ワーケーションに関する一考察

～概念整理と政策の在り方について～

株式会社　ANA 総合研究所
産学連携事業部長　水野義弘

はじめに

我が国ではコロナ禍で様々な環境変化が起こり、その一つの現象である休暇先で仕事をするワーケーションに脚光が当たっている。ワーケーション（workation）とは、仕事（work）と休暇（vacation）を組み合わせた造語であり、2000 年代はじめに欧米で生まれた新たなワークスタイルとして紹介される。これには、多様な利害関係者（ステークホルダー）が大きな期待を寄せるようになったが、期待と裏腹に、未だその利用は実験段階から抜け出し切れていないように見受けられる。

かつて経済産業省が提唱して始めたプレミアムフライデーが、産業界から消費拡大に向け大きな期待が寄せられ、世間からも注目を集めたものの、実際には一時的なブームで定着しなかったことが想起される。プレミアムフライデーは、消費拡大という目的で産官が一致し、概念の面では明確であったことや、豊かな時間を過ごしたいという利用者の期待と合致していたこともあり、かつまた、対象となる消費は飲食、旅行、趣味など範囲も広いことから、認知度は約 9 割と非常に高く、実際の利用者も 1 割程度いたとされる*[1]。しかし、対象としていた月末の金曜日は月末業務が繁忙など仕事上の都合で早い時間に退社できない人も多く、また退社はできてもどこかでその分働く必要があるなどしわ寄せになること、さらにはそれほど消費にかける金銭的余裕もないことなどから、定着には至らずに、コロナ禍により実質上終了した格好となっている。

ワーケーションについては、概念の曖昧さやステークホルダーによって期待するところも異なり、プレミアムフライデーほどの話題にさえならずに終了してしまう恐れもある。

本稿では、ワーケーションに関して現在起こっている状況を分析するとともに、今後、一定の利用を促し、それを継続していくためにはどのような考え方に立つべきなのか、それを確実にするための政策はどのようなことが考えられるのかについて検討する。

［注］

1：プレミアムフライデー推進協議会「プレミアムフライデーに関する調査結果」2019 年 2 月より

1. ワーケーションにまつわる現状

① ワーケーションの由来

「Workation は work と vacation を合わせた造語で 2000 年代にアメリカで生まれた新たなワークスタイルである」などと紹介されることが多い。アメリカでは以前、法律で年次有給休暇を取得する権利が保障されていなかったこともあり、有給休暇取得率向上が課題とされていた。当時、インターネットやノートパソコンが急速に普及していったことから、アメリカのホテルにはビジネスセンターが設置され、遠隔地でも仕事をできる環境が整ったことも相まって、従業員の長期休暇や有給休暇の取得率を向上させることを目的としてワーケーションの概念が生まれたと説明される。どちらかと言えば、本来はしっかりと休暇を取りたいが、仕事の関係でやむを得ず、休暇中に仕事をこなさざるを得ないといった、どちらかと言えばネガティブなニュアンスを含んだ言葉であると受け取られることもある。実際、グーグルトレンドでアメリカを対象に workation の検索を行うと、2004 年にはこの言葉がトレンドになっている。グーグルトレンドでは 2004 年以降しか調べることができないため、それより以前については確認できないものの、少なくとも 2004 年には言葉として認識されていたことがわかる。

一方、日本では、東京オリンピックの開催を前に開会式当日の混雑緩和の目的で国がテレワークデイズを推進しようと始めたのが 2017 年であり、同年、日本航空がワーケーションを導入し、また和歌山県南紀白浜で初めてワーケーションに取り組むなど、ワーケーションという言葉がコロナ以前より徐々にみられるようになってきた。

ワーケーションという言葉が日本でより多く見られるようになるのは、コロナ禍で大きな影響を受けた国内観光の支援策として 2020 年より政府が GoTo トラベル事業と並んでこれに言及した頃からである。

