【皆野町】地域とつながる若者向けキャリア・ライフデザイン事業の実証

事業報告書

令和8年1月30日

株式会社リンクアンドモチベーション

目次

サマリ 2

1. 背景と目的 3

2. 実施体制 4

3. スケジュール 5

4. 実施内容 6

5. 効果検証 8

6. まとめ 16

参考資料

1. アンケート調査票 23

2. アンケート調査結果 26

【皆野町】地域とつながる若者向けキャリア・ライフデザイン事業の実証（株式会社リンクアンドモチベーション）

- 若者が自身の価値観や将来像を言語化し、人生に対する主体的な意思決定を促すことを目的に、埼玉県秩父郡皆野町にてLIFE&CAREERワークショップを計2回開催した。
- アンケートでは平均満足度4.41と一定の高評価を得るとともに、ライフデザインの明確化などで向上が確認された。

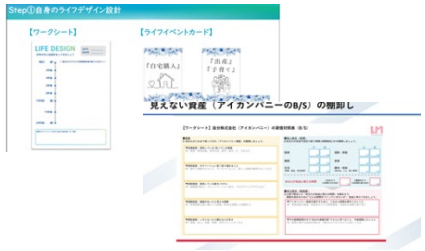
実施目的

若者自身の価値観や将来像を言語化する機会を提供し、
結婚・子育てを含むライフイベントへの前向きな姿勢を醸成するとともに、
自らの人生に対する主体的な意思決定を促進することを目的とする。

実施内容・スケジュール

実施内容： LIFE&CAREERワークショップの実施
令和7年12月18日（木）ー参加者14名（男性9名・女性5名）
令和8年1月20日（火）ー参加者25名（男性16名・女性9名）
対象：秩父地域に在住or在勤の20代～30代前半の未婚の方
参加者職種：町役場・県職員、金融機関・建設会社等の民間企業職員

	11月	12月	1月
地方自治体 × 公務員・ 中小企業	・チラシ・ポスター制作 ・LP制作 ・集客告知開始 ・WSコンテンツ制作	・WS1回目開催 ・事前・事後 アンケート実施 ・振り返り実施	・WS2回目開催 ・事前・事後 アンケート実施 ・報告書制作







実施体制・実証フィールド

【実施体制】
・株式会社リンクアンドモチベーション：実証事業者
・株式会社IBJ：イベント運営協力先
・皆野町：無償協力先
【実施フィールド】 地方自治体×公務員・中小企業

効果検証結果

・2回のワークショップ全体を通じたプログラムの平均満足度：**4.41**
・2回のワークショップを通じて特に数値の伸びがあった項目：
「ライフデザインの明確化」 **実施前2.59→実施後3.87（+1.28）**
「ライフデザインの意味実感」 **実施前3.62→実施後4.28（+0.66）**
・参加者の声：

とても有意義な研修だった また参加したい

自由に使える時間が思っていたより少ないとの気づきがあった

ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆

当事者・上司・企業・自治体それぞれにおいて、意義や効果の見えにくさや負担感に加え、ライフデザインが私的領域に踏み込みやすいテーマであることから、上司側も慎重になり関与が進みにくい状況にある。
そのため、キャリアを入口とした施策設計によって組織的な正当性を持たせつつ、効果の可視化や広域連携・組織横断的な運営体制の構築が必要である。

1.本事業における課題・背景

- 少子化や人口流出の背景にある、若者が将来（ライフプラン）を考える機会が不足している状況を踏まえ、価値観や将来像を言語化する機会を提供することで、結婚・子育てを含むライフイベントへの前向きな姿勢を育み、自らの人生を主体的に設計・選択する「ライフデザイン」の実践を促進することを目的とする。

背景

少子化や若年層の人口流出といった地域課題の背景には、
若者が自らの将来（ライフプラン）を具体的に描きにくい状況がある。
将来に対する漠然とした不安から行動に踏み出しづらく、
結婚や子育てを含むライフイベントを前向きに考える機会が十分に提供されてこなかった。

目的

若者自身の**価値観や将来像を言語化する機会**を提供し、
結婚・子育てを含むライフイベントへの前向きな姿勢を醸成するとともに、
自らの人生を主体的に設計・選択していく「ライフデザイン」の実践を促進することを目的とする。

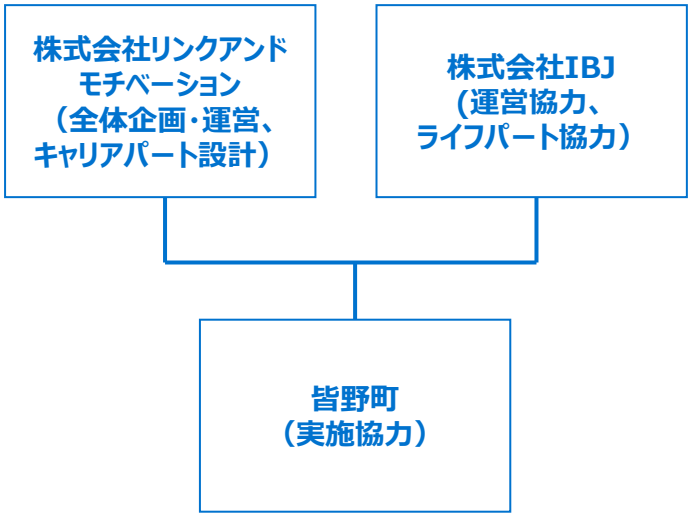
2. 実施体制

- 株式会社リンクアンドモチベーションを中心とし、株式会社IBJや皆野町の協力のもと、秩父地域を対象に在住・在勤の若者へLIFE&CAREERワークショップを提供し、効果検証を実施した。

団体の概要

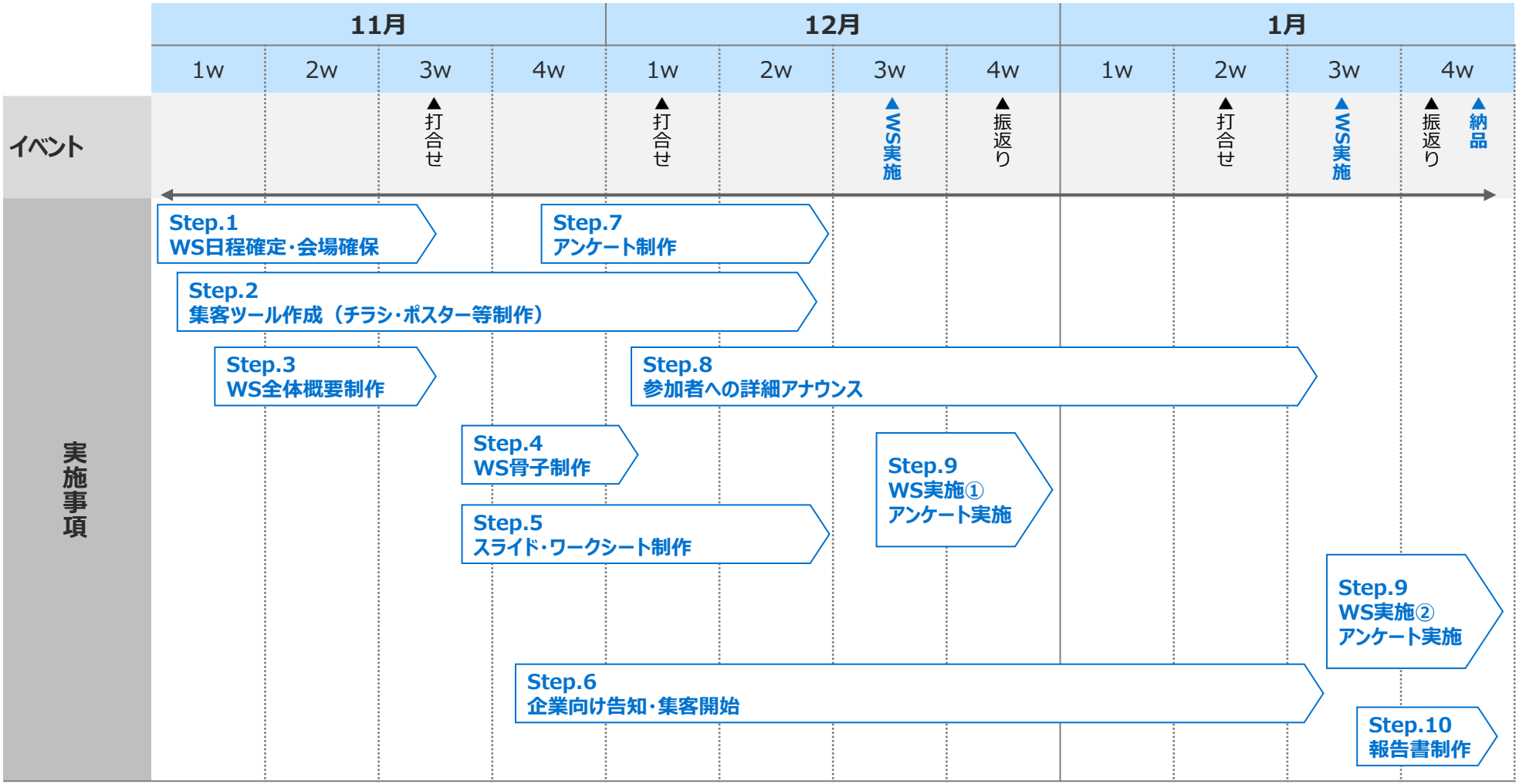
団体名	株式会社リンクアンドモチベーション
本社所在地	東京都中央区銀座4丁目12−15 歌舞伎座タワー 15階
代表者役職 氏名	代表取締役社長　坂下英樹
設立年	2000年3月
従業員数	583人（令和7年11月時点）
事業内容	・モチベーションエンジニアリングによる 企業変革コンサルティング・クラウドサービス ・モチベーションマネジメント事業 （育成・制度・風土変革支援） ・エントリーマネジメント事業（採用支援） ・ベンチャー・インキュベーション
URL	https://www.lmi.ne.jp/

実施体制の詳細



3. スケジュール

- 本事業は、令和7年11月から令和8年1月の3か月間で実施した。



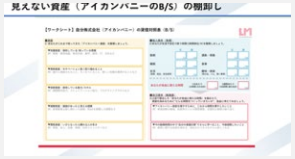
4. 実施内容（事業全体の流れ）

- 令和7年12月18日（木）及び令和8年1月20日（火）に、皆野町にて、「LIFE&CAREERワークショップ」を開催した（各回単独開催）。 12月18日は14名、1月20日は25名の参加があった。

①企画・設計

キャリアデザインに強みを持つ株式会社リンクアンドモチベーションが、地方自治体である皆野町ともに、ライフとキャリアをテーマにした2時間のワークショップを企画・設計した。
ライフデザインに強みを持つ株式会社株式会社IBJは、ライフパートを担当するとともに、当日の運営を支援した。

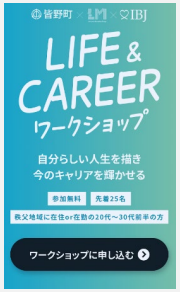




②集客告知

集客ツール（チラシ・ポスター等）を制作し、HPやSNS（Instagram、LINE）を通じて集客告知を実施した。あわせて、皆野町および近隣の長瀞町の事業者向けに約730通の案内文書を送付し、皆野町役場職員や埼玉県職員、農協職員等へも皆野町から直接声かけを行った。





③ワークショップ実施

令和7年12月18日（木）及び令和8年1月20日（火）に、皆野町にてワークショップを開催した（各回とも14時～16時）。
ワークショップ終了後には、参加者同士の交流に加え、講師との質疑応答の場も設けた。





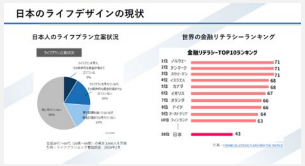


4. 実施内容（プログラム全体の流れ）

- ライフデザインの重要性を伝達するという導入からスタートし、前半のライフデザインパートでは、ライフデザインに関する情報提供を行った後、**将来設計ワーク**を実施した。後半のキャリアデザインパートでは、「**アイカンパニーの考え方**」を提示した上で、**見えない資産（B/S）について棚卸しをするワーク**を実施した。

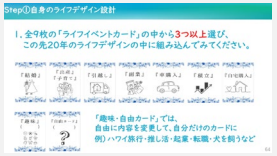
①導入パート

参加者のほぼ全員が「ライフデザインに取り組むのは初めて」と回答していたことから、本テーマに触れる機会自体が限られている状況がうかがえた。
そこで本プログラムでは導入パートを設け、**「なぜ今ライフデザインが必要なのか」という問いからその重要性を伝えた**。人生100年時代の捉え方や日本における現状を示したうえで、主体的にライフデザインを行う人ほどウェルビーイングが高いことを共有し、「自分の理想の人生に向けて少しでも前向きになるために触れてみる」という目的を提示することで、**参加者の主体的な参加姿勢を引き出した**。



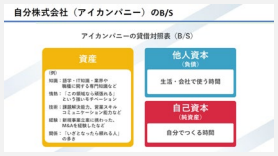
②ライフデザインパート

本パートは、**自身の将来を中長期的な視点で考える機会を持つこと**を意図して実施した。日々の業務や生活の中では、将来について具体的に思い描く時間は限られがちであることを踏まえ、まずは結婚や妊娠・出産、子育て、趣味・生き方といったライフイベントに関する情報を提供し、将来像を描くための視点を提示した。そのうえで、ライフイベントカードを用いて現在から20年後までのライフデザインとアクションを設計するワークを実施した。さらに、グループ内での発表を通じて自身の考えを言語化し、他者の視点にも触れる機会を設けた。



③キャリアデザインパート

ライフパートが将来像を描くことに主眼を置いていたのに対し、本パートでは**視点を現在に移し、「今の自分」を見つめ直すこと**を意図して実施した。
自分を株式会社に見立てる「アイカンパニー」の考え方を提示し、**短期的な成果（P/L）ではなく見えない資産（B/S）を重視する視点を示した**うえで、知識や経験などの資産と自由に使える時間を整理し、資産を高めるためのアクションを設計した。最後にグループ内で発表を行い、他者の考えに触れながら自身の現在地を相対化する機会とした。



5. 効果検証　1)検証手法

- Googleフォームを用いて各回ともワークショップ実施前・実施後アンケートを実施し、効果検証を行った。
- アンケート調査票については、参考資料を参照のこと。

項　目	内　容
調査方法	Webアンケート調査
対象者	（第1回） 所属：皆野町役場職員8名、埼玉県職員3名、民間企業3名 性別：男性9名、女性5名 （第2回） 所属：皆野町役場職員7名、埼玉県職員3名、民間企業15名 性別：男性16名、女性9名
回収数・回収率	第1回：14人（100%） 第2回：25人（100%）
設問数	実施前：14問 実施後：24問
実施時期	第1回：令和7年12月18日（木） 第2回：令和8年1月20日（火）

5. 効果検証　2)検証結果ーサマリ

- 主たる検証項目においては、統合データの**全項目で数値が上昇**した。
- 特に**「ライフデザインの明確化」「ライフデザインの意味実感」の項目が大幅に上昇**した。

※アンケート調査結果の全体は、参考資料を参照のこと。

本事業の目的

若者自身の価値観や将来像を言語化する機会を提供し、結婚・子育てを含むライフイベントへの前向きな姿勢を醸成するとともに、自らの人生を主体的に設計・選択していく「ライフデザイン」の実践を促進することを目的とする。

検証項目	検証結果（第1回）14名	検証結果（第2回）25名	**検証結果（統合）39名** ※加重平均により算出
ライフデザインプログラムの満足度	**平均：4.79**	**平均：4.16**	**平均：4.41**
ライフデザインの明確化	**2.64→3.79（+1.15）**	**2.56→3.92（+1.36）**	**2.59→3.87（+1.28）※有意差あり**
将来に対する不安の軽減	**3.50→3.93（+0.43）**	**3.12→3.84（+0.72）**	**3.26→3.87（+0.61）※有意差あり**
将来の選択肢の増加	**4.00→4.36（+0.36）**	**3.48→3.84（+0.36）**	**3.67→4.03（+0.36）**※有意差なし
「自分の理想とする将来」の実現に向けた行動意欲	**3.93→4.43（+0.50）**	**3.44→3.80（+0.36）**	**3.62→4.03（+0.41）※有意差あり**
日々の生活の中での、満足度や幸福感の向上実感	**3.79→4.00（+0.21）**	**3.56→3.72（+0.16）**	**3.64→3.82（+0.18）**※有意差なし
働く理由の明確化	**3.36→4.07（+0.71）**	**3.80→3.76（−0.04）**	**3.64→3.87（+0.23）※有意差あり**
職場や仕事に対して前向きに取り組む意欲の高まり（エンゲージメントの高まり）	**3.64→4.29（+0.65）**	**3.32→3.80（+0.48）**	**3.44→3.97（+0.53）※有意差あり**
ライフデザインに対する自分にとっての意味の実感	**4.00→4.57（+0.57）**	**3.40→4.12（+0.72）**	**3.62→4.28（+0.66）※有意差あり**
友人や家族への推奨意向	**3.50→4.36（+0.86）**	**3.24→3.76（+0.52）**	**3.33→3.97（+0.64）※有意差あり**

