

早稲田大学審査学位論文

博士（スポーツ科学）

在タイ日系企業における職場健康づくり

(Happy Workplace Program) 普及に関する促進・阻害要因

Facilitators and Barriers of Promoting the
Workplace Health Promotion (Happy Workplace Program)
at Japanese Companies in Thailand

2018年7月

早稲田大学大学院 スポーツ科学研究科

大和 茂

YAMATO, Shigeru

研究指導教員： 中村 好男 教授

目次

第1章 緒言・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

I. 本論文の背景

- 1) タイにおける職場健康づくり政策の現状
- 2) Happy Workplace Program (HWP)の特徴と普及推移

II. 本論文の着眼点と目的

- 1) 本論文の着眼点
- 2) 本論文の目的

第2章 HWP 参加頻度と欠勤日数・職務満足度との関連（研究1）・・・・・・・・7

I. 目的

II. 方法

- 1) 対象者
- 2) 調査内容
- 3) 分析方法

III. 結果

- 1) 対象者の特性
- 2) HWP 参加頻度，欠勤日数及び職務満足度
- 3) 各変数の相互相関
- 4) 重回帰分析の結果

IV. 考察

V. 限界点

第3章 HWP 普及率と導入企業の特徴（研究 2）・・・・・・・・・・16

I. 目的

II. 方法

- 1) 対象データ
- 2) 調査内容
- 3) 分析方法

III. 結果

- 1) タイの企業総数（規模別）
- 2) 在タイ日系企業数（規模・業種別）
- 3) HWP 普及率

IV. 考察

- 1) タイの全企業における HWP 普及状況と特徴
- 2) 在タイ日系企業における HWP 普及状況と特徴

V. 限界点

第4章 HWP 導入に伴う促進・阻害要因（研究 3）・・・・・・・・・・25

I. 目的

II. 方法

- 1) 対象者
- 2) 調査手順
- 3) 分析方法

III. 結果

IV. 考察

V. 限界点

VI. 結論

第5章 総合論議・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35

I. 本論文で得られた知見

- 1) 第2章（研究1）から得られた知見
- 2) 第3章（研究2）から得られた知見
- 3) 第4章（研究3）から得られた知見

II. 本論文から得られた知見の俯瞰的検討

- 1) HWP参加頻度と欠勤日数・職務満足度との関連と課題
- 2) その他阻害要因
- 3) 「HWPと類似した取り組み」の存在と発展可能性
- 4) 政府による表彰制度及び優遇措置の重要性

III. 結論

補遺 HAPPINOMETER 日本語版開発：妥当性及び信頼性の検討・・・・・・・・ 43

I. 目的

II. 方法

- 1) HAPPINOMETERの特徴及び日本語版作成手順
- 2) 対象者
- 3) 調査内容
- 4) 分析方法

III. 結果

- 1) 対象者の特徴
- 2) 探索的因子分析
- 3) 内的整合性（信頼性）
- 4) 基準関連妥当性

第 1 章

緒言

I. 本論文の背景

1) タイにおける職場健康づくり政策の現状

1. タイ政府が掲げる健康づくり 10 ヶ年計画

2001 年、タイ国民の健康増進を主たる目的とした「Health Promotion Act 2001」に基づき発足したタイ政府専門機関のタイ健康促進財団（以下タイヘルス）は、ヘルスプロモーションに特化した組織としてはアジアで初めてである（Sakol et al.2015）。Sin Tax（悪行税）と呼ばれるタバコとアルコールに課せられる 2%の特別税を財源に、タイ国民の健康づくりに関わる様々なプロジェクトを実施するとともに、助成活動も行いながらタイ全土で現在 1,000 を超える健康づくりプロジェクトが展開されている。とりわけタイヘルスは禁煙促進や飲酒量低減に注力しているが、10 年目を迎えた 2011 年、次の 10 年に向けて「健康づくり 10 ヶ年計画」を策定した（Sakol et al. 2015）。

この「健康づくり 10 ヶ年計画」は 2012 年から 2021 年を見据えたもので、①喫煙、②飲酒、③生殖保健学、④食事と栄養、⑤身体活動、⑥子どもの肥満、⑦交通安全、⑧メンタルヘルス、⑨家族関係、⑩コミュニティ強化という 10 の重点項目が掲げられている。特に①については喫煙率の 10%削減、②についてはアルコール消費率を 27 パーセント以下にする、③については HIV 感染を 3 分の 1 に減らす、④については国民の半数が 1 日 400 グラム以上の野菜を摂取する等、具体的な目標を提示している。また本論文とも関係性が深い⑨家族関係及び⑩コミュニティ強化についても、国家が政府の方針として明確にこの 2 つを打ち出している点は極めて興味深い。

タイヘルスはまずこうした課題を明確にし、それらを 3 つの領域を通してそれぞれにあったサポートシステムを提供することで解決に導いている。1 つ目の領域が「子ども、高

年齢及び障害者の健康」, 2 つ目の領域が「家族・地域社会の健康及び組織で働く従業員の健康」そして最後に「ヘルスケアサービスシステム」と続く。本論文の対象となるのは 2 つ目の領域,つまり「職場」を通じた従業員やその家族, 地域社会へのアプローチで, この領域に提供されているサポートシステムの 1 つが本論文のテーマであるタイにおける職場健康づくり「Happy Workplace Program (HWP)」である。

2. タイにおける生活習慣病(Non-Communicable Disease: NCD)の実態

世界保健機関 (WHO) が 2014 年に発表した NCD Country Profile によると, 2012 年のタイ国民の死亡総数は約 50 万人であったが, その内 71%に相当する約 36 万人が心疾患, 糖尿病, 脳疾患をはじめとした NCD が理由で無くなっている (WHO, 2014)。そしてタイにおける NCD 患者は年々増加傾向にあり (Thai NCD Network, 2015), 中でも高血圧に関しては過去 5 年間の増加率が 81.5 パーセントと急激に増えている (Bureau of Health Policy and Strategy, 2014)。

また NCD のリスクを高める大きな要因でもある肥満事情については, 2013 年時点でタイ国民の男性 470 万人, 女性 1,130 万人, 合計 1,600 万人が肥満といわれている (Chiang Rai Times, 2014)。これはタイ国民の 4 人に 1 人が肥満ということとなり, 非常に深刻な問題である。医療費に関しても 2007 年時点では 3,039 億バーツ (およそ 9,500 億円) から 4,342 億バーツ (1 兆 3,600 億円) と 42 パーセントも増加している (Office of the National Economic and Social Development Board, 2015)。このままではタイ政府の財政に大きな負担がかかることは明らかである。

日本の厚生労働省は「生活習慣病は, 健康長寿の最大阻害要因となるだけでなく, 国民医療費にも影響を与えている。日常生活において適度な運動, バランスの取れた食生活, 禁煙を実践することにより予防できる(厚生労働省, 2015).」と日本国民に生活習慣の改善を呼びかけているが, タイにおいても国民の健康づくりに政府が積極的な理由がここにある。

2) Happy Workplace Program (HWP) の特徴と普及推移

1. HWP の特徴

HWP は、タイヘルス幹部である産業医の Wasanthanarat らが中心となって開発すると同時に 2006 年からプロジェクト形式で企業や官公庁等における導入を目指し普及活動が行われてきた。そして大手企業や官公庁などにおいても徐々に導入が進んできたことを受け、2011 年にタイヘルスとしての HWP 導入組織の数値を国会に報告することとなった (Wasanthanarat, 2016)。HWP は「従業員個人の幸せ」「家族の幸せ」そして「地域社会の幸せ」と言う 3 つのレベルでの幸せを大事にすることをコンセプトとして掲げると同時に Table1 に示した「Happy8」と呼ばれる 8 カテゴリーから構成されており、それら多面的アプローチを通して従業員が心身共に健康でかつ幸せになることを目指している (Wasanthanarat, 2013)。Happy8 を通してワークライフバランスを保つスキルを身につけ仕事の効率性が高まるだけでなく、高い道徳心や倫理観を養い、職場の同僚や家族をいたわる、更には地域社会へ貢献できる人材育成につながると考えられている。(大和, 2014)

Table1 : Happy8 の 8 つのカテゴリ

個人の幸福	
1.Happy Body	心身共に健康な身体をつくる
2.Happy Soul	道徳心と信頼を培う
3.Happy Relax	仕事と日常生活のストレスを解消する
4.Happy Heart	親切心と思いやりを持つ
5.Happy Brain	生涯学習を促進する
6.Happy Money	適切なお金の管理方法を学ぶ
家族の幸福	
7.Happy Family	社員の家族にとっても幸せな環境をつくる
地域社会の幸福	
8.Happy Society	充実した社会の実現及び周りの人をいたわる

2. HWP 普及推移

タイヘルスによると 2011 年から 2015 年までの HWP 導入組織の推移は、下記 Table2 の通りである。この数値は普及状況全体を把握することに主眼を置いているため、組織規模別などの区分は不可能であったが、タイヘルスがタイ全土において HWP を普及するためのパートナーなどへヒアリングを重ねて独自に作成したもので、承諾を得て本論文にて掲載している。2014 年に対前年比で増加率は 100%を下回ったが、全体的な傾向としては省庁などをはじめとした「公的機関」及び在タイ外資系企業も含む「民間企業」における HWP 導入率は増加傾向にある。タイにおいては「寺院」も僧侶が働く職場と考えられており、「公的機関」の数値の中には僧侶の健康づくりの観点から HWP を導入している寺院も含まれている。尚、本論文では企業規模別の HWP 普及率に係る分析も重要との観点から、2016 年 1 月時点の公開情報として入手可能であったタイヘルスの関連組織 Happy Workplace Center (HWC) 公式ホームページ上の企業規模別の区分が可能な導入企業数 1,102 社を用いて分析を行った。

Table2 : HWP 導入組織の推移

年	公的機関	民間企業	合計	増加率
2011	871	2,500	3,371	-
2012	1,858	2,154	4,012	119.0%
2013	1,894	2,800	4,694	117.0%
2014	1,636	2,820	4,456	94.9%
2015	1,885	3,919	5,804	130.3%

3. 在タイ日系企業の存在

ところでタイヘルスは、HWP の観点から在タイ日系企業をどのように考えているのだろうか。タイには多くの外資系企業が事業を展開しているが、海外からタイへの直接投資額

全体の約 60% (2,900 億バーツ=約 9,000 億円) を日本からが占める (The Board of Investment of Thailand, 2014) と同時に 2012 年時点でタイ製造業全体の労働者約 512 万人 (National Statistical Office Thailand, 2013) のうち 1 割を超える約 53 万人を雇用している在タイ日本企業 (バンコク日本人商工会議所, 2012) の存在感は大きい。このことは日本本社の業績及び日本経済にも影響を及ぼしており、タイは日本企業の生産拠点としてまた市場として欠かせない国である。例えば、自動車業界で、「東洋のデトロイト」とも呼ばれるタイ東部ラヨン県にあるイースタンシーボード工業団地においては 105 社以上の自動車・部品関連会社が入居しており、米国の自動車メーカーであるフォードと日本の自動車メーカーであるマツダの合弁企業であるオート・アライアンス・タイランド社もタイ国内市場と 130 カ国を超える海外市場向けにピックアップ・トラックを生産している (ヘマラート・ランドアンドディベロップメント, 2018)。また、自動車業界のみならず、多くの日本企業がタイに生産拠点を置くもう 1 つの理由として FTA (自由貿易協定) 活用による関税率低減があげられる (三菱東京 UFJ, 2017)。東南アジア各国では、2010 年 1 月 1 日に ASEAN (東南アジア諸国連合) 物品貿易協定が発効、先進 ASEAN 諸国 (ブルネイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ) で関税が撤廃され、後発 ASEAN 諸国 (カンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナム: CLMV 諸国) についても 2018 年 1 月 1 日に、関税が原則全て撤廃された。これは ASEAN 域内で事業を展開する日本企業にとっても大きな意味を持つ (日本貿易振興機構, 2018)。

一方で、「現場で働くタイ人従業員は日本人上司によるタイ文化の理解を重視しているが、日本人はそう認識していないために軋轢が生じている」との指摘もある (Sweirczek and Onishi, 2003)。また「タイ人従業員の定着率向上 (ジョブホッピングの回避)」が在タイ日系企業における経営課題の一つに挙げられている (バンコク日本商工会議所, 2015)。このような実情も踏まえてか「HWP が在タイ日系企業にて導入されることは重要である (タイヘルス幹部)」との指摘もある (Thai Post, 2015)。

II. 本論文の着眼点と目的

1) 本論文の着眼点

先述の通り HWP はタイヘルスというタイ政府専門機関の下, 約 10 年以上に渡り職場健康づくりフレームワークとして提唱されてきた. タイを代表する大手企業, 省庁, 寺院等でも導入が進む一方で, 2015 年時点におけるタイの企業総数 2,744,198 社 (Office of Small and Enterprises Promotion, 2015) という観点で見ると, HWP 普及率はタイにおける企業総数の 0.04% に留まる. また日系企業に注目すると, 5,440 社 (ジェトロ, 2017) にのぼる在タイ日系企業における HWP 普及率は 2.66% であり, いずれも 5% に満たない. 本論文ではなぜこのような包括的な職場健康づくりフレームワークがありながらも HWP の普及率が極めて低いのか, HWP 導入に伴う促進・阻害要因に着眼した.

2) 本論文の目的

以上の背景及び着眼点を踏まえ, 本論文では HWP 導入に伴う効果や促進・阻害要因を明らかにして HWP 普及, 殊に在タイ日系企業への普及における問題点を抽出することを目的とした. そのことによりタイの民間企業, とりわけ在タイ日系企業における HWP 普及ならびに充実化に向けた方策を導き出すことが期待される.

