

# ワーケーション施策に関する ワーケーション自治体協議会 会員調査(2022年)

ワーケーション自治体協議会 (WAJ: Workation Alliance Japan)  
公益社団法人日本観光振興協会  
一般社団法人観光みらい研究所  
(協力 山梨大学)

## 1. サマリ

## 2. 調査概要

## 3. 調査結果

### I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

### II. 他組織との連携

【参考】令和5年度のワーケーション事業

# アンケート調査結果 サマリ

## I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

- ワーケーション(誘致)事業の主担当部署は「企画部門(24.7%)」、「産業振興部門(22.6%)」、「移住定住部門(20.4%)」の順が多い。「観光振興部門」は関係部署で多く挙げられた。
- ワーケーション(誘致)事業の開始年度は、令和2年度が34.0%で最も高く、次いで令和3年度が30.1%となった。コロナ禍以降(令和2年度)に開始した自治体が75.8%と大半を占めるが、令和元年度以前から開始している自治体も24.3%みられた。
- ワーケーション(誘致)事業に取り組んでいる目的は、「関係人口の創出」が85.4%で最も高く、次いで「移住・定住の促進」(60.2%)、「企業誘致」(42.7%)の順に高い。
- ワーケーション受入の主なターゲットは、「企業向け」(53.4%)、「個人向け」(30.1%)の順で高い。半数以上の自治体が企業を主なターゲットとしており、企業におけるワーケーション制度の整備が望まれている。
- ワーケーション事業に係る広報手段としては、82.6%が「自治体HP/専用サイト」を挙げており、SNSはFacebook、Instagram、Twitterなどそれぞれ3割程度となった。
- ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題は、全体では「企業におけるワーケーション制度の整備の遅れ」と「コーディネーター(機関)の不足」が共に31.1%と最も高い。市町村は、道県に比べて、特に情報発信の重要性を感じており、取組期間が長い自治体ほど、他機関との連携の必要性を感じているという結果となった。

## II. 他組織との連携

- ワーケーション事業の実施に係る連携団体との連携は約6割の自治体で行われており、具体的な組織や取組として官民が連携した組織やDMO、観光協会が多く挙げられた。
- DMOや観光協会に期待する役割は、「情報発信」(50.8%)が最も高く、次いで「受入民間事業者との調整」(41.0%)、「受入コンテンツの企画・支援」(37.7%)となった。
- 道県・市町村それぞれに期待する役割を聞いたところ、道県は市町村に対し、「受入コンテンツの企画・支援」、「受入民間事業者との調整」、「来訪者(企業を含む)の対応」を期待しており、市町村は、道県に対し、「情報発信」を強く期待している結果となった。

## III. 令和5年度のワーケーション事業(予定)

- 令和5年度に予定している事業内容は、「モニターツアー、ファームツアー等(43.0%)」、「プロモーション(26.9%)」の順で高い。

## 全体コメント(田中 敦 (山梨大学生命環境学部地域社会システム学科 教授))

- 今回初めてWAJ会員に向けた調査を行ったことで、これまでなかなか捉えることが難しかった各自治体の取組や進捗の実態や課題が明らかになった。まず、ワーケーションの誘致に取り組む自治体の目的は、関係人口の創出や移住・定住の促進、および企業誘致やビジネスの創出の割合が大きく、観光振興の割合が小さいこと、また、これと連動する関係になるが担当部門の中心は人口対策や産業系が中心であることが明らかになった。
- 政府は当初、観光政策の一環として観光庁を事務局にスタートしたが、自治体の主目的は他にあること、また観光部門はじめ他部門との連携についてはまだバラつきがあり、ワーケーションが総合政策であることを考えると、一層の連携が期待される。
- 主なターゲットは企業需要が根強く、目的達成のためには企業におけるワーケーションの制度化を望む声が多くみられた。但し、この「制度化」が、①個人でワーケーションを実施できる人事制度の規程だけをさすのか、②いわゆる地域課題解決型や合宿型、サテライトオフィス型など企業活動に伴う需要の想起を意味するのか注目する必要がある。①については、政府や経済界からの継続した国レベルでの企業への働きかけが、②については地域としてどのように企業にアプローチしソリューションを提供し続けることができるかが今後の鍵となるであろう。
- 今回の調査から、事業の継続にあたり自治体が抱えている課題も把握することができた。こうした課題は、事業の開始時期や道県レベルと市町村レベルでギャップがみられた。また、今後の誘致事業の継続については、その継続意向や予算面でグラデーションが現れ始めている。それらの原因は多様だが、例えば初期の「認知」を高めるためのモニターツアーやプロモーション等に予算をかけるフェーズから民間主導による自走化がうまくいっているケースなどさまざまな可能性が考えられ、個別に検証していく必要がある。
- ワケーションの地域への効果は非常に大きく、来年度以降は、まさに果実を得始める地域が増えていくものと考えられる。こうした果実を継続して得ていくためには、効果的な情報発信の担い手や多様化する企業やワーケーション実施者のニーズに対応しリピーター化につなげられるレベルの高いコーディネーターの育成などフェーズに応じた人材面の強化の必要性が高まり、民間企業や観光協会、DMO等と連携した持続可能な推進体制と支援の仕組みづくりの構築が一層期待される。
- 本調査の結果は非常に貴重なデータであり、各地域で十分活かしていくことができるとともに、さらに分析を進めWAJとして政府や経済界に、企業の制度整備や推進の組織風土づくり、推進課題の解決に向けた働きかけを積極的に進めて欲しい。

## 1. サマリ

## 2. 調査概要

## 3. 調査結果

### I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

### II. 他組織との連携

【参考】令和5年度のワーケーション事業

# 調査概要

1

## 調査目的

- WAJ会員のワーケーション事業への取組に関する実態把握

2

## 調査手法

- WAJ会員の自治体に対し、インターネット調査を実施

3

## 調査期間

- 2022年9月13日 ~ 2022年11月29日
- 2023年2月22日 ~ 2023年 3月1日(追加調査)

4

## 調査対象者等

- WAJ会員である自治体 213団体 のうち 119団体が回答(回答率: 55.8%)
- 追加調査:回収した119団体のうち93団体が回答

5

## 主な調査項目

- 令和4年度におけるワーケーション(誘致)事業への取組の有無
- ワーケーション(誘致)事業の主担当部門
- ワーケーション(誘致)事業詳細(予算額、取組内容など)
- ワーケーション(誘致)事業を行う目的
- ワーケーション(誘致)事業を推進する上での課題
- ワーケーション(誘致)事業における他組織との連携の有無

他

## 利用上の注意

- 構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計は必ずしも100%とならない場合がある

# ワーケーション自治体協議会参加自治体(2022年11月時点)

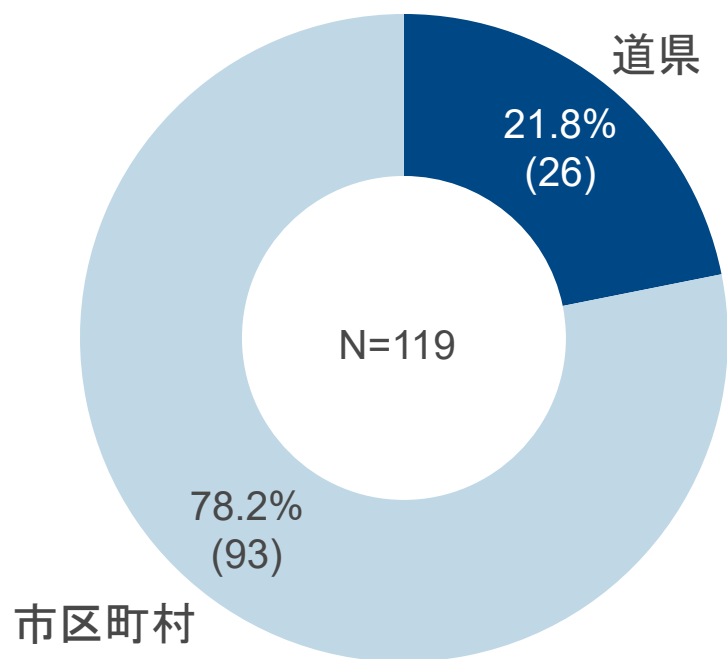
参加自治体数：213自治体（1道25道県187市町村）

道県		市町村	
1	北海道	27	北海道 釧路市
2	秋田県	28	帯広市
3	山形県	29	北見市
4	群馬県	30	網走市
5	神奈川県	31	千歳市
6	富山県	32	富良野市
7	石川県	33	登別市
8	福井県	34	北斗市
9	山梨県	35	二セコ町
10	長野県	36	倶知安町
11	三重県	37	長沼町
12	滋賀県	38	上川町
13	兵庫県	39	中富良野町
14	奈良県	40	中頓別町
15	和歌山県	41	斜里町
16	鳥取県	42	浦河町
17	岡山県	43	鹿追町
18	広島県	44	青森県 青森市
19	香川県	45	黒石市
20	愛媛県	46	岩手県 八幡平市
21	福岡県	47	矢巾町
22	長崎県	48	山田町
23	熊本県	49	秋田県 湯沢市
24	宮崎県	50	北秋田市
25	鹿児島県	51	にかほ市
26	沖縄県	52	山形県 鶴岡市
		53	大蔵村
		54	小国町
55	福島県	55	いわき市
56		56	喜多方市
57		57	北塩原村
58		58	磐梯町
59	茨城県	59	かすみがうら市
60	栃木県	60	那須塩原市
61		61	那珂川町
62	群馬県	62	前橋市
63		63	みなかみ町
64	埼玉県	64	秩父市
65		65	横瀬町
66		66	小鹿野町
67	千葉県	67	銚子市
68		68	館山市
69		69	勝浦市
70		70	南房総市
71	東京都	71	新島村
72	神奈川県	72	鎌倉市
73		73	逗子市
74	新潟県	74	糸魚川市
75		75	妙高市
76		76	湯沢町
77	富山県	77	氷見市
78		78	黒部市
79	石川県	79	七尾市
80		80	小松市
81		81	羽咋市
82		82	中能登町
83		83	能登町
84	福井県	84	福井市
85		85	鯖江市
86		86	永平寺町
87		87	高浜町
88	山梨県	88	甲州市
89		89	富士川町
90	長野県	90	長野市
91		91	松本市
92		92	上田市
93		93	岡谷市
94		94	飯田市
95		95	諏訪市
96		96	須坂市
97		97	小諸市
98		98	伊那市
99		99	駒ヶ根市
100		100	中野市
101		101	飯山市
102		102	茅野市
103		103	塩尻市
104		104	佐久市
105		105	千曲市
106		106	東御市
107	長野県	107	安曇野市
108		108	小海町
109		109	佐久穂町
110		110	軽井沢町
111		111	御代田町
112		112	立科町
113		113	下諏訪町
114		114	富士見町
115		115	辰野町
116		116	飯島町
117		117	阿智村
118		118	木曾町
119		119	池田町
120		120	山ノ内町
121		121	信濃町
122		122	飯綱町
123		123	原村
124		124	朝日村
125		125	白馬村
126		126	小川村
127	岐阜県	127	郡上市
128		128	揖斐川町
129		129	白川町
130	静岡県	130	静岡市
131		131	浜松市
132		132	下田市
133		133	御前崎市
134		134	河津町
135		135	南伊豆町
136	三重県	136	鳥羽市
137		137	志摩市
138	滋賀県	138	大津市
139		139	彦根市
140		140	長浜市
141		141	守山市
142		142	栗東市
143		143	甲賀市
144		144	野洲市
145		145	湖南市
146		146	高島市
147		147	東近江市
148		148	米原市
149		149	日野町
150		150	竜王町
151	京都府	151	舞鶴市
152	兵庫県	152	新温泉町
153	奈良県	153	生駒市
154	和歌山県	154	和歌山市
155		155	御坊市
156		156	田辺市
157		157	新宮市
158		158	紀の川市
159		159	かつらぎ町
160		160	高野町
161		161	有田川町
162		162	印南町
163		163	みなべ町
164		164	白浜町
165		165	那智勝浦町
166		166	太地町
167		167	古座川町
168		168	串本町
182	島根県	182	松江市
183	広島県	183	呉市
184		184	福山市
185		185	三次市
186		186	府中市
187	山口県	187	長門市
188	徳島県	188	三好市
189	香川県	189	土庄町
190	高知県	190	土佐清水市
191	福岡県	191	うきは市
192		192	那珂川市
193	長崎県	193	長崎市
194		194	佐世保市
195		195	五島市
196		196	雲仙市
197		197	新上五島町
198	熊本県	198	八代市
199		199	菊池市
200		200	天草市
201	大分県	201	別府市
202	宮崎県	202	宮崎市
203		203	都城市
204		204	日向市
205		205	高千穂町
206	鹿児島県	206	枕崎市
207		207	奄美市
208		208	錦江町
209		209	南大隅町
210		210	徳之島町
211		211	伊仙町
212	沖縄県	212	名護市
213		213	宮古島市

