

ウェルビーイングと総合計画

～指標を使って町の資源(可能性)を探る～

2024年6月14日
まちづくり政策課企画調整係

「ウェルビーイング」に触れる

- ウェルビーイングとは？
- なぜ今、ウェルビーイングなのか？
- ウェルビーイング指標(地域幸福度指標)とはどんなもの？
- 総合計画にどう活用していくのか？

— ウェルビーイングとは？

ひとことと言うと、**幸せ実感**。

WHOでは健康を

「身体的・精神的・社会的にウェルビーイングな状態」と定義



ウェルビーイングとは、身体的・精神的・社会的に良好な状態にある
実感する幸せ。継続的に。（cf:ハッピーはもっと短期的な感情）

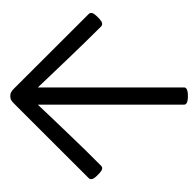
ウェルビーイングの対極にある概念は？

望まない、孤独・孤立

— なぜ、いまウェルビーイングなのか？

世界的な流れとして

- ① 物質的な豊かさの飽和・成熟化
→ GDPに代わる新たな指標の必要性
- ② 地球環境問題への対応
→ 経済成長のみを目標に掲げる社会への疑問
(SDGsも何のためだっけ？)



(^oo^o) !

— なぜ、いまウェルビーイングなのか？

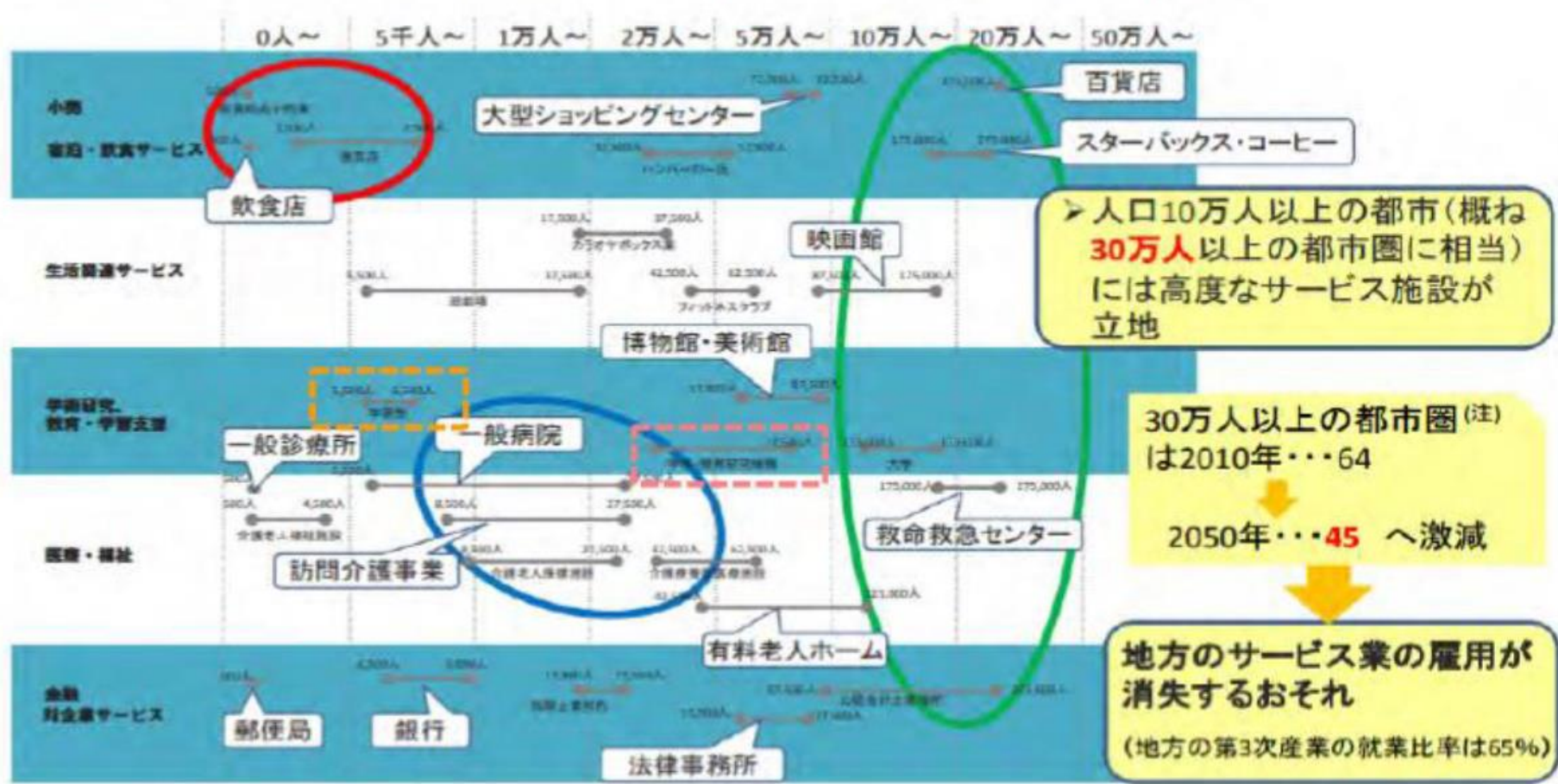
国内動向として

- ③ 人口減少社会への対応
 - 「持続可能な環境・社会・経済」、
「心ゆたかな暮らし」、
「地域発の産業革新」の3本柱を掲げる
デジタル田園都市国家構想



■ 人材の流出が続けば、地方から暮らしを支えるサービス業が消滅し、暮らせない地域が増えていく恐れ。

サービス施設の立地する確率が50%及び80%となる自治体の人口規模(三大都市圏を除く)



(出典)各種資料を基に国土交通省国土政策局作成 (注)三大都市圏を除く。

- 人口増加局面では。バス停に来るバスを待つなど、需要が供給に合わせる。しかし、人口減少局面では、バスが顧客の都合に合わせて動くなど、供給が需要に合わせることになる。
- その実現には、需給をリアルタイムで把握し、供給側の意思の確認を待たずに先にものやサービスを動かす、**デジタル基盤とデータの共有が必ず必要**となる。

人口増加局面

(国内消費拡大局面)

需要が供給に合わせる経済

交通	乗客がバス停で時刻表のバスを待つ
労働	雇用先の就業ルールに従業員が合わせる
買い物	消費者が売っている店まで買いに行く
教育	特定の学校・カリキュラムに生徒が集まる
医療	特定の医療機関とかかりつけ医に通う
物流	供給者側の指示で物流が動く
行政サービス	市役所に行って、手続きを申請する

