

# 「商業」の概念から考察する商業に関する教育の在り方

## Commercial Education in Consideration of the Concept of “Commerce”

岡 田 一 範<sup>1</sup>

Kazunori Okada

海 住 信 行<sup>2</sup>

Nobuyuki Kaizyu

阪 本 明 士<sup>3</sup>

Akishi Sakamoto

### (要約)

「商業学」とは「商業」を研究対象とする学問であるので様々な学説がある。これは研究者が商業をどのように規定するのかということに起因するので、統一的な概念規定をすることは難しい。商業学説の中から商業概念についての内容解釈を行い、商業教育を進めるうえでの重要な学説は商業機能説であると結論付けた。また、学習指導要領および科目の変遷から、現在の商業教育は基礎基本が重視されている教育内容であることを明らかにした。最後に商業高校および商学系大学の卒業生は多様な進路を辿ることからも、今後、必要な教育としてどのような職場でも活躍することができるゼネラリスト教育の推進を提言した。

### (キーワード)

商業 商業学説 学習指導要領 商業教育

## 1. はじめに

現在の大学では商業学を経営学部や経済学部の中で学ぶ体系になっていることが多い<sup>4</sup>。一方、流通論やマーケティング論を設置する大学が増加している。しかし、商業学は本当に流通論やマーケティング論に代位することが可能なのか。学問としての商業学の概念が拡張した結果、流通論やマーケティング論となったのか。それとも抱合されるものなのか。もしくは商業学はまだ存在しており、別の理論として流通論やマーケティング論が存在するのか。商業学とは商業を研究する学問であるが、商業をどう規定するのかによって答えは変わってくる。当然のことではあるが商業学ないし商業を研究、教育する上で商業の規定は最重要項目となる。

また、商業高校においても平成21年の学習指導要領の改訂において商業・流通に関する内容は、すべて「マーケティング分野」の中で流通チャネルや店舗開発などマネジメント活動の一部として学習されるようになり、商業高校では、科目としての商業・流通は存在しなくなった。ところが、平成32年度の学習指導要領の改訂において「商品開発と流通」という科目が新設され、流通に関連性の強い科目が復活することになった。しかし、流通チャネル等のマネジメント活動の中で商業や流通の中核まで学ぶことができるのか疑問である。

本稿では商業学説の中から商業概念についての内容を解釈し、学習指導要領の変遷の中で、教科「商業」の目標を通じて商業概念を検証し、今後の商業に関する教育の在り方について大学教員、高校教員

の立場から示唆をすることが目的である。

## 2. 商業の学説

商業に関する概念や研究の視点いわゆる商業学説には種々の論が見られる。それは各研究者が商業をどのように規定するのかということに起因するので、統一的な概念規定がなされていない。本章では商業学説をレビューし、若干の考察を加える。

### 2.1 交換説<sup>5</sup>

最も古い商業学説である。これは商業と交換を同一視する見解であり、さらに交換形態に即して3つに分けられる。

第1は交換一般を商業と解する立場である。この立場は交換が偶然的、例外的に行われるか、規則的、組織的に行われるかは区別していない。いわば、企業同士の交換、企業と消費者の交換、消費者同士の交換、貨幣と商品の交換、物々交換というように誰と誰が交換しても、何と何が交換されても、とにかく交換さえ行われればすべてが商業として捉えられる。

第2は規則的、組織的交換のみを商業と解する立場である。この立場は偶然的、例外的にしか行われないような交換は商業とみなさないが、規則的、組織的に交換が行われれば商業としてみなす見解である。ただ、規則的、組織的に交換が行われるにあたって、貨幣と商品の交換なのか、商品同士の交換なのかは問題ではない。

第3は限定的に貨幣による交換のみを商業と解する立場である。交換に貨幣を用いることで売買の形態となる。この立場は交換の形態としての売買を商業と規定するものであり、物々交換は除いて考えられる。

### 2.2 再販売購入説<sup>6</sup>

これは単なる販売や購買ではなく、買ったものを他方に売る場合の売買、いわゆる再販売購入を商業とする見解である。これも、生産者による販売を含むか否かによって分類される。

