

J-Win 第14期  
High Potential ネットワーク  
最終報告書



P1 分科会

## 【目次】

### 1.はじめに

- 1.1 本提言の目的
- 1.2 提言化の背景
- 1.3 現代社会における思考力の重要性
- 1.4 社会課題への関心の低さとその影響
- 1.5 体験型研修プログラムとしての提言について
- 1.6 本提言の概要

### 2.背景と課題

- 2.1 社会課題に対する関心の低さ
- 2.2 思考力不足の具体的な影響
- 2.3 企業研修の現状と課題
- 2.4 ビジネスの発想力を鍛える場について
- 2.5 ビジネスと社会課題の関連性

### 3.解決策:政治をフックにした研修コンテンツの開発

- 3.1 なぜ政治をフックにするのか？
- 3.2 研修コンテンツの基本構成
- 3.3 思考育成研修ゲームの導入
- 3.4 ゲーム形式の導入と効果
- 3.5 類似教材としての「参政剣伝説」
- 3.6 企業人事担当者へのヒアリング結果
- 3.7 研修コンテンツの体験会の実施

### 4.期待される効果

- 4.1 社員の思考力向上
- 4.2 社会的課題解決型ビジネスの創出
- 4.3 組織文化の変革
- 4.4 社会全体への波及効果

### 5.企業への提言

- 5.1 社会的課題解決を企業戦略に組み込むことの必要性
- 5.2 企業のリーダーシップと未来への期待

### 6.おわりに

- 6.1 小さなきっかけが大きな変革をもたらす可能性について
- 6.2 分科会活動での気づき
- 6.3 今後の展望と社会全体への期待

### 7.参考文献

# 1 はじめに

---

## 1.1 本提言の目的

本提言は、2024 年度 J-Win High Potential ネットワーク P1 分科会の活動として、政治をテーマに議論を重ねた結果を基に作成された。企業や社会において思考力を高めるための研修プログラムを提案し、社員の主体的な思考力向上を通じた企業の変革と社会貢献を目指すものである。

## 1.2 提言化の背景

私たちは、約 1 年間の分科会活動で「政治をテーマとしたビジネス提言」を創出するため、当初政治に対する何かしらの改革を検討した。政治に関わるイメージや疑問の意見出しを実施し、ヒートマップを作成、共通する意見、疑問からターゲットを定め、現状調査を基に私たちがなりの改善案の提言を目標とした。

しかし、現状調査を進める程、政治に対する不平、不満は出てくるが、

「じゃあ、自分が政治家だったらどうしたい？どうできる？」

このような提言案が全く浮かばない状況となった。この停滞感は現状理解、つまり政治知識が不足しているためという解釈も出来るが、現職の議員にも知識差はあるものと考え得る上で、私たちに不足していることは何か、それは物事をジブンゴト化し、多面的に考える力が不足しているということに気づいた。

私たちはこの不足している力を「思考力」と定義づけ、政治分野に関わらずとも、どの分野においても社会で活躍するために必要な力であり、私たちに共通する課題であると捉えた。また、当初の政治をテーマとしたビジネス提言、これをきっかけとし、政治をフックに思考力を鍛える方法が、私たちが創り上げたい内容であると必要性を強く認識し、提言化を進めることとした。

## 1.3 現代社会における思考力の重要性

現代において、個人が「自分がどうしたいのか」「何が大事なのか」を考え、それを言語化する力は、企業の成長や社会の発展にとって不可欠である。しかし、多くの企業では、業務の効率化や正解を求める文化が強調され、創造的な思考を育む機会が十分に確保されていない。この結果、社員が主体的に考える力が育ちにくく、企業のイノベーション不足や社会課題解決への取り組みの遅れにつながっている。

## 1.4 社会課題への関心の低さとその影響

日本では、社会課題に対する関心や解決意欲が他国と比べて低い傾向にある。社会課題の解決に向けた新規事業の創出やイノベーションが生まれにいたため、企業や国全体の持続的な成長が阻害される要因となっていると考察する。このあと、「2.背景と課題 2.1 社会課題に対する関心の低さ」で詳細、解説していく。

## 1.5 体験型研修プログラムとしての提言について

政治をフックに思考力を鍛える方法としてどのような内容が最もジブンゴト化して取り組むことが出来るかについて議論を実施した。

身の回りのきっかけが必要という議論結果から、企業研修プログラムが適しているという結論となり、本提言に適した効果的な企業研修プログラムの形を考えることとした。既存の企業研修プログラムについて、私たちは座学型・1対N型を多く受講してきたが、思考力を養うという目的に対して最も効果的なプログラム形態を調査するため、分科会メンバーの所属企業人事部育成担当者へアンケートを実施した(参照:3.4 企業人事担当者へのヒアリング結果)。

回答結果から、効果が高い研修形態として「グループワーク型」「エンタメコンテンツ」が上位の結果となった。また、主体的な参加が必要な形態、継続・反復性の仕組みがあることでさらに効果が上がるという意見を得ることができた。

## 1.6 本提言の概要

企業の社員が「社会のことをジブンゴトとして考える」ために、政治をフックに思考力を鍛える体験型研修コンテンツを提供したい。本コンテンツは、日本の様々な社会課題を通じて、社員自身がどうしたいか、また何が大事だと思うかを考え言語化する力を養うことを目的としている。以下に本コンテンツの三つの特徴を紹介する。

### (1) ゲーム形式

研修参加者が新米議員になりきる参加型コンテンツを用意。ゲーム形式の体験型研修を導入することで主体的な参加を促すことができ、またゲームを通じて社員は楽しみながら思考力を鍛えることが可能。

### (2) 反復実施が可能

研修内で取り上げる社会課題を変えることで反復実施が可能。企業の課題、重点施策に応じアレンジを加えれば、思考力を鍛えながら企業が望む知識を養うことができる。

### (3) テーマは「政治」

企業と密接な繋がりを持つ政治。社員は実際の政治問題に対する理解を深めることで、政治や社会の動きに対する感度を高く保ち、企業への還元や社会の発展に寄与することができる。

本コンテンツを提供することは社員の思考力向上に寄与するだけでなく、企業や社会に対しても大きな影響をもたらすと考える。社員の視野拡大は、企業が新たなビジネスチャンスを生み出すことに繋がり、ひいては日本経済の成長を実現させることができるのである。

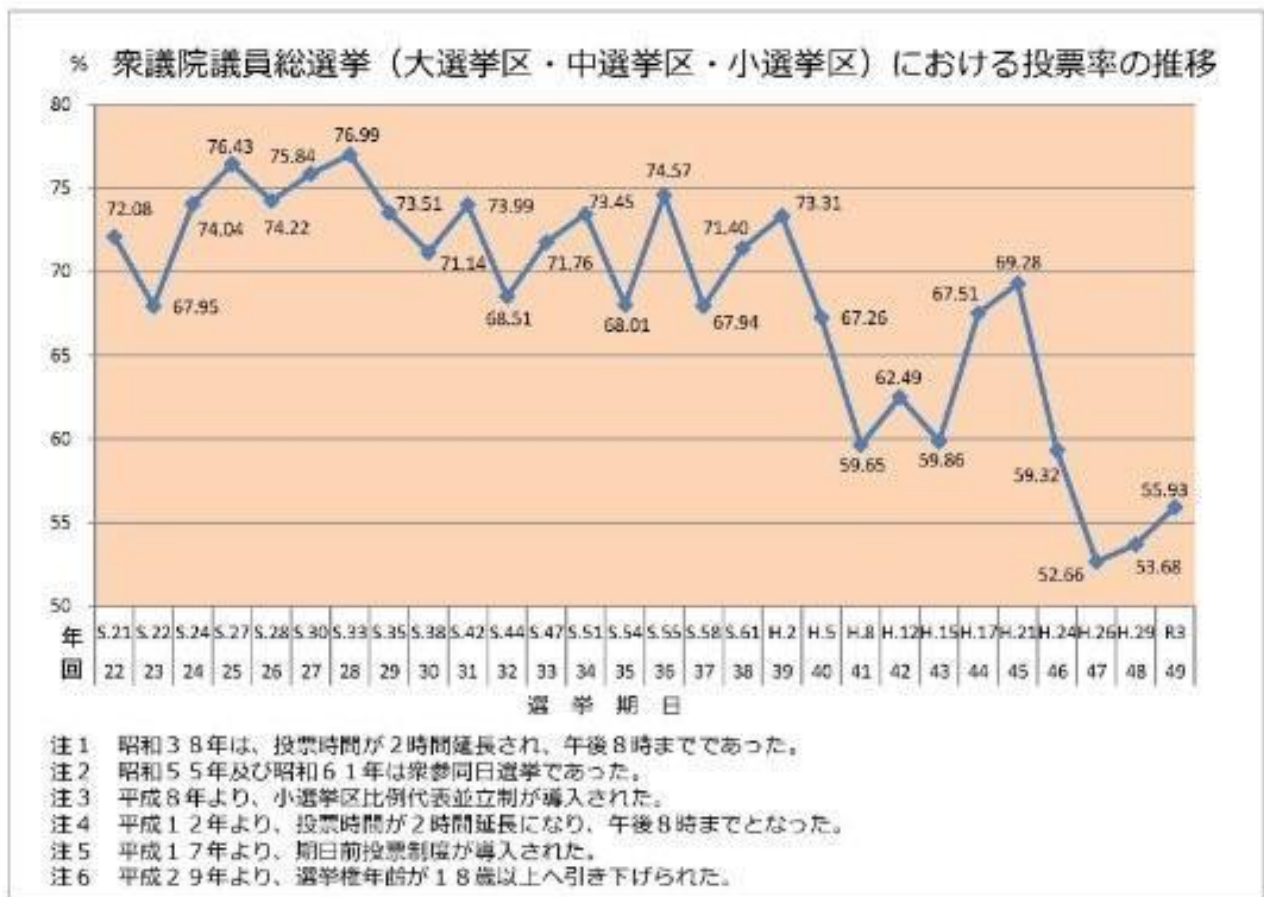
次章より、本コンテンツ開発に至った背景と、当分科会が考える解決すべき課題について触れていきたい。

