしてもらえることがブランディング、選ばれる学校。

愛商のキャッチコピーは『15歳で社会に挑め、大人になるまで大人しく待つつもり？』、『愛商だからできる、愛商でしかできない』。

その基盤となるのが『全ての教育活動にビジネスの視点を』、そして何よりも忘れていけないのが『全ては子どもたちの笑顔のために』。

皆さんの学校の活動は誰のためのものですか？生徒や保護者、社会はその活動を本当に望んでいますか？少し視点を変えると見える風景も変わります。

生徒をビジネスの世界に導くためのエンジンがケースメソッド。ケースメソッドは難しいと感じるのは先生方の思いこみ。何も身構える必要はなく、明日にでも始められる手法。なぜなら、ケース教材は世の中にたくさんストックされており、生成AIなど最新のテクノロジーも後押ししてくれるから。先生方は一歩踏み出すだけ。安心して失敗を体験できるのがケースメソッド。それが今、本当に求められている教育。先生方も安心して失敗しましょう。生徒の笑顔は皆さんの目の前に広がっています。」

参考文献

高木晴夫監修・竹内伸一著 (2010)『ケースメソッド教授法入門—理論・技法・演習・ココロ』慶應義塾大学出版会

Web サイト

名古屋商科大学 Web サイト

「Case Method ハーバード流ケースメソッド」

<https://www.nucba.ac.jp/faculty-and-research/active-learning.html>

(2026年6月30日閲覧)

筆者へのお問い合わせ

muneyasu_kawaguchi@nucba.ac.jp（それぞれの高校でのケースメソッド授業の実施や各種研修会での講演への依頼など、お気軽にご相談ください。）