

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

**QRコードが繋ぐ「子ども」と「企業」
～「働く」が身近なイキイキした社会～**

2025年3月3日
S3分科会

目次

1. はじめに

2. テーマ設定の背景と目的
 - (1) 現状
 - (2) 課題設定
 - (3) 目指す社会

3. 課題分析
 - (1) 外部アクセス調査概要
 - (2) 外部アクセス調査結果

4. 提言内容の詳細
 - (1) サービス内容
 - (2) ビジネスモデル
 - (3) 類似サービスの市場調査
 - (4) 事業計画
 - (5) 今後の展望

5. 提言のまとめ

6. 付録
 - (1) インタビュー内容の詳細
 - (2) 参考文献

7. 最後に

8. S3分科会メンバー一覧

1. はじめに

近年、子どもたちの職業選択に関する課題が深刻化している。特に、18歳に対する意識調査では、**約10～20%が将来の職業について特に考えていない**という結果が出ており、職業に関する情報不足や、企業の認知度が低いことが課題として挙げられる。本報告書では、子どもたちが主体的に職業選択できる社会の実現を目指し、「ツナイダル」というアプリの提案を行う。

「ツナイダル」は、**身の回りの製品と企業をQRコードで繋ぐ**ことで、子どもたちが日常生活の中でさまざまな企業に触れ、職業への理解を深めることを目的としたアプリである。本報告書では、「ツナイダル」のサービス内容、ビジネスモデル、事業計画などを詳細に説明し、その実現可能性について考察する。

2. テーマ設定の背景と目的

(1) 現状

私たちはインターネットを利用し、子どもたちの職業選択に関する現状を調査した。

その結果、以下の割合が諸外国と比較し高いことが分かった。

- ・なりたい職業が特にならない
- ・仕事を選ぶ上で重視する点が特にならない

さらに、なりたい職業の上位には、普段子どもたちが日常生活で関わる職業が多いことが分かった。

【「なりたい職業」に関する意識調査】

質問：もしあなたが全ての「職業」や「業種」から仕事を選べるとしたら、どれを選びますか。

3つまで選択してください。

日本 (n=1,000)	アメリカ (n=1,000)	イギリス (n=1,000)	中国 (n=1,000)	韓国 (n=1,000)	インド (n=1,000)
1位 芸能・音楽・映画 16.7%	1位 デザイン・美術・写真 21.1%	1位 芸能・音楽・映画 17.2%	1位 教師・講師・保育士 15.3%	1位 芸能・音楽・映画 19.1%	1位 ソフトウェア技術・開発 21.6%
2位 医師・看護師 13.0%	2位 芸能・音楽・映画 19.6%	2位 教師・講師・保育士 15.8%	2位 ソフトウェア技術・開発 15.1%	2位 デザイン・美術・写真 15.4%	2位 芸能・音楽・映画 15.0%
3位 教師・講師・保育士 12.5%	3位 医師・看護師 17.9%	3位 医師・看護師 14.6%	2位 デザイン・美術・写真 15.1%	3位 デジタルインフルエンサー (SNS・ブログ) 13.9%	3位 デザイン・美術・写真 14.6%
4位 国や自治体の職員 (公務員) 8.8%	4位 デジタルインフルエンサー (SNS・ブログ) 13.1%	4位 裁判官・弁護士・検察官 12.8%	4位 医師・看護師 13.2%	4位 医師・看護師 13.0%	4位 医師・看護師 14.5%
5位 飲食・宿泊 8.5%	5位 不動産 12.0%	5位 ソフトウェア技術・開発 12.3%	5位 学術研究者 12.4%	5位 ソフトウェア技術・開発 12.4%	5位 教師・講師・保育士 14.0%
6位 デザイン・美術・写真 8.4%	6位 ソフトウェア技術・開発 11.6%	6位 不動産 12.1%	6位 国や自治体の職員 (公務員) 11.5%	6位 獣医師・動物看護師・ブリーダー 11.0%	6位 銀行・保険・証券 13.0%
7位 観光 7.7%	7位 設計・建築・建設 10.6%	7位 デザイン・美術・写真 11.8%	7位 警察・消防・保安 11.0%	7位 国や自治体の職員 (公務員) 10.4%	7位 調査・データ分析 12.5%
8位 ソフトウェア技術・開発 7.0%	8位 教師・講師・保育士 10.5%	8位 デジタルインフルエンサー (SNS・ブログ) 11.1%	8位 裁判官・弁護士・検察官 10.9%	8位 裁判官・弁護士・検察官 10.0%	8位 デジタルインフルエンサー (SNS・ブログ) 11.7%
9位 銀行・保険・証券 6.8%	8位 裁判官・弁護士・検察官 10.5%	9位 設計・建築・建設 8.8%	9位 軍人 (自衛官) 10.3%	9位 会計士・税理士 9.4%	9位 宇宙技術・開発 11.3%
10位 デジタルインフルエンサー (SNS・ブログ) 5.8%	10位 メディア・ジャーナリスト 8.8%	10位 メディア・ジャーナリスト 8.3%	10位 芸能・音楽・映画 10.2%	10位 教師・講師・保育士 9.3%	10位 観光 11.1%
特になし 20.3%	特になし 3.2%	特になし 2.0%	特になし 0.5%	特になし 2.9%	特になし 1.4%

