

社会を構成する最小単位は、ひとりひとりの「生活者」であり、その姿を知ることには、社会を知ることにも通じる。本連載では、「生活者」の意識や行動を測定したデータの様々な分析をもとに、現代の生活者の多様な姿に迫る。第三回のテーマは「生活経営」。ウエルビーイングの視点から、生活経営についての生活者の意識を探る。

第三回

生活経営



Toyota Shogo

豊田 尚吾

ノートルダム清心女子大学人間生活学部教授。大阪ガス㈱入社後、コロンビア大学東アジア研究所フェロー、学習院大学特別客員教授、エネルギー文化研究所研究員などを経て2015年より現職。専門は生活経済学。著作に『地球温暖化とグリーン経済』など。

はじめに

今回のテーマは「生活経営」である。生活を賢く営むことでウエルビーイング（よい生活）を実現する。そのためには生き抜くための生活経営力も必要だし、ウエルビーイングとは何かという自分なりの洞察も重要である。以下、前半は生活の基盤を確保するという意味での生活経営力に関して、生活の余裕および生活経営力の自己評価という観点から論じる。それに加え、後半ではいかに生活満足度（主観的幸福感）を高めるかについて、2つの評価指標を紹介しつつ、感謝介入法などの取り組みの有効性についての考察を行う。

（*）大阪ガス㈱エネルギー文化研究所が行ったネットアンケート調査「ライフスタイルに関するアンケート」のデータ。約5000人を対象に、2015年2月に実施。調査主体は㈱マクミロル。

その1 生活に 余裕がないと 不安も大きい

多くの生活者は日々の暮らしに対する悩みや不安を抱えている。その中でもお金に関する悩みは生活の質にも大きな影響を与え、無視することができない。本調査（*）での「今現在のあなたの生活は金銭的に余裕がありますか」との質問に対する回答がChart 1である。「非常に余裕がある」との回答が0・9%（45人）しかないことをはじめ、「余裕がある」「どちらかといえば余裕がある」まで含めても全体の約22%に過ぎない。

加えて、「どちらともいえない」が

約24%、広義の「余裕がない」（「全く余裕がない」「どちらかといえば余裕がない」の合計）が54%と半数以上である。これを見ても経済的な余裕を感じることもできる生活者は多くないことがわかる。

この金銭的余裕度と生活不安には強い負の関係が存在する。例えば「収入・日々のやりくり」「貧困に陥る懸念」「雇用の維持・就職の機会」「物価の水準」などに対する不安感は生活の金銭的余裕度と統計的に有意な関係が観察される。すなわち余裕がないほど生活不安が大きい。雇用を失う不安が大きいので生活の余裕を感じられないといった方向の因果関係もあるかもしれない。しかし基本的には余裕がないから様々な生活リスクに脆弱な家計

その2 生活経営力指数を 算出する

では生活を経営する力はどうのように培われるのだろうか。生活経営力を高めることはそれほど簡単ではない。特に複雑化した現代社会においては知識不足、能力不足のために適切とはいえない選択をしたり、より望ましい結果をつかみ損ねたりしている生活者は昨今の消費者トラブル事例を見るまで

もなく多い。義務教育や高等教育において実践的な生活経営学や生活経済学を学ぶ機会はあるが十分とはいえないか。つまり、青年期ではその重要性に気がつかず聞き流してしまったりすることもある。

本調査では生活者に対して自らの生活経営能力についての評価を尋ねている。質問内容は「住宅、教育ローンなどを別にすると、年間の家計収支は赤字である」「生命保険、損害保険など、生活リスク管理のためのサービスは自分で考え納得して決断している」「生活設計に大きな影響を与える税制度や

公的な制度の知識は十分持っている」「新たに仕事を探さなければならぬ」としても、自分が生活しているだけの所得を得るだけの『稼ぐ力』を持っている」「仕事と余暇のバランスは自らの意思でうまく取ることができている」「自分の持つ資産（土地などの実物資産や金融資産）を合理的に運用できている」「長期的な視点に立った、計画的な貯蓄ができている」「社会生活を営むうえで、政治経済などの社会的知識は持っている」の8つである。それぞれの質問に対して「非常にそう思う」「全くそう思わない」の6件

