

令和7年度 若い世代視点からの ライフデザインに関する検討会 報告書

令和8年5月

若い世代視点からのライフデザインに関する検討会及び「報告書」の位置付け

- ◆ 本検討会は、「若い世代が描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」の議論も踏まえ、若者と有識者から構成する検討会を開催し、若い世代のライフデザイン支援を更に進めていくための必要な方策について、若い世代の視点から議論を深め、検討するもの。
- ◆ 本報告書は、検討会の内容について報告するとともに、ライフデザイン支援の課題とアプローチ（具体的施策）の整理を行うもの。

ライフデザインに関する議論（1/2）

- 社会的に正解とされる生き方が消失した中で、若い世代は、「他人や社会にとっての正解」よりも「自分自身が納得できているか（自分なりの納得解）」を大切にする傾向がある。
- 自分たちが生きている今の時代は、親の世代が若い頃を過ごした時代と、社会の価値観や選択肢の幅が全く異なっていると感じている。こうした中で、自分の親とは異なるバックグラウンドを持つ、近い世代の様々なロールモデルを知り、自身の将来についての「解像度」を高めたいというニーズがある。
- 結婚やこどもをもつことは、「当たり前のこと」ではなく、自分にとっての幸せを実現する手段の1つに過ぎず、希望により選択するもの。
- 子育て期も夫婦ともに働き続けることを理想の夫婦像とする若者が増えている。

「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」における意見（抜粋）

若い世代は、生き方を自分らしく考え、選択していく必要がある一方、難しさを感じている

ライフデザインに係る議論（2/2）

- 特定の選択を前提とするのではなく、選択肢として前向きにとらえたり、希望を叶えたりするための取組がライフデザイン支援であるべき。
- 「知っていて選ばない」ということと、「知らずに選べない」ということは異なる。
- 学校、地方自治体、企業での取組を促し、ライフデザイン支援の裾野を広げていくことが重要。その際、若い世代のライフデザインを応援しようという気運の醸成が必要。
- 将来の選択に関わる事実の知識と、実際に体験して得られる実感の両方が重要。地域性も考慮することが必要。
- 年代に応じて、必要な内容を適切な方法で提供することが重要。

「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」における意見（抜粋）

ライフデザインを考える機会の拡充を、若い世代の視点を踏まえて進めていく必要がある

1. 取組の背景とライフデザインの意義 …… 6
2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性…… 29
3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ…… 51
 - ・企業
 - ・自治体
 - ・大学等
4. まとめ…… 104
- (参考) …… 107

1. 取組の背景とライフデザインの意義

1. 取組の背景とライフデザインの意義

1. 取組の背景とライフデザインの意義

ライフデザインとは

- ライフデザインとは、将来のライフイベント（進学、就職、結婚・育児、住宅の確保、資産の形成、老後など）について、自分の価値観に基づいた選択ができるように、自分の考え方や見通しを整理する事で、自分にとって納得できる生き方を見つける方法である。



資料：こども家庭庁「ライフデザイン支援ポータルサイト」 (<https://lifedesign-information.cfa.go.jp/lifedesign-pj/>)

1. 取組の背景とライフデザインの意義

今、ライフデザインが求められる社会的背景

- 人生の選択肢が多様化しており、また、若い世代とその親世代とでは選択肢を選ぶ際の価値観も大きく異なっている。こうした中、若い世代が希望する人生を自律的に選択できる社会の実現が求められている。

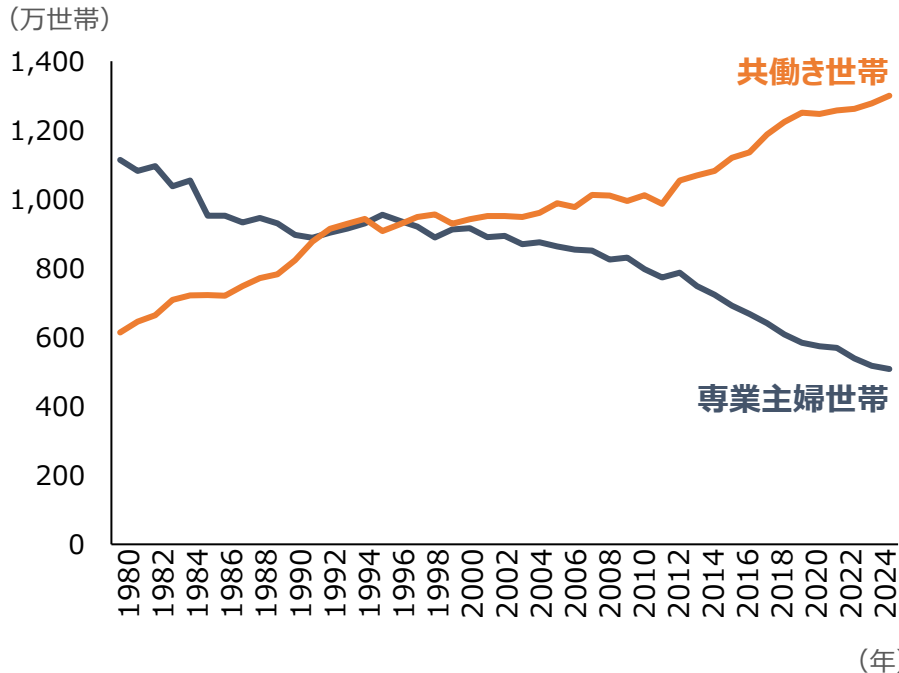


1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 共働き世帯の増加

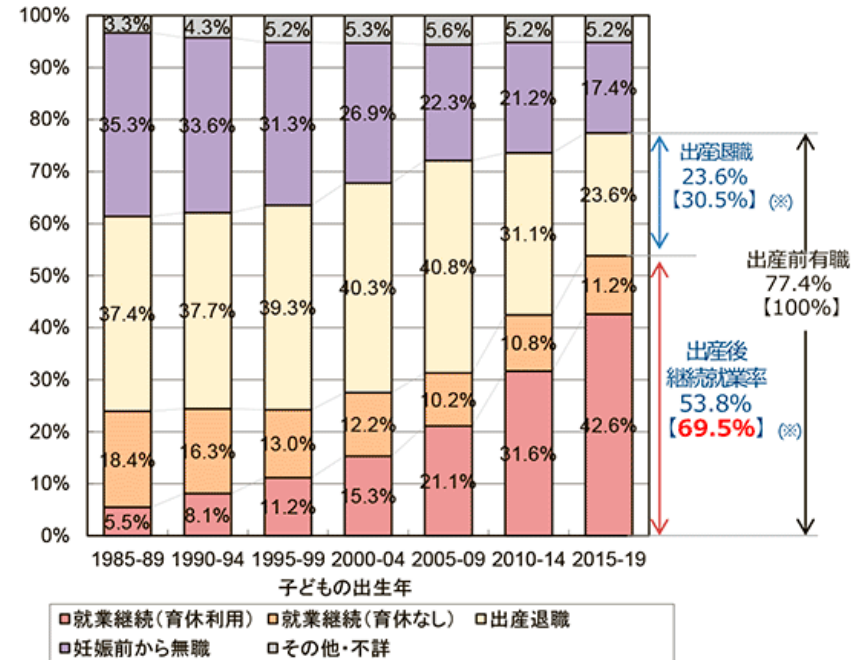
- 1990年代後半に逆転以降、「共働き世帯」は増加傾向、「専業主婦世帯」は減少傾向にある。
- 出産後の継続就業率は急速に高まっている。

共働き世帯数、専業主婦世帯数の推移¹⁾



注1: 「共働き世帯」とは、夫婦ともに非農林業雇用者の世帯。
「専業主婦世帯」とは、夫が非農林業雇用者で、妻が非就業者の世帯。

第一子出産後の妻の就業変化



(※)【 】内は出産前有職者を100として、出産後の継続就業者の割合を算出

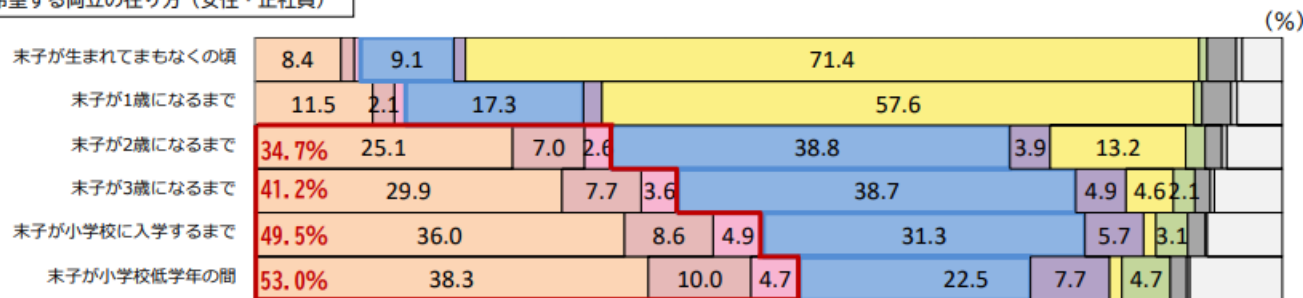
(注1) 就業変化は、妻の妊娠判明時と子ども1歳時の従業上の地位の変化をみたもの。
(注2) 上記グラフは、対象期間(例:2010~2014)中に出産した女性の就業変化を表している。

資料: 左図) 総務省「労働力調査特別調査」及び総務省「労働力調査(詳細集計)」を基に株式会社日本総合研究所作成
右図) 国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査(夫婦調査)」(2021) ※グラフは厚生労働省「令和6年度版厚生労働白書」(2024)に掲載のもの

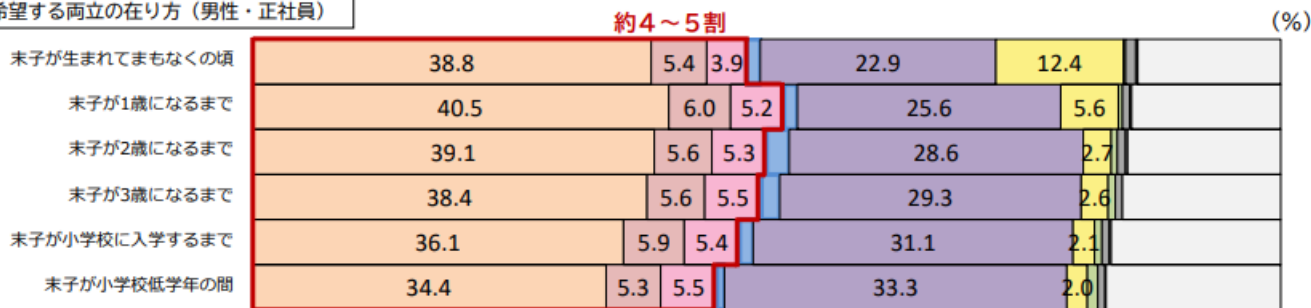
(参考) 希望する仕事と育児の両立の在り方

- 女性・正社員は、子の成長に合わせて働き方の変化（短時間勤務→残業をしない等）を希望。
- 男性・正社員は、柔軟な働き方を希望する割合が子の年齢に関わらず4～5割。

通時的にみた、希望する両立の在り方（女性・正社員）



通時的にみた、希望する両立の在り方（男性・正社員）



【出典】(株)日本能率協会総合研究所「仕事と育児の両立等に関する実態把握のための調査研究事業」(労働者調査)(令和4年度厚生労働省委託事業)
※小学校4年生未満の子の育児を行いながら就労し、約10年以内に妊娠・出産・育児のために離職した経験のない労働者を対象としたアンケート調査

- フルタイムで働き、できるだけ残業をしないようにする
- フルタイムで働き、テレワークをする
- 残業をしながらフルタイムで働く
- 労働時間の短い雇用形態に変更してパートタイム等で働く
- その他

- フルタイムで働き、出社・退社時間やシフトの調整を行う(フレックスタイム制度を含む)
- 育児のための短時間勤務制度を利用して働く
- 長期の休業を取得する
- 仕事を辞めて育児に専念する
- わからない

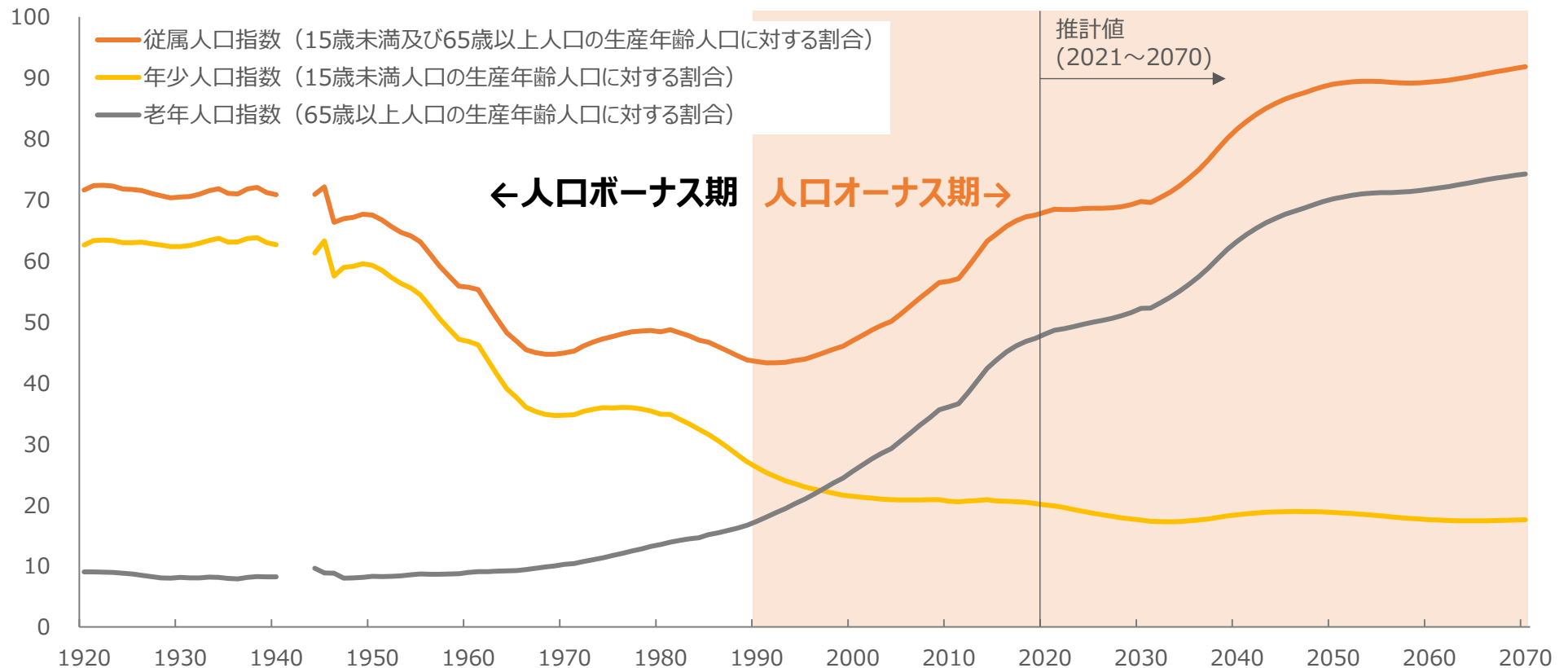
資料：厚生労働省「仕事と育児の両立等に関する実態把握のための調査研究事業」(労働者調査) ※グラフは、こども家庭庁「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ(第7回)」の厚生労働省「資料1. 共働き・子育ての実現に向けた雇用環境の整備～育児・介護休業法改正を中心に～」(2025)に掲載のもの

1. 取組の背景とライフデザインの意義

こどもまんなか
こども家庭庁

人口ボーナス期から人口オーナス期へ

- 日本は従属人口指数が低下する「人口ボーナス期」から、指数が上昇する「人口オーナス期」に突入している。今後は、豊富な生産年齢人口を前提とした経済成長は望めず、多様な働き方を実現することで、就業者を増やし、労働力人口を増やしていく必要がある。

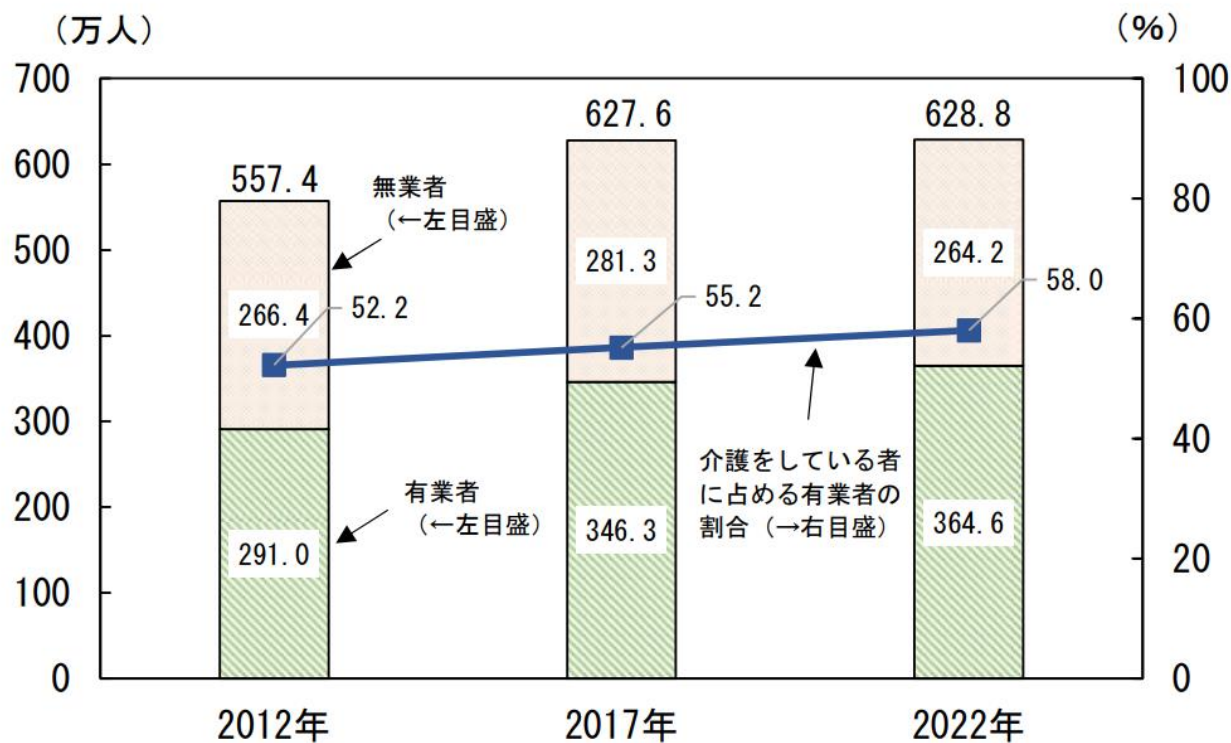


資料：総務省統計局「人口推計」「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計[出生中位・死亡中位推計]）」より株式会社日本総合研究所作成

(参考) 仕事と介護を両立する人の増加

- 介護をしている人の数は増加傾向であり、中でも有業者の数は着実に増加している。

図4 就業状態別介護をしている⁷⁾者の数及び介護をしている者に占める有業者の割合の推移
(2012年～2022年) - 全国



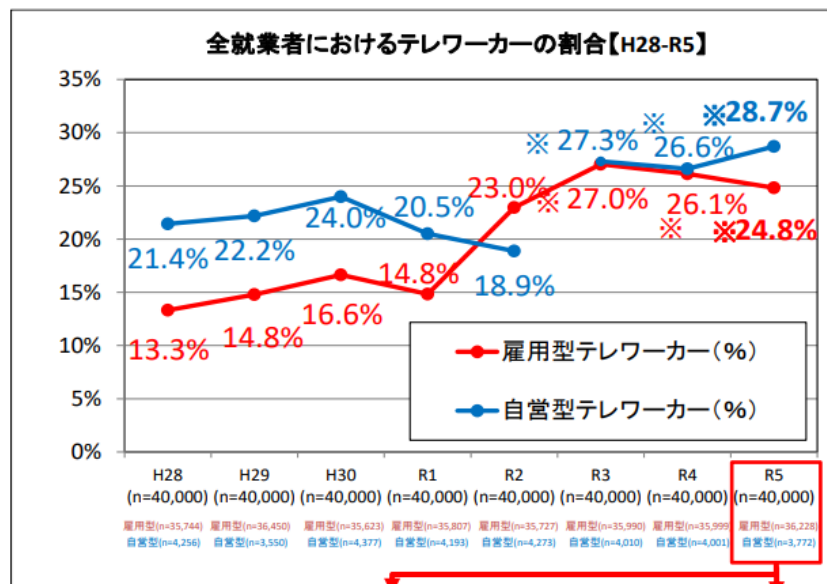
資料：総務省「令和4年就業構造基本調査 結果の概要」(2023)

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) テレワークの普及とフリーランスという働き方

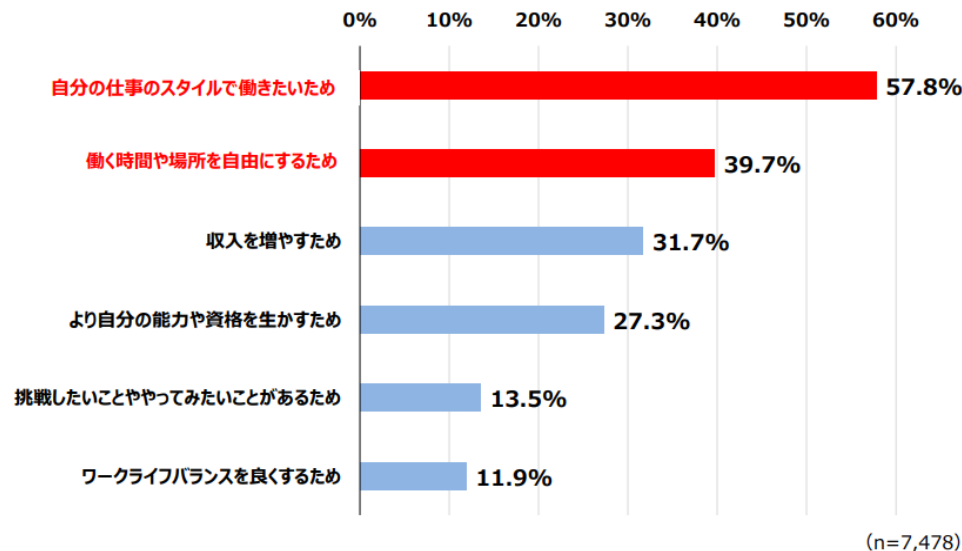
- テレワークの実施はコロナ禍に急増し、25%前後で推移している。
- フリーランスで働く人口は462万人と試算されている（内閣官房2020年）。「自分の仕事スタイルで働く」、「働く時間や場所を自由にする」等がフリーランスを選ぶ理由として挙げられている。

テレワークの実施状況



R5	雇用型			自営型		
	就業者数(人)	テレワーカー数(人)	テレワーカー数/就業者数(%)	就業者数(人)	テレワーカー数(人)	テレワーカー数/就業者数(%)
全体	36,228	8,989	24.8%	3,772	1,083	28.7%
男性	19,469	6,153	31.6%	2,422	646	26.7%
女性	16,759	2,836	16.9%	1,350	437	32.4%

フリーランスという働き方を選択した理由



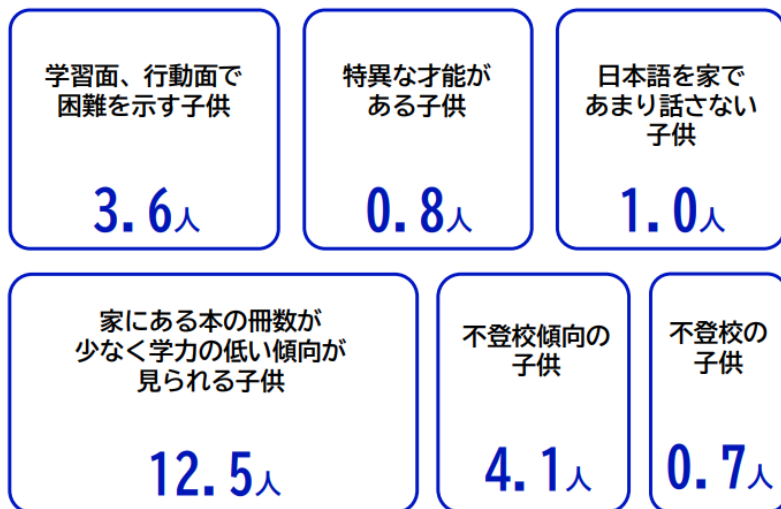
資料：左図) 国土交通省「令和5年度 テレワーク人口実態調査 - 調査結果 -」(2024)
右図) 内閣官房日本経済再生総合事務局「フリーランス実態調査結果」(2020)

(参考) 多様な学びの機会の必要性

- 特定分野に特異な才能を持つこどもや不登校傾向のこども等、こどもの状況が多様化している。
- 授業の内容が難しすぎると思うこどもが30%いると同時に授業の内容が簡単すぎると思うこどもが15%いる状態となっており、個々人にあった学びの機会の必要性が生じている。

顕在化する子供たちの多様性

小学校35人学級における子供の多様性

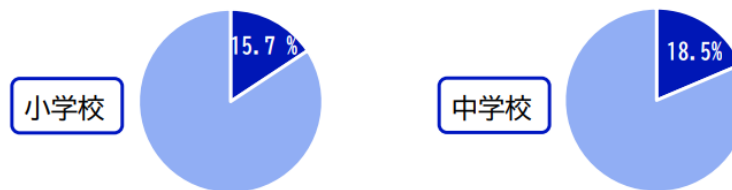


(出典) 内閣府「Society 5.0の実現に向けた教育・人材育成に関する政策パッケージ」をベースに更新された中央教育審議会「初等中等教育における教育課程の基準等の在り方について（諮問）参考資料」（令和6年12月25日開催）

自分らしい学びの実現にはまだ課題

自分にあった授業になっていないと思う

「前年度までに受けた授業は、自分にあった教え方、教材、学習時間になっていた」という質問に対して、「当てはまらない」「どちらかといえば、当てはまらない」と回答した児童生徒の割合（対象：小6・中3）



授業の内容が難しすぎると思う

授業の内容が簡単すぎると思う

上記の各質問に「とても当てはまる」「少し当てはまる」と回答した児童生徒の割合（対象：小4～中3）



(出典) 上：文部科学省・国立教育政策研究所「令和6年度全国学力・学習状況調査の結果（概要）」より作成
下：文部科学省「義務教育に関する意識に係る調査」

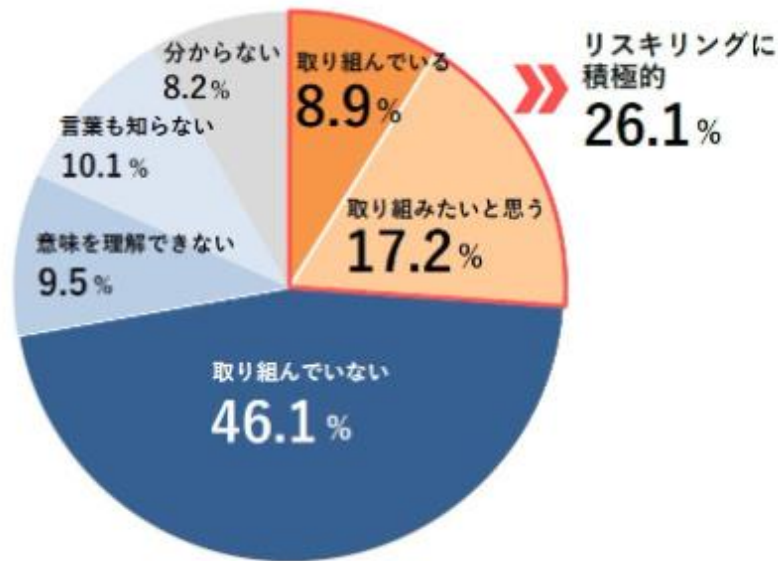
資料：デジタル庁・総務省・文部科学省・経済産業省「教育DXロードマップ」（2025）

1. 取組の背景とライフデザインの意義

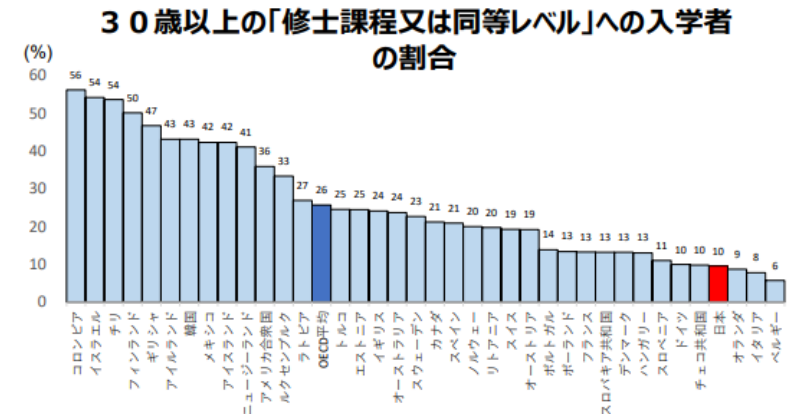
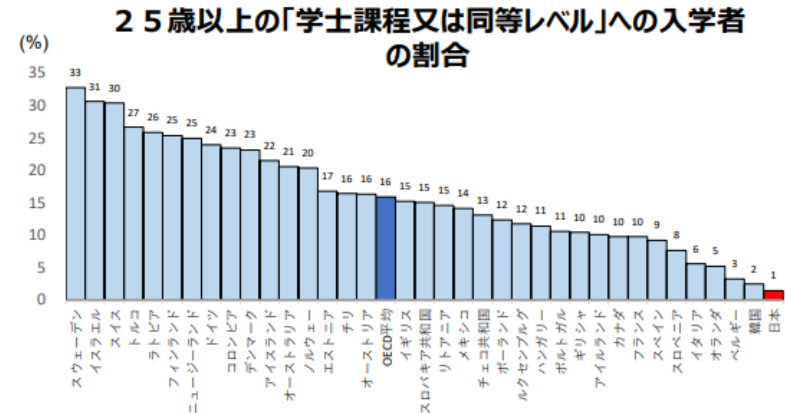
(参考) 生涯を通じた学びの必要性

- リスキングの必要性が叫ばれる中、国内企業で実施している割合は8.9%（民間意識調査）。
- 日本の25(30)歳以上の大学等入学者割合は、諸外国に比べて極めて低い状況である。

