



観光庁
Japan Tourism Agency

令和6年度

子育て世代も参加可能な 業務型ワークショップ ナレッジ集



令和7年5月

目次

はじめに、本ナレッジ集の位置づけ	3
------------------	---

第1章

数字から見るワーケーション	4
---------------	---

1-1 数字から見るワーケーション	5
1-2 ワーケーションの導入効果	6
1-3 企業と地域の関係人口化に向けて	7

第2章

子育て世代も参加可能な 業務型ワーケーションに関わる実証事業採択事例集	8
--	---

実証事業の概要及び採択事業一覧	9
-----------------	---

採択事業社の取組

①株式会社毎日新聞社	10
②株式会社Edo	12
③農ライフアーズ株式会社	14

第3章

実証を通じて得られたナレッジ	16
----------------	----

3-1 子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション取組の進め方	17
3-2 旅マエ	18
3-3 旅マエ・旅ナカ	20
3-4 旅アト	21

はじめに

観光庁では、ワーケーション(※1)やブレジャー(※2)が「より長期かつ多くの旅行機会の創出」や「旅行需要の平準化」につながる取組であるとともに、働く場所や時間の自由度を高めることで、働き方改革や企業の経営課題への対応に寄与し、地域活性化にも資する意義を持つものとして、普及・定着に向けた取組を推進しています。

ワーケーションに関しては言葉の認知率が広がりつつある一方で、特に企業における導入メリットなど、その意義についての理解が十分に浸透しておらず、実践が限定的である状況を踏まえ、送り手である企業における制度導入・実施の促進や、受け手である地域における受入体制の整備に向けて、企業ニーズに即した働き方改革、地域貢献、新規事業開拓などに資するプログラムの造成を過年度にわたり実施してきました。

本年度は、これまでの取組の中から明らかになった課題を踏まえ、「子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション」実証事業を行いました。本ナレッジ集には、保育園や小学校などの子どもの受入環境の手配方法から、親子で楽しめる体験プログラムや企業ニーズに即した研修プログラムの造成手法等、実際に子育て世代が参加して実施した業務型のワーケーションから得られた知見を紹介しています。

企業や地域の皆様が、これらの事例を参考にいただき、ワーケーションの普及・定着に向けた皆様方の取組の一助になれば幸いです。

本取組が企業の皆様の事業の発展及び地域の関係人口化の促進、さらには持続可能な地域へとつながっていくことを期待しています。

本ナレッジ集の位置づけ

本ナレッジ集は、令和6年度に観光庁が実施した「子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション」の実証事業等を通して得られた成果やアンケート調査をもとに、ワーケーションの誘致に取り組む地域の皆様、及び企業でワーケーション導入を検討している経営層、人事及び総務担当者を対象として取りまとめております。

※1 :「Work」と「Vacation」を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。

※2 :「Business」と「Leisure」を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。

第1章

数字から見る ワーケーション

1-1 数字から見るワーケーション	5
1-2 ワーケーションの導入効果	6
1-3 企業と地域の関係人口化に向けて	7

数字から見るワーケーション

観光庁では令和2年より、日本全国の企業600社及び企業で働く従業員2,000名を無作為に抽出し、ウェブアンケートにてテレワークやワーケーションに関する実態の調査を実施しています。

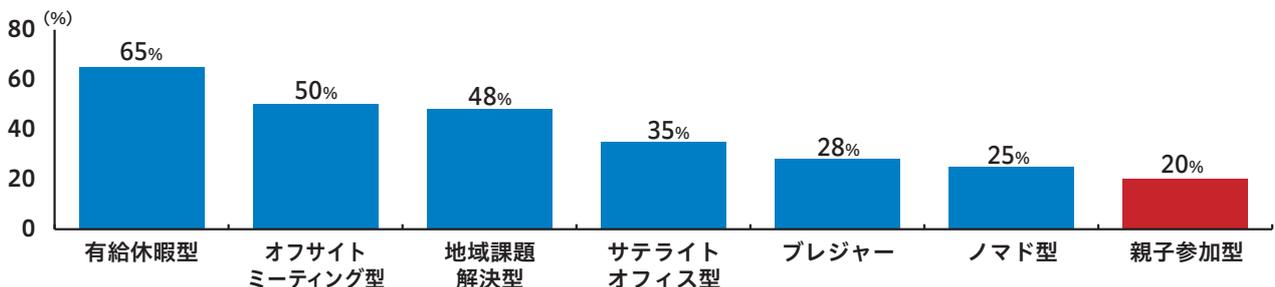
令和6年度の実施概要は以下のとおりです。

観光庁のワーケーションに関する調査概要

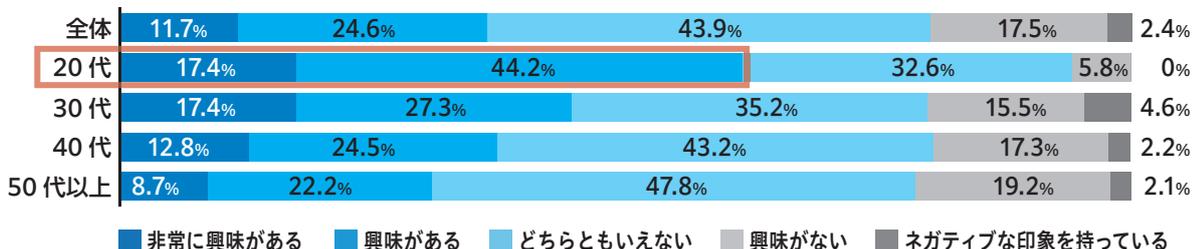
調査期間:2024年12月15日～2024年12月25日

	企業向け	従業員向け
目的	企業のワーケーションに対するトレンドを探り、ワーケーションを導入している企業の実施タイプや効果を聞くことによって、ワーケーション導入を検討している企業や受入地域のヒントとなることを目的とした。	従業員のワーケーションに対する興味関心を探り、ワーケーションを実施した効果や子育て世代の実施意向を聞くことにより、ワーケーション導入を検討している企業やワーケーション受入地域のヒントとなることを目的とした。
調査対象	20～69歳の経営者層 (部長以上の役職)総務・人事対象者 ※地域・企業規模を問わず	20～59歳の会社員 ※自営業、自由業、アルバイト、無職は除外 ※一部業種(農林水産業、マスコミ/メディア、旅行業、ホテル/宿泊業、広告代理業)を除く
調査数	600サンプル	2,000サンプル
調査から見たこと	<ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーションの認知率、導入率については、前年より若干減少しているが、ワーケーションの実施効果を感じる企業が増えてきている。 (認知率79%、導入率13%※従業員100名以上の企業) ・ワーケーションを導入している企業の効果は、「有給休暇取得率」「社員の健康管理や健康増進に関する効果」「社員の帰属意識が高くなった」等の項目で効果の向上が見られた。 ・企業が導入しているワーケーションのスタイルに、親子参加型も2割あることがわかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員が感じるワーケーションの効果は、半数以上が「業務効率が向上した」と回答があり、「リラックスして仕事できた」「仕事の質が向上した」が3割以上となり、前年よりも高い数値となった。 ・子育て世代のワーケーションへの興味については、3割以上が興味を示しており、特に20代では60%以上が関心があることがわかった。

