

---

令和 3 年度沖縄振興推進調査

沖縄における新たなスポーツ・ヘルスケアツーリズム

拠点形成に向けた調査 報告書

---

令和 4 年 3 月

内閣府沖縄総合事務局



## 目次

<b>第1章</b>	<b>本調査の趣旨</b>	<b>1</b>
1.	本調査の目的	1
2.	調査の視点	3
3.	実施フロー	4
4.	有識者検討委員会	4
<b>第2章</b>	<b>沖縄地域を取り巻く環境</b>	<b>5</b>
1.	スポーツ関連産業の市場規模	5
2.	スポーツコンベンション件数	6
3.	スポーツ施設数	7
4.	入域観光客数	8
5.	宿泊施設数	9
6.	観光消費額	10
7.	ワーケーションの推進状況	11
<b>第3章</b>	<b>ヒアリング調査</b>	<b>12</b>
1.	ヒアリング調査概要	12
2.	ヒアリング調査結果概要	13
3.	ヒアリング調査結果詳細	14
<b>第4章</b>	<b>アンケート調査</b>	<b>42</b>
1.	アンケート調査概要	42
2.	アンケート調査結果概要	45
3.	アンケート結果詳細	46
4.	アンケートにおける自由意見	62
5.	アンケート結果に関する考察	64
<b>第5章</b>	<b>見えてきた課題と今後の方向性</b>	<b>66</b>



## 第Ⅰ章 本調査の趣旨

### Ⅰ. 本調査の目的

世界的に、健康志向旅行・ヘルスツーリズムを含む「健康を保持・増進するための遊びや学びを提供する商品及びサービス」の市場が拡大すると予測されている。

沖縄においては、コロナ禍以前まで、インバウンドを含めた観光市場が増加し、冬場の温暖な気候などからキャンプ合宿などのスポーツコンベンションも増加傾向となっており高いニーズが存在する。また、体力の維持・増進に資する運動メニュー等を取り入れたスポーツツーリズムや健康維持・増進メニューを取り入れたヘルスケア（ウェルネス）ツーリズムも、沖縄の気候、文化、芸能、食などを絡めることで他地域との差別性や付加価値を高められる分野と期待される。東アジアの中心に位置する沖縄は、経済成長いちじるしいアジア市場との近接性から、インバウンドを含めた観光関連産業の高付加価値化や多様化にもつながることが期待できる。

一方、昨今の新型コロナウイルス感染対策として、テレワークやリモートワークといった新しい働き方が推進されており、とりわけ「ワーケーション（Work と Vacation を組み合わせた造語）」は、ニューノーマルなライフスタイルも加味した働き方、ツーリズムの手法として注目されており、沖縄でも積極的に推進されている。

については、本事業ではスポーツ・ヘルスケア拠点形成に向け、ワーケーションと絡めた B to B ツーリズム商品等の可能性検証を目的に、以下の項目を調査し検討を行う。

- ① 提供メニューの高付加価値化の方策
- ② 成長可能性の顕在化（ニーズへの適応・発展）方策
- ③ 持続的な発展を具現化するための推進体制

## 沖縄における新たなスポーツ・ヘルスケアツーリズム 拠点形成に向けた調査事業(概要)

### 背景

#### 世界のスポーツツーリズムの市場規模と将来推計

5年間で4倍の成長が見込まれる



出典: Technavio (英国の調査会社) 「Global Sports Tourism Market: Key Drivers and Figures」

#### ヘルスツーリズム市場(全世界)

7年間で1.6倍の成長が見込まれる



出典: Global Wellness Economy Monitor 2018

- ・スポーツ・ヘルスケアツーリズムに高い成長可能性
- ・沖縄でも、気候や風土を活かした高付加価値の商品が期待される

### 令和2年度に取り組みと課題

ヘルスケア

×

観光

→ KIN Conditioning Resort (KCR)

金武町でアッパーマス個人層  
をターゲットに、ヘルスケア  
ツーリズムの組成を検討



#### 課題

- 1 滞在型ヘルスケアツーリズム  
市場が未成熟
- 2 ワンストップでのラグジュアリー  
空間提供の必要性
- 3 小規模プレイヤーによる事業化のハードル

#### 強みと外部環境の変化

- 1 沖縄の持つ魅力の再確認
- 2 ツーリズムの国内回帰
- 3 ワークेशनへの関心・注目

- ・コロナの影響を受け、ターゲットとサービスの見直し、事業体制の再構築が必要
- ・ライフスタイルの変化(ワークेशनへの関心)を受け、サービスを設計し直す必要

### 本事業の狙いと内容

狙い

スポーツ・ヘルスケア拠点形成に向け、ワークेशनと絡めた  
B to Bのツーリズム商品等の可能性検証を行う



内容

- ① 提供メニューの高付加価値化の方策
- ② 成長可能性の顕在化(ニーズへの適応・発展)方策
- ③ 持続的な発展を具現化するための推進体制

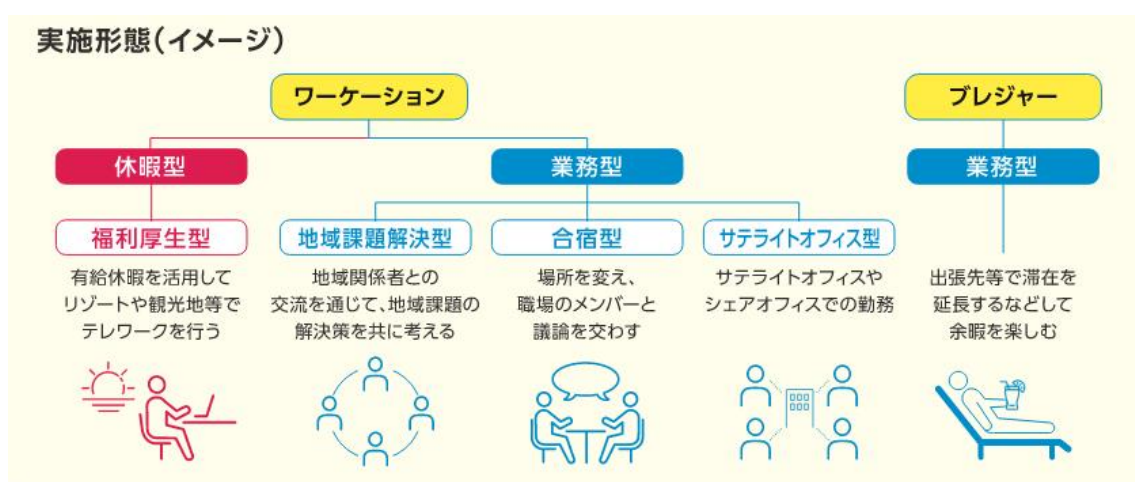
—を調査し、提示する

## 2. 調査の視点

スポーツツーリズムは、スポーツの参加や観戦を目的に地域を訪れ、スポーツを掛け合わせた観光を楽しむことから、日本の観光業において国内旅行の需要拡大及び外国人の訪日旅行拡大に繋がると期待されている。ヘルスツーリズムについても、健康志向の高まりにより市場規模が世界的に拡大しており、2017年に6394億ドルだった市場規模は、2022年には9194億ドルに成長すると推計されている（Technavio「Global Sports Tourism Market:Key Drivers and Figures」）。沖縄において、スポーツ・ヘルスケアツーリズム拠点の整備や提供メニューの高付加価値化を推進することで、世界的に成長が見込まれる市場の需要を取り込むことが期待できる。これら提供メニューの高付加価値化等を目指す上で、新型コロナウイルス感染症拡大以降に広がった、ワーケーションなどのニューノーマルなライフスタイルと掛け合わせたツーリズムの在り方も検討が必要である。

沖縄は、温暖な気候、美しく貴重な自然環境に恵まれた地理的特性や、東南アジア諸国等との交易・交流を通じ独自に発展してきた文化的特性を有している。さらに、こうした文化や歴史的背景から培われた独特な食文化も有しており、「休暇を過ごす場所」としてだけでなく、「肉体的にも精神的にも健康な状態である『Well-being』向上の場」として選ばれるポテンシャルを有している。近年、健康経営を重要な経営リテラシーと位置づける企業も増えていることから、ワーケーションの場でスポーツやヘルスケアサービスを体験することが、特徴ある沖縄のワーケーションとして認識され、観光人口の増加にとどまらず、交流・関係人口の増加につながっていくことも期待できる。

観光庁が分類するワーケーションには以下の4タイプがある。本事業では、B to Bとしてのスポーツ・ヘルスケアツーリズムを推進するという視点から、対象とするワーケーションを企業主導である「業務型」とし、その中でも導入の敷居が比較的低いとされる「合宿型」を主要な対象として調査を実施した。

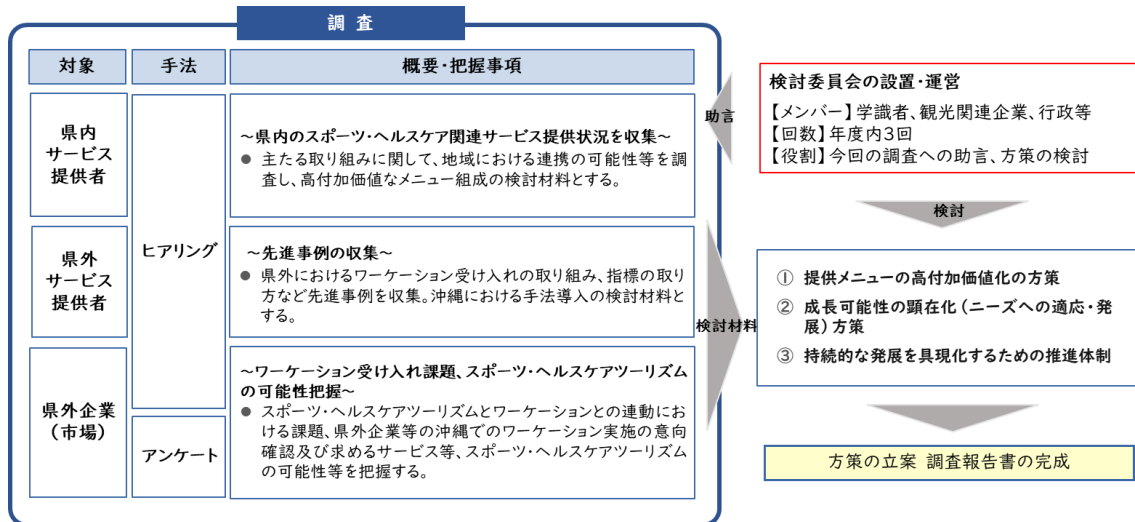


(出所) 観光庁ホームページ

## 第1章 本調査の趣旨

### 3. 実施フロー

本事業は以下のフローで実施した。



### 4. 有識者検討委員会

提供メニューの高付加価値化、成長可能性の顕在化方策の検討のため、スポーツ、ヘルスケアおよび観光産業に関わる有識者による検討委員会を開催した。

#### 【委員名簿】

委員長	荒川 雅志	国立大学法人琉球大学 国際地域創造学部／大学院観光科学研究科 教授
委員	石塚 大輔	スポーツデータバンク沖縄株式会社 代表取締役社長
委員	兼村 光	一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター アクセラレーションセクションマネージャー
委員	下地 芳郎	一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー 会長 沖縄リゾートワーケーション推進協議会 共同代表
委員	高宮城 邦子	沖縄県 文化観光スポーツ部 スポーツ振興課 課長
委員	前田 裕子	株式会社前田産業 代表取締役社長
委員	宮里 好一	タピック沖縄株式会社 代表



## 第2章 沖縄地域を取り巻く環境

## 1. スポーツ関連産業の市場規模

日本国内のスポーツ GDP は、2014 年約 7.2 兆円、2015 年約 7.4 兆円、2016 年約 7.6 兆円と推計されている。2016 年のスポーツ GDP については、対前年比 1.89%増となっている。国内総生産に占める割合は 1.41%となっている。

## 【国内市場規模】

(単位:億円)			
	2014年	2015年	2016年
スポーツ部門	50,347	51,564	52,592
流通部門	10,354	10,799	10,705
投入部門	11,355	118,296	12,301
スポーツGDP	72,056	74,193	75,598
国内総生産 (GDP)	5,099,271	5,289,589	5,365,615
スポーツGDP/国内総生産 (GDP)	1.41%	1.40%	1.41%
スポーツGDP 前年増減率	-	2.97%	1.89%

(出所) スポーツ庁 経済産業省監修 (株) 日本政策投資銀行 地域企画部、(株) 日本経済研究所ソリューション本部、同志社大学 「わが国スポーツ産業の経済規模推計」(2019 年 9 月)

沖縄県内のスポーツ市場規模は、2005 年約 600 億円、2011 年約 637 億円、2015 年約 976 億円と推計されている。2015 年のスポーツ市場規模については、対前年比 53.2%増。県内総生産に占める割合は 2%前後で推移し、全国平均を若干上回っている。

## 【県内市場規模】

(単位:億円)				
		2005年	2011年	2015年
生産額	①スポーツ部門	667	616	1,137
	②流通部門	113	1,074	190
	③スポーツ生産額合計	780	724	1,327
付加価値	④スポーツ部門	46	402	681
	⑤流通部門	76	71	111
	⑥投入部門	78	74	114
	⑦スポーツGDP合計	600	547	907
	⑧スポーツコンベンション部門生産額	-	91	69
スポーツ市場規模		600	637	976
対前年比増減率		-	6.2%	53.2%
県内総生産		36,350	36,926	41,747
スポーツ市場規模/県内総生産		1.64%	1.72%	2.34%

※県内市場規模については、県内スポーツ GDP に含まれない県内の「スポーツコンベンション部門生産額」を加え、スポーツ市場規模として算出

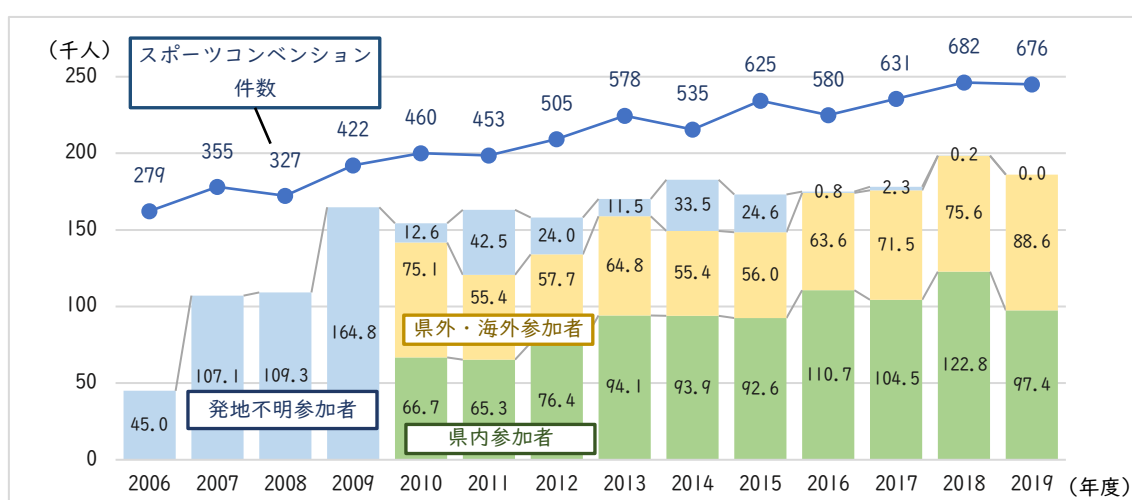
(出所) スポーツ庁 経済産業省監修 (株) 日本政策投資銀行 地域企画部、(株) 日本経済研究所ソリューション本部、同志社大学 「わが国スポーツ産業の経済規模推計」(2019 年 9 月) を基に算出

## 第2章 沖縄地域を取り巻く環境

### 2. スポーツコンベンション件数

沖縄県内におけるスポーツコンベンションは活発化しており、2019年の開催件数は676件、参加者数は18万6018人（うち県外・海外参加者8万8600人）となっている。開催件数、参加人数ともに増加傾向にある。件数で見ると陸上競技、野球、サッカーのキャンプ合宿・自主トレが多くなっている。1件あたりの参加人数は野球が最も多く、特にプロ野球のキャンプや練習試合は、多くの観客を集めている。プロによる子供向けのスポーツ教室などスポーツ普及に向けた取り組みも多く実施されており、観光のみならずスポーツ振興、青少年の健全育成、地域活性化などに大きく寄与している。

スポーツコンベンション件数・参加者数推移



	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
スポーツコンベンション件数	279	355	327	422	460	453	505
スポーツコンベンション参加者					154,366	163,198	158,109
県内参加者					66,739	65,324	76,373
県外・海外参加者					75,056	55,385	57,705
発地不明参加者	44,988	107,144	109,274	164,776	12,571	42,489	24,031

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
スポーツコンベンション件数	578	535	625	580	631	682	676
スポーツコンベンション参加者	170,325	182,701	173,145	175,028	178,254	198,536	186,018
県内参加者	94,094	93,866	92,568	110,695	104,473	122,762	97,432
県外・海外参加者	64,751	55,368	55,965	63,553	71,495	75,574	88,586
発地不明参加者	11,480	33,467	24,612	780	2,286	200	0

(出所) 沖縄県「スポーツコンベンション開催実績」

## 3. スポーツ施設数

沖縄県内における社会体育施設数は507施設で、人口10万人あたり35施設となっている。

県内の社会体育施設数（内訳）

施設種類	施設数	施設種類	施設数	施設種類	施設数
陸上競技場	36	空手・合気道場	4	射撃場	1
野球場・ソフトボール場	43	バレーボール場(屋外)	1	ゴルフ場	10
球技場	13	庭球場(屋外)	48	ゲートボール・クロッケー場	9
多目的運動広場	90	庭球場(屋内)	2	ヨット場	1
水泳プール(屋内)	22	バスケットボール(屋外)	4	キャンプ場	61
水泳プール(屋外)	11	すもう場(屋外)	5	ハイキングコース	5
レジャープール	4	すもう場(屋内)	1	サイクリングコース	1
ダイビングプール	1	卓球場	1	海の家・海水浴場等の施設	2
体育館	51	弓道場	2	その他	37
柔道場	3	ローラースケート・インラインスケート場(屋外)	1		
剣道場	2	トレーニング場	27		
柔剣道場	7	ダンス場	1		
				県内計	507

