

大会テーマ：「新たな可能性への挑戦－創造的・実践的商業教育－」

日 時：平成26年8月6日（水）～8日（金）

場 所：ホテル国際21（長野県長野市）

内 容：

第1日目 8月6日（水）

9：00 受付

10：00～10：40 開会式

10：50～16：00 全体会研究発表

共通テーマ「新学習指導要領に基づく商業教育の取り組み」

●北海道帯広市立帯広南商業高等学校

「新たなビジネス教育の創造－地域に愛される高校を目指して－」

「ビジネス基礎」における地域との連携や課外活動における取組などにおいて、生徒からの提案を実現に向けて全校で取り組んでいる。その結果環境に優しい活動実践校の認証を受けた。また、インターンシップでは教員も生徒と一緒に各事業所で研修を受けている。

・講評（西村調査官）

しっかりした商業教育をしている。新指導要領でも地域はキーワードである。まさにその趣旨に沿った取り組みである。消滅可能都市がある。首長はどういう高校を残すのか判断を迫られる。地元で育ち、地元で働き、地元で税金を払う人でないと都市は維持されない。

マーケティングを全ての生徒が学んでいない。農業高校と連携しても差別化できないようではいけない。きちんと役割を分けて商業高校の特色を出してほしい。

●宮城県志津川高等学校

「本校における地域活性化を目指した取り組みについて

－モアイの町・南三陸町を目指して－」

課題研究で町にあったモアイ像に着目し、地域活性化を目指した取り組みを始めた。震災の復興にモアイが一役買い、「福興市」ではモアイ像を模した鯛焼き状の焼き菓子「さんりくん焼き」を販売している。これは鋳型を長崎商業高校が寄贈し実現したものである。震災の後さらに活動を深め、その一つとしてチリ共和国大統領が来校し、イースター島からモアイ像を寄贈してくれるなど、日本にとどまらない活動になっている。

・講評（西村調査官）

地域を何とか活性化したいと思う高校生の気持ちをうまく引き出しているところがすばらしい。またそれを生徒の活動にしているところがよい。しかし、情報ビジネス科で育成する人材像を実現するためにモアイの活動があるべきで、目的が明確でない。マーケティングを学んでいるのか、疑問が残る。

●広島市立広島商業高等学校

「ビジネスマナーの指導法と教師の指導力向上の手立てについて

－社会で求められる“できる”生徒の育成を目指して－」

H22年度「みらい商業科」へ学科改編された。「秘書コース」2・3年生では社会人に必要なビジネスマナー教育を継続、進化させている。生徒には「気遣い・気配り・気働き」を涵養する。また、体育館での一斉お辞儀指導なども行い、全校でマナー指導に取り組んでいる。教員には校内研修会を週1回30分程度ずつ実施する。

・講評（西村調査官）

専門性の高い授業。その他大勢の先生、という意識では良い授業はできない。高い意識を持つべき。評価できるのは校内の他の先生方を巻き込んで研修を実施しているところ、本当に素晴らしい。また授業改善のためにビデオを活用したり、発表の様子も映像に残して確認させるなど、機器を活用しているところも良い。ビジネス基礎の第2章にビジネスマナーを入れている。入学した早い段階でマナーを身につけさせ、行動できるようにさせたい。ビジネスマナーは形と心が大切。生徒のことを考えると各校においては早い時期に指導をしてほしいと思う。

●長野県商業教育研究会

「学校間連携・高大連携・産学連携を目指した長野県の取り組み
～デパートサミット事業について～」

長野県内の各地各高校から参加した商業を学ぶ生徒たちを対象に「マーケティング塾」を開催することで学校間連携による学びの場を提供し、学んだことを実践、検証する場として「全国高校生合同販売 デパートゆにっと」を企画した。(本年度デパートは8月16日・17日に開催)

・講評(西村調査官)

商業教育は長野県が牽引するという意気込みが感じられた。先生方の指導力の向上にもつながっている。たいへん素晴らしい。しかし、マーケティング塾に参加できるのは、一部の生徒であることから、力を付けた彼らが各校で還元する仕組みがあると一層良いものになっていくのではないか。これからの期待。商業は生きている、素晴らしい教材を多くの学校で使ってほしい。教材開発は青森県や香川県などでも行われているので参考に。また、授業の手法もいろいろな方法があるので活用してほしい。全ての学校で取り組めるものであるため、これを機会に各校取り組んでみてほしい。

第2日目 8月7日(木)

9:15~16:00 分科会 第3分科会ビジネス情報分野

●茨城県立日立商業高等学校

本校情報処理科における情報教育の実践について —システム開発実践に至るまで—

学校設定科目「ソフト開発とビジネスマナー」における取組として、リーダー育成を目的としたプロジェクトチームを組織し、キャリア教育も兼ねて地元企業へ出向き、リーダーを中心としてシステム開発を行っている。論理的思考力、問題解決能力の育成をねらいとしている。

<質問>評価方法は?

