

■ 日本経済団体連合会

企業側の視点では、ワーケーションは人事労務管理の施策の中のひとつという認識。「ワーケーションが実施できない」とされる業種は本当にそうなのか、ワーケーションに関する認識のズレを整理することが課題。

■ 日本商工会議所

サテライトオフィス型、合宿型では、地域が場所貸しの立場になってしまわないように双方のコミュニケーションを活発にして、地域の人と交流したり、消費が生まれるような仕組みづくりを国や自治体が支援することが必要。地域課題解決型では三方良しになることが重要。企業は人材育成や新規ビジネス開発、受入先は実証実験を通じた地域課題の解決、または観光コンテンツの造成といった可能性もある。レジャーや観光という視点に加えて、地方の課題解決を兼ねて、地方に豊富に埋もれているビジネスチャンスを開拓するという目線でもワーケーションを活用できるのではないかと。

■ 和歌山県

自治体側がどのように受け入れるのか、十分な議論がないまま国の支援を活用しても、持続可能な体制が整えられないことが地方側の課題。企業側の需要の掘り起こしも重要。企業と地方がセットで取り組む事例が出てくると双方の効果が見えやすく、これから取り組もうとする企業側にとっても参考になるのではないかと。

■ 常葉大学 小豆川委員

企業行動をどう変えていくかが重要。福利厚生型では基本的な知識の共有が重要で、地域課題解決型では地域とのミックスの共有や地元のプレイヤーの連携が必要になっていく。合宿型・サテライトオフィス型では税制優遇や利用促進策、周辺情報の提供、またブレジャーでは出張前後の休暇の活用を企業が認める文化、制度の整備が求められる。

■ 山梨大学 田中委員

ワーケーションが純粋な観光需要への寄与という視点だけではなく、企業側や地域における様々なニーズや実態を理解しながら進める必要があるという認識がはっきりしてきた。これまで、働く時間の自由度を高めるために「フレックス・タイム制度」を取り入れる企業が多くみられたが、働く場所の自由度を高めるための「フレックス・プレイス制度」はあまり議論されてこなかった。企業側からみると、テレワーク規程の一部変更で実現は可能であり導入のハードルは低く、ワーケーション実現のためのステップとしても重要であろう。

※（注意）青＝企業側、赤＝地域側

■日本観光振興協会

商品（＝受け手・地域）のクオリティは着実に成長しているが、認知度の高さに反して活用している方がまだまだ少なく、購買意欲につながっていない。需要と供給がまだアンバランスなので、マッチングだけではなく、流通を促す支援が大切。また、企業側の需要を掘り起こし、地域側とのつなぎを担う人材の育成が必要

■日本旅行業協会

ワーケーションは旅行の面だとひとつのコンテンツであり価値なので、いかに複合的な価値に結び付けていくか、どう商品という形にしていくのかという旅行業の課題。送り手と受け手のマッチングをいかにスムーズに進めていくのか。単なるマッチングだけではなくお客様それぞれの希望と地域の価値をつなぐ役割を旅行業界が担う必要がある。

■全国旅行業協会

旅行業者としては、ワーケーションを実施する企業に対してはオプションツアーを含めたオーダーメイドプランの提案、ワーケーションを受け入れる地域においては地元関係者と連携して観光魅力を活用したオプションプランの造成などワーケーション旅行商品造成や流通に取り組みたい。

■東洋大学 森下座長

現状、ワーケーションの実施時期は休みにあわせて行いたいという傾向があり、ワーケーションの一つの目的である旅行時期の分散が進むのかという懸念がある。また家族との調整が難しいという意見も多いため、子供を持つ人がいかに参加しやすいようにしていくかが重要。ワーケーションができる環境にあっても、子供の学校の制約があると実現できないため、学校のオンライン授業の推進も検討するとより進んでいくのではないかと懸念している。企業内でも部署によりワーケーションに期待することが違う。業種ごとだけではなく部署ごとのメリットを整理し、発信をすることで、それぞれがワーケーションの効果をイメージしやすくなるのではないかと懸念を持っている。プライベートとのメリハリがつくことを期待する人が多い一方、つかないのではないかと懸念を持っている人も多いため、この点を検証して明確にすることで理解が進むのではないかと懸念している。

※（注意）青＝企業側、赤＝地域側

対象	課題
企業側（送り手）	<ul style="list-style-type: none"> ・労災の適用や税処理等、<u>人事労務管理に関する基本的な知識の理解</u>と普及啓発。 ・<u>ワーケーション導入による効果が不明瞭</u>。企業側に導入を促すメリットを訴求すべき。 ・<u>出張前後の休暇の活用</u>を企業が認める文化や制度の整備支援。 ・働く場所の自由度を高めるための「<u>フレックス・プレイス制度</u>」の議論が少ない。 ・ワーケーションのマッチングだけではなく、<u>旅行商品等の流通</u>支援。 ・<u>地域とのミッションの共有や地元のプレイヤーの連携</u>。
地域側（受け手）	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>企業との交流活性化や、地域内の消費が生まれるような仕組みづくり</u>を支援。 ・<u>地域側の受入方針及び持続可能な体制の構築</u>。 ・<u>地元関係者と連携したオプション旅行商品の造成</u>支援。 ・<u>企業側の需要を掘り起こし、地域側との繋ぎ役（推進役）を担う人材の育成</u>。 ・<u>子育て世帯にも活用しやすい環境整備</u>。
従業員（利用者）	<p>※今年度、観光庁で実施した実態調査(従業員向けアンケート)より</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状、ワーケーションの利用経験者は4%程度 ・実施にあたっては、通信環境や情報セキュリティへの懸念、不安がある。 ・テレワークを出来ない業種(職種)である。 ・休暇中に仕事をしたくない。