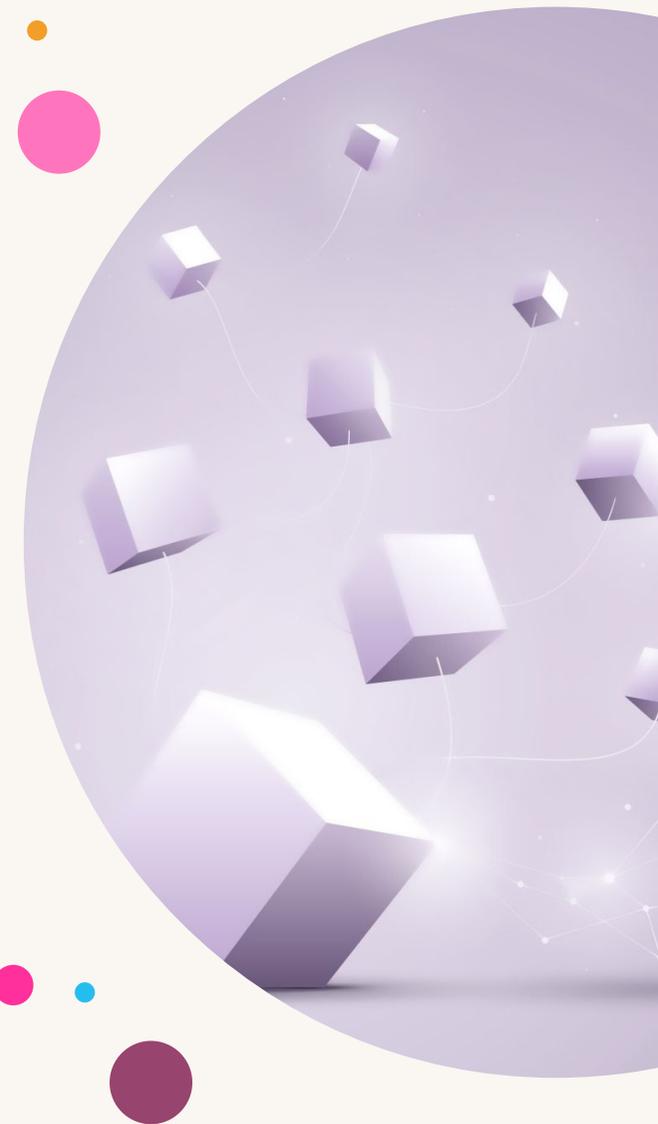


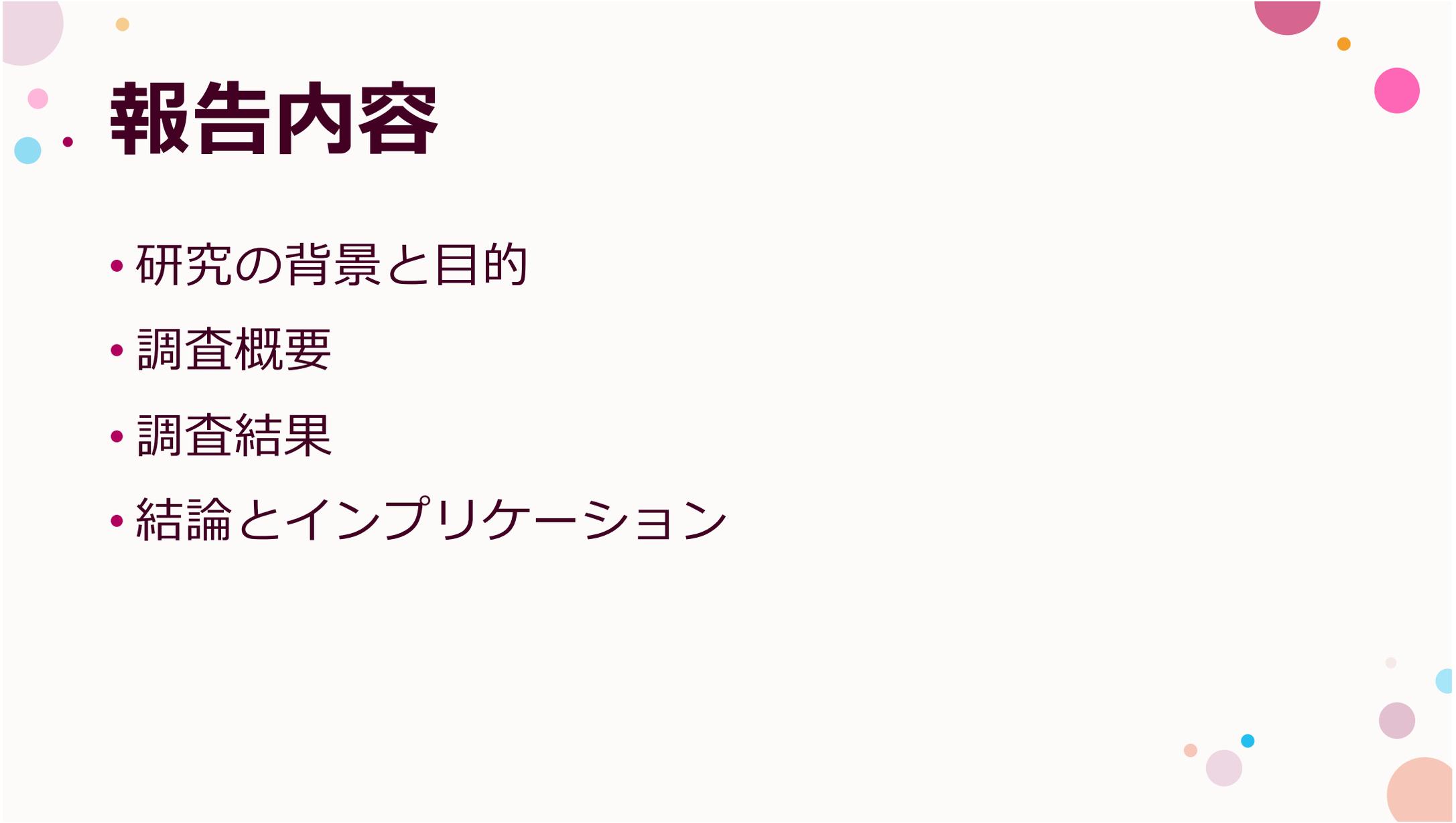
# スキルシェアの位置付けと 持続的幸福感の関係性 — 副業と趣味の比較検討 —

甲南大学マネジメント創造学部

青木 慶

[aoki@konan-u.ac.jp](mailto:aoki@konan-u.ac.jp)





# 報告内容

- 研究の背景と目的
- 調査概要
- 調査結果
- 結論とインプリケーション

