



昨年度の振り返り 及び今年度事業について

国土交通省 観光庁

令和3年9月13日

昨年度の取組み（全体概要）

<フェーズ1> 調査・実績構築

企業を対象としたモデル事業

ワーケーションやプレジャーに関心の高い企業にトライアルでの運用を行ってもらうことで制度の導入促進を図るとともに効果検証を実施

実態調査

国内企業における制度の導入状況や既に制度を導入している企業や従業員の実態(現状や課題)に関する調査を実施



「新たな旅のスタイル」に関する検討会

関係省庁、経済団体、旅行団体、自治体、有識者等による検討会を設置し、「新たな旅のスタイル」の普及に向けた協議を実施

<フェーズ2> 普及・啓発

普及啓発パンフレット作成

- 【企業向け】 制度の理解促進と導入に向けたハードルの緩和を目的に事例紹介や「労災」、「税務処理」等の扱いを整理
- 【地域向け】 ワケーションやプレジャーに取り組むメリットや受入に必要な環境整備に関する情報を整理

企業向けセミナー

ワーケーションやプレジャーの理解と制度導入を目的として企業の経営層や人事部担当者を対象としたオンラインセミナーを開催

情報発信・プロモーション

- ・新聞、雑誌、ウェブ広告等のメディアを活用した情報発信
- ・「新たな旅のスタイル」の専用ウェブサイト制作

ワーケーション等推進の課題と取組みの方向性

ワーケーション等の推進にあたっての課題

対象	課題
企業 (送り手)	<ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーション等のそのものの理解不足（イメージが先行） ・ワーケーション等の導入による効果が不明確 ・導入のプロセスや労災・税務処理の考え方が不明確 ・ワーケーション等の実施先の選定（地域側との接点）
地域 (受け手)	<ul style="list-style-type: none"> ・取組みにあたっての目的やビジョンが不明確 ・受入にあたってのノウハウが不足 ・企業側との繋ぎ役(コーディネーター)を担う人材の不足
従業員 (利用者)	<ul style="list-style-type: none"> ・現状、ワーケーション等の利用経験者は4%程度 ・通信環境や情報セキュリティへの懸念や不安 ・テレワークを出来ない業種(職種)である。

※昨年度、観光庁で実施した調査結果及び「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会で挙げられた意見から抽出

取組みの方向性

- (1) **国民全体の気運醸成**（国民全体の認知と理解の促進）
- (2) **企業と地域の環境整備**（企業の制度導入と地域の受入体制整備に係る支援）
- (3) **企業と地域の関係性構築**（継続的な関係性の構築による双方の課題解決）

○ワーケーション等の普及にあたっては、特に「**企業への働きかけ**」がポイントと考えられることから、導入に前向きな企業に対しては、**制度導入に向けた支援(動機づけ)**を行いつつ、一方で、検討段階以前の企業に対しては、情報発信等を通じて**認知と理解の促進を図ること**で、**市場全体の裾野を広げていく必要**がある。

今年度の取組み（全体概要）

モデル事業

- 各40件の企業と地域を選定、マッチングし、ワーケーションのトライアルを通じて、企業の制度導入促進と効果検証、地域の受入環境整備を行う。
- 様々な分野のアドバイザーを派遣し、企業の制度導入、地域の受入体制整備のための助言、指導を行う。

情報発信

- ステークホルダーである企業・従業員（利用者）・地域の三方それぞれに対してメリットの訴求と普及に繋がる情報発信を行う。
 - ①メディアを活用したプロモーション
 - ②経営者層向けオンラインセミナーの開催
 - ③特設ウェブサイトのコンテンツ拡充
 - ④導入促進のための動画制作

調査業務

- ワーケーションの定着に向けた現状と課題の洗い出し、各種データの経年変化の確認を目的として、以下の調査を実施する。
 - ①モデル企業・地域向け調査
 - ②企業向け調査
 - ③従業員向け調査

企業・地域の交流会

- モデル企業・地域が取組概要や進捗状況を共有する交流会を各3回実施する。
- 地域交流会では、他地域の事例を学び、各地域のノウハウを共有し、企業交流会では、他企業の事例を学び、各企業のノウハウを共有する。

検討委員会

- 関連省庁や関連団体、有識者からなる委員会にて、今後のワーケーション推進のための方向性を検討する。

モデル事業

選定された企業と地域をマッチングし、地域が企画するトライアルプログラムを3回程度実施する。実施前後を含めてバイタルデータを取得し、ワーケーションによる効果を検証。また、ワーケーションに関連する様々な分野のアドバイザーを企業・地域にそれぞれ派遣し、制度導入や受入環境整備に関する助言や指導を行う。

企業(送り手)

1. 募集・選定、説明会実施
2. アドバイザーによる助言・指導 (3回)
3. トライアル&効果検証 (5名程度×3回)
4. 報告・精算

事務局にて マッチング

地域(受け手)

