

# ウェルビーイング価値観を可視化・共有するツールの活用事例 1

横山実紀<sup>†1</sup> 村田藍子<sup>†2</sup> 渡邊淳司<sup>†1,2</sup>

**概要**：近年、世界的にウェルビーイングの概念に注目が集まっている。しかし、どのようなあり方や状態がウェルビーイングであるかは人それぞれであり、社会生活の中でどのように実践に結び付けるか統一的な見解は存在しない。また、現代社会では、一人ひとりが自分のウェルビーイングに気がつき、お互いに尊重しながら行動することが求められている。そこで、筆者らはこれまで、ウェルビーイングの要因を可視化、共有することを支援するツールとして「わたしたちのウェルビーイングカード」を制作し、さまざまなワークを行ってきた。本研究では、カードの活用法の一つとしてワークショップ手順と評価モデルを提案する。さらに、実際に会社の部署で行った事例の報告を行う。

## 1. はじめに

近年、ウェルビーイング (Wellbeing/Well-being) に対する関心が高まっている。2015 年の国連で採択された「持続可能な開発目標 (SDGs)」の重要な目標の一つにも「ウェルビーイング」(目標 3) があり[1]、経済協力開発機構 (OECD) をはじめとした多くの国でもウェルビーイングに関する調査が行われている[2]。また、ユーザインタフェース設計やプロダクトデザイン[3]、会社の経営理念や働き方、自治体や行政の施策、教育等様々な分野でも取り上げられている。

本稿ではその詳細に触れることはしないが、ウェルビーイングの定義や分類、構成要因については、これまでも数多くの研究がなされている。工学分野からの代表的な分類として、ウェルビーイングを、大きく以下の 3 つに分類する立場がある[4]。「医学的ウェルビーイング (Medical Wellbeing)」：心身の機能が不全でないか、病気でないかに着目する、「快楽的ウェルビーイング (Hedonic Wellbeing)」：その瞬間の気分の良し悪しや快/不快といった主観的感情に着目する、「持続的ウェルビーイング (Eudaimonic Wellbeing)」：心身の潜在能力を発揮し、意義を感じ、周囲の人との関係のなかでいきいきと活動している包括的な状態に着目する。これらの中で持続的ウェルビーイングは、特に、日常生活に深く結びつくものとして重要性が指摘されている。例えば、世界保健機関 (WHO) の文書において「メンタルヘルス」とは、個人が自分の能力を発揮し、日常のストレスに対処し、生産的に働くことができ、地域社会に貢献することができる幸福な状態である」と述べられており、心身の健康や感情だけではなく、持続的なウェルビーイングの重要性に触れられている[5]。

前述のように、何をもって幸福と感じるか、どんな状況が持続的ウェルビーイングに重要であるかは、人それぞれ異なる。目標に取り組み成し遂げることが大切な人もいれば、家族や友人といった親しい人と過ごすことが大事な人もいる。また、自然とのつながりを大切に思う人もいる。

ただし、持続的ウェルビーイングにおいて個人がどのような“価値”を重視するかと人生満足度が関係していることは様々な研究で示されてきた [6][7][8]。また、自分が大事にしている価値に気づくことの重要性が臨床心理学やポジティブ心理学の文脈でも指摘されている [9][10]。Acceptance & Commitment Therapy (ACT) のように、自らの状態を受容し、思考を客観的に観察したうえで、価値に従って行動するといったいくつかのプロセスとして、主にケア場面で活用されている。こうした価値への気づきを得る手法は精神疾患等のケアの一環として行われることが多く、普段意識する機会は少ない。

しかし、価値観を相互に理解することは、多様な人々が暮らす社会の中で必要不可欠な資質であると考えられる。世界中の教育活動の指針となっている「OECD Learning Compass 2030」では、現時点では想定されていない課題を解決したり、不確実な中を目的に向かって進んでいくためには、「他者のアイディアや見方、価値観を尊重したり、その価値を認めることが求められる。」と明確に述べられている[11]。つまり、持続的ウェルビーイングの実現を支援するためには、それぞれの人が、それぞれの人なりのウェルビーイングの実現方法をみずから見出せるような場やツールを用意する必要がある。

