



60の指標から見えた“20のウェルビーイング・イシュー”  
第1回ウェルビーイング調査〈抜粋版〉

ASAKO サステナラボ<sup>®</sup>

無料オンライン相談を申し込む

※当資料には著作権で保護されている画像等が含まれます。御社内の閲覧のみでお願いいたします。



- **調査目的**：日本における生活者のウェルビーイングに関する状況を把握し、一人一人の“よりよく生きる”に貢献する活動やその支援を行う際の参考とする。  
 ※主に下記について把握
  - ・サステナブル分野における14のキーワードの認知・共感
  - ・生活者の幸福度及び、日常生活の様々な領域での充足度
- **調査名**：ウェルビーイングに関する調査
- **調査手法**：インターネット
- **対象者**：20～60代の男女、全国（性年代での均等割付）
- **サンプル数**：2,000
- **調査実施日**：2021年11月8日～2021年11月9日
- **調査主体**：朝日広告社 サステナラボ
- **調査委託先**：楽天インサイト

※サンプルの割付について（2000ss）

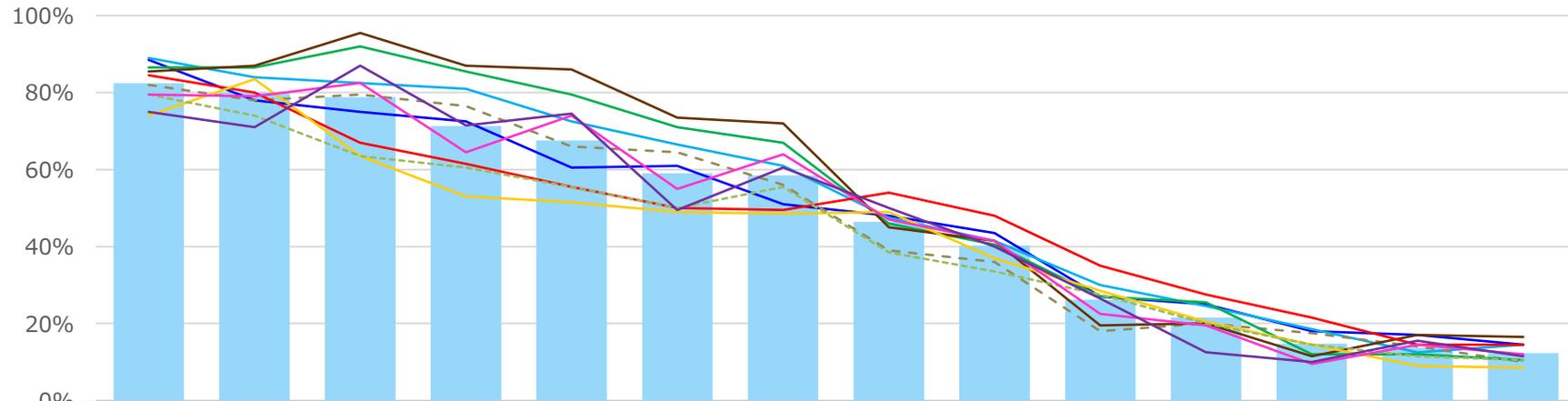
	20代	30代	40代	50代	60代
男性	200	200	200	200	200
女性	200	200	200	200	200

# 14のサステナブル・キーワード認知度

- ✓ 全体では「SDGs」（82.4%）、「ダイバーシティ」（80.1%）、「地方創生」（78.8%）、の認知が高い結果となった。
- ✓ 一方、「ウェルビーイング」は21.5%とまだ認知が低い状況。
- ✓ 性年代別では全体的に男性の認知が高く、特に「地方創生」「カーボンニュートラル」等は男女差が目立った。

