

# 「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会 ディスカッションペーパー

ワーケーターの特性と企業の導入メリットへの考察を中心に

2021年9月13日

山梨大学生命環境学域  
教授・社会科学系長  
田中 敦

# ワーケーションとテレワークの検索件数

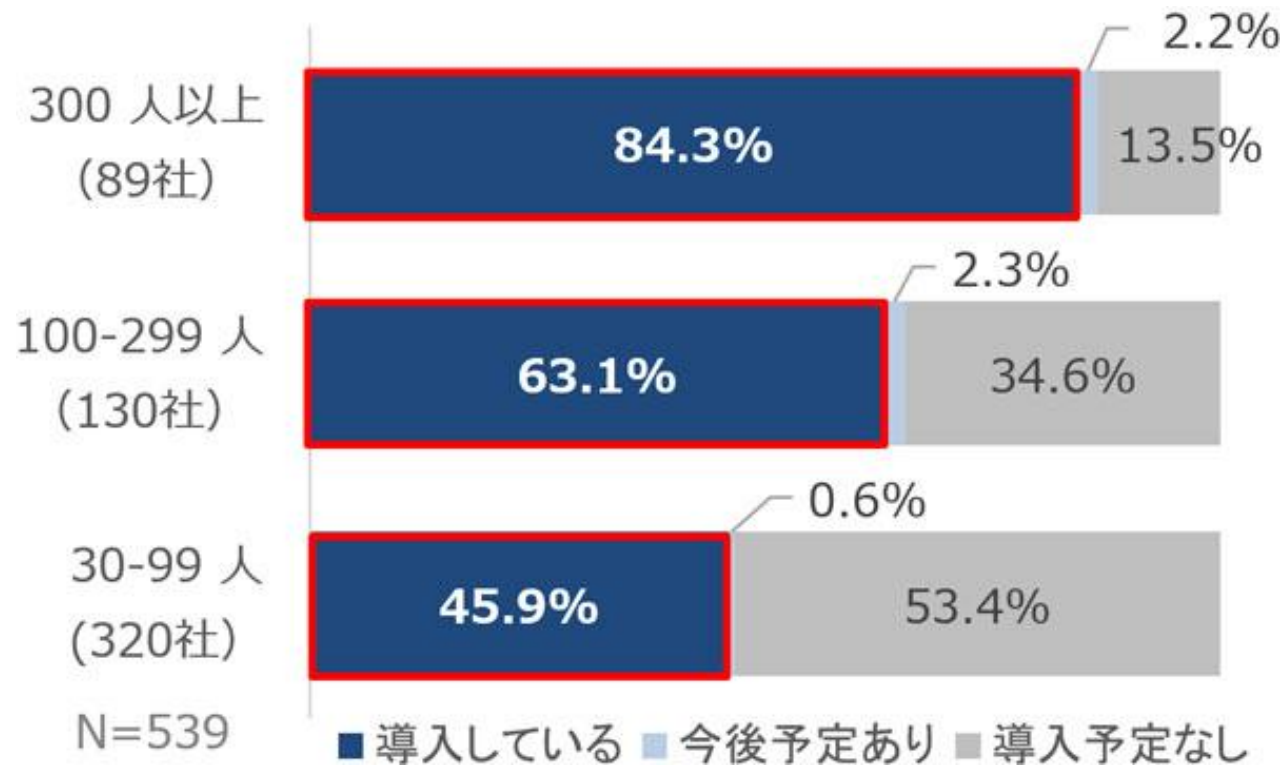
ワーケーションの検索件数は、2020年7月27日の菅官房長官(当時)の発表後に急速な伸びを見せたが、その後はテレワークと比較し低位安定で推移している



# 企業における導入阻害要因① テレワーク環境が未整備

企業におけるテレワーク導入が進まない理由に1つに社内における「テレワーク環境の未整備」が挙げられていたが、コロナ禍により一気に普及し、ほぼ解消された。

テレワーク導入率調査結果 (東京都 2021年3月後半)



(出所：東京都資料)

# 企業における導入阻害要因② 労務管理のルールが曖昧で運用困難

ボトルネックとなっていた「労務管理のルールがわかりづらく基準が不明」については、2021年3月に出されたガイドラインに明記されたことで、大きく前進した。

## テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン

### 1 趣旨

労働者が情報通信技術を利用して行う事業場外勤務（以下「テレワーク」という。）には、オフィスでの勤務に比べて、働く時間や場所を柔軟に活用することが可能であり、通勤時間の短縮及びこれに伴う心身の負担の軽減、仕事に集中できる環境での業務の実施による業務効率化につながり、それに伴う時間外労働の削減、育児や介護と仕事の両立の一助となる等、労働者にとって仕事と生活の調和を図ること

「テレワーク等を活用し、普段のオフィスとは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行う、いわゆる『ワーケーション』についても、情報通信技術を利用して仕事を行う場合には、**モバイル勤務、サテライトオフィス勤務の一形態として分類することができる**」

### 2 テレワークの形態

テレワークの形態は、業務を行う場所に応じて、労働者の自宅で行う在宅勤務、労働者の属するメインのオフィス以外に設けられたオフィスを利用するサテライトオフィス勤務、ノートパソコンや携帯電話等を活用して臨機応変に選択した場所で行うモバイル勤務に分類され

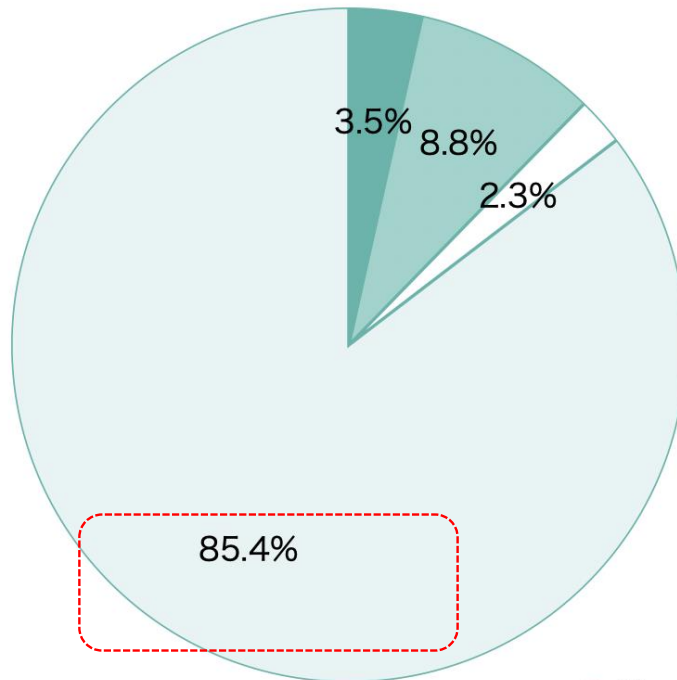
「テレワークを行う場所について、労働者が専らモバイル勤務をする場合や、いわゆる『ワーケーション』の場合など、労働者の都合に合わせて柔軟に選択することができる場合には、使用者の許可基準を示した上で、『使用者が許可する場所』においてテレワークが可能である旨を定めておくことが考えられる」

# ワーケーションの導入・検討の状況

2大阻害要因が解消されてきても、ワーケーションの導入を検討していない企業が85%超え、という現実

あなたの会社ではワーケーション制度を導入していますか

(n=171)



月刊 総務

- 導入している
- 導入を検討している
- 導入を検討したが導入しなかった
- 導入を検討したことはない

(出所：月刊総務「ワーケーションに関する調査」)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000013.000060066.html>

# 4つのステークホルダーの期待度サーモメーターのイメージ

交流人口、関係人口の増大  
多拠点居住→移住への導線  
空き家・空きオフィス対策  
地域観光事業者の活性化  
地域住民との交流促進

行政  
地域

地域との連携強化による事業  
拡大（デベロッパー・ICT）  
新たな業態による需要拡大  
地元観光事業者の活性化  
（平日、オフ期対策、リピーター化）

関連  
事業者

従業員・  
働き手

制度導入  
企業



普及・浸透が  
進まない理由は？

WAA(Work from Anywhere Anytime)  
副業・複業・(ポートフォリオワーカー)  
自律的な働き方(社内個人事業主)  
越境学習、(他業種・他地域)  
クリエイティブな環境の確保A