国内企業のリスキングの取組状況



リカレント教育の現状



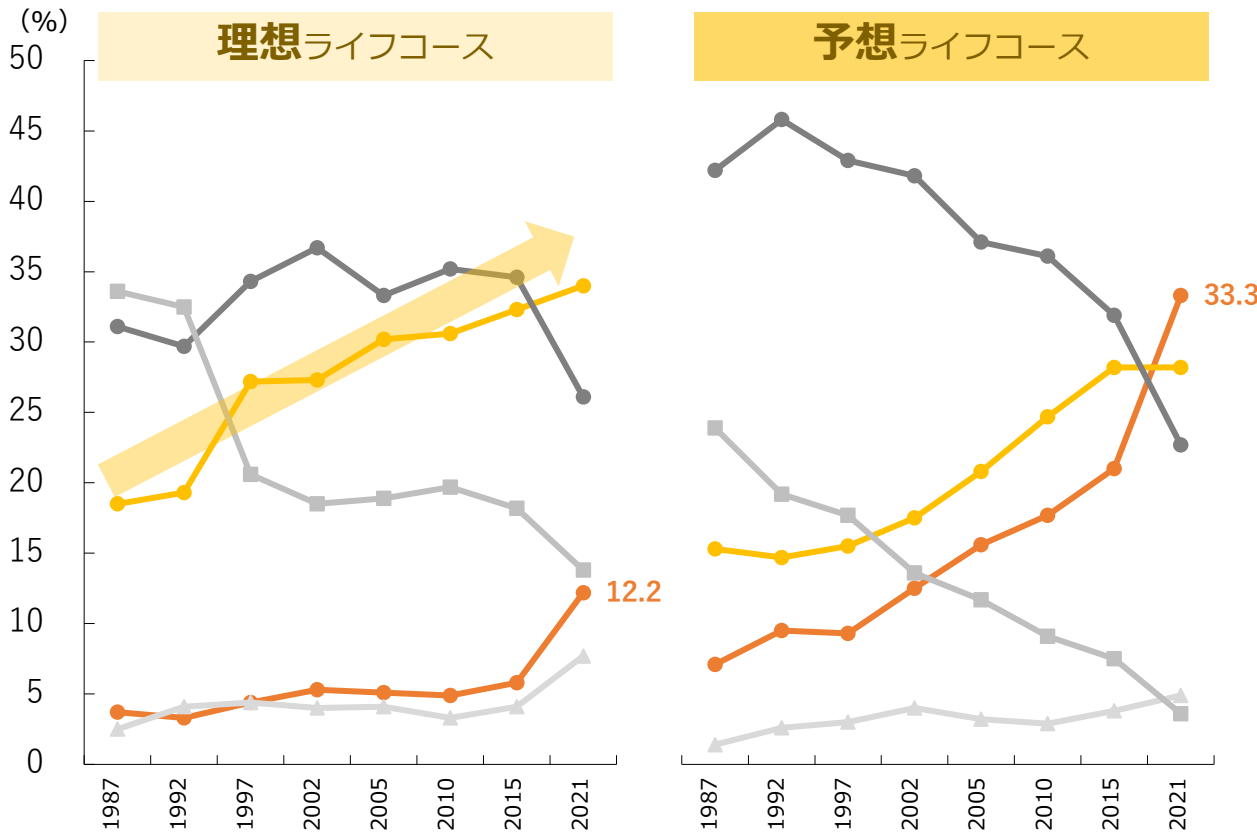
資料：左図) 帝国データバンク「リスキングに関する企業の意識調査」(2024)
右図) OECD. stat「Share of new entrants below the typical age」※グラフは、文部科学省「生涯学習分科会(第125回)」の【資料1】リカレント教育に関する参考資料(2023)に掲載のもの

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) ライフコースの変化

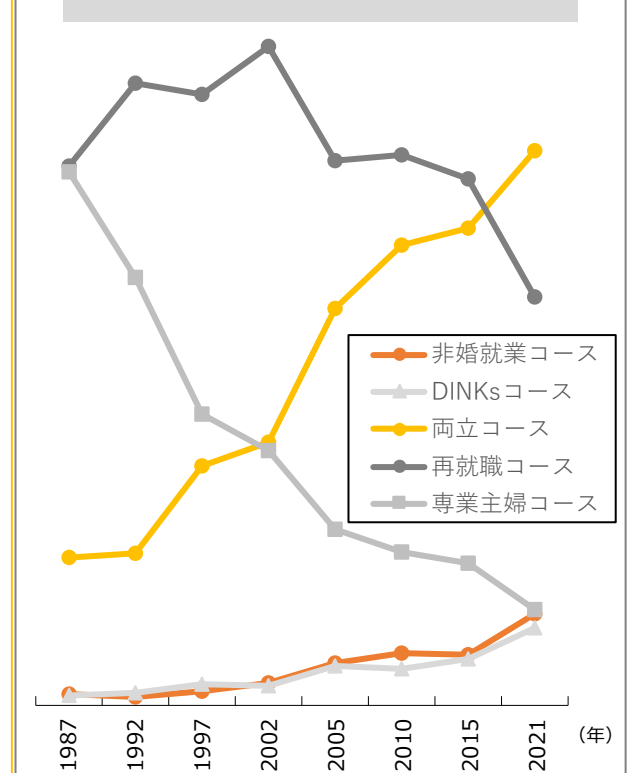
- 女性は、ライフコースとして両立コースを理想とする割合が増加傾向にある。男性のパートナーへの希望も同様である。他方で、非婚就業コースは、理想と予想に大きなギャップがある。

女性



男性

パートナーに望むライフコース



(注1)：【非婚就業コース】結婚せず、仕事を続ける【DINKsコース】結婚するが子どもは持たず、仕事を続ける【両立コース】結婚し、子どもを持つが、仕事も続ける【再就職コース】結婚し子どもを持つが、結婚あるいは出産の機会にいったん退職し、子育て後に再び仕事を持つ【専業主婦コース】結婚し子どもを持ち、結婚あるいは出産の機会に退職し、その後は仕事を持たない

(注2)：対象は18歳から34歳の未婚者。その他及び不詳の割合は省略
資料：国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」(2021年)よりこども家庭庁作成

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 共働き世帯等の生涯可処分所得 (試算結果)

- 出産後の女性の働き方が、就労継続・正社員 (①-A) の場合は、再就職しない場合 (③) に比べ、世帯の生涯可処分所得が約1.7億円多いとの試算結果がある (内閣府2024年)。

<前提> 夫婦・子ども2人世帯・29歳で第1子、32歳で第2子を出産。ケース②では第2子が6歳で復職。 (億円)

	①就労継続		②離職後再就職			③再就職なし
	ケース①-A 就労継続・ 正社員	ケース①-B 就労継続・ 非正規(フルタイム)	ケース②-A 再就職・ 正社員	ケース②-B 再就職・ パート・ 「年収の壁」範囲内 (100万円)	ケース②-C 再就職・ パート・ 「年収の壁」超え (150万円)	ケース③ 離職後・ 再就職なし
世帯の生涯可処分所得	4.92	4.05	4.41	3.52	3.64	3.25
ケース①-Aとの差	—	-0.87	-0.51	-1.40	-1.28	-1.67
世帯の給与所得等 (税・社会保険料控除後)	3.48	2.92	3.11	2.52	2.56	2.25
世帯の退職金所得 (税・社会保険料控除後)	0.45	0.22	0.37	0.23	0.23	0.23
世帯の年金所得 (税・社会保険料控除後)	0.99	0.90	0.93	0.77	0.84	0.76

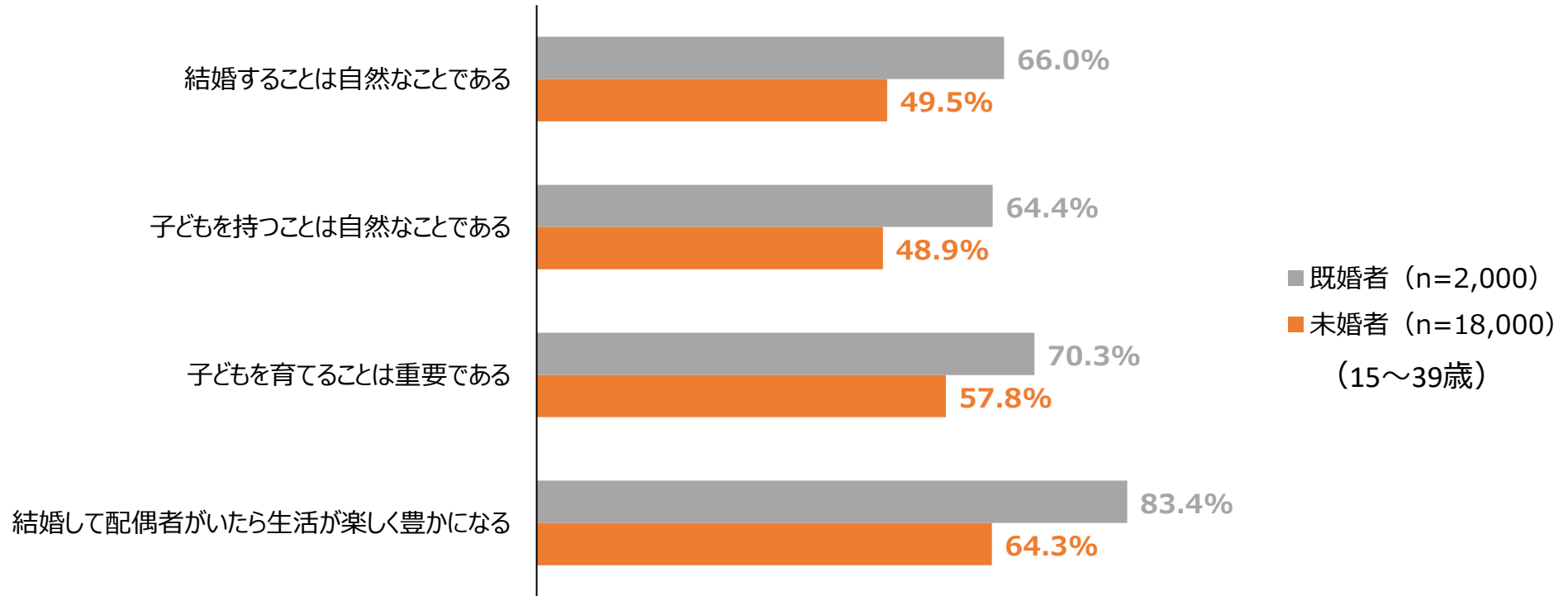
資料：厚生労働省「令和5年賃金構造基本統計」「公的年金シミュレーター」「育児休業制度 特設サイト」「国民健康保険事業年報 令和3年度」「後期高齢者医療の保険料について」「令和2年就業条件総合調査」「令和6年度 介護納付金の算定について (報告)」、中央労働委員会「令和5年賃金事情等総合調査」、国税庁「タックスアンサー」、総務省「地方税制度」、日本年金機構「厚生年金保険料表」「被保険者・被扶養者関係 (格取得・喪失等)」、全国健康保険協会「第109回全国健康保険協会運営委員会 参考資料1」、人事院「令和5年職種別民間給与実態調査」

※表は厚生労働省「女性の職業生活における活躍推進プロジェクトチーム (第4回) の内閣府政策統括官 (経済財政分析担当) 「女性の出産後の働き方による世帯の生涯可処分所得の変化 (試算) 」(2024) に掲載のもの

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 結婚や子どもを持つことへの意識 (1/2)

- 「結婚・子どもを持つことは自然なことである」と回答している未婚者は約5割で、既婚者の約7割よりも低い。未婚男女ともに、「結婚することは自然なこと」より「配偶者がいたら生活が楽しく豊かになる」と回答している割合が高い。



※結婚や子どもを持つことへの意向（単一回答）のうち「あてはまる（そう思う）」
「ややあてはまる（ややそう思う）」と回答した割合

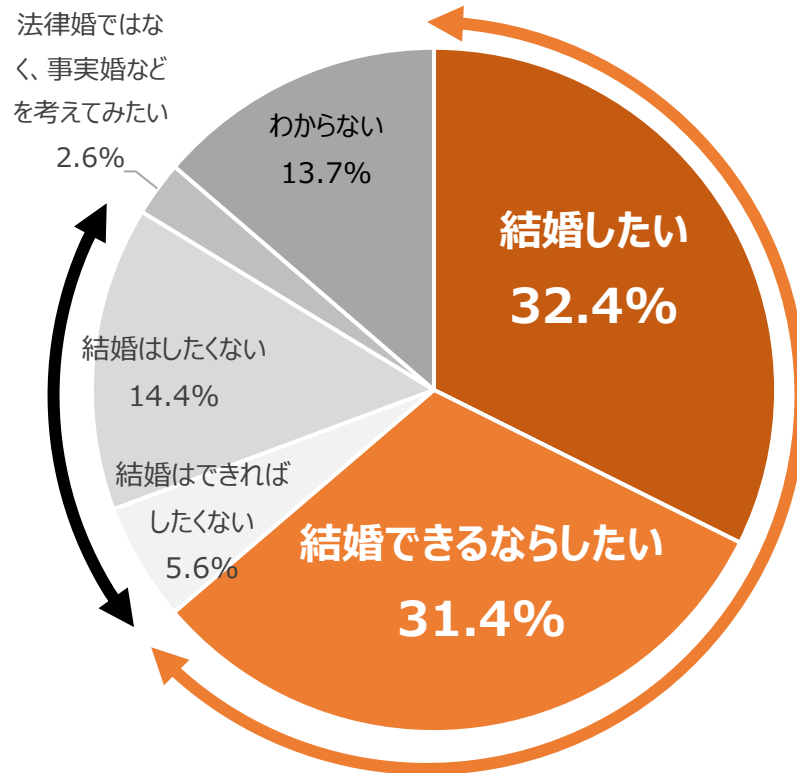
資料：こども家庭庁「令和6年度若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」（2024）

1. 取組の背景とライフデザインの意義

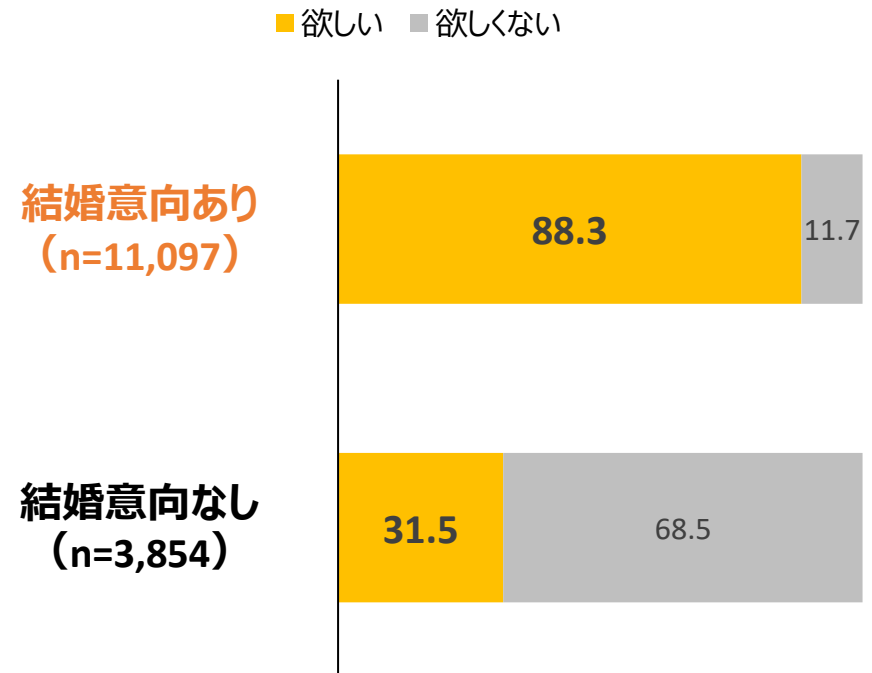
(参考) 結婚やこどもを持つことへの意識 (2/2)

- 未婚者の約6割が結婚意向があり、結婚意向のある未婚者は、約9割が子どもを希望している。
- 一方で、結婚意向のない未婚者の約3割が子どもを希望している。

未婚者の結婚への意向 (n=18,000)



こどもの希望



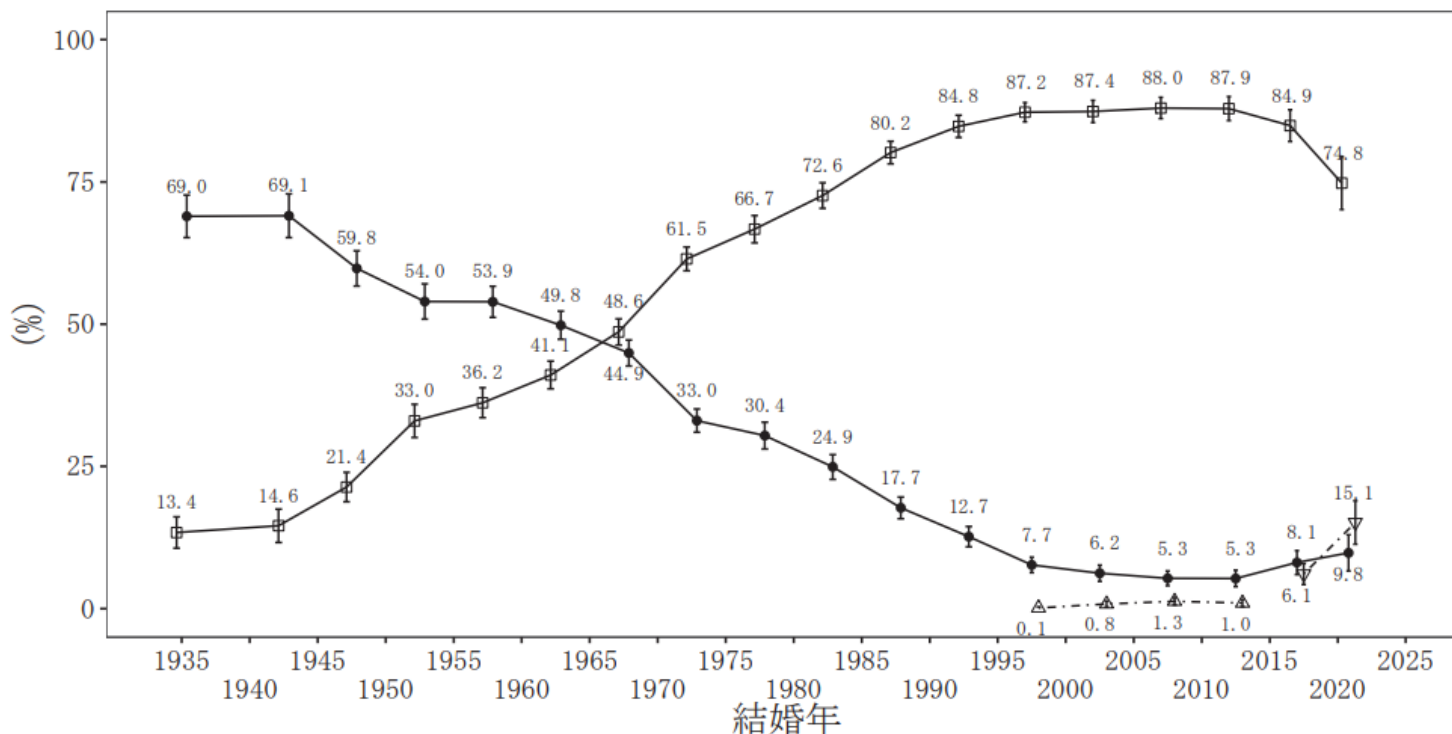
※こどもの希望は、「1人」以上の回答を「欲しい」、「子どもは欲しくない」の回答を「欲しくない」として集計

資料：こども家庭庁「令和6年度若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」(2024)

(参考) 見合い結婚と恋愛結婚の推移

- 見合いから恋愛結婚へと割合が変化。近年は、インターネットがきっかけの割合が増加している。
- 直近、恋愛結婚が▲10.1pt、ネットでが9.0ptと推移しており、恋愛結婚における出会いの形に一部変化がみられる。

図表 5-2-1 結婚年次別にみた、恋愛結婚・見合い結婚の構成割合



□ 恋愛結婚 ● 見合い結婚 △ メディアを通じて ▽ ネット (インターネット) で

資料：国立社会保障・人口問題研究所「現代日本の結婚と出産—第16回出生動向基本調査（独身者調査ならびに夫婦調査）報告書」（2023）

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 離婚件数等の推移

- 離婚件数は直近で約18万件（厚生労働省「人口動態統計」）。内訳としては、同居期間が長い夫婦の割合が上昇傾向。

図1 離婚件数の年次推移 - 昭和25年～令和6年-

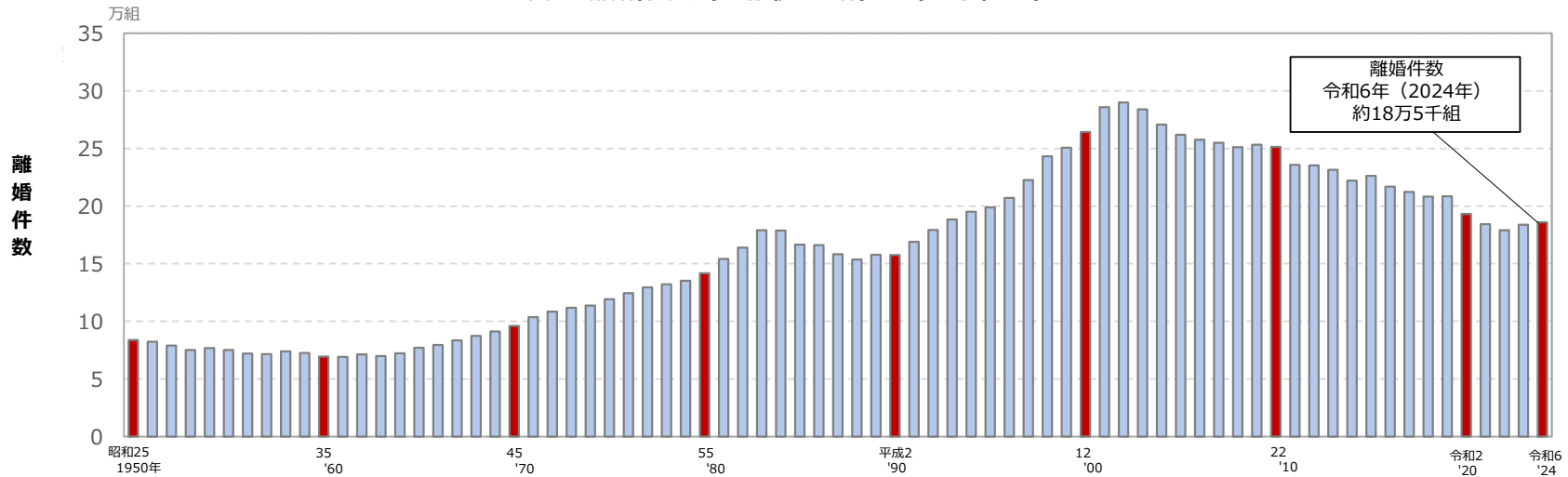
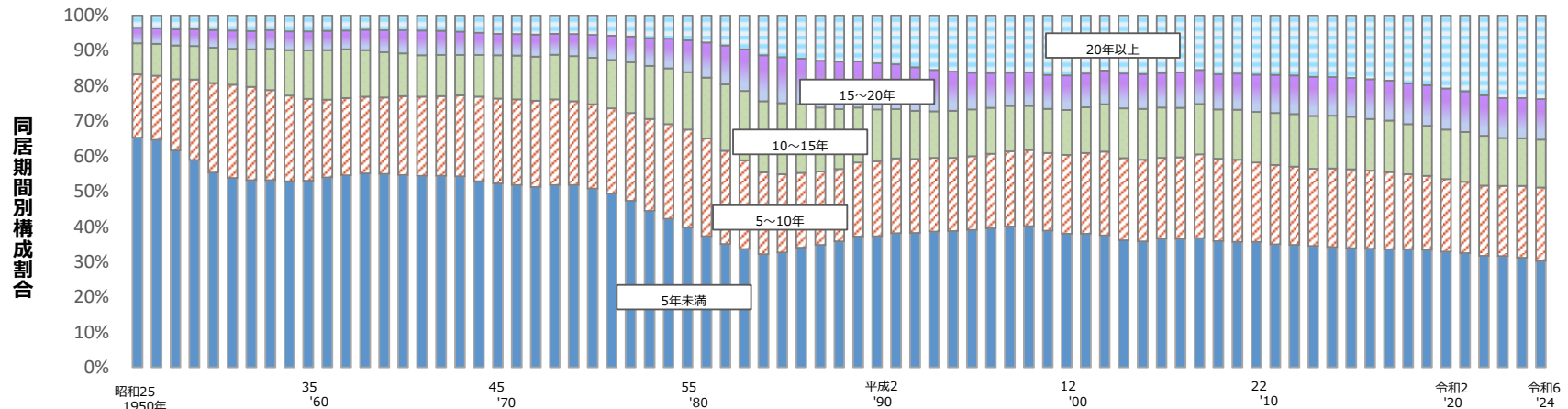


図6 離婚の同居期間別構成割合の年次推移 - 昭和25年～令和6年-

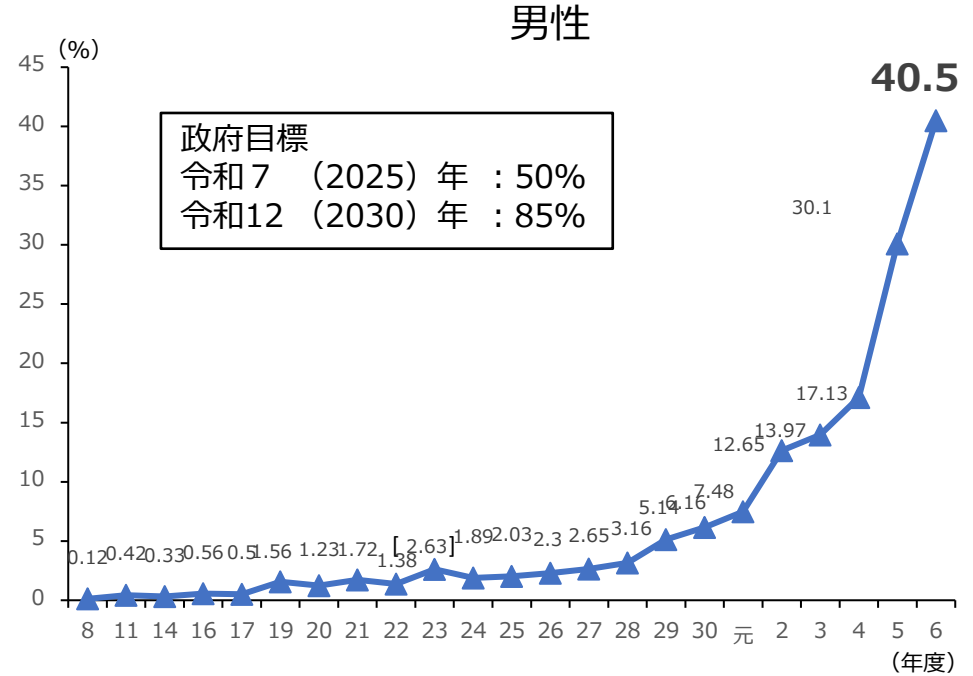
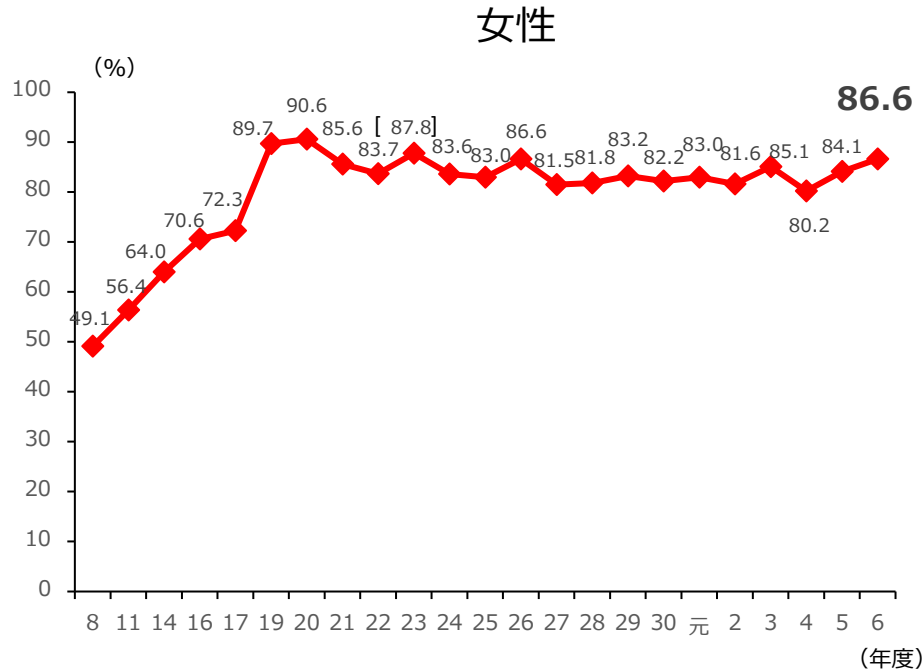


注：同居期間不詳を除いた総数に対する割合である。

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 男性育休の取得率

- 育児休業取得率は、女性は8割台で推移。
- 男性は女性と比べると低水準ではあるものの、上昇傾向にある（令和6年度：40.5%）。



育児休業取得率 =
$$\frac{\text{出産者のうち、調査年の10月1日までに育児休業を開始した者（開始予定の申出をしている者を含む。）の数}}{\text{調査前年の9月30日までの1年間（※）の出産者（男性の場合は配偶者が出産した者）の数}}$$

