
東北芸術工科大学 紀要

BULLETIN OF TOHOKU UNIVERSITY OF ART AND DESIGN

第31号 2024年3月

テレワークの進んだニューノーマル時代のワーケーション推進に関する考察

ワーケーションの発展的整理と提案・求められる地方自治体の企画力

Promoting Work in the New Normal Era where Telework has Evolved

Progressive Organization and Proposal for Workation – The Necessary Planning Abilities of
Local Government

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru

【論文】

テレワークの進んだニューノーマル時代のワーケーション推進に関する考察

ワーケーションの発展的整理と提案・求められる地方自治体の企画力

Promoting Work in the New Normal Era where Telework has Evolved

Progressive Organization and Proposal for Workation – The Necessary Planning Abilities of Local Government

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru

After the COVID-19 coronavirus pandemic, telework has been recognized as a work style due to its advantages, and today, in what is called the new normal, hybrid work that takes advantage of face-to-face work and telework is becoming commonplace.

As a result, workation, which involves working away from home, is attracting attention. In particular, local governments located far from major cities are hoping that this will lead to an increase in the number of people interacting with each other, and Japanese government is also supporting Workation, which has a digital garden city concept.

On the other hand, workation is not progressing as expected. This is because workers think that workcations are something that workers can do freely at their own discretion without recognizing it as a company system, or that workcations are tours that are organized by the company the worker belongs to, or even that are organized by local governments.

This is thought to be because the system and definition of workation are ambiguous. This paper analyzes and proposes "Personal Workation", "Business Workation", and "Community Workation". Furthermore, it reveals that Generation Z is seeking workation and summarizes issues faced by local governments promoted by Community Workation.

Keywords:

テレワーク、ワーケーション、移住、フリーランス、副業、地域活性化、ICT、セレンディピティ、デジタル田園都市国家構想

telework, workation, migration, freelance, side job, regional revitalization, ICT, serendipity, digital garden city-state concept

1.はじめに—テレワークの普及—

コロナ(COVID-19)によってテレワークという働き方が広く認知されるようになった。出社せず在宅でテレワークする勤務スタイルが一定数定着している。またコロナの感染力や重篤性が弱まるなか、日常の生活を取り戻しつつあり、新しい働き方の模索が続いている。

新しいワークスタイル(働き方)をリードしてきた情報関連企業では、コロナ後在宅勤務を標準とし、必要に応じて出社を求めるワークスタイルを打ち出した。出社は出張として捉え直したため、住居は通勤圏を越え全国に求めることが可能になり移住の動きが出てきた。

一般的な企業においてもテレワークが1つのワークスタイルになりつつある現在、コロナ禍で経験したテレワークはさらに自由度の高い新たな働き方「ワーケーション」が各方面から期待されつつある。在宅勤務が自宅に限定されたテレワークであるのに対して、ワーケーションは働く場を限定しないさらに拡大されたテレワークと捉えることができる。

本稿はワーケーションの現状を分析し、ワーケーションを推進させるための方策について考察するものである。

2.テレワークの新たな局面

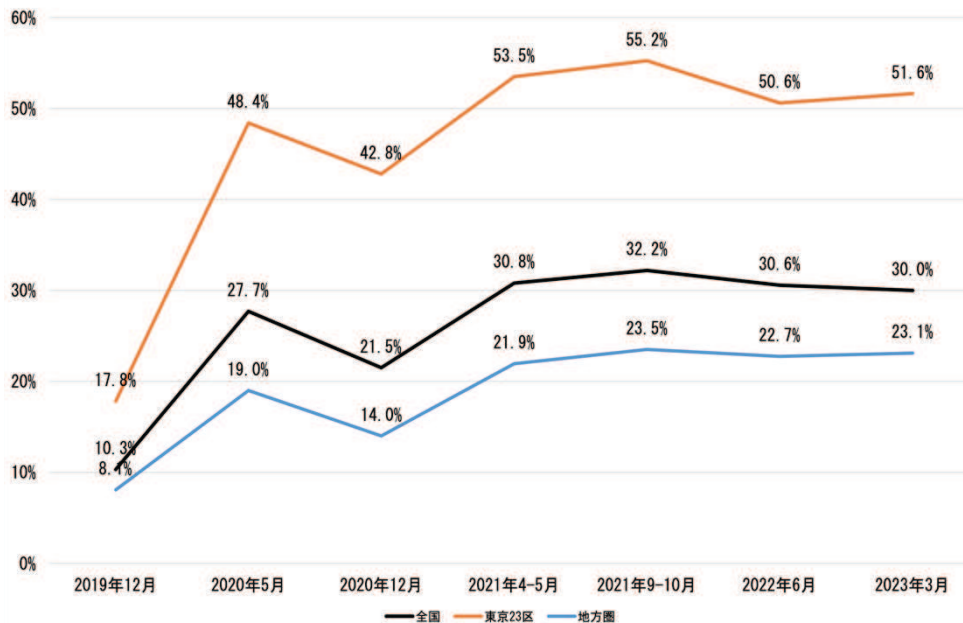
(1)テレワークの普及

コロナ以前よりテレワークは、政府、企業、ワーカー、地方自治体からその普及が期待されていた。

政府は2015年一億総活躍社会の推進を打ち出し、障がい者・高齢者・女性等の雇用促進を展開、さらに翌2016年ワークライフバランスの改善を目標に、有給休暇の取得推進、労働環境の改善(働き方改革)、企業生産性の向上、DX化の推進等企業体質の改善増強、東京一極集中の是正、移住促進、観光促進、地方創生、通勤・レジャー行動の分散化促進などでテレワーク導入を推進した。また2020東京オリンピック・パラリンピック開催にあたっては、会場周辺の交通混雑緩和策として期間中のテレワーク拡大キャンペーンを展開した。