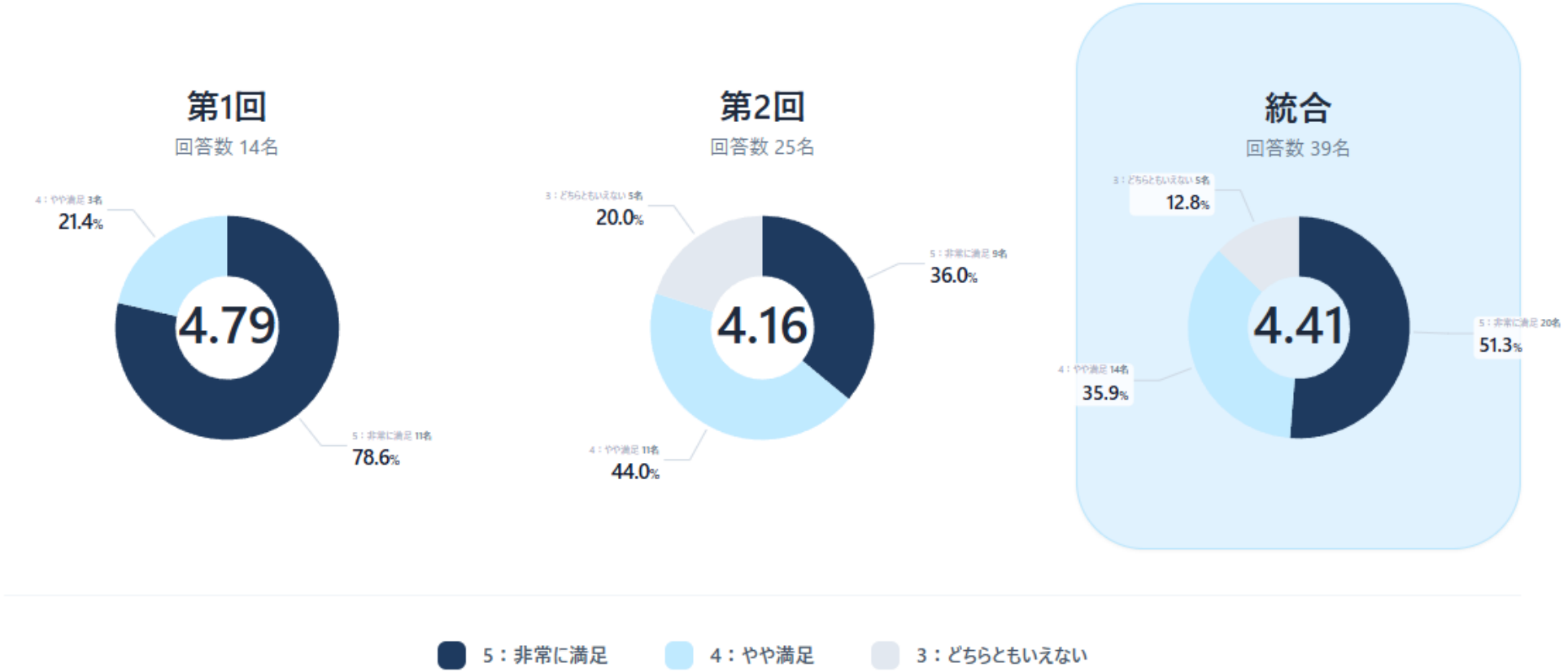
※総合平均は第1回（n=14）・第2回（n=25）を人数で加重平均して算出し、
有意差は実施前後を独立2群（各n=39）としてWelchのt検定（両側）で検定した。

5. 効果検証　3)検証結果ー詳細 「プログラム満足度」

- プログラムの満足度平均は、第1回と第2回を合わせて**4.41**と、一定の高評価を得た。
- **ライフとキャリアの両面を考えることができるプログラム設計**と、**参加者同士の対話機会**が好評であったと推察。

■ライフデザインプログラムの満足度

設問文：参加したプログラムについて満足度はいかがでしたか

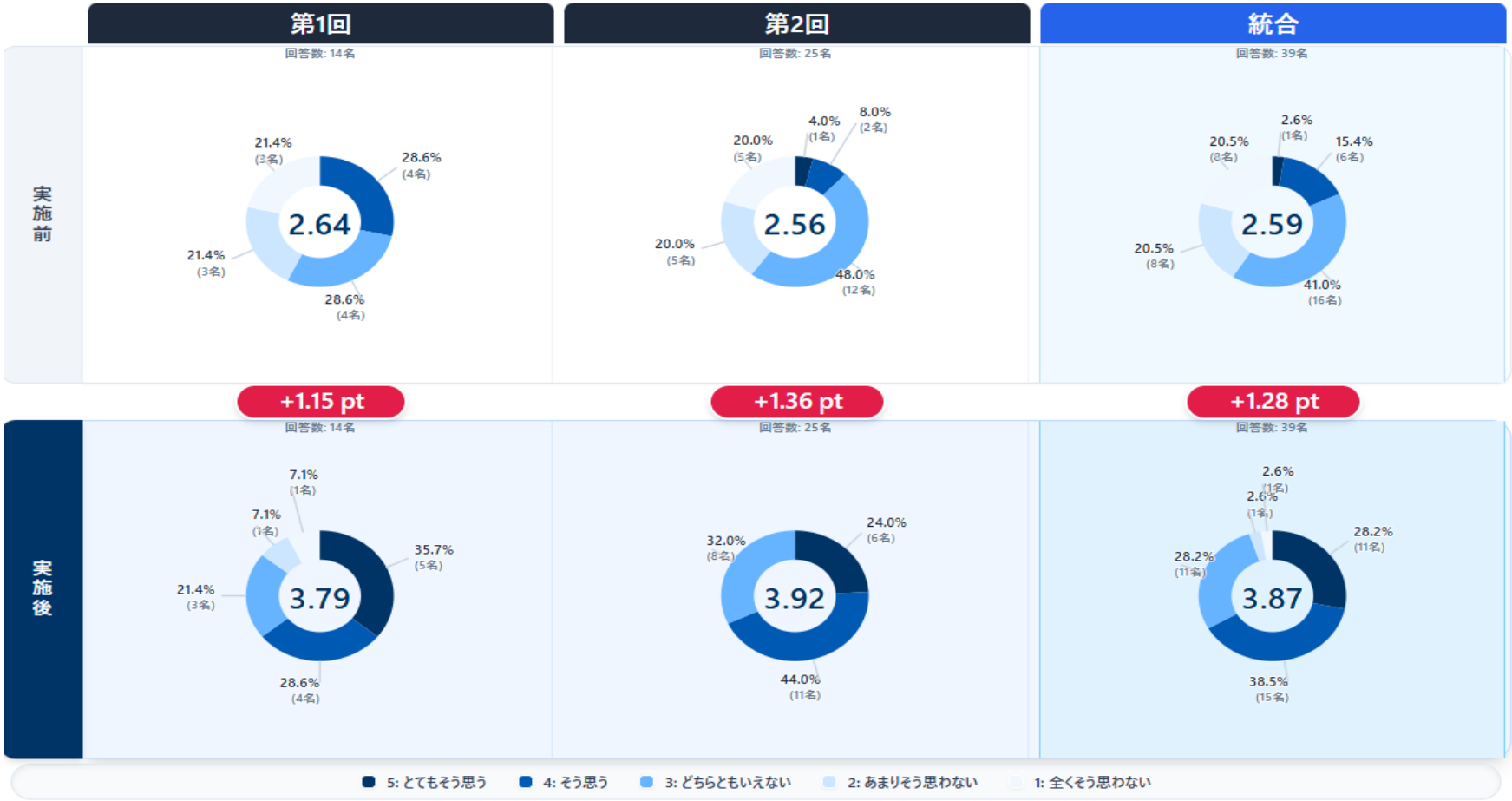


5. 効果検証　3)検証結果ー詳細「ライフデザインの明確化」

- 「ライフデザインの明確化」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**1.28pt**の上昇があった。
- **学ぶだけでなく、自身の現状を言語化する機会**が、ライフデザインの明確化を後押ししたと推察。

■ライフデザインの明確化

設問文：本プログラムを通して、ライフデザインが明確になったと感じますか

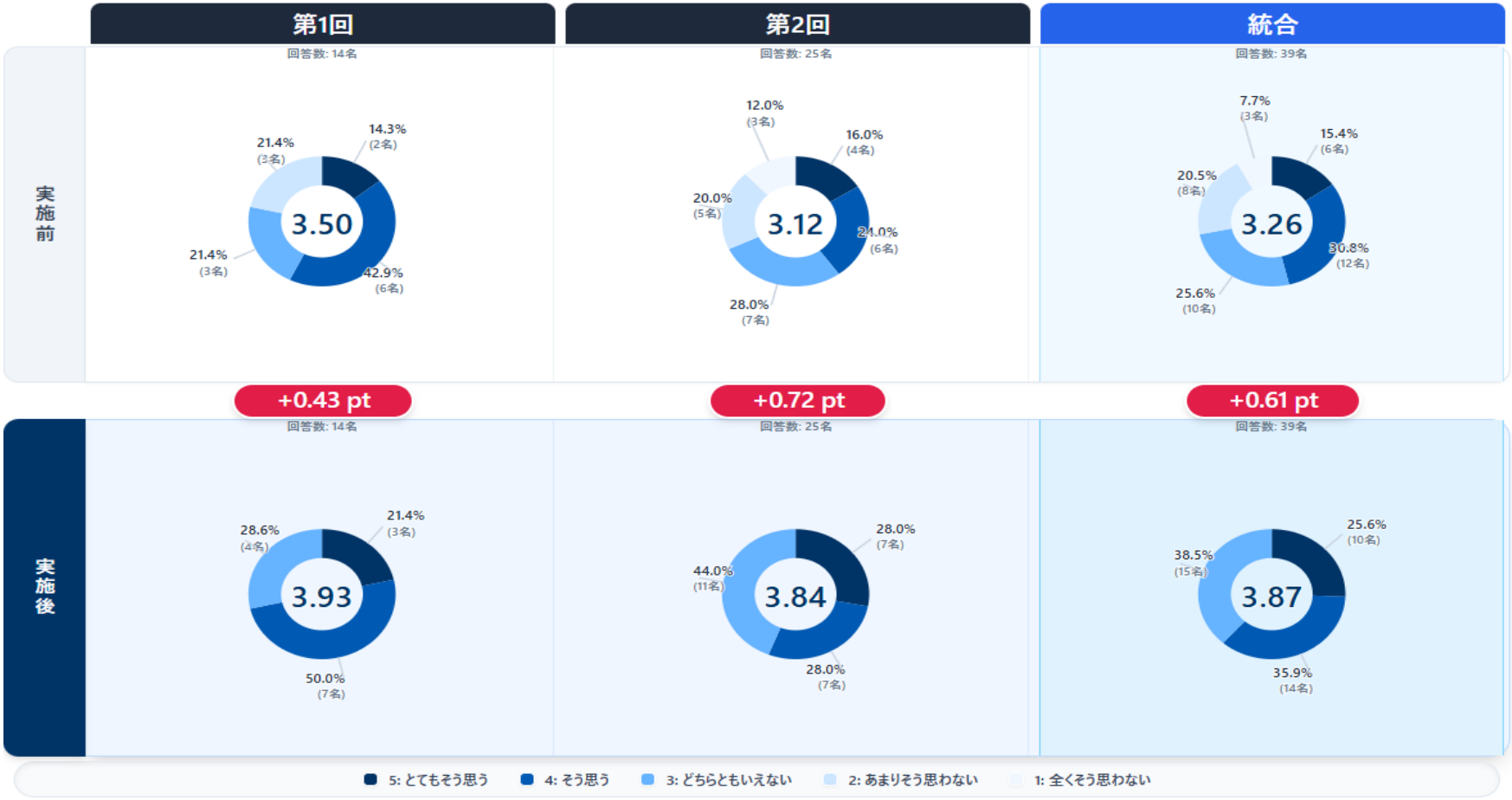


5. 効果検証　3)検証結果ー詳細「将来に対する不安の軽減」

- 「将来に対する不安の軽減」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.61pt**の上昇があった。
- **ライフデザインに関する情報提供**や、**自身のライフプランの具体化**により、将来不安の軽減につながったと思料。

■将来に対する不安の軽減

設問文：本プログラムを通じて、将来に対する不安が軽減したと感じますか

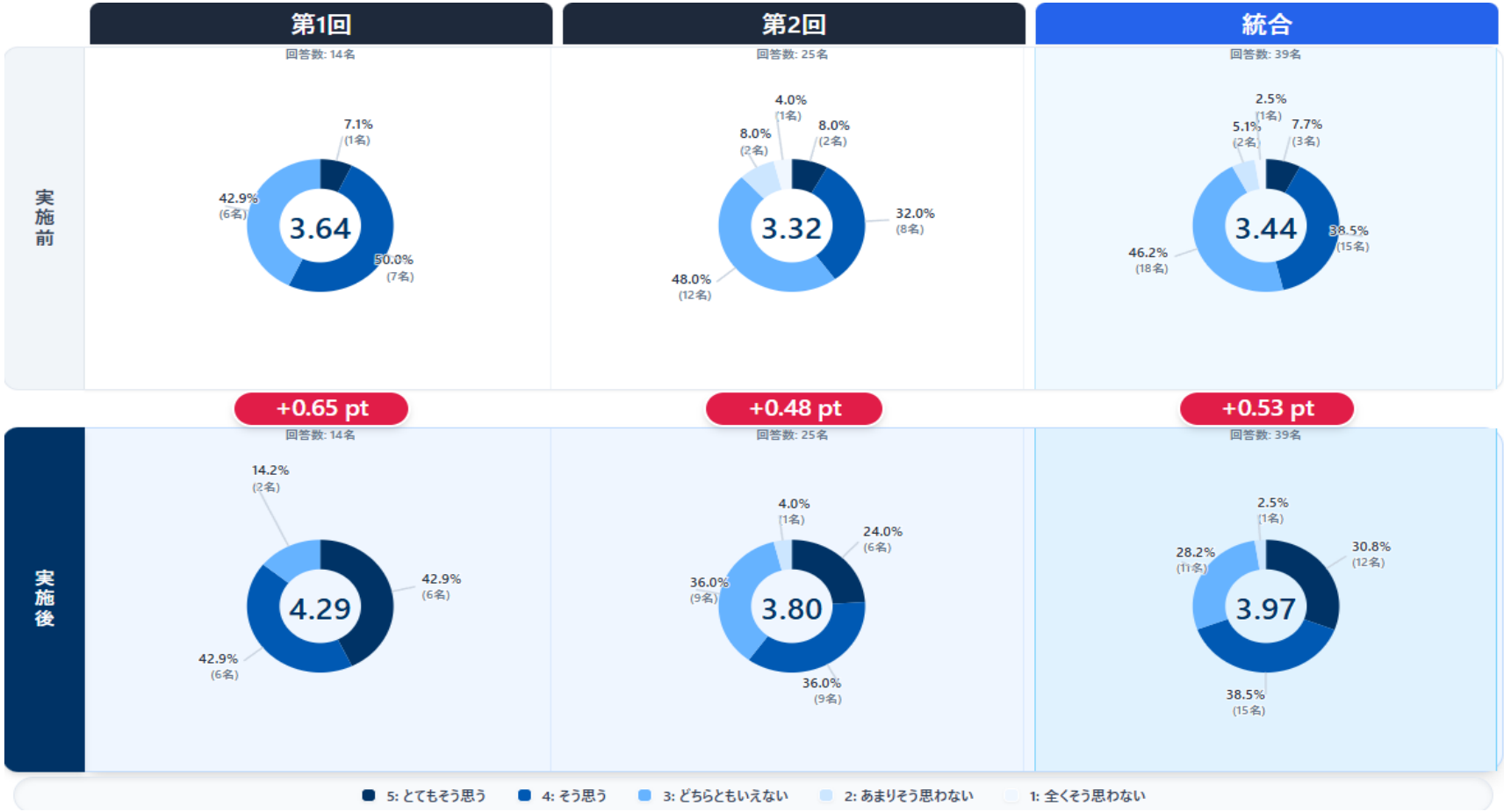


5. 効果検証　3)検証結果ー詳細「職場や仕事に対するエンゲージメントの高まり」

- 「エンゲージメントの高まり」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.53pt**の上昇があった。
- キャリアパートの**「アイカンパニーの考え方」**が、**現環境への不満ではなく自己変革の必要性を促した**と思料。

