

データでみる日本人の幸福なライフスタイル

ワークライフバランス、推し活、空気感が幸福度を高める

野村総合研究所 未来創発センター

2023年5月

目次

1	日本人の幸福度の現状.....	2
(1)	幸福を構成する要素とは.....	2
(2)	生活者に直接聞くと日本人の幸福度は低くはない.....	3
2	ワークライフバランスと幸福度の関係.....	5
(1)	生活者の各側面（家族・仕事・消費・地域）で満足度が高いと幸福度も高い.....	5
(2)	家族・仕事の両方の「満足」+片方の「とても満足」が重要.....	6
3	「押し活」と幸福度.....	8
(1)	注目される「押し活」.....	8
(2)	「押し活」が日本人の幸福度を高める.....	11
(3)	家族で共通の「押し」があることがポイント.....	12
4	日本の空気感と幸福度.....	13
(1)	「日本の空気感指数」とは.....	13
(2)	2022年は「活気」の空気感が低迷した1年間.....	15
(3)	ポジティブな空気感は幸福度を高める.....	16
5	日本人の幸福度を高めるために.....	18

1 日本人の幸福度の現状

(1) 幸福を構成する要素とは

人々はどのような時に「幸福」を感じるのだろうか。一時的な感情ではなく、持続的に幸福だと感じている状態が続くために何が必要なのだろうか。

個人の幸福を構成する要素としては、心理学者である米国のセリグマンが提唱した「PERMAの法則」が有名だ。幸福は以下の5つの要素で構成されていると提唱している。

図表1 PERMAの法則：個人の幸福を構成する以下の5つの要素

Positive Emotion	前向きな感情（うれしい、おもしろい、楽しい、感動するなど）
Engagement	時間を忘れて何かに没頭すること
Relationship	積極的で良好な人間関係を持つこと
Meaning and Purpose	何のために生きているのか目的・意義を感じる
Achievement/ Accomplish	何かを達成すること

出所) 米・ペンシルベニア大学心理学部のマーティン・セリグマン教授の提唱より NRI 作成

P：Positive Emotion は「ポジティブな感情」を持てていることが幸福な状態につながると定義している。人々は、自ら、この感情を高める行動をとることが幸福につながるといえる。

E：Engagement は、何かに「没頭する」ことだ。自分の好きなことに夢中になる時間を持つことが重要だ。日常的な行動や、日々の仕事の中でも、「没頭できる」時間があることで幸福度を高めることができる。

R：Relationship は「良好な人間関係を保つこと」だ。例えば、人間関係としては、家族、友人、職場の上司・同僚・部下、地域コミュニティなど様々な場面が考えられ、それぞれで「良好な人間関係」を持つことが幸福につながると考えられる。

M：Meaning and Purpose は、人生に何らかの「目的・意義」をもつことも重要だとしている。人生の意味や目的は、人によって異なるし、所属する組織にも影響を受ける。小さな内容であっても、自分にとって重要な意味や目的を感じるものが幸福につながる。

最後に、A：Achievement/ Accomplish として、何かを「達成」することも幸福の要素としている。

人々が、日常的に幸福を構成する要素などを意識する必要はないが、自分が幸せなのかを考える際に、5つの要素を意識してみることは有意義だろう。漠然とした幸せではなく、今後も続く持続的な幸せに対する意識も高めることができる。

本稿では、これらの幸福の要素を参考に、具体的なデータを用いて、人々の幸福度に与える要因を抽出し、日本人の幸せなライフスタイルを導き出す。

(2) 生活者に直接聞くと日本人の幸福度は低くはない

生活者の幸福度を評価する方法として、様々な指標が検討・提案されている。PERMA の法則などの考え方も考慮しながら、いくつかの要素において経済指標や統計資料をもとに総合化するやり方や、生活者に対するアンケート調査を行い、幸福度や満足度を直接的に質問することで指標化する方法などがある。

例えば、国連の「世界幸福度レポート (World Happiness Report)」では、幸福度を7つの指標から計算している。国民一人あたりのGDP、健康寿命、人生選択の自由、汚職や腐敗の認識度などが指標となっており、生活者に対するアンケート調査なども活用しながら、毎年、各国の水準を計算している。2023年3月に発表された結果をみると、「世界幸福度ランキング 2020-2022」で、幸福度が高かった国は、1位フィンランド、2位デンマーク、3位アイスランドであり、昨年度と同じ結果だった。日本は47位で、昨年度の54位からはランクアップしている。

NRI では、2023年2月に「日本人の生活に関するアンケート調査」を実施した。ここで、生活者に対して、以下のような質問を行い「幸福度」を求めた。

Q. あなたは、ふだん、どのくらい幸福だと感じていますか。

「非常に幸福」を10点、「非常に不幸」を0点として、あてはまるものを1つ選んでお知らせください。

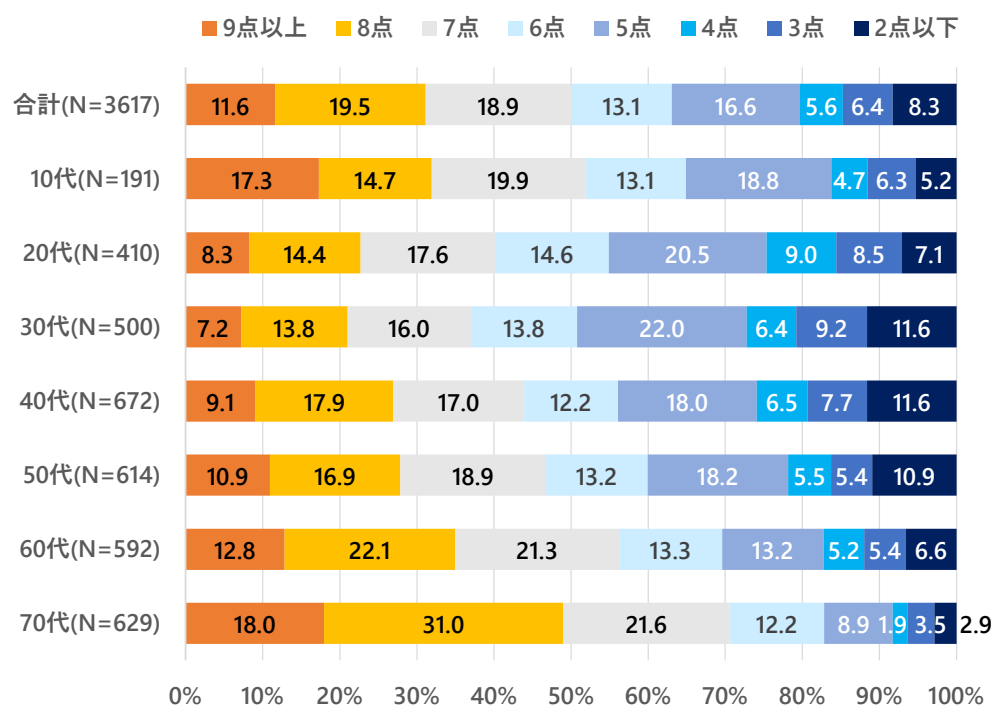
	10点← 非常に幸福	9点	8点	7点	6点	5点	4点	3点	2点	1点	0点→ 非常に不幸
幸福度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

