

高等学校商業科の授業改善に関する研究

小川 哲哉*

(2022年2月16日受理)

Study on class improvement in high school commercial department

Tetsuya OGAWA

キーワード:商業教育、授業改善、参与観察、インタビュー調査

高等学校(以下、高校)の学習指導要領では、2018(平成30)年4月の改訂により、専門教科の科目が大幅に変えられた。特に従来商業科の科目として設けられていた「ビジネス実務」が再構成され、「ビジネスコミュニケーション」として新たに設置されるに至った。しかも今回の改訂では、ビジネスにおける主体的な思考方法とコミュニケーション能力の向上に関する指導項目等を取り扱えるような改善がなされた。この改訂により、専門教科である商業科では、生徒に対してはビジネスを円滑に展開できる資質能力の向上を求め、ビジネスにおいて多様なコミュニケーションを通して主体的かつ協働的な活動ができるような教育目標が設定された。そのような目標実現のためには、ビジネス場面を想定した討議型の授業を取り入れ、それがいかに効果的な商業教育の授業改善へと展開できるかが重要となる。

1 研究の目的

周知のごとく高校では、中学校教育の基礎の上に、さらに幅広い一般的な教養を身に付ける普通科の高校だけでなく、専門に関する学科を学ぶことができるようになっている。例えば、A県の公立高校では約90校の高校のうち、専門学科のある高校は37校あり、生徒は、商業、工業、看護、福祉等様々な専門学科で将来の職業選択を視野に入れた学習を行える環境にある。そのためその種の高校では、義務教育の中学段階にはなかった商業科や工業科、あるいは看護科や福祉科といった専門教科を学ぶ環境も用意されており、将来就くことになる職業を視野に入れた専門的な学習活動において、実践的・体験的な学習が重視され、個々の生徒のニーズに対応した多様な専門教育が求められている。このような現状に対応するべく、高校の学習指導要領は、2018(平成30)年4月に改訂され、特に専門教科の科目は大幅に変更された。中でも商業科の教科において注目されるのは、ビジネス実務が再構成されビジネスコミュニケーションとして新たに設置されたことである。

* 茨城大学教育学部

そのため、実際の授業においては、従来からの講義型の授業だけではなく、アクティブラーニング型の授業による実践的・体験的な学習が重視されるようになった。したがって新しい学習指導要領に対応するためには、これまで以上に実践的・体験的な学習の実現が重視され、講義型の授業をいかにアクティブラーニング的な学習へと授業改善を図るのかが極めて重要になってきている。とりわけ商業科では、2018（平成30）年4月から学習指導要領の改訂により大きく四つの改善点¹⁾が挙げられている。①主体的・対話的で深い学びの実現に向けた授業改善を図り、実践的・体験的な学習活動を行うこと。②ビジネスの様々な場面で役に立つ知識、技術などを身に付けるようにすること。③単に利益だけを優先するのではなく、企業活動が社会に及ぼす影響などを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、工夫してよりよく解決する力を養うこと。④自己の役割を認識し、他者と積極的に関わるなどして、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養うことになっている。これら四つの改善点からも、商業教育ではこれまで以上にリアルな教育場面の設定と、実践的な学びを行う必要があることが分かる。そのための授業改善は、新しい学習指導要領が求めている学びのあり方を実現するために不可欠なことであると言えるだろう。

ただ、そのような授業改善を実現していくには、単に個々の教員の授業改善の試みに期待するだけではなく、学校全体の組織的な取り組みが必要となる。その際に注目したいのが、管理職、とりわけ校長の指導的取り組みである。小島（1995）によれば、「校長は公教育基準（学習指導要領）を実現するという役割だけでなく、教育現場の立場から公教育目標について発言、評価しながら、公教育の目標の形成にかかわっていくこと」²⁾が求められており、授業改善の教育的効果を的確に究明するためには、管理職である校長の教育的行為に関する分析が重要である。

そこで本研究では、A県立B高校のC校長を対象に実施したインタビューを中心に収集したデータに基づき、高校の教育現場における商業教育を授業改善の現状と課題について解明したい。