## 2 背景と課題

### 2.1 社会課題に対する関心の低さ

近年、日本人の社会課題に対する関心は減少しているとの指摘がなされている。このことは、衆議院議員選挙および参議院通常選挙における投票率の低下という傾向からも明らかである。具体的には、過去の選挙においては相対的に高い投票率が記録されていたが、最近の選挙ではその割合が明確に減少している。投票率の低下は、国民の政治参加意識の希薄化を示唆しており、社会課題に対する関心の低下を与える要因の一つと考えられる。

[図 1\_衆議院議員選挙における投票率(1946年から2022年)]

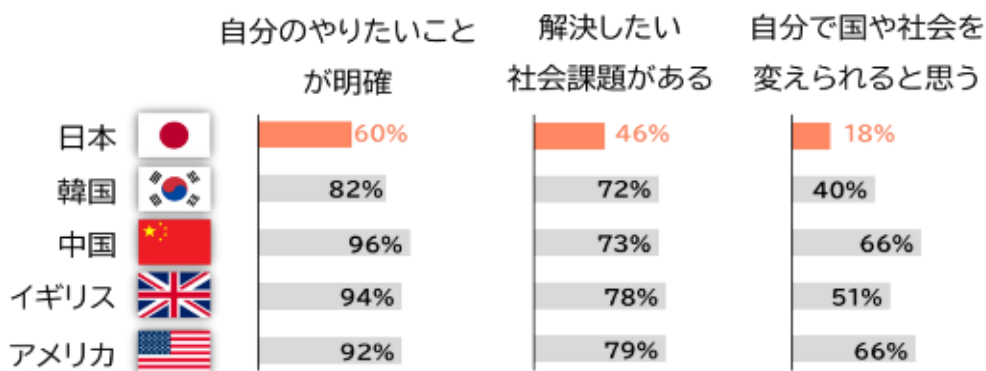


[図 2\_参議院通常選挙における投票率(1946年から2022年)]



日本においては、社会課題に対する関心や解決意欲が他国と比較して低い傾向が見られる。この結果は、社会課題の解決に向けた新規事業の創出やイノベーションの促進を妨げる要因として認識される。企業や国全体の持続的な成長には、社会課題への関与と解決策の模索が不可欠であるため、日本の抱えるこの問題は、将来的な政策および教育の在り方において重要な課題となる。

[図 3\_社会課題関心に関する国別データ]



## 2.2 思考力不足の具体的な影響

### (1) 「正解を求める文化」が思考の幅を狭めている

社会課題に対する関心が低い現状は、企業の変革を阻害する一因となっている。多くの企業は、短期的な利益追求や既存のビジネスが安定的であるため、社会課題への取り組みを後回しにする傾向がある。このような状況では、企業内部で社会問題に対する議論が活発に行われず、イノベーションの機会を逸することにつながりかねない。

さらに、社会課題に対する理解や関与が不足することで、企業は新たな市場のニーズや価値観を見逃し、競争力を失う危険性が高まる。したがって、企業が持続的な成長を遂げるためには、社会課題を考える機会を意識的に増やし、これをビジネス戦略に組み込む必要がある。具体的には、社内セミナーや研修を通じて社会問題に対する意識を高める施策や、社会貢献活動を通じて社員が意見を交わす場を設けることが重要である。

このような取り組みを通じて、企業は柔軟に変化し、持続的な成長を実現するための足場を築くことができる。

### (2) 「業務効率化」が重視され、創造的思考の場が少ない

現代のビジネス環境において、「業務効率化」が企業の重要な経営課題として位置付けられている。このような効率重視のアプローチは、特に短期的な成果やコスト削減を求める企業文化を助長し、日常業務の流れやプロセスの最適化が進められている。

しかしながら、このような状況では、創造的思考や革新的なアイデアを生み出すための時間や余裕が少なくなりがちである。具体的には、効率化を追求するあまり、チームメンバーが自由に意見を交換したり、リスクを取ったりする環境が制約されることが多い。この結果、社員は業務を遂行することに追われ、創造性を発揮する機会が失われる。重要なイノベーションはしばしば非公式な議論やアイデアの交流から生まれるため、創造的思考の場を犠牲にすることは、企業の成長を妨げる要因となりかねない。

したがって、業務効率化を推進する中でも、意識的に創造的な思考のための環境を整備する必要がある。例えば、定期的なブレインストーミングセッションやイノベーションワークショップを導入し、業務の合間にアイデアを生み出す場を設けることが重要である。また、従業員の意見を尊重し、多様な視点を取り入れる文化を醸成することで、より革新的な解決策を見出す可能性が高まる。

このような取り組みを通じて、企業は効率と創造性のバランスを取りながら、持続的な成長を図ることが期待される。

## 2.3 企業研修の現状と課題

企業研修には、ビジネスマナー研修や階層別研修などが代表例として挙げられる。企業概要・ビジョンの紹介、業務知識の習得、制度・ルール・コンプライアンスの説明、コミュニケーションスキルのトレーニングなどスキル習得型のものが非常に多い。社内での認識を統一できるというメリットがあり、社員のスキルの統一化を図るのに欠かせないものである一方で、企業研修において、度々下記のような課題が指摘されている。



(1) 長期的な効果が期待できない

一度切りの研修が多く、継続的且つフォローアップが不十分

(2) 参加者の関心不足

研修内容が参加者の興味やニーズと乖離している場合、関心が低くなり学びの吸収率が下がる。

(3) 着眼点の単調性

研修の内容や手法に多様性がないため、参加者の興味を引かなくなる。

ただ情報のインプットに留まる形式であるため、双方向コミュニケーションや参加型の活動が欠如していると興味を引くことはできない。組織全体の社会的責任(CSR)への取り組みが求められている中で、従業員の社会的視野を広げ、社会貢献意識を高める研修こそ求められているが、まだまだ実施が少ないのが現状である。

社会課題や政策について考える機会を増やし、社会的視点や責任を醸造し、自己成長やワークライフバランスの向上を促すだけでなく、参加者のモチベーションやエンゲージメントを高める研修が求められている。

