

第4章 計画づくりに取り入れた考え方

■SDGs (Sustainable Development Goals)

SDGsとは、世界が抱える課題を解決し、持続可能な社会をつくるため、平成27(2015)年に国連で採択された『誰一人取り残さない、多様性と包摂性のある持続可能な社会の実現』を目指す、令和12(2030)年を達成年限としている国際目標のことです。この理念は、将来にわたって持続可能なまちであり続けることを目指し、多様な主体との連携・協力により取り組みを進める本町にもあてはまるものです。

西会津町総合計画(第5次) 前期基本計画では、各分野の取り組みが、どのSDGsに寄与するかを明らかにして、持続可能なまちづくりを進めていきます。



■「西会津町にとってのWell-being（ウェルビーイング）」

ウェルビーイングとは、「よい(Well)」と「状態(Being)」を合わせた言葉で、「健康」や「幸福」と訳されます。身体的な健康、精神的な健康、社会的に良好な状態、これらすべてが満たされた状態にあることを意味する概念です。

近年、「国内総生産(GDP)」のような従来の経済的・物質的指標のみでは、人々の幸福や豊かさを測れないという考えから、「ウェルビーイング」の向上を重要視する動きが世界や日本国内において広まっています。

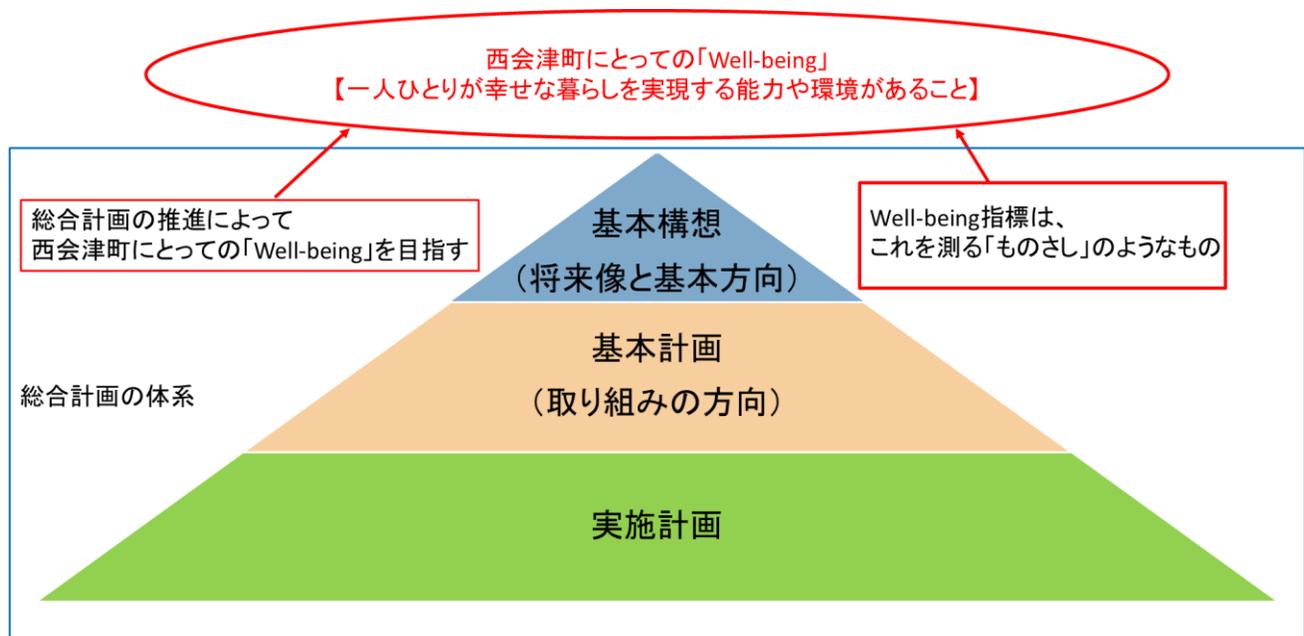
また、「ウェルビーイング」はSDGsとも関連しており、SDGsを達成するための「価値観の基準」の一つとしても注目されています。

本計画の策定にあたっては、この「ウェルビーイング」を数値化した「西会津町Well-being指標」を活用しつつ、西会津町にとって「ウェルビーイング」とは、「一人ひとりが幸せな暮らしを実現できる能力・環境があること(具体的には:問題に直面したときに自分やまわりの人と一緒に取り組めること)」と定義し、計画全体に反映しています。

