

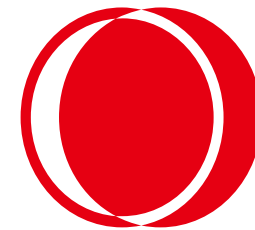


ワーケーションの普及・定着に向けた 観光庁の取り組み

観光庁 観光地域振興部 観光資源課
課長補佐（総括） 丹下 涼

1. 観光の意義と現状
2. 観光立国推進基本計画
3. ワークেশョンの普及定着に向けた観光庁のこれまでの取組
4. 次年度以降の取組の方向性

1. 観光の意義と現状



国土交通省
観光庁

成長戦略の柱 地域活性化の切り札

人口減少・少子高齢化が進む中、**交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠。**

我が国には、国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい「自然、気候、文化、食」が揃っており、コロナによってもこれらの魅力は失われていない。

観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札。

豊かな国民生活

旅のもたらす感動と満足感は、誰もが**豊かな人生を生きるための活力**を生み出す。

観光は学習・社会貢献・地域交流の機会でもあり、観光により地域の魅力を発見し、楽しみ、家族の絆を育むことは、**ワーク・ライフ・バランスの充実**にもつながる。

自らの文化・地域への誇り

観光を通じて住民が**自らの地域に誇りと愛着**を感じることは、**活力に満ちた地域社会**の持続可能な発展を可能にする。

国際相互理解の増進

観光を通じて**異文化を尊重**し、世界の人々と絆を深めることは、草の根から外交や安全保障を支え、**国際社会の自由、平和、繁栄の基盤**を築く**国際相互理解を増進**する。

観光交流人口増大の経済効果（2019年）

- 定住人口1人当たりの年間消費額（130万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者（宿泊）23人分、国内旅行者（日帰り）75人分にあたる。

定住人口 = 1億2,617万人
1人当たり年間消費額 = 130万円

旅行消費額

訪日外国人旅行 4.8兆円

国内旅行（海外分除く）21.9兆円

うち宿泊旅行 17.2兆円
うち日帰り旅行 4.8兆円

訪日外国人旅行者

3,188万人

国内旅行者（宿泊＋日帰り）

5億8,710万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億1,162万人
うち日帰り 2億7,548万人

1人1回当たり旅行支出
15万8,531円

1人1回当たり消費額
宿泊 5万5,054円
日帰り 1万7,334円

+

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者8人分

又は

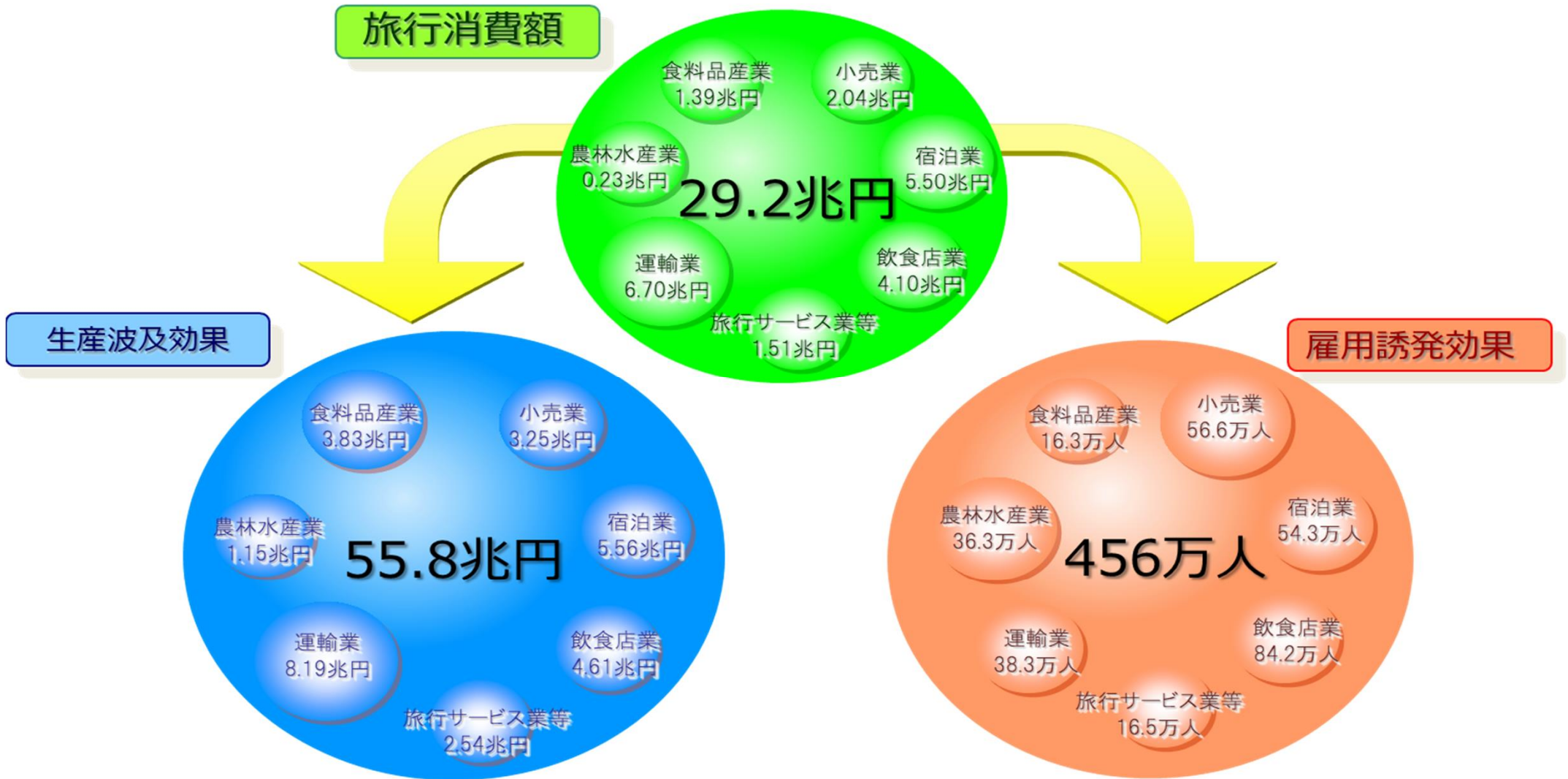
国内旅行者（宿泊）23人分

又は

国内旅行者（日帰り）75人分

定住人口は2019年10月1日現在人口推計（総務省）、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査（総務省）による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査（2019年）より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局（2019年）発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査（2019年）、国内旅行者（宿泊/日帰り）1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査（2019年）より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。（※観光庁資料）

旅行・観光消費の生産波及効果（2019年）



◆生産波及効果

新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけの効果が生じたのかを示したもの。（例えば、旅行・観光消費によってこれらに原材料（中間財）を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与が増加することによってもたらされる産業全体の新たな生産を含めたもの）

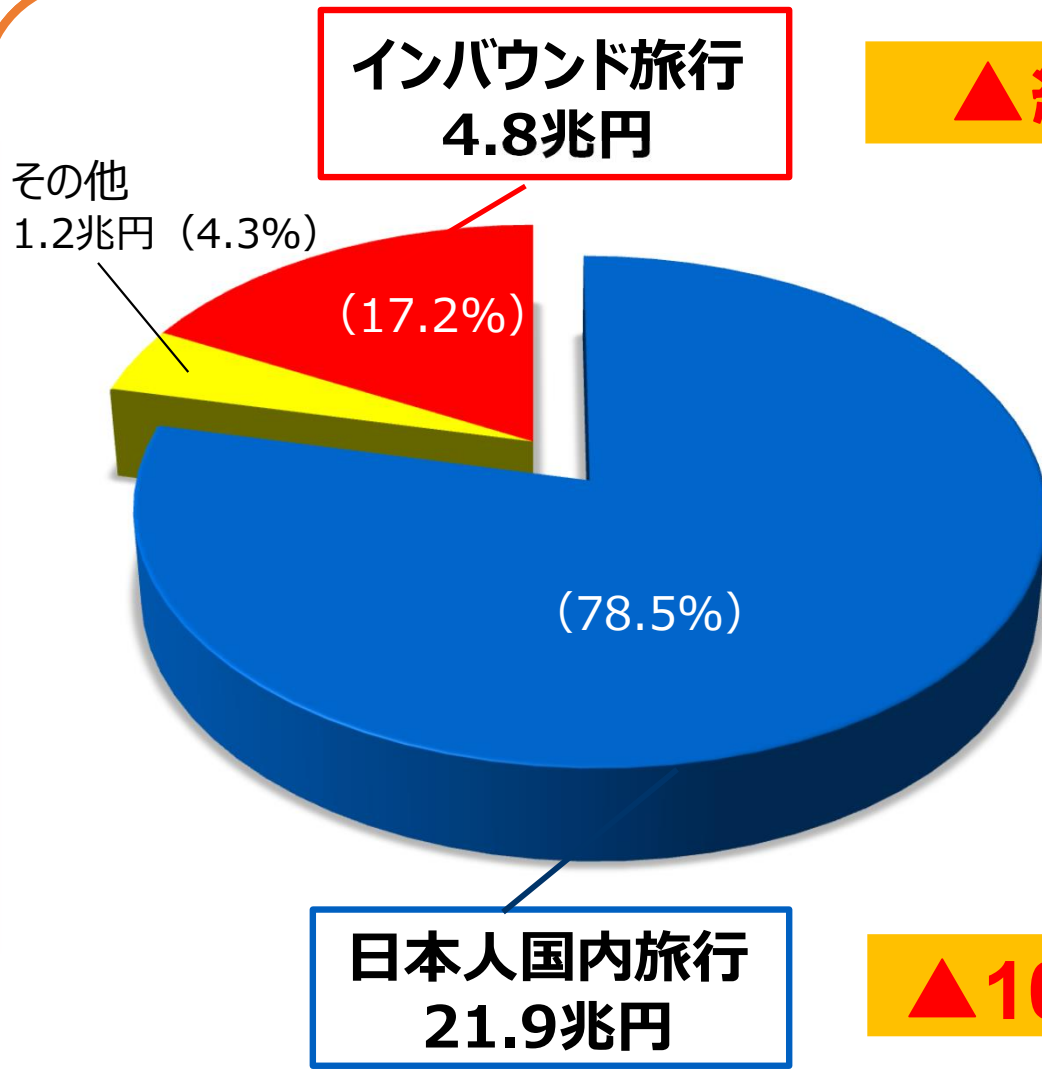
※旅行消費額については、

- ・ 日本人国内旅行（宿泊旅行および日帰り旅行）、日本人海外旅行の国内消費分および、訪日外国人の旅行等による消費額の合計。
- ・ 国際基準（UNWTO）に則り算出。