第1は再販売購入一般を商業とする立場である。この立場は購入したモノをそのまま販売するか、何らかの加工を施して販売するかを区別しない。販売と、その販売を達成するための購買が結合すれば商業とみなす。したがって、消費を目的とした購買は商業ではないが、生産者が原材料を購入し、それを加工して全く他のモノとなってから販売することも商業として認めるということである。つまり、この考えに立脚すると生産者も商業の従事者となる。

第2は生産を伴わない再販売購入を商業とする立場である。再販売購入に着目し、その主体、目的、方法などは問題としない。購入した商品に運搬や分割以外なんら本質的な変化を加えないで販売する場合の再販売に限定して商業とする。つまり商人以外が再販売購入を行った場合も商業となる立場である。

第3は商人商業説とも呼ばれる立場がある。この立場は再販売購入を業とする商人が営利を目的に組織的・継続的に行う場合に限って商業とする立場である。つまり財を購入した場合、本質的变化を与え

ず、売却することで利潤を求める営利行為を商業とする。

### 2.3 配給説（組織体説）<sup>7</sup>

商業を生産者から消費者に至るまでの商品移転という事実に関連して規定しようとする見解であり、商品を生産者から消費者まで社会的に移転させる活動、ないしかかる活動が結合される結果としてあらわれる商品の社会的移転を普通配給と呼ぶことから、配給説と呼ばれる。配給説は大きく2つに分けられ、売買を担当する組織ないし企業が商業の対象となる。

第1は商品の社会的移転を商業と解する立場である。商品が生産者から消費者まで転々と社会を流通していく現象を配給といい、商業現象も同じ意味である。この立場は商業と流通を同一視している。

第2は商品を社会的に移転せしめる労働を組織的に行う経営体を商業と解する立場である。財貨の人的移転は人間の労働によって行われる。その目的を達成するための労働が統一的意思の下に組織される時、その組織体を商業と規定する。

配給説は売買を担当する組織をその対象としているので営利、非営利の目的を問うものではない。また売買を行うことを重点としているので、商業を行う組織体は商業者に限るものではなく、生産者や国家、消費者を問わない。向井鹿松がこの立場から商業を規定したことから配給説は「向井商業論」と呼ばれる。

### 2.4 商業機能説<sup>8</sup>

交換説、再販売購入説、配給説は活動ないし現象そのものの視点から商業を捉えるが、商業機能説は活動ないし役割が社会的に果たす役割あるいは作用を結果的に見ることによって商業と規定する見解である。つまり先述した3つの説を排除するのではなく、その機能を強調するものである。従って生産と消費を結びつける分離の克服をもって商業の機能としている。

- ①生産と消費との場所的分離の克服を商業の機能とする立場。
- ②生産と消費との場所的ならびに時間的分離の克服を商業の機能とする立場。
- ③生産と消費との場所的、時間的ならびに人的分離の克服を商業の機能とする立場。
- ④生産と消費との人的分離を克服することを商業の本質的機能とする立場。

谷口吉彦がこの立場から商業を規定したので商業機能説は「谷口商業論」と呼ばれる。

### 2.5 取引企業説<sup>9</sup>

配給説の不備に対応して整備しよう企画されたのが取引企業説である。「財の生産または提供に従事するところの生産企業を産業と総称し、生産または提供せられたところの財の流通に従事するところの取引企業を商業と総称する」と商業を取引企業という概念で結んでいる。商業の「商」は取引行為を意味し、「業」は経営体を意味し、合わせて取引行為経営体すなわち取引企業を意味する。

取引の客体は商品という有形財のみではなく、資本力や用役（サービス）も含まれ、売買のみでなく貸借取引も含まれる。また、取引企業を商業としているので、商業者が行う売買だけでなく、生産者、

銀行、運送業等が行う売買も区別なく商業としている。取引企業説は広義の立場で商業を展開しているので自ずと対象範囲が広がる。福田敬太郎がこの立場から商業を規定したので取引企業説は「福田商業論」と呼ばれる。