企業が導入しているワーケーションのスタイル



従業員の子育てワーケーションへの興味



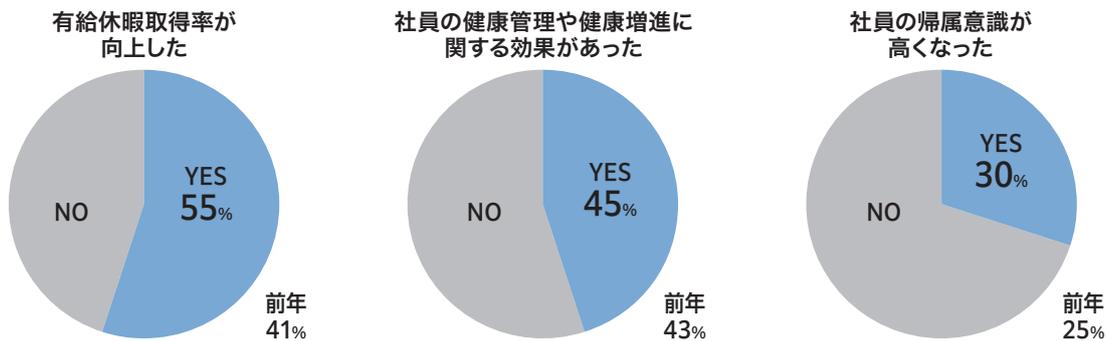
1-2

ワーケーションの導入効果

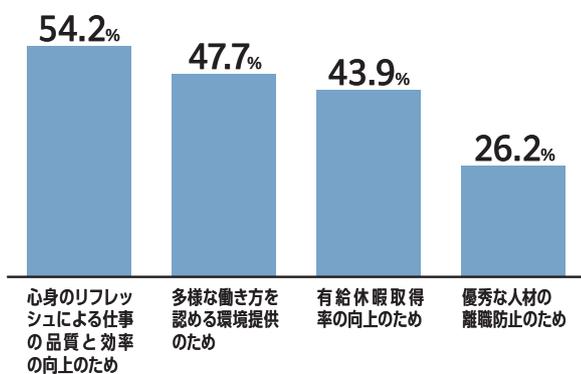
アンケート調査から、ワーケーション制度を導入している企業については、確実に効果を感じている比率が増えてきており、「社員の帰属意識が高くなった」という効果も3割にまでなっています。また、企業が親子ワーケーションを推奨したい理由もこの点が半数以上となっています。

あわせて、企業が期待している効果については、従業員も効果を感じている結果となりました。

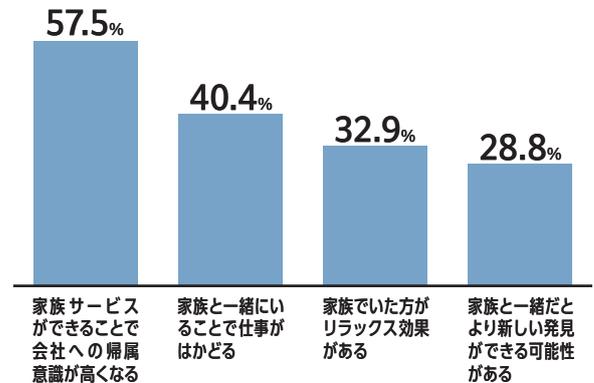
■ワーケーションを導入した企業の効果



■企業が期待するワーケーションの効果

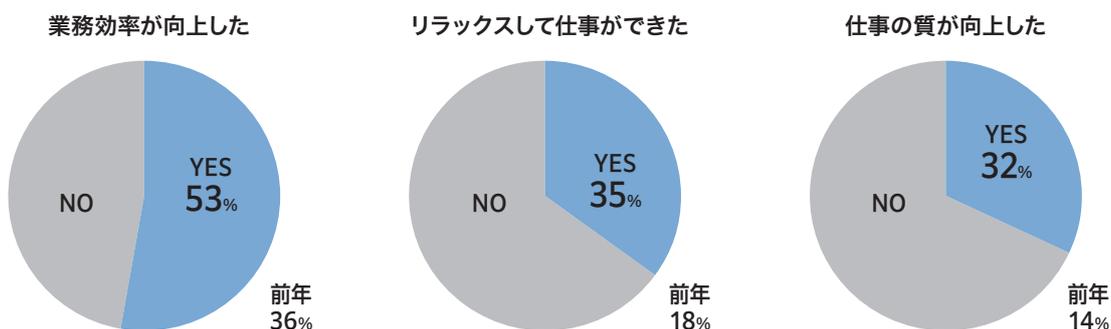


■企業の親子ワーケーション推奨理由



■ワーケーションを行った従業員が最も感じた効果

また、ワーケーションを行った従業員自身がワーケーションで感じた効果は、半数以上が「業務効率が向上した」と感じており、「リラックスして仕事できた」、「仕事の質が向上した」が3割以上となっています。



1-3

企業と地域の関係人口化に向けて

観光庁では、過年度にわたり、企業のニーズに即した働き方改革、地域貢献、新規事業開拓などに資するワーケーションプログラムの造成を進めてきました。令和6年度には、ワーケーションを導入している企業にとってのボトルネックとなっていた「子育て世代」も参加可能な業務型ワーケーションの実施に取り組みました。

後述のページで、実証を通じて得られた知見について述べていますが、業務型ワーケーションには企業、従業員、地域それぞれに多くのメリットがあります。しかしながら、業務型ワーケーションは一度実施して終わりではなく、その効果が持続することが重要です。特に、地域課題解決型のワーケーションでは、継続的に地域を訪れることで、地域への理解が深まり、地域に寄り添った課題の提案や解決策の検討が可能となります。

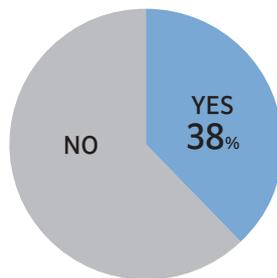
こうした企業による継続的な地域訪問は、地域の経済効果を高めるだけでなく、地域と企業の関係人口の増加にもつながります。

