

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

国土交通省 関東地方整備局

2022(令和4)年2月18日

①これまでの振り返り

- ・過年度よりスーパー・メガリージョンの形成及び効果の広域的拡大の促進に向け、「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」において確認・検討された事項、今回の検討会での検討事項（R3検討）等は以下の通りである。

令和元年5月公表「人口減少にうちかつスーパー・メガリージョンの形成に向けて 最終とりまとめ」（SMR構想検討会）



【将来シナリオ（抜粋）】

◆目指すべき方向性

それぞれの分野の優れた海外企業や人材に選ばれる魅力ある都市圏を形成し、三大都市圏間の対流を活発化させることで、スーパー・メガリージョンの核となる「個性ある三大都市圏の一体化による巨大経済圏の創造」

◆展開されるべき地域戦略

●強力な国際競争力を有する首都圏の新しいモデル構築、●東京圏のオフィス機能の分散化や効率化による多様ワーク拠点の創出、●「コワーキング型」「地域資源発掘型」知的対流拠点の形成、●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、●都心と中間駅周辺等の地域の対流促進による独自のライフスタイルの形成



将来シナリオで定めた戦略の具体化に向けた検討としてF Sを実施

【実証実験計画（案）】

◆検証事項

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（成果・課題及び改善方策の把握）

→●首都圏との対流を促すための新たな仕組み、場づくりに関する検証、●地域主体の持続的な取組に向けた成果・課題、方向性の把握、●他の中間駅周辺地域への展開を見据えた成果・課題の抽出



【実証実験の実施・検証】 ※第3回検討会「実証実験計画（案）」に基づいて記載

- 実験内容（実証実験計画案10頁）⇒テレワーク・ワーケーション・マッチングイベント
- 効果検証⇒企業・ワーカー及び受入れ地域を対象にアンケート及びヒアリングを実施し、検証