18歳意識調査 「第62回 -国や社会に対する意識 (6カ国調査) -」報告書 2024 より引用

【「仕事を選ぶ上で重視するもの」に関する意識調査】

質問：仕事を選ぶうえで、あなたが重視するものを3つまで選択してください。

日本 (n=1,000)	アメリカ (n=1,000)	イギリス (n=1,000)	中国 (n=1,000)	韓国 (n=1,000)	インド (n=1,000)
1位 給料の高さ 37.9%	1位 給料の高さ 38.5%	1位 給料の高さ 41.2%	1位 給料の高さ 29.3%	1位 自分の興味・関心と合致するかどうか 36.3%	1位 給料の高さ 36.8%
2位 楽しいかどうか 30.0%	2位 自分の興味・関心と合致するかどうか 35.8%	2位 自分の興味・関心と合致するかどうか 34.6%	2位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 23.6%	2位 給料の高さ 33.4%	2位 独立することができるか 24.9%
3位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 27.7%	3位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 25.4%	3位 目的や意味を感じられるかどうか 24.0%	2位 自分の興味・関心と合致するかどうか 23.6%	3位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 30.3%	3位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 23.6%
4位 自分の興味・関心と合致するかどうか 26.3%	4位 目的や意味を感じられるかどうか 23.8%	4位 楽しいかどうか 23.4%	4位 自国に貢献できるか 21.3%	4位 楽しいかどうか 24.6%	3位 自分の興味・関心と合致するかどうか 23.6%
5位 目的や意味を感じられるかどうか 15.6%	5位 楽しいかどうか 21.3%	5位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 22.7%	4位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 21.3%	5位 目的や意味を感じられるかどうか 19.5%	5位 専門的な知識を活かすことができるか 18.0%
6位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 11.3%	6位 人を助けることができるか 19.5%	6位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 18.1%	6位 楽しいかどうか 19.5%	6位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 15.1%	6位 自国に貢献できるか 17.4%
6位 専門的な知識を活かすことができるか 11.3%	7位 独立することができるか 17.5%	7位 人を助けることができるか 17.9%	7位 目的や意味を感じられるかどうか 19.3%	7位 新しいことに挑戦する機会が多いかどうか 14.8%	7位 人を助けることができるか 17.0%
8位 周囲の人・コミュニティに貢献できるか 10.6%	8位 自分が新しい学びや能力を得られるかどうか 16.8%	8位 専門的な知識を活かすことができるか 16.5%	8位 専門的な知識を活かすことができるか 18.7%	8位 専門的な知識を活かすことができるか 13.1%	8位 新しいことに挑戦する機会が多いかどうか 16.9%
9位 人との接点を持つことができる・コミュニケーションを必要とするか 9.9%	9位 専門的な知識を活かすことができるか 15.2%	9位 独立することができるか 15.4%	9位 独立することができるか 14.6%	9位 他者から称賛される職業かどうか 12.8%	9位 安定性 (不況やリストラの懸念の少なさ) 15.1%
9位 人を助けることができるか 9.9%	10位 周囲の人・コミュニティに貢献できるか 14.1%	10位 新しいことに挑戦する機会が多いかどうか 13.9%	10位 人との接点を持つことができる・コミュニケーションを必要とするか 14.5%	10位 独立することができるか 11.4%	10位 目的や意味を感じられるかどうか 13.0%
特になし 11.5%	特になし 2.3%	特になし 1.1%	特になし 0.0%	特になし 0.7%	特になし 1.6%

18歳意識調査 「第62回 -国や社会に対する意識 (6カ国調査) -」報告書 2024 より引用

(2) 課題設定

2 - (1) の結果より、18歳時点の子どもたちは、「職業をあまり知らない中で、将来の方向性を決めていく」と推測した。一方で、子どもたちが職業を知る機会もあふれており、テレビ広告・YouTube・キッズニア・求人情報サイト等、様々な媒体がある。では何故、子どもたちの職業選択にその情報が結びつかないのか要因を議論したところ、「日常生活と職業が結びつかない」ことが一因ではないかと仮説を立てた。

さらに、子どもたちと社会との関わりについても調査した結果、下記の割合が諸外国と比較し低く、5割以下であることが明確となった。

- ・自分の行動で、国や社会を変えられると思う

【表2 - (2) 自身と社会の関わりについて】

質問：自身と社会の関わりについて、以下の項目に同意しますか。

(単位：%)	日本	アメリカ	イギリス	中国	韓国	インド
国や社会に役立つことをしたいと思う	64.3	78.4	77.7	93.6	71.1	85.9
自分は責任がある社会の一員だと思う	61.1	79.4	80.7	92.1	74.5	86.8
ボランティア活動に参加したい	60.4	76.3	68.6	89.8	70.5	79.2
慈善活動のために寄付をしたい	58.4	78.4	79.5	87.2	66.6	84.4
自分は大人だと思う	49.6	76.6	75.8	90.0	54.8	81.7
自分の行動で、国や社会を変えられると思う	45.8	65.6	56.1	83.7	60.8	80.6

これらより私たちは、「日常生活と職業・企業がリンクし、さらに、その職業・企業が社会の中でどのような役割を果たし、社会にどのような影響を与えているか」を子どもたちが知ることが、職業選択にとって重要になると考え、下記を課題として設定した。

