



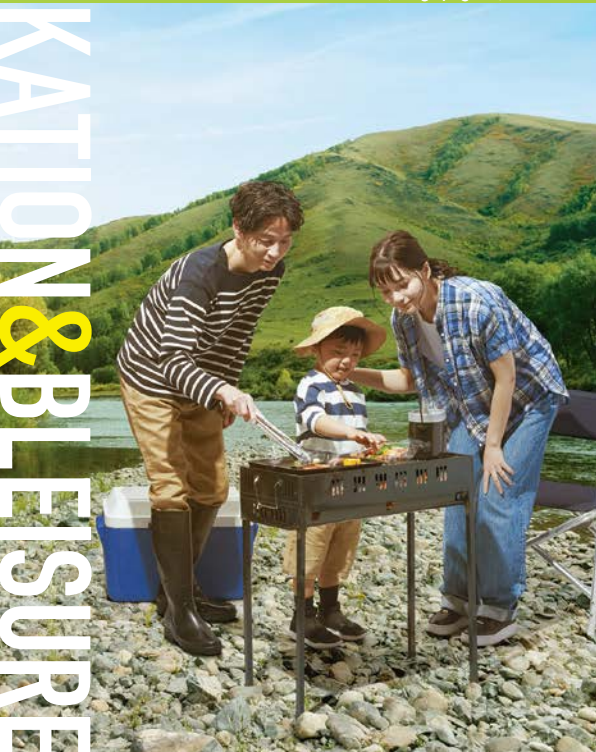
新たな旅のスタイル

ワーケーション
& ブレジャー



はたらく・やすむ・いきる

WORKATION & BLEISURE



受入地域向けパンフレット



はじめに

従来の日本の旅行スタイルは、特定の時期に一齐に休暇取得する、宿泊日数が短いといった特徴があり、旅行需要が特定の時期や場所に集中しやすい傾向にあります。このため、観光地や交通機関における混雑や密を回避し、感染症の拡大防止を図りながら、より多くの旅行機会の創出や旅行需要の分散化を進めていく必要があります。

他方で、昨今、テレワークが浸透する中で、場所にとらわれない柔軟な働き方が可能となってきました。そのような中、働き手が職場や自宅を離れ、仕事しながら余暇も過ごせるようになることで、日常にない気付きや学び、交流が得られ、新たな価値創出や地域・社会の課題に取り組むなどのきっかけとなるといった効果も出てきています。

そこで、観光庁では、ワーケーションやブレジャー等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行を、働き方改革などとも合致した「新たな旅のスタイル」と位置づけ、その普及を促進しています。

本書は、ワーケーション等の受入を検討される自治体、DMO、観光関連事業者の皆様へ、概要をご理解いただくとともに、受入に向けた参考としていただけるよう、受入自治体の取り組み事例や受入に向けたチェックリストなどの情報を整理したものです。

是非、それぞれのお立場でワーケーションやブレジャー等についてご理解を深めていただき、制度導入あるいは受入について、ご検討をいただけましたら幸いに存じます。





CONTENTS

01 観光と地域活性化

- 新たな旅のスタイルの可能性 P.3
- 関係人口の創出と地方創生 P.4

02 新たな旅のスタイル

- 新たな旅のスタイル P.5

03 導入企業・ユーザーの動向

- 導入企業・ユーザーの動向 P.6

04 ワークーション・プレジャーの推進ポイント

- ワークーション・プレジャーにおける受入環境整備 P.7
- 地域にワークーションを誘致する際のポイント P.8

05 推進地域の紹介

- 和歌山県 P.9
- 北海道北見市 P.10
- 静岡県下田市 P.11
- 新潟県妙高市 P.12
- 長崎県五島市 P.13
- 地域 × 企業のコラボレーション
和歌山県白浜町 × セールスフォース・ドットコム P.14
- 地域 × 企業のコラボレーション
北海道北見市 × アイエンターノーズ・ブスジャパン P.15

06 受入環境整備

- 受入環境の整備の方法 P.16

07 お役立ち情報

- ワークーションに関する情報 P.18

本パンフレットは、情報提供を目的として2021年3月に作成したものです。
閲覧される時期によっては、現状に則さないことも予想されます。
掲載する情報については細心の注意を払っておりますが、本パンフレットのご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますよう宜しくお願い申し上げます。

新たな旅のスタイルの可能性

～観光を活用した地域活性化～



新たな旅のスタイル

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて観光産業、観光地は大きな痛手を被りました。人の移動が制限されて、楽しいはずの旅行がはばかれる環境が続いています。

もともと日本の旅のスタイルは、特定の時期に一齐に休暇を取得し、欧米諸国と比べて宿泊日数が比較的短いという傾向がありました。つまり、旅行需要が特定の時期や場所に集中して、観光地や宿泊施設は混雑や密が生じやすい特徴があると同時に、国内旅行消費額の伸び悩みの原因にもなっています。観光庁では、新たな旅行機会の創出と旅行需要の平準化を図る観点から、ワーケーションやプレジャー等の「新たな旅のスタイル」の普及に取り組んでいます。

観光を活用した地域づくり

日本の総人口は、2008年をピークに、その後減少に転じました。統計によると、2050年頃に人口が1億人になるといわれています。また、少子高齢化が進行し、生産年齢人口が大きく減少するともいわれ、このことが地域経済や社会制度そのものに大きな影響を与える可能性があります。このような中、地域によっては、若者を中心に人口流出が進み、社会インフラ、コミュニティをどのように維持するかなどの対策が求められています。

「交流人口」に含まれる観光客は、定住人口の減少分を補うことで、経済的効果、交流活動が促進されることから、観光は地域に活気を担保する起爆剤として期待されています。特に、2013年以降、訪日外国人旅行者も急増しました。2021年現在は、新型コロナウイルスの影響で観光産業は厳しい環境下にあります。今こそ地域が観光産業をいかに活用し、経済的、社会的に持続可能な将来を描くことができるかを考える重要な機会です。

地域にプラスになるワーケーション

2019年に発生した新型コロナウイルスの世界的な広がり、私たちのライフスタイルそのものを大きく変えました。感染拡大防止のため、テレワークの積極的な実施が要請されたことで、テレワークでの業務が一気に浸透しました。デジタル技術の進化により、実は、新型コロナウイルスがまん延する前から、在宅勤務など、オフィス以外でのテレワークは進みつつありましたが、これが一気に広がりました。コロナ収束後においても、必ずしも出社する必要がなくなり、自宅以外でも働くことが可能になれば、旅行先で働くことを選択することもできます。これが「ワーケーション」と呼ばれる新しい旅のスタイルです。

変わる観光産業と観光地

国内における旅行消費額は25兆円を超え、また観光による他産業への波及効果も高いことから、特に地域における観光産業は重要な産業のひとつです。しかし、必ずしも地域の自然環境や社会インフラ、住民との調和が十分にとれていない場合があり、オーバーツーリズムなどの問題も起きていました。コロナ収束後の観光の本格的な再開にあたっては、地域住民の意見や環境への影響をふまえることが重要です。一方で感染リスクの観点から混雑や密を避けたいという旅行者ニーズの変化もあり、新たなツーリズムが生まれることや、いわゆる観光地と呼ばれていなかった地域での観光にも注目が集まっています。

持続可能な観光 ～サステナブルツーリズム～

また昨今、多くの国、企業、団体などで、SDGsの取り組みが議論されていますが、観光産業においても同様に重要な要素となっています。

持続可能な観光とは、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と国連世界観光機関では定義されています。観光開発はSDGsの17の全てのゴールに貢献できる要素を持っており、地域で観光産業に携わる者、観光客を受け入れる地域は、持続可能な観光の考え方を理解し、実践することが求められています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典：国際連合広報センター
「持続可能な開発目標(SDGs)達成に向けて日本が果たす役割」