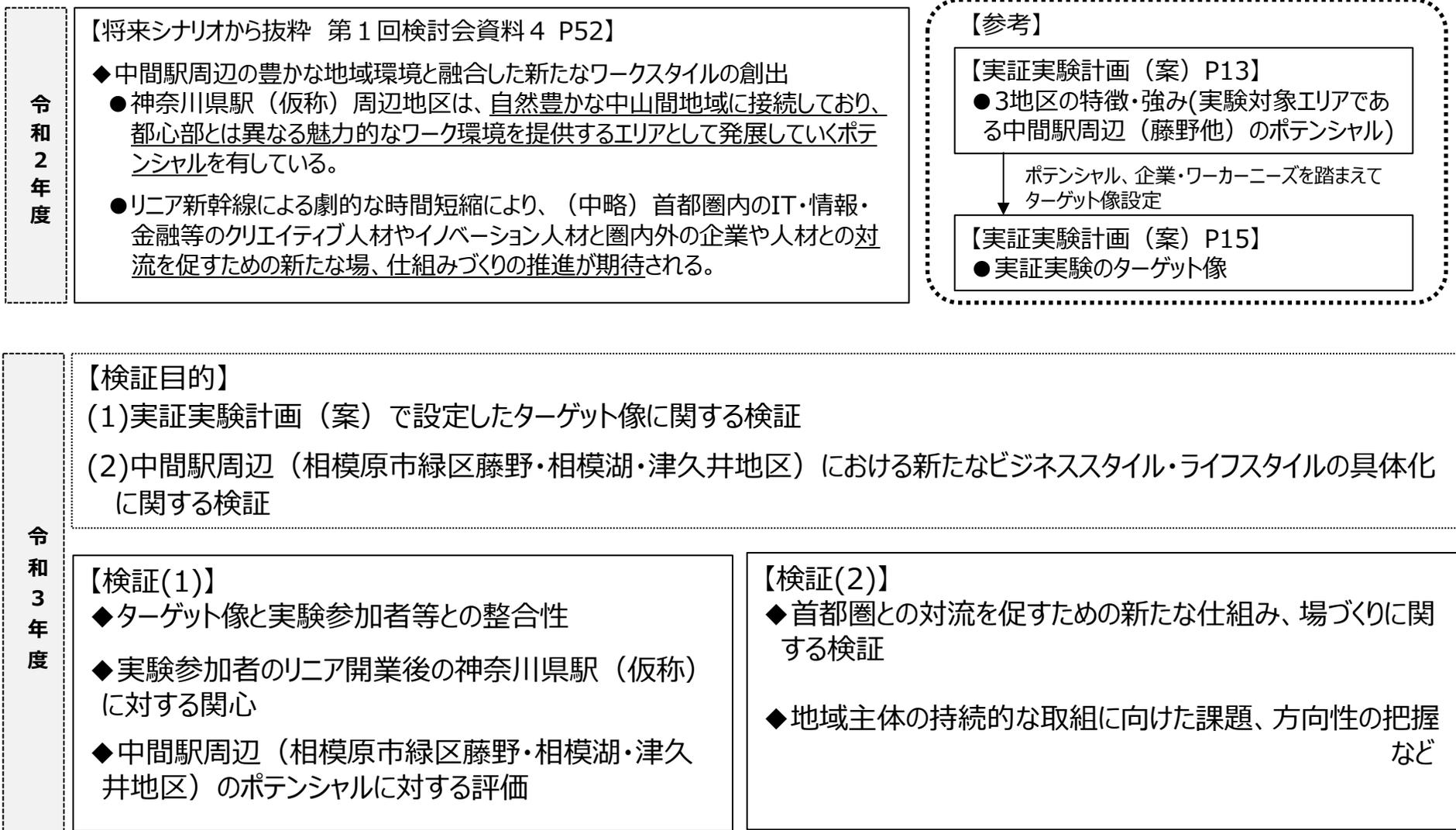


ロードマップ策定

令和2年度

本年度
次年度

② 検証の考え方



1. 前提条件の整理

参考資料：「実証実験計画（案）」から抜粋（第3回検討会資料2 P13）

2) 3地区の特徴、強み

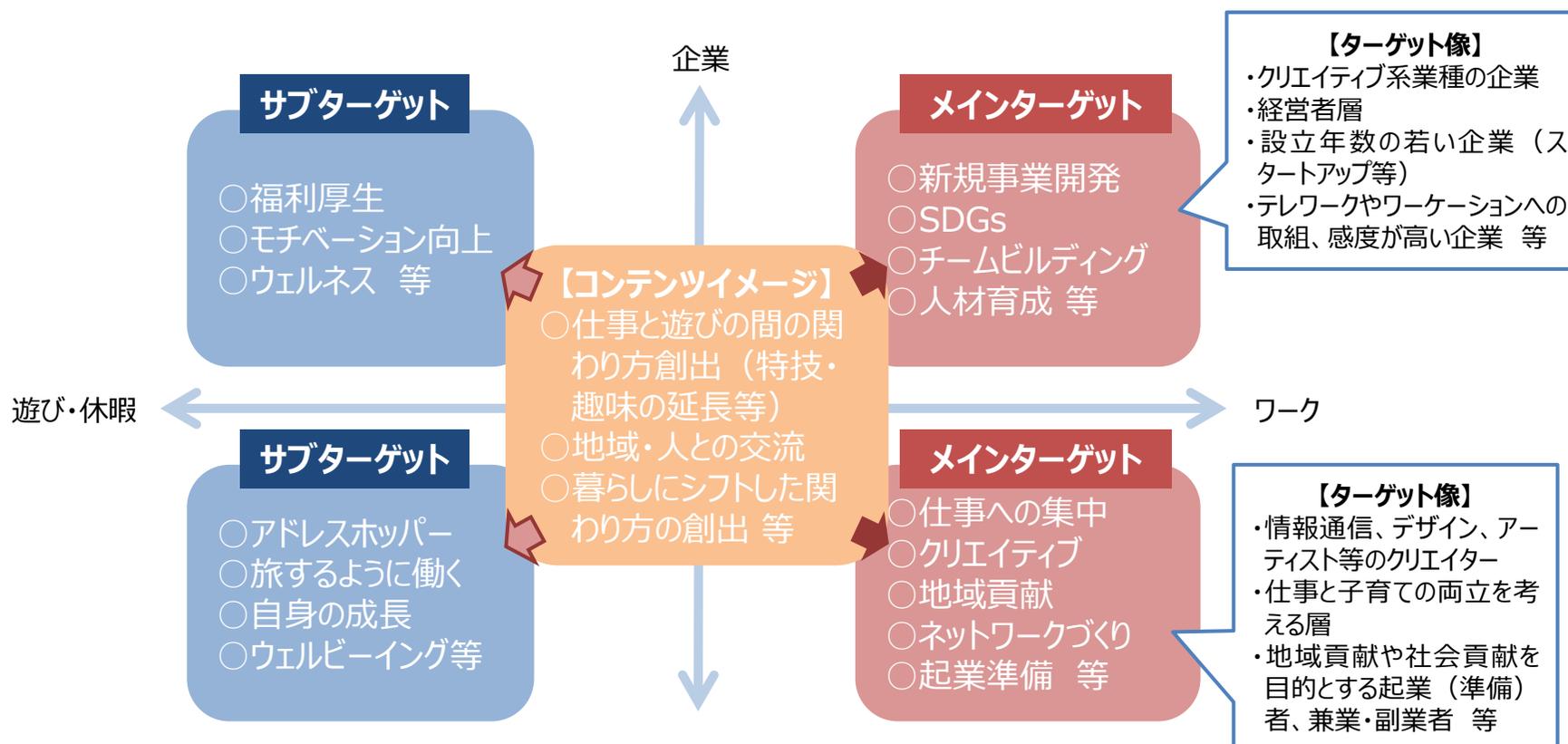
- ・特徴、強みについて、下表の通り整理した。
- ・立地や自然環境に加えて、独自の先進的な活動が展開されている点や豊かな地域コミュニティの存在が大きな強みとして考えられる。

