

報道関係各位

2021年5月6日
株式会社クロス・マーケティング 国立大学法人山梨大学

ワーケーション実施者1,000人に実態を聴取 会社の制度を利用せず自主的に実施している「隠れワーキーター」も 潜在ニーズか 山梨大学生命環境学部の田中敦教授らのグループとの共同調査

－ ワケーションに関する調査(2021年3月)－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）と山梨大学生命環境学部地域社会システム学部の田中敦教授・西久保浩二教授の研究グループは、共同で全国47都道府県に在住する男女20～64歳の就業者（指定職業・職種を除く、76,834人）に対し「ワーケーション」「テレワーク」それぞれの実施状況を聴取し、そのうち、「直近1年間にワーケーションを実施した」1,000人を対象に「ワーケーションに関する調査（2021年3月）」を実施しました。

なお本事業は科学研究費助成事業「ワーケーション導入による実施企業、従業員、地域への効果および影響について（研究課題/領域番号：20K12424）」の一環として行われました。山梨大学では、本調査を用いてワーケーションなど働く場所の自由度を高めた新たなワークスタイルやライフスタイルなどの分析や、受入れ地域に与える影響等、より詳細な研究成果を学会等にて発表する予定です。

- ◆ 国立大学法人山梨大学 田中 敦 教授 プロフィール → <https://www.ss.yamanashi.ac.jp/kyoin/46/>
西久保浩二教授プロフィール → <https://www.ss.yamanashi.ac.jp/kyoin/38/>
- ◆ 2020年8月の調査結果はこちら → <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20200904workation/>

■ 調査結果（一部抜粋）

✓ ワケーションの実施状況

まず、「直近1年間ににおけるテレワークの経験有無」を全体（76,834人）に対して聴取した。その結果39.6%が「経験あり」と回答した。このうち、実施場所がリゾートやホテルなどいわゆる「ワーケーション」を経験している人は6.6%であった。これは、2020年8月調査時点と同程度の水準であった。また、先に述べた通りテレワーク経験率は39.6%であり、2020年8月調査時と比較すると4pt程度微増していることがわかった。昨年とは聴取方法が異なるため純粋な比較とはならないものの、コロナ禍でのリモート環境の整備に伴い、テレワークは徐々に浸透してきていることが窺える。しかしながらワーケーションについては、外出自粛や移動制限などの影響が続いていることもあってか、昨年からの状況の変化はみられず、まだこれからといった結果となった。〈図1〉

✓ 実施したワーケーションの内容と実施効果

上述の「直近1年以内にワーケーションを経験した」人の中から1,000人を対象に、どのようなワーケーションを行ったのか、またどのような実感を得たのかについて聴取した。まず、直近で行ったワーケーション先として最も多かったのは「自宅や会社から離れた観光地（ホテル・旅館・キャンプ場等）」で、中でも「ビジネスホテル・リゾートホテル・シティホテル」といったホテルを実施場所に選んでいた。〈図2-1〉

ワーケーション先での働き方は、「仕事中心に過ごし、業務時間外であっても遊びや観光をしない派」と、「仕事中心だが、業務時間外では遊びや観光をする派」が同程度となり、一日当たりの平均労働時間は5.4hと通常の勤務時間より少し短い結果となった。また、ワーケーション実施者の約半数が「一人旅」と回答しており、同行者がいる場合は4人に1人が「配偶者や恋人とのふたり旅」という結果に。

ワーケーション先での仕事内容は、9割以上が「普段の仕事の一部」もしくは「普段の仕事と全く同じ仕事」であった。具体的には「ウェブ会議・問い合わせ対応・メールチェック・事務作業」といった通常業務があげられたほか、「資料/企画書作成・新規ビジネスの策定・データ入力/分析・プログラミング」といった専門的な業務や推考を要する仕事を行っていたことがわかった。

直近でワーケーションを経験した人からは、ネガティブな意見よりもポジティブな意見の方が多く見受けられ、「リフレッシュできて仕事の効率が上がった」「整理整頓されたホテルでの作業でとても集中できた」「使った費用以上にリフレッシュでき気分転換と仕事の両立がうまくいった」といった声が多くみられた。一方で、ネガティブな意見としては「ON/OFFの切り替えの難しさ」や「コミュニケーションが円滑にいかない」「ネットワーク環境が意外とネック」といった内容が散見された。〈図2-2〉

✓ 今後のワーケーション実施・導入意向

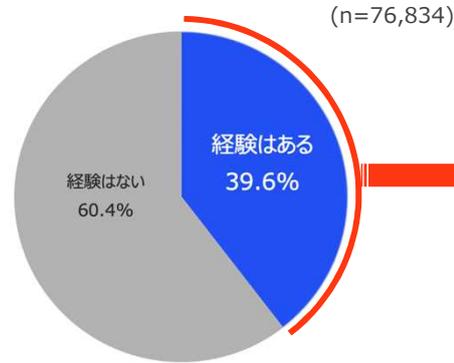
今後ワーケーションを（再び）行いたいかについて聞いたところ、半数以上がまた「行いたい」と回答。さらにワーケーションを経験した管理職以上の人では7割が実施意向を示しており、6割が会社への導入意向も示した。意外にも管理職における意向が高い結果となった。なお、ワーケーション経験者のうち、制度として会社にワーケーションが導入されていた人は6割だった。また、会社の制度は利用せず有給や連休と合わせて実施した人や、会社に制度がないため、本人の判断で自宅以外のリゾート地等で業務を行いながらこっそり休暇的な環境を楽しむ「隠れワーキーター」のような人たちが4割程度いることがわかった。〈図3〉

コロナ禍でテレワークが徐々に進む中、ワーケーション導入の整備はまだこれからといえるものの、「新たな働き方」として働き手にも、需要低迷が続く観光業界にも明るい兆しがみえる結果となった。

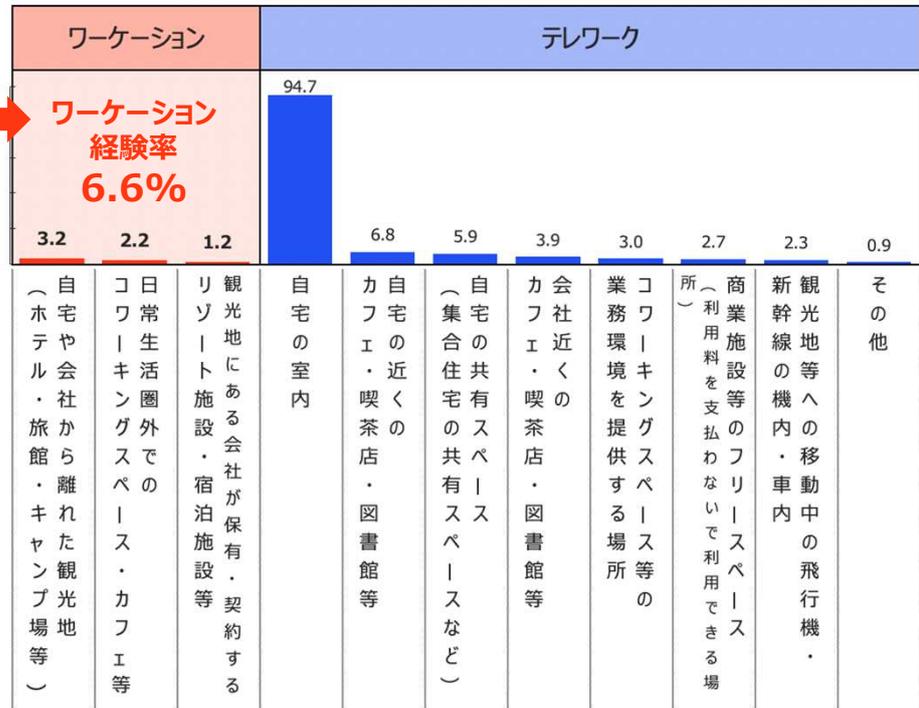
- ◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20210506workation/>