## 2.6 資本説<sup>10</sup>

商業を商業資本の運動と捉える立場である。商業は商品流通に関する研究であり、研究対象は「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である」<sup>11</sup>。流通過程は価値も剰余価値も生産しない不生産過程であり、その過程でのみ機能する商業資本は価値も剰余価値も生産しない。つまり商業者は仕入れた商品を修理、加工、他のものの付加等をすることなくそのまま販売するのである。

商業者が流通過程に介入することで販売と購買は二つの段階に分裂する。つまり生産者から商業者への販売と商業者から消費者へ販売する段階と、商業者の生産者からの購買と、消費者の商業者からの購買の段階の二つである。このときの商業者の行為は再販売購入となり、商業の対象となる。

生産を伴わない再販売購入が商業の対象になるのは、商業者の再販売購入は商品所有者でも消費者でもない、商業者自身の売買として商品所有者の販売および消費者の購買に外的に対立する存在となっているからである。商品所有者の販売と消費者の購買を結び全体としての交換ないし流通過程の部分課程となる。

この生産者でも消費者でもない第三者が流通過程に介入して行われる再販売購入は流通の部分過程であるが、他の部分とは異なる独自の一領域となり、商業と呼ばれる。森下二次也がこの立場から商業を規定したので資本説は「森下商業論」と呼ばれる。

## 2.7 考察

商業学説は上述した学説に分けられる。今回は代表的な学説をレビューしたが、この他にも商人商業説など様々な学説があるが、対象の広狭はあるにせよ共通しているのは商人の売買からなる商品流通ないし資本流通を研究対象としているということである。

福田敬太郎は「商業そのものの概念を時代に合わせて変えていくことが重要である」<sup>12</sup>と指摘している。私もこの考えに基本的に賛同するが反対の部分もある。商業の概念は固定的である必要はなく、時代の進展に伴って変化させられる部分も必要であるが、他方では商業概念が経済社会等の環境変化に対応しすぎると、本質が見えなくなる恐れがある。理論を構成する基本的な枠組みについては時代の変遷に左右されない部分を構成する必要がある。つまり変化させることができる部分と変化させてはならない部分の明確な線引きをしなければならない。

商業の研究、分析対象は商業者の活動である。これらの学説が提唱されてから数十年が経過し、現代の商業には分析可能な部分と困難な部分が生じてきている。本稿では論じないが、新たな商業理論や商業概念が構築されても良いのではないかと感じている。

一方、これらの学説の中で、どれが高等学校における「商業」教育に近いのかと言えば、商業機能説である。実教出版による『ビジネス基礎』、第3章経済活動と流通において「こんにちのように分業化

された社会では、商品の生産と消費の間にさまざまな隔たりがあり、この隔たりは経済の発展にともなってひろがる傾向にあります。そのため、この隔たりを橋渡しする役目を担う流通が、重要になっているのです。」<sup>13</sup>と記され、その後の人的隔たり、場所的隔たり、時間的隔たりの3つの隔たりを橋渡しするために商的流通と物的流通に分かれると展開されている。つまり、商業高校において必修科目であるビジネス基礎<sup>14</sup>が商業機能説に準拠して教育が進められていることから、大学における商業学説は様々だが、高校で商業の教育に携わるにあたっては商業機能説を定説と見ることができる。

### 3. 新学習指導要領から見る学習指導要領の変遷と商業概念

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。しかし、先述した学説が種々あるように、高等学校における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。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<sup>15</sup>。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ので、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ていくので、自ずと商業の指導領域は拡大する<sup>16</sup>。

この点において基礎となるのが、学習指導要領であり商業学説でもあげた商業機能説である。ここからは商業教育の根底となる学習指導要領の変遷を商業高校および商業教育のターニングポイントと言われる昭和53年の改訂から現代に至るまでをレビューし、商業教育の変遷を分析、考察する。

#### 3.1 昭和53年（1978）改訂の学習指導要領から見る商業教育

昭和53年の学習指導要領の改訂における「商業」の目標は「商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得させ、国民経済における商業の意義や役割を理解させるとともに、商業の諸活動を合理的、実践的に行う能力と態度を育て、経済社会の形成者として望ましい資質を養う」<sup>17</sup>である。