第 2 章

HWP 参加頻度と欠勤日数・職務満足度との関連（研究 1）

I. 目的

企業の成長を見据えた経営戦略の観点から「健康的な職場」や「従業員の健康」への関心が高まりつつある（大和総研，2015）。一方で，職場健康づくり導入に伴う障壁の一つに「経営者が持つ職場健康づくり実施に伴う利点に関する誤認識」がある（European Agency for Safety and Health at Work, 2012）。タイにおける職場健康づくり HWP がより多くの組織に普及するためにも，企業経営に有益な HWP の導入効果が検証されることは重要であると言える。そこで本章では，HWP 導入効果の検証に先駆けて，HWP を継続して導入している在タイ日系企業 2 社（A 社及び B 社）を対象に，そこで働くタイ人従業員の「HWP 参加頻度」と「欠勤日数」及び「職務満足度」の間にある相関関係を検証することを目的とした。

II. 方法

1) 対象者

タイのアユタヤ県に所在地がある A 社（精密機器製造メーカー）とチョンブリ県に所在地がある B 社（生活用品製造メーカー）の人事総務責任者の協力を得て，タイ人従業員を対象に質問紙調査を実施した。両社は，社内における HWP 推進に伴い経営層がイニチアチブを取り，従業員も積極的に関与していることから，HWP 導入企業の中でも代表的企業として位置づけられている。両社人事部からのデータに基づくと，2011 年 2 月時点の A 社の従業員数は 1,920 名（男性 217 名・女性 1,703 名），B 社の従業員数は 1,025 名（男性 478 名・女性 547 名）であった。コンピューター表計算ソフトを用いて社員番号の数値以内で乱数を求めて各社の従業員を無作為に抽出した。無作為に抽出された合計 356 名は，A 社の従

業員 200 名（男性：25 名，女性：175 名）と B 社の従業員 156 名（男性：61 名，女性 95 名）から構成された。調査は 2010 年 12 月から 2011 年 2 月に実施された。

2) 調査内容

1. 対象者の特性

年齢，性別，婚姻歴，扶養家族数，学歴，役職，収入，勤続年数などを尋ねた。

2. HWP 変数

「HWP の認知」や「過去に参加した HAPPY8 の項目」に加え，「Happy Body」と「Happy Relax」に関しては過去 3 ヶ月に参加した活動内容と参加頻度を尋ねた。例えば，「Happy Body」では「Yoga」や「Fitness」，「Happy Relax」においては「Relaxing at Garden」，「Playing Music Instrument」などの職場における活動内容があり参加頻度は「No (0), Low(1-3), Med(4-6), High(7-9), Other()」の選択肢から成る。

3. 欠勤日数

Kessler らによって開発された「The WHO Health and Work Performance Questionnaire: 健康と労働パフォーマンスに関する質問紙 (Kessler et al, 2003)」を用いて，過去 4 週間に身体的又は精神的な健康の問題によって仕事を休んだ日数のみを測定した。

4. 職務満足度

Warr らによって開発された職務満足度を包括的に測る尺度「The Warr-Cook-Wall scales (Warr et al, 1979)」を利用した。同尺度は「あなたの能力を活かせる機会」，「働き方を選べる自由度」，「あなたの労働時間」などの 10 項目から構成されており，回答者が満足度に応じて 1-7 点を回答する。得点が高いほど高い満足度を示す。

3) 分析方法

基本統計量を算出し、対象の概要を把握した。また Happy Body と Happy Relax 参加頻度、欠勤日数及び職務満足度は、各変数を 5 段階に区分して全体、A 社、B 社の傾向を見出した。また各変数の相互相関を確認すると共に欠勤日数と職務満足度を従属変数とした重回帰分析を行い Happy Body と Happy Relax 参加頻度をはじめとした変数がそれらに与える影響を検討した。

III. 結果

1) 対象者の特性

対象者の特性を Table3 に示した。全体の 75.8%が女性であり、A 社と B 社共に女性の方が多かった。全体の 60.7%が未婚で、約半分以上が 29 歳以下、続いて 30 代が約 3 割を占めた。学歴は全体の 57.6%は大学であったが、A 社では高校が最も多く 54.5%、B 社では大学が 84.6%にまで及んだ。A 社従業員の 30%は勤続年数 1 年未満であり、約 50%が給与 1 万バーツ未満であった。一方で B 社従業員の 65.4%が勤続年数 9 年以上で給与 1.8 万バーツ以上が約 70%を占めた。

Table 3 : 対象者の特性

項目		全体 $n=356$	A社 $n=200$	B社 $n=156$
性別	男性	86 (24.2)	25 (12.5)	61 (39.1)
	女性	270 (75.8)	175 (87.5)	95 (60.9)
婚姻状況	未婚	216 (60.7)	137 (68.5)	79 (50.6)
	既婚	140 (39.3)	63 (31.5)	77 (49.4)
年齢	29歳以下	173 (48.6)	142 (71)	31 (19.9)
	30-39歳	120 (33.7)	58 (29)	62 (39.7)
	40-49歳	43 (12.1)	0 (0)	43 (27.6)
	50-59歳	18 (5.1)	0 (0)	18 (11.5)
	60歳以上	2 (0.6)	0 (0)	2 (1.3)
学歴	小学校	13 (3.7)	4 (2)	9 (5.8)
	中学校	19 (5.3)	14 (7)	5 (3.2)
	高校	119 (33.4)	109 (54.5)	10 (6.4)
	大学	205 (57.6)	73 (36.5)	132 (84.6)
扶養家族	0	31 (8.7)	8 (4)	23 (14.7)
	1-2	150 (42.2)	86 (43.0)	64 (41.0)
	3-4	154 (43.3)	95 (47.5)	59 (37.8)
	5-6	21 (5.9)	11 (5.5)	10 (6.4)
給与 (※)	>8.0	48 (13.5)	47 (23.5)	1 (0.6)
	8.0-9.9	59 (16.6)	51 (25.5)	8 (5.1)
	10.0-11.9	74 (20.8)	67 (33.5)	7 (4.5)
	12.0-13.9	22 (6.2)	16 (8.0)	6 (3.8)
	14.0-15.9	20 (5.6)	7 (3.5)	13 (8.3)
	16.0-17.9	15 (4.2)	2 (0.5)	13 (8.3)
	18.0<	118 (33.1)	10 (5.0)	108 (69.2)
勤続年数	1年未満	70 (19.7)	60 (30.0)	10 (6.4)
	1-3年未満	89 (25.0)	79 (39.5)	10 (6.4)
	3-5年未満	31 (8.7)	19 (9.5)	12 (7.6)
	5-7年未満	36 (10.1)	22 (11.0)	14 (9.0)
	7-9年未満	25 (7.1)	17 (8.5)	8 (5.2)
	9年以上	105 (29.5)	3 (1.5)	102 (65.4)

※給与は 1,000 タイバーツ単位

2) HWP 参加頻度, 欠勤日数及び職務満足度

Happy Relax 及び Happy Body 参加頻度, 欠勤日数, 及び職務満足度の回答分布を Table4 に示した. 過去 3 ヶ月間の Happy Relax 参加頻度は「4-6 回」が 32.9%と最も多く, 続けて「1-3 回」が 27.2%であった. Happy Body 参加頻度は, 全体の 54.6%が「0 回」, 28.7%が「1-3 回」を占めた. 過去 4 週間の欠勤日数は「0」が全体の 44.4%と最も多く, 「0.5-2.0 日」が 36.0%, 「2.5-4.0」が 14.6%と続いた. 職務満足度は「4.0-4.9」が全体, A 社, B 社共に約 3 割と最も多かった.

Table4 : Happy Relax ・ Happy Body 参加頻度, 欠勤日数及び職務満足度

項目		全体 $n=356$	A 社 $n=200$	B 社 $n=156$
Happy Relax 参加頻度	0	65 (18.3)	39 (19.5)	26 (16.7)
	1-3	97 (27.2)	66 (33.0)	31 (19.9)
	4-6	117 (32.9)	62 (31.0)	55 (35.3)
	7-9	55 (15.4)	24 (12.0)	31 (19.9)
	10-16	22 (6.2)	9 (4.5)	13 (8.3)
Happy Body 参加頻度	0	195 (54.8)	123 (61.5)	72 (46.2)
	1-3	102 (28.7)	50 (25.0)	52 (33.3)
	4-6	37 (10.4)	17 (8.5)	20 (12.8)
	7-9	16 (4.5)	7 (3.5)	9 (5.8)
	10-13	6 (1.7)	3 (1.5)	3 (1.9)
欠勤日数	0	158 (44.4)	87 (43.5)	71 (45.5)
	0.5-2.0	128 (36.0)	75 (37.5)	53 (34.0)
	2.5-4.0	52 (14.6)	32 (16.0)	20 (12.8)
	4.5-6.0	16 (4.5)	5 (2.5)	11 (7.1)
	6.5-7.5	2 (0.6)	1 (0.5)	1 (0.6)
職務満足度	1.9-2.9	17 (4.8)	9 (4.5)	8 (5.1)
	3.0-3.9	85 (23.9)	48 (24.0)	37 (23.7)
	4.0-4.9	105 (29.5)	61 (31.0)	44 (28.2)
	5.0-5.9	88 (24.7)	48 (24.0)	40 (25.7)
	6.0-7.0	61 (17.1)	34 (17.0)	27 (17.3)

3) 各変数の関連

各変数の関連を Table5 に示した通り、欠勤日数と Happy Body 及び Happy Relax 参加頻度の方に負の有意な相関がみられた。一方、職務満足度と Happy Body 及び Happy Relax 参加頻度の間には正の有意な相関が示された。また欠勤日数と職務満足度の間においては負の有意な相関が確認された。

Happy Body 参加頻度と給与及び勤続年数の間には正の有意な相関がみられた。同様の有意な相関が Happy Relax 参加頻度と給与及び勤続年数の間でも確認された。尚、Happy Body 参加頻度と Happy Relax 参加頻度の間にも正の有意な相関が示された。

Table5 : 各変数の相互相関

	性別	年齢	給与	勤年	HB	HR	欠勤	職満
性別	-							
年齢	-.219**	-						
給与	-.270**	.677**	-					
勤年	-.168**	.684**	.708**	-				
HB	-.210**	.022	.123*	.112*	-			
HR	.016	.117	.143**	.262**	.397**	-		
欠勤	-.014	-.088	.018	-.038	-.308**	-.361**	-	
職満	.050	.076	.007	.007	.271**	.326**	-.550**	-

**p<.01, *p<.05

注) 勤年:勤続年数, HB:Happy Body 参加頻度, HR:Happy Relax 参加頻度, 欠勤:欠勤日数, 職満:職務満足度

4) 重回帰分析の結果

Happy Body と Happy Relax 参加頻度が欠勤日数及び職務満足度に与える影響を検討するために、それぞれを従属変数として重回帰分析を行った。先述の Table5 に示された独立変数の分散拡大係数 (Variance Inflation Factor: VIF) は 1.17-2.05 であり、多重共線性の問題はないと考えられる。なお、変数は強制投入とした。

重回帰分析の結果、下記の Table6（従属変数：欠勤日数）及び Table7（従属変数：職務満足度）の決定係数は.364 と.338 であり、共に 1%水準で有意な値であった。年齢、Happy Body 参加頻度、Happy Relax 参加頻度及び職務満足度から欠勤日数に対する負の標準偏回帰係数が有意であった。一方、給与から欠勤日数に対する正の標準偏回帰係数が有意であることが確認された。また Happy Body 参加頻度、Happy Relax 参加頻度及び欠勤日数から職務満足度に対する正の標準偏回帰係数が有意であることが示された。勤続年数から職務満足度に対する負の標準偏回帰係数が有意であったが、性別と年齢から職務満足度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。

Table6：重回帰分析結果

	β
年齢	-.135 *
給与	.154 **
Happy Body 参加頻度	-.136 **
Happy Relax 参加頻度	-.166 ***
職務満足度	-.450 ***

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

従属変数：欠勤日数, β ：標準偏回帰係数

Table7：重回帰分析結果

	β
性別	.067
年齢	.119
勤続年数	-.128 *
Happy Body 参加頻度	.099 *
Happy Relax 参加頻度	.138 **
欠勤日数	-.463 ***

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

従属変数：職務満足度, β ：標準偏回帰係数

IV. 考察

本研究により HWP の Happy Body と Happy Relax への参加頻度と欠勤日数の間には負の相関関係、職務満足度との間には正の相関関係があることが示唆された。先述の通り、タイヘルスは民間企業等で働くタイ国民(成人)の「健康づくり」を主たる目的として HWP を開発したが、身体的・精神的健康の問題による欠勤日数や職務満足度との間に関連があることが示唆された。このことは、直ちに HWP の導入効果を意味するものではないが、その可能性の前提と考えられる。今後 HWP 導入とその参加／不参加によって健康関連指標や経営・労務指標への効果を検証する研究が期待される。

また具体的な職場における展開方法としては Happy Relax 参加頻度の方が Happy Body 参加頻度よりも標準偏回帰係数が欠勤日数と職務満足度の両方に対して大きいため、企業経営の観点からは、Happy Relax への参加による効果を先に検証することは合理的と言えるであろう。給与と欠勤日数の間に正の有意な相関が示されたことを踏まえると、「タイでは毎年賃金が上昇する傾向にあるが生産性向上が伴っていない(みずほ総合研究所, 2015)」が当てはまる可能性があるため、HWP 導入効果の検証結果を踏まえた上で経営者が賃金上昇率を抑制し、Happy Relax や Happy Body の活動に一部予算を充てるという選択肢も検討する余地が出てくる可能性がある。

ところで Table4 で示された「Yoga」や「Fitness」などの Happy Body 参加頻度を見ると、調査対象者全体の 54.8%が「0日」と回答しており、現状では従業員の半分以上が運動を殆どできていないことを示唆している。従業員が Happy Body の活動に参加できる環境やその重要性を伝えるための工夫をする余地があると言える。また相互相関及び重回帰分析の結果が示した通り、欠勤日数と職務満足度の間には負の有意な関係がある。この結果は、高い職務満足度の従業員はそうでない従業員と比較して欠勤率が低い傾向にある(島津, 2004 ; Scott and Taylor, 1985; Vroom, 1964) という日本国内外における先行研究の結果とも共通する可能性がある。つまり、その両方に対して経営的な観点から有益な影

響を及ぼす Happy Body と Happy Relax は、社内において好循環をもたらす「仕掛け」としての側面も持ち合わせる可能性を秘めている。

先述の通り、HWP は働くタイ国民の健康づくりを主たる目的として開発されたが、本研究で示唆されたように HWP を通して従業員の職務満足度が向上し、欠勤率が下がる可能性があるのであれば、経営者が経営戦略の一つとして HWP を導入する意義があると言えるであろう。

