

魅力ある商業教育を展開するために

— コミュニケーション力を育む授業実践 —

専門研究員 林 則雄¹（川崎市立商業高等学校）

I 主題設定の理由

1 本校の現状と育てたい生徒像

商業高校は人づくりを重点に、社会に通用する生徒を育てる目的をもち、様々な資格の取得に力を入れている。卒業後の進路も普通科の学校と比較して、就職や専門学校へ進学する割合が大きく、在学中から社会に出ることを意識して進路を考えていると思われる。

川崎市立商業高等学校(以下、本校と表記)に入学する生徒の特徴は、大人しくまじめで素直な生徒が多く、学校生活を楽しんで送っている。しかし、授業での発言や行事などの企画や運営などに積極的な生徒は少なく、受け身の姿勢が目立つように感じる。この姿勢が就職試験の際に、発言や表情、対人コミュニケーションなどが不足して力を発揮することができないなどの状況につながっていると考えられる。

このような現状を解消するために、本校での学びを通して、積極的に他者と協調しながら協働的に課題を解決していく生徒を育てたいと考えた。そこで、この研究を進めるに当たり、育てたい生徒像を以下のように設定した。

【育てたい生徒像】

「自らが考えたことを提案し、コミュニケーションのとれる生徒」

「自らが考えたことを提案し、コミュニケーションのとれる生徒」とは、具体的には、課題研究の授業の中で、商業の科目の中で学んだことをもとにして、実社会に役立てるためのアイデアを考え、グループワークの際に集団の中で自分の考えを提案するとともに、他の提案にも耳を傾けて聞くなど、伝え合う姿勢と表現技法を身に付け、お互いの人間関係を高めることができる生徒として具現化されると考えた。

2 生徒に身に付けさせたい力について

育てたい生徒像の実現に向けて、生徒が卒業後に社会に出た際に良好なコミュニケーションをとり、自分の力を十分に発揮できるように、「身に付けさせたい力」として考えた。各種検定試験で取得した資格を実社会において生かせるように努力しているが、社会ですぐに通用する人となるためには、ビジネスに関する力を付けておくことが必要である。そこで、商業の授業を通して身に付けさせたい力を育むことができる科目は何かを考え、本校でそれに対応する商業科目をまとめた(表1)。

表1 身に付けさせたい力を育むための商業科目

身に付けさせたい力	対応する商業科目
対人・交渉力	ビジネス実務マナー・サービス接遇・課題研究
企画・提案などの技術(プレゼンテーション能力)	情報処理・商業技術・課題研究
実社会に対する関心力	ビジネス基礎・経済活動と法・マーケティング

これらの科目を通し、生徒が主体的に学び、教師が明確な学習目標を示すことで前項の問題点を解消できると考え、授業の中でできることを考え、その手立てを研究しようと考えた。

3 魅力ある授業を通して

社会で必要とされる「コミュニケーション力」を商業の科目²を通してどのように育てていくかを意図的、計画的に考える必要がある。そこで、生徒自らが問題を発見し協働的に解決する授業を商業科目「課題研究」で実施することを考えた。この活動により「コミュニケーション力」が身に付くとともに、解決に

¹ 川崎市立商業高等学校全日制教諭

² 文部科学省(2010)「高等学校学習指導要領解説 商業編」

対する達成感や充実感を味わえることで、自己有用感が生まれることが期待できる。すなわち、生徒にとって魅力ある授業、魅力ある商業教育を展開することが育てたい生徒像につながるのだと考える。そこで、以下のような研究主題を設定した。

【研究主題】

魅力ある商業教育を展開するために
— コミュニケーション力を育む授業実践 —

II 研究の内容

1 本校の取組の足跡

本校の生徒は、3学年授業科目の「課題研究」の中の「商業研究」という講座で地域と連携した取組を、生徒商業研究発表大会神奈川県大会において発表している(表2)。

表2 商業研究のテーマと生徒商業研究発表大会神奈川県大会成績

	研究テーマ、タイトルなど	成績
平成22年度	川崎スイーツ作り(地元川崎の名産品開発)	県6位
平成23年度	わが町川崎 商店街を元気にしよう(ラッピングバスで商店街活性、広報宣伝)	県3位
平成24年度	参加せず	
平成25年度	DISVISIT KAWASAKI 訪問して良かったと思える街づくり(川崎の宣伝、案内を羽田空港に設置)	県準優勝
平成26年度	I LOVE 川崎の梨(隠された川崎の名産)	県7位