## 2.4 ビジネスの発想力を鍛える場について

企業研修の現状・課題から、日本企業において「思考力」を鍛えることが出来る場が不足していると読み取れる。「思考力」が不足することで企業に与える損失について考えた。

(1) 問題解決力低下

複雑な問題や課題に対して適切な解決策を見つけることができず、単純な方法や既存のやり方に固執し、革新的なアイデアやアプローチを取れなくなる

(2) 意思決定の遅れ

物事を多面的に考える力が不足し、適切な情報や視点を考慮に入れずに決定を下すことで、誤った判断が生じる可能性。

(3) 創造性の欠如

新しいアイデアや斬新な発想を生み出すことが難しくなり、市場の変化や競合他社の動向に適応できなくなる場合がある。

(4) コミュニケーション不和

他者の視点や意見への理解が乏しくなり、コミュニケーションエラーが起きることが考えられる。

これらの損失を防ぐための一要素として「思考力」を養うことは日本企業にとって必要であると私たちは仮定し提言化を進めた。



## 2.5 ビジネスと社会課題の関連性

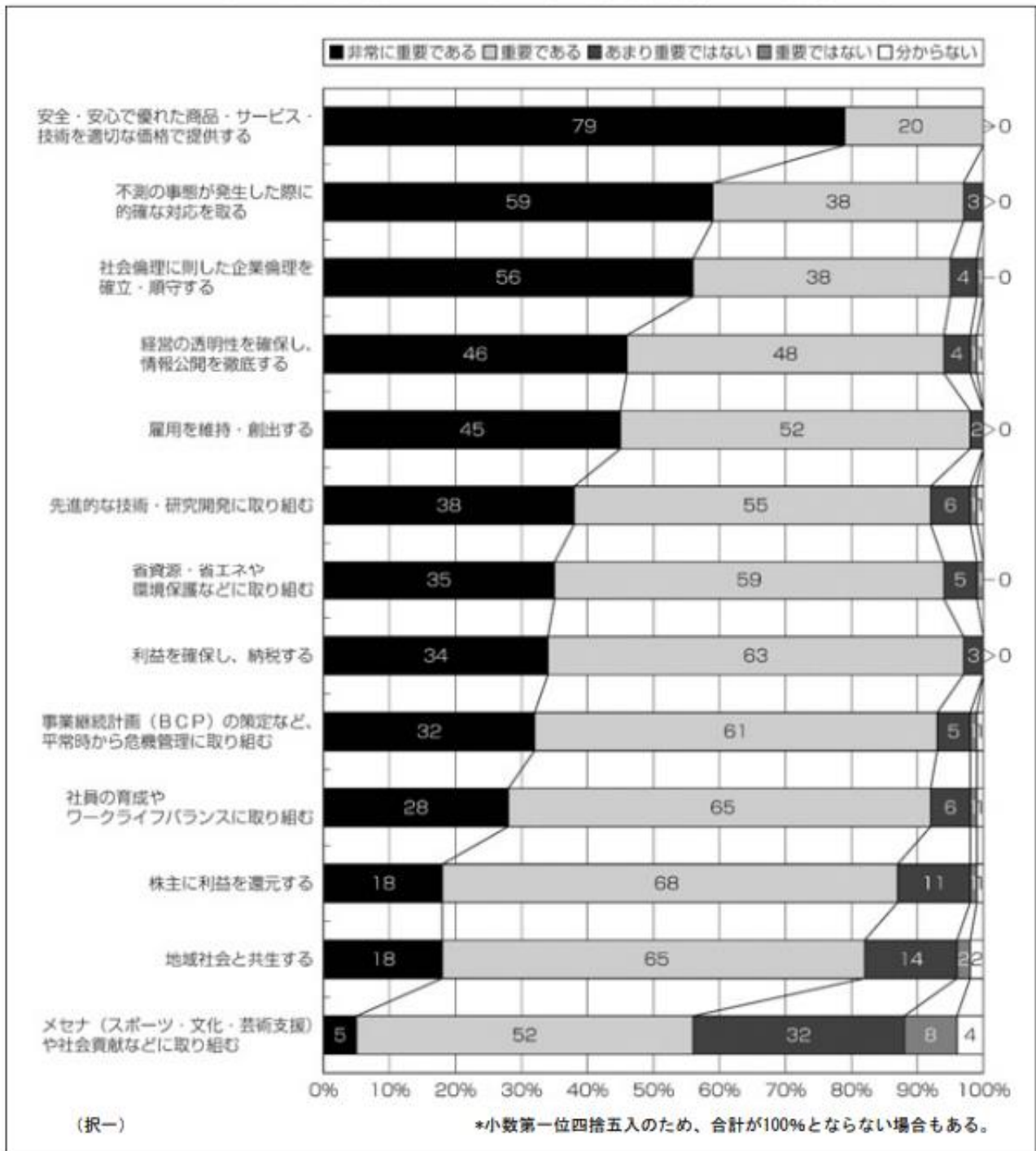
社会課題の解決は、企業にとって単なる社会貢献活動に留まらず、持続可能な成長を実現するための重要な戦略となりつつある。今日、環境問題や貧困、不平等といった社会課題はますます深刻化しており、これらに対処するためのビジネスモデルが求められている。特に、企業が社会課題の解決に取り組むことで得られる利益には、ブランド価値の向上、顧客との信頼関係の構築、従業員のエンゲージメントの向上などが含まれ、競争力を強化する要因となる。

社会課題を解決するビジネスモデルは、通称「ソーシャルビジネス」や「インパクト投資」として知られ、利益を追求しつつ社会にポジティブな影響を与えることを目的としている。このようなビジネスは、単に製品やサービスを提供するだけでなく、社会のニーズを的確に捉え、持続可能な解決策を提供する役割を担う。例えば、再生可能エネルギー、リサイクル事業、教育プログラムなどが挙げられ、これらは環境保護や社会的発展に寄与することが期待されている。

さらに、企業が社会課題に積極的に取り組むことで、顧客や投資家からの支持を得ることができる。近年、消費者は企業が社会的責任を果たすことに対して敏感になっており、社会課題に関わる企業に対して好意的な評価を示す傾向が強まっている。このような状況にあって、企業は社会的な意義を活動に取り入れることで、ブランドの差別化を図り、長期的な利益を追求することが可能となる。

したがって、社会課題を解決するビジネスは、単なるトレンドではなく、企業の競争力を高め、持続可能な発展を促進するために不可欠な要素である。企業は社会の一員としての責任を自覚し、社会課題に対する創造的なアプローチを試みることで、将来の成長に直結する鍵となる。

[図 4\_企業に対する認識 - 企業の果たす役割や重要度]



## 3 解決策:政治をフックにした研修コンテンツの開発

---

### 3.1 なぜ政治をフックにするのか？

#### (1) 政治や社会的な課題に対する関心の低さ

私たちは、政治をテーマに提言を行う分科会として、まずは日本社会における現在の課題について検討した。この検討の中で分科会メンバーの多くが課題として挙げたのが、政治課題や社会課題に対する日本人の関心および解決意欲の低さであった(参照:2.1 社会課題に対する関心の低さ)。

#### (2) 現在の政治についての課題

一方で、現在の政治についての課題を具体的に挙げ、それに対する提案・提言をしてみようとする、高齢化社会、女性議員が少ないなどといったよく知られた社会的な課題は出てくるものの、より踏み込んだ議論にはなかなか発展せず、また具体的なビジネス提言につながるような意見も出てこなかった。

#### (3) 社会課題の本質に向き合う思考力

政治をテーマとして選んだ私たち自身、政治について具体的に議論し、それに対する何らかのビジネス的な提言をしてみようとする、上記(2)に示したように、(政治に対する不満が出るばかりで)具体的な提案・提言とはならない、という壁にぶつかることになった。「自身が政治家だったら自分は何ができるのか」という設定での議論も行ってみたが、それでもやはり、具体的な提言や意見を出すことは困難であった。

そこで、私たちは視点を大きく変えて、そもそも「何故こんなにも提案・提言が進まないのか」という段階から考え直してみることにした。そして、私たち分科会の一つの重要な「結論」として、(2)の原因は(1)にあるのではなく(つまり、提案や提言ができないのは、政治や社会課題への関心の低さ自体が課題なのではなく)、社会課題の本質に向き合う思考力が鍛えられていないこと自体が、根本的な真の課題であると捉えた。

この課題を解決するためには、社会課題の本質に向き合う思考力を鍛えること、そして誰もが社会のことをジブンゴトとして考えられるようになることが必要であり、このことこそが今回私たちが提案すべき内容だと考えた。


#### (4) 思考力を鍛えるゲームの提案

以上を踏まえて、今回私たちは、「自分がどうしたい、自分主語で何が大事なのかを考え言語化する力」を「思考力」として定義した上で、政治参加が進まない根本原因を国民の「思考力」の欠如と捉え、その解決策として政治をテーマとした思考力を鍛えるゲームを提案することにした。そして、この「思考力」は、政治についてだけではなく、社会の中で、また企業で大いに必要とされる能力と位置づけた。(参照:1-4 企業・社会への還元)」

### 3.2 研修コンテンツの基本構成

本研修は、特定の問題や課題に対し、解決策を見つけるための参加型研修となる。参加者が集まり、様々な視点や意見を出し合うことで潜在的な改題を浮き彫りにし、政治というコンテンツをフックにし、思考力を向上させることを目的としている。概要は下表のとおり。

#### 政治立案シミュレーションカードゲーム

|      |  |  |
|------|--|--|
| タイトル | 思考力育成研修ゲーム 目指せ！最大指示数！  |  |
| 対象   | 企業向け 研修コンテンツ   |  |
| 概要   | 一人ひとりが新米議員になりきり、社会課題を解決する政策の中から演説するテーマを選択、自分の言葉で国民(他メンバー)に演説することで思考力を育成するゲーム。  |  |
| 進行流れ | <p>[図 5_ゲームの流れ、分科会内で作成したゲーム説明資料]</p>   | <p>進行役:議長 1名、タイムキーパー1名<br/>         推奨参加人数:1グループ 4名~6名<br/>         想定(心理的安全性確保)<br/>         時間:研修 2時間を想定</p> |
|      | <p>研修スタート(アイスブレイク、ゲーム内容説明実施)<br/>         STEP1 政策チョイス:日本における社会課題を解決する政策を選択。導入会社の地政学リスク的な内容に置き換え可能<br/>         STEP2 調査・検討:インターネットなどを使用し、政策の現状や課題、実現するメリット等演説内容を自分の言葉でまとめる<br/>         STEP3 演説:1人2分 調査した内容を国民(他メンバー)へ演説を実施<br/>         STEP4 投票:「国民の生活が豊かになる」「日本経済の発展に貢献する」の2軸で最もよかったと思う議員に投票<br/>         終了後個人ワークで振り返り、フィードバックシートに記入し、反復学習</p> |  |