(※) 平成22年度以前調査においては、調査前年度の1年間。

(注) 平成23年度の [] 内の割合は、岩手県、宮城県及び福島県を除く全国の結果。

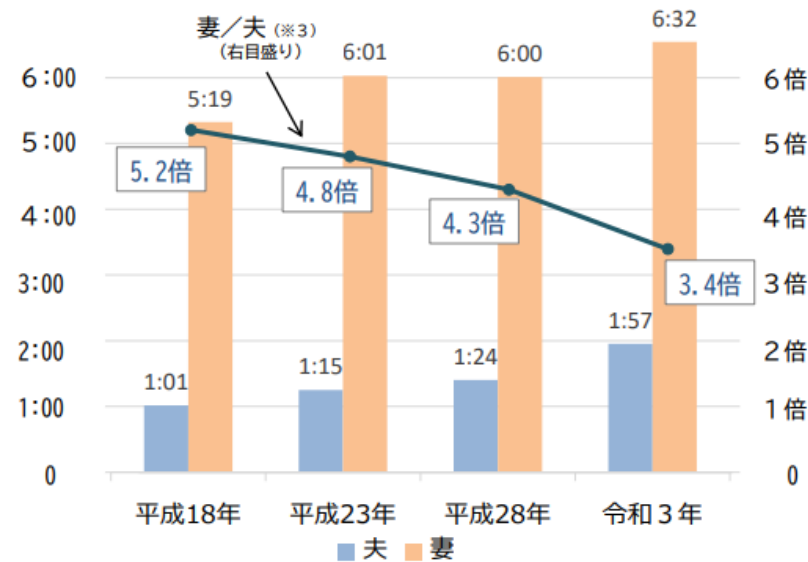
1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 家事関連時間の推移

- 夫婦間の家事関連時間の差は縮小傾向にあるものの、令和3年において妻は6時間32分であるのに対して、夫は1時間57分であり、3.4倍の差がある。

6歳未満の子がいる世帯（※1）で、共働きかつ夫も妻も雇用されている場合の家事関連時間（※2）（週全体平均・1日当たり）

（時間：分）



【出典】総務省「社会生活基本調査」

※1 夫婦と子どもの世帯。

※2 「家事関連時間」とは、「家事」、「介護・看護」、「育児」、「買い物」の合計時間。

※3 (妻の家事関連時間) ÷ (夫の家事関連時間) により算定。

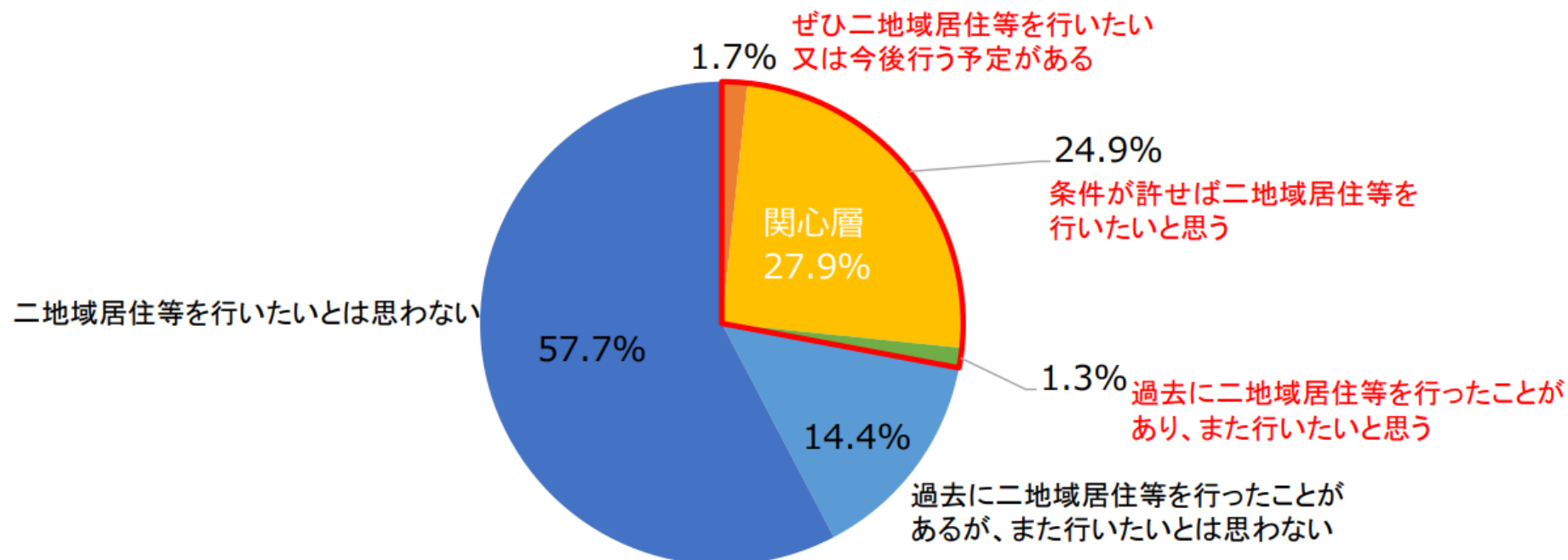
資料：総務省「社会生活基本調査」※グラフは、こども家庭庁「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ（第7回）」の厚生労働省「資料1. 共働き・共育ての実現に向けた雇用環境の整備～育児・介護休業法改正を中心に～」(2025)に掲載のもの

1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) 二地域居住等への関心

- 二地域居住とは、地方への人の流れを生むとともに、東京一極集中の是正や地方創生に資するものと考えられている。約3割（27.9%）が二地域居住等に関心を持っている。

Q. 今後、居住地や通勤・通学先以外で、二地域居住等を行いたいと思いますか？



インターネット調査、令和4年8月31日～9月12日（n=111,793）
※本アンケートは、18歳以上の全世代に対して実施しており、全体の回答者は約12万人。

資料：国土交通省「二地域居住に関するアンケート」（2022）※グラフは、国土交通省「第3回移住・二地域居住等促進専門委員会」の国土交通省「資料7 参考データ集」（2023）に掲載のもの

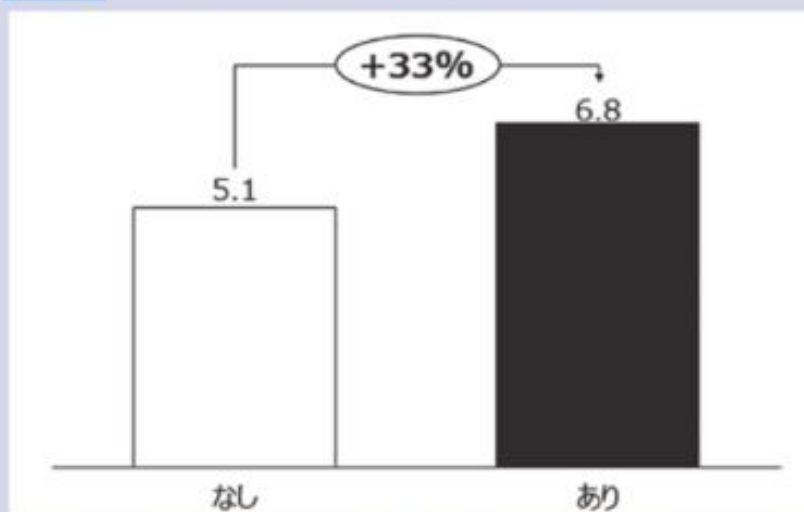
1. 取組の背景とライフデザインの意義

(参考) ライフデザインの効果

- ライフデザインを行うことが幸福度にプラスの影響を与えるという研究結果も発表されている。
- また、直接的なライフデザインの有無ではないものの、ライフデザインにおける重要な要素である「自己決定」が幸福度に強く影響を与えることも示されている。

ライフデザインの有無別の幸福度

資料 ライフデザインの有無別・幸福度

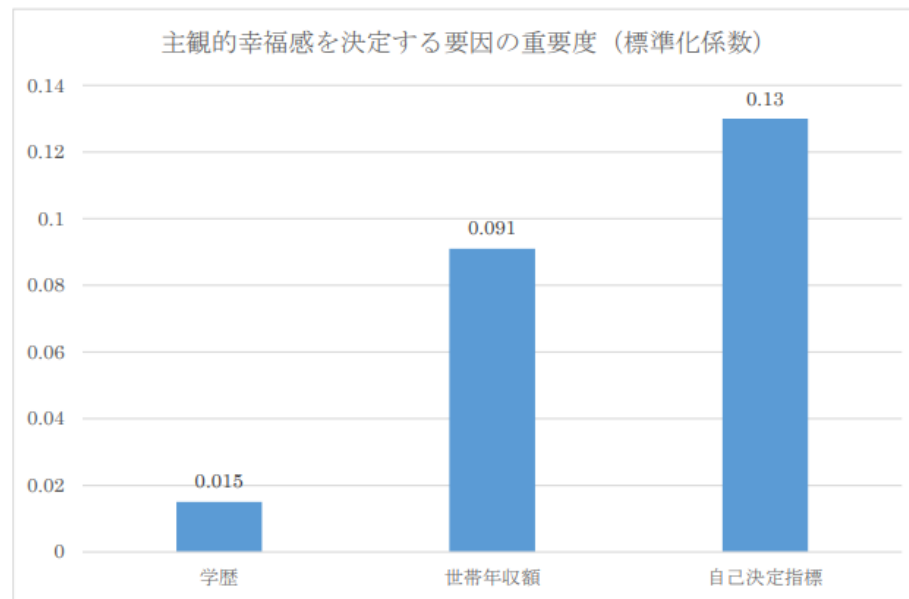


(注) グラフの○印内の計数は、ライフデザイン「なし」群に対するライフデザイン「あり」群の必要性認知率等が何%増減したか(リスク比)を記載。差分(ポイント)ではない点に留意。

(出所) 第一生命経済研究所作成。

幸福感への自己決定の影響度

図13 主観的幸福感を決定する要因の重要度 (標準化係数)



注：学歴は説明変数として統計的に有意ではない。

資料：左図：株式会社第一生命経済研究所「ESGインサイト『ライフデザインはウェルビーイング実現に役立つ』」(2023)
右図：西村和夫、八木匡「幸福感と自己決定-日本における実証研究」(2020)

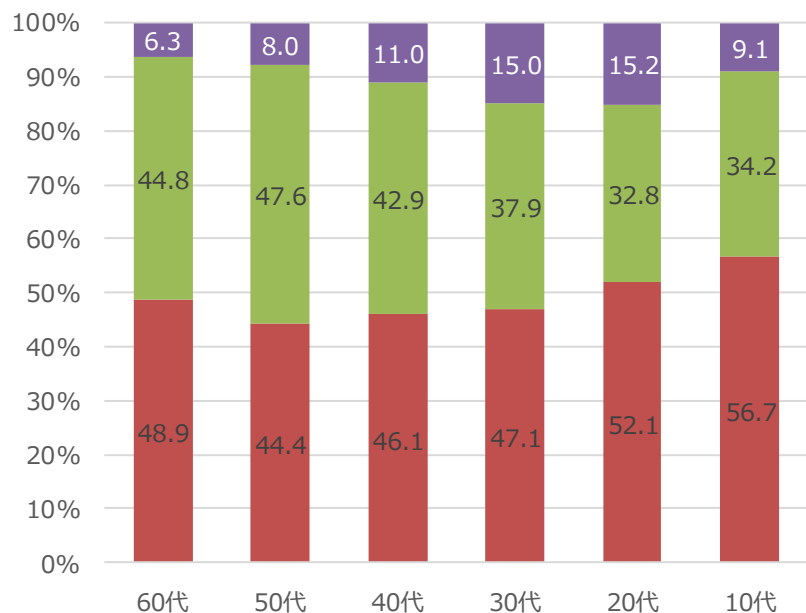
1. 取組の背景とライフデザインの意義

アンケート調査結果：ライフデザインの必要性

- いずれの年代でも40%以上の人々が「ライフデザインを考える機会がある社会」に対して、その必要性が高いと感じると回答。また、若い年代ほど自身のライフデザインを考える機会が必要だと考えている。

Q. 学び方・働き方・暮らし方等に関する実態や情報を知り、「ライフデザインを考える機会がある社会」に対する必要性が高いと思いますか。

Q. あなた自身は、学び方・働き方・暮らし方等に関する実態や情報を知り、ライフデザインを考える機会が欲しいですか。



■ 必要性が高いと感じる ■ どちらともいえない ■ 必要性が高いとは思わない

n=18,760 回答対象：全員



■ 既に客観的な情報収集やライフデザインを行っている ■ 特にほしくない ■ どちらともいえない ■ 欲しいと感じる

資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成

第1回検討会における主な意見等

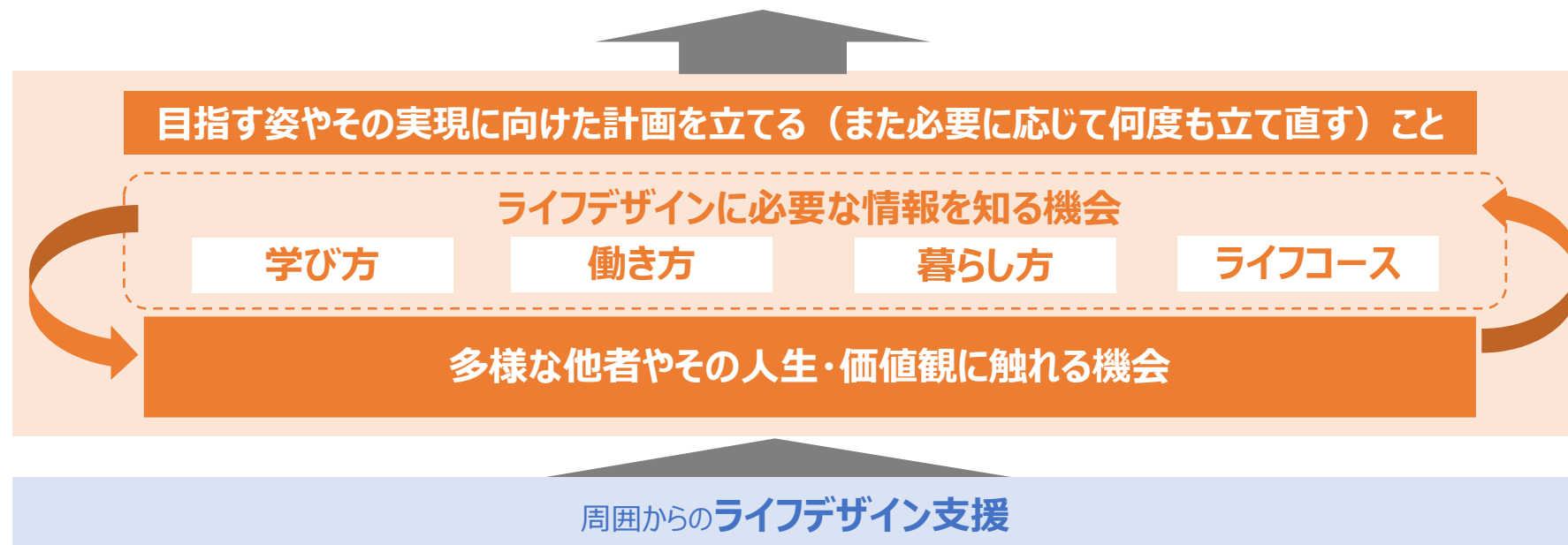
- 今の世の中、情報が溢れていて不安を煽られる。ネットを経由して様々な視点・情報に触れることができ、それが自分に当てはまるのかも分からず、これが正しいのかも精査が必要になっているので、正しい情報を知る機会が欲しい。
- キャリア以外の本当のライフ・人生の部分をどうやって学んでいけばいいのかが分からない。
- 「なぜ就活をするのか」とか、根源的な疑いみたいなものに向き合う機会や情報がないまま判断をするようになってしまっているので、そこに対する支援は、不足している。こういう生き方をしたいとか、こういう家庭を築いていきたいとかを考え、そういう考えであれば「就活する時にこういうところに気を付けた方が良いでしょう」とか、「こういう福利厚生気にしてみた方が良いでしょう」とアドバイスしてくれるような人の存在は大事だと思う。
- 「社会的に正解とされる生き方が消失した」という意見だが、そういうわけでもないのかなと感じる。やはり良い大学に行って良い企業に就職するというルートは未だに王道であり、転職こそ当たり前になってきたものの、新卒で大企業に就職するというのが、私もそれが良いというのを潜在的に思っているというか、いろんな人と会話する中で、やはりそれが王道であり、それが正解なのだというのは植え付けられているなという感覚がある。
- ライフデザインは自分でキャリアを選択するために、自分の価値観や譲れないものなどを探す1つの方法として、重要なのではないか。社会にとっての正解っていうところに揺さぶられる瞬間は誰にでもあって、社会的な正解みたいところとのギャップがあると精神的につらいことがあった。自分の中のものを引き出して、整理したりとか、それを自分の中だけでなく、他者と一緒に答え合わせをする中で、深めていくみたいなどころで、ライフデザインには意義があると思う。
- 価値観が違うのは当たり前で、各人が持つ価値観はそれぞれの経験に結びついていたりするとは思いますが、そこまで深く話し合う機会が無いからこそ、理解し合うことが難しく、みんなが自分と違う人生を歩んでいて、変に偏見を持ってしまう面がある。ライフデザインを通して、他者の人生に寄り添うことや理解し合うこと、自分が良いと思っている自分の経験に基づいた生き方は、必ずしも他者に当てはまるものではない、ということを学ぶ機会にもなるのではないかと思う。
- 社会人になってしまうと仕事に忙殺され、どうしても人生のことを考えるのを先送りしてしまうようになってしまっているように感じる。そういった中で、一度立ち止まって自分の人生のことを考えるタイミングがあることは重要である。
- ライフデザインをすることで立てた計画はうまくいくものばかりではない。「計画通りいかないと良くない」とならないように受け止められるようにしないといけない。

1. ライフデザインの実践の背景と意義

まとめ：若い世代がライフデザインに取り組む意義

- ライフデザインに取り組むことは、多様な他者やその人生・価値観への接触を通じて、必要な情報を得たうえで、自分が目指す姿をイメージし、その実現に向けた計画を立てることである。
- これにより、自分自身の羅針盤※を持ち、人生の様々な場面で自律的な選択ができるようになるもの。

自分自身の羅針盤を持ち、人生の様々な場面で
自律的な選択ができるようになる

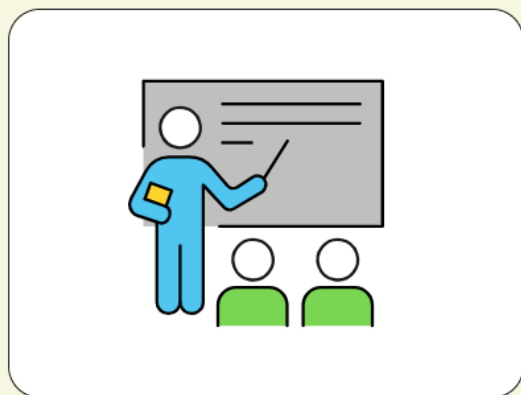


※羅針盤：方位磁針。コンパス。比喻として「進むべき方向を示す指針」という意味でも使われる。

2. 若い世代のライフデザイン支援の現状 と検討の方向性

ライフデザイン支援の定義

- 従業員や学生等に対して、企業や団体等がライフデザインを行う機会やそれに必要な知識・情報を提供したり、ライフデザインの実現や見直しをサポートすること。



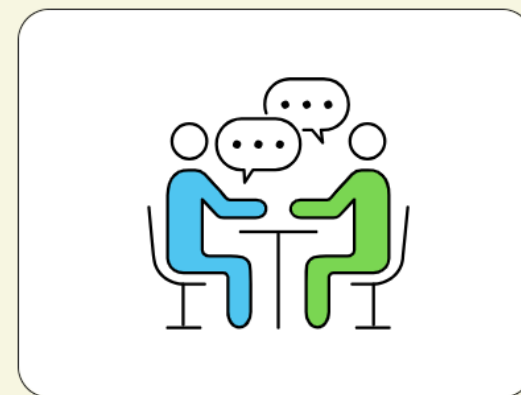
ライフデザインの
機会を提供

例えば、学校の授業や
会社の研修の実施



必要な知識・情報を
提供

例えば、住宅の確保や子育てにか
かる費用、働き方の選択肢、それ
らの支援制度等の情報を提供



相談支援等による
ライフデザインの実現や
見直しのサポート

例えば、先生や身近な先輩、専門
家による相談対応、支援制度利用
に関するサポート

ライフデザイン支援の必要性に係る議論（1/2）

ライフデザイン支援の具体化に関する主な意見等

- ライフデザイン支援に当たっては、結婚するかしないかは自由であり、選択肢として前向きにとらえたり、希望を叶えたりするための取組であることを改めて確認したい。
- 多様性や個性を尊重しようという世の中において、多様性があるからこそ混乱し、情報も多く、どう選択していけばよいか分からないという面もあるのではないかと。周囲からの影響を受ける中で、自分で選択することは勇気がいるものであり、若者の選択に寄り添っていく工夫が必要。
- 親の時代とは異なる価値観等の中にあっても、どのようにキャリアを設計していくか、こどもを育てていくかがイメージしやすくなるとよい。様々な子育て支援、両立支援の制度が整備されているが、それらを前提に一人一人の生活実感に落とししていくことが必要。
- 未婚の若者の6割が「自分自身に満足している」かどうかについて「（あまり）そう思わない」と回答している。ライフデザインを考えることは、単に自分の将来を考えるだけでなく、自己肯定感が生まれる、自分自身が大切にされている、意思決定が尊重されるといった「こどもの権利」に気づき、考えることにもつながるのではないかと。
- ライフデザインを考える上での価値観は人生の様々な段階で変わってゆくもの。ライフデザインをいわば書き換えていく機会があることも重要。

若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループで聞かれた意見（抜粋）

ライフデザイン支援の必要性に係る議論（2/2）

ライフデザイン支援の具体化に関する主な意見等

- 学校、地方自治体、企業での取組を促し、**ライフデザイン支援の裾野を広げていくことが重要。**
- ライフデザイン支援では、**将来の選択に関わる事実の知識と、実際に体験して得られる実感**の両方が重要。**地域性も考慮すること**が必要。
- 全ての年代に共通の1つのコンテンツを提供するのではなく、**年代に応じて、必要な内容を適切な方法で提供することが重要。**
- 学校での取組拡大**に向けて、地域の専門家等の協力を得たり、地域学校協働活動の中で取り組むなどし、先生方の理解を得つつ、**地域との連携を進める**ことが重要。そのためにも若い世代の**ライフデザインを応援しようという気運の醸成が必要。**
- 大学等への働きかけも重要。**授業の中に取り込む、就職支援の一環で行うなど、大学によって様々な方法があるが、自治体との連携を含め、上手に取り組んでいる事例を発信していくことにより、取組を広げていく方法もあるのではないか。
- 企業等**に向けて取組を拡大するためには、**経営層や管理職**にその重要性を理解してもらうことが重要。その際、セミナー等の参加者の意識変容、満足度やエンゲージメントの向上に関するメリット、他の企業等の取組例も伝えていくことが重要。
- 先行自治体の例も参考に、乳幼児触れ合い体験、キャリア形成、プレコンセプションケア、ワークライフバランスなどを**各年代に応じて適切に取り入れる**ことが重要。
- ひとり親家庭で育つ子どもや非正規雇用の方、困難な状況にある子ども・若者もライフデザインを描ける**よう、関係の制度等を含め、丁寧に情報を伝えていくことが重要。

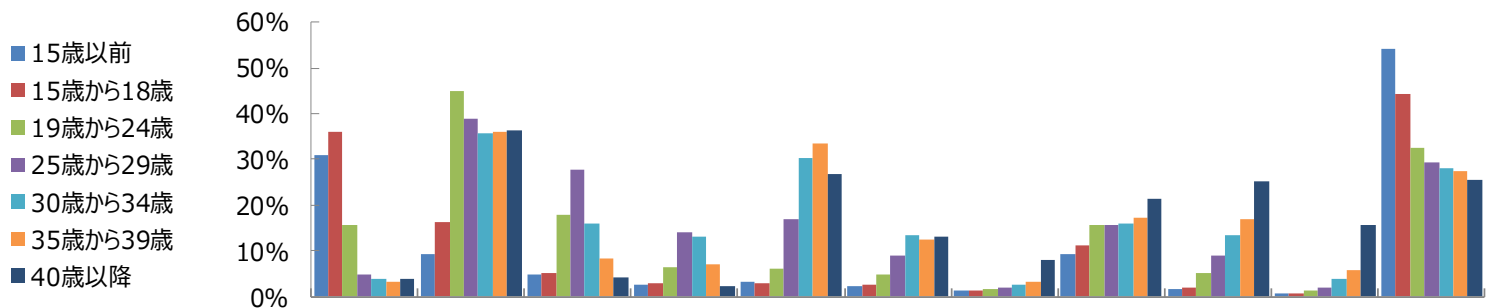
若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループで聞かれた意見（抜粋）

2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性

ライフデザインの経験

- 関連するライフイベントが近い時期にライフデザインが行われている傾向が見られた。
- どの項目についてもライフデザインを行わなかった人がいずれの年代においても25%以上存在していた。

Q.あなたは、将来のライフイベント（進学、就職、結婚・育児、住宅の確保、資産の形成、老後など）について、自分の価値観に基づいた選択ができるように、自分の考え方や将来の見通しを整理したことがありますか。そのようなライフデザインの経験がある場合、その時期に考えた項目を選択してください。



	進学・学び直し	職・仕事（就職・転職）	結婚	妊娠・出産	子育て	住宅・居住地	介護	趣味	資産形成	老後	ライフデザイン
15歳以前	30.9	9.3	4.7	2.7	3.2	2.5	1.3	9.3	1.6	0.8	54.1
15歳から18歳	35.9	16.3	5.2	3.0	2.9	2.6	1.3	11.1	2.1	0.9	44.2
19歳から24歳	15.6	44.8	17.8	6.6	6.3	4.8	1.7	15.8	5.3	1.4	32.5
25歳から29歳	4.9	38.7	27.9	14.1	16.9	9.1	1.9	15.8	9.0	2.1	29.5
30歳から34歳	3.8	35.8	16.0	13.0	30.2	13.5	2.5	16.1	13.6	3.8	28.0
35歳から39歳	3.4	35.9	8.3	7.3	33.4	12.6	3.4	17.4	16.9	5.9	27.5
40歳以降	3.9	36.5	4.1	2.4	26.8	13.3	8.2	21.4	25.3	15.7	25.5

ライフデザインの経験 性別

- 男性よりも女性は、20代後半から30代を中心に「妊娠・出産」、「子育て」に関するライフデザインを経験している割合が高くなっていった。

Q.あなたは、将来のライフイベント（進学、就職、結婚・育児、住宅の確保、資産の形成、老後など）について、自分の価値観に基づいた選択ができるように、自分の考え方や将来の見通しを整理したことがありますか。そのようなライフデザインの経験がある場合、その時期に考えた項目を選択してください。

		進学・学び直し	仕事（就職・転職）	結婚	妊娠・出産	子育て	住宅・居住地域	介護	趣味	資産形成	老後	ライフデザインは行わなかった
男性	1.15歳以前	30.0	9.4	4.6	2.4	3.1	3.2	1.6	10.6	2.2	0.8	52.6
	2.15歳から18歳	33.1	15.2	4.7	2.5	2.8	3.0	1.5	12.4	2.7	0.7	44.6
	3.19歳から24歳	15.4	42.9	12.9	3.3	4.8	4.8	1.7	17.3	6.2	1.3	33.6
	4.25歳から29歳	5.0	41.2	25.4	6.9	11.1	8.5	1.9	17.3	10.0	1.8	31.1
	5.30歳から34歳	3.5	39.3	16.5	7.7	23.0	13.5	2.4	17.5	14.7	3.3	29.4
	6.35歳から39歳	3.0	39.6	8.0	5.1	27.3	12.9	2.6	18.7	18.4	5.2	28.5
	7.40歳以降	3.3	39.1	4.6	2.2	24.2	13.5	6.4	20.9	27.0	13.8	25.8
女性	1.15歳以前	31.7	9.2	4.8	2.9	3.3	1.8	1.1	8.0	1.1	0.9	55.5
	2.15歳から18歳	38.7	17.4	5.7	3.4	2.9	2.2	1.0	9.9	1.5	1.1	43.7
	3.19歳から24歳	15.9	46.8	22.8	9.8	7.8	4.7	1.7	14.3	4.5	1.6	31.4
	4.25歳から29歳	4.8	36.3	30.5	21.4	22.8	9.7	2.0	14.3	8.0	2.5	27.9
	5.30歳から34歳	4.1	32.4	15.6	18.4	37.4	13.4	2.7	14.7	12.5	4.3	26.7
	6.35歳から39歳	3.7	32.2	8.6	9.4	39.4	12.4	4.1	16.1	15.4	6.6	26.6
	7.40歳以降	4.4	33.9	3.7	2.6	29.5	13.1	10.0	22.0	23.7	17.5	25.3

