

商業教育の在り方と研究の必要性

岡田一範
高田短期大学

Abstract

There are not many people who are willing to teach at commercial high schools. At the same time, the number of students enrolled in these high schools has decreased; the schools are in a difficult situation. The unpopularity of these schools derives from the fact that commercial education has not been researched sufficiently. The reason for this is that commerce teachers have studied mostly in the faculty of commerce, economics, or business, and they have not been professionally trained in educational studies. This means that there have been few teachers who have researched commercial education. Therefore, I suggest two kinds of research related to commercial education. First, it is necessary to promote commercial education research with the background in educational studies. Second, it is essential to organize practical analyses on commercial education and to promote research on educational methods, such as teaching methods and how lessons should proceed.

1. はじめに

文部科学省が実施する学校基本調査によれば、高等学校商業科で学ぶ生徒数は1965年の約85万7千人をピークに、1990年には約58万3千人、2000年には約35万3千人、2019年には約19万人と急激な減少が見受けられる。1960年代後半からの減少は高校生徒全体の減少が原因であるが、1990年代以降の減少に関しては別の原因が考えられる。生徒数の減少に伴い教員採用数も減少し、自治体によっては商業教員の募集をしない年度もあり、商業高校を取り巻く環境は厳しさを増している。森脇(2017)によれば商業教育の低迷原因は中学生の普通科志向、高卒での就職希望者の職種の問題、少子化による学校の統廃合等、外部環境が関係しているとされている。

しかし、外部環境の問題だけで商業教育の低迷原因と結論付けることは難しく、内部環境である教育の観点からこの問題の原因を探る必要がある。森脇(2017)の調査によると戦後に出版された商業教育に関する書籍は29冊である。この調査から、教育学的研究蓄積の少なさが商業教育の低迷を招くという仮説を立てた。従って本稿ではこの仮説に従い商業教育の研究が推進されてこなかった原因究明と、商業教育を研究する必要性を示唆することを目的とする。

2. 「商業」と商業教育

まずは、商業学や流通論で一般的に認識されている商業の対象範囲を確認する。福田

(1955)によれば「転売の意思を持って商品を購入し、これを他の商品に加工、変形または改造することなく、そのまま再販売することを継続的に営むことをもって業とするものは商業」、森下(1960)によれば「商人の売買からなる商品流通ないし資本流通の独自の部分」、柏尾(1975)によれば「商業は経済の一特殊領域であり、商品と貨幣の存在すなわち資本流通を前提として、そのうちで再販売者の売買系列、貨幣を持って商品を仕入れ、販売し、再び貨幣を得る活動からなる部分」となっている。これらの規定から商業の中心は商業者の売買取引と認識でき、商業とは流過程において生産者でも消費者でもない商業者の再販売購入活動のことを指すことになる。

一方で、一般的に商業教育とは高等学校における商業教育を指すが、商業教育において商業概念をどう捉えるべきか、商業教育における商業が何を意味するのかについての定説がない。小見山(2005)によれば学問としての「商業」と商業教育の「商業」は、対象、目的、性格面等で一線を画して認識、考察するのが現実的である。理論的アプローチをするのが商業学説であり、実践面でのアプローチをするのが商業教育における商業であることから、商業教育における商業の意味は、商業学説で論じられる「商業」よりも広範囲になる。商業教育を考えると、何を(商業に関する諸科目)、何時(学年)、どれだけ(単位)教えるのが望ましいかという商業課程論議を通じて教育が推進されることから、自ずと商業の指導領域は拡大する。この指導領域の根底にあるのが学習指導要領であり、これに準拠して推進される。

3. 商業教育に関する研究

商業教育の実践面は教員や学校独自の取組から豊富な蓄積がある。しかし、大学・研究機関等において、教科「商業」に関わる教科教育の研究は進んでいるとは言えず、先行研究は非常に限られているが、高等学校の英語・国語・数学等の普通教育分野では教育学の視座から実験的な成果を踏まえた理論的な研究成果が多数存在する。これらの科目の教員は教育学部で養成されてきたことから、教育学研究としても取り組まれてきた(番場, 2010)。

これまで高等学校における商業教育は政策研究や教育学研究としてのみならず経済学や商学の研究としても取り組まれることが少なかった。従来から商業高校で施される商業教育は、産業界の要望や生徒の進路の実情に合わせ簿記会計、情報教育を中心に事務処理能力、計算能力の育成に重点が置かれ、手に職をつけて企業の事務職へと就職させることが一般的であった。商業高校が職業高校と位置づけられていたように、商業教育は実学としての意味合いが強く、アカデミックな議論の俎上に乗ることが限られていた。学会や研究会も全国商業教育研究協議会や日本商業教育学会といった高等学校の現職の教員が主な会員となり、実践事例の紹介・検討を取組の中心とした教育と学問研究を進めてきた団体もあるが、政策研究、教育学研究、商学研究といった専門分野と連動する研究は限られている。