# 研究背景

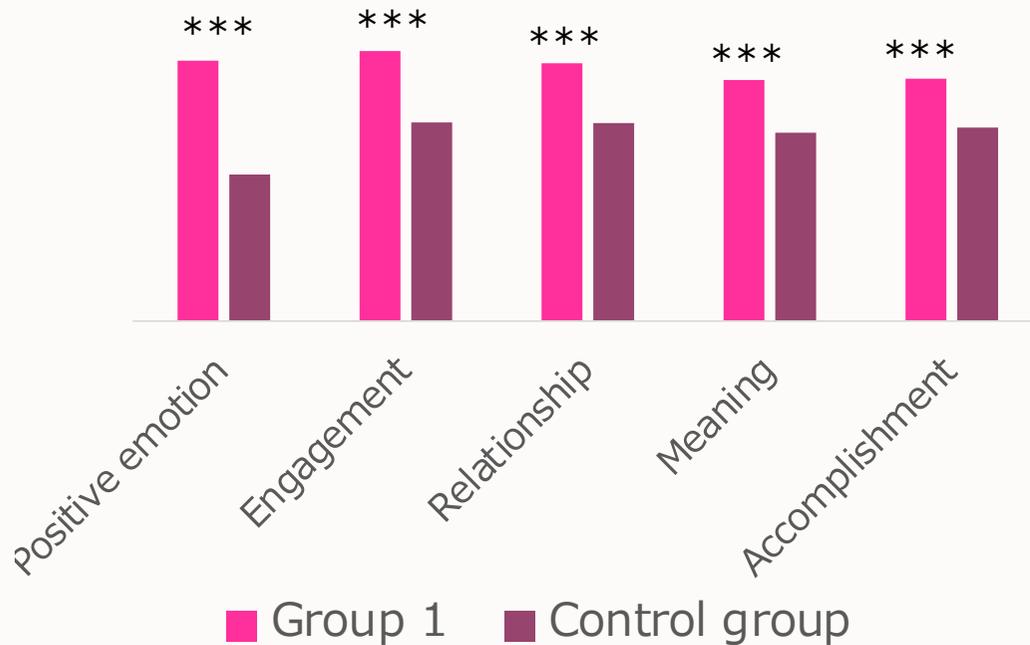
- 「個人知が活用しきれていない」という問題意識  
e.g. ユーザーイノベーションの普及における市場の失敗  
(de Jong, von Hippel, Gault, Kuusisto & Raasch, 2015; von Hippel, DeMonaco & de Jong, 2017)
- スキルシェアはひとつの解決策ではないか
- スキルシェアへの参画は、経済的価値に加えて**持続的  
幸福度**の向上をもたらす (Aoki, 2021; Aoki, 2022)

