

# イノベーションを担う人材の幸福度

吉村 英俊

## 1. はじめに

新興国における中流層の増加や国民の充足感によるモノ離れ（購買意欲の低下）などにより、販売ターゲットの中心が海外、とくに新興国へ移り、それに伴って大企業を中心に工場が海外へ移転している。加えて他国に比べて高い法人税や電力料金、新興国の台頭によるコスト競争、予測困難な為替変動、さまざまな規制は、海外消費地における“地消地産化”を加速している。また少子高齢化の進展は一向に止まることなく、活力の源泉である若い世代が減少し、多くの商店街では過去の繁栄がもはやノスタルジアとなってしまっている。このような日本経済を取り巻く外部環境の変化は、地域経済にとって脅威であり、ジャブを打たれて徐々に体力を消耗していくボクサーのように地域経済を疲弊させている。地域においては何らかの方策を講じない限り、雇用の創出どころか、維持すらできない危機的な状況を招くものと危惧されている。

地方においては、これまでも国の産業政策の動向を把握し活用しつつ、独自に政策を立案してさまざまな施策を講じてきた。昨今では国の新成長戦略に倣い、地方独自の新成長戦略を策定する地方自治体が多くみられる。例えば、北九州市では社会経済環境の変化に対応し、ポテンシャル（優位性）を十分に発揮しながら、国際的な競争時代においてもアジアの中核的な産業都市として、持続的な発展及び成長することを目指して、平成25年3月に「北九州市新成長戦略」を策定している。その他にも都道府県レベルや市レベルでさまざまな成長戦略が立案・実行され、成果を生み出している。

この中長期的な成長戦略を実現するためには、それを実施する資源（人材・資金・企業）が地域に集積していなければならない。このとき資金調達術を考え実行するのは“人”であり、また企業活動は“人”によって新たな事業が計画され実行される。このように地域の発展・成長にはさまざまな要因が挙げられるが、その中でも「人材」がきわめて重要な役割を果たすものと考えられる。ここでひとくちに人材といっても、誰でもよいわけではない。今、地域において必要とされる人材とは、新成長戦略を担うことができる人材であり、作業的な仕事に従事する人材ではなく、新たなモノやサービス、しくみを創造することができるイノベティブな人材である。アメリカの都市学者、Florida. Rはこれら人材（クリエイティブクラス）の集積が、都市の成長の源泉になるといっている<sup>1)</sup>。また、筆者は都市の成長とイノベーションを担う人材との間に強い相関があることを立証している<sup>2)</sup>。

以上より、本研究ではイノベーションを担う人材に着眼し、これら人材が住みたくなる都市とはどのような要素を備えた都市なのか、検討するものである。検討にあたっては、近年世界各国やわが国の地方自治体でも注目され、さまざまな調査がなされている「幸福度」の視点からアプローチする。これらの人材にとって、どのような要素が幸福度に影響を及ぼす

のか、また及ぼさないのか、さらにこれらの人材の幸福度を増大させるために、地方自治体はどういった方向で都市政策を講ずるべきか、その基礎的調査を行う。

## 2. 先行研究

### 2-1 わが国の幸福度に関する研究

地方自治体では、経済的な豊かさだけを追うのではなく、心の豊かさも重視した新たな地域づくりを図るため、近年「幸福度」に着眼し、その指標を作成する動きが広まっている。

例えば、熊本県では県民の総幸福量を4つの要因（「夢を持っている」「誇りがある」「経済的な安定」「将来に不安がない」）に分け、県民の現在の満足度やそれぞれの要因に対する重要度をアンケートにより調査分析している<sup>3)</sup>。また福井県をリーダー県とする11の県（青森、山形、石川、山梨、長野、奈良、鳥取、島根、高知、熊本）では、人々が幸福を感じながら、暮らすことができる社会を構築するためには、現世代の幸福だけでなく、希望を持った行動が必要であるとの考え、「ふるさと希望指数」について検討を行っている。検討の結果、5つの要素（仕事、家族、健康、教育、地域・交流）が「希望」の大きな影響を与え、これらの要素についてさらに都市と地方を比較するなど、調査分析を行っている<sup>4)</sup>。以上の二例は県という比較的広域を対象にした取り組みであったが、基礎的自治体のレベルでも行われている。東京都荒川区では、暮らし、安全・安心、地域とのつながり、生きがい、幸福度の5つの視点から区民世論調査を行い、健康、子育て・保育の要素について区民総幸福度の指標化を先行して取り組んでいる<sup>5)</sup>。なお、いずれの検討においても、性別や年齢、職業（例：自営業、会社員）などに細分化して現状を把握し、幸福度の指標化や幸福度に重大な影響を及ぼす要素の絞り込みを行った後、都市政策への活用を試みている。

表1. 地方自治体の幸福度研究例

熊本県	県民総幸福度	夢、誇り、経済的安定、将来への不安
福井県 他11県	ふるさと希望指数	健康、家族、仕事、教育、地域・交流
東京都荒川区	区民総幸福度	健康、子育て・保育

国においても、経済的な豊かさを表すGDPの上昇が心の豊かさを表す幸福感に結び付いていないという問題意識と幸福度に関する世界的な潮流を踏まえ、幸福度に関する研究会を設置して幸福度の指標化を試みている<sup>6)</sup>。研究会では経済社会状況、心身の健康、関係性を3本柱として指標化を検討（表2）している。また主観的幸福度については参照指標として、幸福度の次元の設定や他の指標の選択などを行うとしている。さらに持続可能性については3本柱とは別に検討するとし、留意点を提示している。

表 2. 幸福度に関する研究会にいる指標試案

三 本 柱	経済社会状況	所得・富、仕事、住環境、子育て・教育、安全・安心
	心身の健康	身体的健康、精神的健康
	関係性	個人・家族とのつながり、地域・社会とのつながり、ライフスタイル
主観的幸福度		主観的幸福感、理想の幸福感、将来の幸福感、人並み感、 人生（生活）満足度、感情バランス

その他、人口減少と経済衰退が進む多くの地域がある反面、確実に成長し続ける地域があるのも事実であり、これら地域のベンチマークを実施している先行研究がある<sup>7)</sup>。また特定地域を地域社会のつながり（ソーシャル・キャピタル）の視点から調査分析している研究もある<sup>8)</sup>。

なお筆者は、これまで都市の成長とイノベーションを担う人材の集積との関係に着眼し、両者の相関関係について調査し、とくにエンジニアとの関係において強い相関があることを立証している。またイノベーションを担う人材が期待する都市の特性・機能について調査し、これら人材が安全・安心・住宅、教育環境、行政支援といった着実に生活が営めることを第一に望んでいること、次いで便利さ（買い物、交通、インフラ）といった円滑に生活が営める特性・機能を重視していること、そして最後に娯楽や魅力ある企業（仕事）、都市の活気・イメージ・景観といった現在の生活をより良くするための特性・機能を期待していることを立証している<sup>9)</sup>。

## 2-2 海外の幸福度に関する取組み

幸福度は、わが国においてはブータンの国民総幸福量（GNH：Gross National Happiness）が有名である。公益財団法人荒川区自治総合研究所がまとめた海外の幸福度指標の比較（表 3）をみると、さまざまな国や機関で指標化が試みられており、これらの指標を要素別にみると、健康、生活水準、教育・訓練の3つの要素が多く、多くの国や機関で採用されていることが分かる。またOECDは、より良い暮らしの指標として、所得・資産、仕事・報酬、住居、健康状態、ワークライフバランス、教育・技能、社会とのつながり、市民参加・ガバナンス、環境の質、生活の安全、主観的幸福を挙げ、国際比較を行っている<sup>10)</sup>。

