

最も満たされていないと感じる分野は「お金」、今後力を入れたい分野は「身体」 12の分野・60のウェルビーイング指標™で生活者の充足度を数値化

ーASAKO サステナラボ®『第3回ウェルビーイング調査』を実施ー

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、ASAKO サステナラボ®では2023年11月に全国の20代～80代男女2,800名を対象とした「第3回ウェルビーイング調査」を実施、幸福度や自己肯定感に加え、ASAKO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しました。

■調査結果サマリー

- 充足度を測る12の分野のうち、生活者が最も満たされていないと感じる分野は、多かった順に「お金」（25.0%）、「身体」（13.9%）、「心」（11.4%）。
- 幸せな状態になるために今後力を入れたい分野の1番目として選択されたのは、「身体」が最も多く27.1%。次いで「お金」（21.1%）、「心」（18.9%）となった。一方、「仕事」「地域・社会」は12番目で多く選択されており、優先度の低い分野となった。
- 幸福度は前回調査から1.3pt低下し66.5%。男女別では、女性（69.6%）が男性（63.4%）を6.2pt上回っており、前回調査同様、女性の幸福度が男性よりも高い結果となった。
- 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45.0%で、前回より1.7pt低下。男女別では、前回調査同様、女性（46.4%）が男性（43.6%）を上回ったものの、女性▲2.4pt低下、男性▲1.0pt低下と、女性の方が下落幅がやや大きい結果となった。

※調査詳細は次頁以降ご参照

『第3回ウェルビーイング調査』調査概要

- | | |
|------------|--|
| ● 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
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 |
| ● サンプルサイズ： | 2,800 |
| ● 調査期間： | 2023年11月18日（土）～2023年11月21日（火） |
| ● 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® |

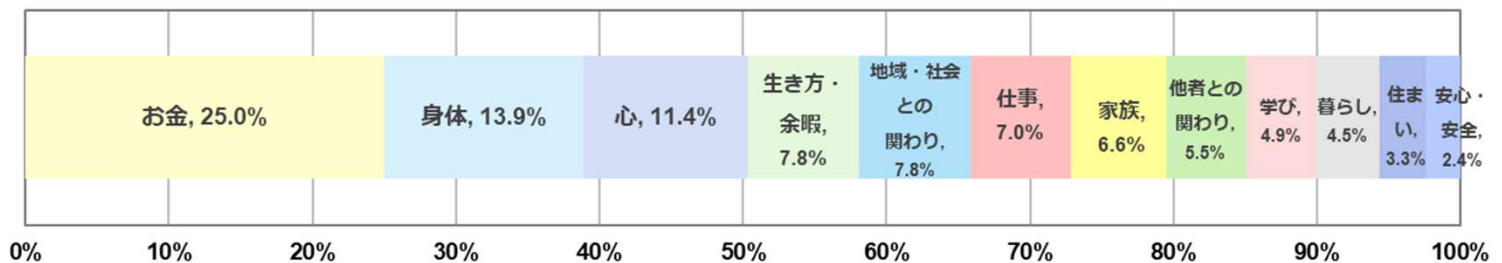
■ 12の分野のうち、最も満たされていないと感じる分野は「お金」「身体」「心」が上位

ASAKO サステナラボ®では、生活者の幸福度、自己肯定感、幸せの阻害要因に加え、独自に開発した12の分野からなる「60のウェルビーイング指標™」により、生活者の充足度を多角的に調査しています。

12の分野のうち最も満たされていないと感じる分野を聞いたところ、「お金」が最も多く25.0%、次いで「身体」(13.9%)、「心」(11.4%)という結果になりました。生活者は、経済的な面だけでなく、自分自身そのものについても満たされていないと感じていることがうかがえます。

