

ワーケーションがもたらす効果と 地方創生への展開

従業員のイノベーション、メンタルヘルス、 生産性、エンゲージメントの向上に対する効果と 地方自治体への経済波及効果

副主任研究員 宮本万理子 副主任研究員 尾形和哉
050-5862-7270 050-5363-4390

働き手が職場や自宅を離れ、仕事をしながら余暇も過ごす「ワーケーション」が注目されている。仕事の質の向上、イノベーションの創出、ストレス軽減やリフレッシュ効果といった企業や働き手からの視点に加え、受け入れる自治体にも、平日の旅行需要の創出や交流人口および関係人口の増加等のメリットがあるとされている。当社では約 50 名の被験者を対象に、実証実験を通じて、働き手にとっての効果を検証するとともに、自治体にとっての経済波及効果の推計も試みた。

1. はじめに

新型コロナウイルス感染防止対策のための「新しい働き方」としてテレワークが定着して久しい。テレワークは、場所や時間に捉われない柔軟な働き方を提供し、働き手の生産性やエンゲージメント等を向上することが期待されている¹。一方で、テレワークは人との接触を減らし、結果としてイノベーションが生まれにくくすることが課題とされている。その中で、テレワークを行いながら、普段の職場や自宅とは異なる地域での滞在を楽しむ「ワーケーション」(Work+Vacation) が注目されている。ワーケーションは、テレワークにない対面交流の機会があることに加え、体験型・参加型プログラムを組み入れて地域の社会課題解決を考えるきっかけを作ることで、イノベーションの創出につながると考えられる。

テレワークに代表される場所や時間に捉われない働き方が、従業員のメンタルヘルスにどのような影響を与えるのかについて、アンケート調査や実証実験を試みた既往の研究は、特にコロナ以降、国内外において蓄積されてきた^{2,3,4}。一方、勤務地を一定期間離れた環境で、余暇活動を取り入れながら働くワーケーションについては、途上段階であるため、今後さらなる研究蓄積が求められている⁵。

受入側の地方自治体としては、ワーケーション先として企業や働き手を招致することで、地元への経済波

¹ 日本経済団体連合会 (2022) : 企業向けワーケーション導入一場所にとらわれない働き方の最大活用一、42pp

² SOMPO 未来研究所 (2021) SOMPO 未来研究所「生産性に関する研究会」中間報告書、コロナ禍が従業員に与えた影響～勤怠データ・従業員アンケートから見た実態～、61pp

³ 日本経済団体連合会 (2022) : エンゲージメントと労働生産性の向上に資するテレワークの活用、57pp

⁴ Eurofound and the International Labour Office (2017): Working anytime, anywhere: The effects on the world of work, Publications office of the European Union, Luxembourg and the International Labour Office, Geneva

⁵ 岩浅巧・榎原毅・水野基樹・吉川徹 (2022) : スポーツワーケーションが就労者の健康と心理社会的側面に及ぼす効果、人間工学会 58(4)、174-185

及効果が期待されている。既往の研究によると、ワーケーション市場は1,000億円を超える規模と予測されており、今後さらに拡大する可能性がある⁶。

2. 実証実験概要

(1) 実証実験の目的と方法

当社で実施した実証実験の目的と方法は次の通りである。

《図表1》ワーケーション実証実験の目的と方法

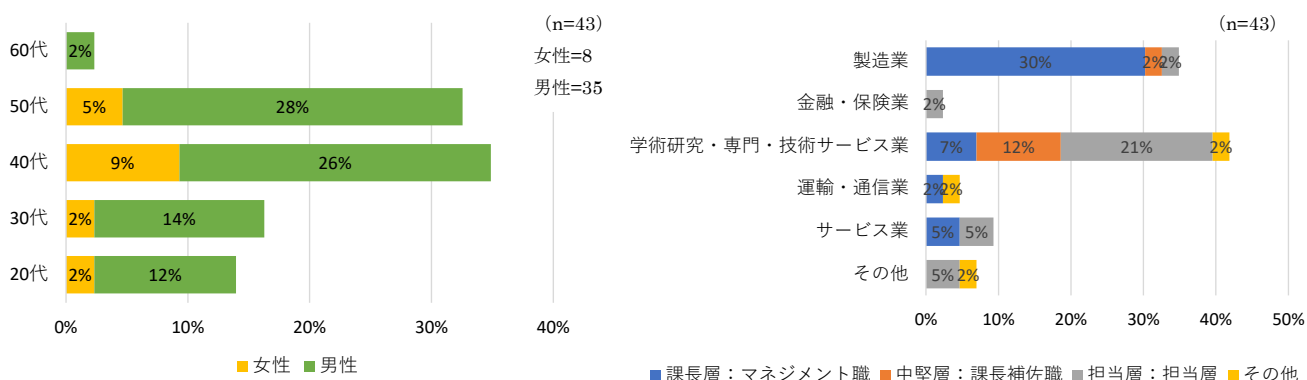
調査目的	①ワーケーション実施が従業員に与える効果の測定 ②ワーケーション導入による地方への経済波及効果の測定
調査対象者条件	民間企業に就労する全国の男女（在宅勤務率42%） （和歌山県、長崎県、徳島県が実施するワーケーションプログラム参加者）
実施期間	2泊3日～4泊5日
実施したプログラム	地域課題解決型プログラム（各自治体によって異なるプログラムを実施）
延べ参加人数	48人
調査手法	①WEBアンケート調査（ワーケーション実施前後）およびヒアリング調査（電話・メール）、②領収書メール回収
WEBアンケート調査質問項目	①生産性（1問）、②エンゲージメント（11問）、③イノベーション／チームワーク（5問）／コラボレーション（5問）／オープンイノベーション（11問）、④ワーケーション全般に関する質問事項（11問）、⑤属性（10問）
領収書・回収費目種別	宿泊費、飲食・食事代、交通費、土産・買い物代、入場料・施設利用料
調査時期	2022年12月～2023年1月に随時実施 （ヒアリング調査は2023年4月に実施）
調査協力会社	株式会社シンギュレイト社