本アンケート調査では、企業の地域研修に対する関心の有無や実施状況について調査しました。その結果、4割近くの企業が地域での企業研修に関心を持ち、2割以上の企業がすでに実施していることが分かりました。また、地域活性化に関わる活動については、半数以上の企業が実施していることも確認されました。

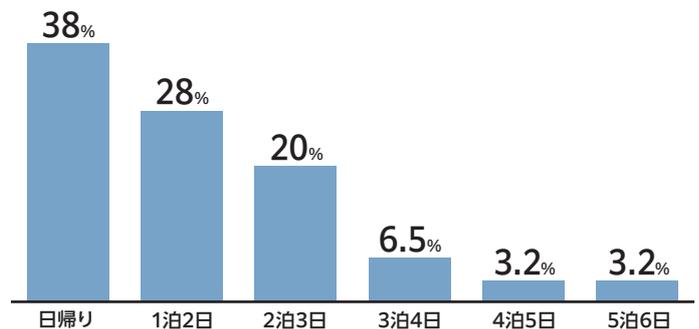
これらの結果からも、業務型ワーケーションに取り組む意義の高さがうかがえます。

■地域での企業研修への関心

地域での企業研修に関心が「ある」と回答したのは38%。

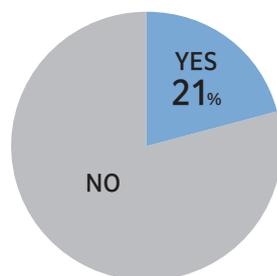


■地域での企業研修実施期間

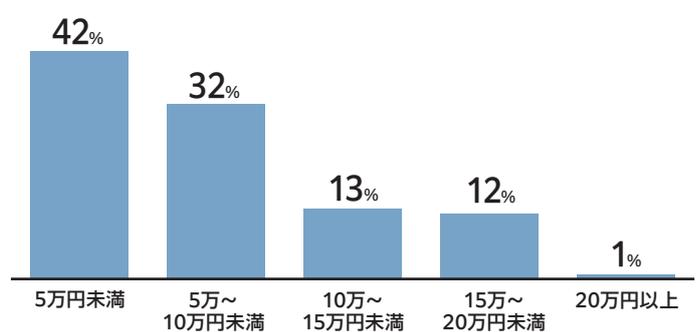


■地域での企業研修実施実績

地域での企業研修を「実施している」と回答したのは21%。

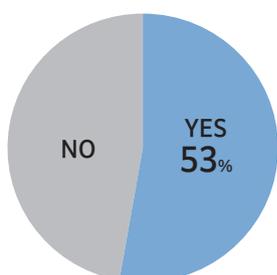


■地域での企業研修実施コスト(1人当たり)



■企業の地域活性化に関わる活動

地域課題の解決に向けた専門知識・技術の提供やローカル企業との新規事業創出をはじめとした、地域活性化に関わる活動を実施している企業は53%。



第2章

子育て世代も参加可能な 業務型ワーケーションに関する 実証事業採択事例集

実証事業の概要及び採択事業一覧..... 9

採択事業者の取組

①株式会社毎日新聞社..... 10

②株式会社 Edo 12

③農ライフアーズ株式会社..... 14

2

実証事業の概要及び採択事業一覧

実証事業の概要

観光庁では、「子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション実証事業」を公募し、3事業を採択しました。これらの事業では、地域の課題や特性を踏まえながら、企業ニーズに即した子育て世代も参加可能であるワーケーションプログラムを開発し、その持続可能な販売体制を構築することを目的として取り組みました。

1

業務型ワーケーションの
継続的な販売に向けた
体制の構築

2

親子でも参加可能な
業務型ワーケーション
プログラムの造成

3

実施した
モニターツアーの
効果検証

採択事業者一覧

1

長崎県長崎市、五島市、佐世保市
株式会社毎日新聞社

長崎で企業のDEIを実現
子育て世代にもワーケーションによる学びを

●取組概要

新規事業として「子育て世代も参加可能なワーケーション」の受皿整備に取り組むことで、個人・地域・企業の課題解決を進めると同時に、企業及び社会全体のDEIを推進し、社是の実現にも寄与していくことに取り組んだ。



2

岐阜県飛騨市
株式会社 Edo

フルオーダーメイド型企業研修で「教育」
×「地方」×「企業ワーケーション」を実証

●取組概要

教育事業を展開している事業者が地域事業者と連携して、子どもの受け入れも行う企業ニーズに即したオーダーメイド型研修プログラムを造成し、継続的な受け入れに向けて体制整備に取り組んだ。



3

広島県竹原市
農ライフーズ株式会社

子育て世代の農村体験と
業務型ワーケーション

●取組概要

広島県竹原市の限界集落にある一棟貸切「田万里家 FARM STAY」を拠点に、働き世代でもある子育て世代を含む同一企業のチームが仕事も、子どもの教育も、休暇も一度に丸ごと行える平日(土日含む)ワーケーションを実施し、継続的な販路の構築に取り組んだ。



実証事業に至った背景

長崎県では、県内の企業向けにワーケーションの受入促進に取り組み、長崎市や佐世保市など県内の自治体で都市部企業の社員が参加するワーケーションプログラムを開催するなど、官民一体で取り組みを推進。

(株)毎日新聞社は、2021年度より長崎県事業として、首都圏企業の長崎県内におけるワーケーション実践を支援。グループ会社の(株)毎日みらい創造ラボは2020年度より全国の自治体等と連携し、子どもと旅先で働く「親子ワーケーション」事業を展開してきたことから、長崎県が直面する課題解決として、「企業ニーズに応える業務型ワーケーション」を通じて将来的な移住者・定住者につながる関係人口創出を図っていくために実証事業を行った。

実証事業の目的

- ◎都市部企業と継続の関係性を構築し、特に子どもの受入実績をさらに積み重ねることで、「子育て世代も参加可能なワーケーションがしやすい場所」としてのブランド化、PRなどを進める。
- ◎価格や販路、商品ブランドイメージなどを設定し、来年度以降は毎日新聞社(及び連携する旅行会社)が提供するサービスとして、子育て世代も含んだワーケーション実践者の地域への送客を実施する。



実証事業概要

- * 3自治体におけるコンテンツの造成
- * 企業ニーズに応じたモニターツアーの実施
- * 現地コーディネーターの育成
- * ワーケーション専門サイトの構築
- * ワーケーションセミナーの都内開催
- * 参加企業・参加者に対するアンケートの実施
- * 旅行会社との連携による販路の構築
- * 大学と連携した効果分析・検証