<図1> ワークーションの実施状況

2021年テレワーク経験有無



テレワークおよびワークーション実施場所



参考:2020年 テレワーク経験有無

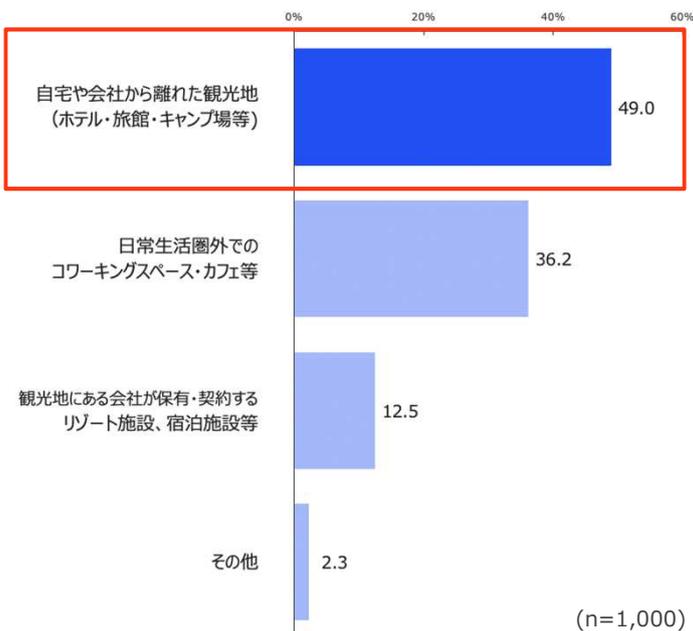


■ 現在も行うことがある ■ 過去に経験はあるが、現在は行うことはない
■ 行ったことはない ■ 「テレワーク」/「ワークーション」という言葉を知らない

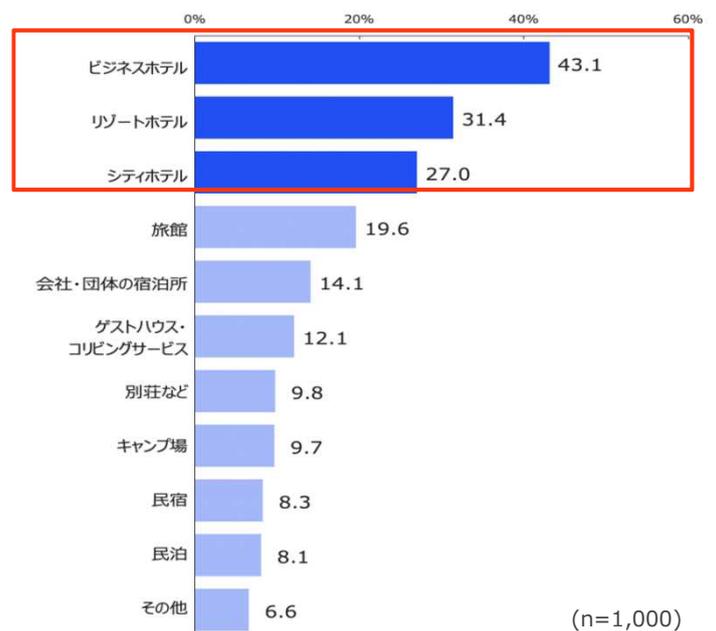
※クロス・マーケティング「ワークーションに関する調査(2020年8月度)」実施時のデータを元に算出

<図2-1> 実施したワークーションの内容と実施効果

直近で行ったワークーションの実施場所

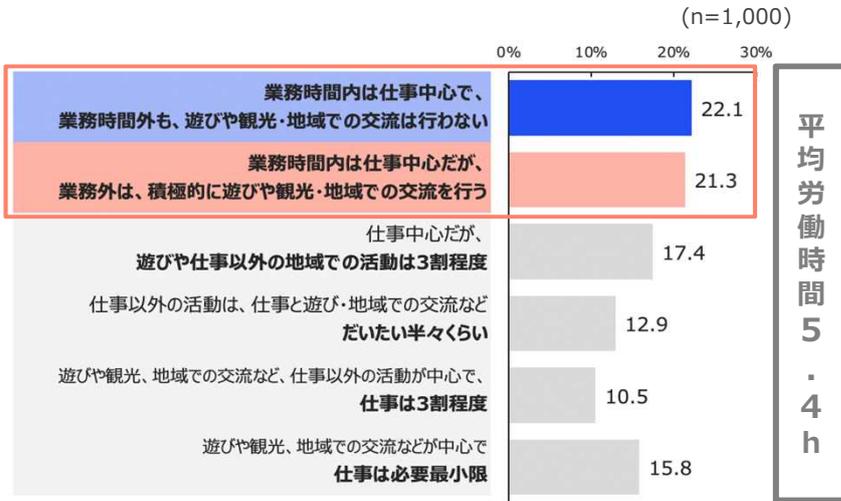


実際に仕事をした施設

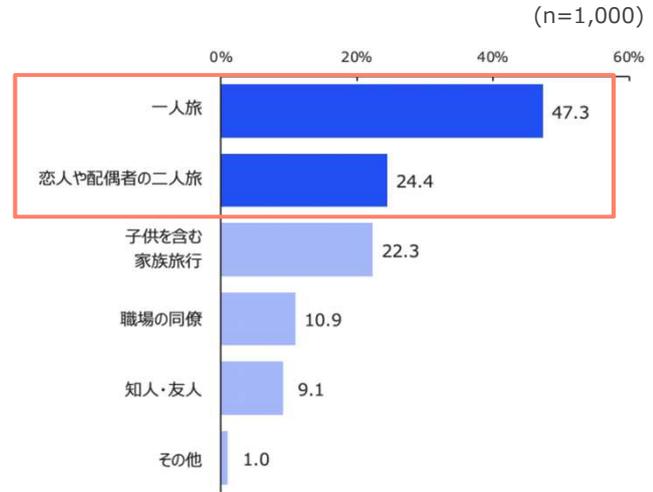


<図2-2> 実施したワーケーションの内容と実施効果

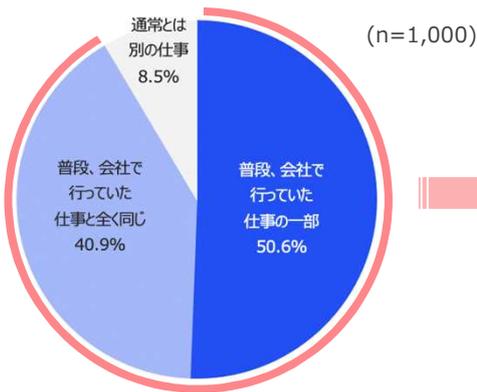
ワーケーション実施時の働き方



ワーケーション実施時の同行者



ワーケーション実施時の仕事内容



ワーケーション実施時の具体的な仕事内容

通常の業務関連

- ・メールチェック
- ・オンラインミーティング
- ・Web会議
- ・顧客対応、問い合わせ対応
- ・事務作業 など

専門的な業務関連

- ・書類/資料作成
- ・企画書の作成
- ・新規ビジネスの策定
- ・プログラミング
- ・データ入力・分析 など

ワーケーションの効果・感想



ポジティブ

- ◆ 自分でやってみて、整理整頓されたホテルでの作業はとて集中でき、効率も上がったように感じた。
- ◆ 使った費用以上に心のリフレッシュが可能だったと思う。仕事とプライベートははっきり分けたい派であったが、実際にワーケーションを体験してみて予想外の仕事に対する集中力を実感し、例外として考えを少し改めた。
- ◆ 気分転換と仕事の両立がうまくいった
- ◆ 出勤する行為を考えさせられた。比較的自分の裁量で仕事を遂行できる事はストレス軽減化に成る。

