

日本版 Well-being Initiative 始動

実感としての豊かさ、「カンファレンス」開催にあわせて宣言広告

日本経済新聞社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：岡田直敏）は、公益財団法人 Well-being for Planet Earth（所在地：東京都千代田区、代表理事：石川善樹）、参画企業とともに3月、「日本版 Well-being Initiative」を創設します。本イニシアチブでは、Well-being（実感としての豊かさ）を測定する新指標開発やウェルビーイング経営の推進、政府・国際機関への提言、Well-being をSDGsに続く世界的な政策目標に掲げることを目指します。

まず、3月19日（金）に「日経 Well-being カンファレンス」を開催。本カンファレンスではイニシアチブの創設発表と今後の企業経営の軸となり得る主観的 Well-being に関してその重要性和可能性を、参画メンバーの講演を交えながら幅広く議論します。本カンファレンス開催にあわせて、宣言広告「GDW はじまる。それは、GDP とは違う新しい世界の尺度。」を実施します。

GDW

それは、GDPとは違う
新しい世界の尺度。

はじまる。

なぜ世界は分断されてしまうのか。なぜ格差は生まれてしまうのか。なぜ環境破壊は止められないのか。なぜ経済成長は一人ひとりの暮らしの豊かさにつながらないのか。これまでと同じ尺度からは、これまでと同じ社会しか生まれない。新しい社会をつくるためには、新しい考え方が必要なかも知れません。

私たちは、これからの世界に必要なGDW (Gross Domestic Well-being) という概念を共同研究し、経営に活かしていきます。

Well-being Initiative

参画企業: 公益財団法人 Well-being for Planet Earth

日本版 Well-being Initiative 創設

新型コロナウイルスの世界的流行をきっかけに従来の価値観が大きく揺らぐなか、人々の幸福感や満足感を高めつつ経済成長を目指す取り組みが芽吹きつつあります。企業がそのパフォーマンスを最大化するためにも、社員の幸福度や満足度を高めることは不可欠とみなす見方が広がり始めています。

Well-being(ウェルビーイング)とは、16世紀のイタリア語「benessere (ベネッセレ)」が始源であり、「よく在る」「よく居る」という意味をあらわす概念です。Well-beingの測定は、客観的指標(GDPや平均寿命など)と主観的指標(幸福感や満足感など)に分かれており、本イニシアチブでは個人の実感としての豊かさを主軸とする「主観的 Well-being 研究の革新」を巻き起こすことでこそ真の意味での経済発展が実現できるとみなし、特に企業経営に立脚した Well-being についてその具体像を描いていきます。

具体的には、年間4回の円卓会議を通して参画企業の経営層の方々と、①Well-beingを高める経営の在り方や新指標の検討、②政府・自治体への提言、③紙面や電子版、イベントなど日経グループメディアを活用した情報発信、④グローバルな Well-being 研究・コミュニティへの参加を進めていきます。

また参加の各企業は「Well-being」に基づいた経営改善につながる施策を今後実施していき、その実践事例を円卓会議で共有し、成功事例などを集め、世の中に発信してまいります。

「日本版 Well-being Initiative」参加企業 (2021年3月19日最新)

味の素、EY Japan、キリンホールディングス、太陽工業、第一生命グループ、デロイト トーマツ グループ、日本たばこ産業、パーソルホールディングス、富士通、ポラ・オルビスホールディングス、丸井グループ、三井不動産、ロート製薬 ほか

GDPとは違う新しい世界の尺度「GDW」

GDW (Gross Domestic Well-being、略称:GDW)とは、物質的な豊かさだけでなく、既存のGDPでは測ることのできなかつた精神的な豊かさ(主観的ウェルビーイング)を測るための新しい尺度。従来のいわゆる「幸福度」や「生活満足度」という指標では捉えることの難しかった、文化的な差異なども考慮した国際標準新指標です。GDPは量的尺度かつ客観指標で、物質的な豊かさを測る指標であったのに対して、GDWは質的尺度かつ主観指標で、精神的な豊かさを測定する指標であるというのが大きな違いです。

日本版 Well-being Initiative 円卓会議 議長・副議長よりコメント

岡島 悦子氏



日本企業には、事業を通じて社会課題を解決する Well-being な理念を持つ企業も多く、またメンバーシップ型で人の成長が組織の成長を牽引する Well-being な企業文化を持つことが、企業の価値創造の源泉になっている企業も多く存在しています。しかしながら、この無形資産的な価値の源泉を適正に測定し開示する「ものさし」がなく、各社が個別に模索しているのが現状です。本イニシアチブでは、有識者や先進企業との科学的アプローチ

