

Sapporo Workation

札幌版ワーケーション調査業務 — 実施報告書 —

2021年3月31日



(株) J T B
北海道事業部 営業第4課

1. 事業概要
2. 事業実施体制
3. 業務スケジュール

事業目的

札幌市では、ウィズコロナ・ポストコロナにおける観光の活性化を図るため、新しい旅行スタイルの1つとして、旅行先で余暇を楽しみながら仕事を行う「ワーケーション」の推進を検討している。

本件業務は、ワーケーションを推進するにあたり、ワーケーションの基礎的情報やワーケーションに取り組む企業のニーズ、札幌の強みや特徴などについて調査・分析するとともに、札幌でのワーケーションを実際に体験してもらうモニターツアーを実施することにより、札幌に適したワーケーションのスタイルを明らかにすることを目的とする。

事業概要

1

ワーケーションに関する基礎調査の実施

文献調査や先進事例調査、ワーケーションに意欲的に取り組む企業へのヒアリング調査等により、目的、ニーズ、ターゲット、滞在期間などに応じたワーケーションのスタイルを類似的に整理し、ワーケーションの推進により札幌市に期待される効果ならびに札幌市の強みや特徴、活用すべきコンテンツ等を分析。札幌市でワーケーションを実施する場合に想定される滞在プランを検討する。

2

アンケート・ヒアリング調査の実施

※モニターツアーの企画・実施から、事業内容を変更

1の調査結果をもとに、札幌でのワーケーション推進の可能性を実証するため、ニーズやターゲット、滞在プラン等が異なる複数のスタイルのワーケーションモニターツアーを企画・実施予定であったが新型コロナウイルスの影響により、インターネット調査（一部ヒアリング）へ変更した。アンケート調査は、企業向け・個人向け・札幌市内宿泊施設向けを実施し、コワーキングスペース事業者を対象にヒアリングを実施した。

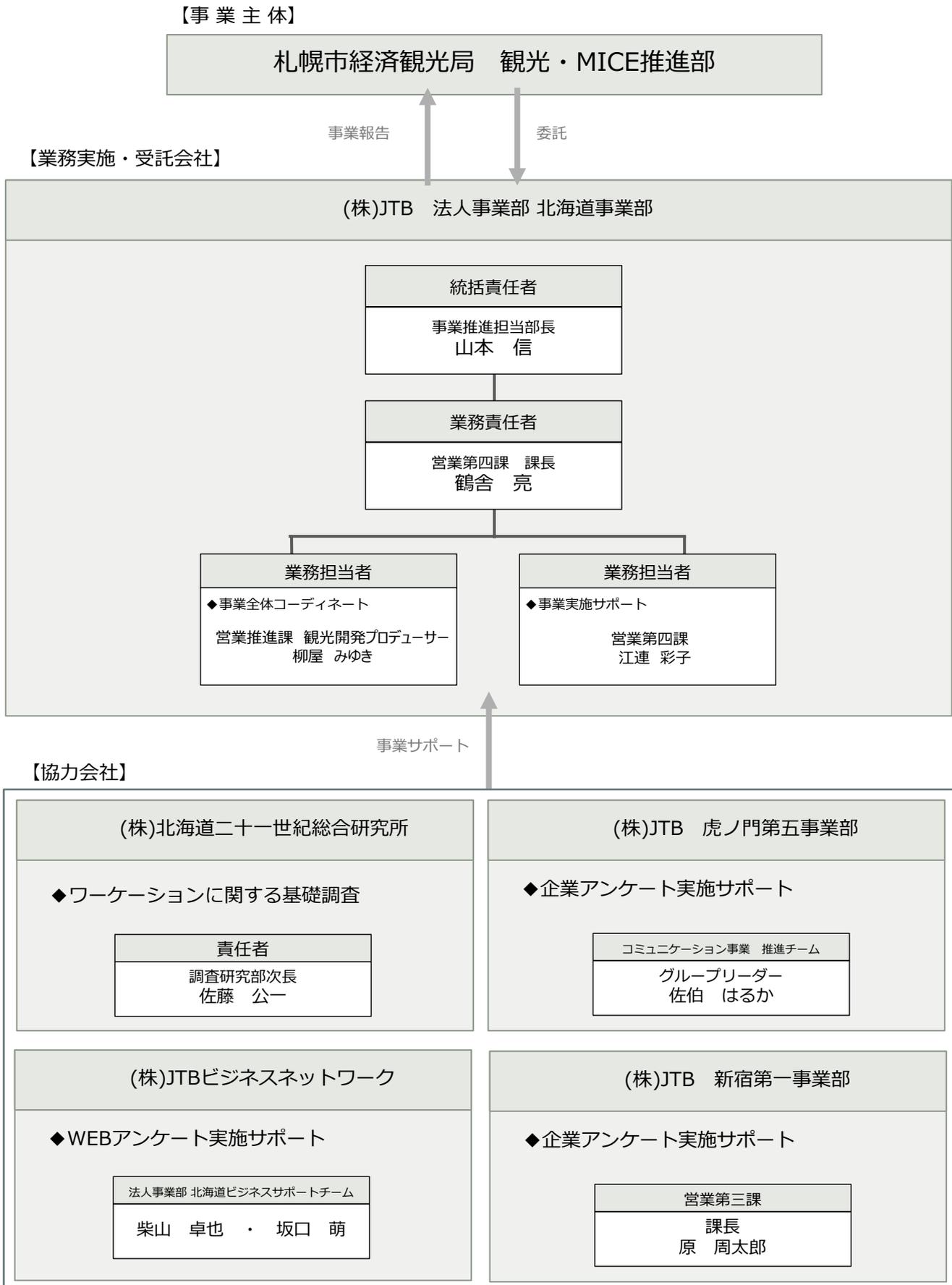
3

札幌版ワーケーションの検討

1・2の調査結果を踏まえ、札幌市に適したワーケーションのスタイルを検討し、今後札幌市がワーケーションを推進するにあたり、目指すべき方向性を提示する。

2. 事業実施体制

業務実施体制図



3. 業務スケジュール

業務スケジュール

事業内容	12月	1月	2月	3月
ご契約・打ち合わせ		<p>● 契約</p> <p>※札幌市と調整し、随時打ち合わせを実施</p>		
(1) ワークーションに関する基礎調査		<p>→ 文献・アンケート調査</p> <p>→ 連携中枢都市圏にヒアリング</p>		
(2) モニターツアーの実施 中止 ※新型コロナウイルスの感染拡大状況を考慮し、WEBでの消費者調査へ変更				<p>⇔ WEBアンケート実施</p>
(3) 札幌版ワークーションの検討			<p>調査結果反映</p> <p>⇔ 調査結果、アンケート結果から札幌版ワークーションの方針を検討</p>	
報告書の作成				<p>● 報告書作成</p> <p>→ 提出</p>

4. ワークーションに関する基礎調査

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

①ワークーションスタイルの整理

ワークーションは「ワーク+バケーション」を組み合わせた造語というのが一般的な認識であり、当初はバケーション（休暇）を目的とした滞在の中にリモートワークでの勤務を組み込む形態であった。現在では、平日はリモートワークを行い、休日にバケーションを行う「ブレジャー（ブリージャー）」などのワーク（業務）重視の形態、その他には「ワーク+コミュニケーション（交流）」、「ワーク+エデュケーション（教育）」など、ワークプログラムの幅が広がり、多様な実施形態を見せている。

既有資料をもとに、実施目的、ターゲット、滞在様式の3パターンに分け、ワークーションスタイルの整理を行った。

◆実施目的

業務型、休暇型の2つに大きく分類される。滞在中に業務を主たる目的とする場合、まずはサテライトオフィスやコワーキングスペース、宿泊施設において通常業務を行うことが考えられる。そのほか、チームビルディング研修や開発合宿などに加え、社会貢献活動や地域づくり活動への参加など、訪問地ならではの地域交流を志向する動きもみられる。

休暇を主としたワークーションでは、長期休暇の取得促進による福利厚生、また社員のモチベーション向上を目的とした実施がみられる。いずれの場合でも、参加者のみならず受入地域にもメリットがあるようなウィンウィンの関係を構築することが、ワークーション受入の取組を推進するにあたり、重要と考えられる。

◆ターゲット（実施者）

ワークーションのターゲット（実施者）に着目すると、まず雇用者とフリーランス（個人事業主を含む）の2つに大別される。フリーランスの場合には多様で柔軟な実施が想定されるが、雇用者の場合、労働法や勤怠管理などの面から、様々な制約が生じうる。そのため、雇用者におけるワークーション実施形態については、大きく「休暇活用型」、「日常埋め込み型（リゾートテレワーク）」、「研修型」、そして「ブレジャー（ブリージャー）型」の4つに分類される。

「休暇活用型」は日本におけるワークーション勃興の契機となった類型であり、バケーション重視の実施形態とされる。長期休暇取得中に特定の時間帯に限りリモートワークを行い、業務に従事することにより、有給休暇の取得促進などが期待される。日本航空(株)ではこの制度を導入しており、休暇期間中に「ワークーション」として勤務した日をカウントし、会社側が管理している。

次に、「日常埋め込み型（リゾートテレワーク）」とは、観光地のサテライトオフィスやコワーキングスペースなどで通常業務などを主として実施する形態であり、長期滞在や2拠点居住なども可能と考えられる。社内規定整備などが必要とされるが、地方での副業や「逆参勤交代」とする地方での柔軟な働き方の可能性も期待される。

また、「研修型」の実施形態は、従来の企業研修や研修旅行などに相当する概念であり、チームビルディング研修や部署単位などでの開発合宿（ハッカソンなど）などに活用される。

最後に、「ブレジャー型」は出張業務にプラスして有給休暇を取得し、観光や地域交流などを実施する「ブレジャー（ブリージャー）」の形態となる。

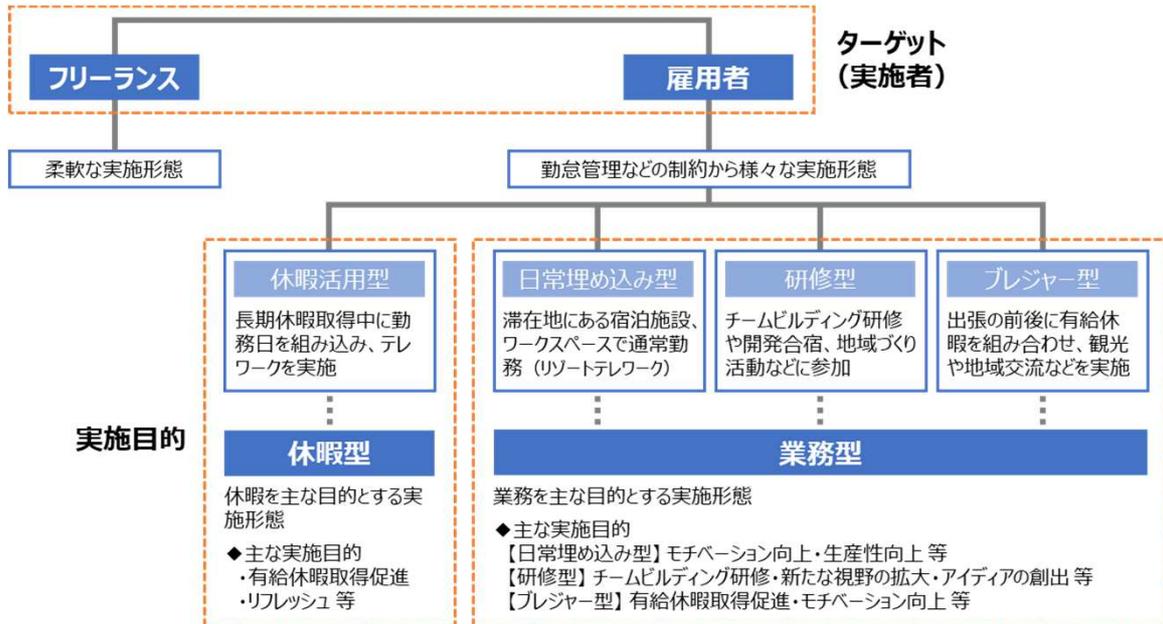
(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

①ワークーションスタイルの整理

◆滞在様式

札幌市におけるワークーション戦略策定にあたり、滞在様式も重要と考え、滞在型と周遊型の2つで整理を行った。

拠点型は宿泊施設、ワークスペースなどに拠点を設けた滞在様式となる。参加者にとって移動の負担が少なく、また地域における滞在時間が長くなり、受入地域にとっては魅力発信や理解促進が図りやすいメリットがある。一方、周遊型の滞在では、広大な北海道の利点を活かし、滞在期間中に複数地域を訪問しながら、地域交流や観光などを体験することができる。地域の多様な魅力を発信できるメリットがある一方、移動が多く、心身の負担も大きくなるというデメリットも考えられる。



図：ワークーションスタイルの整理

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

②ワークーションの推進により期待される成果

関係するステークホルダー（利害関係者）ごとに、ワークーション推進によりもたらされる成果を整理した。ここでは、主なステークホルダーとして、①ワークーション制度を導入する企業、②参加者（従業員、個人）、③受入地域（自治体）、④ワークーション関連事業を行う地域事業者の大きく4つに分類した。

◆ワークーション制度を導入する企業

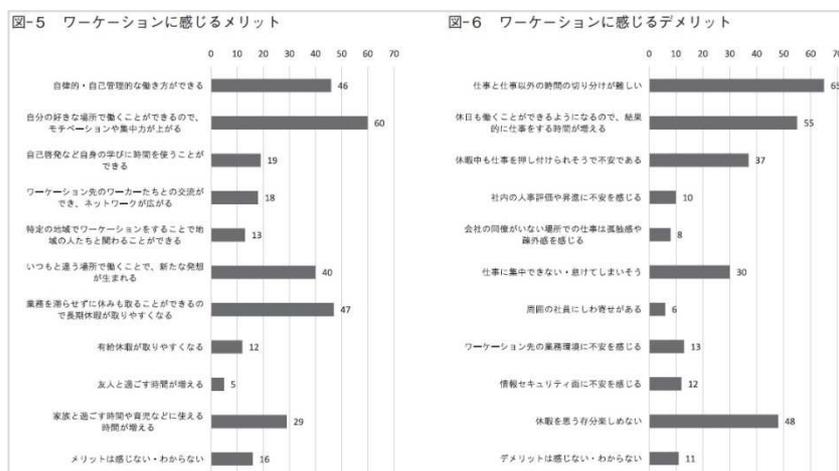
実施目的は様々であり、休暇を主たる目的とする場合には、働き方改革、特に年次有給休暇の取得促進への効果が期待される。若年層を中心に価値観の多様化が進む中、柔軟な働き方を導入することで企業の魅力度向上にもつながり、優秀な人材の確保、定着促進の効果が期待されている。そのほか、健康経営の視点から社員のウェルネス向上などの効果も想定される。

今後の自社におけるビジネス拡大を企図した実施形態では、訪問地での自治体や地域事業者との交流、リフレッシュした環境で業務に取り組むことによる新たなアイデア創出などがワークーション導入の効果として期待される。

◆参加者（従業員、個人）

参加者にとっては、休暇と組み合わせた働き方により、心身のリフレッシュに伴うモチベーション向上が期待される。また、地域交流を主としたボランティアやプロボノ活動、副業など、自律的な働き方の実現が可能となることが考えられる。そのほか、通常の観光旅行や出張と比べて長期滞在が可能となることから、訪問地ならではの経験を通じた発想や視野の拡大なども期待される。

その一方、ワークーション制度自体に対する理解が十分でないことから、必ずしも従業員全てが肯定的に捉えているものでないという指摘もある。企業に正社員として勤める男女120人を対象に実施された「新たな働き方・休み方に関するアンケート調査（2019）」によると、ワークーションのメリットとして上位から順に「自分の好きな場所で働くことができるので、モチベーションや集中力が上がる」（50%）、「業務を滞らせずに休みも取ることができるので長期休暇が取りやすくなる」（39%）、「自律的・自己管理的な働き方ができる」（39%）が挙げられる一方、「仕事と仕事以外の時間の切り分けが難しい」（54%）、「休日も働くことができるようになるので、結果的に仕事をやる時間が増える」（46%）、「休暇を思う存分楽しめない」（40%）といった意見がワークーションに感じる不安として挙げられた。



出典：「日本型ワークーションの効果と課題-定義と分類、およびステークホルダーへの影響-（2020）」より抜粋

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

②ワークーションの推進により期待される成果

◆受入地域（自治体）

ワークーションは現在、国が推進している関係人口創出や地域活性化、テレワーク推進、そのほか観光振興など様々な施策と親和性が高いものとなっている。例えば、北海道では令和元年度から「ワークーションをフックとした新たな関係人口の創出・拡大」を目的とした『北海道型ワークーション事業』を開始し、令和2年度は道内39自治体とともに主に関係人口の創出、それに伴う地域づくり活動の持続性確保などを目的として事業を推進している。上述のとおり、ワークーション参加者との継続的な交流を通じ、交流人口、関係人口の創出・拡大、地域交流の活性化などが期待される一方、ワークーション取組の目的を将来的な企業誘致への導線として捉えて取組を推進する自治体もあり、各自治体における施策達成ツールとしてワークーションは利用されてきている。

令和2年度から観光庁では、長期滞在に伴う域内消費の増加や、観光需要の平準化につながることを期待し、ワークーションやブレッジャーなどの「新たな旅のスタイル」を普及させるための取組を開始している。

◆地域事業者

ワークーション関連事業者にとっては、シェアオフィス、コワーキングスペースビジネスの展開など、新たな業態による需要拡大が見込まれる。また、そうしたインフラ設備は必ずしも域外からの利用者向けでなく、今後新型コロナウイルス感染拡大防止に伴って地方でもテレワークが浸透すると考えられる中、地域住民による利用拡大も考えられる。

その他の地域事業者にとっては、訪問中の交流によって企業による人脈が地域に還元されるだけでなく、交流を通じたイノベーション創出、ビジネス機会の拡大なども期待される。

表：ワークーションの推進により期待される効果

参加者	①導入企業	<ul style="list-style-type: none"> ・年次有給休暇の取得率向上 ・優秀な人材の確保、職場満足度向上に伴う社員の定着促進 ・地域との関わりを通じた地域活性化への貢献（地域づくり活動への参加） ・地域との関わりによる新たなビジネス機会の創出 など
	②参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・心身のリフレッシュに伴うモチベーションの向上 ・訪問地ならではの経験を通じた発想や視野の拡大 など
受入地域	③受入自治体	<ul style="list-style-type: none"> 【交流人口、関係人口の創出】 ・地域交流の活性化、地域活動の持続性確保 ・地域のもつ魅力発信、理解促進 など 【観光振興・産業振興】 ・域内消費額の増加 ・平日、閑散期への分散促進による観光需要の底上げ ・企業誘致への導線 など
	④地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな業態による需要拡大（コワーキングスペースの開設など） ・参加企業との交流によるビジネス機会、イノベーションの創出 ・地域への人脈還元 など

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

◆とりまとめの視点

札幌は北海道内最大の都市であり、ワークーションで必要とされる宿泊先やワークスペース、またワークーションに関連する施設などが豊富に存在していることが、ワークーション推進にあたっての一つの強みと考えられる。

本事業では「観光地としての位置づけ」「ワークーションに必要な関連施設」の面から、それぞれ特徴を整理した。

ア) 観光地としての位置づけ

・(株)ブランド総合研究所が実施した調査(第15回 地域ブランド調査2020)によると、市区町村の魅力度ランキングで札幌市は函館市と並び全国2位に位置付けられており、さらに魅力項目として「観光意欲度(観光や旅行に行きたいかを4段階評価)」をみると、札幌市は函館市とならび全国1位となっている。

魅力度ランキング(市区町村 1位~25位)

順位	市区町村名	都道府県名	点数
1 (3)	京都市	京都府	51.9
2 (1)	函館市	北海道	51.3
2 (2)	札幌市	北海道	51.3
4 (6)	横浜市	神奈川県	48.1
5 (4)	小樽市	北海道	46.9
6 (5)	神戸市	兵庫県	44.8
7 (7)	鎌倉市	神奈川県	44.6
8 (8)	金沢市	石川県	43.8
9 (9)	富良野市	北海道	43.7
10 (10)	仙台市	宮城県	38.8
11 (12)	熱海市	静岡県	38.2
12 (13)	箱根町	神奈川県	38.0
13 (10)	日光市	栃木県	37.7
14 (16)	那覇市	沖縄県	37.0
15 (22)	伊勢市	三重県	35.6
16 (14)	石垣市	沖縄県	35.4
17 (18)	別府市	大分県	34.0
18 (19)	屋久島町	鹿児島県	33.8
19 (25)	名古屋市	愛知県	33.7
20 (15)	軽井沢町	長野県	33.3
21 (23)	伊豆市	静岡県	32.6
22 (20)	長崎市	長崎県	32.5
23 (32)	沖縄市	沖縄県	31.9
24 (21)	宮古島市	沖縄県	30.7
25 (28)	姫路市	兵庫県	30.4
25 (32)	倉敷市	岡山県	30.4

出所：(株)ブランド総合研究所

主要な評価項目の上位ランキング(1000市区町村ランキング)

項目	1位	2位	3位	4位	5位
認知度	名古屋市(1)	京都市(2)	神戸市(4)	大阪市(5)	新宿区(3)
魅力度	京都市(3)	函館市(1)、札幌市(2)		横浜市(6)	小樽市(4)
情報接触度	札幌市(2)	新宿区(3)	大阪市(4)	渋谷区(6)	京都市(1)
居住意欲度	横浜市(1)	神戸市(2)	鎌倉市(5)	札幌市(3)	京都市(7)
観光意欲度	札幌市(1)、函館市(1)		京都市(3)	小樽市(4)	富良野市(11)
産品想起率<食品>	札幌市(3)	夕張市(2)	仙台市(1)	函館市(6)	松阪市(7)
産品想起率<食品以外>	今治市(1)	有田町(2)	輪島市(4)	伊万里市(3)	小樽市(5)

出所：(株)ブランド総合研究所

・現在、新型コロナウイルスの影響もあり北海道外からの観光客の入込は伸び悩んでいる状況ではあるが、札幌市は観光地としての魅力は全国的に高い位置にあることから、ワークーションの需要のポテンシャルは大きいものと考えられる。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

イ) ワークーションに必要な関連施設

・ワークーションの受入れに必要な施設（必要とされる環境整備）として、公益財団法人日本交通公社では、以下の事項を整理している。

業務内容ごとにみたワークーションで必要とされる環境整備

働き方・活動の例	求められる環境・機能の例	個人や企業が求める効果
<ul style="list-style-type: none"> ・事務業務 ・研究・執筆業務 ・デザイン・企画業務 	<ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fi環境 ・集中できる空間（インスピレーションを得られる空間） ・長時間座っても疲れないイスやテーブル 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性の向上 ・発想力・創造力の向上
<ul style="list-style-type: none"> ・オフサイトミーティング ・研修・合宿 	<ul style="list-style-type: none"> ・Wi-Fi環境 ・声を出しても迷惑にならない空間 ・ミーティングルーム ・プロジェクターやスクリーン（プレゼンや発表などをする際に利用） ・プリンター 	<ul style="list-style-type: none"> ・チームの団結力の向上 ・発想力・創造力の向上
<ul style="list-style-type: none"> ・CSRとしての地域活動 ・地元住民や地元企業との交流 	<ul style="list-style-type: none"> ・住民や企業とをつなぐ窓口 ・交流できる場やコンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージ向上 ・地域への貢献 ・新たなビジネスの展開 ・社員の多様なワークライフスタイルの実現

出所：（公財）日本交通公社

・ここでは、ワークーションの受入れに必要な施設（必要とされる環境整備）として「通信環境」「業務に必要な備品類」「ワークスペース」「地域としての受入れプラン（交流・観光コンテンツ等）」が整理されており、ワークーションに不可欠な「宿泊施設」を含めると大きく「ワークスペース」「交流・観光コンテンツ」がワークーションの受入れに必要な要素と考えられる。

※「通信環境」「業務に必要な備品」については「宿泊施設」「ワークスペース」に包含する。

・次ページよりそれぞれの要素ごとに札幌市の強みや特徴を整理する。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

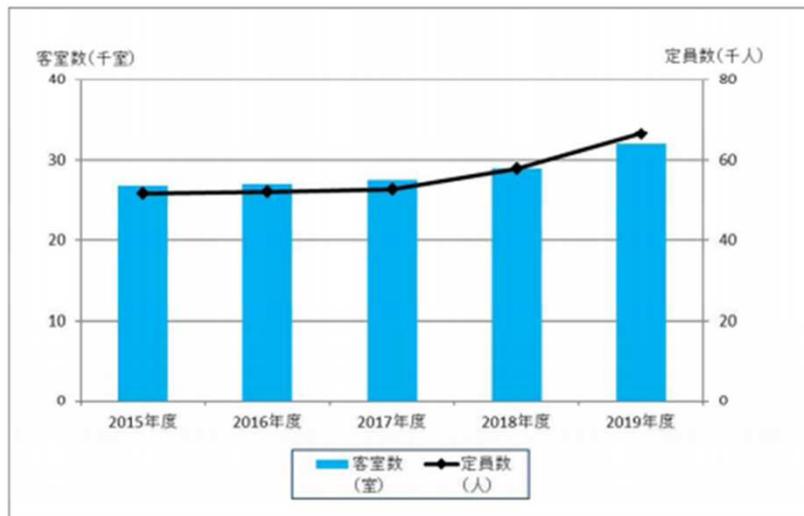
●宿泊施設

・札幌市の宿泊施設の状況を見ると、2019年度でホテル、旅館、簡易宿所数の合計は317軒（客室数：32,004）となっており、近年にかけて微増傾向にある。

・また、ホテルについてはワークーションに着目した新規サービスや施設整備なども進められている。

札幌市内宿泊施設（軒数、客室数、定員数）の年度別推移

年度	合計			ホテル			旅館			簡易宿所		
	軒数 (軒)	客室数 (室)	定員数 (人)									
2015年度	191	26,927	52,064	131	23,460	40,988	34	2,296	9,086	26	1,171	1,990
2016年度	201	27,119	52,507	133	23,532	41,878	36	2,373	8,393	32	1,214	2,236
2017年度	215	27,618	53,053	139	24,261	42,937	34	2,182	8,030	42	1,175	2,086
2018年度	249	29,029	58,002	155	25,572	46,836	33	2,276	9,089	61	1,181	2,077
2019年度	317	32,004	66,583	205	28,164	54,215	39	2,392	8,976	73	1,448	3,392



出所：札幌市

・本調査では、札幌市内の宿泊施設のワークーション需要獲得に向けた取組みを把握するため、アンケート調査を実施した。

※アンケート調査の結果は後述。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

●ワークスペース

・ワークスペースは、コワーキングスペースやレンタルオフィスなどが考えられるが、これらはホテル等の宿泊施設が業務拡大の一環で整備するものや、専門業者がコワーキングスペース・レンタルオフィスを運営するケースなどがある。

・ホテルなど宿泊施設におけるワークスペースの整備状況については、およそ半数程度が、準備済みまたは整備へ向けて検討中となっており、札幌市内では多くのホテルが既にワークスペースの整備または検討を進めている。

・また、(一財)さっぽろ産業振興財団では札幌市内のコワーキングスペース12施設を紹介している。

さっぽろ産業振興財団が紹介する札幌市内12のコワーキングスペース

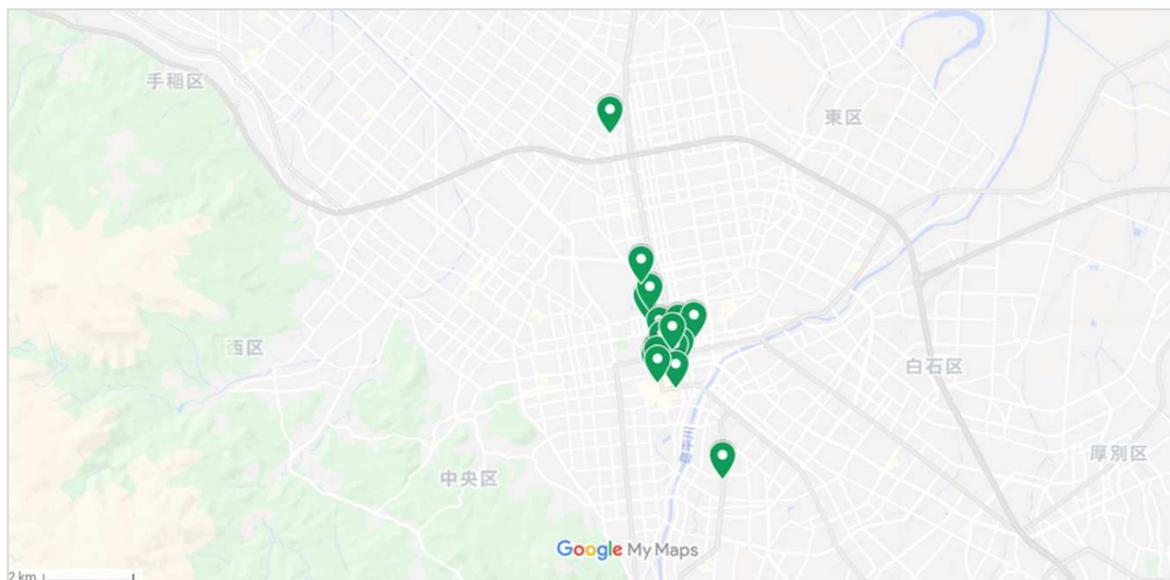


出所：(一財)さっぽろ産業振興財団

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

さっぽろ産業振興財団が紹介する札幌市内 coworking space の立地場所



- ・ coworking space は多くが、基本的に札幌市内の中心部に位置している。会員および会員外の利用（ドロップイン利用）の両方の利用方法がある。
- ・ coworking space が充実がワークーション参加者の利便性を高めることにもつながることから、今後施設の機能を含めて充実が期待される場所である。
- ・ なお、ヒアリング調査によると札幌市内の coworking space の現状は次項の通り。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

札幌市内のコワーキングスペースの状況 ～市内施設運営者へのヒアリング結果から整理～

【ワークスペースの利用動向】

(施設A)

- ・会員プランにはコワーキングスペースとして利用可能なフレックスエリア、サテライトオフィス利用可能なブースエリアがあり、その他には会員登録不要のドロップイン利用も可能。
- ・現在、コワーキングスペースの登録会員は17者（うち、個人5者、法人12者）であり、札幌市内に所在する企業の登録が多い。また、フルリモートワーク勤務となったことを機に、「自宅以外のワークプレイス」として会員登録する人も出てきている（※在宅勤務は難しいと考えている人は少なくないのではないか）。
- ・コロナ禍で道外の利用も少しずつ増えてきており、今年2月のドロップイン利用者のうち約1割が道外からの訪問者となる（※企業従業員かフリーランスかは把握していない）。現在はフレックスエリアとしているワークスペースの一部をドロップイン利用者用に貸し出している。

(施設B)

- ・当社はコワーキングスペース（ドロップインも含む）、シェアオフィスが基本だが、シェアオフィスは現在17部屋が満室となっている（※法人として登記も可能）。また、コワーキングスペースも月額会員（50名程度）とドロップインがあり、ドロップインの利用は全体の3割程度となる。
- ・札幌市と連携したスタートアップ育成プログラム（Startup City Sapporo : SCS）の事務局を務めていることもあり、月額会員ではフリーランスやこれから起業を考えている学生などの利用が多い。
- ・昨年秋ごろからは、キャリアバッグを持った「出張族（※半数以上は道外）」のドロップイン利用が増えてきている。詳細は把握できていないが、ホテルチェックアウト後（※滞在最終日）やホテルチェックイン前（※滞在初日）の利用シーンと理解している。
- ・また、コロナ禍となり、フルリモートワークとなった首都圏の方が札幌でワークーションをしていることもあり、新たに1か月限定利用のワークーションプランを作成した（※別添チラシ参照）。入会金を無料とし、1か月間あたりの利用料金を1万円とするものである。予想以上に利用者が多く、毎月10名程度が利用している。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

札幌市内のコワーキングスペースの状況 ～市内施設運営者へのヒアリング結果から整理～

【ワークーションの受入れに関する考え方】

(施設A)

- ・ワークーションへの関心が高まっていると思うが、大前提として需要があるかわからない段階ではワークスペースの整備などを本格化することはない。現在も一部をワークーション利用者などドロップイン利用として貸し出しているが、現時点ではドロップインエリアを拡張する予定はない。
- ・これまでにパソナ社と連携し、東京都内で札幌でのリモートワークの働きかけ（営業）を行ったことはあるが、数字として成果が表れにくいと考えている。
- ・今後、ワークーション推進（コワーキングスペース利用率向上）にあたり、「入口」を広げることが重要と考えている。これまでにコワーキングスペースを利用したことがない人に一度利用してもらい、今後もリピートしてもらおう仕掛けづくりが必要である。実際にリピーターが月額会員となるケースは少なくない。
- ・市内にコワーキングスペースが増えたことから、各社がターゲットを絞り、どんどん細分化してきている。コワーキングスペースの利用者層はそう多くないと考えられるため、利用者の取り合いとなっている印象がある。また、コワーキングスペースの最大のライバルはカフェである。
- ・今後、札幌市としてニーズ調査実施結果などを民間事業者と共有していただきたい。広くニーズを把握できるのは、行政機関の強みであると期待している。
- ・旅行代理店と札幌中心部へのワークーション（プレジャー）商材を検討している。

(施設B)

- ・首都圏からの出張族や長期滞在者は「快適な環境（設備の整ったコワーキングスペース）」に対して相応のお金を払う印象がある。一方、札幌を含めた北海道民はコワーキングスペースの利用料金に対して「シビア」である。特に札幌市内のコワーキングスペースはここ数年で増えたが、「価格競争」となっている印象をもつ（※札幌における1か月の利用料金は約1万円が相場であり、これは首都圏に比べて非常に安いとのこと）。
- ・この理由としては、ワークーションから少しずれるが、首都圏ではカフェで仕事できない人のためにコワーキングスペースが拡充されていった一方、道内では札幌中心部でもカフェが利用可能であり（※フリーWi-Fiも利用可能なことが多い）、コワーキングスペースを利用するというカルチャーがまだ根付いていないためである。こうしたことから、首都圏からのワークーション利用者は確保していきたいと考えている。
- ・札幌ではカフェがコワーキングスペースの「競合店」となるが、当社では「カフェ・ド・クリエ（※同ビル1階のカフェ）」と連携した取組を進めている。新型コロナウイルス感染拡大防止にあたり、多くのカフェでは席数を減らしていることもあり、回転率を下げるテレワーカーはあまり歓迎されていない。そこで、テレワーカーへは同ビルにある当社を紹介いただき、コワーキングスペース内ではカフェの宣伝を行っている関係となる。カフェだけでなく、宿泊事業者と連携した取組も検討している。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

札幌市内のコワーキングスペースの状況 ～市内施設運営者へのヒアリング結果から整理～

【ワークーションの受入れに関する考え方】

(施設B 続き)

・札幌市がワークーションを推進するにあたり、各コワーキングスペースに「観光マップ」を設置するなど、「コワーキングスペース×観光」は重要でないかと考えている。ここ数か月間、特に利用者から「周辺のおいしいお寿司屋さんを教えてほしい」「すすきのにある飲食店でおすすめはあるか」など、観光に関連する質問を受けることが実際に多くなってきている。これまでなかったことであり、現在は従業員が勉強しながら対応をしているが、持続可能ではないと考えている。

・出張族の受入にあたっては、上述のとおり「コンシェルジュ」対応、その他にはキャリーバッグを無料で預かるなど、細やかな対応が必要だと考えられる。

・コワーキングスペース運営事業者へのヒアリング調査では、市内カフェとの競合が激しいものの、ワークーションプランに対する関心が高いことが伺え、今後のプランの充実や実施サービスの情報発信の強化が期待される。

・以上の通り、札幌市では宿泊施設および専用のコワーキングスペース含めて、ワークスペースは充実していると考えられる。

●地域としての受入れプラン（交流コンテンツ等）

・ワークーションは「ワーク」と「バケーション」を組み合わせることで、仕事の生産性を高めるとともに、観光や地域との交流を通じて新たな事業創造や関係人口の構築につなげることが期待されている。

・札幌市は、郊外のみならず市内中心部でも多様な観光施設を有している点が強みと考えられる。

・札幌市のまとめによると、2019年は新型コロナの影響もあり2018年度と比べて利用者数が減少している施設も多いものの、ここ数年は安定した利用者数を維持している。

・このように札幌市には、ワークーション参加者が利用できる交流コンテンツが多数あり、ワークーション需要獲得のポテンシャルは高いものと考えられる。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

③ワークーション推進にあたっての札幌の強みや特徴、活用すべきコンテンツやインフラ等

札幌市内主な観光施設の利用者数の推移

施設名	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	前年度比(%)
円山動物園	981,119	791,024	813,045	1,009,685	1,021,281	1.1
モエレ沼公園	857,340	700,638	805,057	705,555	878,761	24.5
藻岩山	628,033	774,414	905,995	866,986	807,872	▲ 6.8
札幌芸術の森	503,063	501,562	433,044	351,955	607,759	72.7
サッポロさとらんど	724,840	696,010	681,850	576,730	592,930	2.8
白い恋人パーク ※1	700,801	665,249	748,615	461,620	513,032	11.1
羊ヶ丘展望台	404,488	425,576	432,930	427,907	479,136	12.0
滝野すずらん丘陵公園	607,644	591,921	571,023	559,706	426,995	▲ 23.7
サッポロビール博物館 ※2	209,823	321,814	422,947	490,783	418,630	▲ 14.7
北海道庁旧本庁舎 ※3	610,219	650,408	689,580	695,905	412,666	▲ 40.7
テレビ塔展望台	332,074	364,310	383,805	393,840	382,717	▲ 2.8
大倉山ジャンプ競技場	433,964	421,371	446,987	401,574	370,680	▲ 7.7
札幌市青少年科学館	335,686	398,379	352,425	330,747	294,471	▲ 11.0
時計台 ※4	193,826	204,996	224,840	215,530	244,752	13.6
北海道大学総合博物館 ※5	0	156,008	211,797	220,492	239,668	8.7
北海道立近代美術館	199,813	223,425	453,218	351,579	227,776	▲ 35.2
JRタワー展望室 T38	252,893	257,950	247,728	245,522	222,826	▲ 9.2
観覧車NORIA	123,710	126,610	141,230	142,800	142,740	▲ 0.0
サンビアザ水族館	148,241	155,647	156,322	158,492	137,362	▲ 13.3
北海道開拓の村	144,781	125,432	130,913	140,959	133,183	▲ 5.5
札幌市資料館	149,440	142,919	163,024	140,839	129,170	▲ 8.3
札幌オリビュウム ※6	113,378	80,456	118,635	127,085	114,701	▲ 9.7
札幌市水道記念館	108,189	106,450	110,356	80,309	97,731	21.7
豊平峡	73,522	78,651	86,758	70,331	89,411	27.1
北海道立文学館	48,567	52,379	42,099	69,200	71,625	3.5
札幌市アイヌ文化交流センター	50,270	51,165	53,006	55,083	58,241	5.7
北海道大学植物園	47,004	51,359	50,189	44,536	55,003	23.5
豊平川さけ科学館	68,363	59,335	60,129	46,808	50,645	8.2
札幌市下水道科学館	43,989	43,158	44,642	63,494	49,424	▲ 22.2
オートリゾート滝野	52,925	50,078	49,326	53,265	43,262	▲ 18.8
旧永山武四郎邸 ※7	6,732	0	0	48,657	43,185	▲ 11.2
札幌ドーム(ホームツアー、展望台等利用者)	40,089	43,105	36,013	31,341	26,976	▲ 13.9
定山溪自然の村	19,040	20,856	20,187	20,817	23,588	13.3
豊平館 ※8	0	19,785	20,004	21,476	21,062	▲ 1.9
雪印メグミルク 酪農と乳の歴史館	17,704	17,817	16,799	15,003	17,629	17.5
本郷新記念札幌彫刻美術館	7,686	9,579	15,235	16,959	15,485	▲ 8.7
渡辺淳一文学館	17,520	12,671	16,213	17,129	14,518	▲ 15.2
宮の森ジャンプ競技場	32,338	29,571	27,016	16,476	13,056	▲ 20.8
清華亭	7,722	7,179	6,874	7,402	7,786	5.2
八窓庵	9,425	10,299	9,016	8,212	7,526	▲ 8.4
琴似屯田兵村兵屋跡	4,834	5,286	6,512	5,580	5,626	0.8
北海道鉄道技術館	3,876	3,544	3,659	4,839	4,878	0.8
エドウィンダン記念館	4,678	6,266	5,667	5,642	4,800	▲ 14.9
札幌村郷土記念館	3,512	4,499	3,448	4,044	4,074	0.7
旧黒岩家住宅	2,664	2,908	2,858	3,013	2,802	▲ 7.0
新琴似屯田兵中隊本部	2,103	1,887	2,056	2,138	2,598	21.5
札幌市公文書館	1,958	1,953	2,093	2,768	1,783	▲ 35.6

出所：札幌市

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

◆北海道との連携可能性、想定される連携手法

北海道は令和元年度から北海道型ワークーション事業を展開しており、札幌市も令和3年度よりこの事業への参加を予定している。令和元年度は16市町村、令和2年度は39市町村が参加し、令和3年度は108市町村の参加が予定されている。

北海道型ワークーション事業の特徴は大別して以下の3点にまとめられる。

1) 北海道全域でワークーションを展開

北海道は自然景観に恵まれ、他の都府県と比較して面積が広く、海も山もあり、四季の違いも明確である等、様々な顔を有している。また、広大な面積を背景とした道内各地でのワークーションの同時展開も可能である。こうした北海道の観光の優位性とも重なる特長を背景として、特定地域にワークーションが偏ることなく、全道規模でのワークーションの展開を目指している。

2) 相互補完的な自治体間連携、エリアでの連携

北海道は179市町村によって構成されているが、面積、人口、産業構造は様々である。また、ワークーション誘致の先にある最終的な目的も、移住定住、観光振興、企業誘致等、自治体によって様々である。さらに、個別の自治体にとって、ワークーション来訪者が複数の自治体を周遊するより、ひとつの自治体だけに長く滞在してもらうことを理想とするのは経済効果という観点からも自然なことである。このように、自治体の特性、実施目的がそれぞれ異なり、できれば自市町村に長く滞在してほしいと考えるなかで、自治体同士が連携する意義として下記2点が挙げられる。

一点目として、地域の拠点都市を除き、ワークーションに求められるワーク施設、宿泊施設、パークションプログラムを単独の自治体が網羅・提供するのには困難である。このため、道事業では、例えば「サテライトオフィスはあるが宿泊施設がない」自治体と、「サテライトオフィスはないが宿泊施設はある」自治体が相互連携することで「不足している要素」を補い合い、ワークーションの実現に繋がるものと捉えている。

二点目として、北海道は観光地として知名度がありながらも、道外在住者が、例えばオホーツク管内、十勝管内といった特定地域の特性や地理まで把握しているケースはそれほど多くないと考えられることである。このため、道事業では複数の自治体が連携し、モデルプランと呼ばれる4泊5日程度を基本とする参考ルートを組成し、後述のポータルサイトで紹介している。

3) ポータルサイトによる情報発信

北海道型ワークーションポータルサイトは、参加自治体紹介ページ（基本情報、ワークプログラム、パークションプログラム）とモデルプラン紹介ページに分かれており、文字通り北海道でのワークーションに係る情報提供の入口となるサイトを目指している。また、総合窓口と自治体別相談窓口を設けて、ワークーション実施に係る相談対応も行っている。以上のように、ポータルサイトは、「プロモーションのプラットフォーム」と「相談対応のプラットフォーム」の二つの機能を有している。

以上のような特徴を有する北海道型ワークーション事業に令和3年度から札幌市も参加予定であるが、道事業への参加を通じて、次項のような連携が考えられる。

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

さっぽろ連携中枢都市圏の構成11市町村（札幌市を除く）

構成自治体	ワークーションの検討状況、札幌市との連携可能性
小樽市（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今年度は、環境省の国定公園でのワークーション推進事業費にNPO法人おたる祝津たなげ会が採択され、10月7～10日の3泊4日で無料体験モニターツアーを実施した。2家族限定で、札幌市の夫婦と神奈川県在住の3人家族が参加した。参加者は小樽市内のホテルに宿泊し、小樽水族館や祝津の散策、食の堪能といった観光メニューを体験するとともに、ワークは公衆無線LANや机などを新たに備えた「茨木家中出張番屋」にて実施した。風光明媚な環境で通信回線も速く好評を得た。 小樽市産業港湾部企業誘致担当がコロナの臨時交付金に採択され「おたるワークーションモニターツアー」を実施しようとした。昨年12月に公募を開始し受託事業者も決まって事業もスタートしていたが、コロナ禍の影響で今年3月に予定していたモニターツアーを次年度に延期した。今年6月にリスケジュールして準備を再開している。 令和3年度から、北海道の北海道型ワークーション普及展開事業に観光振興室、企画政策室、産業港湾部企業立地担当が連携して参加する予定。現在、人の往来が難しい時世下において、ワークーションについて、具体的な方向性は定まっていない。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> これまで実施したワークーションモニターツアーは、いずれも小樽市内で完結する内容となっている。 ワークーションの方向性が定まっていないため、札幌市も含め近隣市町村との連携可能性についてはコメントできない。
岩見沢市（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 年間通じた受入ができると考えており、夏季は避暑地として、冬季は市内のスキー場、かまくらカフェなど季節感のあるアクティビティを活用してもらいたい。 新千歳空港から好立地でありながら、「ちょうどいい田舎」である空知エリアは、都会の息苦しさから離れ、訪問者のニーズに合致するのでないか。 また、首都圏だけでなく道内からのワークーション受入も重要と考えており、市内の受入体制強化やノウハウ蓄積を図るため、札幌圏を中心とした体験ツアー実施など道内他地域からの誘致を進めている（※この取組は市観光協会が実施主体）。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ワークーション適地としてのブランドイメージを確立するため、近隣市町村と広域で連携しながら取り組んでいきたい。当市だけでは首都圏企業の知名度が高くなく、特に首都圏に住むターゲットへの情報発信力強化を期待している。
江別市	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ワークーションについて特に検討しておらず、令和3年度事業としても予算計上していない。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> 検討していない。
千歳市（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ワークーションの推進により、産業振興・観光振興を経て移住定住者の確保や企業誘致に結び付けたいと考えている。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> 千歳市が拠点となるワークーションは望ましいが、1週間以上の長期滞在者や観光面では近隣市町村との連携が必要と認識。 空港がある自治体として、「ハブ」のような役割を果たしたい。札幌市を含めた他自治体のルートに千歳市が含まれる形でもよいし、距離がはなれた市町村で新千歳空港を利用して移動できるならば空港間の連携も考えられる。
恵庭市（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 恵庭市では、地域産業活性化を目的にテレワーク、ワークーションの取組を検討している。 具体的なワークーションのビジョンはまだない状況であり、第2期総合戦略の中で、テレワークやワークーションに関する調査を実施 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> 札幌と新千歳空港との間に位置することから、札幌圏のワークーションに恵庭が参加する形が現実的と認識

（*）令和3年度道事業への参加予定自治体

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

さっぽろ連携中枢都市圏の構成11市町村（札幌市を除く）（続き）

構成自治体	ワークーションの検討状況、札幌市との連携可能性
北広島市	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまで、ワークーションの推進について庁内では特に議論されていない。 ・北広島市は、次年度市長選を控えており、新年度予算で決まっているのは骨格予算のみである。新市長体制になって、仮にワークーションを推進していくという話になれば検討を開始することになる。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・何も決まっていないため、コメントできない。
石狩市（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・石狩市では浜益地区において、民間主導でワークーションの取組が進んでいる。ただ、石狩市独自のワークーションの取組はまだ検討の段階。 ・ワークーションを通じて、地域の一次産業を担う若手の移住者・定住者を増やしていきたいと考えている。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他の自治体との連携を石狩市から積極的に実施することは特に考えておらず、石狩市独自の取組として市内の「浜益地区」「厚田地区」「石狩地区」が連携した展開を検討している。 ・ただし、他の市町村からの協力要請があれば参加は可能。
当別町	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北海道の移住施策「ちょっと暮らし」を実施してきたが、安宿代わりに利用されていることもあり、新たな施策をしなければと考えている（※ワークーションはそのうちの1つとして検討）。 ・今年度、企画課（移住促進係）と商工課（商工係）で長沼町に視察するなど、町内のワークーション可能性を検討してきた。その結果、単独で実施することは難しいと考えている。 ・移住促進係では移住に繋がればと考えているが、実際に実施ニーズがあるのか、また多くの自治体がある中で当別町に訪問したい企業があるのかわからず、施設整備などに着手できていない。 ・町内にはテレワーク利用者向けのワークスペースが1件、また宿泊施設は民宿を含めても5件ほどしかなく、受入体制もできていない。 ・（町内に大学があることに関連し）北海道医療大学と連携しているのは別の部署だが、外部から訪問した企業が大学を実証フィールドとして活用するなどの取組は聞いたことがなく、実施していない（※大学というコンテンツを活用しきれていないのが現状）。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでは町内で完結するワークーションを検討してきたため、連携は考えたことがなかった。 ・今回のヒアリングを機に改めて町内での可能性について検討していきたい。例えば、ターゲットに対する情報発信を一元化するなどが連携として考えられる。また、当町は宿泊施設やテレワークスペースが充実していないため、こうした部分を近隣市町村と補っていければよい。
新篠津村	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首長からの打診もあり関心はあるが、ワークーション受入よりも村内のテレワーク浸透に向けた取組を検討している。テレワークを通じて村内の住民の就労機会が増えることを期待している。例えば、農閑期の作業や農家の奥さんがテレワークで副業をするイメージである。 ・ワークーションについては、庁内でコンセンサスは取れていないが、村内の温泉施設やキャンプ場を核とした観光中心の取組が考えられる。テレワークができるワークスペースは整備されておらず、参加の打診があれば、都度検討していくこととなる。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワークーションを検討しておらず、これまでに連携した取組を考えたこともない。 ・テレワーク導入について道外企業からの打診は多いが、信頼できる業者なのかかわからず、ほとんど対応していない。そうした情報提供があれば、いただきたい。 ・また、ワークーション自体についての情報もなく、共有していただけるとありがたい。

（*）令和3年度道事業への参加予定自治体

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

さっぽろ連携中枢都市圏の構成11市町村（札幌市を除く）（続き）

構成自治体	ワークーションの検討状況、札幌市との連携可能性
南幌町（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> これからワークーションを勉強していきたいと考えており、明確な実施方針や目標はない状況であるが、ワークーションは南幌町が実施している「お試し暮らし体験事業」の延長線上の事業の位置づけと捉えている。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> 具体的な受入れプログラムや体制についてはこれからであるが、地域単独でのワークーションは成立しないとされており、札幌を含めた近隣自治体との連携が不可欠と認識。 ワークーションの宿泊受入れ施設としては、お試し暮らし向けの移住体験住宅を考えているが、札幌へ宿泊した人へのプログラム提供が現実的と考えている。
長沼町（*）	<p>【ワークーションの取組・検討状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 年間通じた受入が可能だが、特に夏季には快適な気候のもとでワークーションが実施できると考えている。2019年に町内にサテライトオフィス「ながぬまホワイトベース」を開設し、ワークーションの受入拠点として活用を期待している。 地域交流プログラムに重きを置いており、訪問者には町内の中学校、高校で出張授業をしてもらい、多様な職種を知る機会の少ない町内の子どもたちが将来の働き方について考え、理想的には町内に住みながらもテレワークで仕事ができる選択肢があることを理解してもらえるとよい。 そういった意味からも、外部からのワークーション受入だけでなく、町民を対象としたテレワーク浸透にも期待をしている。 <p>【近隣市町村との連携に対する考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新規開設したテレワーク施設もコロナ禍でPRができておらず、また当町の知名度を考えると、他の自治体と連携した上でPRをしてもらえるとよい。有意義な連携とすべく、きちんと担当者レベルで認識共有を図る必要があるのではないか。

（*）令和3年度道事業への参加予定自治体

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

【参考】その他、道内で独自の取組、検討を示している自治体（ネット検索）

※令和2年度道事業参加自治体を除く

エリア	自治体	取組内容	
空知	芦別市 (*)	・ワークーション、テレワーク実施企業に対する補助	・首都圏等に事業所を有する芦別市内が、芦別市内でワークーション、テレワークを実施する際に従業員の旅費等の一部を支援。
	由仁町	・ワークーション応援プラン	・NPO法人ユニライズが、14～30泊まで宿泊可能な「星降る暮らしの宿いっぽお試し暮らし&ワークーション応援プラン」を展開（2021年11月まで）
	妹背牛町 (*)	・まち・ひと・しごと創生総合戦略	・「第2期妹背牛町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（令和3年度～7年度）の中で、短期滞在型ワークーションのPRの実施に言及。
	北竜町	・北竜町ひまわりの里基本計画	・ひまわりの里の空間スペース利用の商品開発のなかで、ワークーションでの利用に言及。
後志	ニセコ町	・テレワーク、ワークーションを先進的に推進	・ニセコ中央倉庫群テレワークオフィスを拠点とするワークーション
	真狩村	・ふるさと納税	・ワークーション等、交流・関係人口や移住者を増加させる事業推進のためのふるさと納税募集
胆振	登別市 (*)	・ワークーションを通じた移住促進事業	・ワークーションの基礎的情報やワークーションに取り組む企業ニーズ等の調査、分析 ・リモートワークを行うための通信環境等整備 ・ワークーションを実際に体験してもらおうモニターツアー等の実施
	厚真町 (*)	・OpenTown厚真一般社団法人	・厚真町に関わる企業4社が「日本一行き来しやすく開かれた疎な町づくり」をめざして立ち上げた応援団体。ワークーション推進も検討。
	洞爺湖町 (*)	・観光庁職員がワークーションを実施。	・観光庁職員によるワークーション体験in北海道
	安平町 (*)	・安平町強靱化計画	・北海道胆振東部地震の際に活用したトレーラーハウスなどを用いてサテライトオフィスやワークーション推進に向けたワーキングスペースを整備し、リモートワーク環境を確保する。

(*) 令和3年度道事業への参加予定自治体

(1) 札幌市の観光及びワークーションについての基本的な知識

④北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

【参考】その他、道内で独自の取組、検討を示している自治体（ネット検索）

※令和2年度道事業参加自治体を除く

エリア	自治体	取組内容	
檜山	上ノ国町 (*)	<ul style="list-style-type: none"> 「上ノ国ワイナリー&サテライトオフィス事業」 	<ul style="list-style-type: none"> 廃校をワイン醸造所、後者をワイン販売所やサテライトオフィスに改修し、ワイン製造販売と小規模醸造家育成等、新規産業創出と雇用の確保などを見込む。また、テレワーク施設として設置するサテライトオフィスを場として交流人口拡大を図る。 上ノ国開発(株)が展開予定だった同事業に上ノ国町も連携して参画。
日高	えりも町	<ul style="list-style-type: none"> ワークーションモニターツアー（観光協会） 	<ul style="list-style-type: none"> ワークーションモニターツアーを実施。宿泊費・北海道内交通費無料。
渡島	木古内町 (*)	<ul style="list-style-type: none"> 第2期木古内町まち・ひと・しごと創生総合戦略 	<ul style="list-style-type: none"> ふるさとワーキングホリデーや就業体験を開催し、兼業・副業、ワークーションなどの新しい働き方による新たな交流人口の拡大を図る旨の記載あり。
上川	旭川市 (*)	<ul style="list-style-type: none"> 立地環境調査支援補助金 	<ul style="list-style-type: none"> 旭川市外の企業が旭川市に拠点開設を検討するにあたり、各種調査、研修・ワークーション、滞在中に開催するイベント経費等を助成。
	東川町 (*)	<ul style="list-style-type: none"> ひがしかわワークーションモニターツアー（観光協会） 	<ul style="list-style-type: none"> 一般社団法人ひがしかわ観光協会が家族や親子を対象とするモニターツアーを企画。
宗谷	中頓別町	<ul style="list-style-type: none"> 第2期中頓別町総合戦略 	<ul style="list-style-type: none"> サテライトオフィスの設置、ワークーションの推進等について言及。
	豊富町	<ul style="list-style-type: none"> ワークーションモニター 	<ul style="list-style-type: none"> 働きながら冬のサロベツ原野や豊富温泉で休暇を楽しむワークーションモニターを募集。
	利尻富士町 (*)	<ul style="list-style-type: none"> ワークーション推進の意向 	<ul style="list-style-type: none"> 町長がツイッターでアフターコロナを踏まえた、ワークーション推進について言及。
釧路	鶴居村 (*)	<ul style="list-style-type: none"> ワークーションのPR冊子作成（鶴居村観光協会） 	<ul style="list-style-type: none"> P R サイトも開設 https://tsurui-kanko.com/workation/
根室	中標津町 (*)	<ul style="list-style-type: none"> なかしべつワークーションモデル開発実証事業 ～キャンピング&酪農体験をテーマとした withコロナ時代の協奏型ワーキングスタイルの提案～（中標津空港利用促進期成会） 	<ul style="list-style-type: none"> 観光庁「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業における採択事業（二次募集）の採択を受けた。

(*) 令和3年度道事業への参加予定自治体

各自治体へのヒアリング

11の自治体に対し、地域で目指すワークーションのイメージと、近隣市町村との連携・取組に対する考え
方に関してヒアリング調査を実施した。

①小樽市

ヒアリング先	小樽市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）～23日（火）	時刻	3/22（月）15:00～15:20 3/23（火）18:00～18:15
先方出席者	小樽市産業港湾部観光振興室 小樽市総務部企画政策室 小樽市産業港湾部企業誘致担当		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度は、環境省の国定公園でのワークーション推進事業費にNPO法人おたる祝津たなげ会が採択され、10月7～10日の3泊4日で無料体験モニターツアーを実施した。2家族限定で、札幌市の夫婦と神奈川県在住の3人家族が参加した。参加者は小樽市内のホテルに宿泊し、小樽水族館や祝津の散策、食の堪能といった観光メニューを体験するとともに、ワークは公衆無線LANや机などを新たに備えた「茨木家中出張番屋」にて実施した。風光明媚な環境で通信回線も速く好評を得た。 ・小樽市産業港湾部企業誘致担当がコロナの臨時交付金に採択され「おたるワークーションモニターツアー」を実施しようとした。昨年12月に公募を開始し受託事業者も決まって事業もスタートしていたが、コロナ禍の影響で今年3月に予定していたモニターツアーを次年度に延期した。このモニターツアーは次年度事業に繰り越され、今年6月にリスケジュールして準備を再開している。 ・令和3年度から、北海道の北海道型ワークーション普及展開事業に観光振興室、企画政策室、産業港湾部企業立地担当が連携して参加する予定。現在、人の往来が難しい時世下であり、ワークーションについて、具体的な方向性は定まっていない。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまで実施したワークーションモニターツアーは、いずれも小樽市内で完結する内容となっている。 ・ワークーションの方向性が定まっていないこともあり、現段階で札幌市との連携可能性についてはコメントできない。 		

各自治体へのヒアリング

②岩見沢市

ヒアリング先	岩見沢市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	13:00~13:15
先方出席者	企画財政部企画室		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間通じた受入ができると考えており、夏季は避暑地として、冬季は市内のスキー場、かまくらカフェなど季節感のあるアクティビティを活用してもらいたい。 ・新千歳空港から好立地でありながら、「ちょうどいい田舎」である空知エリアは、都会の息苦しさから離れ、訪問者のニーズに合致するのではないか。 ・また、首都圏だけでなく道内からのワークーション受入も重要と考えており、市内の受入体制強化やノウハウ蓄積を図るため、札幌圏を中心とした体験ツアー実施など道内他地域からの誘致を進めている（※この取組は市観光協会が実施主体）。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワークーション適地としてのブランドイメージを確立するため、近隣市町村と広域で連携しながら取り組んでいきたい。当市だけでは首都圏企業の知名度が高くなく、特に首都圏に住むターゲットへの情報発信力強化を期待している。 <p>3.備考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度から北海道事業（「北海道型ワークーション普及・展開事業」）に参加しており、令和3年度も継続して参加予定。 		

各自治体へのヒアリング

③江別市

ヒアリング先	江別市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	15:20～15:30
先方出席者	江別市政策推進課		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・江別市として、ワークーションについて特に検討しておらず、令和3年度事業としても予算計上していない。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特記事項なし 		

④千歳市

ヒアリング先	千歳市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	
先方出席者	企画部政策推進担当		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワークーションの推進により、産業振興・観光振興を経て移住定住者の確保や企業誘致に結び付けたいと考えている。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・千歳市が拠点となるワークーションは望ましいが、1週間以上の長期滞在者や観光面では近隣市町村との連携が必要と認識。 ・空港がある自治体として、「ハブ」のような役割を果たしたい。札幌市を含めた他自治体のルートに千歳市が含まれる形でもよいし、距離がはなれた市町村で新千歳空港を利用して移動できるならば空港間の連携も考えられる。 <p>3.備考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度の道庁ワークーション事業では、日高エリアの「浦河町」「新ひだか町」のルートに参加している。 		

各自治体へのヒアリング

⑤恵庭市

ヒアリング先	恵庭市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	
先方出席者	商工観光課		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・恵庭市では、地域産業活性化を目的にテレワーク、ワークーションの取組を検討している ・具体的なワークーションのビジョンはまだない状況であり、第2期総合戦略の中で、テレワークやワークーションに関する調査を実施。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・札幌と新千歳空港との間に位置することから、札幌圏のワークーションに恵庭が参加する形が現実的と認識。 		

⑥北広島市

ヒアリング先	北広島市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	15:30～15:40
先方出席者	北広島市企画財政部企画課		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまで、ワークーションの推進について庁内では特に議論されていない。 ・北広島市は、次年度市長選を控えており、新年度予算で決まっているのは骨格予算のみである。 ・新市長体制になって、ワークーションを推進していくという話になれば検討を開始することになるが、現時点では何も決まっていない。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・何も決まっていないため、コメントできない。 		

各自治体へのヒアリング

⑦石狩市

ヒアリング先	石狩市役所		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	
先方出席者	企画経済部企画課		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・石狩市では浜益地区において、民間主導でワークーションの取組が進んでいる。ただ、石狩市独自のワークーションの取組はまだ検討の段階。 ・ワークーションを通じて、地域の一次産業を担う若手の移住者・定住者を増やしていきたいと考えている。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他の自治体との連携を石狩市から積極的に実施することは特に考えておらず、石狩市独自の取組として市内の「浜益地区」「厚田地区」「石狩地区」が連携した展開を検討している。 ・ただし、他の市町村からの協力要請があれば参加は可能。 		

⑧南幌町

ヒアリング先	南幌町役場		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	
先方出席者	まちづくり課地域振興グループ		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・主任研究員 菅原 淳		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これからワークーションを勉強していきたいと考えており、明確な実施方針や目標はない状況であるが、ワークーションは南幌町が実施している「お試し暮らし体験事業」の延長線上の事業の位置づけと捉えている。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・具体的な受入れプログラムや体制についてはこれからであるが、地域単独でのワークーションは成立しないと考えており、札幌含めた近隣自治体との連携が不可欠と認識。 ・ワークーションの宿泊受入れ施設としては、お試し暮らし向けの移住体験住宅を考えているが、札幌へ宿泊した人へのプログラム提供が現実的と考えている。 		

各自治体へのヒアリング

⑨当別町

ヒアリング先	当別町役場		
訪問先住所	オンライン実施（ZOOMを使用）		
日にち	2021年3月22日（月）	時刻	16:00～16:30
先方出席者	企画部企画課移住促進係（兼道の駅係）		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		
	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道の移住施策「ちょっと暮らし」を実施してきたが、安宿代わりに利用されていることもあり、新たな施策をしなければと考えている（※ワークーションはそのうちの1つとして検討）。 ・ 今年度、企画課（移住促進係）と商工課（商工係）で長沼町に視察するなど、町内のワークーション可能性を検討してきた。その結果、単独で実施することは難しいと考えている。 ・ 移住促進係では移住に繋がればと考えているが、実際に実施ニーズがあるのか、また多くの自治体がある中で当別町に訪問したい企業があるのかわからず、施設整備などに着手できていない。 ・ 町内にはテレワーク利用者向けのワークスペースが1件、また宿泊施設は民宿を含めても5件ほどしかなく、受入体制もできていない。 ・ （町内に大学があることに関連し）北海道医療大学と連携しているのは別の部署だが、外部から訪問した企業が大学を実証フィールドとして活用するなどの取組は聞いたことがなく、実施していない（※大学というコンテンツを活用しきれていないのが現状）。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ これまでは町内で完結するワークーションを検討してきたため、連携は考えたことがなかった。 ・ 今回のヒアリングを機に改めて町内での可能性について検討していきたい。例えば、ターゲットに対する情報発信を一元化するなどが連携として考えられる。また、当町は宿泊施設やテレワークスペースが充実していないため、こうした部分を近隣市町村と補っていければよい。 <p>3.備考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後も継続してワークーションに関する情報を教えていただきたい。 		

各自治体へのヒアリング

⑩新篠津村

ヒアリング先	新篠津村役場		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月24日（水）	時刻	10:00~10:15
先方出席者	総務課企画係		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 首長からの打診もあり関心はあるが、ワークーション受入よりも村内のテレワーク浸透に向けた取組を検討している。テレワークを通じて村内の住民の就労機会が増えることを期待している。例えば、農閑期の作業や農家の奥さんがテレワークで副業をするイメージである。 ・ ワークーションについては、庁内でコンセンサスは取れていないが、村内の温泉施設やキャンプ場を核とした観光中心の取組が考えられる。テレワークができるワークスペースは整備されておらず、参加の打診があれば、都度検討していくこととなる。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ワークーションを検討しておらず、これまでに連携した取組を考えたこともない。 ・ テレワーク導入について道外企業からの打診は多いが、信頼できる業者なのかかわからず、ほとんど対応していない。そうした情報提供があれば、いただきたい。 ・ また、ワークーション自体についての情報もなく、共有していただけるとありがたい。 <p>3.備考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 次年度以降の事業化に向けた予算措置はなし。 		

各自治体へのヒアリング

①長沼町

ヒアリング先	長沼町役場		
訪問先住所	電話で聴取		
日にち	2021年3月19日（金）	時刻	16:30~16:45
先方出席者	政策推進課企画政策係		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		
内容	<p>1.地域で目指すワークーションイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間通じた受入が可能だが、特に夏季には快適な気候のもとでワークーションが実施できると考えている。2019年に町内にサテライトオフィス「ながぬまホワイトベース」を開設し、ワークーションの受入拠点として活用を期待している。 ・地域交流プログラムに重きを置いており、訪問者には町内の中学校、高校で出張授業をしてもらい、多様な職種を知る機会の少ない町内の子どもたちが将来の働き方について考え、理想的には町内に住みながらもテレワークで仕事ができる選択肢があることを理解してもらえるとよい。 ・そういった意味からも、外部からのワークーション受入だけでなく、町民を対象としたテレワーク浸透にも期待をしている。 <p>2.近隣市町村との連携に対する考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規開設したテレワーク施設もコロナ禍でPRができておらず、また当町の知名度を考えると、他の自治体と連携した上でPRをしてもらえるとよい。有意義な連携とすべく、きちんと担当者レベルで認識共有を図る必要があるのではないか。 <p>3.備考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度から北海道事業（「北海道型ワークーション普及・展開事業」）に参加しており、令和3年度も継続して参加予定。 		

5. 先進地事例調査

先進地事例調査

はじめに

本調査は文献調査を中心に実施したが、下記の理由から、一部、現地の観光関係者やワーケーション関連事業者へのヒアリングを行うことで、可能な限り、実態を把握に努めた。

- ワケーションそのものが新しい旅のスタイルであるため、利用者の人数や延べ宿泊数等の実績等で公表されている情報が極めて少なく、自治体の施策の効果等を測定できるような数値を把握することが困難であった。
- メディアや各種ワーケーションセミナー等で見られる情報は、主に自治体とその連携団体が自ら発信している情報が多く、現時点では、ワーケーション受入れの取り組みが成功しているのかどうか、客観的な実態の把握や効果の測定をすることが困難である。
- 新型コロナウイルス感染症感染拡大に伴う緊急事態宣言の発令により、旅行・ワーケーションを含め県を超えた移動を自粛する傾向が広がっており、自治体や事業者が実施するワーケーション推進の施策があっても、実際にはあまり利用されていない場合があった。
- ワケーション先進地と言われている自治体の成功事例の多くは、「ワーケーション推進」の動きが始まる以前に取り組んでいた「移住促進」「企業誘致」「創業支援」等への施策の効果が土台になっているケースが多く、近年のワーケーション推進への取り組みだけを見て、効果があったかどうか、客観的に判断できないケースが見受けられた。

本調査で取り上げたワーケーション先進地

①和歌山県白浜町

官主導で受入れ環境を整備し、企業単位ワーケーション利用を促進。
その先にあるのは産業クラスター（ICT企業の集積地）への企業誘致

②長野県白馬村

信州リゾートテレワークのモデル地域でもあり、豊富なインバウンド受入実績により、
独自のワーケーション文化が発展したスキーリゾート

③福岡県福岡市

国際観光都市としてのネームバリューと豊かな都市機能を武器に
積極的に個人のワーケーション利用者にアプローチする九州のビジネス中心地

④その他の先進事例

ユニークな施策や取り組みをピックアップして紹介

①和歌山県白浜町

人口約2万人の小さな町に年間340万人の観光客が訪れるリゾート地。近畿エリアでは古くから身近な保養先として親しまれてきた。自治体が入浴環境を整備し、企業単位のワーケーション利用を促進している。その先にあるのは企業誘致による産業クラスターの形成。



①和歌山県白浜町

和歌山県全体でのワーケーションへの取り組み

ワーケーション先進地としての知名度は、長年の企業誘致の取り組みがベースになっている長野県とともにワーケーションの先進地として引き合いに出されることが多い和歌山県だが、その最終的な目標として、**ワーケーションを入口とした企業誘致**の戦略が見て取れる。和歌山県への進出を考える企業に「お試し」としてワーケーションを体験させ、その後の誘致につなげようという取り組みである。

企業誘致の取り組みはワーケーションよりもずっと以前から実施されており、本来は誘致企業の為に整備されたインフラ、ワークスペース、助成金制度などがワーケーションにも活用されている。こうした背景から、和歌山県のワーケーション事例について紹介する際には、同県の**企業誘致の取り組みについても触れる必要があると考える。**

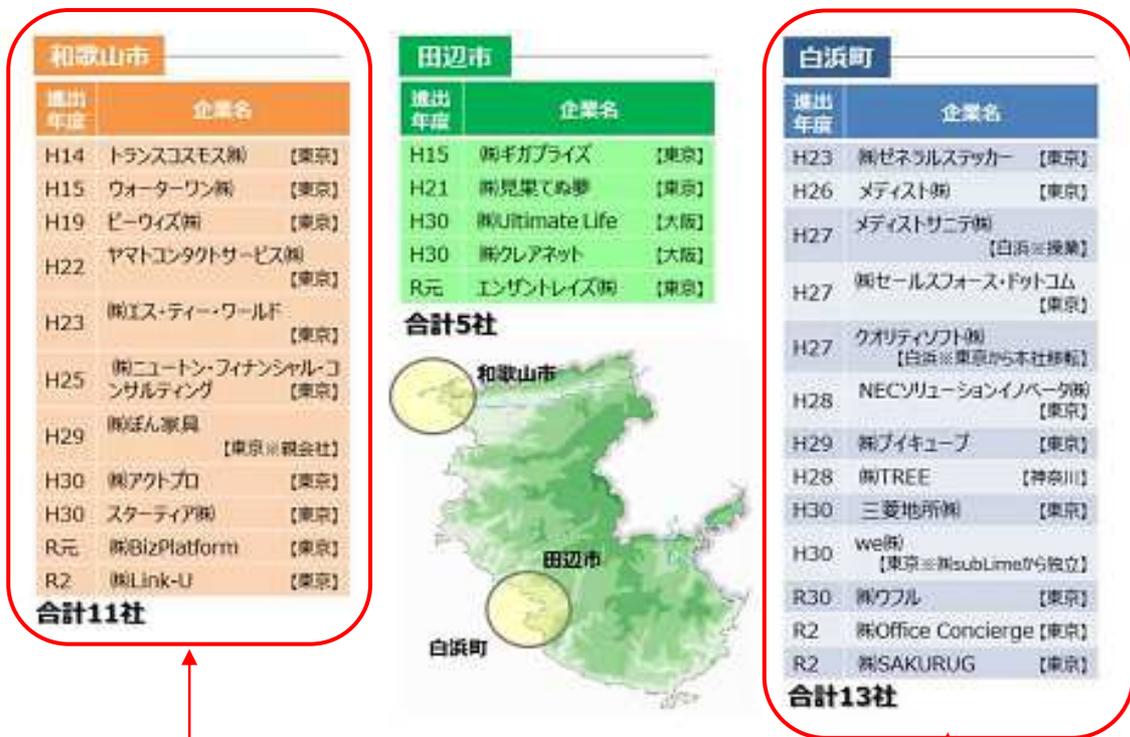
和歌山県におけるITインフラの整備

- 耐災害性の高い通信ネットワーク環境
- NICTによる災害時でも途切れないネットワーク「**NerveNet**」を整備
- 人口当たりのWi-Fi整備数 **全国2位!**
- 超高速ブロードバンドの県内整備率 **99.9%** (H31.3現在)

出典：和歌山県 商工観光労働部 企業政策局資料

◆企業誘致の状況

和歌山県はWork × Innovation × Collaboration をテーマに企業向けのワーケーション利用を推進。和歌山市（11社）、田辺市（5社）、白浜町（13社）を中心にITサテライトオフィスの誘致に成功した。



出典：和歌山県 商工観光労働部 企業政策局資料

県庁所在地である和歌山市に進出した企業は多いが、その内訳を見ると、企業のコールセンター部門とコールセンター事業者が大半を占めており、この分野における成功は札幌市には及んでいない。

一方で、白浜町は三菱地所㈱のような大企業の出先事務所に加え、㈱セールスフォース・ドットコム、㈱ブイキューブなど、何かとメディアに取り上げられるような話題性の高いIT企業、新興ベンチャー企業の誘致に成功している。

①和歌山県白浜町

和歌山県全体でのワーケーションへの取り組み

◆ワーケーション利用の状況とイメージ浸透

和歌山県は平成29年～令和元年の3年間で 104社910名 が和歌山県においてワーケーションを体験したと発表している。利用企業名や受入れ先地域の内訳は公表されていないものの、受入れが最も多い地域もまた白浜町だと推測できる。インターネットで「和歌山または白浜」と「ワーケーション」で検索するとヒットする情報は非常に多い。しかしながら、メディア等で取り上げられる情報は、白浜町が誘致に成功した企業のインタビュー記事や体験談が繰り返し発信されているケースが多く、本当の意味での「ワーケーション」とは言い難いが、**ワーケーションという新しい働き方に知名度の高い企業が興味を示しているという情報を繰り返し発信することが、「白浜＝ワーケーション」のイメージ浸透に大いに役立っていると推測できる。**



和歌山県 ～日本最大級の補助金制度を完備

- 誘致企業を対象とした助成金額は最大3億円。制度としては全国トップクラスの水準と言われる。
- ・ 進出企業のオフィス賃料、通信費、航空運賃、新規採用にかかる人件費等の一部を補助（3年間）
- ・ 企業や団体の研修・合宿の実施（会場費、宿泊費、移動費の一部負担）
- ・ 求人や人材確保にかかる費用の50%を補助（1年間）

⑤-1 全国最高水準の奨励金制度

23

企業誘致

✓ 手厚い金銭サポート、累計限度額最大3億円

【誘致対象企業の主な要件】

- ① 正社員数21人以上
- ② 直近決算期の年間売上高が正社員1人あたり1,200万円以上

【奨励金の交付要件】

操業開始後1年後に雇用者数(※)が5人以上(白浜町など紀南地域等は3人以上)
※雇用者数：新規地元雇用者と転入雇用者の総数

奨励金の種類	算定方法
雇用奨励金	(新規地元雇用者数+転入雇用者数)×30万円(3年間適用)
立地奨励金	投下固定資産額等×30% (新規立地に係る投下固定資産額等が1,000万円以上の場合に限る)
通信補助金	通信回線使用料×50%(3年間適用)
オフィス賃借補助金	賃借料×50%(3年間適用)
航空運賃補助金 (3年間適用)	情報関連事業 南紀白浜空港～東京 50%又は6,000円/回補助(※高い方) 関西国際空港～東京 3,000円/回補助
	上記以外 南紀白浜空港～東京 6,000円/回補助
人材確保補助金 (1年間適用)	情報関連事業 (1) 求人広告費×50% (2) 人材紹介手数料等×50% (3) インターネットによる求人情報・求職者情報提供(人材データベース等)サービスの利用料×50%

令和2年
7月に新設

※奨励金累計限度額は雇用者数に応じて上限あり。

出典：和歌山県 商工観光労働部 企業政策局資料

①和歌山県白浜町

和歌山県 ～日本最大級の補助金制度を完備

- ・本社機能の一部移転や100名以上の転入 | 採用 (最高10億円)
- ・誘致企業だけではなく、誘致企業を引っ張ってきたオフィスデベロッパーの誘致インセンティブ (最高10億円)

⑤-2 全国最高水準の奨励金制度 24

大規模オフィス移転・多数移住奨励金

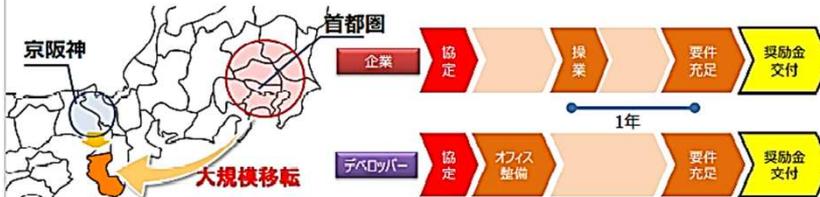
背景・ねらい

新設

- ・コロナ禍により、東京一極集中の是正議論が加速。首都圏や京阪神から地方へのオフィス移転の機運が高まる。
- ・ビジネス環境と生活環境が良く、密の少ない本県に、首都圏企業等の大規模移転・多くの人の移住を促す。

奨励金のスキーム

対象企業	要件	奨励金額
① 本社機能の一部移転等を行う企業	本県での操業開始1年後までに、 100名以上の転入雇用 (転勤、UIターン採用等) を実現すること	通常の奨励金の累計限度額3億円を 10億円 に引き上げ (奨励金メニューに住居補助金を追加)
② 人居オフィスを整備するデベロッパー	①の企業を自ら誘致し、当該企業が、本県での操業開始1年後までに、 100名以上の転入雇用 (転勤、UIターン採用等) を実現すること	オフィス (①の企業の人居部分) 建設費用×1/3 (最高10億円)



出典：和歌山県 商工観光労働部 企業政策局資料

- 誘致を検討する企業に対する、現地視察やお試しワーケーション利用への助成金
- ・ 企業の幹部社員の視察への支援 (ギフト券進呈)
- ・ ワケーション利用への会場費、宿泊費、移動費の一部補助

サテライトオフィス設置に向けたお試し和歌山体験 25

和歌山へのサテライトオフィス設置に向け、気軽に活用が可能な様々な支援メニューをご用意

1. 県外IT企業の和歌山体験を支援
地方展開に関心のある県外IT企業の役員等の方が和歌山を視察・体験した際、**最大4万円分のギフトカードを進呈**
2. 開発合宿「ハッカソン」(企業)・研修会(団体)の支援
県外IT企業等が和歌山での開発合宿「ハッカソン」や研修会を行う場合、開催に必要な**会場費・宿泊費・移動費の一部を県が補助**



開発合宿 (企業)	対象経費	補助額	限度額
	会場費	2分の1以内の額	30,000円 (1日当たり15,000円)
研修会 (団体)	旅費	県の旅費規程に基づく額の2分の1の額	1泊230,000円 2泊280,000円
	会場費	2分の1以内の額	15,000円
研修会 (団体)	移動費 (現地)	2分の1以内の額	100,000円 (1日当たり50,000円)

ぜひ一度、和歌山に来て、立地環境を体感してください!

