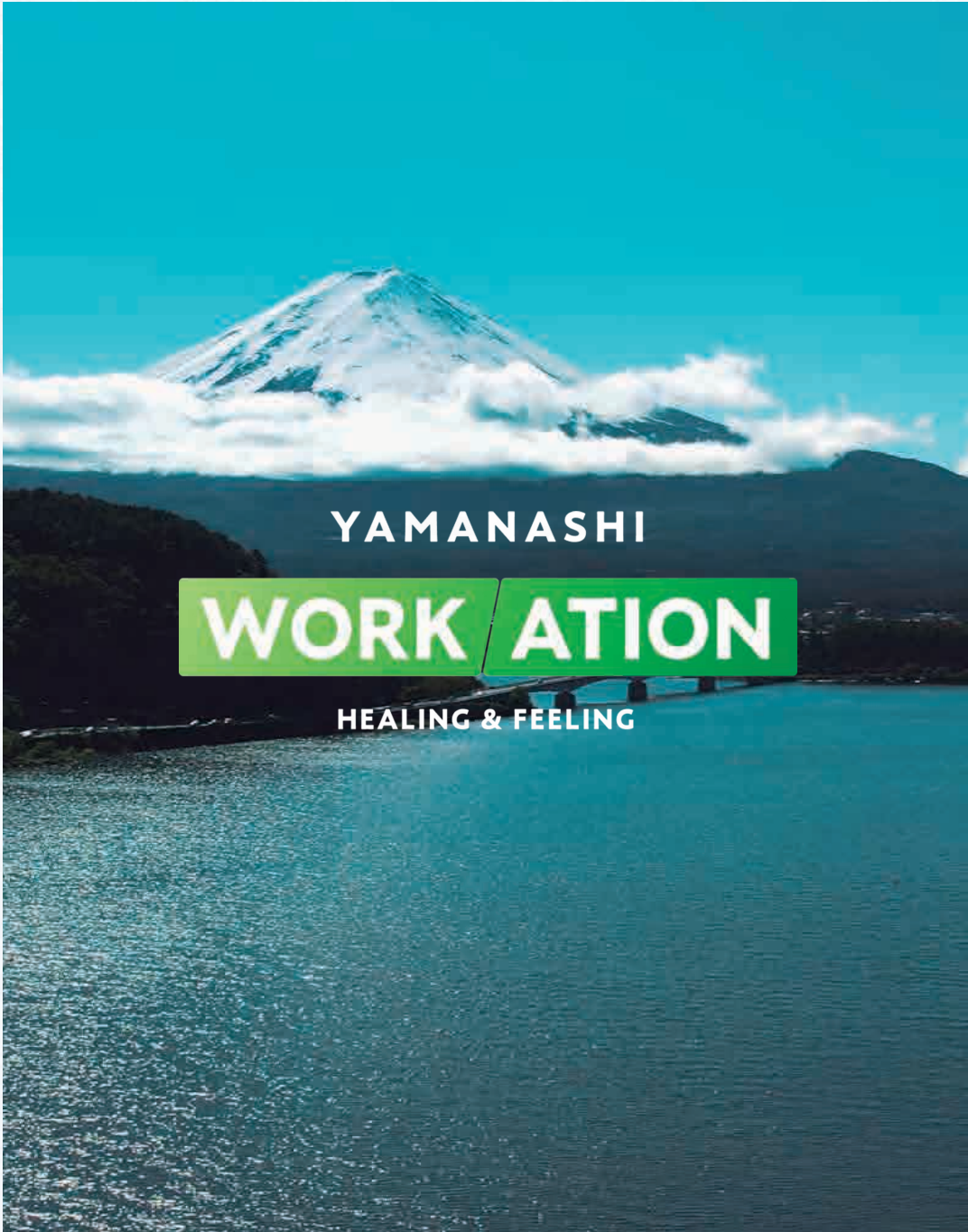


山梨県

観光協会・観光関連事業者・施設向け

ワーケーション活用ガイド

「ワーク」と「バケーション」で
魅力ある地域を創る





はじめに

山梨県では、東京一極集中から地方分散の流れ、テレワークの普及等を踏まえ、二拠点居住や移住を積極的に推進しています。

その中で、ワーケーションを二拠点居住や移住に向けた第一歩と位置付け、県を挙げて推進しています。

山梨県は、

- » 首都圏に隣接した立地条件（都心から約90分でアクセス可能で、時間的・費用的負担が少ない）
- » 豊かな自然環境・アクティビティ（山岳、河川、湖沼、農地、森林等のフィールドが豊富）
- » 魅力ある地域資源（食文化、神社仏閣、特産物等が存在）
- » 潜在的な成長可能性（リニア開業によるアクセスの向上、クリーンエネルギー関連技術の蓄積等）

といった環境に恵まれ、ワーケーションの最適地と考えられます。

本書は、ワーケーション等の受け入れを検討される地域や事業者の皆様にも、ワーケーションについてご理解いただくとともに、事例などをもとに受け入れに向けた参考としていただくよう作成いたしました。

ワーケーションの受け入れを検討する際には、是非、手に取っていただき、検討の一助にいただければ幸いです。

2022年2月 山梨県観光文化部観光資源課

INDEX

3 I 新たな旅のスタイル～ワーケーション～

- 3 01 なぜ、ワーケーションが期待されているのか
- 4 02 ワーケーションを受け入れるために押さえておきたいこと
- 5 03 ワーケーションを受け入れるための「合理的配慮の提供」
- 6 04 ワーケーションに来る人と地域の関係構築

7 II 山梨県におけるワーケーションの取り組み

- 7 01 山梨県におけるワーケーション事業への期待
- 8 02 人材育成プログラム
- 9 03 ハード面の受入環境整備
- 10 04 ハード面の受入環境整備～古民家再生の事例～
- 11 05 プログラム、行程の考え方
- 12 06 SDGsを意識した観光地でのワーケーション取組事例

13 III 山梨県ワーケーションモデル事業 モニターツアー事例紹介

- 13 01 河口湖 女性ワーカーをターゲットとした事例
- 14 河口湖 子供連れワーケーションの事例
- 15 石和温泉 日中仕事後リフレッシュしたい層がターゲットの事例
- 16 下部温泉 温泉、伝統、自然コンテンツを活用した事例
- 17 小淵沢 ノマドワーカーをターゲットとした事例
- 18 清里 移住・定住に興味がある層をターゲットとした事例
- 19 02 モニターツアーを通じて得られたワーケーション推進のヒント

20 IV マーケットについて

- 20 01 戦略的にワーケーションのマーケットを捉えていく手法
- 21 02 国を挙げた企業と地域の関係性構築に向けた取り組み

22 V 情報発信・PR

- 22 01 山梨県ワーケーションモデル事業の情報発信
- 23 02 山梨県の観光コンテンツ事例

① ワーケーション、プレジャーとは

湖畔のホテルでコーヒーを飲みながらパソコンを開いたり、木漏れ日の下で仕事のアイデアを浮かべたり、自分の好きな観光地やリゾート地などでテレワークを活用し働きながら休暇を取るスタイルがワーケーションです。

ワーケーションとは「ワーク (Work)」と「バケーション (Vacation)」を組み合わせた造語です。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、人々のライフスタイルやワークスタイルは大きく変わりました。

特にワークスタイルではICT^{※1}の進化もあり、これまで不可能と思われていた会社には出勤せずに時間や場所を有効活用する柔軟な働き方である「テレワーク (リモートワーク)」が多くの職種で可能であることがわかりました。

総務省の調べによると、国におけるテレワーク推進の方針もあり、緊急事態宣言下においてテレワークを実施した企業は全国で約56%。特に大企業では8割以上と大きく拡大し、今後もテレワークはワークスタイルとして定着することでしょう。

※1：ICT = 「Information and Communication Technology」の略称で「情報通信技術」のこと

従来の日本の旅のスタイルは「正月休みやゴールデンウィーク、お盆休みなど特定の時期に集中して休暇を取得する」という傾向があり、旅行需要が特定の時期や場所に集中してしまうことから「休暇分散化」についても長年議論されてきました。また、企業においても有給休暇取得率の向上という課題を抱えています。

ワーケーションやプレジャー^{※2}は、これら日本における働き方や観光の課題を解決する手段と捉えられ「新たな旅のスタイル」として推進されています。

※2：「ビジネス (Businessビジネス)」と「レジャー (Leisure)」を組み合わせた造語



WORK + VACATION
||
WORK / ATION



② 地域活性化への期待

観光庁ではワーケーションを受け入れる地域 (受け手) 側に対するメリットとして

1. 平日や長期滞在型旅行需要の創出
2. 交流人口及び関係人口の増加
3. 観光関連事業の活性化、雇用創出
4. 企業との関係性構築
5. 遊休施設等の有効活用

の5つを挙げています。

ワーケーションは仕事と観光の両立を目指している人達が訪れるため、長期間の滞在による地域との関わりが望めます。地域と関わることで、少子高齢化や都心部への人口の一極集中、平日の旅行需要の増加など、地域が抱えている課題解決に繋がるのが期待されています。

① SDGsを意識した観光の高まり

これからの地域づくりに必要な視点の1つにSDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）があります。

持続可能な観光とは「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」のことです。

持続可能な観光地づくりに必要な要素を理解して、自地域における持続可能な観光についても考えていきましょう。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典：国際連合広報センター