V. 限界点

本研究では HWP 参加頻度と欠勤日数及び職務満足度との間にある相関関係が存在することを明らかにしたが、その他変数との間においても有意な相関関係があり、HWP 参加頻度が欠勤率低減や職務満足度向上などの経営上有効な効果をもたらすか否かに関しては更なる検討が必要である。また、調査対象者全体の 54.8%は Happy Body へ全く参加できていない結果を踏まえると、Happy Body 実施方法に関する問題点がある可能性についても認識しておく必要がある。尚、本研究における Happy Body と Happy Relax への参加頻度の測定期間は 3 か月間を用いたが、欠勤日数の測定期間は 4 週間であったため、両変数の測定期間を同じにする等の配慮を行うことで HWP と欠勤日数の関係性をより正確に分析できた点は本研究の限界であり今後の課題である。

第 3 章

HWP 普及率と導入企業の特徴（研究 2）

I. 目的

本論文の第 2 章（研究 1）では、企業経営の観点から見た HWP 導入効果の検証に先駆けて、HWP 参加頻度と欠勤日数及び職務満足度の間にある相関関係の検証に焦点を当てた。これに続き第 3 章（研究 2）では、実際の民間企業の職場において HWP はどの程度導入されてきているのか、タイにおける企業総数及び在タイ日系企業における HWP 普及率を明らかにすることを目的とした。また HWP 導入促進・阻害要因の検討において重要であるとの観点から、HWP を導入している企業と導入していない企業の特徴、具体的には企業規模や業種別に焦点を当てて導入率やその傾向を明らかにすることにも着眼した。

II. 方法

1) 対象データ

タイの企業総数の観点からは、タイ政府の専門機関 Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP) が公表している「White Paper on SMEs 2015 (OSMEP, 2015)」を用いた。また在タイ日系企業数については日本貿易振興機構（ジェトロ）が 2017 年 10 月に発表した「タイ日系企業進出動向調査 2017 年」調査結果を参照し（ジェトロ, 2017）、企業規模も同機構による分類基準を参照した。なお HWP 導入企業数やその規模については、タイヘルスの関連組織 Happy Workplace Center (HWC) 公式ホームページ上で公表されている HWP 導入登録企業リストを用いた。（Thai Health Promotion Foundation, 2016）

2) 調査内容

1. タイの企業総数

OSMEP が公表しているタイにおける企業総数を確認すると同時に企業規模別（大規模、中規模、小規模）の表を確認し割合を求めた。

2. 在タイ日系企業数

在タイ日系企業数については日本貿易振興機構（ジェトロ）が 2017 年 10 月に発表した「タイ日系企業進出動向調査 2017 年」調査結果を参照し、企業規模も同機構による分類基準を用いた。本研究にて用いた在タイ日系企業の規模別区分の基準を Table8 に示す。

Table8 : 在タイ日系企業の規模別区分基準

規模	条件
大企業	日本側株主が大企業のみ、もしくは大企業と個人で構成されている場合
中小企業	日本側株主に中小企業（個人を除く）が含まれている場合
個人	日本側株主が個人のみで構成され、法人を含まない場合
不明／その他	日本側株主について回答拒否もしくは不明な場合

< 中小企業の定義 >

- ・ 造業・その他：資本金 3 億円以下、又は従業員 300 人以下
- ・ 卸売業：資本金 1 億円以下、又は従業員 100 人以下
- ・ 小売業：資本金 5,000 万円以下、又は従業員 50 人以下
- ・ サービス業：資本金 5,000 万円以下、又は従業員 100 人以下

3. HWP 導入企業

HWC 公式ウェブサイト内でタイの地域別（北部、中部、東部、南部など）に分けて公表されている登録組織名をエクセルファイルに入力し、企業のみを選別すると共に重複して登録されていた企業名を削除した。同ウェブサイト上で登録されていた HWP 導入企業数に関する留意点としては、登録は審査を必要としない申告制となっており、各社の人事担当

者などが企業名や所在地などの基本情報に加え HWP 活動情報を入力すると登録が完了する仕組みとなっている点が挙げられる。このため入力ミスなどにより、同一企業による重複した投稿や、記載項目が部分的であっても登録可能なため、企業規模や HWP に係る活動内容の情報が欠如しているケースも少なくない点が挙げられる。

3) 分析方法

タイ企業総数の企業規模別割合を算出すると同時に、タイ企業総数及び在タイ日系企業数を分母、HWP 導入企業数を分子として、タイの全企業と在タイ日系企業における HWP 普及率を求めた。同様に HWP 導入全企業と HWP 導入在タイ日系企業における企業規模別の割合を比較・検証した。

III. 結果

1) タイの企業総数（規模別）

Table9 で示された通り、2015 年時点におけるタイにおける企業総数の構成は、企業規模別に見てみると、小規模企業が企業総数の約 99%を占めていることが分かった(OSMEP, 2015)。一方、大規模企業と中規模企業の数は、両者共に全体の 1%にも満たない僅かな割合が示された。尚、企業規模未回答又は不明の企業が一定数存在しており、それら企業は N/A という区分に分類された。

Table9: タイの規模別企業数

企業規模	企業数	日系企業(内数※2)
小規模	2,723,932 (99.26%)	513 (11.0%)
中規模	12,812 (0.47%)	1,859 (39.9%)
大規模	7,062 (0.26%)	2,288 (49.1%)
N/A (※1)	392 (0.01%)	
合計	2,744,198 (100%)	4,660 (100%)

※1: 企業規模未回答又は不明の企業が一定数存在しており、それら企業は N/A という区分に分類されている

※2: 2017年10月時点のジェットロの統計において、事業活動が確認されている在タイ日系企業数 5,444 社の内、日本側株主についての回答があった 4,660 社について規模別に分類

2) 在タイ日系企業数（規模・業種別）

ところで在タイ日系企業の状況はどのようになっているのだろうか。Table9 が示す通り、2017年10月時点における規模が明らかとなっている在タイ日系企業数は 5,444 社のうち 4,660 社（ジェットロ, 2017）であった。企業規模別に見てみると、タイの企業総数における割合とは異なり大規模企業のそれが最も多く 49.1%、中規模企業においても 39.9%を占めた。一方で、タイの企業総数においては約 99%を占めた小規模企業の在タイ日系企業における割合は 11%が示された。

次に業種別に見てみると、Table10 が示す通り、製造業 2,346 社の割合が 43.09%（ジェットロ, 2017）と最も高く、日本企業の多くはタイを自動車や家電機器をはじめとした商品の製造拠点として位置づけて進出していることが明らかになった。また、卸・小売業は 24.98%と 2 番目に高い割合であった。尚、タイの企業総数においても製造業と卸・小売業を合算した割合が全体の 60%以上を占めている(OSMEP, 2015)ことから、在タイ日系企業が展開している事業がタイの主要な産業と合致していることが分かった。

Table10：在タイ日系企業数と業種別割合

業種	企業数 (割合)	業種	企業数 (割合)
1 農林水産	12 (0.22%)	8 金融	95 (1.75%)
2 鉱業	5 (0.09%)	9 不動産	100 (1.84%)
3 建設	150 (2.76%)		
4 製造	2,346 (43.09%)	10 サービス	896 (16.46%)
5 情報通信	191 (3.51%)	11 電気・ガス・水道	26 (0.48%)
6 運輸 郵便	204 (3.75%)	14 学術研究	18 (0.33%)
7 卸売 小売	1,360 (24.98%)	15 その他	41 (0.75%)
合計 5,444 社			

3) HWP 普及率

2016年1月時点でHWC公式ホームページにて確認ができた企業規模別に区分が可能な数値に限って言えば、Table11で示された通り、小規模企業が182社、中規模企業が374社、大規模企業が546社であり、Table9の企業数を分母としたHWP普及率は、各々0.01%、2.92%、7.73%となった。この内、在タイ日系企業のHWP普及率は中規模企業1.67%、大規模企業4.98%となり、日系企業全体での普及率はタイの全企業への普及率と比べて高いものの、規模別にみると普及率が低いということがわかった。

Table 11: 企業規模別にみた HWP 導入企業数ならびに普及率

企業規模	HWP 導入企業数[普及率]	
	タイの全企業	在タイ日系企業
小規模	182 [0.01%]	0 [0%]
中規模	374 [2.92 %]	31 [1.67%]
大規模	546 [7.73%]	114 [4.98%]
合計	1,102 [0.04%]	145 [2.66%]

次に在タイ日系企業における HWP 普及率は Table11 の通り、先述の「タイの日系企業リスト 5,444 社（ジェトロ, 2017）」を分母, 「HWC 公式ホームページ上の公表データ」に基づき確認された HWP 導入在タイ日系企業数「145」を分子として算出したところ「2.66%」となった。在タイ日系企業における規模別 HWP 普及率を見てみると, 中規模企業が 1.67%, 大規模企業は 4.98%であることが分かった。尚, 小規模企業におけるそれは 0%であった。また HWP 導入在タイ日系企業に対する割合は, 大規模企業が最も多く 78.6%を占めており, 中規模企業は 21.4%, 小規模企業は 0%であることが分かった。

業種別の HWP 普及率はどうであろうか。Table12 が示す通り, HWP 導入在タイ日系企業数は製造業が 118 社と最も多かったが, 在タイ日系企業全体において製造業が占める割合も最も多いため HWP 普及率は 5.03%に留まった。運輸業では 16 社と導入企業数は多くはないが, 普及率という点では 8.38%ともっとも高くなった。卸・小売業と金融業はそれぞれ 0.37%と 4.21%の普及率を示した。

Table12：在タイ日系企業の業種別 HWP 普及率

業種	HWP 導入在タイ 日系企業数
製造業	118 (5.03%) [81.38%]
運輸	16 (8.38%) [11.03%]
卸・小売業	5 (0.37%) [3.45%]
金融業	4 (4.21%) [2.76%]
サービス	2 (0.22%) [1.38%]
合計	145 (2.66%) [100%]

注) () : 在タイ日系企業数に対する割合, [] : HWP 導入在タイ日系企業数に対する割合

IV. 考察

本章（研究 2）では HWP がタイの民間企業においてどの程度普及しているのかを明らかにすべく、タイ企業総数及び在タイ日系企業数の現状を分析するとともに HWP 普及率及び導入企業の特徴を検証した。本節においては HWP の普及状況と導入企業の特徴及び傾向に関する考察を下記の通り行う。

1) タイの全企業における HWP 普及状況と特徴

タイの企業総数における HWP 普及率は 0.04% と 1% に満たないことが明らかになった。これは日本政策金融公庫が「中小企業の健康経営」という調査レポートの中で紹介した中小企業における普及率 7.6%（横浜市，2013）や米国政府の健康増進政策「The Healthy People 2010」において「75%の職場にて職場健康づくりを実践」という目標を掲げたにも関わらず実際の普及率 6.9%（Linnan et al. 2008）に留まった際の割合よりも低い。

然しながら、タイの全企業における企業規模別 HWP 普及率を見てみると、小規模企業では普及率 0.01% であったが、中規模と大規模企業においては 2.92% と 7.73% が示された。このことから HWP は企業規模に応じて導入の比率が増加する傾向にあることが示唆された。このことはヨーロッパにおける「小規模企業では職場健康づくり導入率が大企業と比較して低い（European Agency for Safety and Health at Work, 2012）」や日本における『健康経営』が大規模企業を中心には浸透しつつあるものの中小企業においては未だ普及は限定的（白波瀬，2016）」とも類似する。

尚、HWP 導入企業の構成（企業規模別）は、全 1,102 社の内、546 社が大規模企業であり、全体の約半数を占めていた。また中規模企業の数も 374 社で全体の約 3 分の 1、小規模企業はその半分に留まることが明らかになった。

2) 在タイ日系企業における HWP 普及状況と特徴

在タイ日系企業における HWP 普及率に焦点を当ててみると、「145 社」が HWP を導入しており普及率は「2.66%」であることが分かった。タイの企業総数における HWP 普及率よりは若干高いが、在タイ日系企業における HWP の普及率としては 5%未満であり、殆ど浸透していないと言える。

在タイ日系企業における企業規模別の HWP 普及率はどうであろうか。小規模企業においては 0%であったが、中規模企業にて 1.67%、大規模企業では 4.98%であることが明らかになった。先述のタイの企業総数における中規模企業と大規模企業の HWP 普及率がそれぞれ 2.92%と 7.73%であったことを踏まえると、在タイ日系企業におけるそれは極めて低いことが示された。この結果、在タイ日系企業総数における HWP 普及率は、タイの企業総数における普及率を上回るにもかかわらず、企業規模別に見るとその割合が逆転することを示しており、在タイ日系企業の殊に大規模企業における HWP の普及に改善の余地があることを示唆している。

また在タイ日系企業における業種別 HWP 普及率は 145 社の内、製造業が 118 社と最も多かったが、在タイ日系企業全体において製造業が占める割合も最も多いため HWP 普及率は 5.03%に留まった。然しながら HWP を導入している在タイ日系企業の中では製造業が 81.38%を占めていることを踏まえると、HWP は製造業、すなわち工業団地などの工場で働く従業員が多い職場と相性が良く、導入がされやすい可能性が確認された。

V. 限界点

本研究において使用した HWP 導入企業数のデータは HWC 公式ホームページ上で 2016 年 1 月時点で公表されていた数値をもとに算出したが、HWP 導入企業としての登録は審査を必要としない申告制となっており、各社人事担当者などが企業名や所在地等の基本情報に加え HWP 活動情報を入力すると登録が完了する仕組みとなっている。そのため同一企業

による重複した投稿や、記載項目が部分的であっても登録可能であり、企業規模や HWP に係る活動内容等の情報が欠如しているケースも少なくなかった。今後より詳細な分析を行う上で HWP 導入企業の実態を把握するためには、導入企業の業種や規模、従業員数等に関する正確なデータの入手が必要不可欠である。このような HWP 導入企業のデータ管理システムの課題があることは否めず、研究の限界があった。HWP に関する精度の高い効果検証と普及のためにも、より正確なデータ収集と分析を実現するための仕組みが求められる。