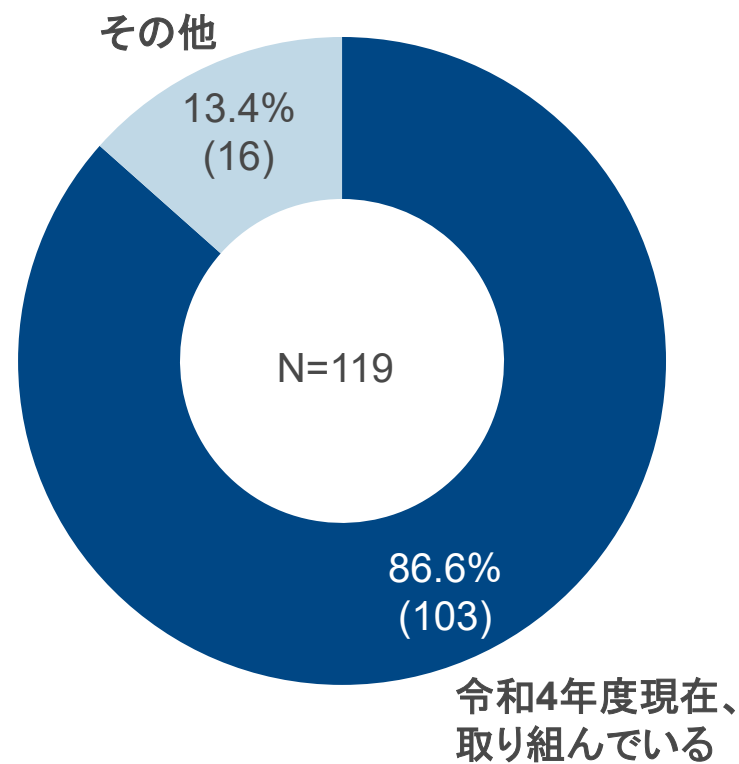
# 回答者属性

- 回答者の割合は道県が21.8%、市町村が78.2%であった。
- 令和4年度現在ワーケーション(誘致)事業に取り組んでいるのは86.6%となっている。

## 自治体区分



## ワーケーション(誘致)事業への取組





## 1. サマリ

## 2. 調査概要

## 3. 調査結果

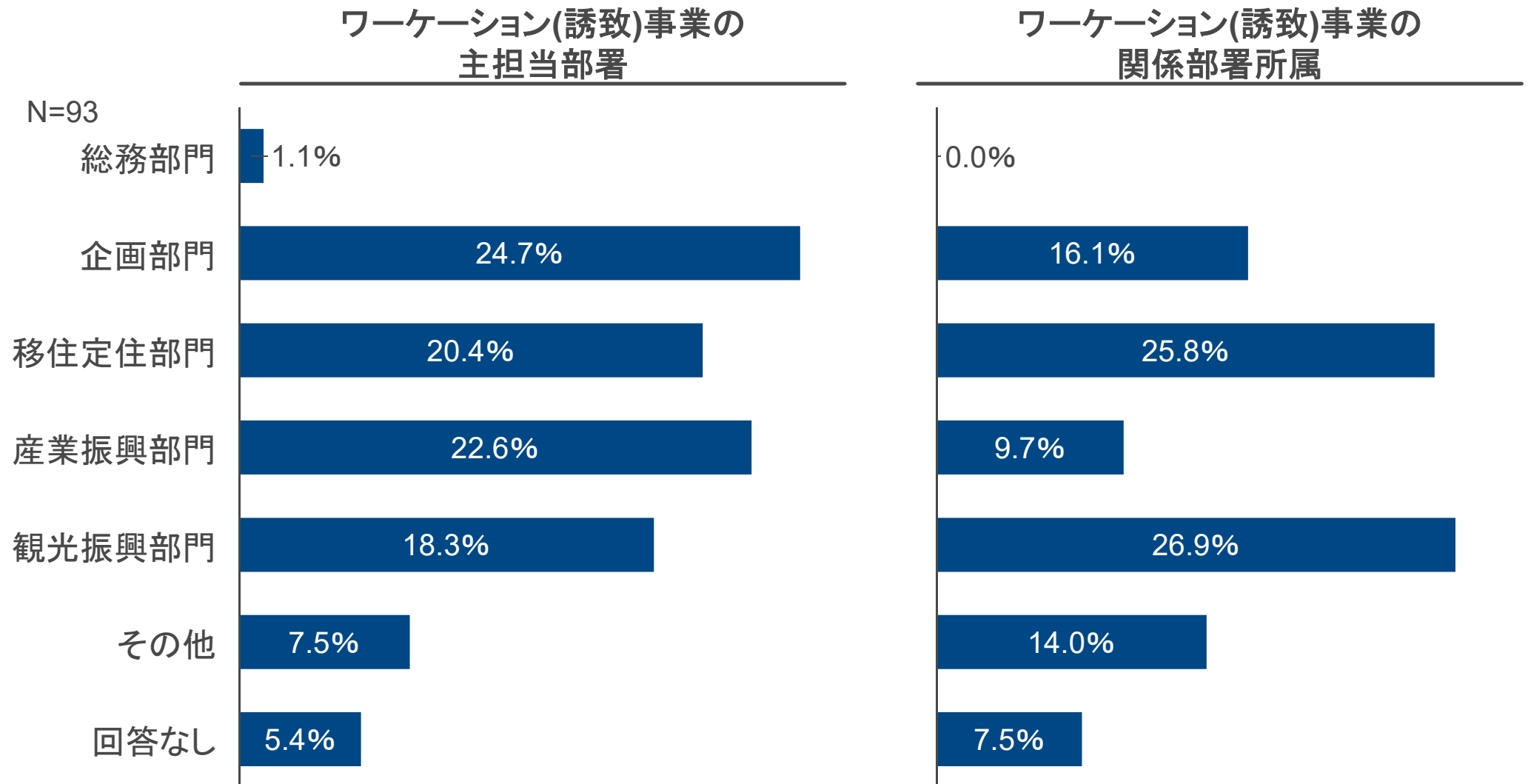
### I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

### II. 他組織との連携

【参考】令和5年度のワーケーション事業

# ワーケーション(誘致)事業の主担当部署／関係部署

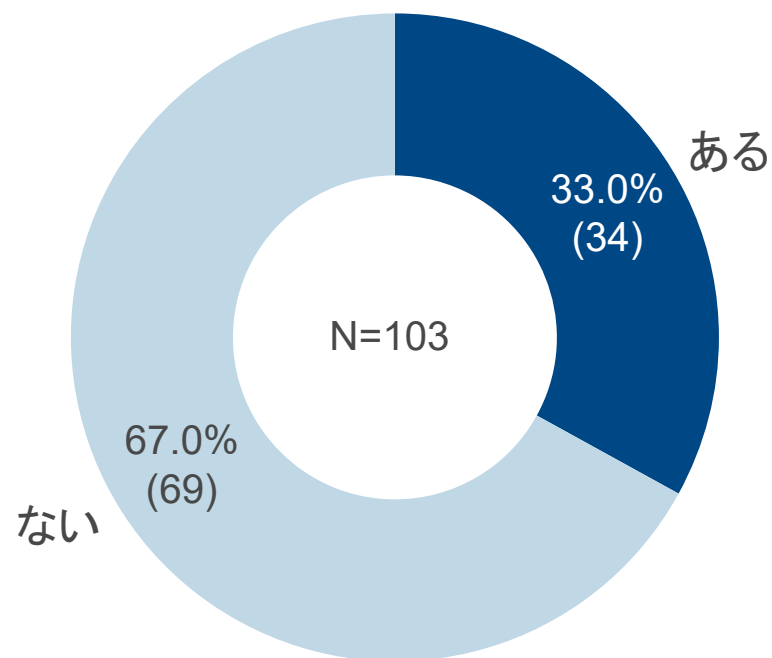
- ワーケーション(誘致)事業の主担当部署と、主担当部門以外の関係部署をきいたところ、主担当部門は「企画部門(24.7%)」、「産業振興部門(22.6%)」、「移住定住部門(20.4%)」の順で多くなった。
- 「観光振興部門」は関係部署で多く挙げられ、26.9%となった。



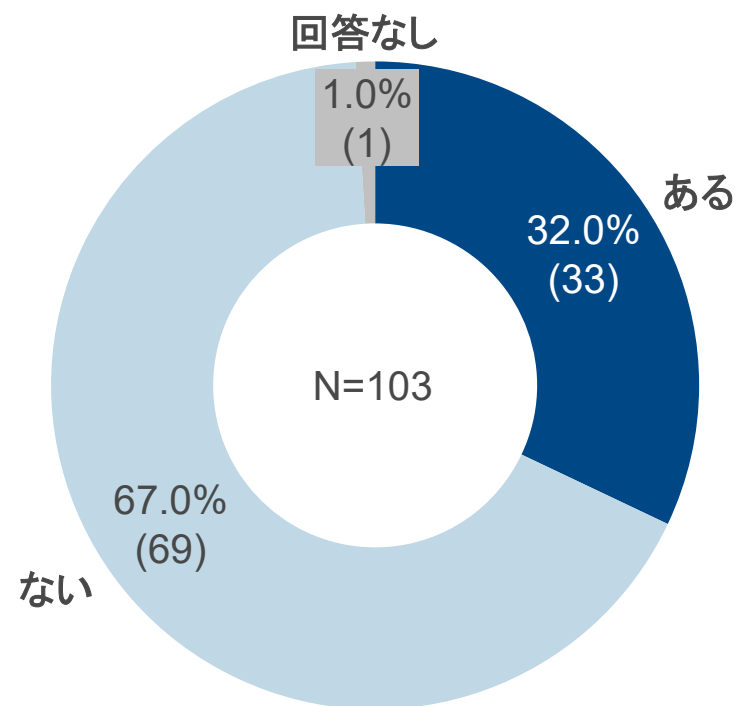
# 自治体内でのワーケーション(誘致)事業の連携

- ワーケーション事業はその特性から、移住促進部門や観光振興部門など、複数の部門が関わる事業となる。そこで、今回の調査では、「ワーケーション(誘致)施策を俯瞰している部門の有無」と、「部門を超えた会議体や情報共有の機会の有無」について聞いたところ、いずれの設問も「ある」と回答した自治体が3割を超えた。