Q. 以下の12の項目（分野）のうち、あなたが最も満たされていないと感じる分野をひとつお選びください。

※12の分野：心、身体、生き方・余暇、お金、学び、仕事、安心・安全、暮らし、住まい、地域・社会、他者、家族



■ 幸せになるために今後優先して力を入れたい分野は「身体」「お金」「心」 一方、力を入れる優先度が低いのは「仕事」「地域・社会」

より幸せになるために今後力を入れたい分野の順番を聞いたところ、最も優先度の高い1番目には「身体」(27.1%)、「お金」(21.1%)、「心」(18.9%)が多く挙がり、満たされていない分野として上位に上がった項目と同様の傾向となりました。特に「身体」については、より力を入れていきたいということがうかがえます。

また、12番目で選ばれた項目としては「仕事」(24.6%)や「地域・社会」(20.8%)が多く、前問の満たされていない分野としては中位にありながら、力を入れる優先度としては低いことがわかりました。

Q. 以下の12の分野について、あなたご自身がより幸せな状態になるために今後力を入れたら、どういう順番になりますか。

※12の分野：心、身体、生き方・余暇、お金、学び、仕事、安心・安全、暮らし、住まい、地域・社会、他者、家族

	(n)	心	身体	生き方・余暇	お金	学び	仕事	安心・安全	暮らし	住まい	地域・社会	他者	家族
1番目	(2,800)	18.9	27.1	9.2	21.1	3.5	9.9						
2番目	(2,800)	18.2	24.4	12.9	13.5	5.6	3.9	5.4	6.9				
3番目	(2,800)	11.5	13.2	14.9	14.2	3.8	5.6	7.1	9.4	4.6	3.9	9.5	
4番目	(2,800)	9.7	7.9	13.1	11.2	4.5	8.3	9.5	12.1	6.1	3.5	5.8	8.3
5番目	(2,800)	7.9	6.0	11.2	6.4	6.7	7.8	10.9	14.3	8.1	5.4	7.4	8.0
6番目	(2,800)	7.5	5.0	10.0	5.8	7.2	6.7	11.6	13.7	10.3	6.5	7.9	7.8
7番目	(2,800)	5.9	4.9	8.6	5.6	7.9	6.8	14.1	11.9	11.7	6.8	9.8	6.2
8番目	(2,800)	5.1	3.3	6.9	5.1	8.6	7.3	13.4	10.4	14.3	9.1	9.3	7.2
9番目	(2,800)	4.0	5.5	3.5	12.4	6.6	11.9	9.0	15.1	10.4	12.0	7.4	
10番目	(2,800)	3.9	4.0	4.7	14.5	7.8	8.9	6.1	13.0	14.5	12.8	7.8	
11番目	(2,800)	4.2	4.9	18.3	9.4	4.5	4.0	8.3	18.6	15.5	7.8		
12番目	(2,800)	3.3	4.1	11.1	24.6	4.8	20.8	11.5	13.3				

※ 3%未満のグラフスコアは非表示 (%)

■幸福度は66.5%。男女別では女性の幸福度が69.6%と、男性よりも6.2pt高い。

幸福度（「非常にそう思う」＋「ややそう思う」の計）は66.5%で、前回調査の67.8%より1.3pt低下しました。男女別では、女性（69.6%）が男性（63.4%）を6.2pt上回っており、前回調査同様、女性の幸福度が男性よりも高い結果となりました。

Q. あなたの普段の生活は幸せだと思いますか。



※TOP2計：「非常にそう思う」＋「ややそう思う」の計 BTTM2計：「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45.0%。前回調査より▲1.7pt低下。

「自分に価値があると思うか」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45.0%となり、幸福度と同様、前回調査（46.7%）より▲1.7pt低下しました。男女別では、前回調査と同様に女性（46.4%）が男性（43.6%）を上回ったものの、女性▲2.4pt低下、男性▲1.0pt低下と、女性の方が下落幅がやや大きい結果となりました。

Q. あなたは、自分に価値があると思いますか。



※TOP2計：「とてもそう思う」＋「ややそう思う」の計 BTTM2計：「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



2つの ASAKO ウェルビーイング・ソリューション

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
- ・ 最も満たされていないと感じる分野
- ・ 今後力を入れたい分野
- ・ 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、碧木
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>