

新しい関係人口 ワーケーション需要の現状と可能性

2021年11月18日

株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター 研究員 森 成人



(C) Recruit Co., Ltd. All rights reserved.



1. ワークেশョンとは？
2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？
3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？
4. 企業から見るワークেশョン利点は？
5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
6. おわりに

1. ワークেশョンとは？

- 2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？
- 3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？
- 4. 企業から見るワークেশョン利点は？
- 5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
- 6. おわりに

1. ワークेशनとは？

ワークेशनとは？

Work (仕事) + **Vacation** (休暇)

WorkとVacationを組み合わせた造語で、テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で地域の魅力に触れながら仕事を行うこと

いつもと違う場所 (普段の生活圏外) に滞在し、

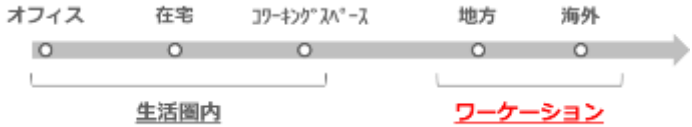
いつもどおりの仕事を行いながら、**いつもと違う経験・体験**をする取り組み



「この部分をどれだけ価値のあるものにできるか」が重要

1. ワークेशनとは？

ワークेशनは広範な概念であるが、大きく以下の2つの類型に分けられる。

個人型ワークेशन		出張型（出島型）ワークेशन
 ワークेशनは、オフィス外での勤務が可能な場合に、在宅勤務等の生活圏内に留まらず、社員が自由に地域等において業務を行う。	概要	 企業において、それぞれの目的に応じて、地域に社員を派遣しながら事業を実施し、社内で結果を踏まえながら取組を展開する
場所に制限されない働き方の実現 （ダイバーシティ）	目的	イノベーションの創出／ 地方創生・地域課題解決への貢献等
普段の業務	業務内容	普段の業務／ ワークेशनの目的に応じた業務
企業としてオフィス外でも普段どおり 業務が実施できる制度やシステム	準備	企業課題に応じた ワークेशनの活用法の検討
個人	費用負担	企業

1. ワークেশョンとは？
- 2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？**
3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？
4. 企業から見るワークেশョンの利点は？
5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
6. おわりに

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワークেশョンのマーケット規模やカスタマのニーズや不安、促進へのカギを知るために大規模定量調査を今年3月に実施

調査概要

▶ 調査名

✓ ワークেশョンに関する調査 分析レポート

▶ 調査目的

✓ ワークেশョンの市場を構造化して把握し、今後の展開に向けた具体的な施策の方向感を得る。

▶ 調査方法

✓ インターネットリサーチ（株式会社マーケティングアプリケーションズ）

▶ 調査期間

✓ 2021年3月26日～30日

▶ 調査対象

✓ 20歳～49歳までの社会人男女 1,200名。（学生を除く）
✓ なお右記の通り回収割付を行った。

▶ 調査企画・実査管轄・分析

✓ 株式会社ディプラス

回収割付	一都三県	大阪府・ 京都府・ 兵庫県	愛知県	札幌市	仙台市	広島市	福岡市	合計
男性・計	250	100	50	50	50	50	50	600
男性20代	83	33	16	16	16	16	16	196
男性30代	83	33	17	17	17	17	17	201
男性40代	84	34	17	17	17	17	17	203
女性・計	250	100	50	50	50	50	50	600
女性20代	83	33	16	16	16	16	16	196
女性30代	83	33	17	17	17	17	17	201
女性40代	84	34	17	17	17	17	17	203
合計	500	200	100	100	100	100	100	1,200

ワークেশョンに関する調査 分析レポートより抜粋

ワークেশンの受容性／ポテンシャル

★本調査では、ワークেশンを以下の3つに類型化したうえで、受容性などの質問を行っている。

1) 滞在型ワークेशन

現在のお住まいを持ちながら、現在のお住まいとは異なる地域で一定期間宿泊あるいはずっと住み、リモートワークを活用して仕事を継続しつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

2) 移住型ワークेशन

現在のお住まいを引き払い、異なる地域で一定期間あるいはずっと住み、現在の会社でリモートワークを活用して仕事は継続しつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

3) 出張型ワークेशन

出張の前後にプライベートの宿泊予約をして、リモートワークを活用して仕事をしつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

ワークेशनに関する調査・分析レポートより抜粋

2. ワーケーションのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワーケーション全体の意向度×実現度

**「実現層（7%）」、「意向層（39%）」が全体の46%を占める
また「意向層」は「可能層（19%）」と「憧れ層（20%）」に分かれる**

Q.あなたは以下のような暮らし方・働き方をどの程度「したい」と思いますか？
また「実現できる」と思いますか？
※既に実現している方は「すでに実現している」をお選びください

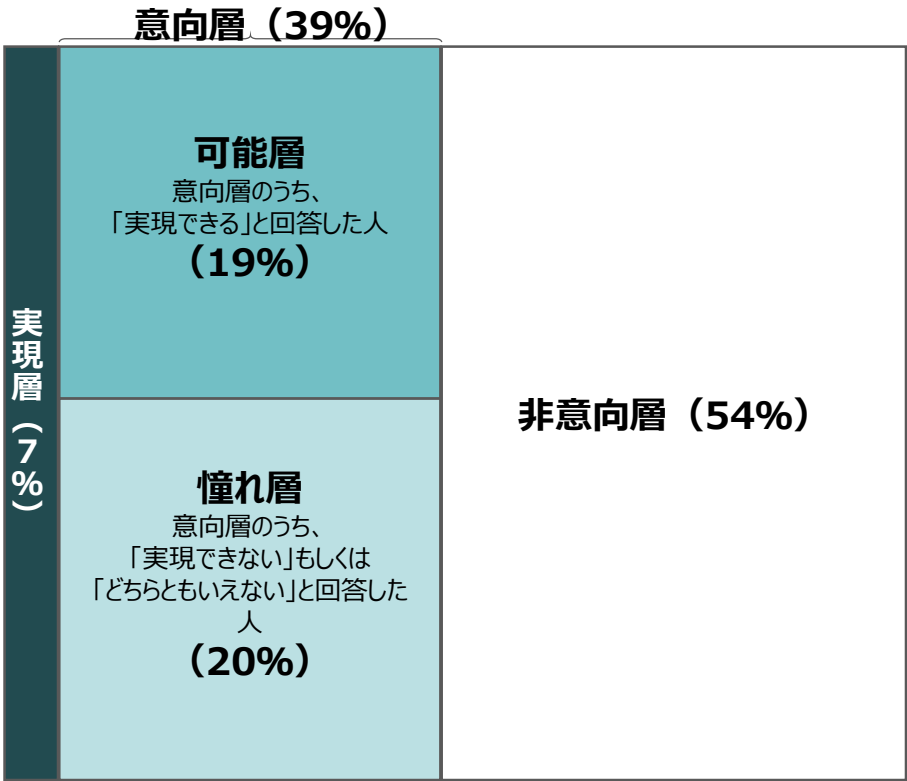
「したい」：意向度
「すでに実現している」「実現できる」：実現度

- ▶「既に実現している」という「実現層」は7%である。
- ▶「したい・計」=「意向層」40%を、
実現度（「できる・計」と「できない・計」）で分け、全体の中に占めるシェアを算出すると、
 - ◆可能層（「したい」×「実現できる」）：19%
 - ◆憧れ層（「したい」×「実現できない」）：20%とほぼ同比率になった。

※クロス集計算出手順

- ・3つのワーケーションについて、
 - ・どれか1つでも実現している人は実現層
 - ・どれか1つでも可能である（が、1つでも実現していない）人は可能層
 - ・どれか1つでも「したい」が「できない」（かつ、1つでも実現・可能だと回答していない）人は憧れ層
- ・すべて「したいとは思わない」と回答した人は非意向層と設定した。