一方、企業においては障がい者雇用、有給休暇・育休取得の推進等労働法制対応、生産性の向上、オフィスコスト削減など固定費削減、介護離職防止等人材確保の面からもテレワーク推進を捉えた。

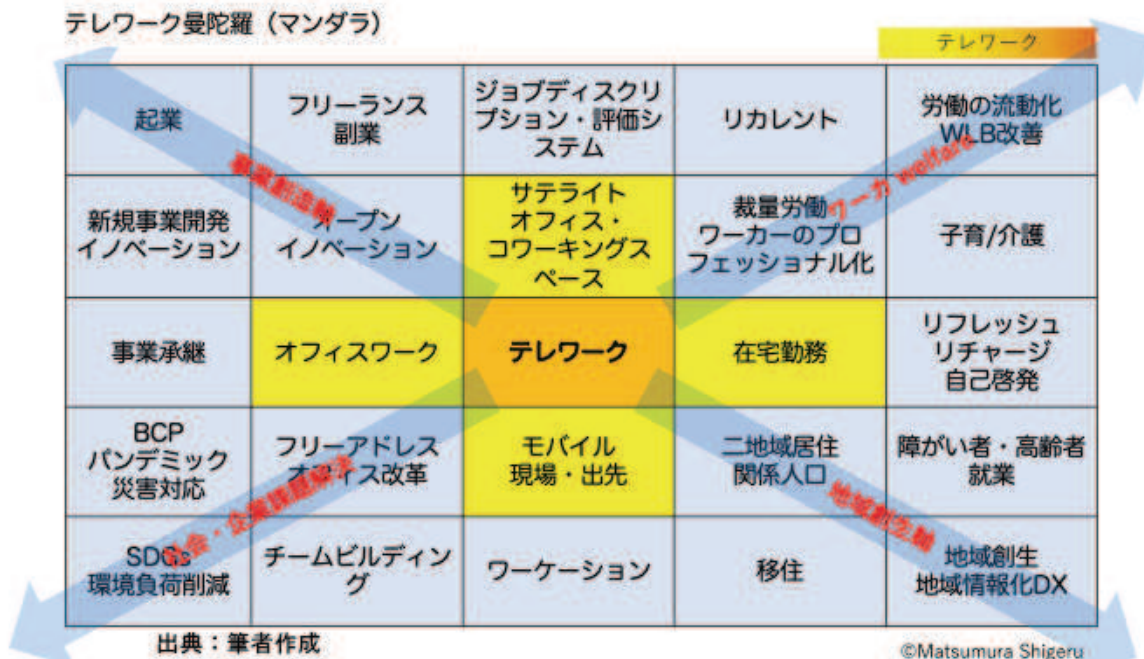
ワーカーは、通勤時間の削減、子育て・介護時間・自宅時間の拡大、自己啓発、キャリア形成、副業・起業実現、レジャー時間の拡大、居住環境の改善(プチ移住等)など、



※働き方に関する問に対し、「テレワーク(ほぼ100%)」、「テレワーク中心(50%以上)で定期的にテレワークを併用」、「出勤中心(50%以上)で定期的にテレワークを併用」、「基本的に出勤だが不定期にテレワークを利用」のいずれかに回答した人の割合

図表1 地域別のテレワーク実施率

出典:内閣府(2023)「第6回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」



図表2 テレワークが及ぼす効果

ワークライフバランスの改善、自己実現・自己啓発などの手段としてテレワークを期待していた。

地域活性化に取り組む地方自治体は、移住促進、観光強化、関係人口拡大、企業オフィス移転などを期待した。特に観光資源の乏しい自治体にとり、どこでも働くことのできるテレワークは起爆剤として捉えられていた。

なお、移住の公的な統計はなく定義もない。本稿では、移住を『自然環境等良好な居住環境を求め、大都市圏から企業を退社し、新たな移住先の企業等への転職を伴う転居、あるいは定年退職等による離職によって転居すること』とする。また、テレワークによる通勤回数の減少を受けて、『退社・転職せずに通勤できる範囲内で良好な居住環境を求めて大都市圏近郊に転居する』移住も広まっているが、ここでは区別しない。

(2) テレワークの果実を求める新たな局面へ

内閣府の2023年3月の調査でテレワークの実施率は、不定期実施者を含めワーカーベースで東京都23区内で51.6%、全国で30.0%である。2021年から今日までそれぞれ50%強、30%強を維持し、テレワークが一定程度定着していることをうかがわせる(図表1参照)。

