
日本の職場における仕事と幸福感の關係の考察

高田 靖子
TAKATA Yasuko

1. はじめに

私たち労働に携わる者は、日々の暮らしの中で1日の1/3（8時間）⁽¹⁾を労働時間に費やしている。就労期間を20歳から60歳までと考えると膨大な時間である。この膨大な時間（労働時間）を有意義なものとするのは、人生全般における幸福感に大きな影響を与えることは想像に難くない。働く者一人ひとりにとって重要な課題である。これはまた、業績への影響という点から、企業にとってもおぼなりにできない事柄であろう。

幸福とは、一般的に言えば、ある主体の欲求が持続的に満たされた状態を意味する。だが、主体の意思および欲求との満足の種類に応じて幸福の把握の仕方も生理的次元から精神的次元まで実に多様である。こうした幸福が持つ多様性に対応するかのよう、幸福に関する研究は、その数や分野において広がりを見せているが、大別すると happiness study と well-being study に分けることができる。本研究は well-being study、そのなかでも特に労働過程における subjective well-being（主観的幸福感）を研究の対象としている。

筆者の研究の目的は、労働者一人ひとりの人生の幸福に役立つことであり、そのために働くなかでの幸福感の増進に資することである。本論文は、筆者の幸福研究全体の基礎研究に位置づくものであり、労働過程における幸福な心象形成に関するアンケート調査に基づき、「職場、あるいは仕事における幸福感に影響を与える要因」を把握することを目的とし、統計的分析とその解釈を主とした。

2. 「幸福感」の定義とは

過去からの幸福研究における「幸福の定義」は驚くほど多彩である。ここでは、最近の研究における動向に基づき、筆者なりの定義づけを行う。

幸福研究は、happiness study と well-being study という2つに分けることができる。happiness study は、「幸福」、あるいは「楽しみ」の心の状態に意味を求めたものである。つまり、得られた幸福感の分析を行うことで、幸福感とは何かを説明しようとするものである。一方、well-being study とは、“being well（良い状態であり続けるこ

と)”に意味を求め、良い状態であるための方法についての研究が主となっている。この well-being study には、「意味づけ」と「自己実現」に焦点をあて、人がどれだけ完全に機能しているかというアリストテレス以来脈々と受け継がれる eudaimonic view アプローチと呼ばれる観点から迫るものと、人の主観的な心象形成を中心に分析を試みる hedonic view アプローチに大別される⁽²⁾。近年の行動経済学の急速な発展によって、この hedonic view アプローチの重要性が叫ばれるようになり、最近の幸福研究におけるアプローチは、hedonic view アプローチを中心とした subjective well-being が中心となり、幸福を感じずる一人ひとりの主観的な心象形成を重視している。このようなアプローチが主流となってきた背景には、幸福感は、記憶や認知的な影響を強く受けることが挙げられる⁽³⁾。つまり、幸福感とは、一人ひとり感じ方が異なるものであり、幸福であるかどうかの基準を客観的に作ったとしても、一人ひとりの幸福感を向上させることには無力であるという考え方が存在する。

Ryan & Deci (2001) は、「well-being は、eudaimonic view と、hedonic view の両方の視点を含むもの」と指摘しているが、筆者もまた、この考え方に賛同する。つまり、本論における幸福感とは、その範囲を労働過程に限定しながら、主観的な「人の善いあり方」と、主観的な「幸福感という心象形成」の両面が複雑に組み合わせることができるものとする。なお、本論文で述べる「幸福」は特に断りがない場合を除き、主観的幸福感を指すものである。

3. 調査設計の前提

調査設計にあたって配慮したことは、先行研究との整合である。労働についても幸福についても、経営学や心理学、そして哲学などの分野での研究蓄積が数多くなされていることから、各分野における考え方を整理し、そして質問構造や質問の設定を行った。

3-1 先行研究の視点「哲学」

働くことや幸福については、哲学の分野でも検討が行われている。古くはアリストテレスなどに遡ることもできるが、本調査では、現代の労働を哲学がどのように捉えているのかを参考とした。

内山は、「労働と人間との根源的な相互関係はすでに放棄され、個々の労働者は、生産—労働過程の全体像とは無関係な存在になってしまっていた。〈私〉の労働は、〈私〉の受けもたされた少領域だけで孤立し、終了してしまう。(中略)労働が、なぜ疎外された単純労働、部分労働を生みださざるをえなかったのかという、資本主義的生産—労働過程の根源を考察しないかぎり、労働の疎外の本質を、われわれは見誤ることになるだろう」⁽⁴⁾ という指摘をしている。これは、働くことが、働くことの目的から引き剥がされてしまっているという指摘であり、働くことに対する認知の重要性を論じていると解釈できる。ドラッカーの言う「レンガ積みの話」を想起させるものである⁽⁵⁾。