■職場や仕事に対するエンゲージメントの高まり

設問文：本プログラムを通じて、自分は職場や仕事に対して前向きに取り組む意欲が高まった（エンゲージメントが高まった）と感じますか

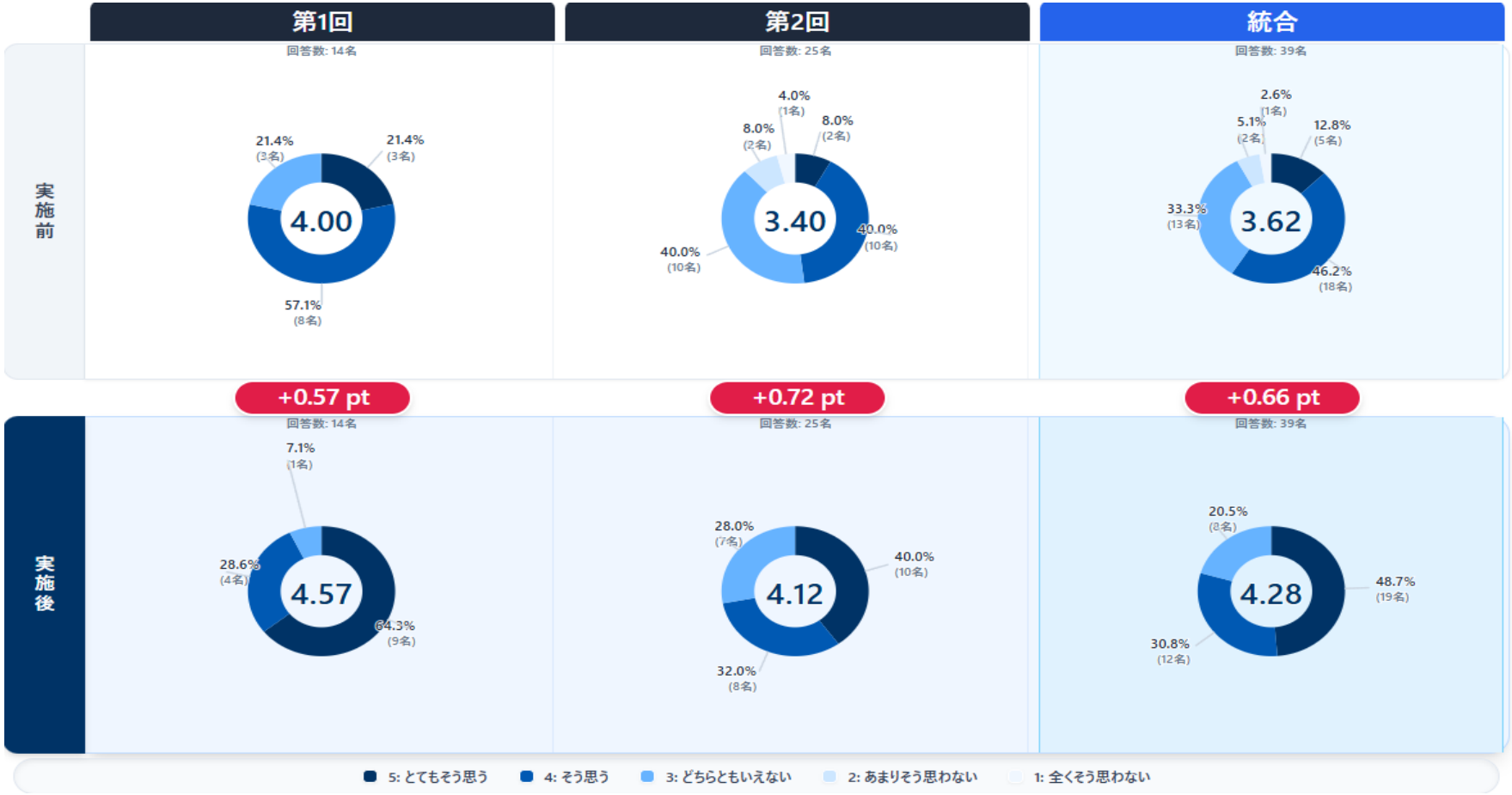


5. 効果検証　3)検証結果ー詳細「ライフデザインの意味実感」

- 「ライフデザインの意味実感」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.66pt**の上昇があった。
- **「なぜ今、ライフデザインが必要か？」という問いから入る設計**により、参加者の納得感醸成につながったと思料。

■ライフデザインの意味実感

設問文：ライフデザインは自分にとって意味があると感じますか

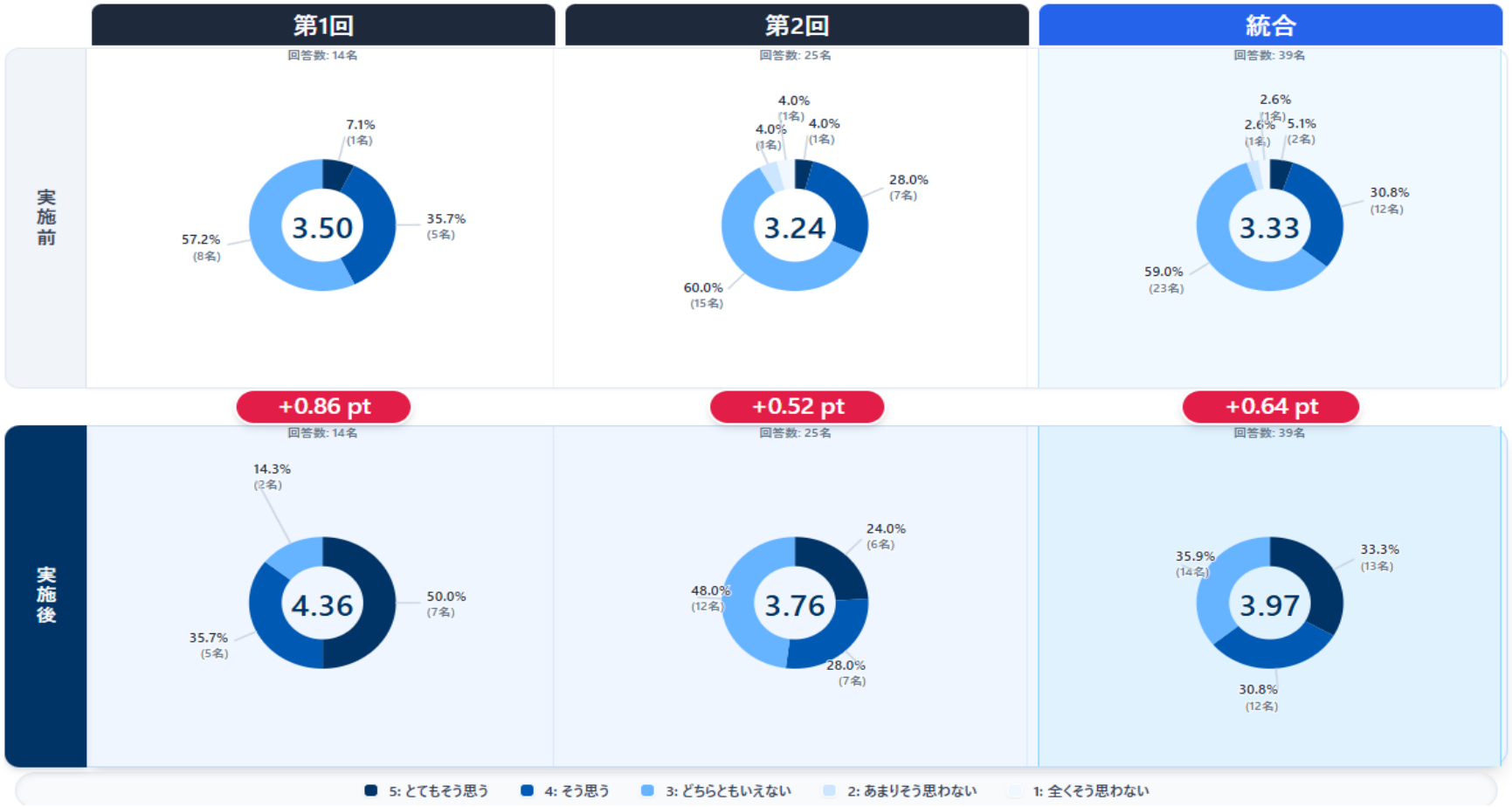


5. 効果検証　3)検証結果ー詳細 「友人や家族への推奨意向」

- 「友人や家族への推奨意向」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.64pt**の上昇があった。
- 実際、**第1回の参加者の発信により、第2回の参加者数を大幅に増やすことができた。**

■友人や家族への推奨意向

設問文：ライフデザインを友人や家族にも勧めたいと思いますか



6. 本事業から見えた課題と示唆
1)ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆　（当事者）

- 当事者は、ライフイベントを考える機会や参加動機が不足し、ライフデザインを自分事として捉えにくい状況にある。
  そのため、**組織が正当性を与え、個人の負担感が少ない参加導線を設計**することで関与を促す必要がある。

①当事者 | ②周辺・周囲 | ③支援者（企業） | ④支援者（地方自治体）

①当事者（20代・30代前半社会人）

課題と背景要因	**課題①：　ライフイベントを考える機会が十分に提供されていない** 背景要因：ライフイベントやライフ設計をテーマにした対話機会や研修（イベント）が満足に設定されていない。 論拠：　参加者のうち約95%が今回のプログラムについて「ライフデザイン」に初めて取り組む機会だと回答したこと。 **課題②：　ライフイベントを考える機会が存在しても、参加行動に繋がる動機が形成されていない** 背景要因：ライフデザインが特定の人生選択や価値観の押し付けと受け取られ、参加への心理的ハードルが高まっている。 論拠：　例えば、ライフパートにて結婚を扱う内容について、集客を担当した地方自治体から、 個人の私的な価値観や人生選択に踏み込むものと受け取られる可能性があるとの懸念が示されたこと。 **課題③：　金銭に関する関心は高い一方で、ライフやキャリア全体に対する関心が低い** 背景要因：将来のライフやキャリアについて漠然と不安は感じているものの、日常生活では金銭よりも関心の優先度が低く、 具体的に向き合うテーマとしては後回しになっている。 論拠：　資産形成のみを行っている参加者が多かったことに加え、 アンケートから「結局お金の問題が一番気になる」との定性コメントがあったこと。
あるべき姿	**①ライフイベントを考える機会が十分に提供されている状態。** **②ライフイベントを考える機会への参加行動に繋がる動機が形成されている状態。** **③金銭だけでなく、ライフやキャリア全体に対する関心も高い状態。**
実現に向けた方向性	ライフデザインを「個人の自己啓発」ではなく、**上司や組織から勧められる、会社として推奨される機会**として位置づける。 キャリアデザインを入口とし、ライフデザインについても**結論や選択を求めず、** **「考えてみる・整理してみる」程度の関与から始められる設計**とする。 また、個人に申込みの負担をかけず、上司の後押しのもと**企業単位での一括申し込み**での参加導線を用意する。

6. 本事業から見えた課題と示唆
1)ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆　（周辺・周囲）

- 職場や上司に対しては、施策の目的や位置づけが十分に共有されておらず、現場負荷や効果の見えにくさから部下の参加を推奨しにくいため、**意義の明確化と負荷を抑えた実施方法・効果の可視化**が求められる。

①当事者 | **②周辺・周囲** | ③支援者（企業） | ④支援者（地方自治体）

②周辺・周囲（職場/上司）

課題と背景要因	**課題①：　特に地方の中小企業では、ライフデザイン施策に関する認知および理解が十分に浸透していない** 背景要因：ライフデザインが私的領域に踏み込みやすいテーマであることから、上司側が慎重になり関与や理解が進みにくい。 論拠：　集客を担当した地方自治体から「ライフデザインの説明に苦労」「上司が気を遣うテーマだ」との声があったこと。 **課題②：　就業時間内の部下のライフデザインプログラム参加は現場負荷が高い** 背景要因：人員規模の小さい職場では、人員が一人でも欠けると業務が回らなくなる構造にあり、就業時間内での参加を推奨しづらい。 論拠：　従業員の就業時間内でのプログラム参加について企業へ参加を呼びかけたところ、「一人でも抜けると業務が回らない」との意見があったこと。 ※弊社が他地域でライフデザインプログラムを実施した際にも、同様の意見が見られた。 **課題③：　ライフデザイン施策が企業・組織にもたらすメリットが認知されにくい** 背景要因：部下をライフデザインプログラムに参加させることで得られる離職防止・エンゲージメント向上・生産性向上といった効果が、数値や具体事例として可視化されておらず、メリット訴求ができていない。 論拠：　参加者数が伸び悩んだことに加え、組織への具体的な好影響を十分に説明できず、企業への参加促進に苦慮したこと。
あるべき姿	**①ライフデザイン施策に関する認知および理解が十分に浸透している状態。** **②部下のライフデザインプログラム参加について現場負荷が低い状態。** **③ライフデザイン施策が企業・組織にもたらすメリットが認知されている状態。**
実現に向けた方向性	**キャリアを入口とした施策設計**とすることで、ライフデザインを私的領域に踏み込みすぎない形で整理し、**上司や組織が関与できる会社推奨の取り組みとして**の参加を促進させる。 就業時間内の参加に依存せず、**就業時間外の開催など柔軟に実施形態を用意**し、現場の業務負荷を抑える。 また、**離職防止やエンゲージメント向上といった効果を数値や事例で示し**、職場や上司が後押しできる状態をつくる。

6. 本事業から見えた課題と示唆
1)ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆　（支援者：企業）

- 支援者（企業）にとって、ライフデザイン支援は価値が短期で見えにくく、収益モデルを描きにくい。
  そのため、**成果が伝わる設計と、運営・集客の効率化等によって継続提供可能な事業化**が求められる。

①当事者 | ②周辺・周囲 | **③支援者（企業）** | ④支援者（地方自治体）

③支援者（企業）

課題と背景要因	**課題①：　非財務的価値の定量化が難しく、収益モデルの構築難易度が高い** 背景要因：ライフデザイン支援がもたらす「自己効力感の向上」や「将来不安の解消」といった価値は、短期的な数値（ROI）として表れにくい。そのため、中長期的な投資を引き出す収益構造の設計が難しい。 論拠：　支援企業の中で体制を組む際に社内でのアウトカムの説明が難しく、社内体制を組みづらい状況があったこと。 **課題②：　母集団形成から参加獲得に至るまでの集客コストが高い** 背景要因：テーマの特性上、潜在的な関心層へのリーチに多大な工数を要する。既存の広報手段だけでは参加率が上がらず、結果として1人あたりの集客単価が膨らむ。 論拠：　事業者向けの案内送付やSNS告知、ポスター・チラシ掲出など、多様な集客施策を実施する必要があったこと。 **課題③：　テーマの幅広さにより一企業での標準化が難しく、スケーラビリティ（事業拡張性）が低い** 背景要因：質の高い支援には専門的な知見を持つ人材が必要であるが、扱うテーマが広く、提供フローを標準化しづらい。提供規模を拡大しようとするほど管理コストが増大する構造となっている。 論拠：　ライフデザインテーマは領域が広範で横断対応が難しく、包括的に対応できる企業は限られており、本件でも研究開発部門が中心となって企画・運営を行ったこと。
あるべき姿	**① 支援価値が「人的投資」として可視化され、安定的な収益源が確保されている状態。** **② 公民連携や既存インフラの活用により、集客コストが最適化されている状態。** **③ 運営の標準化と仕組み化により、最小限のリソースで質を維持し提供拡大できる状態。**
実現に向けた方向性	ライフデザイン事業における提供価値を**企業のサステナビリティ指標や人的資本投資の文脈と接続**させることで、**CSR予算等の安定的な外部資金を呼び込む論理を構築**する。 同時に、**国の補助制度の拡充や自治体・教育機関等の公的インフラを活用した集客導線の整備**を働きかけ、支援者側の集客負担を構造的に軽減させる。並行して、**デジタルツールの活用等による運営の標準化と効率化**を図り、**質の高い支援を最小限のコストで継続・拡大**できる、持続可能な収益化モデルへと転換していく。

6. 本事業から見えた課題と示唆
1)ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆　（支援者：地方自治体）

- 地方自治体では、若年層の社員を抱える企業や職種が限られており単独実施に限界がある。
  そのため、他自治体連携を含めた施策設計と、組織横断的な運営体制の構築が必要である。

④支援者（地方自治体）

課題と背景要因	**課題①：　自治体単独の施策実施では、参加者を十分に確保しにくい** 背景要因：対象となる若年層や企業が地域内に限られ、単独自治体の枠内では参加者母集団が小さくなりやすい。 論拠：　今回の実証事業を実施した自治体では、若年層人口がもともと少なく、単独では十分な参加者を確保することができなかったため、近隣自治体等にも協力を依頼し、広域的に参加者を募る対応を行ったこと。 **課題②：　ライフデザインという扱う領域が広いテーマに対して、横断的な対応が機能していない** 背景要因：ライフ（結婚・子育て）とキャリア（就労環境）は別々の行政課題と捉えられており、担当部署が分断されることで連携した設計や一体的な支援が進みにくい。 論拠：　地方自治体から、担当部署が分かれており横断的な連携が難しいとの声があったこと。 ※特に地方自治体においては、「地方創生（若者定着・移住・関係人口等）」の文脈接続が重要になる場合も多い。
あるべき姿	**①若年層人口が限られる自治体であっても、他自治体と連携することで十分な参加者を確保できている状態。** **②ライフデザインという新しい社会課題に対して、複数の部署が連携し組織横断的に対応できる状態。**
実現に向けた方向性	自治体単独にこだわらず、**複数自治体が連携して参加者を集める「広域実施」**を基本設計とする。 また、特定部署に寄せず、**複数部署が横断でライフデザインを捉え、連携して運営できる体制**をつくる。 その実現には、部門間で率直に対話できる**風通しの良さ**と、 主体的に関わろうとする**職員エンゲージメントの向上**等、自治体側の体制整備も重要である。