テレワークという働き方で広がった現在、テレワークの理解・啓蒙・普及に努めてきた政府、企業、ワーカー、地方自治体は、テレワークの普及で得られる新たな果実の実現を目

指し、それぞれ目標を再設定する時期になったと考えられる。テレワークの普及をさらに進めるためには、4者の新たな目標の実現が求められるようになった。テレワークは新局面に入ったと言えよう。

図表2は、一般的に言われるテレワークが及ぼす効果を筆者が整理しまとめたものである。左上から企業・産業に及ぼすもの、右上にワーカーに及ぼすもの、右下に地方に及ぼすもの、左下に社会全体に及ぼすものを記している。これらが4者の目指すテレワーク導入の果実である。

本稿では現状程度テレワークが実施されている現代社会を『テレワーク社会』と呼ぶことにする。

3. ワーケーション

(1) 我が国のワーケーション

ワーケーションは、workとvacationからなる造語で、『休暇を取りながら本来の職場を離れて働く働き方』を言う。働き方の自由なフリーランスが世界の観光地を巡りながらテレワークで働いている。

グラフィックデザイナー(グラフィックデザイン)、ビデオクリエータ(動画制作・編集)、マガジン等のライター・エディタ(ライティング)、ウェブクリエータ・エディタ、プログラマー(プログラミング)などフリーランスは自由に旅をしながら、世界各地

の coworking スペースなどでテレワークする。彼らはノマドワーカーとも呼ばれた。この働き方がワーケーションとして広まった。

全国に高速インターネットが普及している現在、どこにいてもワーケーションすることが可能になっており、地方自治体は地域活性化の1つのソリューションとしてワーケーションを注目している。

日本においては2015年頃から徐々に注目され、2017年に和歌山県白浜町でワーケーション・ツアーが開始された。和歌山県は当時ワーケーションを行うための条件としてあげられていた、高速インターネット、オンライン会議のできる遮音された空間等のあるサテライトオフィス等の執務空間、そして単なる観光で得られない地域ならではのアクティビティを同県白浜町の施設に整備した。有給休暇取得を進めたい日本航空等の企業が参加した、^{註2)註3)}。

2018年には長野県軽井沢町に『軽井沢リゾートテレワーク協会』が発足し、軽井沢町でもワーケーションの受入体制が整備された。

山形県では2021年10月に温泉新幹線『とれいゆつばさ』を活用した『やまがたワーケーション新幹線』が走った。列車に乗り込んだ東京からワーケーションが始まるツアー列車として話題になった。

2019年11月「ワーケーション自治体協議会」が、2020年7月には「一般社団法人日本ワーケーション協会」が相次いで設立された。また本年2023年2月には官民で推進する協議会「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」が設立された。

ワーケーションはワーカーを地元呼び込みたい地方自治体の大きな期待を集め、インターネット環境、執務空間、アクティビティをバックにしたツアー型のワーケーションが全国で広がっている。

(2) ワケーションの現状と定義

ワーケーションの普及を進める観光庁は、ワーケーションを『テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと』と定義している。

ワーケーションの最もシンプルな定義は、『観光地等の非日常空間でテレワークすること』となる。よりイメージしやすく言えば、『テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇(ワーケシ

ン)を楽しみつつ仕事を行うこと』と、観光庁の定義は読み替えられる。

定義の一方でワーケーションの実態は多様に見える。それは利用するワーカーや企業、ワーケーションワーカーを誘致したい地方自治体の思惑から、ワーケーションがパッケージツアー化され、さまざまなタイプをワーケーションと唱うためと考えられる。

これまでもワーケーションとは意識されず観光中にメールをチェックし部下に指示を出すようなことは行われてきた。本稿では、このような私的な観光で本人が業務と認識しない短時間で済ませる働き方と、勤務先から業務と認められ制度化された働き方を区別する。すなわち、「業務時間と組み合わせる半日や数時間の休暇(時間休暇)を勤務先から取得し、出社には長時間を要するリゾート地や温泉地、国立公園等、本来の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ、インスピレーション等を求めてテレワークで働くことを勤務先から承認され働き方」を、ワーケーションと定義する。

また、勤務先の承認のない場合は、「私的なワーケーション」と定義する。承認されたワーケーションを「狭義のワーケーション」、単に「ワーケーション」と呼ぶこととし、私的なワーケーションと(狭義の)ワーケーションを合わせて包摂するワーケーションを『広義のワーケーション』とする。

(3) ワケーションの特性

1) 個人タイプと企業タイプ

ワーケーションは、個人利用か企業利用か、ツアーかそうでないか、あるいは費用負担者や利用目的で多様に分類できる。ここではワーケーションを類型化しながら実態を分析する。

まず個人タイプと企業タイプがある。個人タイプは、ワーカー個人が自ら計画した個人旅行中に仕事もこなすタイプである。繰り返しになるが休暇中のメールチェックなどは、ワーケーションとしては休暇の取得、テレワークの実施、本来の職場から離れた場所での勤務について、勤務先から承認されている必要がある。