- 人口も市場も増えるなら、供給からバリエーションを増やして、積極的に需給を調整できる。
(バスの本数が増える局面なら、調整のしようもある。)
→ 供給が需要に働きかけ、需要がそれに合わせる

人口減少局面

(国内消費縮小局面)

供給が需要に合わせる経済

迎えの車が乗客の都合に合わせる
従業員の暮らしに就業ルールが合わせる
商品が消費者の家に届けられる
生徒の側が学校・カリキュラムを選ぶ
患者が医療機関と医師を選ぶ
重要動向に合わせ自動的に物が動く
通知を受け取り、手続きが自動的に行われる

- 人口も市場も減る局面では、供給はバリエーションを削るしかなく、重要なバリエーションにあわせようがない。
(バスの本数が減る局面では、需要にあわせようがない。)
→ 需要が供給に働きかけ、供給がそれに合わせる 3

- 人口増加局面では。バス停に来るバスを待つなど、需要が供給に合わせる。しかし、人口減少局面では、バスが顧客の都合に合わせて動くなど、供給が需要に合わせることになる。
- その実現には、需給をリアルタイムで把握し、供給側の意思の確認を待たずに先にものやサービスを動かす、**デジタル基盤とデータの共有が必ず必要**となる。

人口増加局面
(国内消費拡大局面)

需要が供給に合わせる経済

交通

乗客がバス停で時刻表のバスを待つ

人口減少局面
(国内消費縮小局面)

供給が需要に合わせる経済

迎いの車が乗客の都合に合わせる

人口減少局面であっても個人個人の幸せ実感を高めたい
そのためのサービス提供を維持したい
あるいは新たな施策を展開したい
でも人的リソース(担い手)の減少は必然



1つ1つの事業の確度を高めていくことが必要

→ 供給が需要に働きかけ、需要がそれに合わせる

→ 需要が供給に働きかけ、供給がそれに合わせる 3

— なぜ、いまウェルビーイングなのか？

地方公共団体として

- ④ 社会科学的アプローチを得たうえで原点に立ち返る
→ 自治体の至上命題
「**住民の福祉の増進**を図ること(地方自治法第1条の2)」
でも、今まで出来そうが出来なかった**幸せの測定**

(人類は紀元前3世紀アリストテレスの時代から幸せを問うてきた。)

— ウェルビーイング指標とはどんなもの？ (地域幸福度指標)

ひとことで言うと、個人の幸せ実感を測定する指標。

◎ デジタル田園都市国家構想を展開する中でデジタル庁が開発

◎ 心ゆたかな暮らし × 持続可能な環境・社会・経済
(Well-being) (Sustainability)

◎ 地域における幸福度・生活満足度を計る4つの設問
生活環境・地域の人間関係・自分らしい生き方の3つの因子群
※ 3つの因子群は合計24のカテゴリーに細分して可視化