法で回答を得ている。その回答に対して探索的因子分析を行った結果、因子は1つしか検出されなかった。そこで改めてこの8つの回答データをもとに主成分分析を行い、抽出された1つの主成分を「生活経営力指数」と定義し、回答者ひとりひとりのスコアを計算した。そのスコアの分布を見ると全体的には山形を形成しており、左にも右にも大きく偏っていない。能力のあるなしが平均的に分布していることも確認され、指数として用いても問題がないと判断した。

この生活経営力指数をもとに属性の

Chart 1
生活の
金銭的余裕度

「今現在のあなたの生活は金銭的に余裕がありますか」という質問を行い、回答別割合を見た。経済的な余裕を感じていない生活者のほうが多いことがわかる。

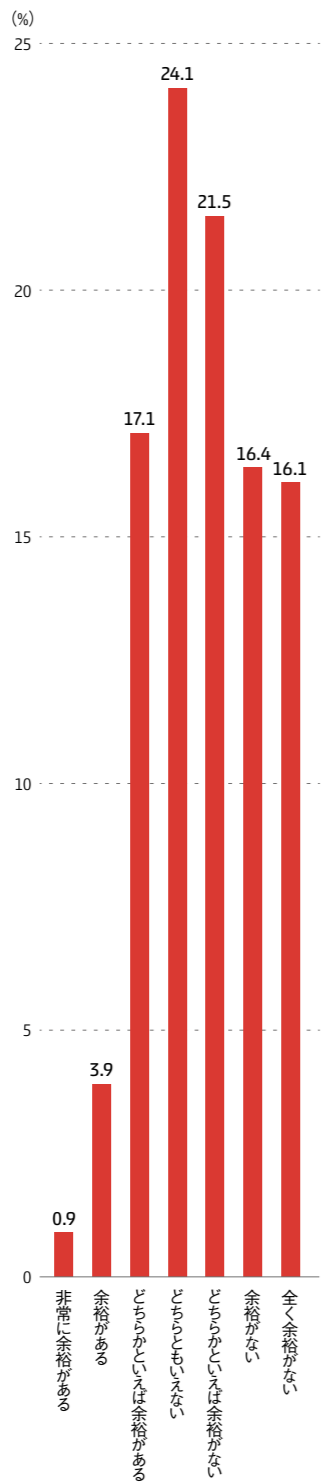


Chart 2

職業別
「生活経営力指数」

生活経営能力を自己評価する質問を行い、回答データの主成分分析から抽出された1つを「生活経営力指数」と定義し、職業別に見た（平均値の95%信頼区間を表示）。生活経営力指数の値が小さいほど、生活経営能力は高い。