第 4 章

HWP 導入に伴う促進・阻害要因（研究 3）

I. 目的

本論文の第 3 章（研究 2）では HWP がタイの全企業及び在タイ日系企業においてどの程度普及しているのかを明らかにすると同時に在タイ日系企業における HWP 導入企業の特徴や傾向を検証した。その結果、先述の通りタイの全企業における HWP 普及率は 0.04%、そして在タイ日系企業におけるそれも 2.66%といずれにおいても普及率は 5%に満たないことが明らかになった。

本論文では「なぜこのような包括的なフレームワークがありながらも HWP の普及率が極めて低いのか」という点に着眼しているが、これには何らかの HWP 導入に伴う促進・阻害要因があるのではないだろうか。本章（研究 3）においては、その問題を検証すべく在タイ日系企業で働く日本人経営層を対象に半構造化インタビュー調査を実施して、HWP 導入に関する促進・阻害要因を明らかにした。

II. 方法

1) 対象者

在タイ日系企業の日本人経営者を対象に半構造化インタビュー調査を実施した。タイ国バンコク都又はチョンブリ県に所在地がある日系企業で HWP の導入登録がなされていない企業 10 社を対象企業とし、そこで働く日本人経営層を対象として実施した。

2) 調査手順

半構造化インタビュー調査は、インタビュアー 1 人（筆者）が対象企業 1 社（在タイ日本人経営層）毎に約 1 時間の半構造化インタビューを実施した。インタビューは冒頭に HWP

の説明を行った上で実施し、質問は「HWPのことをご存知でしたか。HWPに関してどのような印象をお持ちですか。仮に皆様の職場にてHWP導入を検討する場合、導入できると思いますか。また導入をしない（できない）要因は何だと思えますか。その理由を具体的に教えてください」とし、一人一人から回答を得た。回答の内容は、インタビュアーが適宜メモを取って記録した。

3) 分析方法

インタビュー調査のデータに関しては、インタビュー終了後直ちに回答者の社名・属性等を除いた実回答データだけを電子情報として文字入力し、全インタビュー終了後に一覧にまとめた。その後回答データを整理・集約するため、著者及び専門家によって意味のまとまり毎にカテゴリ化し分析を行った。まず実回答から意味のまとまり毎に小カテゴリへ集約し、次に小カテゴリの共通要素を包含する概念を中カテゴリと位置づけて集約した。最後は大カテゴリを中カテゴリの共通要素を集約する上位概念として位置づけた。集約が困難な実回答に対しては無理に他の回答群に集約せず独立して扱った。尚、内容が曖昧な回答や意味が不明瞭な回答、趣旨と大きく外れている回答は分析の段階で除外した。最終的に整理・集約した回答を全作業員で協議の上、小カテゴリ>中カテゴリ>大カテゴリへと階層化した。

III. 結果

対象企業10社に対して実施した半構造化インタビュー調査を通して得られた有効回答データ数は68個であったが、Table13の通り、作業員らによる分析の結果52個の小カテゴリに分類化された。それら小カテゴリを11個の中カテゴリに類型化し最終的には、【HWPに関する認知】、【部分的な取り組み】、【期待】、【不実施理由】の4つの大カテゴリが抽出された。尚、実回答と各カテゴリとの対応は巻末に参考資料として添付する[巻末 参考資料

参照]. 以下カテゴリに沿って説明する. 【】は大カテゴリを示し, 《》は中カテゴリ, 〈〉は小カテゴリを表すこととする.

【HWPに関する認知】は2つの中カテゴリから形成された. 《限定的な認知》には, 〈1. 名前は聞いたことがあったが詳しく知らなかった〉, 〈3. タイ語で書いていたので何のことか分らなかった〉, 〈5. 理解ができなかった〉などがあり, 《重要性認知》には 〈6. タイ文化や労働慣行を反映させた職場環境として参考になる〉や 〈8. ガイドラインとして助かる〉などが含まれた.

【部分的な取り組み】は, 〈10. CSR (企業の社会的責任) 活動は定期的に行っている〉, 〈13. 毎年社内スポーツ大会を実施している〉, 〈15. 安全に関する研修を行っている〉などからなる《類似した取り組み》, 〈20. Happy Body と Happy Relax は実施している〉や 〈22. Happy Body として週に1度皆で運動している〉からなる《Happy8の一部実施》で構成された.

【期待】は, 〈24. 費用の税控除率が高くなれば取り組みやすい〉や 〈27. 金利等の優遇措置があると取り組みがいがある〉を集約した《政府支援への期待》, 〈30. 企業イメージの向上につながると良い〉や 〈34. 欠勤率や離職率に関するデータが欲しい〉を含む《導入効果への期待》からなる.

【不実施理由】は5つの中カテゴリから構成され, 〈35. 人事専門の担当者がいない〉や 〈36. 今一人一人の業務で手一杯〉などを集約した《人員不足》, 〈40. 職場環境改善に関わる予算を積んでいない〉や 〈41. 費用がかかる取り組みが多いと難しい〉などをまとめた《費用》, 〈43. 本社の説得が大変〉からなる《日本本社の理解》が含まれた. また, 〈44. 全8項目を実施するのは難しい〉や 〈45. 最初は3つ,4つの項目から始められるとやりやすい〉などは《Happy8の項目の多さ》へ, 〈49. 競合他社がHWPをやっているのであれば検討の余地あり〉や 〈50. どのような企業が導入しているのか〉などは《他社比較》へと類型化された.

Table13 : 半構造化インタビュー回答の集約結果

大カテゴリ(4)	中カテゴリ(11)	小カテゴリ(52)
HWPに関する認知	限定的な認知	1. 名前は聞いたことがあったが詳しくは知らなかった 2. 具体的に何をしているのかまでは把握していなかった 3. タイ語で書いていたので何のことは分からなかった 4. 良くわからなかった 5. 理解ができなかった
	重要性認知	6. タイ文化や労働慣行を反映させた職場環境として参考になる 7. タイ人にとって幸せの概念は大事と聞いていたが、職場でも同様と理解できた 8. ガイドラインとして助かる 9. 指針として示してくれるとやりやすい
部分的な取り組み	類似した取り組み	10. CSR活動は定期的に行っている 11. タンプン（お寺での寄付）に行った 12. 献血をよくやっている 13. 毎年社内スポーツ大会を実施している 14. フットサルコートやバドミントンコートを作った 15. 安全に関する研修を行っている 16. 社員旅行に行くようにしている 17. 食事を無料で食べられるようにしている 18. フリーマーケットを実施している 19. 従業員の家族を会社に招くイベントを実施
	Happy8の一部実施	20. Happy Soul, Happy Body, Happy Relax等は実施している 21. Happy BodyとHappy Relaxは実施している 22. Happy Bodyとして週に1度皆で運動をしている 23. Happy Bodyとして白米だけでなく玄米の提供をしている
期待	政府支援への期待	24. 費用の税控除率が高くなれば取り組みやすい 25. 研修費用は200%の税控除があるのでより取り組みやすい 26. HWP導入企業が免税されるなどのメリットがあるとよい

Table13：半構造化インタビュー回答の集約結果 つづき

		27.金利等の優遇措置があると取り組みがいがあ 28.資金的サポートがあると嬉しい 29.政府から表彰されると社員のモチベーションも上がると思います.
	導入効果への期待	30.企業イメージ向上につながるとよい 31.離職率低下につながるのであれば導入したい 32.長く働きたいと思える職場にしたい 33.医療費削減につながると良い 34.欠勤率や離職率に関するデータが欲しい
不実施理由	人員不足	35.人事専門の担当者がいない 36.今一人一人の業務が手一杯 37.新たなチームを作る余裕がない 38.人事部が充実した大企業でないとできない 39.SME（中小企業）には難しい
	費用	40.職場環境改善に関わる予算を積んでいない 41.費用がかかる取り組みが多いと難しい 42.費用がどのくらいかかるか不明
	日本本社の理解	43.本社の説得が大変
	Happy8の項目の多さ	44.全8項目を実施するのは難しい 45.最初は3つ、4つの項目から始められるとやりやすい 46.8つ全部やらないといけないのか 47.あまり多すぎても対応できない 48.従業員のみを対象とした方が現実的
	他社比較	49.競合他社がHWPをやっているれば検討の余地あり 50.どのような企業が導入しているのか 51.HWP導入企業の成功事例を知りたい 52.他社の経営者や人事担当者と学びたい

IV. 考察

本章（研究3）ではHWPに対して在タイ日系企業の日本人経営者がどのような認識を持っているのか、またその認識に基づき各社がHWP導入に際しどのようなことを考えるのか、HWP導入の促進・阻害要因があるとすればそれらはいかなる点なのかという事柄を明らかにするために半構造化インタビュー調査という手法を用いて実施された。本研究の主たる知見はHWPに対して経営層が持つ認識、期待、懸念などを4つの大カテゴリに分類すると同時にHWP導入の促進・阻害要因を明らかにしたことである。

一つ目のカテゴリ【HWPに関する認知】では《限定的な認知》という中カテゴリが、〈名前は聞いたことがあったが詳しくは知らなかった〉、〈具体的に何をしているのかまでは把握していなかった〉、〈タイ語で書いていたので何のことかはわからなかった〉などから導かれ、経営者レベルにおいてはHWPの概念や8つの構成要素が正しく理解されていないことが明らかになった。経営者の認知としては社内にて人事総務担当が実施している一つの取り組みに過ぎないのかもしれない。経営学において経営戦略は「企業を取り巻く環境との関わりについて、企業を成功に導くために何をどのように行うかを示したもので、企業に関与する人たちの指針となり得るもの」と定義されている（浅羽, 2010）。その観点では経営者のHWPに関する認知は限定的であるため、それを経営戦略と位置づけることは現時点では難しいと言える。一方、ヨーロッパの事例に基づくと職場健康づくりの参加率を高めて成功させるには、それを積極的に支援するという経営者から明示的な決意が必要とされている（European Agency for Safety and Health at Work, 2012）。タイの事例を見ると、大手タイ企業のサイアムシティグループ（SCG）はHWPを積極的に導入してきているが、経営層のHWP参加が従業員のHWP参加に係るモチベーションを高めると同時に各自の健康に関する気づきを与えるきっかけになる点を重視している（Thai Health, 2018）ことから、経営者がHWPのことを正しく理解して社内展開を後押しする役割を担う必要があると考えられる。

またもう一つの中カテゴリに《重要性認知》がある。〈タイ文化や労働慣行を反映させた職場環境として参考になる〉、〈ガイドラインとして助かる〉などから導かれたように、経営者としてHWPのことを理解することは、タイにおける理想的な職場環境を理解することに繋がる。特に日本をはじめとした海外からタイの現地企業経営層として派遣されてきたタイ外国人経営層には実践的かつ有意義な情報であろう。それゆえにHWPは、タイで企業を運営する経営者向け啓発手段としての側面を有するとともに、HWPを経営戦略として位置づけることで経営者がよりよい職場環境づくりを社内にて推進することを明示的に表明することにもつながり、HWP導入が容易になると考えられる。

【部分的な取り組み】においては、《類似した取り組み実施》という中カテゴリが、〈CSR活動は定期的にやっている〉、〈毎年社内スポーツ大会を実施している〉、〈安全に関する研修を行っている〉などから構成された。企業経営者が職場健康づくりを実践したいという動機を有している点は、日本における中小企業の約24.9%が「健康経営を実践している又は実践を予定している」、52.2%が「今はしていないが健康経営を実践したい」としても報告されている（経済産業省、2015）。つまり企業には経営者、そして従業員が日々働く職場という「環境」を改善したいと考える自発的な動機が存在すると言える。もう一つの中カテゴリ《Happy8の一部実施》において、HAPPY8全項目の実施は難しい場合であっても企業は各社状況に応じた「身の丈に合った」取り組みをしているということが明らかになったことから、同様のことが言えるであろう。経営者は従業員を採用して雇用し続けると同時に事業を成長させていかななくてはならない。大規模企業は例外として、タイの企業総数99%を占める中小規模企業（OSMEP, 2015）においては、適切な人材の採用は難しいことであり、働き続けてくれる従業員は何よりも貴重な戦力と言っても過言ではない。つまりそのような従業員にとって少しでも良い職場環境をできる限り用意したいと考える経営者の心理は想像するに難くない。企業においてHWPに類似した取組みが実施されているということは、まさにそのような経営者心理が企業の行動として表れた結果と考えられるのである。

う。この経営者心理と企業の行動が認知されて評価される枠組みが必要ではないだろうか。

【期待】では、〈金利等の優遇措置があると取り組みがいがある〉や〈資金的サポートがあると嬉しい〉などから《政府支援への期待》が導かれた。シンガポール政府機関の HPB は、職場健康づくりを開始する企業に対して補助金を提供している (HPB, 2013)。健康的な職場環境実現に向けて企業が行動を起こす際のきっかけ及び維持するためのきっかけとして資金サポートは、一定の効果があると考えられるのではないだろうか。またもう一つの中カテゴリ《導入効果への期待》は〈企業イメージの向上につなげたい〉、〈離職率低下に寄与して欲しい〉、〈健康増進に伴う医療費削減〉などから導かれた。日本の健康経営に関する調査レポートでは、中小企業経営者が健康経営を実践する目的として「社員満足度・モチベーションの向上」や「社員の生産性の向上」が筆頭に挙げられている (経済産業省, 2015)。タイのより多くの企業に HWP 導入を目指すのであれば、経営に役立つ導入効果があることを理解してもらう必要があるであろう。

【不実施理由】は〈人事専門の担当者がいない〉、〈今一人一人の業務が手一杯〉などを含む《人員不足》が導かれた。日本では健康管理を行う専任の担当者として外部の人材を活用できる仕組みがある (労働政策研究・研修機構, 2015)。インタビュー結果を踏まえるとタイの企業においても、HWP を導入する上で人的資源が足りていないことが阻害要因になっていることは明らかであり、タイにおいて企業が活用できる外部の HWP 導入支援サービス等が必要なのではないだろうか。また〈全 8 項目を実施するのは難しい〉、〈最初は 3 つ、4 つの項目から始められるとやりやすい〉、〈あまり多すぎても対応できない〉から《HWP の難易度》が導かれた。HAPPY8 という 8 項目はタイにおける理想の職場環境を示すコンセプトと考えられてきているが、経営者や人事総務担当者にとっては実際の職場で導入、そして運用となるとハードルが高いという印象になるのであろう。もちろん、HAPPY8 の全 8 項目が継続的に職場で実践されていることは望ましいが、職場で浸透させていくためには段階的な取り組みが必要であり、Happy8 のうちの 1 つを実施しているというプロセスもま