働き方改革  
テレワークの推進・BCP対策  
健康経営・ウエルネスの促進  
優秀な人材の確保・定着施策  
有給休暇取得促進

# 1

## ワーケーション実践者の特性 (1000名の経験者への調査結果)

# ワーケーション実施者1000名と在宅勤務のみ実施、どちらも非経験の比較調査

調査目的	2021年の「ワーケーション」の浸透状況および実施状況を調査することで、今後のワーケーション導入を検討する上での参考資料を得る。											
調査エリア	全国47都道府県											
調査対象者	<p>【スクリーニング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・20~64歳男女、就業者 ※</li> <li>※パート・アルバイト/専業主婦・主夫/学生/無職・リタイアを除く</li> <li>※新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・広告等マスコミ関係/シンクタンク・コンサルタント/市場調査/10人以下の企業規模を除く</li> </ul> <p>【本調査対象者】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・条件1 ワーケーションを経験したことのある人 1,000人</li> <li>・条件2 テレワークを経験したことのある人 300人</li> <li>・条件3 テレワークを経験していない人 300人</li> </ul>											
サンプル数・割付	<p>【スクリーニング回答者】</p> <p>76,834ss</p> <p>【本調査回答者】</p> <p>1,600ss</p> <p>※本レポートではワーケーション経験者1,000人のデータのみを中心に掲載</p>	<p style="text-align: right;">単位:サンプル</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ワーケーション 経験者</th> <th>テレワーク のみ 経験者</th> <th>テレワーク 未経験者</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>1000</b> 人</td> <td style="text-align: center;"><b>300</b> 人</td> <td style="text-align: center;"><b>300</b> 人</td> <td style="text-align: center;"><b>1600</b> 人</td> </tr> </tbody> </table>			ワーケーション 経験者	テレワーク のみ 経験者	テレワーク 未経験者	計	<b>1000</b> 人	<b>300</b> 人	<b>300</b> 人	<b>1600</b> 人
ワーケーション 経験者	テレワーク のみ 経験者	テレワーク 未経験者	計									
<b>1000</b> 人	<b>300</b> 人	<b>300</b> 人	<b>1600</b> 人									
調査期間	2021年03月23日（火）～2021年03月29日											
調査手法	クロス・マーケティングモニターへのインターネット定量											
調査機関	株式会社クロス・マーケティング および 国立大学法人山梨大学											

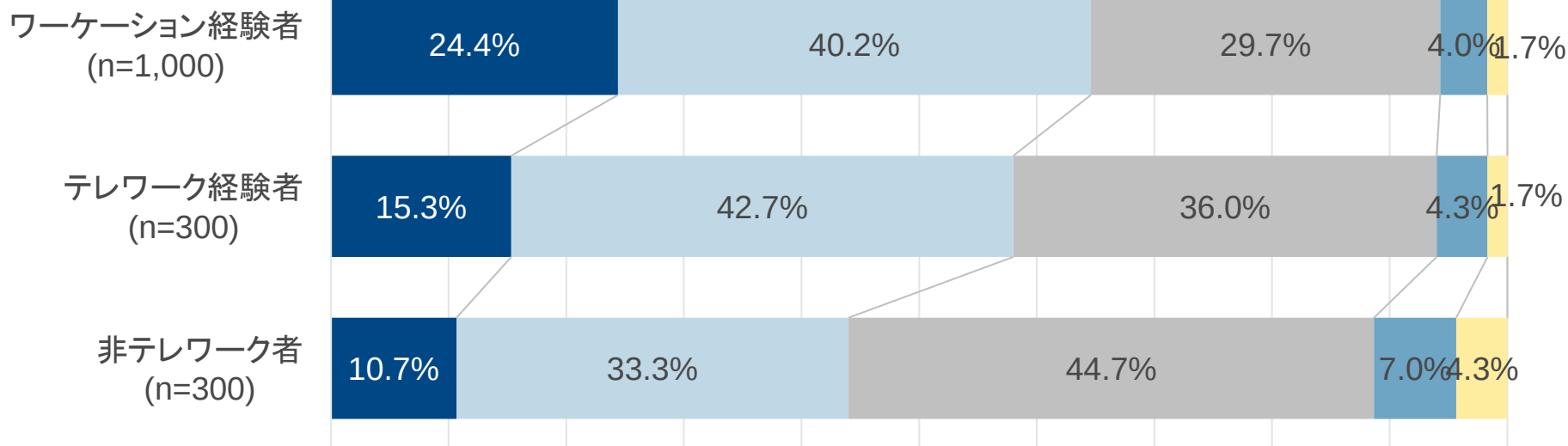


# ワーケーション実践者は専門知識を生かして働きたい人の割合が高い

## 専門知識を生かして働きたい人の割合(単位%)

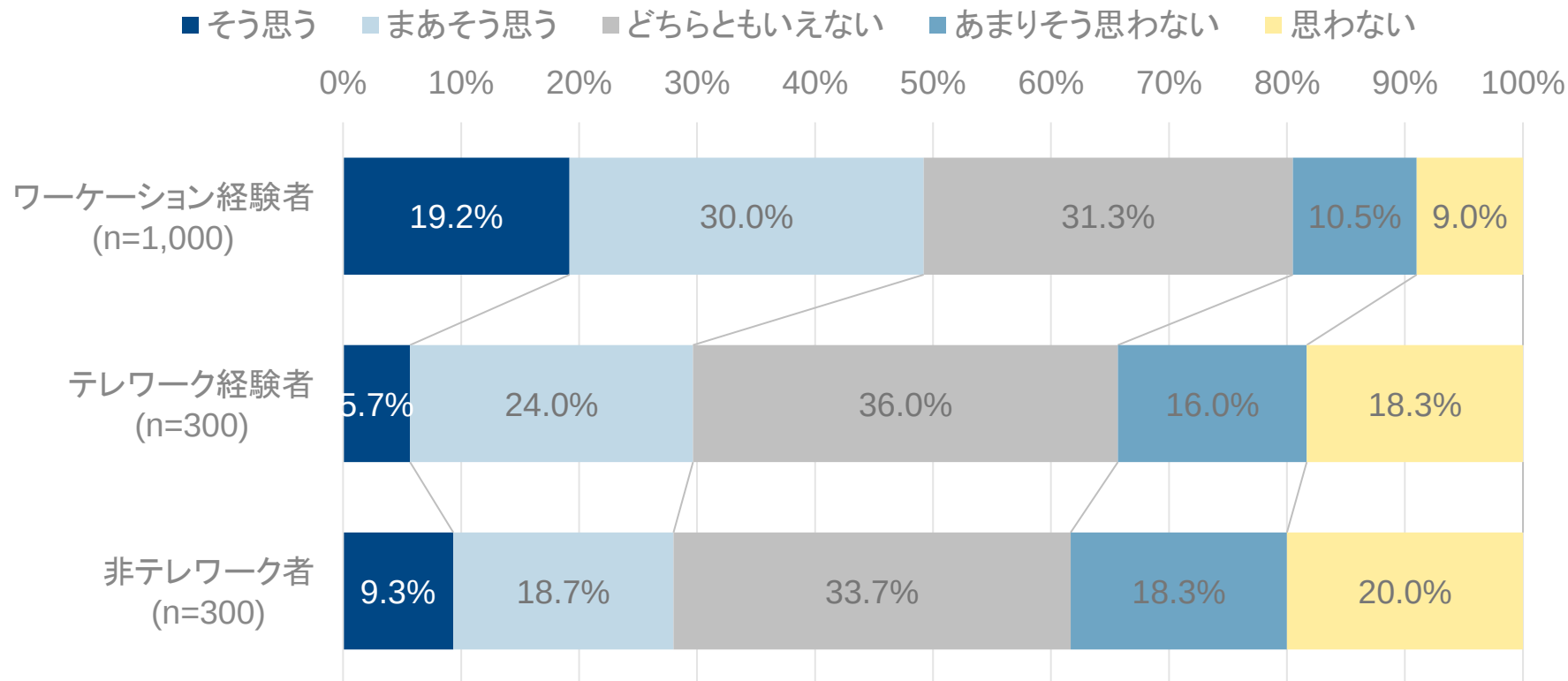
■ そう思う   ■ まあそう思う   ■ どちらともいえない   ■ あまりそう思わない   ■ 思わない