② ワーケーションの定義

ワーケーションについては、後述するようにステークホルダーによってその言葉のニュアンスが異なるのであって、明確な定義はない。ワーケーションの言葉について、多様で解釈が独り歩きしている状態であり、今後実態ある概念として定着させ、各ステークホルダーが連携していくために定義が必要として、先行研究や官公庁、自治体などの定義を整理した上で、日本型ワーケーションの定義を試みた研究[*2]や、各種研究などの分析から 4 類型に分類した研究＊[3]がみられる。また、ワーケーションの普及を目指して 2020 年 7 月に設立された日本ワーケーション協会では、「非日常の土地で仕事を行うことで、生産性や心の健康を高め、より良いワーク＆ライフスタイルを実施することができる 1 つの手段」とし、7 類型に分類してい

る＊[4]。

休暇、会議・研修、拠点移動、福利厚生、地域創生などの観点を織り込んでいるが、働き手からの視点、受け入れ側の視点または制度を導入する企業の視点などが混在したものとなっている。研修やサテライトオフィスとして業務を行う場合に休暇の要素がどこにあるのか少々わかりにくい面もあるが、業務以外の時間に非日常を経験することで余暇の過ごし方の要素が加わっていることによりこれもワーケーションとして位置づけられているようである。

③ ワーケーションを取り巻くステークホルダー

次にワーケーションを取り巻くステークホルダーの動向を確認する。

まずは官公庁の立場を見ると、それぞれの所轄に基づいて各々のワーケーションに対する立場が異なっていることがわかる。新たな旅のスタイルと位置付ける観光庁は主として観光振興をテーマとする。厚生労働省（以下、厚労省という）は、働く場所や時間を柔軟に活用できる働き方の一環としてテレワークの一形態に位置付ける。そのほか、関係人口創出・拡大を推進する事業として位置付ける総務省、国立公園で遊び・働くことを推奨する環境省、及び沖縄テレワークを推奨する内閣府と、ワーケーションを各々の立場から位置づけ推奨している。

次に経済界の代表たる一般社団法人日本経済団体連合会（以下、経団連という）であるが、「ワーケーションは普段の職場とは異なる地域への滞在とともに行うテレワークと言える」と定義した上で、企業にとっては社員の健康増進や生産性向上等の効果が見込まれ、また、観光関連事業者はビジネスの拡大、受入側の地域は、交流人口や関係人口の増大による地域経済・社会の活性化が期待できると位置づけ、これを推奨する立場から、導入のポイント、各種規程類、事例集などを発表している。*[5] 経団連としては、ワーケーションが勤務と休暇の組み合わせを前提とした働き方の新しい概念であり、休暇中の仕事の奨励や、仕事と余暇の混在を招くのではないかとの懸念や誤解から、企業における導入に慎重な見方もあるため、これを解き、推進しようというものである。事例集としては、主として導入を検討する企業向けに既に積極的にワーケーション誘致に取り組む自治体の事例を紹介し、また、導入に携わりサービスや商品を展開する企業の事例も紹介している。

受け手としての観光産業は、日本の観光業としてはお盆や年末年始、休日の需要に偏り、平日利用への需要分散が課題であったために、平日利用が望めるワーケーションに期待するところが大きいし、地域創生に取り組む自治体は、会議や研修、サテライトオフィスとしての利用など関係人口増加の期待が大きく、既にワーケーションに積極的に取り組み、誘致をしいているところがある。

以上のことから、産業振興や労働行政の立場、並びに、受け手側の自治体や観光関連事業者は非常に積極的に推進しようとしていることがわかる。一方で、制度を

導入する側の企業は、経団連の説明からわかるようにメリットは一定程度感じながらも必ずしも導入に積極的とまでは言えない。観光庁が行ったワーケーションに関するモデル事業における調査結果*6 によれば、企業対象の調査では、ワーケーションの認知率は 66.0%で導入率は 5.3%であった。

では、最後のステークホルダーである社員はどのようなスタンスであろうか。観光庁の同調査では、従業員のワーケーションに対する認知率は 80.5%、経験率は 4.2%という結果であった。この結果から、認知度は高いが、実際の利用率は低いことがわかる。前述のプレミアムフライデーが実施から 2 年後の調査において認知度 9 割、利用率 1 割であったことと比較すると、ワーケーションの方がより低い数値となっており、プレミアムフライデーと比較しても盛り上がりに欠けるように見える。