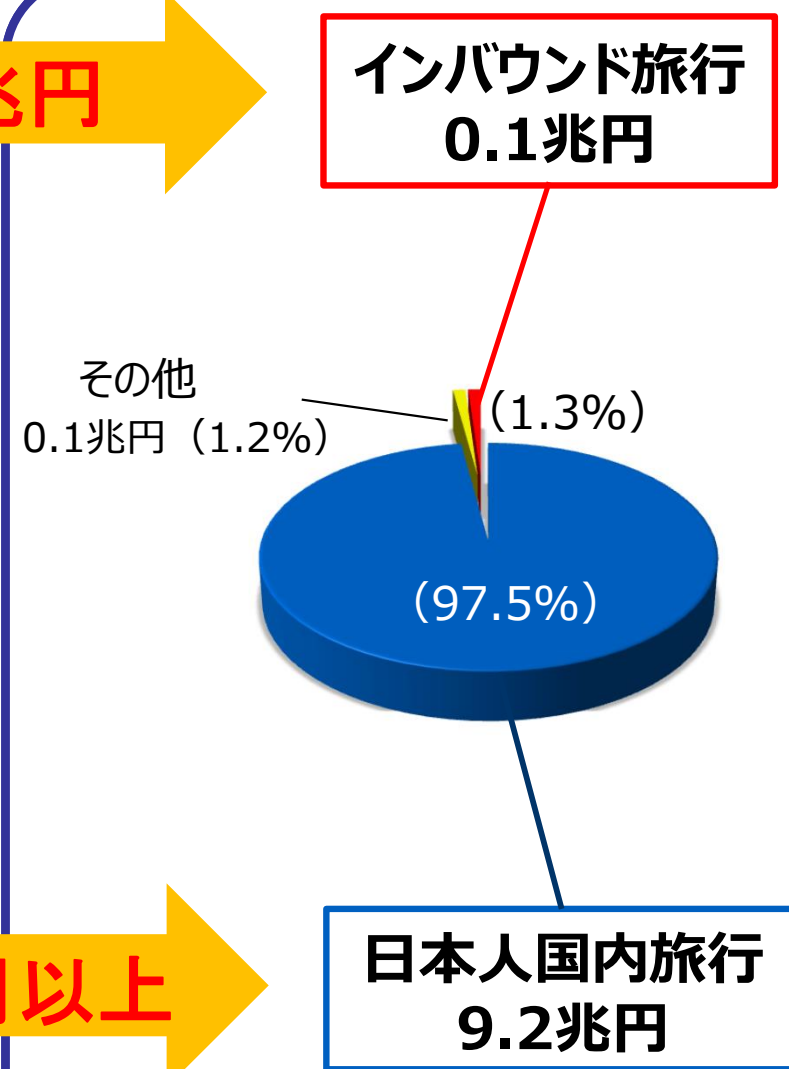
新型コロナウイルス感染拡大による国内全体の旅行消費への影響

2019年（令和元年）：27.9兆円

2021年（令和3年）：9.4兆円



▲約5兆円

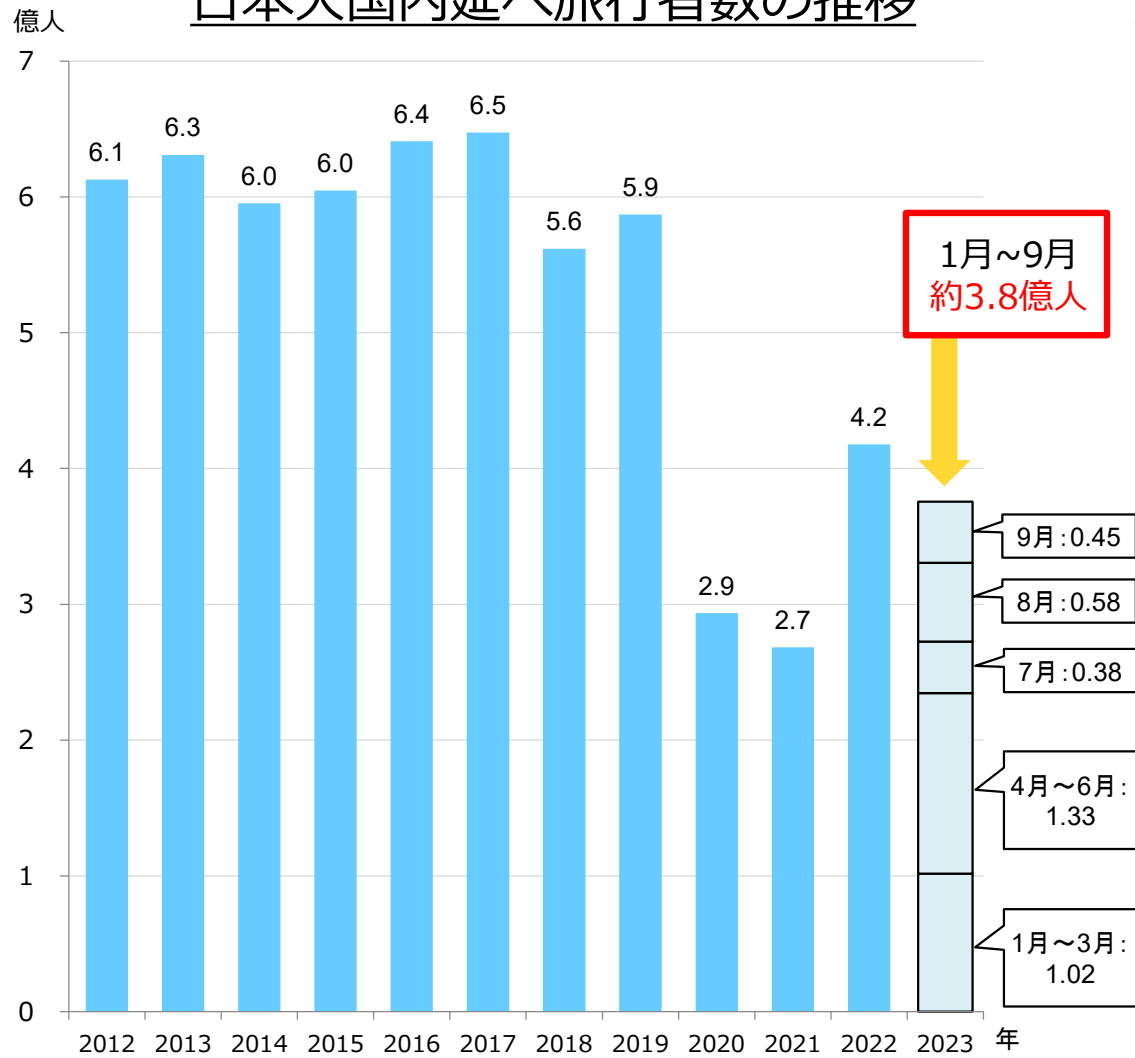


▲10兆円以上

国内旅行の状況

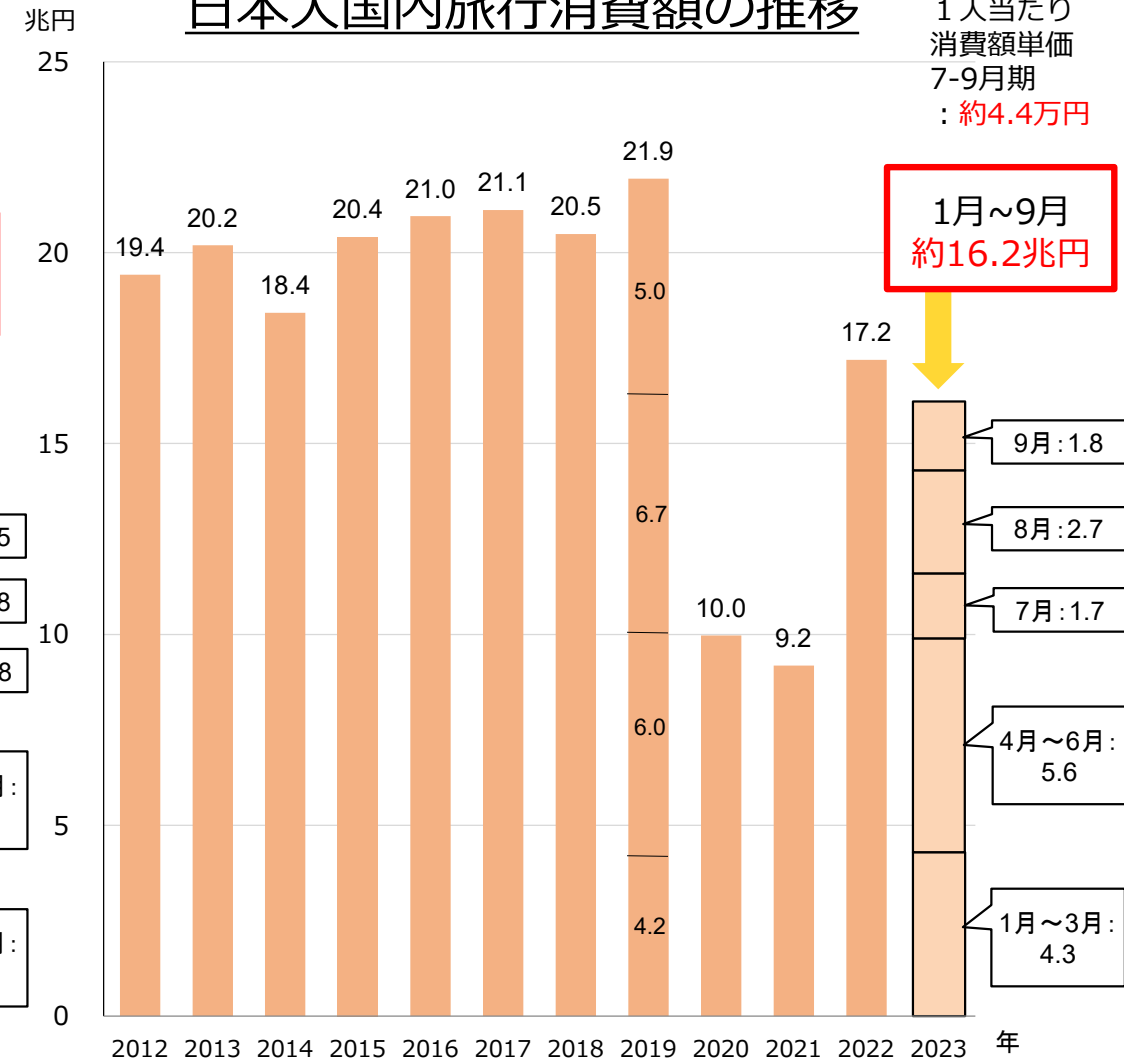
- 国内の旅行者数・消費額は長らく横ばいで推移しており、**今後も人口減少の影響を受ける**
- 2023年1-9月期の**国内旅行消費額**は、2019年同期比の**約96%まで回復**
- 2023年7-9月期の**国内旅行者一人当たりの旅行支出**は、2019年同期比で**約12%増**

日本人国内延べ旅行者数の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
 ※2023年7月～9月の値は速報値

日本人国内旅行消費額の推移

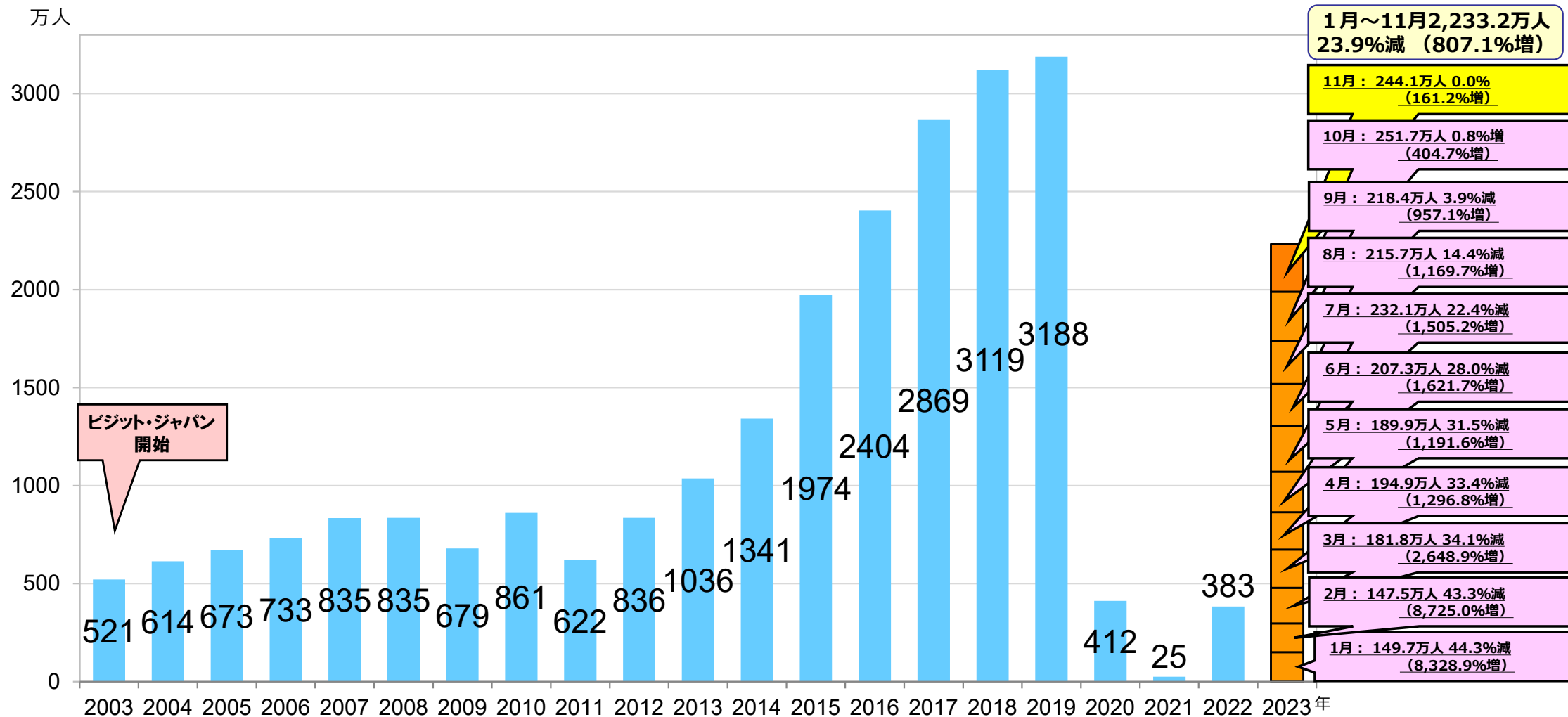


1人当たり消費額単価
 7-9月期
 : 約4.4万円

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
 ※2023年7月～9日の値は速報値

インバウンドの状況（旅行者数）

- 2022年10月の水際措置の緩和以降、堅調に増加の傾向。
- 10月の訪日外国人旅行者数は約252万人と、**コロナ前の101%の回復**（中国からの訪日を除くと**128%の回復**）となり、**コロナ後初めて100%を超えた**。



インバウンドの状況（国・地域別の旅行者数）

国・地域	Country/Area	総数 Total				総数 Total			
		2019年 11月	2022年 11月	2023年 11月	伸率(%)	2019年 1月～11月	2022年 1月～11月	2023年 1月～11月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,441,274	934,599	2,440,800	0.0	29,355,662	2,461,996	22,332,000	▲ 23.9
韓国	South Korea	205,042	315,421	649,900	217.0	5,336,638	556,586	6,175,800	15.7
中国	China	750,951	21,016	258,300	▲ 65.6	8,884,160	155,558	2,112,600	▲ 76.2
台湾	Taiwan	392,102	99,533	403,500	2.9	4,542,333	160,938	3,802,900	▲ 16.3
香港	Hong Kong	199,702	82,989	200,400	0.3	2,041,150	127,971	1,863,300	▲ 8.7
タイ	Thailand	140,265	52,077	114,100	▲ 18.7	1,154,041	115,040	869,800	▲ 24.6
シンガポール	Singapore	65,295	40,321	86,100	31.9	391,876	64,926	477,600	21.9
マレーシア	Malaysia	64,987	17,519	51,400	▲ 20.9	423,342	37,867	355,000	▲ 16.1
インドネシア	Indonesia	37,213	16,960	42,100	13.1	353,576	85,312	365,700	3.4
フィリピン	Philippines	64,763	21,689	63,700	▲ 1.6	531,572	86,889	543,100	2.2
ベトナム	Vietnam	41,892	33,584	46,800	11.7	464,445	255,916	536,800	15.6
インド	India	14,863	8,357	16,500	11.0	164,157	46,867	152,800	▲ 6.9
豪州	Australia	48,327	20,193	59,600	23.3	549,118	46,813	523,600	▲ 4.6
米国	U.S.A.	148,993	84,289	184,800	24.0	1,579,363	214,029	1,862,800	17.9
カナダ	Canada	33,316	15,868	39,000	17.1	340,130	35,267	389,400	14.5
メキシコ	Mexico	6,494	2,037	9,900	52.4	65,246	6,655	85,700	31.3
英国	United Kingdom	37,709	13,607	29,500	▲ 21.8	396,529	42,199	297,600	▲ 24.9
フランス	France	24,290	10,810	24,200	▲ 0.4	316,072	42,012	259,800	▲ 17.8
ドイツ	Germany	19,525	9,673	18,600	▲ 4.7	222,905	38,003	221,600	▲ 0.6
イタリア	Italy	12,350	5,237	13,400	8.5	151,573	18,753	141,800	▲ 6.4
スペイン	Spain	10,535	3,622	11,000	4.4	122,948	12,441	109,500	▲ 10.9
ロシア	Russia	13,142	1,975	5,900	▲ 55.1	111,210	8,741	38,700	▲ 65.2
北欧地域	Nordic Countries	12,157	4,651	9,400	▲ 22.7	131,131	17,066	105,700	▲ 19.4
中東地域	Middle East	9,836	6,522	8,000	▲ 18.7	89,606	16,663	102,300	14.2
その他	Others	87,525	46,649	94,700	8.2	992,541	269,484	938,100	▲ 5.5

