

# 人間関係や、貯蓄・投資知識の充足度に男女の差 60のウェルビーイング指標で生活者の充足度を数値化 —ASAHO サステナラボ® 『第2回ウェルビーイング調査』を実施—

株式会社朝日広告社（本社：東京都中央区／代表取締役 社長執行役員：福地 献一）は、「コミュニケーションサイエンスで、幸せが循環する未来をつくる。」というパーパスのもと「ウェルビーイング」をテーマにした活動や企業支援に注力しています。

その一環として、前回調査（2021年11月）に引き続き、幸福度や自己肯定感に加え、ASAHO独自の“60のウェルビーイング指標™”により生活者の充足度を数値化する「第2回ウェルビーイング調査」を実施いたしました。

## ■ 調査概要：『第2回ウェルビーイング調査』

### ● 調査目的：

- ①サステナブル分野における20のキーワードの認知・共感、サステナブルアクションの取り組み状況
- ②生活者の幸福度・自己肯定感及び、日常生活の様々な領域での充足度の定量的・定点的把握により、企業のウェルビーイング支援に繋げる

● 対象者：全国の20代～80代男女（※） ※前回調査では70代、80代の聴取が無い為、前回との比較の場合は対象者条件を20代～60代に揃えて分析

● サンプルサイズ：2,800

● 調査期間：2022年11月21日（月）～2022年11月24日（木）

● 調査方法：インターネット調査

● 調査主体：株式会社 朝日広告社 サステナラボ®

## ■ 調査結果サマリー

●60のウェルビーイング指標™において、特に顕著な男女差が見られたのは以下の指標。  
「困った時に相談できる人がいる」（17.1pt差） 「身近に気軽に話せる人がいる」（13.3pt差）  
「友人がいる」（13.0pt差）は男性の方が低く、女性に比べて周囲に心を許せる人が少ないことがうかがえる結果に。

一方、「貯蓄や投資についての知識がある」（14.8pt差）については女性の方が低く、貯蓄・投資面で女性の充足度が低いことがわかった。

●幸福度は前回調査から1.7pt低下し64.5%。男女別では、女性（69.6%）が男性（59.3%）を10.3pt上回っており、女性の幸福度が高く、また前回調査よりも男女差が広がる結果に。

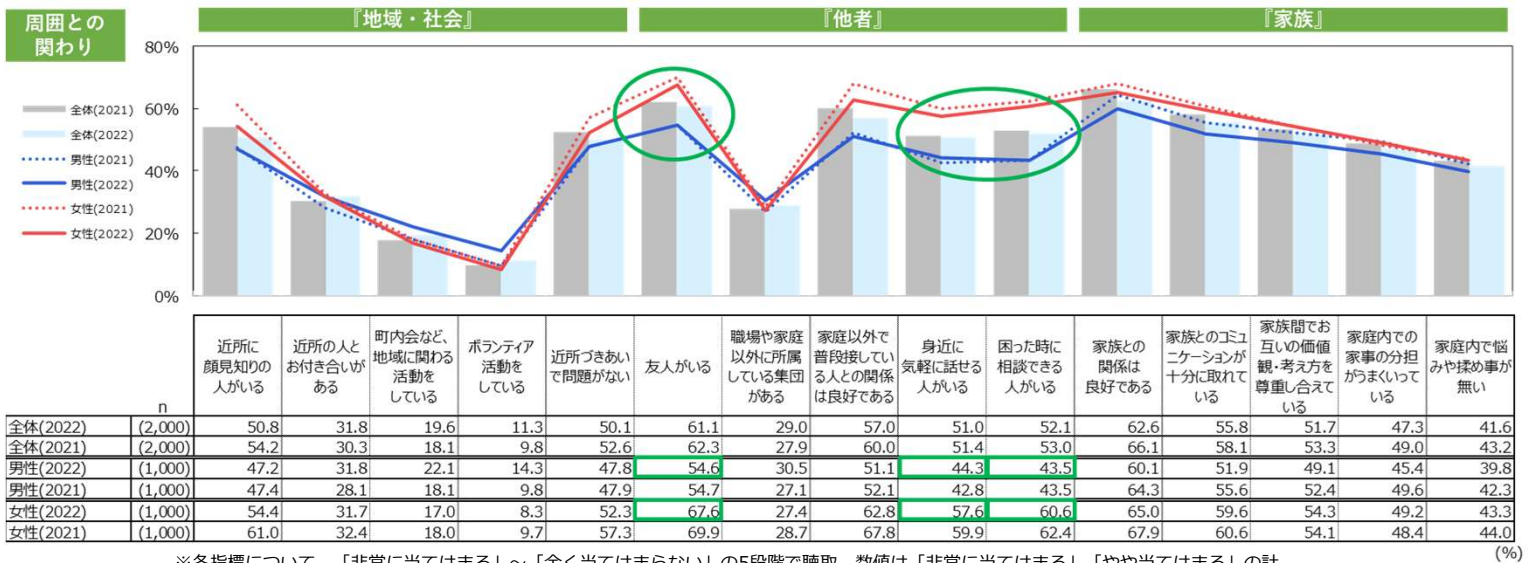
●自己肯定感（自分に価値があると思うか）については、「とてもそう思う」「ややそう思う」と回答した割合は計42.8%となり、幸福度と同様、前回調査（44.1%）よりやや低下。男女別では、男性41.0%に対し女性は44.5%で、自己肯定感も女性が上回る結果に。