本校の取組は、年度により神奈川県大会において成績にバラツキがある。これは「生徒の姿勢」が大きな要因として挙げられる。積極的に取り組まず、受け身の姿勢で研究を進めた結果、「自らが提案すること」が十分にできず、良好な「コミュニケーション」もとれず、思うような結果を残すことができなかつたと考えられる。

今後は商業の授業を通し、本校生徒に足りない積極的に取り組む姿勢を育てるとともに、問題の発見と解決策を考えることで育てたい生徒像に近づかせ、地域の活性化に生かせる計画を立てたい。

2 今年度の取組の概要

今年度は以下の項目に分けて進めてきた。なお、商業科目の「課題研究(3学年27名)」「マーケティング(2学年30名)」「ビジネス基礎(1学年39名)」で計画した。

(1) 企画を考える

授業(課題研究)の中で、「地域に役立つ企画」は何かを生徒に考えさせる。生徒は、話し合いの中で自由に意見交換を行い、出てきた意見の中から取り組む方向性を考えた。

(2) 科目の学習目標と本校での取組について整理する

授業で生徒が学習する内容を検討した。それぞれの科目の「学習目標³」に照らして、その授業内でできることを考えた(表3)。

科目のもつ特徴により、「企画書の作成」「先行事例やその成果の検討」「アンケートの計画と実施、集約」「プロモーションの重要性」「交渉力を高める応対実習」など、企画を立案、実施するうえで必要であると思われるものを予め想定し、それぞれの授業に振り分けて計画した。

表3 各科目の学習目標と授業内で実施する内容

	課題研究	マーケティング	ビジネス基礎
学習目標	ビジネス活動における、コミュニケーションの必要性を理解する。本研究では、実習を通し、姿勢や態度を身に付ける。検定資格 ⁴ の取得。	ビジネス活動における、マーケティングの必要性を理解する。本研究では市場調査の項目が中心となる。	ビジネスに関する基礎的な知識や教養と技能を習得し、経済社会の一員としての心構えを身に付ける。

³ 本校の「授業ガイド」より引用

⁴ 実務技能検定協会「ビジネス電話検定」「ビジネス実務マナー検定」

年 間 計 画	<p>前期 コミュニケーションについて、電話対応(テレコーチを使った実習)を中心に理解を深める。予備調査を行う。</p> <p>後期 交渉力を高める来客対応実習を通し、マナーの理解を深める。企画書を作成する。</p>	<p>前期 市場調査の必要性について理解を深める。校内意識調査の実施と集計を行う。</p> <p>後期 アンケート調査原票を作成する。</p>	<p>前期 経済や流通、売買の仕組みなどを学習し、理解を深める。</p> <p>後期 ビジネス活動を支えるものとして、広報宣伝などプロモーションの必要性について理解し、活動を進める上で協力が必要である団体を洗い出す。</p>
評 価 の 規 準 達成の度合いなどの確認	<p>企画書の骨子が作成できたか。 交渉力を高める来客対応実習における課題が達成できたか。 目標の検定を取得できたか。</p>	<p>校内意識調査の集計をし、まとめられているか。 アンケート調査原票(仮案)が作成できたか。</p>	<p>経済や流通、売買の仕組みなどを学習し、理解できたか。 諸団体の洗い出しができたか。</p>