出典：和歌山県 商工観光労働部 企業政策局資料

企業誘致

視察

ワーケーション

合宿・研修

ハッカソン：エンジニアやデザイナーなどがチームを結成し、提示されたテーマに沿って短期間にサービスを開発し、出来を競い合うコンペ型のイベントで、IT企業等が取り入れている合宿のスタイル

①和歌山県白浜町

和歌山県 ～日本最大級の補助金制度を完備

- 首都圏を中心に企業誘致やワーケーションのピーアールを実施

和歌山県知事がトップセールスで企業進出やワーケーション利用促進をピーアールを行っている。



2019年7月18日、東京・大手町で開催された令和元年「ワーケーション・スタートアップ!」フォーラム（主催：一般社団法人日本テレワーク協会）。フォーラムは、東京・大手町の大手町プレイスカンファレンスセンターを会場に、300名を上回る関係者を集めて開催された。

和歌山ICT企業誘致フォーラム in東京

和歌山県の田辺、白浜地域に、首都圏ICT企業のサテライトオフィス設置が熱い。全国から注目が集まっています。フォーラムでは、和歌山のビジネス環境や全国トップレベルの奨励金制度など、わかやまの魅力を紹介します。

参加費無料
定員150名
(先着順)

お申込み方法は
裏面にございます

日時 2019年 **11/21** 木
17:00～19:30 (開場:16:30)

場所 新丸ビルコンファレンススクエア (9階) Room901
(東京都千代田区有明3-1-1)

プログラム [17:00～19:30]

第1部 17:00～18:30

1. 主催者挨拶 和歌山県知事 仁坂 吉伸
2. 和歌山県プレゼンテーション
「和歌山県のビジネス環境とICT企業誘致の取組」
3. 和歌山県立地企業による事例紹介
・クオリティソフ株式会社 代表取締役社長 浦 聖治
・株式会社セールスフォース・ドットコム 白浜オフィス長 吉野 隆生
・株式会社ワフル CTO 古城 篤
4. 白浜町でのワーケーション事業のご案内

第2部 18:30～19:30

◆ 交流会
参加企業の皆様との交流会を実施します。和歌山自慢の食材やお酒をお楽しみください。

主催：和歌山県
お問い合わせ先：和歌山県 企業立地課 新産業立地班 TEL:073-441-2748

毎年開催される和歌山県への進出を考える首都圏企業の向けフォーラム。2020年度はオンラインで開催された。

①和歌山県白浜町

白浜町～町がワークスペースを整備し、企業を誘致。実証実験がきっかけになっていることも。

町が運営するコワーキングスペースが3拠点。その後、民間のコワーキングスペースも2拠点オープン。官主導で先に「スペース」を用意したことが決め手となって誘致に成功した事例。ただし、個人利用ではなく、企業単位の利用に重点を置いた施設である。

2001年に和歌山県の発案で、白浜町を情報通信関連企業の集積地にしようという構想が立ち上がる。IT企業誘致に乗り出した白浜町は遊休地を利用して企業向けのオフィス施設を設立に着手した。2004年にIT企業向けのレンタルオフィス『白浜町ITビジネスオフィス』を開設し、都市部の企業2社が入居したが、長続きせず、数年で撤退した。その後、しばらくは入居企業が決まらない状況だったが、2015年、実証実験をきっかけに(株)セールスフォース・ドットコムが進出し、同社の顧客企業、連携企業が中心となってサテライトオフィスを開設し始めた。

●白浜町進出のきっかけは実証実験（セールスフォース・ドットコム社）

総務省の「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」 過疎化が進む地方公共団体に新たな移住者を呼ぶためのテレワークの仕組みづくりと、移住者の定着支援を図る生活支援サービスをITテクノロジーで提供していくという実証実験を白浜町で実施した。従来のパートタイムのような位置付けではなく、東京で行っている仕事を白浜町でも同じように実施することを目的とする画期的な試み。各種営業支援ツールや、勤怠管理、Web会議、社内コラボレーションツールなど、距離を感じさせないためのテレワーク機能を構築した。2015年10月白浜町にリモートオフィス「Salesforce Village」を設置し、本格的に社員が移住。東京同様の勤務内容で生活する。業務効率が11%改善と言われ、通勤時間の短縮でワークライフバランスの両立も図れているとのこと。

①和歌山県白浜町

白浜町～町がワークスペースを整備し、企業を誘致。実証実験がきっかけになっていることも。

◆白浜町の coworking space と主な入居企業

大企業に加え、注目のIT企業・先端ベンチャーが名前を連ねる。

平成16年に生命保険会社の保養所を改修し、白浜町ITビジネスオフィスを整備



白浜町ITビジネスオフィス

- ・(株)セールスフォース・ドットコム
クラウドアプリケーション及びクラウドプラットフォームの提供
- ・(株)TREE (トゥリー)
SDGs 普及啓発、映像コンテンツメディア
制作・プロモーション、人材研修
- ・NECソリューションイノベータ(株)
システムインテグレーション事業 サービス事業
基盤ソフトウェア開発事業
- ・メディストサニテ(株)
電解水、衛生管理商材等の製造販売

(ほか)

平成30年6月、白浜町平草原公園内に第2ITビジネスオフィスを新築



白浜町第2ITビジネスオフィス

- ・(株)ブイキューブ
オンライン会議システム開発
- ・(株)ウフル
IoTサービス事業・IoTコンサルティング事業・IoTソリューション事業等
- ・we(株)
地方創生・宿泊事業・飲食事業・飲食関連BPO (予約受電・採用・マーケティング)
- ・(株)sublime
飲食店の経営・コンサルティング業務
- ・三菱地所(株)
オフィスビル・商業施設等の開発、不動産の売買、仲介

(ほか)

令和2年11月、大阪の不動産会社による民間の coworking space がオープン



新ITビジネスオフィス「ANCHOR」

- ・(株)HACARUS
人工知能AIを活用したデータ解析
サービス業
- ・(株)スマサポ
不動産業用管理プラットフォーム「SumasapoPlatform」の開発・運営
- ・(株)オフィスコンシェルジュ
建設業用業務統合システムBALENAの開発

(ほか)

①和歌山県白浜町

専用サイトの設置でワーケーションの情報発信

和歌山県情報政策課が運営するWEBサイト「WAKAYAMA WORKATION PROJECT」では、ワーケーションの基本情報と利用例とともに、企業などのワーケーション利用者を支援する事業者の紹介に努めている。



サイトはやや堅い印象で情報量が少ない。企業単位の利用を想定した内容と思われる。

和歌山ワーケーション関連の最新情報の発信はこのサイトではなく、主にフェイスブックを活用している。



■ワーケーション協力事業者の紹介 コンシェルジュ機能を担う旅行会社等
 ワカヤマ ワケーション ネットワークとして登録している県内の旅行会社、コワーキングスペース、交通事業者、宿泊事業者、体験ガイド業者などを紹介している。横断的に予約手配を行う全体コーディネーターとして、コンシェルジュ機能を担う(株)JTB 和歌山支店などの旅行会社も登録している。

①和歌山県白浜町

専用サイトの設置でワーケーションの情報発信

WAKAYAMA WORKATION NETWORK利用のイメージ

ワーケーション利用者
<企業など>

問い合わせ

日程・目的・人数・予算などの希望

WAKAYAMA WORKATION NETWORK ワーケーション協力事業者

コワーキングスペース・交通事業者・ホテル・ガイド事業者
コンシェルジュ機能を担う旅行会社など

94 サービス 63 事業者が登録

相談窓口・案内・プラン作成・
手配・地域との連絡調整・コーディネート業務

宿泊手配

ホテル・旅館・ゲストハウス・民泊など

ワークスペースの手配

コワーキングスペース・カフェ・
宿泊施設内スペース・公共施設など

多彩なアクティビティの手配

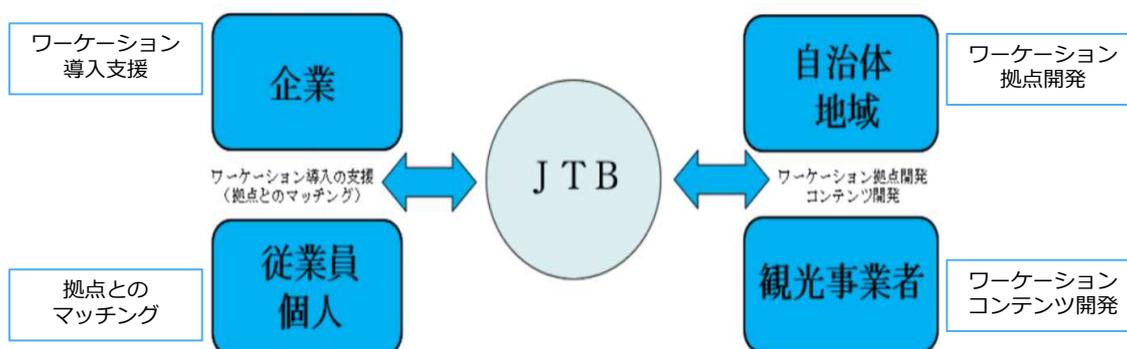
ボランティア活動・企業視察・地域事業者等との意見交換・農作業体験・狩猟体験・林業体験・漁業体験・ものづくり体験・道普請・観光案内・トレッキング・熊野古道・マリンスポーツ・サイクリング・観光施設・温泉等入浴施設・物産店

①和歌山県白浜町

その他の問い合わせの窓口の例（三菱地所 Work × action Site）

白浜町第2ITビジネスオフィス内で三菱地所が運営するWork × action Site 南紀白浜は、長野県軽井沢に同社が運営するWork × action Site 軽井沢とともに、(株)JTB内 JTB Work × action事務局が予約等の問い合わせ窓口になっており、利用する企業のニーズに応じて、交通、宿泊、アクティビティを含めた総合手配を行っている。

JTB Work × action事務局イメージ



100,000 (税別)
/ 1day

貸付方法 一社専有
広さ 60㎡
収容人数 最大16名

※ 固定席16席。その他什器（ソファ等）利用で20名程度収容可。

ご利用希望日 ×

ご利用予定人数

※ 16名以上でのご利用希望の際はお問い合わせください。

予約お問い合わせ >

予約フォームから日程、人数、要望などを送信する。



16名収容可能な専用室「Work × action Site南紀白浜」
利用者は白浜町第2ITビジネスオフィス内のコワーキングスペースを使用することが出来るので、他の入居企業との交流も可能。

※2021年3月上旬現在、事務局の電話番号やメールアドレスの案内はなく、専用フォームからの送信のみがコンタクト手段となっている。

①和歌山県白浜町

エリアの課題

●オーシャンリゾートとしては、やや中途半端

バブル期に社員旅行の旅先として全盛を極めた保養地であり、「につぼんの温泉百選」に選ばれた白浜温泉や熊野本宮温泉郷などがある歴史ある温泉地。ただし、南国の「オーシャンリゾート」としてはやや中途半端という印象。青い海と白い砂浜はインパクトのある景観だが、本物のオーシャンアクティビティやトロピカルリゾートを求める旅行者は沖縄や離島を求めると思われる。

●アクセスが弱い

「空港から車で約5分」「羽田から約1時間」と、一見アクセスが良い印象を受けるが、南紀白浜空港の航空路線は羽田線のみで、現在は1日3往復と少ない。近年のビジネス客の増加に伴い、増便が期待される。また、南紀白浜空港から白浜町内へのアクセス、町内の公共交通も弱い。



大阪から白浜町まで電車で約2時間30分/車で約2時間



リゾートならではの開放感あふれる空間の滞在が
見えるワーケーションプラン。
アドベンチャーワールドが用意したアクティビティも用意しました。

2021年3月19日（金）より販売開始



羽田＝南紀白浜路線を活用したワーケーションプラン

森トラストグループはJALグループと連携して初心者でも気軽に利用できるワンパッケージの「JAL x Marriott ワケーションデビュープラン」を開発し、2021年3月19日(金)より展開。往復航空券、宿泊、テーマパーク「アドベンチャーワールド」の入場券がセットになったパッケージツアー。

写真：南紀白浜マリオットホテルHPより

●誘致企業の規模が小さい。常住社員がいないケースも。

開設された事務所は少人数規模が多く、大企業の研修施設としての利用や災害などの有事に備えた「拠点分散」の為のサテライトオフィスの利用も見られており、必ずしも移住や雇用機会の創出に結びついていないケースもある。なお、クオリティソフト(株)は白浜拠点を「本社」としているが、旧本社であった東京拠点は「東京本部」として存続している。



写真：クオリティソフト(株)HPより

●インバウンドの誘客促進施策の遅れ

長く既存の国内旅行者だけで十分な入れ込みがあった為、インバウンド誘客についてはあまり力を入れておらず、他の観光地にやや遅れを取っていると言える。

●大型MICEの受入れ経験が不足

現行の企業単位によるワーケーション利用も10名前後の少人数単位のもの主流とみられるが、周辺ホテルにはかつて大規模な社員旅行の宴会場として利用されていた大型の箱が多数あり、今後は大人数の受入れに力を入れると予想する。また、和歌山県全体としては2026年春頃をメドに和歌山市の人工島「和歌山マリーナシティ」に巨大IRを誘致しようとしており、現在、カナダとマカオの業者が名乗りを上げている。



出典：和歌山県資料

「和歌山県IR基本構想(改訂版)」より

①和歌山県白浜町

現状を探る

地元の旅行関係者へのヒアリング

(株)白浜館が所有する4つの宿泊施設のうち、中核となるホテルシーモアは2018年3月、大規模なリニューアルを経てSHIRAHAMA KEY TERRACE HOTEL SEAMOREとして生まれ変わった。2019年7月にシーモアレジデンス(50室)をオープン。2020年7月には白浜館をHOTEL SHIRAHAMAKAN(41室)としてレジデンス化した。施設内に共用のセルフキッチンや無人コンビニを備えるなど、長期滞在者のニーズに配慮している。



太平洋を一望する屋上プール

もともと白浜は、夏は大阪からの海水浴客で賑わうが、日帰り客が多く、また、夏以外は観光客の入れ込みが極端に落ち込むという課題を抱えており、ワーケーション利用のビジネス客の取り込みに大きな期待が寄せられている。

OSHIRAHAMA KEY TERRACE HOTEL SEAMORE 大阪営業所 所長 林 智彦氏

●利用者の増加をなかなか実感することができない

ワーケーション利用者の数については特にカウントしていませんが、格別に宿泊者が増えたという印象はありません。営業担当者の肌感覚でしかありませんが、コロナ流行以前より若干は増えているのではないかと、いう程度です。当ホテルのご利用は3泊～4泊の滞在が多く、フリースペースとして利用できる場所があること、そして、部屋でWi-Fiが使えるということが喜ばれてはいます。また、最近、テレビ会議が出来る個室を利用したいという要望が増えているので、3つの会議室に光回線の設置工事を行って、シンポジウムやテレビ会議も可能な体制を整えていく予定です。今後は長期滞在プランの造成やコーポレート契約先の開拓などに取り組んでいきたいと考えている。

●企業をターゲットとしたワーケーション誘客の難しさ

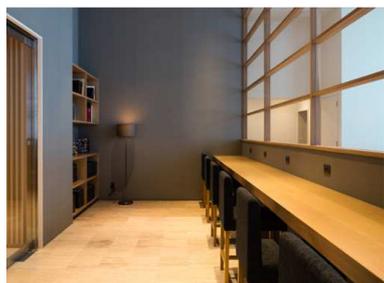
宿泊者はそれほど増えてはいませんが、一方で、企業や行政の視察は多い。ワーケーションの導入に興味を持つ企業やこれから受入れを始めようとする自治体の関係者です。こうした視察は実際の宿泊にはなかなか結び付かない。和歌山県と白浜町がワーケーションのPRに力を入れているので、今後、ワーケーション目的の宿泊者が増えることには大いに期待しています。しかしながら、労働関係法の整備や企業サイドの認識の変化、例えば、ワーケーションが企業にとってメリットになるということを知ってもらうなど、企業がワーケーション推進に踏み切るにはまだまだ課題が多い。こうした課題が解決されなければ、本当の意味でのワーケーション推進は難しいと感じている。

①和歌山県白浜町

現状を探る

地元の旅行関係者へのヒアリング

参考：SHIRAHAMA KEY TERRACE HOTEL SEAMOREと白浜館グループの取り組み



ビジネスラウンジには、パソコン、プリンター、WiFiを完備



無人コンビニサービス「スマートマルシェ」

写真：ソフトバンクのビジネスWEBマガジンFUTURE STRIDE



顔認証システムの実証実験（IoTおもてなしサービス）に参加して話題となった。この実証実験は(株)南紀白浜エアポートがNECなどと協力して実施した。

観光庁の「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業として、ホテルシーモアの施設を利用して地元の旅行会社ティー・シー・トラベルが実施した。子供が触って学べるAIプログラミングをはじめ、最新テクノロジーを駆使したアクティビティを提供するTECH PARK(テックパーク)のウィンターキャンプと、親の働き方改革を実現する。親向けにワーケーション体験、旬魚釣りや料理、熊野三山パワースポット巡りなどのアクティビティがある。



「親子が楽しむワーケーションとスタディケーション体験in南紀白浜」

①和歌山県白浜町

現状を探る

ワーケーション関係記事から



2020年11月5日（木）「ワーケーションEXPO@信州」
<https://shinshu-resorttelework.com/expo/>
 イベントレポートから

～地域ぐるみで人材や知見の交流を促し、新規事業の創造や起業の創出を促進する立場から～

総務省 大臣官房 サイバーセキュリティ・情報化審議官 兼 内閣官房内閣審議官 箕浦 龍一氏
 講演「ニューノーマル時代の地域価値の創造の形～「リモートワーク」の真価～」

（前略）かつては仕事のための数々のインフラを整えた拠点が不可欠だったが、いまはWi-Fiや携帯デバイスの普及もあってオフィスの役割は大きく変容した。どこでも仕事ができる時代にもかかわらず、会社に来ないと仕事ができないとしてきたのが今までの日本。このスピード感では取り残されてしまう。



こういった時代・環境のなかでの地域活性化の鍵として「地域の優良なコンテンツ×地域訪問による直接体験×地域の様々な人との交流（ネットワーキング）。この掛け算が「交流人口」「関係人口」の創出の鍵である。つい誤解されがちな例として「どうしたらシェアオフィスをつくれるのか」とご相談いただくことがあるが、Wi-Fi端末をもっているワーカーも多い。それよりも**地域でのネットワークを形成するコミュニティ・マネージャーやコンシェルジュ的機能がほうが重要であり、優先度は高い**。これからは、優秀な人材を企業・組織・地域がシェアしていく時代となっていく。

必要なのはコワーキングスペースよりも地域のネットワークとワーケーションコンシェルジュ

～長野県富士見町「富士見 森のオフィス」を運営する立場から～

Route Design合同会社 森のオフィス プランナー 高柳 祐人氏

（前略）企業側から求められるものが変わっていると感じていて、以前は宿泊や食事の提供のみを求められていたのが、最近はプログラム開発やインプットの提供のリクエストをいただくことが増えてきています。「普段と違う頭の使い方をするために、**地域資源や地域の人をつないだワークショップ**をやしてほしい」というような一歩踏み込んだ要望が少しずつ出てきているのが以前と違うところかなと感じます。



地域の課題・知見と、企業をマッチングするようなワークショップを何度もやっているのですが、我々としては課題がすでにいくつか出ています。まず短期間ではイノベーションは生まれないということ。なにか生み出すなら継続性が重要になってくるので、我々も長期的に取り組めるような仕組みをつくっていきたくて考えています。次に、間にはいる人間がとても大事だということ。「自由に交流してください」とするだけでは先に進まないで、**ビジネスの観点を持ったディレクター的な立ち位置の人の存在はとても重要**です。

場所、宿泊、アクティビティを提供するだけではいけない。プロのファシリテーターの助けが必要

②長野県白馬村

良質なパウダースノーを求め、国内外から旅行者が集まる白馬村はグリーンシーズンのアクティビティも豊富な国際山岳リゾート。気候変動へのアクションとしてサーキュラーエコノミー（循環型経済）に着目し、メッセージ性の高いイベントとワーケーション誘客を連動させる。



②長野県白馬村

「長野でテレワーク」が2021年ヒット予測ランキングでランクイン

日経トレンディと日経クロストレンドが発表した「2021年ヒット予測ランキング」で「長野でテレワーク」が9位にランクインするなど、話題のトピックとしても取り上げられ、すでに「テレワークの聖地」「ワーケーションの聖地」という呼び声も高い。長野県では2017年から「信州リゾートテレワーク」として、軽井沢町、白馬村、山ノ内町などモデル地域でのワーケーション普及に取り組み、2019年11月には和歌山県とともにワーケーション自治体協議会を設立した。



長野県全体での取り組み～観光リゾート地「信州」のブランド力を生かしたアプローチを展開

東京・名古屋から2-3時間程度で行ける身近で、かつ、本格的なリゾート地としてすでに広く認知されており、「信州」という地名が「癒し」「休息」「リフレッシュ」「大自然」というイメージを連想させやすい。長野県は年間延べ8,600万人が訪れる山岳観光県（県人口の40倍）。



出典：長野県「信州リゾートテレワーク」資料

②長野県白馬村

信州リゾートテレワークの原点

長野県が推奨する「信州リゾートテレワーク」の歴史は古い。その原点と言われているのが、100年以上前に軽井沢の万平ホテル、三笠ホテル(現在は役場が所有する記念館)で始まったサロン文化。大正から昭和と政財界の重鎮を中心に社交が盛んになっていき、次第に別荘文化として進化したと言われている。

1990年代からリゾートオフィス、リゾートテレワークの意義を訴えていた軽井沢のキーマン

松岡 温彦氏



住信基礎研究所取締役を経て、地域デザイン学研究所設立。軽井沢と東京の二拠点生活。一般社団法人軽井沢ナショナルトラスト前会長、軽井沢リゾートテレワーク協会顧問。軽井沢のテレワーク普及に大きな功績を残した。2019年没。

<松岡氏の著作>

1991年：「遊職人種宣言、リゾートオフィスのすすめ」

1998年：「人、われを「在宅勤務社員」(テレワーカー)と呼ぶ
本当の自分を取り戻すための52章」

松岡温彦氏は、軽井沢は仕事に最適な場所との考えで、住民、別荘所有者・移住者・二拠点居住者を対象にテレワークの勉強会、体験会、啓発活動を長期にわたり積極的に行っていた。

長野県全体～観光地としての魅力が際立つ豊富なコンテンツ～

スキー、トレッキングのみならず、温泉、食、酒など、特色のあるコンテンツがあり、観光地としての魅力が際立っている。豊富なラインナップからワーケーション中の観光やアクティビティの選択肢が広がる。

観光地としての魅力が企業・個人を問わず、幅広いワーケーション利用者を強く引き付けていると考える。



出典：長野県「信州リゾートテレワーク」資料

②長野県白馬村

長野県全体～充実した受け入れ体制の整備～個性的なコワーキングスペース～

県内には地域の特性を活かした個性的なコワーキングスペースが次々にオープンしている。企業用の施設から個人が利用可能な施設まで、幅広い層に向けて非日常空間を活用した多彩なリゾートテレワークプランを提供している。

**大自然と一体化した近代的なリノベーション施設
東京との二拠点生活（デュアルライフ）も可能**



出典：長野県「信州リゾートテレワーク」資料

●信濃町ノマドワークセンター

妙高戸隠連山国立公園の信濃富士とも呼ばれる黒姫山の麓に、「信濃町ノマドワークセンター」が2019年5月に開設され話題になった。都市部のIT企業などをターゲットに、「地域の自然を感じてもらいながら仕事をする」ことを目的とした法人向け貸し切り型リモートオフィス施設。信濃町が埼玉県のカンパ場運営コンサル会社に委託し、旧そば打ち体験施設である矢保利の館を改修。オフィス家具メーカーのココヨ(株)が施設全体の家具提案を行った。

通常のオフィス設備のほか、3Dプリンターなどを導入。併設するキャンプ場の敷地はドローンやロボットの実証実験場とし、首都圏などのIT企業や製造業などの誘致の為、試験運用や寒冷地対応テストなどに利用することが可能。



信濃町ノマドワークセンター 出典：ココヨ(株)HPより

●富士見 森のオフィス

八ヶ岳の麓にある富士見町に個室型オフィス、コワーキングスペース、会議室、食堂を備えた複合施設「富士見 森のオフィス」が2015年にオープンした。町の人口減少に対し、リモートワークが可能な人の移住を促進するための施設として、富士見町が立ち上げた。施設の運営は地元の広告デザイン会社Route Design合同会社。2019年には宿泊棟もオープン。長野県内の企業や都心の企業のサテライトオフィスとして、また周辺地域の人々が仕事、イベント、交流場所としての利用する。

Route Design合同会社は地方と首都圏、2つの地域に拠点を持って生活をする**二拠点生活(デュアルライフ)**というライフスタイルを推進している。令和2年度に富士見町が実施した移住者への家賃・光熱費補助事業でも、富士見町に住民票を移しつつ、首都圏での仕事もするというスタイルを想定している。



富士見 森のオフィス

出典:Route Design合同会社HP

②長野県白馬村

長野県全体～専用サイトを活用した情報発信～

●幅広い層に訴求する専用サイト「信州リゾートテレワーク」

長野県内の宿泊施設やコワーキングスペースの情報だけではなく、観光情報も提供している。「信州リゾートテレワーク」というネーミングと、「豊かなライフスタイルを望むビジネスパーソンに質の高い時間を提供します」というキャッチコピーは、**企業単位の利用 | 個人単位の利用のいかんを問わず、幅広い層に訴求している**。対象を限定せず、あくまで1人1人のビジネスパーソンに向けてワーケーションの旅先としての長野県を魅力を発信している点が特徴的。



利用者目線できめ細やかな情報を発信している



個人向けに有料のモニターツアーや体験会の告知もある



問い合わせフォーム。利用を検討する個人・団体からの問い合わせや取材依頼の窓口

◆ モデルプランイメージ

1日目	12:00	準備	北陸新幹線と長野駅からの高速バスを利用して白馬村へ到着
	13:00	仕事	昼食後白馬ノルウェービレッジでテレワーク。作業がひと段落したところで担当者とオンラインミーティング。
	17:00	宿泊	アクティビティ ホテルにチェックイン、軽く夕食を取ってからナイターゲレンデを楽しむ
2日目	8:00	アクティビティ	東京からだに間に合わない、朝イチのパウダースノーを満喫
	14:00	アクティビティ	近くの温泉へ。スポーツ後のからだを癒してリラックス。
	20:00	仕事	仕事のやり残しを思い出してコワーキングスペースへ。
3日目	9:00	アクティビティ	解散 1日ゲレンデを楽しんだあと、高速バス、北陸新幹線を利用して帰宅

各エリアでの滞在モデルプランを提案。上記は白馬村でのワーケーション2泊3日モデルプラン

②長野県白馬村

長野県のワーケーション推進の助成金

■個人向け・・・信州連泊エンジョイプラン

「ワーケーション」と「3日以上」の連泊」をキーワードにした宿泊割引プラン。県が宿泊施設に対して助成金を交付し、宿泊施設はそれを活用してプランを造成。宿泊施設はあらかじめ割り引いた金額で利用者へ販売する。



キャンペーンページサイト（長野県で癒される連泊促進事業事務局）



助成金の概要	
対象：	全国の個人
助成：	①1人1泊あたりの宿泊・旅行代金が10,000円以上 ②1回の旅行で長野県内の宿泊施設に3泊以上する 上記①と②の条件を両方満たす場合 1人1泊・2泊目の宿泊・旅行代金を2,000円割引 1人3泊目以降7泊目までの宿泊・旅行代金を3,000円割引

※Go Toトラベル
キャンペーンとの
併用可

※2021年3月上旬
現在、新型コロナ
感染拡大の影響に
より休止中

■事業者向け・・・信州リゾートテレワーク実践支援金

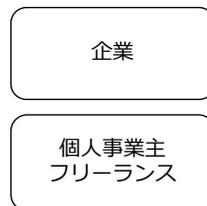
企業だけではなく、フリーランスや個人事業主が含まれている点が特徴的。長野県外の企業や個人事業主に宿泊費の一部を支援する。

※宿泊の対象地域が限定されている（岡谷市、千曲市、立科町、白馬村、山ノ内町）



担当部：長野県観光部観光誘客課

助成金の概要	
対象：	長野県外の事業者（個人事業主・フリーランスを含む）
助成：	①1人1泊あたりの宿泊旅行代金が10,000円以上 ②長野県内に3連泊以上する（複数施設可） 上記①と②の条件を両方満たす場合 1人1泊・2泊目の宿泊旅行代金を2,000円割引 1人3泊目以降7泊目までの宿泊旅行代金を3,000円割引



②長野県白馬村

白馬村～国内外のスキーファンに愛され、磨かれたリゾート地

●100年以上の歴史を有するマウンテンリゾート

良質な雪質と広大なゲレンデが世界的に認知され、白馬村と大町市、小谷村など近隣市町村で構成する「HAKUBA VALLEY」地域のスキー場利用者は年間約135万人で、そのうち、約35万人がインバウンド。ニセコに並び、海外でも人気のスキーリゾートとなった。インバウンド旅行者のうち、オーストラリアからの来訪が6割以上と圧倒的な比率を占めている。これに欧米を加えると7割を超える。この比率は、アジアからの来訪が8割を超える日本全体と比べると特徴的。



2008年のリーマン・ショック、2011年の東日本大震災の影響により、一時的にインバウンド客が減少することもあったが、以後、順調にインバウンド客を増やしてきたと言われている。

エリアの課題

●国内スキー人口は年々減少。頼みの外国人旅行者もコロナで激減

長野県内スキー場の利用者は1992年度の2120万人をピークに、長野五輪が開催された1998年度は前年比を上回ったものの、ほぼ毎シーズン前年比減。2019-20年(2019年11月1日～2020年5月31日)は、前年比14.4%減の553万人に落ち込み、ピーク時の4分の1にまで減った。ヒアリングを実施した白馬村観光局事務局長 福島氏によると「日本の人口減少にあわせるように、スキー人口も減少し、加えて、近年の少雪の影響も大きい」と、その背景を指摘した。

●新型コロナで国内旅行者も減少

国内旅行もコロナ禍の直撃を受けた。白馬村の入り込み数は4月が前年比80.3%減の1万7100人、5月が同94.3%減の6700人。6月は回復傾向を見せたが、それでも同39.9%減に終わった。

●白馬＝「冬のリゾート地」からの脱却を目指す

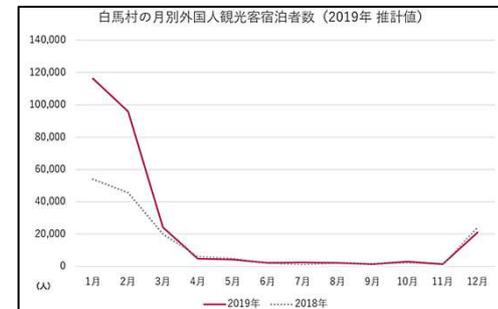
これまでの白馬プロモーションは、予算の大部分をウィンターシーズンに向けて投下してきたが、「冬のリゾート地からの脱却」に向けて、近年、グリーンシーズンにも力を入れ始めている。

大自然に恵まれた白馬には海以外の自然はすべてである。北アルプスを背景にしたキャニオニングやパラグライダー、湖面でのラフティングやサップ、カヌー、さらに、マウンテンバイクの聖地としての認知度も高まっている。こうしたグリーンシーズンの魅力を伝えようと、「台湾・香港」の「大自然やアウトドアアクティビティを楽しむ層」をメインターゲットとして、台湾人の有名登山家の白馬招聘や、現地の登山ショップでのセミナー・イベントの開催など試行錯誤を重ねている。

●ワーケーションによる集客に期待。リモートワーク+イベントや環境をテーマにビジネスイベントも

ワーケーションが浸透し、今後ノマドワーカーが増えるのではないかと期待を寄せる一方、実際に人を呼び込む為の施策も講じている。白馬村観光局では、リモートワーク+イベントとして、3泊4日で「グリーンワーク白馬」を開催するなどの取り組みをしている。このイベントは、その環境をテーマにサーキュラー・エコノミー(循環型経済)を学び、参加者の交流を深め、アイデアを創出し、新規ビジネスや地域の課題解決に結びつけるのが狙い。環境をフックとしたビジネスでの関係人口の創出を目指す。

白馬村 月別のインバウンド入れ込みのトレンド



コロナ前もスキーシーズン以外の入れ込みが極めて少ない。

出典：Centrip記事より

②長野県白馬村

白馬村～大自然とワーケーションの融合 ユニークなワークスペース～

マウンテンリゾートとしての歴史と長年のインバウンド受入れ実績により、ダイナミックな自然を身近に感じながらも、白馬村ならではの洗練された雰囲気ワークスペース。著名な建築家が手掛ける新しいランドマークも話題になった。

森の中のグランピング×ワーケーション

グランピング施設を兼ね備えたワーケーション施設「Workation Hakuba」

白馬縦（もみ）の木ホテルにグランピング施設を兼ね備えたワーケーション施設「Workation Hakuba」がオープン。コワーキングスペースには天然木目の大型テーブル、レザー調の椅子、ディスプレイ、電源設備、安定した高速Wifi回線など整えており、ミーティングやカンファレンスのできる150インチスクリーンやワイヤレスマイクなど映像・音響設備を整備した。大型テントの下やツリーハウスの上で、食事を楽しみながらテレワークも可能。



写真：白馬縦の木ホテルHPより

アウトドアアクティビティ×ワーケーション

snow peakが運営する複合施設 LAND STATION HAKUBA

snow peak直営ショップ、レストラン、カフェ、宿泊施設、アクティビティ拠点の複合施設。世界的な建築家 隈研吾デザイン。天井部分の木組みは雪の結晶をイメージ。テラスや外空間を最大限広くとり、北アルプスの雄大な山岳風景を眺めながら外で過ごす時間を楽しめるデザインが特徴。サイクリング用自転車のレンタルとランチ、アクティビティがセットになったSnow Peak GOというパッケージ商品もある。森林エリアでは、隈研吾氏とスノーピークが共同開発したモバイルハウス「住箱-JYUBAKO-」2棟、キャンプサイト6サイトがある。

写真：snow peak LAND STATION HAKUBA HPより



外観



スターボックス



Snow Peak GO



住箱-JYUBAKO-

②長野県白馬村

白馬村～大自然とワーケーションの融合 ユニークなワークスペース～

北アルプスの絶景×ワーケーション

HAKUBA MOUNTAIN HARBOR (ハクバ マウンテン ハーバー)

北アルプスの絶景が一望できる山頂テラスHAKUBA MOUNTAIN HARBOR周辺の静かな森の中に、電源・WiFi完備のワーキングスペースを完備。雨天時はレストハウス内のワーキングスペースも利用可能。

「ゴンドラリフトで通勤」という斬新なテレワークのスタイル。「THE CITY BAKERY」ももちろんワークスペースとして利用可能。アウトドアチェアやブランケット、モバイルバッテリーがセットになったレンタルプランも準備。好きな場所を見つけて集中して仕事をする事ができる。

写真：HAKUBA MOUNTAIN HARBOR HPより



絶景テラス



森のオフィス



Skyark Deck Café



THE CITY BAKERY

②長野県白馬村

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

一般社団法人 白馬村観光局 事務局長 福島 洋次郎

(株)東急ホテルズを経て、平成28年に白馬村観光局 事務局長に就任。

白馬に来なくてはいけない理由を作る！白馬からメッセージを発信。人と自然の調和を目指す
サーキュラーエコノミー（循環型経済）をテーマにしたイベントとワーケーションを組み合わせた誘客戦略



ワーケーション推進に向けた白馬村の取り組み

白馬には大型のホテルがなく、収容人数20名前後のペンションが最も多いのですが、それらの経営者には世の中の動きに敏感な人が多く、外国人の経営者もいるので、すでに数年前からセキュリティの高いWi-Fiを導入していた施設が多かった。その為、ワーケーションの受入れ体制を整備するといっても、ミーティングルームをゲスト用のコワーキングスペースとして開放するとか、WEB会議が出来るようにモニター画面

面を使えるようにするなど、大掛かりな整備は必要なかった。宿泊業者は、もともと入れ込みが少なかつた夏場と平日の稼働率を上げたいという気持ちが大きかったので、すぐに対応したという背景がある。

ワーケーション利用者の受入れ状況

実績については正直わからない。新型コロナの影響で通常の年と比べて入れ込み数が大きく減少しているし、普通の旅行者とワーケーション利用者を区別してカウントすることが出来ないからである。しかしながら、白馬にはコワーキングスペースやカフェなどのワークスペースが多いのだが、最近ではどこへ行ってもパソコンを開いて仕事をする人で混んでいる。スキーをして、カフェで数時間仕事をして、またスキーをする。皆さんそうした動きをしている。私はこうした人達に積極的に話しかけるようにしているのだが、東京からだけではなく、長野県内からの来訪も多いと感じている。4-5泊して、ワーケーションを楽しむ。地元や自分と同じくワーケーションをしている他の人達と交流したりしている。コワーキングスペースでも、カフェでもスキー場でも、地元の人達は気軽に旅行者に話しかけるし、白馬を訪れる旅行者もオープンマインドな人が多く、どんどん交流の輪が広がり、それがリピーター化に役立っていると思う。

②長野県白馬村

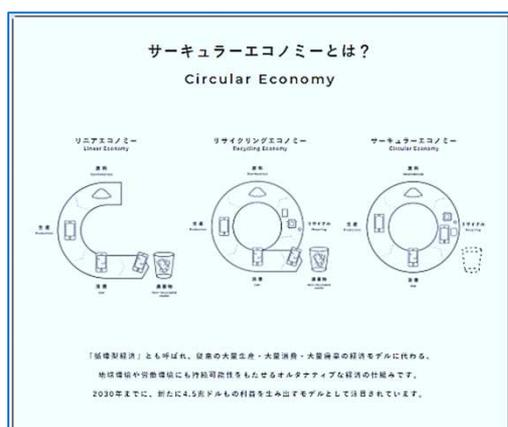
現状を探る

地域関係者へのヒアリング

白馬に来なくてはならない理由を作る！

ワーケーションイベントGREEN WORK HAKUBA (GWH) の開催

長野県だけではなく、多くの自治体がワーケーションの誘客をしようと必死に取り組んでいる。ですから、単に「ワーケーションをしに白馬に来てください」と言っても、来てくれるものではないと考えている。その為、私達は「白馬に来なくてはならない理由を作ること」が大事だと考えた。そこで始めたのが GREEN WORK HAKUBA (GWH) である。きっかけは、年々減っていく積雪量である。スキーリゾート白馬にとって、雪不足は深刻な問題である。そこから気候変動の問題、そして、その解決策として注目されているサーキュラーエコノミー（循環型経済）について皆で学び、考えるイベントを開催することになった。第1回（2020年9月14日～9月17日）のGWHには30名以上が集まった。また、その中の数名は第2回（2021年2月28～3月3日）にも参加してくれる。



サーキュラーエコノミーは「循環型経済」とも呼ばれ、従来の大量生産・大量消費・大量廃棄の経済モデルに代わる、地球環境や労働環境にも持続可能性をもたせるオルタナティブな経済の仕組み。2030年までに、新たに4.5兆ドルもの利益を生み出すモデルとして注目されている。

企業単位の誘客にこだわらず、感度の高い個人に訴求する

多くの自治体が企業単位でのワーケーションの受入れを目指していることに、逆に驚いています。白馬村を訪れる旅行者は元々FITが多いので、ワーケーションのターゲットも自然と個人をターゲットとした誘客の方向へと進んだ。コロナとは関係なく、そもそも第1回GWHは元々は東京オリパラの時期に設定していた。この時期は東京から離れて、田舎でワーケーションをしたいと考える人が増えると予想したのである。しかし、多くの人達は東京からJRで1時間程度のところに落ち着くでしょうから、何もなければわざわざ新幹線に乗って白馬までは来ないだろう。GWHはその動機を喚起する為のものであった。オリパラは延期になったが、それでも30名以上の人が集まり、専門家の講演を聞いたり、森の中でディスカッションをしたり、レクリエーションを楽しむなど交流を深めた。アンケートには、「有意義な時間を過ごせた」「また来たい。白馬が好きになった」というコメントをいただいた。その後、参加者だけではなくゲストスピーカーも白馬に再訪してくれたり、サーキュラーエコノミーで新規ビジネスをしたいと考えるベンチャー企業の人達が来てくれたり、GWHの影響がその後も続いている。組織を超えて、感度の高い人、意識の高い個人が集まり、学び、一緒に考え、交流するその先に、企業単位のワーケーションがあれば良いと考えている。

②長野県白馬村

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

サステナブルなマウンテンリゾートを目指す「第2回GREEN WORK HAKUBA」(2021/2/28-3/3)

- 「サーキュラーエコノミー」を学びから「実装」へ。
白馬村が提案するリゾートワークプログラム 第2弾
- 地元企業と国内外の専門家・先進企業が進める4日間の実践型研修-

白馬村は2019年12月白馬村気候非常事態宣言を発令しました。気候変動に立ち向かうために、サーキュラーエコノミーを取り入れた「サステナブルなマウンテンリゾート」の実現に取り組んでいます。白馬の魅力に実際に触れながら、第一線の専門家によるサーキュラーエコノミーおよび気候変動の知見をインプット。加えて、国内外の地方都市でのサーキュラーエコノミーの実装事例を紹介します。さらに白馬村地元企業からの課題をもとに、サーキュラーエコノミーの概念を取り入れたビジネスアイデアを起案するワークショップを実施。今後の白馬村でのサーキュラーエコノミーの実装に向けた実践的なプログラムを提供している。

GWH実現のきっかけはワーケーションで白馬に来ていたワーカーとの交流

GWHについて言えば、当初、私達には漠然と「気候変動という問題に対して何かを発信したい」という考えがあっただけで、サーキュラーエコノミーの知識やその道の専門家が誰なのか、また、ワークショップ開催のノウハウもありませんでした。しかし、そのことを白馬村にワーケーションに来ていた名古屋の広告代理店の人達に相談したことがきっかけとなり、次々とサーキュラーエコノミーに関係する人の輪が広がり、最終的にGWHを実現させることが出来ました。自分達だけではとても実現することは出来なかったと思います。そして、GWHに招請した専門家や参加者との交流の中で、私自身もサーキュラーエコノミーについて学んでいったのです。これもまた、ワーケーションが生み出した地域課題解決の事例です。

ワーケーションに寄せる期待、課題など

ワーケーションの誘客を始めたからといって、急にドツと人が押し寄せるとは思っていません。少しずつでも良いのです。毎年、少しずつ、白馬でワーケーションをする人を増やしていく。それが大事だと思っています。来て欲しいのは、感度の高い人達、意識の高い人達です。そうした人達が地元の人達や他のワーケーション利用者と交流して、地域課題を解決する新しいビジネスを生み出したり、地域のブランディングに発展することに期待しています。

〇札幌市に寄せて

ワーケーションとは少し違いますが、例えば、世の中の多くの人々が函館は美味しいものが沢山ある町だと認識しています。その函館市で食のイベント（調査員注：函館グルメサーカスと思われる）をやっているというのは、私たち他県の人間から見ると、非常に納得出来ることなのです。美食の町だから食のイベントを函館でやる理由がある。札幌の場合、北海道の政令指定都市なので、**札幌だけに限定しないで、北海道全体を象徴するような課題や文化をテーマとしたメッセージの発信とワーケーションの組み合わせが可能だ**と思います。そこに感度の高い人、意識の高い人達が集まる仕掛けをすれば、あとは集まった人達同士の交流から課題解決策や新しいビジネスが生まれ、それに触発され、また新しい人達が集まると思います。北海道らしいメッセージの発信に大いに期待しています。

②長野県白馬村

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

参考：サステイナブルなマウンテンリゾートを目指す

「第2回GREEN WORK HAKUBA」(2021/2/28-3/3)

このイベントが通例化すれば、白馬の環境という立ち位置が定まってくる。環境で起業したい人はまず白馬を目指すようにしていきたい。ここに、リモートワークで白馬を訪れる意味が出てくると考える。

(福島事務局長)

スケジュール (第1回大会)



	DAY 1 9月14日 水	DAY 2 9月15日 木	DAY 3 9月16日 金	DAY 4 9月17日 土
A	自由行動	セッション2 #Orientation "GREEN PROJECT" -C/Eの全体像- -C/Eの役割- -C/Eの期待- -C/Eの期待- -C/Eの期待-	アイディエーション #Work C/Eを推進するためのフレームワークを基にしたワークショップ、参加者においてC/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。	リゾートワーク #Resort Work -C/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。
M	自由行動	セッション1 #Introduction -C/Eの全体像- -C/Eの期待- -C/Eの期待-	ディスカッション #Pitch & Discussion -C/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。	リゾートワーク #Resort Work -C/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。
P	自由行動	セッション1 #Introduction -C/Eの全体像- -C/Eの期待- -C/Eの期待-	アイディエーション #Work C/Eを推進するためのフレームワークを基にしたワークショップ、参加者においてC/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。	リゾートワーク #Resort Work -C/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。
M	自由行動	セッション1 #Introduction -C/Eの全体像- -C/Eの期待- -C/Eの期待-	アイディエーション #Work C/Eを推進するためのフレームワークを基にしたワークショップ、参加者においてC/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。	リゾートワーク #Resort Work -C/Eを推進するための期待や課題を共有し、アクションプランを共有する。
C	Welcome Party		Night Session 懇親会	

スピーカー

 <p>中石 和良 氏 Nakaishi Kazuhiko 一般社団法人 サーキュラーエコノミー・ジャパン 代表理事 ※オンライン登壇となります</p>	 <p>辻井 隆行 氏 Tsuji Takayuki 社会活動家 ソーシャルビジネス・コンサルタント</p>	 <p>安居 昭博 氏 Yasui Akihiro Circular Initiatives & Partners 代表</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

特別ゲスト



Marthijn Pool
Space&Matter 共同創業者
CrowdBuilding.nl 共同創業者

サーキュラーエコノミーを牽引するオランダで、「DeCuevel」、「フローティングハウス」など建築を通したサステイナブルなまちづくり・コミュニティ開発に取り組む Marthijn Pool 氏が登壇。

※録画による講演となります

2009年にSpace&matterを共同設立。Space&matterは、建築と設計は、社会文化的な問題の解決策を開発し、人々を結びつけるデザインを創造できるという考えの下、建築事務所でありながら都市開発戦略の立案まで行う。アムステルダム市のサーキュラーエコノミー実験区「De Ceuveel」はサーキュラー・エコノミー賞(2014)を受賞。また、コミュニティの構築が、開かれた柔軟な都市形成の推進に重要であると考え、都市設計における市民のエンゲージメントを最大化するプラットフォームCrowdBuilding.nlを共同設立。



ニールセン 北村 朋子 氏
Nielsen Kitamura Tomoko
aTree Cultural Translator

自然エネルギー100% / エネルギー自給率600%の島、デンマークのロラン島から、現地在住のニールセン北村朋子氏に「気候変動に対するロラン島の取り組みや今後の展望」についてお話をいただきます。

日本とデンマーク。人と人、人と人を取り巻く環境とのつながり、教育と民主主義をツールにこれらを考えて、ほくして広く伝え、価値ある実践者、人と人を取り巻く環境が幸せな地球を目指し、そのためのネットワークづくり、学びと思考と実践の場づくりを行う。デンマーク、ロラン島でフォルケハイスクール International Folc Academy Lollandの高校校長兼、対話や実践、実践を通じて持続可能な、世界でおいしい食と生活の公平な分配、安全供給とよりよい民主主義の世界との共有を進める。

第1回GWHの様子 (GWG公式HPより)



②長野県白馬村

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

～「スキー×温泉×ワーケーション」を組み合わせた誘客に取り組む宿泊事業者の立場から～

信州野沢温泉 旅館さやか 社長 森 晃氏

森氏は元アルペンスキーの選手であり、引退後は長野県スキー連盟のアルペン部長を務めた。国内・海外のスキー場やスキーリゾートへの知見も深い。



「スキーと温泉」でワーケーションでさらなる付加価値を！

長野県ではワーケーションの宿泊費を助成する施策を行っていますが、残念ながら、新型コロナの影響でその助成が宿泊者の増加につながったかどうか実感出来なかった。

それとは別に、野沢温泉ではスポーツ庁から補助金をもらってワーケーションの実証実験を行っている。これは「スキー×温泉」を組み合わせた企業向けのワーケーションである。2月下旬、東京の企業4社をモニターツアーに迎え、生産性の向上や新しいアイデアの向上など「スキー×温泉×ワーケーション」がビジネスにどのような効果をもたらすのか検証する。

今後、こうした取り組みに県が助成金を出すような制度が出来ることに強く期待している。助成の範囲としては、**宿泊費の補助に限定するのではなく、ワーケーション中のワークスペース利用料やスポーツアクティビティの料金など幅広い経費に対して県がワーケーション実施企業に対して助成金を出すという制度だと、我々宿泊事業者としても、「長野県にはこうした制度があるのでぜひ当ホテルにお越しく下さい」と企業に働きかけやすいのである。**

②長野県白馬村

現状を探る

地域関係者へのヒアリング



2020年11月5日(木)「ワーケーションEXPO@信州」
<https://shinshu-resorttelework.com/expo/>
 イベントレポートから

森のオフィスの現在: **コワーキングスペース** だれが使ってるか?

富士見町在住: 40%

諏訪6市町村 & 山梨県在住: 40%

長野県・山梨県外在住: 20% ← 今年は急増中

～法人向け一棟貸しリモートオフィス 長野県信濃町ノマドワークセンターを運営する立場から～

特定非営利活動法人 Nature Service 共同代表理事 赤堀 哲也氏

元々信濃町ノマドワークセンターは、オリパラ開催にあたり都心の通勤が混雑によって難しくなることを想定して2019年に開業した。

問い合わせはあるが、利用者がまだ少ない状況。ワーケーションをしたいと思ってできない人がいるという状況ではないかなと思う。問い合わせはとても多いので、来年は実行できるように願っている。



～長野県軽井沢和歌山県白浜町に企業向けコワーキングスペース「Work × action Site」を運営する立場から～

三菱地所(株) 営業企画部 専任部長 玉木 慶介氏:

営利企業としてどんな見返りが大切か。何もなければお金は出せない、企業の業務にとってもプラスになり、行く先の人にも貢献できる…というのはよくわかる結論である。**一番大事なのは付加価値をつくること。**例えば、**地域側が「来て来て」と言うだけでは企業は動かないし、企業側も「楽しかった」だけではお金を出さないのではないか**と思っている。

我々としては、従業員のモチベーションを上げる→企業の業績にもプラスになる→地域にも役立つといった仕組みをつくらないといけないのではないかと考えている。

つい建物をつくることに目が行きがちですが、三方よしをつくっていくにはソフト面が大切ではないだろうか。



③福岡県福岡市

国際観光都市としての圧倒的な知名度を背景に「都市」の魅力が際立つ福岡市。周辺には豊かな自然があり、「都市×自然」「アクティブ×リラックス」のメリハリあるワーケーション滞在が可能。そして、2021年2月、本格的なワーケーション誘致に向け、福岡市が大きく動き出した。



③福岡県福岡市

札幌市との共通点が多い福岡市

●都市部の楽しみが充実

独自の食文化を楽しむ食べ歩き、名所史跡めぐり、音楽・アート鑑賞や文化施設めぐり、ショッピング、野球観戦など町場ならではの楽しみが豊富。歓楽街 中洲は東京・歌舞伎町、札幌・すすきのと合わせて、日本三大繁華街と称されることもある。



●豊富な宿泊施設

ビジネスからシティ、リゾート、ハイグレードまで豊富なラインナップ。近年の好調なインバウンド受入れとオリンピック需要を見据え、新しいホテルが次々とオープンしている。

●九州におけるビジネスの中心地

すでに日本の主だった企業の支店・支社があり、既存の地元産業の層が厚く、福岡市発のベンチャー企業も多い。企業誘致については市（県）が指定する重点産業に絞った誘致政策をとっている。



●程よく都会・コンパクトシティ

都市としては東京や大阪と比べてコンパクトながら、「住む×働く」という観点から見ると都市機能は十分であり、市内の公共交通も発達しているので、都会のビジネスパーソンが安心して「ワーク×バケーション」を楽しめる環境が整っている。



●抜群の航空アクセス

航空路線は東京＝福岡、大阪＝福岡は便数が豊富。LCCもあり利便性が高い。「何かあればすぐに居住エリアに戻れる」という安心感がある。海外からの直行便も多い。また、新幹線での移動という選択肢もある。



●少し足を伸ばせば大自然

大都市でありながら、周辺には豊かな自然がある。平日の「ワーク」は都市部で、オフの「バケーション」は郊外や近隣の市町村に足を伸ばせば自然豊かな場所でアクティビティや温泉でのリフレッシュが楽しめる。



福岡市内の港からフェリーでわずか10分。年中花に包まれた島「能古島」



お隣の糸島市はオーシャンリゾートワーケーションの旅先として注目されている



イチゴの王様あまおう狩り体験は福岡市観光のキラコンテンツ



筑後川温泉、玄海さつき温泉など福岡市中心部から1時間程度で行ける温泉多数

③福岡県福岡市

コワーキングスペースの数が多い。スケールが大きい。

市内中心部にはコワーキングスペースが多数。コワーキングスペース検索サイト「co-work-ing.com」にて検索すると、博多エリアだけで10か所以上あり、飲食店や公共スペースなどリモートワークが可能なスポットとなると数えきれない。また、WEB会議の開催が可能な貸し会議室も多数。料金は1時間千円前後〜と非常に安く、これは首都圏や札幌では考えられない価格。

話題のwework（ウィーワーク）も福岡市内に2拠点。3月に3拠点目がオープン予定。

ニューヨークに本社を構え、全世界 38 ヶ国 151 都市 859 拠点以上にシェアオフィスを展開するweworkは福岡市をスタートアップ創業区として注目し、日本進出を果たした2018年の年末に福岡1号店としてwework 大名店をオープンした。ビル一棟を構える WeWork大名は5階建てのビルに約340席のワークスペースがある。



wework ゲイツ福岡店



wework 大名店

この拠点には、フリーランスのエンジニアやマーケターが活動拠点として利用したり、メーカーや商社、IT関連の大企業が福岡支店を構えたりと、幅広い業種、職種のメンバーが混在していることが特徴である。

写真：wework 公式HPより

西日本最大規模のコワーキングスペース「The Company」は海外にも展開。

福岡市に3拠点、熊本に1拠点、海外に7拠点を展開。早くからコワーキングスペースのニーズに着目した民間企業による運営。拠点の1つはファッションビル福岡PARCO内にもあり、GoToトラベル全盛期にはワークスペースを求める旅行者の受け皿となった。海外拠点はベトナム、バンコク、フィリピン、ハワイなどに展開。九州から海外へのビジネス拡大を考える企業の足掛かりとなっている。

写真：The Company公式HPより



The Company キャンナルシティ博多前店
約400坪



The Company福岡PARCO店
約300坪



The Company中洲川端店
約340坪

③福岡県福岡市

コワーキングスペースの数が多く、スケールが大きい。

海辺の巨大なシェアオフィス「SALT」 福岡市内でリゾートワーケーションを体験できる！

九州ビジネスの中心地天神エリアから電車で26分。福岡市西区の海辺に建つシェアオフィス。カフェやイベントスペースを併設。ビジター用のコワーキングスペース、会員用のブース席、SOHOや企業単位のワーケーション利用に適したスモールオフィススペースもある。トヨタ自動車・近畿日本ツーリストと連携した実証実験で1人乗り小型自動車のレンタルをセットにした郊外ならではのワーケーションパッケージの造成にも取り組む。



コワーキングスペースが多い背景～創業特区への認定～

福岡市にコワーキングスペースが多く、それ自体が大きなビジネスとして成り立っている背景として、もともと独立・創業を後押しする風土があり、さらに創業特区への認定を機に強化されたスタートアップ、ベンチャーを推進する市の施策があると考えます。

平成26年5月に福岡市は国家戦略特区「グローバル創業・雇用創出特区」に選ばれました。これにより、革新的なビジネスにチャレンジする創業企業は、国税と市税の軽減が受けられるようになり、国税については、最大5年間、所得金額の20%が控除され、法人市民税は最大5年間全額免除されることになった。

③福岡県福岡市

コワーキングスペースが多い背景～創業特区への認定～

スタートアップ支援のシンボル「Fukuoka Growth Next フクオカ グロース ネクスト」

福岡市が閉校となった旧大名小学校を官民共働型スタートアップ支援施設「Fukuoka Growth Next」として再生。起業や第二創業を支援し、その成長をサポートする場として運営する。Fukuoka Growth Nextではシェアオフィスやコワーキングスペースといったハード面とともに、創業に必要な機能をすべて集約し、ワンストップで利用できるようにソフト面も充実。コンシェルジュによる起業相談窓口を置くスタートアップカフェや、雇用労働相談センター、人材マッチングセンターの設置など、特区としての規制・制度改革に福岡市の独自施策を併せて、さらなるサポートを推進する。同施設は天神駅から徒歩7分の場所にある。近年はスタートアップのプラットフォームとして認知され、首都圏の投資家やベンチャーキャピタルが訪れ、ベンチャーの資金調達に繋がっているとのこと。



写真：Fukuoka Growth NextHPより

日本初！ 外国人の創業活動を促進！スタートアップビザ（外国人創業活動促進事業）

様々な施策の中で注目されているのはスタートアップビザです。外国人の創業を促進するために、国家戦略特区に指定されている福岡市で特例的に認められた制度。日本で創業を志す外国人に必要とされる「経営・管理」の在留資格の認定要件が、福岡市（国家戦略特別区域）で創業活動を行う場合に緩和される。「スタートアップビザ」では、その要件が整っていなくても、福岡市から確認を受け、その確認をもとに入国管理局が審査をすることで、6ヶ月間の「経営・管理」ビザが認められる。要件は、その6ヶ月間で整えればよく、創業する外国人は事業を進めながら、手続きを進めることが可能。従来は、「経営・管理」ビザ更新の要件として「個室」のオフィスを借りる必要がありましたが、2020年6月に「個室」要件が緩和され、最初の「経営・管理」ビザ更新から次の更新期限までは、コワーキングスペースでも可能となった。



写真：制度を活用し、福岡市で起業したシンガポール人実業家

日経ビジネスオンライン 2017.3.15記事より

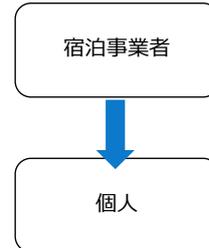
「外国人ベンチャー争奪戦、福岡市独り勝ちの理由」
全国に広がるスタートアップビザ。しかし、2月までのスタートアップビザ制度の利用実績は東京都と福岡市の28人のみで、うち24人は福岡市。「残念ながら、制度が十分に周知されていない」（広島県の担当者）といった声も挙がる。さらに、実際に3つの条件を満たしてビザ更新のメドが立っているのは福岡市の5人だけだ。なぜ福岡市のひとり勝ちが続いているのか。

③福岡県福岡市

福岡市のワーケーション助成金

■ 宿泊事業者向け（プラン利用者は個人）・・・「福岡STAY」安全安心利用キャンペーン事業

福岡市が宿泊事業者へ助成金を交付し、それを使ってテレワークの環境整備やテレワークプランの造成に活用する。利用者はキャンペーンサイトやOTAからお得なテレワークプランを探し、購入する仕組み。



助成金の概要

対象： 福岡市内の宿泊事業者（利用者は福岡市外に居住する人）

助成： ①新しい滞在プラン造成に係る必要経費に対する支援金
 （支援額）30万円を上限として、対象経費の5分の4を支援

②顧客獲得に向けた特別プランの販売に係る事業者支援金
 （支援額）30万円を上限として、支援額3千円×利用人数を支援

①プラン造成支援金の対象となる経費

経費の対象の幅が広く、テレワーク環境の整備に加え、アクティビティ等にかかる経費を対象としている。

ビジネス環境等の整備に係る経費	魅力の付加に係る経費
パソコンやプリンタ等の購入・リース デスク・椅子の購入 Wi-Fiの設置・強化 WEBカメラ・マイクの購入 ウィルス対策セキュリティソフト サテライトオフィス向けへの客室改造費 ワーキングスペース等に設置するアルコール噴霧 機器等の購入 上記に伴い必要な用品類等の購入（USB、インク カートリッジ等）	レンタル用自転車購入 サイクルポートの設置 部屋食提供用のカート及びそれに伴う用品の購入 食事スペース確保のためのパーティション バーベキュー用機材の購入 体験型商品の提供に係る委託費 プラン利用に付帯する博多の伝統品や土産品の購入 まち歩きマップの作製 上記に伴い必要な用品類等の購入（自転車の空気入れ等）
広報等その他経費 チラシの作製費 施設内における看板の作製費 WEBサイト上での広報費 雑誌掲載に係る広告費	

助成金を活用したユニークなプラン例
 「ホテルWBF福岡中洲」のモーニングクルーズ付きワーケーションプランと最長12時間利用可のデイクースプラン



助成金を活用したユニークなプラン例
 ホテルニューオータニ博多のMy Hotel Officeプラン
 客室を大きくリニューアル。ウェブカメラ付きTVモニター完備。
 サテライトオフィスとしての利用も可能

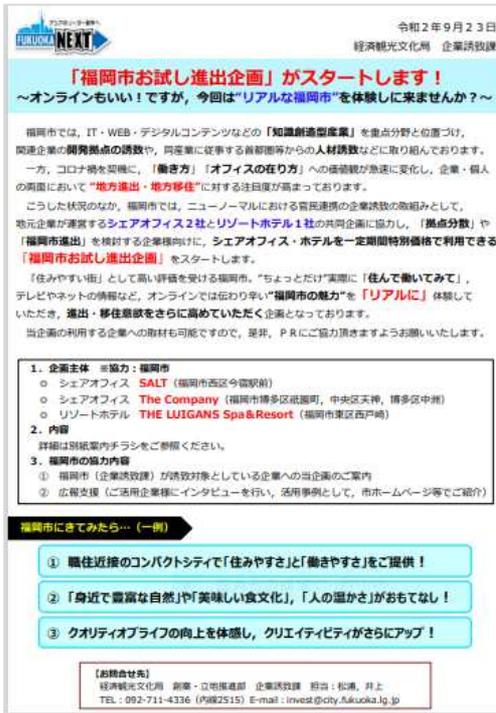
③福岡県福岡市

福岡市のワーケーション助成金

■企業向け・・・福岡市お試し進出企画

「拠点分散」や「福岡市進出」を検討する企業を対象に、シェアオフィス・ホテルを一定期間特別価格で利用できるワーケーション経費の助成。ただし、利用するホテルとシェアオフィスは指定されている。

企業誘致



福岡市では、IT・WEB・デジタルコンテンツなどの「知識創造産業」を重点分野と位置づけ、関連企業の開発拠点の誘致や、同産業に従事する首都圏からの人材誘致などに取り組んでおり、コロナ禍を契機に、「働き方」「オフィスの在り方」への意識が急速に変化し、企業・個人の両面において「地方進出・地方移住」に対する注目度が高まっております。

この状況のなか、福岡市では、ニューノーマルにおける官民連携の企業誘致の取組みとして、地元企業が運営するシェアオフィス2社とリゾートホテル1社の共同企画に協力し、「拠点分散」や「福岡市進出」を検討する企業向けに、シェアオフィス・ホテルを一定期間特別価格で利用できる「福岡市お試し進出企画」をスタートします。

「住みやすい街」として高い評価を受ける福岡市、「ちょっとだけ」実際に「住んで働いてみて」、テレビやネットの情報など、オンラインでは伝わらない「福岡市の魅力」を「リアルに」体験していただき、進出・移住意欲をさらに高めていただく企業となっております。

当企画の利用する企業への取材も可能ですので、是非、PRにご協力頂きますようお願いいたします。

1. 企画主体 ※協力：福岡市

- シェアオフィス SALT (福岡市西区今宿駅前)
- シェアオフィス The Company (福岡市博多区祇園町、中央区天神、博多区中洲)
- リゾートホテル THE LUIGANS Spa&Resort (福岡市東区西戸崎)

2. 内容

詳細は別紙案内チラシをご参照ください。

3. 福岡市の協力内容

- ① 福岡市(企業誘致課)が誘致対象としている企業への当企画のご案内
- ② 広報支援(ご活用企業様インタビューを行い、活用事例として、市ホームページ等でご紹介)

福岡市にきてみたら…(一例)

- ① 職住近接のコンパクトシティで「住みやすさ」と「働きやすさ」をご提供!
- ② 「身近で豊富な自然」や「美味しい食文化」、「人の温かさ」がおもてなし!
- ③ クオリティオブライフの向上を体験し、クリエイティブがさらにアップ!

【お問合せ先】
経済観光文化局 産業・立地推進課 企業誘致課 担当：松浦、井上
TEL: 092-711-4336 (内線2515) E-mail: invest@city.fukuoka.lg.jp



福岡市の地元企業が運営するシェアオフィス2社とリゾートホテル1社が、福岡市協力のもと、新たに進出・拠点分散をご検討の企業様向けに、「福岡市お試し進出企画」をスタートします。

コロナ禍における「リモートワーク」の浸透、従業員の方の「地方で働きたい」というニーズ、また「安心・信頼感から脱却」など、働き方やオフィスのあり方は、いま大きく変化しております。

本企画は、新たに「福岡市進出」「拠点分散」をお考えの企業様に、実際に一定期間「福岡市に住み、働く」体験を通して、「まちのリアル」を知るきっかけとして頂くものです。

企業様が新たな働き方を実践して頂く機会として、世界に先駆けて「感染懸念対応シティ」を掲げた福岡市にぜひお越しください!

【企画概要】

○ 企画主体 ※協力：福岡市

- ・シェアオフィス SALT (福岡市西区今宿駅前)
- ・シェアオフィス The Company (福岡市博多区祇園町、中央区天神、博多区中洲)
- ・リゾートホテル THE LUIGANS Spa&Resort (福岡市東区西戸崎)

○ 対象企業 ※①②の両方を満たす企業様が対象となります。

- ① 福岡市域外に所在し、福岡市に新たに拠点進出を検討していること。
- ② 福岡市が福岡市企業立地促進条例施行規則の別表第1に定める対象分野の事業を行う拠点であること。(IT・WEBサービス・デジタルコンテンツ・ソフトウェアの研究開発 他)

○ 内容

- ① 対象のシェアオフィスおよびホテルをSPECIALプライズでご利用できます。 ※詳細は別紙のとおり、各事業者の案内チラシをご参照ください。

○ 利用要件

- ① お試し進出にあたって、当企画のシェアオフィス又はホテルのいずれかで業務を行うこと。
- ② 福岡滞在期間中にインタビュー(※)を受けて頂くこと。

※インタビューでは、福岡で働くこと・住むこと・拠点を設けること等、ご滞在時に体験が感じられた福岡市のメリットやデメリットなどをお伺いします。インタビュー内容は活用事例として、他企業様への案内等に使用させていただきます。

○ 注意点

- 申込締切は原則、福岡市滞在于来前日の2週間前までとなります。
- ご利用人数・期間の上限は設けておりませんが、申込後、ご利用・お手続にあたり、各種設との事前調整が必要となります。
- 新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、新型コロナウイルス接触確認アプリ「COCOA」のインストールを推奨しております。また、ご滞在の間には、アプリのご活用や検温・消毒など、感染拡大防止の取り組みにご協力頂きますよう、お願い致します。
- 終了時期は未定ですが、予定なくお申込みの受付を終了する場合がありますので、ご了承ください。

助成金の概要

- 対象： ①福岡市域外に所在し、福岡市に新たに拠点進出を検討していること。
②福岡市が福岡市企業立地促進条例施行規則の別表第1に定める対象分野の事業を行う拠点であること。(IT・WEBサービス・デジタルコンテンツ・ソフトウェアの研究開発 他)
- 助成： 対象は、①宿泊料金、②シェアオフィス利用料
- 指定の宿泊先： ホテルTHE LUIGANS Spa&Resort
- 指定のシェアオフィス： The Company、SALT

③福岡県福岡市

福岡市のワーケーション助成金

利用企業の紹介記事
FUKUOKA CRATIVE CAMP (※)

※主に首都圏で活躍しているIT・デジタルコンテンツ等の開発経験者（クリエイティブ人材）の福岡市内企業へのU/Iターン転職を応援するために福岡市が実施するプロジェクトのポータルサイト。

記事内容

福岡市お試し進出企画」ご利用企業第一弾！
東京都 (株)BRANDFARM (広告・ブランディング業)
代表取締役社長 工藤 拓真 氏
利用期間：2020年10月31日～11月7日
利用人数：2名

<利用の感想>

✓九州と東京の2拠点にブランディング・クリエイティブの拠点を

つくりたいと考え九州の第一候補が福岡だった。

✓2拠点で事業展開を考える場合、空港が近いこともメリット。

✓ワーケーション中は地元福岡の企業、事業家、クリエイター

とのネットワークが出来た。



福岡市のワーケーション助成金 (2021年の動き)

2021年2月、福岡市のワーケーション推進に大きな動きがあり、2021年6月頃実施予定のワーケーション補助金のニュースを早々とリリース。

また、受入れ体制の整備の為、ワーケーションネットワークの構築と思われる事業者の募集を開始している。積極的にワーケーション利用者を取り込む戦略に打って出た福岡市の動きに注目が集まっている。

③福岡県福岡市

福岡市のワーケーション助成金



※助成の形式としては、助成金を旅行会社・OTAに交付し利用者は旅行会社やOTAを通じて購入すると推測。

～西日本新聞me 2021年3月7日のニュース記事より

「ワーケーション」推進へ1泊5000円補助 福岡市

福岡市は、国の観光支援事業「Go To トラベル」の対象から外れた、出張目的で市内に滞在する費用の一部を補助する事業を始める。余暇を楽しみながら仕事をする「ワーケーション」ツアー企画で3泊以上滞在する旅行者に対し、1泊につき5千円を補助。新型コロナウイルスの感染拡大の状況次第だが、6月中旬からの実施を予定しており、市は事業に協力する企業・団体も募り、全市を挙げて「福岡型ワーケーション」の発信に取り組む。

市はツアーを企画する開発費として、旅行会社10社に対してそれぞれ50万円を助成。例えば、市内のホテルに滞在し、昼間はコワーキングスペース（共同利用型の仕事場）で仕事をし、夜はスポーツ観戦や屋台での飲食を楽しむなどの企画が考えられるという。

市はこうした福岡型ワーケーションを推進するため、旅行会社の企画とは別にパートナーとして登録する企業・団体も募集している。福岡観光コンベンションビューローに推進事務局を設置し、出張を検討中の個人や企業の相談に応じて、パートナー企業・団体のサービスを案内する。

現在停止中の「Go To」では、昨年11月以降、観光を主目的としないビジネス出張の宿泊プランを割引対象から除外。昨年12月の市内ホテルの宿泊稼働率は41・2%で、コロナ禍前が80%近くだったの比べると、出張するビジネスマンが多い市では「Go To」の恩恵をやや受けにくい状況だった。このため、市はワーケーションの推進で需要回復につなげたい考えだ。

福岡型ワーケーション推進に向けた「パートナー」の募集について

これは、和歌山県の事例「Wakayama Workation Network」と同様の制度と考える。ワーケーションの受入れ環境を整備する為、コワーキングスペース、宿泊事業者、旅行会社、アクティビティ等を提供するガイド事業者を登録し、受入れのネットワークを構築しようとするものである。今後はこうした登録事業者の中からワーケーションを横断的にコーディネートする「ワーケーションコンシェルジュ」としての役割を担う旅行会社等がワーケーションに関する問い合わせ対応の窓口業務を行う可能性もある。いずれにしても、福岡市が次年度の戦略としてワーケーション誘客に重点を置いた施策を取ることがわかる。

～福岡市HP 2021年2月26日

福岡型ワーケーション推進に向けた「パートナー」の募集について

概要

福岡市と福岡観光コンベンションビューローは、ビジネス環境の良さや都市機能と自然が近接したコンパクトシティの特徴を活かした「福岡型ワーケーション」を推進しております。
つきましては、「福岡型ワーケーション」の推進に向けて一緒に取り組んでいただける企業・団体等（パートナー）を募集します。

- ワーケーションとは「ワーク（労働）」と「バケーション（休暇）」を組み合わせた造語で、旅行先等で仕事をしつつ余暇を楽しみ新しい働き方です。PCとインターネット環境があれば仕事ができる方が主な利用です。
- 「福岡型ワーケーション」推進の目的
新しい旅行スタイルであるワーケーションを推進し、福岡市の働きやすさや暮らしやすさを体感していただくことで、長期滞在や再来訪等に繋げていくことを目的としております。

担当部署：経済観光文化局 観光コンベンション部 観光産業課
問合せ先：福岡型ワーケーション推進事務局

ジャンル	内容、条件等
ワークスペース	Wi-Fiや電源等の基本的設備を有し、ワーケーション利用者が利用可能なワーク環境を提供する施設
ビジネスマッチング	ワーケーション利用者向けのマッチング機会の提供
ビジネスイベント	ワーケーション利用者が参加可能なイベントの実施
視察・研修	視察の受入や、チームビルディング等の人材育成、事業創出に資する研修
アウトドア・体験	キャンプ、トレッキング等の自然体験や、まち歩き、給付体験等の歴史・文化体験等を提供すること
観光・文化施設	主に観光利用を目的とした福岡市の魅力を伝える施設、または市の文化・芸術に関する展示等を行う施設
交通	乗車等を通じて福岡市の観光的魅力を伝える交通サービスの提供
宿泊	テレワークのできる環境や、長期滞在向けプラン等、ワーケーション利用者にとって有益なプランや設備を有する宿泊施設
サポート等	①他のパートナーがワーケーション推進に取組むための商品開発や機能強化を行う際のサポート ②その他、福岡型ワーケーション推進に寄与するサービスの提供

③福岡県福岡市

エリアが抱える課題

ホテルの供給過多～インバウンド旅行者のさらなる受入れとオリンピック需要を見込んだホテル建設ラッシュ～

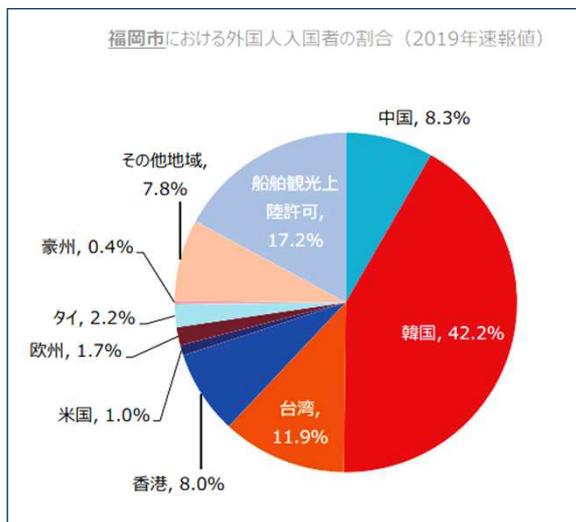
福岡市におけるホテル・旅館の客室数は2019年で32,386室 前年から4,057室増。
さらに、2020年～2021年の間に計 48施設 6,319室 増加する見込みである。



出典：『福岡市の観光・MICE』2020年版（福岡市観光調査）より

日韓関係の悪化による韓国人旅行者の減少。特に2019年夏以降、韓国人旅行者が激減

ピーク時には福岡空港へLCC6社を含む韓国の8社が乗り入れ、航路も博多港から釜山港を3時間で結ぶ高速船やフェリーが運航していた。日本全体を見ると中国人旅行者の割合が最も高いのに対し、福岡市では韓国人旅行者が（42.2%）と最も多く、影響は大きい。コロナ収束後にある程度インバウンド旅行者が戻って来たとしても、**今後は客室数の供給過剰が課題となると思われる。**



出典：『福岡市の観光・MICE』2020年版（福岡市観光調査）より

ワーケーション利用者の獲得を増え過ぎたホテルの稼働率向上の起爆剤にしたいという意向が見て取れる。

③福岡県福岡市

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

～福岡エリアの宿泊施設を顧客に持つ立場から～

観光経営コンサルタント S氏（匿名希望）

福岡市、糸島市、前原市の宿泊施設を中心に、稼働率アップや新規プランの開発などのコンサルティングを行う。

●ワーケーションプラン商品はそれほど売れていない

福岡市が助成金を出して市内ホテルでのワーケーションプランの造成・販売を進めてはいるが、実際にこうしたワーケーション商品がたくさん購入されているかというと、決してそうではない。旅行者から見ると、GoToトラベル商品の方がお得感があるからである。もちろん、お客様の中にはGoToの商品を購入して、実際にはワーケーションとして利用している方もいらっしゃると思う。各ホテルはすでにWi-Fiを完備しているし、仕事をする環境も整っている。なお、糸島市については、以前から移住促進の取り組みをしているので、移住者の数自体は増えてはいるものの、今はコロナ禍ということもあって、ワーケーションらしい方を見ることも少ないように感じている。

●おひとり様プランの充実がワーケーションにも有効

利用者に対して、割引率の大きいワーケーションプランなど具体的でインパクトのあるメリットを打ち出さない限り、目に見える形でワーケーション利用者の実数としては上がってこないかと思う。しかしながら、これは九州全般での話にはなるが、新型コロナ感染拡大の影響で、温泉地などでは「おひとり様」の宿泊が増えてきている。ワーケーションプランとして限定するのではなく、シングル利用でのプランを充実させることが、結果的にワーケーションとしての利用にもつながるのではないかと考える。

③福岡県福岡市

現状を探る

地域関係者へのヒアリング

～宿泊事業者の立場から～

ホテルWBFグランデ博多 総支配人 岡崎 寛之様

WBFグループは福岡市内に3つのホテルを運営し、福岡市が実施する「福岡STAY 安心安全利用キャンペーン」にも参画している。



●宿泊ではなく、デiyユースプランが売れた

宿泊プランの販売もしましたが、実際に売れたのはワーケーション向けのデiyユースプランでした。市内の有名レストランでの昼食と滞在をセットにして1名6,500円相当のものを3,500円で販売（3,000円は市から助成）。1ホテルあたり100名が助成の上限だったが、約2ヶ月で売り切った。ただし、利用者はほとんどが市内近郊のお客様であった。宿泊プランについては残念ながら、あまり反応が良くなかった。ワーケーション助成金を使わない商品でよく売れたのは、GoTo中断期に販売した35%OFFの宿泊プランであった。どうしても価格競争になってしまうが、打ち出し方でどうにか工夫しながら販売している状況である。

●市の助成金を活用してコロナ対策の備品を購入

福岡市からはワーケーション対策を行うホテルに対して、備品購入時に3~5割を助成する制度があった。実際に導入を検討したが、大幅な改修を行う場合には、それだけ自己負担額も大きくなるため、結局は行わなかった。ただ、その後、福岡市からコロナ対策に対する助成（購入額の80%助成、ただし1ホテル30万円まで）が出たので、パブリックスペース用に空気清浄機や検温機、マスクなどを購入した。

●次年度1泊5,000円ワーケーション助成について

新聞等で知りましたが、特に市からホテルへの協力依頼などは来ていない。この助成が旅行会社・OTA向けの造成対策だからだと思う。もちろん、助成金により、市外・県外のお客様が多数来訪されることには期待している。しかしながら、果たして、ワーケーションだけを目的に福岡に泊まりに来るお客様がどれ位いらっしゃるかというと、それはどうだろう。これまで他のホテルの話も聞きましたが、**現状はあまり動きがない**という印象である。

④ その他の先進事例



④その他の先進事例

群馬県みなかみ町

農泊の先進地として知られるみなかみ町が次に狙うのはワーケーション
平成29年度に総務省の「お試しサテライトオフィス」モデル事業のモデル地区としても採択。閉鎖された幼稚園をリノベーションしたワーキングスペースを設立。子育て世代のパパ・ママを対象とした1泊2日のワーケーションプログラム等実施。またYahoo Japan社と提携し、東京本社でみなかみ町ワーケーションをPRするセミナー等の誘致活動は2018年以前より実施。ターゲット企業の社員へのダイレクトセールスでワーケーションの効果をアピールする。



Yahoo Japan本社で行われる
ワーケーションPRイベント

●ユニークな施策：テレワークに係るレンタカー借上料補助金

みなかみ町への移住検討のための視察やテレワークおよびワーケーションを目的としたテレワーク施設を利用する町外者に対し、レンタカーの借上料の一部を補助。

助成内容：1回あたりの視察またはテレワーク施設の利用につき、1日3,000円を最大3日間

徳島県神山町

クリエイティブ人材の移住・滞在に積極的な神山町。交流を通じて次世代の人材育成を目指す。

2004年に町内全戸に光ファイバー網を整備。2007年に移住交流支援センターを設立。2010年以降、東京・大阪のITベンチャー等10数社のサテライトオフィスが町内に設置。滞在拠点施設「WEEK神山」や、ワーキングが可能なインキュベーション施設「神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックス」開設するなどの活動により、クリエイティブ人材の移住や滞在が活発な地域となった。その他、厚生労働省認定の求職者支援訓練となる「神山塾」や、**2023年に私立高等専門学校「神山まるごと高専」設立予定**など、新たな人材育成にも積極的である。



神山アーティスト インレジデンスプログラム：1999年から毎年3～5名のアーティストを世界各国から受け入れている。



テクノロジーで世の中を牽引してきたZOZOの元CTOの大塚 紳樹、0からマーケットを創造したSensan代表の寺田 親弘、ウェディング業界に革命を起こした山川 咲という学校づくりの主要メンバー3人と鬼才のゲストが討論する前半戦。そして、誰でも参加できる参加者が各グループで討論する後半戦。そんな二部構成全ての講義が学校づくりのエッセンスとして、活用されます。

神山まるごと高専：コンセプトは「どんな時代にも起業できる野武士のような人間を。」住民も町を訪れる国内外のゲストも、先生であり学生でもあるという考え方。3月、理想の学び舎についてビジネス界のカリスマを迎えて討論会を開催した。

●ユニークな施策：過疎地域等におけるSOHO事業者等に対する補助制度（徳島県）

県外でクリエイティブ・SOHO事業を営んでいる事業者（法人・個人事業主）が県内に事務所を開設するもしくは本社機能移転を行う場合を対象とした補助制度。

助成内容：機器購入費用および通信費、事務所賃借料、新規地元雇用を対象として助成。

④その他の先進事例

山形県肘折温泉郷（大蔵村）

温泉Biz＝湯治×ワーケーションの取り組み

1200年の歴史を持つ湯治場として知られる肘折（ひじおり）温泉郷。現代版湯治を中心とした肘折流ワーケーションとして、公共温泉施設「肘折いで湯館」内にコワーキングスペースを設けるとともに、体験プログラムやアクティビティ等を提案。2020年観光庁被災観光地の誘客多角化・収益力向上事業に採択。テーマである「肘折バカンス」とは、肘折温泉のゆったりとした時間の中でアクティビティなどを通じ、家族の絆を深める長期滞在プログラム。



大蔵村HPより

三井不動産・三井不動産ホテルマネジメント

ホテル×住まいの新しいサブスクサービス「サブ住む」 15万円で30泊など「サブ住む」

三井不動産と三井不動産ホテルマネジメントは、同社が展開する3つのホテルブランドでサブスクリプションサービス「サブ住む(すむ)」の提供を開始。「HOTELどこでもパス」は全国12都道府県、35の施設に30泊固定使用料15万円と利用料で宿泊できるサービス。宿泊開始日は3月20日から4月10日まで、利用期間は30泊・60泊・90泊から選ぶことができる。一方、「HOTELここだけパス」は、全国12都道府県の「ザ セレスティンホテルズ」「三井ガーデンホテルズ」「sequence」の38施設から、部屋を選んで30泊の定額料金で利用できる。

お気に入りのホテルがあなたのお住まいに
HOTELここだけパス

THE CELESTINE HOTELS mitsui garden hotels sequence

全国38ホテル、お気に入りのホテルにじっくり住んでみたい方にお勧め。

住まいを変えたくても、引っ越しはともなってお金がかかるもの。
ホテルなら、都会の一等地で、面倒な契約も初期費用もなく、あなたの理想の住まいがすぐに手に入ります。

全国いつでもどこでもあなたの住まいが見つかる
HOTELどこでもパス

mitsui garden hotels sequence

全国35ホテル、いろいろな場所の、いろいろなホテルを自由に楽しみたい方にお勧め。

好きな時に、好きな場所に住まいが見つかる。
一泊単位にとらわれない長期滞在も。
ホテルが主役になった生活だからこそ、いつでも自由に決められる新しい「住まい」を楽しんでみませんか？

三井不動産ホテルマネジメントHPより

④その他の先進事例

積水ハウス×マリオットインターナショナル

道の駅にロードサイド型ホテル、2020年から15か所で開業

国内の各自治体と連携し、「道の駅」をハブにした、「地域の魅力を渡り歩く旅」を提案する地方創生事業「Trip Base（トリップベース）道の駅プロジェクト」を展開。ロードサイド型ホテルを2020年秋以降に5府県15か所約1000室の規模でオープンし、その後順次全国に展開していく予定。同プロジェクトには、子会社のパソナJOB HUBが参画し、ホテルを拠点とするワーケーションプログラムを企画。各事業創造プログラム、サテライトオフィス設置などを支援し、ともに地域活性化に取り組む。北海道には2022年春以降、恵庭市、長沼町、南富良野市などに展開が予定されている



2020年10月開業「フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜郡上」

JR西日本×カブクスタイル（HafH）

定額制多拠点居住サービス「HafH」会員限定で、JR西日本の新幹線・特急が約40%割引に！

JR西日本は(株)KabuK Style（カブクスタイル）と提携し、新しいライフスタイルの推進及び JR 西日本エリアの活性化に向けた第2弾実証実験を行う。JR西日本グループの鉄道ネットワークと、カブクスタイルの毎月定額で全世界に住むことのできるプラットフォーム「HafH（ハフ）」を相互に機能させ、誰もが「旅も、仕事も、お気に入りの場所で」できるような新しいライフスタイルを提案する。

本実証実験は2020年7月より募集を開始し、9月～11月の3ヶ月間実施した「JR西日本×住まいサブスク」実証実験の第2弾。第1弾は当初の募集に対して想定より多くの申し込みがあったため、約2倍の募集枠に拡大した。

④その他の先進事例

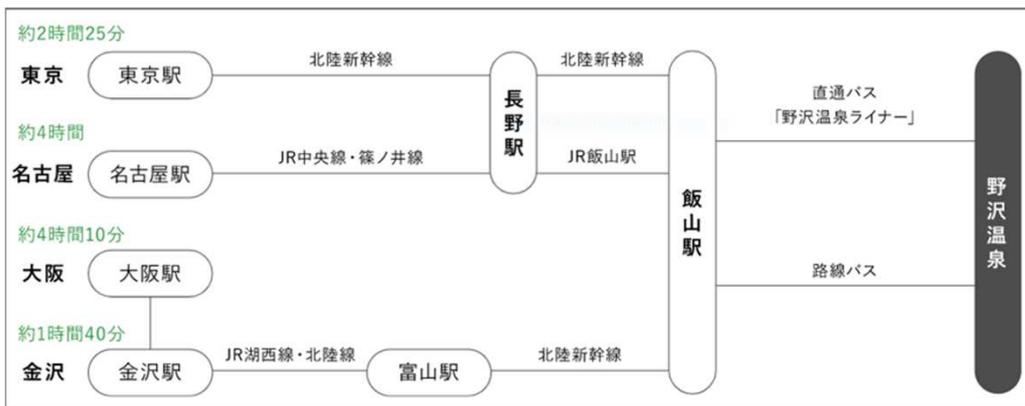
先進地ヒアリング ～長野県下高井郡野沢温泉村 野沢温泉～

○野沢温泉

温泉情緒豊かな歴史ある温泉地。長野県内では渋温泉、別所温泉、白骨温泉を並び、信州の名湯として知られる。小規模な宿を含め、19の宿泊施設が野沢温泉旅館組合に加盟する。

○野沢温泉スキー場

長野県では白馬、志賀高原、軽井沢と並び人気のスキー場。コロナ前はスキー目的の欧米豪旅行者を中心にインバウンドが35%～40%。オーストラリア市場へのプロモーションを積極的に行ってきた。スキーを主目的とするオーストラリア人は東京で観光はほとんどせず、空港からまっすぐ野沢温泉に来て1週間ほど滞在する。国内旅行者については、長野県内の旅行者であっても日帰りをする人はほとんどいなく、1泊でも宿泊を伴う場合が多い。



アクセス図 出典：野沢温泉観光協会HPより

○温泉街とスキー場が近い

野沢温泉の温泉街の外れから野沢温泉スキー場とは非常に距離が近く、15分～20分間隔でシャトルバスが走っている。

○レンタルショップが豊富

温泉街にはスキーレンタルショップが多い。

○温泉街の魅力

山小屋風の造りのロッジ、昔ながらのラーメン屋、定食屋、居酒屋、現代的なカフェやレストラン、エスニック料理店など多彩な店がある。旧跡も多く、温泉街散策は国内・海外の旅行者にとって、それ自体がアクティビティとなっている。

○スキー以外の観光コンテンツ

野沢菜漬け作り、おやき作り、そば打ち、山菜取りなど信州の食文化に特化した体験メニューや、集印帳を持って野沢温泉の温泉施設と名所旧跡を巡る「集印めぐり」が人気。また、トレッキング、カヌー、サイクリングなどのアウトドアアクティビティも豊富。

④その他の先進事例

先進地ヒアリング ～長野県下高井郡野沢温泉村 野沢温泉～

○信州野沢温泉 旅館さやか 社長 森 晃氏



元アルペンスキーの選手であり、引退後は長野県スキー連盟のアルペン部長を務めた。国内・海外のスキー場やスキーリゾートへの知見も深い。湯宿寿命延（じよんのび）は旅館さやかの離れとしてリニューアルした3LDK×7棟の和モダンを全面に押し出したコンドミニウム。白馬村やニセコなどの競合に「西洋風」のコンドミニウムが多い中、寿命延（じよんのび）は「和」のテイストにこだわることで、差別化を図る戦略。ニセコでは「不動産」としてのコンドミニウムに価値を見出し投資する人も多いが、寿命延（じよんのび）あくまでも「滞在する」場所として旅館さやかが所有し自ら運営している。また、温泉街にある「カフェバー フット」も旅館さやかが経営する。地元の人達の人気スポットであり、スキーシーズンには国内外のスキーヤー、スノーボーダーで賑わう。

「まず地元民が愛さなければ旅行者に「温泉×スキー」の魅力は伝わらない」

○スキー場と温泉街の連携が重要

子供から年配者まで野沢温泉の住人の多くが野沢温泉スキー場を利用する。自分達がスキー場が好きだから、宿泊する旅行者にも野沢温泉スキー場でスキーを楽しんでもらいたいと思うし、どうしたらもっとスキー場を利用してもらえるか考えるようになる。そして、温泉街にある観光関連施設もまた、住民が利用したいものであることが大事だと考える。もちろん、「住民」にはスキー場で働く人も含まれる。観光客が利用するだけの施設では温泉街は空虚なものになってしまう。

○お互いのメリットを確認することで連帯感が生まれる

スキー場と温泉街が仲良くして初めて「温泉×スキー」の魅力は生まれると考える。スキー場にとって、温泉好きなお客さん層をスキー場に取り込めるというメリットがある。そして、温泉街にとっては、スキー、スノーボードをするお客さんを温泉街に取り込めるメリットがある。それを確認することで、温泉街はスキーヤーを大切にすし、スキー場も温泉客を大切にす。同じお客さんを共有しているという連帯感が生まれる。

○「温泉×スキー」でワーケーションに付加価値を

長野県ではワーケーションの宿泊費を助成する施策を行っていますが、野沢温泉ではスポーツ庁から補助金をもらってワーケーションの実証実験を行っています。これは「スキー×温泉」を組み合わせた企業向けのワーケーションです。今週末、東京の企業4社をモニターツアーに迎えます。今後、こうした取り組みに県が助成をするような制度が出来ることを期待しています。形式としては、宿泊補助だけではなく、ワーケーション中のワークスペース利用料やスポーツアクティビティの料金など幅広い経費に対して県がワーケーション実施企業に対して助成金を出すという形だと、我々宿泊事業者としても、「長野県にはこうした制度があるのでぜひ当ホテルにお越しください」と企業に働きかけやすい。

6. アンケート調査・ヒアリング調査

- ・企業向けアンケート調査
- ・個人向けアンケート調査
- ・宿泊施設向けアンケート調査
- ・コワーキングスペースのヒアリング

企業向けアンケート

アンケート概要

1 アンケートの目的

企業におけるワーケーションやプレジャー導入の現状を把握し、札幌市・札幌連携中枢都市圏への誘致の可能性や課題を探る。また同時に札幌ワーケーション滞在プラン造成のための検討素材を抽出する。

2 アンケート対象者／サンプル数

44サンプル

3 実施日／実施方法

2021年3月

オンラインアンケート

- ✓ テレワークについては半数以上の企業が積極的に実施しているが、ワーケーション、プレジャーについては制度自体がない。今後ワーケーションの導入を検討していると回答した企業は7社あった。
- ✓ ワケーションを実施している企業は2泊～4泊程度を目安として行っている。
- ✓ テレワーク、プレジャー、ワーケーションいずれも制度化されておらず、会社で費用を負担することはほとんどないが、一部テレワーク、プレジャーにおいて交通費を負担している企業もあった。
- ✓ ワケーションやプレジャーに関する参加条件(社内規程)は、検討段階や社員本人の裁量に任せているのが現状である。また、実施場所を決定する方法も社員本人が決定するか、本人の提案を上長が判断している。
- ✓ ワケーションやプレジャーを実施することの目的として、新たな働き方の導入やモチベーションの向上とした回答が多く、次いで「発想」や「視野」の拡大であった。
- ✓ 実施する際の課題としては、出張旅費規程の変更と仕事の休暇との区別が困難であるとの回答が多かった。
- ✓ ワケーションやプレジャーを行う際に重視することは、通信回線設備の充実とワーク施設の充実との回答が多かった。
- ✓ 訪問地として札幌を考えた場合、企業が重視することを札幌市が満たしているかどうか聞いた設問では、「ワーク施設が充実している」「宿泊施設が充実している」「交通機関が充実している」の項目が高く評価されている。
- ✓ 一方で、「ワーク施設が充実している」「想定する費用対効果に見合う成果が期待できる」の項目で「どちらとも言えない、わからない」との回答も高く、イメージが浸透していない可能性も高い。
- ✓ 新千歳からの移動時間、冬季の電車遅延等の交通アクセスの不便さ、イスやデスクが働く環境に見合ったものが設置されているか不安があること、リモートワークの設備の未整備の声もあがっている。
- ✓ このほか、設備だけではなく、札幌市で体験できるワーキングのソフト部分でどんな効果が得られるのかを知りたいとの声もあった。
- ✓ 札幌市が取組むワーケーションやプレジャーのモデルツアーに関心があるかを聞いた設問では、「非常に関心がある」「やや関心がある」併せて28社であった。
- ✓ また、28社が札幌市が取組むワーケーションやプレジャーに関する情報提供してほしいとの回答であった。

企業向けアンケート

アンケート設問

設問項目	設問概要	設問
企業における ワーケーション やプレジャーの現 状		貴社では、ワーケーションやプレジャーおよびテレワークなど、社員の余暇と仕事を結び付けた働き方に関する取組を行っていますか？
	導入状況（テレワーク） 導入状況（プレジャー） 導入状況（ワーケーション）	貴社では、ワーケーションやプレジャーおよびテレワークなど、社員の余暇と仕事を結び付けた働き方に関する取組を行っていますか？ 【プレジャーの導入状況】
		貴社では、ワーケーションやプレジャーおよびテレワークなど、社員の余暇と仕事を結び付けた働き方に関する取組を行っていますか？
	テレワーク実施の有無	貴社の社員がテレワーク（社員が日数や仕事場を選ぶことができるテレワーク）を行う際の目安となる日数をご回答ください
	日数	テレワークを実施する際の、おおよその日数をご回答ください（〇泊〇日程度）
	プレジャー実施の有無	貴社の社員がプレジャーを行う際の目安となる日数をご回答ください
	日数	プレジャーを実施する際の、通常の出張にプラスアルファされる日数をご回答ください（〇泊〇日程度）
	ワーケーション実施の有無	ワーケーションを実施する際の、目安となる日数をご回答ください
	日数	ワーケーションを実施する際の、おおよその日数をご回答ください（〇泊〇日程度）
	費用負担制度（テレワーク）	貴社の社員がテレワーク（社員が日数や場所を選ぶことができる）を行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか
	費用負担制度（プレジャー）	貴社の社員がプレジャーを行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか
	費用負担制度（ワーケーション）	貴社の社員がワーケーションを行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか
	参加条件（プレジャー）	貴社では社員がプレジャーを行う場合の参加条件はありますか（ある場合は、具体的な条件をご記入ください）
	参加条件（ワーケーション）	貴社では社員がワーケーションを行う場合の参加条件はありますか（ある場合は、具体的な条件をご記入ください）
	実施場所の決定（プレジャー）	貴社ではプレジャーを行う場合、実施場所（訪問先）はどのように決定しますか
	実施場所の決定（ワーケーション）	貴社ではワーケーションを行う場合、実施場所（訪問先）はどのように決定しますか
	実施目的（ワーケーション/プレジャー）	今後、貴社でプレジャー・ワーケーションを導入する場合（導入済みの企業を含む）、実施目的にはどのようなものがありますか。以下のうち、該当するものを選択して下さい（〇は3つまで）
	実施課題（ワーケーション/プレジャー）	今後、貴社でプレジャー・ワーケーションを導入する場合（導入済みの企業を含む）、実施課題にはどのようなものがありますか。以下のうち、該当するものを選択して下さい（〇は3つまで）
	訪問地決定に重視すること（ワーケーション/プレジャー）	ワーケーションやプレジャーの訪問地を選択する際、重視することはありますか？該当するものすべてに〇をつけてください。

企業向けアンケート

アンケート設問

設問項目	設問概要	設問
訪問地としての 札幌に関して	札幌市のワーケーションやプレ ジャーの訪問地としての評価	選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【宿泊施設が充実している】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージで 結構です） 【通信回線設備が充実している】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【パッケージ（レジャー）のコンテンツが充実している】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【リフレッシュやクリエイティブな発想ができる環境（非日常的空間等） に恵まれている】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【空港からの交通アクセスが良い】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【訪問地域内（市町村内等）の交通機関が充実している】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【想定する費用（会社負担）対効果に見合う成果が期待できる】
		選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージ で結構です） 【その他】
	必要な設備等（スペース）	札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合、ワークスペースの 形態に最低限必要と考える設備はどんなものがありますか？（〇は3つま で）
	必要な設備等（周辺機器）	札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合、ワークスペースに 最低限必要と考える設備はどんなものがありますか？（〇は3つまで）
従業員に期待する成果	札幌市でワーケーションやプレジャーを実施するにあたり、従業員にどの ような成果を期待しますか？（〇は3つまで）	
関心の有無	今後、札幌市が取り組むワーケーションやプレジャーのモデルツアーに関 心がありますか	
関心の有無	札幌市が取り組むワーケーションやプレジャーに関する情報提供に関心が ありますか	
期待すること	札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合に期待することを 自由にお書きください	
課題となること	札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合に課題となることを ご自由にお書きください	
希望・意見等自由記入	札幌市のワーケーションに関するご希望・ご意見等ございましたら、ご自 由にお書き下さい	

企業向けアンケート

アンケート対象企業

企業名	所在地	業種	従業員規模（常勤）
A社	東京都中央区	サービス業	100～1,000人未満
B社	東京都	サービス業	100～1,000人未満
C社	東京都港区	サービス業	100～1,000人未満
D社	東京都渋谷区	サービス業	100～1,000人未満
E社	東京都港区	サービス業	100～1,000人未満
F社	東京都品川区	サービス業	100～1,000人未満
G社	東京都中央区	サービス業	100人未満
H社	東京都中央区	サービス業	100～1,000人未満
I社	東京都台東区	サービス業	100～1,000人未満
J社	東京都渋谷区	サービス業（広告業）	100人未満
K社	東京都港区	サービス業（広告業）	100人未満
L社	東京都	運輸業・郵便業	10,000人以上
M社	東京都	運輸業・郵便業	100～1,000人未満
N社	東京都中央区	卸売業・小売業	100人未満
O社	東京都	卸売業・小売業	1,000～3,000人未満
P社	名古屋本社 / 東京本社	卸売業・小売業	3,000～5,000人未満
Q社	群馬県高崎市	卸売業・小売業	100人未満
R社	大阪府大阪市	金融業・保険業	10,000人以上
S社	千葉県	金融業・保険業	10,000人以上
T社	大阪府門真市	建設業	10,000人以上
U社	東京都千代田区	出版業	1,000～3,000人未満
V社	東京都渋谷区円	情報通信業	100～1,000人未満
W社	東京都渋谷区	情報通信業	100～1,000人未満
X社	東京都品川区	情報通信業	5,000～10,000人未満
Y社	東京都	情報通信業	10,000人以上
Z社	東京都港区	情報通信業	10,000人以上
AA社	東京都港区	情報通信業	10,000人以上
AB社	東京都江東区	情報通信業	10,000人以上
AC社	東京都渋谷区	情報通信業	1,000～3,000人未満
AD社	東京都品川区	情報通信業	100～1,000人未満
AE社	東京	情報通信業	1,000～3,000人未満
AF社	東京都港区	情報通信業	100～1,000人未満
AG社	東京都千代田区	情報通信業	100～1,000人未満
AH社	東京都江東区	製造業	1,000～3,000人未満
AI社	神奈川県横浜市	製造業	10,000人以上
AJ社	大手町	製造業	10,000人以上
AK社	東京都港区	製造業	1,000～3,000人未満
AL社	東京／大阪	製造業	1,000～3,000人未満
AM社	東京都	製造業	3,000～5,000人未満
AN社	東京都新宿区	不動産業・物品賃貸業	100～1,000人未満
AO社	東京都港区元	不動産業・物品賃貸業	3,000～5,000人未満

企業向けアンケート

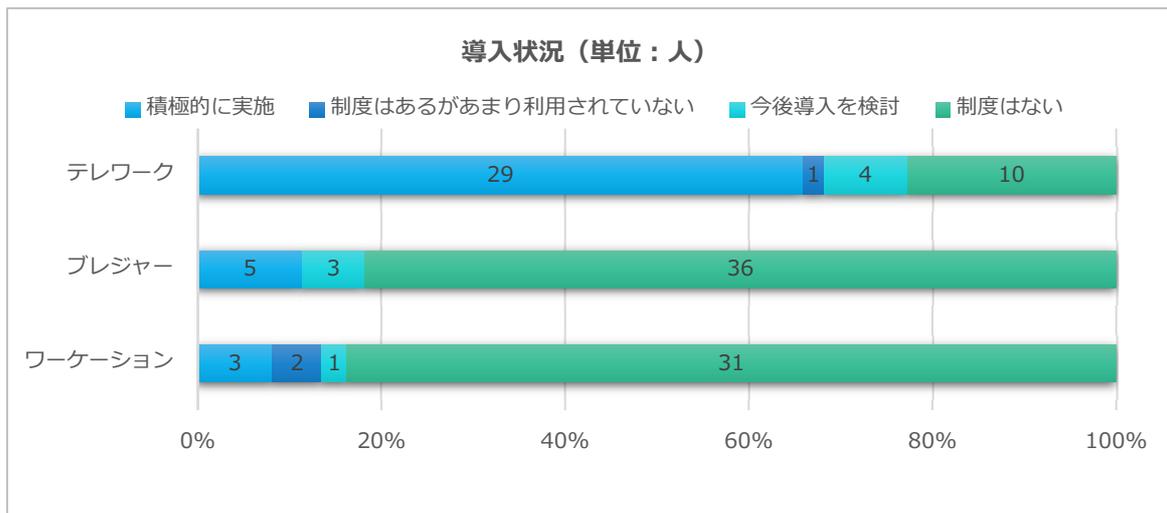
アンケート結果

企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

導入状況

Q1. 貴社では、ワーケーションやブレジャーおよびテレワークなど、社員の余暇と仕事を結び付けた働き方に関する取組を行っていますか？

	積極的に実施	制度はあるがあまり利用されていない	今後導入を検討	制度はない
テレワーク	29	1	4	10
ブレジャー	5	0	3	36
ワーケーション	3	2	1	31