(2) 実証実験の参加者属性

性別・年齢層は、男性35名、女性8名、男女ともに40代が最も多く、次いで50代、30代である。業種は学術研究・専門・技術サービス業が最も多く、次いで製造業、サービス業である。製造業、サービス業ではマネジメント職が、学術研究・専門・技術サービス業では担当層が多く含まれている。

⁶ 矢野経済研究所（2022）：2022年版地域を活性化させるワーケーション市場の実態と展望、226pp
2023/6/12

《図表2》ワーケーション参加者の属性（性別・年齢：左、業種・役職：右）



(出典) 実証実験結果をもとに SOMPO インスティテュート・プラス作成

3. ワーケーションは従業員の働き方にプラスの効果をもたらすのか？

本実証実験を通じて、ワーケーションがイノベーションやメンタルヘルスの向上に寄与することが示された。一方、生産性やエンゲージメントには大きな変化は見られなかった。

(1) ワーケーションがもたらすイノベーション・メンタルヘルスへの効果

イノベーションとは、社内外で新しい関係をはじめられる組織体質をベースに生まれるという前提の下、「他者への信頼」を数値化することで、イノベーションがどの程度生まれやすい状況にあるかを表している。当実証実験においては、企業組織の垣根を超えたオープンイノベーション（顧客・社外への信頼の2指標）、会社・部署横断によるコラボレーション（社内への信頼）、上司やメンバーを信頼するチームワーク（チームへの信頼）の4指標を計測した。メンタルヘルスについては、ストレス反応（疲労、緊張などストレスの自覚症状）、ストレスコーピング（ストレスの解消方法）、ストレッサー（ストレス原因の自覚）を計測した。

《図表3》は、ワーケーション実施前後のイノベーション（他者に対する信頼）、メンタルヘルスの変化を示したものである。ワーケーション実施前後の比較では、「仕事の負荷」以外の指標全てで数値の上昇がみられ、ワーケーションの好影響が示唆される結果となった。

イノベーションを構成する4つの指標のうち、社内への信頼（部署横断のコラボレーション）の改善幅が最も大きく、次に社外への信頼（オープンイノベーション）やチームへの信頼（部署内のチームワーク）が続いた。このことから、ワーケーションは社内外のイノベーション指標を高め、連携への好影響が期待される結果となった。

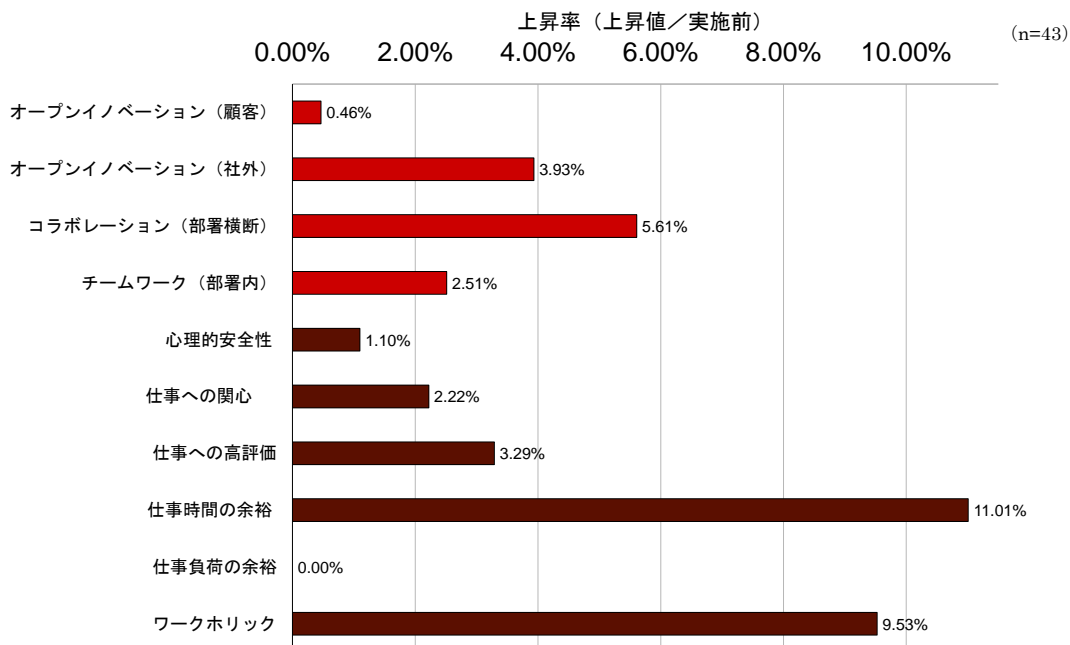
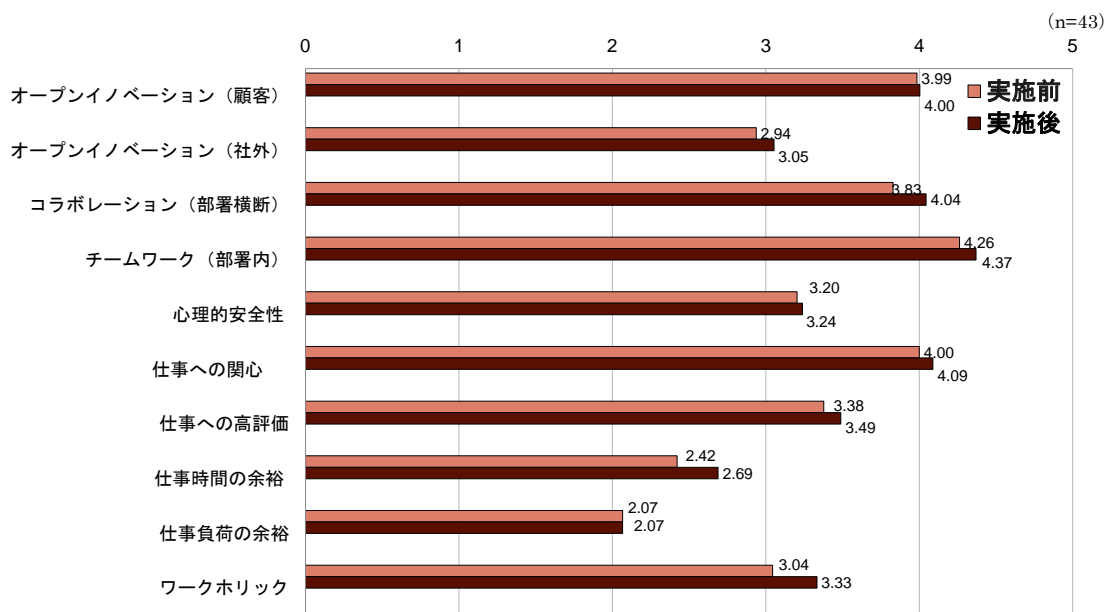
メンタルヘルスについては、仕事時間の余裕⁷の改善幅が最も大きく、次にワークホリック⁸、仕事への高評