② 誰一人取り残さない地域作りのために

SDGsのなかでは、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。

SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものでなくてはなりません。

そのためには高齢者、障がい者を含めマイノリティを包摂する社会が作られていくことが望まれます。

2016年4月に「障害者差別解消法（正式名称：障害を理由とする差別の解消に関する法律）」が施行されており、法律のポイントは下記の通り大きく2つです。

2021年5月には「改正 障害者差別解消法」が成立し、今後、**2**の合理的配慮の提供に関しては民間事業者も義務となります。

不当な差別的取扱いはもちろんのこと、合理的配慮とは何か、できることについて考えていく必要があります。

これからワーケーションを受け入れていこうとする地域や事業者が「誰一人取り残さない」という考えで進めるとSDGsの達成に繋がるとともに、多様な人を取り込むことでマーケットも広がります。

持続可能な観光に求められる3要素

- 1) 森林や里山、河川の流れなどの自然が失われると動植物の生態系が変わってしまい生物の多様性も失われてしまいます。生態系を維持した観光開発が必要です。
- 2) 訪問客を受け入れる地域の歴史や文化、伝統を尊重し、理解を深め、豊かな人間性を育むことが望まれます。
- 3) 訪問客を受け入れる地域が安定した雇用、収入を確保できる機会、社会サービスが受けられるようにする等、全ての関係者に公平な形で利益が分配される社会・経済について考えます。

出典：国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所



1 不当な差別的取扱いの禁止

障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として差別することを禁止

行政機関	民間事業者
義務	義務

2 合理的配慮の提供

障害のある人から、社会の中にあるバリアを取り除くために何らかの対応を求める旨の意思表示があった場合には、負担が重すぎない範囲で対応すること

行政機関	民間事業者
義務	努力義務※

※2021年5月に「改正 障害者差別解消法」が成立し、2024年5月までに民間事業者に対しても「義務」になり、今後、罰則規定が設けられます。

前頁でもご紹介しましたが今後、「合理的配慮の提供」が法律で義務化されます。
合理的配慮とは何かについて説明します。

① 障害者差別解消法とは

障害者差別解消法は正式名称を「障害を理由とする差別の解消に関する法律」といい「国・都道府県・市町村などの行政や、会社やお店などの事業者が、障害のある人に対して、正当な理由なく、障害を理由として差別することを禁止する法律」で、2016年に施行されました。

② 合理的配慮とは

障害者差別解消法では、行政民間事業者に対して障害のある人から、社会にあるバリアを取り除くために対応を求められた場合、負担が重すぎない範囲で対応することが「合理的配慮」です。

英語では「Reasonable Accommodation」といい、「理に適っている、的を射ている配慮」を意味します。

合理的配慮とは、配慮を必要とする側と提供する側の両者の意向が合致した状態と捉えられ、次の3つの条件が揃うことが必要です。

- (1) 配慮を必要とする側にとってバリアとなっている「社会的な障壁」を取り除くための措置であること
例：車いす利用者にとっての段差など
- (2) 配慮を必要とする側の「個別のニーズ」に合っていること
例：視覚障害者を無意識で多機能トイレに案内してしまう（多機能トイレは広すぎて何がどこにあるかわかりません）など
- (3) 配慮を提供する側の「過重な負担にならない」こと
例：事業者に「大枚をはたいても」とは言っていません

この3つの条件が揃うには、対応を必要とする側、配慮を提供する側の両者のコミュニケーションが不可欠です。

難しく考えずに普段行っている「サービスの提供」と同じプロセスとを考えてください。

③ モニターツアーであった合理的配慮の事例

モニターツアーには聴覚に障害のある方と車いす利用者が参加しました。どのような配慮があったか紹介します。

聴覚に障害がある方への配慮

聴覚に障害がある方にとって、コロナ禍で一番大きく影響を受けたことが「マスクの着用」です。

聴覚に障害がある方は相手の顔の表情や口の動きで情報を取ることがありますがマスクの着用でそれが難しくなりました。

モニターツアー前にネイチャーウォークのガイドさんに聴覚に障害がある方の参加を伝えたとこ「どのような配慮が必要でしょうか」というご質問がありました。

「口の動きを読むことができます」とお伝えできたため当日は、口元が見える透明のマスクを着けて対応いただけました。

事前の情報の共有と、わからなければ「どのような配慮が必要か」というコミュニケーションが活かされた例です。



車椅子利用者への配慮

車いす利用者にとってのバリアは、段差や急こう配です。

事前にどこに段差があるかなどの施設のバリア情報を把握しておきましょう。

モニターツアーに参加した車いす利用者は身体能力が高く、ちょっとした段差は自分で乗り越えることもできましたし、杖を利用して歩くこともできました。

行ける行けないは当事者がよくわかっており自分で判断しますので、どのような状況なのか情報を発信することも合理的配慮のひとつです。

写真の施設はエレベーターはなかったのですが、エスカレーターに車いすが乗れるようになっており、他の参加者とは別のルートで案内してもらえました。



ワーケーションを受け入れることは関係人口を増やし、地域創生のきっかけになります。

関係人口と地域創生の関係について説明します。

① 関係人口とは？

右の図1の通り、単なる出張者や観光客など特に内容を問わずその地域を訪れている人は「交流人口」と分類されます。

「現状の地域との関わり」だけでなく「地域との関わりへの想い」が高まると、「関係人口」になっていきます。

観光庁では「関係人口（訪問系）」を「日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人（地縁・血縁先の訪問（帰省を含む）を主な目的としている人を除く）」と定義しています。

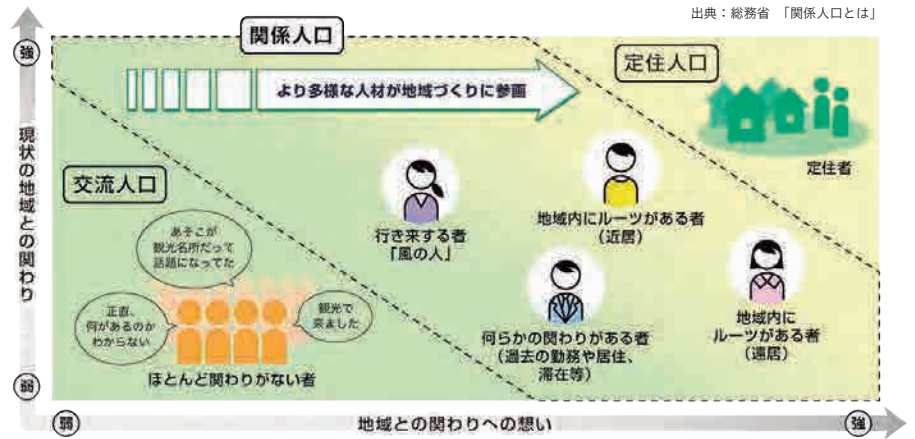
③ ワーケーションの実施形態

日本におけるワーケーションは黎明期とも言え、その実施形態について様々な議論がなされており、観光庁では図2のように分類しています。

ワーケーションはターゲットによって必要な受け入れ態勢が異なってきます。

自分達の地域や施設がワーケーションを推進するにあたり、どの型・種類をターゲットとしていくのかをイメージしながら受け入れ態勢整備を進めていくと良いでしょう。

■関係人口とは（図1）



② ワーケーションが地域創生のきっかけに

関係人口は

1. 直接寄与型：産業の創出、地域づくりプロジェクトの企画・運営、協力、地域づくり・ボランティア活動への参加等
2. 就労型：地域においてテレワーク及び副業の実施、地元企業等における労働、農林水産業への従事
3. 参加・交流型：地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加
4. 趣味・消費型：地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施（他の活動をしていない）

の4つに分類されています。

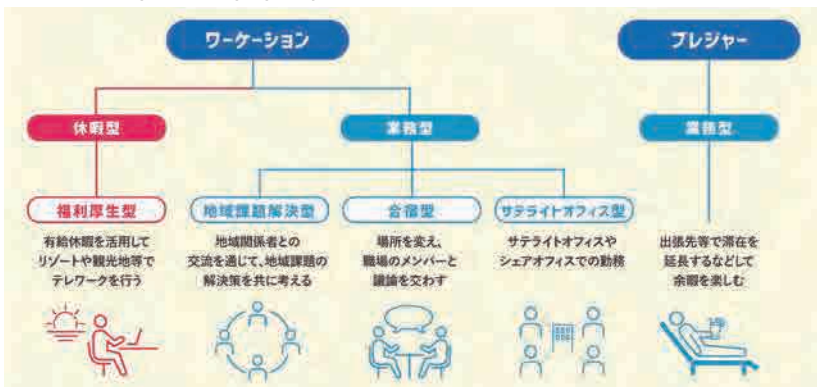
「行ったことがある」だけの希薄な関係ではなく、**地域に愛着を持ち、地域と強い関係をつくる人材は地域の担い手だけでなく新しい風をもたらしてくれます。**