欧米では、政策目標と経済業績の評価基準を国の経済規模（量）の拡大よりも国民の幸福度（質）の向上に変えるという大胆な政策転換が、米国コロンビア大学のジョセフ・E・ステイグリッツ教授が主査となってまとめた報告書『*Mismeasuring Our Lives*』が一つの契機となって行われるようになった。EUでは2010年、経済的成長ではなく、幸福度の増大を目標に掲げる長期戦略「ヨーロッパ2020」を採択している。また同時期、米国はGDPを超える新指標として主要全国指標（KNI：Key National Indicators）を開発することを米国科学アカデミーに命じている。ちなみにこのKNIで取り扱う新指標の大きな柱は教育、社会保障、温暖化防止である<sup>11)</sup>。

表3. 世界の幸福度指標の比較

指標名	国名・機関名	生活水準	環境	文化活動	余暇時間	健康	仕事	安心安全	自治	教育訓練	コミュニティ	経済	主観的幸福
グロス・ナショナル・ハッピーネス (Gross National Happiness:GNH)	ブータン	基本的な生活	自然環境	文化	時間の使い方	健康				教育・教養	地域・共同体の活力		主観的幸福
地球幸福度指数 (Happy Planet Index: HPI)	イギリス		環境			平均余命							
人間開発指数 (Human Development Index:HDI)	国連開発計画	きちんとした生活基準				長く健康な生活				知識へのアクセス			生活満足度
個人幸福度 (Personal Wellbeing Index)	オーストラリア	生活水準				個人の健康		個人の安全、将来の安心			人間関係・コミュニティ		人生における達成
ミレニアム開発目標 (The Millennium Development Goals:MDGs)	国連	極度の貧困と飢餓の撲滅	環境の持続可能性確保			乳幼児死亡率の削減、妊産婦の健康の改善、HIV				初等教育の完全普及の達成			
カナダの幸福度指標 (Canadian Index of Well-Being:CIW)	カナダ	生活水準	環境の質	芸術・文化・余暇の状態	時間の使い方	健康			民主主義の課程への参加	教育と技術のレベル	コミュニティの活力		
WELLBEBE	ベルギー	収入	環境		余暇	健康	仕事		自治	教育	社会の相互作用		
持続可能な発展の観察 (Monitoring Sustainable Development: MONET)	スイス	社会保障および家族、住居、雇用	環境	文化および余暇	文化および余暇	健康		物理的安全		教育および科学	社会的つながりと参加、情報、移動性	社会保障および繁栄、国際貿易および競争、他生産、消費	主観的幸福
オーストラリアの進歩の尺度 (Measures of Australia's Progress)	オーストラリア		環境			個人(健康)	個人(仕事)	共生、民主主義、自治および市民権	個人(教育とトレーニング)	共生(家族、コミュニティ)	経済および経済資源		
地域のパフォーマンスと社会の進歩の測定に関する委員会 (CMEPSP)	フランス	物理的・生活水準	環境(現在および将来の状況)			健康	仕事を含む個人的活動		政治的発言力および自治	教育	社会参加および関係	経済と物理的・自然的不安定	
地域の発展の質 (REGIONAL QUALITY OF DEVELOPMENT INDEX)	イタリア	経済および労働	環境	教育と文化		健康	経済および労働力		平等の機会、参加	教育と文化		経済および労働	
先進国における子どもの幸福の研究 (An overview of child well-being in rich countries)	UNICEF	物理的・幸福				健康と安全(治安)、日常生活上のリスク		健康と安全(治安)		教育に関する幸福	友人や家族関係		主観的幸福
子ども・若者幸福度指標 (Child Well-Being Index:CWI)	アメリカ					安全/リスク行動、健康				学力	社会環境、コミュニティ・エンゲージメント	経済的幸福	感情的/精神的幸福

資料)公益財団法人荒川区自治総合研究所「荒川区民総幸福度(GAH)に関する研究プロジェクト中間報告書」

### 3. 研究の方法

本研究では前述のとおり、イノベーションを担う人材が住みたくなる都市とはどのような要素を備えた都市なのか、「幸福度」の視点から調査分析する。

調査はインターネットを活用し、まず全国の動向をアンケート調査によって把握したのち、次に北九州市の動向と比較する。なお、ここでイノベーションを担う人材とは、経営企画／事業企画、調査／マーケティング、研究／開発、クリエイター／デザイナー／コーディネーターの4つの職種とし、職種の違いによる要素の重要度の強弱についてもみてる。最後にこれらの結果をもとに、都市政策の方向を示す。

### 4. アンケート調査

#### 4-1. 調査要領

次の要領にて調査を行った。

(1) 調査対象

- ①職種 a. 経営企画／事業企画 b. 調査／マーケティング  
c. 研究／開発 d. クリエイター／デザイナー／コーディネーター

②年齢 20歳以上

(2) 調査方法 インターネット（委託先：株式会社マクロミル）

(3) 調査期間 2014年02月07日（金）～13日（木）

(4) 設問項目 章末「主要設問項目」参照

(5) 回答数 418（うち北九州市居住の回答者48）

#### 4-2. 回答者の属性

表4に示すとおり、「調査／マーケティング」は回答数が少ないため、検討から除外する。

それぞれの職種の特徴をみると、「経営企画／事業企画」は年齢が高く、60歳以上が約半数、50歳以上を含めると7割に及ぶ。さらに経営者層が多いことから世帯年収も高く、1000万円以上が4割を超える。また大学卒以上が8割を超える。「研究／開発」は各世代が概ね均等に回答しており、世帯年収において特徴はない。ただし、これらの職種の中では唯一大学院博士後期課程の修了者が15名（6.6%）いる。「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」は専門学校及び高専・短期大学卒業生が多く、4つの職種の中では世帯年収がやや低い（以上、章末「回答者の属性」参照）。

表4. 職種別回答者数

職 種	全 体		うち北九州市	
	人数	割合	人数	割合
a. 経営企画／事業企画	63	15.1%	13	27.1%
b. 調査／マーケティング	6	1.4%	0	0%
c. 研究／開発	228	54.5%	27	56.2%
d. クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	28.9%	8	16.7%
計	418		48	