以上のことから、ステークホルダーによってワーケーションに対する取り組み姿勢や意識にギャップがあることがわかる。

④ 観光庁モデル事業の結果

観光庁は前述のワーケーションに関するモデル事業を 2021 年に実施している。事業開始にあたっては「ワーケーション等に関する企業と地域の継続的な関係性を構築し、取組の定着につなげるため、送り手（企業）と受け手（地域）を対象としてマッチングを行い、効果の検証や、制度導入、受入体制整備等を進めるためのモデル事業を実施」するとして参加企業などの公募を行っている。企業と地域を各 40 件選定の上、マッチングし、ワーケーションのトライアルを通じて、企業の制度導入促進と効果検証、地域の受入環境整備を支援しようというものであった。また、各分野のアドバイザーを派遣し、企業の制度導入、地域の受入体制整備のための助言、指導も実施している。モデル企業 40 社が、モデル地域が企画したトライアルプログラム(ワーケーション体験)を 3 回程度実施。モデル企業は所属員を各回５名程度派遣し、トライアルプログラムの体験を通じて、自社のワーケーション制度の導入に向けた検討を行った。

本事業実施後のアンケートでは、以下のとおり積極的な結果が出ている。

【参加者の総合満足度】92.4%（満足：55.2%、やや満足：37.2%）

【参加企業の実施成果】85.0%(大いに成果が出た:35%、やや成果が出た:50.0%)

【参加企業の推進意向】72.5%(必ず推進する:32.5%、おそらく推進する:40.0%)

しかし、こうした事業に公募で参加をしようという企業は最初からワーケーションに関して関心の高いことが推測されるため、この結果を一般化して理解すべきではない。むしろ、アンケートにおいて消極的な意見が出されているところに注目すべきである。成果が実感できないとした主な理由として挙げられているのは、観光やアクティビティ中心のプログラムであったため、十分なワーク時間が確保

できず、企業側が本来のワーケーションを体感できなかったということであり、地域側においては、ワーケーションが従来の観光旅行とは異なる形態であることを理解する必要があるとの課題認識が行われている。また、積極的な推進意向を示さなかった企業は約3割いるが、その理由としては、業務効率化など会社業績に関係する効果が見られないから、会社としてどこまで金額を負担するか検討の必要がある、ワーケーションが自社の課題に対しての最適な手段なのか引き続き検討の必要がある、社内で働き方が異なるため不公平感が出ることを懸念している、などがあげられている。

観光庁は、この事業のまとめで、課題として以下のような点を挙げている（下線は筆者挿入）。

- ワーケーションについては、単に旅行機会の創出・旅行需要の平準化のための取組としてのみ捉えるのではなく、働く場所や時間の自由度を高めていく取組であり、働き方改革や企業の経営課題への対応、地方創生等にも資するものとして位置付け、その推進を図っていく視点が必要。
- ワーケーションについては、いわばテレワークの発展形として捉えられるものであり、テレワークとワーケーションを一体的に捉え、かつ、連続性のあるものとしてその推進に取り組む視点が必要。

以上より、観光庁も、ワーケーションを単なる観光需要創出の手段として捉えてはいないこと、さらに、テレワークがベースであると理解していることがわかる。この点は、後述するように大切な視点である。

⑤ 利用者の声

前述の観光庁の調査では、さらに利用者である従業員にもアンケートを行っている。ワーケーションを推進する上で、欠かせないのが利用者である従業員の利用意向である。アンケートでは、ワーケーションについて7割強が興味がないと回答しているが、興味がない理由としては、仕事をする場所が決まっているから（54.2%）、休暇や旅行中に仕事をしたくないから（34.2%）、効率が落ちそうだから（14.4%）となっている。今後利用者を増やすためには何よりもまず企業が働く場所の自由度を高めることを後押しする、つまりはテレワークなどをより推進する必要があるように思えるが、同調査においてテレワークの経験率は33.0%となっており、テレワークの推進が不十分とは言い切れない数値となっている。テレワークをできる従業員でもワーケーションはできないという可能性もあり、企業が定める働く場所の自由度はテレワークとは別のルールの問題にかかわる部分もあると推測できる。その他、従業員のワーケーションに対するネガティブなイメージの払しょくも課題と言える。

