

ビジネス系教育実践研究リスタートへの提言

—create a team 学会参加と新たな研究活動—

所 吉彦（岐阜協立大学経営学部）
堂野崎 衛（拓殖大学商学部）
河田 賢一（常葉大学経営学部）

キーワード：リテールマーケティング，ビジネス系教育実践，学会参加

要旨

文部科学省後援ビジネス系検定である秘書検定、サービス接遇検定など、そのものではないが、同種検定としてリテールマーケティング検定（昭和48年創設、日本商工会議所等実施）がある。本研究ノートでは、前所属大学において6年間秘書検定、サービス接遇検定などに関わる授業を担当後、現所属においてリテールマーケティング検定関連の授業を担当、異なる検定指導キャリアをもとに教育実践研究を重ねた視点で、同じ大学院の出身者間の交流や学会参加における、新たな研究活動をスタートすることの意義について提言する。

長期間にわたるコロナ禍による検定見送り、ネット試験方式（CBT =Computer Based Testing）導入、非対面による正課授業など、様々な検定指導者共通の経験を背景に、当時におけるビジネス系検定教育実践研究の取組み事例から見解を示し、リテールマーケティング検定、および、秘書・サービス接遇検定教育などにおける教育実践研究の参考となる提言を試みる。

1. はじめに

科学技術の進展、グローバル化、産業構造の変化等に伴い、必要とされる専門的な知識・技術も変化するとともに高度化している。このような環境下、高等学校学習指導要領改訂（以下、改訂指導要領）により、2022年4月より商業科目は学年進行で新科目に移行が開始された。中央教育審議会の答申の中で、職業に関する各教科・科目の改善について示された課題には、「職業学科で学んだ生徒の進路が多様であることから、大学などとの接続についても重要な課題となっている。」と指摘されている。併せて、産業教育の目標の在り方の一つとして、「各職業分野について体系的・系統的に理解させる。」（文科省指導要領解説商業編P6）と示された。

高等学校は10年に一度、改訂指導要領により定期的に生まれ変わる。一方で、大学などの授業内容が現状のままでは、高大間の授業方針・目標にズレが生じる。大学等は、改訂指導要領の「大学等との接続」、および、「各職業分野において体系的・系統的に理解させる」という流れにマッチした商学分野の授業を、どのようにしたら提供できるのかといった研究すべき課題を抱えている。

本来、教育は記憶に頼る学習のみでなく、各職業分野に進むべく、体系的・系統的に学んだ生徒を高等学校から引き継ぎ、さらに商業の各分野を包括した商学全般を体系的に整理し、現実のビジネスと結び付け

る役目がある。大学などは一段踏み込んだ形で、商業に様々な影響を与えている環境変化（円安、株高、少子高齢化と人口減少など）に対応する力を育成することが求められている。ストレートに表現すれば、大学などにおける商学分野の授業は、「商学全般を俯瞰する力を養うこと」が問われているのではないだろうか。

そこで、課題解決に向け、先行研究調査に取り組み、「大学生の学習実態とその構造的特質」（文部科学省 2016）、学習意欲を高める授業方法、授業改善の参考となる Kolb の経験学習モデル、Korthagen の ALACT モデル、教材作成に係る代表的モデルである Keller の ARCS など、これらモデルを活用した教育実践論文をみてきた。しかしながら、教員 1 名による限られた実践や複数教員による実践の場合においても、所属を同じくする教育機関の異なる授業科目間での実践研究が多く見受けられた。科目は異なっても同一サンプルであるため汎用性の高い研究になりにくい。また、再現性に必要な要因分析が十分とはいえないものも多くみられた。

瀬田（2021）は、教育システム情報学の分野で行われている研究タイプを 5 つに分類した。先行研究が少なく、かつ、研究端緒が想定しにくい、本ケースの「商学全般を俯瞰する力を養う」という課題解決に向けては、探索系タイプの教育実践研究としての位置づけが適していると判断し、まず、大学における商学授業の現状はどのようになっているのか、何が問題なのかなど、研究初年度は研究論点を絞り込む方針を採用、仮説生成研究アプローチによる新たな研究課題・仮説を提示することとした。様々な紹介により、単独教育機関のデータでなく、かつ、所属の異なる同科目を指導する教員 5 名で共通テキストを作成し、継続的に研究する機会に恵まれた。

2. ディスカッション・トピック

学生、生徒に対する秘書技能・サービス接遇技能を媒介とし、就職指導、および、それに伴う教育を研究対象とした学会に秘書サービス接遇教育学会がある。油谷（2019）は同学会が発行する情報誌ヒューマンスキルの中で、学会の役割として、教えようとするものの本質について議論する場、皆で研究を深める場であると指摘している。また、研究発表の現状については、具体的に「こんなことをやった」という報告にとどまった発表が多く、「どういう効果があったのか」、「それを今後どう発展させられるか」にまで至っていないとコメントしている。さらに、事例報告の望ましい姿として、教育をした結果、学生、生徒が「こんな感想を持ちました」で終わりではなく、客観的データとして裏打ちさせることが必要であると、今後の学会発展のためにも学会員同士、互いの切磋琢磨を通じた研究の充実を提案している。