Q.あなたは、以下の言葉を知っていますか。

※認知度の高い順に並べ替え ※認知度：「内容まで知っている」+「聞いたことがある」の計



%	SDGs	ダイバーシティ	地方創生	カーボンニュートラル	マイクロプラスチック問題	スマートシティ	ワーケーション	サステナブルフード	サステナブルツーリズム	エシカル消費	ウェルビーイング	フェムテック	エイジンググレイスフリー	フェーズフリー
全体 (n=2000)	82.4	80.1	78.8	71.4	67.6	59.0	58.5	46.4	40.3	26.2	21.5	14.8	13.8	12.3
男性20代 (n=200)	88.5	78.0	75.0	72.5	60.5	61.0	51.0	48.0	43.5	27.0	25.0	18.0	17.0	14.5
男性30代 (n=200)	89.0	84.0	82.5	81.0	72.5	66.5	61.0	47.5	41.5	30.0	24.5	18.5	12.5	14.5
男性40代 (n=200)	82.0	78.0	79.5	76.5	66.0	64.5	56.0	39.0	36.0	18.0	20.0	17.5	14.0	10.0
男性50代 (n=200)	86.5	86.5	92.0	85.5	79.5	71.0	67.0	46.0	40.5	27.0	25.5	12.0	12.0	10.5
男性60代 (n=200)	85.5	87.0	95.5	87.0	86.0	73.5	72.0	45.0	41.5	19.5	20.0	11.5	17.0	16.5
女性20代 (n=200)	84.5	80.0	67.0	61.5	55.5	50.0	49.5	54.0	48.0	35.0	27.5	21.5	14.5	14.5
女性30代 (n=200)	74.0	83.5	63.5	53.0	51.5	49.0	48.5	49.0	37.0	28.5	20.5	14.5	9.0	8.5
女性40代 (n=200)	79.5	74.0	63.5	60.5	55.5	50.0	55.5	38.5	33.5	27.5	20.0	14.5	11.5	10.5
女性50代 (n=200)	79.5	79.0	82.5	64.5	74.0	55.0	64.0	47.0	41.5	22.5	19.5	9.5	14.5	12.0
女性60代 (n=200)	75.0	71.0	87.0	71.5	74.5	49.5	60.5	50.0	40.0	26.5	12.5	10.0	15.5	11.5

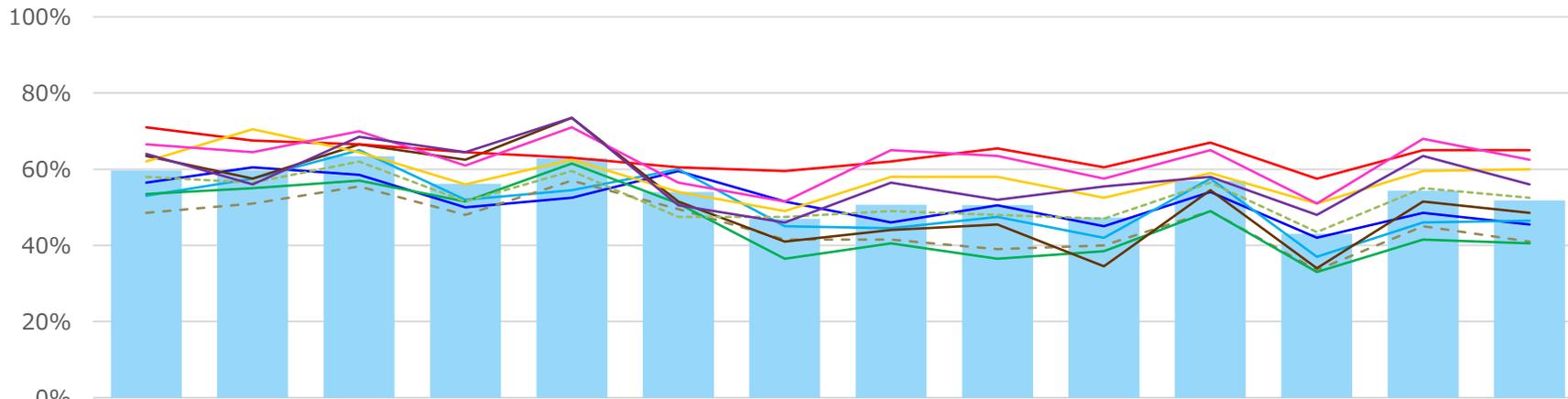
\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

# 14のサステナブル・キーワード共感度

- ✓ 共感度では全14ワード共、概ね40~60%台の共感が得られた。全体として共感が高かったのは「地方創生」（63.4%）、「マイクロプラスチック問題」（62.9%）、の2つが60%超となった。
- ✓ 性年代別では全体として女性の方が共感度が高く、特に女性20代・女性50代で共感度の高い言葉が多く挙げた。