また、日本は少子高齢化が進み、**地域経済活性化の担い手**になってくれる人が求められます。

ワーケーションで訪れたことをきっかけとして**地域に興味や関心を持ってもらうことが期待されている**のです。

■実施形態（イメージ）（図2）

出典：観光庁「新たな旅のスタイル」ワーケーション&プレジャー

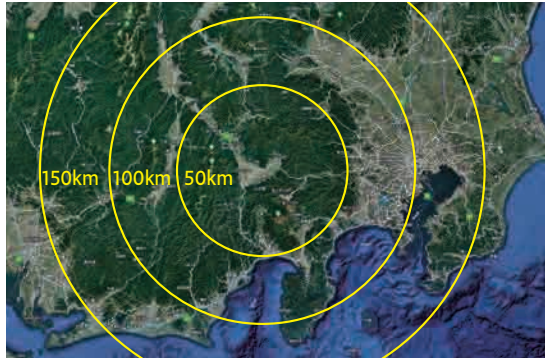


① 山梨県のワーケーション推進の背景

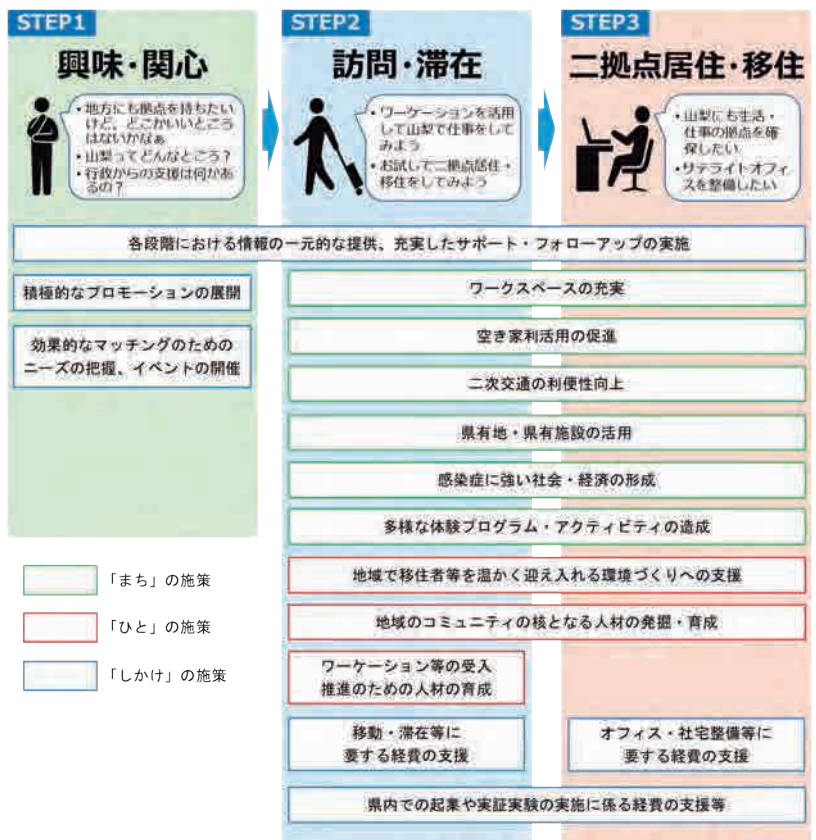
山梨県は東京から約100km圏内、名古屋から約150km圏内に位置し(図3)、自然環境も豊かで「自然首都圏」となることが期待できます。中部横断自動車道の開通に加え、今後、リニア中央新幹線が開業すると静岡方面へのアクセスが飛躍的に向上するばかりでなく、東京や名古屋方面へのルートが複数選択できることになり、新たな事業展開や緊急時に迅速な対応が可能になります。

山梨県の恵まれた「立地、自然環境、観光資源」を活用することで、交流人口、関係人口、定住人口が増加し地方創生に繋がることが大いに期待されることから、令和3年4月に「やまなし二拠点居住推進戦略」(図4)をとりまとめました。その構想の中でワーケーションを活用し、山梨県のファンを作り、ゆくゆくは二拠点居住、移住者が増えることが期待されています。

■山梨県の立地 (図3)



■やまなし二拠点居住推進戦略全体像 (図4)



② 山梨県ワーケーションモデル事業

2020年10月～2022年2月に主要観光地(河口湖周辺、八ヶ岳南麓、石和温泉郷、下部温泉郷)の4地域において、観光庁のマニュアルを参考にしながらモデル事業としてハードとソフト両面の体制整備を行い、実践に向けたモニターツアーも開催しました。

モデル事業では

- * ワーケーション等の受入推進のための人材育成
- * 多様な体験プログラム・アクティビティとの連携
- * ワークスペースの整備
- * 積極的なプロモーションの展開

を各地域の特性を活かしながら進めましたので、事例としてご紹介します。



① 育成する人材の考え方

モデル事業では、受け入れ側でワーケーションを推進するコーディネーターを育成することを目的として人材育成を行いました。

コーディネーターには

- * 顧客からの問い合わせがある
- * 地域の観光関連事者と繋がりが深く観光施設に関する情報を集めやすい
- * 地域住民の声が届きやすい
- * 観光情報の発信・プロモーションができる

という機能の役割を担っていただく必要があることから、各地域の観光協会のスタッフにお願いしました。



② 人材育成のプログラム

各地域でのワーケーションの受け入れに必要な知識について、オンラインでのセミナーの他、モニターツアー開催に向けた実践プログラムを実施しましたのでご紹介します。

1. オンラインセミナーのプログラムと概要

回数	セミナータイトル	考え方
1	ワーケーション概論	ワーケーションが注目されている背景についての把握 ・国が労働者の休暇取得を推進 ・地域の関係人口増加への期待
2	ワーケーションで多様なお客様をお迎えするために	多様なお客様をお迎えする態勢こそがマーケットにも繋がる ・「ここには来ない」ではなく「ここに来てもらえないのはなぜか」という考え方の転換が重要
3	ワーケーションハード整備の考え方	ワーケーションに必要な整備について ワークだけでなくバケーションも身近に感じさせる仕掛けが重要
4	観光活性化を考える	観光マーケティングについて戦略的にワーケーションを進める ・観光客のニーズ（旅行動機）とウォンツ（旅行目的）を探る ・他地域ではなく自地域を訪問してもらい、自地域のファンになってもらうための活動 ・誰に、何を、どうやって提供するのかを考える
5	これからのワーケーションの方向性	各地域で開催したモニターツアーターゲットの考え方や観光資源の活用の方策を全地域のコーディネーターで情報共有

2. その他セミナープログラムと概要

現状、地域に訪れているお客様の層や観光資源を、各地域のコーディネーターと共に洗い出し、モニターツアーの実施を目標に行程作成、ツアー運営を考えました。

各地域で行ったプログラムは2の通りです。

プログラム	考え方
各地域における現状と観光資源の発掘・活用	現状のお客様層、地域の強みと弱みなどの洗い出し 地域の強みを活かすか、弱みを底上げしていくか戦略を考える
ツアー行程の組み方と受入施設との調整	行程については、別ページにて紹介
ツアー運営	お客様の安心・安全を第一に考えることが最低条件



① コワークスペースに必要な設備等

モニターツアー参加者に参加後のアンケートで「ワーケーションに必要なと感じた設備等」について、5段階で評価をしてもらいました(図5)。

ここからわかったことは、

【施設面】

① コンセントなどの電源環境

電源はパソコンの他、携帯電話やモバイルルーターなど一人で1つ以上使うケースもあります。

② Wi-Fiなどの通信環境

高速で繋がるということが大切です。ワーケーションに来る人の殆どはリモートワーカーですので、ネット環境が整備されていないと仕事になりません。

③ 机とイス

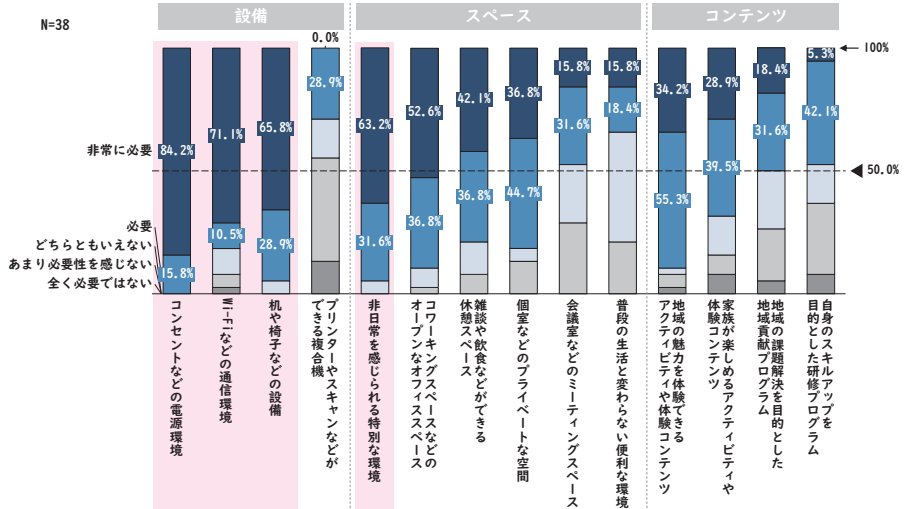
集中して仕事がしたい場合は、使い勝手の良い机や座り心地の良いイスが用意されていると仕事はかどります。

② 各省庁による

ワーケーション受入環境補助金や支援メニュー等の活用

行政などではワーケーションに活用できる補助制度や支援制度もあるので、ワーケーションの受け入れ環境整備を考えている事業者は情報にアンテナを張り活用することも視野に入れると良いでしょう。

■モニターツアーに参加して必要と感じた設備等(図5)



