

大学コンソーシアム京都 産学連携教育プログラム
プロジェクト企画実践コース プロジェクト報告書

株式会社 FP コンサルティング
「ウェルビーイングの知識を広めるプロジェクト」報告書

2025 年 11 月 13 日

1. はじめに

私たちは株式会社 FP コンサルティングのもとで、「ウェルビーイングを広める活動」を行った。本プロジェクトでは、参加者が楽しみながら学び合い、互いの気づきや成長を共有できる場づくりを目指した。活動を通して私たちは、「楽しく学ぶことがウェルビーイングを広げる力になる」と考えた。

本報告書では、約 5 ヶ月にも及ぶ活動とその取り組みを通して見えてきた「楽しく学ぶこと」の可能性と、それがもたらすウェルビーイングの広がりについて述べる。

2. 株式会社 FP コンサルティングについて

株式会社 FP コンサルティングは 2002 年設立、大阪市北区に本社を置く独立系ファイナンシャルプランニング会社である。金融商品の販売を行わず中立・公正な立場から個人や法人に対して資産運用、相続、不動産、福利厚生などのコンサルティングを行う。官公庁や企業、労働組合向けの研修や顧問サービスの実績も多く、ウェルビーイング（心身の充実）を重視したライフプラン支援を特徴としている。

3. プロジェクトについて

お金・仕事・人間関係・健康などを合わせた、総合的な幸福感を指す「ウェルビーイング」を広めるための活動を行う。株式会社 FP コンサルティングと一般社団法人日本ウェルビーイング連盟が共同で開発した「ウェルビーイング検定」を参考にしつつ、実習生が主体的に企画立案及び活動を行う。

4. 受け入れ先の課題と現状

まず、受け入れ先の現状と課題について説明する。受け入れ先では、今年から新たな事業として「ウェルビーイング検定」を開始。しかし、事業開始から間もないこともあり、受講者数や受験者数の少なさが課題。そのため、講習や検定の知名度向上が必要な状況であった。当初は、大学生を主なターゲットとしたウェルビーイング検定の普及を目標としていた。しかし、受講時間の長さや受講料の高さが大学生にとっての受講のハードルとなり、受けにくい現状が明らかになった。そこで、目標を「大学生にウェルビーイングに关心を持つてもらうこと」へと変更。大学生が楽しみながら学べるように、特にファイナンシャルウェルビーイングに焦点を当てたゲーム形式のイベント企画を実施。このイベントを通して、大学生にウェルビーイングをより身近に感じてもらうことを目的とともに、大学生に限らず幅広い層へのウェルビーイング検定の認知拡大に向けた工夫の発見を目指した。

5. 活動内容

主な活動としてはイベントとイベント後のアンケート、インタビューの企画から実施である。活動記録については以下の通りである。

6月下旬	検定受講
7月3日	定期ミーティング開始
7月上旬～下旬	プロジェクトの方向決め
8月上旬	施設予約 イベント申込ページの作成と掲載 SNS投稿案の立案と投稿
8月中旬	参加者募集チラシの作成、 参加者アンケートの立案
8月29日	労働組合の方と「マネーポーカー」で交流
9月上旬	参加者アンケートの修正 知人・友人をイベントに勧誘
9月13日	イベント実施
9月中旬～下旬	アンケート結果の分析 インタビューの企画
10月5日	インタビュー実施
10月上旬～11月上旬	結果のまとめ 最終報告会で使用するスライドの作成 各種提出書類の記入

上記の活動を通して、受け入れ先の課題に対する理解を深めた。またチーム内での意見交換による企画力と協働力の向上。イベント実施を通じた実践的な学びを獲得した。

6. 成果

8月から9月にかけては、イベント開催に向けて準備を進めた。9月には、無事にイベントを開催することができた。イベントでは、FPコンサルティングと業務提携している、合同会社FPalが提供しているボードゲーム「マネーポーカー」を活用し、家計管理やお金の使い方を通してファイナンシャルウェルビーイングについて学べる内容にした。ゲーム形式にすることで堅苦しくならず、参加者が楽しみながら学べるように工夫した。当日はとても盛り上がり、参加者の皆さんが笑顔で積極的に取り組んでいる様子が印象的だった。

イベント後にはアンケートを実施し、満足度の平均は5段階中4.45と高い結果になった。特に「楽しさ」と「再参加意欲」は4.6と非常に高い数値を示した。「学びが多く、また参加したい」という意見も多く寄せられ、楽しみながら学ぶという私たちの目的がしっかりと伝わったことが分かった。このイベントを通して、ウェルビーイング検定の普及に向けた課題と新たな可能性を見つけることができた。