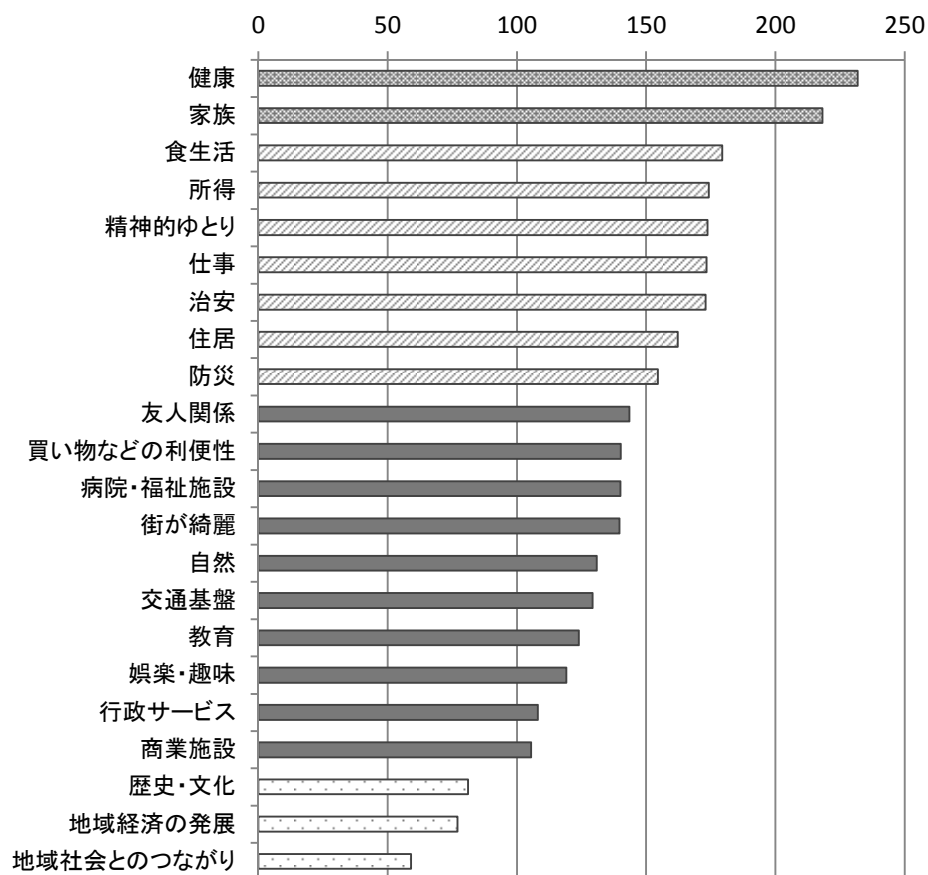
その他、回答者の地域別の内訳は、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）が161（38.5%）、大阪圏（大阪府、京都府、兵庫県）が52（12.4%）となっており、大都市圏への過度な集中はなかったと判断する。また男女比は男性328（78.5%）、女性90（21.5%）であった。やや特徴的なのは未婚者が182（43.5%）もおり、よって子供がいない人が220（52.6%）も存在することであった。

#### 4-3. 調査結果

##### (1) 幸せな（充実した）生活を送る上で重要な要素

図1に示す22の要素に対して重要度を評価し重み付けを行った結果、200点を超える最重要と考える要素は「健康」「家族」であり、さまざまな先行研究と同様の結果を得ることができた。またこれに続く150点を超える重要と考える要素は「食生活」「所得」「精神的ゆとり」「仕事」「治安」「住居」「防災」であり、これら職種に就く人は仕事環境や生活環境への関心が高いことが分かる。

一方、評価が低い要素は「地域社会とのつながり」「地域経済の発展」「歴史・文化」であり、自分の生活以外にはあまり関心がないことが分かる。震災以降、絆の重要性が再認識されている中で、地域社会とのつながりが最も低いのは意外である。また自分自身の仕事や生活に影響を及ぼす地域経済に対しても関心が低い。



《重み付けの基準》

とても重要である×3、重要である×2、どちらかといえば重要である×1、どちらともいえない×0

どちらかといえば重要でない▲1、重要でない▲2、まったく重要でない▲3

図1. 要素の重要度 (N=418)

以上の結果に対して、これらの職種の特徴と思われる「仕事」「所得」「地域社会とのつながり」「地域経済の発展」「歴史・文化」の5つの要素について職種別にみている。

仕事及び所得については、3者の中ではやや「研究／開発」が低い評価を示すものの、大きな差異はない。

一方、低評価の3要素についてみると、特異な結果がみられる。「経営企画／事業企画」は年齢が高く経営者層が多いことから、他2者に比べて総じて高い評価を示している。一方、「研究／開発」と「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」は、結果をみる限り自分が住んでいる地域にあまり関心や愛着がないといえる。言い換えれば、良い仕事と安定した生活があればよいのであり、これは地域にとってプラスともマイナスとも捉えることができる。彼ら・彼女らにとって地域が都合の良い環境を提供できれば、比較的容易に惹きつけることができるし、そうでなければ良い環境の都市へさっさと逃げていってしまう。なお「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」は、「地域社会とのつながり」と「地域経済の発展」については「研究／開発」と同様の評価を示すが、「歴史・文化」に対しては職業柄や

や高い評価を示している。しかし、それでも「経営企画や事業企画」には及ばない。

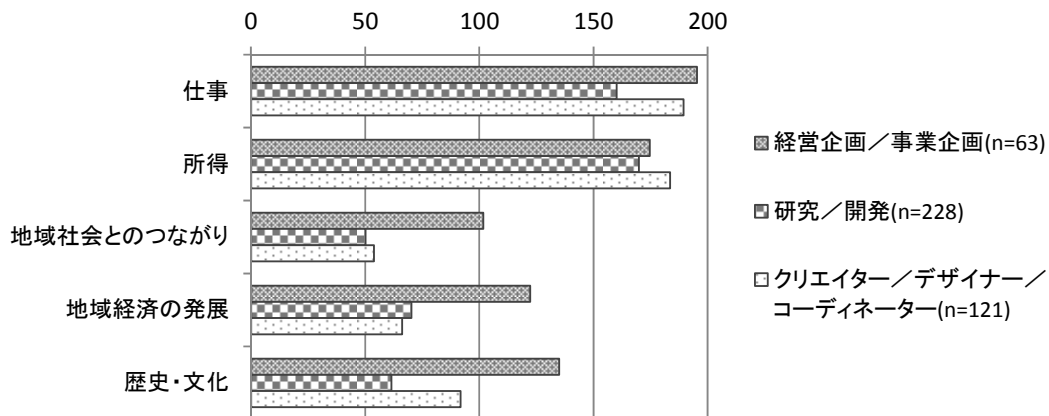


図2. 職種別にみた要素の重要度

次に北九州市の動向と全国を比較してみた。図3からも分かるように、ほぼ同様の傾向を示すものの、北九州市の方が交通基盤と娯楽・趣味を除くすべての要素に対して、全国よりも高い評価を与えている。とくに差異が大きい要素は「教育」「地域社会とのつながり」「地域経済の発展」「住居」である。北九州市においては、近年人口が僅かながら減少しており、歯止めがかからない状況にある。こういった状況に対して、多くの住民が危機意識を持っていることから、「地域経済の発展」や「教育」に対して高い関心を寄せているものと思われる。同様に高齢化率が政令指定都市で最も高く、このことは高齢化社会を是認した街づくりの必要性を住民に喚起するものであり、「地域社会のつながり」への高い関心に繋がっていると思われる。「住居」については、当地域の住民の高い地元志向と、生活コストが低い住宅を比較的容易に取得できることから、このような高い評価になっているものと思われる。

サンプル数が少ないため信憑性に欠けるものの、この動向を職種別にみると、「研究/開発」は全国に比べて地域に対して関心が高いものの、「クリエイター/デザイナー/コーディネーター」は総じて低く、「地域社会とのつながり」についてはとくに関心が低い(図4)。