そこで、筆者らは、ケアやセラピー以外の場面でも使用できる形式として、一人ひとりが自分の価値を気づき、それを他者と共有できるようなツールとして「わたしたちのウェルビーイングカード」を制作し、学びの場や働く場で行ってきた [12]。「わたしたちのウェルビーイングカード」を構成するそれぞれのカードには、「達成」「信頼」「社会貢献」「平和」といった持続的ウェルビーイングをもたらす様々な要因が書かれている。

このカードに書かれている要因は、1000 人を超える大学生に自分がウェルビーイングを感じることを 3 つ挙げてもらった回答[13] を参考に、これまでの心理学の研究を参照しながら、小中学校や企業、福祉施設等、様々な年代や職

<sup>†1</sup> 日本電信電話株式会社 社会情報研究所

<sup>†2</sup> 日本電信電話株式会社 コミュニケーション科学基礎研究所

種の方々とワークを行うなかで、実践の場でカードの構成を追加・修正、再構成しながら決定された。現在のバージョンとして、専門用語も含むスタンダード版（32種）と、要因の表記を平易にし、数を減らした学校の授業等で使用するエントリー版（26種）がある。また、カードに書かれている要因は“I”，“WE”，“SOCIETY”，“UNIVERSE”の4つのカテゴリーに分類される。“I”は自分の気持ちや行動に関する要因，“WE”は家族や友人など近い特定の人との関わりの要因，“SOCIETY”は不特定多数の他者を含む社会との関わりの要因，“UNIVERSE”は自然や世界などより大きな存在とのつながりの要因である。

これまで「価値」の要因の整理はいくつかなされているが、海外のものやそれを日本語に翻訳したものが多い。日本でも、自由記述をもとにした分析などは行われているが[14]、その事例は多くない。「わたしたちのウェルビーイングカード」の要因は、自由記述をもとにし、学術的な整合性をできるだけ担保しつつも、現場でユーザがウェルビーイングについて語りやすいことを第一に試行錯誤の中で決定されたものである。そのため、一つの基準で選ばれた相互排他的なものというよりは、要因と要因が関連しつつ、言説が引き出されるような組み合わせになっている。

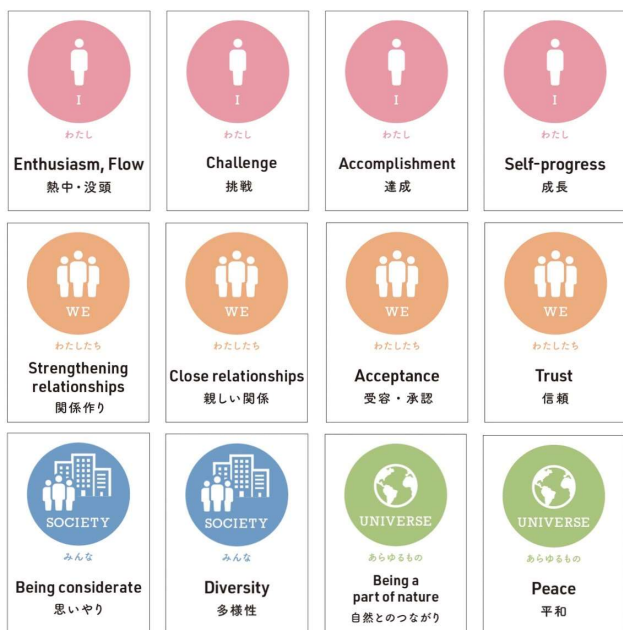


図1 ウェルビーイングカードの一部抜粋  
(わたしたちのウェルビーイングカード[12])

## 2. ウェルビーイングカードワークショップ

作成したウェルビーイングカードの基本的な使い方として、そのカードの中から何枚か自身の持続的ウェルビーイングに大事な要因を選択し、その後、選んだ理由やエピソードを語る、という使い方をする。何もないところで「あ

