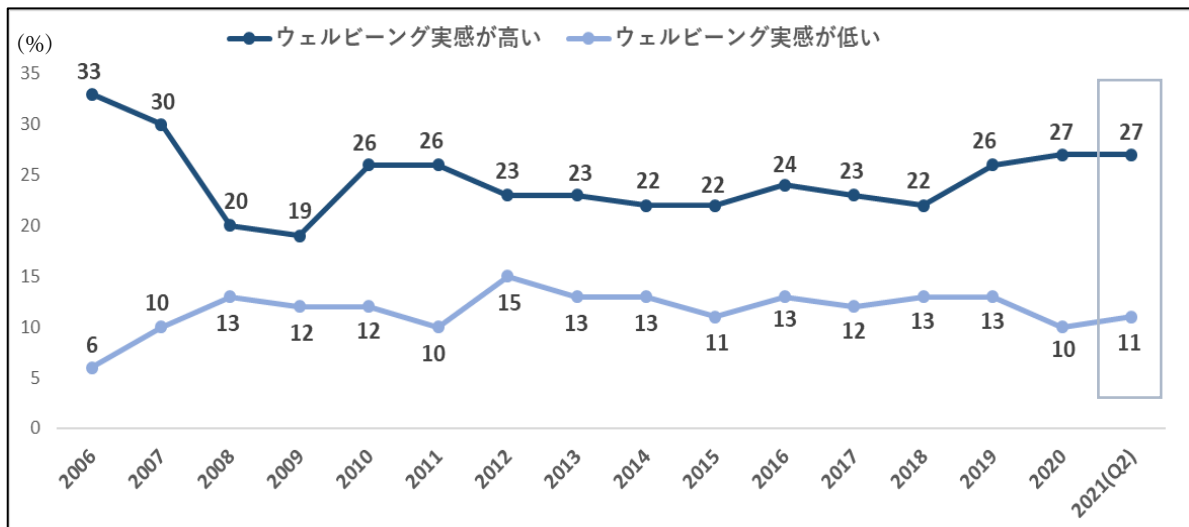


2021年4-6月期
日本のウェルビーイング実感の最新調査結果を発表

Global Wellbeing Initiative (※1) は、2021年4-6月期における日本のウェルビーイング実感(※2)について調査結果を発表しました。

昨年度(2020年8-10月期)と比較すると、ウェルビーイング実感が高い人たちの割合は27%と変化はありませんでした。これを歴史的に振り返ると、リーマンショック後に同スコアが19%と大きく落ち込んで以来、現在は最も高い水準を示しています。

一方で、ウェルビーイング実感が低い人たちの割合は1ポイント上昇して11%となりました。これはウェルビーイング実感のデータが測定され始めた2006年から振り返ると、際立って悪いスコアであるとはいえないものの、2006年の同スコアが6%であった水準には戻っていません。



出典：Global Wellbeing Initiative

日本版 Well-being Initiative (※3) は活動の一環として、四半期ごとに実施する本調査に協力します。その結果得られたデータや知見をもとに、ウェルビーイングに対する社会の認知・理解が促進されることを狙いとしています。また国内外のアカデミア等とも連携し、日本のウェルビーイング実感の変動にどのような要因が関連し対策を打つことができるのか研究を進めていきます。

【調査概要】

調査目的：日本に生きるひとり一人が、どの程度ウェルビーイングを実感できているか、実態を明らかにする

調査対象：日本在住の施設に入居していない 15 歳以上 (N=1,007)

調査期間：2021 年 5 月 20 日～2021 年 6 月 12 日

調査方法：RDD 方式による電話調査（ただし福島県原子力被災 12 市町村を除く）

調査機関：Gallup 社 (<https://www.gallup.com>)

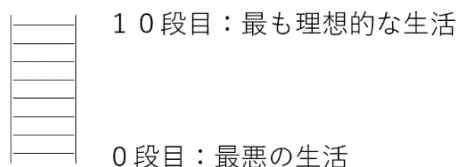
(※1) Global Wellbeing Initiative について

Well-being 分野における、世界各地の研究者・技術者・国際機関の関係者とで形成されたコミュニティ。Gallup 社（本社：米・ワシントン D.C.）やハーバード大学（The Human Flourishing Program）などが含まれる。

(※2) ウェルビーイング実感は、「World Happiness Report（国連の関連団体である持続可能な開発ソリューション・ネットワーク）」や「Better Life Index（OECD）」で採用されている主観的ウェルビーイング調査にならない、下記方法によって測定・定義される。

質問文：

それでは、梯子（ハシゴ）を想像してみてください。
その梯子には、一番下は0、一番上には10と数字が付いています。
一番上の10があなたにとって最も理想的な生活で、
はしごの一番下の段が最悪の生活を表すと考えてください。



質問項目：

Q1. あなたは、今現在、はしごのどの段に立っていると感じていますか？

Q2. あなたの想像では、5年後にはどの段に立っていると思いますか？

この2問を用いて、下記の通りウェルビーイング実感を算出する。

ウェルビーイング実感の算出方法:

ウェルビーイング実感が「高い」：今(Q1)が7点以上かつ5年後(Q2)が8点以上の人たち

ウェルビーイング実感が「低い」：今(Q1)が4点以下かつ5年後(Q2)が4点以下の人たち

(※3) 日本版 Well-being Initiative について

日本経済新聞社（本社：東京都千代田区）、公益財団法人 Well-being for Planet Earth（所在地：東京都千代田区）、参画企業、有識者・関連団体により構成された団体。ウェルビーイングを測定する新指標開発やウェルビーイング経営の推進、政府・国際機関への提言、ウェルビーイングを SDGs に続く世界的な政策目標に掲げることを目指す。

設立：2021年3月19日

参画企業（2021年8月末時点）：

アサヒ飲料、味の素、アドバンテッジリスクマネジメント、EY Japan、江崎グリコ、麒麟ホールディングス、太陽工業、第一生命グループ、ディップ、デロイト トーマツ グループ、日本たばこ産業、パーソルホールディングス、富士通、ポーラ・オルビスホールディングス、丸井グループ、三井住友トラスト・ホールディングス、三井不動産、ロート製薬

【調査に関する問い合わせ先】

Global Wellbeing Initiative

窓口：公益財団法人 Well-being for Planet Earth

Email: well-being@lifull.or.jp