

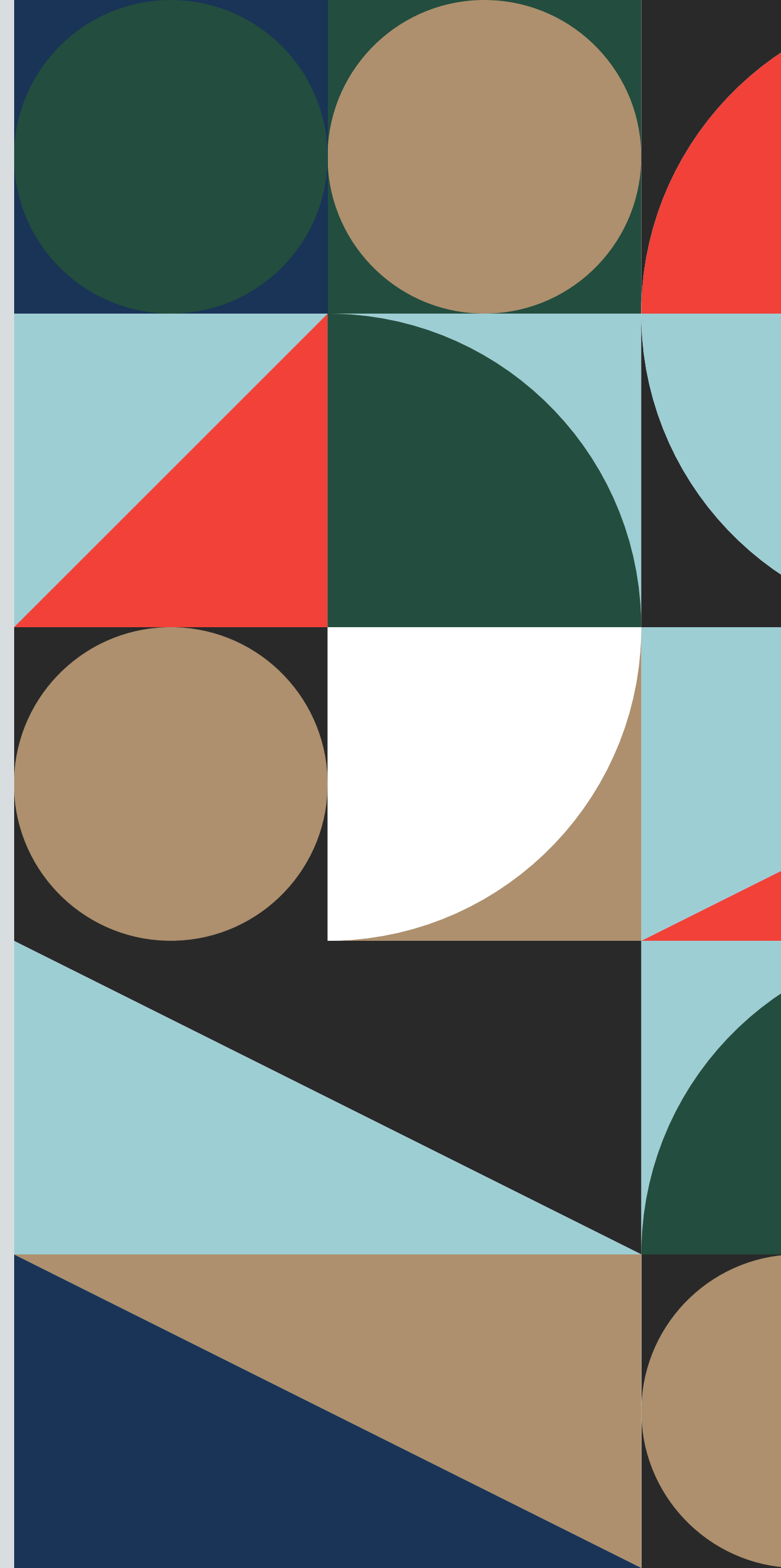
仕事における パーソナルビジョンの有無と 幸福度に関する調査

PARADOX SOUKEN REPORT #1

PARADOX創研

Copyright © PARADOX Corp. All Right Reserved.

Confidential



Introduction

はじめに

しあわせに働くために、 大切なことはなんだろう？

人的資本経営という言葉が盛んに語られるようになった昨今。「社員にしあわせに働いてもらうために、どのような経営をするべきか」という企業側からの視点はもちろん「働く主体としての一人ひとりが、いかにしあわせに働くか」という個人側の視点についても、さまざまなシーンで議論されるようになってきたと思います。

そこで今回、私たちは「しあわせは人それぞれ」という前提に立ちながらも、「しあわせに働いている人のなかに、なにか共通する要素はないのだろうか？」という問いを立てました。

仮説の手がかりとしたのは、私たちがこれまで、300社を超える企業のブランドづくりに携わるなかで出会ってきた、たくさんのしあわせに働く人たちの姿でした。

彼らのことをイメージしながら、複数名の「しあわせに働いている人」に取材をさせていただくなかで、少しずつ浮かび上がってきた仮説は、「自分のありたい姿、なりたい姿を持ち、そこに向かって邁進している状態はしあわせなのではないか」というものでした。

今回の調査で示すのは、あくまでも「しあわせ」という山の登り方のひとつに過ぎません。ですが、すくなくとも結果からは、働く一人ひとりが自らのビジョンを持ち、そこに向かって努力することは、しあわせに働いていくうえで、大切な要素であるように思えます。

本調査がひとつのきっかけとなり、「働くしあわせ」を考える機会になれば幸いです。

Index

もくじ

はじめに p.2

調査結果概要 p.4

調査結果 p.5

調査概要 p.6

調査結果 p.19

おわりに p.26

補足資料 p.28

Summary

調査結果の概要

RESULT 1

**仕事における
パーソナルビジョンが
ある人とない人を比較すると、
ある人のほうが幸福度が高い。**

スクリーニング調査にてパーソナルビジョンの有無を判別後、ある人とない人、それぞれに対し、エド・ディーナー博士が考案した「人生満足尺度 (Satisfaction With Life Scale)」に基づく調査と、前野隆司教授が考案した「幸せの4因子」に基づく調査を実施した。その結果、いずれの調査においても、パーソナルビジョンがある人のほうが、そうでない人と比べて幸福度が高いことがわかった。

RESULT 2

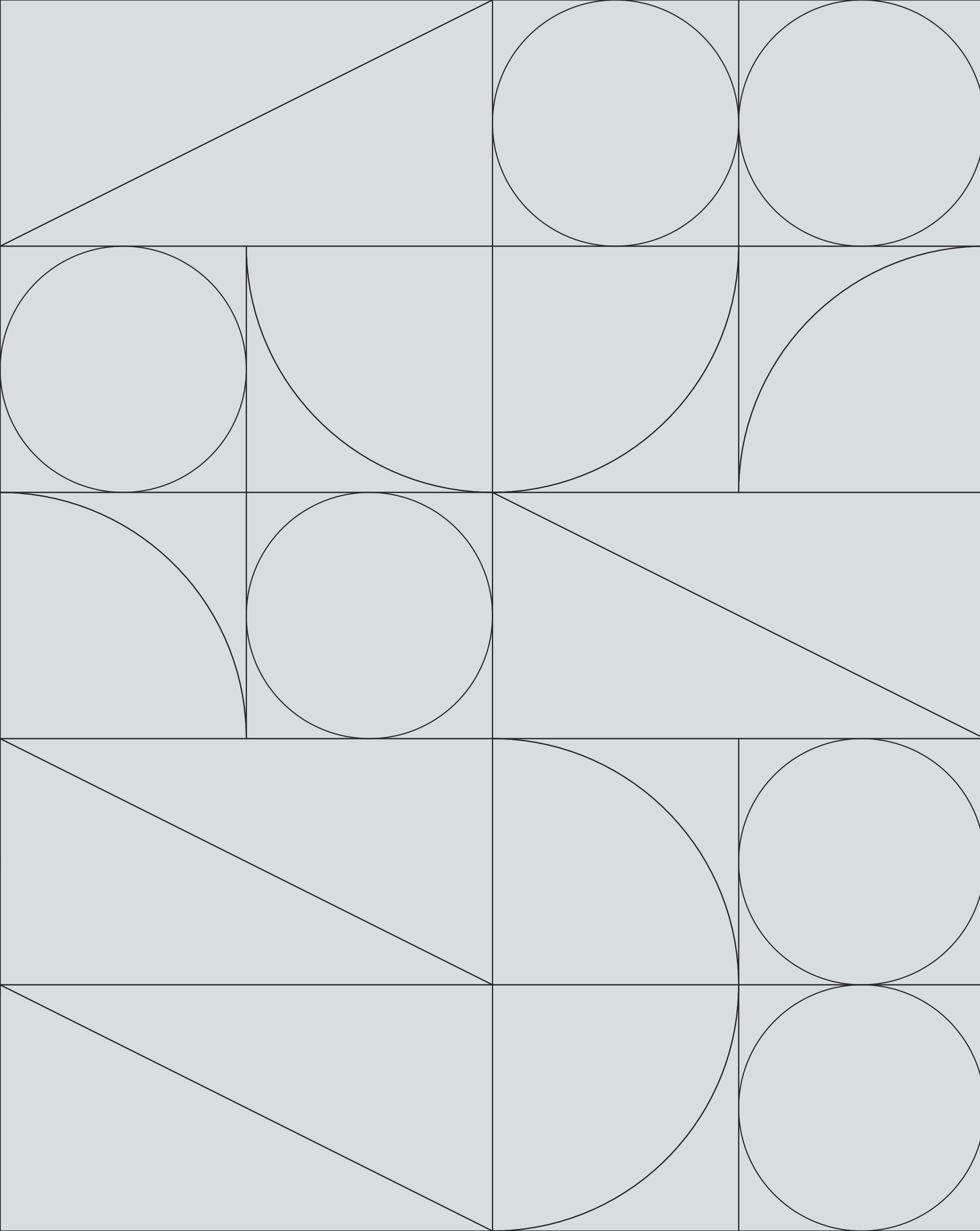
**パーソナルビジョンの実現に対して
傾ける情熱や熱量と
そこに注ぎ込む時間の総量は、
幸福度と比例する。**