どのくらい幸福と感じているのかを0点～10点という11段階で調査することで、より細かく幸福の状態を把握できるようにした。このアンケート調査結果が、日本人の持続的な幸福の度合いを正しく表しているとは必ずしも言い切れない。ただし、属性別に分析することで、属性感の幸福に関する考え方の違いを分析することはできるだろう。また、この質問における幸福度と、他の質問との関係性をみることで、幸福度を構成する要因などを明らかにすることができる。

まずは、この調査結果を集計したものが図表2である。日本人全体でみると、10点満点で幸福度が9点以上の割合が11.6%、8点が19.5%となっている。また、2点～0点の割合が8.3%であり、3点が6.4%、4点が5.6%だ、5点以上の割合は79.7%であり、日本人の約8割は、幸福度を10点満点で5点以上と回答している。

仮に、8点以上が幸福な状態（高い幸福度）と定義すると、日本人全体の31.1%が該当する。年齢像別でみると、10代では32.0%の水準にあるが、20代では22.7%、30代では21.0%と低い水準だ。40代以降では、高い幸福度の割合は高まり、40代では26.9%で、70代では49.0%と非常に高い水準になっている。「世界幸福度レポート」では幸福度が世界47位となった日本ではあるが、幸福度を生活者に直接的に調査した結果では、高齢者を中心に、必ずしも低いとは言えなさそうだ。次章以降で幸福度が高い理由について、要因を探ってみよう。

図表 2 日本人の幸福度



注) 「非常に幸福」を10点、「非常に不幸」を0点として11段階で調査した結果

出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

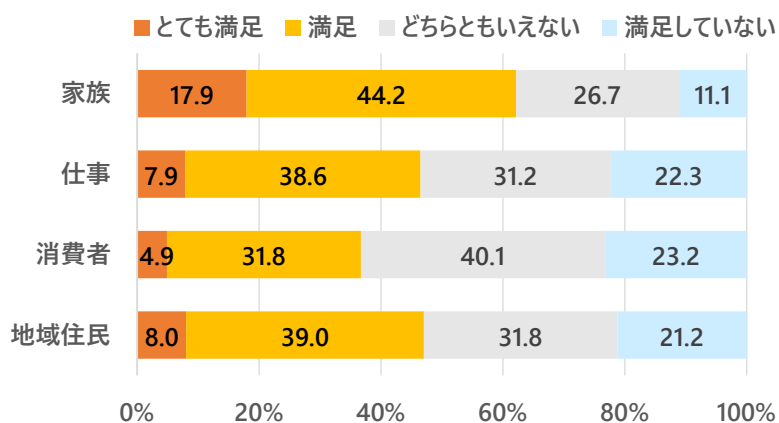
2 ワークライフバランスと幸福度の関係

(1) 生活者の各側面（家族・仕事・消費・地域）で満足度が高いと幸福度も高い

一般的に「生活者」の側面としては、家族、仕事（就労者）、消費者、地域住民などが考えられる。PERMAの法則では、幸福度に与える要素として「人間関係」を挙げており、これらの側面において、良好な関係が保たれていることが重要だろう。

4側面別の満足度をみると、とても満足・満足を合計した値は、家族の満足度が最も高く62.1%となっている。次いで地域住民は47.0%、仕事（就労者）が46.5%、消費者は36.7%となっている。家族を除くと満足度は4割前後だ。ちらともいえない、満足していないを加えたいわゆる満足感を感じていない層が6割程度いることになる。

図表3 生活者の4側面別の満足度



注) 家族、仕事、消費者については、それぞれの側面について、満足度を質問し、「とても満足」～「まったく満足していない」まで5段階で回答してもらった結果。グラフ上の「不満」は、「満足していない」と「まったく満足していない」と回答した合計。ただし、仕事をしていない人や、家族がいない人はそれぞれ集計対象から除外。また、地域住民については、満足度の代わりに「お住いの地域に愛着があるか」という質問に対して5段階（「とても愛着がある」～「まったく愛着がない」）で回答してもらった割合。
出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」（2023年2月、15～79歳、N=3,617）

これらの満足度は幸福度にどのような影響を及ぼしているのだろうか。

図表4は、生活者の各側面別の満足度と、幸福度の関係を整理したものだ。それぞれの側面において満足している人の場合は、幸福度が高い傾向にあることがわかる。各側面において「とても満足」している項目があれば、幸福度が8点以上の割合は60～70%という高い水準にあり、いずれかで「とても満足」となっていることが重要だろう。

