



日光市サテライトオフィス等誘致戦略

令和4年6月
栃木県日光市

目次

1	サテライトオフィス・ワーケーションについて	
(1)	日光市におけるサテライトオフィスの誘致・ワーケーションの推進	2
1.	日光市サテライトオフィス等誘致戦略策定の背景・目的	2
2.	日光市の現状・課題と方向性	3
(2)	リモートワーク・ワーケーションとは	4
1.	リモートワークのいろいろ	4
2.	リモートワーク、様々な種類	4
(3)	リモートワークが求める成果・目的	5
1.	「仕事」「移動」「暮らす」のボーダレス化	5
2.	遠隔型リモートワーク（ワーケーション・ブレジャー）のメリット	5
2	リモートワークに係る市場のニーズ	
(1)	リモートワークに係る消費者のニーズ	6
1.	リモートワーク・ワーケーション等の全国的な実態	6
2.	都市部及び栃木県内におけるリモートワークの実態	8
3.	都市部及び栃木県内におけるリモートワークの意向状況	9
4.	都市部及び栃木県内におけるワーケーションの意向状況	10
5.	ワーケーションに興味のある者の就業形態	11
6.	消費者視点でのリモートワーク・ワーケーションに求めるもの	12
(2)	リモートワークに係る企業の実態	
1.	企業のリモートワーク・ワーケーションの導入状況	13
2.	企業における地方の位置付け	13
3.	企業のリモートワーク・ワーケーション及びサテライトオフィスのニーズ	14
4.	アプローチにおける企業の所在地（都市部・栃木県）ごとのメリット・デメリット	14
3	受入れ地域の取組	
(1)	他地域におけるリモートワーク・サテライトオフィスの事例	15
1.	他地域の事例（形態ごと）	15
4	日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略	
(1)	基本方針	16
1.	施策の全体像	16
(2)	ターゲット別推進戦略	
1.	日光市との相性に係る整理	17
2.	ターゲットの設定	18
3.	取組の内容	19
A.	ターゲット共通の取組	19
B.	ターゲット別の取組	23

1 サテライトオフィス・ワーケーションについて

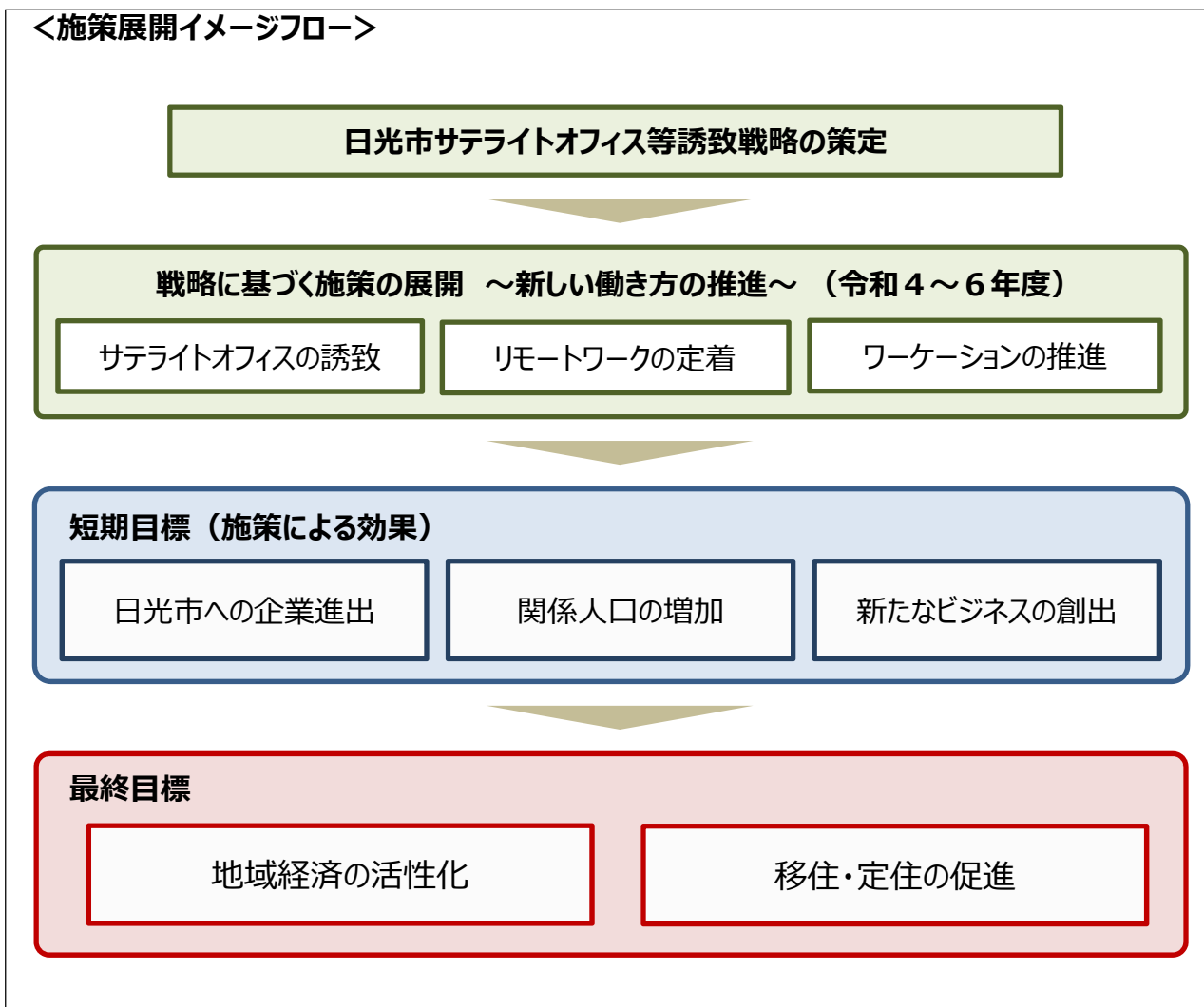
(1) 日光市におけるサテライトオフィスの誘致・ワーケーションの推進

1. 日光市サテライトオフィス等誘致戦略策定の背景・目的

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を背景に、働き方に対する意識と行動の変容が見られ、休暇を兼ねて観光地で仕事をする「ワーケーション」や地方のサテライトオフィスでの「リモートワーク」などの新しい働き方への需要が高まるとともに、地方移住への関心も高まっている。日光市では、この機会を見逃すことなく、新たなしごととひとの流れを生み出す施策を展開していかなければならない。

