

観光庁 観光資源課 | 丹下 涼

観光の現状から見たワーケーションへの 期待と今後の取組

プロフィール・組織紹介

プロフィール



観光庁 観光地域振興部
観光資源課 課長補佐（総括）

丹下 涼



2015年国土交通省入省。
住宅局、水管理・国土保全局、観光庁、航空局を経て、2021年7月より九州運輸局交通企画課長に着任。
九州における公共交通の再構築や九州MaaS導入に従事。

2023年7月より現職。
地域の魅力を生かした観光資源磨き上げや新たな交流市場の創出に関する施策を担当。
急速に回復傾向にあるインバウンド市場と、さらなる需要拡大を図る国内旅行市場の両軸で、持続可能な観光地形成を目指す。

観光資源課の役割

- ✓ 誘客のコアとなる観光資源の磨き上げ、管理を主管する部署であり、その範囲は第2のふるさとづくりやワーケーション、歴史的資源を活用したまちづくり、古民家再生、地域資源のサステナブルな活用、環境省、文化庁などと連携した国立公園、文化・歴史資源の環境整備、多言語解説整備支援など多岐にわたる。

本日のご説明

- / 1. 観光の現状と課題**
- / 2. これまでのワーケーション政策の振り返り**
- / 3. ワーケーションの次なる可能性**
- / 4. 予算概要**

本日のご説明

/ 1. 観光の現状と課題

/ 2. これまでのワーケーション政策の振り返り

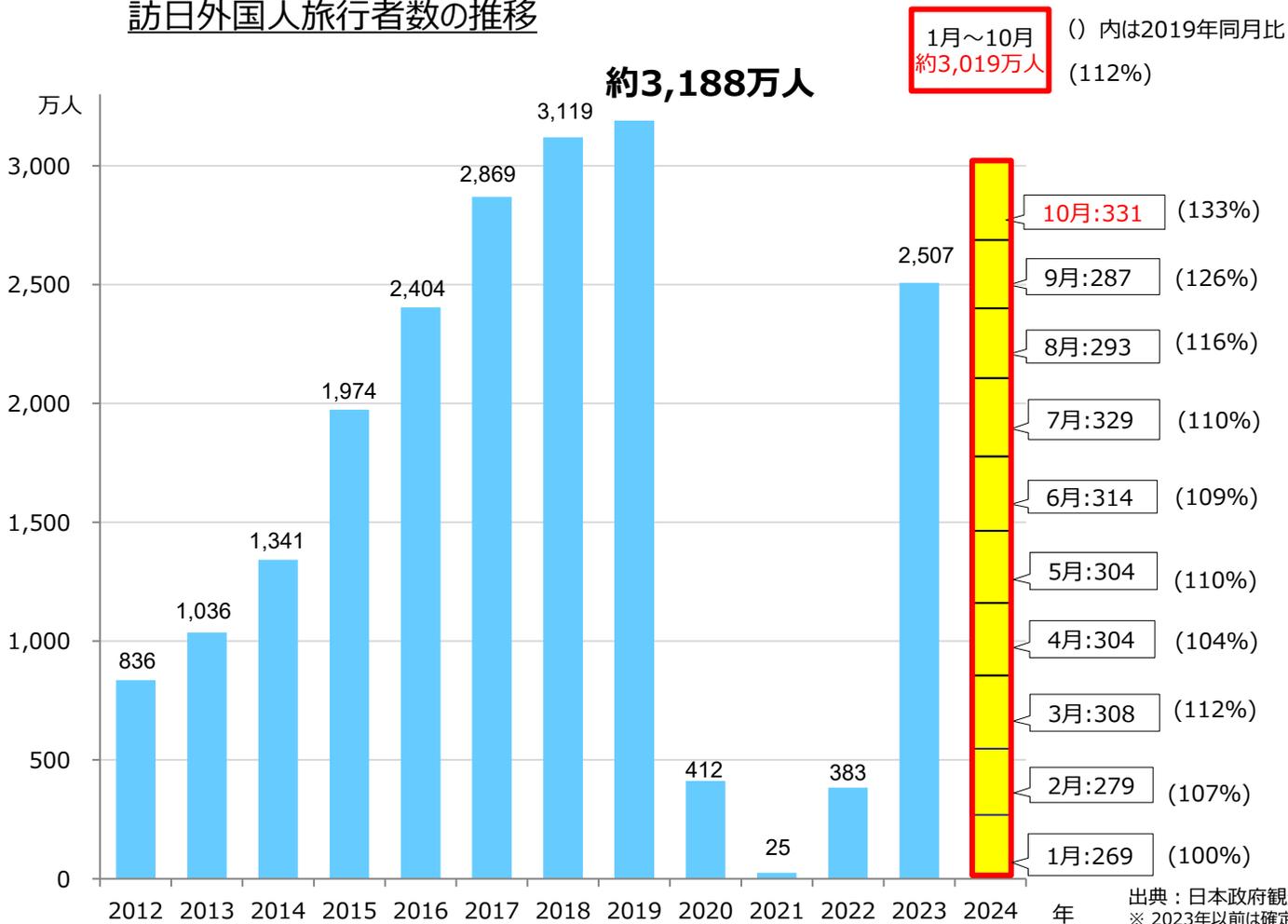
/ 3. ワーケーションの次なる可能性

/ 4. 予算概要

インバウンドの状況（旅行者数）

- 2024年は、1月以降、全ての月でコロナ前2019年の水準を達成。過去最速で3000万人を突破。
- 9月時点で既に2023年の年間総数(約2,507万人)を上回っており、3500万人の達成も視野。

訪日外国人旅行者数の推移



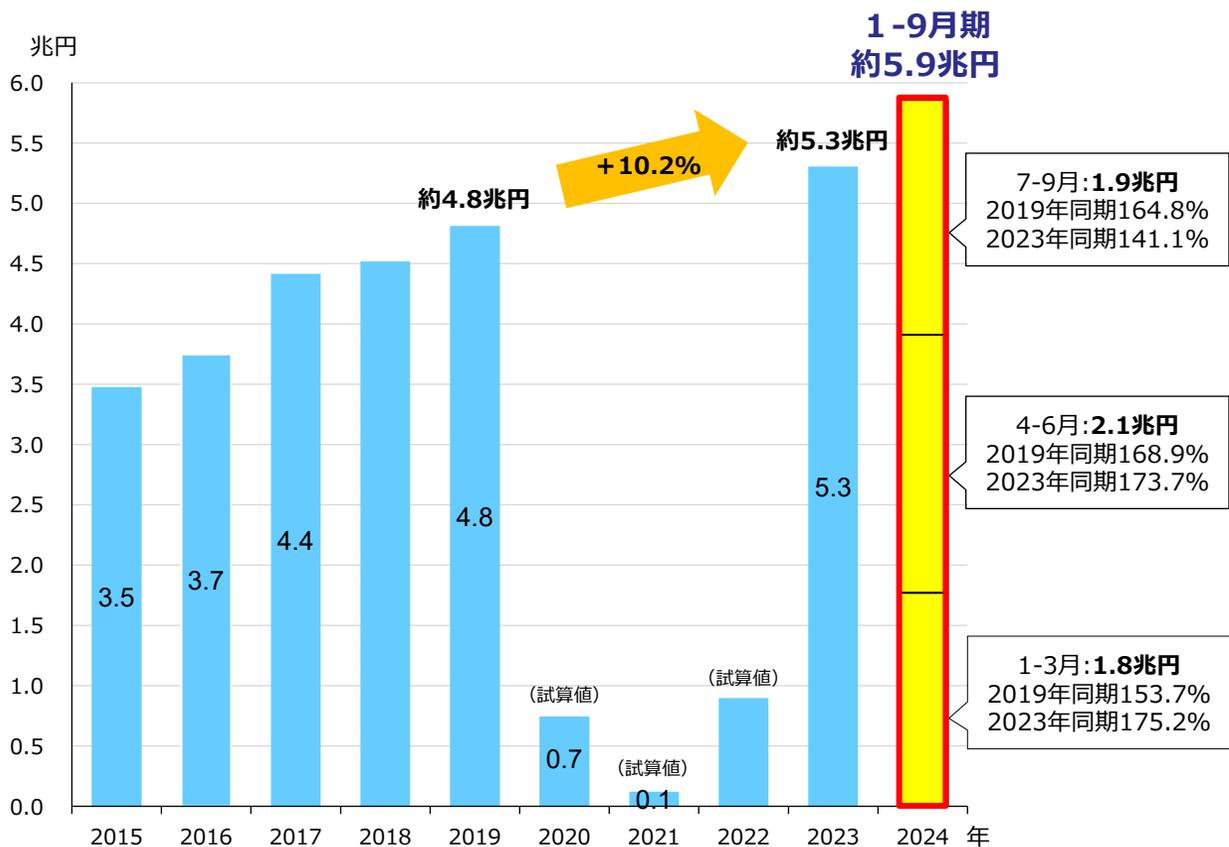
国・地域別訪日者数上位

	2024年10月 (2019年同月比)
①韓国	73万人 (371%)
②中国	58万人 (80%)
③台湾	48万人 (116%)
④米国	28万人 (182%)
⑤香港	20万人 (110%)

インバウンドの状況（消費額）

- 消費額ベースでは、**昨年、過去最高となる5.3兆円**を達成。
- 2024年は、9月時点で2023年の消費額を既に上回っており、**8兆円の達成も視野**。

訪日外国人旅行者による消費額の推移

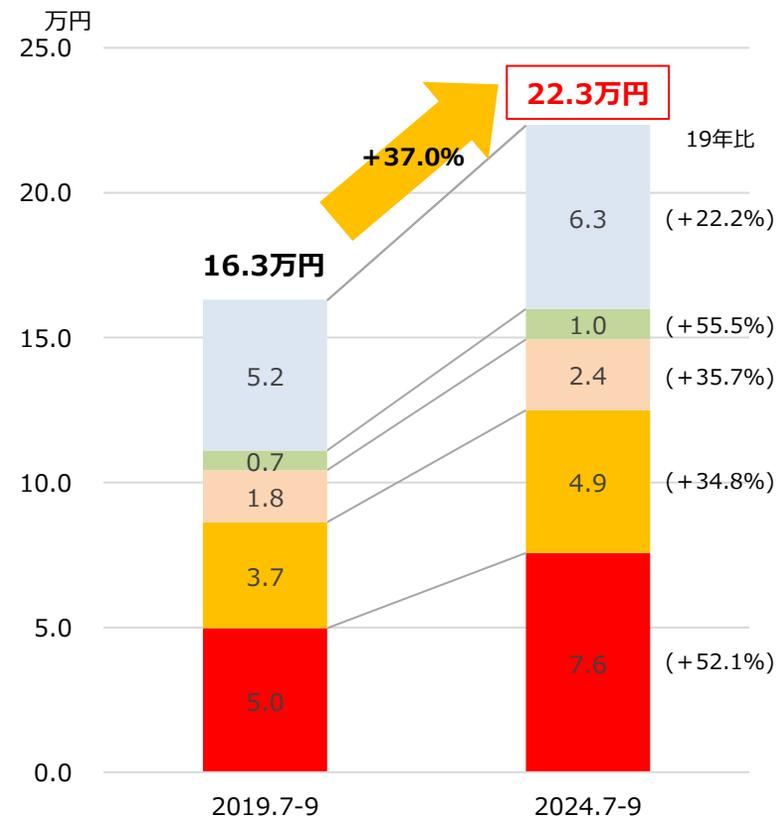


出典：「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」より算出

※ 2020年及び2021年は、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年4月～2021年9月において調査を中止したため、試算値であることに留意。