◆「西会津町にとっての Well-being (ウェルビーイング)」

「一人ひとりが幸せな暮らしを実現できる能力・環境があること」

具体的には:問題に直面したときに自分やまわりの人と一緒に取り組めること



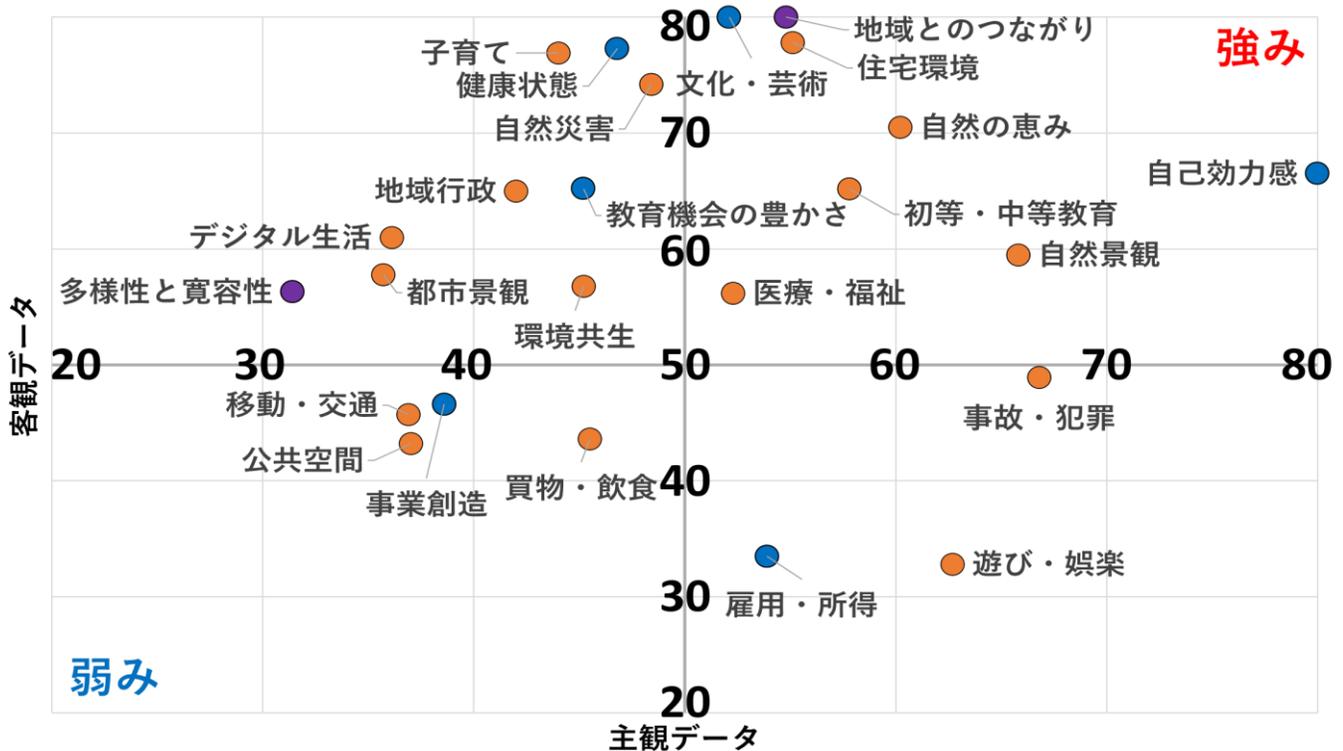
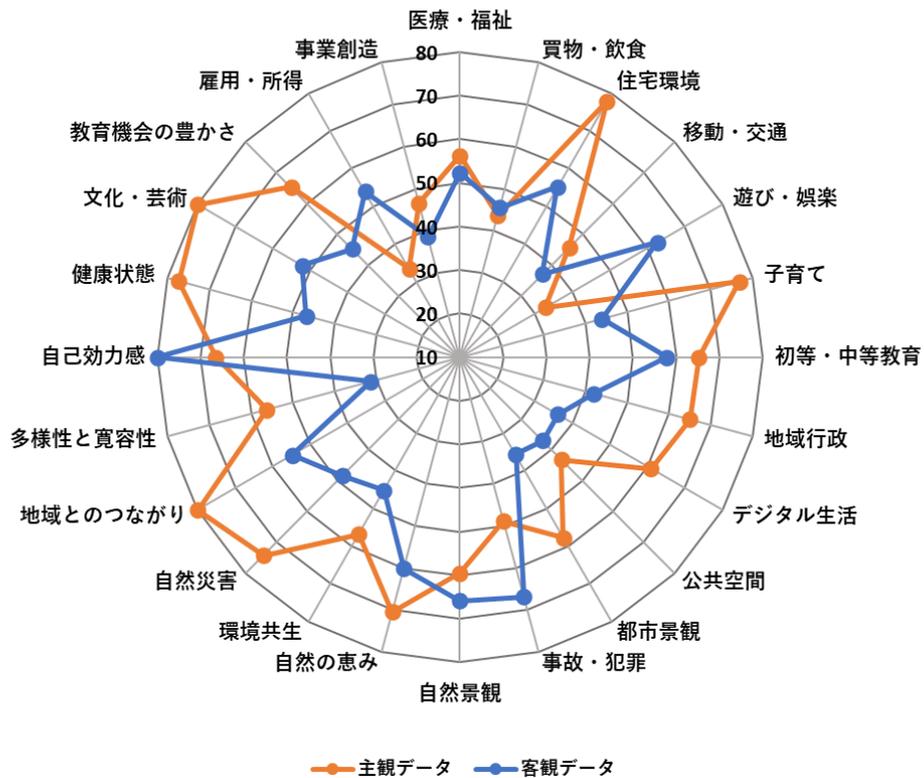
※「Well-being指標」とは