⁷ 仕事時間の余裕は、問「急いでいて時間と競争しているようである」に対する回答が、「まったく思わない（5点）」～「とてもそう思う（1点）」と回答した人の合計が高い場合、向上したと解釈される。

⁸ ワークホリックは、問「楽しくないときでさえ、一生懸命に働くことは義務である」「仕事を休んでいる時間は、罪悪感を感じる」に対する回答が、「まったく思わない（5点）」～「とてもそう思う（1点）」と回答した人の合計が高い場合、向上したと解釈される。

価、仕事への関心が続いた。仕事時間の余裕が高いのは、週に2～5日の通勤者が半数以上含まれており、ワーケーション実施期間中は通勤時間がない分、時間に余裕が生まれたとも考えられる。また、ワーケーションの実施を通じて社外の人と関わりを持つことによって、仕事への柔軟な対応力が培われたことが、仕事への余裕を与える傾向にあることがヒアリングから明らかとなった。

《図表3》ワーケーション実施前後のイノベーション・メンタルヘルスの変化（上）、上昇率（下）

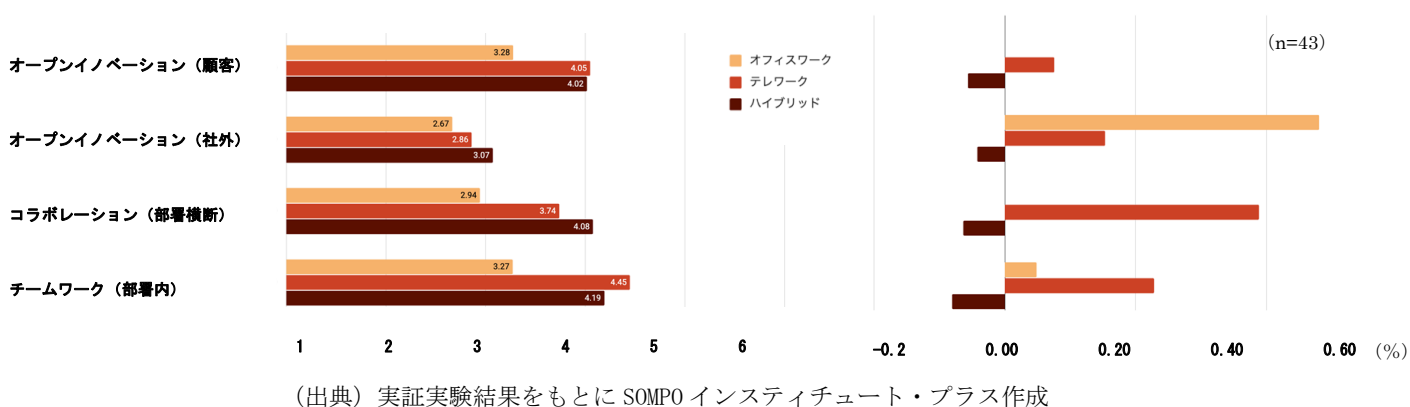


（出典）実証実験結果をもとに SOMPO インスティテュート・プラス作成

(2) 勤務形態別に見たイノベーションの変化

《図表4》は、ワーケーション実施前後の勤務形態別イノベーションの変化と変化率を示している。普段テレワーク中心の方は、プラスの影響が強く出ている。テレワークは、人との接触頻度が落ちるという弊害があるが、ワーケーションをきっかけとした社内外・同一部署・他部署との交流がプラスに働いていると考えられる。オフィスワーク中心の方もプラス効果が見られ、環境を変えて普段は接することの少ない人と交流することがプラスに働くことが示唆される。普段からハイブリッドを行っている方には、ワーケーションの効果は見られなかった。普段からテレワーク・オフィスワーク双方のメリットを享受し、環境を変えるとというチェンジコストを上回れなかったものと推察される。