※ 2022年は新型コロナウイルス感染症の影響により空港数を絞って実施したため、試算値であることに留意。

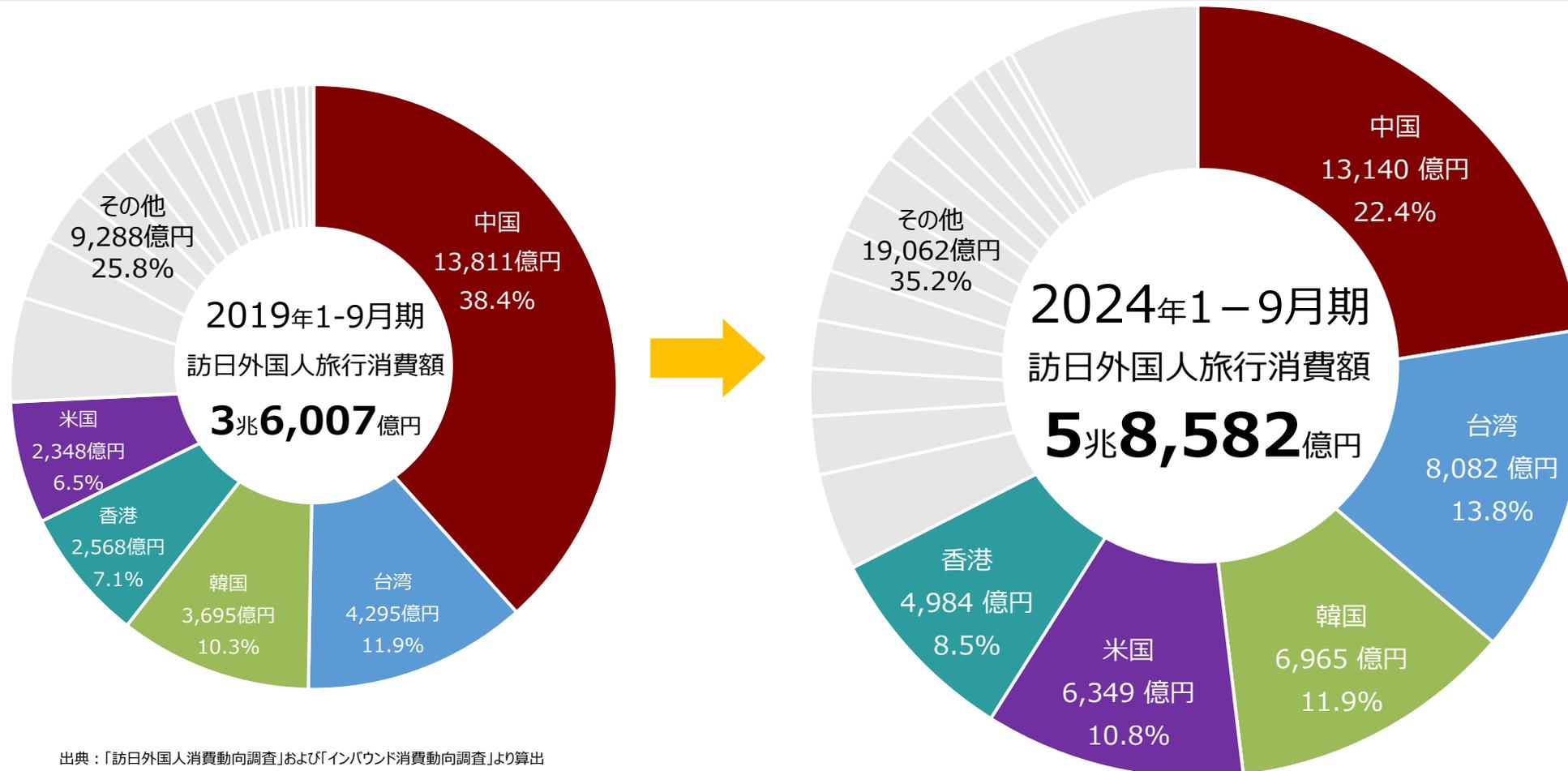
費目別 1人1回当たり旅行消費単価



■ 宿泊費 ■ 飲食費 ■ 交通費 ■ 娯楽等サービス費 ■ 買物代 ■ その他

2019年・2024年（1-9月期）の国籍別訪日外国人消費額

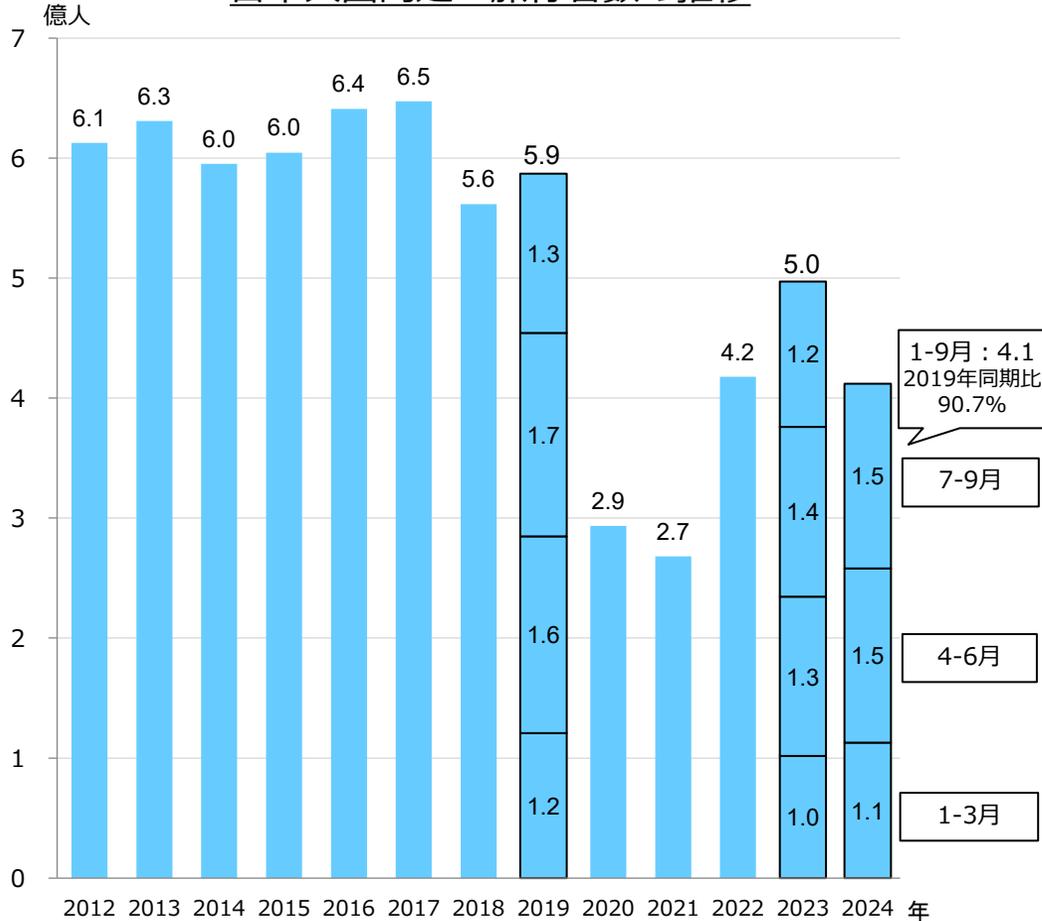
- 消費額上位5か国・地域の消費額をみると、中国は2019年1-9期の消費額は13,811億円であったのに対し、2024年同期は13,140億円(2019年同期比95.1%)と同程度まで回復。
- 一方で、米国は2019年1-9期の消費額は2,348億円であったのに対し、2024年同期は6,349億円(2019年同期比270.4%)に増加。**その他主要市場(台湾、韓国、香港)の伸びも顕著。**



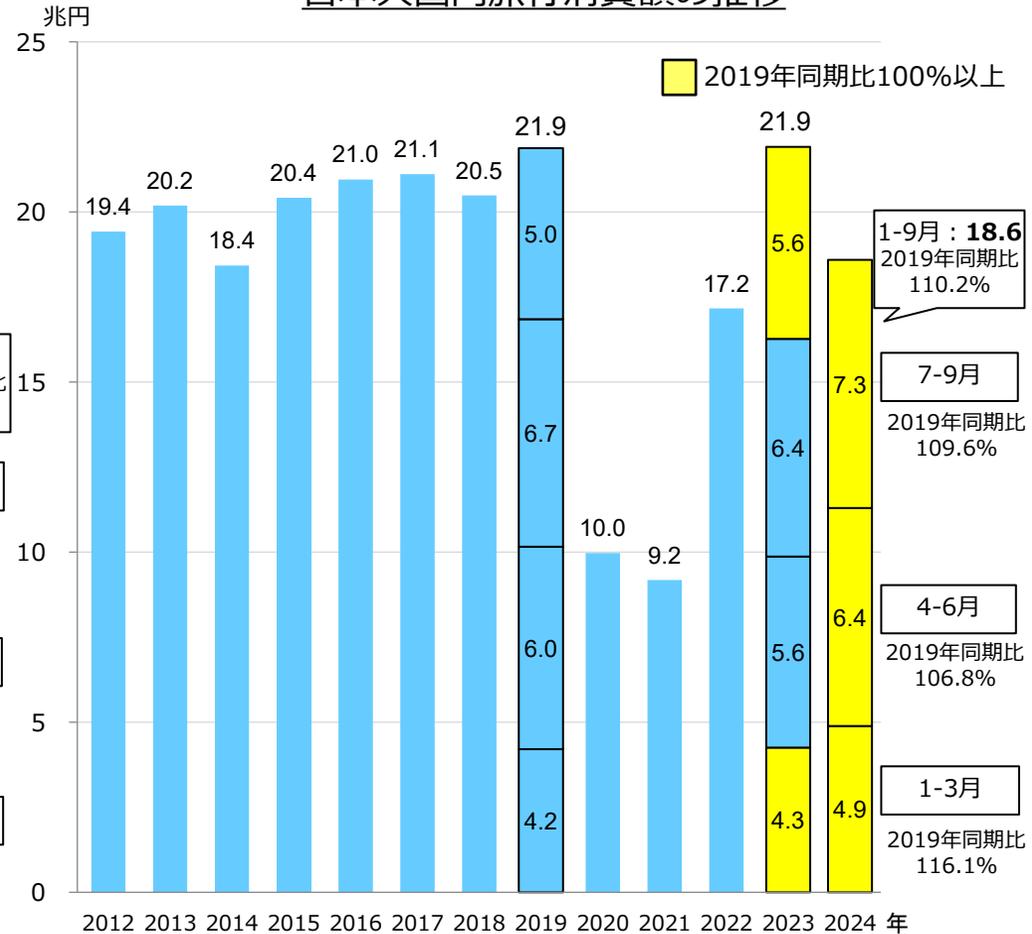
国内旅行の状況

- 9月時点で、旅行者数ベースでは、2019年比90.7%であったが、消費額は7-9月期で過去最高を更新
- 国内旅行者一人当たりの旅行支出は、**2019年同期比で20%増**(2019年7-9月:約4.0万円、今期:約4.8万円)