3 研究の実践

計画した内容を実践し、次のような結果を得ることができた(表4)。なお、表中の(1)～(9)は次に述べる項目に対応している。

表4 本校での取組

	身に付けさせたい力	進め方(計画)	実 践 (実行)
課題研究	<ul style="list-style-type: none"> 対人交渉力 プレゼンテーション能力 実社会に対する関心力 	<ul style="list-style-type: none"> 地域活性化策を考える。(1) 自治体の曲を導入した市の状況を調査。(5) ご当地駅メロの効果(長所と短所)について調べる。(6) 企画書の作成を検討する。 「交渉力を高める対応実習」を通して、コミュニケーションの大切さを学ぶ。(9) 	<ul style="list-style-type: none"> 話し合いを通し、音を通じた地域貢献に決まる。市に関係する駅メロは、熊谷市とさいたま市が導入。両市の広報を訪問しヒアリングを実施し、駅で市民の意見を聞き、とりまとめた。 駅メロの長所と短所、近隣の路線における導入状況を取りまとめた。 本企画を進める上で企画書の骨子を作成した。 班ごとにシナリオを考え、交渉時の対応実習を実施した。(写真P6)
マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> プレゼンテーション能力 	<ul style="list-style-type: none"> 意見の集約について検討する。生徒や関係者に対して、校内意識調査の計画を立てる。(2)(3)(4) 外部向けアンケート内容を検討する。アンケート調査の原票の骨子を検討する。(7) 	<ul style="list-style-type: none"> 6月から11月にかけて、校内生徒や教職員、一部の保護者に対して校内意識調査を実施した。卒業生については、フェイスブックなどの情報ツールを使い、可能な限り意見を集約し、数値をまとめた。(表5、図1) アンケート調査原票(仮案)を作成した。
基盤	<ul style="list-style-type: none"> 実社会に対する関心力 	<ul style="list-style-type: none"> 本企画を進めるために、外部の協力団体と、どのように連携すればよいか検討する。(8) 	<ul style="list-style-type: none"> 協力団体(市役所、商工会議所など)へ本企画の主旨を説明し、意見集約のため自分たちの企画に協力してもらえるか、問い合わせた。

(1) 企画の内容を検討

「地域に役立つ企画」を授業の中で考えた。生徒は「商店街の活性化」や「商品開発」などのアイデアを出したが既に多くの学校で実行している企画ばかりであった。そこで、駅メロの導入で地域が活性化されたという新聞記事に興味をもった生徒が「音を通して地域貢献できたら良いと思う」という意見を出した。地元川崎にはご当地ソングを駅メロディー(以下、駅メロと表記)とし採用している駅がある。その地域にかかわりのある曲がほとんどであるが、生徒が出した意見は、「市歌をはじめとした市の曲」を駅メロとして導入することで、ふるさと川崎への郷土愛を醸成し、地域活性に貢献できるのではないかと、いうものだった。また、市外から訪れる方には川崎の宣伝になるのでは、という意見も出た。

(2) 校内意識調査の計画と実施、集計

生徒が出した企画に対して、校内の生徒がどのように考えているかを知るために、本校の関係者(在校生、教職員、卒業生、保護者)への意見の集約を行う準備を進めた。マーケティングの授業を通して質問項目を設定し、調査票を関係者へ配付し、回答後に回収し集計した。校内意識調査の結果は以下の通りである(表5、図1、2)。

図1 質問項目2結果

質問項目
Q1 住んでいる地域を教えてください
Q2 駅メロを川崎駅に導入するかどうかですか
Q3 駅メロにふさわしいと思う曲を選択肢から選んでください

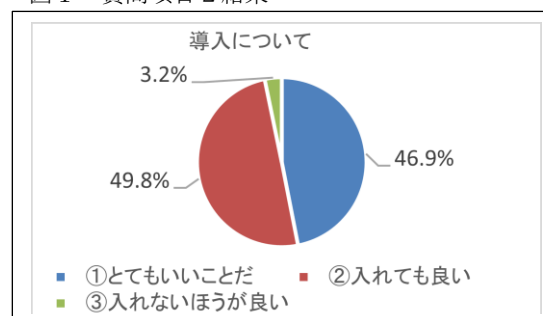
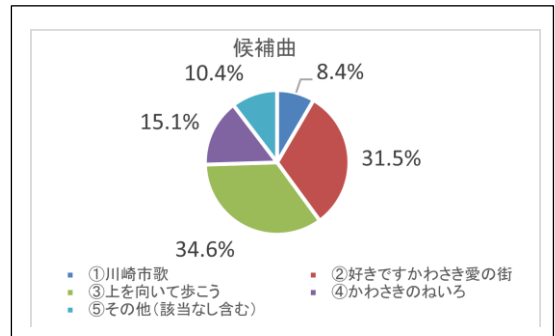


表5 アンケートの結果

選択肢・関係者		在校生	教職員	卒業生	保護者	合計
Q1	川崎市内	454	8	34	28	524
	その他(横浜など)	162	3	2	3	170
計		616	11	36	31	694
Q2	とても良い	289	11	35	28	363
	入れても良い	307	0	1	2	310
	入れない方が良い	20	0	0	1	21
計		616	11	36	31	694
Q3	川崎市歌	52	2	1	0	55
	好きですかわさき愛の街	194	5	30	8	237
	上を向いて歩こう	213	0	0	5	218
	かわさきのねいろ	93	1	5	0	99
	その他	64	3	0	18	85
計		616	11	36	31	694