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



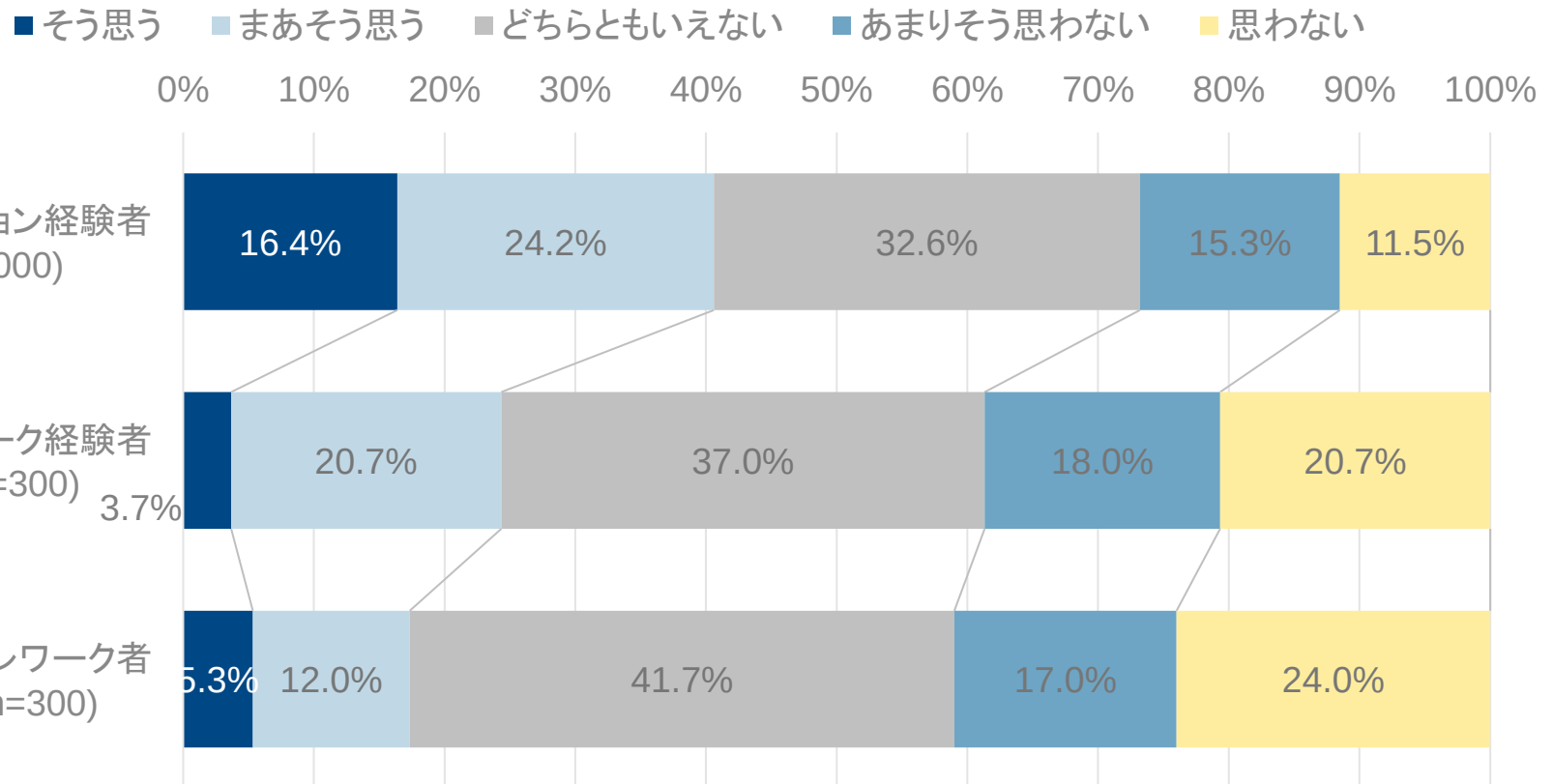
# ワーケーション実践者は複業・副業の志向性が高い

## 複業や副業をしてみたい人の割合（単位％）



# 個人事業主やフリーランスのような働き方を希望する人の割合が高い

## ワーケーション実践者は個人事業主やフリーランスのような働き方を希望する人の割合(%)



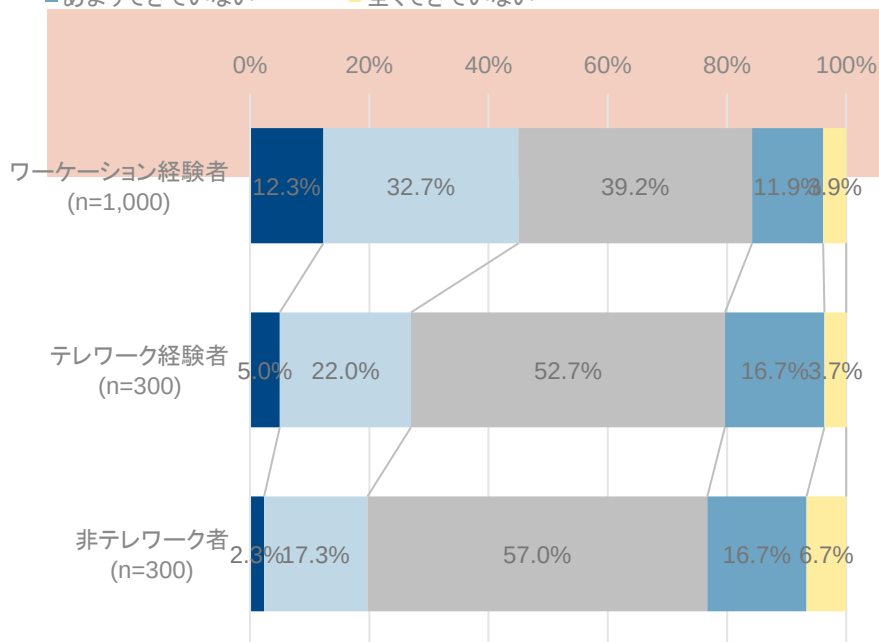
# ワーケーション実践者はアイデアや着想、職務能力に対する自己評価が高い

ワーケーション経験者がテレワークや非テレワーク者と比べて、アイデアや職務に関する能力が高いと認識している

アイデアや職務に関する能力や経験値の向上(単位:%)

