

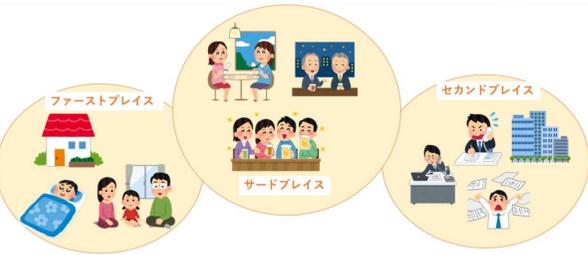
# コロナ禍におけるサードプレイスと主観的幸福感に関する研究

交通まちづくり学研究室2020年度卒業研究 今村陽子

## はじめに

サードプレイスとは一般的に「家と職場以外の第三の居場所」とされる

- ・義務や必要性に縛られるのではなく、自らの心に従い進んで向かう場所
- ・1989年アメリカで、人々の孤独やコミュニティの欠如に対する解決策として提唱された



### サードプレイスの例

- カフェ・喫茶店
- 居酒屋・バー
- 部活・サークル
- ジム・プール
- 公民館・地域活動
- 通っている教室
- 図書館・書店
- 釣り場
- 公園・ストリート
- アパレルショップなどの店舗
- ゲームセンター・パチンコ
- ネットカフェ・マンガ喫茶
- ライブ会場・観戦場
- エステ・サロン等

一方、内閣府の調査では

社会とのつながりが総合主観的満足度に大きく影響を与えることが明らかになっている

▶▶ サードプレイスと主観的幸福感との関連性があるのではないかと

令和2年に新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の感染が拡大

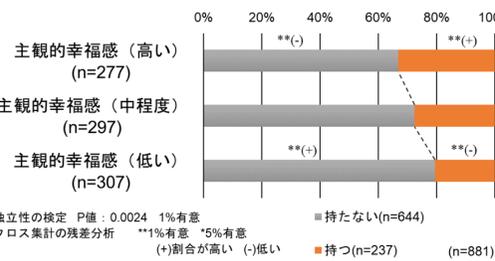
コロナ禍において人々の不安が高まる中、サードプレイスはどのような役割をもっているのか

## 研究の目的

コロナ禍におけるサードプレイスが主観的幸福感とどのような関連性があるのかを明らかにする

## 分析結果

### サードプレイスの有無と主観的幸福感との関連性



・主観的幸福感(高い)グループはサードプレイスを持つ割合が高い

### 主観的幸福感を構成する要素の把握

	SWLS得点			P値	SWLS得点			P値
	高い	中程度	低い		高い	中程度	低い	
性別				0.0037				0.0000
男性(n=440)	117(42.2%)	151(50.8%)	172(56.0%)		181(65.3%)	61(20.5%)	34(11.1%)	
女性(n=441)	160(57.8%)	146(49.2%)	135(44.0%)		58(20.9%)	154(51.9%)	60(19.5%)	
職種				0.0000				0.0000
正規社員(n=452)	146(52.7%)	164(55.2%)	142(46.3%)		179(64.6%)	76(25.6%)	56(18.2%)	
非正規社員(n=158)	36(13.0%)	45(15.2%)	77(25.1%)		64(23.1%)	160(53.9%)	118(38.4%)	
専業主婦・主夫・学生(n=139)	69(24.9%)	47(15.8%)	23(7.5%)		179(64.6%)	76(25.6%)	56(18.2%)	
無職(n=73)	9(3.2%)	18(6.1%)	46(15.0%)		64(23.1%)	160(53.9%)	118(38.4%)	
自営業・自由業+その他(n=59)	17(6.1%)	23(7.7%)	19(6.2%)		34(12.3%)	61(20.5%)	133(43.3%)	
居住地				0.0000				0.0000
東京(n=439)	164(59.2%)	139(46.8%)	136(44.3%)		121(43.7%)	106(35.7%)	104(33.9%)	
地方(n=442)	113(40.8%)	158(53.2%)	171(56.7%)		19(6.9%)	76(25.6%)	38(12.4%)	
サードプレイスの有無				0.0024				0.0000
あり(n=237)	92(33.2%)	82(27.6%)	63(20.5%)		59(21.3%)	77(25.9%)	127(41.4%)	
なし(n=644)	185(66.8%)	215(72.4%)	244(79.5%)		121(43.7%)	106(35.7%)	104(33.9%)	

独立性の検定  
クロス集計の残差分析

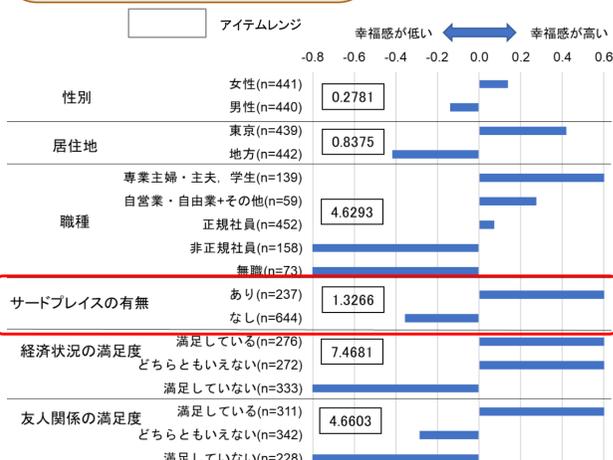
### 関連性がある項目

- ・性別
- ・職種
- ・居住地
- ・サードプレイスの有無
- ・生活満足度(すべての項目)
- ・生活嗜好性

### 数量化Ⅱ類分析

目的変数: 主観的幸福感  
説明変数: 関連性があった項目

- ・重相関係数の2乗 0.4477
- ・定数項 18.50



- ・経済状況の満足度が最も強く幸福感和関連している
- ・サードプレイスの有無は、居住地や性別よりも幸福感和との関連性が強い

## 調査概要

### アンケート調査概要

調査名	日常的な「サードプレイス」についてのアンケート調査	
調査期間	2021年1月7日～10日	
回答数	888	
有効回答数	881	
形式	Web調査	
対象地域	東京都	大都市圏以外の37県
調査対象年齢	20代から50代	
主な調査項目	・コロナ禍のサードプレイスに関して ・生活満足度や幸福度に関して ・生活の嗜好性に関して	