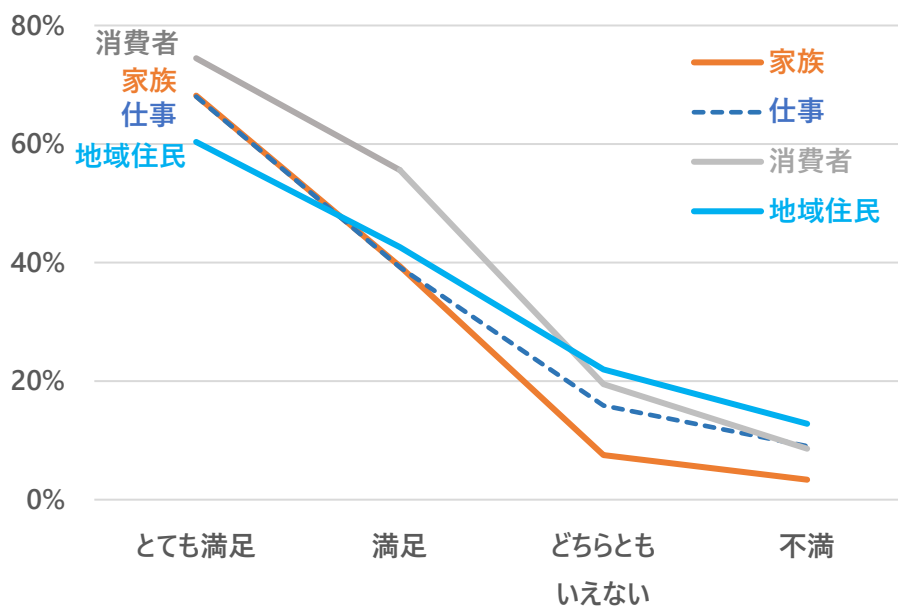
細かくみると、家族や仕事という側面では、幸福度を高くするためには「とても満足」していることが重要そうだ。「満足」しているというレベルではなく「とても満足」すると、幸福度が非常に高い。一方で、消費者という側面では、「とても満足」していなくても、ある程度の「満足」を

していれば、幸福度が高くなる傾向にある。

一方で、4側面の満足度として「どちらともいえない」と回答した人では、非常に幸福度が低く、「不満」な状態をなくすのではなく、ニュートラルな状態から「満足」な状態にすることも重要だと言える。特に、この傾向は消費者の側面で強くなる。

家族、仕事、消費者、地域住民のいずれかの側面において「とても満足」していることがあると幸福度が高い。また、どの側面においても「どちらともいえない」や「不満」があると幸福度が低いため、4つのすべての側面において「満足」している状態が、日本人の幸福度に寄与しているようだ。

図表4 4側面別の満足度と幸福度：幸福度が8点以上（10点満点）の人の割合



出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

(2) 家族・仕事の両方の「満足」+片方の「とても満足」が重要

4つの側面の中でも、家族（家庭）と仕事（就労者）の2つの満足度と幸福度の関係を見てみよう。近年、ワークライフバランスという言葉も浸透してきており、仕事だけではなく、通常の生活とのバランスをとれていることが重視されるようになってきた。家族と仕事における満足度で、バランスをとれている人が、どれぐらいの幸福度となっているかをみることで、ワークライフバランスが幸福度に及ぼす影響を分析してみる。

家族・仕事の満足している状態と、幸福度の関係を見たものが図表5だ。また、家族と仕事の両方で「とても満足」と回答した人の場合は、幸福度が8点以上の割合は80.5%となっており、非常に高い幸福度となっている。同様に、家族または仕事のいずれかで「とても満足」していて、もう一方の側面が「満足」であれば、幸福度が8点以上の割合は60%を超えており、高い水準に

ある。

また、家族と仕事の両方で「非満足」であれば、幸福度は2.2%と極端に低い。片方が「非満足」であれば、もう一方で「(ある程度)満足」だとしても、幸福度は2割前後と低く、家族と仕事で非満足な状態があることは、幸福度を高めるためには致命傷だ。

家族と仕事の満足度で、ちょうど境目となる状態(図表5の水色の箇所)をみるとおもしろい。どちらかが「とても満足」でも、もう一方が「非満足」であれば、幸福度は40%台となる。また、両方とも「(ある程度)満足」でも幸福度は41.6%だ。ある程度の「満足」同士のワークライフバランスでは、幸福度は、そこまで高まらないといえるだろう。高い幸福度になるためには、家族と仕事のいずれかで「とても満足」していて、もう一方も「満足」以上の水準にあることが重要だといえる。

図表5 家族・仕事の満足度と幸福度：幸福度が8点以上(10点満点)の人の割合

		仕事(就労者)		
		とても満足	満足	非満足
家族 (家庭)	とても満足	80.5%	66.9%	47.0%
	満足	60.0%	41.6%	20.8%
	非満足	41.7%	12.2%	2.2%

注) 家族、仕事の両方の側面で満足度の回答があった人に限定(家族がいて、就労している人が対象)

出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=1,856)

3 「推し活」と幸福度

(1) 注目される「推し活」

アイドルやアニメキャラクターなどのファンによる「推し活(おしかつ)」が注目されている。「推し」とは、情熱を注いで応援している好きな人物、物などを意味する言葉だ。特定の対象(=推し)を応援する活動を略して「推し活」と呼ばれている。推し活のための消費活動が活況であったこともあり、2021年度の流行語にもなった。一方で、Web上での多額の課金などが社会問題にもなった。「推し活」は、生活者の休日などの過ごし方として注目される活動であることは間違いない。

以前は、推しの対象としては、アイドルやアニメなどのオタク的な要素が強かったが、その範囲は拡大している。アイドル、俳優、声優、スポーツ選手、YouTuberなど、実在の人物だけでも多種多様だ。2次元の世界においても、アニメ・漫画のキャラクター、ボーカロイド、VTuberなど範囲が拡大している。

活動の内容も様々だ。ライブに行く、Webやテレビで映像を楽しむ、ファンレターを送る、グッズを集める、SNSで書き込む、時間をかけて推しの情報を調べるなどが具体的な活動だ。お金がかかるものもあれば、お金をかけずに時間をかけることなどで、推しを応援する形もあり、「推し活」の熱さは、必ずしも金銭的な出費と比例しているわけではない。

さらに、特定の人物だけではなく、スポーツチーム、鉄道、寺社・寺院、ゲーム、楽器演奏なども、チーム・場所・活動などに夢中になるという意味では「推し活」とも言える。若い世代を中心に浸透した「推し活」という概念は、好きなモノ・コトに対して夢中になるという意味では、以前から中高齢世代でも存在していた活動でもある。

