

デジタル人材育成とマーケティング教育の接続に向けて —地域連携型 PBL の実践的な学修と大学生の キャリア選択に関する試論—

奥野 辰広

(受付：2025 年 9 月 6 日 受理：2025 年 9 月 6 日)

1 はじめに

近年、地域社会の課題解決に向けて大学等の高等教育機関においても PBL (Project Based Learning) 「課題解決型学習」の取組みが盛んに行われている。文部科学省の『大学における教育内容等の改革状況について (令和 4 年度)』調査資料によると「大学と企業等とで連携して実施する、企業の課題解決や製品開発等を題材とした授業科目の開設 (PBL の実施)」の質問回答において、アンケート調査に回答した全国の大学 781 校のうち 321 校が教育課程内での PBL の実施について確認できる^[1]。

今後、少子高齢化が進み人口減少する社会の中で、企業や地域社会と連携した PBL による大学におけるキャリア開発を充実させることが不可欠である。

本稿では、茨城県水戸市にある常磐大学総合政策学部経営学科の地域連携型 PBL の実践的な学修として、産官学連携で取り組んでいる「ICT マーケティングプロジェクト」の実践事例を基に大学生のキャリア選択に関する考察を深めたい。

2 地域連携型 PBL の実践的学修

筆者が所属する常磐大学総合政策学部経営学科では、地域連携型の PBL の実践的学修として、2023 年度から「ICT マーケティングプロジェクト (以下、プロジェクトと記載)」の名称で産官学が連携し立ち上げを行った。

2023 年度は、学生が主体となり地域社会の課題を解決するために水戸市の中小企業向けの DX 支援として、Web サイト制作・運用を実践した。具体的な詳細については、奥野 (2024) に記しているため参照されたい^[2]。

常磐大学

2024 年度においては、2023 年度のプロジェクトを発展する形で 3 つの取組みを実践した。1 つ目の取組みは、水戸市の中小企業の Web サイト制作・運用を行った。2 つ目の取組みは、地域情報を発信するメディア「みとまち」の立ち上げを行った。3 つ目の取組みは、産学協同による地域資源 (特産品) を活用した 6 次産業化による新商品開発およびマーケティングプロモーションを行った。これら具体的なプロジェクト成果等については、茨城新聞^[3]の報道や茨城県庁^[4]、常磐大学^[5]の各公式サイトにて確認することができる。

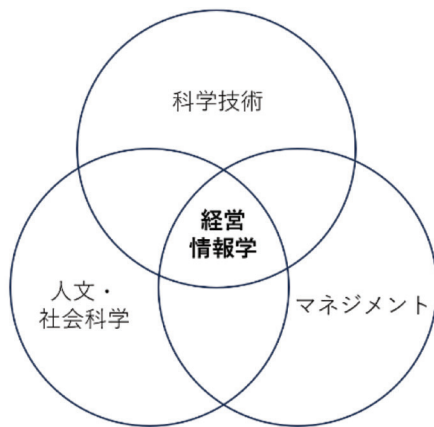
3 マーケティング教育の接続に向けて

現代の企業ビジネスにおいて ICT (情報通信技術) の活用は欠かせない存在である。たとえば、マネジメント分野では、ICT をどのように活用し、組織の中で効率的に運用・管理することが必要である。一方で、マーケティング分野では、企業が自社の商品やサービスの価値を高めるために Web サイトの構築や SNS を活用したプロモーションなども不可欠である。本章では、デジタル人材育成を行う上で、先行研究の整理とマーケティング教育との接続と大学生のキャリア選択と職業選択の試論について述べる。

3.1 先行研究の整理

先行研究の木嶋・岸 (2023)^[6]では、経営情報学の学問分野は、文理の枠組みを超え学際的に領域を横断した人文・社会科学、科学技術、マネジメントの 3 つの学問領域を統合した三位一体の考えを定義付けしている (Fig. 1)。

また、不確実性が高く将来予測が困難な VUCA 時代の社会では、デジタルスキルや企業組織における問題も複雑化している。経済産業省^[7]が定義した「デジタルスキル標準」では、DX 推進する人材の役割と必要なスキルを 5 つ