【スペース】

① 休憩スペース

長時間仕事をする場合、休憩をしたり、コーヒーブレイクや飲食ができたりのスペースを必要としました。

② 個室などのプライベートな空間

モニターツアー中にも、オンラインミーティングや電話連絡という場面が幾度かあり、声や音を出しても問題ないスペースを必要としていました。

省庁	内容	QRコード
観光庁	「新たな旅のスタイル」企業と地域によるモデル事業 ワーケーション等に関する企業と地域の継続的な関係性を構築し、取組の定着につなげるため、送り手(企業)と受け手(地域)を対象としてマッチングを行い、効果の検証等を行う事業 https://www.mlit.go.jp/kankochu/topics06_000336.html	
	既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業 地域等が作成した「観光拠点再生計画」に基づき、全国100箇所を目標に観光拠点を再生し、地域全体で魅力と収益力を高める事業について、短期集中で協力で支援 https://www.kizonkanko.net/	
農林水産省	農山漁村振興交付金における農泊の推進 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」を通じ、観光コンテンツの磨き上げ、ワーケーション対応等の整備の支援などを行う事業 https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakuishin/nouhaku_top.html	
環境省	令和2年度 国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業 国立公園等において魅力的なツアー・イベントやワーケーションを実施することで、地域経済の活性化を図るため滞在型の受け入れ環境整備を支援 https://www.env.go.jp/press/109226.html	
	令和3年度 国立・国定公園の利用拠点の魅力創造による地域復興推進事業 国立公園等の利用拠点でのコロナ対応やワーケーション受入等のための環境整備と自然体験の推進等によりライフスタイル変革と地域活性化を図る事業 https://www.env.go.jp/nature/np/ryokakuzei00/index.html	



料理の宿 泉園

- ◆ 北杜市小淵沢町 1959
- ◆ ホームページ : <http://izumien.info/>
- ◆ コワークスペースの利用に関しては要問合せ

ポイント

① 立地

小淵沢は特急の停車駅でもあります。1時間に約1本と、次の電車までの待ち時間が長いので、少し仕事したいという時に徒歩5分で行けるという立地にあるワークスペースは魅力的。

② 古民家再生

古民家をワークスペースに改修することは歴史的資源の活用やインバウンド誘致にも繋がっていく。

③ 農業体験と宿泊滞在が可能

敷地内に宿泊施設と貸農園があり、宿泊して農業体験をしながらワーケーションが可能。代々、農家を営まれていて手作り味噌や地の物を活かしたオーナー手作りの食事を庭が見渡せる座敷でいただくことも可能(要問合せ)。

ワーケーション受入のためにやったこと

小淵沢駅から徒歩約5分に位置する「料理の宿 泉園」。

築約400年の古民家です。

母屋の裏手にある利用していない奥座敷がワークスペースとして生まれ変わりました。

オーナーは当初、大規模改修も視野に入れていましたが、建築士からも「古民家の良さをそのまま活かすことで特徴的なワークスペースになる」とアドバイスがあり、現状を活かした改修をすることになりました。



1: 着手前の確認。活用されていない広間をワークスペースとしてリノベーションするためのアドバイス。

2: リノベーション途中でワークスペースに必要な備品等について建築士からアドバイス。

3,4: ワークスペースとして生まれ変わった広間。和室に合った机とイスの他、大型ディスプレイ、2か所の個室を有し、コンセントも各所にある。古民家をワークスペースに改修することは歴史的資源の活用やインバウンド誘致にも繋がっていく。



モニターツアー参加者の声



畳の部屋が身近にないので、とても落ち着きました。環境も素晴らしく、リフレッシュできました。

クツを脱ぐっていいですね。ビーズクッションが良かったです。

もう少し長い時間いたかった。

バンバン仕事をこなす、というよりアイデアを出す環境としてはとても良いと感じました。

モニターツアー開催にあたり、以下の点を考慮しながら
行程やプログラムを確定しました。

【注意】

モニターツアーでも、①利益が出なくても経済的収入があり、②
旅行業法で法定された行為（不特定多数を対象とするなど）、③事
業として継続して行う場合は「旅行業」の登録事業者でないと手
配はできません。

項目	ポイント
1 ターゲット	ターゲットは誰にするのか（性別、国籍、形態、年齢層など）、その人達は何をしたいのか、地域は何をして欲しいのかを考えます。 まずは自地域に普段来ているお客様の層から考えるとよいでしょう。
2 タイトル	お客様の興味を惹く、行程にあったタイトルをつけます。
3 コンテンツ（なかみ）の考え方	地域の観光資源について、観光地、プログラム、宿泊施設、飲食店などについて挙げていきます。 何がいつできるか、営業時間や時期なども考えると強みと弱みが見えてきます。
4 ツアーの実施可能時期	季節、地域のイベント、繁忙期、参加者の来やすい日時について考えます。
5 行程の考え方	今回は「ワーケーション」という大前提ですので「ワーク」の時間もしっかり取り、パッケージのコンテンツも考えます。
6 集合時間・解散時間の設定	ターゲットがどこから来るかを考え設定します。 例えば、都心から参加となると現地までは2時間程度要しますので現地に8:00集合、20:00解散というのは現実的ではありません。 集合場所、最寄り駅の電車の到着・出発時間も考えて設定します。
7 宿泊施設の滞在時間	チェックインは15:00以降、チェックアウトは10:00というのが一般的です。 チェックイン前とチェックアウト後にワークの時間も取り入れながら、どのようなプログラムを体験してもらうかがポイントです。
8 ワークとアクティビティの時間配分	ターゲットの興味や嗜好にあった行程であるか、ワークとアクティビティがバランスよく組み込まれているか確認します。
9 移動時間	施設間の移動方法や時間について考えます。 自家用車での参加であれば問題はありますが、公共交通機関を利用する場合、時刻表を調べておきます。
10 施設等への確認	利用予定施設の営業時間や混雑状況を確認し、お客様の目的についても伝え、受け入れが可能であるか確認します。お客様の人数や行程が固まったら、利用施設に最終の確認と配慮が必要なお客様の情報を提供します。

ご旅程表

ワーケーションモニターツアー 河口湖 様 **3**

2 女子旅しながらキレイ！ワーケーション
1 参加者：女性ワーカー

4 旅行先： 〇〇年〇月〇日（〇）～〇〇年〇月〇日（〇）水 2泊2日
ご参加人数： 名様（お連れ様 無し）
ご集合場所： 河口湖駅（10:00 集合）

日次	月日曜	行程	食事
1	10/26 (水)	河口湖駅 9:59 <25> 10:25 河口湖駅 13:17 <10> 13:27 河口湖駅 15:27 <20>	朝：○ 昼：○ 夕：○
		河口湖駅 15:42 17:35 <5> 17:40 河口湖駅 18:40 <0> 18:40 21:40 <10>	
2	10/27 (木)	河口湖駅 06:45 <15> 07:00 河口湖駅 08:00 <15> 08:15 河口湖駅 10:00 <5>	朝：○ 昼：○ 夕：○
		河口湖駅 10:10 12:30 <15> 13:00 河口湖駅 16:00 <0> 16:15	

5 行程
6 河口湖駅 9:59 <25> 10:25 河口湖駅 13:17 <10> 13:27 河口湖駅 15:27 <20>
7 河口湖駅 15:42 17:35 <5> 17:40 河口湖駅 18:40 <0> 18:40 21:40 <10>

9

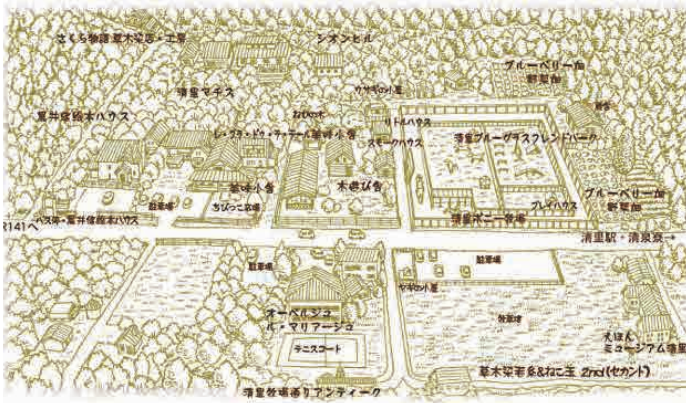


II

山梨県における
ワーケーションの取り組み

CHAPTER
06

SDGsを意識した 観光地でのワーケーション取組事例



ポイント

① 学びの観点のワーケーション

オーナーや地域の人達と触れ合う時間も多く、SDGs、環境教育、食育といった学べるワーケーションが可能

② 徒歩範囲に観光コンテンツが集結

オーベルジュ清里から歩いて行ける範囲に体験施設や自然派レストランなどもあり観光コンテンツも充実



清里オーベルジュ 牧場通りの自然を味わうレストラン&ホテル

- ◆北州市高根町清里牧場通りコート・ドゥ・ヴェール
- ◆ホームページ：<https://kiyosato-auberge.com/>
- ◆レストランは昼食も提供している

ワーケーション受入のために行ったこと

敷地内にバーベキューテラスやグランピング、焚火をしながら団らんでできるスペースがあり、思い思いの場所でワーケーションをすることが可能です。

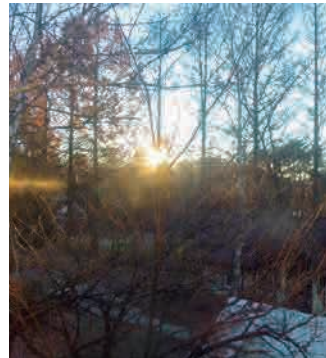
「どうしたらお客様が感動してくれるか」を日々オーナーが考え環境にマッチさせながら進化させてきたそうです。

「コート・ドゥ・ヴェール」とはフランス語で「緑の丘」という意味で、近隣のポニー牧場での動物とのふれあい、八ヶ岳で取れた木々を使った木工体験施設、絵本ミュージアムなど清里オーベルジュが近隣の施設に声をかけ、地域でSDGsを意識した住みやすい環境を作り上げています。