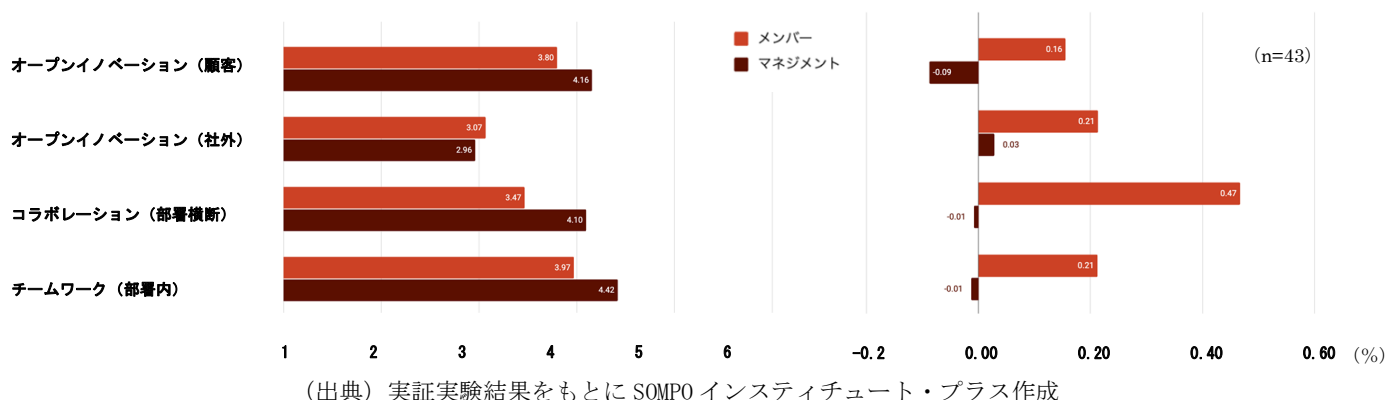
《図表4》ワーケーション実施前後の勤務形態別イノベーションの変化（左）、変化率（右）



(3) 職位別に見たイノベーションの変化

《図表5》は、ワーケーション実施前後の職位別イノベーションの変化と変化率を示している。メンバー（非管理者）にプラスの効果が出ている一方で、マネジメント（管理職）には効果は見られなかった。メンバーは普段、他部署・社外と接する機会が少なく、ワーケーション実施前のイノベーション指標が、マネジメント層と比べて低い傾向にある。ワーケーションという非日常における他部署との交流が寄与したものと想定され、ワーケーションが経験値の浅い従業員に対する教育的価値を提供する可能性を示唆している。

《図表5》ワーケーション実施前後の職位別イノベーションの変化（左）、変化率（右）

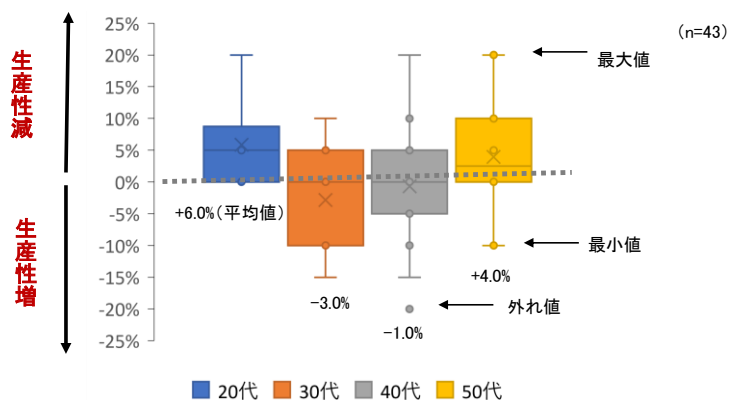


(4) ワークーションがもたらす生産性への効果

生産性とは、プレゼンティーズム（出勤はしているが、健康上の理由により業務に支障が生じている状態）を指標に計測される。《図表6》は、ワークーション実施前後の生産性を SPQ⁹という指標を用いて推移を示したものである。生産性については、1.0%（心身ともに完全に健康な状態からの変化幅）の改善に留まった。なお、年齢別では、30代で生産性が最も向上している。

今回のワークーションは実施期間が1週間に満たず、生産性に変化をもたらすほど期間が長くないことや、参加者の生産性が実施前から高かったことが要因として挙げられる。また、「移動やプログラムで業務の時間が取れなかった」「テレワークの環境が不十分だった」という意見が散見され、この点に関しては課題が残る。今後は、企業の需要にマッチしたプログラムの実施や、テレワーク環境の整備が必要と思われる。

《図表6》ワークーション実施前後の生産性（SPQ）の推移（年代別）



（出典）実証実験結果をもとに SOMPO インスティテュート・プラス作成

（注）SPQ は、病気やけががないときに発揮できる仕事の出来を 100%とし、過去4週間の自身の仕事を1~100%で評価し、差し引いた値をプレゼンティーズム（※）として算出した値。