学会の存在意義は、自身の研究結果を他研究者による再現性検証に向けた確認の場、同専門領域研究者との共同研究スタートの場、異なる領域からの批判による新たな視点発見の場ではあるまいか。①学会で研究発表を行い、フロアからクリティカルな意見を得る→②研究スキームやモデル等を修正・進化させ、再度研究発表を行う→③共同研究を始動させるなど、ビジネス系教育実践における共同研究活動について改めて考えたい。

3. リテールマーケティング検定の概要

論点をサポートする新たな共同研究に係るケースの前に、「商学全般を俯瞰する力を養うには」といった課題に対し、リテールマーケティングの授業改善を研究対象とした根拠について触れると、科研費審査小区分では、商学関連として、「流通論」、「マーチャンダイジング」、「ロジスティクス」、「マーケティング」、

「消費者行動論」、「商学全般」と定められており、これらの内容は、リテールマーケティング検定がほぼ網羅しているため採用に至った。以下、同検定の概要について記述する。

3-1 リテールマーケティング検定

ビジネス社会を理解するために有効な検定の代表として秘書検定、サービス接客検定がある。同検定試験指導の過程により、社会的職業的能力が育まれるが、ここでは、同じ系統であるビジネス系検定のリテールマーケティング（販売士）検定の概要を示す。

販売士は昭和48年に創設された日本商工会議所等が実施、経済産業省、中小企業庁が後援している検定である。同検定の内容は日本商工会議所によると、「流通業界で必要とされている多様化・高度化した顧客のニーズを的確に捉え、豊富な商品知識や顧客に配慮した接客技術を武器としたニーズにあった商品の提供等を効率的かつ効果的に行うことができる」としている。検定試験は、1級から3級までの3つに分かれており、どの級からでも受験ができる。今回は2級レベルの授業改善に向けたケースであるため、2級に絞りそのイメージを紹介する。2級は売場の管理者クラスのレベルであり、店舗管理に不可欠な従業員の育成や指導、仕入や在庫の管理といった知識を身につけるレベルとなっている。

3-2 検定受験者・出題形式・試験科目

受験者は、小売業従事者だけではなく、製造業や卸売業、サービス業、さらには流通業界への就職を目指している学生にまで広がっており、合格者は「販売士」として流通業界の各分野で活躍している。2021年7月から2023年6月の検定2級に限った受験データでは、各年の受験者数は、おおよそ数千名である。性別では男性58%、女性42%、年齢別では10代20代が過半数を占め、30代を含めると75%以上であり、その合格率は73%である（第87回実績）。

また、出題形式は、1科目あたり択一式正誤問題10問、択一式穴埋問題10問の5科目合計の100問である。試験科目は、「小売業の種類」、「マーチャンダイジング」、「ストアオペレーション」、「マーケティング」、「販売・経営管理」の5つであり、試験時間は70分、合格基準は5科目平均の得点が70点以上、かつ、1科目ごとの得点が50点以上となっている。

3-3 検定出題イメージ

具体的な出題イメージとして、一般社団法人日本販売士協会2023.3.10通巻48号P33,36における、択一式問題と正誤問題を1例ずつ紹介する。

●「ストアオペレーション」択一式問題事例

セルフサービス販売方式の小売店におけるレジ係の機能のうち、顧客をレジで迎え、商品のバーコードをスキャンして金銭授受をする役割は【 】である。

1. サービス係 2. サッカー 3. キャッシャー 4. チェッカー 【正解4】

●「販売・経営管理」正誤問題事例

謙譲語Ⅰと謙譲語Ⅱの違いは、前者が自分側の行為・ものごとなどを強調することによって、相手を敬う敬語であり、後者は敬意を表すべき向かう先を敬う敬語である。 【正解×】

4. 新たな共同研究スタートケース

教員1名でなく、かつ、所属の異なる同科目を指導する教員で共通テキストを作成し、継続的に研究する機会に恵まれた。所属学会における研究者間の紹介をきっかけとして、3名の共同研究、5名の教員による共同テキストの出版に至っている。今回のケースはまだ3大学という初期段階であるが、初期がなければ研究そのものが結実はしない。3大学、かつ、リテールマーケティングという同一内容科目授業を担当す

る教員で、授業改善に向けた仮説生成研究を実施した。教育実践における、共同研究メリットには大きく2つあると考える。一つ目は、異なる大学であるため、各大学のカリキュラム、校風、学生の質が様々であり、探索系教育実践研究の対象母集団に偏りが少ないことが担保される点である。二つ目は、異なる大学に所属する複数の教員が話し合いのうえ、2023年度以降に共通の新学習教材による教育実践を行うことで、偏りのないデータ収集が担保されることが期待される点である。