同じく内山は、「労働を市場経済のもとで経済活動としてまずとらえ、企業の経済活動のなかに労働を位置づけていく思想と、人間が誇りをもちながら生きていくためには、どのような労働を創造する必要があるかを考える思想の相違が徐々に明らかになる時代」⁽⁶⁾ であると指摘している。つまり、人間性尊重と経済合理性の両立には、創造行為が必要であることを示している。本調査では、「労働過程」と「労働の創造」という考え方を調査の枠組みとして活用した。

3-2 先行研究の視点「経営学」

金井⁽⁷⁾らによると、経営学に幸せという言葉はないと言う。しかし、それに近い意味として「職務満足」という概念があるとし、この職務満足とは、「職場で幸せを感じたことがあるか」、そして「それは、どんなときであるか」という質問によって把握できるという。そして、その答えは概ね2通りになるという。

第1は、仕事を通じて自分の内側からこみ上げてくるような充実感である。たとえば、仕事の中身がおもしろい、仕事を通じて達成感があった、周りから認められた、昇進・昇格できた、仕事でチャレンジできた、創造性を発揮したことなどで、仕事の満足を語ることである。第2は、職場環境をあげる場合である。たとえば、会社の経営方針、賃金のあり方、上司のあり方、職場の仲間との人間関係、労働条件、雇用の安定、処遇ルール、休暇制度などについて、喜んだり、悲しんだり、怒ったり、いろいろな思いを持っていることである。

この2つは、前者を内在的職務満足と呼び、個人ごとの仕事についての感じ方の違いや性格、姿勢などの個人性向 (dispositional factor) との関連に重きを置き、後者は、外発的職務満足と呼び、会社の方針、人事制度、上司のあり方などといった職場環境面 (work environment factor) に重きを置いていると言うことができる。

しかし、経営学における職務満足という概念は、職務満足度の高い従業員は生産性が高いという、もっぱら経営者側の視点に立った従業員に対する動機づけのための研究であることから、「刺激と反応」という捉え方が強く、働く意味を生み出したり、創り出したりする労働者側の視点が弱いという欠点があることに注目し調査項目に反映した。

また、企業活動のなかにおいて、労働の場としてのコミュニティー⁽⁸⁾ の必要性が唱えられ始め、人々の組織の捉え方に大きな変化が起こり始めている。具体的には、企業におけるマネジメントの現場では、従来一般的な考え方であった構成主義的思想から、非構成主義的思想⁽⁹⁾ へと変化しつつあり、これは、労働の場を有機的な生命体として捉え、場と参加者によって結ばれる関係が成果を創りだすとする考え方であり、調査のなかに積極的に織り込むこととした。

3-3 先行研究の視点「心理学」

認知を主に取り扱う心理学においては、最近、幸福感情を主に取り扱うポジティブ心理学の発達が目覚ましい。労働と幸福感の関係については、セリグマンやルゼスニュースキーらによって、高い幸福感を持つ人の多くは、自分の仕事を天職と感じているという研究報告がされている。加えて、人は自分自身の携わる仕事を、天職に作り変え

ることができるという見解が示されている⁽¹⁰⁾。自分の仕事を天職に作り変えるには、人は、仕事の意義と仕事への喜び、そして自分の活かし方の3つの認知を変えることが必要になるとしている。分かりやすく表現するならば、自分の仕事に対して「自分は特にどんなことに意義を感じるのだろうか」、「自分は特にどんなことに喜びを感じるのだろうか」、「自分は何が得意なのだろうか」という認知を変化させることによって、どのような仕事も天職に作り変えることができるというものである。

これらポジティブ心理学の援用は、働きのなかの幸福感の心象形成に大いに援用できると考えて、本調査における質問の参考とした。

4. 調査「労働過程における幸福感の要因」

4-1 調査の概要

(1) 調査の目的

本調査は、労働過程を「労働・労働の対象・労働の場・労働の手段、そしてそこに存在する関係性と労働者自らが付与する価値」から構成されるものと考え、これらの要素と人との間における相互関係の中で、人がどのように幸福感という心象を形成しているのかを探る手段として実施した。