6. 本事業から見えた課題と示唆
2)終わりに　ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆まとめ

- 当事者・周辺周囲（職場/上司）・支援企業・支援自治体の4視点で、ライフデザイン推進の課題を整理した。各視点のあるべき姿を定め、実現に向けた打ち手の方向性を示す。

	当事者	周辺・周囲（職場/上司）	支援者（企業）	支援者（地方自治体）
課題	①ライフイベント検討機会の不足 ②ライフイベント参加動機の不足 ③ライフキャリア関心度の不足	①ライフデザイン施策の浸透不足 ②ライフデザイン参加推奨の困難 ③ライフデザイン効果の見えにくさ	①収益モデル構築の困難 ②母集団形成と集客コスト負担 ③テーマの幅広さによる属人化	①参加者確保の困難 ②横断体制構築の不足
あるべき姿	①ライフイベント検討機会の充実 ②ライフイベント参加動機の形成 ③ライフキャリア関心度の向上	①ライフデザイン施策理解の浸透 ②参加推奨負荷の低減 ③組織メリット認知の浸透	①安定収益モデルの確立 ②集客・運営コストの軽減 ③運営の標準化と仕組み化	①自治体連携による参加者確保 ②組織横断連携体制の構築
実現に向けた方向性	・会社推奨の参加機会として明確化 ・参加ハードルの低減 ・企業一括申込の仕組み化	・キャリアを入り口にした企画・設計 ・就業外開催を含む形態設計 ・効果の数値化・事例化	・外部資金調達の論理構築 ・集客導線の整備と強化 ・デジタルツールによる運営効率化	・広域連携を前提とした実施設計 ・部門横断の運営体制構築 ・職場エンゲージメントの向上

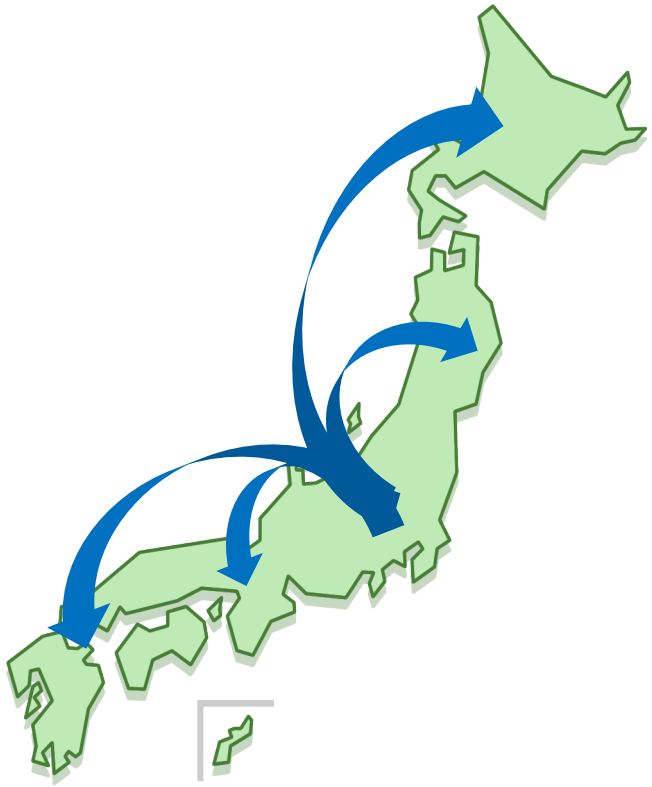
6. 本事業から見えた課題と示唆 2)終わりに　ワークショップ形式に関する振り返り

- その他、本事業におけるワークショップ形式での開催について
  「コンテンツ／アンケート／オペレーション／集客」の4観点で整理し、Good／Moreをまとめた。

	Good	More
コンテンツ	・ワークショップ実施前後の比較で、ほぼ全項目で数値が上昇した ※特に「ライフデザインの明確化」や「ライフデザインの意味実感」の項目が大幅に上昇	・「お金の話をもっと聞きたい」という声があった ※資産形成に関するパートの追加も検討
アンケート	・設問数の削減や設問文の短文化により、参加者の回答負担を軽減できた	・設問文の一部に、時間軸の捉え方等によって解釈が分かれる可能性があった（例：「働く理由の明確化」など） ※改善策として、設問文の表現見直しを検討
オペレーション	・特に大きなトラブルなく、スムーズに進行することができた	・懇親会の活性化に課題が残った ※同じ所属・立場の参加者同士で固まってしまったことが要因 改善策として、懇親会においても事前のグルーピング設計が有効
集客	・第1回のプログラムが満足度が他メンバーの参加意欲につながり、口コミ経由で参加者が増加した	・参加者の増加により、参加者の気づきの濃度が薄くなった可能性あり ※1開催あたり参加者15名～20名程度が理想。 ・特に民間企業からの参加者集客に苦労した ※職場から後押ししやすい仕掛けの検討が必要 ・ライフパート「結婚」において、価値観の強制と受け取られる懸念発生 ※第2回は「結婚」に関する情報提供をやや軽減して実施

6. 本事業から見えた課題と示唆 今後の事業展開プラン（5か年）

- 若者自身が価値観や将来像を言語化し、主体的に人生をデザインし続けられる文化を、
  地域実証から全国展開、そして大学教育への標準実装を経て社会全体へ定着させる。



フェーズ1・研究開発フェーズ：
特定地域での成功事例の創出（来年度）

①ワークショップの実施による**意識変容の検証**
②実施後の振り返りワークショップによる**行動変容のトラッキングと定着支援**
③**「ライフデザインサーベイ」（仮）などの導入**による、
　現状の可視化とプロダクトの有効性実証

フェーズ2. 他地域展開フェーズ：
成功事例の水平展開とモデルの磨き上げ（2年目～3年目）

①特定地域で得られた成功モデルを、**異なる特性を持つ他地域へ横展開**
②各地域の特性やニーズ、社会状況をフィードバックし、
　プログラムをより汎用性の高いものへ改善
③**地域ごとの課題に合わせた「ライフデザイン」の最適化プロセス**の構築

フェーズ3. 仕組み化フェーズ：
大学・教育機関との協業による社会実装（4年目～5年目）

①**大学のキャリアセンター**との強固な連携体制の構築
②大学の正規カリキュラムへの**「ライフデザイン授業」の組み込み**
　ex. 低学年次からの必修化、単位認定を通じた継続的なキャリア支援体制の確立
③産学官が連携し、**卒業後も継続してライフデザインを更新し続けられる**
　プラットフォームの提供

参考資料

1. アンケート調査票
2. アンケート調査結果

1. アンケート調査票（実施前アンケート）

番号	設問文（実施前）	回答形式
1	あなたの年齢を教えてください	記入式
2	あなたの性別を教えてください	選択式（男性／女性／その他／回答しない）
3	「ライフデザイン」という言葉を知っていますか	選択式（はい／いいえ）
4	今回のプログラムが「ライフデザイン」に初めて取り組む機会ですか	選択式（はい／いいえ）
5	自分のライフデザインは明確だと感じますか	5段階リッカート尺度
6	自分の将来に対する不安を感じていますか	5段階リッカート尺度
7	自分の将来には、いろいろな選択肢や可能性があると思いますか	5段階リッカート尺度
8	「自分の理想とする将来」に向けて行動したい気持ちがありますか	5段階リッカート尺度
9	日々の生活の中で満足感や幸福感を感じていますか	5段階リッカート尺度
10	自分の働く理由は明確だと思いますか	5段階リッカート尺度
11	自分は職場や仕事に対して前向きに取り組んでいる（職場へのエンゲージメントが高い）と感じますか	5段階リッカート尺度
12	ライフデザインは自分にとって意味があると思いますか	5段階リッカート尺度
13	ライフデザインを友人や家族にも勧めたいと思いますか	5段階リッカート尺度
14	本プログラムを通して得たい気づき等あればおしえてください。（自由記述）	自由記述

1. アンケート調査票（実施後アンケート）

番号	設問文（実施後）	回答形式
1	あなたの年齢を教えてください	記入式
2	あなたの性別を教えてください	選択式（男性／女性／その他／回答しない）
3	本プログラムで得られたライフデザインの情報についてすべてお選びください	複数選択式（別シート：ライフデザインプログラムで扱う情報）
4	本プログラムについて満足度はいかがでしたか	選択式（非常に満足／やや満足／どちらともいえない／あまり満足していない／全く満足していない）
5	本プログラムの長さ（2時間）について、どのように感じましたか	選択式（ちょうどよい／やや長い／長い／やや短い／短い）
6	本プログラムの開催回数（1回）について、どのように感じましたか	選択式（ちょうどよい/やや少ない/少ない）
7	あなたが理想的だと思うプログラムの提供形態を教えてください	複数選択式（ワークショップ／セミナー・講演／コーチング／ヒアリング・カウンセリング／eラーニング／自己学習ツール（eラーニング除く）／模擬体験・シミュレーション／その他）
8	あなたが理想的だと思う、プログラムで得たいライフデザインの情報についてすべてお選びください	複数選択式（別シート：ライフデザインプログラムで扱う情報）
9	本プログラムに関して、良かった点や改善してほしい点、今後の要望などがあれば自由にご記入ください。	自由記述
10	本プログラムを通じて「ライフデザイン」への理解は深まりましたか	5段階リッカート尺度（とてもそう思う／そう思う／どちらともいえない／あまりそう思わない／全くそう思わない）
11	本プログラムを通じて、自分のライフデザインが明確になったと感じますか	5段階リッカート尺度
12	本プログラムを通じて、将来に対する不安が軽減したと感じますか	5段階リッカート尺度
13	本プログラムを通じて、自分の将来の選択肢が増えたと感じますか	5段階リッカート尺度
14	本プログラムを通じて、「自分の理想とする将来」の実現に向けて行動したいと思いましたか	5段階リッカート尺度
15	本プログラムを通じて、日々の生活の中での満足感や幸福感が向上したと感じますか	5段階リッカート尺度
16	本プログラムを通じて、働く理由がより明確になったと感じますか	5段階リッカート尺度
17	本プログラムを通じて、自分は職場や仕事に対して前向きに取り組む意欲が高まった（エンゲージメントが高まった）と感じますか	5段階リッカート尺度
18	本プログラムを通して、新しい知識や情報を積極的に学びたいという意欲が高まったと感じますか	5段階リッカート尺度
19	本プログラムを通じて、学ぶ理由がより明確になったと感じますか	5段階リッカート尺度
20	ライフデザインは自分にとって意味があると感じますか	5段階リッカート尺度
21	ライフデザインを友人や家族にも勧めたいと思いますか	5段階リッカート尺度
22	今後もライフデザインに関するプログラムが企業や学校・団体等から提供された場合に取り組みたいと思いますか	5段階リッカート尺度
23	今後もライフデザインに関するプログラムに個人的に取り組みたいと思いますか	5段階リッカート尺度
24	本プログラムを通して得た気づき等があれば教えてください（自由記述）	自由記述