ワーケーション(誘致)施策を俯瞰している  
部門の有無



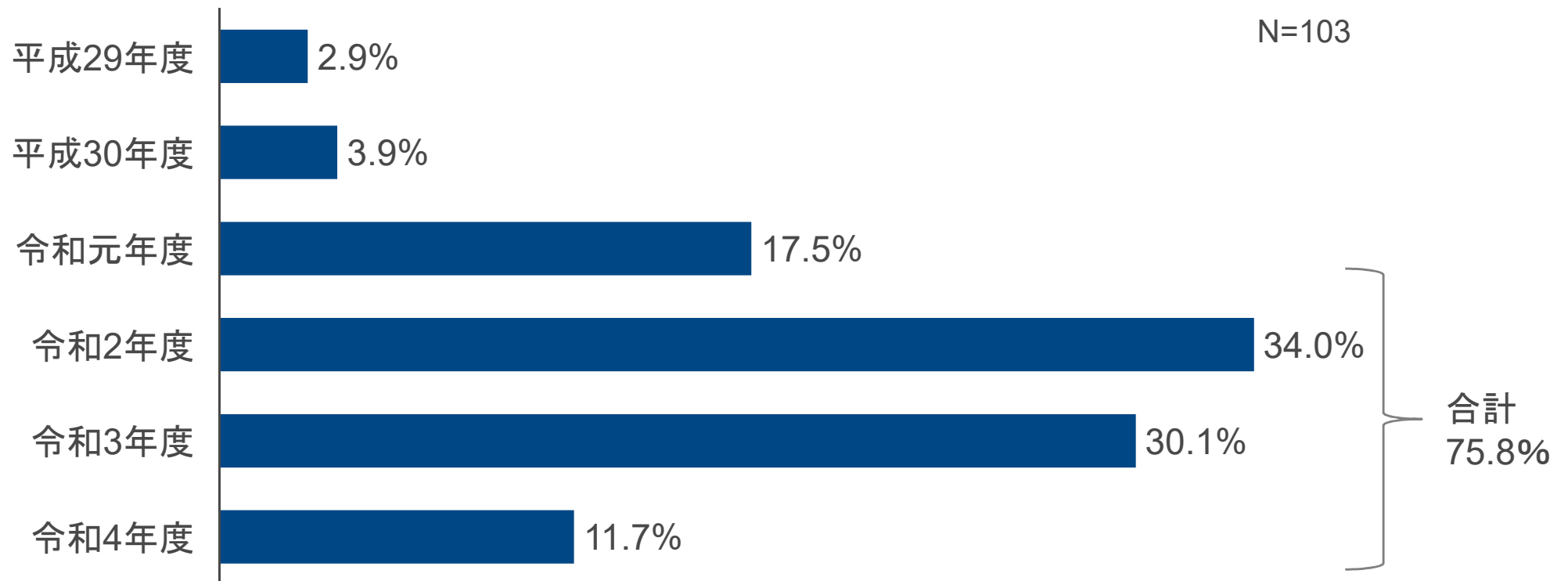
ワーケーション(誘致)に関連した部門を超えた  
会議体や情報共有機会の有無



# ワーケーション(誘致)事業の開始年度

- ワーケーション(誘致)事業の開始年度は、令和2年度が34.0%で最も高く、次いで令和3年度が30.1%となった。
- コロナ禍以降(令和2年度)に開始した自治体が75.8%と大半を占めるが、令和元年度以前から開始している自治体も24.3%みられる。

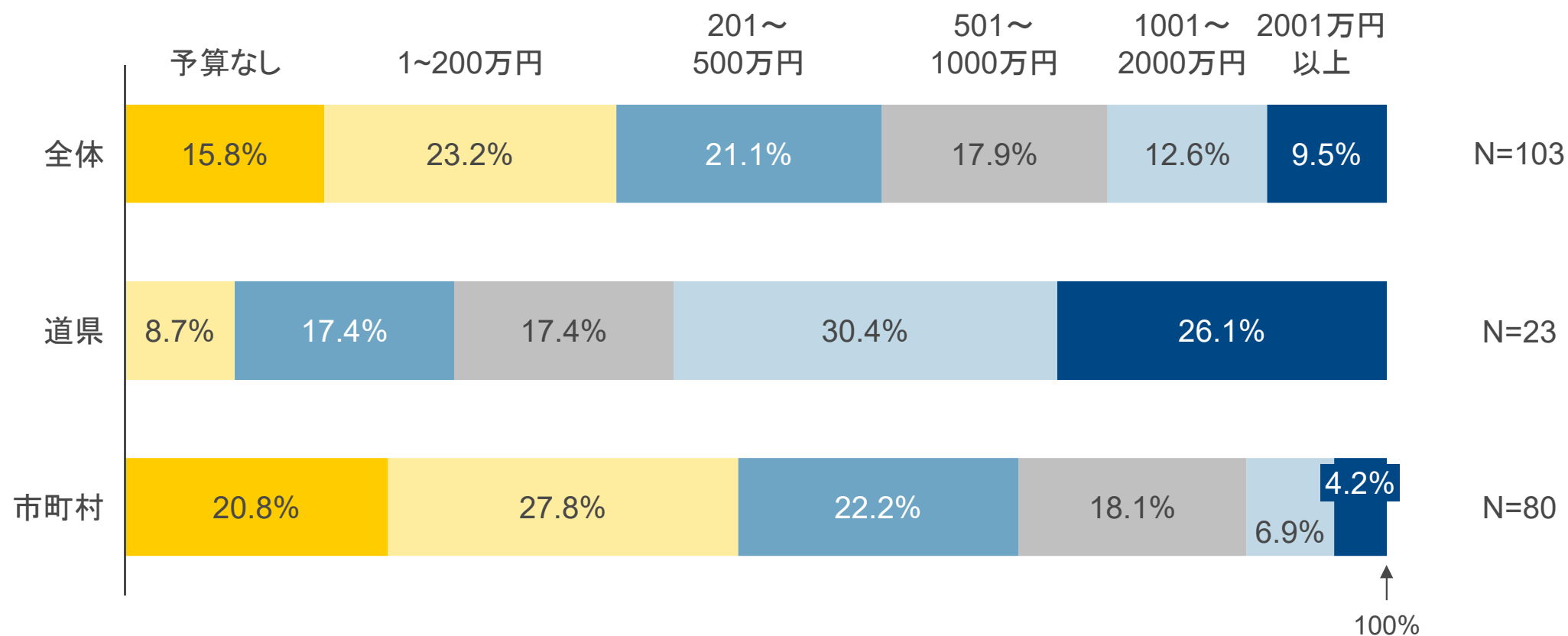
## ワーケーション(誘致)事業の開始年度



# 令和4年度 予算金額

- 令和4年度のワーケーション(誘致)事業の予算は、全体では「1~200万円」、「201~500万円」、「501~1000万円」の順で高い。
- 自治体区分別で見ると、道県では「1001~2000万円」(30.4%)、「2001万円以上」(26.1%)の順で高い一方、市町村では、「1~200万円」が27.8%で最も高く、「予算なし」も20.8%みられるなど、予算規模には大きな差がある。なお、施設設備などハード面への予算の有無によって、金額に差が出ると考えられる。

## 令和4年予算金額

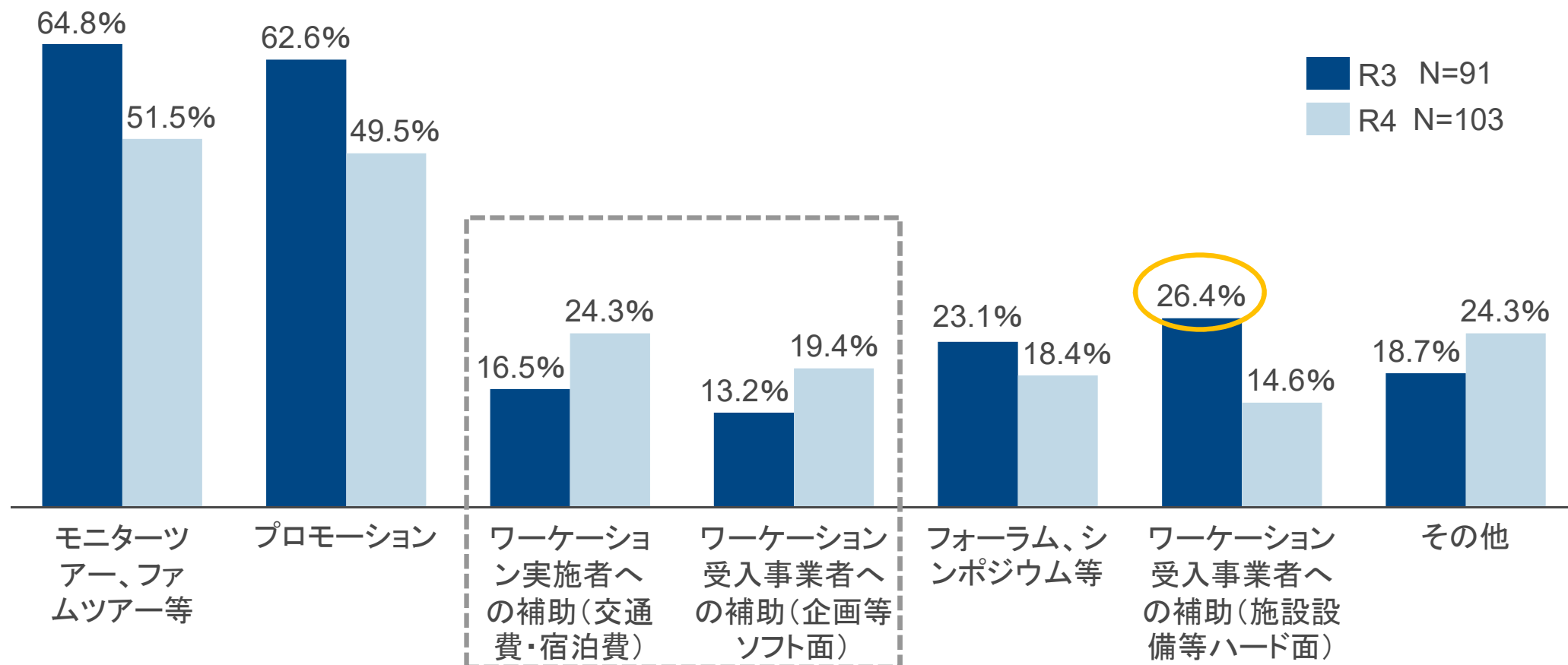


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

# ワーケーション(誘致)事業内容

- 取組んでいるワーケーション(誘致)事業の内容をみると、令和3年度、令和4年度とも、「モニターツアー、ファムツアー等」「プロモーション」の順に高いのは変わらない。
- 令和4年度は、令和3年度に比べて「ワーケーション実施者への補助」、「ワーケーション受入事業者への補助(企画等ソフト面)」が高く、具体的な企画など受入体制の強化を目的とした施策に重点が置かれつつあると考えられる。