(2) 調査の方法

本研究においては、2次にわたる調査を行った。1次調査は、労働過程における主観的幸福感の心象が形成される過程について、小規模な範囲での質問紙調査を行った（有効回答70名）。1次調査の結果は、質問紙を構成するうえでの質問の構成・構造の立案と質問項目の精査に活用した。

2次調査は、950名（内使用回答800名）の職業人に対する質問紙調査を行い、労働過程における主観的幸福感に関する因子の把握を試みた。なお、本論は、2次調査の結果を中心とする。

①調査対象

20歳代より50歳代までの各階層の男女100名、計800名の職業人を対象とした。

②調査時期と方法

2012年8月6-10日、webでのアンケート調査を実施した。

③質問構造と質問内容

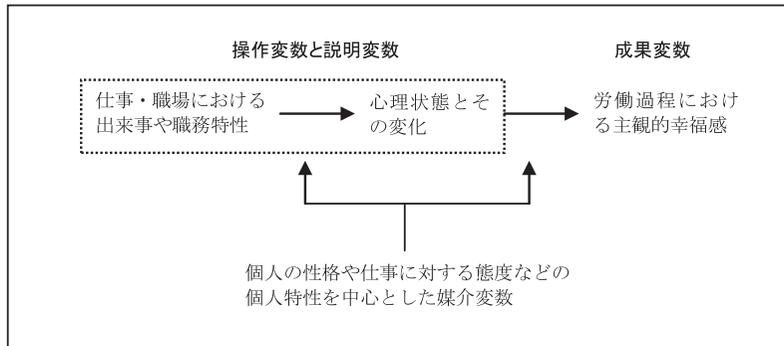
1次調査では、図1に示す構造仮説に基づいて質問を作成した。

また、1次調査の分析より、成果変数に対する媒介変数の影響の強さが確認でき、2次調査では、媒介変数を構成すると考えられた項目として、以下の6つの項目についての質問を行った。その結果、①回答時期の感情に影響する出来事（外的要因）、②仕事と生活の両場面における感情正味量（幸福に対する肯定感情と否定感情）、③現在の幸福感と期待、④社会的自己認知、⑤気質に関する自己認知、⑥労働過程についての質問62設問からなる質問紙となった。

(3) 調査項目設定上の問題点—主観的幸福感の同定の方法—

従来の経済学では、幸福度を把握するための方法として顕示選好が重視されてきた。

図1 労働過程における主観的幸福感の構造仮説



しかし、常に合理的な判断を行っているわけではない人の幸福感を掴むには顕示選好のみでは不十分であることが指摘されている。また、幸福感やその逆の感情には、強い順応傾向が存在することから、総じて人は幸福であると回答する傾向が知られ、「今、あなたは幸福ですか？」という設問に対する回答は信頼できないという指摘がされている。なぜならば、人は、自分を不幸とすることへの心理的恐れを持つことや、幸福という感情は、直近のことに大きく影響を受けることが知られている。さらに、日本人にとっては、質問に対する気恥ずかしさや戸惑いが存在することも指摘されている。

そこで、本調査においては、心理学で用いる正味感情量という方法⁽¹¹⁾を援用し、その回答者の主観的幸福感を正味感情量で捉えることとした。この正味感情量とは、「幸せな／暖かな・心暖まる／楽しんでいる」という肯定的形容詞と、「不満な・イライラする／沈んだ・憂鬱な／わずらわしい・振り回される／腹の立つ・敵意のある／心配な・気がかりな／非難される・けなされる」という否定的形容詞を設問項目とし、その肯定的回答と否定的回答の平均点の差によって感情を捉える方法である。これは、その時点時点のその人の感情のありようが正確につかめる方法として知られていることから、肯定的であることを幸福、否定的であることを不幸（あるいは幸福ではない）と同定することとした。なお、本調査の結果でも、この正味感情量と現在の幸福感、幸福への期待は、独立性の検定において、p値がそれぞれ .05、.01 となり、主観的幸福感を示すと考え差し支えないと判断した。

4—2 調査結果の分析

(1) 探索的因子分析の結果

分析過程において、信頼性係数の変動から 62 問の設問から 59 設問での分析とした。なお、データは全回答 950 名の中から、男女・年代別（20代～50代）に各 100 名を無作為に抽出した 800 名分である。なお、因子分析に当たっては、因子抽出を最尤法、回転をプロマックス法で行った。