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2：上記の2019年及び2022年の数値は確定値、2023年の数値は推計値である。

◆注3：訪日外国人旅行者数とは、法務省集計による出入国管理統計に基づき、算出したものである。具体的には、外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことであり、駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外国人旅行者に含まれる。なお、上記の訪日外国人旅行者数には、乗員上陸数は含まれない。

◆注4：中東地域はイスラエル、トルコ、GCC6か国（サウジアラビア、アラブ首長国連邦(UAE)、バーレーン、オマーン、カタール、クウェート）を指す。

◆注5：2020年以降は、新型コロナウイルスの影響により、出入国数が激減する等、特殊な状況となったことに鑑み、各月の訪日外国人旅行者数は2019年を基準として比較した数字を記載。

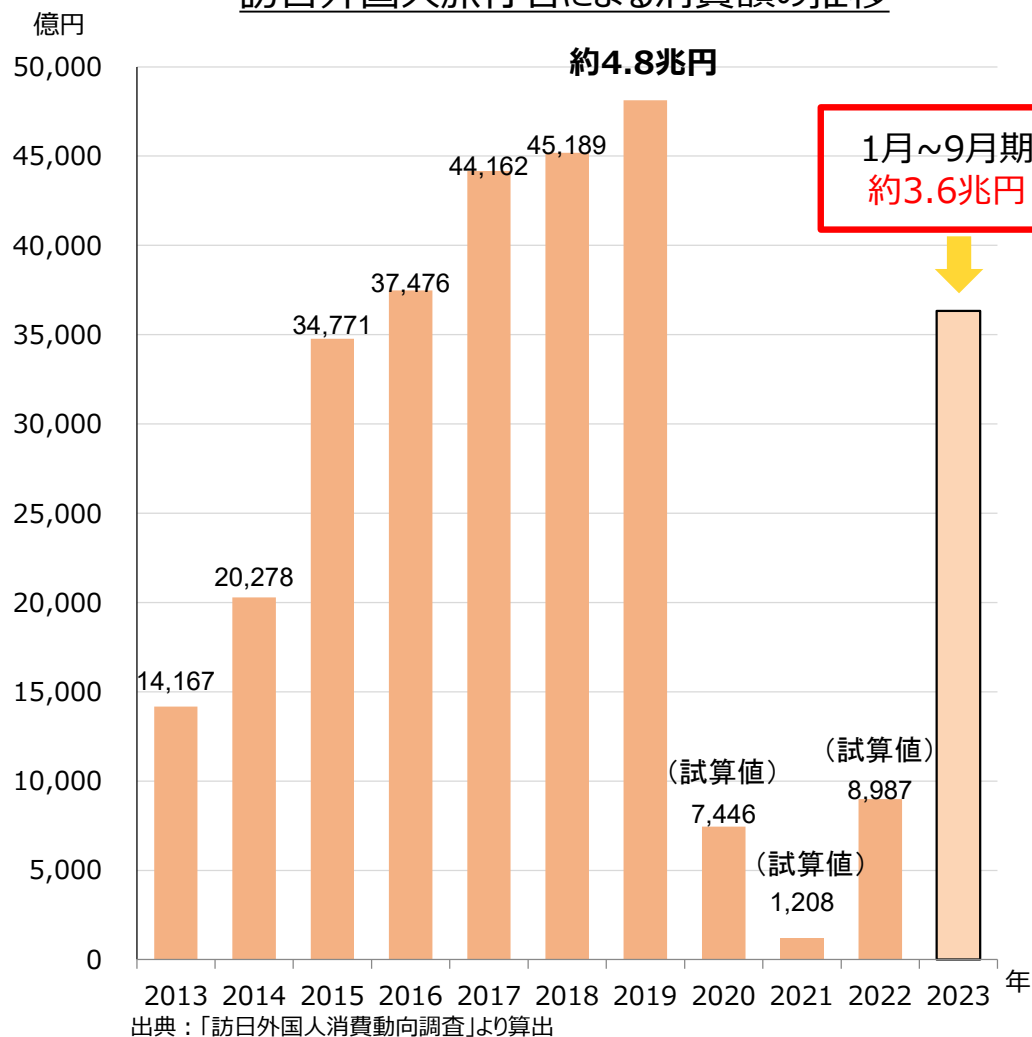
◆注6：北欧地域はスウェーデン、デンマーク、ノルウェー、フィンランドを指す。

インバウンドの状況（消費額）

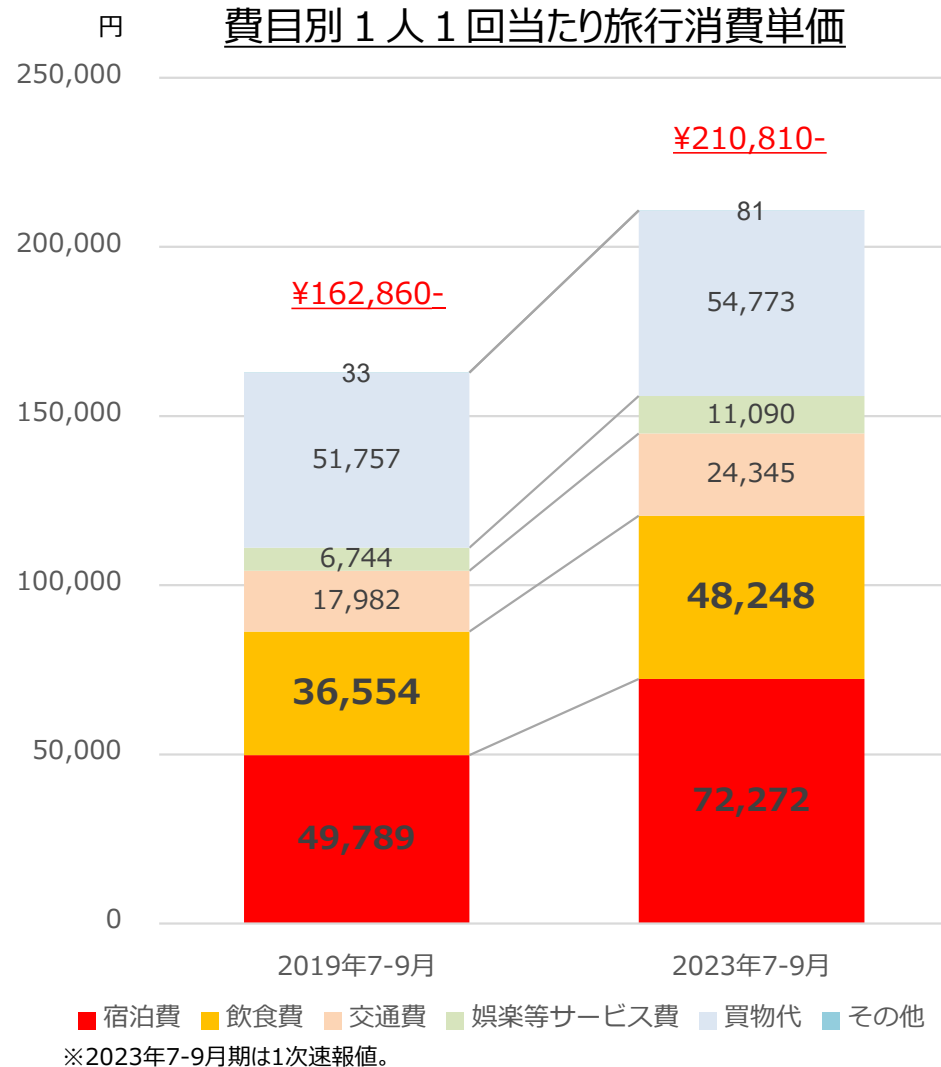
- 2023年7-9月期の訪日外国人消費額は、**2019年同期比17.7%増**
- 訪日外国人（一般客）一人当たりの旅行支出は、**2019年水準を超える21万1千円**となり、**2019年同期比で29.4%増**（2019年7-9月期は16万3千円）

※平均泊数が伸びたことや円安・物価上昇の影響等が考えられる。

訪日外国人旅行者による消費額の推移



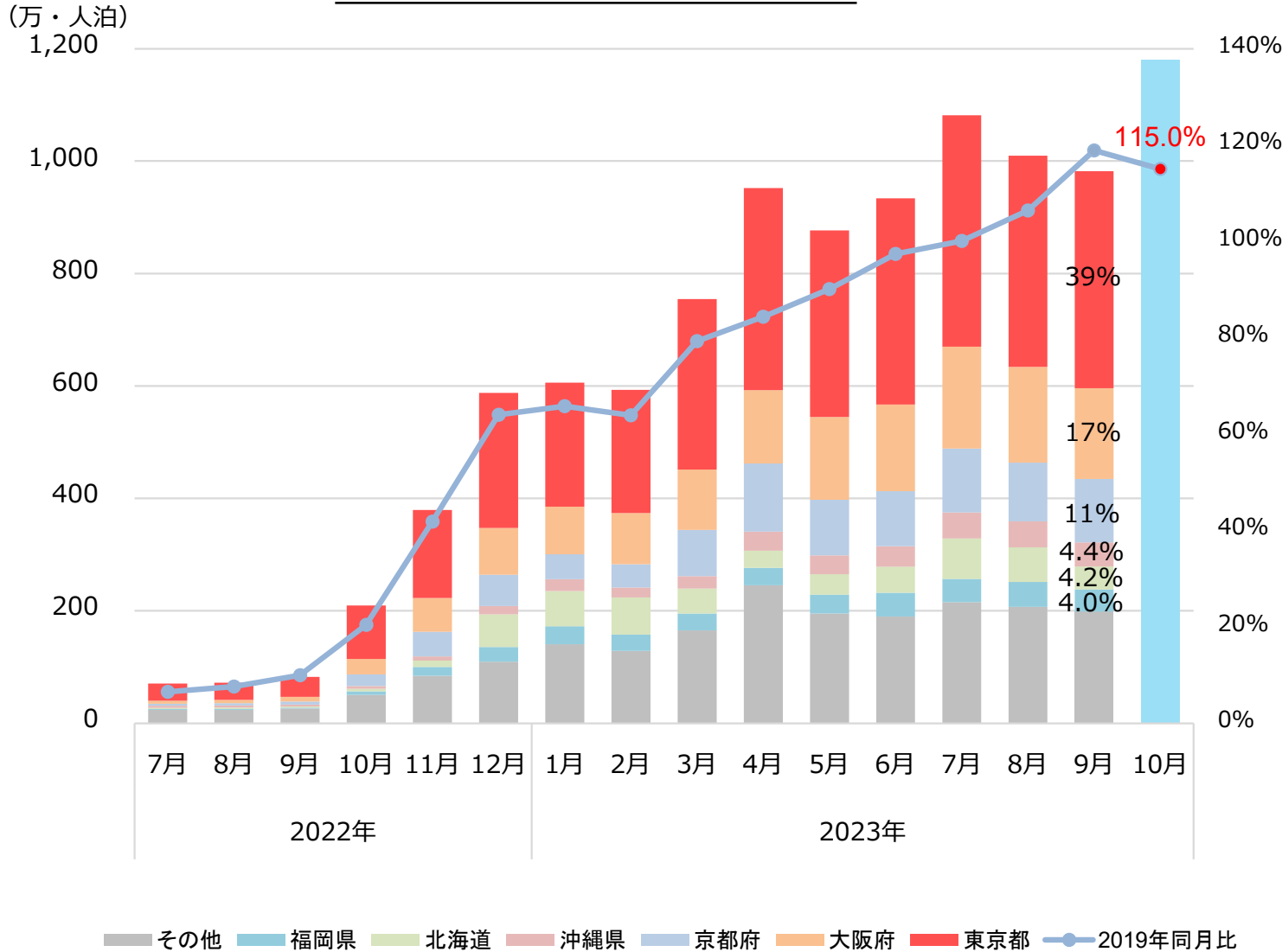
費目別 1人1回当たり旅行消費単価



インバウンドの状況（延べ宿泊者数）

- 2023年10月の外国人延べ宿泊者数は**1,180万人泊**で、**コロナ前以上に回復**（2019年同月比115.0%）
- 他方、観光需要の回復状況は**宿泊先地域によって偏在傾向**が見られ、**三大都市圏のみで7割超**（74.5%）

外国人延べ宿泊者数の推移



都道府県別外国人延べ宿泊者数（2023年9月）

三大都市圏※ トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
東京都	39.3%	386.0 万人泊
大阪府	16.5%	161.6 万人泊
京都府	11.4%	112.4 万人泊
神奈川県	2.4%	23.2 万人泊
千葉県	2.4%	23.1 万人泊
地方部 トップ5		
	シェア	延べ宿泊者数
沖縄県	4.4%	43.0 万人泊
北海道	4.2%	41.0 万人泊
福岡県	4.0%	39.3 万人泊
広島県	1.2%	12.1 万人泊
山梨県	1.0%	9.7 万人泊