次に、イベント前後でのウェルビーイング意識の変化についてまとめる。イベント後、「今後自分のウェルビーイングを高めたい」と答えた参加者が80%を超えており、多くの人にとって“ウェルビーイング”という言葉が初めてだったにも関わらず、理解と意欲の両方が高まったことが分かった。また、イベントで扱ったファイナンシャルウェルビーイング以外にも、ソーシャルウェルビーイングやコミュニティウェルビーイングの分野でも平均スコアが+3.0と上昇していた。実際にイベント後、参加者同士で遊びに行くなどの交流が生まれており、社会的つながりの面でも効果が見られた。

さらに、イベント後のインタビューからも成果が見えてきた。「学びが行動につながった」という声が多く、実際にイベント後すぐに月5,000円の先取り貯金を始めた学生もいた。「お金の知識は難しそうと思っていたけど、ゲーム形式だったから理解しやすかった」「楽しみながら学べて頭に残った」といった意見も聞かれた。

こうした声を通して、改めて感じたのは「楽しさこそが、人を動かす力になる」ということだ。楽しいからこそ、学びが自分ごとになり、行動につながる。「楽しく学ぶこと」はただ気分の問題ではなく、実際に脳の中では“ドーパミン”が分泌され、やる気や集中力、記憶力を高めてくれる。つまり、楽しさは学びのエンジンであり、楽しみながら学ぶことで自然と学習効果が高まる。今回のイベントもまさにこの原則を体現したものだった。「楽しい!」という気持ちがあったからこそ、「やってみよう!」という前向きな行動につながり、学びが行動へと変わっていった。楽しさがあったからこそ、学びが行動に変わり、成長へとつながった。それが、この活動のいちばんの意味だと感じている。

また、「楽しく学ぶこと」には大きなビジネスチャンスもあると考えている。今回の活動では、「知ること(インプット)」と「行うこと(アウトプット)」をつなげる“知行合一”的考え方を意識し、ウェルビーイングの理解を深める仕組みを考えた。インプットとして「ウェルビーイング検定」、アウトプットとして「ボードゲーム」を組み合わせ、楽しみながら学びを循環させることを目指した。

ゲームを通して行動に移すことで、知識だけでなく“自分ごと”としてウェルビーイングを考えることができた。さらにアンケートやインタビューを通して、対象(ターゲット)に合わせた内容設計の重要性にも気づいた。高校生には「勉強や人間関係など身近なテーマ」、大学生には「学問的関心のある領域」、社会人には「日常生活や仕事の課題」といったように、それぞれに合った内容を考えることで、より効果的な学びを生み出せると感じた。

この活動を通して、「知る」と「行う」を繰り返すことで理解が深まること、そして“学ぶ相手を意識した企画づくり”的大切さを学んだ。

7. 活動の工夫

活動を進める上では、受け入れ先の企業の方、私たち学生、そしてコーディネーターの先生の三者で、週に一回の定例ミーティングを行った。ミーティングでは、その週の活動の進捗を報告し、出てきた課題や疑問点について意見を出し合いながら議論した。さらに、次の週に取り組むべきことを整理し、全員で共有する時間とした。この定例ミーティングを通して、「報・連・相(報告・連絡・相談)」がしっかりとできていたことが、活動の円滑な進行やチームの成長に大きくつながったと感じている。

また、私たちは活動を進める上で「ローテーション人事」という仕組みを取り入れた。リーダーと書記の役割を月ごとに交代する方法である。リーダーはミーティングの進行やパワーポイントの作成、タスク管理を担当し、書記は議事録の作成や内容の整理を担当した。それぞれが役割を持つことで、チーム全体に責任感が生まれ、議事録を共有することで次に進むべきことが明確になり、活動の効率も上がったと感じる。また、互いの立場を経験することで、チーム全体を見ながら仕事を分担する難しさを学んだ。リーダーを経験することで、全体の流れを把握しながらメンバーをまとめる大変さを実感し、書記を経験することで、記録を正確に残す重要性を理解することができた。