Q.あなたは、以下の言葉の内容について共感できますか。

※キーワード認知度の高い順に並べ替え ※「共感できる」の数値



%	SDGs	ダイバーシティ	地方創生	カーボンニュートラル	マイクロプラスチック問題	スマートシティ	ワーケーション	サステナブルフード	サステナブルツーリズム	エシカル消費	ウェルビーイング	フェムテック	エイジンググレイスフリー	フェーズフリー
全体 (n=2000)	59.7	59.7	63.4	56.2	62.9	54.1	46.9	50.7	50.6	47.3	57.0	43.1	54.4	51.8
男性20代 (n=200)	56.5	60.5	58.5	50.0	52.5	59.5	51.5	46.0	50.5	45.0	54.0	42.0	48.5	45.5
男性30代 (n=200)	53.0	57.5	65.0	52.0	54.5	60.0	45.0	44.5	47.5	42.0	57.5	37.0	46.0	46.5
男性40代 (n=200)	48.5	51.0	55.5	48.0	57.0	49.5	41.5	41.5	39.0	40.0	49.0	33.5	45.0	41.0
男性50代 (n=200)	53.5	55.0	57.0	51.5	61.5	51.0	36.5	40.5	36.5	38.5	49.0	33.0	41.5	40.5
男性60代 (n=200)	63.5	57.5	66.5	62.5	73.5	51.5	41.0	44.0	45.5	34.5	54.5	34.0	51.5	48.5
女性20代 (n=200)	71.0	67.5	66.5	64.5	63.0	60.5	59.5	62.0	65.5	60.5	67.0	57.5	65.0	65.0
女性30代 (n=200)	62.0	70.5	64.5	56.0	62.5	54.0	49.0	58.0	58.0	52.5	59.0	51.0	59.5	60.0
女性40代 (n=200)	58.0	56.5	62.0	51.5	59.5	47.5	47.5	49.0	48.0	47.0	56.5	43.5	55.0	52.5
女性50代 (n=200)	66.5	64.5	70.0	61.0	71.0	56.5	51.5	65.0	63.5	57.5	65.0	51.0	68.0	62.5
女性60代 (n=200)	64.0	56.0	68.5	64.5	73.5	50.5	46.0	56.5	52.0	55.5	58.0	48.0	63.5	56.0

\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

- 普段の生活における幸福度や幸せを阻害する要因についての調査をベースに、OECDの「より良い暮らし指標」等を参考
- 「自分自身」「自身の経済・成長」「生活環境」「周囲との関わり」の4つの領域と、各領域において3つの要素を整理
- さらに生活者インタビューを重ね、各要素に5つの指標を紐づけ。合計60の指標で多角的に生活者のウェルビーイングを分析

## 普段の生活における幸福度・幸せの阻害要因



自分自身			自身の経済・成長		
心	身体	生き方・余暇	お金	仕事	学び
ストレスは無い	良好な健康状態	望む生き方	生活に困らないお金	ワークライフバランス	学ぶ意欲
気分転換	不調は無い	打ち込めるもの	好きなことに使えるお金	やりがい	学びにかける時間
自分の時間	健康的な食事	生きがい	貯蓄や投資の知識	キャリアビジョン	学びにかけるお金
生活の充実	運動	将来の目標	先行きの見通し	働き方・働く環境	今学んでいるか
自分が好き	睡眠	歳を取ることに	現在の経済状況	職場の人間関係	文化・芸術