# ウェルビーイング理論と 持続的幸福度 (Seligman, 2011)

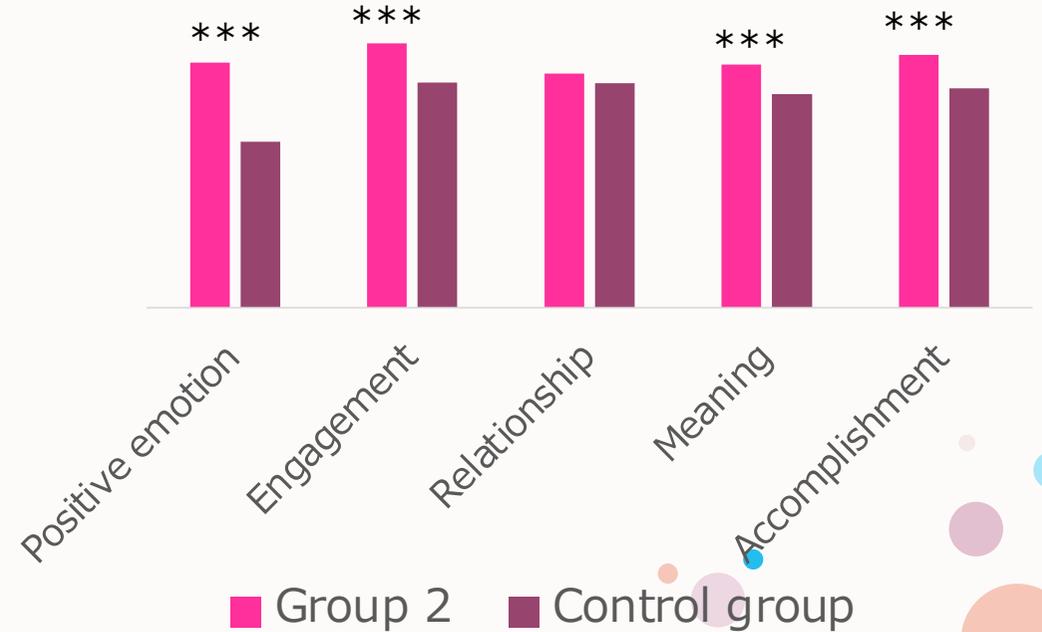
- ポジティブ心理学において提唱 (c.f. 従来の幸福理論)
- 個人、組織、地域、国家の**持続的幸福の増大**を目的とする
- 5つの構成要素(**PERMA**);
  - ポジティブ感情(**P**ositive emotion)
  - エンゲージメント(**E**ngagement)
  - 他者との関係性(**R**elationship)
  - 人生の意味・意義(**M**eaning and purpose)
  - 達成(**A**ccomplishment)