参考資料

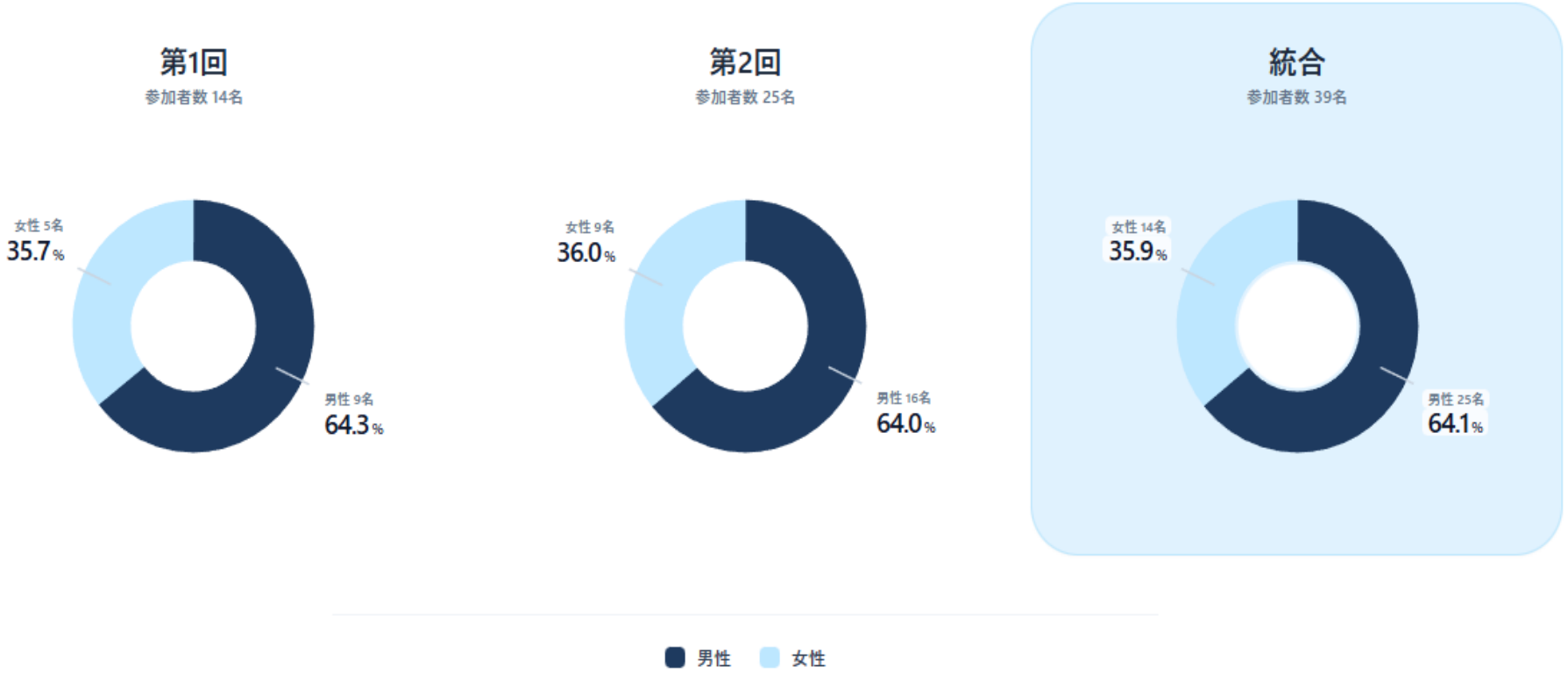
1. アンケート調査票
2. アンケート調査結果

アンケート調査結果「参加者の性別」

- 参加者のうち、男性が**約64%**、女性が**約36%**であった。

■参加者の性別

設問文：あなたの性別を教えてください

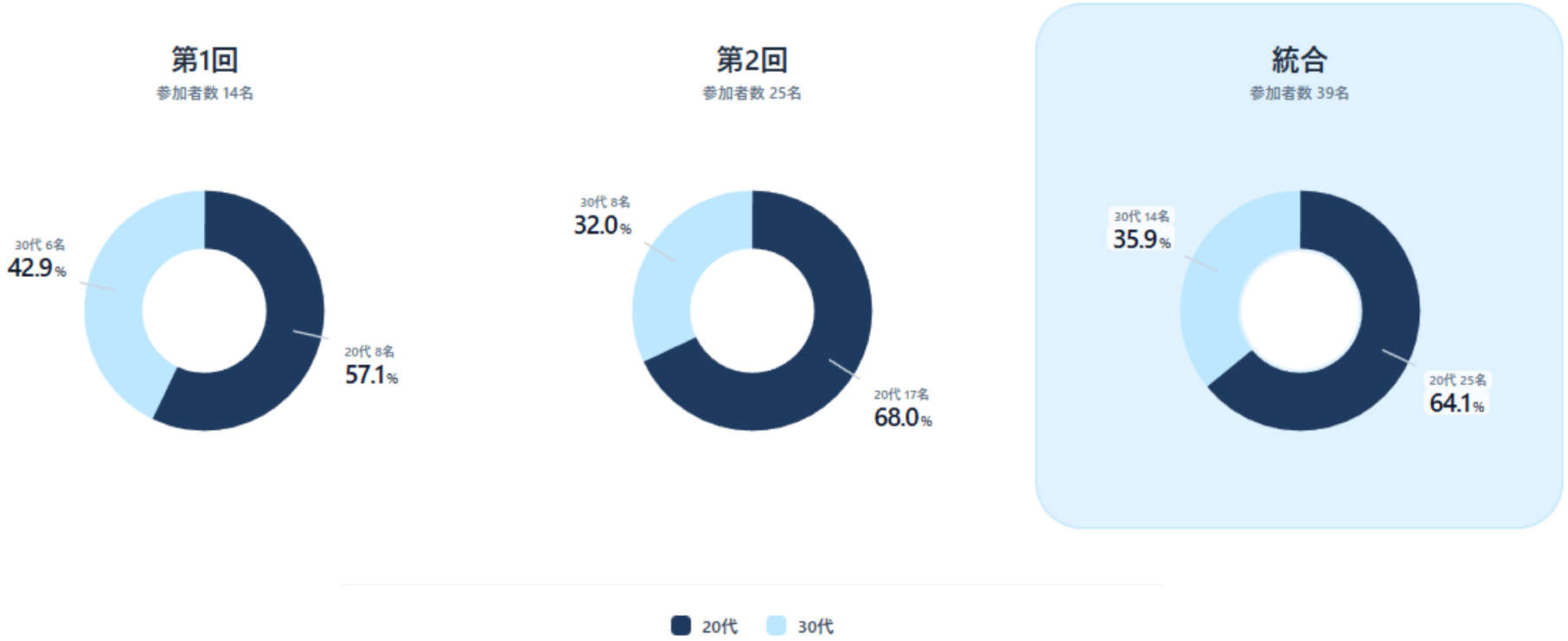


アンケート調査結果「参加者の年齢」

- 参加者のうち、20代は**約64%**、30代が**約36%**であった。

■参加者の年齢

設問文：あなたの年齢を教えてください

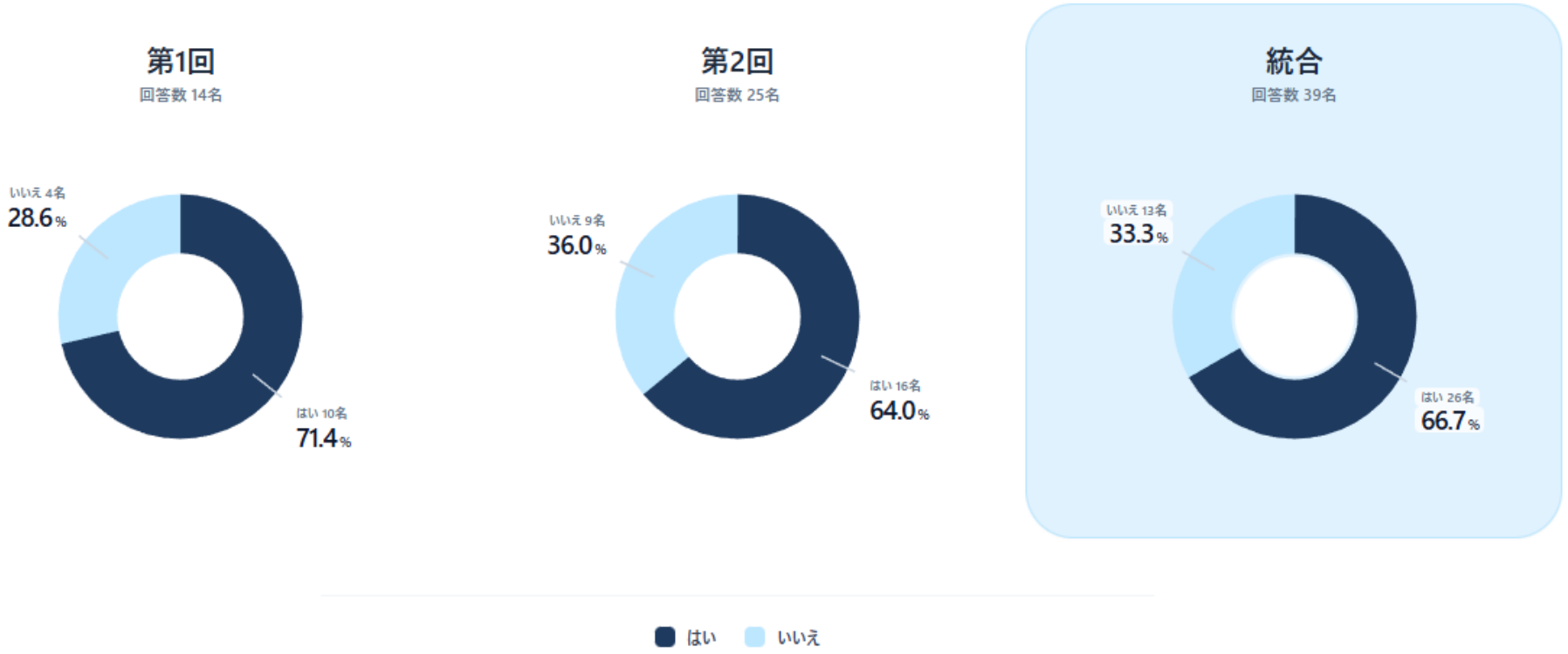


アンケート調査結果「ライフデザインの認知」

- 参加者のうち、**6割超**が「ライフデザイン」という言葉を認知していた。

■ライフデザインの認知

設問文：「ライフデザイン」という言葉を知っていますか

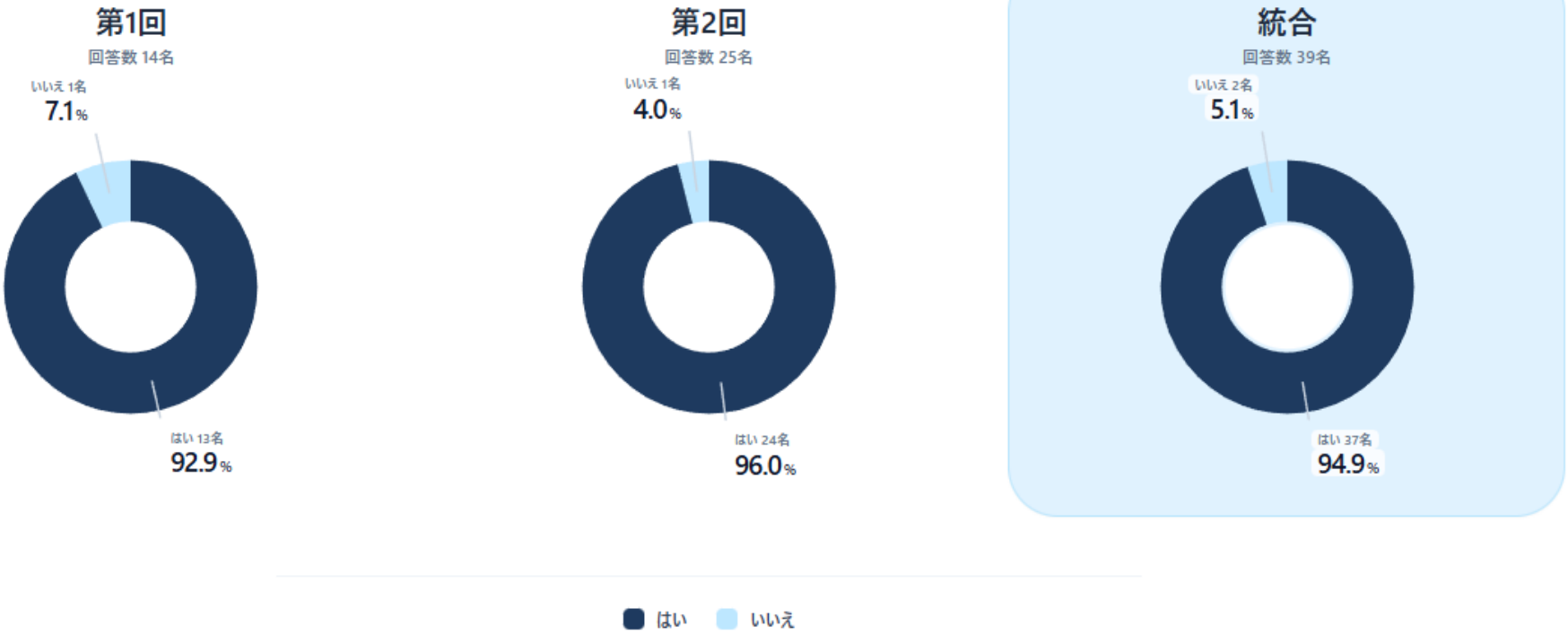


アンケート調査結果「ライフデザインに取り組む機会」

- 参加者のうち、**9割超**が今回のプログラムが「ライフデザイン」に初めて取り組む機会だと回答した。

■ライフデザインに取り組む機会

設問文：今回のプログラムが「ライフデザイン」にはじめて取り組む機会ですか

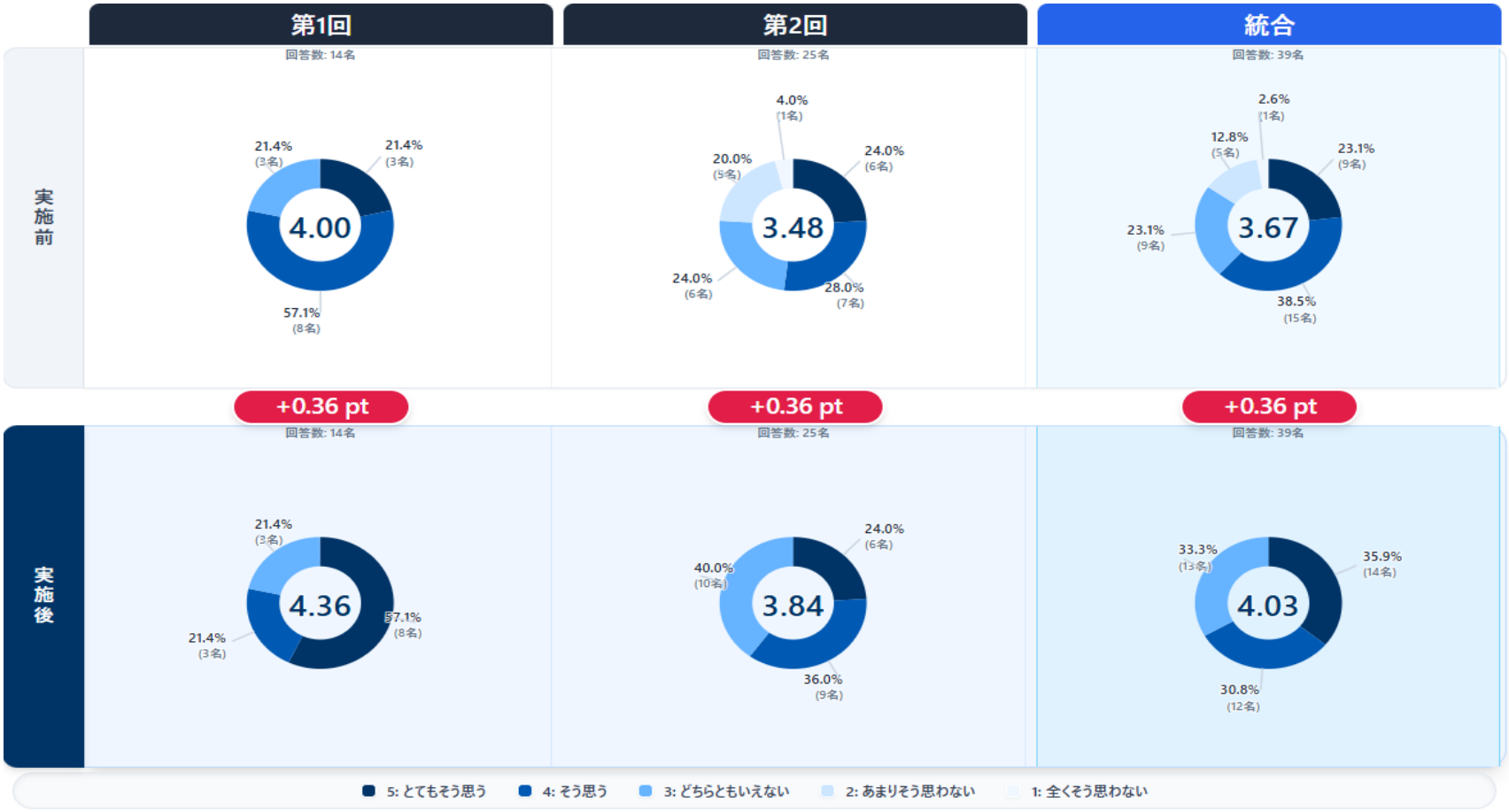


アンケート調査結果「将来の選択肢の増加」

- 「将来の選択肢の増加」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.36pt**の上昇があった。

■将来の選択肢の増加

設問文：本プログラムを通じて、自分の将来の選択肢が増えたと感じますか

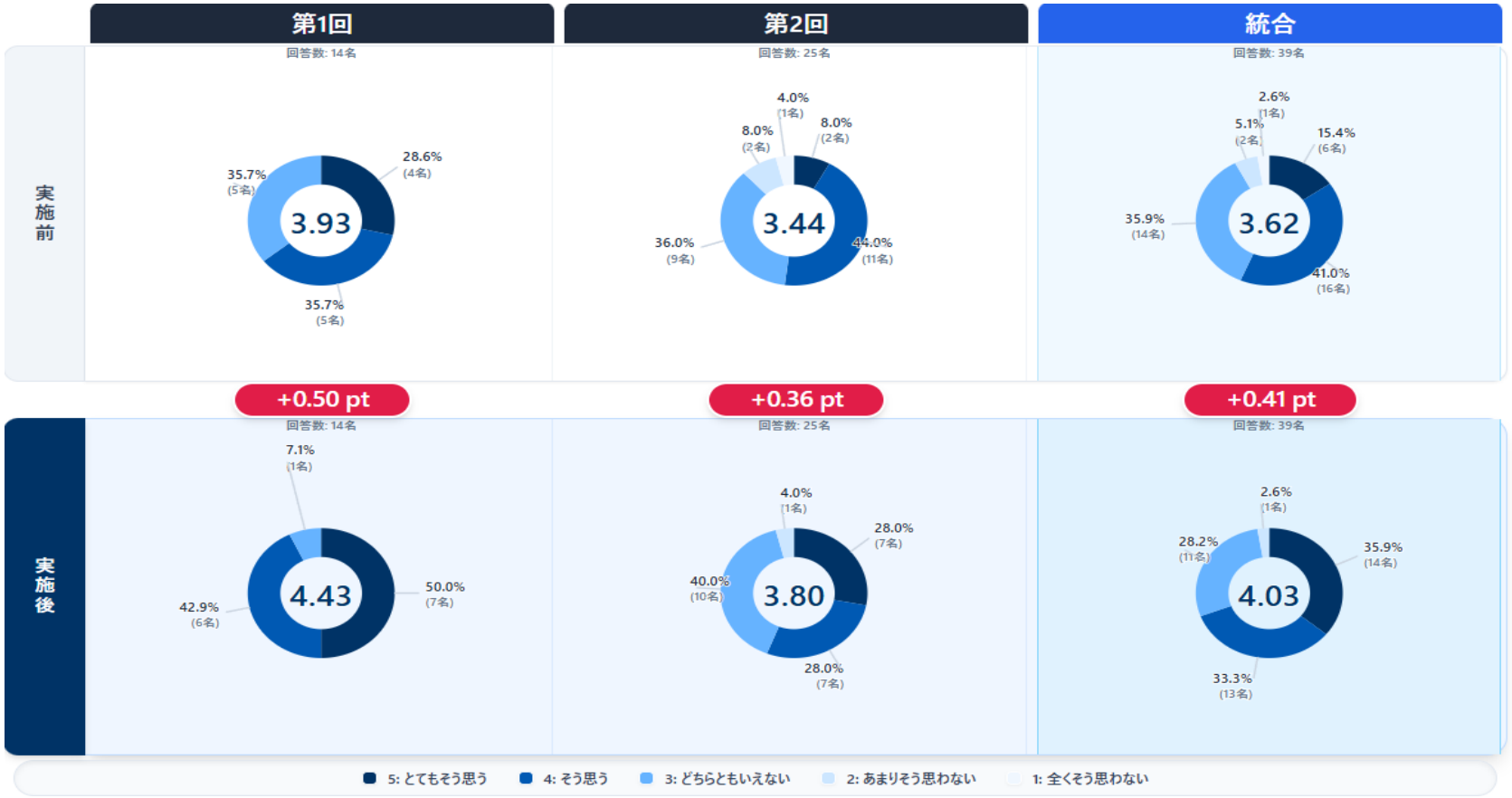


アンケート調査結果 「『自分の理想とする将来』の実現に向けた行動意欲」

- 「『自分の理想とする将来』の実現に向けた行動意欲」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.41pt**の上昇があった。