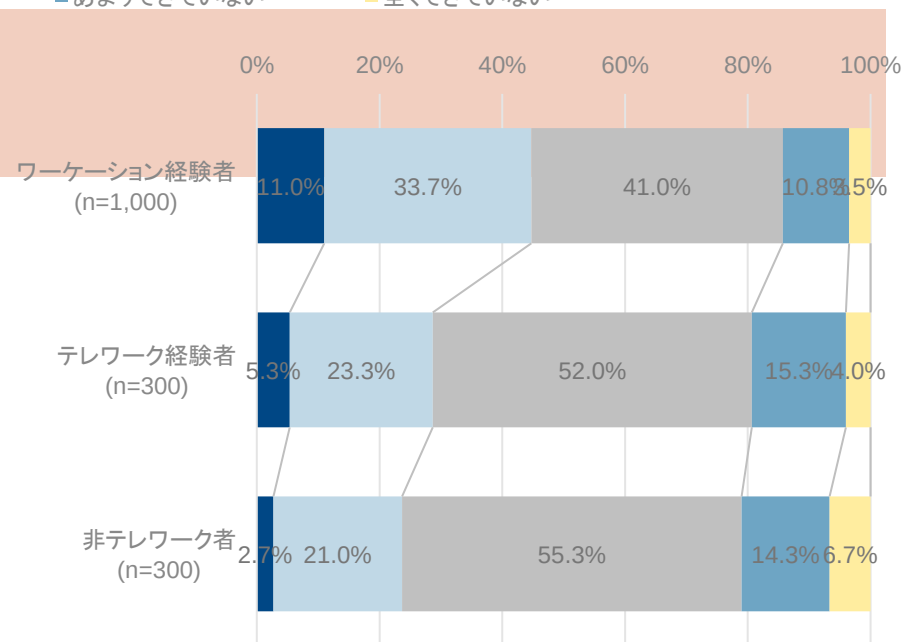
## 新しいアイデアや着想、改善点の発見

■大いにできている ■ややできている ■どちらともいえない ■あまりできていない ■全くできていない



## 職務に関する能力や経験値の向上

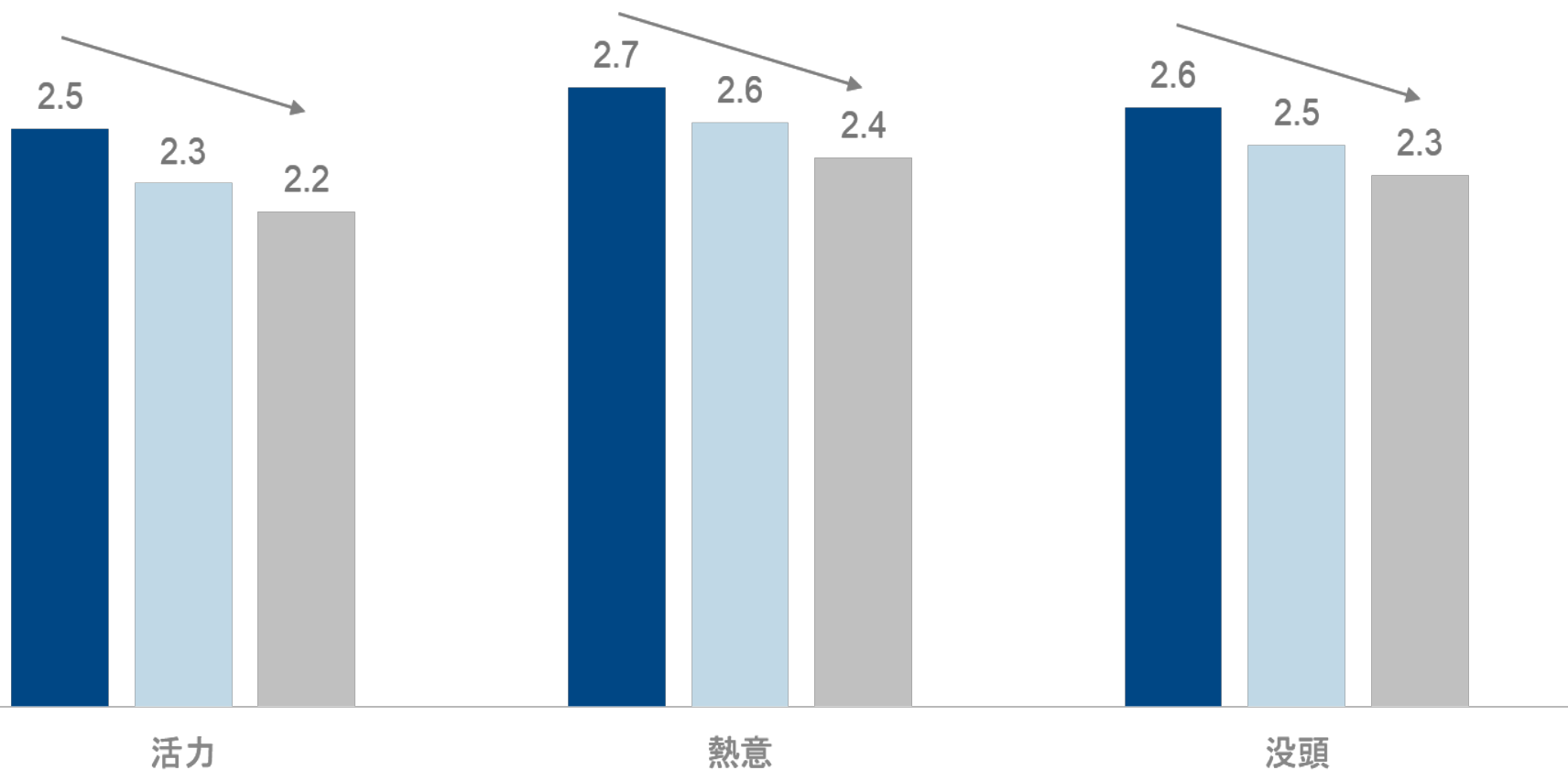
■大いにできている ■ややできている ■どちらともいえない ■あまりできていない ■全くできていない



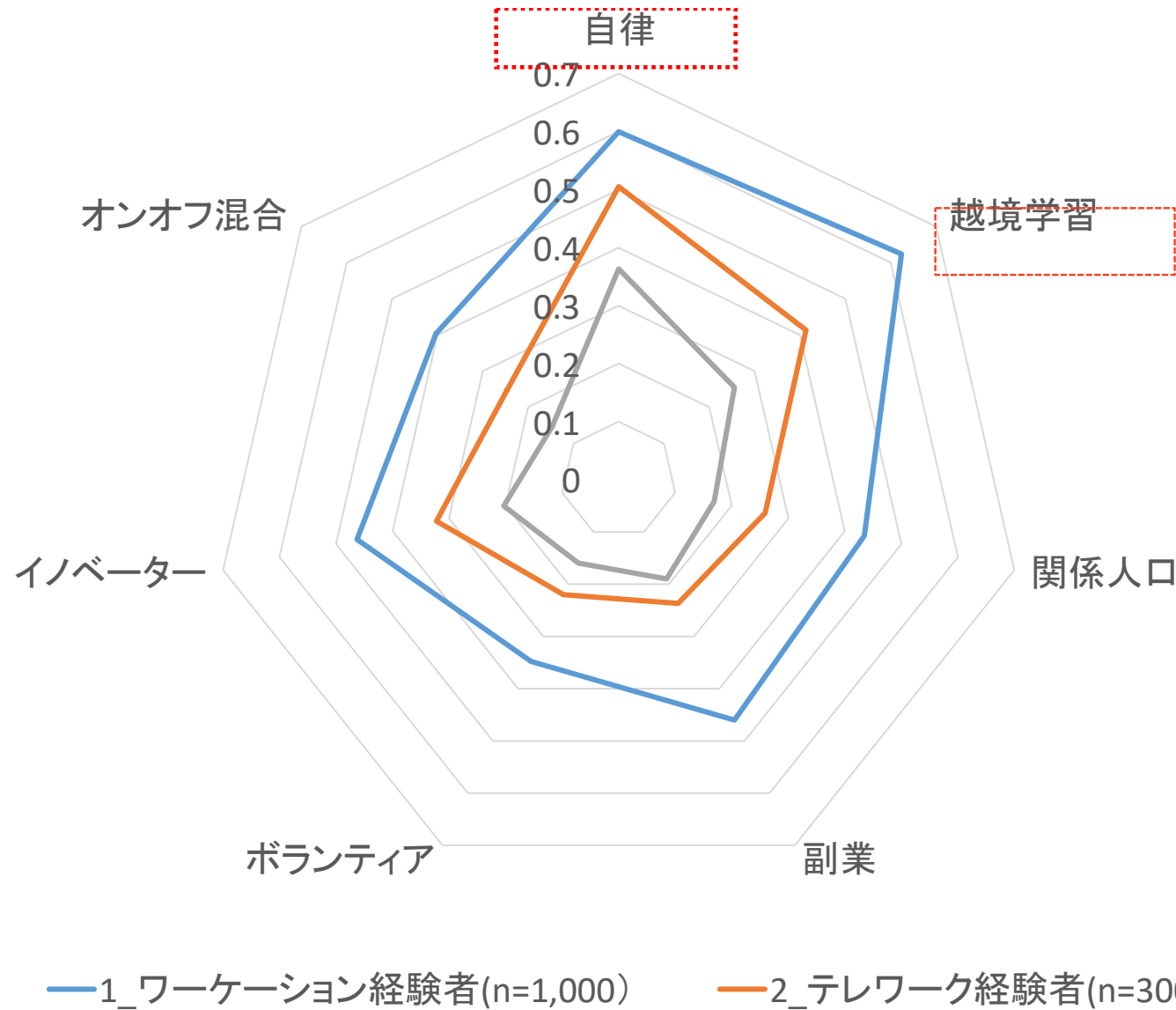
# ワーケーション経験者・テレワークのみ経験者と非経験者とエンゲージメントの比較

ワーケーション経験者毎のワークエンゲージメント尺度(ユトレヒト・ワーク・エンゲイジメント尺度)

■ 1\_ワーケーション経験者(n=1,000)   ■ 2\_テレワーク経験者(n=300)   ■ 3\_非テレワーク者(n=300)