なたのウェルビーイングに大切なものは何ですか？」と問われても、言語化することが難しいが、カードを眺め、そのなかからじっくりく言葉を選ぶというやり方なら簡易に試すことが可能であると考えられるためである。実際このやり方は、大人だけでなく小学生や中学生の授業などでも行うことが可能であった[15][16]。ここではその使用の仕方の一例と、その実践例を紹介する。

なお、ウェルビーイングカードの一覧 (PDF) については「触覚でつなぐウェルビーイング 渡邊淳司研究サイト」[12]よりダウンロードが可能である。

### 2.1 ワークショップの流れ

ワークショップの実施人数は、組織などによって異なるが、限られた時間内で十分に相互の価値を共有することが望ましいため、1テーブルあたり4~6名程度に分けて実施する。所要時間は1時間から2時間程度で、共有時間をどの程度とるかにかかわる。例えば複数テーブルを同時進行で行うならば、テーブル間の共有も行うことで時間がやや多めにかかることもある。具体的なワークショップの流れは以下である。

①自分にとって大切な価値の選択：まず各個人が自分にとって大事にしたい価値観を3つ選択する。そして選択した理由やエピソードについても考える。その後、選んだ3つの価値観が書かれたカードを手を持ちながら、選んだ理由について、同じグループのメンバーに共有する。

②職場で働くうえで（集団を限定したときに）大切な価値観の選択：次に、職場で働くうえ（今回はプロジェクトに所属している範囲）で大事な価値観を3つ選び、選択した理由を考える。その後、選んだ3つの価値観が書かれたカードを手を持ちながら、選んだ理由について、同じグループのメンバーに共有する。

③グループ内で職場において特に重要な価値を選定：最大で3つ×グループの人数分（重複する場合はその分の枚数が減る）の中から、さらにグループで3つに絞る。

④その価値を実現する方法の考案：グループで3枚に絞れたら、その3つに書かれている価値観を実現するための具体的な取り組みのアイデアを各自で紙に記入する。アイデアはできるだけ具体的に、その後一週間や一か月で実際に取り組みたい内容を記入する。

⑤アイデアの共有とコメント：記入した用紙をグループのメンバーや、複数グループがある際にはグループ間で見せ合いながら、付箋等で感想をつけ合う。時間に余裕がある場合は、アイディエーションの中から、次の一週間や一か月で行うことを3つ決める。

### 2.2 実施例

ウェルビーイングカードワークショップの実践例として、著者自身も所属している、日本電信電話株式会社社会情報研究所における部内会議で行った結果を紹介する。実施時

期は2023年7月7日で、参加者は21名だった。1テーブルあたり4-5名で、5グループに分かれて行った。各テーブルで司会進行をするファシリテーターはおらず、役職や年齢、性別もまんべんなく分散しており、特定の属性を持つ人が固まることはなかった。使用したウェルビーイングカードのバージョンは、専門用語も含むスタンダード版(32種)だった。ワークショップの前後で、アンケートに回答を求めた。

### (1) アンケート項目

自己理解が深まったか、他者理解が深まったかについて尋ねた。参加者は、「自分が、大事にしていることがわかってきた」と、「部署のみんなが、大事にしていることがわかってきた」の2つについて、「変わらない」「少しそう思う」「そう思う」「とてもそう思う」「わからない」の5つから1つを選択し、理由を自由記述で書いた。

また、ワークショップを行うことでどの程度グループ内の他者に対する理解が深まったかを検討するために、図2に示す人物イメージ指標を独自に作成した。

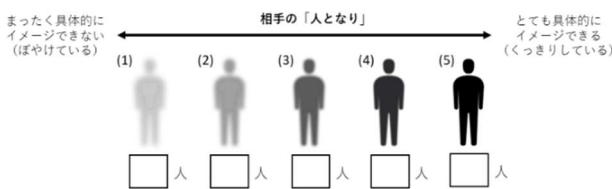


図2 人物イメージ指標

この指標を用いることで、他者の人となり（どのような人物像であるか）について、どの程度鮮明に理解しているかの主観評価を得ることができる。グループで実施する場面では、この図に対して、(1)が何人か、(2)が何人かというように、同じグループのメンバーに対してどの程度ぼんやり／はっきりとしたイメージを持っているか直観的に回答することが可能になると考える。この図を提示したうえで、「同じテーブル（グループ）のメンバーの「人となり」について、あなたはどれだけ具体的にイメージできますか。一人ひとりについて最も印象に近いものを選び、各選択肢に該当する人が何人いるか、人数を記入してください」という尋ね方で、ワークショップの事前と事後に尋ねた。