研修投影用に PPT を用意。ゲーム説明の PPT の通りに、研修を実施していく。

研修投影用 PPT、カード内容(政策カード、社会課題カード)については、個社ごとにアレンジ可能となっており、事前に研修内容について相談し、個社対応の内容に仕上げて納品することとなる。

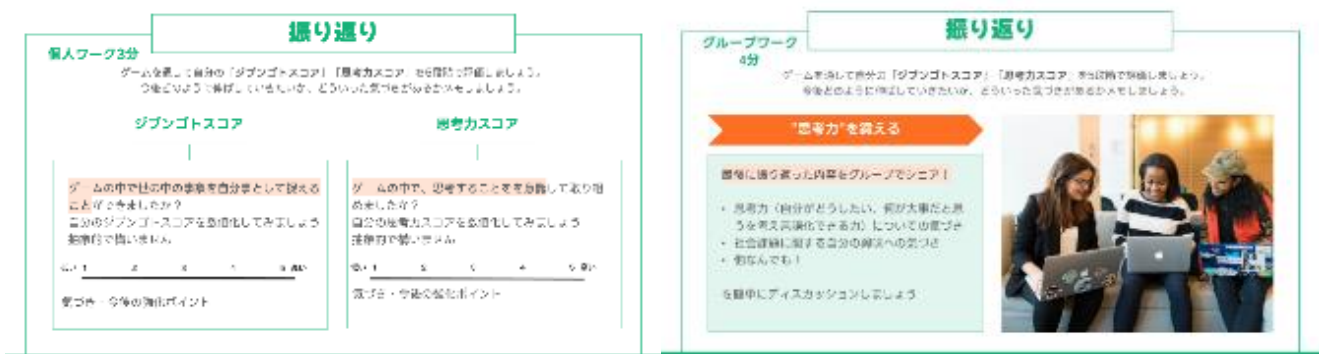
また、本研修内でアイスブレイクとして、自身の名前をなんと呼ぶか個人で決めてもらうくだりを導入している。いつもと違う名前を呼んでもらう、呼ぶことで、仲間意識を高める効果を狙っている。

[図 6\_研修用投影資料、分科会内で作成したゲームに付随する資料]



STEP4の投票迄実施後、個人ワークとして、ジブントスコア、思考カスコア、自分を振り返る時間を設けている。この他にもフィードバックシートもあり、複数回行って、自分がどう変わったかを振り返る内容となっている。

[図 7\_研修用投影資料、分科会内で作成したゲームに付随する資料]



### 3.3 思考力育成研修ゲームの導入

思考力育成研修ゲームの概要を説明してきたが、本研修に導入するために必要な経費や必要な時間を説明したい。

○初期費用:50,000 円(1 回あたり参加人数:4 人×6 組想定)

- ・カード(4 枚×4 組) 1セット
- ・アイスブレイクシート見本
- ・個人ワークシート見本

○準備時間:2 時間程度を想定

- ・課題の選定作業

・進行の流れ確認

・物品の準備、印刷等

導入企業側の準備時間が少ないように(印刷の準備は必要)、研修用 PPT、アイスブレイクシート、個人ワークシートもセット、初期投資 5 万円を想定。導入時低コストで思考力育成研修ゲームが可能となる。

下図に企業が社員 1 人あたりにどれくらいの教育研修費用を使用しているかを調査した表がある。図 8 は教育研修費用総額を正規従業員数で割ったもので 2020 年以降コロナの影響で研修費用は大きく下がっているが、一転上昇傾向にある。

図8に付随して企業の規模別の教育研修費用が開示されていた。大企業 41,050 円(前回 34,730 円)、中堅企業 32,268 円(前回 31,326 円)など、すべての規模で増加しており、特に大企業は 6,320 円増加となっている。

少子高齢化による働き手の減少の影響もあり、働き手獲得のために企業は社員に教育研修費用をかける、とアピールする企業も出てきた。巨額の DX 投資を進め、少数人員で経営を可能にしていくためにも、社員の研修に力を入れていく企業が多いと予想される。

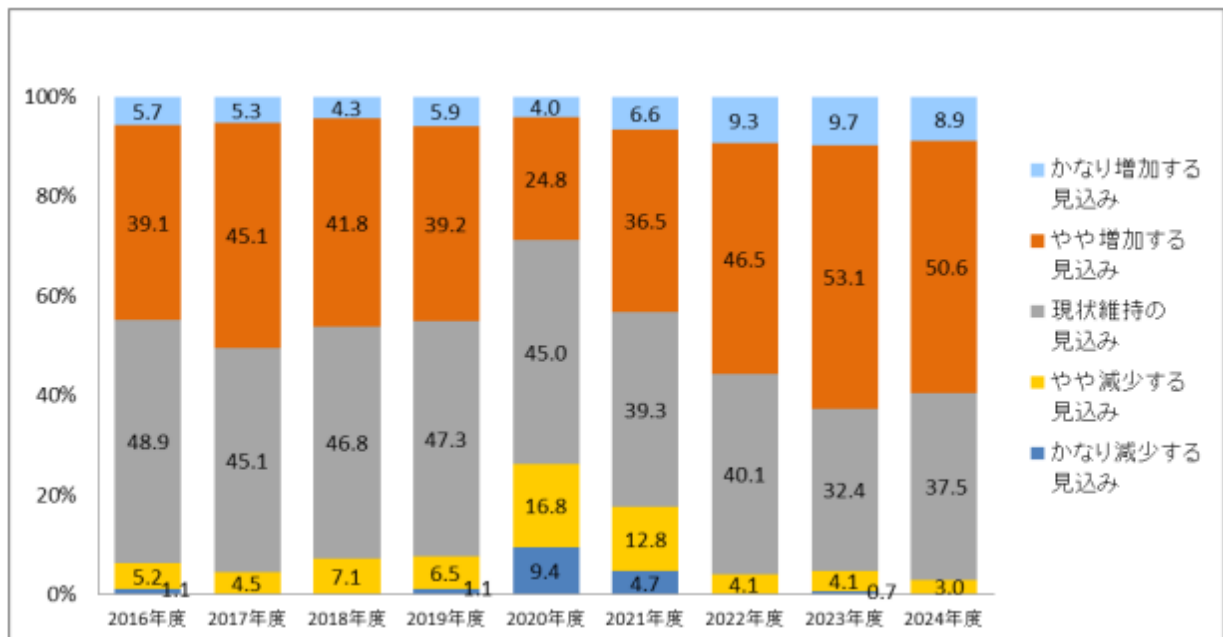
実際 6 割の企業が、将来教育研修費用は増加する見込みだと回答している資料が図9である。昨今の値上げもあるが、教育研修に力を入れている、ということがわかる。その中でも、低コスト、効果、質の高い研修は企業にとって望まれているものと考えられる。

今回提案する思考力育成研修ゲームは投資額も少ない中で、社員の思考力を上げていく研修になる。企業にとって面白い研修になることは間違いない。

[図 8\_従業員 1 人あたりの教育研修費用の推移(実績値)]



[図 9\_教育研修費用総額の今後(1~3年)の方向性]

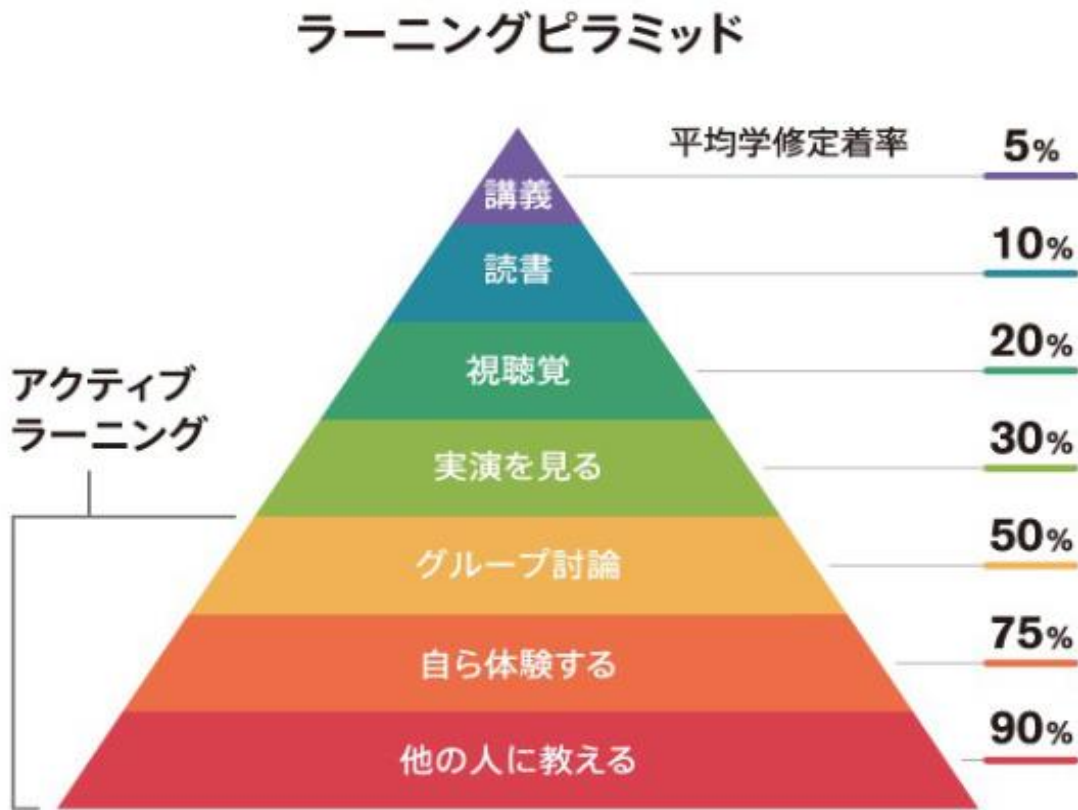


### 3.4 ゲーム形式の導入と効果

アメリカ国立訓練研究所が提唱した、ラーニングピラミッドのモデルによると、記憶定着率は学習方法によって大きく異なる。この理論によると体験型学習(アクティブラーニング)は、知識の定着率を向上させる効果的な手法と言える。これを踏まえ本コンテンツでは、体験型学習の代表的な形式であるゲーム形式を採用した。



