

コロナ渦中と比較した現在の実現度や意向度から 今後のポテンシャルをはかる

リモートワーク・ ワーケーションという 働き方の現在地

世界的なパンデミックのあった2020年より急激に広がりを見せたリモートワーク・ワーケーション。あれから4年が経ち、世の中も平時に戻った今、このような働き方は現在の社会ではどう捉えられているのだろうか？あの時のような有事のみの緊急措置的な働き方であったのか？それとも今後も継続して何かしら広がりを見せていくマーケットなのか？改めてこのマーケットが今後どう捉えられていくのかについて現在とそしてこれからの働き方を問う調査を実施した。まだコロナ渦中であった2022年に行った調査とも比較してこのマーケットについて詳しく解説していきたい。

第1章 目的

リモートワーク・ワーケーションとは そもそもどういうことか？

リモートワークについては意味通り、本来の職場を離れた場所で仕事を行う行為のことで自宅やカフェなどさまざまな環境で働くことを指す。一方、ワーケーションは「ワーク（働く）」+「バケーション（休暇）」から生まれた造語である。テレワークなどを活用し、リゾート地や温泉地、国立公園など、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という新しいライフスタイルを国が推奨している。そして重要なことは、いつもどおりの仕事を行いながら、いつもと違う場所（普段の生活圏外）に滞在し、いつもと違う経験・体験をする取り組みを行えるということだ。つまり職場以外のスペースで仕事ができるようになることで、この「いつもと違う経験・体験」を得られるというライフスタイルが新たに生まれたということになる。

この「いつもと違う経験・体験」の過ごし方によっては、これまでの人生では出会えなかった人や気づきや時間の使い方などを得られることにも繋がる。昨今こうした働き方を選択する人が個人・企業問わず増えてきているようである。この需要の高まりとともに地域にとっては新しい関係人口として

うまく取り込むために施策を講じるところも出てきている。

リモートワーク・ワーケーションはコロナ渦中においてのみ成立した働き方であったのか？

2020年から始まる世界的なパンデミックの影響により世界中の多くの人々が行動制限を受けることとなった。会社に出社することも許されない状況下でまさにそうした環境だからこそ、このリモートワークやワーケーションという働き方やスタイルが浸透していったという背景がある。しかし現在、行動制限もなくなり平時に戻った環境の中で、このような働き方はどう思われているのか？そこで今回はこのリモートワーク・ワーケーションという働き方やスタイルにおける行動制限のあったコロナ渦中と行動制限のない現在での企業や働き手の意識の差や今後の働き方についてどう捉えているのか？について調査した。

第2章 方法

「ワーケーションに関する調査2024 市場構造調査レポート」を行った。日本全国の都市部（1都3県、2府1県、愛知県、札幌市、仙台市、広島市、福岡市在住）で働いている方々を対象に現在の働き方（リモートワークの可否など）の実態やワーケーションの実現度や意向度などを調査したものだ。全

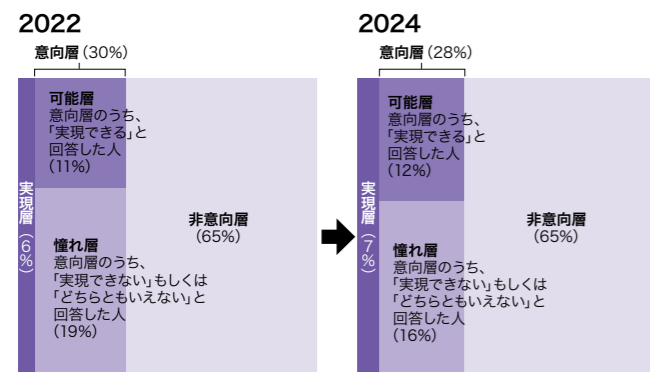
国約1,500人(20歳~59歳)にインターネットリサーチで行った大規模定量調査となる。そしてまだ行動制限への意識が残る2022年との比較で今回働く人の意識で何が変わったのか?また何が変わらないのか?について見ていくことにした。