2 先行研究の検討

これまで高校における商業教育は、生徒や学校の実態に応じて創意工夫を凝らした授業を積み上げてきた経緯がある。そうした中、2018（平成30）年4月から学習指導要領の改訂により、商業科は科目の新設、整理統合、分離を経て、最終的には従前と同様の20科目で構成されるに至った。2009（平成21）年の商業科に関する学習指導要領の改訂では、教科組織上の分野をマーケティング分野、ビジネス経済分野、会計分野、ビジネス情報分野とし、原則履修科目である「ビジネス基礎」を教科の基礎的科目、「課題研究」「総合実践」「ビジネス実務」を総合的科目とするとともに、他の16科目を四つの分野に分類し、位置付けられていた。今回の2018年改訂では、ビジネス経済分野はビジネスマネジメント分野に改められた。従前の「ビジネス実務」は再構成され、「ビジネスコミュニケーション」という名称に変えられることになった。このような学習指導要領の改訂に伴う商業科の科目改編により指導法が見直され、授業改善が求められている。

ところで今回注目されているアクティブラーニングの視点に立った商業教育に関する先行研究としては、林ら（2020）の研究がある。この研究では「高等学校や大学において多種多様な起業教育のための実践的なプログラムが取り入れられていることが把握できた」³⁾とされ、「教員がいかに外

部の企業などと交流し、企業教育のサポートを受けられるための環境の醸成」を行い、主体的な教育実践活動が実施できているのかは明らかにされているものの、実際の高校現場に入り込み、管理職や教員たちへのインタビュー調査等を行うことで、商業教育に関するより実践的な教育活動の新たな地平を解明する研究にはなっていない。

3 高校における商業教育に関する事例研究

3-1 本事例調査の目的と方法

本事例は高校における商業教育の現状を明らかにするため、方法としてA県立B高校のC校長に協力を依頼し、2022(令和4)年1月12日と2022(令和4)年1月24日の計二回にわたる不定期な参与観察(学校の許諾を受けた上で適宜)を行い、データを収集した。また、必要に応じて、特定の教育行為に関しては随時面接法を織り交ぜながら行った。なお簡潔な記録を取る他に、記録の正確を期するため、承諾を得た上でICレコーダーにより録音した。引用しているデータは、参与観察中の会話を交わした中で得られたデータを「会話記録」、個人面接で得られたデータを「インタビュー記録」として区別して記述した。また、論文中の全ての調査対象者は仮名で記述した。

3-2 本事例校選定の理由

A県立B高校は、A県の北部に位置し、2006(平成18)年に、二つの高校が統合して開校した単位制総合学科の高校である。学級は、1年次が4学級で、2年次及び3年次が5学級で、教職員は37人である。総合学科の高校はA県には8校あり、全国的に見ても標準的な数と言えるだろう。総合学科の特色として、「ものづくりから販売まで学べる学校」⁴⁾とC校長は断言している。C校長によると、「工業高校はものづくりを学び、商業高校は販売や事務の仕事を学べるといったイメージがあるが、本校では、自分で作った物を販売するところまで学べる高校だから個人事業主の学びができる」そして、「良い製品が出来ても、きちんと説明できないと買っていただく方には分かってもらえない。だから、コミュニケーション力はとても大事なんです」と言い切る。

「いい製品は使ってもらえれば、良いからまた買ってもらえる。でも、リピーターだけでは販売数は横ばいになってしまう。お客様を開拓し、さらにファンになってもらい、手放さない。それには、商品の質と、人を大切にする人間性、そして、きちんと説明し、交渉ができるコミュニケーション力が大切だと思うんです」と言うC校長の発言から、商業教育にとっていかにコミュニケーション力の育成が重要であるかが分かる。問題は、そのようなコミュニケーション力を、どのような科目で、いかなる方法で行っていくかである。