モニターツアー実施例

【参加者募集方法】企業内公募

実施日程 日数及び実施場所	参加企業	参加 形態	企業ニーズ	参加者
2024年11月10日(日) ～11月14日(木) 4泊5日/五島市	株式会社JTB(旅行業)	業務	多様な働き方の 推進及び新 たな商品ニ ーズを検証する	大人9名 子ども6名 ※小学生3名、 未就学児3名
2024年11月24日(日) ～11月27日(水) 3泊4日/佐世保市 4社合同実施	株式会社JTB(旅行業) 富士通株式会社(情報・通信業) 日本航空株式会社(空運業) コクヨ株式会社(卸売業)	業務	多様な働き方の 推進	大人4名 子ども6名 ※小学生4名、 未就学児2名
2024年12月15日(日) ～12月18日(水) 3泊4日/長崎市 3社合同実施	富士通株式会社(情報・通信業) 日本航空株式会社(空運業) 株式会社キャスト(サービス業)	業務	多様な働き方の 推進	大人5名 子ども5名 ※未就学児5名

受入環境

【五島市】
セレンディップ
ホテル
※ホテル内にコワー
キングスペースあり



【佐世保市】
お宿 TSURUYA



子ども同士が仲良くて
さるか一番心配でし
たが、宿泊先がゲスト
ハウスのような空間で、
予想以上に子どもが
仲良くなりました。



【長崎市】
「育ちの家保育園」
※企業主導型保育施設
※宿泊施設内

ホテル敷地内に保育園
があったので、朝送ってか
らすぐ仕事に取り掛かれ
たのが助かりました。

モニターツアー内容

五島市

テーマ／ 島暮らしを体験！
長崎・五島で親子ワーケーション

大人向けプログラム例

- ◆五島に移住し宿泊業を起業した社長との意見交換会とホテル訪問
- ◆振り返りワークショップ

子ども向けプログラム例

- ◆地域視察
- ◆五島市独自の「体験入学」制度利用
- ◆親子での地域料理作り体験



ここに注目！

- 五島市小学校体験入学制度
- ・市の教育委員会の制度
- ・聴講生ということで、市内の学校が一時的に受け入れを行っている
- ・期限は決まっておらず、出席扱いになるかどうかは児童が通っている学校次第
- ・市の教育委員会宛に申請書を提出後、許可書が発行される

佐世保市

テーマ／ 港町暮らしを体験！
長崎・佐世保で親子ワーケーション

大人向けプログラム例

- ◆佐世保市役所との意見交換会
- ◆夕食交流会
- ◆振り返りワークショップ

子ども向けプログラム例

- ◆地域視察
- ◆小学校（個別交渉）、児童クラブ、保育園（一時預かり）での受け入れ
- ◆地域住民が教える押し寿司の料理体験



ここに注目！

- 地域住民との交流体験
- 宿泊者の交流を促すために宿泊施設を貸切に

複数企業による
合同ワーケーション

長崎市

テーマ／ 港町暮らしを体験！
長崎で親子ワーケーション

大人向けプログラム例

- ◆長崎市役所、日本ワーケーション協会との意見交換会
- ◆振り返りワークショップ

子ども向けプログラム例

- ◆オリエンテーション
- ◆長期保育園での受け入れやグラパー園などの地域視察



ここに注目！

- 受入滞在ホテル敷地内にある保育園、ワークスペースの活用により効率アップ
- 移動の負担が少ない環境
- 徒歩圏内のアクティビティ

実証から明らかになったこと

<子どもの受入環境>

- 小学校や保育園の教員、保育士によって子どもへの対応に差があり、対応マニュアルの作成や事前講習の実施等の対応が必要
- 小学校や保育園の受け入れには最短でも1か月の期間を要するため、早期かつ手続きをわかりやすく説明する資料が必要
- 給食や学童クラブの手配等もあり、窓口となる学校教員とのやりとりを円滑に行うため、地域コーディネーターを配置することがスムーズな実施につながる

<ワーケーション実施スタイル>

- 複数企業の参加による合同ワーケーションとしての実施も、企業にとってはイノベーション創出の可能性や人材育成に効果的

<継続的な受け入れに向けて>

- 商品化・パッケージ化に向けて参加者数の拡大が必須であり、販路の拡大、社内公募での訴求方法の検討が必要

参加者アンケート^{※2}より

1年以内の再訪意欲



- ・1家族の平均消費額 ¥41,542^{※1}
- ・企業は「子育てしやすい企業・働きやすい企業のPRにつながる」といったメリットを享受
- ・参加者の再訪意欲が極めて高く、「関係人口創出」に期待できる

※1：飲食費、お土産購入、娯楽、サービス消費金額合計

※2：参加した大人17名がアンケートに回答

※2：再訪意欲なしの1名は「数年後に再訪したい」と回答

子ども同士の交流と親のワークタイムを重視したワーケーション

- ≫親子ワーケーションの実施には、企業及び地域の受入施設との様々な調整を行う地域コーディネーターの存在が重要。
- ≫滞在先の小学校・保育園での生活や他の家族との交流・子ども同士の交流が、親のワーケーションの満足度向上につながる。
- ≫異業種交流や地域事業者との意見交換会を通じて、社員が新規ビジネスのアイデアの創出や人脈づくりの機会を得ることができ、企業にとってもメリットとなる。

実証事業に至った背景

人口約2万1千人の岐阜県飛騨市では、以下の方向性で「まちづくり観光」を推進。

- ◎滞在と交流を重視するまちづくり観光を広げ観光誘客を図りたい
- ◎関係人口増加と、ふるさと納税等の経済効果を促進したい
- ◎都市部企業との交流を通じ雇用増加や地域経済効果を高めたい

都市部の大企業との交流を通じて地域活性化を図ることを目的に、教育事業者である(株)Edoの強みを活かし、「教育」×「地方」×「企業ワーケーション」をテーマに、飛騨市の課題解決に寄与するため本実証事業に参加。

実証事業の目的

- ◎都市部の大企業との交流を通じて飛騨市の地域活性化を図るとともに、他地域でも実践可能な業務型ワーケーションのモデルを構築する。
- ◎モニターツアーを実施した企業のニーズや課題を整理し、レポートにまとめることで、他地域への横展開可能な内容を実証する。



実証事業概要

- * コンテンツの造成(大人子ども分離型、共同型)
- * モニターツアーの実施
- * ワンストップ窓口の開設
- * パンフレットの作成と展開
- * 飛騨市公式サイト特設ページでの情報発信
- * 事前事後調査による効果検証
- * 受け入れに向けた連携体制の構築と販路拡大