第3章 結果

I. 現在のワーケーションへの実現度・意向度

ワーケーションへの実現度・意向度がコロナへの意識がまだ強かった2022年と比較した現在どうなのか? 図1にまとめてみた。ここではワーケーションへの実現度・意向度を大きく4層に分けて見ている。まずはすでにワーケーションという働き方を実現した層を①実現層と呼んでいる。次いでまだ実現はしていないが意向もあるし、自分の力で実現もできそうな層を②可能層。そして意向はあるが自分の力ではまだ実現は難しいと感じている層を③憧れ層、そしてこのような働き方への意向を持っていない層を④非意向層としている。これを見ると、①実現層は6%→7%へ増加している。また②可能層が11%→12%へ増加している。一方で③憧れ層は3%減少している。つまり細かい各層の変化はあるものの①~③を示すワーケーションへの意向を持った層が35%と2022年と比較してほとんど変わっていないことが分かる。つまり物理的な行動制限というハードルが取り除かれた現在でも当時と変わりなく、ワーケーションへの意向を持った層が存在しているということが分かる(図1)。

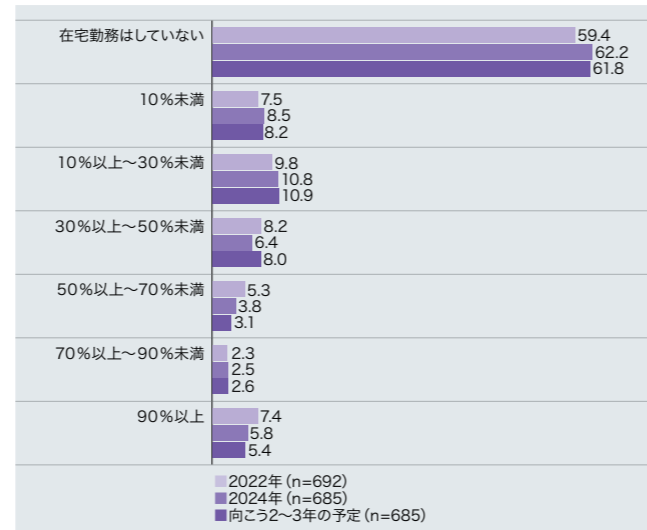
図1 ワーケーションに関する調査2024 市場構造レポート ワーケーションへの実現度・意向度



II. 現在の正社員の在宅勤務比率とその重要性

次は現在の正社員の在宅勤務比率について聴取してみた(図2)。2022年と比較してもあまり変化がなく、現在でも何らかの在宅勤務を認められている比率が全体の約4割近くに上る。

図2 現在の在宅勤務比率(2022年vs2024年)と2~3年後の在宅勤務比率



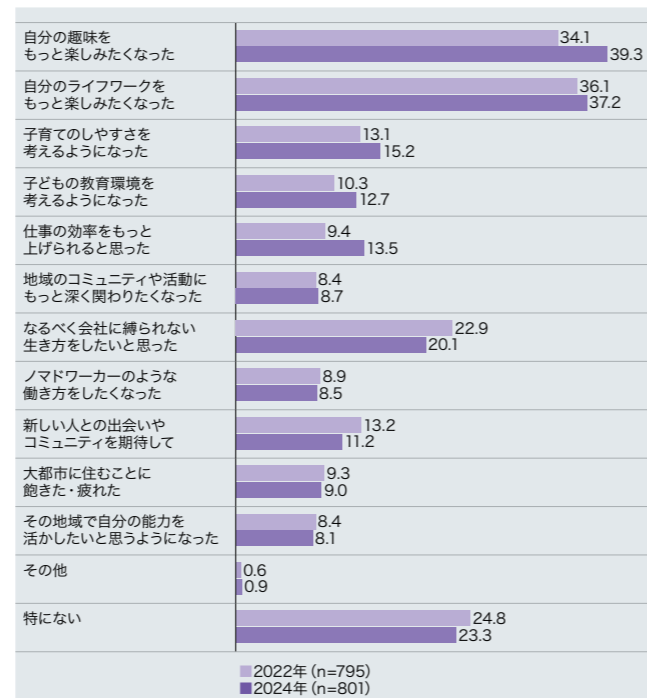
つまり行動制限など全くなかった現在でも当時と変わりなく在宅勤務を認められている企業が多いことが分かる。