（出所）文部科学省「2018年度 社会教育調査」

※「スポーツコミッション沖縄」では、スポーツコンベンションの受け入れについて、沖縄県外・海外からの問い合わせ対応、県内スポーツ施設整備にかかるアドバイス等を実施。HPから利用施設の検索が可能となっている。

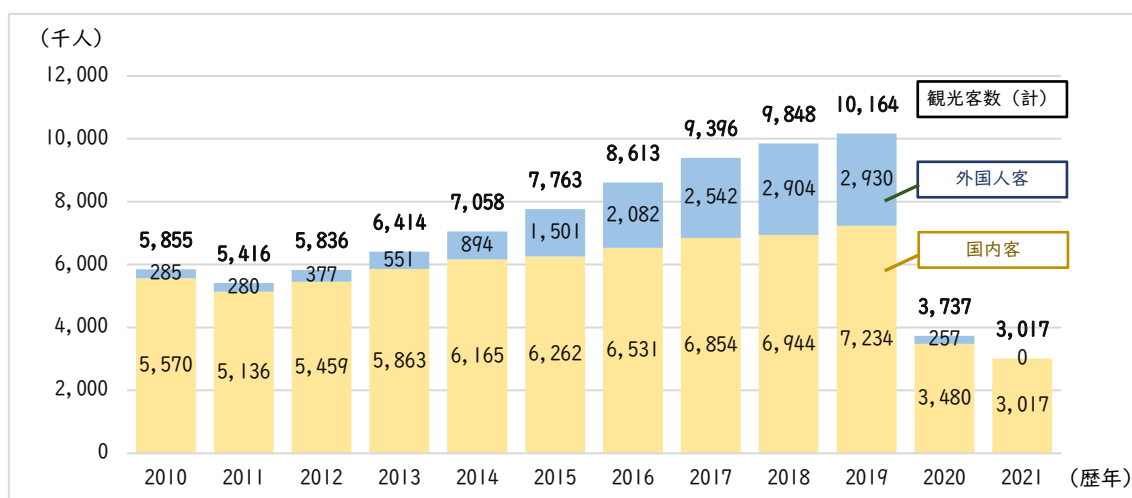
<https://www.sports-commission.okinawa/sports-facility/>

## 第2章 沖縄地域を取り巻く環境

### 4. 入域観光客数

近年の沖縄県への入域観光客数は堅調に推移している。国内客が着実に増加する中、クルーズ誘致を始めとした外国客誘客への取り組みも奏功し、2019年には初の1000万人を突破した。直近においては2020年初頭からの新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、観光ニーズは大きく減退した状況が続いている。外国市場においては観光目的での日本への入国が制限されており、2020年5月以降、外国客不在の状況となっている。

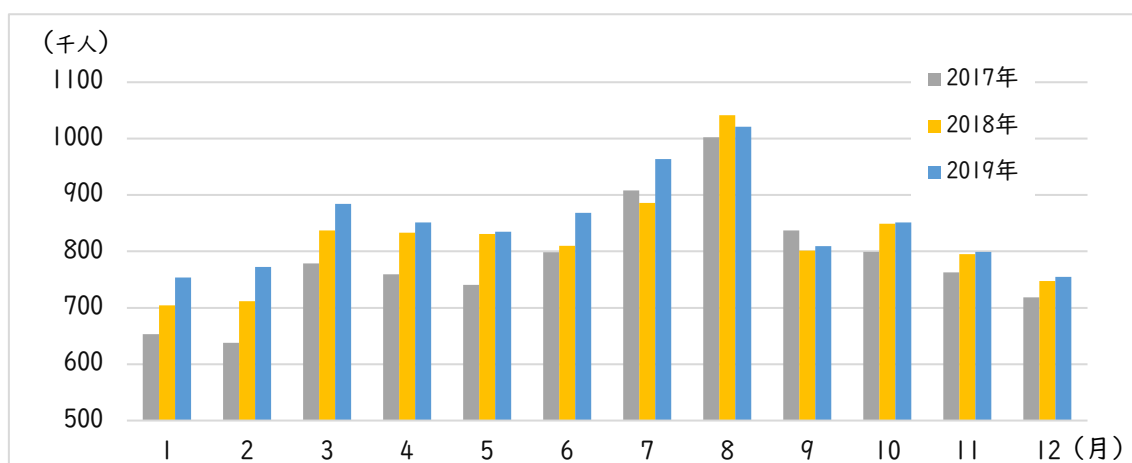
入域観光客数推移



(出所) 沖縄県「入域観光客数」

月別に観光客の入域状況を見ると、夏休みにあたる8月の観光客数が多くピークとなっている一方、冬場などで少なくなっている。こうした繁閑差の大きさは、観光関連産業の経営の困難さを生んでおり、沖縄観光が抱える課題の一つとなっている。

月別入域観光客数(2017～2019年)



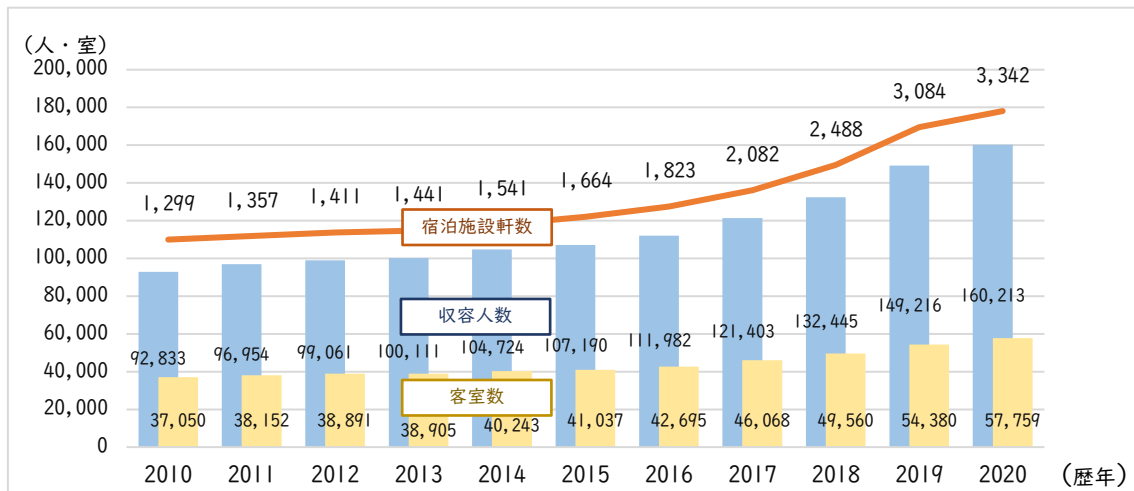
※コロナ禍前のデータで作成

(出所) 沖縄県「観光要覧」

## 5. 宿泊施設数

入域観光客数の増加を背景に、宿泊施設も一貫して増加を続けている。2020年12月末時点の宿泊施設軒数は3342軒、客室数は5万7759室、収容人数は16万213人となっている。特に最近では、2020年3月に完成した那覇空港第2滑走路の供用開始により、空港のキャパシティ増加および観光客増加への期待から、多くの宿泊施設が整備されている。

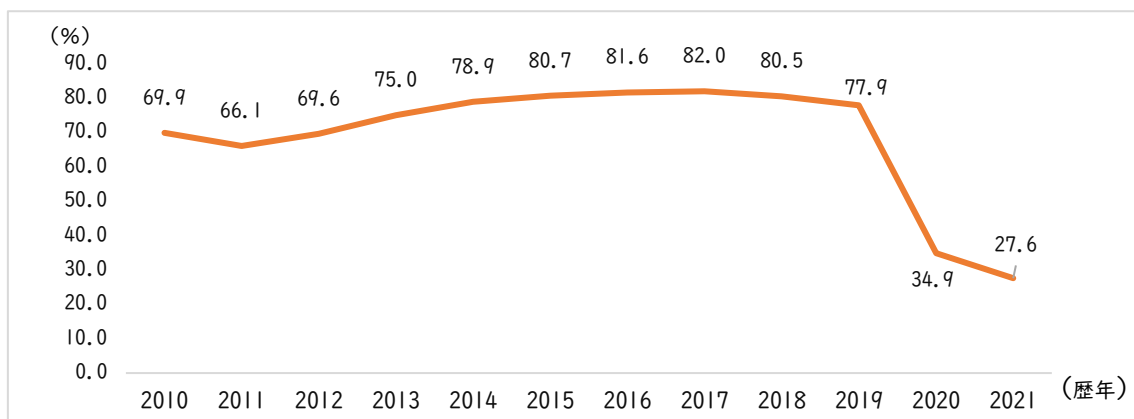
宿泊施設数推移



(出所) 沖縄県「観光要覧」

県内主要ホテルの客室稼働率は、コロナ禍前は80%前後で好調に推移していたが、コロナ禍以降は大幅に低下し、2020年平均は34.9%、2021年は27.6%まで落ち込んでいる。県内の宿泊施設の経営環境は著しく悪化した状況となっている。

主要ホテル客室稼働率推移



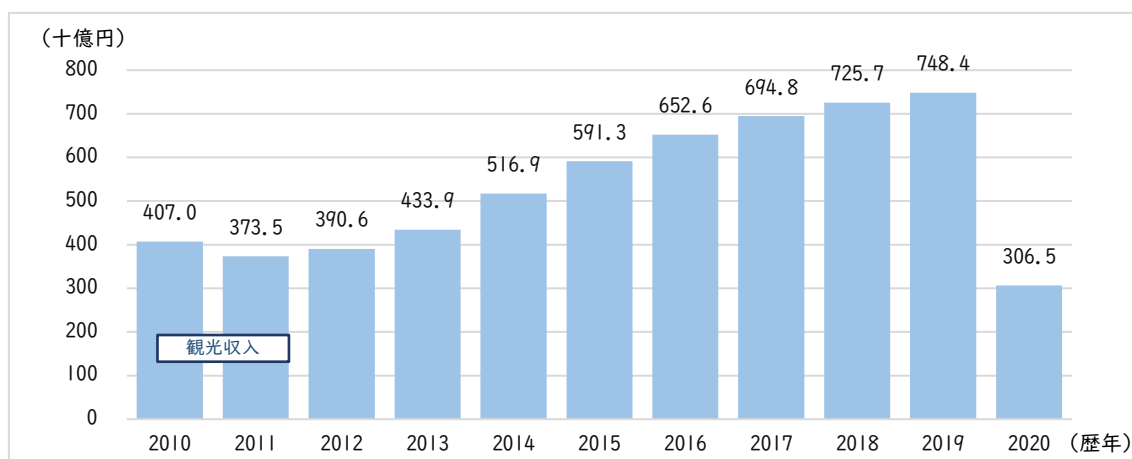
(出所) 日本銀行那覇支店「県内金融経済概況」

## 第2章 沖縄地域を取り巻く環境

### 6. 観光消費額

観光収入も同様に堅調に推移していたものの、新型コロナウイルス感染症等の影響により入域観光客数が大きく減少し、2020年は3065億円、前年比4418億8800万円（59.0%）の大幅な減少となっている。減少額、減少率ともに過去最大となった。

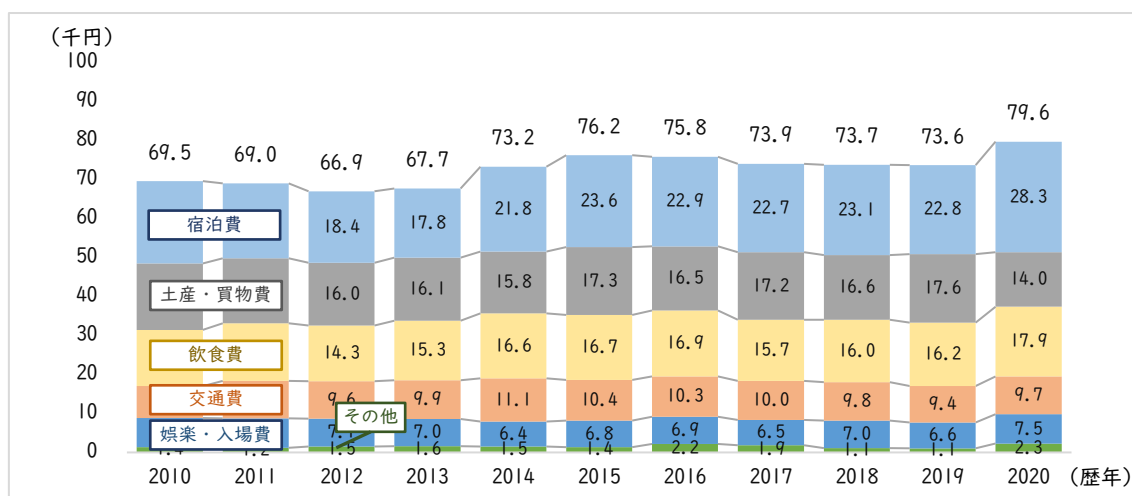
観光消費額推移



(出所) 沖縄県「観光要覧」

近年の観光客1人当たり消費額は7万5000円前後で推移している。2020年はコロナ禍の中で客層に変化があったことが考えられ、7万9600円となり、過去最高水準となった。内訳では、宿泊費用と飲食費が大きく増加している。県内の観光関連産業は、低所得や離職率の高さなどの問題を抱えており、企業の経営や雇用環境の改善に向けて観光消費額を向上する視点が重要となっている。

観光客1人当たり県内消費額の推移



(出所) 沖縄県「観光要覧」

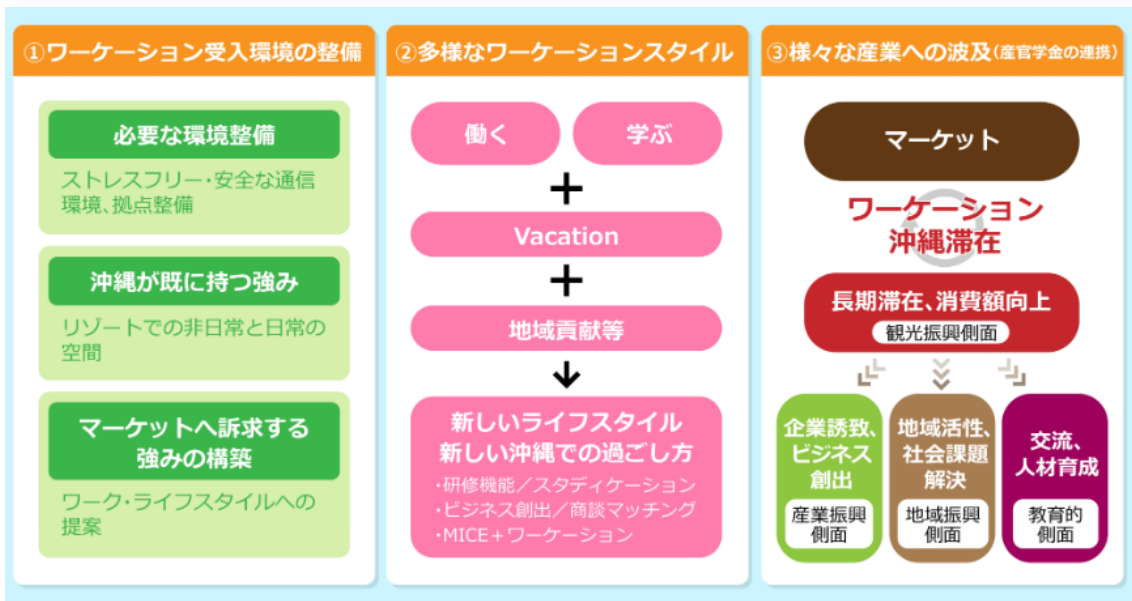
## 7. ワークেশョンの推進状況

新型コロナウイルス感染症の影響によるテレワークの定着とともに、場所にとらわれない新たな働き方のスタイルとして、ワークেশョンに注目が集まるようになっている。

ワークেশョンは長期滞在や観光消費額の向上が見込めることから、沖縄観光においても長年の課題である「量から質への転換」に向けた手段として有効であると捉えられる。コロナ禍以降、国や県においてワークেশョンのモデルプランや、ワークেশョンが生産性に及ぼす効果などの実証実験を実施している。加えて、沖縄全域でワークেশョンに関わる事業・イベント等の集中期間を設ける「沖縄ワークেশョンウィーク」の開催など、受け入れ推進に向けた各種施策を積極的に進めている。そのほか、2021年10月にはワークেশョン受け入れ促進を目的とした沖縄リゾートワークেশョン推進協議会も発足した。

県内の観光受け入れ事業者においても、ワークেশョン誘致の重要性は高まっているとみられる。多くの事業者がWi-Fi環境の整備やワーキングスペースの設置を推進していて、県内には相当数のワーキングスペースが整備されている。宿泊施設などを中心にワークেশョン対応を掲げたプランも設定されるなど、集客を図る動きがある。

### 沖縄リゾートワークেশョンの目指す姿



(出所) 沖縄リゾートワークেশョン推進協議会ホームページ

### 第3章 ヒアリング調査

### 第3章 ヒアリング調査

ワーケーションの実態やニーズ（ワーケーション時に求められるスポーツ・ヘルスケアコンテンツ）等の把握に向けて、サービス提供者や利用企業等を対象にヒアリング調査を行った。

#### 1. ヒアリング調査概要

#### ワーケーション対応施設、サービス提供事業者、県外先進地等への調査概要

実施目的	運動施設やワーケーション施設等を核とした拠点のあり方に加え、一連の空間演出範囲を念頭に、食やアクティビティー等の提供企業等の取り組みを調査し、高付加価値なメニュー組成について、検討に資する資料を作成する
対象企業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ワーケーションに対応する沖縄県内の施設</li><li>・施設周辺の健康食、アクティビティー、ヘルスケアサービスの提供事業者</li><li>・「ワーケーション×運動・健康サービス」の分野で、先進的な取り組みをしている県外施設と周辺の連携事業者</li><li>・スポーツ・ヘルスツーリズムの商品を取り扱っている旅行社</li><li>・ワーケーションを導入している企業</li></ul>
調査手法	訪問・対面による担当者へのヒアリング（※既往調査も随時活用） ※新型コロナウイルス感染症の状況によってはオンラインヒアリングも検討
実施期間	2022年1月～2月上旬
調査事項	<p>【ワーケーション対応施設・サービス提供事業者に対して】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・どんな設備を備えていますか（※対応施設のみの質問）</li><li>・どんなサービスを提供していますか</li><li>・ワーケーション利用者の対応実績があれば教えてください</li><li>・周辺のサービス提供事業者（ワーケーション対応施設）と連携して、スポーツ・ヘルスツーリズムのメニューを構築する可能性はありますか</li><li>・メニューの高付加価値化に向けて、どんな取り組みができそうですか</li><li>・メニューの高付加価値化に向けて、どんな課題が考えられますか</li></ul> <p>【「ワーケーション×運動・健康サービス」県外先進地に対して】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・施設とサービス提供事業者でどんな連携を取っていますか</li><li>・連携を取るにあたり、苦労したことはありますか</li><li>・メニュー高付加価値化のヒントを教えてください</li></ul> <p>【旅行社に対して】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・どんなメニューに人気が集まりますか</li><li>・ワーケーションと連動させる際に留意すべき点はありますか</li></ul> <p>【ワーケーション導入企業に対して】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ワーケーションで、社員をどこに行かせていますか</li><li>・こういった課題がクリアされていたら、ワーケーション先として選びやすいですか</li><li>・沖縄をワーケーション先とする場合、社員のリフレッシュや生産性向上のために実施させたいアクティビティー、ヘルスケアプログラムはありますか</li></ul>