教員3名で担当、10グループを見ることになる。行動観察もしやすく、2時間連続授業であり、日誌を書かせたり、プレゼンの評価シートなども評価に入れている。ビジネスマナーを身につけることも目的のひとつなので服装チェックなども行う。

・講評(東京都立芝商業高等学校 丸山校長)

情報処理科の授業で、実習中心の授業なのがよい。資格取得を目的にしていなくてよい。3年間の計画がきちんとあってよい。

●千葉県立君津商業高等学校

科目「電子商取引」の効果的な指導法について

—PHPによる初歩的な模擬商品販売サイト作成を通して—

Webアプリケーション開発に特化した言語であるPHPを活用して実習を中心に授業を展開・研究・分析し、その導入からショッピングカートの作成までの指導について提示。

<質問>レンタルサーバの確保や料金は?

今回の授業では私(発表者の平塚先生)が個人で契約したサーバを使っている。学校では持っていないので。

・講評(長野県立辰野高等学校 山下校長)

是非研修会等を開き、プロジェクトチームを作してほしい。楽天IT学校などもあるので、参加して活用してほしい。

●秋田市立秋田商業高等学校

プログラミング教育で育成するビジネスの基礎と汎用能力の可能性

「プログラミング」を様々な事柄に対する問題解決能力を養う、汎用的能力を育成するものと位置づけ、研究を行った。アルゴリズムを学習させるのではなく、「論理的思考力」「発想力」を養うことで、汎用的能力の育成が出来るのではないかと考え、多角的にアプローチした。

<質問>カリキュラムに課題研究がないのは？

新課程では課題研究が必修でなくなった。少ない教員で、それぞれが何をやっているのかわからない授業ならやめようということになった。マナーなどは総合実践の自由度が高まった感じがあるので、そっちでやろうということになった。

・講評（東京都立芝商業高等学校 丸山校長）

プログラミングは発想力だという考えのもとに、授業実践されたことはおもしろい。教育課程に設定する学校も減ってきたが、思考力、発想力を養うために使える科目ではないかという提言をもらった気がする。商業教育は答えのない課題を考える教科。

●香川県立志度高等学校

ネットワークデータベースの活用ービジネス現場の要望を意識した学習を考えるー

ビジネスの現場にかかわってきた者として高校生に何が必要かということを知っているので、VBA活用を通して、それを紹介しを実現に向けて努力したい。商業高校生は商業で学ぶ知識や技術を活用して、ビジネスの現場で必要とされる要望にこたえる人材とならなければいけない。

<質問>このような授業を学ぶ生徒がどれくらいいるのか？

授業はエクセルの2級程度を全員で。合格者の中から1級へ進む。よって、このようなシステム作りをする生徒は今のところいない。次へ向かう生徒がいてほしい。

・講評（東京都立芝商業高等学校 丸山校長）

ビジネスの現場を教えてもらった。学んでいることが十分に活用できるものだと感じられた。検定試験は目標ではない。

研究協議

分科会協議題：新しいビジネス情報教育の可能性、

活発な意見なし。

まとめ（長野県立辰野高等学校 山下校長）

地域がキーワードの一つ。情報処理教育をどう活用していくか、自分の可能性をどう引き出させるか、考えよう。他科目とも連携を。

意見交換

山形県から提出されたテーマ：コンピュータ会計をどう教えているか。

<趣旨説明>併設校で、本校では「弥生」を使用して、3年生会計コースの生徒でやっている。ビジネス界で使われているソフトと聞いて使用してきたが、他校ではどうしているか。

秋田商：4年前くらいまで使っていた。飽きるのでビジネスゲーム的要素を取り入れながらやっていた。

福島県：昔、会計科の生徒が学習していた。日商2級を合格した後に、会社ではこんな感じ、という程度。

第3日目 8月8日(金)

