



写真提供：株式会社Verde大台ツurisム

広がるワーケーションの活用

近年「ワーケーション」が注目を集めている。ワーケーションは、パソコンやインターネットが普及した2000年代のアメリカで始まったと言われる。

観光地等で休暇を過ごしながらか仕事をするというワーケーションは、日本人にはあまり馴染みがなかったが、働き方改革の推進やコロナ禍によるリモートワークの推奨により、新たな働き方としても注目されるようになった。

一方、その浸透には時間がかかりそうだ。本稿では、ワーケーションを導入・実施する立場と、受け入れる立場のそれぞれから、期待される効果と、実態や課題等について見ていきたい。

1 ワーケーションの現状

① ワーケーションとテレワークの違い

「ワーケーション」は「WORK」(仕事)と「VACATION」(休暇)を組み合わせた造語である。

観光庁では、新たな旅のスタイルとしてワーケーションを推奨しており、「テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと」と位置づけている。

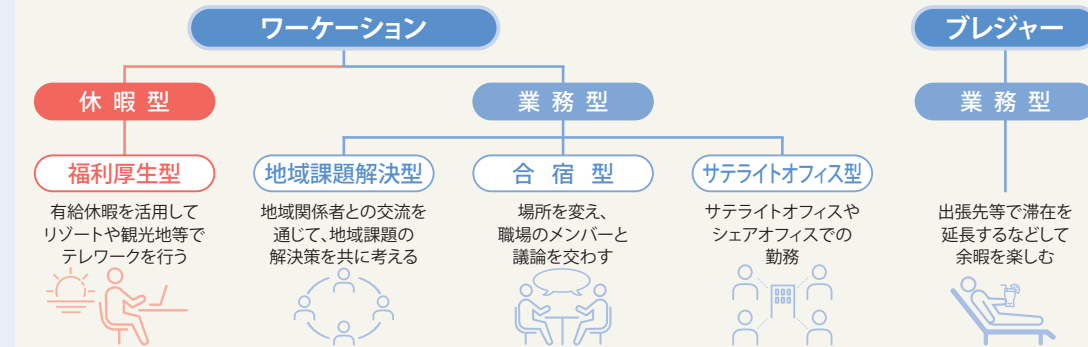
テレワークは仕事のみを目的とし、従事場所が自宅や複数の人・企業が働く場所を共有して仕事をするコワーキングスペースなどが主であることにに対し、ワーケーションは仕事とともに休暇も主な目的で、従事場所が旅行先(非日常の場所)であることに違いがあるといえるだろう。

② ワーケーションが進んだ背景

新しい観光の形であるワーケーションだが、働く人々が育児や介護など個々の事情に応じて柔軟に働き方を選択できることを目指した「働き方改革」の推進や、組織に属することや1社で長く働くことにこだわりを持たないなどの「働き方」に対する考え方の変化、さらにはコロナ禍によるテレワークの進展等により、「新たな働き方」としても注目されている。特に、コロナ禍は、働く人の意識や価値観の変化を促しただけでなく、企業においてテレワークのための実務的な環境整備を促した。それにより、働く「場所」や「時間」についての考え方が拡大し、ワーケーションが前進したと考えられる。

また、この流れのなかで仕事をする場所や生活の拠点を複数持つ「多拠点生活」を支えるサービスも生まれている。定額制で、リノベーションし

実施形態(イメージ)



資料：観光庁「新たな旅のスタイル ワーケーション & プレジャー」

た民家や別荘など、施設が運営する全国の拠点に滞在できる「ADDRESS」や、定額制で、国内外の1,000か所以上の宿泊施設に滞在できる「HafH」などがその代表例だが、いずれも利用者数は増加しており、これらもワーケーションを支えるサービスといえるだろう。