— ウェルビーイング指標とはどんなもの？

松川町として

- ◎ 総合計画の策定に際して、今後のまちづくりを議論する際の
共通言語（価値観や目的のすり合わせ）として活用したい。
しかも「幸福」という**ポジティブな価値に基づき議論**ができる。
- ◎ 課題発見～政策評価まで活用できる。



令和5年12月に**ウェルビーイング指標の測定**に対応した
町民意識調査を実施

— ウェルビーイング指標とはどんなもの？

松川町の調査状況

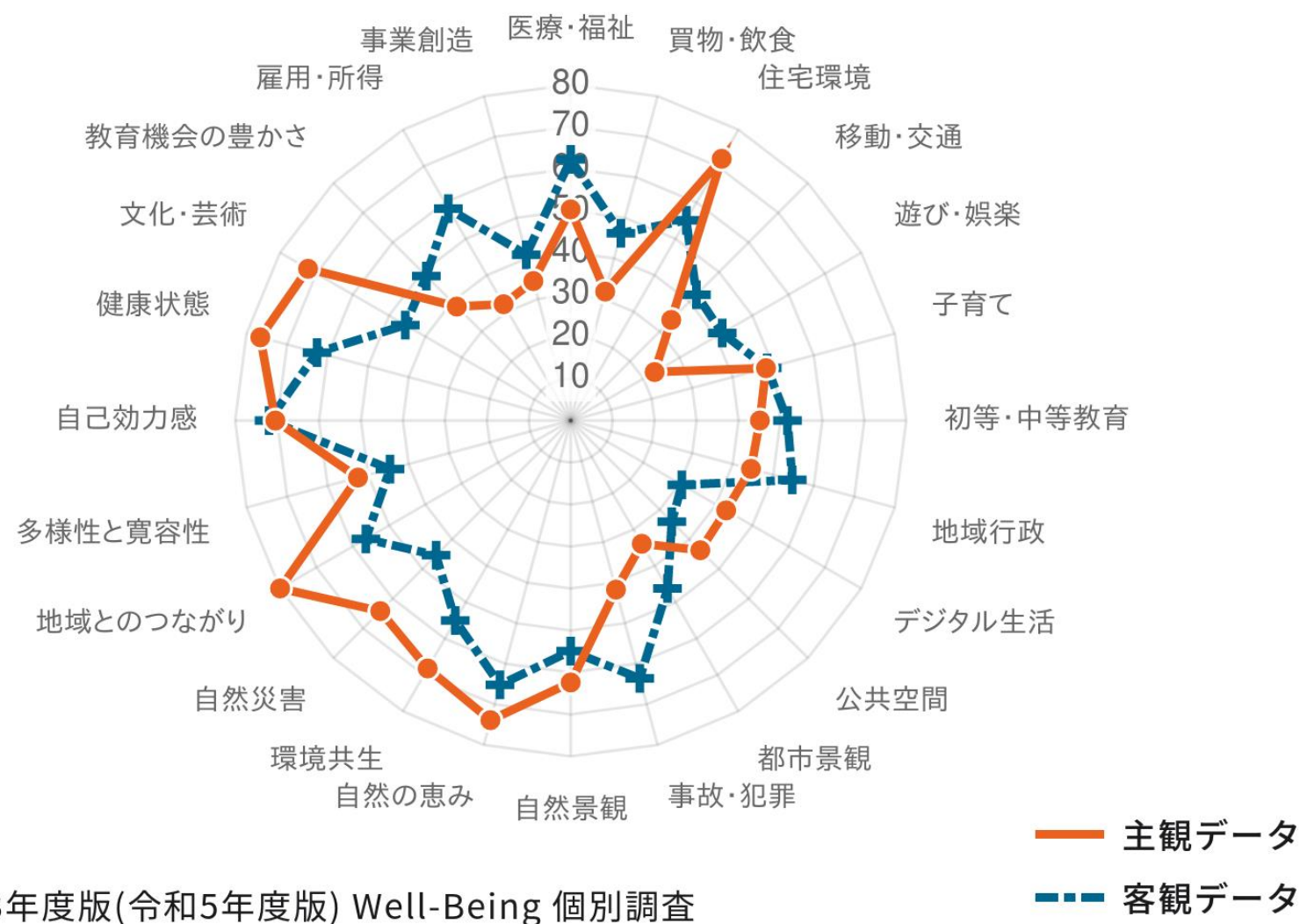
◎ 調査対象…満18～89歳の住民から2,500人を無作為抽出

◎ 回答者数…1,033人(回答率41.3%)