企業タイプは勤務先の部署でワーケーションを利用するいわゆる職場旅行のタイプである。職場のメンバーが一斉に場所を変えリフレッシュ時間もとりながら仕事を行う。

2) ワケーションの目的

利用者の目的(個人と企業)と受入れ側(地元)の目的で

分類できる。

ワーケーションを利用する目的は、利用するワーカーとワーケーションを認め推進する企業、そして受入れる地元側にそれぞれ思惑がある。特にパッケージ化されたツアー型は受入れ側の思惑は明確であり、受け入れ側が主体的にプログラムされ、地元の目的が強く反映されている。

ワーケーションを利用する基本的な目的はその特徴である、「非日常空間で働くことで心身のリフレッシュやセレンディピティ(新たな出会い)^{註1)}あるいはビジネスアイデアやヒントなどを得る」ことであり、ワーカーの利用目的は、それに加えて長期休暇の取得、キャリア形成の人脈づくり、副業・転職の準備、移住の準備などである。

企業がワーケーションを推進する目的は非日常空間によるワーカーの生産性向上や有給休暇の取得推進、リフレッシュ等健康維持管理であり、加えて職場全体で利用する場合は職場の研修、チームビルディングなどが加わる。そのため企業はワーケーションの場として現地のコワーキングスペース等と長期契約を結ぶこともある。また自社専用のサテライトオフィスを設ける企業もある。

受入れ側である地元の目的は観光振興、二地域居住や移住の推進、ワーカーや参加企業と地元企業を結び地元企業を活性化することである。

ワーケーションはこれまでの観光の定番であった温泉や名所旧跡を観光資源とし週末の1泊2日を狙う観光とは異なり、数日の滞在に合わせたアクティビティ型であるため、旧来の観光資源に乏しかった地域でも観光客を誘客でき、さらには移住や地元企業への活性化などにも通じるとして注目されているのである。

そのため、ワーケーションでは、地域の観光アクティビティの開発や利用者との交流による地域の魅力発見・開発、地元企業の課題発見・解決、地元との副業契約、二地域居住、さらには移住への発展などを期待している。

3) ツアー型と個人型

ツアー型・個人型で分けることもできる。○○ワーケーションなどと唱われた旅行パッケージがツアー型ワーケーションである。ツアー型は一般的旅行商品と同じように、旅程が組み立てられ、宿泊代、食事代等がパッケージされている。ツアー型の多くが現地集合・解散で、午前中にコワーキングスペース等でテレワークによる個人毎の仕事、午後に情報交換・コミュニティ形成の参加者同士の懇談や観光・アクティビティ

の時間が組まれている。地元自治体などが企画し販売される地元企業支援を目的としたツアーでは、地元企業との交流・ディスカッション、移住促進を目的としたものでは、雇用先・空き家視察などが組み込まれる。

一方、個人型は旅行の合間に自由に観光と仕事をする。数日の滞在中、観光の合間に仕事を挟んだり、仕事のリフレッシュとして観光を挟むなど、どちらに重きを置くか仕事と観光のバランスは多様である。前者を観光型、後者をリゾート滞在型と分けられる。

4) 費用負担

費用で分類すれば、個人の観光やセレンディピティを求めたツアーへの参加の場合は勤務先の承認(時間休暇の取得、テレワークの実施、本来の職場から離れた場所での勤務のため一般に承認が必要である)は得るものの、個人負担である。一方、職場全体で業務や福利厚生としてワーケーションする場合は一般的に企業負担となる。

5) 地元との交流

ワーケーションは観光地などの非日常空間で仕事することを目的としているが、一方で地元との交流もワーケーションの特徴となっている。特に受け入れる側は交流によって地元企業との情報交換、問題解決、副業契約、二地域居住、移住などを期待している。

(4) ワーケーションの分類

これまでワーケーションの特性を整理してきた。その特徴から組み合わせは数多く想定されるが、実際には存在しない組み合わせなどもあり、全体では系統的に8つに分類される。図表4に示す。またその概要を図表3にまとめる。

図表4を解説する。まず私的なワーケーションと、勤務先から承認されているワーケーション(狭義)に大きく分けられる。ここでは参考として私的なワーケーションも含めている。私的なワーケーションも個人型とツアー型に分けられる。

ワーケーション(狭義)は個人で利用する個人型ワーケーションと企業で利用する企業ワーケーションに分けられる。個人ワーケーションは個人型とツアー型に分けられる。ツアー型は参加者とのセレンディピティを期待する「コミュニティ交流型」、移住や二地域居住を志向する「移住・二地域居住型」、地元企業との連携や副業を志向する「地域企業連携・副業型」に分けられる。

企業ワーケーションは、ツアーに参加するツアー型と職場全体がワーケーションするグループ型に分けられる。ツアー型はツアーに参加し、企業として地元企業との連携・新規事業開発を進める。ここでは「地域企業連携・新規事業開発型」とした。グループ型は職場として地元企業との連携・

新規事業開発を進める「地域企業連携・新規事業開発型」、職場の業務や研修などを行う「職場チームビルディング型」に分けられる。

以上8タイプに整理できる。

図表3 個人ワーケーションと企業ワーケーションの概要(4タイプ)

