

記 録

文書番号	SCJ 第 2 0 期-2 0 0 7 2 8-2 0 3 7 0 7 0 0-0 0 3
委員会等名	日本学術会議経営学委員会 経営リテラシー分科会
標題	経営リテラシーの定着に向けて
作成日	平成 2 0 年（2 0 0 8 年）7 月 3 1 日

※ 本資料は、日本学術会議会則第二条に定める意思の表出ではない。掲載されたデータ等には、確認を要するものが含まれる可能性がある。

この記録は、日本学術会議経営学委員会経営リテラシー分科会の審議結果を取りまとめたものである。

日本学術会議経営学委員会経営リテラシー分科会

委員長	奥林 康司	(連携会員)	摂南大学副学長
副委員長	齋藤 毅憲	(連携会員)	関東学院大学経済学部教授
	宮本 又郎	(第一部会員)	関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科教授
	青木 幸弘	(連携会員)	学習院大学経済学部経済学科教授
	新井 明	(特任連携会員)	東京都立西高等学校教諭
	岡田 理恵子	(特任連携会員)	東京都立第一商業高等学校教諭
	齋藤 真哉	(連携会員)	横浜国立大学大学院国際社会科学 研究科教授
	柴 健次	(連携会員)	関西大学大学院会計研究科長
	藤永 弘	(連携会員)	青森公立大学大学院経営経済学研 究科教授

記録の作成に当たり、以下の方々にご協力いただきました。

大倉 泰裕	文部科学省初等中等局教育課程課 教科調査官
太田 篤	社団法人経済同友会 担当執行役員
吉野 弘一	文部科学省初等中等教育局 視学官

要 旨

1 作成の背景

各種の継続的事業体を効率的に管理・運営するための基本的知識は、一般に、経営リテラシーと呼ばれている。経営に関する知識の体系は企業経営を対象とした経営学で明らかにされてきた。しかし、経営に関する基本的知識は単に企業を運営するために必要であるのみならず、日常生活のあらゆる側面に利用可能であり、その活用により快適な生活が可能になる。

国民の間に経営リテラシーが普及していれば、家庭生活の効率的な運営、自治体における各種事業の継続、学校における授業の能率的な実施、あるいはクラブ活動におけるチームワークの向上などが可能になる。

反対に、経営リテラシーが不十分なために、組織や事業体の存続が危機に瀕する事態も生じている。例えば、国や地方自治体の財政破綻、消費者の多重債務による自己破産、学級経営の崩壊、職場におけるストレスや過労死などは社会の注目を集めている事例である。これらの社会問題は、人間が組織の中で協働生活を営む上での知恵を集めた経営リテラシーを多くの国民が共有することにより緩和することも可能である。

しかし、現在の中高等教育課程を検討してみると、経営リテラシーの教育が必ずしも充分であるとは言い難い。

2 現状及び問題点

国民の素養として経営リテラシーを定着させることを考えたとき、中高等教育課程において次のような問題点が指摘できる。

第1に、高校レベルにおいて経営リテラシーとしてどのような概念や理論を教えるべきかに関して、標準的な基礎概念が体系的に整備されていないことである。大学レベルにおいてはテキストの作成が盛んになったが、高校レベルでの経営学の教科書は皆無に近い。

第2に、職場体験教育（キャリア教育やインターンシップ等）において、職場で働く人々がどのような仕組みの中で行動し、いかに組織をうまく運営しているかを伝えるまでに至っていない。これらの知識を経営学が明らかにしてきたのである。

第3に、高校における「現代社会」では「良き公民」を育成するための知識は提供されているが、組織の中で協働活動をするための知識や技能などはほとんど教えられていない。職業観の育成やものづくりの教育では経営学で蓄積してきた知識が有効である。

第4に、教育においても地域と連携した活動が推進されているが、公民科の

教育においては企業の活動や自治体の活動を学習する際に現場の具体的な活動とそれらの知識が深く結び付けられて教えられている事例は少ない。

第5に、高校の社会科担当の教諭は、その養成課程において、株式会社の仕組みや組織運営の基礎知識、会計の基本的な仕組みなどについてほとんど教育を受けていない。他方、経営関連学部を卒業しても、社会科の教員免許を取得するにはかなり多くの追加的勉強をしなければならない。

3 改善への提言

(1) 国民の素養として身につけるべき経営関連知識を体系化する

わが国において経営関連の学会が既に60団体ほど形成され活動している。これらの諸学会が協力し、国民として身につけるべき基本的知識と概念を整理体系化し、初等中等教育課程で活用するように推進する必要がある。

(2) 現場体験教育と結びつけて経営関連知識を体得させる

キャリア教育やインターンシップ教育においては、現場で働く勤労者の立場からの知識のみならず管理者や経営者になった場合の知識も教育する必要がある。継続的事業体を運営するには、経営の立場からの基礎知識も不可欠であり、現場体験教育においては経営リテラシーの教育も含めて実践的・経験的に教育する必要がある。

(3) 学習指導要領を企業や組織の現実を理解できるものに改訂する

高校の経済教育を、単にミクロ経済学の教育のみならず企業・行政組織・非営利組織などの行動原理や内部構造まで踏み込んだ内容に拡大する必要がある。また、そこで働いている人々の職業意識まで教育することにより、職業観の育成を支援する必要がある。

(4) 経営教育においても地域との連携を推進する

経営者やボランティア活動のリーダーなどが組織の管理や組織内での行動原理などについて自己の体験を生徒に聞かせることにより、現実的な経営リテラシーを伝える必要がある。反対に、生徒が地域のボランティア活動に参加したり、町おこしなどの地域活動に参加することにより、組織を効率的に運営するための知識の必要性を生徒自身が感じるようになる。

(5) 高校教諭の経営教育に大学が積極的に支援する

数校を含む地域毎に、経営教育が出来る専門の教員を配置し、専門的な経営知識を高校生にも教育する必要がある。そのような経営知識を身につけるため、高校の教諭に経営・会計専門職大学院で再教育を受ける機会を大学は提供しうる。

目 次

1	はじめに	1
2	作成の背景	2
	(1) 経営リテラシーと中等教育課程の課題	2
	(2) 大学における経営教育と中等教育課程の不連続	2
3	高校の公民科・商業科教育の現状および問題点	3
	(1) 国民の素養としての標準的経営知識の未整備	3
	(2) 職場体験教育における経営知識の教育不足	5
	(3) 現状の学習指導要領における問題点	6
	(4) 高校の地域連携における経営教育の欠如	6
	(5) 高校教諭における経営知識の不足	7
4	改善方向と改善策	7
	(1) 国民の素養として身につけるべき経営知識の体系化	7
	(2) 職場体験教育と連動した経営知識の体得	8
	(3) 学習指導要領の改訂	9
	(4) 経営教育における高校と地域の連携推進	9
	(5) 高校教諭における経営再教育の支援	9
5	おわりに	10
	別紙1 経営リテラシー：10分野と100の基本概念	11
	<報告資料>	18
	公民科教科書の現状と課題： 関東学院大学経済学部教授 齋藤毅憲	
	大阪市新商業高校構想の具体化：関西大学大学院会計研究科教授 柴 健次	
	高校における商学教育について： 学習院大学経済学部教授 青木幸弘	
	高等学校における経営教育の進め方試論： 東京都立西高等学校教諭 新井 明	
	商業高校における経営教育の現状と改善方向について： 東京都立第一商業高等学校教諭 岡田恵理子	
	<参考資料>	23
	経営リテラシー分科会審議経過	