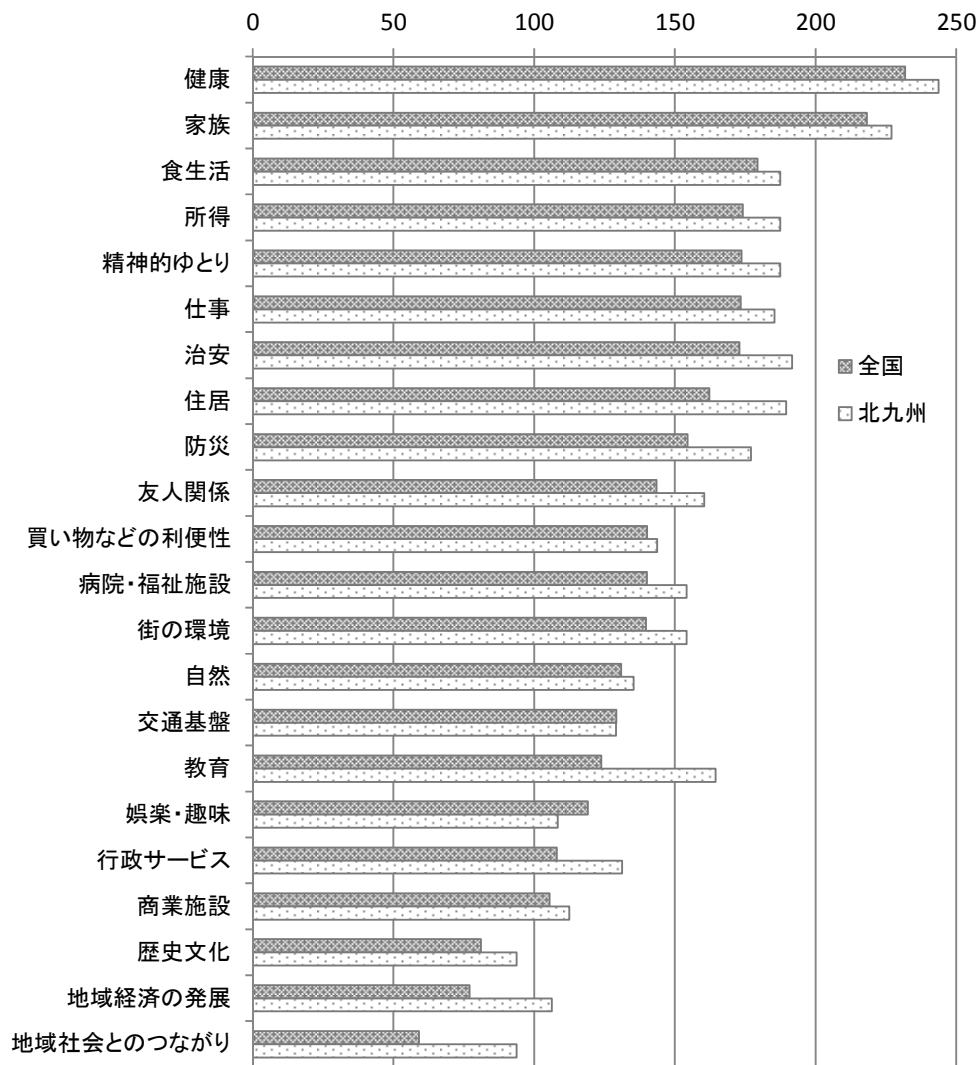


図3. 北九州市と全国の比較

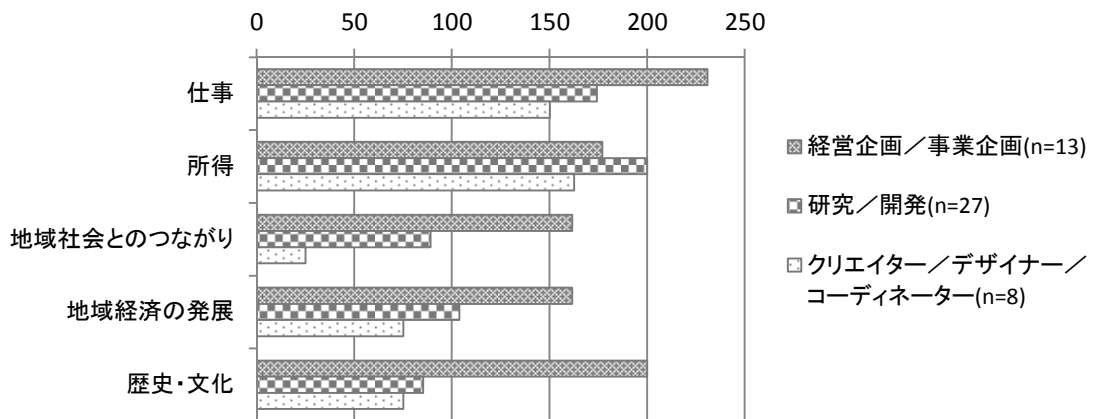


図4. 北九州市における職種別に見た要素の重要度

## (2) 現在の生活満足度及び幸福度

生活満足度については68.4%、幸福度については76.1%の人が程度の多少はあれ、現在満足していることが分かる。

生活満足度と幸福度では、先行研究で言及されているとおり、幸福度の方が生活満足度よりもやや高い満足度を示している。いうなれば“多少の不満はあるが、総じて幸せである”といった感じではないかと思われる。

以下、生活満足度について詳述する。

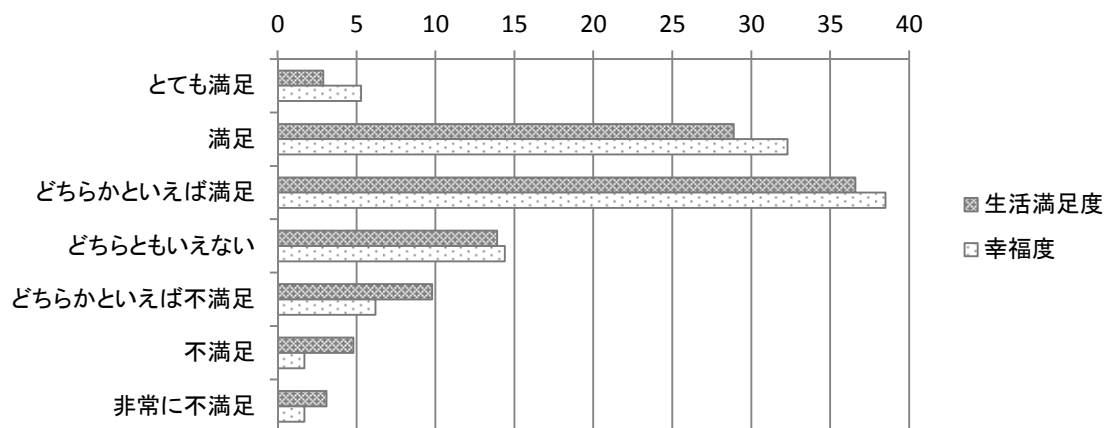


図5. 現在の生活満足度及び幸福度

## (3) 生活満足度の実状

現在の生活満足度を職種別にみると、「経営企画／事業企画」は満足度が高く、「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」は満足度が低いことが分かる。なお、「研究／開発」は両者の中間に位置づけられる。