※ 松川町は「全国的にも取り組みが早い団体」に含まれる。

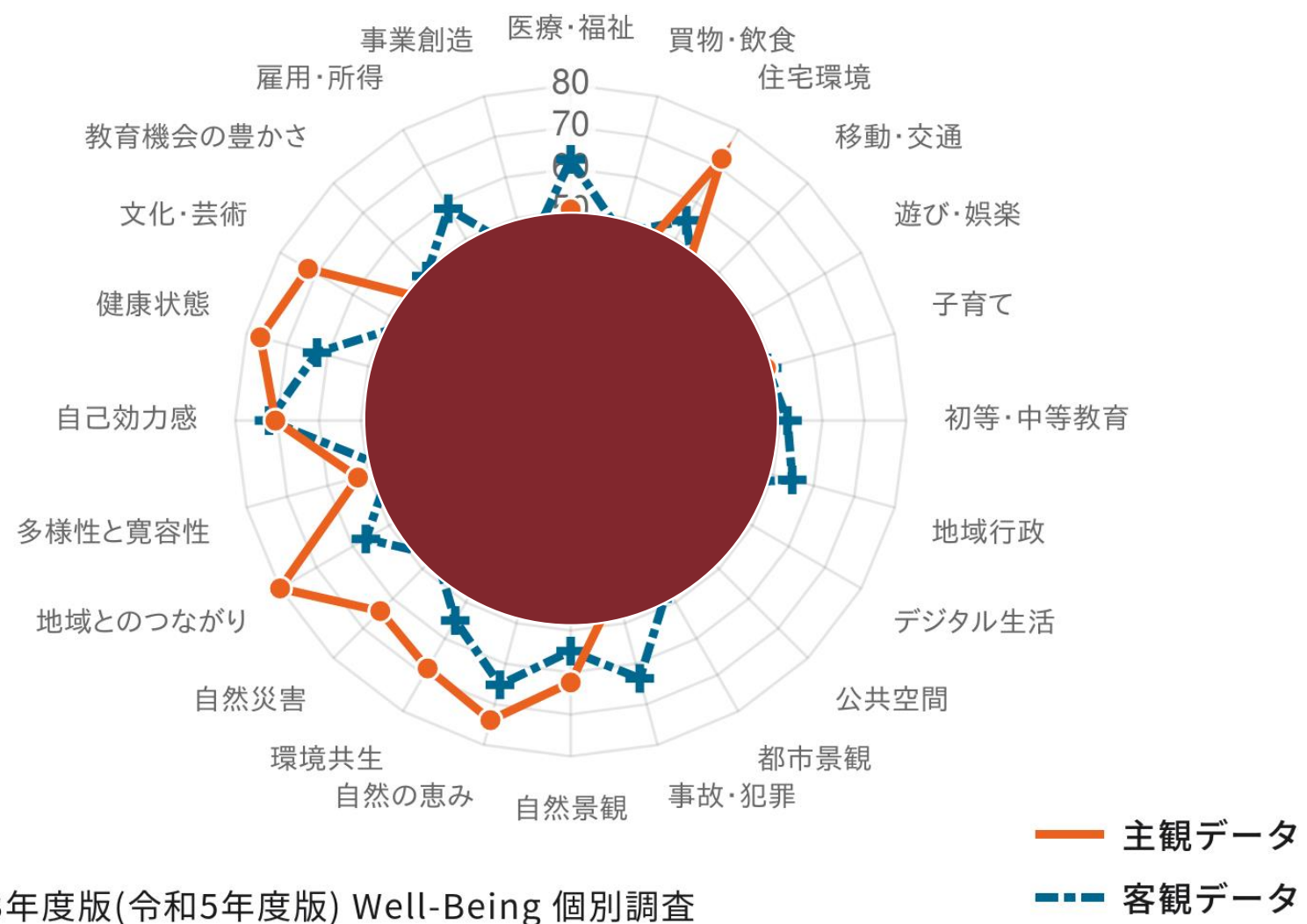
76／1,724市町村 (令和6年3月時点)

松川町の調査結果(24因子)



【出典】 2023年度版(令和5年度版) Well-Being 個別調査

主観・客観とも偏差値50超の因子＝松川町の強み



【出典】 2023年度版(令和5年度版) Well-Being 個別調査

松川町の調査結果詳細

(デジタル庁のホームページで公開中)

下記QRコード or

「 デジタル庁 ウェルビーイング指標 」 で検索



「1.ダッシュボードを見る」



「ダッシュボードを見る」



「個別調査」

「2023年度版」

「長野県」

「松川町」を選択



総合計画にどう活用していくのか？

政策分野	インプット	アウトプット	アウトカム	インパクト
子育て	施策① 施策②...	〇〇の拡充 ▼▼の向上	例) 居場所	総合的なウェルビーイングの向上
シゴトづくり	施策① 施策②...	★★の提供 〇〇の拡充	例) 仕事の選択肢	
移住・定住	施策① 施策②...	■ ■の拡充 ◎◎の整備	例) チャレンジ環境	
...等々	施策① 施策②...	△△の再構築	等々	

やります！ → 実績 → 効果はあったの？
「？」からの脱却 = 成果でみていく