ネガティブ

- ◆ 人とコミュニケーションを取りながら仕事を行う必要があるのに、簡単にコミュニケーションができないのは辛いと思うことが多い。
- ◆ 仕事に集中する意識の切り替えが難しいと思った。
- ◆ 経営者の仕事の特性を考えると、やはり業務としての能率は下がる。まだ旅行中の仕事と捉えることしかできない。
- ◆ ネットワーク環境が意外とネックだった
- ◆ なかなか集中出来ないのが実情
- ◆ まだオフィシャルに利用できる環境にないので、選択肢のひとつとしてもっと普及してほしい

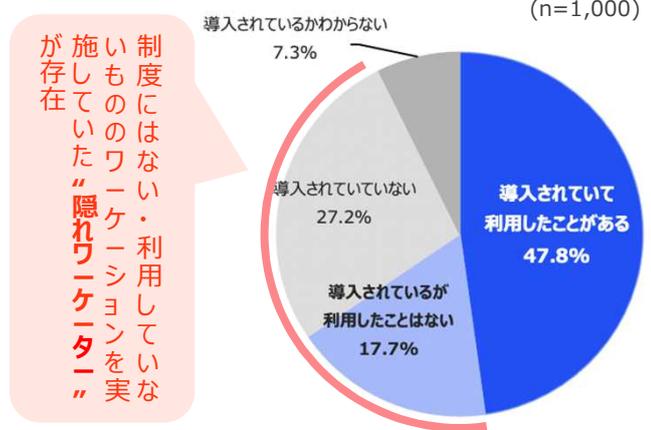
<図3> 今後のワーケーション実施・導入意向

ワーケーション実施・導入意向

	行きたい	やや行きたい	どちらともいえない	あまり行いたくない	行いたくない	ワーケーションという言葉を知らなかった
あなたが行う場合 n=						
あなたが行う場合 (管理職以上) ※	37.9	15.1	19.7	7.4	12.4	7.4
会社や組織に導入する場合 (管理職以上) ※	55.3	16.6	15.7	5.5	1.5	5.5
あなたが行う場合 (管理職以上) ※	49.1	20.1	17.0	5.9	1.5	6.5

※ワーケーション経験者1000人のうち管理職以上の役職の人

勤め先でのワーケーション制度の導入状況



■今後のワーケーション浸透に関して 山梨大学 田中敦教授 (生命環境学部地域社会システム学科長 観光政策科学特別コース)

本調査は、ワーケーション未経験者を中心に実施意向を尋ねていた従来のものとは異なり、7万6千名を超えるサンプルからワーケーション経験者1000名を抽出しその実態を明らかにしたという点で非常に価値があると考えている。特に勤務先にワーケーションの制度がない、または制度を使っていない「隠れワーケーター」が実施者の半数を超えていることが明らかになり、企業側は本年3月改定の「テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン」に基づき作成された観光庁の「企業向けパンフレット」等を参考に、フレックス・プレイス制度の導入など働く場所の自由度を高め、社員が安心してワーケーションを行うことができる仕組みを検討する必要がある。

また、実施者の43.4%が業務時間中はほぼ仕事に専念している一方、業務時間外や滞在中に休暇を織り込み、積極的に遊びや地域での交流を楽しむ「デジタルノマド」型が多数存在することは、今後の受入地域でのマーケティングに大きな示唆を与えることになるだろう。

※観光庁「新たな旅のスタイル」ワーケーション & プレジャーパンフレット (企業向け) https://www.mlit.go.jp/kankochoworkation-bleisure/img/wb_pamphlet_corporate.pdf

■レポート項目一覧

- 調査概要
- 回答者プロフィール (性・年代/未既婚/居住地/職業/職種/従業員規模/会社での所属部門/個人年収)
- ▼ワーケーション実施状況
 - テレワーク経験有無
 - テレワーク・ワーケーション実施場所
 - 参考: 昨年のテレワーク/ワーケーション実施状況
- ▼実施したワーケーション内容と実施効果
 - 直近で行ったワーケーションの実施場所
 - 実際に仕事をした施設
 - 訪問先周辺で好きな環境
 - ワーケーション実施時の働き方
 - ワーケーション実施時の平均労働時間
- ワーケーション実施時の同行者
- ワーケーション実施時の仕事内容、仕事の詳細
- ワーケーションの効果、感想
- ▼今後のワーケーション実施・導入意向
 - ワーケーション実施・導入意向
 - 勤め先でのワーケーション制度の導入状況

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20210506workation/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ	調査期間 : 2021年3月23日(火)~29日(月)
調査地域 : 全国47都道府県	有効回答数 : 本調査1,600サンプル
調査対象 : 【20~64歳男女の就業者】※ かつ	調査機関 : 株式会社クロス・マーケティングおよび国立大学法人山梨大学
【ワーケーション経験者】 1,000人	
【テレワーク経験者】 300人	
【テレワーク非経験者】 300人	

※就業者は「パート・アルバイト/専業主婦・主夫/学生/無職/リタイア」を除く
 ※就業者は「新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・広告等マスコミ関係/シンクタンク/コンサルタント/市場調査/10人以下の企業規模」を除く
 ※本レポートではワーケーション経験者1,000人のデータのみを中心に掲載しております
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■会社・組織概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング http://www.cross-m.co.jp/	組織名 : 国立大学法人山梨大学 https://www.yamanashi.ac.jp/
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F	所在地 : 山梨県甲府市武田4-4-37
設立 : 2003年4月1日	設立 : 1949年5月31日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹	代表者 : 学長 島田 真路
事業内容 : マーケティングリサーチ事業	

■本件に関する報道関係からのお問い合わせ先

- ◆クロス・マーケティング マーケティング部 | TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp
- ◆山梨大学 総務部総務課広報企画室 | TEL : 055-220-8006 FAX : 055-220-8799 E-mail : koho@yamanashi.ac.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず下記クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「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月度)」によると・・・」

クロス・マーケティング および 山梨大学 共同調査

【レポート】ワーケーションに関する調査（2021年3月）

2021/5/6

株式会社クロス・マーケティング

国立大学法人山梨大学



目次

調査概要	… 03
回答者プロフィール	… 04
サマリー（ワーケーション実施状況）	… 08
ワーケーション実施状況	… 09
サマリー（実施したワーケーションの内容と実施効果）	… 10
ワーケーション実施場所/施設	… 11
ワーケーション実施時の働き方	… 12
ワーケーション実施時の仕事内容	… 13
ワーケーション実施効果/感想	… 14
サマリー（今後のワーケーション実施・導入意向）	… 15
今後のワーケーション実施・導入意向	… 16