# スキルシェアへの参画が 持続的幸福感向上に寄与 (Aoki, 2021)

ハンドメイド作家 vs 一般



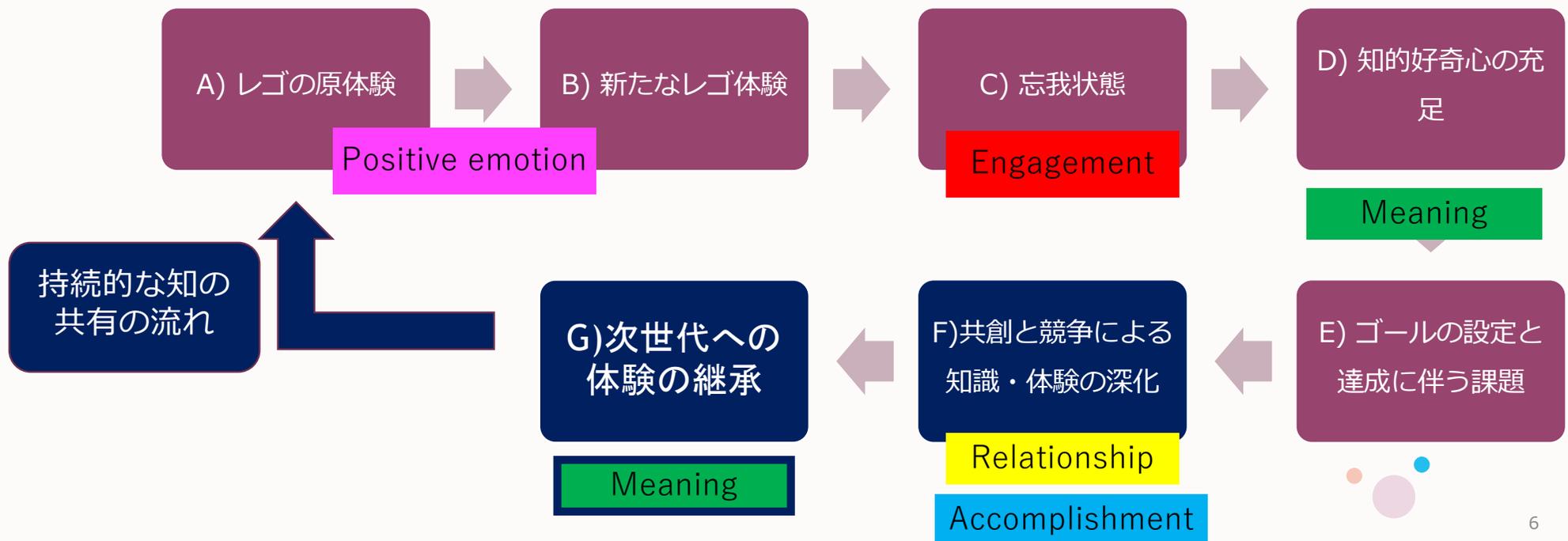
スキルシェア参画者 vs 一般



# AFOLの事例

## 知の共有→さらなる知識の深化

## →持続的幸福感の向上 (Aoki,2022)



The background of the image features a collage of financial data. On the left, a black calculator is partially visible with keys for '6', '3', '=', '+', and '-'. The main area is filled with various charts: a bar chart at the top with months from 'may' to 'dec', a pie chart in the center, and two line graphs at the bottom with data points and axes. A black pen lies diagonally across the bottom left. The text is overlaid on a white circular shape on the right side.

**この結果は収入目的の場合にも有効か**

# 金銭的報酬と幸福は相反する？

- 行動経済学：社会的インセンティブが機能する市場に、金銭的インセンティブを持ち込むと、機能しなくなる (e.g. Heyman & Ariely, 2004; Ariely, Bracha & Meier, 2009)
- 労働経済学：副業の目的で幸福度に違い(川上, 2022)
  - スキル目的：副業保有者 > 非保有者
  - 収入目的：副業保有者 < 非保有者

# 調査概要

- 質問票調査（オンライン）
- サンプル：18-65歳男女 2,000人
  1. スキルシェア参加者(n=1,000)と非参加者(n=1,000)のPERMA比較
  2. 副業者（報酬目的）(n=400)とそれ以外のスキルシェア参加者（n=600）のモチベーションとPERMA比較

# 測定尺度

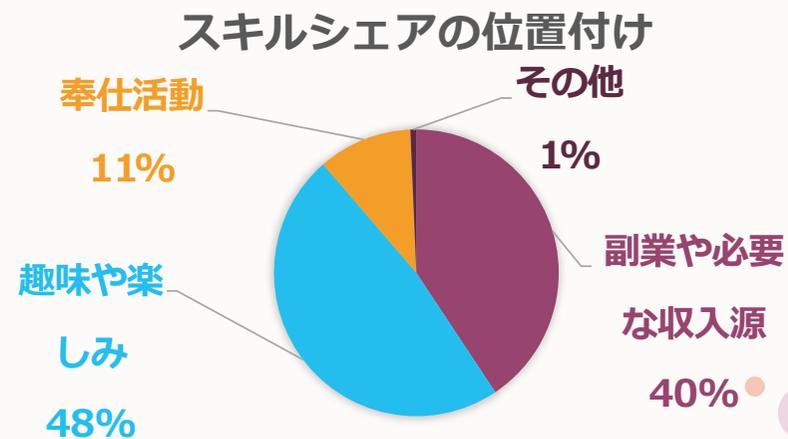
- PERMA : 3つの質問x5項目 (0-10点で評価)  
(Butler and Kern, 2016)
- スキルシェア参画へのモチベーション
  - 内発的・外発的モチベーションを網羅する10の項目  
(Füller(2010) を参照)
  - 7段階評価のリッカート尺度