この原因は現職の教員が大学時代に学んだ学部起因すると考えられる。教員免許を取得するためには教職課程の認定を受けている大学の課程で「教育職員免許法」に基づき、「教科に関する科目」20単位以上、「教職に関する科目」23単位以上、「教科または教職に関する科目」16単位以上の合計59単位以上を取得し、学士の学位を取得することが必要であり、高等学校「商業」の第一種免許状も同様である。

高校の商業科教員は教育学部ではなく、ほぼ例外なく経済学部、経営学部、商学部の社会科学系学部の出身者である。筆者も商学部で教育原理や教育方法論等の教職課程を学び、教員免許を取得したが、教育学の専門的な知識や、問題意識を有しているかと言えばそうではない。加えて、商業科教員を養成する教育課程で教育学を担当する研究者のなかに商業教育を研究対象とする者はほとんど存在せず、「教育科学」(教育学)の側面から商業教育にアプローチすることもない。

「商業」の教員免許を取得する必修科目の一つに商業科教育法がある。文部科学省のデータによると2019年4月時点で高等学校「商業」の教員免許が取得できる大学は、国立大学22校、公立大学14校、私立大学131校の合計167大学、学部数は合計220になるが、三重県や奈良県などの5つの県では、「商業」の教員免許を取得できる大学はない。現在の日本において延べ167名の教員が商業科教育法の教鞭を取っており、この教員が商業教育の研究を推進する主要な担い手になるが、商業教育を専門に研究し、商業科教育法を専任で担当している教員はきわめて少数である。

結論として商業教育の研究が進んでこなかったのは、教育学の観点から商業教育を研究してきた教員がほとんど存在しなかったということである。

4. 今後の商業教育と商業教育研究

前章で明らかになった理由から商業教育に関する研究は進められず、現代に至るまで豊富な研究蓄積が残ってこなかった。大学における教職課程制度が変わらないかぎり、この傾向が大きく改善されることはない。加えて、森脇(2017)はそもそも商業教育の研究自体が学問として成立していないと指摘する。学問として成立していないのであれば、今後の商業教育はどのような研究を推進すべきなのか。それには二つの方向が必要だと考える。

一つ目は教育学を背景に持った商業教育の研究である。つまり、商業教育を学問として成立させるための研究であり、商業科の教員を目指す大学生への人材育成の意味も持っている。商業高校の生徒数の減少、単独商業高校から総合学科などへの改変に伴う学校数の減少、商業高校のクラス数の減少と商業高校の規模の縮小が進んでいる。この規模の縮小は採用人数の縮小に繋がり、自治体によっては商業科教員の採用が1名や、場合によっては募集をしない年もある。商業科の規模の縮小を引き起こす原因の1つに、先述したような研究の蓄積の少なさが関係あるとすれば、この観点からの研究が不可欠となる。

高等教育機関である大学は本来、研究の場である。大学生に商業教育の魅力を伝えるためには教育学のアプローチをした商業教育を研究し、文献や論文という形で残し、大学生にそれらを提示していかなければならない。大学生に商業教育に関する論文や文献に触れる機会を与えなければ、商業の教員を目指す学生は今後、先細りとなることが明確である。

商業教育という「教科教育」が「教育科学」(教育学)や「教科専門」(簿記・会計学、マーケティング論、経営学等)から独立して成立することはあり得ない。森脇(2017)は「教育科学」と「教科専門」の二方向から「教科教育」へ向かう研究の流れが必要であり、その両者が合流するところに学問としての高校商業教育という「教科教育」が成立すると主張している。これは大学で商業科教育法を担当している教員が中心となって推進していかなければならない。そのような状況で、2010年に駒澤大学の番場博之が『職業教育と商業高校：

新制高等学校における商業科の変遷と商業教育の変容』を出版した。番場は商学の研究者であるが、自身の学部時代に「商業」の教職課程を履修し、「商業」に関する科目数の変動の大きさに疑問を持ったこと、教科「商業」の教員免許を取得するゼミ生が多かったこと、中には高等学校の教員になったものもいたことから、高等商業教育に関わる研究を進めてきた。この研究が高く評されているのは、商学と教育学の両側面から商業高校の変遷を確認し、今後の商業高校の在り方を既存の商業高校の存続を前提としないで検討している点である。これまでの商業教育研究において言及されてこなかった分野に新しい風が吹き込まれ、新たな展開が期待される。

二つ目はこれまで蓄積されてきた商業教育に関する優れた実践的な分析を整理し、今後の授業方法や展開という教育方法の研究である。近年はアクティブ・ラーニング等を授業に導入することが求められ、これまでの授業方法を転換する必要性が高まりつつある。商業教育をテーマにした文献や論文で多いのが教科編成や学習指導、指導計画であることから、現場の教員が強く興味を惹くことは授業の展開方法である。

