

◆開催概要

日時	令和3年9月13日(月) 15:00~17:00	場 所	AP 虎ノ門、オンライン (Zoom)
内容	第4回 「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会	作成者	事務局
		団 体 名	氏 名 (敬称略)
出席者	委 員	東洋大学 国際観光学部 国際観光学科 教授	森下 晶美
		山梨大学大学院 総合研究部 教授	田中 敦
		常葉大学 経営学部 経営学科 教授	小豆川 裕子
		和歌山県 企画政策局 情報政策課 課長	桐明 祐治
		一般社団法人日本経済団体連合会 産業政策本部 上席主幹	大橋 泰弘
		日本商工会議所 地域振興部 部長	宮澤 伸
		公益社団法人日本観光振興協会 理事	伊藤 博之
		一般社団法人日本旅行業協会 国内・訪日旅行推進部 部長	高井 晴彦 (欠席)
		一般社団法人日本旅行業協会 国内・訪日旅行推進部 副部長	太田 雅之 (代理出席)
		一般社団法人全国旅行業協会 事務局長	井上 秀敏
		内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局 参事官	野村 栄悟
		総務省 情報流通行政局 情報流通振興課 課長	松井 正幸
		文化庁 政策課 課長	日向 信和 (欠席)
		文化庁 政策課 課長補佐	斉藤 眞 (代理出席)
		厚生労働省 雇用環境・均等局在宅労働課 課長	宮下 雅行
		農林水産省 農村振興局 都市農村交流課 課長	荻野 憲一
		環境省 自然環境局 国立公園課 国立公園利用推進室 室長	岡野 隆宏
		観光庁 審議官	池光 崇
		観光庁 参事官	桃井 謙祐
		観光庁 課長補佐	大宅 千明

◆議事要旨

<p>次第</p> <p>1. 開会（事務局）</p>	<p>発言者（敬称略）、発言要旨</p> <p>（観光庁_池光）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワークーションという言葉自体は少しずつ世の中に浸透しつつあるものの、ワークーション自体を実際に理解し行っている人はまだ少なく、テレワークを導入している企業も増えてきているが、更にもう1歩進んだワークーションの制度を導入している企業もまだ少ない状況。観光庁としては、実際に取り組む方や企業を増やしていきワークーションを行うことで得られる効果などを具体化させ、広く世の中に浸透させていきたいと考えている。
<p>2. 昨年度の振り返り及び今年度事業について（観光庁）</p>	<p>（観光庁_大宅）資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 昨年度の事業では以下を実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ①実態把握と実績の構築の為、企業を対象にモデル事業と実態調査を行った。 ②普及啓発の為、企業向け、地域向けそれぞれ普及啓発パンフレットを作成。その他、企業向けセミナーやメディアを活用した情報発信、「新たな旅のスタイル」専用ウェブサイトの制作等を行った。 ③検討会の実施 ・ 昨年度の取組みと検討会での意見や課題を整理し、今年度以降の取組みの方向性を以下3点とした。 <ul style="list-style-type: none"> 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） ・ 今年度の取組み <ul style="list-style-type: none"> 昨年度に引き続き、①モデル事業、②実態調査、③情報発信、④検討委員会を行う予定。また、取組概要や進捗状況、ノウハウを共有する場としてモデル企業とモデル地域の交流会を実施する。 ①モデル事業：企業と地域を40組マッチング済。アドバイザーによる助言と指導を受けつつ事業を進める。また、ウェアラブル端末を活用した効果検証も実施する。 ②実態調査：昨年同様、企業と従業員を対象とした調査に加えて、モデル企業・地域を対象としたアンケートも実施予定。 ③情報発信：引き続き認知拡大を図るとともに自分ゴト化しやすいようメディア発信やオンラインセミナーを実施、専用ウェブサイトのコンテンツを拡充、導入に向けたイメージができる動画制作等を行う。

	<p>⑤モデル企業・地域の交流会：モデル地域・企業がオンラインで意見交換を行い、取組事例やノウハウを共有。(3回実施予定)</p> <ul style="list-style-type: none"> 来年度の取組み 今年度と同様にモデル事業、情報発信、実態調査、検討委員会開催等を検討している(概算要求額：525百万円)。
<p>3. 関連予算及び取組状況等について (各省庁)</p>	<p>(内閣官房_野村) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方におけるサテライトオフィスでの勤務など地方創生に資するテレワークを「地方創生テレワーク」として推進。2つの施策を紹介したい。 <ul style="list-style-type: none"> ①地方公共団体向けの地方創生テレワーク交付金。2年度第3次補正予算額100億円。4年度は事項要求。 「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」(令和3年6月閣議決定)において、2024年度末までにサテライトオフィス等による企業進出や移住等の推進に取り組む地方公共団体を1,000団体とすることを目指している。 ②企業と自治体に対する情報提供と相談対応を実施する事業。3年度予算額1.2億円。4年度概算要求額2.2億円(うち新たな成長推進枠1.2億円) なお、地方創生テレワーク推進に向けた検討会議を行い、4月に提言が取りまとめられた。提言を踏まえ、情報提供及び相談対応を行うポータルサイトを令和3年7月6日に開設。現在、自己宣言制度、表彰制度の立ち上げも検討中。 <p>(総務省_松井) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ポストコロナにおいてテレワークにおける生産性を維持・向上させることは国際的な機運となっている。日本でもテレワーク実施率は上昇したものの諸外国と比べると低水準に留まった。ワクチン普及後もテレワークが定着せず出社が増加する可能性の指摘があり、国際的なデジタル格差拡大の要因となる懸念がある。今年度、ポストコロナ時代におけるテレワークの在り方検討タスクフォースを設置。ポストコロナにおいて我が国が目指すべき「日本型テレワーク」(水平的なコーディネーション、インフォーマルなコミュニケーション、チーム単位の作業など。評価に対する不安や孤独感といった問題点を解消するために心理的安全性を強化したテレワーク)を定義した。テレワークデイズ(2021は7/19~9/5)やテレワーク月間(11月)の設定、テレワークを導入・活用を進めている企業と団体をテレワーク先駆者百選として選定し公表を行う。4年度予算概算要求は3億円。今年度、来年度もテレワーク推進に向け取組みを続ける。