9:30~10:50 講演

「ホスピタリティと商業教育」 人とホスピタリティ研究所 代表 高野 登

(元 ザ・リッツ・カールトン・ホテル日本支社長)

ホスピタリティやサービス、もてなしが商業というものとどうリンクがあるのか考えてみたい。

74年に渡米した。親に2年で帰るという約束が20年になった。ホテルマンとしての原点は2つある。1つは祈りが生活の中にある戸隠で育った環境。祈りとは感謝と謙虚さであると思う。2つめは昭和40年代のバンカラな気風の時代にあって、長野商業高校で教師が語る「商業とは」「信州商人道とは」。今でもよく覚えていることは「たとえ『最小の結果しか見えなくても最大の努力をすること』が信州商人道。ところが今(昭和40年代)世の中を見てみると、大した努力もしないで最大の利益を得ようとしている者ばかりになってしまった、おかしいと思わないか」という教師からの投げかけ。それを頭の隅におきながらアメリカで20年を過ごした。

商業の世界におけるホスピタリティについて。「おもてなし」とは何か、調べたことのある人はありますか。これは広辞苑には載っていない言葉で、「もてなす」は載っているが「おもてなし」は載っていない。リッツ・カールトン・大阪を開業する時に、「おもてなし」とは何かを調べないと新しいホテルのオープニングはできないと思った。載っていないことを皆で考えた。「『おもてなし』とは言葉ではないから載っていない、日本人としての生き方そのものだから、ありようそのものだから載っていないのではないか」というのがリッツ・カールトン・大阪の皆で出した答え。個々の役割の中で「自分が果たせるおもてなしは何か」を考えると働き方が見えてくる。

「おもてなし」は何から始まるのか。感謝の原点はどこだろうか。それはあいさつからスタートするものだと考える。仏教に「一挨拶」という言葉がある。位の高い僧侶が修行僧にひとこと声をかけることで、どんな言葉でどんな姿勢でどんな表情で自分に向き合ってくるかを推し量ることで、成長の度合いを感じ取る。これが「一挨拶」で一がとれたものが「挨拶」。会社の中にあっては上司から部下へ、その人の成長度合いを計るものである。今は下の者から上の者へ挨拶をさせようとする。

学校教育の中で、少なくとも私が学生だった時代の一番の学びは何だったかという、自分の目の前の先生が学ぶ姿。この前俺はこんな本を読んだがこんなことが書いてあった、この前誰その講演会ではこんなことを言っていた、とか教えてくれる。先生の学ぶ姿勢から学んだ。学ぶ姿勢ほど刺激的な学びはないということに気付いた。

全ての世の中の動きはモノとヒトとコトが動くところからしか始まらない。商業の原点は何かというと、モノとヒトとコトを動かすこと。このことでしか世の中動いていかないということを学んでいる学生が意識できるか、できないかということが、おそらくここにいる皆さんの思い一つで決まる。どれほど多くの人が世の中に出てどれほど多くの人が挫折しているかを知っておくべき。商業高校の中で、世の中に出る前に、世の中とは厳しいものだということを聞かされ、実際にそういうような心のもみ合い、対立、喧嘩を繰り返す中で、自分の中でインフルエンザの予防接種が打たれていく。世の中に出て、人と人の意見が合うわけがない。100人いたら100人とも違う価値観の中で、自分の意見が全て通るわけがない、という当たり前のことに高校時代に気付かされているから、社会に出て行ったときに、それに撓る心ができている。

高校のときよく、「社会に出ていったら来た球は全部打て」と言われた。世の中に出ていったらいろいろなことが起きる。できることもできないことも全部自分のところに降りかかってくる。その時に、来た球は全部打つ、できるかできないか考える前に体を動かして全部打ってみる。空振りするか

もしれない、でもバントで、ゴロで出塁できるかもしれない、そしたら先輩や上司たちから「お前頑張ったな」って言われる。空振りしたって空振りの仕方が豪快だったら「お前頑張ったけど惜しかったな」って言われる。

久しぶりにハマってる朝ドラで「アンとはな」にいい言葉があった。「最大の努力をして最もいいのは成功することである、2番目にいいのは最大の努力をして失敗することである」。これは昭和40年代に長野商業で教わったことと同じ。皆成功するかというと世の中そんな甘いもんじゃない。でも少なくとも努力した人間にしか成功の扉にはたどりつけない。その扉をあけられるか開けられないかというのもわからない。運が左右するかもしれない、自分の力不足がその扉を開ける力に足らないかも知れない。でもおそらく扉まで辿りつかないにことには、開けることも閉めることも、扉があることさえ気がつかない。だから、とりあえず来た球を全部打つってことをやっている人間にしか扉は見てこない。なるほどなと思う。あの頃から、野球は長商も力を入れていて、例えによく使われていた。