【課題】

職業・企業が社会でどのような役割を果たすかを日常生活で見える化し、それが、子どもたちの職業選択に結びつくような仕組みづくり

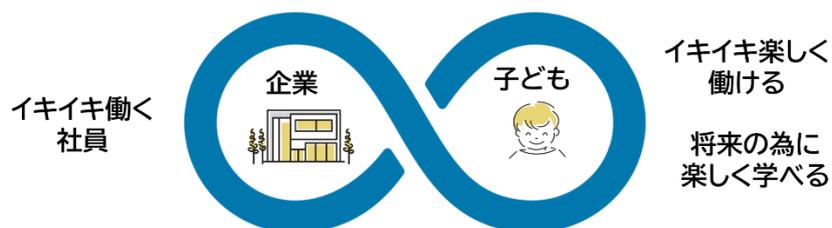
(3) 目指す社会

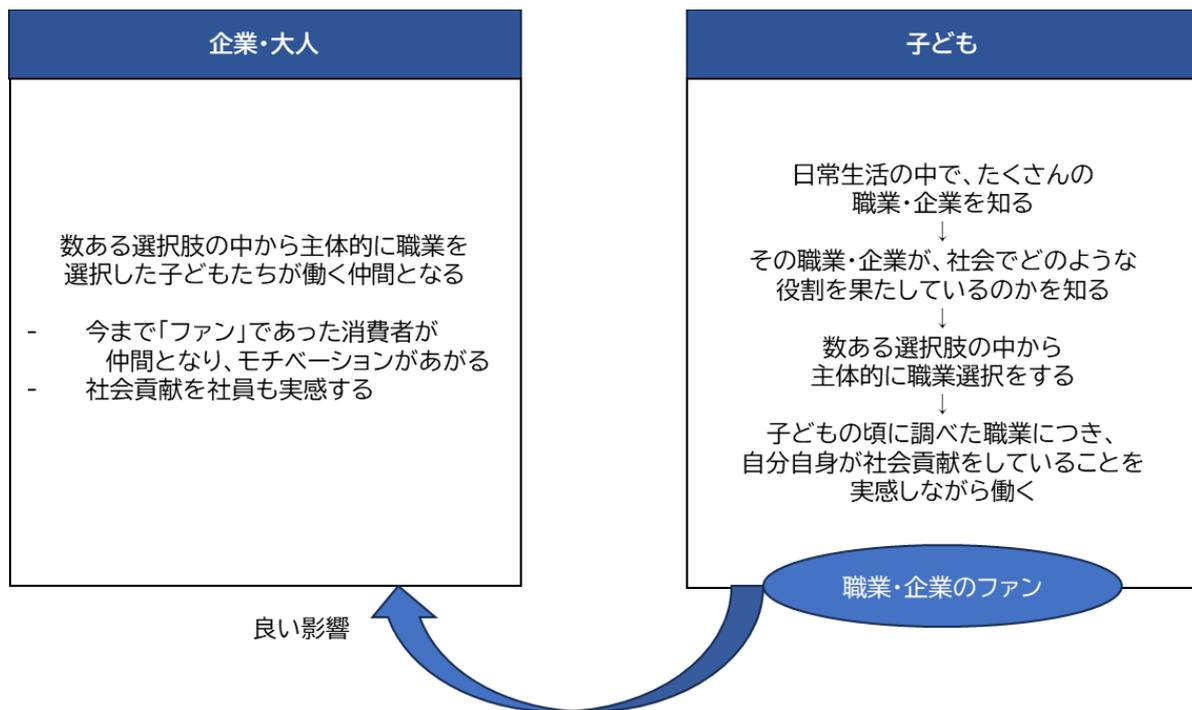
私たちが2 - (2) で設定した課題を解決し、目指す社会は下記の通りである。

提案するビジョンは、子どもたちの職業、企業認知度を向上し、子どもたちがたくさんの企業を知ったうえで、より主体的に職業選択ができる未来。

【目指す社会】

「働く」が身近なイキイキした社会





以上のように、2 - (2) で設定した課題を解決することは、子どものみならず、企業・大人にとっても良い影響を与え、その結果として、【目指す社会】「働く」が身近なイキイキした社会を実現できると考えた。

3. 課題分析

(1) 外部アクセス調査概要

調査の目的は、子どもたちが主体的に職業選択できる社会を目指すにあたり、実際の教育現場でのキャリア教育に関する現状と課題を明らかにすることとする。特に、現在の職業情報の提供状況や企業認知度について、教員の見解を把握するため、S 3メンバーの伝手を活かし、3つの学校の教員へヒアリング調査を実施した。ヒアリング内容は以下の通り。

ア. ヒアリング実施概要

中学校名	M中学校	S中学校	T中学校
実施日	12 / 26 (木)	12 / 25 (水)	12 / 18 (月)
実施方法	対面	対面	オンライン

インタビュー時間	120分	90分	90分
インタビュアー	森田、伊藤	藤田、沖野、壘田	森田、沖野、藤田
インタビュー	校長 担任（3年生）	学年主任（2年生） 進路指導担当	担任（3年生）
生徒数	70名	750名	6名

イ. 具体的なヒアリング内容

共通のヒアリングシートを作成し、事前に学校側に提供した上でヒアリングを実施した。各学校へのヒアリング項目は以下の通り。

- ・ キャリア教育の実施状況： 各校で行われているキャリア教育の具体的な内容と目標について
- ・ キャリア教育の変化： 教員の経験を通じたキャリア教育の内容や捉え方の変化について
- ・ 企業との連携： 学校と企業が協力してキャリア教育を進める際に、企業に期待することや具体的な提案について
- ・ キャリア教育の課題： 教員がキャリア教育を行う上で感じている悩みや負担、相談先の有無について
- ・ 生徒の職業観： 生徒が将来なりたい職業や夢を持っているか、職業観に関する教員の見解について
- ・ 職業情報の提供機会： 生徒が仕事や職業を知る機会がいつ、どのようなときにあるか
- ・ 職業情報の提供方法： 生徒に知ってほしい仕事や職業、興味関心を高めるための方法について
- ・ 継続的なアプローチ： 企業が継続的に子どもたちにアプローチする方法や、その効果について
- ・ 子どもたちや社会への期待： 社会に出るにあたって生徒に身につけてほしい能力や、教育における社会や地域の関わり方について

（2）外部アクセス調査結果

ア. 各校のキャリア教育について

キャリア教育は教育課程の中で定められており、各校でキャリア教育計画が策定されている。キャリア教育自体の捉え方も変化を遂げてきており、進路指導というニュアンスが強かった頃から、「働くこと」だけを最終目標にするのではなく、より自分らしく社会で生きていくために、自己理解や興味関心を深め、社会の中の自分の価値や責任に気づかせる教育活動に変わってきている。各校のキャリア教育の目標、計画、特色を以下にまとめる。

M中学校

・キャリア教育の目標

自己の理解を深め、将来の生き方や生活を考え、夢や希望の実現に向けて自分を高めようとする生徒を育成する。

・活動計画

1年生
課題解決型学習、職場体験活動にむけて、卒業生による高校生活に向けたプレゼン
2年生
面接体験、職場体験活動、卒業生による高校生活に向けたプレゼン、出前授業
3年生
課題解決型学習、自己表現の練習、出前授業

・特色

3年間を通して課題解決型学習をベースにキャリア教育を構成している。1年生では一人ひとりが自分の興味関心をもとに「問い」を立てた課題解決学習、2年生では職場体験活動で見つけた事業所の課題を解決する課題解決学習、3年生では自分の興味関心を社会課題と結びつけて、社会の役に立

つ提案や行動ができるようにする課題解決学習を行っている。生徒が自己を認識し、人生を選択し、表現する力を身につけることを目指し、生徒が自分の興味や関心を明確にする機会が提供されている。

また、企業と協力して行う面接体験や出前授業にも注力している。2年生の出前授業は、読売新聞社に来てもらい新聞の作り方を学ぶ等、教科と絡めて実施している。3年生の出前授業は対面&オンラインで実施。美容、幼稚園、サッカーチーム（オンライン）、自動車販売会社、食品加工（地元の組合）等、幅広い企業の出前授業を実施しているのも特色のひとつといえる。

その他、卒業生で現高校2年生4名を中学校に招き、高校生活の様子や中学校で頑張るべきことをプレゼンしてもらおう場の提供、修学旅行で大学を訪問する等、進路面でも生徒の選択肢を増やす機会が与えられている。

S中学校

・キャリア教育の目標

自らの生き方を考え、主体的に進路を選択することのできる生徒の育成を目指す。

・活動計画

1年生
福祉体験メインで「仕事」を知る、職場体験へ向けた事前準備
2年生
職場体験
3年生
進路に関する取組、高校のオープンスクール訪問

・特色

3年間を通して全体像として、遠い未来（仕事や働くということ）から近い未来（高校進学・就職）をイメージする仕立てとなっている。自分の生き方や将来を考え、高校進学はあくまでその途中にあるということを生徒に伝えるようにしている。2年生での職業体験については、生徒数が多いので約100事業所に声掛けをしている。学年によっては生徒自身に体験先にアポ取りをさせることもある。