利用主体	スタイル	ワーカー個人のワーケーション目的	ワーケーション行程の企画者	受入れ側(地元)の目的/期待	費用負担者	地元との交流の有無
個人	個人	休暇の取得、リフレッシュ、観光、環境変化、ビジネスアイデアやヒントの獲得	個人	観光振興	個人(個人の休暇扱い)	なし
個人	ツアー	セレンディピティ、コミュニティ形成、環境変化、ビジネスアイデアやヒントの獲得、スキルアップ、副業機会、移住機会、転職機会	受入れ自治体	観光振興、移住、副業、地域課題解決	個人(個人の休暇扱い)	あり
企業(職場)	同上	同上	同上	同上	企業(業務扱い)	同上
企業(職場)	グループ	チームビルディング、リフレッシュ、健康維持、環境変化、ビジネスアイデアやヒントの獲得、地元との交流(関係人口構築)	企業・受入れ自治体	観光振興、移住、副業、地域課題解決	企業(業務扱い)	あり



図表4 ワケーションの分類

出典:筆者作成

(5) 協議会・協会のワーケーションの分類

ワーケーションを推進する各団体においてもワーケーションを分類している。ここではそれらのなかから、代表的な観光庁、ワーケーション自治体協議会、テレワーク・ワーケーション官民推進協議会と(一社)ワーケーション協会を取り上げ、図表4に示したワーケーションの分類との整合を確認する。

観光庁、ワーケーション自治体協議会、テレワーク・ワーケーション官民推進協議会の3団体は共同で、4タイプに分類している(図表5)。すなわち休暇型として福利厚生型、業務型として地域課題解決型、合宿型、サテライトオフィス型の合計4タイプである。福利厚生型は有給休暇等を活用して観光地等で休暇とテレワークでの業務を行うスタイルであり、地域課題解決型は業務として地域関係者と交流しながら休暇もとるスタイル、合宿型は職場メンバーと議論するスタイル、サテライトオフィス型は観光地等のサテライトオフィス等で勤務スタイルとしている。

(一社)日本ワーケーション協会は、休暇活用型、拠点移動型、会議型、研修型、新価値創造型、地域課題解決型、ウェルビーイング型の7つをあげている(図表6)。休暇活用型、拠点移動型は観光など休暇を楽しみながらテレワークで働くスタイル、会議型と研修型、新価値創造型、地域課題解決型は、いずれも業務としてそれぞれの目的で勤務するスタイルである。ウェルビーイング型は保養所などの健康増進プログラムに参加するスタイルである。

これまで見てきたように、ワーケーション類型は企業が進める業務型のワーケーションと、個人が従来の観光の延長でテレワークで働きながら観光する休暇型に大きく分けられる。

観光庁、ワーケーション自治体協議会、テレワーク・ワーケーション官民推進協議会の3団体の分類は企業型に比重を置き、さらに目的に合わせて整理していることがわかる。一方で参加者同士のセレンディピティを求め、参加者とのディスカッション、セミナー、懇親会などを組み合わせたツアーのニーズもあるが、3団体の分類はツアー型の視点があまりない。

(一社)日本ワーケーション協会の分類は、形式や目的で分類されており、参加スタイルやコミュニティの視点が無い。ワーケーションはツールであるから目的別の整理は1つの整理の形であるものの、セレンディピティを求めることも利用の目的であるから、ツアー型の視点は望まれる。

以上から図表4に整理した分類は、以上の団体の整理

を包摂した総括された分類であることがわかる。

(6) ワーカーのワーケーションの実態

パーソル総合研究所の調査^{註4)}(n=10,934、勤務先従業員10名以上の「全国の男女就業者20~69歳」)によれば、ワーケーションの経験者は17.4%である。ただし、この17.4%は「日常生活圏外の場所で、仕事と自分の時間を過ごした経験」の有無の間に対して有と答えた割合であるため、ワーケーションを自覚していない回答も含まれている。自覚のないワーケーションは当然勤務先の承認はされていないので、私的なワーケーション、特に個人型を含んでいる。