# ワーケーション経験者・テレワークのみ経験者と非経験者の志向性タイプ



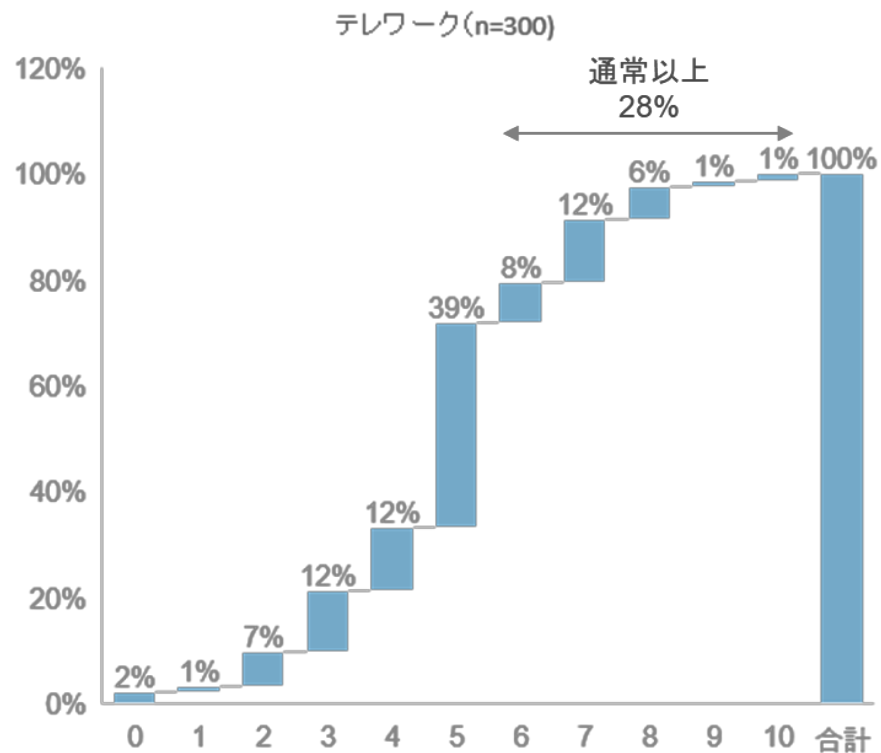
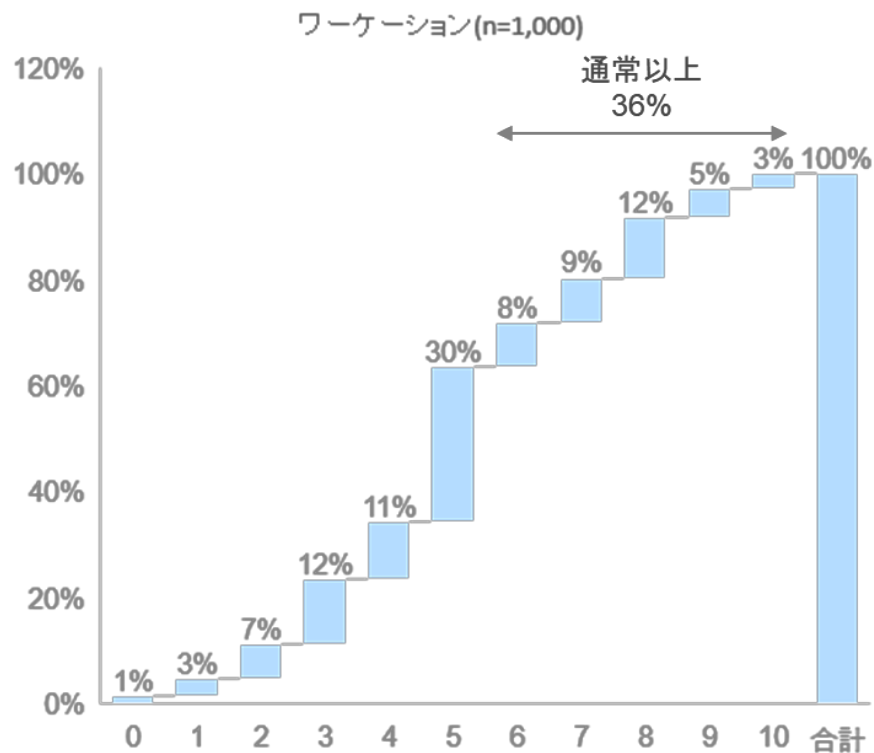
# 2

企業にとっての  
ワーケーション推進の  
メリットは？

# ワーケーション・テレワークと生産性(自己評価)

普段の仕事超とワーケーションとテレワーク時の1時間当たりの仕事量を比較すると、ワーケーションは36%、テレワークが28%が通常以上と回答

普段の仕事とワーケーション時の1時間当たりの仕事量の比較(単位:%)



\*まず、あなたが普段の会社で仕事を行う通常のとときと比べて、直近のそのワーケーション/テレワーク時ではどの程度の仕事量になりますか。1時間当たりの量として、もっとも当てはまる数字をお選びください。会社での通常の1時間当たりの仕事量を「5」としています。

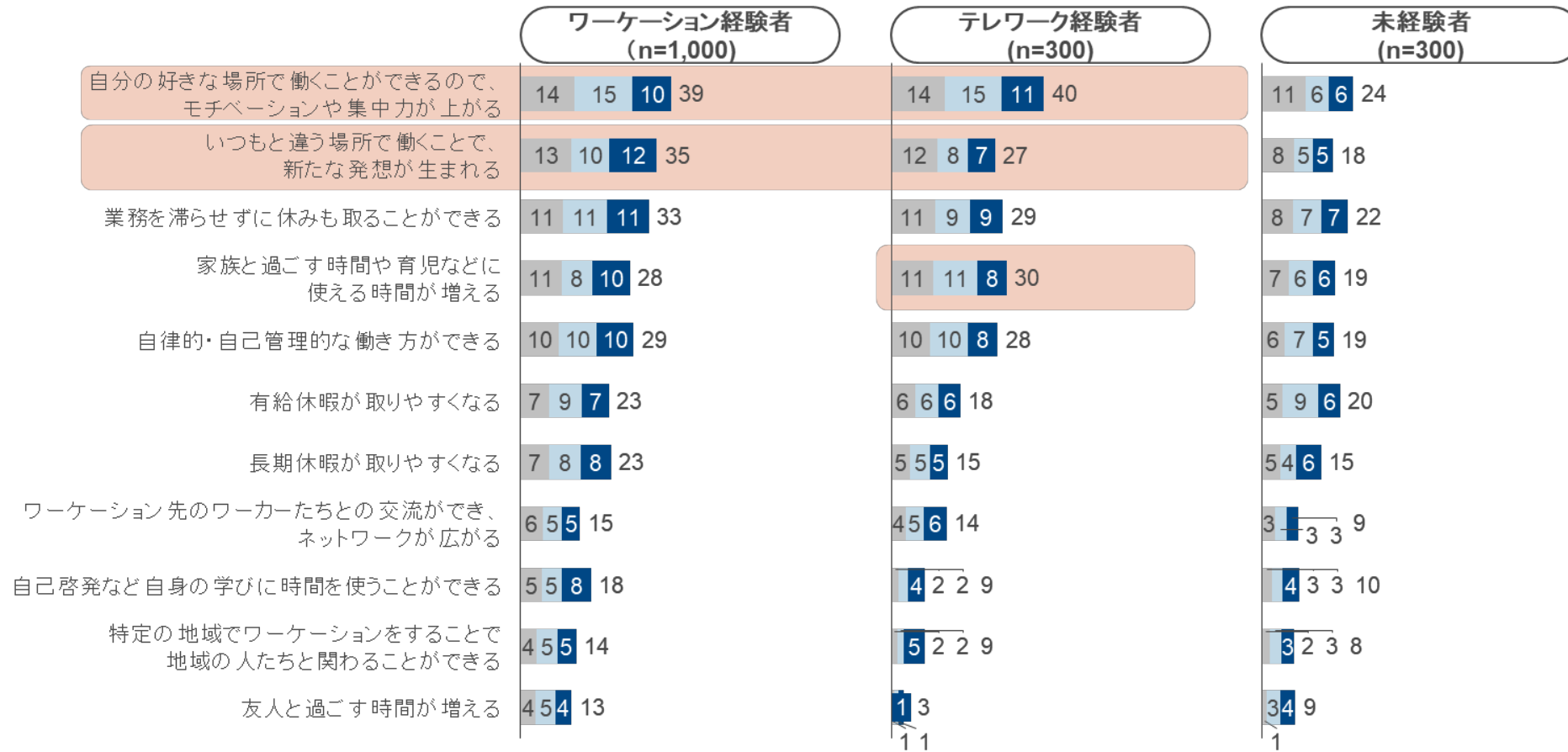


# ワーケーション・テレワークに感じるメリット

ワーケーション、テレワーク経験者ともに「自分の好きな場所で働くことができるので、モチベーションや集中力が上がる」「いつもと違う場所で働くことで、新たな発想が生まれる」といった場所に対する評価が高い