日本人は、どれくらい「推し活」を行っているのでしょうか。

NRIでは「推し活」の実態を把握するためのアンケート調査を行った。アイドルやアニメなどに限定された狭義の「推し活」ではなく、広義にとらえ、生活者が特定の対象に対して、応援したり、夢中になっている活動と定義して調査を行った。

ただし、アンケート調査において「あなたの趣味は」と質問するだけでは、深く考えずに「読書」や「音楽鑑賞」と記載する人が多くなってしまう。この質問では「推し活」の実態を把握することはできない。生活者は「無趣味」と回答するのを嫌がってしまうのだ。

そこで、「休日や自由な時間に、できるだけ多くの時間・労力・お金をかけている趣味や活動」として、具体的な活動について自由に記載してもらう方式でアンケート調査を実施した。それらの活動は「ひとつもない」と回答した人が35.0%であったが、65.0%の日本人は、個々人の気持ちの中では、何らかの「推し活」を持っているといえるだろう。自由回答結果を、アフターコーディングをして集計した結果が図表6である。

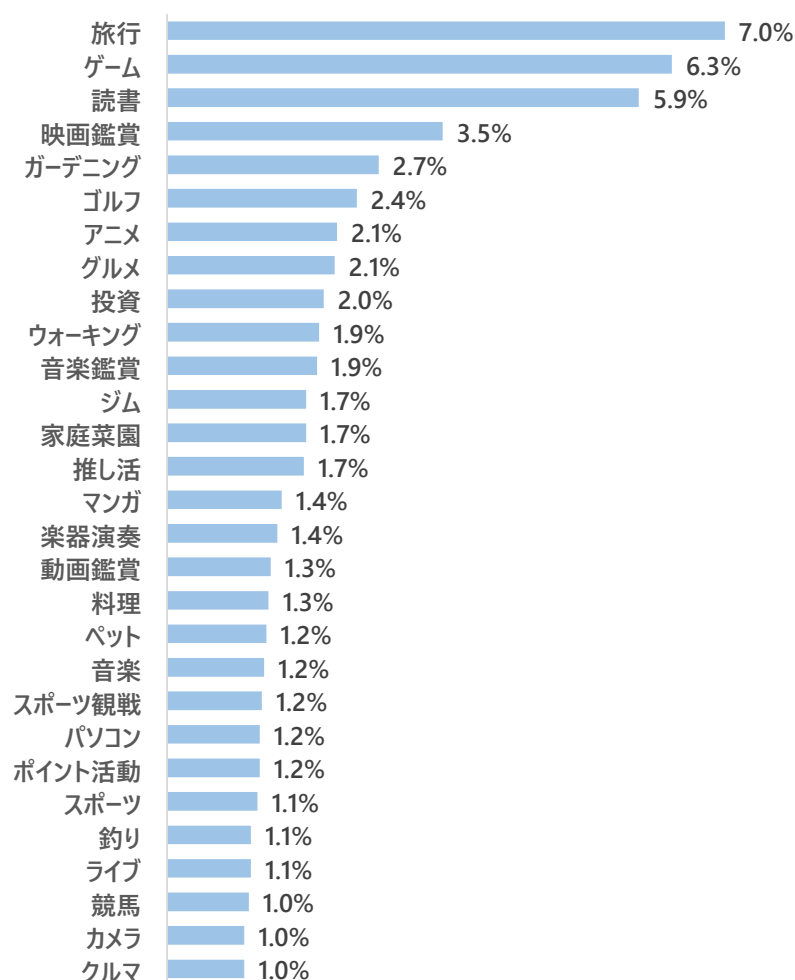
全般的な特徴としては、アフターコーディングをしてまとめたものの、非常に「推し活」の種類がバラバラで、裾野が広いことがあげられる。最も回答割合が多かった「旅行」でも全体の7.0%

であり、「推し活」の内容は、人によって千差万別だといえる。

通常のアンケート調査では、趣味が「読書」と回答する割合は2割程度の水準になるが、今回の質問形式では5.9%となっている。一般的な趣味として調査を行うと、上位にくるテレビ鑑賞、散歩、ドライブなどは、今回の質問形式では、上位にランキングされていない。逆に、旅行、ゴルフ、投資など、費用がかかるものが上位にくる傾向がある。アニメ、マンガなど、推し活としてのイメージが強い項目が上位にきていることも特徴だろう。

今回の調査結果で、自由回答で記入してもらったものの中には、特定のアイドル、K-Pop、お笑い、特定のスポーツチーム、サウナ、プラモデル、ディズニー、御朱印集め、アクアリウム、歌舞伎など、人数は少ないものの具体的に「推し」の内容を記載してもらった例も多かった。「できるだけ多くの時間・労力・お金をかけている」という定義の中で、ある程度、正しく「推し活」の実態を把握できたのではないだろうか。

図表6 「推し活」の内容



注) 「休日や自由な時間に、できるだけ多くの時間・労力・お金をかけている趣味や活動」と聞いて、具体的に記入してもらった内容を分類して集計した結果

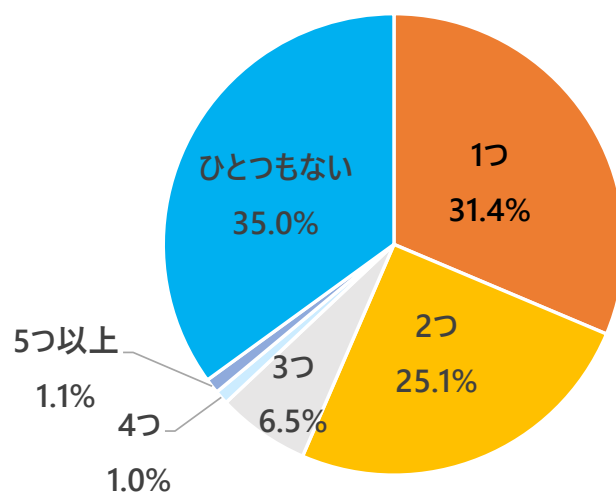
出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