## ■「困った時に相談できる人がいる」女性60.6%に対し男性43.5%で17.1ptもの差

60のウェルビーイング指標の『周囲との関わり』領域において男女差を見たところ、「困った時に相談できる人がいる」が17.1pt差、次いで「身近に気軽に話せる人がいる」13.3pt差、「友人がいる」13.0pt差と、いずれも女性より男性が低い充足度となりました。女性に比べ、男性は周囲に心を許せる人が少ないことがうかがえます。

### ■60のウェルビーイング指標「周囲との関わり」領域：「地域・社会」「他者」「家族」

※前回調査では70代、80代の聴取が無い為、当分析では対象者条件を20代～60代に揃えて比較



※各指標について、「非常に当てはまる」～「全く当てはまらない」の5段階で聴取。数値は「非常に当てはまる」「やや当てはまる」の計 (%)

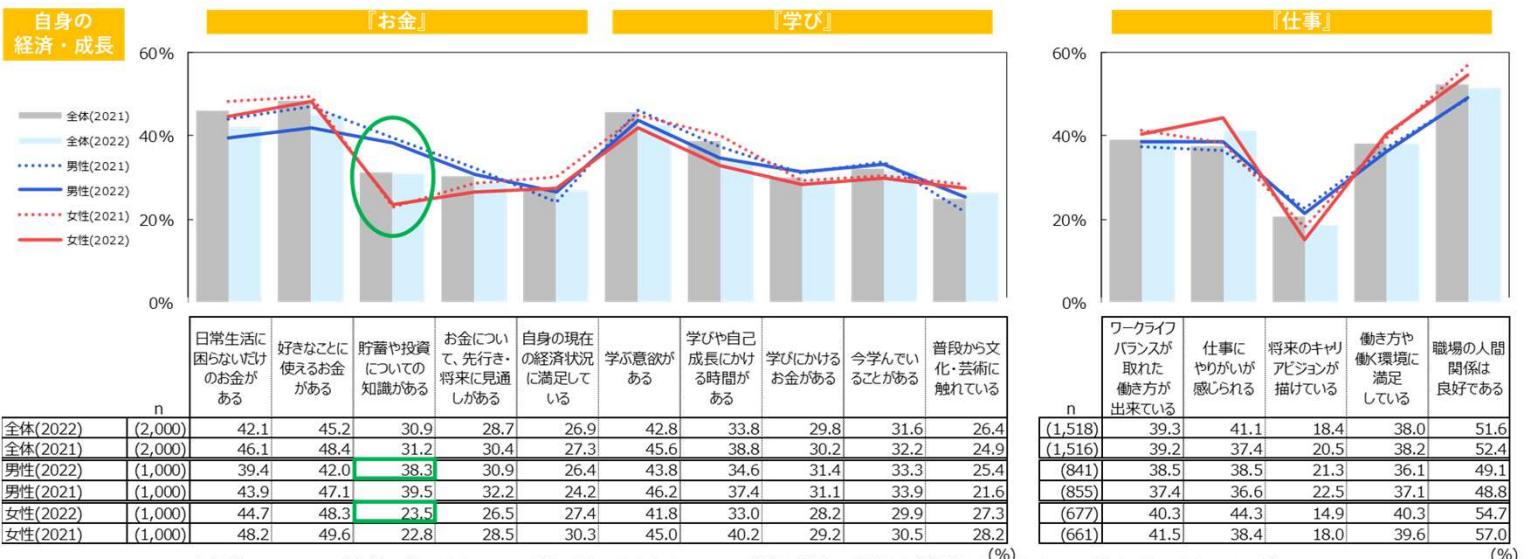
## ■貯蓄や投資の知識について、男性に比べて女性の充足度が目立って低い

『自身の経済・成長』領域内では「貯蓄や投資についての知識がある」で男性が38.3%に対し女性が23.5%と、14.8ptもの差が見られました。女性については、『お金』5指標の中でも最も低くなっており、貯蓄・投資面において特に未充足であることがわかりました。

### ■60のウェルビーイング指標「自身の経済・成長」領域：「お金」「学び」「仕事」

※前回調査では70代、80代の聴取が無い為、当分析では対象者条件を20代～60代に揃えて比較

※仕事5指標の回答は、専業主夫/主婦、無職、学生を除く



※各指標について、「非常に当てはまる」～「全く当てはまらない」の5段階で聴取。数値は「非常に当てはまる」「やや当てはまる」の計 (%)

## ■幸福度は64.5%。前回調査の66.2%よりやや低下。

幸福度は64.5%で、前回調査の66.2%より1.7pt低下。男女別で見ると、女性（69.6%）が男性（59.3%）を10.3pt上回っており、女性の幸福度が高く、また前回調査よりも男女差が広がる結果となりました。