* 男女間で ■ は +10ポイント以上、■ は -10ポイント以下

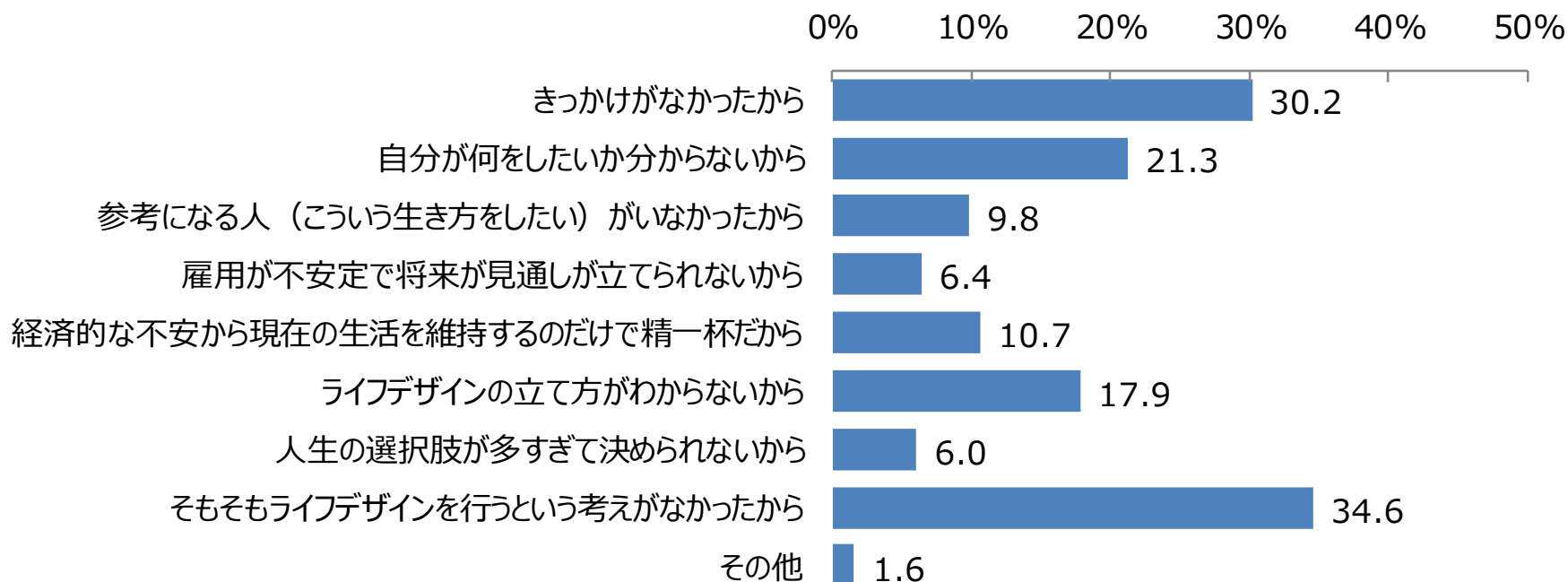
n=18,760 回答対象：各対象年齢を経ている人

ライフデザインをしたことがない理由

ライフデザインの
経験なし

- ライフデザインを行わなかった理由としては、「そもそもライフデザインを行うという考えがなかった」や「きっかけがなかった」が多くの割合を占めていた。

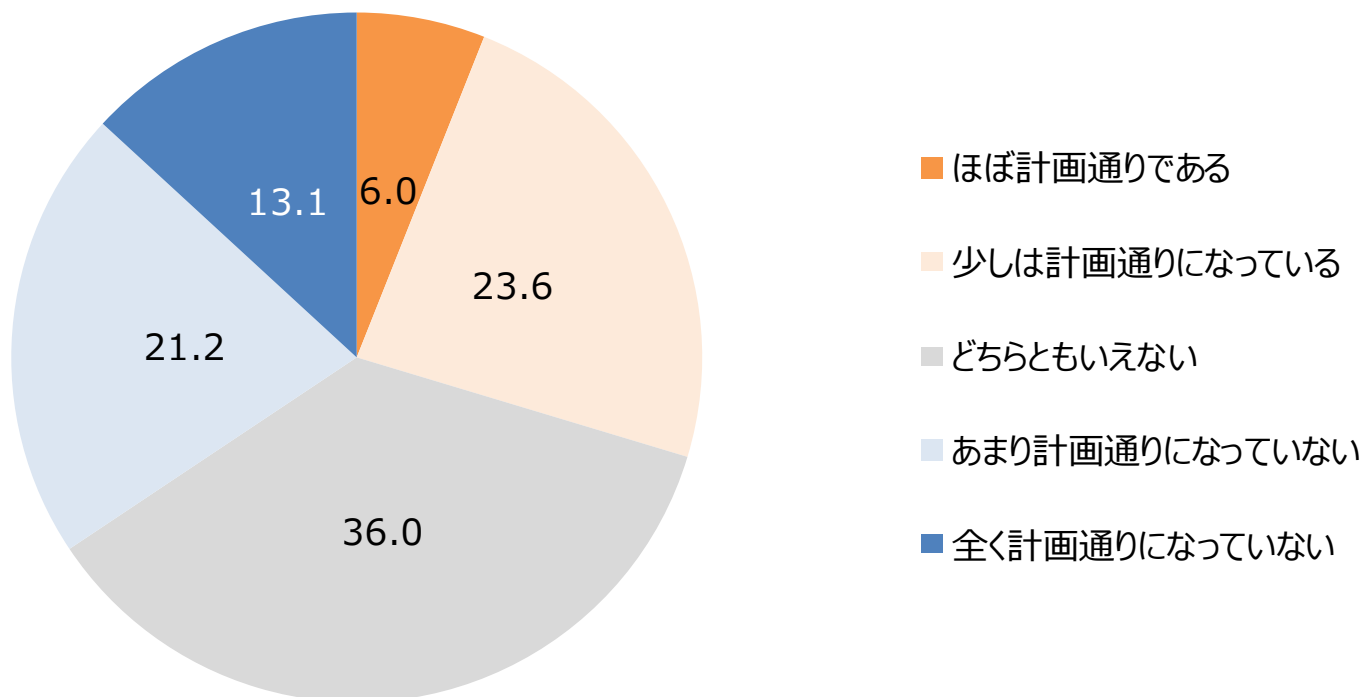
Q.ライフデザインを行ったことがない理由として該当するものをすべてお選びください。



n=4,588 回答対象：すべての時期においてライフデザインを行ったことがない人

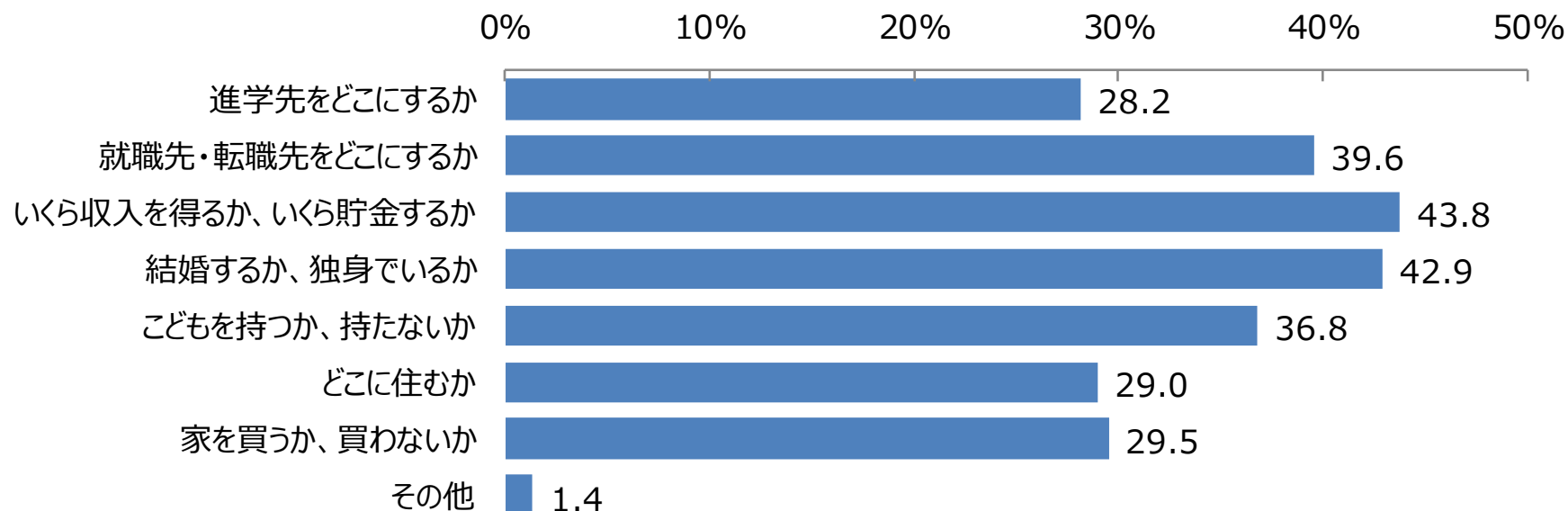
- 「ほぼ計画通り/少しは計画通りとなっている」、「どちらともいえない」、「あまり計画通りになっていない/全く計画通りになっていない」はそれぞれ30-40%となっていた。
- 初めて行ったライフデザインが「ほぼ計画通り」は6%で、「少しは計画通り」である層を含めても30%程度にとどまっている。

Qあなたの人生は、総じて初めて行ったライフデザインで計画した通りになっていますか。



- 就職先や収入・貯金に関することや、結婚するかや子どもをもつかに関して、計画通りとなっている層が30-40%と他項目に比べ比較的高くなっていた。

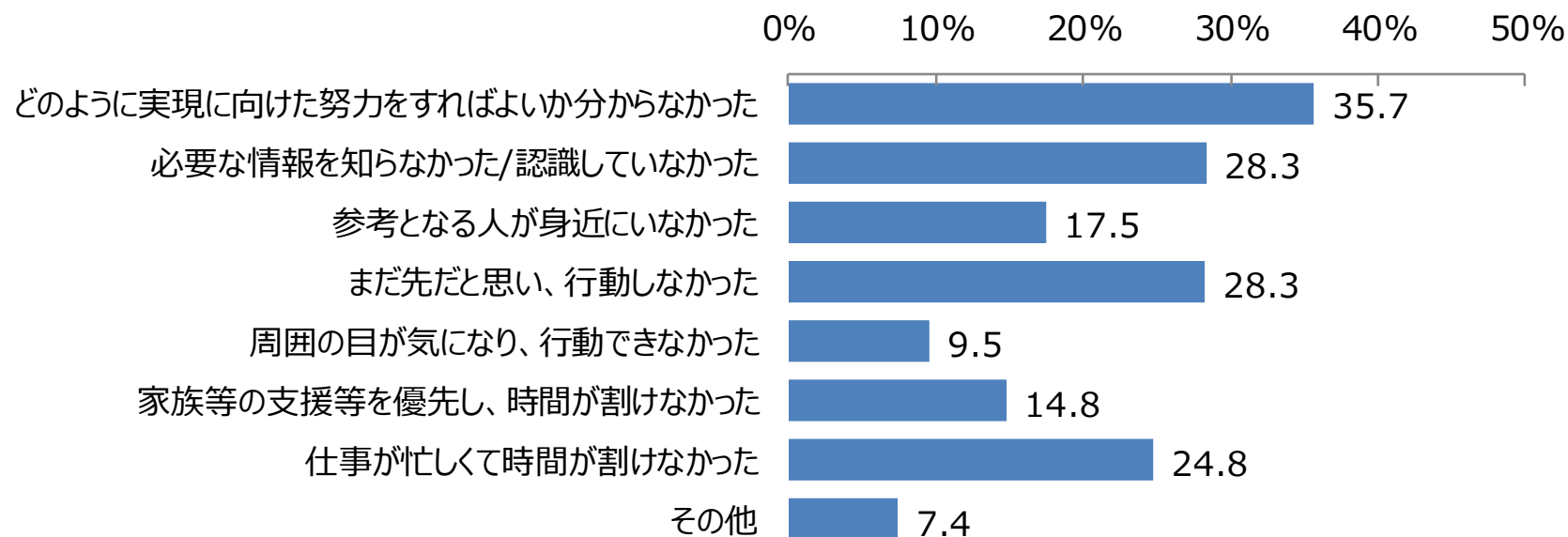
Q. 次のどの点についてライフデザインを通じて計画した通りとなっていますか。



ライフデザインを実現できなかった理由

- 計画通りにならなかった理由として「どのように実現に向けた努力をすればよいか分からなかった」が最も多く、「必要な情報を知らなかった/認識していなかった」「まだ先だと思い、行動しなかった」がその次となっていた等、実現に向けたサポート体制や情報提供が不足していることがうかがえる。

Q.あなたは、計画通りにならなかった理由として当てはまるものをお選びください。



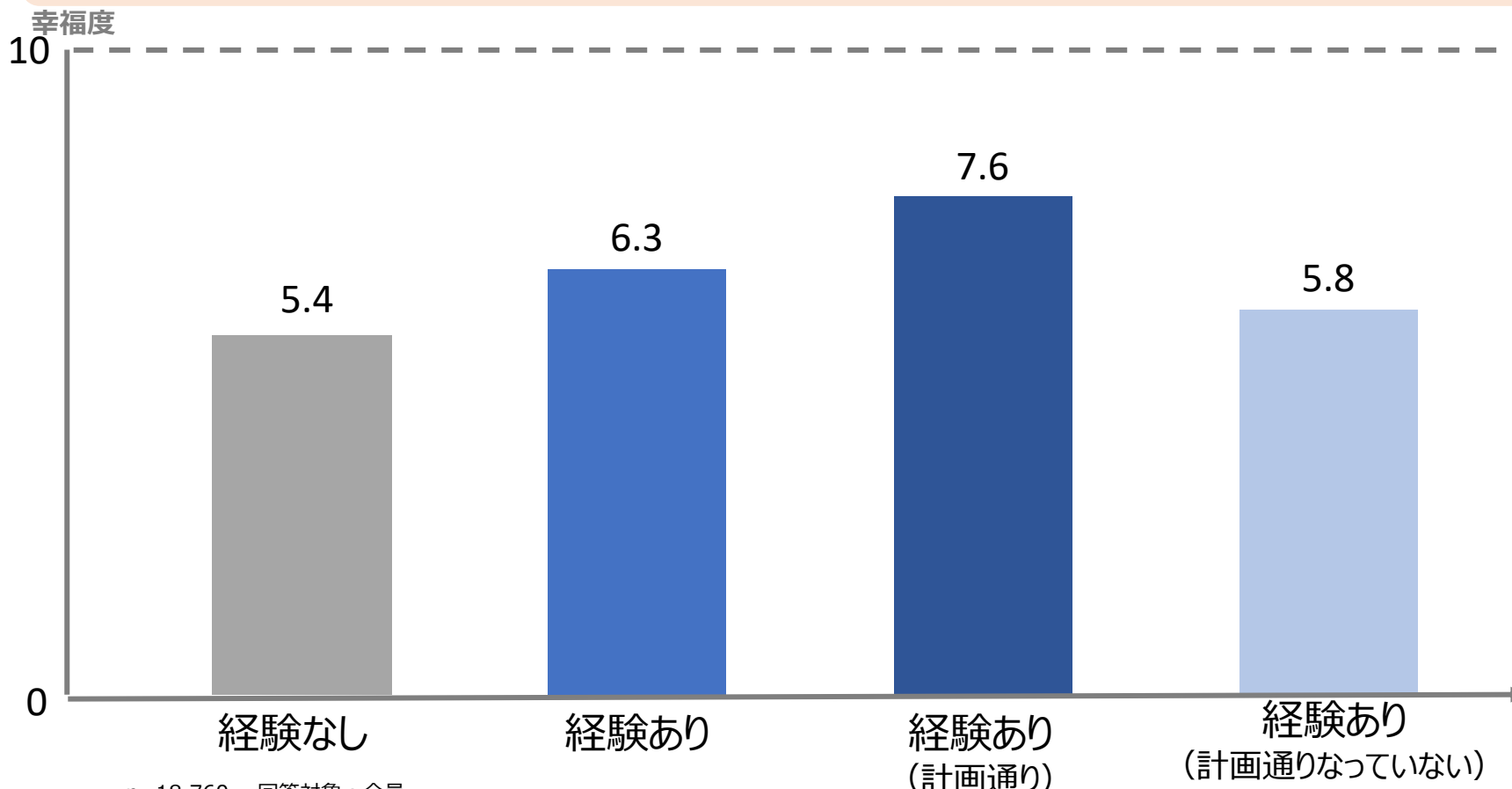
n=4,799 回答対象：ライフデザイン計画において「あまり計画通りになっていない」「全く計画通りになっていない」と回答

資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成

ライフデザインと幸福度の関係

- 「ライフデザインの経験がある層」は幸福度が高い水準となっていた。初めて行ったライフデザインが「計画通りとならなかった層」の幸福度は、「経験なし層」より若干高く、「経験あり層」より若干低い。

Q.現在、あなたはどの程度幸せですか。「とても不幸」を0点、「とても幸せ」を10点として、いずれか1つだけ選んでください。



n=18,760 回答対象：全員

ライフデザインの見直しと幸福度の関係

- 「目標の実現に向け具体的な計画を立てたうえで必要に応じて見直しを行っている人」は、見直しを行っていない、具体的な計画・目標を立てていない層と比べ、幸福度が高くなっていた。

Q.現在、あなたはどの程度幸せですか。「とても不幸」を0点、「とても幸せ」を10点として、いずれか1つだけ選んでください。

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	加重平均(点)
		とても不幸 (0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10) とても幸せ	
全体		2.9	1.8	3.8	5.5	6.2	19.9	12.2	16.3	16.9	6.0	8.6	6.13
Q30 あなたは、初めてライフデザインを行って以降、目標の実現に向けた具体的な計画を立てたうえで見直し等を行っていますか。	具体的な計画を立てたうえで必要に応じて見直しを行っている	1.5	0.8	1.9	2.7	3.6	11.9	9.5	17.3	23.5	10.4	16.8	7.15
	具体的な計画は立てたが見直しは行っていない	1.4	1.2	3.0	4.7	7.4	17.6	14.0	19.0	18.1	6.2	7.5	6.31
	具体的な計画・目標は立てていない	2.4	2.1	4.4	6.6	6.5	18.7	12.8	17.1	17.6	5.6	6.2	6.00

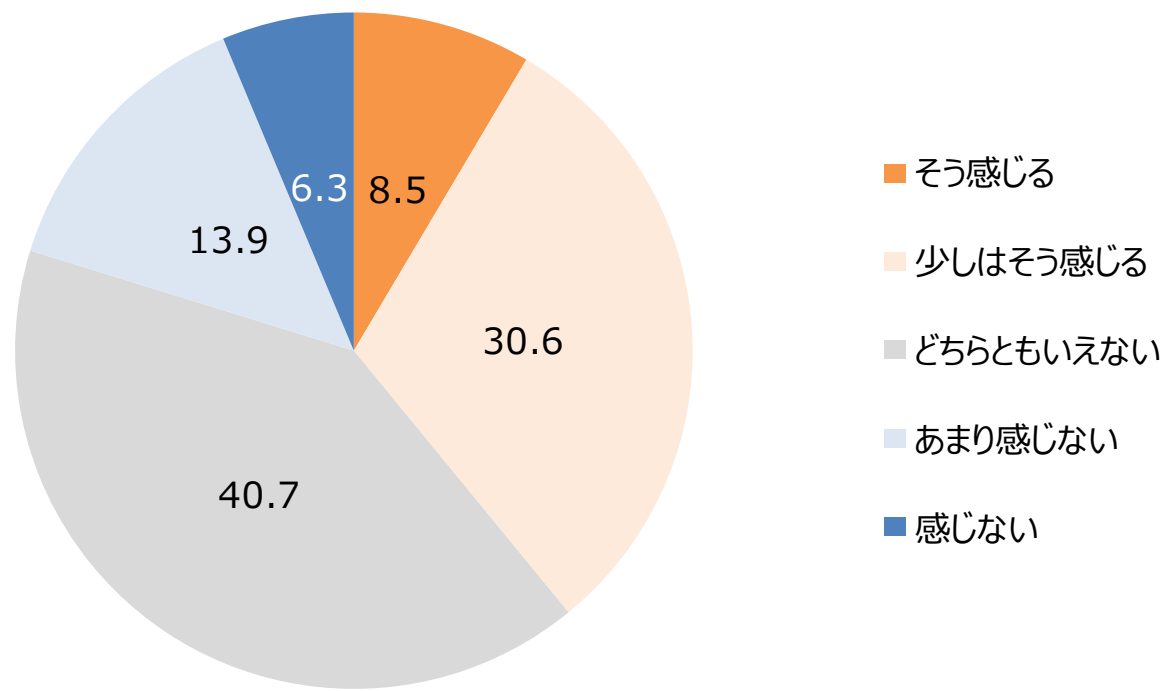
* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

ライフデザインの必要性

ライフデザインの
経験あり

- ライフデザインを行ったことで40%程度の人が、より納得感のある人生を歩んできていると感じていた。

Q.あなたはライフデザインを行ったことで、より納得感のある人生や幸せな人生を歩んでこられていると感じますか。



ライフデザイン支援のニーズ

- ライフデザイン支援を受けたい/やや支援を受けたい人は38.9%、やや支援を受けたくない/受けたくない人は24.7%であった。
- 受けたい層は基礎的な知識がない、決めるが難しい等、自身だけで取り組むにはハードルが高い状態にある。

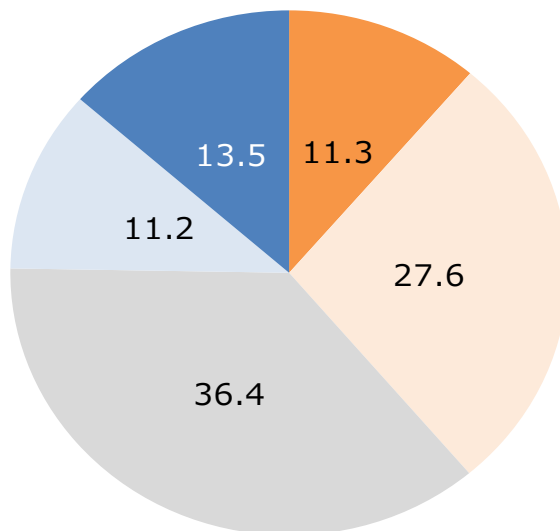
Q.あなたは周囲からライフデザインを行うための支援（ライフデザイン支援）を受けたいと思いますか。

支援してもらいたくない/どちらともいえない理由

ライフデザインを行うメリットや必要性がよく分からないから	32.2%
他人に自分のライフデザインの内容を知られたくないから	28.6%
支援がなくても自分でライフデザインを行うことができるから	27.1%
他人に自分のライフについて話しても、理解してもらえないから	26.6%
その他	1.9%

n=6,936

回答対象：ライフデザインを行うための支援を「どちらともいえない」「やや支援してもらいたいとは思わない」「支援してもらいたいとは思わない」と回答



- 支援してもらいたいと思う
- やや支援してもらいたいと思う
- どちらともいえない
- やや支援してもらいたいとは思わない
- 支援してもらいたいとは思わない

n=11,392 回答対象：年齢15～39歳

支援してもらいたい理由

ライフデザインを行う基本的な知識がないから（ライフ、キャリア、ファイナンスの基礎情報を知らない）	38.8%
選択肢が多すぎて自分で決めるのが難しいから	38.8%
ライフデザインを行いたいと思っても、やり方がよく分からないから	38.4%
普段の生活ではライフデザインを行うきっかけがないから	34.4%
その他	0.6%

n=4,429

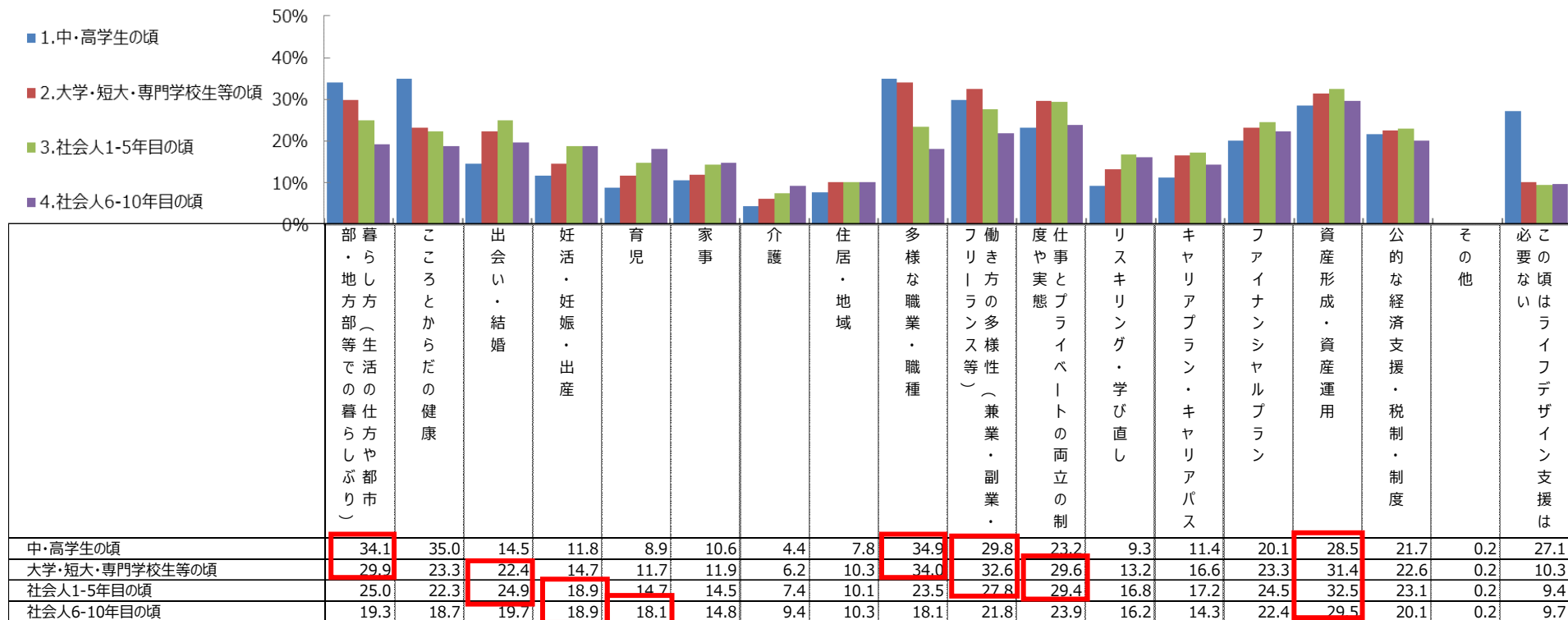
回答対象：ライフデザインを行うための支援を「支援してもらいたいと思う」「やや支援してもらいたいと思う」と回答

2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性

求められる情報

- 暮らし方や職業・職種は学生期に、働き方や仕事とプライベートの両立は学生期から社会人1-5年目の頃に、結婚、出産、育児等に関する情報はライフイベントが近づいたタイミングで提供されることを望む人が多かった。
- 資産形成についてはどのタイミングでも情報提供されることを望む人が多かった。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援を通じてどのような情報が提供されることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。

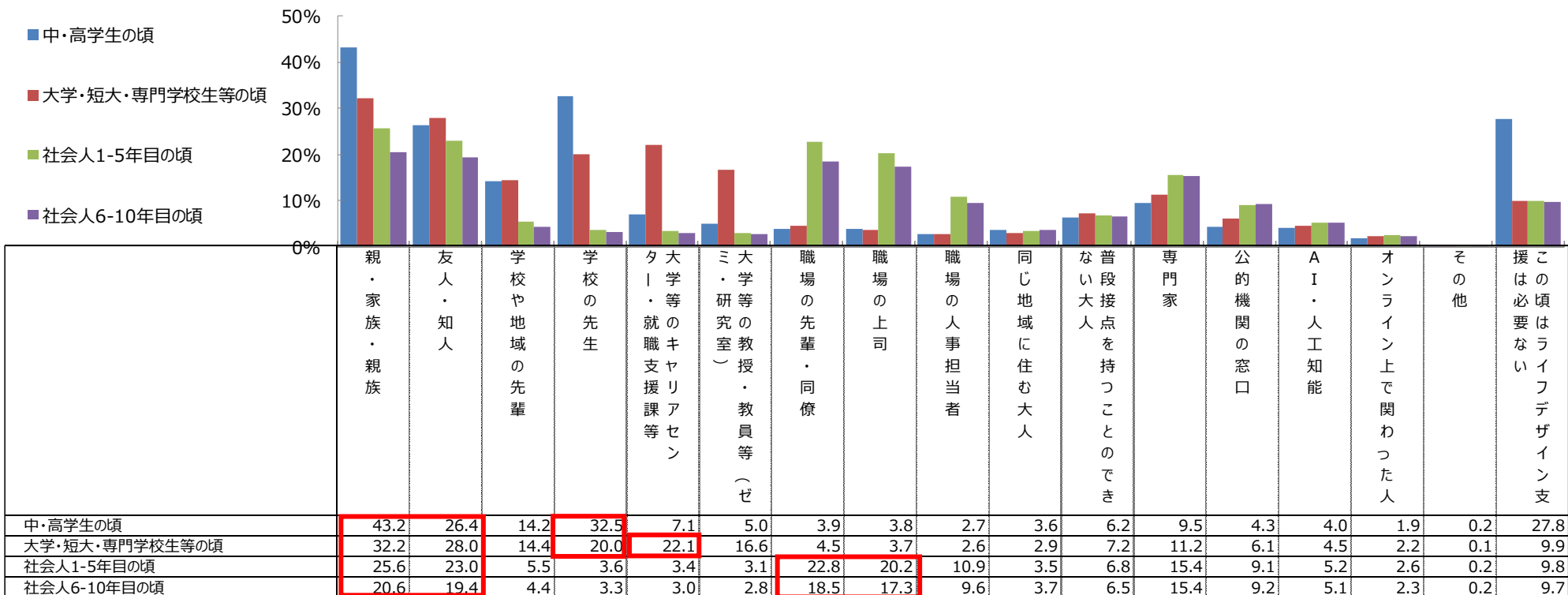


2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性

望ましい相談相手

- 中・高校生や大学生等の頃は家族・親族、友人・知人、学校の先生が多くなっており、社会人は職場の周囲の方々に相談に乗ってもらえると望ましいとの声が多くなっていました。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援として誰に相談に乗ってもらえることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。



2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性

求められる情報 性別

- 求める情報として女性は男性に比べ、中・高生の頃から「多様な職業・職種」や「働き方の多様性」を挙げる割合が高くなっている等、総じて仕事・働き方に関する情報を男性より女性が求めている傾向が見られた。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援を通じてどのような情報が提供されることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。

		暮らし方（生活の仕方や都市部・地方部等での暮らしぶり）	ここからただの健康	出会い・結婚	妊活・妊娠・出産	育児	家事	介護	住居・地域	多様な職業・職種	働き方の多様性（兼業・副業・フリーランス等）	仕事とプライベートの両立の制 度や実態	リスキリング・学び直し	キャリアプラン・キャリアパス	ファイナンシャルプラン	資産形成・資産運用	公的な経済支援・税制・制度	その他	この頃はライフデザイン支援は 必要ない
男性	1.中・高学生の頃	32.4	27.8	15.2	10.1	8.1	9.0	3.8	7.1	28.9	24.3	19.2	8.6	9.6	17.2	28.0	17.3	0.2	30.4
	2.大学・短大・専門学校生等の頃	27.1	19.0	20.3	11.9	10.2	10.1	5.4	8.6	27.9	26.3	23.8	11.1	13.6	19.7	29.4	18.1	0.2	11.6
	3.社会人1-5年目の頃	22.5	17.9	22.5	15.3	13.0	12.2	6.6	8.3	18.9	21.9	23.5	13.9	13.4	20.3	29.4	18.8	0.1	10.5
	4.社会人6-10年目の頃	17.7	15.4	17.8	15.3	14.9	12.1	7.3	8.2	14.6	17.5	19.1	13.5	10.9	18.9	27.1	15.9	0.2	11.0
女性	1.中・高学生の頃	35.8	42.5	13.8	13.6	9.7	12.2	5.0	8.5	41.1	35.6	27.3	9.9	13.2	23.1	29.1	26.2	0.2	23.7
	2.大学・短大・専門学校生等の頃	32.8	27.7	24.5	17.5	13.2	13.8	7.0	12.1	40.4	39.1	35.6	15.4	19.8	27.0	33.4	27.3	0.2	8.9
	3.社会人1-5年目の頃	27.5	26.9	27.5	22.6	16.6	16.8	8.4	12.0	28.3	33.9	35.5	19.9	21.1	28.9	35.7	27.5	0.2	8.3
	4.社会人6-10年目の頃	20.8	22.2	21.6	22.6	21.5	17.6	11.5	12.5	21.7	26.2	28.8	19.0	17.9	26.0	32.1	24.3	0.2	8.3

n=11,392 回答対象：年齢15～39歳

* 男女間で■は+10ポイント以上、■は-10ポイント以下

資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成

2. 若い世代のライフデザイン支援の現状と検討の方向性

(参考) ライフデザイン支援の現状

- ライフの要素も含めたライフデザインの機会提供はキャリアやファイナンスに比べて少ない。
- 他方で、公教育での類似の取組や、金融経済教育推進機構（J-FLEC）や金融機関等による金融経済教育は広く展開されている。