パーソナルビジョンが「ある」と判別されたグループを、「ビジョン実現に傾ける情熱・熱量の程度」「ビジョン実現に向けて実際に使っている時間」という二つの設問のスコアの合計によって、さらに4つのグループ(Group1-4)に区分(各グループの定義の詳細はP13を参照)。その結果、スコアの高い順(Group4→1)で、幸福度も高くなっていることがわかった。

RESULT 3

**パーソナルビジョンの
言語化・明文化が進むほど、
実現に向けて邁進でき、
結果、幸福度も高くなる。**

パーソナルビジョンが「ある」と判別された人とそうでない人を比較すると、ある人のほうが「すでに言語化・明文化できている」「まもなく言語化・明文化できそう」という回答のスコアが高い。また、グループ別に見ても、Group4がもっとも高く、次いで3→2→1と低くなっていることがわかった。ここから、パーソナルビジョンに向けて邁進するには「言語化・明文化」することが有効であることがわかった。



仕事における パーソナルビジョンの有無と 幸福度に関する調査

Survey on the relationship
between having a personal vision
at work and happiness

—

調查概要

Survey Overview

Survey Overview

調査概要

調査対象 マクロミルモニタ 18～59歳の男女

調査地域 全国

調査方法 インターネットリサーチ

調査時期 スクリーニング調査 2023年8月9日(水)～8月24日(木) 本調査 2023年8月22日(火)～8月23日(水)

有効回答数 スクリーニング調査 20,000サンプル 本調査 3,090サンプル

調査主体 PARADOX創研

全体監修 田久保 善彦 教授(グロービス経営大学院 副学長)

設問監修 前野 隆司 教授(慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科)

調査実施機関 株式会社マクロミル

Survey Overview

調査割付 / 回収数

スクリーニング調査 と 本調査 の 2 段階調査を実施

SURVEY 1

スクリーニング調査

60,000 サンプルに対して、スクリーニング調査を配信
そのうち、20,000 サンプルを労働人口構成比率に合わせて回収

※回収区分は下記の通り

	10代 (18-19歳)	20代	30代	40代	50代
男性	240	2,730	3,690	4,947	4,508
女性	224	2,579	3,004	4,224	3,854

労働人口構成比率は
『令和2年国勢調査 就業状態等基本集計 (労働力状態 就業者) : 全国 18-59 歳男女』のデータから算出

SURVEY 2

本調査

60,000 サンプルに対して行ったスクリーニング調査のうち
パーソナルビジョンありと判別された条件合致グループ (Group1-4) を
各 500 サンプル、非合致者を 1,000 サンプル回収。

※実際の回収数は余剰の回収分を含む

パーソナルビジョンあり条件合致者				条件 非合致者
Group1	Group2	Group3	Group4	
500	500	500	500	1,000

2つの調査内容

- ① パーソナルビジョンの有無と幸福度に関する調査
- ② パーソナルビジョンの言語化状況に関する調査

The content of the two surveys

1

パーソナルビジョンの有無と幸福度に関する調査

Survey Overview

1-1 パーソナルビジョンの有無とグループ分類のための調査設計

以下では、本調査の前提となる「パーソナルビジョンの有無」と「パーソナルビジョンありと判別されたグループのさらなる分類」について、どのような条件、設問を通じて判別しているかを説明します。

パーソナルビジョンの有無を判別するための3つの条件

- ① 仕事において本気で成し遂げたいビジョンがあるか
- ② そのビジョンが他者に役立つものであると感じているか
- ③ ビジョンの実現に向かって、なんらか実際に取り組んでいることがあるか

パーソナルビジョンありと判別されたグループをさらに分類するための2つの条件

- ① ビジョン実現に傾ける情熱・熱量はどの程度か
- ② ビジョン実現に向けて実際に使っている時間はどの程度か

Survey Overview

1-1 パーソナルビジョンの有無とグループ分類のための調査設計

以下では、パーソナルビジョンの有無を判別するための設問設計をご説明します。

1 仕事におけるビジョンの有無

Q あなたには本気で成し遂げたい
ビジョンはありますか。

- ① 本気で成し遂げたいビジョンがある
- ② 本気で成し遂げたいビジョンはない

2 ビジョンの 他者への役立ち度合い

Q 仕事においてビジョンがあるとお答えの方にお伺いします。
仕事におけるあなたのビジョンが実現されたとき、
どの程度他者（周囲の方、地域の方、
社会や世の中）に役立つと思いますか。

- ① とても役立つと思う
- ② そこそこ役立つと思う
- ③ どちらとも言えない
- ④ あまり役立たないと思う
- ⑤ 全く役立たないと思う

3 ビジョンに対する 現在の取り組み有無

Q 仕事においてビジョンがあるとお答えの方にお伺いします。
ビジョンに向けて、現在
取り組まれていることはありますか。

- ① 現在取り組んでいることがある
- ② 現在取り組んでいることはない

上記 3 つの設問において、いずれも を選択 → パーソナルビジョンありと判別

Survey Overview

1-1 パーソナルビジョンの有無とグループ分類のための調査設計

以下では、パーソナルビジョンありと判別されたグループを、さらに分類するための設問設計をご説明します。

1 ビジョンに対する情熱度合い

前問で「仕事におけるビジョンに向けて現在取り組んでいることがある」とお答えになった方にお伺いします。

上記の「取り組んでいること」に対して、
現在どの程度、情熱や熱量をもって取り組んでいますか。

非常に情熱的に
取り組んでいる

10点

9点

8点

7点

6点

5点

4点

3点

2点

1点

現状はあまり
取り組めていない

2 ビジョンに対する取り組み時間の割合

引き続き、前問で「仕事におけるビジョンに向けて現在取り組んでいることがある」とお答えになった方にお伺いします。

上記の「取り組んでいること」に対して、普段の生活において
あなたが活用できる時間のうち、どの程度の割合を割いて
実現に向けて取り組んでいますか。

活用できるすべての
時間を割いている

10割

9割

8割

7割

6割

5割

4割

3割

2割

1割

現状ほとんど
割けていない

※計算上は「割」を「点」に換算



上記 2 問の回答の合計点数から
パーソナルビジョンありの
グループを右表 4 つに分類

※株式会社パラドックス内で事前アンケートを行い、その結果を踏まえ各グループの定義を決定

Group

1

2-10点

Group

2

11-14点

Group

3

15-17点

Group

4

18-20点

Survey Overview

1-2 幸福度に関する調査設計

以下では、幸福度に関する調査設計について説明します。

パーソナルビジョンがある人／ない人、
それぞれの幸福度を以下の2つのアンケートを通じて測定。



なお、いずれの調査も設問の各選択肢に対して、下記のとおり重みづけ（1点～7点）を行い、
ビジョンの有無にそれぞれ、重みづけされたスコアの平均値（ウエイト平均）を用いてデータを算出。

全くそう思わない	ほとんどそう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	すこしそう思う	かなりそう思う	とてもそう思う
1	2	3	4	5	6	7

調査 A

人生満足尺度に関する調査

アメリカにおける幸福研究の権威エド・ディーナー博士が開発した人生満足尺度（Satisfaction With Life Scale）を問う、5つのうち3つの設問で調査を実施。

Q1 | ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い

Q2 | 私の人生は、とてもすばらしい状態だ

Q3 | 私は自分の人生に満足している

なお、本来ある5つの設問のうち

Q4 | 私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた

Q5 | もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう

を聴取しなかった背景として、Q4は他の設問と比べると幸福度との相関が得られにくく、Q5は欧米では幸福度との相関が高いものの、アジアでは低いと言われているため

調査 B

幸せの4因子に関する調査

前野教授が開発した幸せの4因子に関する全16の設問のうち、8つ（各因子ごとに2問ずつ）の設問について調査。

※なお設問の精査については、「人生満足尺度」「幸せの4因子」ともに、前野教授の監修を受けた上で実施。

第1
因子

「やってみよう！」因子

自己実現と成長の因子

個人的成長

私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた

自己実現

今の自分は「本当になりたかった自分」である

第2
因子

「ありがとう！」因子

つながりと感謝の因子

愛情

私を大切に思ってくれる人たちがいる

感謝

私は、人生において感謝することがたくさんある

第3
因子

「なんとかなる！」因子

まえむきと楽観の因子

楽観性

私はものがごとが思い通りにいくと思う

気持ちの切り替え

私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない

第4
因子

「あなたらしく！」因子

独立とマイペースの因子

社会的比較のなさ

私は自分のすることと他者がすることをあまり比較しない

自己概念の明確傾向

自分自身についての信念はあまり変化しない

2

パーソナルビジョンの言語化・明文化に関する調査

Survey Overview

2 パーソナルビジョンの言語化・明文化に関する調査設計 — 実際の設問

以下では、ビジョンを言語化・明文化することが、「ビジョンを持つこと」と「ビジョンに向けて邁進すること」にどれだけ影響を与えるのかということに関する調査設計について説明します。

ビジョンを言語化・明文化することの意義を確認することを目的として、パーソナルビジョンありの条件合致者と非合致者、ないし、グループ 1-4 に属するそれぞれの人について、パーソナルビジョンの言語化・明文化の状況を以下の設問を通じて聴取。