企業向けアンケート

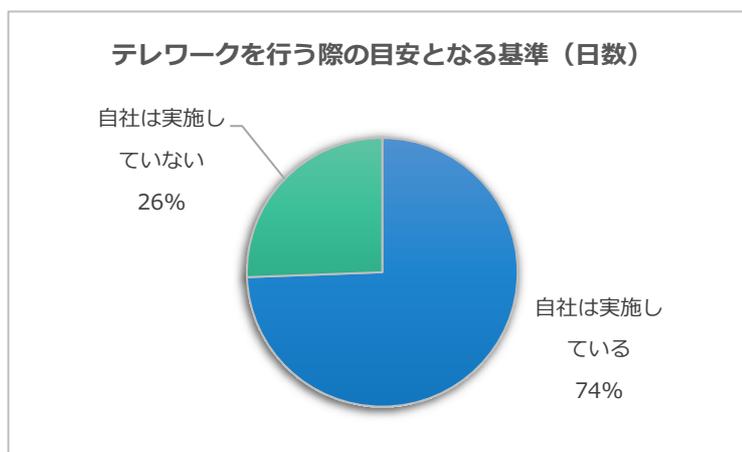
アンケート結果

企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

実施の有無と目安の日数（テレワーク）

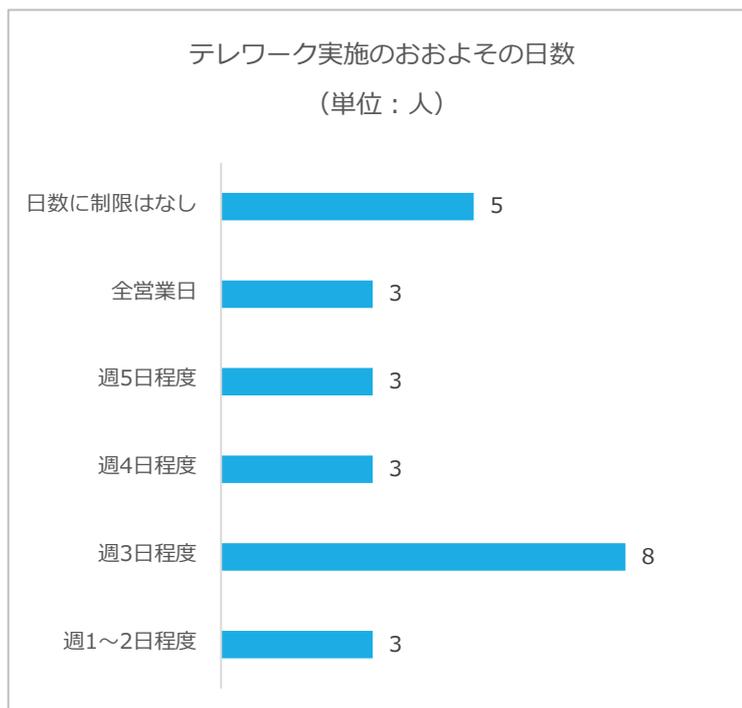
Q2. 貴社の社員がテレワーク（社員が日数や仕事場を選ぶことができるテレワーク）を行う際の目安となる日数をご回答ください

自社は実施している	32
自社は実施していない	11



Q3. テレワークを実施する際の、おおよその日数をご回答ください

日数に制限はなし	5
全営業日	3
週5日程度	3
週4日程度	3
週3日程度	8
週1～2日程度	3



企業向けアンケート

アンケート結果

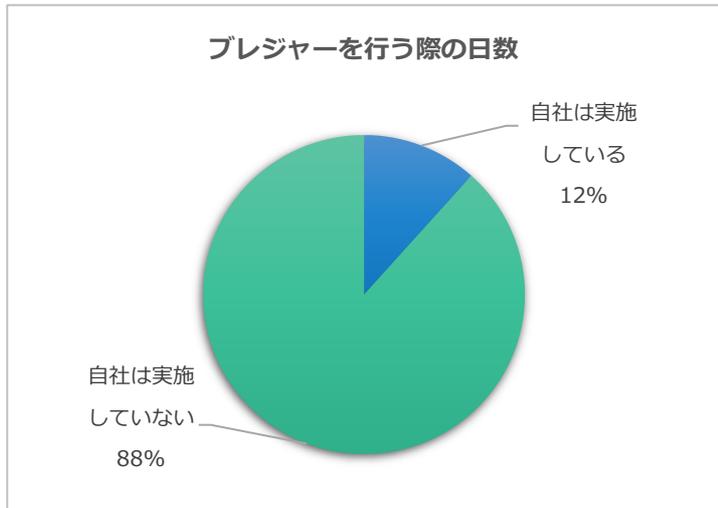
企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

実施の有無と目安の日数（ブレジャー）

Q4. 貴社の社員がブレジャーを行う際の目安となる日数をご回答ください

自社は実施している	5
自社は実施していない	38

【実施している企業の回答】
出張にプラスアルファされる日数
 4泊5日（制度はないが出張前後に休暇の取得をして滞在することは可能）
 3泊4日程度
 月20日程度
 各個人の仕事の状況等により業務に支障が出ない範囲で自由に実施

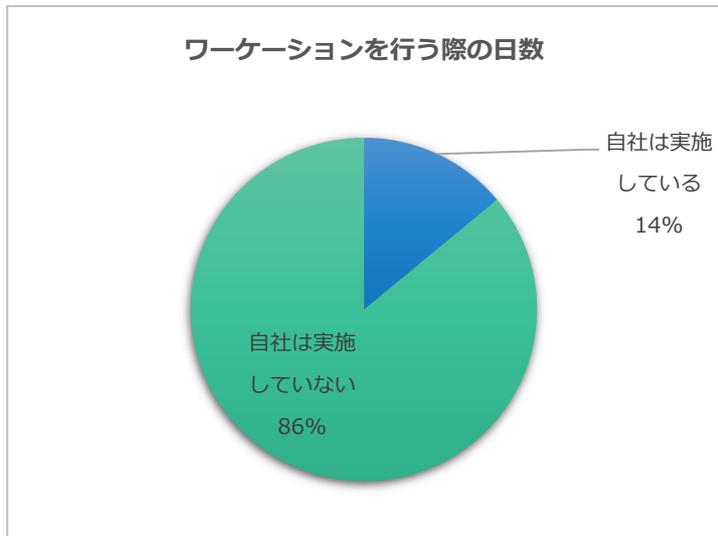


実施の有無と目安の日数（ワーケーション）

Q5. ワケーションを実施する際の、目安となる日数をご回答ください

自社は実施している	6
自社は実施していない	37

【実施している企業の回答】 ワケーションを実施する際のおおよその日数をご回答ください（〇泊〇日程度）
 2泊～3泊程度
 3泊4日
 月20日程度
 3日～5日程度、勤務日は2日となる予定。



企業向けアンケート

アンケート結果

企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

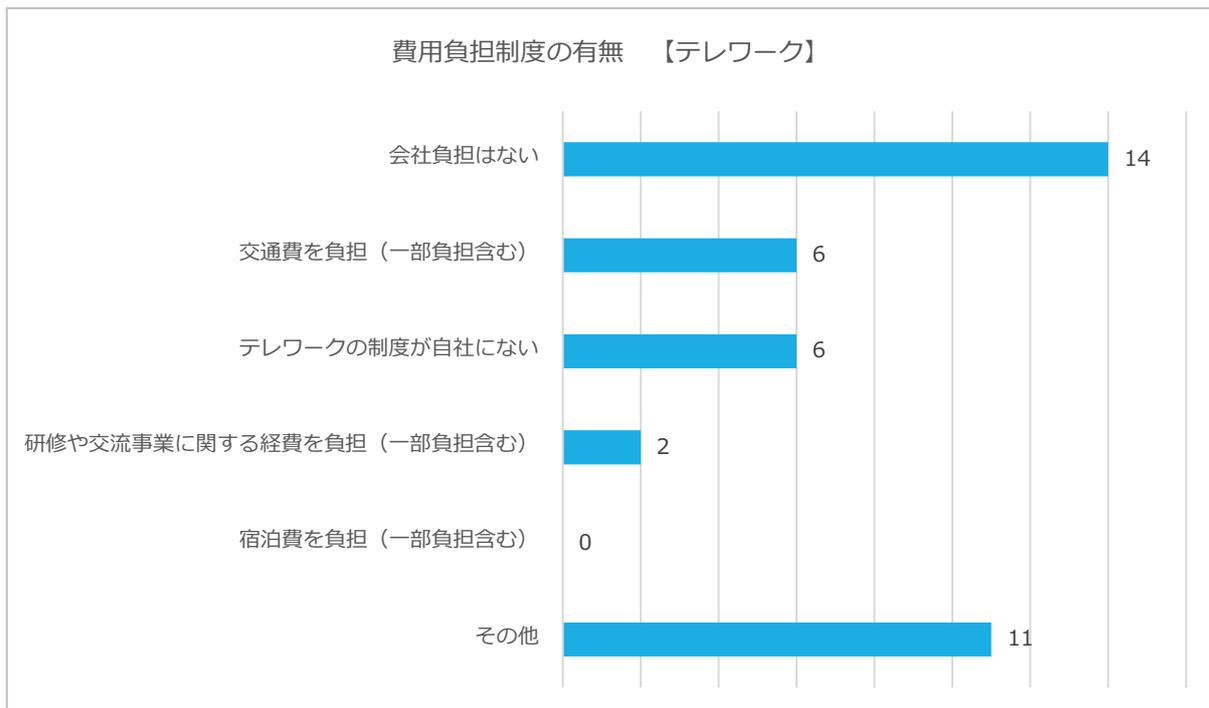
費用負担制度（テレワーク）

Q6. 貴社の社員がテレワーク（社員が日数や場所を選ぶことができる）を行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか

【テレワーク（社員が日数や場所を選ぶことができる）】

会社負担はない	14
交通費を負担（一部負担含む）	6
テレワークの制度が自社にない	6
研修や交流事業に関する経費を負担（一部負担含む）	2
宿泊費を負担（一部負担含む）	0
その他	11

費用負担制度の有無 【テレワーク】



企業向けアンケート

アンケート結果

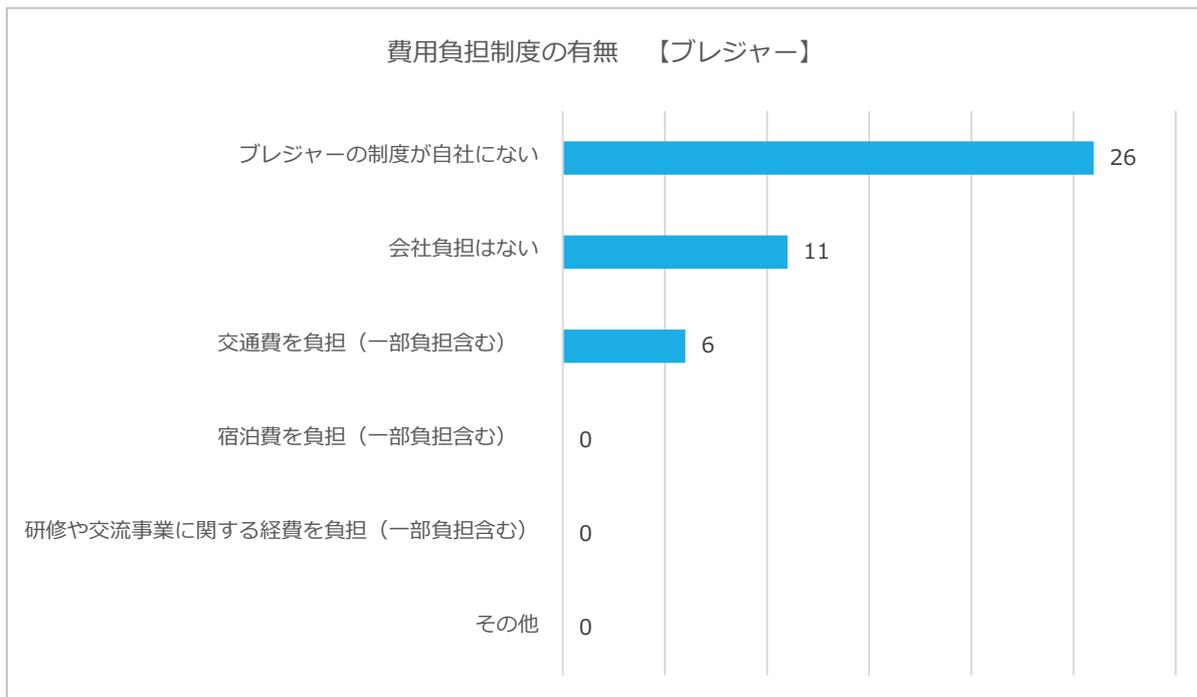
企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

費用負担制度（ブレジャー）

Q7. 貴社の社員がブレジャーを行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか

ブレジャーの制度が自社にない	26
会社負担はない	11
交通費を負担（一部負担含む）	6
宿泊費を負担（一部負担含む）	0
研修や交流事業に関する経費を負担（一部負担含む）	0
その他	0

費用負担制度の有無 【ブレジャー】



企業向けアンケート

アンケート結果

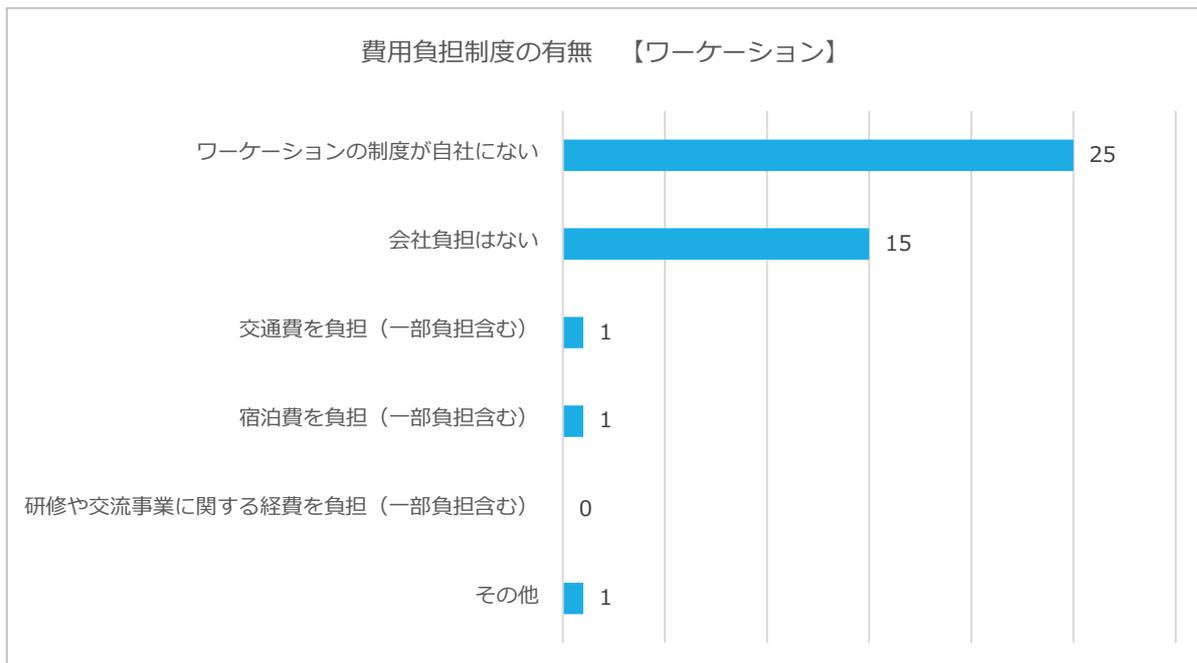
企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

費用負担制度（ワーケーション）

Q8. 貴社の社員がワーケーションを行う場合、会社が費用の一部を負担する制度はありますか

ワーケーションの制度が自社にない	25
会社負担はない	15
交通費を負担（一部負担含む）	1
宿泊費を負担（一部負担含む）	1
研修や交流事業に関する経費を負担（一部負担含む）	0
その他	1

費用負担制度の有無 【ワーケーション】



企業向けアンケート

アンケート結果

企業におけるワーケーションやプレジャーの現状

参加条件（社内規程）等

Q9. 貴社では社員がプレジャーを行う場合の参加条件はありますか
（ある場合は、具体的な条件をご記入ください）

ない	24
制度そのものがない	15
ある	4
わからない	1

有無 見解

なし	コロナ前の時点ではプレジャーはNGというのが人事の見解だった。出張が制限されている中、プレジャーに関する議論は発生していない。
なし	業務が主目的での“延泊”に関しては本人の裁量に任されている。
なし	働き方改革の検討の一環としてトライアル的に取り入れる場合は、実施目的・対象期間・対象者を明確にした上で、出張等と同じく上長の承認を得ることで実施することになる。
なし	現時点では具体的な条件はないが、今後検討していく。
なし	出張の前後に半日観光をしたりなど、自由に行っている。観光等したいために宿泊日数を延ばしたりする場合にはその宿泊代は本人が負担。
ある	上司の許可
ある	幹部の承認。出張時にどれだけ費用を抑えて、案件収支を向上させられるかという考え方が社内に根付いている為、プレジャーを会社負担で実施させるのは難しく存じる。

Q10. 貴社では社員がワーケーションを行う場合の参加条件はありますか
（ある場合は、具体的な条件をご記入ください）

ない	23
制度そのものがない	17
ある	0
わからない	1

有無 見解

なし	働き方改革の検討の一環としてトライアル的に取り入れる場合は、実施目的・対象期間・対象者を明確にした上で、出張等と同じく上長の承認を得ることで実施することになる。
なし	2021年度制度化に向けて調整中。
なし	但し導入時は業務に支障がないかぎり可能な限りフレキシブルに運用する予定。
ある	地元の企業との繋がりをつくれるかどうか。
ある	取引先への事前の根回しが必要と存じる。担当レベルでは、案件の状況によっては実施できなくもなくなると思われるため上記プレジャーと比較すると制度確立への障壁は低いと思われる。

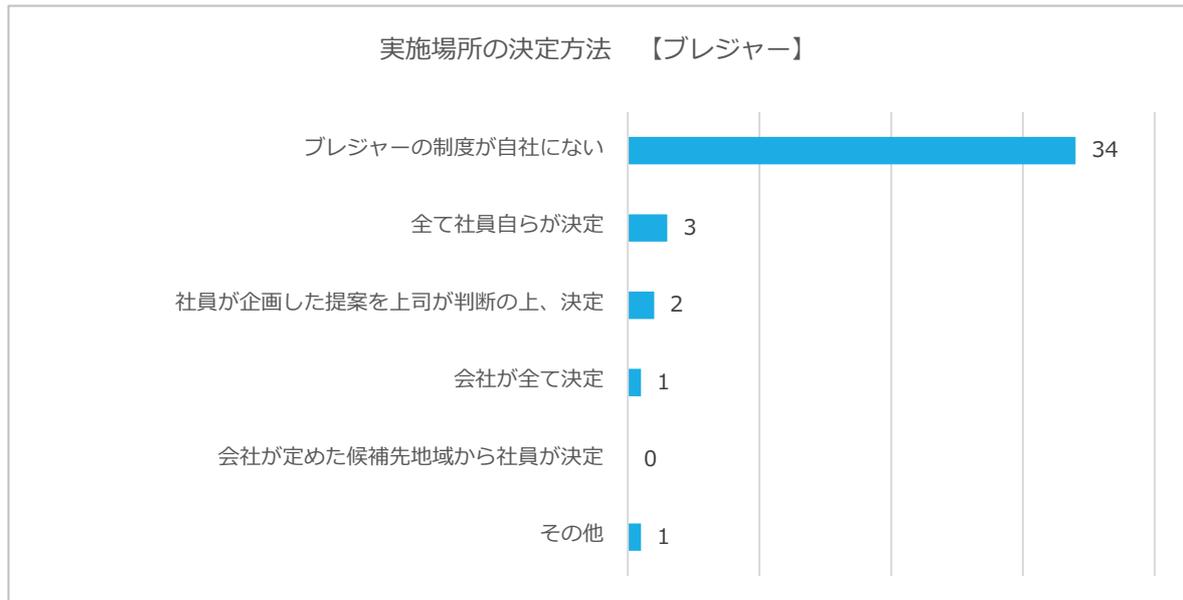
企業向けアンケート

アンケート結果

企業におけるワーケーションやブレジャーの現状

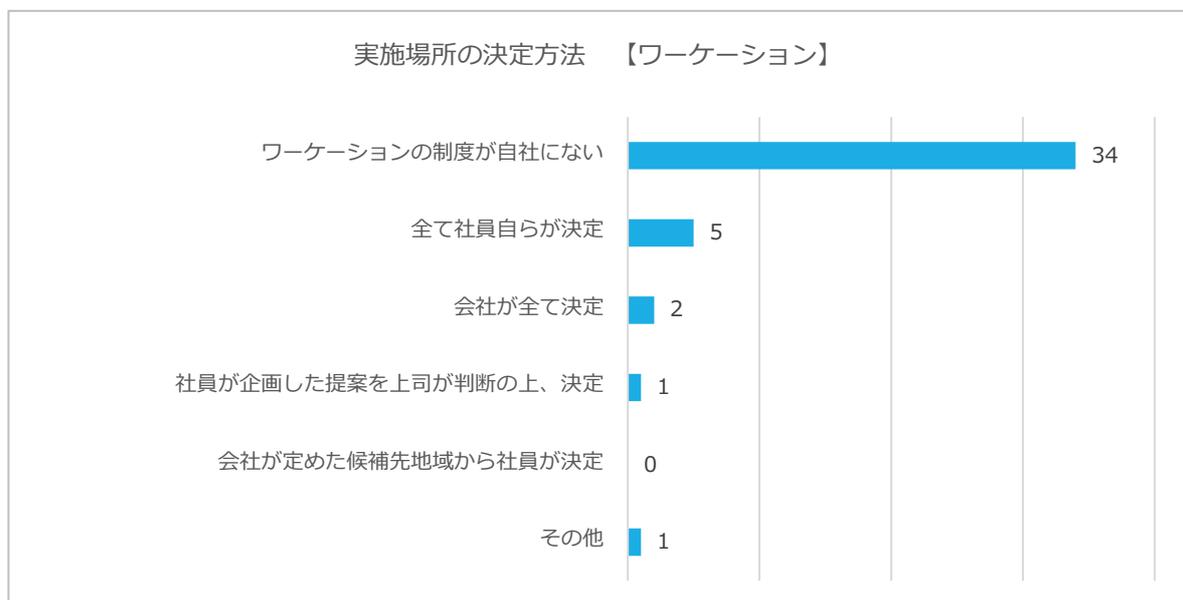
実施場所の決定（ブレジャー）

Q11. 貴社ではブレジャーを行う場合、実施場所（訪問先）はどのように決定しますか



実施場所の決定（ワーケーション）

Q12. 貴社ではワーケーションを行う場合、実施場所（訪問先）はどのように決定しますか



企業向けアンケート

アンケート結果

企業におけるワーケーションやプレジャーの現状

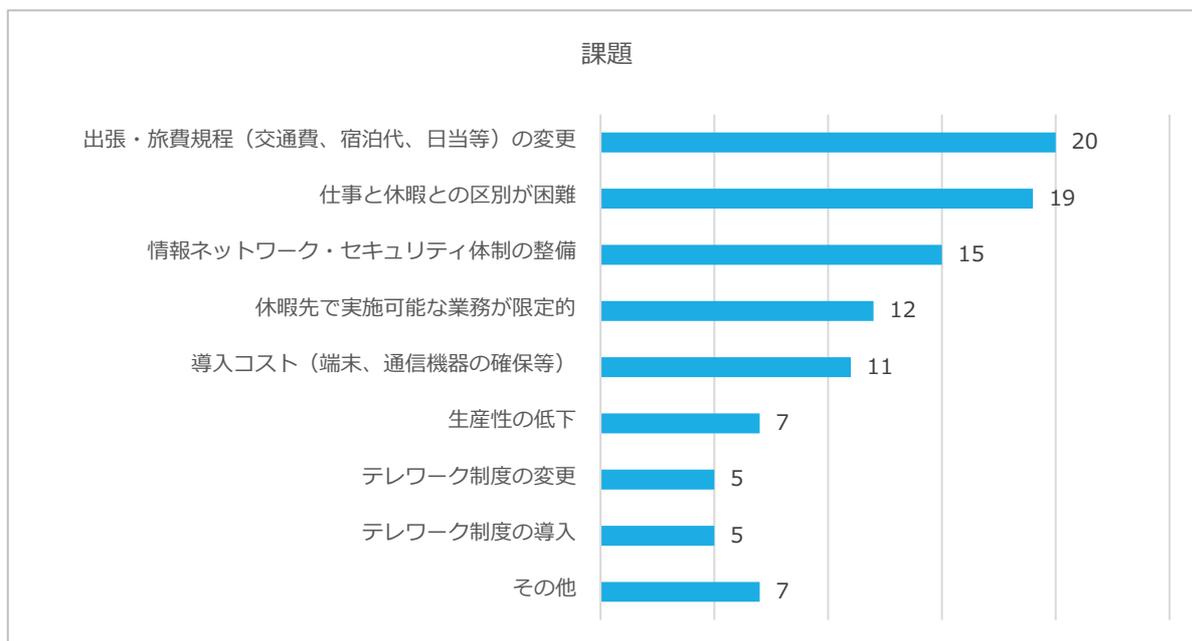
実施する目的

Q12. 今後、貴社でプレジャー・ワーケーションを導入する場合（導入済みの企業を含む）、実施目的にはどのようなものがありますか。以下のうち、該当するものを選択して下さい（〇は3つまで）



導入の際に考えられる課題

Q13. 今後、貴社でプレジャー・ワーケーションを導入する場合（導入済みの企業を含む）、実施課題にはどのようなものがありますか。以下のうち、該当するものを選択して下さい（〇は3つまで）



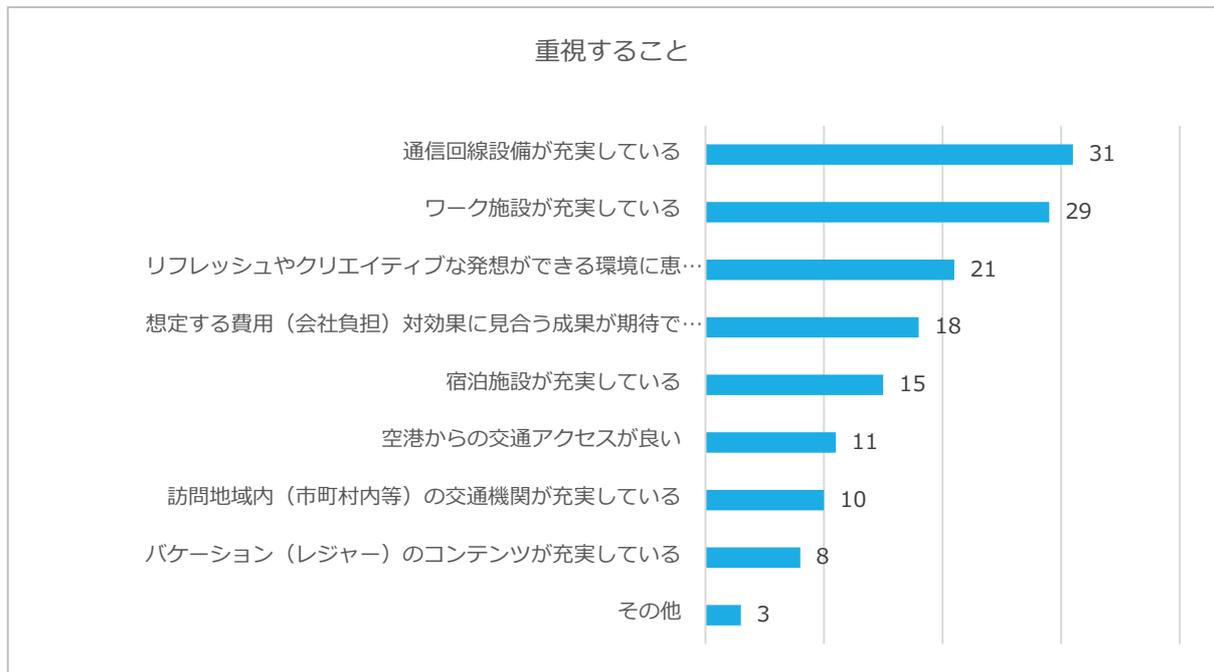
企業向けアンケート

アンケート結果

訪問地としての札幌に関すること

訪問地選択の際に重視すること

Q14. ワークーションやプレジャーの訪問地を選択する際、重視することはありますか？
該当するものすべてに○をつけてください。



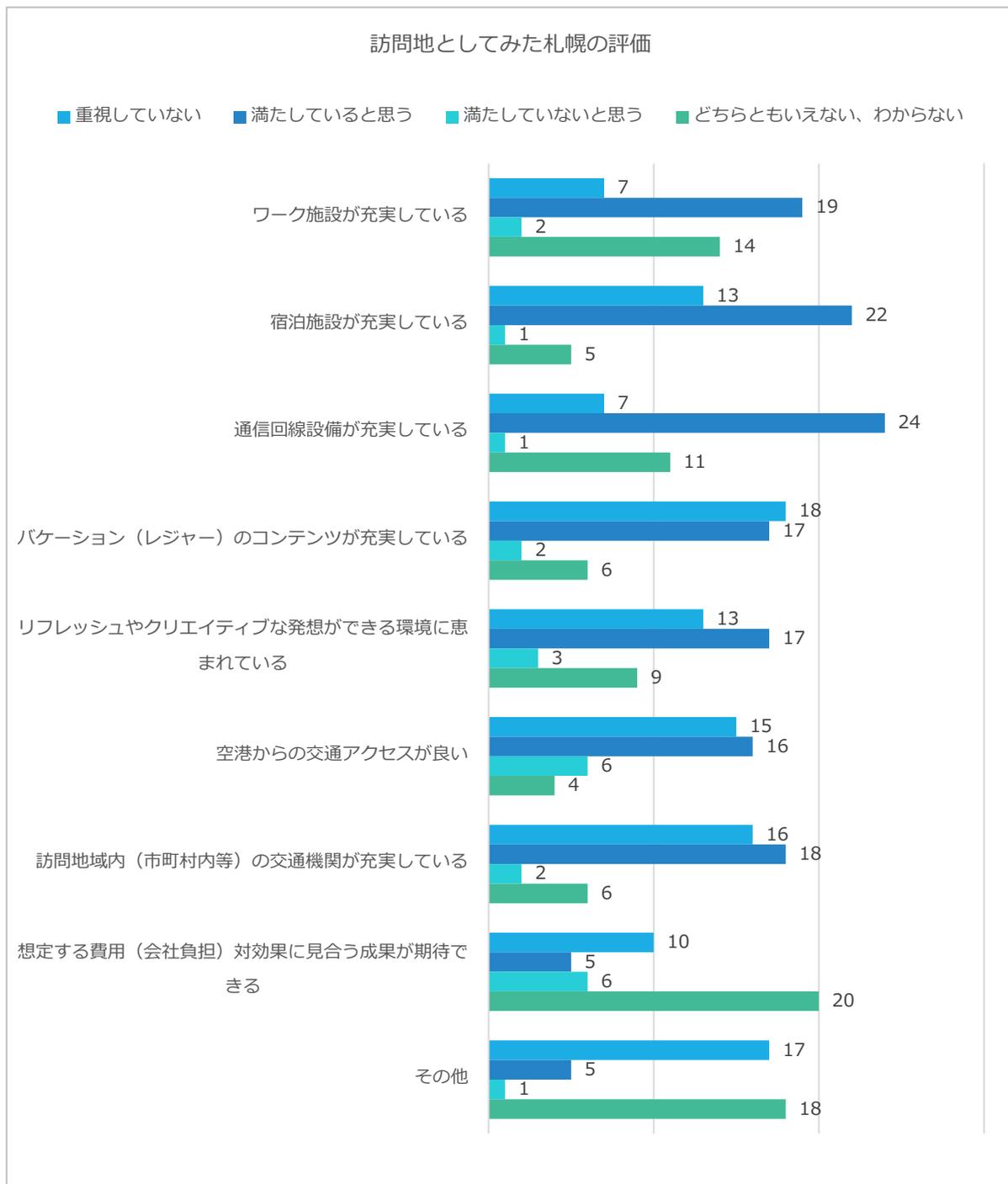
企業向けアンケート

アンケート結果

訪問地としての札幌に関すること

訪問地としてみた札幌の評価

Q15. 選択した重視することを、札幌市は満たしていると思いますか（イメージで結構です）



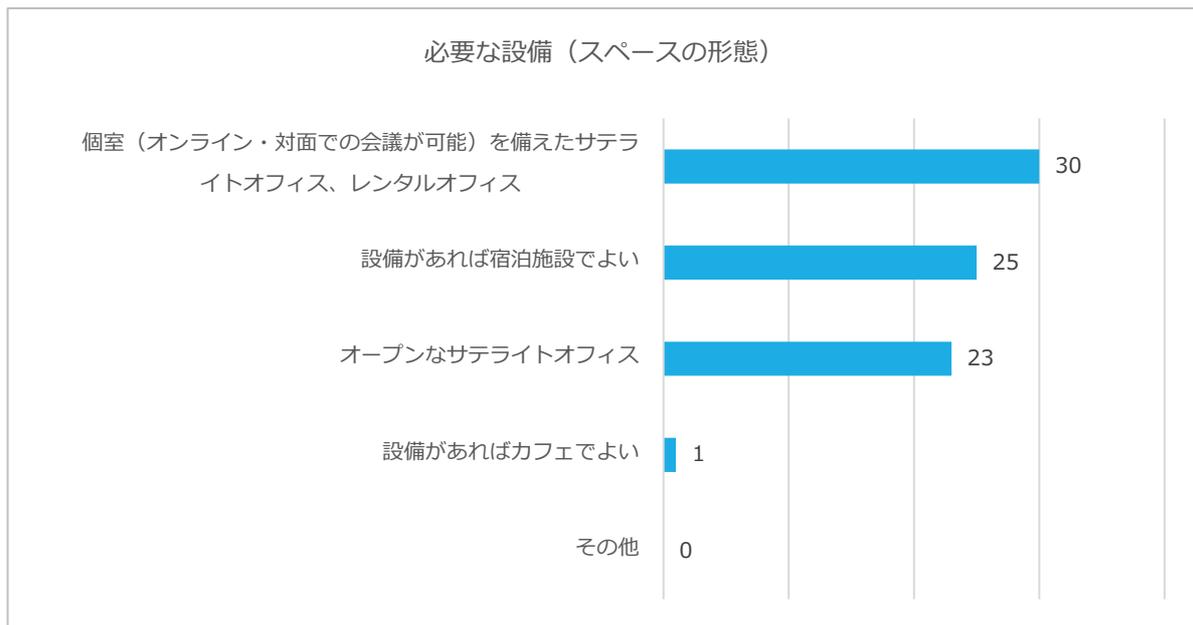
企業向けアンケート

アンケート結果

訪問地としての札幌に関すること

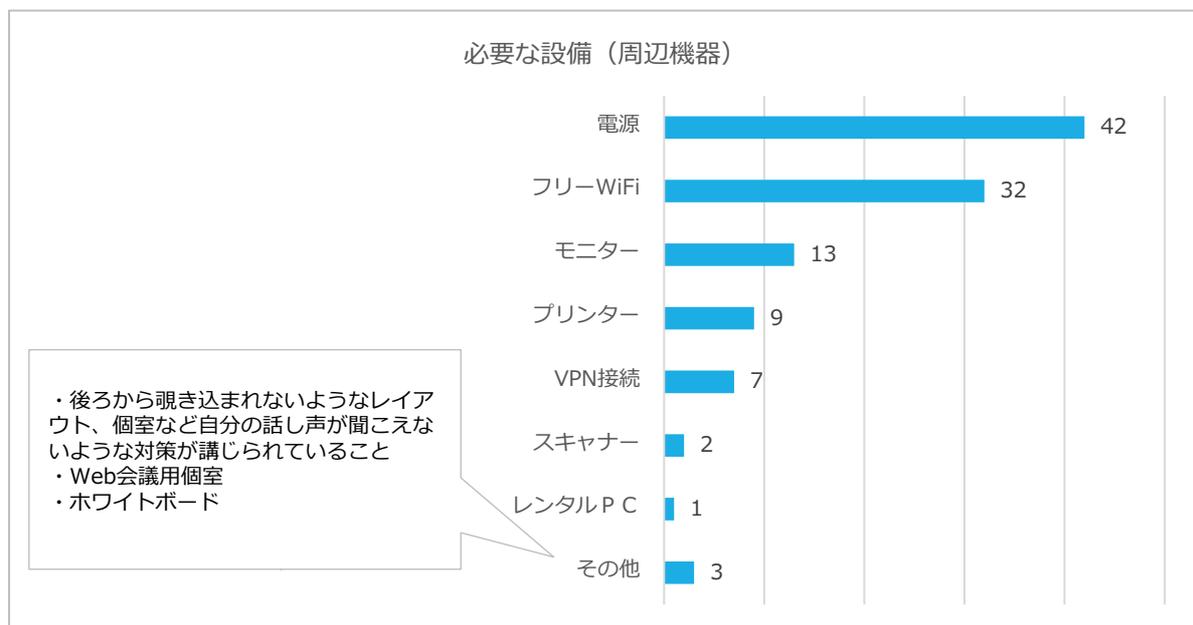
必要と思う設備（スペースの形態）

Q16. 札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合、ワークスペースの形態に最低限必要と考える設備はどんなものがありますか？（〇は3つまで）



必要と思う設備（周辺機器）

Q17. 札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合、ワークスペースに最低限必要と考える設備はどんなものがありますか？（〇は3つまで）



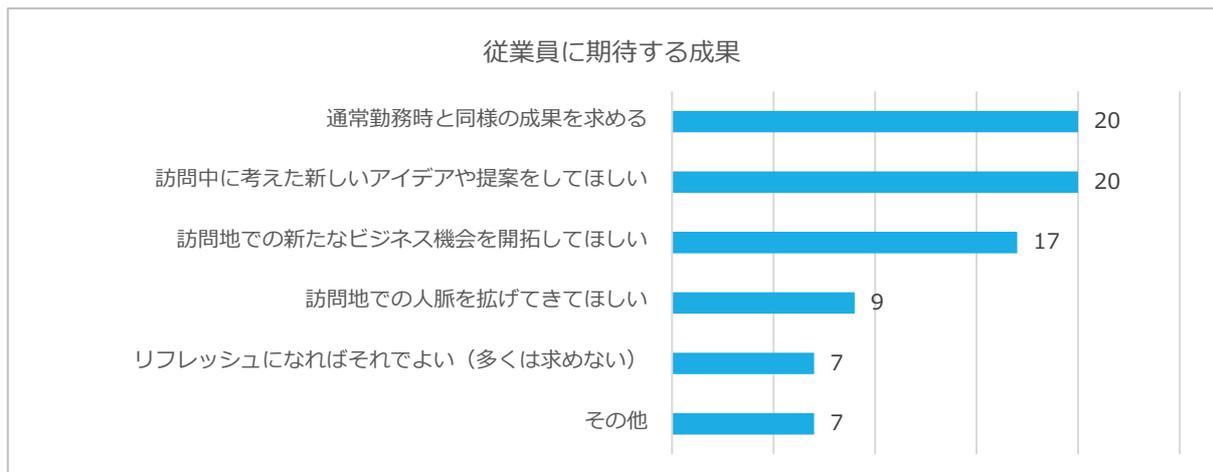
企業向けアンケート

アンケート結果

訪問地としての札幌に関すること

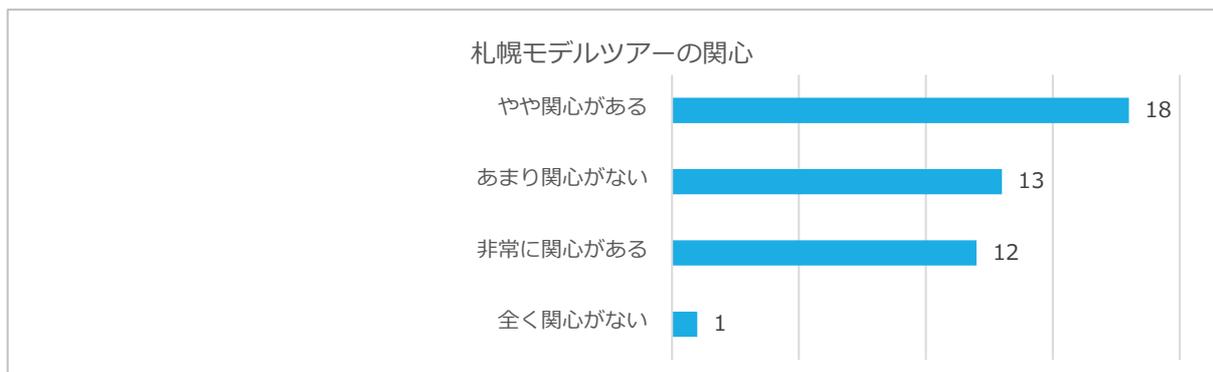
ワーケーション・ブレジャー等によって従業員に期待する成果

Q18. 札幌市でワーケーションやブレジャーを実施するにあたり、従業員にどのような成果を期待しますか？
(〇は3つまで)



札幌市のワーケーション・ブレジャーへの関心

Q19. 今後、札幌市が取り組むワーケーションやブレジャーのモデルツアーに関心がありますか



札幌市のワーケーション・ブレジャー情報への関心

Q20. 札幌市が取り組むワーケーションやブレジャーに関する情報提供に関心がありますか



企業向けアンケート

アンケート結果

Q21. 札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合に課題となることをご自由にお書きください

企業名	所在地	業種	札幌でのワーケーション・プレジャーを行った場合の課題（自由記入）
A	東京都	サービス業	交通の便索性
B	東京都	広告業、マネージメント業	冬の場合は雪での過ごし方。 例) 服装や靴、移手段など。 例) レンタカーしたとき、スタッドレスを履いているとはいえ滑る道は怖いので
C	東京都	情報通信業	寒い時期だと一日部屋にこもりっきりになってしまいそう。。せつかくならロケーションの良いところにも泊まってみたいが、ネット環境が不安。
D	東京都	サービス業	場所に限らず、弊社では労務的な問題、費用面（交通費、宿泊費等）においてまだまだ課題がありますが、前向きに導入を検討していきたいと思っております。
E	東京都	出版業	オフィスと同等のオフィス環境（ネットワークなどのインフラ含む）が提供可能かどうか。
F	名古屋本社 / 東京本社	卸売業・小売業	・勤務日と非勤務日の線引きと、それに伴う費用負担(会社側の課題) ・長期滞在に適した宿泊施設(受け入れホテル側の課題) ・空港からの移動に関する課題(空港からの二次交通)
G	東京都	情報通信業	札幌にもオフィスがあるので、そこ以外で仕事をする理由。特に、場所を変えるだけでは意味がなく、地元との交流やビジネス機会が創出できる環境があることが前提条件。
H	東京都	情報通信業	コストの最小化
I	東京都	不動産業・物品賃貸業	交通費や宿泊費に見合う成果が出るのかどうか。休暇と仕事の区別が付かなくなりそう。
J	東京都	製造業	交通費や滞在費が高額になること。
K	東京都	サービス業	札幌市内の企業では、リモートワークに対する設備があまり備わっていないとお聞きますので、ターゲットとしては首都圏の企業がメインになるかと思いますが、新千歳からのアクセスがあまりよくないのと、夏は避暑の効果も期待できますが、秋～冬にかけては需要が落ちることが予想されます。
L	東京都	卸売業・小売業	遠方の区になると交通の利便が悪くなるため、実施・導入する際は中央区での一部の会社・施設に限られてしまうのではないかと懸念する。
M	東京都	不動産業・物品賃貸業	札幌についての情報が少ない
N	東京都	情報通信業	社員の異動経費が高額になること
O	東京都	サービス業	交通費
P	東京都	情報通信業	なぜ札幌市でワーケーションをするのかの理由付けが不明瞭。物質的距離、移動時間、交通費
Q	東京都	運輸業・郵便業	主要駅までのアクセスは良いが、そこから他の場所へ移動するアクセスや、冬季は電車の遅延も多く、交通に関する心配がある。 札幌市に限ったことではないが、宿泊施設内（ホテルや旅館）で言えば、デスクやイスが働く環境に見合ったものが設置されているか不安である。 コアワーキングスペースは法人契約が多く、個人での利用する場合は場所が限られることが多くみられる。 WEB会議が主流の為、コアワーキングスペース内にも個室があると良い。
R	大阪府	金融業・保険業	対面営業が主な業務であるため、ワーケーションやプレジャーを取り入れることが難しい
S	千葉県	金融業・保険業	場所、マーケット
T	東京都	情報通信業	ワーケーションの場合どこまで費用負担を会社がするか（選択肢を与えることをメインとして考え、費用負担はあまり現時点では検討していない）
U	さいたま市大宮区	製造業	ワークスペースと宿泊場所の確保をお願いしたい

企業向けアンケート

アンケート結果

Q22. 札幌市でワーケーションやプレジャーを実施する場合に期待することをご自由にお書きください

企業名	所在地	業種	
A	東京都	広告業、マネージメント業	(コロナ渦ということを一且無視して…) 仕事できる環境にありながらも東京では体験できないものを体験したい。 例) 日中はPCで作業をしてランチはその地で有名な場所でランチ。 午後は地元企業との交流会や勉強会。 夜は地元の方がおすすめのお店に地元の方と行き意見交換。 etc...
B	東京都	情報通信業	食が充実していそう。仕事の合間のランチも期待できそう。交通の便も良さそうなので車が無くても色々行けそう。
C	東京都	出版業	モニターやネットワークなど、充実したワークスペースの提供とコスト面でのサポート
D	愛知県/東京都	卸売業・小売業	・企業が従業員にワーケーションをさせたいと思わせる現地ならではのコンテンツ ・オフィス、自宅と変わらずワークできる環境 ・企業向けのお得なワーケーションプラン
E	東京都	情報通信業	個人的には、参加者みんなで何かするものより個人でその土地を楽しめる方が良いです。
E	東京都	情報通信業	札幌市だけではなく、北海道全体で広域連携できていると良い。
F	東京都	情報通信業	ある程度のコスト(東京からの交通費等)がかかることを勘案すると、相応のメリットが必要だと思います。
G	群馬県	卸売業・小売業	海外に行ってしまう事は移動手段(特にタクシーやUBER)の価格差の開きが大きいように思える。色々規定があったり、タクシー運転手の仕事の確保など課題もあると思いますが、特に札幌の場合は国際都市なので、海外からのお客様への移動の手軽さに期待したい。それなりの荷物を持つての移動はかなり大変。特に雪道に慣れていない方は。札幌駅近辺や千歳空港など客待ちのタクシーで溢れかえっているのであれば、安くても回転したほうが経済は回るような気がします。
H	東京都	不動産業・物品賃貸業	自然も多くてリフレッシュがすごく出来そう。福利厚生には良さそう。
I	東京都	製造業	札幌でしかできない体験ができること。
J	東京都	サービス業	中心部に多くの機関が集中しているので、クライアント先へのアクセスもよく、定山渓という温泉地もあるので、特にプレジャーには最適なエリアだと思う。オンラインMTGでは個人情報を取り扱うため、オープンスペースではなく、個室が必須。平日は札幌中心部でのホテル、週末は定山渓の旅館宿泊によるお得な連泊セットみたいなものがあると非常に嬉しい。
K	東京都	不動産業・物品賃貸業	観光、食事、人とのふれあい・交流
L	東京都	情報通信業	情報堅守な環境と業務に集中できる環境。(移動経費が高価なので、安価な宿泊施設の提供等ありがたい)
M	東京都	サービス業	社員のクリエイティビティとモチベーションの向上 遊びと仕事の良い意味の融合
N	東京都	情報通信業	場所・エリアや設備の話以上に、札幌市ならどんなワーキング体験ができるのか? ソフト部分のイメージを教えてください。(どんな体験ができそうかが具体的にイメージできれば、自社勤務と比較して、どんな効果が得られそうかも具体イメージがわかりやすいかと思いました。)現状は、「札幌市」と言われても観光スポットのイメージしか沸きません。
O	東京都	運輸業・郵便業	非日常が感じられる場所でのワーケーション・プリジャーの推進。
P	大阪府	金融業・保険業	観光資源が充実しているため、余暇を楽しむことができる
Q	千葉県	金融業・保険業	札幌市の活性化
R	東京都	情報通信業	いろいろな選択肢の中で検討していきたいのでPilot的に気軽にできるものを期待、また他社などどのような条件で行っているかなどの情報提供 国内外から注目される地域特産品の開発や魅力ある会社があるかどうか。 大規模となると宿泊施設の確保 札幌市からの事業者紹介PR活動
S	さいたま市 大宮区	製造業	選択する場所により幅がある。交通網含めて関東から行った場合のコストをわかるようにすべき

企業向けアンケート

アンケート結果

Q23. 札幌市のワーケーションに関するご希望・ご意見等ございましたら、ご自由にお書きください

企業名	所在地	業種	札幌市のワーケーションに関する意見等（自由記入）
A	東京都渋谷区	広告業、マネージメント業	札幌市は北海道という食が一番美味しい地域でありながら都市部の機能という両面を持ち合わせたワーケーションをするには最適な場所だと思っています。 冬の場合、雪での過ごし方が素人なのでそこは地元の方にご教示いただきたいです。
B	東京都千代田区	出版業	全従業員が自由にテレワーク可能な状態になっているので、個人の休暇と就業を繋げて働くこと、あるいは実家に帰省して働くことも許容されているため、あえて「ワーケーション」ということを掲げる必要はないのかと考えています。個人がそういった働き方をしてみたい、と思うような体験、事例などの情報提供があれば、やりたい人はやるのかなと思うので、そういった機会を提供いただけると良いかと思います。
C	東京都品川区	情報通信業	当社内での検討が不十分なため、曖昧な回答が多くなり申し訳ございません。
D	群馬県高崎市	卸売業・小売業	上記と重複すると思いますが、ASEAN諸国の主要都市は空港からタクシーで2,000~5,000円で市街地まで行けます。時間が掛かる事もありますが、荷物も預けられ経済的に近く感じます。地方都市で比較される福岡の場合は実際に空港からの距離が近いですが、よく札幌は空港から遠いと言われます。人が感じる空港から遠いという感覚は距離や時間もあるかもしませんが、空港に着いてから寛げる時間が乏しいのかもかもしれません。
E	東京都江東区	製造業	助成金や補助金の充実
F	東京都港区	不動産業・物品賃貸業	北海道自体に行ったことが1度しかなく、札幌というと正直観光のイメージが強いです。 ワーケーションとなった際に、現地での「ワークスペースとしての快適さ」「外部交流・ネットワーキング」「休暇や余暇時間のレジャー、楽しみ+α」を提示していただけると、参加してみたいというニーズが高まると思います。
G	東京都品川区	情報通信業	札幌空港の利用機会等が充実すると札幌市を便利に感じる
H	東京都	運輸業・郵便業	自然豊かな場所でのワーケーションを行いたい方が多くみられます。余暇の時間では非日常を体感できるワーケーションを提案頂けると良いと思います。
I	東京都千代田区	情報通信業	大規模なイベント開催(地域の事業者が多く参加して、札幌市の強みが分かるイベントなど)

個人向けアンケート

アンケート設問

設問

SC1.あなたは現在同居している方がいますか。

SC2.あなたの職業をお知らせください。

SC3.現在のお勤め先における、あなたの業種をお答えください。

SC4.現在のお勤め先における、あなたの職種をお答えください。

Q1.テレワークを実施できる場所について、該当するものを全てお選びください。

Q2.あなたのお勤め先では、ワーケーション・プレジャー（ブリージャー）といった制度がありますか。

Q3.ワーケーションを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。

Q4.プレジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。

Q5.ワーケーション・プレジャー（ブリージャー）等で訪問してみたい地域はありますか。

Q6.どのようなものがあるとワーケーション・プレジャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。

Q7.札幌市を訪問する場合、どのようなことをしてみたいですか。

Q8.プランAについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q9前問の回答を選んだ理由をお答えください。（自由記述）

Q10.プランBについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q11.前問の回答の理由をお答えください。（自由記述）

Q12.プランCについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q13.前問の回答の理由をお答えください。（自由記述）

Q14.プランDについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q15.前問の回答の理由をお答えください。（自由記述）

Q16.プランEについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q17.前問の回答の理由をお答えください。（自由記述）

Q18.プランFについて、どの程度魅力を感じましたか。

Q19.前問の回答の理由をお答えください。（自由記述）

個人向けアンケート

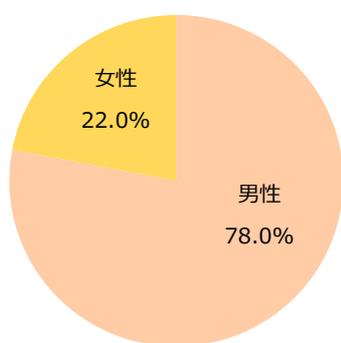
アンケート結果

■ 回答者の基本データ

基本情報（全体）

【性別】

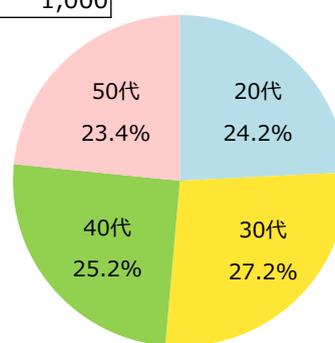
男性	780
女性	220
合計	1,000



およそ8割にあたる78.0%が男性だった。

【年代別】

20代	242
30代	272
40代	252
50代	234
合計	1,000

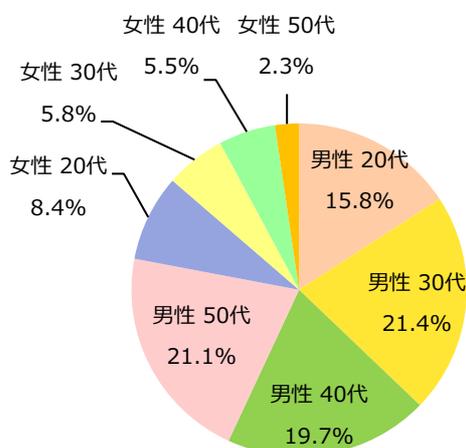


20代から50代まで、バランスの良いサンプル数となった。

【性別および年代別】

男性 20代	158
男性 30代	214
男性 40代	197
男性 50代	211
女性 20代	84
女性 30代	58
女性 40代	55
女性 50代	23
合計	1,000

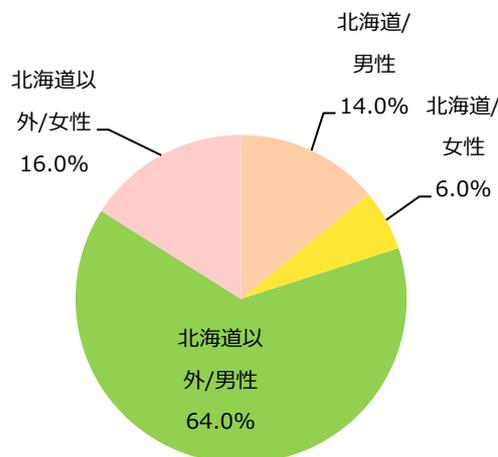
「男性30代」が21.4%と最も多く、次いで「男性50代」が21.1%、「男性40代」19.7%と続き、最も少ないのは「女性50代」の2.3%だった。



【居住地別】

北海道/男性	140
北海道/女性	60
北海道以外/男性	640
北海道以外/女性	160
合計	1,000

「北海道以外/男性」が64.0%と最も多く、北海道に居住している回答者は男女合わせて20.0%だった。



北海道在住の回答者は男女合わせて全体の20%

個人向けアンケート

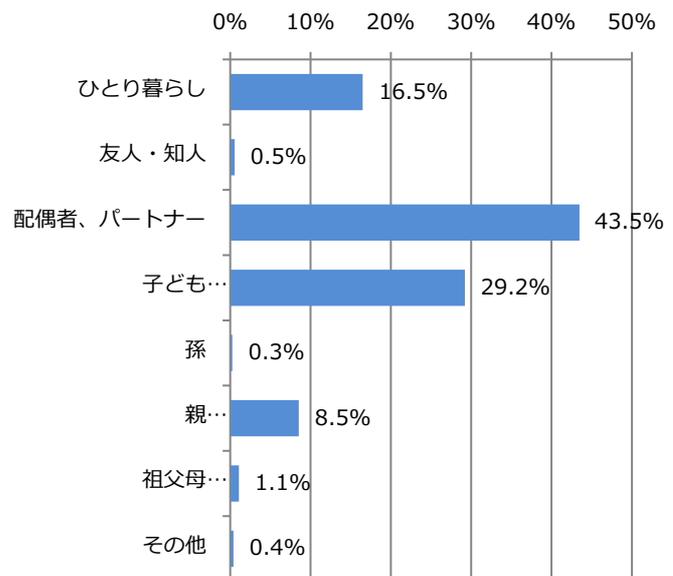
アンケート結果

■単純集計/SC

同居家族等（全体）

SC1.あなたは現在同居している方がいますか。あてはまるものを全てお知らせください。
 (いくつでも) ※あなたからみたご関係で、お答えください。

ひとり暮らし	245
友人・知人	8
配偶者、パートナー	646
子ども（子どもの配偶者も含む）	434
孫	4
親（配偶者の親も含む）	127
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	16
その他	6
合計	1,486



「ひとり暮らし」が全体の16.5%で、それ以外の約85%が家族等と同居している。

同居する家族等として、「配偶者、パートナー」が646件と最も高く、次いで「子ども（子どもの配偶者も含む）」434件、「ひとり暮らし」245件と続いた。最も少なかったのは「孫」4件、「友人・知人」の8件で、「その他」と回答した6件の記述内容は、兄弟4件、姉妹1件、単身赴任1件だった。

個人向けアンケート

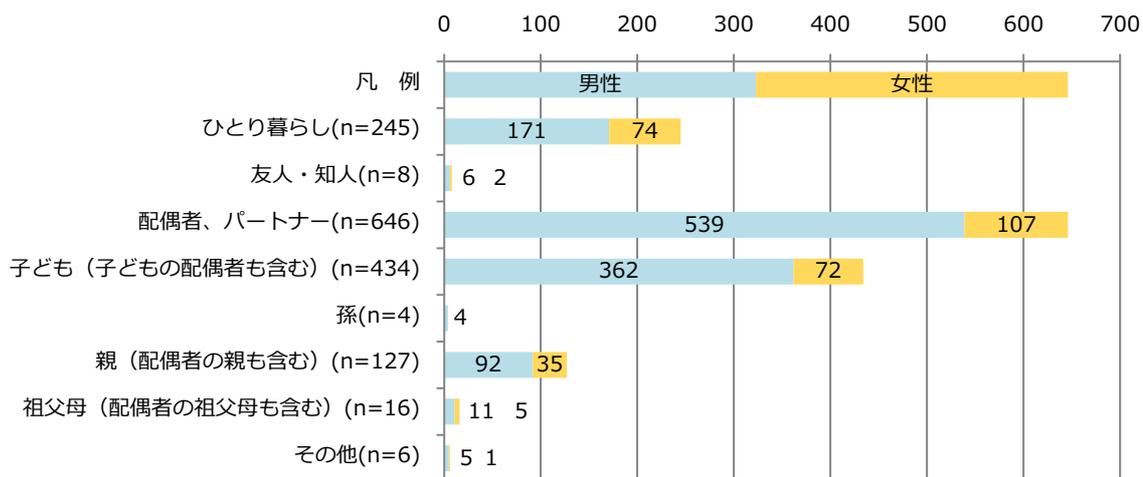
アンケート結果

同居家族等（男女別）

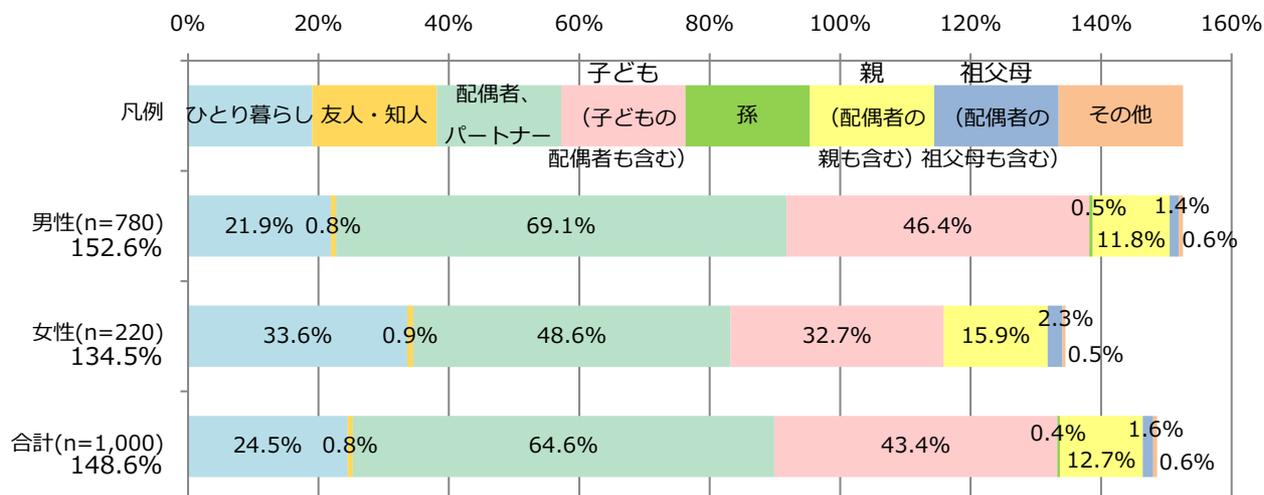
■CS1 あなたは現在同居している方がいますか。あてはまるものを全てお知らせください。（いくつでも）※あなたからみたご関係で、お答えください。

【同居家族／性別】

選択項目	男性	女性	合計
ひとり暮らし	171	74	245
友人・知人	6	2	8
配偶者、パートナー	539	107	646
子ども（子どもの配偶者も含む）	362	72	434
孫	4	0	4
親（配偶者の親も含む）	92	35	127
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	11	5	16
その他	5	1	6
合計	1,190	296	1,486



「女性」で「ひとり暮らし」が全体と比較して高く、男性は「配偶者・パートナー」「子ども（子どもの配偶者も含む）」との同居率が女性と比較すると高い。



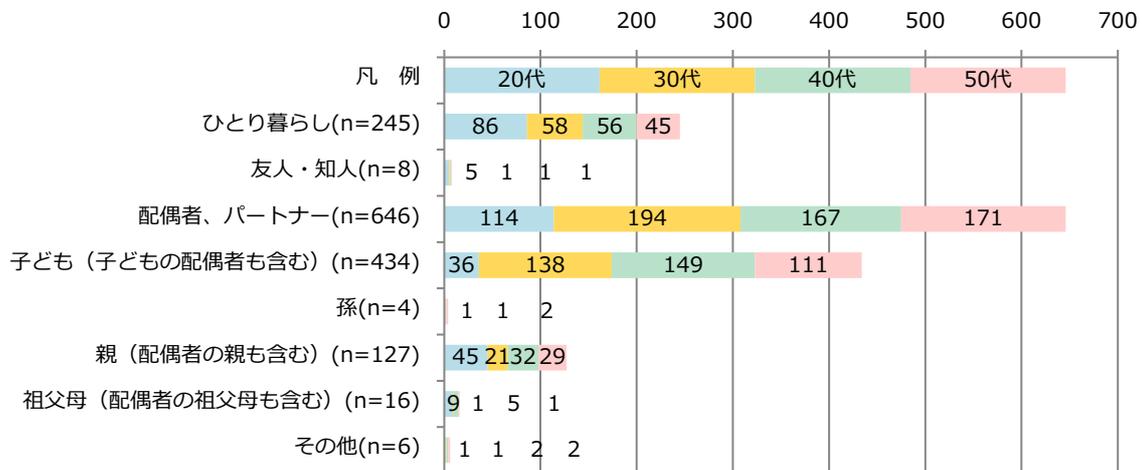
個人向けアンケート

アンケート結果

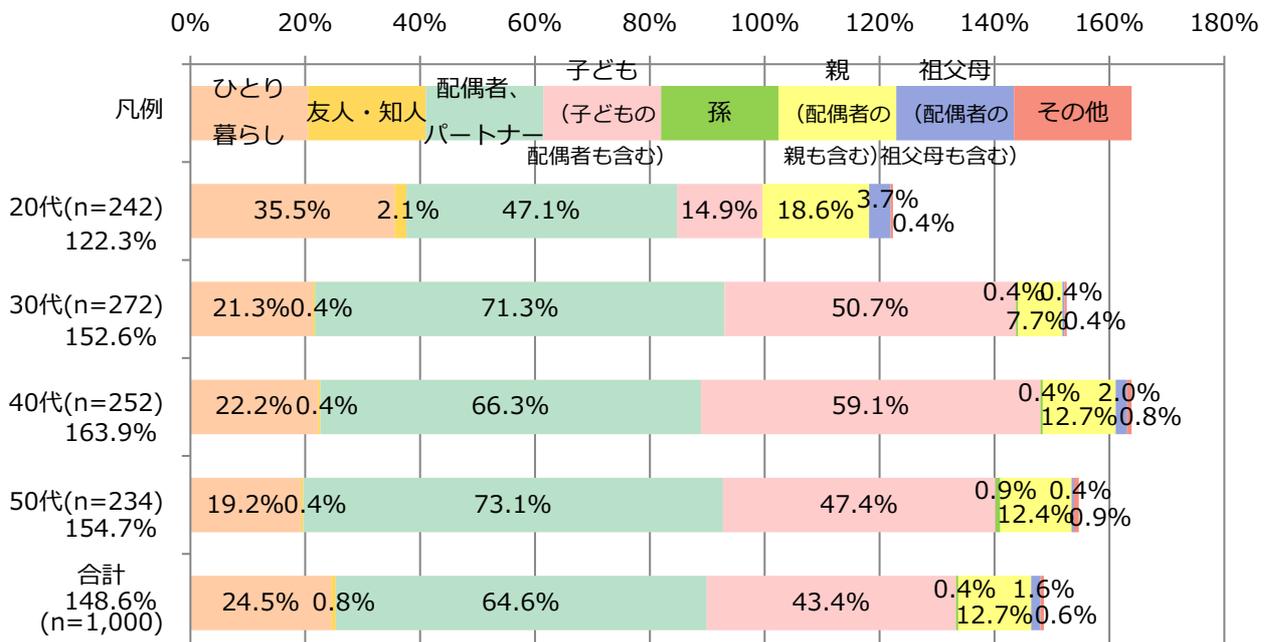
【同居家族／年代別】

同居家族等（年代別）

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
ひとり暮らし	86	58	56	45	245
友人・知人	5	1	1	1	8
配偶者、パートナー	114	194	167	171	646
子ども（子どもの配偶者も含む）	36	138	149	111	434
孫	0	1	1	2	4
親（配偶者の親も含む）	45	21	32	29	127
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	9	1	5	1	16
その他	1	1	2	2	6
合計	296	415	413	362	1,486



「20代」で「ひとり暮らし」「親（配偶者の親も含む）」、「30代」で「子ども（子どもの配偶者も含む）」「配偶者、パートナー」、「40代」で「子ども（子どもの配偶者も含む）」、「50代」で「配偶者、パートナー」が全体と比較して高い。それに対して、「30代」のみ「親（配偶者の親も含む）」が7.7%と少なく、また、「30代」「50代」は「祖父母（配偶者の祖父母も含む）」は、いずれも0.4%と極めて低くなっているのも特徴的である。



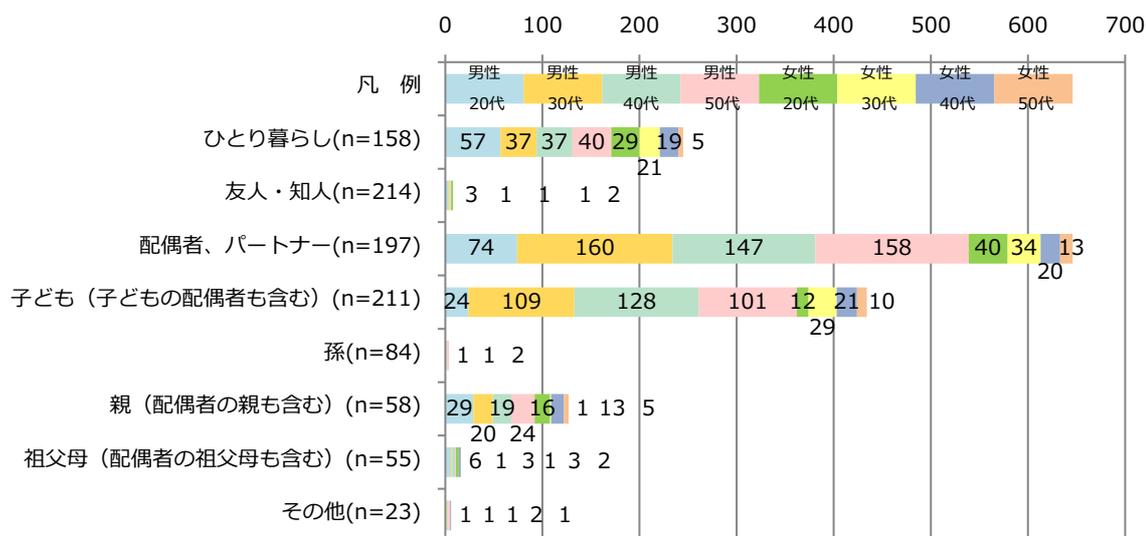
個人向けアンケート

アンケート結果

同居家族等（男女&年代別）

【同居家族／性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
ひとり暮らし	57	37	37	40	29	21	19	5	245
友人・知人	3	1	1	1	2	0	0	0	8
配偶者、パートナー	74	160	147	158	40	34	20	13	646
子ども（子どもの配偶者も含む）	24	109	128	101	12	29	21	10	434
孫	0	1	1	2	0	0	0	0	4
親（配偶者の親も含む）	29	20	19	24	16	1	13	5	127
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	6	1	3	1	3	0	2	0	16
その他	1	1	1	2	0	0	1	0	6
合計	194	330	337	329	102	85	76	33	1,486



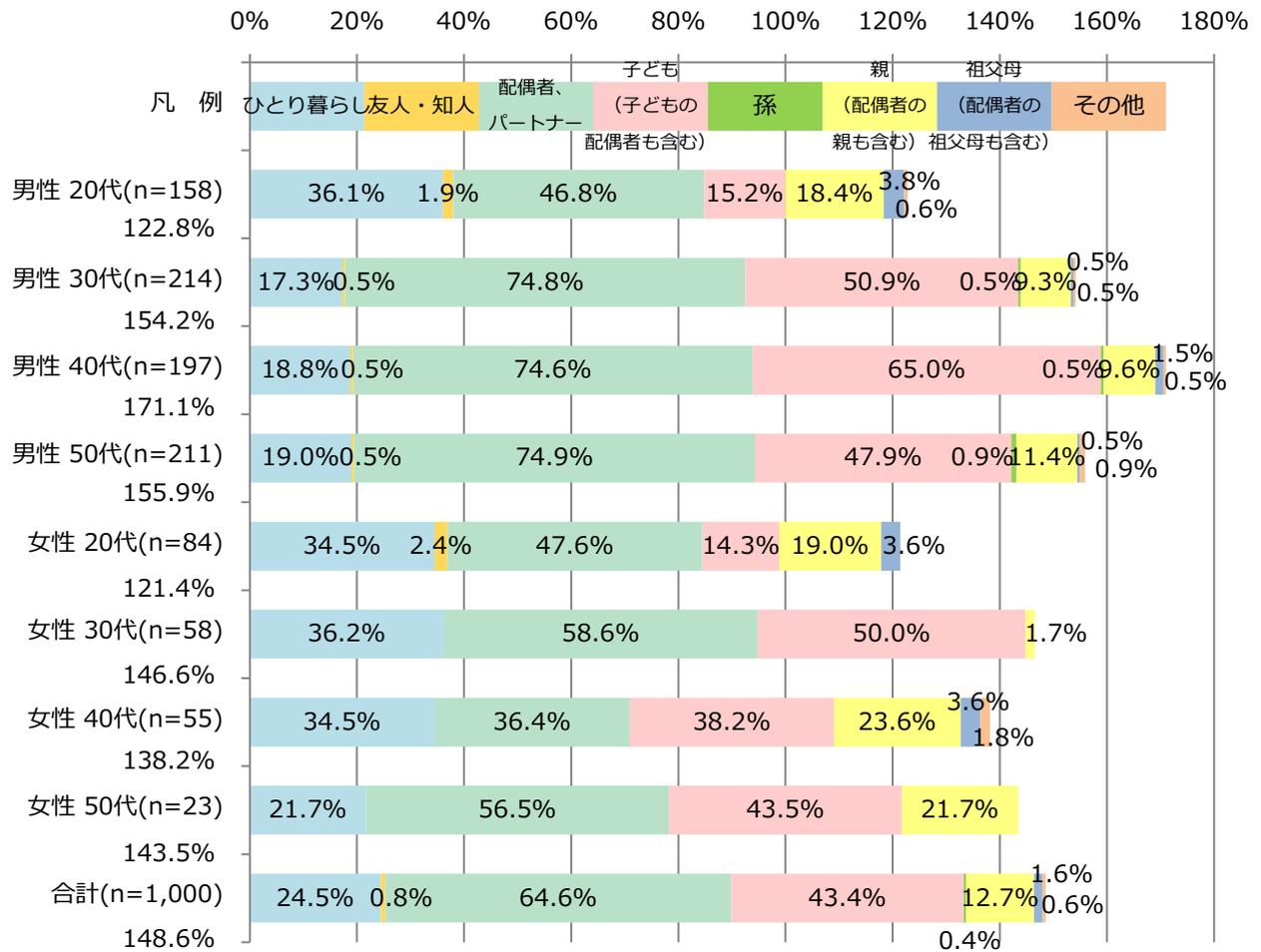
「男性 20代」で「ひとり暮らし」「親（配偶者の親も含む）」、「男性 30代」で「配偶者、パートナー」「子ども（子どもの配偶者も含む）」、「男性 40代」で「子ども（子どもの配偶者も含む）」「配偶者、パートナー」、「男性 50代」で「配偶者、パートナー」、「女性 20代」で「ひとり暮らし」「親（配偶者の親も含む）」、「女性 30代」で「ひとり暮らし」「子ども（子どもの配偶者も含む）」、「女性 40代」で「親（配偶者の親も含む）」「ひとり暮らし」が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

同居家族等（男女&年代別）

【同居家族／性年代別】



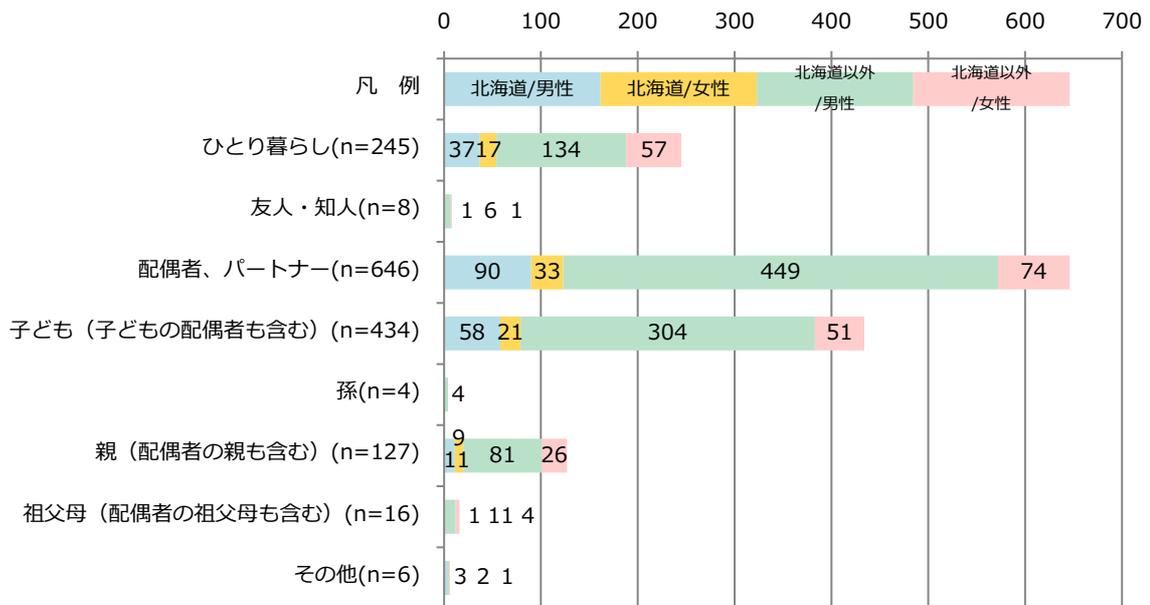
個人向けアンケート

アンケート結果

同居家族等（道内・道外別）

【同居家族／居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
ひとり暮らし	37	17	134	57	245
友人・知人	0	1	6	1	8
配偶者、パートナー	90	33	449	74	646
子ども（子どもの配偶者も含む）	58	21	304	51	434
孫	0	0	4	0	4
親（配偶者の親も含む）	11	9	81	26	127
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	0	1	11	4	16
その他	3	0	2	1	6
合計	199	82	991	214	1,486



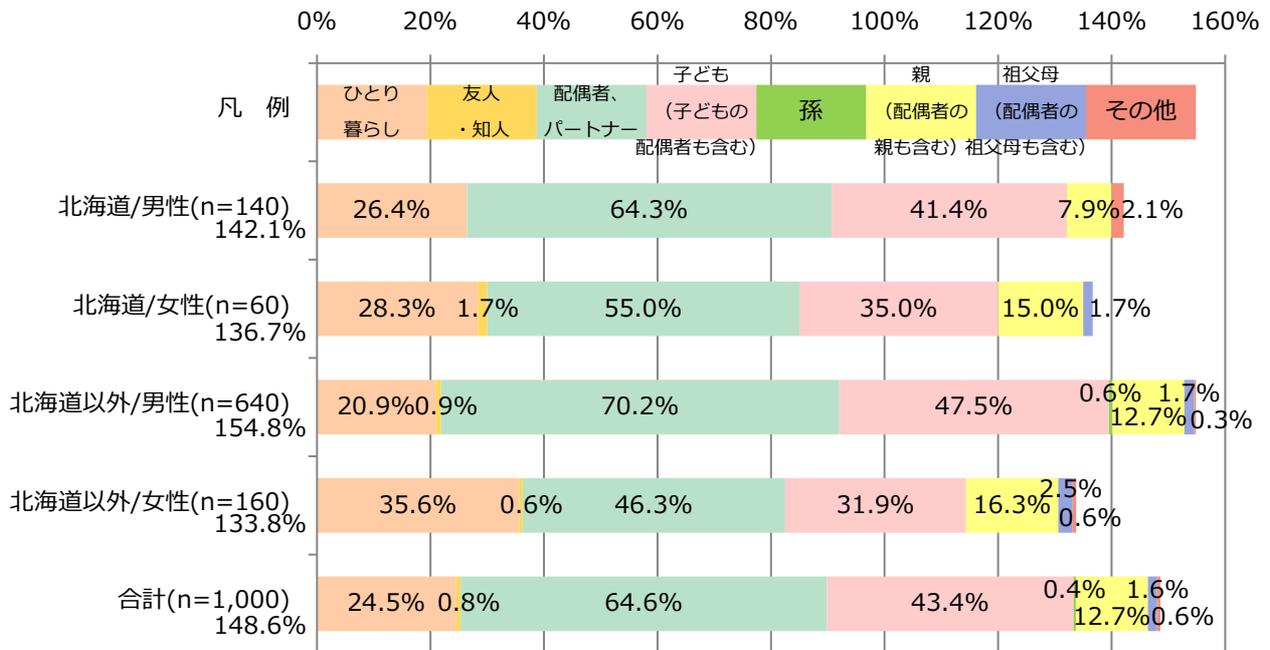
「北海道以外/男性」で「配偶者、パートナー」との同居が、「北海道以外/女性」で「ひとり暮らし」が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

同居家族等（道内・道外別）

【同居家族／居住地別】



個人向けアンケート

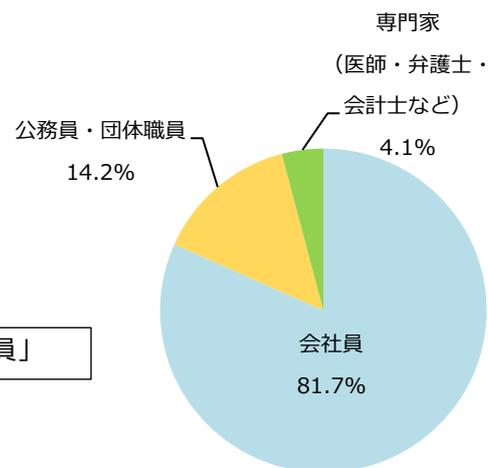
アンケート結果

職業（全体）

■ 単純集計／SC

SC2.あなたの職業をお知らせください。

会社員	817
公務員・団体職員	142
専門家 (医師・弁護士・会計士など)	41
合計	1,000



回答者の約80%が「会社員」

「会社員」が81.7%で最も高く、次いで「公務員・団体職員(14.2%)」「専門家 (医師・弁護士・会計士など) (4.1%)」である。

個人向けアンケート

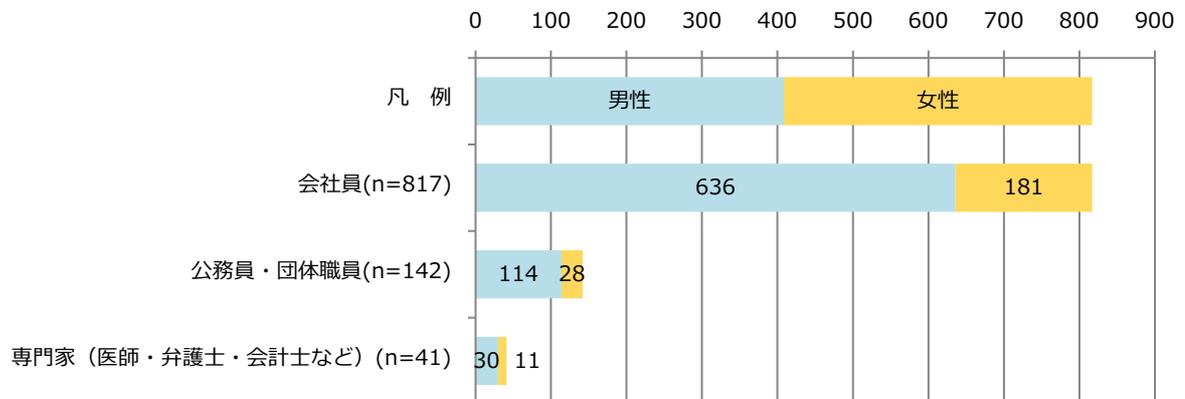
アンケート結果

職業（男女別）

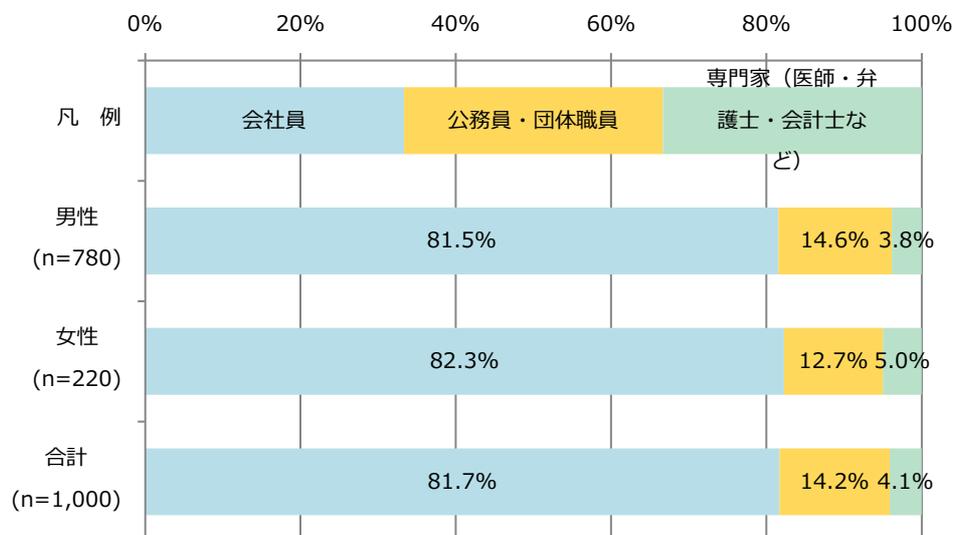
■ CS2 あなたの職業をお知らせください。

【職業／性別】

選択項目	男性	女性	合計
会社員	636	181	817
公務員・団体職員	114	28	142
専門家（医師・弁護士・会計士など）	30	11	41
合計	780	220	1,000



男女ともに「会社員」「公務員・団体職員」「専門家（医師・弁護士・会計士など）」の職業に、差異はほとんど見られず、女性の方が若干「専門家（医師・弁護士・会計士など）」の割合が多い程度で、全体の構成比とほぼ同じである。



個人向けアンケート

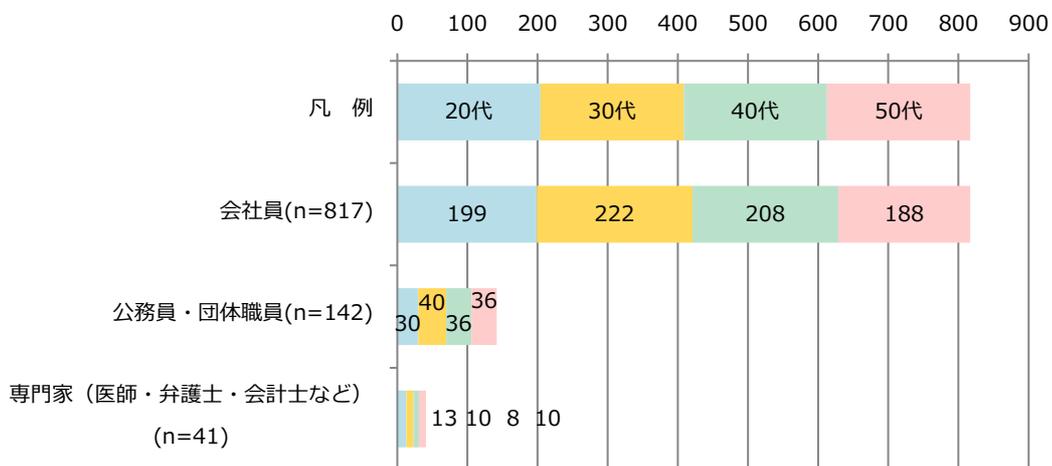
アンケート結果

職業（年代別）

【職業／年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
会社員	199	222	208	188	817
公務員・団体職員	30	40	36	36	142
専門家（医師・弁護士・会計士など）	13	10	8	10	41
合計	242	272	252	234	1,000

年代も職業による偏りは少なく、各年代がほぼ同数となった。



50代の「公務員・団体職員」が若干多いものの、数にほぼ差異はなかった。



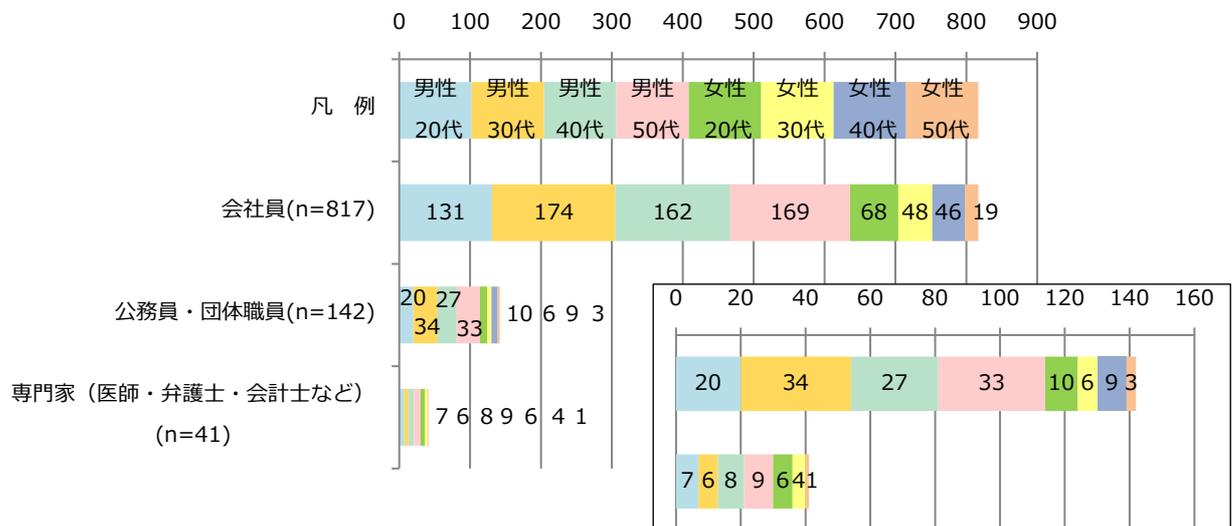
個人向けアンケート

アンケート結果

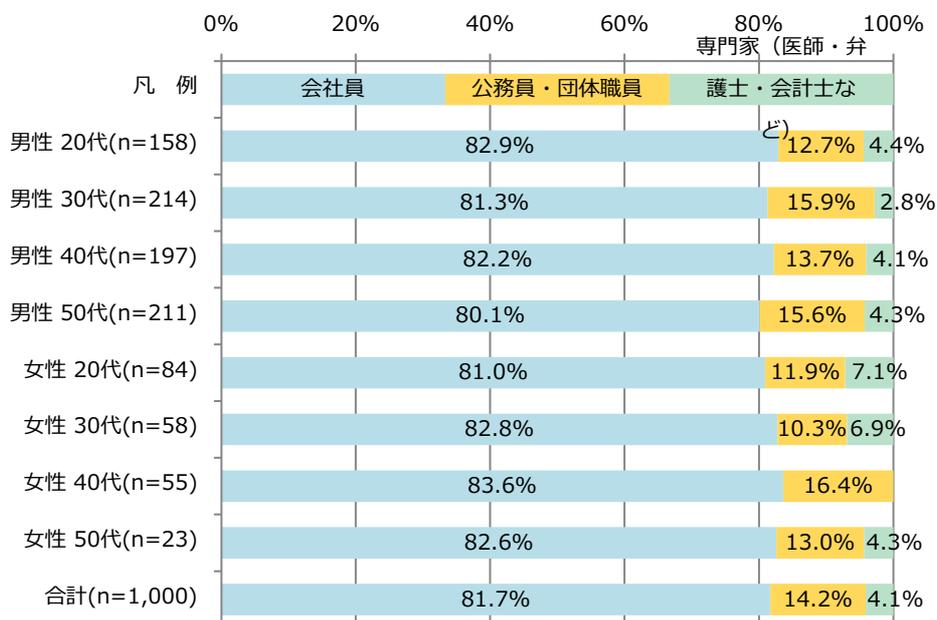
職業（男女&年代別）

【職業／性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
会社員	131	174	162	169	68	48	46	19	817
公務員・団体職員	20	34	27	33	10	6	9	3	142
専門家（医師・弁護士・会計士など）	7	6	8	9	6	4	0	1	41
合計	158	214	197	211	84	58	55	23	1000



