

商業教育検討委員会報告書

平成 2 9 年 2 月

商業教育検討委員会

はじめに

平成 28 年 1 月、学識経験者や産業界の代表者などからなる商業教育検討委員会が設置された。

都立高校の商業科は、卒業生の約半数を占める就職者の多くが事務職等の専門性を生かした進路を選択するなど、商業科としての役割を果たしてきた。他方、ビジネスを取り巻く環境が大きく変化する中で、企業は簿記や会計等に係る知識や技術はもちろんのこと、「ビジネスを考え、動かし、変えていくことができる力」を備えた人材を求めている。このため、これからの商業科は、学習した専門的知識・技術等を将来実社会で活用できる、より実践的な商業教育を展開する必要がある。

本検討委員会では、このような課題認識の下、「都立高校改革推進計画・新実施計画」（平成 28 年 2 月公表）において示された、東京の産業やビジネス活動について調査・研究する学校設定科目の指導内容や指導方法の開発、産業界と連携した授業をより一層推進するための組織の設置など、ビジネスを実地に学ぶ商業教育への改革に向けた具体的な取組方策などについて、4 回にわたり議論を重ねてきた。その検討結果を、ここに報告書として取りまとめた。

今後、都立高校の商業科が、産業界が求める資質・能力や態度を育成して、生徒の卒業後の自己実現につなげるとともに、地域産業をはじめとした経済社会の発展を担う職業人を輩出する責務を果たしていくために、本報告書がその礎となることを期待する。

平成 29 年 2 月  
商業教育検討委員会

## 目次

### はじめに

1 商業教育改革の必要性	4
2 目指すべき方向性	5
3 具体的取組	6
参考資料	14

## 1 商業教育改革の必要性

これまで、都立高校の商業科は、簿記実務検定や情報処理検定などの資格取得に資する教育を積極的に進め、検定の合格実績等を確実に積み重ねてきた。その結果として、卒業生の約半数を占める就職者が、事務職をはじめとする商業科で身に付けた専門性を生かした産業分野への進路実現を果たしてきた。さらに、近年では産業構造の変化もあり、生徒の就職先は多様な産業分野へと拡大している。このように、都立高校の商業科は、ビジネスの各分野に関する専門的な知識や技術などを身に付けた生徒を社会へ送り出すという役割を十分に果たしてきたと言える。

他方、平成 25 年度に保護者や産業界等に対して実施した今後の専門教育の在り方についてのニーズ調査等（平成 26 年 3 月、東京都教育庁都立学校教育部）の結果を見ると、保護者からは「資格取得のための学習」、「専門技術、専門分野の学習」とともに、「実際のビジネス活動を体験する機会の充実」が、産業界からは「企業や商店街等との連携の強化」や「インターンシップの充実」など、「企業等における仕事を理解する場の拡充」が求められていることが明らかになった。現行の高等学校学習指導要領（平成 21 年 3 月、文部科学省告示）においても、地域や産業界との連携・交流を通じた実践的な学習活動や就業体験を積極的に取り入れるとともに、社会人講師を積極的に活用するなどの工夫に努めることを専門教育に求めている。こうした中、一部の商業高校では模擬株式会社を立ち上げ、地元の企業や商店街等と連携して、校内や近隣に店舗を構えてオリジナル商品を開発・販売するなど、実践的な取組を授業に導入している。

生徒が多様な産業分野に進出している中で、都立高校の商業科は、生徒が希望する進路選択を実現でき、かつ、産業界が求める人材を社会に送り出す専門学科としての役割を果たすべく、絶えず変革を図る必要がある。具体的には、保護者等からのニーズの高い資格取得や検定合格等に資する教育はもとより、産業界のニーズを踏まえて、商業高校で学習した専門的な知識・技術等を実社会で活用できるレベルまで高められるよう、企業や地域との連携を図り、ビジネスを実地に学ぶことができる、より実践的な商業教育を展開する必要がある。現在、都立高校の商業科には、既にこうした先進的な取組を進める事例もあるが、一部にとどまることから、都立高校の商業科全体の取組として普及・定着を図るために、商業教育の改革に取り組む必要がある。