主観指標（町民アンケートの結果）と客観指標（健康診断受診率、投票率などのオープンデータ）を用いて、地域の幸福度及び満足度を数値化・可視化するものです。

デジタル庁が推奨している24の因子に関する全国標準設問の結果から、西会津町のWell-being指標は以下の通りとなりました。

◆ 西会津町Well-being指標【出典:デジタル庁 Well-beingダッシュボード】

※表示されている数値の最小値は20、最大値は80に設定されています。



第1節 町民幸福度アンケート調査結果

◆ 調査概要

調査地域：西会津町全域

調査対象者：①令和6年8月1日時点で、西会津町に在住する18歳以上の町民1,000人
※年齢・地区別人口割合等を考慮し、無作為に抽出
②西会津町立西会津中学校及び福島県立西会津高等学校に通学する町内在住の生徒107人

設問構成：①回答者の属性に関する設問 3問
②デジタル庁が推奨している24の因子に関する全国標準設問 51問
③町独自設問 22問 合計76問

調査方法：郵便及びWeb調査

実施期間：令和6年9月1日～10月31日

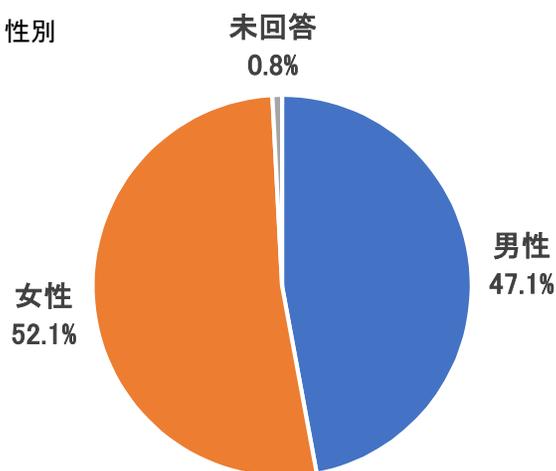
回収結果：配布件数：1,107件、回収件数：480件、回収率：43.4%

1 回答者の属性

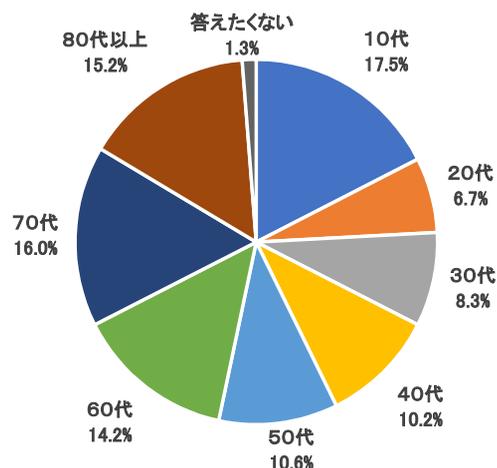
回答者の属性は以下の通りです。