1 はじめに

経営リテラシーと言うと、企業経営に関する基本的知識とイメージされ易い。確かに、企業は厳しい市場競争の中で勝ち残るために、現場の知恵や経営者の経験を蓄積し、それらを理論化し、更なる経営の発展に活用してきた。そのため、経営に関する知識は企業経営のそれと同一化され、企業の発展に役立つもの、企業以外では役に立たないもののように狭く理解されてきた。

しかし、経営学で蓄積され開発されてきた知識や理論は、企業以外でも、行政の組織、学校や病院の運営、地域起こしの活動、ボランティア活動などのいわゆる「継続的事業体」(ゴーイング・コンサーン、going concern)に適用され、現実にも有効な成果を挙げている。例えば、国立大学法人や独立行政法人などは、一般に、ニュー・パブリック・マネジメント(new public management)と呼ばれているが、ここでは公的セクターに私企業で開発された色々な経営手法や理論が適用されている。継続的事業体の運営に関する基本知識としての経営リテラシーは日常生活のあらゆる側面で不可欠な知識となっている。

経営リテラシーを充分持ち合わせていないため生じる社会的な問題もある。例えば、地方自治体の財政破綻、公立の病院や学校の赤字経営、消費者の多重債務による自己破産、学校における学級経営の崩壊、学校や職場におけるストレスや過労死などはその一例である。これらの問題は、組織の中で効率的な協働生活を営むための知識を集めた経営リテラシーを組織の全てのメンバーが共有しておれば、かなり緩和できるであろう。企業経営に関する知識ではなく、継続的事業体の運営やそこで協働生活を営むための基本的知識としての経営リテラシーは、今や、国民が生きるための素養として身につけるべき共通の知識となっている。

いま、わが国における経営リテラシーの定着を考えると、経営リテラシーの教育に多くの問題点が存在していることが明らかになった。

第1に、高校の公民科の教育内容を見ると、現在の経営学が明らかにしている知識水準に比べ、それらの知識が生徒に教育されていない点である。

第2に、キャリア教育やインターンシップなど職場体験教育が注目されながら、その前提となる継続的事業体の仕組みや運営のルールなどが同時に教えられていないことである。

第3に、経営関連学部(経営学部、商学部、経営情報学部等)の教育内容を高校で学ぶ機会もなく、これらの学部が選択されていることである。したがって、明確な目的意識もないままに経営関連学部が選択されていることである。

第4に、商業科から大学に進学する学生が増加している現実にもかかわらず、高校における商業科の教育内容と大学における経営関連学部の教育内容が整合的に連結されていないことである。

2 作成の背景

(1) 経営リテラシーと中等教育課の課題

中等教育課程において経営教育を強化すべきことは、既に、日本学術会議経営学・商学・会計学研究連絡委員会合同の報告書『中等教育課程における経営教育の改善について』（平成17年6月23日）において明らかにしている。そこでは、若者における職業観の希薄化やベンチャー起業意欲の低調などの時代的背景の下で経営教育の重要性を明らかにした。

当時の経営教育の問題点として、①公民科に関する学習指導要領の時代不適合、②公民科における経営関連記述の希薄性、③高校と大学での経営教育の不連続、④高校教師における経営に関する知識の不足、を指摘している。

その対策として、①公民科に関する学習指導要領の改訂、②各年齢層に対応した経営リテラシーの確立、③経営教育における高大連携、④中等教育における産学連携を提唱し、その早急な実現を提言した。

今回の提言においては、中等教育課程における経営教育の改善を、国民が身につけるべき素養としての経営リテラシーとの関連で検討しなおした。多くの若者が高校に進学する今日、高等学校での経営教育のあり方が日本国民の経営リテラシーのレベルと内容を決めることになる。

高等学校における経営教育の中では普通科における公民科の教育内容と商業科における経営教育の内容に焦点を当てた。なぜなら、第1に、大学の経営関連学部に入学者の多くは普通科卒業生が多く、彼(女)らの高校での教育内容が大学での学部の選択や大学入学後の学習に大きく影響するからである。第2に、経営関連学部の教育内容は商業科の教育内容と関連していると観念的には想像されながら、現実的には両者の関連の検討がほとんどなされてこなかったからである。中等教育課程における公民科と商業科の教育内容を、日本国民が共通して持つべき素養としての経営リテラシーの観点から検討することが提言の第1の課題である。

(2) 大学における経営教育と中等教育課程の連動性

第2の課題は、大学全入時代を迎え、さらには学力低下への対策が教育改革の中で論じられている今日、経営教育においても高大連携を検討することである。普通科の公民科目および商業高校の商業科目の教育内容と大学における経営関連講義の教育内容を関連付けるに当たり、そこに共通する基本概念を経営リテラシーとして確立しておく必要がある。

高校では、キャリア教育やインターンシップの重要性が注目され、その新しい方向が具体的に実施されつつある。しかし、それらの教育は、それが行われる継続的事業体の仕組みや運営に関する知識と組み合わせられて、現

実的で有効な教育となる。現場体験教育と経営リテラシーをどのように結びつけるかも高大連携の課題である。

3 高校の公民科・商業科教育の現状および問題点

(1) 国民の素養としての標準的経営知識の未整備

高等学校における公民科教育の目標は、「広い視野に立って、現代社会について主体的に考察させ、理解を深めさせると共に、人間としての在り方・生き方についての自覚を育て、民主的、平和的な国家・社会の有為な形成者として必要な公民としての資質を養う」ことにある。このような公民科教育の目標を達成するためには、人間の尊重と科学的探求の精神に基づいて、①現代社会と人間についての理解を深める能力、②現代社会の基本的な問題について主体的に考え、公正に判断する能力と共に、③自ら人間としての在り方・生き方について考える能力の育成が必要である。

現代社会は、グローバル化社会、高度情報化社会、価値観の多様化社会、地球環境保全社会、世界単一市場経済社会である。人、モノ、金、情報が国境を越えて自由に移動する現代社会は、人類が今まで経験したことのない社会である。このような現代社会について多様な視点・角度から、民主主義の本質、政治参加、民主社会の倫理、国際社会における日本の役割などについて自己との関わりに着目し主体的に考える能力を育成することが中等教育課程の教育に求められている。

中学校社会科公民的分野は主にミクロ経済学の内容で、高等学校公民科は主にマクロ経済学の内容である。しかし高等学校の公民科ではマクロ経済学・ミクロ経済学の両面の理解なくしては現代経済社会の正確な理解はできない。従来では、「経済が変われば経営が変わり、経営が変われば会計が変わる」と言われてきた。現在は、「会計が変われば経営が変わる、経営が変われば経済が変わる」と言われるように、双方向的理解なくして現在の経済社会の正確な理解はできない。同時に、現代社会は知識の「蓄積力」のみでなく、知識の「活用力」が求められている。より現実的に言えば、経済学、経営学、会計学、商学を一体として学ぶことにより、「活用力」を育成できると共に、グローバル化された現代社会での「生きる力」を育成できるのである。

現在の市場経済の下では、企業は、購買市場から設備・原材料を調達し、労働市場から従業員を雇用し、販売市場には製造した製品・商品を販売し、それらの活動に必要な資本・資金を資本市場から調達している。これらの経済活動は、経営者・管理者によって総合管理・部門管理・現場管理が行われている。しかも現在のグローバル化社会においては、地球的規模で企