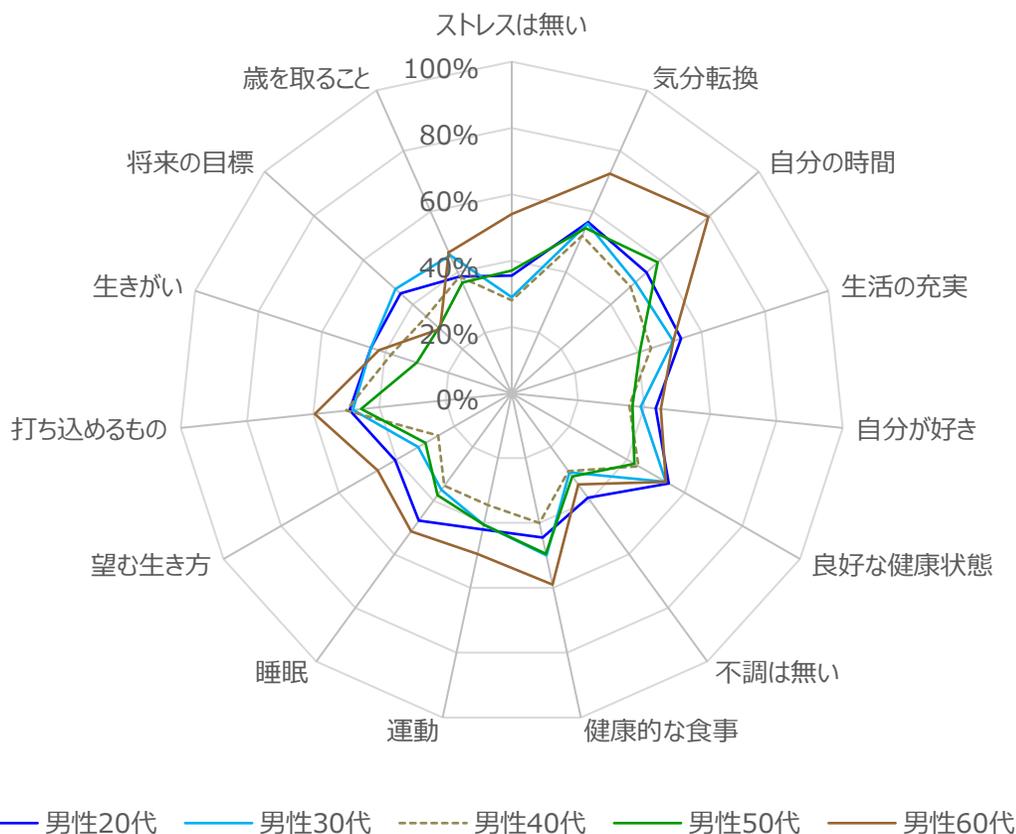
  

生活環境			周囲との関わり		
安心・安全	暮らし	住まい	地域・社会	他者	家族
災害リスクの少ない場所	緑や公園	住まいの広さ	近所に顔見知りがいる	友人がいる	家族との関係
犯罪リスクの少ない場所	日常買い物施設	日当たり・風通しなど	近所づきあい	職場や家庭以外の場	家族コミュニケーション
防災対策	役所・病院等の施設	価値観に合った住まい	地域に関わる活動	普段接している人間関係	互いの考えの尊重
防犯対策	交通利便性	リラックスできる住まい	ボランティア	気軽に話せる人がいる	家事の分担
空気・水などの安全性	生活環境に満足	今の住まいに満足	近所づきあいで問題が無い	相談できる人がいる	家庭内の悩み事が無い

## 男性30代・40代は心と身体の充足度が低く、 男性50代は生き方・余暇の充足度が低い。

Q.以下の各項目について、最も当てはまるものをお選びください。  
（数値は「非常に当てはまる」「やや当てはまる」の計）

\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下



%	心				
	ストレスは無い	気分転換	自分の時間	生活の充実	自分が好き
男性全体 (n=1000)	36.7	58.3	58.2	48.0	39.9
男性20代 (n=200)	35.5	56.5	54.5	53.5	43.5
男性30代 (n=200)	29.0	56.0	50.0	51.0	39.0
男性40代 (n=200)	28.0	52.0	48.0	44.0	35.5
男性50代 (n=200)	37.0	54.5	59.0	40.5	36.5
男性60代 (n=200)	54.0	72.5	79.5	51.0	45.0