ワーケーション・テレワーク導入によるメリット(上位3位まで選択)(単位:%)

■ 1位 ■ 2位 ■ 3位

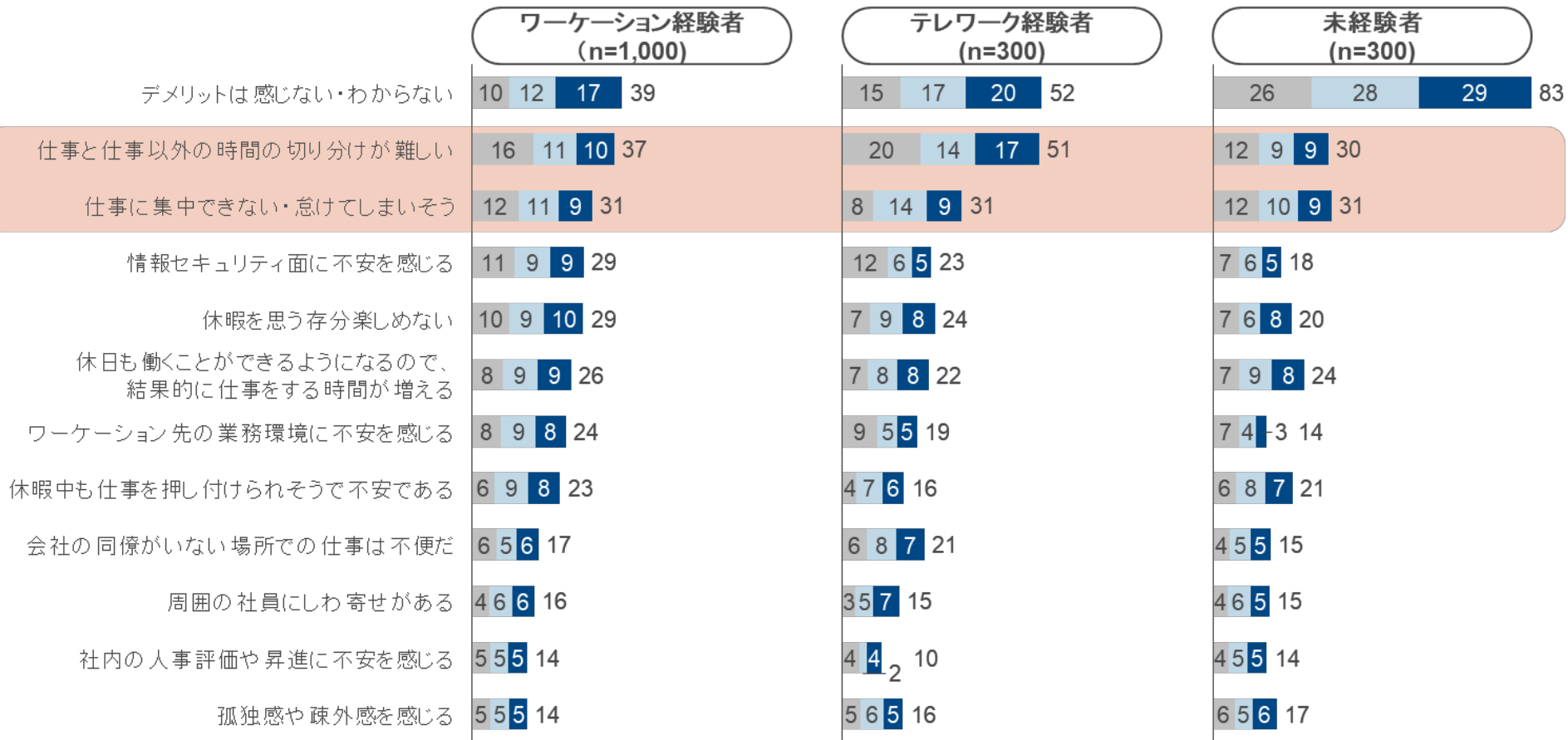


\*「メリットは感じない・わからない」を除く

# ワーケーション・テレワークに感じるデメリット

## ワーケーション・テレワークのデメリット

■ 1位 ■ 2位 ■ 3位

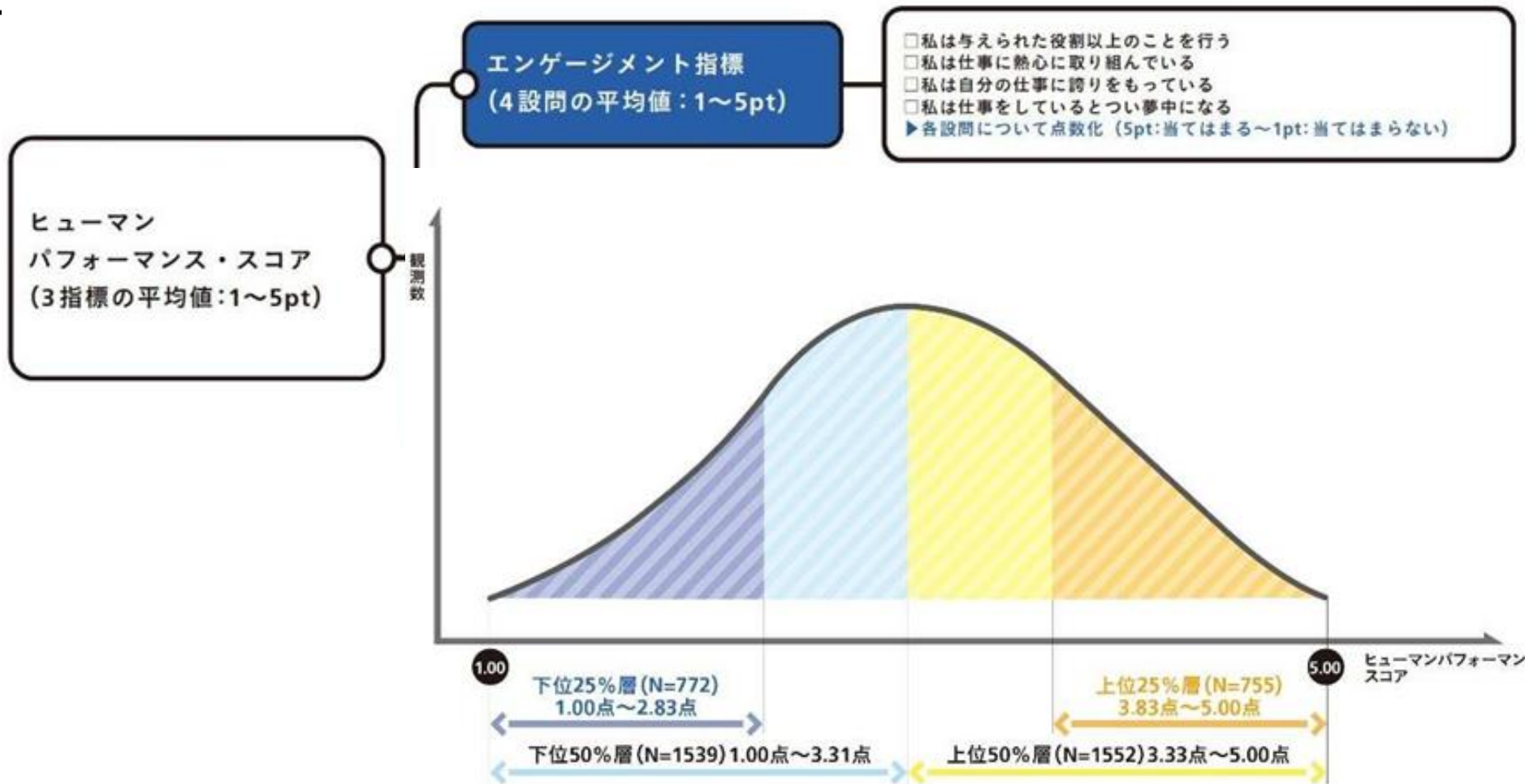


**2-2**

## **働く場所の自由度と効果**

# 働く場所と個人のパフォーマンス向上因子に関する協働調査研究

- 「エンゲージメント指標」「ウェルビーイング指標」「クリエイティブ指標」の3指標から、「ヒューマンパフォーマンス・スコア」を算出。  
主にスコアの上位25%、下位25%を抽出し、比較。