区分	強み・特徴
移動距離・時間	・都心から比較的近い（リニア中央新幹線の開通で約60分のアクセス）。
自然環境	・都心から比較的近い立地でありながら、森林、河川、湖など、多様で豊かな自然環境を有している。
体験コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ・自然体験や里山体験（森林保全、森林散策、たき火、川遊び、釣り等）、農業体験（野菜の種まき、収穫、果物狩り等）等を提供する体験コンテンツが多数存在し、子どもの遊びや育成の環境としてもポテンシャルが高い。 ・廃材活用や地域の太陽光発電の取組等、中山間地域における持続可能な地域のあり方（SDGs）につながる取組が多い。 ・相模湖地区の「さがみ湖リゾート プレジャーフォレスト」等、一般的なファミリー層のキラーコンテンツの存在（藤野利用者のすそ野の拡大）。
アート活動	<ul style="list-style-type: none"> ・藤野を中心に、350名を超えるアーティストやクリエイターが居住し、様々なアート活動が展開されている。 ・藤野芸術の家、ふじのアートヴィレッジ等、アートに関連する施設が複数立地。アートに関わる体験プログラムも多い。
地域コミュニティ	<ul style="list-style-type: none"> ・藤野で生まれ育った方や元藤野町職員の方が取り組まれている活動（里山体験ツアー、森の保全、ほたるの再生、醤油・味噌づくり、地産地消型のレストラン、炭焼き等）も多く、古くから対象地域で暮らす住民による取組が新たな移住者を刺激し、地域全体を盛り上げる雰囲気醸成されている。 ・移住者の中には、アーティストやIT関連事業者等も多く、地域住民同士の関係性が構築されている。 ・藤野地域通貨「よろづ屋」など、地域住民同士の支え合いの機運、仕組みがある。 ・移住してきた住民の割合も高く、他地域からの受入に対して寛容な風土がある。 ・SDGsに通じるような先進的な地域主体の活動が多数展開されており、今後の企業活動等との親和性も高い。
地域の中間支援的な役割を担う組織の存在	<ul style="list-style-type: none"> ・「藤野地域通貨よろづ屋」、「農業法人 藤野倶楽部」、「藤野電力」等、様々な地域の取組に関わり、藤野地域の活性化に向けた事業を展開している藤野エリアマネジメント。 ・3地区の観光振興に取り組む藤野観光協会・津久井観光協会・相模湖観光協会の存在。

参考資料：「実証実験計画（案）」から抜粋（第3回検討会資料2 P15）

（2）提供するコンテンツとターゲット像のイメージ

- ・ターゲットとして、対象地域の特徴・魅力に価値を感じ、地域との関りを重視する企業、ワーカーを想定する。
- ・仕事と遊びの間のような機会、場（地域との交流や参加者同士の交流、その地域の暮らしの体験、地域課題解決をビジネスにつなげる活動等）を提供することで、企業・ワーカーの「関わりしろ（※p18「参考4」参照）」を広げる。
- ・企業（新規ビジネス構築、人材育成等）、ワーカー（生産性向上、スキル向上、起業、子育てとの両立、ライフの充実等）、地域（魅力創出、ブランド力向上等）それぞれにメリットが生まれることを重視する。
- ・コンテンツ提供のプロセスを通じて、藤野地域独自のブランド構築（差別化）にもつなげていくことが重要となる。



2. 検証(1)

①ターゲット像と実験参加者等との整合性

・実証実験計画(案)で設定したターゲット像について、実験参加者等(実験参加者だけではなく、ポータルサイト等を通じて問い合わせを行った企業・ワーカーを含む。)の傾向(アンケート回答等から分析)をもとに評価を行った結果、下記の通り概ね、設定したターゲット像と合致していたと思われる。

ターゲット像	実験参加者等の傾向	評価
(1)クリエイティブ系業種の企業	・ワーケーションプログラムを作成、提案した7組のうち、「その他サービス業」4組、「情報通信業」2組、「建設業(建築設計)」1組 で、事業の内容としては、デザイン、Web制作、動画制作、コンサルティング等	いずれも非定型的、クリエイティブな成果が求められる事業を展開する事業者が多く、ターゲット像に合致していると考えられる。
(2)経営者層	・問い合わせのあった12組のうち、経営者層からの問合せは5組、また参加企業4組中、2組が該当	参加企業の半数において、経営者層も参加しており、概ねターゲット像に合致していると考えられる。
(3)設立年数の若い企業(スタートアップ等)	・参加企業4組すべてが設立から30年未満の企業、うち10年未満は1組	参加企業のすべてが30年未満の企業であり、ターゲット像に合致していると考えられる。
(4)テレワークやワーケーションへの取組、感度が高い企業	・回答者の半数はプレジャー経験あり(企業問23-1) ・勤務時間制度について、回答者の約7割が「裁量労働制・みなし労働(法律上の適用を受ける専門職、営業職、企画職等)」、2割が「フレックスタイム」(ワーカー問28) ・テレワークの実施状況について、全ての回答者が週1日以上テレワークを実施(ワーカー問29)	参加企業のテレワークへの取組状況等や、さらに参加された所属ワーカーにおいては、一定数であるがワーケーションを実践しており、ターゲット像に合致していると考えられる。
(5)情報通信、デザイン、アーティスト等のクリエイター	・回答者の職種約7割は「その他」(コンサルティング等の企画)、約2割は「専門・技術(美術家、デザイナー、音楽家等)」(ワーカー問27)。	ターゲット像(1)・(4)の傾向も合わせると、非定型的、クリエイティブな成果が求められる業務に従事していると想定されるため、ターゲット像に合致していると考えられる。
(6)仕事と子育ての両立を考える層	・ワーケーションプログラムを作成、提案した7組のうち、プログラムテーマ「子供や家族と共に過ごす」を希望したのは4組。	ワーケーションを通じた、仕事と子育ての両立を希望する層が半数を超えており、概ねターゲット像に合致していると考えられる。
(7)地域貢献や社会貢献を目的とする起業(準備)者、兼業・副業者	—	—