## ワーケーション(誘致)事業内容

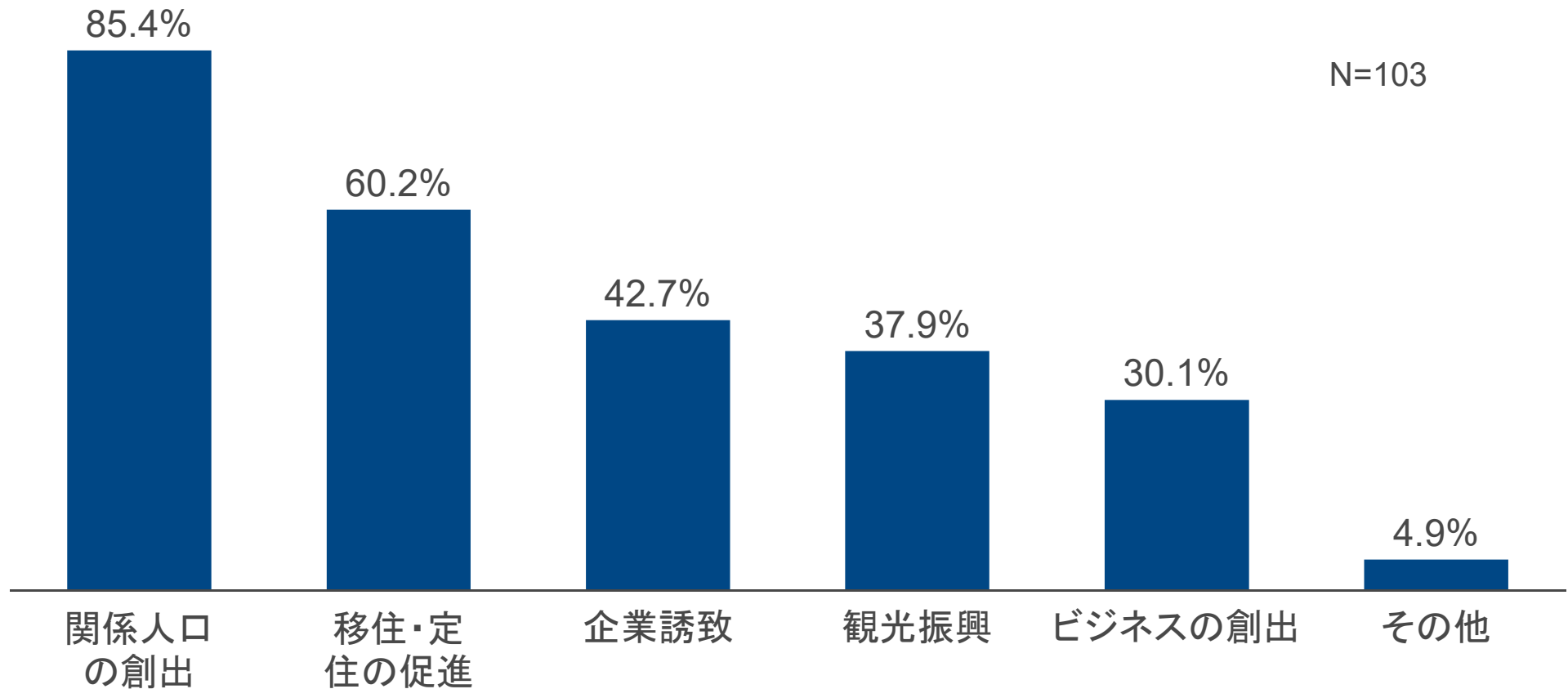


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体/R3は、R3から事業を行っている自治体のみ

# ワーケーション(誘致)事業に取り組んでいる目的

- ワーケーション(誘致)事業に取り組んでいる目的は、「関係人口の創出」が85.4%で最も高く、次いで「移住・定住の促進」(60.2%)、「企業誘致」(42.7%)となった。ワーケーション実施者側は、ワーケーションをする目的としてリフレッシュや観光を上げることが多い一方、「観光振興」を目的として挙げた自治体は37.9%となった。

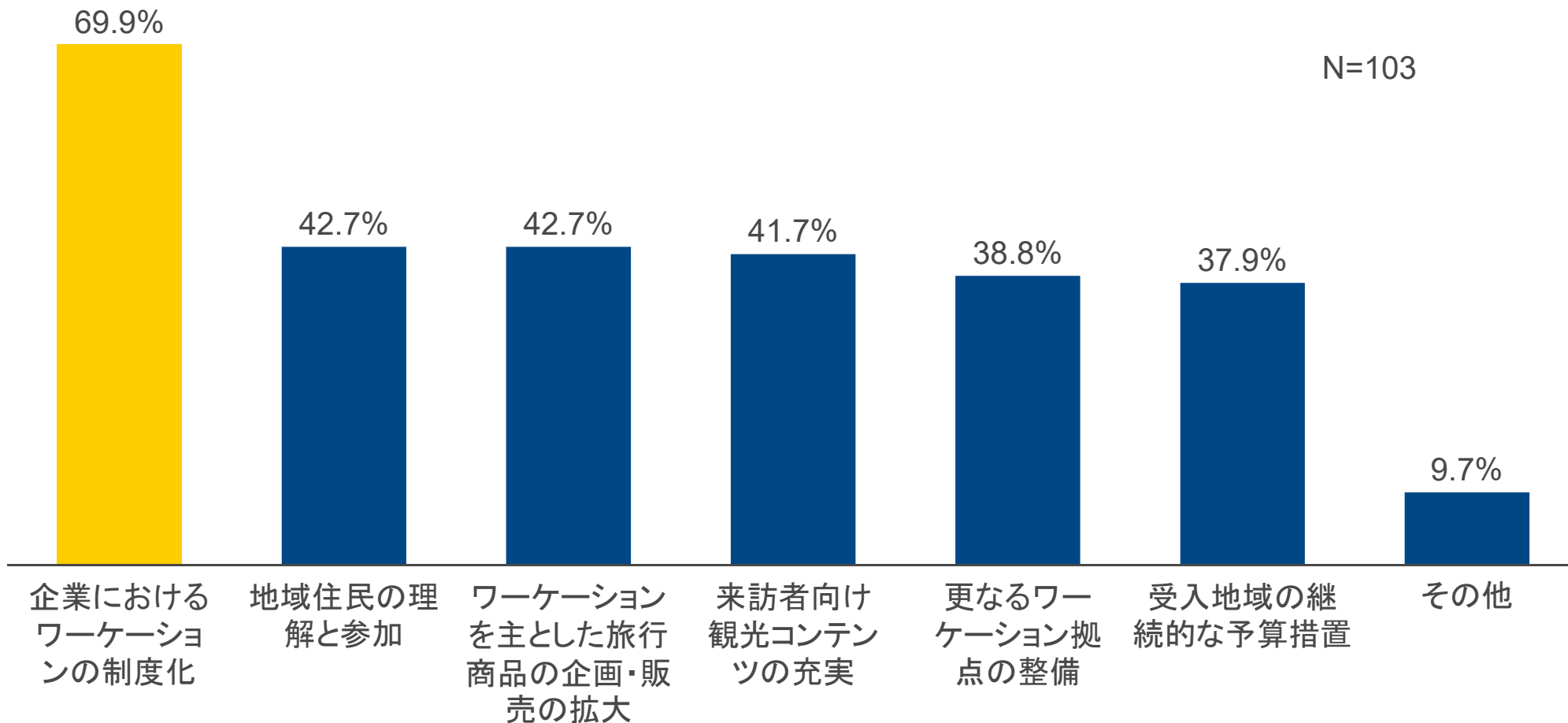
## ワーケーション(誘致)事業に取り組んでいる目的



# ワーケーション事業に取り組む目的達成のために必要と考えること

- ワーケーション(誘致)事業の目的を達成するために必要と考えることは、「企業におけるワーケーションの制度化」が69.9%で突出して高く、受入側として、広くワーケーションを実施してもらうため、企業側の制度作りが望まれていることが分かる。

## 目的を達成するために必要と考えること

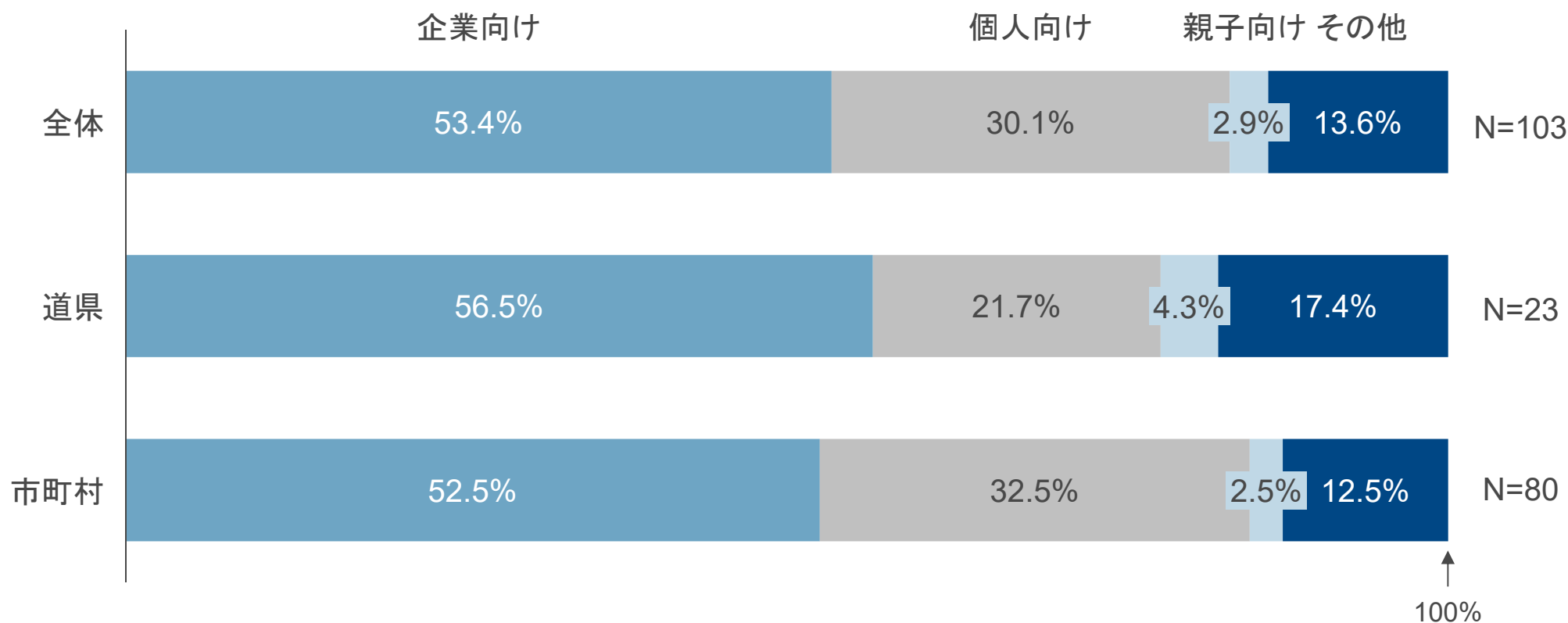




# ワーケーション推進施策における主なターゲット

- ワーケーション受入の主なターゲットは、「企業向け」が53.4%で最も高く、次いで「個人向け」が30.1%となった。なお、自治体区分別にみてもターゲットには大きな差はみられない。
- 半数以上の自治体が企業を主なターゲットとしており、その点からも、企業におけるワーケーション制度の整備が望まれていることが分かる。なお、その他には「個人経営者やフリーランス」などの回答が見られた。