③ 国におけるワーケーションの動き

2020年7月の観光戦略実行推進会議で、菅義偉官房長官(当時)が「テレワークを活用して、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う「ワーケーション」、さらにはそうした地域に企業の拠点を設置する「サテライト・オフィス」等は、新しい旅行や働き方のスタイルとして政府としても普及に取り組みたい」と発言、政府がワーケーションを推進することを明確に打ち出した。各省庁でも、支援メニューを充足しており、特に観光庁では、旅行機会の創出や旅行需要の平準化に寄与する働き方としてワーケーションを推進、企業の制度導入や地域の受入環境整備に関する情報発信に注力しているほか、22年度も企業と受入地域のマッチングを行うモデル事業や企業を対象とした実証事業を行うこととしている。また、環境省では国立・国定公園でのワーケーションを推奨、滞在環境整備に補助を行ってきた。総務省や厚生労働省ではテレワーク導入・定着のための支援を行っている。

④ ワーケーションの4つの類型

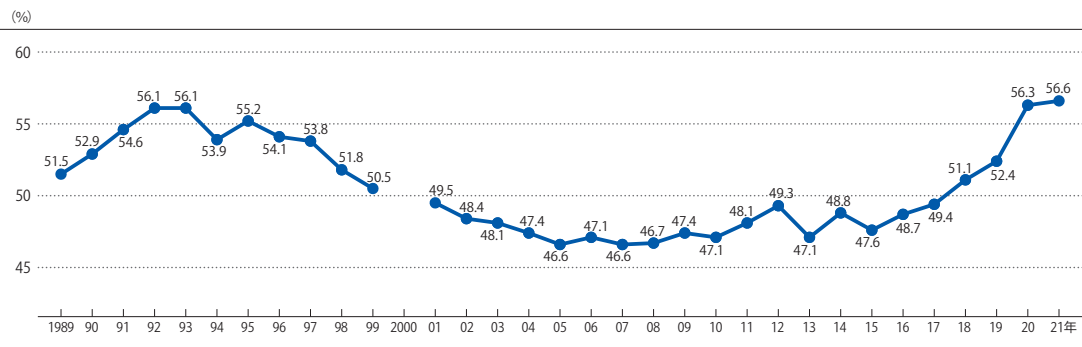
観光庁によると、ワーケーションの実施形態は、休暇型と業務型に大きく2分類される。休暇をメインとする休暇型は「福利厚生型」とも言われ、一般的なワーケーションのイメージに最も近い形である。一方、業務をメインとする業務型は、「地域課題解決型」、「合宿型」、「サテライトオフィス型」に分類される。「福利厚生型」を含めるとワーケーションは4つに分類される。

また、「ビジネス」と「レジャー」を組み合わせた造語「プレジャー」は、出張先等で滞在を延長し、余暇を楽しむタイプの観光スタイルを指す。日常と異なる場所で仕事も余暇も楽しむという点でワーケーションと類似していることから、同庁では、旅行需要の拡大や分散化に資するとして、ワーケーション同様に普及を進めている。

② 三重県における動き

三重県では、2020年度からワーケーションの受入推進に向けて取り組んでいる。20年度は三重県の豊かな地域資源を生かした多様性のあるモデルプランの作成や利用者とのマッチング促進、Webサイトによる情報発信などに取り組んできた。加えて、21年度は三重県が目指すワーケーションのあり方の検討や、ワーケーションの受け入れに重

労働者 1 人平均年次有給休暇取得率の年次推移



(注1)「取得率」は、(取得日数計/付与日数計)×100(%)である。
 (注2)1999年以前は、12月末現在の状況を「賃金労働時間制度等総合調査」としてとりまとめたものである。
 (注3)2007年以前は、調査対象を「本社の常用労働者が30人以上の会社組織の民営企業」としており、2008年から「常用労働者が30人以上の会社組織の民営企業」に範囲を拡大した。
 (注4)2014年以前は、調査対象を「常用労働者が30人以上の会社組織の民営企業」としており、また、「複合サービス事業」を含まなかったが、2015年より「常用労働者が30人以上の民営法人」とし、さらに「複合サービス事業」を含めることとした。

資料：厚生労働省「就労条件総合調査」

主要なコーディネーターの育成に向けた研究会・講座等の開催を行い、三重県におけるワーケーションの受入体制の醸成を図っている。

3 ワーケーションを導入・実施する側に期待される効果と課題

1 ワーケーションに期待される効果

ワーケーションを導入・実施することについてどのような効果が期待できるだろうか。ここでは主に企業とその従業員の視点からみている。

●従業員の有給休暇の取得推進

日本は世界的にも有給休暇の取得率が低く、1人当たりの平均年次有給休暇取得率は2017年まで50%未満で推移した。19年4月の労働基準法改正*に伴い、近年は上昇しているものの、政府が目標としていた20年の取得率70%には及んでいない。その解消法の1つとして、休暇を取得しながら働くワーケーションの活用が期待されている。