	<p>(文化庁_斉藤) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 余暇の充実、地域の文化に対する理解を深める観光（文化観光）推進としてワーケーションに注視している。文化観光関係の主な施策は以下3つ。 <ul style="list-style-type: none"> ①文化資源を中核とする観光拠点・地域整備の促進 ②国立文化施設の機能強化など ③文化財・博物館などのインバウンド対応 <p>(厚生労働省_宮下) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 労働政策として適正な労働条件下における良質なテレワークの普及促進を行っている。来年度も今年度に引き続き適正な労務管理下における良質なテレワークの導入・定着促進のため、テレワークガイドライン等の周知、テレワークモデル就業規則の作成、企業等への相談対応(テレワーク・ワンストップ・サポート事業（仮称）)、人材確保等支援助成金（テレワークコース）等による支援を行う。 <p>(農林水産省_荻野) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 農泊のほか、農村の活力づくりの施策を検討している。地域づくり人材の育成やネットワークづくり、地方自治体などに対する広域的なサポート体制の構築を行う。農的関係人口の創出・拡大等に対して新たな旅のスタイルと連動して動いていきたい。農泊において、令和3年度よりインバウンド対応・高付加価値対応に加え、ワーケーション対応の支援も追加した。ワーケーションの商品販売が課題。多様な地域資源の更なる活用に関する農泊推進研究会を設置し、次の時代の農泊のあり方を模索している。また、農泊によるストレス軽減などの効果の定量化を検討している。 <p>(環境省_岡野) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業を進めている。滞在型ツアーをサポートする為にワーケーションやテレワーク環境整備・コロナ対応についても支援を行っている。国内利用者向けサイト「国立公園に、行ってみよう！」に「働く」という項目を追加し、滞在方法の1つとして提言している。関連予算の一つとして国立公園満喫プロジェクト推進事業の来年度予算要求額は540百万円。
<p>4. ワーケーションを取り巻く企業の動向について (JTB)</p>	<p>(JTB_毛利) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業・地域双方の課題解決につなぐJTBワーケーションとして推進をしている。ふるさとワーク（赴任せずに転勤）という新制度も導入済。様々な企業と協業し、オフサイトミーティング

	<p>グのコーディネートも行っている。</p> <p>IT企業に関わらず多様な業種の企業がワーケーション等に対して関心を高めている。(理由：社会貢献活動の一環、多様化する働き方の1つとして検討、年休取得率を上げる為 等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各社へのヒアリングから見えてきた課題 <ol style="list-style-type: none"> ①コロナ疲れが顕著になっている。社員の精神的な健康の回復、息抜き場が必要。 ②東京の若い社員の住宅は狭い(6畳1間)。働く環境整備が必要。 ③オンラインが中心の働き方で関係が希薄化。交流機会を作りたい。 ④新入社員の離職率が深刻。状況を改善したい。 ⑤福利厚生費が余っており、社員に今までとは異なる形で還元したい。 ⑥転職サイトでテレワークの可否など「自由に働ける」事が求められるようになった。良い人材の採用のためにテレワークなどの制度は必須。 ⑦テレワーク導入により長期間、会社を離れる事が可能になり、今まで導入できなかった地域貢献(ボランティア)や社員教育の機会などに活用したい。 ・ ワーケーションに関する様々な情報を専用WEBサイトで発信している。(WOW!orkation STORY)
<p>5. 意見交換(各委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後のワーケーションの普及啓発のあり方(企業及び地域の動向、今後の推進に向けた課題など) 	<p>(和歌山県_桐明) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワーケーション自治体協議会の取り組みを紹介。今年度、官民の垣根を越えて地域が抱える課題を解決するワーケーションプログラムを全国で企画している。 【Workation Collective Impact(官民参加型 地域活性化アイデアソン)】 <p>(山梨大学_田中) 資料を基に説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワーケーションを実施できる企業がまだまだ少ない。これまで導入できない理由として、①社内でのテレワーク環境が整わない、②労務管理上の問題が中々解決できなかった等があった。だが現在は、テレワークの普及率は8割を超え、労務管理に関しても厚生労働省のガイドラインでワーケーションの位置づけも明確にされるなど問題は解決されつつあるが、まだ企業が導入に踏み込めていないのは、こうした阻害要因よりも、導入のメリットや効果が十分理解されていないからではないかと考えられる。 ・ 山梨大学の調査から、①ワーケーション実践者はアイデアや着想、職務能力に対する自己評価が高く、エンゲージメントも高い、②越境学習志向、自律志向、イノベーション志向等が高い