関係人口の創出と地方創生

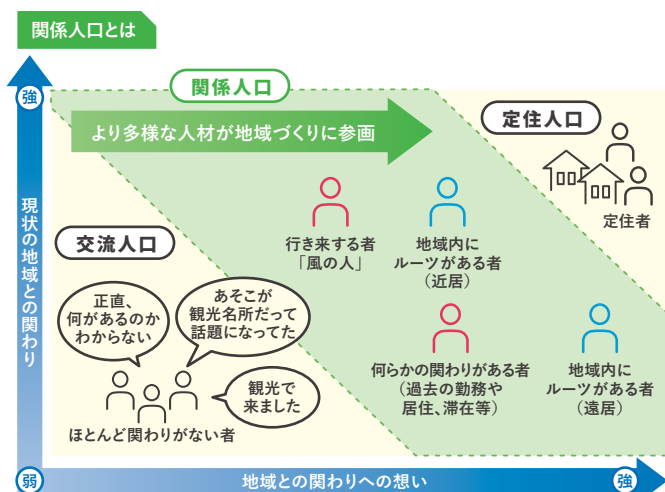
～交流人口から関係人口へ～



関係人口とは

「関係人口」とは、地縁・血縁先の訪問(帰省を含む)を主な目的としている人を除く、日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人を指します。地域に移住する「定住人口」でもなく、観光客として地域を訪問する「交流人口」でもない、「地域と多様な関わりを持つ人々」を表す考え方です。地域のことを知っている、訪問したことがあるというだけの希薄な関係ではなく、より興味・関心があり、地域と強い関係をつくる人々のことです。また、関係人口と一言でいっても、「地域に何度も訪問するリピーター」、「ふるさと納税を実施して地域を応援する人」など様々な関わり方が考えられます。

国土交通省の調査によると、関係人口は目的により、「直接寄与型」、「就労型」、「参加・交流型」、「趣味・消費型」の4つに分類されます。ワーケーションの受入は、いずれの型の関係人口の創出にも繋がると考えられます。



参考：総務省「関係人口ポータルサイト」

関係人口の型

直接寄与型	産業の創出、地域づくりプロジェクトの企画・運営、協力、地域づくり・ボランティア活動への参加等
就労型	地域においてテレワークおよび副業の実施、地元企業等における労働、農林水産業への従事
参加・交流型	地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加
趣味・消費型	地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施(他の活動をしていない)

出典：国土交通省「関係人口の実態把握」

関係人口の必要性について

「関係人口」の必要性が一般的にいわれている理由は、①地域経済の底上げのため、②地域コミュニティの維持のため、③移住に繋がるステップのため、といったことです。①地域経済の底上げは、地方創生の根幹であり、②の地域コミュニティの維持という点は、人口減少が進んでいる地域では最も重要な要素と考えられます。また、③の移住に繋がるステップについては、これまで直接的に移住・定住を推進してきた自治体にとっては、その手前の段階で関係人口の構築から進める方がよりミスマッチの少ない移住・定住に繋がるという効果も期待できます。

withコロナ、afterコロナにおける地方創生のあり方

新型コロナウイルスの蔓延は地方のあり方にも大きな影響を与えています。これまでは都市部、とりわけ東京への一極集中、地方からの人口流出が指摘されていましたが、新型コロナウイルスの影響で人の流れが東京圏から地方に向き始めました。また、テレワークの普及により、どこでも業務が可能となりつつあります。このような傾向は今後も続いていく可能性があります。

afterコロナに向けて、元に戻るもの、元には戻らないものを見極めつつ、観光を活用して地域がより豊かになる新しい地方創生のあり方を議論していくことが重要です。



新たな旅のスタイル

～ワーケーション&ブレジャーで地域の課題を解決～



ワーケーションとは

Work(仕事)とVacation(休暇)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です。余暇主体と仕事主体の2つのパターンがあります。

ブレジャーとは

Business(ビジネス)とLeisure(レジャー)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です。



地域に対するメリット

ワーケーションやブレジャーを推進し、地域で受け入れるということはどのようなメリットをもたらすのでしょうか。主に、5つのメリットがあると考えられます。

地域(受け手)側の主なメリット

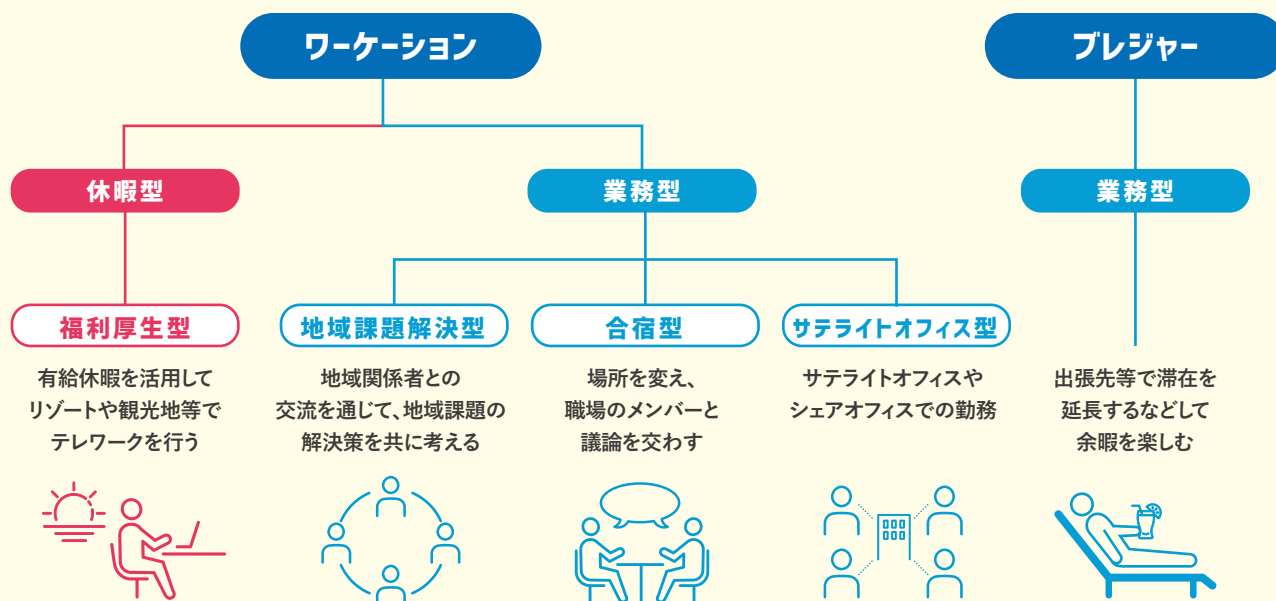
- 平日や長期滞在型の旅行需要の創出
- 交流人口および関係人口の増加
- 観光関連事業の活性化、雇用創出
- 企業との関係性構築
- 遊休施設等の有効活用

観光事業者はもちろん、関係人口の増加、企業との関係性構築等を通じて、地域課題全般に対してもワーケーション・ブレジャーの受入による効果が期待できます。

ワーケーション・ブレジャーの可能性

ワーケーション・ブレジャーの受入には期待が高まっていますが、その場合に考慮すべきことは、送り手である企業側のニーズ、利用者となるユーザー側のニーズ、そして地域の受入環境がどの程度整っているかの3点です。これらをしっかりと理解し、その地域らしい受入環境の整備と中長期的な計画が大切になります。

実施形態(イメージ)



