

商業教育における「電子商取引」の役割

—教科「商業」の新たな実学へのアプローチ—

近 藤 真 唯

目次

1. はじめに
2. 日本における ICT 環境の現状
3. 日本における電子商取引の現状
4. 教科「商業」の役割
5. 教育現場における課題
6. おわりに

1. はじめに

近年、商業教育を取り巻く教育現場の状況は衰退の一途を辿っている。全国的に専門高校、特に商業高校の統廃合が進んでおり、併設高校や総合学科⁽¹⁾を持つ高校へと姿を変えている。それにより、後期中等教育⁽²⁾において教科「商業」を学ぶ場は確実に減少していると言わざるをえない。

一方、情報通信ネットワークに関するインフラ整備は急速に拡大している。それにより、自宅等からのブロードバンドインターネットのみならず携帯電話等のモバイル機器からのインターネットが大幅に普及し、従来よりもインターネットという存在が身近なものとして受け入れられるようになってきている。そんな中、日本人の生活に変化を及ぼしているものが「電子商取引」（以下、EC⁽³⁾）である。平成22年には15歳以上の国民の約3分の1（36.5%）が電子商取引を利用するなど、商品購買においてなくてはならない存在となりつつある。今後は少子高齢化等の社会問題も相まって、老若男女、場所を問わないECが生活においてより重要な役割を果たすことは想像に難くない。

このような社会状況の中、平成25年度より新学習指導要領が高等学校において実施⁽⁴⁾される。各教科科目の改訂が大幅に行われるが、教科「商業」においても新たに生まれる科目がある。その中の一つが科目「電子商取引」である（図1）。科目名の通り、これはECを取り扱う科目であり、実社会のニーズを反映している科目といえる。また、従来の

-
- (1) 幅広い選択科目の中から自分で科目選択し学ぶことが可能で、生徒の個性を生かした主体的な学習を実施することができる。自己の進路への自覚を深める学習を重視している。
 - (2) 日本においては、高等学校における教育を指す。
 - (3) ここでいう「電子商取引」とは実際の電子的な商取引のことである。誤解を避けるため、商業科目「電子商取引」はECと略称しないこととする。
 - (4) 一部の教科科目（数学・理科）においては平成24年度より先行実施されている。

商業科目と異なり、さまざまな分野を横断した指導内容となっている。例えば、ECを行うためのウェブページ制作（従来科目「文書デザイン」）、収益を上げるための要求分析・現状分析（従来科目「ビジネス情報」「マーケティング」）、商取引を行うための法規（従来科目「経済活動と法」）、などである。このような内容が組み合わさることによって初めて、ECは成立する。まさに科目「電子商取引」は、科目間がつながった「ネットワーク型」科目といえる。生徒はこの科目を通じて、教科「商業」に身近さを感じるだけでなく、実社会のさまざまな最新の知識技術を身に付けることが可能となる。

戦前より商業は「実学」を学ぶ場であるといわれてきた。実学とは、実際の生活において役立つ学問のことである。しかし時代を経るにつれ、技術が大きく進歩し、社会そのものが大きく変化を遂げている。それはつまり、「実学」そのものも大きく変化してきていることに他ならない。その「実学」の変化に対応できていなかったことが、今日の商業教育の衰退を招いているのではないか。本稿では、科目「電子商取引」の必要性・重要性を中心に、教科「商業」が今後果たすべき役割とその課題について論ずる。

図1 教科「商業」新旧科目対照表

分野	改訂	改定前	備考
基礎的科目	ビジネス基礎	ビジネス基礎	
総合的科目	課題研究	課題研究	
	総合実践	総合実践	
	ビジネス事務	商業技術 英語実務	整理統合
マーケティング分野	マーケティング	マーケティング	分類整理
	広告と販売促進	商品と流通	
	商品開発		新設
ビジネス経済分野	ビジネス経済		新設
	ビジネス経済応用	国際ビジネス	名称変更
	経済活動と法	経済活動と法	
会計分野	簿記	簿記	
	財務会計Ⅰ	会計	名称変更
	財務会計Ⅱ	会計実務	名称変更
	原価計算	原価計算	
	管理会計		新設

