

ワーケーションとデジタルノマドに見るアフターコロナの社会



松下 慶太 関西大学社会学部教授

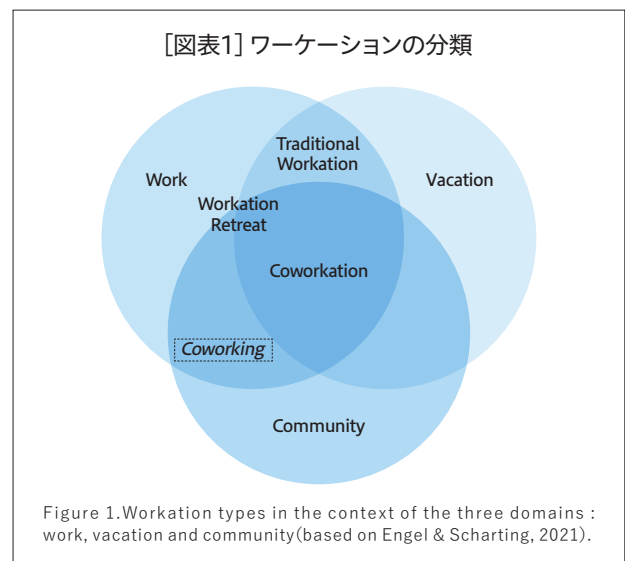
Keita Matsushita

京都大学にて博士(文学)。専門はメディア論、ソーシャルデザイン。近年はワーケーション、デジタルノマド、コワーキングスペースなどメディアテクノロジーによる新しい働き方・働く場所を研究。近著に『ワーケーション企画入門』(学芸出版社/2022年)、『ワークスタイル・アフターコロナ』(イースト・プレス/2021年)、『モバイルメディア時代の働き方』(勁草書房/2019年)など。

はじめに

ワーケーションは、「Work」と「Vacation」を組み合わせた造語で、「Workation」または「Workcation」と表記される。ワーケーションは2000年代半ばから広まり始め、モバイルメディアを手にリゾート地などさまざまな場所に滞在し仕事をを行う、デジタルノマドたちのワークスタイル、ライフスタイルを指す。また、仕事で忙しいビジネスパーソンたちが、リモートでも仕事をするを条件に休暇を取るというスタイルでもある。一般社団法人日本ワーケーション協会は、ワーケーションをよりシンプルに「場所を変えて豊かに暮らし働く手段」と定義している。

2020年からのコロナ禍をきっかけに、リモートワークが広く普及したことを踏まえ、ワーケーションやデジタルノマド研究が盛んになっている。例えば、Voll, Gauger & Pfnür (2022)は、これまでのワーケーションに関する研究論文を整理し、ワーケーションを「Traditional Workation(伝統的なワーケーション)」「Coworkation(コワーケーション)」「Workation Retreat(ワーケーション・リトリート)」の3つに分類した[図表1]。Traditional Workationは従来のバケーションと仕事との重なりにあるが、Coworkationはそれに加えて、チームやワーケーター、デジタルノマド同士のネットワーキングなどコミュニティの要素も入っており、期間を決めて



イベント的に行われる。Workation Retreatはより仕事の要素が強くなるが、バケーションとコミュニティが等しくリンクしているものである。

また、Bassyouny & Wilkesmann(2023)は、かつてUriely (2001)が「Working Tourists(仕事する旅行者)」と「Traveling Workers(旅するワーカー)」とに分類したことを踏まえ、「Going on Workation(ワーケーションに行く)」という概念を提示した。これは「Digital Nomads」と「Workationers」で構成される。Digital Nomadsは継続的な

旅・旅行をワークスタイル、ライフスタイルの軸にする人々であり、一方でWorkationersは、一定の時間の中で仕事とバケーションを組み合わせている人々である。Urielyはオフラインでの仕事を想定しているが、2020年代以降のGoing on Workationは、リモートでの仕事の基本にある。言い換えると、Going on Workationは、オンライン環境、モバイルメディアによって可能となったワークスタイル、ライフスタイルである。