■「自分の理想とする将来」の実現に向けた行動意欲

設問文：本プログラムを通じて、「自分の理想とする将来」の実現に向けて行動したいと思いましたか

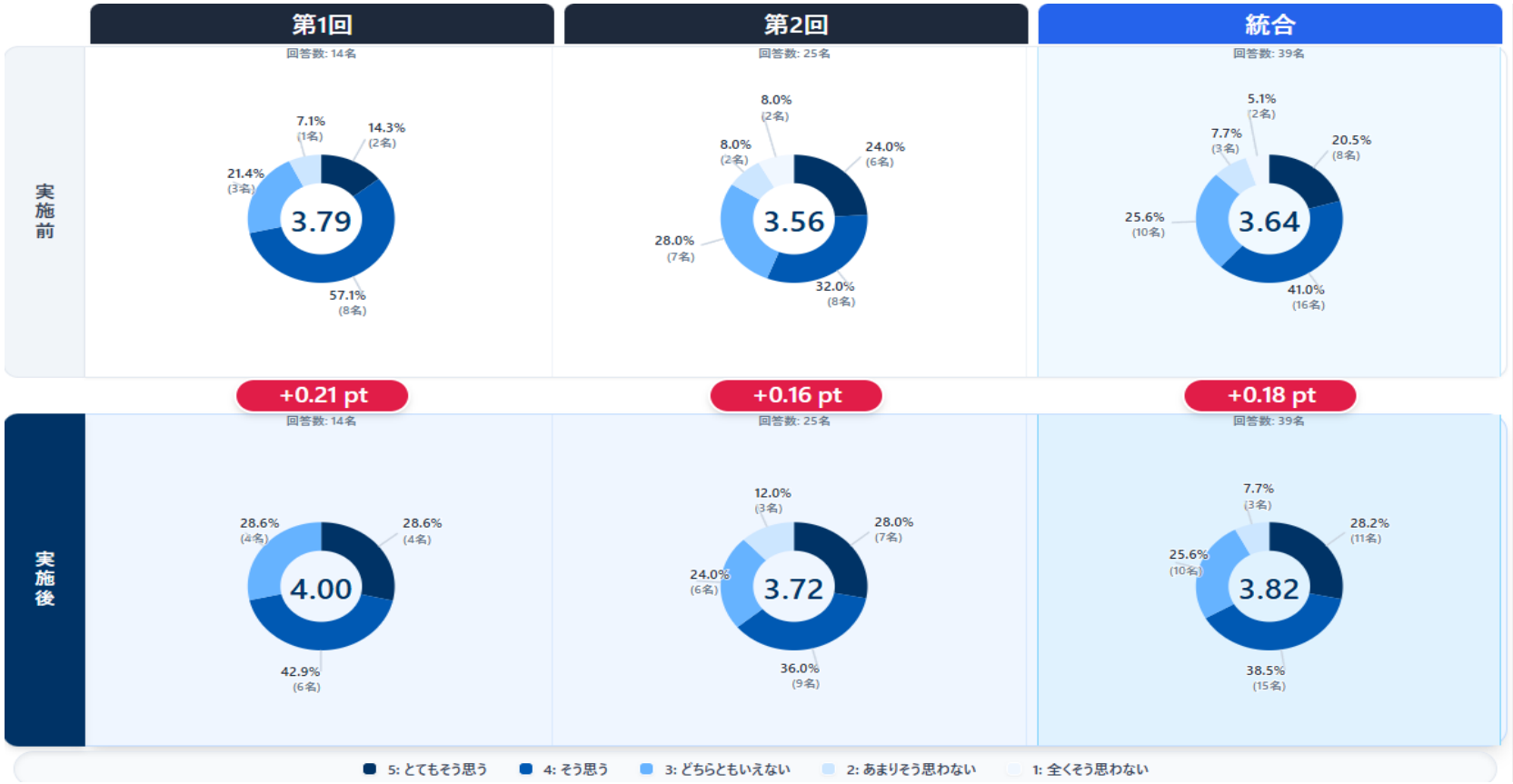


アンケート調査結果 「日々の生活の中での、満足度や幸福感の向上実感」

- 「日々の生活の中での、満足度や幸福感の向上実感」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.18pt**の上昇があった。

■日々の生活の中での、満足度や幸福感の向上実感

設問文：本プログラムを通じて、日々の生活の中での満足感や幸福感が向上したと感じますか

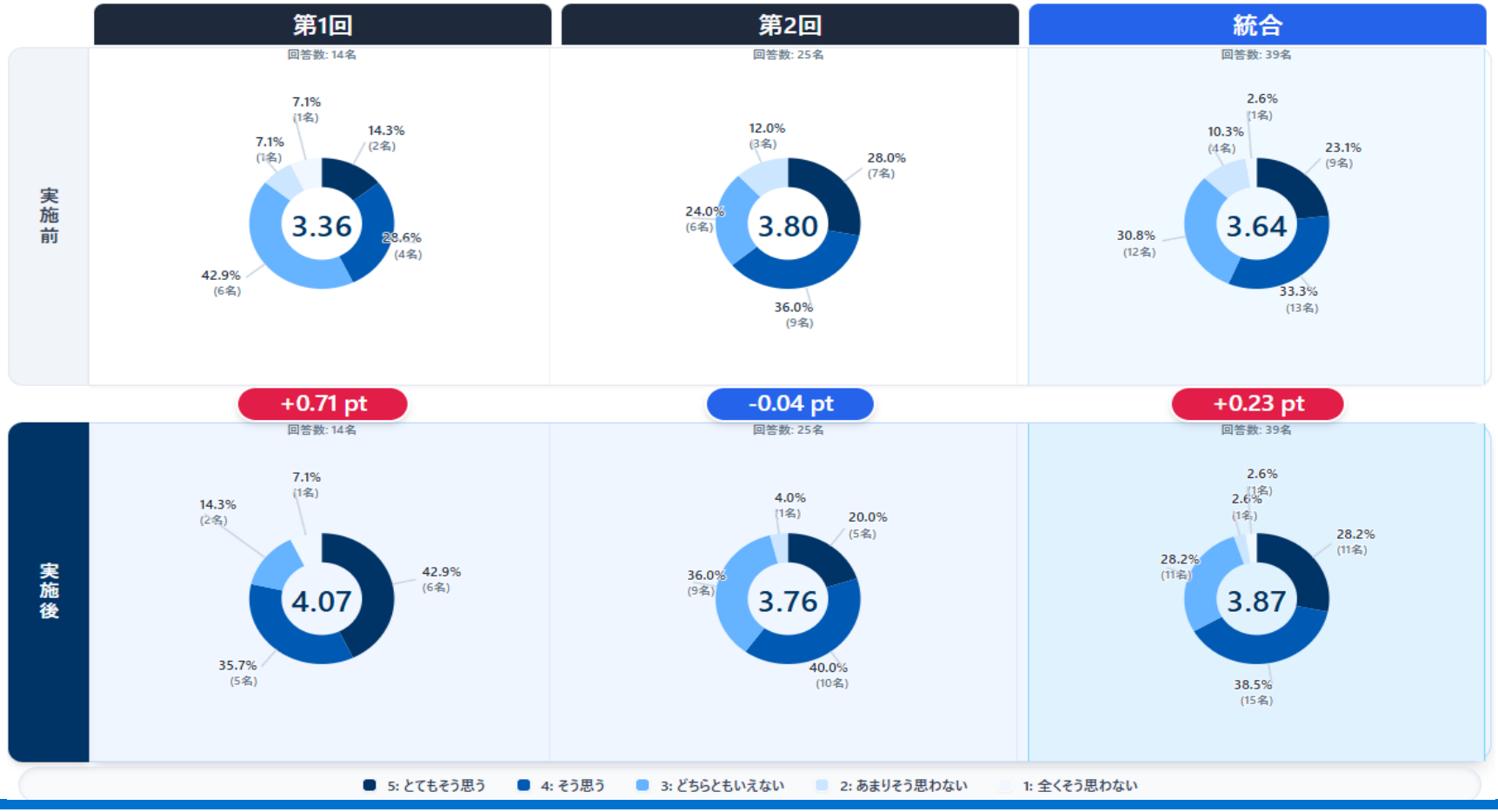


アンケート調査結果 「働く理由の明確化」

- 「働く理由の明確化」項目において、WS実施前/実施後を比較すると、**0.23pt**の上昇があった。
  ※全項目の中で唯一、第2回にてスコアが低下したが、**実施前のスコアが元々高かった**ことと、
  WSを通じて、健全な**自己への問いかけ（働くマインドの見直し）**が起きたことが原因であると推察。