## 2 目指すべき方向性

都立高校の商業科の現状や保護者、産業界等のニーズを踏まえ、(1) これからの商業高校で育てたい生徒像、(2) これからの商業高校の姿、(3) これからの商業教育の方向性を次のように掲げる。

### (1) これからの商業高校で育てたい生徒像

＜ビジネスを考え、動かし、変えていくことができる生徒＞

ア ビジネスの諸活動の現状や変化などの在り方について理解できる生徒

イ ビジネスに必要な情報を収集し、活用できる生徒

ウ 様々なデータから企業の経営活動や財務活動等の状況が分析できる生徒

エ 新たなビジネスを提案し、その内容を情報発信できる生徒

＜高校での学習・生活全般を通してビジネスに必要なその他の力を身に付けた生徒＞

ア コミュニケーション力、協調性、主体性を身に付けた生徒

イ 思考力、判断力、表現力、実践力を身に付けた生徒

ウ 社会人基礎力（規範意識・倫理観、人間性、チャレンジ精神など）を身に付けた生徒

エ 身に付けた知識等を活用し、新たな価値を創造できる生徒

### (2) これからの商業高校の姿

ア 様々な授業の場面で企業等と連携し、生徒がビジネスの諸活動に必要な知識や技術を主体的、かつ、意欲的に学習することができる学校

イ 調査・研究、成果発表会などの機会を充実し、ビジネスの諸活動で積極的に活躍できるための能力を高め、地域の経済を支える中核的人材を育成する学校

### (3) これからの商業教育の方向性

ア 地域の資源を活用した商品開発や地域産業の振興方策を調査・研究するなど、企業等と連携した授業を通して、ビジネスの諸活動を実地に学ぶ機会を拡充

イ 商業高校がこれまで大切にしてきた資格取得等による知識と技術の習得に加え、調査・研究の機会を系統的・計画的に設け、創造的な能力と実践的な態度を育成

ウ これらの取組を継続的に実施するための成果発表会の実施や顕彰制度の創設、連携企業等との連絡調整を行うためのコンソーシアム<sup>(注)</sup>の構築や教員研修の充実

---

(注) コンソーシアムとは、共同での事業の推進や成果の共有など、ある目的のために形成された、複数の企業や団体の集まりのことである。

### 3 具体的取組

これからの商業教育の方向性を踏まえ、具体的には以下の取組を進める必要がある。

#### (1) ビジネスの諸活動を実地に学ぶための補助教材の開発と学校設定科目の設置

産業界が求める「ビジネスを考え、動かし、変えることができる生徒」を育成するには、1年次から3年次まで一貫して、ビジネスの諸活動を実地に学ぶ機会を提供することが必要である。

このため、1年次の「ビジネス基礎」において、新たに作成する補助教材「東京のビジネス」を使用し、東京や地域のビジネスをはじめ、身近な企業等についての調査・研究を行う。2年次には、全日制の商業高校の必履修科目として新たに学校設定科目「ビジネスアイデア」を創設し、その履修を通して新たなビジネスの提案等に関する実践的な学習を行う。そして、3年次には、「課題研究」において、ビジネスに関する課題を自ら設定し、その解決を図る学習を行うことによって、産業界が求める創造的な能力や実践的な態度を育成する。

#### ア 補助教材「東京のビジネス」を使用した学習

##### (ア) 学習のねらい

東京の産業やビジネスに関する基礎的な知識と技術を、調査・研究を通して習得させるとともに、経済社会の一員として、ビジネスの諸活動に適切に対応することができる能力と態度を育むことをねらいとした学習とすべきである。

##### (イ) 学習内容

高等学校学習指導要領に定める原則履修科目「ビジネス基礎」の中で「東京のビジネス」を学習することとし、授業においては「ビジネス基礎」の検定済教科用図書と、都作成の補助教材「東京のビジネス」を使用し、ビジネスに関わる基礎を学ぶこととすべきである。