探索的因子分析の結果、労働過程における主観的幸福感を構成する因子は、①会社・経営者への信頼と共鳴、②職場と上司への信頼、③安心できる空間、④余裕や遊び、そして自己決定のできる風土、⑤自己の周囲への貢献実感、⑥職場の革新的気風、⑦仕事への想いという 7 因子となった（表 1）。

表 1 探索的因子分析結果

		負荷量平方和	信頼性(クロンバウクの α)	質問数
会社	会社・経営者への信頼と共鳴 (男女平等などの人格的尊重を含む)	47.049%	.884	9
職場	上司・仕事のしくみと進め方への信頼	56.815%	.919	11
	安心できる空間(相互の理解と協力の度合い)		.927	10
	余裕や遊び、そして自己決定のできる風土		.925	10
	自己の周囲への貢献実感		.877	5
	職場の革新的気風		.879	4
仕事	仕事への打ち込みや達成への見込み、将来への見通し	47.049%	.927	10

表 2 分散分析結果

		平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
仕事の打ち込みや達成への見込み、将来への見通し	グループ間	13511.095	3	4503.698	52.130	.000
	グループ内	81728.321	946	86.394		
	合計	95239.416	949			
会社・経営者への信頼と共鳴	グループ間	10516.685	3	3505.562	38.463	.000
	グループ内	86219.528	946	91.141		
	合計	96736.213	949			
余裕や遊び、そして自己決定のできる風土	グループ間	10527.917	3	3509.306	38.719	.000
	グループ内	85741.630	946	90.636		
	合計	96269.547	949			
職場と上司への信頼	グループ間	9594.457	3	3198.152	35.152	.000
	グループ内	86068.201	946	90.981		
	合計	95662.658	949			
安心できる空間	グループ間	10070.146	3	3356.715	37.978	.000
	グループ内	83612.944	946	88.386		
	合計	93683.089	949			
自己の周囲への貢献実感	グループ間	13089.018	3	4363.006	49.201	.000
	グループ内	83888.426	946	88.677		
	合計	96977.444	949			
職場の革新的気風	グループ間	8086.695	3	2695.565	29.819	.000
	グループ内	85517.328	946	90.399		
	合計	93604.023	949			

なお、主観的幸福感と7因子との関係についての分散分析を行って確認を行ったが、十分な弁別力を持つと判断できる(表2)。

(2) 正味感情量による2群比較

主観的幸福感には説明変数だけではなく、説明変数と目的変数に影響を与える媒介変数、また、説明変数に直接影響する環境要因(外乱変数と呼ぶ)も考えなければならないことは1次調査の結果より分かっていた。

そこで、本調査では、正味感情量を用いて幸福肯定群と幸福否定群に分け、2群間の比較を行うことで、有意な差を発見し、そこから媒介変数の推定を行うこととした。2群化は、仕事・職場場面でも生活場面でも主観的幸福感に関する幸福肯定群228名と、仕事・職場場面でも生活場面でも主観的幸福感に関する幸福否定群225名に分けることで、比較分析を行った(図2)。2群間の差を自己の特性や経験と主観的幸福感の関係という視点でとらえると、以下のような結果となった。なお、有意水準 $p<.01$ の場合には**、 $p<.05$ の場合には*と示した。

直近の出来事（うれしいこと悲しいこと）**、職務適性**、専門性の高さ**、
 困難の克服経験**、原因の内的志向性**、ストレス耐性**、学歴満足度**、
 仕事満足度**、キャリア満足度**、キャリアへの自信*、時間の使い方**、時間
 的余裕の有無*、顧客との関係*、睡眠**、給与への自信*

この2群間比較による分析から、説明変数に影響を与える媒介変数として、⑧問題
 解決における性向、⑨仕事に向かう態度、⑩キャリアへの自信、⑪ストレス耐性、⑫
 その他の個人特性の5因子が影響していると考えられる。

