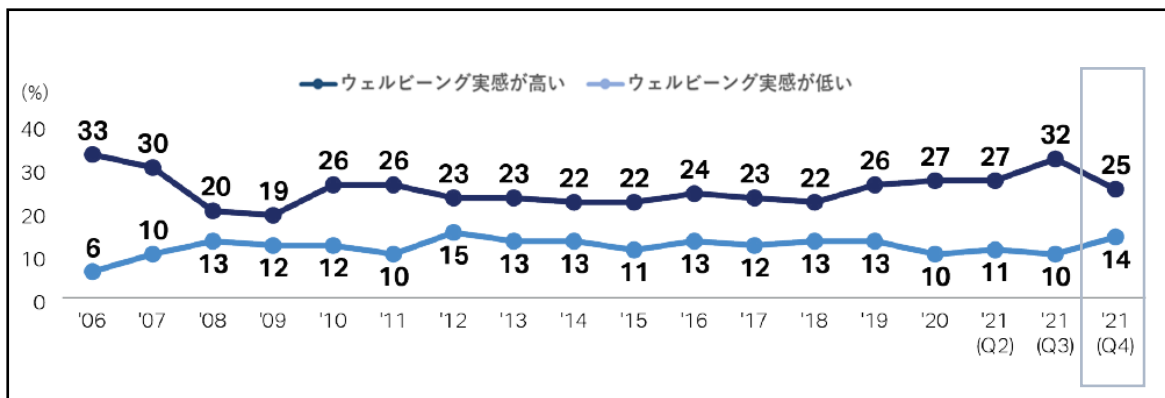


### 2021年10-12月期 日本のウェルビーイング実感の最新調査結果を発表

Global Wellbeing Initiative (※1) は、2021年10-12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。

2021年7-9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25%と7ポイント下降しました。今の生活にもある程度満足し、かつ未来に対する見通しも明るい認識を持っている人たちの割合です。これは2021年4-6月期と同程度になります。

また、ウェルビーイング実感が低い人たちの割合は4ポイント上昇して14%となりました。



出典：Global Wellbeing Initiative

今回の調査結果についての有識者の見解は以下の通りです。

福井県立大学地域経済研究所 准教授 高野翔氏

新型コロナウイルス感染症が2019年12月に報告されてから2年となり、コロナ禍の複数年に及ぶ長期化と出口が見えてこない不安感が、ウェルビーイング実感の減少につながっているものと考えます。特に、ウェルビーイングは、社会的に良好な状態、すなわち“社会的つながり”が重要であることをメッセージとして持つ概念であり、今回のウェルビーイング実感の減少は、その社会的つながりの喪失感と重なるところが多いものと考えます。

地域生活においては、離れて住む親類や友人知人との大切な交流がままならない状況が続  
き、また、地域のアイデンティティの拠り所である文化・まちづくり活動においても、一度  
でなく複数年にわたり開催が困難となることにより、活動存続の是非にまで議論が及ぶケ  
ースが見られます。現在の生活における社会的つながりの喪失感と、それがこれからも継続  
し物事の事態を悪化させる可能性があることへの不安感があるものと考えます。

これまでの世界の社会経済状況調査において、経済指標が好調であり既存の尺度からは悪  
い兆しが見えてこない結果であっても、人々のウェルビーイング実感が下がり下降基調に  
なった後に社会混乱が生じている、という各国のケースも報告されており、今回見られた減  
少傾向が今後続いていくかどうかについては寄り添って注視していく必要があるものと思  
えます。

#### 埼玉県立大学保健医療福祉学部看護学科 教授 秋山美紀氏

ウェルビーイング実感が高い人たちの割合が Q4 で7ポイント下降した理由として2点  
考えられます。1点目は、Q3でのオリンピック・パラリンピックなどによる、上昇した高  
揚感が沈静化され平時に戻りつつあったこと、2点目は11月下旬からオミクロン株がわが  
国でも確認され、第6波は来るのか、という先行きの見えなさ・不安が生じたことです。

ウェルビーイング実感が低い人たちの割合が4ポイント上昇したことも、オミクロン株  
が確認されたことが報告され、再び感染拡大が予測されることの懸念や落胆に関連するも  
のであると考えられます。

そのような時期であっても、これまで困難を乗り越えてきたから次も乗り越えられると  
いう自己効力感や希望を持ち続けることや、日々のささやかな楽しいことを味わいなが  
らも、感染対策を継続して行っていくことで、心身の健康に留意していくことが大切だと思  
います。

また、ウェルビーイング実感が低いと解答した方々ひとりひとりの意見を傾聴・尊重し、  
集約したものを質的に分析して、社会全体で問題を共有し、対応していくことが必要だと思  
われます。

#### 広島県立観音大学ソーシャルシステムデザイン学部学部長・教授 兼 慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科特別招聘教授 保井俊之氏

楽観的であること、すなわち未来に良い結果があると期待できることと主観的ウェルビ  
ーイングは高い相関を示すことは良く知られています。すなわち、足元の生活実感だけで  
なく、未来への明るい希望が持てることは、ウェルビーイング実感に大きな影響を与えます。

2021年10-12月期はコロナ感染症第6波が来る直前で、外食や旅行を中心に民間消費が輸出とともに伸び、四半期別GDP速報は実質で1.3%と2四半期ぶりのプラスとなった時期でした。他方でこの時期は、昨夏のオリンピック及びパラリンピックによって高揚した未来への期待感の反動もあり、インフレ懸念や物流の安定性低下などから、家計、製造業の大企業及び非製造業の中小企業を中心に、経済社会の先行きに不安が生じていた時期でした。その不安は、内閣府の景気ウォッチャー調査及び日銀短観でも定量的に確認されています。

2021年4Qのウェルビーイング実感の低下は、この時期の日本社会が先行きの楽観を減じていたことと整合的で、楽観性と主観的ウェルビーイングの関係を注視していく意義を改めてわたくしたちに教えてくれています。引き続き、このようなウェルビーイング実感に関する定点観測を行い、現状のみならず未来に向けて洞察を広げていくことが大切だと考えます。

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=1012)

調査期間：2021年11月1日～2021年12月16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>)

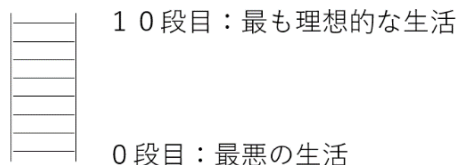
#### (※1) Global Wellbeing Initiative について

Well-being 分野における、世界各地の研究者・技術者・国際機関の関係者など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（2022年3月7日時点）：

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、住友生命、第一生命グループ、太陽工業、デロイト トーマツ グループ、凸版印刷、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](mailto:well-being@lifull.or.jp)