この年代は高校進学率が上昇している一方で、商業科の生徒数の減少、商業科生徒の男女比率の逆転から商業教育のターニングポイントと言われる。当時は高度経済成長から低成長時代に入り、1973年の第1次石油ショック、1974年から1975年にかけての恐慌等、戦後最大の本格的な世界同時不況が起きた時代であった。この頃になると、高度経済成長期における生産力の向上と実質所得の上昇により作り出された巨大な国内消費市場によって小売業の業態革新が進み、スーパーマーケットを中心にセルフサービスの小売業が台頭し始めた。そして、その傾向は低経済成長の時代に入ってもチェーンオペレーションによる商品単価の低下を背景に維持された。

それまでの高度経済成長から先行きの不安定な経済状況を受けて、高等学校における商業教育も転換を迫られた。教科「商業」の目標にもそれは如実に現れており、それまでのツール偏重の教育内容から基本・基礎を重視する方向への転換が示された<sup>18</sup>。就職後に即戦力となることを想定して科目の細分化を一貫して進めてきた商業教育政策の方針は、総合的・基本的な知識やスキルの教授を重視する方針へ



と転換された。この方向転換は特定のスキルにのみ偏向した「すぐ使える労働力」から、イノベーションに応じてすぐさま「使えない労働力」へと変わってしまうことに対する反省から生じたのである<sup>19</sup>。

就職先で求められる能力が多様化してきたこと、先行きが不透明な時代であることから、特定のスキルに特化した専門家を育成するのではなく、どの科目においても基礎・基本、実践的で体験的な学習を重視して汎用能力の育成に力を入れるように学習指導要領が改訂されていった。

### 3.2 平成元年（1989）改訂の学習指導要領から見る商業教育

平成元年の学習指導要領の改訂における「商業」の目標は「商業の各分野に関する基本的・基礎的な知識と技術を習得させ、商業の意義や役割を理解させるとともに、経営活動を主体的、合理的に行い、経済社会の発展に寄与する能力と態度を育てる。」<sup>20</sup>である。

当時の時代背景の大きな特徴は就労形態の変化である。1980年代の急激な円高と大店法による大規模小売店舗に対する出店規制強化は、百貨店を海外出店へと向かわせ、大手総合スーパーマーケットをコンビニエンスストアへの出店加速へと向かわせた。さらに、セルフサービスの普及や小売販売に関わる技術の革新もあって、小売業における商業労働もそれに呼応した質的な転換、すなわち標準化が進んでいった。このように商業労働が標準化したことで、それまでは正社員でなければ対応することができなかった仕事内容も高校生や大学生のアルバイト、主婦のパートで賄うことができるようになった。

このような時代背景を受け、商業教育も企業における組織人の育成を目指すことを強調し、その意図が「経営活動」「主体的」「経済社会の発展に寄与」という言葉によって示されている<sup>21</sup>。商業高校は簿記や経理、営業に関する科目を学習させることにより、即戦力となる事務職員の育成を目的としていた。しかし大学進学率の上昇もあり、従来は高卒者の職だったものに上位の学歴の者が就く「学歴代替雇用」の傾向が強まった<sup>22</sup>。

高学歴志向と普通科志向の増加に伴い商業高校は社会変化のなかに埋没していく。ただ、商業高校は普通高校へ進学できなかった生徒の受け皿になるのではなく、商業から流通へ、国際化への適応を盛り込み、魅力発信に務めるようになった。商業経済科目群は、流通経済分野と国際経済分野に分化されることになる。表1が示すように流通経済分野には8科目、国際経済分野には2科目が設置される。このように商業教育の対象拡大は、商業教育の特徴をぼやけさせる皮肉な結果を招くことになった。その原因の一つには、教科「商業」の教員の問題性もあったと思われる。国際化への適応、マネジメント能力の育成といっても、それらを教授できる知識と経験を持った教員の数が極端に少なかった。つまり、文部科学省が提示した商業教育における目標の設定自体に無理があったのだ。