「会社員」の比率にはほとんど差がないが、「女性40代」は、「専門家（医師・弁護士・会計士など）」が皆無である一方、「公務員・団体職員」の割合が最多となった。



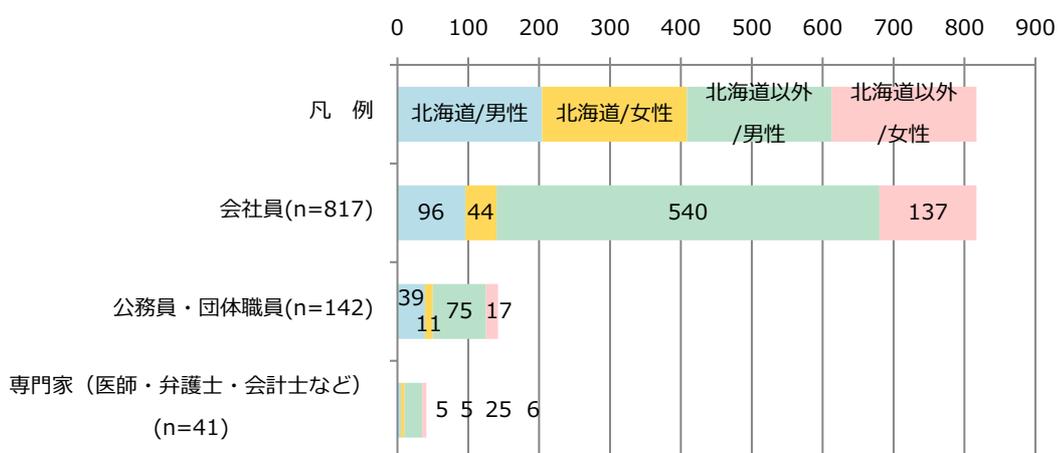
個人向けアンケート

アンケート結果

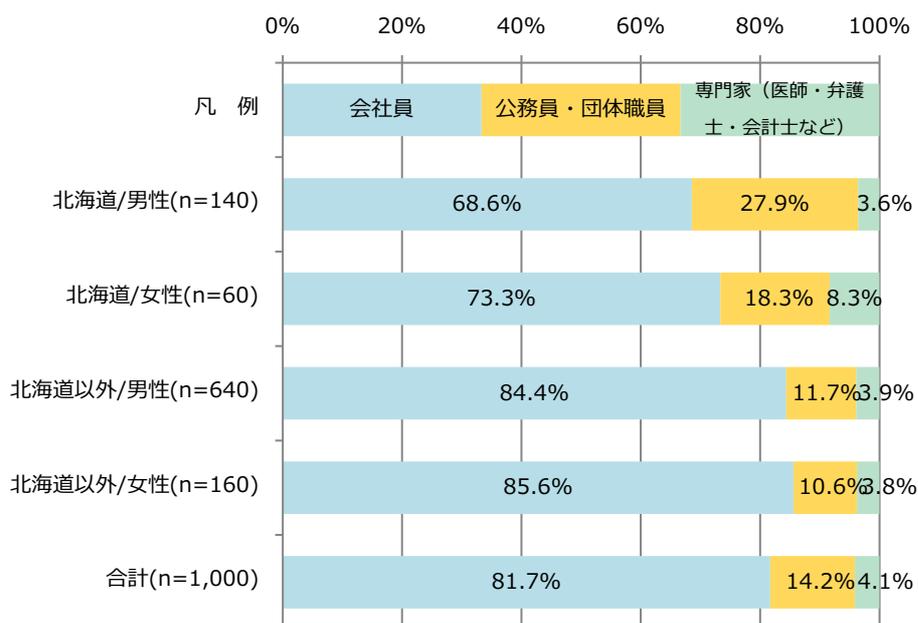
職業（道内・道外別）

【職業／居住地別】

選択項目	北海道/男性	北海道/女性	北海道以外/男性	北海道以外/女性	合計
会社員	96	44	540	137	817
公務員・団体職員	39	11	75	17	142
専門家（医師・弁護士・会計士など）	5	5	25	6	41
合計	140	60	640	160	1,000



全体としては「会社員」が81.7%と圧倒的に多く、「北海道/男性」で「公務員・団体職員」が全体と比較して高い。また、「北海道/女性」も「公務員・団体職員」が18.3%と全体より高く、北海道内の居住者において「公務員・団体職員」が占める率が高くなっている。



個人向けアンケート

アンケート結果

業種（全体）

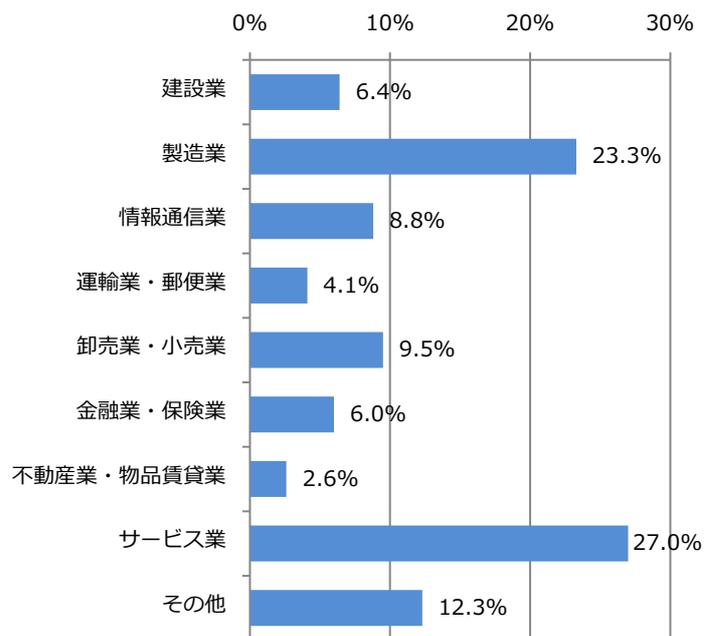
■ 単純集計／SC

SC3. 現在のお勤め先における、あなたの業種をお答えください。

建設業	64
製造業	233
情報通信業	88
運輸業・郵便業	41
卸売業・小売業	95
金融業・保険業	60
不動産業・物品賃貸業	26
サービス業	270
その他	126
合計	1,000

その他記述（126名）：

医療(35)、公務員(24)、教育(19)、事務業務(19)、専門職(5)、福祉(5)、技術職(4)、団体職員(4)、研究開発(3)、その他(3)、農業(2)



全体では、「サービス業」が27.0%で最も高く、次いで「製造業(23.3%)」「その他(12.3%)」となっている。「その他」の詳細としては、「医療」が35名、「公務員」が24名と、全体的に見ても高い割合となっている。

個人向けアンケート

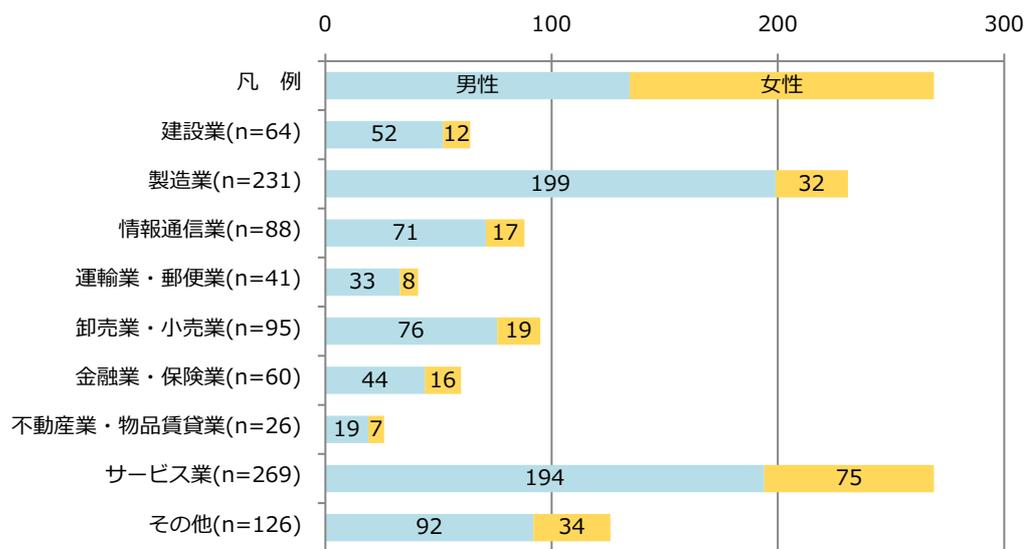
アンケート結果

業種（男女別）

■CS3 現在のお勤め先における、あなたの業種をお答えください。

【業種／性別】

選択項目	男性	女性	合計
建設業	52	12	64
製造業	199	32	231
情報通信業	71	17	88
運輸業・郵便業	33	8	41
卸売業・小売業	76	19	95
金融業・保険業	44	16	60
不動産業・物品賃貸業	19	7	26
サービス業	194	75	269
その他	92	34	126
合計	780	220	1000



女性の「サービス業」に占める割合が男性と比較して高い。

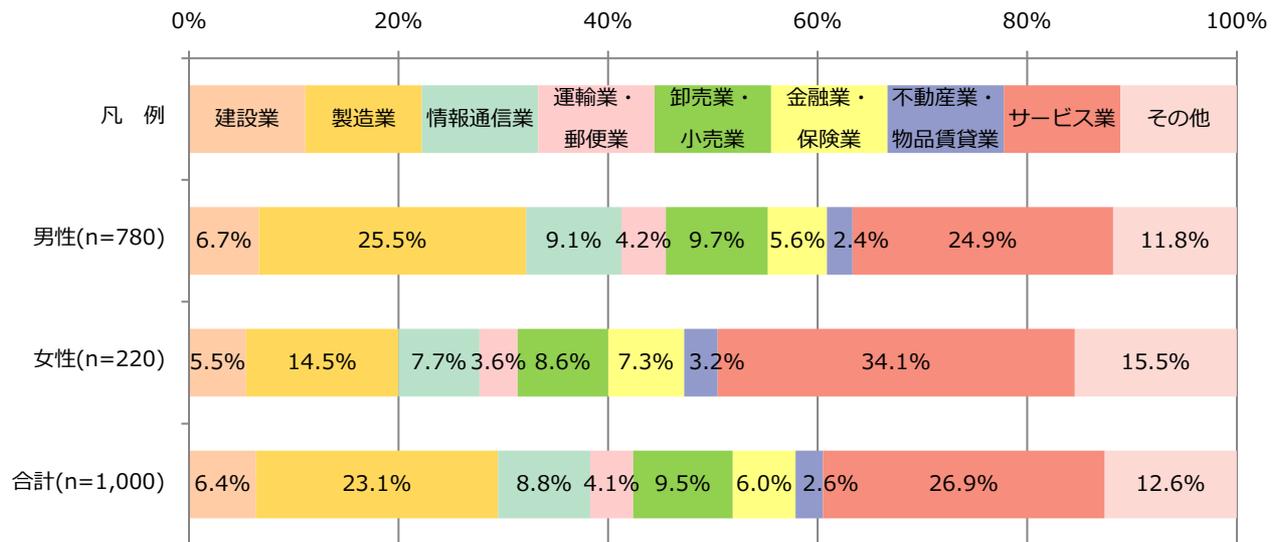
個人向けアンケート

アンケート結果

業種（男女別）

■CS3 現在のお勤め先における、あなたの業種をお答えください。

【業種／性別】



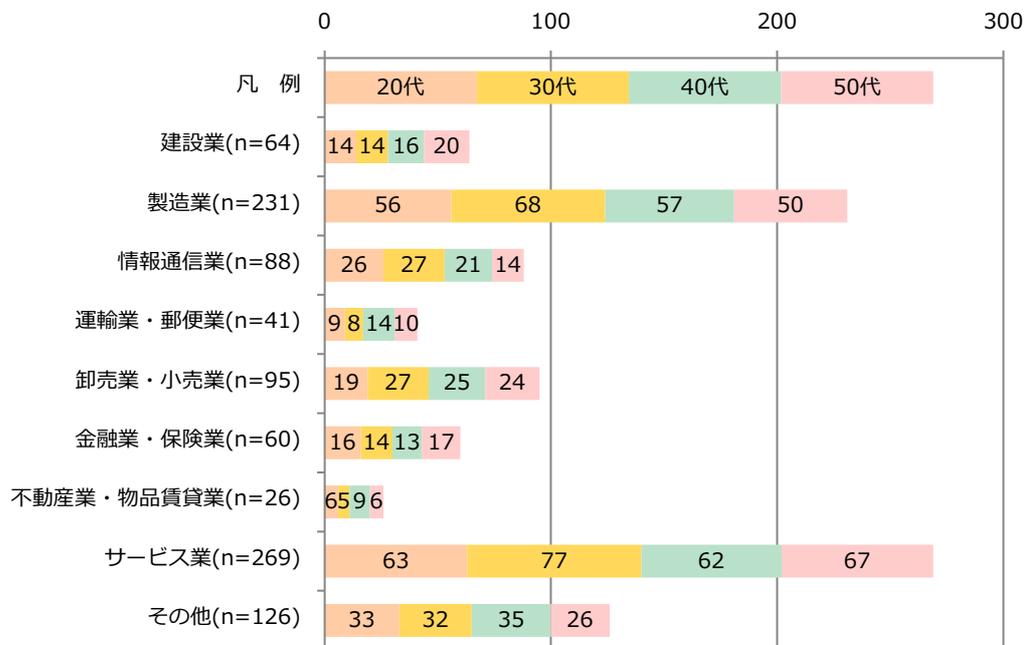
個人向けアンケート

アンケート結果

業種（年代別）

【業種／年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
建設業	14	14	16	20	64
製造業	56	68	57	50	231
情報通信業	26	27	21	14	88
運輸業・郵便業	9	8	14	10	41
卸売業・小売業	19	27	25	24	95
金融業・保険業	16	14	13	17	60
不動産業・物品賃貸業	6	5	9	6	26
サービス業	63	77	62	67	269
その他	33	32	35	26	126
合計	242	272	252	234	1,000



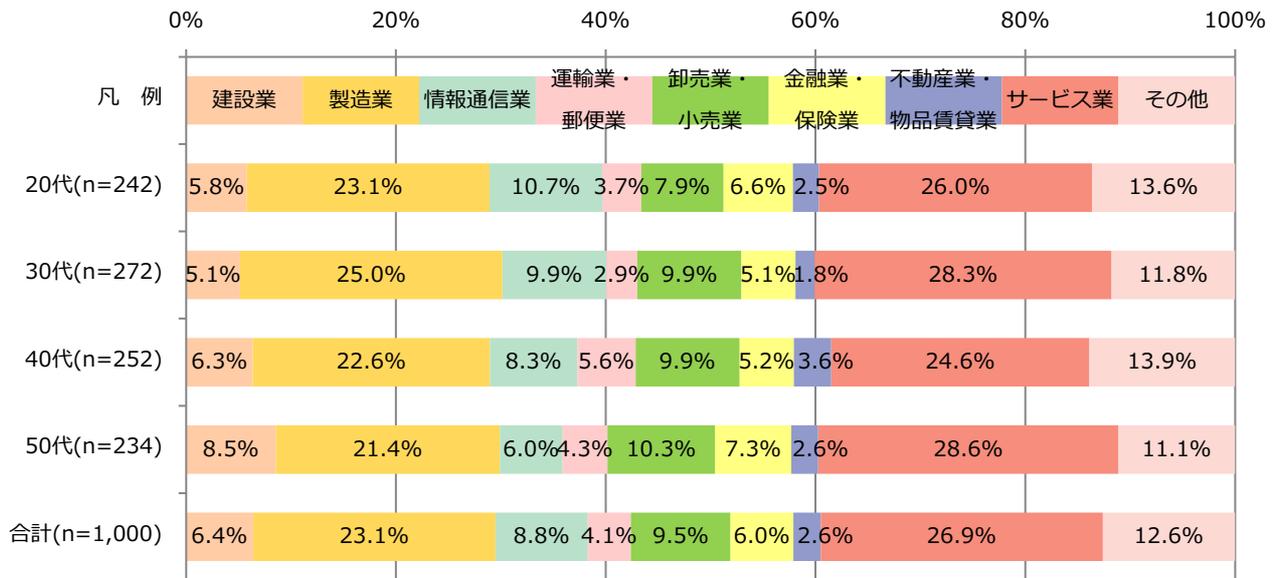
年代による業種の偏りは少なく、全体とほぼ同じ割合である。

個人向けアンケート

アンケート結果

業種（年代別）

【業種／年代別】



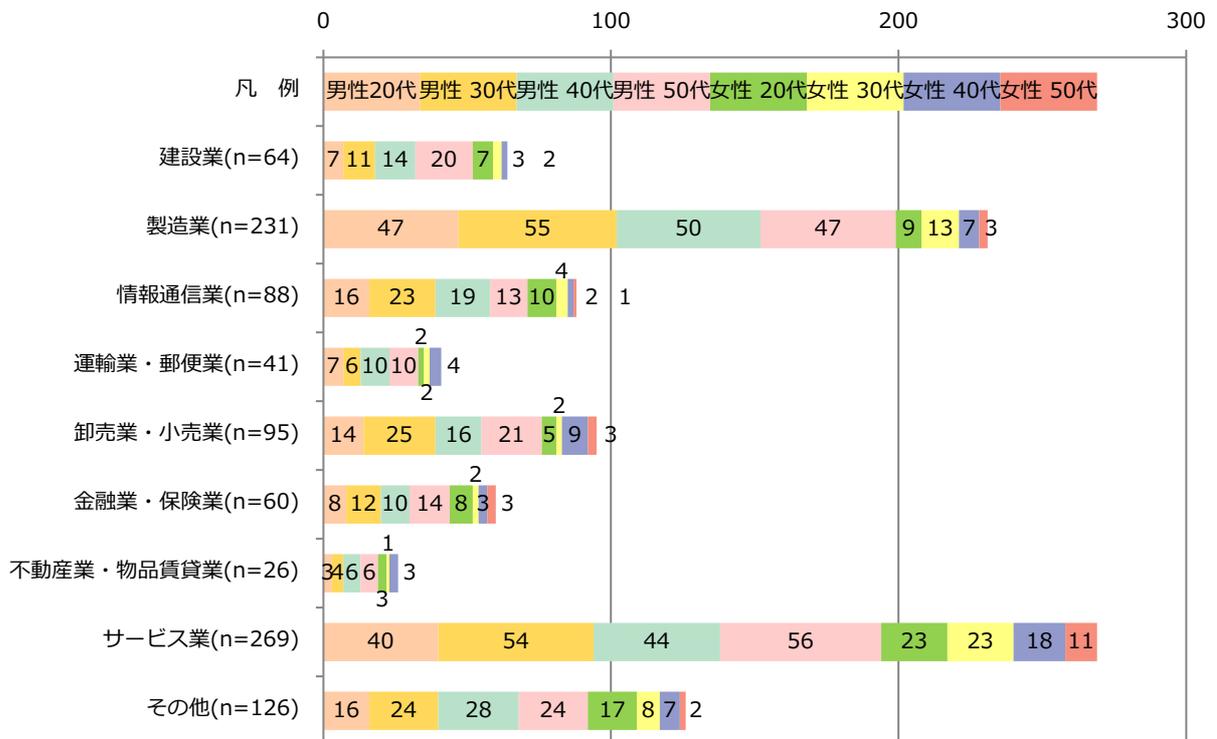
個人向けアンケート

アンケート結果

業種（男女&年代別）

【業種／性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
建設業	7	11	14	20	7	3	2	0	64
製造業	47	55	50	47	9	13	7	3	231
情報通信業	16	23	19	13	10	4	2	1	88
運輸業・郵便業	7	6	10	10	2	2	4	0	41
卸売業・小売業	14	25	16	21	5	2	9	3	95
金融業・保険業	8	12	10	14	8	2	3	3	60
不動産業・物品賃貸業	3	4	6	6	3	1	3	0	26
サービス業	40	54	44	56	23	23	18	11	269
その他	16	24	28	24	17	8	7	2	126
合計	158	214	197	211	84	58	55	23	1,000
建設業	7	11	14	20	7	3	2	0	64



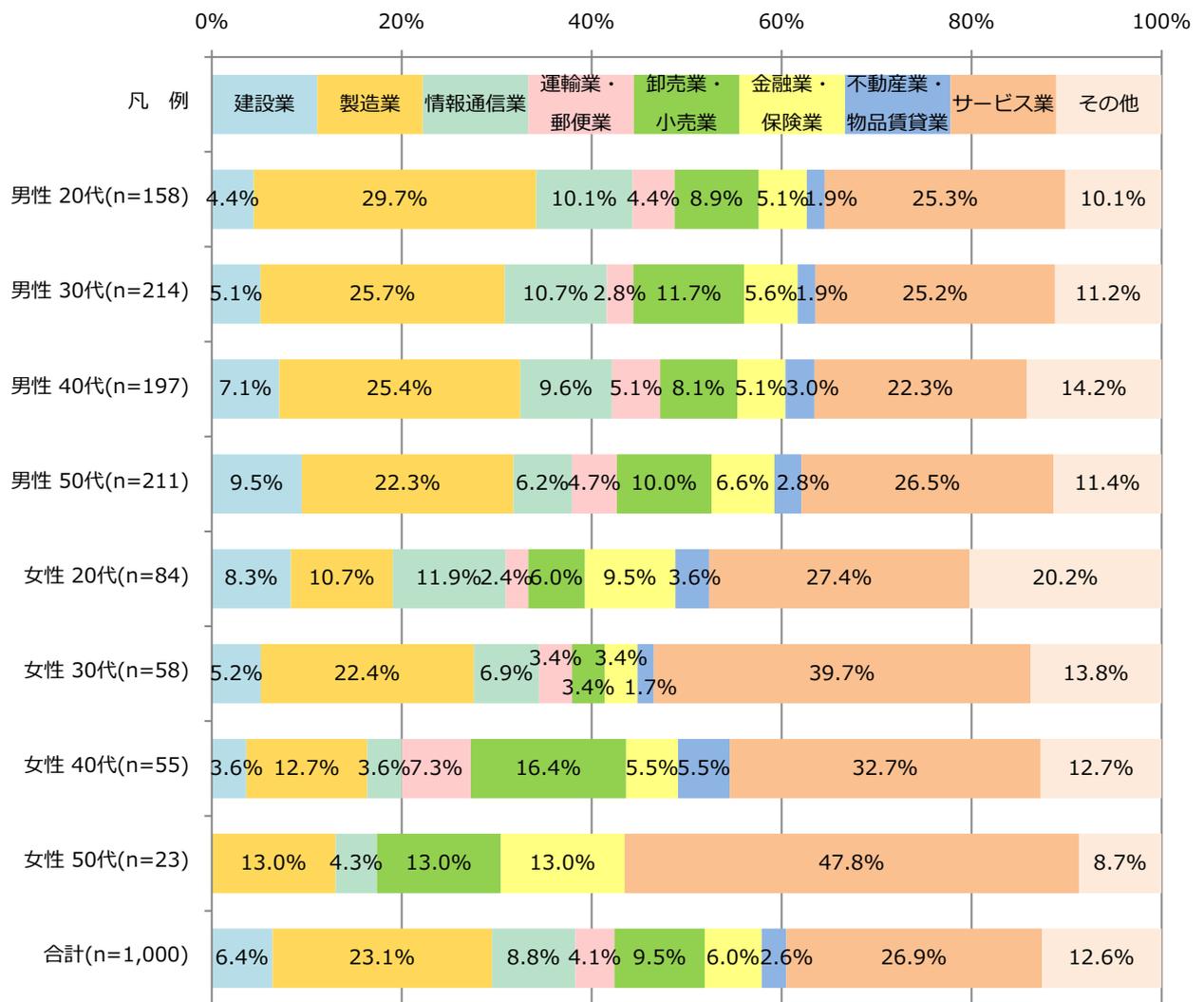
個人向けアンケート

アンケート結果

業種（男女&年代別）

【業種／性年代別】

「男性 20代」で「製造業」が、「女性 20代」で「その他」、「女性 30代」で「サービス業」、「女性 40代」で「卸売業・小売業」「サービス業」が全体と比較して割合が高い。



個人向けアンケート

アンケート結果

業種（道内・道外別）

【業種／居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
建設業	11	4	41	8	64
製造業	9	3	190	29	231
情報通信業	12	3	59	14	88
運輸業・郵便業	8	1	25	7	41
卸売業・小売業	16	9	60	10	95
金融業・保険業	8	6	36	10	60
不動産業・物品賃貸業	1	3	18	4	26
サービス業	47	17	147	58	269
その他	28	14	64	20	126
合計	140	60	640	160	1,000



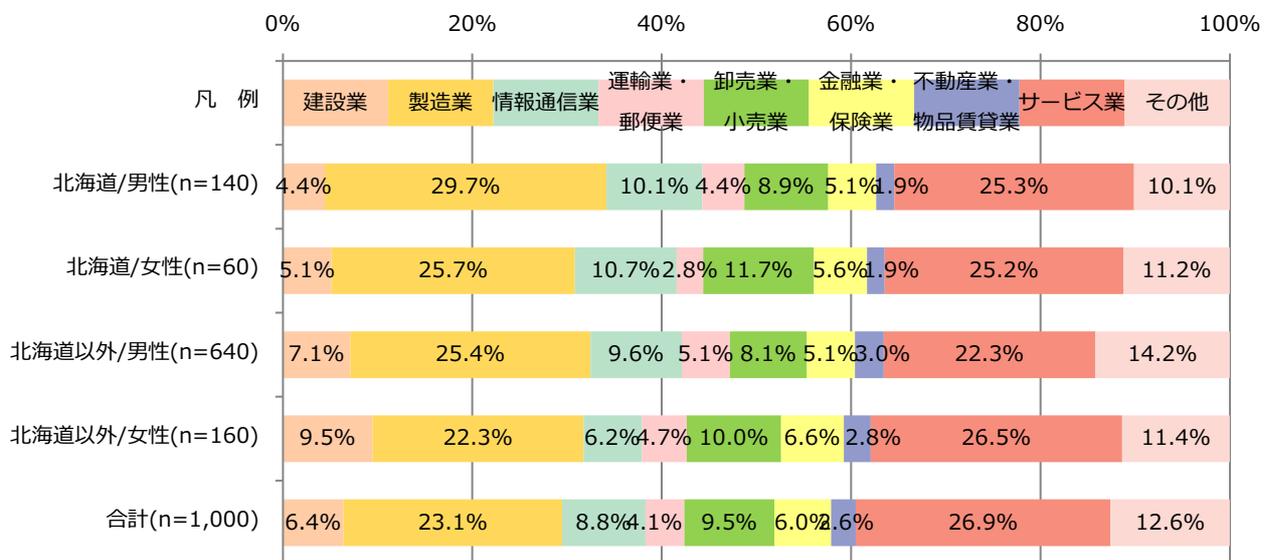
個人向けアンケート

アンケート結果

業種（道内・道外別）

【業種／居住地別】

北海道在住の男性では「その他」「サービス業」が、女性は「その他」「卸売業・小売業」の割合が比較的高い。一方で、北海道以外に在住する男性では、「製造業」が、女性は「サービス業」が全体と比較して高い。



個人向けアンケート

アンケート結果

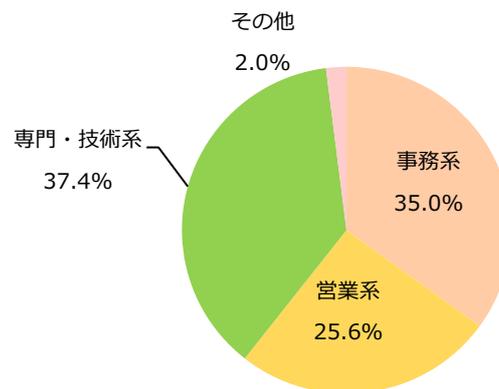
職種（全体）

■単純集計／SC

SC4.現在のお勤め先における、あなたの職種をお答えください。以下の中から最もあてはまるものをお選びください。

事務系	350
営業系	256
専門・技術系	374
その他	20
合計	1,000

その他記述（20名）：
販売(5)、企画(3)、経営(3)、教育(2)、
サービス(2)、警備(1)、製造(1)、調査(1)、
ドライバー(1)、その他(1)



全体では、「専門・技術系」が37.3%で最も高く、次いで「事務系」が34.7%となっている。

個人向けアンケート

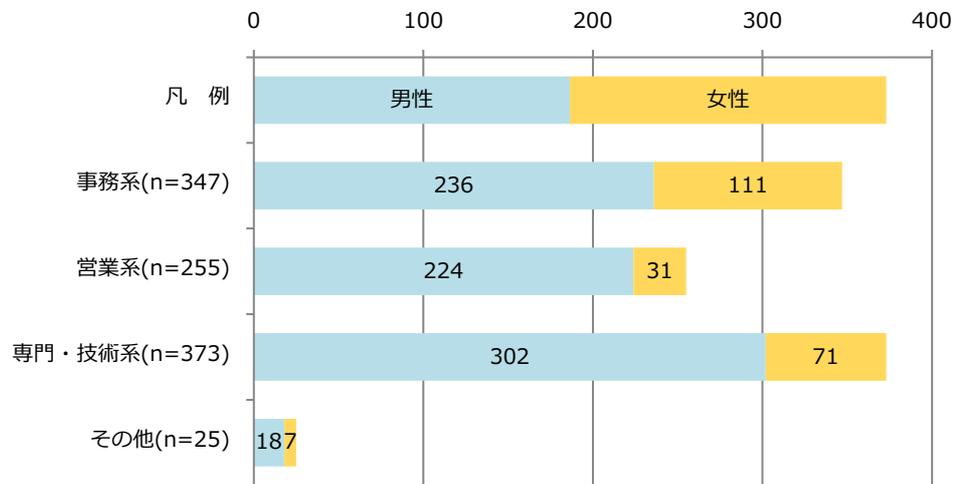
アンケート結果

職種（男女）

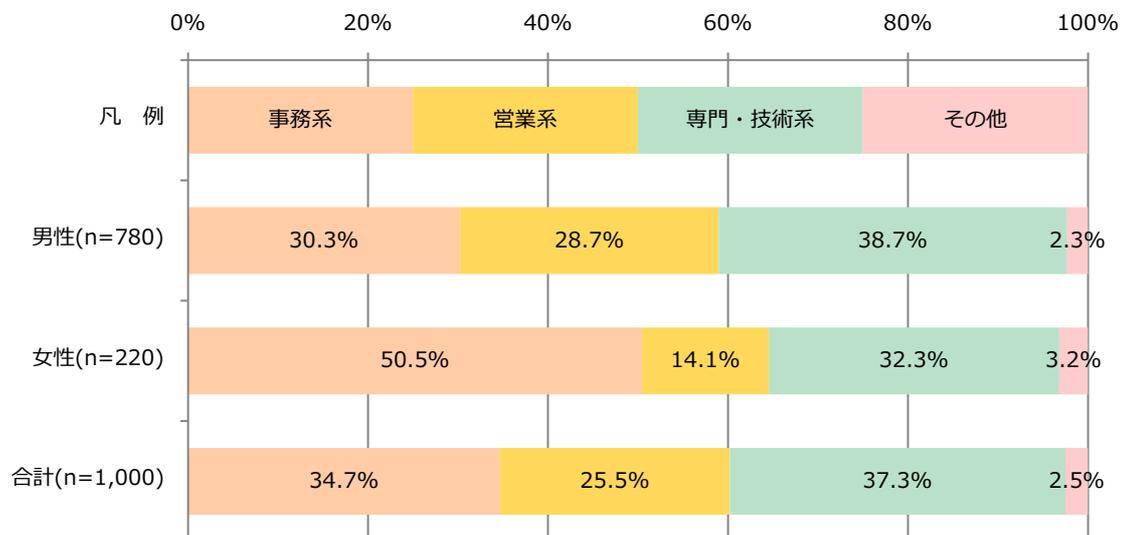
■ SC4.現在のお勤め先における、あなたの職種をお答えください。

【職種／性別】

選択項目	男性	女性	合計
事務系	236	111	347
営業系	224	31	255
専門・技術系	302	71	373
その他	18	7	25
合計	780	220	1,000



「女性」における「事務系」が全体と比較して割合が高い。



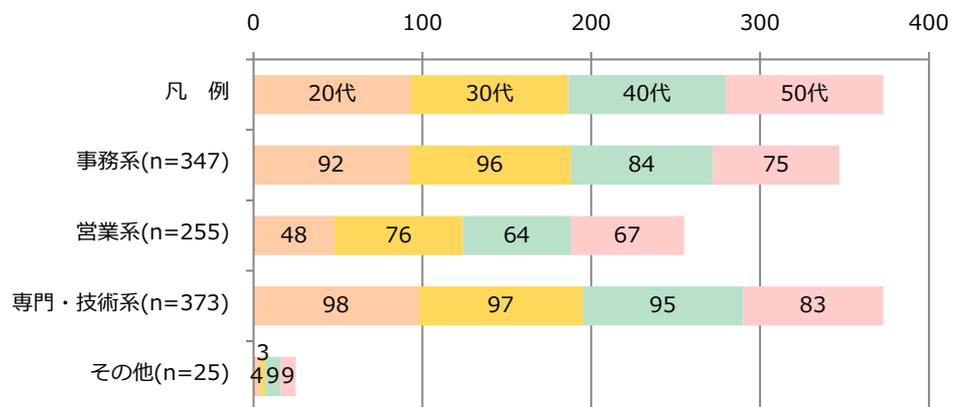
個人向けアンケート

アンケート結果

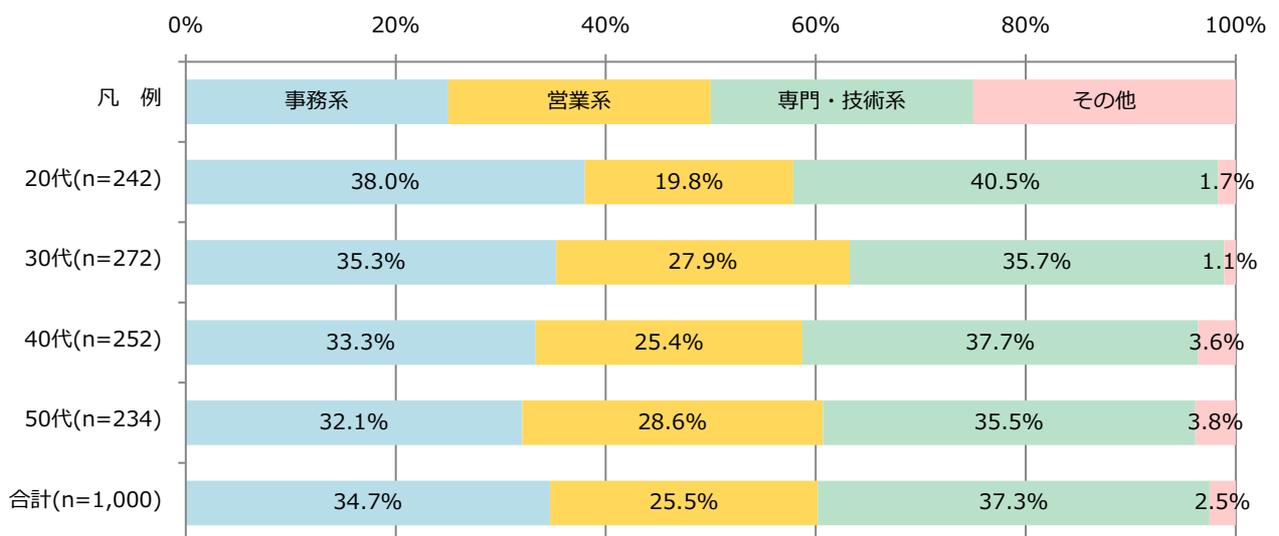
職種（年代別）

【職種／年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
事務系	92	96	84	75	347
営業系	48	76	64	67	255
専門・技術系	98	97	95	83	373
その他	4	3	9	9	25
合計	242	272	252	234	1,000



20代における「営業系」が占める割合が他の職種と比べて低い。



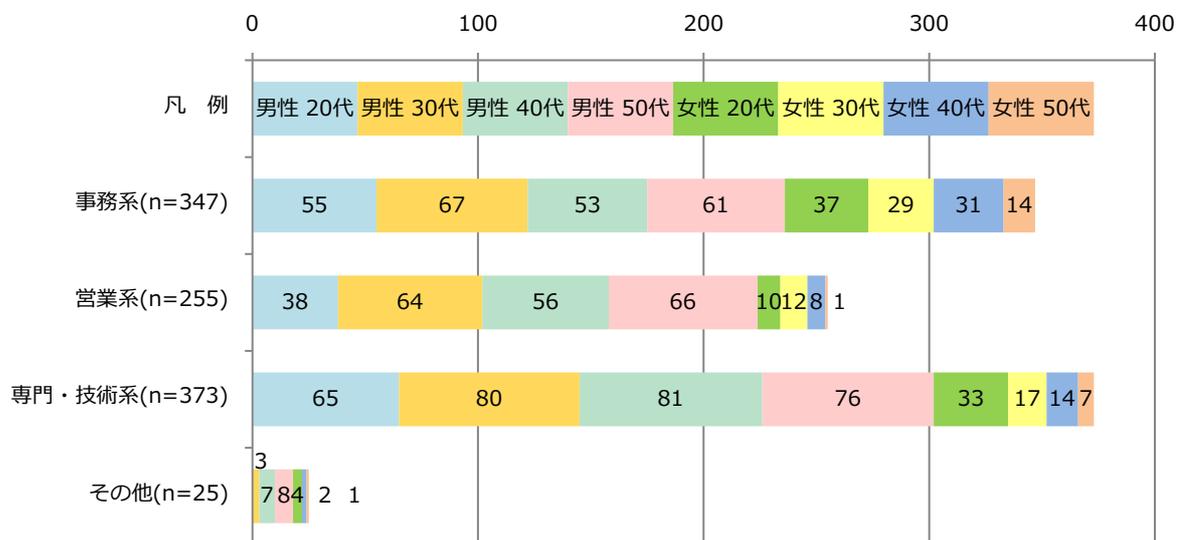
個人向けアンケート

アンケート結果

職種（男女&年代）

【職種／性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
事務系	55	67	53	61	37	29	31	14	347
営業系	38	64	56	66	10	12	8	1	255
専門・技術系	65	80	81	76	33	17	14	7	373
その他	0	3	7	8	4	0	2	1	25
合計	158	214	197	211	84	58	55	23	1,000



「男性 50代」で「営業系」が、「女性 20代」「女性 30代」「女性 40代」で「事務系」の割合が全体と比較して高い。

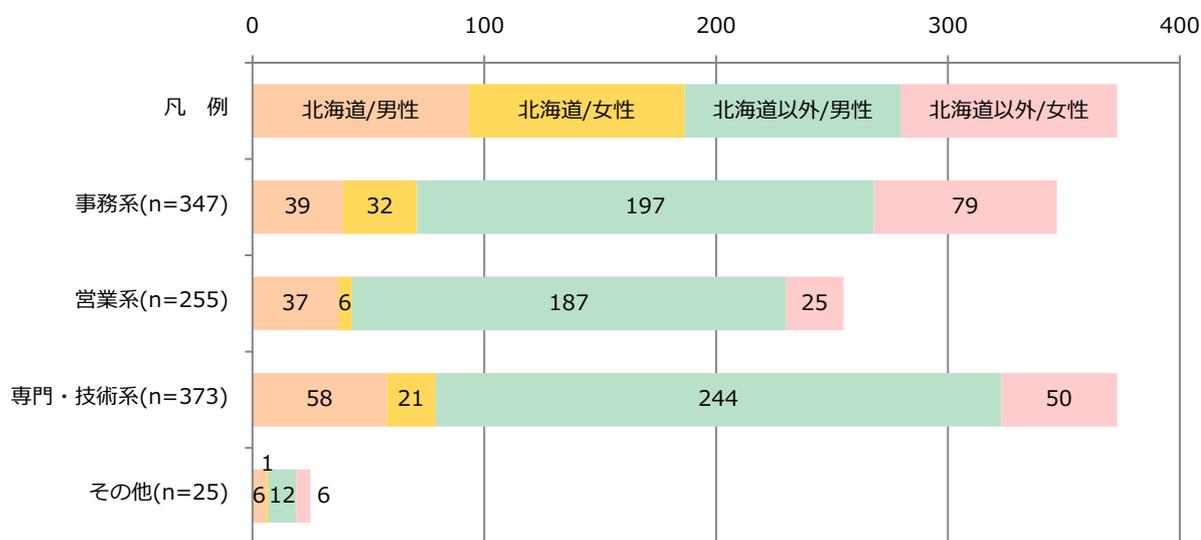
個人向けアンケート

アンケート結果

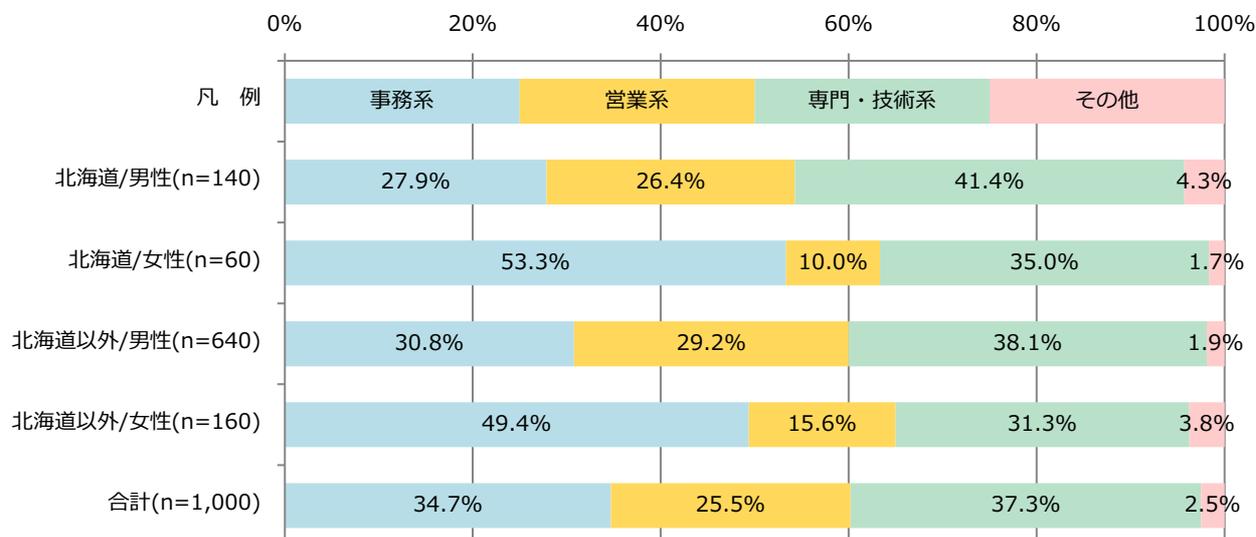
職種（道内・道外別）

【職種／居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
事務系	39	32	197	79	347
営業系	37	6	187	25	255
専門・技術系	58	21	244	50	373
その他	6	1	12	6	25
合計	140	60	640	160	1,000



女性については、北海道在住・北海道外在住ともに「事務系」に占める割合が全体と比較して高い。



個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（全体）

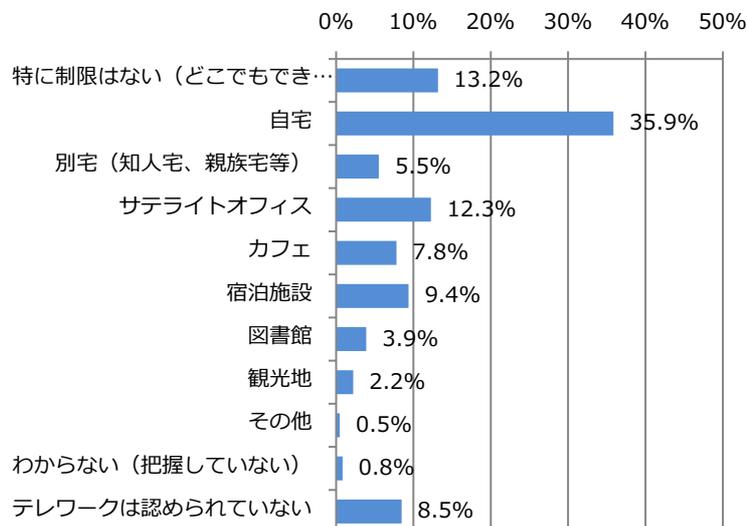
■単純集計

Q1.テレワークを実施できる場所について、該当するものを全てお選びください。（いくつでも）

選択項目	合計
特に制限はない（どこでもできる）	219
自宅	596
別宅（知人宅、親族宅等）	92
サテライトオフィス	204
カフェ	130
宿泊施設	156
図書館	65
観光地	37
その他	8
わからない（把握していない）	14
テレワークは認められていない	141
合計	1,662

その他記述（8名）：

車内(2)、カフェ・コワーキングスペース(1)、個室(1)、顧客先(1)、ネットワーク環境(1)、空港(1)、公園(1)



「自宅」が596件と最も多く、次いで「特に制限はない（どこでもできる）」219件、「サテライトオフィス」204件と続いた。「わからない（把握していない）」を除いて最も少なかったのは「観光地」37件だった。

個人向けアンケート

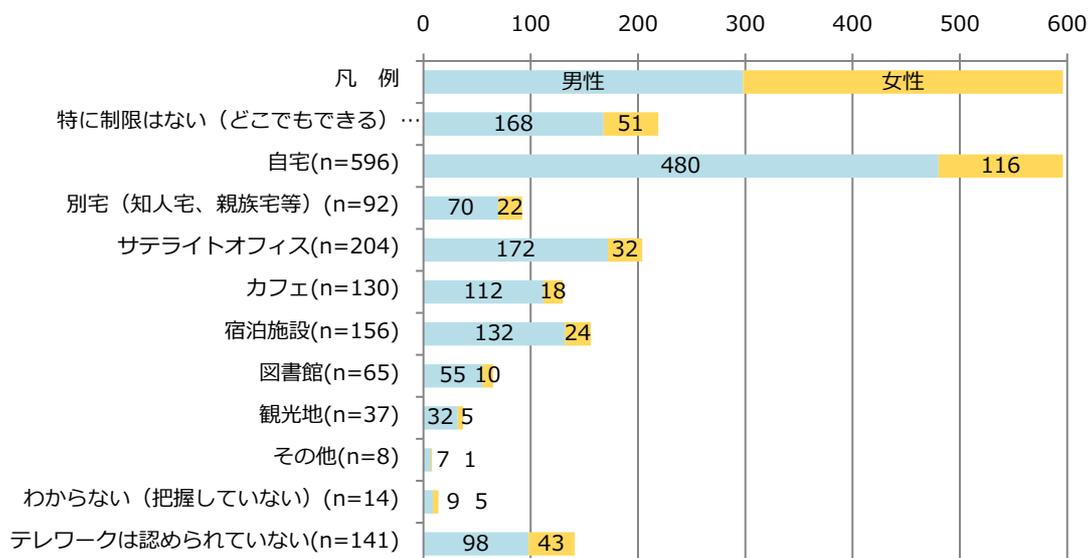
アンケート結果

テレワークを実施できる場所（男女別）

■Q1 テレワークを実施できる場所について、該当するものを全てお選びください。（いくつでも）

【性別】

選択項目	男性	女性	合計
特に制限はない（どこでもできる）	168	51	219
自宅	480	116	596
別宅（知人宅、親族宅等）	70	22	92
サテライトオフィス	172	32	204
カフェ	112	18	130
宿泊施設	132	24	156
図書館	55	10	65
観光地	32	5	37
その他	7	1	8
わからない（把握していない）	9	5	14
テレワークは認められていない	98	43	141
合計	1,335	327	1,662



個人向けアンケート

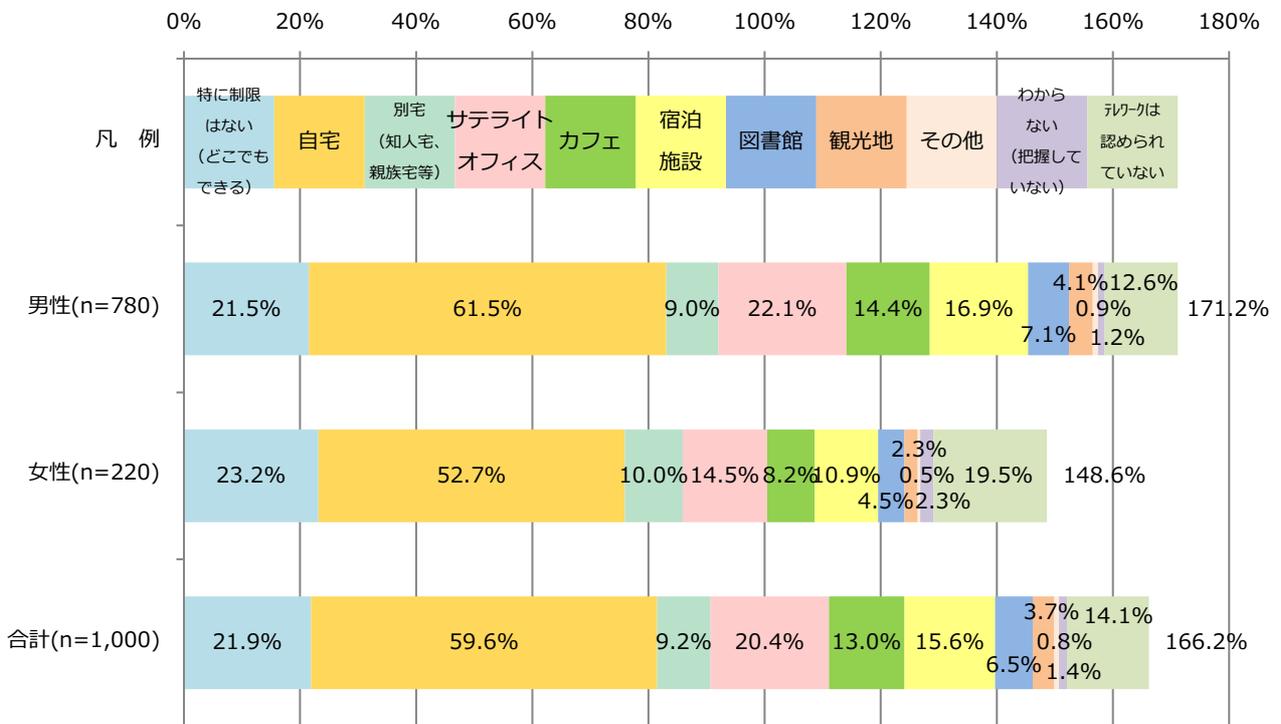
アンケート結果

テレワークを実施できる場所（男女別）

■Q1 テレワークを実施できる場所について、該当するものを全てお選びください。（いくつでも）

【性別】

「女性」において、「テレワークは認められていない」と答えた割合が全体と比較して高い。「事務職」などテレワークが難しい職種に女性が多く従事していると推測する。



個人向けアンケート

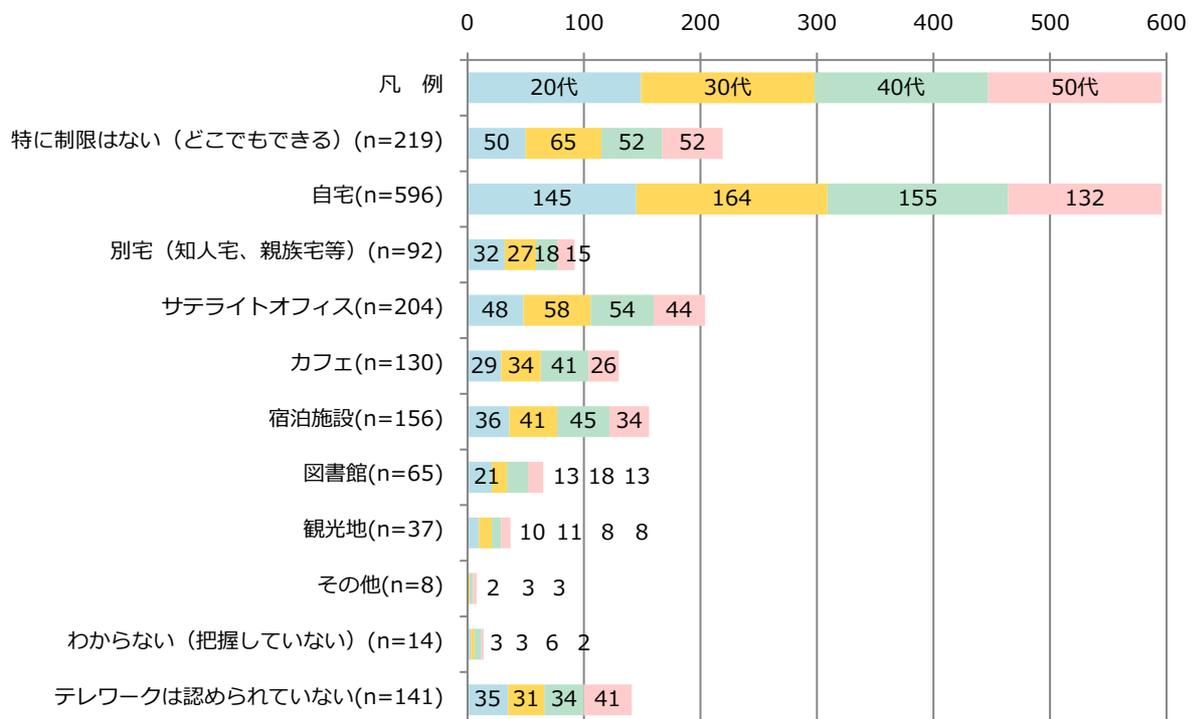
アンケート結果

テレワークを実施できる場所（年代別）

【年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
特に制限はない（どこでもできる）	50	65	52	52	219
自宅	145	164	155	132	596
別宅（知人宅、親族宅等）	32	27	18	15	92
サテライトオフィス	48	58	54	44	204
カフェ	29	34	41	26	130
宿泊施設	36	41	45	34	156
図書館	21	13	18	13	65
観光地	10	11	8	8	37
その他	0	2	3	3	8
わからない（把握していない）	3	3	6	2	14
テレワークは認められていない	35	31	34	41	141
合計	409	449	434	370	1662

年代別による大きな差異は見られなかった。



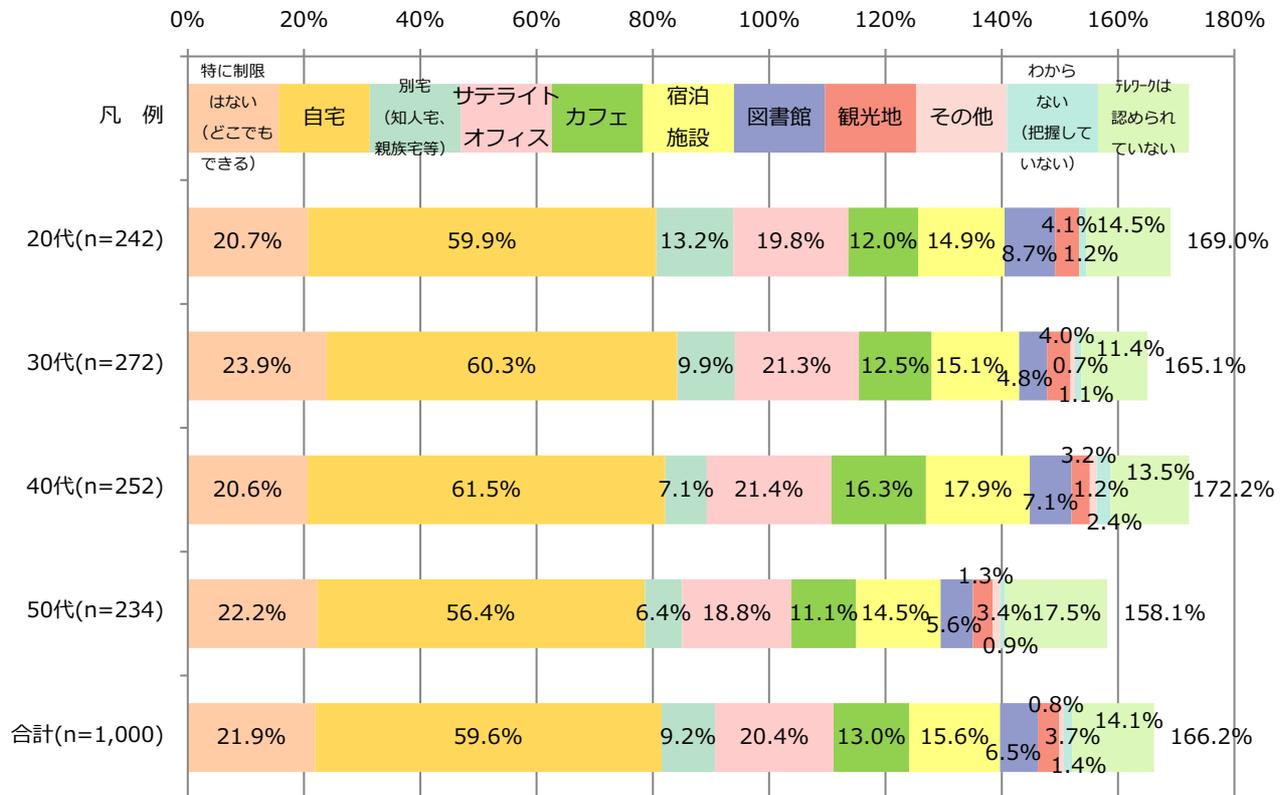
個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（年代別）

【年代別】

「テレワークは認められていない」は、「50代」が17.5%と全体に比べて高い。管理職などテレワークが難しい職位に就いている人が多い年代だと推測する。また、「カフェ」と「宿泊施設」は、いずれも「40代」が若干高くなっている。



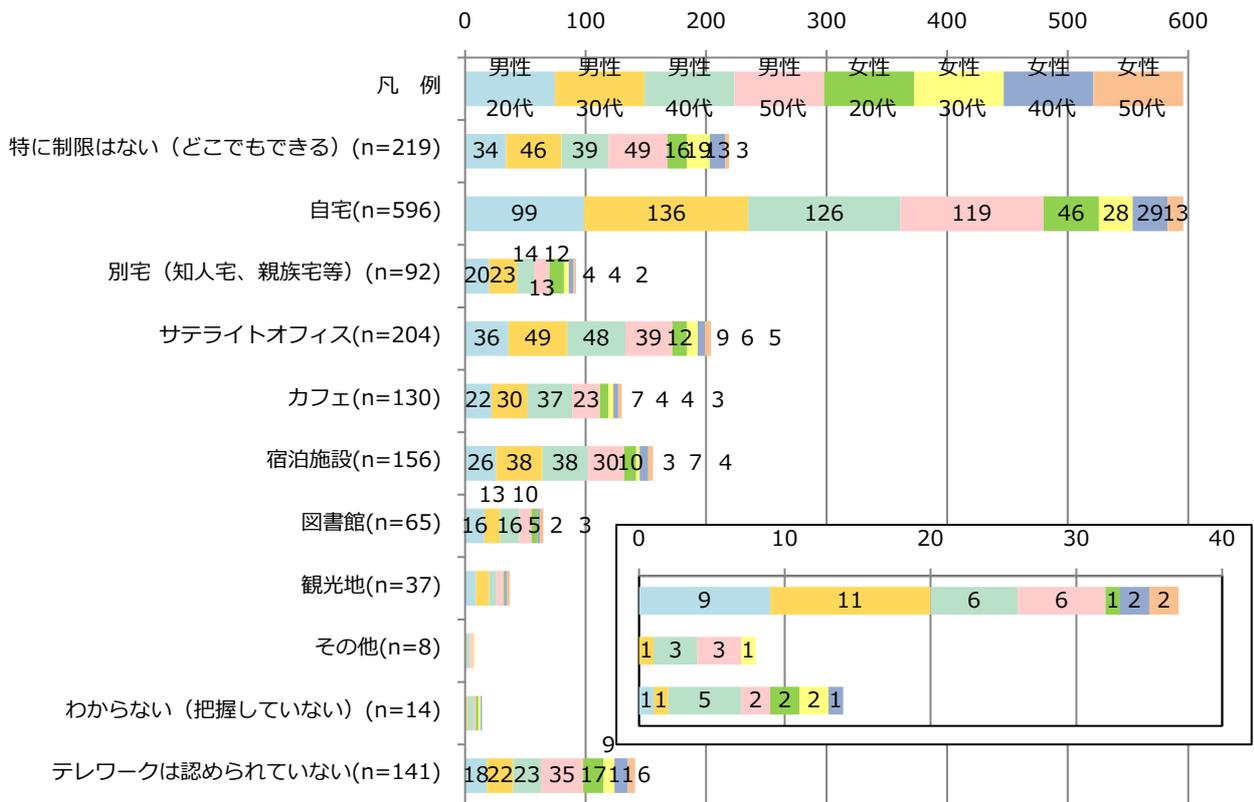
個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（男女&年代別）

【性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
特に制限はない（どこでもできる）	34	46	39	49	16	19	13	3	219
自宅	99	136	126	119	46	28	29	13	596
別宅（知人宅、親族宅等）	20	23	14	13	12	4	4	2	92
サテライトオフィス	36	49	48	39	12	9	6	5	204
カフェ	22	30	37	23	7	4	4	3	130
宿泊施設	26	38	38	30	10	3	7	4	156
図書館	16	13	16	10	5	0	2	3	65
観光地	9	11	6	6	1	0	2	2	37
その他	0	1	3	3	0	1	0	0	8
わからない（把握していない）	1	1	5	2	2	2	1	0	14
テレワークは認められていない	18	22	23	35	17	9	11	6	141
合計	281	370	355	329	128	79	79	41	1,662

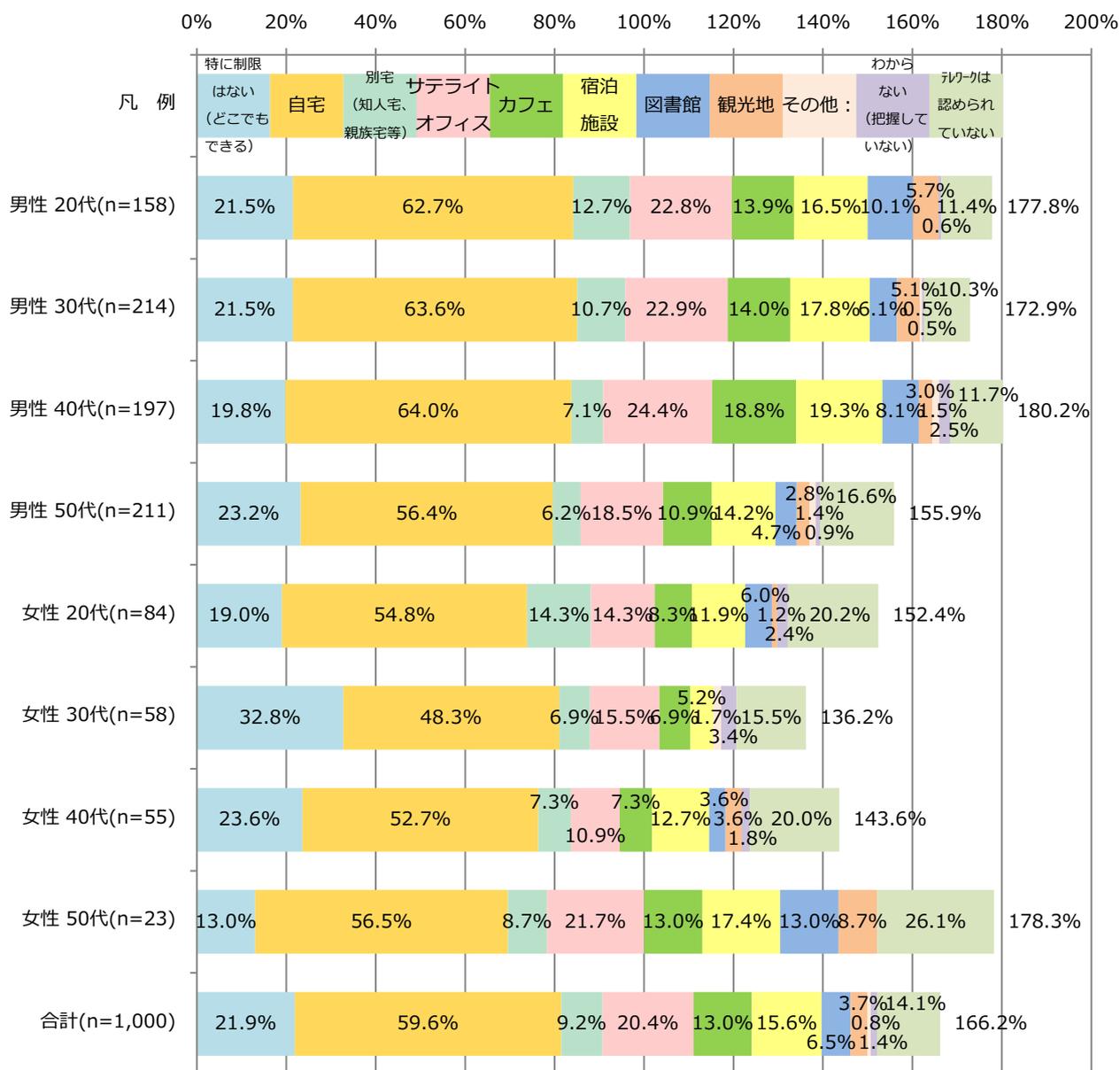


個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（男女＆年代別）

「男性 40代」で「カフェ」と回答した人が多く、「女性 20代」「女性 40代」「女性 50代」で「テレワークは認められていない」と回答した割合が多い。一方で、「女性 30代」で「特に制限はない（どこでもできる）」と回答した割合が他と比べて高いことが特徴的である。



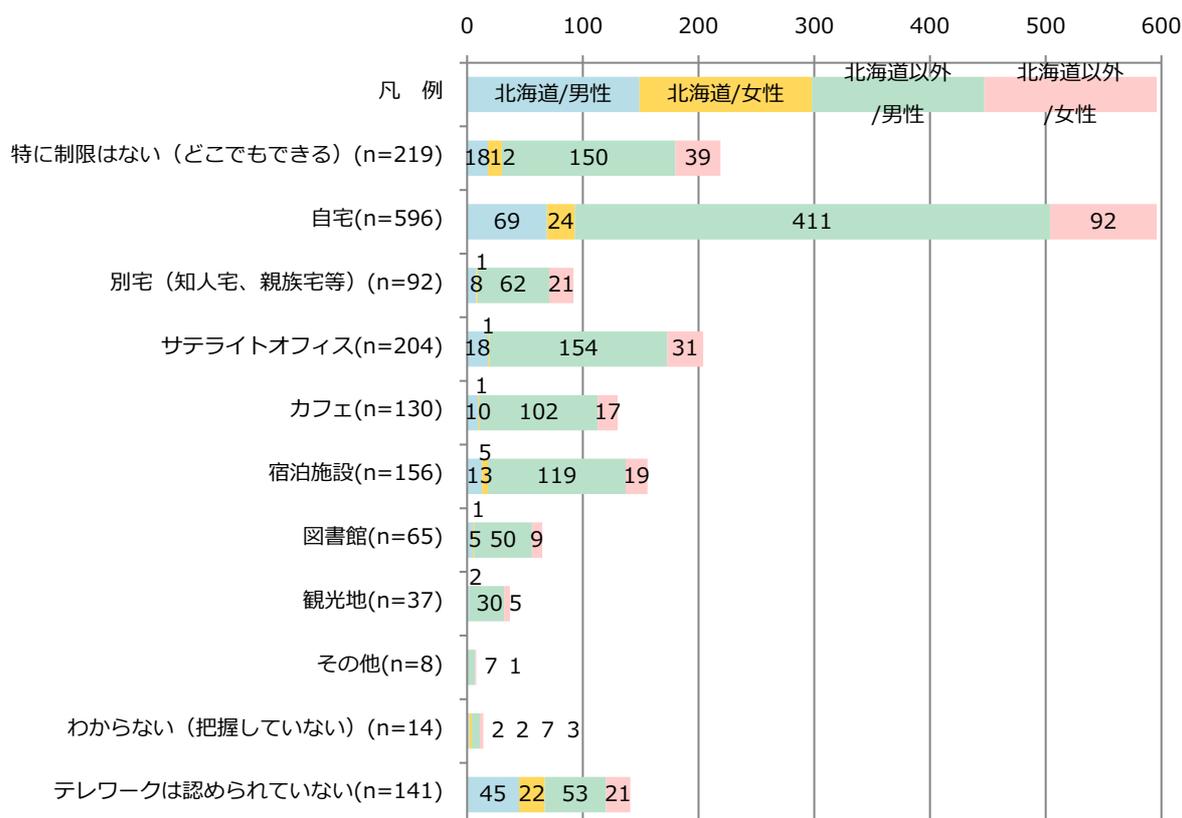
個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（道内・道外別）

【居住地別】

選択項目	北海道/男性	北海道/女性	北海道以外/男性	北海道以外/女性	合計
特に制限はない（どこでもできる）	18	12	150	39	219
自宅	69	24	411	92	596
別宅（知人宅、親族宅等）	8	1	62	21	92
サテライトオフィス	18	1	154	31	204
カフェ	10	1	102	17	130
宿泊施設	13	5	119	19	156
図書館	5	1	50	9	65
観光地	2	0	30	5	37
その他	0	0	7	1	8
わからない（把握していない）	2	2	7	3	14
テレワークは認められていない	45	22	53	21	141
合計	190	69	1,145	258	1,662



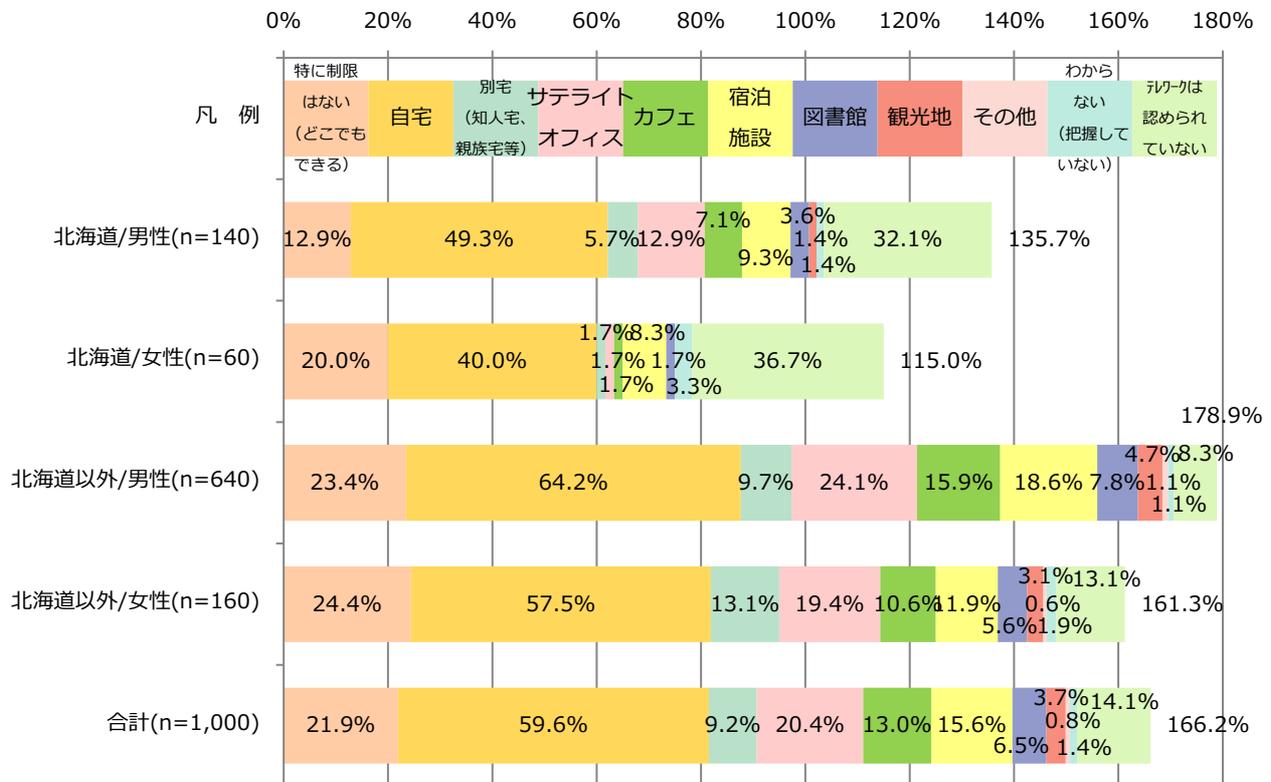
個人向けアンケート

アンケート結果

テレワークを実施できる場所（道内・道外別）

【居住地別】

北海道在住者は男女ともに「テレワークは認められていない」と回答した人の割合が高い。テレワーク環境の整備に地域差があると推測する。コロナ禍において、都市部のテレワーク環境整備は進んだが、道内においてはあまり進んでいない、もしくは、道内企業等がその必要性をあまり感じていない可能性も考えられる。



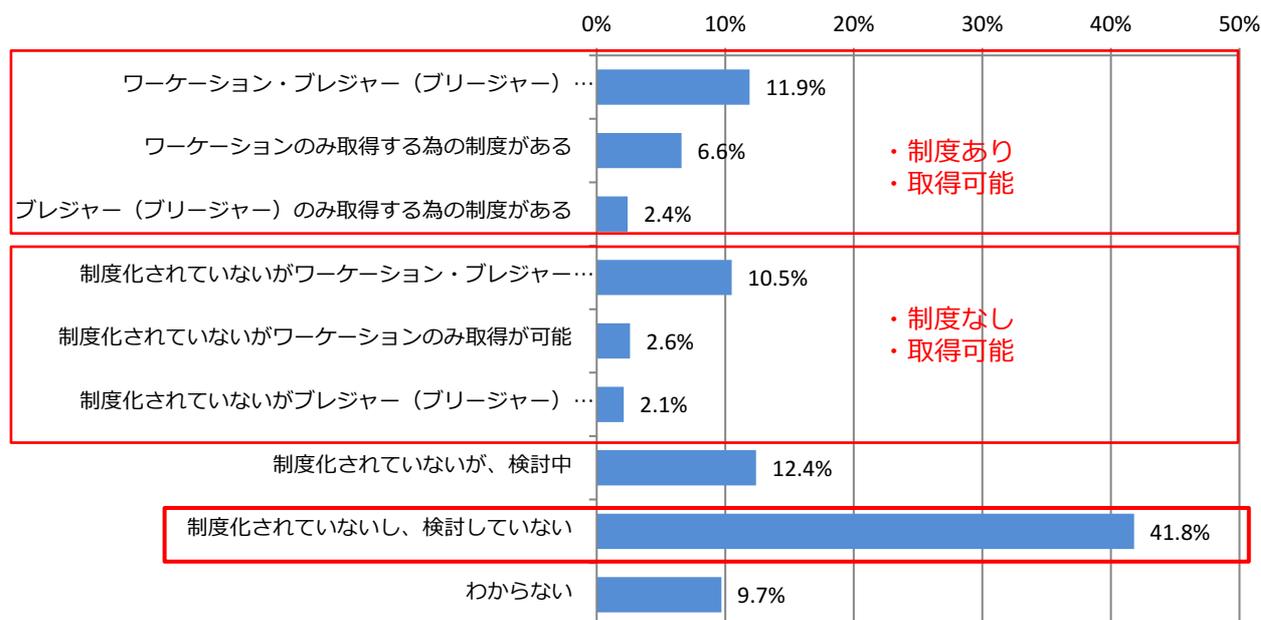
個人向けアンケート

アンケート結果

勤務先における制度の有無（全体）

Q2.ワーケーション・プレジャー（フリージャー）等の、余暇と仕事を組み合わせた働き方について伺います。あなたのお勤め先では、ワーケーション・プレジャー（フリージャー）といった制度がありますか。

ワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得する為の制度がある	119
ワーケーションのみ取得する為の制度がある	66
プレジャー（フリージャー）のみ取得する為の制度がある	24
制度化されていないがワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得が可能	105
制度化されていないがワーケーションのみ取得が可能	26
制度化されていないがプレジャー（フリージャー）のみ取得が可能	21
制度化されていないが、検討中	124
制度化されていないし、検討していない	418
わからない	97
合計	1,000



全体として、「制度化されていないし、検討していない」が41.8%で最も高く、次いで「制度化されていないが、検討中(12.4%)」、「ワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得する為の制度がある(11.9%)」がそれに続く。

現時点ではワーケーション、プレジャーともに制度化されている企業等は少ないと考える。

今後も引き続き企業等に向け、ワーケーション・プレジャーがもたらす企業側のメリットやイメージの発信が必要。一方で、「制度化されていないが取得可能」を含めると、約36%の回答者がワーケーションまたはプレジャーを取得することが出来る状況にあることがわかる。

個人向けアンケート

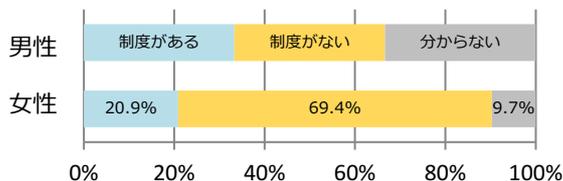
アンケート結果

勤務先における制度の有無（男女別）

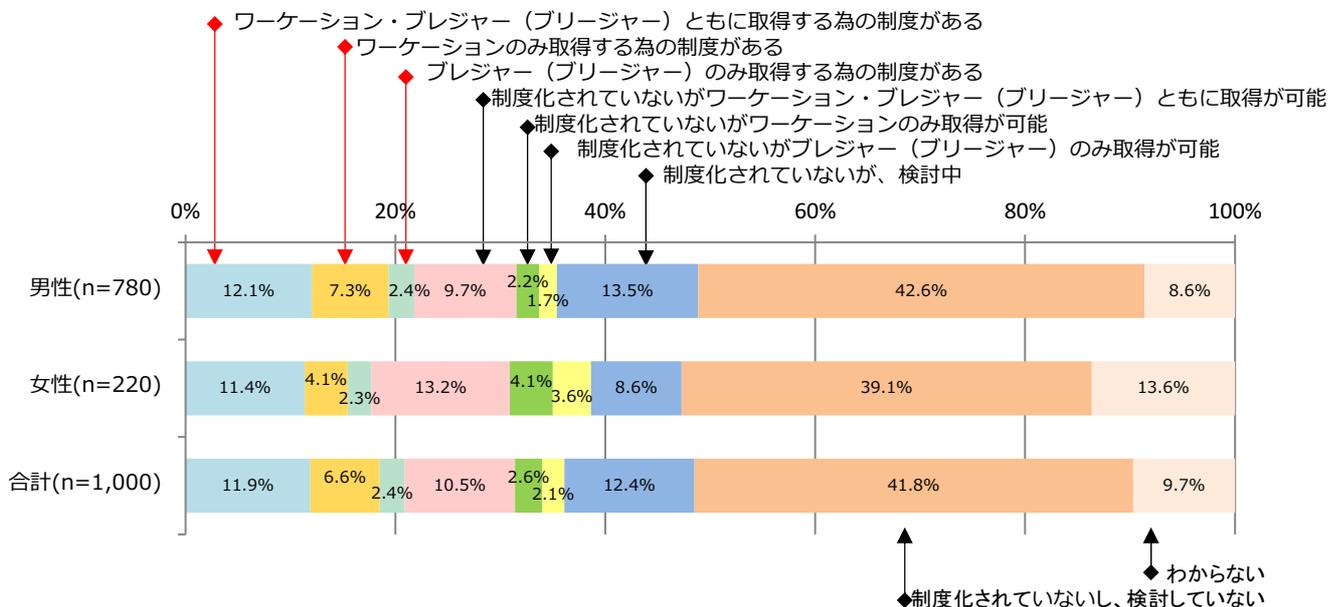
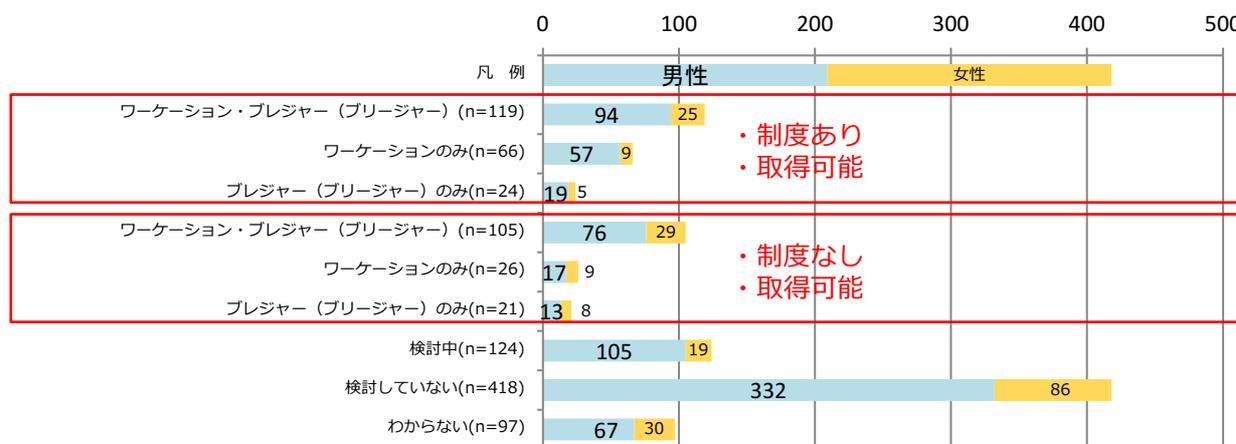
■Q2 ワークेशन・プレジャー（フリージャー）等の、余暇と仕事を組み合わせた働き方について伺います。
あなたのお勤め先では、ワークेशन・プレジャー（フリージャー）といった制度がありますか。

【性別】

選択項目	男性	女性	合計
ワークेशन・プレジャー（フリージャー）ともに取得する為の制度がある	94	25	119
ワークेशनのみ取得する為の制度がある	57	9	66
プレジャー（フリージャー）のみ取得する為の制度がある	19	5	24
制度化されていないがワークेशन・プレジャー（フリージャー）ともに取得が可能	76	29	105
制度化されていないがワークेशनのみ取得が可能	17	9	26
制度化されていないがプレジャー（フリージャー）のみ取得が可能	13	8	21
制度化されていないが、検討中	105	19	124
制度化されていないし、検討していない	332	86	418
わからない	67	30	97
合計	780	220	1,000



制度のない会社が全体の69.4%を占めている。



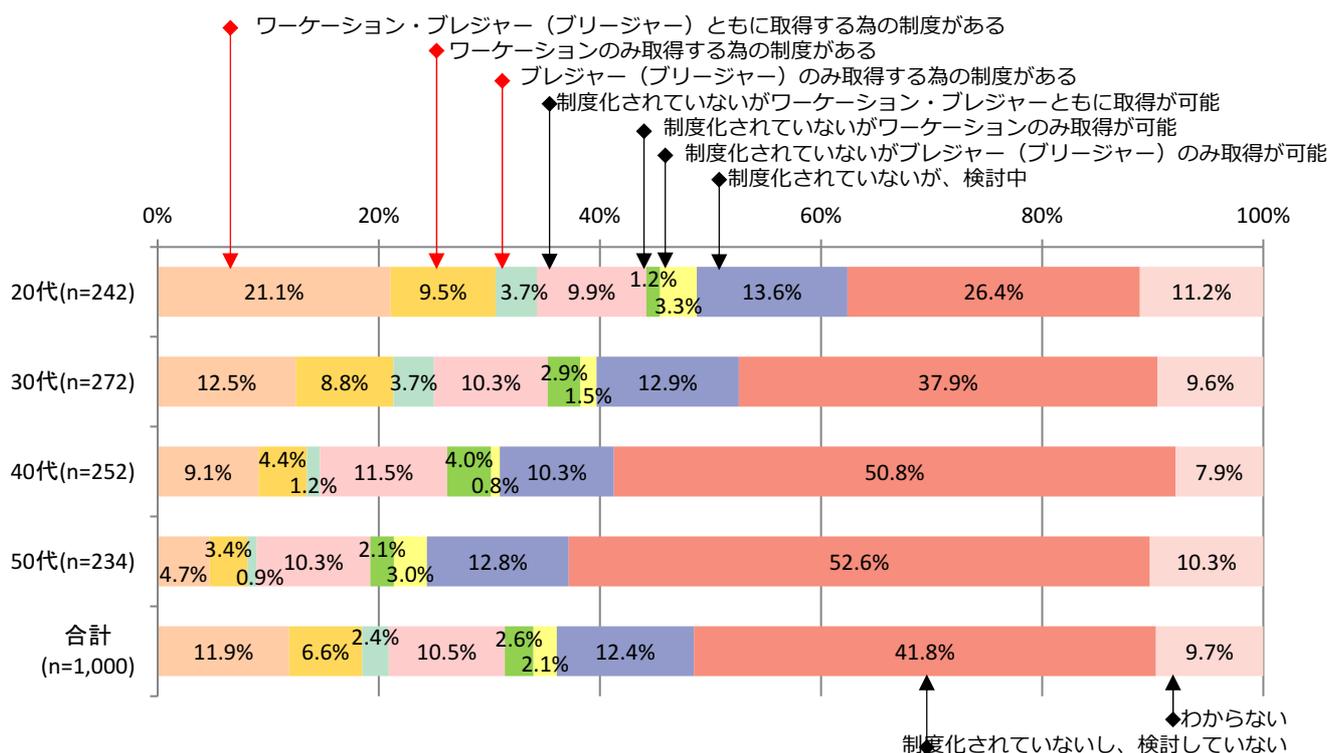
個人向けアンケート

アンケート結果

【年代別】

勤務先における制度の有無（年代別）

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
ワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得する為の制度がある	51	34	23	11	119
ワーケーションのみ取得する為の制度がある	23	24	11	8	66
プレジャー（フリージャー）のみ取得する為の制度がある	9	10	3	2	24
制度化されていないワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得が可能	24	28	29	24	105
制度化されていないがワーケーションのみ取得が可能	3	8	10	5	26
制度化されていないがプレジャー（フリージャー）のみ取得が可能	8	4	2	7	21
制度化されていないが、検討中	33	35	26	30	124
制度化されていないし、検討していない	64	103	128	123	418
わからない	27	26	20	24	97
合計	242	272	252	234	1,000



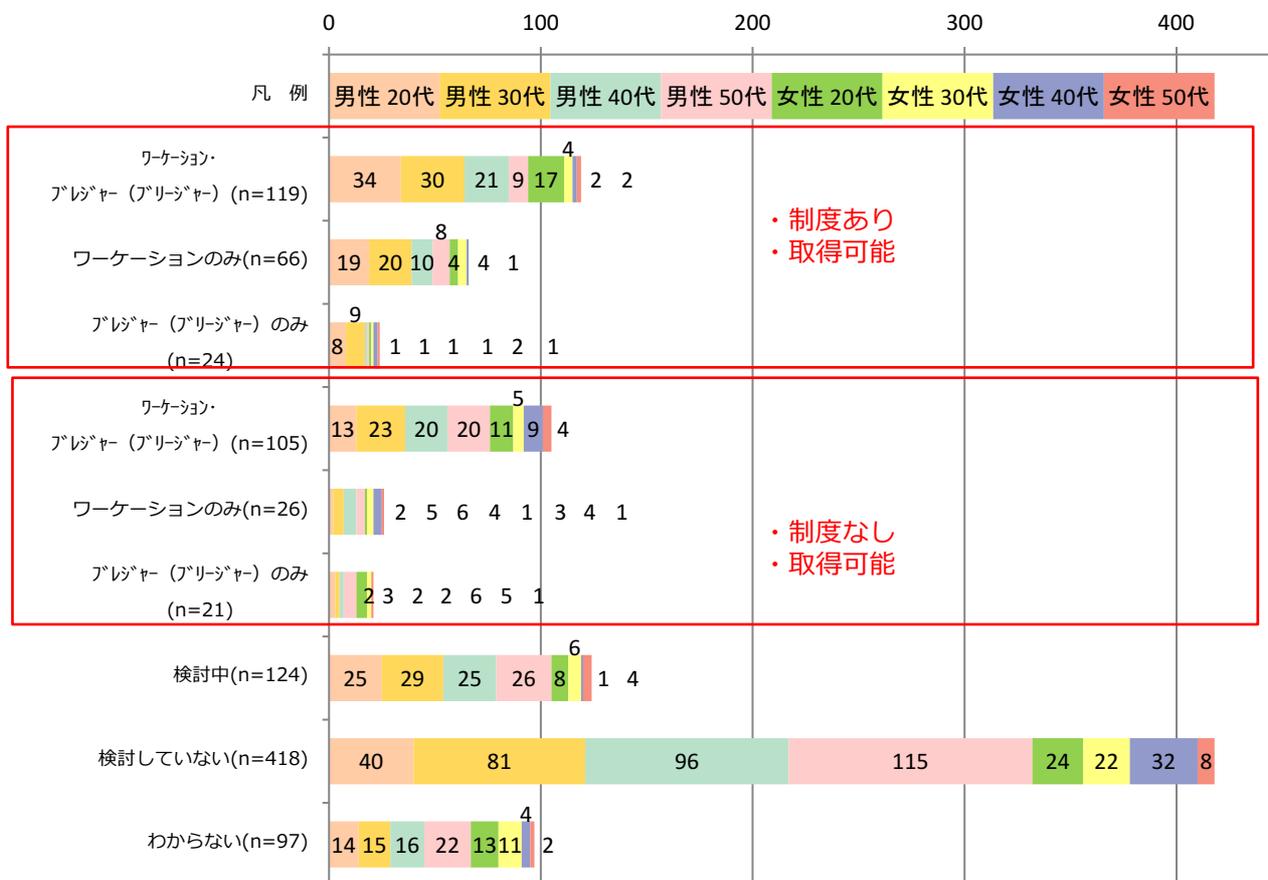
個人向けアンケート

アンケート結果

勤務先における制度の有無（男女&年代別）

【性年代別】

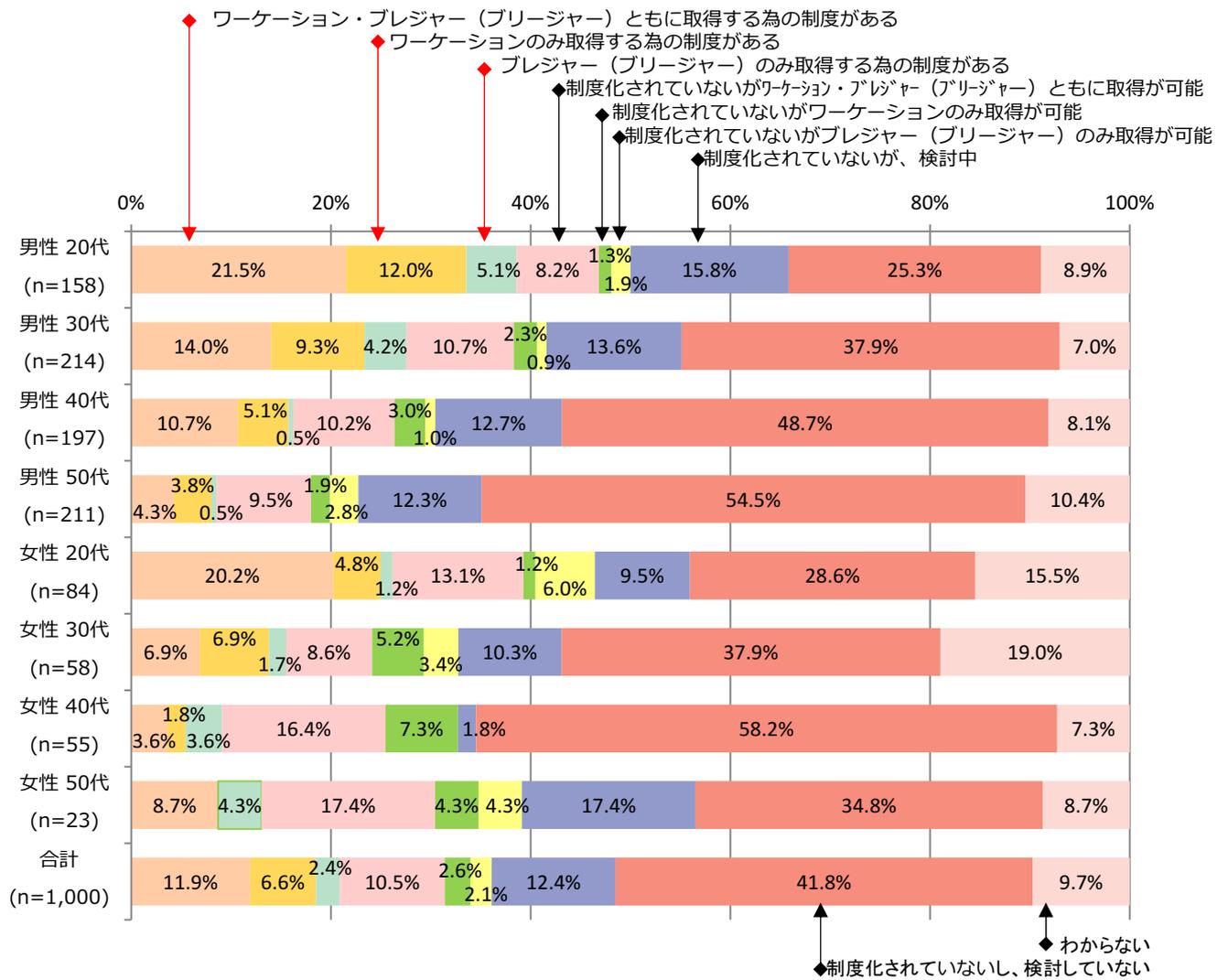
選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
ワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得する為の制度がある	34	30	21	9	17	4	2	2	119
ワーケーションのみ取得する為の制度がある	19	20	10	8	4	4	1	0	66
プレジャー（フリージャー）のみ取得する為の制度がある	8	9	1	1	1	1	2	1	24
制度化されていないワーケーション・プレジャー（フリージャー）ともに取得が可能	13	23	20	20	11	5	9	4	105
制度化されていないがワーケーションのみ取得が可能	2	5	6	4	1	3	4	1	26
制度化されていないがプレジャー（フリージャー）のみ取得が可能	3	2	2	6	5	2	0	1	21
制度化されていないが、検討中	25	29	25	26	8	6	1	4	124
制度化されていないし、検討していない	40	81	96	115	24	22	32	8	418
わからない	14	15	16	22	13	11	4	2	97
合計	158	214	197	211	84	58	55	23	1,000