### (2) 結果と考察

自分の大事な価値観では、カードは32種類のうち26種類が選ばれていた(図3)。最も多く選ばれたカードは、「親しい関係」、「熱中・没頭」、「縁」で、それぞれ5枚ずつだった。極端に偏って選ばれたカードはなく、まんべんなく選ばれている様子が見られた。

次に、部署で大事な価値観として、各自が職場で大事にしたいと考える価値観の選択としては、32種類のうち19種類が選ばれていた(図4)。全体としてはとくに「共創」が8枚と最も多く選ばれており、次いで「思いやり」が7

枚選ばれていた。自分にとって大事な価値観に比べると、選択されるカードの種類はやや少なく、多く選ばれるものも「SOCIETY」の要素が上位二つを占めていた。また、4番目に多く選ばれた「時間を越えたつながり」は、自分にとって大事な価値観では選ばれていなかった。

自分にとって大事な価値観と、所属部署で働くうえで大事にしたい価値観は必ずしも同じとは限らないことも明らかになった。個人がウェルビーイングを感じる要素は、どのような集団や場面を想定するかによって異なる可能性があることが示唆された。

あなたにとって大事な価値観

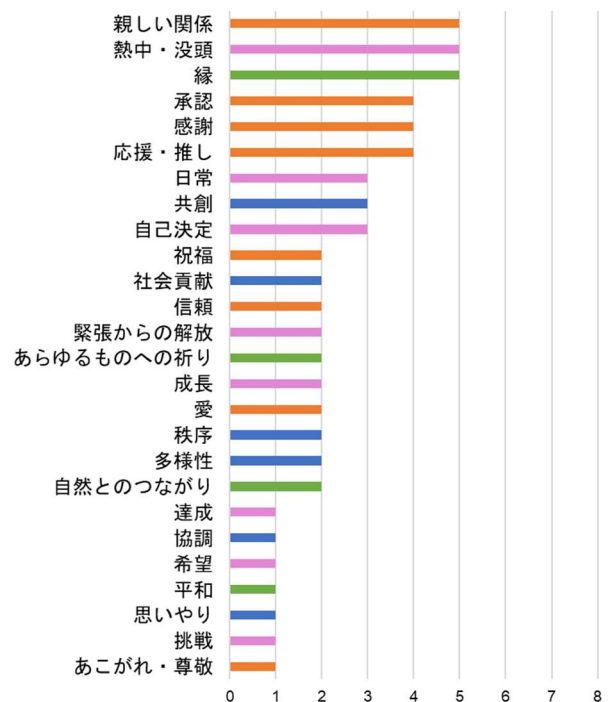


図3 あなたにとって大事な価値観で選ばれたカード

あなた選択した部署で大事な価値観

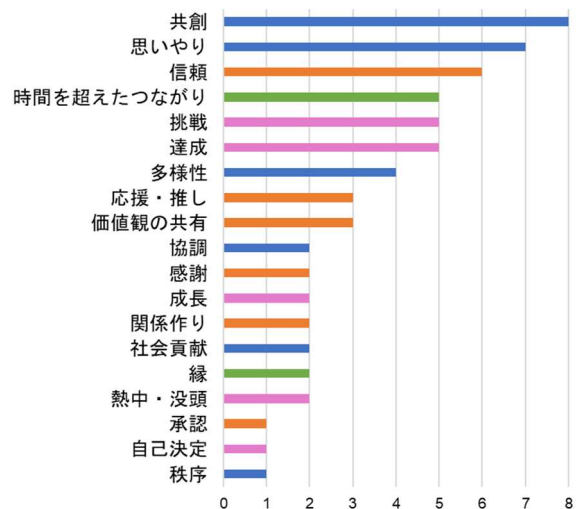


図4 部署で大事な価値観で選ばれたカード

各グループで、部署で大事にしたい価値観を3つに絞った後、その3つの価値に対する具体的な行動のアイデアをそれぞれがA4用紙に自由に記述した(図5)。例えば、あるグループでは「時間を越えたつながり」、「挑戦」、「希望」の3つに絞り込み、「時間を越えたつながり」実現するアイデアとして、「部署での取り組みを定期的に振り返る」、「他の部署と年次(時間)を超えた人とのつながり」と書いた人もいれば、「2050年までのことを書いてみて、そこから今やることをバックキャストする」と書いた人もいた。用紙をそれぞれ見せ合い、「確かにあまり(部署や年次を超えた)交流ないですね」や、「過去だけでなく未来も考えるのステキです」といった感想をつけ合った。