これからの働き方を考える上で、DXや労務管理、人材マネジメントなどは重要であるが、少しレイヤーを上げて都市や地域社会のコミュニティとも関連させつつデザインしていくためには、それらと同様、あるいはそれ以上にメディア、とりわけモバイルメディアによる時空間の編成・編集という視点が重要になってくる。

ワーケーションの展開

日本におけるワーケーションは大きく3つの時期に分けることができる。

(1) コロナ禍以前(2010年代半ば～2020.3)

ワーケーションはコロナ禍で初めて出てきた概念ではない。前述したように、モバイルメディアを用いてリゾート地などで仕事をするデジタルノマドたちが、自分たちのワークスタイルやライフスタイルを指して使い始めたものである。日本でも、和歌山県がワーケーションという呼称を使い始めたのは2010年代頃で、企業誘致や地域情報政策の一環として展開された。長野県は「信州リゾートテレワーク」など別の呼称で展開していった。2019年には、長崎県五島市が「リモートワーク実証実験」と題して、ビジネスパーソンと地元の企業経営者や市民と連携し、地域課題解決へとつなげるためのワーケーション実証実験を開始するなど、2020年以前から各地域でワーケーションの推進事業や実証実験を実施。2019年には、和歌山県や長野県の呼びかけによって「ワーケーション自治体協議会(ワーケーション・アライアンス・ジャパン/WAJ)」が設立された。日本におけるワーケーションの特徴は、ワーカーの自発的な活動というよりも、地域の企業誘致や関係人口の創出という文脈から展開していった点である。

(2) コロナ禍中(2020.6～2023.5)

観光庁は積極的にワーケーションを推進しているが、それ以外にも2020年6月から環境省が国立・国定公園、温泉地でのワーケーション推進という文脈で、また農林水産省も2021年から農泊という文脈で、ワーケーションのための予算を計上するなど、他の省庁でも取り組みが広がっている。こうした補

助金などの支援もあり、ワーケーション事業に取り組む各自治体も増えていった。当初65だったWAJへの参加自治体数は、2021年10月の時点で200を超えるまでになった。2020年10月には和歌山県白浜でワーケーション・リーダーズ・サミットが、11月には信州でワーケーションEXPOが開催され、地域、企業、省庁を含めた関係者が集まり、さまざまな実践の紹介や議論が行われた。

(3) コロナ禍を超えて(2023.5～)

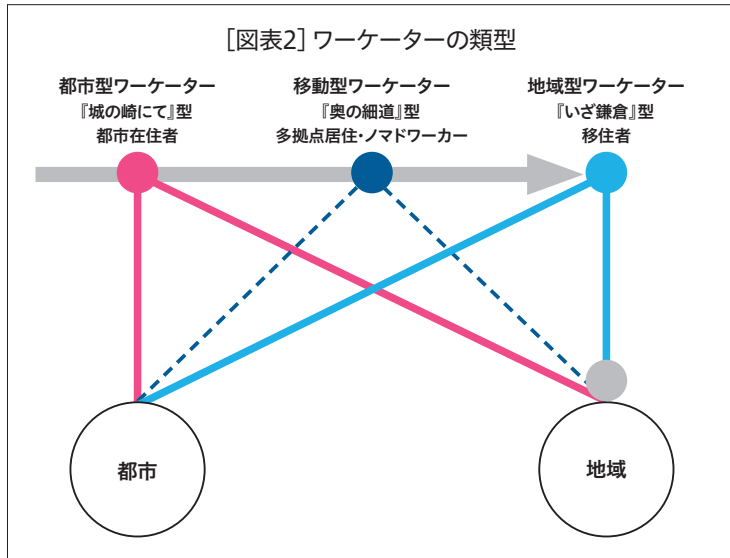
2023年2月には「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」が設立されるなど、2023年以降も多くの自治体で、ワーケーションは継続的に事業として取り組まれている。取り組む自治体が増えれば、ワーケーターを獲得するために、他の地域ではなく自分たちの地域でワーケーションをする意義や、自分たちの地域ならではのワーケーションとは何か、より踏み込んだ事業デザインが求められる。