*年10日以上年次有給休暇が付与される労働者(管理監督者を含む)に対して年次有給休暇の日数のうち5日を取得させることが全企業に義務付けられた。

●企業価値の向上と優秀な人材確保、流出抑制

企業にとっては、ワーケーションを推進することで、柔軟な働き方ができる働きやすい企業として認知され、企業価値が高まることが期待される。そのことにより、優秀な人材が集まりやすくなるなどの好循環を生むことが期待できる。また、従業員にとっても、企業価値が高い企業に在籍していることが自身の誇りにつながり、帰属意識が高まると考えられる。そのことは、企業にとっても人材の流出抑制につながると期待される。

●サテライト機能等の拡充によるBCP対策

ワーケーションの1つの類型としてサテライトオフィス型がある。近年、各地で大規模な自然災害が頻発している。自社への直接的な被害が少なくても、交通網の遮断や計画停電など事業継続への影響がないとは言い切れない。企業としてサテライト機能を持ち、資源や情報を分散しておくことはBCPの観点からも非常に重要となっている。

●生産性の向上とイノベーションの創出

従業員がいつもと異なる場所で仕事をする事により、心身がリフレッシュでき、生産性向上につながったり、日常では出会わない人々との交流

や資源に触れたりすることにより、既存事業の拡大や新たな事業創出につながることを期待されている。

日本航空株式会社

有給休暇取得促進に向けたワーケーションの活用

先進的な取り組みで知られる日本航空(株)は、有給休暇取得促進に向けて2017年からワーケーションを導入している。

導入の背景には、シフト管理がしやすい現場部門に比べて管理部門の社員の有給休暇取得率が低いという課題があった。その主な要因として、長期休暇取得の抵抗感や長期休暇後の業務の繁忙さへの不安などがあった。

運用・管理面にあたっては、社員が事前に休暇取得と就業場所を申請、実施日は始業と終業の報告、実施後は勤怠管理システムでの業務時間の登録と業務の進捗状況の報告を行うことで、会社側が労働時間として認定する。ただし、休暇促進が目的のため、労働時間より休暇時間を多くすることや、移動費や宿泊費は社員負担とすることなどをルールとしている。

導入当初は休暇期間中に働くことに対して社員の誤解もあったが、理解促進に向けた情報発信、モニターツアーやワークショップの開催、役員会の一部の出席者がワーケーション先から参加する取り組みを通じて浸透を図ってきた。現在では社員個人だけでなく、チームでのワーケーション活用も見られるようになり、対象者の25%以上(2020年度)が経験者となっている。

導入成果として、有休の取得促進だけでなく、社員のエンゲージメントの向上も期待される。同社が2019年に参加したミレニアル世代に注目したワークスタイル変革に関するコミュニティ内でワーケーションをテーマとしたプロジェクトでリーダーを務めたが、参画した企業の社員のエンゲージメントを調査したところ、実施していない社員との比較において、帰属意識や仕事や私生活に対する充実度が高位に推移した。