個人向けアンケート

アンケート結果

勤務先における制度の有無（男女&年代別）



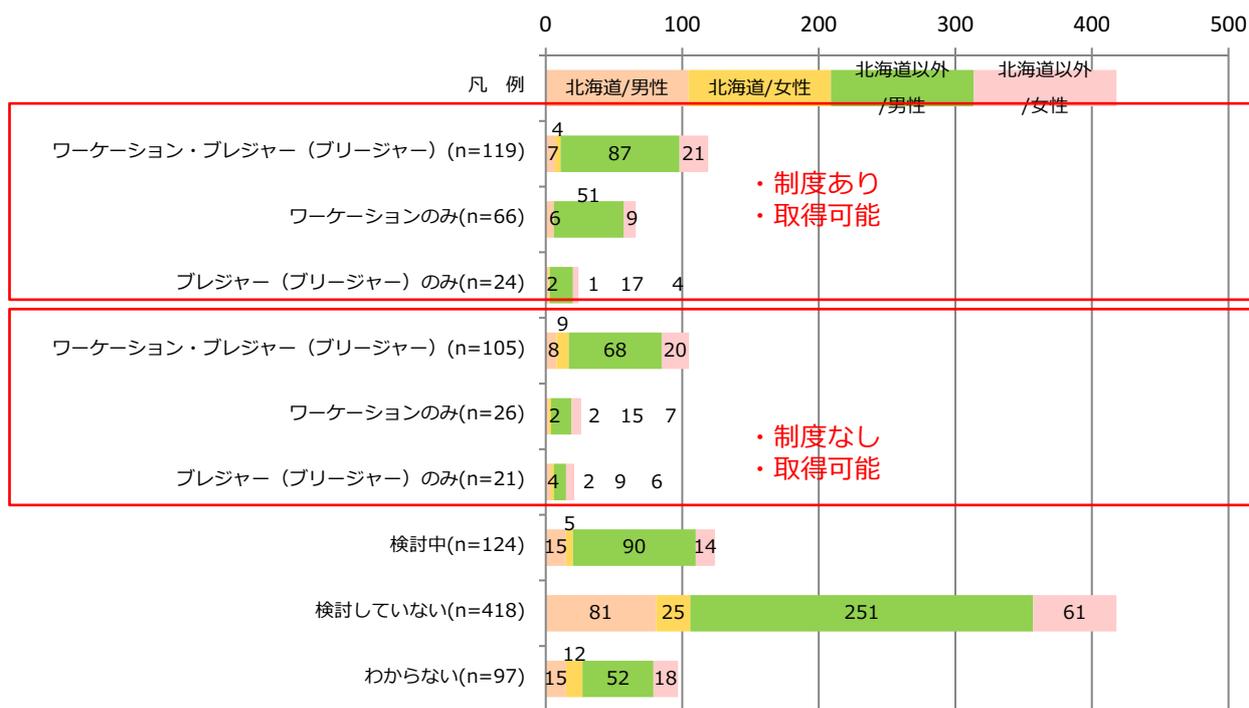
個人向けアンケート

アンケート結果

勤務先における制度の有無（道内・道外別）

【居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
ワーケーション・プレジャー（ブリージャー）ともに取得する為の制度がある	7	4	87	21	119
ワーケーションのみ取得する為の制度がある	6	0	51	9	66
プレジャー（ブリージャー）のみ取得する為の制度がある	2	1	17	4	24
制度化されていないワーケーション・プレジャー（ブリージャー）ともに取得が可能	8	9	68	20	105
制度化されていないがワーケーションのみ取得が可能	2	2	15	7	26
制度化されていないがプレジャー（ブリージャー）のみ取得が可能	4	2	9	6	21
制度化されていないが、検討中	15	5	90	14	124
制度化されていないし、検討していない	81	25	251	61	418
わからない	15	12	52	18	97
合計	140	60	640	160	1,000

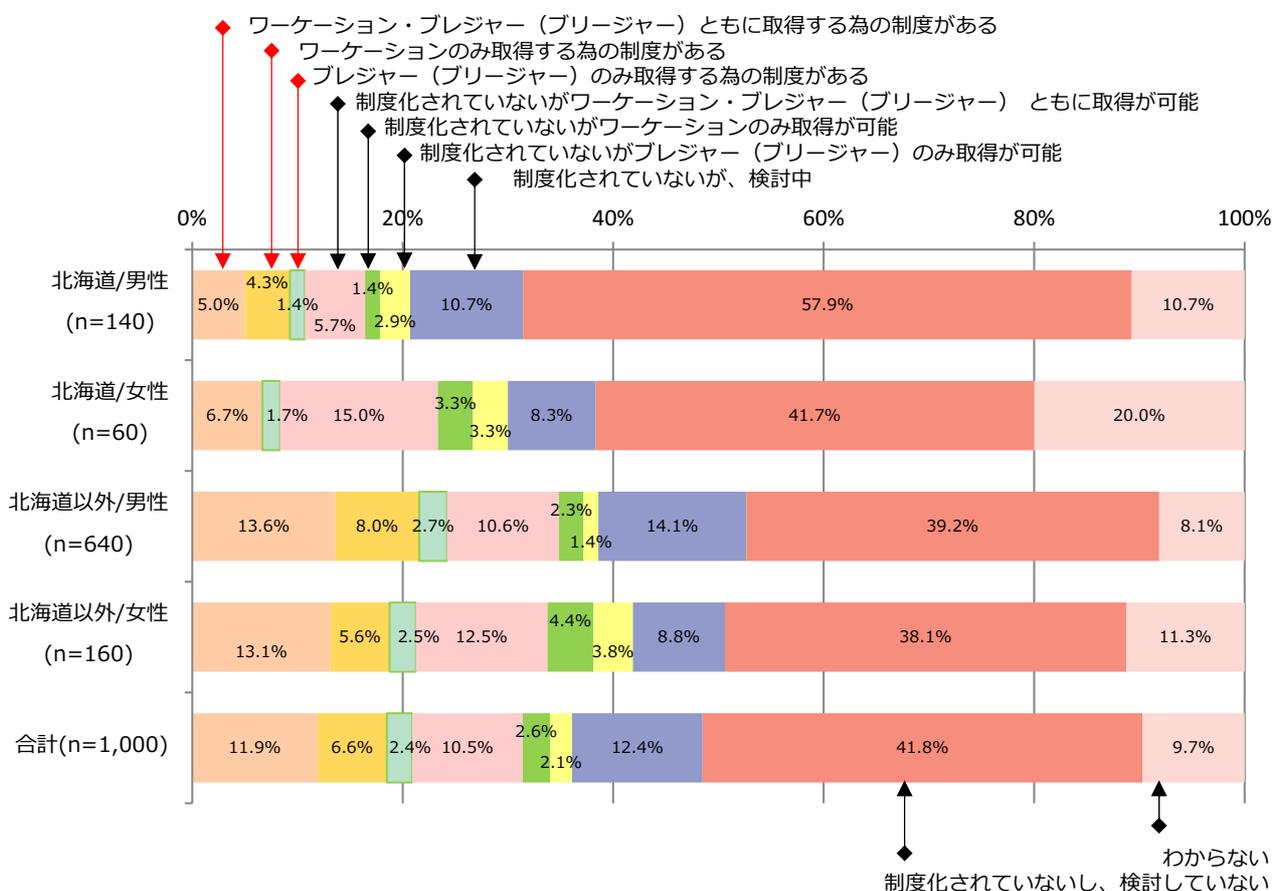


個人向けアンケート

アンケート結果

勤務先における制度の有無（道内・道外別）

北海道在住者は男女ともに「制度化されていないし、検討していない」「わからない」と回答した割合が高い。Q1で「テレワークが認められていない」と回答した人が多かったことと同様に、ワーケーション・プレジャーについても、道外企業と比べ、道内企業では制度化されていない割合が高いと考えられる。



個人向けアンケート

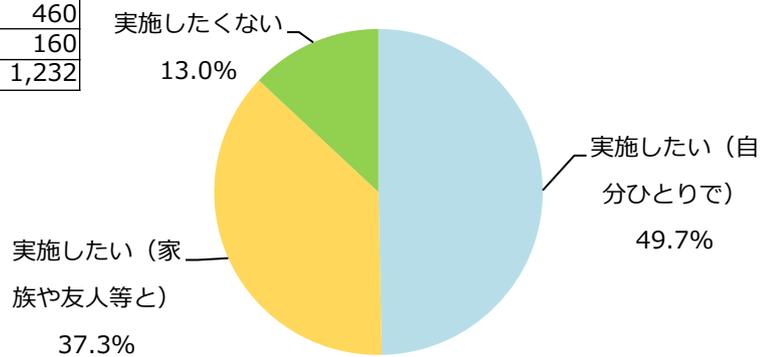
アンケート結果

ワーケーション意欲（全体）

■単純集計

Q3.ワーケーションを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。
(いくつでも)

実施したい（自分ひとりで）	612
実施したい（家族や友人等と）	460
実施したくない	160
合計	1,232



「実施したい（自分ひとりで）」が61.2%で最も高く、「実施したい（家族や友人等と）」が37.3%と、全体のワーケーション意欲が高い。一方で、「実施したくない」と答えた人が13.0%いるという結果だった。

個人向けアンケート

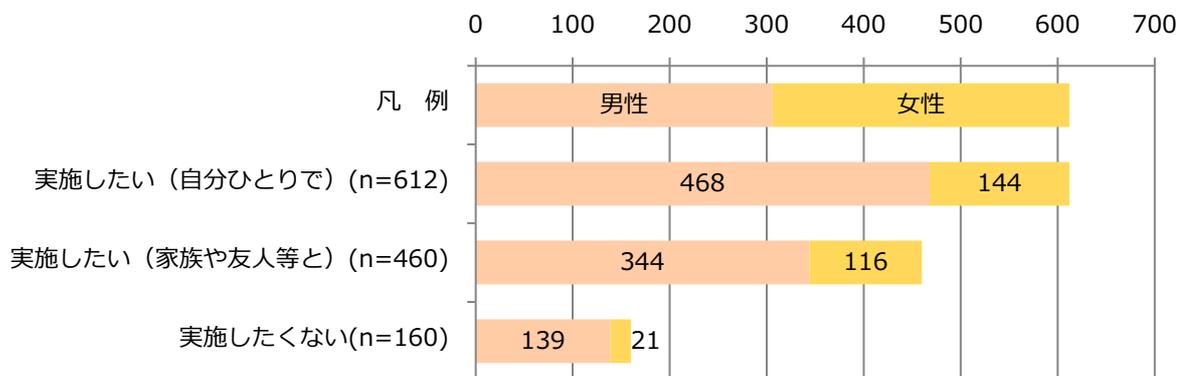
アンケート結果

ワーケーション意欲（男女）

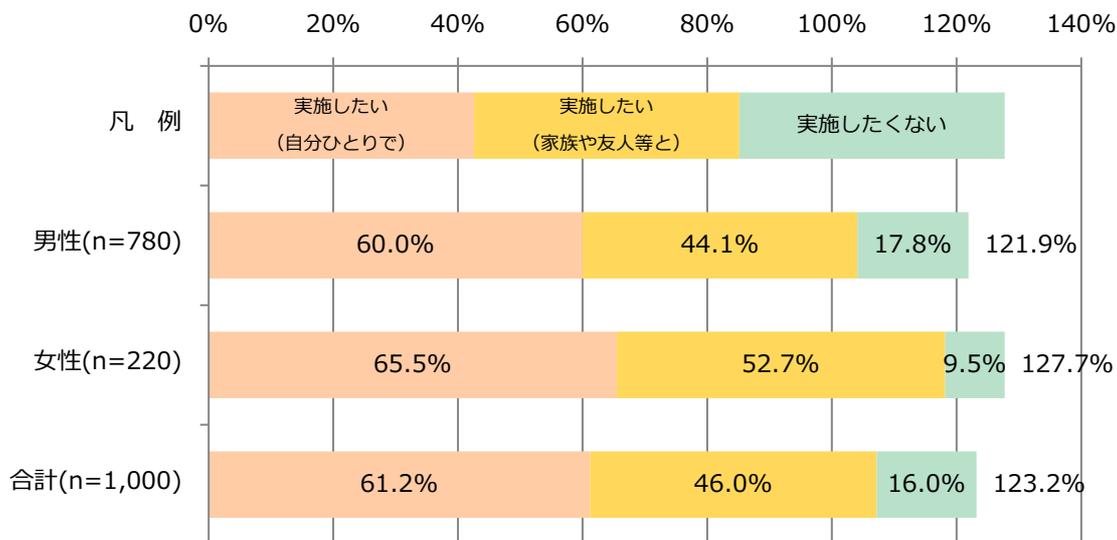
■Q3.ワーケーションを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

【性別】

選択項目	男性	女性	合計
実施したい（自分ひとりで）	468	144	612
実施したい（家族や友人等と）	344	116	460
実施したくない	139	21	160
合計	951	281	1,232



男性に比べ、女性の方が「実施したい（家族や友人等と）」と回答した割合が高い。



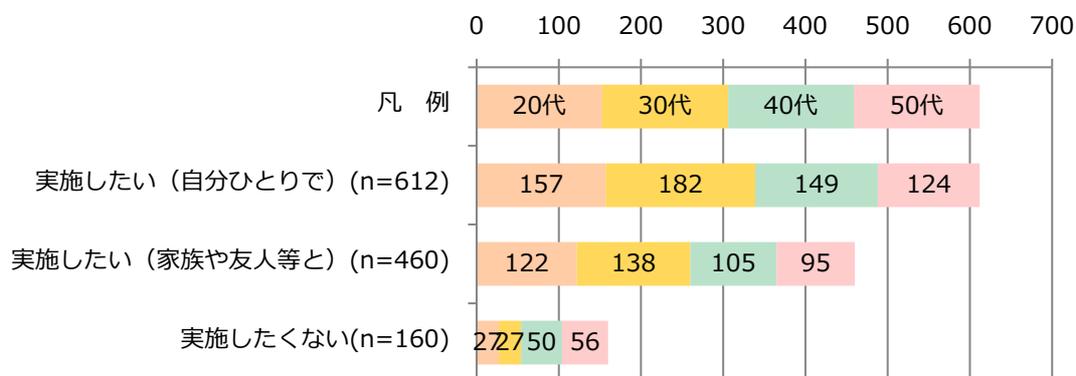
個人向けアンケート

アンケート結果

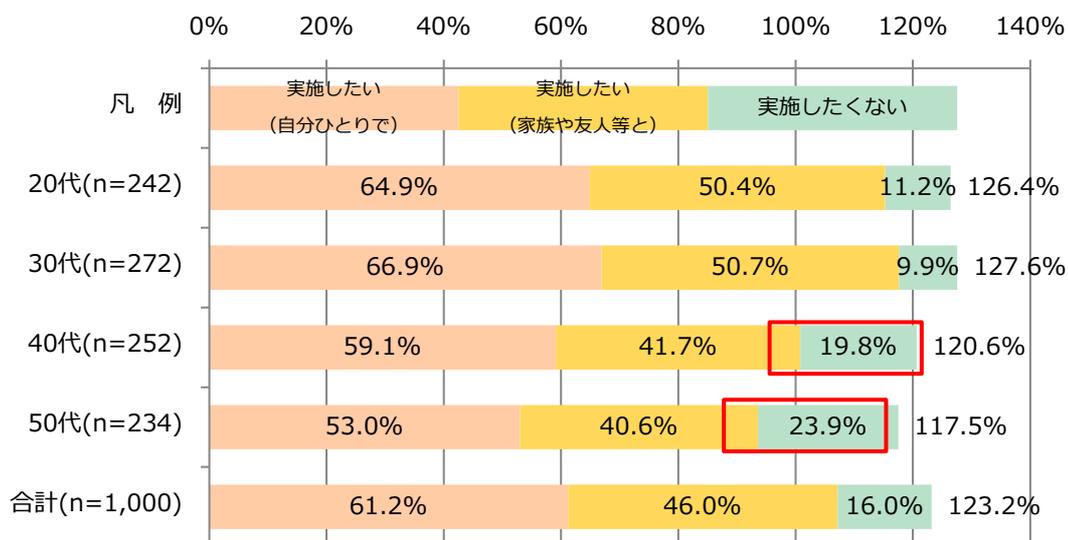
ワーケーション意欲（年代別）

【年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
実施したい（自分ひとりで）	157	182	149	124	612
実施したい（家族や友人等と）	122	138	105	95	460
実施したくない	27	27	50	56	160
合計	306	347	304	275	1232



「実施したくない」と回答した人の割合は50代が最も多く、次いで40代も多い。年齢を重ねるにつれ、仕事や家庭での責任が増し、ワーケーションを実施することが難しい人が多いと推測する。



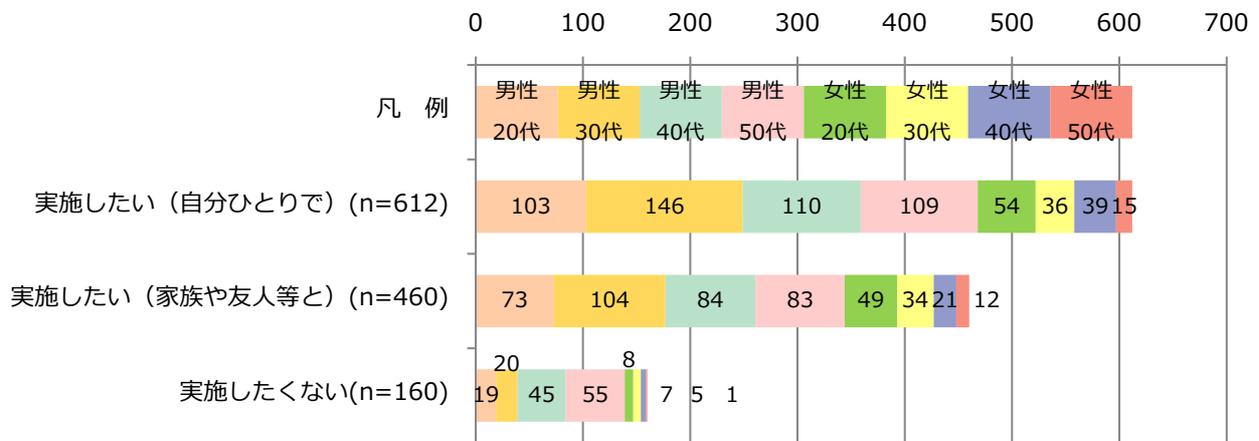
個人向けアンケート

アンケート結果

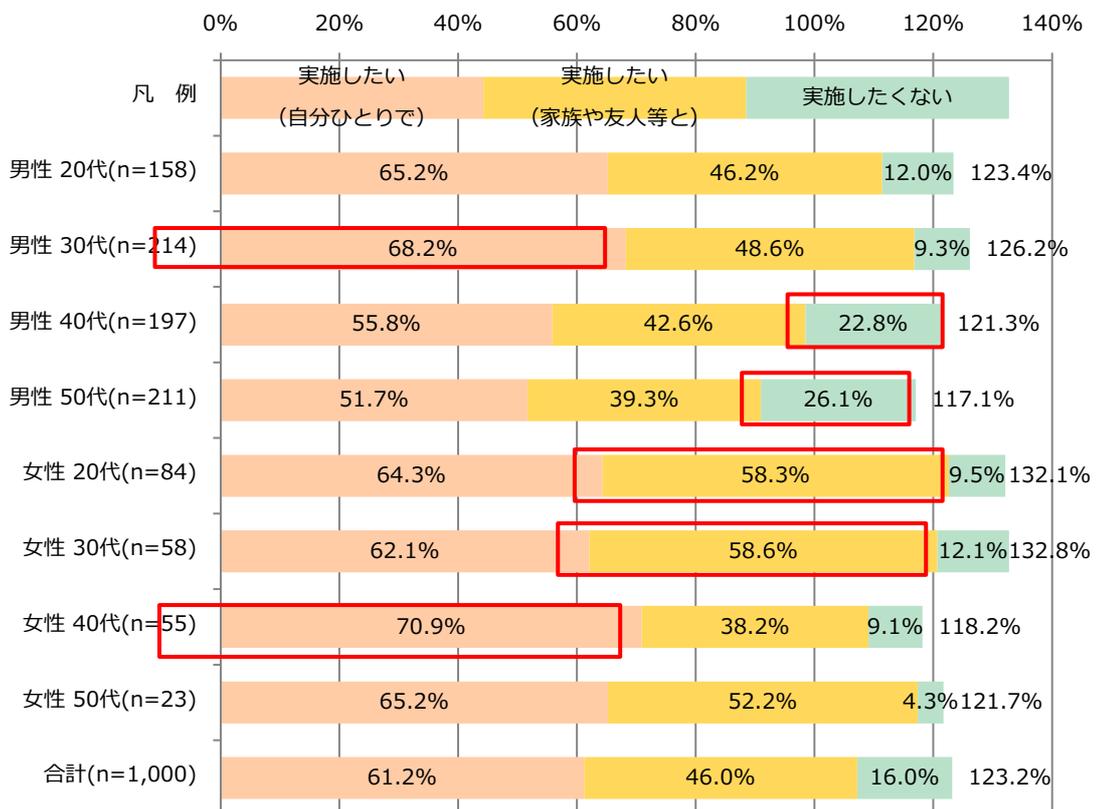
ワーケーション意欲（男女&年代別）

【性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
実施したい（自分ひとりで）	103	146	110	109	54	36	39	15	612
実施したい（家族や友人等と）	73	104	84	83	49	34	21	12	460
実施したくない	19	20	45	55	8	7	5	1	160
合計	195	270	239	247	111	77	65	28	1,232



「実施したい（自分ひとりで）」と答えた人の割合は、「男性 30代」「女性 40代」において大きい。
 「実施したい（家族や友人等と）」と答えた人の割合は、「女性 20代」「女性 30代」において大きい。
 一方で、「実施したくない」と答えた人の割合は、「男性 40代」「男性 50代」において大きい。



個人向けアンケート

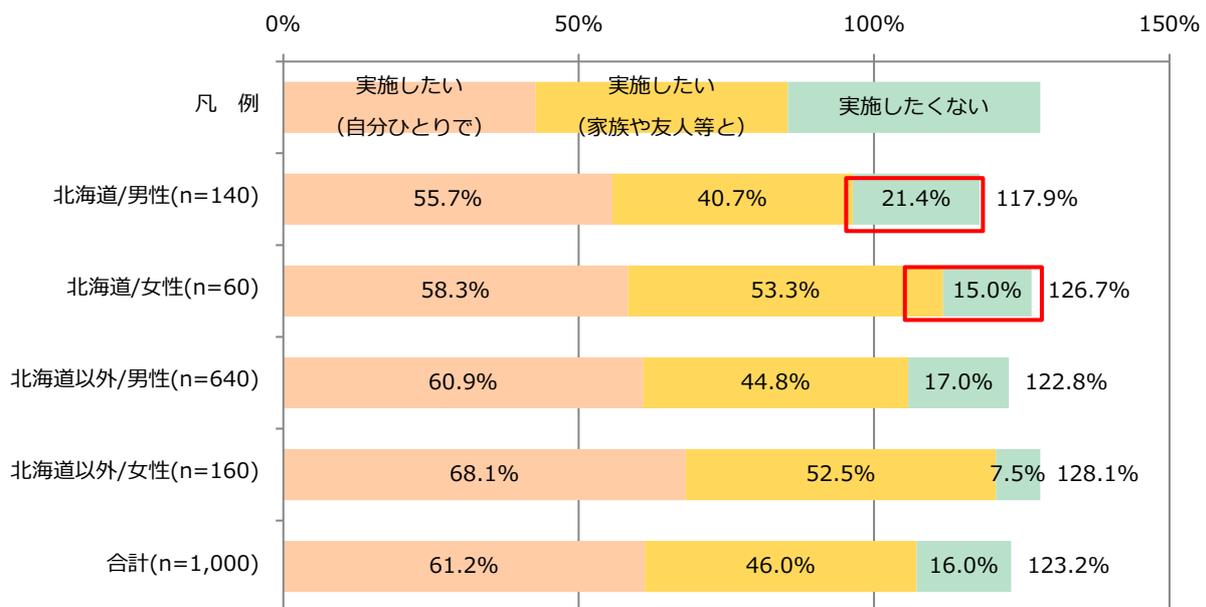
アンケート結果

ワーケーション意欲（道内・道外別）

【居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
実施したい（自分ひとりで）	78	35	390	109	612
実施したい（家族や友人等と）	57	32	287	84	460
実施したくない	30	9	109	12	160
合計	165	76	786	205	1,232

北海道在住の男性において、「実施したくない」と答えた人の割合は全体で最も大きい。また、北海道以外に在住する女性と比べて北海道在住の女性の「実施したくない」と答えた割合が大きく、男女ともに道内在住者は道外在住者よりもワーケーション意欲がやや薄いと考えられるが、その背景には、道内企業におけるテレワーク環境やワーケーション制度の整備の遅れがあると推測することができる。



個人向けアンケート

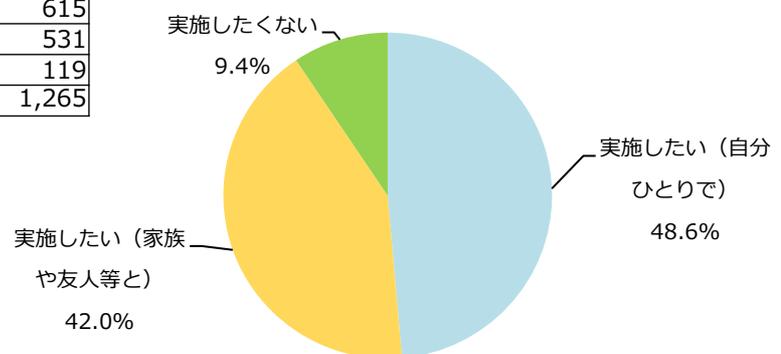
アンケート結果

ブレッジャー意欲（全体）

■単純集計

Q4.ブレッジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

実施したい（自分ひとりで）	615
実施したい（家族や友人等と）	531
実施したくない	119
合計	1,265



「実施したい（自分ひとりで）」が48.6%で最も高く、「実施したい（家族や友人等と）」が42.0%続く。一方で、「実施したくない」と答えた人が9.4%いるという結果だった。

個人向けアンケート

アンケート結果

ブレッジャー意欲（男女別）

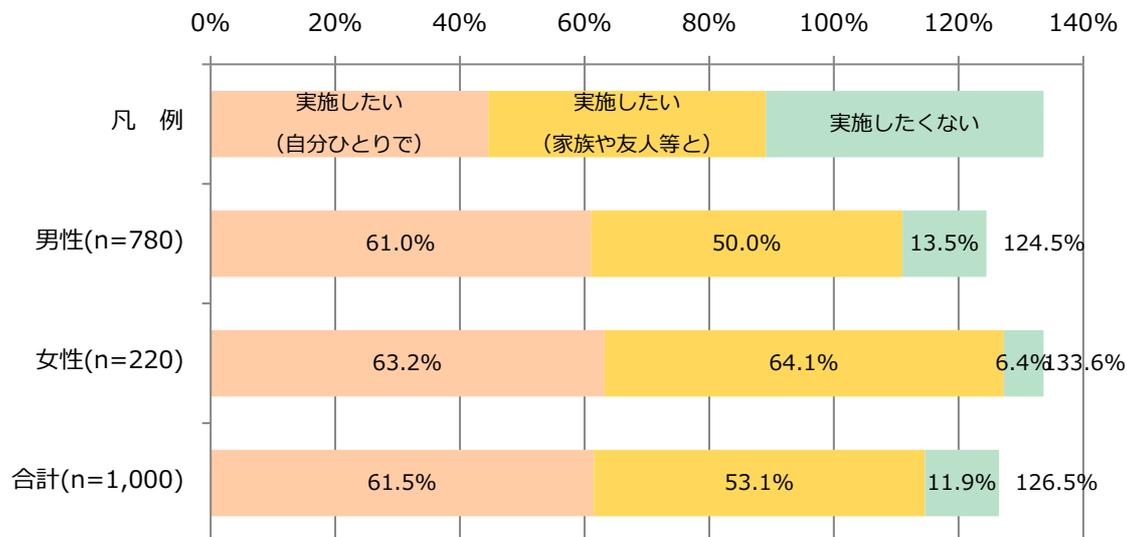
- Q4.ブレッジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

【性別】

選択項目	男性	女性	合計
実施したい（自分ひとりで）	476	139	615
実施したい（家族や友人等と）	390	141	531
実施したくない	105	14	119
合計	971	294	1,265



男性は「実施したい（自分ひとりで）」の割合がやや多く、女性は「実施したい（自分ひとりで）」と「実施したい（家族や友人等と）」がほぼ同じ割合となった。一方で、「実施したくない」と答えた人は男性の割合が大きい。



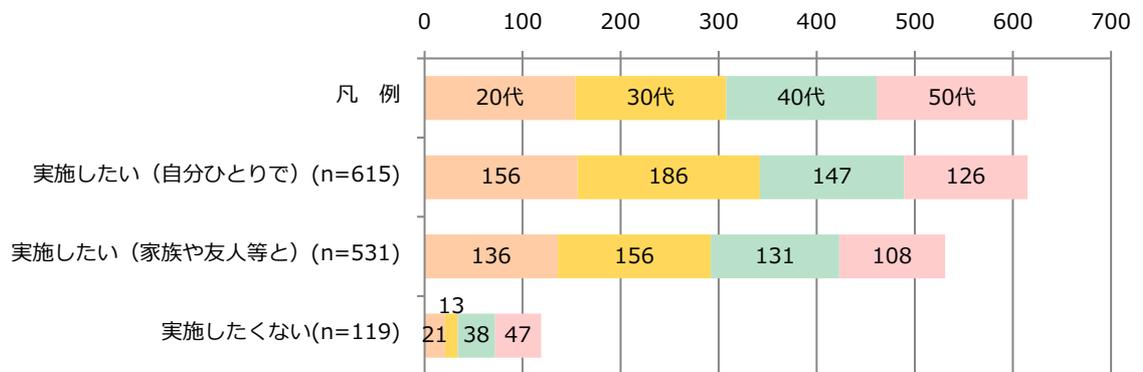
個人向けアンケート

アンケート結果

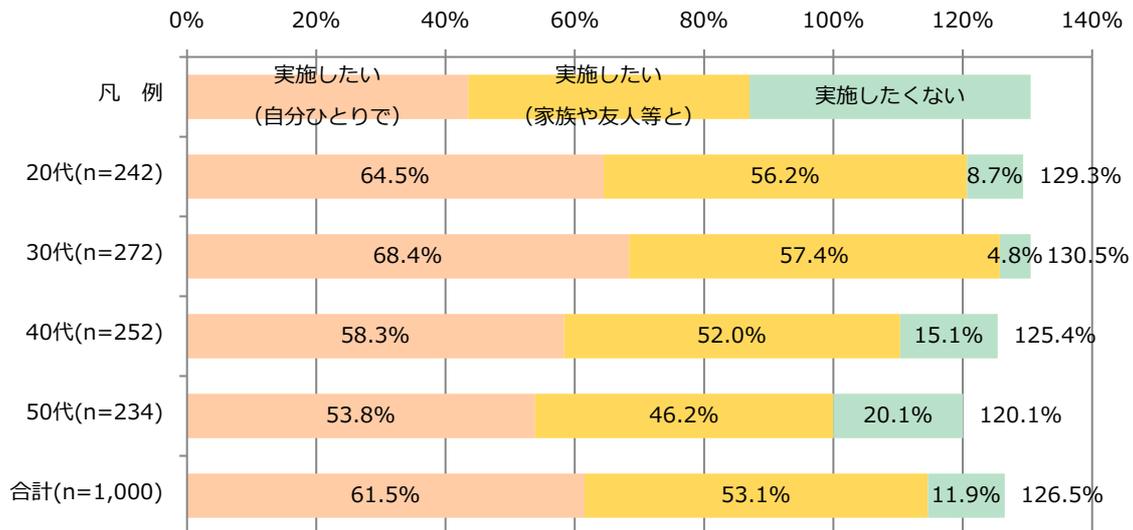
ブレッジャー意欲（年代別）

【年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
実施したい（自分ひとりで）	156	186	147	126	615
実施したい（家族や友人等と）	136	156	131	108	531
実施したくない	21	13	38	47	119
合計	313	355	316	281	1,265



30代において、「実施したい（自分ひとりで）」「実施したい（家族や友人と）」の割合が最も多く、50代において「実施したくない」割合が大きく、Q3（ワーケーション意欲）と同様の結果となった。



個人向けアンケート

アンケート結果

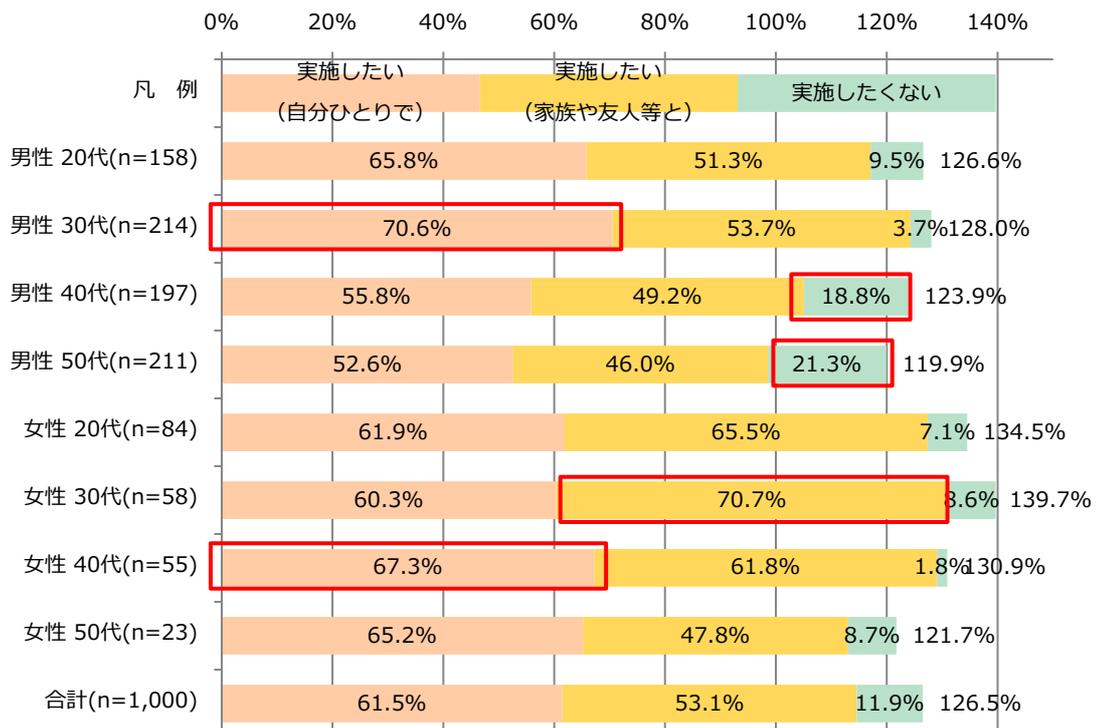
ブレッジャー意欲（男女&年代別）

【性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
実施したい（自分ひとりで）	104	151	110	111	52	35	37	15	615
実施したい（家族や友人等と）	81	115	97	97	55	41	34	11	531
実施したくない	15	8	37	45	6	5	1	2	119
合計	200	274	244	253	113	81	72	28	1,265



「実施したい（自分ひとりで）」の割合が大きかったのは「男性 30代」「女性 40代」だった。
 「実施したい（家族や友人等と）」の割合が大きかったのは「女性 20代」「女性 30代」「女性 40代」で、特に「女性 30代」の割合が大きい。なお、「実施したくない」の割合が大きかったのは、「男性 40代」「男性 50代」で、Q3（ワーケーション意欲）と同様の結果となった。



個人向けアンケート

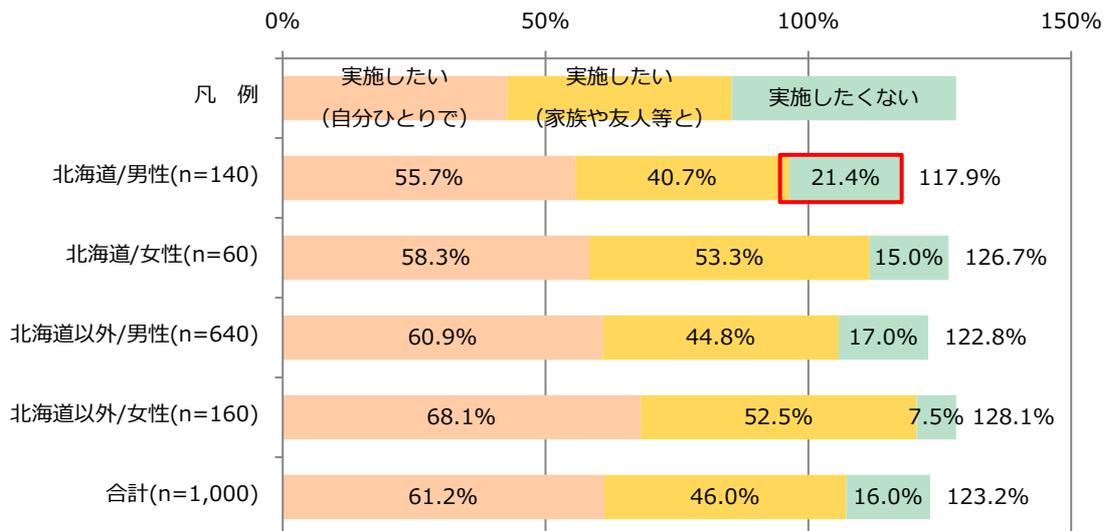
アンケート結果

ブレッジャー意欲（道内・道外別）

【居住地別】

選択項目	北海道 /男性	北海道 /女性	北海道 以外/男性	北海道 以外/女性	合計
実施したい（自分ひとりで）	78	35	390	109	612
実施したい（家族や友人等と）	57	32	287	84	460
実施したくない	30	9	109	12	160
合計	165	76	786	205	1,232

北海道在住の男性において、「実施したくない」と答えた割合が最も大きかった。また、北海道以外に在住の女性と比べ、北海道在住の女性の方が「実施したくない」と答えた割合が大きい。こちらもQ3（ワーケーション意欲）と同様の結果となった。



個人向けアンケート

アンケート結果

訪問したい地域（全体）

■ 単純集計

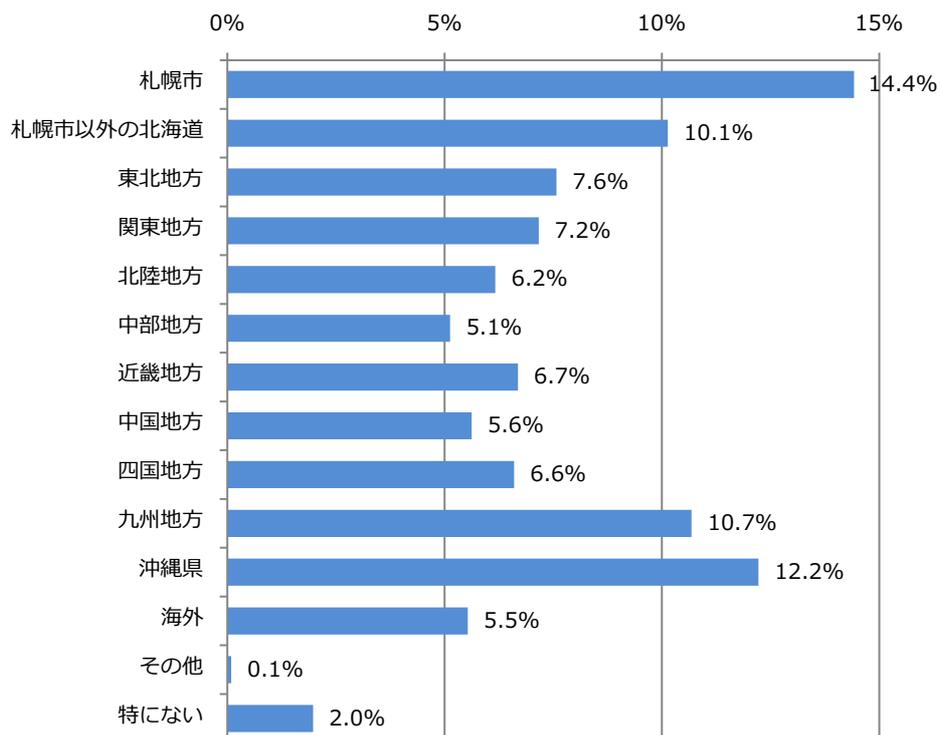
Q5.ワーケーション・ブリージャー（ブリージャー）等で訪問してみたい地域はありますか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

札幌市	636
札幌市以外の北海道	447
東北地方	334
関東地方	316
北陸地方	272
中部地方	226
近畿地方	295
中国地方	248
四国地方	291
九州地方	471
沖縄県	539
海外	244
その他	4
特にない	87
合計	4,410

その他記述（4名）：

どこでも(2)、小笠原諸島（1）、離島（1）

全体では、「札幌市」が636件で最も高く、次いで「沖縄県」539件、「九州地方」471件でした。北も南も首都圏からより離れた地域の数値が高いことがわかる。



個人向けアンケート

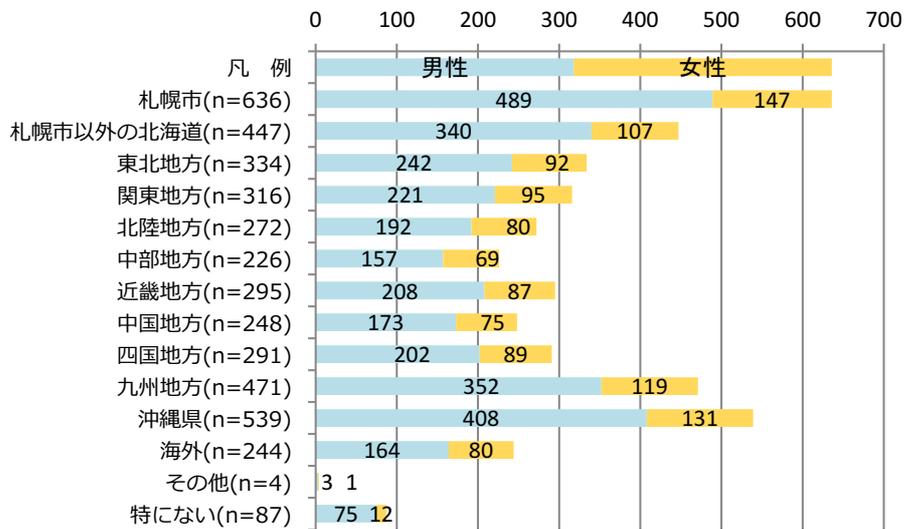
アンケート結果

訪問したい地域（男女別）

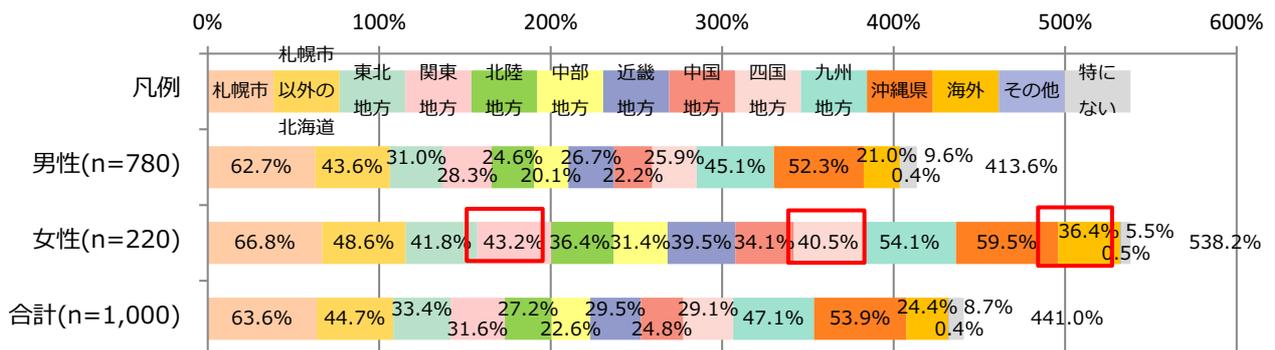
■ Q5 ワークেশョン・ブレッジャー（ブリージャー）等で訪問してみたい地域はありますか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【性別】

選択項目	男性	女性	合計
札幌市	489	147	636
札幌市以外の北海道	340	107	447
東北地方	242	92	334
関東地方	221	95	316
北陸地方	192	80	272
中部地方	157	69	226
近畿地方	208	87	295
中国地方	173	75	248
四国地方	202	89	291
九州地方	352	119	471
沖縄県	408	131	539
海外	164	80	244
その他	3	1	4
特にない	75	12	87
合計	3,226	1,184	4,410



女性において、「関東地方」「四国地方」「海外」と答えた人の割合が全体と比較して高い傾向にある。



個人向けアンケート

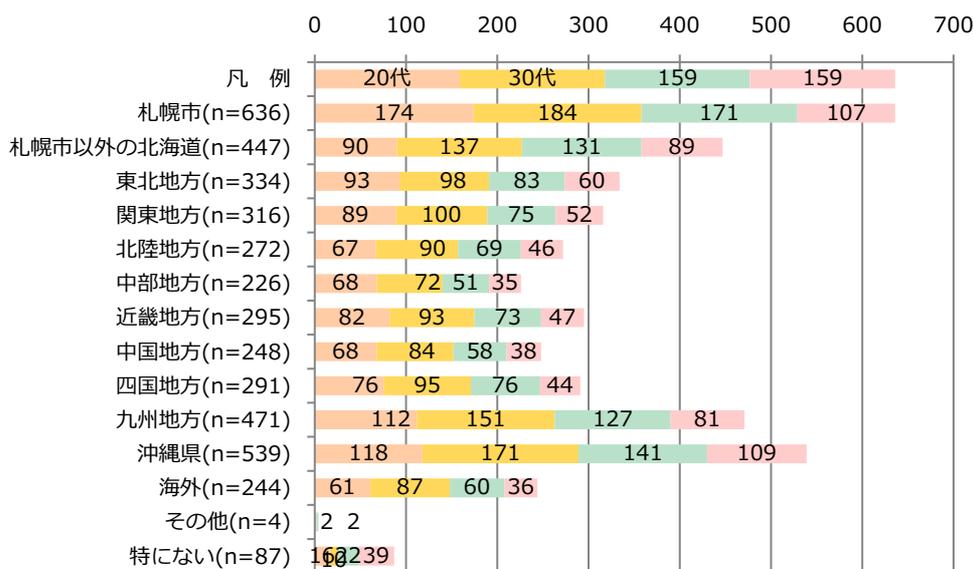
アンケート結果

訪問したい地域（年代別）

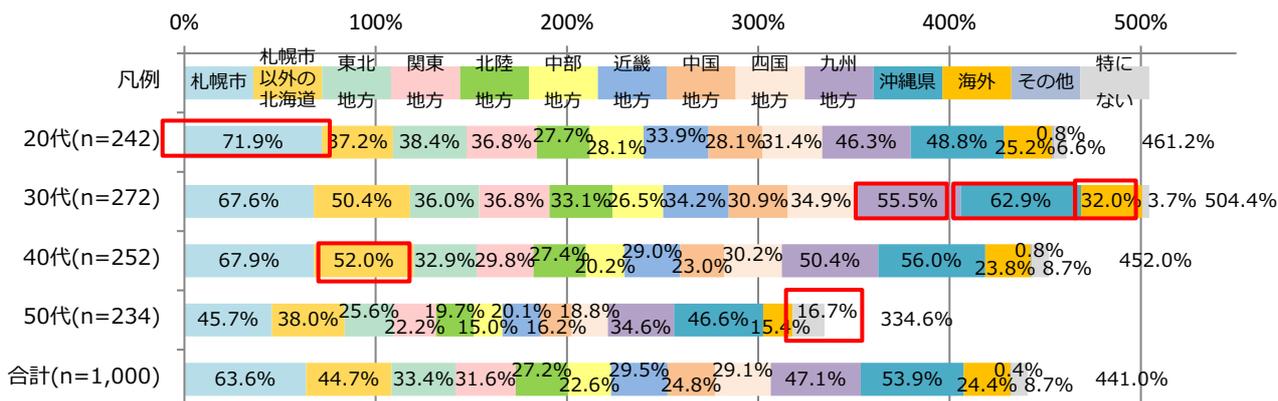
【年代別】

選択項目	20代	30代	40代	50代	合計
札幌市	174	184	171	107	636
札幌市以外の北海道	90	137	131	89	447
東北地方	93	98	83	60	334
関東地方	89	100	75	52	316
北陸地方	67	90	69	46	272
中部地方	68	72	51	35	226
近畿地方	82	93	73	47	295
中国地方	68	84	58	38	248
四国地方	76	95	76	44	291
九州地方	112	151	127	81	471
沖縄県	118	171	141	109	539
海外	61	87	60	36	244
その他	2	0	2	0	4
特にない	16	10	22	39	87
合計	1,116	1,372	1,139	783	4,410

年代別で、訪問したい地域への大きな偏りは見られないが、「50代」の方は回答した総数が他の年代と比べて少ないことが特徴的。



「年代」では、「20代」で「札幌市」と答えた人の割合が最も多く、「30代」で「沖縄県」「九州地方」「海外」、「40代」で「札幌市以外の北海道」、「50代」は「特にない」と答えた人の割合が全体と比較して高くなっています。



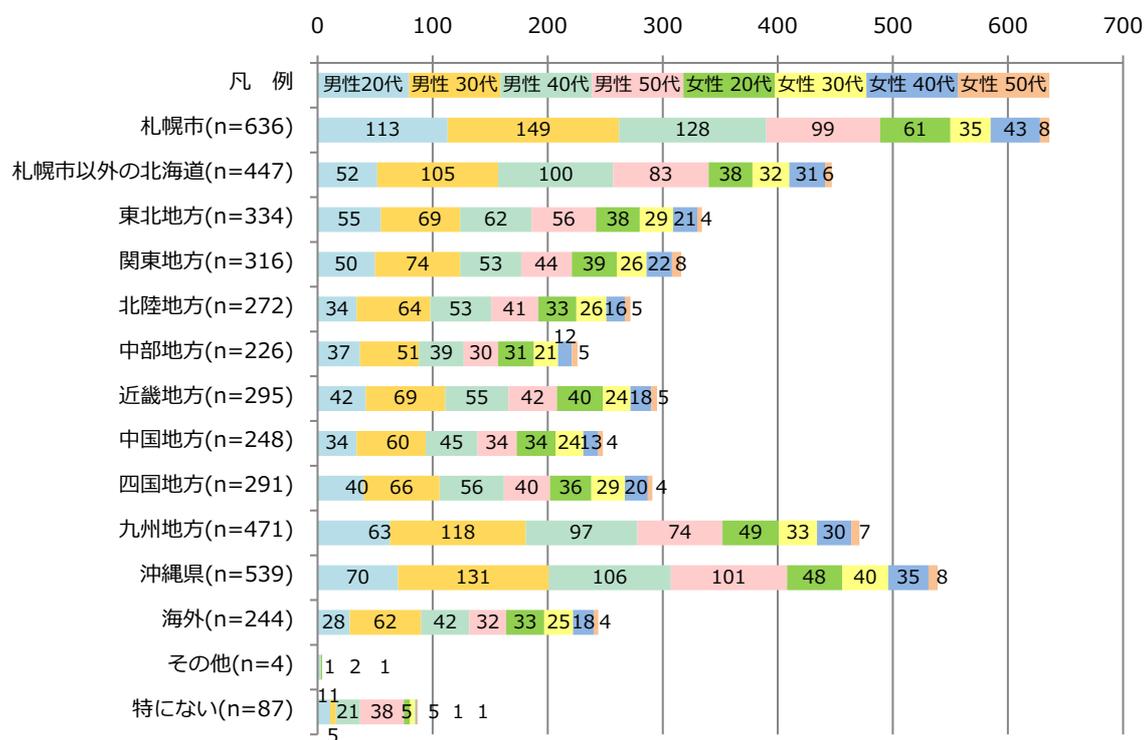
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問したい地域（男女&年代別）

【性年代別】

選択項目	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	合計
札幌市	113	149	128	99	61	35	43	8	636
札幌市以外の北海道	52	105	100	83	38	32	31	6	447
東北地方	55	69	62	56	38	29	21	4	334
関東地方	50	74	53	44	39	26	22	8	316
北陸地方	34	64	53	41	33	26	16	5	272
中部地方	37	51	39	30	31	21	12	5	226
近畿地方	42	69	55	42	40	24	18	5	295
中国地方	34	60	45	34	34	24	13	4	248
四国地方	40	66	56	40	36	29	20	4	291
九州地方	63	118	97	74	49	33	30	7	471
沖縄県	70	131	106	101	48	40	35	8	539
海外	28	62	42	32	33	25	18	4	244
その他	1	0	2	0	1	0	0	0	4
特にない	11	5	21	38	5	5	1	1	87
合計	630	1,023	859	714	486	349	280	69	4,410



「年代別」と同様に、北海道～沖縄県まで満遍なく回答されており、1つも選択されなかった地域はありません。

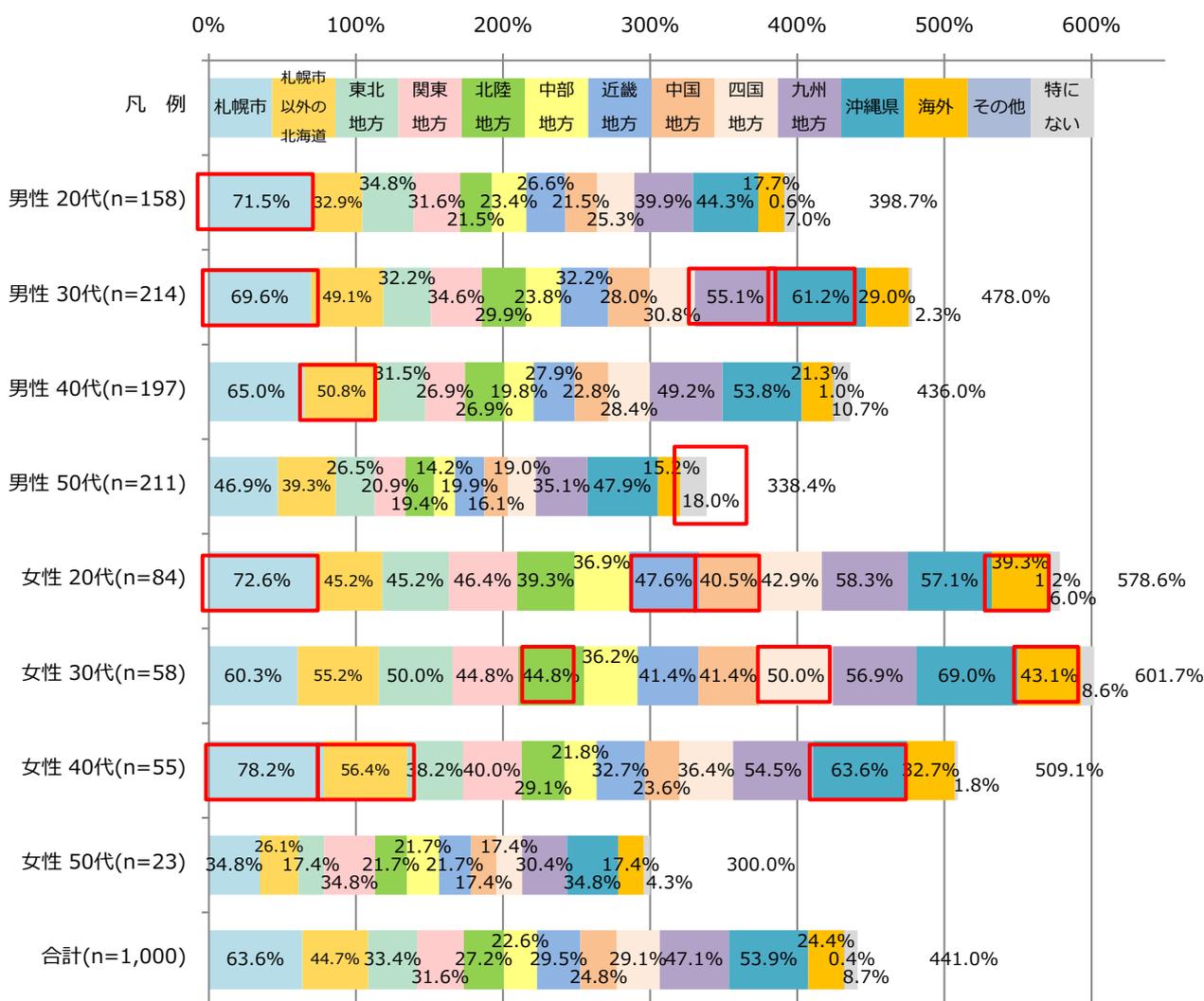
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問したい地域（男女&年代別）

「男性 20代」で「札幌市」、「男性 30代」で「九州地方」「沖縄県」「札幌市」、「男性 40代」で「札幌市以外の北海道」、「男性 50代」で「特にない」と回答した人の割合が高かった。

「女性 20代」で「札幌市」「近畿地方」「中国地方」「海外」、「女性 30代」で「四国地方」「海外」「北陸地方」、「女性 40代」で「札幌市」「札幌市以外の北海道」「沖縄県」が全体と比較して高かった。女性は「訪問したい」と考える地域の広範囲に渡っており、特に20代・30代の女性はその傾向が強く、ほぼ全ての地域において、「訪問したい」と答えた人の割合が全体と比べて高い。



男女ともに全ての年代においてワーケーションの旅先として「札幌市」の人気は高い。「札幌市」と回答した人の割合が特に高いグループは、「男性20代」「男性30代」「女性20代」「女性40代」となっている。

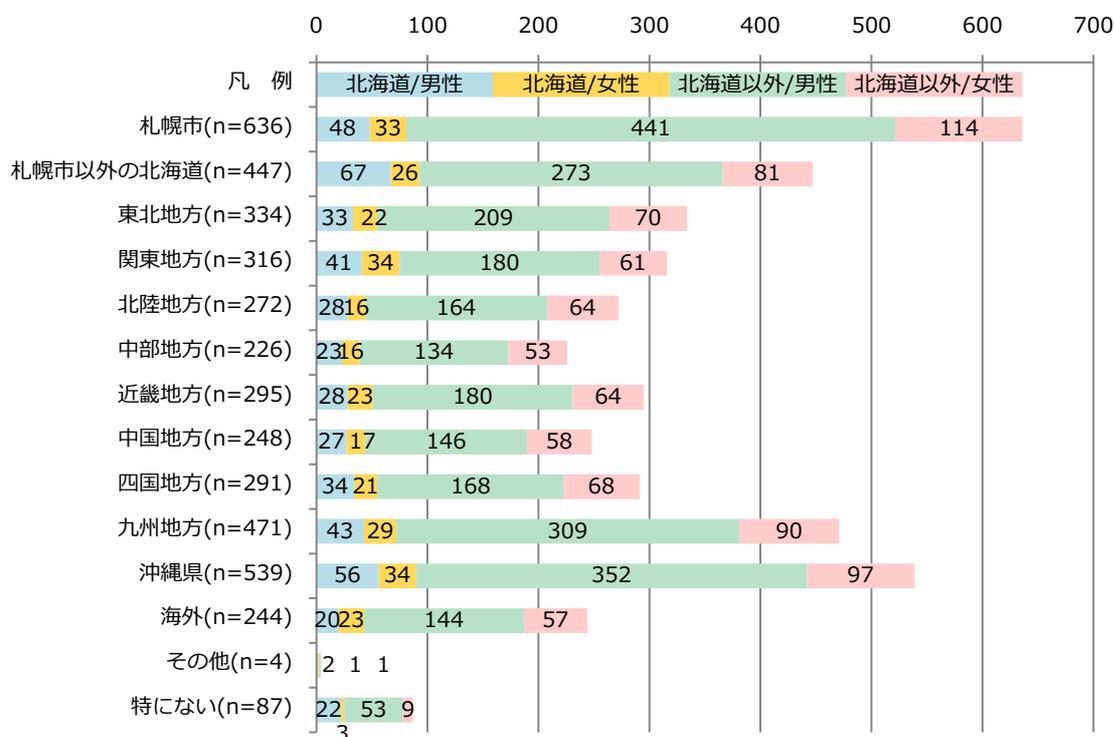
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問したい地域（道外・道内別）

【居住地別】

選択項目	北海道/男性	北海道/女性	北海道以外/男性	北海道以外/女性	合計
札幌市	48	33	441	114	636
札幌市以外の北海道	67	26	273	81	447
東北地方	33	22	209	70	334
関東地方	41	34	180	61	316
北陸地方	28	16	164	64	272
中部地方	23	16	134	53	226
近畿地方	28	23	180	64	295
中国地方	27	17	146	58	248
四国地方	34	21	168	68	291
九州地方	43	29	309	90	471
沖縄県	56	34	352	97	539
海外	20	23	144	57	244
その他	2	1	1	0	4
特にない	22	3	53	9	87
合計	472	298	2,754	886	4,410

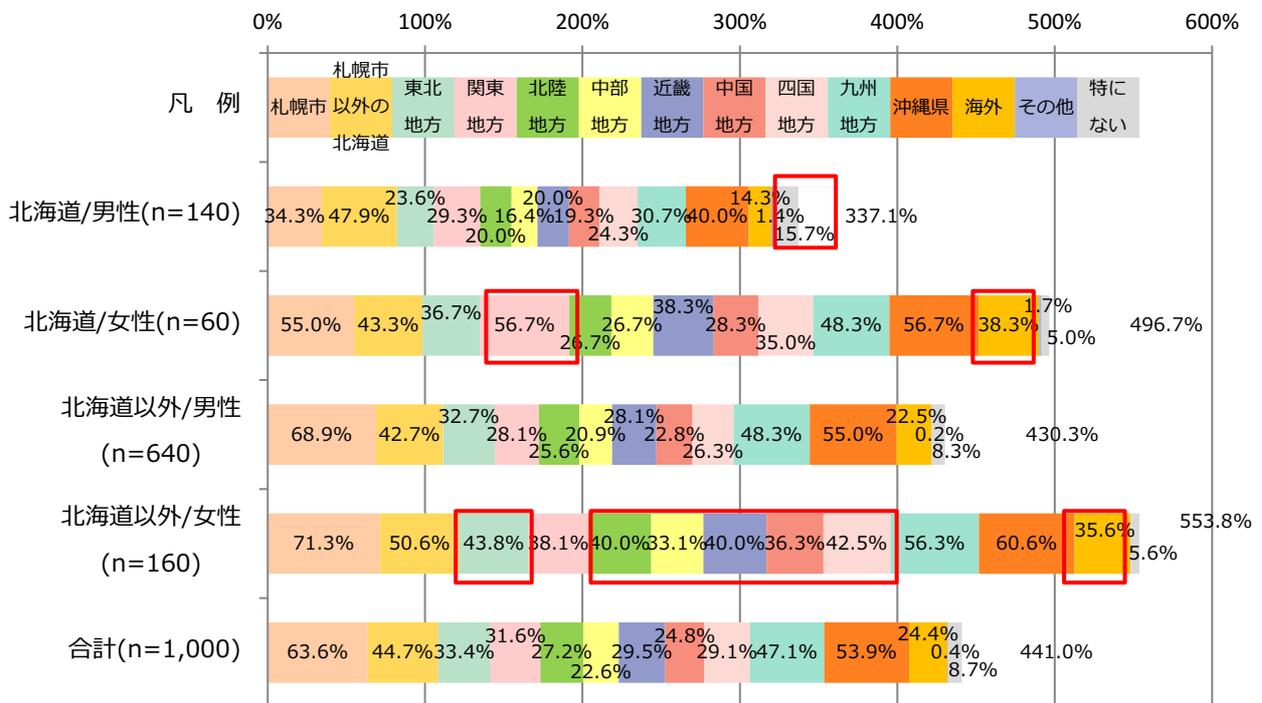


個人向けアンケート

アンケート結果

訪問したい地域（道外・道内別）

「居住地別」では、「北海道/男性」で「特にない」、「北海道/女性」で「関東地方」「海外」と答えた人の割合は高い。「北海道以外/男性」で「札幌市」と答えた人の割合がやや多く、「北海道以外/女性」ではほぼ全ての地域に対する訪問意欲が高く、特に、「東北地方」「北陸地方」「中部地方」「近畿地方」「中国地方」「四国地方」「九州」で全体と比較して高くなっている。本設問は複数回答可だが、平均回答数は「北海道以外/女性」が5.5個と最も多く、次いで、「北海道/女性」の4.9個、「北海道以外/男性」が4.3個、「北海道/男性」が最も少なく3.3個となっている。



北海道在住者の「札幌市」への訪問意欲は北海道外在住者に比べて低く、その傾向は特に男性に顕著である。一方、女性は関東地方・沖縄県・海外への訪問意欲が高い。東京などの「大都会」、北海道と全く気候が異なる「トロピカルリゾート」への憧れがあると推測することができる。なお、男性は回答数そのものが少なく、ワーケーション・ブリジャーにあまり積極的ではないか、もしくは、まだワーケーション・ブリジャーを現実的なものとしてイメージすることが出来ない人が多いと推測することができる。

北海道外在住者については、他のどのエリアと比べても札幌市への訪問意欲が高い。また、男女ともに「札幌市」の次に訪問したいエリアとして多かったのが「沖縄県」であり、「九州地方」も多い。このことから、今後、ワーケーション・ブリジャーのプロモーションにおいて競合するエリアとして、沖縄県、九州エリアが考えられる。

個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（全体）

■単純集計

Q6.どのようなものがあるとワーケーション・ブレイジャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

宿泊施設が充実している	662
ワーク施設が充実している	348
通信環境が充実している	545
自然景観が豊かである	480
海がある	283
山がある	204
温泉がある	522
グルメに定評がある	501
アウトドアアクティビティが楽しめる（サイクリング、トレッキング、ラフティング、スキー等）	177
ショッピング施設が充実している	177
映画館、スポーツ施設等が充実している	75
博物館や美術館がある	108
観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	83
その他	11
特にない	69
合計	4,245

その他記述（9名）：

交通の利便性(3)、趣味(2)、アミューズメント施設(1)、歓楽街(1)、産業体験(1)、静かな環境(1)

※「趣味」に分類した記述

- ・城跡がある
- ・海があって釣りができる

「宿泊施設が充実している」が66.2%で最も多く、次いで「通信環境が充実している(54.5%)」「温泉がある(52.2%)」と答えた人が多かった。

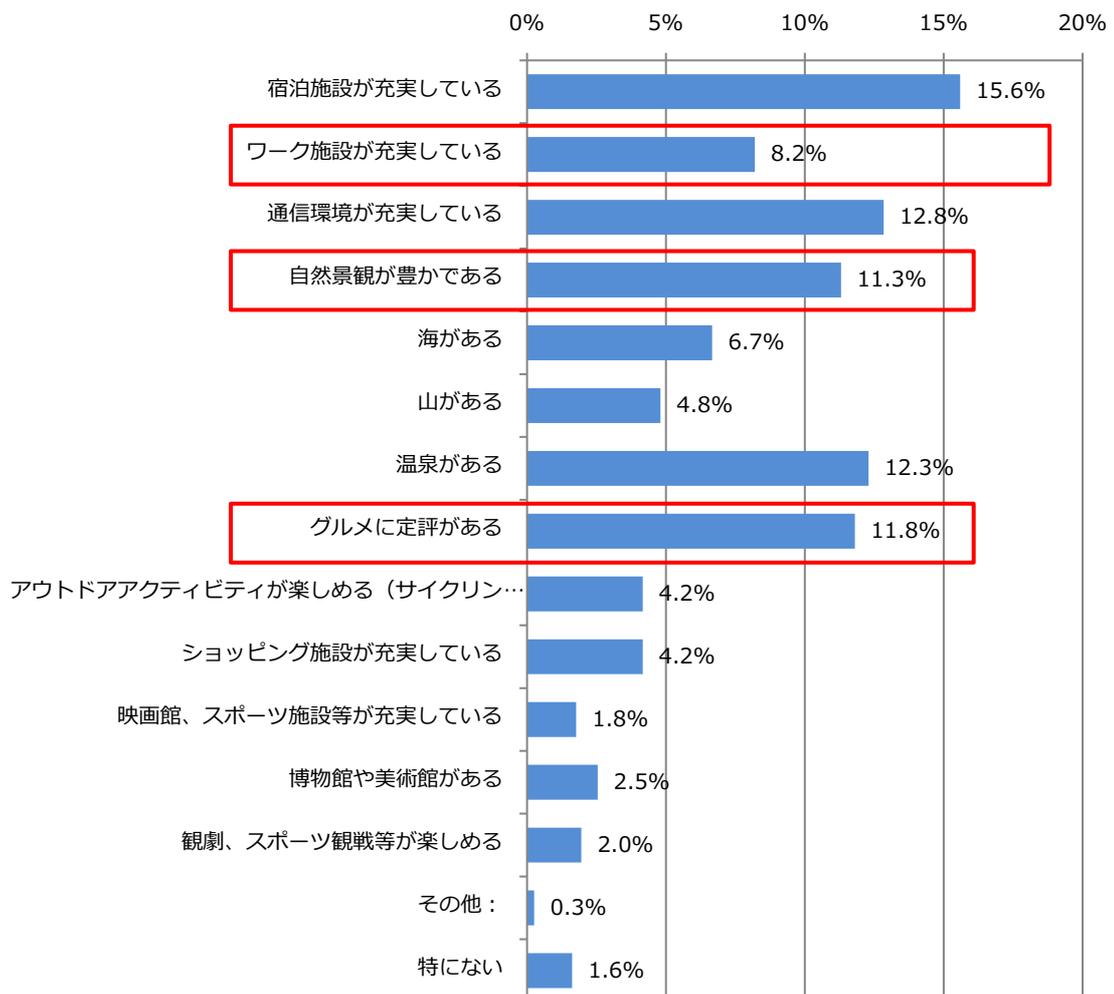
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（全体）

■ 単純集計

Q6.どのようなものがあるとワーケーション・ブレジジャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）



個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（男女別）

■Q6.どのようなものがあるとワーケーション・ブリージャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【性別】

選択項目	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	グルメに定評がある	自然景観が豊かである	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	ショッピング施設が充実している	めぐる（サイクリング、スキー等）	アウトドアアクティビティが楽しめる	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特になし	その他	合計
男性	501	400	396	363	362	254	215	165	115	125	67	59	57	61	9	3,149	
女性	161	145	126	138	118	94	68	39	62	52	41	24	18	8	2	1,096	
合計	662	545	522	501	480	348	283	204	177	177	108	83	75	69	11	4,245	

女性は、「グルメに定評がある」「通信環境が充実している」「ショッピング施設が充実している」回答した人の割合が男性に比べて大きい。

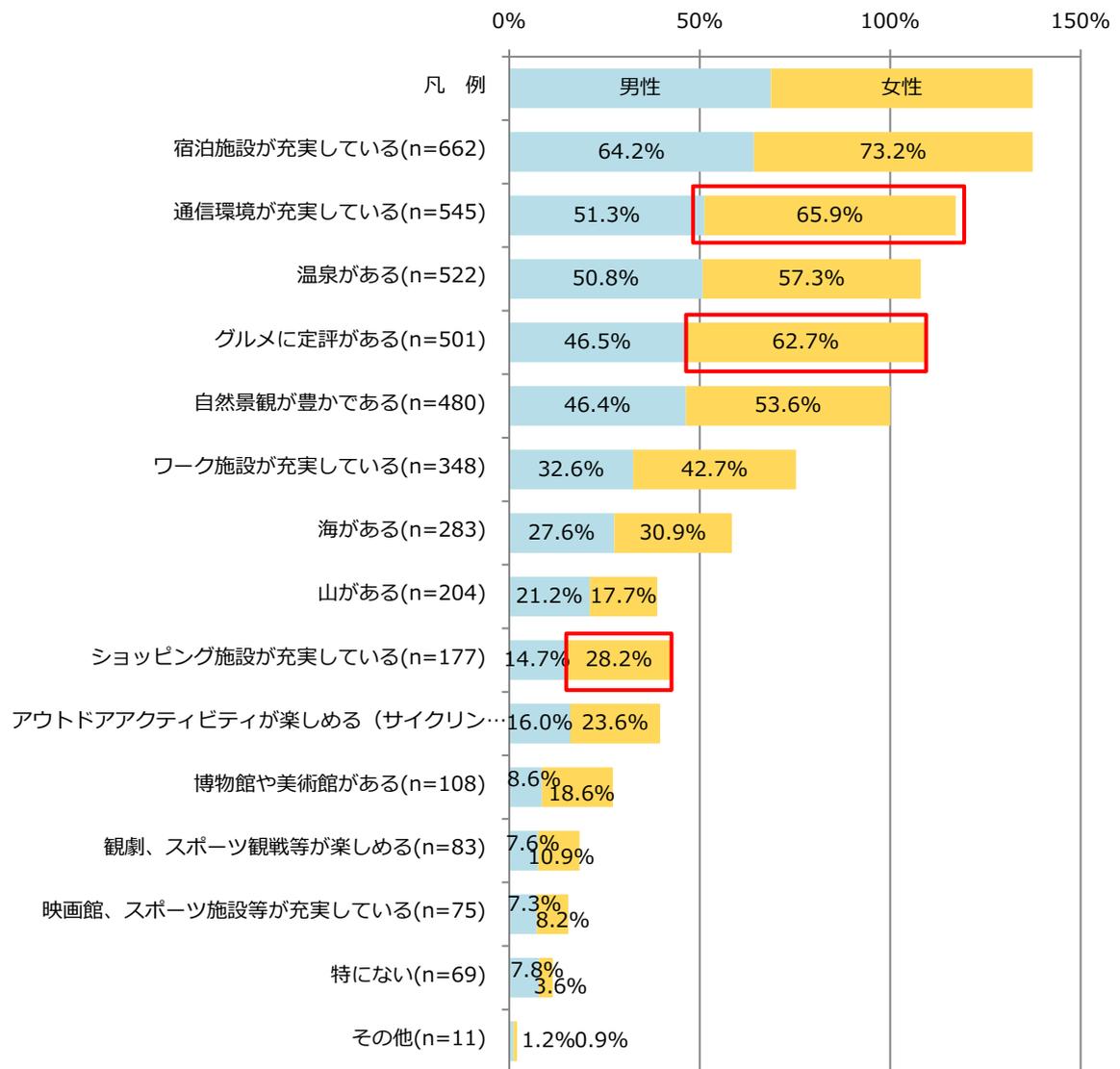
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（男女別）

■ Q6.どのようなものがあるとワーケーション・ブレッジャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【性別】



個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（年代別）

【年代】

	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	グルメに定評がある	自然景観が豊かである	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	ショッピング施設が充実している	グーグル（サイクリング、スキ等	アウトドアアクティビティが楽しめる	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特にな	その他	合計
20代	161	125	125	133	112	91	61	43	54	38	25	16	21	11	0	1,016	
30代	188	161	153	141	150	101	92	70	38	54	32	24	20	8	2	1,234	
40代	172	145	133	129	122	84	79	56	40	50	29	24	18	17	5	1,103	
50代	141	114	111	98	96	72	51	35	45	35	22	19	16	33	4	892	
合計	662	545	522	501	480	348	283	204	177	177	108	83	75	69	11	4,245	

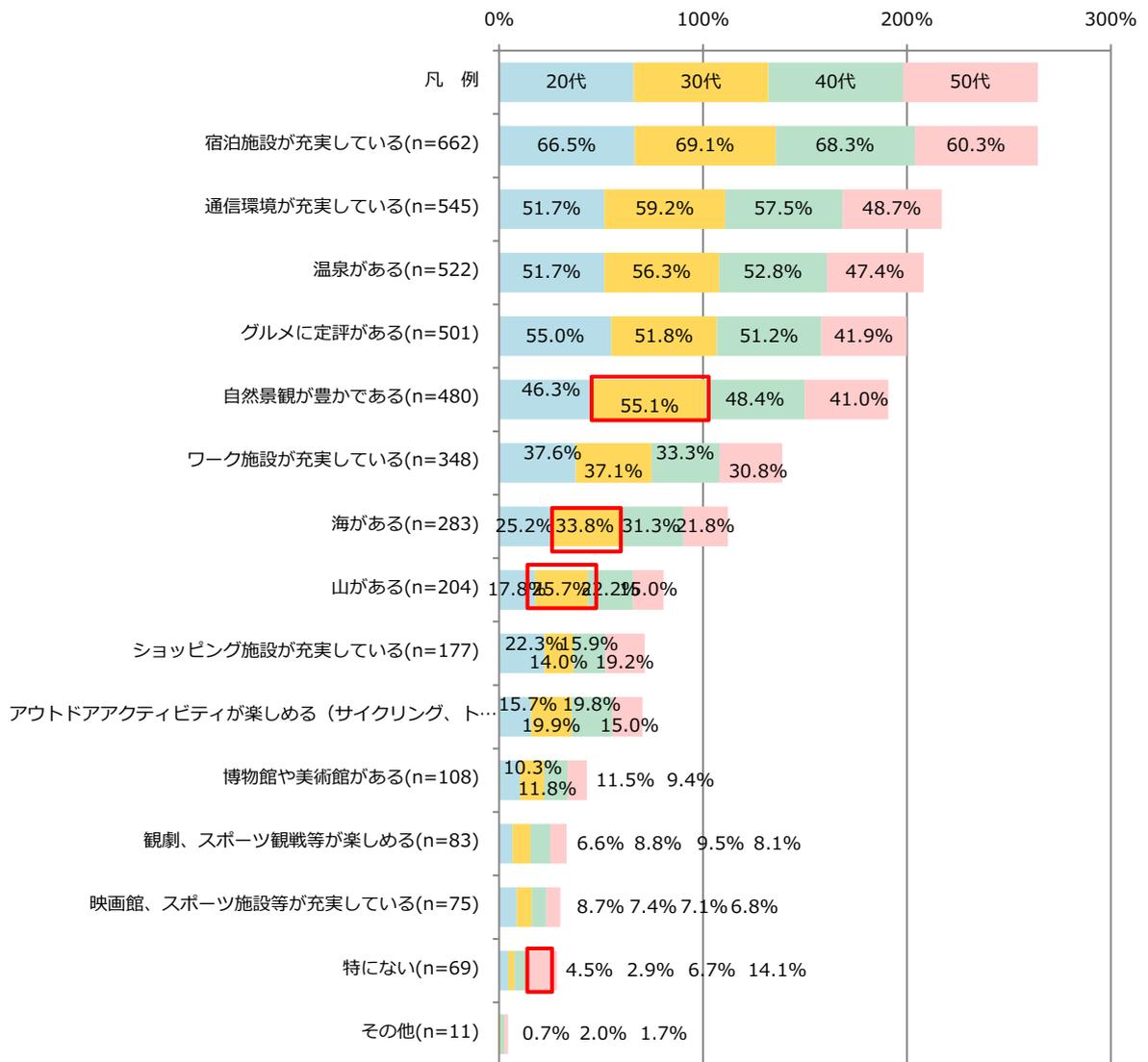
30代において、「自然景観が豊かである」「海がある」「山がある」と答えた人の割合が多く、50代においては「特にな」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（年代別）

【年代】



個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（男女＆年代別）

【性年代】

	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	グルメに定評がある	自然景観が豊かである	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	ショッピング施設が充実している	アウトレドアクティビティが楽しめる（サイクリング、トレッキング、ラフティング、スキー等）	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特にない	その他	合計
男性 20代	101	78	77	76	68	53	36	27	24	21	15	9	13	9	0	607
男性 30代	144	118	117	102	114	78	73	60	27	40	17	15	15	4	1	925
男性 40代	129	104	102	99	95	61	62	47	29	34	17	18	13	16	4	830
男性 50代	127	100	100	86	85	62	44	31	35	30	18	17	16	32	4	787
女性 20代	60	47	48	57	44	38	25	16	30	17	10	7	8	2	0	409
女性 30代	44	43	36	39	36	23	19	10	11	14	15	9	5	4	1	309
女性 40代	43	41	31	30	27	23	17	9	11	16	12	6	5	1	1	273
女性 50代	14	14	11	12	11	10	7	4	10	5	4	2	0	1	0	105
合計	662	545	522	501	480	348	283	204	177	177	108	83	75	69	11	4,245

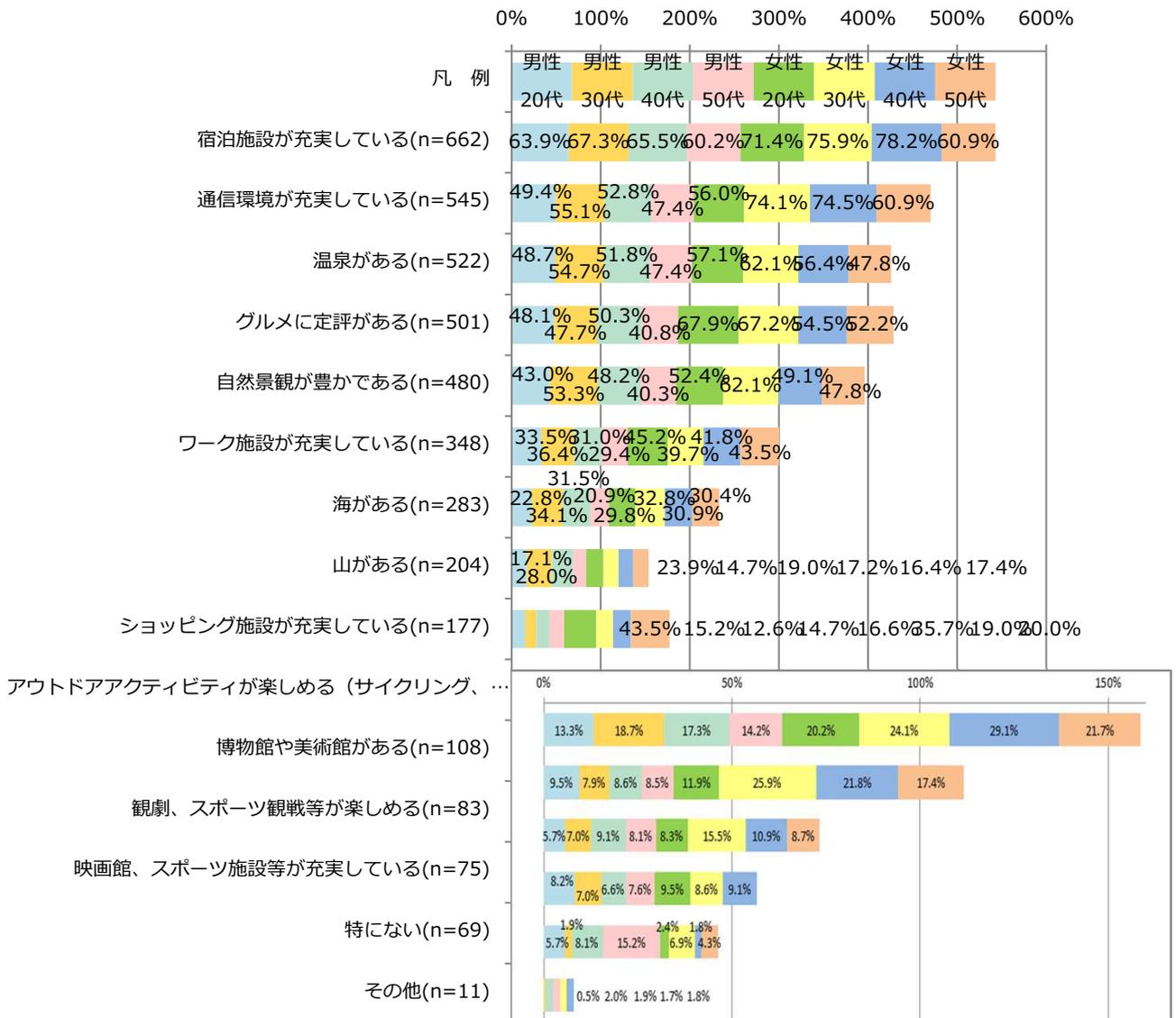
男性 30代」で「山がある」「海がある」「自然景観が豊かである」、「男性 50代」で「特にない」、
「女性 20代」で「ショッピング施設が充実している」「グルメに定評がある」「ワーク施設が充実している」、
「女性 30代」で「通信環境が充実している」「グルメに定評がある」「博物館や美術館がある」、
「女性 40代」で「通信環境が充実している」「宿泊施設が充実している」「アウトレドアクティビティが楽しめる
(サイクリング、トレッキング、ラフティング、スキー等)」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（男女 & 年代別）

【性年代】



個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（道内・道外別）

【居住地】

	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	グルメに定評がある	自然景観が豊かである	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	ショッピング施設が充実している	アウトドアアクティビティが楽しめる（サイクリング、スキ等	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特にな	その他	合計
北海道/男性	86	57	59	51	50	33	26	14	21	21	13	8	5	19	1	464
北海道/女性	49	37	34	39	32	21	14	4	24	13	14	8	6	2	0	297
北海道以外/男性	415	343	337	312	312	221	189	151	94	104	54	51	52	42	8	2,685
北海道以外/女性	112	108	92	99	86	73	54	35	38	39	27	16	12	6	2	799
合計	662	545	522	501	480	348	283	204	177	177	108	83	75	69	11	4,245

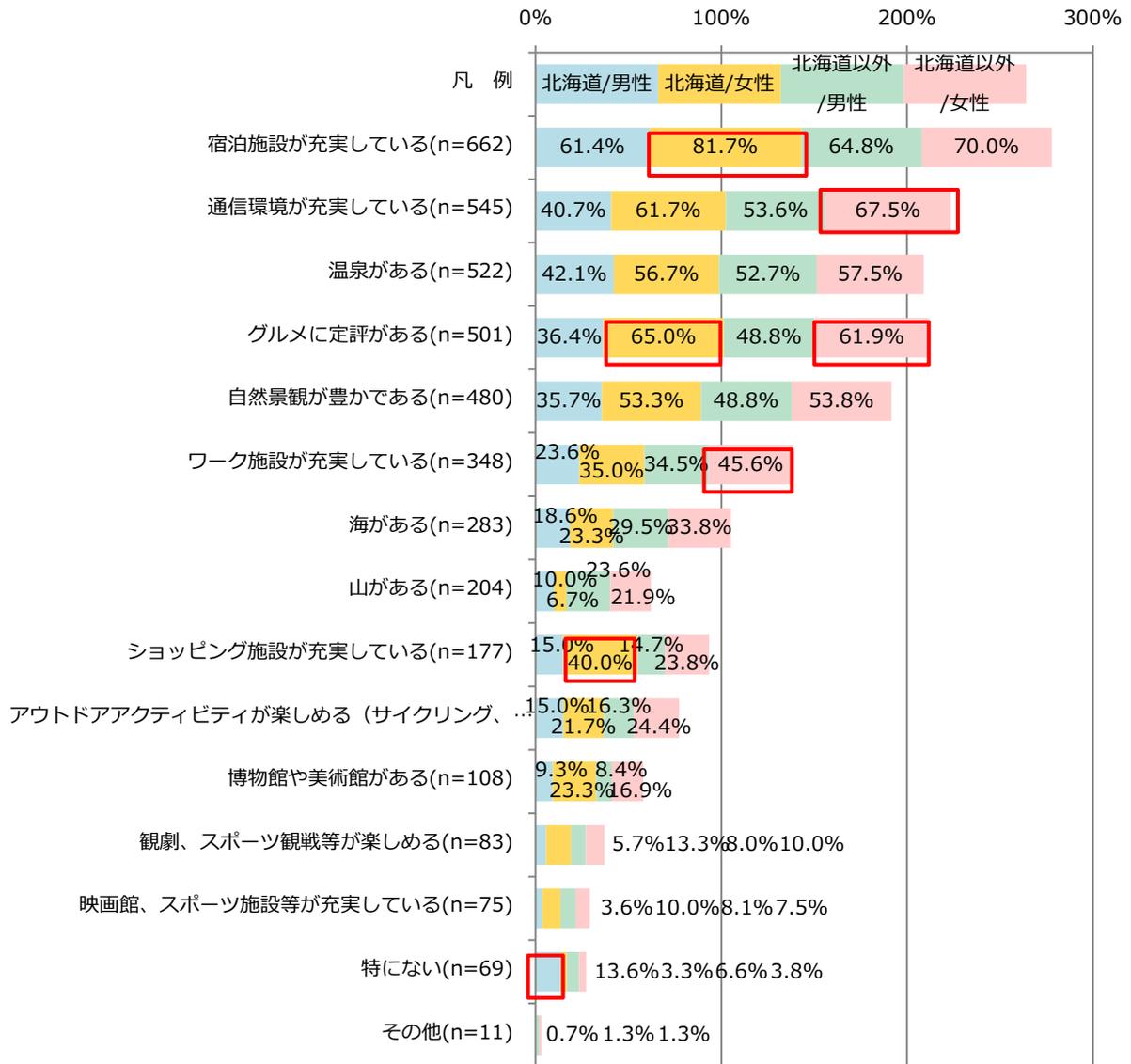
北海道在住の男性で「特にな」、女性で「ショッピング施設が充実している」「宿泊施設が充実している」「グルメに定評がある」と答えた人の割合が高い。一方で、北海道以外に在住する女性で「通信環境が充実している」「グルメに定評がある」「ワーク施設が充実している」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（道内・道外別）

【居住地】



個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（全体）

■単純集計

Q7.札幌市を訪問する場合、どのようなことをしてみたいですか。下記で該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

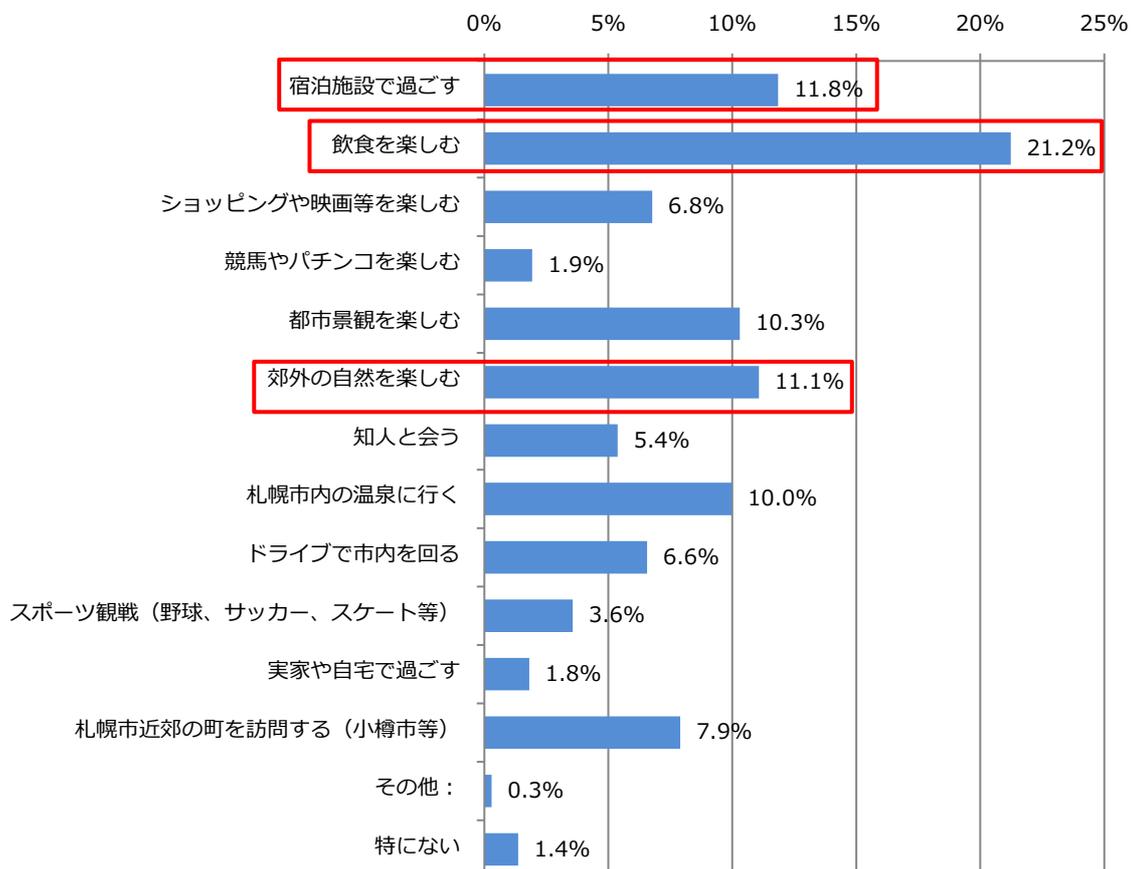
宿泊施設で過ごす	399
飲食を楽しむ	715
ショッピングや映画等を楽しむ	228
競馬やパチンコを楽しむ	65
都市景観を楽しむ	347
郊外の自然を楽しむ	373
知人と会う	181
札幌市内の温泉に行く	336
ドライブで市内を回る	221
スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	120
実家や自宅で過ごす	61
札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	266
その他：	10
特にない	46
合計	3,368