職業体験後の生徒のアンケートを一部抜粋したものを掲載する。

職業体験学習で、自分が考えた「はたらく」とは何ですか。

- ・生きるため、食べるため、お金を稼ぐため
- ・お店にきたお客さまに喜んでもらう、おいしいと思ってもらうため
- ・金稼ぎでもあるけれど、その職を続けるために、楽しいと思って、この仕事なら続けられそうというものを見つけ、働いて、お金を稼ぐことが自分にとっていいんじゃないかと思った。
- ・その仕事を誇りに思い相手のために精一杯頑張ることだと思います。相手を思いながらするのとそうでないのでは全然違うんだなと実感することができたからです。

職業体験学習で学んだことは何ですか。また学んだことを今後どのように活かしていきたいですか。

- ・大きな声の挨拶、礼儀、マナー
- ・働くことに対してあまりイメージがつかなかったけどやっぱり仕事はひとつひとつに責任が伴うからみんな協力して仕事をしているということを学びました。
- ・特に将来の夢や自分に向いている仕事も良く分かっていなかったのですが、私は自分がしたことその人はどんな表情をしてくれるのかわかる仕事の方が向いているんだなと気づくことができたし、特に好きなことや特技を仕事にするんだとおもっていましたが些細な好きでも好きでなかったとしてもその仕事を誇りに思うことができたなら続けられるんだということに気づきました。今後は進路のことで話すことが多くなると思うので今から幅広く将来について考えていきたいなと思います。

T中学校

- ・キャリア教育の目標

知らない世界や職業を知って、自分は何に興味があるかを知る。

・活動計画

1年生
職業講話
2年生
職場体験
3年生
職場体験、高校説明会（1学期）

・特色

基本的には教育課程で定められている範囲内で計画している。1年生では出身校とする企業人や社会人の講和を通して、“仕事”について学ぶ機会をもっている。近年では、航空会社の社長が奄美地域出身のため講和をいただいた。社長クラスが奄美まで講和にきていただくことは珍しく、生徒も熱心に話を聞いていた。また講和を通して自分自身の将来を考える第一歩となり、その後の職業体験にも繋がっていく。

イ. 将来の夢・進路について考える機会

将来なりたい職業や夢を持っている生徒、持っていない生徒は、それぞれ一定数いる。昨今の学生はY o u T u b e r になることが夢といった話をメディアから耳にするが、実際のところそういった考えは1年生の頃までで徐々に自分の能力や現実を知り具体的に進路を考えないといけなくなる時が来るという流れが多い。仮に将来なりたい職業が明確にない生徒でも、進路については前向きに考えているというのが教員からの肌感覚であった。中学校までは義務教育のためすでにある程度の道が開かれている中での学校生活を送ることになるが、高校以降はそれを自ら築いていく必要があるということを教員も意識してコミュニケーションを図っている。そのため、教員が生徒と将来や進路について話す機会は日常的にあり、学校生活や

授業での会話、また3年生になると必然的に進路の話をするため、付随して生徒が考える将来について触れる機会が多くある。

ウ. 子どもが職業を知る機会・教員から見た生徒に知ってほしい職業

生徒がイメージする仕事・職業について、特に具体的な将来のなりたい職業としてよく挙げられるのは、消防士や看護師、保育士といった**職業に名前のついている仕事**が多い。また親や身近な人が就いている職業、今まで生徒自身が関わったことのある職業等、**生徒自身の身の回りの環境や経験**によって職業を知り、興味を持つ傾向が強いことが分かった。一方で、企業に就職して働く人の方が圧倒的に多い中、職業名がつかない仕事が多いため、生徒としてはそれらを「夢」として持ちにくいという見解も得られた。更には一企業に様々な部署があり、各部署での業務や連携の上で成り立っているというイメージも尚のこと持ちにくいということも考えられる。

職業体験を2年生で行っているS中学校の教員からは以下のような話が伺えた。

『学習指導要領から職場体験の記述がなくなったため、職業体験をしなくてもよくなった。そのため学校によっては、企業コラボ等で商品開発をしているところもあると聞いている。教員によっては「職場体験はバイト体験」という人もいる。職場体験先も子どもはB to Cの企業しか知らないので、飲食店等やサービス業ばかりになってしまう。そういう意味では職場体験も頭打ちかと思う。一方で、先生でもない、血のつながりもない日ごろ関わりのない「大人」と対峙しながらコミュニケーションをとれる機会は貴重であり、そういう意味で職場体験は重要である。』

3校の教員、皆共通して、将来に向けての選択肢を広げるためには、**B to Bの企業等、日常的に目にする機会のある仕事だけがすべてではないことを知ってほしい、選択肢を広げる経験をさせてあげたい**という考えであった。実際に、T中学校で、将来はプログラマーになりたいが迷っているという2年生の生徒がおり、話をきいてみるとモノづくりに関わる仕事をしたいという話であった。一口にモノづくりと言ってもいろいろな職業があり、例えば工芸品づくりもモノづくりのひとつである。子どもたちが知る以上に多くの職業があるということを知る機会が必要である。前項のS中学校の職業体験後のアンケートからもわかるように、子どもたちは一つの経験で多くのことを学び感じるができる。ただ一方で、現状ではそういった経験は職

業体験やキャリア教育の数時間の中でしか得られることができず、選択肢を広げるためにはまだまだ不十分である。日常における身近なモノやコトを将来の自分の夢や職業に結び付けるための手段が必要である。

エ. キャリア教育を行う上での悩み

3校共通して、**企業へのアプローチ**に課題を抱えていることが分かった。企業へキャリア教育の依頼をするにしても、どの企業が良いのか、またその企業の窓口はどこか、検討や確認に負担がかかる。そのため、保護者等の学校関係者や地域の方に依頼しており、選択肢が狭まってしまっている。企業に用意されている出前授業を検索できるサイトもあるが、学校側が希望する形式に完全に合うものを探すことは困難であるようだった。

教育効果を得るためには、キャリア教育に対する方針や生徒に何を得させたいのか企業に理解してもらうために、丁寧にコミュニケーションをとり、単元と見合った授業を考えたいと思っているものの、教師は多くの業務を抱えており、キャリア教育に対し十分な時間を確保することが難しい。またキャリア教育の成果は数値に現れず、生徒の成長を見取ることが困難なため、生徒・教師ともに、効果を実感することが難しいとの意見があった。