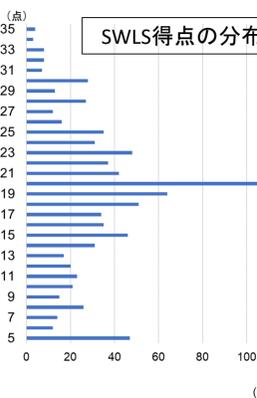
### サードプレイスの定義

- 家と職場以外の日常生活で訪れる第三の居場所
  - 居心地が良い、馴染み、お気に入りの場所
  - 自ら積極的に行くかと思える場所
  - 2、3カ月程度に一度は訪れる場所
- 以上4つの条件を満たす場所とする。  
※恋人、友人、親戚の家等の私的な場所が含まれない。  
※生活上必要不可欠なものは除く。(例: スーパーでの買い物、病院、等)  
※チェーン店の場合は特定の店舗まで特定して一つの場所とする。

## 主観的幸福感尺度の概要

### SWLS尺度\*(The Satisfaction With Life Scale)

- 各質問に対し「全くあてはまらない:1点」～「非常によく当てはまる:7点」で評価
- 高得点であれば幸福度が高い
- 各質問7点満点×5問で、得点範囲は5～35点



### 設問項目

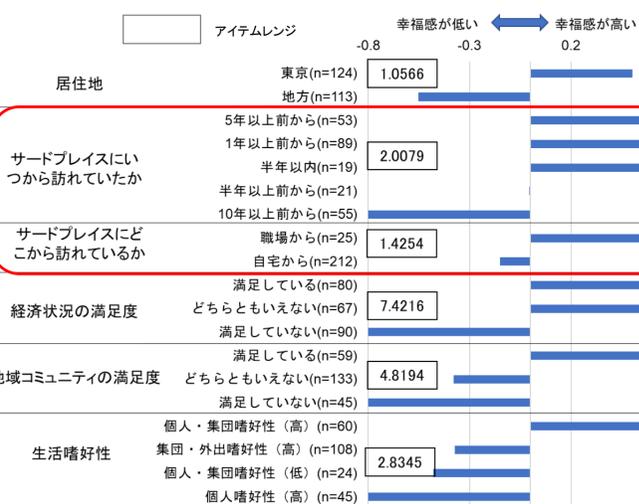
- ・ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い
- ・私の人生は、とても素晴らしい状態だ
- ・私は自分の人生に満足している
- ・私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた
- ・もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう

※Ed Diener, Robert A. Emmons, Randy J. Larsen and Sharon Griffin as noted in the 1985 article in the Journal of Personality Assessment.

3グループに分類し  
各項目とクロス集計

- ✓生活満足度: 健康状態, 家族関係, 経済状況, 就業の状況, 職場の人間関係, 生きがい, 自由な時間・充実した余暇, 友人関係, 地域コミュニティの9項目を7件法で尋ねた
- ✓生活嗜好性: 7項目5件法で尋ねた質問を因子分析により対象者を4グループに分類

### サードプレイスを持つ人の主観的幸福感を構成する要素の把握



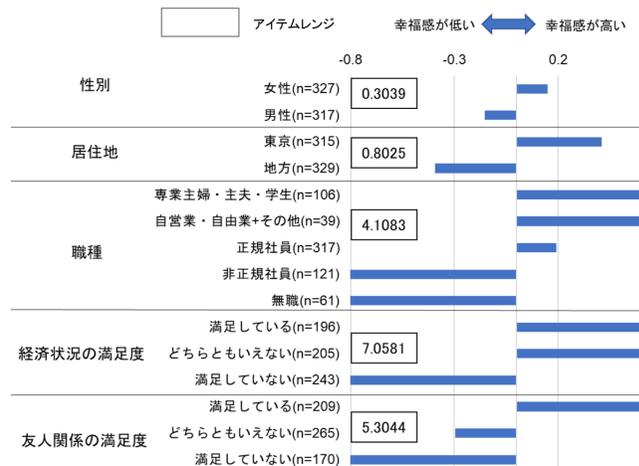
### 数量化Ⅱ類分析

目的変数: 主観的幸福感  
説明変数: 関連性があった項目

- ・重相関係数の2乗 0.4495
- ・定数項 19.85

- ・経済状況の満足度が最も強く幸福感和関連している
- ・サードプレイスの項目はいつから訪れていたかandどこから訪れているかが幸福感和に関連している

### サードプレイスを持たない人の主観的幸福感を構成する要素の把握



### 数量化Ⅱ類分析

目的変数: 主観的幸福感  
説明変数: 関連性があった項目

- ・重相関係数の2乗 0.4474
- ・定数項 18.00

- ・全サンプルを対象とした場合とほとんど同様の結果

## 結論

- サードプレイスを持つことと主観的幸福感は関連性がある
- サードプレイスに職場から訪れ、5～10年前から訪れているサードプレイスを持つと主観的幸福感が高い