・前項でみた3つのタイプのワーケーションの意向度と実現度を統合・クロス集計し、
下図のように構造化した。（詳細は左記参照）

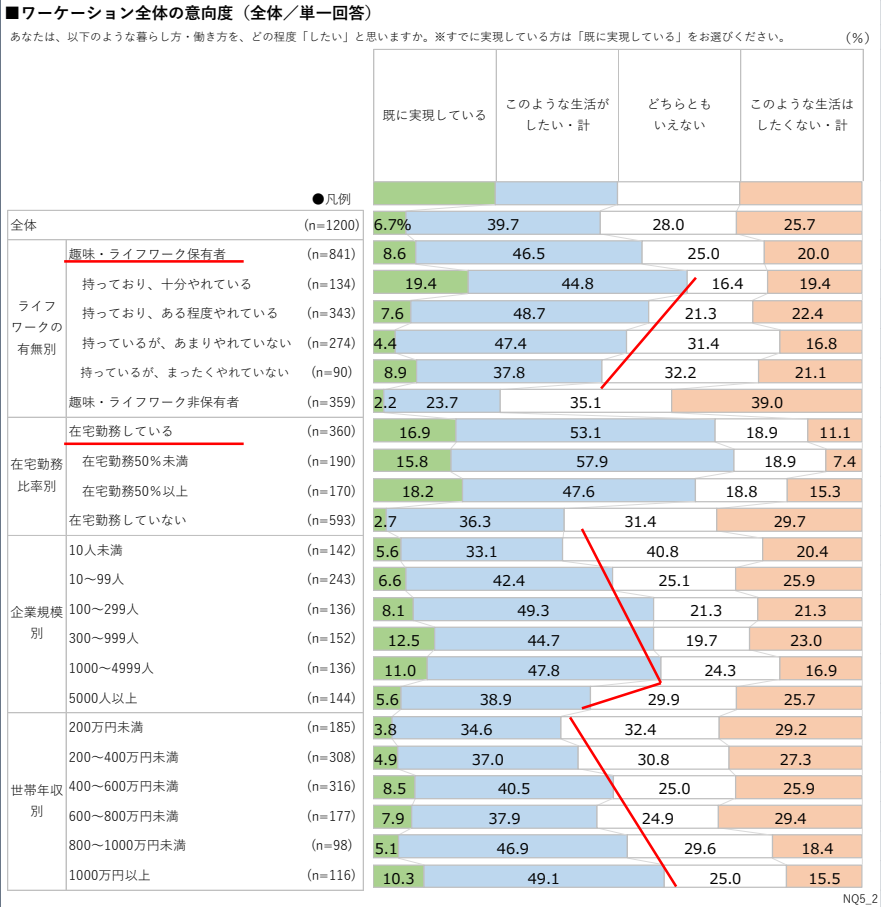
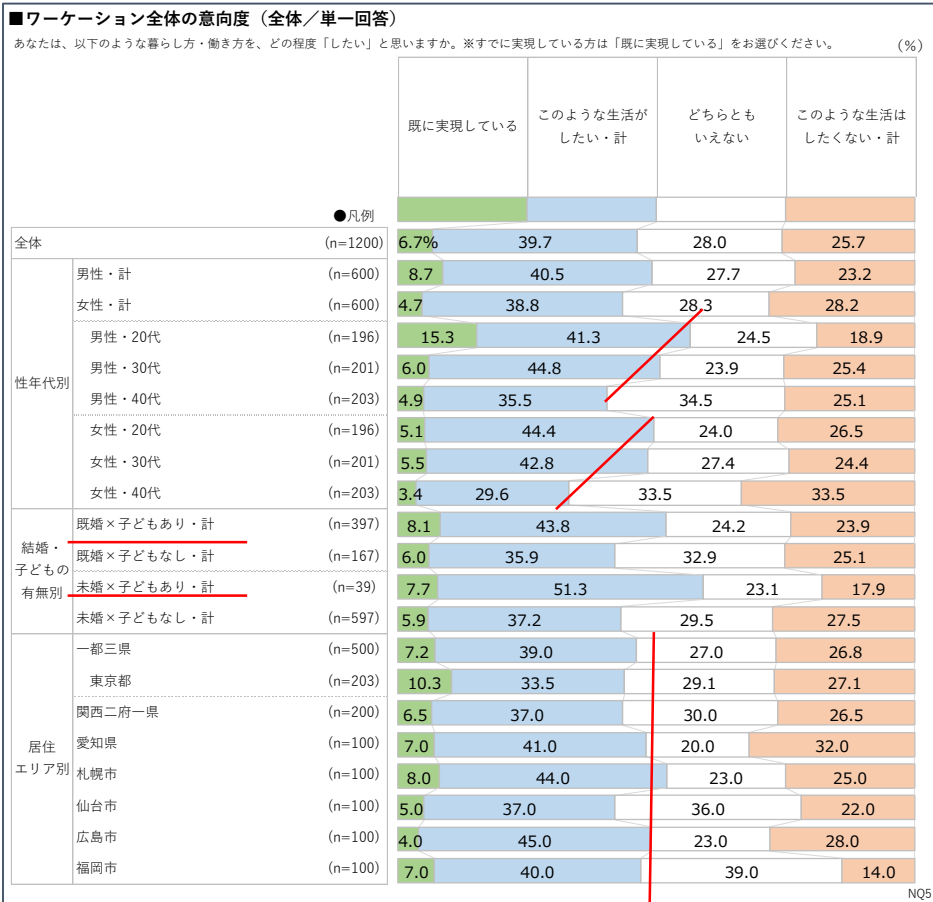


ワーケーションに関する
調査分析レポートより抜粋

2. ワーケーションのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワーケーション全体の意向度

ワーケーションへの意向は若い方（20,30代）ほど高く、またお子様がいらっしゃる方のほうが高い
住んでいるエリアによる差異はあまりなかった
また特に感度差が大きく出る要素は「ライフワークの有無」、「在宅勤務かどうか」、「企業規模」、「世帯年収」の4つ

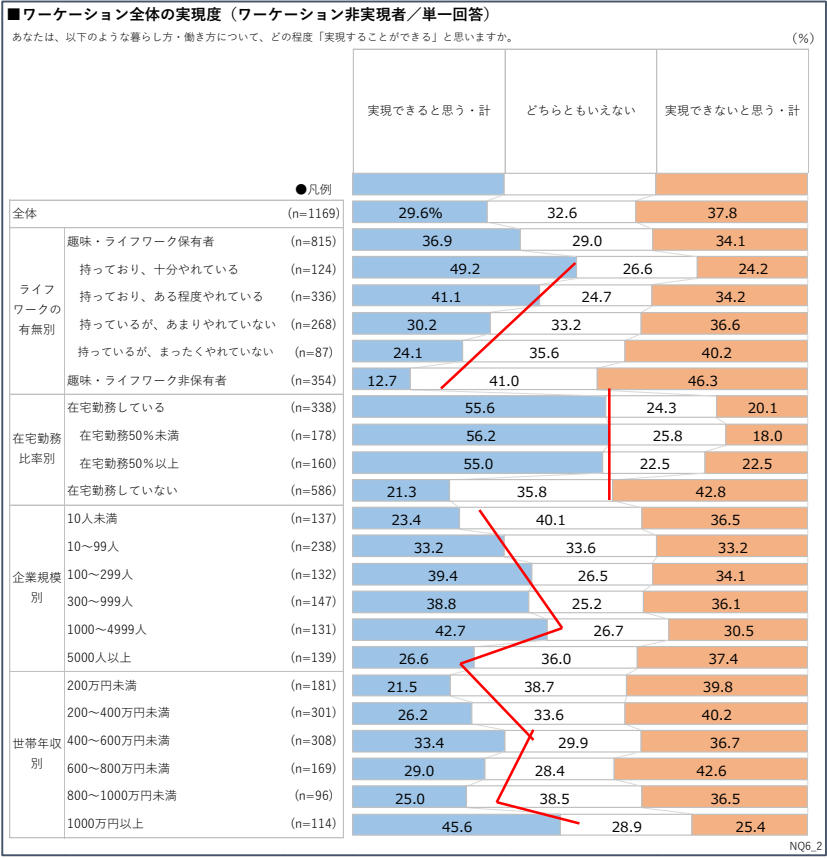
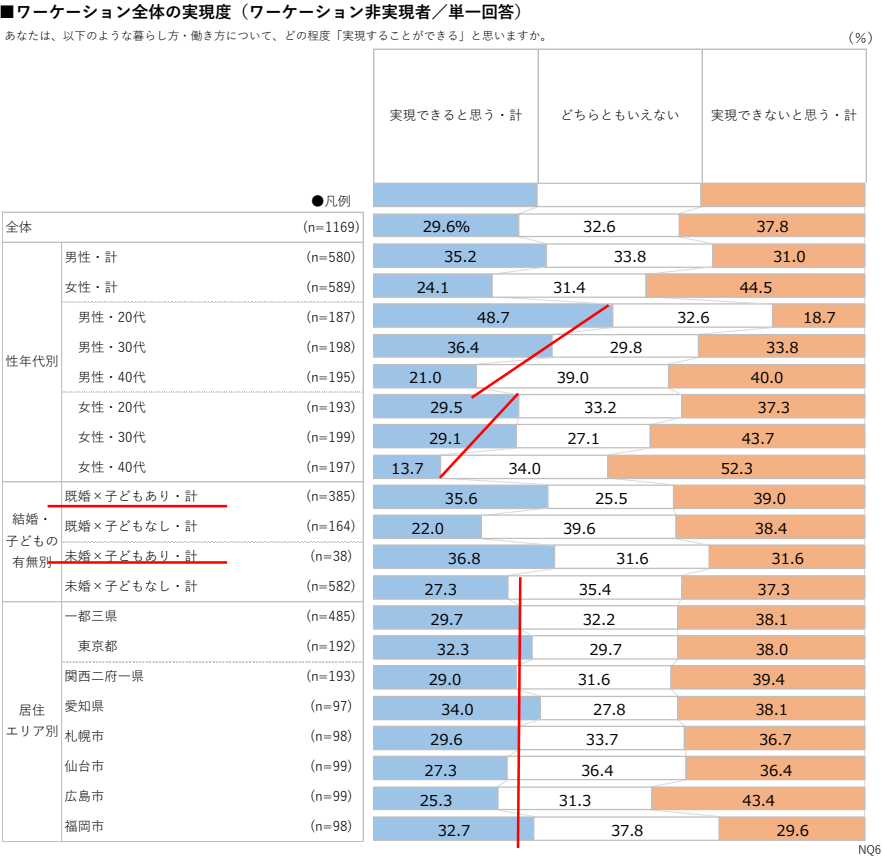


ワーケーションに関する
調査分析レポートより抜粋

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワークেশョン全体の実現度

ワークেশョンの実現度の傾向は意向度の傾向とほぼ同じ
ワークেশョンの実現度は若い方（20,30代）ほど高く、またお子様がいらっしゃる方のほうが高い
住んでいるエリアによる差異はあまり感じられなかった
また特に感度差が大きく出る要素は「ライフワークの有無」、「在宅勤務かどうか」、「企業規模」、「世帯年収」の4つ



ワークেশョンに関する
調査分析レポートより抜粋

ワークেশョンの受容性／ポテンシャル

★本調査では、ワークেশョンを以下の3つに類型化したうえで、受容性などの質問を行っている。

1) 滞在型ワークেশョン

現在のお住まいを持ちながら、現在のお住まいとは異なる地域で一定期間宿泊しながら、リモートワークを活用して仕事を継続しつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

2) 移住型ワークেশョン

現在のお住まいを引き払い、異なる地域で一定期間住みながら、現在の会社でリモートワークを活用して仕事は継続しつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