「商業」の概念から考察する商業に関する教育の在り方

表 1 平成以降学習指導要領による科目の変遷<sup>23</sup>

商業の科目の変遷

教科の組織	平成元年	平成 11 年	平成 21 年	平成 30 年	備考
マーケティング分野	マーケティング  流通経済 商品	マーケティング  商業技術  商品と流通	マーケティング  商品開発 広告と販売促進	マーケティング  商品開発と流通 観光ビジネス	「マーケティング」と「広告と販売促進」を整理統合  「商品開発」の指導項目改善 新設
マネジメント分野	商業経済 経営 国際経済 商業法規 英語実務	国際ビジネス  経済活動と法  英語実務	ビジネス経済 ビジネス経済応用  経済活動と法	グローバル経済 ビジネスマネジメント  ビジネス法規	「ビジネス経済」と「ビジネス経済応用」の整理統合 「ビジネス経済応用」の指導項目改善  「経済活動と法」の指導項目改善
会計分野	簿記 会計 税務会計 工業簿記	簿記 会計 会計実務 原価計算	簿記 財務会計Ⅰ 財務会計Ⅱ 原価計算 管理会計	簿記 財務会計Ⅰ 財務会計Ⅱ 原価計算 管理会計	
ビジネス情報分野	情報処理 情報管理 経営情報 文書処理  プログラミング	情報処理 ビジネス情報  文書デザイン  プログラミング	情報処理 ビジネス情報  電子商取引  プログラミング  ビジネス情報管理	情報処理 ソフトウェア活用  ネットワーク活用  プログラミング  ネットワーク管理	「ビジネス情報」の指導項目改善  「電子商取引」の指導項目改善 「プログラミング」と「ビジネス情報管理」の指導項目の整理統合 「ビジネス情報管理」の指導項目分離
基礎的科目		ビジネス基礎	ビジネス基礎	ビジネス基礎 ビジネスコミュニケーション	ビジネス実務を再編
総合的科目	課題研究 総合実践 計算事務 商業デザイン	課題研究 総合実践	課題研究 総合実践 ビジネス実務	課題研究 総合実践	
科目数	21 科目	17 科目	20 科目	20 科目	

### 3.3 平成 11 年（1999）改訂の学習指導要領から見る商業教育

平成 11 年の学習指導要領の改訂における「商業」の目標は「商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得させ、ビジネスに対する望ましい心構えや理念を身に付けさせるとともに、ビジネスの諸活動を主体的、合理的に行い、経済社会の発展に寄与する能力と態度を育てる。」<sup>24</sup>である。

この学習指導要領の策定作業と改訂はバブル景気中、施行はバブル経済崩壊後であった。バブル崩壊

後の長期に亘る不況は産業界に影響を与えただけでなく、高卒者に対する需要の低下をもたらした。特に商業高校や工業高校などの職業高校に大きな影響が出た。バブルの影響もあったが、手に職を付けて企業へ人材を輩出することで存在意義を保っていた商業高校が、そのためのスキルを身に付けることはできても、卒業後の就職先を確保することが難しくなったことで存続意義が薄れていくことになる。

技術革新、国際化、情報化、少子化、高齢化等、社会環境が大きく変化し、先行き不透明な時代での改訂では商業の範囲を拡大し、商業教育の方向性をビジネス教育へと転換させる大きな動きを見せた。ここではビジネス教育を商品の取引経済活動すべてをとらえた産業横断的なものであると定義づける。この改訂によりビジネス基礎が商業科目の基礎科目として位置づけられ、商業学習のガイダンスが入り、グローバル社会へ対応することを目的に英会話などのコミュニケーションの単元が導入された。

商業教育からビジネス教育に転換した背景には以下のことが挙げられる。平成に入り銀行の貸出制御、企業の経営難、バブルの崩壊など日本経済の失われた10年とも呼ばれる問題が発生した。この不況で就職できない高校生や大学生が生まれ、ニートが社会問題化した。

近年の商業者は商品開発も行っている。それ以外にも商業者独自の活動ではないが、輸送、保管、広告、市場調査等の商業補助機能の重要性も増している。このような背景から商業教育の対象範囲も「ものの生産から消費にかかわる一連の経済活動」<sup>25</sup>と広がった。それまでは就職を中心に考えられていた商業教育も、進学と就職の比率の変化により進学対応が必要となったこの時点で専門性以上に基礎・基本の能力の育成に転換されたといえる。