この探索的因子分析の結果の全体構造は以下のように示すことができる（図3）。

図2 他の影響因子の探索

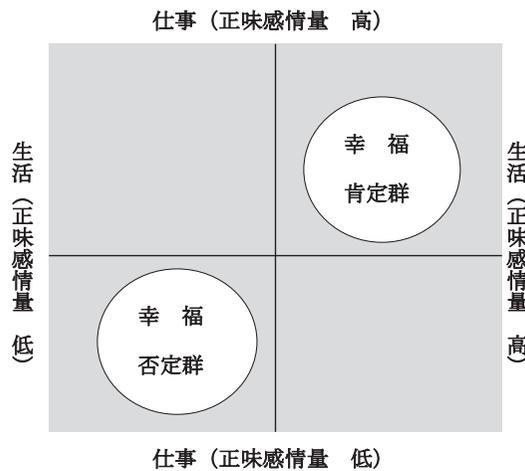
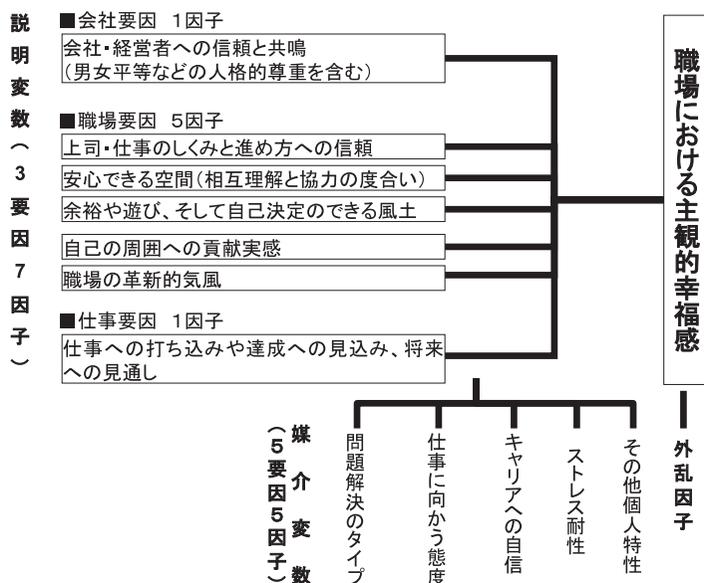


図3 因子分析結果



5. 調査結果の考察と結び

筆者の研究の目的は、労働者一人ひとりの働く中での幸福感の増進に資することであり、本論では、労働過程における主観的幸福感に影響を与える要因をアンケート調査によって把握する試みを行い、主観的幸福感は、説明変数としての7因子と媒介変数としての5つの因子を持つという図3のような構造を得ることができた。

5-1 労働過程と主観的幸福

説明変数の7因子は、会社要因（1因子）・職場要因（5因子）・仕事要因（1因子）から構成され、これらの因子を労働過程の構成要素との関係づけを行った。なお、労働過程の主たる要素を労働（仕事そのもの）、労働対象（対人、対自然、対装置等）、労働の場（職場、集団等）、労働手段（直接、間接等）、関係性（人と人、人と物との関係等）、価値（自分で付与する労働への意味づけ）の6つに分け、労働過程との関連を分析した（表3）。

5-2 職務満足・ポジティブ心理学と主観的幸福

経営学における職務満足の構成要素と幸福感の構成要素は、ほぼ同様の意味内容と見做すこともできなくはない。しかし本調査の結果では、目的変数を職場における主観的幸福感としたときに、これらの項目は十分な説明力を持たないことが分かった。つまり、職務満足の構成要素だけで、主観的幸福感を説明することは難しい。これには、残念ながら質問が不足していたということも否めないが、同時に、7つの因子の主観的幸福感への影響を促進したり抑制したりする媒介変数を置くことで、説明力を上げることができる。本調査においては、媒介変数として個人性向（性格特性と行動特性）からなる5つの因子を見出すことができた。近年、ポジティブ心理学が幸福についての実証研究を積極的に行い、その成果の1つに、「成功が幸せをもたらすのではなく、幸せは「成功に先行する」のであり、単なる「成功の結果」ではない（Achor、

表3 7因子と労働過程の要素の関係

	労働	労働対象	労働の場	労働手段	関係性	価値
会社・経営者への信頼と共鳴 (男女平等などの人格的尊重を含む)						●
上司・仕事のしくみと進め方への信頼				●	●	●
安心できる空間(相互の理解と協力の度合い)			●		●	
余裕や遊び、そして自己決定のできる風土		●		●	●	
自己の周囲への貢献実感					●	●
職場の革新的気風			●	●		●
仕事の打ち込みや達成への見込み、 将来への見通し	●	●				●

2011)」という従来の常識とは異なる主張がなされ、さらに、幸福感が高い人の特徴として、「社交的で、友人に恵まれ、周囲のサポートを得られやすい、利他的になり、人助けをする意欲が湧く、ストレスやトラウマに対処できる (Lyubomirsky, 2002)」ことが挙げられているが、これらは、個人性向が幸福感に大きく影響することを示す本調査の結果と符合する。