あなたは以下の項目に対して、
現在言語化や明文化できる状態ですか。
あてはまるものをそれぞれ 1 つずつお選びください。

※複数のビジョンをお持ちの方は、最も成し遂げたいビジョンについてお答えください

- 1 仕事において本気で成し遂げたいビジョンについて
- 2 仕事以外において本気で成し遂げたいビジョンについて

- ① すでに、言語化・明文化できている
- ② まもなく、言語化・明文化できそう
- ③ 時間をかければ言語化・明文化できそう
- ④ 言語化・明文化するのは、難しそう

調查結果

Survey Results



1

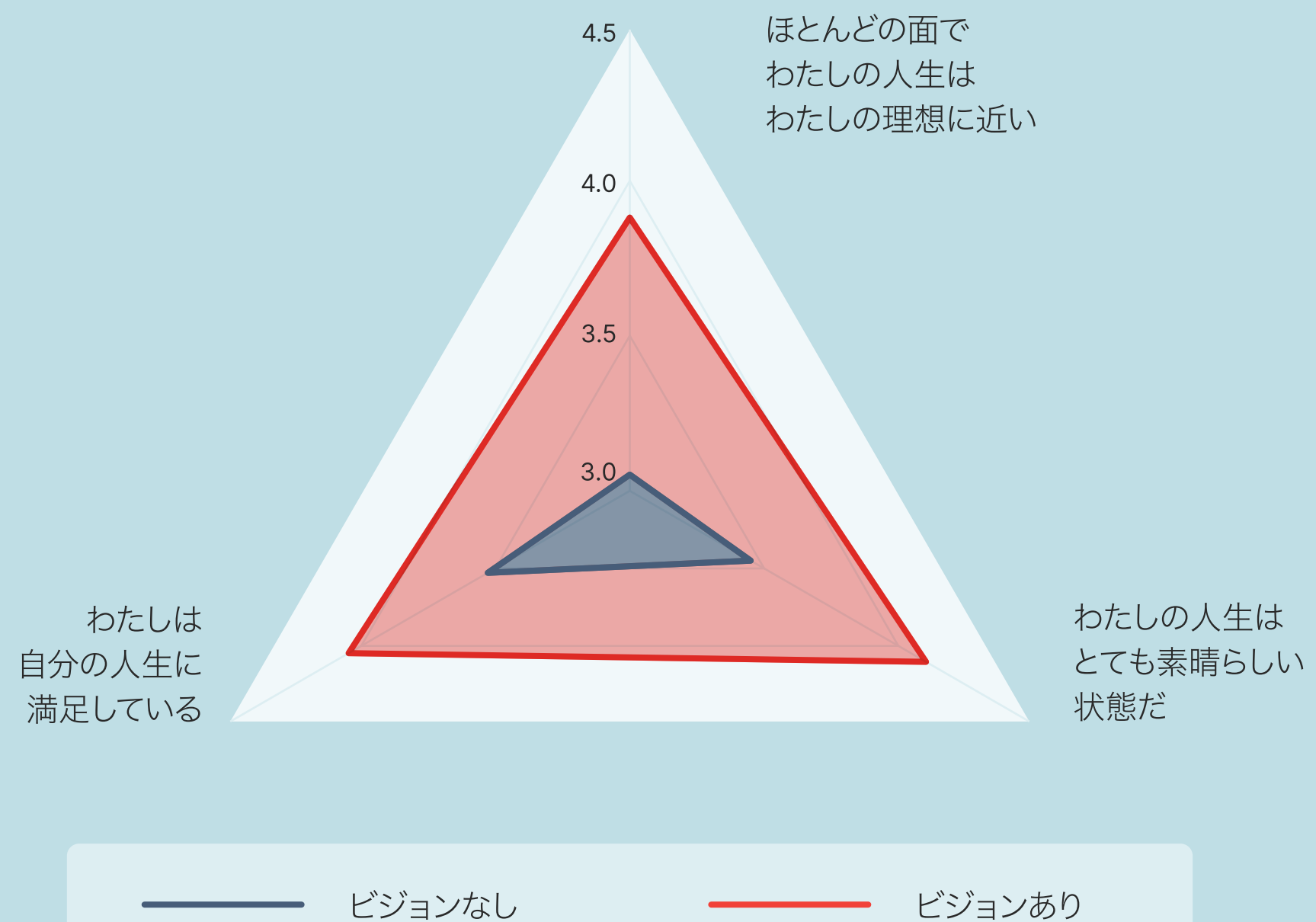
パーソナルビジョンの有無と幸福度に関する調査

Survey Results

Diener (ディーナ) による人生満足尺度

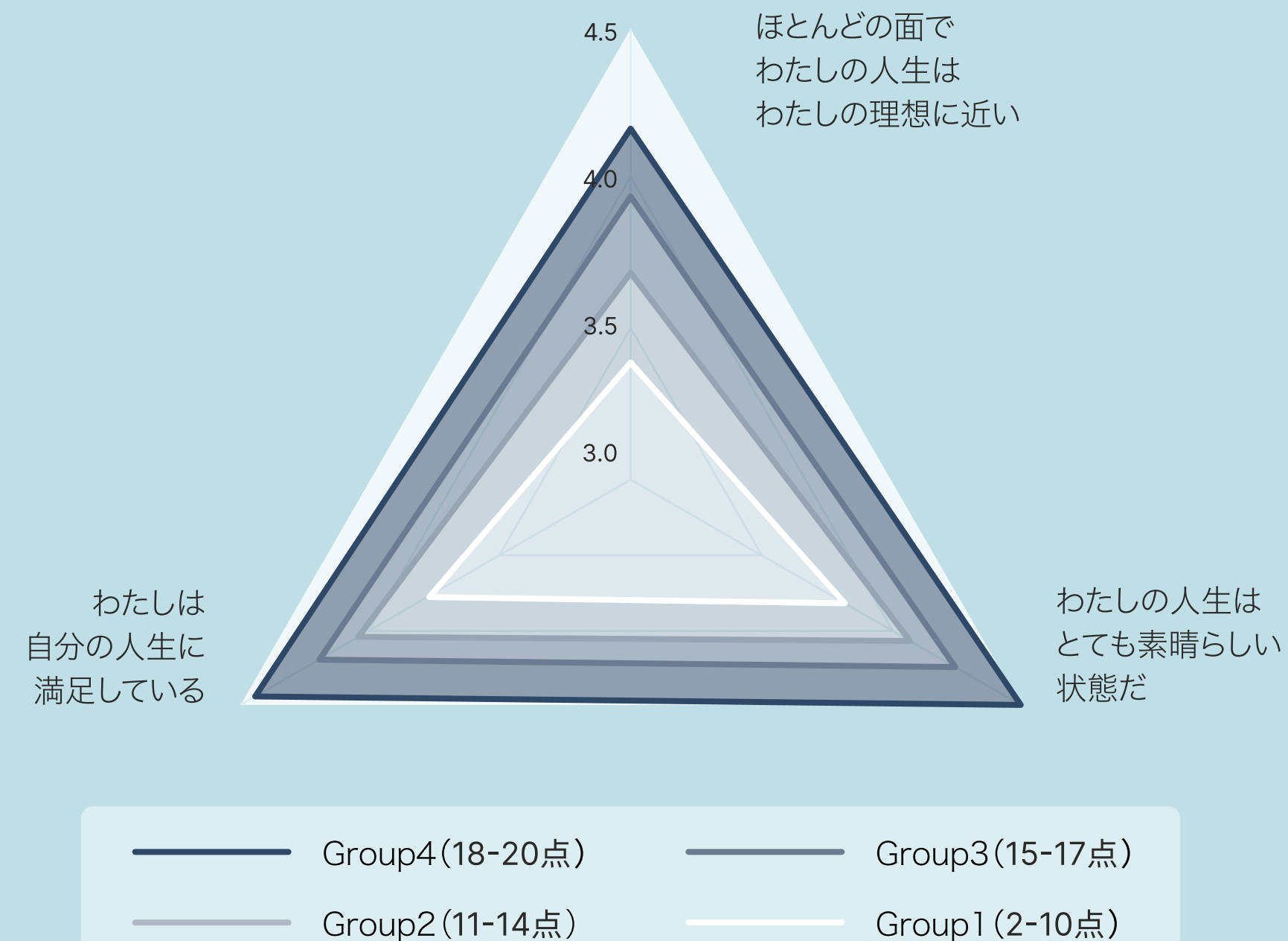
視認性の観点から軸の範囲は「3.0-4.5」で作成

ビジョンの有無



視認性の観点から軸の範囲は「3.0-4.5」で作成

グループ別



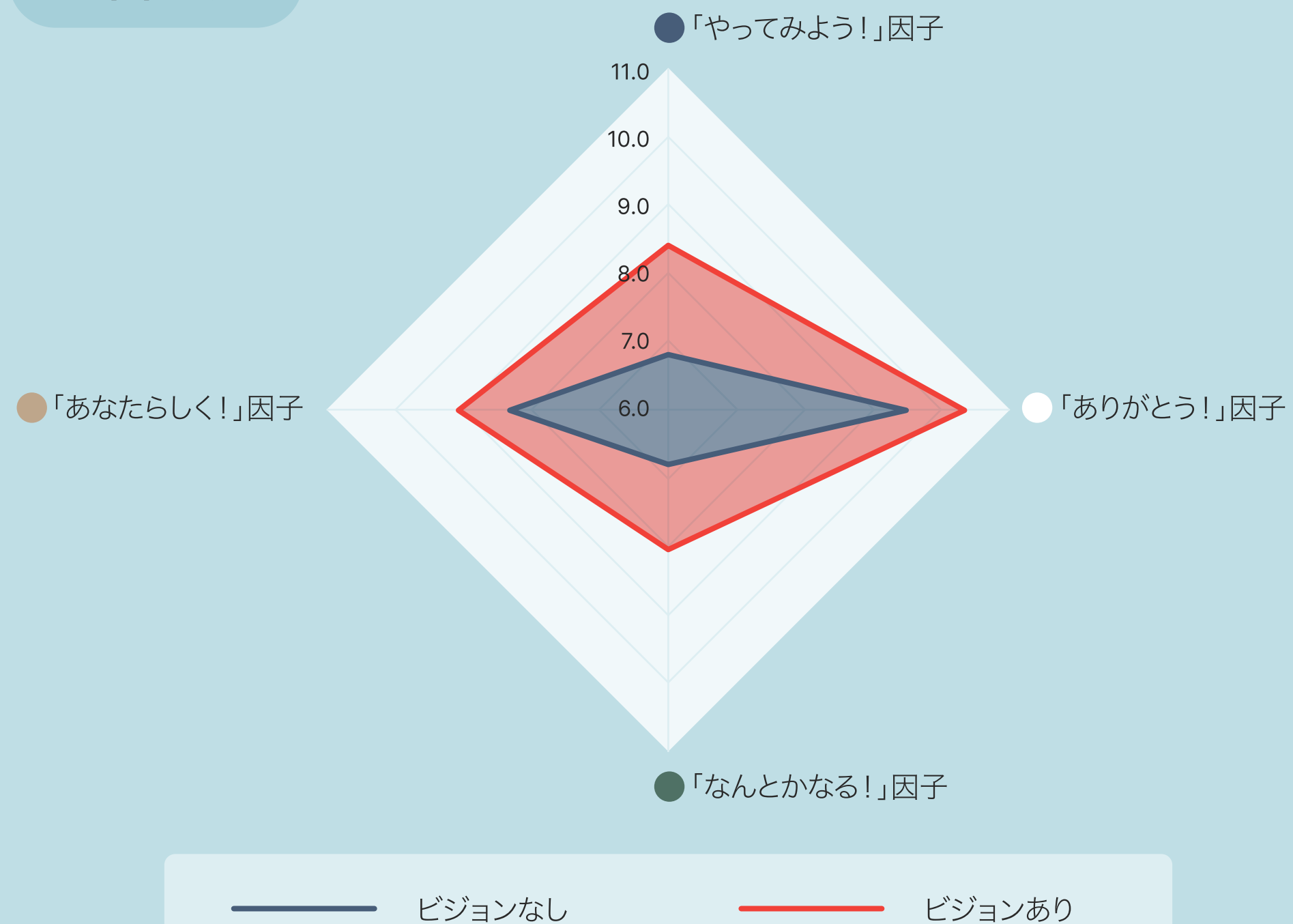