次に、「推し活」の個数についてカウントした結果が図表7だ。個数の数え方については、明確に定義することができないため、自己申告による調査結果ではあるが、どれぐらいの「推し活」を行っているのかを検討する際には参考になるであろう。

「推し活」が、ひとつもない人は35.0%で、1つは31.4%、2つは25.1%となっている。3つ以上の割合は8.5%だ。日本人全体でみると、「推し活」がない人、1つだけの人、複数個ある人が、それぞれ3分の1ずついるイメージだ。「趣味がなくて将来が心配」と感じている生活者も多くいるが、3分の2の日本人は、何か熱中できる趣味や活動を持っていることになる。

このように、「推し活」は日本人に広く浸透しており、次節では、推し活を持つことが幸福度に与える影響をみてみよう。

図表7 「推し活」の個数の分布



注) 「推し活」の個数とは、「休日や自由な時間に、できるだけ多くの時間・労力・お金をかけている趣味や活動の個数」と定義
出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

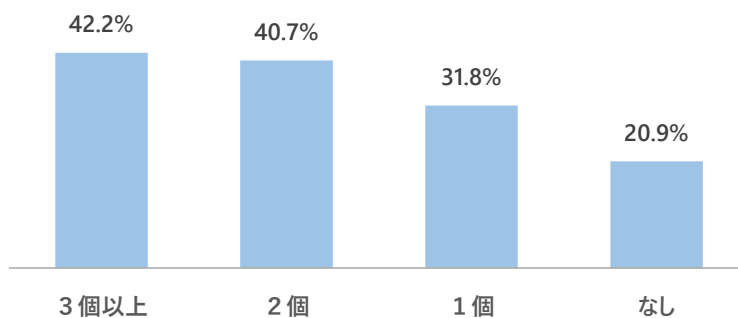
(2) 「推し活」が日本人の幸福度を高める

PERMA の法則では、個人の幸福を構成する要素として「Engagement：時間を忘れて何かに没頭すること」をあげている。日常的な活動でみると、Engagement にあたる活動の1つが「推し活」であろう。推し活により、自分な好きなことに夢中になり、時間・労力・お金を惜しまずに、その活動に没頭することができる。

推し活の個数と、1章で整理した幸福度の関係を整理した結果（図表8参照）をみると、推し活を持つことが幸福度につながっていることがわかる。複数個の推し活を持っている人の場合は、幸福度が8点以上の割合が40%を超え、1個だけ持っている人だと31.8%になっている。一方で、推し活を持っていない人の幸福度は20.9%となっており、推し活を持っているかないかで、幸福度に大きな差があることがわかる。さらに、1個よりも複数個の推し活を持っていた方が幸福度は高く、2個以上では、あまり個数との相関は見られないという特徴もある。

幸福度を高めるためには、家族や仕事における「とても満足」という高い満足度も重要であったが、休日などに行う個人の活動としての「推し活」があることも重要だといえる。仕事で嫌な思いをしたり、家族との関係にやや問題があったとしても、夢中になれる趣味があることで、高い幸福度を得ることもできる。仕事人間で未婚の中年男性が、アイドルの追っかけに夢中になっていたり、趣味の鉄道などに没頭している姿をみると、本当に幸せだなと感じることも多い。「推し活」も日本人の幸福を形成する要素の1つなのだ。

図表8 「推し活」の個数と幸福度：幸福度が8点以上（10点満点）の人の割合



注) 「推し活」の個数とは、「休日や自由な時間に、できるだけ多くの時間・労力・お金をかけている趣味や活動の個数」と定義
出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

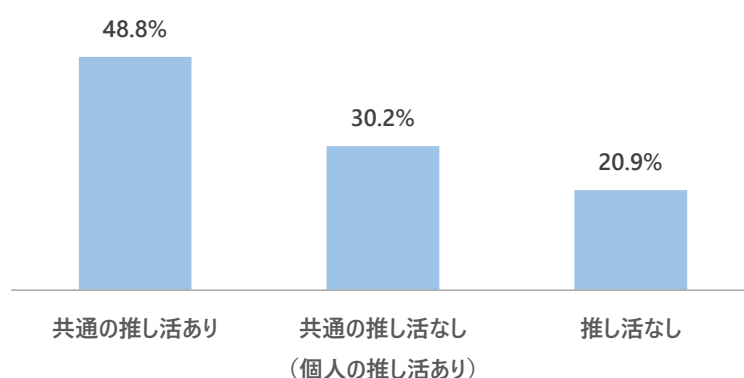
(3) 家族で共通の「推し」があることがポイント

「推し活」は必ずしも個人で楽しむものとは限らない。毎年、家族で休みを合わせて海外旅行に出かけたり、共通のスポーツチームを熱烈に応援したり、親子で同じアイドルを応援してライブに行くなど、家族で共通の「推し活」をしている場合も見られる。

家族共通の推し活の有無と幸福度の関係を整理したものが図表9だ。家族共通の推し活がある人の幸福度は48.8%であるのに対し、個人の推し活はあるが、家族共通の推し活はない人の場合は30.2%と幸福度が大きく減少する。個人の推し活すらない人の幸福度は20.9%であることと比べると「推し活があること」は幸福度を高める効果はあるが、それが「家族共有の推し活」になっているかどうかで、幸福度が大きく高まることがわかる。同じ推し活でも、家族で共有されることで一段と幸福度は高まる。

日本人全体に占める構成比をみると、「共通の推し活あり」が22%、「共通の推し活なし（個人の推し活あり）」が43%、「推し活なし」が35%という調査結果になっていた。日本人全体の22%が家族で共通の推し活をもっており、そのうち半数程度（48.8%）が、幸福度が8点以上ということになる。共通のヒト・モノ・コトに対して、家族で時間を共有すること、一緒の話題について話をする、協力してお金をつかうことが、幸福度を高めていると考えられる。

図表9 家族共通の「推し活」の有無と幸福度：幸福度が8点以上（10点満点）の人の割合



出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023年2月、15~79歳、N=3,617)