業の経営活動が行われている。このような現代社会の変容から、以下の点が指摘できる。

① どのような分野のどのような概念が国民の経営リテラシーとして必要かが議論されてこなかった。

高等学校において企業経営に関する記述が少ないのは、第二次世界大戦直後では日本経済の再建・発展を目指した経済の仕組みや経済動向のマクロ経済の教育が重視され、経営学は経済理論に対する実践活動を教えるものであり、経済学を学んだ上で経営学を学べば充分であると考えられた。伝統的にこのような考え方で経営学の位置づけがなされていたために、中学校・高等学校の公民科で経営についての教育を主張する意見は、公民科の議論に経営学者が参加していないことも相まって、前面に出てこなかった。

しかし、経済の発展、市場経済の発展の中で、経営学が高等教育で確立され、また学問として市民権を確保している現在、経済学と経営学の関係を理論と実践の関係に還元することはできない。中等教育課程においても経営に関する基礎知識を公民科の教育の中に取り込んで教育する必要がある。

② 企業の経営者も経営に関する知識は、就職してから職場で教育すればよい、身につけさせればよいと考える傾向があった。

経営に関する知識・技能、会計に関する知識・技能、商業に関する知識・技能は、商業科や工業科などの職業教育の中で教えられてきた。また、企業経営に関する知識は、就職してから職場で教育すればよいという考えが長く続いてきた。しかし、現在のグローバル化された経済社会・市場経済では、経営学、会計学、商業学に関する高度な理論と実践に関する知識なくしては正確な理解はできない。経営教育は単なる実践技法の教育ではなく、企業のみならずあらゆる経済組織の経営に関する体系的な理論の理解を目指すものである。

また、経営関連学部への普通科からの進学が多くなっている現在、経済学に関する基礎知識と共に、経営に関する基礎知識を持って進学することが望ましい。しかし経営に関する基礎知識を身につけて進学する学生は非常に少ない。高校から就職する者においても同様である。高校と大学との経営教育に関しても連続性が考慮されていない。高校における伝統的な商業・工業の教育内容は、経営に関する技法の理解と修得が大きな課題であるが、大学ではその背後にある理論から理解して経営に関する実践的知識を目指している。

③ 高校の公民科の教科書作成に経営学者が積極的に関与してこなかった。

中学校社会科公民的分野では主にミクロ経済学の内容で、高等学校公民科ではマクロ経済学の内容が主として教育が行われてきている。しかし、現在のグローバル化された経済社会・市場経済を正確に理解させるためには、その市場経済の中核を担っている企業の経営活動に関する基礎知識に関する教育の導入が欠かせない。また、現在は経営に関する基礎知識は、政府・自治体および NPO などのあらゆる経済組織の経営において求められている。

しかし、高校の公民科の教科書作成に当たっては、経営学者が積極的に関与していない。高校の公民科教育において経営に関する基礎知識の必要性が理解されていても経営教育の導入を主張する経営学者の参加なくしては、教科書の作成は不可能である。また、高校の教育現場においても、公民科の教師の多くは、教育学部で社会科を修得した人か、あるいは経済学部や法学部を卒業した人達である。商学部や経営学部を卒業した公民科の教師は少ない。商学部や経営学部を卒業した教師は、一般的には、商業科や工業科の教師として活躍している。したがって、高校の公民科教育現場からの経営に関する教育導入の声が上がりにくい状況にある。

(2) 職場体験教育における経営知識の教育不足

- ① キャリア教育は、単に職業生活をどのように組み立てるかのみならず、職場においてどのように行動すべきかをも教えるものである。若者の職業観を育成するには職場がどのような仕組みや人間関係で動いているかを実感させる必要があり、このような知識は経営学で明らかにしてきたものである。職場体験教育の一つであるキャリア教育は、職業観の育成のみならず経営に関する「活用能力」、「実践的力」を育成する教育でもある。
- ② インターンシップにおいても、職場の人々の動きを理解しようとするれば働く人々のモチベーションやリーダーシップについての基礎知識が必要になる。さらには指揮命令系統や責任・権限など組織内行動に関する基礎知識が必要である。このような職場での実体験教育は、学んできた経営理論・知識の検証の場として経営学を学ぶ意欲を高めると同時に、経営に関する実践的能力を高めるものである。インターンシップ教育は、社会・企業が教育の一端を担うことになり、学校教育と社会教育の連携教育を育て発展させることにもなる。大学のケースであるが、シンガポールの大学では、インターンシップ教育を必修にしており、インターンシップ教育を受けた企業に 80%が就職を決めている。同様なことは高校教育においても言えることである。

(3) 現状の学習指導要領における問題点

- ① 公民科における「現代社会」の教育目標は「良識ある公民」として必要な能力や態度を育むこととされている。より具体的には、企業の動き、公的部門の役割と租税、個人と企業の経済活動における社会的責任について考えさせることになるが、組織の中で協働活動をする能力や態度などは重視されていない。キャリア教育やものづくりの教育などでは経営学の知識が有効である。現在の経済社会を正確に理解するためには、マクロ経済教育とミクロ経済教育の統合が必要である。経営教育は、マクロ教育とミクロ教育を繋ぐ教育でもある。世界経済、国家経済、地域経済の中で企業の経営活動が行われている。したがって、企業経営の基礎知識の理解なくして、経済の理解ができないと言える。また、同様に経済の基礎知識の理解なくして経営の理解ができないと言える。さらに、経済活動を数量的に写像する会計の基礎知識の理解なくしては、経営、経済の理解が出来ないとも言える。
- ② キャリア教育が重視されてきているが、現実には進路指導や面接指導などが中心であり、職場で働いている人々の気持ちや行動が生徒に伝達されていない。職業観の育成においては、現場で働いている人達の様子を現実的に教育する必要がある。現行の公民科教育においては、企業の経営活動に関する教育が導入されていないために、市場経済の中での企業戦略、企業活動、企業組織、企業財務などの基礎知識の教育が行われていない。経済に関する知識教育が重視され、具体的な知識の「活用力」が育成されない。経営の基礎知識教育はキャリア教育の前提教育である。

(4) 高校の地域連携における経営教育の欠如

- ① 商業科においては、商品の開発や店舗の開発などにおいて地域の現場を活用した教育が部分的に行われている。しかし、公民科において企業の活動や自治体の機能などを学習する際に地域社会の具体的な活動とその知識が深く結び付けられて教えられる機会は極めて少ない。公民科教育の教育対象は地域の現場に多く存在し、その現場に存在する教育対象を取り上げることにより、学習意欲の向上や学習対象の拡大を促すことが可能となる。地域社会との連携による経営教育の促進により、学校教育に関する認識が深まると共に、地域社会に後継者の育成や地域と学校の連携の深まりによる地域社会活性化を促すことにもなる。
- ② 経営者などが地域連携活動あるいは企業の社会貢献活動として学校で講演をしたり、インターシップを受け入れたり、積極的に活動している。しかし、そこでは社会人としての職業観の育成や職業体験が主要なもの

であり、組織をうまく形成したり、効率的に運営する技能などについてはほとんど言及されていない。現在社会貢献が提唱されているが、社会貢献には、国際貢献、国内貢献、地域貢献が考えられる。公民科教育は、地域社会との関連も重視した教育内容となっているが、知識中心教育で、具体的な知識活用教育に至っていない。知識受信型教育から知識発信型教育への転換が生きる力の教育として重要である。