第1-2回検討会における主な意見等 論点ごとの整理

論点	現状に関する意見等	検討の方向性に関する意見等
<p>ライフデザインの タイミング</p>	<p>【生徒・学生等】</p> <ul style="list-style-type: none"> 学生を見ていて、立ち止まって考える時間が必要と感じる。 どういった生き方をしたいかというところを考えるにあたって、学生の時期というのは大事な時期だったなと考える。一方で自分が学生だった頃は、正直そういう意義を感じたこともなく生きていた。 ライフデザインを描くということに対する実感というか、描かなければいけないという意識がやっぱり学生の身としてはない。 <p>【社会人】</p> <ul style="list-style-type: none"> 会社目線ではキャリアの開発になってしまう。 社会人になってしまうと仕事のことはかり考えてしまっ、どうしても人生のことを考えるのを先送りしてしまうようになっている。 	<p>検討の方向性に関する意見等</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分は何をしたいのかとか、どんなことを大事に生きていきたいのかを考え、学生時代に自分が挑戦したほうが良いことや、経験しておいたほうが良いことについて友達や先生等とくだけた雰囲気、考えるような時間があったらよいのではないか。 ライフデザインを考える機会は早ければ早いほど良いが、逆に早すぎればライフイベントが遠く意欲が高まりづらい。就活とか、受験とかというフィールドが変わる場所での確に必要過多な情報ではなく、最小限に絞った情報に触れるとよいのではないか。 まずは人生設計をしたいって思うことが大事なのではないかと思う。 「あなたはどう生きていきたいのか」、「どうありたいのか」が、問われるべき。小・中学校・高等学校における指導についても重要。 <p>一度立ち止まって自分のこれから先の人生のことを考える機会が重要であるとする。</p>

第1-2回検討会における主な意見等 論点ごとの整理

論点	現状に関する意見等	検討の方向性に関する意見等
<p>情報収集 チャンネル /ロールモデルとの接点</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 僕たちの世代は6秒動画、下の世代は開始2秒・3秒とかで情報を判断するようになってきている。そうすると、地域の方々との何気ない会話は時間がもったいないとか、夏だったら暑いとか様々なデメリットが先に来ってしまう。また、<u>身近な人との会話で得られる情報よりインターネットの情報を精査する方が信用できるんじゃないかとか、だったらインターネット上で肩書がある人が言ったことの方が信憑性があるのではないかと考えてしまう。</u> • 自分の中ではオフラインだと学校の比較的年齢の近い年齢であったりとか、あとは<u>兄弟の世代、なんか斜めの関係の先輩は参考としている。インターネット上の関係性は、何かの目的に特化していて、この場合はこの人の意見を参考にし、別の場合は別の人を参考にする等、ある種合理的な関係になっている</u>気がする。 • <u>ロールモデルは誰かと考えると身近なパパ友・ママ友だったり、あるいはメディア上の人だったりするのかなって現状は思う。</u> • <u>養育環境次第ではどんどん取り残されてしまうこどももいる。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • ネットで検索しても上手くいっている人の例しか出てこない。<u>失敗した人が「あ、これ考えておけば良かったな」みたいなものも見える化されるとよいのではないか。</u> • <u>入手できる情報っていうのは断片化された情報っていう可能性もある。</u>その裏側にある背景情報として入ってこない場合もある。なので、<u>モデル設定するときには、その人をトータル・ストーリーでとらえる視点も必要ではないか。</u> • <u>親と同じ世代でも、全然違う人がいる。そういう相談相手が増えていった方が気持ち楽になることがある。</u> • 少しずつ違った景色があるということを知らせる。<u>身の丈に合った情報を提供する役割というのが、周りの役割・仕事、大人の役割なのかもしれない。</u>

第1-2回検討会における主な意見等 論点ごとの整理

論点	現状に関する意見等	検討の方向性に関する意見等
必要な情報・支援	<ul style="list-style-type: none"> これまで存在していた<u>会社内の制度や、行政が提供している制度・サービスは画一的な人生プランに則って提供されていることが多いように感じる。</u> <u>何が正しい情報なのかとか、そういったところを見極めながらライフデザインをしたいなという気持ちはある一方で、どういった箇所で誰と一緒にライフデザインをしたらいいのか、誰に相談したら良いのか分からない。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> <u>金銭的なプランは、ライフデザインしていく上で重要</u>だと思う。結婚出産に自分が踏み出せなくなってしまう側面があり、だからこそ、<u>自分が踏み出す時に必要な情報リテラシーを上げるような教育が必要</u>と考える。 <u>平均を知りたいと考える。</u>この世代の人はこういうライフコースを歩んでいるよとかを若者に伝えていってもらえると、30代の方々はこういうのが平均的なこういう歩み方があったんだ、今はどうなんだっていう今の世代との比較ができる。 <u>最先端の（仕事と育児の）両立をしているような人と中・高生がダイレクトに結びついて、情報共有できる方法が必要。</u> 若い人だけがライフデザインが必要なんじゃなくて、シニア世代へも必要。シニア世代は<u>昔の価値観で入ってきた新入社員に固定概念を押し付けてしまう、そちら側も自分のライフデザインをアップデートしないとイケない。</u>
その他	—	<ul style="list-style-type: none"> 今のよう^にあり方が社会で共有されていない、<u>自分で価値を考えていくという時代においては、to beをまず考えなければならない。</u> 仕事が合わなかったことなどにより、メンタルがやられてしまって退職せざるを得なくなったとき等、<u>ライフデザインが大幅に崩れてしまったときに対する支援が必要</u>なときなのではないか。

まとめ

現状

- ライフイベントが近づいたタイミングで関連する要素のライフデザインを行うにとどまる。
- ライフデザインを行わなかったのは、「そもそも考えがなかった」や「きっかけがなかった」という理由が多い。
- ライフデザインの実現に向けて何をしたら良いのかが分からないことが原因で計画通りいかなかったケースが多い。
- インターネット上の情報は多いものの、なんらか目的があった際の情報収集には良い一方で、人生の参考になっているのは斜め上の存在であることが多い。

検討の 方向性

- **継続性のあるライフデザインの実施**：中高→大学等→社会人（数年後）の各段階で必要な支援を配置する。
- **個別性を重視した支援**：個人の価値観や目指す姿（to-be）を出発点にして手段（to-do）を設計できるようにすること。偏りがなく、客観的な情報を提供。
- **情報提供に加え「実感」を得る仕組み**：ロールモデルとの対話、職場／地域での体験、若い世代同士の意見交換の場など。
- **「接点」の拡大手段**：企業の事例紹介や民間の関連サービス（例：家族留学など）、オンラインで地方⇄都市の接点を創出することで最新の実態を広く伝えるなど。

3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ

- ・企業
- ・自治体
- ・大学等

効果的なライフデザイン支援のタイミング

- ライフデザインは、様々なライフステージを通じて継続的に行われ、常に見直していくものである。
- 本検討会では、企業、自治体、大学等による支援にフォーカスを当て、これらの組織におけるライフデザイン支援環境として求められる姿・課題・今後のアプローチについて整理する。



※上図は、ライフステージの変化として想定される一例であり、ライフステージの変化は個人に応じて多様である点に留意が必要である

議論範囲

- 企業や自治体、大学等について、アンケート調査や取組事例の調査結果を基に「求められている姿」と「課題」をブラッシュアップするとともに、課題解決に向けた「具体的なアプローチ」の整理を目指す。

議論の前提・認識の共有

ライフデザインの
意義

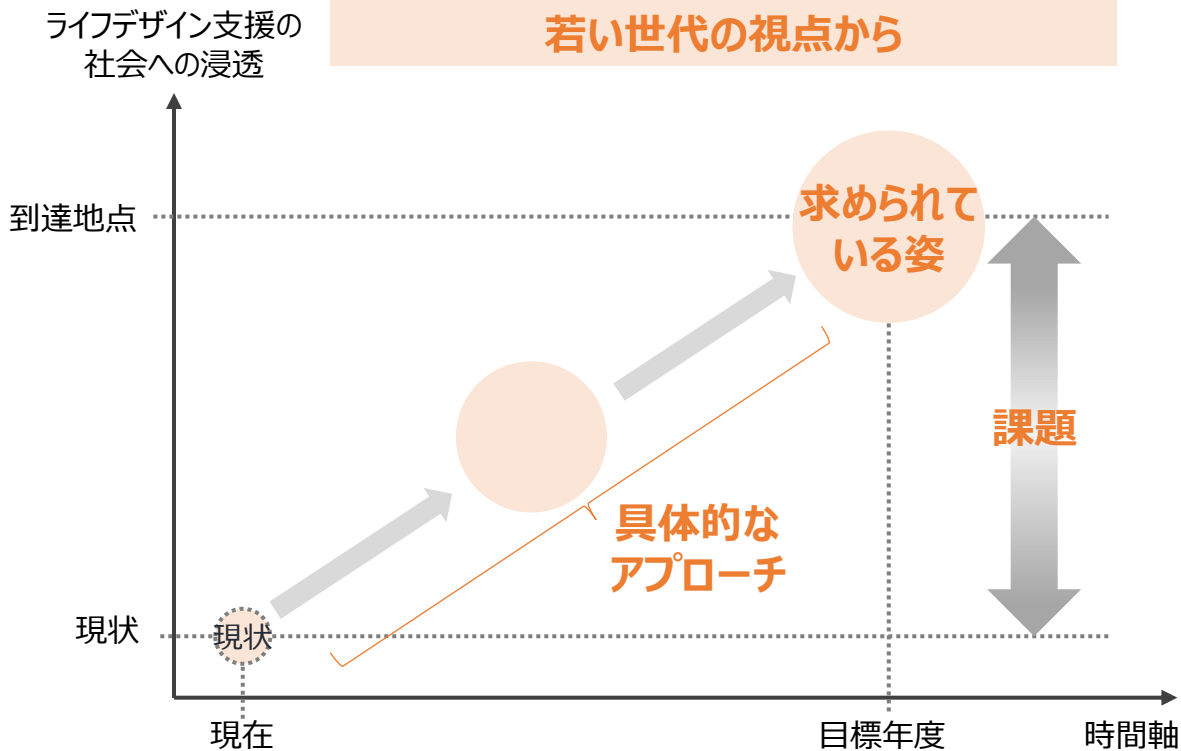
ライフデザイン
支援の必要性

根拠（事実・データ）の整理

アンケート調査

取組事例

求められている姿と課題・アプローチの整理



3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ

- ・企業
- ・自治体
- ・大学等

ヒアリング概要

- 各社の実情に応じた取組が実施され、若者のウェルビーイング/企業経営のいずれの視点からも好影響が見られた。

	企業規模等	取組概要
A	大企業 (2,000名以上 卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 従業員支援の根底となる考え方として「従業員の生産性の最大化」を明確に設定し社内外に発信 ✓ 通知を出して終わりではなく、現場と対話を根気強く続け、風土を醸成 等
B	大企業 (2,000名以上 通信業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 従業員の働きやすい環境を整え、キャリアとライフを両輪で支援することを中期経営戦略で明文化 ✓ グループ横断でオンラインセミナーを継続的に開催。規模を拡大し、気運を醸成 ✓ 全社アンケートの実施と当事者交流会の開催を通じて“生の声”を把握 等
C	大企業 (2,000名以上 運輸業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 特定のライフイベント時に社員が今後の働き方について相談できる場を上司が必須で設定 ✓ 勤務形態に合わせた働き方 ✓ キャリアについて相談できる専門部署を設置 等
D	地方中核企業 (2,000名以下 製造業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 女性や地域外の若者の積極的な採用 ✓ 自治体と連携した魅力ある暮らし・地域づくりとその発信 ✓ 従業員の声を聴く機会の導入 等
E	中堅中小企業 (20名以下 製造業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全社員MTGの実施 ✓ 自然にプライベートな相談や話ができる、仕事以外の雑談ができる雰囲気づくり ✓ 学校への個別アプローチの実施・地域/学校との繋がり強化 等
F	中堅中小企業 (20名以下 不動産業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 起業やアマチュアスポーツ等夢の実現を試みたい人の積極的な採用 ✓ 週休4日制度の導入 ✓ 従業員による積極的な業務等改革提案・実現 等
G	中堅中小企業 (20名以下 建設業)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人生20年計画を従業員全員が作成・共有し、全員の計画実現を支援 ✓ 採用時に若者への個別説明を実施し、入社した際の人生計画を考える機会を提供

若者のウェルビーイング/企業経営への好影響

企業事例：A社 大企業（2,000名以上 卸売業）

- 「従業員の生産性の最大化」という考え方に基づいて、各種の必要な取り組みや制度を設計・推進

取組概要	風土・文化	従業員支援の根底となる考え方として「従業員の生産性の最大化」を明確に設定し社内外に発信	家庭との両立も含め、従業員の「働きやすさ」より「働きがい」を感じながら生産性高く働ける環境を整えることを重視
		施策導入や改革を進める際は、通知を出して終わりではなく、現場と対話を根気強く続け、風土を醸成	全社の働き方改革を行う際は人事部が各フロアを連日回るなどして理解促進に努め、5年かけて理解浸透させた施策も存在
		半数が社外・女性の女性活躍推進委員会を取締役会の下に設置し、社会・女性の観点を取り込み	執行部門とは切り分けて、「自社の常識」ではなく「社会の常識」を制度に組み込むよう取り組む
	制度・ルール	人間関係を焦点に、上司や配偶者も含めて理解促進の施策を実施	家事・育児との両立には良好な人間関係が重要なため、上司や同僚に加え、配偶者も対象とした講座を展開
	情報提供相談体制	従業員一人ひとりに中長期的なキャリアプランを提示し、認識すり合わせの機会を提供	「一律の支援」ではなく、個々の事情を踏まえキャリアプランを提示することでライフプランの見通しを立てやすいよう支援



若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 社内の共働き比率も上昇しており、社会における働き方の多様化に対応



企業経営の視点

- 従業員の労働生産性が増加
- 育児との両立を経験する中で、限られた時間の中で効率的に働けるようになったなどの声も聞かれている

企業事例：B社 大企業（2,000名以上 通信業）

- 自律的なキャリア形成に必要なものとして、ライフ領域を支援することを経営戦略上も明文化

取組概要	風土・文化	キャリアとライフを両輪で支援することを中期経営戦略で明文化	自律的なキャリア形成の支援としてライフイベントのサポートも含め両立を支援していくことや、D&I推進を組織文化の土台とすることを、対外的にも発信
		年度ごとに注力する対象を分け、支援や施策を設計	初年度は、当事者向けにセミナーやロールモデルとの交流会（女性役員が直接女性社員へキャリアデザインやライフイベントとの両立などを話す座談会等）を整備。翌年度は、周囲を対象とした研修や意識醸成を展開。女性の部下を持つ男性管理職を対象に、育成やマネジメントにおける意見交換会の実施等
		グループ横断でオンラインセミナーを継続的に開催	育児、介護、障害者活躍、LGBTQなど会社として重視するテーマについてのセミナーをグループ横断で実施。自社単体で企画することが難しい小規模のグループ会社の社員も対象として、規模を拡大しながら毎年実施
	制度・ルール	全社アンケートと当事者交流会を通じて“生の声”を把握	グループ全社員を対象としたアンケートを毎年実施。直属の上司と話し合えているかなども調査し課題を把握

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 当事者の声も積極的に反映し、納得度の高い支援体制を構築
- 女性の若手社員はキャリア形成に後ろ向きな人が多かったが、セミナーで前向きに捉えられる人が増加

企業経営の視点

- 産育休取得後の女性で、フルタイムで勤務する人の割合が増加傾向
- 性別関係なく、同社でキャリアを前向きに築こうと考える人が増加

企業事例：C社 大企業（2,000名以上 運輸業）

- 業界特性の男女比や勤務形態等を踏まえた多様性の獲得と、働き続けられる職場づくりの取組

取組概要	風土・文化	特定のライフイベント時に社員が今後の働き方について相談できる場を上司が必須で設定	従業員からの出産予定の報告をきっかけとし、育児休職等の案内を記載した専用シートを用いて上司から、今後の働き方の意向を個別に確認する面談の場を設定。上司側への説明資料や研修等も実施し、上司の理解を深める工夫も併せて実施
		制度を活用する社員の体験発信や、交流の場の設定	HP等で社内外への情報発信や、制度を利用した社員と交流できる場を設定
	制度・ルール	勤務形態に合わせた働き方	月内の休日を増やす短日数勤務制度やフレックス制の従業員を対象とした週休3日制度等を整備。短日数勤務制度を活用することで、夫婦が共に泊まり勤務であっても、お互いの休みをずらす等して子どもの送迎の分担が可能
	情報提供相談体制	上司との面談によるプッシュ型の情報提供と社員向けポータルサイトでのプル型の情報発信	出産予定報告時や介護直面時の上司からの制度紹介等のプッシュ型の情報提供を実施
		キャリアについて相談できる専門部署を設置	中途採用者や女性社員の増加等により、キャリアも多様化していることを踏まえ、専門部署を立ち上げ、支援の充実を企図

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 男女共に制度を活用することで、子育てに主体的に取り組むことができ、適切なワークライフバランスを実現
- 子育て期であっても、取得した資格を活かし続けることが可能となることによるエンゲージメントの向上

企業経営の視点

- 女性社員が増加し、活躍の場が全職種に拡大
- 事業の多様性への波及効果を期待
- 泊り勤務との両立支援策を充実させ、ライフイベント等をきっかけとした退職者の減少、人材流出の抑制を期待

企業事例：D社 地方中核企業（2,000名以下 製造業）

- 地方中核企業ならではの強みを活かし、地域・自治体と一体となった取組を展開

取組概要	風土・文化	若者の積極的な採用：女性や地域外の若者の積極的な採用	従来男性のみが行っていた工場交代制夜勤に女性も登用し、サポート体制も構築。その他部門でも女性活躍を展開している
		従業員の声を聴く機会の導入	20、30、50歳といった切れ目で、CDT（キャリアデベロップメント研修）を実施している。そこで、同年代で自身のキャリアや会社への要望を吸い上げている。労働組合との労使協議会も密に実施しており、毎月声を吸い上げている
	制度・ルール	自治体と連携した魅力ある暮らし・地域づくりと情報発信	地元が働きやすく暮らしやすい（子育てしやすい含む）という魅力を発信するとともに、現地を見てもらう機会を増やした。地域と連携したプロジェクトに協力する等を通して地域のこども若者からの認知度向上に努めている。（地域ではブランド化されている）
	働きやすさ/従業員の自己実現をサポートする支援制度の充実	会社がアパートを借り上げて8割を会社が負担、資格取得への支援金（業務で使える資格以外でも、他部署で活用できる資格があれば適用）、社内公募制を開始	
	エンゲージメントスコアのモニタリングと改善に向けた取組	エンゲージメントサーベイを実施。スコアの低い部署は個別に改善に向けた取組を会社としてサポートしている	
情報提供相談体制	人事部にて相談窓口を設置	キャリア相談窓口という名称ではあるが、子育ての相談等ライフの要素に関する相談も多くなっている	

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 自治体と連携することで働きやすさだけでなく暮らしやすい環境を従業員に提供
- 従業員の声を聴く機会や自己実現をサポートする制度によるエンゲージメントの向上

企業経営の視点

- 都心部からの採用にも成功し、地域内の採用も安定
- 低水準な離職率の実現（直近は1%）
- 性別に関係なく、パフォーマンスを高めやすい体制を構築中

企業事例：E社 中堅中小企業（20名以下 製造業）

- 中小企業の特徴を活かし、経営層と若者の距離の近い前向きな組織を構築した取組

取組概要	風土・文化	全社員MTGの実施	「喧嘩をしないで一体感を持ちたい」「会社の空気が悪くなるのであれば、1つずつ潰していきたい」「長く安心して働ける会社になりたいので、アドバイス・意見があれば何でも言ってほしい」といったことを伝え続けている
		若者の希望等を意識したアプローチの実施	従業員の採用に応募する若者の共通な理由として「モノづくり好き。サービス業やITがPC作業で完結する中で、モノを実際に扱う。そのため、モノの良し悪しがすぐ分かる。上達がすぐ分かる」といった特徴があると分析
		その他	学校への個別アプローチの実施・地域/学校との繋がり強化
	制度・ルール	意見・アドバイスを経営者が従業員に直接求める機会の提供	社内の雰囲気が良いという理由で、入社を決める新卒も増えている。「社員がみんな優しかった」や「コミュニケーション取りながら仕事している」、「一体感がある」といった声が聞かれている
	情報提供相談体制	自然にプライベートな相談や話ができる、仕事以外の雑談ができる雰囲気づくり	仕事以外の雑談をしてよいということを経営層が率先して実施している。上司と部下というより、人と人として、社員と接することになっている

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 若者の業務への興味を高めることや若者の意見の経営への反映が見える化されることによるやりがいの高まり
- プライベートなことも含め自然に相談できる環境ができることでの安心できる心地の良い居場所の確保

企業経営の視点

- 10年前の従業員平均年齢60歳・新卒採用者ゼロから、全社員20名のうち半数以上が30代以下・20代が最も多い組織へ変革。インターンへの応募倍率も増加傾向
- 低水準な離職率の実現

3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ：企業

企業事例：F社 中堅中小企業（20名以下 不動産業）

- 特定の若者ニーズを満たす制度構築を行い、企業成長にもつなげる取組

取組概要	風土・文化	起業やアマチュアスポーツ等の夢の実現を試みたい人の積極採用	起業をしたい人の中でも、最初は売上獲得に不安を持つ人は多い。1週間の中で3日間を弊社で勤務し、ある程度の収入を確保しつつ休みが確保できる環境であれば起業等への挑戦に踏み切れることもできる。最高の腰掛になりたいと考えている
		卒業後の支援：人と人とのつながりを強化し委託/その他連携に繋げる	社員の退職後も含め、週休4日の部分で社員が立ち上げた事業に対して、弊社から発注することもある。会社に忠誠心を誓ってほしいと伝えても、社員が忠誠心をもつことは難しい。社員に弊社の利用できる部分は利用してもらおうという姿勢が、社員からの感謝につながる
制度・ルール		週休4日制度の導入	優秀な人材を確保したいが、大手企業に様々な面で劣る。13時間20分×3日間の変形労働時間制を用いることで週40時間の勤務となり、かつ休暇を4日間与えることができる制度であれば、特定のニーズを持つ若者には魅力的な職場となる
		従業員による積極的な業務等改革提案・実現	社員自身が起業したいという姿勢を持つため、事業の改善ポイントを事業者目線で認識できる社員が集まった
情報提供相談体制		起業に向けた事業プランに関する相談会の実施	起業したい社員らの事業プランを共に考えることで、事業プランへのフィードバックを提供し、見直す機会を与えている

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 起業やスポーツ等、従業員の夢の実現に向けて努力しやすい環境を提供
- 卒業後も支え合える繋がりの創出

企業経営の視点

- 外部サイトへの掲載等しなくても応募が来ることによる採用の安定化と採用コストを減少
- 優秀な人材採用による起業内の各種改革の実現
- 従業員の夢の実現（起業やスポーツ大会への出場）が広報や安定した企業成長や経営体制の構築に繋がる

企業事例：G社 中堅中小企業（20名以下 建設業）

- 人生計画を作成共有することで、従業員のウェルビーイングと企業成長を実現する取組

取組概要	風土・文化	ライフイベントの共有	婚活や家族旅行など、プライベートについても包み隠さず話すようなイメージになっており、それが当たり前となっている
	機会提供	従業員や企業実習生 ¹⁾ を対象としたライフデザイン機会の提供	人生20年計画 ²⁾ は従業員が毎年更新。全体会議の中で共有している。全体会議は年3回、幹部との会議は年4回実施しており、幹部との会議は合計で5～6回ほどある。その他企業実習の中で関わった学生にも人生20年計画を立てる機会を提供している
	制度・ルール	労働時間管理の徹底/テレワークの促進/健康経営への取組	残業時間が膨らまないように労働時間管理を徹底している。併せて、10年前から健康経営にも取り組んでいる
		資格取得の支援	資格取得は毎年資格をとってもらうような個人目標を掲げてもらっており、業務調整や貸与型奨学金の貸付を会社で行っている
		従業員の意見を経営に反映	専門分野の学びの場をより広めていきたいという従業員の声をもとに、会社の中で「未来の学びの場の事業所」を設立予定
	その他	柔軟な業務調整や奨学金返還支援制度を整備	

1)G社主催の企業実習（インターンシップ）に参加する中学生～大学生までの学生

2)社員一人一人が作成する結婚や出産・育児休暇なども含めた20年後までの人生計画

若者のウェルビーイングの視点

効果・影響

- 新規事業や資格取得等の**従業員の取り組みたいことを実現しやすい環境**を提供
- 人生計画やライフイベントを社内で共有することにより**柔軟な支援**を受けることができる

企業経営の視点

- 若者の**採用を強化**するとともに**離職率を低減**
- 従業員の声を元にした**事業開発の実現**
- 有資格者の増加による**一人当たりの付加価値向上**

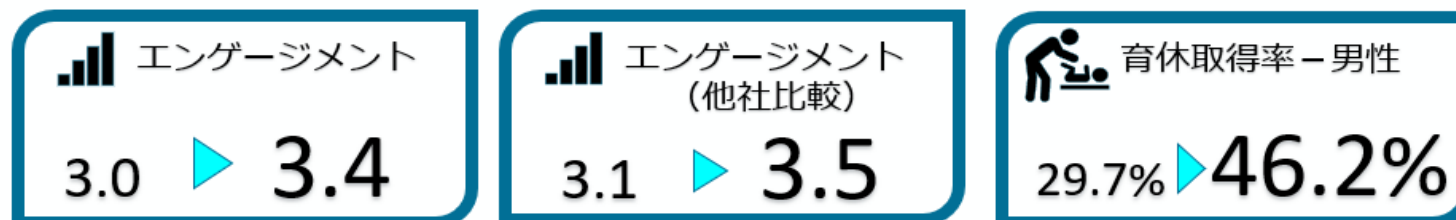
(参考) ライフデザイン支援の取組の実施/未実施比較

- ライフデザイン支援の取組がある企業は、従業員エンゲージメント、男性の育児休業取得率が高い傾向があり、応募倍率にも大きな差が見られた。

企業によるライフデザイン支援と従業員のエンゲージメント

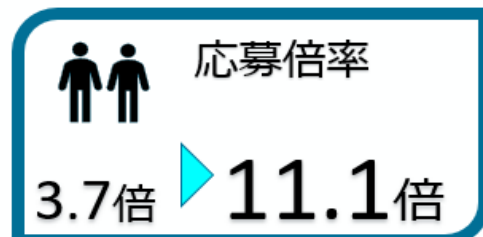
- 本調査によると、ライフデザイン支援に取り組んでいる企業は、取り組んでいない企業（*）と比較し「従業員エンゲージメント」や「男性育児休業取得率」が高い傾向。

*実施意向のない企業に加え、実施予定はあるが現在取り組んでいない企業を含む



注) エンゲージメント (5とても高い、4高い、3どちらともいえない、2低い、1とても低い)

- また、ライフデザイン支援に取り組んでいる企業と今後もライフデザイン支援の実施意向（可能性）がない企業を比較すると、応募倍率に大きな差が見られた。

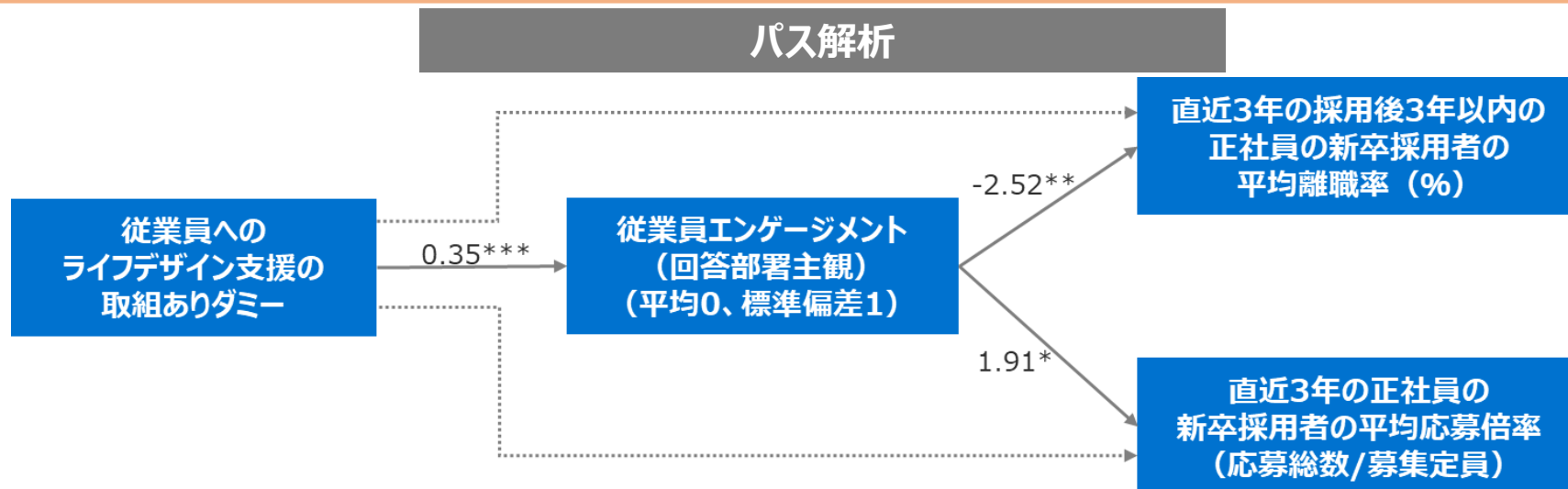


資料：URL: <https://www.meti.go.jp/policy/servicepolicy/service/pdf/lifedesign1.pdf>