ビジネス情報分野	情報処理	情報処理	
	ビジネス情報	ビジネス情報	
	電子商取引	文書デザイン	再構成
	プログラミング	プログラミング	
	ビジネス情報管理		新設

2. 日本における ICT⁽⁵⁾ 環境の現状

2-1. インターネットの普及

日本における ICT 環境は年々整備が進んできている。特にインターネット人口普及率（図2）は、平成22年で78.2%（9,462万人）と世界的に見ても高い水準で整備がなされている。7～70歳までの人口比率が78.2%であることから、幅広い年齢層がインターネットを活用していることがわかる。ただし平成21年と比較すると、前年比成長率が0.2%にとどまっている。世界各国の普及率（図3）と比較しても、日本でのインターネット普及は成長期を終えたといえる。今後はインターネットを「ただ使う」から「いかに使いこなす」かに視点が置かれ、コンテンツの強化が目標となると考えられる。

図2 日本のインターネット人口普及率の推移

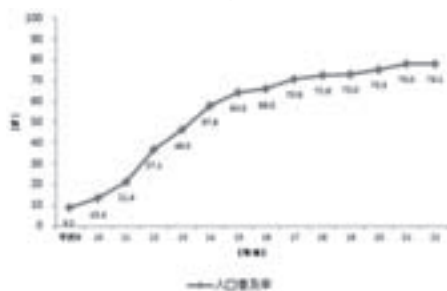
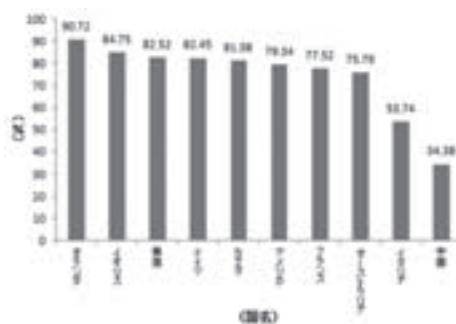


図3 世界のインターネット普及率



2-2. 情報端末の多様化

自宅でPCからインターネットを利用する回線については、ナローバンドに代わりDSL⁽⁶⁾やFTTH⁽⁷⁾などといったブロードバンド回線の使用が年々増加し、77.9%に達している（図4）。近年は、デスクトップPC以外にノートブックPC、ネットブックPC、スレートPCといった端末が登場し、自宅以外からの利用が可能となっている。また、携帯電話についてもスマートフォンやタブレット等のモバイル端末が数多く登場している。実

(5) 情報通信技術のこと。

(6) DSL (Digital Subscriber Line) デジタル加入者線のこと。インターネット接続で一般的な ADSL や VDSL などを目指す。

(7) FTTH (Fiber To The Home) 光ファイバによる家庭向けデータ通信サービスを指す。

際、モバイル端末からインターネットを利用する人の割合は83.3%と高水準となっている(図5)。

このように情報端末の多様化と回線技術の発達により、「誰もが、いつでも、どこでも」インターネットに接続できる環境が整いつつある。

3. 日本における EC の現状

3-1. EC の定義

日本国内における EC は、OECD⁽⁸⁾の定義に基づいて定義(広義・狭義)されている⁽⁹⁾。広義および狭義において共通しているのは、次の4点である。

- ① 企業、家計、個人、政府、その他の公的・私的組織間を問わない。(BtoB, BtoC, BtoBtoC)
- ② インターネット技術を用いたコンピュータネットワーク経由で受発注を行う。
- ③ 財・サービスの決済や最終的な配送については、オンライン、オフラインのいずれでも構わない。
- ④ 電話、FAX、従来型の電子メールによる受発注は EC に該当しない。

この4点を含有する商取引は EC とすることができる⁽¹⁰⁾。

3-2. 電子商取引の普及

前述の通り、インターネットの普及率は高水準となり、誰もがインターネットを利用できる環境は整った。それに伴い、インターネットショッピングつまり EC の利用率も 36.5% (平成22年)となり、平成14年利用率と比較し15.7ポイント上昇、日本国民の3人に1人が EC を利用している(図6)。このことから、確実に電子商取引が普及しつつあることが見て取れる。