3) 出張型ワークেশョン

出張の前後にプライベートの宿泊予約をして、リモートワークを活用して仕事をしつつ、趣味やライフワーク、子育てなどを十分堪能する暮らし方

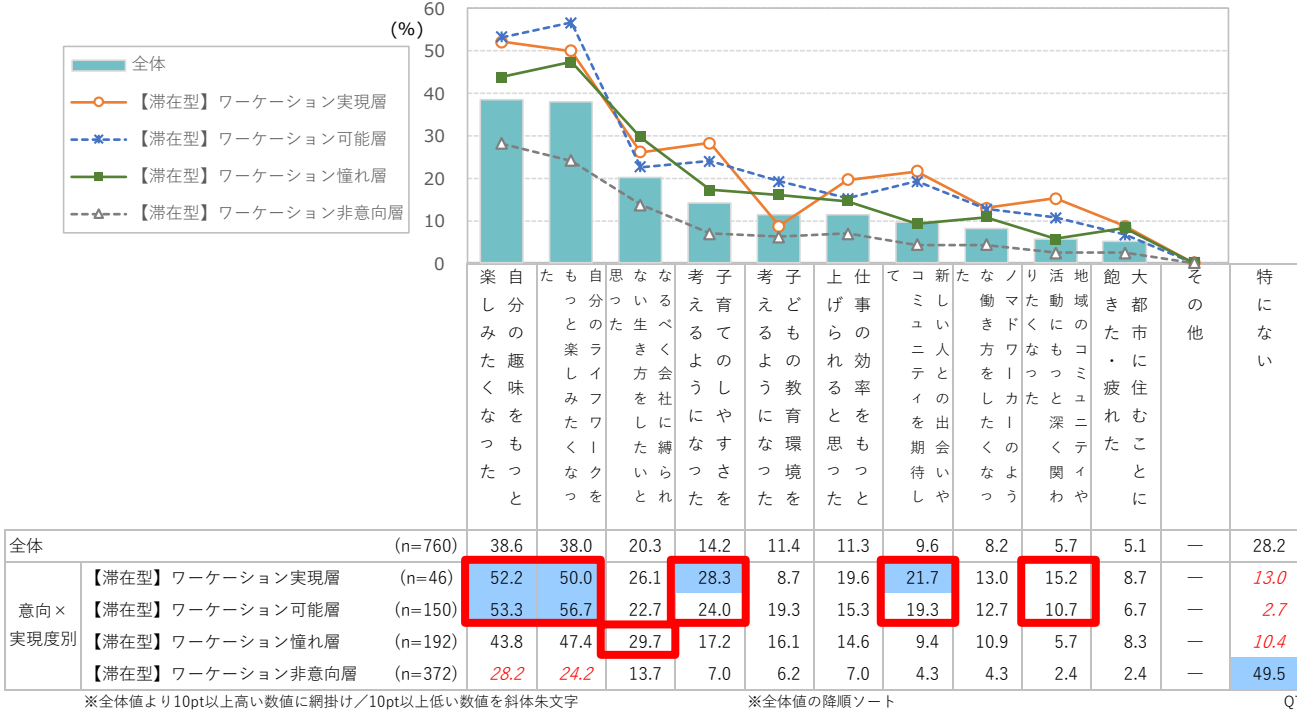
本日は時間の関係でこのターゲットについてのみ詳細分析について説明

2. ワーケーションのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワーケーションに興味をもったきっかけ

- ▶「実現層」「可能層」のきっかけは、「自分の趣味」、「自分のライフワーク」。次いで「子育てのしやすさ」、「新しい人の出会いやコミュニティ」
- ▶「憧れ層」のきっかけは、「自分の興味」、「自分のライフワーク」に加えて、「会社には縛られない生き方」が相対的に高い。

■ワーケーションに興味をもったきっかけ（【滞在型】ワーケーションに対して「既の実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／複数回答）
このような暮らし方に魅力を感じるようになったきっかけや目的はどのようなものですか。



★ここでの【滞在型】ワーケーション非意向者」は、ワーケーション意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。
「あまりこのような生活をしたとは思わない」「このような生活をしたとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワーケーションに関する調査分析レポートより抜粋

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

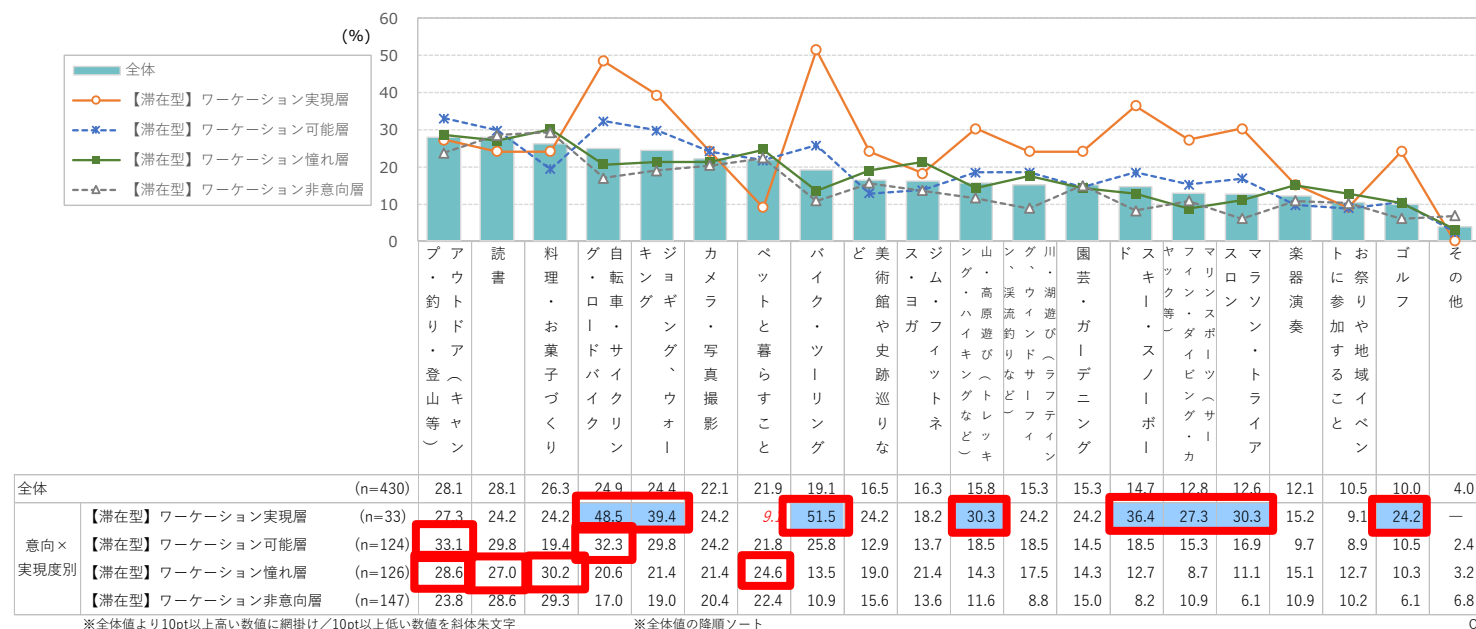
ライフワークの種類

- ▶「実現層」のライフワークでは、「バイク・ツーリング」、「自転車・サイクリング・ロードバイク」が5割前後。
✓「ジョギング・ウォーキング」、「スキー・スノーボード」が4割弱で続く。
- ▶「可能層」のトップは「アウトドア（キャンプ・釣り・登山等）」。「自転車・サイクリング・ロードバイク」と並んで3割超。
- ▶「憧れ層」のトップは「料理・お菓子づくり」。「アウトドア（キャンプ・釣り・登山等）」、「読書」、「ペットと暮らすこと」などが続く。
✓ 女性が多いこともあるかもしれないが、“アクティブ系”の項目の割合はそれほど高くない。

※なお、「読書」はどの層でも割合が他ライフワークと比較して安定して高い。

■ **ライフワーク種類**（「潜在型」ワーケーションに対して「既に実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方のうち、ワーケーションで趣味やライフワークを楽しみたいと回答した方／複数回答）

あなたがこのような暮らしで打ち込みたい趣味やライフワークはどのようなものですか。



★ここので「【滞在型】ワーケーション非意向者」は、ワーケーション意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。
「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

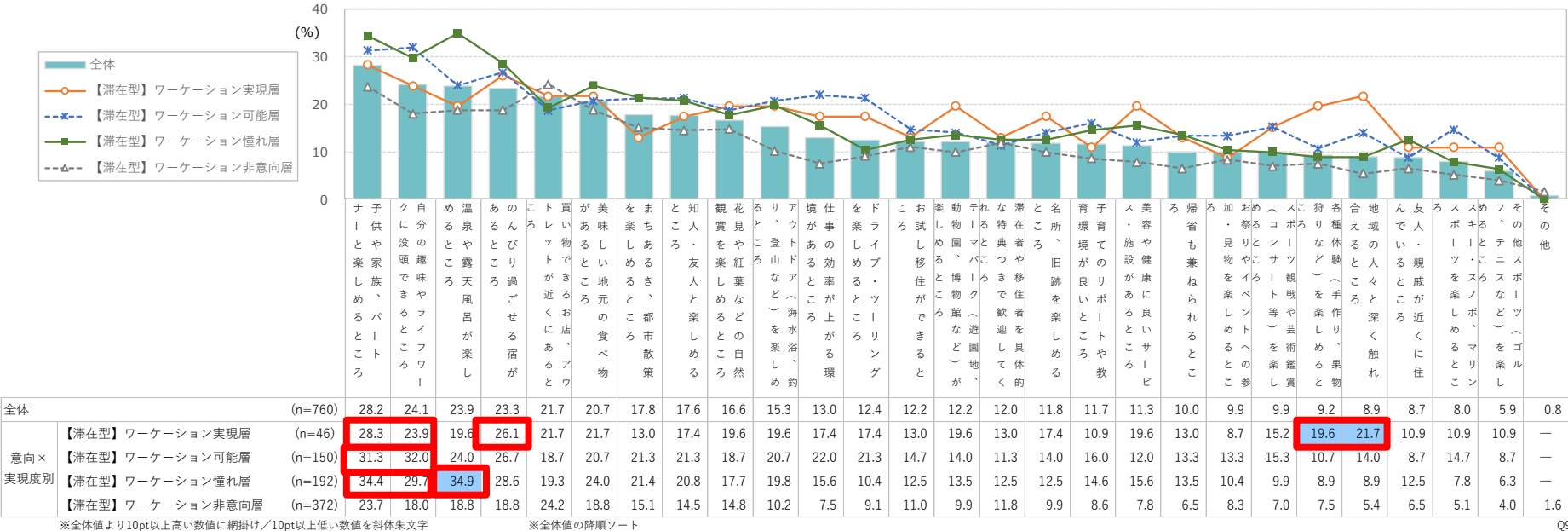
ワーケーションに関する
調査分析レポートより抜粋

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

希望のロケーション

- ▶「実現層」の割合が高いのは、「子どもや家族、パートナーと楽しめるところ」、「のんびり過ごせる宿があるところ」、「自分の趣味やライフワークに没頭できるところ」。
✓「地域の人と深く触れ合えるところ」、「各種体験を楽しめるところ」など、その地域との交流ができる項目が特徴的に高い。
- ▶「可能層」では、「子どもや家族、パートナーと楽しめる」、「自分の趣味やライフワークに没頭できる」が3割を超える。
✓この2項目の割合は「実現層」よりも高くなっている。
- ▶「憧れ層」のトップは「温泉や露天風呂が楽しめるところ」。群を抜いて高い。
✓また、「子どもや家族、パートナーと楽しめるところ」、「自分の趣味やライフワークに没頭できるところ」が「実現層」を上回る。