[図 10\_アクティブラーニングの効果, 2025]



出典: The Learning Pyramid. アメリカ National Training Laboratories

本コンテンツにおけるゲーム形式の具体的な2つの効果について考察する。

#### (1) 学びや思考結果の即時実践

体験型学習は、学んだ内容を即座に実践する場を提供する形式である。この即時的なアウトプットは、ラーニングピラミッドの、「自ら体験する」に該当する。本コンテンツでは、研修参加者が新米議員になりきり、実現性や予想効果を含めた政策演説や、他候補者への投票を行うゲーム形式を採用した。これらのアクションは、自ら考えた事柄をすぐにアウトプットすることになる。また結果的に、自然に参加者の主体性を引き出し、学習効果が更に高まる。

#### (2) グループ討議やチームワークの向上

体験型研修は多くの場合、参加者が議論したり、協力して課題を解決したりする構造を持つ。これはラーニングピラミッドの、「グループ討議」に該当する。本コンテンツではゲーム性を高めることを目的に、第2ラウンドで2名グループを形成し、一つの課題の調査・政策演説を行うプログラムを採用した。このパートでは、グループ討議による記憶定着率の向上だけでなく、活発なコミュニケーションによる相互理解やチームワークの形成という副次的な効果が得られる。本プログラムの初期ターゲットは企業であり、部署メンバ

一や普段交流のない社員同士が研修を通じて交流を深めることで、コミュニケーションスキルやチームワークが向上し、職場での一体感や業務効率の向上も期待できる。

以上のように、体験型学習であるゲーム形式を活用した本コンテンツは、学習者に学びや思考の即時実践機会とグループ討議機会を設けることで、記憶定着率や学びの質の向上を目指し、参加者の主体性を引き出すことも実現した。

### 3.5 類似教材としての「参政剣伝説」

#### (1) 教材の位置づけと目的

本研修もそうだが、政治をテーマにしたゲーム教材は一定数ある。本章では、総務省の自治行政局選挙部管理課選挙啓発係が制作した参加型教材「参政剣伝説」について紹介する。この教材は、高校生を対象にした政治参加や投票の重要性を教育することを目的としており、日本の将来を担う若者に対して自らの意見を形成する力を育む試みである。

「参政剣伝説」は、年ごとに異なる教育対象者に合わせて展開されており、過去には小学校高学年向けの教材も提供されている。このように、段階的に教育内容が発展していくことにより、学びの定着が図られている。

#### (2) 教材の構造と内容的工夫

この教材は、参加型のゲーム形式で設計されており、生徒が楽しみながら学べる工夫が施されていることが特徴である。プレイを通じて、生徒たちは政治や選挙の基本概念について実体験を通じて理解を深めることができる。このような参加型アプローチは、従来の講義形式では得られない学習体験を提供し、より深い理解を促進することが期待されている。

#### (3) 実施時期と運営方法

「参政剣伝説」は、選挙シーズンに合わせて実施されることが多く、学生たちに直接的な政治参加の重要性を伝える役割を果たしている。教材の実施にあたっては、選挙管理委員会が学校との連携を取り、必要に応じて教材の配布やサポートを行う。

#### (4) 現在の課題と改善の余地

実施に関しては、いくつかの課題が挙げられている。例えば、教材の所要時間が90分で設定されているため、通常の授業1コマでは完了せず、2コマの授業が必要となる。これが学校の授業スケジュールに影響を及ぼすことがある。また、教材のカラー印刷にかかる費用や手間が学校にとって負担となるケースもある。

#### (5) 参加者からの反応と評価

現在この教材を使用した結果、具体的な生徒の反応やフィードバックに関するデータは収集されていない。しかし、選挙管理委員会による独自の調査が行われている可能性もあるため、今後の評価と改善に向けて関心を持つ必要がある。また、全国的なアンケートはまだ実施されておらず、参加者からの意見を集約することが望まれる。

## (6) 結論

「参政剣伝説」は、高校生に対して政治的な意識を啓発する重要な教材として位置づけられている。しかし、課題も存在するため、今後の教育現場での実施を通じて、その効果を最大化し、質の向上を図ることが求められる。この章では類似案件として「参政剣伝説」を取り上げたが、事前準備削減、導入をスムーズにすることは重要だと気づきが得られた。

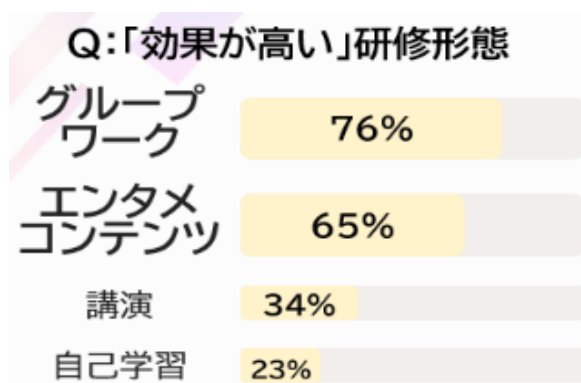
## 3.6 企業人事担当者へのヒアリング結果

### (1) 研修導入への期待

ここまでの調査で、日本人には「思考力」が足りておらず、社会課題を解決していくためには、その「思考力」が不可欠であることが分かった。

それらを踏まえて、研修コンテンツを開発したが、本当にこのコンテンツによって私たちが考える「思考力」を身に着けることができるのか、企業研修の担当者へアンケートを実施した。以下にアンケートの結果と「グループワーク」「エンタメ性」についていただいた意見を纏めている。

[図 11\_J-Win 参加企業 14 社の人事担当者へアンケートを実施(24 年 12 月実施)]



各社の人事担当者によると、効果が高い研修形態として、グループワークやエンタメコンテンツが上位に来ることが分かった。

### 【グループワークが効果的であるという主な意見】

- ・学んだことは実践することや、アウトプットをすることで身に着くことが多い
- ・思考力を高めるには、自分の言葉で考えて発表することが大切

- ・議論をすることで、自分の考えを深めたり新たな視点を学んだりできる

### 【エンタメ性のあるコンテンツが効果的であるという主な意見】

- ・受講者のモチベーションを高めることができる
- ・難しい内容であったとしても、興味関心を持ってもらうための第一歩になる
- ・一層記憶に残りやすい体験価値になる
- ・エンタメ要素がある方が格段に学びの質が上がり、アウトプットの質も圧倒的に高くなる
- ・「心理的安全性が」が担保されやすく、意見が出やすくなる

また、このアンケートでは、これらに加えて、よりジブンゴト化していくためには、反復性が必要だという意見も多くいただいた。

### 【より効果を高めるためのその他の意見】

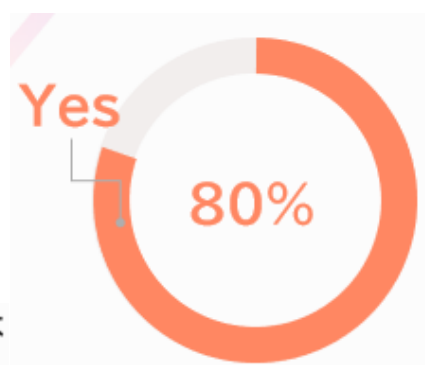
- ・研修は1回限りではなく、反復することが大事である
- ・1回の研修での効果は限定的なので、継続できる仕組みがあると良い
- ・繰り返し学ぶことや実務に活かしていくことが大事
- ・より実践に繋がられる研修になると良い

アンケート結果により、本研修コンテンツは効果的な研修に必要とされるグループワーク、エンタメ性、反復性の3要素を満たしていると言え、企業研修においても「思考力」を高める一定の効果が期待できる。

## (2) 企業経営と研修の相乗効果

本研修コンテンツは「政治」をフックに開発をしたため、先の人事担当者へのアンケートの中で、従業員にとって政治に関心を持つことが必要であるか聞いてみたところ、8割の担当者から肯定的な返答が得られた。

[図 12\_J-Win 参加企業 14 社の人事担当者にアンケートを実施(24 年 12 月実施)]