また、ECの利用者の年間購入品目数は、平成14年と比較し約2倍となる平均2.50品目/年となっている(図7)。利用率が増加している中で購入品目数も増加しているということは、ECの一人当たりの利用機会も増加している可能性も考えられる。このことは、ECの普及を裏付ける一因となる。

(8) OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) 経済協力開発機構

(9) 経済産業省「平成20年度我が国の IT 利活用に関する調査研究事業(電子商取引に関する市場調査)報告書」, 2009

(10) 当論稿においても、これを EC の定義とし、論説していく。

図4 ブロードバンド回線普及の推移

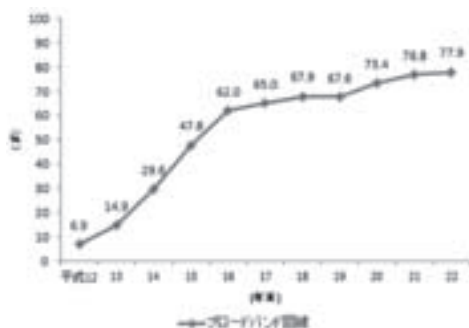


図5 モバイル端末でのインターネット利用者の推移

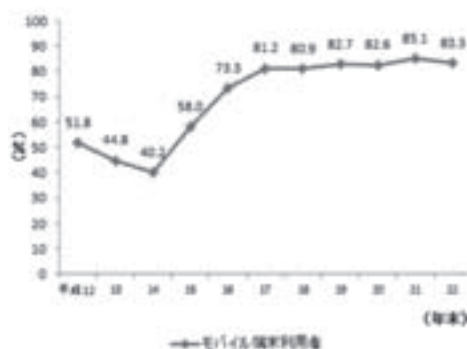


図6 EC利用状況の推移（15歳以上）

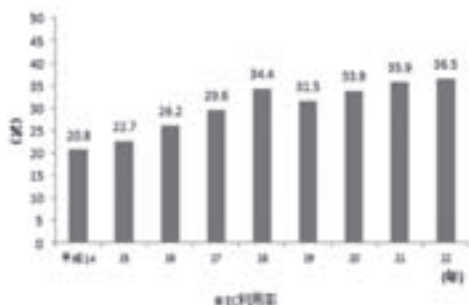
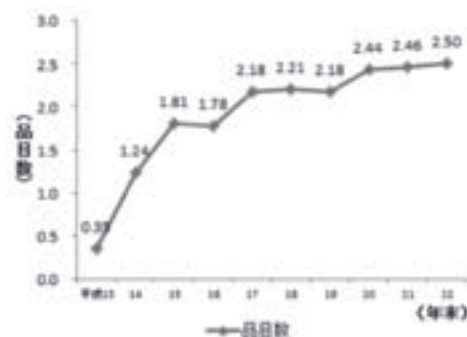


図7 EC利用者の年間平均購入品目数



3-3. 購入商品の変化

ECにおいて購入される商品は、衣料品・アクセサリ類、書籍・CD・DVD、趣味関連品・雑貨など多種に及ぶとともに、年々購入商品に変化が生じている。その中でも購入率が伸びているのは金融取引、衣料品・アクセサリ類などが挙げられる（図8）。特に注目すべきは、買回り品に当たる衣料品・アクセサリ類である。買回り品は、日用品と比べ価格が高いことから、本来は価格や品質等の比較のため実際に店を見て回るといった特性がある商品である。この商品の購入率が伸びていることは、一つに電子商取引が身近なものとなったことで、「インターネットでしか買えない商品」を買うだけではなく「インターネットでも買える商品」にまで広範囲に購買意欲が広がっていることが考えられる。このように、買回り品の特性が変化してきていることから、顧客の購買行動にも変化が生じてきていることが考えられる。