## ワーケーション受入の主なターゲット

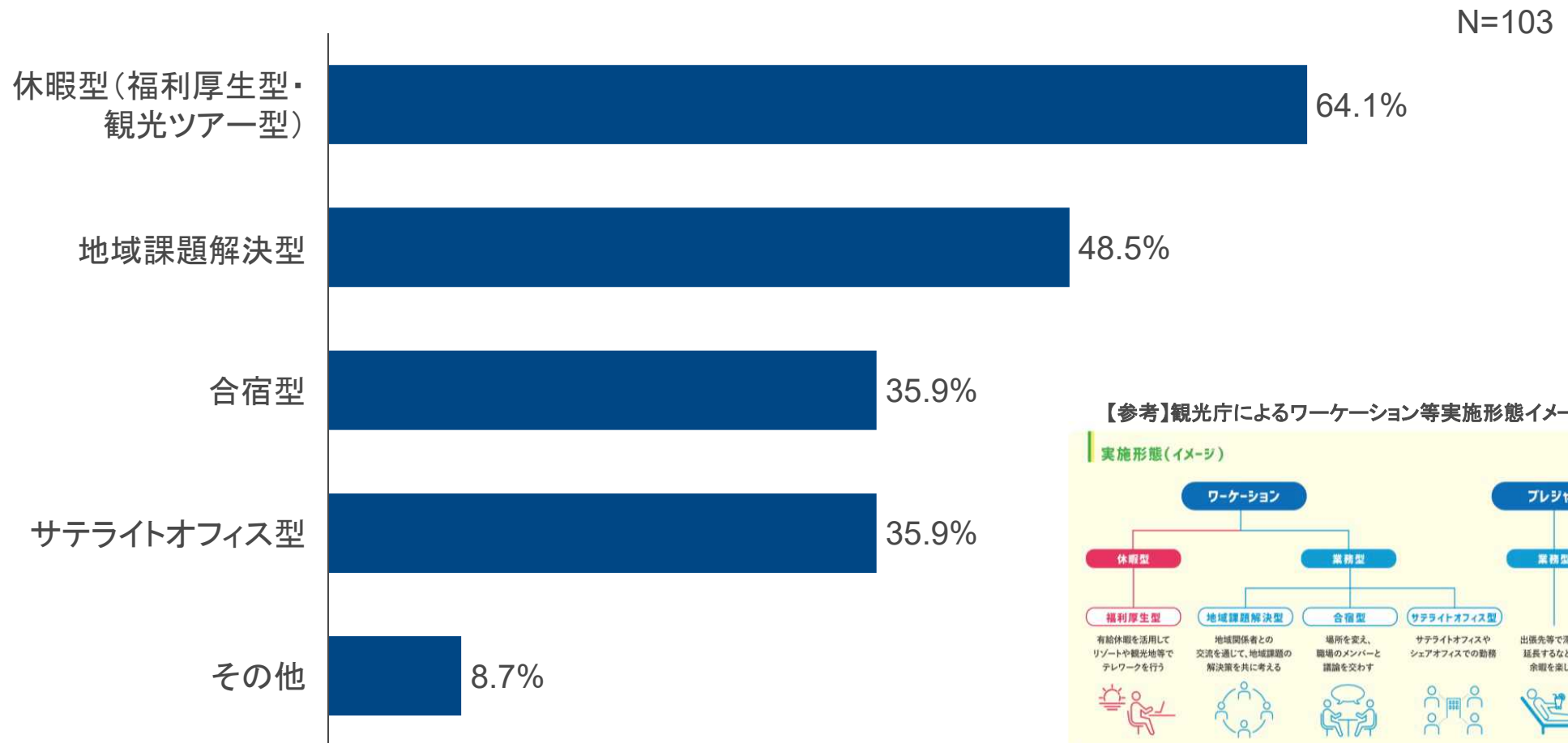


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

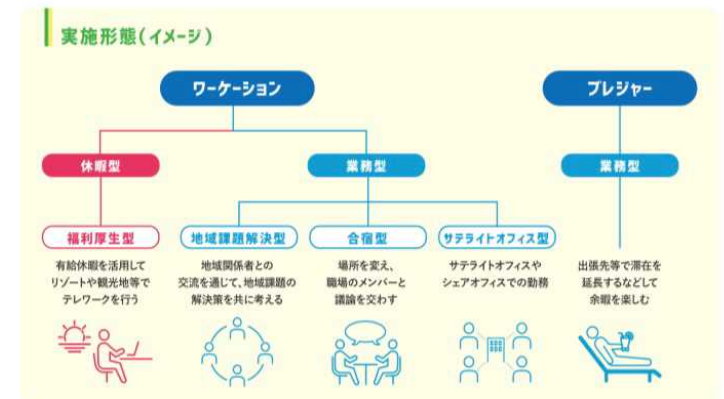
# 受入に取り組んでいるワーケーション形態

- 受入に取り組んでいるワーケーション形態は、「休暇型(福利厚生型・観光ツアー型)」が64.1%で最も高く、ついで「地域課題解決型」(48.5%)となった。

## 受入に取り組んでいるワーケーション形態



【参考】観光庁によるワーケーション等実施形態イメージ

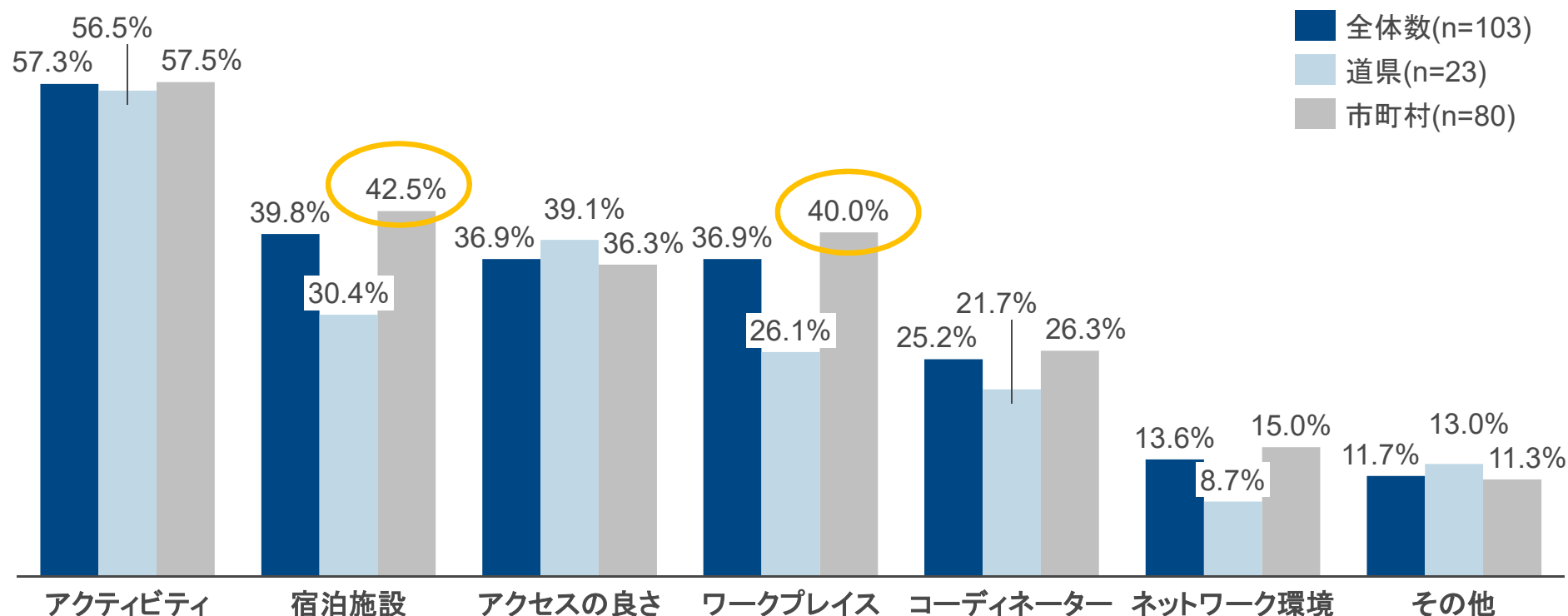


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

# 受入自治体としての強み(PRポイント)

- 受入自治体としての強みは、全体では「アクティビティ」が最も高く、次いで「宿泊施設」、「アクセスの良さ」となった。
- なお、自由記述でそれぞれの強みの詳細をきいたところ、アクティビティでは、マリンスポーツ、ウィンタースポーツ、山などの回答が複数みられたほか、「地域の資源(人、もの)を活かした体験」、「地域課題解決に向けた体験」などもみられた。