4-1 調査対象者と実施方法

関東、甲信越、東海における3大学における、「リテールマーケティング(販売管理)」履修者を対象に、基本的に初回授業時(2022.4月上旬)のpre-testおよび最終回授業(2022.7下旬)のpost-testの計2回、質問紙調査を実施した。なお、質問紙調査時の欠席者および回答に不備が認められた学生を除き、最終的にpre-test339名、post-test336名を分析対象とした。

4-2 調査内容・結果

学習意欲 Kogo & K. Suzuki (2000) の ARCS 評価シートを使用し、注意4項目、関連性4項目、自信4項目、満足感4項目を設定した。また、安藤(2005)が作成した学習動機づけアンケートから、外的調整、取り入れの調整、内発的調整、同一化調整から各1項目、計4項目、および、検定試験の影響に関する1項目を追加し、9下位尺度、合計21項目から構成、6件法で得点化した。

また、リテールマーケティング知識の定着度合いの測定については、第85回2級リテールマーケティング統一検定試験問題から50題×2点の計100点満点により計測した。共同研究による成果として、n数の確保、データ共有からの分析議論等、記述統計、多変量解析の結果、情報の暫定的整理から6つの仮説を生成することができた。なお、本稿は研究ノートであるため、詳細については、日本商業教育学会商業教育論集第34集を参照されたい。

5. おわりに

新型コロナウイルス感染症拡大により、3年3ヵ月余り、社会全体が深刻な影響を受け、学会活動も自粛、縮小を余儀なくされてきた。令和5年5月8日から、同感染症の位置づけは、これまで、「いわゆる2類相当」であったが、「5類感染症」へ移行し、学会活動も回復の兆しが見え始めた。

高等学校教諭、短期大学・大学教員と会員の幅が広いといった強みのある学会では、相互における最新の授業のねらい、教授法とその成果、新たに導出された課題等の情報共有ができるメリットがある。

1研究者として10年間の学会活動を通じ、油谷(2019)のあるべき学会活動提言に多く共感する点があるため本研究ノートを投稿した。具体的には、研究発表には客観的データとして裏打ちが必要である点、学会員同士、互いの切磋琢磨をとおした研究を充実すべき点などである。小林(2020)は、学会魅力向上に向け、学会員年齢層ごとの試案を示している。若手研究者は、学会傘下による研究発表を通じ、第一線で活躍する研究者たちや同世代会員と交流しながら研究を深化させる。キャリアを重ねるごとに多忙となる現役世代においても学会は研究発表の貴重な機会であり、情報収集やアイデアを膨らませる機会であり、共同研究が生まれる場としている。さらにシニア世代も社会的に有益と考えられる記録を残し、次世代に伝える領域で、これまで培ってきたキャリアをいかし、テキストの執筆活動に励むということを提案している。

リテールマーケティング検定と秘書検定・サービス接遇検定といった2系統の検定に関連する授業を体験し、改めてビジネス社会を理解、学修する手段として、ビジネス系検定指導も適した教材の1つであるとする。最後に主張しておきたい点は、コロナ禍による影響が薄まった今日、単独研究から脱却し、他

大学教員との新規共同研究ケースで示したように、複数の大学教員で議論し、授業改善に向けた共通アンケートデータを複数年に渡り継続的に解析し、さらにテキストを作成するなどの共同研究（create a team）をリスタートすべきチャンスと考える。また、その行為自体が学会への貢献になるのではあるまいか。

参考・引用文献

(1) 大学生の学習実態とその構造的特質

文部科学省（2016）

www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/siryu/_icsFiles/afieldfile/2016/10/28/1378453_04.pdf

2023. 06. 10 閲覧

(2) 瀬田和久, 桑原千幸, 仲林清: 教育システム情報学会「採録される論文の書き方 -誌上チュートリアル-」, 教育システム情報学会誌 38 (2), 82-93 (2021)

(3) 油谷純子: 秘書サービス接遇教育学会 ヒューマンスキル教育研究第27号, 32-38 (2019)

(4) 日本商工会議所

https://www.kentei.ne.jp/retailsales/candidate_data2023. 08. 10 閲覧

(5) 一般社団法人日本販売士協会 <https://www.hanbaishi.com/retailmarketing>

2023. 08. 10 閲覧

(6) 一般社団法人日本販売士協会 2023. 3. 10 通巻 48 号, 33-36

(7) Kogo, C. and Suzuki, K. (2000) An analysis of the structure of course evaluation items based on ARCS motivation model (2). Proceedings of ICCE/ICCAI 2000, 1577-1578

(8) 安藤史高: 「大学コミットメントと自律性欲求・学習動機づけとの関連」一宮女子短期大学紀要 44, 91-99 (2005)

(9) 小林満男: 「人生 100 年時代における本学会の役割」情報システム学会誌 Vol. 15, No. 2 (2020)