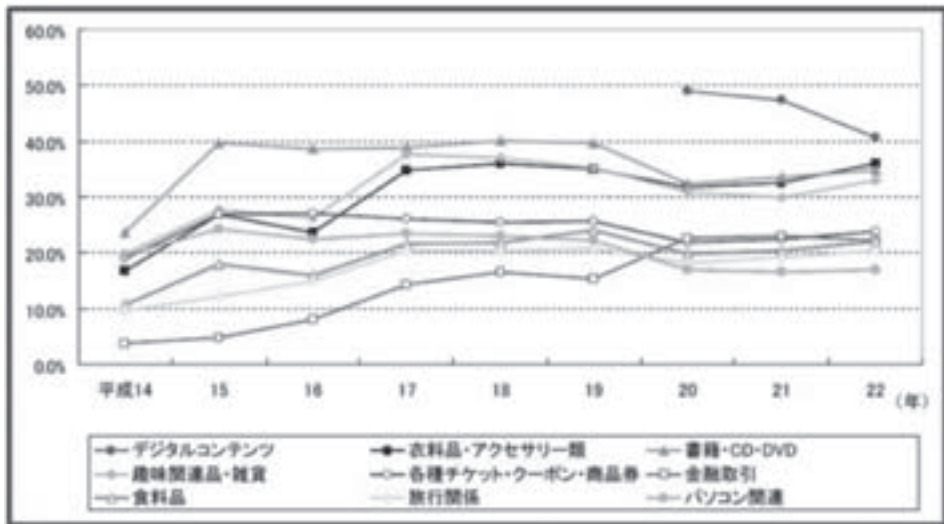
3-4. 購買行動の変化

インターネット上で電子商取引が普及したことで、顧客の購買行動が変化していること

は前述した通りである。従来からある AIDAS⁽¹¹⁾や AIDMA⁽¹²⁾といった顧客の購買行動が、AISAS⁽¹³⁾や AISCEAS⁽¹⁴⁾のようにインターネットの特性に合わせた購買行動に変化している。これは、これまでの実際に商品を見て比較・検討・購買するという流れが、インターネットの登場によってディスプレイ上で簡単にできるようになったためといわれている。インターネットを含め ICT は今後更なる進歩を遂げると考えられることから、購買行動等も一層の変化が生じると考えられる。

図8 インターネットによる購入・取引した商品・サービス

(総務省「ICT インフラの進展が国民のライフスタイルや社会環境等に及ぼした影響と相互関係に関する調査研究」より抜粋)



4. 科目「電子商取引」と商業教育

4-1. 学習指導要領の改訂

平成21年3月、文部科学省より高等学校学習指導要領改訂の公示を受け、平成25年度より年次進行により段階的に実施されることが決定した⁽¹⁵⁾。学習指導要領改訂により各教

(11) AIDAS (アイダス) Attention (注意), Interest (関心), Desire (欲求), Action (行動), Satisfaction (満足) の略称。

(12) AIDMA (アイドマ) Attention (注意), Interest (関心), Desire (欲求), Memory (記憶), Action (行動) の略称

(13) AISAS (アイサス) Attention (注意), Interest (関心), Search (検索), Action (購買), Share (情報共有) の略称。

(14) AISCEAS (アイセアス) Attention (注意), Interest (関心), Search (検索), Comparison (比較), Examination (検討), Action (購買), Share (情報共有) の略称。

(15) 総則(一部)・総合的な学習の時間・特別活動については平成22年度から、数学・理科については平成24年度から先行実施。

科・科目の新設・再構成等が行われるが、教育内容については次の点について改善が図られている。

- 言語活動の充実
- 理数教育の充実
- 伝統や文化に関する教育の充実
- 道徳教育の充実
- 体験活動の充実
- 外国語教育の充実
- 職業に関する教科・科目の改善

さらに教科「商業」については、「経済のサービス化・グローバル化、ICTの急速な進展、知識基盤社会の到来に対応し、ビジネスの諸活動を主体的・合理的に行う実践力、遵法精神や起業家精神等を身に付けた創造性豊かな人材を育成する」ことが方向性として打ち出されている。