経済産業省「従業員のウェルビーイング実現に向けた取組に関する調査」

(参考) パス解析

- 因果関係ではないものの、傾向としては、「所在地都道府県」「従業員規模」の影響を取り除くと、「従業員へのライフデザイン支援」の取組がある方が、「（企業から見た）従業員エンゲージメント」が（0.35標準偏差だけ）高い傾向。
- 「従業員エンゲージメント」が（0.35標準偏差だけ）高いと、「離職率」が（ $0.35 \times 2.52 = 0.88\%$ ポイント）低く、「応募倍率」が（ $0.35 \times 1.91 = 0.67$ 倍ポイント）高い傾向。



※ N=410。モデル適合度： $p > \chi^2 = 0.335$, RMSEA=0.000, CFI=1.000
 ※ 非有意なパスは点線で示した。有意なパスは実線で示し、非標準化係数を付記した。
 ※ 「ライフデザイン支援ダミー」は、取組を実施している企業を1、今後の取組予定・可能性の有無にかかわらず現在実施していない企業を0とした。
 ※ 「ライフデザイン支援ダミー」以外に、「所在地都道府県ダミー」「従業員規模ダミー」も外生変数としてモデルに投入したが、それらとそれらから出るパスについては、見やすさのために描画を省略した。
 ※ 無回答などにより欠損値のあるサンプルは、分析から除外した。

* $p < 0.1$
 ** $p < 0.05$
 *** $p < 0.01$

第3回検討会における主な意見等

- キャリアディベロップメント研修や相談窓口という取組が興味深い。（実態として個人的な問題や心配に関する相談も多い）
- しっかりとした相談に乗れるようキャリアコンサルタントの資格保有者を配置している。
- キャリアコンサルタントは資格を取ることも難しいので、多くの企業がやり始めると、途中で限界が来てしまうということもあるかなと思ひまして、少しライトにそのような相談にのれる人材であるという御墨付きを得られるような新たな仕組みがあると、企業としては安心なのではないか。
- 年齢層によって人生設計の見方も変わりますし、キャリアコンサルタントの人材には経験値もありますが、一方で若手の考えを理解できる者が必要だろうということで、年齢層を分けながら配置できるように順応しております。
- リーダー経験について、具体的にどのような基準で何をもとにということについては、最初は専門性としてそれぞれ技術系や運転士など、自分の本業での仕事の力を付けていただき、そのうえでリーダー経験として実際に部下を持ってマネジメントする経験を積んでいくという流れです。リーダーの前段階の様々なポストにおいて、「マネジメントできているか」というところを総合的に判断するということで、具体的に今まで設けていたような何年ということではなく、人によってはマネジメントを2年、3年とせずにできていると判断できれば、その先に進めるというような形で柔軟化させているということです。
- いろいろな制度の隅々に重要な役職は常勤じゃないといけないという概念があり、例えば介護施設や保育施設のような職場においては、管理業務をする人は常勤という制限が国で設定されているので、フルタイムの人が雇用できないと一つの施設がオープンできないということがあります。時間の多寡と責任感は関係なく、ドイツでは月水金と火木金を2人の管理職で担うタンデム方式などが当たり前に行われているのですが、日本だと週5フルタイム以外の人には責任感のある仕事じゃないというような概念が、なかなか抜けきらないというところがあります。

第5回検討会における主な意見等

【企業のライフデザイン支援が就活の判断材料になっていない現状】

- 求職する際にいろいろな企業を見ていくにあたり、ライフデザイン支援の取組をしているか否かという点は、正直、今の就活生の視野の中には入っていないのではないかとっております。
 - 若者は現段階で「ライフデザイン支援」を企業選びの基準にしていない。大学等での浸透が先行すれば変わる可能性。

【企業の取組の「見える化」「比較」ニーズ】

- なかなかライフデザイン支援が企業経営などにどのような良い影響を与えるのかという点は、理解もされてないですし、そもそも機会の前にどのような良い影響があるのかというところも固まっていないのが現状ではないかと、認識している。
 - 企業ごとに比較できる指標や認定（くるみん等のような仕組み）があると就活生の参考になる。
 - 取組と成果の繋がりを明確化したうえで、取組をしている企業を見える化することで未実施企業が取り組む⇒取り組みが更に広まるという循環の形成が肝要。
 - 地方の中小企業の目線が欠けないよう留意する必要がある。

【就活・インターンでの実践的な支援】

- 今の一般的なインターンシップは、就職前の非常に先行したタイミングで実施していると思いますが、基本的にインターンシップは、業務内容を理解したり、業務のトレーニングをしていくものが多いと思っているので、そこをもう少し、企業で働いている人の生活を一方的にお話するだけではなく、それを踏まえて、就活生自身が企業に就職したらどのような生活をしていきたいか、というところを含めた研修の実施を取り入れられると、就職活動の一つのプランとしても効果的なのではないかと思いました。

【個別の相談やメンタリングの重要性】

- 実際に今、メンタリングとフォロー制度というものを自分の会社は実施しているのですが、特にメンタリングについては非常に自分の中で刺さっています。特に、自分が憧れている先輩の話を直に聞くことができる時間は、距離が近かったり、共通点があるというのは、どこの場所に行っても重要なのではないかと思っています。

企業類型別の特徴整理

- 大企業は比較的組織が整備されており、制度的なアプローチが取りやすく、社内に様々なキャリアパスが存在する。中堅中小企業は経営幹部と従業員の距離が近い等の特徴がある。
- これらの特徴を踏まえ実情に応じた柔軟なライフデザイン支援体制を構築していく必要がある。

	特徴	企業としての取組の方向性
大企業	<ul style="list-style-type: none"> 制度的な支援に取り組みやすい 気運醸成や施策等の浸透には工夫が必要 若者の置かれている環境が様々 社内に多様なロールモデルが存在 	<ul style="list-style-type: none"> 経営計画での明文化等の経営層のコミットメントを強化 制度/施策浸透に向けた現場とのコミュニケーション強化 様々な若者の声を確認する仕組みを構築 多様なロールモデルとの接点を構築
地方中核企業	<p>(大企業の内容に加え)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域外の人材採用は自治体と連携し暮らしの魅力を提供する必要がある 地域での信頼度・知名度が高い 	<p>(大企業の内容に加え)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体と連携した地域外の若者への魅力創出 地域の若者への職場としての魅力向上
中堅中小企業	<ul style="list-style-type: none"> 経営幹部と従業員の距離が近い 人材の採用が難しい 多様性を確保しづらい 小さな変化の影響が大きい 	<ul style="list-style-type: none"> 経営幹部と従業員との日頃のコミュニケーションを起点とした支援機能の強化 若者の声を活かして企業経営に好影響を与える視点を強化 入社前後に人生計画を考える機会を提供

企業に求められる姿：大企業

- 大企業では、柔軟な働き方を実現する制度はもちろんのことその浸透、有効活用を促進する経営理念の浸透を筆頭とする風土の醸成や個別の相談機会の設定に取り組むことが求められる。

【ライフデザインの実施とその実現を後押しする風土・文化】

・経営理念の浸透

(例) 経営理念の社内外に発信/キャリアとライフを両輪で支援することを中期経営戦略で明文化 等

・施策の浸透

(例) 施策導入や改革を進める際は、通知を出して終わりではなく、現場と対話を根気強く続け、風土を醸成
特定のライフイベント時に社員が今後の働き方について相談できる場を上司が必須で設定 等

・継続的な社内広報/研修等の実施

(例) オンラインセミナーを継続的に開催、制度を活用する先輩社員の声の積極発信や、先輩社員との交流の場の開催 等

【ライフデザインの機会の提供】

・ライフデザイン機会の提供

(例) ライフデザインツール等のコンテンツ提供：ライフデザインの社内での共有・すり合わせ機会の提供 等

【実現のための制度・ルールの整備】

・柔軟な働き方を実現できる制度設計

(例) 柔軟な雇用形態/朝型勤務・短日数勤務制度の導入/勤務形態に合わせた働き方/能力に応じた人材登用 等

・実態把握体制の整備

(例) 全社アンケート実施や当事者交流会を通じて“生の声”を把握/エンゲージメントスコアのモニタリングと改善 等

・若者の意見の各種制度への反映

・自己実現をサポートする支援制度

(例) 資格取得への支援金、社内公募、リスキング支援 等

【周知のための情報提供・相談体制の整備】

・キャリア/ライフプランに関する相談機会の提供

(例) 従業員一人ひとりに中長期的なキャリアプランを提示・面談も実施/キャリアについて相談できる専門部署を設置 等

・各種制度に関する理解促進の機会提供

(例) 上司や配偶者も含めた理解促進/プッシュ型の面談による情報提供とプル型のポータルサイトでの情報発信 等



企業に求められる姿：地方中核企業

- 地方中核企業では、大企業に求められる姿と併せて地域外の若者や地域のこども・若者への魅力ある暮らし方や働き方の情報発信に取り組むことが求められる。

【ライフデザインの実施とその実現を後押しする風土・文化】

- 経営理念の浸透
- 施策の浸透
- 継続的な社内広報/研修等の実施
- **若者の積極的な採用**
(例) 女性や地域外の若者の積極的な採用 等

【ライフデザインの機会の提供】

- ライフデザイン機会の提供
- **自治体と連携した魅力ある暮らしづくり・地域づくりとその発信**
(例) 自治体と連携した暮らし方に関する情報整理・発信、住みやすい住まいの確保 等
- **自治体と連携した地域のこども/若者へのライフデザイン機会の提供**
(例) 地元の生徒・学生等へのキャリア教育や次世代育成活動等の協力、ライフデザインプログラム提供への協力 等

【実現のための制度・ルールの整備】

- 柔軟な働き方を実現できる制度設計
- 実態把握体制の整備
- 若者の意見の各種制度への反映
- 自己実現をサポートする支援制度

【周知のための情報提供・相談体制の整備】

- キャリア/ライフプランに関する相談機会の提供
- 各種制度に関する理解促進の機会提供



企業に求められる姿：中堅中小企業

- 中堅中小企業では、経営幹部と従業員の距離の近さを活かした経営理念の浸透や相談支援体制の構築が重要となる。これらの取組を通し、若者に魅力ある環境を提供し、若者を積極採用する好循環の形成が重要な視点となる。

【ライフデザインの実施とその実現を後押しする風土・文化】

・経営理念の浸透

(例) 経営幹部と従業員とのコミュニケーション機会の創出 等

・若者の積極的な採用

(例) 地域/学校との繋がり強化、若者の希望を意識したアプローチの実施
起業やアマチュアスポーツ等夢の実現を試みたい人の積極的な採用 等

・退社後もつながり続ける関係構築

(例) 人と人とのつながりを強化し独立後に委託/その他連携に繋げる 等

【ライフデザインの機会の提供】

・ライフデザイン研修の実施

(例) ライフデザインツール等のコンテンツ提供、ライフデザインの社内での共有・すり合わせ機会の提供 等

【実現のための制度・ルールの整備】

・若者の意見を聞いた各種改革の実施

(例) 意見・アドバイスを経営者が直接求める機会の提供、従業員による積極的な業務等改革提案・実現 等

・柔軟な働き方を実現できる雇用形態の実現

(例) 週休4日制度の導入、ライフイベントに対応した休暇制度等の導入 等

【周知のための情報提供・相談体制の整備】

・若者の目標実現に向けた相談支援

(例) 起業に向けた事業プランに関する相談会の実施、自然とプライベートな話ができる雰囲気づくり



課題と具体的なアプローチ

課題



人材・
ノウハウ不足

取り組むにあたっての**人材・ノウハウ不足**

- ・ 従業員のライフデザイン支援を行うということが具体的に何をすればよいのか。取組にあたって注意すべき事項等が分からない。また、どのような体制で取り組むべきか等もわからないため、必要な体制を組むことも難しい。



効果の
認識不足

ライフデザイン支援に取り組む**効果の認識不足**

- ・ 従業員のライフデザイン支援に取り組むことで具体的にどういったメリットが企業にあるかが分からないため、優先的に取り組みにリソースが配分されない。

具体的なアプローチ



情報提供

ライフデザイン支援に関する**情報提供**による実装支援

- ・ ライフデザイン支援を実際に取り組もうと考えている大企業へのコンセプトブック（R7年度事業で作成）の提供をするともに、地方/中小企業向けの取り組み方等を追記する等のコンセプトブックの内容拡充。
- ・ 各種取組企業の事例情報の共有をすることで、就職活動中の学生や企業に所属する若者がライフデザインを意識できるような環境構築を促す。



取組データの
蓄積

ライフデザイン支援と**企業価値の関係性を示すデータの蓄積**

- ・ 企業によるライフデザイン支援の取組が企業価値向上に好影響を与える科学的な根拠は未だ乏しく、一朝一夕に集められるものでもない。
- ・ 今後も関連の取組を実施する企業の動向等を定期的を確認し、広く社会に見える化することが重要。従業員のライフデザイン支援に取り組むことが企業価値向上につながることを示すデータを蓄積することで信頼性を増す必要がある。

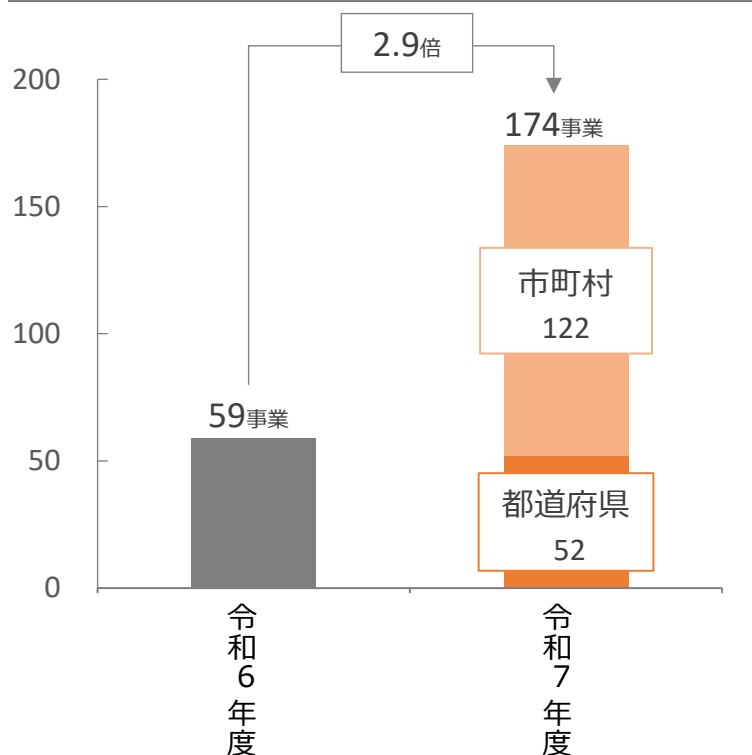
3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ

- ・企業
- ・自治体
- ・大学等

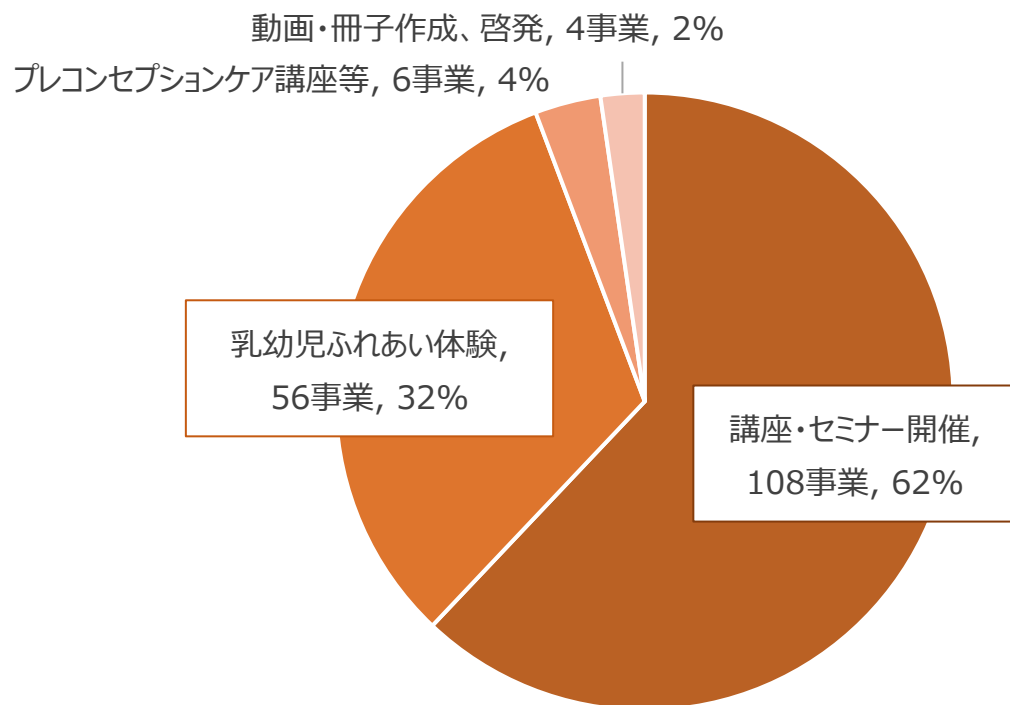
自治体の取組概形

- 令和7年度からライフデザイン支援を重点メニュー化したことを受け、地域少子化対策重点推進交付金を活用し、ライフデザイン支援を実施する自治体が増えている。
- 講座・セミナー開催等、各自治体ともに地域の実情に応じた独自の取組を実施している。

地域少子化対策重点推進交付金を活用したライフデザイン支援事業数¹⁾



令和7年度事業の内訳



(注1)：令和6年度の事業数は交付実績数、令和7年度は令和7年12月時点の交付決定数

講座・セミナー開催（社会人）例

令和7年度

**若手社会人向け
ライフデザインセミナー**

参加
無料

不安から希望へ。専任大で考えるこれからの人生
実践等を通じて不安の正体をひも解き、自分らしい生き方のヒントを探ります

2025
開催 **10.10** ② 14:00～16:00

対象 富山県内の企業等で働く若手従業員
※入社1～3年程度

定員 **40名** 費用 **無料** 会場 **富山県民会館701号室**
※富山県民会館701号室

セミナー概要

- ライフデザインとは
- 「なんとなく不安」をほどいていく、選択とヒント
富山県の若者が感じている不安や課題等を紹介
- 理想の暮らし方・働き方<グループワーク>
自分の将来のライフイメージを言語化・整理
- 未来実現ワーク<グループワーク>
仮想的な人物モデルの設定に合わせ、
具体的なライフプランを検討

参加メリット

人事労務担当者のみならずへ

- ・ライフプランが明確になることで
仕事へのモチベーションUPが期待できます。

参加者のみならずへ

- ・自分自身の将来設計を考える良い機会です。
- ・異業種の同世代と交流できます。



「ライフデザインって何だろう？」
「将来設計について考えてみたい」

参加申込は
こちらから！



株式会社TJ 執行役員

企業の風土・文化・働き方、多岐にわたる子育て支援に取り組む。こども家庭庁のライフデザインワーキンググループへの参画に加え、産後支援やコンセルティング支援等多岐にわたる、若手職員の多岐なニーズに対応する実践的取組を実施中。

講師 **森 宏樹氏**

主催：富山県知事政務局 企画室
企画室 企画室長 田中 美穂
事務局：株式会社日本旅行 T15富山支店
TEL：075-444-2174
MAIL: jkikaku@prof.toyama.jp

申込〆切：令和7年9月30日（火）

令和7年度

**若手社会人向け
ライフデザインセミナー講師派遣**

専任講師を
無料で派遣
します！

実施企業等を募集します！

若い世代が仕事、結婚、子育て等のライフイベントについて主体的に考え、将来への不安を解消するための知識を学ぶライフデザインセミナーを開催する企業等を募集します。社員研修等に是非ご活用下さい。

募集対象 自社の若手従業員等を対象に、ライフデザイン等に関するセミナーを実施する県内企業又は団体等
※県民701号室の参加費が負担されるセミナー

募集数 5社（先着順）

費用 講師派遣費用は無料
※派遣に関する諸料の負担及び交通費が別途

セミナー概要

- ① ライフデザインとは
- ② 富山で働く若者のリアル
- ③ キャリア・ライフデザインを考える

② ③ 10月12日（日）

ここがポイント！

従業員へのモチベーション向上、ライフプランが明確になることで、仕事へのモチベーションや生産性の向上につながる効果が期待されます。

若い世代から選ばれ活躍にキャリアだけでなく、従業員のライフを支える働き方により企業等のイメージアップに繋がります。

ご要望を踏まえたセミナー・イベントに基づいた事前打ち合わせを行い、ご要望を踏まえた内容を実施します。



関本なおみ
社会保険労務士オフィス

社員と経営・介護などの両立をテーマとするコンサルティング事業とする。キャリアコンサルティングとして、一人ひとりのキャリアのよりよい人生に貢献できるように、自分自身が持つ「自己実現」をテーマとして支援を行う。

講師 **関本 尚美氏**

主催：富山県知事政務局 企画室
企画室 企画室長 田中 美穂
事務局：株式会社日本旅行 T15富山支店
TEL：075-444-2174
MAIL: jkikaku@prof.toyama.jp

申込〆切：令和7年11月28日（金）

乳幼児ふれあい体験&講座・セミナー開催（大学生）例

【佐賀県】SAGA未来デザイン事業

事業概要

- 子育て家庭でのこどもとの触れ合い体験
- 大学生向けライフデザインセミナーの開催

特徴的取組・成果

①子育て家庭でのこどもとの触れ合い体験

- 子育て家庭でこどもと触れ合い、結婚・子育て等について考えることを通して
- ⇒結婚・子育て等に対して理解を深め、前向きに捉えてもらう。



- 期間**
- 集合研修4日間
 - +家庭体験2日間
(+ライフデザインセミナー1日)

- 参加**
- 学生5名

- 受入家庭**
- 乳幼児がいる県内5家庭

- 成果**
- 「子育てへの理解が深まった」参加者**100%**
 - 「子育てをしながら働くことへのイメージがついた」参加者 **100%**



事業開始：こどもとの触れ合い体験事業 令和6年度
ライフデザインセミナー事業 令和元年度

<総事業費>（交付金額）【補助率】
こどもとの触れ合い体験事業
R7見込：97万円（72万円）【3/4】
ライフデザインセミナー事業
R7見込：447万円（335万円）【3/4】



②大学生向けライフデザインセミナーの開催

ワークショップを実施

- ライフデザインを考えるにあたり必要な知識を習得
- 自分のライフデザインの検討
- 様々な価値観を知るために、他の参加者と共有
- こどもとの触れ合い体験に参加した大学生による発表会

- ↓
- 同世代が感じたリアルな体験談や子育ての楽しさ、大変さを共有し、自分事として捉える。
 - ファシリテーターである市町職員と対話を通して、より具体的なライフデザインを考える

- 参加**
- 学生19名

- 参加者の声**
- 「将来に感じていた不安が今後の楽しみに変わった」
 - 「仕事と子育ての両立のイメージができた」



動画・冊子作成、啓発&講座・セミナー開催（高校生）例

若い世代向けの総合的なライフデザインセミナー

群馬県ライフデザイン支援事業【群馬県】

若者の主体的なライフデザイン構築を支援・発信

3,712千円（令和3年度補正、実績額）
4,014千円（令和4年度補正、見込額）

事業概要

- **大学生等ターゲットとなる世代の意見を聴取して作成したデジタル冊子を同世代の若者向けに発信**
- 大学生と高校生がともに学ぶライフデザイン講座を実施



（ライフデザイン講座の様子）

特徴的取組・成果

若者向け「ライフデザインを考える」 デジタル冊子「LIFE100」の制作

- 「結婚」「妊娠・出産」「子育て」「仕事との両立」等ライフステージ毎に、専門家らの考え方やデータ、行政の結婚・子育て等に対する支援施策について、分かりやすく紹介
- **より効果的な内容・構成となるよう、企画段階から大学生等ターゲットとなる世代が制作に参画**
- 県内の大学等、若者向けのライフデザインセミナーを自主的に行う団体やライフデザインを考える若者個人の学びを支援するため、広くデジタル冊子として制作・公開



（デジタル冊子「LIFE100」）

高大連携ライフデザイン支援事業

- 大学と高校が連携することにより、学校の枠を超え、地域が一体となって若者の人生設計を支援するという体制づくりを推進
- 合計4回の講座で、高校生が261人、大学生が42人の合計303人が参加（延べ人数）



- 令和5年度
- ライフデザイン支援の取組を広げていくため、事業の様子を高校や大学の教職員等に公開共有
- 事業の実績を、各高校で生徒へのライフデザイン支援に活かせるよう展開

概要

求められる姿	 支援タイミング	生徒・学生・社会人といつでも
	 支援主体	当事者の身近な組織
課題	 限定的	限定的であり面的な広がりがない
	 散発的	散発的で継続性がない
	 各種連携	都道府県・市町村等の組織内外の連携が必要
具体的なアプローチ	 自治体	継続的なライフデザイン支援の実現に向けた検討
	 高等教育機関 ・企業等	ライフデザインに関する情報提供の機会の充実
	 小規模事業者 ・個人	国・自治体主催のライフデザインを行う機会の提供
	 共通	気運醸成ときっかけ提供

求められている姿



支援タイミング

生徒・学生・社会人といつでも

- 当事者がライフデザインを行いたいと思った際にできる環境を整えるために、また、ライフデザインは常に見直していくべきものであることから、生徒・学生・社会人といつでも当事者が望む際にライフデザイン支援を受けられる環境を整えることが望ましい。
- 生徒の頃は72.9%、学生・社会人の頃は89.7~90.6%が何かしらのライフデザイン支援を希望している。

求められている姿



支援主体

当事者の身近な組織

- 生徒は学校、学生は大学等、社会人は職場といった身近な組織からの支援が求められており、当事者の身近な組織がライフデザイン支援を自主・自立的に実施することが望ましい。そのために、自治体は、それら組織がライフデザイン支援を実施することをサポートすることが望ましい。
- サポートとしては、地域資源（ロールモデルや支援団体、等）を各組織が活用できるな仕組みの提供が望ましい。また、身近な組織からの支援を受けられない・受けにくい当事者に対して、ライフデザインの機会提供のための門戸を開いておくための仕組みづくり（公的機関における窓口の設置、等）を行うことが望ましい。
- 組織に加えて、親・家族・親族や友人・知人といった身近な個人も、どの年代においても重要な支援主体であると認識されている。組織と個人で求められている支援の種類や中身は異なる可能性があり、今後、深掘りし整理する必要がある。

※アンケート調査・ヒアリング・検討会における意見等に基づく整理

資料：株式会社日本総合研究所作成

支援タイミングの希望

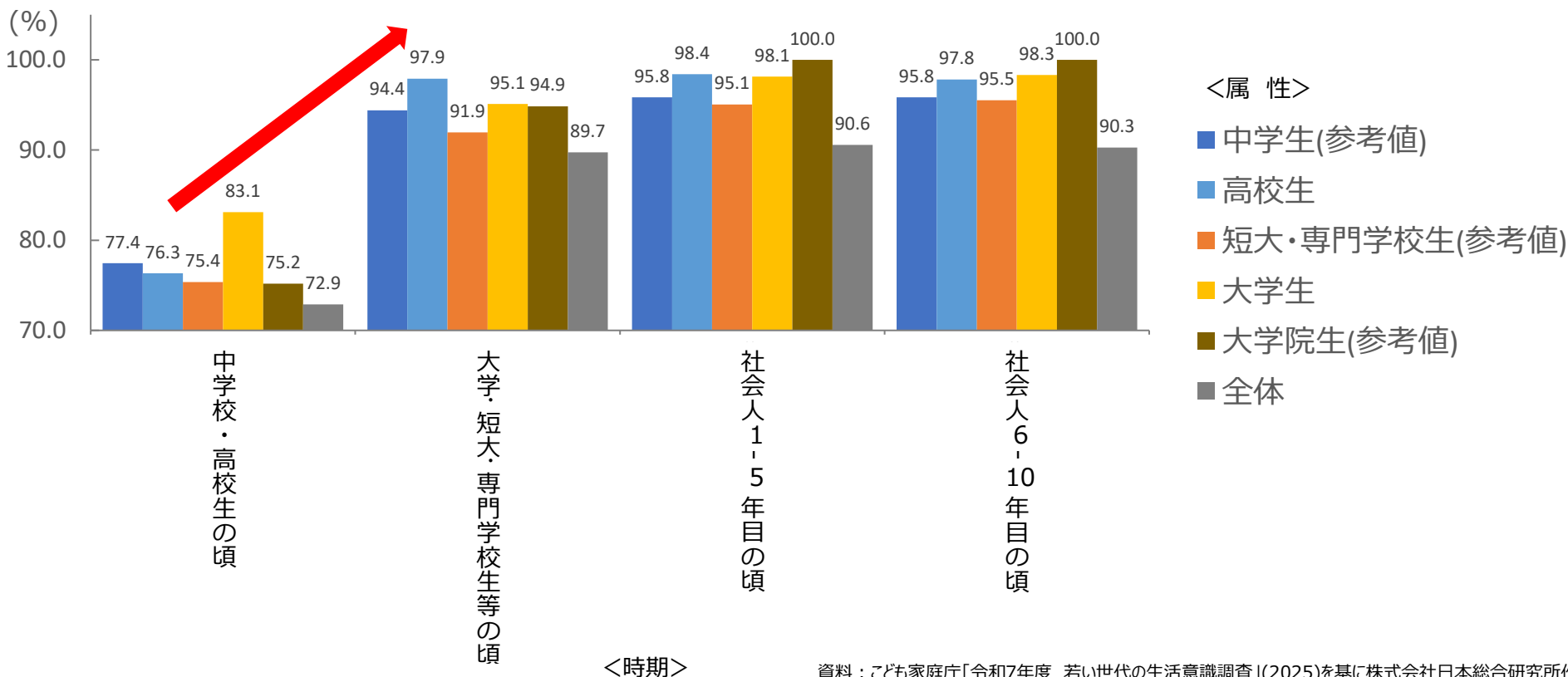


- いずれの属性も「大学等の学生の頃」以降に、誰かに相談に乗ってもらいたいという支援の希望が高くなる傾向がある。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援として誰に相談に乗ってもらえることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。

※選択肢1-16の望ましい相手を選択した人の割合

1-「この頃ライフデザイン支援は必要ない」と回答した割合（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数＝全体11,392（15～39歳）、中学生32、高校生266、短大・専門学校生103、大学生1,041、大学院生94 ※中学生、短大・専門学校生、大学院生はn数が少ないため参考値）