また2022年に公表された「デジタル田園都市国家構想総合戦略」では、地方創生テレワークや第2のふるさとづくりなどによる観光需要や関係人口増加への期待という文脈から、ワーケーションが位置づけられている。このようにワーケーションは、観光需要の回復だけでなく、ビジネスや地域づくりとして、より広い視点から継続的に取り組まれることが予想される。

ワーケーションの実践者

ワーケーターの規模を正確に推定することは簡単ではない。しかし、マーケティングリサーチ会社のクロス・マーケティングと山梨大学が実施した「ワーケーションに関する調査(2021年3月)」によると、調査対象者の39.6%が「直近1年間におけるテレワークの経験」について「経験あり」と回答した。一方、「ワーケーション」を経験している者はそのうちの6.6%にすぎない。2023年以降、対面の仕事が復活しつつある一方、リモートワークも一定程度定着しており、観光も回復基調にあることから、ワーケーターも緩やかに増えていくことが予想される。

ワーケーターたちは都市型ワーケーター、移動型ワーケーター、地域型ワーケーターの3つに分類することができる[図表2]。都市型ワーケーターは基本的に都市部に住んでおり、リフレッシュや集中して仕事に取り組むためにワーケーションを行っている人。小説『城の崎にて』のように養生したり、かつて文豪たちが旅館に逗留して執筆に取り組んだように、文豪型ともいえるタイプだろう。一般的にイメージされるワーケーションはこのタイプである。逆に、地域を拠点としてリモートワークを中心に働きつつ、地域で活動をしたり、対面での



出所:筆者作成

会議やミートアップなどイベントがあれば都心部へ行くという「地域型ワーカー」もいる。メルカリやヤフーなど居住地制限を撤廃している企業で地方に住む社員たちは、このタイプに含まれる。こうしたワークスタイル、ライフスタイルは、何かあれば駆けつけることができる「いざ鎌倉」の現代版ともいえる。また、多拠点生活者やデジタルノマドのような「移動型ワーカー」もいるだろう。彼らは継続的な旅行を軸にしている。こうしたワークスタイル、ライフスタイルはまさに『奥の細道』の現代版といえるだろう。

地域のワーケーション担当者は観光関連部署であれば「都市型ワーカー」が、移住担当であれば「地域型ワーカー」が主なターゲットとなる。関係人口として徐々にその地域に足を運ぶ回数、滞在日数を増やしてもらいつつ、それを移住につなげることが念頭にあるかもしれない。しかし、ワーカーたちにとって地域側からの「いつか移住してほしい」という態度や補助はプレッシャーとなり、むしろ足が遠のくことにつながりかねない。ワーカーたちにとってワーケーションの価値を最大化するために地域が心がけるべきことは、観光の延長でも、移住の前段階でもなく、それぞれのスタイルを尊重することである。それが結果として地域との関係性維持・強化につながっていく。

WFX時代の企業におけるワーケーション

企業がワーケーションを考慮する上で、WFX (Work From X) が出発点となる。コロナ禍の影響により、リモートワークであるWFH (Work From Home) が広まった。しかしながら、2023年以降は対面勤務も回復しつつある。その中で生産性や健康面

から二者択一の議論(フルリモートかフルオフィスか)から脱却し、WFA (Work From Anywhere) も探求されている。WFAを実現するためには、ワークフローの見直しや設備、ガジェットなど環境の整備が必要である。しかしながら、環境が整備されることがその場所や地域の固有性を損なうことにもつながりかねない。活動の種類によって必要な環境は異なるため、さまざまな場所の特徴を活かし、組み合わせることで生まれる価値を最大化するWFXの重要性が増している[図表3]。