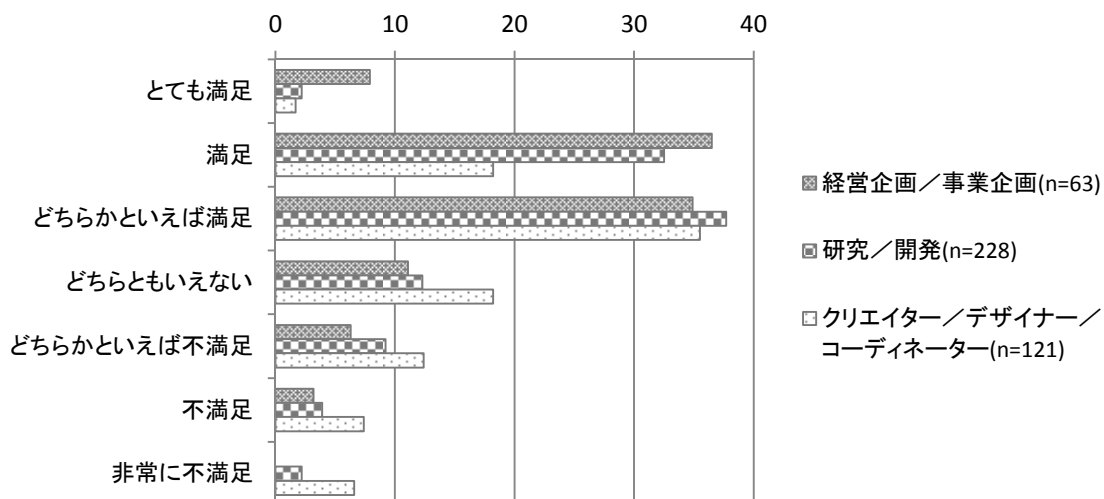


図6. 職種別（全国）の生活満足度 (N=418)

それではなぜ満足しているのか、その要因を「経営企画／事業企画」についてみると、「家族」や「仕事」「健康」を挙げている。一方、「地域経済の発展」や「商業施設」「病院・福祉施設」「歴史・文化」「防災」「行政サービス」への評価は低く、この傾向は「研究／開発」においても同様である。これら商業施設や病院・福祉施設、行政サービスなど、地域（地方自治体）が整備・提供する環境（要素）はきちんとできて当たり前であり、取り立てて重要ではないのかもしれない。

不満足の原因をみると、「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」及び「研究／開発」ともに「仕事」「所得」「精神的ゆとり」を挙げている人が多く、現在やりがいのある仕事ではない仕事をし、忙しい割に所得が少ない状況にあるのではないかとと思われる。

次に北九州市の状況をみると、北九州市の満足度が全国に比べて低いことが分かる（図7）。

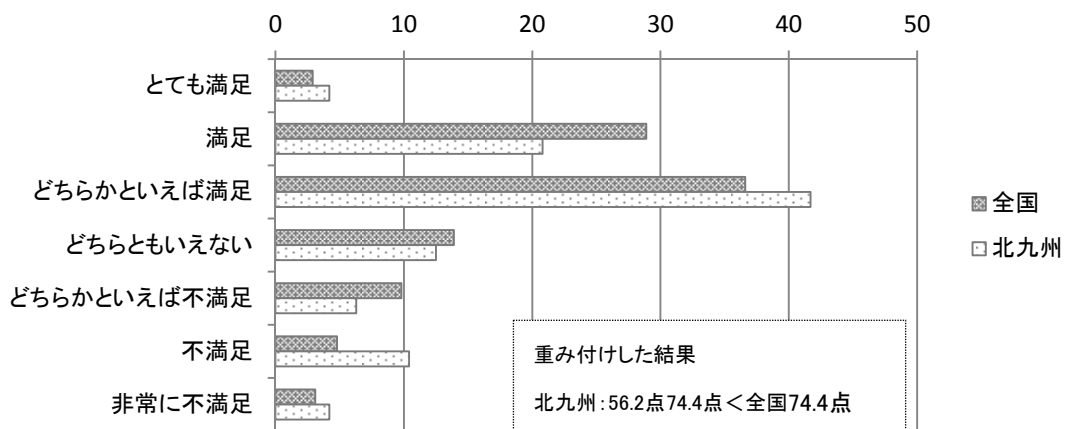


図7. 生活満足度の北九州市と全国の比較

この現状を職種別にみると、全国同様に「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」の評価が低く、これら職種においては「とても満足」及び「満足」している人がまったくいない。前述のとおり、現在の生活に満足している人は7割近くいる（図5）が、北九州市のこれらの職種においては重み付した結果、満足している人と不満足の人との割合が同じである。それではどうして不満足なのか、その要因をみると、所得と精神的ゆとりに不満があるとしており、仕事に起因していることが分かる。また家庭においてもいろいろと問題を抱えていることが推察される（表5）。

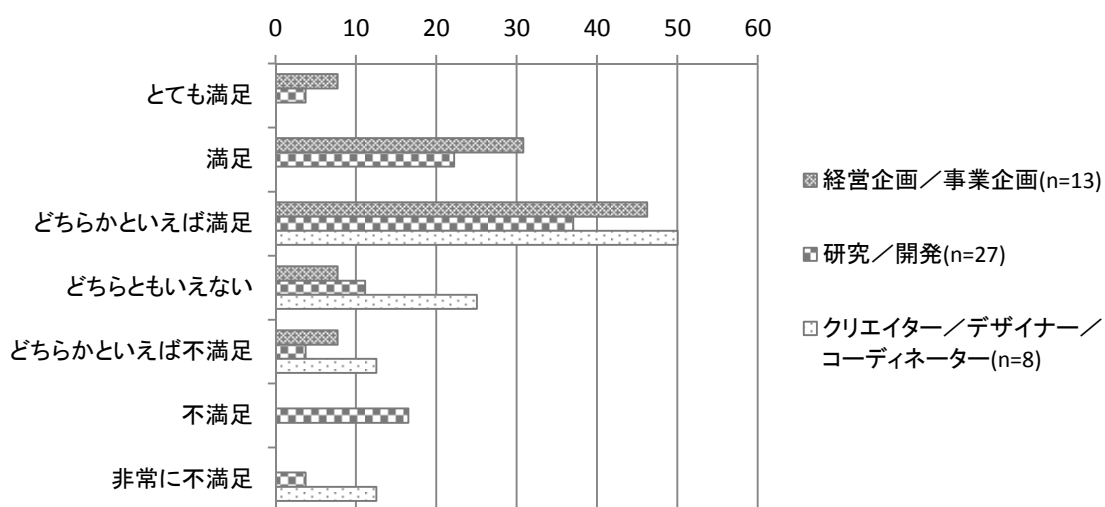


図8. 職種別（北九州市）の生活満足度（N=48）

表5. 不満足の原因（北九州市）

	どちらかといえば不満足	不満足	非常に不満足
研究／開発	家庭 住居 精神的ゆとり	家庭 所得×4 住居 治安 地域経済の発展 精神的ゆとり×2	家庭 所得 精神的ゆとり
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	-	所得 健康	家庭 所得 精神的ゆとり