■希望のロケーション（【滞在型】ワークেশョンに対して「既に実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／複数回答）
このような暮らしをする場合、どのような地域に一定期間滞在、もしくは居住したいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。理想で結構です。※すでに実現されている方は、実際に滞在、居住されている地域がどのようなところかについてお答えください。



★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。
「あまりこのような生活をしたとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

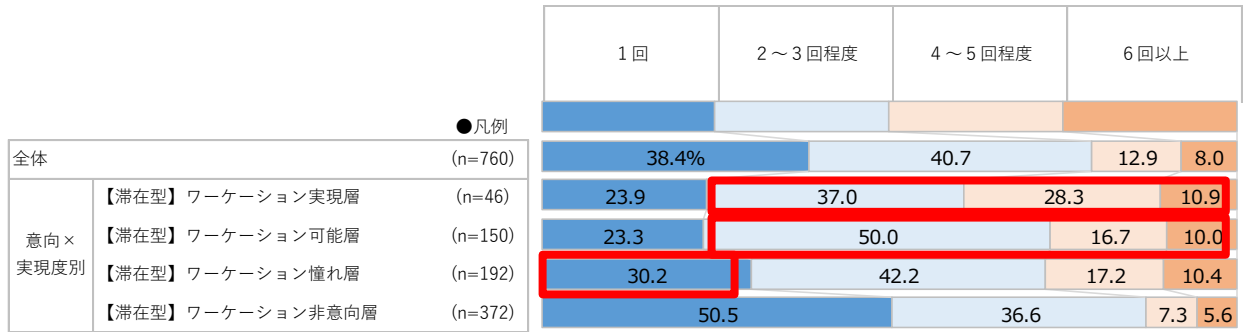
ワークেশョンに関する調査分析レポートより抜粋

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

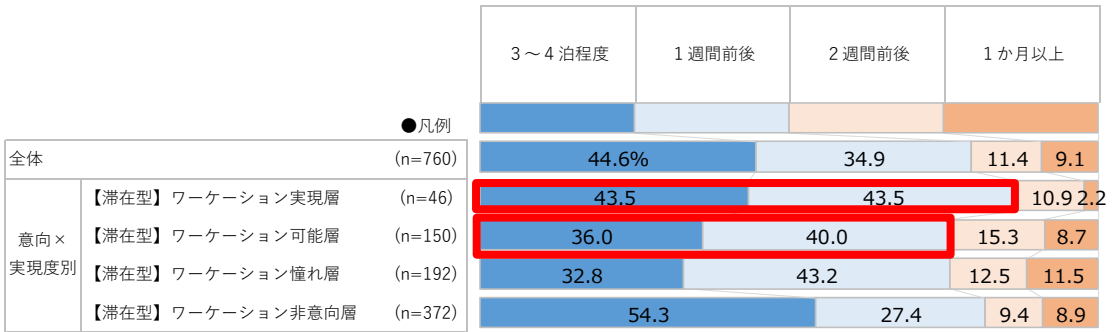
希望回数／年・希望泊数／回

- ▶ 実現層、可能層が高い層ほど、「1回あたりの泊数は少なめのワークেশョンを、1年間に数多く行う」ことを希望。
 - ✓「実現層」の 回数は「2～3回程度／年」以上が75%を超え、泊数は「1週間前後／回」以下が9割弱。
 - ✓「可能層」の 回数は「2～3回程度／年」以上が75%を超え、泊数は「1週間前後／回」以下が76%。
 - ✓「憧れ層」の回数は「1回」が3割を超えており、「実現層」、「可能層」よりも高い。

■希望回数／年（【滞在型】ワークেশョンに対して「既の実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／単一回答）
このような暮らしをする場合、1年に何回くらい行きたいと思いますか。理想で結構です。※すでに実現されている方は、実際の回数をお答えください。



■希望泊数／回（【滞在型】ワークেশョンに対して「既の実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／単一回答）
このような暮らしをする場合、1回あたり何泊くらいしたいと思いますか。理想で結構です。※すでに実現されている方は、実際のおおよその泊数をお答えください。



★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。
「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

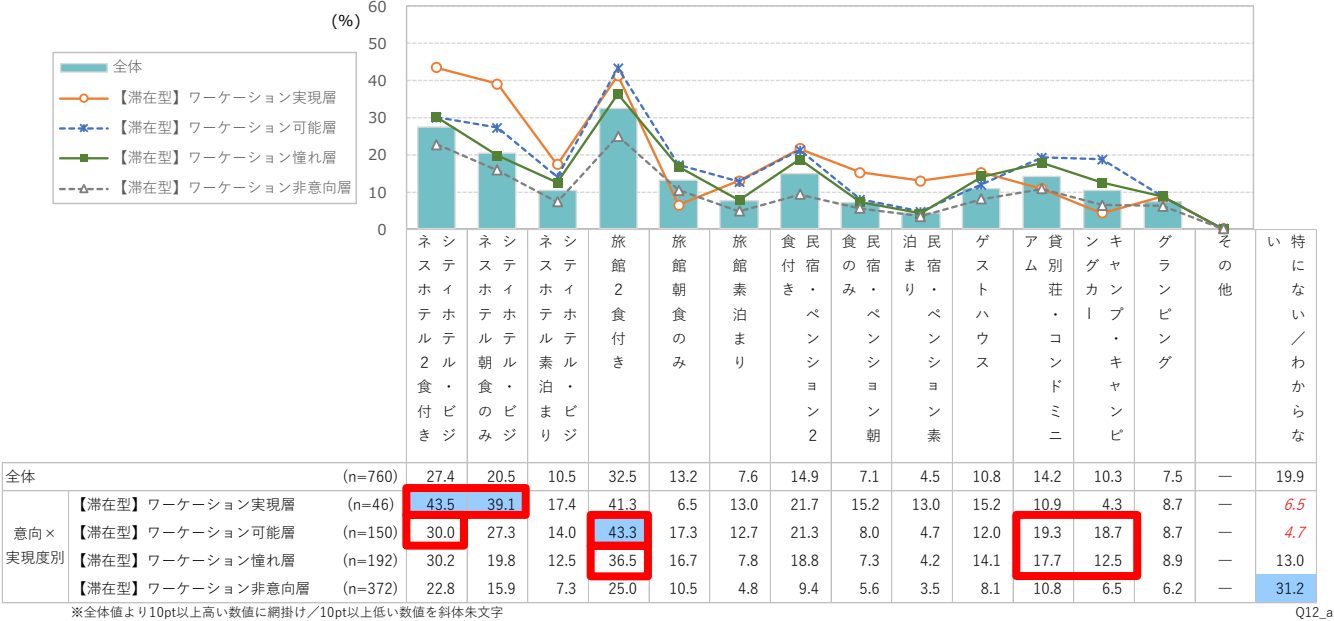
ワークেশョンに関する
調査分析レポートより抜粋

2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

希望宿泊プラン

- ▶「実現層」では、「シティホテル・ビジネスホテル2食付き」が平均を10ポイント以上超えている
✓ シティホテル・ビジネスホテルの食事付きのプランが4割前後で高いことも特徴。
- ▶「可能層」では「旅館2食付き」が43%と最も高く、「実現層」を上回っている。
✓ シティホテル・ビジネスホテルの食事付きのプランの比率も高いが、「貸別荘・コンドミニアム」、「キャンプ・キャンピングカー」も他層と比べると、高くなっている。
- ▶「憧れ層」では、「旅館2食付き」が一番高い。
→現状実現しているワークেশョンと意向層のニーズに（Ex.その地域の食をより発見して楽しみたい、コストを抑えたいなど）かい離があるのでは？

■希望宿泊プラン（【滞在型】ワークেশョンに対して「既に実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／複数回答）
このような暮らし方をする場合、宿泊先はどのようなプランを選びたいと思いますか。※すでに実現されている方は、実際に選んだことのある宿泊プランをお答えください。



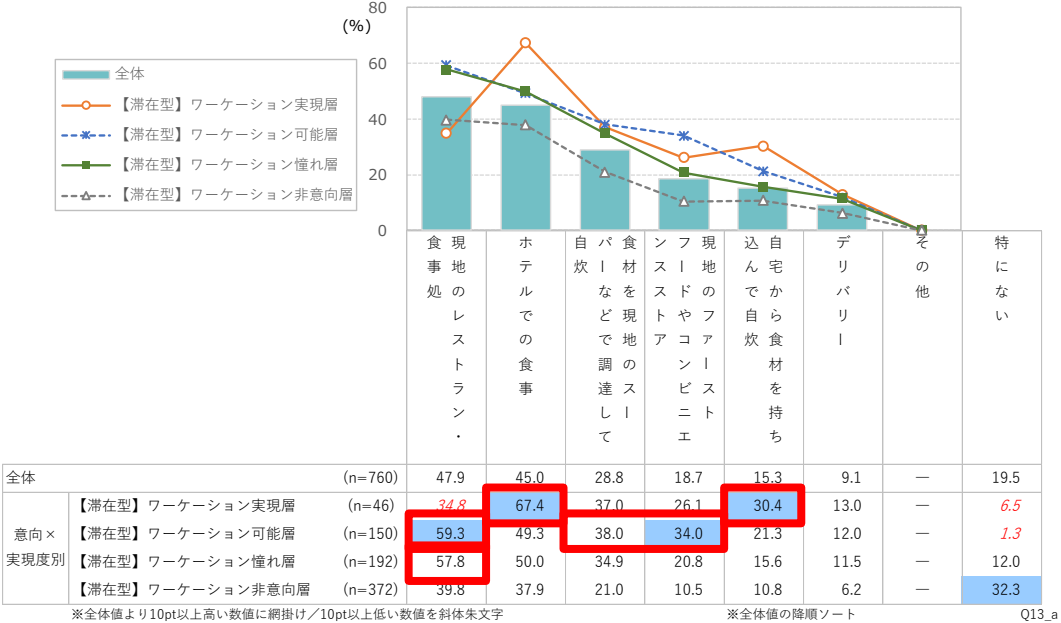
★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワークেশョンに関する
調査分析レポートより抜粋