Q:従業員が政治に関する知識を得たり関心を持つことは企業に良い影響があるか

### 【政治に関する知識・関心を持つことについての主な意見】

- ・政治と自分を紐づけられるかで仕事への向き合い方やキャリア意識が大きく変わる
  - ・地政学リスクも高まり、技術発展も急速に進む中で、政治とビジネスは密接な関係があるため、社会人として身に着けるべきことである
  - ・政治と自分の業務の紐づけができるようになれば、視座も上がってくる
  - ・海外への事業展開を考える場合は、地政学等の研修は必須だと思う
- 政治をジブンゴト化して考え、行動することは、企業において求められており、そうすることで、より正しい企業判断に繋がるのが分かった。

この企業研修を通じて、従業員が政治に関心を向けることができるということは、本研修コンテンツの独自価値として挙げたい。

## 3.7 研修コンテンツの体験会の実施

### (1) 体験会実施までの道のり

カードゲームを実際に作成し、想定している効果が得られるのか、実証実験を行うこととした。まずは、当分科会内でゲームの作成に関わった「提案内容構築 PT」のメンバー以外に体験してもらった。

### (2) 当分科会メンバーによる体験会

3 回行い、実際の流れの確認やルール説明の確認を行った。所要時間や事前課題の有無は、当分科会内の人事部メンバーの意見を参考とした。ゲームの構成を見直すのみではなく、ゲームを盛り上げるためのグッズや使用するワークシートを準備し、『当分科メンバー以外による体験会(以下本番)』を迎えることとした。

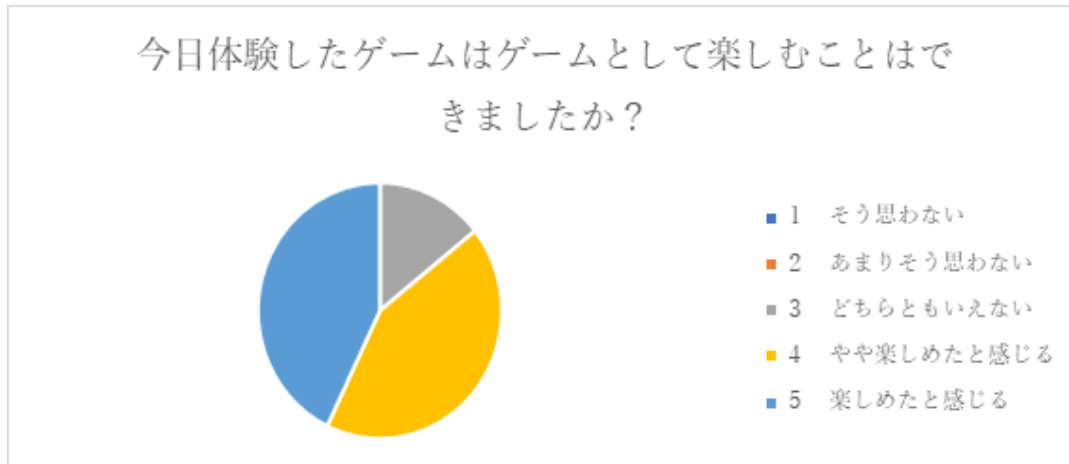
### (3) 本番

|        |   |
|--------|---|
| 日時     | 2025 年 1 月 15 日(水曜日)  |
| 参加メンバー | 当体験会の趣旨にご賛同頂いた J-Win High-Potential Network 14 期の P1 分科会以外のメンバーの方 7 名   |
| テーマ    | 第 1 ラウンド 社会課題『少子高齢化』<br>第 2 ラウンド 社会課題『都市圏の一極集中』   |
| ゲーム内容  | 第 1 ラウンドは個人戦とし、第 2 ラウンドは政策内容を見ずにひいたカードでグループ分けを行い、チーム戦(2 名)とした。<br>(※今回は、時間の関係上、2 ラウンド行うこととした。第 2 ラウンドは実際の政局においても他議員と議論することを想定し、チーム戦の要素も取り入れた) |

#### (4) 参加者による感想

参加メンバーには、本番終了後アンケートにご協力頂いた。

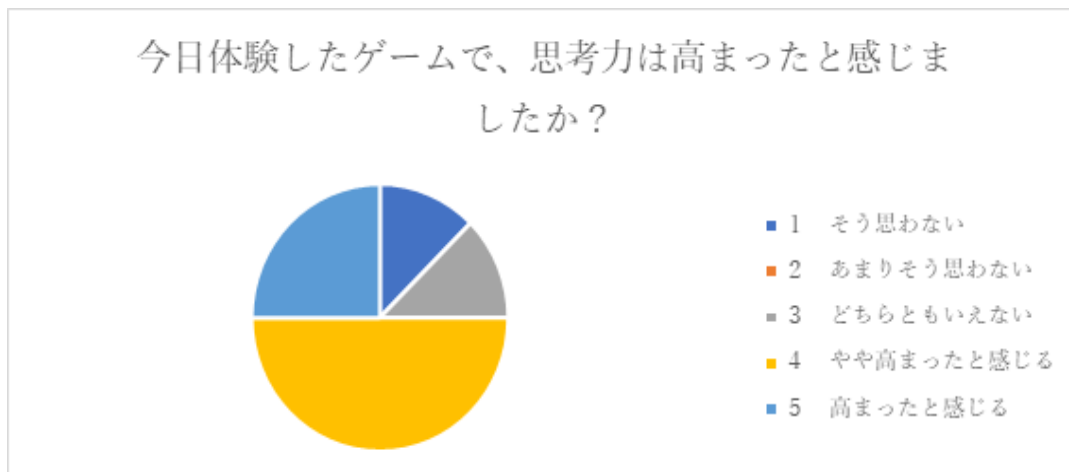
[図 13\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施]



#### 【コメント】

- ・政治と感じると難しいと思いましたがゲーム性があった楽しかった
- ・最初ルールを聞いた時は難しそうに感じましたが、短い時間で調べる・考える楽しさがありました。皆さんから票を入れてもらったのも凄く嬉しかったです。

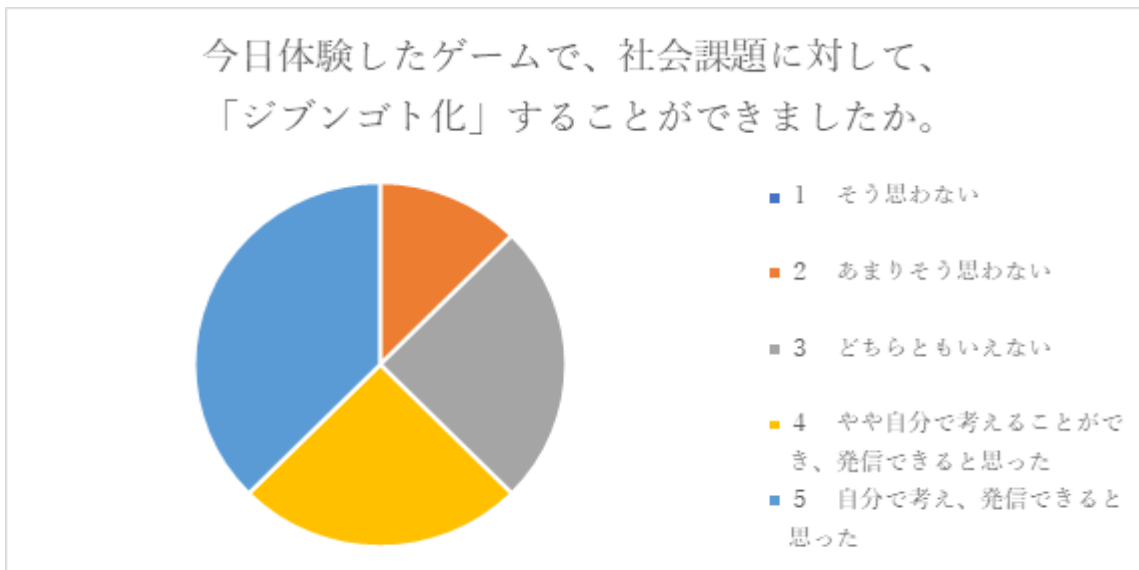
[図 14\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施]



#### 【コメント】

- ・時間と前提情報が足りなかった
- ・時間制限がある中で、効率的に考えることができました。
- ・短い中で発表が必要なので思考力が高まりました。

[図 15\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施]



#### 【コメント】

- ・考える時間が短く、無難な考えにまとまってしまった
- ・自分の言葉で話すため、腹落ちさせるために自分のこととして考えられたと思う
- ・様々な社会課題は、自分にも関係する事だと思います。それに対して自分の言葉にして発言する難しさを感じました。

#### (5)総括

80%以上の参加者に楽しんでもらうことができ、75%の参加者が思考力の高まりを感じたと回答している。60%以上が本研修コンテンツにより、社会課題の「ジブンゴト化」を実感した。