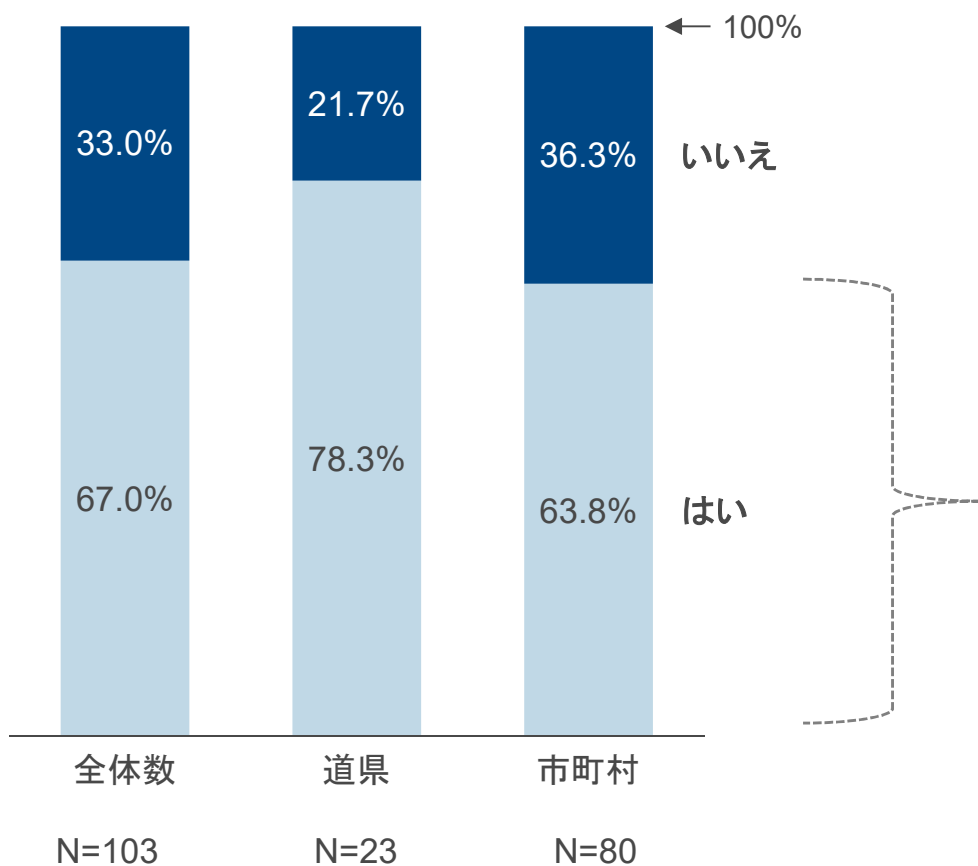
## 受入自治体としての強み(PRポイント)



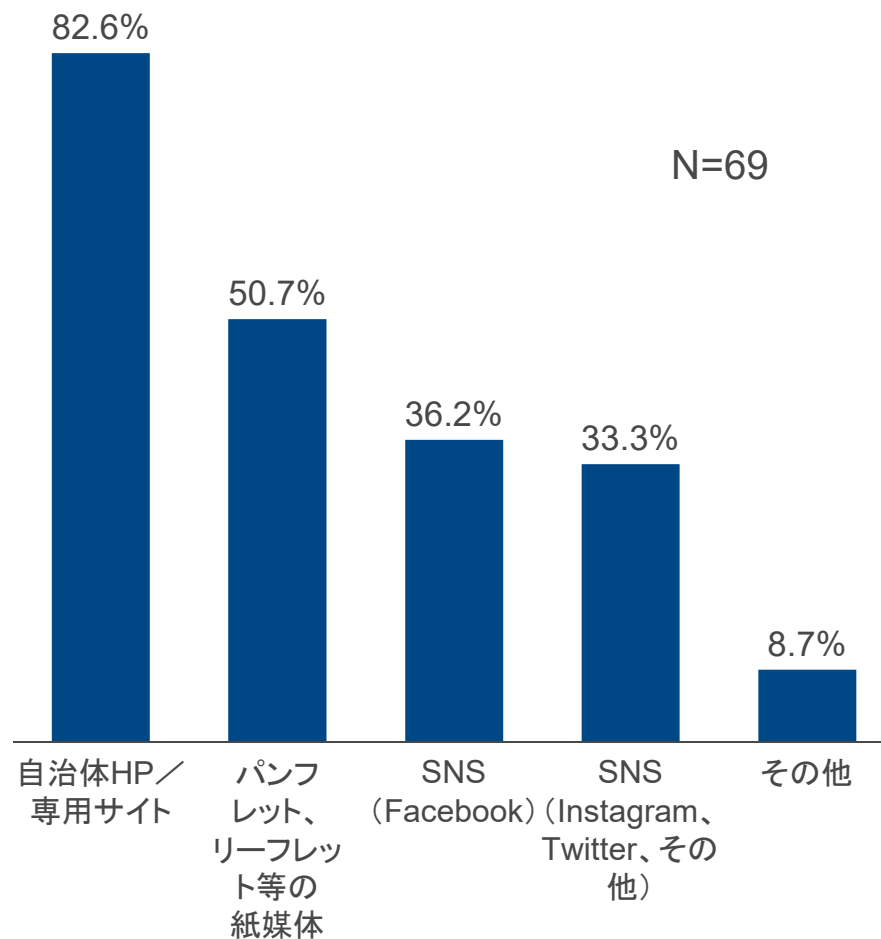
# ワーケーション情報の広報／情報発信ツール

- ワーケーション情報をHPやSNSで広報している自治体は、全体では67.0%、道県 78.3%、市町村は63.8%となった。
- 広報を行っている自治体のうち、82.6%が「自治体HP/専用サイト」をツールとしており、SNSはFacebookが36.2%、Instagram、Twitterなどその他SNSは33.3%となった。

## ワーケーション情報をHPやSNSで広報しているか



## 情報発信ツール

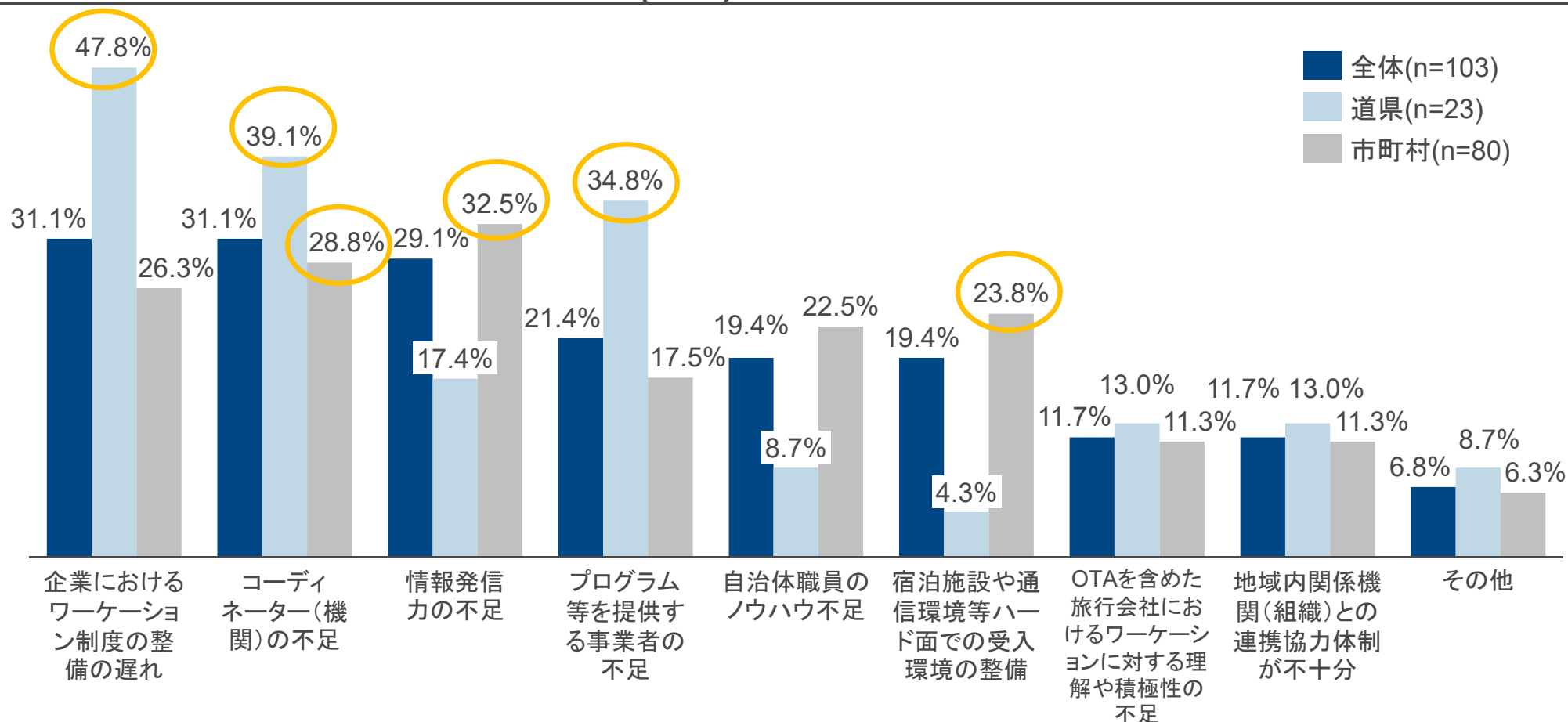


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

# ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題(自治体別)

- ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題はなにかを聞いたところ、全体では「企業におけるワーケーション制度の整備の遅れ」と「コーディネーター(機関)の不足」が共に31.1%と最も高い。
- 自治体別にみると、道県では「企業におけるワーケーション制度の整備の遅れ」、「コーディネーター(機関)の不足」のほか、「プログラム等を提供する事業者の不足」が高く、市町村は「情報発信不足」が最も高く、次いで「コーディネーター不足」、「ハード面での受入環境の整備」が続いた。

## ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題



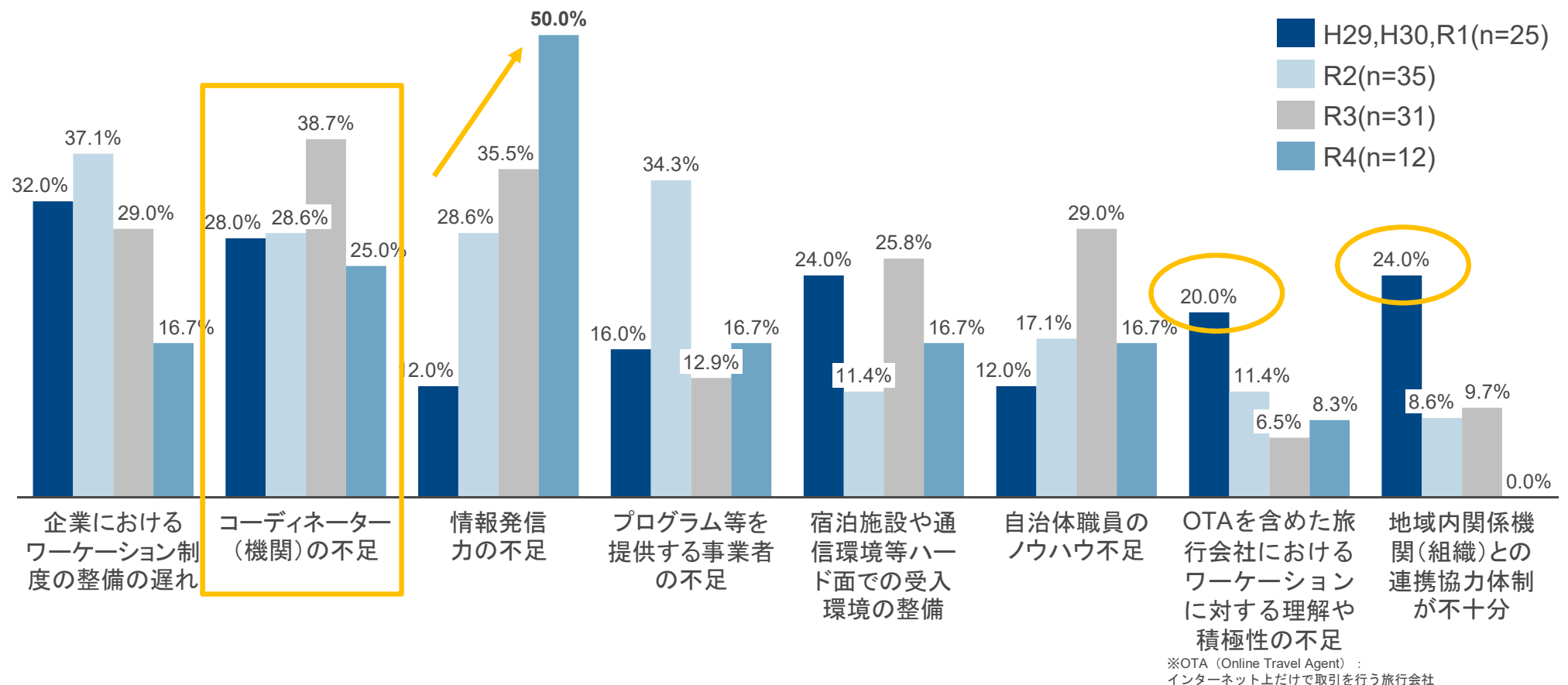
\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