た評価される仕組みが重要である。また〈競合他社が HWP をやっているのであれば検討の余地あり〉や〈どのような企業が導入しているのか〉などから《他社比較》が導かれた。企業は、他社がどのような取り組みをしているのかに強い関心がある。これは HWP を導入する上で効果的に成果を上げたいと考える経営者が、成功している企業の実例を知ることによってノウハウやヒントを得たいと考えているケースが挙げられる。また HWP 導入の動機として競合他社が実施しているのであれば、自社もやらなければならないなど、競争心理の要素も含まれていると考えられる。実際に、経済産業省により 2014 年から開始された「健康経営銘柄」は東京証券取引所の一部上場企業を業種毎に最も健康経営に積極的な企業一社を選定と言うルールにしている（経済産業省, 2015）が、これも同業種内で互いを刺激し合いながら取り組みを強化することを目指してのことと言われている（米今, 2016）日本において健康経営というコンセプトをより多くの企業に浸透させる手段として競合他社を意識せざるを得ない制度設計を行ったように、タイにおいても業種毎の HWP 取り組みが活性化するような仕組みに検討の余地はあるであろう。

V. 限界点

本研究の対象者である在タイ日本人経営層 10 名のタイにおける勤務期間が様々であったことからタイの労働慣行や文化に関する理解度には差があり、そのことは HWP の説明に関する理解にも影響があった可能性がある。在タイ日本人経営層のタイ駐在期間は 3 年から 5 年の間であることが多いため、本研究では難しかったが、インタビュー対象者を一定の駐在期間で絞るなどの考慮をすることは一考の余地がある。また、在タイ日本人経営層による政府支援への期待も明らかになったが、それらを実現させるには一企業だけの取り組みでは限界があるため、在タイ日本大使館、日本貿易振興機構（ジェトロ）、バンコク日本人商工会議所等と共に政策提言の一つとしてタイ政府へ働きかけを行う必要がある点を認識する必要がある。

VI. 結論

企業は HWP のことを認知していなくても類似している取り組みを行っている傾向が高いことが明らかになった。また HWP 導入に際しては、政府からの支援と同時に経営上役に立つ導入効果を期待していることも示唆された。HWP 不実施理由としては物理的な人員・予算といったリソース不足の他に、日本本社による HWP に対する理解不足が示された。また、何からはじめれば良いか分からないという「無知」に起因すること、そして、「Happy8 の項目の多さ」という HWP の構造に起因することも示唆された。

第5章

総合論議

I. 本論文で得られた知見（研究1～3）

1) 第2章（研究1）から得られた知見

在タイ日系企業2社にて実施されたHWP (Happy Body 及び Happy Relax)への参加頻度と欠勤日数の間には負の相関関係及び職務満足度との間には正の相関関係があることが示唆された。

2) 第3章（研究2）から得られた知見

タイの企業総数におけるHWP普及率は0.04%であるが、企業規模別に見てみると中規模企業にて2.92%、大規模企業で7.73%と企業規模に応じて普及率が高まる傾向にあることが示唆された。また在タイ日系企業におけるHWP普及率は2.66%であったが、企業規模別では小規模企業が0%、中規模と大規模企業ではそれぞれ1.67%と4.98%が示された。在タイ日系企業全体における普及率がタイの企業総数におけるそれを上回る一方で、規模別ではその割合が逆転することから、在タイ日系企業のとりわけ大規模企業におけるHWP普及に改善の余地があることが示唆された。

3) 第4章（研究3）から得られた知見

HWPを認知していなくても類似している取り組みを行っている企業が多いことが示された。またHWP導入に際して、「政府からの支援」と同時に「経営上役に立つ導入効果」も期待されていた。HWP不実施理由としては「物理的な人員・予算」といったリソース不足の他に「日本本社による理解不足」や「競合他社との横並び主義」が示された。また「何からはじめれば良いか分からない」という「無知」に起因すること、そして「項目 (Happy8) の多さ」という「HWPの構造」に起因することも示唆された。

II. 本論文で得られた知見の俯瞰的検討

1) HWP 参加頻度と欠勤日数・職務満足度との関連と課題

HWP はタイヘルスにより企業等で働くタイ国民（成人）の「健康づくり」を目的として開発されたが、経営・労務管理の指標でもある欠勤日数や職務満足度と HWP 参加頻度との間に相関関係があることが示唆された。これは、直ちに HWP の導入効果を意味するものではないが、その可能性の前提と考えられ、日本の経済産業省が推進する健康的な職場環境づくりを通して従業員の生産性を高める「健康経営」の内容（東京商工会議所，2013）と類似する可能性がある。つまり「職場健康づくり」を「よりよい企業経営のため」に導入するという関係性がタイの HWP においても確認されれば、HWP 導入に弾みがつくことが想像できる。一方で研究 4 のインタビュー調査の回答の中に「詳しくは知らなかった」や「良くわからなかった」という表現があったが、HWP そのものを知らない在タイ日本人経営層が多く、研究 1 で示唆された HWP 参加頻度と欠勤日数の間にある負の相関関係や職務満足度との間にある正の相関関係も認知されていないのが実情である。従業員の健康づくりのために HWP 導入を検討する、又は最初から経営・労務管理に重きを置いて HWP 導入を検討するなど、HWP 導入検討の動機は企業の置かれている状況によるが、何れの場合においても HWP 参加頻度と欠勤日数及び職務満足度の間に関連があるという点が認知されることは HWP 普及において重要な要素であり、今後このような情報を在タイ日本人経営層にどのように届けていくかは課題でもある。

ところでタイ国統計局によると、タイ国民の一日あたりの平均労働時間は平均 8 時間 48 分である。翻って平均睡眠時間を見てみると、タイ人の平均睡眠時間は 8 時間 12 分である（National Statistical Office, 2009）。つまり一日 24 時間の内、平均睡眠時間を除いた残り約 15 時間の半分以上を職場での労働に費やしているのである。さらに通勤時間や仕事に備えるための準備なども含めると、人々が「働く」ことへ費やしている時間と労力、すなわち企業による労働者の生活の拘束は、単なる「労働時間」の概念を超えた含意を持つ。

本論文の研究1においてHWPの多面性と包括性にも言及したとおり、HWPは従業員個人の幸せのみならず、その家族及び地域社会の幸せにまでその対象範囲を広げている。このことは、飯田（2007）による海外日系企業の従業員に関する調査において「日常生活をしていく上で重要な事柄はなにか？」という質問紙調査に対し、日本人の60%が「会社での仕事とか、現在の仕事を行っていく」と回答する一方で、同様の回答をしたタイ人は5%に留まり、タイ人の61%が「家族の生活とか、家族の幸せ」、35%は「自分の幸せ」と回答した（飯田, 2007）。つまりタイ人の従業員の幸福について考える際、「職場のみ」を対象としていては不十分なのである。こうした違いを理解し、反映させた職場環境づくりをするうえでHWPが果たす役割は大きい。

2) その他の阻害要因

職場健康づくりとは、職場で働く人々の身体的かつ精神的健康及びウェルビーイングを向上させるために行われる経営者、従業員、そして社会による協同の取り組みである（European Network for Workplace Health Promotion, 2007）。本論文の研究対象であるタイのHWPにおいても、経営者がイニシアチブを発揮し、従業員、その家族、そして地域社会をも視野に入れて取り組みを進めていくことを掲げている点は類似している。一方で経営者、従業員、家族、及び社会と言う複数のステークホルダーが関わるがゆえに、職場健康づくりを導入する上で様々な阻害要因も存在する。例えば、ヨーロッパのケースを見てみると「社内における安全衛生の基盤が無い」、「職場健康づくりに関する否定的な認識」、「職場健康づくり関連のスキルを持つ人材の欠如」や「多額の投資が必須という誤認識」などが阻害要因として挙げられている（European Agency for Safety and Health at Work, 2012）。

また本論文における研究2では、タイの企業総数と在タイ日系企業に対するHWP普及率が0.04%及び2.66%であり、いずれも5%に満たないことが示された。とりわけ在タイ日系企業においては、先述の通り大規模企業においても普及率4.98%とタイ全体における大規

模企業の普及率 7.73%と比較しても低い。つまり HWP は殆ど導入されていないといえる。そこには何らかの「阻害要因」があるとの仮説を検証すべく、研究 3 にて日系企業経営者を対象とした半構造化インタビュー調査を通して、HWP の不実施理由に関する回答を得た。回答は結果的に 5 つの中カテゴリ「人員不足」、「費用」、「日本本社の理解」、「Happy8 の項目の多さ」、「他社比較」に集約された。物理的な「人員」や「予算」が足りないというリソース不足に加え、「日本本社の理解不足」や「競合他社との横並び主義（他社が HWP をやらないのであれば自社もやらない）」と言った社内環境に起因する阻害要因も示唆された。また必ずしも 8 項目全てを最初から取り組む必要はないにもかかわらず、「Happy8 の項目の多さ」が経営者に対して HWP を導入することが難しいという印象を与えていることも確認された。

先述のヨーロッパのケースと比べてみると、「人員」や「費用」などの物理的なリソース不足は共通している。一方「日本本社の理解」は、在タイ日系企業独自の阻害要因と考えられる。この点から、在タイ日本人経営者はタイ現地法人の責任者とは言え、経営判断をする際に組織レベルでは「株主（出資者）」であり、個人レベルでは「評価者（上司）」に相当する日本本社からの了承を取り付ける必要があるという組織構造的課題が浮かび上がってくる。

また「競合他社が HWP をやっていたら検討の余地あり」という点においても、競合他社に先駆けて新しい取り組みを行うことは、日本本社の了承を得る必要があるために出てきた回答であろう。先述の通り在タイ日系企業は大規模企業の割合が 49.1%と約半数を占めたことに加え、タイに投資をしている日本側出資者の 50.5%が日本における大規模企業（ジェトロバンコク事務所，2015）であることを踏まえると、タイ側の現地法人に日本の大企業の組織風土が影響を及ぼしている可能性もある。然しながら、このことは HWP 導入の「阻害要因」ではあるが、視点を変えると競合他社が導入すれば自社も導入するという「促進要因」の側面を持つ点は注目に値する。つまり先進的な取り組みを実施できる各業種のリ

一企業にアプローチを行わずには HWP 導入を実現させ、競合他社も追随する形で一斉に導入させるための流れを作ることも有効な仕掛けとなる可能性がある。

3) 「HWP と類似した取り組み」の存在と発展可能性

HWP は「Happy8」と呼ばれる 8 つのカテゴリから構成される多面的な職場健康づくりプログラムである。その対象は包括的で従業員に加え、その家族や企業を取り巻く地域社会をも含んでいる。それゆえ HWP に関する認知が少なくとも、結果的に企業が自発的に実施している様々な取り組みが「Happy8」の一部に類似していることがある。例えば研究 3 の回答の中に「スポーツ大会に毎年参加している（Happy Body に相当）」、「CSR（企業の社会的責任）活動は定期的に行っている（Happy Society に相当）」、「寺院に行って寄付を行っている（Happy Soul に相当）」などである。このことは本邦における健康経営の事例、すなわち「約 86%の経営者が『健康経営の内容を知らない』と回答したにも関わらず、法律で義務化されている定期健康診断の実施に加え、感染症対策や健康診断後の事後措置などを実施している」とする日本の事例（経済産業省, 2015）と共通する。

ところで先述の通り、職場健康づくりの導入に伴う障壁の一つに「経営者が持つ職場健康づくり実施に伴う負荷や利点に関する誤認識」がある（European Agency for Safety and Health at Work, 2012）。「職場健康づくりは、大変なだけで経営上のメリットは乏しい」と言う認識に起因して、経営者における職場健康づくりの印象が悪くなり、敬遠されているのである。経営者の多くは経営のプロフェッショナルではあっても健康づくりの専門家ではないため職場健康づくりのことを正確に理解する機会がなければ、そのような誤認識を有してしまうことも止むを得ないであろう。

本論文では研究 3 のインタビュー調査の過程において、筆者が HWP に関する説明をした後にその印象を尋ねたところ「タイ文化や労働慣行を反映させた職場環境として参考になる」、「ガイドラインとして助かる」という回答があるなど、HWP の内容を正しく理解す

ることが HWP の重要性の認識へとつながる認知のプロセスが確認された。つまり研究 1 で示唆された HWP 参加頻度と欠勤日数の間にある負の相関関係や職務満足度との間にある正の相関関係も含めて、経営者が HWP を正しく理解するという事は、企業における HWP 導入を後押しする「促進要因」と考えることができよう。

さらには先述の通り HWP の内容を認知していなくても、職場において HWP に類似した取り組みを実施している事実を踏まえると、HWP を正しく理解する機会があれば、経営者が職場健康づくりの重要性を正しく認識できるとともに、「Happy8」という多面的なフレームワークに既存の取り組みを当てはめることで、その取り組みが持つ意義や今後取り組むべき未実施のカテゴリを認識でき、より充実した職場健康づくりへと発展させることが可能となる。

4) 政府による表彰制度及び優遇措置の重要性

東京商工会議所が 2013 年 10 月 10 日に発表した「企業で働く人の健康増進を推進するための提言」において、「政府が（健康経営普及に関し）具体的な施策を実施するにあたっては、企業における健康増進の取り組みを積極的に推進していくことが重要である」と述べたうえで具体的な提言事項として、①健康増進や健康経営（ヘルシーカンパニー）に積極的に取り組む中小企業の顕彰制度、②税制優遇（健康増進税制の創設）、③保険料軽減、④健康格付の 4 つを挙げた（東京商工会議所、2013）。確かに職場における健康づくりに関して企業の自発的取り組みは重要であるが、その動きを加速させるために政府の介入が一定の役割を担うことは極めて重要である。この流れを踏まえるように日本において経済産業省は、東京証券取引所と共同で従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業を「健康経営銘柄」として選定し、公表することで、企業の健康経営の取り組みが株式市場等において適切に評価される仕組みづくりを行い 2015 年に 22 社、2016 年 25 社の銘柄選定を行った（経済産業省、2016）。2016 年 4 月 7 日には、その対象を中小企

業へと拡大した「健康経営優良企業認定制度（仮称）」の骨子を発表し、健康経営を行う 500 社を選定、低利融資などを実施する予定である（中小企業基盤整備機構, 2016）.