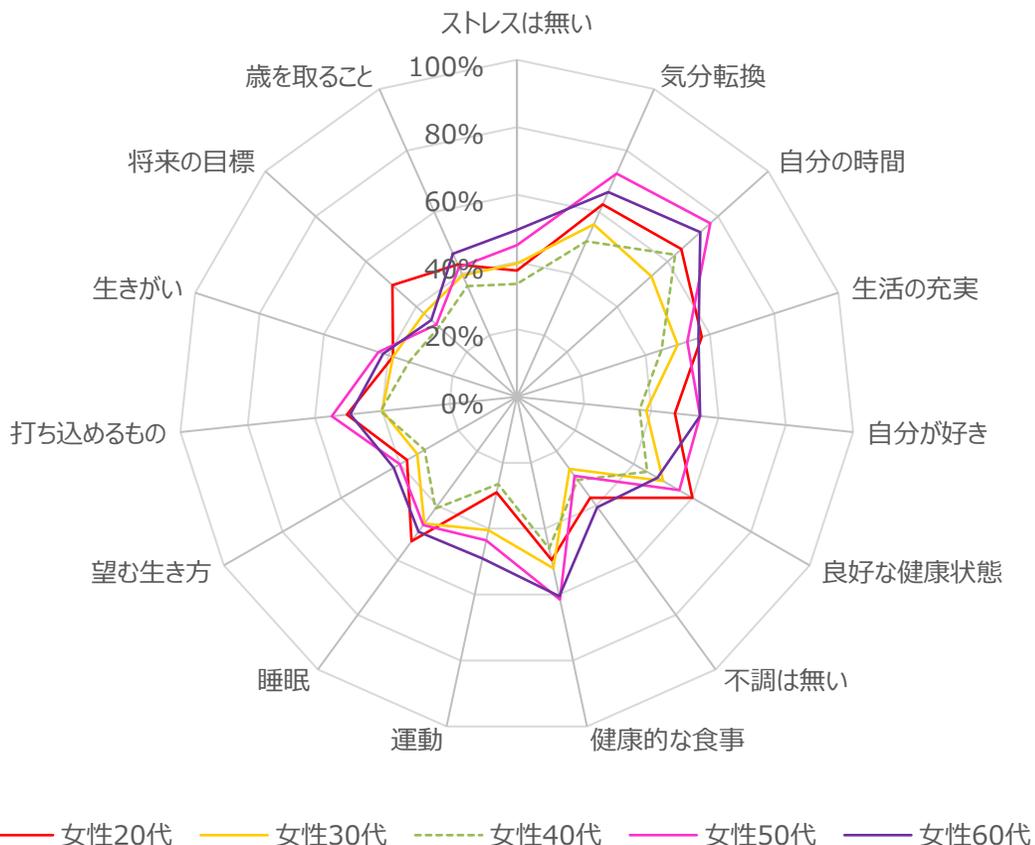
%	身体				
	良好な健康状態	不調は無い	健康的な食事	運動	睡眠
男性全体 (n=1000)	49.6	32.5	48.6	41.4	41.5
男性20代 (n=200)	54.5	39.0	44.5	42.0	47.5
男性30代 (n=200)	53.5	29.5	50.0	40.5	36.0
男性40代 (n=200)	44.0	29.0	40.0	34.5	34.5
男性50代 (n=200)	42.5	31.0	49.5	40.5	38.0
男性60代 (n=200)	53.5	34.0	59.0	49.5	51.5

%	生き方・余暇				
	望む生き方	打ち込めるもの	生きがい	将来の目標	歳を取ること
男性全体 (n=1000)	35.0	50.4	39.8	37.0	41.1
男性20代 (n=200)	40.5	49.0	44.5	45.0	38.5
男性30代 (n=200)	32.5	48.0	44.5	47.0	45.5
男性40代 (n=200)	25.5	50.0	38.0	34.5	38.5
男性50代 (n=200)	30.0	45.5	30.0	29.5	36.5
男性60代 (n=200)	46.5	59.5	42.0	29.0	46.5

# 心・身体・生き方・余暇全てにおいて女性30代・40代の充足度が低い。

Q.以下の各項目について、最も当てはまるものをお選びください。  
（数値は「非常に当てはまる」「やや当てはまる」の計）

\* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下



%	心				
	ストレスは無い	気分転換	自分の時間	生活の充実	自分が好き
女性全体 (n=1000)	41.0	61.6	66.4	52.4	46.2
女性20代 (n=200)	37.5	62.5	65.5	57.5	47.0
女性30代 (n=200)	39.5	56.0	53.5	50.0	38.5
女性40代 (n=200)	33.5	50.5	63.0	45.0	36.5
女性50代 (n=200)	45.0	72.5	77.0	53.0	54.5
女性60代 (n=200)	49.5	66.5	73.0	56.5	54.5