調査概要

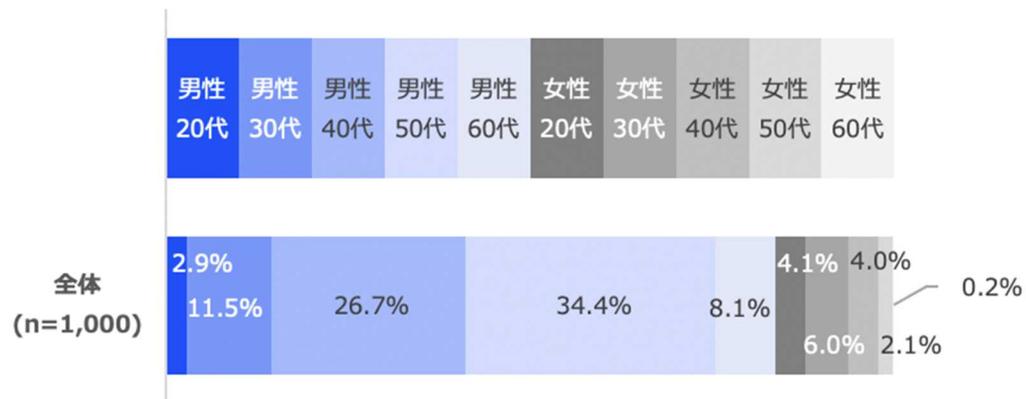
調査目的	2021年の「ワーケーション」の浸透状況および実施状況を調査することで、今後のワーケーション導入を検討する上での参考資料を得る。また経験者と非経験者の行動や価値観、パフォーマンス等を比較することでワーケーション実施者の特性を明らかにする。											
調査エリア	全国47都道府県											
調査対象者	<p>【スクリーニング調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・20~64歳男女、就業者 ※ ※パート・アルバイト/専業主婦・主夫/学生/無職・リタイアを除く ※新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・広告等マスコミ関係/シンクタンク・コンサルタント/市場調査/10人以下の企業規模を除く <p>【本調査対象者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・条件1 ワーケーションを経験したことのある人 1,000人 ・条件2 テレワークを経験したことのある人 300人 ・条件3 テレワークを経験していない人 300人 											
サンプル数・割付	<p>【スクリーニング回答者】</p> <p>76,834ss</p> <p>【本調査回答者】</p> <p>1,600ss</p> <p>※本レポートではワーケーション経験者1,000人のデータのみを中心に掲載</p>	<p style="text-align: right;">単位：サンプル</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ワーケーション 経験者</th> <th>テレワーク 経験者</th> <th>テレワーク 未経験者</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1000</td> <td>300</td> <td>300</td> <td>1600</td> </tr> </tbody> </table>			ワーケーション 経験者	テレワーク 経験者	テレワーク 未経験者	計	1000	300	300	1600
ワーケーション 経験者	テレワーク 経験者	テレワーク 未経験者	計									
1000	300	300	1600									
調査期間	2021年03月23日（火）～2021年03月29日（月）											
調査手法	クロス・マーケティングモニターへのインターネット定量調査											
調査機関	株式会社クロス・マーケティング および 国立大学法人山梨大学											



回答者プロフィール

回答者プロフィール (1/3)

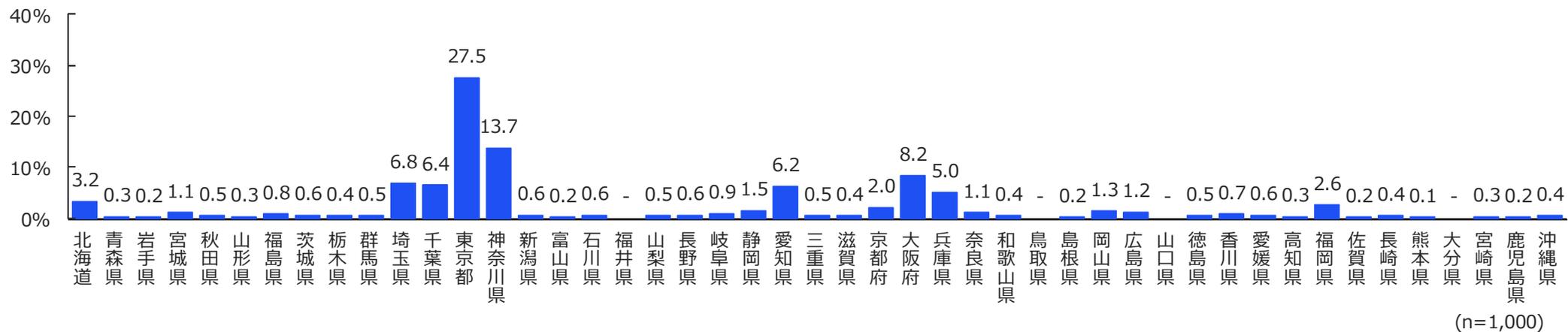
性・年代



未既婚

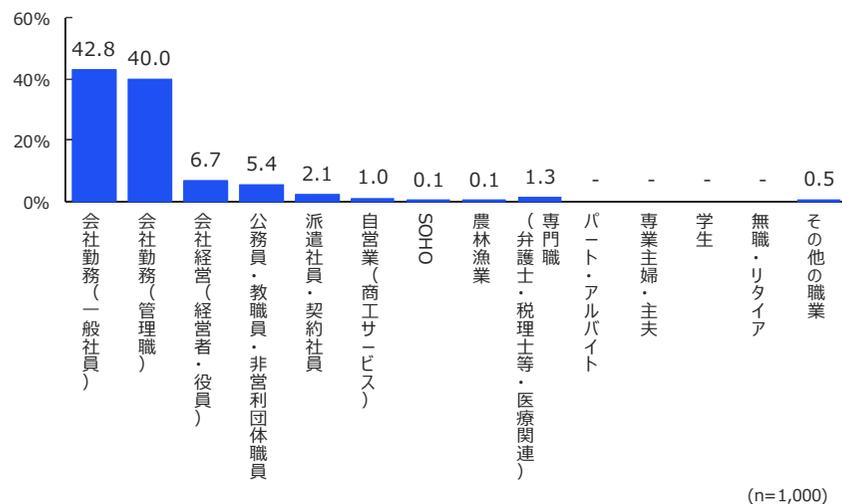


居住地

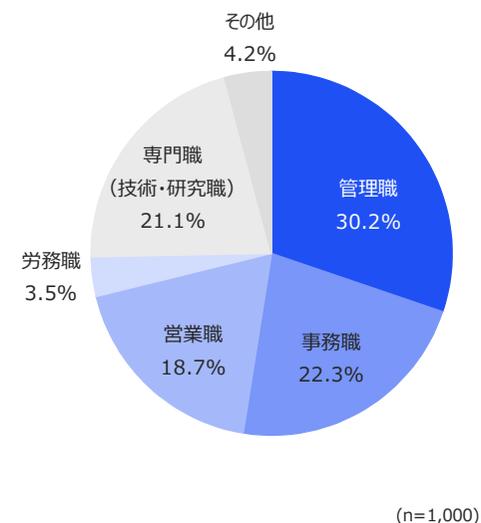


回答者プロフィール (2/3)