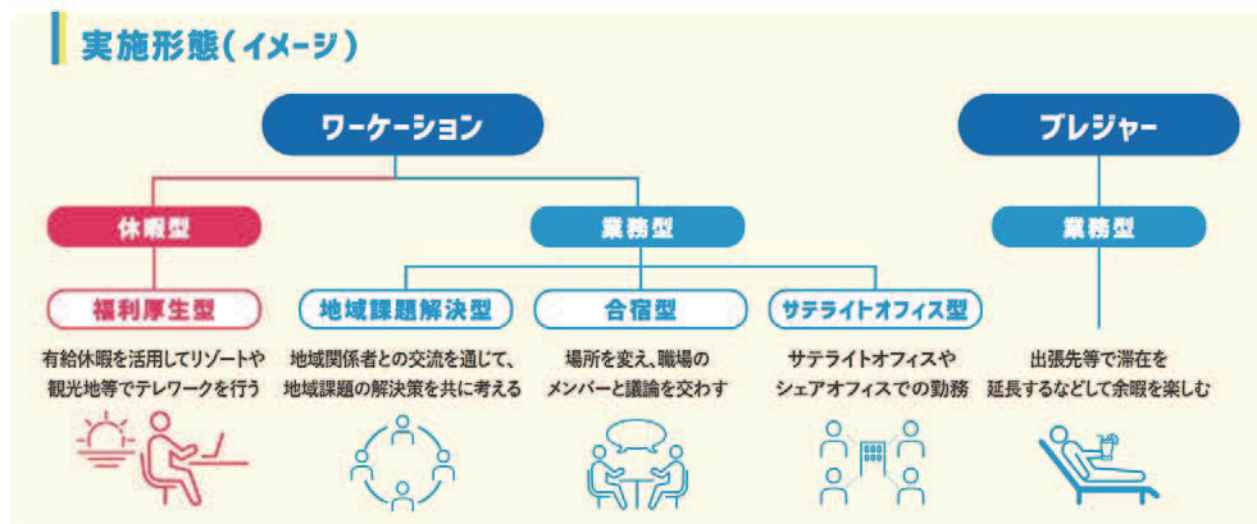
この調査ではさらにその経験者の内、ワーケーションとして自覚する割合を25.9%としている。したがって、全体では自覚したワーケーション経験者は4.5%(17.4%×25.9%)、自覚のない私的なワーケーション(個人型)経験者は12.9%(17.4%×74.1%)と算定される。

この調査ではワーケーションを「普段の職場や自宅とは異なる日常生活圏外の場所で、仕事(テレワーク)をしながら自分の時間を過ごすこと」とし、観光庁の定義で言う観光地、温泉地、リゾート地とは限定していない。ただ、ワーケーションの実態調査はまだ少ないため、本稿では(株)パーソル総合研究所の調査結果に従って見ていく。

この調査では、企業のワーケーションの制度の有無について経験者(n=3,500)を対象に訊いている。企業の制度では、原則容認が31.7%、条件付き容認が23.1%、一方原則禁止が4.8%、未方針が20.5%、不明が29.9%とある。企業の容認割合が条件付き容認を含め54.8%であり、か

らうじて容認企業が半数を越えていることがわかる。ただし、経験者企業の状況であり、全国平均から過大になる点には注意を要する。

まとめれば、半数の企業がワーケーションを容認するなか、私的なワーケーションを含め広義のワーケーション経験



図表5 観光庁、ワーケーション自治体協議会、テレワーク・ワーケーション官民推進協議会、3団体のワーケーションの分類
出典:観光庁「新たな旅のスタイル」ワーケーション&フレジャー企業向けパンフレット(簡易版)」

ワーケーションの7つのタイプ



図表6 (一社)日本ワーケーション協会のワーケーションの分類
出典:同協会webページより <https://workcation.or.jp/workcation/>

者は17.4%で、個人ワーケーションあるいは企業ワーケーションの経験者が4.5%である。

また広義のワーケーションの経験者割合(17.4%)は、テレワークの全国平均普及率30%の半数を越える。テレワー

ク実践者の半数以上が何らかの形でワーケーションを経験している。一方、狭義のワーケーション経験者は4.5%で低調と言える。

図表7 21市町村のワーケーション事業((一社)日本経済団体連合会事例集)

自治体名	名称	企業向け	個人向け
富良野市	ワーケーション実証費用助成金	—	○
長沼町	長沼町ワーケーション×チームビルディング創生事業	○	—
鹿追町	鹿追型ワーケーション かいけつリズム	○	—
かすみがうら市	SDGs人材育成&農業(アグリ)ワーケーションP	○	—
鎌倉市	YORITOMO WORKATION	—	○
逗子市	逗子市おためしワーケーション補助金	○	—
糸魚川市	日本海シーサイドテレワーク	○	○
氷見市	氷見市ワーケーション実証費用助成金	○	○
福井市	ふくいワーケーションモニタープログラム	—	○
福井県高浜町	Well-being・SDGsワーケーション	○	○
岡谷市	岡谷市ワーケーション等実施支援補助事業	○	—
諏訪市	SUWA-ケーション事業	○	○
茅野市	Workation In Chino!	○	○
長野県飯島町	飯島流ワーケーション事業	○	—
鳥取市	ラーニングワーケーションモニターツアー@鳥取市鹿野町	○	—
呉市	せとうち・くれワーケーション モニター制度	○	○
福山市	ワーケーションふくやま	○	—
長崎市	ワーケーション事前視察受入れ事業	○	—
佐世保市	西九州させば広域都市圏周遊型ワーケーションツアー受入事業	○	○
宮崎市	令和4年度宮崎WORK&STAY推進事業	○	—
日向市	日向市ワーケーション推進事業	○	○

(7) 地方自治体のワーケーションの実態

地方自治体のワーケーションの状況を、(一社)日本経済団体連合会(経団連)がまとめた「地方自治体におけるワーケーション事業事例集」(2022年7月)を参考に整理する。いずれもワーケーションを推進するための地元自治体の事業である。