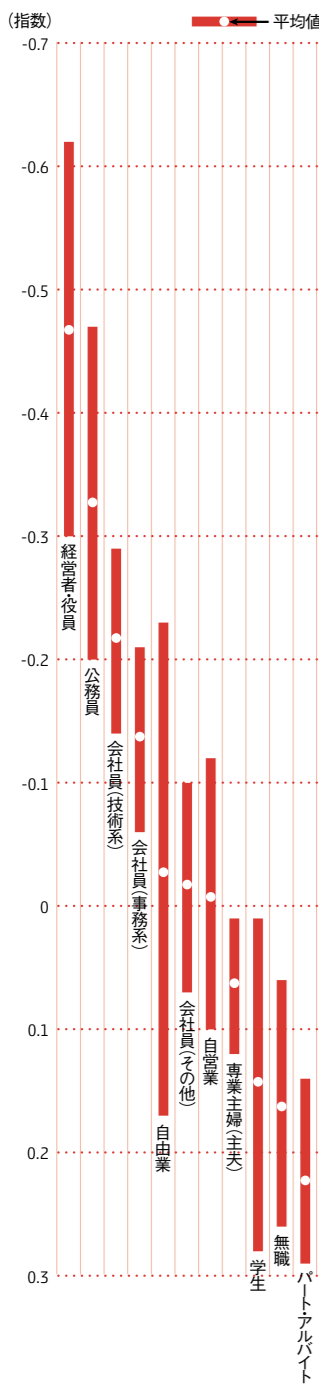


Chart 3

生活の金銭的余裕度別「生活経営力指数」

Chart 1「生活の金銭的余裕度」と「生活経営力指数」の関係を見た。余裕がある人ほど、指数は低い(生活経営力が高い)相関関係にあることがわかる。