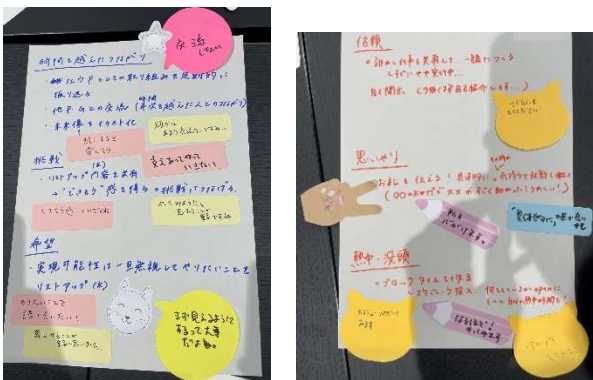


図5 具体的なアイデアと付箋をつけ合った用紙例

ワークショップ終了後に、自己理解と他者理解が深まったかについて尋ねた結果として、図6のような回答結果となった。なお、「わからない」と回答した人はいなかった。

自己理解は、「自分の大事なことが分かってきた」に対して「そう思う」「とてもそう思う」と回答した人は21人中11人いた。理由としては、「あまり日頃考えていない自分の想いに気が付いたこと」や、「チームで大事にしたい価値観を含めて考えることで、改めて自分自身が大事にしていることが分かった気がする」、「普段も考えていることではあるが、それが改めて可視化されて確認できた。それをベースにグループのメンバーからコメントを貰えたりして、なおさら…」などといった記述が見られた。普段自分にとって大事な価値観を特に意識していない人も、日頃から考えている人も、改めて考える場になったり、他者と共有することでより理解が深まったりする様子が見られた。「変わらない」と回答した人については、「自分が大事にしているものは変わらなかった」という記述が見られた。

他者理解は、「部署のみんなが、大事にしていることがわかってきた」に対して、「そう思う」「とてもそう思う」と回答した人は21人中10人いた。理由として「それぞれの思っていることをカードと口頭で出すことでお互いが理解できた」といった記述がみられた。「少しそう思う」と回答

した人は9人いた。理由として、「カードがあることでエピソードを聞きやすいし、よりパーソナルな部分を聞くことができた」、「どちらかという、きっとみんなそう思っているかもしれないな、という雲のような想像が、具体的に言語化され、やっぱりみんなそう思っているんだね、とクリアになった感覚です」といった記述が見られた。自分のことに比べて、他者については「わかってきた」と明確に述べることで自体の難しさが、「少しそう思う」の比率の多さに表れている可能性があるため、理由とあわせて結果を精査することが重要だろう。