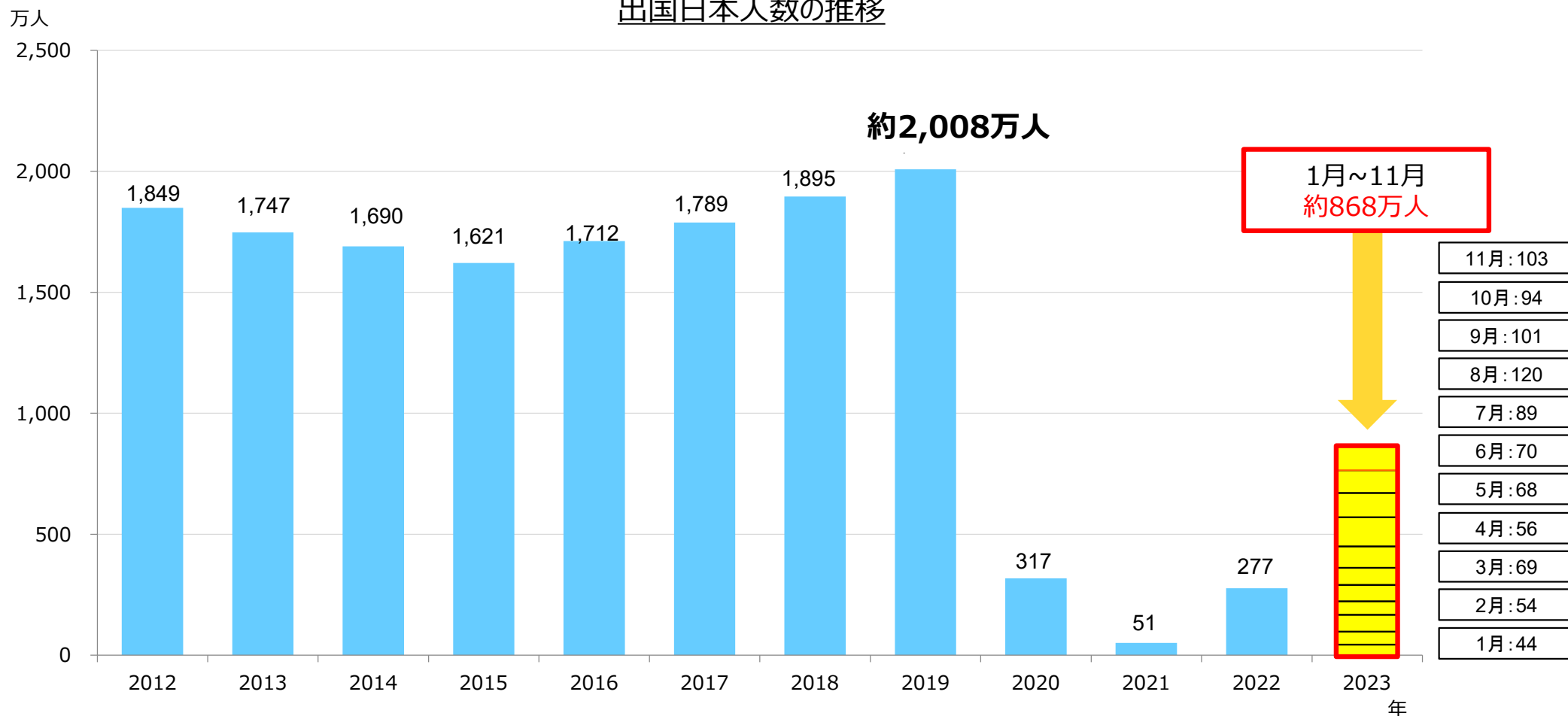
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

※埼玉県・千葉県・神奈川県、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

アウトバウンドの状況（出国日本人数）

- 2015年から順調に増加も、新型コロナの影響により、2020年以降、大幅な落ち込み。
- 11月の出国日本人数は約103万人と、**コロナ前の62.5%の回復**にとどまり、1月から11月の累計では868万人で、インバウンドに比べて回復が遅れている。
- 日本人の国際感覚の向上、国民の国際相互理解の増進、国際航空ネットワークの充実のため、イン・アウト双方向での需要回復を促進していく必要がある。

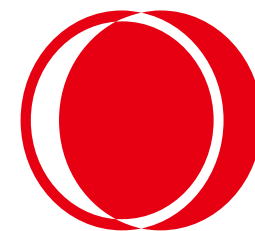
出国日本人数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）

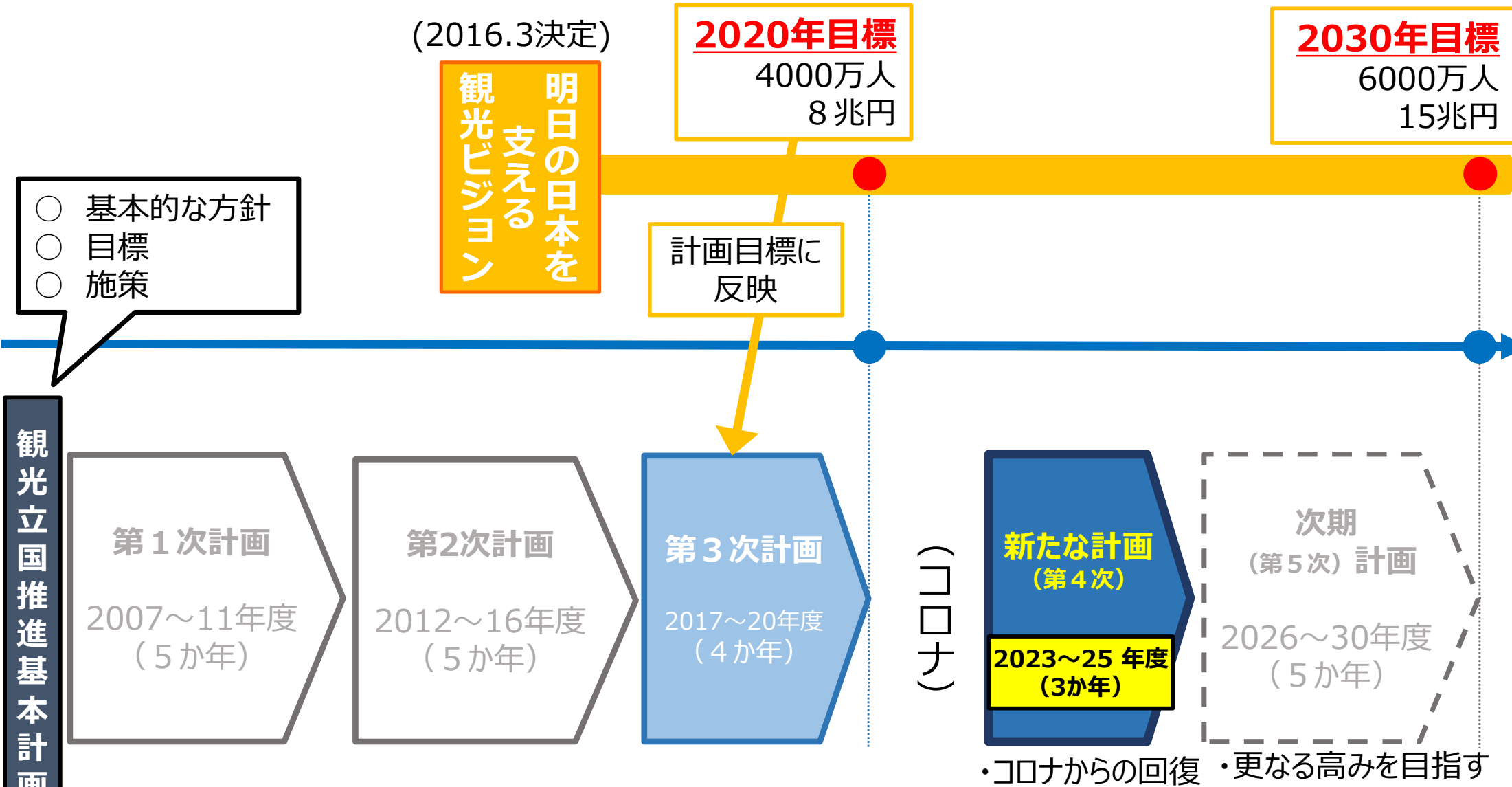
※ 2022年以前は確定値、2023年1月～9月の値は暫定値、2023年10月及び1～10月の値は推計値

2. 観光立国推進基本計画



国土交通省
観光庁

観光立国推進基本計画（観光ビジョンとの関係）



観光立国推進基本計画（第4次）について（基本的な方針）

- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やこれまでの課題を踏まえ、**2025年(万博開催)に向け**、我が国の観光を**持続可能な形で復活させる**。
- 「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

取り組む3つの戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 自然、文化の保全と観光の両立等、**持続可能な観光地域づくり**

インバウンド回復戦略

- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

- 国内需要喚起
- **ワーケーション、第2のふるさとづくり**
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

※個別の施策については、主な内容を記載

- 活気に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が**全国各地**で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

観光立国推進基本計画（第4次）について（目標）

考え方

- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ**質の向上を強調**するとともに、地域の目標への引き直しやすさも考慮。
- 今後の世界的なコロナの収束見通しが不透明であることも踏まえ、**人数のみに依存しない指標**を中心に設定。

目標

の地域づくり
の体制整備

インバウンド

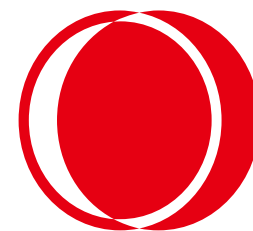
国内

	2019年実績	コロナ (2021年)	早期達成を 目指す目標	2025年目標
① 持続可能な観光地域づくりに 取り組む地域数 (新たに設定)	12地域 ※2022年			全都道府県 100地域
② 訪日外国人旅行者一人当たり 旅行消費額 (新指標) ＜訪日外国人旅行消費額単価＞	15.9万円/人 〔旅行消費額〕 4.8兆円	— 〔旅行消費額〕 0.1兆円	旅行消費額 5兆円	20万円/人 (2019年比25%増) 〔旅行消費額〕 6兆円超 (注1)
③ 訪日外国人旅行者一人当たり 地方部宿泊数 (新指標)	1.4泊	—		2泊
④ 訪日外国人旅行者数	3,188万人	25万人		} 2019年水準超え (注2)
⑤ 日本人の海外旅行者数	2,008万人	51万人		
⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア2位 アジア主要国シェア約30%	—		アジア最大の開催国 アジア主要国シェア3割以上
⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.0億人泊	2.0億人泊		3.2億人泊
⑧ 国内旅行消費額	21.9兆円	9.2兆円	20兆円	22兆円 (2030年目標の前倒し)

(注1) 訪日外国人旅行者数が2025年目標を達成した場合。

(注2) 世界的なコロナの収束見通しが不透明な中で設定したものであることに特に留意が必要。 16

3. ワークেশョンの普及・定着に向けた 観光庁のこれまでの取組



国土交通省

観光庁

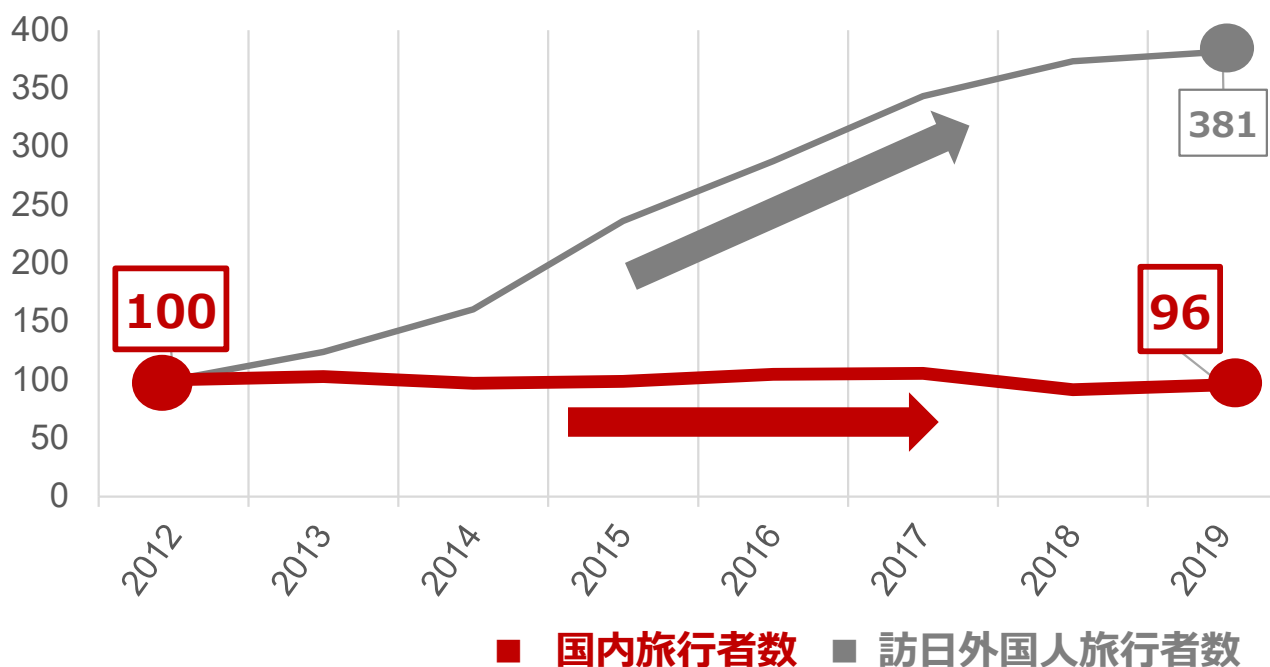
国内旅行市場を取り巻く環境

- 我が国の国内旅行市場は、拡大傾向にある訪日旅行需要に比べ、**横ばい傾向が長らく継続**。
- 国内宿泊旅行の需要を目的別にみると、「**観光・レクリエーション**」は6割に過ぎず、「**出張・業務**」「**帰省・知人訪問**」が**残りの4割**を占める。国内旅行市場を需要拡大に転じさせるためには、「**観光・レクリエーション**」目的以外の**需要も含め、新たな交流市場の創出に取り組む必要**。

<2012年～2019年>

2012年を起点とした場合の旅行需要の変動

訪日旅行の拡大傾向に対して、国内旅行は横ばい傾向

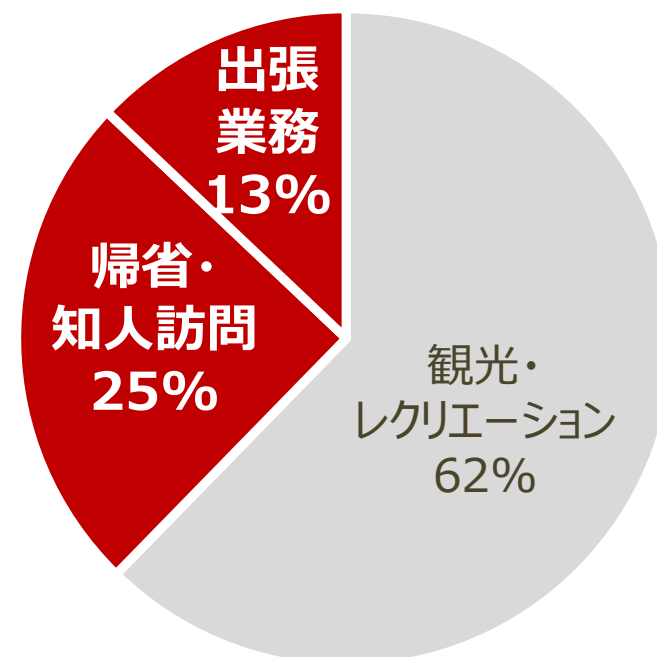


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2022年) JNTO「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」(2022年)