21市町の事業(図表7)は内容から以下の4タイプに分類できる。

- ①参加企業に地元企業の課題解決等支援を求める事業
- ②参加する個人や企業にワーケーションへの参加費用を助成する事業
- ③移住等を検討する個人に参加費用などを助成する事業
- ④ワーケーションプログラム開発に取り組むなかで『地元魅力発見』や『プログラム開発中のモニター』を募集するワーケーションプログラムの開発のための事業

①が企業向けで6市町、②が企業と個人向けで3市町、③が個人向けで2市町、④が双方向けで12市町である(重複あり)。企業向けが18市町、個人向けが11市町となる。企業ワーケーションのグループ型を誘致する市町が多い。

以上をみると、地方自治体のワーケーションへの期待は大きい。参加者を通じた地元の魅力の確認作業や課題を抱える地元企業の発掘、都市圏の企業やワーカーのニーズの確認などワーケーションツアー開発のための課題整理やモニターの募集に留まる自治体が多く、地方自治体が主導するツアー型ワーケーションが本格的に機能するにはもう少しばかり時間がかかると見られる。

また個人向けの事業が少ない理由は、企業向けがテレワークが普及したコロナ後の新たな事業であるのに対して、移住等を目的とした事業は移住担当課などが移住相談事業として展開していることも関係するだろう。テレワークが移住を促進している面はあるが、ワーケーション事業として「移住お試しワーケーション」と唱う必要もなく、単に移住お試し事業とすればよいし混乱も少ないためと思われる。

4.Z世代・働き方への期待

ここでは今後のワーケーションの参加者になると想定されるZ世代について考察する。Z世代は概ね25歳以下を指し、インターネット世代とも言われている。スマートフォンの普及期はスマホで動画をみることのできる4G期と重なり、物心つく年齢からインターネットを使いこなす世代がZ世代である。

このZ世代が希望する働き方は、『在宅勤務』を45%が希望し、52%が『好きな時間に働きたい』、44%が『好きな場所で働きたい』としている。図表8は年代別に示したものである。若いほどこの傾向が認められるがZ世代は顕著である。

また、副業の実施者はZ世代では14%、20代後半世代と30代が9%、40代が4%と若い世代ほど副業を行っている。また、出社勤務者と在宅勤務者の副業実施率を比較すると、20代では前者が5.2%、後者が16.2%で、30代では前者が3.0%、後者が12.6%、40代は2.5%、8.3%と、各世代とも在宅勤務者の副業率が高い。

このように若い世代ほど副業ができ、時間と場所にとらわれない自由なワークスタイルであるテレワークで働くことを希望している。

図表8 Z世代の働き方の志向

世代	好きな時間に働きたい	好きな場所で働きたい	在宅勤務を希望している	副業実施率	出社勤務者の副業実施率	在宅勤務者の副業実施率
20代前半	52%	44%	45%	14%	5.2%	16.2%
20代後半	47%	38%	43%	9%		
30代	44%	37%	41%	9%	3.0%	12.6%
40代	37%	27%	31%	4%	2.5%	8.3%

()内は、全世代に占める割合。

出典:『働く10,000人成長実態調査2022 20代社員の就業意識変化に着目した分析』 2022年8月18日(株)パーソル総合研究所のデータより筆者作成

また同調査ではZ世代の転職の捉え方を調査している。これによれば転職は78%が「人材としての市場価値向上」の機会、77%が「新しい人脈が広がる(人脈開拓)」機会と捉えており、Z世代の独立志向の高さがうかがえる。

ワーケーションは、社外の人脈と接点を持つ働き方であり、副業を得る機会や人脈を開拓する機会等のセレンディピティを提供する。ワーケーションはZ世代のニーズと合致し、フリーランス的なマインドとICTスキルを生まれながらにして

持つZ世代に広く受け入れられると考えてよいであろう。

キャリア志向の強いZ世代はセレンディピティを求めて、私的なワーケーションはもとより企業の職場で参加する業務型のみならず、地方自治体が企画するセレンディピティを重視するコミュニティ形成型のワーケーションが求められると考えられる。

5. 考察

－ワーケーション普及のための名称－

見てきたようにワーケーションの効果は大きく、自宅以外の場所で働く働き方として広く認知され、その普及が期待される場所である。ここではワーケーションを普及させるための方策として名称について考える。

私的なワーケーションは多くのテレワーク実施者が経験済みであるが、ワーカー保護の観点から、ワーケーションは勤務先から業務として承認されるべきものである。企業内において制度が整備されることが望ましく、整備されれば自ずと利用は広がると考えられる。企業内の整備を促すためには承認の有無を明確にする必要があると考えられる。「パーソナル・ワーケーション」等、承認されていることを強調する名称が必要である。

地方自治体が企画するツアー型は参加者同士、地方企業・住民等との関係の構築を求めている。この目的を明確にするための名称として「コミュニティ・ワーケーション」が考えられる。

ただし、ワーケーションは、バケーションという側面があり、移住、事業承継など具体的な目的で参加するこれまでのワーケーションは、移住希望者向けの「お試し移住」等の事業の枠組みで進めるべきだろう。ワーケーションという手段を強調する必要はないであろう。