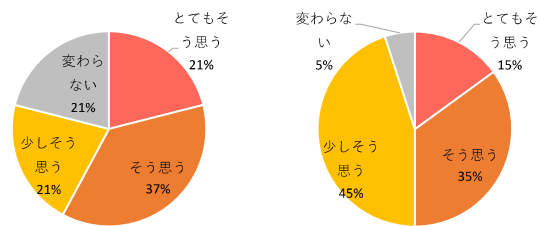


図6 自己理解(左図)と他者理解(右図)の回答傾向

また、人物イメージについて、ワークショップ前後でイメージの明瞭さが変化したかを検討した。参加者ごとに、人物イメージ得点の平均値を算出し、ワークショップ前後で比較した結果、ワークショップ前に比べて後の方が、人物イメージ得点が高くなっていった(図7.  $t(20) = 5.03, p < .001$ )。ここから、チームメンバーの人物イメージがよりはっきりする様子が確認された。

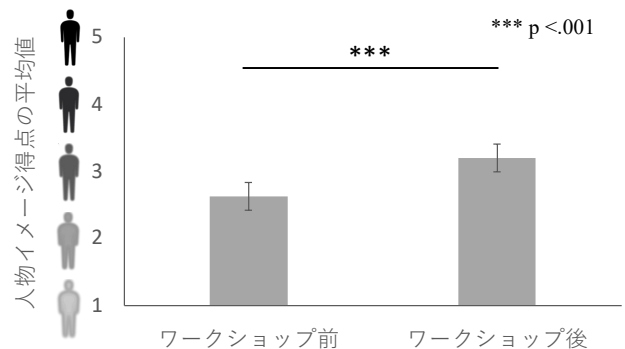


図7 人物イメージの変化

### 3. まとめと今後の展望

本研究では、人それぞれ異なると考えられる幸福やウェルビーイングにまつわる要因を、日本人を対象にボトムアップで整理したカードの活用方法について提案した。著者が所属する職場の20名程度の集団で実践してみた結果、価値観はまんべんなく様々な種類が選択され、人それぞれ異なる多様な価値観の可視化に適していることが示唆された。加えて、個人にとって大事なことと職場で大事にした

いことは必ずしも同じではなく、場面によって大事にしたい価値観が異なる可能性が示された。また、自己理解・他者理解に関するアンケートの回答や、人物イメージ得点がワークショップ後に高まったことから、ワークショップにより自己理解・他者理解が深まっている様子が明らかになった。

参加者の中にはウェルビーイングカードを普段から使用している人とそうでない人がいた。そのため、このカードの存在を全く知らない人が行った時でも、同様にまんべんなく選択されるのか、これらのカードの種類や単語が直観的に選択されやすいものになっているかは今後別の調査で精査し、必要に応じてカードやワークショップのやり方を改善する必要もあるかもしれない。また、ワークショップを通じて行われる自己開示や自己理解・他者理解が、例えば職場におけるコミュニケーションの促進や心理的安全性の醸成などに寄与しているかといった、ワークショップがもたらす波及効果についても別の調査で検討する必要があると考えられる。

一方で、ウェルビーイングカードそのものが、自己開示を促し、自己理解や他者理解を促す効果を直接的に生み出しているのかはわからない。自己のウェルビーイングの要素を考え、話す機会があれば十分なのか、カードという形式ではなくとも、オンライン上（例えば VR 空間など）で何らかの身体性を伴えばよいのかといった、ウェルビーイングカードがもたらすと予測される各要素の関係は現在のところ明らかではない。

さらに、ウェルビーイングカードを使う場の設計も考慮する必要がある。対面であれば、相手の表情やしぐさなど反応をじかに感じることができるが、いきなり対面で自分の大事なウェルビーイング価値観を話すことに抵抗がある人もいるかもしれない。他方で、メタバース空間では、お互いがアバターの姿になり、相手の表情などはわからない一方で、相手の目を気にせず自由に話すことができる。さらに、お互いのウェルビーイング要因について語る場面では、メタバース空間を宇宙や大自然にするといった設定もできるため、「自然」や「平和」、「時間を越えたつながり」などの“UNIVERSE”のウェルビーイング要因について語りやすくなる可能性もある。これらの場の設計とその影響を考慮し、どのような場面で何をしたら、対話しやすい空間となるかを検討する必要があるだろう。いずれにせよ、重要なことは、お互いのウェルビーイングを共有し、尊重できる関係を築けることであり、そのためには一つの方法だけではなく、様々なアプローチで、対話しやすい環境を作る必要があるかもしれない。