## 2. ヒアリング調査結果概要

以下、ヒアリング調査結果を項目ごとに分類し、概要を示す。

### 【健康食や空手など沖縄独自のコンテンツに可能性】

- ・ビーチ指定管理者を務めているグループ会社と連携し、宿泊客にマリナクティビティーを案内することは可能だ
- ・名護市周辺であれば、シュノーケルやカヤック、SUPなどのサービス提供者と連携が取れる
- ・ヘルシーを打ち出したマクロビオティック食などの提供は可能かと思う
- ・ホテル単体でのコンシェルジュデスク設置はコストに見合うだけの紹介につながるか懸念がある
- ・大手ヘルスメーターなど県外企業とJVを組んで、ヘルスツーリズム関連の事業展開を検討
- ・空手や沖縄文化に触れるモニターツアー参加者の反応は概ね良好だった。伝統空手×伝統工芸のように、文化を掛け合わせた商品開発を進めていく
- ・観光客の要望を聞いて、観光協会正会員企業を優先に、要望に合った事業者を案内している
- ・県内大手ホテル宿泊客にウェルネスプログラムを提供するなどの提携を結んでいる。スパや拝所巡礼、空手、ローフードのコース料理、黙想などを体験してもらっている

### 【スポーツ・ヘルスケアプログラムへの企業ニーズは「社員の健康改善」】

（県内事業者）

- ・コロナ禍以降、ヨガを打ち出した日帰りプログラムなどに反応がある
- ・宿泊客はゴルフやバギーバイク乗車を楽しむ割合が高い

（ワーケーション導入企業）

- ・社員の健康状態改善につながるような、地域ならではの健康法を学ぶ機会を用意したい

### 【ワーケーション誘致には企業の要望に沿ったアクティビティーの紹介役必要】

（県内事業者・誘致団体）

- ・テレワークが浸透した以上、ワーケーション需要は必ず増えていく
- ・アクティビティーやウェルネスなどを盛り込むには、労務管理の面で整理が追いついていない
- ・ウェルネスやワーケーションと打ち出すよりも「メンタルヘルスプログラム（研修）」と提示した方が企業として受け入れやすい

（県外先進地）

- ・県が旗振り役となり、ワーケーションに対応できる事業者の登録を呼びかけた
- ・企業のニーズを聞いて、適切なアクティビティーや体験を紹介できるかが重要だ
- ・地域の暮らし、困りごとに関わってもらうやり方でないとうまくいかない
- ・ダイビングなど一般的なアクティビティーより農業体験や世界遺産巡りなどの人気が高い
- ・長期滞在できる環境を整えるのが先だ。その後にオプションとしてプログラムを提示する順番の方がうまくいく

3. ヒアリング調査結果詳細

県内でワーケーションを提供する施設

1. ユインチホテル南城

ウェルネス需要の高まりはこれから

【ヒアリング先概要】

温泉やプール、テニスコートなど各種スポーツ施設を有する在南城市のホテル。ウェルネスリゾートを全面に打ち出しており、テレワークスペース「ラウンジ 感謝」を整備し、営業している。



【ヒアリング対応者】

白附潤一郎 統括総支配人(2022年1月27日実施)

【ヒアリング内容】

・ウェルネス目的の当ホテル宿泊について、宿泊客の3割が団体(そのうち6割が修学旅行、残りが企業研修やインセンティブ旅行)、7割が観光目的などの個人。温泉があるのは魅力的なコンテンツとして受け止めてもらっているが、「当ホテルがウェルネスを打ち出しているから、ウェルネスを目的に」というお客さんは本当に少数だ。ウェルネスツーリズム自体は現時点ではニッチなマーケットだと思うが、コロナ禍以降、ヨガを打ち出した日帰りのプログラムなどに反応がある。コロナ収束以降は今以上に「健康志向」「ウェルネス志向」への関心が高まっていくと思うので、その需要をつかんでいけるようにしたい。

・他事業者との連携について①、ワーケーションを取り込めるようなアクティビティ・ヘルスケアプログラム、提携先に関心がある。ヨガについては、社内にも外部にも講師がいて、お客様のニーズに応じて、どちらの講師が担うか分けている。宿泊客の総合的な満足度を上げるために、地域連携やパートナーシップを強化していきたい。しっかりした形をとるのであれば、契約を結んで紹介手数料を定めてとなるだろう。コンシェルジュ役を自社で担うか、観光協会や旅行社を介するか、さまざまな手法を検討する必要がある。

・他事業者との連携について②、リハビリテーションツーリズムでは、リハビリテーションで長期滞在する宿泊客に対し、観光でも楽しんでいただくため、沖縄市観光協会や南城市観光協会とプログラム構築に関して連携している。宿泊客の体調が許せば、エイサーなどの文化体験も検討している。リハビリテーションを目的として宿泊される方はその時の状態や体調を見ながらケアするので、ホテルに着いてからプログラムをどうしていくか決めるのが基本になる。

・グループ内の連携について、当社のグループ会社おきなわスポーツイノベーション協会が 2022 年 4 月からあざまサンサンビーチの指定管理者になり、同じくグループ会社の知念海洋レジャーセンターがマリナクティビティー提供事業者だ。グループの連携を生かして、宿泊客に対して、マリナクティビティーを案内することは可能だ。

・ワーケーション実績について、テレワークスペース「感謝」を整備した当時からコロナが拡大していったので、ワーケーション受け入れに関しては目立った実績がないのが実情だ。知念海洋レジャーセンターの「コワーケーションスペース アガイティータ」は会議室があるので、企業が半日貸切で利用した実績はある。



・高付加価値なワーケーションプランについて、企業側のやりたいことが先にあってプランは決まってくると思われ、受け入れ側でパッケージするものはささらないのではないかと。他方で「ユインチホテルでしかできないこと」「南部でしかできないこと」は洗い出しておいて、「何ができるのか」という照会に応えられるように様々なオプションを準備しておく必要があるだろう。

・地域との連携の必要性について、企業に継続的に利用してもらうためには地域との交流の場があった方がいい。チームビルディングではパラリンピックで注目されたボッチャなどは企業研修のスポーツなどにも取り入れやすい。企業の社員だけで完結するのもいいが、地域の高齢者などが参加しても構わないということになれば、交流が深まり、「ユインチホテルを利用すること」「南城市で研修すること」の意味が出てくる。コミュニケーションが生まれることで、企業の社員が関係人口創出に繋がっていくという可能性が出てくる。

・コロナ後の宿泊客の動向について、コロナが明けた後に観光客が今までと同じように日本に、沖縄に来てくれる保証はない。メタバースなども盛り上がってきているので「沖縄に行かないと体験できないこと」が何かをしっかりと磨き上げ伝えきれないと、観光もワーケーションも需要自体が縮小していくのではないかと懸念している。コロナ禍で思うように外出できず、ストレスが溜まっている方々に「いかに沖縄が恵まれた環境で心と体を癒し過ごしてもらえるか、旅の醍醐味としてリアルな感動体験を提案していけるか」が、当ホテルの取るべき方向かと考える。

## 2. カヌチャリゾート カヌチャベイホテル&ヴィラズ

### 企業向けワーケーションプログラム造成に注力

#### 【ヒアリング先概要】

ゴルフコースを有するほか、敷地内のダイビングショップや外部事業者との連携により多種多様なアクティビティサービスを提供する宿泊施設。宿泊中の選択肢を増やす目的で、2020 年 10 月にコワーキングスペースを設置。一般の宿泊客と企業向けの両軸で、ワーケーション推進を目指している。

#### 【ヒアリング対応者】

具志幸学 レジャー事業部支配人、ほか4人(2022 年 2 月2日実施)

#### 【ヒアリング内容】

・基本はホテルであるため、ホテル事業の業績向上につながる取り組みとしていきたい。弊社におけるワーケーション推進の位置づけは、客の過ごし方の選択肢を増やし、これを通して新しい客層を取りに行こうというもの。そもそも、ワーケーションという言葉が出る前から、客室で仕事をする客はいくらでもいた。この施設があるからカヌチャに来るというものでもないが、テレワークが浸透した以上、ワーケーション需要は必ず増えていくと考えている。対象は、企業のインセンティブ旅行から研修、個人、カップル、ファミリーなど、来るもの拒まずという方針だ。

・コワーキングスペースの利用状況について、基本的に個人の宿泊客にワークスペースとして案内しているほか、企業による貸し切りでの利用があるが、コロナ禍ということもあり利用は少ない。



・B to C のプロモーションについて、ワーケーション層はまだ少なく、新しいマーケットであるため、リーチするのが難しい。B to C では、ワーケーションを標榜し、宿泊プランなどは作っているが反応は薄い。また、ワーケーションプランの会員制サブサイト「HafH(ハフ)」に登録している。利用者は、定額制で好きなコワーキングスペースを利用できるというサービスで、これに参加する予定だ。

・B to B のプロモーションとして、これまでにワーケーションに特化したセミナーツアーを 3 回実施した。参加した企業は延べ 50 社に上る。参加企業はテレワークを推進している企業で、そこにワーケーション推進の先進企業の担当者に登壇してもらい、ワーケーションの意義などを講義してもらった。

弊社は宿泊施設として、この場を活用し、ダイレクトな営業をさせてもらった。このほか、ワーケーション協会にも加入していて、ワーケーション実施企業とのマッチングに期待している。B to B を切り開いていくことで、今後、個人客の利用も増えると考えている。

・企業向けのプログラムについて、次年度、観光庁の助成事業「域内連携事業」を活用した企業向けのワーケーションプログラムを開発予定だ。旅行会社を介さないカヌチャ独自で提供できるプログラムにしたいと考えていて、そうすることで、今後はワーケーションの営業をダイレクトに行うことができるようになる。SDGsなどをテーマに、アドベンチャーツーリズムや座学などで構成するが、大事なのはワーケーション先にカヌチャを選ぶ意味が見いだせること。このため、世界自然遺産のやんばるの森に住むヤンバルクイナや在来種の動植物を保護する方々や地域の方々と連携し、ホテル単体ではなく「面」で作っていくプログラムにしたいと考えている。

・ワーケーションの貸し切り利用について、まだ実績は少ないものの、本土の某企業が研修利用でよく使ってくれている。同社はコロナ禍前からのリピーターで、本施設ができる前はバンケットをよく利用していた。1回あたりの参加者は60～100名程度。研修で施設を利用するほか、屋外の芝生が好まれていて、休み時間に寝ころんだり、本を読んだり、研修後に芝生に座って会議をする姿などが見られる。また、仕事以外の時間は、ゴルフや各種アクティビティーの利用が多い。こうしたサービスは施設内で提供しているため、1日の行動が施設内で概ね完結している。なお、同企業の要望として、夜10時以降の利用、利用客室の要望などがあり、細かな要望にも融通を利かせて対応していることもあって、リピーターとして長いこと利用してもらえている。

・ワーケーション施設のサービス強化について、近いうちに本施設の1階部分をラウンジにし、お酒も提供できる参加者同士の交流の場としたい。そこに従業員を配置し、施設内の管理、チェックイン窓口などまで担当させる。現状、本施設内に管理者を配置できておらず、施設利用にあたっての手続きも、遠く離れた本館で行っているという課題があった。こうした点をまとめて



改善していける。このほか、ペットと一緒に旅行したいというニーズも呼び込みたいため、ペットと宿泊できる客室を設定したい。そうするとマグノリア棟がとても賑やかになる。

・ワーケーションには費用を誰が持つかという問題があるが、今後は会社がワーケーション費用を負担するような社会が来ると見通している。既に大企業では、出張と家族サービスを同時に行えるようにする動きが見られていて、こうした需要を取り込んでいきたいと考えている。



### 3. ホテルゆがふいんおきなわ

## 事業者との連携可能、デスク機能に課題

#### 【ヒアリング先概要】

コワーキングラウンジ「ハナウール」を有し、名護市西海岸に位置するシティリゾートホテル。マリン事業者との連携が可能で、食に関してもマクロビオティック料理を提供していた実績がある。2022年3月には福岡の企業に対し、アクティビティー体験やラジオ出演などを組み込んだ宿泊プランを提供する予定。

#### 【ヒアリング対応者】

福澤香 前田産業ホテルズ地域連携推進室次長（2022年2月2日実施）

#### 【ヒアリング内容】

・周辺事業者との連携可能性について、マリン事業者とのつながりがあるので連携することは可能だと考える。ダイビングスポットありきになってしまうダイビング業は名護にはあまり無いが、シュノーケルやカヤック、SUPなどの業種とは連携が取れると思う。スパ関連事業者はホテル周辺の西海岸にはあまりなく、ほとんどリゾートホテル内に入居している事業者だ。マクロビオティックの料理を提供していたこともあるので、ヘルシーを打ち出した食についても市内の朝市グループと提携して提供することは可能かと思う。

・ワーケーション利用者へのアクティビティーのコンシェルジュ機能について、当社が本部町で運営しているアラマハйнаコンドホテルなどの利用者向けに近くの「オキナワハナサキマルシェ」という施設内に「インフォメーションデスク」を設置して、コンシェルジュ機能の一部を担っているが、そのホテルにはコワーキングスペースがない。他方、ゆがふいんおきなわにはコワーキングラウンジがあるが、コンシェルジュデスクがない。ゆがふいんおきなわ単体でコンシェルジュデスクを設置した場合、コストに見合うだけの紹介につながるかという点で懸念がある。

・宿泊者向けのアクティビティー・コンシェルジュ機能について、アクセスのいい場所に恩納・名護のホテルに宿泊する方向けのコンシェルジュデスクを設置して、アクティビティーを案内・予約する役割を一元的に担ってもらうというのも一つの方法かと思う。21世紀の森ビーチの管理棟に管理事務所兼ツアーデスクを設置できないかという構想は昔からある。一方で宿泊者がアクティビティーを紹介してもらって、予約するためだけにそのツアーデスクを訪ねるというのは利便性に欠ける。宿泊施設やアクティビティーを集約したポータルサイトがあれば、そのサイト経由で予約してもらった方が経費も最小限で抑えられるだろう。

・ワーケーションの動向について、2019

年 11 月の開所以降、コワーキング目的のみでの利用が 63%、宿泊客による利用が 17%（うちビジネス目的の宿泊 12%、レジャー目的の宿泊 5%）という状況だ。団体・企業による利用は 2 件にとどまる。B to B のワーケーション利用では多くないが、2020 年 9 月～21 年 11 月の間、OTA で「ワーケーション」を冠した 3 連泊以上のプランを販売したところ、370 ルーム、434 人の利用があった。

ただし一泊あたりの単価は抑えた価格設定なので、付加価値を付けた商品販売には至っていないのが実情だ。



出所：ホテルゆがふいんおきなわ HP

・本土企業との連携について、今後、県外の企画を担当する企業や大手ヘルスメーカーと JV を組んで、ヘルスツーリズム関連の事業を展開できないか検討している。当社も宿泊施設の役割にプラスして何か付加価値を提供できないかを模索しているところだ。

・ワーケーション誘客の課題について、「ここでしかできないプログラム」を提供できないと来てもらえないと感じている。高い付加価値を感じてもらえるプログラムに、ホテルとしてどこまで関わっていいか。その観点から言うと、繰り返しになるが、地域のサービスの紹介・手配、それに伴う収受業務などをこなせるコンシェルジュやツアーデスクの機能がやはり必要になってくると考える。その機能をゆがふいんおきなわ単体で構えられるのかという点が課題だ。

県内でスポーツ・コンテンツを提供できる施設

## 沖縄空手会館

### 4. 沖縄伝統空手で体と心の健康づくり

#### 【ヒアリング先概要】

沖縄空手会館は、沖縄伝統空手・古武道を独自の文化遺産として保存・継承、発展させ、「空手発祥の地・沖縄」を国内外に発信するための拠点。沖縄県が整備し、OTS MICE MANAGEMENT 株式会社(OMM)が指定管理を行っている。

#### 【ヒアリング対応者】

OTS MICE MANAGEMENT 株式会社

沖縄空手会館 館長 ほか2名

#### 【ヒアリング内容】

・世界では空手愛好者が1億3,000万人いるといわれており、東京オリンピックでの正式種目化、沖縄出身選手の金メダル獲得など、世界的に注目が集まっている。

・内閣府の予算を活用し、空手や沖縄文化に触れるモニターツアーを実施。3年以上経験のある空手家向けに価格は約30万円程度の内容で設計した。

・今回のモニターツアーでは、空手体験などの直接空手と関わるコンテンツだけでなく、沖縄の歴史や文化に触れるコンテンツも提供した。沖縄空手が日常生活にルーツを持つことを理解していただき、さらに空手の魅力に触れていただくことが狙い。

・モニターツアーの反応はおおむね良好だったが、アンケートで適正価格を確認したところ20万円が妥当という結果が得られた。30万円の価格構成上、多くを占めたのは、少人数ツアー対応できる、空手指導家の確保のための予算であったが、ツアー人数を増やすこと等、見直しを検討したい。

・今後は空手コンテンツの充実を図るとともに、空手経験がないようなライト層の取り込みが課題だと考えている。2022年3月には近接地に「おきなわ工芸の社」がオープンする。伝統空手×伝統工芸のように、文化を掛け合わせた商品開発を進めていきたい。



・沖縄空手会館内にコワーキングスペースを整備した。また、近隣には沖縄空手の名前を冠したホテルも建設されている。空手コンテンツを活かし差別化を図るワーケーションの連携は可能だと考える。