また日本政策投資銀行は経済産業省の調査事業として東京証券取引所とともに、従業員の健康配慮への取り組みに優れた企業を評価・選定し、その評価に応じて融資条件を設定するという「健康経営格付」の専門手法を導入した世界で初めての融資メニューを開発し、それに追従する形で東邦銀行スーパーローン「健康経営応援プラン」、広島銀行「健康経営評価融資制度」、青森銀行「ながいきエール」等地方銀行も健康経営に取り組む企業への優遇金利を設定した.

本論文の研究 3 のインタビュー調査から「費用の税控除率が高くなれば取り組みやすい」、 「HWP 導入企業が免税されるなどのメリットがあるとよい」、 「金利等の優遇措置がある」と取り組みがいがある」、「政府から表彰されると社員のモチベーションも上がると思います」といった経営者の回答が得られたが、「税優遇」、「金利優遇」、「表彰による企業イメージ向上」といった具体的な経営指標においても恩恵を得られることは HWP 普及において促進要因の一つとなるであろう.

III. 結論

HWP の更なる普及に向けては、本研究で明らかになった HWP 参加頻度と欠勤日数の間にある負の相関関係や職務満足度との間にある正の相関関係をはじめとした在タイ日本人経営者にとっても関心のある情報が正しく伝わると同時に、「表彰制度」や「税・金利優遇」など政府からの支援が用意されることも必要である. さらにこれらの情報が日本本社にも届くことで、HWP がタイ独自の新しい取り組みであっても日本本社からの了承を得られる可能性も高まる. 尚、企業は HWP を認知していない場合であっても既に実施している職場での取り組みが「Happy8」の何れかに類似していることがある. そのような場合は、その既存の取り組みが持つ意義や今後取り組むべき未実施のカテゴリを把握するためのタイに

における健康経営ガイドラインとして HWP を活用し、より充実した職場健康づくりを実現させるとともにその結果としてより良い企業経営へと発展させることがタイにおける HWP の効果的な活用方法と考えられる。

補遺

HAPPINOMETER 日本語版開発：妥当性及び信頼性の検討

～タイと日本の職場における幸福感の概念構造の差異～

I. 目的

2006 年から始まった HWP は活動が大手企業や官公庁などで徐々に認知されてきたことを受け、2011 年からタイヘルスとして HWP 導入組織の数値を国会にて報告することとなった (Thai Health, 2016)。それに伴い、HWP ならではの導入効果測定の必要性も認識され、2011 年に「従業員個人の幸福度」を測定する「HAPPINOMETER」が独自評価指標としてタイヘルスと国立マヒドン大学の Kittisuksathit らにより開発された。

HAPPINOMETER タイ語原版は、組織で働くタイ国民を主たる対象としてタイ語にて開発されたが、タイにはミャンマー、ラオス、カンボジアから来る働き手としての移民労働者及び日本、シンガポール、欧米などからタイへ投資を行う雇用者としての外資系企業 (Board of Investment Thailand, 2014) も増加傾向にあるため、評価指標の多言語化をはじめとしたグローバル化が重視されてきている。その中でも先述の通り在タイ日系企業の存在感は強く、その特徴として経営者は日本本社から派遣されている社員が就いていることが多いことから、職場にて HWP を実践していくためには日本人経営者による HWP とその評価指標の正しい理解が必須と考えられており、HAPPINOMETER 日本語版の開発への期待も強い。

在タイ日本人経営者に HAPPINOMETER が正しく理解されることで、タイ人従業員の健康や幸福度向上に必要な要素への理解が深まるとともに、タイの職場環境の考え方に関する軸ができ、より円滑な事業運営が可能になると考えられる。同時に HAPPINOMETER タイ語原版が測る幸福度の概念構造が、日本の職場においても同様に当てはめることができるのかを明らかにすることは、日本の職場における幸福度向上を考える上でも参考になると考え

る。そこで本研究ではタイ国で開発された HAPPINOMETER 日本語版を開発し、その妥当性・信頼性を検証する。

II. 方法

1) HAPPINOMETER の特徴及び日本語版作成手順

HAPPINOMETER は、HWP のフレームワーク「Happy8」を構成する 8 つのカテゴリ（括弧内は設問数）；「1.Happy Body (5)」、 「2.Happy Soul (5)」、 「3. Happy Heart (9)」、 「4.Happy Relax (5)」、 「5.Happy Brain (3)」、 「6.Happy Money (4)」、 「7.Happy Family (3)」、 「8.Happy Society (6)」に「9.Happy Work-Life (15)」を加えた 9 つの下位尺度、合計 55 の設問で構成されている自記式の質問票である。多くの設問の回答は「全くそう思わない」、「あまりそう思わない」、「どちらともいえない」、「ややそう思う」、「非常にそう思う」などの 5 件法で構成されている。然しながらタイ語原版の一部設問において飲酒頻度に関する選択肢に「ほとんど毎日・毎週」があるなど、同選択肢が意味する頻度の範囲が「ほとんど毎日」に相当する「週 5～6 日」から「毎週」に含まれる最低頻度「週 1～2 日」までと広いものに関しては、わが国の国民健康・栄養調査の調査票（厚生労働省, 2015）も参考に選択肢細分化を行った。例えば同設問の当該選択肢「ほとんど毎日・毎週」は「毎日」、「週 5～6 日」、「週 3～4 日」、「週 1～2 日」に細分化した。

HAPPINOMETER は合計スコアが高いほど従業員個人の幸福度が高いことを示す。各スコアの合計点数は「0-24.99 Very Unhappy, 25.00-49.99 Unhappy, 50.00-74.99 Happy, 75.00-100.0 Very Happy」の 4 つのレベルに区分される。日本語への翻訳は米国で開発された Work Limitation Questionnaire 日本語版の開発（井田・中川・三浦・石川・矢倉, 2012）や Work-Family Conflict Scale 日本語版の開発と検討（渡井・錦戸・村嶋, 2006）を参考にした。翻訳手順としては、HAPPINOMETER タイ語原版を開発した原著者から承諾を得て、日本語を母国語とする複数の健康科学や産業衛生の専門家が既に存在する

HAPPINOMETER 英語版から日本語へ順翻訳を行った。一部項目においては日本語へ直訳すると日本語表現として違和感があるため、複数の翻訳を突き合わせて日本語表現がより適切になるように議論を重ね修正し、1つに統合した。そしてタイ語を母国語とする翻訳専門家が日本語からタイ語へ逆翻訳を行った。それを原著者らに確認することによりタイ語原版との概念同一性を確保した。

2) 対象者

本研究はインターネット社会調査会社（マイボイスコム社）のモニター登録者 130 万人の中から性別、年代及び学歴別に層化して 1,062 名を無作為に抽出しインターネットアンケート調査を実施した。回答者 1,062 名は 20 代から 50 代で職業を有する労働者 700 名と職業を有さない非労働者 362 名から構成されており、本研究対象は職場における従業員個人の包括的な幸福度を測定する HAPPINOMETER 日本語版開発であるため、職業を有する労働者 700 名に対象を限定した。調査は 2013 年 8 月に実施した。

3) 調査内容

質問紙の項目は、基本属性（性別、年齢）、就業状況（職業有無、業種、職位、年収）、家族状況（婚姻有無、子供数、同居人数、世帯数）、HAPPINOMETER 日本語版 55 項目、さらに HAPPINOMETER との関連があると考えられる人生満足度尺度（Satisfaction With Life Scale）と主観的幸福度（Subjective Well-Being）を用いた。人生満足度尺度（Satisfaction With Life Scale）の英語原版は Diener et al. (1985) により開発されたが、本研究では角田（1994）によって日本語翻訳された日本語版の人生に対する満足度尺度 Satisfaction With Life Scale (SWLS) を利用した。同尺度は、「ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い」などの 5 項目について、「1. まったく当てはまらない」、「2. ほとんど当てはまらない」、「3. あまり当てはまらない」、「4. どちらとも言えない」、「5. 少し当て

はまる」,「6. だいたい当てはまる」,「7. 非常によく当てはまる」の7件法で構成されており,合計点数が高いほど人生満足度が高いことを示す.主観的幸福度 (Subjective Well-Being) は,日本政府の内閣府が実施する「国民生活選好度調査」の設問である「全体のあなたの幸福度はどのくらいですか? (最小 0~最大 10)」を利用した.(内閣府, 2011)

4) 分析方法

1. 探索的因子分析 (構成概念妥当性の検討)

HAPPINOMETER 日本語版の構成概念妥当性の検討を目的として,探索的因子分析を行った. Promax 回転で因子負荷量を求め,探索的因子分析における因子抽出には最尤法を用いて固有値 1 以上を指定した. また因子負荷量 0.3 を選定基準として各下位尺度の項目選定を行うと同時に因子構造を検討した.

2. 内的整合性 (信頼性) の検討

尺度全体及び各下位尺度について,内的整合性の検討を目的として,クロンバックの α 係数を求めた.

3. 基準関連妥当性の検討

外的基準として人生満足度尺度 (Satisfaction With Life Scale) と主観的幸福度 (Subjective Well-Being) を用いて, **HAPPINOMETER** 日本語版の尺度全体と下位尺度の相関係数を求めた.

4. 倫理的配慮

本研究は早稲田大学スポーツ科学研究科倫理審査委員会の承認を得て行われた. また調査対象者には調査趣旨,調査協力の任意性,匿名性保持等を記した調査協力に伴う説明文章を調査票の冒頭部分に記載し,回答を持って調査への同意とみなした.

III. 結果

1) 対象者の特徴

HAPPINOMETER 日本語版の回答者は 1,062 名であったが、そのうち職業を有さない 362 名を除き何らかの職業、つまり「職場」を有する 700 名に対象を限定した。対象者の特徴としては 700 名のうち、男性が 62.9% (440 人) 女性は 37.1% (260 人) であり、平均年齢は 41.0 歳、標準偏差は 9.97 であった。仕事における役職は一般社員 42.4%(297 人)、主任・係長クラス 14.0% (98 人)、課長クラス 7.0% (49 人)、部長クラス 3.6% (25 人)、経営者・役員 2.3% (16 人)、個人事業主・店主 7.1% (50 人)、未記入 1.4% (10 人)、その他 23.6% (165 人) となった。尚対象者の特徴は下記 Table14 の通りである。

Table14：対象者の特徴

		全体		男性		女性	
		N	%	N	%	N	%
性別	男女	700	100.0	440	62.9	260	37.1
年齢層	20代	130	18.6	77	10.7	53	7.4
	30代	198	28.3	126	17.5	72	10.0
	40代	191	27.3	118	16.4	73	10.1
	50代	181	25.9	119	16.5	62	8.6
未既婚	未婚(離死別含む)	344	49.1	207	28.7	137	19.0
	既婚	356	50.9	233	32.3	123	17.1
同居人数	ひとり暮らし	107	15.3	70	9.7	37	5.1
	2人	153	21.9	95	13.2	58	8.0
	3人	183	26.1	104	14.4	79	11.0
	4人	161	23.0	113	15.7	48	6.7
	5人	66	9.4	39	5.4	27	3.7
	6人	19	2.7	12	1.7	7	1.0
	7人	11	1.6	7	1.0	4	0.6
子どもの数	なし	425	60.7	269	37.3	156	21.6
	1人	115	16.4	65	9.0	50	6.9
	2人	114	16.3	79	11.0	35	4.9
	3人	41	5.9	25	3.5	16	2.2
	4人	5	0.7	2	0.3	3	0.4
最終学歴	大学院	32	4.6	25	3.5	7	1.0
	大学	188	26.9	140	19.4	48	6.7
	短大・高専	64	9.1	10	1.4	54	7.5
	専門学校	77	11.0	47	6.5	30	4.2
	高校	320	45.7	203	28.2	117	16.2
	中学	19	2.7	15	2.1	4	0.6
役職	一般社員	297	42.4	173	24.0	124	17.2
	主任・係長クラス	98	14.0	91	12.6	7	1.0
	課長クラス	49	7.0	48	6.7	1	0.1
	部長クラス	25	3.6	23	3.2	2	0.3
	経営者・役員	16	2.3	14	1.9	2	0.3
	個人事業主・店主	50	7.1	35	4.9	15	2.1
	その他	165	23.6	56	7.8	109	15.1

個人年収	200 万未満	212	30.3	64	8.9	148	20.5
	200 万～400 万未満	215	30.7	132	18.3	83	11.5
	400 万～600 万未満	150	21.4	128	17.8	22	3.1
	600 万～800 万未満	62	8.9	58	8.0	4	0.6
	800 万～1000 万未満	35	5.0	34	4.7	1	0.1
	1000 万～1500 万未満	14	2.0	14	1.9	0	0.0
	1500 万以上	5	0.7	4	0.6	1	0.1
	不明	7	1.0	6	0.8	1	0.1
世帯年収	300 万未満	130	18.6	66	9.2	64	8.9
	300 万～500 万未満	203	29.0	115	16.0	88	12.2
	500 万～700 万未満	162	23.1	118	16.4	44	6.1
	700 万～1000 万未満	132	18.9	85	11.8	47	6.5
	1000 万～1500 万未満	52	7.4	42	5.8	10	1.4
	1500 万以上	21	3.0	14	1.9	7	1.0