商業の科目構成については、現行の17科目から20科目へと再編される（図1）。これらの科目は基礎的科目、総合的科目、分野別科目に分けられる。特に分野別科目については、

- マーケティング分野（顧客満足実現能力を育てる）
- ビジネス経済分野（ビジネス探究能力を育てる）
- 会計分野（会計情報提供・活用能力を育てる）
- ビジネス情報分野（情報処理・活用能力を育てる）

の4分野に分類されている。そしてこれらの科目を学習する中で、「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」ことを目標としている。

4-2. 科目「電子商取引」の概要

科目「電子商取引」は、ビジネス情報分野に分類され、現行の「文書デザイン」の内容を再構成したものである。この科目の目標は、「情報通信ネットワークを活用した商取引や広告・広報に関する知識と技術を習得させ、情報通信ネットワークを活用することの意義や課題について理解させるとともに、情報通信技術を電子商取引に応用する能力と態度を育てる」ことにある。

指導内容については、実社会においてECを行うために必要な知識・技術・態度を育むことをねらいとしている。具体的には次の通りである。

- 情報通信技術の進歩とビジネス
- コンテンツの制作
- ウェブデザインと広告・広報
- ウェブページの公開
- 電子商取引とビジネス

この5つの内容を2～4単位で学習することになる。

4-3. 商業教育と実学

教科「商業」つまり商業教育とは、実社会で役立つ学問「実学」を学ぶことに他ならない。従前より実学の必要性はさまざまな方面から指摘されており、「読み・書き・そろばん」から始まり、近年では「英語・会計・コンピュータ」が新たな実学であるとも言われている。このように社会の変化に合わせて、実学の在り方にも変化が生じている。さらに、実社会はさまざまな分野においてある一定の水準まで成長を遂げたことから、インターネット人口普及率同様、今後は成熟の段階へと移行すると考えられる。そこで求められるものは、実学を漠然とした方法論ではなく、具体的に「どのように役立つのか」という技術論だと考える。

4-4. 科目「電子商取引」の必要性

これまで論述してきたように、日本国内においてはインターネットの普及、情報通信ネットワークのインフラ整備等が高水準で行われてきた。それに伴い、電子商取引の利用率が年々増加傾向を示しており、日常生活において不可欠なものとなっている。このような社会状況の中で、実学を教える商業教育がECを扱うことは必然であるといえる。さらにはこの科目が教科「商業」を代表する科目となる可能性を有している。

その根拠として挙げるのは、科目「電子商取引」がさまざまな科目が融合することによって成立するものだという点である。電子商取引はウェブページだけ制作できれば成立するものではない。例えば、無店舗とはいえインターネット上で商売を行う以上、それを取り締まる法律を遵守する必要がある。実際にそれを「電子商取引」で学ぶこととなる。しかし、本来、経済活動における法律を学ぶ科目は「経済活動と法」である。そしてウェブページ制作は現行の「文書デザイン」の役割であった。これらを同一科目で学ぶことにより、これまでにない体系的な学習、指導ができるようになる（図10）。

図10 科目「電子商取引」の体系図



次に挙げるのは、「電子商取引」がまさに今後の実学を体現するものだという点である。4-3で論じたが、実学の内容は時代のニーズに合わせて変化するものであり、さま

さまざまな分野が一定の水準に達したと思われる日本においては、方法論もさることながら技術論が今後強く求められるものであると考え。その中で「電子商取引」は今後成熟していくと考えられる分野であるだけでなく、ネットショップ経営を行う上での技術論を多く集める科目となる。「電子商取引」は、まさに時代が求める商業教育となる可能性を秘めている。

4-5. 科目「電子商取引」の指導方法

前述したように、「電子商取引」は技術論を多く集めた科目となる。実学としてこの科目を学ぶ商業高校もしくは商業に関する学科を有する高校の生徒に、ECを行うために必要なものすべてを身に付けさせなければならない。それを実施するための指導環境および指導方法を考察する。