近年、大手IT企業を中心に社員の居住地を問わないと表明する企業が増えている。このような施策の導入理由としては、社員のパフォーマンスを高めるためのウェルビーイングの向上が挙げられる。大手IT企業に限らず、中小企業でもフルリモート勤務を

前提にするところも増えている。人手不足が叫ばれる中、「優秀な人材」「多様な人材」を採用し、働き続けてもらうには、ウェルビーイングを意識して場所や移動を柔軟に組み合わせるWFXが有効なアプローチとなる。これは、近年話題の人的資本経営、ウェルビーイング経営と直結している。企業経営において制度改革ばかりが目されるが、今後はメディア論の視点からメディアテクノロジーによる時間と空間の編集・設計に踏み込むことが、その成否を分けるだろう。

こうした企業と同時に、個人のキャリア観にも変容が出てきている。人生100年時代といわれる中、昇進や昇給といった組織内の評価ではなく、自分自身の成長や気付き、学びによる変化や柔軟性を重視するプロティアンキャリアへの注目が高まっている。こうした動きは、職場での自己実現から「自己表現としてのキャリア」への変換と捉えられる。会社外の交流やつながり、活動などの機会を広げることができるワーケーションは、生産性向上などの効果よりも、むしろこうしたキャリアやワークスタイルの視点から評価されるだろう。

ワーケーションはオルタナティブなワークスタイルであるが、同時に書籍『ハッピークラシー「幸せ」願望に支配される日

[図表3] WFH、WFA、WFXの特徴

WFH Work From Home	WFA Work From Anywhere	WFX Work From X
オフィスと家の二者択一	オフィスと家に加えて ホテルやカフェ、コワーキングスペースなど	
場所・空間の均質性(いつでも・どこでも) ワークフローやファシリティ、 ガジェットの環境整備による均質性・平等性の獲得		場所・空間の固有性(いま・ここ) ワーカーの状況や活動に 適した場所・空間の選択

出所:筆者作成

常』でも指摘されているように、ある意味で企業において利益を最大化するための合理的なマネジメントともいえる(Cabanas & Illouz, 2019)。生産性を上げるためにワーケーションなどを通して自律的に自己投資するワーカーは、企業にとってマネジメントコストがかからないという意味で、「良い人材」としての側面があることには留意すべきである。

ワーケーション2.0

その上で、ワーケーションが地域、企業、そしてワーカーそれぞれにとって有益な「三方良し」となるためには、落ち込んだ観光需要の代替としてのこれまでのワーケーション1.0から、ワーケーション2.0へとアップデートすることが重要になる。

両者の比較は[図表4]のようになる。ワーケーション1.0では、ワーカーは単発・短期間の滞在での観光客(交流人口)として、コロナ禍で落ち込んだ観光需要を代替・穴埋めするものとみられている。しかし、ワーケーション2.0では、その地域の関係人口として、継続的に比較的長期間滞在できる・しなくなるような環境を整えていくことがポイントになる。その結果、ワーカーと地域住民とは単なる交流以上の、共に価値を創造するものへと引き上げることが可能になる。

ワーケーション推進のために、モニターツアーを行う地域は多いが、その中には、参加したワーカーが自由になる時間や、地域の人たちの活動と自発的に関わりを持てる「余白」が少ないものも散見される。担当者からすると、参加者に地域の魅力を体験してもらったり、交流してもらった時間や機会をなるべく多くしたいという気持ちもあるかもしれないが、ワーケーション2.0へとアップデートしていくためには、それだけではなく、地域との「関わりしろ」を準備することが重要になる。地域に「あるもの」だけではなく、むしろ「ないもの」「足りないもの」も、関わりを生むワーケーション資源となりうる。その中で、地域にとっては他者を受け入れるものの自分たちは変わらない「寛容」から、受け入れた上で自分たちも変わっていく