資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成

支援タイミングの理想【自治体ヒアリング】



- 自治体からは、生徒・学生・社会人と幅広く、若い世代への支援が必要という声が聞かれた。
- **希望する人全員がどこかのタイミング**でライフデザインを実施できる状態が理想的である。
- 生徒が結婚や子育てについてどう考えているか高校の先生に話を聞いたところ、「まだ考えられていない」「遠いところと考えている」といったコメントが聞かれている。少子化対策として実施すべきことは多数あるが、それぞれの効果や結果はまだ判断がつかない。とは言え、**若いときから結婚について考えることは、大事**なのではないかと考えている。
- **小中高等学校向け**に、副教材の提供や産婦人科の講師を派遣してのライフデザインセミナー実施してきた。少子化の進展や働き方の多様化が進む中で、**大学生や若手社会人についても、ライフについて考える機会を提供**する必要があると考え事業を開始した。

支援主体の希望

- 共通で親等・友人等からの支援希望が上位である。また、年代ごとに属する組織（中・高学生は学校、学生は大学等、社会人は職場）からの幅広い主体による支援が求められている。
- 公的機関の窓口による支援希望は高くはないものの、どの年代でもニーズがある。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援として誰に相談に乗ってもらえることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。
(ウェイトバック値、ウェイトバック前n数 = 全体11,392 (15~39歳))

中・高学生の頃		大学・短大・専門学校生等の頃		社会人1-5年目の頃		社会人6-10年目の頃	
親・家族・親族	43.2	親・家族・親族	32.2	親・家族・親族	25.6	親・家族・親族	20.6
学校の先生	32.5	友人・知人	28.0	友人・知人	23.0	友人・知人	19.4
友人・知人	26.4	大学等のキャリアセンター	22.1	職場の先輩・同僚	22.8	職場の先輩・同僚	18.5
学校や地域の先輩	14.2	学校の先生	20.0	職場の上司	20.2	職場の上司	17.3
専門家	9.5	大学等の教授・教員等	16.6	専門家	15.4	専門家	15.4
大学等のキャリアセンター	7.1	学校や地域の先輩	14.4	職場の人事担当者	10.9	職場の人事担当者	9.6
普段接点のない大人	6.2	専門家	11.2	公的機関の窓口	9.1	公的機関の窓口	9.2
大学等の教授・教員等	5.0	普段接点のない大人	7.2	普段接点のない大人	6.8	普段接点のない大人	6.5
公的機関の窓口	4.3	公的機関の窓口	6.1	学校や地域の先輩	5.5	AI・人工知能	5.1
AI・人工知能	4.0	AI・人工知能	4.5	AI・人工知能	5.2	学校や地域の先輩	4.4

自主・自立的な支援【自治体ヒアリング】

- 自治体からは、組織・団体が自主・自立的に従業員等にライフデザイン支援を実施することが望む声が聞こえた。
- 理想としては、**事業者自身でライフデザイン支援を実施**するようになれば良い。キャリアと同様で当たり前を考えるようになってほしい。自治体としては、事業者が主体となってライフデザイン支援を行うときに使える**ツールを提供**したい。
- 自治体としては、**当事者支援ではなく事業者支援に軸足**を置いている。当事者向けも実施したいが、ライフデザインセミナーは勉強のような印象があるため、**当事者が主体的に参加することは難しい**と感じている。そのため、引き続き大学等や企業と連携して実施していく方がよい。
- 多くの事業者が**自前でライフデザイン支援を実施する流れ**になると良い。残りの自前で研修等を実施できない先が、最終的な自治体の支援先になっていくのではないかと。また、世の中はそうはなっていないので、**広く事業者を対象として、自治体として支援**を行っていく必要がある。
- 中・高生については、学校でライフデザイン支援を実施することが望ましい。**
- 大学等や企業が自発的かつ持続的に**、研修などでライフデザインに関する取組を実施できるようにするための後押しが必要である。

実現に向けた課題



限定的

限定的であり面的な広がりがない

- ライフデザインの認知度がまだ低く、キャリア支援に比べるとライフデザイン支援のニーズが高くないことが現状であり、自治体におけるライフデザイン支援事業の実施先の発掘は、自治体担当者が個別説明する等が必要である。



散発的

散発的で継続性がない

- 自主・自立的にライフデザイン支援を自組織構成員に対して実施できている組織は多くはなく、多くが自治体によるサポートを受けてライフデザイン支援を実施している。
- そのため、今年度は、ライフデザイン支援を実施できたとしても、組織の担当者の異動や、自治体からの支援が終了することに伴い、翌年度以降に支援が継続しない場合がある。



各種連携

都道府県・市町村等の組織内外の連携が必要

- ライフデザイン支援の実施には、こども・子育て関連部局、企業・産業関連部局、教育委員会等の複数部局等の連携が必要であり、連携のあり方や役割分担・すみ分け等を整理する必要がある。

参考

こども・子育て関連部局だけでなく、教育委員会が中心となり地域少子化対策重点推進交付金を活用する等して、ライフデザイン支援を実施している事例や、複数部局がすみ分けし生徒・学生・社会人に対して支援を実施している事例も存在する。

支援拡大に向けた課題【自治体ヒアリング】

- 自治体からは、自治体側から組織・団体に働きかける必要があり、自治体が主導して実施するライフデザイン支援だけでは、対象者全員に支援を届けることができないといった声が聞かれた。
- 「ライフデザイン」という言葉・考え方が浸透していない点が一番の課題である。また、企業として若手従業員をセミナー等に派遣するメリットが明確でない点も課題である。
- 高校5校で実施しているが、**県内の高校生の数を考えると焼け石に水**である。ライフデザイン支援施策を推進したい側（自治体）にニーズはあるものの、高校、大学等、企業側の理解は得られていないように感じる。（省略）教育委員会・学校との連携が難しい。なかなか必要性を感じてくれない。
- ライフデザイン講座そのものの評価は高いものの、継続して実施していくことは難しい。学校側の調整が大変である。**来年度に別の先生になったら、この調整を任せることはできない**と、次年度以降の継続に消極的になってしまう。
- ライフデザイン講座を従業員に向けて実施してくれる**企業を探すのは大変**であると聞いている。他方で、実施した先は、次も実施したいとなる先があると聞いている。
- ライフデザインの知名度がなく、受けた人は良かったと言ってくれるが、受けたことがない人を引きつけるものがない**。お金・ファイナンス要素を強めにしたり、健康要素を強めにしたりする等して、参加者を集める必要がある。
- ライフデザインは、キャリア形成等の経済的なもの、共働き、健康、性教育、結婚・妊娠・子育てと幅広い分野が集約されている。こども担当部局でライフデザイン支援を実施している目的は、少子化対策+子育てであるが、内容には雇用等が包括されている。学校教育と同様に様々な分野に跨っているがゆえに、**こども担当部局だけでは対応が難しい**と感じている。
- 昨年度実施した高校に対して今年度も協力を依頼すると、**担当者の異動による方針変更を理由にお断りされるケース**がある。学校は人事異動もあることから、継続的に引き受けてもらうことについて難しい面がある。
- 現時点では、一本釣りで**偶然自治体と接点を得られた大学等や企業に在籍している人しか接点をもつことができない**。事業としてセミナーをこの規模で続けていくことについて意義はあるが、本来望むべきものとのギャップは大きい。

第4回検討会における主な意見等

【自治体によるプッシュ型の情報提供の難しさおよびプッシュ型の取り組みの必要性】

- 行政といたしましては、若い方に情報を届けるアプローチは非常に手薄になっているということが、現状でございます。
- 高校生にもっとプッシュしていく必要はあると思いますが、自身のライフについての実感が生まれるのは、大学生やそのさらに上の年齢になってからとも思いますので、そのギャップといえますか、高校生に届けることに対して、もっとプッシュしていく必要性があると感じました。

【提供タイミング・形式ごとや地域性による効果の違いを意識した提供方法の工夫/当事者の声の反映】

- 大学生だったら、もう少しこのような要素があった方が良く、逆に高校生だと、この点はもう少し情報提供は控えてなど、別のやり方の方が良いという違いが、幅広い世代でやられているからこそ分かってくと、すごく参考になるのではないかと思います。また、おそらく自治体ごとのライフデザインの地域性というも、いろいろ地域で実施した時に出てくるのではないかなと思いました。
- 高校の授業でもセミナーを実施しているというお話でしたが、やはり講堂などの大きい会場で、多くの人数に向けて発信するということでは、一人一人が向き合っていることが難しいのではないかと感じています。例えば、アクティブラーニングとして、対話であったり、ディベートであったり、小規模の話し合いから始められると、もっと取り組みやすいのではないかと感じました。
- 実際に自分が興味のある方から話を聞くことで、ライフデザインについても自分事化でき、これまで興味を持っていなかった方にも、興味を持たせるきっかけづくりになる
- 実際に動画作成やSNSのリール作成に慣れている学生が多いので、インターンという形などで学生とも関わっていくことができれば、学生が求めている情報にも触れることができるのではないかと。

【提供時の留意点：地域性を強めすぎて若者の選択肢を絞らない意識】

- 高校の授業の中で、実際のライフイベントを想定して、それに対して、パソコンを使用して、それにどれぐらいお金がかかるのか、家を持った時、車を何台持った時に、どれぐらいお金が概算でかかるのかを実際に計算してみようという授業があったと聞きました。どのような内容だったのかを聞いてみた時に、実際のケースを想定するのは良いと思うのですが、授業の進行プロセスがあまりにも地方寄りになっている、言い方が少し悪いかもしいのですが、私の実家がある地域に寄り過ぎの考え方になってしまっているのではないかと思います。高校生や中学生などの自己判断が成り立っていないような状態の時期に教育をする場所として、先ほど話に出たような、地域差なども意識した方が良いのではないかと思った。

第4回検討会における主な意見等

【公的相談機能を設置する必要性】

- 必ずしも全員が大学に行って就職するわけではないですし、ずっと同じ会社で働き続けるわけでもないですし、そういった時にドロップアウトといいますが、組織から出てしまった時に頼れるところがないとなってしまうと、それこそ本来、ライフデザインの見直しが必要であろうタイミングに、何の支援も得られないような状況を実現させてしまうという点は、全く良くないことだと思います。ですので、そのような場合に、門戸として常に自治体なり、公的機関なりが開いており、いつでもアクセスできるようになっているというような、セーフティーネット的に機能しているという状況が、すごく大事なのではないかと思いました。

【ユースセンター等他の若者支援事業との連携】

- ライフデザインという観点で申し上げますと、公的機関の窓口との接点が少ない方と、行政的な支援の対象に引っかかってこない方が非常に多く存在していると思っております。
- ユースセンターという取組は、一部の自治体では若者支援として、若者はいつでも来られる場所、何でも相談できる場所というワンストップのセンターとして、広まってきているのではないかと。

【裾野を広く展開するにあたっての現状と課題：各種リソース不足】

- まず市立の高校を中心にアプローチをさせていただきました。今年度に関しましては、市立以外の県立の高校にもお声がけさせていただいたり、どのような形で裾野を広げていくかというところは、我々が汗をかきながら、個別に営業しているというような状況ですので、どうしてもそこは限界があるというところが一点です。あともう一点が事業規模です。毎年イベントを構えられるかは、なかなか厳しい状況ではございます。

【ライフデザインの見直しの捉え方：見直しを許容する意識の必要性】

- ゴールではないというメッセージは、すごく大事だと思います。やはり迷うところはあると思いますので、その都度見直しても良いという、ある意味、少し緩く考えることを後押し・許容してあげる関わり方も非常に良いなと思いました。
- ライフデザインを見直している人の方が、幸福度が高いというのは、調査結果が出ていまして、非常に興味深い傾向も出ています。緩いとプランニングにならないとおっしゃっている学校の先生もいるということでしたが、さまざまなデータをこども家庭庁が提供して、どのような心構えだと良いのかということも、データを活用することで対話もできるかもしれないと思いました。

具体的なアプローチ



自治体

継続的なライフデザイン支援の実現に向けた検討

- ・ 今後、自治体等との連携による更なる支援の輪の拡大に向けては、中等教育機関においてどのような姿が求められているのかを含めライフステージを通じた継続的な支援の在り方に関する議論が必要。
- ・ ユースセンター等の若者支援等関連事業を通して支援を行える体制の構築や自治体としての相談機能が担保できているかの確認も重要となる。



高等教育機関
・企業等

ライフデザインに関する情報提供の機会の充実

- ・ 類似の取組実施先には、当該取組をライフデザイン支援へ拡張するための追加コンテンツ等の情報提供を行い実装を狙う。
- ・ 関心はあるものの取組未実施の先には、簡易なリソースで取組を試すことができるトライアル環境（無償の講師派遣やセミナー等プログラム提供、等）を整備することで、ライフデザイン支援の実装に向けた検討の加速を狙う。



小規模事業者
・個人

国・自治体主催のライフデザインを行う機会の提供

- ・ 相対的にライフデザイン支援に取り組むことにハードルが高いと考えられる小規模事業者や、個人（生徒・学生・社会人含む）に対しては、国・自治体が主催のライフデザインセミナー・イベント等（対面・集合形式や動画配信等のオンライン形式含む）を行いライフデザインを行う機会提供を行う。
- ・ 機会提供や情報発信にあたっては、定量的な目標を定め、効率的・効果的な取組を実施する。



共通

気運醸成ときっかけ提供

- ・ 気運醸成として、ライフデザイン支援の効果（長期的なエビデンス含む）、取組事例、ガイドライン（支援手法、ノウハウ等の詳細、実施体制（組織内・地域内連携のあり方や役割分担・すみ分け等））を整備し、情報発信する。
※こども・若者の意見を反映する視点も含めた当事者意識を高める工夫が重要
- ・ きっかけの提供として、当事者や支援主体に対して、繰り返しライフデザインの必要性・重要性をPRする。特に、生徒・学生に対して、就職先や就職後数年の短期ではなく、30歳頃までの中期的なライフデザインを行う重要性を伝えていく。
- ・ 地域性を強めすぎて若者の選択肢を絞らない意識や見直しを許容する意識は総じて持つ必要がある。

3. 組織ごとの求められる姿/課題/今後のアプローチ

- ・企業
- ・自治体
- ・大学等

大学の取組概形と取組例

- 大学の規模、学生の特性等を基に大学毎にライフデザイン支援の取組形式は様々である。
- 1～4年次の各年次の講義・授業でライフデザインを取り上げている大学の例もある。

	主目的	方法	主体
大学における ライフデザイン の取組概形	ライフデザイン支援	講義・授業 (1コマ～1科目、低年次～高年次)	キャリアセンター等の 事務・全学組織
	キャリア形成支援	セミナー・イベント (単発～複数回～定期)	
	就職活動支援	個人面談 情報発信	学部・大学院等の 教育組織

広島女学院大学

取組例

- 仕事だけでなく、**結婚、転職、出産・育児、親の介護**など、**生涯のあらゆるステージを「キャリア」ととらえ**、それを豊かにし、自ら切り拓く力を身につけていくことを「**ライフキャリア**」という考え方を定義。
- 2024年度に、ライフキャリア教育に関する科目を「**ライフキャリアデザイン I～VII**」の形として再編成
- 「**自分を知る**」「**他者と関わる**」「**社会と関わる**」「**人生を描く**」の4STEPのライフキャリア教育を展開。

概要

求められる姿	 支援対象	低学年から
	 支援の場	学生生活を通じた様々な場面で
	 支援主体	キャリアセンターを始めとする学内外の多様な主体間の連携
課題	 リソース不足	学内のリソース不足
	 興味・関心	当事者の興味・関心
具体的なアプローチ	 情報提供	ライフデザインに関する情報提供の機会の充実

※アンケート調査・ヒアリング・検討会における意見等に基づく整理

求められている姿



支援対象

低学年から

- 就職活動前や就職活動中の学生（主に3年生等の高学年）は、志望する企業に就職するための情報を求める傾向があるため、幅広い情報を受け止めやすい大学1、2年生等の低学年を主な対象とすることが望ましい。
- 主に大学1～2年生と考えられる10代の学生の55.8%（学生全体は50.3%）が、ライフデザイン支援を希望している。



支援の場

学生生活を通じた様々な場面で

- 50%以上の学生が、就職・キャリア相談時（面談時）にライフについても話すことができる仕掛けなど、様々な方法の支援を「あった方が良い」「ややあった方が良い」と回答している。
- 大学の実状に応じて、低学年を対象とした講義やオリエンテーション、学園祭やサークル活動など様々な場面でライフデザインへの意識付けを行うことも考えられる。



支援主体

キャリアセンターを始めとする学内外の多様な主体との連携

- ライフデザインを行う上で必要な情報は幅広いこと、また、ライフデザインを行う際に様々なロールモデルとの出会いが重要であることから、様々なプレイヤーと連携して支援を行うことが望ましい。連携を進めるに当たっては、自治体の担当部署や自治体の提供する事業等を活用することも想定される。
- 学生は、大学という場においては、キャリアセンター等からの支援を希望している（26.5～31.3%）。特に地方部の学生は、都市部に比べその傾向が高い。

※アンケート調査・ヒアリング・検討会における意見等に基づく整理

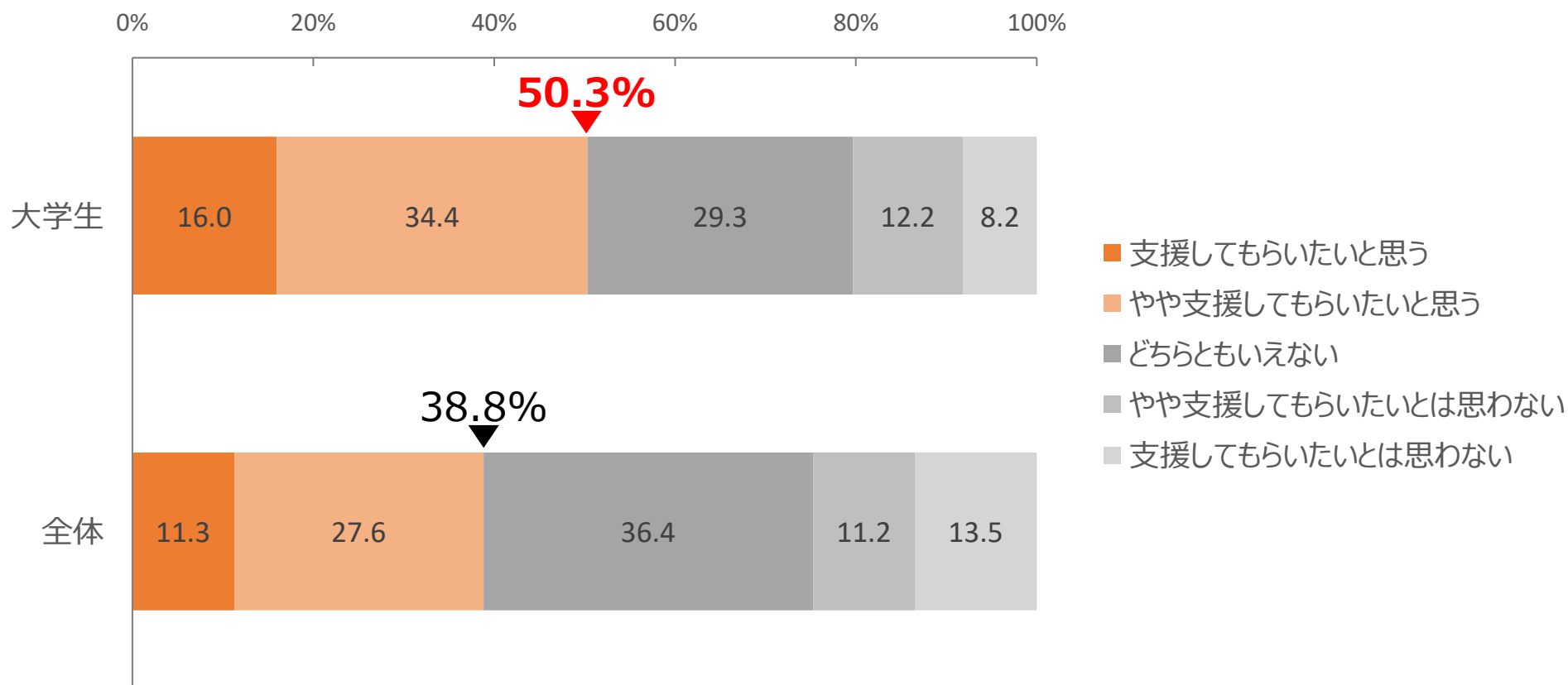


支援対象

ライフデザイン支援の希望（全体、学生等全体）

- 学生等は、全体と比較してライフデザイン支援の希望が高く、半数以上が支援を希望している。

Q.あなたは周囲からライフデザインを行うための支援（ライフデザイン支援）を受けたいと思いますか。
（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数＝全体11,392（15～39歳）、大学生1,041）



資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成

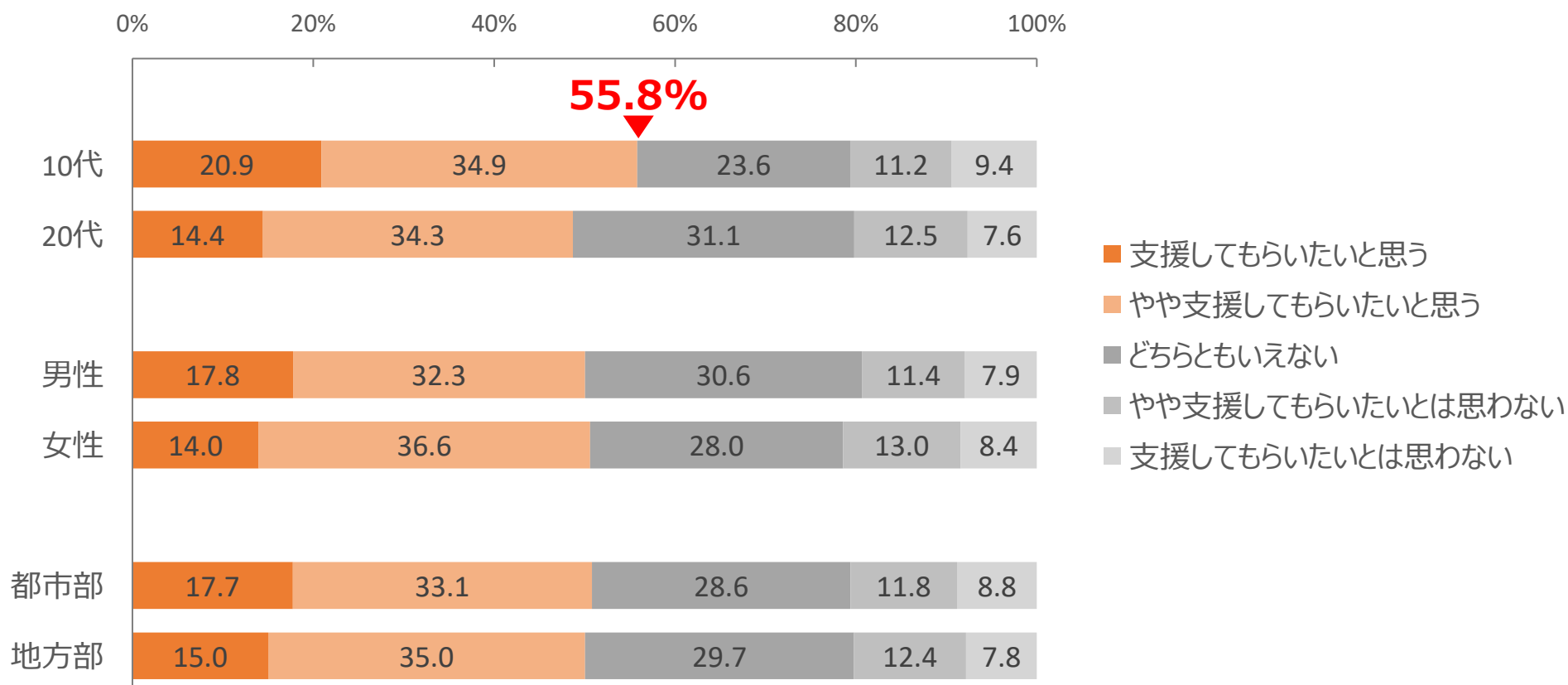


支援対象

ライフデザイン支援の希望（学生等詳細）

- 学生等のうち、主に1～2年生と考えられる10代が、最も支援の希望が高い。
- その他の属性では大きな違いは見られない。

Q.あなたは周囲からライフデザインを行うための支援（ライフデザイン支援）を受けたいと思いますか。
（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数 = 10代178、20代859、男性477、女性564、都市部496、地方部545）



資料：こども家庭庁「令和7年度 若い世代の生活意識調査」(2025)を基に株式会社日本総合研究所作成



ライフデザイン支援の対象者【大学・就職関連サイト運営企業ヒアリング】

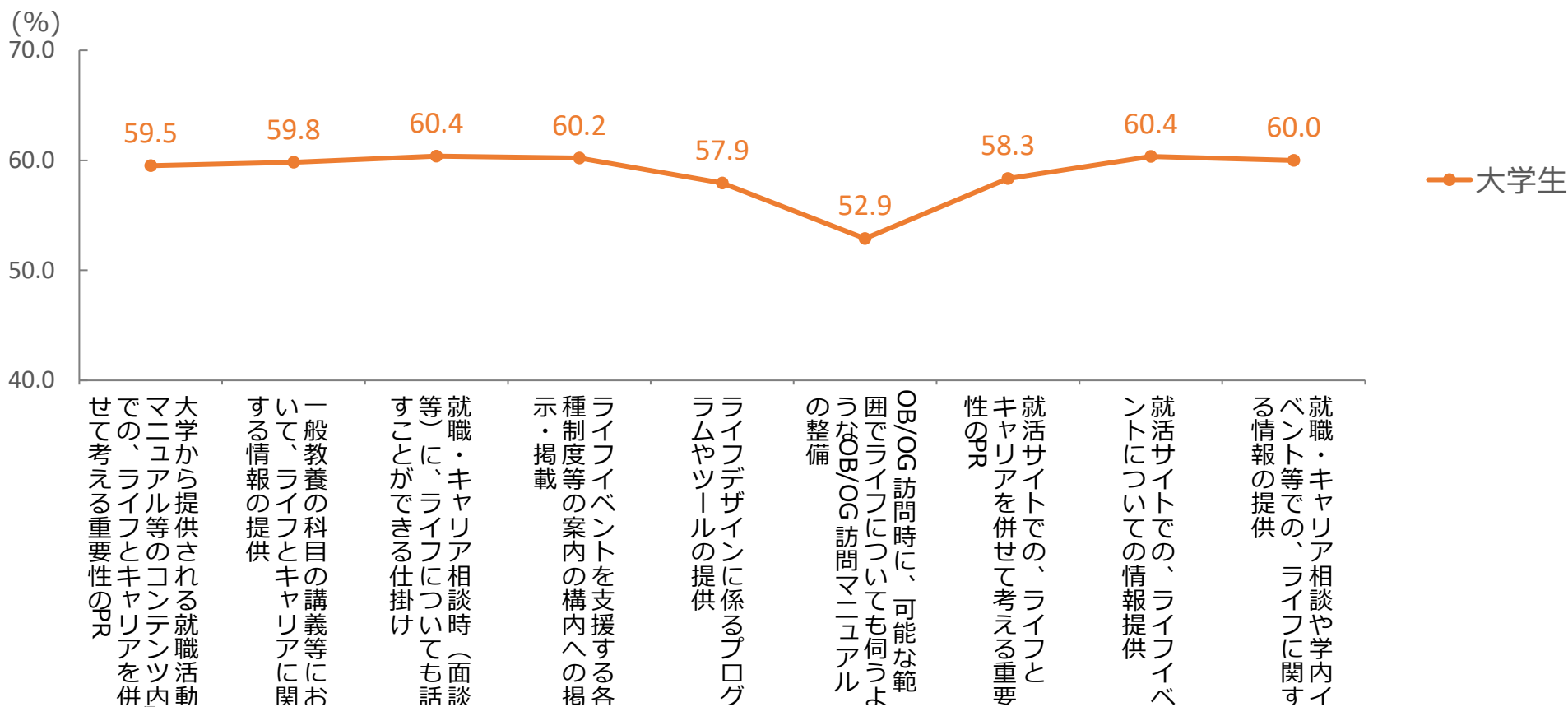
- 学生全般を対象としつつも、就職活動が本格化していない大学1～2年生等の低学年の学生に対して、幅広い情報を提供すべきといった声が聞かれた。
- ライフキャリア科目を整備し、主に伝える力、行動する力、社会で生きていくために必要な知識を**4年間にわたり学習**する。従来のキャリア教育とキャリア支援を複合しつつアントレプレナー教育の要素も取り入れ、自らの強みを活かしながら社会を自分の足で歩いていける女性を育成するという方針に基づき実施している。（大学）
- ライフキャリア教育の中で、キャリア支援に関する内容を1年生時から刷り込んでいくことが最善である。本学は小規模な大学であり、学生と教員が一对一で対応できる環境にあることが最大のメリットである。それを活かし、本学では1年生の段階から企業見学を実施している。**キャリア支援は3～4年生に限った話ではない**と考えている。（大学）
- **1～2年生に対してはキャリア教育、3年生以降に対してはキャリア支援**と捉えている。学生から社会人に向けての橋渡しをしつつ、できる限り一人も取りこぼさないような取組が必要であり、キャリア教育とキャリア支援を連動させ横断するような取組が必要であると考えている。（大学）
- **大学1～2年生の時点で、キャリアと併せてライフやライフビジョンについて考える機会があるのが適切**である。3年生は情報過多であり、適切ではない可能性がある。3年生となると、様々な就職情報サービス等がアプローチしてくる。結果として、目線が特定企業の選考を通過することに向いてしまう。そのため、相対的にライフについて考える機会は減ってしまう。（就職関連サイト運営企業）
- 就職活動の早期化の観点から、**大学生全般をライフデザイン支援の対象とすべき**である。もし対象を絞るのであれば、**大学1～2年生に対して情報提供**すべき。就職活動が本格化するのは3年生のタイミングであるが、2年生の段階でインターンなどの活動が前倒しで実施される傾向にあるからである。大学2年生の時点で就職活動に役立つアクションをすることを考えると、学生に対する情報提供はその前の段階でなければ遅いと考えている。大学3年生は就職活動をするというアクションそのものに全力を注ぐ傾向にある。まずは志望する企業に入社することが重要であり、ライフなどの先々の話よりも、どのようにしたらその企業から内定がもらえるかに関する情報の方が受け取りやすい。（就職関連サイト運営企業）