また、指導に当たっては、実際にビジネスに関わる企業経営者等の外部講師による講話、地域企業についての調査、地域経済活性化に係る調査・研究など、ビジネスの諸活動を実感することができる活動を重視すべきである。

##### (ウ) 補助教材の内容

補助教材のテーマ構成、各テーマごとの主な記載項目は次のとおりである。編集に当たっては、東京の産業やビジネスに関する基礎的な知識と技術を調査・研究を通して習得させる趣旨から、多くの演習問題を盛り込んだワークシート形式の補助教材となるよう、留意すべきである。

##### a 私たちの東京

##### (a) 東京の規模

- (b) 東京の地理
  - b 江戸から東京へ
    - (a) 江戸の成り立ち
    - (b) 江戸から東京へ
  - c 東京の経済
    - (a) 経済活動
    - (b) 東京を支える物流網
  - d ビジネスの諸活動
    - (a) ビジネスの担い手
    - (b) 市場と価格
    - (c) マーケティング
    - (d) 企業の活動
  - e 地域産業
    - (a) 地域社会
    - (b) 地域の産業
  - f 調査・研究
    - (a) (演習①) 地域の活性化
    - (b) (演習②) ビジネスプラン
- (エ) 学習計画案

1年間を通した主な学習計画は次のとおりである。

		使用教材	
		教科書「ビジネス基礎」	補助教材「東京のビジネス」
一学期	4月	1 商業の学習ガイダンス	——
		2 ビジネスとコミュニケーション	
	5月	3 経済と流通の基礎	1 私たちの東京 2 江戸から東京へ 3 東京の経済
	6月	4 ビジネスと売買取引	4 ビジネスの諸活動
7月			
二学期	9月	5 企業活動の基礎	5 地域の産業
	10月		
	11月		
	12月		
三学期	1月	6 調査研究	
	2月		
	3月		

## イ 新科目「ビジネスアイデア」の履修

### (ア) 学習のねらい

起業等に関する課題の発見と解決を図る学習を通して、マーケティングに関わる専門的な知識と技術を習得させ、ビジネスについて創造的に考える能力と態度を育てることをねらいとした学習とすべきである。

### (イ) 科目の概要

指導に当たっては、新たなビジネスモデルやビジネスアイデアの創造をテーマとして設定し、マーケティングに関する知識と技術の習得及びビジネスを提案できる能力と態度を育成する。その際、班単位でのグループ学習を多用するとともに、アクティブ・ラーニング等の視点に立った授業を行うべきである。

また、ビジネスの現状について理解を促すため、会社経営者や商店主など外部講師による講話や地元商店街でのフィールドワークを実施するほか、ビジネスアイデアを考えるため、様々な思考ツール（KJ法、ロジックツリー、マインドマップ、SWOT分析、BMG<sup>(注)</sup>など）を活用すべきである。

年度末には、学習の成果を発表する機会として、ビジネスアイデアの発表大会を開催すべきである。

### (ウ) 指導の内容

テーマ構成、各テーマごとの主な指導項目は次の通りである。

なお、学校設定科目では、授業内容に準拠した検定済教科用図書がないことから、実際の指導に当たっては、市販のテキスト等を活用することを提言する。

- a ビジネスと商品・サービス
  - (a) 商品・サービスとその価値
  - (b) 販売活動と販売チャンネル
  - (c) 市場と顧客
- b 企業の活動
  - (a) 価値の創造と提供
  - (b) 企業活動と経営資源
  - (c) 企業間の連携
- c 企業の収益構造
  - (a) 企業活動と利益の源泉
  - (b) コスト構造

---

(注) BMG (Business Model Generation (ビジネス・モデル・ジェネレーション)) とは、コアとなるツール「ビジネスモデルキャンパス」を使って、新しいサービスやソリューションをビジネス化するための考え方や、既存のビジネスモデルを改善するためのプロセスの検討を可視化するためのメソッドである。



- d ビジネスアイデア
  - (a) 地域を生かしたビジネス
  - (b) 社会に役立つビジネス
- e 調査・研究
  - (a) (演習①) 課題に基づくビジネスアイデア創造
  - (b) (演習②) 自由課題によるビジネスプランの調査・研究
- (エ) 学習計画案