（※）何らかの疾患や症状を抱えながら出勤し、なんらかの体調不良があるまま働いている状態。

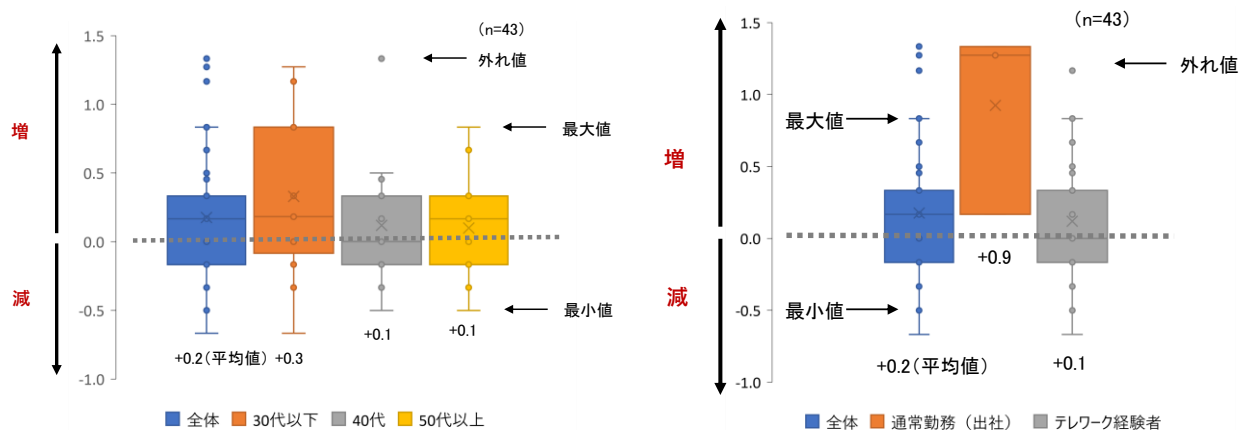
(5) ワークーションがもたらすエンゲージメントへの効果

エンゲージメントとは、仕事に関連するポジティブで充実した心理状態で、活力、熱意、没頭によって特徴づけられる。仕事時間の余裕、仕事負荷の余裕、ワークホリック、仕事への関心の4指標によって計測される。《図表7》は、ワークーション実施前後のエンゲージメント指数の推移を年齢別、勤務形態別に示している。生産性と同様、実施前後でエンゲージメント指数は平均値が0.2ポイント増加しただけで大きな変化はないと解釈できる。今回のワークーション参加者は、もともとエンゲージメントが平均値より高く、向上する余地が限られていたことや、実施期間が短かったことが要因と考えられる。加えて、「ワークーションの目的を明確化してほしい」といった意見が見られ、事前に目的を十分検討したうえでの実施が望まれるとともに、実施する自治体とのすり合わせが必要である。

⁹ SPQとは、平成27年度健康寿命延伸産業創出推進事業「東京大学ワーキング」で開発された1項目の設問によりプレゼンティーズムを簡便に測定できる尺度。プレゼンティーズムは、100%－（病気やけがなどがなくときに発揮できる仕事の出来事を100%として過去4週間の自身の仕事を評価した値）で算出される。プレゼンティーズムが高いと生産性が低く、低いと生産性が高いと解釈される。

一方、30代以下を中心に、若年層のエンゲージメントが向上していた。しかし、個人差が大きい傾向にあった。また、普段通常勤務（出社）している層は0.9ポイント増加とテレワーク経験者よりもエンゲージメントの向上幅が大きかった。これは、働く場所を変えることが効果をもたらした可能性があり、こうした傾向は30代以下を中心に強く出ている。また、個人差はあるものの、全体を通してエンゲージメントの向上が顕著であり、環境変化に対応しやすいものと思われる。加えて、年齢と役職は一定程度対応していることを考慮すると、30代以下を中心とした担当層では環境変化に対応可能な労務形態であることが今回の結果に繋がったことが推察される。

《図表7》ワーケーション実施前後のエンゲージメント指数の推移（年齢別：左、勤務形態別：右）



(出典) 実証実験結果をもとに SOMPO インスティテュート・プラス作成

4. ワーケーションがもたらす経済波及効果

(1) 経済波及効果の算出結果

① ワーケーション実施による経済波及効果

調査対象3県のワーケーション実施による経済波及効果は《図表8》のとおりである。このうち、長崎県では領収書回収で把握した支出額が他県よりも低かったことから¹⁰、想定される年間ワーケーション参加人数と比較して経済波及効果は低くなっている。

一方、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によれば、2021年における宿泊旅行のうち、旅行中における一人一泊当たりの消費単価は35,433円¹¹となっている。この金額は領収書回収から算出した和歌山県・徳島県の消費単価と大差なく、結果として今回のワーケーションプログラムによる経済波及効果としては、観光客による経済波及効果と同程度と見込まれる。

《図表8》各県の経済波及効果

(単位：千円)

		和歌山県	徳島県	長崎県
生産誘発額	直接効果	334,230	155,253	185,988
	第一次波及効果	158,566	51,985	88,844
	合計	492,796	207,238	274,832

(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

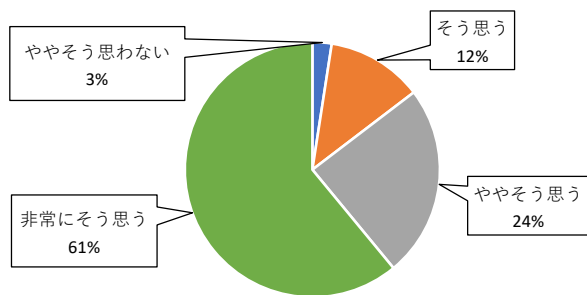
¹⁰ 宿泊費など、一部把握できていない費目が存在したため

¹¹ 観光庁 旅行・観光消費動向調査「2021年1～12月期」集計表（確報）

今回の参加者のうち、訪問先への満足度や将来の貢献可能性についてアンケートを実施したところ、「また訪れたい」と回答した人が9割以上を占めているほか、訪問先に対する今後の貢献可能性として「地元企業との連携」や「社員研修」が大半を占めている（《図表9》）。また、ワーケーションを体験した人が訪問先への移住を選択する例もある¹²。

