

Well-being
Japan
2024

主観的ウェルビーイングの測定法：
国際標準の現状と今後の展望

石川 善樹・高野 翔
(ウェルビーイング学会 理事)

Society of
Well-being



主観的ウェルビーイングの測定法：国際標準の現状と今後の展望

石川 善樹・高野 翔（ウェルビーイング学会 理事）

01 背景

わが国では近年、ウェルビーイングという概念に、産官政学民の注目が集まっている。大別すれば、ウェルビーイングは、①客観的ウェルビーイングと、②主観的ウェルビーイングがある。

客観的ウェルビーイングとは、対象の状態のよしあしについて、外部から観察可能な変数で判断することである。たとえば対象が「社会」とすると、GDP、平均寿命、平均教育年数などが代表的な変数となる。

主観的ウェルビーイングとは、対象が自身の状態について主観的にどのように感じているのかを指し、外部からの観察では分かり得ないものである。たとえば、対象が「個人」として、客観的な指標（例：年収や学歴、職業など）で見ると恵まれているように外部観察者が判断しても、実際に本人が自身の状態を主観的にどのように感じているのか、外部は知り得ないものである。

このようにウェルビーイングは2種類あるが、近年わが国のみならず国際的に注目が集まっているのは、「主観的ウェルビーイング」である。

歴史的にみると、客観的ウェルビーイングの測定法は厚みのあるコンセンサスが積み重ねられてきた（例：国連開発計画の Human Development Index や、OECD の Better Life Index など）。

しかし、主観的ウェルビーイングの測定法は、2013年にOECDが国際的なガイドラインとして当時の共通認識を出版して以来⁽¹⁾、わずか10年程度の歴史しかない。それゆえ、その高い注目とは裏腹に、主観的ウェルビーイングの測定法について、まだ基礎的な理解が社会に共有されているとはいいがたい状況にある。

そこで本稿は、主観的ウェルビーイングの測定法について現在の国際標準を詳述するとともに、今後どのように測定法が進化しようとしているのか、国際的な動向について解説をおこなっていく。

02 主観の測定とは何か

主観的ウェルビーイングとは、ある出来事について、対象がどのように感じたのかを指す。たとえば、二人の人間が、同じ映画をみたとする。出来事としては「映画を見た」と外部より観察可能だが、その映画を主観的にどう感じたかは、その二人にしかわからないことである。そこで測定の際には、「主観とは何か？」という問いに向き合う必要がある。

現時点における国際的なコンセンサスとしては、主観的ウェルビーイング測定という観点からみたときに、主観は、1) 体験、2) 評価、3) 意味、の3側面に大別される。

1) 体験の測定

まず体験とは、ある出来事を通じて、対象がどのような「感情」を抱いたのかを指す。改めて指摘するまでもなく、同じ出来事に接しても、どのような感情を抱くかは人によって異なる。たとえば、ある2人が同じホラー映画を見た

とする。外部の観察者からは、「ホラー映画を見た」という客観的な出来事しかわからず、本人たちがどのような感情を抱いたかは本人たちに尋ねるしかない。するとホラー映画に対し、1人は「怖い」と感じ、もう1人は「楽しい」と感じた。このように、同じ出来事を対象がどのように体験したかは、本人たちに尋ねてはじめて分かるものである。

では、体験を測定する際に、一般的にどのような感情を尋ねるのだろうか？ 表1は、現在国際的に広く測定されている体験の設問である。

表1. 主観的ウェルビーイングにおける「体験」の測定

	ポジティブ体験	ネガティブ体験
OECD 主観的ウェルビーイングの 測定ガイドライン (中核的質問)	・幸福感はありましたか	・不安感はありましたか ・精神的に落ち込んでいましたか
Gallup World Poll (国連持続可能な開発ソリューションネットワーク・World Happiness Reportの礎となっている国際世論調査)	昨日下午記の体験をしましたか？ ・よく休めた ・敬意をもって接された ・笑った ・学び／興味 ・喜び	昨日下午記の体験をしましたか？ ・体の痛み ・心配 ・かなしい ・ストレス ・怒り

