

新潟県高等学校教育研究会 商業部会

新潟県立新潟商業高等学校

教諭 蟻塚 宰子

講演、見学、および研究協議会

- 1 期 日 平成30年10月31日(水)
 - 2 場 所 新潟県立新潟商業高等学校
新潟大学駅南キャンパス「ときめいと」
 - 3 主 催 新潟県高等学校教育研究会
 - 4 参加校 13校 30名
 - 5 日 程
- | | |
|-------|-------------|
| 受 付 | 9:30～ 9:45 |
| 開 会 | 9:45～ 9:55 |
| 講 演 1 | 10:00～10:30 |
| 授業見学 | 10:40～11:27 |
| 研究協議 | 13:00～13:30 |
| 講 演 2 | 13:30～15:30 |
| 質疑応答 | 15:30～15:50 |
| 閉 会 | 15:50～16:00 |

6 講演 I

演題 『主体的・対話的で深い学びの実現を図る授業改善について』

講師 新潟県教育庁高等学校教育課

副参事・指導第2係長 大島 博文 様

下記3点を中心にお話をいただいた。

- 1 新学習指導要領改定のポイント
- 2 育成を目指す資質・能力
- 3 主体的・対話的で深い学びの実現を図る
主な改善事項として、グローバル化の進展、情報技術の進歩への対応や観光産業の振興、地域におけるビジネスの推進への対応、・ビジネスにおけるコミュニケーション能力とマネジメント能力の向上への対応が求められている。そのため、(1) 観光ビジネス(新設)観光資源と観光施策、観光ビジネスとマーケティング(2) ビジネス基礎:身近の地域のビジネスに関する指導項目を取り入れるなどの指導項目の充図ることが求められる。



2 育成を目指す資質・能力

・商業の各分野を体系的・系統的に理解することによって知識及び技術の習得

・ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ、合理的かつ創造的に解決する力を養うことによって、思考力・判断力・表現力の育成

・職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、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よって、学びに向かう力、人間性等の育成

3 主体的・対話的で深い学びの実現を図るために

(1) 主体的な学びとして、ビジネスに関する課題を設定し、様々な教科科目等で身に付けた知識、技術などを生徒自らが活用し、解決策を考案する学習を目指すことが求められる。

(2) 対話的な学びとして、ビジネスにおける具体的な事例を取り上げ、専門的な知識、技術などを活用し、妥当性と課題などについて、科学的な根拠に基づいて多面的・多角的に考察や討論を行い、実際のビジネスについて客観的に理解する学習を目指すことが求められる。

(3) 深い学びとして、「商業の見方・考え方」を働かせながら探究の過程を通して学ぶことにより、商業科で育成を目指す資質・能力を獲得する学習を目指すことが求められる。

7 授業見学

科目	主な内容
ビジネス基礎	書画カメラを使用した授業
財務会計	電子黒板を使用した授業
ビジネス経済	プレゼンテーション

8 研究協議

講演Ⅰ・授業見学から、『主体的・対話的で深い学びの実現を図る授業』について情報交換を実施。

- ・学びを深める学習と検定のバランスが難しい。
- ・電子黒板・書画カメラの導入が進んでおらず、教員全体が自由に使える状況ではない。
- ・教員もこれまでのやり方を踏襲しながらも、方法を刷新していかなければならないと感じた。
- ・観点別評価を一層充実する必要がある。
- ・地域との関わりも含めて活性化にむけた展開も考えていかなければならない。(出された意見一部抜粋)



9 講演Ⅱ

演題 『新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン (DC) をきっかけとした観光流動活性化にむけた JR 東日本の取り組み』

講師 東日本旅客鉄道(株) 新潟支社
営業販売課
新潟県・庄内エリア DC 推進室

室長 河野 哲也 様

(1) 観光産業がなぜ必要か

少子高齢化が進む中、観光は交流人口を増やす起爆剤である。

(2) デスティネーション・キャンペーンについて

地域との連携を強化し、地元とともに知恵を絞る「共創」戦略のもと、鉄道ネットワークの特性や首都圏での販路を持つメリットを活かし、地元商品の掘り起こしや伝統文化、祭り等観光資源の紹介といった活動を進めている。

(3) 新潟県・庄内エリア DC をきっかけとした JR 東日本及び新潟支社の取り組み

日本海美食旅として、地域を歴史や食文化を通じて観光資源の掘り起こしを行っている。新潟支社内では「越 Shu * Kura」「SLばんえつ物語」「きらきらうえつ」、2016 年から「現美新幹線」が加わり、「乗る」こと自体を目的とする「のって楽しい列車」をラインナップしている。

(4) 「村上市」「酒田」の取り組み事例

観光施設、商店街、地元の人々が連携した。

①地域住民が主体となり、住民と観光客の交流が生まれ、街が活性化した「村上市」の観光素材掘り起こしの取り組み

②学生ボランティアと観光客の交流、外国語の掲示など地域を巻き込んだ「酒田」における取り組み

(5) インバウンドマーケット

JR 東日本グループのインバウンド施策の三本柱は①商品設定②情報発信③受け入れ体制整備である。「立体観光型」訪日旅行商品の設定、ターゲット国別プロモーションや WEB を活用した情報発信など。



(6) 結びに

観光素材(コンテンツ)は地域らしさ(ストーリー)があつてこそ、価値を高めることができる。広域・他業種での素材集めの視点や一過性で終わらない地域と一体となった体制作りが求められる。観光は裾野が広く、一次、二次、三次のすべての産業の生産拡大に結びつく。何度もお客様にお越しいただき、住民が地元で誇りを持つことができるような活動が観光流動化キャンペーンの成功要因となる。



新潟駅5番線 在来線から新幹線ホームへの改札