以上の諸点を考慮に入れ、高校の商業教育の授業改善に繋がる有効な知見を得るために、A県立B高校を事例調査対象校として選定した。

3-3 本事例校の学校教育に係る全般的特徴

B高校は、「自ら学び 自ら創り 自ら拓く」を校訓とし、生徒の主体的な学びを重視した教育場面をとおして、「豊かな人間性」を育むことのできる学校を目指している。一般的に全日制の高校は学年制と単位制に大別される。例えば、一年生に対して学年制の高校では「一学年」と呼ばれているが、単位制の高校では「一年次」という表現を使う。本事例校のB高校は、単位制の高校なので、年次と呼ばれている。また、五つの系列からなる総合学科の高校で、一年次は全員が共通学習を行っているが、二年次からは生徒は個の興味関心に応じて、五つの系列から一つを選んで、自ら学びたい科目を中心に学習することができる仕組みになっている。もちろん、系列の科目を横断的に学ぶこともできるため、工業の科目と商業の科目を両方学ぶこともできる。五つの系列とは、文系進学、理系進学、工業、商業、福祉・家庭からなる。生徒の約8割は、高校を卒業した後に地元の企業に就職している。進学する残りの生徒は、地元の大学に入学するのがほとんどで、県外に就職や進学する生徒はほとんどいない。また、部活動では、ウエイトリフティング部とボクシング部があり、全国大会や関東大会で上位入賞するほどの力をもっている生徒が多数いる。さらに本事例校では、ICT教育を先進的に進めており、世界規模の企業と協働プロジェクトを立ち上げるなど、協働的な学習場面での実践的学びの研究を行っている高校である。

3-4 参与観察の状況

1/12【第一日・校長室及び教室】

この日C校長は、県内工業高校生の課題研究発表の審査をオンライン上で行っていた。高校における学校生活の様々な側面を見ていくと、廊下で元気よく「こんにちは」と挨拶する生徒が多く、学校生活を楽しんでいる生徒たちの姿が印象的であった。

1/24【第二日・校長室及び教室】

この日は、新型コロナウイルス感染症対応に追われている教員たちの指導の大変さがよく分かった。さらに実際に教員と在校生の感染が確認されこともあり、マスク着用や密にならない座席配置や換気を施すなど、感染対策を徹底した上で授業が行われていた。1年生の授業では、皆一人一台のタブレットPC端末を活用した学習活動が展開されていた。

3-5 商業教育に焦点を当てた高校の具体的様相と分析・考察

A県立B高校における商業教育の具体的様相を分析・考察するためには、各教員と生徒たちの活動に注目することは重要であるが、さらに学校運営にあたる校長の言動や思考形式にも焦点を当て、その校長のリーダーシップのあり方が、いかにして効果的な商業教育実践に反映されるのかを解明するのはさらに重要であろう。そのため、本研究では二回の参与観察によってデータを収集した。言うまでもなく、個々の組織的な学校社会の教育文化には、その学校の生徒・教員の特徴的な行動様式が基底にあることは明らかだが、それと共に学校組織のリーダーシップを主導する校長の価値

観や態度、行動様式等によるところも大きい。参与観察による基本データをつぶさに見ていき、C高校の商業教育の特徴を明らかにするためには、次の三点に着目することが重要であるように思う。

- a アクティブラーニング型の商業教育実践に対する校長の姿勢
- b ICTの活用を推進する校長に対する教員たちの見方
- c 新学習指導要領に応じた授業改善を進めて行くための校長の指導性

以上の三点の具体例を順次記述し、考察してみたい。

a アクティブラーニング型の商業教育実践に対する校長の姿勢

C校長の教育行為の特徴として注目したいのは、2022（令和4年）年度から年次進行で始まる新しい学習指導要領に応じた学びを見据えている点である。C校長は、元々商業科の教員としてA県に採用され、商業教育の指導に関しては30年以上の経験がある。ただ彼には、そうした長年の経験だけではなく、新しい学習指導要領の商業科の新科目への対応と授業改善を同時に推し進めていきたいという強い姿勢が感じられた。

[事例1]

C校長の発言：

来年から新しい学習指導要領が教科でもスタートする。商業科は、これまでビジネス実務の授業があつて、この授業がビジネスコミュニケーションに変わるんです。実際が変わるのは令和6年度からになります。うちでは3年生の授業なので、この授業に期待しているんです。座学じゃできない授業ですよ。アクティブラーニング、とにかく討議したりロールプレイしたり、そんな授業をしてほしいと思っています。

筆者：「校長として、ビジネスコミュニケーションでは生徒がどんなことを学んで、何ができるようになってもらいたいと思っていますか。」

（1/12 会話記録）

C校長の発言：

ビジネスコミュニケーションでは、とくに実践的で体験的な学習活動をとおして、ビジネス場面で円滑にコミュニケーションを図ることができるようになってもらいたいと思っています。

もちろん知識も必要なんですが、知識だけではコミュニケーションはできないんです。実際にペアになったりグループになったりして、自分で言葉を発して、相手の気持ちを読みながら交渉を進めていく力が大切なんだと思っています。