<国内宿泊旅行>

『旅行目的』の内訳 (2022年)

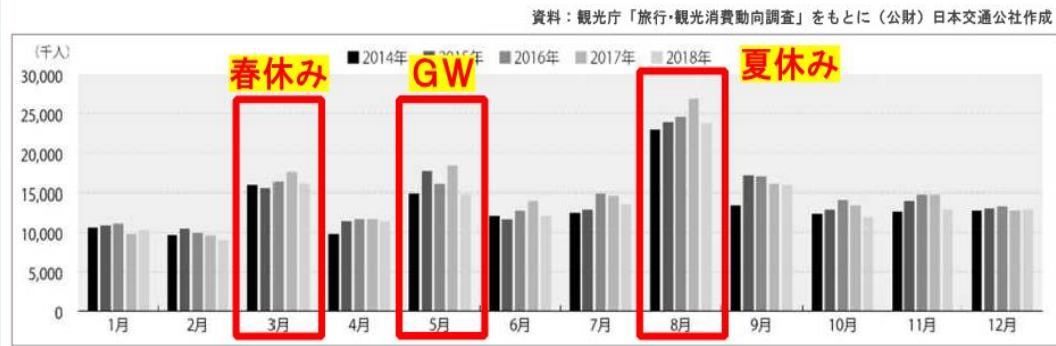
『帰省・知人訪問』『出張・業務』による旅行需要は少なくない



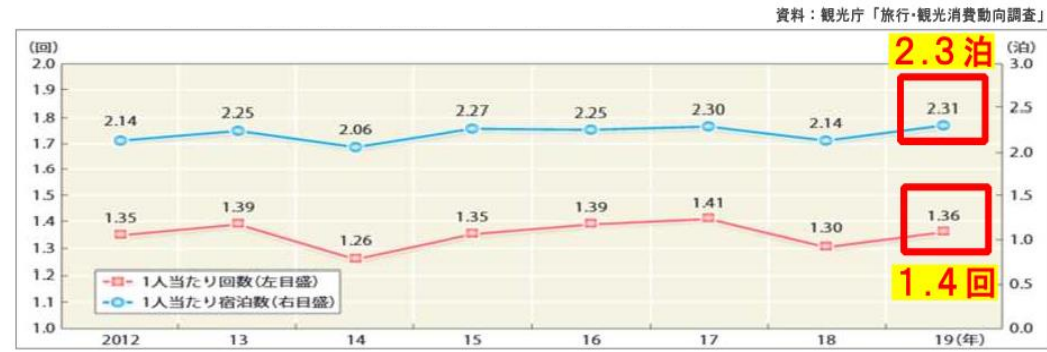
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2022年)

- 従来の国内旅行は、**特定の時期に一齐に休暇取得する、宿泊日数が短く、旅行回数も少ない**といった特徴。国内旅行需要を拡大させていく観点からは、**滞在期間の長期化・多頻度化と旅行需要の平準化**が課題。
- ワケーションを「**旅行機会の創出**」や「**旅行需要の平準化**」のための取組として捉えつつ、働く場所や時間の自由度を高める観点で、**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取組**として推進。

国内旅行者数(月別推移)



日本人国内宿泊観光旅行の回数と宿泊数



観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）

3. 国内交流拡大戦略

(2) 新たな交流市場の開拓

ア ワケーション、ブレジャー等の普及・定着

ワーケーションやブレジャーについて、コロナ禍を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえて、「より長期かつ多くの旅行機会の創出」や「旅行需要の平準化」につながる取組と捉えるとともに、働く場所や時間の自由度を高める点で働き方改革や企業の経営課題への対応に寄与し、地域活性化等にも資する意義を有するものとして、普及・定着に向けた取組を推進する。

ワーケーションは、言葉としては広く認識されつつあるものの、特に企業の導入メリット等の意義についての理解が十分浸透しておらず、実践が限定的な状況にある。このため、社会全体の機運醸成を図りつつ、送り手である企業における制度導入、受け手である地域における受入体制整備の双方に対する支援等を通じて、需要を創出する。

また、テレワークやワーケーションの推進に賛同する企業や地域、関連団体、関連府省庁等が参加する「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」の活動等を通じて、優れた取組手法等についての情報提供や、ワーケーションの導入に向けた環境整備等についての支援を実施することにより、一層の普及・定着を目指していく。

ポストコロナにおけるテレワーク・ワーケーションのポテンシャル

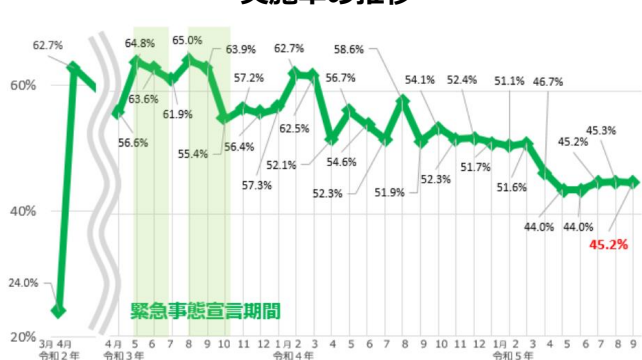
- ポストコロナ期においても、**テレワーク・ワーケーションを行う層は一定規模以上存する**ことが予想。
- 一方、減少傾向は見られることから、**送り手となる企業側・受け手となる地域側の双方にとってメリットとなるワーケーションモデルの構築**に早期に取り組むことが重要。

減少傾向だが、現在でも都内企業※の**45.2%**はテレワークを実施。

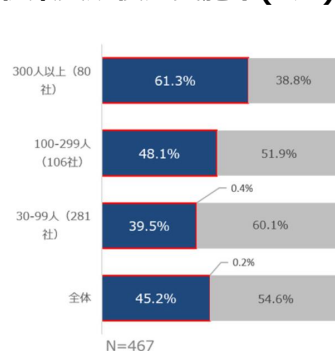
コロナ前もテレワーカーの**6割以上**が、週1回以上テレワーク実施。

喫緊のテレワーク実施率（都内）

実施率の推移

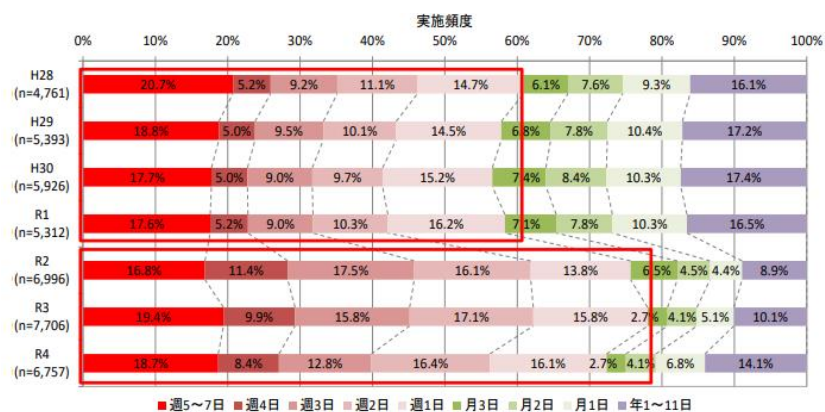


従業員規模別実施率(9月)



※)テレワーク実施場所が複数ある人は、実施頻度が最も高い場所の頻度で集計 出典：テレワーク実施率調査【9月期】(東京都)

テレワークの実施頻度

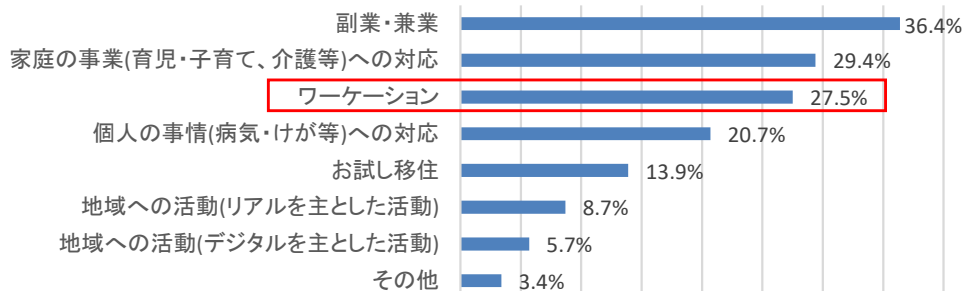


※)テレワーク実施場所が複数ある人は、実施頻度が最も高い場所の頻度で集計 出典：令和4年度テレワーク人口実態調査(国土交通省都市局)

テレワークをきっかけに実施したい活動として、**ワーケーション**を挙げる人が**4人に1人以上**。

約5割の企業が**ウェルビーイング**の取組を行っており、**経営にも好影響**があることが判明。

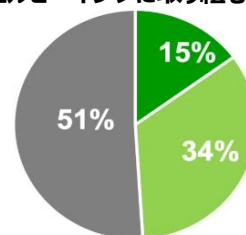
ワーケーションへの関心



出典：国土交通省「令和4年度テレワーク人口実態調査」 テレワーク実施意向あり雇用型(N=14,020)

ウェルビーイングの取組

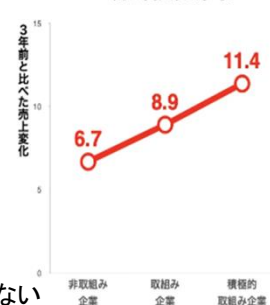
ウェルビーイングに取り組む企業



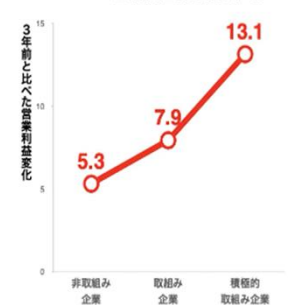
■ 積極的に取り組んでいる
■ 取り組んでいる ■ 取り組んでいない

出典：アステリア株式会社「ウェルビーイング取り組みの実態調査(サンプル数500社)」

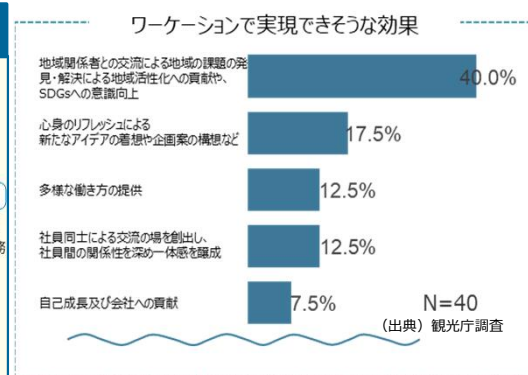
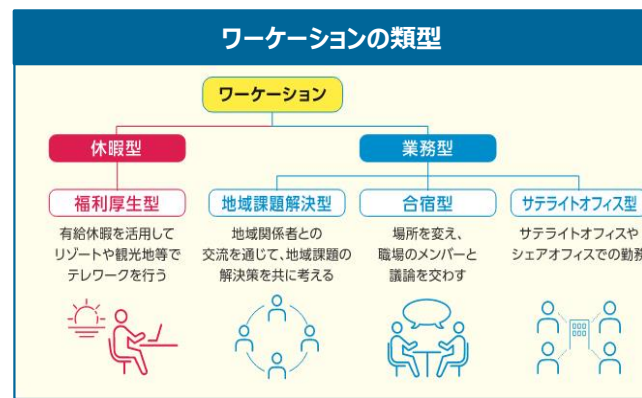
ウェルビーイング取組別売上高変化(平均)



ウェルビーイング取組別営業利益率変化(平均)



- ワケーションの形態では、単に余暇期間を活用したテレワーク（福利厚生型）だけでなく、業務の一環として、**地域貢献を目的とした地域課題の解決をテーマにしたワーケーション（地域課題解決型）**や**職場内のチームワークの向上やスキルアップを目的としたワーケーション（合宿型）**等によるものも存在。
- 送り手となる企業からは、**福利厚生型よりも、地域課題解決型や合宿型へのニーズが高い**。観光庁でも令和5年度事業において企業からニーズが高いモデルの構築を実施。



地域課題解決型

宮城県釜石市 企業-地域の協働による地域課題解決型 ワーケーション

- 釜石市は、震災復興が着実に進む一方、人口減少による地域産業が衰退し、交通サービスの低下など地域課題が表面化。
- こうした地域課題の解決を行うことを目的に、地域創生への意欲が高い企業を誘致・地域課題とのマッチングを実践。
- また、参加企業に対して、震災の記憶追体験プログラムや漁業体験、海洋保全学習プログラムを組み込む事で、釜石の魅力が体験できるワーケーションプログラムを実施。



▲ワーケーション施設



▲海洋保全学習プログラム

合宿型

宮崎県日向市 チームビルディング強化に向けた職位階層別 合宿型ワーケーション

- コロナ禍に起因した「チームのパフォーマンス低下」の解決に向け、次世代リーダー・若手・ミドルシニアの3パターンにて、**各層の目的にあった階層別ワーケーションプログラム**を実施。

- (若手向け/4泊5日) 『希薄になった繋がりを生む』
ワークショップや農業体験など、仲間との共同作業を経験する
- (次世代リーダー向け/2泊3日) 『自分の「ありたい姿」の探求』
SDGs林業体験等を通じて、未来志向型で自身が何ができるか検討する
- (ミドルシニア向け/3泊4日) 『自分の価値の再認識』
現地企業への派遣等により、自己認知を覆し新たな自己価値を再認識する




▲サテライト・オフィス



▲里山農業体験

- 従業員数100名以上の企業におけるワーケーション制度導入率は、**令和4年度で13.4%**と増加傾向にある。
(※令和3年度調査では9.1%。出典は観光庁調査。)
- 更なる導入率の増加に向けては、ワーケーションの効果や意義についての企業の認知不足、受入体制の整備が課題。

- 
- (1) 社会全体に対する普及啓発
【概念や意義などワーケーションそのものの理解を促す周知】
 - (2) 企業と地域の取組促進
【目的・効果・導入プロセスの整理と周知／類型別の事例創出と横展開／経営者層の理解促進】
 - (3) 企業、地域が連携できる環境づくり
【実践と定着のための企業と地域のネットワーク化】