導入企業・ユーザーの動向

～ワーケーションに対する期待と現状～

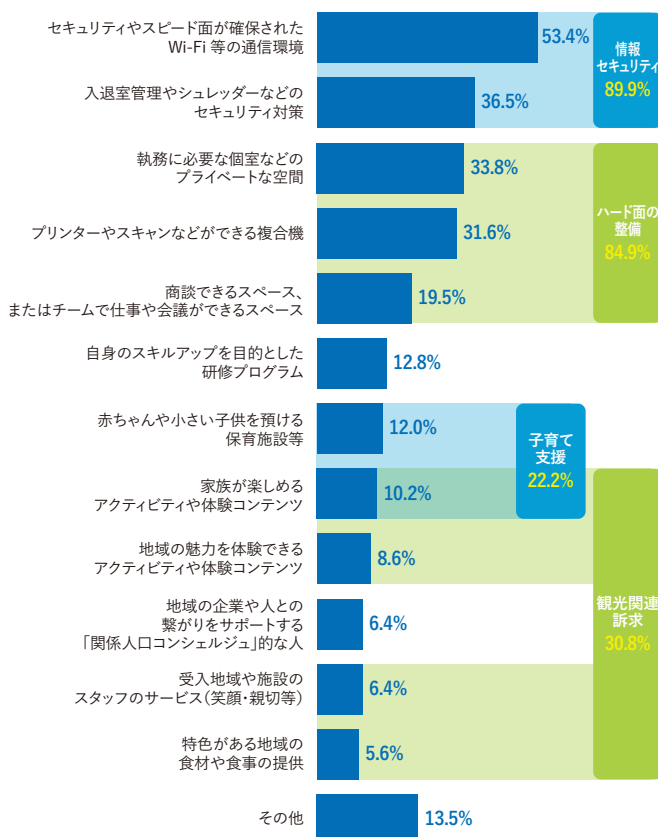
ワーケーションという新しい言葉について、導入企業や利用者はどのような期待を抱いているのでしょうか。ここでは、企業向け、ユーザー向けのアンケートを実施した結果からワーケーションに対する現状を確認します。

導入企業の実態

企業におけるワーケーションの認知度は約8割になっています。また、一定程度普及してその前提となるテレワーク導入率は38.3%とコロナ禍の影響もあり、急速に進んでいることがわかります。なお、企業にワーケーションを導入する理由を聞くと、①多様な働く環境の提供、②心身のリフレッシュによる仕事の品質と効率の向上が最も大きなものとなっており、ついで、③優秀な人材の雇用確保 ④有給休暇取得率の向上が続くことがわかります。

その他、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としては、①セキュリティやスピード面が確保されたWi-Fi等の通信環境に対する要望が53.4%で最も高く、続いてハード面の整備に対するニーズが高いことがわかりました。また、子供を預けることができる施設やプログラムに関する要望も22.2%と高くなっており、家族同伴のワーケーションへの需要がうかがえます。また、観光関連についての需要は計30.8%でした。

図1:「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



調査概要

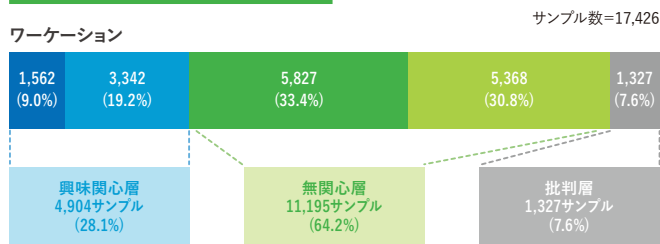
- 「新たな旅のスタイル」に関する従業員向けアンケート調査
 - ・調査時期:2020年12月25日～2021年1月5日
 - ・調査対象:20-59歳の会社員
 - ・サンプル本調査:2,000サンプル
 - ・クリーニング調査:17,426サンプル
 - ・調査方法:インターネット調査
- 「新たな旅のスタイル」に関する企業向けアンケート調査
 - ・調査時期:2020年12月22日～2021年1月21日
 - ・調査対象:従業員数10名以上企業
 - ・調査方法:調査票発送によるアンケート調査 無作為抽出 3,500社(回収サンプル268/有効サンプル266)

ユーザーの実態

観光庁が実施した調査では、利用者となる従業員のワーケーションに関する認知率は約8割にのびりましたが、実際にワーケーションを体験した人は全体の4.3%となり、テレワークの実施率32.2%と比較してもまだまだ少ない状況です。ワーケーションに「非常に興味がある」(9.0%)、「興味がある」(19.2%)と、「興味・関心層」は28.2%であり、この層は他の属性に比べ年齢が若い層が多く、さらに小さな子供がいる家族の割合が高い傾向がみられました。

一方で「どちらともいえない」(33.4%)、「興味がない」(30.8%)という「無関心層」が64.2%、「ネガティブな印象を持っている」という「批判層」が7.6%と、必ずしも利用者である従業員の全てに関心を持たれているとはいえません。

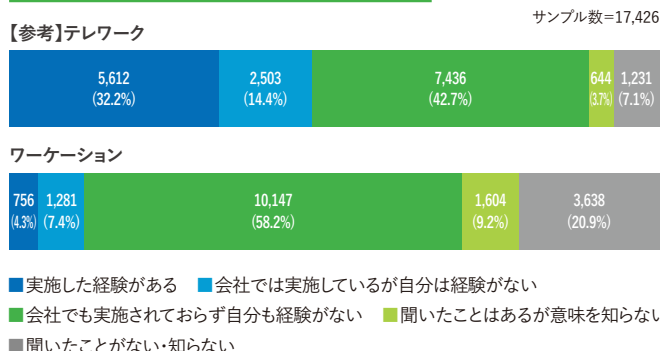
図2:ワーケーションに対する興味関心



- 非常に興味がある
- 興味がある
- どちらともいえない
- 興味がない
- ネガティブな印象を持っている

ワーケーションに興味がない理由としては①「テレワークができない仕事だから」が最も多く51.6%、また、②「休暇中や旅行中は仕事をしたくないから」(36.7%)、③「旅行先で仕事をしても効率が落ちそう」(15.9%)などが挙げられており、職種による適否や、個人の休暇に対する意識の違いが影響することがわかりました。今後、ワーケーションの誘致を進める上ではこのような声にも留意する必要があります。

図3:テレワーク/ワーケーションの認知と経験有無



- 実施した経験がある
- 会社では実施しているが自分は経験がない
- 会社でも実施されておらず自分も経験がない
- 聞いたことはあるが意味を知らない
- 聞いたことがない・知らない

ワークेशन・ブレッジャーにおける受入環境整備 ～チェックシート～



ワークेशन・ブレッジャーの受入を推進する上では、地域で仕事をするための環境を整備する必要があります。一般的に観光に関する受入環境を活用できるものもあれば、新たに整備する必要のあるものもあります。まずは、以下のチェックシートで地域の受入環境の状況を客観的に把握しましょう。なお、受け入れるワークेशनの型・タイプによっては必要のない項目もあります。

※山梨大学 生命環境学部 地域社会システム学科長（観光政策科学特別コース） 田中 敦 教授 監修

設問を読んで、当てはまるものに ✓ チェックを入れましょう。

CHECK 01 受入面・人材面	ワークेशन専用のサイト・SNSがある	☐
	ワークेशनについて、顧客からの問合せ機能がある	☐
	HP等で、サテライトオフィス、宿泊施設紹介、観光メニューの紹介がされている	☐
	ワークेशनに関する地域コーディネーターが存在する	☐
	ワークेशन・ブレッジャーを実施する人々を迎え入れる地域側の意識の醸成がされている	☐
	ワークेशन・ブレッジャーなどについて理解を深める勉強会や地域にとっての必要性を議論するワークショップを実施している	☐
	ユーザーのストレスをケアするホスピタリティ人材などが育成されている	☐
CHECK 02 施設・ハード面	エリア内にサテライトオフィスやコワーキングスペースがある	☐
	宿泊施設にコワーキングスペースがある	☐
	コワーキングスペースや宿泊施設のWi-Fiなど通信環境が整備されている	☐
	コワーキングスペースや宿泊施設のWi-Fiなど通信環境のセキュリティが整備されている	☐
	ワークスペースでは、複合機、机、いす、照明など、通常のオフィスで仕事をするものと同じ環境が整っている	☐
	オンライン会議用の個室・大型モニターなどが整備されている	☐
	エリア内に十分な宿泊施設が存在する	☐
	宿泊施設では長期滞在に向けた食事、什器その他のアメニティ、サービスが整っている	☐
	エリア内では、長期滞在に対応できるようにスーパーや飲食店が十分にある	☐
CHECK 03 プログラム面	エリア内を自由に動き回ることが可能な交通手段がある	☐
	地域の自然特性等を活かしたワークコーナーが整備されている	☐
	ワークेशनに関するモデル日程、コースがつくられている	☐
	地域課題解決型ワークेशनを推進する上でのプログラムが整備されている	☐
	合宿型ワークेशनを推進する上での研修プログラムが整備されている	☐
	アフターワーク、休日用に観光メニューが整備されていて、受付などのサポートも確立している	☐
CHECK 04 資金面	長期滞在用の宿泊プラン、ワークेशनメニューがあり、利用者ニーズに応じた価格設定となっている	☐
	ユーザーの家族（特に子供など）を飽きさせないプログラムなどが整備されている	☐
	エリアとしてワークेशनを推進するだけの資金を有している	☐
	地域の事業者に対して支援するために助成金がある	☐
	ワークेशन・ブレッジャーが地域事業者の収益事業に繋がることや税收アップに繋がるのが明確になっている	☐