■幸福度（5段階） ※前回調査では70代、80代の聴取が無い為、当分析では対象者条件を20代～60代に揃えて比較

(n)						TOP2計	BTTM2計	
	非常にそう思う	ややそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	全くそう思わない			
全体(2022)	(2,000)	16.7	47.8	21.4	8.8	5.4	64.5	14.2
全体(2021)	(2,000)	17.5	48.7	21.1	8.9	3.9	66.2	12.8
男性(2022)	(1,000)	15.8	43.5	24.7	9.5	6.5	59.3	16.0
男性(2021)	(1,000)	16.6	45.7	23.5	9.8	4.4	62.3	14.2
女性(2022)	(1,000)	17.5	52.1	18.0	8.1	4.3	69.6	12.4
女性(2021)	(1,000)	18.3	51.7	18.7	7.9	3.4	70.0	11.3

※TOP2は「非常にそう思う」「ややそう思う」の計、BTTM2（BOTTOM2）は「あまりそう思わない」「全くそう思わない」の計  
 ※グラフでは小数点2位以下の数値を表示していない為、グラフの数値の合計と「TOP2計」「BTTM2計」の数値が異なる場合があります。

## ■自己肯定感（自分に価値があると思う）は42.8%。こちらも前回調査より低下。

「自分に価値があると思う」について5段階で聞いたところ、「とてもそう思う」「ややそう思う」と回答した割合は計42.8%となり、幸福度と同様、前回調査（44.1%）よりやや低下する結果となりました。男女別では、男性41.0%に対し女性は44.5%で、自己肯定感も女性が上回っています。