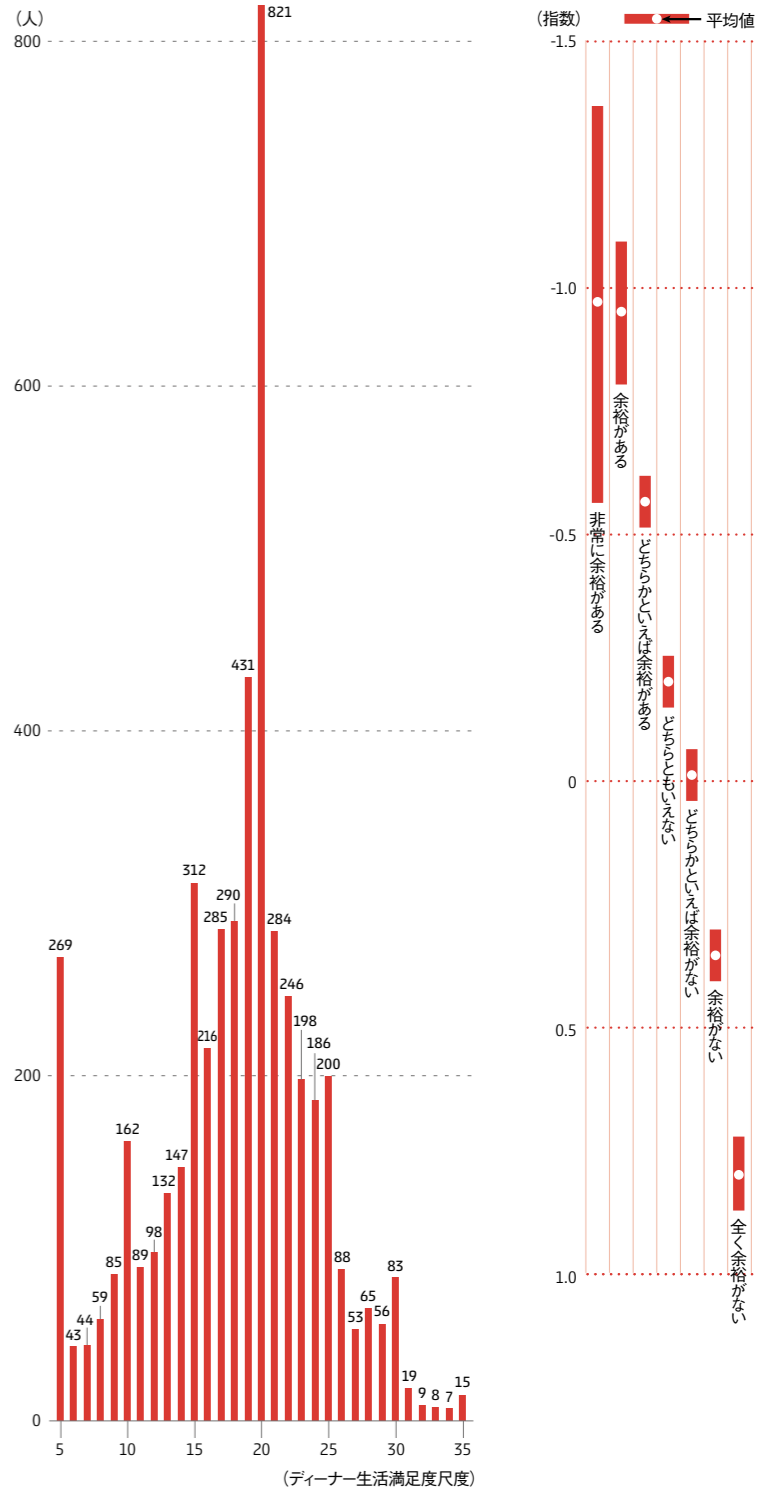
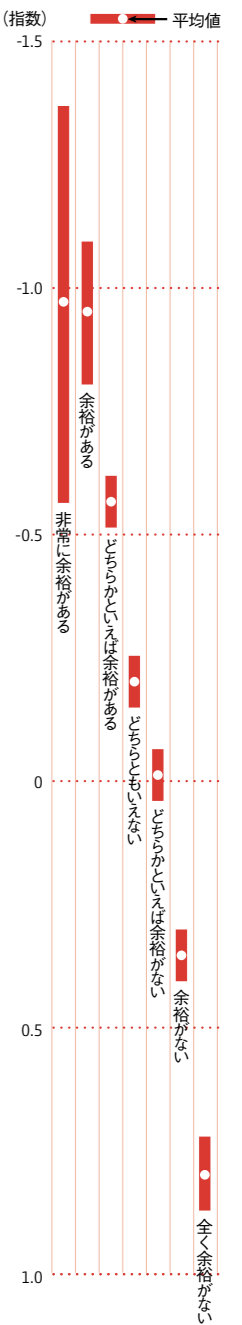
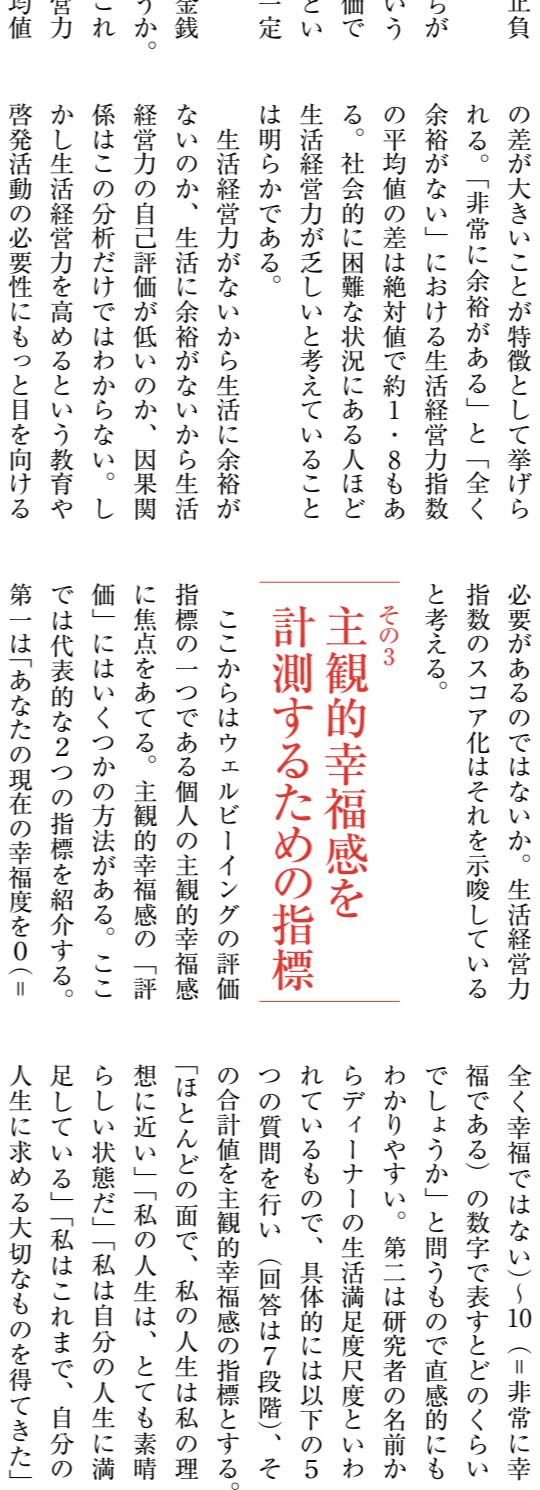