チェックが多く入った地域は受入に適しているといえます。チェックがあまりついていない地域は、どのようなワークेशनの型・タイプを想定するか、ターゲット市場はどこにするかをまず決めてから優先順位を決めた上で、受入環境整備を進めるようにしましょう。特に宿泊施設ごとに異なる対応設備等の整備状況を地域一帯で相互に補完しあえる環境づくりを行政等がリードすることでワークेशन・ブレッジャー対応の地域総合力が面としてさらに高まります。



地域にワークেশョンを誘致する際のポイント

前頁で受入環境に関するチェックをしたように、ワークেশョンの誘致にはたくさんの関係者(＝ステークホルダー)が関わり、通常の観光振興とは異なる視点が必要となります。

ここでは、自治体が地域にワークেশョン利用者を誘致するにあたり、どのようなことが必要となるか確認します。

POINT 01

ワークেশョンの理解と誘致の目的の共有化

ワークেশョンとは何かを正しく理解し、自らの地域にあったワークেশョンの型・種類を選ぶことが大切です。また、そのためにも、誘致の目的や方法について、関係者の間で議論をして方向性を一致させることが大切です。観光振興を推進する際と同様に、地域の将来やビジョンにあった目的を作り、地域づくりにおいて不協和音が出ないようにします。

POINT 02

推進体制の構築と役割の明確化

自らの地域がワークেশョンを誘致しようと思いが固まったら、どのように推進するか体制を考えます。また、その体制の中で、各人がどのような役割を担うかもしっかりと決めます。行政だけでも民間だけでも観光事業者だけでも駄目です。地域が一体となった、住民の声が届きやすい体制を作ります。

POINT 03

地域住民の理解や協力を得る努力

ワークেশョンという新しいスタイルがどのようなもので、自らの地域にどのようなメリットをもたらすのか、多くの住民を交えてワークショップを開催することもお勧めです。観光客よりも関係性が深い利用者が自らの地域に入ってくること、少なからず不安を感じる住民がいるかもしれません。まずは正しい情報を提供し、メリットを伝える中で地域住民の皆様の声も大事にしましょう。

POINT 04

人材育成と受入環境整備、情報発信の必要性

推進する意義・目的が定まり、推進体制・役割も固まり、地域住民の理解が得られたら、送り手となる企業やユーザーに向けてしっかりとした地域としてのメッセージを発信します。そのためにまずは、地域側でワークেশョンを推進するコーディネーターを育成します。

このコーディネーター役は地域のDMOや観光協会が担当することも多いです。コーディネーターの善し悪しがワークেশョン誘致の可否を分けるといっても過言ではありません。次に、受入環境整備を進めます。各項目で整備すべきものが異なるので、優先順位をつけて整備を進めます。その上で、宿泊施設などの観光事業者、DMO・観光協会、行政が一体となって情報発信・プロモーションを展開します。このような流れで企業やユーザーを誘致していきます。

和歌山県

～ワーケーションの先進地としてイノベーションの機会を創出～

DATA

- 人口：917,252人(2020年4月)
- 概要：日本最大の半島である紀伊半島に位置し、和歌山城をはじめ多くの史跡をもつ。2004年に「熊野古道」で知られる熊野参詣道などからなる「紀伊山地の霊場と参詣道」がユネスコ世界遺産に登録された。

Q ワーケーションを取り組み始めた経緯は？

和歌山県では、もともと紀南地域(県内南部)を中心にふるさとテレワークの推進やIT企業の誘致に力を入れており、今もそれがベースにあります。ワーケーションという言葉を知ったとき、移住や観光とは少し異なり、地域や地域の人々に関わる「関係人口」に繋がるのではないかと思います。2019年には同じくワーケーションを推進していた長野県と協力して「ワーケーション自治体協議会」を設立しました。設立当時から65の自治体が会員として参加してくれて、和歌山県知事が会長になっています。

Q 和歌山県のワーケーションの取り組み内容はどうなものでしょうか？

ワーケーションを推進し始めた頃は、モニターツアーと称して3泊4日ぐらいで体験会を開催しました。企業側や利用者に色々とアンケートでニーズを聞くと、「ワーケーション」というものの企業内での位置付けの難しさや曖昧さがわかりました。

和歌山県でのワーケーションが認知され軌道に乗ると、興味を持っている企業からの問合せが多くなりました。どのようなことができるか、どのような施設があるかなどの問合せに対して、個別に対応するコーディネート力がワーケーションには必要なのだということもわかりました。またホームページの開設、パンフレットの作成など情報発信にも力を入れました。受入環境整備と情報発信の強化、この2点はワーケーションを推進する上でとても大切なものだと思います。他にも、地域住民に「ワーケーション」という概念を説明し、理解する活動にも力を入れました。



Q 受入環境の整備はどのように進めていますか？

受入環境整備で最も大切なのは「人」だと思っています。滞在する場所やプログラムも大切なのですが、やはり人が一番大切です。利用者がリピートする理由も人だと思います。あの人がいるからまた行ってみよう。和歌山県では、いわゆる旅行業上のコーディネーターのみならず地元の企業や人を上手に繋ぐコーディネーターもいます。

施設については、今ある民間の施設を使うということにしています。今後はある程度ハード面の整備も必要ですが、まずは今あるものに目を向けることが大切です。

ワーケーション
利用者

コーディネート

- ワーケーションコンシェルジュ(プラン作成・手配)
- ワーケーションヘルプデスク(相談窓口、案内)
- 地域とのコーディネート(連絡調整・セッティング)

宿泊施設

- ホテル、旅館、民宿
- ゲストハウス など

ワーキングプレイス

- コワーキングスペース
- カフェ
- 宿泊施設内スペース
- 公共施設 など

アクティビティ

- ボランティア活動
- 企業視察
- 地域事業者等との意見交換
- 農作業体験
- 狩猟体験
- 林業体験
- 漁業体験
- ものづくり体験
- 道普請 など

観光など

- 観光案内
- トレッキング・熊野古道
- サイクリング
- 観光施設
- 温泉等入浴施設
- マリンスポーツ
- 物産店など

ワーケーション自治体協議会(WAJ)とは

長野県および和歌山県が全国の自治体に参加を呼びかけ、ワーケーションの普及促進を目的として2019年11月に65自治体により設立された団体。2021年2月時点、会員自治体が170となっています。会長に和歌山県仁坂知事、会長代行に長野県阿部知事、監事に鳥取県平井知事が就いています。ひとつの自治体ではなかなかできない情報発信について、自治体連携で解決しようと活動中です。公式フェイスブックでは積極的な発信をしています。政府に対する要望書の提出や、一般社団法人日本経済団体連合会や公益社団法人日本観光振興協会と全国的なワーケーションの推進に向けたモデル事業に関する覚書を締結するなど、積極的な活動で自治体におけるワーケーションの推進をけん引しています。