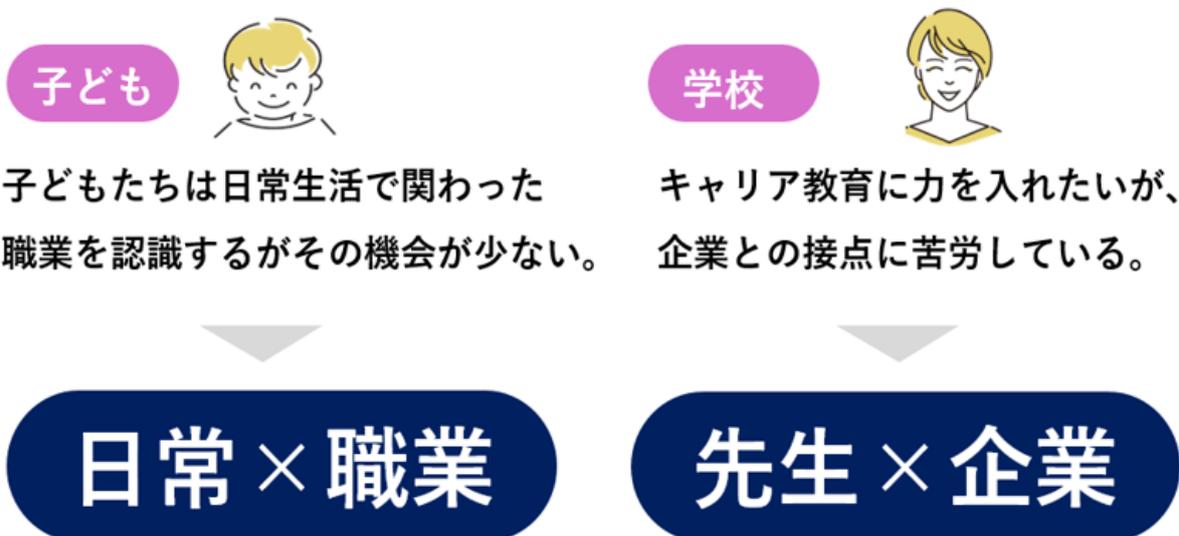
また、生徒数の多さや都市部からの距離など、学校ごとの固有の問題がキャリア教育を行うにあたり、障害になっていることもうかがえた。

オ. 企業に期待すること

キャリア教育をするうえで企業の協力は不可欠となるが、教員からは企業に期待することとして以下のようない意見があった。まず、公立の中学校では予算が限られているため、**無償**であることを前提に協力をお願いしたい。キャリア教育に関する考え方や必要とするもの等、各地域・学校やそのクラスによっても差があるため、キャリア教育のプランを企業と協力して構築したい。ウ項でも回答があったが、子どもたちは日常生活で関わった職業以外を認識する機会が少ないため、身近な職業だけでなく様々な業種を知る機会を与えてほしい。1つの企業でも、開発・企画・広報・営業など多くの職種があるところを知ることによって、子どもたちの意識は大きく変化するように思う。また、企業の経営・採用・育成・社会貢献等、会社運営や仕組みについ

でも知ることが生徒の職業観や勤労観の構築のため良い経験になると思う。そして、学校での勉強が具体的に仕事に役立つことも理解できるとより良いと感じる。授業も企業からの一方的なものでなく、探究的な学習をしたのち、企業人からフィードバックを受けられるようなものであると理想である。とのことであった。

以上のことから、「子どもは日常生活で関わった職業を認識するが、その機会が少ない」ということ、「教員はキャリア教育に力を入れたいが、企業との接点づくりに苦勞している」ということが分かる。子どもたちの日常と職業、教員と企業をつなぐ仕組み作りが必要であると考える。



4. 提言内容の詳細

(1) サービス内容

身近な商品に掲載されたQRコードを読み込むことで、有形無形に関わらず商品やサービスに関わるあらゆる企業の情報が表示され、子どもたちはB to CのみならずB to B企業も含め、多くの企業を知ることができるサービス「ツナイダル」を提案する。

普段目にする身近な商品、身近なサービスにおいても、それまで知らなかった多くの企業が関わっていること、またその企業の具体的な情報を知ることができ、子どもたちの企業に対するノウハウが蓄積されていく。「ツナイダル」というアプリから企業情報にアクセスした子どもたちは、興味を持った企業があれば「いいね」スタンプを付けることができる。

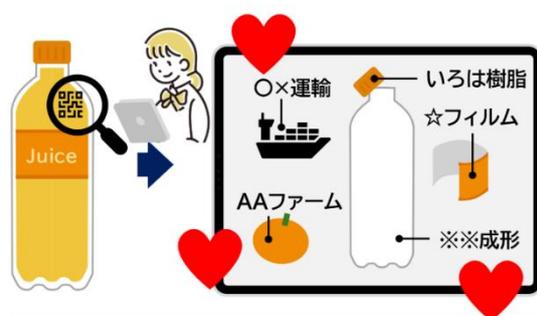
「いいね」スタンプ数に応じてポイントがもらえるなど、楽しめるゲーム要素も取り入れたいと考える。

また「いいね」スタンプの状況から、学校の先生は「生徒たちがどういう企業に興味をもっているのか」、企業は「どの学校が自社に興味を持っているのか」を、ランキング形式で確認することができる。そこから、学校・企業同士で連絡を取り合い、学校でのキャリア教育における企業への出前授業依頼等が可能となり、従来よりも効率的に企業と学校が繋がることができるようになる。

「ツナイダル」のサービス

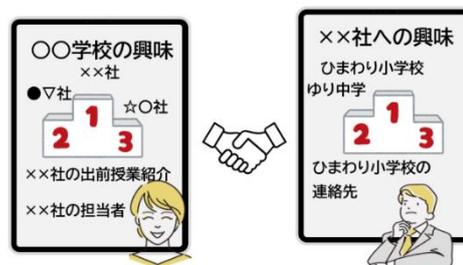


QRコードで「見える化」を実現



身の回りの製品と情報をQRコードでつなぎ、日常生活で沢山の企業にアクセス。

アクセス数やリアクションを元に先生と企業のマッチング



興味を深め出前授業に繋げる。企業からのアプローチも可能。

ここで、具体例（サッカーボール）を紹介する。



サッカーボールにかかわる仕事

材料
作る
運ぶ
売る
使う

→

→

→

→

- ゴムチューブ : ○○ゴム
- 補強布 : ××繊維
- 表皮 : ※※化成

サッカーボールに掲載されたQRコードを読み込むと、端末画面に「サッカーボールにかかわる仕事」が表示される。そこにはメーカーや小売業といった子どもに馴染みのある企業だけでなく、材料・製造・運搬など幅広い業種を紹介する。更に子どもたちは、業種をクリックすることで具体的な企業名を確認したり、企業名をクリックしてお仕事紹介ページにアクセスすることも可能になる。