傾向がみられる、③ワーケーション実施時の生産性が高いと感じている人は在宅勤務と比較し8%高い、などの結果が明らかになった。また、ハイパーフォーマーは、好きな場所を目的ごとに使い分ける働き方を重視し実践していることもわかっている。さらに、新卒、中途採用において社会貢献活動やSDGsの取組みを行っている企業かどうか志望度に影響を与えており、加えてテレワーク等自由度の高い働き方を取り入れている企業は、アプローチ数に3倍以上の開きが見られるなど、人材戦略や採用ブランディングでも大きな意味を持つようになってきている。

- ・ ワーケーションが当たり前の働き方・ライフスタイルとして定着していくための施策を検討していく上で、実際にワーケーションを行った人への調査を実施し、そのデータを蓄積していくことが重要となる。本事業の参加者を対象とした調査も大変有益である。

(内閣官房_野村)

- ・ ワーケーション推進に関してはポテンシャルのある取組みと理解している。地方創生テレワークとかなり関連性のある取組みのため、連携し進めていきたいと考えている。コロナ後も、テレワークとワーケーションが社会に定着し継続されるよう、協力して取組んでまいりたい。

(経団連_大橋)

- ・ 以下2つの課題に関して、今後検討をすべきと考えている。
 - ① ワーケーション導入の価値を企業にどのように伝えるか。どうしたらワーケーションを導入したいと思ってもらえるか。
 - ② ワーケーションの推進にあたって、ターゲットをどうするのか。福利厚生なのか？仕事なのか？働き方として推すべきでは。

(常葉大_小豆川)

- ・ 日常のワークスタイルとしてテレワークを導入している企業は社員のリモート疲れやエンゲージメントの低下が課題になっている。ワーケーションは組織・チームワークの再生に有効かもしれない。ワーケーションは快適・開放的に仕事ができる、地域貢献活動等の観点でアピールが有用だと考えられる。ワーケーションを推進する企業・団体は、旅行業（旅行代理店等）、宿泊業（観光ホテル等）、飲食業、運輸業（航空会社、バス会社・タクシー会社等）、製造業（名産品、お土産製造等）など極めて多岐にわたっているため、ワーケーションを理解し、需要創出のためには情報共有・ネットワーク化が必要である。

	<p>(商工会議所_宮澤)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ テレワークを導入した企業では、生産性が下がることが課題として挙げられた。ワーケーション推進には、ビジネス寄りのワーケーションに対する理解を深めることが大切である。研修や人材育成、開発プロジェクト等で企業の方に地方へ行ってもらう実証実験等の支援も必要となる。地方側もリゾート感覚だけではなくビジネス視点でワーケーション受け入れを考えていく必要がある。 <p>(日本観光振興協会_伊藤)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今年を振り返ると、緊急事態宣言が続く中で特に企業側のニーズや意見の掘り起こしが厳しい状況であった。一方、地域では様々な新しいメニューやコンテンツ開発などが進められていて心強い。ワーケーション推進に関しては、その地域に行く必然性を見出す事がとても重要。企業と地域の需要と供給を結びつける役割を担うプレイヤーの育成も必要になる。また、コロナの問題も同時に考え、医療関係者とどうやって連携をしていくのかも考える必要がある。 <p>(全国旅行業協会_井上)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 旅行会社としてはワーケーションというオーダーメイドの旅行商品を企業へ提案していくために、ワーケーションに関する情報共有やプロモーション等の支援はとても有難い。現在、旅行業は厳しい状況下に置かれている。その中で「新たな旅のスタイル」ワーケーションに関してはとても期待しており、世間に定着して欲しいと願っている。 <p>(東洋大_森下)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今は様々な助成金などがあり推進を行いやすい状況にあるが、最終のゴールは今後のワーケーション推進が自走化する事である。それには受益者が誰なのか、益が何になるのか、2点をはっきりさせる事が重要だと考えている。
6. 閉会 (事務局)	<p>(観光庁_桃井)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワーケーション等の普及にあたっては、現在進めている各取組が推進の後押しになるだろうと考えている。現状、企業側のワーケーション推進意欲は決して高いとはいえないため、企業に対しては導入のメリットを示していく事が大切である。今回のモデル事業は企業や地域へ導入メリットを示すための機会と考えている。引き続き、ワーケーション等の推進を行い、新たな働き方や旅のスタイルとして定着させたい。