筆者：「知識として必要なこととは、どんなことですか。」

（1/12 会話記録）

C校長の発言：

交渉する場面では、話法というのが、つまり話し方が重要なんですよね。その前に生徒に分かってもらいたいことは、合意形成を図るってことなんですよね。だれも自分の要求を通したいと思いますよね。でも、それだけをやってしまうと交渉は上手いじゃないんです。自分の要求だけを通すんじゃなくて、相手の立場にも立って、相手の要求も受け入れられるところは受け入れていく。それで自分の要求とすりあわせていく。ウインウインの関係ですよ。互いの要求が100%であったとします。どっちも60%通るような合意だと、互いが納得できる。その納得解を出していくことが、交渉なんです。

筆者：「合意形成が交渉ってことなんです。よく分かります。じゃ、話法や話し方とは。」

(1/12 会話記録)

C校長の発言：

交渉を効果的に進める話法があるんです。簡単に言うと、切り出し話法。相手の関心のある話題から切り出していく方法です。それが見当たらないなら、褒め言葉で切り出してみる方法です。ヤクルトスワローズファンの人には、日本一になりましたね。おめでとうございます、とかです。これをやると、交渉の場の雰囲気が和むんですよ。雑談は和やかな雰囲気をつくるには最適ですからね。授業もいきなり教科書から始まるよりも、雑談から入って、こっちを向いてもらおうと、スムーズに入れる。それと同じだと思います。

筆者：「商業教育ならではの学習ですね。」

(1/12 会話記録)

C校長の発言：

他には、二者択一法ってのがあります。「買いますか」という質問にすると、「買いません」という答えが返ってきてしまいますよね。それを避けるためなんです。あくまで「買っていただける」という前提で、丁寧に話しを進めていく方法なんです。「もし、買っていただける場合は、白と黒のどちらがよいでしょうかね。」と投げかけて、相手にゆだねるやり方です。徐々に情報を得ながら、「買う」という結論を出しやすくしてあげる方法なんですよね。商業教育って面白いですよ。それと、繰り返し話法があるんです。よく会話しているときに、「好きな食べものは何ですか？」と尋ねる場面とかありますよね。それって、実は自分で聞いてもらいたいことなんです。質問に答えた後は、切り返して、相手も尋ね返すことで、会話を楽しく進めるのに役だつんです。こんなやりとりは、座学だけでは練習にならないですよ。だから、生徒どうし討議をしてもらったり、ロールプレイしてもらおうことで身につけてもらいたいと思っているんです。令和6年に向けてこれからです。

(1/12 会話記録)

2018(平成30)年4月の高校の学習指導要領改訂により、各教科の授業では2022(令和4)年度入学生から年次進行で実施されることになっている。高校の学習指導要領の中で、新たに創設された科目は、商業科のビジネスコミュニケーションだけでなく、公民科の「公共」がある。この公共

という新科目では、合意形成や社会参画を視野に入れながら構想したことを議論する力の育成が求められている。また、高校の特別活動の「ホームルーム活動」においても、「合意形成」を進める自発的、自治的な活動形態が求められている。こうした合意形成活動は、今回の高校の学習指導要領の大きなキーワードであり、小中学校にはない高校生段階に求められている学習といえる。会話記録に現れているC校長の発言は、今後合意形成を図るための討議型授業を様々な形で導入したいと言う積極的な意思表示であると見なすことができる。

b ICTの活用を推進する校長に対する教員の見方

C校長の教育行為の特徴としてICTの推進がある。そこで、コロナ禍の中で、ICTと授業改善を同時に推し進めていきたいという校長の思いに対して、教員が肯定的に見ている事例を取り上げよう。

[事例2]

C校長の発言：

コロナ禍で、オンライン学習が入った。(高校)一年生も一人一台のタブレットPCをもつようになった。普通教室に電子黒板も入った。それも授業を変えることを後押ししてくれていると思うんです。これからは、生徒たちに商業の授業でブラインドタッチを徹底的に練習させていきたい。

(1/12 会話記録)