またワーケーション終了後もその効果が持続したといった結果が得られた。同社では、プレジャーも導入し、休暇制度の多様化を進めている。

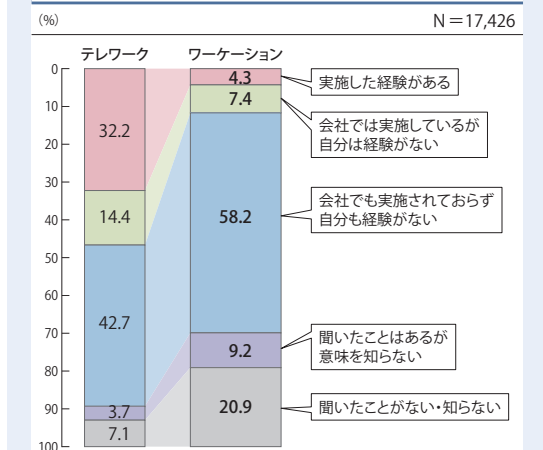
2 ワーケーションの実施率と導入における課題

●ワーケーションの実施率

これまでワーケーション導入に期待される効果を見てきたが、企業における導入はまだ少ないのが現状である。

『新たな旅のスタイル』に関する実態調査報告書(観光庁 2021年3月)によると、20-59歳の会社員を対象にした調査では、ワーケーションを「実施した経験がある」人は、4.3%とわずかである。「会社では実施しているが自分では経験がない」との回答、つまり会社では導入しているという割合を含めても11.7%と約1割にとどまり、「テレワークを実施した経験がある」(32.2%)と比較してもかなり低くなっている。

ワーケーションの認知と経験有無



資料：観光庁「新たな旅のスタイル」に関する実態調査報告書

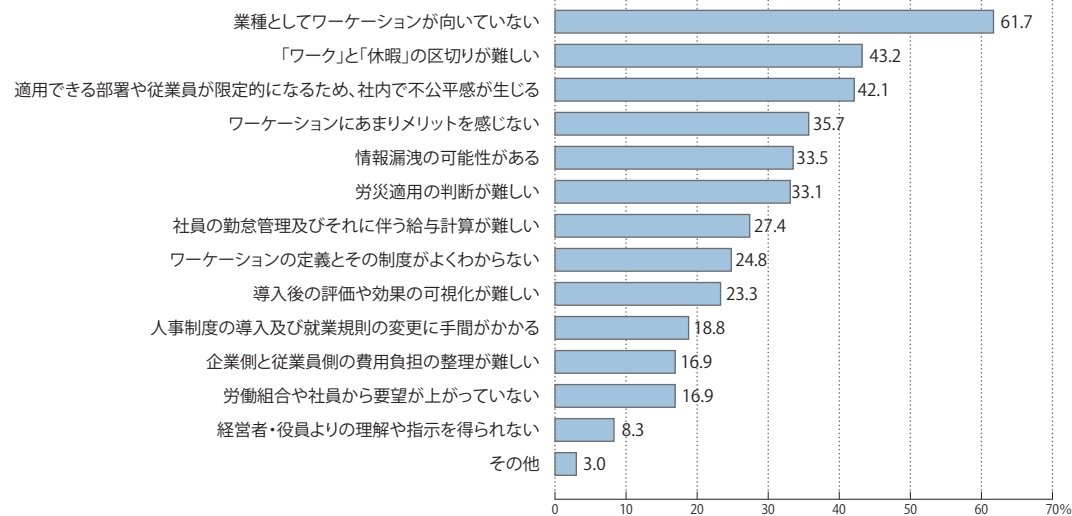
●ワーケーション導入の課題

実施にあたっては、公平性や労務管理面のほか、セキュリティ面などの考慮が必要である。

同調査の企業(従業員10名以上)を対象とした調査では、ワーケーションの導入に関する課題とし

ワーケーション導入に関する課題

N=266



資料：観光庁「新たな旅のスタイル」に関する実態調査報告書

「業種としてワーケーションが向いていない」が61.7%と最も高い。また「適用できる部署や従業員が限定的になるため、社内で不公平感が生じる」(42.1%)も含め、ワーケーションの導入が難しい業種や適用できない職種が一定数あることを示している。

上記以外の回答では「「ワーク」と「休暇」の区切りが難しい」(43.2%)のほか、「情報漏洩の可能性ある」、「労災適用の判断が難しい」がそれぞれ30%台と上位にあり、社内規則やルールの設定・見直し、セキュリティ対策の強化に関する内容が多い。企業が一朝一夕で取り組めるものではないことから、導入の足かせになっているものと考えられる。

●ワーケーションに対する興味

前述の会社員を対象とした調査によると、ワーケーションに対する関心度では「どちらともいえない」(33.4%)が最も高く、次いで「興味がない」(30.8%)となっている。また、「ネガティブな印象を持っている」(7.6%)を含めた上記の3つの層について、ワーケーションに興味がない理由を問うたところ、「仕事をする場所が決まっているから

(テレワークができない仕事だから)」(51.6%)が最も高いものの、「休暇中や旅行中には仕事をしたくないから」(36.7%)、「旅行先で仕事をしても効率が落ちそうだから」(15.9%)など、休暇中に仕事に取り組むことへのマイナスイメージがあることも大きい。