清里オーベルジュで利用されているアメニティはプラスチック素材を極力使わず、自然に優しい素材を利用。自家菜園では飼育している馬のフンを堆肥に使用し、循環型のシステムを目指しているそうです。

自家菜園で収穫された無農薬野菜や、八ヶ岳ならではの地域素材・旬の食材を利用し水、食材、ワインなど自然の恵みにあふれた身体によいものが厳選されています。

広い敷地に様々な施設が点在



自然環境について
考えさせられる景色



オーナーから食事に関する説明



SDGsに配慮したアメニティ

宿泊施設の方々が
持続可能性や食育など
多岐に渡ること
に取り組んでいることに
驚きました。

オーナーの
人柄がとても
魅力的でした。

非日常を
味わうには
もってこいの
場所でした。



モニターツアー参加者の声

オーナーの声



オーナー兼オーナーシェフ
五味 博 氏

いつも見ているはずなのに、この土地の風景には毎度感動してしまいます。喜びや感謝を素直に感じられる場所です。

この感動をいかに作り、ワーケーションに来た人達に伝えられるか考え受け入れ環境整備を行っています。そして、この素晴らしい環境をそのまま伝えるような料理を提供したいと思っています。

河口湖

女性ワーカーを
ターゲットとした
事例



タイトル

女子旅しながらキレイ！ワーケーション

ターゲット

女性ワーカー

ツアーのポイント

- » 河口湖を訪問しているメイン顧客は女性であることから女性ワーカーをターゲットとした
- » ワーケーションを通して河口湖へのリピートを図ることが目的
- » 女性が好みそうな施設や食事、アクティビティをイメージして行程を作成
- » 観光地でワークをするという試み
- » 富士河口湖町観光連盟のスタッフと意見交換の場も設定し地域との交流をもつ

河口湖駅

朝8時に自宅を出ることを想定し駅に10時集合。



河口湖音楽と森の美術館

コワークスペースがなくてもワークは可能。ドレスを着てワークやオルゴールのコンサートで息抜きなど「この場所ならではの」が味わえます。



食事でも女性が喜ぶメニューを用意。思わず笑顔がこぼれます。



大石公園・自然生活館

天気が良く観光客が多かったため、ワークには集中できませんでしたが目の前に広がる河口湖と雄大な富士山を見ながらメールなどのチェック。

河口湖ホテル

ホテルにチェックイン後は客室、ロビー、コワークスペースなど好きな場所でワーク。温泉、近隣散策など自分の時間も楽しめます。



地元レストランで観光連盟のスタッフと意見交換会。現地の方ならではの情報が聞けたり、参加者のニーズが聞けたり交流が持てました。



夜のアクティビティ

施設内のバーで地元ワインを片手に、ビリヤードやボードゲームなどを楽しんだり、ワークの続きをしたり「自分の時間」を楽しみました。



朝ヨガ

湖畔での朝ヨガ。富士山を見ながら呼吸と体を整えリフレッシュ。



ホテルマーメイドでワーク

コワークスペースで集中してワーク。コーヒーの提供は頭をすっきりさせてくれます。

DAY 1

- 10:00 河口湖駅集合
- 10:15 河口湖音楽と森の美術館(ワーク、観光、昼食)
- 13:30 河口湖自然生活館 大石公園(ワーク、散策)
- 15:45 河口湖ホテルチェックイン(ワーク、周辺散策)
- 18:30 富士河口湖町観光連盟との懇親会
- 21:00 河口湖ホテル夜のアクティビティ

DAY 2

- 07:00 朝ヨガ、湖畔散策
- 08:15 河口湖ホテルで朝食
- 10:10 ホテルマーメイド(ワーク)
- 13:00 昼食(ほうとう)
- 14:00 忍野八海観光
- 16:15 河口湖駅で解散

河口湖駅

観光、買い物を楽しんで16:15解散。バス、電車などで帰路に。

河口湖

子供連れ ワーケーションの 事例



河口湖駅

子供連れのためゆっくり目の集合時間設定。富士回遊号利用想定。



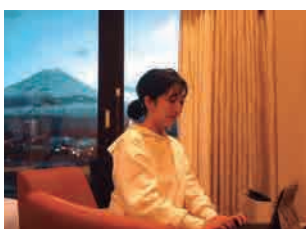
紅葉台キャンプ場

手ぶらでバーベキューができる施設。雨でも実施が可能。キャンプ場前には西湖が広がり、食事前後の時間、子供達が走り回っていました。



樹海ネイチャーウォーク

子供達の年齢に合わせたコースを設定。写真などを利用し飽きさせず約1時間散策。イラストなどを利用し、子供にもわかりやすく説明。



宿泊施設

子供の疲れや食事の好みを勧誘し温泉付きで食事朝・タバイキング形式の宿泊施設を設定。親子の時間を過ごしてもらいながらワーク。



併設の音楽ホール内でワーク。子供達向けにポッチャやぬりえなどを用意。丸富荘の奥様による絵本の読み聞かせなど天候が悪くても可能なプログラム。

タイトル

家族で元気にワーケーション

ターゲット

小さい子供連れ親子

ツアーのポイント

- » 親の目の届く範囲で子供達が楽しそうに遊んでいる姿を見ながら安心してワークできること
- » 都心部で生活している子供達に自然に親しんでもらう
- » 親がワークをしている間、子供が飽きないプログラムを考え実証
- » 主に未就学児の参加であることから活発であることを想定
- » 雨天でも実施可能なプログラムについても考慮

DAY 1

- 11:00 河口湖駅集合
- 11:30 紅葉台キャンプ場
(BBQランチ、ワーク、西湖湖畔散策)
- 14:15 樹海ネイチャーウォーク
(ネイチャーガイドと散策)
- 16:30 温泉付きホテルチェックイン
(ワーク、温泉、夕食)

DAY 2

- 07:00 ホテルにてバイキング形式の自由朝食
(ワーク)
- 10:15 旅館丸富荘
(ほうとう打ち体験、作ったほうとうの昼食)
音楽ホール(ワーク)、湖畔散策
※子供向けプログラム(読み聞かせ、ぬりえ、ポッチャ)
- 15:00 河口湖駅で解散

河口湖畔

丸富荘の近くに河口湖畔の公園と道の駅があり、子供は走ったり水遊びが楽しめ、親は買い物ができる一石二鳥の場所。



河口湖駅

富士回遊号の時間に接続できるよう想定。時間によっては、子供が喜ぶトーマスランド号が運行しています。



石和温泉

日中仕事後
リフレッシュしたい
層がターゲットの
事例



タイトル

ヒーリングワーケーション

ターゲット

意識が高いヤングエグゼクティブ・定年を見据えた層

ツアーのポイント

- » ワケーションは若者だけでなく、ある程度の年齢層もターゲットになり得ることを想定
- » 金曜日の午前中は出社し仕事がひと段落したら出発できる行程
- » 温泉に入りおいしいものを食べ、翌日は自然とふれあってリフレッシュというイメージ
- » 石和温泉は駅からも近く送迎のある宿もあり、気軽に行ける
- » ワーク時間に飲食などリフレッシュメント提供の実証



石和温泉駅

新宿から特急で約90分。仕事がひと段落し、夕食に間に合うような時間で設定。駅から歩ける距離にも宿泊施設は多数あり、シーンによって選べます。



和風旅館 峯

慌ただしい時間を忘れさせてくれる石和温泉。和風旅館で温泉につかりながら食事と地元のお酒に舌鼓を打ち、のんびりとした静寂の中で疲れが癒されます。



マルサフルーツ古屋農園 マルサマルシェ

農業体験。人気は桃やぶどうの収穫時期ですが、秋も深くなると収穫できるものは少なくなります。ですが、名物ころ柿作りなどの加工体験もでき、味見もできます。



併設のカフェにて話題のフルーツサンドを片手にワーク。午前中はメール連絡なども多く、落ち着いた場所で仕事することが望めます。



ヤツドキテラス

食後のデザートは自分で選びワーク。甘いものは別腹と言いますが、疲労回復効果も高いのです。



室内でもよし、天気によればテラスで景色を楽しみながらワークをするのもよし。カフェでオンラインミーティングをしている人もいました。



下部温泉へ移動

もう1泊石和温泉に泊まっても、帰宅しても良いのですが、折角なので山梨を代表するもうひとつの温泉地まで足を延ばしてみることに。

DAY 1

16:00 石和温泉駅集合 (15:59着特急想定)

16:05 和風旅館 峯チェックイン
(ワーク、温泉、夕食※異業種交流)

DAY 2

8:00 朝食

09:40 マルサフルーツ古屋農園 農業体験
(ころ柿づくり体験)

フルーツサンドイッチを食べながらワーク

11:40 ヤツドキテラス(昼食)
ケーキを食べながらワーク

14:00 下部温泉に向けて出発

下部温泉

温泉、伝統、自然
コンテンツを
活用した事例



タイトル

ヒーリングワークショップ

ターゲット

アクティブに行動するヤングエグゼクティブ・定年を見据えた層

ツアーのポイント

- » 身延ならではの久遠寺の朝のお勤めや精進料理の食事などデトックスや「癒し」をテーマとした
- » 山梨県内での周遊も考え、石和温泉から山梨県を代表するもう1つの温泉、下部温泉へ移動
- » 伝統工芸の和紙漉き体験をしたり、名物あけぼの大豆の収穫と、この地域ならではの体験を組み入れた
- » 今後、職場旅行などでもパソコンやスマホを持って参加するのが当たり前になることを想定し、参加者同士が適度な距離感が持てるワーク環境等について考えた

DAY 1

石和温泉から移動

15:00

西嶋和紙の里(手漉き和紙体験)