あの頃の事をこんなに覚えていて、これを大阪のホテルを開業するとき、新入社員教育なんかで話をするわけです。そうすると昭和40年代の話にあたかも今の話のように言う「そうですよね」って言ってくれる。「四の五の言わずにとりあえず来た球全部打ってみろよ」、「来るお客さんに全部自分のできる限りの力で向かっていってみろよ、他の方法はないだろう」という話をします。でも入社する人たちがみんな商業高校を出ているかということとそんなことはない。有名な大学を出た学生ばかり。彼らを見て最初に気付くことはインフルエンザの予防接種を受けていないということ。だから、採用した最初の1年間に予防接種を徹底的にする。繰り返すことで心にしなり強さが出来、一年たったころには軸が出来てくる。みんな商業高校出だったらこの手間は省けると思うことがあるけれどそうはいかない。この予防接種を受けていることが世の中の3割（入社して1年以内に退職する人の割合）に入らない最大の手法。

今、ホテルでも、他でもものを売っている、営業の人たちの最大の悩みはなにか、ものが売れないということ。人が買ってくれない。アベノミクスが少し景気を回復させているというが、地方では実感がない。そういう中でもすごい結果を出している会社がある。伊那食品工業。毎年十数人の募集しかないが、日本全国から8700通もの履歴書が届く。伊那の片田舎の小さな工場なのに。この会社は四十数年間増収増益を続けている。一度として急激な成長（膨張）をしていない。バブル期ですら自分たちの適正な成長速度を考えながらやってきた。300年後を見据えているから。膨張すると何が起きるか。一時の増収増益は目の前の現象を見たときその会社にとっては利益かもしれないが、その収益は社員の犠牲の上に成り立っている。会社の収益が上がっても社員が不幸になったら意味がない。これが伊那食品工業の考え方。

なぜものが売れないのか、なぜ人が買ってくれないのか。商業的に見て売れない理由は1つ、あなたから買う理由がないから。それ以上でもそれ以下でもない。残念ながら「あなただから、あなたの会社だから…。あなたの会社から買う理由がないから」。そうすると自分を磨くしかない。自分の中の人間力を自分が磨いて、「あなただから頼みたい」と言ってもらわなければならない。リッツ・カールトンでの仕事の原点はこれです。商業そのもの。「あの」がつく人・会社・組織になること、全て解決する。しかし「あの」がつく人になるのは簡単ではない。セミナーに行っても「あの」がつく人になる努力を始める人は5%です。95%の人はやらない。商業の感性を持っている人は、やる。それが本質だということに気付いているから。商業の世界で生き残るためには、皆がやっている当たり前のことを当たり前ではないやり方で考えることでしか自分の価値を作ることができないことを知っているから。

自分たちがやっていることのレベルを3段階上の自分たちの当たり前の世界にしていきませんかということ。こう考えているホテルは非常に少ない。これをリッツ・カールトンがやってきた。一つひとつ丁寧にやっていった。なぜ他のホテルはやらないか。面倒くさいから。今普通にやっているだけで回っているんだからとりあえずいいでしょという感じ。リッツ・カールトンではそれを全部やっ

たら何が起こるかやってみた。「お客さんは絶対喜んでくれるに違いないからやろう」と言ってやった。5年間やり続けたら、売上日本一になった。難しいことは何もしていない。たとえ最小の結果しか得られなくても、最大の努力を繰り返していこう。「面倒くさい」それこそまさに最大の努力。「たとえ最小の結果しかしか見えなくても最大の努力をしようって商業高校で教わったんだよね」って言うと高野さん変なこと言いますねって言われる。

これはホテルの話だけではない。リッツ・カールトンがお手本にした会社がある。東日本JRテクノハート、通称「TESSEI」という鉄道清掃会社。数年前に何便か見送りながら、その清掃の様子を見ていた。「奇跡の7分間」という題でCNNが3回特集した。見事というしかない。以前はいかにも清掃員といういでたちで掃除をするおばちゃんたちがいた。今は全く違う。