この場を借りて、ご参加頂いた他分科会の方に御礼申し上げます。

## 4 期待される効果

### 4.1 社員の思考力向上

本研修を通じて、社員は以下のような成長を遂げることが期待される。

#### (1) 思考力の向上

社員は本研修を通じて、物事を深く考える習慣を身につけ、単なる表面的な理解にとどまらず、論理的に整理しながら多角的に考察する力を養う。特に、課題や政策を「国力を豊かにする」「生活を豊かにする」と



いう軸で考えることで、思考の方向性を定め、より具体的な解決策を生み出す能力を鍛える。また、自らの意見を明確に表現し、周囲と建設的な議論を交わす力を強化する。

## (2) 業務への応用

本研修を通じて、社員は自分で考え、議論し、適切な解決策を導き出す力を養う。業務においても、より広い視野を持ちながら、課題解決の糸口を見つける力が向上し、日々の業務における意思決定の精度が高まる。また、チーム内での協力やリーダーシップを発揮する機会が増え、組織全体の活性化にもつながる。

## (3) 社会意識の醸成

社会課題への関心が高まり、自らの業務と社会との関連性を意識するようになる。本研修を通じて、政治や社会構造についての理解を深めることで、自分の仕事が社会全体にどのような影響を及ぼしているのかを考える視点が身につく。これにより、企業の社会的責任(CSR)やサステナビリティへの意識が向上し、長期的な視点でビジネスの発展を考えられるようになる。

## 4.2 社会的課題解決型ビジネスの創出

### (1) 政府と私たちの業務へのつながり

民間企業で働く私たちにとって、政治と業務の繋がりは直接的ではないものの、決して無関係でない。例えば、銀行で勤務するメンバーにとって、政府の金融政策は顧客への金融商品提案に直結する。また別の例として、資源が乏しい日本のメーカーは原材料を輸入、加工、出来上がった製品を輸出して、利益を創出している。そこで勤務するメンバーにとって、関税の問題は重要な関心事項である。提言提案にあたって、政治と私たちの業務の繋がりについて気付いたことは、大きな気づきであった。

### (2) 本研修から得られる効果

本研修を通じ、社会的課題に対して、ジブンゴト化して、何が問題なのか、解決策は何なのかを深く考えることとなる。本研修体験後、取り組んだ社会課題のニュースが目にとまり、本研修体験前とは違った視点で関心をもつことができる。この効果は、当分科会内での体験会および、当分科以外のメンバーが参加した「本番」後にみられた事象である。日頃から社会課題に対してアンテナを高く持つことによって、自身の業務において社会課題に関わる業務が発生した際はその知識や関心を大いに活用できるだろう。

また、企業のノウハウを生かして、社会課題を解決するような新しいビジネスを提案することもできるかもしれない。社会課題は国や地方自治体が解決するもの、というタニンゴトではなく、自分たちのビジネスの中でも何かできることはあるのではないかと、という観点を持ち続けることは、今後の日本社会に大きく貢献することとなるだろう。例えば、『高齢化』という課題に対して国の介護保険制度の拡充の必要性が求められるが、損害保険会社では不足を補う手厚い介護保険を設計、販売している。民間企業目線で考える

社会課題の解決策のひとつと言えるだろう。社会課題解決のために、どのようなニーズがあるのか、民間企業の観点から考えることも有効だと考える。

### 4.3 組織文化の変革

本コンテンツを導入することは企業の成長と発展にも繋がると考える。具体的効果は以下の通り。

#### (1) 社員の視野拡大からイノベーションの促進へ

社会課題を調査することで社員は異なる視点や価値観を理解する機会が増え、これにより問題解決や意思決定の際に多角的なアプローチが可能となり、より創造的で効果的な解決策を見つけることができる。社会課題を調査し解決策を考えることで、社員が新しいアイデアや視点を持てるようになり、これにより組織全体でのイノベーションが促進され、競争力が向上する。

#### (2) チームワークの強化

役職、年齢問わず企業研修に取り組む過程で、社員同士の協力やコミュニケーションが増え、チームワークが強化される。これにより組織内の連携がスムーズになり、効率的な業務遂行が可能となる。

#### (3) 従業員のエンゲージメント向上

社会課題を調査する中で政治に触れることで、政治と所属企業の事業が密接に関わっていることを改めて実感できれば、社員が自分の仕事に対して意義を感じるようになり、モチベーションやエンゲージメントが向上する。

### 4.4 社会全体への波及効果

近年、社会課題に対する関心を高めるための取り組みが求められている。これを実現するため、実際に各社の人事部から得たデータを基に、研修やワークショップの効果についてアンケートを実施した。その結果、参加者は主体的な参加が重要であると感じており、「自分の言葉で考えて発表する作業があるグループワークのほうが効果的」との意見が寄せられた。このことは、参加者が自らの考えを深め、他者との対話を通じて理解を深めることができる環境が、社会課題への関心を高める上で鍵となることを示唆している。さらに、アンケート結果では、継続的な取り組みの重要性も浮き彫りとなった(参照:3.4 企業人事担当者へのヒアリング結果)。「1回の研修での効果は限定的だが、継続や振り返りの仕組みがあれば効果がみられる」という意見が多数を占め、単発的な講座や研修よりも、定期的な研修やフィードバックを取り入れることで、持続的に関心を高めることが可能であるとの示唆を得た。したがって、社会課題への関心を向上させるためには、参加者が主体的に関与できるプログラムを設計し、継続的な学びを促進する仕組みを構築することが重要である。

このような取り組みにより、企業や教育機関は社会課題に対する関与を促進し、より広範な社会的影響を及ぼすことが期待される。

## 5 企業への提言

---

### 5.1 社会的課題解決を企業戦略に組み込むことの必要性

私たちが企業に本研修プログラムを提案するにあたり、政治をフックとした思考力育成ゲームを行うことによって、社会的課題の探索及び解決策の提案ができるようになると考えているが、ここで、社会的課題解決を企業戦略に組み込むことについて、以下のとおり付言する。

#### (1) 企業の社会的責任(CSR)の進化

現代の企業は、単なる利益追求にとどまらず、社会的責任を果たすことが求められている。社会課題を解決することは、企業が持続可能な社会の一員としての役割を果たすことに繋がる。これにより、企業ブランドの向上や消費者からの信頼を獲得でき、長期的な成長基盤を築くことができる。

#### (2) 消費者や投資家の意識の変化

消費者や投資家は企業の社会的・環境的な影響を重視するようになってきているが、企業戦略に社会課題解決を組み込むことで、社会的に意義のある活動に取り組む企業として評価され、競争優位性を持つことができる。特に、ESG(環境・社会・ガバナンス)に配慮した企業は投資家からの関心が高まりやすい傾向にある。

#### (3) コミュニケーションの質の向上

思考力を高める研修は、社員が論理的かつ構造的に自分の意見を表現する力を育むため、社内外でのコミュニケーションが円滑になる。これにより、意思決定が迅速かつ効果的に行われ、組織全体のパフォーマンスが向上する。

本研修プログラムの特徴として、政策を演説、投票するというフローがあり、この内容によって、コミュニケーションの質は高まるといえる。

#### (4) リスクマネジメントの強化

社会課題は企業のリスクに直結することが増えている。例えば、気候変動による自然災害、貧困や教育格差に関連する社会不安など、これらの課題に適切に対応しない企業は、法的リスクやレピュテーションリスクを抱えることになる。

#### (5) イノベーションと新市場の創出

社会課題を解決することは、企業にとって新たなビジネスチャンスを生み出すきっかけとなる。例えば、環境負荷の低い製品やサービス、新しいビジネスモデルなどは、社会的なニーズと市場のギャップを埋めることで、競争力を持った事業に成長する。社会課題の解決を企業戦略に組み込むことは、単に社会的な貢献にとどまらず、経済的な利益を生む源泉ともなり得る。

#### (6) 持続可能な成長への貢献

社会課題解決は、企業の成長戦略を持続可能にするための重要な要素となる。環境保護や社会的公正を重視した事業活動は、次世代に対する責任を果たすことでもあり、長期的に企業が生き残り、成長し続けるために不可欠であるといえる。社会課題解決を企業戦略に組み込むことは、企業の競争力を強化し、持続可能な社会の実現に向けた積極的な貢献をするために必要で、成功を収めるための戦略的なアプローチである。

#### (7) 企業文化の醸成

継続的な思考力の向上を目指す研修は、企業全体に学びの文化を根付かせることができる。自発的に学び、成長を追求する姿勢が社内で広がることで、企業の健全な文化が形成され、長期的な発展が期待できる。

## 5.2 企業のリーダーシップと未来への期待

企業は単なる利益追求の組織ではなく、社会の一部として大きな影響力を持つ存在である。社会の課題は企業活動とも密接に関わっており、積極的に取り組むことが求められ、積極的に役割を果たしていかなければならない。

企業が社会を変える主体となるべき理由は以下の通りである。

#### (1) 経済と社会の相互依存性

企業の成長は社会の安定と発展に支えられている。健全な経済環境がなければ企業も成長できず、逆に企業が持続可能な社会の発展に貢献することで、安定した経済活動を継続することができる。企業が社会的責任を果たし、持続可能なビジネスモデルを構築することは、長期的な成長戦略としても有効である。

