

第5回「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会
議事概要

1. 日程

令和3年12月13日(月) 15時～17時

2. 場所

オンライン開催

3. 出席者（五十音順）

伊藤委員、井上委員、大橋委員、岡野委員、荻野委員、桐明委員、
斉藤様（代理出席）、小豆川委員、高井委員、田中委員、野村委員、堀委員、
松井委員、宮澤委員、森下座長

4. 議題

- ・ 今年度事業の中間報告
- ・ 取組状況等について
- ・ 事例紹介
- ・ 意見交換（ワーケーションの更なる活用に向けた目的の整理）

5. 議事概要

- ・ 観光庁より中間報告について、資料に基づき説明。（資料2）
- ・ 各委員より取組状況等について、資料に基づき説明。（資料3～7）
- ・ ゲストスピーカーより事例紹介について、資料に基づき説明。（資料8～10）
- ・ 観光庁より「ワーケーションの更なる活用に向けた目的の整理」について、
資料に基づき説明。（資料11・12）
その後、委員より議題を基にした意見交換を実施。

○委員からの主な意見

- ✓ ワーケーションの定義が定まっていないため、企業として取り組みにくく、このことについては前から申し上げているとおり。人事の立場からは、これは出張なのか、研修なのか、何なのかが明確でないため、企業として人を送り出しにくい面がある。
- ✓ 会議所のワーケーションに対する期待は大きい。しかし「企業ニーズがどこまであるのかが不安」という声があり、商工会議所としても模索をしている状況。
- ✓ 企業側も働き方改革を推進している最中であり、ワーケーションが浸透するまでに

は時間がかかると考えられる。

- ✓ やはり働き方改革の一環で普及浸透させることが、正攻法ではないか。
- ✓ 地域と企業の間で元々土壌になる取組がある場合に、ワーケーションというツールを用いるに過ぎないという考え方も重要。観光庁の問題提起であったが、コンセプトベースというより、すでに取り組みられているものをワーケーションと呼ぶかどうかの議論もあり得る。働き方改革やSDGSといったものも最終的にはゴールにはなってくるが、そのうちで地域とかかわっているものをワーケーションと呼んでいく方が広がりやすいのではと思った。
- ✓ ワケーションを目的化しないという考え方が重要。テレワークでもあったが福利厚生としてのアプローチと経営戦略的アプローチの2つがあるが、福利厚生だと普及しない。DXや組織における改革として進めていた企業がワーケーションという形で制度化している。いずれにせよ戦略としての位置づけが大事。一過的なものではなく、活動が続いていくことが大事だと感じる。実際に進めている企業がどのようにワーケーションを活用し成果がどのように出ているか事例として発信すると効果があると考ええる。
- ✓ ワケーションへの参加者の満足度が高いことについては、社会貢献意識が持つことが大きい。企業側においてもメリットを見出すために、こちらも社会貢献意識が企業価値につながるような流れを作ることが大事。外から見える化できることも重要である。
- ✓ 8つの事案で受け入れ地域や実施企業のアドバイザーをしている中で、地域や企業に試行錯誤を続けながら様々な効果が出てきていることがわかった。特に、受入地域にとっては、これまで手探りで続けていたワーケーションの推進について、都心部の企業側の多様なニーズを肌で知ることができる貴重なレッスンとなっていると考えられる。
- ✓ 山梨大学で行った調査結果では、2020年度のワーケーション経験者のうち約6割程度の人は所属企業から何らかの補助を受けて行っていることが明らかになった。ワーケーションを制度化、または容認するだけでなく、積極的に支援していることが透けてみえる。
- ✓ 同調査ではさらにワーケーションを経験している社員はエンゲージメントやコミットメントが高い等の特性が明らかになっているが、さらに越境学習や関係人口志向性なども未経験者と比較し高い、という結果も出ている。
- ✓ こうした特性や効果は、WAA（Work from Anywhere Anytime）に加えて、働く人が自由なコミュニティを選んで仕事に生かしていくというからWAAA（WAA+Any Community）への変化ものその源泉になっていると考えられる。そういった意味では今回の実証トライアルは推進に積極的な企業や地域との間で生まれた新たなコミュニティともいうことができる。

- ✓ 今後の展開に向けて企業側の制度導入や取り組み気運を高めていくことが課題視されているが、今回の実証事業で見いだされた知見や課題、今後に向けた要望等について情報をしっかり共有し推進していくために取り組みに積極的な企業のネットワーク化が次の大きなテーマになってくる。
- ✓ 旅行業の立場で、企業、地域と正対する中でワーケーションの関心が高まっているのは感じる。先日、テーマ別オンラインセミナーを開催し、700名弱がワーケーションに関して視聴した。地域と企業を結び付けるプレーヤーとして旅行会社がどのような知見を持っているかは別問題のため、観光庁と連携を図りながら、手法や手順などを具体的に詰めながら進めていきたい。企業が導入しやすいプレジャー、福利厚生の一環としてワーケーションをすすめるなど、ハードルが低いところから旅行業協会としてはお手伝いをし、ワーケーションに転移できればいいと考える。
- ✓ 旅行会社としてのネットワークを活用し、マッチングするお手伝いができればと考えている。そのためには、旅行会社はワーケーションの意義等を勉強するとともに、受け入れ地の魅力等もきちんと把握したうえで、企業にワーケーションを提案していかなければならない。
- ✓ 課題が浮き彫りになってきたのではないかと。前回の意見交換のテーマでは今後のワーケーションの普及啓発の在り方といったところで意見をまとめていったが、今回はワーケーションそのものが何のためにやるのか、企業がどのような位置づけで取入れられるのかが今後のキーポイントになってくるということが見えてきた。企業の中での働き方改革という位置づけでももちろんだが、社会にどう貢献できるか社会の信頼をどうやって得ていくのか、企業のミッションにも繋がっていく意味では、このワーケーションというものが社会でどのように位置づけていくのかが、重要であるというのがクリアになった。わかってきたメリットや課題をいかに共有していくのか、ネットワーク作りを進めていく等が、普及にあたっては重要になってくるのではないかと。次回は今年度の結果報告や振り返りとともに次年度以降の取組の方向性について意見を伺う予定。