2) 探索的因子分析

55 項目に対して最尤法による因子分析を行った。固有値の変化 (12.41, 3.53, 2.97, 2.41, 2.02, 1.73, 1.60, 1.47, 1.37...) を踏まえつつも、全分散を説明する累積割合が 8 因子にて 50%に最も近い 51.14%を示したこと及び因子の解釈可能性を考慮すると 8 因子構造が妥当であると考えられた。そこで再度 8 因子と仮定して最尤法・Promax 回転による因子分析を行った。その結果、因子負荷量 0.3 を選定基準に十分な値を示さなかった 7 項目を分析から除外し、残りの 48 項目に対して再度最尤法・Promax 回転による因子分析を行った。1 項目が因子負荷量 0.3 を下回ったため、それを分析から外した 47 項目に対して因子分析を最尤法・Promax 回転を用いて実施した。Promax 回転後の最終的な因子パターンと因子間相関は Table15 に示す。なお回転前の 8 因子 47 項目の全分散を説明する割合は 57.14%であった。

第 1 因子は 8 項目で構成されており、職場における同僚とのコミュニケーションやチームワーク、職場でのスキルや知識の共有などを表す項目が高い負荷量を示していたため、「同僚との関係性」因子と命名した。

第2因子は8項目で構成されており、勤務先組織への誇りや帰属意識、仕事に対する満足度、転職意思の有無などを表す内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「職場満足度」因子と命名した。

第3因子は11項目で構成されており、収入・支出の割合、資産の安定感や人生、健康、生活などの安心感に関する項目が高い負荷量を示していたことから「安心安全」因子と命名した。

第4因子は4項目から構成されており、福利厚生に関する項目が高い負荷量を示していたため「福利厚生」因子と命名した。

第5因子は3項目で構成されており、タイ語原版下位尺度「Happy Family」と全て同じ項目であった。家族と過ごす時間や行動などを表す内容の項目が高い負荷量を示していたことを踏まえ、日本語版においては「家族との関係性」因子と命名した。

第6因子は3項目から構成されており、間違ったことに対する責任や謝罪、他人からの好意に対する恩返しに関する内容が高い負荷量を示した。そこで「道徳」因子と命名した。

第7因子は3項目から構成されており、タイ語原版の下位尺度「Happy Brain」と全て同じ項目であった。将来に向けた自己研磨、新しい知識を得ることなどを表す内容の項目が高い負荷量を示していたことから日本語版では「向学心」因子と命名した。

第8因子は7項目から構成されており、給与が満額で支払われているか、期日通りに支払われているかという項目がマイナスの負荷量を示していた。また慈善活動への参加、心を落ち着かせるための信仰、功德を積むことなどに関する内容の項目も一定の負荷量を示していたため「慈悲」因子と命名した。

Table15 : 探索的因子分析の結果

設問項目	因子に対する負荷量							
	因子 I	因子 II	因子 III	因子 IV	因子 V	因子 VI	因子 VII	因子 VIII
HE 同僚とコミュニケーションをとっていますか	.99	-.10	.05	-.06	-.02	-.14	-.03	-.01
HE 同僚とのチームワークを大事にしていますか	.98	-.14	-.06	-.01	-.03	.01	-.10	-.10
HE 職場内でスキルや知識の共有はなされていますか	.82	-.01	-.05	-.02	.06	-.13	.02	.01
HE チームに貢献することに喜びを感じますか	.78	.07	-.09	-.01	-.04	-.03	.01	.03
HE 職場においてあなたは周りの人をサポートしていますか	.54	.05	.05	.04	-.07	.28	-.03	.05
HE 職場においてあなたは周りの人をいたわることができますか	.50	.05	.02	.03	-.05	.28	.03	.05
SC 周りの人と良好な関係を作っていますか	.40	.01	.13	-.05	.15	.26	.08	-.01
WL 上司に対してあなたの意見や考えを伝えることができますか	.33	.18	-.05	.05	.02	.07	.04	-.15
WL 勤務先の組織に誇りを持っていますか	-.01	.97	-.16	-.03	-.06	.02	.07	.00
WL 会社への帰属意識は高いですか	-.02	.92	-.19	-.02	-.06	.12	.03	.09
WL 全体として、あなたは自分の仕事に満足していますか	.02	.84	.06	-.11	-.03	-.06	.06	-.11
WL 他社に転職する機会があれば、転職しますか	-.07	.63	.07	-.13	-.01	.05	-.19	.03
WL 新たに勉強をする機会を得た後、転職したいですか。それとも 今と同じ組織に戻ってきたいですか	-.08	.61	.05	-.04	-.02	.14	-.14	.04
WL 職場環境全体に満足していますか	.05	.57	.06	.11	-.02	-.05	.02	.06
WL 職務上の危険などを踏まえ、あなたの給与や待遇は適正だと思 いますか	-.04	.47	.15	.27	.03	-.18	.02	-.07
WL 勤務先で公平な昇進と昇給のチャンスを得ていますか	.02	.41	.04	.38	-.01	-.15	.04	.04
MO 収入と支出の割合はどうなっていますか	-.07	-.08	.59	.12	-.15	-.05	-.03	-.07
RE あなたの人生は思い描いた通り進んでいますか	-.05	.15	.57	-.01	.04	-.12	.03	.16
BO あなたは健康だと思いませんか	-.03	-.01	.54	-.06	.00	.04	.00	.03
SO あなたの生活や資産は守られていますか	-.03	.01	.54	.03	.06	.23	-.03	.02
MO 毎月貯金をしていますか	.05	-.16	.50	.15	-.15	-.05	.05	-.03
SO 職場や家庭での生活に満足していますか	.14	.21	.44	-.04	.23	-.03	-.03	.09
RE 何か問題が生じた時、あなたはうまく対処できますか	.18	-.07	.42	-.02	.04	.04	.09	.10
RE 十分な休息を取っていますか	-.11	.05	.40	-.16	.13	.01	.00	.04
MO 借金返済が負担になっていますか	.01	-.07	.39	.06	-.19	-.14	-.03	-.03
RE 仕事や家族等が原因でストレス感じますか	.03	.27	.39	-.22	.05	-.15	-.05	.09
SO 日本社会は、穏やかで平和だと感じていますか	-.02	.09	.34	.00	.01	.13	-.06	-.05
WL 勤務先で健康関連の福利厚生はありますか	.02	-.19	-.02	.98	.00	.05	-.04	.04
WL 勤務の福利厚生に満足していますか	-.08	.03	-.02	.93	.02	.05	-.07	.14
WL 勤務先では、労働基準法に則って処遇されていますか	-.01	.16	.04	.48	.08	.02	-.04	-.18
WL あなたの仕事は安定していますか	.06	.23	.23	.34	.02	-.07	.00	-.06

FA 家族と十分な時間を過ごしていますか	-.07	-.03	-.05	.00	.91	-.02	-.02	.01	
FA 家族と一緒に何かに参加していますか (例: 運動、慈善活動、 買い物、ガーデニング等)	-.01	-.06	-.14	.07	.85	-.01	.02	.03	
FA 家族との生活は幸せですか	.04	-.08	-.03	.01	.84	.03	-.02	-.12	
SO 間違ったことに対して責任を取る又は謝罪をしていますか	.01	.10	-.13	.00	-.07	.81	-.08	.01	
SO 他人からの好意に対して恩返しをしていますか	-.04	-.05	-.07	.05	.10	.74	.04	.12	
SC 社会規範に基づいて行動していますか	.04	-.03	.21	.02	-.01	.49	.08	-.08	
BR 将来に向けた自己研磨をするに興味を持っていますか	-.04	-.06	-.02	-.04	.00	-.01	.98	.03	
BR 新しい知識を得ることに興味を持っていますか	-.04	-.07	.00	-.12	-.03	.03	.93	-.03	
BR 仕事に対するスキル向上の機会がありますか (研修、講習会、 カンファレンス等の参加)	.08	.00	-.02	.16	.06	-.08	.44	.18	
WL 給与は満額で支払われていますか	.04	.32	.03	.03	.02	.02	.07	-.62	
WL 給与は期日通り支払われていますか	.08	.10	.01	.09	.03	.15	.08	-.60	
HE 個人として植林や寄付などの慈善活動に参加していますか	.09	.00	.08	.09	-.04	.03	.10	.50	
SO 心を落ち着かせるために何かしらを信仰していますか	-.05	.24	-.08	.06	.07	-.10	.02	.45	
SO 個人として功徳を積んでいますか (功徳: 仏教において現世・ 来世幸福をもたらすもとなる善行)	-.09	.09	.07	.06	-.06	.22	.12	.45	
HE 同僚を家族のように感じていますか?	.33	.36	-.20	.05	.02	.01	-.04	.37	
SO あなたを不当に扱った他人を許すことができますか	-.03	.11	.12	.02	-.03	.13	-.03	.35	
	因子間相関	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
	I	—	.60	.46	.48	.46	.56	.52	.08
	II		—	.57	.62	.46	.25	.35	.16
	III			—	.43	.54	.34	.29	-.05
	IV				—	.32	.17	.35	.02
	V					—	.38	.29	.10
	VI						—	.42	-.18
	VII							—	.10
	VIII								—

因子抽出法: 最尤法プロマックス回転

略称は、タイ語原版下位尺度の名称: WL: Happy Work-Life, BO: Happy Body, HE: Happy Heart SC: Happy Society, SO: Happy Soul, MO: Happy Money, RE: Happy Relax, FA: Happy Family, and BR: Happy Brain

3) 内的整合性 (信頼性)

クロンバックの α 係数を用いて探索的因子分析の結果示された8因子構造47項目に対して、尺度全体と各下位尺度の内的整合性の検討を行った。結果はTable16で示された通り、尺度全体では高い値が示されたが、これは計算時の項目数が多い時に見られる傾向であるため各下位尺度が示す α 係数を踏まえて総合的な解釈を行う必要がある。下位尺度別に見てみると「同僚との関係性」「職場満足度」「福利厚生」「家族との関係性」「向学心」の因子において0.79以上の高い値が示されたが、「安心安全」「道徳」「慈悲」の因子では0.75から0.57とやや低い値が示された。

Table16：内的整合性

全体	同僚との関係性	職場満足度	安心安全	福利厚生	家族との関係性	道徳	向学心	慈悲
.92	.89	.88	.75	.82	.85	.73	.79	.57

4) 基準関連妥当性

Table17の通りHAPPINOMETER日本語版尺度全体及び下位尺度と人生満足度尺度(Satisfaction With Life Scale: SWLS)と主観的幸福度(Subjective Well-Being: SWB)の間には、尺度全体でSWLSとSWB共に相関があることが示された。一方、下位尺度別で見ると「職場満足度」「安心安全」「福利厚生」及び「家族との関係性」は、SWLS及びSWBと相関があることが示されたが、「同僚との関係性」「道徳」「向学心」及び「慈悲」においては低い相関が示された。

Table17：外的基準妥当性

	下位尺度								
	尺度全体	同僚との 関係性	職場 満足度	安心 安全	福利 厚生	家族との 関係性	道徳	向学心	慈悲
人生満足度尺度	.630**	.367**	.521**	.622**	.431**	.409**	.138**	.221**	.391**
主観的幸福度	.600**	.389**	.459**	.594**	.391**	.457**	.213**	.225**	.294**

**p<0.01

IV. 考察

1) HAPPINOMETER 日本語版の構成概念妥当性

因子分析の結果、HAPPINOMETER 日本語版は 9 因子構造 55 項目のタイ語原版とは異なる 8 因子構造 47 項目が妥当であると示された。下位尺度別に見てみると日本語版の「家族との関係性」と「向学心」は、タイ語原版の「Happy Family」と「Happy Brain」と全て同じ項目で構成された。つまり日本語版で測られている家族や学びに関する概念とタイ語版でのそれは共通していることが示唆された。一方、日本語版の他 6 つの下位尺度は二つに大別することができる。一つはタイ語原版「Happy Work-Life (15 項目)」の一部項目のみで構成され、もう一つはタイ語原版の複数の下位尺度項目が混在して構成されている。前者は日本語版の「職場満足度 (8 項目)」と「福利厚生 (4 項目)」が該当する。タイ語原版の「Happy Work-Life」は、15 項目と最も項目が多い下位尺度であるが、日本語版においてはそれらが複数に分割されたことでより具体的に「職場満足度」や「福利厚生」の概念を測る下位尺度が示された。

タイ語原版の複数の下位尺度項目から構成される日本語版の下位尺度を見てみると、まず「同僚との関係性 (8 項目)」が挙げられる。「同僚とのコミュニケーションをとっていますか」、「同僚とのチームワークを大事にしていますか」など 8 項目中 6 項目はタイ語原版「Happy Heart」の項目から構成されている。残り 2 項目には、タイ語原版「Happy Society」の「周りの人と良好な関係を作っていますか」などが含まれている。つまり日本人にとって「同僚との関係性」を測る項目は、タイ語版の複数の下位尺度に分散していることが明らかになった。また日本語版「安心安全」では、タイ語版の 4 つの下位尺度における項目が混在しているが、共通要素として経済及び健康に関する安心と安全についての項目が確認された。日本語版「道徳」では 3 項目のうち 2 項目がタイ語原版「Happy Soul」の項目から構成されている。HWP がタイ文化を反映していると言われる所以の一つに仏教に関わる「Happy Soul」があるが、その項目を日本語では「道徳」という因子名で表現できるこ

とも明らかになった。以上のことから、HAPPINOMETER 日本語版では、タイ語原版と共通する因子も一部示されたが、因子構造と項目数が異なるため両方を同じ内容を測る尺度と位置づけることは難しい。然しながら本研究にて確認された 8 因子構造 47 項目の日本語版は、日本の職場における幸福度を測る尺度として一定の構成概念妥当性を有することが示唆された。

2) HAPPINOMETER 日本語版の内的整合性（信頼性）

内的整合性分析の結果、クロンバックの α 係数は、尺度全体としては、0.92 と高い値を示した。下位尺度別に見てみると「同僚との関係性」「職場満足度」「福利厚生」「家族との関係性」において 0.89 から 0.82 の高い係数が示されたが、「安心安全」「道徳」「向学心」「慈悲」では 0.79 から 0.57 とやや低い値が示された。内的整合性の検討に際しては一般的には、 α 係数が 0.80 以上の値が望ましく、0.50 の値を下回る場合、再検討が必要とされている（村上, 2006; Streiner et al., 2015）。その点を踏まえると、本研究で開発された HAPPINOMETER 日本語版は、全下位尺度にて高い信頼性が示されたわけではないが、尺度全体及び 4 つの下位尺度にて 0.80 以上、3 つのそれにて 0.70 以上、かつ残り 1 つの下位尺度においても 0.50 以上の係数が確認された点を踏まえると、一定の信頼性を有していることが示唆された。一方より信頼性の高い尺度開発という観点では「慈悲」にて 0.57 とやや低い値が示されたことから、項目内容の変更や新たな項目追加など、日本人の職場における幸福度を測定するには改善の余地があると考えられる。