上記は「材料」のページだが、下は「使う」ページの例である。



サッカーボールにかかわる仕事

材料
作る
運ぶ
売る
使う

→

→

→

→

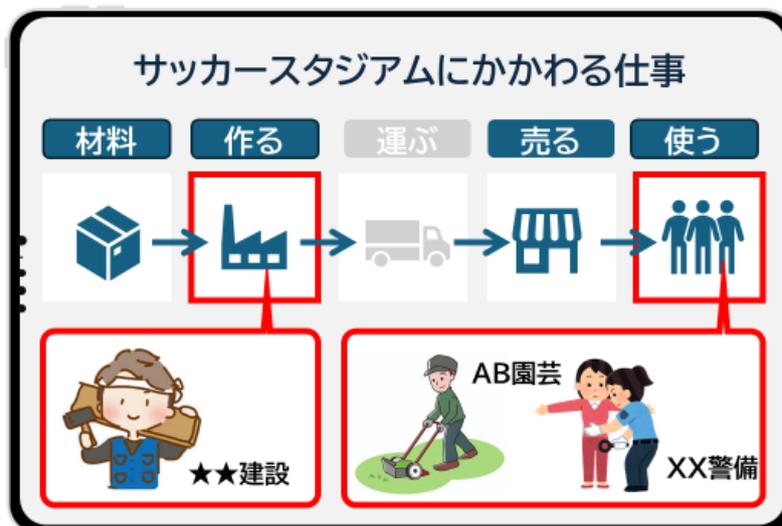
サッカー選手 プロサッカーチーム

関連するもの: サッカースタジアム

サッカー選手やサッカーチーム、スタジアムなど関連企業・職種が表示され、更に例えば「サッカースタジアム」をクリックすると、今度は「サッカースタジアムにかかわる仕事」として、以下画面に遷移する。

そこには建設、園芸、警備会社など、目には見えない企業が紹介され、気になる企業があれば詳細ページに進むことができる。

「ツナイダル」のサービス



S3

© 2025 J-Win All Rights Reserved

Page 14

このように、「ツナイダル」では、一つの製品をきっかけに、日常的に馴染みのある仕事だけでなく、B to B 企業を含め、色々な仕事繋がって世の中を作っていることを子どもたちに伝える。

(2) ビジネスモデル

「ツナイダル」は、企業、子ども、先生という3つのステークホルダーを繋ぐことで、それぞれのニーズを満たすビジネスモデルを目指す。

<顧客：企業>

- ・価値提案：認知度向上、子どもたちのアクション情報、人財獲得
- ・主要活動：コンテンツ制作協力、出前授業提案
- ・費用：掲載料

<利用者：子ども>

- ・価値提案：職業知識、楽しさ
- ・主要活動：アプリ利用し、企業へリアクションする。
- ・費用：無償

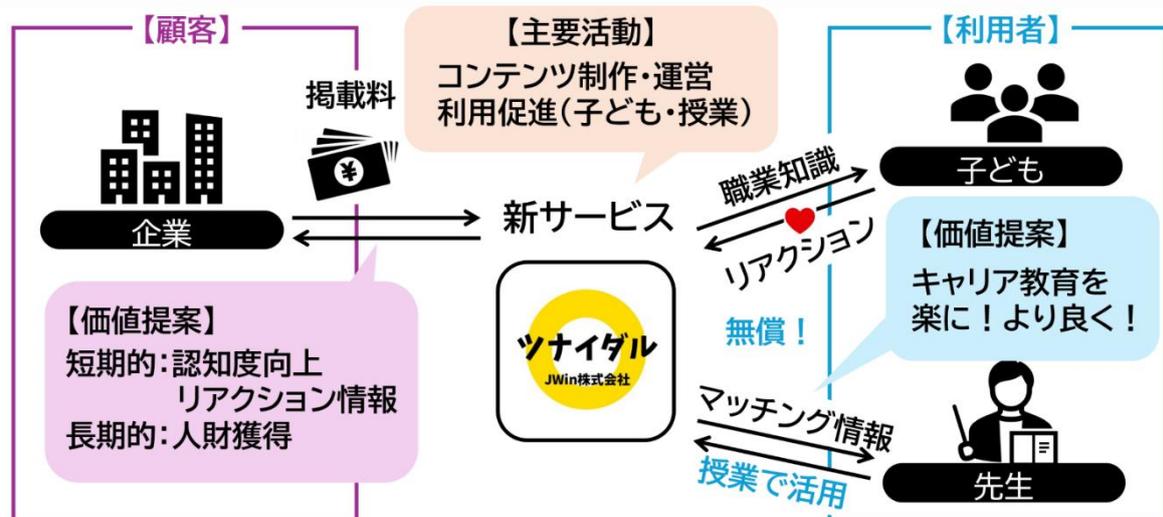
<利用者：先生>

- ・価値提案：キャリア教育を楽に、より良くする。
- ・主要活動：企業と子どもたちのマッチング情報の収集、キャリア教育の授業で活用
- ・費用：無償

<運営会社：ツナイダル>

- ・主要活動：コンテンツ制作・運営、利用者への利用促進
- ・収益：掲載料

「ツナイダル」のビジネスモデル図



「ツナイダル」は、企業にとって、自社の認知度向上や人財獲得の機会を提供し、子どもたちにとって、職業に関する理解を深め、将来の選択肢を広げる機会を提供する。また、先生にとっても、キャリア教育をより効果的に行うためのツールとなる。

「ツナイダル」は、企業、子ども、先生という3つのステークホルダーのニーズを満たすことで、社会全体の価値向上に貢献すると考えている。

(3) 類似サービスの市場調査

企業は様々なコンテンツ使い、会社の紹介、収益向上、企業価値の浸透、顧客獲得するための広告宣伝を行っている。私たち提案サービス「ツナイダル」との各種媒体、広告、協賛費を比較した。

その結果「ツナイダル」は既存の広告サービスと比較して、企業からの掲載料を年間10万円で運用、子ども6万人に一人：2円でコンタクトを取ることができる仕組みである。

中学2年生を対象とし、スモールスタートを実践したいと考えている。

各媒体・サービスの広告・協賛費から1人あたりの広告費を算出

子ども向け職業体験型 テーマパーク 20000万円/1年 350万人に影響 60円/1人あたり	テレビ広告 30000万円/1本 3000万人に影響 10円/1人あたり	YouTube 10万円/1本 1万人に影響 10円/1人あたり	求人広告サイト 240万円/1年 80万人に影響 3円/1人あたり
---	---	---	--