導入・推進を考えている地域・自治体へのメッセージ

ワーケーションを推進するためにはストーリーが大切だと思います。また、地域の「ワーケーション資源」を把握して地域として提供できるものをぶれさせないことも大切だと感じます。ワーケーションという概念は幅広いです。枠にはめることなく自分達が考えるやり方で良いと思います。

インタビューに
答えてくれた人

和歌山県
企画部情報政策課長
桐明 祐治 さん

北海道北見市

～ふるさとテレワークの推進×人材回帰モデルでワーケーションを推進～

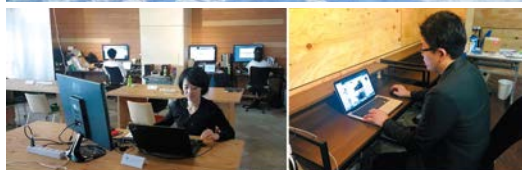
DATA

- 人口：115,351人(2021年1月)
- 概要：北海道東部の中核都市。西は源泉かけ流しのおんねゆ温泉、東はサロマ湖とカーリングが盛んな常呂町がある。中心部のJR北見駅周辺にはビジネスホテルが多数あり宿泊拠点として最適。

Q ワーケーションを取り組み始めた経緯は？

ワーケーションに取り組んだきっかけは、もともと企業誘致を進めたことと関係します。北見市には、国立北見工業大学があるのですが、卒業生は市外に就職してしまい、何とか学生が北見市に残る方法はないかと考えていました。そこで、IT系企業に北見市に進出してもらい、そこで就職に繋がらないかと考えました。市としても大学と連携し、学生インターンシップをアレンジすることや、就職あっせんのサポートをして、学生が北見市に残る方法を模索しました。

ところが、新卒社員をいきなり北見市で働かせるというのは難しい側面があることに気づきました。そこで、入社後ある一定期間は東京などの都市部で働いてもらい、経験、スキルが身についたら北見市に帰って、テレワークなどで働いてもらうというモデルを考えました。この人材回帰モデルは、生まれた川に帰ってくるサケに因んで、「サケモデル」と呼んでいます。



Q ワーケーションの受入環境整備面では、どのようなことを進めているのですか？

北見市の中心部に位置する商店街の空き店舗を活用し、サテライトオフィスを整備しました。ここをふるさとテレワーク推進事業の拠点として活用しています。ビルのオーナーは民間事業者ですし、借りているのは一般社団法人です。2017年、18年は市から委託してやっていましたが、2019年以降は民間として自走してやっています。利用者は年間で2,000人～3,000人程度です。また、北見市に進出したIT系企業は一軒家を借り上げて、ワーケーション用施設として利用する社員の働く場、居住の場としています。

ワーケーション用のプログラムやモデル日程、観光コースなどは、それほど用意していません。利用者はそれぞれニーズが様々ですし、利用者自身もかなり調べてきて自分達のやりたいことをしっかりとやっていることがわかったからです。その代わり、地域の大学との連携や、地域課題を進出企業の技術で解決するような共同研究などを積極的に実施しています。

また、プロモーションについては、「はたらぶ北見」というホームページやフェイスブックページを作って情報発信を進めています。「はたらく」と「あそぶ」を掛け合わせて「はたらぶ」です。その他、航空会社と連携してワーケーションのパッケージ商品を作ったり、返礼品として北見市の体験型商品が貰えるふるさと納税のサイトに参画したりなど、色々なことを進めています。

Q 様々な取り組みにチャレンジしていますが、課題などがありますか？

今までは法人向けのワーケーションを推進していましたが、これからは個人向けのワーケーションにもさらに取り組んでいきたいです。ただ、なかなか個人でワーケーションをする人を見つけることや、その人達と繋がるのは難しいです。これは課題です。後は、行政が色々進めていることをどうやって民間に移管し、継続的なビジネスとしていくのかも課題だと思います。民間で自走化ができると長期的な取り組みとなると思います。その他、庁内でも他の部署と連携することをまだまだやっていきたいですね。ワーケーションには、横断的な取り組みが必要だと思います。

導入・推進を考えている地域・自治体へのメッセージ

私達もまだまだ迷いながらやっています。

大切なのは、テレワークやワーケーションを使って、地域として何をしたいかを明確にすることだと思います。



インタビューに答えてくれた人

北見市商工観光部
観光振興課 工業振興課
我妻 信太郎さん 松本 武さん



静岡県下田市

～事業者と連携し、関係人口をテーマにワーケーションを展開～

DATA

● 人口：20,973人(2020年10月)

● 概要：年間平均気温が約17度と温暖。年間降水量1,900mm程。

亜熱帯系から亜寒帯系まで、様々な草花や果実を楽しめる。また、黒潮で育まれた豊富な海産物にも恵まれている。

Q ワーケーションを取り組み始めた経緯は？

下田という町の課題を見てみると観光地としては有名でしたが、入込数や宿泊数も減っていて、何か新しい産業を生み出す必要があると思っていました。地域の中と外が協力して何かできないかと。その時に会った言葉が「ワーケーション」でした。調べてみると、下田流のワーケーションの取り組みができそうと思い、キーワードを「内と外の共創」として、ワーケーションで来る利用者が「地域の人や仕事に直接関わる」ということをコンセプトにワーケーションに取り組み始めました。

Q ワーケーションを進める中で大切にしたいことは何ですか？

地元の皆さんのワーケーションに対する理解を大切にしました。リモートワークとかノマドワーカーなんて言葉も知らない、見たこともないという人がいたので、丁寧に説明するためにワークショップを開催しました。その後、下田ワーケーション研究会を作り、地域におけるワーケーションの認知向上に努めました。地元の観光業の方にはまだまだワーケーションによるメリットをお伝えしないといけないと思っていますが、このような地域の理解を大切にしています。



Q ワーケーションが軌道に乗ったきっかけは何ですか？

ワーケーションを推進する事業者が現れて、下田に拠点を作ってくれたことです。ワークスペースや居住スペースがある施設で、その後多くの方が利用するようになり、2020年は延べ約1,800の宿泊数がありました。また、PRするために、ワーケーションサミットという官民連携のイベントなどを実施しました。これも下田のワーケーションが広く浸透するきっかけになりました。結果的には、推進する事業者と市が連携協定を締結するまでに至り、ワーケーションへの取り組みが加速しました。

Q 下田のワーケーションの特徴は何ですか？

ワーケーションに参加する利用者、企業が継続的に下田に関わってもらえるように、市内の企業が参加・共創できる機会を作ったことです。いわゆる地域課題を共有して、解決の実現を双方で考えていくというものです。ワーケーションに来る方も基本的には働きに来ていますし、受入地域としては何度も下田市に来てもらいたいの、単なる観光要素だけではなく、地域課題解決や経済活性化といったテーマで双方に関わってもらいました。この取り組みがそのまま関係人口に繋がることがわかりました。

Q 今後の取り組みについて考えていることは？

「下田ワーケーション」という言葉が浸透してきました。2020年には別の事業者とも提携協定を締結し、2021年に新しいワークスペースもできる予定です。まずはこれをしっかりと進めていきたいです。

また、ワーケーションに関しても観光同様、広域連携をさらに推進したいです。1つの市町では訴求力が弱いので、長期的には伊豆エリアとして、多様な魅力を実感できるワーケーションを推進し、更なる関係人口の増加を目指しています。

導入・推進を考えている地域・自治体へのメッセージ

施設などハード面だけ整備して満足してはいけません。イベントの企画や地域の協力体制構築などのソフト面の充実こそが大切です。地域の課題を整理して、確かな受入のコンセプトを示すこと、そして、それらの認識を共有している団体、企業と連携して動くことも重要です。

インタビューに
答えてくれた人下田市役所
産業振興課
樋口 有二 さん

新潟県妙高市

～ラーニングワーケーションで地域の独自性を～

DATA

- 人口：31,253人(2021年1月)
- 概要：新潟県南西部に位置する。長野県と隣接し、「妙高高原」一帯は観光地。8つのスキー場を有する日本有数の豪雪地帯。また、7つの温泉地、5つの泉質、3つの湯色を楽しめる湯どころ。東京から北陸新幹線で約1時間50分の近さ。