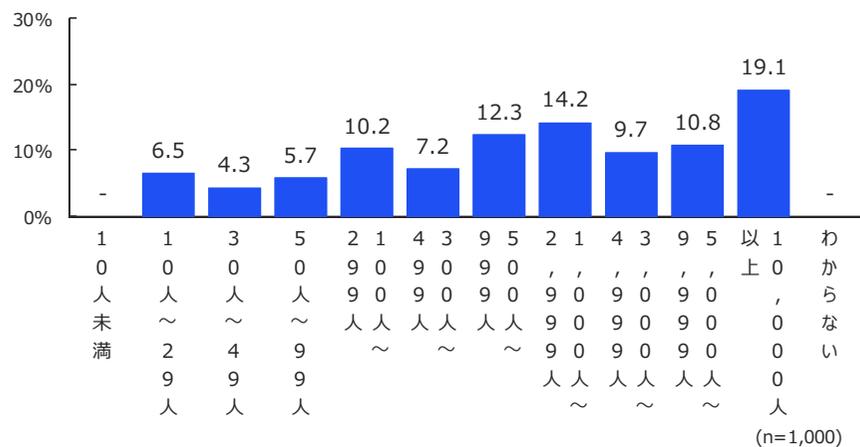
職業



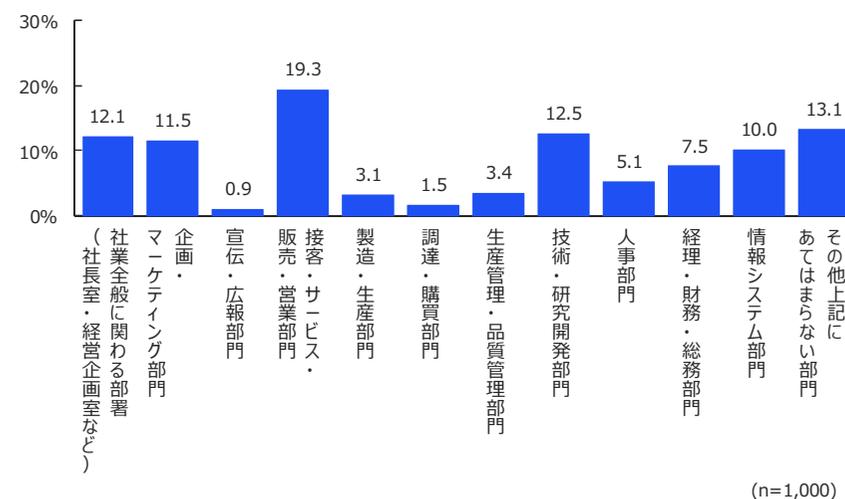
職種



従業員規模

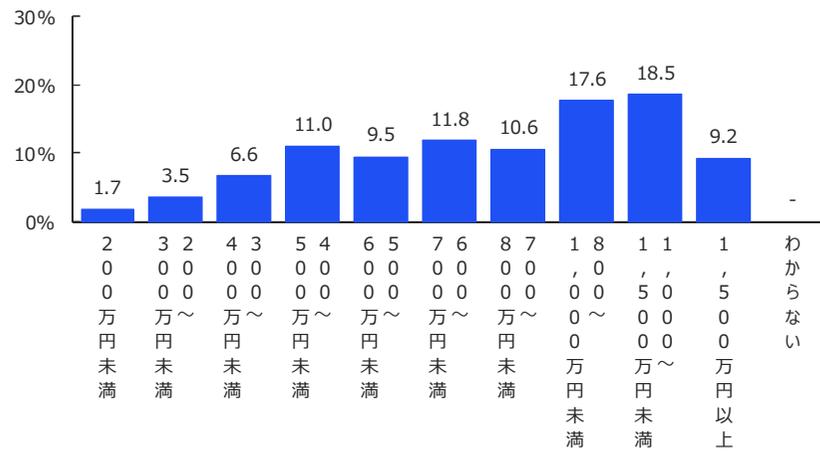


会社での所属部門



回答者プロフィール (3/3)

年収 (個人)



(n=1,000)



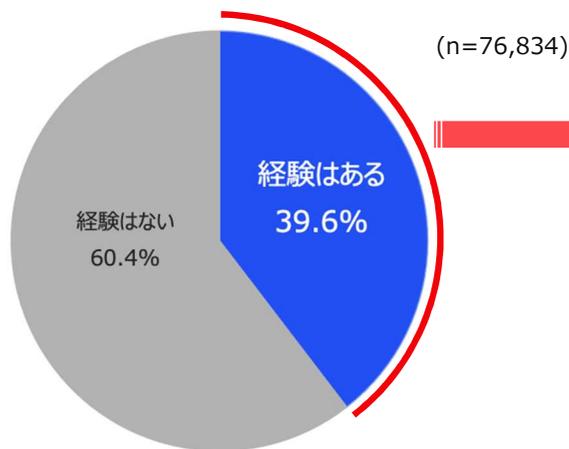
サマリー（ワーケーション実施状況）

ワーケーション実施状況

- 全体でのテレワーク経験者は40%。テレワーク経験者のうち、95%が「自宅の室内」でテレワーク実施しており、ワーケーションに該当する場所での実施率は1割となった。
- 昨年(2020年8月)に聴取したテレワークとワーケーションの実施状況と比べると、ワーケーション経験者は昨年と同率だが、テレワーク経験者は微増しており、テレワークが世の中に徐々に浸透してきていることが窺える。

テレワーク経験有無

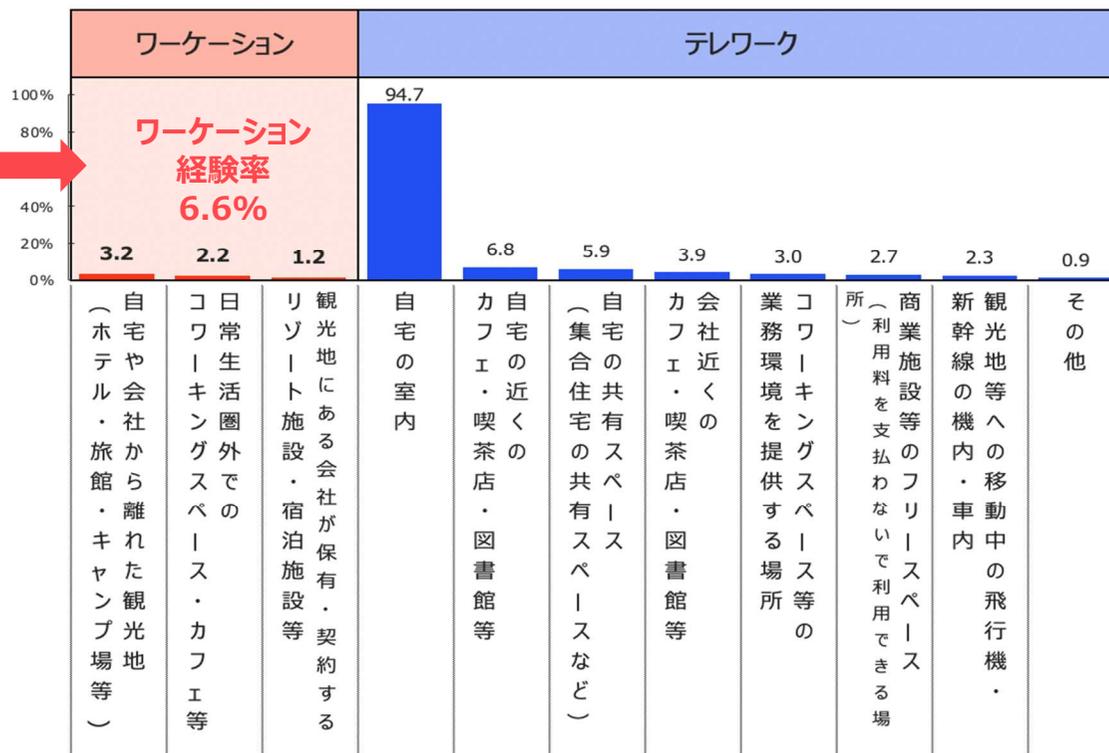
SC19 あなたは過去1年間の間に、自宅など会社以外の場所での仕事(テレワーク)をなさったことはありますか。(SA)【スクリーニング回答者ベース】



