

「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会

《概要説明資料》

令和2年10月23日

1. 「新たな旅のスタイル」の普及・促進について

背景・課題

- 従来の日本の観光スタイルは、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、観光消費額の伸び悩みが課題となっている。
- 新型コロナウイルス感染症による社会変化を踏まえ、休暇取得や分散化に向けて、滞在型の「新たな旅のスタイル」の普及が必要である。

目的

- 感染リスクを軽減する「新たな旅のスタイル」を普及し、より多くの旅行機会の創出や観光需要の平準化に繋がるとともに、休暇取得や分散化を促進

取組みの方向性

- 休暇取得や分散化に繋がるワーケーションやサテライトオフィス、ブレジャー等を「新たな旅のスタイル」と位置付けて、企業、受入地域、観光業界、経済団体、関連省庁等と連携しながら、その普及を図る。

取組みのイメージ

- (1) 国民全体の機運醸成 (2) 企業、受入地域の環境整備 (3) 企業、受入地域の関係性構築

2. 今年度の取組（全体概要）

以下の取組みを企業、地域、観光・経済団体、関連省庁等と連携しながら段階的に実施する。

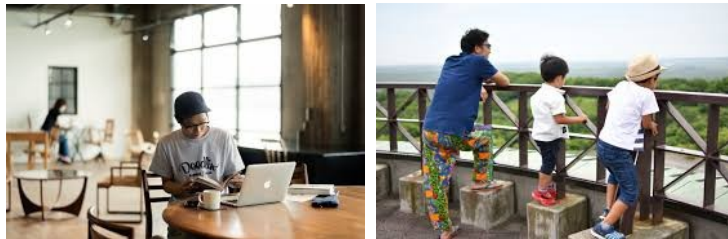
<フェーズ1> 調査・実績構築

企業を対象としたモデル事業

ワーケーションやブレジャー等に関心の高い企業にトライアルでの運用を行ってもらうことで制度の導入促進を図るとともに効果検証を行う。

実態調査

国内企業における制度の導入状況や既に制度を導入している企業の活用実態(現状や課題)に関する調査を行う。



<フェーズ2> 普及・啓発

情報発信・プロモーション

働き方改革や有給休暇の取得、新たな旅のスタイルの促進に資する企業や国民向けのプロモーションを実施し、気運の醸成を図る。(メディア活用、キャンペーン実施等)

普及啓発パンフレット作成

- 【企業向け】「労災」、「税務処理」等の扱いや導入メリットを明示することで、導入に向けたハードルを緩和する。
- 【地域向け】ワーケーションやブレジャー等に取り組むメリットや受入に必要な環境整備に関する情報を整理する。

企業向け全国セミナー

ワーケーションやブレジャー等の制度導入を検討してもらうために企業の経営層や人事部担当者を対象としたセミナーを開催する。(フェーズ1で得られた調査データやツールを活用)

「新たな旅のスタイル」に関する検討会

関係府省庁、経済団体、旅行団体、自治体、有識者等による検討会を設置し、「新たな旅のスタイル」の普及に向けた協議を行う。

2. 今年度の取組（スケジュール）

| | 2020年度 | | | | | |
|---|--------|------------------|----------------|----------------|------|-----|
| | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 企業を対象としたモデル事業 <small>ワーケーション、プレジャーの実証（効果検証）</small> | 協力企業募集 | トライアル実施 ※年末年始は除く | | | 効果検証 | |
| 実態調査 <small>プレジャー、ワーケーションの活用実態に関する調査</small> | 調査設計 | 実査 | 集計・分析 | | | |
| 普及啓発パンフレット作成 <small>企業・受入地域向けの環境整備等に関する普及啓発</small> | | 地域向けパンフ作成 | 企業向けパンフ作成（簡易版） | 企業向けパンフ作成（完成版） | | |
| 企業向け全国セミナー <small>制度導入促進のための経営層、人事担当者向けセミナー</small> | | 実施計画 | 募集告知 | セミナー開催（6回） | | |
| 情報発信・プロモーション <small>新たな働き方や休暇分散の促進に向けた普及啓発</small> | | 実施計画 | 情報発信・プロモーション実施 | | | |
| 検討委員会 <small>関係省庁、経済団体、有識者、自治体等による検討会</small> | 1回目 | | | 2回目 | | 3回目 |

3. 今年度の取組（モデル事業）

企業を対象としたモデル事業

- ワーケーション等に関心の高い企業に、試行的にワーケーション等を実施してもらい、導入にあたっての課題等の洗い出しを行うとともに、ワーケーション等がもたらす効果（体験した職員の業務意欲や生産性の向上等）に関するデータを収集。
- データは、企業向けパンフレット等に掲載するとともに、今後の企業向けセミナー等において活用。