(5) 高校教諭における経営知識の不足

高校における公民科の多くの教諭は、教育学部の社会科教育を修得して卒業した教諭か、あるいは経済学部や法学部を卒業した教諭である。経営学部、商学部、経営情報学部などで経営教育を修得して卒業した公民科の教諭は少ない。経営学部、商学部、経営情報学部などを卒業した教諭は、一般的には、商業科や工業科の教諭として活動している。したがって、公民科の中で経営に関する授業内容が含められるとしても、教諭自身が経営の教育内容を研修しなければならないのが現実である。教科書の中に経営に関する記述が導入されたとしても、教諭が経営に関する十分な知識がないと、経営に関する教育効果が期待できない。また、経営に関する授業が教諭の個人的な知識から行われるに過ぎないことになる。

高校教諭の経営に関する知識の不足は、公民科担当教諭の教員免許資格制度にも起因している。経済学部や法学部の学生は社会科の教員免許を取得しやすい。しかし経営学部、商学部、経営情報学部の学生は商業科の教員免許は取得しやすいが、社会科の免許は、学生の個人的な努力は別にして、一般的には非常に取得しにくい。高校教諭の教員免許制度にも、中等教育課程において経営教育が実施しにくい要因が存在する。高校の公民科に経営教育の導入と共に、経済学部には経営関連科目の開設をしている学部も多く見られるが、公民科の教員免許資格制度に経営関連教育の導入が必要である。

4 改善方向と改善策

(1) 国民の素養として身につけるべき経営知識の体系化

日本国民として身につけておくべき経営に関する基本概念を確定することは、経営リテラシーのレベルと内容を確定するのみならず高大連携においてどのような概念を共通概念として連携を図るかと言う点においても重要である。経営に関連する学会は日本の中で既に60団体を数えている。このような団体が一堂に集まり、日本国民の経営リテラシーという観点から経営に関する基本概念を体系化し、初等教育、中等教育、高等教育段階でそれぞれの基本概念をどのように教育するかを確立することは、日本の経

営教育を発展させる上で極めて重要である。

日本学術会議経営学委員会経営リテラシー分科会は、このような経営教育への第一歩として、経営に関する 10 分野とそれぞれに関連する 100 の基本概念を初めて公表するものである。その具体的内容は本提言の別紙 1 において示されている。ただ、経営に関連する学会は 60 団体ほどあり、10 分野と 100 の基本概念が経営教育の全てを網羅し、その内的関連と位置づけまで示すものではない。経営学の発展と共にこれらは修正されることになるが、その最初の試みとして意義のあるものである。

これらの基本概念を初等・中等・高等教育課程の中でどのように教育すべきかについては具体的な作業が残っている。しかし、初等教育から一貫して高等教育に至る概念の体系が示された意義は大きい。教育改革が叫ばれている現状の下で、経営に関する基本概念が選択され、分類された意義は極めて大きい。日本の教育改革の中で、経営リテラシーを考える上でこの概念体系が参照されることを期待する。

(2) 職場体験教育と連動した経営知識の体得

キャリア教育やインターンシップなどの職場体験教育が普及している。しかし、それが単にどのような職業があるかとか、職場の雰囲気がどのようなものかを知るための教育機会に留まるのであれば、更なる発展の可能性が少なくなる。職場がどのような仕組みで運営されており、そこで働く人々はどのようなルールで行動しているのかまでも知りえないと将来の職業選択の参考になりにくい。さらには、その職場を取り仕切っている管理者の行動や考え方で知りえないと継続的事業体の全体像を理解するまでに至らない。働くことへの不安が残る危険がある。

職場体験教育を重視するのであれば、それと同時にその職場が運営される仕組みやそこで働く人々の気持ちまで知識を与える必要がある。さらには職場における管理者の考え方や役割も知識として知った上で、自分はどのように行動するかを選択させる必要がある。管理者の立場や組織全体を意識した経営者の発想の違いを認識していないと、初めての職場において場違いな行動を取ることもなりかねない。青年のキャリアを考えるとき、職場の全体像を考える知識が必要である。

(3) 学習指導要領の改訂

現在の学習指導要領では、中学校においてはミクロ経済学の基本原理を教え、高等学校においてはマクロ経済学の基本原理を教えることが基本方針である。従って、中学校では店の出店や事業計画など経営学の基本知識の一部が教えられる。しかし、高校になるとマクロ経済学教育の基本原則からして、政府や企業などの経済主体の基本行動原則は教えられるが、その内部構造や

そこで働く人々の職業観まで教える必要はないとされている。

しかし、株式会社の行動原理を教えるときに、株式会社の仕組みや株主や経営者の考え方で踏み込んで教えることは不可能ではない。あるいは、労働問題を教えるときに、人々は働くことに何を求め、どのようなモチベーションで働くかを教えることは教育の内容を豊富にするであろう。教科書の知識が現実の家族の生活や近隣の会社の動きとして現実的に理解される。まさに生きた知識を身につけることが出来る。このような生きた知識を提供することが、知識に対する知的好奇心を高め、学力を向上させる契機になりうるのである。教育で伝える知識は生徒の経験と結びついた「生きた知識」でないと受け入れてもらえない。

(4) 経営教育における高校と地域の連携推進

商業高校においては地域の特性を生かした商品の開発や地域の商店街の活性化など地域に密着した教育が行われている。商標を確立した商業高校さえ存在する。さらには小樽商科大学のように、高大連携活動の一貫として、地域での商業活動を素材にしながら、高校生に経営学の基礎知識を教えているところもある。継続的事業体の運営に関する知識体系としての経営教育は協働活動が在るところであれば、どこでも可能である。今までは経営学の知識の普遍性に注目しなかったのみであり、視点を変えれば経営知識はどこでも「活用可能」である。

高校生は、ボランティア活動への参加や町おこし運動への参加を通じて地域社会への貢献を経験し、自分の存在意義を確かめうる。同時に、そのような活動を通じて、組織の運営や協働活動の仕組みを体験し、経営というものの意義を考え始める。そこに、地域の経営者やボランティア活動の指導者が継続的事業体の運営の仕組みや行動原理を自己の体験から説明してもらえば、生きた経営知識を身につけることが出来る。知識は教科書に書いてある通りではないことも同時に認識し始める。

(5) 高校教諭における経営再教育への支援

現在の教員免許制度の下では高校の公民科目担当教諭の経営に関する知識は充分とはいえない。その対策としては、経営に関する教育の知識を十分に持っている専門の教員を地域毎に配置し、必要な時間だけ地域を巡回する経営教育専門の教諭を置くことである。このような教育内容専門教諭を地域に置くことによって、高校教諭の経営専門知識の不足を補うことが出来る。

しかし、根本的には高校教諭の経営に関する知識を高める必要があり、特に商業高校の教諭の再教育を経営・会計専門職大学院が担当することが重要である。経営に関する先端知識は日々発展しており、最先端の知識を高校生にも教育し、グローバル化したビジネスのニーズに対応する必要がある。そ

の前提は、教員自身の再教育である。

長期的には、経営関連学部の卒業生が、在学中に高校社会科の免許を取りやすくすることである。経営関連学部の卒業生は商業高校や工業高校に就職し、普通科の社会科担当の教諭として就職する人は少ない。むしろ経営や管理に関する専門的教育を受けた専門家が公民科目を担当し、公民科と商業科の壁を低くすることが経営関連学部での高大連携を促進する前提条件となる。