● 授業準備

授業実施場所については、パソコン教室と普通教室の併用が望ましい。コンピュータを学ぶ授業となるとパソコン教室を利用する傾向にあるが、指導内容によって教室を使い分ける必要がある。例えばウェブページ制作について、ウェブページそのものを制作するにはコンピュータが必要であるため、パソコン教室を必ず使わなければならない。しかし、ワイヤフレーム作成などウェブページ制作を立案・企画する段階では、パソコンは必ずしも必要ではない。むしろパソコン教室よりも普通教室の方が議論しやすい⁽¹⁶⁾。また、生徒にとっても授業実施場所が変わることにより、頭の切り替えがしっかりでき、一つひとつの授業に集中することができる。

授業で準備する道具としては、①PC②アプリケーションソフトウェア③ウェブサーバが必要となる。

①PC

PC（パーソナルコンピュータ）については、必要なアプリケーションソフトウェアを使用できるのであれば、どのようなプラットフォームでも構わない⁽¹⁷⁾。このPCをネットワークに接続することで、授業を実施する上での最低限の環境が整う。

②アプリケーションソフトウェア

➤ ウェブページ作成ソフトウェア

テキストエディタ等を用いて一からすべてを作り上げることも可能だが、専用ソフトウェアを用いることで、大幅時間短縮と効率化を図ることができる。最近では、ウェブページ作成ソフトウェアと連携したECサイト構築ソフトウェアも販売されているため、これらを活用することによってより一層の効率化を図ることが可能となる。

➤ FTPソフトウェア

ウェブサーバにファイルを転送、インターネット上で閲覧できるようにするために用いられる。ウェブページ作成ソフトウェアに同様の機能が付属している場合もある。

➤ オフィスソフトウェア

(16) 通常、普通教室は机・いすの移動が可能であるため、話し合い等を行うのに適している。

(17) ただし、環境によっては特定のプラットフォームしか使用できない可能性もある。

ワープロソフトウェアや表計算ソフトウェアなどがセットになっており、オフィスでの業務に用いられる。文章だけでなく図形等と用いて作図することができるため、アイデアをまとめたり、ワイヤーフレーム等を作図したりすることができる。

③ウェブサーバ

インターネット上でウェブページを閲覧できるサービスを提供するコンピュータである。サーバには、(1)自ら設置・管理する自前のサーバ(2)専門業者から費用を支払いレンタルするサーバの大きく2種類ある。いずれかの方法によりサーバを用意することで、生徒が制作したウェブページをインターネット上に公開することが可能となる。

● 授業形態

授業形態としては、原則、グループワーク⁽¹⁸⁾での活動が望ましい。新学習指導要領において掲げられている教育内容の一つに「言語活動の充実」がある。ここでいう「言語活動」とは、日本語や外国語を学ぶということだけではなく、記録、要約、説明、論述、討論等といった思考力・判断力・表現力等のことであり、新学習指導要領はこれを身に付け充実させることを目的としている。従来の生徒個人のみで作業を行う授業展開では、教員と生徒だけではなく生徒間のコミュニケーションも図りにくい状態にあった。しかし、実社会ではECを行うためにチームを構成し、議論を交わしながら一緒にひとつのECサイトを構築していく。そこに必要なのはコミュニケーションである。そこに生じる学校と実社会とのギャップを埋めるため、グループワークを活用し、生徒自身が話し合い、考えながら作業していくことが重要である。

● 指導内容

4-2で述べたように、「電子商取引」は5つの内容から構成されており、2~4単位で学ぶこととなっている。この内容の詳細は次のようになる。

- ① ウェブページの制作方法
- ② ロゴや動画画像などウェブコンテンツの制作方法
- ③ インターネット上でのウェブサイトの公開方法
- ④ 電子商取引を行うために必要な法律
- ⑤ 要求分析・現状分析

特に①については、単にウェブページを制作するのではなく、分析、企画・立案、制作と手順を踏み、ウェブページのコンセプトやデザイン等を検討した上で制作する必要がある。実際に企業等で用いられている手法を取り入れることで、より実学として有益ものを生徒へ伝えることができる。