JRから矢部さんという方が出向でやってきた。就任した翌日に現場へ行き、驚く。会社はこれまで、作業現場のひどい状態に目を向けなかった。矢部さんは、本社に掛け合い、750万円の予算を付け、休憩所を一新した。本社ではブーイング。矢部さんは「これは出費ではない、この人たちに対する投資だ」と頑張った。彼は毎日やってきて、何か必要なものはないか、何か改善できることはないかと聞いて回り、それを全部実現していった。おしゃれな色の名前入りユニフォームを作り、バケツをトートバックに変えた。

どうやってこの組織をあのおばちゃんたちを変えたのかと問われたが、現場は何も変わっていない。変わったのはトップの意識。あのおばちゃんたちの持つポテンシャルに気がつかなかっただけ。あの人たちはアイデアの宝庫で、お掃除マシンじゃない。そのことに気づくと物事は好転していく。CNNがやってくる。当時のカリフォルニア州知事アーノルドシュワルツネッガーさんが、新幹線をどこが誘致するかという問題で、「私は今すぐにも日本の新幹線と契約したい、ただし条件がある、あのおばちゃんたちが一緒に来てくれたら」、とちやめつけたつぷりにメディアの取材に応じていた。アメリカであのおばちゃんたちをああいう形でチームが作れるかというとはほぼ不可能です。これをあつという間にやったのが矢部さん。

このおばちゃんたちをあつと言わせた学校がある。修学旅行シーズンは恐怖のシーズン。中学生が乗っていた新幹線がくる。降車時帽子をとって礼を言っていく、「礼儀正しくて、えらいねー」と思って、清掃に入ったら、ゴミがない。きれいに清掃がされている。驚いて、その学校にお礼の手紙を書いたら、校長も担任も知らなかった。生徒会が、学校の恥になるようなことはやめようと呼びかけて、自分たちできれいに清掃して降車した。そしてこれが東京新聞に取り上げられ話題になった。

すごいなと思う。これをどう読み解くか。教育とは、人の成長とは何だろうか。誰にもコントロールされずに、自分たちをマネジメントする力を持っている。「恥」という言葉をもつ文化がある中で、少なくとも自分たちがやるべきこと、やってはいけないことを自分たちが考えている、この中学の生徒たちはすばらしい。

まずは教える側の人たちがどこまで誇りと夢を持ちながら自分の子供と向き合っていくことができるかということが、ポイントになるような気がする。長い人生の中で、絶対に家族を飢えさせない、生きていく力、骨太な自分を作っていく力というのが、商業高校の大事な部分にあると思う。そういうことをやっているみなさんがここにいらっしゃると思うと心強いと思う。

御礼 大会実行委員長 大野仁 長野商業高等学校長

商業教育は人の生きる道を教える原点にある。ということで、どんな教育の中でも商業教育の価値は高いものがあるという気がしている。昨今商業高校は数が減っている。しかし、商業高校が日本の教育を支えているそんな気がした。長野商業の合言葉に「心は高く身は低く」という言葉がある。高野さんを見ているといつも思うのは、誠実で明るく情熱家。素晴らしい先輩が活躍されているのを見ていると、長野商業の合言葉がよみがえる。どこの高校にもそういう校訓や合言葉がある。それを素直に受け止めて伸びていく子供たちにしたいと思った。そんな思いで今日の高野先生の話聞いた。当たり前の仕事を当たり前でなく真剣に考えてみる、そこに本当の商人道があるような気がする。

国会議員の勉強会に高野さんにきていただき、商業高校とはこんなところ、その学びはこんなところで役立っていますというような話をさせていただきました。

いまの学習指導要領解説に「ホスピタリティ」という言葉を入れた。広告と販売促進、接客の方法に「ホスピタリティを含めて、のぞましい接客の方法について理解させる」という文を入れた。先ほどの話を伺っても、商業教育はやはり大切で、もっと自信を持って頑張らなければいけないと意を強くした。

そもそも商業とは何なのかを考えてみる必要がある。各先生方が自分なりの答えを持って商業教育を実施していかなければいけないと思う。私は、商業というのはものを作る人と物を使いたい人をよりよくつなげることだと考える。人と人とをつなぐ人を作るのが商業高校だと考えている。人と人とをつなぐ役割を担う人を育成する、人と人とをつなぐ学びを通して人を育成する、人と人とのつながりの中で人を育成する、これが商業高校での人づくりであると私なりに考えている。商業高校は最も人づくりに適した学科であると思う。改めて商業とは何かということへ立ち返って、どのような授業をしなければならないのか考えてほしい。