また未来における働き方の変化について2~3年後の働き方についてどうなっているか?と聞いてみたところ、現在と大きな変化はなく、コロナ前までのような通勤する元の社会に戻っていくというよりは、コロナ禍で変化した現在の働き方が今後もそのまま続いていく可能性が高いことが窺える(図2)。

III. ワーケーションに興味を持ったきっかけとニーズの変化は?(2022年との比較も含めて)

ワーケーションに興味を持ったきっかけを見ると、「自分

図3 ワーケーションに興味を持ったきっかけ(2022年vs2024年)



の趣味をもっと楽しみたくなった」、「自分のライフワークをもっと楽しみたくなった」が最も高い(図3)。この点については2022年と全く同じできっかけにおいて大きな差はないように思われる。

ではそのワーケーションの目的となる趣味やライフワークとは具体的に何か?を聞いてみると(図4)、こちらも2022年同様「旅行・観光スポット巡り」が最も高く全体の約4割近く。2位は「アウトドア」、3位は「ジョギング・ウォーキング」とつづく。また男性特有の目的では「バイク・ツーリング」、女性では「ペットと暮らすこと」「料理・お菓子づくり」「美術館や史跡巡りなど」が高いことが分かった。

全体としては2022年とあまり変化がないように見えるが、

図4 ライフワーク種類(2022年vs2024年)

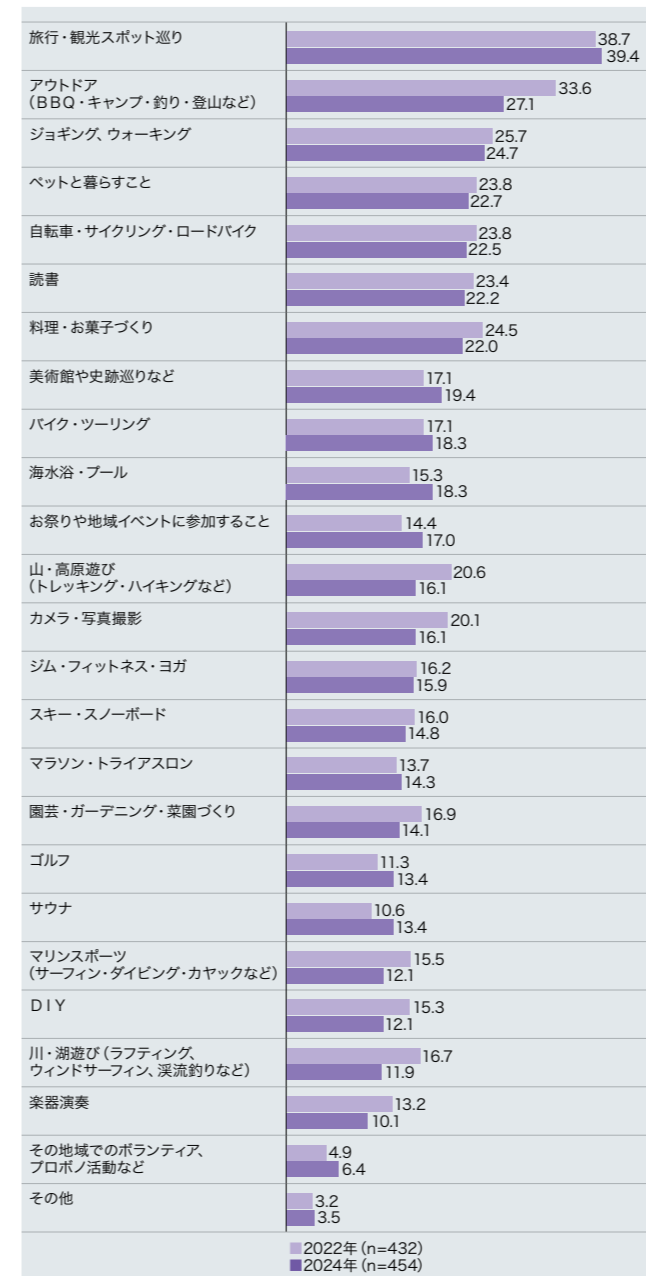
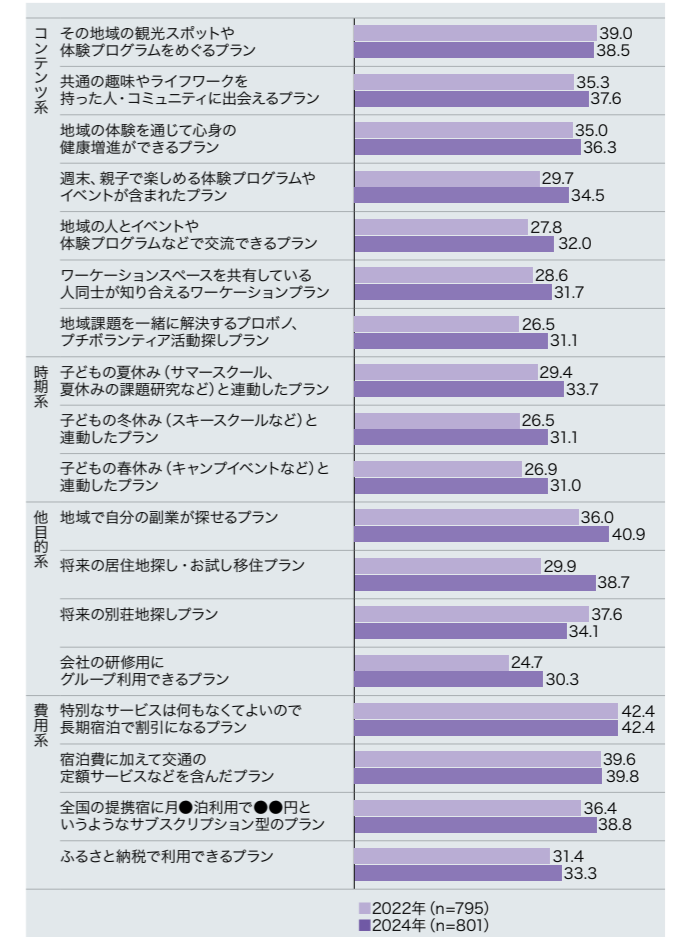