%	身体				
	良好な健康状態	不調は無い	健康的な食事	運動	睡眠
女性全体 (n=1000)	51.6	32.7	53.9	37.7	47.4
女性20代 (n=200)	60.0	37.0	49.5	29.0	53.0
女性30代 (n=200)	50.0	26.5	52.0	40.5	46.5
女性40代 (n=200)	44.5	30.5	46.0	26.5	41.0
女性50代 (n=200)	55.5	29.0	61.5	43.5	47.0
女性60代 (n=200)	48.0	40.5	60.5	49.0	49.5

%	生き方・余暇				
	望む生き方	打ち込めるもの	生きがい	将来の目標	歳を取ること
女性全体 (n=1000)	37.0	47.1	39.0	36.7	41.4
女性20代 (n=200)	37.5	50.5	38.5	49.5	43.0
女性30代 (n=200)	34.0	40.0	38.5	37.0	39.5
女性40代 (n=200)	31.5	40.5	33.5	31.0	36.0
女性50代 (n=200)	40.0	55.0	43.0	32.0	42.0
女性60代 (n=200)	42.0	49.5	41.5	34.0	46.5

# 20 Well-being Issues

“よりよく生きる”を阻む 20のウェルビーイング・イシュー まとめ



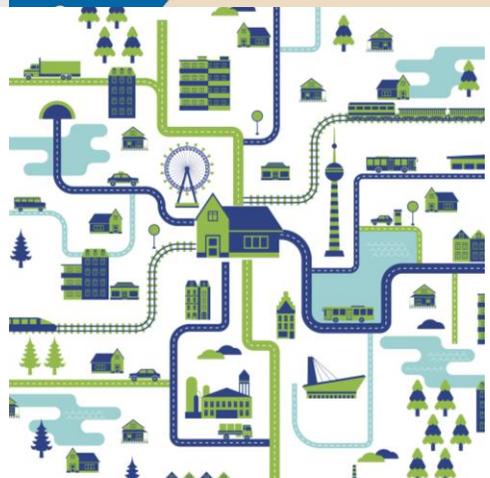
## 自身の経済・成長

- ⑧ 全世代で描けていないキャリアビジョン
- ⑨ 女性の低フィナンシャル・リテラシー
- ⑩ マネー面で見通しが暗い男性40代と女性30代
- ⑪ 学びたくても学べない女性30代・40代
- ⑫ 日本人のアート摂取不足



## 幸福度・自己肯定感

- ① ミドル世代の幸福度・自己肯定感が低い
- ② 幸福度・自己肯定感が低いシングル層



## 生活環境

- ⑬ もしもへの対策ができていない日本
- ⑭ 女性30代・40代は住まい全般に不満あり
- ⑮ 理想の住まいに一歩足りない現状



## 自分自身

- ③ 自分を好きになれない女性30代・40代
- ④ 女性の「歳を取る不安」は40代で高まる
- ⑤ 心と身体のケアができていない30代・40代
- ⑥ ストレスフルな男性30・40代
- ⑦ 生き方に迷う男性50代と女性40代



## 周囲との関わり

- ⑯ 家族との関係に不満を抱える女性40代
- ⑰ 家事シェア意識に男女のギャップ
- ⑱ 第3の社会的居場所を持っていない日本人
- ⑲ 若年層の地域・社会的つながりレス
- ⑳ ボランティア活動が出来ていない

# 20 Well-being Issues

“よりよく生きる”を阻む 20のウェルビーイング・イシュー まとめ



## 自身の経済・成長

- ⑧全世代で描けていないキャリアビジョン
- ⑨女性の低フィナンシャル・リテラシー
- ⑩マネー面で見通しが暗い男性40代と女性30代
- ⑪学びたくても学べない女性30代・40代
- ⑫日本人のアート摂取不足