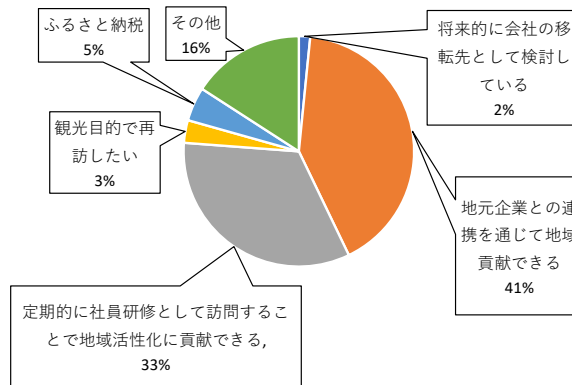
《図表9》ワーケーション参加の満足度・将来の貢献可能性

Q 訪問先にまた訪れたいと思いますか？



(n=48)

Q 訪問先に対して今後どのような貢献ができると思いますか？



(n=48)

(出典) 実証実験結果をもとに SOMPO インスティテュート・プラス作成

このように、ワーケーションに参加した人が将来的に観光目的で訪問先へ再訪することや、移住あるいは二拠点居住（兼業・副業による）を選択することが考えられる。以下では、《図表10》の前提条件のもと、「再訪（観光）」「移住・定住」「二拠点居住（兼業・副業）」による経済波及効果についても試算を行った。算出方法については後述する。

《図表10》経済波及効果算出に当たっての前提条件

経済波及効果の分類	前提条件
再訪（観光）	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査結果より、ワーケーション参加者のうち30%が再訪すると仮定（「訪問先にまた訪れたいと思いますか？」に対し「非常にそう思う」と回答した人が61%いたことから、このうち約半数（30%）と仮定） 支出額はワーケーション実施時と同額と仮定
移住・定住	<ul style="list-style-type: none"> ワーケーション参加者のうち1%が移住を選択すると仮定 支出額は各県の県民経済計算、2019年全国家計構造調査をもとに算出
二拠点居住（兼業・副業）	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査結果より、ワーケーション参加者のうち1%が二拠点居住を選択すると仮定（将来的に会社の移転先として検討している（2%）の半分と仮定） 支出額は移住・定住による支出額の1/2と仮定

(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

¹² 日本経済新聞「広島・福山、ワーケーションで「お試し移住」 転居例も」（2023年5月15日）
2023/6/12

②再訪（観光）による経済波及効果

各県における年間のワーケーション参加者のうち、30%の人が実際に再訪すると仮定した場合の経済波及効果は「図表 1 1」のとおりである（一人当たりの消費金額はワーケーション実施と同額として試算）。

「図表 11」各県の再訪（観光）による経済波及効果

（単位：千円）

		和歌山県	徳島県	長崎県
生産誘発額	直接効果	100,269	46,568	55,785
	第一次波及効果	47,575	15,592	26,650
合計		147,844	62,160	82,435

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

③移住・定住による経済波及効果

各県における年間のワーケーション参加者のうち、1%の人が実際に移住を選択すると仮定した場合の経済波及効果は「図表 1 2」のとおりである。

「図表 12」各県の移住・定住による経済波及効果

（単位：千円）

		和歌山県	徳島県	長崎県
生産誘発額	直接効果	70,372	37,371	116,671
	第一次波及効果	18,577	9,577	32,368
合計		88,949	46,948	149,039

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

④二拠点居住（兼業・副業）による経済波及効果

各県における年間のワーケーション参加者のうち、1%の人が実際に二拠点居住を行うと仮定した場合の経済波及効果は「図表 1 3」のとおりである（一人当たりの消費金額は移住者の 1/2 として試算）。

「図表 13」各県の二拠点居住（兼業・副業）による経済波及効果

（単位：千円）

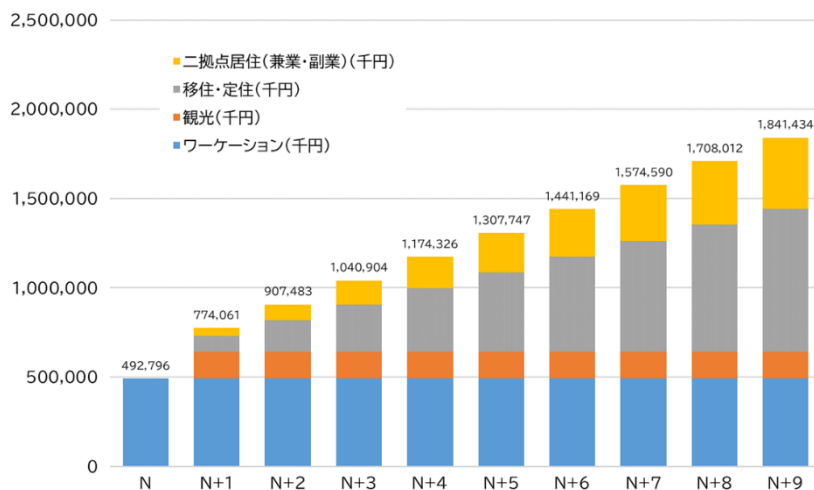
		和歌山県	徳島県	長崎県
生産誘発額	直接効果	35,186	18,685	58,335
	第一次波及効果	9,287	4,789	16,184
合計		44,473	23,474	74,519