最後に研修や業務課題解決等企业が自ら企画する職場グループで参加する企業ワーケーションにも多様な名称が当てられているが、たとえば『ビジネス・ワーケーション』などとし、主催する企業主導があることがわかる名称が望ましい。

6. まとめ

－パーソナル、コミュニティ、ビジネス・ワーケーションを推進するための課題－

ワーカーの志向をZ世代と他の世代で比較し見れば、若い世代ほど時間と場所に縛られない自由なワークスタイルを望んでいる。またZ世代は、キャリアアップの志向を強く持っており、副業、人脈形成、セレンディビティを求めるなど職場外のコミュニティ形成を期待している。これはテレワーク社会の姿とみることもできる。

希望する場所と希望する時間で働くテレワークは、ワーカーの能力がもつとも発揮され、生産性の高い働き方であることは言うまでもなく、自ら働く場所を選びコミュニティやセレンディビティを実現するワーケーションはこれからの若い世代にとって彼らの志向にマッチした働き方と言える。

ワーケーションはパーソナル・ワーケーション、コミュニティ・ワーケーション、ビジネス・ワーケーションに大別して推進していきながら、まず個人のパーソナル・ワーケーションを一層推進強化するために、地元観光産業を中心にして、コワーキングスペースや仕事中に子供を預けられるサービスの提供、連泊の料金優遇などの環境整備を進めることが求められる。

コミュニティ・ワーケーションについては、地方自治体による意欲的な地域企業を選別しキャリア志向のワーカーが働きたいと思わせるツアーの開発が期待される。移住、プチ移住のニーズは高く、デジタル田園都市構想を進める上でも地方自治体の手腕が問われている。

ビジネス・ワーケーションについては、バケーションとして身体を動かすアクティビティの開発やコワーキングスペースの整備、連泊の料金優遇、地元地域の企業が参加できる連携施策など地方自治体にはそのコーディネート力が求められる。

パーソナル・ワーケーションやビジネス・ワーケーションはワーカーが自ら行うもので、空間の提供ができれば最低限可能であるが、コミュニティ・ワーケーションは空間の提供だけでは実現できない。参加者をまとめるコーディネータの役割が重要である。昨今地方においては地元のワーカー向けのコワーキングスペースの開設が盛んであるが、コミュニティを求める利用者をコーディネートする力が不足している。ワーケーションについても同じである。地元自治体がコミュニティ・ワーケーションを進めるためにはコーディネータの育成が課題になる。

本稿ではテレワークの執務場所が拡大するなか、特にZ世代が求める働き方にマッチしたワーケーションについて類型とその課題を示し、ワーケーション推進のための名称の提案を示した。ワーケーションはテレワークする場所を拡張したものであるが、ワーケーションはテレワークの本質であるマルチワークやマルチハビテーションにも繋がり、これらの視点からもワーケーションの推進方策を検討する必要がある。今後の課題と考えている。

註

註1) セレンディピティとは、偶然の出会い、予想外のものの発見をいい、ワーケーションやコワーキングスペースの参加者は、偶然の交流・出会いから、人生や仕事を成功に導くきっかけを期待している。

註2) 「ワーケーションに関する東京フォーラム」が2017年8月に、また「ワーケーション・フォーラムin和歌山」が2018年1月に開催される。

註3) 日本航空「明日の翼」Summer 2018 pp.14-15に詳しい。

註4) (株)パーソル総合研究所(2023)「ワーケーションに関する定量調査」

<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/workcation.html>

[参考文献]

1) 池田知之、松村茂(2016)「ワークライフバランスを実現するワーケーション(workation)という働き方の考察」、日本テレワーク学会第18回研究発表大会予稿集,pp17-22

2) 観光庁「新たな旅のスタイル」ワーケーション&フレジャー-企業向けパンフレット-(簡易版)」、https://www.mlit.go.jp/kankochoworkation-bleisure/img/wb_pamphlet_simple.pdf

3) (一社)日本経済団体連合会(2022)「地方自治体におけるワーケーション事業事例集」、https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/069_jirei1.pdf

4) 内閣府(2023)「第6回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」

5) (株)パーソル総合研究所(2023)「ワーケーションに関する定量調査」

<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/workcation.html>

6) (株)パーソル総合研究所(2022)「働く10,000人成長実態調査2022 20代社員の就業意識変化に着目した分析」

7) 松村茂(2023)「ICT社会のテレワークと情報発信拡大がもたらす都市と地方の新たな関係とデザインの方向」、地域デザイン No.22 pp.57-80

8) 松村茂(2022)「山形県におけるコワーキングスペースの現状と課題-利用者拡大のために-」、東北芸術工科大学紀要第30号

9) 松村茂・佐藤洋介(2021)「地域活性化におけるコワーキングスペースの役割に関する考察」、東北芸術工科大学紀要29号

10) 松村茂(2019)「テレワーク社会が開く地域社会地域社会におけるテレワークとコワーキングスペースの考察」、東北芸術工科大学紀要27号

(2023年9月29日 原稿受理、2024年1月18日 採用決定)