その他記述：
趣味・娯楽(6)、その他(2)

※「趣味・娯楽」に分類した記述
スキー(2)、ゴルフ(1)、ランニング(1)、
歓楽する(1)、道産ワインを飲む(1)

※「その他」に分類した記述
・公共交通に乗車する
・親戚に会う

「飲食を楽しむ」が21.2%で最も高く、次いで「宿泊施設で過ごす(11.8%)」「郊外の自然を楽しむ(11.1%)」である。



個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（男女別）

- Q7.札幌市を訪問する場合、どのようなことをしてみたいですか。
下記で該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【性別】

	飲食を楽しむ	宿泊施設で過ごす	郊外の自然を楽しむ	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ショッピングや映画等を楽しむ	ドライブで市内を回る	知人と会う	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特になし	その他	合計
男性	546	292	270	262	245	190	156	161	121	94	53	42	39	9	2,480
女性	169	107	103	85	91	76	72	60	60	26	12	19	7	1	888
合計	715	399	373	347	336	266	228	221	181	120	65	61	46	10	3,368

女性は「ショッピングや映画等を楽しむ」「郊外の自然を楽しむ」「知人と会う」と答えた人の割合が全体と比較してやや高い。

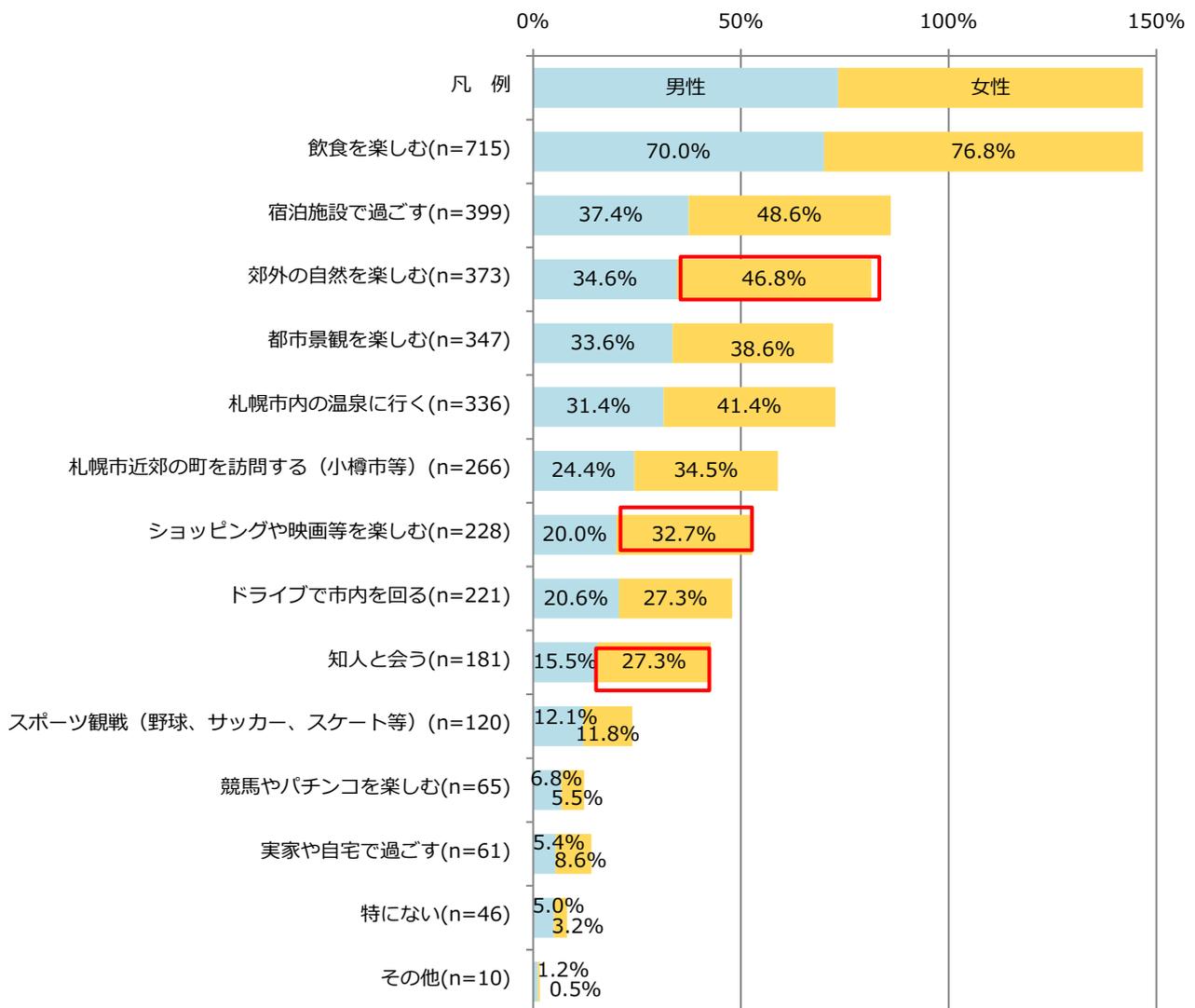
個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（男女別）

- Q7.札幌市を訪問する場合、どのようなことをしてみたいですか。
下記で該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【性別】



個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（年代別）

【年代】

	飲食を楽しむ	宿泊施設で過ごす	郊外の自然を楽しむ	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ショッピングや映画等を楽しむ	ドライブで市内を回る	知人と会う	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特にない	その他	合計
20代	167	110	86	95	94	50	73	70	54	30	19	22	7	1	878
30代	195	110	113	105	101	71	52	60	57	30	22	18	9	1	944
40代	184	108	92	81	81	81	59	53	37	35	19	10	11	6	857
50代	169	71	82	66	60	64	44	38	33	25	5	11	19	2	689
合計	715	399	373	347	336	266	228	221	181	120	65	61	46	10	3,368

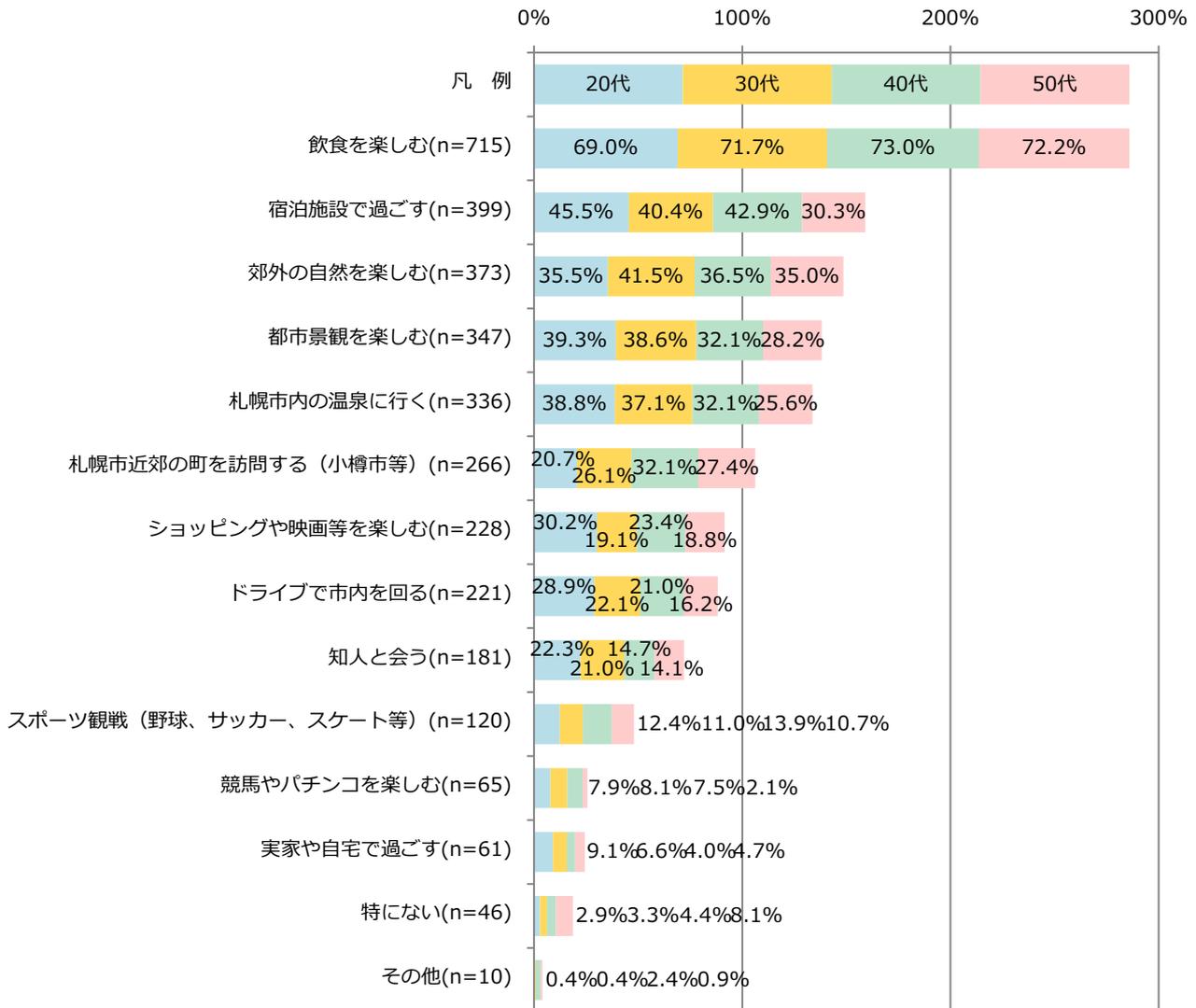
20代で「ショッピングや映画等を楽しむ」「ドライブで市内を回る」「宿泊施設で過ごす」、40代で「札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（年代別）

【年代】



個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（男女&年代別）

【性年代】

	飲食を楽しむ	宿泊施設で過ごす	郊外の自然を楽しむ	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ショッピングや映画等を楽しむ	ドライブで市内を回る	知人と会う	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特にない	その他	合計
男性 20	101	70	47	57	54	25	46	43	28	21	14	14	5	1	526
男性 30	152	85	79	79	79	50	37	43	39	20	19	11	6	1	700
男性 40	139	76	69	67	57	58	40	40	26	30	17	9	10	6	644
男性 50	154	61	75	59	55	57	33	35	28	23	3	8	18	1	610
女性 20	66	40	39	38	40	25	27	27	26	9	5	8	2	0	352
女性 30	43	25	34	26	22	21	15	17	18	10	3	7	3	0	244
女性 40	45	32	23	14	24	23	19	13	11	5	2	1	1	0	213
女性 50	15	10	7	7	5	7	11	3	5	2	2	3	1	1	79
合計	715	399	373	347	336	266	228	221	181	120	65	61	46	10	3,368

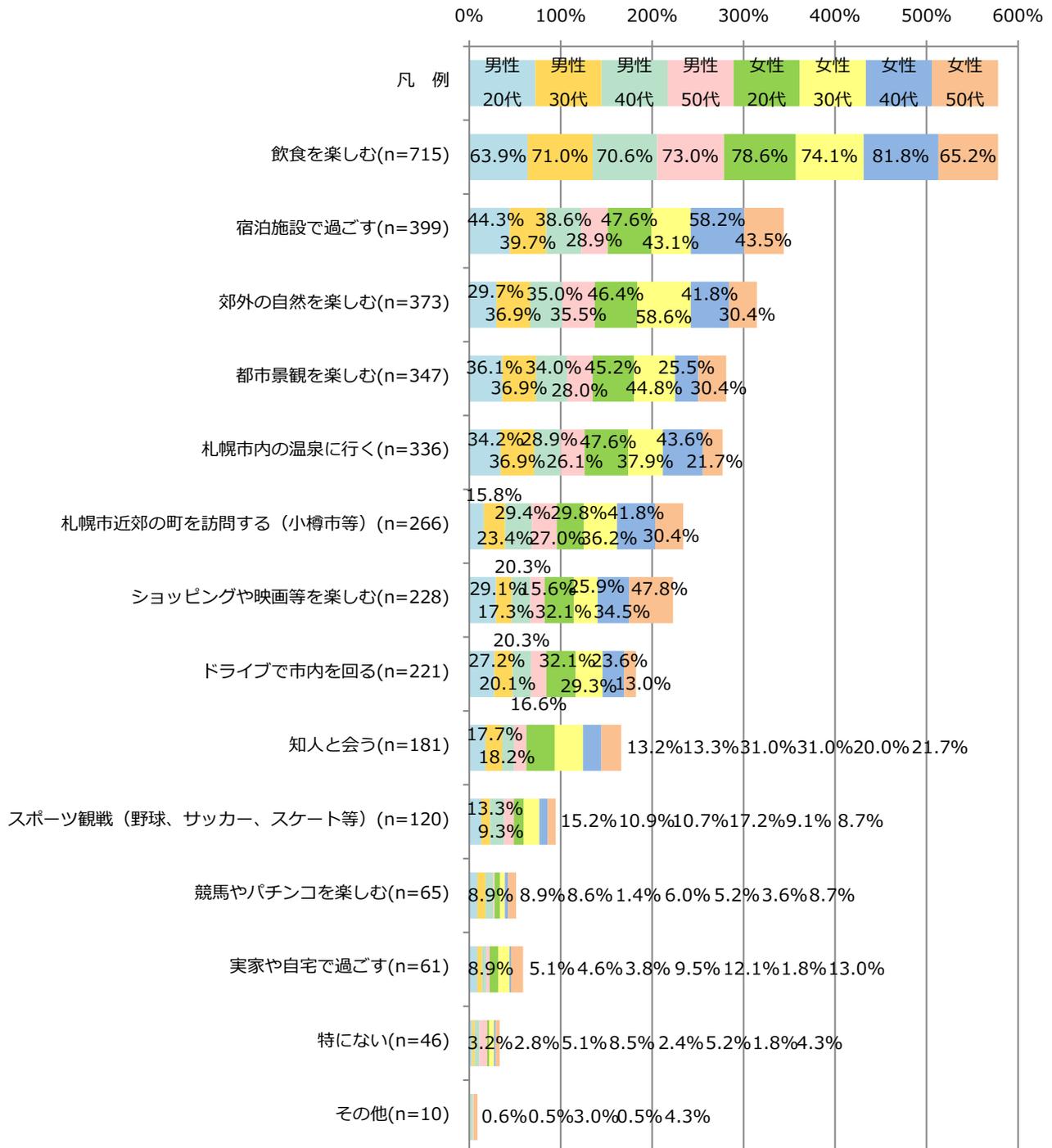
「男性 20代」で「ショッピングや映画等を楽しむ」「ドライブで市内を回る」と回答した割合がやや多く、「女性 20代」で「札幌市内の温泉に行く」「知人と会う」「都市景観を楽しむ」、「女性 30代」で「郊外の自然を楽しむ」「知人と会う」「都市景観を楽しむ」、「女性 40代」で「宿泊施設で過ごす」「札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）」「ショッピングや映画等を楽しむ」、「女性 50代」では「ショッピングや映画等を楽しむ」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（男女&年代別）

【性年代】



個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（道内・道外別）

【居住地別】

	飲食を楽しむ	宿泊施設で過ごす	郊外の自然を楽しむ	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ショッピングや映画等を楽しむ	ドライブで市内を回る	知人と会う	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特にない	その他	合計
北海道/ 男性	77	51	27	23	31	24	34	14	26	17	6	18	12	1	361
北海道/ 女性	43	30	13	12	20	19	29	10	25	7	0	13	3	0	224
北海道 以外/男	469	241	243	239	214	166	122	147	95	77	47	24	27	8	2,119
北海道 以外/女	126	77	90	73	71	57	43	50	35	19	12	6	4	1	664
合計	715	399	373	347	336	266	228	221	181	120	65	61	46	10	3,368

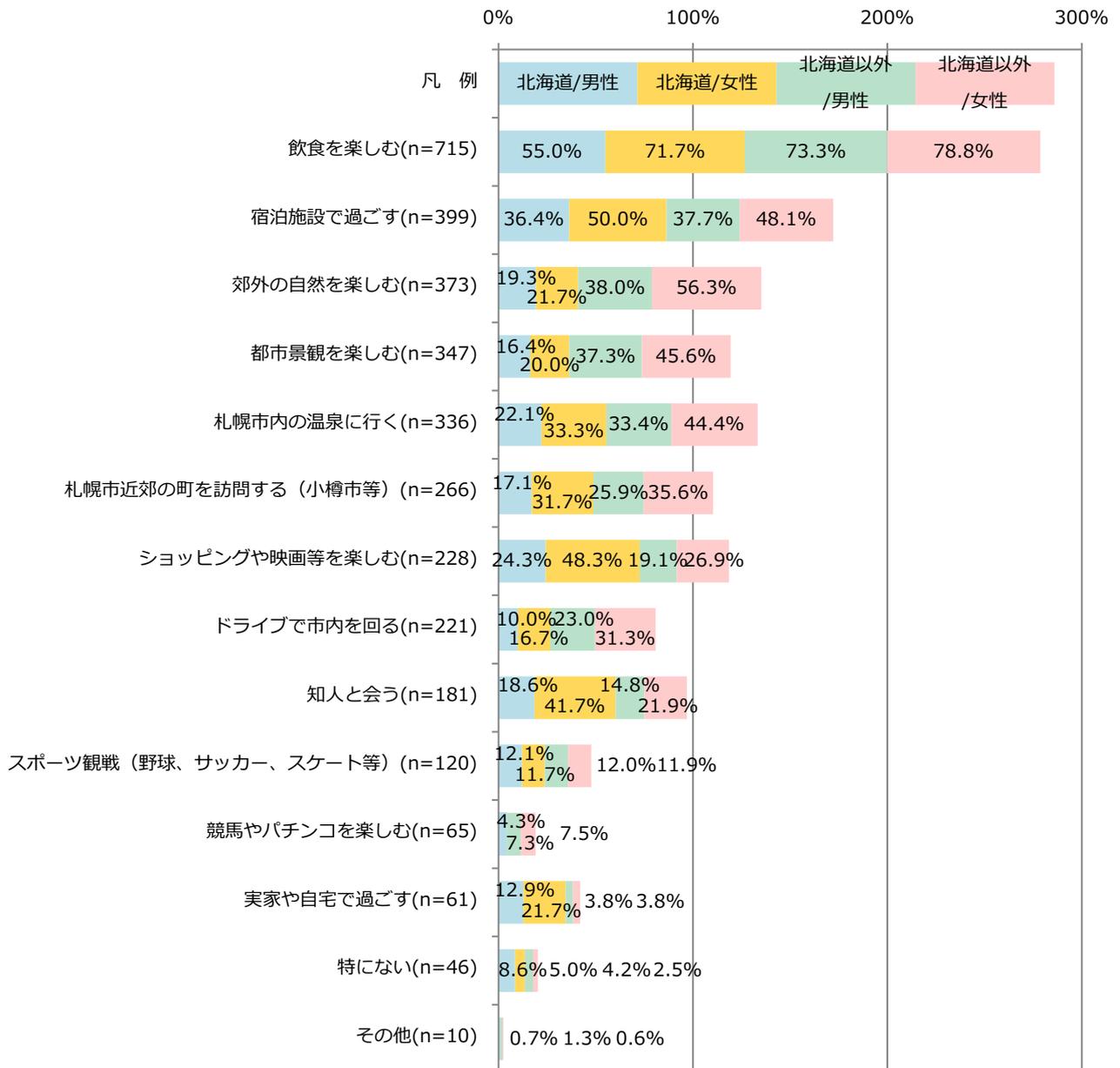
北海道在住の男性で「実家や自宅で過ごす」、女性で「ショッピングや映画等を楽しむ」「知人と会う」「実家や自宅で過ごす」と答えた人の割合が高い。一方で、北海道以外に在住する女性で「郊外の自然を楽しむ」「都市景観を楽しむ」「札幌市内の温泉に行く」と答えた人の割合が全体と比較して高い。

個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（道内・道外別）

【居住地別】



個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランA】

プラン A

- ・自然と融合する都市「札幌」で暮らすようにテレワーク！
- ・毎日がおちそう！市内に泊まって日替わりで札幌のグルメを満喫！
- ・夏の猛暑を脱出！涼しい気候でリラックス！

◎スケジュール案 宿泊地：札幌市内ホテル

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 札幌へ	テレワーク	テレワーク	休暇	札幌 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 札幌グルメを日替わりで満喫（海鮮、スープカレー、ジンギスカン、ラーメン）
- ② 都心から10分以内で自然がたくさん！リフレッシュにウォーキング！（北海道大学、大通公園、円山公園 等）
- ③ 札幌市電やロープウェイに乗車し、日本新三大夜景「藻岩山夜景」を楽しむ
- ④ 中心部から30分で行ける札幌ドームでのプロ野球観戦、サッカー観戦
- ⑤ 散歩をしながら 中心部の観光地（時計台・赤レンガ庁舎・大通公園など）や、すすきの、狸小路でグルメやショッピングを楽しむ

☆休暇の過ごし方

- ① 路線バスで60分の定山溪温泉で日帰り温泉
- ② 中心部から1時間程度で行けるゴルフ場で1ラウンド
- ③ レンタカーで周辺エリアに日帰り観光（小樽、富良野、旭川 等）
- ③ 札幌の観光地を巡る（大倉山ジャンプ競技場・羊ヶ丘展望台・モエレ沼公園など）
- ④ ファミリーでも簡単！都心15分の場所で軽登山（円山、藻岩山 等）
- ⑤ 都心部で映画、音楽、アート鑑賞、ショッピング
- ⑥ 大通公園や中島公園、札幌競馬場などで何もしないでボーっと過ごす

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランB】

プラン B

- ・パウダースノーに囲まれて、冬の暮らしを楽しみながらテレワーク！
- ・毎日がおちそう！市内に泊まって日替わりで札幌のグルメを満喫！
- ・札幌中心部に連泊

◎スケジュール案 宿泊地：札幌市内ホテル

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 札幌へ	テレワーク	テレワーク	休 暇	札幌 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 札幌グルメを日替わりで満喫（海鮮、スープカレー、ジンギスカン、ラーメン）
- ② 中心部から30分で札幌夜景を一望できるナイタースキー
- ③ ファミリーもおすすめ！冬の公園は雪遊びし放題！
- ④ 札幌市電やロープウェイに乗り、日本新三大夜景「藻岩山夜景」を楽しむ
- ⑤ 散歩をしながら 中心部の観光地（時計台・赤レンガ庁舎・大通公園など）や、すすきの、狸小路で冬ならではのグルメやショッピングを楽しむ
- ⑥ 中島公園でクロスカントリー

☆休暇の過ごし方

- ① スノーアクティビティでワイワイ楽しむ！（ソリ、チューブ滑り、スノーモービル）
- ② 市内6カ所のスキー場を日替わりで！（初心者から上級者まで）
- ③ 路線バスで60分の定山溪温泉で日帰り温泉
- ④ レンタカーで周辺エリアに日帰り観光（小樽、旭川、ニセコ 等）
- ⑤ 都心部で映画、音楽、アート鑑賞、ショッピング

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランC】

プラン

C

- ・ 緑の大自然に囲まれて「のんびりテレワーク」
- ・ 夏の猛暑を脱出！涼しい気候でリラックス！
- ・ 温泉も遊びも気軽に楽しめる、札幌の奥座敷「定山溪温泉」に連泊！

◎スケジュール案 宿泊地：定山溪温泉

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 定山溪へ	テレワーク	テレワーク	休 暇	定山溪 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 温泉街にある「心の里定山溪」でリラックス
- ② 午後の部の「定山溪ラフティングツアー」に参加
- ③ レンタカーで10分の「定山溪ファーム」へ（果物狩り）
- ④ レンタカーで15分の「ワイルドムスタングス」で乗馬体験
- ⑤ レンタカーで15分の「ノースサファリサッポロ」で動物と触れ合う
- ⑥ レンタカーで10分の「札幌アイヌ交流センターピリカコタン」にてアイヌ文化を学ぶ
- ⑦ 路線バス60分で札幌中心地へ。ホテルでの宿泊を1泊朝食にして夕食は札幌中心部で！

☆休暇の過ごし方

- ① レンタカーで1時間で行ける小樽観光へ
- ② レンタカーで40分のゴルフ場へ
- ③ レンタカーで札幌のアートな観光地を巡る（頭大仏・モエシ沼公園など）
- ④ 温泉街から歩いて行ける「三笠緑地パークゴルフ場」で子供から高齢者まで楽しめるパークゴルフ
- ⑤ 秋は紅葉散歩（近隣に紅葉の名所がたくさんあります）

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランD】

プラン D

- ・白銀の温泉街、静かな環境でテレワーク！
- ・雪見露天風呂のある温泉でのんびりもよし！レンタカーで観光もよし！
- ・札幌の奥座敷「定山溪温泉」に連泊！

◎スケジュール案 宿泊地：札幌市内ホテル

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 定山溪へ	テレワーク	テレワーク	休 暇	定山溪 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 温泉街にある「心の里定山溪」でリラックス
- ② レンタカーで15分の「ワイルドムスタングス」で雪上乘馬体験
- ③ レンタカーで15分の「ノースサファリサッポロ」で犬ぞりを楽しむ
- ④ レンタカーで10分の「札幌アイヌ交流センターピリカコタン」にてアイヌ文化を学ぶ
- ⑤ レンタカーで10分の「豊平峡温泉」でかまくらジンギスカンを楽しむ

☆休暇の過ごし方

- ① 路線バス30分で行ける札幌国際スキー場へ
- ② レンタカーで1時間で行ける小樽観光へ
- ③ 定山溪から路線バスで札幌中心部へ。グルメ・ショッピングを楽しむ。
- ④ 定山溪温泉から路線バスでも行ける豊平峡温泉、小金湯温泉を温泉はしご旅

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランE】

プラン E

- ・自然と融合する都市「札幌」で暮らすようにテレワーク！
- ・市内でワークをした後は、最終日に温泉でゆったり！
- ・夏の猛暑を脱出！涼しい気候でリラックス！

◎スケジュール案 宿泊地：札幌市内ホテル3泊、定山溪温泉1泊

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 札幌へ	テレワーク	テレワーク	休 暇 (観光をしながら 定山溪温泉へ)	定山溪 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 札幌グルメを日替わりで満喫（海鮮、スープカレー、ジンギスカン、ラーメン）
- ② 都心から10分以内で自然がたくさん！リフレッシュにウォーキング！（北海道大学、大通公園、円山公園 等）
- ③ 札幌市電やロープウェイに乗車し、日本新三大夜景「藻岩山夜景」を楽しむ
- ④ 中心部から30分で行ける札幌ドームでのプロ野球観戦、サッカー観戦
- ⑤ 散歩をしながら 中心部の観光地（時計台・赤レンガ庁舎・大通公園など）や、すすきの、狸小路でグルメやショッピングを楽しむ

☆休暇の過ごし方

- ① 早めにチェックインをして温泉でのんびり過ごす
- ② 「ラフティング」や「フルーツ狩り」など自然に囲まれたアクティビティを楽しむ
- ③ 秋は紅葉散歩（近隣に紅葉の名所がたくさんあります）

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプラン

【プランF】

プラン F

- ・自然と融合する都市「札幌」で暮らすようにテレワーク！
- ・札幌だけじゃない！近隣エリアも泊ってみよう！（札幌2泊、周辺2泊）
- ・夏の猛暑を脱出！涼しい気候でリラックス！

◎スケジュール案 宿泊地：札幌市内ホテル2泊、周辺都市2泊

	1日目	2日目	3日目	4日目	5日目
午前	各地 ▼ 札幌へ	テレワーク	テレワーク	休 暇 宿泊は周辺都市	周辺都市 ▼ 各地へ
午後		フリー	フリー 移動して周辺都市へ		

◎滞在中の楽しみ方



☆午後のフリー時間を活用

- ① 札幌グルメを満喫（海鮮、スープカレー、ジンギスカン、ラーメン）
- ② 都心から10分以内で自然がたくさん！リフレッシュにウォーキング！（北海道大学、大通公園、円山公園 等）
- ③ 札幌市電やロープウェイに乗りし、日本新三大夜景「藻岩山夜景」を楽しむ
- ④ 散歩をしながら 中心部の観光地（時計台・赤レンガ庁舎・大通公園など）や、すすきの、狸小路でグルメやショッピングを楽しむ

☆休暇の過ごし方

- ① 田園地帯のファームレストランを楽しむ（周辺都市）
- ② 大自然の支笏湖で時間を忘れてリフレッシュ
- ③ ワインタクシーでワイナリーを巡る（周辺都市）
- ④ 涼しい気候でゴルフを満喫（周辺都市）
- ⑤ レンタカーで世界文化遺産登録候補で話題の縄文遺跡めぐり（千歳市・恵庭市）
- ⑥ 活火山・樽前山を登山。溶岩ドームを間近で見る（千歳市）

個人向けアンケート

アンケート結果

ワーケーションプランについて (全体)

■単純集計

以下、Q8～Q18はワーケーションプランのイメージを見た後の選択回答と、その自由記述です。

AからFまでの各プランに「どの程度魅力を感じたか」の回答(下記の5つから選択)と、その理由として記述された自由記述から、特定のキーワードを抽出しています。

とても魅力を感じる / 魅力を感じる / どちらともいえない / 魅力を感じない / 全く魅力を感じない

抽出されたキーワードは、各プランの過ごし方例として掲出された写真画像のイメージに大きく左右されている傾向にあります。また、自由記述の内容は、「とても魅力を感じる」を選択した場合でも、必ずしも肯定的な記述ばかりではない。

例) 「とても魅力を感じる」スポーツ観戦は好きだが、わざわざ出かけるつもりは無い。

下記の一覧は、プランのA～Fの自由記述で既出回数の多かったものです。関心が高かったキーワードとして、参考にご覧ください。

●回答の理由キーワード (自由記述)

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

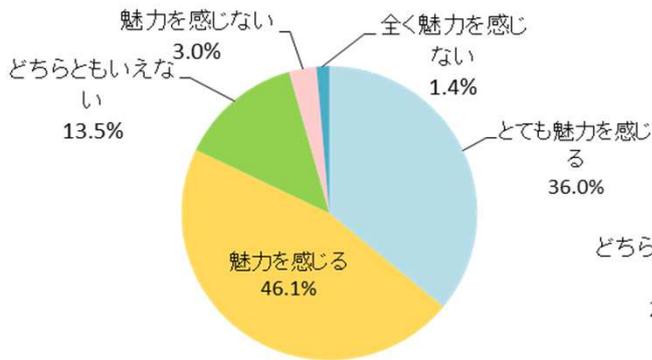
その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

個人向けアンケート

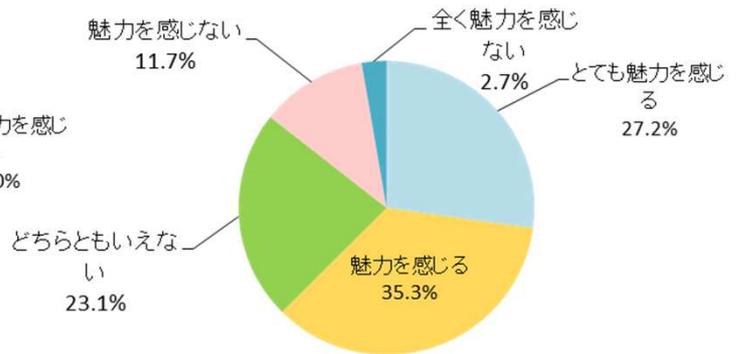
アンケート結果

ワーケーションプランについて（全体）

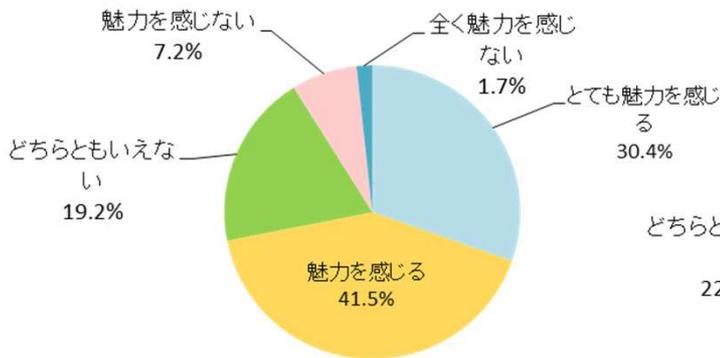
【プランA】



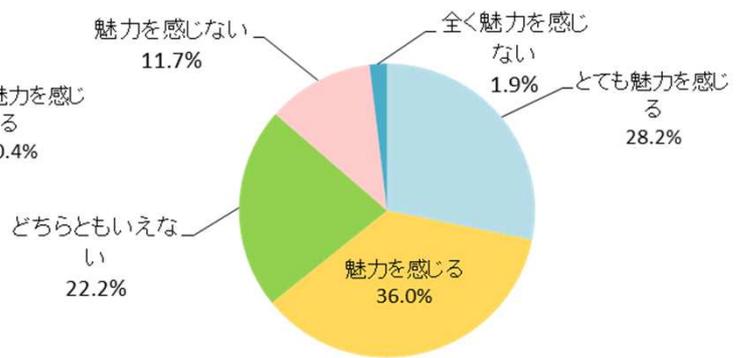
【プランB】



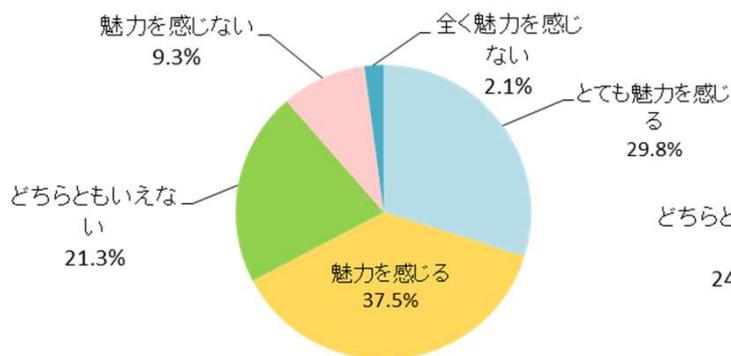
【プランC】



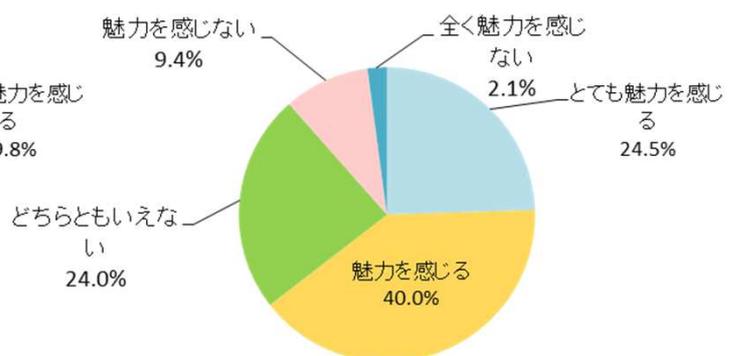
【プランD】



【プランE】



【プランF】



個人向けアンケート

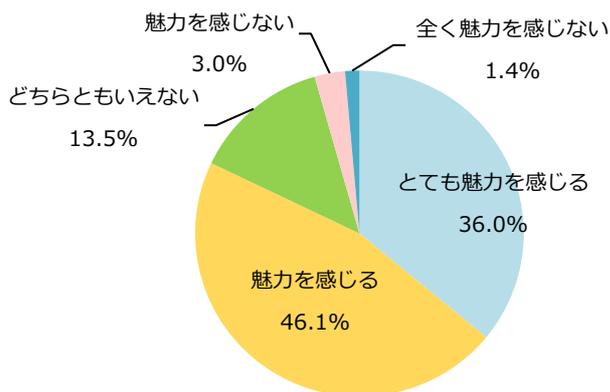
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランA（全体）

Q8.プランAについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	360
魅力を感じる	461
どちらともいえない	135
魅力を感じない	30
全く魅力を感じない	14
合計	1,000



「グルメ」「フリータイムが良い・魅力的」など、自由時間がたくさん取れることについての記述が多く、「満喫」というワードは6つのプランの中で最多となっています。多くの方が抱く札幌市での理想のワーケーションのイメージに近いプランだと推測する。

●回答の理由キーワード（自由記述）

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

個人向けアンケート

アンケート結果

個別のプランについて/プランA（全体）

■単純集計

◇プランAの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	北の大地に身を置いているだけで幸福感に満たされる
	温泉、初夏に涼しいところで過ごせる
	半日の仕事で、午後からフリーなのは非常に魅力的である。一日休暇が付くのも、もっと魅力的である。
	楽しめる場所がたくさんあり、家族で有意義に過ごせそうだから。
	グルメ、景観、スポーツ観戦などバランスが取れている。
	テレワークしながら観光が上手く活用出来る様選択プランが用意してあるのが大変魅力的である。Wi-Fi環境が観光エリア全てに整ってあれば更に安心してテレワークとリフレッシュが両立出来ると思います。
	仕事と観光が融合されており、オンとオフのメリハリがはっきりしているため。午後の観光のために午前の仕事頑張ることができそう。
	札幌を訪れた際、食べ物どれもおいしく、まだまだ楽しめると感じた。仕事をしつつ空き時間に美味しいものを食べられることはとても魅力的。かつ休みを使ってそれほどの距離がなく温泉施設を訪れることができるのもよい。
	バックであると、宿泊先や移動手段、アクティビティなどを探す手間が省けるため。
	住みたいまではいかないが、暮らすようにテレワークができるのはとても魅力的だし、北海道が好きだから。都心から近いのも飲食店が多そうが良い。
	休暇のレンタカーで周辺エリアに日帰り観光はとてもいいと思います。小樽・富良野・旭川ぐらいであれば札幌から日帰りで行ける距離だと思うのでベストな観光地選択だと思いました。
家族と一緒に楽しめるプランはとても良い。仕事と私生活とで、メリハリがあるプランだと思う。	
自分にとって未開拓の土地にて、仕事をしながら開拓出来るのはとても魅力的！日本の美味しい物がいっぱいある北海道での食事に限らず、自動車移動すると観光地がいっぱいあるのも大変魅力的です。また、このスケジュールのフリー時間の多さ・出発前日の休暇というのも大変良心的だと思うため、仕事も尽力・ベストを尽くそうと思える。	
魅力を感じる	北海道ならではの気候である上に、魅力的な都市機能が充実しており、また、明治の開拓時期以降の歴史的遺産も豊富であり、本州にはない魅力を感じる。
	子どもから大人まで楽しめる環境がある。食、自然、レジャーのバランスがいい。そして自然災害が少ない。洪水や台風の心配が日本の中ではまったく気にしないでいい。大地震でも津波の心配がない。
	北海道のグルメを楽しみつつ市内外の観光も可能なため。旅行で行くとなると、1日毎に札幌市内と札幌市外で日程を分けないとうまく時間を使いづらいが、このプランでは空いた午後の時間を上手に使うことができるため。
どちらともいえない	旅行会社なのでお客様と帰らないといけないから。
	当社の方針では現実味を帯びてないから。
	やってみたいけれど、実現は不可能だから。
魅力を感じない	ゴルフやスキー等は、荷物の準備がある。

Aプラン：「フリープラン」と「グルメ・食」に関する記述が多く見受けられました。休暇の過ごし方など、例として記載されているのが高評価で、「親子でも楽しめそう」「少ない移動時間でアクティビティが体験できる」などのコメントがある一方、「仕事と観光は分けたい」といった記述も見られました。

個人向けアンケート

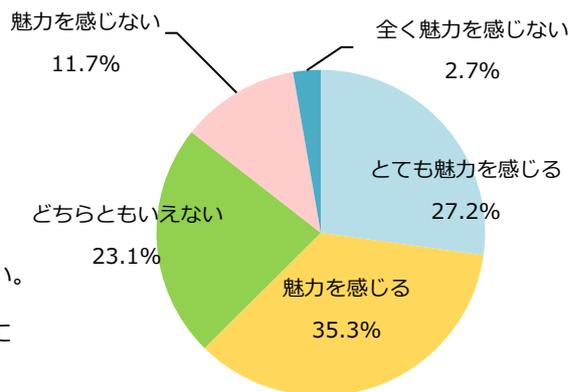
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランB（全体）

Q10.プランBについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	272
魅力を感じる	353
どちらともいえない	231
魅力を感じない	117
全く魅力を感じない	27
合計	1,000



ゲレンデの写真を見て「スキー」や「スノーアクティビティ」を連想した方が多い。スキーに対する期待の記述も多く見られたが、一方で、「スキーやスノー・アクティビティには興味がない」と記述されている人もいた。

●回答の理由キーワード（自由記述）

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	85	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

個人向けアンケート

アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランB（全体）

◇プランBの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	札幌グルメを満喫できる上に、アクティビティができ、食、運動、仕事と充実感も得られそうだから。
	家族と過ごせるプランであり、かなり魅力を感じる。
	仕事に行ってスキーが楽しめるなんて夢のようだから。
	北海道の美味しいグルメを思い切り堪能出来るのが非常に魅力的に感じた。また、アクティビティが充実しているので、体を動かす事もできて良いと思った。
	北の大地に身を置いているだけで幸福感に包まれる。
	グルメも楽しめるし、買い物もできて、スキー場も行けるとは最高すぎる。スノーボードをするので、こんなプランなら何もかも出来て嬉しすぎる。
	スキー、スノーボードが好きだが、関東から北海道へはなかなか行きづらい。仕事ついでに行けるのは魅力的。プランに組まれているとお得に感じる。
	スノーアクティビティを本格的に楽しむことは関東ではできない為。
	北海道といえばウィンタースポーツ。しかも、ナイターでスキーが出来るのは魅力的！
	スキーをした後に仕事をするという「メリハリのある仕事」の仕方は、効率が良いと思う。
魅力を感じる	テレワークなので、どこで仕事をして問題なく、美味しいご飯・観光ができる北海道は魅力的である。
	北海道の冬といえばやはりウィンタースポーツだと思うので、休暇の過ごし方のスノーアクティビティはとても魅力的。また、市内のスキー場を日替わりも良いが、少し遠出をしてニセコ・富良野・ルスツまでスキーをしに行っても良いと思う。冬の午後のフリー時間は、出来るだけ車は乗らず歩いたほうが良いと思ったので、公園で雪遊びや、散歩しながら中心部の観光地散策は、とても魅力的だと思う。
	北海道ならではのウィンタースポーツが大都市のすぐ近郊で行なうことができる、ほかの地域では経験することのできない魅力を感じる。
	テレワークの合間にスキーは少し疲れそう。
	家族や友人と一緒にならたのしめそう。1人の場合は少し持て余しそう。
	スノーアクティビティは荷物にもよる。オールレンタルなど謳ってあれば良いかもしれない。
	雪に関係するアクティビティは準備や片付けに時間を要するのでワーケーションには向いていない気がする。それ以外の点は魅力を感じる。
	仕事絡みで地方に赴いて、怪我をする可能性のあるスキーは出来ない。
スノーアクティビティは体力があるのでタイトなスケジュールだと余力がなくなりそう。	
どちらとも いえない	スキーは魅力的に感じるが、職場で制度化されていないので現実的ではない。
	仕事を兼ねて行く場合に、スキーをするのは体力的にきつい。仕事に影響がでる。
魅力を感じない	ウィンタースポーツは20代と30代前半まではすごく魅力的だったが、やはり体力の衰えであまり唆られない。そもそも1人で出張テレワークをイメージしていて、1人でアウトドアレジャーは気乗りしない。

Bプラン：「スキーやスノーボードが楽しめるから」「北海道の冬を満喫したい」などのキーワードが多い一方、「スノーアクティビティには興味がない」「寒い」といった真逆のキーワードも大変多く見受けられました。同様に、「仕事にメリハリがつきそう」「リフレッシュできて仕事をする気が高まる」といった記述がある反面、「怪我をしたくない」「一人では楽しめないと思う」「体力的にきつい」「仕事と観光を一緒にするメリットが分からない」「半日では落ち着いて仕事ができない」などのコメントも見受けられました。また、過去に北海道に居住していた方からの記述では、「さほど魅力的ではない」「目新しくはないと思う」といった記述も見受けられました。

個人向けアンケート

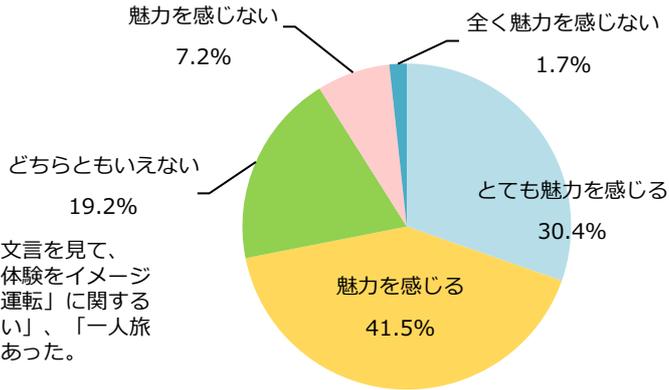
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランC（全体）

Q12. プランCについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	304
魅力を感じる	415
どちらともいえない	192
魅力を感じない	72
全く魅力を感じない	17
合計	1,000



「乗馬体験」や「ラフティング」といった文言を見て、全体的に動物とのふれあいや自然の中での体験をイメージした記述が多い傾向。「レンタカー」や「運転」に関する記述では、「運転すると（お酒を）飲めない」、「一人旅で車を運転するのは不安」といった記述もあった。

●回答の理由キーワード（自由記述）

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

個人向けアンケート

アンケート結果

個別のプランについて/プランC（全体）

■単純集計

◇プランCの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	温泉が好きなので、リラックスできる時間とレジャー施設も楽しめるので一石二鳥。
	定山溪や小樽といった郊外まで足を伸ばして、色々楽しめるのは魅力的。
	非日常の環境で仕事ができればすごく能率も上がりそうだし、夜に温泉に入れると考えると頑張れそう。通信環境が少し心配。
	札幌中心部と定山溪は移動時間が1時間ぐらいあるので、フリーの日は定山溪周辺で過ごせて時間のロスがない。休暇の日には定山溪を離れて自分の好きなことも出来るのでバランスも良い。
魅力を感じる	基本的には魅力的であるが、強調している果物狩りについて、プランA・Bよりは魅力が劣る。
	ゴルフ以外は興味がある。特に、乗馬やノースサファリなど、体験や動物との触れ合いがあるものに興味がある。
	一人旅だった場合にレンタカーに乗るのは少し勇気が必要かなと思う。（私自身が運転に慣れていない）
	自分では選択しないプランだから。
どちらともいえない	定山溪温泉は以前行った事がある。すこし鄙びた温泉街という雰囲気、余り楽しめる場所が無かったイメージです。
	テレワークできる仕事ではないので利用する機会がないと思う。
	ラフティングや乗馬など、日ごろ体験できないものをテレワーク後のフリー時間に行うのはヘビーに感じます。
	レンタカーでの移動は興味なし。
	レンタカーがないとどこにも行けなさそうで不便を感じる。レンタカーコミコミのプランだったら良いが、別で借りるとなると面倒臭そう。
	動物とのふれあいの魅力がわからない。
	夜に定山溪から札幌へ出て、食事だけしてまた戻るのは辛すぎる。
	レンタカー中心のプランがあまり惹かれない、お酒が飲めない。
	自然環境が良いところでのゴルフは魅力的だが、仕事をした日の午後温泉というのは魅力的ではない。休みの日に非日常感を味わえるのが温泉施設の良いところなので、混同したくない。
テレワークの日は終日テレワークをする必要があり、半日フリーというプランは組みにくい。	
魅力を感じない	免許がなく、レンタカーと言われた段階で選択から外れる。
	年齢層が高めのプランかな？ と思った。ハマる人にはハマるのではないのでしょうか。
	午後のフリー時間がアクティブすぎて、翌日のテレワークに支障をきたしそう。
	定山溪からわざわざ小樽には行かない。それならば小樽に泊まる。

Cプラン：ゴルフ場が近いこともあってか、「ゴルフ三昧出来そう」「自然環境の良いところでゴルフは魅力的」「などの記述がありました。A～Fプランの中でも「ゴルフ」の抽出数は2番目に多かったCプランですが、「ゴルフはしない・興味がない」といった記述もかなりありました。「レンタカー」や「運転」に関するコメントも多くありましたが、「車の運転も疲れるので電車で行ける範囲が良い」といった記述も目を弾きました。また、「アート作品」への興味や、「アイヌ文化に触れてみたい」などの記述もありました。

個人向けアンケート

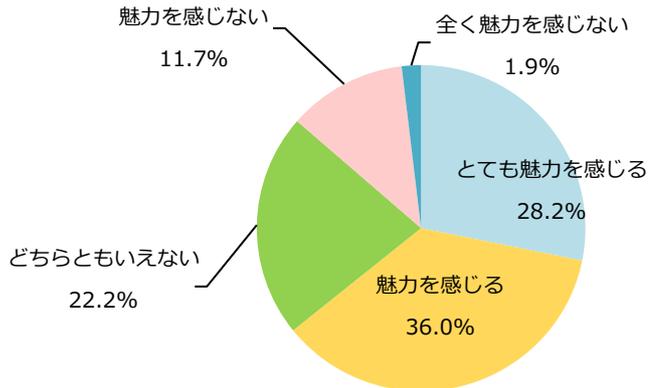
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランD（全体）

Q14.プランDについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	282
魅力を感じる	360
どちらともいえない	222
魅力を感じない	117
全く魅力を感じない	19
合計	1,000



「ジンギスカン」と「温泉」のワードがA～Fプランの中で最多だった。「温泉でリラックス」「雪と温泉」といった組み合わせの記述も多く見受けられた。画像にゴンドラが使用されているためか、「スキー」のワードも72件と数多く記載されていた。

●回答の理由キーワード（自由記述）

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

個人向けアンケート

アンケート結果

個別のプランについて/プランD（全体）

■単純集計

◇プランDの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	犬ぞりはなかなか体験できないので魅力的です。そして北海道の文化も感じ、ジンギスカンも味わえる魅力的なプラン。
	冬の温泉というイメージと、静かな環境でテレワークというメッセージに惹かれる。
	午後のフリー時間にできる、スノーアクティビティ（雪上乗馬・犬ぞり・かまくらジンギスカン）が想像以上のものでとても興味を引かれた！！一般の観光客が思いつかないアイデアのプランニングはとても魅力的です。
魅力を感じる	通信環境に若干の不安を感じた。
	定山溪は札幌都心から気軽に行ける。
	犬ぞりなどのアウトドアレジャーは、札幌市民も滅多に経験できないプランなので面白いと思う。
	広大な自然で乗馬ができるから
	交通量の多い札幌市内でレンタカーを運転したくない。
どちらともいえない	画像からは温泉の魅力を感じさせるが、札幌らしさを感じない。
	観光やレクリエーションは楽しそうだが、仕事に集中できそうには思えない。
	4日目の移動時に不足の事態があった場合は労働災害になるのでしょうか？
魅力を感じない	冬場に路線バスで移動やレンタカーでの雪道運転など、不慣れな点が気になる。
	レンタカーでの運転ありきのプランは魅力を感じない。
	温泉でゆっくりをメインにすればよいのに、付け足したようなアクティビティに魅力を感じない。冬の交通事情を反映していない時間感覚がおかしい。

Dプラン：「温泉」と「ジンギスカン」に関するワードが各プランの中で最も多く、北海道＝ジンギスカンという認知度の高さを感じました。「雪上乗馬や犬ぞりは期間限定でレアなので面白そう」など、季節感のあるアクティビティは注目度が高いようです。また、レンタカーに関しては、「仕事の後で取りに行くのは難しい」「免許を持っていることが前提なので利用できない」「冬道を運転しにくい」といった記述などもあり、「①レンタカー、②公共交通やピンポイント送迎の情報」ではなく、「①公共交通やピンポイント送迎の情報、②レンタカー」といったプレゼンテーションのほうが興味を引かれやすいのではと感じた。

個人向けアンケート

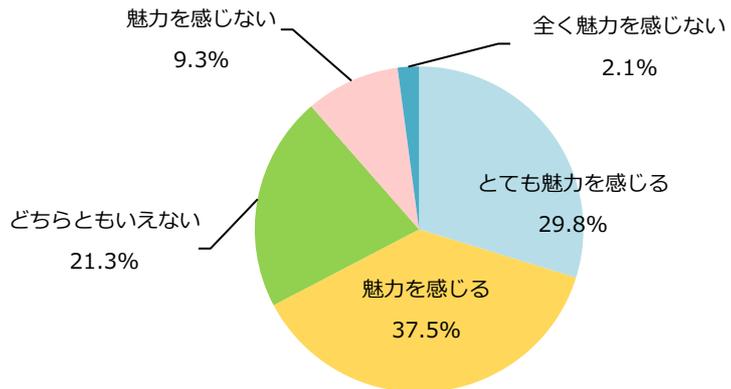
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランE（全体）

Q16.プランEについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	298
魅力を感じる	375
どちらともいえない	213
魅力を感じない	93
全く魅力を感じない	21
合計	1,000



「グルメ」「温泉」「観戦」「野球」「興味」のワードが目立った。「野球観戦」などプロスポーツ観戦については人により好みが別れるコンテンツだと思われる。

●回答の理由キーワード（自由記述）

食に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

観光に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

メンタル的な要素の強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

モチベーションの要素が強いワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

アクティビティに関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイヌ	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

チラシの内容に関するワード						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

その他						
	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

個人向けアンケート

アンケート結果

個別のプランについて/プランE（全体）

■単純集計

◇プランEの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	野球好きには魅力的以外何ものでもない。
	札幌でテレワークした後、休暇で観光しながら定山溪温泉に行くの一番ベストなテレワークだと思う。札幌市内3泊、定山溪温泉1泊、私はこのプランが今のところ一番魅力的だと思う。
	都心が近いことも良いし、移動があってマンネリ化しなさそう。距離にもよるが荷物を持つての移動が億劫になりそう。
	1.2.3日目が札幌中心部で、4日目に自然を感じる定山溪のプラン、北海道の良いところがまるっとわかって魅力を感じる。
	避暑地で、グルメショッピングも出来、自然も近くにあるという事でまさに理想的な環境だと思う。
	北海道の美味しい食べ物を色々堪能出来るのは魅力的だなと感じた。グルメだけではなく、ラフティングやフルーツなど自然を楽しめるのも良いなと感じた。
魅力を感じる	札幌市内の観光は凄くそそられる。が、僻地の定山溪に行かなくても他の観光にどちらかと言えば行きたい。
どちらともいえない	スポーツ観戦はいつでも出来る。
	5日目の移動時に不足の事故があったら労働災害は適用されるのでしょうか？
魅力を感じない	どうせ行くなら観光だけで行きたい。
	非日常を味わいたいのであって、日常の延長線としてのプランではリフレッシュできない。

Eプラン：A～Fのプランの中で、過ごし方例のイメージ写真に関する記述が一番多いプランだった。スタジアムの画像から「観戦」「野球」のワード既出が最多でした。また、「暮らすように過ごす」イメージは写真からだと言わりづらい。「夜景はパートナーがいないとつまらないかも」「夏の酷暑を脱出というコピーは首都圏の人には響く」といった記述も見られました。また、「温泉」のワードも既出数が高く、「札幌中心部エリアでの仕事と、休暇時の温泉というのはバランスの良い流れ」「最終日に温泉は良い」のように、スケジュールのバランスが良いという評価が高いプランであった。

個人向けアンケート

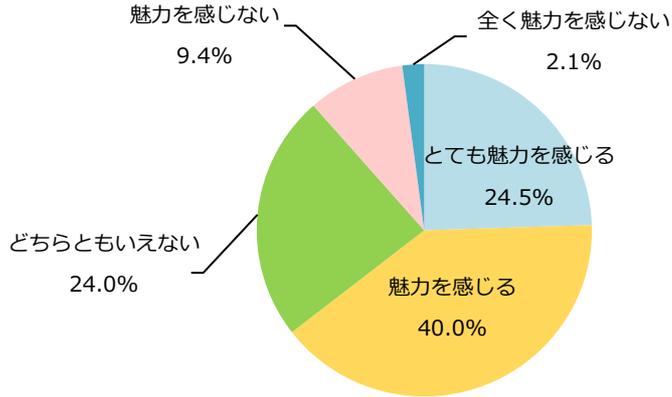
アンケート結果

■単純集計

個別のプランについて/プランF（全体）

Q18. プランFについて、どの程度魅力を感じましたか。

とても魅力を感じる	245
魅力を感じる	400
どちらともいえない	240
魅力を感じない	94
全く魅力を感じない	21
合計	1,000



「グルメ」のワードが2番目に多く、「ワイナリー」や「ウィンタークシー」、そして、「ゴルフ」のワードも多かった。一方、「周辺都市」がどこなのかイメージ出来ない人は「移動」や「宿泊」にやや不便な印象を持った人もいた。

●回答の理由キーワード（自由記述）

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
グルメ	181	83	6	11	96	112
食事	19	9	3	4	8	8
美味	23	13	3	3	4	19
飲食	4	0	0	0	1	1
飯	3	2	0	0	4	3
カレー	2	0	0	0	3	2
ジンギスカン	5	2	0	59	2	2
ワイン	0	0	0	1	0	41

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
アクティビティ	2	91	9	19	9	3
温泉	69	14	186	241	95	4
観戦	21	1	0	0	131	1
野球	7	0	0	0	85	0
サッカー	4	0	0	0	16	0
スキー	0	208	1	72	0	0
スノーボード	0	9	0	1	0	0
ゴルフ	19	1	63	1	1	91
雪	0	43	0	48	0	0
ショッピング	9	1	0	1	12	21
アイス	0	0	5	10	0	0
アート	0	1	5	0	0	0
ワイナリー	0	0	0	0	0	43

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
観光	112	23	64	26	48	65
見所	3	0	1	1	1	1
夜景	13	17	0	0	33	9
景観	4	1	9	1	3	1
自然	49	15	110	27	30	37
景色	5	8	9	11	5	3

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
フリー	50	16	12	10	12	12
プラン	25	22	34	30	44	40
4日	7	1	2	2	2	3
自由	16	5	6	2	2	3
休日	9	4	0	3	4	4
余暇	5	4	1	1	3	1
休暇	43	17	13	7	13	23
内容	12	7	10	10	7	4
移動	12	3	19	14	10	26
イメージ	9	8	6	4	6	2

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
リフレッシュ	18	5	13	5	7	5
リラックス	6	0	21	18	4	2
息抜	4	3	1	1	1	2
気分転換	4	3	2	1	1	2
癒	2	0	16	6	1	1
快適	2	0	2	0	0	1
安心	3	1	3	1	2	2
満喫	44	22	31	19	33	40

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
寒い	1	22	0	16	0	0
コロナ	2	2	2	2	2	2
興味	22	77	41	46	68	56

	プランA	プランB	プランC	プランD	プランE	プランF
両立	10	4	2	2	1	3
メリハリ	8	3	1	1	2	2
テレワーク	15	10	14	21	10	8
オンオフ	3	0	0	3	2	2

個人向けアンケート

アンケート結果

個別のプランについて/プランF（全体）

■単純集計

◇プランEの自由記述より特筆すべきコメント

とても魅力を感じる	グルメと自然を満喫でき、お酒も好きなのでワインタクシーが魅力的。
	世界文化遺産を見学出来るのは良いと思った。
	ワーケーションが利用出来るのは、このプランが一番コンパクトに纏まっていて動きやすいのでは？ お金はかかりそうだが、ワインタクシーでワイナリー巡りは魅力を感じる。千歳市や恵庭市なら電車も使えて便利。
魅力を感じる	休暇の過ごし方は魅力的！ ファームレストラン、ワインタクシー等珍しいので、絶対行きたいと思わせられる！
	周辺都市も観光できるメリットがある一方で、周辺都市に移動する分、自由時間が減ってしまう欠点がある。
	札幌周辺は、車で短時間でワイナリーや千歳周辺のゴルフ場にも行けるので、プラン的には面白いと思う。
	札幌グルメ、ワイナリーを堪能したい。移動時間が長そうな点が難点。
どちらともいえない	周辺都市がどこかによる（観光名所があるかどうかなど）。
	観光やレクリエーションは楽しそうで魅力を覚えるが、仕事に集中できそうに思えない。オンオフが難しそうに感じる。
	2泊するなら別の都市に1泊する
	観光内容まで決められたくない。
	個人的に求めているプランとは離れていた。
	札幌を離れることに魅力を感じない
魅力を感じない	コンセプトはいいが、宿泊先を変えて移動する手間がマイナス。
	ゴルフをしないのと、北海道に来てまでショッピングはしないので魅力を感じない。

Fプラン：プランA～Fの中で、「普通」「無難」というワードが最も多いプランだった。「札幌に行くのは魅力的ではあるものの、仕事を持って行くまでのプランではない」「札幌は出身地のため、自分でコーディネートできる」といった記述もあり、北海道内・北海道外の両方に向けて同一のアプローチは一考の余地ありと感じました。また、「ワイン」「ワイナリー」の既出回数もさることながら、「ワインタクシーに興味がある」という記述も多く、「ピンポイントで連れていってもらえる移動のほうが嬉しい」といった意見もあった。また、周辺都市へ周遊することを魅力的と感じる人と、移動や現地での宿泊などにあまりメリットを感じないという人に意見に分かれた。

個人向けアンケート

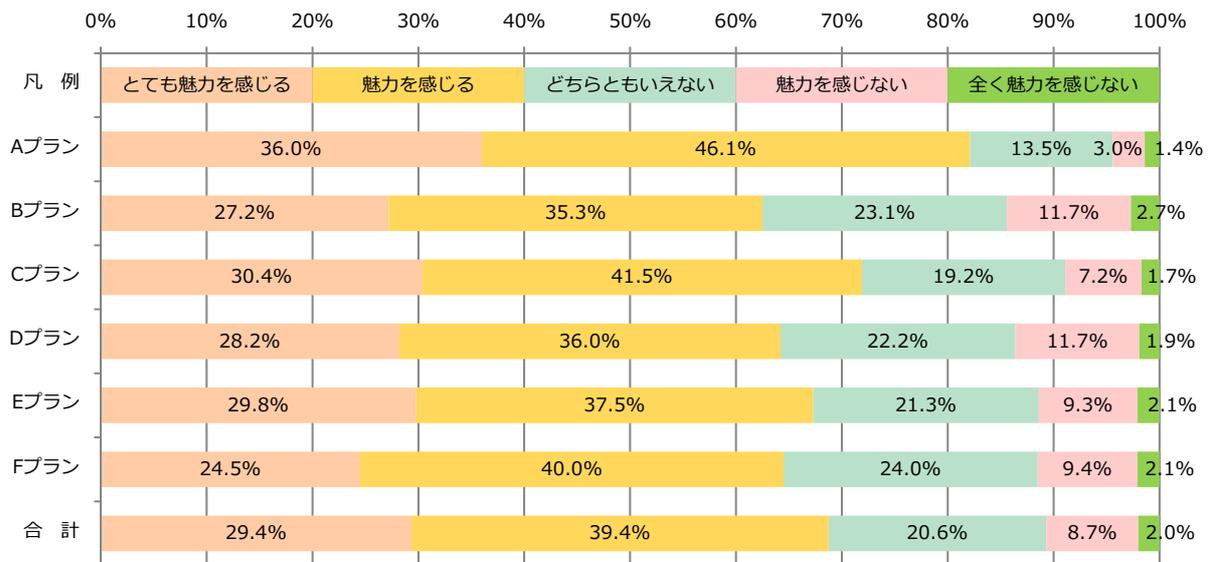
アンケート結果

全プラン比較（全体）

■Q8～Q18まとめ（偶数番号のみ） プランA～Fについて、どの程度魅力を感じましたか。

【全体】

プラン名	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらとも いえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	合計
Aプラン	360	461	135	30	14	1,000
Bプラン	272	353	231	117	27	1,000
Cプラン	304	415	192	72	17	1,000
Dプラン	282	360	222	117	19	1,000
Eプラン	298	375	213	93	21	1,000
Fプラン	245	400	240	94	21	1,000
合計	1,761	2,364	1,233	523	119	6,000



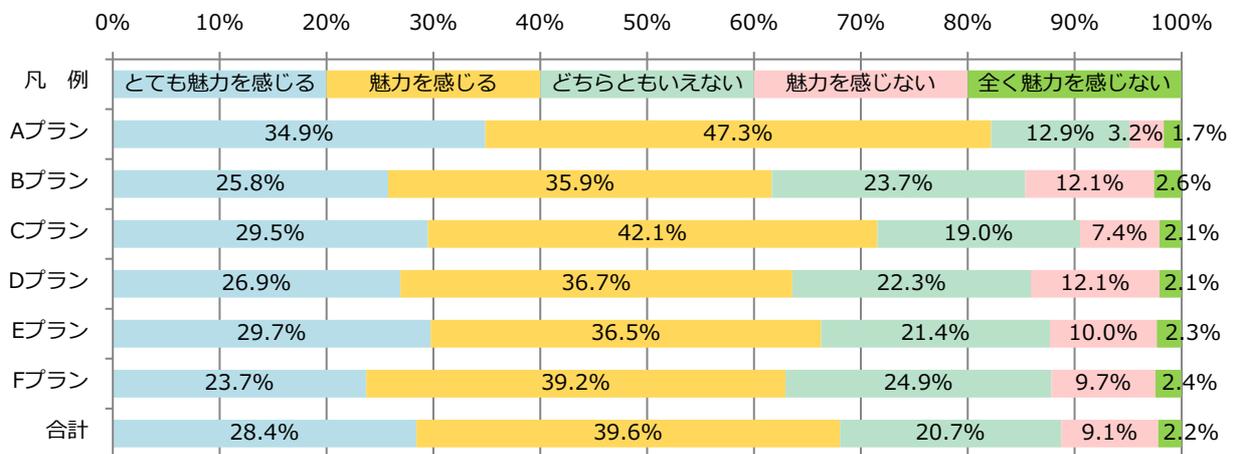
個人向けアンケート

アンケート結果

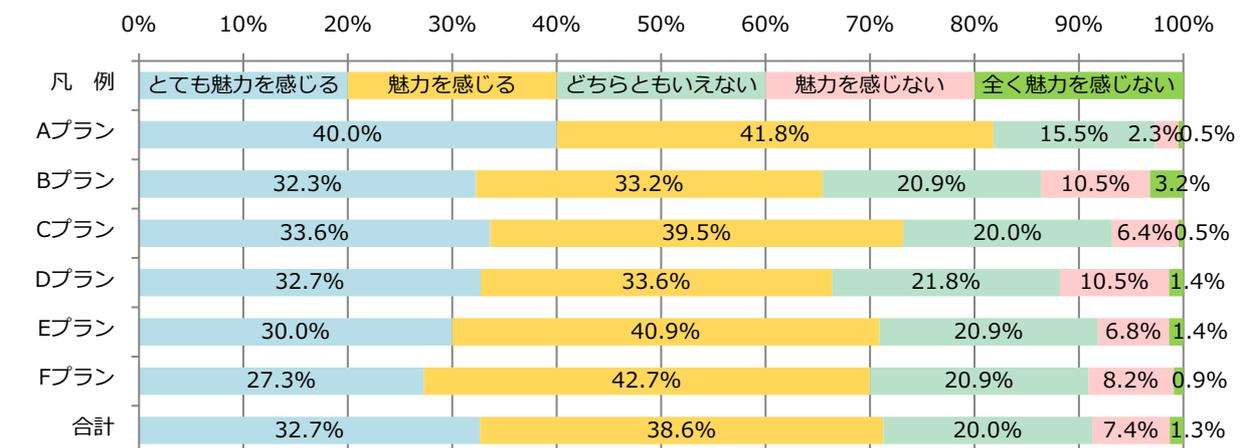
全プラン比較（男女別）

【性別】

プラン名	男性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	272	369	101	25	13	780
Bプラン	201	280	185	94	20	780
Cプラン	230	328	148	58	16	780
Dプラン	210	286	174	94	16	780
Eプラン	232	285	167	78	18	780
Fプラン	185	306	194	76	19	780
合計	1330	1854	969	425	102	4,680



プラン名	女性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	88	92	34	5	1	220
Bプラン	71	73	46	23	7	220
Cプラン	74	87	44	14	1	220
Dプラン	72	74	48	23	3	220
Eプラン	66	90	46	15	3	220
Fプラン	60	94	46	18	2	220
合計	431	510	264	98	17	1,320



個人向けアンケート

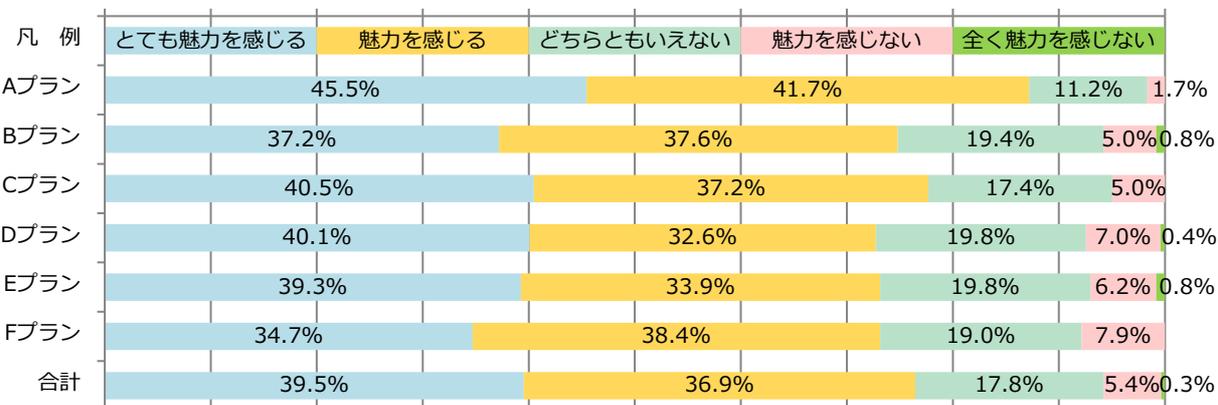
アンケート結果

全プラン比較 (年代別)

【年代】

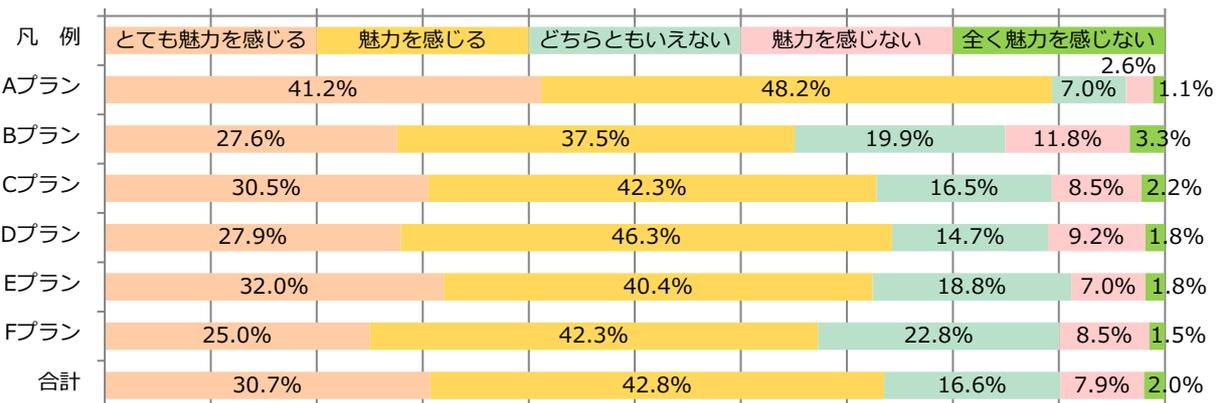
プラン名	20代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	110	101	27	4	0	242
Bプラン	90	91	47	12	2	242
Cプラン	98	90	42	12	0	242
Dプラン	97	79	48	17	1	242
Eプラン	95	82	48	15	2	242
Fプラン	84	93	46	19	0	242
合計	574	536	258	79	5	1,452

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



プラン名	30代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	112	131	19	7	3	272
Bプラン	75	102	54	32	9	272
Cプラン	83	115	45	23	6	272
Dプラン	76	126	40	25	5	272
Eプラン	87	110	51	19	5	272
Fプラン	68	115	62	23	4	272
合計	501	699	271	129	32	1,632

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



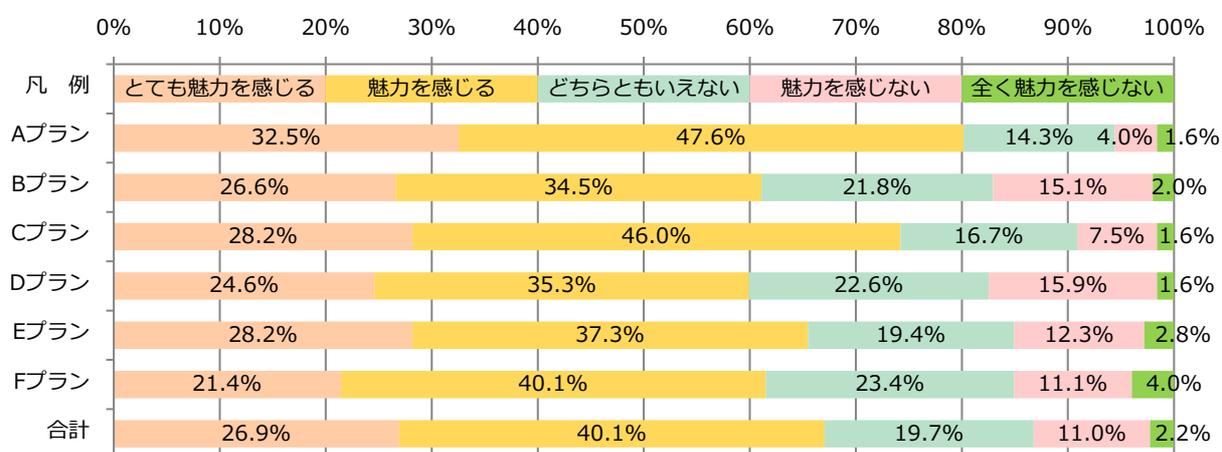
個人向けアンケート

アンケート結果

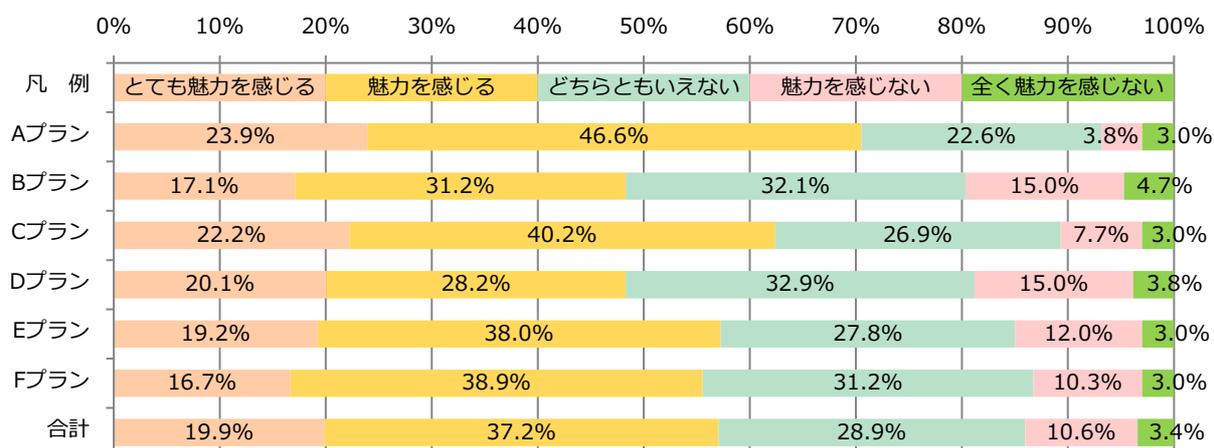
全プラン比較（年代別）

【年代】

プラン名	40代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらとも いえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	82	120	36	10	4	252
Bプラン	67	87	55	38	5	252
Cプラン	71	116	42	19	4	252
Dプラン	62	89	57	40	4	252
Eプラン	71	94	49	31	7	252
Fプラン	54	101	59	28	10	252
合計	407	607	298	166	34	1,512



プラン名	50代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらとも いえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	56	109	53	9	7	234
Bプラン	40	73	75	35	11	234
Cプラン	52	94	63	18	7	234
Dプラン	47	66	77	35	9	234
Eプラン	45	89	65	28	7	234
Fプラン	39	91	73	24	7	234
合計	279	522	406	149	48	1,404



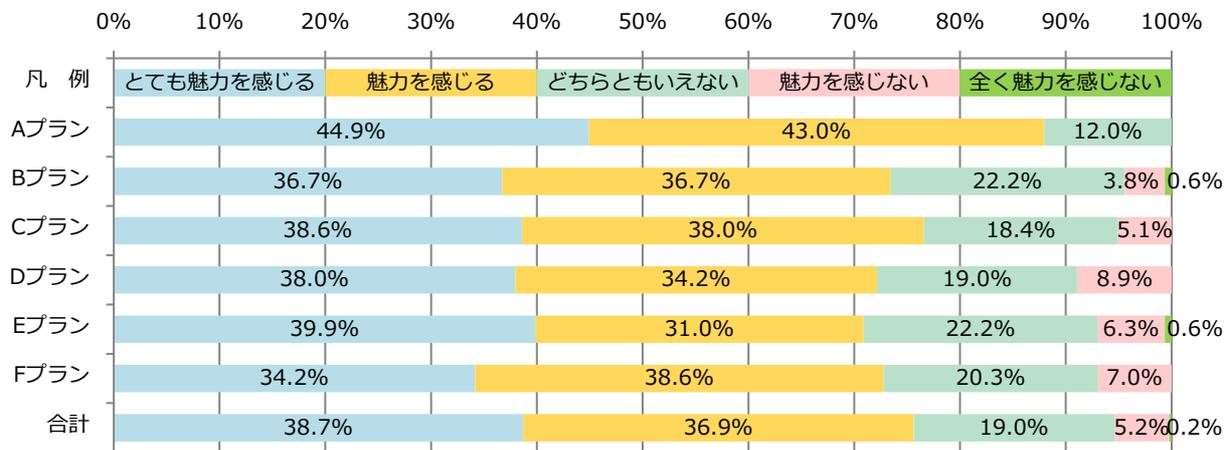
個人向けアンケート

アンケート結果

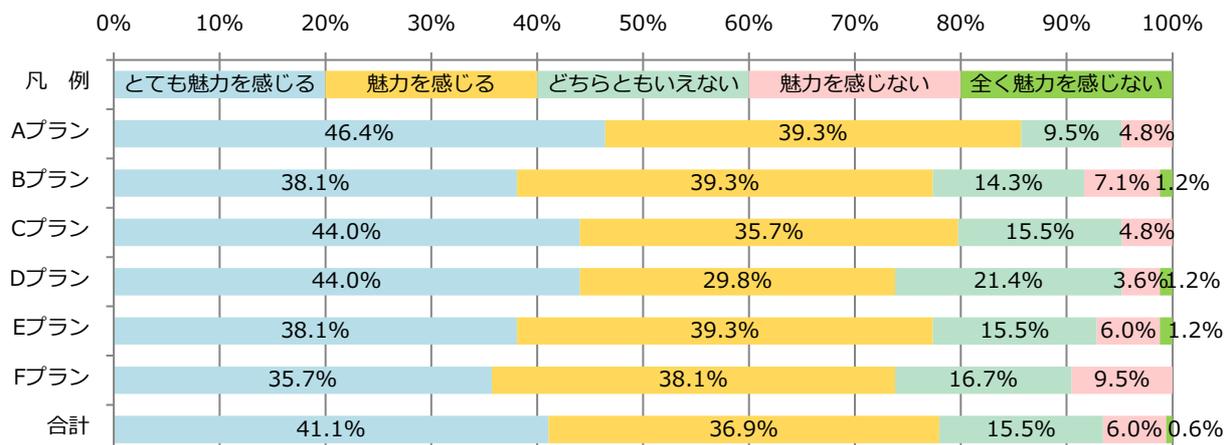
全プラン比較（男女&年代別）

【性年代】

プラン名	男性 20代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	71	68	19	0	0	158
Bプラン	58	58	35	6	1	158
Cプラン	61	60	29	8	0	158
Dプラン	60	54	30	14	0	158
Eプラン	63	49	35	10	1	158
Fプラン	54	61	32	11	0	158
合計	367	350	180	49	2	948



プラン名	女性 20代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	39	33	8	4	0	84
Bプラン	32	33	12	6	1	84
Cプラン	37	30	13	4	0	84
Dプラン	37	25	18	3	1	84
Eプラン	32	33	13	5	1	84
Fプラン	30	32	14	8	0	84
合計	207	186	78	30	3	504

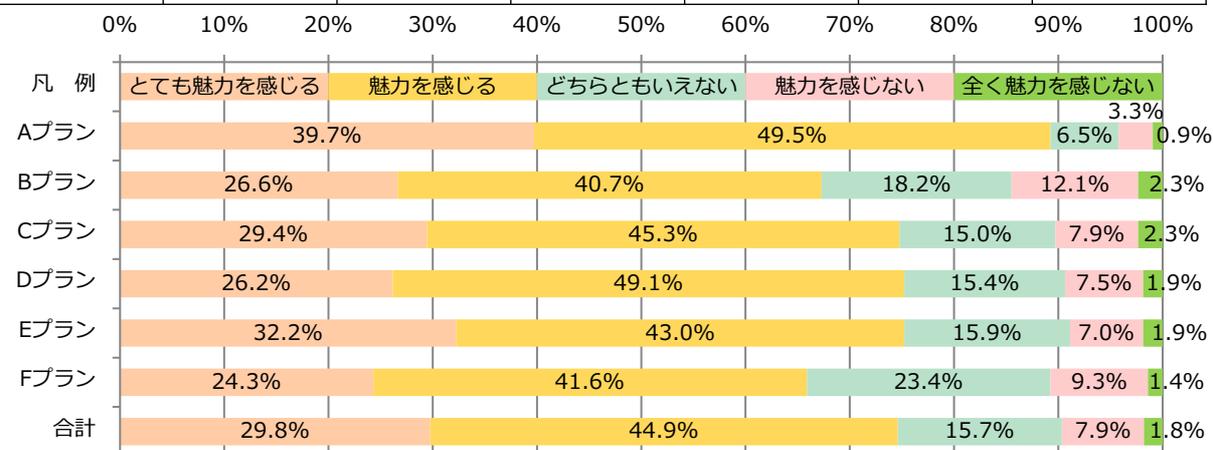


個人向けアンケート

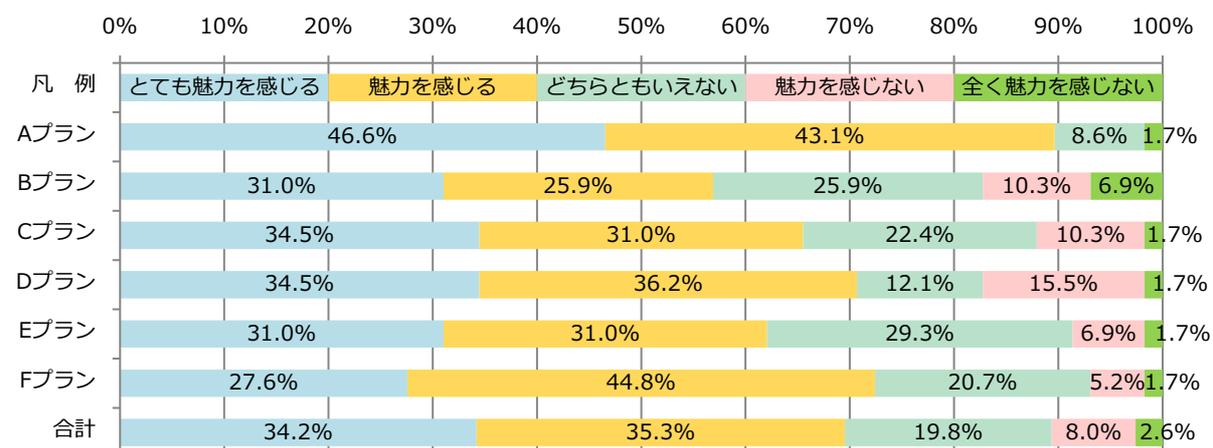
アンケート結果

全プラン比較（男女&年代別）

プラン名	男性 30代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	85	106	14	7	2	214
Bプラン	57	87	39	26	5	214
Cプラン	63	97	32	17	5	214
Dプラン	56	105	33	16	4	214
Eプラン	69	92	34	15	4	214
Fプラン	52	89	50	20	3	214
合計	382	576	202	101	23	1,284



プラン名	女性 30代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	27	25	5	0	1	58
Bプラン	18	15	15	6	4	58
Cプラン	20	18	13	6	1	58
Dプラン	20	21	7	9	1	58
Eプラン	18	18	17	4	1	58
Fプラン	16	26	12	3	1	58
合計	119	123	69	28	9	348

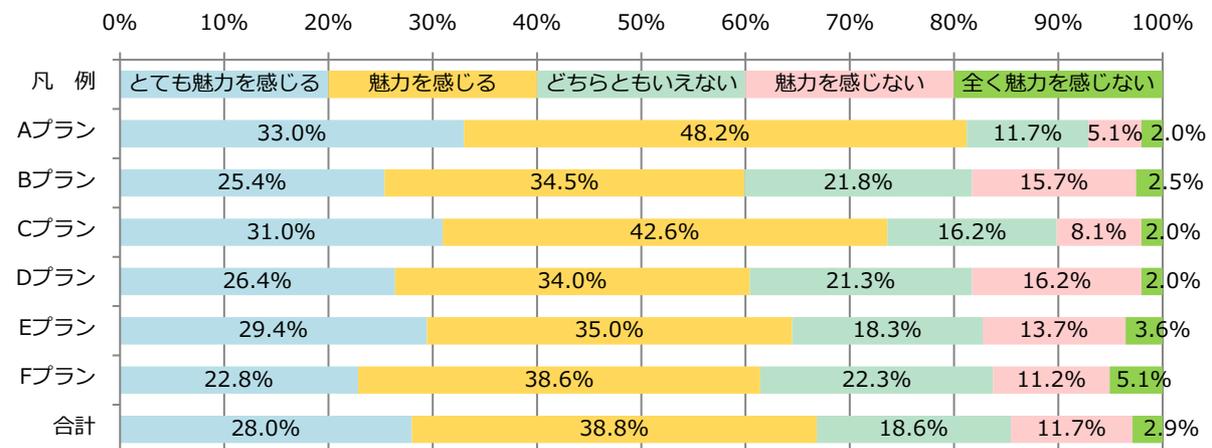


個人向けアンケート

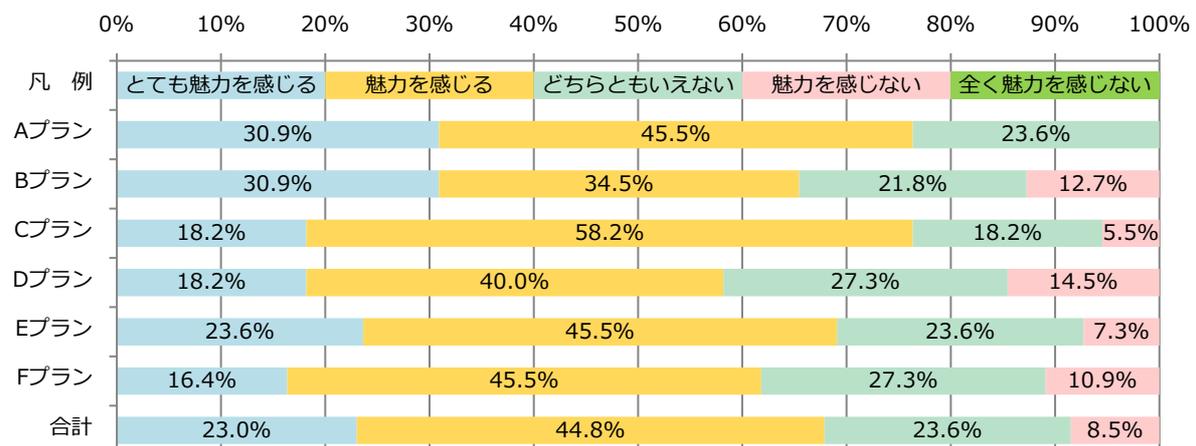
アンケート結果

全プラン比較（男女&年代別）

プラン名	男性 40代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	65	95	23	10	4	197
Bプラン	50	68	43	31	5	197
Cプラン	61	84	32	16	4	197
Dプラン	52	67	42	32	4	197
Eプラン	58	69	36	27	7	197
Fプラン	45	76	44	22	10	197
合計	331	459	220	138	34	1,182



プラン名	女性 40代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	17	25	13	0	0	55
Bプラン	17	19	12	7	0	55
Cプラン	10	32	10	3	0	55
Dプラン	10	22	15	8	0	55
Eプラン	13	25	13	4	0	55
Fプラン	9	25	15	6	0	55
合計	76	148	78	28	0	330

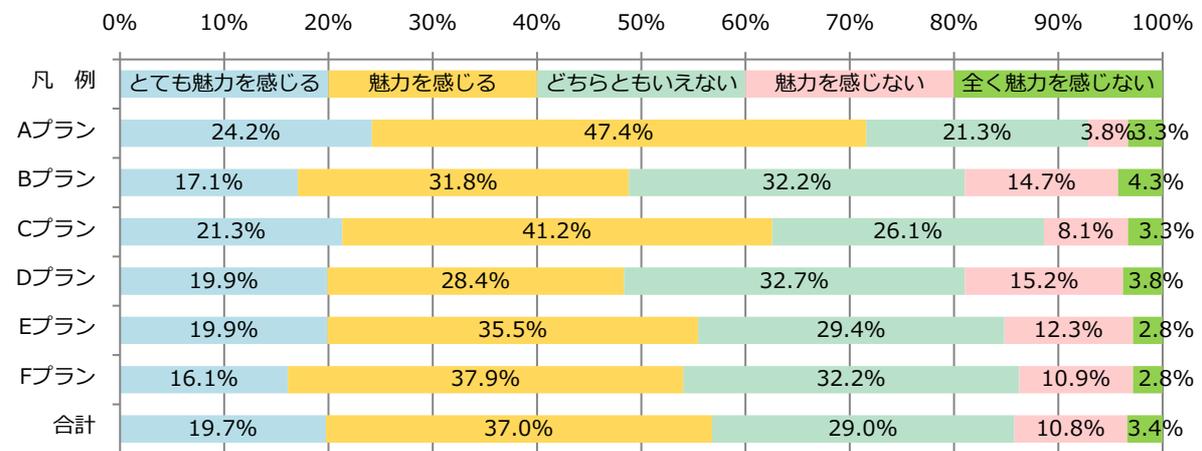


個人向けアンケート

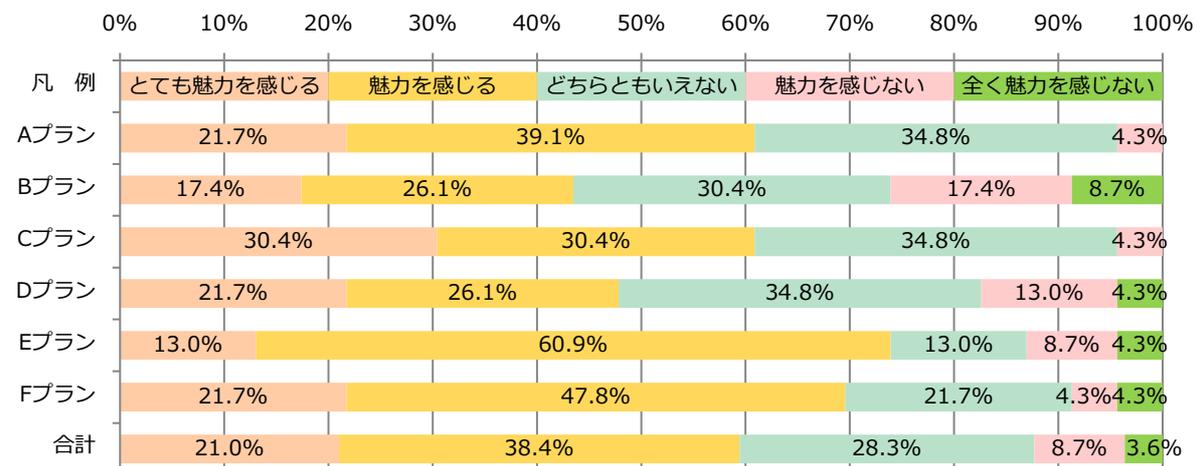
アンケート結果

全プラン比較（男女&年代別）

プラン名	男性 50代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	51	100	45	8	7	211
Bプラン	36	67	68	31	9	211
Cプラン	45	87	55	17	7	211
Dプラン	42	60	69	32	8	211
Eプラン	42	75	62	26	6	211
Fプラン	34	80	68	23	6	211
合計	250	469	367	137	43	1,266