出所：沖縄空手会館 Facebook

・県内の空手師範の中には、空手を通じた体作り（女性向けの骨盤底筋増強など）や大学との連携に取り組んでいる方もいる。[健康づくりという観点からも空手はニーズがある。](#)

・精神の鍛錬を通じて強靱な精神力を培い、自身の人格を高め、礼節を重んじるのが空手の本質。多様化が進む現代において、社会がバラバラになってしまう不安もある。社会の柱として精神的に「纏める」ものとして沖縄伝統空手に可能性を感じている。

## 5. 恩納村商工会

### 企業と地域課題を橋渡し

#### 【ヒアリング先概要】

地域事業者や地域の発展のために総合的な活動を行う団体。運営するコワーキングスペース「UNNA わーく」を利用した県外 IT 企業を村商工観光課へつなぎ、村内 3 つの小学校で、プログラミング教室並びに講演会を開催、IT 分野の職業意識の醸成を図るなど、「キャリア教育」を実施した。

#### 【ヒアリング対応者】

安村祥子 事務局長(2/7 実施)

#### 【ヒアリング内容】

##### ・ワーケーション利用企業との連

携について①、コワーキングスペース整備段階からつながりがあった東京の IT 企業の経営陣が当スペースを利用して、役員会にリモート参加したり、関連企業の経営者を引き連れて利用してくれたりしている。仕事は当 UNNA わーくを、宿泊はリザンシーパークホテル谷茶ベイを、休日は村内のゴルフ場を利用してくれた。恩納村でのワーケーションのモデル的



な過ごし方かと思う。当スペース内に各種体験アクティビティのパンフレットも展示、充実した余暇も提案している。

・ワーケーション利用企業との連携について②、村教育委員会に紹介して、村内の小学校でプログラミング教室を開催してもらった。同教室がきっかけでプログラミングのクラブ活動を始めた学校には名護市マルチメディア館に入居する現地社員が教えに来てくれている。村内のあるホテルは上記 IT 企業と提携して、夏休みに宿泊する子ども向けのプログラミング学習体験を組み込んだプランを提供するようになった。当スペースでも月に一回、土日に親子プログラミング教室を開催してもらっている。この IT 企業は恩納村に対し、企業版ふるさと納税もしてくれた。IT 分野の企業が少ない本村にとって、「地域課題解決型」に近い展開ができていていると思う。

・コワーキングスペースの稼働について、2020 年 9 月というコロナ禍真っ只中の時期の開業となったため、緊急事態宣言やまん延防止期間等、稼働日数の限られる中、中止が相次いだ修学旅行の生徒向けに、本施設と東京都内の学校をつなぎ、初の「オンライン手作り体験」を実施。新たなプログラムとして商品化出来た。更に、地元の高校生が「オンライン面接」として活用する等、コロナ禍において、新たな提案が出来た。稼働日数等、公共施設としての課題もある。

・企業とのチャネルについて、恩納村は SDGs未来都市に選定され、「世界一サンゴにやさしい村」宣言を掲げている。以前から、「サンゴの再生」や「環境保全」の取り組み等で連携している、パートナーシップ企業へ、ワーケーションリゾート恩納村としても提案したい。



出所：恩納村 HP

・「ワーケーションリゾート」を目指して、年間 300 万人が訪れる、風光明媚なリゾート地だが、滞在日数は 1.8 泊（2016 年統計）と比較的短い。2017 年度に恩納村から「村ふるさと納税事業」を受託した当初から「滞在日数延長」と「消費額向上」の課題解決に向けて、事業に取り組んだ。リゾート地の強み「観光資源」を活かした「宿泊・体験が主流のお礼品」は、全国初の取り組みで、戦略的に「高額お礼品」を設定いたしました。コロナ禍、リモートワークによる「働き方改革」を追い風とし、今後は、村内ホテル等の観光施設が連携を強化し、村全体で「ワーケーションリゾート IN ONNA」を積極的に展開していきたい。

## 6. 恩納村観光協会

### 村内ホテルの連携役、担える

#### 【ヒアリング先概要】

リゾートホテルが多く進出する恩納村の観光振興に努める一般社団法人。「2 のつく日は恩納村」など、村内ホテルと連携したランチクーポン情報を SNS で発信し、ホテルとの連携強化への取り組みを継続している。

#### 【ヒアリング対応者】

名城一幸 事務局長(2/7 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション受け入れに向けた村内ホテルとの連携について、既に「2のつく日は恩納村」などでホテルを横断したイベントを継続して開催できていることや村産業まつり内で村内リゾートホテルの上質なカレーが楽しめる「リゾートホテルカレーフェスタ」などに参加してもらっていることから、当会から呼びかけて、面的にワーケーションを受け入れることは可能だと考える。例えば「恩納村ワーケーション」という形で受け入れて、A ホテルに泊まっているワーケーション利用者が朝は B ホテル敷地内で朝ヨガ、昼は砂浜でノルディックウォーキング、夜は C ホテルのレストランで食事を取ってというやり方などが考えられる。

・プロモーションのチャネルについて、毎年、池袋のサンシャインシティで開催している「沖縄めんそーれフェスタ」に恩納村からも出展している。物販会場だけで7、8万人来るので、そこでワーケーションについてもPRしていきたい。主に沖縄ファンが来るので、企業というよりは個人へのPRになる。また、恩納村と関わりが深い企業にもアプローチしていきたい。

#### ・アクティビティー事業者との連携について

て、ダイビング、シュノーケリングのスポットが多いので、マリン系事業者は50社近くある。観光客から「どこを利用したらいいか」という相談を受けることもあるので、やりたいアクティビティーや宿泊先を聞いて、正会員企業を優先に、要望に合った事業者を案内している。



出所：恩納村観光協会

真栄田岬の駐車場がダイビング機材の物置

き場のようになるなどオーバーツーリズムの弊害も出てきているので、その点は整理が必要だ。

・ワーケーション施設間の連携について、恩納村商工会が主導して、恩納村へのふるさと納税の返礼品として、村内ワーケーション施設どこでも使えるクーポン発行を予定している。通常は施設間で利用料金に差があるが、そこら辺を調整し「このクーポンがあれば、村内のワーケーション施設、どこでも利用できます」と打ち出す。この取り組みがうまく行けば、ワーケーション宿泊者がホテルを横断してサービスを利用できる、という取り組みまで発展できるのではないかと期待している。

・事業の情報発信について、「2 のつく日は恩納村」イベントを継続しているおかげで、約 7500 人の LINE フォロワーに情報を届けることができる。イベントを介して定期的に恩納村に来てくれる「恩納村ファン」の方が多いので、情報発信後のリアクションもある程度、見込める。今後は村内のホテルなどにこのアカウントを活用しての広告出稿の提案もしていきたい。



出所：恩納村観光協会

・スポーツツーリズムの高付加価値化について、赤間運動公園でサッカーなど各種スポーツができるので、運動公園に Wi-Fi を整備して、テレワーク対応にするというのも一つの手かと思う。

・テレワーク施設の利用状況について、当会も補助事業を活用して、管理する施設内にテレワーク対応施設を整備したが、その後も緊急事態宣言やまん延防止等重点措置下にあったのでほとんど利用されていないのが実情だ。コロナのピークが過ぎてから、利用を呼びかける発信に取り組みたい。



## 7. 沖縄 IT イノベーション戦略センター (ISCO)

### 「ビジネスで来たい」が企業の本音

#### 【ヒアリング先概要】

沖縄総合事務局が呼びかける「ワーケーション・ウィーク・オキナワ (WWO)」の事務局を担い、沖縄に訪れる多くのワーケーション導入企業と接点を持つ一般社団法人。企業がワーケーション先に何を求めているかの知見を集積している。

#### 【ヒアリング対応者】

兼村光 アクセラレーションセクション セクションマネージャー (2/4 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・企業がワーケーション先に求めることについて、「ビジネスで来たい」というのが企業側の圧倒的な本音だと感じる。ワーケーション先でビジネスアクセスできるか、地元の人と協業できるかを重視している。その実現には水先案内人が必要だ。WWO でも富士通 Japan に読谷村、宮古島市の担当者を引き合わせた。富士通 Japan は WWO 中に両方の土地で



出所:WWO HP

自社設計のワークセッションまで開くに至っている。沖縄市の「スタートアップラグーン」をコワーキングスペースとして利用した「パーソルテクノロジースタッフ」は最終日に参加エンジニアによるトークセッションを開いた。参加エンジニアは自分が持っているノウハウをアウトプットする機会になったし、地元人材にとってはスキルトランスファー（技術移転）の場になったし、双方に有益だったと思う。

・ワーケーション誘致について、われわれとしては観光振興ではなく、産業集積だと思って取り組んでいる。関係人口を増やししながら、地域課題を解決したり、産業をつくったり、地域の人材を成長させたりすることを目的にしている。

・地域に求められることについて、企業はワーケーションを通して、地域課題を解決したいと考えているので、地域側としては課題の明確化が必要だ。課題を浮き彫りにするためにコミュニティーをつくっていく必要があるし、企業と一緒に解決していくために民も官も自ら動く主体的なメンバーが必要になってくる。課題ピッチなどに取り組んで「自分たちの地域の課題は何か」と先に洗い出しておくとなお良いだろう。

・企業の誘致に向けて、行政機関の中に「企業立地推進課」など企業誘致をメインのミッションに持ったセクションがあるので、その部署を経由した取り組みが必要だと思う。観光振興からの目線だとどうしても、ハード設備や滞在日数をもっと長くしたい、という点に重きを置かれがちになってしまう。企業に向けてワーケーション利用を呼びかけるのであれば、そのルートが望ましいのではないかな。

・課題解決を模索する企業の事例について①、IT 関連企業の MAIA 代表の月田氏が沖縄でワーケーションしている最中に沖縄市の「スタートアップ・ラボ・ラグーン」を利用する機会があった。その際に、沖縄で低い時給で働いている女性が多いことを知り、女性が在宅で高単価の仕事に就けるようにと、IT 人材を育成する事業を始めるようになった。沖縄ワーケーションが新規事業につながった事例だ。

・課題解決を模索する企業の事例について②、年商 700 億円規模の県外 IT 関連企業から「社内の機運を盛り上げたい。地域課題解決に対してアイデアを膨らませたい」と依頼があり、私の方から「コロナ禍による国際通りの賑わい減少」や「慢性的で深刻な交通渋滞」などいくつか提案した。企業を選んだのは「子どもの貧困を ICT で解決できないか」というテーマだった。沖縄でセッションを開き、解決に向けて自社ソリューションで何ができるか検討していた。

・企業が沖縄を活用した事例について、カヌチャリゾートホテルは敷地内に広大なゴルフ場を持っているので、無人のモビリティを走らせてみる実証実験ができる場所があることを企業にベネフィットとして提示している。

・観光振興の切り口でのワーケーション誘致について、業務型ワーケーションの中にアクティビティやウェルネスなど観光に関連したプログラムを盛り込むには、労務管理の面で整理が追いついていないと感じる。「こういったプログラムが求められているのではないかな」と仮説を立てて、商品を作り込んでプロモーションしても、一方通行になってしまってもうまくいかないのではないかな。企業側に「どういうものが欲しいのか」とニーズを聞いて、練っていく必要があると思う。観光を切り口にワーケーション誘致するのであれば、観光関連事業者にそれぞれの得意分野を出してもらって、「リゾートワーケーション協議会」などがワーケーションを希望する企業を丁寧にコーディネートしていく。そのやり方がいいのではないかな。

## 8. イーストホームタウン沖縄

### ウェルネスプログラムでホテルと提携可能

#### 【ヒアリング先概要】

ウェルネスツーリズム商品を取り扱う在南城市の旅行社。代表者がカウンセラーの資格を持っていて、沖縄の文化を生かしたウェルネスプログラムを組成している。[県内大手ホテル宿泊者にウェルネスプログラムを提供するなど、提携を結んでいる。](#)事業再構築補助金を活用し、プログラム実践のためのホール兼宿泊施設の整備を進めている。

#### 【ヒアリング対応者】(2022年2月3日実施)

相澤和人 代表取締役社長、安次富梨乃 (オブザーバー、同社社員)

荒川雅志 琉球大教授 (オブザーバー、本委員会委員長)

#### 【ヒアリング内容】

・ホテルとの連携について、県内リゾートホテルと提携していて、ホテル宿泊者に対し、当社のウェルネスプログラムを提供している。[スパや拝所巡礼、空手、ローフードのコース料理、黙想などを体験してもらっている。](#)ホテルと南城市との間の送迎はホテル側コンシェルジュが担う。[プログラムにアレンジを加えることで、他のホテルとも「プログラムの提供」という形で提携は可能だ。](#)

・ターゲットについて、県内リゾートホテル経由のお客さんは個人だ。宿泊を予約する段階でプログラムまで申し込むお客さんもいれば、沖縄に着いてからコンシェルジュデスクで勧められて申し込む人もいる。B to Cはホテル経由で利用してもらえるが、B to Bとなると飛行機やバスの手配の必要も出てくるので旅行会社を経由する必要があるだろう。

・プログラムの売り出し方について、[ウェルネスやワーケーションと打ち出すよりも「メンタルヘルスプログラム\(研修\)」と提示した方が、企業としても受け入れやすいのではないか。](#)うつになることを予防する観点から、新入社員や管理職への昇進者、定年を控えた社員などへの沖縄ならではの効果的なプログラムを組成している。B to Bの場合、ネット経由だとなかなか伝えきれないので、企業研修で利用された企業の紹介だったり、私自身が東京に赴いて直接説明したりしている。プログラムの内容や効果を企業側がメリットを感じ取れるように説明できる人材が必要だ。



出所：イーストホームタウン沖縄 HP



・ワーケーション企業が求める地域との交流について、当社が扱うプログラムの中に「民家で夕食体験」を組み込んでいる。漁師の方の家で2時間程度、夕食を食べ、三線を弾くなどして地域芸能に触れる。本土から来る方は沖縄の一般の家庭に入りたいという思いがあるので、プログラムの中でその工程の評価が最も高い。受け入れ世帯の負担にならないよう、頻度を調整する必要があるが、受け入れ世帯も収入に結びつくので喜んでもらえて



出所：イーストホームタウン沖縄 HP

いる。コロナが落ち着いて需要が増えれば、協力してもらえる世帯を増やしていく必要があるだろう。

・県内学生と県外ビジネスパーソンの交流について、地元の学生との交流の場もかなり喜ばれるので、学生がガイドを務めるウチナー旅や沖縄に研修で訪れたビジネスパーソンが学生の前に登壇して、自社を紹介してもらうというプログラムもある。専門用語を使わずに自社や自分の仕事を説明する必要があり、こちらも評価は高い。県内 11 大学でコンソーシアムを構成しているので、興味のある教授のゼミ生などから始めて、関わる学生を増やしていけるのではないかと考える。

・沖縄でウェルネスプログラムを実施することについて、沖縄は先人たちの知恵が残り、祖先への感謝・尊敬の文化があり、模合などに象徴されるような相互扶助の文化も色濃い。[世界 5 大長寿地域を指す「ブルーゾーン」にも選ばれていることから、その点を前面に、ウェルネスにつながる取り組みを実践してもらうことは沖縄の特徴を最大限に生かしたプログラムだと考える](#)。深いところで人々のライフスタイルに刺さる価値を、沖縄は最良の地として提供できる。関係者がその方向性を推し進める先に「沖縄型ワーケーション」があると言えるのではないかと考える。

・ワーケーション推進に向けて、(荒川教授) これからの観光は、ただ待っているだけでは客が来ない。日常と分断された非日常を提案するのではなく、日常の延長に観光があるという提示が必要だ。ワーケーションがそのブリッジの役割を果たすのではないかと考える。発地と密に連携しながら、対等な立場でプログラムを作り込んでいく必要がある。県が進める「目的型観光」にも沿っている。東京で一番、発信力があるのは OCVB なので、OCVB にご協力いただいてプログラムを発信していければ多くの在京企業にも届くのではないかと考える。

「ワーケーション×運動・健康サービス」の分野で先進的な取り組みをしている県外自治体

## 9. 和歌山県庁

### 事業者とコンテンツの「見える化」に注力

#### 【ヒアリング先概要】

「ワーケーションの聖地」白浜町を擁する和歌山県の普通地方公共団体。「和歌山ワーケーションプロジェクト」と銘打った企業向けのワーケーション誘致を掲げ、ニーズ調査、モニターツアー実施、在京企業への営業、地域資源の「見える化」に取り組んでいる。

#### 【ヒアリング対応者】

桐明祐治・情報政策課長、福岡将元・副主査(2/10 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・和歌山県庁(行政)の役割について、  
「和歌山ワーケーションプロジェクト」が始まった 2017 年度はニーズ調査やモニターツアーを実施した。18、19 年度は東京事務所を拠点に、在京の企業に営業活動を続けた。19 年度後半からは実装に移行していく段階に進み、ワーケーションに対応できる「ワークプレイス」「宿泊施設」「アクティビティー」「コーディネート」に登録を呼びかけた。20 年 6 月には「和歌山ワーケーションネットワークス」という形でリリースすることができた。ネット



出所:和歌山ワーケーションプロジェクト HP

ワークスや県の窓口を通して、県外企業から相談や申し込みを受け、「コーディネート」役が企業と調整しながら「和歌山のどこで、どう過ごしてもらうか」を案内する流れができた。

・観光地のネームバリューについて、沖縄と同様、和歌山も観光のイメージが強い。アドバンテージになることもあるし、ワーケーション誘致を進める上で邪魔になることもある。とは言え、企業も「何もない」ところに行くよりは「行くだけの理由がある」ところを選ぶ。企業側の行く理由を満たす「コンテンツづくり」に注力した。和歌山ならではのコンテンツを作るのと同じくらい、企業のニーズを聞いて、適切なアクティビティーや体験を紹介したり、企業に合わせてカスタマイズできたりするかが重要だと感じている。

・ワーケーションの効果測定について、和歌山県庁でも 2021 年度、実施して、仕事のパフォーマンスの向上及び活気の向上等が示唆された。また、南紀白浜エアポートが 2021 年 6 月にリリースした調査結果も分かりやすく、いい内容が出ている。ワーケーションで来てくれる企業も多いが、それ以上に「街全体を挙げて、ワーケーションに取り組んでいるところはどんな取り組みをしているのか」という視察で来てくれる企業が多い。NEC のグループ会社が現地オフィスで地元客の意見交換も積極的に行うとともに、その施設への視察申し込みを快く受け入れてくれてもいるので、県としてはありがたい。