【補足】

◆ターゲット像に合致した企業等による新たなビジネススタイル・ライフスタイルの実践へのプロセス

- ・関係人口において整理されている移住の段階性（階段をのぼるように地域への関わりを深めるプロセス）を参考に、ターゲット像に合致した企業等による新たなビジネススタイル・ライフスタイルの実践へのプロセスを整理した（以下のA~D社は資料1の参加企業名と連動）。

●関心先行型

- ・立地や自然環境に加えて、持続可能な地域のあり方（SDGs）につながる取組が多数展開されている点や豊かな地域コミュニティの存在等（ポテンシャル）を「魅力」として捉え、ワーケーション等を実施。
- ・仕事と遊びの間のような機会、場（地域との交流や参加者同士の交流、その地域の暮らしの体験、地域課題解決をビジネスにつなげる活動等）を提供することで、ターゲット像である企業・ワーカーの「関わりしろ」の拡大が期待できる。例：A社、C社

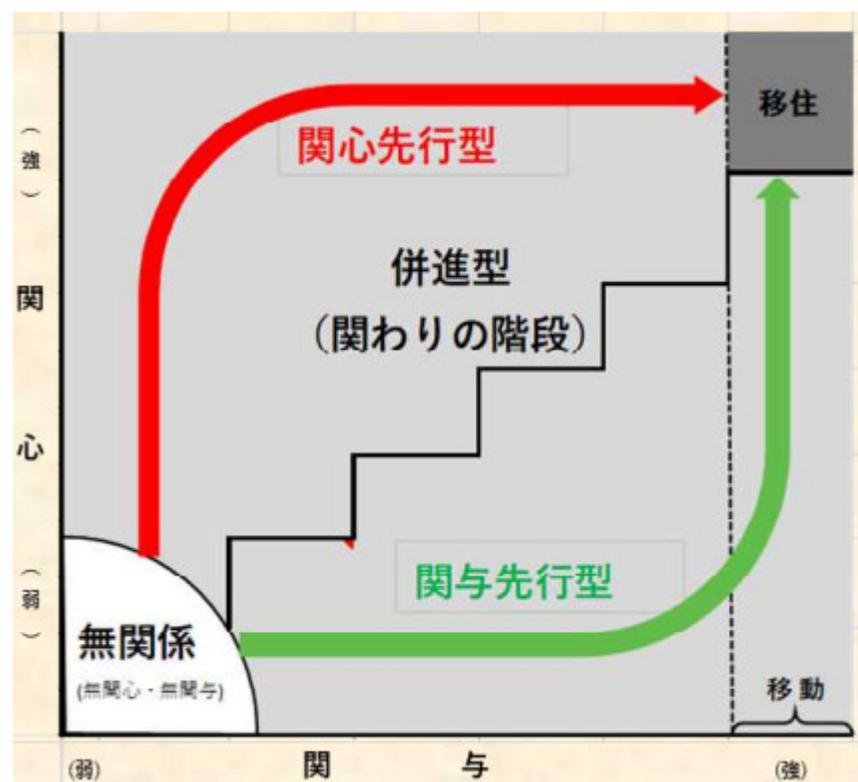
●関与先行型

- ・生産性の向上、創造的な成果の創出等を目的に、通常のオフィス環境とは異なる空間での執務、オフサイトミーティング等を含む、ワーケーション等を実施（関与）するフィールドとして、実験対象エリアに着目。関心先行型と比較して、従来の仕事や暮らしの領域を広げて地域に関わることで、新しい仕事や暮らしが生まれることに対する関心（関わりしろの創出・拡大）を最初から目的とはしない場合もある。例：D社

●併進型

- ・関心と関与が平行に増大し、実験対象エリアに対する再訪等、多様な関わりが期待できる。

例：B社



※小田切徳美（明治大学）『「関係人口論」とその展開-「住み続ける国土」』

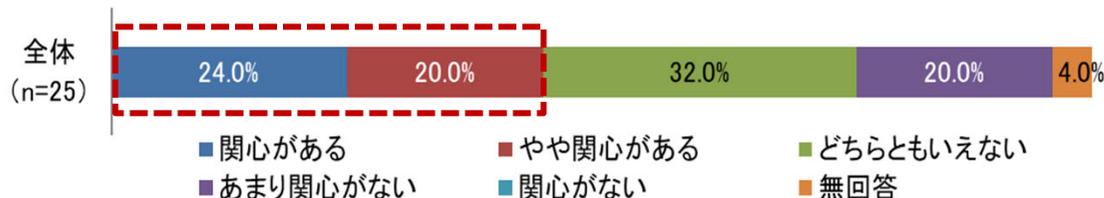
②実験参加者のリニア開業後の神奈川県駅（仮称）に対する関心

- ・実証実験に参加した企業について、アンケート回答者の約8割は、リニア開業後の神奈川県駅（仮称）に関心がある。
- ・実証実験に参加したワーカーについて、アンケート回答者の約4割は、リニア開業後の神奈川県駅（仮称）に関心があり、3割強（※）は、リニアに関する周知等を行うことで、関心を持つことが期待できる。
- ※「どちらともいえない」が3割強であるが、回答理由を分析すると「リニア中央新幹線の駅がどこに設置されるかを理解していないため」といった周知不足による要因も考えられることから、リニアの時間短縮効果や概要（料金設定等）を周知することで、開業後の神奈川県駅（仮称）に対する関心を持つことが期待できると考えられる。
- ・このことから神奈川県駅（仮称）への関心が高まり、その結果として、実験対象エリアにおける本格的なワーケーションの可能性があると考えられる。