16:10

下部ホテルチェックイン
(ワーク、温泉、夕食※異業種交流)

ホテルの夜のイベント参加
(太鼓ショー&餅つき、花火)

DAY 2

05:15

下部ホテル出発

05:15

身延山 久遠寺(朝のお勤め、散策)

07:10

覚林坊にて朝食(精進料理)

10:00

cultivate the life みのぶ自然の里
農業体験(あけぼの大豆収穫)・昼食・ワーク

14:40

甲府駅にて解散



西嶋和紙の里

手漉きの和紙でうちわ作り。作り方も丁寧に教えていただき良い思い出ができました。参加者で同じ体験をするとコミュニケーションも広がります。



夜のアクティビティ

足湯につかりながらワークをするという温泉地ならではの体験の他、ホテルにあるいろいろなスペースを活用してワークができました。

ホテルのイベントで「信玄出陣太鼓ショーと餅つき」を見学。宿泊施設や観光施設で行っているイベント等に合わせた行程を組むのも一考です。



身延山 久遠寺

早起きして、久遠寺の朝勤に参加。大太鼓の音が響き渡った後、大勢の僧侶たちが入堂。一斉にお題目を唱える声と荘厳さはまさに「ヒーリング」。



「早起きは三文の得」とはまさにこのこと。観光客が来ていない久遠寺で朝の散歩は神秘的。朝食は宿坊で精進料理をいただきました。

cultivate the life みのぶ自然の里

芝生にテント、研修室に景色の良い食堂や田舎裏などワークできる場所がいろいろとあり思い思いにワークタイム。



農業体験と地の物を使ったピザとBBQの昼食。「おいしい」以外の言葉ができません。現地の方達のおもてなしもポイントです。



小淵沢

ノマドワーカーをターゲットとした事例



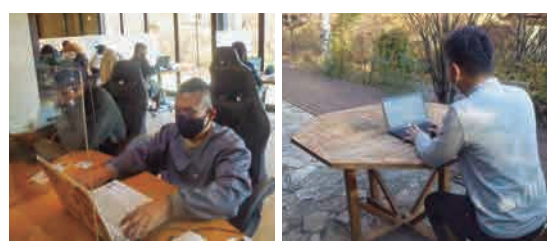
タイトル 何もしない。贅沢時間のワーケーション

ターゲット ノマドワーカー

ツアーのポイント

- » ワケーションで一番イメージされるノマドワーカーをターゲットとした
- » コワーキングスペースとして生まれ変わった施設の利用や、農業体験、星空観測など小淵沢のコンテンツを活かす
- » 普段リモートワークしているという参加者が多く、オン・オフのメリハリを付けた
- » 参加者には車いす利用者もいて、多様なワーカーの取り込みというのも着眼点

小淵沢駅
新宿出発の特急到着時間に合わせ集合時間を設定。



ネオオリエンタルリゾート八ヶ岳、One thousand office
丁度、昼食時間なので施設内のレストランでランチをいただき、食後は歩いてワークスペースへ。サイバーセキュリティが強いインターネットシステムの他、コピー機やシュレッダーの用意もありオフィスと変わらないワーク環境です。



アルソア レインボーファーム & 女神の森
素材から厳選した自家製堆肥を使用した有機栽培のシステムなどのお話を伺い、カブと人参の収穫体験。宿泊棟からワークできる施設まで自然の中を5分程度の散策。焚火の前、芝生の上、暖炉の前などでワーク。夜は星空を観賞後、懇親会。夜中まで話は尽きませんでしたが、翌朝はヨガですっきり目覚めました。



小牧ヴィンヤード
雄大な八ヶ岳の麓に広がる葡萄畑を散策しながらソムリエであるご主人からワインについてのレクチャー。



屋外のテントなどでのワークの他、室内にはプロジェクターもあり会議も可能。昼食はワインとの「マリアージュ」も楽しめます。



泉園
駅から歩いて行ける古民家のワークスペースで電車の時間までワーク。和室でのワークは参加者同士がくつろいで会話にも花が咲きました。



小淵沢駅
電車まで時間があれば小淵沢駅周辺の散策をするのもよし。大正時代から続く酒屋など歴史を感じながら散策ができます。

- DAY 1**
- 11:50 小淵沢駅集合
 - 12:20 ネオオリエンタルリゾート八ヶ岳にて昼食、コワーキングスペース「One thousand office」でワーク
 - 15:30 レインボーファーム 農業体験
 - 17:00 女神の森チェックイン(ワーク)
 - 18:00 ウェルネスガーデンにて夜のイベント(星空観賞)、夕食(BBQ、異業種・地域交流会)
- DAY 2**
- 07:00 朝ヨガ
 - 08:15 朝食、食後は好きな場所でワーク、散策、各自で道の駅こぶちざわ集合
 - 10:45 小牧ヴィンヤードにて昼食、ぶどう畑見学、ワーク
 - 13:40 泉園ワークスペースでワーク
 - 15:50 小淵沢駅にて解散

清里

移住・定住に
興味がある層を
ターゲットとした
事例



タイトル

ラーケーション（ファミリーワーケーション）

ターゲット

未就学児のいる家族（移住・定住に興味がある人）

ツアーのポイント

- » 食育、教育などの「ラーニング」とバケーションを組み合わせた「ラーケーション」というタイトルでツアーを作成
- » 清里地区は2020年から県の「観光資源磨き上げ事業」で関係人口の創出と、環境教育の先進地でもあり、サステナブルな観光地作りにも取り組んでいる
- » 「子育て世代の移住・定住」を目的にまずはワーケーションを通じて清里のファンを作っていく、という狙い
- » 清里地区の魅力を満喫するプログラムと先輩移住ママ達との交流会や意見交換会など他地区とは一味違ったツアーを造成



清里駅

小海線の清里駅到着時間に合わせて集合時間を設定。自家用車で参加された方も多く、どこに何時に集合かなどの詳細な案内が必要です。



ランチ

清泉寮にて昼食。未就学児のお子様がいる場合、食事内容についても配慮が必要です。子供向けメニュー有無やアレルギーなどに注意します。



キープ自然学校 (清泉寮自然学校)

室内で親はワーク。子供たちは慣れるまでぬいえなど。雨の場合も想定して準備しておきました。



子供達は自然学校のガイドさんと散策。周辺のいろいろな仕掛けに子供達も興味深々。焼きマッシュマロは大人気。



清里オーベルジュ

宿泊施設内でもワークは可能ですが、敷地内にある焚火を囲んで屋外でワーク。



オーナーから食材に関するお話をいただきながら地域の方と夕食。食後は囲炉裏を囲んで様々な取り組みをお聞きしました。

DAY 1

- 12:20 清里駅集合
- 12:30 清泉寮(昼食)
- 14:00 キープ自然学校(清泉寮自然学校)
(子供向けプログラムとワーク)
- 16:15 清里オーベルジュ チェックイン
(ワーク・周辺散策・焚火、
夕食時に先輩移住者と懇親会)

DAY 2

- 08:00 朝食、食後はワークや散策、
近くのポニー牧場で乗馬体験など
- 10:00 移住・定住に関する意見交換会、
子供向けプログラム
- 12:00 昼食
- 13:15 小淵沢駅

移住・定住に関する 意見交換会

清里の移住先輩ママや北杜市の関係者にも参加いただき、講師も交えて移住・定住に関する意見交換会。当事者ならではの率直な意見なども聞けました。子供達には遊び道具を用意しスタッフを1人つけて過ごしました。



ランチ

景色の良い場所でランチ。名物のソフトクリームを食べて帰路につきました。

ワーケーションモニターツアー参加後に行ったアンケートからワーケーション推進のヒントを示唆します。

本事業で行ったモニターツアーはツアーの事例紹介で示した通り、それぞれの地域によって来訪者のターゲットや体験してもらいたいコンテンツが違いますので注意が必要です。

モニターツアーの結果だけでなく他自治体の事例などをヒントに自分達がターゲットとしたい客層や、進めたい実施形態について考えアレンジしてください。

【他自治体の事例参考URL】

ワーケーション自治体協議会
(Workation Alliance Japan)

<https://www.facebook.com/WorkationAllianceJapan>



① 必要な環境

環境は、ワーカーが仕事に対して集中したいのか、少しリラックスしたいのか、オフなのかシチュエーションにより違います。

ワークする場所や環境を選ぶのはワーカーですので、様々なニーズに応じられるよう選択肢が多いことが望まれます。

シチュエーション	必要な環境
オンラインミーティング・電話	静寂が保たれる環境や個室
集中して仕事をしたいとき	気が散らない環境。ホテルの客室に缶詰でも良い
リラックスモードで仕事をしたいとき	自然環境や宿泊施設内のスペースなどどこでも。観光施設でもワークは可能だった
休憩	コーヒーブレイクができたり、簡単な飲食ができる場所。喫煙スペース
コミュニケーションを取りたい時	参加者同士や地元の人達とのふれあえるスペースやプログラムなど。いち早く馴染めるようコーディネーターがいるとよい

② 交流人口の拡大に向けて

ワーケーションで期待されていることは、まずは観光客などの交流人口を拡大することです。右の図6はモニターツアー開始前にアンケートで「山梨県への訪問と聞いてイメージするもの」を聞いた結果です。イメージは「訪問目的」にも繋がり、この結果から山梨県の強みと弱みが見えてきました。