図2 質問項目3結果



(3) 校内意識調査から分かったこと

- ・導入については9割超の賛成が得られている。肯定的な意見が多かった。
- ・候補曲については市の曲と川崎出身の坂本九さんの曲を選択肢として入れた。結果はごみ収集車で流している「好きですかわさき愛の街」と「上を向いて歩こう」が数値的に拮抗した。

(4) 「校内意識調査という活動」を通して生徒が感じたこと、思ったこと

- ・教科書の中の勉強を実際に形にしようとすることで、現実感が高まった。
- ・自分たちでやろうとすることが、地域に役立つのかと思うと嬉しい。
- ・きちんと考えて計画することは、計画に対する準備が大事だと思った。
- ・実現できたら感動するし、大きな達成感につながると思う。
- ・地元の駅に市の曲が流れるのはおもしろいと思う。市の曲に親しみがもてると思う。
- ・宣伝するにはメディアを使うのが一番よいのでは。どのようなアプローチをするかを検討する必要があると思う。
- ・自分たちだけでは限界があるので、市や関係機関に協力してもらおうのほうがいい。
- ・今はネットの時代だから、これを有効に活用できないか。

(5) 導入自治体の聴き取りを通じた生徒の様子

生徒は課題研究の中で、駅メロを導入した自治体の経緯を調べ、そこから分かったことをまとめた(表6)。また、地元の方の意見を聞く必要があると考え、導入した2つの駅で市民にインタビューを行い、その結果をまとめた(表7)。

表6 導入自治体の詳細

導入自治体	埼玉県さいたま市	埼玉県熊谷市
導入の経緯	平成15年政令市記念として導入	平成17年近隣市町村合併に伴い導入
実施駅など	大宮・浦和・さいたま新都心・与野・北浦和	熊谷・籠原
市民の周知	両市とも節目の理由付けがあり、市民に概ね受け入れられている	
実現の段取	市主導でJR東日本へ打診し実現した	

本市への導入に関しては提案の仕方を含め、音源制作費用の負担や著作権の問題をどのようにクリアするか等について、更なる検討を重ねる必要があることが分かった。

○JR熊谷駅

表7 駅周辺における市民へのインタビュー

No	性別	年代	職業	周知	意見など
1	男	50代	自営	知	最初はJRの曲だったが、いつの間にか変更になっていたが、あとから市歌と知った
2	女	40代	主婦	知	市報などで過去に知っていた→市の曲は市民にも親しみを持てるので良いと思う
3	男	20代	営業	不知	流れている音楽なんて何でも良い
4	男	10代	大学生	知	周囲から聞いて知っていた、特に反対ではないがJR元来のメロディーの方が良い
5	男	40代	会社員	知	特に違和感はなく、市の曲であるという程度で耳にしている
6	男	70代	無職	知	知っているが、市の導入の経緯が市民提案という形でないのが不満
7	女	70代	主婦	知	気持ちいい、このままで変えないで欲しい
8	女	50代	主婦	知	とても良いことである、今後も市に関連する曲を流してほしいと思う
9	男	30代	会社員	知	周囲から聞いた
10	女	20代	OL	不知	利用しているが、曲の由来なんか知らなかった(市歌も知らない)

○JRさいたま新都心駅

No	性別	年代	職業	周知	意見など
1	女	20代	主婦	知	とても気に入っている→今後も続けて欲しいと思っている(子どもも好きみたい)
2	女	20代	OL	知	和む曲である
3	女	40代	自営	知	周りでも好意的な意見が多い→とても気に入っている
4	男	40代	会社員	知	あっても良いと感じた
5	女	30代	無職	知	メロディーが好き→いつの間にか口ずさむようになった
6	女	30代	OL	知	女性には受け入れられる曲調で問題ないと思う
7	男	50代	会社員	知	良い曲である
8	男	60代	会社役員	知	仲間と言われて知ったが、悪い気はしない(市の歌なので)
9	男	80代	無職	不知	知らなかったし、気にも留めていなかった(でも反対ではない)
10	女	50代	主婦	知	市民の意識は高くなる気がする

【生徒の感想】

- ・声をかけることに抵抗があったが、企画の実現のためのインタビューなので勇気をだし聞くことができてよかった。
- ・川崎でも導入できればいいね。と励ましの声ももらえたのはとてもよかった。
- ・市民に聞いた意見から、市に関係する曲は自分たちの予想以上に受け入れられていると思った。