実施場所

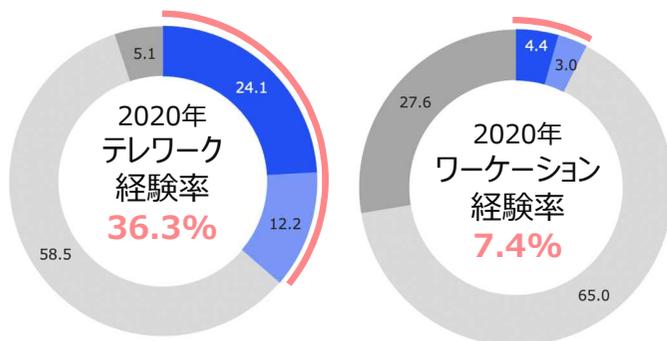
SC20 テレワークをどのような場所で行われましたか。実施した経験がある場所をすべてお選びください。(MA)【スクリーニング回答者ベース】

(n=30,389)



参考：昨年のテレワーク/ワーケーション実施状況

(n=4,342)



SC9 あなたご自身は、これまでに「テレワーク」や「ワーケーション」を行ったことがありますか。(SA)

- 現在も行うことがある
- 過去に経験はあるが、現在は行うことはない
- 行ったことはない
- 「テレワーク」/「ワーケーション」という言葉を知らない

※クロス・マーケティング「ワーケーションに関する調査(2020年8月度)」実施時のデータを元に算出



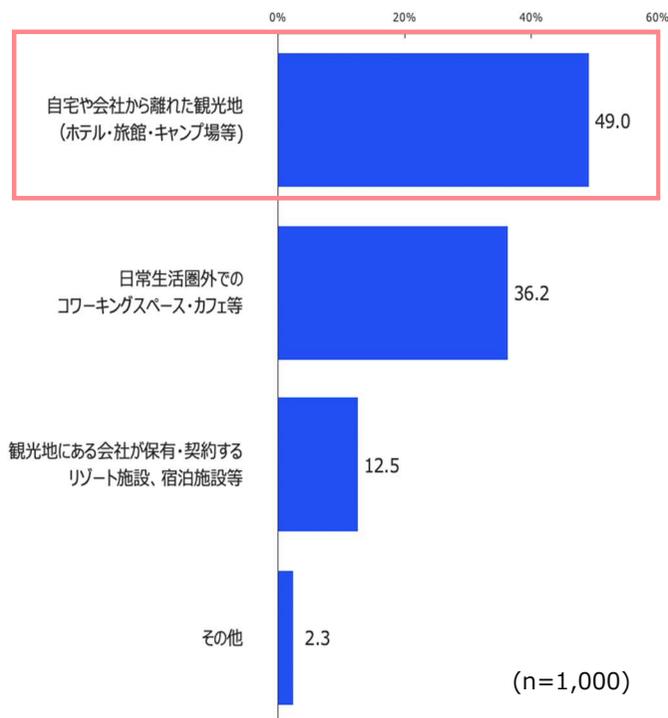
サマリー （実施したワーケーションの内容と実施効果）

ワーケーション実施場所/施設

- ワーケーションの実施施設として最も多かったのは「自宅や会社から離れた観光地（ホテル・旅館・キャンプ場等）」で49%。また、具体的な実施場所でも「ビジネスホテル」が43%で最も多く、「リゾートホテル」（31%）、「シティホテル」（27%）と続き、ワーケーション経験者の多くが実施場所としてホテルを選んでいることがわかる。
- ワーケーションを実施する際に訪れた地域の中で、周辺にある好きな環境としては、「温泉郷」が28%でトップ。ついで「歴史や文化、町並みなどが楽しめる地域」（24%）、「名物料理やグルメが楽しめる地域」（23%）などが続き、比較的気軽に楽しめる、かつ、非日常的な環境を好ましく思っている人が多いことが推察される。

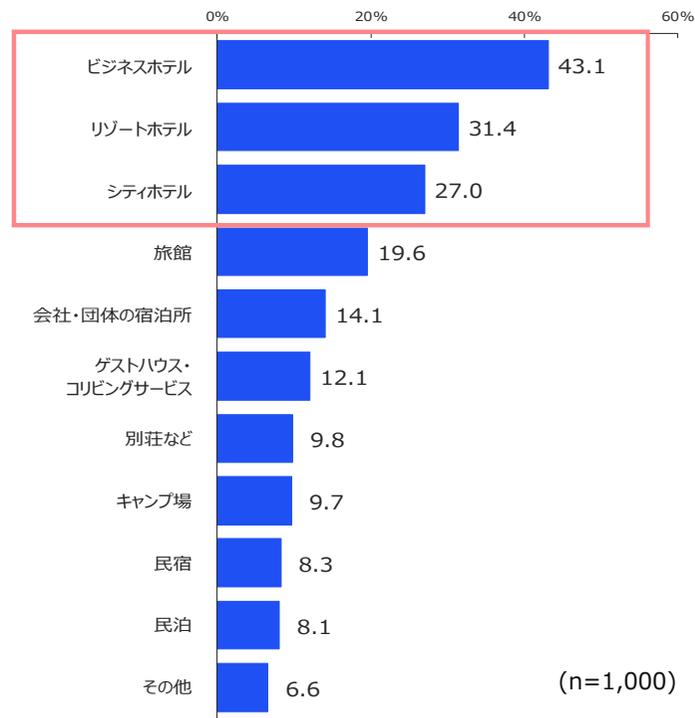
直近で行った ワーケーションの実施場所

WQ16 ここからは、一番最近にワーケーションを行った時の行動やお気持ちについてうかがいます。一番、最近に行った、その働き方（ワーケーション）は以下のどの場所ですか。(SA)



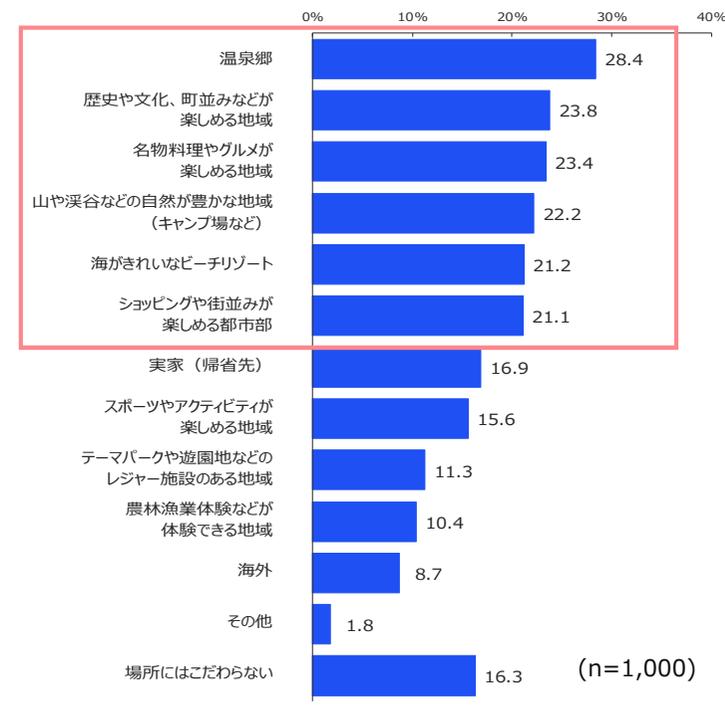
実際に仕事をした施設

WQ22 そのワーケーション時にそこで実際に仕事をした施設をお答えください。(MA)



訪問先周辺で好きな環境

WQ21 その直近のワーケーション時に仕事をなさった自宅以外の通常指定された勤務先・その周辺や自宅・その周辺など以外の普段と異なるご自身の好きな場所とは、以下のどちらでしたか？(MA)