図5 ワーケーション・コンセプト受容性(2022年vs2024年)



「アウトドア」については2022年と比べると大きくポイントを下としており、当時の社会環境下であったこともスコアが高かった可能性もあるように思われる(図4)。

次に具体的な宿泊プランのイメージを聞いてみた(図5)。すると、1位が「特別なサービスは何もなくてよいので長期宿泊で割引になるプラン」(42.4%)が2022年同様最も高いが、次いで高いのが「地域で自分の副業が探せる」プラン(40.9%)で前回2022年調査時よりも高くなっている。3位は「宿泊費に加えて交通の定額サービスなどを含んだ」プラン(39.8%)であり、何かしら対象者の金銭面にメリットを感じるプランへの興味が高いことが分かる。

さらに2022年との比較で今回高く出たプランを見ると、「週末親子で楽しめる体験」(34.5%)や「地域の人とイベントや体験で交流できる」(32.0%)、「子どもの夏休みと連動したプラン」(33.7%)や「地域課題を一緒に解決するプロボノ、プチボランティア活動探し」(31.1%)といった地域側のコンテンツや地域の人との交流などを求めるニーズが高くなっている(図5)。

IV. ワーケーションに対して感度の高いターゲットは誰か?

あるライフステージの属性でこのマーケットにかなり高い感度を持つターゲットを発見した。その結果を図6にまとめてみた(図6)。

そのターゲットとは、既婚×子どもありかつ「末子年齢小学生未満」という属性。図1でも解説したワーケーションへの実現度・意向度をこの既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」に当てはめてみた。するとすでにワーケーションを実現している①実現層はもちろん、まだ行っていないが意向をもっている②可能層や③憧れ層が、全体と比較してもかなり高い数値であることが分かった。全体での①実現層の割合は7%だが、この既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」の層だと2022年の段階ですでに12%、そして現在2024年だと21%とかなり高い割合でワーケーションを実現しているという結果が出た。全体での①実現層7%と比較すると実に3倍の方がすでに実現しているということになる。②可能層の割合も18%、③憧れ層も20%(ともに2024年)とかなり高いデータとなった。