日本人国内延べ旅行者数の推移



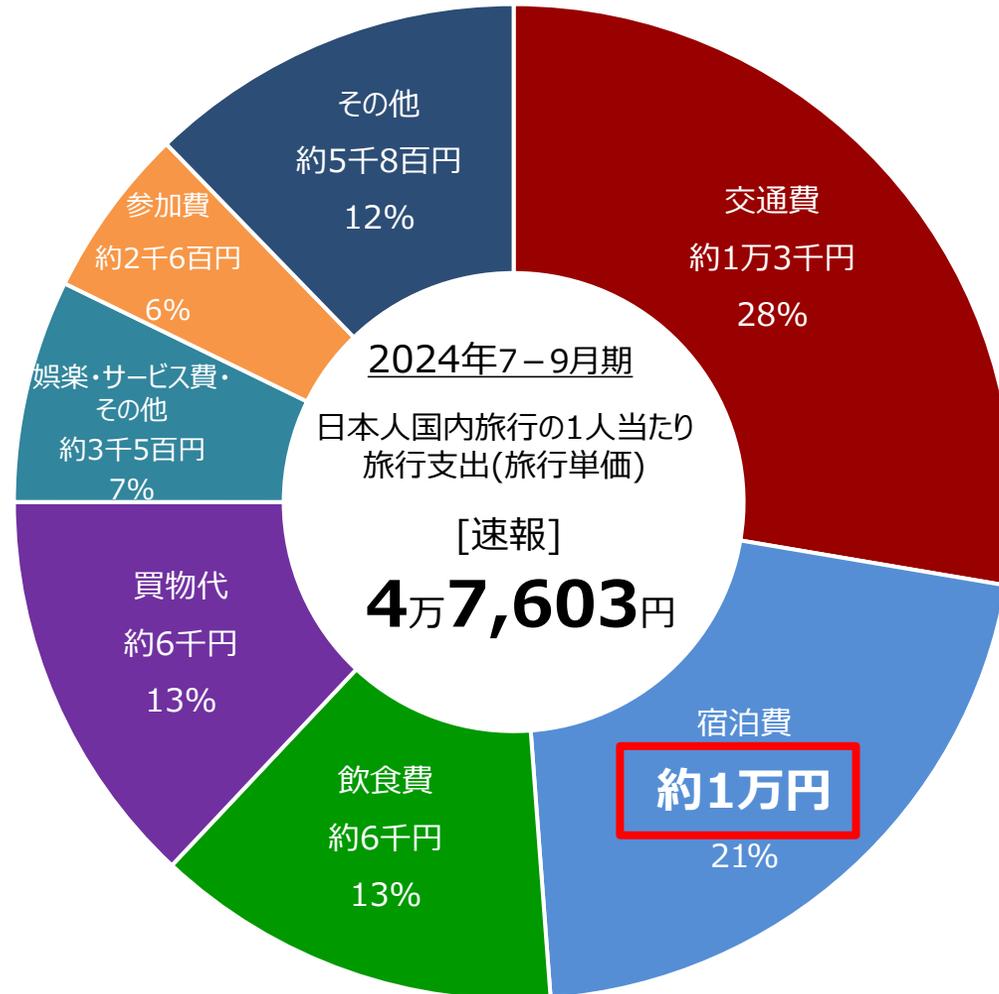
日本人国内旅行消費額の推移



出典: 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

国内旅行市場における消費額の内訳

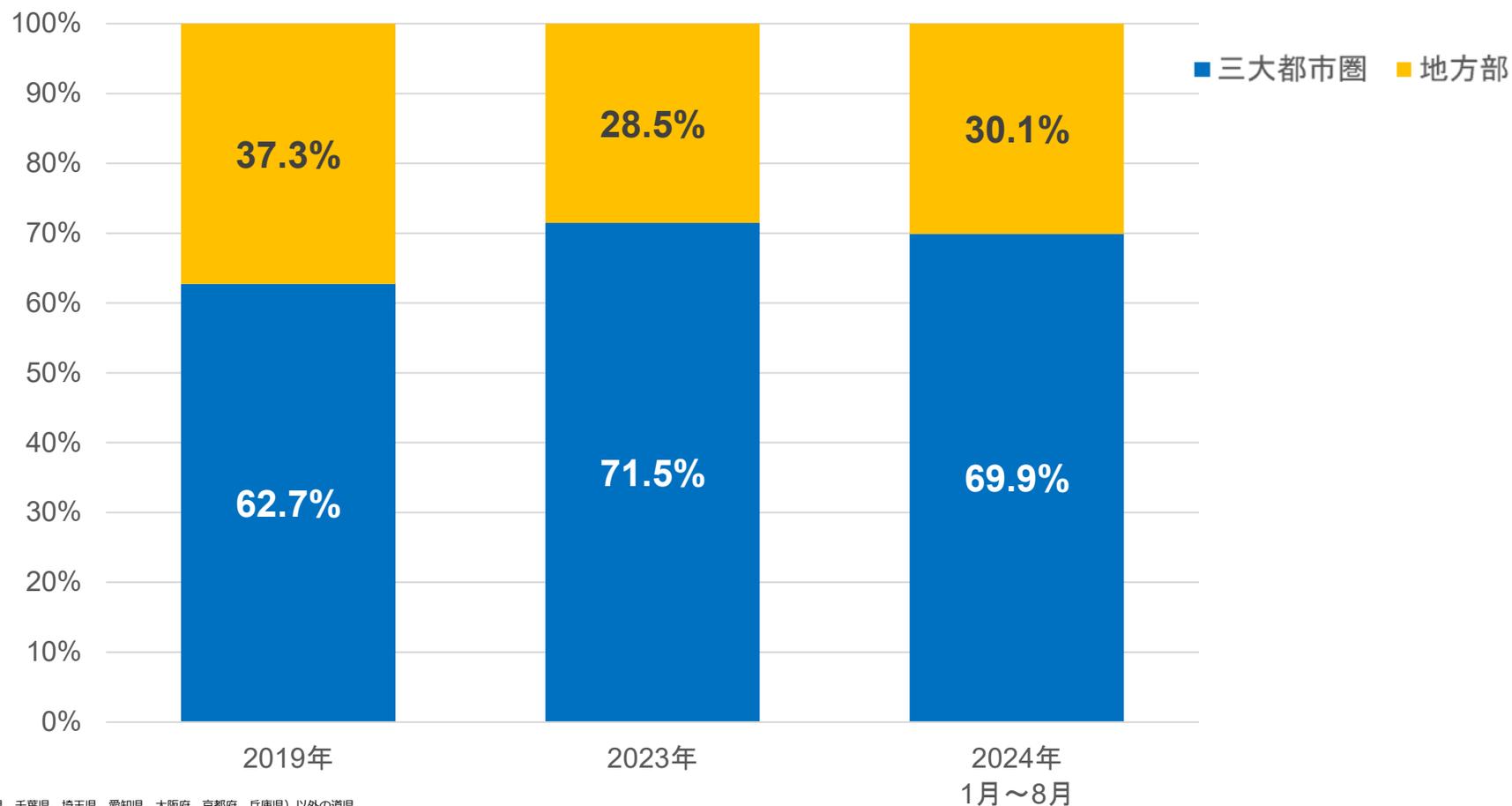
- 2024年7-9月期の日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出(旅行単価)の速報値は**47,603円/人**(2019年同月比20.4%増)と**コロナ前の水準を上回る**。
- 項目別ではコロナ前と比較して**宿泊費が約1.6倍に増加**。



観光の課題①：インバウンドの地方誘客

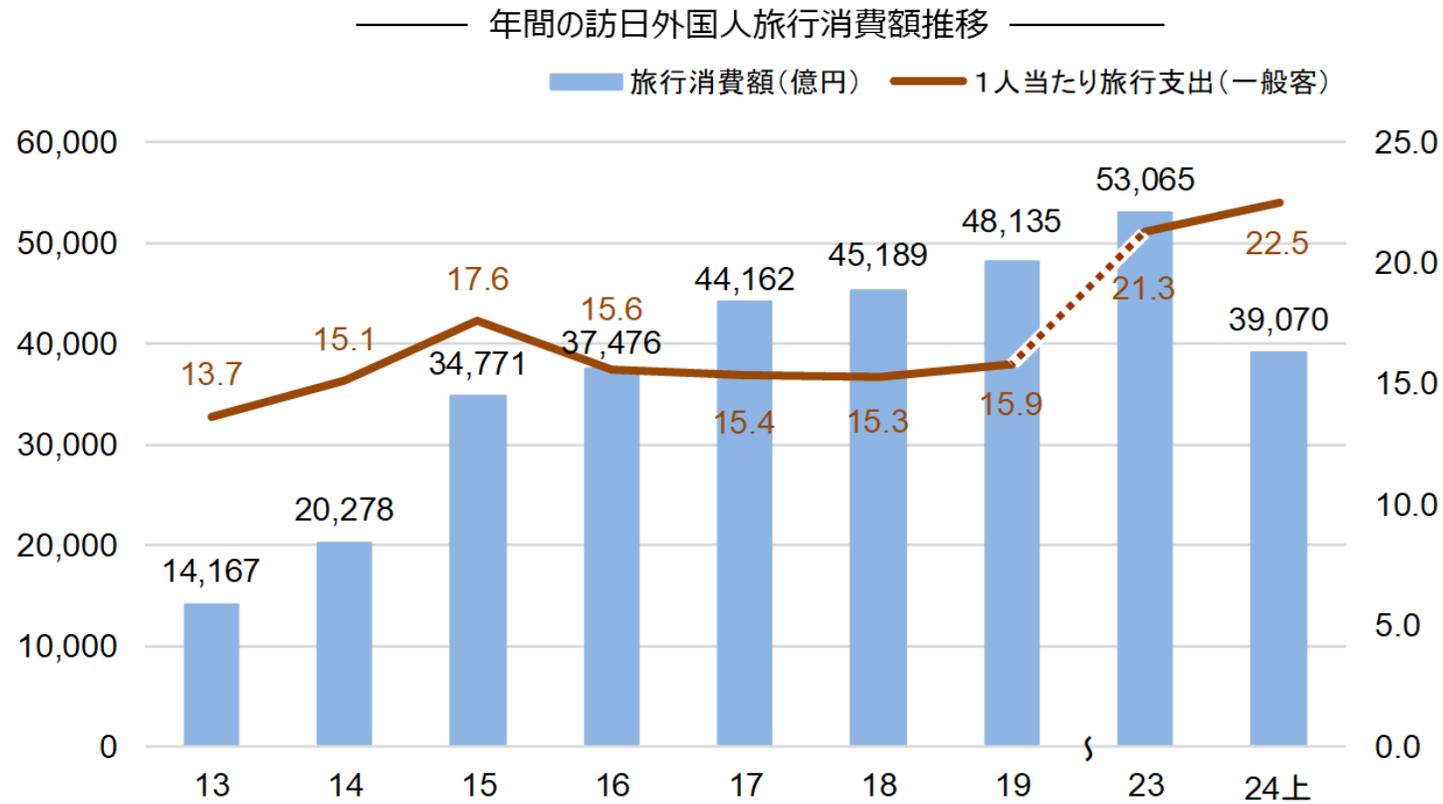
- コロナ禍以降、特に三大都市圏への需要の偏在が深刻化（2019年:62.7%→2023年:71.5%）。
- 直近の2024年1-8月期の三大都市圏割合は69.9%であり、昨年度に比べると改善傾向にあるが、依然として、コロナ前の水準には至っておらず、地方誘客が課題。