ここで留意すべきは、表1に示した体験の測定法は、あくまで現在国際的に広く測定されている体験であって、必ずしも国や地域によって固有な感情が包摂的に取り上げられているわけではないことである。そもそも、代表的な感情が何種類あるかは文化によって異なる。よって表1は、あくまで「体験」に関するこれまでの測定法であって、今後さらなる議論や知見の積み重ねを経て、進化していくことが期待される。

2) 評価の測定


次に評価とは、ある出来事について、対象ごとに異なる基準を用い、総合的な判断を行うことである。たとえば、先ほどの「ホラー映画をみる」という出来事を考えてみる。極端なケースかもしれないが、ホラー映画の体験を「怖い」と報告した人が2人いるとする。それぞれに映画を評価してもらったら、1人は「怖かったから10点満点中8点」と評価し、もう1人は「怖かったから10点満点中4点」と評価するかもしれない。

このように、ある出来事（例：ホラー映画をみる）に対して対象が同じような体験をした（例：怖い）と報告したとしても、その出来事に対する評価は異なることがある。よって、主観の測定をする際は、「体験」と「評価」は異なる概念として区別されている。

もう少し詳述すると、対象がある出来事をポジティブに体験したからといって、必ずしもその出来事に対する評価が高くなるわけではない。実際に文化圏によっては、ネガティブ体験を高く評価するところもあるし、あるいは日本のように「幸せすぎて怖い」という表現に代表されるように、あまりに強いポジティブ体験はむしろ評価を下げる要因となる文化圏もある。

さて、表2は現在、国際的に広く測定されている評価の設問である。

表 2. 主観的ウェルビーイングにおける「評価」の測定

	測定法
<p>OECD 主観的ウェルビーイングの 測定ガイドライン (中核的質問)</p>	<p>質問文： 全体として、あなたは最近のご自分の生活にどの程度満足していますか。</p> <p>回答： まったく満足していない(0) ～完全に満足している (10)</p>
<p>Gallup World Poll (国連持続可能な開発ソリュー ションネットワーク・World Happiness Report の礎となっ ている国際世論調査)</p>	<p>質問文： <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>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。</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin: 10px 0;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>10 段目：最も理想的な生活</p> <p>0 段目：最悪の生活</p> </div> </div> </div> </p> <p>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？</p>

留意点は体験の測定と同様になるが、表 2 に示した評価の測定法は、あくまでこれまでの国際的なコンセンサスに基づくものであって、「そもそも評価とは何か？」という問いに対する考え方が進化すれば、測定法も変わっていくことが想定される。

たとえば、表 1 で示した評価法の前提にある考え方は、「点数が高いほどよい評価」というものだ。しかし、点数が高いからといって、それは出来事を評価する際にいったい何を示しているだろうか？ たとえば、また映画を例に挙げると、ある人が 2 つの映画（ホラー映画とコメディ映画）を見たとする。その人は、ホラー映画を 10 点満点で 8 点、コメディ映画を 10 点満点で 4 点、と評価したとする。この場合、ホラー映画の方が評価は高いのだが、では評価の低かったコメディ映画はいったい意味がなかったのだろうか？ ここで次に主観の第 3 の側面である「意味」について解説していくことにする。

3) 意味の測定

意味とは、ある出来事に対して対象がどのような価値づけをしたかを指す。つい先ほどの例を用いれば、ある人がコメディ映画に対して 10 点満点で 4 点と低い評価をつけたとする。それは映画としては低い評価かもしれないが、しかしその人がコメディ映画を見たことによって沈んでいた気持ちが晴れ、その後前向きに生活できるようになったとすれば、その人はそのコメディ映画を見たことは「意味があった」と価値づけるかもしれない。

何もここで取り上げた事例は、特殊な事例ではなく、私たちの人生を振り返ってみれば思い当たることがあるのではないだろうか。たとえば、高校時代に運動部に所属し、厳しい練習をしたにも関わらず、あまり成果が伴わなかったとする。すると、その部活に対する評価は低く、もっと他の方法で青春を謳歌すればよかったと後悔するかもしれない。しかし、高校卒業後、折に触れその部活のことを思い出すと、「あれはあれで自分の人生の礎になっていると