※OTA (Online Travel Agent) : インターネット上だけで取引を行う旅行会社

# ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題(事業開始年度別)

- ワーケーション事業を開始した年度別に課題をみると、平成29年～令和元年度に事業を開始している自治体では、「地域内関係機関(組織)との連携協力体制が不十分」、「OTAを含めた旅行会社におけるワーケーションに対する理解や積極性の不足」が、令和2年度以降の自治体に比べて高く、実施期間の短い自治体では「情報発信力の不足」が高い。
- 事業実施期間に関わらず課題として多く挙げられたのは「コーディネーターの不足」となった。

## ワーケーション(誘致)事業に取り組む中での課題(事業開始年度別)



\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体

## 1. サマリ

## 2. 調査概要

## 3. 調査結果

### I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

### II. 他組織との連携

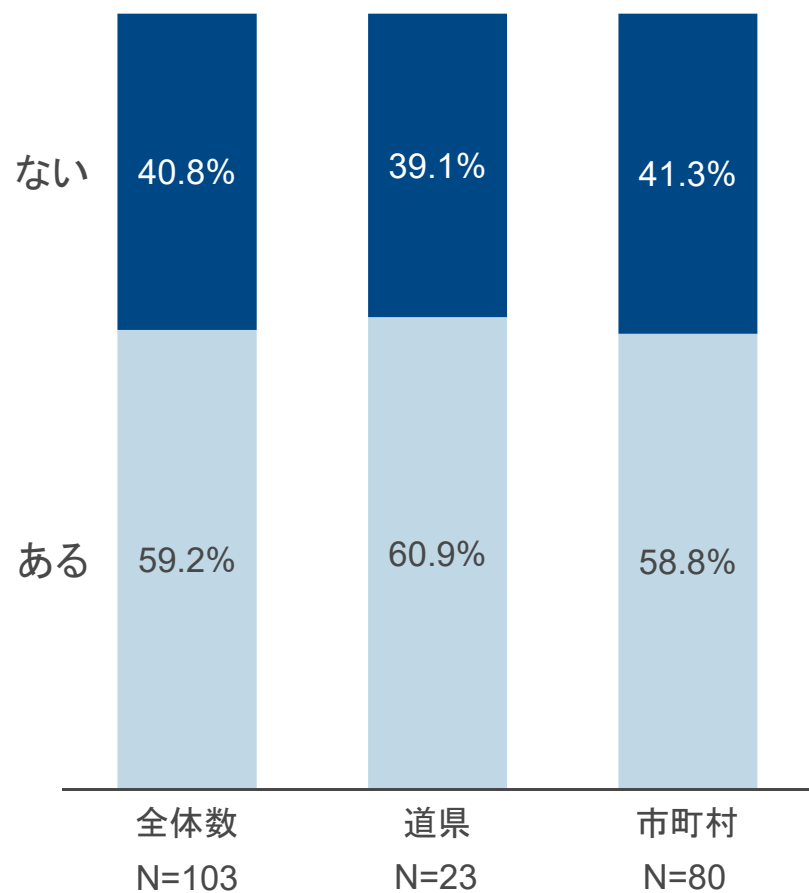
【参考】令和5年度のワーケーション事業

# ワーケーション(誘致)事業の推進組織や取組の有無

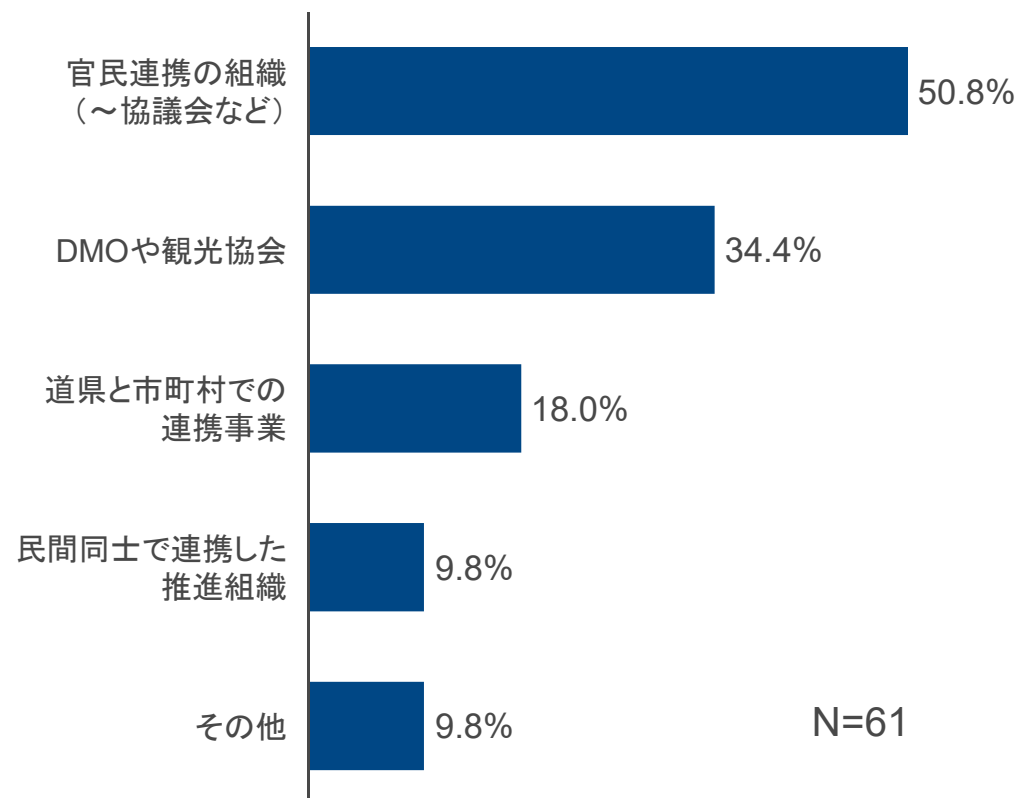
- ワーケーション事業の推進組織(※)や取組の有無を聞いたところ、約6割の自治体が「ある」と回答した。
- 具体的な組織や取組は「官民連携の組織」が50.8%、次いで「DMOや観光協会」が34.4%となった。

(※) ワーケーション事業の実施に係る連携団体

## ワーケーション事業の推進組織や取組の有無



## 推進組織や取組の種類



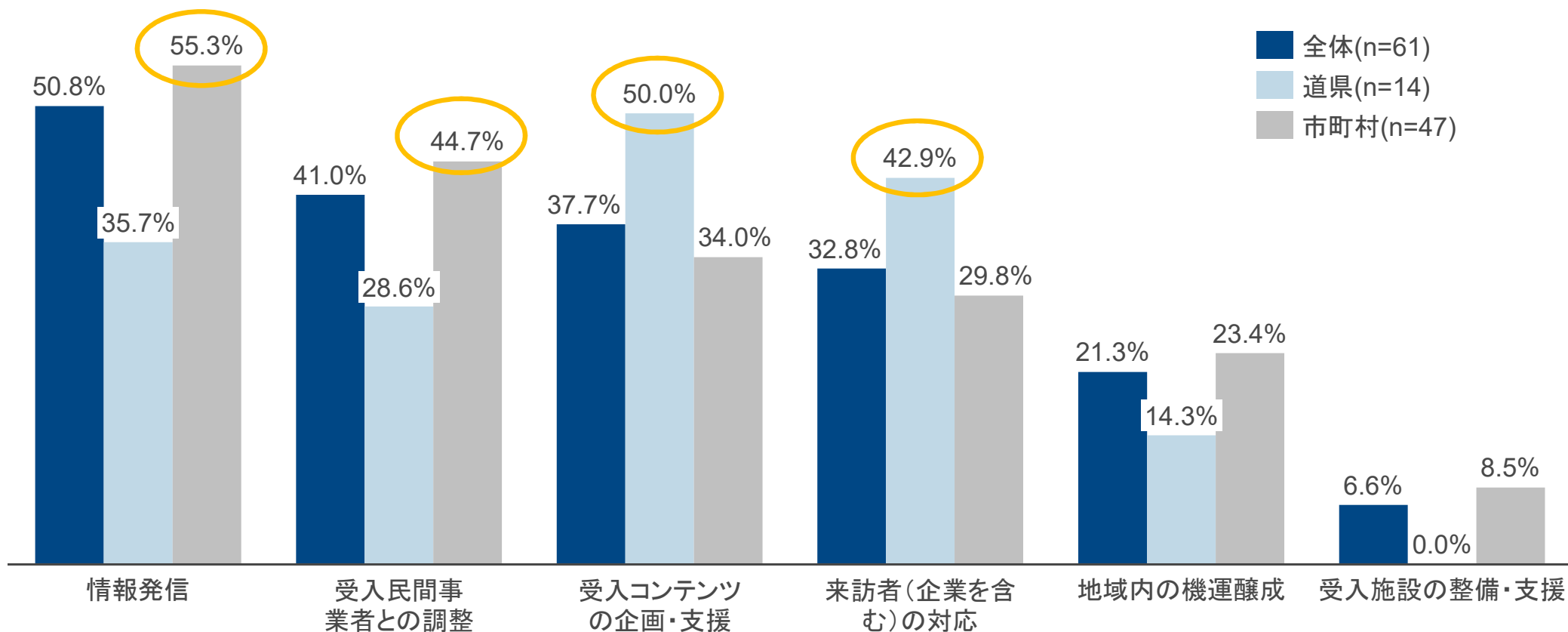
\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション事業に取り組んでいると回答した自治体



# DMOや観光協会に期待する役割

- DMOや観光協会に期待する役割を聞いたところ、全体で「情報発信」(50.8%)が最も高く、次いで「受入民間事業者との調整」(41.0%)、「受入コンテンツの企画・支援」(37.7%)となった。
- 市町村は「情報発信」、「受入民間事業者との調整」が高く、道県は「受入コンテンツの企画・支援」、「来訪者(企業を含む)の対応」が高い。