ツナイダル



掲載料:年間

10

万円

- 子ども6万人以上の利用を想定(日本の中学生の2%)
- 広告費は2円/1人あたり

(4) 事業計画

私たちが運営するビジネスは企業からの掲載料で運営を行い、子どもへの職業・企業認知を高めるリアクション情報を開示し、学校のキャリア教育を手助けする仕組みをつくる。

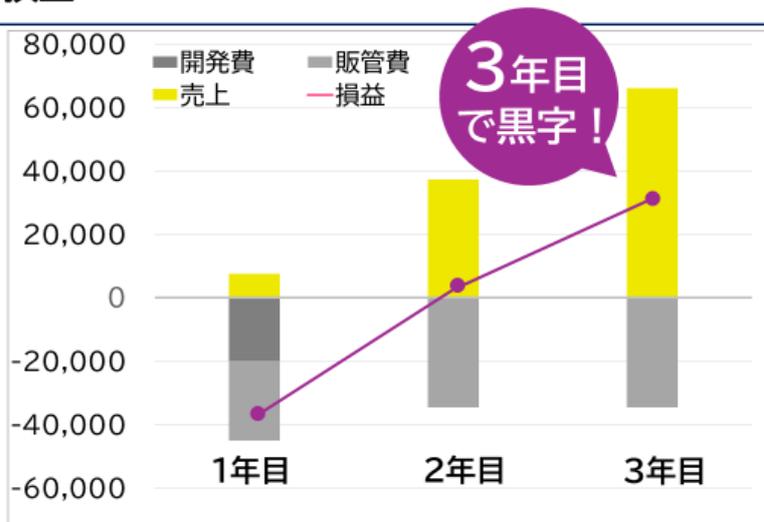
将来的には、企業向けに人財紹介サービスや職業体験プログラムなどの付加価値サービスを提供することで収益化を図る。

・収益目標

1年目：1500万円

2年目：3000万円

3年目：黒字化



● 開発費2,000万円

(単位:千円)	1か月目	2か月目	3か月目
人件費	5,500	5,500	5,500
地代家賃	100	100	100
通信費	50	50	50
水道光熱費	30	30	30
福利・消耗品費	1,000	500	500
旅費交通費	100	100	100
運用保守	170	170	170

● 毎月20社ずつ契約

(単位:社)	1年目	2年目	3年目
協賛社数	180	420	660

(単位:千円)

(5) 今後の展望

ア. 短期 (サービス開始から1年)

“学校の授業内からのスモールスタート”

(ア) サービス認知の拡大

学校や教育機関と提携し、アプリの導入を促進する。QRコードを貼った数種類の商品をデモセットとして用意し、キャリア教育で活用。アプリ認知拡大に繋げる。

(イ) 会員企業の獲得

特定非営利活動法人ジャパン・ウィメンズ・イノベイティブ・ネットワーク (NPO法人J-Win) の活動参加企業を中心とした呼びかけ及びその他企業への営業活動を行い、200社の会員企業を獲得。

イ. 中期 (サービス開始から5年)

“学校内から日常へ”

(ア) 日常への展開

子どもの身の回りにある製品 500 個に QRコードを掲載し、日常生活のあらゆる場面に浸透させ、子どもたちが日々の生活の中で自然に活用できるようにしていく。

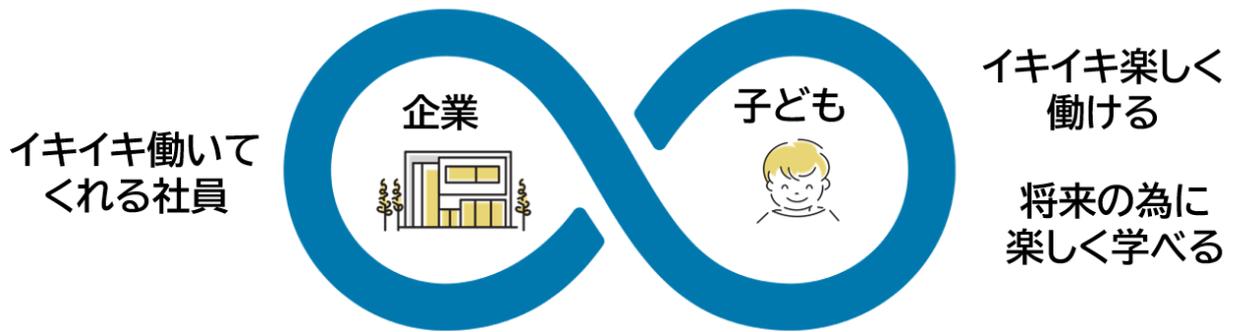
QRコードを集めた数によってポイント付与や会員企業商品のプレゼントを行うなど、利用者のアクセス数を増やすため、企業と連携したキャンペーンを拡大する。

(イ) 会員企業数の拡大

1000社以上の会員企業を獲得する。企業と連携したキャンペーンにより利用者数を増やすと同時に、会員企業の利用を促進させるためのコンテンツを増やしていき、会員企業にとっても利用しやすいサービスを目指す。

「ツナイダル」が普及した未来では、子どもたちを中心に、「ツナイダル」を通じて様々な仕事を知ることができる。子どもたちの興味・関心が広がり、いずれ私たちと一緒に働く仲間になるかもしれない。一方で、企業・大人にとっては今まで「ファン」であった消費者が仲間となり、モチベーションもあがると考える。「ツナイダル」を通じて、子どもたちが主体的に職業選択をする未来は、子どもたちと企業が広く繋がった、「働く」が身近なイキイキした社会であるだろう。

子どもたちの**職業・企業認知度**を向上 子どもたちが**たくさんの企業**を知って **主体的に職業選択**ができる未来！



5. 提言のまとめ

本報告書では、めざす社会に向けた、子どもたちの主体的な職業選択に関する現状、課題及び対策として提案したい「ツナイダル」のサービス内容、ビジネスモデル、事業計画その実現可能性について論じてきた。

私たちは、子どもたちが将来を考える際、社会とのつながりを広くとらえ、主体的に職業選択をしてほしいと考えている。子どもたちがたくさんの企業を知ることで、主体的に職業選択ができる未来は、子どもたちと企業が広く繋がる、「働く」が身近なイキイキした社会であると考えている。

「18歳に対する意識調査」によると、18歳の子どもたちは将来の職業について明確な考えを持っておらず、特に職業選択の基準が定まっていないという。

また、中学校のキャリア教育への独自調査において、職業講話や職場体験、進路指導などが行われているものの、生徒は日常生活や経験を通じて職業に対する興味を持つ傾向があることから、特に親や身近な人が就いている職業に影響を受けることが多いとわかった。職業名が明確でない仕事や企業の内部構造については理解が難しく、知らないうちに選択肢が狭まっていることを知った。

よって、日常生活と職業・企業をリンクさせ、その職業や企業が社会で果たす役割や影響を子どもたちに伝えることで、子どもたちが主体的に職業選択を行えるようになる考えた。