［注］

2：田中敦・石山恒貴「日本型ワーケーションの効果と課題―定義と分類、及びステークホルダーへの影響―」日本国際観光学会論文集（第 27 号）2020.3

3：小林 達矢・後藤 将人・高野 伸彦・降幡 尚泰・山下 雅史「地域活性化に向けたワーケーション事業のポイント ―ワーケーションはウィズコロナの地域社会に活力をもたらすかー」東洋大学 PPP 研究センター紀要 14 巻　2022.3

4：一般社団法人日本ワーケーション協会　ホームページ
https://workcation.or.jp/workcation/

5：経団連　ホームページ
https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/069.html

6：観光庁　今年度事業の結果報告　令和 4 年 3 月 17 日　ホームページ
（2021 年度実施のワーケーションのモデル事業に関する結果報告）
https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001477419.pdf

2.　ワーケーションの本質の捉え方に関する考察

ワーケーションは、ステークホルダーによって、その導入に期待するものが異なることは既に見たとおりである。受け手の一つである観光関連の事業者は観光需要拡大に、もう一つの受け手である自治体や地域は関係人口拡大や移住に期待を寄せており、ワーケーションの積極推進役となっている。国も、各官公庁の所管に応じて目的は異なるものの推進を担っている。

一方で、制度導入側の企業は、働き方改革や生産性向上の効果は期待したいものの実現に向けては慎重な動きを見せている。また、最も重要なステークホルダーである従業員は、働く場所の自由度が高まることには賛成であっても、所属する企業においてルールが整備されていないことのほか、休みに仕事をしたくないなど根本的なところが課題となっている状況である。

ワーケーションを推進するためには、こうした同床異夢のような状況から、ワーケーションの本質がどこにあるのかを検討することによって「異夢」の状態を解消しつつ、各ステークホルダーでこれを共有し、その上で、進めるためのステップを踏んでいくことが必要と考える。この点で、前述のとおり、研究者が定義について検討していることは意義深いが、まずは、本質はどこにあるのかを検討することが肝要ではないかと考える。そのヒントになるのは、各々の立場からこれを推進している官公庁において、それぞれにワーケーションの位置づけが異なっているところである。どれがワーケーションの実態に最も近いかを見ることで、理解の一助になるのではないか。

推進のための政策をとっている官庁は、既に見たとおり、観光振興を進めようとする観光

庁及び環境省（国立公園を使った観光振興)、関係人口創出を担う総務省、働き方改革のためのテレワークを勧めようとする厚労省及び内閣府（沖縄テレワークは関係人口創出も目的とする）の 3 つに分類できる。これらはさらに、事の性質をテレワークの延長線上とみてその範囲を広げるものとして捉える厚労省と、ワーケーション導入による効果としての観光振興や関係人口創出を期待する観光庁及び総務省の 2 つに整理することができる。後者については、観光庁が前述の調査の中で分析しているように、「テレワークの発展形として捉えられるものであり、テレワークとワーケーションを一体的に捉え、かつ、連続性のあるものとしてその推進に取り組む視点が必要。」と整理しているのであり、本質としてはテレワークがベースにあることを理解している。

以上から、ワーケーションの本質は、テレワークがベースにあり、その一形態として働く場所をより自由にしたものであると考えるべきである。テレワークが推進され、さらにテレワークを行う場所の自由度が高まれば、従業員の選択によってワーケーションもできるのであり、ワーケーションの推進を単体で行うことでは十分効果が得られない可能性がある。厚労省が進めるように、また観光庁が調査結果で述べるように、テレワークをより推進させることの一連でワーケーションを進めていくべきであろう。