上記①～③のポジティブ層が全体では図1で説明した通り35%に対して、既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」だとなんと59%と実に半数以上の方がワーケーションに対してかなりポジティブな意識を持っており、今回の働いている人全体の中でも特にこの層がワーケーションに対して感度が高いことが分かった。

V. ワーケーションに最も感度の高いターゲット、既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」のワーケーションに対するニーズを深掘りする

ワーケーションに対して興味を持ったきっかけから見ていくと(図7)、「自分の趣味をもっと楽しみたくなった」(47.3%)、「自分のライフワークをもっと楽しみたくなった」(43.8%)という全体の傾向と同じく自己実現だが、それと同じくらい高いのが「子育てのしやすさを考えるようになった」(41.1%)と

図6 2022年と2024年 既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」実現度・意向度

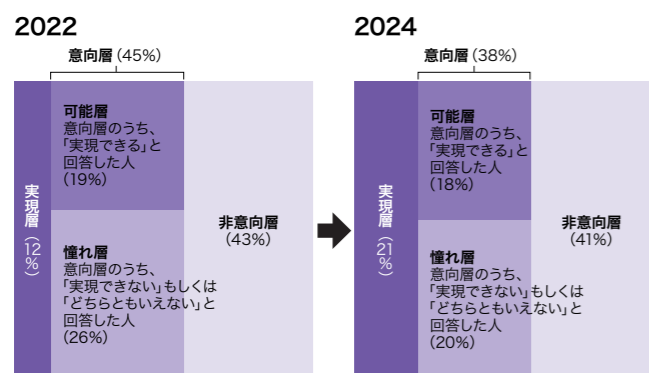


図7 既婚×子どもありワーケーションに興味を持ったきっかけ(2024年) (%)

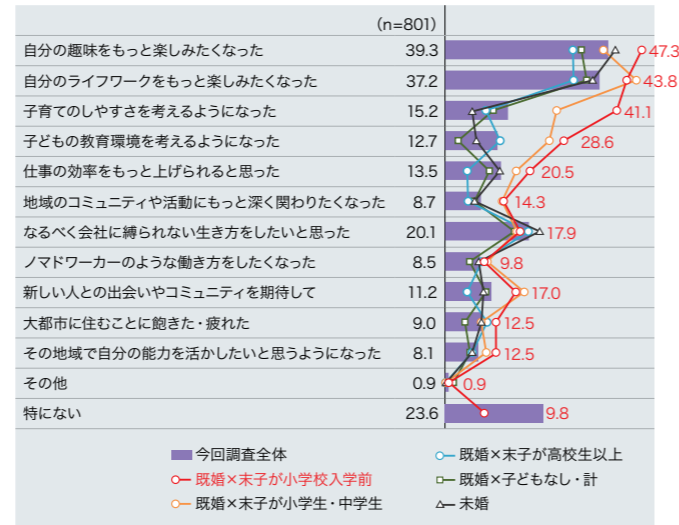
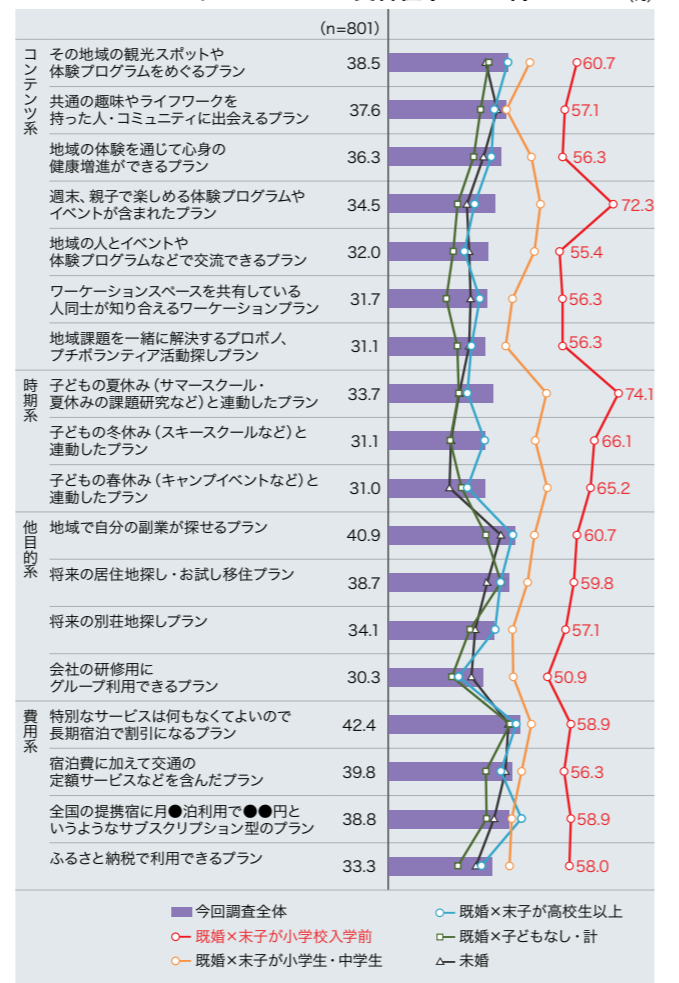


