

リニア中間駅周辺の豊かな地域環境と融合した新たなワークスタイルの創出検討会（第4回）

議事要旨

日時：令和4年2月18日（金）10:00-12:00

形式：WEB 開催

1. 議事

開会后、以下の議事に関する審議・報告を行う。

SMRの形成及び効果の広域的拡大の促進に関する取組について

- 1) 実証実験の実施結果について
- 2) 実証実験アンケート等結果について
- 3) 中間駅周辺（相模原市緑区藤野・相模湖・津久井地区）における新たなビジネススタイル・ライフスタイルの具体化に関する検証
- 4) 令和4年度取組内容について
 - ・ロードマップの策定等

2. 意見交換における主な内容

【実証実験の実施結果等について、実証実験アンケート等結果について】

- 限定された期間ではあったが、アンケート結果等からも肯定的に評価されたことはよかった。
- プログラム構築の過程において、企業の要望把握を丁寧に行うことの重要性を改めて認識した。
- ワーク拠点の環境について、電源タップに対する意見が散見されたが、参加者が多い場合への対応という点では学びがあった。
- 女性が参加する場合、水回り環境が分かる視覚情報の提供が重要であると認識した。地域の宿泊事業者等にもフィードバックできるとよいのではないかと感じている。
- コーディネート業務全体を通して、一連の手続きや対応は旅行業事業者と親和性が高いと感じた。
- ワーク+バケーションの概念がまだまだ定着していないと感じた。むしろ「ワーク+ロケーション」、働く場所を変えるという概念も「ワーケーション」に含まれると、特に企業からの理解は得やすいのではないかと感じた。
- コーディネーターが森ラボの運営にも参画いただいていたことで、スムーズに連携出来たのではないかと感じた。
- コーディネート機能を発揮する場合、旅行業を有する事業者等が担うことも有効ではないかと感じた。
- 参加企業を見ると、中小規模の事業者のニーズと実証実験エリアの環境があっていたのではないかと受け止めている。
- アンケート結果で「不安に感じていたこと/実際どうであったか」という点、ワーカーの回答

のうち「業務効率が低下するのではないか」の差をどのように読み取るべきか。

- ⇒ 地域内交通の不便さに起因した移動時間、通信環境といった点が影響していると推察される
- 参加者のうち、タクシーで移動した方はいたが、地域内でタクシー事業者数が限定されるため、迎車までの時間を要したということは感想として把握している。
- どの程度の価格帯であればワーケーションを実施したいか、といった意見は把握しているか。
- ⇒ 価格帯については特に把握していないが、今回の実証実験において交通費に対するインセンティブを設定したところ、実際の利用は少なく、ほとんどの参加者が自費で参加していた。
- ワーケーションによるメリットとして何が挙げられていたか。地域への関心の深まりについてはどうだったか。
- ⇒ 企業ヒアリング結果のポイントにも記載したが、創造的業務の生産性向上等に資する環境、都心との近接性、地域の歴史や環境を感じられる宿泊施設への宿泊体験、自身のライフスタイルやワークスタイルを考える契機や「地域側」の立場・視点を理解する機会等が挙げられている。
- 最初は地域に対して「教えてあげよう」というような視点で参加した方もいたが、地域で時間を過ごした後は地域から「教えてもらった」という感想を述べるようになっていた。
- 参加者は、実証実験エリアを訪れた経験があったのか。実験参加前の地域に対する理解はどうであったか。
- ⇒ 2組は地域を事前に訪れたことがある、2組は実証実験で初めて地域を訪れたと把握している。

【中間駅周辺（相模原市緑区藤野・相模湖・津久井地区）における新たなビジネススタイル・ライフスタイルの具体化に関する検証について】

- 地元のことに精通していても、外部の目線も持ち合わせていないと的確なマッチングが難しいのではないか。資料、ウェブサイト等で代替できるかといえば、上記のポイントを反映できるかが重要ではないか。
- 学術機関でもこういった事例を検討するケースはあり、研究の上で一般化をしようとするが、実態としては個人の技術・知識・人柄によるところが大きい。
- 関係人口の講座を運営している。地域を訪れる人を育てることも大事であるが、地域を面白がれる人を育てることも大事であると感じている。例えば、「こおりやま街の学校」では、自分の街を面白がれる人を育てる事業を展開している。そのような人が現れると、地域を訪れる人がその人と出会うことで、街の喫茶店やお風呂屋といった面白いところを見つけるため、街にでることが面白くなる。そういった双方向で人を育てることが重要ではないか。
- まちの魅力を伝えられるだけでなく、まんべんなく地域の面白い方を紹介できる方をコーディネーターとして起用するとよいのではないか。田辺市の関係人口の講座では、コーディネーターを地元の工務店の社長にお願いした。山形県小国町の関係人口の講座は、町の眼鏡店の方をお願いした。そういった方を起用すると、現地の観光案内だけでなく、等身大の街の情報も教えてくれる。
- 思い切るなら地域おこし協力隊1年目、といった地域と地域外の目線を持っている方を育て

ながらコーディネート機能を発揮してもらおうという手もあるのではないか。

- 企業研修や合宿のように、ある程度目的が明確なであればプログラムの作成はしやすいのではないか。一方でワーケーションというポイントを踏まえると、地域側との交流を含めた方法も混ぜ込めると面白い。企業のニーズに合ったプログラムが決まっていれば、コーディネーターが特別な人でなくても対応できるのでないか。そのプログラムを地域内で学び合い、地域の人ができるような形にすることが重要であると思う。
- 上記のようなプログラムで展開するのなら、ターゲットは特定の業種にこだわる必要はないのではないか。
- まちのテーマを決めるのはいいかもしれない。山形県小国町は「サステナビリティ」、高知県高知市は「水循環」をテーマに講座を行っている。
- 地域にずっと住んでいると、それが当たり前であるため、改めて自分の地域の魅力は何かと問われるとぱっとは出てこなかったが、様々な組織で活動をしているうちに、考え方が変わってきた。
- 藤野の場合、色々な活動が展開されているので、特にコミュニティを総括する機能が重要ではないか。
- 参加企業側から、人物、組織を指名されるような体制にするとうまくマッチングできる。公募してもよいのではないか。年配の方が持っている歴史が地域や企業の発展の一助にもなるのではないか。
- 地域おこし協力隊の活用は相模原市でも検討できるのではないか。
- 超小型モビリティは実証実験の結果、運営企業であるタクシー会社の資金的な裏付けという点において、持続的な運営体制の構築に苦労している。コーディネーターについても資金的な裏付けは重要ではないか。
- 仕事としての持続性が保証されるかが重要である。
- 他地域との差別化としてもテーマ設定は必要である。
- コロナ禍で企業ニーズが変化していることは感じる。IT系、特に大手は本社機能廃止・縮小、働き方の変化が進行している。一方で、オンラインコミュニケーションの限界も見えてきており、部署ミーティングや企業合宿等、オフラインコミュニケーションのニーズも見えてきている。このあたりの生の声を拾い上げることが重要である。
- 宿泊施設のオンライン決済は、最終的に事業者単位の取組となるため、事業者への働きかけを強めることが重要ではないか。
- 教育現場でも同様の傾向がある。オフラインでコミュニケーションをとる際には学校外の場所でじっくりコミュニケーションをとる、というニーズはあるのではないか。
- 地域側のアンケート結果を見ると、地元側の感度が上がっていない現実を認識した。参考までに、例えば藤野里山体験ツアーでは、企業とタイアップし、モデルカーを提供してもらい、運転して地域を訪れてもらうといった取組を行っている。

以上