希望の食事調達方法

- ▶「実現層」と「可能層」、「憧れ層」とで食事の調達方法が異なる。
 - ✓「実現層」の場合、「ホテルでの食事」が7割弱、「自宅から食材を持ち込んで自炊」が3割。
 - ・「現地のレストラン・食事処」は、「可能層」、「憧れ層」よりも低い。
 - ✓「可能層」では、「現地のレストラン・食事処」が6割程度で最高。「ホテルでの食事」が5割程度と続く。
 - ・「現地のファーストフードやコンビニエンスストア」も他層と比べると高い。
 - ✓「憧れ層」でも、「現地のレストラン・食事処」が6割弱で最高。「ホテルでの食事」が5割程度と続く。

■希望の食事調達方法（【滞在型】ワークেশョンに対して「既に実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／複数回答）
このような暮らし方をする場合、どのようなところで食事をしたいと思いますか。※すでに実現されている方は、実際に利用されたことのある食事の場所をお答えください。



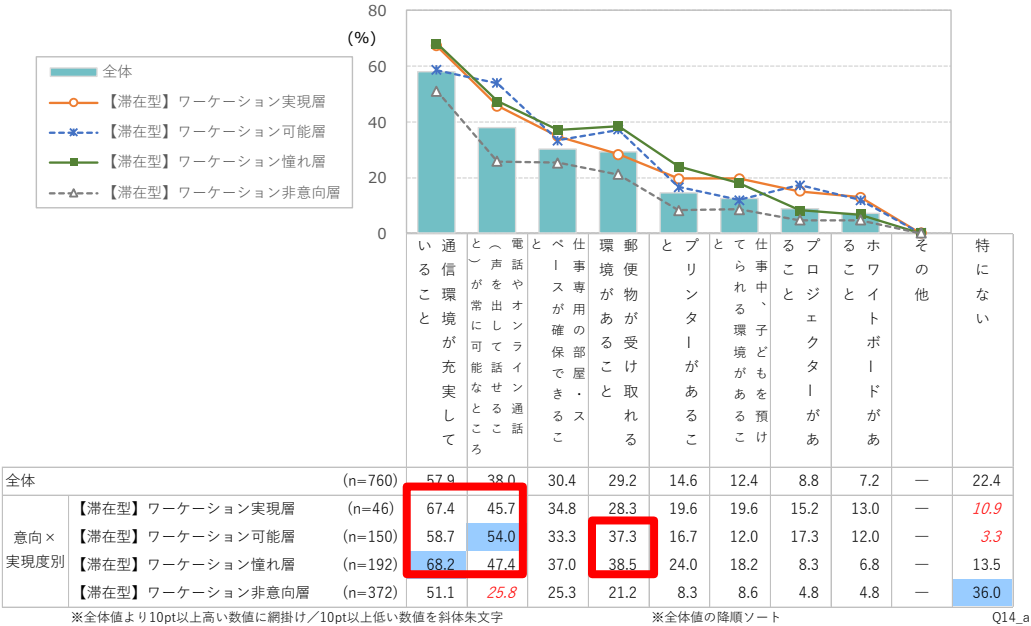
★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワークেশョンに関する
調査分析レポートより抜粋

希望の働く環境

- ▶「通信環境が充実していること」は、どの層でも希望する割合が高い。
 - ✓「通信環境の充実」の割合が最も高いのは、「憧れ層」である。
 - ✓「電話やオンライン通話（声を出して話せること）が常に可能なところ」は、「実現層」よりも「可能層」、「憧れ層」の割合が高い。
 - ✓同様に、「郵便物が受け取れる環境があること」も、「可能層」、「憧れ層」の割合が高くなっている。

■希望の働く環境（【滞在型】ワークেশョンに対して「既に実現している」「（ぜひ）このような生活がしたい」「どちらともいえない」と回答した方／複数回答）
このような暮らし方をする場合、どのような仕事の環境を求めますか。理想で結構ですのでお答えください。※すでに実現されている方は、実際に必要な環境をお答えください。



★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワークেশョンに関する
調査分析レポートより抜粋

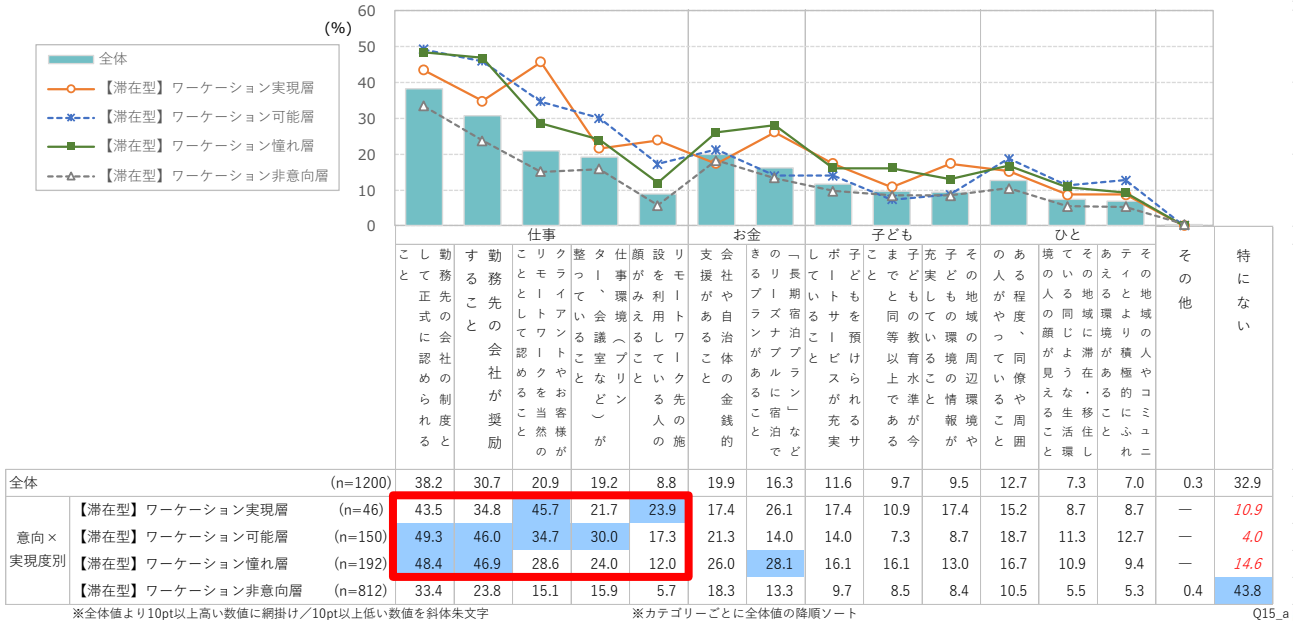
2. ワーケーションのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワーケーション促進要因

- ▶「実現層」のトップは「クライアントやお客様がリモートワークを当然のこととして認めること」（46%）で他層と比べても高い。
✓ そのほか、「リモートワーク先の施設を利用している人の顔が見えること」も相対的に高い。
 - ▶「可能層」、「憧れ層」の上位は、「勤務先の会社の制度として正式に認められること」、「勤務先の会社が奨励すること」。
✓ いずれも自社関連項目である。
✓ 「可能層」の場合、「クライアントやお客様がリモートワークを当然のこととして認めること」、「仕事環境（プリンター・会議室）が整っていること」も高い。
- ※いずれにしても、まず「仕事」の制度、慣習が第一であり、その次に「お金」関連の施策が必要であることがわかる。

■ワーケーション促進要因（全体／複数回答）

どのような条件や環境があれば、このような暮らし方を「実現できる」可能性が高くなりますか。



★ここでの「【滞在型】ワーケーション非意向者」は、ワーケーション意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワーケーションに関する調査分析レポートより抜粋

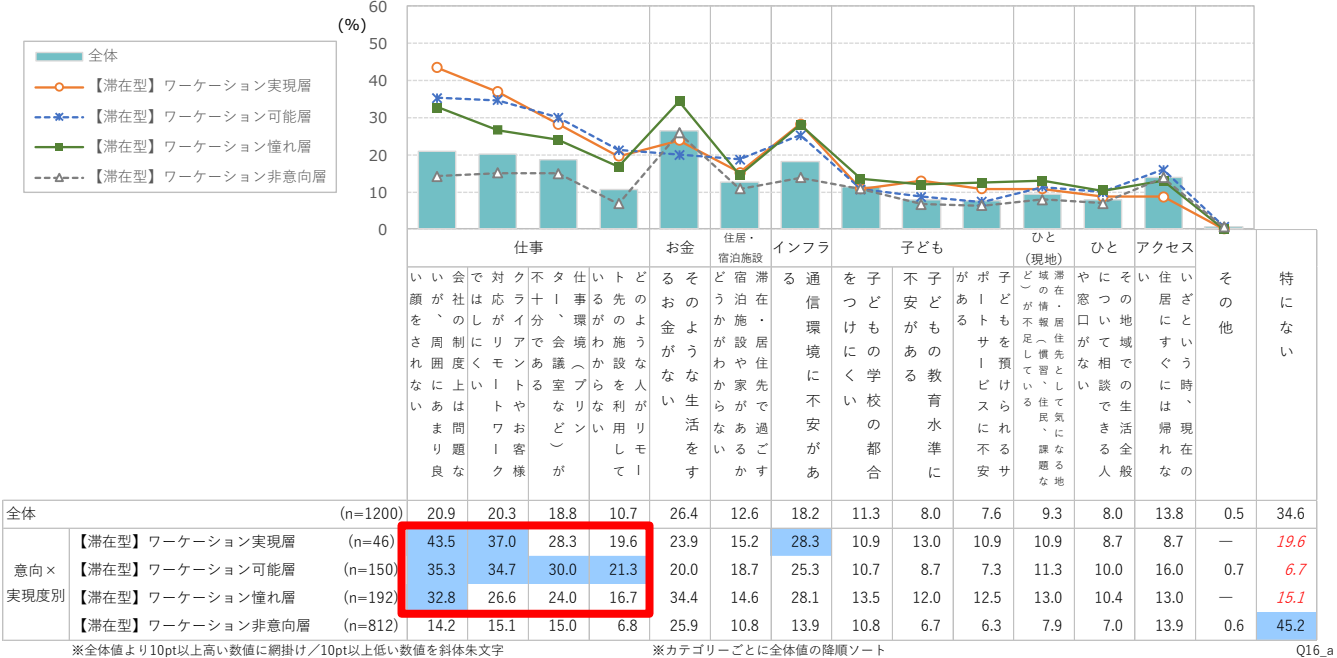
2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？