姿勢である「歓待」が、ワーケーション2.0には必要になる。また、企業にとっては、ワーケーションは社員たちの福利厚生やワークライフバランスといったある種のコストであるという認識で、人的資本経営やウェルビーイング経営のための投資として捉えることも重要になるだろう。

デジタルノマドの拡大 ——ポルトガル・マデイラ島

日本では、ワーケーションによる国内の需要掘り起こしの段階であるが、中長期的には海外のデジタルノマドも大きなマーケットになる。

世界の観光地ではコロナ禍で需要が落ち込む中、デジタルノマドの獲得競争が始まっている。長期滞在をしながら、現地の雇用も奪わないデジタルノマドは「優良顧客」として捉えられる。例えば、エストニアは2020年8月にデジタルノマド・ビザの発行を始め、観光目的では90日までの滞在だったが、このビザによって1年間の滞在が可能となった。大西洋に浮かぶポルトガル領マデイラ島でも、デジタルノマド村として「デジタルノマド・マデイラ」を立ち上げたところ、100名の受け入れに対して3,000人を超える応募があるなど、人気を博している。スペインも6~12カ月有効のデジタルノマド・ビザの発行をアナウンスした。タイやインドネシアも、同様のビザ発行を検討している状況である。

日本でも、2023年4月に対日直接投資推進会議が示した「海外からの人材・資金を呼び込むためのアクションプラン」においてデジタルノマドのためのビザ、在留資格への対応検討も含まれている。そうした制度面の整備に加えて、デジタルノマドに「刺さる」日本、あるいは地域ならではの魅力、受け入れ環境も含めて戦略を立てることも重要であろう。

筆者は、2023年3月に、先述のマデイラ島を訪問する機会を得た。マデイラはデジタルノマドの受け入れを積極的に行っており、特にコロナ禍の中でポンタ・ド・ソル(Ponta do Sol)村が打ち出した「デジタルノマド村」はさまざまなメディアに取り上げられ、有名になった。

村の人口は約4,000人。海沿いを中心に幾つかのホテルや飲食店が並ぶが、取り立てて大きな観光名所があるわけでもなく、比較的静かな村である。村の芸術センターに併設するコワーキングスペース「Digital Nomads Madeira」には、朝日を浴びながらのヨガ、近隣へのハイキング、夕日を眺め合間にワインを飲みながらの仕事に取り組むこともできる。仕事をするためのデスクやWi-Fi環境が十分に整えられている。出入り自由のSlackではさまざまなイベント告知や情報交換がなされている。例えば、新たにやって

[図表4] ワーケーション 2.0

ワーケーション1.0		ワーケーション2.0
代替・穴埋め	観光	再定義
観光客(交流人口)	ワーカーの位置づけ	関係人口
単発・短期間	滞在のスタイル	継続・比較的長期間
消費する人	地域からの接し方	パートナー
交流	地域との関係	価値創造
寛容・充実・サービス	地域が提供するもの	歓待・余白・関わりしろ
福利厚生・ワークライフバランス	企業の捉え方	人的資本経営・ウェルビーイング経営

出所:筆者作成



マデイラ島ボンタ・ド・ソル村の coworking スペース「Digital Nomads Madeira」

来たデジタルノマドへの歓迎の意も込め、ランチタイムには定期的に食事会が開かれ、ネットワーキングがなされる。ロンドンやパリと比べ物価の安いこの地は、大都市での刺激よりも、自然に近い場所での平穏さを求めるデジタルノマドが集まっている。地域を挙げて活性化しようという気負いは、良い意味でも悪い意味でもあまり感じられない。しかし観光資源が豊かでない地域が、持続的に経済的に循環していくための、そしてワーカーがワークスタイル、ライフスタイルをどのようにデザインしうるのかのヒントが、ここにはある。