Q ワーケーションを取り組み始めた経緯は？

ワーケーションという言葉をあまり知らなかったのですが、他の地域でやっていた親子ワーケーションというイベントに参加してみました。そこで、色々な学びを得て、出会いもあり、妙高市でもワーケーションを推進しようということになりました。

妙高市のワーケーションのターゲットは「企業」としました。特に、企業の人材育成のプログラムを提供する形でワーケーションを進める「ラーニングワーケーション」を目指すことになりました。ワーケーションを単なる「仕事+休暇」や「観光の延長」と捉えず、ワーケーションを通じて企業にも参加者にも価値のある内容を提供しようと考えたのです。また、研修を扱う企業とも国内2事例目という形で連携協定を締結しました。その企業とワーケーションを推進したことも取り組みが加速したきっかけとなりました。



Q ワーケーションを推進するために、具体的にどのような取り組みを実施しましたか？

まず、推進するための体制を整えました。妙高市グリーン・ツーリズム推進協議会にワーケーション業務を委託し、専従の職員2名を配置しました。この職員は関係人口を増やすためのコーディネーターです。また、妙高ワーケーションセンターを設立しました。各種プログラムや宿泊などに関する情報を提供するものです。このような体制、ハード面の整備をしながら、人材育成に資するプログラム開発もしました。地域内に研修ができる人材もあり、また連携協定を結んでいる企業もいたので、プログラム開発は問題なかったです。以上のような受入環境整備をしながら複数回のモニターツアーを実施し、利用者ニーズの確認や課題の洗い出しをしました。

その他、ワーケーションを推進する上でパートナー企業と積極的に連携しています。旅行会社などの力を借りた営業展開や、パートナー企業がコワーキングスペースを駅前に整備・開設するなどの事例もあります。

Q 今後の妙高市のワーケーションはどのように展開するのでしょうか？

まず、参加者満足に繋げるために、様々なプログラムを開発します。森林ツーリズム、トレイルランニングなど妙高市が持つ強みを活かしたものを提供していきたいです。次にビジネスマッチングに力を入れます。都市部企業と地元企業のマッチングです。さらには、地元でテレワーク人材を育成したワークシェアリングの推進です。都市部から仕事をシェアして地域の人の雇用に繋げたいです。最後は、テレワーク研修交流施設を整備することです。これによりワークスペースが確保でき利用者同士の交流も生まれると思います。

Q ワーケーションに関するプロモーションはどのように進めていますか？

ウェブサイト、パンフレット、動画などを整備しています。特に昨今はデジタルの力でプロモーションを推進することに力を入れています。また、企業など面白い取り組みをすると、それがメディアから注目されて記事になったり、テレビで取り上げられたりすることもプロモーション的には効果があると思います。

導入・推進を考えている地域・自治体へのメッセージ

在宅ワークやテレワークの普及は、地方自治体にとっては大きなチャンスだと思います。今こそ地方が復活できる施策を考えて一緒に推進しましょう。地方自治体が手を取り合って協力していくことや情報共有を進めることが大切だと思います。



インタビューに
答えてくれた人

妙高市役所
企画政策課 未来プロジェクトグループ
斉藤 誠さん

長崎県五島市

～偶発性を楽しむ“心かようワーケーション”～

DATA

- 人口：36,191人（2021年2月）
- 概要：福江島を中心に11の有人島と52の無人島で構成される離島の自治体。美しい自然景観を有し、一次産業が盛ん。2018年には「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」として、ユネスコ世界遺産に登録されたエリアでもある。

Q ワーケーションを取り組み始めた経緯は？

東京オリンピックを契機にリモートワークなど新たな働き方の導入や地方への移住が進むと考え、リモートワークに関心をもちました。特に、五島市出身者や学生に対して、五島市でもリモートワークができることを知ってもらい、将来帰ってくるきっかけになればと考えました。ただ、もともとは2018年頃から、市内でパソコンを持って仕事をしている人がいることを知り、そういう人が釣りなどを楽しんでいる、こういう働き方があるなら移住に繋がらないかと考えるようになりました。

そのような時に、WEBメディアからお声掛けいただき2019年5月にリモートワーク実証実験を開催しました。約50名の方が参加し、地元の人達との交流会が参加者の満足度を上げ関係性が生まれたことで、取り組みが一気に広がりました。その後、2020年1月に五島市の主催で「五島ワーケーション・チャレンジ2020」と称して、地域課題解決および関係人口創出を目的として開催しました。地元の人達と市外からの参加者が交流できるイベントやワークショップを行い、毎回多くの方に参加してもらいました。このワーケーションには交通費、宿泊費などは参加者の自己負担に関わらず、定員を超える参加があり、仕事をするだけでなく地域の方との交流にもニーズがあると感じました。



Q 五島市のワーケーションの特徴は何でしょうか？

五島市は訪れる人、受け入れる人の双方にメリットがあり、継続的に関わり合う仕組みづくりに力を入れています。その中で、お互いが普段は得られない人的、知的刺激を受けられる機会として、またUIターンや二拠点居住に繋がる関係人口の創出、観光閑散期における需要喚起、サテライトオフィスの誘致に取り組んでいます。

昨年主催した「五島ワーケーション・チャレンジ2020」では、参加者と地域の人達との触れ合いを大切にしており、そのきっかけ作りとして、「ポットラックパーティー」を開催しました。ポットラックパーティーとは参加するメンバーそれぞれが食べ物や飲み物を持ち寄って楽しむ食事会のことです。イベント期間中に5回開催し、延べ250人もの参加がありました。形式的な意見交換会をやるよりも本来の主旨である交流が全然生まれないと思い、あくまでも自主的な参加、持ち寄って楽しむ食事会ということにしました。そうすると、参加者と地元の人で話が盛り上がり、地元の人がお店のホームページを作ったがなかなか商品が売れないという悩みを参加者に相談したり、農家の人と参加者が五島市の農産物を高く売る方法を議論したりと、自然発生的に五島市の課題や事業者の悩みを相談するような場面が生まれてきました。これはポットラックパーティーの効果だと思っています。

Q 五島市のワーケーションのお話を聞いていると、とても楽しそうですね。うまくいく秘訣はどこにあるのですか？

とにかく、訪問者と受入側双方にメリットがあり、継続的に関わり合う仕組みを作ることです。私達は「心かようワーケーション」と呼んでいます。具体的には都市部からの参加者には知的好奇心を満たすようなテーマを提供しています。これが五島市にこれからも関わりたいと思うきっかけになります。また、地域の事業者や市民に対しても、巻き込まれたくなる企画を作ること意識しています。そうすると双方にメリットが出てきます。これらを意識しながら、最後は偶発性が生まれる余地をしっかりと残しています。Enjoy Happenstanceが大事です。

導入・推進を考えている地域・自治体へのメッセージ

ワーケーションを推進する上では、地域として何のために、誰のためにやるか、どのような人に来てもらいたいかをしっかりと決めてから誘致をすることが大切だと思います。ワーケーションについては、正直まだまだ正解がないので、やってみること、進めていくことが大切だと思います。



インタビューに
答えてくれた人

五島市
地域協働課
庄司 透さん



地域 × 企業のコラボレーション

和歌山県白浜町 × セールスフォース・ドットコム



～サテライトオフィスで実践する地域と密接に関わる新しい働き方～

サテライトオフィスがスタートだった 白浜町でのワーケーション

年間300万人以上の観光客が訪れる白浜は、国内でも有数の観光地です。白い砂浜と青い海がリゾート地として雰囲気醸し出し、泉質の良い温泉、レベルの高い宿泊施設や観光施設が集積されて、観光地としてのポテンシャルは非常に高いエリアです。