令和5年度主な取組

モデル実証事業

企業のワーケーション実施率向上を目的に企業ニーズに即した働き方改革、地域貢献、新規事業開拓等に資するプログラム造成を行うためのモデル実証を実施する。ワーケーション環境が整っている地域・企業から採択。(10件)

セミナー・経営層向け体験会

企業及び地域のワーケーションに対する理解促進とあわせて、企業と地域との交流機会の創出を目的に、セミナー及び経営層向け体験会をワーケーション推進地域で行う。

(セミナー8回、経営層向け体験会3回)

情報発信

テレワーク・ワーケーション官民推進協議会と連携して情報発信を行う。企業に対してはワーケーションに取り組むメリットや先進事例に関する情報を発信し、気運醸成を図る。地域に対してはワーケーション環境の構築に関するノウハウや支援策の情報を発信し、取組を加速させる。

取組事項	取組内容
モデル実証事業	<ul style="list-style-type: none"> ○ 52件の申請に対して、10件を採択。(8/4に公表)
セミナー・経営層向け体験会	<ul style="list-style-type: none"> ○ (地域セミナー)全国8ブロックで開催。現在、和歌山県白浜町(6月)、埼玉県秩父市(7月)、鳥取県中部(9月)、福井県高浜町・北海道富良野市(10月)、長野県千曲市(11月)で開催。2月は静岡県伊東市、3月に福岡県福岡市で開催予定。 ○ (経営層向け体験会)今年度中に全3回予定。第1回は和歌山県白浜町(6/25-6/27)、第2回は北海道富良野市(10/19-10/21)、第3回は3月に地域セミナーに合わせて福岡県福岡市で開催予定。
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光庁の「『新たな旅のスタイル』ワーケーション&ブレジャー」WEBサイトにおける制度導入に役立つ情報や各種イベントの開催の発信。 ○ テレワーク・ワーケーション官民推進協議会と連携し、オープンチャットを活用した、企業や地域、関連団体の取組情報の発信。(チャットメンバー：180人 2023.12.13現在)



▲地域枠 日向市：ワークスペース



▲和歌山県みなべ町：梅収穫体験



▲「新たな旅のスタイル」ワーケーション & ブレジャーWEBサイト

企業枠

申請主体	実施地域	事業名
日本航空株式会社	青森県弘前市 和歌山県みなべ町	空からみる未来の農業 ワークーションによる新しい価値創造ストーリー実証事業
株式会社コミクリ	岐阜県養老町 静岡県富士宮市	地域と共存・共創を目指す人生と働き方を豊かにするワークーションの実証
海士町観光業魅力化協議会	長野県須坂市 長崎県佐世保市	地域版人的資本経営を目的とした『地方×地方』観光人材育成ワークーション事業

地域枠

申請主体	実施地域	事業名
日向市	宮崎県日向市	企業と地域によるワークーション共創に向けた新たな交流創出事業
一般社団法人伊豆高原観光オフィス	静岡県伊東市	伊東を体験するワークーションプログラム
一般社団法人信州たてしな観光協会	長野県北佐久郡立科町	2023年7月開業の女神湖シェアオフィスを拠点としたワークーション実証事業
ワークーションまちづくりラボ(株式会社ふるしきや)	千曲市及びしなの鉄道沿線地域	ワークーションまちづくりラボ
株式会社いろは	滋賀県	近江商人発祥の地が提供する「三方よしワークーション」プロジェクト
株式会社かまいしDMC	岩手県釜石市	地域課題解決に向けた地域・企業双方のニーズ整理手法開発と検証
株式会社キッチハイク	静岡県御殿場市 和歌山県白浜町	企業と連携した「保育園留学®」によるワークーションの全国モデル展開

(令和5年2月) テレワーク・ワーケーション官民推進協議会を設立！

- 令和4年度、観光庁及び総務省は、テレワーク・ワーケーションに関心の高い企業や地域、関連団体、関連府省庁による「テレワーク・ワーケーションに関する官民推進体制準備検討会」を立ち上げ、推進体制のあり方について検討。
- 更なるテレワーク・ワーケーションの普及促進を図るため、準備検討会において議論した内容を踏まえ、令和5年2月18日に「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」を設立。

取組の方向性

- 社会全体に対する普及啓発（認知・興味・関心）
- 企業と地域の取組促進（検討・試行・実践）
- 企業・地域が連携できる環境づくり（実践・定着）

主な活動内容

- ・ 情報収集及び周知
- ・ セミナーの開催
- ・ 経営者・管理職向けワーケーション体験会の実施
- ・ 企業と地域が情報交換できる場の提供

テレワーク・ワーケーション官民推進協議会の体制

【会長】 箕浦 龍一 （一社）官民共創未来コンソーシアム 理事

【副会長】 小崎 博子 東日本旅客鉄道（株）マーケティング本部 暮らしづくり・地方創生部門 部門長

島田 由香 （株）YeeY 代表取締役

高崎 邦子 （株）JTB 執行役員

【事務局】（株）JTB、**（一社）日本テレワーク協会**、（株）南紀白浜エアポート、

（一財）全国地域情報化推進協議会、ワーケーション自治体協議会 和歌山

観光庁及び総務省に加え関連省庁、ワーケーション自治体協議会や（一社）日本経済団体連合会などの関連団体、個人、企業、地方自治体が幅広く参画。**（令和5年8月時点での会員数 304機関）**

令和5年度より11月は『ワーケーション月間』になります！

- ワーケーションのさらなる普及促進や実践者の拡大に向け、今年度より11月をワーケーション月間と定め、テレワーク・ワーケーション官民推進協議会が中心となって進めています。

実施期間

2023年11月1日から11月30日まで

実施内容

- ・賛同企業や地域等によるアクション宣言の発信（特設ウェブサイトで発信）
- ・賛同企業や地域等のリアル交流会の開催（11月15日/千曲市でのイベント・観光庁ワーケーション普及促進事業と連携して実施）



ワーケーション月間

賛同アクション宣言

計 **32件**

のアクション宣言いただき、
特設サイトにて宣言を発信

（一社）日本テレワーク協会賛同アクション

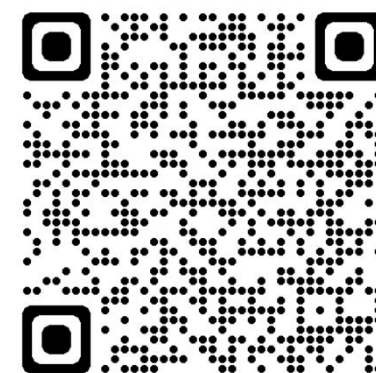
Japan Telework Association
一般社団法人日本テレワーク協会
チャレンジ！つながるニッポンでワーケーション推進

チャレンジ！
つながる
ニッポン

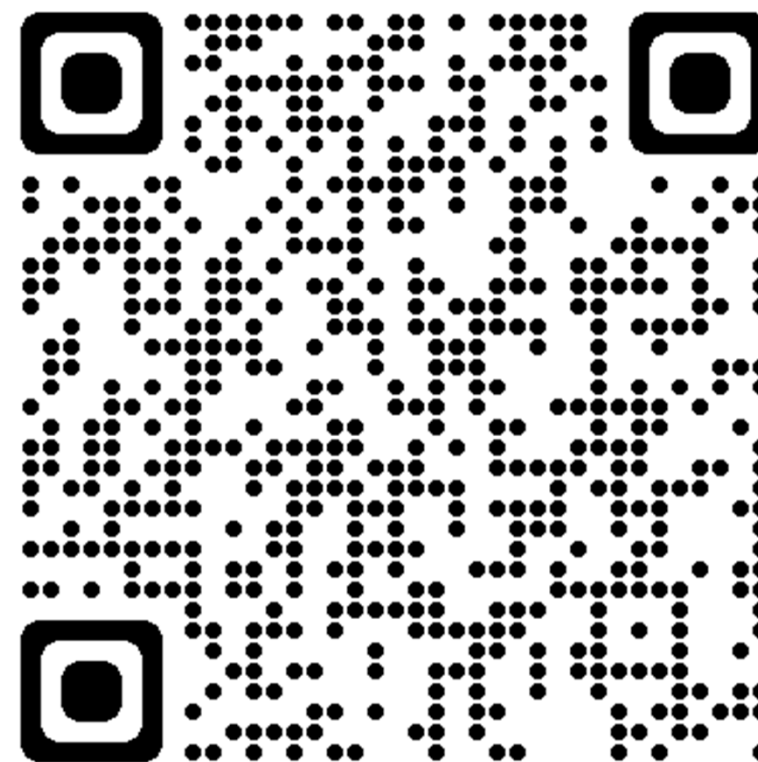
JTAでは令和5年度「チャレンジ！つながるニッポン」事業を実施中です。地域課題の企業ビジネスによる解決と、ワーケーションを通じ、両者間で課題と対策に係る理解を深めより良い結果を導き出す取り組みになります。この10月に24組のマッチングが成立し、11月から12月にかけて全国11の自治体でワーケーションによる検討の深堀が進み、1月12日のJTAアニュアルカンファレンスで成果発表を予定しています。

チャレンジ！つながるニッポン >

ワーケーション月間特設サイト



● 「新たな旅のスタイル」ワーケーション&ブレジャー 特設サイト

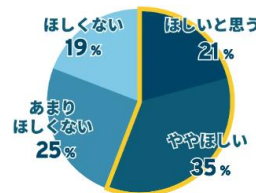


第2のふるさとづくりプロジェクトの基本的な考え方

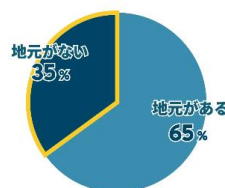
『何度も地域に通う旅、帰る旅』への潜在的な需要

- 『観光レジャー』目的の旅行の伸び悩み、**出張・知人訪問に余地**。
- 地域資源に触れ、**地域との関係性や参画が段階的に深まる**ことで、自発的な来訪高頻度化や滞在長期化等を誘発する可能性。
- 感染症拡大、リモートワーク等の進展、田舎にあこがれを持つ若者の増加などにより、**他者とのリアルな繋がりを求める動き**。

56% は“第2のふるさと”がほしい



35% は帰省できる地元がない



出典：『週刊じゃらん』調べ「新しい帰省スタイルに関する調査」

地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイルへの可能性

具体的な方策

再来訪を促すプログラムの造成・地域との関係性構築のための環境の整備等による再来訪機会の創出に加え、継続的な多頻度来訪・長期滞在に適した滞在環境・移動環境の整備が必要。



お手伝い型なりわい観光コンテンツ提供
(三重県鳥羽市)



「えんがわオフィス」(徳島県神山町)
サテライトオフィス利用者と町の人がつくる交流の場



空き家群を面的に再生し宿泊活用
(広島県尾道市)

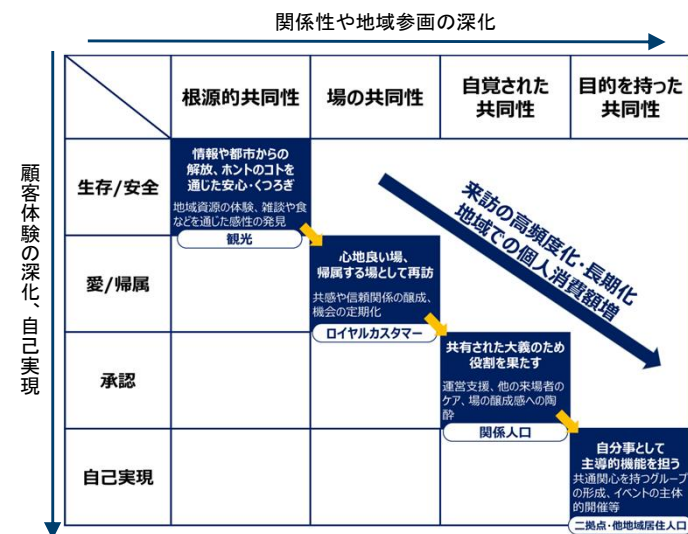


AIオンデマンドバスやMaaS等の
新たなモビリティサービスの活用

地域の方との交流・関係性の構築に重きを置いたプログラム造成
・交流の拠点となる『地域の居場所』の創出

継続的な多頻度来訪・長期滞在にも適した
滞在環境・移動環境の整備

観光客が関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層に
緩やかに移行するプロセス (仮説)