3) HAPPINOMETER 日本語版の基準関連妥当性

日本語版尺度全体と「日本語版人生満足度尺度（SWLS）」及び「主観的幸福度（SWB）」の間には、0.6 以上の有意（ $p < 0.01$ ）な相関関係が示された。これは尺度全体として日本人の人生満足度と主観的幸福度を測定する上で、一定の妥当性を有していることを示唆し

ている。然しながら下位尺度別に見てみると、SWLS 及び SWB の両方の基準に対して「職場環境満足度」「安心安全」「家族との関係性」及び「福利厚生 (SWLS に対してのみ)」においては、一定の相関関係 (0.62~0.41 ($p<0.01$)) が示されたが、「同僚との関係性」「向学心」「慈悲」及び「福利厚生 (SWB に対してのみ)」では、低い相関関係 (0.39~0.21 ($p<0.01$)) が示された。また SWLS と「道徳」の相関関係は 0.14($p<0.01$)と殆ど無いことが明らかになった。以上のことから尺度全体と 4 つの下位尺度において一定の相関関係が確認されたが他 4 つの下位尺度にて低い値が示されたこと、更には「道徳」においては SWLS との間に相関関係が確認されなかったことを踏まえると、HAPPINOMETER 日本語版の全ての下位尺度が人生満足度及び主観的幸福度と関連していると主張することは難しい。すなわち日本人の包括的な幸福度を測る人生満足度尺度及び主観的幸福度と HAPPINOMETER タイ語原版の項目に準拠して開発された日本語版で測っている幸福感が概念的に異なっていることが示唆された。

4) 本尺度の意義と活用方法

本研究にて開発した尺度は、一部の下位尺度において高い信頼性と妥当性を確認することはできなかったが、日本人が日本語で利用できる職場における包括的な幸福度尺度である。多くの日本企業がタイに進出すると同時に、経営層のみならず一社員として現地で働く日本人も増えている中、HAPPINOMETER 日本語版を用いて日本人の職場における幸福度を測定することで組織全体の状況について定量的に把握することが可能となるであろう。特に増加傾向にある在タイ日系企業において、タイ人と日本人が共に多くの時間を過ごす「職場」という観点を踏まえると、真のあるべき「職場環境」はタイ人だけを対象とするのではなく、そこで働く日本人も対象としてそれぞれの母国語で回答可能な尺度を用いた定期的な調査が実施されるのが望ましいと考えられる。本研究で開発された HAPPINOMETER 日本語版は一部の下位尺度にて改善の余地があるものの、多くの日本企

業がタイに進出する際に参考となる指標と言えるであろう。

5) 本章における留意点

本章における結果解釈の留意点として、第一にサンプル属性が挙げられる。インターネット社会調査企業を利用して国勢調査における男女比と最終学歴の割合に基づきサンプル収集を実施したが、HAPPINOMETERはタイ文化を多様に反映していることもあり、タイをはじめとした東南アジアへの渡航経験や駐在経験がある人とそうでない人で階層化するなどの手続きを経ることで、より包括的な調査が可能であろう。また海外勤務経験を持つサンプルに絞って調査を行うことも一定の価値がある。本研究では在タイ外資系企業の中で最も数の多い日系企業に着目し、HAPPINOMETER日本語版の開発を行ったが、タイヘルスが目指すHWP及び評価指標の国際標準化という観点では、日本語版のみならずその他重要言語の指標開発や効果測定も必要であると考えられる。

V. 結論

一部の下位尺度で高い信頼性と妥当性が確認されなかったものの、8因子構造47項目から構成される日本人の職場における包括的な幸福度尺度が開発され、尺度全体の妥当性と信頼性において許容できる値を得られた。今後尺度改良も踏まえ、本尺度を適用することにより、どの項目が日本人の職場における幸福度と関連しているのかより理解を深めることで日本人が健康で幸せに働ける職場環境とはどうあるべきかを描き、そしてそれを実際の組織マネジメントに反映させていくための手段と機会になると期待される。

引用文献

浅羽 茂. (2010) 経営戦略をつかむ, 有斐閣.

バンコク日本人商工会議所. (2012) タイにおける日本からの投資.

バンコク日本人商工会議所. (2015) 2015 年上期タイ日系企業景気動向調査.

Bureau of Health Policy and Strategy, Health Information Unit, 2014

Chiang Rai Times. Over 16 Million People in Thailand Suffer from Obesity

[cited 2018 June 10]; Available from:

<https://www.chiangraitimes.com/over-16-million-people-in-thailand-suffer-from-obesity.html>

中小企業基盤整備機構. (2016) 政府, 今年度から「健康経営」500社認定—低利融資など

優遇. J-Net21 中小企業ニュース4月7日. [cited 2016 April 10]; Available from: URL:

http://j-net21.smrj.go.jp/watch/news_tyus/entry/20160407-08.html

大和総研. (2015) 経営戦略としての「社員の健康」.

Diener, E., Emmons, RA., Larsen, RJ., and Griffin, S. (1985) The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49: 71-75.

独立行政法人労働政策研究・研修機構. (2015) 「健康経営」の取り組みに関する調査と事例を掲載 愛知県経営者協会報告書. ビジネス・レーバー・トレンド9月号, 40-43

European Agency for Safety and Health at Work. (2012) Motivation for employers to carry out workplace health promotion.

European Network for Workplace Health Promotion. (2007) Luxembourg Declaration on Workplace Health Promotion in the European Union.

Health Promotion Board. (2013) ,

Available from : <https://www.hpb.gov.sg/workplace/singapore-health-award>

- ヘマラート・ランドアンドディベロップメント株式会社公式ホームページ. [cited 2018 June 10]; Available from: <http://www.hemaraj-japan.com/seaboard.html>
- 井田浩正, 中川和美, 三浦昌子, 石川清子, 矢倉尚典. (2012) Work Limitations Questionnaire 日本語版 (WLQ-J) の開発: 信頼性・妥当性の基礎的検討. 産業衛生学雑誌, 54:101-107.
- 飯田謙一. (2007) 海外日系現地企業の経営管理と現地人従業員の働くことや企業に対する意識--現地における調査結果を基にして. 専修商学論集, 84: 1-55.
- ジェトロバンコク事務所. (2017) 「タイ日系企業進出動向調査 2017 年」.
- 経済産業省. (2015) 「健康経営の啓発と中小企業の健康投資増進に向けた実態調査」調査概要及び中間報告.
- 経済産業省. (2016) 「健康経営銘柄2016」選定企業25社を発表しました!.
ニュースリリース. [cited 2016 January 30]; Available from: URL:
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenko_meigara.html
- Kessler, RC., Barber, C., Beck A. (2003) The World Health Organization Health and Work Performance Questionnaire (HPQ). J Occup Environ Med. 45: 156-74.
- 厚生労働省. (2015) 生活習慣調査票. 平成 27 年国民健康・栄養調査.
- Linnan, L., Bowling, M., Childress J., et al. (2008) Results of the 2004 National Worksite Health Promotion Survey. American Journal of Public Health, 98 (8): 1503-1509.
- 三菱東京 UFJ 国際業務部. (2017) アジアにおける FTA の進行状況. BTMU Global Business Insight 臨時増刊号.
- みずほ総合研究所. (2015) タイの人件費上昇巡る政策対応. みずほインサイトアジア.
- 村上宣寛. (2006) 心理尺度のつくり方. 北大路書房.
- 内閣府. (2011) 国民生活選好度調査.

National Statistical Office, Ministry of Information and Communication Technology.

(2009) Timeuse in Population and Society. [cited 2016 January 15]; Available from:

URL: <http://web.nso.go.th/en/survey/timeuse/data/Full%20Report.pdf>

National Statistical Office, Ministry of Information and Communication Technology.

(2013) Labor Force Survey in the 4th Quarter of 2012. [cited 2016 February 21];

Available from: URL:

http://web.nso.go.th/en/survey/lfs/data_lfs/2012_lf_Q4_Executive%20Summary.pdf

日本貿易振興機構（ジェトロ）. (2018) ATIGA に基づく ASEAN 域内の関税撤廃が完了

ーベトナムの自動車輸入関税 30%もゼロに. ビジネス短信

Office of the national economic and social development board, [cited 2015 December 10];

Available from: http://www.nesdb.go.th/nesdb_en/

Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2015) White Paper on SMEs

Scott, K.D., Taylor, G.S. (1985) An Examination of Conflicting Findings on the

Relationship between Job Satisfaction and Absenteeism: A Meta-Analysis. The

Academy of Management Journal, 28 (3): 599-612.

島津美由紀. (2004) 職務満足度と心理的ストレス. 風間書房.

白波瀬康雄. (2016) 健康経営を巡る政府・企業の取り組み. ニッセイ基礎研究所レポート.

Sopitarchasak, S., Adulyanon, S., Lorthong, T. (2015) Thai Health Promotion

Foundation: Innovation Enabler for Health Promotion. World Health & Population,

16 (1): 62-71.

Streiner, DL. (2003) Starting at the Beginning: An Introduction to Coefficient Alpha and

Internal Consistency. Journal of Personality Assessment, 80 (1), 99-103.

Swierczek, F.W., Onishi, J. (2003) Culture and conflict: Japanese managers and Thai

Subordinates. Personnel Review, 32(2): 187-210.

- Thai Health Promotion Foundation. Well being and workers [cited 2018 June 10];
Available from: <http://en.thaihealth.or.th/NEWS/67/Well->
- Thai Health Promotion Foundation. (2016) Number of organization which implemented
the Happy Workplace Program (ภาคีเครือข่าย). [cited 2016 March 1]; Available from:
URL: http://www.happy8workplace.com/hwp_partner/
- Thai NCD Network. (2015) NCD in Thailand. 7-11.
- Thai Post. (2015) Report about Happy Workplace Club Award Ceremony.
- The Board of Investment of Thailand. Foreign Direct Investment: Annually Statistics
(Japanese Investment Projects Submitted to BOI). 2014 [cited 2015 December 10];
Available from: URL: http://www.boi.go.th/upload/content/TJAP13_95907.pdf
- 東京商工会議所. (2013) 健康経営のすすめ～今こそヘルシーカンパニーを目指そう～.
- 角田善司. (1994) 人生に対する満足度(the Satisfaction With Life Scale [SWLS])日本版
作成の試み. 日本教育心理学会総会発表論文集, 36:192.
- Vroom, V. (1964). Work and motivation. New York: Wiley & Sons, Inc.
- Warr, P., Cook, J. and Wall, T. (1979) Scales for the measurement of some work attitudes
and aspects of psychological well-being. Journal of Occupational Psychology, 52:
129-148.
- Wasanthanarat, C. (2016) Personal communication at Head office of Thai Health
Promotion Foundation in Bangkok, Thailand on 16 March 2016.
- Wasanthanarat, C. The “*Happy8*”: A Holistic Approach towards a Healthy Organization.
The Global Occupational Health Network Newsletter. 2013; 21: 20-23.
- 渡井いずみ, 錦戸典子, 村嶋幸代. (2006) ワーク・ファミリー・コンフリクト尺度
(Work-Family Conflict Scale: WFCS) 日本語版の開発と検討. 産業衛生学雑誌, 48:
71-81.

World Health Organization. (2014) Non-communicable Diseases (NCDs) Country Profiles. 184.

大和 茂, 中村 好男. (2014) Happy Workplace Program – タイ国健康促進財団が推進する職場健康づくりの取組み. 産業衛生学雑誌, 56(3): 87-89.

横浜市経済局. (2013) 横浜市景況・経営動向調査. 第 87 回特別調査.

米今真一郎. (2016) 晩年まで健康に過ごすために. 日刊工業新聞 1 月 25 日.

謝辞

本論文を完成させるにあたり、約 5 年半に渡りご指導を賜りますとともに、激励くださいました指導教授の早稲田大学スポーツ科学学術院 中村好男教授に深く感謝を申し上げます。タイの健康増進を研究対象としたことで、私が多くの時間を海外で過ごす中、タイの現場へもお越しいただき、本研究意義をご理解いただけたことに厚く御礼申し上げます。とりわけ韓国・釜山における論文合宿では、奥様の多大なるご支援のもと、寝食をともにしながら議論を重ねることができ、この時間なくして本論文の完成はありませんでした。

また、大変ご多忙の中、副査をご快諾くださると同時に貴重なご意見をいただきました同学術院の村岡功教授、岡浩一朗教授に心より感謝を申し上げます。

ゼミ等でお世話になりました江川賢一先生、山内やよい先生、新原恵子先生、大武聖先生、青木成広さん、福田英宏さんからは、博士論文に関する執筆プロセス、議論の展開方法、研究を活かした実践的取組み等についてご経験をもとにご指導いただきました。

また本論文テーマであるタイ版健康経営施策「Happy Workplace Program」の責任者 Chanwit Wasanthanarat 先生は 2008 年の出会いから現在に至るまで「健康で幸せな職場づくりの実現」という共通の想いをもちながら歩みを進める同志として、本研究を心から応援してくれました。Chanwit 先生のご支援があったからこそ多くのデータ入手やフィールド調査等も実施することができました。心から感謝の気持ちを伝えたいと思います。

本論文はこれまでの複数の調査・研究の総結集となりますが、中でもタイ国立チュラロンコン大学修士課程の指導教授 Kitti Limskul 先生の存在も大きく、計量経済学者としての深い知見と分析力を駆使したご指導により、本研究の精度を高めることができました。

最後に、これまで私を温かく見守ってくれた東京と広島の両親と妹たち、そして誰よりも私を信じ、いかなる時も励まし応援し続けてくれている最愛の妻 亜基に心から感謝と尊敬の意を表します。