ワークেশョン阻害要因

- ▶「実現層」、「可能層」ともに、「会社の制度上は問題ないが、周囲にあまり良い顔をされない」、「クライアントやお客様対応がリモートワークではしにくい」が上位。
✓ 両層とも「仕事環境（プリンター・会議室など）が不十分である」、「通信環境に不安がある」が続く。
- ▶「憧れ層」は、「そのような生活をするお金がない」に次いで、「会社の制度上は問題ないが、周囲にあまり良い顔をされない」の割合が高い。
✓ 前項まででもみたが、「通信環境に不安がある」も高めである。

■ワークেশョン阻害要因（全体／複数回答）

このような暮らし方を実現するにあたって、「この心配や制限がなければ本気で検討したい」というものをすべてお選びください。



★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたとは思わない」「このような生活をしたとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

※全体値より10pt以上高い数値に網掛け／10pt以上低い数値を斜体朱文字

※カテゴリーごとに全体値の降順ソート

Q16_a

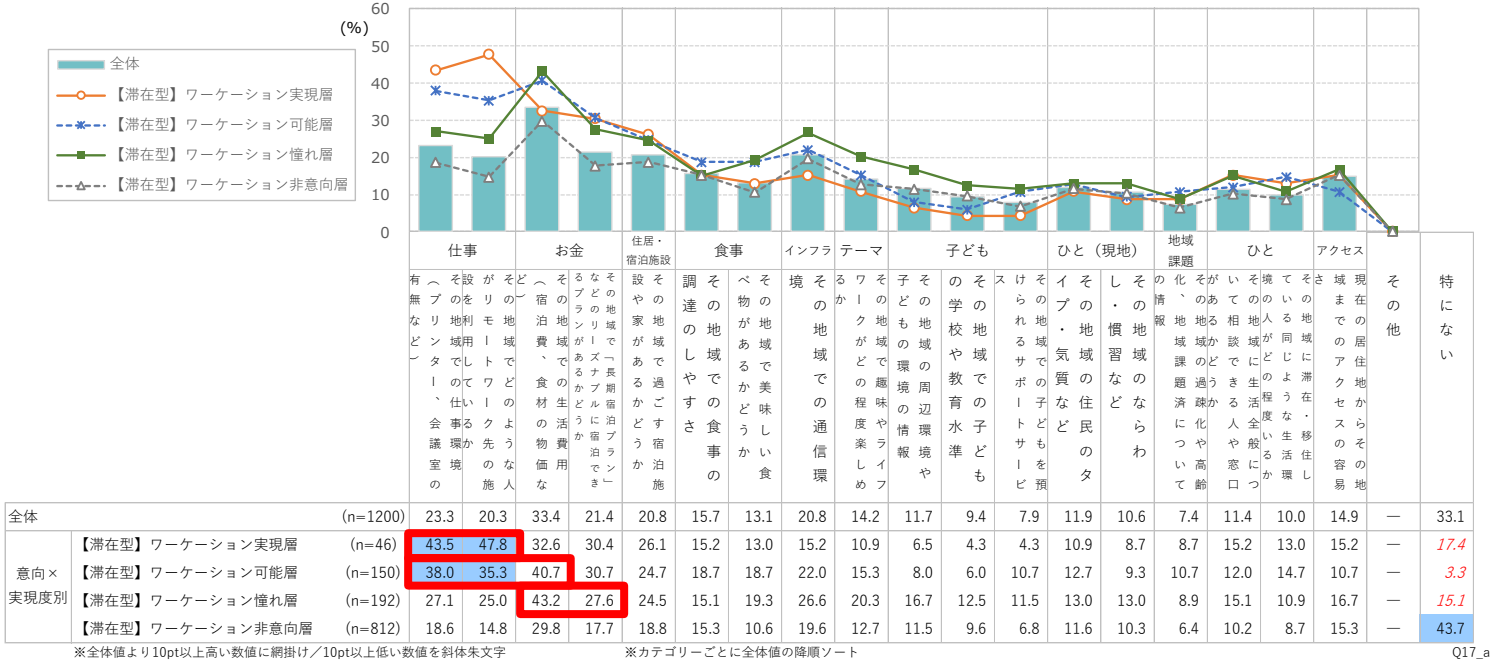
ワークেশョンに関する調査分析レポートより抜粋

2. ワーケーションのマーケット規模とその促進へのカギは？

知りたい情報

- ▶「実現層」の上位は、「その地域での仕事環境（プリンター・会議室の有無など）」、「その地域でどのような人がリモートワーク先の施設を利用しているか」。
- ▶これに対して「可能層」は、「その地域での生活費用（宿泊費・食材の物価など）」がトップである。
✓ 加えて「その地域での仕事環境」、「その地域でどのような人がリモートワーク先の施設を利用しているか」が他層と比べて高く2位、3位である。
- ▶「憧れ層」は「その地域での生活費用」がトップ、「その地域で長期宿泊プラン」などのリーズナブルに宿泊できるプランがあるかどうかが続いており、「お金」に関する情報を求めていることがわかる。

■知りたい情報（全体／複数回答）
このような暮らし方を検討する場合、あなたが知りたい情報はどのようなものですか。



★ここでの「【滞在型】ワーケーション非意向者」は、ワーケーション意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたいとは思わない」「このような生活をしたいとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

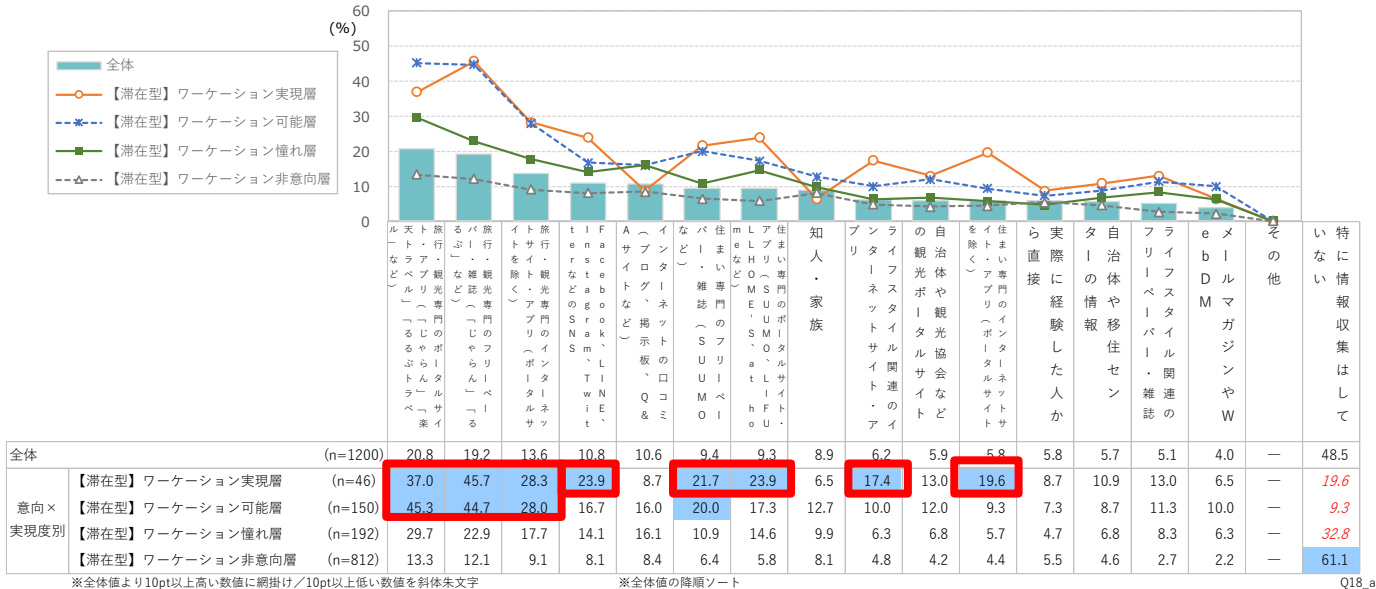
ワーケーションに関する調査分析レポートより抜粋

情報経路

- どの層でも、旅行・観光専門のポータルサイトやフリーペーパー・雑誌が高い割合である。
- ✓「実現層」、「可能層」とも、旅行・観光専門のポータルサイトやフリーペーパー・雑誌が4割前後を占めている。
 - 旅行・観光専門のインターネットサイト・アプリは3割弱の利用率である。
- ✓「実現層」では、「SNS」に加え、住まい専門のポータルサイトやフリーペーパー・雑誌、アプリが他層と比べて高い。
 - 「ライフスタイル関連のインターネットサイト・アプリ」も2割弱。
- ✓「可能層」でも、住まい専門のポータルサイトやフリーペーパー・雑誌は2割前後のスコアがあり、利用メディアとして無視できない。