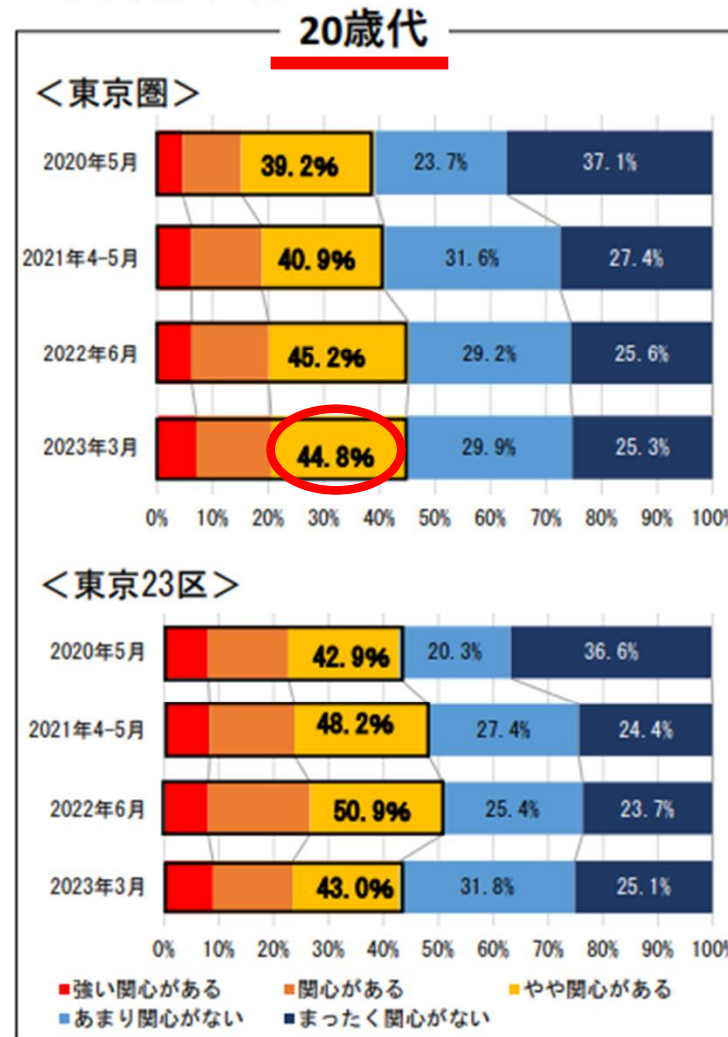
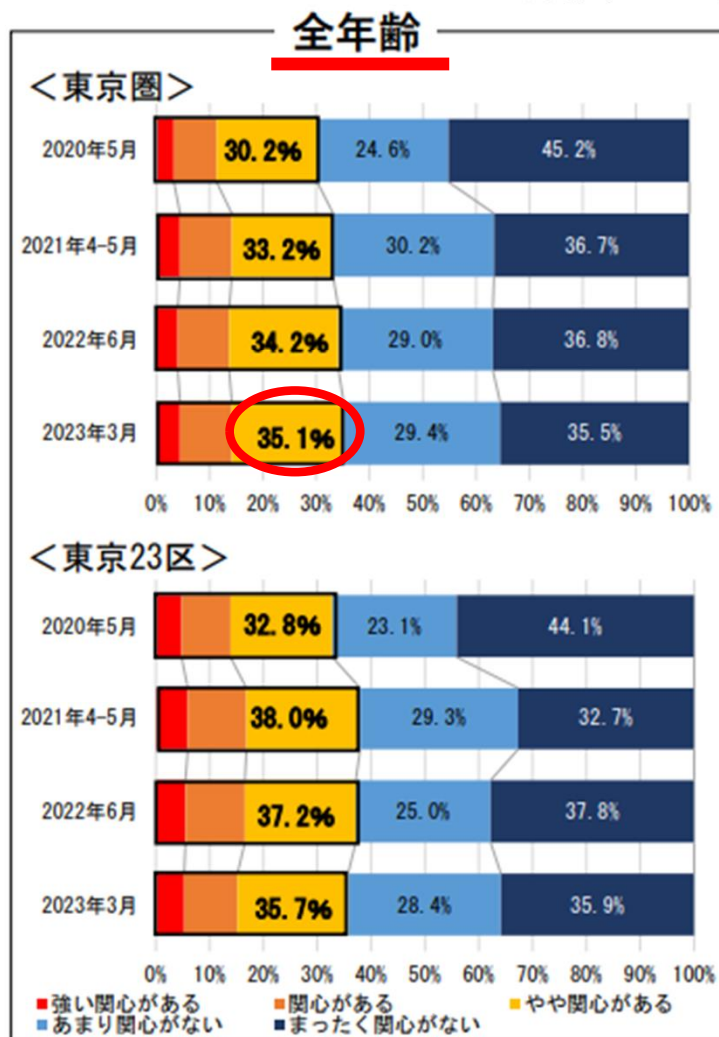
※坂倉杏介、保井俊之、白坂成功、前野隆司「共同行為における自己実現の段階モデル」による『地域の居場所』の来場者の行動分析：東京都港区「芝の家」を事例に(2012)を参考に観光庁作成。

地方移住への関心の高まり(東京圏在住者の関心度)

○コロナ禍以降、東京圏在住者の地方移住への関心が高まっている。

○20歳代の地方移住への関心は全年齢平均よりも大きく、45%が地方移住への関心を持っている。

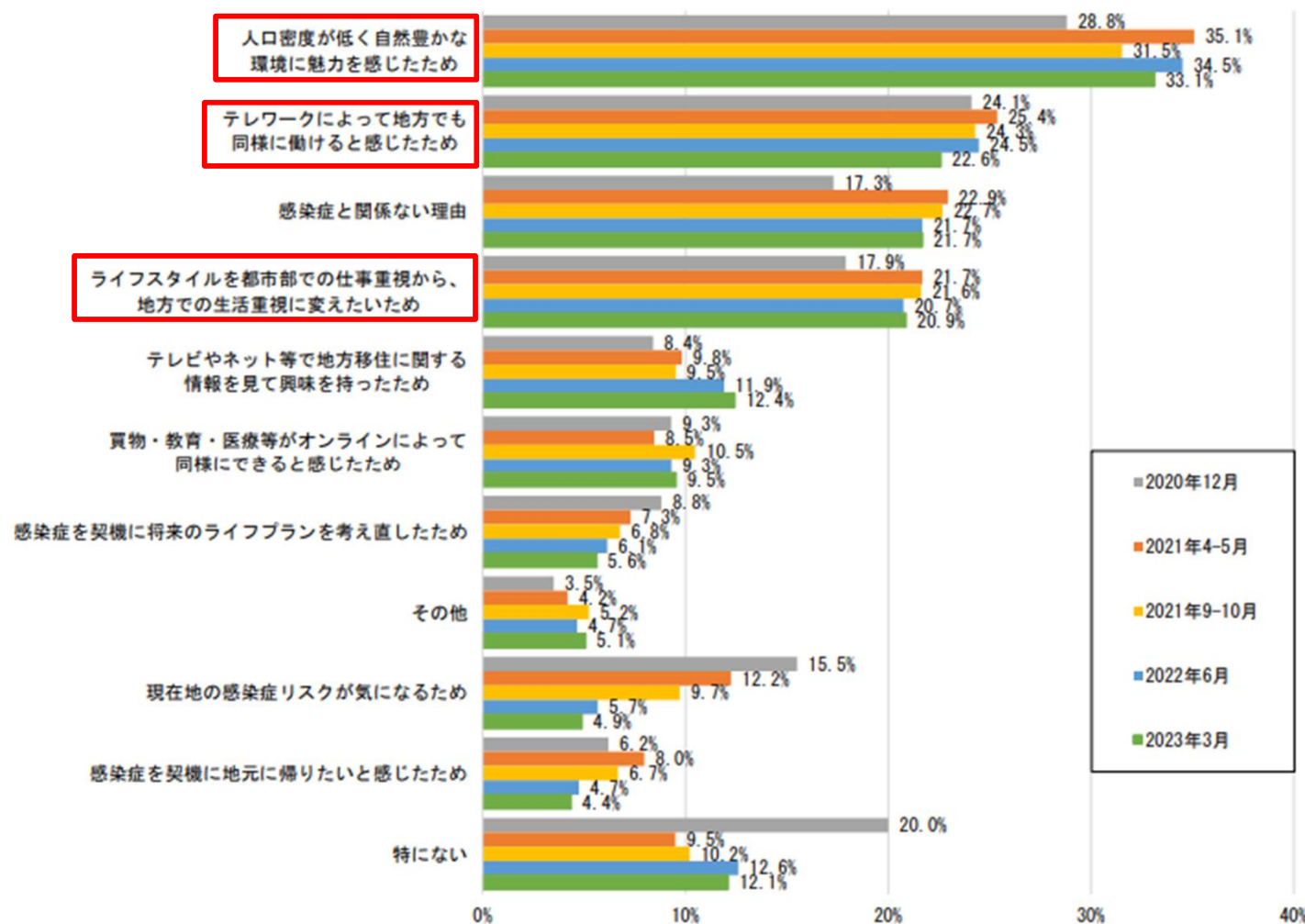
地方移住への関心(東京圏在住者)



(出典)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」(令和5年4月)。
(備考)東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県。

○東京圏在住者の地方移住への関心理由は、「人口密度が低く自然豊かな環境への魅力」、「テレワークにより地方でも同様に働けること」、「仕事重視から生活重視への変更」が多い。

地方移住への関心理由(東京圏在住で地方移住に関心がある人)



(出典)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」(令和5年4月)。
(備考)東京圏:東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県。

第2のふるさとづくり取組事例

香川県仲多郡琴平町

濃度・深度にマッチした関係人口データベースを構築 ～琴平町観光マーケティング実証事業～

取組の背景と実施内容

- **琴平エリアの来訪者の大半は県外の団体客**。コロナ禍で多くの観光関係者が著しく影響を受けた。また、金刀比羅宮の参拝のみで**域内回遊性が低く、持続的な来訪を促す仕掛けが不十分でリピート率が低いことが課題**。
- ✓ 観光をきっかけとした交流を通じて、関係人口化を目指す新たな取組を実施。
- ✓ 具体的には、**自身のスキルを地方に活かしたい・地域課題解決のワーケーションを体験したいビジネスパーソンをターゲットに、地域事業者との交流をメインにした体験コンテンツや地域課題解決ワークショッププログラムを造成し、相互の人間関係を構築することで反復継続した来訪機会の創出を促す**。



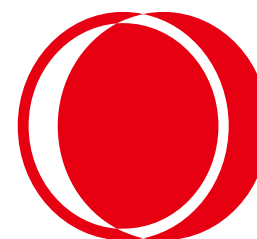
● 観光庁HP「第2のふるさとづくりプロジェクト」



● 第2のふるさとづくりプロジェクト 特設サイト



4. 次年度以降の取組の方向性



国土交通省
観光庁

事業目的・背景・課題

- これまで横ばい傾向であった国内旅行市場が需要拡大へ転じるためには、新たな交流市場の創出が重要。
- 「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルで反復継続した来訪を促進する「第2のふるさとづくり」、コロナ禍を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえた「ワーケーションの普及・定着」、将来にわたって国内外の旅行者を惹きつける「新たなレガシー形成」により、旅の潜在需要を顕在化させ、地域の関係人口拡大にもつながる形で交流需要の拡大を図る。

事業内容

反復継続した来訪を促進するための「第2のふるさとづくり」の推進

令和5年度は、来訪の度に新たな体験ができるか等の来訪後の関心の継続性に着目した取組を行ったが、より地域との関係性の深化を図るため、令和6年度は、自分のスキルを活かしたい、地域から学びを得たい、地域運営に携わりたい等のターゲットのニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築を行う。



地域・日本の新たなレガシー形成

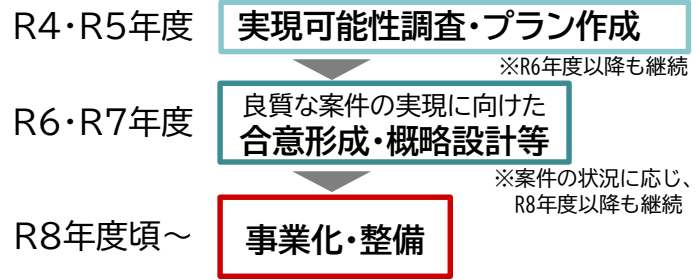
- 将来、地域・日本のレガシー（遺産）となる観光資源を新たに形成することを目指し、実現可能性調査・プラン作成を実施。
- 令和6年度以降は、上記に加え、日本を代表する魅力となり得る良質な案件を対象に、実現に向けて重点的に検討。

テレワークの普及や働き方の多様化を踏まえた「ワーケーション」の普及・定着

令和3年度以降、導入企業は着実に増加しているものの、いまだ高い水準とはいえない状況。 ※ワーケーション制度導入率：R3 9.1% → R4 13.4%（観光庁調査）



令和6年度は、①これまでの取組を通してワーケーション普及の課題に拮げた子育て世代を対象にしたワーケーションのモデル実証、②特定の執務環境を持たないノマドワーカー等、新たな働き方に対応したワーケーションのモデル実証、③令和5年に設置した官民推進協議会と連携した普及啓発を行う。



事業スキーム

事業形態：直轄事業 請負先：自治体・DMO・民間事業者等
事業期間：（第2のふるさと・レガシー）令和4年度～ （ワーケーション）令和3年度～



- ワケーションの普及定着を図る上では、子育て世代の巻き込みが重要。子供を持つ親を対象としたアンケートでは65%が親子ワーケーションに関心を示す一方、**ワーケーション中の子供の教育環境の整備**が課題。
- 現状でも、親子ワーケーションに取り組む事例はあるが、子供の長期休暇期間や休日を活用したプログラムにとどまっている例が少なくない。**平日の旅行需要喚起**や**中長期滞在の促進**の観点から、**教育機関と連携したモデルの構築**が必要。

現在実施されている親子ワーケーションの事例

和歌山県那智勝浦町

少人数の体験入学・入園型親子ワーケーション

〔3泊4日(体験入学・入園2日)〕

- 小学6年生1名、1年生1名、幼児3名が現地小学校と保育園に体験入学(入園)。地域の子供と紙版画に挑戦するなど、交流を深め多様な学びの機会を創出。
- 大人はリモートワークのほか、牡蛎の収穫体験を通して担い手不足や漁獲減少など地域課題に触れ、地元の野菜を使用したパン作りで地域住民と交流、リバーサウナを体験。



新潟県糸魚川市

子どもの長期休暇を利用した親子ワーケーション

〔最長1週間の滞在〕

- 子どもの長期休暇を利用した親子ワーケーション。参加層は小学生の子供を持つファミリーがメイン。
- 子どもは大地の恵みを感じられる糸魚川で自然体験を学ぶ。
- 大人はデスク・チェア・Wi-Fi完備の宿泊施設や豊かな自然環境の中でリモートワーク。



親子ワーケーションの課題

- ワケーションの普及拡大の観点から、**平日の取組**や**企業からのニーズが高い業務型**のモデルの構築が不可欠。
- また、親子ワーケーションへの参加のハードルを下げるためには、親子ワーケーションに参加した子供が、その後、**通常の学校への復帰することにも配慮した仕組みづくり**が重要。



構築するモデルの方向性

- 親子で高い体験価値を得られるプログラムの造成
- 教育機関や自治体との連携による受入環境の整備
- 子どもの学習にも配慮した仕組みづくり
- 持続可能なビジネスモデルの構築

新たな働き方に対応したワーケーション（ノマドワーケーション）

ノマドワーカー・デジタルノマド

遊牧民（Nomad）のように定住地を持たず、カフェ・コワーキングスペース・図書館・ホテルなど好きな場所を移動しながら仕事をするスタイル。個人事業主であるフリーランスや、プログラマーやWebデザイナー等PCがあれば仕事ができる職種（いわゆるデジタルノマド）が想定。