デジタルノマドの課題

これまでの欧米でのデジタルノマド研究を概観すると、コミュニティが主要なテーマの一つであった。Coworkingスペース研究の流れも踏まえ、孤独になりがちなワーカーとしてのデジタルノマドがどのようにコミュニティを形成していくのが、主要な研究関心であった。ただしこれはデジタルノマド同士のコミュニティであり、地域のワーカーや住民はそれほど考慮されてこなかったが、変化の兆しも見えてきた。例えばHennigan(2023)は『ハーバード・ビジネス・レビュー』でデジタルノマドになる5つのステップを提唱した。そこではそれぞれ(1)自分に合った行き先を選ぶ、(2)上司を味方につける、(3)詳細を詰める、(4)自分のコミュニティを見つける、に加えて(5)地域社会に還元する、が挙げられている。このようにデジタルノマドが地域やそこに住む人々とのような相互作用があるのかを考える際に、地域との交流や住民を含めたコミュニティを重視する日本型ワーケーションは興味深いものになる。

一方でデジタルノマドの増加による社会課題も表面化しつつある。先日、イタリアの研究者と話す機会があったが、コロナ禍で北部イタリアの富裕層や高所得ワーカーがアルプスの山岳エリアや自然保護区で移住や多拠点生活を始めたことによって、都市内ではなく、都市と地域でのジェントリフィケーションが起こっているという。とりわけ環境倫理を優先する

都市・地域計画の中で、弱い立場の人間がそのエリアから排除されるエコロジカル・ジェントリフィケーション(Dooling, 2013)が、デジタルノマドの増加で顕著になる可能性がある。こうした動きは気候変動のため、温暖な気候、新鮮な空気・水へのアクセス、人で過密にならない空間といった自然のアメニティや資源が、ワークスタイル、ライフスタイルにおいて重要なリソースとみなされることが要因になっている。

フリーランスのイメージが強いデジタルノマドであるが、WFHが広がる中でデジタルノマド的なワークスタイルを実践する会社員、すなわちデジタルノマド的社員(Digital Nomadic Employees)によってこれらの課題はより深刻化する。

館野・安斎(2023)はパラドックス思考における3つのレベルとして(1)パラドックスの受容による悩みの緩和、(2)パラドックスの編集による問題の解決、(3)パラドックスの活用による創造性の最大化、を指摘している。ワーケーションはワークとバケーション、都市と地域という一種のパラドックス的なスタイルである。ワーケーションを行う地域、企業、ワーカーの目的や思惑を、これら3つのレベルで合わせていくことが、ワーケーション、デジタルノマドがもたらす課題を乗り越えるための有効な鍵となる。

〈参考文献〉

- Bassyiouny, M., & Wilkesmann, M. (2023). Going on workation – is tourism research ready to take off? exploring an emerging phenomenon of hybrid tourism. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101096. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101096>
- Dooling, S. (2013). Ecological Gentrification: Re-negotiating Justice in the City. In Fol, S., Lehman-Frisch, S., & Morange, M. (Eds.), *Ségrégation et justice spatiale*. Presses universitaires de Paris Nanterre, DOI :10.4000/books.pupo.2142
- エドガー・カバナス、エヴァ・イルーズ著、高里ひろ訳(2022)『ハッピークラシー 「幸せ」願望に支配される日常』みすず書房(=Cabanas, E., Illouz, E., 2019, *Manufacturing Happy Citizens*)
- Hennigan, R. (2023, February 8). How to Become a Digital Nomad, *Harvard Business Review*
- Kyra Voll, Felix Gauger & Andreas Pfnür(2022). Work from anywhere: traditional workation, coworkation and workation retreats: a conceptual review, *World Leisure Journal*, DOI: 10.1080/16078055.2022.2134199
- 松下慶太(2022)『ワーケーション企画入門』学芸出版社
- 館野泰一・安斎勇樹(2023)『パラドックス思考』ダイヤモンド社
- Uriely, N. (2001). 'Travelling workers' and 'working tourists': Variations across the interaction between work and tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3 (1), 1–8.