支援環境の希望（学生等全体）

- 学生等全体で、「あった方が良い」に加えて「ややあった方が良い」という回答も含めた希望を見ると、どの項目についても、50%以上の学生が希望している。

Q.大学・専門学校等の頃は、以下のようなライフデザイン支援の環境がある方が/あった方が良いと考えるかどうかお聞かせください。
「あった方が良いと感じる」「ややあった方が良いと感じる」と回答した割合（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数＝大学生1,041）

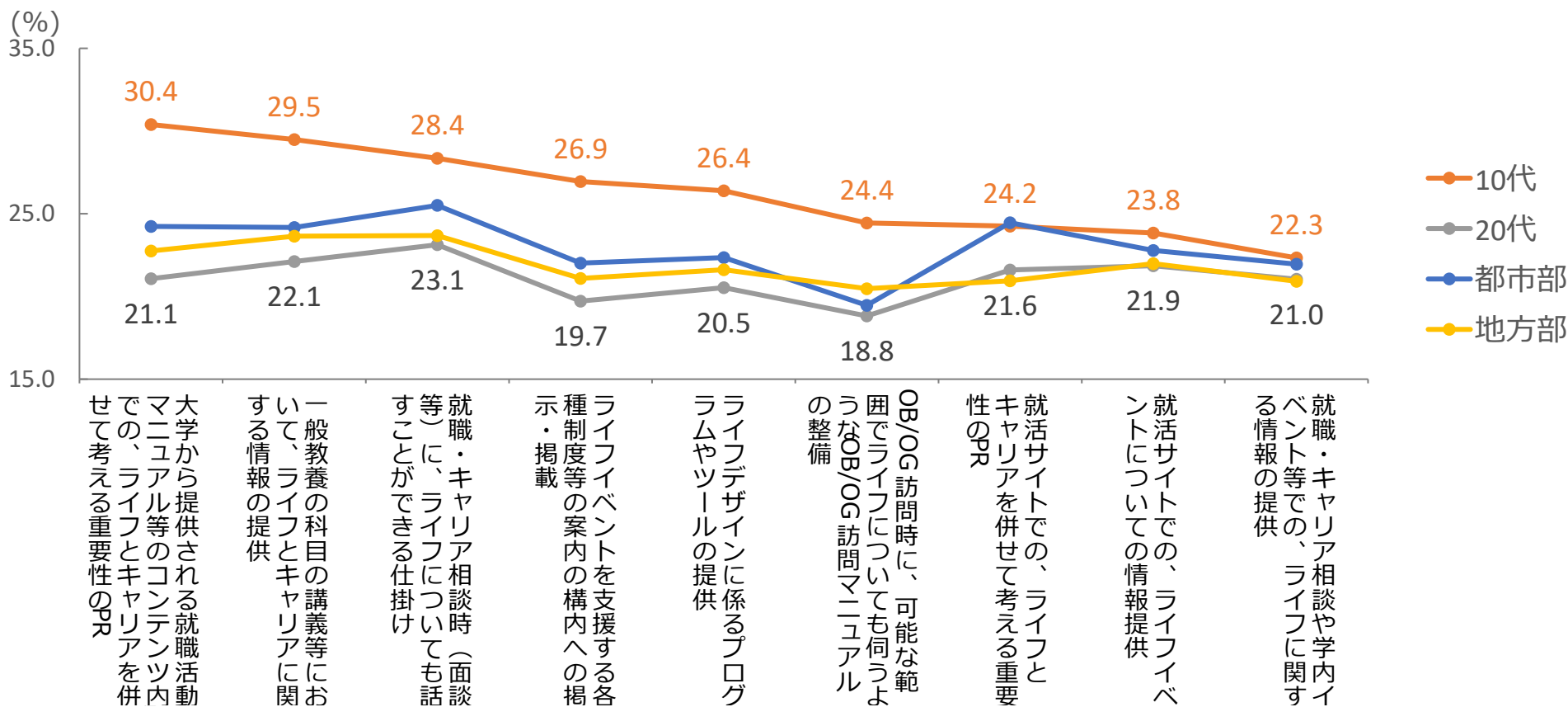




支援環境の希望（学生等詳細）

- 10代（主に低学年の学生）は、ライフデザイン支援に関する希望が総じて高い。講義やイベント、情報提供サイトなどの手段にかかわらず、いずれの項目についてもニーズがある。

Q.大学・専門学校等の頃は、以下のようなライフデザイン支援の環境がある方が/あった方が良いと考えるかどうかお聞かせください。
「あった方が良いと感じる」と回答した割合（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数＝10代178、20代859、都市部496、地方部545）



支援の場のあり方【大学・就職関連サイト運営企業ヒアリング】

- 講義等を通じた支援を行うことが重要であるという声が多く聞かれた。また、あらゆる接点でライフデザインの重要性を伝えていくことに対して肯定的な意見が聞かれた。
- 全学生に対して支援を実施するならば、イベント形式では難しいため、例えば、**オンライン上でオンデマンドに視聴できる授業が良い。**（大学）
- **ライフデザインの重要性が大きくなった際に授業に取り入れていくことが、**大学におけるライフデザイン支援の理想である。初めは各部局の連携によりライフデザイン支援を行い、ライフデザインの必要性が高まってきた段階で、ライフデザインに関する授業を全学共通教育科目として取り入れていくことが想定される。（大学）
- 一般的に、多くの学生たちが将来について自分事として考える**機会**はできる限りあった方がよい。（大学）
- （キャリア関連講義は、）簡単に単位がもらえる楽単と認知されている一方で、参加した学生からは、「思ったより良かった」「思ったより知らないことを知れてよかった」「先のことを考えられるようになった」といった声が聞かれている。キャリアの授業であり、基礎知識として知るべきことを伝えるものであり、知見を問うものではない。**広く知る機会を提供**できたらと考えている。（大学）
- ロールモデルのパーツを取って**コーディネートできる人が必要**である。最終的には学生自身でライフデザインを形成してもらうが、キャリアコンサルタントのような立場で**ライフの選択肢を提示したり学生の思いを引き出したり**することができる人が必要である。（大学）
- 1～2年生向けへの情報発信については、どんなに内容が有意義であっても学生が求めていないと、コンテンツとして見てもらえない。（就職関連サイト運営企業）
- 学生に向けて座学的に自分のライフデザインを考えさせるようなアプローチよりも、**ライフデザインを具体例で示す方がわかりやすい**と考えている。**多様なバリエーションで多様なライフがあるということをケーススタディとして見せる**方が、大学1～2年生向けにはわかりやすく、導入編としてはよいと考えている。（就職関連サイト運営企業）

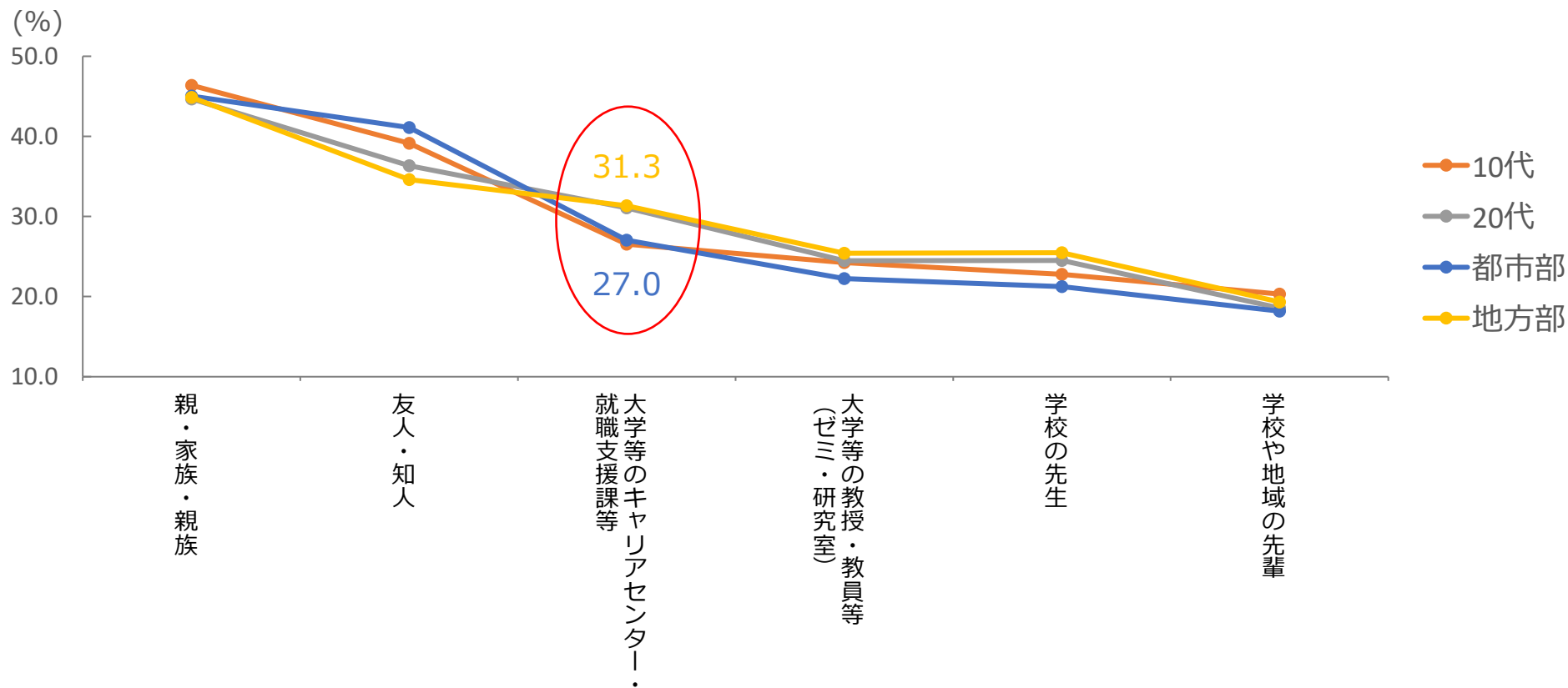


支援主体の希望（学生等）

- 親や友人等が多いが、大学のキャリアセンター等からの支援も学生は希望している。

Q.それぞれの時期で、ライフデザイン支援として誰に相談に乗ってもらえることが望ましいですか。あてはまるものを全て選んでください。

2.大学・短大・専門学校生等の頃、20%以上の回答のみ（ウェイトバック値、ウェイトバック前n数＝10代178、20代859、都市部496、地方部545）



支援主体のあり方【大学・就職関連サイト運営企業ヒアリング】



- キャリアセンターが中心となり、学内外の専門家や卒業生等と連携して、支援を実施しているという声が聞かれた。また、自治体の事業を活用しているという声も複数聞かれた。

- 大学には多様なセクションがあり、各部局およびキャリアセンターが部局横断的に連携してライフデザイン支援を行う必要がある。**就職をライフデザインの切り口とする場合には、キャリアセンターが支援の主体**となる。先陣を切ってライフデザイン支援を進めていくのはキャリアセンターである。キャリアセンターが学生に対しライフとキャリアを一緒に考えさせる上で支援を進めていく。(大学)
- 学生はライフの選択肢として何があるか知らない場合があるため、**キャリアセンターやキャリア教育の担当教員**がライフの選択肢を伝えていく必要がある。(大学)
- **教務課と就職支援のキャリア担当が別々で活動**していたが、教学要素に関する部分とキャリア支援に関する部分を融合させる必要があり、**各組織のトップが連携し、所属する職員も授業に絡み事務的な下支えをする連携体制を構築**した。トップ同士による試行錯誤を経て、授業の組立や教材作りを行った。(大学)
- キャリア支援として**学外講師を招き、様々な会社および起業家の方々による講演会**を実施している。(大学)
- OGを囲む会において、**若手から年配までの卒業生を招いて**学生に話を聞かせている。本学は卒業生が講演する機会が多いことが特徴である。(大学)
- 本学では、**ファイナンシャルプランナーの方を招いて**授業の中でお金や働き方、人生設計の話をしてもらっている。(大学)
- 本センターのみでは、キャリア全体について講義を実施することはできないため、**プロの人にサポートしてもらうという考え**で実施している。経営者からビジネスの話や給与明細の読み方、FPから税金の話、保険の話、司法書士から相続の話等してもらっている。(大学)
- **OB/OGの存在といった身近なキャリアモデル**の存在が重要と思われる。サークルの先輩がOB/OGとして出席するので、それに後輩を誘うというような流れがよくある。身近な存在であればあるほど、自身のキャリアも想像しやすく、OG/OBと積極的に接点を持ち、キャリアの姿を見せてもらうことが重要ではないか。(大学)
- 「キャリアデベロップメント」の講義を実施している。(省略) 本科目ではライフに係る内容を取り扱っており、自分にとって幸せな人生とは何かについて学生に逆算的に考えてもらうため、バックキャストの考え方を紹介している。その他、**自治体による「大学生向けライフキャリア講座」が実施**されており、その講座を活用し、出産、子育て、転職等の転機を迎えた社会人3名からの講演とパネルディスカッションを実施した。(大学)
- **自治体の様々な(省略)部署などが事業として募集**をしており、参加を募っている。そういったものを本学の授業をはじめとする様々な機会の中に取り入れる形で協力をいただいている。(大学)
- 就活サイトは大学3年生以降を対象とした際には相性が良いが、大学1~2年生との相性は良くはない。大学1年生は情報を届けられるメディアが多岐にわたっており、若年層に向けて届きやすそうな情報メディアやSNSを上手く活用しなければ、大学1年生に情報は伝わらない。(就職関連サイト運営企業)
- 就活ナビサイトは各メディアが、就職活動のインフラとして公平性の担保のために自らにかけている制約が多く、自由度が低い。(就職関連サイト運営企業)

実現に向けた課題

課題



リソース不足

学内のリソース不足

- 大学側は、学生へのライフデザイン支援の必要性は認識している。
- 他方で、人員や時間等のリソース不足等から高学年の就職活動支援のみに注力せざるを得ない大学も存在する。



興味・関心

当事者の興味・関心

- 学生は「就職」という直前に迫っているライフイベントへの関心は非常に高い傾向があるものの、その他のライフイベントには直面していないため、それぞれのライフイベントへの関心の高さが個々人で大きな差がある。
- 興味・関心が低いコンテンツは、当事者に届いても受け取ってもらえない、または、そもそも届かない可能性が高い。その他ライフイベントについても興味・関心を喚起することができるよう、魅力あるコンテンツを効率的かつ効果的な方法で提供していく必要がある。

※アンケート調査・ヒアリング・検討会における意見等に基づく整理

支援推進上の課題【大学・就職関連サイト運営企業ヒアリング】



- 学生へのライフデザイン支援の必要性は、認識しているという声が多く聞かれた。
- 課題としては、キャリアセンターのリソース不足により支援が十分にできていないことが挙げられた。

- 社会の変化のスピードが速く、女性は結婚や出産もあることから、依然として結婚を機に仕事を辞める、あるいは一時的に中断するという発想になりやすい。そのような**社会の変化や女性特有のライフキャリアに対応できる人材に育て上げる**ことに責任を感じており、それがライフキャリア教育を推進する決め手となっている。（大学）
- 情報化社会であり、自ら情報を取りに行けば、情報を得ることができる時代である。自ら行動できる学生は行動していることから、どうすればよいか分からない学生のために、**情報の交通整理をしてあげることは意義を感じる**。（大学）
- キャリアをサポートする立場の方に、就職支援と並行して**ライフキャリア教育やライフキャリア支援を行うという考え方が浸透**しつつある。（大学）
- （全学へのライフデザイン支援の拡大は）大学のトップ次第である。大学は縦割り組織であり、他の学部のことについては治外法権になっている。だからこそ**トップが判断して動かなければ、全学的にコンテンツを広げることは難しい**。（大学）
- **トップ層・経営層と現場の意思疎通が図られ、一枚岩で取組を進めることができる状態**が望ましい。経営層は、経営の観点からのメリットがあれば動いてくれる。例えば、補助金の増額や、国・自治体からの委託事業等が挙げられる。（大学）
- 当事者は、**ライフイベントに直面しないと気づけない**。また、当事者意識を保ち続けることが難しい。（大学）
- 一人ひとりの学生に対して手厚い支援が行えれば良いが、**リソースに限りがある**ためそういう訳にもいかない。逆に規模の小さい大学が、一人ひとりの学生への手厚い支援で学校として特徴を出していくことになる。（大学）
- キャリアセンターは人手が十分ではなく、そのため、**就活が決まらない学生に力を注ぐ傾向**がある。対外的な就職率を気にしている、未内定者0がKPIとなっているキャリアセンターもある。**1～2年生に力を注ぐには、まだまだリソースに余裕がない**ことが多い。低学年のキャリア教育も実施すべきという思いは多いものの、そこまで手が回っていないのが現状である。（就職関連サイト運営企業）
- 学生に対して有益な情報提供をしたいという思いはあり、ライフデザインの大切さは発信していきたい。ただし、どこまでいっても**学生側が興味を持たない**と見てもらえない。ライフデザインは、選考対策に比べるとニーズが顕在化していない。解決策として、例えば、学生に人気の（知名度の高い）企業とコラボレーションして、企業からライフデザインの重要性をPRするといった施策も考えられる。学生側の実際に企業で働く人の声を聞いてみたいニーズは高い。（就職関連サイト運営企業）

第4回検討会における主な意見等

【講義形式での提供におけるメリット・デメリット：興味を持ってもらう工夫の必要性】

- 大学の授業、特に必修であれば受動的に大学の授業を受けている人が多いと感じています。
- 自分のコンフォートゾーン外の人からスライドにたくさん文字を貼られて自分の興味のないことを話されても、絶対に残らないと思うので、大学3年生であれば私のような社会人1年目まで、大学1年生であれば3年生・4年生がおそらく身近に想像ができ、且つ話が入ってきやすい人かと思うので、そのような人から情報を伝えていただくのが良いのかなと思いました。

【キャリアセンターの実態：学生からの認知度の低さ】

- 学校や大学の相談機関、例えば相談センターやキャリアセンターは、私の身近ではあまり使われていなくて、センターを拡大していこうとしても、一部の大学や学生にとっては縁の遠いもので、そのような相談機関をどのように伝えていくか、ということも課題になるのではないかと感じました。

【その他の提供形式の提案：入学式のオリエンテーションでの提供、基礎演習等の中での提供】

- 入学式のオリエンテーションに含めるのはどうかと思いました。どの程度大学生活を充実させられるかであったり、少し先をデザインしたものに対して大学生活を通して、少しでも近づくためにはどのような挑戦や経験を大学生活でしたらより良いのかを考えるきっかけにできる時間というのは、どこの大学でも実施しても良いのではないかと感じています。オリエンテーションの時に興味を持てば、継続してキャリアセンターなどに行って「こういう職業に就きたい」、「こういうプランを考えているが自身は大学生活中に何したら良いか」と相談する学生もいれば、興味が湧かなかった学生はそのまま一回で終わるというのも仕方がないと考えています。
- ライフデザインという比較的個人的な内容を話せるような友人を作る機関として、大学は非常に良いのではないかと考えていたので、友人作りや大学内でのコミュニティ作りの話題の一つとしてライフデザインの要素、例えば、どのようなことを将来大切にしていきたいかなど、クラスやゼミで話し合うテーマの一つとして、ライトな形で導入するのもありなのではないかと思いました。
- 大学のコミュニティとして低学年時のクラスということで、おそらく基礎演習などであれば、確かにある程度の人数を割り振って授業していくという中で、例えばライフデザインについて考えてみるような取組も面白いと思っております。

具体的なアプローチとして考えられる事項



機会提供

ライフデザインに関する情報提供の機会の充実

- 既存のキャリア関連講義に、ライフデザインに関する内容も含まれるよう、好事例の横展開や、コンテンツの情報提供を行う。具体的なコンテンツとしては、進学、就職、結婚・育児、住宅の確保、資産の形成、老後などのライフイベントに係る情報提供やライフプラン（将来計画）作成、ライフプラン・ライフストーリーの共有等が挙げられる。
- その他例えば入学式のオリエンテーション等で活用できるコンテンツの作成や情報提供も考えられる。



情報提供

ライフデザイン支援を推進する各種コンテンツ提供

- セミナー 1 回や講義 1 コマで実施可能なライフデザイン支援の簡易パッケージの情報提供を行う。
- 様々なロールモデルの情報等、ライフデザイン支援に必要となる情報提供を行う。



相談機能

ライフデザインに関する相談体制の確保/認知度向上

- そもそも、ライフイベントにおいて困難に直面する若者学生にとっては、ライフデザインを描くこと自体が困難な状況にあり、表面上そういった状況にあることが分からない場合もある。そこで、国・自治体等と連携して、様々な支援に関する情報提供を行ったり、場合によっては関係機関の相談支援等へつなげることも重要である。
- 大学に既に設定されている相談窓口の機能整理や学生への認知度向上に取り組むことも重要。

4. まとめ

第5回検討会におけるとりまとめに向けた主な意見等

- 若い世代同士でライフデザインやこれからどのような人生を描いていきたいのかということをお話する場を作ることは、非常に意義深いものではないか。
- 今までの検討会で出てきた「やり直しができる」、「ライフデザインは一回きりじゃない」などももちろん大事ですし、逆に言うと、育児や出産、結婚というような将来的なものを選ばない自由ももちろんあるということをお話する場に組み込んでほしい。
- 組織に属していたからといっても、場合によっては組織から十分な支援が得られないような方も存在するかもしれないと思いますし、そのようなことを考えると、組織に属さない人も念頭に置きながら、より全般をサポートできるような窓口というところが文字に表れていると嬉しいなどに思いました。
- 思い描いていたライフデザインに近付けることができるのか、またそのようなことを考えるきっかけや、そこから抜け出すためのきっかけを、どのように機会として提供できるか。どうしても社会や企業、行政に縛ってしまうと、そこに属していない人が常に溢れてしまっている社会も良くない。
- ライフデザインという観点からユースセンターの意義を再評価するということができると思います。
- 「自分らしく希望する人生を選択」できる人がライフデザインもできる、と言われる一方で、その道を選ばざるを得ない時もあるし、その道を選ばざるを得ない人もいる。
- その時々のおプションのなかでいつもベストを選べるわけではなく、例えば、相対感として良い、言い換えれば、いくらかましな選択肢を選ぶというような形で行動選択をせざるを得ないという局面がある。
- 描いた未来の実現という「to-be」に向けて、各フェーズで必要な行動を選択する「to-do」を選んで積み重ねていくこと自体が「人生」と考えると、まさにこの「価値観や目指す姿」を出発点にして「手段を設計する」というところが私は「ライフデザイン」と「ライフプラン」だと思っている。
- 人生の15%ぐらいの時間は時間外労働を比較的できるのですが、残りの85%は育児や介護、こどもの受験、不登校対応などで全く時間外労働はできないので、この短時間でハードワークする正社員というような新しい、学生からは思いつかないようなライフデザインコースをブランディングして磨き上げなくてはならない。
- これから新たに必要とされるライフデザインコースというものは、どのようなものなのかということについての発信もプッシュでやっていく必要があるのではないかと。

若い世代視点からのライフデザインに関する検討会における報告書 まとめ

- ・ライフデザインに取り組むことは、必要な情報を得たうえで、目指す姿をイメージし、その実現に向けた計画を立てることであり、**自分自身の羅針盤を持ち、人生の様々な場面で自律的な選択ができるようにするもの。**
- ・ライフデザインの実施と幸福度には相関があり、ライフデザインは必要に応じて見直しが必要であることから、**継続的なライフデザインの機会提供や適切な情報提供等の必要性**があると考えられる。

若者のライフデザイン支援の在り方	求められる姿	課題とアプローチ	令和8年度以降の展開（実装）
<ul style="list-style-type: none"> ・断片化された情報を入手してしまうこともある。何が正しい情報なのかを見極めながら、ライフデザインを行う必要がある。 	<p>企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・柔軟な働き方を実現する制度の浸透（大企業等） ・魅力ある暮らしや働き方の情報発信（地方中堅企業等） ・経営理念の浸透や相談支援体制の構築（中小企業等） 	<p>課題とアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取り組むにあたっての人材・ノウハウ不足 ・支援効果の認識不足 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 支援に関する情報提供による実装支援 ➢ 支援と企業価値の関係性を示すデータの蓄積 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和7年度民間企業等と連携したライフデザイン支援事業の成果物（実証事業、コンセプトブック等）の活用促進
<ul style="list-style-type: none"> ・ロールモデル、ロールパーツだけが参考になるわけではなく、「思い通りにならなかったケース」を知ることも重要。 	<p>自治体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生徒・学生・社会人などのタイミングでも身近な組織が支援ができるよう関係機関ををサポート ・組織に属さない人など誰でも相談できる窓口の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・散発的で継続性がない ・都道府県・市町村等の組織内外の連携が必要 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ライフデザインに関する情報提供の機会の充実 ➢ 国・自治体主体の情報提供の機会の充実 ➢ 気運醸成ときっかけ提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・「こどもとともに成長する企業構想」の推進
<ul style="list-style-type: none"> ・「初めて行ったライフデザイン」通りの人生を過ごす人は少なく、かつ、ライフデザインを見直している人の幸福度は高い。ライフデザインは何度でも描きなおしてよいという許容性を伝えることが重要。 	<p>大学等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・低学年からの支援 ・学生生活を通じた様々な場面における支援 ・キャリアセンターを始めとする学内外の多様な主体との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・学内のリソース不足 ・当事者の興味関心 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 情報提供の機会の充実 ➢ 支援を推進する各種コンテンツ提供 ➢ 相談体制の確保/認知度向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域少子化対策重点推進交付金を活用した好事例の横展開 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 大学等との連携 ➢ こども・子育て関連部局、企業・産業関連部局、教育委員会等の複数部局等の連携促進支援 ➢ プレコンサポーターとの連携
<ul style="list-style-type: none"> ・誰に相談したらよいのか、誰と一緒にライフデザインを行うことが効果的なのかといった視点も重要。 			<ul style="list-style-type: none"> ・こども家庭庁ポータルサイトのコンテンツの更なる充実と、活用機会拡大に向けた情報提供 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 関係省庁との連携による、若者支援の情報集約 ➢ 関係省庁と連携したコンテンツ（金融、住宅、社会保障他）の共有・情報提供 ➢ 国主催のイベントや出前授業等
<ul style="list-style-type: none"> ・組織に属さない若者に対しても、ライフデザイン支援の場を確保することが重要。 			<ul style="list-style-type: none"> ・キャリアやライフイベントにおいて困難に直面する若者を対象とした実態把握を行い、ライフデザイン支援の在り方を検討
<ul style="list-style-type: none"> ・ライフデザインを「自分事」と捉えるタイミングは人それぞれ。だからこそ若者の「手の届くところ」に支援の機会や場があることが重要。 			
<ul style="list-style-type: none"> ・予期せず、大幅なライフデザインの修正が必要になったときにこそ、ライフデザイン支援が必要。 			

(参考)

(参考1) 検討会開催要綱

若い世代視点からのライフデザインに関する検討会の開催について

令和 7 年 7 月 28 日
内閣府特命担当大臣（こども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画 共生・共助）決定

1. 趣旨

「若い世代が描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」（令和6年7月18日内閣府特命担当大臣（こども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画、孤独・孤立対策）決定）の議論も踏まえ、若い世代のライフデザイン支援を更に進めていくための必要な方策について、若い世代の視点から議論を深め、検討するため、内閣府特命担当大臣（こども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画 共生・共助）（以下「大臣」という。）のもとに「若い世代視点からのライフデザインに関する検討会」（以下「検討会」という。）を開催する。

2. 構成等

- (1) 検討会の構成員は、別紙のとおりとする。
- (2) 検討会は、大臣が主宰する。
- (3) 検討会には、座長を置く。座長は、大臣があらかじめ指名するものとする。
- (4) 座長は、必要に応じ、関係者の出席を求めることができる。

3. 運営

- (1) 検討会の庶務は、こども家庭庁長官官房ライフデザイン支援室が行う。
- (2) 検討会は、ライフプラン等、個人のプライバシーに密接に関係する発言が多く想定されるところ、個々の委員のプライバシーに最大限配慮するため、非公開とする。ワーキンググループで用いた配布資料及び議事要旨は、ワーキンググループ終了後、速やかに公表する。ただし、座長は、公表することにより公平かつ中立な議論に著しい支障を及ぼすおそれがあると認めるときその他正当な理由があると認めるときは、配布資料及び議事要旨の全部又は一部を公表しないものとする。ことができる。

4. その他

前各項に定めるもののほか、検討会の運営に関する事項その他必要な事項は、座長が定める。

(別紙)

若い世代視点からのライフデザインに関する検討会 構成員

天野 馨南子	株式会社ニッセイ基礎研究所生活研究部人口動態シニアリサーチャー
岩本 和樹	大学生
郡司 日奈乃	大学院生、一般社団法人 Spice 代表理事
小林 真緒子	大学院生、一般社団法人アンカー 共同代表理事 次世代ユネスコ国内委員会 委員長
小室 淑恵	株式会社ワーク・ライフバランス 代表取締役社長
斎藤 舞奈	大学生、るりあるく（こども食堂）代表
坂田 亮輔	西日本旅客鉄道株式会社
◎ 柴田 悠	京都大学大学院人間・環境学研究所 教授
島津 明人	慶応義塾大学総合政策学部 教授
中濱 庸充	株式会社フジワラテクノアート
宮木 由貴子	株式会社第一生命経済研究所 常務取締役・ライフデザイン研究部長・首席研究員
八木橋 美都	一般財団法人あしなが育英会

◎：座長

第1回(7月28日(金)13:00~15:00)

議題

- (1)ライフデザインの取組の背景と意義
- (2)若い世代のライフデザイン支援の現状と必要性

第4回(2月3日(火)16:00~18:00)

議題

- (1)自治体におけるライフデザイン支援の現状と方向性、取組加速に向けた具体的なアプローチ
- (2)大学等において若い世代に求められているライフデザイン支援の姿と課題、具体的なアプローチ

第2回(8月29日(金)10:00~12:00)

議題

- (1)ライフデザインの取組の背景と意義の振り返り
- (2)若い世代のライフデザイン支援の求める姿と課題
- (3)アンケート調査設計

第5回(3月10日(火)10:30~12:30)

議題

- (1)企業等におけるライフデザイン支援の現状と求められる姿に関する追加議論
- (2)これまでの議論の総括および検討会報告書(案)に関する議論

第3回(12月19日(金)10:30~12:30)

議題

- (1)ライフデザインの取組の背景と意義の振り返り
- (2)民間企業等におけるライフデザイン支援の現状と求める姿