1年間を通した主な学習計画は次の通りである。

		学習内容	備考
一学期	4月	1 ビジネスと商品・サービス	様々な思考ツール（KJ法、ロジックツリー、SWOT分析など）を活用し、ビジネスについて考えさせる。
		2 企業の活動 ○中間プレゼンテーション ○プレゼンテーション・まとめ	
	5月		
	6月	3 企業の収益構造	
二学期	7月	○中間プレゼンテーション ○中間レポート提出	ビジネスの起業等にかかる費用や継続性を見据えた収益構造について、BMG等を活用して考えさせる。
	8月	<自由研究>	
三学期	9月	○プレゼンテーション ○レポート提出	ビジネスアイデアの発表大会に向けた取組
		4 ビジネスアイデア	
	10月	○中間プレゼンテーション	
	11月	○プレゼンテーション	
三学期	12月	○企画書提出	
	1月	5 調査・研究	3年次の課題研究への接続を見据えた取組
		2月	
3月	○プレゼンテーション ○レポート提出		

## (2) 生徒の学習意欲の喚起

(1) で示したとおり、今後、商業高校においては、創造的な能力と実践的な態度を育成するため、「ビジネスアイデア」を学校設定科目として設けるなど、探究型の学習活動を推進することが必要である。

こうした学習活動に対する生徒のモチベーションを高め、積極的な取組を促すため、ビジネスアイデアの発表大会や、新たな顕彰制度を設ける必要がある。

### ア 「商業高校生ビジネスアイデア発表大会」の開催

#### (ア) 趣旨

「ビジネスアイデア」を学んでいる生徒が、独自の発想を生かした新たなビジネスモデルや、地域の身近な課題、環境問題などの社会的な課題を解決するためのビジネスプランを発表することを通し、各校、各生徒が互いに切磋琢磨しながら、探究型学習の成果を的確にまとめるとともに、分かりやすく伝えることができるプレゼンテーション能力等を向上させることを期待した全都的な取組として、開催する必要がある。

(イ) 概要

実施要項で示されたテーマに基づき、生徒が授業等において立案したビジネスアイデアを企画書にまとめて提出し（12月まで）、その中から書類選考等により選ばれた10プラン程度につき、プレゼンテーションにより発表する大会を開催する（3月）。最優秀賞、優秀賞、審査員特別賞及び優良賞を授与することが考えられる。

(ウ) 運営

本大会は、東京都商業教育研究会主催の下で、商業高校の教員が運営することが望ましい。また、審査、表彰に当たっては東京都教育委員会が協力することが考えられる。

イ 商業高校生の新たな顕彰制度（ビジネスGP（Good Practice）<sup>ジーピー</sup>）の導入

(ア) 趣旨

商業高校では、これまで公益財団法人全国商業高等学校協会主催の各種検定試験において3種目以上1級に合格した生徒に対する同協会の合格者表彰制度等を活用し、商業高校で身に付けた知識・技術を顕彰してきた。

今後の商業高校で推進していく商業教育においては、資格を取得することを通して得られる知識と技術に加えて、調査・研究による探究型学習によって培われる創造的な能力と実践的な態度についても学習成果を多面的に評価していく必要があることから、新たな顕彰制度を導入する必要がある。

(イ) 方法

商業高校で、商業教育の一環として実施されている資格取得、発表活動等への参加、成果物等の制作などの様々な学習の成果を内容に応じてポイント化し、その合計ポイントによって顕彰を行うことが考えられる。

また、顕彰は、卒業時に行うこととし、合計ポイントに応じて、ゴールド賞、シルバー賞及びブロンズ賞を授与することが考えられる。

(3) 教員研修の充実

今回の商業教育の改革は、創造的な能力と実践的な態度を育成するため、これまでにない新たな教育活動を展開しようとするものであり、その確実な実践と実現には、指導する教員一人一人の意識改革が不可欠である。また、新科目等の指導計画や指導内容・方法、求められるスキル等も、従来とは大きく異なる