外国人延べ宿泊者数の三大都市圏・地方部割合



観光の課題②：観光消費額の向上

- 2023年に消費額について過去最高を更新し、2024年は3500万人・8兆円も視野に入る勢い。
- 一方、一人あたりの観光消費額は2024年上半期で約22.5万円に留まっており、**政府目標である2030年6000万人・15兆円を目指す上では道半ば**。

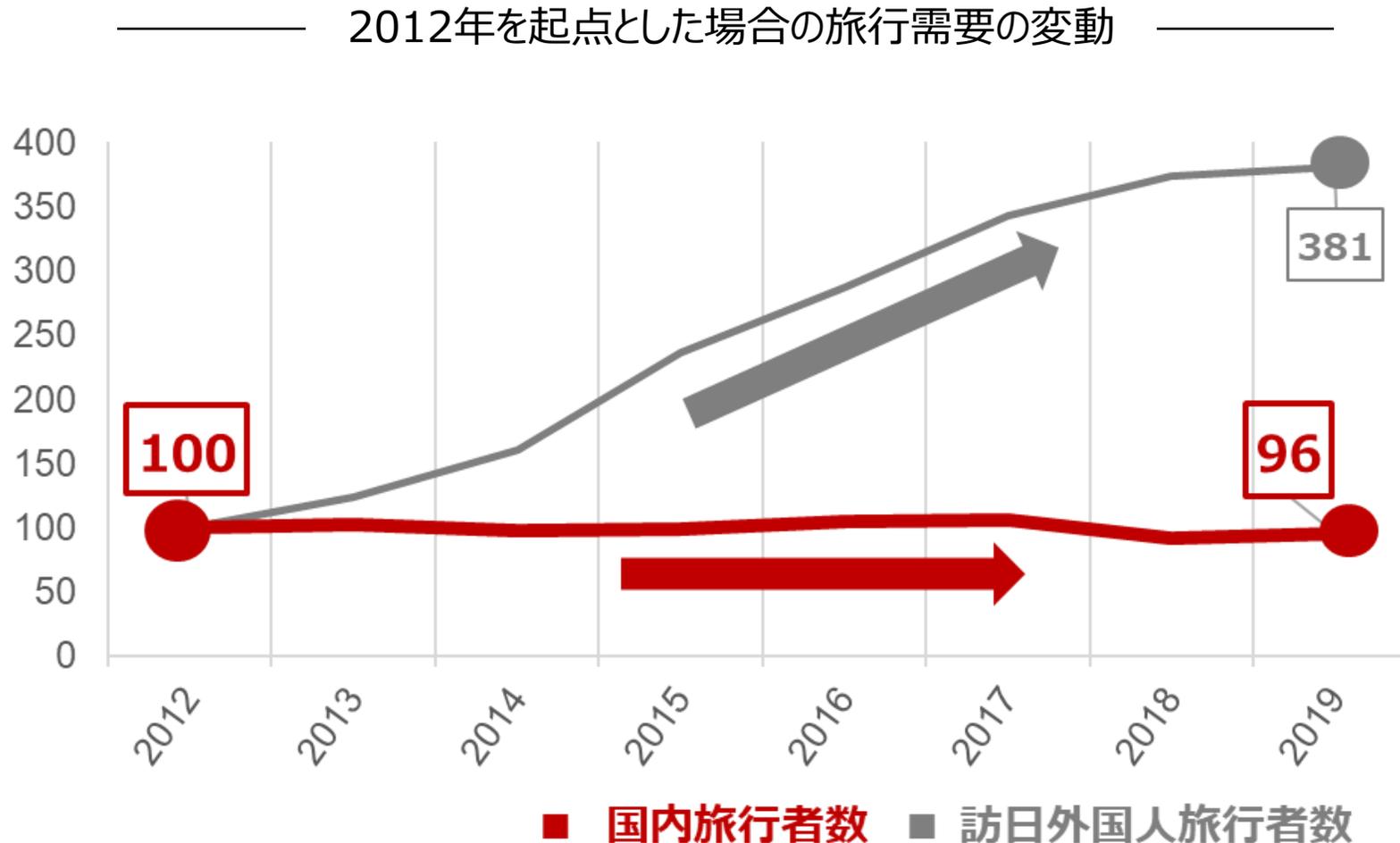


※2024年上半期の1人当たり旅行支出は簡易的に試算した値であることに留意

- ・2017年までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年から旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年以降と2017年以前の数値との比較には留意が必要である。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年4-6月期から2021年7-9月期は調査を中止し、2020年及び2021年年間値については、1-4月期の結果を利用した試算を行った。このため、2019年以前の数値との比較には留意が必要である。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は1-3月期、4-6月期、7-9月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要である。
- ・クルーズ調査については、2023年は7-9月期から再開したため、2023年の年間消費額に含まれる「クルーズ客」の消費額は参考値である。

観光の課題③：国内旅行市場の中長期的な縮小

- 中長期的にみると、拡大傾向にある訪日旅行需要に比べ、**国内市場は横ばい傾向が長らく継続**。
- 今後の人口減少を踏まえると、市場の縮小が懸念。



本日のご説明

/ 1. 観光の現状と課題

/ 2. これまでのワーケーション政策の振り返り

/ 3. ワーケーションの次なる可能性

/ 4. 予算概要

観光立国推進基本計画（第4次）について（基本的な方針）

＜計画期間＞
令和5～7年度
(2023～2025年度)

- 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 (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 ワークेशन、ブレジャー等の普及・定着

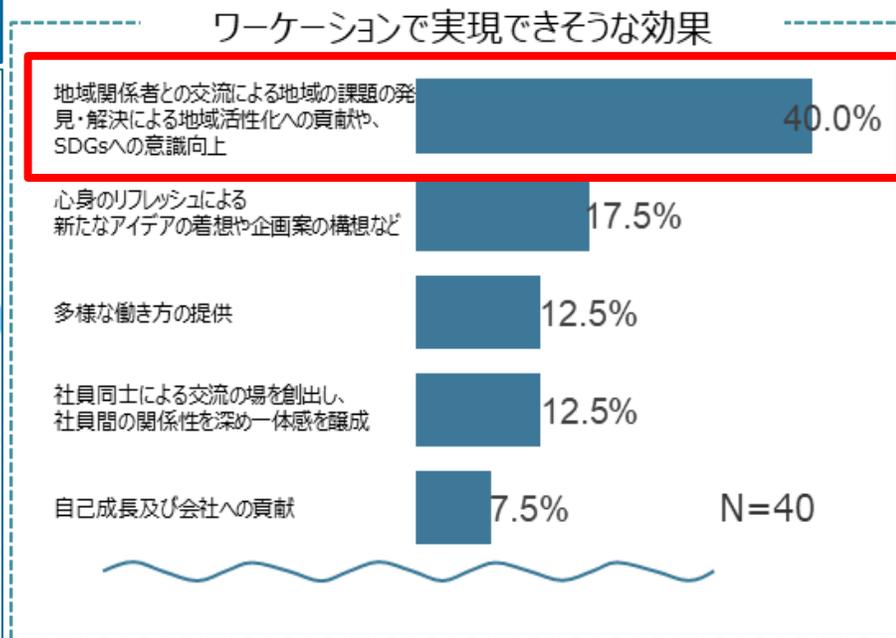
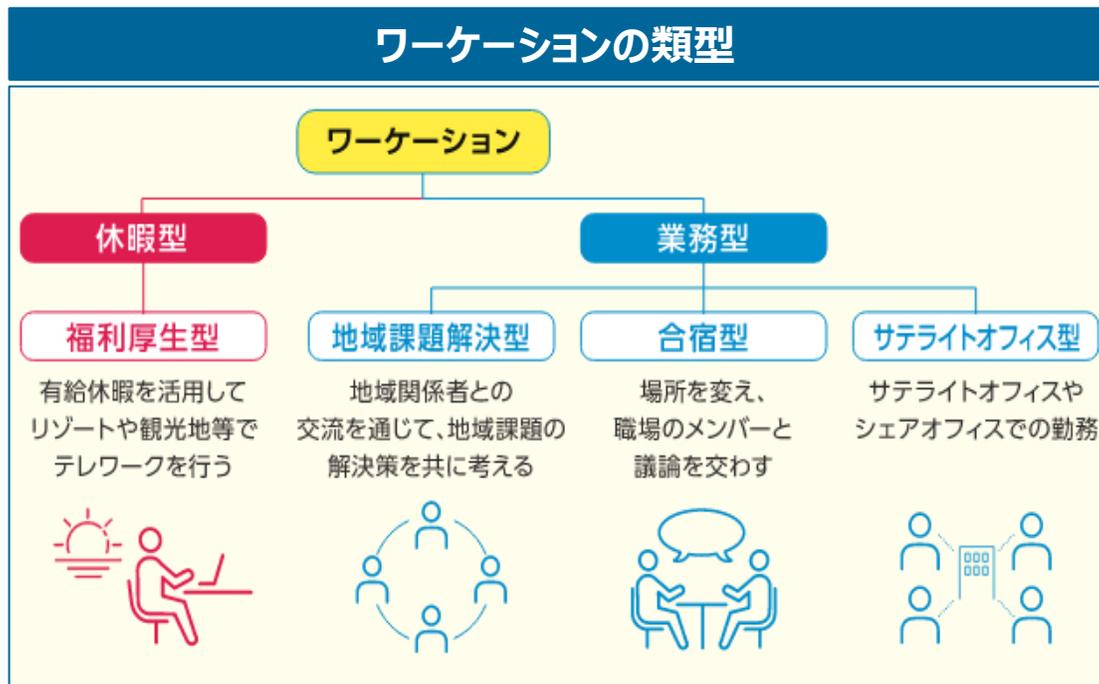
ワークेशनやブレジャーについて、コロナ禍を経たテレワークの普及や働き方の多様化を踏まえて、「より長期かつ多くの旅行機会の創出」や「旅行需要の平準化」につながる取組と捉えるとともに、「働く場所や時間の自由度を高める点で働き方改革や企業の経営課題への対応に寄与し、地域活性化等にも資する意義を有するもの」として、普及・定着に向けた取組を推進する。