木嶋・岸 (2023)を基に筆者作成

Fig. 1 経営情報学の学問領域

の人材類型に分類している。その中でも筆者の所属先である常磐大学においては、「ビジネスアーキテクト」「デザイナー」「データサイエンティスト」の3つの人材類型に関して、前述した経営情報学の学問分野を中心に関わりを持つことが確認できる。

特に人口減少社会の中で地方大学は、東京圏と比較し大規模・中規模大学は少なく小規模大学が大半を占める。今後、地方大学の役割として、地域社会や自治体と協働し、地域産業を担うためデジタルスキルとマーケティング教育の両方の視点から人材育成を考察する必要がある。加えて、大学での教学マネジメントの観点から教育課程の再編、学修効果の可視化について検討する必要がある。

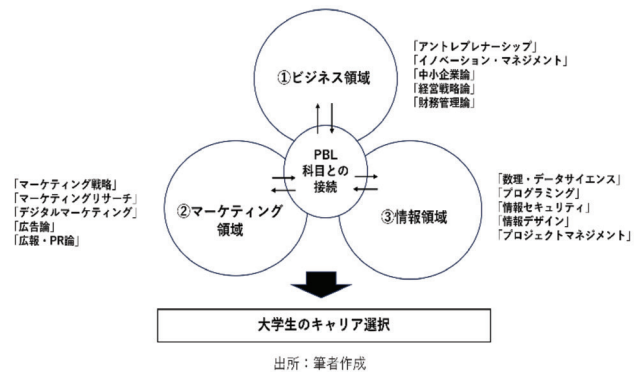
3.2 マーケティング教育の接続と大学生のキャリア選択に関する試論

前節で詳述した「デジタルスキル標準」の3つの人材類型に関するデジタル人材育成を展開する場合において、マーケティング教育との連携を強化することが不可欠である。

つぎにマーケティング教育との接続を検討するうえで実際、各大学の教育課程、カリキュラムを調査分析し3つの領域と各科目群の関係を整理したものを図に示す (Fig. 2)。

Fig. 2 より、3つの領域を融合的に学修し集大成として、実践的な PBL 科目との接続に加えて大学生のキャリア選択や大学卒業後の初期キャリアの形成や採用ミスマッチの観点も含めてキャリア開発を支援する必要がある。

マーケティング教育の接続から見た4つの関連職種について紹介する。1つ目は、企業の営業・マーケティング部門に関する職種である。2つ目は、企業の代わりにプロモーションを行う職種である。3つ目は、IT 専門家・コンサルタントに関する職種である。4つ目は、自治体・団



出所：筆者作成

Fig. 2 大学の各科目群とマーケティング教育との接続イメージ

体職員、銀行員などでまちづくりや地域活性化に向けた DX 支援や経営指導に関する職種である。これら4つの職種が大学生のキャリア選択を検討するうえで重要であると筆者は考える。結びとして、マーケティング教育との接続を強化し地域で活躍するデジタル人材育成の強化に努めていきたい。

参考文献

- [1] 文部科学省.『大学における教育内容等の改革状況について (令和4年)』
- [2] 奥野辰広 (2024). 産官学連携でのデジタル人材育成の取組 ―水戸市での地域活性化に向けた学生主導型プロジェクトの実践―. デジタル人材育成学会誌. 3. pp.18-19.
- [3] 茨城新聞. 常陸太田産イチゴで地ビール共同開発 常磐大・うなぎ店「ぬりや」産学連携 学生、仕込みや市場分析 茨城. 本誌朝刊 地域 (24 面). 2025/1/20
- [4] 茨城県庁. 広報・お知らせ 旬の観光情報・いばらきのいちご特集 2025: いばらきのいちご NEWS「産学協同開発「いばらキッス」を使用したクラフトビールを期間限定発売!」 <https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/kenmin/syun/20240115.html> (2025/8/1 閲覧)
- [5] 常磐大学. 「第2回 産官学連携 ICT マーケティングプロジェクト」成果報告会を開催しました <https://www.tokiwa.ac.jp/management/250110/> (2025/8/1 閲覧)
- [6] 木嶋恭一・岸真理子 (2023). 『経営情報学：理論と現象をつなぐ論理』. 有斐閣
- [7] 経済産業省. 「デジタルスキル標準」 https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/skill_standard/main.html (2025/8/1 閲覧)