(6) 駅メロの導入効果について

課題研究で、駅メロの導入効果の長所と短所を調べ、分類した(表8)。生徒は駅メロが地域活性化や経済効果があり、乗降促進や気持ちを和らげるなどの効果があると知り、導入に向けて気持ちを固めた。さらに、首都圏近郊の駅の導入状況についても調べた(表9)。導入した各駅の理由の中に「地元」や「要望」というキーワードが目立ったことから、地元と関係のある人物や団体の曲を公共機関である駅のメロディーとして流すことで、地元の郷土愛や住民の親しみにつながっていくのではないかと生徒が推察した。

表8 導入効果の長所と短所

長 所	短 所
<ul style="list-style-type: none"> ・運行時間の遅延などを未然に防ぐ「乗降促進」がある。 ・地域活性化を含めた経済効果も見込め、地元ゆかりのある曲の導入などは地域の結束や機運にもつながる。(話題性が宣伝効果へつながる) ・駅周辺住民への騒音軽減につながる。(駅ベルの鳴動音は周辺住民にとっても悩みであったが、オルゴールなどの音楽にする事で苦情軽減につながる) ・心地良い曲は、利用者の気持ちを和らげる効果がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・音量が小さいと発車メロディーの体をなさない。 ・「地元の理解を得ること」が導入の最低条件となるので、これをクリアするためのアンケート調査や市場動向を見極める方をしっかりと立てる必要がある。 ・アレンジした曲でも著作権に抵触する恐れがある。 →著作権が発生する(死後50年経過していれば著作権の例外が適用される)

表9 駅メロの導入状況

駅 名	曲 名	理 由 な ど
JR 水道橋駅	「闘魂こめて」	読売ジャイアンツの本拠地・駅開業100周年を記念してJRが導入。
JR 駒込駅	「さくらさくら」	ソメイヨシノ発祥の地をPRしようと地元商店街が提案して導入。
京王線 京王八王子駅	「ヒーロー」「あとひとつ」	「FUNKY MONKEY BABYS」が八王子出身で同グループの新曲発売に合わせて、京王電鉄が導入。
小田急線登戸駅・向ヶ丘遊園駅	「ドラえもん」「パーマン」「はじめてのチュウ」	「藤子・F・不二雄ミュージアム」のオープンに合わせ小田急電鉄が導入。
箱根登山線小田原駅	「箱根八里」	観光地(景勝地)にゆかりのある曲として、箱根登山線が導入。
京急線京急川崎駅	「上を向いて歩こう」	坂本九さんが川崎の出身という関係で京浜急行電鉄が導入。
JR 淵野辺駅	「銀河鉄道999」	同地にJAXA研究所があり、地元の要望により駅メロとして導入。
JR 関内駅	「熱き星たちよ」	地元球団「横浜ベイスターズ」の応援歌としてJRが導入。
JR・東急東横線 武蔵小杉駅 JR 武蔵中原駅	「ナンバーワン野郎」	地元川崎をホームタウンとする「川崎フロンターレ」の応援歌で、地元の要望で導入。
JR 恵比寿駅	「第三の男」	駅名は「エビスビール」が由来。地元商店街の要望により導入。
JR 舞浜駅	「Happiness Is Here」	東京ディズニーランドの最寄駅で、地元の要望により導入。
JR 蒲田駅	「蒲田行進曲」	同名の映画の主題歌。蒲田撮影所が同地にあり、地元住民の要望で導入。曲の前半が3.4番線、曲の後半が1.2番線で使用されている。
JR 高田馬場駅	「鉄腕アトム」	漫画家の手塚治虫氏の鉄腕アトムの主題歌。アトムが高田馬場の科学省生まれとなっていることと、地元商店街の要望により導入。
JR 海浜幕張駅	「We Love Marines」	地元住民の要望で導入。千葉ロッテマリーンズ応援歌のアレンジ曲

(7) アンケート調査原票の作成

マーケティングの学習内容に「市場調査」というものがある。市場調査とは、「大勢の人々の意見を聞くために、質問をして回答を得ることである」と説明し、データを収集・分析することにより、自分たちの問題解決に役立つ情報を引き出すという流れを生徒に理解させた。生徒は、本企画で実施予定のアンケート調査原票を作成した。(参考資料)

最終的に、市民の意見を集約するために、この調査原票を(8)の関係団体に提示して活用してもらおう。

(8) 本企画を進める上で、協力してもらおう団体から得る効果について

本計画を進める上で、目的に応じて下記団体の協力が必要不可欠であると分かった(表10)。理由としては広く市民への周知や意見の集約をすることや活動の宣伝や広報など、高校生だけでは限界があることが挙げられる。

