

ウェルビーイング志向 マーケティング

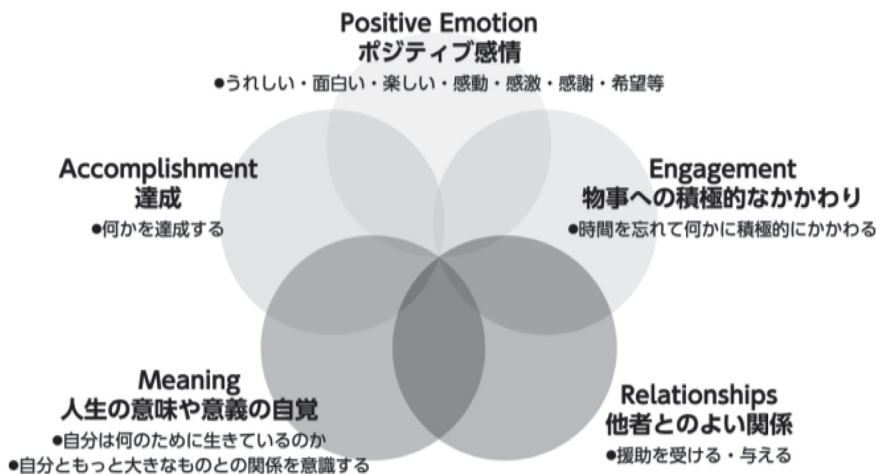
企業の在り方や個人のワークライフバランスが見直される中、これからの時代の考え方として「ウェルビーイング」が注目されている。ウェルビーイングとはいったいなんだろうか。

この言葉の起源は意外に古く、1946年に定められた世界保健機関憲章に「健康」の定義として使用されており、「健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあることをいいます。」（日本 WHO 協会）と訳されている。

従来の「健康」が身体的に良好な状態を表す狭義の概念であったのに対し、ウェルビーイングは身体的・精神的・社会的にも良好な状態と、より広い概念を表して、また「状態」としてのことからも一時的に良好かではなく、持続的に良好であることがその特徴である。

ウェルビーイングの概念として、ポジティブ心理学の創始者であるマーティン・セリングマン氏が考案した「PERMA モデル」という指標がある。（図表）これは「幸せ」を向上させ、不安、うつ、ストレスを減少させるため

■図表 PERMA モデル



出典：金沢工業大学心理科学研究所資料

の、エビデンスに基づいたアプローチで、人は以下の5つの要素を備えているとウェルビーイングが高まり、全体として「幸せ」な状態に近づくことができるとしている。

① Positive Emotion

「うれしい」「面白い」「楽しい」などのポジティブ感情。この状態になるためには、肯定的な感情を見つける、問題対処・回復力を高める、思考や行動の選択肢を広げる、個人のリソースを高めるといった行動が必要となる。

② Engagement

時が経つのを忘れてしまうほど物事に積極的に関わる経験。この状態は、「ゾーン」や「フロー」とも呼ばれ、夢中になっている状態であり、良好な状態だと考えられている。

③ Relationships

他者との良好な関係やつながりは、それ自体が人生の幸福度に大きく影響を与える。ハーバード大学の心理学の

研究でも人が幸せを感じるためには「心から支えられていると感じられる人間関係」があるとないとでは、「ある」方が幸福度が高いという結果が出ている。

④ Meaning

短期的な欲求や楽しさではなく、人生の意味や意義を自覚すること。つまり価値観や人生の目的などの長期的な視点を持つことである。

⑤ Accomplishment

適切な目標設定とそれを達成する感覚。仕事をする上でも、しっかりと目的・目標を設定し、意識しやすい環境を整え、成長を実感できる仕組みがあれば、達成感を得ながら仕事に集中できるのである。

今号では、今後企業などのマーケティング活動にもウェルビーイング志向が求められる潮流が高まるとの見方を検証するため、生活者への調査を踏まえて、既存のウェルビーイング関連商品・サービス事例の実態を紹介する。