## DMOや観光協会に期待する役割

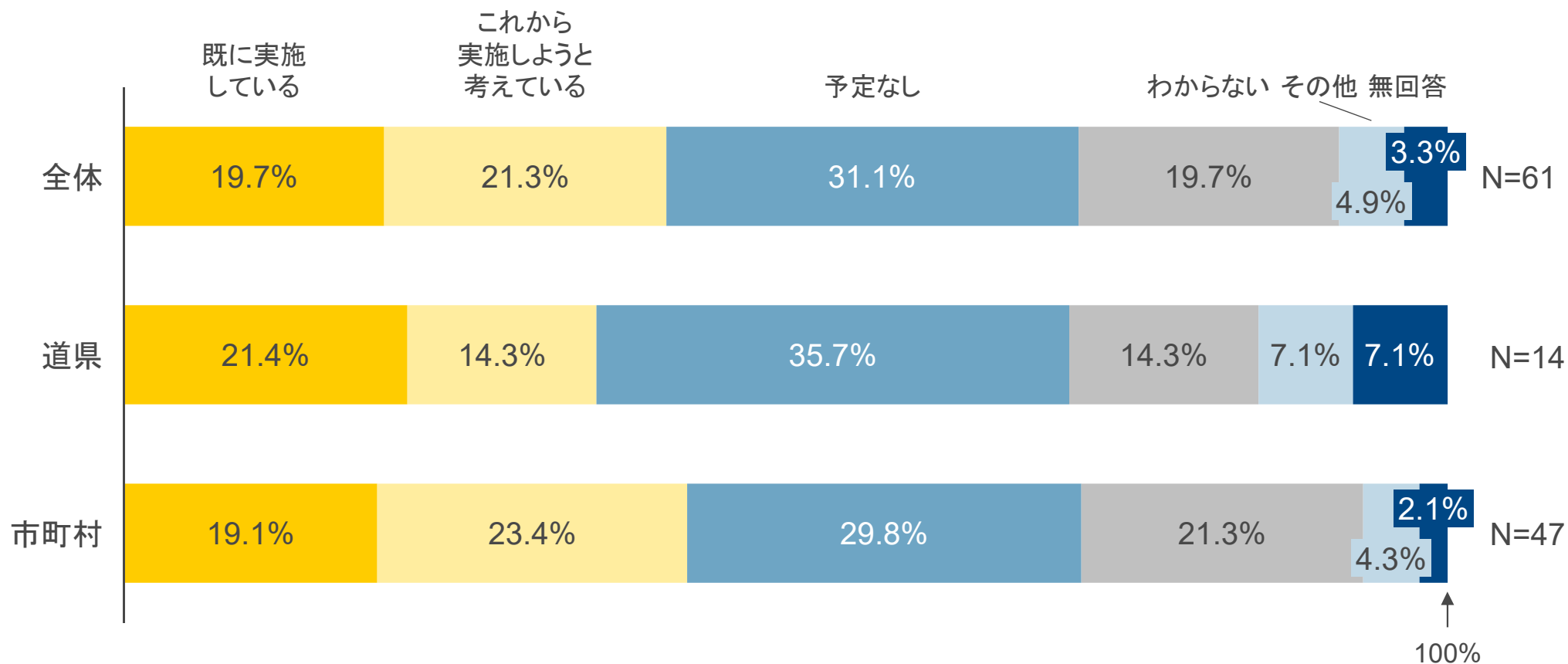


# 旅行会社(OTAを含む)へのPR活動の実施

- 旅行会社へのPR活動を「既に実施している」、または「これから実施しようと考えている」と回答した自治体の合計は全体で41.0%で、3割が「予定なし」、2割が「分からない」とした。

## 旅行会社(OTA※を含む)へのPR活動の実施

※OTA (Online Travel Agent) : インターネット上で取引を行う旅行会社

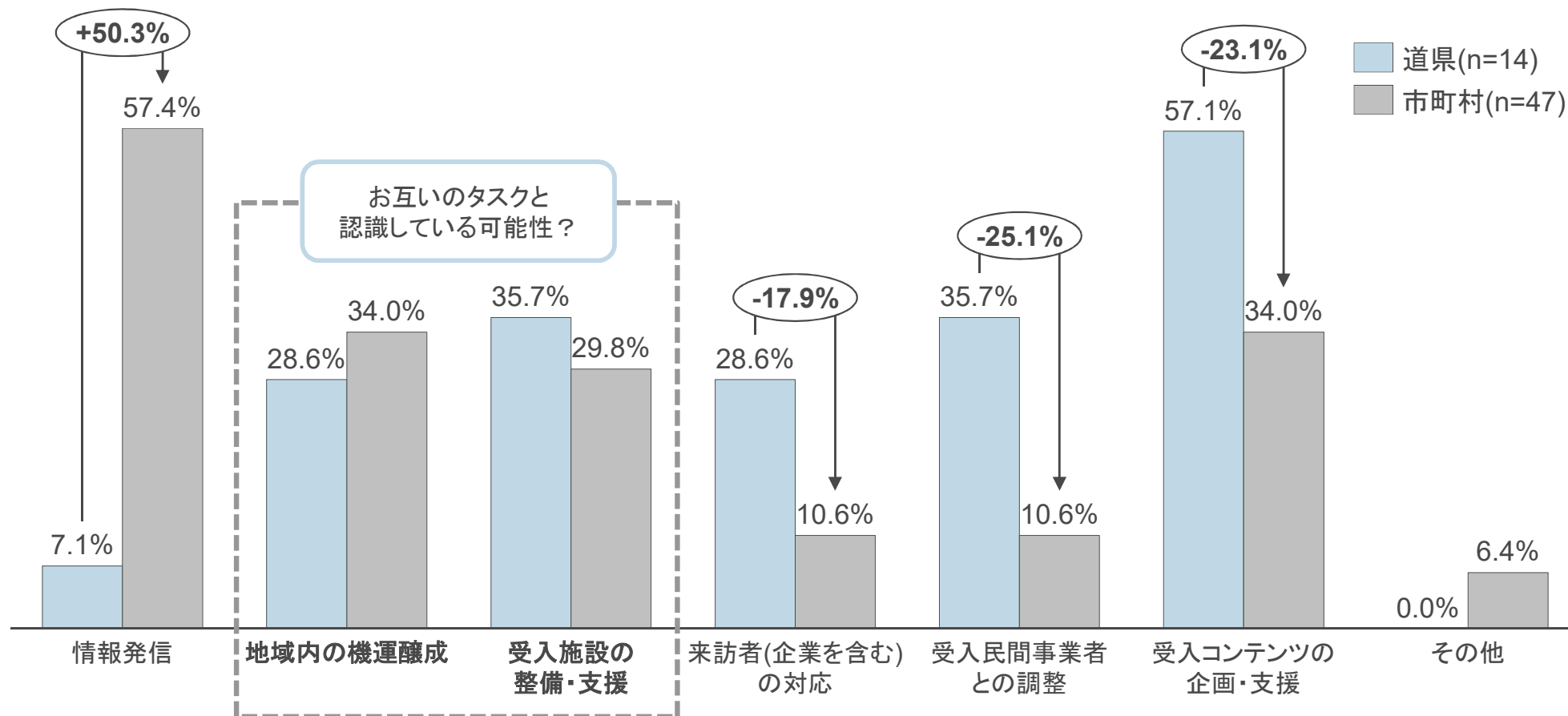


\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション(誘致)に取り組んでいる、かつワーケーション事業の推進組織や取組があると回答した自治体

# 道県／市町村がそれぞれに期待する役割

- 道県には、市町村に期待する役割、市町村には、道県に期待する役割をそれぞれ聞いたところ、道県は市町村に対し、「受入コンテンツの企画・支援」、「受入民間事業者との調整」、「来訪者(企業を含む)の対応」を期待しており、市町村は、道県に対し、「情報発信」を強く期待していることが分かる。
- 一方、「地域内の機運醸成」、「受入施設の整備・支援」は道県、市町村ともが互いに期待することとして挙げている。

## 道県が市町村に期待する役割／市町村が道県に期待する役割



\* 回答者: 令和4年度現在、ワーケーション(誘致)に取り組んでいる、かつワーケーション事業の推進組織や取組があると回答した自治体

# DMOや観光協会との連携について

- ワーケーション(誘致)事業推進におけるDMOや観光協会との連携においてうまくいっている点、課題などを自由記述で聞いたところ、うまくいっている点としては、主体的に取り組むスタッフがいることや、連携しての情報発信の強化などが、また課題としては、導入に関する機運が高まっていないなど理解不足の他、人手不足、採算性などがあげられた。
- ワーケーションの取組みに対する認知度が高く、成功している地域は総じてDMOや観光協会との連携に積極的な地域が多い。特にR5年度以降は個人型ワーケータの増加が見込まれるため、効果的な連携がますます重要となる。

## ワーケーション(誘致)事業推進におけるDMOや観光協会との連携について(自由回答/一部抜粋)

うまくいっている点	市町村	ワークスペースの設置施設が観光協会の拠点でもあり、常に連携が取れている。 観光協会ホームページをリニューアルするため、今後の情報発信に期待したい。
	市町村	役場から観光協会へ派遣されている町職員が主体的に取り組んでいることや、地域おこし協力隊の協力を得ながら取り組むことにより、町、観光協会、町内事業者、地域住民が一体的に取り組むような手法を取り入れている
	市町村	観光情報とワーケーション関係の情報を一元的に発信するホームページを市が作成して観光協会に貸与する形で、市と協力し管理・運営をすることで情報発信を強化している。
	道県	企業側と地域側の双方の視点を持ったコーディネーターがいる点
課題	市町村	観光協会とは連携がない。DMOとは手さぐり状態である。
	市町村	観光協会との連携においては、ワーケーションに対する理解と必要性が浸透していないため、事業者に対する認知度の向上等も含めた協力体制の構築を図っていきたい。
	市町村	将来的には、DMOが主たる事業主体として運営して欲しいが、行政との連携不足や人材不足などで課題が多い。民間企業への委託についても、採算性の面で難しい。
	道県	DMOや観光協会、地域におけるワーケーション導入に関する機運が高まっていない。

### 【参考例】

リゾートテレワーク協会と観光協会の会長職や理事などを兼任させ一体的な組織運営を進める長野県軽井沢町や、観光協会と市役所が密に連携しながらユニークな誘致を進めている長野県立科町の事例などを参考に、シナジー効果がしやすいそれぞれの状況に適した取組を進めていくことが望まれる。

## 1. サマリ

## 2. 調査概要

## 3. 調査結果

### I. 各自治体のワーケーション事業 取組状況

### II. 他組織との連携

【参考】令和5年度のワーケーション事業

# 令和5年度 ワークーション(誘致)事業内容(予定)

- 令和5年度のワークーション(誘致)事業内容(予定)を聞いたところ、「モニターツアー、ファームツアー等(43.0%)」、「プロモーション(26.9%)」の順で高い。
- 「その他」では、「ワークーション受入推進に係る人材の発掘・育成」や「ワークーションアンケート調査」などの回答がみられた。

## 令和5年度 ワークーション(誘致)事業内容(予定)

