三井住友海上火災保険株式会社

- 若年社会人が金融リテラシーを向上させ、自信を持ってライフデザインに取り組めるよう支援するため、金融教育アプリを通じたコンテンツの配信とライフデザイン支援ツールの提供を行った。その結果、ライフデザインに関する理解度の向上が確認された。また、ファイナンス関連の情報収集についての関心が高いことも示された。

実施目的

- 若年社会人が金融教育を通じて金融リテラシーを向上させることで、将来への不安を軽減し、自信を持ってライフデザインに取り組めるようになること。

実施内容・スケジュール

- 実証フィールド先企業2社に対し、令和7年11月より金融教育アプリを導入した。従業員に対して、各種コンテンツ（記事、動画、セミナー）を提供し、ライフデザイン策定を支援した。

	令和7年			令和8年
	10月	11月	12月	1月
A社・B社共通	・アプリ導入へのシステム対応等の準備 ・導入企業向け説明	・アプリ利用開始 ・従業員向け説明会	・導入企業との定期面談 ・導入先アンケート(第1回) ・新機能開発	・導入企業との定期面談 ・導入先アンケート(第2回) ・新機能開発



メール送信機能等を活用して、従業員の利用者増加・利用頻度向上を促進



アプリでのコンテンツ閲覧
ライフデザイン支援ツールの活用

実施体制・実証フィールド

- 事業実施者：三井住友海上火災保険株式会社
- 実証フィールド：
  A社・受託開発ソフトウェア業・従業員数98名(利用者49名)
  B社・非鉄金属卸売業・従業員数28名(利用者8名)

効果検証結果

- 主たる検証項目においては、ライフデザインに関する理解度が一定程度向上したことが確認された。また、理想的なライフデザインの情報に対する関心は「ファイナンス」関連に集中していることが示唆された。

«利用者»

解像度をあげることによって、このまま日々を過ごすのではなく、自分のライフデザインが必要だなと感じました。

【プログラムで得たいライフデザインの情報】
1位（ファイナンス）資産形成・資産運用
2位（ファイナンス）税制・制度
3位（ファイナンス）公的な経済支援

ライフデザイン支援の普及・拡大に向けた示唆

- ライフデザインの必要性に関する実感が不足している。
- 支援が、会社からの「押し付け」とならない説明や工夫が必要である。
- 現状は費用対効果を示すデータを蓄積するフェーズであり、企業への活動普及のためには、国や自治体などの支援が有効と思われる。