

サンリオエンターテイメント “Kawaii”についての共同研究第二弾 「従業員Kawaii実態・幸福度調査」の結果を発表

サンリオエンターテイメント従業員の“Kawaii感情”は全国平均よりも極めて高く
高い幸福度に繋がっている可能性が判明

サンリオピューロランドを運営する株式会社サンリオエンターテイメント（東京都多摩市、代表取締役社長：小巻 亜矢、以下：サンリオエンターテイメント）は、PwCコンサルティング合同会社（東京都千代田区、代表執行役 CEO：大竹 伸明、以下：PwCコンサルティング）の協力により、幸福学および脳科学の知見を活用したKawaiiについての共同研究（以下、脳科学×幸福学×Kawaii研究）の第二弾として、サンリオエンターテイメント従業員の幸福度調査の結果を本日発表しました。

サンリオエンターテイメント従業員のKawaii実態・幸福度

サンリオエンターテイメント従業員237名を対象に調査を実施いたしました。

主な調査結果は以下の通りです。

1. 同社の従業員の幸福度はどの性別・年代で見ても高い

同時期の全国調査（全国Kawaii実態・幸福度調査2021）の平均幸福度が17.0に対して、サンリオエンターテイメント社の従業員の平均幸福度は21.5であり高い結果となりました。

男女、年代別のどの層で見ても、平均幸福度は全国平均よりも高く、平均幸福度は20.8～22.2で安定的に高いです。

2. 同社の従業員の“Kawaii感情”は極めて高く、それが高い幸福度につながっている可能性がある

2021年9月の「全国Kawaii実態・幸福度調査2021」で公表した通り、「“Kawaii”という感情を抱く人は幸福度が高い傾向」であることが明らかになっています。

また、家族、同性の友人、キャラクター等の14項目に関してKawaiiと思う頻度を聞いたところ、例えば、週1回以上Kawaiiと思う人の割合は、14項目すべてで大幅に全国平均を上回りました。

“Kawaiiと思われたい”に関する全項目で全国平均を上回った結果となり、同従業員のKawaii感情は極めて高く、それが高い幸福度につながっている可能性があると考えます。

3. 平均的に見ると高い幸福度だが、低い水準の幸福度（14以下）の人も14%存在

今後の幸せを起点とした企業経営を行う上で解決すべき課題としたいと考えています。

・サンリオエンターテイメント代表取締役社長 小巻亜矢のコメント

会社の廊下（バックヤードといわれるところ）を見ると嬉しくてつい写真を撮ってしまうことがあります。決して新しくない建物であるにも関わらず、ポスターが床にくっきり映るほど廊下が鏡のように磨かれているのです。掃除を担当しているスタッフに聞いたところ、「Kawaiiテーマパークの裏が汚いのはだめでしょう？そして、キャラクター達が通っていくのに、汚れた廊下じゃかわいそう」という答えが返ってきました。

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科の前野教授は幸福度の高い会社の共通点として「掃除・あいさつ・コミュニケーション」と発表されています。今回、弊社の幸福度の結果を受けて、対話を大事にしようという社風、「感じのよい挨拶を心掛けよう」と呼びかけるチームが日々率先してくれていること、さらに、Kawaiiに囲まれていることが掃除に気合を入れさせ、好影響を与えていることも幸福度の高ポイントの要因なのだと確信しました。

一方で14%が幸福度が低いという結果を受け、今後のKawaii研究の一角と位置付けている「働き方×Kawaii」の視点から課題の考察を深め、施策を実施して定期的に幸福度の推移を計っていきながら、幸福度に着目して組織力を上げる事例・可能性の研究をしております。

・PwCコンサルティング合同会社 ディレクター 高木健一氏のコメント

企業、顧客、従業員やその他ステークホルダーとの関係を「幸せ」を起点に構築する「幸福度マーケティング」を実現するにあたり、従業員の幸福度向上は重要な着眼点となります。なぜなら、幸せは伝染することが海外の先行研究で明らかになっているように、幸せな従業員がいる企業には、その顧客にも幸せが伝染すると考えられるからです。その意味で、サンリオエンターテイメント社員のKawaii感情、及び、幸福度が高いことは非常にポジティブな結果だと考えられます。他方、課題視すべき点も見えており、同社が「Kawaii」そして「幸せ」を体現するパーパス経営をさらに磨き上げていく上での有効な示唆が得られたと考えています。