#### 3.4 平成21年（2009）改訂の学習指導要領から見る商業教育

平成21年の学習指導要領の改訂における「商業」の目標は「商業の各分野に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得させ、ビジネスの意義や役割について理解させるとともに、ビジネスの諸活動を主体的、合理的に、かつ倫理観をもって行い、経済社会の発展を図る創造的な能力と実践的な態度を育てる。」<sup>26</sup>である。

平成21年に学習指導要領の改訂が行われたのは、IT化、経済のサービス化、グローバル化等、新しい知識・情報・技術が社会のあらゆる領域での活動の基盤として飛躍的に重要性を増す知識基盤社会が到来した時代である。このような時代の到来に対応し、ビジネスの諸活動を主体的・合理的に行う実践力、遵法精神や企業家精神を身に付けた創造性豊かな人材を育成するという観点から、科目の見直しが図られた。科目数は17科目から20科目に変更され「商業」や「流通」という文言が科目名から完全に姿を消した。前回の改定で挙げられた「ビジネス教育」が鮮明に表され、「マネジメント」重視にシフトしたことが見て取れる。商品の社会的な移転といった流通機能についてよりも、企業のマーケティングミックスの具体的な戦略というマネジメントの側面を重視した結果、これまでの「マーケティング」と「商品と流通」が「マーケティング」と「広告と販売促進」に分類再編整理された。

今回の改訂では、商業教育のコアを商品流通に関する教育からマーケティング教育へ転換したものになった。科目の編成により、ビジネスマナー、社会情勢の変化、雇用形態に伴う企業の責任やコンプライアンスの考え方、クラウドファンディングなどの新しい資金調達の方法が内容に加わった。また、ト



リードオフや希少性、機会費用、価格の決定、マーケティングの考え方や新しいマーケティング手法など「商品と流通」「マーケティング」の導入部分が追加された。英会話やビジネス英語などの内容は、「ビジネス実務」に再編された。

### 3.5 平成32年(2020)改訂(予定)の学習指導要領から見る商業教育

今回の学習指導要領は平成32年から順次移行する予定である。今回の学習指導要領での「商業」の目標は以下の通りである。

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、ビジネスを通じて、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な基礎的な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。(1) 商業の各分野について体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。(2) ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ合理的かつ創造的に解決する力を養う。(3) 職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う<sup>27</sup>。

人工知能(AI)の飛躍的な進化、少子化の進展による人手不足、都市部と地方の格差拡大等、社会の変化は今まで以上に加速度を増し、将来を予測することが、より一層困難になっていくと考えられる。文部科学省の狙いはこれらに対応するために知識に加えて学びへの主体性や判断力、表現力を伸ばすことにある。従来の学習指導要領の「何を学ぶか」から「何ができるようになるか」「どのように学ぶか」へと視点の転換がされたが、教員の裁量を狭める心配もあるといえる<sup>28</sup>。

前回の学習指導要領は、ゆとり教育路線のもとで減少した学習内容と学習時間を回復し「確かな学力」の育成を目指し、その目標は概ね達成された。しかし、授業に対する姿勢が受け身になりがちという問題点が指摘されている。そこで、次回学習指導要領では、受け身の授業から「主体的・対話的で深い学び」を実現すべく、学びの質的転換に向けた準備が必要だとしている<sup>29</sup>。

前回の改定時にも指摘したが、商業高校における商業の科目にもかかわらず「商業」という冠がつく文言が完全に姿を消し、前回は姿を消した「流通」という冠がつく科目は復活する予定である。時代遅れという指摘もあるかもしれないが、商業高校における商業に関する科目を構成する以上は、科目名に「商業」と冠のつく科目を導入すべきである。

## 4. 今後の商業に関する教育の在り方

高校と大学の視点から今後の商業に関する教育の在り方を検討する。本稿では高等学校における商業に関する教育を「商業教育」と表しているが、専修学校や大学・短期大学も含め教育段階に限定されないという場合は「商業に関する教育」と表すことにする。商業系の大学学部・短期大学及び大学院での専門職教育では法科大学院、アカウンティング・スクール(会計専門大学院)やビジネス・スクールを除