5—3 主観的幸福感を高める行動指針

本調査を通じ、幸福感を高めるための行動指針として、3つのインプリケーションを得ることができた。

- 1) 労働過程において何を大切にするのかという自らの価値形成が重要となる。
- 2) 労働過程における関係性についての考え方の刷新が必要である。
- 3) 個人特性が主観的幸福感を左右するならばこそ、この個人特性を変革することで主観的幸福感の増進を図ることができる。

1つ目は、労働の創造を行うことの重要性を示唆している。自らの価値形成とは、自らの労働に意味を持たせることであり、これは「自分は特にどのようなことに異議を感じるのか」という創造的洞察を必要とする。

2つ目は、関係性に対する自らの態度の工夫である。私たちは、社会との関係性を作るのに、個人あるいは小集団を介してつながりを持つことが多い。たとえば、会社に所属することで、会社が顧客とする市場とのつながりを持つ、あるいは自治会に参加することで、行政機関とのつながりを持つといったことである。つまり媒介集団（あるいは個人）との関係は、その先に広がる大きな社会との関係性に大きな影響を与えることから、自らの周囲は、全て媒介集団と見做し、そことの関係性を考える必要がある。

3つ目は、自らの態度を変えるということに尽きる。遺伝的形質を変えることはできないが、自分自身の態度と心理状態をコントロールすることはできる。そのことを理解し、十分に自分をコントロールする習慣を持つことが重要となる。

5—4 結び（今後の課題）

探索的因子分析を通じて、主観的幸福感にあたる主要な因子とその基本構造を把握することはできた。しかし、因子一つひとつの持つ意味や、一人ひとりにおける相互の複雑な関係性の解明にはまでは至っていない。この点については、今後、インタビュー調査を援用することで、さらに解釈を深めたいと考える。

■註

- (1) 法定労働時間（労働基準法 32 条）に従った。
- (2) 伊藤あかね、2007、『職業領域における well-being 尺度の作成と主観的幸福感との関係について』産業・組織心理学会大会発表論文集
- (3) 松本直仁、2010、『主観的幸福感における社会的なつながりの価値の明確化』慶応大学大学院

システムデザイン研究科

- (4) 内山節、1976、『労働過程論ノート』田畑書店、125-126
- (5) レンガ積みの話とは、イソップ童話に発するもので、ドラッカーによってマネジメントの寓話として有名になったもの。『炎天下でレンガを積む3人の職人に「あなたは何をしているのですか?」と声をかけた。1人目は「見れば分かるだろう……。私は親方の命令でレンガを積んでいるのだ」と答えた。2人目は「私は塀を造っているのだ」と答えた。3人目は「私は立派な教会を造っているのだ」と答えた』。ドラッカーは、このそれぞれの答え方の中に仕事の意義・意味を見いだすことができ、さらに、仕事の意義・意味をしっかりつかんで働く人は、他者から「やらされている」感覚を持たず、イキイキとした働き方ができ、仕事のやり方に創意工夫があるといっている。
- (6) 内山節、竹内静子、1997、『往復書簡 思想としての労働』農山漁村文化協会
- (7) 金井壽宏、高橋潔、2004、『組織行動の考え方』東洋経済新報社
- (8) ウィンガー等の「コミュニティオブプラクティス」、あるいはセンジによる「学習する組織」等は、組織を有機的生命体として捉えていることは明らかである。
- (9) AOM（アカデミーオブマネジメント）の組織開発分科会では、「現実（リアリティー）は、社会における関係性のなかでつくられる、あるいは、人は集団・社会との係わりのなかで学習する」という考え方に注目が集まっている。ハーバード大学のサンデル教授は、「正義についてでさえ、正解はいくつもある」と語っているが、これは、その状況に存在する人たちが、対話（状況と意味の解釈）を通じて現実（＝判断）をつくり出すということに他ならない。
- (10) Wzesniewaki, A., & Dutton, J.E., Martin, S. 等の論文（「仕事観の研究」）と著作（『世界でひとつだけの幸せ』）を参考とした。
- (11) ダニエル・カーネマン、2011、『ダニエル・カーネマン心理と経済を語る』楽工社

■参考文献

- 内山節、2010、『共同体の基礎理論 自然と人間の基礎から』農文協
内山節、1989、『自然・労働・協働社会の理論—新しい関係性をめざして』人間選書
大石繁宏、2009、『幸せを課科学する 心理学から分かったこと』新曜社
佐伯啓思、2012、『反・幸福論』新潮社