C校長の発言にある「授業を変える」とは、授業改善に他ならない。元システムエンジニアの教務主任のE教諭は、この事について次のように述べている。

E教諭の発言：

校長が来て2年目になります。ICTの推進は校長が最も重んじていることです。コロナになって2年が経ちます。生徒は分散登校や休校を経験しましたが、本校では学校独自のMoodleでスマートフォンやタブレットPCを使って自宅でも学べるようにしたんです。校長がどんどんやっけて行こうと、旗を振ってくれるから、ガンガンにやらせていただいている。本校では一人一台のタブレットPCにはTeamsも入っているんです。他の学校には入っていない。というのもマイクロソフトと富士通と協働プロジェクトを立ち上げ、その成果を県内外にも発信しているからなんです。

(1/12 会話記録)

E教諭の発言にあるMoodleとは、学習支援システムのことで、大学では授業の登録から課題の提出まで学生がタブレットPCを使って利用できるようになっているケースが多く見受けられる。しかし、高校でMoodleを活用してオンデマンド授業配信や資格試験問題のeラーニングを行っている高校はまだ一部の学校に限られていると言ってよいだろう。このようなB高校の取り組みは、コロナ禍の中でICTの活用を先駆的に行い、授業改善を進めている事例としては注目される。さらに、本校に来て一年目の教員は次のように発言している。

F教諭の発言：

ここに来て一年目ですが、ロイノートや授業動画などに挑戦できる環境にあります。校長先生は、失敗してもいいからどんどんやってみていいと言ってくれます。逆に失敗しなきゃ、挑戦する意味がないとも言います。だから、試行錯誤しながら前に進められるんです。ICTは、「いつも ちょっと トラブル」の意味だっているのが本校の合い言葉になっていますから。

(1/24 インタビュー記録)

F教諭の発言からも、ICT化を進めていくC校長の指導を肯定的に見ていることが分かる。今般のコロナ禍の中で、オンライン学習が一層求められている中、ICTを積極的に進めることで、教師の授業方法が今までにない大きな転換となっていることがうかがえる。

c. 新学習指導要領に応じた授業改善を進めて行くための校長の指導性

C校長は、学習指導要領の改訂やコロナ禍の諸問題が授業改善の絶好のチャンスであると捉えている。C校長がこの種の諸問題を逆に好機と見なして、これまでの授業スタイルを大きく変えて行こうとするリーダーシップが確認できる事例を紹介したい。

[事例3]

C校長の発言：

コロナ禍の前まではどの授業でも、教師は黒板に背を向けて、チョークとトークの講義型の授業、生徒は聴いてばかりの授業だった。そうではないと、教員には言ってるんです。特に高校は、先生が主体で生徒が客体なのではなく、授業は生徒が主体で、先生が客体になるような授業もしてもらいたい。そんな授業に学習指導要領の改訂をうまく利用して変えていきたいと思っています。それと、「総合的な学習の時間」が「総合的な探究の時間」になりました。探究の時間はもう始まっています。でも、まだまだ上手くいっているとは思えないんです。まず生徒に課題を発見してもらいたい。課題の設定を生徒がやらないと主体的に取り組めないと思っています。生徒自身が課題を発見して、課題解決まで進めていく。教師は教えることは慣れているけど、教えないことには慣れていない。探究はいかに先生が教えないかだと思っています。勉強を教えるんじゃなくて、やり方を教えてほしい。そのように進めてほしいと常々言ってます。

(1/24 インタビュー記録)

このようなC校長の発言から、高校の授業を従来のような教員主導の講義形式の教育活動から、生徒たちが主体的に様々な課題に取り組み、アクティブラーニングを進めて行く学習活動に変えて行こうとする強い意志が感じられる。また、来年度から始まる高校の学習指導要領の改訂と並行して行わざるを得なかったコロナ禍によるオンライン学習でも、この機会を授業改善のチャンスと捉えようとするC校長には、強い指導性が確認できる。さらにこの学校は、今回県の学力向上の幹事校になったので、ICT活用の授業モデルを積極的に発信したり、シティズンシップ教育の指定校

にも積極的に取り組むことが可能となっている。一つの機会を得たら、その機会を様々な授業改善へとつなげていく校長の指導性の在り方は非常に参考になった。

4 結語的考察と今後の課題

本研究で取り上げたB高校の商業教育に関して言えば、総合学科の高校ならではの独自な特質があることに気付かされた。ここでは、B高校の「商業教育」の独自性と見なされる点を三つ指摘しておきたい。それは、①アクティブラーニング型の商業教育に向けた校長の積極的な姿勢があること。②ICT化を図る校長に対して、教員が肯定的な見方をしていること。③新学習指導要領に対応し、授業改善を行っていかうとする校長の強い指導性が見いだせること、である。