指導内容が多分野に渡っていることから、全20科目に精通していることが望ましい。さらにECにて用いられるウェブページには、時期によって流行りもあることから、常にインターネットを観察し、最新の情報を生徒に還元することが重要である。

(18) 基礎的・基本的なスキル習得のためには、生徒個人のみでの作業も必要である。

5 教育現場における課題

5-1. 指導できる人材の育成

冒頭や4-5で論じたように、「電子商取引」の内容は多科目内容から成立することから「ネットワーク型」科目と位置付けることができる。裏を返せば、この科目はさまざまな分野に長けている教員でなければ指導できないということでもある。以前は、例えば、会計分野が得意な教員はコンピュータ分野がまったくの苦手で指導することができないので授業を担当しない、ということも往々にあった。最近ではこのような極端な事例は少なくなってきたものの、依然として得意分野中心で授業担当を決定する傾向にある。しかし、「電子商取引」の授業担当者は、どの分野にも精通し、どの分野も指導できる人材である必要があるし、またそのような人材をこれから育成しなければならない。

この問題を解決するためには、文部科学省および商業の教職課程を有する各大学の協力が必要不可欠である。例えば、各大学の教職課程に関する授業体制を変更していただき、すべての分野の専門単位を一定数以上修得しなければならないようにする。これによってあらゆる分野の専門性を確保することができる。

しかしながら、このような人材の育成には時間がかかる。しかも、人材育成のための新システムは現段階において皆無といってもよい。このことから、まずはこのシステム構築を急務とし、スムーズに新システムへの移行を行い、早期の人材育成をスタートする必要があると考える。

5-2. 高等学校用ウェブサーバシステムの提供

4-5で論じたように、ECを行うためにはウェブページを公開するためのウェブサーバが必要となる。このシステム構築および管理が、学校側に大きな負担となる。

まず学校側が自前でシステム構築する場合は、必要な機材をすべて購入しなければならないため初期費用が高額となる。システム構築を外部委託するとなると、更に工賃が発生することになる。またシステム管理は教員の手によるため、サーバに関する知識技術に長けた教員が必要となるだけでなく、管理にかける時間を確保する必要も生じる。

次にレンタルサーバを使用する場合は、機材を購入する必要がないため初期費用が低額で済む。しかし、管理費用として毎月一定金額を支払い続ける必要が生じる。また、レンタルするサーバによって機能が限定されている場合や業者のシステムダウンによりアクセスができなくなる場合もあり、授業がうまく行えない可能性もある。

このような負担は学校側にとって大きな問題となっており、新学習指導要領における各高等学校の科目採択において「電子商取引」の選択を迷わせる一因となっている。しかしながら、費用削減や設備不足を理由に採択しないのは本末転倒であり、生徒から貴重な学習機会を奪っていることに他ならない。

この問題を解消するため、公的機関による教育機関向け（特に高等学校向け）のウェブサーバシステムの提供が必要であると考えられる。教員による管理が必要なく、費用も低額もしくは無料にし、各教育機関に負担がかからないシステムを提供することにより、安全か

つ安心な EC 体験を授業内で実施することが可能となる。

5-3. 新たな法律への対応

EC 等のようにコンピュータを利用した商取引については、未だ法整備がされていない部分がある。これは商取引を取り巻く実態に法が対応しきれていないことが原因であるが、これによりさまざまなトラブルが生じる可能性がある。コンプガチャ問題⁽¹⁹⁾もその一つである。コンピュータに関する技術等は日進月歩であり、それに伴い新たな商取引が生まれている。EC の指導を行うためには、指導する教員が常に新たな法律について意識することを心掛け、生徒に法の意味や整備された経緯を理解させ、健全な EC を実施させる必要がある。