・発地目線でコンテンツを練り上げていくことの重要性について、どういうストーリーを企業に提案することができるかが重要だ。和歌山が観光プロモーションで掲げる「よみがえりの地 わかやま」に反応してもらって来てもらう際も、SDGs や ESG を重視している企業であれば、環境保全につながるプログラムを提案する。健康経営を掲げている企業であれば、社員の内省、メンタルヘルス向上につながるプログラムを提案する。一社ごとにオーダーメイドでつくっていくので手間がかかるが、企業をワーケーション誘致する場合、その手間が必要だ。コーディネーターとして代表的な南紀白浜エアポートは旅行業を持っているので金額面のロジスティクスの部分とコンテンツの部分の両方のバランスを調整しながら、企業が満足するプログラムをつくることに長けている。

・ワーケーション対応施設整備の補助について、ワーケーション誘致に注力してはいるが、和歌山を訪れる人全体の中では 1% を切る規模感なので、地元の方々に強く投資をお願いすることはできないし、県も白浜町も整備に関する補助はしていない。

・スポーツツーリズムやウェルネスツーリズムの高付加価値化を通してワーケーション誘客に取り組むことについて、個人的な感想だが、その切り口で取り込めるのは「休暇型」で来る個人のビジネスパーソンではないか。個人が勤務先や企業から「この期間、オフィス以外で業務をしていい」と許可をもらって、週末に沖縄でアクティビティーをして、その後数日残って、沖縄で仕事をこなす、というスタイルにはまると思う。その切り口であれば、ダイビングや朝ヨガなどを盛り込んで「4泊5日沖縄ワーケーションプラン」みたいな形で売り出せば、注目が集まると思う。ただ、「業務型」で行った先で、社員がスパを利用する際に企業としては「そのお金まで会社が出すの?」ということになってくる。ツーリズムで打ち出すのであれば、「休暇型」をターゲットにした方がいいのではないかな。

・5年、10年後のビジョンについて、社会への浸透呼びかけは、県が事務局を務めるワーケーション自治体協議会で続けていくが、事業自体は民間で自走しているのがいいと思う。ワーケーションという言葉も「ワーク×バケーション」が発祥なので、逆に企業側の積極的な導入を妨げている側面を感じる。「Work from Anywhere」が基本になれば「ワーケーション」と言う必要もなくなるだろう。「地域課題解決型」という言葉も、地域にとっては重荷になりかねない。「都市部企業と地域の新しい関係」を表すうまい言葉が現れれば、地域で働くことがもっと広がっていくのではないかな。

「ワーケーション×運動・健康サービス」の分野で先進的な取り組みをしている県外施設

## 10. 南紀白浜エアポート

### ワーケーション企業との調整役担う

#### 【ヒアリング先概要】

和歌山県の南紀白浜空港への利用客増加、就航便増加を目的に、関東の企業をターゲットにしたワーケーション誘客に取り組む同空港の民間運営会社。白浜町にワーケーションを検討する在京企業に対し、コーディネーターの役割を果たし、宿泊施設や現地での体験、コワーキングスペースを提案する。2018 年から約100 社、累計 1000 件のワーケーション受け入れに携わる。



出所：和歌山ワーケーションネットワークス HP

#### 【ヒアリング対応者】

森重良太 誘客・地域活性化室長(2/9 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション誘致のポイントについて、ワーケーションで来る人たちをこれまでの観光客と思わない方がうまくいくと思う。「地域のいいところだけを観てもらう」のが観光なので、観光に軸足を置くと、どうしても「こういういいところがありますよ」と地域目線に偏って示すことになる。しかし、その売り込み方だと企業ニーズに合わずモニターツアーで一回来て、その後、リピートにつながらない。そういう事例が全国で多発している。ワーケーションの場合、「地域に溶け込みたい」「地域の課題を解決してほしい」と地域の暮らし、困りごとに関わってもらうやり方じゃないとうまくいかない。

・ワーケーション取り組みのきっかけについて、これまでは温泉とビーチ、パンダが人気資源の観光地で夏と週末に観光客が偏っていた。大半が関西からの観光客だった。平日の稼働率を上げ、かつ空港を多く利用してもらおうとワーケーションに目を付けた。行政主体でかつて保養所として利用されていた施設などをリノベーションしてワークプレイスを増やしたが、ハード整備だけでは企業の誘致は厳しい。「和歌山でしかできない体験」を考えた企業目線のプログラムを組むことが重要だ。

・ワーケーションの効果測定について、ワーケーション利用者の「リフレッシュできた」などの定性的なコメントは多くあったが、効果を定量的に示すことができないかと模索し、個人目線(ウェルビーイング)、企業目線(生産性向上)、地域目線(消費金額)の観点から専門家監修のもと、科学的なエビデンス取得を行った。その結果、ストレスは 40%下がり、生産性は 20%上がったと示すことができた。ただ、それだけでは不十分で、どんなメカニズムで上がったのか、ワーケーション前後でどんな行動変容、意識変容が起きたかまで示せない、企業への訴求につながらないと感じている。



・ワーケーション受け入れの事業者の集約方法について、和歌山県庁が音頭を取り、「和歌山ワーケーションネットワークス」という登録システムを作った。ワーケーションを受け入れたい事業者を「ワークプレイス」「宿泊施設」「アクティビティー」「コーディネート」に分類して登録している。当社を含め旅行社などが「コーディネート」役を務めていて、ネットワークスや和歌山県を通じてワーケーションの打診があった際、企業から要望を聞き取って、宿泊施設や現地での体験、ワークプレイスを紹介している。

・コーディネートの役回りについて、ネットワークスにおけるコーディネート業務では相談フィーは一切ない。当社は旅行業もやっているんで、調整の結果、旅行の手配にこぎつけられたら、一定の旅行手数料をもらっている。そのほかは企業が何を求めているかの知見を貯められるので、企業目線のご当地プログラムを独自に自社で作って高単価で売ったり、ワーケーション関係の講師やファシリテーションでいくらか報酬をもらったりしている。ただ、これまで累計で 1000 件近くワーケーションを受け入れているが、一つとして同じ内容になったことはない。企業がワーケーションに求める内容は目的も期間もプログラムも同じになることはないので、パッケージ化したら品質が下がるということも痛感している。

・コーディネートのバランスについて、「お客さんが一番満足するところ」という基準で選んでいくので紹介先の偏りは出ている。そのことで登録事業者から不平を言われる場合は「こういった点を改善してほしい。改善してもらえたら、お客さんに満足してもらえるようになるから」とお願いしている。お客さんの満足が第一なので、地域のバランスを考えて「ここは最近あまり紹介していないから」という理由で紹介することは極力ないようにしている。利用企業に対しても、紹介先の良かった点と悪かった点をそれぞれ 3 つ挙げてもらうようにしていて、それをフィードバックしている。

・地域との連携について、当社が運営に関わる形で月に 1 回、「南紀白浜ビジョンミーティング」をオンラインで開催している。町長や学生、観光関係者など 50~100 人が参加して、5 年後、10 年後もワクワクする地域でいられるためにどうしたらいいか議論している。農家も漁師も林業従事者も参加し、意見を言い合っている。人口 2 万人の小さな町なので、紹介で様々な関係者とつながることができる。

・ワーケーション滞在中のアクティビティーについて、ダイビングなど一般的なアクティビティーより農業体験や世界遺産熊野古道めぐりなど地域住民との交流、和歌山にしかない歴史名所に触れる体験の方が圧倒的に人気だ。合宿型や研修型では和歌山に来る前の段階で企業側と「現地でのアクティビティーは何にするか」ということを決めて、迎え入れている。SDGs取り組みを宣言する企業が増えているので SDGs につながるような地域自然の保全活動も人気が高い。健康経営と関連した社員のウェルビーイングや未病を打ち出した温泉湯治やビーチヨガ、森林セラピーも人気がある。

「ワーケーション×運動・健康サービス」の分野で先進的な取り組みをしている県外施設

## II. SHIRAHAMA KEY TERRACE HOTEL SEAMORE

### 「暮らすように過ごせる」環境整備が必須

#### 【ヒアリング先概要】

ワーケーション先進地として名高い和歌山県白浜町の中でもダントツの人気を誇るワーケーション宿泊施設。ランドリーやベーカリー、海辺のそばで利用できる足湯などの整備や泊食分離を進め、多くのビジネスパーソン、企業の利用につなげている。

#### 【ヒアリング対応者】

北村尚武・楽帆代表取締役社長ほか 2 人 (2/8 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション誘致のポイントについて、ワーケーションを呼び込むのもインバウンドを呼び込むのも目指す方向性は共通している。その地を訪れた人が「暮らすように過ごせる」かどうかだ。ハード面ではなくソフト面でその環境整備ができれば、1泊2日という従来の日本型の短い期間の観光から滞在型観光にシフトしていき、2泊3日、3泊4日と滞在日数が延びていく。

・インバウンド客の不満点について、コロナ前まで多くのインバウンド客が日本を訪れていた。日本へのクレームは次の3点に集約される。①地方だと宿泊施設(旅館)によって夕食が決められている②夜遅くまで飲める明朗会計なお店が無い(スナックでよくある「セット料金」という概念が海外にはない)③滞在しようにも足(移動手段)が無い。

・インバウンド客に選んでもらえる条件について、私が「4種の神器」と呼んでいる条件が満たせれば、滞在型観光先の候補として残る。①コインランドリー(海外の富裕層でも下着などは自分で洗いたい人が多い)②コンビニエンスストア(ライフスタイルに合った商品を手に入れられる環境が必要)③ラーメン店(海外の人にとってラーメンは「日本料理」という認識だ)④深夜までやっている明朗会計なバーだ。



出所: SEAMORE RESIDENCE

・ワーケーション誘客について、インバウンド誘客の条件を挙げてきたが、長く滞在してもらうという観点でワーケーション誘客の条件も実は同じだ。他で整備されたワーケーション施設は利用頻度が少ないと考えている。食事や洗濯に出かけるのに山の上から街まで降りてこないといけないなど、「アシ」が不便で利用者の「暮らす」に則したつくりになっていないからだ考える。

・ロケーションについて、「暮らす」面のみを強化すると日常と変わらなくなってしまうので、当施設の場合は「インフィニティ足湯」という海を眺めながら足湯に浸かれる場所を整備している。足湯に浸かりながら、パソコンで作業している人は多くいる。ロケーションという観点では沖縄も最高の場所だと思うので、ぜひ「売り」のロケーションを考えていただければと思う。

・スポーツツーリズム・ウェルネスツーリズムの高付加価値化について、「いいプランを作ったから、沖縄に来てください」ではなく「沖縄に長く滞在できるようになったから、アクティビティーやウェルネスプログラムもどうですか」という提示の仕方がいいと思う。長期滞在できる環境を整えるのが先で、その後に追加のオプションとしてプログラムを提示する順番の方がうまくいくのではないか。

・宿泊施設のあり方について、これまで旅館やホテルは「1泊2食付き」を基本プランに、宿泊客を飲食込みで囲い込んできた。しかし、インバウンドも含めた滞在型観光では、全てお客さまが選択できる自由を確保することが重要だ。当施設は泊食分離を進めているし、食事付きの場合も同じ料金で「ビュッフェ」「いけす」「すし」の中から「選ぶ」ことができる。お客さまに「納得して選んでもらう」選択肢を提示できるかが、今後、観光地として選ばれるかどうかの分かれ目になる。

・地元客の利用について、滞在型観光者と実際にそこに住んでいる人は「暮らす」というキーワードが共通しているのでニーズが似ている。ホテルで販売しているランチボックスを地域のお客様が買ってテラスやロビーで食べる姿が見られるかということを、当社の狙いが成功したかどうかのベンチマークの一つに設定していた。多くの年配のお客様にも利用していただいているので、滞在型観光者と地域住民双方にとって、心地よい空間になれていると考える。

・地域事業者との連携について、週末は施設エリアを地域の農家に開放し、週末マルシェを開催している。マージンは取らず、1ブース、1日定額の出店料のみ。街のアパレルショップなども「自分たちも出店したい」と申し出があり、かなりの賑わいになっている。出店者からは「マルシェは売れ行きがいい」と評価してもらっている。マルシェ目当てのお客さんがホテルのベーカリーやレストランにもお金を使ってくれる。売上より賑わい創出を優先にやっている。

・ワーケーション誘致について、当施設を体感してもらわないと本当の良さを分かってもらえないと思っていて、実は企業誘致には取り組んでいない。プライベートなどで利用したビジネスパーソンから「会社でも利用したい」と申し込んでいただいて、研修旅行や新入社員研修、保養所契約などに至っている。ハコモノを作って企業誘致するという従来型の発想ではなく、その真逆で「宿泊者が暮らすように過ごせるか」「地域住民の暮らしの営みを感じられるか」というソフト面を充実させていくことがワーケーションの呼び込みにつながるはずだ。

「ワーケーション×教育事業」の分野で先進的な取り組みをしている県外企業

## 12. ライジング・フィールド軽井沢

### プランは企業ごとにフルカスタマイズ

#### 【ヒアリング先概要】

豊かな森や川などを使った自然の中でのアクティビティーを通じて、企業の研修やチームビルディングを行う長野県軽井沢町の国立公園内にあるアウトドアリゾート。グーグルジャパンやリクルート、ヤフージャパンなど大手企業が研修で利用し、企業申し込み分だけで年間約1万人の利用がある。

#### 【ヒアリング対応者】

株式会社ライジング・フィールド

森和成 代表取締役社長(2022年1月31日実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション誘致に向けた沖縄への助言について、大事なものは、ハード以上に、ソフトである「人材」をしっかり育てていくことだ。当社スタッフには「私たちファシリテーターのいる場所そのものが『ライジング・フィールド』だ」と話している。もう一つの大事なことは、その地ならではの自然素材、文化資源を生かした体験学習機会を設定することだ。その地でしか味わえない自然、カルチャー、ストーリーを生かした学びにつながるプログラムをつくれるかいなかに成功がかかっている。

・企業を呼び込む方法について、いきなり、広くワーケーション誘致の説明会を開いても実は100人の弱い味方しかできない。それよりはまず、個別に1人の強力な味方をつくることに専念する。その強力な味方を3人まで増やすことができれば自然とムーブメントとして広がっていく。そこに至る過程で大事なものは「何のためにやるのか」というアイデンティティーをぶらさず持つておくことだ。アイデンティティーの柱が太いほど、人が集まってきて、提供する商品に価値を見出してくれるようになる。企業側はコロナ収束を見込んでいるのか、来春以降の申込みが多く入ってきて、弊社の担当者は忙しくしている。

・提供する商品の価値を上げる方法について、学ぶ場作りをする際、企業にとって、ソフトが一番大事だ。ハードはお金を入れれば作れるので、ソフトが勝負。単なる観光からアドベンチャーツーリズムへと人々のニーズが移行していく中で、ワーケーションは重要な切り口だ。企業に興味を持ってもらう、利用後にリピートしてもらうには、人(企業側)と人(ファシリテーター)とのつながりが重要だ。



出所:ライジング・フィールド軽井沢



・提供する企業プログラムについて、当社では企業ごと、目的に応じてフルカスタマイズしている。先方の会議を通すために、事前に、プラン内容を一通り決めて提示することはあるが、現地に来る人やチームの成熟度を見てファシリテーターが都度、プログラムを変えていくので、企画書通りになることはほとんどない。滞在期間は1泊2日～2泊3日が多いが、その期間設定も「企業が何を目的に来ようとしているのか」で決めている。ファシリテーターがその企業のためにフルカスタマイズして提案し、フィーもいただくので、週末に受け入れるファミリー向けプランと比べると法人向けのプログラムの方が圧倒的に利益率は高い。

・ファシリテーター人材について、パートナーを含めると30～40人いる。完全なフリーランスの外部人材まで含めると約230人。プロジェクト・アドベンチャー・ジャパンの認定を受けたファシリテーターは全国に2万人以上いるが、まだまだ十分に活かされていない。

・当社事業について、キャンプ場経営ではなく、キャンプ場というフィールドを生かした教育事業を展開しているという認識だ。私は前職から人材開発・組織開発領域の研修講師やコンサルティングを25年以上手掛けている。新入社員と毎年接する中で「言われないと動かない」「答えを（あたかも初めからあるものだと思って）当てにいく」「創造性が希薄化している」、そんな傾向が年々強くなっているのを感じていた。「働くことの意義や楽しみを見いだせていない」「意思決定の機会が奪われている」と感じ、自発的に考えて行動し、自ら成長していくためには、社会人からの教育では遅いのではないかと。そういった問題意識から、子どもたちを対象に教育事業を展開しようと、町営だった当キャンプ場を引き受けて立ち上げたのが「ライジング・フィールド軽井沢」だ。週末は一般の家庭や子どもたちに向けて、平日はワーケーションにフォーカスし、大人向けに学びの機会を提供している。



出所：ライジング・フィールド軽井沢

・ワーケーション誘致に付随する課題について、家族で来て父親や母親がワーケーションで仕事しようにも、子どもたちは「キャンプ場に来たんだから遊ぼうよ」と求めてくる。当社では子どもたち向けのアクティビティーがあるので、そちらに参加してもらって、その間、親は仕事を済ませることが可能だ。子どもたちがここで過ごす時間は、日常ではなかなか経験できない多くの学びがあると考え。自然体験活動を通じた学びの時間として、学校で「出席扱い」にできないかと掛け合ったところ、法律を変えなくても、学校長の下承があれば、工場見学などと同様の扱いにできるそうだ。地元の教育委員会とも連携して、「出席扱い」にできるオフィシャルプログラムを作ろうとしたところで、コロナ禍となってしまったので、一時的にストップしている。

## 13. 富士通 Japan

### 「課題抽出済み」地域は行きやすい

#### 【ヒアリング先概要】

北海道や長野県伊野市、宮崎県日向市といった全国の地方自治体と「ワーケーションパートナーシップ」を締結するワーケーション推進に積極的な情報通信会社、システムインテグレーター企業。2021年11月に開催された「ワーケーション・ウィーク・オキナワ(WWO)」では読谷村、宮古島市に同社の社員がワーケーションを実施し、自治体職員や地域住民とのワークショップで地域の課題を洗い出し、解決の方策を模索した。