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

⑤10年間で生じる経済波及効果

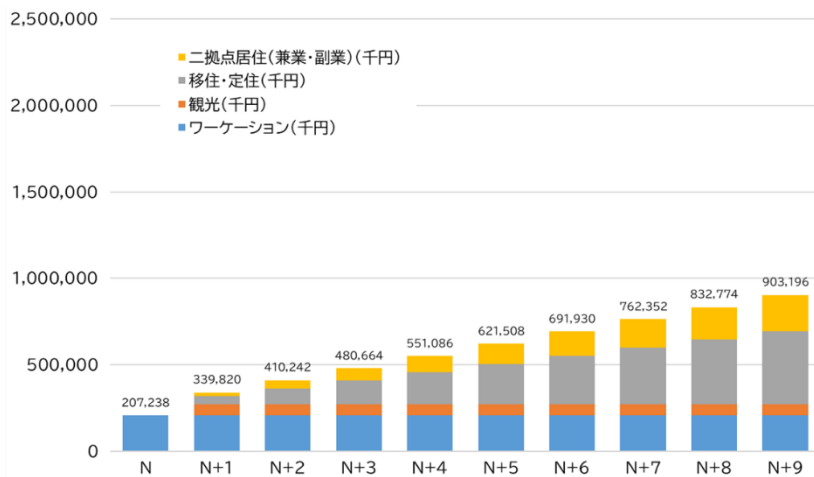
10年間同様の条件でワーケーションを実施した場合について、直接的な効果に加え、「再訪（観光）」「移住定住」「二拠点居住（兼業・副業）」による効果も加算して試算を行った。この場合の経済波及効果は《図表14》～《図表16》のとおり試算することができる。

《図表14》10年間で生じる経済波及効果（和歌山県）



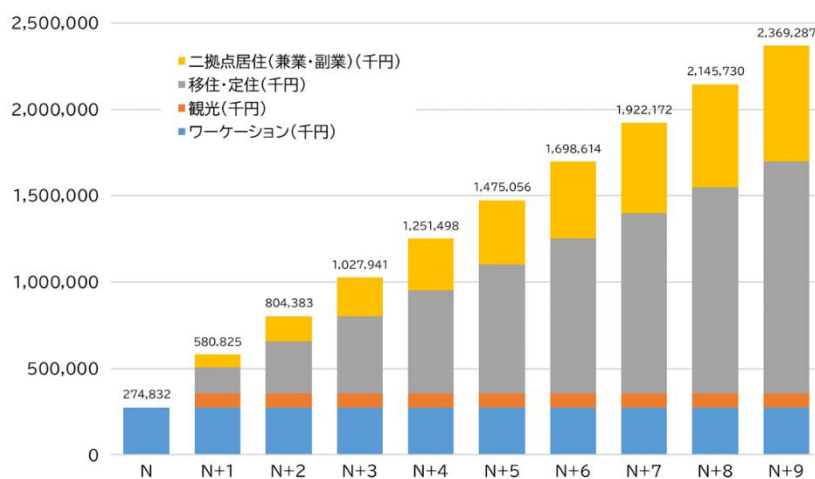
(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

《図表15》10年間で生じる経済波及効果（徳島県）



(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

《図表 16》 10年間で生じる経済波及効果（長崎県）



(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

試算の結果、10年間の経済波及効果は和歌山県では約123億円、徳島県では約58億円、長崎県では約136億円となった。このように、移住・定住人口の拡大や兼業・副業による二拠点居住が進むことによって、より大きな経済波及効果を生むことができる。

(2) 経済波及効果の算出手順

調査対象3県の「平成27年(2015年)産業連関表(107部門表)」を用いて、ワークেশョン参加者の県内消費がもたらす経済波及効果を算出した。算出の手順は以下のとおりである。

① 参加者の支出額について領収書回収を実施、消費額を把握

ワークেশョンプログラム参加者に対し領収書提出の協力依頼を行い、回収した領収書をもとに各都道府県における消費額を産業連関表107部門に分類し把握を行った。

② 平均支出額を算出、想定人数から年間消費額を推計

①で把握した消費額をもとに、各県一人一泊当たりの平均支出額を算出したところ、和歌山県36,167円、徳島県36,929円、長崎県16,696円となった。経済波及効果の算出に当たっては、各県において「二泊三日のワークেশョンプログラムを年間で実施した場合」に想定されるワークেশョン参加者数を試算し(《図表17》)、これらの想定人数と一人当たりの平均支出額を用いた。

《図表 17》想定される各県の年間ワーケーション参加者数

項目	和歌山県	徳島県	長崎県	単位
(A) 全国延べ宿泊者数（令和3年） ¹³	317,773,850			人泊
(B) 3県の延べ宿泊者数（令和3年） ¹³	3,631,340	1,599,600	4,669,520	人泊
(C)=(B)/(A) 3県への観光割合	1.1	0.5	1.5	%
(D) ワケーション経験率 ¹⁴	1.3			%
(E) 2021年平均の就業者数（令和3年）	66,670,000			人
(F)=(D)×(E) 全国の年間ワーケーション参加想定数（一泊あたり）	866,710			人
(G)=(F)×(C) 想定される各県の年間ワーケーション参加者数（一泊あたり）	9,904	4,333	12,736	人
(H)=(G)/2泊 想定される各県の年間ワーケーション参加者数（二泊三日コースの場合）	4,952	2,167	6,368	人

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

移住・定住による効果については、各県において想定される移住者数を試算し（《図表 18》）、これらの想定人数と一人当たりの平均支出額を用いた。

《図表 18》想定される各県の移住者数及び民間消費支出増加額

項目	和歌山県	徳島県	長崎県	単位
(A) 一人当たりの県民所得 ¹⁵	229,250	261,917	221,250	円/月
(B) 平均消費性向 ¹⁶	61.8	68.7	71.1	%
(C)=(B)/(A) 一人当たりの民間消費支出増加額	141,677	179,937	157,309	円/月
(D) 移住想定者数（ワーケーション参加者のうち1%）	50	22	64	人
(E)=(C)×(D) 移住による年間の民間消費支出増加額 ¹⁷	85,006	47,503	120,813	千円

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

③ 経済波及効果（直接効果¹⁸、一次波及効果¹⁹の合計）を推計

②で算出した年間ワーケーション参加者数と、各県のワーケーション参加者一人当たりの平均支出額をもとに需要増加額を算出し、《図表 19》の計算フローに基づき経済波及効果²⁰を算出した。