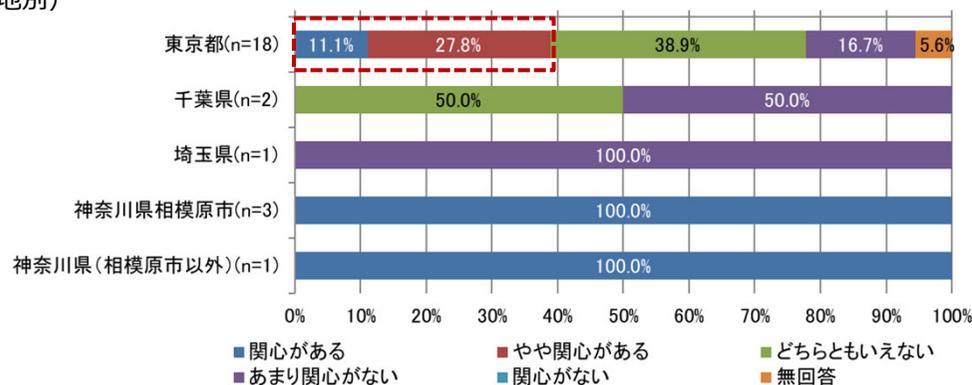
【企業】



【ワーカー】



(参考：ワーカー、居住地別)



③中間駅周辺（相模原市緑区藤野・相模湖・津久井地区）のポテンシャルに対する評価

- ・実験参加者のアンケート回答等をもとに評価した結果、以下のとおり中間駅周辺（相模原市緑区藤野・相模湖・津久井地区）のポテンシャルが確認できた。
- ・ターゲット像による新たなビジネススタイル・ライフスタイルの実践には、これらの企業、ワーカーに対する当該エリアのポテンシャルを活かした訴求が必要と考えられる。本エリアのポテンシャルについては、既にP3に示すとおり整理されているところであるが、実際に実証実験に参加された企業、ワーカーから評価されたポテンシャルを情報発信し、訴求することは重要と考えられる。

ポテンシャル	アンケート・ヒアリング等の結果（ポイント整理）	評価
移動時間・距離	<ul style="list-style-type: none"> ・都心から1時間半で訪れることができるという立地上の魅力【企業ヒアリングA社】 ・都心からも近く、1ヶ月に1～2回の頻度で通うことも可能な立地【企業ヒアリングB社】 	<ul style="list-style-type: none"> ・都心からの近接性については、都心の企業やワーカーにとって魅力（訴求ポイント）として捉えることが可能と考えられる。
自然環境	<ul style="list-style-type: none"> ・満足度が高い要因として、自然豊かな環境でワーケーションが実施出来たことが一因として挙げられる。【企業問13、ワーカー問15】 ・ワーケーション等を他者に推奨する理由として、都心と異なる自然に囲まれた環境でワーケーションを行うことによるリフレッシュ効果等が挙げられる。【企業14、ワーカー問16】 ・山々や相模湖等、普段見ない景色を眺めることができ、その中で製品のキャッチコピーやデザインの着想をえることができた。【企業ヒアリングA社】 ・（テレワークする環境として）施設内から見える景色、地域の木材等を活用した家具（中略）、多角的に魅力を感じた。【企業ヒアリングC社】 	<ul style="list-style-type: none"> ・都心から比較的近い立地でありながら、豊かな自然環境を有する当該地域において、ワーケーションを行うことで都心等では得難い効果（リフレッシュ等）が期待できることから、自然環境は魅力（訴求ポイント）として捉えることが可能と考えられる。

2. 検証(1)

ポテンシャル	アンケート・ヒアリング等の結果（ポイント整理）	評価
体験コンテンツ・アート活動等	<ul style="list-style-type: none"> ・体験コンテンツとして、中山間地域における持続可能な地域のあり方（SDGs）につながる取組である太陽光発電システムDIYは、満足度は高める要因として挙げられる。【ワーカー問12-1】 ・古民家に宿泊できるという体験価値時代が満足度を高める要因となった。【企業ヒアリングB社】 ・滞在中の食事について、地産地消、無農薬野菜の使用、キャンプ料理等の食事提供が、満足度を高める要因として挙げられる。【ワーカー問11-1】 ・アーティストとの交流を通じて、生活と芸術活動を両立させている姿そのものに感銘を受けた。今回宿泊した施設は、アート体験等のコンテンツが整備されていることから、例えば親子連れであっても子どもがアート体験をしている間に、親が仕事をするといった形でワーケーションをおこなってもらうことも可能ではないか。【企業ヒアリングC社】 	<ul style="list-style-type: none"> ・当該地域の持続可能な地域のあり方につながるような体験コンテンツや地域の資源と考えられるアート活動等は、評価が高い。 ・都心企業等が地域の事業者との交流により、地域の背景や愛着に触れることで、地域に対する関心が伺え、また中間支援的役割を担う組織の活動自体も魅力と考えられる。
地域コミュニティ・地域の中間支援的な役割を担う組織の存在	<ul style="list-style-type: none"> ・（ワーケーションを通じた地域内の事業者との交流を通じて）地域の背景（芸術のまちと言われるようになったのか）や地域に対する愛着を深く知ることができ、地域側の立場・視点に立てるようになったのではないか。【企業ヒアリングA社】 ・藤野地域に対して様々な側面から魅力を感じることができた。（中略）地域の様々な方々から地域の成り立ちや歴史等を聞くことができた点が大まい。【企業ヒアリングC社】 ・地域の中間支援的な役割を担う組織である藤野電力の活動として、中山間地域における持続可能な地域のあり方（SDGs）につながる取組である太陽光発電システムDIYは、満足度は高める要因として挙げられる。【ワーカー問12-1】 	