#### 【ヒアリング対応者】

小橋川歩・クロスインダストリービジネス本部(2/8 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション進出のポイントについて、当社が社として取り組むワーケーションは「地域課題解決型」に分類されると思うので、地域と交流しながら地域の課題を洗い出し、当社のソリューションで解決に結び付けられないかを重視している。その観点から、自治体や住民の方が先に「自分たちの地域の課題は何か」を議論して、「私たちの課題を解決できませんか」と逆に提案してもらえる方がありがたい。

・ワーケーション先でのアクティビティー、ヘルスケアプログラムについて、[WWO でワーケーションを実施した社員の中には早朝のビーチヨガが参加、マインドフルネス講座受講、リトリート利用、休日には自費負担で SUP でのマングローブ林周遊と積極的にプログラムに参加する者がいた。「リフレッシュできた」という感想を聞いている。](#)私自身は「何もしない、できない」など日常と異なる環境に身を置けるだけでリフレッシュにつながるので、積極的なプログラム活用はそこまで重視していない。

・ワーケーション推進に関する費用負担について、当社の場合、申請などの手続きを経ずに社員が好きな場所で仕事している。その観点では「ワーケーション」というより「Work from Anywhere」の方がイメージは近いかもしれない。その場合、会社が移動費や宿泊費を負担する制度にはなっていない。会社が「この場所で仕事してくれ」と指示して行かせるのは「出張」の位置付けだ。エンジニアが多いので「同じような業務をするなら、好きな場所で働ける富士通の方がいい」とエンゲージメントを高めてもらう効果も期待している。

(以下、小橋川さんが社内の推進事務局や社員からまとめた意見)

・ワーケーション先として選ばれるために解決してほしい課題について

- 宿泊施設やワークスペースの通信環境(最低でも 200MB/sという声も)
- アクセスの良さなどを重視している
- 他の人の声や音が入らないオンライン打ち合わせができるスペースを確保してほしい
- 長期滞在でレンタカー利用は金銭的に厳しい。送迎バスがあるとありがたい
- 宿泊先の部屋で簡単な調理ができると、費用面でありがたい
- 24 インチ程度の外付けモニター(液晶 4K テレビにつなげたいという声も)があるとうれしい
- 治安の良さ(一人でも安心して滞在できる)
- 過去のワークスペースの情報があるとうれしい(一日の過ごし方など)
- 作業用デスク、ゲーム用チェアがあると長時間業務に従事できる
- 道の駅やスーパーが近くにあると長期滞在しやすい

・沖縄をワーケーション先とする場合、社員に実施させたいアクティビティーやヘルスケアプログラムはありますか

- 社としては観光アクティビティーだけでなく、社員の健康状態改善につながるような、地域ならではの健康法を学ぶ機会を用意したい(推進事務局)
- 新たな知見に関しては、地元住民や企業の方との意見交換会・交流や地域課題の体験など社員の発想力やキャリアが広がるようなプログラムを体験してもらいたい(推進事務局)
- 農業の繁忙期支援(サトウキビ収穫を数日手伝って、1 日は仕事というサイクルでできたらいいと思う)
- 滞在先でのボランティア活動の参加
- 地元の人たちとの交流。地元の人が教える穴場散歩ツアー
- 農業(田植え、収穫)、林業(植林、草刈り)など普段関わらない、経験したことない事柄の体験を通して、現地の方と交流したい
- 同じくワーケーションをしている方との交流
- 地域のお祭り参加や地域の方との食事
- ヨガや瞑想(ビーチ、森林、サンライズ、サンセット)
- 自然と触れ合うアクティビティー(森林浴、登山、キャンプ、スキューバダイビングなど)
- 早朝アクティビティー後の温泉があれば、一日をスッキリ始められると思う
- 地元での副業の機会があれば助かります



出所:富士通 Japan 資料

## 14. パーソルテクノロジースタッフ

### 一番に求めるものは「現地とのかかわり合い」

#### 【ヒアリング先概要】

IT・ものづくりエンジニアの人材派遣を手掛けていて、出社を前提としない「完全リモート派遣」サービスなどを提供している。沖縄市のコワーキングスペース「スタートアップラグーン」でワーケーションの実績がある。

#### 【ヒアリング対応者】

仲地加奈・新規事業推進本部 Work Value 推進部 (2/4 実施)

#### 【ヒアリング内容】

・ワーケーション先に一番に求めることについて、現地との関わりあい、現地のコミュニティだ。当社のワーケーション後の満足度調査でも人への満足度がすごく高かった。社員同士の横とのつながりやラグーンでのつながり、宮崎県日向市であれば市職員とのつながりなどへの評価が高かった。現地と関わって、現地に愛着を持ってもらって、再訪を促すことにつながるのが理想だ。



出所:タッチ・パーソル HP

当社は旅行社ではないので、素敵な宿泊施設やアクティビティーにはそこまで軸足を置いていない。ワーケーション用の場所とアクティビティーを用意して「行ってください」だと、参加者の満足度はそこまで上がらないだろう。

・沖縄ワーケーション利用者の感想について、前年に同じくテストケースで実施した宮崎県日向市と比べると、休日の選択肢が広いというのが一番大きい。参加者各自が海に行ったり、買い物に行ったりとそれぞれ自分のやりたいことをやれるというのが特徴に感じた。ワーケーション先で車が必要かどうかというのも重要なポイントで、車がないと日常生活が送れないようだと言った。レンタカー代がかさむ。「1~2 週間、生活できる」という条件を満たしつつ、普段働いている環境と違う、自然の豊かさを感じられてリフレッシュできる、というバランスの取れた場所がワーケーション先として最適かと考える。

・ワークスペースに求める条件について、沖縄でも宮崎でも同じ課題が浮かび上がった。それは「オンライン会議できる個別ブース」の有無だ。オンライン会議の際に企業の固有名詞などが出てくるので、個別ブース内でなければ参加できない。派遣エンジニアの就業先（クライアント）にワーケーションの理解を得るためにも、ワーケーション先に「個別ブースがあるか」「ワークスペースは人の出入りが制限されているか」の条件を満たしている必要がある。今後、ワーケーション先を開拓していく上でも、上記2点の条件を満たしているかを最初に見ることになる。

・宿泊施設内にワークスペースがあることについて、部屋に戻れば、部屋が個別ブースと同じイチ付になるので、その点で当社としては魅力を感じる。ただ、ワークスペースを整備している宿泊施設は宿泊単価が高いことが多いので、ワーケーション利用で中・長期滞在する際に単価を下げていただくなど配慮してもらえるとありがたい。ワーケーション時の当社の費用負担は現在、5万円を上限に設定している。ワークスペースを有した宿泊施設を当社が指定して、派遣エンジニアの持ち出しが大きくなることは避けたい。宿泊施設を指定する場合、宿泊代とワークスペース利用代を当社が負担し、飛行機代だけエンジニアの方をお願いするという負担方法に切り替える必要があるかもしれない。

・ワーケーション導入で感じるメリットについて、当社の一番の目的は集客（エンジニアの派遣登録）だ。「沖縄に行って、仕事できる」と打ち出すことは、エンジニアを集めるための魅力的なコンテンツになると考えている。ワーケーション導入で、当社にとっては募集の価値が上がり、エンジニア本人にとっては中・長期的な生産性向上につながり、クライアントにとってはエンジニアの貢献意識向上につながり、地域にとっては地域貢献につながる。今年はコロナ禍で進展が少なかったが、座組としては四方よしだと考えている。

・ワーケーション先としての沖縄の位置付けについて、エンジニアの集客が一番の目的なので、その観点からすると「沖縄で仕事ができる」という言葉は集客力としては突出していると思う。付随して、「休日用のアクティビティー、体験に補助もある」となれば、プラスアルファの訴求にはつながると思う。

・ワーケーションにかかる企業側のコストについて、当社の場合、派遣エンジニアと正社員のエンジニア両方に対し、ワーケーションの実績がある。派遣エンジニアに対しては新規登録者をターゲットにしているので登録に至るまでの費用を抑えられたり、登録後の就業に伴う売上につながったりするので、費用負担は中・長期で回収できるという見立てだ。一方、正社員エンジニアに対するワーケーションはアドオンの費用負担になり、福利厚生の要素が強い。エンゲージメント向上につながるとは思うが売上増につながるわけではないので、費用対効果の説明が難しい側面がある。



## 第4章 アンケート調査

### 第4章 アンケート調査

ワーケーション実施（検討含む）企業におけるスポーツ・ヘルスケアツーリズムのニーズを把握するためのアンケート調査を実施した。

#### 1. アンケート調査概要

##### 調査概要

実施目的	ワーケーション導入企業等における、ワーケーション時のスポーツ・ヘルスケア関連サービスの利活用状況やニーズ等を把握し、今後の発展方策検討に資する資料を作成する。
対象企業	テレワークを実施できる環境にあり、ワーケーションを導入もしくは導入を検討している企業
調査手法	以下の団体の協力のもと、それぞれの団体事務局から会員宛にメールを配信し協力を募った 日本テレワーク協会：4,163 先 ワーケーション協会：96 先 関東沖縄 IT 推進協議会：60 先
実施期間	2022 年 1 月 26 日～2 月 8 日
回収件数	43 件（回収率：1.0%）
調査事項	企業概要、働き方改革等の取り組み状況、 ワーケーション等実績、ワーケーションの推進理由、沖縄ワーケーションに対する要望、ワーケーション時におけるスポーツ・ヘルスケアツーリズムに対する要望 等

## 回答企業のプロフィール

## 【所在地別】

n=43

所在地	n	%
東京都	25	58.1
大阪府	3	7.0
静岡県	2	4.7
北海道	3	7.0
福岡県	2	4.7
石川県	2	4.7
埼玉県	1	2.3
兵庫県	1	2.3
茨城県	2	4.7
愛知県	1	2.3
沖縄県	1	2.3
無回答	0	0.0

## 【資本金規模別】

n=43

資本金規模	n	%
0～1000万円未満	24	55.8
1000万円以上～5000万円未満	8	18.6
5000万円以上～1億円未満	0	0.0
1億円以上	11	25.6
無回答	0	0.0



## 第4章 アンケート調査

### 【従業員規模別】

n=43

従業員規模	n	%
10人未満	13	30.2
10人以上～20人未満	5	11.6
20人以上～50人未満	9	20.9
50人以上～100人未満	3	7.0
100人以上～300人未満	4	9.3
300人以上	9	20.9
無回答	0	0.0

### 【業種別】

n=43

業種	n	%
農業、林業、漁業	0	0.0
建設業	0	0.0
製造業	2	4.7
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0
情報通信業	16	37.2
運輸業、郵便業	0	0.0
卸売・小売業	3	7.0
金融業・保険業	0	0.0
不動産業、物品賃貸業	0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	5	11.6
宿泊業・飲食サービス業	0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業	1	2.3
教育、学習支援業	4	9.3
医療、福祉	0	0.0
その他サービス業	11	25.6
その他	1	2.3

### 【沖縄でのビジネス展開への関心】

n=43

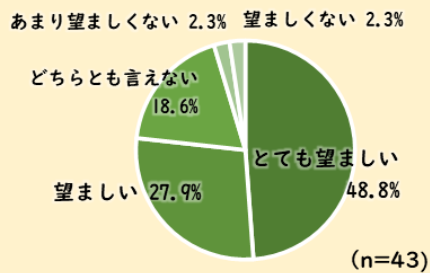
沖縄への関心	n	%
沖縄に本社がある	0	0.0
沖縄に支社がある	0	0.0
社長が沖縄出身である	1	2.3
沖縄でビジネスを展開している	6	14.0
沖縄でのビジネス展開を検討している	12	27.9

## 2. アンケート調査結果概要

以下、アンケート結果の概要を示す。

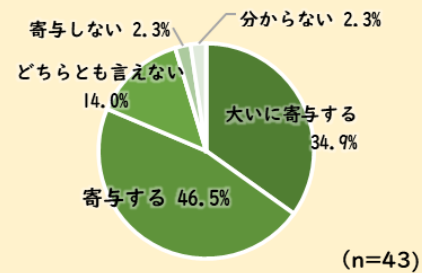
### 沖縄ワーケーション、スポーツヘルスケアには潜在ニーズが存在

#### 沖縄はワーケーション地域として「望ましい」計76.7%



#### 働き方改革や健康経営等に「寄与する」計81.4%

(ワーケーション先でのスポーツ・ヘルスケアの実施)



### 軽微な運動、沖縄らしいマリンスポーツが上位に

#### 沖縄ワーケーションで組み込みたいスポーツ・ヘルスケアプログラムは、「ウォーキング・散策」62.8% 「ダイビング・シュノーケリング」44.2%

(社員向け沖縄ワーケーションを企画する場合組み込みたいスポーツ・ヘルスケアプログラム)

スポーツ・ヘルスケアプログラム	%
ウォーキング・散策	62.8
ダイビング・シュノーケリング	44.2
サイクリング	32.6
森林浴	25.6
ヨガ	23.3
温泉	20.9
エステ・スパ	20.9
マインドフルネス（瞑想）	20.9

(n=43)

### 企業の半数は費用面の負担を懸念

#### 沖縄でのスポーツ・ヘルスケアプログラム実施の課題「プログラム実施の費用負担」48.8% 社員のケガ37.2%

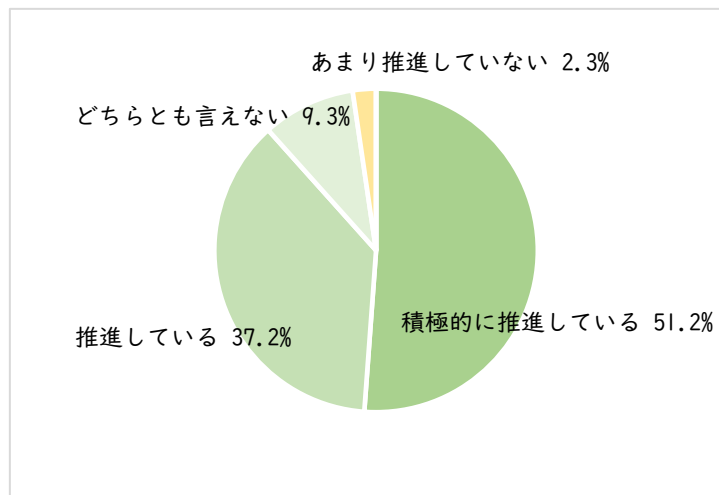
スポーツ・ヘルスケアプログラム実施の課題	%
プログラム実施の費用負担	48.8
社員のケガ	37.2
「勤務」とするか「休暇」とするか区別が難しい	30.2
一部の社員しか楽しめなさそう	25.6
社員の健康増進、生産性向上につながるか不明確	23.3
仕事のパフォーマンス低下	16.3

(n=43)

3. アンケート結果詳細

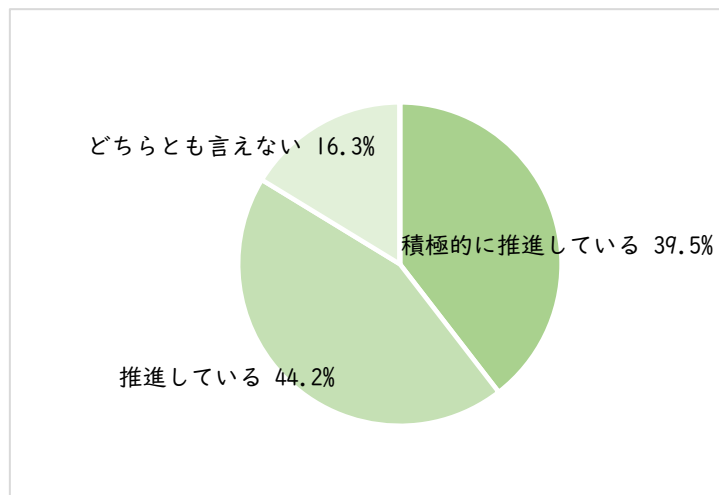
**問1 貴社では、働き方改革を推進していますか。**

- 「積極的に推進している」が 51.2%で最も多く、次いで「推進している」(37.2%)が続いた。合計 88.4%が働き方改革を推進している。



**問2 貴社では、健康経営・社員の健康増進を推進していますか。**

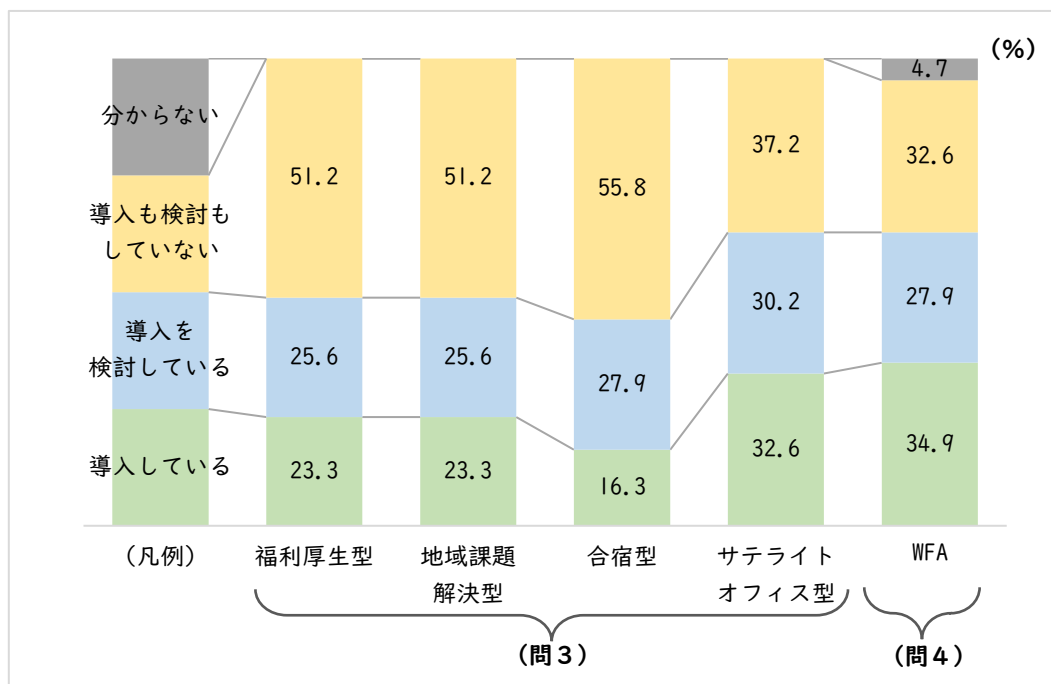
- 「推進している」が 44.2%で最も多く、次いで「積極的に推進している」(39.5%)が続いた。合計 83.7%が健康経営・社員の健康増進を推進している。