一方で、ワーケーションに対する関心度で『興味がある(「非常に興味がある」と「興味がある」の合算)』と回答した層(28.2%)は約3割となっている。

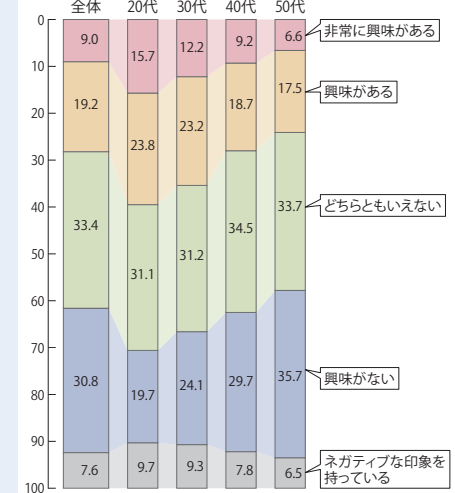
興味がある層についてみると、若い年代ほど『興味がある』割合は高く、20代では約4割となる。逆に年代が上がるほど「興味がない」の割合が高くなることが特徴である。

●ワーケーション導入にはまずテレワークから

ワーケーションに対する関心度はテレワークの実施経験や自宅室内以外の場所でのテレワークの実施経験にも大きく影響している。ワーケーションに『興味がある』と回答した層は、「どちらともいえない」や「興味がない」と回答した層や「ネガティブな印象を持っている」層より、テレワークの経験割合が高く、またカフェや喫茶店などの飲食店など自宅の室内以外の場所でのテレワーク

ワーケーションへの関心

N=17,426



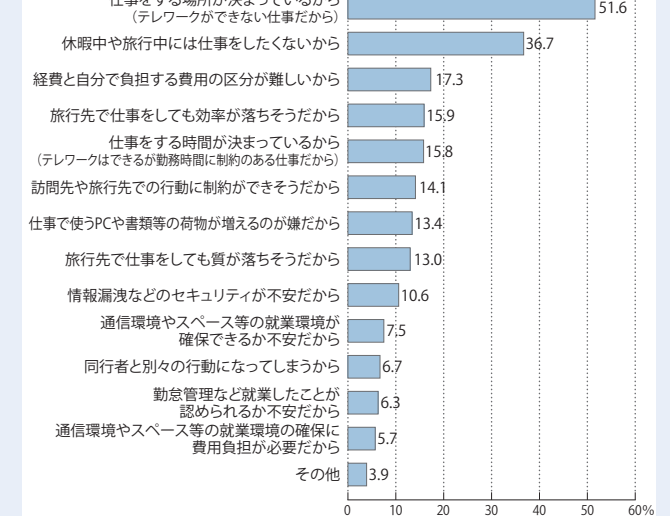
資料：観光庁「新たな旅のスタイル」に関する実態調査報告書

の経験割合が高いとの結果がある。これらのことから、企業がワーケーションを導入するためには、まずテレワークから取り組み、徐々にその範囲を広げていくことが有効といえるだろう。

なお、これまでワーケーションを導入・実施する側として企業と従業員について述べてきたが、ワーケーションを実施する側として、フリーランスの存在も重要である。「フリーランス実態調査」(内閣官房日本経済再生総合事務局 2020年)によると、フリーランスの試算人数は、462万人(本業214万人、副業248万人)とされており、日本の就業者の1割に満たないが、ライターやプログラマーなど働く場所や時間の自由度が比較的高い職業の人が多く、ワーケーションという言葉が知られる前から、日常的に場所を選ばずに出先で仕事をしたり、遠方に旅行と兼ねて取材等に行ったりしており、潜在的なワーケーション実施者として存在している。これらの人々を含めて、ワーケーションのあり方を考えていく必要があるだろう。

ワーケーションに興味がない理由

N=12,522



資料：観光庁「新たな旅のスタイル」に関する実態調査報告書

4 ワーケーションを受け入れる側に期待される効果と現状(受入側=地域、観光事業者)