④ 整理

【検証目的(1)】

実証実験計画（案）で設定したターゲット像に関する検証】

- ◆ターゲット像と実験参加者等との整合性
⇒実証実験に参加した企業、ワーカー等は、実証実験計画案で設定したターゲット像の属性（クリエイティブ系業種の企業等）に概ね合致
- ◆実験参加者のリニア開業後の神奈川県駅（仮称）に対する関心
⇒神奈川県駅（仮称）に対する関心の高まりも期待でき、藤野・相模湖・津久井地区における本格的なワーケーションの可能性が考えられる。
- ◆中間駅周辺（相模原市緑区藤野・相模湖・津久井地区）のポテンシャルに対する評価
⇒実証実験計画案に示した藤野・相模湖・津久井地区におけるポテンシャルについて、実際に実証実験に参加した企業、ワーカーにより評価された。



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の実現に向けた本格的なワーケーション等の取組においては、このようなターゲット像の属性を有した企業、ワーカーに対し、3地区のポテンシャルを訴求することが有効であることが確認できたと考えられる。

なお、3地区のポテンシャルに関する参加企業の意見として、「都心から1時間半で訪れることができるという立地上の魅力」を紹介させていただいたが、リニア中央新幹線開業後には、同意見を踏まえると、他の中間駅周辺においても時間が重要なポイントとして考えられる。

3. 検証(2)

①検証(2)の全体像

【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事項】

- ◆ 首都圏との対流を促すための新たな仕組み、場づくりに関する検証（成果・課題及び改善方策の把握）
- ◆ 地域主体の持続的な取組に向けた成果・課題、方向性の把握
- ◆ 他の中間駅周辺地域への展開を見据えた成果・課題の抽出

【ワーケーション等取組の課題、対応案】

(1)地域主体の持続的な取組に向けた課題、方向性の把握

【必要項目】

【課題】

- | | |
|-------------------|--|
| 1)基礎となる推進体制の構築 | — i 受入地域内の連携・拡大を図り、取組推進の基礎となる体制の構築 |
| 2)受入地域内 主体間の連携・拡大 | { i 受入地域内の多様な主体における地域課題、危機感及び対流の必要性・可能性の認識・共有
ii コーディネーター、宿泊事業者、体験コンテンツ提供者等受入地域内主体間におけるワーケーション等取組の連携・拡大 |
| 3)コーディネーターの確保 | { i コーディネーターを担う人材や組織の発掘・育成
ii コーディネーター機能を発揮、その継続のための財源確保 |

(2)首都圏との対流を促すための新たな仕組み、場づくりに関する検証（課題及び改善方策の把握）

【必要項目】

【課題】

- | | |
|-----------------------|---|
| 1)都心企業・ワーカーの動向、ニーズの把握 | — i 都心企業、ワーカーの動向・ニーズの把握 |
| 2)地域内外への情報発信 | { i 都心企業、ワーカーを対象としたワーケーション等の情報アクセスのためのWebサイトの構築や宣伝広告の方法等
ii 都心企業、ワーカーへの地域資源※の情報発信等
※「関わりしろ」となりえるような地域資源（農産物等の素材、先進的な取組を行っている個人・団体等）
iii 地域資源※の発掘、磨き上げ
※同上
iv 宿泊施設等に関する施設情報（ワーク施設やその他宿泊施設の特徴等）提供
v 体験コンテンツ等に係る運営等の情報（プログラム内容、料金等）提供
vi 受入地域内へのワーケーション等に関する情報発信等 |
| 3)ワーケーションに係る受入手続き | — i スムーズな手続き対応（ワーケーションに関する問い合わせ対応、プログラムの検討、宿泊施設等の予約手配等） |
| 4)ワーケーションに係る受入施設の対応 | { i ワーク拠点において、通信環境・セキュリティの整備
ii ワーク拠点において、仕事上の支障がない環境として、ワークスペース及びパソコン等の電源確保
iii 宿泊施設における滞在環境として、通信環境・セキュリティの整備
iv 宿泊手続き（予約、支払）に係る利便性の向上（オンライン対応等） |

【参考】受入地域内 二次交通の利便性向上 — i 受入地域内に点在する施設間を結ぶ二次交通の利便性（種類、頻度等）の向上

…『課題を解決することにより』

【新たなビジネススタイル・ライフスタイルの具体化の実現可能性へ】

「首都圏内のクリエイティブ人材やイノベーション人材との対流を促すための新たな場・仕組みの形成」
「大都市の利便性を享受する豊かで潤いのある生活や多様な働き方の実現」
「多様な地域資源との交流による中間駅周辺地域への成長の機会創出」

3. 検証(2)