# この半年間の働き方において仕事で利用した場所やシーンとして回答した数

■ パフォーマンスが高い層ほど「種類」「目的」「好意」の組み合わせから成るワークユニットが多様。好きな場所を目的ごとに使い分ける働き方が重要になっている。

選択肢：在宅 / 自社オフィス / 外出先オフィス / サテライトオフィス・コワーキングスペース / 飲食店 / 移動中 / その他



# 仕事で利用する場所の利用率・利用目的・好意度

■ワーケーションについては**ハイスコア者の利用率15.8%、好意度が77.3%**であるのに対し

**ロースコア者は、利用率2.8%、好意度が40.9%**という結果に。

	利用目的 (%)					利用者数 (人)	利用率 (%)	好意度 (%)
	必須業務のため	仕事の効率化のため	コミュニケーションのため	自身の健康・成長のため	特になし			
<b>ヒューマンパフォーマンス・スコア上位 25%層 (N=755)</b>								
在宅	74.5	45.2	14.7	38.3	4.7	611	80.9	82.8
自社オフィス	69.6	59.1	40.6	24.9	12.3	611	80.9	75.1
外出先オフィス	45.1	26.8	45.1	17.0	10.5	153	20.3	51.6
サテライトオフィス・コワーキングスペース	63.1	60.4	32.2	46.3	8.7	149	19.7	79.9
飲食店	51.1	55.4	23.7	59.1	7.5	186	24.6	80.6
ワーケーション	37.8	41.2	18.5	51.3	10.9	119	15.8	77.3
移動中	41.9	40.7	19.8	32.4	20.3	241	31.9	54.6
<b>ヒューマンパフォーマンス・スコア下位 25%層 (N=772)</b>								
在宅	70.9	26.9	4.7	24.4	11.4	464	60.1	62.7
自社オフィス	64.3	40.9	24.0	9.4	20.9	628	81.3	30.1
外出先オフィス	45.2	11.0	26.0	8.2	28.8	73	9.5	13.7
サテライトオフィス・コワーキングスペース	43.2	20.5	11.4	15.9	36.4	44	5.7	36.4
飲食店	34.1	27.3	18.2	50.0	27.3	44	5.7	47.7
ワーケーション	31.8	31.8	13.6	40.9	31.8	22	2.8	40.9
移動中	51.3	18.8	4.2	15.6	46.9	96	12.4	25.0

上位25%層は「特になし」が少なく、利用目的をよく意識している

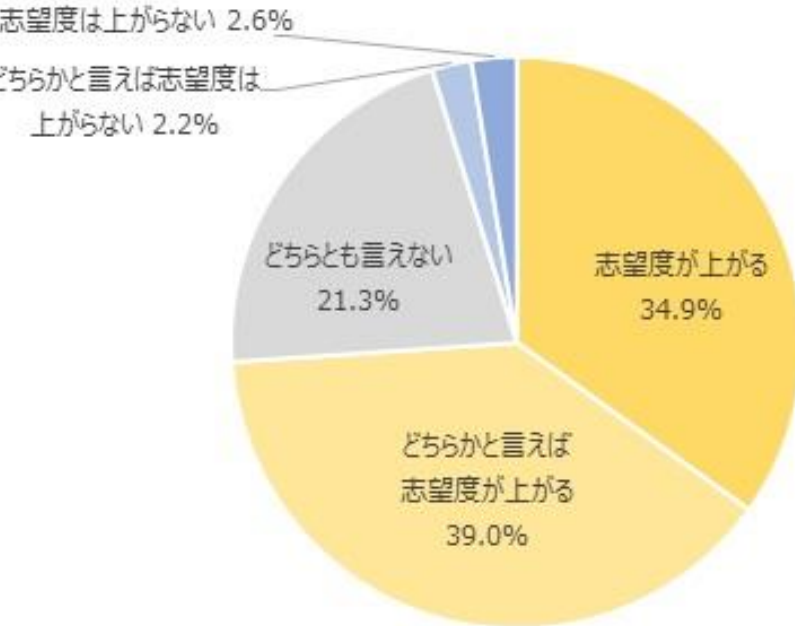
上位25%層の方が、全体として利用率も好意度も高い

**2-3**

## **SDGsと地域貢献志向**

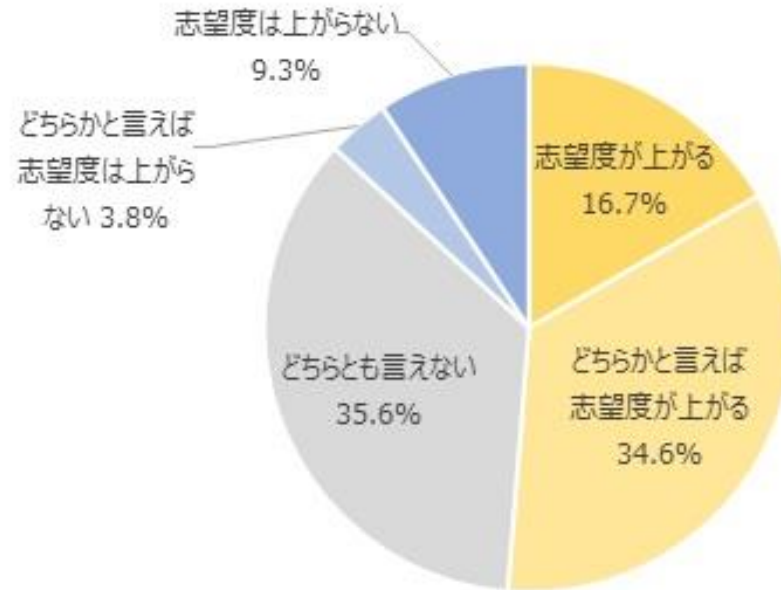
# 就職活動・転職活動時の志望度にSDGsの取り組み状況が大きく影響

就職活動において、企業がSDGsに取り組んでいることを知ると志望度が上がりますか？



【参考：20代社会人対象】

転職活動において、企業がSDGsに取り組んでいることを知ると志望度が上がりますか？





## 地域 de WAA ってなに？



Unilever

✕ ワーケーション = 地域 de WAA



Unilever



### ◆ワーケーションってなに？

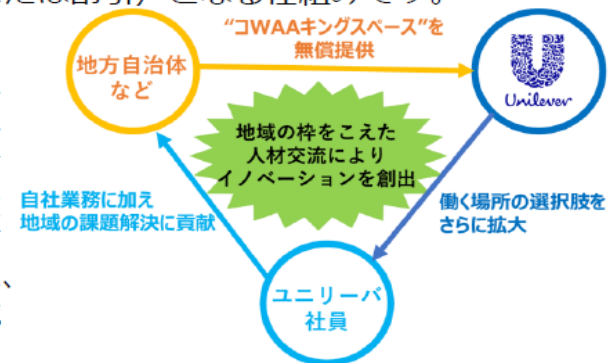
ワーケーションとは、workとvacationを組み合わせた造語で、旅先で休暇を楽しみながらテレワークも行う働き方を言います。欧米で広まりつつあるスタイルで、休暇に仕事を組み込むことで、長期の休暇を取りやすくなるメリットや、業務終了後はレジャーを楽しみリフレッシュできるなど、well-beingの向上が期待できます。

### ◆ユニリーバ式 WAAケーション：「地域 de WAA」

社員がこのワーケーションを積極的にできるよう、ユニリーバが行先のチョイスとして日本全国のユニークな複数の地域と提携しました！各地域には、ユニリーバ社員が無料で利用できるコWAAキングスペースがあり、現地では地域のイベントやアクティビティに参加することもできます。また、これらの行先をワーケーションの場所として選んでいただき、地域にある課題へのアドバイスや地域が用意したプロジェクトや住民の方々との交流の機会に参加すると、提携する宿泊施設の宿泊費が無料（または割引）となる仕組みです。