5 おわりに

経営に関する知識は、企業経営の経験の中から蓄積され体系化されたとしても、その有効性は企業社会に留まるものではない。企業の基礎にある継続的事業体は、行政組織、学校や病院、家庭、学級の運営、クラブ活動など人々がある目的のために協働活動を営む所ではどこにでも存在する。

この経営に関する知識を体得し活用することによって我々の社会生活をより効率的にすると同時に、快適な人間関係をも営むことが出来るのである。従って、それを日本国民が共通に身につけておくべき素養として教育課程に組み入れる必要がある。

経営リテラシーは、従来では、職業教育の一環として位置づけられ教育されてきた。しかし、社会が複雑化し、人々は多様な組織の中で行動せざるを得なくなっている現在、経営リテラシーをわが国の全ての国民が身につけるべき知識として確立し、その定着を目指して、歩み始めるべきである。

1. 経済主体の諸形態とその社会的役割

1. 1. 課題

企業は製品やサービスを開発・生産・販売することにより、人々が豊かで便利な生活を営むことに役立っている。このような企業活動を行うためには、ヒト、モノ、カネ、情報といった経営資源が必要であり、経営者は、従業員と協力しながら、経営資源を活用し、製品やサービスを社会に提供している。

製品やサービスの開発・生産・販売においては、それを能率的に行うことが重要である。競争の激化、技術進歩、消費者ニーズの多様化など環境変化の中で、経営者は市場調査や研究開発を行って、不断に新しい製品やサービスを提供する努力をしている。

企業は、行政や NPO(Non-Profit Organization, 非営利組織)と並んで、人々の生活の向上に貢献しなければならない。しかし、市場経済体制の下では、企業は消費者や取引業者の支持を得て、利益を獲得することが必要である。企業の利益は、企業の存続だけではなく、将来の活動を維持発展させるための資金となる。ここでは、社会の中における企業の役割とその存続の条件を明らかにする。

1. 2. 基本概念

- ① 経営職能 (研究開発、生産、販売など) ② 経営資源 (ヒト、モノ、カネ、情報)
- ③ 経営資源の組み合わせ ④ 能率 ⑤ 市場競争 ⑥ 顧客満足 ⑦ 新製品開発 ⑧ NPO
- ⑨ ステーク・ホルダー ⑩ 収益

2. 企業形態と株式会社

2. 1. 課題

企業の経営形態は、資本を誰が所有し、所有者はどの程度の責任を負担するかによって、多様な形態に分かれる。また、資本金額や従業員数などによって、大企業、中企業、小企業、零細企業などに分かれる。大規模な株式会社は、その数においては少ないが、経済全体には大きな影響力を持っている。

企業形態の中で最も多いのが株式会社である。株式会社は、有限責任の株主を出資者とし、株主総会、取締役会、監査役会などの機関により運営されている。株式会社においては、資本の所有者である株主が会社の基本方針を決定し、運営とその結果についての責任を負うことになっている。しかし、株式の所有が大衆化し、市場に分散化すると、現実企業を運営する経営者は株主ではなく、経営の専門的知識を持つ専門経営者になる。いわゆる「所有と経営の分離」が一般的になる。

同時に、株式会社は大規模な組織となり、その存続に多くの人々が関与してくる。管

理階層も増加し、管理を専門にする管理者層が形成される。また、ステークホルダーも多くなり、企業は多くの社会的責任を果たさねばならなくなる。ここでは会社の仕組みとその所有者や経営者との関係を明らかにする。

2. 2. 基本概念

- ①事業主 ②株式会社 ③私企業 ④公企業 ⑤株主総会 ⑥所有と経営の分離
- ⑦コーポレート・ガバナンス ⑧管理階層 ⑨職能組織 ⑩企業の社会的責任

3. 組織

3. 1. 課題

企業は経営資源を効果的に組み合わせて経営課題を達成する。この経営課題を人の活動面から捉えて見たのが組織である。組織は経営資源の組み合わせ構造であり、企業のみならず行政組織やNPO組織においても見られる。

組織は、経営目標の効率的達成を目指して、人々の活動を専門化すると同時に、その活動をうまく協調させる多様な形態を工夫している。従って、企業経営の効率は、人々の活動をどのように分化させ、またその分化した活動をどのように調整していくかに依存する。組織の課題や規模によって、多様な組織構造が工夫され運営されている。

ここでは、組織がどのような考え方に基づき形成されてきたか、それぞれの組織構造はどのような特徴を持っているか、それぞれの組織構造において、人々はどのような問題に直面するかを明らかにする。

3. 2. 基本概念

- ①分業と調整 ②C.I.バーナードにおける組織の3要素 ③職務権限 ④責任—権限一致の法則 ⑤指揮命令系統 ⑥ライン組織 ⑦ライン・アンド・スタッフ組織 ⑧職能的組織 ⑨官僚制組織 ⑩フラット型組織

4. 管理

4. 1. 課題

管理とは他の人々を動かして、ある目的を達成する行為である。自分に与えられた課題を達成することとは異なる問題が発生する。他人の意思を媒介として目的を達成する管理活動は、自分の意思のみに基づいて課題を達成する活動とは次元の異なる活動であり、管理のための理論や手法が必要になる。

管理活動には一連のプロセスがあり、それがPDCA (Plan-Do-Check-Action) サイクルと呼ばれている。管理活動は他人の意思のある目的にむけて行動を確保することであるため、人々を動機付ける多様な理論が開発された。他人の行動はリーダーの行動にも依存するため、リーダーはいかに行動すべきかについても、多様な理論が明らかにされ

ている。

管理目標を達成するためには、人々の意思と同時に彼(女)らの能力の向上が必要である。上司からの訓練のみならず自らの意志で能力を開発することが求められている。作業者の活動をいかに評価し、どのような報酬を与えるかも作業者の行動に影響する重要な要因である。ここでは管理活動における人々の動機付け、リーダーシップ、報酬形態などの仕組みや理論を明らかにする。

4. 2. 基本概念

①管理と作業 ②PDCA サイクル ③経済的刺激 ④社会的欲求 ⑤自己実現欲求
⑥PM(Performance-Maintenance)理論 ⑦OJT (On-the-Job Training) ⑧キャリア
開発 ⑨人事考課 ⑩報酬

5. 生産システム

5. 1. 課題

企業経営の基本的課題の一つは、製品あるいはサービスをいかに安くかつ高品質で消費者に提供するかということである。このコスト・ダウンを目指した手法や理論を開発し、効率的な新製品の開発を明らかにすることが生産システムの課題である。

生産システムを効率化する最も基本的な方法は、個人の作業能率を向上させることである。この作業能率を向上させる手法や理論を開発することは経営学の成立当初から取り組まれてきた。

20世紀初頭には自動車産業においてベルト・コンベアを利用した効率的な少品種大量生産方式が開発された。この大量生産方式のお陰で、人々は物質的に豊かな生活を送ることができた。その品質を向上させる方式としてQCサークル(Quality Control ,品質管理)活動が開発された。

他方、パソコンや携帯電話については、多様化した消費者のニーズに敏速に対応できる生産方式として、多品種少量生産方式が開発された。そこでは、大量生産方式における規模の経済性に対してスピードの経済性が追求されている。今日ではこれら2つの生産方式が並存し、製品や市場の規模に合わせて生産効率を高めるシステムが選択されている。