6 おわりに

ここ数年、高等学校における商業教育から活気が失われつつあると、さまざまな地域、教員から話を聞く。実際、各都道府県において高等学校の統廃合が実施され、商業高校の数が確実に減少してきている。大阪ビジネスフロンティア高等学校⁽²⁰⁾のように統廃合によって新たな商業高校を設置するパターンもあるが、多くのパターンが普通科高校と統廃合を行い、併設高校や総合制高校へと様変わりするものである。そのため、高等学校において商業教育を学ぶ機会が大きく減少してきており、そのことは商業科の生徒数の減少率からも明らかである。

しかし昨今の世界的金融危機によって国内外の景気動向が悪化している中で、商業教育を学ばないことが果たして得策なのだろうか。経済を支えているものが商業であり、その根幹を支えているものが、高等学校における商業教育ではないかと考える。その商業教育の裾野を広げる取り組みが、今、求められている。

その取り組みの起爆剤となりうるものが科目「電子商取引」である。現在設定されている、もしくは今後設定されるだろう科目の中で、最も実学としての役割を果たすと考えている。EC が世に求められていることは前述の通りである。実社会において広がりを見せる EC を生徒自らの手によってシステムを構築、公開していくことにより、商業教育を巡る環境は大きく変化する。城南静岡高等学校（静岡県）が立ち上げているオンラインショッピングモール「まなびや」がその一例である。生徒は自ら学び、自ら考え、自ら作業することによって、大きく成長する。更に、その成果（EC サイト）を顧客が利用、レスポンスが返ってくることで生徒は更なる成長を遂げ、この成長が EC サイトの発展へとつながっていく。このような好循環を継続することにより、実社会が商業教育の重要性・必要性を理解し、現場に活気を取り戻せると考えている。

今後は、高等学校における「電子商取引」の取り組みを中心に調査し、授業における指

(19) ソーシャルネットワークゲーム上のサービス「ガチャ」に多額の金額を支払う児童生徒が急増したことで社会問題化した。児童生徒の射幸心を煽っている等の理由から、消費者庁が景品表示法で禁じられている行為に当たると判断された。

(20) 大阪府大阪市天王寺区の公立高等学校。大阪市立の天王寺商業・市岡商業・東商業の3商業高等学校を統廃合し設置された。

導方法を確立していきたいと考える。

参考文献

- 総務省「情報通信白書 平成23年版」2012年, 33-69ページ
- 総務省「平成22年通信利用動向調査」2011年
- 文部科学省「学習指導要領」2009年
- 文部科学省「学習指導要領解説 商業編」2010年
- 経済産業省「電子商取引市場調査」2011年

〔抄 録〕

平成25年度の学習指導要領改訂に伴い、高等学校における指導内容が大きく変化する。これにより他教科同様、衰退傾向にある教科「商業」においても科目再編が行われ、科目数が17科目から20科目となり、今後新たな取り組みが求められることとなる。一方、実社会においては情報通信ネットワークの環境整備が進んでおり、インターネット人口普及率が世界高水準となるとともに、インターネットを活用した電子商取引も増加傾向にある。そこから、平成25年度から設置される科目「電子商取引」を通して商業教育の果たす役割が大きくなると考え、日本国内における電子商取引をめぐる実態を調査し、今後の商取引において更なる発展、必要不可欠なものとなることを確認した。また、実学を学ぶ商業教育として、いかにして実社会にて通用する生徒を育成するか、科目「電子商取引」を商業教育復活の起爆剤と位置付け、指導環境から指導内容までを一考察するとともに、今後起こりうる課題を提案した。

—Abstract—

With the revision of the government guidelines for teaching in 2013, teaching contents in high school will greatly change. Therefore, the curriculum of the subject commerce which has tended to decline will be reorganized. The number of subjects will change from 17 to 20, then teachers will need a new teaching method. On the other hand, in the society, the environmental preparation of telecommunication networks has advanced and the saturation level of the Internet has also become higher. In addition, E-commerce with the Internet is showing a tendency to rise.

The new subject “E-commerce” will play an important part in the commercial education. Through the research of the present conditions of E-commerce in Japan, we confirmed that this subject will develop and be necessary. We regarded the subject “E-commerce” as the priming of the restoration of commercial education and considered the teaching environment and content to think about how we grow the students who will be generally accepted in society.