3. 利用促進のための政策とは

前第 2.に考察したとおり、ワーケーションを進めるには、まずはテレワークの推進に取り組むことが必要なのであって、政策としては、テレワーク推進を進めることが前提となる。コロナ禍においてテレワークは導入が積極的に進められてきた。テレワークの実施率については様々な調査がありそれぞれ数値が異なるが、内閣府が定期的に実施している調査*7によれば、直近の 2022 年 6 月の調査で 30.6%（東京 23 区内では 50.6%）で、過去最高であった 21 年 9-10 月時の 32.2%（同 55.2%）を若干下回った。コロナ禍前の 19 年 12 月の調査では 10.3%（同 17.8%）であったことから見れば短期間に導入が進んだことがわかる。

なお、同調査において、地方への移住について、東京 23 区内では 37.2%が関心ありと回答しており、特に 20 代の若者では 50.9%が関心ありと回答しており、その理由として「テレワークによって地方でも同様に働けるから」も 24.5%と高率になっている。

テレワークは、業種や職種によって導入が難しい職場がある。また、コロナ収束後に、テレワークの生産性などの評価によっては、実施率が下がる可能性もある。したがってこれ以降、さらにテレワークの実施率を上げようとするならば、新しい技術を導入することによって実施可能な職場を広げることや、テレワークが生産性向上に寄与することを明確にすることが必要になる。

一方で、この内閣府の調査では、働く上で重視するものについてのアンケートも行っており、テレワーク経験者の 4 割がテレワークやフレックスなどの柔軟な働き方を重視すると

回答している。給与や労働時間、やりがいなどが 2~3 割であることから比較して飛び抜けて高い数値となっていることから見ても、テレワークなどの働き方の柔軟性が今後採用競争力に影響してくるであろうことが伺える。IT 分野の技術者については、グローバルな採用競争力低下や人材不足などから、企業はそれまでの新卒一括採用や年功序列による給与体系などの慣行を破り、新たな制度の導入を進めている。今後、同様に人材獲得競争の観点から、テレワークなどの柔軟な働き方を認める制度の導入が進むであろうし、こうした労働市場の原理に基づく動きは、労働環境改革の大きな原動力となっていくことが多いため、テレワークもこれに伴って進められていくことが推測できる。

テレワークの積極導入が我が国の経済発展に必要であり、OECD 加盟国の中でも低いとされている日本の一人当たり労働生産性を高めるためにテレワークが有益であることを、政府として積極的に発信することがまずは必要であろう。その上で、働く場所についても柔軟性や自由度を高めることがさらに効果的であるとして、ワーケーションや地方移住についても勧める政策を導入すべきであろう。テレワークによって、必要なオフィスの面積は縮小できることでそのコストが削減でき、また、従業員の通勤にかかる費用も出勤回数が減れば削減できることが判明している。

同時に、ワーケーションの受け手としての地方については、IT 環境の整備が求められるし、ワーケーションや移住の候補としての魅力を高める政策が必要になる。

こうした政策は、各官庁や自治体がばらばらに行うのではなく、相互に連携して実施することで効果が高まることが期待できる。ワーケーションは、それ単体として各ステークホルダーが各々の立場から推進するのではなく、その本質をリモートワークと一連として捉え、進めるとともに、生産性向上策の一つとしての働き方改革、すなわち働く場所の柔軟性を高めることを推進し、受け手はその環境整備と誘致のための魅力向上を図ることが一体となって行われることによって、より実現できるものと考えるべきであろう。

［注］

7：内閣府　新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査　平成 4 年 7 月 22 日

内閣府ホームページ

https://www5.cao.go.jp/keizai2/wellbeing/covid/pdf/result5_covid.pdf

むすび

ワーケーションは、これが進められることで、従業員にとっては働き方や休暇の過ごし方の選択肢が広がるものであるし、企業にとってはコスト削減や生産性向上につながるもの

である。加えて、観光関連事業にとっては需要拡大につながることが期待でき、地方にとっては移住や 2 拠点居住などで関係人口の拡大が期待できる。課題は少なくないが、メリットが大きいことを鑑みれば、関係ステークホルダーが連携して推進することで、一時のブームで終わらせることなく、定着させることが可能ではないか。

ワーケーションは働き方改革に連なるものであることを認識し、基本的には利用者となる従業員が前向きにとらえられるものであることを各ステークホルダーに広く知らしめることが、推進に向けた政策の第一歩である。

以上