

# 最新事情

「専門性」と「良識」を兼ね備えた職業人を  
地域と共に育てる

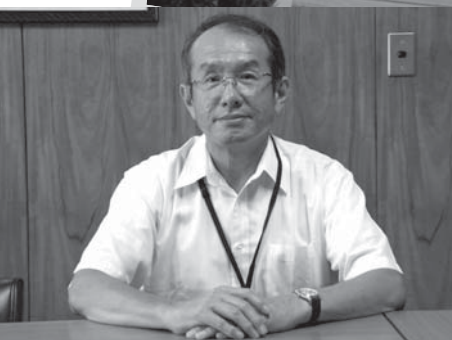
## 埼玉県立岩槻商業高等学校

(埼玉県さいたま市)

高校生の就職内定率は年々回復傾向にあるものの、依然として厳しい現状が続いている。そのような状況の中、埼玉県立岩槻商業高等学校の就職内定率は100パーセントを誇る。それを支えているのは、周辺地域と協力し合い、社会に通用する職業人を育てる取り組みである。就職に強い岩商の取り組みを伺った。



埼玉県立岩槻商業高等学校



河原塚努校長

### あいさつの指導は 信頼関係を築く大きな要素に

埼玉県立岩槻商業高校は、大正7年に組合立中部実業学校として創立。今年、創立96年を迎えた商業の専門高校である。昭和24年に商業科を設置して以来、社会に通用する職業人の育成に力を注ぎ、多くの生徒を社会に送り出してきた。

現在、商業科と情報処理科を有し、全校生徒約600名が学んでいる。三年次の生徒の半数以上が就職を希望しており、就職難が叫ばれている昨今においても、就職内定率は毎年100パーセントを維持。とりわけ県内の企業からの信頼は厚く、多くの卒業生が県内で働いている。

高い就職内定率を維持し続けられる理由は、やはり同校が掲げる教育目標が体現されているからだろう。同校では「確かな専門性と良識を持った職業人を地域と共に育む」を目指す学校像とし、専門的な知識だけでなく、基本的なマナーの修得にも取り組んでいる。河原塚努校長は目指す学校像に込めた思いを次のように語る。

「私たちの高校は商業科目を専門とする高校です。その専門知識をしっかりと身に付けさせることはとても大切です。しかし、ビジネスの社会では専門知識だけではなく、基本的なマナーや立ち居振る舞いが必要なければ仕事に就くことはできません。私たちは、社会に通用する職業人になってほしいと期待しながら、日々生徒たちと接しています。このような願いが私たちが掲げている教育目標に込められているのです」。

これらを身に付けさせるためには、地域の方々の協力があつて初めて実現すると河原塚校長。そのための大きな要素となるのは「まず、一人一人の生徒が、きちんとあいさつができること」であると力を込める。

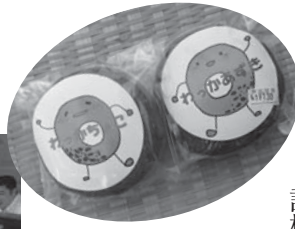
あいさつの指導は校長が先頭となり、校門でのあいさつ運動や教員からの声掛けを徹底。教員が一丸となって指導に努めている。このような取り組みの成果は地域の方々との良好な関係を保ち、地元企業の協力によるインターンシップや、地元岩槻ならではの取り組みを可能にする。



課題研究「商品開発」を担当する  
外崎潤子先生



商品開発の授業では  
企画立案から試作、  
販売まで、商品が  
出来上がるまでの一連  
の流れを体験する



## 「商品開発」の授業

3年次の課題研究には「電卓検定」「日商簿記検定2級」をはじめとする資格取得が中心の

品開発」の授業である。その象徴的な活動が、3年次の課題研究「商

る。



授業から、「商品開発」「電子商取引」などの体験を通して実践力を身に付けさせる授業まで、生徒の興味関心や目標に合わせた15の授業を設置している。

その中の「商品開発」の授業では、岩槻市内に店舗を構える和菓子屋の藤宮製菓と連携し、実践的な授業を展開する。この授業は、商品開発の知識を体験を通して学ぶこと他に、企業との関わりを通して、ビジネス社会の一端に触れ、職業観を育てることも大きな狙いとしている。

商品開発のテーマは「地域ブランドの確立」。一学期は、岩槻市の歴史や和菓子の研究と商品の考案。二学期は試作品の製作。三学期は文化祭などのイベントで完成した商品を発表する。

特に、一学期に行う商品の考案では、「聞く力や自分たちの主張を上手に説明する力が磨かれる」と商品開発を担当している外崎潤子先生は語る。

まず、生徒たちは4〜5名のグループに分かれてアイデアを出し合った後、クラス全体で数種類の商品を考案する。続いて、藤宮製菓を同校に招き、商品化に向けた本格的な話し合いに移っていく。

この話し合いの間、外崎先生はあえてアドバイスなどはせず、その様子を見守るだけだという。その理由は、生徒たちは立場や主張が異なる人と初めての話し合いを通して、相談の仕方を身に付ける大切な機会となるからである。



二年次の生徒全員が参加するインターンシップ。  
インターンシップ先は県内企業が多い

「生徒たちだけで行うアイデア出しの段階では、基本的には自由な発想で、味や形、色などを考えさせています。商品の案が固まったら、藤宮製菓さんを交えての話し合いを行うのですが、実際には生徒たちのアイデアをそのまま再現するのは不可能なことも多いのです。

生徒たちはここで初めて、立場や主張が異なる相手がいることを知り、相談や自分たちの意見を伝える難しさを実感します。自分たちの欲望や欲求を相手にそのままぶつけるだけでは商品は完成しません。ですから、相手の意見にじっくり耳を傾け、一つ一つ相談しながら商品化に近づけていくための方法を学んでいくのです」(外崎先生)。

生徒たちの学びの成果が発揮されるのは、10月の文化祭と11月の埼玉県産業教育フェアである。外崎先生は「自分たちで一から作り上げた商品には、やはり強い思い入れがあるのでしよう。ブースに立ち寄りくださったお客さんに、うれしそうに商品の説明をしていました」と顔をほころばせる。さらに、生徒たちはそのよう