5. 2. 基本概念

①能率向上運動 ②ノルマ ③時間・動作研究 ④少品種大量生産方式 ⑤ベルト・コンベア・システム ⑥QCサークル ⑦トヨタ生産システム ⑧多品種少量生産システム ⑨セル生産システム ⑩研究開発

6. マーケティング

6. 1. 課題

マーケティングとは、企業が行う対市場活動の総称であると共に、顧客満足と企業利益を同時に実現する上で必要な一連のプロセスと、それを支える思想・哲学、視点・枠組み、そして概念・技法の体系を指す言葉である。すなわち、それは企業の利益を優先する生産志向や販売志向といった考え方ではなく、顧客満足の実現も同時に追求する顧客志向、更には、社会的利益との調和を図る社会志向といった思想や企業哲学をベースとしている。また、それは単なる販売活動（selling）を超えた拡がりを持ち、顧客のニーズを探索・発見・確定するためのリサーチ活動に始まり、製品開発、価格決定、広告・プロモーション、流通に至る様々な活動を含んでいる。

マーケティングを市場調査や広告・宣伝といった狭い範囲で捉えているケースも見受けられるが、本来的には、積極的に需要創造を行うための市場像の確立の仕方、競争に対抗し市場成果を獲得する上での持続的競争優位性の構築の仕方など、企業経営上の中核的課題と結びついている。また、どのようにして提供する製品やサービスの価値を高めていくか、市場の発展段階に応じてどのような手だてを講じるべきか、あるいは、顧客との長期的な関係をどのように築き維持していくか、といった点も明らかにされるべき課題である。

6. 2. 基本概念

①マーケティング・コンセプト ②顧客ニーズと顧客満足 ③マーケティング・リサーチ ④マーケット・セグメンテーション ⑤ターゲティング ⑥ポジショニング ⑦マーケティング・ミックス（4P） ⑧ブランド ⑨製品ライフサイクル（Product Life Cycle） ⑩CRM（Customer Relationship Management）

7. 流通

7. 1. 課題

生産と消費との間には、社会的、空間的、時間的な乖離が存在し、これらの乖離を埋めることが流通に求められる社会・経済的機能である。すなわち、生産者と消費者が異なる場合（社会的乖離）には、所有権を移転させるための取引による流通（商流）が必要であり、生産地と消費地とが異なる場合（空間的乖離）や生産時点と消費時点とが異なる場合（時間的乖離）には、輸送や保管などの物的流通（物流）が必要となる。

歴史的にみて、このような流通の機能を果たす主体は専門分化し、卸や小売といった流通機関が登場し、何をどのような形で流通させるかによって業種や業態の分化も進んできた。例えば、百貨店やコンビニエンス・ストアなどは、一方は多種多様な商品を接客サービスをしながら販売し、他方は、セルフサービスをベースに長時間営業（場合によっては24時間営業）で販売する小売業態の例である。

生産者から消費者へと至る流通の経路（道筋）は、扱われる商品や地域、時代等によ

って様々であるが、それらの流通経路が織りなす流通の全体的な仕組みが流通機構である。どのような流通機構が存在するか、すなわち、流通機能のどの部分を、どのような流通機関がどのように果たしているかによって、経済のパフォーマンスは大きく異なり、国民生活にも重大な影響を及ぼす。それ故、それは経済政策上の課題でもあり、明らかにすべき研究上の課題でもあった。

経済がグローバル化する中で、流通のあり方も大きく変貌し、また、インターネットの登場と普及によって情報化が一気に進む中、流通機構がどのように変化していくかを明らかにすることは今後の大きな課題である。

7. 2. 基本概念

①流通機能 ②商流と物流 ③流通機関（卸と小売） ④業種と業態 ⑤流通経路と流通機構 ⑥チェーン・オペレーション ⑦POS（Point of Sales）システム ⑧SCM(Supply Chain Management) ⑨電子商取引（EC） ⑩流通政策

8. グローバル経営

8. 1. 課題

日本企業は1970年代後半から海外現地生産を拡大し、経営活動は世界市場を相手とするグローバル経営時代に突入した。日本の大企業はグローバル市場において多国籍企業として競争力を発揮している。

日本企業は、高度経済成長時代においては、日本的経営の強みを活かして、加工組立型製品の海外輸出を成功させた。グローバル経営時代においては、海外の工場において、低価格で高品質の製品を生産し、高い経営効率を達成している。海外の日本企業は現地の企業とその経営方式においてどのように異なるのか。日本的経営のどのようなやり方が現地の人々に受け入れられているのか。海外で活躍する日本人にはどのような行動が求められるか。海外の日系企業で働くのはどのような生活になるのか。グローバル経営を明らかにする中でこれらの知識が蓄積されている。

8. 2. 基本概念

①海外直接投資 ②多国籍企業 ③バーノンのプロダクト・サイクル理論 ④グローバル統合とローカル適応 ⑤5S ⑥シングル・ステータス ⑦ハイブリッド工場 ⑧異文化コミュニケーション ⑨海外派遣要員 ⑩経営の現地化

9. 財務会計

9. 1. 課題

会計とは、営利経済組織・非営利経済組織を問わず、あらゆる経済組織の経済活動を、複式簿記の原理により、貨幣額で継続的に記録・計算・測定し、その経済活動の内容や

結果を、株主・投資家、債権者・金融機関、税務署、行政機関、取引先、地域社会など経済組織の外部利害関係者および経営者、経営管理者、従業員などの内部利害関係者に報告する行為である。外部利害関係者に報告するための会計を「財務会計」と言い、内部利害関係者に報告する会計を「管理会計」と言う。会計は、あらゆる経済組織の経済活動の結果を貨幣額で写像するだけでなく、将来の経済活動の写像や現在の経済活動の写像を貨幣額で明らかにすることができる。

財務会計は、経済活動の結果を、財政状態を示す「貸借対照表」、経営成績を示す「損益計算書」、資金状況を示す「キャッシュ・フロー計算書」などの財務諸表により明らかにする。この財務諸表は、社会的信頼性を保証するために公認会計士や監査法人による監査が行われる。外部利害関係者は、この財務諸表により、株主・投資家は投資意思決定を、債権者・金融機関は融資意思決定を、税務署は課税所得の決定などを行う。また、合法的納税のために税理士による税務申告の代行が行われる。

なお、経済活動のグローバル化に対応するための会計基準の国際的統一化・収斂化、地球環境保全のための環境会計、自治体財政の透明化のための公会計・自治体会計など会計領域の拡大が行われている。

9. 2. 基本概念

①財務会計 ②非営利組織会計 ③複式簿記 ④企業会計原則 ⑤貸借対照表 ⑥損益計算書 ⑦キャッシュ・フロー計算書 ⑧監査 ⑨公認会計士 ⑩公会計

10. 管理会計

10. 1. 課題

管理会計は、経営管理のための会計とも言われるように、経済組織の目的を達成するための経営計画の設定（将来の経済活動の貨幣額による写像）や統制（現在の経済活動の貨幣額による写像）、および業績評価（経済活動の結果の貨幣額による写像）に必要な会計情報を提供する。経営者・経営管理者は、これらの会計情報に基づいて意思決定や業績評価を行う。この意思決定のための会計を「意思決定会計」と言い、業績評価のための会計を「業績評価会計」と言う。