4 日本の空気感と幸福度

PERMA の法則にある幸福を構成する要素である「Relationship：積極的で良好な人間関係を持つこと」や「Engagement：時間を忘れて何かに没頭すること」については、前章までで、家族・仕事の満足度や、推し活と幸福度の関係を見ることで、日本人の幸福にどの程度の影響を及ぼすかを見てきた。いずれも強い相関関係で、2つの要素が幸福につながっていることがわかった。本章では「Positive Emotion：前向きな感情」が幸福につながっているかどうかを分析していこう。そのために、NRI が開発した「日本の空気感指数」をもとに、日本人の感情（空気感）が幸福に及ぼす影響を紐解いていきたい。

(1) 「日本の空気感指数」とは

NRI では、日本の生活者や社会がどのような感情の状態にあるのか、その「空気感」を SNS への書き込み情報をもとに計測し、「日本の空気感指数」として数値化する方法を開発した。多くの社会的な現象は、その反応が Web 上に投影される。社会的にインパクトがある出来事があれば、SNS での投稿が増えるため、投稿情報を使った社会的な研究も盛んに行われている。SNS 情報を科学的に定量化ができれば、指標として活用できるのだ。

「日本の空気感指数」は、「活気」「混乱」「落込み」「怒り」「不安」「疲れ」「平穏」という7つの指標で計測することができる。

なお、この指標作成にあたっては、筑波大学システム情報系の佐野幸恵准教授との共同研究の成果をもとにしている。

図表 10 日本の空気感指数の7指標の感情

活気	元気、活発、陽気、精力的、積極的、やった、イキイキなどの感情
混乱	混乱、錯乱、当惑、自信がない、あ然、ゴタゴタなどの感情
落込み	悲しみ、憂うつ、孤独、おびえ、何もできない、ガツカリなどの感情
怒り	怒る、困る、反抗、不機嫌、腹立たしい、イライラなどの感情
不安	心配、不安、懸念、緊張、落ち着かない、ソワソワなどの感情
疲れ	疲れた、くたびれた、だるい、うんざり、ヘトヘトなどの感情
平穏	和やか、信頼、親身、ほっこり、ほのぼのなどの感情

7つの指標については、「心理検査 (POMS2¹: Profile of Mood States 2nd Edition)」の考え方や、人間の感情を色相環のように分類した「プルチックの感情の輪²」をもとに再整理し、各指標をNRI独自の表現で定義(図表10参照)している。

これらの指標は、Twitterのユーザーによる日々の投稿データをもとに、各指標に関連する単語などの書き込み量を計測し、指標化している。各指標に関連する書き込み量を単純にカウントするだけでなく、リツイートなどによる複数カウントや、同一人物が行う複数の書き込みなどを排除するカウント方法を考案している。

また、利用者の拡大などによる書き込み総量の変化や、7つの指標に関連した特定の用語がSNSで流行するなどによる書き込み表現のトレンド、特定の指標に関連した書き込み量の急激な増減などの問題を回避しなければ指標として活用できない。書き込み量をカウントした後に、各指標の増減トレンドを比較できるように、以下のステップで、データの規格化を行っている。

- ①各指標に関連した単語別の投稿件数を総投稿件数で比率化
- ②個別単語の書き込み量の差を調整するため統計的手法で「重み付け係数」を設定
- ③単語別の重み付け係数をもとに、加重平均をとることで各指標の投稿比率を計算
- ④2017年～2021年の平均値をもとに指数化

¹ POMS2 (ポムス・ツー) とは、人々の気分や感情を測定する心理検査の方法。各感情に関連した質問項目に回答することで気分状態を評価できる。医療現場のカウンセリング、職場のストレスマネジメント、スポーツ分野のメンタルヘルス向上などで活用されている。

² プルチック感情の輪とは、1980年にロバート・プルチックにより提示され、人間の感情を8つの基本感情(喜び・信頼・恐れ・驚き・悲しみ・嫌悪・怒り・期待)で整理し、基本感情の間にある感情も定義したもの。感情の種類と強さから立体的に感情を整理していることが特徴的。

(2) 2022 年は「活気」の空気感が低迷した 1 年間

実際に 2016 年から 2023 年 3 月までの期間において、7 つの指標の変化を提示したものが図表 11 だ。データは 1 日単位で計測しているが、1 週間あたりの平均値で変動を表示している。指標の値が大きく変化したタイミングでは、その指標に関連する大きな出来事がある場合が多いため、代表的な出来事についても記載している。

各指標の変動要因の特徴としては、「不安」指標は、地震や台風などの自然災害が影響していたり、「怒り」指標は、大きく変動する機会が少なく、出来事などの影響を受けることが少ないなどの特徴があることがわかる。また、「活気」の指標については、2016 年から 2019 年末ぐらいまでは、緩やかに右肩上がりが高まってきていた。国内景気が良かったことを受けて、「活気」の空気感は高まっていったと言える。

また、それぞれの指標には周期性がある。年間の周期性をみると、「不安」は新年度が始まる 4 月に高まり、5 月から 9 月の休みが多い期間では「疲れ」が高い傾向にある。「混乱」は 8 月の夏休み時期だけは低くなる傾向が見られる。