での共同研究を通じて「Well-being=実感としての豊かさ」の経済業界「共通のものさし」を作り出し、投資家の皆様にも「Well-being プレミアム」を評価いただく環境の整備に尽力できること、心からワクワクしております。

篠田 真貴子氏



研究によると、社会で主観的ウェルビーイングは、経済発展、民主化、社会的寛容の3つの条件が整うことにより、「生き方の選択肢が増える」と人々が感じることで高まるのだそうです。日本は経済発展と民主化はすでに成熟しています。社会的寛容は、茶の湯などの日本の伝統文化の中に、その精神が根付いています。企業が日本のこうした特徴を活かしたウェルビーイングを実践、計測し、世界に発信していけるよう、貢献してまいります。

日経 Well-being カンファレンス

日時：配信 2021年3月19日（金）13時～14時55分

主催：日本経済新聞社

企画協力：公益財団法人 Well-being for Planet Earth、Global Well-being Initiative、The Gallup Organization

協賛：味の素、EY Japan、キリンホールディングス、太陽工業、第一生命グループ、デロイト トーマツ グループ、日本たばこ産業、パーソルホールディングス、富士通、ポーラ・オルビスホールディングス、丸井グループ、三井不動産、ロート製薬 ほか

詳細は下記よりご覧ください

https://channel.nikkei.co.jp/e/well-being_210319

当日プログラム

13:00～13:15 オープニングスピーチ「Well-being Initiative 創設」

Well-being Initiative 円卓会議 議長（プロノバ代表取締役社長） 岡島 悦子 氏

13:15～13:25 キーノートスピーチ

資本主義、そして企業経営は Well-being にいかに向き合うのか

一橋大学 CFO 教育研究センター長、TCFD コンソーシアム会長 伊藤 邦雄 氏

13:25～13:35 特別講演① Well-being 経営への実践的ヒント

- 「三位一体の経営」で（実感としての豊かさ）を実現する -

みさき投資 代表取締役社長 中神 康議 氏

13:35 ～13:45 特別講演② 日本版 Well-being Initiative 創設に寄せて

Gallup(ギャラップ)調査から見る今後の世界に必要な概念 Well-being

The Gallup Organization Chief Scientist, Workplace Management & Wellbeing
Jim Harter, Ph.D.

13:45～14:45 Well-being Initiative 参画企業代表者ショートスピーチ

味の素 代表取締役 取締役社長 最高経営責任者 西井 孝明氏

EY Japan リージョナル・タレント・リーダー 大内田 敬氏

キリンホールディングス 取締役常務執行役員 三好 敏也氏

太陽工業 経営戦略統括本部 統括本部長 都築 大輝氏

第一生命ホールディングス 第一生命保険 代表取締役社長 稲垣 精二氏

デロイト トーマツ グループ CEO 永田 高士氏

日本たばこ産業 代表取締役副社長 廣渡 清栄氏
パーソルホールディングス 執行役員 CHRO 美濃 啓貴氏
富士通 ソーシャルデザイン事業本部 事業本部長 有山 俊朗氏
ポーラ・オルビスホールディングス 執行役員
マルチプルインテリジェンスリサーチセンター(MIRC)所長 末延 則子氏
丸井グループ 執行役員 ウェルネス推進部長 兼 専属産業医 小島 玲子氏
ロート製薬 取締役 人財・WellBeing 経営推進本部 E.Designer 高倉 千春氏

14:45～ 14:55 クロージングスピーチ Well-being Initiative 2021 年度 活動予定発表

Well-being Initiative 円卓会議 副議長 (エール 取締役)

篠田 真貴子 氏

※プログラムは都合により変更となる場合がございます。予めご了承ください。

日本版 Well-being Initiative 公式サイト

<https://well-being.nikkei.com/>

日本経済新聞社について

日本経済新聞社は1876年以来、140年にわたってビジネスパーソンに価値ある情報を伝えてきました。約1500人の記者が日々、ニュースを取材・執筆しています。主力媒体である「日本経済新聞」の販売部数は現在約199万部、2010年3月に創刊した「日本経済新聞 電子版」をはじめとするデジタル有料購読数は84万で、有料・無料登録を合わせた会員数は500万を上回っています。