人生満足尺度について、パーソナルビジョンがある人とない人を比べると、**いずれの設問においても、ある人の方が高い** (左図)。また、グループ別で比べると、**スコアの高いグループ4の満足尺度が最も高く、次いで、3→2→1と低くなっていく**ことが見てとれる (右図)。

Survey Results

幸せの4因子アンケート

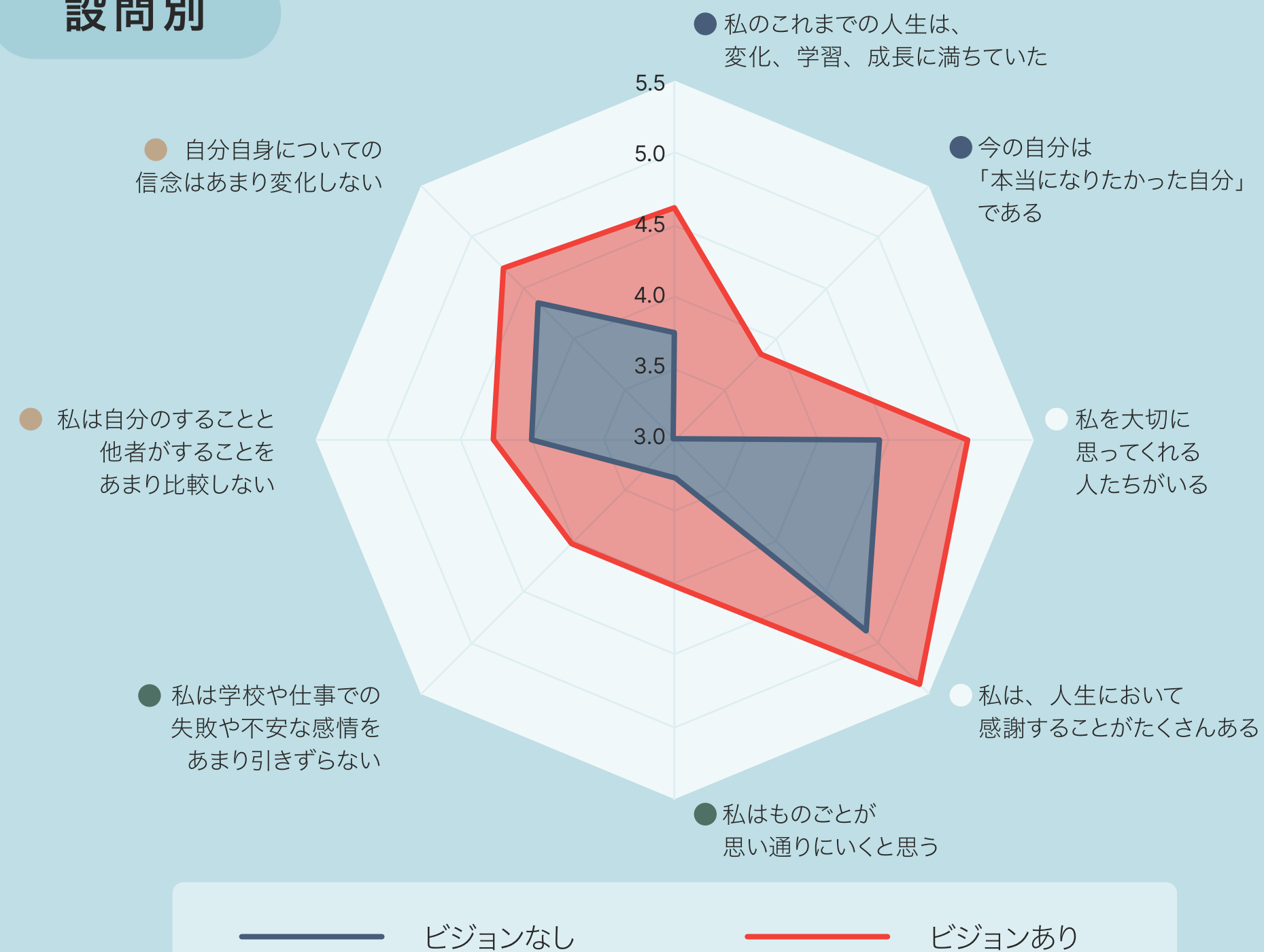
視認性の観点から軸の範囲は「6.0-11.0」で作成

4 因子別



視認性の観点から軸の範囲は「3.0-5.5」で作成

設問別



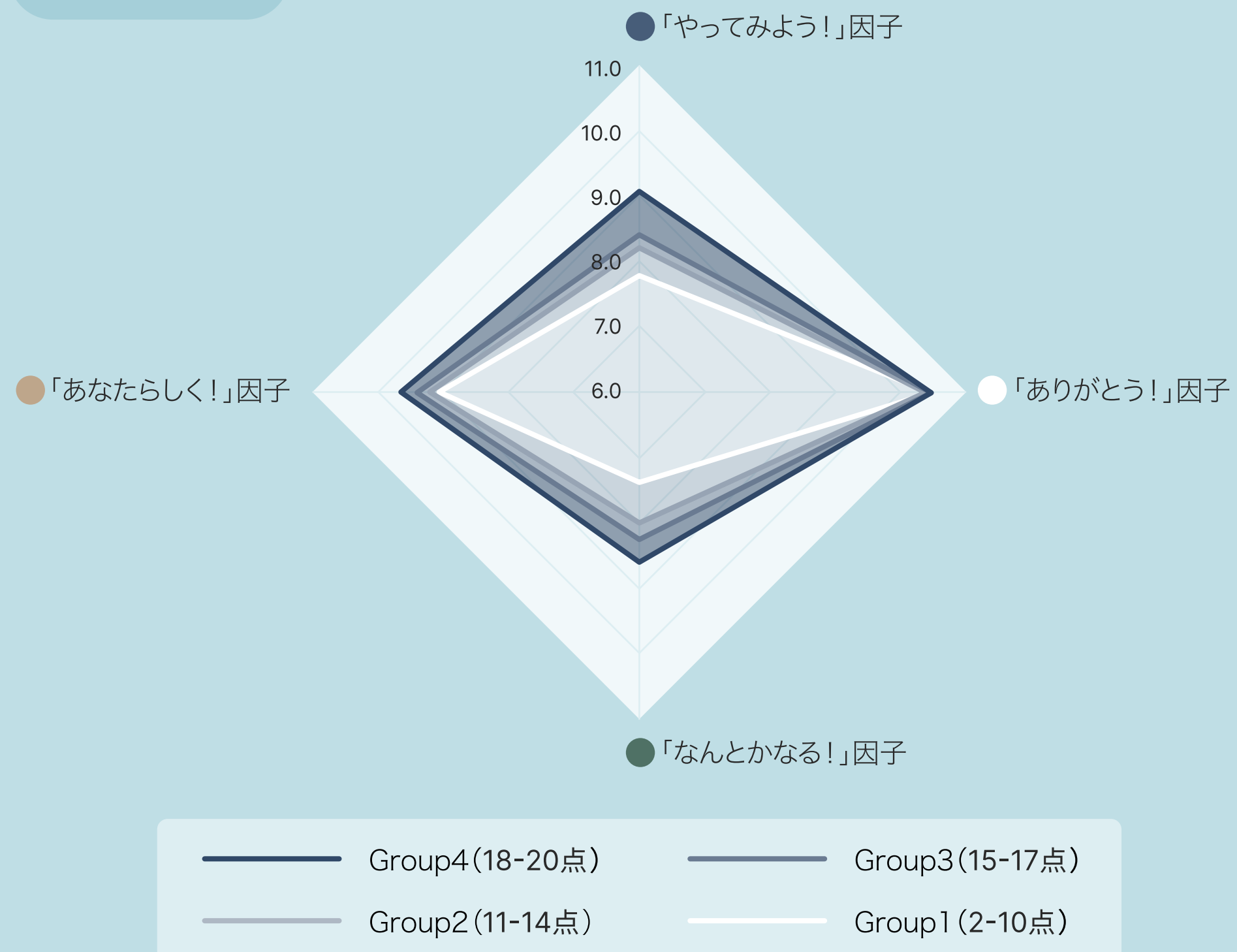
パーソナルビジョンがある人とない人を比較すると、幸せの4因子のうち、**すべての因子でパーソナルビジョンがある人のスコアが高い**ことが見てとれる。中でも**「やってみよう!」因子と「なんとかなる!」因子の差が大きい**(左図)。詳細を見ると、とくに**「私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた」のスコア差が最も大きく、次いで「今の自分は『本当になりたかった自分』である」のスコア差が大きい**ことが見てとれる(右図)。