#### 4-4. 調査結果の総括

以上の調査結果を総括すると、「健康」や「家族」は生活を営む上での基盤であり、万人が最重要視する要素であるといえる。一方、震災以降、地域コミュニティや人と人の繋がり（絆）の重要性が再認識されている中で、「経営企画／事業企画」に携わる比較的年配の方を除いて、地域社会への関心が低いのが特徴的である。また、まちなぎわいを醸し出す「商業施設」や日常生活の安心を支える「病院・福祉施設」、生活に潤いを与える「歴史・文化」への評価が低い。「交通基盤」や「行政サービス」に対しても同様である。さらに「仕事」や「所得」を重視するにもかかわらず、「地域経済の発展」への関心が低いのはやや無責任な印象を感じてしまう。このことは地方自治体がさまざまな施策を講じても、あまり関心がない、言い換えれば効果が期待できないともいえる。

北九州市においても同様であり、「研究／開発」「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」において満足度が低い。原因は一言でいえば“魅力的な働き口がない”ためである。

## 5. イノベーションを担う人材の確保に向けた示唆

幸せな（充実した）生活を送る上で重要であると考えられる上位10の要素（図1）を体系化すると、「生きる上での土台」と「安心・安全」「魅力的な働き口」の3つに分けることができる。またこれらの要素は自分自身が直接対応すべき能動的な取り組みと、地方自治体などが対応してくれる受動的な取り組みに大別することができ、ここでは後者について考える。

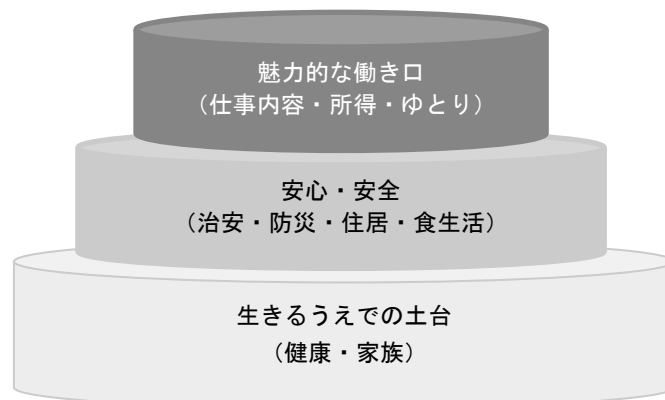


図9. 生活満足度及び幸福度と要素の関係

生きる上での土台である「健康」や「家族」は、個人による能動的な行為であり、地元自治体は側面支援に徹する必要がある。具体的には病院などの施設整備や、検診制度や相談窓口の充実などが考えられる。

安心・安全を実現する要素である「治安」「防災」「住居」「食生活」については、地元自治体は住民の意見を踏まえ、優先順位を付けて粛々と実施するしかない。どちらかといえば、できてあたり前といった感覚で捉えているものと思われ、実施しなかった時の失望感は大大きく、転出のきっかけになりかねないと思われる。

魅力的な働き口の定義が曖昧ではあるが、「研究／開発」や「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」にとって、不満足最大の要因であり、地元自治体は仕事内容と高所得を満足する企業の集積に注力する必要がある。また精神的なゆとりを確保するために、企業のワークライフバランスを推進し、行政は普及啓蒙に努める必要がある。前述したが、これらの職種の人には地域への関心が低く、愛着や定住志向が弱いため、子供が転校できないなどの家族の制約などが無い限り、良い条件の都市へ簡単に移動することが考えられる。いいかえれば、良い条件を提供できれば、これらの職種の人を比較的容易に転入させることできるのではないかと考える。

## 6. 今後の課題

魅力的な企業の有無が、「研究／開発」や「クリエイター／デザイナー／コーディネーター」の満足度に大きな影響を及ぼすことから、これらの職種に従事する人にとって魅力的な仕事とはどういったものか、また魅力的な企業はどういった要素を備えた都市に立地したいのかといった視点から今後調査研究を進めていきたい。

### 注

- 1) Florida. R (2002)
- 2) 吉村英俊 (2009)
- 3) 熊本県企画振興部企画課 (2011)
- 4) ふるさと希望指数 (LHI) 研究プロジェクト (2012)
- 5) 公益財団法人荒川区自治総合研究所 (2011)
- 6) 幸福度に関する研究会 (2011)
- 7) 根本祐二 (2013)
- 8) 小林好宏、梶井祥子 (2011)
- 9) 吉村英俊 (2009) 再掲
- 10) OECD編著 (2012)
- 11) 福島清彦 (2011)

### 参考文献

- 1) Florida R., The rise of the Creative Class, Basic Books, 2002 (井口典夫訳『クリエイティブ資本論』ダイヤモンド社2008.2)
- 2) 宮川公男、大守隆編著『ソーシャル・キャピタルー現代経済社会のガバナンスの基礎』東洋経済新報社、2004.9
- 3) 吉村英俊「イノベーションを担う人材の吸引」『イノベーション構造と都市創生』海鳥社、2009.12
- 4) 大竹文雄、白石小百合、筒井義郎編著『日本の幸福度ー格差・労働・家族』日本評論社、2010.7
- 5) 福島清彦『国富論から幸福論へーGDP成長を超えて暮らしの質を高める時代ー』税務経理協会、2011.5
- 6) 公益財団法人荒川区自治総合研究所「荒川区民総幸福度 (GAH) に関する研究プロジェクト中間報告書」2011.8
- 7) 幸福度に関する研究会「幸福度に関する研究会報告 (案)ー幸福度指標試案ー」2011.8
- 8) みずほ総合研究所「日本人の幸福の源泉を探る～アンケート調査結果にみる日本人の主観的幸福度～」2011.10
- 9) 小林好宏、梶井祥子編著『これからの選択 ソーシャル・キャピタル 地域に住むプライ

- ド』北海道開発協会、2011.10
- 10) 南伸太郎 「「幸福度」を通じてみえる九州の地域課題」九州経済月報、2012.1
  - 11) ふるさと希望指数(LHI)研究プロジェクト「ふるさと希望指数(LHI:Local Hope Index) 研究報告書」2012.3
  - 12) 熊本県企画振興部企画課「「県民幸福量を図る指標の作成に係る調査研究」報告書」2012.3
  - 13) OECD編著『OECD幸福度白書ーより良い暮らし指標：生活向上と社会進歩の国際比較』明石書店、2012.12
  - 14) 根本祐二『「豊かな地域」はどこがちがうのかー地域間競争の時代』ちくま新書、2013.1

【主要設問項目】

(1) 幸せな（充実した）生活を送る上で、以下の要素はどのくらい重要か。

	とても重要である	重要である	どちらかといえば重要である	どちらともいえない	重要でない	どちらかといえば重要でない	重要でない	全く重要ではない	分からない
家族									
仕事									
教育									
自然									
歴史・文化									
地域社会とのつながり									
所得									
買い物などの利便性									
住居									
健康									
食生活									
街が綺麗									
治安									
防災									
友人関係									
交通基盤									
病院・福祉施設									
商業施設									
娯楽・趣味									
地域経済の発展									
精神的ゆとり									
行政サービス									

(2)-1 現在の生活に満足しているか。

- ①とても満足している ②満足している ③どちらかといえば満足している  
 ④どちらともいえない ⑤どちらかといえば不満足である ⑥不満足である  
 ⑦非常に不満足である