表10 協力を要請する団体一覧

目 的	協力を要請する団体(機関)名	団体の協力を得ることの効果
円滑なアンケート実施と意見集約	川崎商工会議所、川崎区・幸区自治会連合会、川崎駅周辺商店街	地域への情報発信を高校生が行うより簡単に実施できる(地域へ告知が可能)
音源の確保(借用)および著作権	川崎市(シティセールス広報室・市民文化室)	市が所有しており、曲の提供が可能
本企画の提案	JR 東日本横浜支社	駅への導入提案
外部への情報発信	川崎市(シティセールス広報室)、新聞社、タウンニュース社、FMかわさき	活動の内容や成果を発信してもらえる

上記の団体に対しては、積極的に交渉を申込み、企画提案の説明をしていく。企画提案書については今後授業の中で作成する予定である。

(9) 「交渉力を高める来客対応」の実習について

課題研究の授業において、対人・交渉力を伸ばすために、「交渉力を高める来客対応」の演習を行った。目的は交渉スキルを高め、相手にしっかりと自分の考えを伝えられる力を演習を通して学ぶというものである。「自社の商品を提案して、売り込む」という共通の課題で、実際の営業活動を想定し、事前に班を割り振り、班内で役柄を決め、出迎えから案内、担当者間の交渉、そして交渉後は来客を見送る、という内容だった。この実習の中で、担当者間の交渉場面を決め、それぞれの立場で提示する資料を準備したり、交渉時に使う名刺を作成し、名刺交換をさせた。このほか、受付係と接待係の2つの役目も入れ、それぞれの役目が1つの流れの中で展開され、自分がすべき仕事を理解できた。

図3 来客対応の様子

図4 対応時の生徒の表情

表11 実習スケジュール



「交渉力を高める来客対応」授業の流れ	
授業回(日程)	授業内容
第1回(12/1)	班分け、シナリオや役柄などを決める
第2回(1/9)	名刺作成、渡し方の学習
第3回(1/14)	各班リハーサル①
第4回(1/16)	同、②
第5回(1/19)	実習、発表①
第6回(1/21)	同、②

この実習を通して、生徒はなぜ交渉力が大切かを理解し、よりよい表情や立ち居振る舞いについて考えることで、交渉力や相手とのコミュニケーションのとり方について改善することができた。

さらに、資料提示などのプレゼンテーション能力についても体得できたと思われる。今後の交渉時や卒業後の実社会において効果があると感じた。

実習後の振り返りで、生徒や教師から次のような反省や改善点が出された。生徒も教師もこれまで以上に意欲的に実習を振り返り、これからの生活や次の活動に生かそうとする様子が見られた。これは、この実習で得られたことを商業研究で生かすという目的があったからだと思われる。

【生徒の反省】

- ・恥ずかしさが前面に出てしまい、先方に商品の提案など、自分の考えをうまく伝えることができなかった。しかし、交渉という場面を通して、コミュニケーションの大切さは理解できた。
- ・尊敬語や謙譲語、丁寧語など、その状況を判断して使い分けるのが難しかった。
- ・緊張してしまい、表情をうまく出すことができなかった。次は緊張しないように頑張りたい。

【教師が考える改善点】

- ・共通の課題を与え各班で流れを考えさせたが、セリフなど班によって温度差があり、うまく組み立てができなかった。見本となる事例を、生徒に見せてイメージを作らせるのも良いと感じた。
- ・実習前の授業で、姿勢や話し方、立ち居振る舞いなどを説明し生徒に考えさせたが、時間が足りなかった。
- ・班ごとの映像を記録として撮影したが、全員で見て協議する時間がなかった。次年度は協議する時間を設けたい。

III 研究のまとめ

1 研究を通して見えてきたもの

本研究の成果として、表12のような生徒の変化が見られた。この要因として次のようなことが挙げられる。

- ・生徒に身に付けさせたい力を教師がきちんと理解し、生徒に対して目標を明確に示すことで、効果的に力を付けることができたとともに生徒の変容を具体的に評価することができた。
- ・生徒は課題解決の活動を通して、班で話し合ったり地域に聞き取りをしたりすることや、実習を通してビジネスシーンを体感し、交渉の場面を考えることで、積極的に行動することの大切さに気付いたり、実社会におけるコミュニケーション力を高めたりすることにつながった。相手との会話を通し表現力を高め、「来客対応」などの経験を積み重ね自信を付けることで、生徒のコミュニケーション力は高まると感じた。