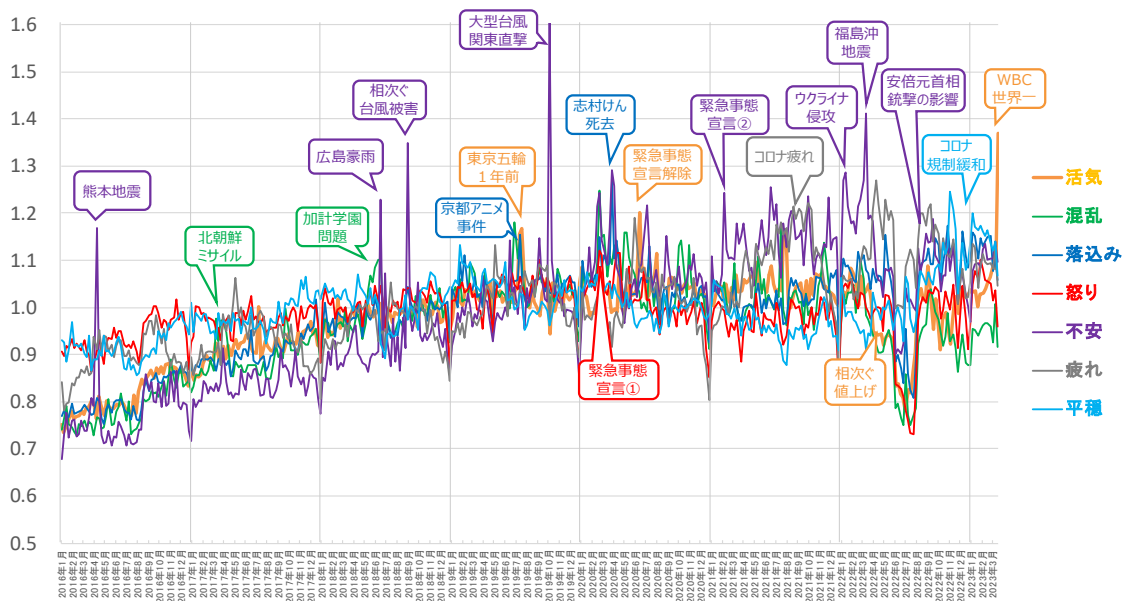
2022 年の特徴をみると、近年の中でも、各指標が大きく変化していることがわかる。ロシアのウクライナ侵攻や、安倍元首相の襲撃事件という出来事の影響では「不安」指標が大きく拡大した。東日本大震災を彷彿させた福島県沖地震でも「不安」指標が大きく高まった。長期的なトレンドの中では、新型コロナウイルスによる自粛などの影響もあり「疲れ」指標が 2022 年は年間を通じて高い水準であったことがわかる。相次ぐ値上げや、定期的に訪れる新型コロナの感染者の拡大など、将来の生活に対する不透明感が「疲れ」を拡大させていると言える。終わりがわかっているものであれば頑張ることもできるが、終わりが見えない中では、どこまで我慢すればよいかが見えてこず「疲れ」として表面化しているといえるだろう。

2022 年における空気感指数の変化で最も注目すべきものは、事件や事故などによる短期的な指標の変化ではない。長期的な視点でみて、「活気」指標がダウントレンドにあることだ。2018 年ごろまでは右肩上がりだった「活気」指標は、その後、横ばいで推移してきた。しかし、2022 年に入り減少してきた。ロシアのウクライナ侵攻などをきっかけとした物価高、値上げラッシュ、円安などの影響で、日本人の空気感として「活気」がここ 5 年の中では最も低い水準になった。

「活気」指標と日経平均株価には、ゆるやかな相関があることがわかっており、「活気」指標が低いままであれば、あまり日本経済にとって良い状態ではない。

2022 年後半から 2023 年にかけては「平穏」指数がやや高い傾向にある。長く続いた新型コロナウイルスの影響もゴールが見えてきたことで、日本人に「平穏」な空気感がでてきたのであろう。2023 年 3 月には、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）における日本代表の活躍は、テレビの視聴率なども高く、多くの日本人の共感を呼び、「活気」指標を大きく押し上げている。

図表 11 日本の空気感指数の変動と主要な社会事象
 (日次データを週次に換算して表示、2015年1月～2023年3月)



注) 2017～2021年の平均値を1.0とした場合の値

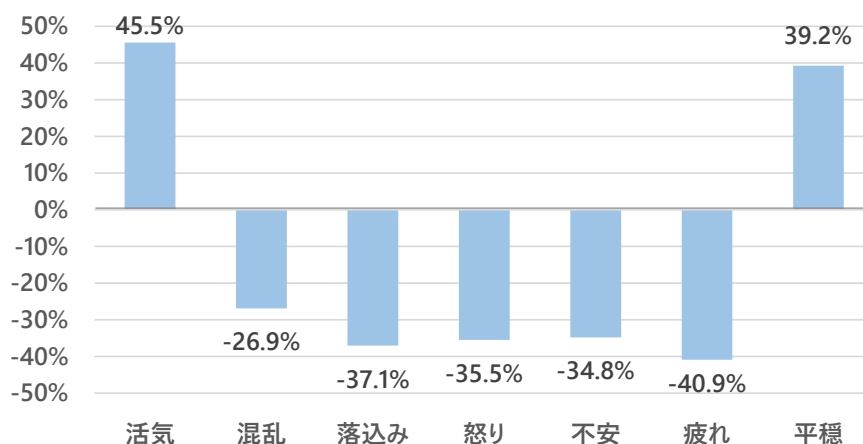
(3) ポジティブな空気感は幸福度を高める

PERMAの法則では、「Positive Emotion：前向きな感情」が幸福の要素として取り上げられている。各空気感は幸福につながっているのであろうか。

アンケート調査において、各空気感を感じている人の幸福度（8点以上（10点満点））を見たものが図表12だ。ふだんの生活において、各空気感の指標を「感じる」人と「感じない」人にわけて幸福度を集計し、感じる人と感じない人の幸福度の差をとったものだ。グラフが上側（プラス側）にあれば、その空気感を持つ人は幸福度が高いと考えられる。「活気」や「平穏」の空気感をふだんの生活で感じている人の場合は幸福度が高くなっている。一方で、その他の空気感については、感じていない人の方が幸福度は高い。「落込み」「怒り」「不安」「疲れ」などは、幸福度を下げてしまうようだ。

空気感の指標（5段階で調査）と幸福度（10点満点）を重回帰分析した結果（図表13）をみても、ポジティブな空気感である「活気」は幸福度に与える影響が強い。活気や平穏を感じることができれば幸福につながると言える。反対に、「落込み」や「疲れ」の感情があると幸福度が低い。係数の大きさをみると、「活気」や「平穏」という感情に対する幸福度の感度が高く、ネガティブな感情によるマイナス効果よりも、ポジティブな感情を持つことが重要だといえる。

図表 12 各空気感を感じている人と感じていない人の幸福度の差
(幸福度が 8 点以上 (10 点満点) の人の割合の差)



出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」(2023 年 2 月、15~79 歳、N=3,617)