ころがあり、一定の意味があったのではないかと価値づけるような出来事が、私たちの身を振り返ると一つや二つ、ありやしないだろうか。

故に、主観の測定をする際、「意味」は「体験」や「評価」とは異なる概念として捉えられている。表3に、現在国際的に広く測定されている「意味」の設問を示した。

表3. 主観的ウェルビーイングにおける「意味」の測定

	測定法
OECD 主観的ウェルビーイングの 測定ガイドライン (中核的質問)	質問文： 全体として、あなたはご自分が生活の中でしていることにどの程度やりがいを感じていますか。 回答： まったく満足していない(0)～完全に満足している(10)

留意点だが、「体験」や「評価」に比べると、「意味」については概念が複雑であるがゆえに、国際的にはかならずしも測定法について強いコンセンサスがあるわけではない。

03 主観的ウェルビーイングの要因

本稿の主眼ではないが、簡潔に主観的ウェルビーイングの要因について述べておく。これまで見てきたように、主観には3側面があるので、より正確には「体験」や「評価」、そして「意味」の要因はそれぞれ何か、ということになる。

誤解を恐れず一言でこれまでの知見を述べると、「体験」は「誰と一緒にいるか」によって大きく左右されると報告されている。たとえば、近所を歩くという出来事も、好きな人と一緒だと楽しい体験であるし、嫌いな人と一緒だと苦痛な体験になる。

「評価」は、世界価値観調査に基づく長年(1981年ー2007年)の国際調査によって、選択肢があり自己決定できるか、によって影響を受けると報告されている⁽²⁾。余談になるが、この知見がベースとなり、毎年3月20日の世界幸福デーに発行されるWorld Happiness Reportでは、各国の主観的ウェルビーイング度に影響を与える6つの要因として、「選択肢と自己決定」をはじめ、「1人あたりGDP」や「健康寿命」などを採用している。さらに余談になるが、同レポートでは各国のウェルビーイング度を算出する際は、表2に示したGallup World Pollのデータを用い、自身の生活を10段階で「評価」した値を採用している。

「意味」については、すでに述べたようにまだ明確な国際的なコンセンサスやデータの蓄積が不十分であるため、その要因については今後の研究によって明らかになることを期待したい。

04 主観的ウェルビーイング測定の今後について

上述の通り、主観的ウェルビーイングの測定は、OECDが2013年に策定した国際的なガイドラインでも採用されているように、1) 体験、2) 評価、3) 意味、の3側面から行われてきた。今後の動向として、2025年にOECDは主観的ウェルビーイング測定に関する新しいガイドラインを公表することを予定している。

新しいガイドライン策定に向けて、各国の主観的ウェルビーイングの測定実績や政策効果を振り返る作業が国際的に執り行われ⁽³⁾、主観的ウェルビーイングの測定として、「評価」に関しては、測定や政策活用が多くの国で行われていること。一方で、「体験」と「意味」に関しては、測定や政策活用は限定的であることが明らかになっている。

また、OECDのワーキングペーパー⁽³⁾では、今後の検討事項として、「評価」ばかりでなく「体験」と「意味」の計測項目の再検討や、子どもや若者に関する主観的ウェルビーイング測定の検討などを挙げており、加えて、西欧・北米の研究文献・価値観の枠を越えたより包摂的な測定法開発の重要性が言及されており、主観的ウェルビーイング測定の進化が引き続き期待される。

参考文献

- (1) OECD (2013) “OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being”, OECD, Paris. (桑原進監訳、高橋しのぶ訳 (2015)・『主観的幸福を測る－OECDガイドライン』、明石書店)
- (2) Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C., & Welzel, C. (2008) . Development, Freedom, and Rising Happiness: A Global Perspective (1981–2007) . *Perspectives on Psychological Science*, 3(4) , 264–285.
- (3) Mahoney, J. (2023) “Subjective Well-being Measurement: Current Practice and New Frontiers”, OECD Papers on Well-being and Inequalities, Working Paper No. 17, OECD, Paris.