# 調査結果：サンプル概要

- コントロールグループ 983名 ( $M_{age}=43.9$ 歳, 男性49.5%)
- スキルシェア参加者 1,031名 ( $M_{age}=41.8$ 歳, 男性58.9%)
  - 副業者 419名 ( $M_{age}=41.6$ 歳, 男性62.1%)
  - 非副業者 612名 ( $M_{age}=41.9$ 歳, 男性56.7%)

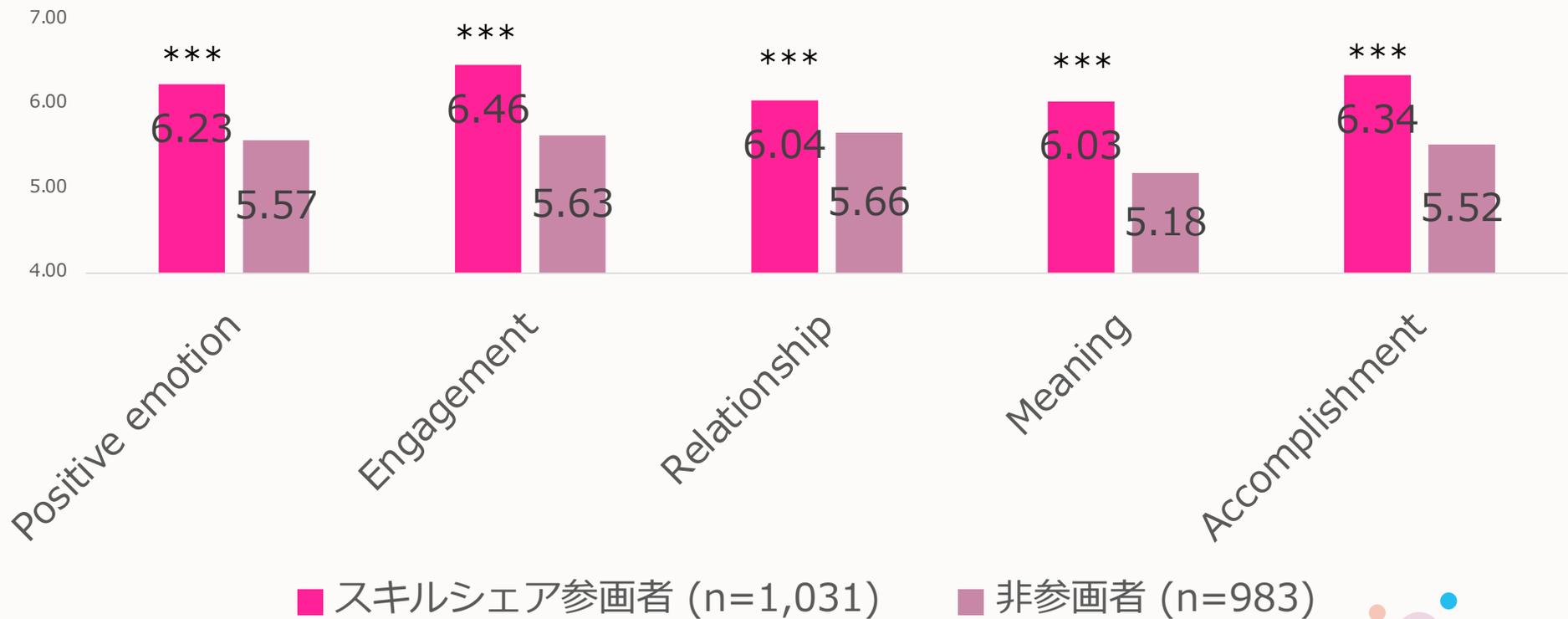
## 活用スキル（複数回答）

制作関連	29.8%
生活関連	24.2%
IT関連	21.9%
語学関連	18.1%
デザイン関連	16.3%
子ども関連	15.3%
その他	12.9%



# 調査結果：PERMA比較

## スキルシェア参加者 > 非参加者



# コントロール変数の影響を除いても、 スキルシェアの影響は0.1%水準で有意

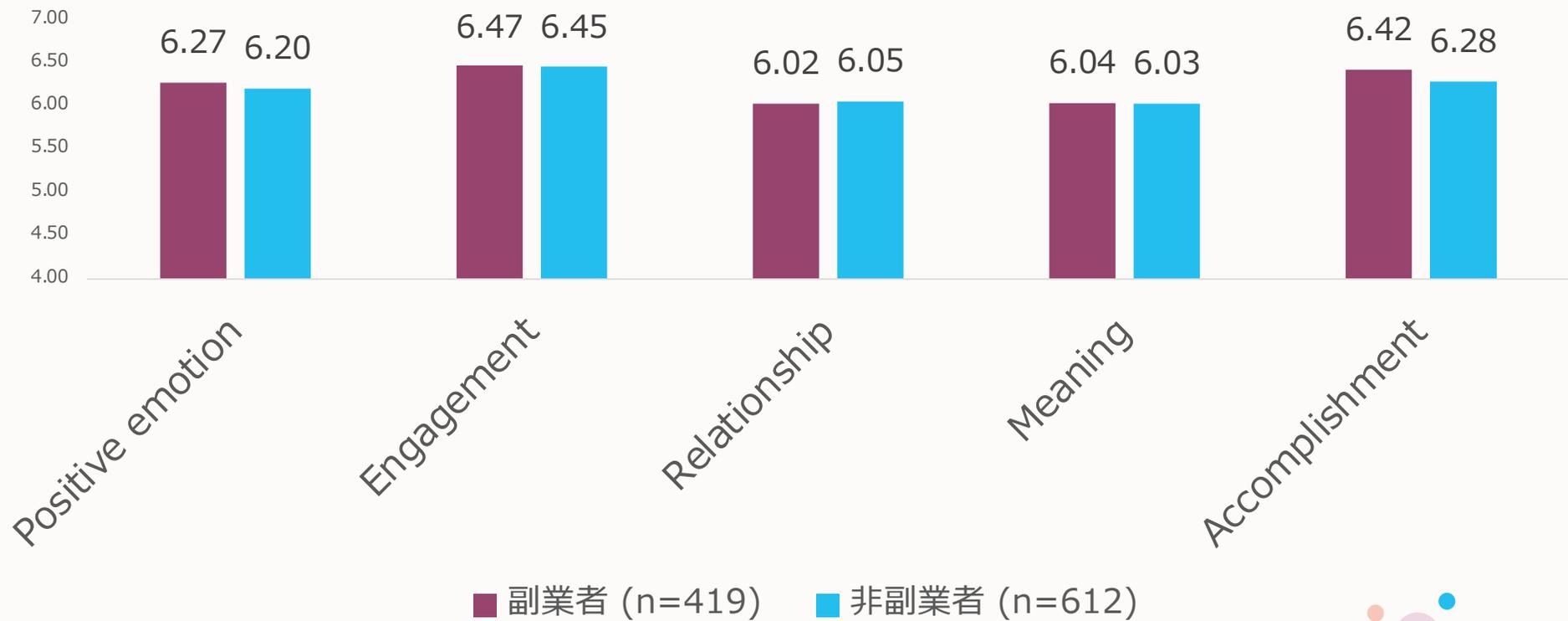
## 重回帰分析結果

従属変数	Positive emotion	Engagement	Relationship	Meaning	Accomplishment	VIF
説明変数						
スキルシェア	0.12 ***	0.14 ***	0.09 ***	0.14 ***	0.13 ***	2.04
性別	-0.01	0.02	-0.02	0.00	0.02	3.01
年齢	0.40 ***	0.41 ***	0.36 ***	0.31 ***	0.39 ***	7.56
婚姻状況	0.02 *	-0.03 *	0.03	0.04 *	-0.01	2.56
最終学歴	0.46 ***	0.49 ***	0.53 ***	0.47 ***	0.46 ***	7.69
個人年収	0.01	-0.03	-0.01	0.05 *	0.01	5.43
$R^2$	0.89	0.90	0.88	0.88	0.91	
F値	2213.44 ***	2463.70 ***	1909.52	1916.45 ***	2543.65 ***	