図8 既婚×子どもありワーケーション・コンセプト受容性(2024年) (%)



いう子ども軸でのきっかけだ。そのほかにも全体と比べて「子どもの教育環境を考えるようになった(28.6%)」といったきっかけが高いことでもその傾向が窺える(図7)。

さらに具体的にどんなワーケーションプランを求めているかについても聞いてみたところ(図8)、最も高かったのは「子どもの夏休み(サマースクール・夏休みの課題研究)と連動したプラン」(74.1%)で、次いで「週末親子で楽しめる体験プログラムやイベントが含まれたプラン」(72.3%)と子どもと過ごす何かを求めているニーズが高いことが分かった。他には「子どもの冬休み(Ex.スキースクールなど)と連動したプラン」(66.1%)、「子どもの春休み(キャンプイベントなど)と連動したプラン」(62.5%)など1年を通してそうした子どもとの過ごし方の情報を探しているニーズが高い。その他で「自分の副業が探せるプラン」(60.7%)、「将来の居住地探し」(59.8%)など現在の居住地以外の自身の拠点を検討するための機会を探しているニーズが高いことも見過ごせないポイントとしてある。

VI. ワーケーションに対して最も感度の高い層の阻害要因とは?

ワーケーションに対して最も感度の高い層である、既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」層がそれらを進められない阻害要因は何だろうか?阻害要因を改善していければ、今よりもさらにワーケーションを進めてもらえることにもつながらないだろうか?

その阻害要因についてまとめたものが図9だが、これを見ると、「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」(25.8%)がTOPでまずはこういった働き方に対する企業内での理解促進が一番大事なポイントのように思われる。続いては「子どもの学校の都合をつけにくい」(25.2%)で今や大人よりむしろ子どもの方が暦通りにしか物理的に動けないという問題が発生しているのかもしれない。

VII. ワーケーションに対して最も感度の高い層のワーケーションに対する効能とは?

既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」の層のワーケーションに対する効能をどう感じているか?についても聞いてみた(図10)。これを見ると、最も高かったのは同率で2つあり「自分の生活の質や幸福にとって必要だと思う」(53.5%)と「長期的にも仕事のパフォーマンスが上がる」(53.5%)でいわゆる従業員のウェルビーイングやパフォーマンス向上に寄与すると感じている点が一番高い。次いで「このような制度を推奨する企業とは信頼関係が構築できると思う」(51.6%)

図9 既婚×子どもあり 阻害要因(2024年) (%)