Chart 4

「ディーナーの生活満足度尺度」による主観的幸福感の分布

E.ディーナー博士が提唱した主観的幸福感を問う5つの質問に7段階で回答してもらい、その合計値の分布を見た。合計値が高いほど、主観的幸福感が高い。最低値は5、最高値は35、平均値は18.09、標準偏差は5.955である。



ため(Chart 2)ではY軸の目盛りの正負を反転させている)。

やはり社会的な立場の弱い人たちが生活経営力を高く持っていないという結果になっている。指数は自己評価であって客観性が確保できていないという問題はあるものの、結果からは一定の示唆が得られるように思う。

では前項で取り上げた「生活の金銭的余裕度」との関係はどうであろうか。結果はChart 3のようになった。これもやはり余裕度が高いほど生活経営力指数が高くなっている。しかも平均値

の差が大きいことが特徴として挙げられる。「非常に余裕がある」と「全く余裕がない」における生活経営力指数の平均値の差は絶対値で約1・8もある。社会的に困難な状況にある人ほど生活経営力が乏しいと考えていることは明らかである。

生活経営力がないから生活に余裕がないのか、生活に余裕がないから生活経営力の自己評価が低いのか、因果関係はこの分析だけではわからない。しかし生活経営力を高めるという教育や啓発活動の必要性にもっと目を向ける

その3 主観的幸福感を計測するための指標

ここからはウェルビーイングの評価指標の一つである個人の主観的幸福感に焦点をあてる。主観的幸福感の「評価」にはいくつかの方法がある。ここでは代表的な2つの指標を紹介する。第一は「あなたの現在の幸福度を0(＝

「もう一度同じ人生を繰り返すとしても不満に思うことはない」。ここでは紙幅の都合からディーナー尺度の分布のみをChart 4に示す。これらの指標を利用する研究から多くの成果が得られている。よく知られているところでは男性よりも女性の主観的幸福感が高い傾向にある、あるいは中年期に幸福感が低くなり、高齢期に幸福感が高くなるなどである。

ただし同じ主観的幸福感を表す尺度であっても計測方法が違えばその結果も異なる。両指標の相関係数は0・59程度と一定の高さを示しているが、内容を検討すると「0～10評価」が「現在の状態」を評価する傾向があるのに対し、ディーナー尺度は「過去から現在までに達成してきたもの」の評価との関係が強いようだ。

その4 感謝介入法には意味がある

主観的幸福感の研究には、いかにそれ(主観的幸福感)を高めるかという方法についての取り組みもある。「感

謝介入法」はその中の一つで、感謝という実感を生活の中で得るような介入を行うというものである。実験的な取り組みとその結果が報告されており、例えば、その日にあった、人に感謝すべき出来事を20分程度思い出す、考えるという習慣をつけることで主観的幸福感が上昇したといった研究がある。

他者に感謝するという行いがなぜ主観的幸福感を高めることになるのか。感謝する＝ありがたいと思う、ということは、誰かのおかげで自分の置かれた状況がよくなる、改善するということを意味する。それは言葉をかえれば幸福感が高まったということであり、それを「確認」する習慣がつけば、幸せの「評価」である主観的幸福感もおのずとよいスコアに変化するということとは理解できる。

しかし、それだけであれば感謝を強調する必要はなく「今日あった、よかったこと」を思い浮かべればよいともいえる。なぜあえて「感謝」なのか。そこには社会における支えあいの構造を実感するという要素が含まれているのではない。誰もひとりでは生きて

いくことはできず、必ず誰かのおかげで様々なことを実現している。日々の食事、交通機関、社会の安全など、生活のほぼすべてが他者や社会によって支えられている。頭ではわかっているも、つい忘れてしまいがちなその事実を改めて思い出す、確認するという行為は幸せの共有という意味でも効果的であると思われる。

幸せは自分ひとりが享受するだけでなく、皆で共有することで「伝染」するといわれている。感謝の対象は、人によさしくしてもらった、親切にしてもらったなどの「経験」に向けられることが多く、各種の研究ではお金など

他者と比較して感じる幸せよりも満足の効果を持続的だといわれている。お金の地位などのような「もつともつ」という渴望とは遠く、それが主観的幸福感の持続的な向上に資するのではないか。

では実際にはどうなのだろうか。本調査ではそれを検証するデータとして「色々なことに感謝するほうだ」という質問を活用する。「全くあてはまらない」から「非常によくあてはまる」

Chart 5

感謝習慣別幸福感的平均値

「色々なことに感謝するほうだ」という質問への回答と、ディーナーの尺度で出された主観的幸福感との関係を見た。感謝する傾向がある人ほど、主観的幸福感が高いことがわかる。