本研究結果を踏まえ、引き続き「Kawaii」「幸せ」と生体情報（脳科学）との関係性の解明、そして、Kawaii研究所設立に伴う「Kawaii」知見のビジネスへの活用、本研究結果の「幸福度マーケティング」における活用（Kawaiiに基づくパーパスドリブンなブランディングや、データドリブンな顧客理解、KPI設計など）を進めていきます。本共同研究を通じて、サンリオエンターテイメントとPwCコンサルティングは、日本が誇るKawaiiを科学的に紐解き、幸福に満ちた世の中の実現に貢献することを目指します。

◆2021年9月発表「全国Kawaii実態・幸福度調査」

脳科学×幸福学×Kawaii研究概要

脳科学×幸福学×Kawaii研究は、幸福学および脳科学の知見を取り入れてKawaiiのメカニズムを解明し、Kawaiiの力を最大限に使い、世の中の幸福度を高める、また、やさしさを届けることを目的に2021年5月に開始しました*1。まずは、幸福学の知見を活用し、Kawaiiという感情に関する複雑性、Kawaiiという感情の幸福への影響度を捉えることを主な目的に掲げ、調査・分析しました。本調査は性別・年齢・住居エリアで人口動態の構成比に合わせて割付し、調査対象を設定しています。全国の15歳から79歳の男女を対象にインターネットで実施し、5,703の有効回答を得ています。

※1 PwCコンサルティングとサンリオエンターテイメント、「Kawaii」についての共同研究を開始
<https://www.pwc.com/jp/ja/press-room/kawaii-project210520.html>

調査設計方針および主な調査結果

PwCコンサルティングは、「Kawaii」や「幸せ」といった抽象的な概念を定量的に捉えることが、本共同研究の第一歩と位置付けました。仮説構築が重要となる調査設計では、「Kawaii」に関する過去の研究の文献で論じられている「Kawaiiは複雑で多義的な概念」であることや、体感的・経験的に「Kawaiiを感じることは幸せにつながるのではないか」といったことを仮説とし、これらを明らかにするため調査設計に組み込みました。その結果、仮説は概ね定量的に実証され、高い解像度で「Kawaii」を捉えることができました。

PwCコンサルティングが提唱する幸福度マーケティングについて

<https://www.pwc.com/jp/ja/services/consulting/customer/marketing/well-being-marketing.html>

国内幸福学研究の第一人者である前野隆司氏（慶応義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授）と協業し、企業と顧客、従業員を含むその他ステークホルダーの「幸せ」を中心とした長期的でサステナブルな関係性を構築する「幸福度マーケティング」のソリューションです。「幸福度マーケティングインサイト」

（<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/column/well-being-marketing.html>）では、幸福度調査に基づくインサイトを多数発信しております。

PwCコンサルティング：脳科学のWell-beingへの貢献について

<https://www.pwc.com/jp/ja/services/consulting/technology-consulting/technology-laboratory/brain-science.html>

PwCコンサルティングの「Technology Laboratory（テクノロジーラボラトリー）」では、心にまつわる社会課題の解決に向けて、国際標準規格である脳の健康管理指標BHQ（Brain Healthcare Quotient）を用いて、人々のWell-beingを実現する糸口を世界に提示する取り組みを推進しています。脳科学以外の先端技術に関しても、調査研究および実証研究、社会実装を通じて、企業の事業変革、大学・研究機関の技術イノベーション、政府の産業政策を総合的に支援します。

<合同研究企業>

・株式会社サンリオエンターテイメント

<https://www.sanrio-entertainment.co.jp/>

日本発の「Kawaiiエンターテイメント」をつくり、発信することをミッションとし、サンリオキャラクターと触れ合えるテーマパーク、サンリオピューロランド（東京都）と、ハーモニーランド（大分県）を運営しています。

・サンリオピューロランド<https://www.puroland.jp/>

・ハーモニーランド<https://www.harmonyland.jp/>

・PwCコンサルティング合同会社

www.pwc.com/jp/consulting

PwCコンサルティング合同会社は、経営戦略の策定から実行まで総合的なコンサルティングサービスを提供しています。PwCグローバルネットワークと連携しながら、クライアントが直面する複雑で困難な経営課題の解決に取り組み、グローバル市場で競争力を高めることを支援します。

・PwC

www.pwc.com

PwCは、社会における信頼を構築し、重要な課題を解決することをPurpose（存在意義）としています。私たちは、世界156カ国に及ぶグローバルネットワークに295,000人以上のスタッフを擁し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細はwww.pwc.com をご覧ください。

・PwC Japanグループ

www.pwc.com/jp

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。

複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japanグループでは、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約9,400人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズに的確に対応したサービスの提供に努めています。

本リリースの掲載内容は画像を含め、11月4日(木)現在の情報です。
内容は変更になる場合がございますので、予めご了承ください。