¹³ 観光庁 宿泊旅行統計調査報告（令和3年1～12月）

¹⁴ クロスマーケティング・山梨大学共同調査「ワーケーションに関する調査」（2021年3月）のワーケーション経験率（自宅や会社から離れた観光地）を使用

¹⁵ 各県の県民経済計算より（和歌山県・徳島県は令和2年度、長崎県は令和元年度のものを使用）。

¹⁶ 2019年全国家計構造調査より算出。

¹⁷ 統合中分類107部門の生産誘発係数（民間消費支出）を用いて部門別の最終需要増加額を算出した上で試算。

¹⁸ 新たに発生した消費によって、その需要を満たす生産が誘発されたもののうち、域内に誘発された生産額のこと。

¹⁹ 直接効果による生産から波及する原材料等の購入によって誘発される生産額のこと。

²⁰ ここでは経済波及効果の測定は第一次波及効果までとしている。

《図表 19》計算フロー



(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

なお前提として、参加者による消費額の費目について 107 部門との対応を《図表 1 1》のとおり整理した。また、ワーケーション参加者の消費額すべてが県内産業への需要であると考えられる部門（商業、運輸・郵便・対個人サービス）については県内自給率を 100%に調整している。

《図表 20》産業連関表 107 部門と消費額の費目との対応

費目	種別	統合中分類 (107 部門)
宿泊費	旅館・ホテル代	671 宿泊業
飲食・食事代	レストラン等での食事、飲酒など	672 飲食サービス
交通費	鉄道	571 鉄道輸送
	バス・タクシー	572 道路輸送 (自家輸送を除く。)
	船舶	574 水運
	航空機	575 航空輸送
	レンタカー	661 物品賃貸サービス
	駐車場代	578 運輸附带サービス
	自動車燃料	211 石油製品
土産・買い物代	食料品 (菓子類・お弁当・農水産加工品など)	111 食料品
	酒・飲料	112 飲料
	衣料品	152 衣服・その他の繊維既製品
	たばこ	114 たばこ
	陶磁器	253 陶磁器
入場料・施設利用料	娯楽サービス (遊園地、映画館、ゴルフ、マリンスポーツなど)	674 娯楽サービス
	教育施設・プログラム (博物館・動物園・水族館・農業体験など)	631 教育
	温浴施設・美容施設 (温泉、銭湯、エステ、理髪店、美容院、クリーニングなど)	673 洗濯・理容・美容・浴場業

(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

(3) 課題・今後の展望

これらの結果から、ワーケーションは実施地域における交流人口のさらなる増加や、地域への親密度の向上によって関係人口の創出にも寄与すると見られる。ワーケーションによる経済波及効果の試算にあたっては、直接的な消費額だけでなく、観光への効果や関係人口創出についてもより正確に把握し、経済波及効果として測定する方法を考案する必要があるだろう²¹。

5. 総括

実証実験の結果から、ワーケーションは「イノベーションが生まれやすい状況にする」「従業員のメンタルヘルスを改善する」といった効果が見られた。前者については、普段の働き方によって効果に差が出たことから、日常にはないコミュニケーションの場がプラスに寄与したと考えられる。また、マネジメント層よりもメンバー層にプラスの効果が出ており、同様にコミュニケーションの場の提供によるものと考えられる。なお、生産性とエンゲージメントには改善効果が見られなかった。今回の実験では、1週間に満たない短い期間であったことが要因にあると考えられる。

経済波及効果については、一人当たりの支出額が観光の場合と大きな差はなく、ワーケーションの実施が観光客受入と同程度の効果をもたらすことが示唆された。加えて、参加者へのアンケートによると、再訪の希望が高いことから、観光需要・関係人口の創出や、ひいては移住といった効果も期待できる。単年度のインパクトはそれほど大きくはないものの、毎年、着実にワーケーション招致を続けることで、累積的な効果が期待できるだろう。

最後に、参加者からのアンケートから読み取れる課題も3点指摘したい。1点目は、仕事環境の整備・確保である。ワーケーションを招致する自治体においては、通信環境は整備されているが、長時間のデスクワークに向かない椅子・机、モニターの不足、Webミーティングの場所といったハード面の不便さを訴える回答があった。2点目は、仕事時間の確保である。自治体としては、せつかくの機会ということで、現地ならではの体験ができるプログラムを用意するが、あまりに多いと、逆に通常業務にしわ寄せが来ているようである。3点目は、目的の明確化である。2点目の課題とも共通するが、普段の業務とは異なる、コミュニケーションや現地での体験に、どの程度の時間を割くかは、目的によって異なってくる。

ただ、こうした課題についても、ワーケーションを継続することで、徐々に着地点が見いだせると思われる。今回の実験を通じて明らかになった効果が現れてくることが期待できる。

今回の実証実験を通じて得られた示唆が、今後、ワーケーションを企画する全国の自治体・企業にとって、何らかの参考になると幸いである。

本資料は、情報提供を目的に作成しています。正確な情報を掲載するよう努めていますが、情報の正確性について保証するものではありません。本資料の情報に起因して生じたいかなるトラブル、損失、損害についても、当社および情報提供者は一切の責任を負いません。

²¹ 今回の試算方法では、ワーケーション実施に伴う消費額の把握は領収書回収の精度に依存するほか、ワーケーションプログラムの内容によっては域内での消費額に差が生まれることから、消費額の把握・試算方法については検討の余地がある。例えば、ワーケーションプログラム実施に伴う支出など、主催者側の経費をヒアリング等で把握し、需要増加額に盛り込むことも考えられる。また、移住や二拠点居住を選択する人数をアンケートで把握する場合は、質問項目についても検討の余地がある。