#### (2) ステークホルダーとの関係強化

現代の企業は、消費者、投資家、従業員、地域社会など、多様なステークホルダーと関わりながら活動している。社会貢献に積極的な企業は、ステークホルダーからの信頼を獲得し、ブランド価値の向上にもつながる。特に、ミレニアル世代やZ世代は、社会貢献を重視する企業を支持する傾向が強く、持続可能な経営は企業の競争優位性を高める要因となる。

#### (3) 企業が社会を変える主体へと進化する

社員の改革が企業の成長につながり、企業が社会に対して積極的に関与することで、より良い未来を創造することができる。企業は、単に市場競争を勝ち抜くための存在ではなく、社会全体の持続可能な発展に貢献する責任を担っている。組織のビジョンを明確にし、社員が社会的課題に向き合う姿勢を持つことで、企業の影響力を最大限に発揮することができる。

## 6 おわりに

---

### 6.1 小さなきっかけが大きな変革をもたらす可能性について

小さなきっかけとは、本提言が提案する思考力研修によって従業員一人ひとりが政治や社会問題に対して関心を持つ機会を提供し、これを通じて自己表現や問題解決能力を高めていくことを指す。

例えば、日頃自分には関係ないと思っていたニュースにふと目が留まるようになる。そこから、自分で調べて、考えて、人に思っていることを伝える、自分の思いがうまく伝わる、うまく伝えられると思考力が上がり、人とのコミュニケーションが発展していく。

そのために、各個人が自らの価値観や重要視する事項を明確にし、それを言語化する能力の育成が重要である。これが現代における根本的な課題であり、この能力の向上が組織の持続的な成長に寄与すると言える。

本提言では、企業研修を通じて社員の思考力向上を図り、社会課題解決への意識を醸成するための具体的な方策を提案した。政治をフックにした研修コンテンツの導入は、個人、企業の成長のみならず、社会全体の意識改革にもつながる。小さなきっかけが思考力を高め、私たちが企業を変え、未来を変えていくのだ。

### 6.2 分科会活動での気づき

#### (1) リーダーシップとは

自由闊達な意見を言えるチームであったからこそ、テーマ・提言設定等ここぞという時にCEOにて意志決定を行った。

オフィサーズ会議では決定方針までを会話する場とし、実際の決定は全員での投票とする、研究対象に分けた小チームを組んだが提言化に結び付かなくなってしまったためチーム編成を変える必要があった際にはCEOメッセージ動画を録画し配信する、など、分科会での決定事項に対して認識齟齬が起きないように、メンバーのモチベーションが下がらないよう、オフィサーズで工夫を実施した。

#### (2) チームビルディング

政治がテーマだからこそ、意見感想を自由に言える環境としたかったため心理的安全性の確保を最重要視した。

具体的には、分科会活動スタートのつくば合宿までにコミュニケーション規範となるグラドルールを策定し合宿の場で合意、合宿で十分な時間を確保し、呼んでほしい呼び名を共有、その後、ペーパータワーのワークの中でも呼び名での交流を図った上で、政治に関する意見出しマップの作成の時間としたことで初動から自由な意見出しに活気が生まれた。

活動期間内に小チームをビルド→スクラップ→ビルドした試行錯誤期間はタイムロスという観点で反省ポイントではあるが、ビジネスを複数名で進める上で、既存組織のカタチではうまく進まないことはどこの組織でもあり得ることであり、想定外があることも考えた組織編成やスケジュールの策定をする必要があるとの学びを得た。

また、小チームのリーダーはオフィサーズ以外とし、オフィサーズはどのチームにも顔を出す遊撃選手としたことで、結果的に単純な縦割りではない全員参加チームができた。

### (3) プロジェクトマネジメント

プロジェクト開始時や定期的に WBS を作成したものの、進行につれその場のタスク管理に終始し、作業量の把握が不十分だった反省がある。一方で小チームのリーダーやオフィサーズを中心に臨機応変に分担し、本業とのバランスをとりながら進めることができた。また、オフィサーズの中でも徐々に増えてきた個人の得意不得意を活かし、J-Win 全体への提出物の期日管理や分科会の進行管理をオフィサーズ内で分担したことは効果的だった。

## 6.3 今後の展望と社会全体への期待

もしも、J-Win 出身の私が、総理大臣だったら...という壮大なテーマ設定にしているが、実際はそう大きなことではない。一人ひとりが物事をタニンゴトではなくジブンゴトでとらえ、考えていくことが大事なのである。ひとりから、大勢、集団になり、それが企業、地域、社会全体に広まっていくとどうなるだろうか。社会課題へ関心が低い日本も、持続可能な取り組みとして話をする環境が整っていれば、社会課題の解決に向けた新規事業の創出、イノベーションが生まれ、大きな変化がもたらされる。

私たちが変わる、思考力の向上によっても物事の興味がわく。

企業が変わる、働く社員の視野が拡大、新しいビジネスチャンス。

社会が変わる、持続可能な社会の実現。

提言する思考力育成研修の普及により、私たちが生活するこの世界が少しでもよくなるきっかけになればと期待している。

以上

## 7 参考文献

---

・P5 図 1\_衆議院議員選挙における投票率(1946年から2022年)

出典:総務省:

[https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/news/sonota/ritu/index.html](https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/ritu/index.html)

・P6 図 2\_参議院通常選挙における投票率(1946年から2022年)

出典:総務省:

[https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/news/sonota/ritu/index.html](https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/ritu/index.html)

・P6 図 3\_社会課題関心に関する国別データ

出典「未来人材ビジョン」(経済産業省, 2022年)

<https://www.meti.go.jp/press/2022/05/20220531001/20220531001-1.pdf>

・P10 図 4\_企業に対する認識 - 企業の果たす役割や重要度

出典:一般財団法人 経済広報センター 第27回生活者の"企業観"に関する調査報告書

・P12 図 5\_ゲームの流れ、分科会内で作成したゲーム説明資料

・P13 図 6\_研修用投影資料、分科会内で作成したゲームに付随する資料

・P13 図 7\_研修用投影資料、分科会内で作成したゲームに付随する資料

・P14 図 8\_従業員1人あたりの教育研修費用の推移(実績値)

規模別経費についてもここから引用

出典:2024年度(第48回)教育研修費用の実態調査結果(産労総合研究所)

[https://www.e-sanro.net/share/pdf/research/pr\\_2410.pdf](https://www.e-sanro.net/share/pdf/research/pr_2410.pdf)

・P15 図 9\_教育研修費用総額の今後(1~3年)の方向性

出典:2024年度(第48回)教育研修費用の実態調査結果(産労総合研究所)

[https://www.e-sanro.net/share/pdf/research/pr\\_2410.pdf](https://www.e-sanro.net/share/pdf/research/pr_2410.pdf)

・P16 図 10\_アクティブラーニングの効果, 2025

[アクティブラーニングの効果 | ケースメソッド | 名古屋商科大学 - AACSB 国際認証校](#)

・P17 3.5 引用 主権者教育参加型教材「参政剣伝説」

[https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/news/senkyo/education\\_adviser/index\\_sanseiken.html](https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/senkyo/education_adviser/index_sanseiken.html)

・P18 図 11\_J-Win 参加企業14社の人事担当者にアンケートを実施(24年12月実施)

・P19 図 12\_J-Win 参加企業14社の人事担当者にアンケートを実施(24年12月実施)

・P21 図 13\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施

・P21 図 14\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施

・P22 図 15\_本研修参加者(HPN)にアンケートを実施



## P1 分科会メンバー 五十音順

---

|        |                    |
|--------|--------------------|
| 内間 佳奈  | JSR 株式会社           |
| 加藤 倫子  | ニチレイ株式会社           |
| 川本 咲子  | KDDI 株式会社          |
| 菊地 朋美  | 住友重機械工業株式会社        |
| 木村 奈穂子 | イオンタウン株式会社         |
| 近藤 敦美  | 大日本印刷株式会社          |
| 坂橋 千尋  | 野村不動産ソリューションズ株式会社  |
| 豊國 愛菜  | 株式会社みずほ銀行          |
| 長澤 梓   | アフラック収納サービス株式会社    |
| 長野 有紗  | 損害保険ジャパン株式会社       |
| 野津 直子  | 全日本空輸株式会社          |
| 水森 朱里  | 三井住友ファイナンス&リース株式会社 |
| 南川 元美  | 株式会社ゆうちょ銀行         |
| 藪崎 幸子  | NTT 都市開発株式会社       |
| 横田 麻友  | ネットワンシステムズ株式会社     |
| 横山 温子  | 東京エレクトロン宮城株式会社     |

企画・制作: NPO 法人 J-Win High Potential ネットワーク 第 14 期 P1 分科会

発行者: NPO 法人 J-Win

〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-5-10 九段クレストビル 5 階

TEL: 03-6380-8420 FAX: 03-6380-8427

発行日: 2025 年 3 月 3 日

著作権: © 2025 J-Win. All Rights Reserved.

記載されている内容の無断転用を禁じます。