観光地として認知度が高い白浜町ですが、2000年以降、ICT企業の誘致を積極的に進めています。2003年には、南紀白浜空港から近い場所にある民間企業の保養所を町が買い上げて企業誘致のための白浜町ITビジネスオフィスとしました。

転機が訪れたのはクラウド型顧客管理サービスを提供するセールスフォース・ドットコムが白浜町に進出したことです。セールスフォース・ドットコムの進出を皮切りに、その他のIT企業も白浜町に進出することになり、白浜町ITビジネスオフィスは満室となりました。その後も多くの企業進出が続き、白浜町第2 ITビジネスオフィス、第3ITビジネスオフィスの開設へと繋がりました。



過去の経験を活かした 和歌山県らしい企業サポートを実施

サテライトオフィスで多くの企業が進出するようになった白浜町ですが、最初は苦い経験もありました。2000年代に進出した企業が数年で撤退してしまったのですが、その原因は地域としてのサポートが徹底できなかったことが理由です。それからは、進出してくる企業や利用者に対する徹底的な支援を実施しました。例えば、家族連れの移住者に対しては、単なる転居に関する移住支援だけでなく、子供の学校や生活環境に対するサポートも実施します。加えて、サテライトオフィスで働くスタッフと地元の若者の交流会や飲み会を開いたり、休日も一緒に出掛けたりと、公私にわたる付き合いやサポートを地道にしています。実際、セールスフォース・ドットコムの白浜オフィス長も家族で移住していますが、和歌山県や白浜町の支援にはとても満足していて感謝していると話しています。

進出企業から地域への貢献

和歌山県や白浜町が進出企業やワーケーションで来県する利用者に対する徹底的なサポートを実施したお陰で、支援を受ける企業や利用者からも地域に対して様々な恩返しが始まりました。セールスフォース・ドットコムでは、自社のオフィスを会場にして子供向けのプログラミング教室を開催しました。また、白浜町の子供達をセールスフォース・ドットコムの本社に招いたりもしました。世界最先端のIT企業の社員が直接地域の子供達にITのスキルや知識を教えるということが実現したのです。また、サテライトオフィスで働く社員は、様々な地域貢献活動に個別に参加したり地域の住民と積極的に交流するなど、お互いに地域を良くしたい関係者として協力をするようになったのです。



▶ まとめ

企業誘致から始まった白浜町とセールスフォース・ドットコムの出会いが、今はワーケーションの先進地和歌山県に繋がりました。単なる観光を超えて、地域と一緒に良くしたい、盛り上げたい仲間としての関係性の構築が現在の白浜町に繋がったということがわかります。

地域 × 企業のコラボレーション

北海道北見市 × アイエンターノズプスジャパン

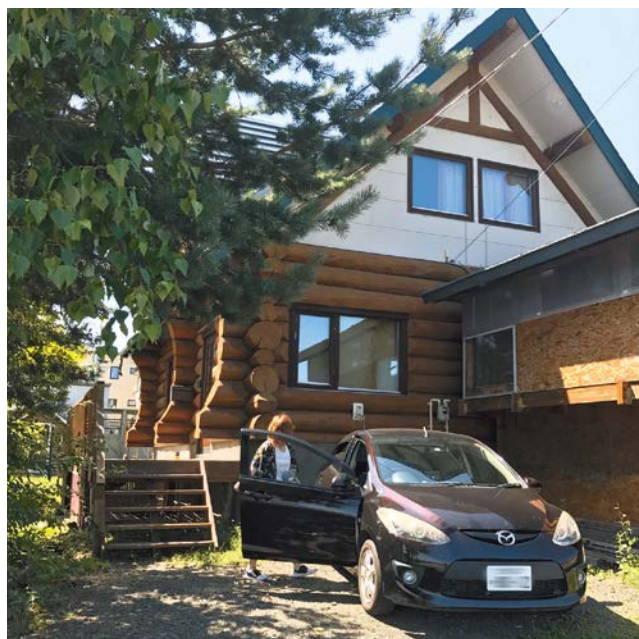
～IT企業の進出が地域課題の解決へ～



ふるさとテレワークでIT企業と連携

北海道北見市では、2015年に総務省「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」に参画しました。この事業に対して、首都圏の9企業が社員を派遣し、北見工業大学の学生採用を目的としたサテライトオフィスの効果実証や、観光運動型のテレワーク実証実験が行われました。まだワーケーションという言葉が日本で浸透していない時期からワーケーション的な取り組みを実施していたことになります。その後、実証事業に参加したIT企業のうち、(株)アイエンターと(株)ズープスジャパンは、市内に自社で家屋を借り上げて職住一体型サテライトオフィスとし、ふるさとテレワークによるワーケーションを継続しています。

アイエンターは、スマートデバイスなどの分野でシステム開発を手掛ける成長著しいIT企業です。市内のサテライトオフィスでシステム開発などに集中して取り組みながら、休日はスキーや観光、グルメを楽しむといったワーケーションの働き方を実現しています。一方、ズープスジャパンもシステム開発を手掛ける急成長IT企業です。社長自らが進んで北見市で親子ワーケーションに参加するなど、新しい働き方にもチャレンジしています。両社とも北見工業大学との共同研究や新卒者の採用・インターンシップでの連携などを実施しています。この2社に代表されるように、北見市と先進的なIT企業がタッグを組んでワーケーションを展開することで様々な波及効果に繋がっています。



企業のブランド価値向上に繋がるワーケーション

従業員の働き方改革を推進する両社は、楽しく働き、楽しく遊ぶという姿をトップ自ら示していますが、このワーケーションの取り組みは本業にも大きな効果をもたらしています。離職率の低下や社員のモチベーションの向上、企業としての先進的な取り組みが脚光を浴びるなど、企業ブランド価値の向上にもワーケーションが一役買っています。また、両社とも北見市のことを大切に、ふるさとのように接することで地域との密接な関係を醸成しています。

IT企業が持つ技術で地域課題の解決へ

2017年、両社を含めた数社は、北見市と「北見市内のサテライトオフィスでふるさとテレワークを推進する IT 関連企業との ICT 環境を活用した地方創生に係る連携協定」を締結しました。これにより、北見工業大学の学生を対象としたハッカソン(=ソフトウェア開発に関するイベント)や、地元の企業とのビジネスマッチング、テレワークの推進などを展開しながら、企業の技術を使って地域の課題を解決することにも挑戦することとなりました。例えば、アイエンターでは北見市役所の窓口業務にロボットの技術を活用することで、人力の省力化ができないかという実証実験を行っています。このように地域の課題をIT企業の最先端技術で解決するという取り組みにも挑戦しています。



▶ まとめ

北見市は、ワーケーションという言葉がまだ浸透する前からIT企業と連携してワーケーション的取り組みを実施しています。また、従業員の働き方改革にとどまらず、人材採用、育成、Uターン支援やIT企業の技術を活用した地域課題解決にも挑戦している姿は、他の自治体のモデルといえます。

受入環境の整備の方法



P7のチェックリストも併せて確認しましょう

受入環境整備の重要性

ワーケーション・プレジャーを推進する上では、地域の受入環境を整備することが重要になります。以下の項目に従い、受入環境整備の方法を理解して、各地域で整備を進めましょう。なお、地域内の宿泊施設が独自にワーケーションプランやプレジャープランなど宿泊プランとして販売しているケースもありますが、ここでは受入地域全体としての環境整備面について確認をします。

STEP

01

準備

まずはワーケーションを受け入れることが可能となるように推進体制を地域に作ります。地域の利害関係者が一堂に参加する協議会形式や、DMO、観光協会などの観光関連団体でも構いません。行政の一部署が担当を担うこともありますが、まずは推進・実行できる母体を作ることが大切です。

次に、自地域のリソース(=資源)を確認します。拠点となる宿泊施設やワークスペースがあるのか、観光資源がありワーケーション要素は提供できるのかなど、ワーケーションを推進する上での地域のリソースを確認しましょう。