1. 募集・選定、説明会実施
2. アドバイザーによる助言・指導 (3回)
3. トライアル&効果検証 (5名程度×3回)
4. 受入環境整備
5. 報告・精算

企業(送り手)と地域(受け手)の継続的な関係性の構築

【効果検証】参加者はリストバンドセンサや脈波センサで自律神経を測定。生体情報に基づき**様々な変数で分析**することで、**ワーケーション効果の切り口をあらゆる観点で評価分析**。



[1]リストバンドセンサから測定される心拍変動のデータより、当社の感情解析アルゴリズムを通じて、ストレス・リラックス度合や、集中度合いの評価をすることが可能です。
(特許アルゴリズムは特許を取得、本技術を活用した学術論文も多数発表)

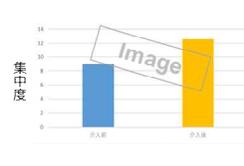
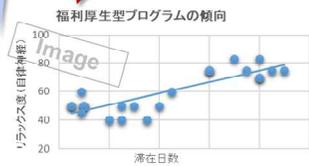


[2]脈波センサから測定される「ココロの柔軟性」の指標より、コミュニケーションの活性化度合いを評価することが可能です。(関西学院大学名誉教授 雄山真弓先生との共同開発)

各種変数での多次元分散分析、因子分析

プログラム	性別	1日目		2日目		3日目		4日目	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
福利厚生型プログラム	朝	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100
	夜	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100
地域課題解決型プログラム	朝	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100
	夜	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100
合宿型プログラム	朝	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100
	夜	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100	0.100

*分析の観点
被験者属性 (性別、年齢、性格タイプ等)、プログラムの種類、滞在日数、滞在地域などのあらゆる観点で分析をおこなう。



- 例) 福利厚生型プログラムは、滞在日数が増えるほど、生体情報によるリラックス効果が高い傾向がみられる。
- 例) 20~30代の若手社員はワーケーション前に比べてワーケーション中に生体情報による集中度が高い傾向

【アドバイザーによる助言・指導】

様々な課題に対応すべく、研究者、企業担当者、自治体担当者、地域受入担当者、税理士・社労士、ワーケーション実践者等、70名弱のアドバイザーを登録し、企業・地域への助言・指導を実施。

【企業(送り手)への助言】

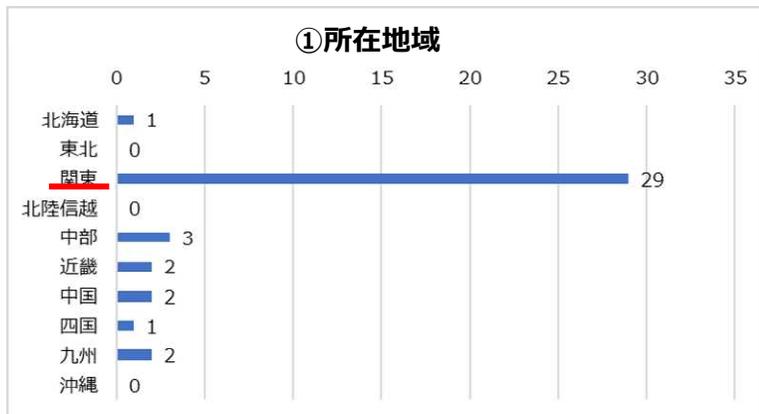
例) 目的整理、現状把握、課題整理、労務・税務・経理等社内制度の整備、制度導入に向けた環境整備、利用促進計画の企画・実施