■情報経路（全体／複数回答）

このような暮らし方を考えたり検討したりする際に、あなたは日頃、どのようなところから情報に触れたり収集したりしていますか。



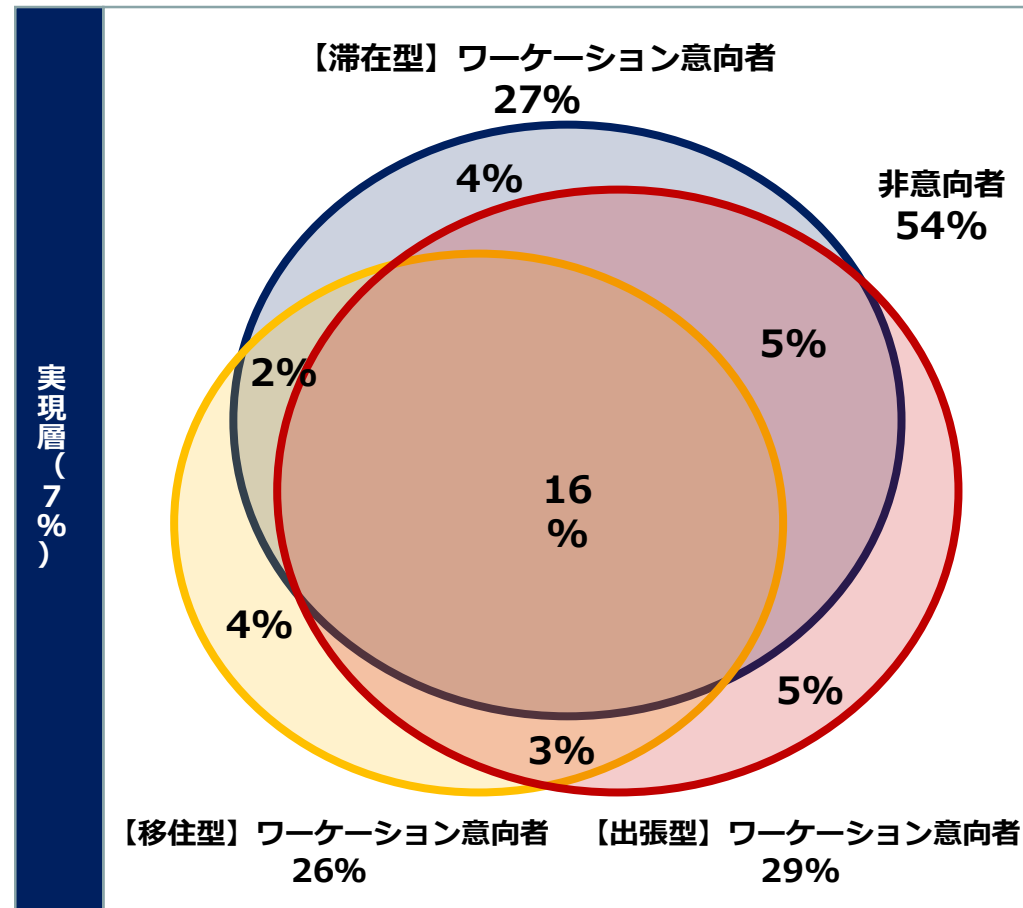
★ここでの「【滞在型】ワークেশョン非意向者」は、ワークেশョン意向度の質問において、「どちらともいえない」と回答した者である。「あまりこのような生活をしたとは思わない」「このような生活をしたとは思わない」と回答した者は本質問を回答していない。

ワークেশョンに関する調査分析レポートより抜粋

ワーケーションの意向度の重複状況

▶ ワーケーション意向度を見ると「滞在型」「移住型」「出張型」のすべてを検討している割合が高い。

- ✓「滞在型」「移住型」「出張型」すべてを検討している人が全体の16%
- ✓「滞在型」と「移住型」の2つを検討している人が全体の18%
- ✓「出張型」と「移住型」の2つを検討している人が全体の19%



ワーケーションに関する
調査分析レポートより抜粋

1. ワークেশョンとは？
2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？
- 3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？**
4. 企業から見るワークেশョンの利点は？
5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
6. おわりに

3. ワークーションを実際に行っている人ってどんな人？

実際にワークーションを行っている方に直接インタビューをしながら具体的なペルソナをイメージしてみる

【期間】

2020年12月21日（月）～25日（金）

【対象者】

11人

【対象】

以下①②③いずれかに該当する方

①昨今の自粛の影響もあり平日、居住地以外で宿泊を伴ったリモートワークを実施した
orこれからする予定がある方

②近々リモートワークを前提に地方に移住しようか悩んでるor移住した方

③既に定住してる場所を持たず宿泊をベースに全国場所を選ばずリモートワークをしながら暮らしてる方

【所要時間】

1～1.5時間

【インタビュー方法】

オンラインMtg.形式

3. ワークーションを実際に行っている人ってどんな人？

対象カスタマへのインタビューから以下4つのタイプのワークーション実践者が浮かび上がってきた

Type A.

**リモートワークを活用した
平日から滞在型**

働き方がリモートワークになったことをきっかけに仕事とリゾートを併用して平日を絡めて滞在をしたい

Type B.

**子どもの環境を変えたい
移住希望型**

コロナが起きてオフィス勤務が無くなり東京に住む理由に疑問を持つようになり、できるなら子供の環境を変えたいため移住先を検討したい

Type C.

**地域に介在価値を見つけない
地域接点探索型**

都会の生活はある程度もう満足した。これからはローカルで自分の介在価値を見つける生き方にチャレンジしてみたい

Type D.

**定住先に縛られない
アドレスホッパー型**

仕事はPCがあればできるのでできるだけフリーな生活をしながら旅するように働き暮らしてみたい

3. ワークーションを実際に行っている人ってどんな人？

対象カスタマへのインタビューから以下4つのタイプのワークーション実践者が浮かび上がってきた

Type A.

リモートワークを活用した 平日から滞在型

働き方がリモートワークになったことをきっかけに仕事とリゾートを併用して平日を絡めて滞在をしたい

●代表的ペルソナ

- ①リモートワークを活かして子供の冬休み期間ほぼ全部使って家族でスキー旅行のワークーション（40代 女性 IT系 経営者）
- ②友人3組と待ち合わせて平日3日間でダイビング&サイクリング&ワークーション（50代 女性 個人事業主）
- ③以前から興味のあった湯治にリモートワークを兼ねて一人でいってみる（50代 女性 個人事業主）
- ④リモートワークできる環境になったので『木曜発～月曜戻りで沖縄』家族で移動（40代 会社員 女性）
- ⑤これまで本番前日から1泊だった地域のマラソン大会に観光もかねて3日前からインして滞在した（40代 会社員 男性）

●ニーズ

リモートワークを活かして長期で宿泊予約を取りリゾートも兼ねて滞在したい

●不安・不満

時間はあるがお金は限られてる

リモートにより自分はフレキシブルに動けるが子供の時間は制限されている

●求めている情報

仕事もできて長期滞在に適する部屋環境かの情報（＝「宿泊する」というより「暮らす」うえで不便がないかを知りたい）

- ・リーズナブルさ（Ex.1泊あたりが安い）
- ・長期滞在する中で食事どうするか？（Ex.部屋の調理器具、スーパー、コンビニまでの距離、取り寄せしてグリルできるか、ウーバーイーツがあるか）
- ・オフィス環境が整っているか？（Ex.回線は太いか、ホワイトボード貸出、大きなモニターを貸し出せる、印刷がすぐできる）
- ・アクセス（Ex.なにかあったときに東京にすぐ戻れるか/エリア2次交通がスムーズか）
- ・子供のサポート（Ex.ベビーシッター/サマースクールとか）
- ・現地で楽しめる体験プログラムがあればいいがマストではない。その前に知りたい情報がある（上記）

対象カスタマへのインタビューから以下4つのタイプのワークーション実践者が浮かび上がってきた

Type B.

子どもの環境を変えたい 移住希望型

コロナが起きてオフィス勤務が無くなり東京に住む理由に疑問を持つようになり、できるなら子供の環境を変えたいため移住先を検討したい

●代表的ペルソナ

- ①コロナが起きて子供の環境を一番に考えて移住先を検討している（30代 教育系ベンチャー 社員）
- ②子供が今の学校に合っていないと感じているのでこれを機に移住先を検討したい（30代 大手素材系企業 社員）
- ③子供のことあとは出身地の田舎に帰るということをコロナが起きて考えるようになった（30代 IT系ベンチャー 社員）
- ④いろんな活動が制限され自宅で仕事しないといけなくなってきたので東京は手狭。地方でいいのもっと広い自宅がほしい（30代 女性 会社員）

●ニーズ

コロナが起きてオフィス勤務が無くなり東京に住む理由に疑問を持つようになり、できるなら子供の環境を変えたいため移住先を検討したい

●不安・不満

どこに移住すべきかのローカルの総合的な情報が手に入らない

●求めている情報

- ・そもそも暮らせる家があるのか？
- ・子供を通わせる学校の情報
- ・そのローカルに暮らすにあたっての生活情報
- ・そのローカルのことをよく知る世話役案内人がいるか（その地に移住するうえでの不安にアドバイスしてくれる人が現地にほしい）
- ・周辺住人の属性（もっといえば民度的な部分を知りたい）

3. ワーケーションを実際に行っている人ってどんな人？

対象カスタマへのインタビューから以下4つのタイプのワーケーション実践者が浮かび上がってきた

Type C.

**地域に介在価値を見つけない
地域接点探索型**

都会の生活はある程度もう満足した。これからはローカルで自分の介在価値を見つける生き方にチャレンジしてみたい

●代表的ペルソナ

- ①東京に飽きてきていたのでローカル移住を決心し広島で生活。リモートワーク先の中国地方で副業でローカルのキャリア相談を行っている（20代 女性 フリーランス）
- ②子供のサマースクールで訪れたのを機にその地域を知るようになり限界集落的な課題を知っていくうちに移住したくなった（30代 女性 コンサル会社社員）
- ③以前訪れた島根県海士町へもっと関わりたい気持ちをセーブしていたが、コロナを機にそちらに時間、場所のウエイトを上げたくなった（30代 男性 広告会社社員）
- ④ETICでの地域支援活動をきっかけにローカルに興味があってそのまま移住まで検討している（30代 女性 フリーランス）

●ニーズ

もともとローカルに興味があり都会にずっと身を置くか悩んでいたが、コロナを機に拠点を移動させたい

●不安・不満

自分が解決できそうなor興味を持てそうな不を持っている地域かを判断するローカルのコミュニティ情報が手に入らない

●求めている情報

ローカルのコミュニティ情報（「キャリア相談」「主婦」「子どもの教育」「高齢者」「過疎化」「事業承継」など）

3. ワークーションを実際に行っている人ってどんな人？

対象カスタマへのインタビューから以下4つのタイプのワークーション実践者が浮かび上がってきた

Type D.