### ◆「地域 de WAA」導入の背景

近年、日本を取り巻く社会環境は目まぐるしく変化しています。少子高齢化、人口減少、労働力不足が加速しており、地域ごとにも多種多様な課題があります。このような市場においても、企業として成長し続けていくためには、社会課題の解決に貢献しながら、消費者の皆さまに新しい価値を届け続けること、そしてそれを可能にする組織や人、働き方を見出すことが重要です。この度ユニリーバは、社員の働く場所の選択肢をいっそう広げ、普段とは違う場所・環境で人々と交流するとともに、当社・地域の双方がそれぞれの強みや経験を活かし、地域に根差した新しいイノベーションやビジネスモデルを生み出していくこと、そして何より、社員ひとりひとりのwell-beingの向上を目指し、「地域 de WAA」を導入しました。



## ワーケーションで持続可能な社会の実現を

ワーケーションの推進で、  
持続可能な社会の実現を目指す





# まとめ

**企業のワーケーションへの取組み類型と  
コロナ禍で潜在化しているワーケータの可能性**

# ワーケーション全般の意向度×実現度と意向層のプロフィール

## 【ワーケーション意向層のプロフィール】

	すでに実現している	したい	どちらともいえない	したくない	
全体	6.7	39.7	28.0	25.7	(n=1200)
<b>性・年代別</b>					
男性・計	8.7	40.5	27.7	23.2	(n=600)
女性・計	4.7	38.8	28.3	28.2	(n=600)
<b>男性</b> 20代	15.3	41.3	24.5	18.9	(n=196)
30代	6.0	44.8	23.9	25.4	(n=201)
40代	4.9	35.5	34.5	25.1	(n=203)
<b>女性</b> 20代	5.1	44.4	24.0	26.5	(n=196)
30代	5.5	42.8	27.4	24.4	(n=201)
40代	3.4	29.6	33.5	33.5	(n=203)
<b>結婚・子どもの有無別</b>					
既婚 子どもあり	8.1	43.8	24.2	23.9	(n=397)
子どもなし	6.0	35.9	32.9	25.1	(n=167)
未婚 子どもあり	7.7	51.3	23.1	17.9	(n=39)
子どもなし	5.9	37.2	29.5	27.5	(n=597)
<b>居住エリア別</b>					
1都3県(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)	7.2	39.0	27.0	26.8	(n=500)
東京都	10.3	33.5	29.1	27.1	(n=203)

## 【ワーケーション全般の意向度×実現度】

全体の46%が  
ワーケーションを希望  
(実現層7%、意向層39%)

ワーケーション  
経験者  
**実現層**  
7%

### 意向層

ワーケーション  
意向があり  
「実現できる」人

**可能層**  
19%

ワーケーション  
意向はあるが  
「実現できない/  
どちらとも言えない」人

**憧れ層**  
20%

**非意向層**  
54%

ワーケーション全般(滞在型、移住型、出張型のいずれでも)を実施することに対する意向および実現可能性を調査

# 企業のワーケーションに対する対応類型と方向性

## 企業の対応類型

導入推進  
利用推奨

容認  
(実施可能)

禁止  
(一部黙認)

## 制度の状況と特色

- ◎ワーケーション制度導入済
- 関連した取り組みの推進  
(地域交流、SDGs等)
- △補助金等のワーケーション実施支援
- 社員のワーケーションに寛容な組織

- △ワーケーション制度  
➢テレワークの延長線上で容認
- ×△補助制度
- ×△○寛容な組織

- ×ワーケーション制度無し
- ×△多様な働き方に不寛容で  
改革が進んでいない組織？

## 現状と今後の方向性

コロナ禍の影響下での  
推進は困難

今後の急速な拡大は？

コロナ禍の影響で  
しばらく様子見の様相？

**「容認(実施可能)」  
をいかに増やし実施  
可能なパイを拡げる  
施策が重要**

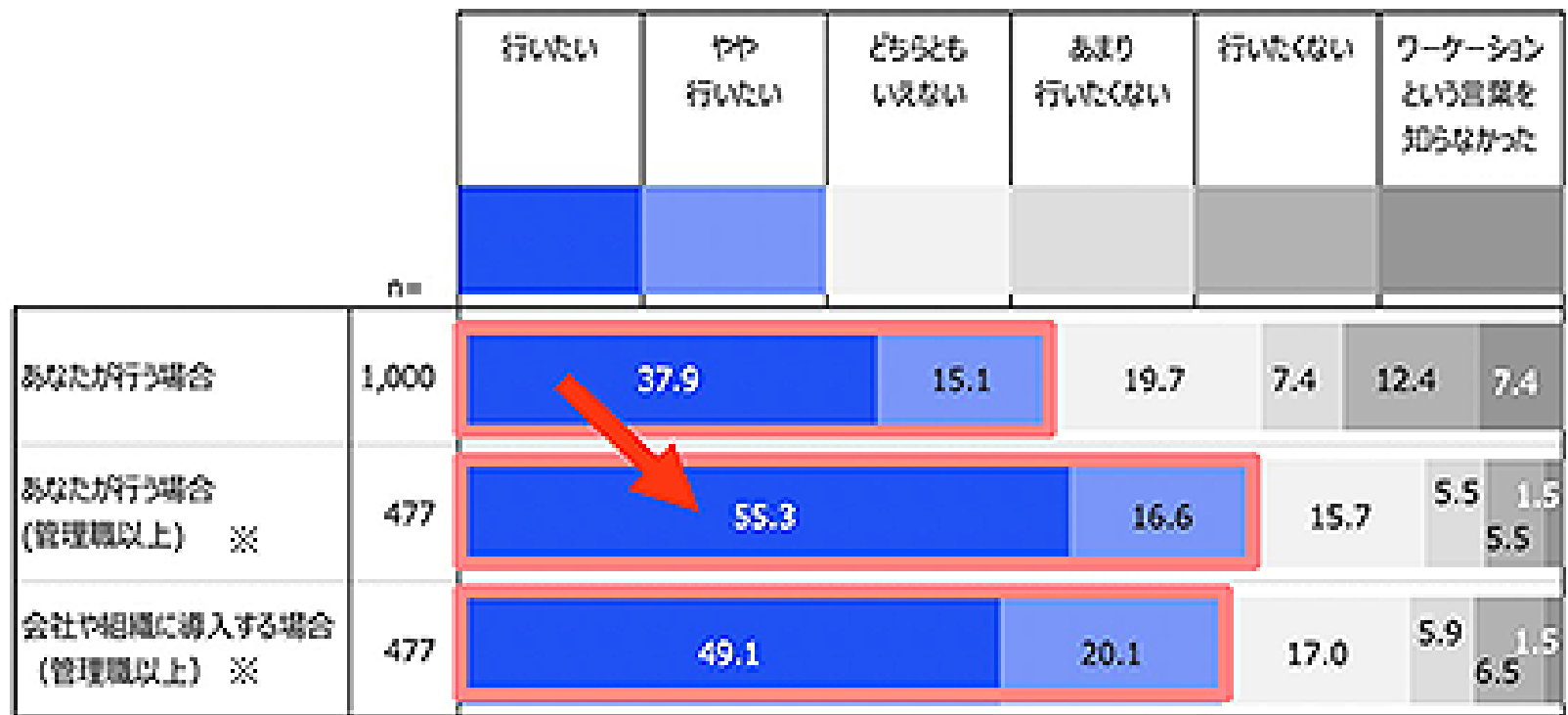
テレワークは継続しない？

# ワーケーションを実際に利用した管理職層は自社組織への導入利用・推奨が高い

実際に管理職層がワーケーションを経験すると、自らのリピート志向と同様に会社や組織への導入、推奨以降が約7割に！

>>経営層、管理職層にまず実際にワーケーション実施体験を積ませることが有効

## ワーケーション実施・導入意向



※ワーケーション経験者1000人のうち管理職以上の役職の人

# 「隠れワーケータ」の存在と問題の解決に向けて

「隠れワーケータ問題」は働く場所の自由度を高めワーケーションを「容認」する企業の増加と、従業員が安心してワーケーションを実施できる職場の組織文化づくりがカギ

実施可能者層を増やし、当たり前働き方・ライフスタイルとしての定着を目指す

## ワーケーション経験者1000名の自社の制度導入と利用実態