資料：町独自集計結果

◆ 性別



◆ 年代

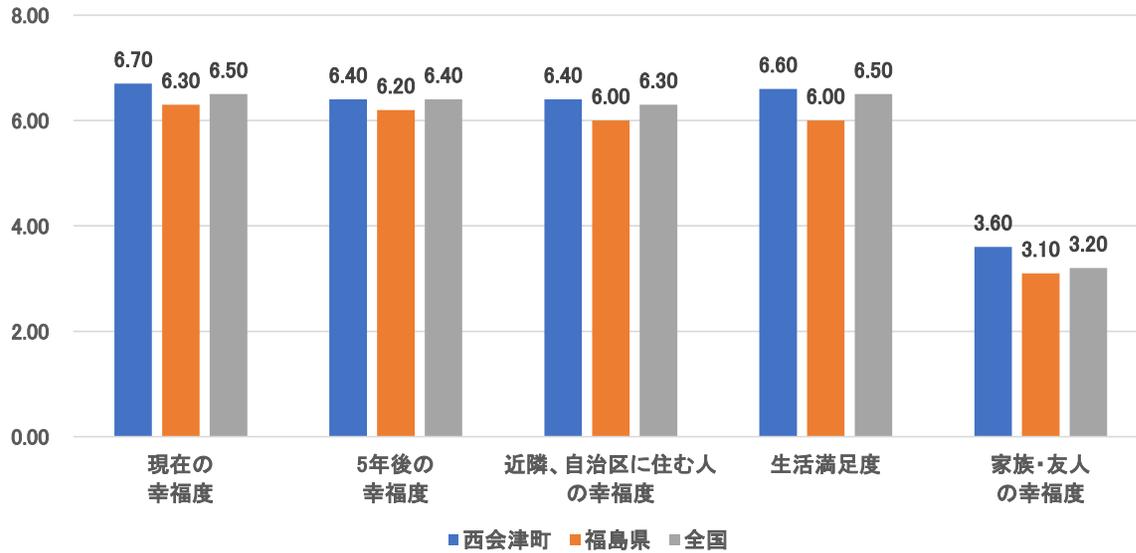


2 幸福度・満足度について

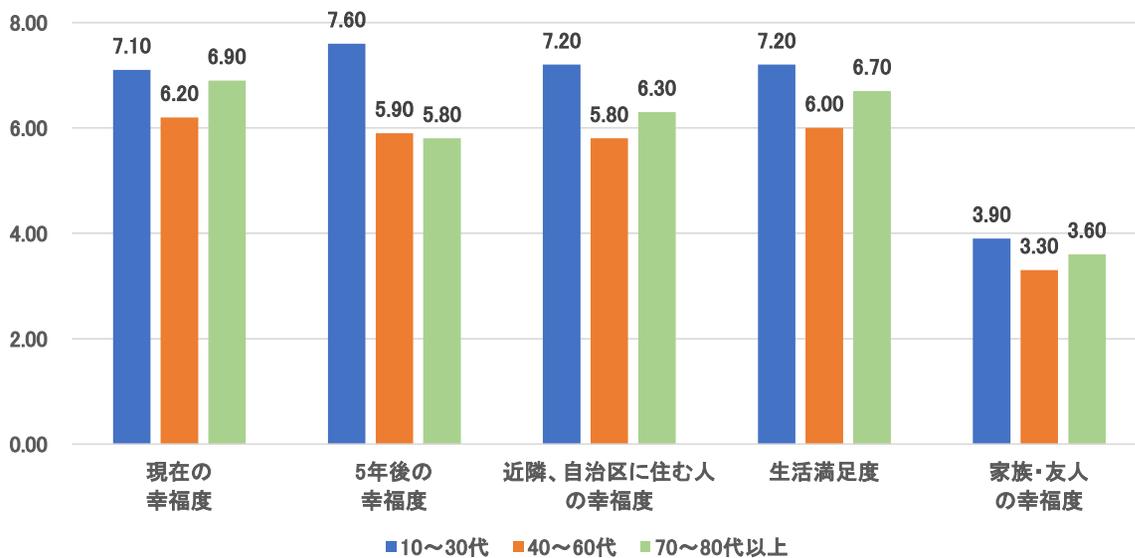
町民の皆さんが感じている幸福度・満足度については、全国・福島県と比較すると、全ての設問で国や県の平均以上という結果となりました。

世代別にみると、10～30代の平均値が他の世代と比べて高くなっています。

◆ 西会津町、福島県、全国の幸福度・満足度平均値 ※家族・友人の幸福度のみ5段階評価



◆ 西会津町の世代別幸福度・満足度平均値



3 町民の皆さんが感じる「幸福感」について

アンケートの結果から町民の皆さんが“現在”幸せを感じる瞬間の主な因子は、「家族・友人とのつながり」が25.2%、次いで「遊び・娯楽」が18.5%、「買物・飲食」が14.1%となりました。

また、“未来”の幸せに大切な主な因子は、「健康状態」が36.1%、次いで「地域とのつながり」が15.5%、「家族・友人とのつながり」が7.7%という結果となりました。

◆ “現在” 幸せを感じる瞬間

上位因子	%
家族・友人とのつながり	25.2%
遊び・娯楽	18.5%
買物・飲食	14.1%

◆ これからも“幸せ”だと感じ続けていくために大切な事

上位因子	%
健康状態	36.1%
地域とのつながり	15.5%
家族・友人とのつながり	7.7%