役割を交代しながら活動を進めたことで、互いの苦労や努力を理解し合えるようになり、自然と支え合う姿勢が生まれた。

このように、チームでの活動を通して、協調性や責任感、相手の立場を理解する力が身についた。これらの経験は、今後どんなプロジェクトにも活かせる大切な学びとなった。

8. 反省点

反省点として、継続的なイベント広報活動が十分にできなかつたことが挙げられる。広報活動が十分でなかつた結果、イベントの参加者に影響が表れ、参加者は後藤と前津の友人のみとなつた。広報手段としては、Xでの投稿とチラシ配布を行つたが、いずれも十分な効果を得られなかつた。Xでは投稿が1回のみで、インプレッションも少なく、広報効果はほとんどなかつた。チラシ配布はプロジェクト講義の場で行つたが、そこからイベントへの参加につながつた人は1人もいなかつた。この原因として考えられるのは、①広報活動が継続的に行えなかつたこと、②告知のタイミングがイベント1ヶ月前と遅かつたことである。やはり、イベント広報は持続的な取り組みが必要であったと考えられる。また、SNSに加え、対面での広報活動も必要だったのではないかと反省している。具体例としては、ターゲット層へのチラシ配布や直接声掛けなどが挙げられる。活動の成果で述べたように、ファイナンシャルに興味がある層、例えば経営学部・経済学部の学生や投資サークルなどへのアプローチが効果的であった可能性が高い。さらに、広報戦略におけるターゲット設定の明確化が不足していたことも課題である。ターゲットに応じたメッセージや媒体を選ぶことで、より参加者を集めやすくなつたと考えられる。

今後の改善点としては、以下の3つが挙げられる。

1. 広報の継続性の確保：SNS投稿やチラシ配布を計画的に複数回行うこと。
2. ターゲット層に合わせた広報：学部・サークル・興味関心を踏まえた配布方法の工夫。
3. 対面とオンラインの両面での広報：直接声をかける活動や、SNS広告・学内掲示板などの活用。

これらを改善することで、次回以降のイベントではより多くの参加者の獲得と、広報効果の最大化が期待できる。また、広報活動の失敗を振り返ることで、企画段階での準備の重要性や、ターゲット意識の大切さを学ぶことができた。この経験は、今後のプロジェクトやイベント企画において貴重な気づきとなつた。

9. 個人の活動の成長

前津：プロジェクトでの個人的な目標は、「自分に自信をつけること」であった。活動開始当初は、指示を待つことが多く、自分から意見を発言することに対して少し恐怖心があった。しかし、思い切って発言してみると、チームメンバーから「それは良い考えだね」と共感してもらえることが増え、議論がより活発になる経験を得た。この経験を通して、「自分の意見を伝えることを怖がらなくてよい」という自覚が生まれた。さらに、リーダーとしてチームの舵を取る役割をやり遂げたことで、「自分にもできる」という確かな自信が芽生えた。役割を全うする中で、チームの進行や意思決定に関わる責任感、判断力、メンバーとの調整力を体感することができた。こうして得られた「自分にもできる」という実感は、私にとって今回のプロジェクトで最も大きな成長である。自信の獲得を通して、今後の学習や活動においても、主体的に考え方行動する姿勢を持ち続けることができると考えている。

後藤：私は考えすぎてしまい、なかなか行動に移せないことが悩みであった。これを克服するためにこの企画実践コースに参加したのだが、活動を経てこれが変わった。共同して作業する予定や期日を先に設定し、それまでに自分ができることをやる方法を採用した。これは予定の先取りや、環境に頼る癖をつけるということである。これにより、確実に一定の成果を出すことができるようになった。また、他者の意見を取り入れることでより素晴らしいものができるという気づきを得た。この気づきは、定期ミーティングによって活動が短期間で大幅に進んだことに起因しており、プロジェクト以外でも、ほかの人との共同作業や特定の場所での作業、期日等を先に設定する癖がついた結果、常に一定以上の成果を出すことができている。さらに、期限を意識して行動する習慣がついたことで、学業や個人の活動においても作業効率が格段に向上した。

10. 総括

当初目標から「大学生のウェルビーイングへの関心喚起」に目標を修正し、ファイナンシャルウェルビーイングに焦点を当てたゲーム形式のイベントを実施した。高い満足度と、参加者の80%超が行動変容の意欲を高めるなど、知識を行動につなげる成果を達成した。最大の洞察は「楽しさこそが、人を動かす力になる」であり、知行合一の手法が有効であると確認した。チームはローテーション人事などで成長を遂げた一方、広報活動の不足が反省点となり、企画とターゲット設定の重要性を学んだ。活動の成果と同時に、インターン生自身の成長も顕著であった。

11. 最後に

本プロジェクトを無事に完遂できたのは、株式会社FPコンサルティングの受け入れ担当者様、コーディネーターの先生方、大学コンソーシアム京都事務局の皆様の多大なるご支援、ご協力のおかげである。この場を借りて、心より感謝申し上げる。