(2)-2 前問に対して、それはなぜか（3つまで）

- ①家族 ②仕事 ③教育 ④自然 ⑤歴史・文化 ⑥地域社会とのつながり ⑦所得



- ⑧買い物などの利便性 ⑨住居 ⑩健康 ⑪食生活 ⑫街が綺麗 ⑬治安 ⑭防災  
⑮友人関係 ⑯交通基盤 ⑰病院・福祉施設 ⑱商業施設 ⑲娯楽・趣味  
⑳地域経済の発展 ㉑精神的ゆとり ㉒行政サービス ㉓その他

(3)-1 現在幸せか。

- ①とても幸せである ②幸せである ③どちらかといえば幸せである  
④どちらともいえない ⑤どちらかといえば不幸せである ⑥不幸せである  
⑦非常に不幸せである

(3)-2 前問に対して、それはなぜか（3つまで）

- ①家族 ②仕事 ③教育 ④自然 ⑤歴史・文化 ⑥地域社会とのつながり ⑦所得  
⑧買い物などの利便性 ⑨住居 ⑩健康 ⑪食生活 ⑫街が綺麗 ⑬治安 ⑭防災  
⑮友人関係 ⑯交通基盤 ⑰病院・福祉施設 ⑱商業施設 ⑲娯楽・趣味  
⑳地域経済の発展 ㉑精神的ゆとり ㉒行政サービス ㉓その他

【回答者の属性】

(1) 職種×年代

		N/n	20代	30代	40代	50代	60才以上
全体	計	418	20.1	19.9	19.9	20.1	20.1
	経営企画／事業企画	63	6.3	4.8	20.6	15.9	52.4
	研究／開発	228	22.4	23.2	19.3	22.4	12.7
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	24.0	21.5	20.7	17.4	16.5
北九州	計	48	14.6	18.8	22.9	22.9	20.8
	経営企画／事業企画	13	0.0	0.0	30.8	23.1	46.2
	研究／開発	27	14.8	29.6	25.9	22.2	7.4
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	37.5	12.5	0.0	25.0	25.0

(2) 年代×世帯年収

		N/n	300万円未満	300万円台	400万円台	500万円台	600万円台	700万円台	800万円台	900万円台	1000万円以上	わからない 答えたくない
全体	計	418	9.1	10.0	11.7	8.9	8.6	10.3	5.7	5.5	16.5	13.6
	20代	84	20.2	19.0	17.9	8.3	1.2	8.3	3.6	8.3	4.8	8.3
	30代	83	9.6	12.0	14.5	7.2	13.3	6.0	9.6	4.8	7.2	15.7
	40代	83	6.0	3.6	13.3	12.0	10.8	12.0	6.0	4.8	15.7	15.7
	50代	84	3.6	6.0	7.1	7.1	6.0	11.9	6.0	3.6	33.3	15.5
	60才以上	84	5.0	8.0	5.0	8.0	10.0	11.0	3.0	5.0	18.0	11.0
北九州	計	48	8.3	8.3	8.3	10.4	14.6	10.4	10.4	6.3	12.5	10.4
	20代	7	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0
	30代	9	0.0	11.1	0.0	33.3	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0	11.1
	40代	11	0.0	0.0	27.3	0.0	18.2	18.2	9.1	0.0	27.3	0.0
	50代	11	18.2	0.0	9.1	9.1	9.1	9.1	18.2	0.0	9.1	18.2
	60才以上	10	0.0	10.0	0.0	10.0	30.0	0.0	0.0	10.0	20.0	20.0

(3) 職種×世帯年収

		N/n	300万円未満	300万円台	400万円台	500万円台	600万円台	700万円台	800万円台	900万円台	1000万円以上	わからない 答えたくない
全体	計	418	9.1	10.0	11.7	8.9	8.6	10.3	5.7	5.5	16.5	13.6
	経営企画／事業企画	63	3.2	6.3	4.8	4.8	7.9	14.3	1.6	4.8	36.5	15.9
	研究／開発	228	6.6	9.6	15.4	8.8	11.0	12.3	7.5	7.0	13.2	8.8
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	16.5	13.2	9.1	10.7	5.0	4.1	5.0	2.5	12.4	21.5
北九州	計	48	8.3	8.3	8.3	10.4	14.6	10.4	10.4	6.3	12.5	10.4
	経営企画／事業企画	13	0.0	0.0	0.0	0.0	23.1	15.4	0.0	7.7	30.8	23.1
	研究／開発	27	14.8	7.4	11.1	14.8	14.8	11.1	14.8	0.0	7.4	3.7
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	0.0	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0	12.5

(4) 職種×最終学歴

		N/n	中学校	高等学校	専門学校	高専 短期大学	大学	大学院 博士前期	大学院 博士後期	その他
全体	計	418	0.7	10.5	11.0	6.5	50.0	17.7	3.6	0.0
	経営企画／事業企画	63	1.6	11.1	3.2	3.2	68.3	12.7	0.0	0.0
	研究／開発	228	0.0	7.9	6.6	4.4	46.9	27.6	6.6	0.0
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	1.7	14.9	24.0	12.4	44.6	2.5	0.0	0.0
北九州	計	48	0.0	6.3	12.5	10.4	50.0	20.8	0.0	0.0
	経営企画／事業企画	13	0.0	0.0	7.7	7.7	61.5	23.1	0.0	0.0
	研究／開発	27	0.0	7.4	7.4	11.1	48.1	25.9	0.0	0.0
	クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	0.0	12.5	37.5	12.5	37.5	0.0	0.0	0.0