モニターツアー実施例

【参加者募集方法】企業内公募
※丸井グループは部署別選抜と希望者

実施日程 日数及び実施場所	参加企業	参加 形態	企業ニーズ	参加者
2024年10月20日(日) ～10月21日(月) 1泊2日/飛騨市	トヨタ株式会社 (自動車製造業)	有休	働き方改革推進 として新しい 休み方の提案	大人8名 子ども5名 ※小学生3名、 未就学児2名
2024年11月20日(水) ～11月23日(土) 3泊4日/飛騨市	株式会社エヌアイデイ (情報サービス業)	業務	新規事業創出 に向け、地域 の現状を把握 する	大人10名 子ども3名 ※小学生1名、 未就学児2名
2024年12月8日(日) ～12月14日(土) 6泊7日/飛騨市	株式会社丸井グループ (小売業)	業務	丸井グループ の働き方を模 索し対話する	大人6名 子ども1名 ※未就学児1名
2025年1月11日(土) ～1月12日(日) 1泊2日/飛騨市	株式会社イトーキ (事務機器等事業) ※組合	有休 / 業務	仕事と子育て の両立をテー マに、社員間の 対話を促進、施 策につなげる	大人27名 子ども18名 ※小学生6名、 未就学児11名

受入環境

Edo New School
(エドゥ ニュー スクール)



Edo New Schoolを活動の基点に、
各施設徒歩圏内

- ・飛騨ともえホテル 徒歩1分
- ・Trace Coworking & Office Space 徒歩3分
- ・Edo House(食堂喫茶どやな) 徒歩3分 等

子どもの学校や保育園の送り迎え、
家族でのアクティビティは
貸切バスやレンタカーを利用

モニターツアー内容

トヨタ
向け

テーマ／**学んで遊ぼうラーケーション in 飛騨**

親子プログラム

- ◆飛騨の歴史・文化に触れ 持続可能性について対話
- ◆森と生活のつながりを体験
- ◆冬の雪国体験



ここに注目!

- 愛知県が推進する「ラーケーションの日」制度を活用(有休消化促進)
- 地域産業(林業)を活かしたプログラムの提供、親子でSDGsの学び

自己成長のプログラムが用意されており、自社業務と推敲する時間も確保されていたワークセッションでした。

参加者の声



エヌアイディ
向け

テーマ／**未来志向でチームを引っ張る人財の集い**

大人向けプログラム例

- ◆街並み歩き
- ◆テーマ別ワーク
 - ・1日目:自己整理のワーク
 - ・2日目:俯瞰する視点のワーク
 - ・3日目:未来志向のワーク

子ども向けプログラム例

- ◆地域との子どもとの交流
- ◆小学校体験入学、保育園(一時預かり)

<親子> SDGs de 地方創生カードゲーム、食育ワークショップ、地元企業との対話プログラム、朝霧の森で森林浴、親子交流会



ここに注目!

- 中長期目線での人材育成に向けたプログラムの造成
- 子どもの受け入れは個別に対応(小学校体験入学、一時保育)

丸井グループ
向け

テーマ／**地方の生活と人に触れ 新しい働き方を模索する**

大人向けプログラム例

- ◆地域の方との面談、ディスカッション

子ども向けプログラム例

- ◆地域の子どもの交流

<親子>木工体験や祭り施設の見学、近隣の白川郷へのショートトリップ

ここに注目!

- 事業開拓ニーズに応える5日間の地域人材との交流の場
- 大人向け、子ども向け、親子向けとバランスよくスケジュール化



イトーキ
向け

テーマ／**子-ワークショップ in 飛騨**

大人向けプログラム例

- ◆子育てワークショップ(子育て世代の悩み共有)

子ども向けプログラム例

- ◆街並み探索、施設・現地のイベント見学

<親子>食育プログラム、木材を活用した製作物体験、味噌づくり体験



ここに注目!

- 労働組合のニーズに対応 社員間の対話を促進
- 託児は市と連携した有償ボランティアシステムで対応

実証から明らかになったこと

<受入環境>

- 生活環境の利便性を重視
駅、ホテル、コワーキングスペース、食事が全て徒歩圏内で行えるように近隣施設と連携

<プログラム造成>

- 地元人材との幅広い連携
企業の多様なニーズに応えるプログラムの造成には、市役所、農家、起業家、教員など地域の幅広い人材の協力、連携や交流が必要
- 3泊以上のプログラムがワークショップ実施後の効果が高い(分析データより)

実証がもたらした効果

<参加企業への効果>

参加企業において、実施後、社内の人事制度の見直しや次年度の研修としての地方ワーケーション型研修の導入決定など具体的な動きが起きた。

<社員への効果>

参加者へのヒアリングでは、「会社への帰属意識」「同僚への信頼」「モチベーションUP」につながったという声があった。

<地域への効果>

参加企業との新規事業を開始した。地元小学校の生徒の刺激となった。

多様化する企業ニーズに対応する教育事業者と地域の連携

≫多様化する企業ニーズへの対応は、地域事業者・人材との連携体制が必要。

≫企業向けワーケーションの効果を高める3要素。

- ・ワーケーション前の事前設定力(課題設定、ヒアリング、効果の検証方法など)
- ・日常とかけ離れた空間 ※自然、森、気候の違いなど
- ・体験を学びに変換させる力
(地域の資源や人との接点を企業の課題に結びつけて学びに昇華させるコーディネーション)

実証事業に至った背景

竹原市は、広島空港から1番近い瀬戸内海沿いの町であり、瀬戸内海沿岸部のほぼ中央に位置する人口約2万4千人の小さな市。重要伝統建築群保存地区に指定されている町並みなどの観光資源がある。平日の観光客数、関係人口(「竹原ファン」)増加にむけた推進策の一環として、「瀬戸内さざなみワーケーション事業」等を実施していた。

農ライフアーズ株式会社が運営する広島県竹原市の「田万里家 FARM STAY」では、過去3件ほど企業に対してコンサルティング合宿を実施していたが、いずれも大人だけの参加で留まっていたため、本実証事業を契機に親子をテーマにした業務型ワーケーションに竹原市と取り組むこととなった。

実証事業の目的

◎親子をテーマにした業務型ワーケーションプランの構築、子どものためのコンテンツ提供者の育成、地域事業者と連携した受入体制の構築、今後の持続可能な販売に向けた販路の構築と、他地域への横展開可能な内容を実証する。



実証事業概要

- * 合宿型ワーケーションプログラムの構築
- * モニターツアーの実施
- * 子ども向けコンテンツの対応スタッフの育成
- * 認定こども園と連携した受入環境の整備
- * 日本航空株式会社広島支店と連携した情報発信
- * パートナー企業への営業による販路の拡大
- * GIVENESS&Co.(株)との連携