## 幸福度・自己肯定感

- ①ミドル世代の幸福度・自己肯定感が低い
- ②幸福度・自己肯定感が低いシングル層

## ウーマン・ウェルビーイング

40・50代女性をエンパワーメント  
ジェンダー平等をエンパワーメント

## Aging Gracefully

- ③自分が好きになれる女性30代・40代
- ④女性の「歳を取る不安」は30代で高まる
- ⑤心と身体のケアがとれない女性30代・40代
- ⑥ストレスフルな男性30・40代
- ⑦生き方に迷う男性50代と女性40代



## 生活環境

## フェーズフリー

- ⑬もしもへの対策ができていない日本
- ⑭女性30代「もしも」に強い「いつも」をつくる。災害に強い社会の実現へ。
- ⑮理想の住まいに一歩足りない現状

The Orangepage Inc.

オレンジページ



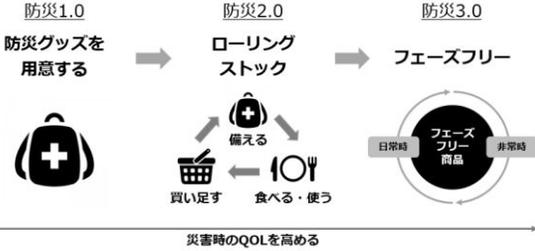
## 周囲との関わり

## 地方創生SDGs

- ⑯家族との関係が不調を抱える女性40代  
地元住民、企業を巻き込む地方創生スキーム
- ⑰家事シェア、関係人口の増加の支援
- ⑱第3の社会的居場所を持っていない日本人
- ⑲若年層の地域・SDGs
- ⑳ボラSDGs

FRAU S-TRIP

## ウェルビーイング・イシューに向き合い、 ひとりひとりの“よりよく生きる”を推進するテーマソリューションを展開

<p><b>ウーマン・ウェルビーイング</b></p> <p>40・50代女性をエンパワーメント ジェンダー平等をエンパワーメント</p>	<p><b>地方創生SDGs</b></p> <p>地元住民、企業を巻き込む地方創生スキーム 関係人口の増加の支援</p>	<p><b>フェーズフリー</b></p> <p>「もしも」に強い「いつも」をつくる。 災害に強い社会の実現へ。</p>
<p>Aging Gracefully プロジェクト “わたしらしく輝く”を応援する AGING ACTION!</p>	<p>自治体のSDGsアクションをみんなのアクションに 「FRaU 1冊まるごと企画」 課題先進地、離島を舞台にした 「SDGs実践プログラム」</p>	<p>備えない防災“フェーズフリー”の啓発 「備えることは難しい」との前提に立った 生活者と共創する、新しい防災ACTION!</p>
		
<p>2020年、なんと2人に1人の女性が50歳以上に。心と体の変化が大きい、40・50代の女性のエイジングをテーマに女性のウェルビーイングを考えます。朝日新聞と宝島社、そしてパートナー企業を巻き込み、イベントやシンポジウム等から情報発信しています。</p>	<p>地方創生の実現には、持続可能なまちづくりと地域活性化が重要です。ASAKOは、地方自治体だけでなく、地元企業、地域住民を巻き込む仕組みや、さらに「移住」「ワーケーション」「体験旅行」など“関係人口の増加”も重要視し、支援に取り組みます。</p>	<p>フェーズフリーとは日常時と非常時という2つのフェーズをフリーにするという考え方。普段の生活の中で「もしも」に強い「いつも」を考え、提案していくことで、「備えない防災」を広げることで、災害に強い社会の実現に貢献します。</p>

一人一人の“よりよく生きる”を考える研究チーム“サステナラボ”を設置。  
貴社のサステナブル活動をサポートします。

サステナラボは、サステナブルな社会実現のために、  
「一人ひとりの“よりよく生きる”を考える」をテーマに活動、企業支援を推進する研究チームです。  
調査の実施・情報発信、またナレッジを活かしたソリューションの開発、  
協力パートナーや企業との共創プロジェクトの支援も行っています。

サステナラボ<sup>®</sup>

調査  
ナレッジ開発

ソリューション  
開発・提供

共創・連携  
プロジェクト

無料オンライン相談を申し込む