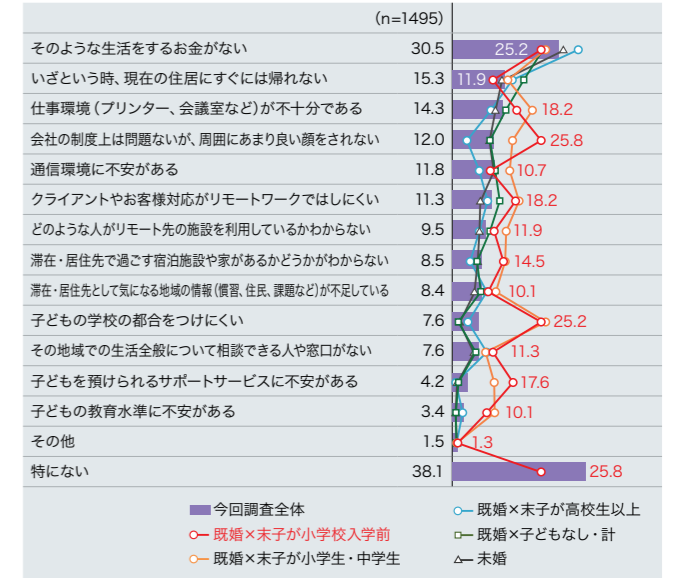
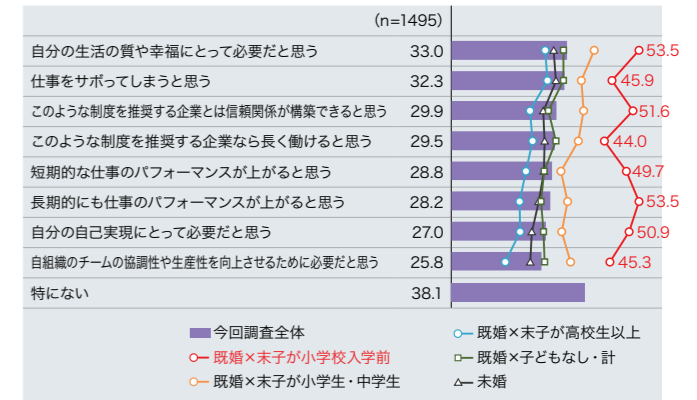


図10 既婚×子どもあり 促進要因(2024年) (%)



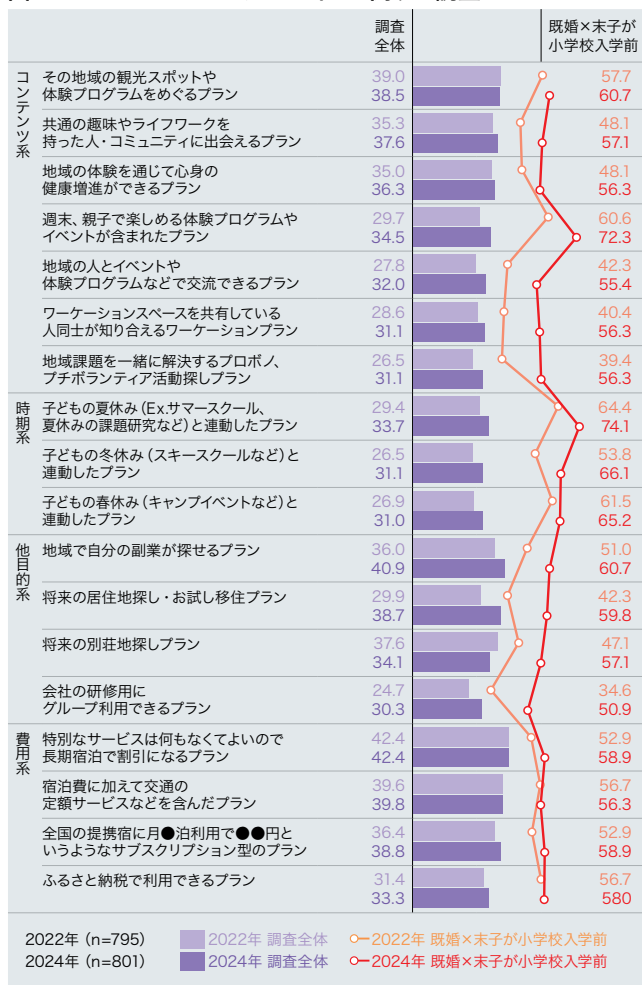
とあり、会社へのロイヤリティの向上や離職率を下げる効果にもつながる可能性がある。