問3 貴社の各種ワーケーションの導入状況について、それぞれ教えてください。

問4 社員が働く場所に制限を設けない WFA(work from anywhere)の導入状況について、それぞれ教えてください。

- 既に導入しているワーケーションを類型で見ると、「サテライトオフィス」(32.6%)、「福利厚生型」「地域課題解決型」(共に 23.3%)、合宿型(16.3%)と続いた。また、WFAの導入状況はそれ以上に高く、34.9%となっている。
- なお、いずれかの類型のワーケーションを導入している企業は 22 社で全体の半数以上となっている。



## 第4章 アンケート調査

問5 これまでのワーケーション実施件数と実施人数を教えてください。

問6 ワーケーションを行ったことのある地域を具体的に教えてください。

No	業種	従業員数	実績（問5）	ワーケーション先実績（問6）
1	製造業	300人以上	不明（把握しておりません）	富良野市、東川町、軽井沢町、浜松市、高知県、香川県、北九州市、・・・など。
2	情報通信業	20人以上～50人未満	1人	福島
3	情報通信業	10人未満	2021年度 2件、2人	熊本県多良木町、宮崎県日向市
4	情報通信業	300人以上	2021年度延べ500人以上	全国のLivingAnywhere Commons
5	情報通信業	300人以上	実施件数や人数は把握していません。	実家や旅先など、個人が自由に選択しているため、把握していません。
6	情報通信業	10人未満	2021年4件4名	長野県軽井沢町 京都府宇治市
7	情報通信業	10人未満	2021年度 36人日	タリン（Estonia）
8	情報通信業	10人未満	2021年 3件 2名	島根県 松江市 茨城県ひたちなか市
9	情報通信業	20人以上～50人未満	2021年度 3件、11人 2022年 3件 8人（2月時点）	新潟県長岡市・妙高市 北海道釧路市・札幌市 宮崎県日向市（2月予定） 鹿児島県奄美市（2月予定）
10	情報通信業	100人以上～300人未満	会社の合宿（会社負担）としては、毎年1回40名前後、個人やチームでは自由に行って良いため計測していない	山梨県、葉山、千葉、川崎など
11	情報通信業	300人以上	2021年度 5自治体以上、50名以上	沖縄県読谷村、宮古島市、北海道神恵内村、新潟県糸魚川市、大分県等
12	宿泊・飲食サービス業	10人未満	1	<a href="#">沖縄県沖縄市（現在1.5ヶ月間実施中）</a>
13	教育、学習支援業	10人未満	2021年度 20件 50人（社外の方の参加人数含む）	静岡県浜松市（佐久間ダム、船明ダム、舘山寺温泉）、静岡県森町（太田川ダム）、静岡県川根本町（長島ダム）、愛知県新城市（大島ダム）、愛知県豊田市（宇連ダム）、愛知県田原市（初立ダムほか）、長野県佐久穂町、長野県佐久市、長野県南相木村（南相木ダム）
14	卸売・小売業	300人以上	2件10名程度（ただしトライアル）	和歌山県白浜町
15	その他サービス業	10人以上～20人未満	2021年度 5件、3人	和歌山県白浜町、軽井沢、富良野、高千穂、沖縄、千葉県佐原、宮崎
16	その他サービス業	300人以上	会社主導のワーケーション実施件数は0。従業員が自分の意思で行くものは何件か件数があるが、計上していない。	従業員が自らの意思で行った場所としては、和歌山県白浜町、北海道斜里町など、全国20カ所ほど
17	その他サービス業	10人未満	1	北海道ニセコ町・札幌市・小樽市・福岡市
18	その他サービス業	10人未満	2021年 20人	<a href="#">沖縄県</a>
19	その他サービス業	300人以上	2021年 10名弱	東京、福岡、長崎
20	その他サービス業	10人以上～20人未満	21年度 10件 20人	ニセコ、釧路、富良野

## 問7 ワークーションを行ったことがあるのは、どのような社員ですか。

- 「経営者」が37.2%で最も多く、次いで「一般社員」「役職員」と続いた。

項目	%
経営者	37.2
一般社員	34.9
役職員	23.3
パート・アルバイト	9.3
非正規社員	4.7
その他	2.3
無回答	4.7
実績なし	44.2

## 問8 ワークーション導入に期待できる短期的なメリットは何ですか。

- 「社員のストレス解消」が62.8%で最も多く、次いで「普段と異なる環境下でアイデアの創出」「リモートワーク促進」「保養・健康増進」が続いた。

項目	%
社員のストレス解消	62.8
普段と異なる環境下でアイデアの創出	53.5
リモートワーク促進	44.2
保養・健康増進	32.6
休暇取得促進	30.2
チームワーク向上	27.9
生産性向上	18.6
特になし	2.3
その他	0.0
無回答	0.0

問9 ワークーション導入に期待できる中・長期的な事項は何ですか。

- 「働き方改革の推進」が44.2%で最も多く、次いで「イノベーション創出」「地域への貢献」（共に39.5%）、「ビジネス拡大」「企業の魅力向上」（共に32.6%）と続いた。

項目	%
働き方改革の推進	44.2
イノベーション創出	39.5
地域への貢献	39.5
ビジネス拡大	32.6
企業の魅力向上	32.6
社員の定着・人材確保	25.6
健康経営の推進	16.3
社員のチームビルディング効果	16.3
充実した福利厚生制度の構築	11.6
ワークーション先へのサテライトオフィスの設置	7.0
その他	2.3
無回答	4.7

※「その他」に挙げた記述

- ✓ 自律して行動できるメンバーの育成



## 問10 ワークेशन実施における課題は何ですか。

- 「『ワーク』と「休暇」の区切りが難しい」と「適用できる部署や従業員が限定的になり、不公平感が生じる」が共に27.9%で最も多く、次いで「勤怠管理・勤務評価が困難」が続いた。
- 一方で、「特になし」が23.3%と一定数見られる。

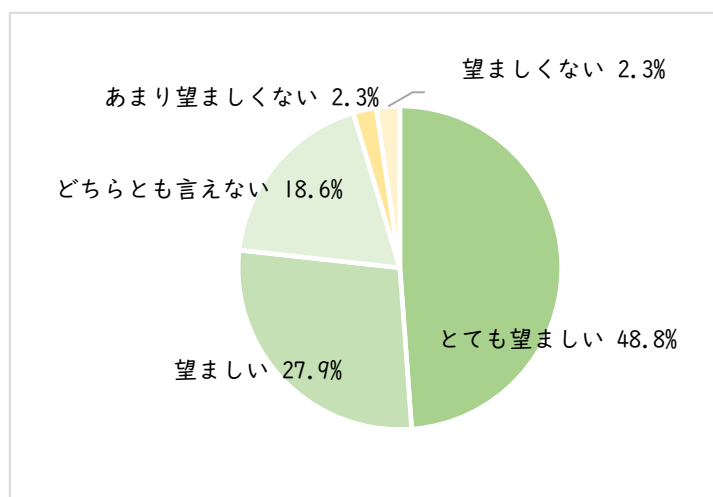
項目	%
「ワーク」と「休暇」の区切りが難しい	27.9
適用できる部署や従業員が限定的になり、不公平感が生じる	27.9
勤怠管理・勤務評価が困難	23.3
業種・職種として向いていない	20.9
情報漏洩などセキュリティリスクがある	16.3
中・長期的な効果が見込みにくい	16.3
労災適用の判断が難しい	14.0
人事制度・就業規則の設置の手間	14.0
その他	9.3
特になし	23.3
無回答	0.0

※「その他」に挙げた記述

- ✓ コロナの感染状況に伴う社会的な空気
- ✓ ワークेशन提供施設や地域のマインドが古い（10時にホテルから追い出す、ふらっと立ち寄ってワーク出来る場所がない、14時で飲食店一斉閉店（ニジカベ）など）
- ✓ ワークेशन中の作業の品質について、お客様の理解が得られない可能性がある

問11 沖縄はワーケーション滞在先として望ましい地域だと思いますか。

- 「とても望ましい」が48.8%、次いで「望ましい」(27.9%)が続いた。合計で、76.7%が沖縄をワーケーションに望ましい地域と捉えている。



「とても望ましい」「望ましい」とした理由

- ✓ 自然・文化・アクティビティー・人 すべてが揃っているから。
- ✓ 誰もが活きたいと思える町でワーケーションできるのは理想である。”
- ✓ 温暖な気候、海辺のリゾート(本州とは異なるリゾート感)、車で3時間あればどこの観光地も行ける丁度良い大きさ
- ✓ ベースアドレスから離れた場所でのワーケーションの実現
- ✓ 自然環境
- ✓ 自然豊かな場所でリフレッシュできるため。移動距離とクリエイティビティは比例するため。
- ✓ 環境が素晴らしいから
- ✓ 親族がいるから
- ✓ 日常との環境を大きく変える事で新たなアイデアや社外の人との共同が生まれそう。
- ✓ リフレッシュ効果が大きく見込めるが、首都圏から行くには時間も費用もかかる点は難点。
- ✓ 違う環境での仕事、現地でのリアルな仕事を他見できる。
- ✓ 那覇は都市機能が充実しているので周辺地域で執務しつつ必要に応じて都市機能を活用できる。逆に言えば、人口密集地へのアクセスが悪いところではワーケーションは行う意思はない。

- ✓ 冬場の気候はそれだけで大きな強みだと思いました。また、花粉のシーズンは多くの人が花粉症で仕事のパフォーマンスが落ちるので沖縄は花粉の影響を受けづらいのも強みだと感じました。
- ✓ ウェルビーイングが実現できる。静かな環境の中で、自分のペースで仕事をする事で生産性向上につながる
- ✓ 1年中温暖な気候でストレスが少なそう。その上景観が美しいので、仕事中の良いリフレッシュになりそう。
- ✓ 現在の勤務地から遠方にあり、また、環境がかなり変わるので、ワーケーションが出来る場合は魅力的な場所と思う。
- ✓ 自然が豊かな事と、生活費が安いので充実した生活を過ごせそう。
- ✓ 地域貢献が継続的に可能
- ✓ 何より景色がよく環境もよく、物価も安く、地元の方もあたたかい。
- ✓ リゾート地の代表のため
- ✓ ON, OFF の環境が整っている。
- ✓ 自然環境に溢れているのでリフレッシュできる。外部との切り離しオンオフが明確になる。
- ✓ 開放感ある環境で普段の環境とは異なるため。リゾート気分を味わうことにより社員をリフレッシュさせることができると思う。
- ✓ 日本人、誰もが認める魅力あるリゾート地の1つなので。
- ✓ 地域へ入り込み、地域とのつながりが作りやすい。
- ✓ リラックスできる環境

「どちらとも言えない」「あまり望ましくない」「望ましくない」とした理由

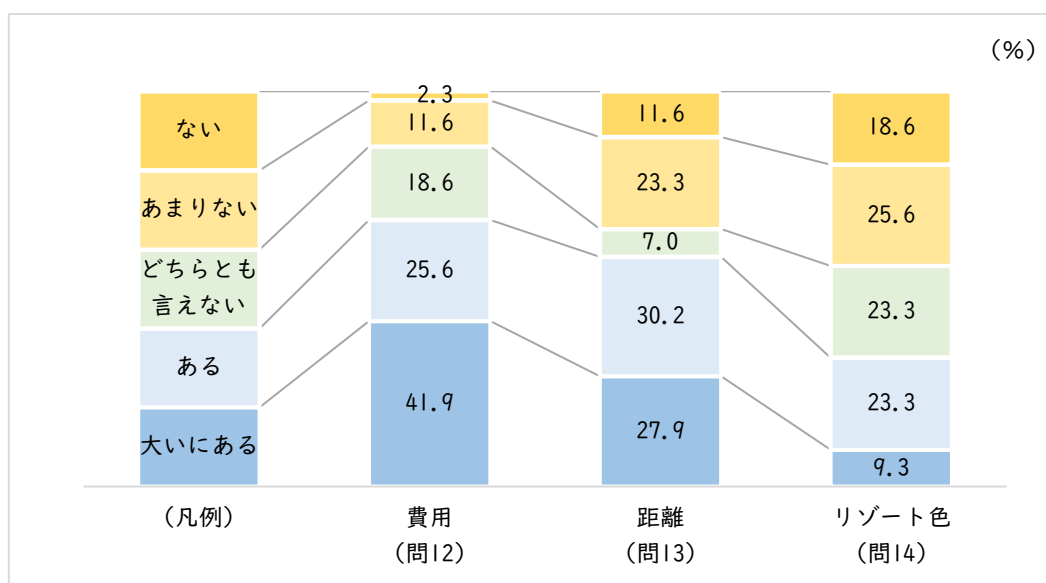
- ✓ 特定の地域に対して、特に関心がない
- ✓ 九州からは近いが、わりと九州内でもワーケーションできるところがあるため
- ✓ バケーションとして最高すぎる土地なので、個人的にはワークを絡ませたくないという思いがあります。
- ✓ 移動手段が航空手段しかない。愛犬を連れていきたいが航空機の制限が気になる
- ✓ 滞在先としては申し分ないが、ワーケーションできない職種の方から不公平感を持たれる可能性が大きい。その調整が難しい。
- ✓ 距離が遠い（往復時間）
- ✓ 首都圏からのワーケーションではコストがかかることから、会社、チーム単位での合宿にはハードルが高い。ロケーションは最高であるが、その分休暇要素が強くなってしまう。
- ✓ 観光地として魅力的であるため、仕事にならない。「バケーションのみ」となる。

問12 沖縄でのワーケーション実施に、費用の課題はありますか。

問13 沖縄でのワーケーション実施に、距離の課題はありますか。

問14 沖縄でのワーケーション実施について、リゾート色が強すぎてワーケーションに向かないということが考えられますか。

- 「大いにある」および「ある」の合計で見ると、費用、距離、リゾート色の順となっており、費用が最大の課題となっている。



**問 15 沖縄でのワーケーションで、想定される滞在泊数はどの程度ですか。**

- 「1週間程度」が39.5%で最も多く、次いで「3泊4日程度」(23.3%)、「2週間程度」(14.0%)と続いた。一般的な観光と比較して、長期での滞在が見込まれる。

項目	%
1～2泊程度	4.7
3泊4日程度	23.3
1週間程度	39.5
2週間程度	14.0
3週間程度	2.3
1カ月程度	11.6
1カ月以上	0.0
分からない	4.7
無回答	0.0

問16 沖縄でのワーケーション時に望ましいのは、どのタイプの宿泊施設ですか。

- 「海沿いのビーチリゾート」が79.1%で圧倒的な1位となった。次いで「民宿・ゲストハウス」「ビジネスホテル」が続いている。

項目	%
海沿いのビーチリゾート	79.1
民宿・ゲストハウス	25.6
ビジネスホテル	23.3
都市部のシティリゾート	20.9
山間のリゾート	16.3
民泊	14.0
企業・団体の宿泊所	11.6
旅館	9.3
キャンプ場	2.3
どちらでもよい	7.0
その他	2.3
無回答	0.0

※「その他」に挙がった記述

- ✓ Wi-Fi 等テレワーク環境が整っていれば形態は問わない。



## 問 17 ワークーション先のワークスペースに求めることは何ですか。

- 「WEB 会議ができるスペース」が 62.8%で最も多く、次いで「通信速度」(60.5%)、「個室のワークスペース」(51.2%)、「通信セキュリティ」(34.9%)と続いた。上位の多くは、テレワーク実施に関する設備が並んだ。

項目	%
WEB会議ができるスペース	62.8
通信速度	60.5
個室のワークスペース	51.2
通信セキュリティ	34.9
チームで利用できる広さ	20.9
ワークスペースのセキュリティ	14.0
会議室・商談スペース	9.3
子どもが遊べるスペース	9.3
その他	7.0
勤怠管理システム	2.3
十分な収納スペース	0.0
特になし	0.0
無回答	2.3

※「その他」に挙げた記述

- ✓ 政府(デジタル庁など)が管理・運営している。もしくは十分なセキュリティ対策の上で運営されているという政府公認の施設であること。

問18. ワークスペースの立地に求めるものをお選びください。

- 「宿泊施設に近い」が69.8%で最も多く、次いで「公共交通が便利」(37.2%)、「眺望が良い」(32.6%)、「海に近い」(30.2%)と続いた。

項目	%
宿泊施設に近い	69.8
公共交通が便利	37.2
眺望が良い	32.6
海に近い	30.2
レストラン等が多い	23.3
周辺に観光施設等がない自然の中の立地	11.6
温泉・スパに近い	9.3
都心に近い	7.0
特になし	2.3
医療機関に近い	0.0
その他	0.0
無回答	4.7

問19 ワークスペース内および近隣で利用できると良いサービスはどれですか。

- 「健康関連の食事サービス等が利用できる」が65.1%で最も多く、次いで「運動等のサービスが利用できる（運動しやすい環境である）」(44.2%)、「保育サービス」(30.2%)と続いた。

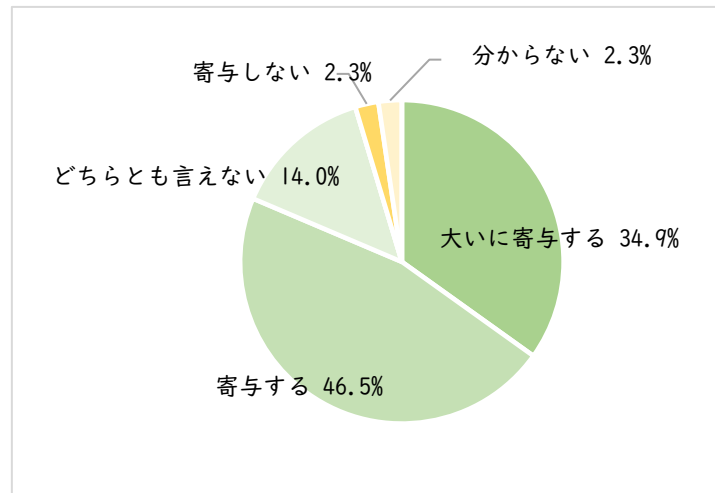
項目	%
健康関連の食事サービス等が利用できる	65.1
運動等のサービスが利用できる (運動しやすい環境である)	44.2
保育サービス	30.2
健康に関するデータ（バイタルデータ） が取得可能	14.0
特になし	14.0
その他	9.3
無回答	0.0