1 期待される効果

ワーケーションを受け入れる側にとってはどのような効果が期待できるだろうか。ここでは宿泊事業者を中心とした観光関連事業者や地域の立場からみても。

●新たな観光需要の創出

観光関連事業者にとっては、客層の広がりが期待できる。また、日本の観光旅行は年末年始やGW、週末など特定の時期に集中することや、宿泊日数が短いといった特徴があるが、ワーケーション実施者の受入により、閑散期の利用や宿泊日数の延長など観光需要の平準化にもつながるなど、新たな観光需要の創出が期待される。

三重県内での事業者の取り組み

ホテルやゲストハウス、農家民宿、キャンプ場など様々な事業者がワーケーションの受け入れに取り組んでいる。各施設では、Wi-Fi環境の整備や

ワークスペース(机・椅子)の設置など基本的な執務環境に加えて、ターゲット層にあわせた環境整備を行っている。



奥伊勢の自然をフィールドにアクティビティを提供する(株)Verde大台ツアーズは、運営するゲストハウスでワーケーションプランを提供している。モニタリングを通じてブラッシュアップを図り、モバイルWi-Fiの貸し出し、子どもも楽しめるアクティビティの導入、レンタカーなどの移動手段などを拡充している。大勢の受け入れは難しい施設規模であることからターゲットの中心を“フリーランス”とし、集客には前述のADDRESSのサービスを利用することで、新たな客層の獲得につなげている。



また、(株)サン・サービスが運営する「Villaお伽噺」では、ワークスペースを確保したリビングと寝室、テラスが設置された「ワーケーションVilla」を2021年12月に4棟オープンした。プリンタ、HDMIケーブルの貸し出しサービスがあり、一棟貸しであることからセキュリティも確保した執務環境でありながら、“ファミリー層”が過ごしやすい環境を提供している。

さらに、大手鉄道グループでは、20年から県内にあるグループ内の宿泊施設において“企業”向けワーケーションの実証事業を開始、実証事業からのニーズを踏まえて移動時間の有効活用に向けた団体専用列車内でのリモートワークが可能な体験プランを販売するなどして、検討を進めている。

● 関係人口の創出による地域課題の解決

多くの地方自治体では人口流出が進み、地域の担い手不足が課題となっている。そこで注目されているのが「関係人口」の存在である。移住者などの定住人口や観光で訪れる交流人口とは異なり、地域と多様な形で長期的にかかわる地域外の人たちのことを指し、地域づくりの担い手として期待されている。地方自治体のなかにはワーケーショ

ンの活用を通じて関係人口を拡大し、地域課題の解決につなげている事例がある。

長崎県五島市

ワーケーションを移住・定住に向けた関係人口づくりに活用

五島市では移住・定住人口の創出に向けてワーケーションを活用している。2019年から年に1回開催しているワーケーション・イベントでは、一般家庭での民泊や職場体験、地元住民とのワークショップのほか、保育の一時利用や小学校の体験入学、子ども向けアウトドアスクールの開催など、訪れる人と地元住民が関わり合い、「暮らすこと」を家族で体験できる滞在型プログラムを提供している。21年のイベントでは参加費は自己負担で、観光オフシーズンの開催にも関わらず定員の1.9倍の応募があった。

20年には、20代、30代を中心に216人が移住した。

和歌山県

市町村の施策推進ツールに活用、白浜町では企業誘致につなげる

和歌山県では、2017年から取り組み始めたワーケーションを、県内市町村の施策推進のためのツールとして活用している。例えば、01年からIT企業の誘致に取り組む同県では、紀南地域を中心に、各市町村と連携しながら、進出を検討する企業のトライアルの機会としてワーケーションを活用している。「合宿型の研修を行いたい」、「新規事業の可能性を図るための実証実験をしたい」など企業の要望に沿ったワーケーションプランを提案、地域とのコーディネートや滞在施設等の紹介を行うことで、進出を検討する企業が地方で事業を体験できる機会を提供している。東京から飛行機で約1時間の距離感であること、人口あたりのフリーWi-Fi整備数が全国トップクラスであることなどの環境も同県の強みとなっている。