ワークेशन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、テレワークやワークेशन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・ワークेशन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、ワークेशन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。

企業からニーズの高いワーケーションモデルの構築に向けて

- ワー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。



(出典) 観光庁調査

観光庁モデル実証事業での採択一覧

令和5年度

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
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6年度

申請主体	実施地域	事業名
株式会社毎日新聞社	長崎県長崎市・佐世保市・五島市	長崎で企業のDEIを実現 子育て世代にもワークーションによる学びを
株式会社Edo	岐阜県飛騨市	「子育て世代も参加可能な業務型ワークーション」実証事業
農ライフーズ株式会社	広島県竹原市	「地域事業創出 × 教育 × 休暇」企業向け 平日親子ワークーション実証事業
日向市	宮崎県日向市	新たなコミュニティ形成に向けたローカル・デジタルノマドワークーション実証事業
福岡市／公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー	福岡県福岡市、大分県別府市、長崎県長崎市・五島市	福岡市を拠点とした別府市、長崎市、五島市との連携による広域でのデジタルノマド受入実証事業
株式会社キッチハイク	和歌山県、和歌山県西牟婁郡白浜町	デジタルノマド家族向けの3-6ヶ月長期滞在プログラム
株式会社パソナJOBHUB	石川県金沢市	デジタルノマド×地域企業とのビジネスマッチングによる金沢の文化・観光活性化プロジェクト
株式会社NomadResort	沖縄県名護市・沖縄島北部やんばるエリア・沖縄市	NomadResort in Okinawa 2024
株式会社毎日新聞社	長崎県長崎市・佐世保市・五島市	長崎で企業のDEIを実現 子育て世代にもワークーションによる学びを
株式会社Edo	岐阜県飛騨市	「子育て世代も参加可能な業務型ワークーション」実証事業

採択地域での取組事例：岩手県釜石市

地域課題 解決型

岩手県釜石市

企業-地域の協働による地域課題解決型ワークショップ

- ✓ 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。
- ✓ こうした生の地域課題に触れることを目的に、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クショッププログラムを実施。



【NTT東日本・NEC】
ワークショップテーマ：水産業

「水産業をテーマに、地域課題に触れるワークショップを実施したい。」

「新たな特産品としてジビエを取り扱ってはどうか？」と考える企業側の意見に対して、地域側の意見を招き合わせてプログラム内容へ反映

行政・地域事業者と交流
現地ワークショップ

漁協に対し、自社ソリューション（IT技術）を用いた
畜養ウニ養殖の効率化および新たな養殖事業を提案

採択地域での取組事例②：宮崎県日向市

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クショップ

- ✓ 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クショッププログラムを実施。

(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



採択地域での取組事例③：長崎県長崎市・佐世保市・五島市

親子

長崎県長崎市・佐世保市・五島市

子育て世代も参加可能な業務型ワーケーション実証事業

- ✓ 長崎県内の施設でのリモートワークや地域課題を抱える事業者との意見交換等を行うワーケーションプログラムを造成し、地域課題等に関心の高い企業をターゲットとしたワーケーション実施を推進。
- ✓ 併せて、子育て世代でも参加可能なように、帯同した子どもを地元小学校や保育施設への体験入学・入園する交流プログラムを造成し、親子で楽しめる新たなワーケーションモデルを構築。



本日のご説明

/ 1. 観光の現状と課題

/ 2. これまでのワーケーション政策の振り返り

/ 3. ワーケーションの次なる可能性

/ 4. 予算概要

ワーケーションの価値？これまでの事業を振り返って

- ✓ これまでに造成したプログラムについては高く評価。地域課題解決型や合宿型といった**業務の発展に関わるワーケーション**に企業から需要が高いと推察。
- ✓ このようなワーケーションプログラムは、**販売単価が高く地域の経済活性化にも寄与**。
- ✓ 上記のワーケーションの価値は、ポストコロナ期においても失われることはない。



お金を払って企業を誘致するのではなく、
お金を貰って企業に来て貰う新たな企業と地域の関係性を構築できるのではないか。

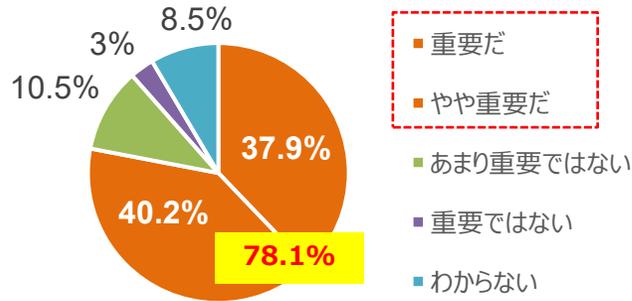
- ✓ 一方で、過年度の事業実施主体からは、
 - ・『ワーケーション』への経営層の不理解・誤解から職員の派遣を見送った企業があった
 - ・『ワーケーション』として実施することから生じる制約を感じた(一定時間コワーキングでの業務時間を作らない等)という声も。

企業における地方回帰の動きの高まり

○ 企業における地方への関心は、コロナ後においても高まり続けていると推察。

78.1%の企業が人材育成を目的とした越境学習を重要と認識

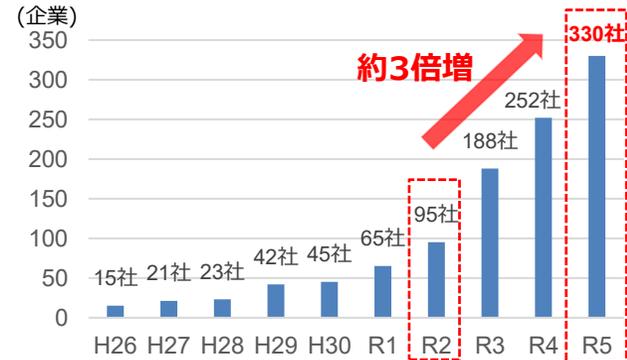
企業における越境学習への関心度



出典：『日本の人事部 人事白書 2022』を基に観光庁作成

地域活性化起業人の派遣元企業数は、コロナ前の約3倍に増加しており、**地方自治体と三大都市圏企業との関係が構築**されつつある

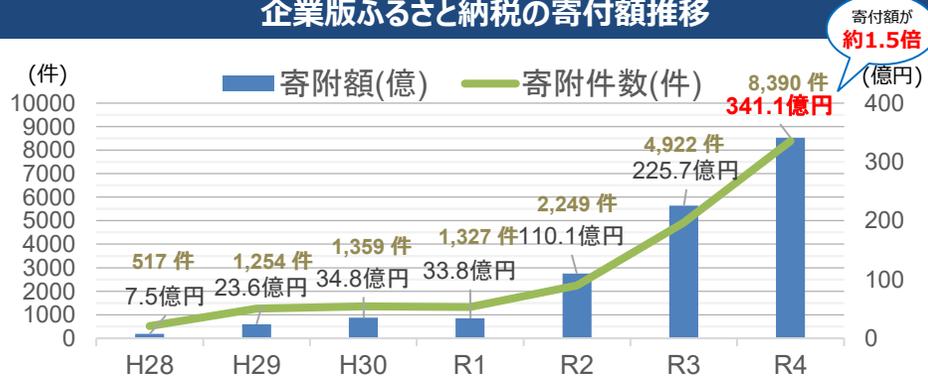
地域活性化起業人の派遣企業数推移



出典：総務省「令和5年度地域活性化起業人（企業人材派遣制度）の状況等」を基に観光庁作成

令和4年度に自治体への寄付額は令和3年度の約1.5倍増加している

企業版ふるさと納税の寄付額推移



出典：総務省「令和5年度地域活性化起業人（企業人材派遣制度）の状況等」を基に観光庁作成

財務的にリターンと平行し**社会や環境へのインパクトを目的とするインパクト投資が増加傾向**、社会課題に対する意識・関心が高まっている

日本におけるインパクト投資残高（推計）の推移



出展：一般財団法人社会変革推進財団(SIIF)/GSG国内委員会「日本におけるインパクト投資の現状と課題」報告書(2016年度-2021年度)を基に観光庁作成

ワーケーションの新たな展開①：『企業版第2のふるさとづくり』

- 「第二のふるさとづくり事業」では、これまで地域住民との交流や地域運営への参画等を通して、何度もその地域を訪問する「来訪者と地域の関係人口化」のモデル構築を進めてきたところ。
- ワーケーションを「企業版第二のふるさとづくり」として捉え直すことで、地域課題解決型や合宿型のワーケーションで行ってきた『企業と地域の関係性づくり』の価値を更に深めることができるのではないか。



ワーケーションの新たな展開①：『企業版第2のふるさとづくり』

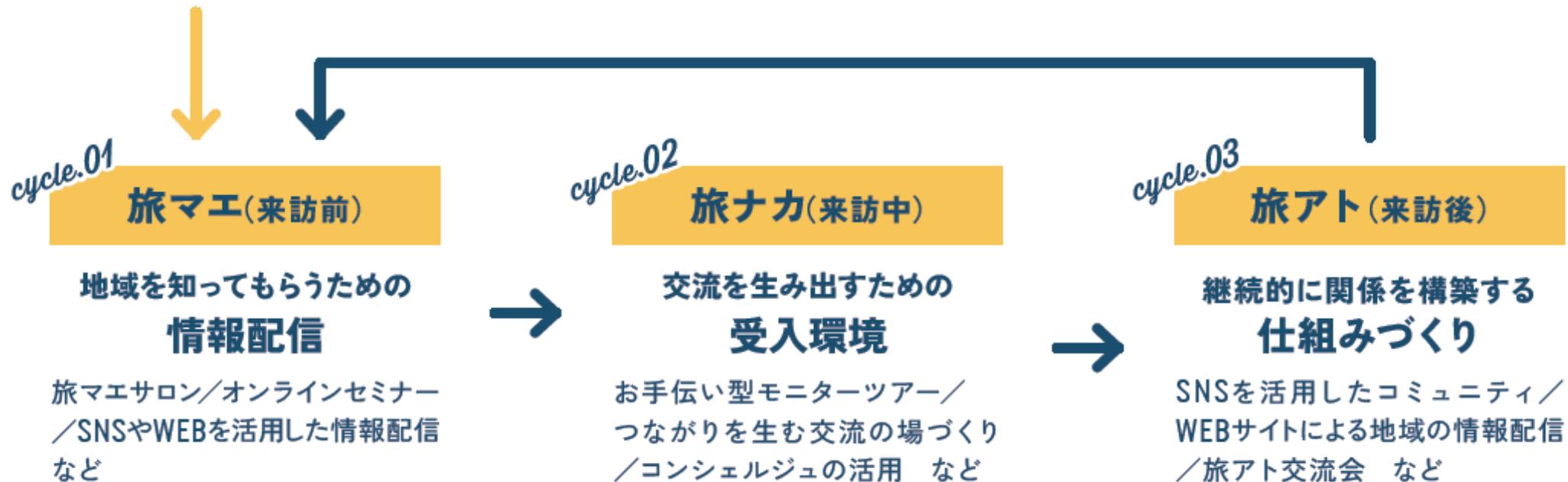
○「第2のふるさとづくり事業」では、人や地域との交流をきっかけに何度もその地域の来訪を目指す取組を支援。