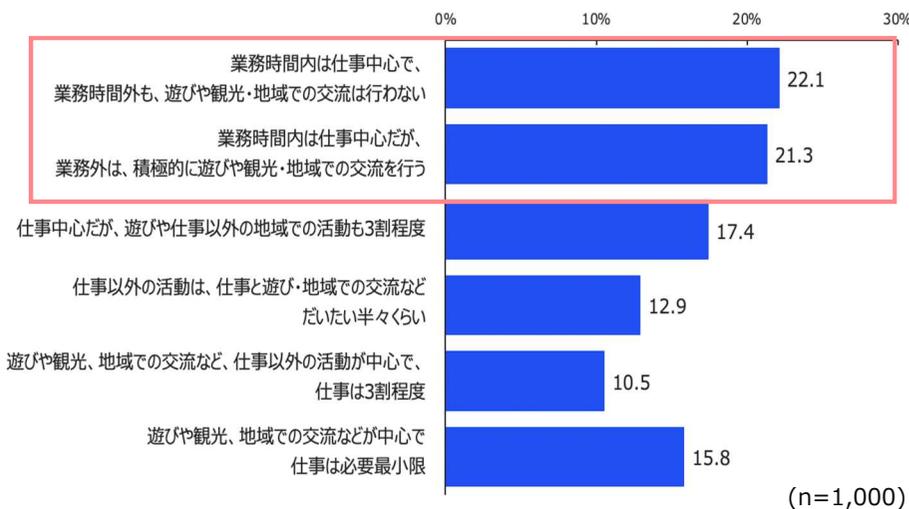


ワーケーション実施時の働き方

- ワーケーション実施時の働き方に関して、「業務時間内は仕事中心で、業務時間外も遊びや観光・地域での交流は行わない」が22%で最も多く、「業務時間内は仕事中心だが、業務時間外は積極的に遊びや観光・地域での交流活動を行う」（21%）が僅差で続く。仕事以外の時間でも遊びや観光をしない派と、仕事以外の時間を、観光や遊びに利用する派が同程度存在していることがわかる。
- 一日当たりの平均労働時間も5.4hと、通常の勤務時間よりも少し短いことから、その分の時間を、遊びや観光などに利用していることが考えられる。
- また、ワーケーションを行う際は、約半数が「一人旅」と回答しており、同伴者を連れてワーケーションを実施する中では「恋人や配偶者の二人旅」が24%と最も多かった。

ワーケーション実施時の働き方

WQ23 そのときのその働き方（ワーケーション）は以下のどのタイプでしたか。(SA)

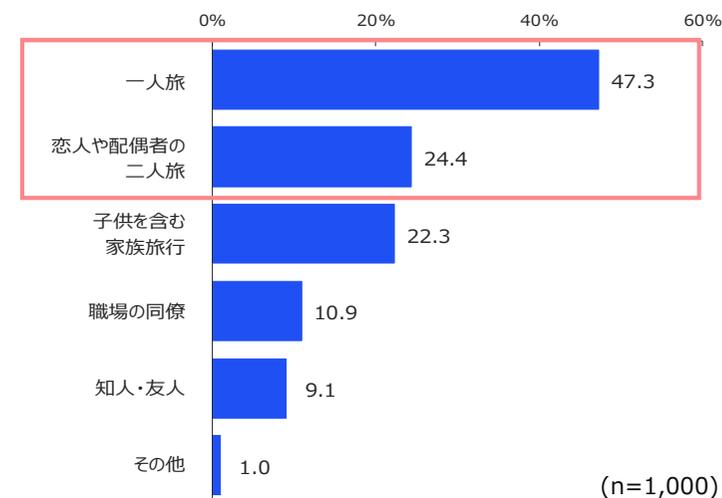


平均労働時間
5.4h

WTQ20_1 直近のときの働き方（ワーケーション）での一日当たりの労働時間は平均してどの程度ですか。(NU)

ワーケーション実施時の同行者

WQ24 そのときのワーケーションの際に、ご一緒された方はいましたか。(MA)



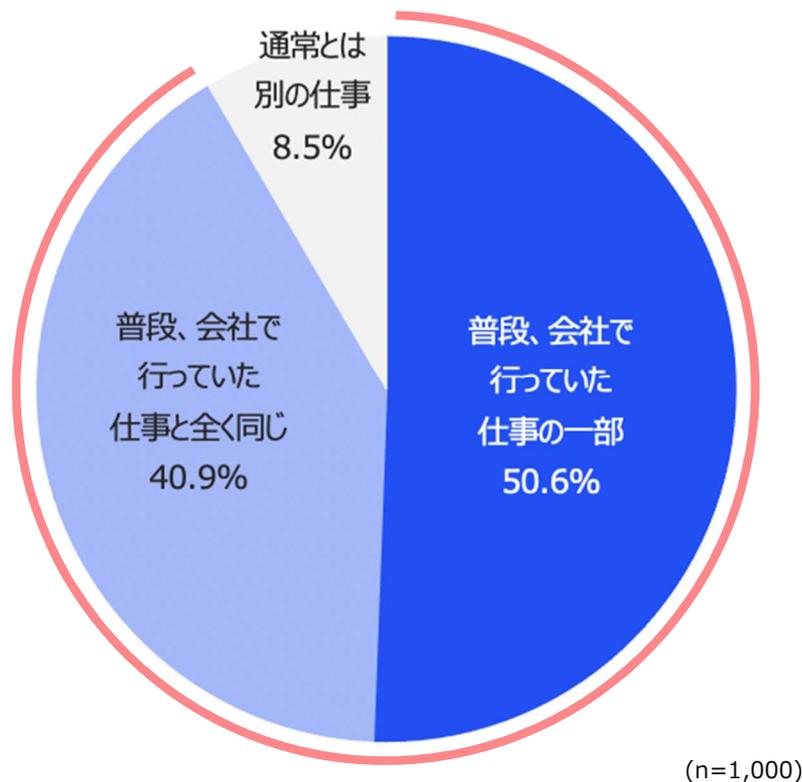
仕事以外の時間を利用して遊びや観光を行う人と、行わない人はどちらも同程度の割合存在しており、平均労働時間は5.4h。実施者の半数は一人旅だが、4人に1人の割合で配偶者や恋人と同伴しており、通常勤務時間であるの7-8hよりも少ないことから、一人で、もしくは同伴者と一緒に遊びや観光、リラックス等の余暇活動や、地域での交流を楽しんでいると推察される。

ワーケーション実施時の仕事内容

- ワーケーションを行っている際の仕事の内容としては、9割以上が「普段の仕事の一部」もしくは「普段の仕事と全く同じ」で、「ウェブ会議・問い合わせ対応・メールチェック・事務作業」といった一般的な業務や、「資料/企画書作成・新規ビジネスの策定・データ入力/分析・プログラミング」といった専門的な業務などが散見された。

ワーケーション実施時の仕事内容

WTQ25 そのときのその働き方（ワーケーション）は以下のどのタイプでしたか。(SA)



ワーケーション実施時の具体的な仕事内容

wtq26_1 前問で回答した仕事の内容について、ワーケーション/テレワークそれぞれの仕事の内容をお書きください。(FA)