管理会計には、経営管理目的の達成のために利益管理、予算管理、原価管理、資金管理、内部統制、原価企画、経営分析、原価計算など多くの管理会計の制度・概念・技術・手続などが貨幣額を用いて適用される。

なお、経済活動のグローバル化に対応するための会計基準の国際的統一化・収斂化、地球環境保全のための環境会計、自治体財政の透明化のための公会計・自治体会計など会計領域の拡大が行われている。

10. 2 基本概念

①管理会計 ②意思決定会計 ③業績評価会計 ④利益管理 ⑤予算管理 ⑥原価管理
⑦資金管理 ⑧内部統制 ⑨原価計算 ⑩原価企画

第1次案作成者：経営教科書検討委員会

石崎忠志（中央大学商学部）、奥林康司（摂南大学経営情報学部）、舩富延久（和光大学経済学部）、斎藤毅憲（横浜市立大学商学部）、佐久間英俊（中央大学商学部）、田中克明（摂南大学経営情報学部）、藤永 弘（札幌学院大学経営学部）

作成：2006年3月

第2次案作成者：日本学術会議 経営学委員会経営リテラシー分科会

青木幸弘（学習院大学経済学部）、奥林康司（摂南大学経営情報学部）、藤永弘（青森公立大学大学院経済学研究科）

作成：2008年3月

<報告資料>

公民科教科書の現状と課題

関東学院大学経済学部教授 齋藤毅憲

経営学の立場から、高等学校の公民科教科書の調査結果を分析・評価してきた。

公民科教科書は総合的にみて、かなりよく工夫されて編集されていると評価しているものの、以下のような問題点が指摘できる。

①「企業」の定義は、生産と流通（販売）を中心にイメージされ、さらに財務と人事あたりまで意識されているに過ぎない。したがって、企業で行われている重要な職能への配慮が十分に行われていない。

②経営資源のなかでは、経営者やマネジャーの果たす経営（マネジメント）という職能の記述が欠落している。経済学の3つの生産要素があっても、それらを結合する主体としての経営がなければ、企業の活動が始まらないし、継続することはできないことの説明が行われていない。

③「利潤（利益）」の追求が現在でも過度に重視されている。利潤追求はたしかに目標であるが、ほかにも企業には追求している目標がある。企業の真の姿は、競争しながら、イノベーションもしつつ、顧客を求めているところにあるし、現在ではCSR（企業の社会的責任）を無視する企業はその存在理由を問われている。

④企業の「構成メンバー」については、「資本家と労働者」という伝統的な狭い枠組に依然としてとどまっている。内部的には経営者や各種の技術者・プロフェッショナルが協力して仕事を行い、さらに株主、消費者、取引業者、地域住民、NPOなどのステークホルダーによって企業の活動が支えられていることが認識されていないのである。

⑤ベンチャー・ビジネスなども説明されているが、問題なのは、起業家精神の高揚だけでなく、経営することへの強い意欲、努力、エネルギーの必要性（齋藤のいう「主体的な実践性」の発揮）を教えこむことである。きびしい状況にあっても、それを克服していく実践力がそこには求められる。

大学における経営学教育と円滑に連携させ、国民の素養としての「経営リテラシー」を育成するためには、このような教科書の改善が必要であると考えている。もっとも、現行の「政治経済」の枠組に経営学を加え、「政治経済経営」にするといったブレークスルーを行うことは無理である。

このような中では、高校生向けのサブ教材として、経営学者の手による「経営」をつくり、健全な企業観や職業観を教えこむことが必要となる。また、「経営」の拡がりの大きさが認識され、経営は企業だけでなく、行政、まちづくり、NPOなどの運営にも不可欠であることが理解され始めていることも重視しなければならない。そして、この認識がおそらく国民の素養としての「経営リテラシー」や教科書改善の新たな視点になると思われる。

1 大阪市の新商業高校構想具体化委員会の議論

大阪市では平成 18 年度に市立商業高校の再編に絡んで新商業高校具体化委員会（委員長柴健次）を設け商業教育をめぐる諸問題を幅広く議論した。詳しくは大阪市教育委員会「本市の新商業高校構想具体化について（まとめ）」（平成 18 年 12 月）を参照されたい。

商業高校については、①商業高校に在籍する生徒の進路希望も大学等への進学志向が高まりつつあること、②ビジネス界では経済活動のグローバル化が進展する中で国際ビジネス社会で活躍する高度な専門性を備えたビジネススペシャリストの養成が急務であること、そして③ビジネススペシャリストの養成を図るために高校 3 年間での完成をめざすのではなく大学との接続を視野に入れた新しいタイプの高等学校を開設すること、つまり大学進学の方便としての商業教育から脱却し、商業高校生に相応しい教育を実現できる仕組みを備えた新商業高校の設立が急務である。

この提言はすでに大阪市以外の商業高校にも影響を与え始めている。

2 検定偏重による教育上の問題

大阪市の商業高校が直面してきた課題は他府県の商業高校でも類似性がある。具体的には「検定試験志向的な授業」の問題点が指摘される。それは大学への推薦条件に簿記や英語等の検定試験合格が課せられていることが最大の要因である。検定試験の内容そのものに問題がないとしても、先生の中には検定試験の合格を重視する余り、教育内容に生徒の関心を持たせる配慮を欠く者がいたり、あるいは、学習者にとっても現実にじっくりと考える時間がない、といったことが大きな問題のようである。

3 教科教育方法論の確立の必要性

経営リテラシーを考えるためには教育方法論の確立が急務である。経営学においても会計学においても必ずしも教育方法論が確立されていないこと、標準的なテキストが存在しないこと、教員の再教育の機会が少ないことなどが問題である。関西大学の会計大学院の教員による自己分析をとりまとめた『会計教育方法論』から現場の悩みを紹介した。

教育者が主体となって進めるタイプの教育と学習者が自発的に勉学するのを教育者が補助・促進するタイプの教育とを区別して教育・学習問題を整理してみる必要がある。

【商学の範囲と科目の範囲】 標題の議論を始めるに当たり、まず商学の範囲と対応する高校における科目の範囲について整理しておく。広義の商学には様々な内容が含まれるが、現在多くの研究者が所属する学会との対応関係から整理すると「商業学」（日本商業学会）、「流通論・マーケティング論」（日本商業学会、日本マーケティング・サイエンス学会、日本流通学会）、「商品学」（日本商品学会）、「消費者行動論」（日本消費者行動研究学会）といった研究領域が考えられる。一方、これに対応する高校での授業科目を見ると、商業科の「商業3科目」（「ビジネス基礎」「商品と流通」「マーケティング」）、農業科の「食品流通」、水産科の「水産流通」、家庭科の「消費生活」といった専門高校での科目に限定されており（工業科には該当科目なし）、何らかの形で商学に関する教育を受けている生徒は全体の1割にも満たないのが実状である（そのほとんどは商業高校の生徒である）。

【商業科目の位置づけと内容】 次に、現行の高等学校学習指導要領から商学に関連する科目の位置づけと内容を見てみると、第3章第3節に「商業」科目として列挙されている17科目の中の3科目にしか過ぎず、どちらかと言うとビジネスに関する基礎的な知識と技術の修得に重きを置く「ビジネス基礎」を除くと、「商品と流通」、「マーケティング」の2科目のみとなる。前者は、指導要領上「商品と流通に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得させ、ビジネスの創造の意義や役割について理解させるとともに、商品開発や流通の諸活動に主体的に対応する能力と態度を育てる」ことを目標するものとして位置づけられており、かなり広範な内容となっている。また、前者に対して後者は必修度が低く、教科書も少ない。