その上で、地域事業者、住民に対してワーケーション等を推進することが自地域にどのような意義があるのか等、その必要性を議論する機会を作ります。勉強会、ワークショップ形式で実施します。カタカナ語の新しい概念ゆえに、丁寧に時間をかけて意義を説明し、地域にとっての必要性を理解してもらうように働きかけましょう。

推進体制の構築

ワーケーションを推進する母体を作り、地域の多くの利害関係者が入る母体が望ましい

地域のリソース(=資源)確認

- 宿泊施設の有無
- ワークスペースの有無
- 観光資源の確認 など

地域事業者・住民への説明

地域としてのワーケーションの意義を理解し、協力的な風土を構築する

STEP

02

施設・ハード面

ワーケーションを推進する上で、まずは地域内の宿泊施設の整備状況を確認します。①Wi-Fiなどの通信環境があるか、②セキュリティ対策が実施されているか、③コワーキングスペースなどワークスペースが施設内にあるか、④ワークスペース内では、複合機、机、いす、照明など、通常のオフィスで仕事をするものと同じ環境が整っているかなどです。必ずしもワークスペースやオフィス環境は必要ありませんが、利用者満足度を考えた場合、今後検討すべきポイントです。

その他にも、宿泊施設とは別に地域の中にサテライトオフィスやコワーキングスペースがあるかも確認します。古民家や使われていない施設はサテライトオフィスに転用することもできるので、そのような建物についても調査をします。

また、長期滞在に対応できる地域・施設かどうかも重要です。宿泊施設でいえば、連泊対応が可能か、泊食分離は可能か、地域内にスーパーやコインランドリーなどについても確認しましょう。また地域内の移動手段についても確認と整備が必要になることがあります。

宿泊施設内におけるハード面の整備

- Wi-Fiなどの通信環境整備
- セキュリティ対策
- コワーキングスペースなどのワークスペースの整備

地域内の独立したコワーキングスペースの整備

サテライトオフィス、コワーキングスペースとなりうるワークスペースの整備

生活面における環境整備

- 連泊対応の宿泊メニュー・泊食分離の対応
- スーパー、コインランドリーなど長期滞在向けの環境の確認
- 二次交通の整備(公共交通機関／レンタカー／レンタサイクルなど)

人材面

業務型ワーケーションの受入を検討している地域は、地域コーディネーターの採用、育成が重要です。ワーケーションに関する企業ニーズは多岐にわたり、単なる観光メニューの提供にはとどまらないので、対応できる人材を配置することは業務型ワーケーション誘致の成否に繋がります。

地域コーディネーターの業務

- 業務型ワーケーション(地域課題解決型／合宿型)に対する企業ニーズの理解
- 地域課題解決型、合宿型ワーケーションに対するプログラム開発
- 受入地域側の準備対応(地域の事業者／住民と進出企業とのマッチング)
- ワーケーション実施に向けた企業との調整
- 合宿・研修、イベント等のワーケーションにおける当日のコーディネート
- 継続的な関係づくりのための連絡 等

地域コーディネーターの採用・育成

地域コーディネーターを採用、育成するための研修プログラムや採用方法の検討

プログラム面

休暇型ワーケーションを推進する場合は、業務の合間や休暇中に利用者が気軽に楽しめる観光メニューを準備します。特に、グルメに関するメニュー、地域で一押しの観光メニューはわかりやすく訴求します。一方、地域住民とともに交流する体験メニューなど継続的に利用者が参加したくなるような内容をラインアップします。

業務型ワーケーションを推進する場合は、地域課題の抽出や地域事業者を巻き込んだプログラム開発、合宿型のワーケーションの場合は研修プログラムなどの開発も必要になります。

休暇型ワーケーションにおける観光メニューの整備

- 着地型観光商品や滞在プログラムの開発
- 予約申し込み、問合せ機能

業務型ワーケーションにおける観光メニューの整備

- 地域課題解決型:地域課題の洗い出し、地域事業者の選定
- 合宿型:研修プログラムの開発、サポート

資金面

地域における受入環境を整備する際は資金面が大切です。設備面などのハード整備については、民間事業者が投資として実施するケースや行政などの助成金、補助金を活用するケースがあります。いずれにしても、投資対効果を事業計画という形でまとめてから資金調達方法を検討します。

事業計画の策定

- 初期投資にいくらかかり、維持管理にどのくらいかかるかを算出
- 投資したものからどの程度の売上・利益が見込めるかを中長期で算出

資金調達方法の検討

初期投資の費用に対して、行政等の助成金・補助金、金融機関等の融資、地域ファンド等からの投資など、ありとあらゆる調達方法を検討する



情報発信

受入環境整備が整い、ワーケーションを推進する段階に到達したら積極的に情報を発信します。自社ホームページやSNSを通じて、顧客と直接やり取りできる仕組みを作ります。また、メディアに取り上げてもらいニュースとして発信できるような働きかけをします。

以上のように受入環境整備の5つのステップと情報発信を進めることで、地域と利用者にワーケーションが浸透ようになります。

ワーケーションに関する情報



各省庁のワーケーション推進支援メニュー

観光庁

● 令和3年度「企業と地域によるモデル事業(仮称)」

ワーケーション等に関心の高い企業と地域を募集し、双方の体制整備とマッチングを行い、企業と地域の継続的な関係性の構築に繋げる事業です。

※詳細は令和3年4月以降に観光庁HP等で公開予定

内閣府

● 令和2年度第3次補正 地方創生テレワーク交付金

サテライトオフィス等の整備、民間のシェアオフィス・コワーキングスペース等の整備支援、施設利用企業への助成、利用促進に向けたプロジェクト推進など、自治体が進めるテレワークによる地方創生を応援する事業です。



● 令和3年度「地方創生テレワーク推進事業」

自治体・企業・働き手の状況に応じ、取り組みを進めるきっかけとなる情報から具体的な取り組みを進めるための情報まで、ワンストップで提供しつつ、自治体や企業の個別の強み、ニーズ、事情に応じた具体的な相談対応を行う事業です。

総務省

● 令和3年度「テレワーク普及展開推進事業」

中小企業を支援する団体と連携した「テレワーク・サポートネットワーク」による地域での支援体制の整備・運用や、専門家(テレワークマネージャー)派遣を通じたシステム・情報セキュリティ等に関する無料相談により、企業等のテレワーク導入を支援する事業です。



● 令和3年度「地域サテライトオフィス整備推進事業」

一定のセキュリティ水準を確保したサテライトオフィスの整備に係る事業に対し助成を行う事業です。



厚生労働省

● 令和3年度「雇用型テレワークの導入・定着促進のための施策」

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に沿った取り組みを企業に促すためのセミナー・表彰や、テレワークを新規に導入する中小企業事業主への助成等を行う事業です。



農林水産省

● 令和3年度「農山漁村振興交付金における農泊の推進」

農山漁村の活性化と所得向上を図るため地域における実施体制の構築、観光コンテンツの磨き上げ、多言語対応やワーケーション対応等の利便性向上、滞在施設等の整備等を一体的に支援するとともに、国内外へのプロモーションや地域が抱える課題解決のための専門家派遣等を実施する事業です。



環境省

● 「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」

国立公園等で「遊び、働く」という健康でサスティナブルなライフスタイルを推進し、地方創生に貢献することや感染症対策を徹底した上で、国立公園、国民保養温泉地等において魅力的なツアー等やワーケーションを実施することで、新型コロナウイルス感染拡大により減退した公園利用の反転攻勢と地域経済の再活性化を図るための支援事業です。



その他のお役立ち情報

ワーケーション自治体協議会(Workation Alliance Japan)

長野県および和歌山県が全国の自治体に参加を呼びかけ、ワーケーションの普及促進を目的として令和元年11月に65自治体により設立された団体。ワーケーション推進に関する様々な情報発信を実施している。

<https://www.facebook.com/WorkationAllianceJapan/> ▶





【問合せ】

観光庁 国際観光部 国際観光課(MICE室)／参事官(旅行振興)

TEL:03-5253-8111

ワーケーション・プレジャー 観光庁

検索