注：大学院博士後期課程単位取得満期退学は、大学院博士前期に含まれる

【回答結果の詳細データ】

(5) 職種×幸せな（充実した）生活を送る上で必要な要素の重要度

	N/n	とても重要である	重要である	どちらかといえば重要である	どちらともいえない	どちらかといえば重要でない	重要でない	全く重要ではない	分からない
【家族】	418	53.1	25.6	11.7	6.5	1.4	1.0	0.2	0.5
経営企画／事業企画	63	61.9	30.2	6.3	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	55.3	24.6	11.0	7.0	0.9	0.9	0.0	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	44.6	24.8	15.7	9.1	2.5	1.7	0.8	0.8
【仕事】	418	24.9	39.2	25.1	6.9	2.6	0.7	0.2	0.2
経営企画／事業企画	63	28.6	50.8	11.1	7.9	0.0	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	22.4	36.0	28.1	7.9	3.9	0.9	0.4	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	28.9	38.8	26.4	4.1	1.7	0.0	0.0	0.0
【教育】	418	11.2	35.2	29.9	17.5	2.6	1.2	1.7	0.7
経営企画／事業企画	63	20.6	46.0	19.0	11.1	1.6	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	9.6	33.3	31.1	20.6	2.6	0.4	0.9	1.3
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	9.9	33.1	32.2	15.7	2.5	2.5	4.1	0.0
【自然】	418	12.4	33.3	33.0	16.7	3.1	0.7	0.5	0.2
経営企画／事業企画	63	14.3	47.6	28.6	7.9	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	10.5	29.8	35.5	20.2	2.2	0.9	0.4	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	15.7	31.4	31.4	14.9	5.0	0.8	0.8	0.0
【歴史・文化】	418	6.9	22.2	31.3	25.8	9.8	2.9	0.0	1.0
経営企画／事業企画	63	12.7	38.1	28.6	14.3	4.8	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	5.7	14.9	32.9	30.3	11.4	3.5	0.0	1.3
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	6.6	28.1	28.9	24.8	8.3	2.5	0.0	0.8
【地域社会とのつながり】	418	4.8	15.1	36.8	28.9	8.1	3.1	2.6	0.5
経営企画／事業企画	63	6.3	33.3	28.6	22.2	7.9	0.0	1.6	0.0
研究／開発	228	4.8	8.8	40.8	30.3	8.8	4.4	1.8	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	4.1	16.5	33.9	31.4	5.8	2.5	5.0	0.8
【所得】	418	21.5	42.8	25.4	8.4	1.4	0.0	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	14.3	54.0	25.4	4.8	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	22.4	39.5	25.0	11.0	1.3	0.0	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	24.8	41.3	27.3	5.8	0.8	0.0	0.0	0.0
【買い物などの利便性】	418	9.6	39.7	34.9	13.2	2.2	0.0	0.2	0.2
経営企画／事業企画	63	7.9	42.9	36.5	9.5	1.6	0.0	1.6	0.0
研究／開発	228	9.2	35.1	36.0	16.7	2.6	0.0	0.0	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	11.6	47.1	31.4	8.3	1.7	0.0	0.0	0.0
【住居】	418	18.9	40.4	28.2	9.8	1.4	0.7	0.2	0.2
経営企画／事業企画	63	23.8	36.5	33.3	4.8	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	15.8	40.4	28.1	12.7	1.3	0.9	0.4	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	23.1	43.0	24.8	7.4	0.8	0.8	0.0	0.0
【健康】	418	55.5	28.9	9.3	3.8	1.9	0.0	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	68.3	25.4	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	50.4	31.6	8.8	5.7	2.6	0.0	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	58.7	25.6	12.4	2.5	0.8	0.0	0.0	0.0
【食生活】	418	24.6	42.6	22.0	8.9	1.7	0.0	0.0	0.2
経営企画／事業企画	63	25.4	54.0	14.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	20.2	40.8	25.4	11.4	1.8	0.0	0.0	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	33.9	39.7	19.8	5.0	1.7	0.0	0.0	0.0
【街の環境】	418	11.2	36.8	35.2	13.9	1.9	0.5	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	9.5	42.9	34.9	9.5	1.6	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	9.6	33.8	34.2	18.9	2.2	0.4	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	15.7	40.5	36.4	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0
【治安】	418	23.0	39.2	26.8	9.3	1.2	0.0	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	27.0	50.8	19.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	22.4	35.5	27.2	12.7	1.3	0.0	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	23.1	41.3	28.1	6.6	0.8	0.0	0.0	0.0
【防災】	418	14.4	41.1	30.9	12.0	0.7	0.5	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	20.6	49.2	20.6	6.3	3.2	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	11.8	37.3	33.3	15.8	0.0	0.9	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	16.5	45.5	29.8	7.4	0.8	0.0	0.0	0.0

	N/n	とても重要である	重要である	どちらかといえば重要である	どちらともいえない	どちらかといえば重要でない	重要でない	全く重要ではない	分からない
【友人関係】									
	418	17.7	35.2	25.8	17.2	1.9	1.2	0.5	0.5
経営企画／事業企画	63	20.6	44.4	22.2	11.1	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	13.2	34.6	26.3	21.5	1.3	1.8	0.4	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	24.8	32.2	25.6	13.2	2.5	0.8	0.8	0.0
【交通基盤】									
	418	9.6	32.5	39.5	14.8	2.4	0.5	0.2	0.5
経営企画／事業企画	63	9.5	41.3	31.7	14.3	1.6	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	7.9	26.3	44.3	17.5	2.6	0.4	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	13.2	39.7	34.7	9.9	1.7	0.0	0.8	0.0
【病院・福祉施設】									
	418	11.5	37.1	34.9	13.9	1.7	0.2	0.5	0.2
経営企画／事業企画	63	11.1	52.4	28.6	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	11.4	32.9	37.7	14.9	1.8	0.4	0.4	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	12.4	37.2	33.1	14.9	1.7	0.0	0.8	0.0
【商業施設】									
	418	5.7	28.7	39.7	19.1	4.5	1.4	0.5	0.2
経営企画／事業企画	63	6.3	42.9	27.0	17.5	3.2	1.6	1.6	0.0
研究／開発	228	4.8	23.7	42.1	22.4	4.4	2.2	0.0	0.4
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	7.4	30.6	42.1	14.0	5.0	0.0	0.8	0.0
【娯楽・趣味】									
	418	12.4	29.2	31.3	20.3	4.8	1.2	0.2	0.5
経営企画／事業企画	63	12.7	36.5	25.4	17.5	6.3	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	10.1	25.9	33.3	24.1	4.4	1.3	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	17.4	31.4	30.6	14.9	4.1	0.8	0.8	0.0
【地域経済の発展】									
	418	5.5	20.3	32.5	31.6	6.5	2.4	0.5	0.7
経営企画／事業企画	63	9.5	34.9	30.2	20.6	3.2	1.6	0.0	0.0
研究／開発	228	4.8	18.0	32.5	35.1	5.3	3.1	0.4	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	5.0	16.5	33.9	31.4	9.9	1.7	0.8	0.8
【精神的ゆとり】									
	418	27.8	32.8	26.6	11.0	1.2	0.2	0.0	0.5
経営企画／事業企画	63	39.7	34.9	15.9	7.9	1.6	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	21.5	29.8	32.0	14.5	0.9	0.4	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	33.9	36.4	23.1	5.8	0.8	0.0	0.0	0.0
【行政サービス】									
	418	8.1	27.0	34.9	25.4	2.6	1.0	0.2	0.7
経営企画／事業企画	63	12.7	38.1	31.7	17.5	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	228	6.6	24.1	36.0	28.5	2.6	1.3	0.0	0.9
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	121	9.1	27.3	34.7	23.1	3.3	0.8	0.8	0.8

【北九州市】	n	とても重要である	重要である	どちらかといえば重要である	どちらともいえない	どちらかといえば重要でない	重要でない	全く重要ではない	分からない
【家族】									
経営企画／事業企画	13	69.2	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	70.4	18.5	3.7	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	12.5	25.0	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0
【仕事】									
経営企画／事業企画	13	46.2	46.2	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	29.6	29.6	29.6	7.4	3.7	0.0	0.0	0.0
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	12.5	37.5	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
【所得】									
経営企画／事業企画	13	15.4	53.8	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	37.0	33.3	22.2	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	25.0	37.5	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
【買い物などの利便性】									
経営企画／事業企画	13	7.7	38.5	53.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	11.1	37.0	22.2	25.9	3.7	0.0	0.0	0.0
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	12.5	62.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
【住居】									
経営企画／事業企画	13	38.5	23.1	38.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	29.6	44.4	11.1	11.1	3.7	0.0	0.0	0.0
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	25.0	50.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
【健康】									
経営企画／事業企画	13	69.2	30.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	66.7	14.8	7.4	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	62.5	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
【友人関係】									
経営企画／事業企画	13	23.1	53.8	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	25.9	29.6	22.2	14.8	3.7	0.0	0.0	3.7
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	12.5	37.5	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
【精神的ゆとり】									
経営企画／事業企画	13	38.5	30.8	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
研究／開発	27	18.5	51.9	14.8	11.1	0.0	0.0	0.0	3.7
クリエイター／デザイナー／コーディネーター	8	25.0	62.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0