<参加企業・参加者>

10～12社程度・各社15～20名を目安

<実施期間>

2020年11月～2021年1月

<実験場所>

国内で既にワーケーション等の受入体制が整っている地域（数カ所程度）

<実施方法>

上記期間のうち、4～5日程度でワーケーションやブレジャー等を実施

【実施形態の例】

リゾートワーク（福利厚生）型：旅行の滞在先でテレワーク等により業務を行う

チームビルディング型：企業内の複数職員が同時に滞在し、グループワークや研修等を行う

人材育成・課題解決型：複数企業の職員が参加し、多様な主体と交流しながら地域の課題解決に向けた議論等を行う

サテライトオフィス型：地方に設置されたサテライトオフィス等で業務を行う

ブレジャー型：出張先等で滞在を延長して余暇を楽しむ

<効果検証>

- ・実施前後を含めた期間に、体験者の状態や仕事に対する姿勢等を問うWEBアンケートを行うとともに、ウェアラブルデバイスの装着等により、体験者の行動データを収集
- ・対象者ごとの結果を数値化し、ワーケーション実施前後の思考や行動の変化等を分析

3. 今年度の取組（普及啓発パンフレット作成）

企業向けパンフレット

- 企業におけるワーケーションやブレジャー等の導入を促進するためには、企業及び社員の双方にメリットがあることを訴求する必要がある。
- 企業の経営層や人事部門に対し、先進的な企業の取組を共有するとともに、ワーケーション中の労災や旅費等の経費処理に関するQ&Aや社内規程の例を示すことにより、導入に向けた検討を促す。

構成案

【簡易版】（1月頃までに作成）

1. はじめに(背景)
2. ワーケーション等の概要(目的・効果)
3. 導入企業の事例(導入の経緯、運用方)
4. 制度導入にあたってのQ & A
 - ・ 旅費、宿泊費等の税務処理
 - ・ 労災の適用範囲
5. ワーケーション等に関する社内規程(例)
6. その他
 - ・ 受入地域の紹介等

【完成版】（年度末までに作成）

1. はじめに(背景)
2. ワーケーション等の概要(目的・効果)
 - ・ 実態調査やモデル事業の分析結果
3. 導入企業の事例(導入の経緯、運用方)
 - ・ モデル事業を踏まえて内容を拡充
4. 制度導入にあたってのQ & A
 - ・ 旅費、宿泊費等の税務処理
 - ・ 労災の適用範囲
5. ワーケーション等に関する社内規程の例
6. その他
 - ・ 受入地域の紹介

6. 次年度の取組み（予定）

2. 観光の再生と新たな展開（事項要求）

新型コロナウイルス感染症や令和2年7月豪雨の影響を受け、観光産業は厳しい状況におかれており、令和2年度においては、大きな打撃を受けた観光産業の事業継続や雇用維持に全力を尽くし、安全・安心に旅行できる環境づくりや旅行需要の平準化に向けた取組を行いつつ、Go To トラベル事業等の国内観光需要の喚起に取り組んでいるところ。

引き続きこれらの取組を着実に推進しつつ、令和3年度においては、地域経済を支える観光の再生と新たな展開のための「新たな旅のスタイル」の普及・定着を図り、インバウンドの再開を見据えて、訪日外国人旅行者数2030年6,000万人等の目標の達成に向けた取組を推進するとともに、さらに必要な施策について、今後の感染状況や観光需要の動向等も踏まえつつ、また、国際観光旅客税の歳入見通しを考慮し、予算編成過程で検討する。

新たな施策イメージ

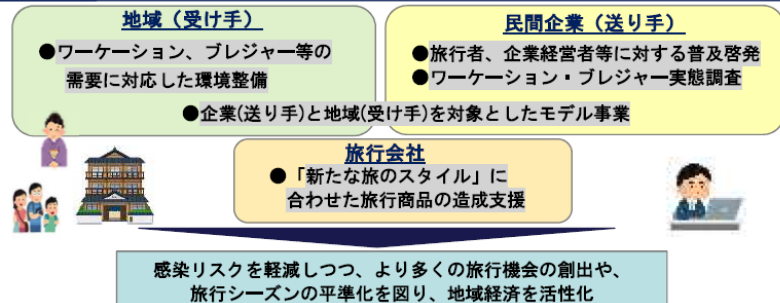
働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」の普及・促進

従来の日本の旅のスタイルは、企業等において長期休暇が取得しづらいこと等を背景に、特定の時期に一気に休暇取得する、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て混雑や密が生じやすい傾向があるとともに、国内旅行消費額の伸び悩みの要因にもなっている。

テレワークの普及による働き方の多様化も踏まえ、仕事と旅行を両立させるワーケーションやプレジャー等の普及を促進することにより、旅行需要を平準化し、混雑等による感染リスクを軽減しつつ、より多くの旅行機会を創出する。

- ・ **ワーケーション**：テレワークを活用し、リゾート地や温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う。
- ・ **プレジャー**：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。
- ・ **サテライトオフィス**：企業または団体の本拠から離れた所に設置されたオフィスで仕事を行う。

全体像



DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進による観光サービスの変革と観光需要の創出

デジタル技術及び観光資源の融合等により、これまでの態様に捉われない新たな観光コンテンツ・価値を生み出し、DX（デジタルトランスフォーメーション*）の推進による観光サービスの変革や観光需要の創出を実現する。