■自己肯定感（5段階） ※前回調査では70代、80代の聴取が無い為、当分析では対象者条件を20代～60代に揃えて比較

(n)						そう思う計	そう思わない計	
	とてもそう思う	ややそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	全くそう思わない			
全体(2022)	(2,000)	11.7	31.1	34.8	13.7	8.8	42.8	22.5
全体(2021)	(2,000)	12.4	31.8	34.1	14.0	7.9	44.1	21.8
男性(2022)	(1,000)	12.0	29.0	36.9	13.8	8.3	41.0	22.1
男性(2021)	(1,000)	12.7	30.9	36.2	12.4	7.8	43.6	20.2
女性(2022)	(1,000)	11.3	33.2	32.6	13.6	9.3	44.5	22.9
女性(2021)	(1,000)	12.0	32.6	32.0	15.5	7.9	44.6	23.4

※「そう思う計」は「とてもそう思う」「ややそう思う」の計、「そう思わない計」は「あまりそう思わない」「全くそう思わない」の計  
 ※グラフでは小数点2位以下の数値を表示していない為、グラフの数値の合計と「TOP2計」「BTTM2計」の数値が異なる場合があります。

## ■ブランドと生活者をつなぐ新視点。ASAKOウェルビーイング・ソリューション

ASAKO ウェルビーイング・ソリューションは、ASAKO サステナラボ®が独自に開発した、“60のウェルビーイング指標™”を活用することで、多様な「よりよく生きる」という視点から、ブランドと生活者の新たな関係性を見立て直すソリューションです。一人ひとりの“よりよく生きる”につながる、ブランドの新しい価値をいっしょに見つけませんか。

### 「60のウェルビーイング指標™」は、“よりよく生きる”を考える60の視点



#### ① ASAKO Well-Being ENGAGEMENT™ (ASAKO ウェルビーイング・エンゲージメント)

貴社ターゲットを60のウェルビーイング視点で分析。ターゲットの“未充足領域”や“関心領域”を把握することで、取り組むべきウェルビーイング・テーマを抽出します。

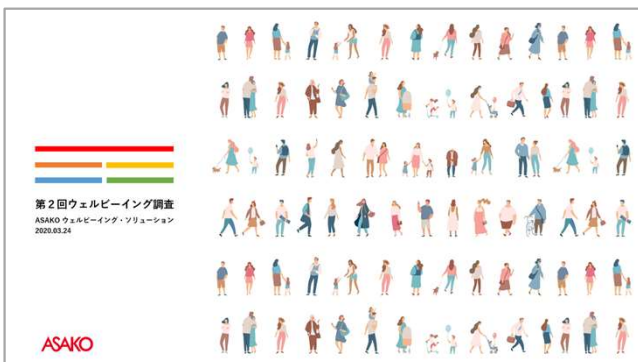
#### ② ASAKO Well-Being IDEATHON™ (ASAKO ウェルビーイング・アイデアソン)

“60のウェルビーイングカード”を活用することで「ウェルビーイング」という視点から、課題設定とアイデア開発を行い、ブランドと生活者の新たな関係性を見立て直すワークショップです。

## ■その他調査結果詳細資料のご提供について

その他の調査結果に関しては、朝日広告社コーポレートサイト内「ASAKOが解決できること」から無償でダウンロードして頂けます。

「ASAKOが解決できること」 <https://www.asakonet.co.jp/download/>



- ・ 調査結果サマリ
- ・ 20のサステナブルキーワード認知度・共感度
- ・ 生活者の幸福度、自己肯定感、幸せの阻害要因
- ・ ウェルビーイング調査指標について
- ・ ウェルビーイング60指標の充足度
- ・ 調査から見てきた“12のウェルビーイング・イシュー”
- ・ ASAKO ウェルビーイング・ソリューション

#### 【本件に関するご相談・お問い合わせ先】

株式会社朝日広告社  
サステナラボ : 横尾、浅野  
戦略ビジネスチーム : 井上、上田、西牧、吉田  
E-mail : senryaku-bt@m.asakonet.co.jp

[報道関係者様]お問い合わせ先  
経営企画室 : 高山、白石  
Tel : 03-3547-5450  
<https://www.asakonet.co.jp>