- ・生徒は、地域貢献策を商業の授業の中で考え、課題を解決していく際に、「なぜ、この企画が必要なのか」と、実社会に興味をもつ中で、自分の考えを示すことができるようになった。

表 12 身に付けさせたい力の変化について

身に付けさせたい力	変化した点、生徒の姿勢など	
	活動前	活動後
対人・交渉力	<ul style="list-style-type: none"> ・立ち居振る舞いや姿勢は悪い。 ・コミュニケーションのとり方は分からない状態。 	<ul style="list-style-type: none"> ・テキストを使い、会話の必要性などを学習し、言葉づかいの向上が見られた。 ・表情や姿勢など、ビジネスに対する心構えが身に付き、ビジネスにおけるコミュニケーションの大切さが理解できた。
企画・提案などの技術 (プレゼンテーション能力)	<ul style="list-style-type: none"> ・相手に受け入れてもらうプレゼンテーション方法や文書の構成などが、まったく理解されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマナーの学習を通し、プレゼンテーション時における姿勢や留意する点など理解度が高まった。 ・アンケート調査原票の作成を通して、文書構成の組立について理解が深まった。
実社会に対する関心力	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞を読むことがなかった生徒は社会の動きがほとんど分からず、経済用語などは知らない言葉ばかりだった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・授業で、話し合いや意見交換の場をもたせ、お互いの考えを「伝え」「聞く」ことで、新聞から得られる社会の動きを自分の言葉で説明できるようになった。 ・様々なことに関心や興味をもち、政治や経済などについて自分の考えを話し、相手の話に傾聴することができるようになった。

2 今後の課題

企画の実現に向け、今後の課題として以下のことが考えられる（表 13）。

表 13 今後の課題や問題点

項目	課題や問題点など
育てたい生徒像	<p>コミュニケーション力を育むことを目的とした課題研究がすべてではない。あくまで一部のグループによる課題研究で実施しており、商業高校全生徒の変容を考えるのであれば、学校設定科目など全員が受けられるような科目として設定する必要があると考える。授業以外の場でも生徒が「コミュニケーションが必要だと認識する環境」を整えることも効果があると感じた。</p>
設定した主題に近づけたか	<p>資格取得や技能の習得だけでは、地域に対して何ら貢献できない。地域と共に歩む商業高校の姿勢を打ち出すには生徒を育てることが必要だと思う。商業高校として、コミュニケーション力を育み、生徒の活動を地域に知ってもらえる機会を作りたい。例えば、授業を通して生徒にアイデアを出させ、それをプレゼンテーションする場を設け、地域の方や保護者に審査してもらするなど、生徒の活動を積極的に発信し、地域と連携しなければますます商業高校の存在が薄くなってしまう。</p>
解決しなければならない点	<ul style="list-style-type: none"> ○意見集約に協力してもらえない関係団体に企画書を提案し、行動できる環境作りを行う。 ○「コスト」に対する調整や検討を行う。 ○原曲が使えない場合、誰に曲の制作を依頼するか。さらに、著作権などの問題もある。 ○教科内の調整を行い、既存の授業を通して生徒のアイデアや発想力を育てられるしかけを考える。そのため、科目連携について「マーケティング(2学年)」と「課題研究(3学年)」の科目を連動させ、商業の授業を通じた地域連携策を生徒に考えさせる場を作る。

入学から卒業まで継続的な活動を行うことにより、生徒の学習意欲が深まり、また生徒が日常感じている問題を解決しようとする活動が商業高校の積極的な外部への姿勢に繋がることに有効であるという発見もあった。商業高校のメリットを前面に出し、社会から必要とされるスキルを専門性のある資格取得と連携させ、商業高校でしかできないことを生徒に理解させ、「地域活性」などの問題を考えられるようにする生徒を育てることが重要ではないだろうか。専門学科の強みを発信し続ける姿勢こそ、商業高校の今後のために重要であると考えられる。

今後も本研究をベースにして、生徒の学習意欲の向上につながる課題を提示していきたい。「魅力ある授業とは何か」。このテーマを常に授業の中で考察し、生徒と共に商業高校の活動を外部に向け情報発信することが、商業の魅力の中学生や保護者へのアピールし、本校の商業教育の向上に寄与できる策を講じたい。