■働く理由の明確化

設問文：本プログラムを通じて、働く理由がより明確になったと感じますか

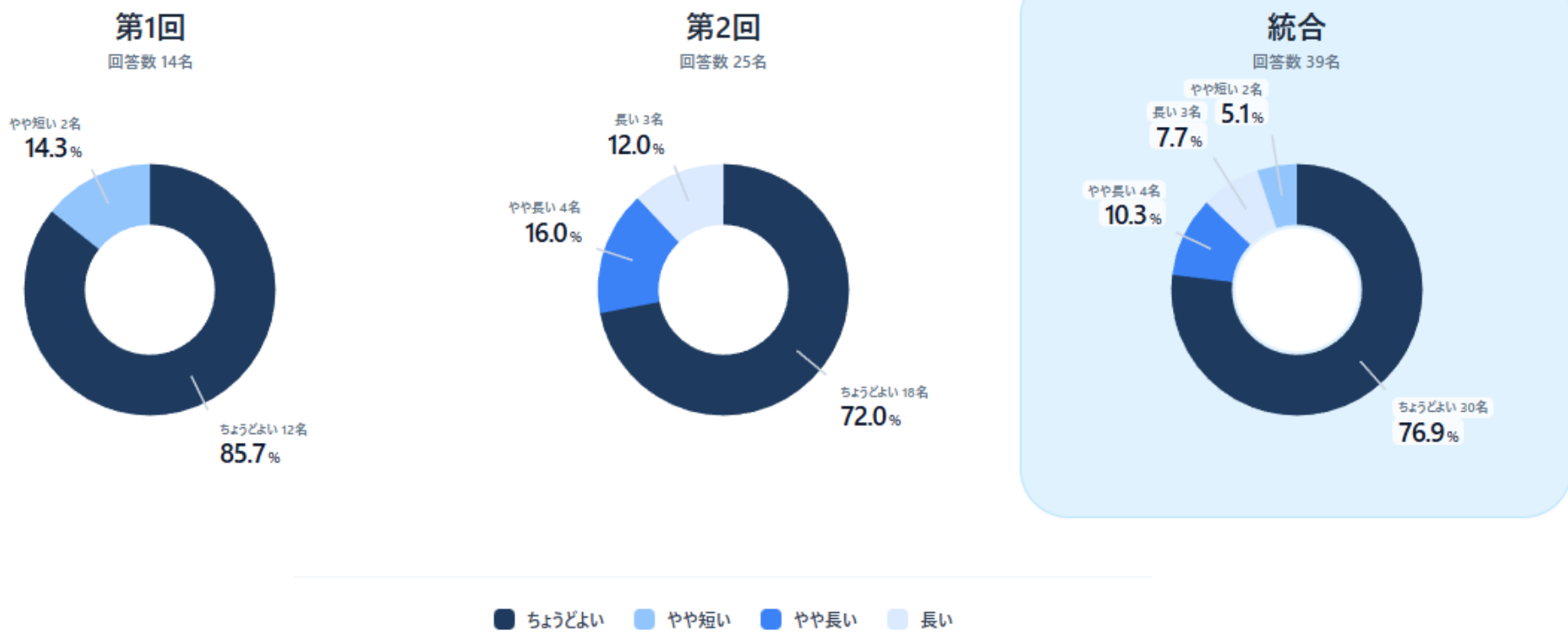


アンケート調査結果 「プログラムの長さ」

- **7割超**の参加者が、プログラムの長さについて「ちょうどよい」と回答した。

■「プログラムの長さ」

設問文：本プログラムの長さ（2時間）について、どのように感じましたか

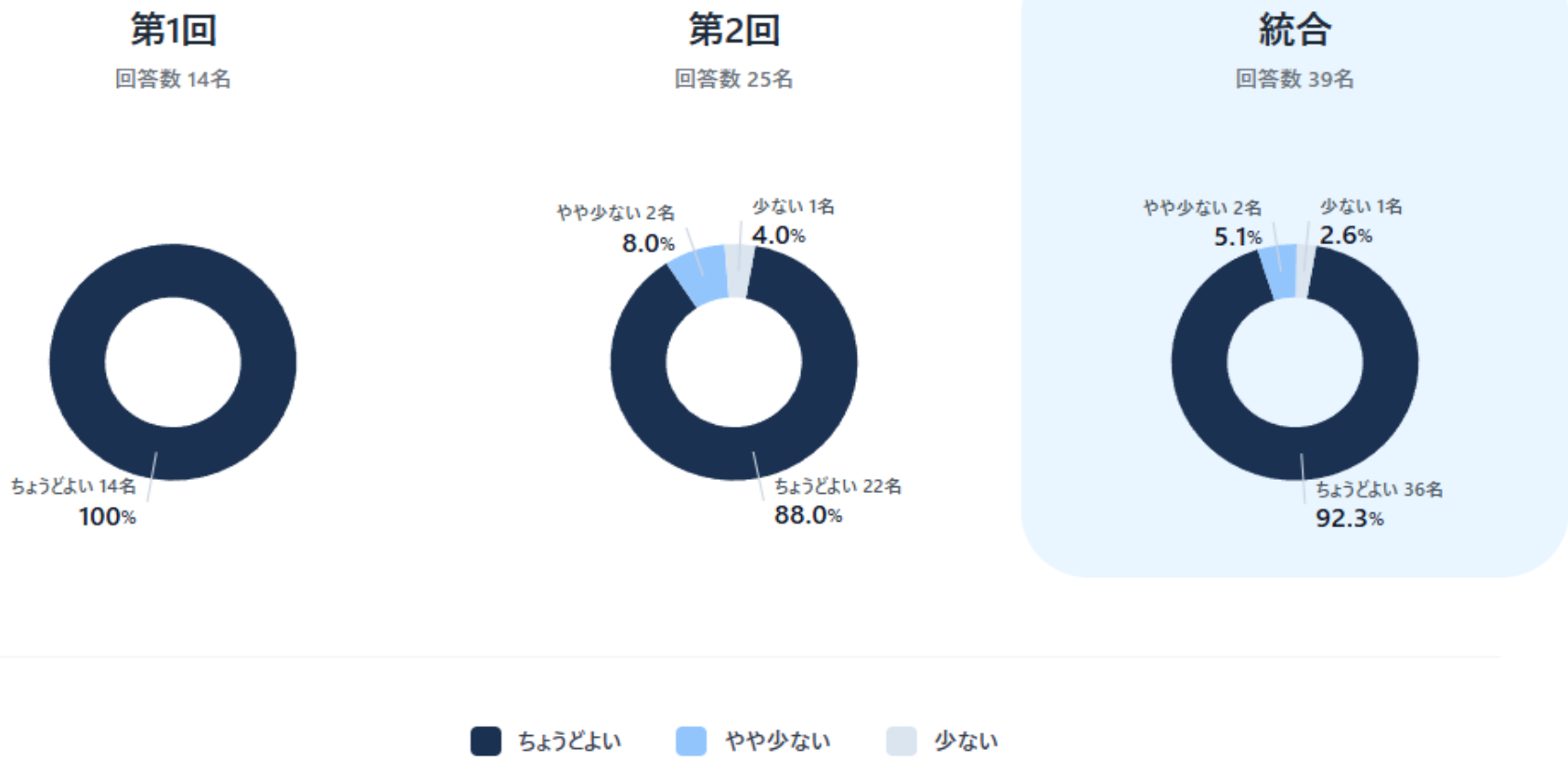


アンケート調査結果 「プログラムの開催回数」

- **9割超**の参加者が、プログラムの開催回数について「ちょうどよい」と回答した。

■「プログラムの長さ」

設問文：本プログラムの開催回数（1回）について、どのように感じましたか



アンケート調査結果 「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（ライフ）」

- ライフに関して得られた情報について、「ライフイベント」と回答した参加者が最も多かった。

■「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（ライフ）」

設問文：本プログラムで得られたライフデザインの情報についてすべてお選びください（ライフ）

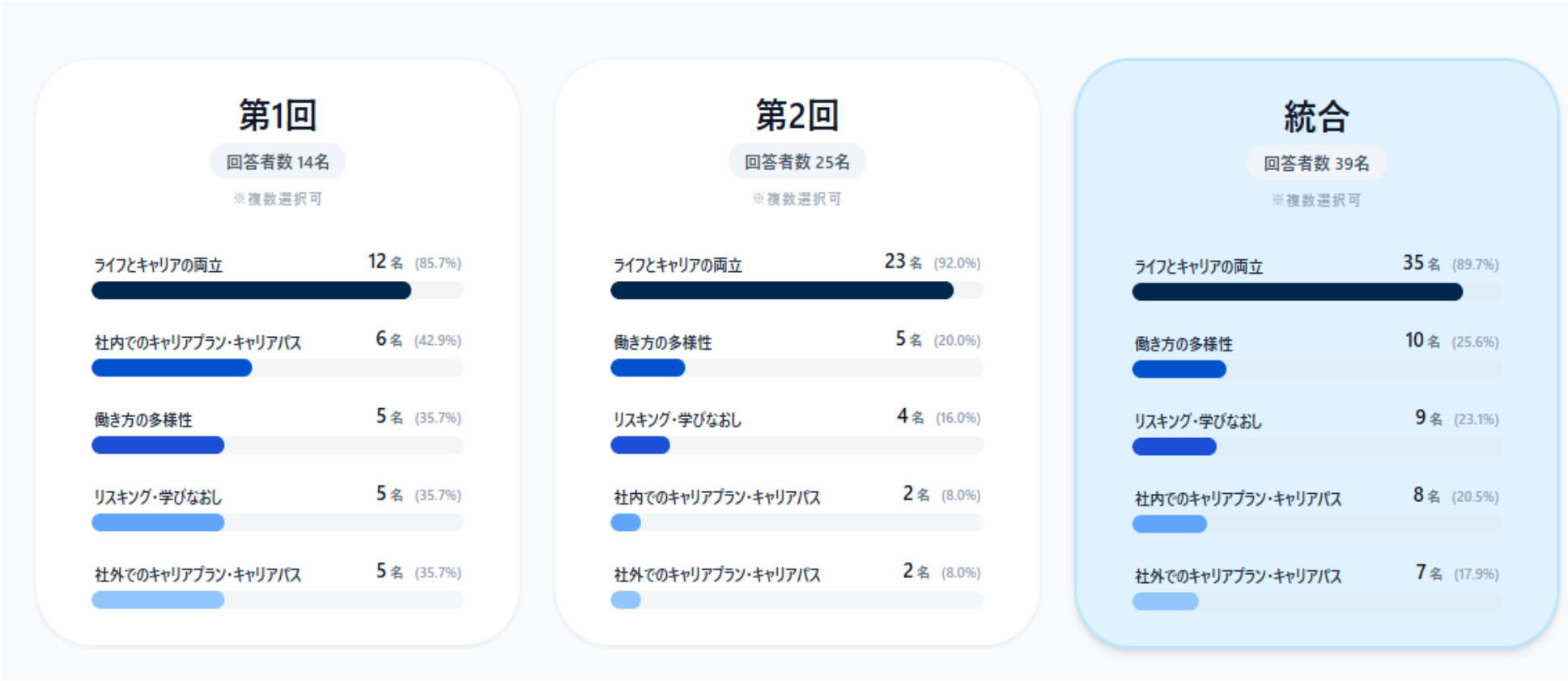


アンケート調査結果 「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（キャリア）」

- キャリアに関して得られた情報について、「ライフとキャリアの両立」と回答した参加者が最も多かった。

■「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（キャリア）」

設問文：本プログラムで得られたライフデザインの情報についてすべてお選びください（キャリア）

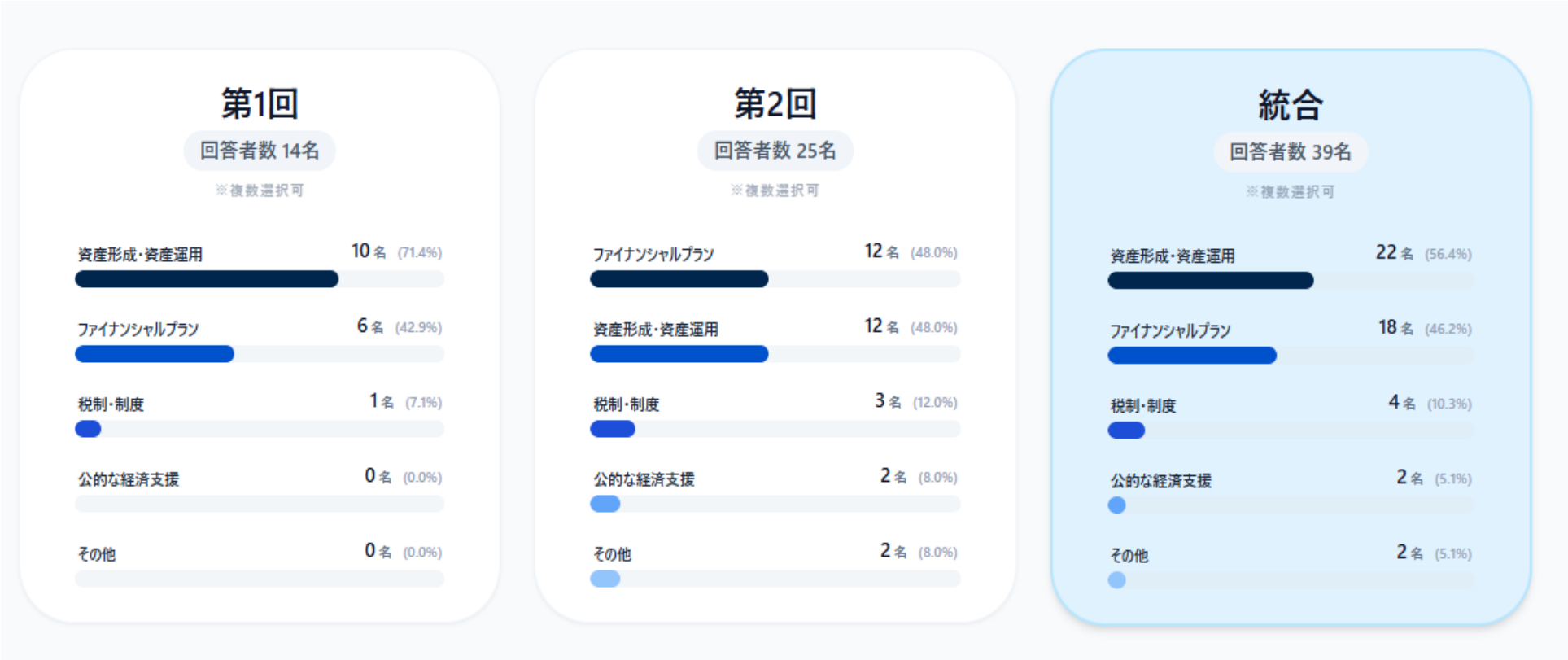


アンケート調査結果 「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（ファイナンス）」

- ファイナンスに関して得られた情報について、「資産形成・資産運用」と回答した参加者が最も多かった。

■「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（ファイナンス）」

設問文：本プログラムで得られたライフデザインの情報についてすべてお選びください（ファイナンス）



アンケート調査結果 「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（スキル）」

- スキルに関して得られた情報について、自己認知等のスキルを回答した参加者が最も多かった。

■「参加したプログラムで得られたライフデザインの情報（スキル）」

設問文：本プログラムで得られたライフデザインの情報についてすべてお選びください（スキル）

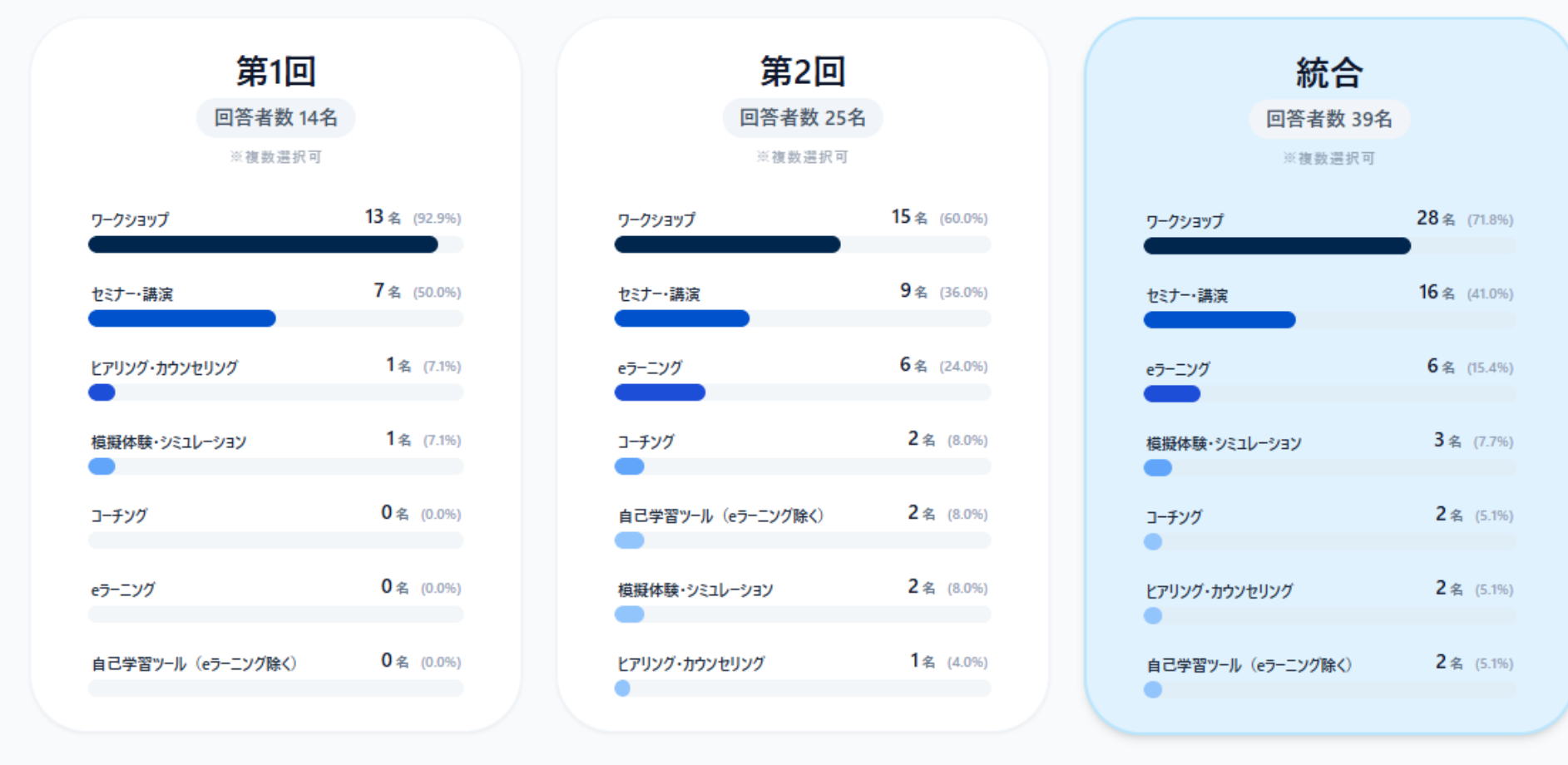


アンケート調査結果 「理想的なプログラムの提供形態」

- 理想的なプログラムの提供形態について、「ワークショップ」と回答した参加者が最も多かった。

■「理想的なプログラムの提供形態」

設問文：あなたが理想的だと思うプログラムの提供形態を教えてください



アンケート調査結果 「プログラムで得たいライフデザインの情報（ライフ）」

- プログラムで得たいライフデザインの情報（ライフ）について、
  「ライフイベント」「ライフスタイル・暮らし方」と回答した参加者が最も多かった。

■プログラムで得たいライフデザインの情報（ライフ）

設問文：あなたが理想的だと思う、プログラムで得たいライフデザインの情報についてすべてお選びください（ライフ）

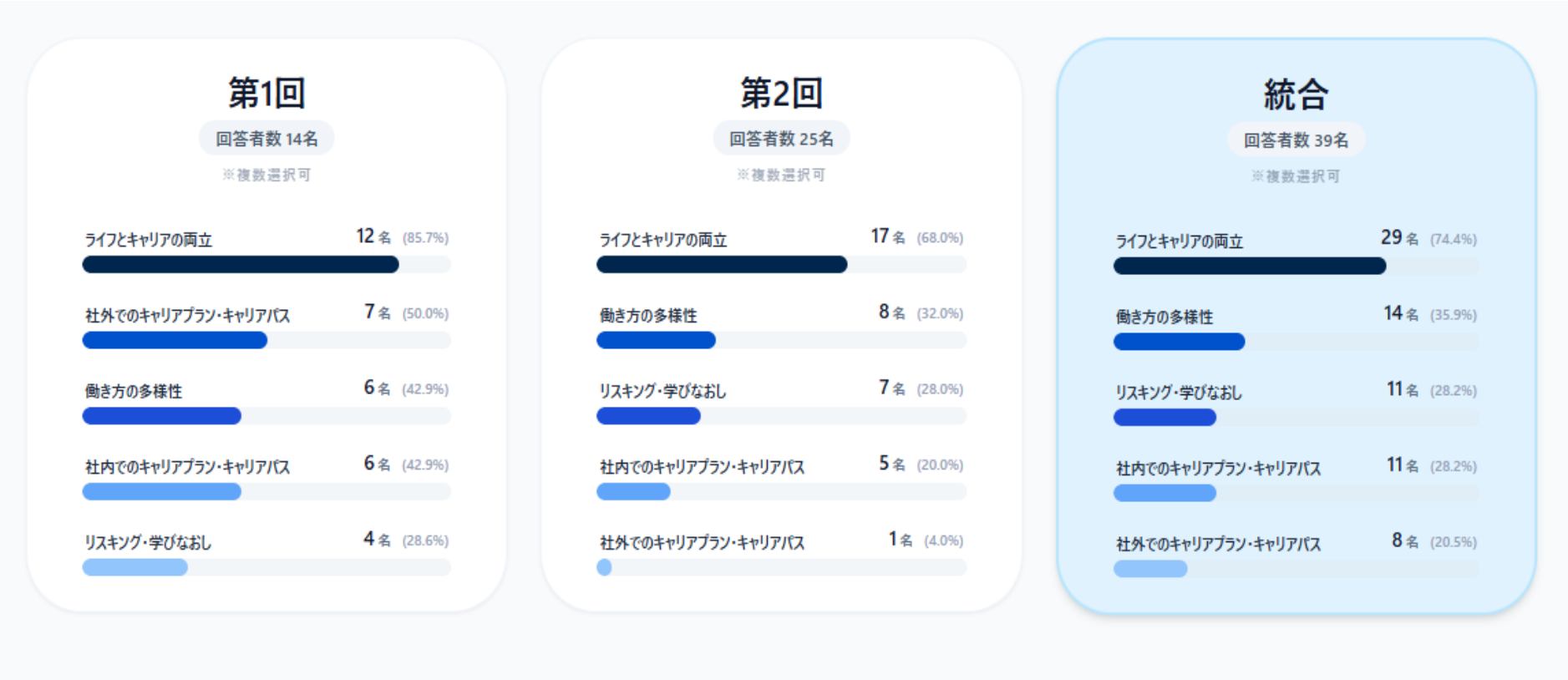


アンケート調査結果 「プログラムで得たいライフデザインの情報（キャリア）」

- プログラムで得たいライフデザインの情報（キャリア）について、
  「ライフとキャリアの両立」と回答した参加者が最も多かった。

■プログラムで得たいライフデザインの情報（キャリア）