【議論されるべきポイント】 ①生徒数にして72.3%を占める普通科においては選択科目としての「政治・経済」の中でしか商学教育が行われる可能性はないが、現状においては教科書の中で全く触れられていないのが現状である。②専門高校においても、工業高校・農業高校・水産高校でも本来必要とされるマーケティング教育は行われておらず、商業科においても必修度は必ずしも高くない。③近年、設置数が増えている「総合科」において、マーケティングを中心とした教育が行われる可能性が考えられるが不透明である。④現在、商業科において比較的必修度の高い「商品と流通」は、伝統的には「商品学」と「商業学」との折衷型として維持されてきたが、「流通・マーケティング」といった科目へと発展させるべきである。⑤普通科や総合学科を含め、マネジメント教育、新たな職業教育として位置づけていくべきだが、その際、「商学」と言う名称は時代遅れであり、少なくとも「流通」、「マーケティング」等が用いられるべきである。

1 現在の高校は経営教育に割ける時間はほとんどない

現在の学習指導要領の基本的趣旨は、ゆとり教育である。高等学校の公民科では、すべての教科が2単位となった。特に多くの学校が必修としている「現代社会」では、従前の4単位が半減した。しかし、センターテストなど受験に対応するためには、これまでと同じ内容の学習を行わなければならない。単位数が変化していない「政治・経済」でも、多くが履修を3年生に設定しているために、実質授業は12月で終了するという事情もあり、学習内容をふくらませて経営教育をそこにに入れるのはなかなか難しい事情がある。

2 しかし、生徒の現状や将来を考えるとどこかできちんとした経営教育の必要がある

現場の教員が経済系への進路指導で困惑することのひとつに、経済学部と経営学部ないし商学部ってどう違うのですかという生徒からの質問がある。これに的確に答えられる公民科教員は少ないであろう。教員が困惑するのであるから、生徒はもっと深刻である。いわゆる「つぶしがきく」という理由によって学問内容をほとんど知らないで進学する学生が多いのは大学の先生方がよく理解するところである。また、経営に対する理解をもって社会人になることが出来るか否かは、個人のその後の人生だけでなく、日本社会の将来にとっても重要な課題である。

3 教科で重点的に取り組む、総合的学習の時間を活用することが肝要

経営教育を普通科教科で取り組むとすると、「現代社会」および「政治・経済」の経済学習のなかで扱うことが最も効率的である。しかし、独立して経営とは何かを数時間にわたって学習することは不可能である。したがって、もし経営を扱うとすると、ひとつは株式会社の学習の発展学習として、もうひとつは労働問題の学習の発展学習として学ぶことが一番現実的な方策である。株式会社では、企業体としての組織、労働問題では、労務管理論的内容を発展学習として学ばせることが可能になる。また、総合的な学習の時間では、企業家教育や金融教育など実践的、総合的な学習の可能性が開かれている。報告者の場合では、二年間にわたり金融広報中央委員会委嘱の金融教育研究校として、金融教育の観点から総合学習に取り組ませた実践「お金と人生」を行っている。

4 高大連携では、経営学の成果や内容を伝えることが可能であり必要である

大学付属学校や、高大連携のなかでは、経営学の面白さ、可能性を伝えることが可能となる。例えば、小樽商大と札幌の市立高校との高大連携では、15歳からの大学入門シリーズにまとめられていて、経営学では『わかる経営学』として刊行されている。

1 商業高校における経営教育の現状

商業高校は、マナー教育、職業観を含む進路指導の重点化などに特徴がある。しかし現在、商業高校を取り巻く現状は厳しく、全国的にも統廃合が進んでいる。このような中で、学校現場でも特色ある学校づくりに励んでいる。高度な資格取得だけでなく、地域の特性を生かした商品開発や商品販売、商店街の活性化などに取り組み、成果を上げている。

2 学習指導要領の変遷と教科書における経営の指導範囲

経営管理を含む教育内容は、主に商業教科科目「経営」で取り扱う。この科目は、学習指導要領で経営管理の視点を明確にするか否かによって取り扱いが変わってきた。昭和 25 年以来の商業教科科目「経営」は、昭和 53 年改訂時に基礎・基本に徹底したため外された。しかし、平成元年に経営管理的能力の育成にも配慮するとしたため、再登場する。そして、現行の平成 11 年改訂では、広くビジネスの視点に移行したことから、経営の内容が大幅に縮小された。特に経営管理的な内容は、現行の教科書では削除される傾向にある。

3 特色ある学校づくり

高度な資格取得（日商簿記検定試験 1 級など）を除いた、特色ある学校づくりには、店舗経営・販売、パソコンを利用したサービスの提供、NPO 活動などがある。地域の産業を考慮した商品開発や、商店街等における空き店舗経営をすることで、新しいものを創造する力を培い、コミュニケーション能力や問題解決能力の育成の効果的な学習の場となっている。

しかし、起業等の体験学習は、教員（指導者）の経営の知識や努力に左右されるなど、効果的に体系化されていない（指導範囲の差が大きい）。そのため、教科書を含めた、経営の体系的な学習が求められる。

4 今後の課題

学校設定科目でカリキュラムの自由度は若干あるが、全体的には経営や経営管理を学ぶ機会が少ない。そのため、できれば全校生徒に基礎部分を学ばせることが大切である。また、経営や経営管理を学習することは、あらゆる職場だけでなく、消費生活を含めて生きていくために有用な知識である。読み・書き・そろばんを含めて、年々生徒たちの学習レベルが下がっているなかで、現在の高校生の発達段階にあった経営の学習内容を明らかにすることが求められる。

<経営リテラシー分科会審議経過>

平 18 年

- 2月22日 日本学術会議幹事会（第33回）
経営学委員会経営リテラシー分科会設置

平成 19 年

- 3月27日 経営リテラシー分科会(第1回)
委員長、副委員長の選出
経営教育の改善に関するこれまでの検討経緯の説明
研究活動の進め方についての審議
- 6月10日 経営リテラシー分科会(第2回)
齋藤毅憲委員の報告：公民科の教科書の記述内容について
柴 健次委員の報告：大阪市の新商業高校構想について
- 8月24日 経営リテラシー分科会(第3回)
新井 明委員の報告：経済・経営教育の進め方試論
岡田理恵子委員の報告：商業高校における経営教育の現状と改善方向について
- 11月29日 経営リテラシー分科会(第4回)
社団法人経済同友会 担当執行役員 太田 篤氏の報告：経済同友会の「学校と企業・経営者の交流活動」について
- 12月25日 経営リテラシー分科会(第5回)
文部科学省初等中等教育局教育課程課 教科調査官 大倉泰裕氏の報告：公民科の学習指導要領の改訂について
文部科学省 視学官 吉野弘一氏の報告：商業教育における学習指導要領の改訂について
- 平成 20 年
- 1月6日 経営リテラシー分科会(第6回)
提言の作成についての意見交換と役割分担および作成日程の確認
- 7月31日 経営リテラシー分科会(第7回)
経営学委員会経営リテラシー分科会「経営リテラシーの定着に向けて」を「記録」とすることとした。