大変厳しい状況に立たされているが、商業教育は素晴らしいものであり、もっと充実していかなければならない魅力のあるものだと思う。しかし、それを語れない先生が多い。魅力があるかないかは、そこに学ぶ学生にとって、受け入れる産業界にとって、保護者にとって魅力があるのかということ。それらに、答えられるものであれば魅力があるのだと思う。

資料P. 7. 商業教育は職業教育だが、高校生が働くことについて何を不安に思っているのかを調査したグラフがある。解答の上位はつきたい職業につけるか、就職できるか、自分にできる仕事があるかなど。日々の教育でこれらを払拭できているか。産業界にとってはどうか。採用に当たって特に重視した点をあげている。コミュニケーション能力が高い、主体性、チャレンジ精神、専門性などが上位にあげられている。こういう企業のニーズに商業教育は答えているか。保護者は、「進路指導に要望すること」という問いで回答をしてもらっている。私は商業教育はこれらの要望にすべてこたえるものであると思っている。それならば、こんなに苦境に立たされてはいないはず。応えうるが答えられていないからである。魅力はあるがそれを発揮できていなければ魅力があるとは言えない。

魅力を発揮する上での課題、克服しなければならない課題は一体何か、も考えていかねばならない。資料には5点挙げた。

1つは専門性の深化についての課題。専門科目の単位数が少ない学校が多い。特に四大進学者の割合の高い学校で少ない。20単位で何が悪いのかと言われる向きもある。外国語を5単位含めるという規定の趣旨を考えたことがあるか。他学科は、他科目で代替する場合に、「専門科目を実施するのと同等の成果がある場合においては」という縛りがある。商業では「外国語で」という縛りがある。どこにも明記されていないが、昔は貿易、今ならグローバル経済云々ということで「外国語」が付いていることは容易に想像できる。専門性を薄めていいというものではない。就職者の割合が高い学校でも単位数が少ない。専門性を確保しなければ、普通科と変わらない、商業科はいらない。

2つめは志向する方向での課題。検定試験に合格させることが商業高校ではない。検定に合格するための知識技術ではない。社会に出て活躍するための知識技術であるべき。答えのない時代、答えがたくさんある時代、どう考え、どう行動するかが大切。検定試験を否定はしないが、それをどう位置付け、どう活用するかが課題。

3つめは学びのステップについて。よく読んでほしい。まず1つめのステップ、知識と技術を習得

させる。2つめはその知識と技術を基盤としてビジネスの場面を想定して学習活動を行う、そして活用する能力を伴ったものにしていく。3番目、地域に出て行って地域を学びのフィールドとして、経験に裏打ちされた実践できる力に高めていく。ところが、知識と技術も簿記と情報処理しか教えていない場合がある。流通やマーケティングを教えていない状況にあってはビジネスとは何かは全く分からない。マーケティングや流通、経済といった科目をきちんと習得させないで、商品開発や販売実習といった実践的な活動を行っている、そうなら商業の生徒でなくてもできる商品開発にしかならない。学びのステップをふませてほしい。

質と量についての課題。質の問題では、先生のひいたレールの上を走らせるだけではだめ。失敗してもくじけないで頑張ることが大切。学習活動の質を高める。量の問題では、課題研究で一部の生徒にしか学ばせないようなことになっていないか。コミュニケーション能力、思考力、判断力の育成は商業の生徒には必要なこと。十分な場面を作ってやってほしい。

PRについての課題は、キッズビジネスタウンなどで早い段階で、中学生に面白さを伝えてほしい。産業界では、最近目を向けてもらえるようになっている。P46、47。楽天IT学校、伊藤忠、知財教育、ビジネスアイデアコンテスト。このような学習の場を設定してくれているのは、商業教育に期待をしてくれているから。この学習機会を利用してほしい。この機会を逃すともう二度と商業高校に目を向けてもらえなくなる。たくさんの学校が応募してほしい。

先生方の発表について。実践報告の場ではない。しっかり研究して、その結果どうであったか。こういう力を身につけさせたい。そのためにはこのような授業改善をした、その結果こういう力がついた、という形でやってほしい。研究は生徒たちのためにやる。発表は誰にするのか、参加した先生方に得るものがあつた、良かったと思ってもらえる発表であるべき。参加した先生方には明日からの授業改善に活かしてほしい。

11:50～ 閉会

次回は東京都。