設問文：あなたが理想的だと思う、プログラムで得たいライフデザインの情報についてすべてお選びください（キャリア）

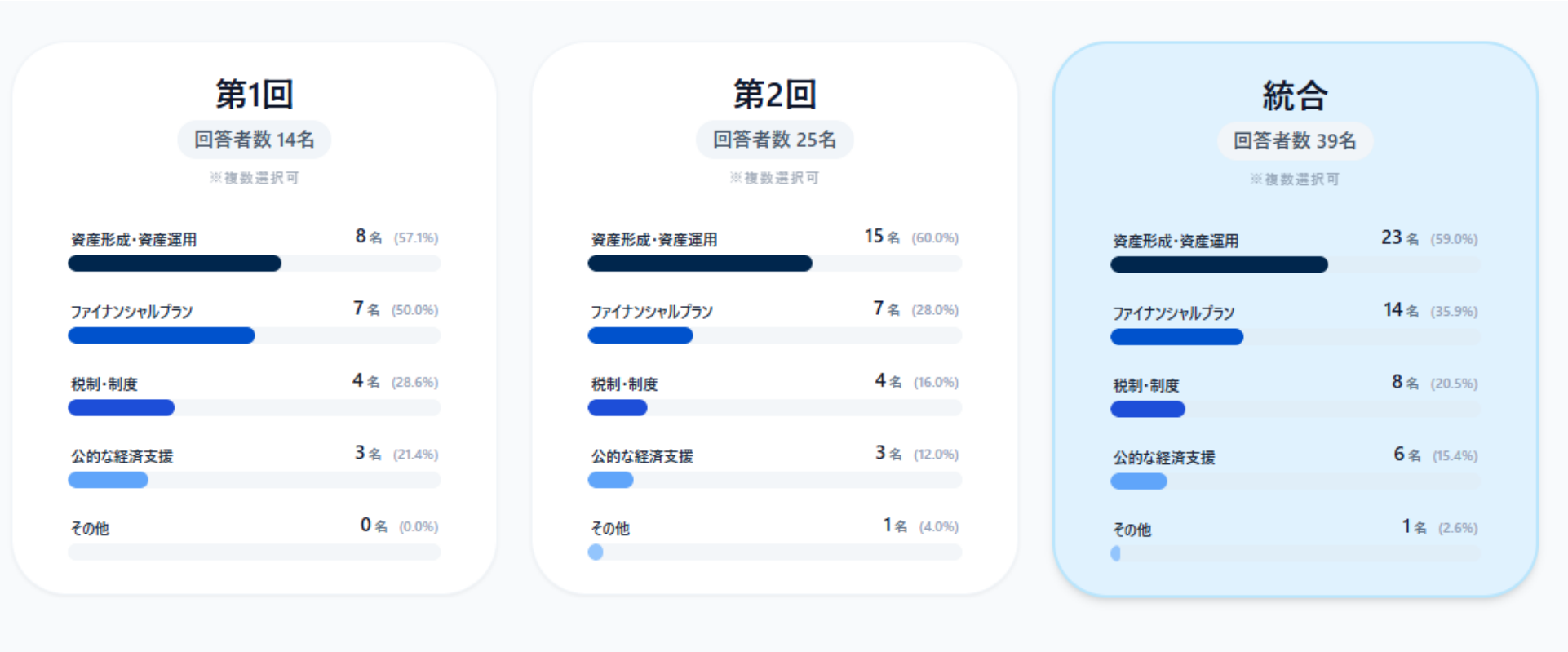


アンケート調査結果 「プログラムで得たいライフデザインの情報（ファイナンシャル）」

- プログラムで得たいライフデザインの情報（ファイナンシャル）について、「資産形成・資産運用」と回答した参加者が最も多かった。

■プログラムで得たいライフデザインの情報（ファイナンシャル）

設問文：あなたが理想的だと思う、プログラムで得たいライフデザインの情報についてすべてお選びください（ファイナンシャル）

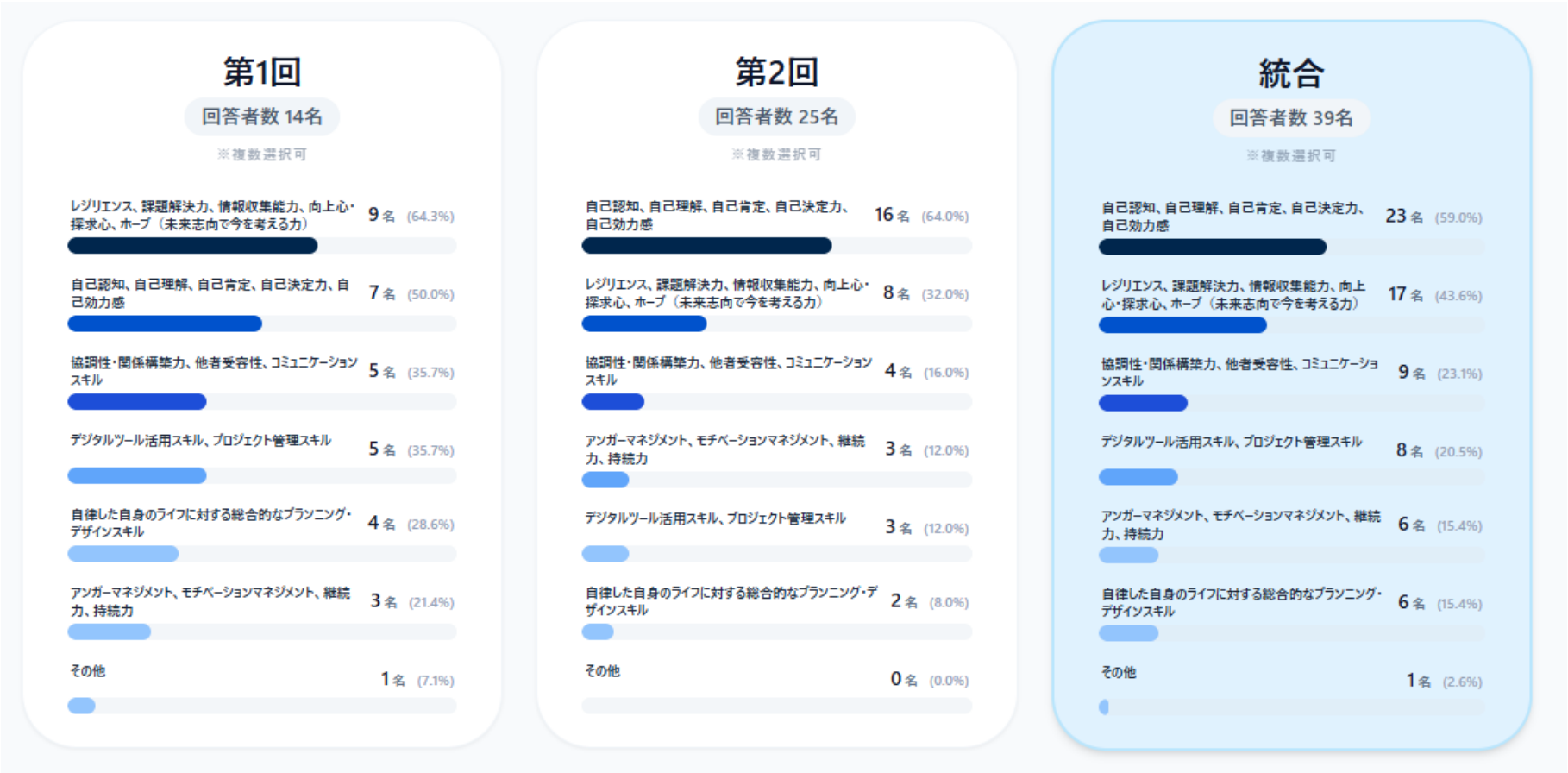


アンケート調査結果 「プログラムで得たいライフデザインの情報（スキル）」

- プログラムで得たいライフデザインの情報（スキル）について、
  自己認知、自己理解等のスキルと回答した参加者が最も多かった。

■プログラムで得たいライフデザインの情報（スキル）

設問文：あなたが理想的だと思う、プログラムで得たいライフデザインの情報についてすべてお選びください（スキル）

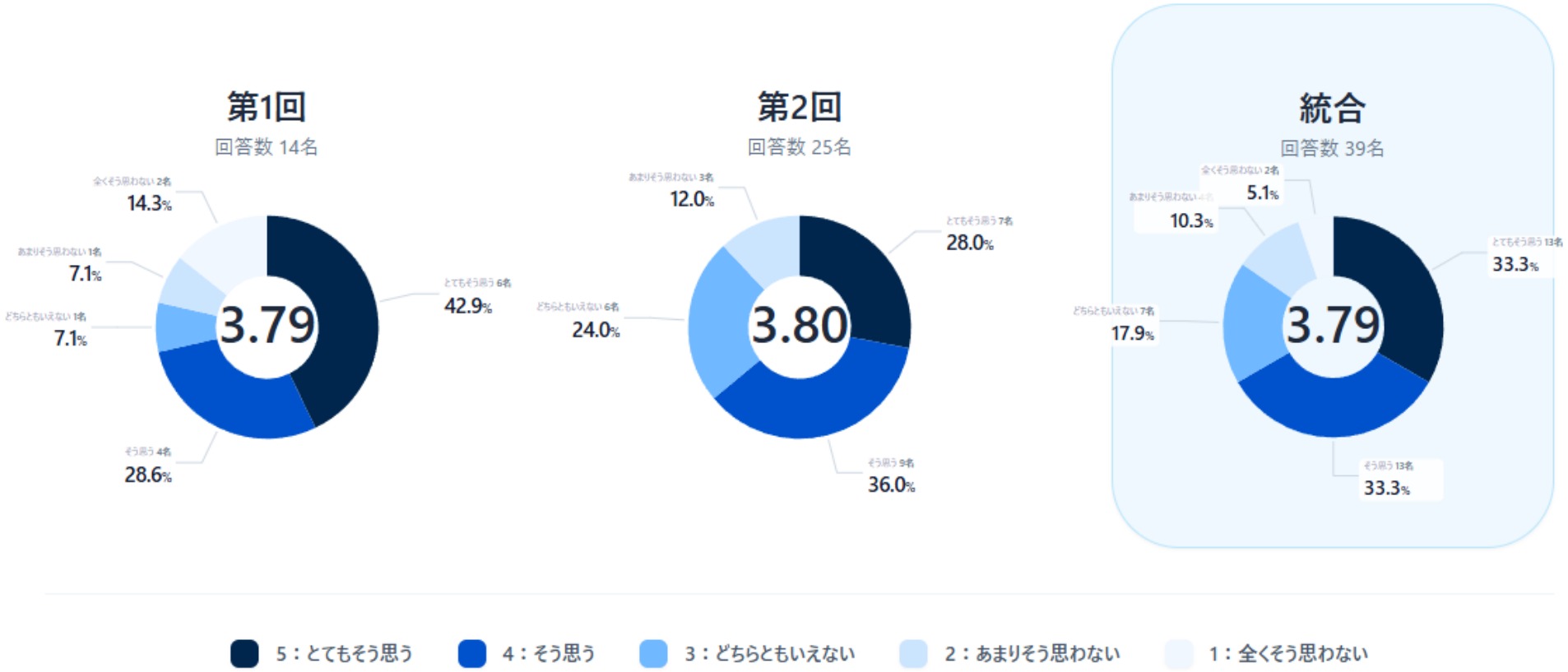


アンケート調査結果「ライフデザインへの理解」

- 本プログラムを通じたライフデザインへの理解は平均**3.79**であった。

■ライフデザインへの理解

設問文：本プログラムを通じて「ライフデザイン」への理解は深まりましたか

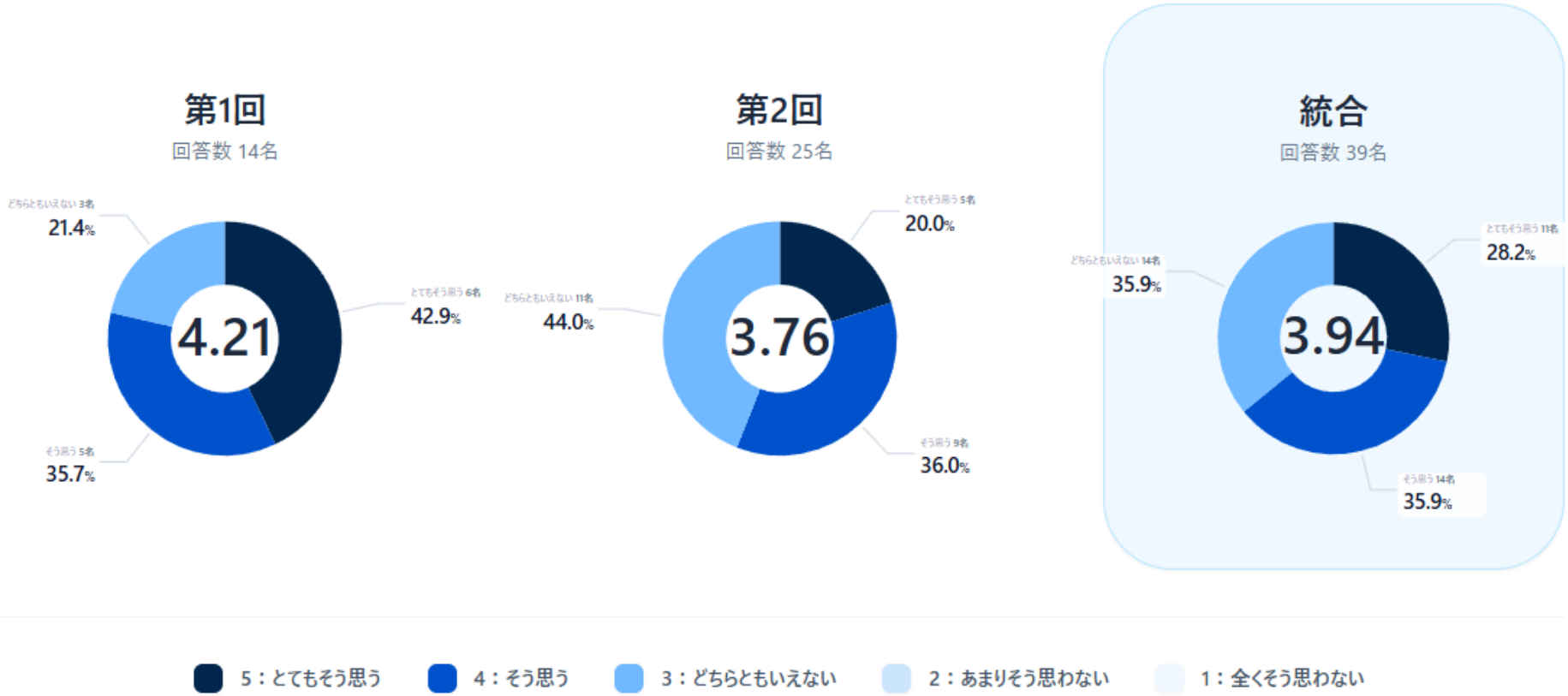


アンケート調査結果「今後の企業・学校・団体によるプログラムへの継続的な参加意欲」

- 「今後の企業・学校・団体によるプログラムへの継続的な参加意欲」について、平均は**3.94**であった。

■今後の企業・学校・団体によるプログラムへの継続的な参加意欲

設問文：今後もライフデザインに関するプログラムが企業や学校・団体等から提供された場合に取り組みたいと思いますか

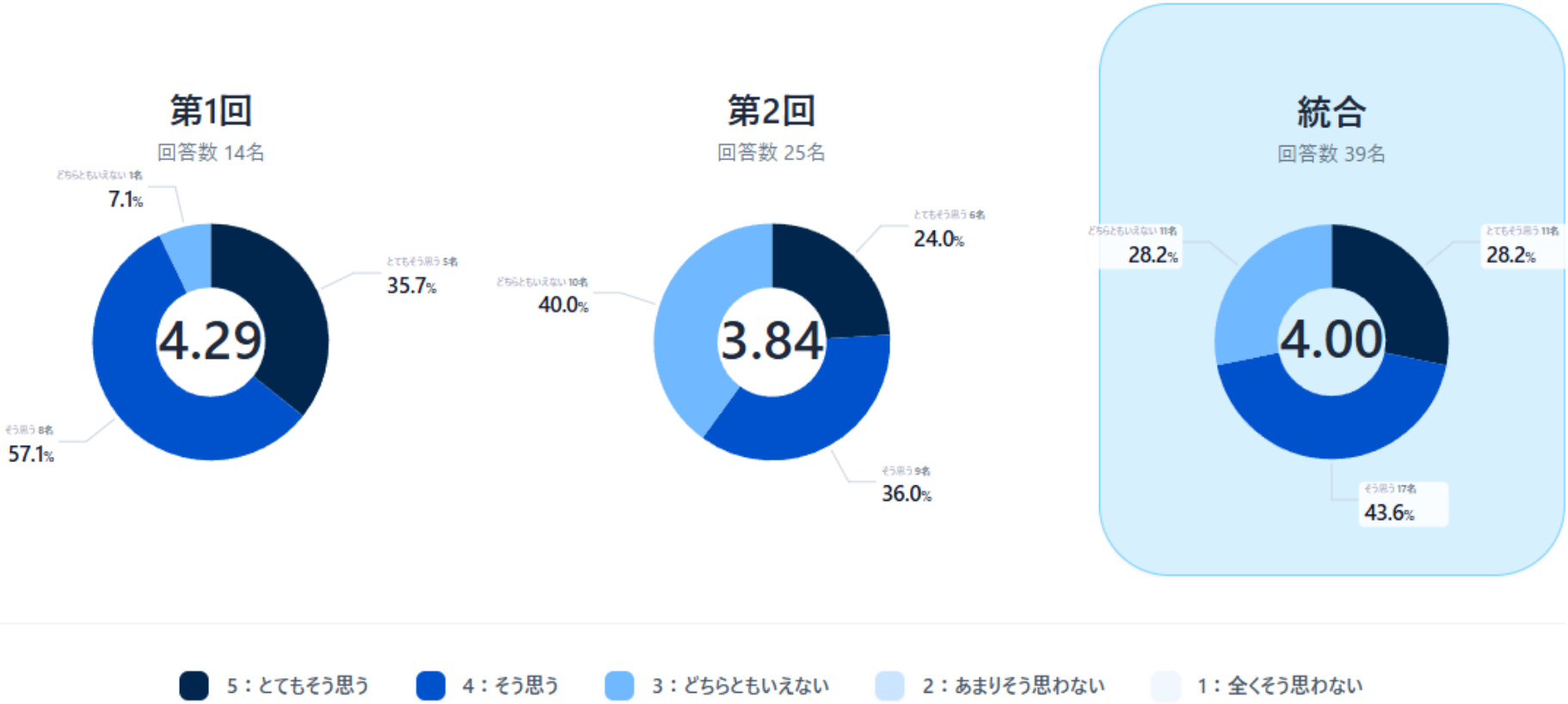


アンケート調査結果「今後のライフデザインプログラムへの継続的な参加意欲」

- 「今後のライフデザインプログラムへの継続的な参加意欲」について、平均は**4.00**であった。

■今後のライフデザインプログラムへの継続的な参加意欲

設問文：今後もライフデザインに関するプログラムに個人的に取り組みたいと思いますか



アンケート調査結果「定性コメント」 全文記載

■ （実施前）本プログラムを通じて得たい気づき

設問文：本プログラムを通して得たい気づき等あれば教えてください（自由記述）

・人生において働く理由
・将来への見通しについて
・独身女性としてのライフプランについて
・今後のライフデザインについて

■ （実施後）本プログラムに関する良かった点・改善点

設問文：本プログラムに関して、良かった点や改善してほしい点、今後の要望などがあれば自由にご記入ください。

・とても有意義な研修だった。また参加したい。
・今後のライフデザインが学べた
・普段交流のない職種の方とお話しできて刺激になった
・B/Sシートの説明が若干難しく感じた
・アンケート項目について、今回の内容に合わせライフ編・キャリア編と分けると良いと思った

■ （実施後）本プログラムを通じて得た気づき

設問文：本プログラムを通じて得た気づき等があれば教えてください（自由記述）

・自由に使える時間が思っていたより少ないとの気づきがあった。
・結局お金の問題が1番気になる。ライフイベントに合わせたお金に関する勉強ができる講座があれば気になる人も多いのではと思った

■ （実施後・第2回のみ）懇親会を通して得た学びや気づき

設問文：懇親会を通して、得た学びや気づきがあれば教えてください（自由記述）

・同年代の方と交流できて刺激になった
・講師とお話できて面白かったです

株式会社リンクアンドモチベーション
〒 104-0061 東京都中央区銀座 4-12-15 歌舞伎座タワー 15階
Tel. 03-6853-8111
E-mail : saito.takuro@lmi.ne.jp
URL : https://www.lmi.ne.jp/