定住先に縛られない アドレスホッパー型

仕事はPCがあればできるのでできるだけフリーな生活をしながら旅するように働き暮らしてみたい

※アドレスホッパーとは、定住する家を持たずに移動しながら生活する人々や生き方のこと。

●代表的ペルソナ

- ①実家はあるが月の半分提携宿を利用してこれまでは関東圏の宿に泊まって生活していたが、これからは京都など行ったことない地域にも行こうと思っている（30代 男性 アパート経営 個人）
- ②定住先はなく自分と同じような生き方を持つ人が多い宿をほぼ住まいにしている（30代 女性 インバウンド系コンサル）

●ニーズ

仕事はPCがあればできるのでできるだけフリーな生活をしながら同じような生き方に共感してくれるいろんな人とコミュニティとして知り合いたい

●不安・不満

基本は一人なのでともすれば孤独になってしまいがち
出社しない世の中になると帰属意識の欠如につながり没社会となりかねない

●求めている情報

- ・安くロングステイできそうか
- ・どんな人がいるコミュニティなのかの属性情報が欲しい
- ・お試し移住的な体験が一覧化して見られる情報が欲しい

1. ワークেশョンとは？
2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？
3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？
- 4. 企業から見るワークেশョンの利点は？**
5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
6. おわりに

ワーケーションを導入している外資系IT企業へのインタビュー

●きっかけ

2015年の総務省『ふるさとテレワーク推進における地域実証事業』を活用して和歌山県白浜町に拠点づくりを行う

●和歌山県白浜町への選定のポイント

✓ 東京からのアクセスがよい ✓ Free WiFiの整備 ✓ 自治体の熱意

●成果

インサイドセールス機能を白浜に一部移転したことで生産性が向上した

- (1) テレワーク **4 + 100**名 ※現地移住社員4名と東京からの出張者100名
- (2) 生産性の向上 商談数：**+20%** 契約金額：**+31%** ※東京と同業務の人員の生産性
- (3) 社会貢献活動 **2400**時間（累計） ※仕事しながら社会貢献活動も向上

●生産性向上の要因

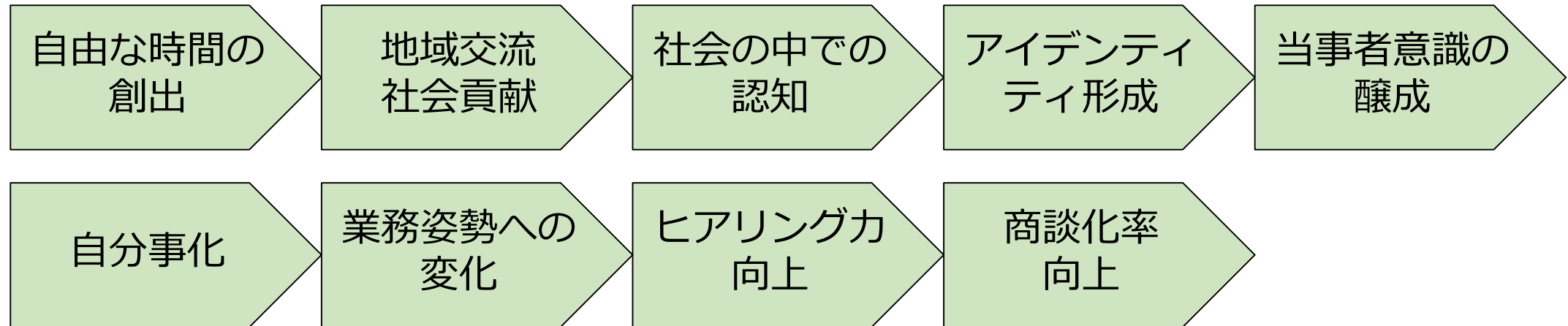
ワークライフインテグレーション：ストレスのないバランスの取れた働き方

1人あたり月間**64**時間の 新しい時間を創出

ライフ **24**時間 社会貢献 **10**時間 自己投資 **17**時間 地域交流 **13**時間

ワーケーションを導入している外資系IT企業へのインタビュー

生産性向上の仮説



1. ワークーションとは？
2. ワークーションのマーケット規模とその促進へのカギは？
3. ワークーションを実際に行っている人ってどんな人？
4. 企業から見るワークーションの利点は？
- 5. 地域でワークーションを進める具体的な方法とは？**
6. おわりに

5. 地域でワーケーションを進める具体的な方法とは？

和歌山県白浜町（紀伊半島地域連携DMO）

地域のDMOでワーケーションの誘客営業・造成・手配等を行っている

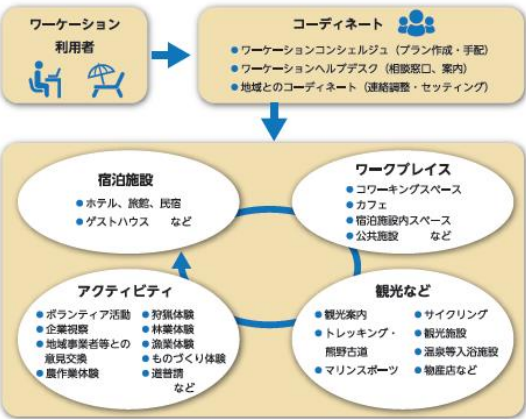
ワーケーションの受入体制：コーディネーター

Wakayama Workation Networks

ワーケーションで和歌山県を訪れる個人・企業向けにサービスを提供される事業者・団体等を募集

それぞれの取組をカテゴリごとに類型化し、Wakayama Workation Networksとして県がPR

Wakayama Workation Networksを活用し、安心かつ快適なワーケーションを和歌山で。



ワーケーション・コーディネーター

Wakayama Workation Networksとして利用者に快適なワーケーションプログラムを作成・手配するコーディネーターを紹介します。

白浜町
株式会社 南紀白浜エアポート
誘客・地域活性化課 室長 森重 良太さん
TEL 0739-43-0095 白浜町才野1622番地の125
和歌山県の空の玄関口である南紀白浜空港を運営する(株)南紀白浜エアポートは、地域に特化したコンシェルジュとして、お客様ニーズに即したワーケーションのプログラム開発から旅行手配まで一気通貫のサービスを展開しています。東京の経営コンサル会社出身者や地元旅行会社出身者が豊富な手配実績に基づきビジネス・観光の両面から高付加価値なプランをご提案いたします。

圧倒的な非日常をご体感ください！

田辺市
TETAU
マネージャー 森脇 穂さん
TEL 080-4167-2456

かつてない体験をコーディネートします！！

地元の人々となつて様々な事業を展開しているTETAUは、地域ならではの魅力で企業や団体にワーケーションをコーディネートしています。利用者にとって価値ある非日常体験ができるプログラムを提供。地域独自の素材も豊富な和歌山県でしかできないワーケーションを実現していきます。

問い合わせ先

施設名	電話番号	住所
一般社団法人和歌山観光協会	073-433-8118	和歌山市一丁目3
一般社団法人紀の川フルーツ局	0736-79-3700	紀の川市真志川町神戸802-1
一般社団法人和歌山県観光推進機構	0736-33-3922	橋本市古庄田1-5-9
和歌山県観光協会	0738-23-5531	和歌山市南350番
和歌山県観光協会	0738-42-1737	和歌山県和歌山市2570-7
みなべ観光協会	0739-74-8787	みなべ町谷口538-1
和歌山県観光協会	0735-52-6311	和歌山県和歌山市6丁目1番地1
一般社団法人南紀串本観光協会	0735-62-3171	串本町串本33



- ➔ 専用プログラム造成
- ➔ 旅程相談
- ➔ 交通・宿泊・飲食・体験・ワークプレイスなどの旅行手配
- ➔ ビジネスマッチング
- ➔ アテンド・講師
- ➔ 施設管理

株式会社南紀白浜エアポート様の資料より抜粋

5. 地域でワーケーションを進める具体的な方法とは？

和歌山県白浜町（紀伊半島地域連携DMO）

地域のDMOでワーケーションの誘客営業・造成・手配等を行っている

ワーケーション総合コンシェルジュ



3つの機能

具体的なサポート内容

A. 旅行代理店機能

- 固有の**企業ビジネス課題**を踏まえた**提案型営業**
- 宿泊・交通・飲食・体験の手配

B. DMO機能

- **唯一無二の地域素材**を使った**プログラム作成**
- **既にある資源**だけでなく**0から地域体験を創造**

C. ビジネスマッチング機能

- 地元企業や進出企業との**ビジネスコラボ提案**
- **実証実験**や**投資の呼び込み**

空港会社が「ビジネス」「観光」の両面からコンシェルジュを提供

南紀白浜エアポート All Rights Reserved - 33 -

株式会社南紀白浜エアポート様の資料より抜粋

5. 地域でワーケーションを進める具体的な方法とは？

和歌山県白浜町（紀伊半島地域連携DMO）

地域のDMOでワーケーションの誘客営業・造成・手配等を行っている

モデルコース：個人向け

南紀白浜エアポート All Rights Reserved - 36 -

モデルコース：親子向け

南紀白浜エアポート All Rights Reserved - 37 -

人事研修型プログラム例

南紀白浜エアポート All Rights Reserved - 39 -

健康経営型プログラム例

南紀白浜エアポート All Rights Reserved - 2 -

株式会社南紀白浜エアポート様の資料より抜粋

1. ワークেশョンとは？
2. ワークেশョンのマーケット規模とその促進へのカギは？
3. ワークেশョンを実際に行っている人ってどんな人？
4. 企業から見るワークেশョンの利点は？
5. 地域でワークেশョンを進める具体的な方法とは？
- 6. おわりに**

**ワーケーションを取り組む上で重要なことは、
「個人」「企業」「地域」それぞれのメリットを理解することが肝要
3者それぞれがメリットを享受できる取り組みにできることようにすることが成功への近道**

個人

- ①アフターコロナにおける日常で新しい働き方が手に入る
- ②移住を通した子どもを育てる環境に選択肢が広がる
- ③これまで暮らしていたエリア以外の広いローカルコミュニティが得られる
- ④定住先を持たない新しい暮らし方を選べる

企業

- ①同業務であれば都会と比べて低コストで業務を行える可能性がある
- ②環境改善や社会貢献を通じて社員の自己成長を促し生産性を上げられる
- ③社員のメンタル問題に対するケアとして考えられる

地域

- ①地域の遊休資産の利活用
- ②個人のワーケーション客を通した観光人口の増大
- ③企業のサテライトオフィス増加による地元住民の雇用増
- ④②③による地域内事業者（Ex.宿、飲食店、物産店等）の売上向上
- ⑤移住促進による定住人口増加

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

■本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。

■本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

[メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>

[その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail : jalan_rc@r.recruit.co.jp

■本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。