VIII. ワーケーションに対して最も感度の高い層のコロナ渦中であった2022年からの心境の変化は?

最後に、既婚×子どもあり「末子年齢小学生未満」の層が前回調査とどういった変化があったかについてまとめておきたい(図11)。

2022年の前回調査より大きくポイントを上げたのは、「自分の趣味をもっと楽しみたくなった」(2022年: 35.6%→2024年: 47.3%)と「子育てのしやすさを考えるようになった」(2022年: 31.7%→2024年: 41.1%)の2つである。コロナ禍を経て、自身の趣味への時間と子育てのしやすさという2つのポイントの人生の優先順位に対する考えが深まった

図11 20241108ワーケーションに関する調査



ようにも捉えられる。

また求める具体的なワーケーションプランについて見ると(図11)、どのプランも伸びているが、その中でも伸びが著しいのが、「将来の居住地探し・お試し移住プラン」、「地域課題を一緒に解決するプロボノ、プチボランティア活動探しプラン」、「会社の研修用にグループ利用できるプラン」、「ワーケーションスペースを共有している人同士が知り合えるワーケーションプラン」でいずれも15ポイント以上の上昇をしております。自分の趣味、子育て環境以外に、地域(やそこにいる人々)との交流にも目が向き始めていると解釈できよう。

第4章 考察

2020年の世界的なパンデミックを期に突如注目された働き方のスタイル、リモートワーク・ワーケーション。これまでの当たり前であったオフィスに通勤するという働き方の常

識を変える衝撃的とも思えるワークスタイルだった。ただ当初は行動制限を強いられた有事の際だけに限定したワークスタイルであり、平時に戻れば元の働き方に戻るであろうという考え方を持つ人も多く、一過性のマーケットと捉える向きもあった。私も仕事から多くの企業や地域の方々から相談を受けるが、このマーケットが今後も続いていくものなのか?という疑問を多く抱いていた。

しかし今回の調査でこの働き方がどうやら一過性ではない、今後も多くの人に影響を与えそうなワークスタイルでありそうだとこのことが見えてきた。

行政側とすればこの働き方のトレンドをうまく活かすことで住民の人口こそ減少すれど、自地域をうまく活用してくれる関係人口を増やすことも可能になる。

こうした点からも今後、企業や地域がよりこのマーケットへの取り組みを継続的に長く行っていくことで、働く人それぞれの「過ごす」人生そのものがこれまでと相当変化していくのではないだろうか?その結果さらに新しいワークスタイルやライフスタイルそのものが変容していき、さまざまな柔軟な働き方や地域と関わり方が生まれていくのではないかと感じる。

そして最後にそんな新しい働き方に一番、感度の高いターゲットとして今回発見した既婚×子供あり「末子年齢小学生未満」の層。実はこの結果を発見した時驚きと同時に「確かにそうだな」と思えた。それは私自身がそうだったから。私自身、2020年のコロナ禍を期に東京から今、住んでいる八ヶ岳(山梨県北杜市)へと避難し、2拠点生活を経て、現在完全移住を果たしている。この東京から八ヶ岳へとワークスタイルを変更した理由には、当時2歳であった子どものこれらを考えたことが一番だったが、そうして2拠点生活を始めるうちに自身の今後の人生を考えるようになり、完全移住へと移っていった。まさに私自身がこのど真ん中のターゲットだったんだと気づかされた。

今では八ヶ岳の地域の方々とも交流が深まり、イベント交流や街づくりの支援など新しい自身の拠点でありコミュニティとなっている。そして私のような生き方をしている人を2020年当時はだいたい珍しい目で見られていたが、今ではそういう生き方もありますね、と言ってくれる人も多く感じておりこういう生き方に市民権が生まれてきたようにも感じる。

自身の拠点が住まいのある1か所というこれまでの生き方がだんだん古いものになり、今後もこのような生き方がさらに広がることで、2拠点、3拠点と他拠点での自身や家族のコミュニティが広がる時代がこれから進んでいくようにも感じるし、そんな世の中になってほしいと期待もしたい。