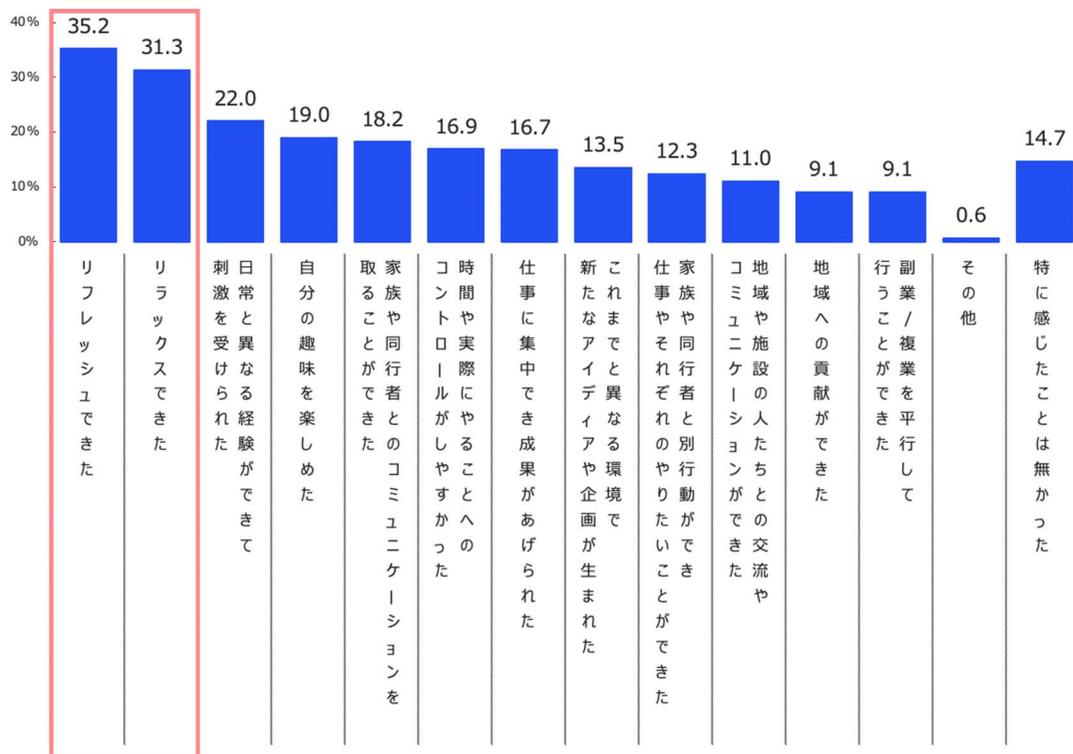
- 書類/資料作成
- オンラインミーティング、Web会議
- 企画書の作成
- 営業活動
- 顧客対応、問い合わせ対応
- メールチェック
- 事務作業
- 新規ビジネスの策定
- プログラミング
- データ入力・分析

ワーケーション実施効果/感想

- ワーケーションをすることによる効果として上位に挙がるのは、「リラックスできた」「リフレッシュできた」でともに3割を超える。ワーケーションをすることにより息抜きや癒しのような効果を感じていると考えられる。
- ワーケーションを行った感想としては、ネガティブな意見よりもポジティブな意見の方が多く見受けられ、「リフレッシュできて仕事の効率が上がった」といった内容のものがポジティブな意見として多くみられた。一方で、ネガティブな意見としては「ON/OFFの切り替えの難しさ」や「コミュニケーションが円滑にいかない」といった内容のものが散見された。

ワーケーションの効果

WTQ28 その直近のワーケーションを経験して感じた効果は何ですか。その直近のテレワークを経験して感じた効果は何ですか。その直近のワーケーション/テレワークを経験して感じた効果は何ですか。(MA)



(n=1,000)

ワーケーションについての感想

kq48_1 これまで経験されたワーケーションの感想や、今後やってみたいワーケーションなど、ワーケーションについてのご経験やお考えなどご自由にご記載ください。(FA)

ポジティブ

- ◆ 自分でやってみて、**整理整頓されたホテルでの作業はとても集中でき、効率も上がったように感じた。**
- ◆ **使った費用以上に心のリフレッシュが可能だった**と思う。仕事とプライベートははっきり分けたい派であったが、実際にワーケーションを体験してみて予想外の**仕事に対する集中力を実感し**、例外として考えを少し改めた。
- ◆ **気分転換と仕事の両立がうまくいった**
- ◆ **出勤する行為を考えさせられた。**比較的**自分の裁量で仕事を遂行できる事はストレス軽減化に成る。**

ネガティブ

- ◆ 人とコミュニケーションを取りながら仕事を行う必要があるので、**簡単にコミュニケーションができないのは辛い**と思うことが多い。
- ◆ **仕事に集中する意識の切り替えが難しい**と思った。
- ◆ 経営者の仕事の特性を考えると、やはり**業務としての能率は下がる。**まだ旅行中の仕事と捉えることしかできない。
- ◆ **ネットワーク環境が意外とネック**だった
- ◆ なかなか集中出来ないのが実情
- ◆ まだ**オフィシャルに利用できる環境にない**ので、**選択肢のひとつとしてもっと普及してほしい**

サマリー （今後のワーケーション実施・導入意向）

今後のワーケーション実施・導入意向

- ・ ワーケーション実施者の今後の意向については、半数以上がまたワーケーションを行いたいと考えている様子。
- ・ 一方で、管理職以上の役職を持っている人のうち72%が、ワーケーションへの実施意向を示しており、個人よりも意向が高いことが窺える。また、会社への導入意向も69%と、半数以上が導入に前向きである。

ワーケーション実施・導入意向

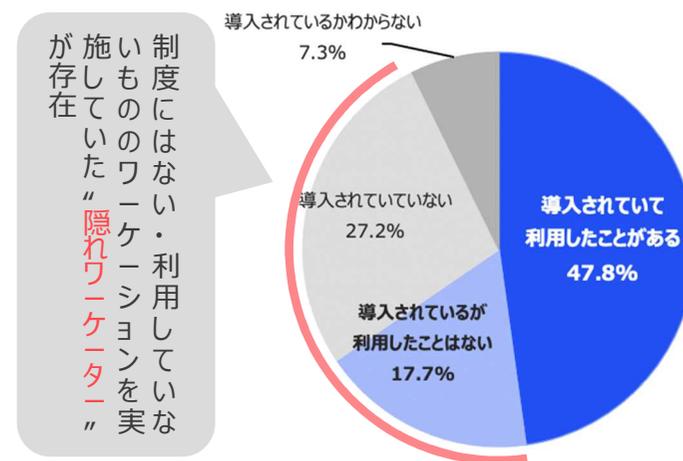
SC23 あなたは、今後ワーケーションやテレワークを行いたいと思いますか。
また管理職以上の方や自営業・自由業の方は、あなたが経営する会社や組織、個人事業に導入したいと思いますか。(SA)

	行いたい	やや行いたい	どちらともいえない	あまり行いたくない	行いたくない	ワーケーションという言葉が知らなかった
n=						
あなたが行う場合	1,000	37.9	15.1	19.7	7.4	12.4
あなたが行う場合 (管理職以上) ※	477	55.3	16.6	15.7	5.5	1.5
会社や組織に導入する場合 (管理職以上) ※	477	49.1	20.1	17.0	5.9	1.5

※ワーケーション経験者1000人のうち管理職以上の役職の人

勤め先でのワーケーション制度の導入状況

KQ47_10 あなたの現在のお勤め先で、以下の制度についてあてはまるものをお選びください。(SA) /ワーケーション



(n=1,000)

ワーケーション経験者のうち、制度として会社にワーケーションが導入されているのは6割。

3割は会社に制度として導入されておらず、有給休暇や連休と合わせて活用したり、会社に制度がないため、本人の判断で自宅以外のリゾート地等で業務を行いながらこっそり休暇的な環境を楽しむ「隠れワーケータ」のような人たちも多数存在していると考えられる。



ご注意

※この資料の無断複写、複製、ノウハウの使用、企業秘密の開示などは一切禁じられています。
お取り扱いには十分にお気をつけください。