いて、特定の専門職を意識した教育カリキュラムを用意しているところは少ない<sup>30</sup>。商業系の高等教育機関の進路先での職種は総務、人事、営業、広報、販売等、企業経営を行ううえで重要な機能を担っている。これら幅広い職種に対応し、能力を発揮するために商業に関する教育はゼネラリスト教育でなければならない。

特別な教育プログラムで大学在学中に公認会計士に合格させる実績を有する大学もある。ただ、公認会計士というスペシャリストの能力を持っていても、組織に入り組織人として活躍するためにはそれだけではいけない。将来的に独立し自ら会計事務所を開設する場合、会計士としての専門能力はもちろん、顧客を集めるためのコミュニケーション能力や、従業員を雇った場合の管理者としての人材管理能力も必要になる。つまり、専門職を排出する大学であってもゼネラリスト教育を施した上でのスペシャリスト教育が必要になる。そのためには商業に関しての幅広いカリキュラムを学ばせることが必要になる。

商業に関する教育を受けたものは、全員にゼネラリスト能力と、特定の分野で組織の中でスペシャリストとして活躍できる能力を身に付けさせたいと考えている。大学では学部や学科の学びを網羅的に学ぶことができる科目を重視し、その中で一人ひとりが得意分野を見出し、主体的に学ぶ姿勢が取れるようになれば幸いである。そのためには、ゼミナールを中心とした少人数教育が軸になると考えている。上記のことより大学において今後重要となる教育はゼネラリスト教育であるのではないかと考える。

商業教育の在り方に関して3つの提言をしたい。一つ目は「近江商人の三方良しに学ぶ人づくり」<sup>31</sup>である。商業教育の原点でもある、この不易の思想を十分に理解して教育に取り組んでもらいたい。特に重視するのは地元企業などの地場産業へ雇用され即戦力となりうる現場で活躍できる人材育成である。そのためには、単に自分の利益だけを優先するのではなく、商業活動において社会的責任をもち、商業の基本となる生産者と消費者をつなぐ役割をもつ他社とのコミュニケーションがとれるコーディネート力と AI や IOT など技術革新に対応していく技術的な実践能力が必要であると考えらる。

二つ目は「コンピテンシー・ベースの学力」である。これは日本商業教育学会会長の永井克昇の考えを参考に展開させていただく。コンピテンシー・ベースの学力とは「どのような問題解決を現に成し遂げるか」の学力論とすることができる。商業教育が実学と呼ばれる根拠は、商業教育がコンピテンシー・ベースの学力育成を目指しているからである<sup>32</sup>。この学力を育むために、理解していること、できることをどう活用するか、さらにはどのように社会、世界と関わりよりよい人生を送るかという資質・能力を身に付けさせたい。

三つ目は「ゼネラリスト教育の推進」である。進路の多様化に応じて就職、進学のどちらを取っても対応が可能な普遍的能力の育成をしていきたい。文部科学省による平成29年度学校基本調査では、商業科の卒業生65,535人のうち大学・短大・専門学校への進学者は35,400人、割合として52.3%、就職者（正規・非正規・一時的な職の合計）が28,429人、割合として42.8%である<sup>33</sup>。

進学者に対しては高度な専門教育へ繋ぐための教育、就職者に対しては多様な進路に対応できる教育へと転換を図るとなれば、教育内容も基礎・基本の徹底が重要になると同時に、商業教育が実社会のどの場面でもどのように活かされているのかを実感させなければならない。

高校、大学で商業に関する教育をする教員としてゼネラリストの教育を推進していきたいが、課題は

誰がどのように推進していくのかという主体と方法である。幅広い学問領域をカバーしていかなければならない以上、個々の教員の裁量だけでは難しく、当然ながら科目横断および教科領域を超えるクロスカリキュラムの学び<sup>34</sup>が必要となる。そのためには学内外の教員間での情報交換が重要になる。組織として教育方法を充実させるための検討、勉強会を強化していかなければならない。