モニターツアー実施例

【参加者募集方法】企業内公募

実施日程 日数及び実施場所	参加企業	参加形態	企業ニーズ	参加者
2024年12月27日(金) ～12月28日(土) 1泊2日/竹原市	株式会社 Kotonaru (サービス業)	業務	地域における新規事業創出に向け、現状把握、事業モデルの視察	大人5名 子ども6名 ※小学生4名、未就学児2名
2025年1月10日(金) ～1月11日(土) 1泊2日/竹原市	株式会社ソフトバンク (情報・通信業)	業務	地域における新規事業創出に向け、現状把握、事業モデルの視察	大人5名 子ども3名 ※小学生2名、未就学児1名
2025年1月18日(土) ～1月19日(日) 1泊2日/竹原市	楽天グループ株式会社 (サービス業)	有休	地域における新規事業創出に向け、現状把握、事業モデルの視察	大人11名 子ども4名 ※小学生4名
2025年1月20日(月) ～1月21日(火) 1泊2日/竹原市	有限会社いっとくグループ (飲食業)	業務	コンサルティングを通じた企業内課題解決	大人4名 子ども1名 ※未就学児1名

受入環境

農村リトリート宿
「田万里家 FARM STAY」



農村の既にある価値に気づく教育・農体験コンテンツと、企業向けコンサルティングプログラムを提供
またミストサウナ体験が可能



グルテンフリーの米粉ドーナツは地域の人気もの

モニターツアー内容

大人向けプログラム例	子ども向けプログラム例
<ul style="list-style-type: none"> ◆階層別教育(節目研修) ◆リスクリテラシー研修・キャリア教育のサポート ◆企業向け事業コンサルティング・チームビルディング 	<ul style="list-style-type: none"> ◆畑、田んぼでの体験 ◆山や公園での自然体験・ブッシュクラフト ◆田舎料理づくり、ドーナツづくり体験
<p><親子></p> <p>地元の旬な食材を利用したFARM STAYオリジナルの夕朝食、親子やチームコミュニケーションを取りながら入れるミストサウナ体験やサイクリング、たけはら町並み保存地区、大久野島(うさぎ島)、瀬戸内海などの地域観光。</p>	

子どもの受け入れ

<一時預かりの実績がある園の選定>

竹原市の「本長寺 中央こども園」にて一時預かり保育を依頼。同園は、**保育園留学[®]**として他県からの子どもの一時預かりを積極的に受け入れている実績があったことからスムーズに受入態勢が整った。園での子どもの様子を毎日、写真で親に送ってくれるなど、親への配慮もあり、安心して預け入れることができた。

実証から明らかになったこと

<受入環境>

○子どもの年齢別プログラムの必要性

子どもといっても乳幼児から小学校高学年まで幅があるため、コンテンツの難易度を調整する必要がある。年長以上であれば、少し力の必要な作業も依頼できるが、小さな子どもには収穫などの簡単な作業内容への調整が必要

<継続的な受け入れに向けて>

○航空券込みのパッケージ化

モニターツアーの満足度に比べて、農村ワーケーションを継続的に取り入れたい意向は52%と低かった。移動の距離がネックと考えられるため、利用しやすい価格で航空券込みパッケージ等を造成するなどの工夫を検討

○地域との連携

地域事業者と連携したプログラムや農業の人手不足対策となるようなプログラムを造成するなど改善が必要

一棟貸の農村ステイで大人も子どもも満足するワーケーション

- ≫ 集中した検討・議論が必要な経営/ビジネス課題に対するコンサルティングをプログラムに組み込み、課題解決を推進するといった価値提供で企業ニーズに応える。
- ≫ 地域の資源である「農村」を活用し、都会では体験できない体験と「距離が近い」アテンドスタッフとのフレンドリーなコミュニケーションが子どもの満足度、ひいては大人(子ども)の満足度向上に寄与する。
- ≫ 交通手段に課題を持つ地方部においては、自走化にむけて自治体や公共交通機関との連携強化が必要である。

ここに注目!

○子どもは、教育を受けたスタッフガイドが帯同

参加者の声

こども園との手続きを含め、アテンドスタッフが対応してくれた。



ホスピタリティが素晴らしく、家族のような印象を受けた。



個室やカフェスペースを利用でき、自由に作業環境を選べる点が非常に良かったです。



内容や時間も無理のない範囲で設定され、五感を使って楽しめるよう工夫されていた。



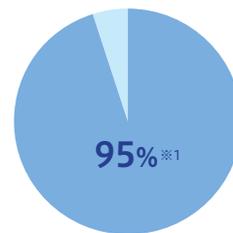
集客に向けた仕掛けづくり

竹原DMOと連携した誘客の仕掛けづくりと情報発信の強化に取り組み、日本航空が運営する、**地域と都会をつなぐ関係人口創出型マッチングプラットフォーム[JALふるさとむすび[®]]**にてプログラムの告知をした。

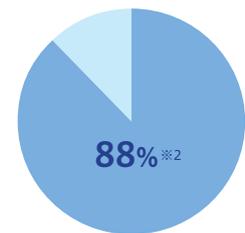
※サイト利用者は約3,000万人のJMB会員

参加者アンケートより

ワーケーションの満足度



竹原市への再訪意欲



※1:「大変満足」、「満足」の回答

※2:「継続的に再訪したい」、「条件が合えば再訪したい」の回答

第3章

実証を通じて得られた ナレッジ

3-1 子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション取組の進め方……	17
3-2 旅マエ……	18
3-3 旅マエ・旅ナカ……	20
3-4 旅アト……	21