第二のふるさとづくりプロジェクトが目指す循環型サイクル

体制づくり

地域が目指すコミュニティイメージの共有と合意形成

地域課題の把握、ターゲット設定、宿・交通・交流の場の整備 など



ワーケーションの新たな展開①：『企業版第2のふるさとづくり』

- 令和4年度より、これまで累計36地域でモデル実証を実施

香川県琴平町（株式会社地方創生）

- 自身のスキルを地方に活かしたいビジネスパーソン等をターゲットに、**地元住民の生業の体験や町で活躍するローカルイノベーターとの交流**等を行うコンテンツを造成。また、「複業兼業」で関われる仕事や「ボランティア活動」等、**地域との関わりしろとなる情報発信サイト**を構築し、来訪後も地域と関われる環境も整備。
- **モニターツアーに参加した1名が琴平町へ移住。**



京都府南丹市美山地区（一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会）

- 京阪神地域在住の大学生をターゲットに、美山地区に訪れる学生をまちづくりの協力者と位置づけ、今まで地域にクローズされていた**地域行事への参加をテーマにしたコンテンツ**を造成。
- 地域の茅刈り作業や鮎祭りの運営等のお手伝いを通じて、地元住民との交流を図ることで、**モニターツアーに参加した学生1名が地域のDMOに就職。**



ワーケーションの新たな展開：『企業版第2のふるさとづくり』

※令和7年度概算要求資料より抜粋

関係人口化を通じた反復継続した来訪を創出する「第2のふるさとづくり」

- 令和4年度の事業創設以降、地域との交流・地域運営への参画等を通じて地域との繋がり創出を目的とした新たな旅のスタイルの構築に取り組んできたところ。令和7年度においては、過去の取組における課題であった取組地域の拡大や地域経済への波及効果の拡大について重点的に取り組む。
- また、『人と地域の関係人口化』のみならず、企業においても、地方への関心が高まっており、地域課題への接点を求め、ワーケーション等を通じて、地方とのより深い関係の構築を模索する企業が増加。このような傾向に対して、地域と企業の結びつきを強固なものとし継続的な来訪に繋げるため、『企業と地域の関係人口化』の促進に繋がるプログラムを『企業版第2のふるさとづくり』として、企業をターゲットとした地域交流型の新たなプログラムの造成を目指す。

人と地域の関係人口化

(1) 初動事業化支援モデル

専門家の伴走支援により、新たに取組を行う地域の初動を支援。(補助事業)

(2) 先駆的事例創出モデル

地域への経済波及効果の高い新たな事業モデル等の創出を実施。(調査事業)

企業と地域の関係人口化

(3) 企業版第2のふるさとづくりモデル

地域課題の解決など、企業の関心が高いテーマに関して地域との交流を通じて学ぶ体験型プログラムを造成し、滞在を通して知見を企業が地域に還元していく「企業と地域の関係人口化」に向けたモデル事例創出を実施。(調査事業)

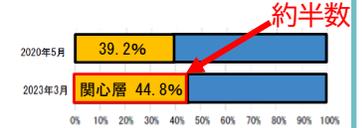
背景・必要性

- コロナ禍を経て、UIJターンを含めた若者・子育て世帯を中心とする二地域居住へのニーズが高まっていることから、地方への人の流れの創出・拡大の手段として、二地域居住の促進が重要。しかし、その促進に当たっては、「住まい」「なりわい(仕事)」「コミュニティ」に関するハードルが存在。
- このため、二地域居住者向けの住宅、コワーキングスペース、交流施設等の整備や、市町村による地域の実情を踏まえた居住環境の整備の取組に対する制度的な支援が必要。
- そこで、**二地域居住**の促進を通じた広域的な地域活性化のための基盤整備を一層推進し、**地方への人の流れの創出・拡大**を図ることが必要。

二地域居住等への関心



地方移住への関心(20歳代)



法律の概要

※1法律上は「特定居住」

1 【都道府県・市町村の連携】 二地域居住※1促進のための市町村計画制度の創設

- 都道府県が**二地域居住**に係る事項を内容に含む広域的な地域活性化基盤整備計画を作成したとき、市町村は二地域居住の促進に関する計画(**特定居住促進計画**)を作成可能
- 特定居住促進計画には、地域における**二地域居住に関する基本的な方針、拠点施設の整備に関する事項**等を記載するものとし、当該計画に定められた事業の実施等について**法律上の特例**を措置(住居専用地域において二地域居住者向けのコワーキングスペースを開設しやすくする等)
 - ⇒ 空き家改修・コワーキングスペース整備について支援<予算>
- 市町村は、都道府県に対し、**二地域居住**に係る拠点施設と重点地区をその内容に含む**広域的な地域活性化基盤整備計画**の作成について提案が可能

都道府県 (広域的な地域活性化基盤整備計画)

- ✓ 広域からの来訪者(観光客等)を増加させるインフラ(アクセス道路等)の整備事業等【現行】
- ✓ **二地域居住**に係る拠点施設【新設】
- ✓ その整備を特に促進すべき重点地区【新設】
- ⇒ インフラ整備(都道府県事業)について社会資本整備総合交付金(広域連携事業)により支援<予算>

市町村 (特定居住促進計画)【新設】

- ✓ 特定居住促進計画の区域
- ✓ **二地域居住**に関する基本的な方針(地域の方針、求める二地域居住者像等)
 - * 住民の意見を取り入れた上で公表し、地域と二地域居住者とを適切にマッチング
- ✓ **二地域居住**に係る拠点施設の整備
- ✓ 二地域居住者の利便性向上、就業機会創出に資する施設の整備
 - * 事業の実施等について法律上の特例を措置
- ▼整備イメージ



<住宅>



<コワーキングスペース>

2 【官民の連携】 二地域居住者に「住まい」・「なりわい」・「コミュニティ」を提供する活動に取り組む法人(二地域居住等支援法人※2)の指定制度の創設

※2法律上は「特定居住支援法人」

- 市町村長は**二地域居住促進**に関する活動を行う**NPO法人、民間企業(例:不動産会社)等**を二地域居住等支援法人として指定可能
- 市町村長は空き家等の情報、仕事情報、イベント情報などの関連情報を情報提供(空き家等の不動産情報は本人同意が必要)
- 支援法人は、市町村長に対し、特定居住促進計画の作成・変更の提案が可能
- ⇒ 支援法人の活動について支援<予算>

3 【関係者の連携】 二地域居住促進のための協議会制度の創設

- 市町村は、特定居住促進計画の作成等に関し必要な協議を行うため、当該市町村、都道府県、二地域居住等支援法人、地域住民、不動産会社、交通事業者、商工会議所、農協等を構成員とする**二地域居住等促進協議会※3**を組織可能
- ※3法律上は「特定居住促進協議会」

【目標・効果】二地域居住の促進により、地方への人の流れの創出・拡大を図る(KPI) ①特定居住促進計画の作成数: 施行後5年間で累計600件
②二地域居住等支援法人の指定数: 施行後5年間で累計600法人

分野	予算(項目)	内容	R7予算要求
住まい	空き家対策総合支援事業	二地域居住の促進に資する取組について重点的に支援	7,900百万円
	空き家再生等推進事業(社会資本整備総合交付金)		社会資本整備総合交付金 608,930百万円の内数
	離島広域活性化事業(社会資本整備総合交付金)	二地域居住の促進に資する取組について重点的に支援	
なりわい(仕事) コミュニティ	地方移住促進テレワーク拠点施設整備支援事業	特定居住促進計画区域内でのコワーキングスペース等の整備に対する個別補助を創設(R6年度より)	130百万円
	地域の人事部支援事業(経産省)	支援要件の一つとして特定居住支援法人の取組であることを追加	300百万円
インフラ	広域連携事業(社会資本整備総合交付金)	交付金の対象に、二地域居住等の拠点施設に関連した都道府県による基盤整備を追加	社会資本整備総合交付金 608,930百万円の内数
観光	第2のふるさとづくりプロジェクト	特定居住促進計画に関連した申請案件について連携	新たな交流市場・観光資源の創出事業650百万円の内数
地域交通	共創・MaaS実証プロジェクト	特定居住促進計画に関連した申請案件について連携	地域公共交通確保維持改善事業27,399百万円の内数
デジタル	デジタル田園都市国家構想交付金(内閣府) (地方創生推進タイプ・地方創生拠点整備タイプ)	二地域居住の促進に資する取組について重点的に支援	120,000百万円の内数
農山漁村	農山漁村振興交付金(農水省) ・地域資源活用価値創出対策 ・中山間地農業推進対策のうち 農村RMO形成推進事業	特定居住促進計画区域内における取組を重点的に支援	10,388百万円の内数

ワーケーションの新たな展開②：『デジタルノマド』

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国際的リモートワーカー。
- 個人起業家やフリーランス、プログラマー、Webデザイナー等、PCがあれば仕事ができる職種が増加傾向にあることにより、今後もこのようなライフスタイルを送る人材が世界的に増加すると予想。

デジタルノマドのペルソナの一例

資料(一社)日本デジタルノマド協会「デジタルノマドブック2023」、トラベルボイス(株)2024.2「観光産業ニューストラベルボイス」、TRAVEL JOURNAL 2023.8.7「特集デジタルノマド」を基に観光庁作成



属性情報

国籍：アメリカ

年齢：35歳

性別：男性

学歴：修士

職業：起業家

収入：1,800万円

家族構成：独身

性格：好奇心旺盛

趣味：サーフィン

セグメント

高学歴・高収入で専門分野の仕事を持つ比較的若くして自立したヤングプロフェッショナル。

ライフスタイル

コロナ禍をきっかけに自然に触れながら、時間と場所にとらわれないフリーなスタイルで働くリモートワーカーに。仕事が終われば趣味のサーフィンやローカルとの交流を楽しむ。