Survey Results

幸せの4因子アンケート グループ別

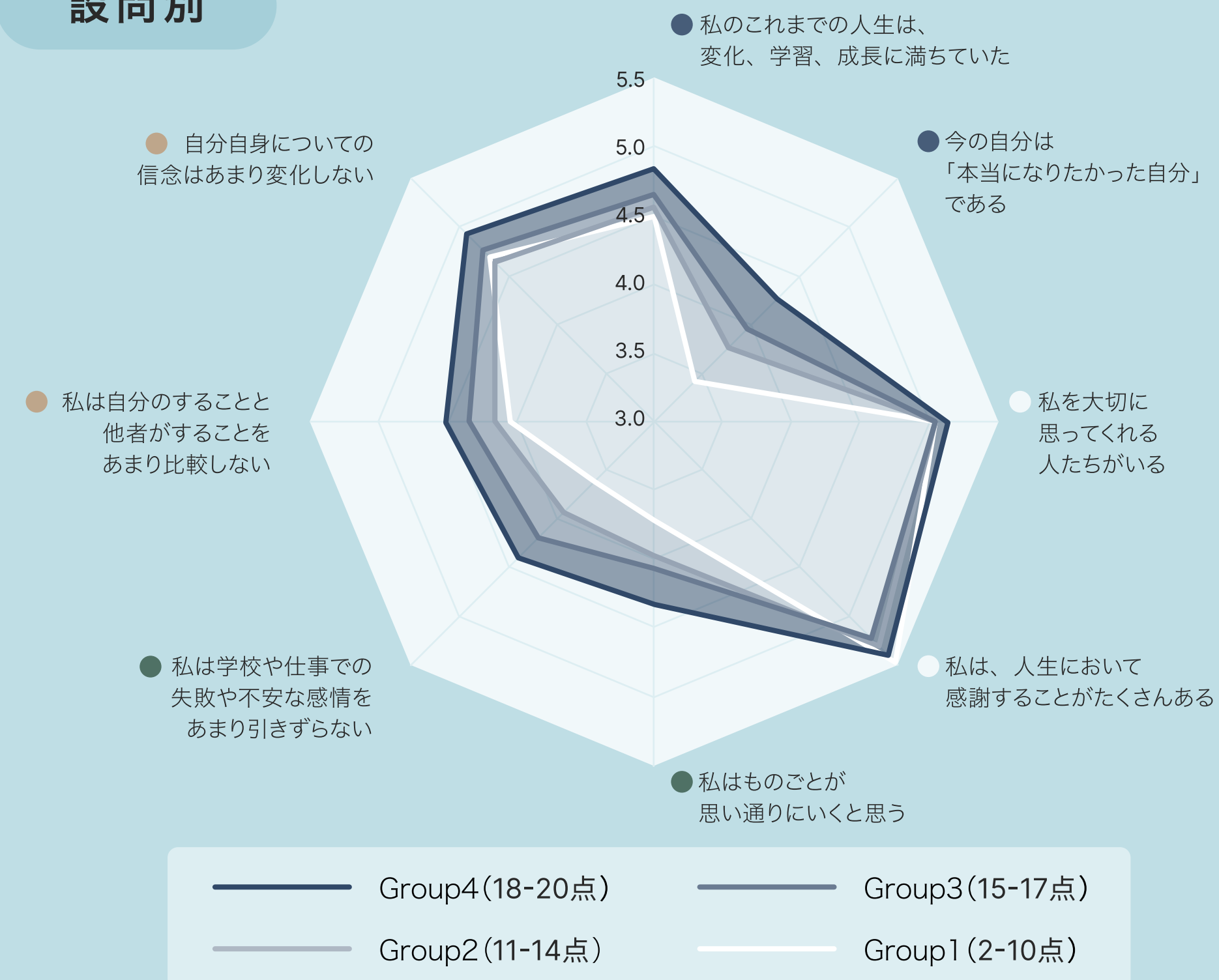
視認性の観点から軸の範囲は「6.0-11.0」で作成

4 因子別



視認性の観点から軸の範囲は「3.0-5.5」で作成

設問別



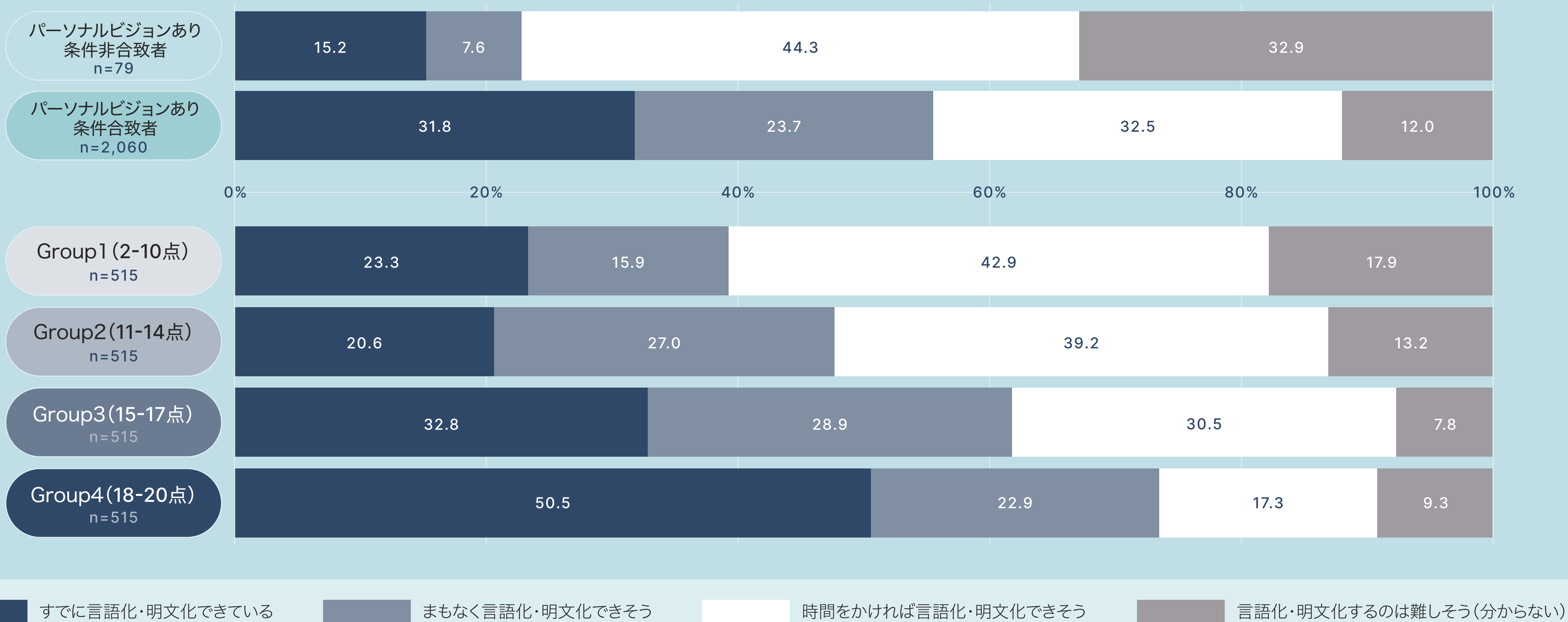
幸せの4因子アンケートをグループ別で比べると、**いずれの因子もグループ4のスコアが高い**。グループ4と1を比べると、「**やってみよう!**」因子と「**なんとかなる!**」因子で差が大きい(左図)。より詳細には「**今の自分は『本当になりたかった自分』である**」「**私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない**」という2つの設問における差が大きい(右図)。