強み	弱み
自然	文化
温泉	特産品
登山・トレッキング	イベント

訪問目的の選択肢が増えるほど交流人口は増えていきます。

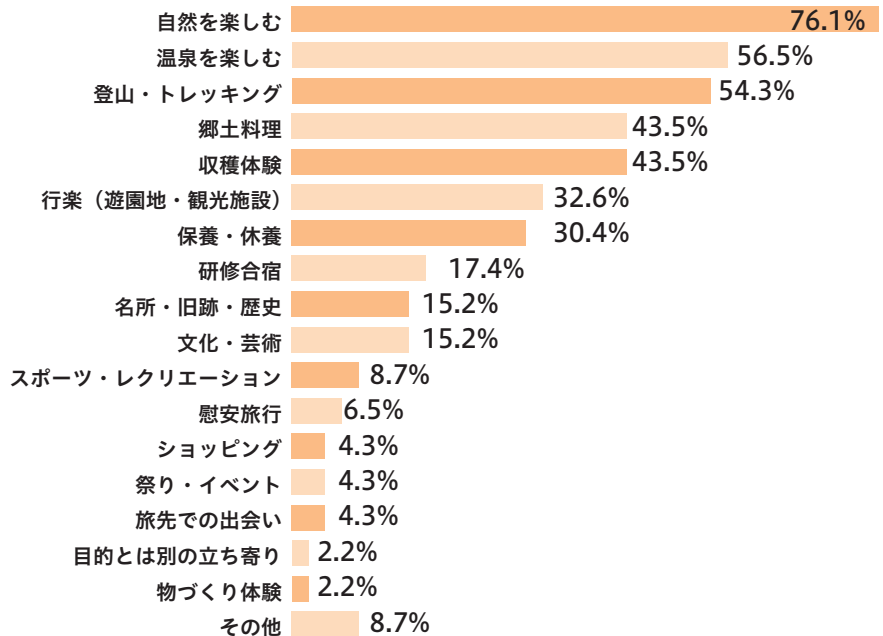
強みを押し出し、弱みを底上げするなど観光資源を磨き上げ、情報発信を強化していきましょう。

③ 関係人口に繋げていくために

モニターツアーに参加した全員が、「山梨県のワーケーションはおすすめ」と回答しています。

コワークスペースの整備は最重要視されますが、関係人口創出に繋げていくにはその土地ならではの魅力的なコンテンツが必要になります。

■山梨県への訪問と聞いてイメージするもの（図6）



「ここでワーケーションをしたい」と感じさせ、滞在時間やリピーターを増やし地域に慣れ親しんでもらいファンになってもらうことが関係人口の増加に繋がっていきます。

「何が出来るか」「どのような施設か」「どのような設備があるか」など地域で集約してホームページやSNSなどで情報を発信し、さらには地元のイベントやコミュニティにも参加できるような仕掛けが望まれます。

「観光マーケティング」とは

ワーケーションを進めるにあたって「どれだけニーズがあるのか」「どう進めれば良いのか」不安に思われる方もいらっしゃるでしょう。

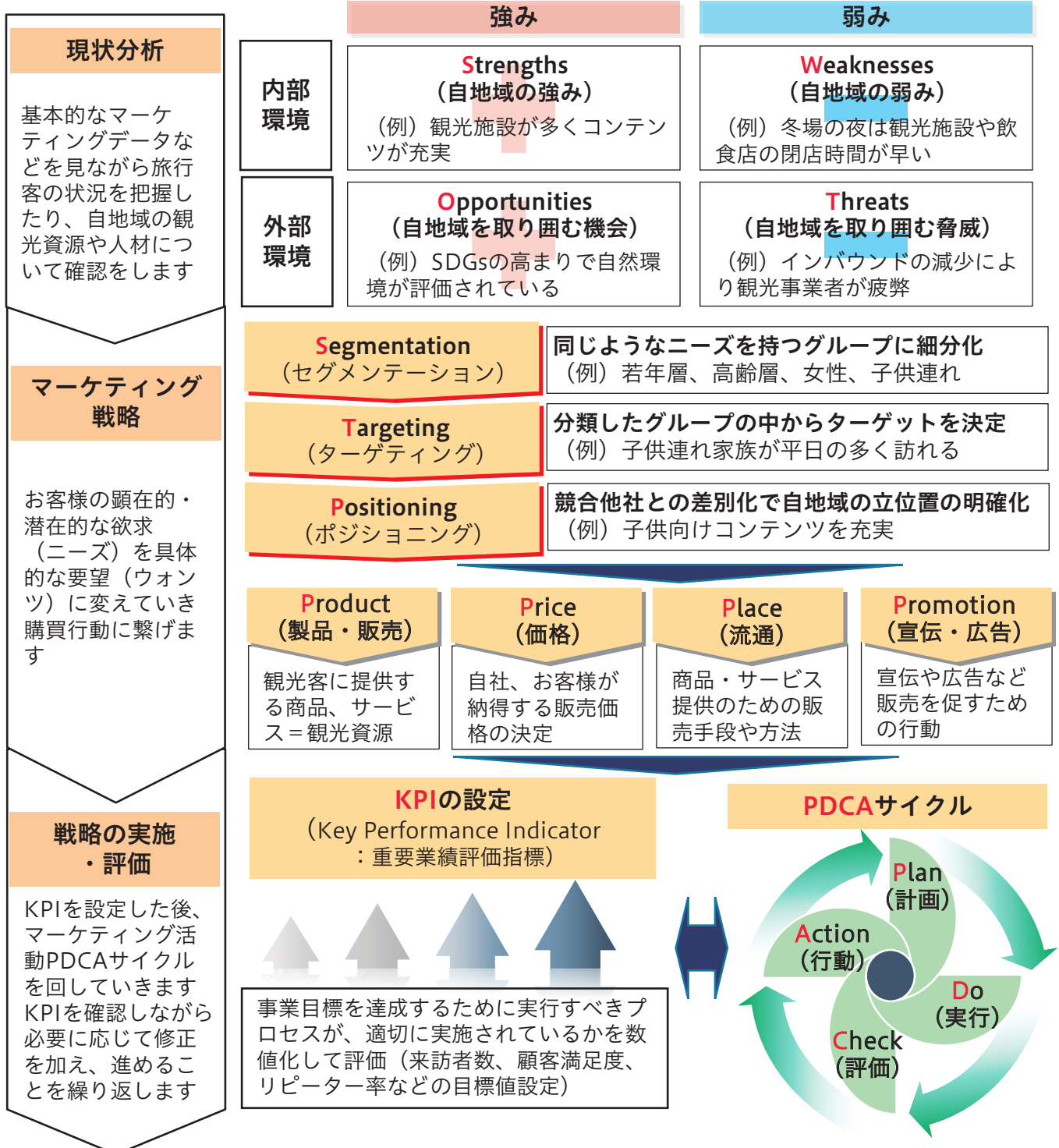
ワーケーションに限らず、観光事業が持続可能であるために

は継続的（持続的）に商品・サービスである観光資源が売れる仕組みを作っていくにはいけません。

そこで必要になるのが「観光マーケティング」という考え方です。

自地域の観光資源を、誰にどうやってPR・提供するか、以下のようなプロセスを踏んで考えていくとよいでしょう。

観光マーケティングのプロセス



① 国を挙げたワーケーション推進の検討

ワーケーションを推進することは企業側にとって

- * 有給休暇の取得促進
- * 帰属意識の向上
- * 人材確保、流出抑止
- * イノベーション創出
- * CSR、SDGsの取り組みによる企業価値向上
- * 地域との関係性構築によるBCP対策
- * 地方創生への寄与

といったメリットが挙げられ、従業員にとっても

- * 長期休暇の取得促進
- * 働き方の選択肢の増加
- * ストレス軽減
- * リフレッシュ効果
- * モチベーションの向上
- * 業務効率の向上
- * リモートワークの促進
- * 新たなアイデアの創出

など様々なメリットが挙げられることから、国を挙げて企業向け推進支援メニューなどが検討されています。

② 多様化する企業ニーズ

観光庁では2021年度に「新たな旅のスタイル」企業と地域によるモデル事業の公募を行い、40企業、40地域が採択されました。採択された企業や地域は公表されていますが、企業の業種は様々です。今後、企業へのアプローチを考えるのであればどのような業種をターゲットとするか、企業ニーズについても考えPRも含めた受入環境を整備していく必要があります。

③ 観光庁発信のパンフレットの利用

観光庁からワーケーションやプレジャーの理解促進、導入推進を行うことを目的とし、背景や目的、意義、メリット、導入事例等を記載したパンフレットが「企業向け」と「受入地域向け」として発信されています。このパンフレットの中に、「ワーケーション・プレジャーにおける受入環境整備」のチェックシートもあるので、活用すると良いでしょう。

観光庁 新たな旅のスタイル
「ワーケーション&プレジャー」

<https://www.mlit.go.jp/kankochoworkation-bleisure/>



ワーケーション等の推進にあたっての課題

出典：観光庁「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会資料

対象	課題
企業 (送り手)	<ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーション等のそのものの理解不足 (イメージが先行) ・ワーケーション等の導入による効果が不明確 ・導入のプロセスや労災・税務処理の考え方が不明確 ・ワーケーション等の実施先の選定 (地域側との接点)
地域 (受け手)	<ul style="list-style-type: none"> ・取組みにあたっての目的やビジョンが不明確 ・受入にあたってのノウハウが不足 ・企業側との繋ぎ役(コーディネーター)を担う人材の不足
従業員 (利用者)	<ul style="list-style-type: none"> ・現状、ワーケーション等の利用経験者は4%程度 ・通信環境や情報セキュリティへの懸念や不安 ・テレワークを出来ない業種(職種)である