るものである。

こうしたことから、教員研修への取組が極めて重要な課題となる。

#### ア 研修の必要性

新たに開発する補助教材による授業展開や新科目の指導では、アクティブ・ラーニングの考え方や手法を多彩に取り入れた学習活動を行うことが求められることから、指導計画の立案、指導内容・方法の選択・実施、学校評価の実施等については、これまでとは異なる対応が求められる。そこで、これらの要請に適切に対応するために必要となる知識や技能を習得するための教員研修を実施することが必要である。

#### イ 研修すべき内容

##### (ア) 商業教育の目指すべき方向性

- a 商業教育の方向性
- b 商業高校の姿
- c 商業高校で育てたい生徒像

##### (イ) 新しい指導内容・方法

- a 新科目等のねらい（何ができるようになるのか）
- b 指導内容（何を学ぶのか）
- c 指導方法（どのように学ぶのか）

##### (ウ) グループ学習、アクティブ・ラーニングに必要なスキル

- a 様々な思考・分析ツール（BMG など）
- b ファシリテーション（生徒の思考やグループ協議の促進）

##### (エ) 授業計画と評価

- a 授業計画
- b 学習の評価

#### ウ 研修の具体的内容

##### (ア) 新科目等への理解促進に関する教員研修

###### a 補助教材「東京のビジネス」による授業展開

- (a) 授業の進め方
- (b) アクティブ・ラーニングの視点に立った授業
- (c) 学習指導計画と学習評価の在り方

###### b 学校設定科目「ビジネスアイデア」の授業展開

- (a) 授業の進め方
- (b) アクティブ・ラーニングの視点に立った授業
- (c) 学習指導計画と学習評価の在り方

##### (イ) 新しい指導内容・方法に必要なスキルアップに関する教員研修

- a ビジネスアイデアを考えさせる授業の展開
  - (a) 各種のビジネスフレームワークの活用
  - (b) BMG 等に基づく思考・分析ツールの活用
  - (c) デザインシンキングによる発想法の活用
- b ファシリテーション技術
  - (a) ファシリテーターの役割
  - (b) ファシリテーションのスキル

#### (4) 「商業教育コンソーシアム東京」の設置

学校設定科目「ビジネスアイデア」等においては、企業、地域、地元商店街におけるフィールドワークや外部講師等、外部人材の活用が必要である。こうした取組を円滑に進めるためには、企業、大学等による支援が必須であることから、商業高校の教育活動を支援するための組織「商業教育コンソーシアム東京」を設立することが必要である。