①についてだが、2022（令和4）年度から高校の学習指導要領が年次進行されることに伴い、従来の観点別評価の観点に「主体的に学習に取り組む態度」が加わり、生徒のより積極的な主体的学習活動が重視されるようになった。そのため、アクティブラーニング的な討議型の活動場면을授業に取り入れることで、生徒相互間の多様なコミュニケーション活動に期待が集まっている。C校長は、このような新学習指導要領に対応するべく、特に新科目である「ビジネスコミュニケーション」の学び方についてアクティブラーニング的な討議型授業を通して、ビジネス教育の多様な場面での実践的な取り組みに積極的な姿勢を見せている。

②については、校長のICT化を進めようとする学校運営方針に対して、教員が肯定的な見方を持っており、これは学校運営と教育現場の双方の考え方に一致点が見いだせる好事例と言えるだろう。C校長に対して、赴任一年目の教員の「校長先生は、失敗してもいいからどんどんやっていていってくださいます。逆に失敗しなきゃ、挑戦する意味がないとも言います。だから、試行錯誤しながら前に進められる」という発言からも、校長と教員とが良好な関係性が維持されていることが分かるし、こうした信頼関係が教職員全体に浸透しているように思う。

③については、新学習指導要領に対応し、授業改善を行っていかうとする校長の強い指導性、すなわちリーダーシップが見いだせる。C校長のリーダーシップの特徴は、新学習指導要領の趣旨を教育現場に伝えることを通して、それを授業改善に役立てようとする指導性であろう。新学習指導要領に即した授業実践やコロナ禍によるICT活用にしても、C校長はそうした諸課題の解決を通して、それを授業改善に役立てようとする積極的な姿勢が看取できるし、そのような姿勢は参与観察の様々な場面で感じられた。このように授業改善が職員間に十分に促進されるか否かは、管理職としての校長の学校に対する課題解決意識の有無にかかっていることに気付かされる。すなわち学校全体の授業改善は、管理職としての校長が教職員に対して指示をすれば実現するという簡単なものではなく、校長と教職員とが組織的に一体化することになって初めて成し遂げられるものである。しかし、それは30年以上商業の教員を行ってきたC校長の豊かな経験によるところも大きいと言えるだろう。

最後に今後の課題を明記しておきたい。本研究の目的は、一つの高校の商業教育に関して、参与観察とインタビューを通して、特に管理職である校長の言動に注目して授業改善の実態を明らかに

することであった。ただ、そのような研究目的ゆえに、生徒・保護者・地域の人々が、学校運営等の学校全体の取り組み自体を、どのように受け止めているのかという点については十分に分析できなかった。さらにC校長の考え方と取り組みを肯定的に受け取る教員や生徒は多かったが、逆に否定的に捉える教員や生徒の姿を確認するところまでは至らなかった。そのため、C高校というコミュニティが本当に一体化して日常的に商業教育活動に取り組んでいるのかどうかを、さらに深く掘り下げて分析する必要もあるように思う。また、インタビューや会話の内容も断片的であった面も否定できない。特に参与観察では事例校との信頼関係が予め形成されている中で調査を行ったので、情に流されたり、逆に問題の所在に対して深く踏み込んでいるかどうかの問題もある。これら諸々の問題は、単に本研究だけの問題ではなく、解釈的アプローチ研究の方法論に関する問題でもあるように思う。これらの諸点については、今後さらに検討をしていきたい。

(本研究に対してインタビュー調査等を自由にさせていただいたC校長に対しては深く感謝の意を示しておきたい。)

注

- 1) 文部科学省『高等学校学習要領(平成30年告示)解説商業編』(実教出版、2019年)、10-11頁。
- 2) 小島弘道「学校経営の意義と機能」、永岡順・奥田眞丈編『学校経営』、(ぎょうせい、1995年)、18頁。
- 3) 林幸治・柴田孝・北室康一・金度渕「アクティブラーニングとしての起業体験教育プログラムの構築」、『大阪商業大学論集16(2)』、2020年、17-31頁。
- 4) 2022(令和4)年1月6日にC校長に参与観察を依頼した際のC校長の発言より