※昨年度、観光庁で実施した調査結果及び「新たな旅のスタイル」に関する検討委員会で挙げられた意見から抽出

取組みの方向性

- (1) 国民全体の気運醸成 (国民全体の認知と理解の促進)
- (2) 企業と地域の環境整備 (企業の制度導入と地域の受入体制整備に係る支援)
- (3) 企業と地域の関係性構築 (継続的な関係性の構築による双方の課題解決)

○ワーケーション等の普及にあたっては、特に「企業への働きかけ」がポイントと考えられることから、導入に前向きな企業に対しては、制度導入に向けた支援(動機づけ)を行いつつ、一方で、検討段階以前の企業に対しては、情報発信等を通じて認知と理解の促進を図ること、市場全体の裾野を広げていく必要がある

今後の観光庁の取り組み方針

観光庁では、関連省庁や団体等とも連携しながら、ワーケーション・プレジャーの普及に向け、企業、地域双方の環境整備や持続的な関係性構築に向けた取り組みを行っています。

① 企業および地域の環境整備支援

企業の制度導入及び地域の受入環境整備に対する支援を行っています。

- ・労災や税務処理の考え方についてQ&Aを作成しました。
- ・宿泊施設のWi-Fi環境やワーキングスペース整備の支援を行っています。

※詳細は観光庁HPをご参照ください。

② 企業、地域との関係性構築

企業と地域のマッチングを通じて、双方の課題解決の支援を行っています。

- ・企業と地域によるモデル事業を通じて、制度導入に向けたハンズオン支援を行う予定です。

③ 企業と地域によるモデル事業

ワーケーション等に關心が高い企業と地域を募集し、双方の体制整備とマッチングを行い、企業と地域の継続的な関係性の構築に繋げます。

※詳細は、後日、報道発表や観光庁HP等でお知らせいたします。

企業(送り手)と地域(受け手)の継続的な関係性の構築

出典：観光庁

■ 受入環境整備チェックリスト

設問を読んで、当てはまるものに✓チェックを入れましょう。

チェック項目	チェック欄
01 導入前・人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ワーケーション専用のサイト・SNSがある ワーケーションについて、顧客からの問合せ機能がある HP等で、サテライトオフィス、宿泊施設紹介、観光メニューの紹介がされている ワーケーションに関する地域コーディネーターが存在する ワーケーション・プレジャーを実施する人々を迎え入れる地域側の意識の醸成がされている ワーケーション・プレジャーなどについて理解を深める勉強会や地域にとっての必要性を議論するワークショップを実施している ユーザーのストレスをケアするホスピタリティ人材などが育成されている
02 環境・ハード面	<ul style="list-style-type: none"> エリア内にサテライトオフィスやコワーキングスペースがある 宿泊施設にコワーキングスペースがある コワーキングスペースや宿泊施設のWi-Fiなど通信環境が整備されている コワーキングスペースや宿泊施設のWi-Fiなど通信環境のセキュリティが整備されている ワークスペースでは、複合機、机、いす、照明など、通常のオフィスで仕事をするものと同じ環境が整っている オンライン金庫用の個室・大型モニターなどが整備されている エリア内に十分な宿泊施設が存在する 宿泊施設では長期滞在に向けた食事、什器その他のアメニティー、サービスが整っている エリア内では、長期滞在に対応できるようにスーパーや飲食店が十分にある エリア内を自由に動き回ることが可能な交通手段がある 地域の自然特性等を活かしたワークコーナーが整備されている
03 プログラム面	<ul style="list-style-type: none"> ワーケーションに関するモデル日程、コースがつけられている 地域課題解決型ワーケーションを推進する上でのプログラムが整備されている 合宿型ワーケーションを推進する上での研修プログラムが整備されている アフターワーク、休日用に観光メニューが整備されていて、受付などのサポートも確立している 長期滞在用の宿泊プラン、ワーケーションメニューがあり、利用者ニーズに応じた価格設定となっている ユーザーの家族(特に子供など)を巻きこまないプログラムなどが整備されている
04 資金面	<ul style="list-style-type: none"> エリアとしてワーケーションを推進するための資金を有している 地域の事業者に対して支援するために助成金がある ワーケーション・プレジャーが地域事業者の収益事業に繋がることが明確になっている

チェックが多くなった地域は受入に適しているといえます。チェックがあまりついていない地域は、どのようなワーケーションの型・タイプを想定するか、ターゲット市場はどこにするかをまず決めてから優先順位を決めた上で、受入環境整備を進めるようにしましょう。特に宿泊施設ごとに異なる対応設備等の整備状況を地域一帯で相互に補完しあえる環境づくりを行政等がリードすることでワーケーション・プレジャー対応の地域総合力が面としてさらに高まります。

出典：観光庁 新たな旅のスタイル「ワーケーション&プレジャー」

受入整備ができワーケーションに来てもらうにはPRや情報発信が必要です。

今や、スマホやインターネットでソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を利用したり、情報検索をしたりすることは当たり前です。

ワーケーションをやってみたいという人にアプローチできるよう、インターネットで検索した時にヒットするような情報発信をすることが大切です。



① 情報発信のコンテンツ

ワーケーション誘致の対象者については、ワーケーションをしたいと思っている観光客向けか企業向けかということについて発信内容を考える必要があります。

観光客向けであれば「行ってみたい」「やってみたい」と思わせるような内容であり、企業向けであれば「やらせてみたい」と企業側のメリットにつながるような内容を発信しなければなりません。

情報発信のコンテンツとして

- * 文字
- * 画像、イラスト
- * 動画

が挙げられますが、中でも動画は、短時間で多くの情報を効率的に視覚で伝えられるというメリットがあります。

このことから、本事業においても観光客向けと企業向けの動画を作成しました。

■ワーケーションに行ってみたい人向け

コース	動画イメージ
1 河口湖女子旅	
2 河口湖子供連れ	
3 石和温泉郷	

② 山梨県ワーケーションモデル事業動画について

山梨県では「ワーケーションをやってみたい」という個人客をターゲットとした、観光コンテンツを盛り込みPRに繋がられる動画を作成しました。

ある調査によると、動画の長さは30秒程度であれば80%の人が視聴していますが、5分を過ぎると関心が薄れてくるようです。

そこで、山梨県ワーケーションモデル事業は地域やターゲットが異なっていたため、モニターツアーを開催したコースごとに1本3分程度で視聴できる動画を6本作成しました。

動画の最初の約20秒と、エンディングの約5秒は全て共通ですが、中身は集合場所から始まり各観光地の魅力とワークションを交えながら山梨県のワーケーションはどのような場所であるのかを伝えています。

ワーケーションをしたいと思っている観光客向けに作成していますので、発信は各観光協会や市町村の観光課などのホームページでアップします。

また、企業向けに各地の特徴あるコワークスペースの紹介や参加者同士あるいは地元の方との意見交換の様子、子供連れワーケーションの可能性などを伝える内容も作成しています。

こちらは県のホームページでアップします。

どちらの動画もホームページでアップするだけでなく、各地でのPRや説明会などでも利用していく予定です。皆様もどうぞご活用ください。

■企業 PR 向け

紹介内容	
1	特徴的なコワークスペース
2	非日常体験
3	自然を堪能
4	多彩なプログラム
5	地元の人たちとの意見交換
6	異業種交流でイノベーション
7	温泉に癒される
8	食事と酒に舌鼓を打つ
9	各地域からのメッセージ

コース	動画イメージ
4 下部温泉郷	
5 小淵沢エリア	
6 清里エリア	

山梨県内にはモニターツアーで紹介した観光コンテンツの他に、様々なシチュエーションや季節に合わせたアクティビティや魅力的な観光地があります。

観光コンテンツについては、公益社団法人やまなし観光推進機構のホームページ「山梨教育旅行サイト しる・まな・体験」などに掲載されています。



山梨教育旅行サイト しる・まな・体験



大自然のアクティビティ

国立公園・国定公園の大自然で楽しむスポーツ、自然観察や共同生活を体験！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_001&t=1



川・湖のアクティビティ

日本三大急流である富士川、富士北麓の富士五湖など水辺での自然を体験！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_002&t=1



食文化

農村女性や地元の人々と地元の食材で山梨の郷土料理をつくる！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_003&t=1



農山村

もも、ぶどう、すもも生産日本一の山梨で多彩な農業、酪農を体験！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_004&t=1



歴史・文化

観光ガイドや地元の人々とふれあいながら歴史、文化を学ぶ！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_005&t=1



産業・生活

山々に囲まれた特色ある山梨の文化や産業を学ぶ！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_006&t=1



工業・創作

山梨の伝統工芸職人や地元の名人からものづくりを学ぶ！

https://www.yamanashi-kankou.jp/kyoiku/search/result.php?mode=search&category=049_007&t=1



やまなし自然サウナととのいプロジェクト

山梨県の上質な自然とこよなく調和する「アウトドアサウナ」を、コロナ収束後における強力な誘客コンテンツとなるよう磨き上げと情報発信を行い、新たな観光資源として定着（アウトドアサウナの聖地＝山梨県）させることを目指しています。聖地化に向けて取り組むことで、本県が注力する首都圏向け二拠点居住やワーケーション需要による新たな交流人口創出等、県内経済のさらなる活性化にもつなげたいと考えています。

県や市町村、アウトドアサウナ関連事業を県内で実施している事業者等で「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」を立ち上げ戦略づくり等に取り組んでいます。





山梨県ワーケーション活用ガイド

2022年2月28日 第1版発行

発行者：山梨県観光文化部観光資源課