最後になりましたが、本研究を進めるに当たり、勤務校の校長先生や学校教職員の皆様、ご指導とご助言をいただいた先生方、事例の調査や問い合わせに対して快くご対応くださいました関係者の皆様に心より感謝し厚くお礼申し上げます。

【参考文献】

辻 新六・有馬昌宏著『アンケート調査の方法』	朝倉書店	1987年
文化庁編著『著作権法入門』	著作権情報センター	2010年
文部科学省『高等学校キャリア教育の手引き』		2011年
『川崎市統計書』	川崎市	2013年
『商業教育130周年』	全国商業高等学校協会	2014年
平成26年度版『高校の商業教育』	全国商業高等学校協会	2014年
文部科学省「学校基本調査(2014年)」		2014年

【Webページ】

JR 東日本 <http://www.jreast.co.jp/top.html> 発車メロディーの使用状況 <http://www.hassya.net/>
 駅のOASIS～発車メロディー～ <http://station-oasis.hp.infoseek.co.jp/index.html>
 発車メロディー・車内チャイムのページ <http://hassya-melody.cool.ne.jp/index.htm>

【指導助言者】

川崎市立商業高等学校長	佐藤 栄 寿
自由が丘産能短期大学教授	豊田 雄 彦
京華商業高等学校進路指導主任・教諭	曾根 和 志
川崎市総合教育センター指導主事	安藤 勉

アンケート調査原票(参考資料)

川崎駅に「駅メロ」を導入したい！ 地域を高校生の手で盛り上げよう		おもて
【アンケート調査】 おねがい 川崎市・幸区にお住まいの皆様には、平素から商業高校の教育活動にご理解・ご協力を賜り誠にありがとうございます。 さて、このたび本校の生徒が、川崎の玄関口である JR 川崎駅に地元ならではの駅メロを導入し、川崎に親しみをもってもらいたい・川崎をもっと好きになって欲しい、そして地域を活性化したいという目標を設定しました。そこで周辺地域である川崎市・幸区にお住まいの皆様のご意見を集約し、その意見を基に行政と交通管理者(JR 東日本)に対して交渉を行いたいと考えています。お答えいただく質問は8問ありますが、皆様のお考えをそのままご記入していただくだけです。 また、ご回答いただいた内容は、すべて統計的に処理し、本研究の目的以外には使用いたしません。個々の調査内容については秘密を厳守いたしますので、皆様にご迷惑をおかけすることは決してございません。ご多忙のところ大変恐縮ですが、アンケート調査にご協力くださいますようお願い申し上げます。 <div style="text-align: right;">2015年 月 日 川崎市立商業高等学校 川崎商工会議所 川崎市シティセールス広報室</div>		
【ご回答に際してのお願い】 ■ほとんどの質問は選択式になっていますので該当する番号を回答欄にご記入ください ■ご回答いただいたアンケート用紙は、お手教ですが FAX にて本校へお送り下さい FAX 555-7554	【ご質問や疑問点がございましたら】 川崎市立商業高等学校 電話 522-0125～7 担当：商業科 林 までお問い合わせください	
アンケート調査票 以下の質問にお答えください ※「その他」を選ばれた際には、理由などをご記入ください		
う ら		
No	質問内容	回答欄(番号等)
1	あなたの性別を教えてください。 ① 男性 ② 女性	
2	年代を教えてください。 ① 10代 ② 20代 ③ 30代 ④ 40代 ⑤ 50代 ⑥ 60代以上	
3	お住いの地域は、どちらですか。 ① 川崎区 ② 幸区	
4	川崎にお住まいになり、何年経ちますか。 ① 10年未満 ② 20年未満 ③ 30年未満 ④ 30年以上	
5	川崎駅に「駅メロ」を導入することは、いかがですか。 ① 賛成 ② 反対 ③ どちらともいえない	
6	質問5で「①賛成」を選ばれた方は、どの曲が良いですか。選択肢の中からお選び下さい。 ① 「川崎市歌」 ② 「好きですかわさき 愛の街」(ごみ収集車で流れている曲です) ③ 「かわさきのねいろ」(市制80周年を記念して作られた曲です) ④ 「上を向いて歩こう」(坂本九さんは川崎の出身です。京急川崎駅に導入済みです)	
7	質問5で「②反対」を選ばれた方は、その理由をお聞かせください。 ① 今のメロディーで十分 ② 特に理由はない ③ その他	
8	今回の企画に対してご意見などがございましたら、お書きください。	
※ご協力ありがとうございました ご返送はFAX番号「555-7554」です。送付状なしでお送りください。		