

「With/Postコロナの観光について」



第一生命経済研究所 代表取締役副社長 今泉 典彦

新型コロナウイルス感染症はその発生から1年がたっても世界中で猛威を振るっている。

振り返ってみれば、わずか1年前まで国策としての観光立国実現に向けて、訪日外国人旅行者数2020年4,000万人、2030年6,000万人という目標を掲げるなかで、2019年には3,188万人と2020年のオリンピック・パラリンピックイヤーの目標達成が視野に入っていた。それが今回の新型コロナのパンデミックにより、訪日外国人旅行者数は3月から前年比▲9割以上の水準で推移し、国内の日帰りを含む旅行消費額も4～6月をボトムとして以降も大幅な落ち込みが続いている。

ワクチンの開発・普及と特効薬の開発が実現し訪日外国人旅行者数がコロナ以前の水準に戻るまでには相当の時間がかかると見込まれるなか、当面の課題は国内観光需要の創造に尽きる。そこでは、国内の潜在需要の掘り起こし、Go Toトラベルキャンペーンの円滑な実施に加えて、ワーケーション等による観光の新たな価値の創造、休暇の分散化・平準化が柱となる。とりわけ、ワーケーションの推進は、滞在期間の長期化による地域経済への貢献やテレワークを通じた働き方改革の推進等が期待されている。

そもそもワーケーションは、WorkとVacationを合わせた造語であり、どちらの要素が強いかにより大きく2類型に分かれる。観光地などでの長期休暇や帰省中に業務を行う休暇型と、日常のオフィスから離れ、地方などで勤務を行い、余暇時間や休暇をより有効に活用するリモートワーク型の2つである。一般にブレジャーと呼ばれる、出張の前後で滞在期間を延ばすことで観光することも広義のワーケーションといえる。コロナ禍で需要が大きく落ち込んだ観光業界にとって、回復の一助となる「新しい旅のかたち」として注目されている。

ワーケーションの導入により期待できる効果は、導入する企業、地方自治体、観光業界の3者のうち、まず企業側にとっては、有給休暇の取得促進など休み方(働き方)改革になり、従業員のエンゲージメントの向上・企業自体の

魅力度アップにつながる。従業員側のメリットとしても、新たな視点・発想の獲得や環境変化による心身のリフレッシュにつながり、共同生活による職場の一体感の醸成、地域課題の発見・解決への貢献が期待できる。観光業界にとっては、観光需要の分散化・平準化による業況の改善となろう。受け入れ側の地方自治体にとっては、関係人口の増大による地域経済の活性化、リピーターの増加、将来の移住可能性の増大等も見込めるかもしれない。

一方で、ワーケーションのクリアすべき課題もある。企業にとっては、ウイルス感染や不正アクセスなどネットワーク関係のセキュリティ対策が重要となる。また、就業時間の把握が難しく、従業員にとって休暇と仕事の線引きがあいまいになりがちになるため、業務管理の在り方の検討、労災等の適用の整理も課題となる。

また、ワーケーション導入推進のためには、導入による生産性向上等のエビデンスや他社・業界の先進的な導入・成功事例の横展開等の支援が必要となろう。受け入れ側の自治体に対しては、アクセス・利便性の確保はもちろんのこと、セキュリティ面が担保された設備、家族も帯同可能な保育施設等の整備が求められよう。

日本経団連では日本観光振興協会と120の地方自治体が加盟するワーケーション自治体協議会とともに、ワーケーション推進に向けたモデル事業「ワーケーション推進プロジェクト」を実施中で、筆者は昨年12月にワーケーションの聖地とも言われる和歌山県白浜町を視察した。現状では、受け入れ側の地方と送り出し側の企業間の意識のギャップを指摘する声が多くで、メンバーシップ型中心のわが国では、純粋に日常業務を地方に持ち込むテレワーク的なワーケーションは企業・働き手双方にとって経済合理性が高くなく、普及には限界があることが想像される。ご当地でしか体験できないような研修的な要素を盛り込んだり、ブレジャーのように明確な業務目的があるなど、ワーケーションの中核に独自のテーマや付加価値を持たせる形を普及・定着の主軸に据えるなどの工夫の必要があろう。