②検証結果・・・(1)地域主体の持続的な取組に向けた課題、方向性の把握

必要項目	課題	対応(案) 【】は想定される主な主体
1)基礎となる推進体制の構築	i 受入地域内の連携・拡大を図り、取組推進の基礎となる体制の構築	○取組推進の基礎として、地方公共団体、観光協会、商工会議所・商工会などの構成員による推進協議会の設立等【地方公共団体等】
2)受入地域内主体間の連携・拡大	i 受入地域内の多様な主体における地域課題、危機感及び対流の必要性・可能性の認識・共有	○地域課題、危機感及び対流の必要性・可能性の認識・共有を図るため、受入地域内において各種機会を設定【推進協議会等】 (例) 地域資源※の発掘、共有を図るため、受入地域内の多様な主体が参加した勉強会・講習会等に、都心の企業、ワーカーを招き、企業等の視点を学び、資源を客観的に再発見し、対流の可能性を認識させる。 ※「関わりしろ」となりえるような地域資源(農産物等の素材、先進的な取組を行っている個人・団体等)
	ii コーディネーター、宿泊事業者、体験コンテンツ提供者等受入地域内主体間における具体的なワーケーション等取組の連携・拡大	○ワーケーション等取組の連携・拡大を進めるため、受入地域内において宿泊事業者等各主体が参加した関係者会議等を設定【推進協議会等】 (例) 受入地域内の関係者会議において、各主体間で互いの魅力、課題について意見交換を行うことで、ワーケーションに対する主体的な関与を促すとともに、具体的な取組内容の調整を図る。 ○受入地域内における日常的なコミュニケーションの実施【コーディネーター、推進協議会等】 (例) コーディネーターなどが、まちあるきにより受入地域内各主体と交流し、地域の魅力、課題について意見交換を行うことで、ワーケーションに対する主体的な関与を促す。
3)コーディネーターの確保	i コーディネーターを担う人材や組織の発掘・育成	○コーディネーターに求める要件(企業勤務経験、起業経験及びファシリテーションスキル等)、役割(ワーケーションプログラムの提案、都心企業、ワーカーと受入地域との交流の企画運営サポート等)の明確化【推進協議会等】 ○コーディネーター候補の抽出、選定※【推進協議会等】 ※候補の抽出は、公募・推薦(自薦他薦問わず)等、選定は推進協議会等による検討・協議、候補者からの企画提案(プレゼンテーション)等が想定される。
	ii コーディネーター機能を発揮、その継続のための財源確保	○事業計画の策定、資金調達方法の検討【コーディネーター、推進協議会等】 ○資金調達の支援【地方公共団体等】

3. 検証(2)

②検証結果・・・(2)首都圏との対流を促すための新たな仕組み、場づくりに関する検証)

必要項目	課題	対応(案) 【】は想定される主な主体
1)都心企業、ワーカーの動向・ニーズの把握	i 都心企業、ワーカーの動向・ニーズの把握	<ul style="list-style-type: none"> ○都心企業やワーカーの動向・ニーズに関する情報を収集【コーディネーター、推進協議会等】 (例) 国(観光庁:「新たな旅のスタイル」ワーケーション&プレジャー 企業向けパンフ等)や民間などが提供する情報を収集する等。 ○都心企業やワーカーとの交流機会への参加【コーディネーター、推進協議会等】 (例) 地方創生に関する国(内閣府:「かかわりラボ」等)や民間(民間主催のビジネスマッチング・企業創業支援イベント等)などが手掛けるものに参加する等。 ○都心企業、ワーカーを対象としたニーズ調査の実施【コーディネーター、推進協議会等】 (例) Webアンケートの構築・集計、受入地域に既に来訪している企業、ワーカーに対するアンケート・ヒアリング、企業・ワーカーが多く訪れている地域内の施設運営者に対するヒアリング等 ○ワーケーション実施等の企業、ワーカーが受入地域とふれあえる仕掛けの検討、実施【コーディネーター、推進協議会等】 ○ワーケーション等の訪問後の企業、ワーカーと受入地域との交流の仕掛けの検討、実施【コーディネーター、体験コンテンツ等地域資源提供者、推進協議会等】 (例) 民間のビジネスチャットツールの活用など ○ビジネスマッチング※1の実施【コーディネーター、推進協議会等】 <ul style="list-style-type: none"> ・実施内容の作成(事前交流、必要に応じ機密性の確保、ファシリテーターの活用、実施後の継続的交流等) ・地域資源※2提供者の参加 ・交流機会の場の確保【地方公共団体等】 <p>※1 留意点として、ワーケーション等を通じて企業やワーカーが受入地域を訪れ、地域との関係性がある程度構築されていることが有益と考える。 ※2 「関わりしろ」となりえるような地域資源(農産物等の素材、先進的な取組を行っている個人・団体等)</p>
2)地域内外への情報発信	i 都心企業、ワーカーを対象としたワーケーション等の情報アクセスのためのWebサイトの構築や宣伝広告の方法等	<ul style="list-style-type: none"> ○新たにポータルサイト、SNS等のプラットフォームの立ち上げや観光協会HPなどの既存プラットフォームの活用【推進協議会等】 ○オンラインによる手法だけではなく、都心企業、ワーカーにとっての地域の玄関口(主要な鉄道駅など)において、ワーケーション等に関する情報を発信【推進協議会等】

3. 検証(2)