2

パーソナルビジョンの言語化・明文化に関する調査

Survey Results

パーソナルビジョンありの条件合致者／非合致者
ないし各グループにおけるパーソナルビジョンの言語化・明文化の状況



仕事におけるパーソナルビジョンが「ある」と回答した人のうち、P12の条件によって「パーソナルビジョンあり」と判別された人とそうでない人を比べると、「言語化・明文化できている」「まもなく言語化・明文化できそう」の合計が、ある人 55.5%／ない人 22.8%と言語化状況に大きく差が開いているのが見てとれる。また、グループ別に見ても、グループ4がもっとも高く、次いで3→2→1と低くなっていることがわかる。

おわりに

Conclusion



Conclusion

おわりに

志あふれる、 社会に向かって。

今回、調査を通じて、仕事においてパーソナルビジョンを持つことが、しあわせに働くことにつながるということが明らかになりました。

私たちの願いは、しあわせに働く人が一人でも増えることです。もちろん、はたらく意味や意義はその人のものですが、それでも、今回の調査結果をふまえて個人のビジョン、いわば志を言語化する人が一人でも増えれば、私たちにとってそれ以上喜ばしいことはありません。

私たちは「志あふれる日本をつくる」というビジョンのもと、引きつづき、ビジョンやパーパス、志を言語化し、実現に近づくためのパートナーとして、日々、尽力してまいります。