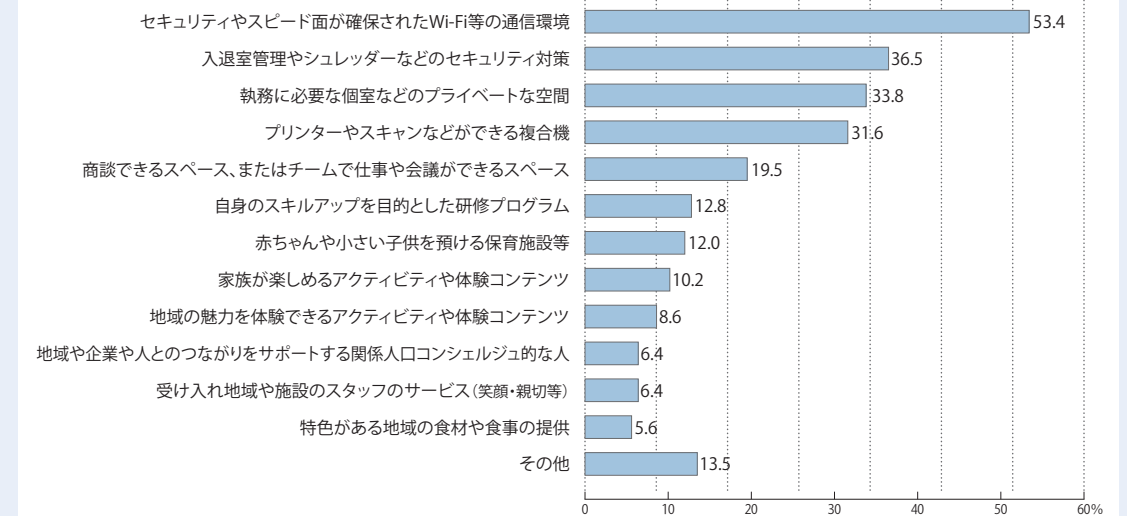
2 受け入れる側の現状と課題

● 環境整備の必要性と費用対効果

ワーケーションを実施する側が求める環境は観光旅行客と異なる。企業がワーケーションを導入する際、受入地域や施設に整備してほしいことと

ワーケーション導入において、受入地域や施設に整備してほしいこと

N=266



資料：観光庁「新たな旅のスタイルに関する実態調査報告書」

して「セキュリティやスピード面が確保されたWi-Fi等の通信環境」が53.4%と最も高く、「入退室管理やシュレッダーなどのセキュリティ対策」、「プリンターやスキャンなどができる複合機」がそれぞれ30%を超え、高いセキュリティ環境と通信環境を含め、安心して仕事に取り組むことができる執務環境が上位にある。

執務環境以外では、コインランドリーや日用品購入のためのスーパー等、二次交通の手段の確保など、長期滞在のための環境整備も重要な要素となる。また、滞在時間を楽しむためのアクティビティや、家族連れの場合は子どもたちが過ごすためのメニューも必要となる。

このように、受入事業者には整備すべき内容も多く、ワーケーションのみで費用対効果を見込むことが難しいのが現状である。

また、2021年、都心の高級ホテルが、破格の値段でワーケーションプランを打ち出したことは記憶に新しい。宿泊日数が長く、現時点では試験的な導入が多いワーケーションプランは、実施する側も安価を期待しがちで、受入事業者とのギャップが生まれやすいとの声がある。

● ワーケーション受入の目的の明確化が必要

前述の2自治体は、地域が解決したい課題を踏まえて、ワーケーション推進の目的を明確にしている。そして、ワーケーションに取り組むうえで、地域が提供できる資源と、ワーケーション実施者が地域に求めるものを適合させることで、成果を生み出している。自治体がワーケーションに取り組むには、施策推進のツールの1つとして長期的に取り組む視点と、地域とワーケーション実施者を結び付け、コーディネートできる人材の育成が必要である。

5 まとめ

ワーケーションについて、導入・実施する側と受け入れる側の両面から期待される効果、現状や課題について見てきた。新たな観光の形として生まれたワーケーションだが、コロナ禍で新たに生まれた生活様式や価値観の変化、企業のテレワークの環境整備の進展などによる新たな働き方としての活用や、自治体の地域づくりへの活用など、その流れは確実に広がりを見せており、今後もその動向に注目したい。

(山崎 美幸)