プラン名	女性 50代					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	5	9	8	1	0	23
Bプラン	4	6	7	4	2	23
Cプラン	7	7	8	1	0	23
Dプラン	5	6	8	3	1	23
Eプラン	3	14	3	2	1	23
Fプラン	5	11	5	1	1	23
合計	29	53	39	12	5	138



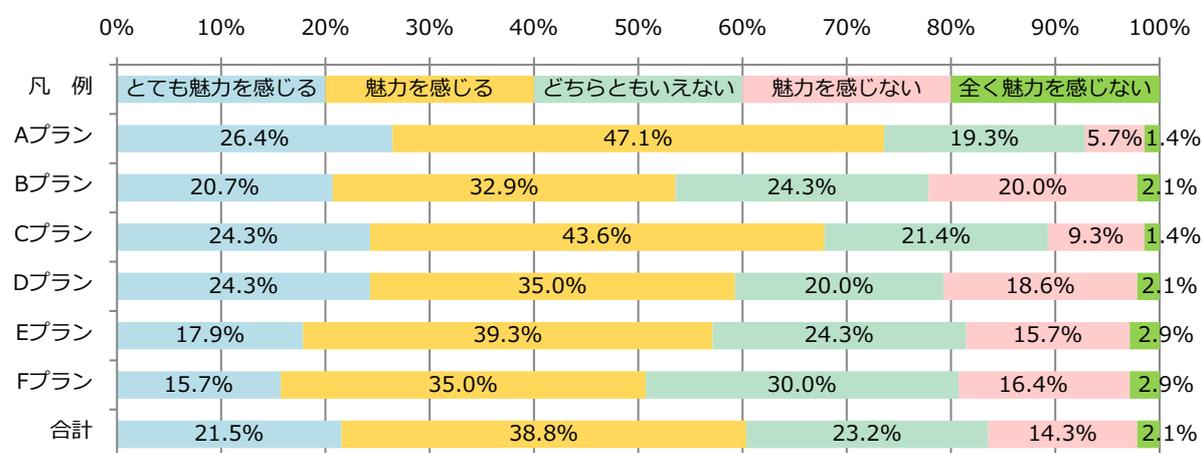
個人向けアンケート

アンケート結果

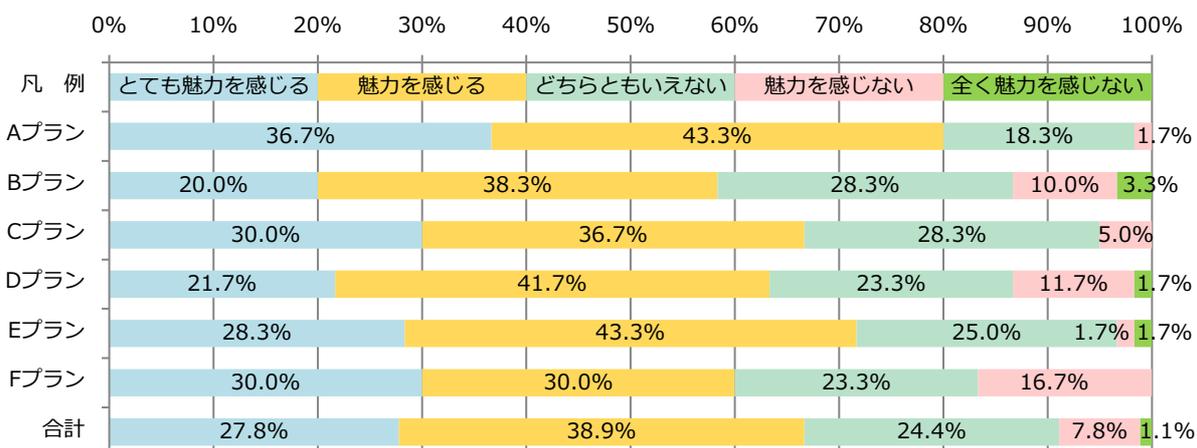
全プラン比較（道内・道外別）

【居住地】

プラン名	北海道/男性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	37	66	27	8	2	140
Bプラン	29	46	34	28	3	140
Cプラン	34	61	30	13	2	140
Dプラン	34	49	28	26	3	140
Eプラン	25	55	34	22	4	140
Fプラン	22	49	42	23	4	140
合計	181	326	195	120	18	840



プラン名	北海道/女性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	22	26	11	1	0	60
Bプラン	12	23	17	6	2	60
Cプラン	18	22	17	3	0	60
Dプラン	13	25	14	7	1	60
Eプラン	17	26	15	1	1	60
Fプラン	18	18	14	10	0	60
合計	100	140	88	28	4	360

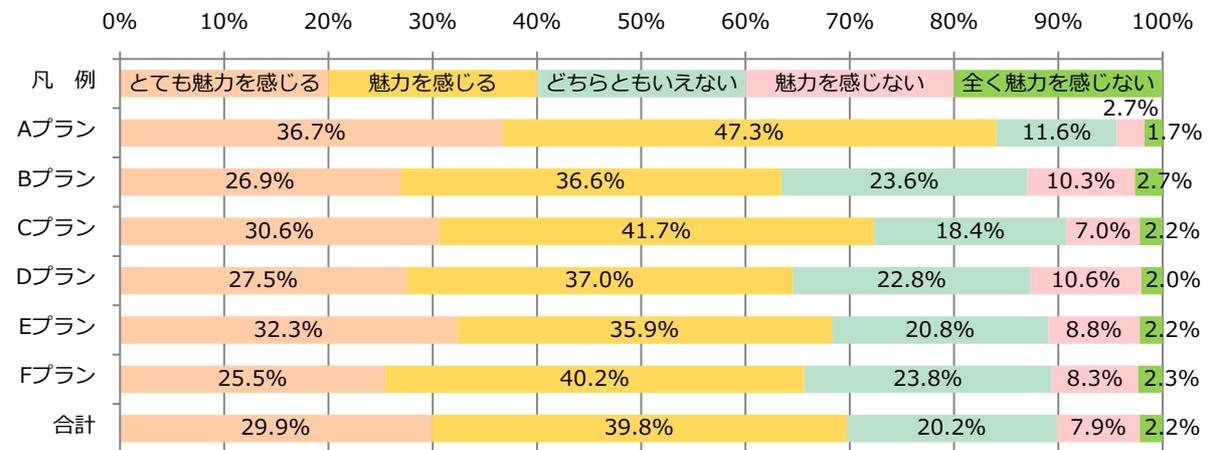


個人向けアンケート

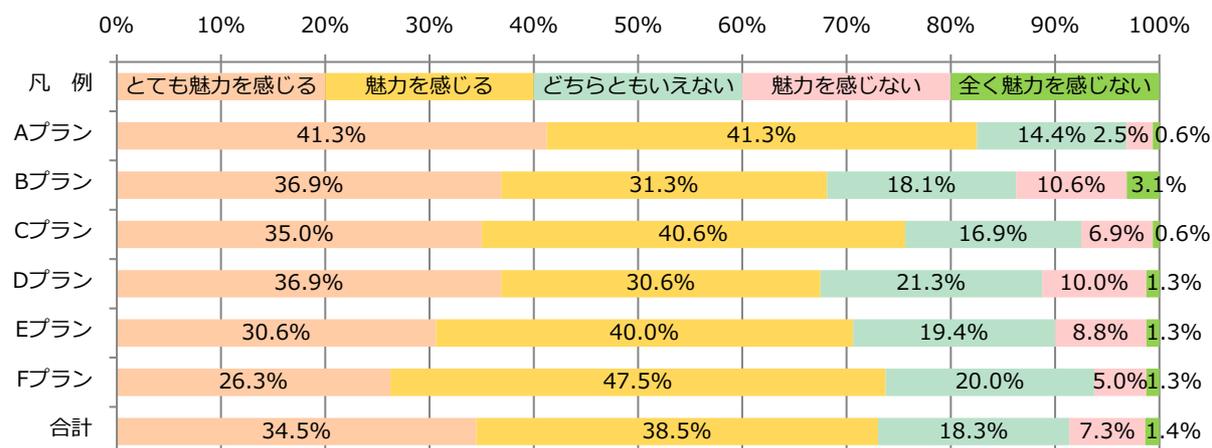
アンケート結果

全プラン比較（道内・道外別）

プラン名	北海道以外/男性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	235	303	74	17	11	640
Bプラン	172	234	151	66	17	640
Cプラン	196	267	118	45	14	640
Dプラン	176	237	146	68	13	640
Eプラン	207	230	133	56	14	640
Fプラン	163	257	152	53	15	640
合計	1,149	1,528	774	305	84	3,840



プラン名	北海道以外/女性					合計
	とても魅力を感じる	魅力を感じる	どちらともいえない	魅力を感じない	全く魅力を感じない	
Aプラン	66	66	23	4	1	160
Bプラン	59	50	29	17	5	160
Cプラン	56	65	27	11	1	160
Dプラン	59	49	34	16	2	160
Eプラン	49	64	31	14	2	160
Fプラン	42	76	32	8	2	160
合計	331	370	176	70	13	960



個人向けアンケート

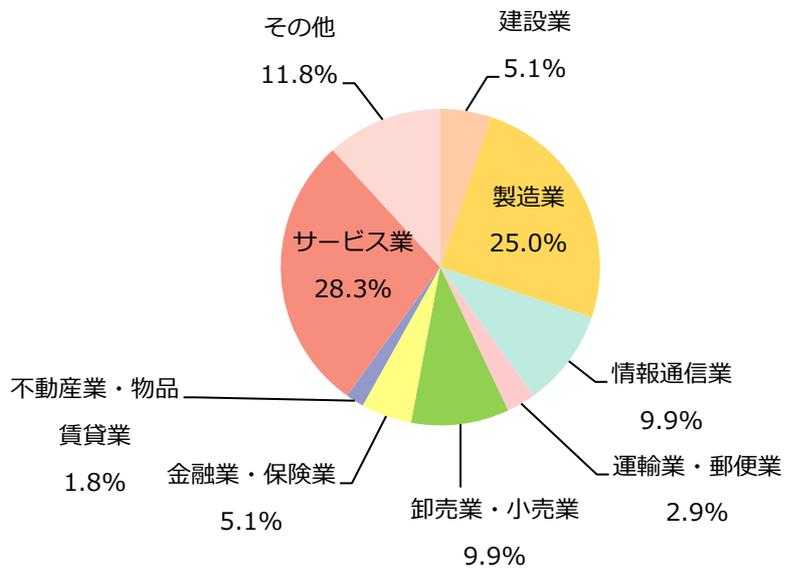
アンケート結果

ワーケーション等に最も意欲的な世代である、30代について、業種別傾向を整理した。

30代の業種内訳

サービス業が最も多く、次いで、製造業が多い。

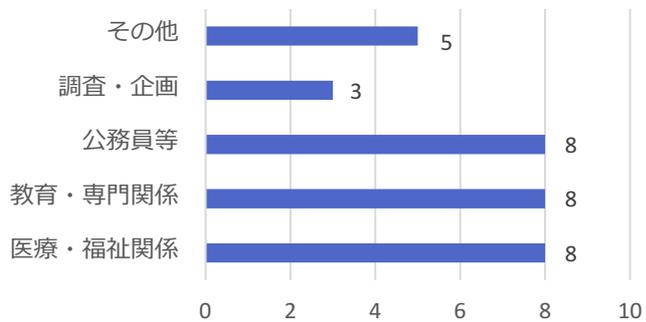
業種 (30代)	合計
建設業	14
製造業	68
情報通信業	27
運輸業・郵便業	8
卸売業・小売業	27
金融業・保険業	14
不動産業・物品賃貸業	5
サービス業	77
その他	32
合計	272



「その他」とした32名の自由記述を基にさらに業種を分類した

その他 (記述内訳/30代)	合計
医療・福祉関係	8
教育・専門関係	8
公務員等	8
調査・企画	3
その他	5
合計	32

「その他」の内訳



個人向けアンケート

アンケート結果

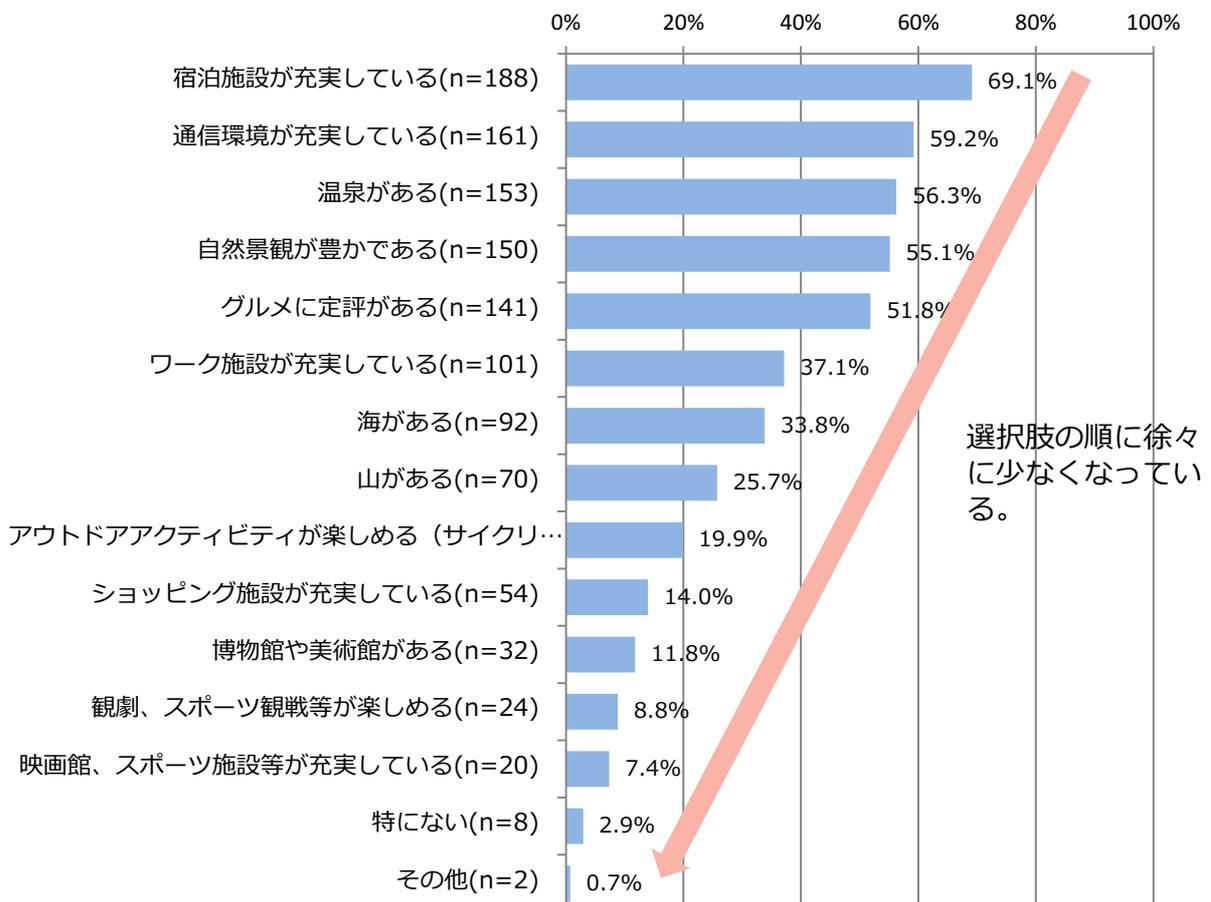
訪問先の条件 (30代全体)

■Q6.どのようなものがあるとワーケーション・ブレイジャー（ブリージャー）訪問先として選びたいですか。該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【30代／全体】

選択項目	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	自然景観が豊かである	グルメに定評がある	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	アウトドアアクティビティが楽しめる（サイクリング、ラフティング、スキー等）	ショッピング施設が充実している	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特にない	その他	合計
合計	188	161	153	150	141	101	92	70	54	38	32	24	20	8	2	1,234

全体：30代全体では「宿泊施設」にこだわる人が最も多く、「通信環境」「温泉がある」「自然景観が豊かである」と続く。

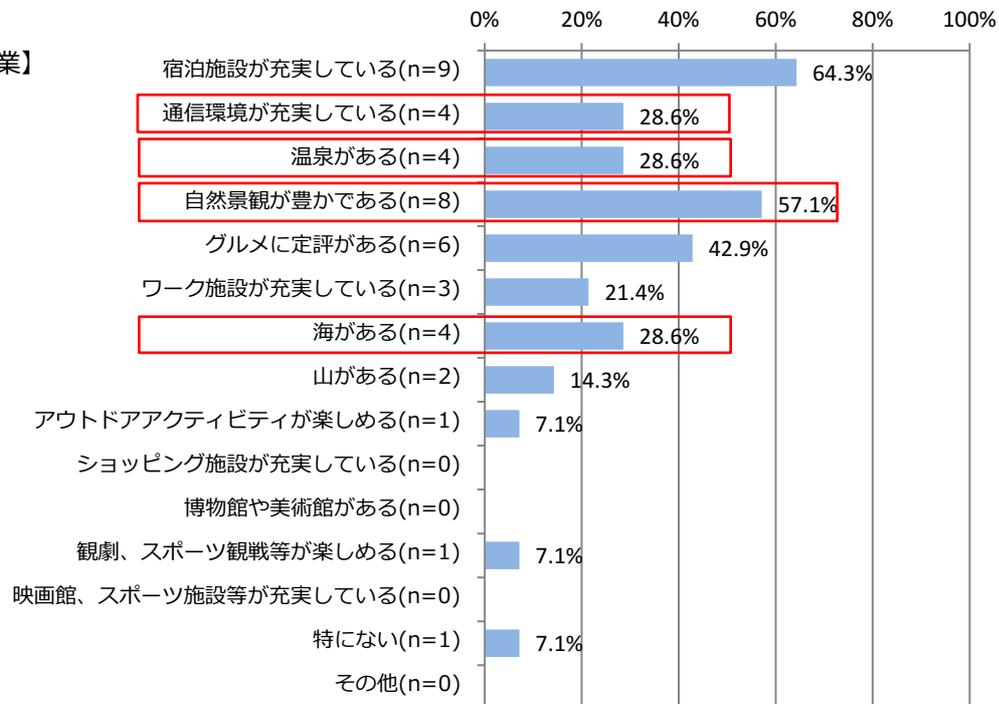


個人向けアンケート

アンケート結果

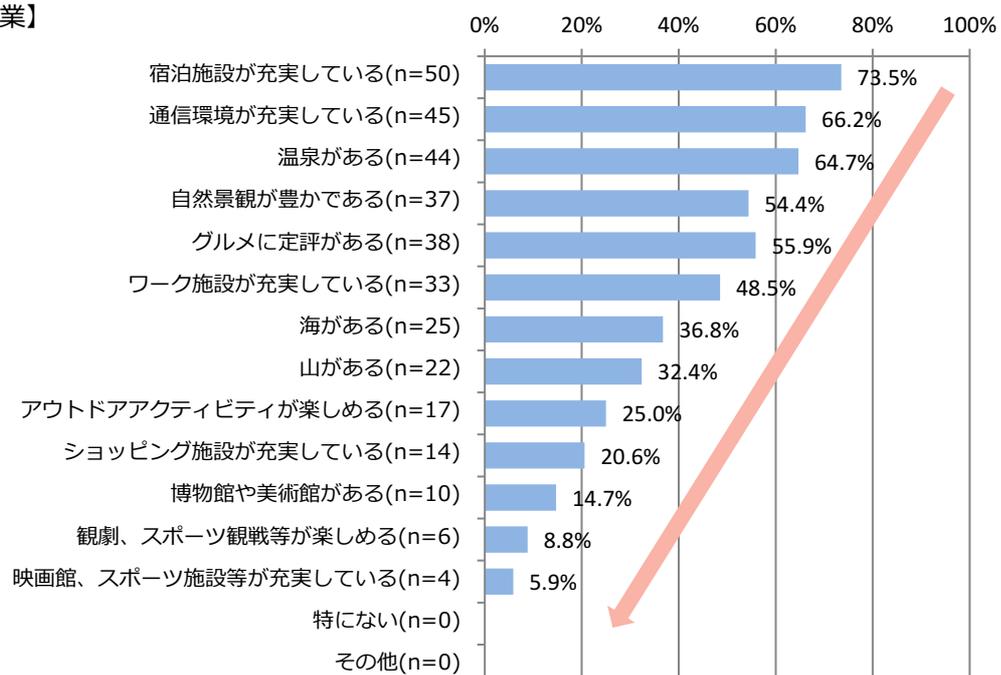
訪問先の条件（30代業種別）

【30代／建設業】



建設業：「通信環境」「温泉がある」にはあまりこだわらない。一方で、「自然景観」「海がある」がやや多い。また、「ショッピング」「博物館・美術館」「観劇・スポーツ観戦」に興味の薄い傾向。

【30代／製造業】



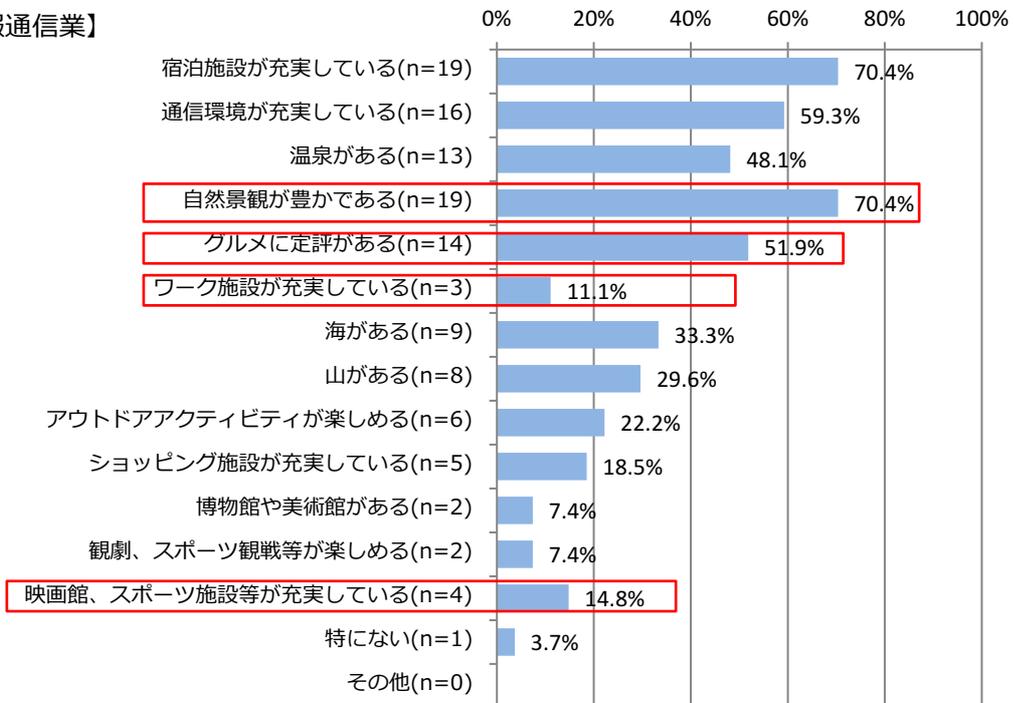
製造業：30代全体の傾向とほぼ同じ。

個人向けアンケート

アンケート結果

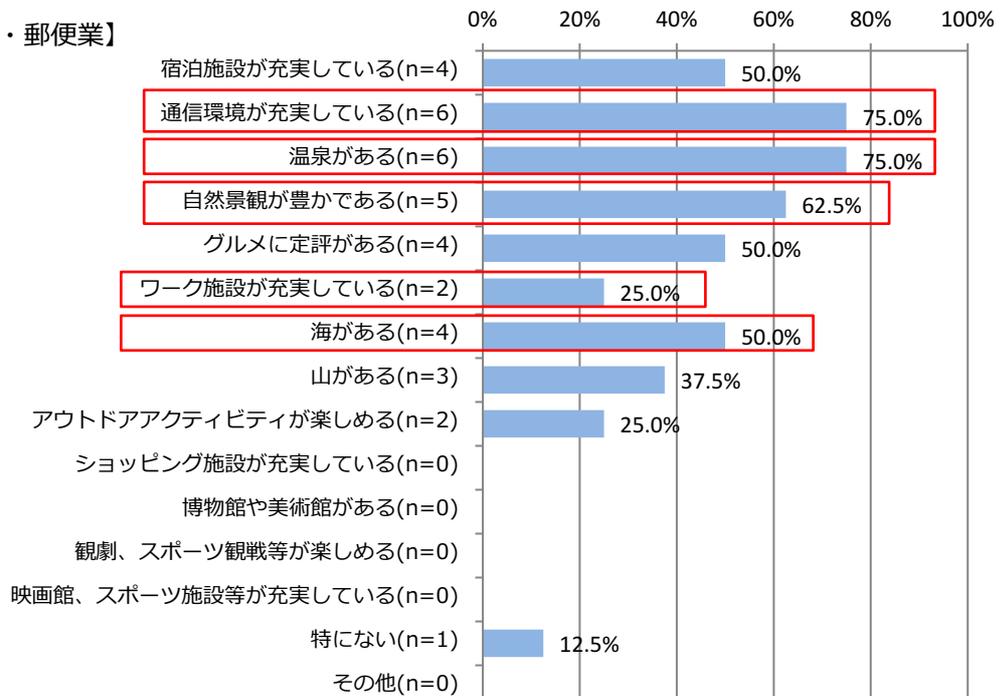
訪問先の条件（30代業種別）

【30代／情報通信業】



情報通信業：「自然景観」「グルメ」が多い一方、「ワーク施設の充実」への興味が薄い。すでにテレワークに慣れている為、場所を選ぶことなく仕事ができる人が多いと推測できる。「映画館・スポーツ施設」を求める人の割合が他業種に比べ多い。

【30代／運輸業・郵便業】

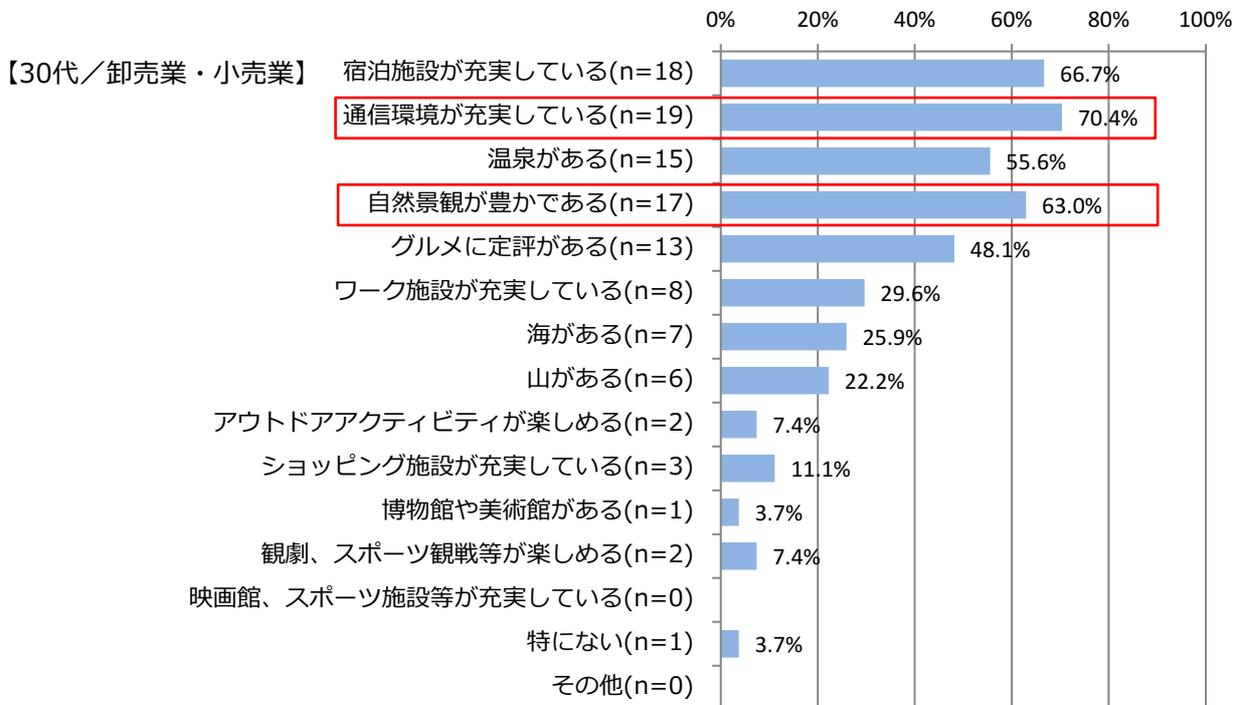


運輸業・郵便業：「宿泊施設」よりも「通信環境」「温泉」にこだわる人の割合が非常に多く、「自然景観」や「グルメ」「海がある」にも興味のある人が多い。「ワーク施設」にはあまりこだわらない傾向。「ショッピング」「博物館・美術館」など、町場での楽しみよりも、「自然景観」を好む傾向。

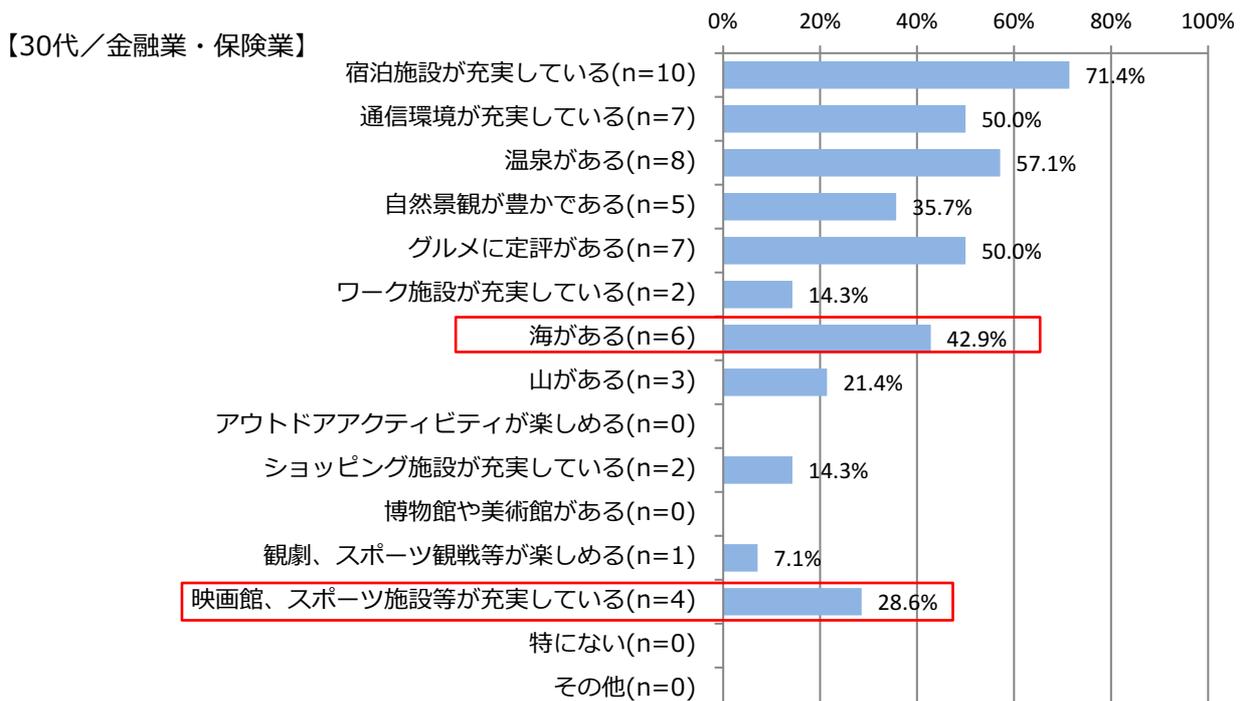
個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（30代業種別）



卸売業・小売業：30代全体の傾向とほぼ同じですが、「通信環境の充実」「自然景観が豊か」にややこだわりの強い傾向があるが、一方で、「海」「山」「アウトドアアクティブ」への興味が薄く、体を動かすような場所・アクティビティには消極的な傾向が見える。



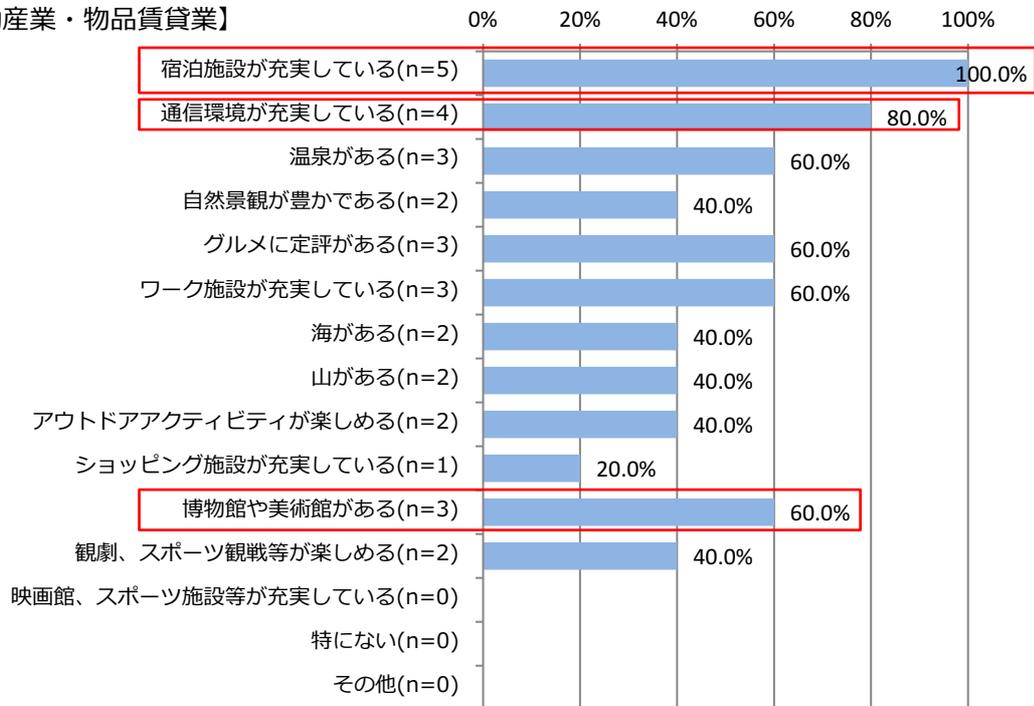
金融業・保険業：「通信環境の充実」「ワーク施設の充実」へのこだわりはやや少なく、「海がある」「映画館・スポーツ施設」を求める人の割合が高い。「海がある」と答えた人の割合が多い。

個人向けアンケート

アンケート結果

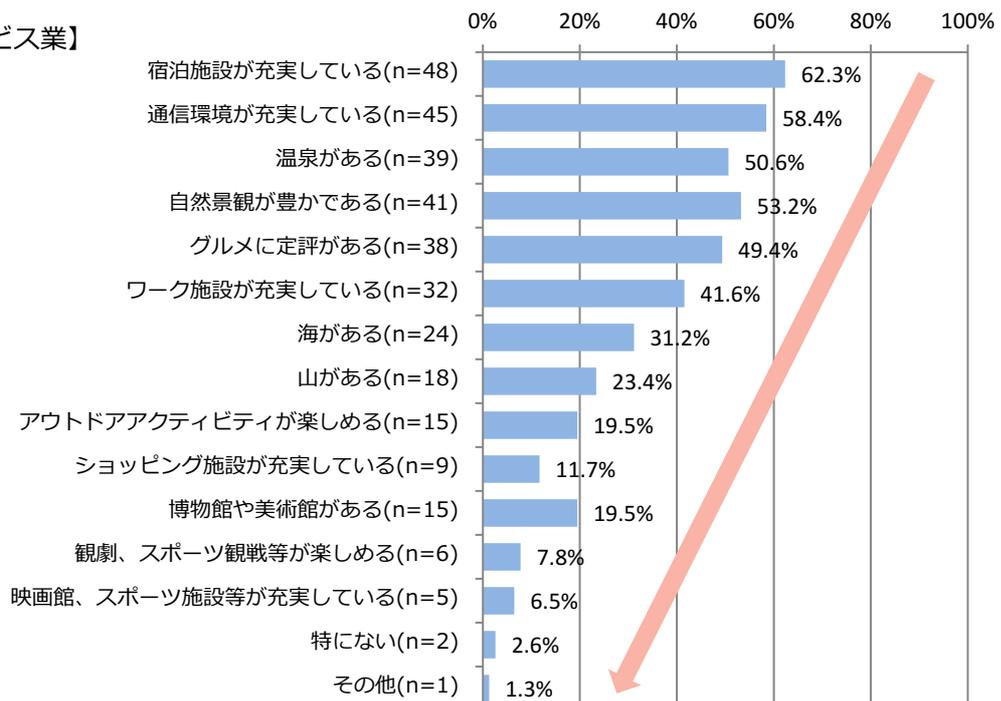
訪問先の条件 (30代業種別)

【30代／不動産業・物品賃貸業】



不動産業・物品賃貸業：「宿泊施設」「通信環境」へのこだわりが強い。「博物館・美術館」への興味が30代全体に比べて強いのは、職業的な興味・関心とも推測できる。著名な建築家による建物やランドマークにも興味がある可能性がある。

【30代／サービス業】



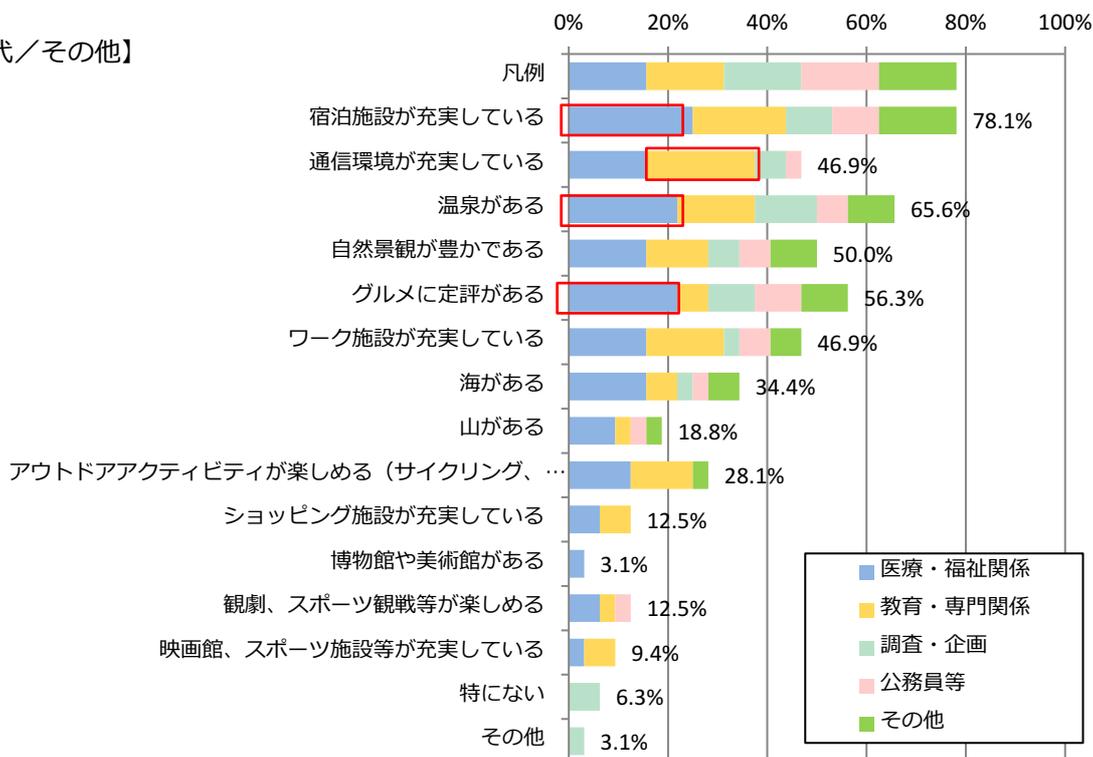
サービス業：30代全体の傾向とほぼ同じ。

個人向けアンケート

アンケート結果

訪問先の条件（30代業種別）

【30代/その他】



その他（内訳）	宿泊施設が充実している	通信環境が充実している	温泉がある	自然景観が豊かである	グルメに定評がある	ワーク施設が充実している	海がある	山がある	アウトドアアクティビティが楽しめる（サイクリング、スキー等）	ショッピング施設が充実している	博物館や美術館がある	観劇、スポーツ観戦等が楽しめる	映画館、スポーツ施設等が充実している	特にない	その他	合計
医療・福祉関係	25.0%	15.6%	21.9%	15.6%	21.9%	15.6%	15.6%	9.4%	12.5%	6.3%	3.1%	6.3%	3.1%	0.0%	0.0%	171.9%
教育・専門関係	18.8%	21.9%	15.6%	12.5%	6.3%	15.6%	6.3%	3.1%	12.5%	6.3%	0.0%	3.1%	6.3%	0.0%	0.0%	128.1%
調査・企画	9.4%	6.3%	12.5%	6.3%	9.4%	3.1%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	3.1%	59.4%
公務員等	9.4%	3.1%	6.3%	6.3%	9.4%	6.3%	3.1%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
その他	15.6%	0.0%	9.4%	9.4%	9.4%	6.3%	6.3%	3.1%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%
合計	78.1%	46.9%	65.6%	50.0%	56.3%	46.9%	34.4%	18.8%	28.1%	12.5%	3.1%	12.5%	9.4%	6.3%	3.1%	471.9%

その他全体：「通信環境」「自然景観が豊か」へのこだわりが30代全体と比べてやや少ない。

医療・福祉関係：「宿泊施設」「温泉がある」「グルメ」を求める人の割合が多い。癒しを求めて、温泉で美味しいものを食べてのんびりしたい人が多いとも推測できる。

教育・専門関係：最も多い回答が「通信環境」だった点は特徴的。

個人向けアンケート

アンケート結果

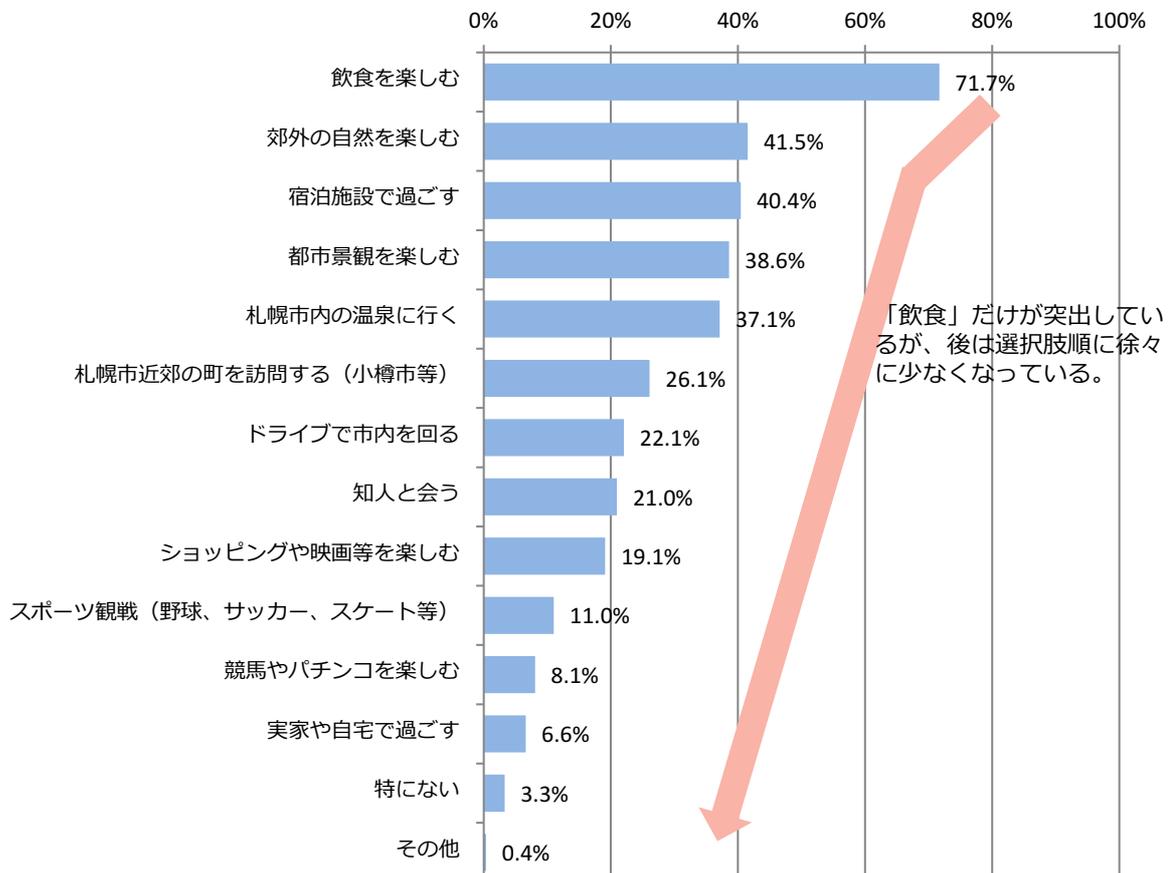
札幌市でしたいこと（30代業種別）

■Q7.札幌市を訪問する場合、どのようなことをしてみたいですか。
下記で該当するものを全て選んでください。（いくつでも）

【30代／全体】

選択項目	飲食を楽しむ	郊外の自然を楽しむ	宿泊施設で過ごす	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ドライブで市内を回る	知人と会う	ショッピングや映画等を楽しむ	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特にない	その他	合計
合計	195	113	110	105	101	71	60	57	52	30	22	18	9	1	944

全体：30代全体では「飲食を楽しむ」に最も関心が高く、その他は40%前後をピークに徐々に関心が薄くなっている。

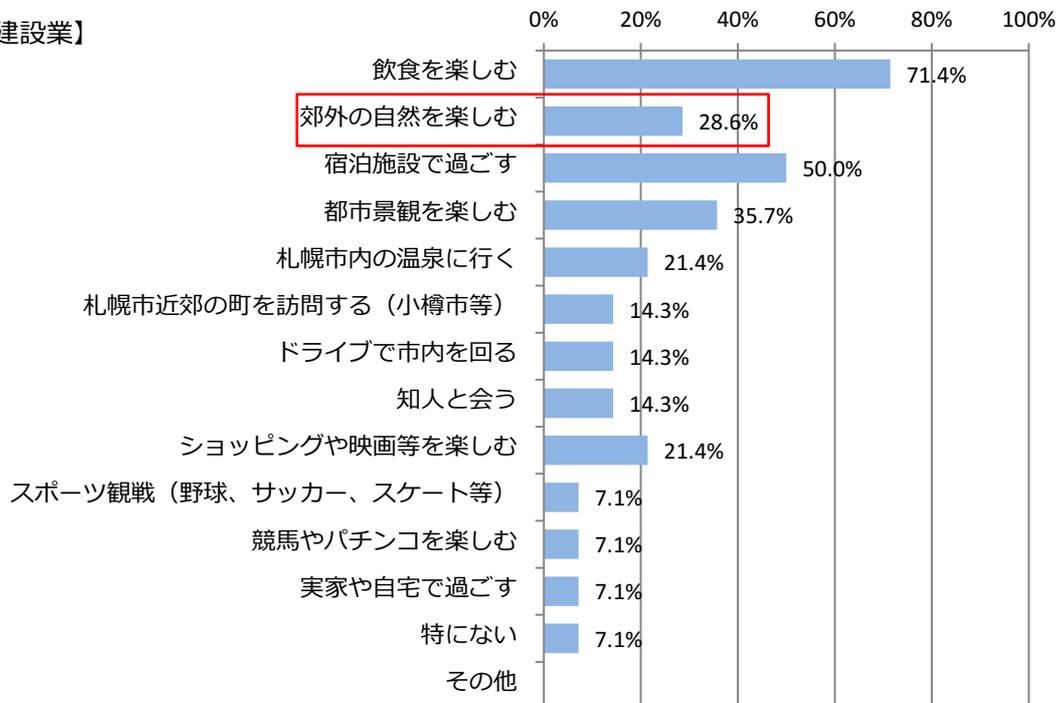


個人向けアンケート

アンケート結果

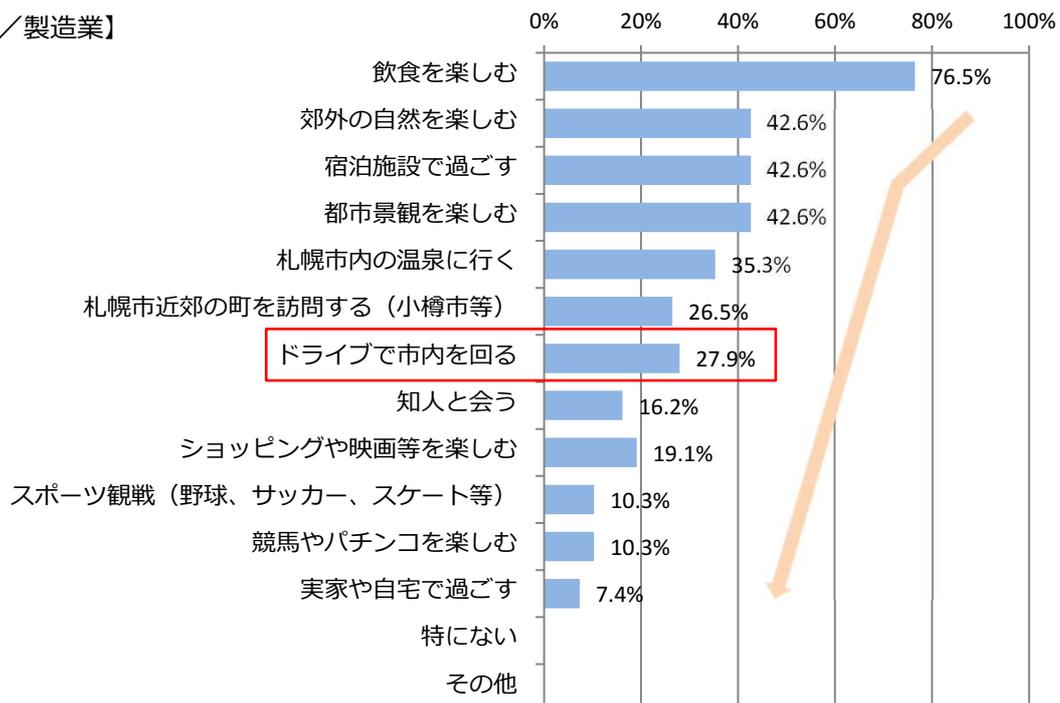
札幌市でしたいこと（30代業種別）

【30代／建設業】



建設業：「飲食」への興味が強いが、「郊外の自然を楽しむ」への興味が薄い。Q6で「自然が豊か」を訪問地の条件に挙げた人が多かったグループなので、「大都市札幌」のイメージが強くて近場に自然があることを知らない可能性もある。

【30代／製造業】



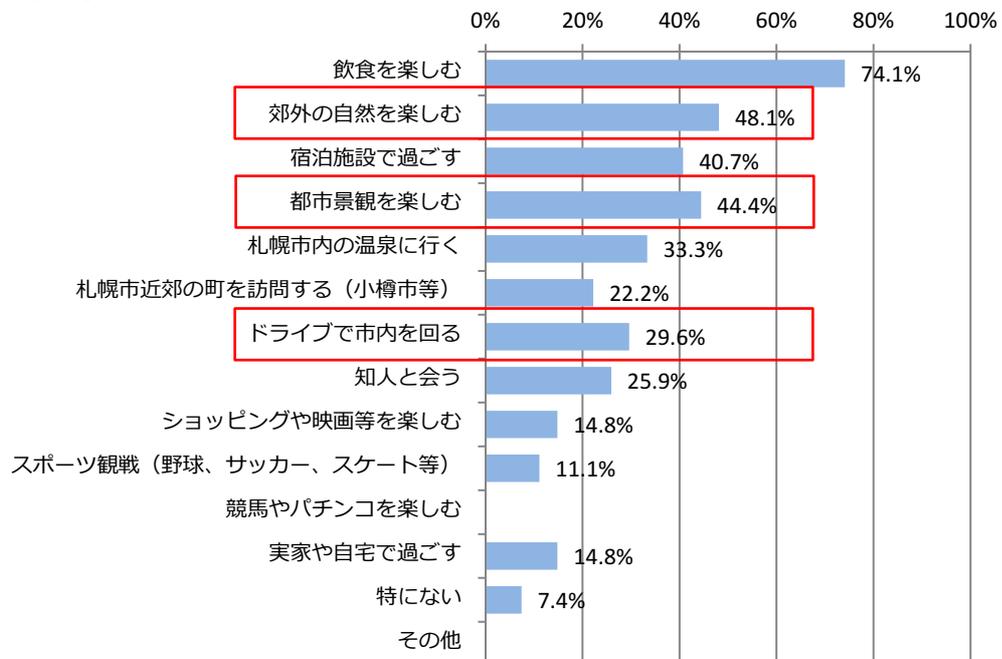
製造業：30代全体の傾向とほぼ同じ。「ドライブで市内を回る」が全体比よりもやや高い傾向。

個人向けアンケート

アンケート結果

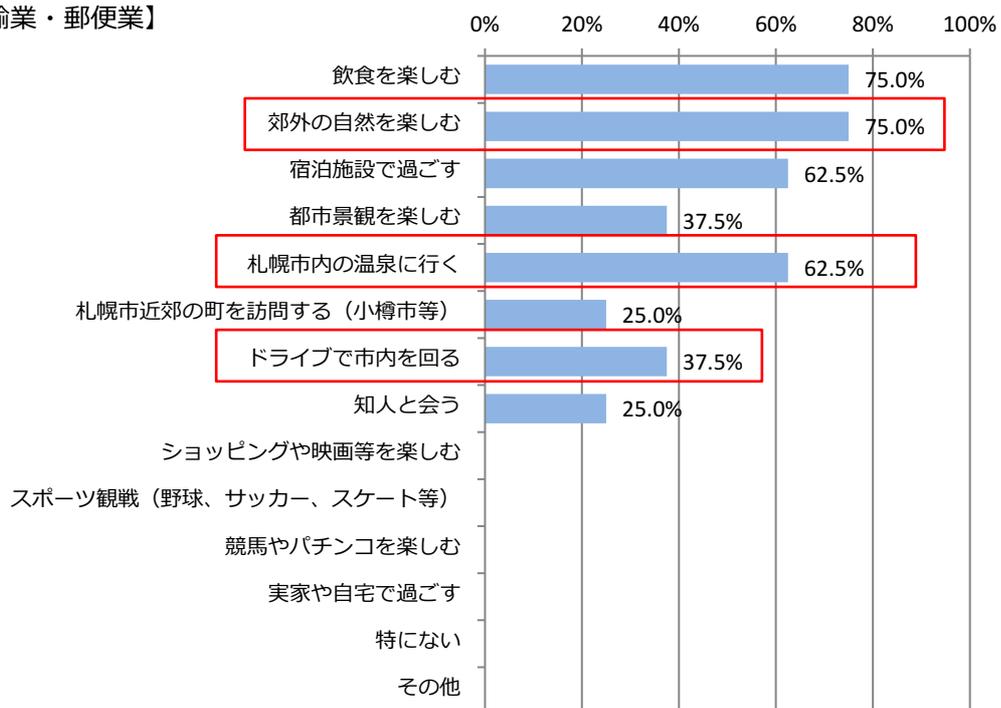
札幌市でしたいこと（30代業種別）

【30代／情報通信業】



情報通信業：「郊外の自然を楽しむ」「都市景観を楽しむ」「ドライブで市内を回る」と答えた人の割合がやや多く、程よく都会（コンパクトシティ）で近場に自然が豊富な札幌市でのワーケーションに高い期待を抱くグループ。

【30代／運輸業・郵便業】



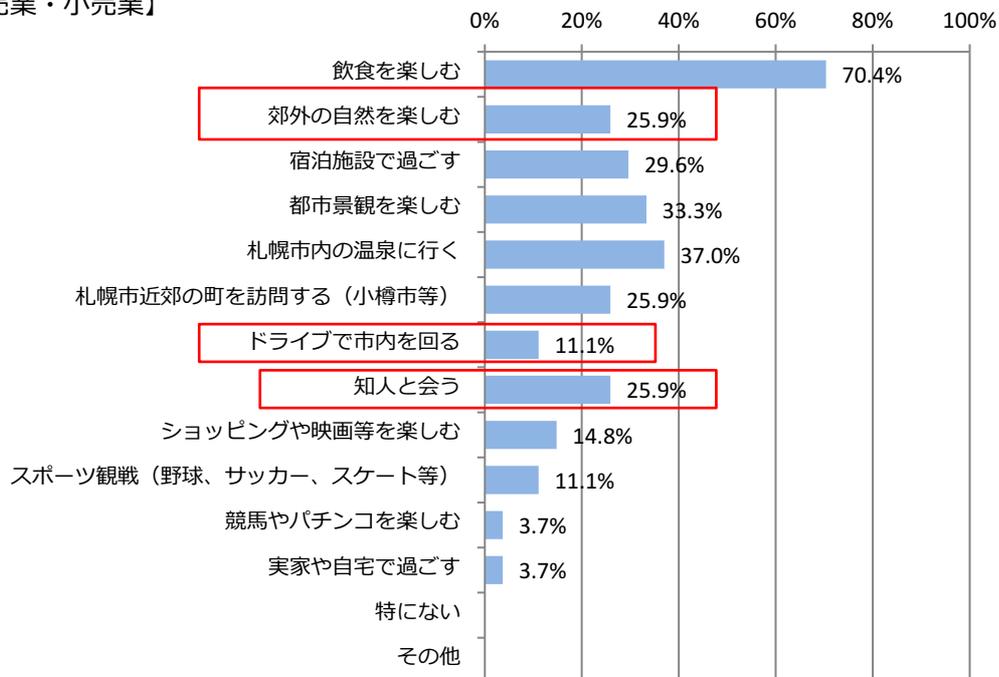
運輸業・郵便業：「郊外の自然を楽しむ」「札幌市内の温泉に行く」「ドライブで市内を回る」と答えた人の割合が多い。近場に豊かな自然と温泉がある札幌市でのワーケーションに期待するグループ。町場でのアトラクションには関心がやや薄いことから、定山溪温泉を中心とした過ごし方が合うと推測する。

個人向けアンケート

アンケート結果

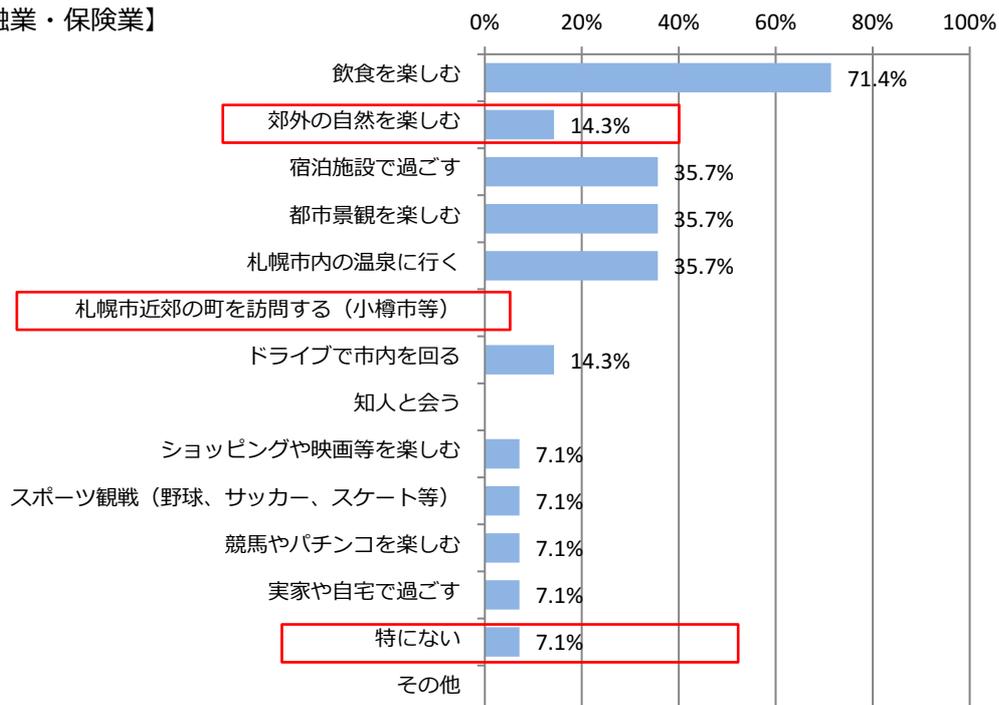
札幌市でしたいこと（30代業種別）

【30代／卸売業・小売業】



卸売業・小売業：「飲食を楽しむ」には興味があるが、「郊外の自然」「ドライブ」には関心が低く、あまりアクティブに動きたくないグループかと推測できる。また、「知人と会う」と回答した人も多い。札幌中心部を拠点にフリータイムが多いゆったりとしたスケジュールの滞在が合っているかと考える。

【30代／金融業・保険業】



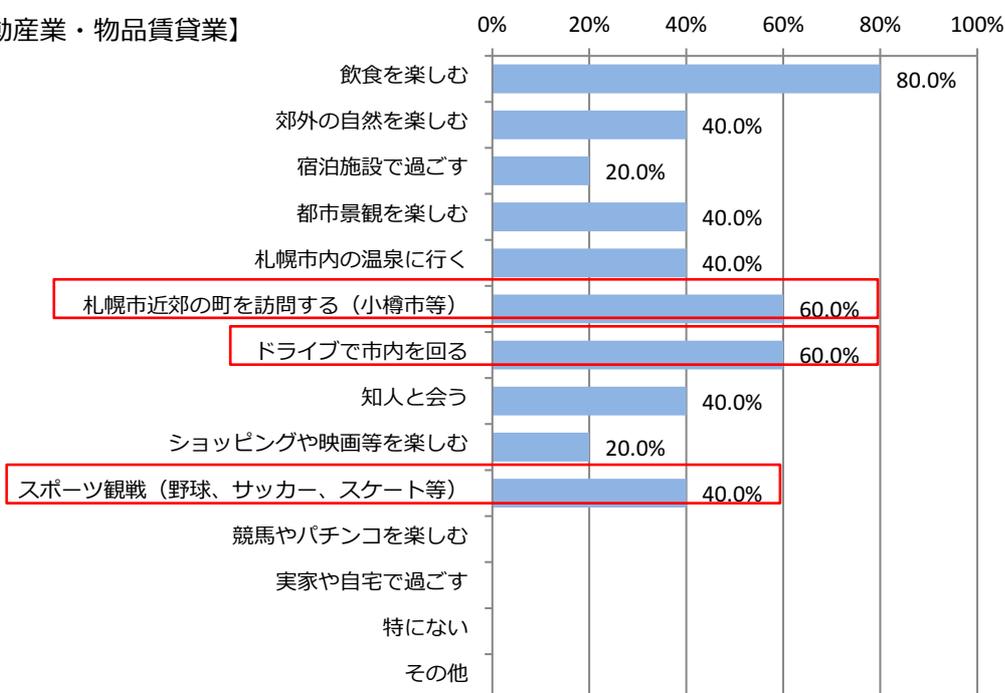
金融業・保険業：Q6で「海がある」を条件に挙げた人が多いグループ。「飲食を楽しむ」以外はどの選択肢もやや消極的な印象である。「郊外の自然を楽しむ」、「ショッピング」など町場でのアトラクションにはある程度関心があるが、小樽など周辺都市への周遊にもあまり意欲が薄い。「特にない」の回答も多い。

個人向けアンケート

アンケート結果

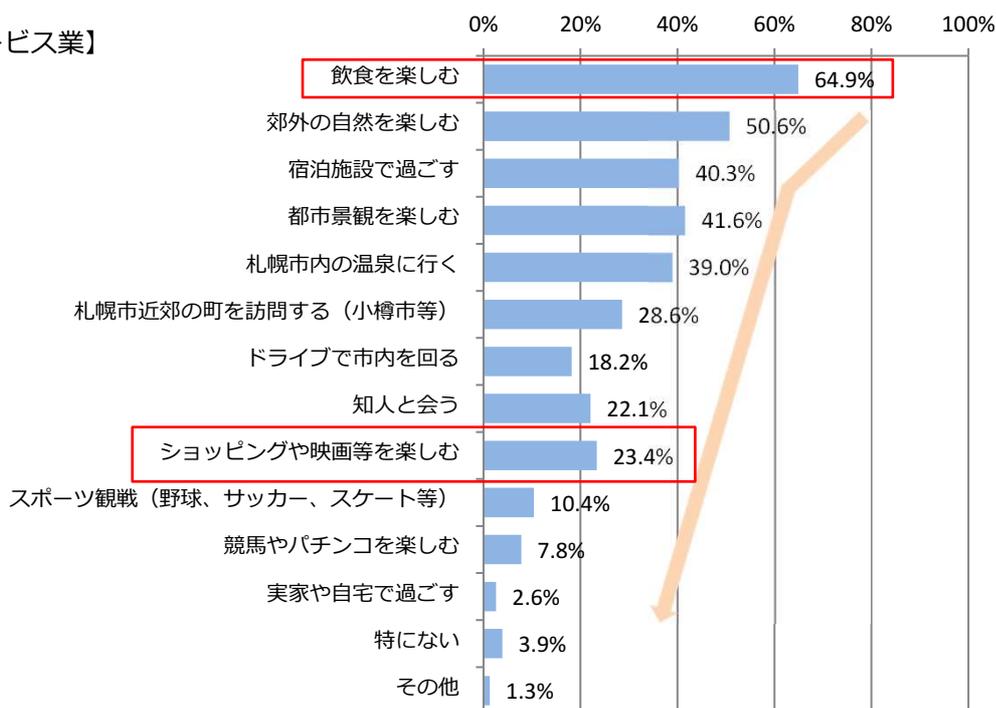
札幌市でしたいこと（30代業種別）

【30代／不動産業・物品賃貸業】



不動産業・物品賃貸業：「札幌市近郊の町を訪問」「ドライブ」「スポーツ観戦」への意欲が高く、アクティブな滞在を求めるグループだと推測する。Q6で「博物館・美術館」に興味があることから、郊外や周辺都市の著名な建築物やランドマークを訪問するプランも良いと思われる。

【30代／サービス業】



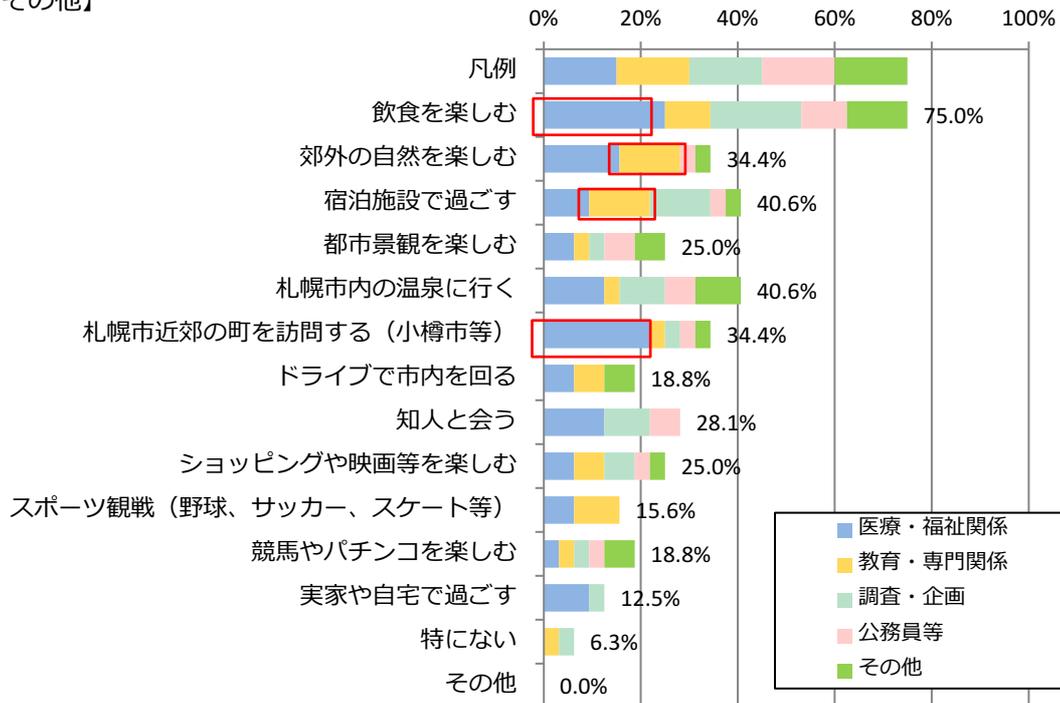
サービス業：30代全体の傾向とほぼ同じであるが、「飲食を楽しむ」がやや少ない。「ショッピングや映画等」「知人と会う」と回答した人の割合がやや多い。

個人向けアンケート

アンケート結果

札幌市でしたいこと（30代業種別）

【30代／その他】



その他（内訳）	飲食を楽しむ	郊外の自然を楽しむ	宿泊施設で過ごす	都市景観を楽しむ	札幌市内の温泉に行く	札幌市近郊の町を訪問する（小樽市等）	ドライブで市内を回る	知人と会う	ショッピングや映画等を楽しむ	スポーツ観戦（野球、サッカー、スケート等）	競馬やパチンコを楽しむ	実家や自宅で過ごす	特にない	その他	合計
医療・福祉関係	25.0%	15.6%	9.4%	6.3%	12.5%	21.9%	6.3%	12.5%	6.3%	6.3%	3.1%	9.4%	0.0%	0.0%	134.4%
教育・専門関係	9.4%	12.5%	12.5%	3.1%	3.1%	3.1%	6.3%	0.0%	6.3%	9.4%	3.1%	0.0%	3.1%	0.0%	71.9%
調査・企画	18.8%	0.0%	12.5%	3.1%	9.4%	3.1%	0.0%	9.4%	6.3%	0.0%	3.1%	3.1%	3.1%	0.0%	71.9%
公務員等	9.4%	3.1%	3.1%	6.3%	6.3%	3.1%	0.0%	6.3%	3.1%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	43.8%
その他	12.5%	3.1%	3.1%	6.3%	9.4%	3.1%	6.3%	0.0%	3.1%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	53.1%
合計	75.0%	34.4%	40.6%	25.0%	40.6%	34.4%	18.8%	28.1%	25.0%	15.6%	18.8%	12.5%	6.3%	0.0%	375.0%

その他全体：30代全体の傾向に近いが、「宿泊施設で過ごす」「札幌市内の温泉に行く」にやや関心が高い。医療・福祉関係：「飲食を楽しむ」「札幌市近郊の町を訪問する」が多い。Q6では温泉がある「グルメ」を求める人の割合が多かったので、温泉でのんびりと過ごす日と周辺都市へ足を伸ばす日を組み合わせたプランが良いとも推測できる。
 教育・専門関係：「飲食を楽しむ」よりも、「郊外の自然を楽しむ」「宿泊施設で過ごす」と答えた人の割合が多い。Q6では「通信環境」にこだわる人が多かったことから、平日はホテルでワーク中心に、オフは自然豊かな郊外に足を伸ばすという滞在プランが良いと考える。

個人向けアンケート

アンケート結果

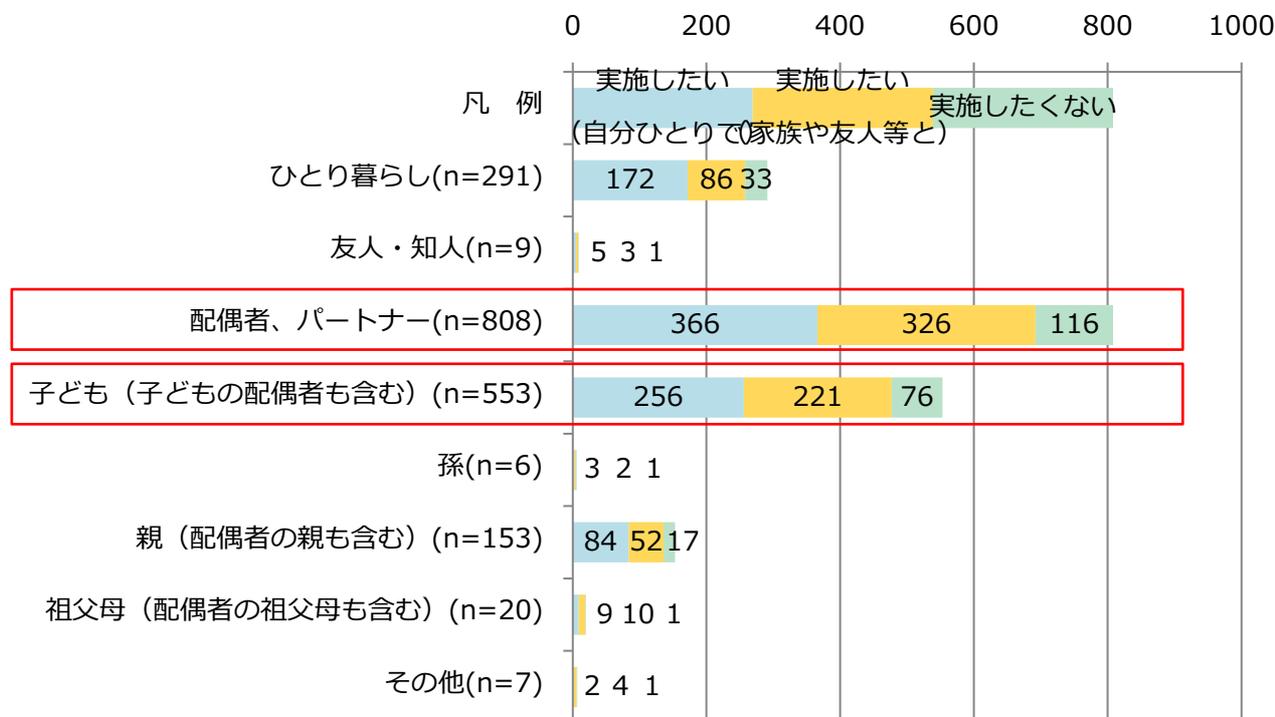
①年代別ワーケーション・ブレイジャー意欲

※「誰と住んでいるか」が複数回答なので、n値は表によって異なります。

Q3.ワーケーションを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。
(いくつでも)

【全年代家族構成別】Q3 ワケーション意欲

項目	実施したい (自分ひとり で)	実施したい (家族や友人等 と)	実施 したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	172	86	33	291	11.3%
友人・知人	5	3	1	9	11.11%
配偶者、パートナー	366	326	116	808	14.4%
子ども(子どもの配偶者も含む)	256	221	76	553	13.7%
孫	3	2	1	6	16.7%
親(配偶者の親も含む)	84	52	17	153	11.1%
祖父母(配偶者の祖父母も含む)	9	10	1	20	5.0%
その他	2	4	1	7	14.3%
合計	897	704	246	1,847	



全年代を見ると、「配偶者、パートナー」と同居する人、「子ども(子どもの配偶者も含む)」と同居する人では、ワーケーションを「実施したい(自分ひとり)」がやや多く、次いで、「実施したい(家族や友人等と)」が続く。一方で、ワーケーションを「実施したくない」という回答の割合は「配偶者、パートナー」と同居する人で約14.4%、「子ども(子どもの配偶者も含む)」と同居する人で約13.7%となった。

個人向けアンケート

アンケート結果

【30代家族構成別】Q3 ワークेशन意欲

Q3.ワークेशनを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。
(いくつでも)

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	43	23	4	70	5.7%
友人・知人	0	1	0	1	0.0%
配偶者、パートナー	125	107	20	252	7.9%
子ども（子どもの配偶者も含む）	84	84	15	183	8.2%
孫	1	1	0	2	0.0%
親（配偶者の親も含む）	17	7	4	28	14.3%
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	1	0	0	1	0.0%
その他	1	1	0	2	0.0%
合計	272	224	43	539	



30代は、「配偶者、パートナー」と同居する人、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人のグループで、ワークेशनを「実施したくない」という回答の割合は8%程度と全年代と比較すると少ない。なお、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人のグループでは、ワークेशनを「実施したい（家族や友人等と）」と「実施したい（自分ひとりで）」の回答が同数だった。これらのことから、30代においては、同居する家族の存在がワークेशनを妨げる要因にはなっていないと考えられる。

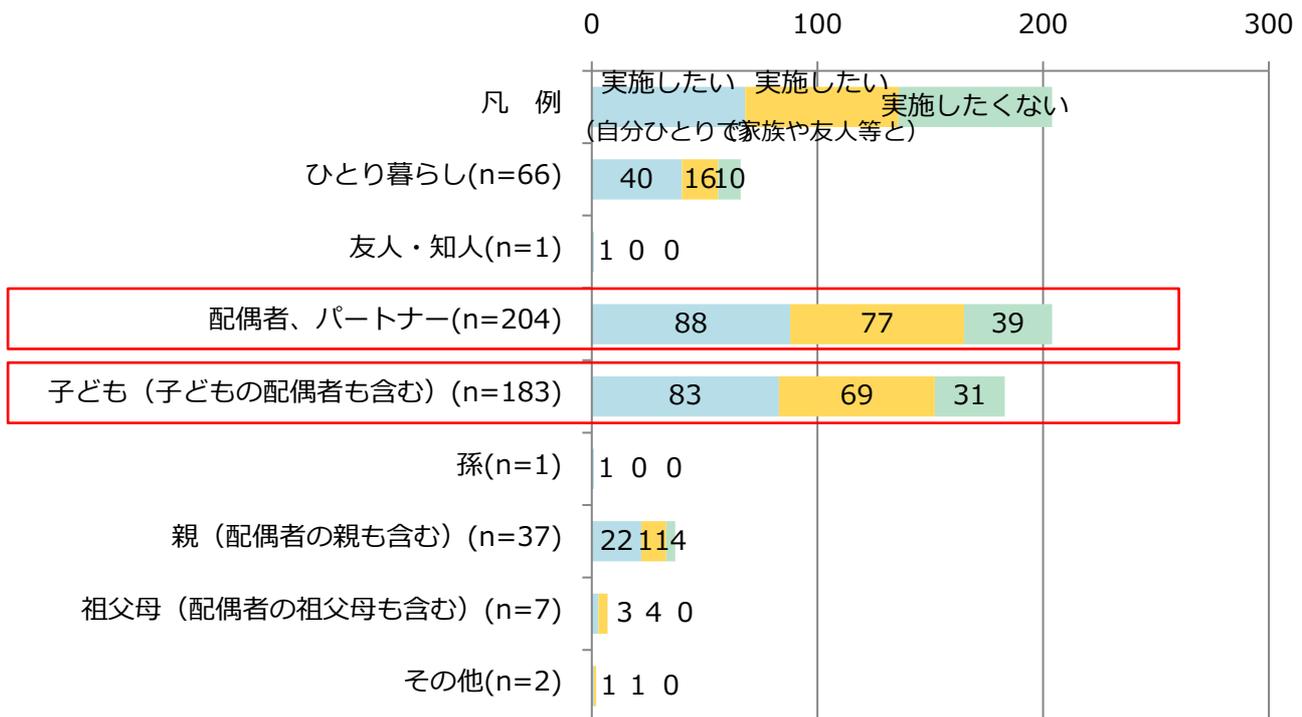
個人向けアンケート

アンケート結果

【40代家族構成別】Q3 ワークेशन意欲

Q3.ワークेशनを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。(いくつかでも)

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	40	16	10	66	15.2%
友人・知人	1	0	0	1	0.0%
配偶者、パートナー	88	77	39	204	19.1%
子ども（子どもの配偶者も含む）	83	69	31	183	16.9%
孫	1	0	0	1	0.0%
親（配偶者の親も含む）	22	11	4	37	10.8%
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	3	4	0	7	0.0%
その他	1	1	0	2	0.0%
合計	239	178	84	501	



40代になると、各グループにおいてワークेशनを「実施したくない」と回答する割合が増え、「配偶者、パートナー」と同居する人で約19.1%、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人で約16.9%と全年代と比較して多い。その背景として、30代と同居する子どもは就学前児童や小学校低学年の子どもが多く、親と一緒に旅行をするのが容易であるが、一方で、40代と同居する子どもは中学生・高校生となり、部活動や受験等で親と一緒に旅行をするのが難しいと推測する。また、親世代についても、職場や家庭での責任が増し、40代は気軽にワークेशनをしづらい年代になっているとも考えられる。

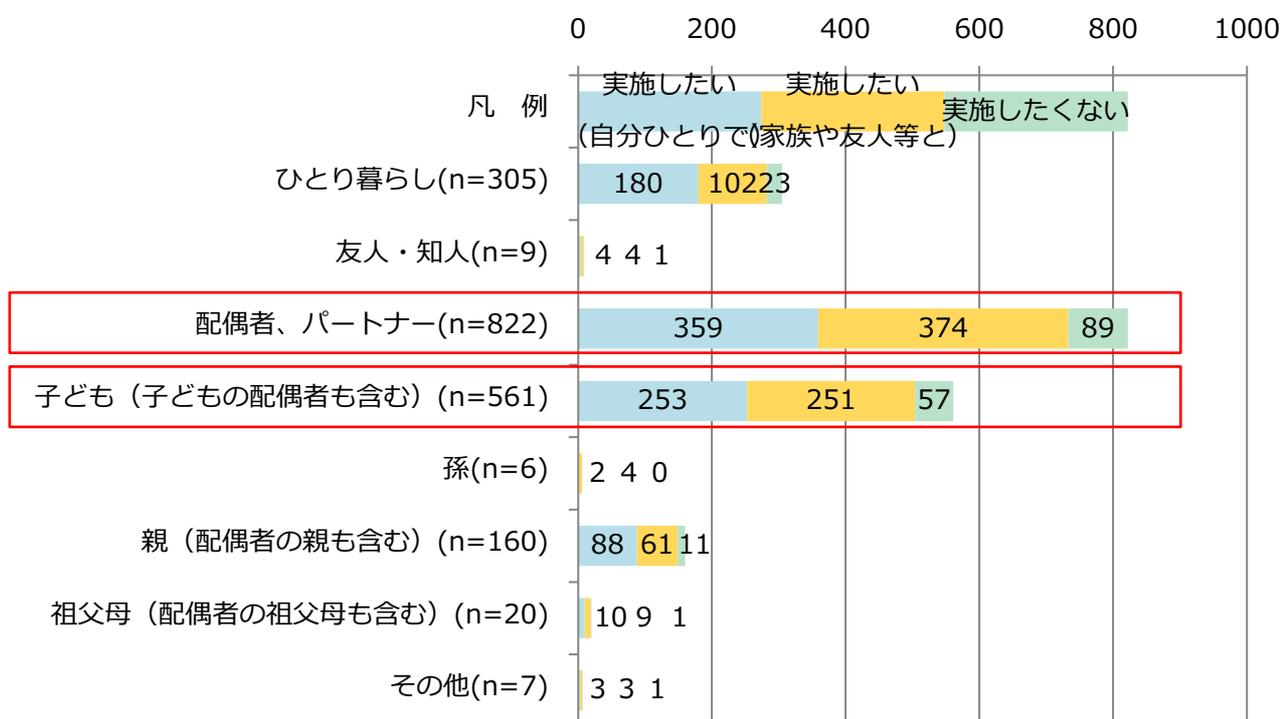
個人向けアンケート

アンケート結果

【全年代家族構成別】Q4 プレジャー意欲

Q4.プレジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	180	102	23	305	7.5%
友人・知人	4	4	1	9	11.1%
配偶者、パートナー	359	374	89	822	10.8%
子ども（子どもの配偶者も含む）	253	251	57	561	10.2%
孫	2	4	0	6	0.0%
親（配偶者の親も含む）	88	61	11	160	6.9%
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	10	9	1	20	5.0%
その他	3	3	1	7	14.3%
合計	899	808	183	1,890	



全年代を見ると、「配偶者、パートナー」と同居するグループにおいて、プレジャーを「実施したい（家族や友人等と）」と回答した人の割合が最も多く、次いで、「実施したい（自分ひとりで）」という回答が続いた。一方、プレジャーを「実施したくない」の回答は約10.8%だった。また、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居するグループでは、プレジャーを「実施したい（自分ひとりで）」がやや多く、次いで、「実施したい（家族や友人等と）」が続く。一方、プレジャーを「実施したくない」と回答した割合は10.2%程度だった。

個人向けアンケート

アンケート結果

【30代家族構成別】Q4 プレジャー意欲

Q4.プレジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	46	25	2	73	2.7%
友人・知人	0	1	0	1	0.0%
配偶者、パートナー	125	121	10	256	3.9%
子ども（子どもの配偶者も含む）	87	92	7	186	3.8%
孫	1	1	0	2	0.0%
親（配偶者の親も含む）	17	8	3	28	10.7%
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	1	0	0	1	0.0%
その他	1	1	0	2	0.0%
合計	278	249	22	549	



30代は、「配偶者、パートナー」と同居する人、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人のグループで、プレジャーを「実施したくない」と回答した人の割合は「配偶者、パートナー」と同居する人で約3.9%、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人で約3.8%と少ない。なお、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居する人においては、「実施したい（家族や友人等と）」の回答が最も多い結果となっている。30代においては、同居する家族の存在がプレジャーを妨げる要因にはなっていないと考えられる。

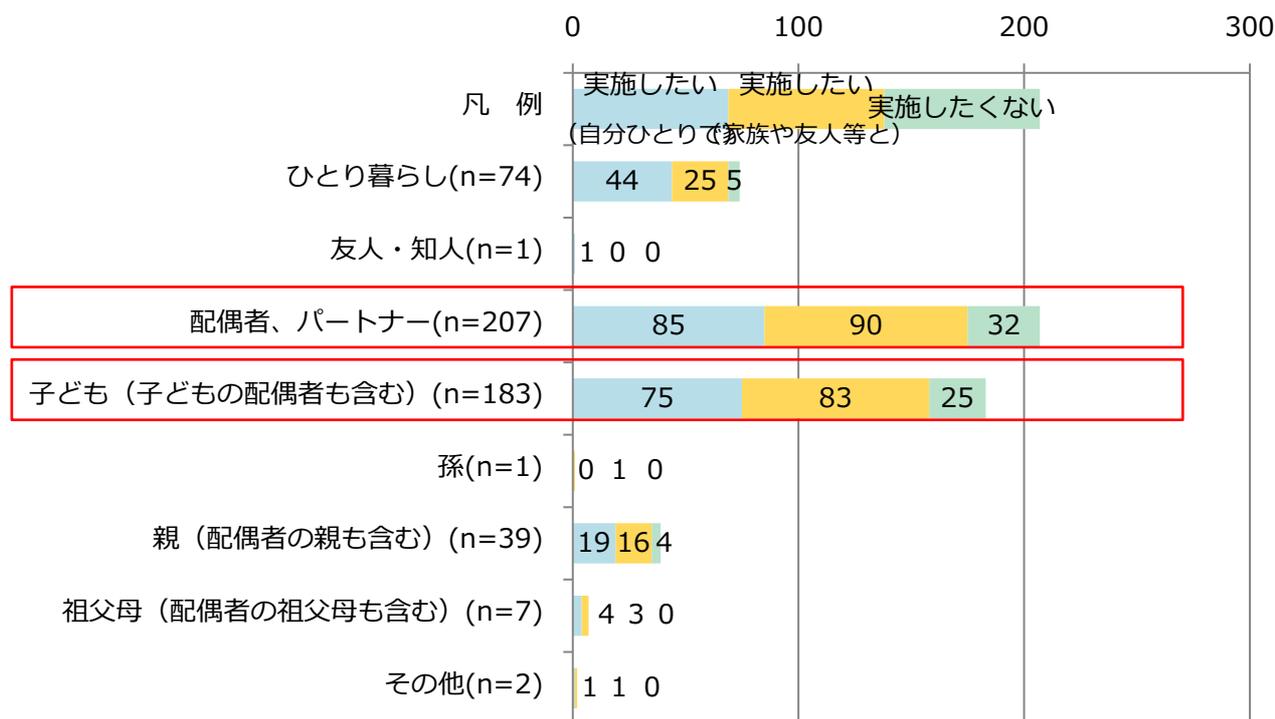
個人向けアンケート

アンケート結果

【40代家族構成別】Q4 ブレジャー意欲

Q4.ブレジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
ひとり暮らし	44	25	5	74	6.8%
友人・知人	1	0	0	1	0.0%
配偶者、パートナー	85	90	32	207	15.5%
子ども（子どもの配偶者も含む）	75	83	25	183	13.7%
孫	0	1	0	1	0.0%
親（配偶者の親も含む）	19	16	4	39	10.3%
祖父母（配偶者の祖父母も含む）	4	3	0	7	0.0%
その他	1	1	0	2	0.0%
合計	229	219	66	514	



40代については、「配偶者、パートナー」と同居するグループにおいてブレジャーを「実施したくない」という回答の割合は約15.5%、「子ども（子どもの配偶者も含む）」と同居するグループにおいては約13.7%と、全年代と比べて多い。
Q3のワーケーション意欲に関する回答と同様、親世代・子世代共に環境の変化により、気軽にブレジャーを実施しづらい状況にあると推測される。

個人向けアンケート

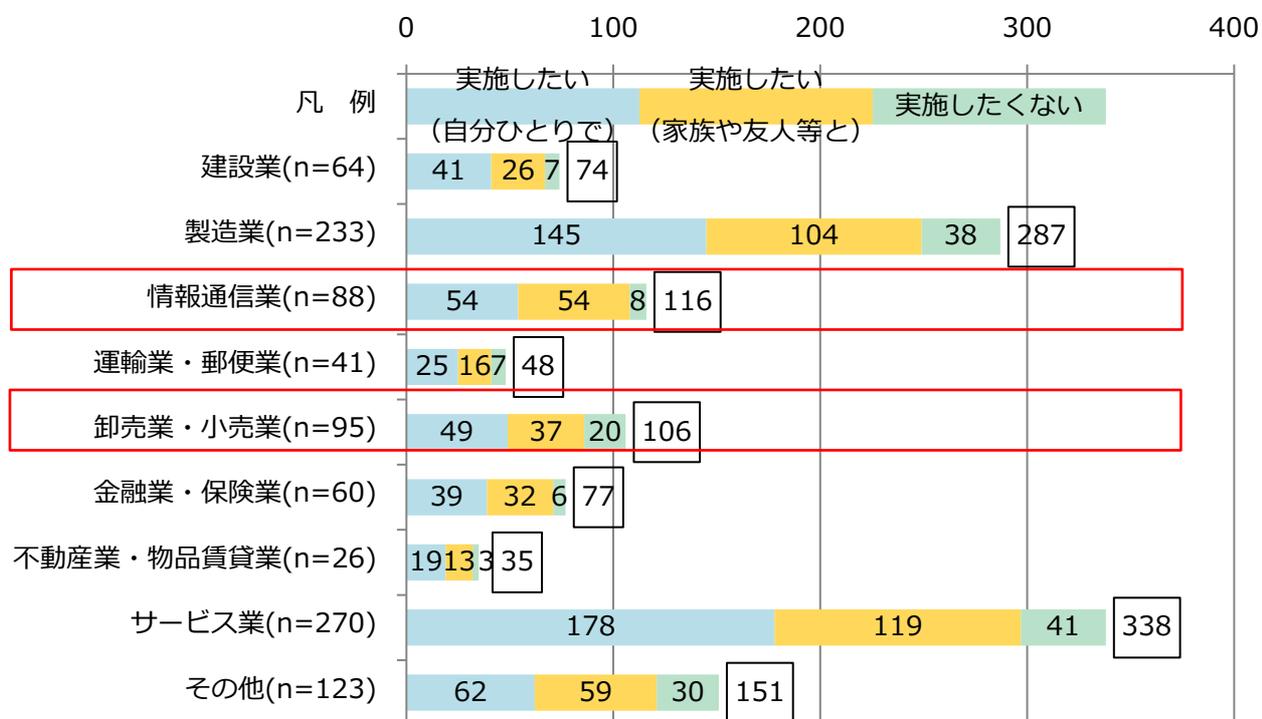
アンケート結果

②業種別ワーケーション・プレジャー意欲

【業種別】Q3 ワーケーション意欲

Q3.ワーケーションを実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。
(いくつでも)