その方法の一つに「クロスカリキュラム」が位置付けられる。クロスカリキュラムとは伝統的教科領域の枠組みを越えて横断的かつ柔軟性をもって行う教授・学習（活動）であり、1つの教科で課題を考えるのではなく、複数の教科・科目が相互に関連しながら学習を行い、教科の枠を維持しつつ、テーマ学習することで教科の知識を統合化するものとされる。水島（2018）は教科「商業」こそが、クロスカリキュラムの中心になる可能性を持っていると主張している。

教科「商業」は社会活動や企業活動、産業活動などを商業ないしビジネスの観点から捉えられ、基礎的科目、総合的科目の他に、マーケティング分野、マネジメント分野、会計分野、ビジネス情報分野の4つに分けられる。これらの分野から構成される商業教育は職業に関する専門教育である。従って商業教育を受けたものは、将来何らかの経営組織の一員として実社会で活躍することが期待される。

教科「商業」は全ての科目が経済社会に対して直結するものであり、実社会での現象をマーケティングや会計等、それぞれの観点から切り取ったものであることから、科目が単独で成立するとは考えにくい。「マーケティング」や「商品開発と流通」では、魅力ある商品を生み出す「美術」の力、市場動向を認識すること、適正な価格を考えるために数字や統計処理の能力を併せて学ぶことでより深い学習になる。また、商品の生産に掛かるコストを計算し、適正な価格決定をするためには「簿記」や「会計」の知識が必要になる。

このように教科「商業」が産業横断的であり実践的であるならば、それぞれの教科・科目の必要性、活用場面を身近な経済活動を通じて様々な教科と連携し、分野を横断するような課題にビジネスの視点を与え身近なものへと展開することが可能である。このクロスカリキュラムは今後の商業教育を考えるうえで重要な授業方法となるが、特別新しい考えではない。教科「商業」は産業横断的であり実践的な教育であったことから、クロスカリキュラムの意識をもって授業を展開することは、授業の質の向上につながるはずである。

5. おわりに

最後に、今後の商業教育はどのような方向を向くべきかを示してまとめたい。まず、

仮説である学術的研究蓄積の少なさによる商業教育の低迷原因は、商業の教員を育成する大学の学部、そこで授業を担当する教員の専門領域に原因があったことが明らかになった。それが商業高校の規模縮小、目指す教員の減少にもつながる要因の一つであると考えられる。

しかし、商業高校は商業科というだけで特色のある高等学校であり、特色のある教育を実施している。授業や商業系の部活動での取り組みでは、英語スピーチコンテスト、簿記コンクール、ワープロ競技大会等を通じての学習意欲の向上、教員の指導力向上に大きく寄与している。この魅力ある教育をうまく伝えられていないのは、取組内容が狭い組織内だけで共有されてきたことに原因がある。これまでも全国商業教育研究協議会や日本商業教育学会等が研究成果を公表してきたが、広く公表されているとは言い難い。また、大学等の高等教育機関での研究機会や専門性を高めるための機会、現職教員の再教育の仕組みも限定的である。ただ、現職の高校教員が残す研究成果は必ずしも学術的である必要はなく、日常的な教育実践が形として残るものであれば十分である。学術的な研究は大学において商業学や商業科教育法の教鞭を取っている教員こそが問題意識を持って取り組むべきである。

学術的な研究成果、実践的な研究成果の数々が広く公表されるようになれば、商業科が衰退している現状であっても、現職の教員、そしてこれから商業の教員を目指す学生に対して、自信を持って働き、学ぶことの根拠となるであろう。学術的な研究に教育実践を組み込み、様々な角度から検証を繰り返す。この流れを活発化することで、商業教育の魅力が高まり、新たな展開が期待される。

参考文献

- 柏尾昌哉. (1975). 『商業学総論—消費者視角からの分析—』 東京: 実教出版.
- 小見山隆行. (2005). 「商業概念と商業教育の一考察」『商学研究』 46(1・2).
- 日本商業教育学会編. (2019). 『商業科教育論: 21世紀の商業教育を創造する』 東京: 実教出版.
- 番場博之. (2010). 『職業教育と商業高校』 東京: 大月出版.
- 番場博之・森脇一郎・水島啓進編著. (2018). 『高等学校と商業教育』 東京: 八千代出版.
- 森脇一郎. (2017). 「高等商業教育の研究と実践における現状と課題の分析 —戦後出版された文献を通じて—」 “Institute for Policy Analysis and Social Innovation, University of Hyogo, DISCUSSION PAPER 101.”
- 文部省・文部科学省. (各年). 「学校基本調査」政府統計の窓口 (e-Stat) .
<https://www.e-stat.go.jp> (閲覧日: 2020年1月20日) .
- 文部科学省. (2019). 「高等学校教員 (商業) の免許資格を取得することのできる大学」.
http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/kyoin/daigaku/detail/1287080.htm (閲覧日: 2019年10月17日) .
- 福田敬太郎. (1955). 『商学総論』 東京: 千倉書房.
- 森下二次也. (1960). 『現代商業経済論』 京都: 有斐閣.