【地域(受け手)への助言】

例) 目的整理、現状把握、課題整理、制度整備、受入体制整備、体験プログラム・コンテンツ開発、地域全体での受入体制整備、情報発信等

採択団体の属性について

企業



地域



※本ページに記載のデータについては、今後のモデル事業の進展等により変更となる場合がある。

調査業務

ワーケーションの定着に向けた現状と課題の洗い出し、各種データの経年変化の確認を目的に以下の調査を実施する。

調査内容	実施時期	概要	明らかにすること
1 モデル事業参画企業 へのアンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ■ モデル事業前調査 9月実施 ■ モデル事業後調査 1月～2月頃実施予定 ※事業終了タイミングによる 	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 実証前：ワーケーション導入の目的、現状、期待の導出 ・ 実証後：モデル事業を実施した効果、課題、プラス・マイナスのギャップの導出 <p>【調査手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ WEBアンケート調査（40社） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 企業をカテゴリー分けし、今後ワーケーションを展開する際の一助となる結果の導出
2 モデル事業参画地域 へのアンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ■ モデル事業前調査 9月実施 ■ モデル事業後調査 1月～2月頃実施予定 ※事業終了タイミングによる 	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワーケーションを通してどのようなことを地域で実現したいのか（目的）／現状や期待の導出 ・ モデル事業の参画前後での効果・課題、可能性、期待と現実のギャップの導出 <p>【調査手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ WEBアンケート調査（40地域） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ニーズに対する受入環境の把握を行い、どの領域を進めていくかを明確にする
3 企業向け アンケート調査	11月頃実施予定	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワーケーション推進における企業の現状を把握（興味関心度合、導入有無、効果、課題、テレワークの実施状況、働き方改革 等） ・ 成功要因と阻害要因の抽出 <p>【調査手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経済団体等と連携したWEBアンケート調査（300サンプル） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ワーケーションが普及拡大するためのボトルネック、企業の現状の把握
4 従業員向け アンケート調査	11月頃実施予定	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 従業員の現状を把握（興味関心度合、実施経験、期待、効果、課題、企業・地域に対する要望 等） ・ ワーケーションを好むターゲット層の明確化 ・ 企業側のボトルネックの導出／地域に期待することの導出 <p>【調査手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ インターネットのパネルを活用したアンケート調査（2000サンプル） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ワーケーションを好むターゲット層の明確化、企業に望むことの把握
5 企業／地域向け ヒアリング調査	12月～2月頃実施予定 ※事業終了タイミングによる	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ モデル事業で見えてきたワーケーションの実態・成果・効果・課題・期待・推進する上でのボトルネックについて、定量調査では掘みきれない詳細について抽出する ・ 企業と地域のマッチングのポイント、ワーケーション推進に対するKSFの明確化 <p>【調査手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 調査員によるヒアリング調査(オンラインまたは対面ヒアリング)(20社・20地域) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 企業と地域のマッチングのポイント、ワーケーションに関するKSFの導出

企業・地域の交流会

モデル地域・企業が取組概要/進捗状況を共有する交流会を事業期間内に各3回実施する。地域交流会では、他地域の事例を学び、各地域のノウハウを共有すること、企業交流会では、他企業の事例を学び、各企業のノウハウ共有を行う。

■ 交流会開催の流れ

	第一回交流会	第二回交流会	第三回交流会
地域	自己紹介・取組概要の共有	トライアルプログラムの 中間報告	トライアルプログラムの 最終報告
企業			

■ 第一回交流会の実施概要

	モデル地域交流会	モデル企業交流会
日時	8/25 (水) 13時-15時	8/30 (月) 14時-16時
目的	モデル地域同士のネットワーキング	モデル企業同士のネットワーキング
内容	自己紹介/取組概要の共有	自己紹介/取組概要の共有
方法	Zoom ブレイクアウト機能を活用して、 4グループで50分間交流	Zoom ブレイクアウト機能を活用して、 3グループで40分間交流
当日の流れ	①交流会の目的/内容の説明 ②代表者自己紹介/取組概要共有 ③交流会	①交流会の目的/内容の説明 ②代表者自己紹介/取組概要共有 ③交流会

「新たな旅のスタイル」促進事業（要求額：525百万円）

テレワークによる働き方の多様化も踏まえ、ワーケーションやブレジャー等を「新たな旅のスタイル」として普及させることにより、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化を図る取組を促進する。

取組みの方向性

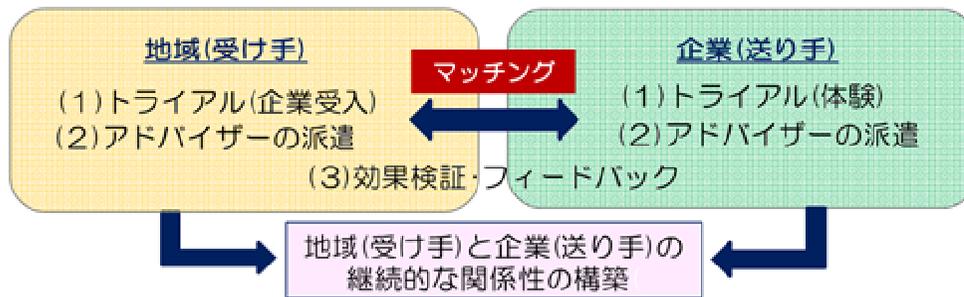
- (1) 国民全体の機運醸成（国民全体の認知と理解の促進）
- (2) 企業と地域の環境整備（企業の制度導入と地域の受入体制整備に係る支援）
- (3) 企業と地域の関係性構築（継続的な関係性の構築による双方の課題解決）

事業概要

○企業(送り手)と地域(受け手)を対象としたモデル事業

- ・ワーケーション等に関心の高い企業と地域を対象としてマッチングを行い、ワーケーション等のトライアルと効果検証を通じて、企業側の制度導入と地域側の受入体制整備等を進めるためのモデル事業を実施する。

<モデル事業のイメージ>



○情報発信・プロモーション

- ・メディアを活用した情報発信
- ・専用ウェブサイトの内容拡充
- ・経営者・人事担当者向け体験会
- ・企業向けセミナー
- ・その他企業・地域への普及啓発活動 等

○実態調査

- ・企業や従業員を対象とした調査を実施し、ワーケーション等の普及に向けた効果的な施策の検討や課題点等を抽出する。

○検討委員会の開催

- ・ワーケーション等の普及に向けた現状や課題の整理、具体的な方策等について協議