滞在環境

高速で信頼できるインターネット、快適な椅子や机があり、仕事しやすい環境が備わった中長期滞在可能なコリビング。治安等の安全面とともに自然やアウトドアへのアクセスを重視。

仕事

デジタル起業家でローカル企業やコワーキングスペースなどを利用しているノマド同士の交流からスタートアップや新たなイノベーション創出の機会を求めている。

新たなスタイル「スロマド」(sloomad)

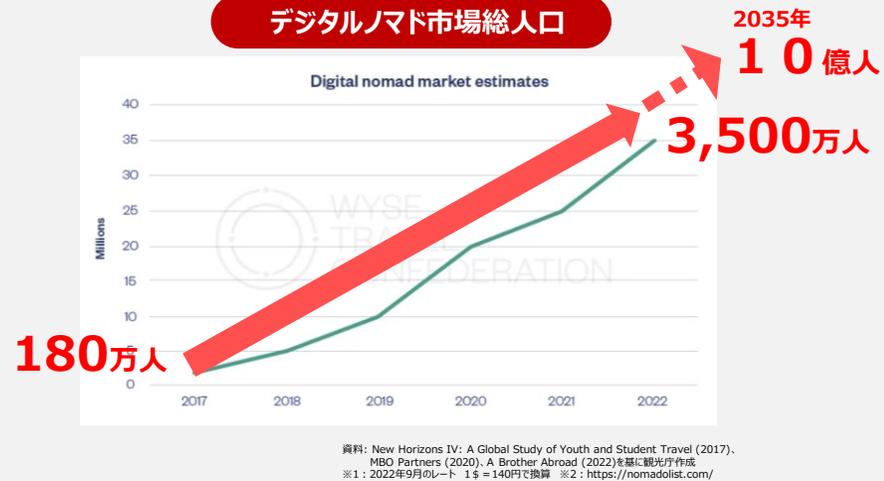
- ✓ デジタルノマドの派生系としてより地域意識が高いデジタルノマドを「スロマド」(スローマインドの略)と呼ぶ。
- ✓ 数週間で移動するデジタルノマドに対して、地元の文化を体験するため特定の場所に6ヶ月から1年程度長期滞在する。ネイティブライクであり、ネイティブに近い生活を送る。
- ✓ 家族との時間を大切にし、子どもの教育の機会がより多い場所で仕事をしたいと考えている。

ファミリーでの長期滞在が期待でき、地域消費はもちろん、地域の文化体験などに積極的に参加する層である。将来的に移住するファミリーも少ない。

デジタルノマドに関する世界的な動き

デジタルノマドの市場総人口は3,500万人

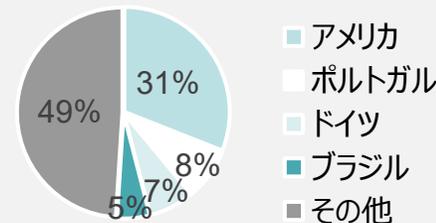
- ✓ 米・旅行情報サイト「A Brother Abroad」の2022年調査によれば、**デジタルノマドは世界に3,500万人以上存在し、市場規模は7,875億ドル**(日本円で約110兆円、一人当たり換算すると約314.8万円※1)と推計している。
- ✓ また、世界中のデジタルノマドにリアルな現地情報を発信してるポータルサイト「NomadList」(※2)の創設者であるPieter levels氏は、「**2035年には世界で10億人のデジタルノマドが誕生するだろう**」と予想している。



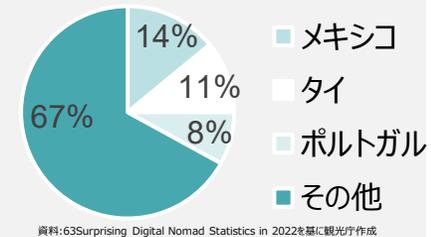
デジタルノマドの国籍と滞在地

- ✓ 国籍はアメリカ31%、ポルトガル8%、ドイツ7%、ブラジルが5%で、**4カ国で全体の51%を占める。**
- ✓ 直近の滞在はメキシコが14%、タイが11%、ポルトガルが8%で中南米、東南アジア、ヨーロッパに分かれる。

デジタルノマドの国籍



デジタルノマドの直近の滞在地



誘致に向けた各国の主な動き

- ✓ デジタルノマドの拡大により、**急速に広がる専用ビザの導入。**
- ✓ 欧州の観光国、旧東欧諸国、カリブ海の国々、中南米諸国に加え、東南アジアにも広がりを見せており、**導入国・地域は40前後に達している。**
- ✓ 日本においても**専用ビザが令和6年4月1日施行。**

各国で専用ビザ発給

- **21年**・エストニアが専用ビザ発給を開始
・スペインがビザ制定を含むスタートアップのビザを承認
 - **22年**・アルゼンチン、コロンビアが180日上限のビザ新設
・マレーシアがデジタル経済新戦略でデジタルノマドビザ導入
 - **23年**・日本が受入れに向けて制度化の検討をアクションプランで明記
 - **24年**・韓国がワーケーションビザを1月1日に発給を開始
・**日本が専用ビザを3月29日公布、4月1日施行**
- 資料: TRAVEL JOURNAL 2023.8.7「特集デジタルノマド」を基に観光庁作成

ニーズとメリット

- 制度の検討過程において、デジタルノマドを対象に実施したアンケート調査では、90日を超える期間我が国に滞在したいとする回答が見られた（「短期滞在」では原則最長90日の滞在）
- デジタルノマドには個人事業主も該当し得るところ、そうした外国の個人事業主が事業を運営する活動は就労活動に該当する（「短期滞在」では就労活動はできない）等

⇒ これらのニーズに応えられる、在留期間を「6月」許可・外国の個人事業主も活用可能な新制度を創設する

デジタルノマド向け在留資格

在留資格

在留資格「特定活動」（6月）を付与

- ※ 更新不可
- ※ 在留カードの交付対象外（住民票の作成対象外）。連絡先等を別途把握

活動内容

- ・外国の法令に準拠して設立された法人その他の外国の団体との雇用契約に基づいて、本邦において情報通信技術を用いて当該団体の外国にある事業所における業務に従事する活動
- ・外国にある者に対し、情報通信技術を用いて役務を有償で提供し、若しくは物品等を販売等する活動

- ※ 活動内容について、本邦に入国しなければ提供又は販売等できないものを除く
- ※ デジタルノマド本人の資格外活動は原則認めない

配偶者・子について

デジタルノマド本人の扶養を受ける配偶者と子の帯同可能

- ※ 帯同する配偶者・子について、要件②（査証免除対象である国・地域の国籍等に限る）・④を満たしていることが必要
- ※ 帯同する配偶者・子の資格外活動は原則認めない

要件

- ①本邦に上陸する年の1月1日から12月31日までのいずれかの日において開始し、又は終了する12月の期間の全てにおいて、本活動を指定されて滞在する滞在期間が6か月を超えないこと
- ②査証免除対象である国・地域かつ租税条約締結国・地域等の国籍等を有している者であること
- ③申請の時点で、年収が1,000万円以上であること
- ④民間医療保険に加入していること

令和6年度事業におけるデジタルノマドの誘客の取組

令和6年4月にデジタルノマド向けの在留資格（デジタルノマドビザ）が新たに施行されたことを受け、観光庁においては、ワーケーション普及定着促進事業の一部として、「デジタルノマド受入に向けた環境及び体制整備に関わる実証事業」を実施。

事業内容

➤ デジタルノマドの誘客に向け、以下の取組を行う地域を公募（上限1000万円/件）。

（1）デジタルノマドの継続的な受け入れに向けた体制の構築・地域戦略の策定

デジタルノマドを誘客するための地域の課題・特性を踏まえた地域の最適なターゲティング・マーケティング、持続的に受け入れを行うための人材育成、販売経路を含む体制構築や中長期的なデジタルノマド誘客に向けた地域戦略策定。

（2）デジタルノマド向け滞在プログラムの造成

海外に本拠地を持つデジタルノマド10名以上を対象とし、2週間以上の中長期滞在を前提とする滞在プログラムの企画・造成及びモニターツアーの実施。

（3）滞在中のデジタルノマドに対するフォロー体制の整備

英語等で滞在支援をおこなうコーディネーターの確保・育成等を通じて、モニターツアーによる滞在中のデジタルノマドの生活ニーズや観光周遊に対する要望等をフォローし支援。

（4）情報発信

デジタルノマドが参加を検討するの当たり必要な情報（滞在費用、宿泊施設、ワーク環境、体験メニュー等）の発信や、招聘したインフルエンサーのメディアや所属するコミュニティ等を介した滞在の様子・地域の魅力等を発信。

（5）効果検証・フォローアップ

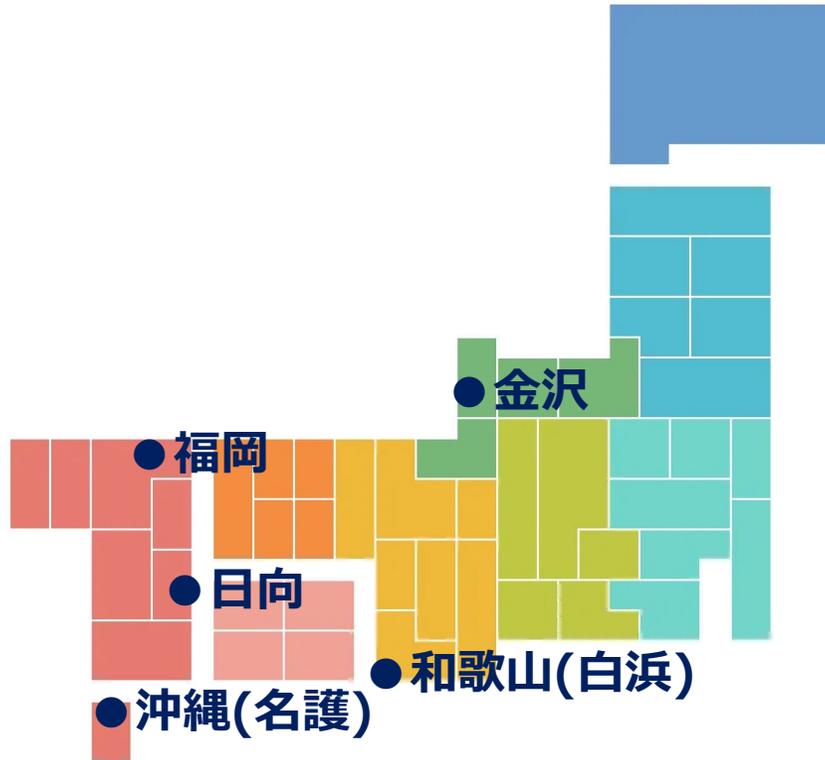
デジタルノマド含むモデルツアーに関わった関係者へのアンケート調査、地域消費額・ビジネスマッチング件数の確認。マーケティングに必要なワーケーションプログラム終了後の滞在・周遊先、ブログ等で発信される情報の確認。