\*  $p < .05$ ; \*\*\*  $p < .001$

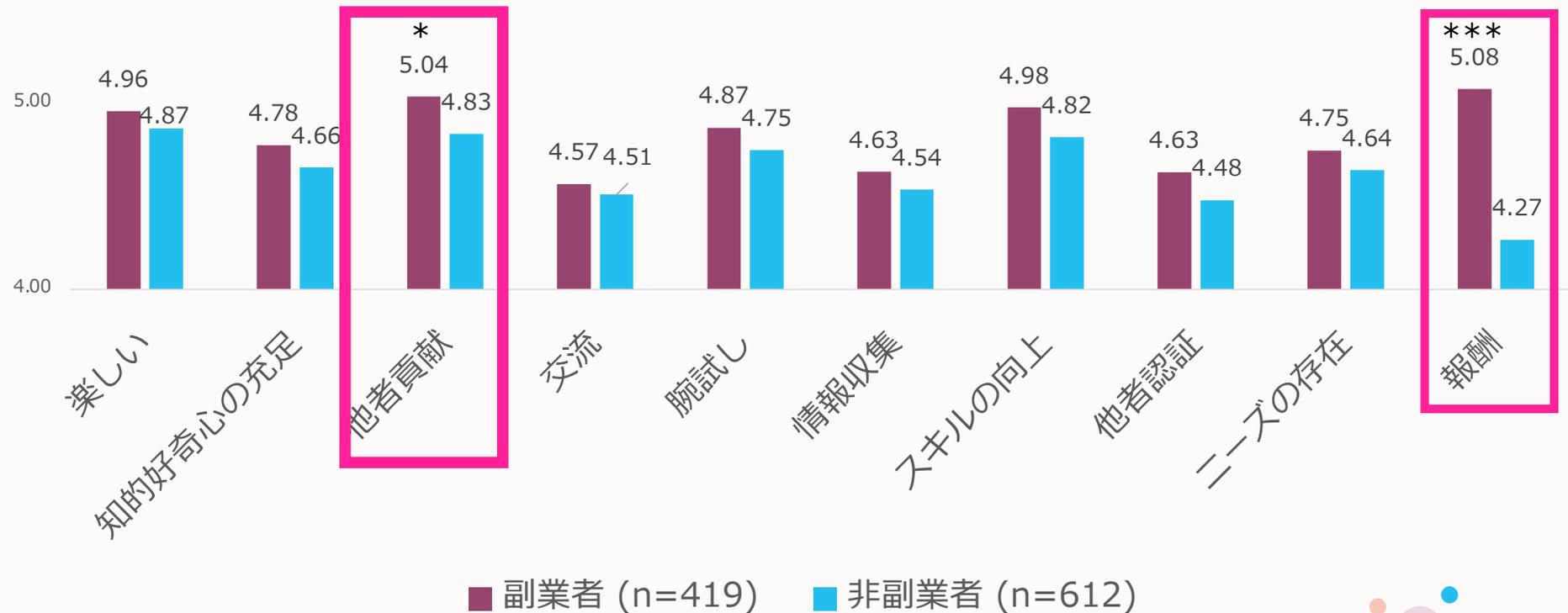
# 調査結果：PERMA比較

## 副業者と非副業者で有意差なし



# 調査結果：モチベーション比較

## 「他者貢献」 副業者 > 非副業者



# 他者貢献・楽しさがPERMAに影響

## 重回帰分析結果

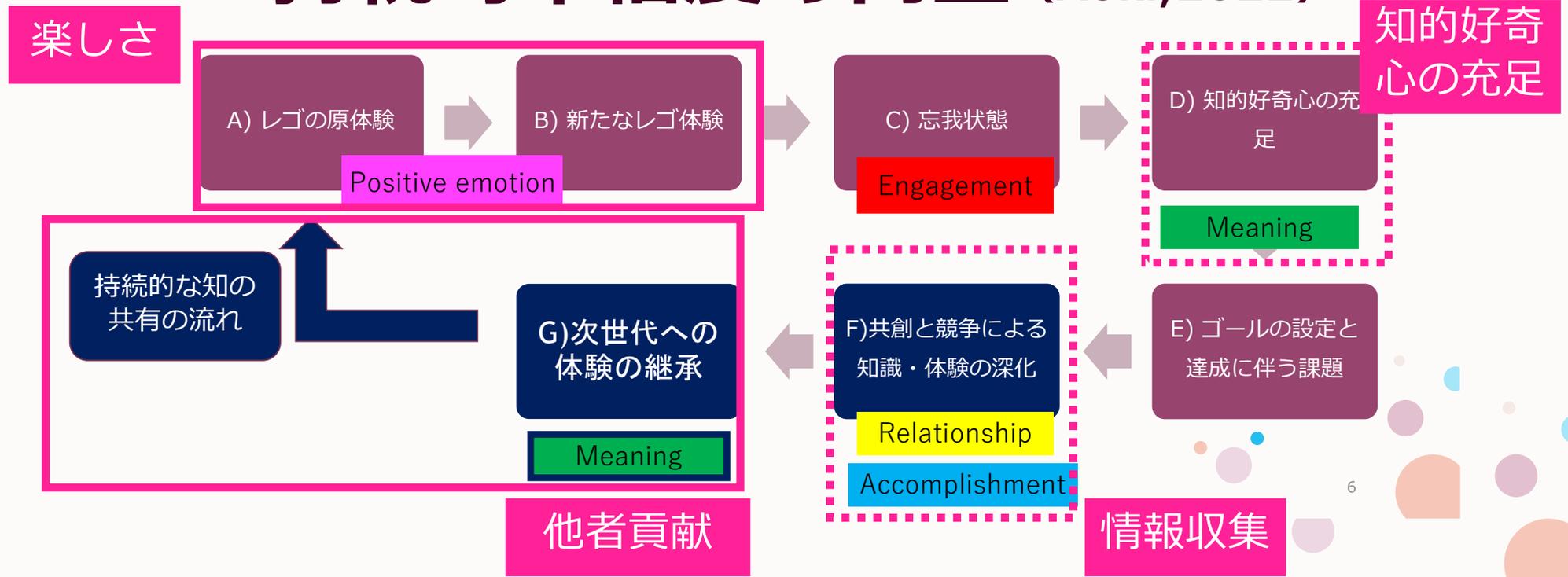
従属変数	Positive emotion	Engagement	Relationship	Meaning	Accomplishment	VIF
<b>説明変数</b>						
<b>動機づけ</b>						
楽しい	0.12 *	0.10 *	0.12 *	0.11 *		
知的好奇心の充足		0.10 *				
他者貢献	0.12 *	0.16 ***	0.10 *	0.16 ***	0.21 ***	2.53
情報収集	0.09 *				0.08 *	1.98
<b>コントロール変数</b>						
年齢	-0.08 *	-0.09 **	-0.15 ***	-0.14 ***	-0.08 *	1.34
婚姻状況	0.09 *		0.13 ***	0.12 ***		1.27
最終学歴			0.08 *	0.07 *	0.09 **	1.15
個人年収	0.09 *			0.14 ***	0.10 *	2.00
$R^2$	0.17	0.23	0.10	0.15	0.24	
F値	11.51 ***	16.44 ***	7.16 ***	10.13 ***	17.88 ***	

\*  $p < .05$ ; \*\*\*  $p < .001$

# AFOLの事例

## 知の共有→さらなる知識の深化

### →持続的幸福感の向上 (Aoki,2022)



## 結論

スキルシェアは、収入目的  
/趣味目的にかかわらず、  
楽しみながら他者に貢献す  
ることによって、持続的幸福感を  
向上させる



# インプリケーション

スキルシェア：報酬を得ながら他の人に貢献することのできる副業になり得る



副業解禁：従業員のウェルビーイング向上に寄与しうる

個人知が、アイデアの源泉として活かされる  
社会の実現へ

# References

- Aoki, K. (2021). The Relationship between Well-Being and Knowledge Sharing. *Sustainability*, 13(9), 4978. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/9/4978>
- Aoki, K. (2022). Why Knowledge Sharing Increases Well-being - The Case of Adult Fans of LEGO. Jose C. Sánchez-García (2022) Psychosocial, Educational, and Economic Impacts of COVID-19, London: InTech Open <https://doi.org/10.5772/intechopen.104556>
- de Jong, J., von Hippel, E., Gault, F., Kuusisto, J. & Raasch, C. (2015). Market failure in the diffusion of consumer-developed innovations: Patterns in Finland, *Research Policy*, 44(10), 1856-1865.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York, NY: Free Press.

本研究はJSPS 科研費 20K13631 の助成を受けたものです。