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
建設業	41	26	7	74	9.5%
製造業	145	104	38	287	13.2%
情報通信業	54	54	8	116	6.9%
運輸業・郵便業	25	16	7	48	14.6%
卸売業・小売業	49	37	20	106	18.9%
金融業・保険業	39	32	6	77	7.8%
不動産業・物品賃貸業	19	13	3	35	8.6%
サービス業	178	119	41	338	12.1%
その他	62	59	30	151	19.9%
合計	612	460	160	1,232	
				最大値	18.9%
				最小値	6.9%



業種別では、ワーケーションを「実施したくない」と回答した割合が一番少ないグループは「情報通信業」(約6.9%)であった。また、「金融業・保険業」(約7.8%)、「不動産業・物品賃貸業」(約8.6%)も比較的低い結果となった。一方で、ワーケーションを「実施したくない」と回答した割合が一番多かったのは「卸売業・小売業」(約18.9%)であり、次いで、「運輸業・郵便業」(約14.6%)が比較的多かった。「卸売業・小売業」で働く人達にワーケーションを「実施したくない」という回答が多い背景として考えられることは、テレワーク環境が整備されていない、もしくは、テレワークが難しい職種が多い業種であると推測される。

個人向けアンケート

アンケート結果

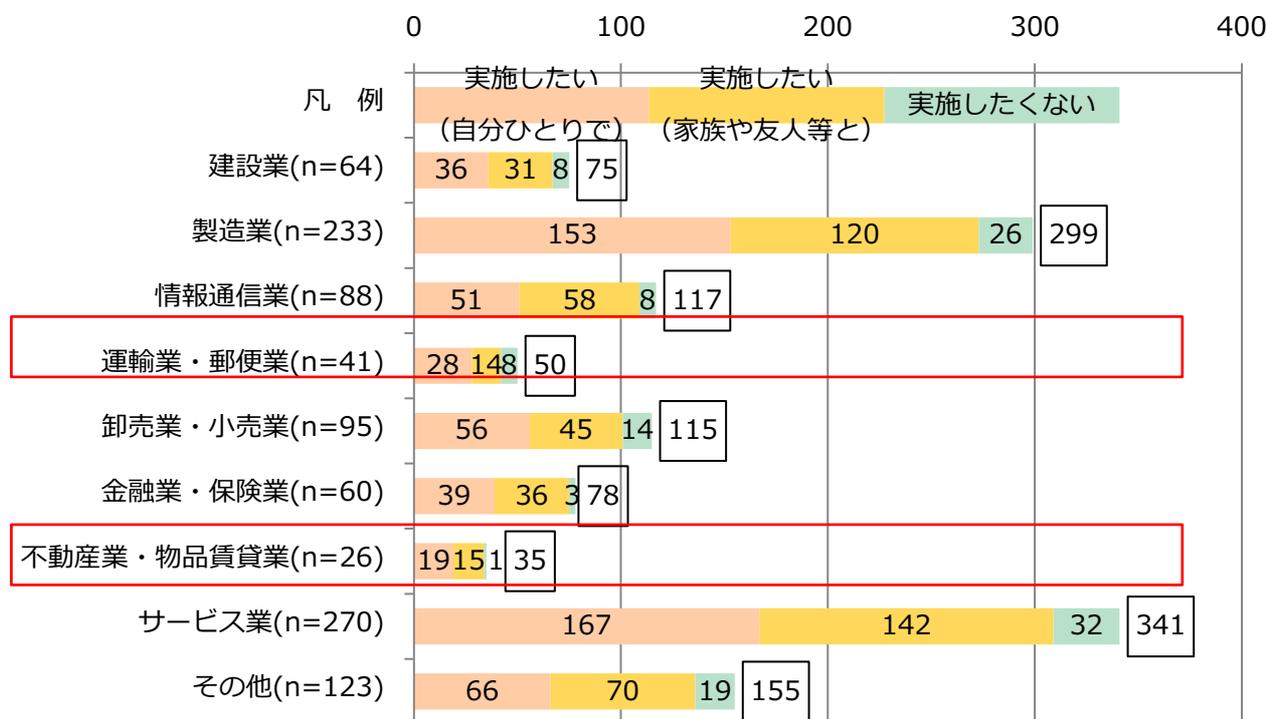
②業種別ワーケーション・プレジャー意欲

【業種別】Q4 プレジャー意欲

Q4.プレジャー（ブリージャー）を実施してみたいと思いますか。実施したい場合、どのように過ごしますか。（いくつでも）

項目	実施したい (自分ひとりで)	実施したい (家族や友人等と)	実施したくない	合計	「実施したくない」と 答えた人の割合
建設業	36	31	8	75	10.7%
製造業	153	120	26	299	8.7%
情報通信業	51	58	8	117	6.8%
運輸業・郵便業	28	14	8	50	16.0%
卸売業・小売業	56	45	14	115	12.2%
金融業・保険業	39	36	3	78	3.8%
不動産業・物品賃貸業	19	15	1	35	2.9%
サービス業	167	142	32	341	9.4%
その他	66	70	19	155	12.3%
合計	615	531	119	1,265	

最大値 16.0%
最小値 2.9%



業種別では、プレジャーを「実施したくない」と回答した割合が一番少ないグループは「不動産業・物品賃貸業」（2.9%程度）であった。また、「金融業・保険業」（3.8%）、「情報通信業」（6.8%）も比較的少なかった。一方で、プレジャーを「実施したくない」と回答した割合が一番多かったのは「運輸業・郵便業」（16%程度）であり、次いで、「卸売業・小売業」（12.2%）が比較的多かった。「運輸業・郵便業」で働く人達にプレジャーを「実施したくない」という回答が多い背景として考えられるのは、プレジャーの前後に組み合わせるべき「出張」があまり発生しない、もしくは、テレワークが難しい職種に従事する人が多い業種である可能性が推測される。

宿泊施設向けアンケート調査

アンケート概要

1 アンケートの目的

企業におけるワーケーションやプレジャー導入の現状を把握し、札幌市・札幌連携中枢都市圏への誘致の可能性や課題を探る。

2 アンケート対象者／サンプル数

宿泊施設／14サンプル

3 実施／実施方法

2021年3月

オンラインアンケート

宿泊施設向けアンケート調査

アンケート設問

設問概要	設問
1. ワークेशन、テレワークの位置づけ	近年、ワークेशनやテレワークに参加する事業者が増加しており、ワークेशनやテレワーク参加者を対象としたビジネスも盛んになっております。宿泊施設では、ワークेशन・テレワーク参加者をどのように捉えていますか。(予定含む)
2. 取組有無	貴宿泊施設では、ワークेशनやテレワークの需要獲得に向けた取り組みを行っていますか。
3. 取組の推進状況	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【ワーク専用ルームの設置】
	ワーク専用ルームの対応部屋数をご記入ください。
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【ワーク専用ルームに印刷機やファックスを設置】
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【コワーキングスペースの整備】
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【客室に高速Wi-Fi環境の整備】
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【ワークेशन等に対応した中長期滞在プランの整備】
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。(市内および近郊のワークेशनの受入団体や企業、施設等との連携)
	貴宿泊施設では、以下の項目のワークेशनやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。【ワークेशन・テレワークに関するプランのHP掲載等の情報発信】
	貴宿泊施設では、その他(上記以外)にワークेशन・テレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。
	貴宿泊施設で進めているその他の取組み内容をご記入ください。
貴宿泊施設においてワークेशन・テレワーク客の獲得に向け最も強化している取組みについて教えてください。	
4. 課題	貴宿泊施設におけるワークेशन・テレワーク客の獲得に関する課題について以下から最もあてはまるものを3つまでご回答ください。
5. 必要となること	今後、札幌でワークेशन・テレワーク需要の獲得に向けた取組みを推進するためにどのような事柄が必要と考えられるかご意見をお聞かせください。

宿泊施設向けアンケート調査

アンケート協力宿泊施設

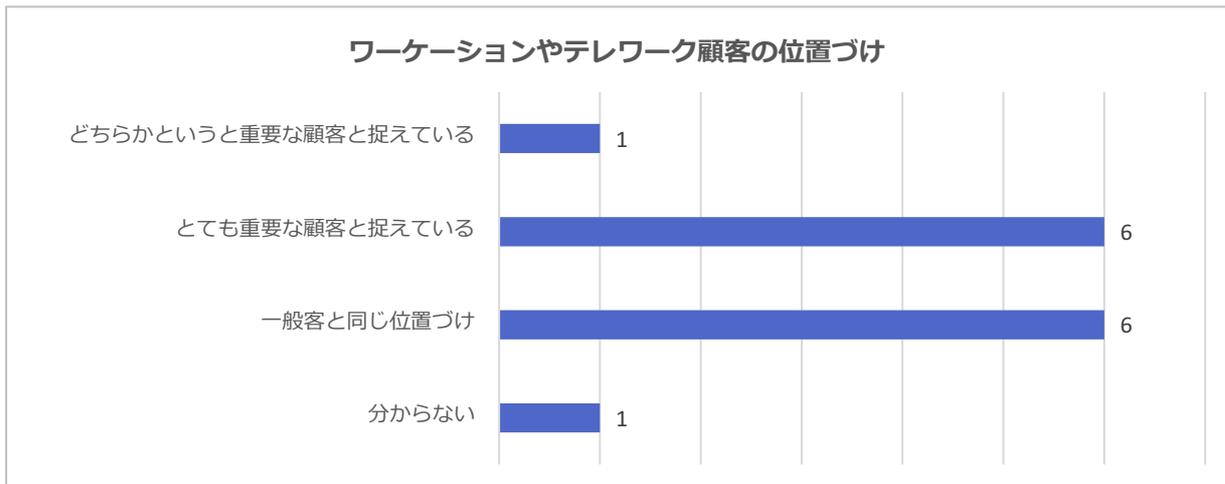
宿泊施設名	宿泊施設の所在地	従業員規模（常勤）
ホテルクラビーサッポロ	札幌市中央区北2条東3丁目	100人未満
ホテルエミシア札幌	札幌市厚別区厚別中央2条5丁目	100～1,000人未満
札幌東急REIホテル	すすきの	100人未満
ホテルWBF本町	大阪市	100人未満
センチュリーロイヤルホテル	札幌市中央区	100～1,000人未満
ホテル鹿の湯	札幌市	100人未満
ホテルWBFフォーステイ札幌	北海道札幌市中央区南3条西2丁目17-17	100人未満
(株)プリンスホテル 札幌プリンスホテル	札幌市中央区南2条西11丁目	100～1,000人未満
ニューオータニイン札幌	札幌市中央区北2条西1丁目1番地	100～1,000人未満
シャトレーゼ ガトーキングダムサッポロホテル&スパリゾート	札幌市北区東茨戸1 3 2 番地	100～1,000人未満
章月グランドホテル	札幌市南区定山溪温泉東3丁目-239番地	100人未満
札幌パークホテル	札幌市中央区南10条西3丁目	100～1,000人未満
ぬくもりの宿ふる川	札幌市南区定山溪温泉西4丁目3 5 3 番地	100人未満
京王プラザホテル札幌	札幌市中央区北5条西7丁目	100～1,000人未満

宿泊施設向けアンケート調査

アンケート結果

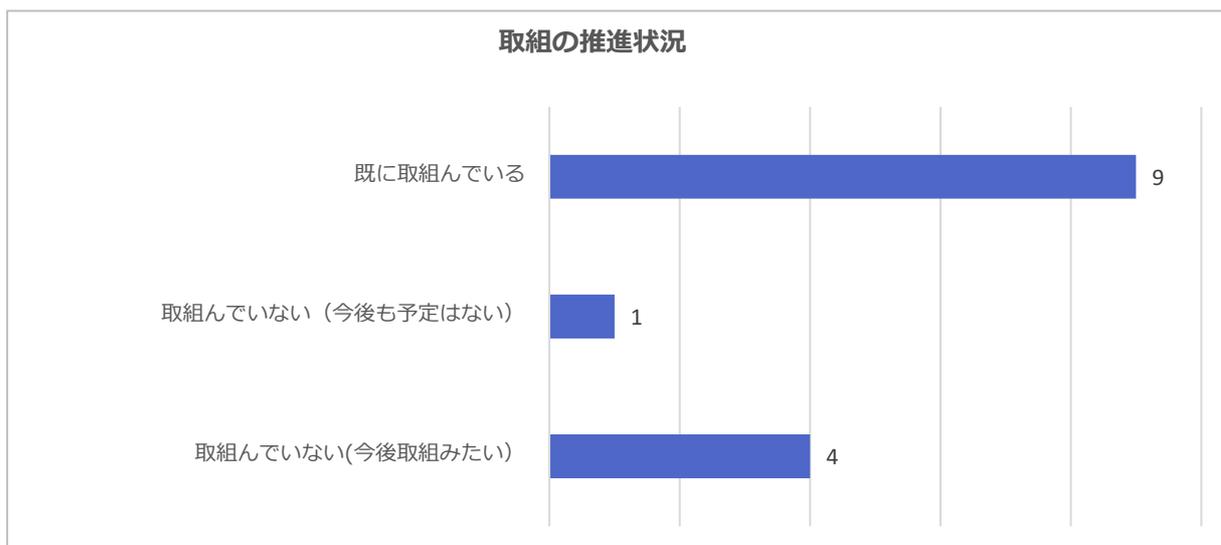
1. ワークेशन・テレワークの位置づけ

近年、ワークेशनやテレワークに参加する事業者が増加しており、ワークेशनやテレワーク参加者を対象としたビジネスも盛んになっております。宿泊施設では、ワークेशन・テレワーク参加者をどのように捉えていますか。（予定含む）



2. ワークेशन・テレワークの取組有無

貴宿泊施設では、ワークेशनやテレワークの需要獲得に向けた取り組みを行っていますか。

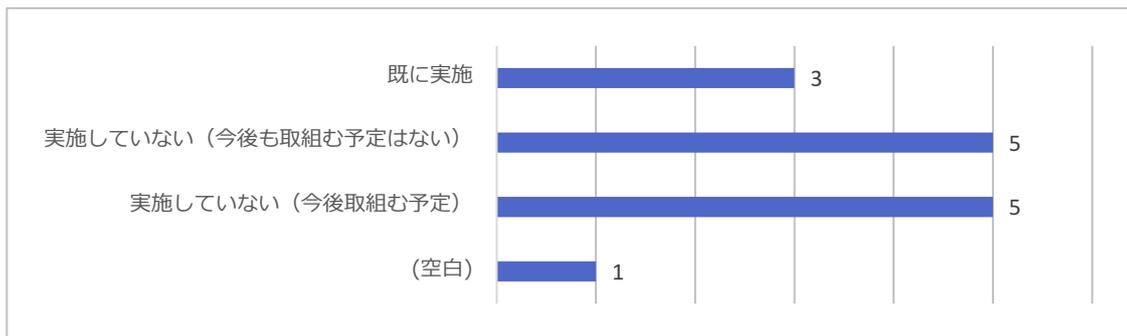


宿泊施設向けアンケート調査

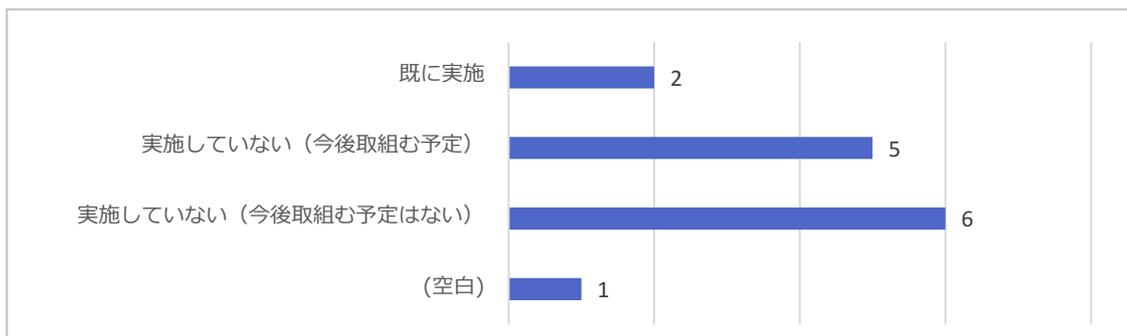
3. 取組の推進状況

貴宿泊施設では、以下の項目のワーケーションやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。

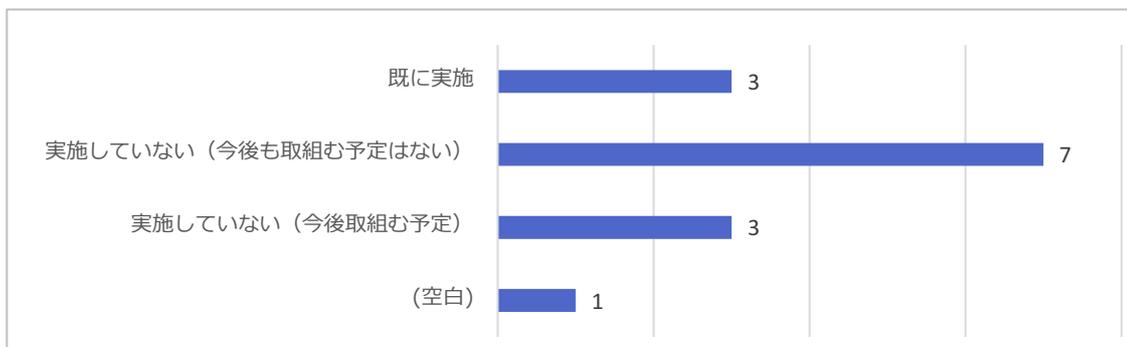
ワーク専用ルームの設置



ワーク専用ルームに印刷機やファックスを設置



コワーキングスペースの整備

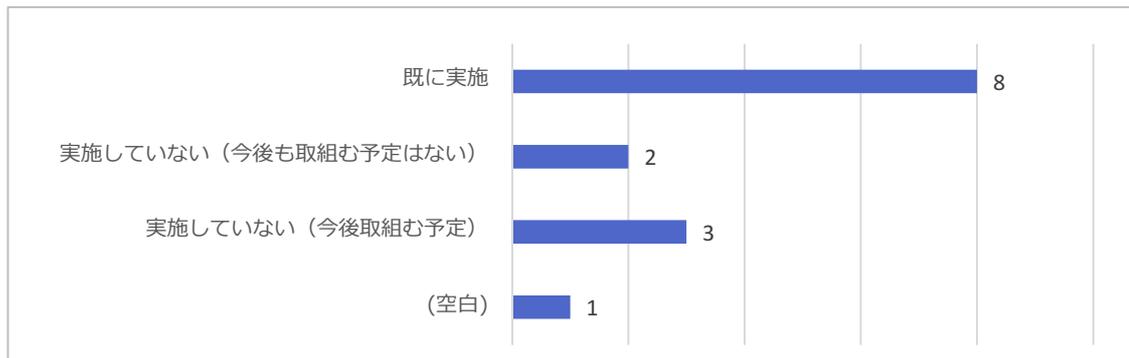


宿泊施設向けアンケート調査

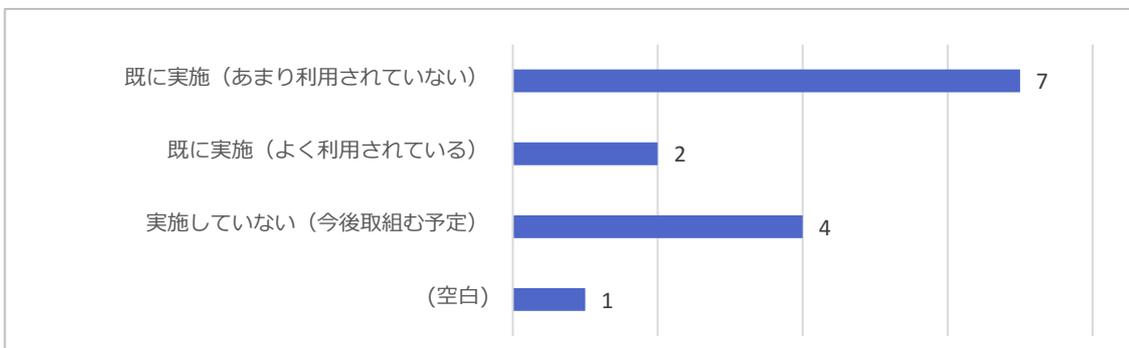
3. 取組の推進状況

貴宿泊施設では、以下の項目のワーケーションやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。

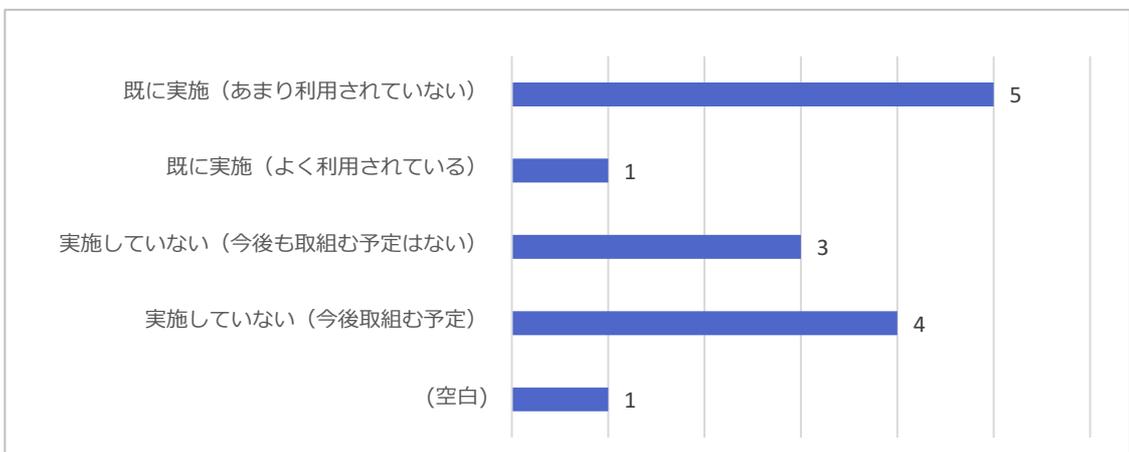
客室に高速Wi-Fi環境の整備



ワーケーション等に対応した中長期滞在プランの整備



市内および近郊のワーケーションの受入団体や企業、施設等との連携

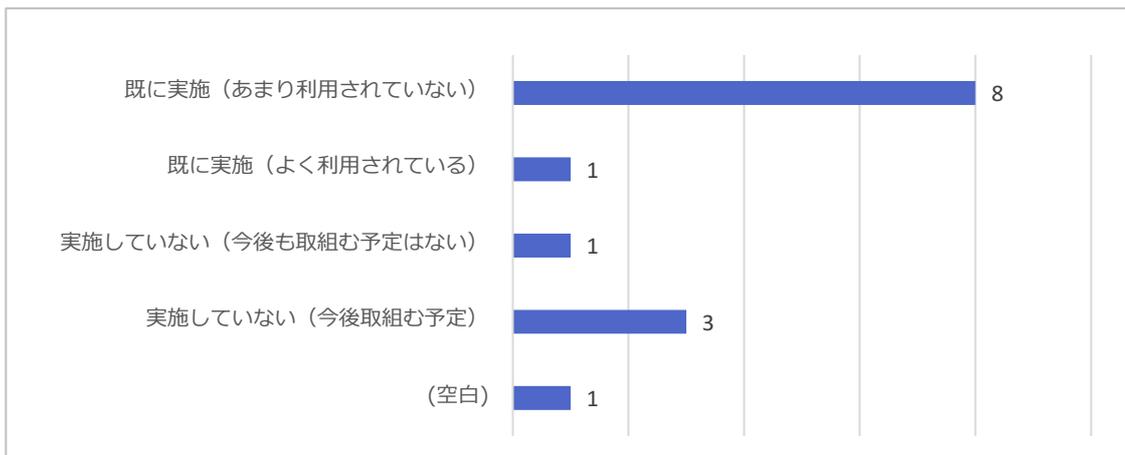


宿泊施設向けアンケート調査

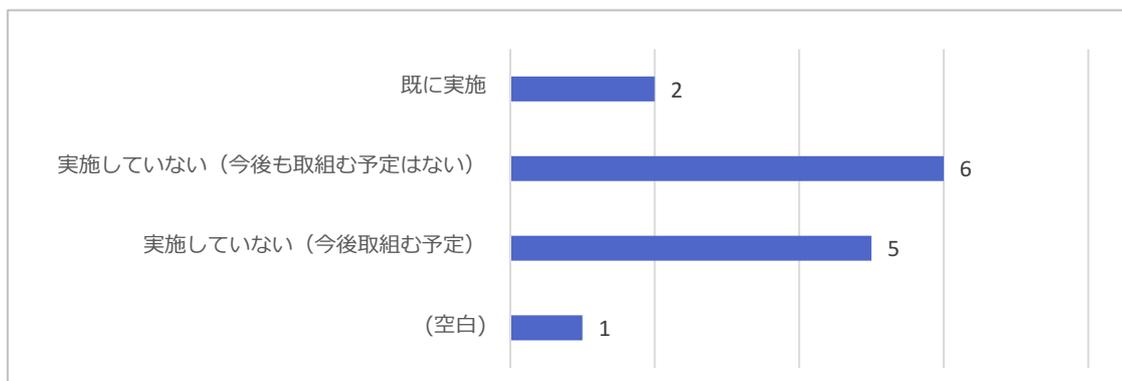
3. 取組の推進状況

貴宿泊施設では、以下の項目のワーケーションやテレワーク需要に対応した取組を進めていますか。対応状況を教えてください。

ワーケーション・テレワークに関するプランのHP掲載等の情報発信



その他



■ 貴宿泊施設で進めているその他の取組み内容をご記入ください。

- ✓ ワケーション施設紹介企業との連携（アプリ含む）
- ✓ 感染拡大予防対策

宿泊施設向けアンケート調査

3. 取組の推進状況

■ 貴宿泊施設においてワーケーション・テレワーク客の獲得に向け最も強化している取組みについて教えてください。

設備的な整備よりもソフト的な提供サービスの強化

例) ・安価な洗濯代行取次ぎサービスの導入 ・飲食デリバリーサービスの拡充 ・着地型観光の提案
・カーシェアサービス等の検討など

快適な環境作り、認知向上

宿泊自施設内で補う事が出来ない食事関係のサービス不足をデリバリー等とタイアップにより訴求を行う

昨年、第1波当初よりデユースプランは販売していますが、多少の利用はあるものの大きなニーズとはなっていません。よって現在はそれ以上何か取り組むということには至っていません。

【ワーク】 ネットワーク環境、ビジネス機材等の環境整備。
【バケーション】 近隣のアクティビティ施設との連携（契約）。

デユースプラン・テレワークプランは以前より発売中
テレワーク用客室を新設予定
中長期ワーケーション用プラン作成中、間もなく販売開始予定

Wi-Fi環境の整備

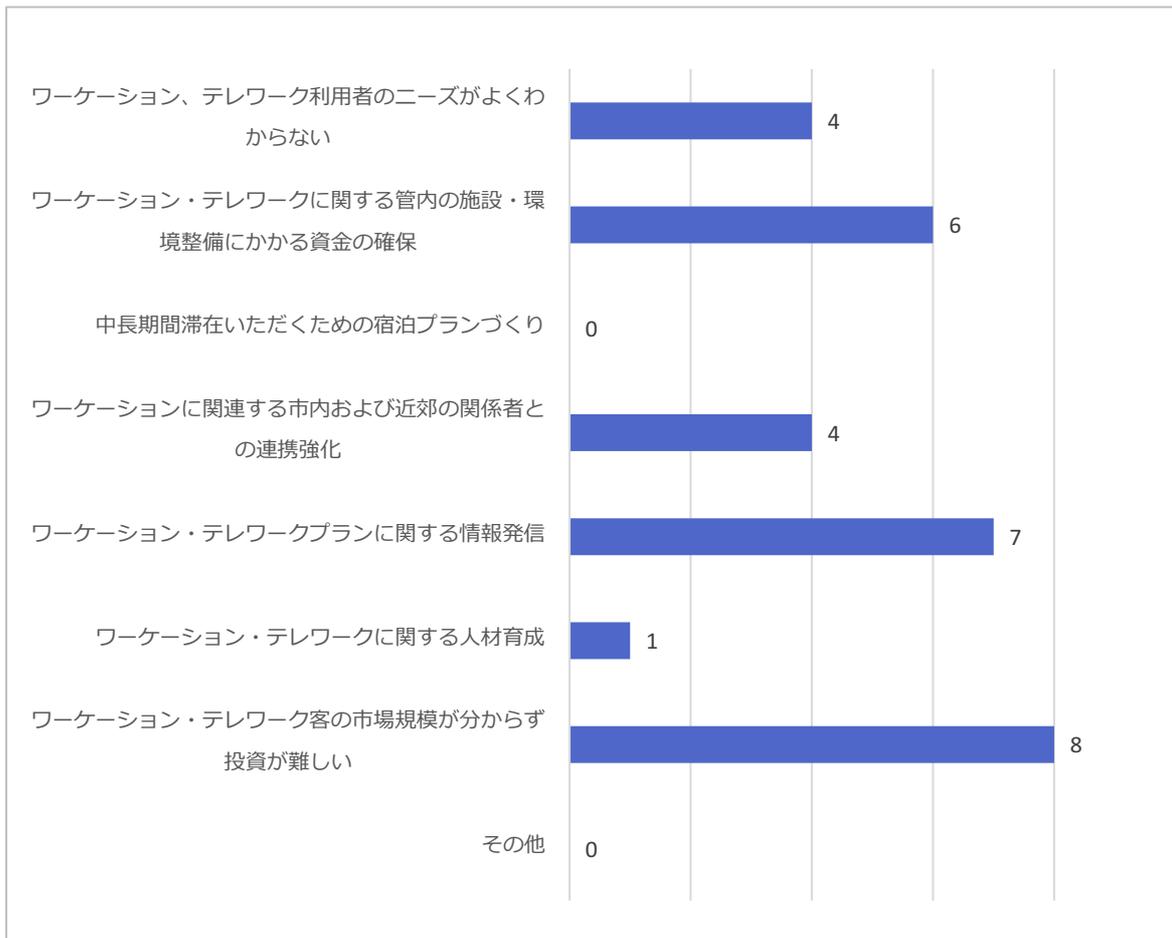
現在情報収集中

感染拡大予防対策

宿泊施設向けアンケート調査

4. 課題

貴宿泊施設におけるワーケーション・テレワーク客の獲得に関する課題について以下から最もあてはまるものを3つまでご回答ください。



宿泊施設向けアンケート調査

5. 必要となること

今後、札幌でワーケーション・テレワーク需要の獲得に向けた取組みを推進するためにどのような事柄が必要と考えられるかご意見をお聞かせください。

- ・テレワークに関して・・・JTBさんが中心になってテレワーク（シェアオフィス）等の施設要件を定義し、ホテルネットワークを構築して手軽に利用できるような仕組みづくり
- ・ワーケーションに関して・・・札幌ならではの過ごし方の提案（強化）、セールスプロモーション強化など

推進する企業や行政からテレワーク実施者への支援。経費精算、補助金支援。（自腹だと施設を使いたくても使えないかたもいる。東京都ほどでは無くても支援制度の拡充）

緊急事態宣言等解除後の今後の社会の在り方で現在の会社よりテレワーク等をより推進し、市場規模が高まる事の見込みが難しい。

企業へのアプローチが必要。自費で利用する人はいません。

あくまですべて個人的な意見です。

そもそも市内中心部への通勤が集中し、密になるのを避けるための「通勤時間の分散」「テレワーク」などの推進だったと思うので、テレワークのために市内の中心部に人を呼ぼうとすること自体が逆行しているようにも思います。

またワーケーションも然りで、バケーション的要素はもうちょっと郊外に求められると思うので、市内中心部はちょっと違うのかなと思います（東京などからロングステイで来て、ずっとホテル住まいで仕事をするような方がいれば別ですが…）

ちょっとワーケーションとはズレてしまいましたが、2食付きプランが以前に比べると売れていたりします。客層は市内や近郊の方が多いです（記念日など）。旅行に行けない分、近隣のホテルで非日常な気分や休暇を楽しもうというニーズが多少はあるのかなと感じ、ここには少しバケーション的な要素があるのかなと思います。

ニーズがどこまで有るのが分からない

テレワーク需要の拡大

「札幌ならではの」の特色を表現することが重要であり難題でもある。

マスコミ・SNS等での拡散

受け入れ側としての環境整備

市場規模の把握

- ・実際の市場規模の把握
- ・コロナの収束状況
- ・アフターコロナ、ウィズコロナの生活様式
- ・設備投資にかかる費用 等々

市町村の協力を得ずして、単館でワーケーションのニーズに応えることが出来るか。
その場合の企業や個人に対しての情報発信方法

感染予防強化の為、自動チェックイン機等の対人を極力控えたサービス

札幌市内コワーキングスペース ヒアリング

①ドリノキ

ヒアリング先	ドリノキ		
訪問先住所	札幌市中央区南1条西4丁目13-1 日之出ビル		
日 に ち	2021年3月16日 (火)	時 刻	10:00~11:00
先方出席者	札幌大通まちづくり(株)		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		

【議題】

- 1.施設概要（営業時間、利用料金、プラン、設備等）
- 2.ワークスペースの利用動向（利用者数、利用者属性等）
- 3.ワーケーション受入に向けた考え方

1.施設概要（設備、利用料金、プラン等）

・2012年にオープンしたナチュラルな空気感とフラットな空間をもつコワーキングスペース。利用者間のつながりも生まれるコワーキングスペースであることを売りとしており、また地下鉄大通駅直結の好立地となっている。

営業時間	平日：9:30~18:00
利用料金	2時間：500円 1日：1,000円（※ドロップイン利用）
プラン	コワーキングスペース（ブースエリア・フレックスエリア）/ドロップイン
設備	フリーWi-Fi/電源コンセント/フリードリンク/会議室（※有料）/複合機（※有料）

2.ワークスペースの利用動向（利用者数、利用者属性等）

・会員プランにはコワーキングスペースとして利用可能なフレックスエリア、サテライトオフィス利用可能なブースエリアがあり、その他には会員登録不要のドロップイン利用も可能となる。

・現在、コワーキングスペースの登録会員は17者（うち、個人5者、法人12者）であり、札幌市内に所在する企業の登録が多い。また、フルリモートワーク勤務となったことを機に、「自宅以外のワークプレイス」として会員登録する人も出てきている（※在宅勤務は難しいと考えている人は少なくないのではないか）。

・コロナ禍で道外の利用も少しずつ増えてきており、今年2月のドロップイン利用者のうち約1割が道外からの訪問者となる（※企業従業員かフリーランスかは把握していない）。現在はフレックスエリアとしているワークスペースの一部をドロップイン利用者用に貸し出している。

札幌市内コワーキングスペース ヒアリング

①ドリノキ

3. ワークेशन受入に向けた考え方

- ・ワークेशनへの関心が高まっていると思うが、大前提として需要があるかわからない段階ではワークスペースの整備などを本格化することはない。現在も一部をワークेशन利用者などドロップイン利用として貸し出しているが、現時点ではドロップインエリアを拡張する予定はない。
- ・当社もこれまでにパソナ社と連携し、東京都内で札幌でのリモートワークの働きかけ（営業）を行ったことはあるが、数字として成果が表れにくいと考えている。
- ・今後、ワークेशन推進（コワーキングスペース利用率向上）にあたり、「入口」を広げることが重要と考えている。これまでにコワーキングスペースを利用したことがない人に一度利用してもらい、今後もリピートしてもらおう仕掛けづくりが必要である。実際にリピーターが月額会員となるケースは少ない。
- ・市内にコワーキングスペースが増えたことから、各社がターゲットを絞り、どんどん細分化してきている。コワーキングスペースの利用者層はそう多くないと考えられるため、利用者の取り合いとなっている印象がある。また、コワーキングスペースの最大のライバルはカフェである。
- ・今後、札幌市としてニーズ調査実施結果などを民間事業者に共有していただきたい。広くニーズを把握できるのは、行政機関の強みであると期待している。

4. 備考

- ・旅行代理店と札幌中心部へのワークेशन（ブレジャー）商材を検討している。

札幌市内コワーキングスペース ヒアリング

②SAPPORO Incubation Hub DRIVE

ヒアリング先	SAPPORO Incubation Hub DRIVE		
訪問先住所	札幌市中央区大通西3丁目6 道新ビル		
日 ち	2021年3月18日 (木)	時 刻	13:30~14:30
先方出席者	(株)D2 Garage		
当方出席者	(株)北海道二十一世紀総合研究所 調査研究部 ・ 研究員 高松 世大		

【議題】

- 1.施設概要（営業時間、利用料金、プラン、設備等）
- 2.ワークスペースの利用動向（利用者数、利用者属性等）
- 3.ワーケーション受入に向けた考え方

1.施設概要（設備、利用料金、プラン等）

・『ほっかいどうの「はたらく」をもっと、自由に。もっと深く。』をコンセプトに2020年7月に北海道新聞本社ビル内にオープン。コワーキングスペース、サテライトオフィスに加え、札幌市によるスタートアップ育成プログラムとの連携、道内企業のオープンイノベーション支援など、インキュベーション施設としても機能し、「つながり」から生まれる「あたらしい価値」の創造を提供している。

営業時間	平日：9:00~21:00 土日祝：9:00~18:00
利用料金	2時間：1,000円 1日：2,000円（※ドロップイン利用）
プラン	コワーキングスペース/ドロップイン/イベントスペース/シェアオフィス/会議室
設備	フリーWi-Fi/電源コンセント/フリードリンク/フォンブース/コーディネーター常駐（起業相談など）/会議室（※有料）/複合機（※有料）

2.ワークスペースの利用動向（利用者数、利用者属性等）

- ・当社はコワーキングスペース（ドロップインも含む）、シェアオフィスが基本だが、シェアオフィスは現在17部屋が満室となっている（※法人として登記も可能）。また、コワーキングスペースも月額会員（50名程度）とドロップインがあり、ドロップインの利用は全体の3割程度となる。
- ・札幌市と連携したスタートアップ育成プログラム（Startup City Sapporo：SCS）の事務局を務めていることもあり、月額会員ではフリーランスやこれから起業を考えている学生などの利用が多い。
- ・昨年秋ごろからは、キャリアバッグを持った「出張族（※半数以上は道外とのこと）」のドロップイン利用が増えてきている。詳細は把握できていないが、ホテルチェックアウト後（※滞在最終日）やホテルチェックイン前（※滞在初日）の利用シーンと理解している。

札幌市内コワーキングスペース ヒアリング

②SAPORO Incubation Hub DRIVE

2.ワークスペースの利用動向（利用者数、利用者属性等）（続き）

・また、コロナ禍となり、フルリモートワークとなった首都圏の方が札幌でワーケーションをしていることもあり、新たに1か月限定利用のワーケーションプランを作成した（※別添チラシ参照）。入会金を無料とし、1か月間あたりの利用料金を1万円とするものである。予想以上に利用者が多く、毎月10名程度が利用している。

3.ワーケーション受入に向けた考え方

・特に首都圏からの出張族や長期滞在者は「快適な環境（設備の整ったコワーキングスペース）」に対して相応のお金を払う印象がある。一方、札幌を含めた北海道民はコワーキングスペースの利用料金に対して「シビア」である。特に札幌市内のコワーキングスペースはここ数年で増えたが、「価格競争」となってきた印象をもつ（※藤間氏によると、札幌における1か月の利用料金は1万円が相場であり、これは首都圏に比べて非常に安いとのこと）。

・この理由としては、ワーケーションから少しずれるが、首都圏ではカフェで仕事できない人のためにコワーキングスペースが拡充されていった一方、道内では札幌中心部でもカフェが利用可能であり（※フリーWi-Fiも利用可能なことが多い）、コワーキングスペースを利用するというカルチャーがまだ根付いていないためである。こうしたことから、首都圏からのワーケーション利用者は確保していきたいと考えている。

・札幌ではカフェがコワーキングスペースの「競合店」となるが、当社では「カフェ・ド・クリエ（※同ビル1階のカフェ）」と連携した取組を進めている。新型コロナウイルス感染拡大防止にあたり、多くのカフェでは席数を減らしていることもあり、回転率を下げるテレワーカーはあまり歓迎されていない。そこで、テレワーカーへは同ビルにある当社を紹介いただき、コワーキングスペース内ではカフェの宣伝を行っている関係となる。カフェだけでなく、宿泊事業者と連携した取組も検討している。

・札幌市がワーケーションを推進するにあたり、各コワーキングスペースに「観光マップ」を設置するなど、「コワーキングスペース×観光」は重要でないかと考えている。ここ数か月間、特に利用者から「周辺のおいしいお寿司屋さんを教えてほしい」「すすきのにある飲食店でおすすめはあるか」など、観光に関連する質問を受けることが実際に多くなってきている。これまでなかったことであり、現在は従業員が勉強しながら対応をしているが、持続可能ではないと考えている。

・出張族の受入にあたっては、上述のとおり「コンシェルジュ」対応、その他にはキャリーバッグを無料で預かるなど、細やかな対応が必要だと考えられる。

4.備考

- ・NoMaps開催期間中に市内コワーキングスペースの共通利用チケットを配布し、他社との連携もある。
- ・北海道自治体、コワーキングスペース運営事業者による視察実績は多数あり。

7. 札幌版ワーケーションの検討

(1) 先進地事例調査 結果の検証

和歌山県白浜町

有名企業の実績を繰り返し発信。計算されたイメージ戦略で企業を中心に誘客に取り組む

すでにネット上で「白浜」「ワーケーション」でヒットする情報が多数存在するが、その情報はワーケーションとはやや異なる**誘致企業の情報や同じ企業の体験談が繰り返し発信されているものが多い**と感じた。また、地域のホテル関係者へのヒアリングでは、ワーケーション目的の宿泊者が格別に増えたという実感はないとのことだった。白浜町はこれまで最終的な企業進出を目標に企業単位でのワーケーション利用をターゲットとしてきたので、今のところ、個人単位でのワーケーションについては、特に目立った誘客の取り組みは見られないが、**今後は誘客のターゲットを1人1人の個人ワーカーまで拡大するような路線変更も予想される**。その際、利用者の視点から考えると、ネット上に溢れる「白浜＝ワーケーション」のイメージに導かれて、白浜町をワーケーションの旅先に選ぶ個人ワーカーもいると思われる。元々、白浜町は観光業と漁業が産業の中心だった。行政主導でインフラを整備して、企業誘致の入り口としてワーケーション促進に取り組む白浜町の戦略がそのまま札幌市に当てはまるものではないが、誘客の手段やシステムの面の整備については参考にしたいものがある。

参考出来る事例

【和歌山県全体】補助金の対象企業・対象経費の幅が広い

先進地調査で取り上げるエリアのうち、ワーケーション利用の事業者に対する助成金としては、長野県の「宿泊」に限定した助成金があり、福岡県では企業進出のトライアルとしてのワーケーション利用に対する「宿泊」や「コワーキングスペースの利用」等への助成はあるが、対象が県が重点産業と位置付けた業種に限定されている。和歌山県は企業進出を前提とするワーケーションではあるものの、対象とする業種の幅が広く、対象経費も移動費を含めた旅費とワークスペースの利用料等が含まれている点は画期的である。

【和歌山県全体】ワーケーション協力事業者が登録するワーケーションネットワークの構築

総務省 大臣官房 サイバーセキュリティ・情報化審議官 兼 内閣官房内閣審議官 箕浦 龍一氏より、「コワーキングスペース（場所）を作るよりも、地域でのネットワークを形成するコミュニティ・マネージャーやコンシェルジュ的機能を確立する方が重要であり、優先度は高い。」という意見があった。ワーケーションに興味を持つ企業や個人とエリアを結び、横断的に滞在をコーディネートをする「コンシェルジュ機能」があれば、潜在的な利用者を確実に捉えることが出来ると考える。なお、令和3年3月上旬現在、本調査において、和歌山県においても、他のエリアにおいても、明確に「ワーケーションコンシェルジュ」という名称の窓口を設置しているエリアは見つけられなかった。和歌山県においても専用サイト上で「ワーケーションネットワーク」として登録する事業者のうち、コンシェルジュ的な機能を担う旅行会社等を紹介するに留まっている。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

【白浜町】 実証実験と組み合わせたワーケーションの誘致、さらに、企業進出へと繋がった例
IT企業、先端ベンチャー企業の誘致の手法として、セールスフォース・ドットコムのように、白浜町での実証実験をきっかけに、企業誘致へと繋がったケースがある。また、実証実験のテーマも、地域課題の解決やワーケーションの推進に繋がるプロジェクトであると、エリアと企業の継続的な協力関係の構築や、新規ビジネスの創出、関連する他事業者のワーケーション誘致に繋がる可能性があると考えられる。

札幌市で考えられる実証実験テーマ（案）

厳寒地での使用に耐えられるIT機器やデバイス・乗り物・機械等の開発・テスト

エネルギーの脱炭素化、再生可能エネルギーの研究・開発など

テレワークやワーケーションの推進に必要なシステム開発・実証実験

寒冷地での暮らしを向上させるようなシステムやテクノロジーの開発・実証実験

フロー案：

実証実験プロジェクトの公募→企業選定→実証実験（2週間～1か月単位の滞在）→実証実験終了

実証実験終了後に出先事務所の開設もしくはワーケーション（研修・合宿など）として定期的な来訪に繋げる。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

長野県白馬村

感度の高い個人に狙いを定め、注目されるSDGsをテーマにしたイベントと連動した誘客戦略

大自然、雪、温泉、冷涼な気候など、北海道と共通する部分が多い長野県は、古くから首都圏を中心に避暑地、リゾート地として知名度があり、アクセスの良さから初めてのワーケーションの旅先として選択する利用者が多いと思われる。長野県としての誘客の対象は企業単位 | 個人単位の両方をターゲットとしており、それぞれの地域において優先順位が異なる。ここ数年、長野県内にオープンした話題性の高いコワーキングスペースの多くが主に企業を対象としたものであるが、今のところ、利用率はあまり高くないようだ。一方で、白馬村は初期の戦略として個人ワーカーをターゲットとし、まずは1人1人の個人を誘客することで、将来的に企業単位の誘客への足掛かりとする道を選択した。

参考に出来る事例

【長野県全体】 組織や職種の枠を超え、幅広い利用者層に訴求する専用サイト「信州リゾートテレワーク」

長野県としては企業誘致もまた重要な目標であると思われるが、それを表に出さず、あくまで一人一人のビジネスパーソンに向け「ワーク×バケーション」の旅先としてアプローチしているので、結果、多くの人々が「所属（会社）」「仕事場（場所）」という枠を超えた「新しい働き方のイメージ」を抱くことにつながっていると推測します。また、最新情報の発信やモニター募集の告知など情報の更新が頻繁で、なおかつ、観光や宿泊の情報も充実しており、利用者の利便性への配慮がある。また、吟味されたサイトのネーミングやキャッチコピーも、**組織や職種を超えた幅広い年代に対し、「癒し」や「リフレッシュ」を連想させ、ワーケーションという新しい働き方への共感を呼ぶ作り**となっている点において、和歌山県の専用サイト「WAKAYAMA WORKACTION PROJECT」と大きく異なる。

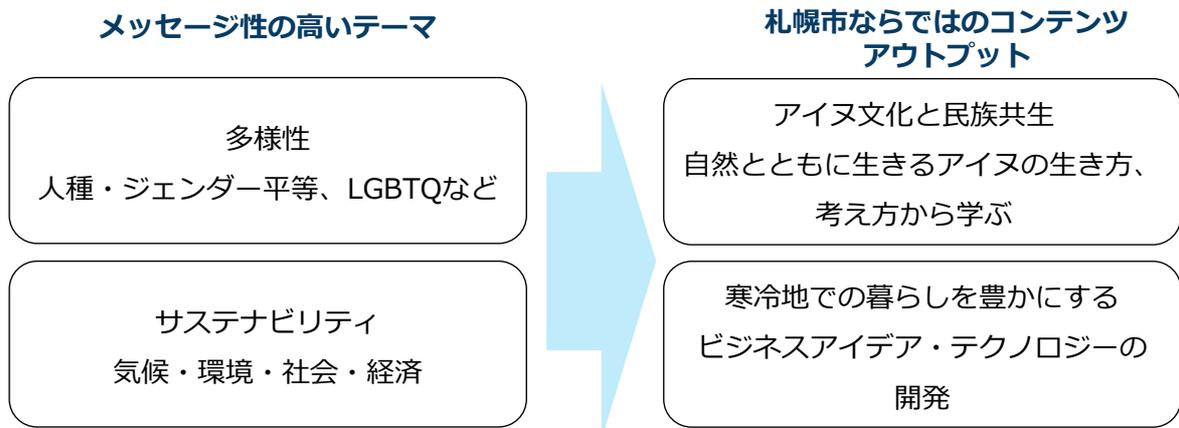
【長野県全体】 事業者向け助成金は個人事業主・フリーランスを含む

宿泊費に限定した事業者向けの補助金ではあるが、助成金の対象には企業だけではなく個人事業主やフリーランスも含まれているという点が画期的である、元々、在宅ワークやリモートワークへの切り替えが容易な職種が多い個人事業主やフリーランスの人達を取り込もうと試みたことは良い戦略だと思われる。最終のまとめでも触れますが、新型コロナウイルス感染症感染拡大を機に企業に所属する多くのワーカー（労働者）のリモートワークが可能になった為、在宅で出来る仕事を旅行先で行いたいと考える人は今後も増えると思われる。一方、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響で幅広い業種の企業の収益が大きく減少する中、企業単位のワーケーションにかかる予算を捻出するのが難しい企業が増える可能性があり、その為、まずは**今すぐにでもテレワークが可能な層をいち早く取り込む**ことが大事だと考えます。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

【白馬村】 メッセージ性の高いSDGs イベントと連動したワーケーション誘客戦略

これまでの事例を見ると、ワーケーションイベントは「ワーケーションそのもの」をテーマとするものがほとんどで、ワーケーションの導入事例や効果などを周知し、啓発することが主目的でした。一方で、白馬村のGWHでは、ワーケーションはサブテーマであり、多くの人々がイベントに参加し、同じ課題に関心を持つ他者と交流する手段にもなっていることに注目したい。GWHは「サステナビリティ (Sustainability)」をテーマとしたワークショップとワーケーションを組み合わせ、意識の高い個人を呼び込み、将来的な企業単位の誘客の呼び水にしようという戦略。降雪量の減少はスキーリゾート白馬村にとってマイナスな印象を与えかねない問題ではあるが、それをあえて地域の課題と位置づけ、緊急度の高い問題として地域が自らメッセージを発信することで、「**白馬でワーケーションをする理由**」として利用者に強く印象づけている。こうしたアプローチは札幌市においても可能性があると考えられる。

札幌市で考えられるテーマ (案)

多くの企業が企業理念として掲げるテーマを選択することで、イベントへの協賛・協力が得られやすいと思われ、同時に、学術関係者や文化人の支持も得られると考える。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

福岡県福岡市

2021年度、個人から企業へとターゲットを拡大しようとする動きも。**都市型ワーケーションモデルとして札幌市と競合する可能性が高い福岡市**

都市機能や観光地としての魅力が充実していることに加え、リモートワークの環境整備が進み、ワーケーション利用者を受け入れる豊富なホテル施設やコワーキングスペースも十分ある。また、スタートアップを支援する福岡市の施策と連動して民間のコワーキングスペースが数多く存在し、主要なビジネスとして成り立っている。さらに、企業や団体を想定した50名以上の受入れに対応するコンベンション施設と過去の受入れ実績も豊富です。福岡市がホテルへのテレワークプラン造成支援策や個人利用者を想定したインセンティブを総動員してワーケーション利用者を獲得しようとする背景には、福岡市内のホテル供給過多があると推測します。早々に次年度のワーケーション補助金の実施とワーケーション協力事業者の募集を発表したことからわかるように、福岡市はワーケーション利用者の獲得に本格的に乗り出してきました。今後、都市型ワーケーションのエリアとして、札幌市の最大の競合となる可能性があります。

参考出来る施策

宿泊事業者向け造成支援金 「福岡STAY」安全安心利用キャンペーン事業

宿泊事業者を対象としたワーケーションプラン造成の支援金においては、宿泊費そのものへの助成だけではなく、**より付加価値の高いワーケーションプランを造成する為の経費として、幅広い経費が対象になる**という点が画期的である。ユニークなアクティビティにかかる経費、本格的なワーク環境を整備する為の客室の改装費、伝統工芸品のプレゼント代や文化体験料とのセットなど、「-half仕事×half観光」のライトな利用者層から、より仕事に比重を置く利用者層まで、ワーケーション利用者それぞれの満足度を高める事業者側の努力を後押しする施策となっている。

次年度に予定されている1泊5,000円の助成金（ただし、一過性のインセンティブになる恐れも）

今回の調査で取り上げた長野県をはじめ、他のエリアのテレワークプランへの補助は1泊あたり2,000円～3,000円が相場である。しかし、ここで福岡県が1泊当たり5,000円という助成を始めると、利用者にとっては非常にインパクトがあり、お得感において抜きん出た施策となることが予想される。しかしながら、宿泊のみに対する助成金はこれまでの観光目的の宿泊助成金とあまり変わらず、**一時的に来訪者が増えたとしても、ワーケーションの旅先としては一過性のもので終わる可能性があります**。助成金の恩恵を受けて福岡市でワーケーションを経験した利用者の1人1人が単に「楽しかった」だけではなく、「仕事面でプラスの効果があった」「クオリティオブライフが向上した」というような確かな手ごたえを実感できるものでなければ、長期滞在やリピート利用のニーズを喚起できないと考えます。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

福岡版ワーケーションネットワークの構築**企業向け福岡型ワーケーション推進に向けた「パートナー」の募集**

すでに和歌山県で運用されている「WAKAYAMA WORKATION NETWORK」に倣った制度と推測します。2020年までの福岡市のワーケーション誘客の施策は、主に個人を対象とした宿泊費の助成に重きを置いたものでしたが、今後、福岡市のパートナーとなる宿泊施設、交通、コワーキングスペース、ビジネスマッチング、ビジネスイベント、アクティビティ、体験ガイド、文化施設、ビジネス研修などを提供する事業者がワーケーション誘客促進のネットワークを築くことが出来れば、**今後は企業や団体など大人数の誘客の受入れに本腰を入れてくる可能性も十分に考えられます。**なお、事業者募集条件の業種ジャンルで目を引くものとしては、「サポート等」があります。

福岡市が募集するサポート等を担う事業者

ジャンル	内容、条件等
サポート等	① 他のパートナーがワーケーション推進に取り組むための商品開発や機能強化を行う際のサポート ② その他、福岡型ワーケーション推進に寄与するサービスの提供

これはワーケーションにかかる問い合わせ窓口や予約手配・プラン開発を横断的に行う「ワーケーションコンシェルジュ」の機能を意識したジャンルだと推測します。

今後、札幌市でも同様の機能を持つことで、ワーケーションに興味を持つ企業に対してワンストップでアドバイスを提供することが可能となり、積極的に企業単位のワーケーションを取り込むことが出来ると考えます。

(1) 先進地事例調査 結果の検証

札幌版ワーケーションに取り入れたい先進地施策のまとめ

本調査を通じて、次年度以降、札幌版ワーケーションの推進に取り入れたい先進事例を提案します。

ワーケーションネットワークの構築

次に

ワーケーションコンシェルジュの設置

先進地事例 和歌山県 福岡県福岡市

受入れ体制と提供コンテンツの整理、窓口の設置と横断的な手配の実施

ワーケーション協力事業者と連携して提供可能なコンテンツとサービスを洗い出し、次に、問い合わせの窓口として、各コンテンツを横断的に手配・コーディネートするコンシェルジュの設置。（現行、具体的に「ワーケーションコンシェルジュ」という名称の窓口はない。）窓口をすることで、潜在的な利用者を取り逃がさない。

企業向け 幅広い経費を対象とした助成金

先進地事例 和歌山県

まとまった人数での利用を促進。企業にとって利用のモチベーションに。

宿泊費だけでなく、移動、コワーキングスペースの利用料や滞在中の体験アクティビティにかかる経費を対象とした企業・団体向けワーケーション助成金。大人数の誘客に有効。

宿泊事業者向け プラン造成支援金

先進地事例 福岡県福岡市

札幌ならではのユニークなプラン造成とテレワーク環境のボトムアップ

宿泊費の補助に留まらず、魅力的なワーケーションプランの造成の為に対象経費の幅を広げた助成金。体験アクティビティ代や客室のリノベーションなどにも適用できる。ユニークなプラン造成とテレワーク環境のボトムアップに有効。

メッセージ性の高いイベントと連動した誘客

先進地事例 長野県白馬村

札幌でワーケーションをする動機付け。地域ブランディングへと進化させることも

多様性、SDGsなど社会的に注目されるテーマとワーケーションを連動させた誘客。感度の高い個人を中心に、ベンチャー企業、文化人などの参画が期待できる。札幌市ならではのメッセージの発信でワーケーションの動機付けをする。

実証実験をきっかけとした誘客

先進地事例 和歌山県白浜町

地域課題の解決を通じて先端企業と継続的な関係の構築

IT・ベンチャー企業を対象に、一定期間札幌市での実証実験を誘致。実証実験終了後は定期的なワーケーション滞在やサテライトオフィスの設置などに繋げる。実証実験のテーマは、働き方改革、脱炭素エネルギー、寒冷地の暮らしの向上など地域課題の解決をテーマとしたもの。

専用WEBサイトの制作

先進地事例 長野県

札幌ワーケーションのイメージ浸透と最新情報の発信

総合的な情報WEBサイトでワーケーションの情報発信。企業や団体など所属の枠を超え、ワーケーションという新しい働き方に共感を得られる内容にするとともに、札幌でのワーケーションをイメージしやすい作りにし、企業等は「ワーケーションコンシェルジュ」に誘導する。

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

■先進地のワーケーションの類型とターゲット

今回のワーケーション先進地調査では「和歌山県白浜町」、「長野県白馬村」、「福岡県福岡市」を取り上げましたが、ワーケーションという旅のスタイル（ワークスタイル）そのものが新しく、それぞれの誘客の施策もまだ始まったばかりという状況であり、新型コロナウイルス感染拡大により県を超えた人の移動が制限される中、現時点においてそれぞれの地域が本当に成功しているのかわかると判断するのは困難だと考える。しかしながら、札幌市が次年度のワーケーション誘客施策を練るにあたり参考に出来る施策もあり、本調査においては、そうした部分を多く紹介することに努めた。

■ワーケーションの類型

※出展：上平崇仁（2016）「デザイン態度論」を参考に関西大学松下慶太教授作成

類型	Workation 1.0	Workation 2.0	Workation 3.0 & α
コンセプト	For workers	With workers	By themselves
キーワード	User Experiences	Collaboration	Empowerment
滞在期間	単発・短期間	継続的な来訪・滞在	長期滞在・居住
地域からの目線	消費する人	パートナー	境界の消滅
位置づけ	観光客	関係人口	住民
観光との関係	代替・穴埋め	再定義	脱却
仕事との関係	生産性向上・効率化	創造・刺激	(生活との) 融合



各先進地ともにWorkation 2.0～3.0を目標としているが、現状はWorkation 1.0または2.0にいると推測できる。その理由として、ワーケーション推進の様々な施策の効果がまだ十分に出ていない、もしくは、ワーケーション以前に行われていた「移住促進」や「企業誘致」の施策との境界があいまいで、誘客のターゲットを絞り切れていないことが考えられる。

2021年3月現在、各先進地がワーケーション誘客のターゲットとする層を下記のように考えます。

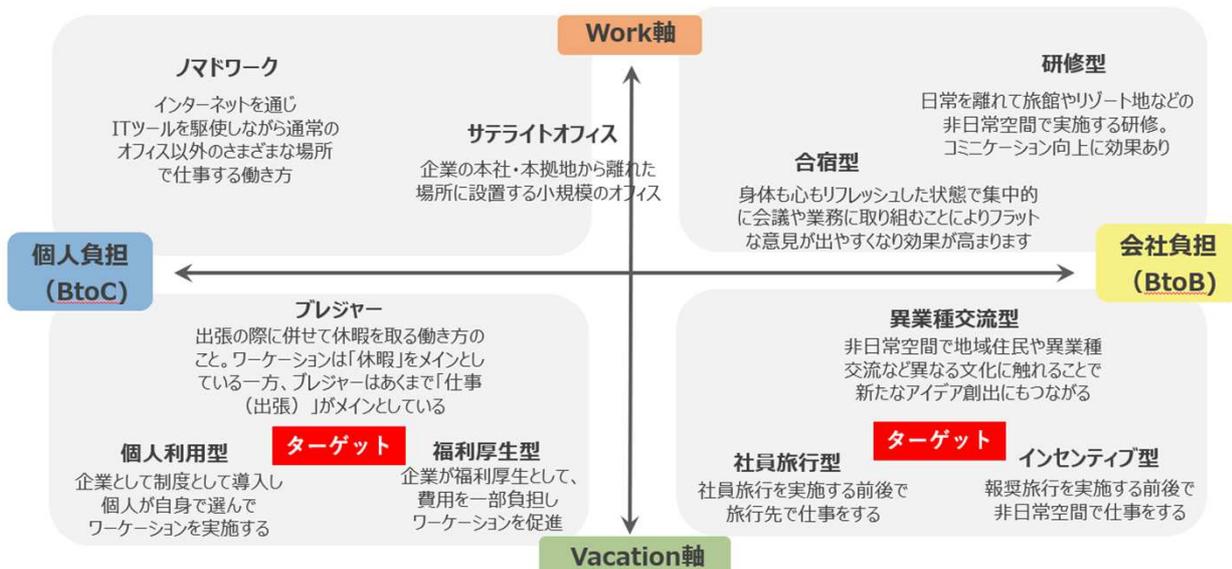
ターゲット	企業単位	個人ワーカー	ターゲット
和歌山県白浜町	◎	△	明確に「企業限定」としている訳ではないが、個人を積極的に誘客していない。施策は主に企業向けのものである。
長野県白馬村	△	◎	まずは個人を優先して誘客をし、その先に企業単位の誘客を視野に入れる。
福岡県福岡市	○	◎	2020年度は個人を対象とした誘客に注力していたが、次年度からは体制を整えて本格的に企業単位の誘客に取り組む動きが見える。

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

企業アンケートでは、「テレワーク」を積極的に導入している企業は半数以上あったが、「ワーケーション」「プレジャー」についての制度を定めている企業はほぼない。導入を検討している企業も意外に少なかった。やはり、その課題としては「社の規定変更」「労災の問題」や「仕事と休暇の区別が困難」ということもあり、企業として「ワーケーション」や「プレジャー」を制度化するには時間がかかりそうだ。企業ヒアリングでは「他社の動きを見てから考えたい」という意見も多かった。しかし、首都圏企業に勤める社員へのヒアリングによれば、「制度はなくてもプレジャーをする機会が多い」との意見も多かった。確かに有休休暇を使い、宿泊代を自己負担するのであれば何の問題もなく「プレジャー」が可能である。また、札幌市内のコワーキングスペースにはフルリモートワークとなった首都圏の方々の利用が増えている。バケーションコンテンツへの期待度も高い。**これらのことを踏まえると、BtoBと同時進行でプレジャー型のBtoCプロモーションも進めていく必要があると考える。**

＜札幌版ワーケーション＞ 狙うべきターゲットについて

「個人ワーカー」の誘客に重点を置きながら、それと同時に、
「企業」へのアプローチを進めていくのがベストだと考えます！
プレジャー型ワーケーションは制度がなくても比較的实施が容易！



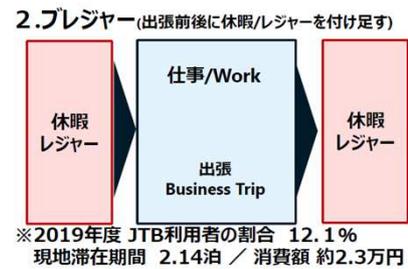
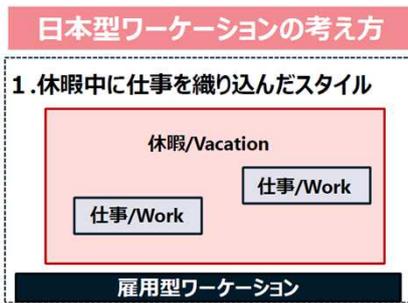
ターゲットは「BtoB」「BtoC」で「Vacation」よりの需要を狙っていく

「札幌版ワーケーション」では、まず個人ワーカーを重点ターゲットとして誘客を図っていく。企業型ワーケーションには今回の調査で得た「ワーケーションに関する社内整備が進んでいない」などのハードルがあり、そのハードルを取り除くには一定の時間が必要です。また、滞在のタイプは「ワーク」よりも「バケーション」を重視するプレジャー型ワーケーションが現状のニーズに合っており、ワーケーション制度が整っていない企業の社員であっても容易に実践できることから、**需要があると考えます。**

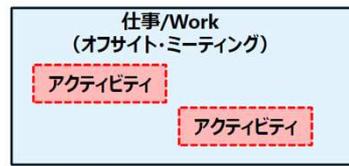
(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

個人ワーカーへのアプローチ

次年度の札幌版ワーケーション戦略として、まず、下記の**2.プレジャー型（出張前後に休暇/レジャーを付け足す）**の取り込みを推進する。プレジャーの滞在時間は2.14泊平均となっており、長距離・長時間の移動はしない。従ってモデルコースの創出をすれば、中枢連携都市圏も含めた1日で行ける範囲のモデルプランや自己啓発などのコンセプトに合わせてプレジャーを楽しめるような資料を個人または企業に提供する。

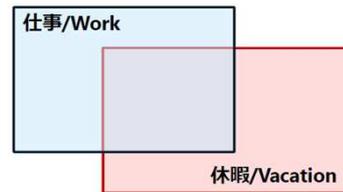


3. オフサイト会議（団体での研修）



※2018年度 JTB取扱額365億

4. 仕事と休暇を重ねて織り込んだスタイル
(サテライトオフィス利用、副業、ノマドワーカー等)



出典：関西大学 松下慶太（2019）note「広がる日本型ワーケーション」を基に山梨大学 田中敦作成 <https://note.com/matsulab/n/nc65715471648>

前述のように、企業単位のワーケーションが浸透するまでには、労務管理上の課題から社内規程の整備、情報セキュリティの確保、そして、社員教育・福利厚生等に充当する経費捻出などの課題が残っており、コロナ禍で業績が悪化する企業が多い中、今少し時間を要すると思われる。一方で、もともとリモートワークを実践していた労働者、また、コロナ禍でリモートワークが可能になった労働者を中心とした個人単位でのワーケーションに興味を持つ層をいち早く取り込むことが重要と考える。

すぐにでもアプローチすべき個人

フリーランス・個人事業主	IT・ベンチャー・外資系企業の社員	大企業の社員
もともと在宅ワークやリモートワークを実践しており、自らの意思で時間や場所に捕らわれない働き方が可能な層。	もともと在宅ワークやリモートワークを実践していた、または、コロナ禍でそれが可能になった層。	コロナ禍で在宅ワークが可能になった労働者が急増。クリエイティブな職種、営業・企画職に加え、事務系の職種においてもリモートワークが可能に。
アート・文化への関心が高く、新しいものや世の中の動き敏感な人が多い。	勤務先企業は個々の能力を重要視する代わりに、社員のプライベートを尊重する傾向。	勤務先はワーク&ライフバランスを重視する傾向。

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

個人ワーカーへのアプローチ

■個人版アンケートより：モデルコース各プランにおける男女・年代・居住地別の傾向

Aプランにおける傾向

回答総数において最も「魅力を感じる」という結果だった。その理由として最も多かったのは、「仕事と観光の両立ができそう」「メリハリがある」という声が多く、**ワーケーションプランとして最も現実的だと感じたプラン**だったと推測する。また、「あまり魅力を感じない」と回答した中で多かったのは、北海道在住の男性40代・男性50代で、「すでに大体知っているため」「ありきたり」「定番」というコメントが多かった。一方で、北海道以外に在住する人の中で「あまり魅力を感じない」と回答した理由として、「会社の方針で難しい」というコメントと、プランのコンテンツよりも**時間割が半日仕事とフリーを分けるのではなく「1日ごとに仕事と休みを区切りたい」というコメント**が全世代の男女に見られた。

Bプランにおける傾向

スノーアクティビティに興味がある人とない人で意見が分かれる回答となった。このプランが最も人気だった層は男女20代で、年代が高くなるにつれ人気も下がっていく結果となった。特徴的だったのは男性30代の「どちらとも言えない」という回答の中で、「子どもが小さいため要検討。スキーは魅力的」「私は好きだが家族がスノーアクティビティを好きでないため」という子育て世代ならではの回答があった。また、「**アクティビティはケガをした時に会社への報告がしづらい**」という回答もあった。この回答には、単にケガで仕事に影響が出ることへの懸念と**私傷病と労災の線引きに関する難しさ**の両方が考えられる。

Cプランにおける傾向

女性30代を除く他の全世代が、Aプランの次に魅力の高いプランという回答結果となった。「温泉街でリラックスに興味がある」「自然が堪能できる」「近場で新しい魅力に気付けそう」など温泉を拠点にして行動できる点、そして、**レンタカーでの移動で自由度が高いことなどが魅力**と捉える回答が多かった。一方で、女性30代の中には、「「レンタカーを借りると返す手間がかかる」「自分で運転するのが怖い」などネガティブなコメントもあった。

Dプランにおける傾向

「温泉」「レンタカー」「スノーアクティビティ」という要素に関するコメントが多かった。中でも男女30代が好反応を示しており、「雪上乗馬や犬ぞりは期間限定でレアなので面白そう」「冬の温泉とかまくらジンギスカンが楽しみなので」という回答があった。また、スキーが出来ない人でも出来るスキー以外の雪体験、新しい雪体験に強い興味があるというコメントが目立った。一方で、「魅力を感じない」と回答した人では「スノーアクティビティが苦手」に加えて目立ったものが、北海道以外の居住者の「**冬場に路線バスでの移動やレンタカーでの雪道運転など不慣れな点が気になる**」「**雪道の運転が心配だから**」というコメントだった。

Eプランにおける傾向

女性50代に「魅力を感じる」という回答が最も多かったのが特徴。「**グルメとスポーツ観戦の両方を楽しめそうだから**」というものだった。特に北海道在住の女性は「コンサドーレを応援しているから」「プロ野球が好きだから」という回答が特徴的だった。その他、このプランは女性20代、女性40代、男性30代、男性40代、男性50代にも「魅力がある」という回答が多いプランだった。

Fプランにおける傾向

ゴルフとワインがキーワードとなり、「**ワイナリー巡りが魅力的だから**」「**ファームレストラン、ワインタクシーが魅力的**」というコメントが見られた。女性30代、女性50代に「とても魅力を感じる」「魅力を感じる」と回答した割合が多かったプラン。一方で、「**ワーケーションであるかぎり魅力を感じません。**」「ゴルフはしない」など、**通常の旅行プランとしては魅力的だがワーケーションとなると別だ**という見方をする人もいた。北海道在住の人の意見として、「周辺都市まで移動しなくても市内で十分だから。」「自分が北海道出身だからだと思うが、周辺都市に泊まりたいとはそこまで思わない。旅館などなら良いと思う。」という意見があった。また、女性20代においては「魅力を感じない」という回答がやや多く見られた背景として、この層があまりゴルフに興味のない世代だからではないかと推測する。

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

個人ワーカーへのアプローチ

個人版アンケート調査で得た各プランに対する意見を基に、より魅力的なプレジャー型プランの造成とさらなる磨き上げに取り組む。また、これらのプランは企業へのアプローチにも応用することが可能だと考える。

【プレジャー型モデル日程】※札幌市内3泊4日

木	金	土	日
出勤	業務 営業・会議出席 など	休日	休日
業務終了後、 札幌へ移動  夜食に 札幌ラーメン 	夜は札幌グルメを堪能 	ゴルフや温泉で リフレッシュ 	札幌市内観光 ショッピングを 楽しむ 夕方から 帰宅 

木	金	土	日
出勤	業務 営業・会議出席 など	休日	休日
業務終了後、 札幌へ移動 SNS映えの 札幌シメパフェ 	夜は札幌グルメを堪能 	列車で小樽へ 小樽運河や名物のお 寿司 	札幌市内観光 ショッピングを 楽しむ 夕方から 帰宅 

【プレジャー制度を活用する企業へのアプローチ】

例えば・・・

コミュニケーション不足解消
を目的としたワーケーション



ワーケーション実施例：
職場を離れたことによる解放感や、よりリラックスできる環境で話し合うことにより、フラットな関係を作り出し、発言しやすい雰囲気やクリエイティブな意見を生み出しやすくなるという目的・効果が期待できます。



家族と充実した時間を過ごせる
夏季休暇を組み合わせたワーケーション



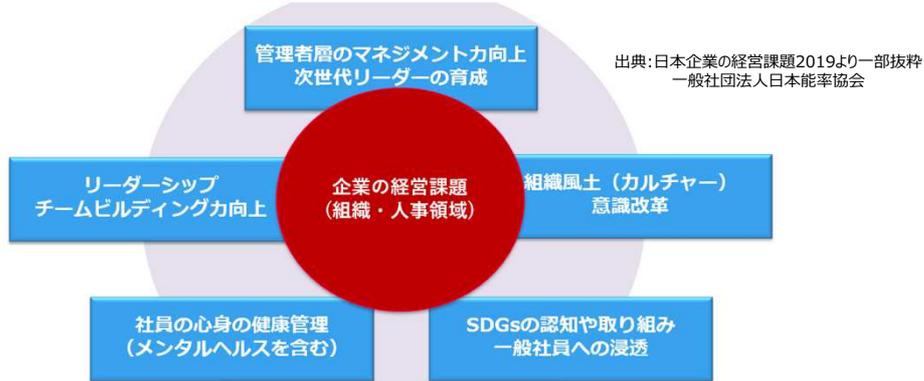
ワーケーション実施例：
家族の長期休みに合わせて、旅行先でワーケーションを実施。旅行先での滞在中、業務日に合わせてお子様は旅行先でサマースクールに通うなどの過ごし方も。連続休暇取得促進とワークライフバランス向上につながります。



(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

企業へのアプローチ

BtoCであれば既存の札幌情報で充分だと思われるが、企業向けの誘致であれば多岐にわたって検討しなければならない。例えば、モデルコース。今回、個人向けアンケートを取る為にいくつかのモデルコースを作成したが、企業版となるとそこに企業メリットをプラスする必要がある。アンケート結果でもわかるように企業としてはワーケーションを実施する場合の目的として「社員のモチベーション向上」「発想や視野の拡大」などの成果を求めている。企業課題の解決に繋がられるコンテンツを提供できるように準備しなければならない。以下に企業課題と解決に向けたコンテンツ案を記載する。



企業課題を解決する「ラーニングワーケーション」のカタチを札幌市で実現する

【札幌市及び連携中枢都市圏 コンテンツ案】

(1) 組織風土・意識改革のコンテンツ

登山(手稲山、樽前山など)やサイクリング
SDGs(アイヌ交流文化センターピリカコタン、キウス・カリンバ縄文遺跡、恵庭えこりん村など)

(2) 管理職層のマネージメント力向上・次世代リーダーの育成

札幌企業の成功事例を学ぶ(ツルハ・サツドラ・ニトリ・もりもと・石屋製菓など)
異業種交流によるコミュニケーションスキル向上

(3) リーダーシップ・チーム(組織)力向上

スポーツチームビルディング(コンサドーレとサッカー試合、カーリング、雪像制作、国際雪かき選手権出場など)

キャンプ(滝野すずらん公園、定山溪自然の村、石狩市、小樽市、新篠津村、岩見沢市、長沼町、千歳市)

(4) 社員の心身の健康管理・メンタルヘルス

ストレス軽減・集中力アップ(乗馬、座禅、大自然の中でヨガ体験など)
ウィンタースポーツ(スキー、クロスカントリー、スノーシュー)
ヘルスツーリズム(定山溪温泉、朝里川温泉、千歳市キューサイ青汁工場など)

(5) その他

防災学習(札幌市民防災センター、千歳市防災学習交流センターそなえー等)
農業体験(さとらんど、ふれあいファーム、ホクレンくるるの杜、定山溪ファームなど)

企業課題	ストーリー	コンテンツ
組織風土(カルチャー)意識改革	自己変革・自己革新 自分の限界を超える、価値観を変える 限界を知る・限界をどのように超えるか 自己変革、自己改革、自己革新	登山で限界を超える、限界を知る アイヌ文化でSDGsを学ぶ
管理者層のマネジメント力向上 次世代リーダーの育成	問題解決力・コーチング力 成功事例から学ぶ 地場産業を支える人との交流 地域からイノベーションを学ぶ	地元の企業の成功事例を学ぶ 異業種との交流によりコミュニケーションスキルを向上させる
リーダーシップ チーム(組織)力向上	チームビルディング力向上 人間力強化 コミュニケーションアップ 対人能力向上	スポーツチームビルディングで チームワークの向上 キャンプを通して共有を一体感を高める
社員の心身の健康管理 (メンタルヘルスを含む)	心身共に健康な体づくり 健康経営(心身共に健康な身体作り) メンタルヘルス ストレスを軽減、発散	座禅や乗馬でストレス軽減、 集中力UP スキーやスノーシューで メンタルヘルス

札幌市のポテンシャルを最大限活かし企業課題を解決するストーリーを検討

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

企業へのアプローチ

■企業へのアプローチはターゲットのニーズに合わせる

業態や企業規模によって特性が多種多様、ワーケーションの考えが異なるので、ターゲットの特徴に合わせたきめ細かいマーケティングアプローチが重要と考える。

アプローチすべき企業・団体とそれぞれの特徴

個人事業主 フリーランス	IT企業 ベンチャー企業	中小企業 (オーナー企業)	外資系企業 (在日外国人)	大企業 (上場企業)
速攻アプローチ	速攻アプローチ	戦略ターゲット	速攻アプローチ	戦略ターゲット
<p>すでにワーケーションを実行している比率が高い。極めて積極的・柔軟に対応できる。</p> <p>同業者の横のつながりが強く、プロジェクトごとにユニットを組んで仕事をやるケースが多い。「ハッカソン」などユニット単位の合宿利用の可能性もある。</p> <p>トレンドに敏感。趣味性・レジャー性の高いプランも対応可能。</p>	<p>経営会議・開発会議など会議型ワーケーションを積極的にやっている企業が多い。</p> <p>個々の能力を重視する代わりに、働き方が柔軟で仕事の進め方などは個人の裁量にある程度委ねている企業が多い。</p>	<p>ワーケーションの必要性をあまり感じていない企業が多いが、オーナーの考えで、積極的に導入している企業も多い。</p> <p>レジャー性の高いプランも対応可能。</p> <p>全てはオーナーの考え次第なので、トップダウンで導入される可能性が高い。</p>	<p>豊かなライフスタイルの実現の為に様々なワークスタイルを導き出し、ワーク&エデュケーション(学び・研修)には極めて積極的。</p> <p>チームビルディングは必須。すでに様々なプログラムを経験済なので、北海道らしいもの、目新しいものが良い。在日外国人は日本滞在中に地方へ行きたいと考えている。</p>	<p>コンプライアンスが厳しく、ワーケーションにかなり消極的な企業が多い。労務関連制度の整備に時間がかかる。</p> <p>研修系、社会貢献系(CSRへの取り組みなど)と目的が明確なプランは可能性が高い。</p> <p>社会的に影響のある企業が多いので、積極的にアプローチの必要あり。</p>

参考資料：信州大学 社会基盤研究所 特任教授/軽井沢リゾートテレワーク協会副会 鈴木 幹一氏
ワーケーションEXPO@信州 プレゼン資料「軽井沢のご紹介 7つのワーケーションメソッド(自治体篇)」

効果的なプロモーション手法

P18に記述したが、「北海道型ワーケーションポータルサイト」の自治体紹介ページにて札幌市でのワーケーションを紹介することが出来る。このポータルサイトは今後の様々なプロモーションで利用するので好機となると考えられる。

URL:<https://hokkaido-work-vacation.com/>

企業側からの要望があれば、ポータルサイト内相談窓口を通じて誘客を図れるメリットもある。

また、最近様々なビジネス雑誌などでも「ワーケーション」特集が組まれているが、このようなビジネス・経済雑誌や新聞を利用して情報発信するのも効果的かもしれない。



先進地事例として札幌市と同じ都市型ワーケーションの誘致を目指す福岡市の例を挙げたが、この「テレワークプラン助成金」はテレワークを推進している企業の中でも話題となっており、これだけでかなりのプロモーションになっていると思われる。単なる補助金ではなく、明確な企業メリットを打ち出せば、補助金がなくなった後の継続的な誘致に繋がられる可能性もあるので今後検討していただきたい。

(2) ターゲット設定とターゲット別アプローチ

居住地、年代別の課題（個人版アンケートでわかったこと）

●北海道在住の企業・従業員へのアプローチ

課題：「ビジネス目的のプログラム・コンテンツの充実」

本アンケートにより、北海道以外の企業等と比べ、**北海道内の企業等はテレワーク環境の整備、ワーケーション等の社内制度の整備が進んでいないことが明らか**になった。また、**北海道に在住する人は地元北海道よりも関東、沖縄、九州でのワーケーションに期待する人が多い**ことも確認できたが、同時に、札幌でのワーケーションに期待する人も一定数存在することもわかった。この層を確実に取り込むことが重要だと考える。道内の地方都市で働く人にとって、札幌市への出張はよく発生するパターンであることから、**まずはブレッジャーとして出張の前後に札幌市に滞在することは比較的容易**だと考える。馴染みのある札幌の街で、すすきの地区でのグルメ体験、プロスポーツ観戦、ショッピングや映画鑑賞など、地方では出来ない楽しみ方のイメージを浸透させるとともに、異業種交流やセミナー参加などビジネスに直結した興味を喚起することで、付加価値の高い滞在にすることが可能だと思われる。札幌には全国の企業の出先機関があり、クリエイティブやアートに関連する事業者も多い。札幌のコワーキングスペースでのテレワーク体験などは人脈作りにも役立ち、若い世代には有意義な経験になると考える。将来的には、地方の事業者や行政機関などがこうした札幌のビジネス関係者との人脈作りを目的にスタッフを札幌市にワーケーション滞在させるというようなモデルも可能だと思われる。

●50代へのアプローチ

課題：「ビジネスにもたらすメリットの理解・啓発とイメージの浸透」

50代はワーケーション・ブレッジャーに対して、あまり積極的ではないグループだということが明らかになった。「訪問したい場所」「やってみたいこと」に対する設問では回答数が少なく、現時点ではワーケーション・ブレッジャーのイメージを思い描くことが出来ない人が多いと推測する。しかしながら、企業や組織で決定権を持つ管理職や幹部社員が多いのもこの年代だと考える。まずはこの層に対して、ワーケーション・ブレッジャーがもたらすビジネス上の効果（新しいアイデアの創出、新規ビジネスの開拓、チームワーク強化、従業員の定着率アップ等）や、また、サステナビリティ・CSR、社会貢献など企業として取り組んでいる課題とのワーケーションとの組み合わせをイメージ出来るよう、今後も引き続き説明していく必要がある。また、札幌市で体験することが可能な企業向けのプログラムの開発とコンテンツの整理が急務だと考える。滞在プランには余暇の部分だけではなく、具体的にこうしたプログラムやコンテンツを入れ込んだ形で見せることが重要である。

●ワーケーションをけん引するアクティブ層へのアプローチ

課題：「子育て世代にとっても魅力的なプランの創出」

仕事と休暇の両立に長けたフットワークの軽いグループである**男性30代、女性30代はワーケーション・ブレッジャーに対する期待度は高く、もともと旅慣れた層**であることから、**ワーケーションについても最もアクティブなグループ**だと思われます。特に、女性30代は「新しいもの」や「他の人とは違うもの」に好奇心旺盛なグループであり、ワーケーション、ブレッジャーという新しい旅の形 | 働き方についても、真っ先に実践してみようとする層だと推測する。札幌市内に留まらず、面白いコンテンツや目新しいコンテンツがあれば、周辺都市への周遊も辞さないというグループだと思われます。今後も、男女ともに30代に対して札幌市ならではのワーケーション・ブレッジャーのスタイルを発信していくことで、このグループから**隣接する20代、40代のグループへの波及効果も十分に**あると期待する。なお、ワーケーション・ブレッジャーの意欲は高いものの、30代に比べ、男性40代・女性40代の反応がやや弱いと感じられたのは、子育て世代の人達が多く存在するからだということと、30代の子供に比べ、40代の子供は学年が上な為、親との旅行よりも部活動や受験などを優先する傾向にあり、加えて、親についても職場での責任が増し、管理職に就いている人も多いと思われる。**こうした層には「家族と一緒に楽しめる」ワーケーション・ブレッジャーがキーワード**になると考える。グリーン期の屋外でのアクティビティ、冬季のスキーやスノー以外のスノーアクティビティなどはまさに札幌市ならではの家族で楽しめるアクティビティを取り入れたプランの造成が必要である。

(3) 総括 札幌市のワーケーション推進に向けて

総括：北海道やさっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

1) 北海道全域におけるワーケーションの状況把握、連携可能性の検討

道事業への参加自治体は、既に自治体独自の取り組みがかなり進んでいる自治体と、今後のワーケーション実施に向けて準備に取り組んでいる自治体が混在しているが、事業参加により他自治体の取組を把握し、参考となるような情報を収集、共有できることがメリットとして挙げられる。

2) 相互補完的な自治体間連携、エリアでの連携

札幌市はサテライトオフィスや宿泊施設が充実し、多彩なバケーションプログラム、道内最大の都市機能等を有することから、さっぽろ連携中枢都市圏のような周辺自治体との連携がまず考えられるところである。また、道事業ではエリアでの連携を基本としていることから、道事業の枠組のなかで連携するのは難しい点もあるかもしれないが、観光で道内を周遊する観光客が道南地域や道東地域を回り札幌市を訪問するケースも少なくないことから、道内他地域と札幌市の双方を訪問するような遠距離間の連携も可能であると考えられる。

3) ポータルサイトによる情報発信

自治体紹介ページは、札幌市でのワーケーションをアピールする好機となると考えられる。また、相談窓口を通じて、誘客を図ることができるというメリットも挙げられる。

モデルルートを組成するかどうかについては、札幌市の意向と他参加自治体の意向を踏まえながら検討する必要がある。

◆ さっぽろ連携中枢都市圏との連携可能性、想定される連携手法

さっぽろ連携中枢都市圏の構成11市町村（札幌市を除く）に、ワーケーションの取組・検討状況と近隣市町村との連携に対する考え方についてヒアリング調査を実施した。令和3年度の道事業への参加意向を示しているのは7市町村である。ワーケーションの取組・検討状況は様々であり、他市町村との連携可能性については、連携しないと明言する自治体はなかった。

(3) 総括 札幌市のワーケーション推進に向けて

有識者コメント：今後の「札幌版ワーケーション推進」について

ご協力：公益社団法人北海道観光振興機構 会長 小磯 修二氏

(北海道観光審議会会長、北海道市町村合併推進審議会会長、財団法人日本交通公社専門委員等兼務)

1. ワーケーション全般に関する認識

- ・ワーケーションは、コロナを契機として急に出てきた新しいコンセプトで、実際の観光政策、地域政策にどのように結びつけていくかは積み重ねが少なく、人によってワーケーションに抱くイメージや意味合いも異なる。
- ・マクロの視点で考えてみると、コロナウイルス感染症の拡大による一番大きな変化は、働き方そのものが変化してきたことである。そこから派生してきた問題のなかで、**観光という政策分野に近い部分でワーケーションが関心を持たれてきたという捉え方がまず必要**である。
- ・考えるべきは、どういう形で働き方が変化してきたのか、**働き方の変化の中にこれからのワーケーション戦略の手がかりを得ることが重要**である。
- ・働き方の変化とは何か？私も東京に長く住んでいたが、東京に住んでいる人が満員電車で揺られて長距離を通勤するような過密な状況は、もはや耐えられない段階に来ていると思う。企業の経営戦略も変化してきていて、大きな企業だと7割在宅、サテライトオフィスでの勤務などが広がってきている。
- ・これまでは自分が所属する企業の立地場所のオフィスで仕事をするのが働き方の原点であったが、「立地場所」と「働く場所」が必ずしも一緒でなくても会社が求める仕事ができる、その結果として仕事をする場所を選べるという流れができてきてレジャー先で仕事をするということも可能となってきた。
- ・会社のある場所で仕事をするのは、その場所が好きだからではなく、会社がそこにあるからである。**本当に働きたい場所というのは、自分がいたい場所であり、好きな場所で仕事ができるという変化の動きのなかで自分が滞在したい場所が選ばれるようになっていく。**観光の動きを見つめる、例えば阿寒湖温泉、札幌、函館で**何ができるのか、強みや特性を活かす戦略を考え、その戦略とワーケーションをどのように結びつけていくべきかを考えていくべきではないか**と思う。

2. 「札幌版ワーケーション」

- ・上述のとおり、札幌市がワーケーションをどのように都市政策、観光政策に結びつけていけばよいのかを考える際、マクロの視点で考えていく必要があると思う。マクロの視点で捉えた上で、今回実施したアンケートやヒアリングを活かしていければよいのではないだろうか。
- ・働き方の変化を突き詰めていくと、ワーケーションだけではなく、働きたい場所で仕事することに特化していくと、本社の地方移転というところに辿り着く。例えば、東京・渋谷の代官山にあった「ルピシア」が二セコ町に本社を移転したが、このきっかけはワーケーション的な発想である。社長がスキー好きで二セコに滞在することが多く、まずは保養所を作った。さらに、地方の産物を活かした加工工場を作り、レストランを作り・・・と展開していくと、結局、渋谷に本社がなくても事業を展開できるではないかという話になり、社長は二セコで保養しながらリモートで働く環境を作り、本社を移転という展開になった。
- ・ここに札幌市も含めた**地方が目指すべきワーケーションの最終的なターゲットがある**と思う。企業立地、オフィスの分散化、ワーケーションといった流れがあり、さらにワーケーションのなかでプレジャー型のような細分系がある。マクロの大きな戦略のなかでワーケーションを位置づけ、ワーケーションを通じて何ができるのかを考えていくべきである。**観光やMICEに限らず、企業立地、移住定住の部署等も交え、東京一極集中を札幌に機能分散していく流れのなかでワーケーションの戦略を位置づけていく必要がある**と思う。
- ・総務省の調査によると、**サテライトオフィス開設数が最も多いのは北海道と徳島**である。サテライトオフィス、ルピシアの企業立地のように、過密都市東京から地方に分散していく流れがあり、その背景でも最も大きな要素が働き方の変化である。**いろいろな戦略を絡めてワーケーションを位置づけ、他の取組との有意な連携分担が重要**である。
- ・道庁や北海道観光振興機構の業務のなかでワーケーションの話も相談を受けたり議論したりしているが、温泉観光地のような場所でのワーケーションと、札幌市のような都市型のワーケーションは基本的に違うのではないだろうか。**札幌市のような都市だと、企業立地や移住定住をうまく結びつけていく仕掛けができる。そのような発想で幅広い姿勢でワーケーションに取り組んでいってはどうか**と思う。
- ・道庁のなかでもワーケーションに関して、**観光、企業立地、移住定住の部署でそれぞれワーケーションに関心があり、今年度から予算も一本化され、全体と一緒にやろう**ということになった。これは知事の考え方を反映したものであり、縦割りになっていることは知事も承知していた。道庁のような大きな組織で一本化できたのだから、市町村ではより簡易に一本化できそうな感もあるが、実際のところ**市町村の縦割は道庁以上ではないか**と感じており、これをどう乗り越えていくかが最大の課題かもしれない。
- ・札幌市はアクサ生命の誘致の際、企業誘致の部署と接点があり、フットワーク良く対応頂いた。アクサ生命の誘致とワーケーション誘致は政策の感覚としては似ていると思う。「**札幌版ワーケーション**」は、**観光政策を如何に超えるかというのが大きなテーマになるのではないだろうか。観光の側面だけでワーケーションを議論していると、進出しようとしていて企業を見逃してしまうおそれがある。**特に中小企業は働く場所はかなりフレキシブルになってきており、例えばビッグボイスという会社も本社は東京だが、支店は北海道に多く、北海道出身の社員は出身地等にオフィスを設けて支社長にしてしまうということをやっている。こういった企業にターゲットを絞っていったほうが、自治体の生産効率も上がると思う。ビジネスモデルが変わってきて、そこにターゲットを絞って自治体も政策展開していくと経済効果も大きい。**1泊滞在を増やして消費効果を高めるより、骨太の戦略のなかでワーケーションを位置づけ、いかにして将来に活かしていけば地域にとってプラスになるのかという思考を持って今後の札幌市のワーケーション振興に取り組んで頂きたい。**