3-1

子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション取組の進め方

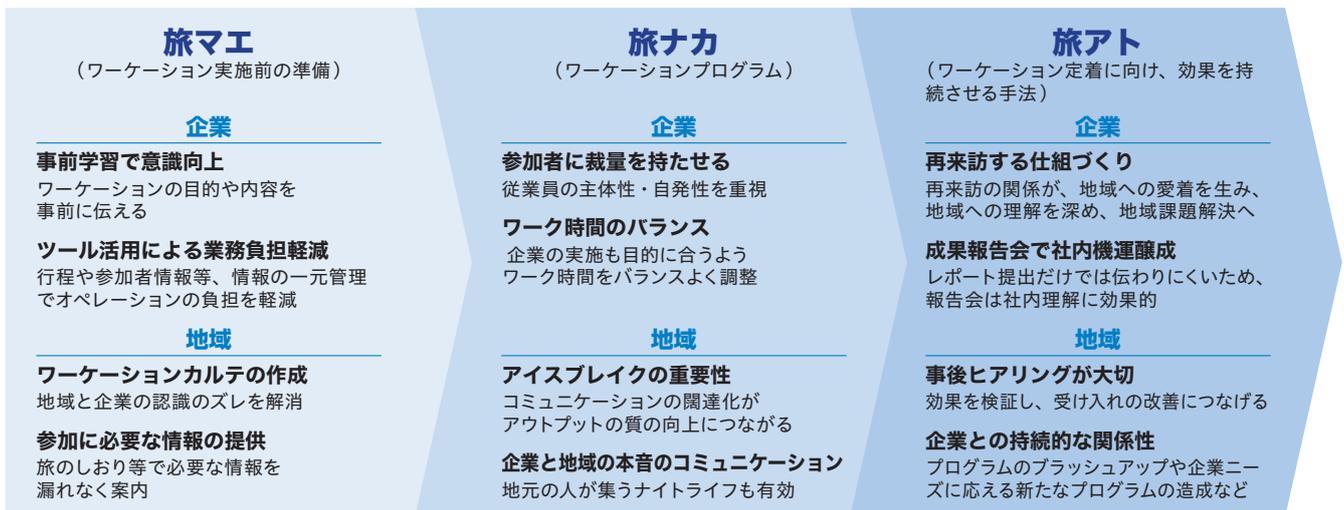
子育て世代も参加可能な業務型ワーケーションを推進するには、誰もが利用しやすい仕組みづくりが重要です。「親の仕事」と「子どもの学び」を両立できる環境を整えることで、多様な働き方や暮らし方を実現するライフスタイルへの対応が、今後ますます重要視されると考えられます。特に、長期滞在プログラムや地域密着型のワーケーションを提供することは、地方創生や移住促進にもつながる可能性があり、地域貢献の観点からも大いに期待されます。

実践にあたっては、参加者、企業、受入地域それぞれがワーケーションの効果やメリットを十分に理解することが重要です。また、オペレーション上の課題も把握した上で、適切な形で取り組むことが求められます。



<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001753142.pdf>

業務型ワーケーション実施にあたってのポイント (令和5年度ナレッジ集より)



子育て世代も参加可能な実施とするために



子どもの受入環境整備

子どもの滞在を考慮した体験プログラムの造成

実施前、滞在中のオペレーション

子育て世代も参加可能な業務型ワーケーションのスタイル

親子のみ参加可能

単一企業あるいは異業種合同で親子のみを参加者として実施するスタイル

親子で参加可能

社員研修等で、社員あるいは親子で参加可能とするスタイル

実証事業では、上記の両スタイルでモニターツアーを実施しました。本事業を通じて、子育て世代が参加可能な業務型ワーケーションを推進する上で重要となる「子どもの受入環境」、「子どもの滞在を考慮した体験プログラム」、「旅マエ・ナカ・アトのオペレーション」について検証を行いました。

ここでは、モデル実証事業の成果を踏まえ、それぞれの課題や取り組むべきポイントを紹介します。

3-2

旅マエ ①子どもの受入環境整備

子どもの受入環境

子育て世代が参加可能な環境を整えるためには、まず子どもの受け入れ環境の確保が必要です。子どもの年齢やワーケーションの実施スタイル、さらに企業や親の意向によって、求められる環境は異なります。特に、現地の保育園や学校関係者との調整には時間がかかるため、**早期に実施計画を立て、参加者の調整を行うことが重要**です。



受入施設	実証例	取組へのアドバイス
保育園	<ul style="list-style-type: none">・一時預かり制度。・「保育園留学[®]」の受入施設を活用。・自治体の有償ボランティア。 <p>※ホテル内にある民間主導型の保育施設の事例もあった。</p>	<ul style="list-style-type: none">・事前面談の実施。 ※子どもの特性やアレルギーなど個別対応の相談をしましょう。・滞在先（宿泊施設）からのアクセスが容易であることがおすすめです。 ※徒歩圏内施設の選定が望ましいですが、遠方の場合地域コーディネーター等による送迎を検討しましょう。・夏休みなどの繁忙期は受け入れの可否を早期に確認することが大切です。
小学校	<ul style="list-style-type: none">・市教育委員会独自の体験入学制度を利用。出席扱いになるかどうかは、子どもの所属する小学校の教育委員会の判断となる。 ※体験入学制度がない場合は、学校との個別交渉となる。・ワーケーション制度利用。	<ul style="list-style-type: none">・あらかじめ教育委員会等との連携を充分にとっておくことが大切です。・小規模の小学校のほうが、アットホームで、子ども同士の交流が図りやすい場合が多いでしょう。
宿泊施設	<ul style="list-style-type: none">・一棟貸の施設で、グループだけで利用できる施設だと安心して滞在できる。・ゲストハウスのように、アットホームで交流が気軽にできる施設も好まれる。・コワーキングスペースのある施設や保育園や小学校が徒歩圏内にある施設も便利。	<ul style="list-style-type: none">・参加者、企業のニーズをよく把握し、宿泊先を選定することも大切です。・子ども連れは特にアクセス面を重要視される傾向があるため、施設の選定において配慮するとよいでしょう。

その他

今回の実証事業でも、子どもの体調が悪くなり、参加できなかったという事例がありました。

現地滞在中でも、子どもが体調を崩してしまう場合もあります。

近隣の病院などについても、受入側のマニュアルや旅のしおり等に記載し、把握しておくことが大切です。



3-2

旅マエ ②子どもの滞在を考慮した体験プログラムの造成

滞在プログラム

子育て世代も参加可能な業務型ワーケーションでは、参加者の形態や企業が実施するワーケーションの目的に応じて、「**大人向けプログラム**」、「**子ども向けプログラム**」、「**親子向けプログラム**」のそれぞれが必要となります。

参加者からは、「その土地ならではの体験」や「他の人との交流」に対する評価が高く、例えば、親が日中に仕事に集中する間、子どもはドーナツや料理を作り、仕事を終えた親に振る舞うといった、サプライズ要素を含むプログラムも魅力的なアイデアのひとつです。

親が安心して仕事に集中できる環境を整えながら、子どもにも充実した体験を提供し、さらに親子で過ごす時間をしっかりと確保することが、子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション成功の鍵となります。



対象	実証例	取組へのアドバイス
大人向けプログラム	<ul style="list-style-type: none">・地元起業家による経営コンサル。・ビジネスマッチングや異業種交流。・地元の事業者や自治体との交流。	<ul style="list-style-type: none">・人材育成、新規イノベーション創出、地域課題解決など企業ニーズを把握することが重要になります。
子ども向けプログラム	<ul style="list-style-type: none">・地元郷土料理づくり教室。・自然体験や農作業。・雪国の生活体験。	<ul style="list-style-type: none">・子どもの学びや成長につながるプログラムが高評価につながります。・年齢に応じた体験プログラムの提供が必要な他、悪天候が発生すること考慮し、代替案も準備しておくとい良いでしょう。
親子向けプログラム	<ul style="list-style-type: none">・SDGsを学ぶ体験。・食育プログラム。・人気の観光スポットへのショートトリップ。	<ul style="list-style-type: none">・その土地ならではの観光や体験が好まれる傾向にあります。・社会で課題となっていることを取り入れるアイデアもよいでしょう。・親子で過ごす時間も大切なため、自由時間の設定も重要となることを心掛けましょう。