##### ア 背景

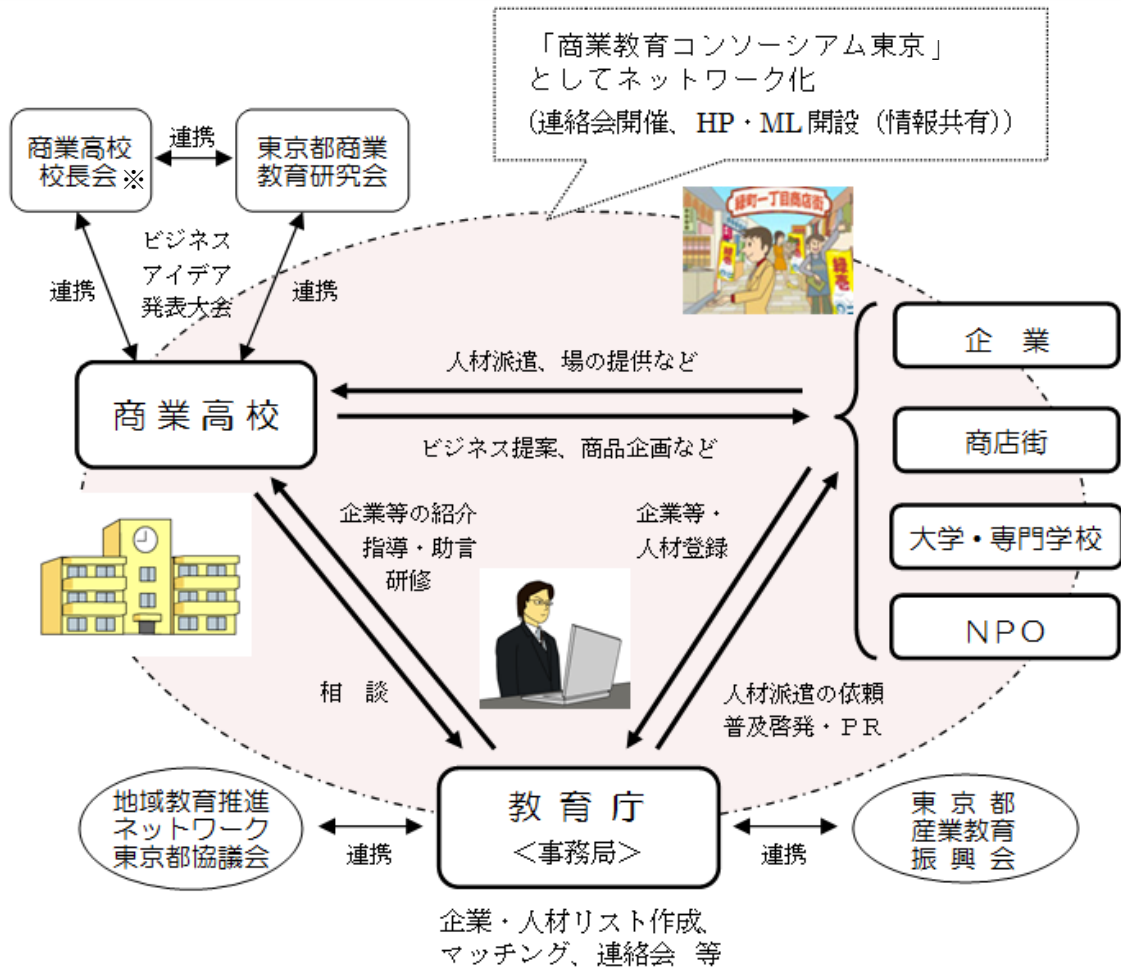
商業高校生がビジネスを実地に学べる機会として、企業、地域、地元商店街におけるフィールドワークを実施する必要がある。具体的には、地域・地元商店街を活性化するための新たなビジネスの提案、地域・地元商店街の求めに応じた諸活動（連携・奉仕・体験）、企業等の求めに応じた商品企画、市場調査等を行うことなどが考えられる。また、授業に際し、企業、地域、地元商店街からの外部講師等、外部人材の活用が必要である。具体的には、ビジネス実務に精通した企業人等の講話（成功談・失敗談）や、大学生等のアシスタント・ティーチャーによる授業補助が必要である。

こうした取組を円滑に進めるため、協力企業、商店街、大学等と各商業高校とを橋渡しするためのコンソーシアムの設立などが考えられる。

##### イ 事業内容

- (ア) 各商業高校のニーズ把握
- (イ) 地域教育推進ネットワーク東京都協議会等との連携
- (ウ) 企業等への普及啓発・PR・営業活動
- (エ) 企業等及び人材に係るリスト作成、データベース構築
- (オ) 各商業高校と企業、地域、地元商店街等のマッチング
- (カ) 各商業高校と大学、専門学校等の連携
- (キ) ネットワーク化（連絡会開催、ホームページ開設など）
- (ク) 商業関係校長会が設立する特定非営利活動法人との連携
- (ケ) 各商業高校に対する指導・助言

<イメージ図>



※商業教育コンソーシアム東京と連携するため、NPO法人を設立

(5) 「ビジネス科」への改編

今後、商業高校では、商業高校が育成を目指す生徒像を明確化するとともに、その実現を確実なものにするために本報告書の内容に沿って、教育内容を抜本的に改革し、生徒に対する教育、指導を担う教員の意識など商業高校の姿を大きく変革していくことが強く求められている。

このため、現在、商業科、情報処理科、総合ビジネス科の各学科を設置する商業高校の全日制課程において、全ての学科を「ビジネス科」へと改編し、従来の「商業」というイメージから、これからの時代に即したビジネス教育へと、商業高校における教育の理念や方向性を変革していく必要がある。