ノマドワーケーションの潜在需要

働く場所や時間の自由度を高めるワーケーションに親和性が高いフリーランスが近年増加

- 時間や場所に縛られない自由な働き方を求め、近年、フリーランスの人口が**急増**。コロナ前の**1.4倍**に。2021年時点で就業者に占める割合は**約4人に1人**に。
- フリーランスを対象としたアンケートでは、最も収入が得られたと回答する仕事の獲得方法は『**人脈**』が**トップ**。

海外では既にノマドワーカーを対象にしたワーケーションプログラムが浸透

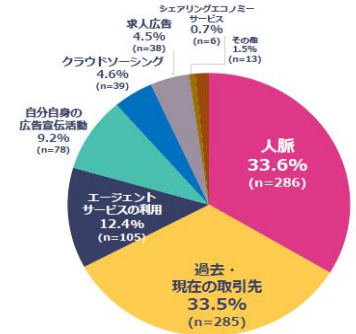
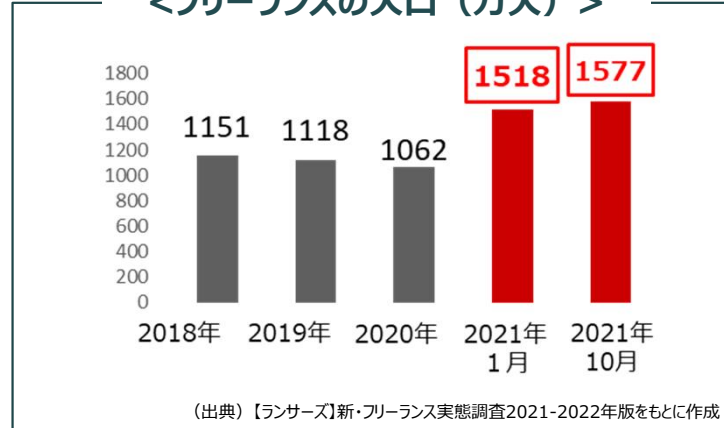
- 海外ではすでにノマドワーカー等を対象にしたワーケーションが普及。観光需要だけでなく、訪問地や他のノマドとの**新たなビジネスマッチングの機会**として人気。
- インドネシア・バリやタイ・チェンマイなど「ノマドワーカーの聖地」となるスポットでは、日常的にワーケーターの目的地になるだけでなく、ノマドを対象としたフェスの開催時は多数が来訪。

ノマドワーケーションに求められる内容

ノマドワーケーションのターゲットとなる層からは、

- **新たな人脈形成等を通じたビジネスマッチング**
 - **新たなビジネス機会の創出につながるスキルアップ**
- の機会として、ノマドワーケーションに期待していると想定。

<フリーランスの人口（万人）>



フリーランスが最も収入が得られたと回答する仕事の獲得経路

(出典)【フリーランス協会】フリーランス白書2023



<1日の過ごし方例>

- 8:00-8:45 : 公園での瞑想
- 9:00-13:00: 基調講演とパネルディスカッション
- 13:30-14:00: 昼食BBQ@公園
- 14:00-18:00: アクティビティ・参加者交流会
- 19:00-21:00: 地域の方との交流ディナー
- 21:30- : カラオケ@公園のバー

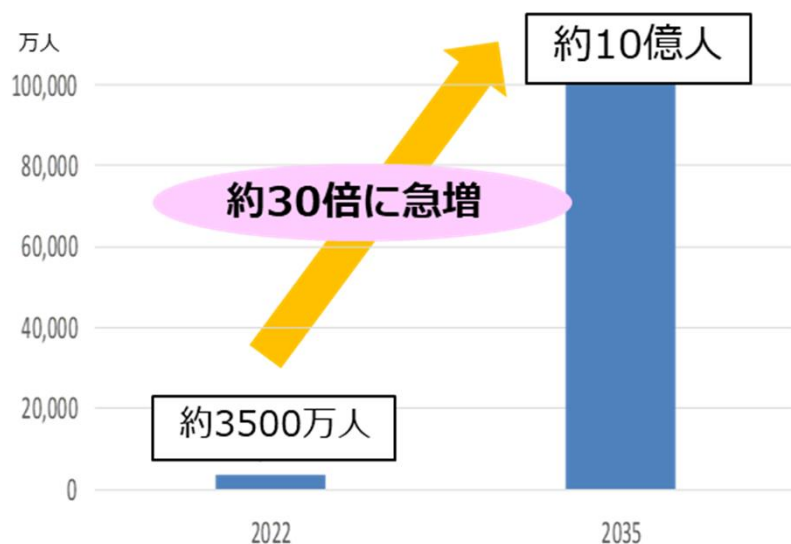
- ノマドワーケーションでは、通常のワーケーションに求められる業務・宿泊・交通環境の整備に加え、**訪問者同士や訪問地の企業との交流プログラム**や**ノマドワーカーに訴求するスキルアッププログラム**の造成が必要。
- ワケーション終了後にもノマド同士が繋がることのできる仕組みづくりや顧客管理も重要。

「デジタルノマド・ビザ」の創設に向けて

- デジタルノマド（国際的なノマドワーカー）は、現在、全世界で3,500万人程度存在するといわれており、**現地の雇用を奪わず、地域経済にお金を落とす貴重な存在**。2020年以降、多くの国がノマドワーカー向けに、**6か月～数年間といった長期間、滞在国での就労関係の有無に関わらず滞在できる「デジタルノマド・ビザ」**を発行。
- 我が国においても、ビザ（査証）・在留資格など制度面も含めた課題についての把握・検討を行い、**本年度中の制度化**を行う予定。

デジタルノマド市場への期待

- 「The Economist」誌によれば、**「2035年までに約10億人のデジタルノマドが誕生」**



- 2035年に、世界のデジタルノマド総人口のうち、約2%※が訪日すると仮定した場合、**数兆円単位の経済効果を見込むことが可能**

※世界の海外旅行者総数に占める訪日外国人旅行者の割合（2019年実績）

（試算例）

【ノマドの訪日客数】2,000万人×【旅行者消費単価】8,400円/日（マデイラ島実績）×【平均滞在日数】30日（仮定）＝約5兆円

経済財政運営と改革の基本方針2023

（令和5年6月16日閣議決定）

国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）の呼び込みに向け、ビザ・在留資格など制度面も含めた課題についての把握・検討を行い、本年度中の制度化を行うこと、外国人起業活動促進事業（スタートアップビザ）について自治体に代わって国認定のベンチャーキャピタル等が起業準備活動計画についての確認手続を行う仕組みの本年内の創設や最長在留期間延長の検討など利便性向上を図ること等。

新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2023改訂版

（令和5年6月16日閣議決定）

国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）の呼び込みに向け、ビザ・在留資格など制度面も含めた課題についての把握・検討を行い、本年度内に制度化を行う。

新時代のインバウンド拡大アクションプラン

（令和5年5月30日観光立国推進閣僚会議決定）

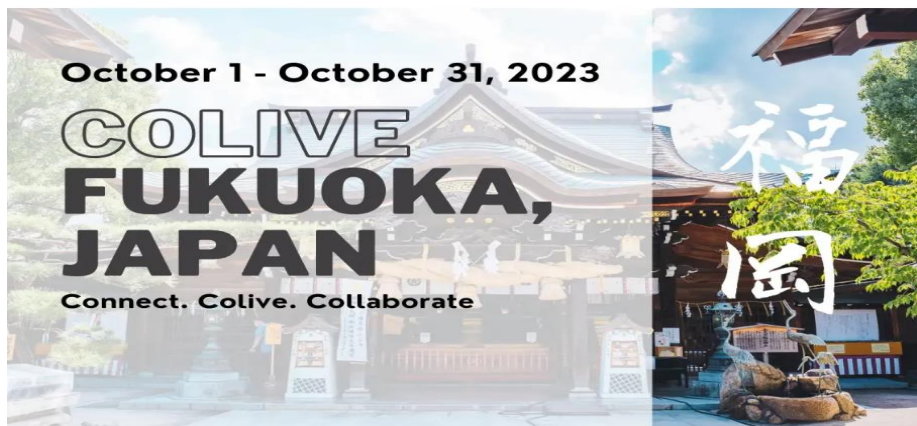
（36）「デジタルノマド」の呼び込みのための制度環境整備
国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）の呼び込みに向け、ビザ（査証）・在留資格など制度面も含めた課題についての把握・検討を行い、本年度中の制度化を行う。

【内閣官房、内閣府、デジタル庁、法務省、総務省、財務省、厚生労働省、観光庁、外務省】 37

- 自治体による日本初の海外デジタルノマド誘致の取り組み。**スタートアップの街に、世界24ヶ国より49名のデジタルノマドが集結。**
- **デジタルノマドのニーズや課題の把握に向け実証を行い、**今後の誘致につなげていく取り組みを行った。

取組み内容

- 世界各国よりデジタルノマドインフルエンサーを招聘し、1ヶ月にわたり市内各所でさまざまなワーケーション関連のイベント等誘致プログラムを実施。
- 10月5日には「WORLD WORKATION カンファレンス in 福岡」と題して、ワーケーションの未来を考えるセッション等も行った。



「WORLD WORKATION カンファレンス in 福岡」



日本全国から自治体・企業の方も集まり、ワーケーションの未来を考えるセッションが実施され、テーマ別セッションでは、参加者同士の活発な交流が行われた。

参加者消費額と評価

- 参加者一人当たり消費額：**1ヶ月約50万円の消費、参加者全員の消費額合計約2,000万円以上の消費。**
- 知人・友人へのリコメンド:参加者アンケートより**知人や友人へのリコメンド9.8点(10点満点)と非常に高い評価となった。**

参考資料



国土交通省
観光庁

令和6年度 観光庁予算主要事項①

令和6年度決定予算：約503億円（うち旅客税財源約403億円）
令和5年度補正予算：約689億円

急速なインバウンド回復に対応するため、地方への誘客を促進する日本各地のコンテンツ造成や受入体制を強化。併せて、観光を稼げる産業とするため、高付加価値化や観光資源の収益化、生産性の向上を図る。

地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組

○特別な体験の提供・全国の観光資源の磨き上げ

- 観光資源を早朝夜間や**未公開・非混雑エリア**等の活用と組み合わせ、これまでにないインバウンド需要を創出し、**期間限定**の特別な体験を提供
(例：姫路城夜間占有ツアー、東博の夜間音楽会)
- 官民が連携**して古民家等の歴史的資源を**観光まちづくり**の核として再生・活用する地域を拡大。民間投資を促し、**収益性高く自立した地域経営**の確立を目指す
(例：津山市城東（町屋街・重伝建地区）の魅力向上)
- 国際競争力**の高いスノーリゾート形成のため、**索道の合理的な統廃合**による持続的な収益性の確保や、**スノーエスカレーター**の導入による初心者向けコースの利便性の向上を支援（例：白馬、札幌）
- 自治体や民間事業者が行う、**各地の食材や食文化に触れる**ガストロノミーツーリズムに向けた戦略策定や、専門家による伴走支援、販路形成を支援（例：余市のワイン・ウィスキー、中央アルプスのジビエ料理）



○訪日プロモーション・多言語解説整備

- 万博を契機とした各地への誘客促進**や旅行者の最新のニーズ・趣向をデジタル技術を活用してリアルタイムで捉える**デジタルマーケティング**の活用
- 世界遺産等における未整備構成資産や周辺の文化観光資源等の**多言語解説文作成を加速**（例：石見銀山、明治日本の産業革命遺産等）



○高付加価値旅行者への訴求

全国11か所のモデル観光地において、推進体制の強化、コンテンツの創出、宿泊施設や移動環境の改善に向けた事業計画の策定、ホスピタリティ人材の海外派遣、富裕層を顧客に持つ旅行会社の招請を実施



R5.3
全国11カ所の
モデル観光地
選定

R5年度中
・コアバリュー特定
・推進体制の整備
・マスタープラン作成

R6年度以降
マスタープランに
基づく検討の具体化、
取組の実施

○公共交通の対応力増強

- 車両の大型化**や**観光車両**等の購入・改良
- 多言語対応、デジタルを活用した混雑状況の可視化



連節バス

○MICE誘致機能の強化

- オンライン併用開催やペーパーレス化に対応するため、**MICE施設における無線LAN等の整備**を促進
- 国際会議における**ユニークベニユーの活用**や**海外のMICE見本市**への出展支援
- 研究者と会議運営会社とのマッチングや国際会議誘致のための協議会の開催等、**大学とコンベンションビューローが連携した取組の促進**



MICE見本市

地方を中心としたインバウンド誘客の戦略的取組（続き）

○空港におけるスマートレーンの整備支援等によるFAST TRAVELの推進

- ・訪日旅客数の多い主要空港において、**X線検査機器にも補助を拡充**し、保安検査要員の深刻な人手不足や混雑に対応
- ・グランドハンドリング作業員の作業の効率化や省人化を図る**先進機器導入を支援**し、訪日外国人の出入国時間を短縮



持続可能な観光地域づくり

○持続可能な観光

- ・観光地のGX化や地域の自然・文化・生業等の**保全・活用の推進**等、地域の持続可能性の向上に資するモデル実証
- ・受入環境の増強、需要の管理・分散やマナー違反行為の防止・抑制等による**オーバーツーリズムの未然防止・抑制**（先駆モデルとなる全国約20地域等）



○人材の育成・確保

- ・人材活用に向けた**設備投資・セミナー**等支援
- ・泊食分離・バックヤード連携の促進
- ・経営の高度化に向けた教育プログラムの開発・提供
- ・外国語人材確保のためのマッチングイベントの実施等



○観光地・観光産業の再生・高付加価値化

地域一体となった**面的な宿泊施設の改修、廃屋撤去**等による観光地の再生・高付加価値化を引き続き推進



○観光DX・受入環境整備

- ・地域の宿泊・体験・交通等の予約・決済データを集約し、需要の平準化やマーケティングに活用
- ・観光施設等における近距離移動支援モビリティの導入を支援

国内交流拡大

○新たな交流市場の開拓

- ・「自分のスキルを活かしたい」「地域運営に携わりたい」等のニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築により、**第2のふるさとづくり**を一層促進
- ・子育て世代や**デジタルノマド**をターゲットにした**ワーケーション**の普及・定着



子育て世代を対象に現地の学校等へ入学体験



- ・観光施設のバリアフリー情報の精度向上・充実による**ユニバーサルツーリズムの促進**