**謝辞** ワークショップに参加し、アンケート回答にご協力いただいた日本電信電話株式会社社会情報研究所 Well-being 研究プロジェクトの皆さま、また、人物イメージを計

測するにあたって図の作成にご協力いただいた同所属の駒崎掲研究員に深く感謝いたします。

## 参考文献

- [1] “Take action for the sustainable development goals”. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> (参照 2023-12-19).
- [2] “OECD Better Life Index”. <https://www.oecdbetterlifeindex.org/> (参照 2023-12-19).
- [3] 渡邊淳司, ドミニク・チェン. ウェルビーイングのつくりかた—「わたし」と「わたしたち」をつなぐデザインガイド. ビー・エヌ・エヌ新社. 2023
- [4] Calvo, R. A. and Peters, D. Positive computing: technology for wellbeing and human potential. 2014, Massachusetts Institute of Technology. (渡邊淳司, ドミニク・チェン 監訳 ウェルビーイングの設計論—人がよりよく生きるための情報技術. 2017, ビー・エヌ・エヌ新社.)
- [5] “Health and Well-Being.” <https://www.who.int/data/gho/data/major-themes/health-and-well-being>. (参照 2023-12-14)
- [6] Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J. E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O., and Konty, M. Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2012, vol. 103, no. 4, p.663–688. <https://doi.org/10.1037/a0029393>
- [7] Joshanloo, M. and Ghaedi, G. Value priorities as predictors of hedonic and eudaimonic aspects of well-being. *Personality and Individual Differences*, 2009, vol. 47, no. 4, p.294-298.
- [8] 内田由紀子, 荻原祐二. 文化的幸福観—文化心理学的知見と将来への展望—. *心理学評論*, 2012, vol. 55, no. 1, p.26-42.
- [9] 坂野朝子, 武藤崇. 「価値」の機能とは何か：実証に基づく価値研究についての展望. *心理臨床科学*, 2012, vol. 2 no. 2, p. 69-80.
- [10] Atefi, G. L., De Vugt, M. E., Van Knippenberg, R. J. M., Levin, M. E., Verhey, F. R., and Bartels, S. L. The use of acceptance and commitment therapy (ACT) in informal caregivers of people with dementia and other long-term or chronic conditions: A systematic review and conceptual integration. *Clinical Psychology Review*, 2023, vol. 105, 102341. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2023.102341>
- [11] “OECD Education 2030 プロジェクトについて” [https://www.oecd.org/education/2030-project/about/documents/OECD-Education-2030-Position-Paper\\_Japanese.pdf](https://www.oecd.org/education/2030-project/about/documents/OECD-Education-2030-Position-Paper_Japanese.pdf) (参照 2023-12-19).
- [12] “触覚でつなぐウェルビーイング 渡邊淳司研究サイト”. [https://socialwellbeing.ilab.ntt.co.jp/tool\\_measure\\_wellbeingcard.html](https://socialwellbeing.ilab.ntt.co.jp/tool_measure_wellbeingcard.html). (参照 2023-12-14).
- [13] 渡邊淳司, ドミニク・チェン. わたしたちのウェルビーイングをつくりあうために—その思想, 実践, 技術. ビー・エヌ・エヌ新社. 2020
- [14] 小林盾, ホメリヒ・カローラ. どのような言葉が人を幸せにするのか: 自由回答のテキスト・マイニング分析を用いた混合研究法アプローチ. 2018, no. 4, p.31-47
- [15] 渡邊淳司. 私たちのウェルビーイングカード. NTT 研究所発 触感コンテンツ専門誌「ふるえ」, 2021, vol. 37. <http://furue.ilab.ntt.co.jp/book/202111/contents2.html>, (参照 2023-12-14).
- [16] 横山実紀, 渡邊淳司, 佐々木耕佑. 部活動におけるウェルビーイングを起点としたチームビルディングの検討—富良野市の中学校野球部における取り組み, *PROSPECTUS*, vol. 22, p.19-41.