補足資料

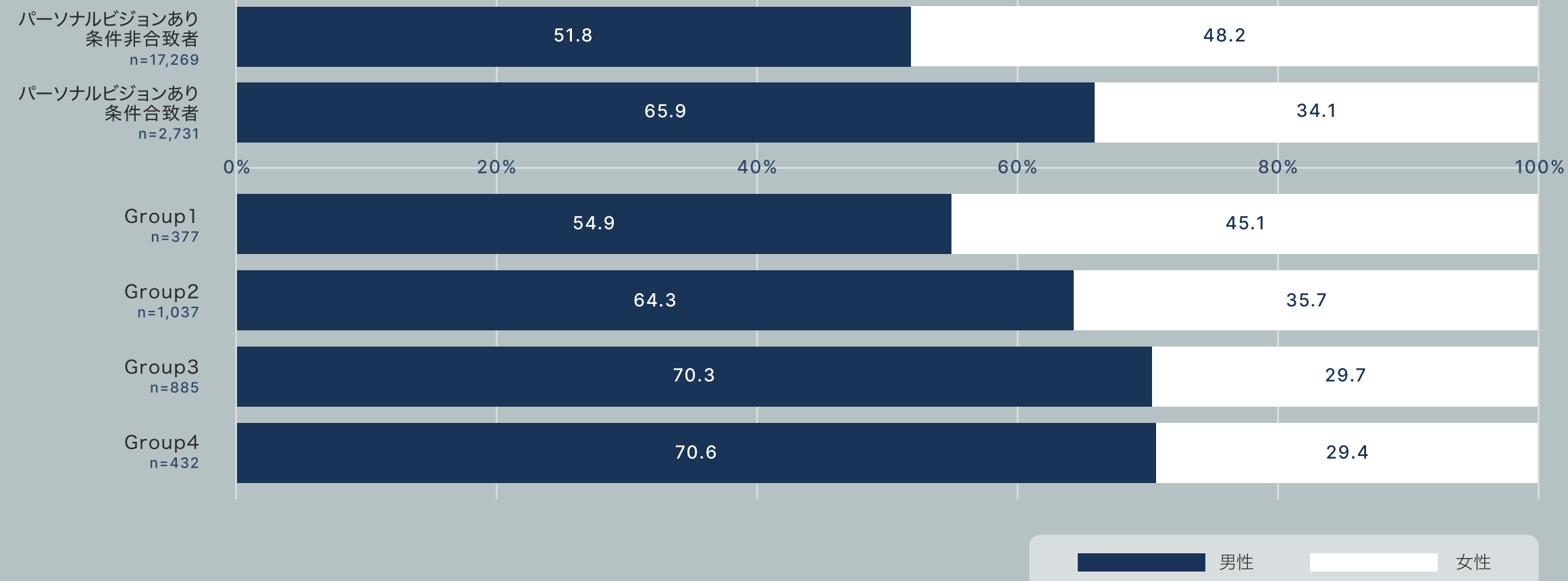
Appendix



Appendix

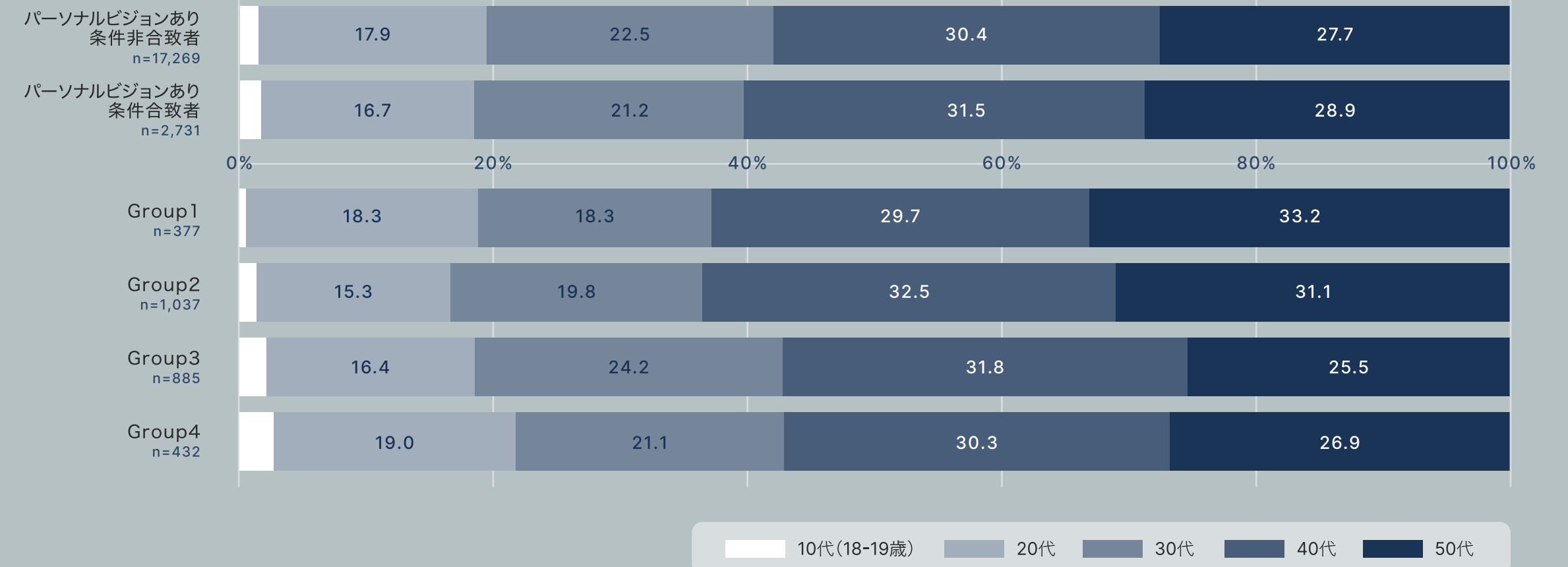
1 スクリーニング回答者プロフィール - n=20,000

性別



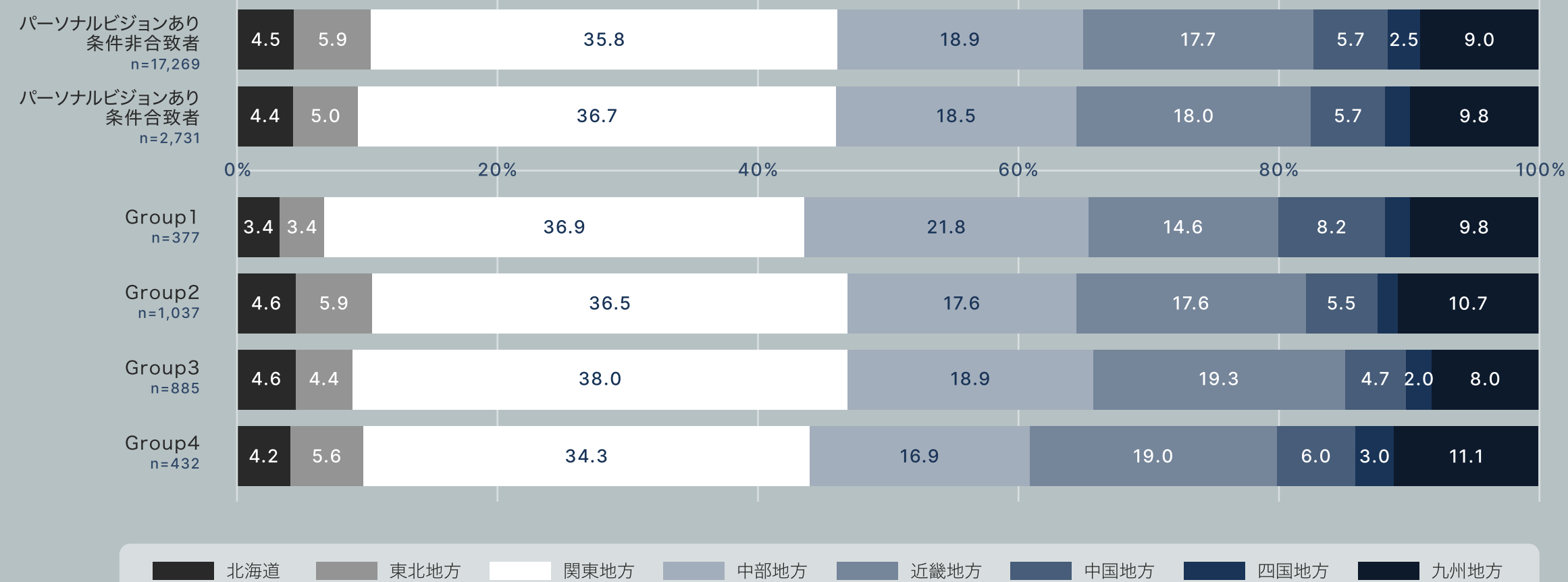
年齢

※2%未満のスコア非表示



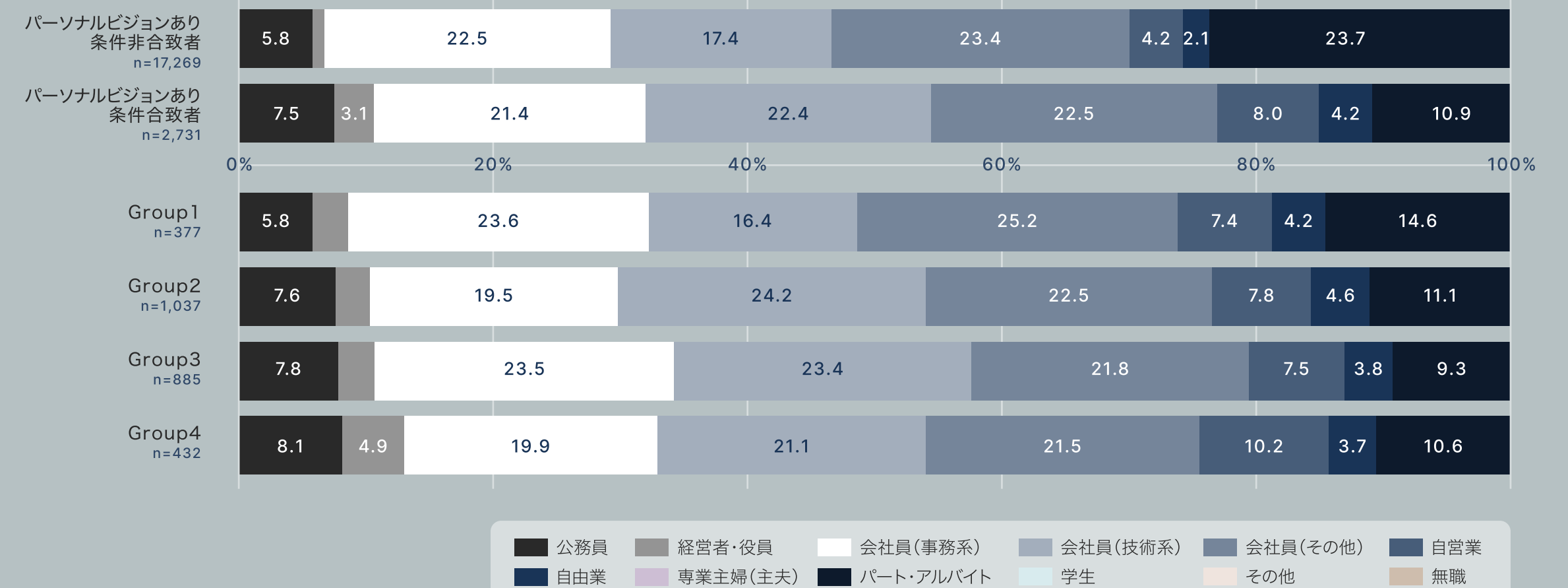
居住地

※2%未満のスコア非表示



職業

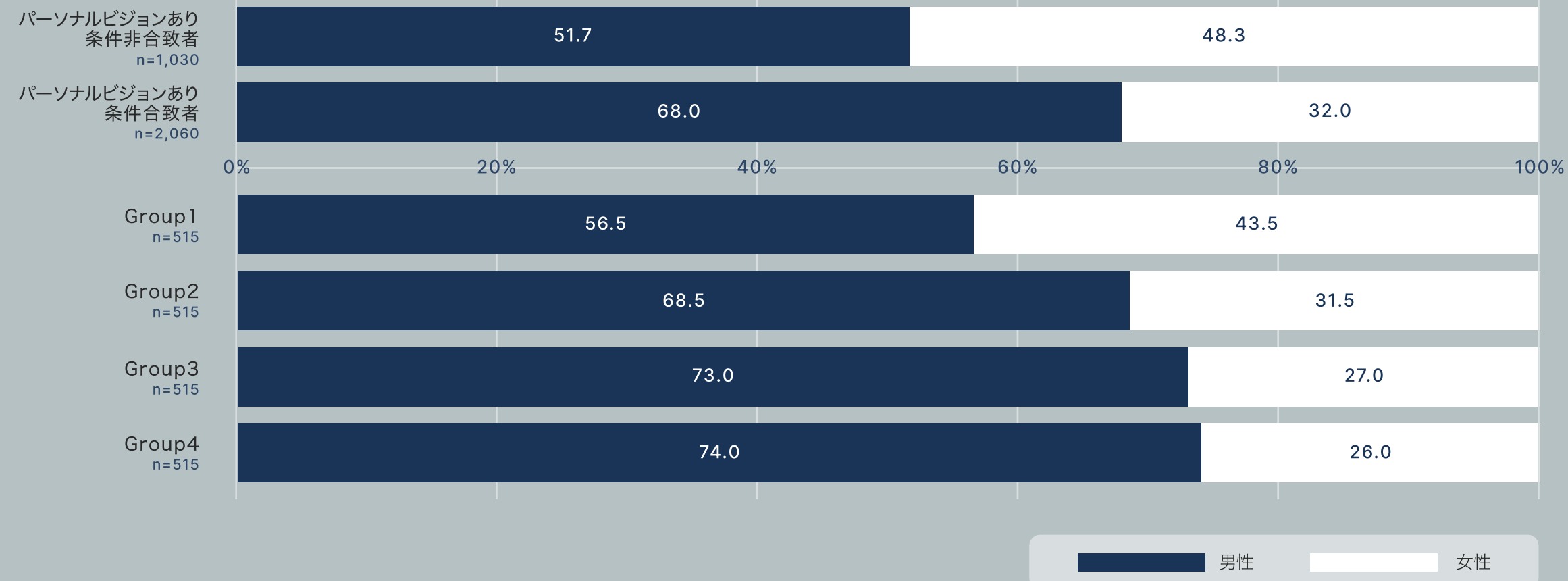
※2%未満のスコア非表示



Appendix

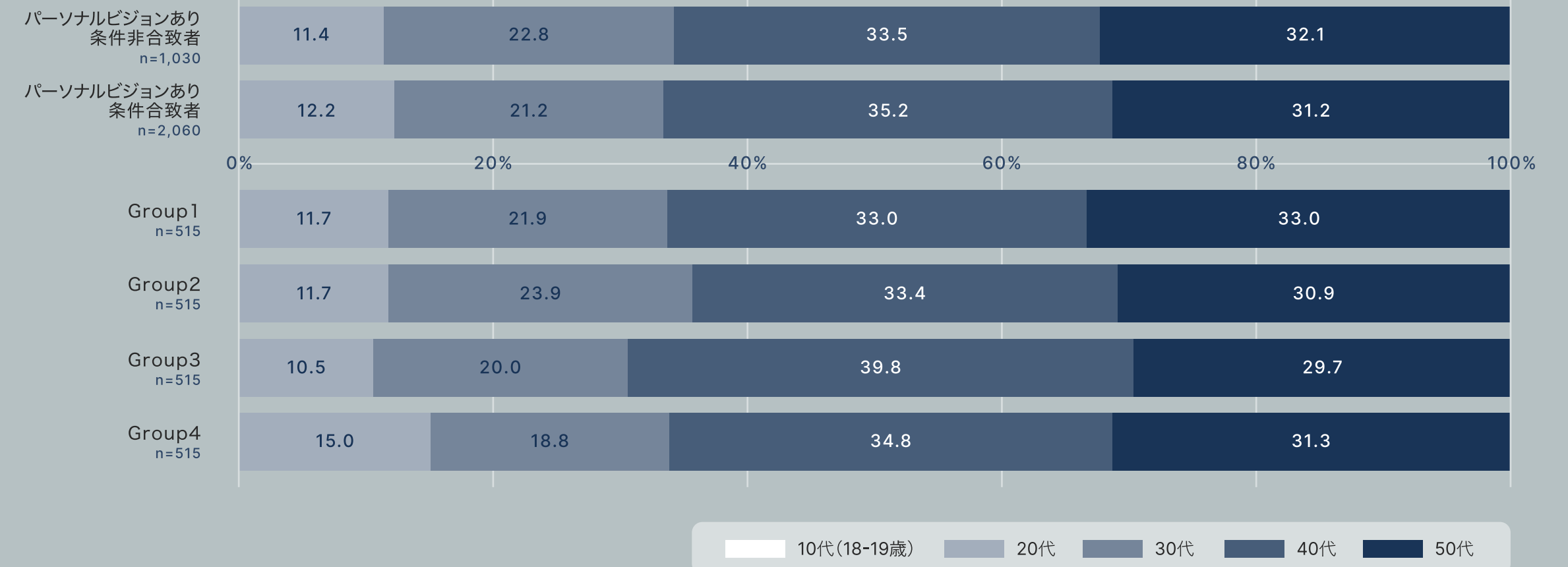