【令和6年度】採択事業一覧

- 令和6年度事業におけるデジタルノマド誘客に向けたモデル実証事業では、**5件を採択**。
- 有識者による選定委員会では、デジタルノマドは、**ビジネスインバウンドであること、通常のインバウンドよりも長期滞在が期待できること、というデジタルノマドの特性を生かした事業内容を提案する申請について評価**。

申請主体	実施地域	事業名
日向市	宮崎県日向市	新たなコミュニティ形成に向けたローカル・デジタルノマドワーケーション実証事業
福岡市／ 公益財団法人福岡観光 コンベンションビューロー	福岡県福岡市、 大分県別府市、 長崎県長崎市・五島市	福岡市を拠点とした別府市、長崎市、五島市との連携による広域でのデジタルノマド受入実証事業
株式会社キッチハイク	和歌山県、 和歌山県西牟婁郡白浜町	デジタルノマド家族向けの3-6ヶ月長期滞在プログラム
株式会社パソナJOBHUB	石川県金沢市	デジタルノマド×地域企業とのビジネスマッチングによる金沢の文化・観光活性化プロジェクト
株式会社NomadResort	沖縄県名護市・ 沖縄島北部やんばるエリア・沖縄市	NomadResort in Okinawa 2024

【令和6年度】採択事業①



宮崎県日向市

新たなコミュニティ形成に向けたローカル・デジタルノマドワーケーション実証事業

- 地域特性よりサーフィン文化を求める「サーファー・デジタルノマド」と地域体験や交流を求める「ローカルデジタル・ノマド」をターゲットに設定。プログラムは「観光領域」と「ビジネス領域」のコンセプトに分けて、それぞれコミュニティ形成を促進する交流会や広域連携プログラムを造成。
- また、デジタルノマドの継続的な受入に向けてコーディネーター育成のための人材育成セミナーを設立し、コーディネーター認証登録制度を新設する。



【令和6年度】採択事業②

石川県金沢市（株式会社パソナJOBHUB）

『デジタルノマド×地域企業とのビジネスマッチングによる 金沢の文化・観光活性化プロジェクト』

- 主に欧米のビジネスプロフェッショナル、起業家、投資家であるデジタルノマドを誘致し、各ビジネスニーズに合わせた滞在プログラムを造成。（14日間パターン、1ヶ月パターン）
- 具体的には、地域企業への投資やデジタルノマドが起業するビジネスと地域企業とのビジネスコラボレーションにつながる商談の場や現地企業視察の場の設定等を行う。
- また、地域の企業や組織・コーディネーターを対象にした海外起業家や投資家を受け入れる為のセミナーの開催等も行う。



和歌山県白浜町（株式会社キッチハイク）

子ども連れデジタルノマド向けに、日本のこども教育の豊かさと自然環境を体験する3ヶ月以上の中長期滞在プログラムを展開

- 未就学児の子どもがいる30から40代のデジタルノマドを招聘し、家族で楽しめる収穫体験や文化工芸体験など日本のこども教育の豊かさと和歌山の自然を体験する長期滞在プログラムを提供する。
- 一方、親が働いている時間は子どもは安心して預けられる保育園に滞在、親は白浜町のワーキングスペースにて快適に業務を実施。日本の企業とのコラボレーションやミートアップなど交流プログラムを実施する。
- また、「Digital Nomad for Kids」サイト等誘致ターゲットのコミュニティへの情報発信も行う。



【令和6年度】採択事業③

福岡市／

公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー

福岡市を拠点とした別府市、長崎市、五島市との連携による
広域でのデジタルノマド受入実証事業

- ターゲットを国内のビジネス就労や投資等の展開が期待ができる経営層と設定し、福岡市主催のデジタルノマドイベントに合わせて、対日投資を呼び込むビジネスマッチングや交流を創出するプログラムを造成。
- さらに、五島市、別府市、長崎市と連携した各地域の観光コンテンツを体験するツアーも実施。
- あわせて、コーディネーターによるコミュニティの活性化、ビジネスマッチングの促進を行う他、世界最大のデジタルノマドコミュニティ「ノマドクルーズ・ノマドベース」を活用した情報発信も実施する。



沖縄県名護市・やんばるエリア・沖縄市 (株式会社NomadResort)

NomadResort in Okinawa 2024

- ウェルネスへの関心が高くナチュラル志向で自然アクティビティを好む層をターゲットとして誘致し、アドベンチャープログラム、リトリートプログラムを含むモニターツアーを実施。
- また、コザスタートアップ商店街との連携や「ResorTech EXPO in Okinawa」への参加を通じて、デジタルノマドと地元企業・スタートアップとの交流を促進。さらに、沖縄北部の不動産ツアーを行い空き家活用（不動産投資）への興味関心も調査する。
- 滞在プログラム終了後もSNSを通じてデジタルノマドとの関係を維持し、地域との継続的な交流を促進。

デジタルノマド誘致の意義

デジタルノマドへの期待

- デジタルノマドビザの活用により最大6ヶ月の滞在が可能。長期滞在を通じて滞在期間全体での消費額が富裕層にも比肩するポテンシャル。
- デジタルノマドはビジネスインバウンドであり、対日投資の拡大や日本企業とのビジネスマッチング等によるイノベーション創出にも期待。

●長期滞在による観光消費の拡大

デジタルノマドビザの活用により最大6ヶ月の滞在が可能。一日あたりの消費単価は富裕層に及ばないものの、長期滞在を通じた滞在期間全体での消費額が富裕層にも比肩するポテンシャルがあると想定。

●対日投資の拡大・新たなイノベーションの創出

デジタルノマドビザを活用して来訪する者は、年収1000万円以上のビジネスインバウンド。個人企業家やスタートアップ企業勤務者も少なくないため、対日投資の拡大や日本企業とのビジネスマッチング等によるイノベーション創出にも期待。

●スノーリゾート等における繁閑差対策

スノーリゾートなど、繁閑差が激しく、通年での運営が困難である地方の観光地においては、閑散期に遊休となっている宿泊施設等を活用し、デジタルノマドの誘客を進めることで通年での観光地化が図られ、観光消費額の向上のほか、雇用の安定化・設備投資への投資余力の向上などの効果も期待。

本日のご説明

/ 1. 観光の現状と課題

/ 2. これまでのワーケーション政策の振り返り

/ 3. ワーケーションの次なる可能性

/ 4. 予算概要

地方誘客促進によるインバウンド拡大 (80億円)

地域の観光資源を活用し、
より高単価な特別体験商品を造成



特別名勝での茶懐石体験



国際スポーツ大会での
選手との交流や特別観覧

観光コンテンツの開発、
適切な販路開拓、情報発信等を総合的に支援



伝統工芸や生業の活用



冬の星空観測

能登半島地震の観光再生支援 (5億円)

専門家の派遣により、計画策定、
コンテンツ造成、プロモーション等を支援

観光地・観光産業の再生・高付加価値化 (300億円)

面的な宿泊施設の改修、廃屋撤去等を支援



宿泊施設の大規模改修

オーバーツーリズム対策等の受入環境整備 (158億円)

オーバーツーリズムの未然防止・抑制を推進



受入環境の整備・増強



マナー違反行為の防止・抑制

ユニバーサルツーリズムを促進



宿泊施設のバリアフリー化

令和6年度補正予算 地域観光魅力向上事業

事業目的・背景・課題

- コロナ禍以降、三大都市圏への需要の偏在が深刻化。2024年は若干改善したが、**依然として地方誘客の状況はコロナ前水準に達しておらず、都道府県ごとにも需要の回復に差が生じている**状況。インバウンドの地域偏在を解消し、全国津々浦々に観光による経済効果を波及するためには、**地域の多様な観光資源を生かした観光コンテンツの造成**を更に進め、**来訪目的の創出**が必要。
- また、**個人手配化・オンライン手配化への急激な転換**といったコロナ後の状況を踏まえ、観光コンテンツの造成だけでなく、**適切な販路開拓や情報発信も含めた総合的な支援**が必要。これらの支援を通じて、**地方誘客を行う上で来訪の目的の創出を担う重要産業である地域の観光コンテンツ産業の裾野の拡大や活性化に寄与**。

事業内容

- 将来に亘って持続的に地方誘客が促進されるよう、まだ観光に未活用な地域資源の活用など、**地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発から、適切な販路開拓や情報発信の総合的な支援**を行い、中長期に亘って販売可能なビジネスモデルづくりの支援を全国各地で実施。

<支援内容>

- ・ 観光分野の専門家によるアドバイス等を通じた観光コンテンツの磨き上げや商品化の支援
- ・ 観光コンテンツの販路開拓のための商談会の開催やOTA掲載等の支援、SNSによる情報発信等の支援

事業イメージ



事業スキーム

- ・ 事業形態：間接補助事業 400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率1/2
(補助上限：1,250万円、最低事業費：600万円)
- ・ 補助対象：国→民間事業者(事務局)→地方公共団体、DMO、民間事業者等

【令和5年度補正】地域観光新発見事業 ワークーション案件採択事例

- 地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一環した支援を実施。

みのシェアリング株式会社 [実施地域：岐阜県美濃市]

「地域分散型シェアオフィス×古民家×保育」により親子で地方の暮らしを中長期で満喫するインバウンド誘客事業

- 海外都市に住む外国人子育て家族を誘客し、子どもは日本の地方にある保育園に通い、親は地域分散型シェアオフィスでワークーション、夜には居酒屋ツアー、週末は伝統工芸体験や自然アクティビティなど地域住民と交流ができる様々な機械を創出。

一般社団法人きたまえJAPAN [実施地域：石川県七尾市]

街まるごと提案ワークーション創造的復興を目指した参勤交代ツアー推進事業
inYATAGOUビレッジセカンド大学

- 能登震災からの復興に向けて、都市部や海外企業のCSR活動の一環としてワークーション等の手法を活用した被災支援のニーズを受け入れ体制を構築し、関係人口の創出による新たな発見、アイデアの商品化等により、観光地域復興へつなげることで、復興の光を観る新たな観光商品を造成。

一般社団法人かい [実施地域：群馬県館林市]

里沼文化を「アート」でアップデート！子育て世代へ向けた新しい地域観光と滞在のかたち「アートツーリズム&ワークーション」事業

- アーティストが再構築した里沼文化・地域の魅力を体験するアートワークーションツアープログラム。アーティスト視点だからこそ成し得る、遊休資産の活用・リブランディングを行う。
- プログラムにはアーティストも同行し、常にその独自の視点から読み解く地域を参加者は体感する。



ご清聴ありがとうございました