必要項目	課題	対応(案) 【】は想定される主な主体
2)地域内外への情報発信	ii 都心企業、ワーカーへの地域資源※の情報発信等 ※「関わりしろ」となりえるような地域資源(農産物等の素材、先進的な取組を行っている個人・団体等)	○受入地域内のあらゆる地域資源の発掘、磨き上げのため、勉強会等を設定し、その資源を情報発信※【コーディネーター、推進協議会等】 ※写真等を活用した、視覚的なわかりやすさを重視。 ○ワーケーション等を通じて訪れた企業、ワーカーの地域資源に関する「声」を、情報発信【コーディネーター、推進協議会等】 ○ワーケーション等を通じて訪れた企業、ワーカーと受入地域が関わりを深める過程において、新たに地域資源を認知し、その資源を情報発信【コーディネーター、推進協議会等】
	iii 地域資源※の発掘、磨き上げ ※「関わりしろ」となりえるような地域資源(農産物等の素材、先進的な取組を行っている個人・団体等)	<企業、ワーカーのニーズがわかってきたら、以下を実施することも重要> ○受入地域が積極的に迎え入れたいと考える、企業、ワーカーの「ターゲット像」を設定。 ○企業、ワーカー、受入地域双方の課題解決に貢献することを意識した地域資源の発掘、磨き上げ※及び情報発信 ※企業・ワーカーの技術・ネットワーク等を活用することより、双方の課題解決につながるような地域資源の発掘、磨き上げ
	iv 宿泊施設等に関する施設情報(ワーク施設やその他宿泊施設の特徴等)提供	○宿泊施設情報※ ¹ 、体験コンテンツに係る運営情報やその他商店等の営業情報※ ² の発信強化【宿泊施設事業者、体験コンテンツ提供者、コーディネーター、推進協議会等】 (例) 新規のポータルサイトや観光協会HPなどの既存プラットフォームの活用や事業者自ら媒体の開発等により発信強化 ※1 地域を訪れてもらうために発信が望ましいと考えられる宿泊施設情報(例)
	v 体験コンテンツ等に係る運営等の情報(プログラム内容、料金等)提供	・水回り設備(炊事場、洗面所、浴室等) ・個室の有無 ・チェックイン/アウト時間 ・通信環境(Wi-Fi)の有無やその他ワークをするための設備状況 等 ※2 長期滞在時に必要となる商品調達が可能な商店の営業情報 ○発信強化支援【推進協議会、地方公共団体等】 (例) 専門家派遣による助言指導、一部補助等による支援
	vi 受入地域内へのワーケーション等に関する情報発信等	○ワーケーション等に関して、定期的な情報発信及び共有【コーディネーター、地方公共団体等】 (例) 広報誌、ポータルサイトやSNS等の活用、宿泊施設や体験コンテンツ提供者等を交えた関係者会議※の開催等により情報発信、共有 ※情報の共有だけではなく、都心企業等との交流を通じて得た「気づき」などを受入地域の取組に反映させるなど協議を実施するとともに、地域内の協力者の新規発掘を積極的に行う場。

3. 検証(2)

必要項目	課題	対応(案) 【】は想定される主な主体
3)ワーケーションに係る受入手続き	i スムーズな手続き対応 (ワーケーションに関する問い合わせ対応、プログラムの検討、宿泊施設等の予約手配等)	<ul style="list-style-type: none"> ○新規のポータルサイト、SNS等の立ち上げや観光協会HPなどの既存プラットフォームの活用【コーディネーター、推進協議会等】 ○宿泊施設の予約等手続きに関しては、民間の既存プラットフォームの活用【宿泊施設事業者】 ○ワーケーションプログラムに関しては、コーディネーターが参加企業、ワーカーと協議しながら構築【コーディネーター】 ○コーディネーターが一元的な(ワンストップ)窓口を運営※【コーディネーター等】 ※地域限定旅行業を有する者等との連携又は、コーディネーターがその資格を取得する必要がある。
4)ワーケーションに係る受入施設の対応	i ワーク拠点において、通信環境・セキュリティの整備	<ul style="list-style-type: none"> ○Wi-Fi環境、セキュリティ整備【宿泊施設事業者等】 ○上記整備の支援(一部補助)【国等】 (例)観光庁:「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業費補助金」など
	ii ワーク拠点において、仕事上の支障がない環境として、ワークスペース及びパソコン等の電源確保	<ul style="list-style-type: none"> ○ワークスペース及びパソコン等の電源整備【宿泊施設事業者等】
	iii 宿泊施設における滞在環境として、通信環境・セキュリティの整備	<ul style="list-style-type: none"> ○必要に応じ通信環境・セキュリティの整備【宿泊施設事業者】
	iv 宿泊手続き(予約、支払)に係る利便性の向上(オンライン対応等)	<ul style="list-style-type: none"> ○企業、ワーカーのニーズ対応として、宿泊手続きのオンライン化、キャッシュレス決済の導入【宿泊施設事業者】 (例)宿泊施設検索・予約手続きに係る既存の民間のプラットフォームの導入やキャッシュレス決済(プリペイド式電子マネー、クレジットカード等)の導入。
【参考】受入地域内 二次交通の利便性の向上	i 受入地域内に点在する施設間を結ぶ二次交通の利便性(種類、頻度等)の向上	<p>(受入地域内における実験参加企業の移動手段として、ほとんどが車(レンタカー、貸切バス、社有車等)が活用される結果となった。このことから、今後、企業、ワーカーがワーケーションを実施する際には、実証実験同様、車(レンタカー等)の活用が考えられる。)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○二次交通(超小型モビリティ等)に係る周知【推進協議会等】