* DXとは、デジタル技術及びデータを活用して、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することにより、競争上の優位性を確立すること。

オンラインを活用した来訪意欲の増進

オンライン空間上でのツアーを通じて観光地の情報収集や消費の機会等を提供。



オンライン等を活用した観光ツアー例

今までにない新しい観光コンテンツ・価値の創出

高精度測位技術や5G等のデジタル技術を複合的に活用し、文化芸術や自然等の既存の観光資源を磨き上げ。



デジタル技術を活用した観光コンテンツ例

観光地経営・エリアマネジメントの変革

顔認証を活用した手ぶら観光や予約・購買・行動等に関するビッグデータの利活用拡大等の可能性を調査。



顔認証を活用した手ぶら観光等のイメージ

宿泊施設を核とした地域における新たな観光ビジネス展開支援

個々の宿泊施設による先進的な感染症対策、三密回避と付加価値向上を両立した施設改修、ITを活用した効率化等を進めるとともに、複数の宿泊施設や地域の観光施設・旅行会社等が連携した多様な観光体験の提供、旅行商品の造成を促進することにより、地域において長期滞在を実現するための新たな観光ビジネス展開を支援する。

宿泊施設の魅力向上による誘客増

○ 宿泊施設の付加価値化



ゆったりと過ごせる客室や三密を避けた露天風呂付き客室への改修プラン作成

○ 感染症対策



非接触型チェックインシステムや混雑状況の見え易い化

○ ワーケーションへの取組



ワーケーション体制整備のための改修等支援

宿泊客がワンストップで多様な選択肢の中から様々な地域の魅力を選ぶことが可能に

○ 複数宿泊施設の連携



飲食施設を共有し選択肢増による魅力向上

○ 地域施設との連携



魅力ある施設（例：公衆浴場等）との連携

○ 旅行会社、交通事業者と連携した商品造成



貸切バスを使ったオプションツアーを提供



共同ワーケーション施設の整備



子供の「学び」体験をPRし家族客を誘客（「旅育」の推進）



地域と連携した小規模分散型旅行の促進

日 時：令和2年10月15日（木）～16日（金）

実施場所：北海道・洞爺湖町

【地元関係者との意見交換】

町全体として「ワーケーション」に取り組むことは、誘致企業が将来的に地域づくりの担い手になる期待があること、一方の課題として、当該企業のニーズの把握や対応、企業誘致にかかるPR・マッチング等が課題であることを聴取。行政同士だけでなく、地域内の宿泊施設や観光協会等の組織横断的な連携がプラン作りに活きるのではないかと提案があった。

【周辺のアクティビティ視察】

洞爺湖にてアクティビティ(カヌー体験)を視察。Work(業務)とVacation(余暇)を即座に切り替えて、満喫できる時間の使い方はワーケーションならではの実感。

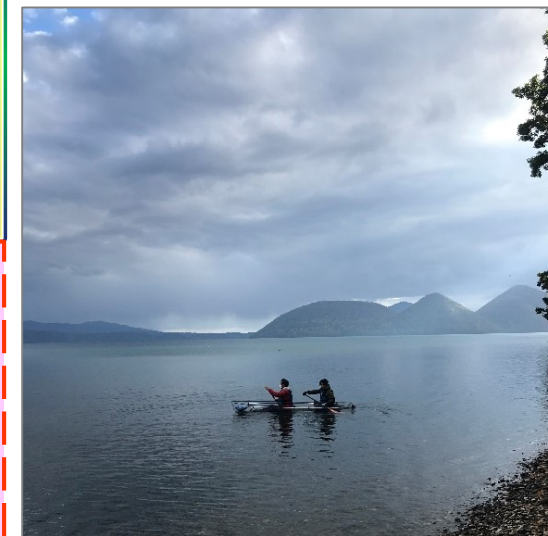
【滞在地でのテレワーク】

自宅や職場とは異なり、リラックスした雰囲気の中で仕事をすることで、快適な緊張感と高揚感のもと、集中力の高まりを感じることができた。また、都会の喧噪やストレスを感じさせない壮大な自然の中での業務を通じてクリエイティブな発想が期待でき、生産性向上につながると思料。



【滞在地でのテレワーク風景】

普段とは異なる素晴らしい仕事環境に業務意欲とクリエイティブな発想が生まれる。



【滞在地周辺のアクティビティ】

休暇と仕事の切り替えが容易になることにより、休暇取得への気兼ねがなくなり仕事の集中力が高まる。

《今後に向けての課題、示唆》

- 休暇が取りやすくなる一方、あくまで休暇が主軸であるということの職場の理解や本人にもはじめある公私スタイルの意識付けが必要。
- ワーケーションそのものにかかる環境整備だけでなく、職場内での認識の共通化やプロモーションの必要性を感じた。
- 「旅行に仕事を持ち込むという発想ではなく、気兼ねない（長期）休暇取得を推進するものである。」



【地元関係者との意見交換】

ワーケーションの推進には地元の関係者にも意識を持ってもらい、長期滞在者やリピーターを期待した飽きさせないコンテンツ作りが重要。