「ツナイダル」は、身の回りの製品と企業をQRコードで繋げ、子どもたちが日常生活で企業に触れる機会を増やし、職業理解を深めることを目的としたアプリケーションである。子どもたちはこのアプリを通じて、B to CおよびB to B企業を含む多くの企業を知ることができ、企業や職業に対する知識を深めることができる。興味を持った企業には「いいね」スタンプを付けることができ、スタンプ数に応じてポイントがもらえるゲーム要素も含んでいる。また、ランキング機能により、学校の先生は「生徒が興味を持っている企業」、企業は「自社に興味を持っている学校」を確認でき、キャリア教育における企業の出前授業依頼などが効率的に行えるようになる。このサービスは企業からの掲載料を基に運営し、事業展開3年目には黒字化を見込んでいる。なお、将来的には、企業向けに人材紹介サービスや職業体験プログラムなどの付加価値サービスを提供することで収益を拡大していく。

「ツナイダル」を通じて、企業に対しては認知度の向上や人材獲得の機会を提供し、子どもたちには職業理解を深め、将来の選択肢を広げる機会を提供する。また、先生にとっては、キャリア教育をより効果的に行うためのツールとなり、企業、子ども、先生という3つのステークホルダーのニーズを満たすことで、「ツナイダル」は社会全体の価値向上に貢献する。

今後の展望として、短期的には学校や教育機関と提携してアプリの認知度を拡大し、200社の会員企業を獲得することを目指す。中期的には、日常生活にQRコードを浸透させ、利用者のアクセス数を増やすためのキャンペーンを実施し、1000社以上の会員企業を獲得することを目標とする。将来的には、子どもたちが職業を主体的に選択し、「働く」が身近なイキイキした社会を作り出すことができると考える。

6. 付録

(1) インタビュー内容の詳細

各校へのヒアリング内容の詳細は以下のとおり

【業務内容・経歴】

①主な仕事の内容を教えてください。

担任学級の有無

お持ちであれば学年、役割（学年主任等）について

お持ちでない場合は主な業務内容について

②公立・私立・教員何年目でしょうか？これまでの経歴を教えてください。

【キャリア教育に関して】

①貴校で行われているキャリア教育について教えてください。

授業の内容・ねらい

1年生：

2年生：

3年生：

②貴校におけるキャリア教育の最終目標は何でしょうか？

③これまで教員をされていて、キャリア教育自体の変化はありましたか？

ーキャリア教育の内容の変化

ーキャリア教育に対する捉え方や意識の変化

教員：

保護者：

生徒：

④学校と企業でキャリア教育を作っていくならば、企業側に期待することは何ですか？

⑤企業がこんなことをしてくれたらいいのに、と思うことはありますか？

⑥キャリア教育を行うなかで悩みや負担に感じていることはありますか？

⑦キャリア教育の授業をつくる際に相談する相手はいますか？

もしくは、どういった相談先があるとよいと思いますか？

【提言に関して】

①（先生の体感で）生徒の皆さんは将来なりたい職業や夢をもっていますか？

先生と生徒で将来について話をする機会がありますか？

②生徒の皆さんの職業観について教えてください。職業観とは、『日常生活におけるいろいろな「仕事」に興味をもち、「仕事」は人と支え合って生きていくために必要であることを理解し自分から進んで「仕事」に就こうとする態度』と定義する。

③これまでのキャリア教育を通して、生徒の職業観に変化はありましたか？

④生徒の皆さんのイメージする「仕事」「職業」について

生徒の皆さんが仕事や職業を知る機会はいつ・どのようなときだと思いますか？

Y o u T u b e r や親の仕事等

⑤生徒に知ってほしい仕事・職業があれば教えてください。

⑥日本財団のアンケートで、18歳の意識調査で「なりたい職業はあるか」の質問に対し、「まだ考えていない」が28%、「ない」が16%との結果でした。

子どもたちは仕事や職業に対する興味関心が薄いという結果がでていますが、どのような環境があれば生徒の皆さんの興味関心が高まると思いますか？

⑦我々は子どもたちが日常生活を送るなかで、どんな仕事や職業があるかを知ることが将来の選択肢を増やすことに繋がると考えております。一方で、知って終わりとならないような取組も必要だと思います。継続的に子どもたちに企業がアプローチできる方法がありますでしょうか？

⑧生徒の皆さんがさまざまな仕事・職業を知ればどういった効果があると思いますか？

またそれはこれからの進路決定に影響すると思いますか？卒業生等で具体的な例があれば教えてください。

⑨社会に出るにあたって、生徒の皆さんに身につけてほしい能力はありますか？

⑩教育において、社会や地域がどのように関わっていくことが今後必要と考えられますか？

(3) 参考文献

18歳意識調査「第62回 -国や社会に対する意識(6カ国調査)-」報告書 2024

7. 最後に

本提言を進めるにあたり、多くの方々のご支援とご協力をいただきました。ここに深く感謝の意を表します。

まず、特定非営利活動法人ジャパン・ウイメンズ・イノベティブ・ネットワークの理事の皆様には、提言内容のご指導と貴重なご助言をいただき、心より感謝申し上げます。理事の皆様のご指導がなければ、本提言を完成させることはできませんでした。Next Stage後進育成に関して株式会社三菱UFJ銀行 三好様、日本電気株式会社 磯口様には細部に渡るご助言をいただき、深く御礼申し上げます。

また、快くインタビューにご協力してくださった3校の中学校教員の皆様にも感謝いたします。

加えて、追手門学院大学 経済学部 准教授 長町様には関西定例会でご講演いただき、分科会活動に対するご助言、激励をいただきました。心より感謝申し上げます。

最後に、家族や所属会社の皆様には、常に励ましと支えをいただきました。皆様の温かいサポートがあったからこそ、活動に専念することができました。ここに、改めて感謝の意を表します。

8. S3分科会メンバー一覧

飯田 真由美	(NTT西日本)
糸魚川 まみ	(NTT西日本)
伊藤 加奈子	(アフラック生命保険)
伊藤 淑佳	(NEC通信システム)
沖野 久美	(セコム)
尾坂 美樹	(旭化成)
佐藤 千明	(野村不動産ソリューションズ)
中田 睦子	(みずほ証券)
西村 喜代美	(損害保険ジャパン)
野澤 由美子	(大日本印刷)
林 恭子	(アフラック生命保険)
臺田 麻里子	(ネオファースト生命保険)
藤田 楓美	(パナソニック オートモーティブシステムズ)
森田 順子	(フジ)

以上

企画・制作：NPO 法人 J-Win High Potential ネットワーク 第 14 期 S3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。