2 本調査回答者プロフィール - n=3,090

性別



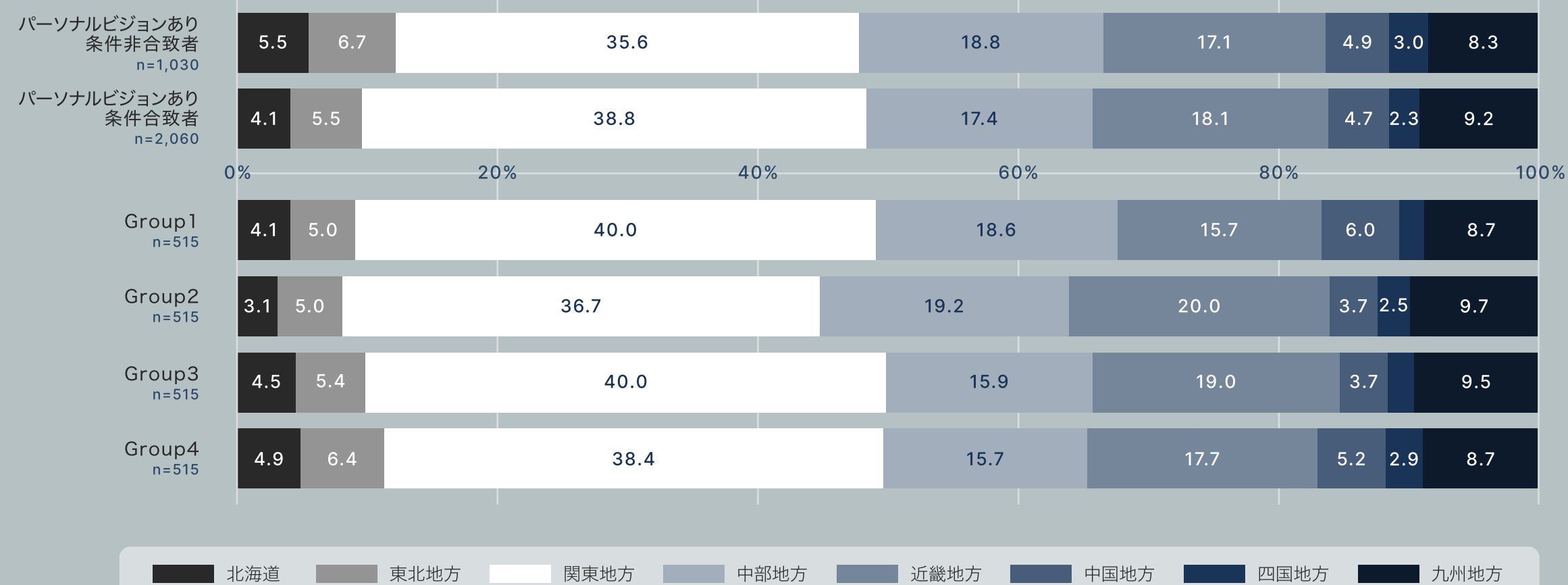
年齢

※2%未満のスコア非表示



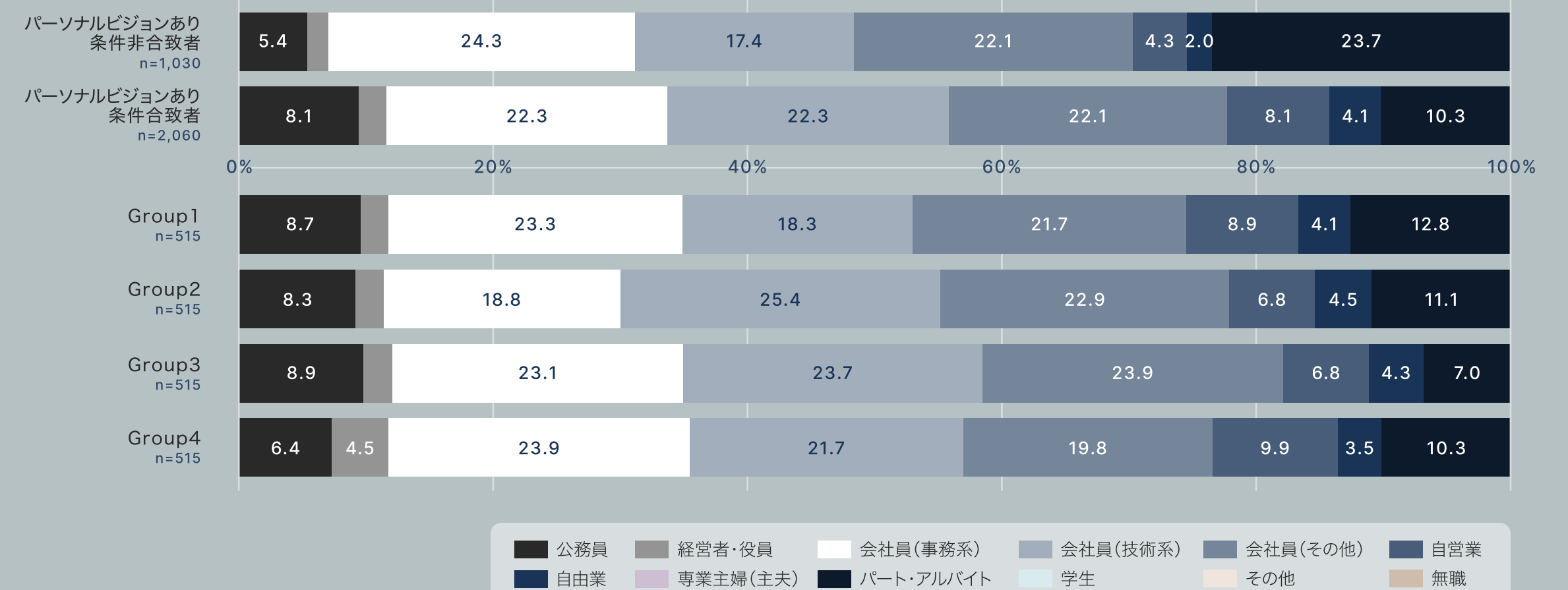
居住地

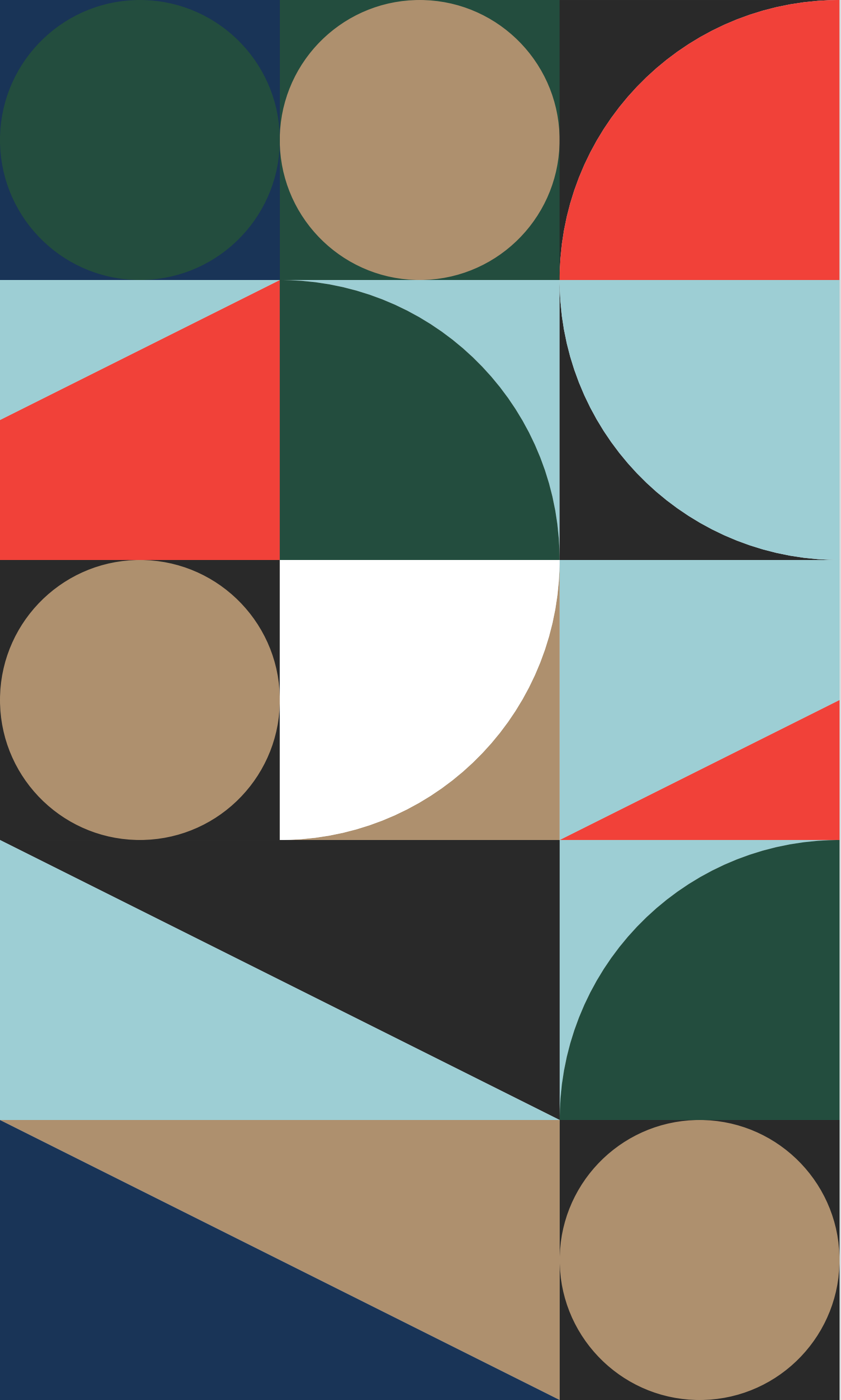
※2%未満のスコア非表示



職業

※2%未満のスコア非表示





調査主体

PARADOX 創研

全体監修

グロービス経営大学院

Graduate School of Management, GLOBIS University

Copyright © PARADOX Corp. All Right Reserved.

Confidential