図表 13 各空気感指数 (5 段階) と幸福度 (10 点満点) の回帰分析結果

$$\text{幸福度} = 0.566 \times \text{活気} - 0.403 \times \text{落込み} - 0.146 \times \text{怒り} - 0.136 \times \text{不安} \\ - 0.229 \times \text{疲れ} + 0.497 \times \text{平穏} + 4.826 \text{ (定数)}$$

決定係数：0.438

注) 「混乱」指標は回帰分析において有意ではないため除外。その他の各変数の P 値は 0.01 未満であり統計的に有意。

出所) NRI「日本人の生活に関するアンケート調査」より集計

「活気」や「平穏」という感情を持つ場合には、PERMA の法則にもあるように、幸福につながっている。前向きな感情を持つことが幸福には重要だ。また、「落込み」や「疲れ」などのネガティブな感情を感じないことも幸福につながっている。日本人の幸福の構造としては、ポジティブな感情を持つことと共にネガティブな感情を持たないことも重要そうだ。

空気感指数の類似の研究として、海外の大学研究者グループ (Hedonometer Team) が、Twitter の投稿からアメリカ社会の幸福度を測定したもの³がある。Twitter の投稿内容をポジティブとネガティブに分けて、アメリカ社会の「幸福度」を 1 つの指標で把握することができる。一方で、NRI が開発した「日本人の空気感指数」では、幸福度という 1 つの指標では把握していない。ポジティブ、ネガティブの両方の要素を加味して 7 つの指標で空気感を測定している。今回の分析のように 7 つの指標と幸福度の関係を把握し、空気感指数の動向をみることで、日本人全体が幸福に向かっているのかどうかをみることも可能になる。今後も定期的に指数を確認することで幸福度の動向を探っていきたい。

³ Dodds, P. S., Harris, K. D., Kloumann, I. M., Bliss, C. A., & Danforth, C. M., "Temporal Patterns of Happiness and Information in a Global Social Network: Hedonometrics and Twitter", PLoS ONE 6(12) e26752. (2011).

5 日本人の幸福度を高めるために

幸福の状態は人によって様々だ。PERMA の法則にもある通り、幸福の構成要素は多様で、何が満たされて幸福な状態になっているのかは個々人の事情・感覚で大きく異なる。

本稿では、アンケート調査結果を中心に、幸福度の高い日本人のライフスタイルを抽出した。仕事と家族のワークライフバランスがとれていること、どちらか一方で高い満足度があること、推し活など時間を忘れて没頭できるものがあること、「活気」や「平穩」などのポジティブな感情を持つこと、ネガティブな感情を持たないことなどが幸福につながっていると整理した。各要素がすべての人にあてはまるわけではない。日本人全体の幸福度を高めるためには、それぞれ自分にあった幸福を理解し、その幸福の要素を高めていくことが重要だろう。以下では、生活者、企業、政府の視点で、日本人の幸福度を高めるための施策を提案する。

生活者には、自分の幸福の要素を理解することが求められる。自分にあった幸福なライフスタイルを見つけ、周りの人に惑わされずに、そのライフスタイルを追求することが大切になる。誰もがワークライフバランスがとれていれば良いわけではない。趣味や推し活動に没頭することが幸福につながることも多い。自分の幸せに応じたライフスタイルを描き、そのために生活を再設計することが求められる。

企業には、社員の幸福の要素を理解し、個々人に多様な選択肢を用意することが求められる。働き方やマネジメントの面で、各人の幸福の要素を理解し、個別の対応策をとることが求められる。そのためには、就労形態、労働時間、給与形態、福利厚生などで多様な選択肢を提示できるようになることが必要だ。また、幸福の要素をビジネスチャンスとして考えることもできる。ワークライフバランス、推し活、空気感の高揚など、日本人が幸福になるための要素を高めるという視点で、商品やサービスの開発がビジネスを拡大させることも可能だ。例えば「推し活」ビジネスの市場は拡大しており、今後も拡大していくことが期待されている。

政府には2つの役割を期待したい。1つ目は、企業と同様に、日本人の幸福の要素を理解し、個々人に多様な選択肢を与える行政サービスを展開することだ。ワークライフバランスをとりやすいような行政サービスを提供することは当然として、推し活などの新しいライフスタイルを支援する仕組みも求められる。さらに、日本人の多くがポジティブな感情を持てるようなイベントの開催・支援、政策の立案、未来への方針の発信なども期待したい。

政府に対する2つ目の期待としては、幸福度の状態を正しく把握することがあげられる。測れないものはマネジメントできないという基本的な考え方に立ち、幸福度を向上（マネジメント）するために、現状の幸福度を正しく計測することが求められる。単純に幸福度を測定するだけではなく、その要因についても定期的に把握し、これから進むべき道を検討できるようにすることが必要だ。仕事・家族の満足度、推し活の実態、日本の空気感など、幸福に及ぼす要因について、その水準を定期的に計測することを期待したい。客観的なデータをもとに、行政、企業が、生活者の幸福度を高めるための施策を考えていくことが重要になる。

執筆者



塩崎 潤一

株式会社野村総合研究所（NRI）

未来創発センター 生活 DX・データ研究室 室長

（一社）データサイエンティスト協会 理事

専門分野はマーケティング戦略、数理解析・数理モデル、生活者の価値観など。NRI にてデータサイエンスを活用した新規事業の立ち上げに責任者として関与。

主な著書に『データサイエンティスト入門』『データサイエンティスト基本スキル 84』『変わりゆく日本人』、『第三の消費スタイル』『大衆化する IT 消費』など。

2023 年 5 月発行

NRI 未来創発センター

NRI 未来創発センターは、「未来志向型シンクタンク」を目指しています。各領域で高い専門性を有したメンバーが、日本・世界が直面する社会課題・経済課題を洞察し、科学的な判断に基づき、その処方箋を提言・発信していきます。

<https://www.nri.com/jp/service/souhatsu>

E-mail : miraisouhatsu-report@nri.co.jp

Envision the value,
Empower the change

株式会社野村総合研究所 未来創発センター

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-2 大手町フィナンシャルシティ グランキューブ