なお、新しい「ビジネス科」においては、生徒の興味・関心や将来の進路希望に応じた類型の設置や、多様な専門分野の科目を選択できる教育課程の充実が求められる。

## 【参考資料】

## 商業教育検討委員会検討経過

### 開催日及び主な議事内容

第1回	平成28年1月12日(火)
	(1) 商業教育の目指すべき方向性について
第2回	平成28年5月11日(水)
	(1) 東京のビジネス(仮称)の学習と補助教材 (2) 新科目ビジネスアイデア(仮称)とビジネスアイデア発表大会 (3) 商業高校生の新たな顕彰制度(ビジネスGP)
第3回	平成28年7月13日(水)
	(1) 商業高校における新科目等の実施にかかる教員研修 (2) 商業教育コンソーシアム東京(仮称) (3) ビジネス科(仮称)への改編
第4回	平成28年11月11日(金)
	(1) 報告書(案)の検討

## 商業教育検討委員会設置要綱

### （設置）

第1 都立商業高校の商業教育に関して検討を行うため、東京都教育委員会に商業教育検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

### （所掌事項）

第2 委員会は、次に掲げる事項について具体的に検討し、その結果を東京都教育委員会教育長（以下「教育長」という。）に報告する。

- （1）都立商業高校における新たな商業教育に関する事。
- （2）商業教育に資するコンソーシアム等の設立に関する事。
- （3）その他検討を要する事。

### （構成）

第3 検討委員会は、学識経験者等、都立高等学校関係者、都庁関係者の中から、教育長が任命又は委嘱する者をもって構成する。

### （委員長等）

第4 委員会には、委員長を置く。

- 2 委員長は、委員の互選により選任する。
- 3 委員長は、委員会を主宰し、会務を統括する。
- 4 委員会には、副委員長を置き、委員長は、委員のうちから、副委員長を指名する。
- 5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長が不在のときには、その職務を代理する。

### （設置期間）

第5 委員会の設置期間は、委員会が設置された日から平成29年3月31日までとする。

### （庶務）

第6 委員会の庶務は、教育庁都立学校教育部高等学校教育課が担当する。

### （意見聴取）

第7 委員会は、必要に応じて学識経験者等の意見を聴取することができる。

### （会議及び会議記録）

第8 委員会の会議及び会議録は、原則として非公開とする。



(その他)

第9 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関する事項は、委員長が定める。

附則

この要綱は、平成27年12月1日から施行する。

## 商業教育検討委員会委員名簿

区分	職	氏 名
外部 有識者	千葉商科大学教授【委員長】	永井 克昇
	立教大学教授	中村 陽一
	東京商工会議所理事	小林 治彦
	東京都商工会連合会専務理事	傳田 純
学校 関係者	都立芝商業高等学校校長	丸山 正二郎
	都立葛飾商業高等学校副校長（～平成 28 年 3 月） 都立第三商業高等学校副校長（平成 28 年 4 月～）	加藤 哲次
教育庁 関係者	産業労働局商工部商工施策担当課長（～平成 28 年 3 月） （平成 28 年 4 月～）	見目 充幸 岡野 守治
	教育庁教育改革推進担当部長【副委員長】 （～平成 28 年 3 月） （平成 28 年 4 月～）	出張 吉訓 増田 正弘
	教育庁都立学校教育部ものづくり教育推進担当課長 （～平成 28 年 3 月）	臼井 万寿雄
	教育庁都立学校教育部都立高校改革推進担当 （平成 28 年 4 月～平成 28 年 10 月 14 日） （平成 28 年 10 月 15 日～）	石毛 朋充 鈴木 隆也
	教育庁指導部高校教育改革担当課長	大林 誠
	教育庁人事部人事計画課長	小島 貴弘
	教育庁人事部職員課長	滝沢 毅
	教育庁教職員研修センター企画課長（～平成 28 年 3 月） （平成 28 年 4 月～）	酒井 泰 佐藤 聖一