## 5. おわりに

商業学説の中から商業概念についての内容解釈と、戦後の学習指導要領の変遷の中で、教科「商業」の目標を通じて商業概念を分析し、商業教育の在り方について大学教員、高校教員の立場から示唆をしてきた。商業に関しての概念は複雑多岐に亘っているが、高等学校での「商業」に着目した場合は、商業機能説を軸に展開されていることが明らかになった。

地域を取り巻く環境は厳しさを増し、地域を支える人材が求められている現在では、地域に根ざした教育を受けている学生や生徒は、おのずと地域からの期待が高まっている。だからこそ学んでいる教育の素晴らしさを教員も学生・生徒も再認識して、自信と誇りを持ち、教育を推進していきたい。

大学教育に携わるものとして、今後は新しい学習指導要領に対応すべく、高等学校での教育内容を検討し、それを受けて、商業系の短大・大学へ進学している学生に対して、理論と実践面から一貫性のある教育を提供できるように、教員同士の連携も含め研鑽していきたい。

### 【註】

- 1 高田短期大学講師
- 2 高田短期大学特任講師
- 3 津商業高等学校教諭
- 4 2018年9月現在商学部設置大学は31大学（国公立、私立合計）
- 5 森下二次也『現代商業経済論』有斐閣、1960年、p.29
- 6 久保村隆祐、荒川祐吉編『商業学』有斐閣、1974年、p.60
- 7 詳しくは向井鹿松『配給市場組織』丸善、1929年をご参照のこと
- 8 詳しくは谷口吉彦『配給通論』千倉書房、1953年をご参照のこと
- 9 詳しくは福田敬太郎『商学総論』千倉書房、1955年をご参照のこと
- 10 詳しくは森下二次也『現代商業経済論』有斐閣、1960年をご参照のこと
- 11 森下二次也、同上書、p.29
- 12 福田敬太郎『商学入門』廣文社、1953年、pp.11-12
- 13 片岡寛、清水啓典他『ビジネス基礎』実教出版、2017年、p.45
- 14 詳しくは実教出版『ビジネス基礎』をご参照のこと
- 15 小見山隆行「商業概念と商業教育の一考察」『商学研究第46巻第1・2号』愛知学院大学、2005年、p.39
- 16 同上論文、pp.39-40
- 17 文部科学省学習指導要領（[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)）2018年11月20日ア

クセス

- 18 番場博之『職業教育と商業高校』大月出版、2010年、pp.72-74
- 19 同上書,p.78
- 20 文部科学省学習指導要領 ([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)) 2018年11月20日アクセス
- 21 番場、前掲書、p.92
- 22 川合宏之「商業教育における高大連携の意義」『流通科学大学高等教育推進センター紀要』第1号、2016年、p.26
- 23 日本商業教育学会『教職必修最新商業科教育法』実教出版 2011年、文部科学省『高等学校新学習指導要領解説 商業編』実教出版 2010年を参考に筆者作成
- 24 文部科学省学習指導要領 ([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)) 2018年11月20日アクセス
- 25 日本商業教育学会、前掲書、p.32
- 26 文部科学省学習指導要領 ([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)) 2018年11月20日アクセス
- 27 文部科学省学習指導要領 ([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/youryou/main4\\_a2.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youryou/main4_a2.htm)) 2018年11月20日アクセス
- 28 赤松千春「商業教育の変遷と現状」『商大論集』51巻2号、2018年、p.212
- 29 同上論文、p.212
- 30 紫健次、森田雅也、岩崎千晶「高大連携における経営教育の位置づけに関する考察」『関西大学高等教育研究』第3号、2012年、p.50
- 31 海住信行「教材研究のトリビアの種～これからの三重の商業教育を担う皆様へ～」『三重の商業教育』第51号、2014年
- 32 永井克昇「これからの商業教育と日本商業教育学会」商業教育資料107号、2017年
- 33 平成29年度文部科学省学校基本調査 ([http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/chousa01/kihon](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/kihon)) 2018年10月26日アクセス
- 34 番場博之ほか『高等学校と商業教育』八千代出版、2018年、p.89