プログラム造成にあたってのポイント

- ≫ ワケーションのスケジュールは、企業のニーズに応えながらも、無理のない設計を心がけることが重要です。その際、従業員と企業側の意識に差が生じる可能性があるため、十分に配慮する必要があります。
- ≫ プログラムによっては、年齢に応じたアクティビティの強度の調節を行うことも必要となります。
例) 農作業体験では、年少者には収穫や落ち葉拾いなどの強度の弱いものを、高学年には力作業など強度の強いものと作業を分担するなど
- ≫ 事前のプログラム準備では、幅広い年齢層が参加できる内容を整えることが求められるため、地域の事業者との連携体制の構築が不可欠です。
- ≫ 企業のワーケーション実施目的次第では、親子のみ参加可能なワーケーションスタイルも効果的です。

3-3

旅マエ・旅ナカ ③実施前・滞在中のオペレーション

地域事業者の連携

子どもを伴う受け入れを実施する際、大人のみのワーケーション以上に、地域と企業の双方で綿密な調整が求められ、地域事業者との連携がより一層求められます。

受入側は、地域の関係者(受入先の保育園、宿泊施設やコワーキングスペースのスタッフ、地元企業、行政関係者など)を明確にし、それぞれの理解と協力を得ながら円滑に進めることが重要です。

さらに、**緊急時を含め、迅速かつ適切に報告・連絡・相談が行える**よう、連絡体制の整備や担当者の明確化も欠かせません。

コーディネーターの確保・育成

業務型ワーケーションの成功には、**企業のニーズを的確に把握し、適切なプログラムを企画・調整すること**が不可欠です。そのためには、企業と地域をつなぐコーディネーターの存在が重要となります。

特に、子育て世代も参加可能な形で実施する場合、子どもの受入施設(保育園や小学校)との調整が求められるため、地域の事業者との幅広いネットワークを持ち、高いコミュニケーション能力を備えたコーディネーターが必要です。

そのため、適切な人材を確保・育成し、企業と地域をつなぐ体制を強化することが重要な課題となります。



こんな
コーディネーターなら
安心!

- ★子どもの生活ペースや特性を理解している
- ★緊急時の対応を理解している

●コーディネーターの役割例

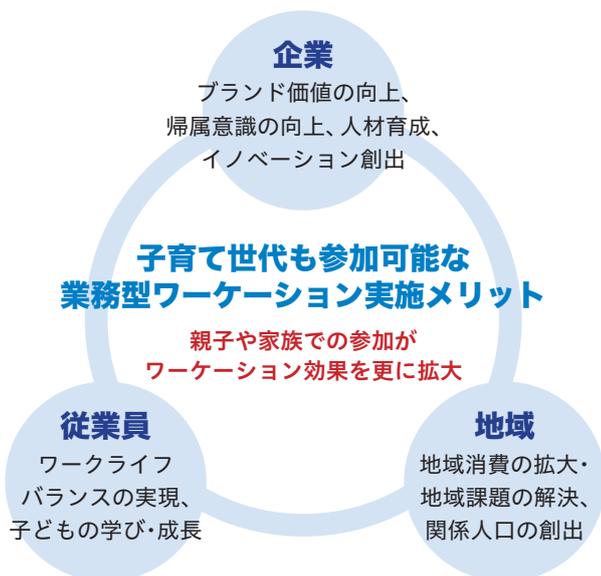
旅マエ	旅ナカ
<ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズのヒアリング ・ヒアリングに基づいた滞在プランの提案 ・子どもの受入施設との調整 ・宿泊施設、体験プランの手配 ・滞在情報の企業への提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーションの実施 ・交流会など滞在プログラムの運営 ・滞在中の問合せ対応 ・滞在中の行程変更 ・緊急時の窓口

こんな人材が
活躍!

- ★地域の自治体・DMO・観光協会などのワーケーション推進担当者
- ★地域でワーケーションや企業研修のノウハウを持っている事業者
- ★コンテンツ造成や宿泊・滞在施設の提供など地域に詳しく、ネットワークをもつ人材

3-4

旅アト ④ 継続した誘客に向けて



情報発信・PRによる宣伝効果

継続的な誘客に向けて、地域の受入環境やプログラム情報の発信は不可欠です。地域での取組を広く発信することで、地域の認知度の向上にもつながります。

◆ こんな手段! ◆

◎ ワーケーションサイトの構築や ワーケーション専用ページの開設:

参加企業のワーケーションの様子(写真や動画)をHPへ掲載、プログラム内容を可視化

◎ ワーケーション参加企業と 受入地域が連携した情報発信:

(ワーケーション参加企業) 企業内で実施する成果報告会が社内の機運醸成につながる

(受入地域) 実際に体験したことを生の声として伝えるセミナー等の開催は外部の潜在需要にアプローチできる

◎ 地元企業のネットワーク活用:自治体や コーディネーターなどのネットワークからの集客



ネットワークを広げる

円滑なプログラムを進めるためには、事前に地域の事業者等関係者へ「丁寧な説明による理解促進」を行うことが重要です。参加者の中には、地域の事業者との意見交換や視察を希望するケースもあります。その際、企業ニーズにできるだけ応えるためには、日頃から地域内でのネットワークを築いておくことが不可欠です。また、参加者の再訪を促すためには、地域を好きになってもらうことが大切な要素となります。地域住民の「歓迎の雰囲気」は来訪者の満足度に大きく影響します。

◎ 地元企業にも業務型ワーケーションの理解を促進:

他地域から来ている企業とのビジネスマッチングの機会が創出できる

◎ 地域にも「子育て世代の業務型ワーケーション」を 推進していることを告知:

他地域から子ども連れ家族が訪れることを近隣住民に共有し、温かく迎えてもらえるような雰囲気づくりを大切にすることで交流が生まれる

参加企業との継続的な関係構築

ワーケーションを実施した企業に対して、実施後の効果をヒアリングすることは非常に重要です。

ヒアリングを通じて企業との対話生まれ、継続的な関係構築につながります。また、企業からのフィードバックを基にプログラムの改善を重ね、企業ニーズにより合致したプログラムを提供することで、地域への再訪を促すことができます。さらに、得られた成果を活用し、新たな企業へのプロモーションに役立てることも可能です。

同時に、地域に対してもワーケーションの効果を共有し、協力体制を一層強化することが重要です。



観光庁
Japan Tourism Agency