※「その他」に挙がった記述

- ✓ 沖縄ならではのレジャー、ペット関連施設
- ✓ 周辺に5店舗以上レストランがあること。
- ✓ 観光地までの無料バスがある。もしくは、滞在中の公共交通機関が乗り放題。少なくともシェアサイクルが無料。

**問 20 ワークーション先において、スポーツ・ヘルスケアプログラムを社員が経験することは、働き方改革や健康経営推進など企業の課題解決に寄与すると思いますか。**

- 「大いに寄与する」が 34.9%で最も多く、次いで「寄与する」(46.5%)が続いた。合計 81.4%が、肯定的な意見となっている。
- 



**問 21 社員向けの沖縄ワーケーションを貴方が企画する場合、あなたが組み込みたいと思うスポーツ・ヘルスケアプログラムをお選びください**

- 「ウォーキング・散策」が62.8%で最も多く、次いで「ダイビング・シュノーケリング」(44.2%)、「サイクリング」(32.6%)と続いた。

項目	%
ウォーキング・散策	62.8
ダイビング・シュノーケリング	44.2
サイクリング	32.6
森林浴	25.6
ヨガ	23.3
温泉	20.9
エステ・スパ	20.9
マインドフルネス（瞑想）	20.9
カヤック	18.6
ゴルフ	16.3
ランニング	14.0
スタンドアップパドル（SUP）	14.0
空手体験	4.7
トラソテラピー	4.7
スポーツ観戦	2.3
その他	4.7
特になし	4.7

※「その他」に挙がった記述

- ✓ スポーツ・ヘルスケアプログラムを目的にワーケーションを実施させたいとは思わない
- ✓ 自由に参加してもらうのが良いと思うので、特に決まったプログラムは提供しない。任意参加としたい。

## 問 22 ワーケーション先でのスポーツ・ヘルスケアプログラムの実施に関する懸念事項は何か

- 「プログラム実施の費用負担」が48.8%で最も多く、次いで「社員のケガ」(37.2%)、「『勤務』とするか『休暇』とするかの区別が難しい」(30.2%)、「一部の社員しか楽しめなさそう」(25.6%)、「社員の健康増進、生産性向上につながるか不明確」(23.3%)が続いた。

項目	%
プログラム実施の費用負担	48.8
社員のケガ	37.2
「勤務」とするか「休暇」とするか の区別が難しい	30.2
一部の社員しか楽しめなさそう	25.6
社員の健康増進、生産性向上につな がるか不明確	23.3
仕事のパフォーマンス低下	16.3
特になし	16.3
その他	4.7
無回答	0.0

※「その他」に挙げた記述

- ✓ スポーツ・ヘルスケアプログラムを目的にワーケーションを実施させたいとは思わな  
い
- ✓ 感染症を含む疾病対応

## 第4章 アンケート調査

### 4. アンケートにおける自由意見

#### 【肯定的な意見】

- ✓ 沖縄は国内で最高のワーケーション先だと思います。沖縄リゾート地域でのイメージを想像するだけでも、感覚が自由になる。(情報通信業)
- ✓ 沖縄は様々な意味で最適な環境だと思います。(情報通信業)
- ✓ 気分をリフレッシュしながらワークできる沖縄のワーケーション環境は最適だと思います。(商社)

#### 【課題】

- ✓ 希望者が多くなりそうなので、誰がワーケーションを行なえるか十分に事前調査することが必要になりそうです。(教育、学習支援業)
- ✓ 魅力的な選択肢の1つではあるが、ワーケーションそのものの効果測定が難しい(これはワーケーションだけに限った話ではなく、リモートワークも含め、ホワイトカラーの生産性をどう測るかが、曖昧なまま、話題先行で進んでいるくらいがある)(卸売・小売業)
- ✓ 企業で導入する場合、企業側がどれだけ負担できるかで従業員の利用率が大きく変わると思います。(その他サービス業)
- ✓ 費用面と業務管理をどうするかが課題になると察する(その他サービス業)
- ✓ ヘルスケアは良いと思いますが、スポーツはのめり込んだ場合に仕事の生産性が心配である。但し、社員満足度は上がるので、短期的な事案と考えればメリットと捉える事も出来るので、その辺りが悩ましい。(情報通信業)
- ✓ 取り組みは素晴らしいと思いますが、結果どうなったかの検証が大事だと考えています。(生活関連サービス業、娯楽業)
- ✓ 社員旅行的な感覚になりそう。目的と目標をあらかじめ設置することが必要かと思います。(教育、学習支援業)

#### 【ご提案・ご要望】

- ✓ 沖縄以外のどこでも体験できるようなアクティビティーでは、あまり意味がないように感じます。沖縄の文化、習慣、自然などの理解に繋がるものに興味がわきます。(製造業)
- ✓ 長期滞在で沖縄の文化や自然に触れられる事は良いと思う、費用面や、ネットワークの問題、愛犬、家族同伴などの問題が解決できれば良い。(情報通信業)
- ✓ 大学や研究機関との連携・交流機能があれば実施の理由になる。(情報通信業)
- ✓ その場所で経験を共にすることが重要なので、そこまで凝ったプログラムが用意されていなくても良いのではないかと。(情報通信業)
- ✓ 特定のものを用意すると一部の社員しか楽しめない可能性があるため、いくつかのプログラムから社員が自由に選べるようにする方が良いと思います。また、自分がやりたいことをやる方が良いと思うので、プログラムへの参加は任意で、会社側は費用の補助だけ行えば良いのではと考えています。(学術研究、専門・技術サービス業)



- ✓ あくまでアクティビティーは副次的なもの（仕事のない日に行える休假日のアクティビティー）と弊社では捉えておりますので、基本的には社内のチームビルディングや、実務作業の環境を優先します。一方で、1、2回チームビルディングとしてアクティビティーを導入するのは良いかと思いました。（宿泊業・飲食サービス業）
- ✓ 自然散策くらいが良いと思います。スポーツを無理に取り入れると、運動が苦手な人がむしろ参加しにくい（嫌がる）可能性が高いため。（教育、学習支援業）
- ✓ 軽運動をこまめに入れてほしい（情報通信業）
- ✓ 複数の企業や業種・職種の方々と同じスペースでワーケーションを実施、又はスポーツなどを通じて異業種交流会などを実施したい。結果として、新たな気付きや発想が生まれると良い。（学術研究、専門・技術サービス業）

### 【その他】

- ✓ 素晴らしい構想だと思います。また、私自身は、「一般社団法人 日本スポーツ・ヘルスケア・デザイン推進機構」のアドバイザーをしているため、ぜひ、沖縄でのワーケーションにコラボさせていただければと思います。
- ✓ 働き方改革の一環で、サテライトオフィスの設置を検討しています。ワーケーションの拠点と兼ねて民泊を始めました。（情報通信業）
- ✓ ワーケーション先での地域の課題、食文化、活性化などをリサーチし、見聞を広める役割をミッションとしたいと考えています。（情報通信業）

### 5. アンケート結果に関する考察

本アンケートで得られた結果に関し、ワーケーション全般に関し深い知見を有するワーケーション推進の中核団体・一般社団法人日本ワーケーション協会に考察を依頼した。

#### 企業アンケート調査 考察論考

##### 1. ワーケーションに関する取り組みは、少しずつ始まっている

本調査の回答企業は、前向きに働き方改革を実施している企業が多いと推測される。クロスマーケティングと山梨大学の共同調査による通常でのワーケーション経験率が6.6%に対して、本調査では、実績なしが44.2%、言い換えると経験済みが55.8%となり半数を超えている。そのため、本調査では、ワーケーションなどを含む働き方やスポーツ・ヘルスツーリズムに意欲的な企業が多く回答していることを踏まえなければならない。

##### 2. 沖縄ワーケーション推進において、希望者は多いが、費用面など課題が多いことがあきらかに。

沖縄ワーケーション先として、「とても望ましい」「望ましい」を合わせて76.7%を全体の4分の3を超えていることから、ワーケーションの候補先として非常に高い注目度があると考えられる。一方で、「リゾートの代表」「非日常の体感」など、個人型のワーケーションでの意見が多く、企業ではなく、個人目線の意見が大半を占めている。そのため、働く場所の多様化によって、個人の訪問者は増えることが想定される。

ただし、その場合最大のデメリットとなるのが、日本の他の地域と比較して、費用面が高くなることである。また、沖縄でのワーケーション時に望ましい宿泊施設タイプとして、79.1%が「海沿いのビーチリゾート」を挙げている通り、休暇を軸にして考えているケースが多い。一方で滞在日数は、1週間程度の回答が39.5%と高い。そのため、沖縄県のワーケーション推進において重要なのは、「コストがかかる地域」であることを課題ではなく特徴と捉え、集客数ではなく、滞在宿泊数や消費額に注目してKPIを設計していく必要があると考える。

##### 3. スポーツ・ヘルスケアプログラムを求める傾向が沖縄県でも強い

アンケートの結果を見ると、「ウォーキング・散策」が62.8%で最も多く、次いで「ダイビング・シュノーケリング」(44.2%)、「サイクリング」(32.6%)と続いている。一方で、コスト面の不安が多い結果にもなっている。ここから読み取れることは、1でも述べているが、やはり社員1人ひとりの個人視点での回答が多く、また沖縄にワーケーションでいくコスト面が元々高いという意見が多いことから、さらにプログラムのコストも気になってしまうということである。

また、ワークスペースの立地で、宿泊施設に近いという希望が69.8%を占めていることから、これらのプログラムがリゾートホテルの周辺で完結することも重要な意見であると考えられる。1箇所滞在型でのワーケーションが求められている傾向にもあるため、それらを踏まえた対策が必要となる。

以上より、沖縄ワーケーション推進においては、非常に大いなる可能性があるが、現状としては個人目線で捉えられやすいこと、またコストやアクセス面などから1週間以上の滞在になるものになりやすく、リゾートホテルを軸に求められているなど他の地域の事例と異なる傾向がある。そのため、令和4年度以降は、これらの沖縄の特徴を踏まえたワーケーションの推進に励んでいく必要がある。

一般社団法人日本ワーケーション協会

代表理事 入江真太郎

## 第5章 見えてきた課題と今後の方向性

スポーツ・ヘルスケアツーリズム拠点形成に向け、ワーケーションと絡めた B to B のツーリズム商品等の開発可能性を検証する本事業のアンケート調査で、沖縄におけるワーケーション実施の潜在的なニーズが感じられる結果となった。また、ワーケーション先でのスポーツ・ヘルスケアプログラム実施に対する肯定的な姿勢もうかがえた。「沖縄におけるスポーツ・ヘルスケアプログラムは、ワーケーションで訪れた企業やビジネスパーソンに対して、滞在中の一層のリフレッシュや健康増進につながるオプションとして利用してもらうという訴求の方向に、マーケット拡大の可能性がうかがえる」と言えそうだ。

本章では、アンケートやヒアリングで得た結果を踏まえ、委員会等で検討した項目ごとに、課題と今後の方向性を整理する。

### ① 提供メニューの高付加価値化の方策

#### 【課題】

- 沖縄でのワーケーション実施やワーケーション先でのスポーツ・ヘルスケアプログラムの実施について、費用面の負担についての懸念がある
- B to B のワーケーション誘致においては、パッケージ化した画一的なプログラムでは訴求力が低く、企業ごとにニーズを聞き取り、スポーツ・ヘルスケアプログラムの提案を含めフルカスタマイズでプランニングする必要がある。
- 施設などのハードが整備される一方で、デジタル化への対応や運用が未成熟。

#### 【方向性】

- 企業の費用面の懸念に対しては、森林浴やビーチ沿いのウォーキングなど費用のかからないプログラムと、高付加価値で高単価のプログラムの両方を組成し、ターゲットを分けてコンテンツを提供するという実証等も必要になってくる。高付加価値化を目指すのであれば、行政からの補助はなじまないと考えられる
- 実証等を通し、「沖縄では一定の費用を払う価値を有するワーケーション×スポーツ・ヘルスケア体験がある」という妥当性が確立できるのであれば、「高付加価値で高単価であること」が「沖縄型ワーケーションの特徴だ」という方向性で、関係機関、関係企業が一体となってブランディングを進めていく
- 空手発祥の地であることを生かした沖縄空手体験を通した、マインドフルネスや、「癒やしの島」と言われる沖縄でのメンタルヘルスプログラム、世界 5 大長寿地域

「ブルーゾーン」に選ばれていることを生かした健康食など沖縄独自のソフトコンテンツの構築を進めることも求められる

## ② 成長可能性の顕在化（ニーズへの適応・発展）方策

### 【課題】

- ウェルネスを主目的とした沖縄観光は現時点ではニッチなマーケットだが、コロナ禍以降、ヨガプログラムを組み込んだ日帰りツアーなどヘルスケアプログラムに関する関心は高まりを見せている
- 沖縄県でワーケーションの実績がある企業からはスポーツ・ヘルスケアプログラムに対する関心はそこまで感じられなかった。他方、多くの企業は健康経営推進について、強い意欲を持っている

### 【方向性】

- 沖縄におけるスポーツ・ヘルスケアの実施が、社員の心身の健康や生産性向上においても良い効果をもたらし、企業にとって有用であることを打ち出し、未だ顕在化していないニーズを掘り起こしていく必要がある
- 「沖縄に行くこと＝健康、リフレッシュにつながる」という、企業向けのブランディングも強化する必要がある
- スポーツ・ヘルスケアの振興に意欲的かつ市場ニーズに敏感な民間企業のアイデアを具体化できるような伴走型の支援事業等を推し進めるなどで、変容するニーズへの対応を図る必要がある
- 「研修型ワーケーション」において、マネジメント職向け・チームビルディングとしてアクティビティを導入することや、野球やサッカーなどのキャンプ見学者のワーケーションニーズを掘り起こす等、多様な組み合わせを検討し整理する必要がある。

## ③ 持続的な発展を具現化するための推進体制

### 【課題】

- ワーケーションを実施する企業の要望を聞き、条件に合った宿泊先、ワークプレイスを案内し、スポーツ・ヘルスケアプログラムを提案するスキルやノウハウを持った人材の育成、企業からの来県相談を一元的に担う窓口の整備が重要である
- 沖縄県内のホテルにおいて、企業向けの販売チャンネルが確立できていないことや企

業の要望に応じてプランニングする人的リソースの不足などの課題もある。B to Bの商品を取り扱うには、受け入れ体制の一層の連携・強化などが重要となる

- 沖縄でワーケーションを実施する際に、利用可能なスポーツ・ヘルスケアプログラムをインターネット上で一覧できるなど、アクティビティの「見える化」が求められる

### 【方向性】

- 「アクティビティ」「宿泊施設」など各種事業者の「見える化」やスポーツプログラムの内容を提案するコーディネーター、地域と企業をつなぐコミュニティーマネジャーの育成、企業に対する一元化した窓口の整備などについて検討を行う必要がある
- 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー、国立大学法人琉球大学、一般社団法人沖縄県銀行協会が共同代表となっている「沖縄リゾートワーケーション推進協議会」が発足し、ワーケーションを通じた長期滞在、観光消費額の向上や知的・ビジネスの交流促進を図ることとして、バケーション・アズ・ワークを担う沖縄イノベーション戦略センター等も連携しており、同協議会の今後の活動も重要となってくる。

## 見えてきた課題と今後の方向性

沖縄におけるスポーツ・ヘルスケアプログラムは、ワーケーションで訪れた企業やビジネスパーソンに対して、滞在中の一層のリフレッシュや健康増進につながるオプションとして利用してもらうという訴求の方向に、マーケット拡大の可能性がうかがえる

### ①提供メニューの高付加価値化の方策

#### 課題

- 沖縄ワーケーションやワーケーション時のスポーツ・ヘルスケアプログラム実施の懸念点として「費用負担」が最も多い
- B to Bのワーケーション誘致において、パッケージ化した画一的なプログラムでは訴求力が低い。企業ニーズの丁寧な聞き取りで、目的に即したスポーツ・ヘルスケアプログラムの提案が必要
- 施設などのハードが整備される一方で、デジタル化への対応や運用が未成熟

#### 方向性

- 費用のかからないプログラムと、高付加価値で高単価のプログラムの両方を組成し、ターゲットを分けてコンテンツを提供する実証等が必要。高付加価値化を目指すのであれば、行政からの補助はなじまない
- 沖縄空手や健康食など沖縄独自のソフトコンテンツの構築を進める必要がある

### ②成長可能性の顕在化方策

- ウェルネスを主目的とした沖縄観光は現時点ではニッチなマーケットで、国内需要が十分に顕在化しているとは言えない
- 沖縄県でワーケーションの実績がある企業からはスポーツ・ヘルスケアプログラムに対する関心はそこまで感じられなかった。他方、多くの企業は健康経営推進について、強い意欲を持っている

- 「沖縄に行くこと＝健康、リフレッシュにつながる」という、企業向けのブランディングを強化する必要がある
- スポーツ・ヘルスケアの振興に意欲的かつ市場ニーズに敏感な民間企業のアイデアを具体化できるような伴走型の支援事業等を推し進めるなどで、変容するニーズへの対応を図る必要がある

### ③持続的な発展を具現化するための推進体制

- 企業の要望に合ったスポーツ・ヘルスケアプログラムを提案するスキルを持った人材育成、企業からの相談を一元的に担う窓口の整備が必要
- 県内ホテルにおいて、企業向けの販売チャネルが確立できていないことや企業の要望に応じてプランニングする人的リソースを確保できていないことを不安視
- 利用可能なスポーツ・ヘルスケアプログラムをインターネット上で一覧できるよう、アクティビティの「見える化」が求められる

- 各種事業者の「見える化」やスポーツプログラムの内容を提案するコーディネーター、地域と企業をつなぐコミュニティーマネジャーの育成、企業に対する一元化した窓口の整備などの検討が必要
- 沖縄観光コンベンションビューロー、琉球大学、沖縄県銀行協会が共同代表の「沖縄リゾートワーケーション推進協議会」が発足。ワーケーションを通じた長期滞在、観光消費額向上や知的・ビジネスの交流促進に向け、パッケージ・アズ・ワークを担う沖縄イノベーション戦略センター等も連携している。同協議会の今後の活動も重要となってくる



令和3年度沖縄における新たなスポーツ・ヘルスケアツーリズム拠点形成に向けた調査

報告書

---

発行：内閣府沖縄総合事務局経済産業部

制作協力：株式会社海邦総研

令和4（2022）年 3月

---