本戦略は、地域の現状や課題、日光市において行ったリモートワーク等に関する調査結果等を踏まえ、サテライトオフィス誘致やリモートワーカーの誘客促進に向けた取組の方針を定め、市内への企業進出や新たなビジネス創出による地域経済の活性化、ひいては日光市への移住定住促進を図ることを目的とする。

<施策展開イメージフロー>



1 サテライトオフィス・ワーケーションについて

(1) 日光市におけるサテライトオフィスの誘致・ワーケーションの推進

2. 日光市の現状・課題と方向性

日光市の現状と課題から、取り組むべき方向性を次のとおり整理する。

	日光市の現状と課題	取組の方向性
立地	■ 都心から1.5時間～2.5時間の好立地 ■ 多業種との包括連携協定の締結 ■ 歴史ある製造業・観光業	■ ライバル地域との差別化 ■ 関係性のある企業の洗い出し・アプローチの強化
ワーク	■ ワーク実施環境の不足 ■ 通信環境、交流環境の整備不足	■ ワーク・交流スペースの強化・新設 ■ 通信環境強化・支援
生活	■ 長期滞在者・ワーカー向けの環境整備の不足 ■ 車中心の交通事情 ■ 企業・ワーカーと地域との交流環境の未整備	■ ワークスペース・宿泊施設・飲食店・交通事業者（バス・タクシー等）等の回遊性と快適性の向上 ■ 地域住民との交流機会の創出・環境整備
観光	■ 多様な温泉観光地、世界遺産である社寺、豊かな自然環境を持つ	■ ワーケーション・福利厚生向けコンテンツ・プログラムの整備
その他	■ ワーケーション実施やサテライトオフィス設置に係るハードルは高い ■ 地域間の連携の不足	■ 日光市でのワーケーション実施・サテライトオフィス設置に対する意義の付与 ■ 日光市全域での誘客促進

- A3※からはじまる日光の新しい働き方の定着
※A3・・・エーキューブ（Anytime Anywhere Anyone can make fun in Nikko）
いつでも、どこでも、だれでも、仕事とVacationが両立できる新しい日光体験
- リモートワーカー等の来訪による関係人口の増加、定着による移住定住の促進
- サテライトオフィスの増加、地域内事業者の新たなビジネスチャンスが創出されることによる地域経済の活性化
- 外部からの視点を持つワーカー・企業の取組による地域内の課題解決の進展

1 サテライトオフィス・ワーケーションについて

(2) リモートワーク・ワーケーションとは

1. リモートワークのいろいろ

リモートワーク、またはテレワークとは、情報通信技術(ICT = Information and Communication Technology)を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。

働く場所によって、自宅利用型テレワーク（在宅勤務）、移動中や移動の合間に行うモバイルワーク、サテライトオフィスやコワーキングスペースといった施設利用型テレワークのほか、リゾートで行うワーケーションも含めてリモートワークと総称する。

在宅勤務

自宅を就業場所とする働き方。通勤時間の削減、移動による身体的負担の軽減が図れ、時間の有効活用ができる。

モバイルワーク

電車や新幹線、飛行機の中で行うもの、移動の合間に喫茶店などで行うものも含み、業務の効率化に繋がる。

サテライト／コワーキング

企業のサテライトオフィスや一般的なコワーキングスペースで行うもの。企業が就業場所を規定する場合も、個人で選択する場合も含む。

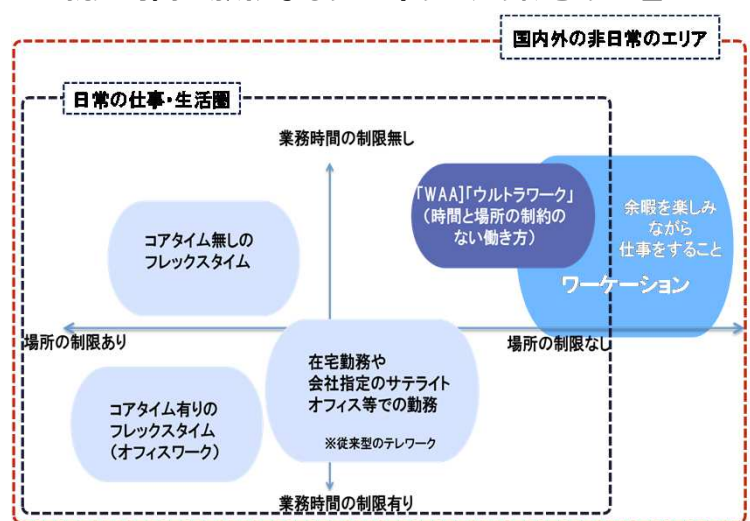
ワーケーション

リゾートなどバケーションも楽しめる地域でテレワークを行うこと。

プレジャー

ビジネス前後の出張先などで滞在を延長し、勤務日は仕事を、休日はバケーションを楽しむ。

就労時間・場所によるリモートワークの概念の整理

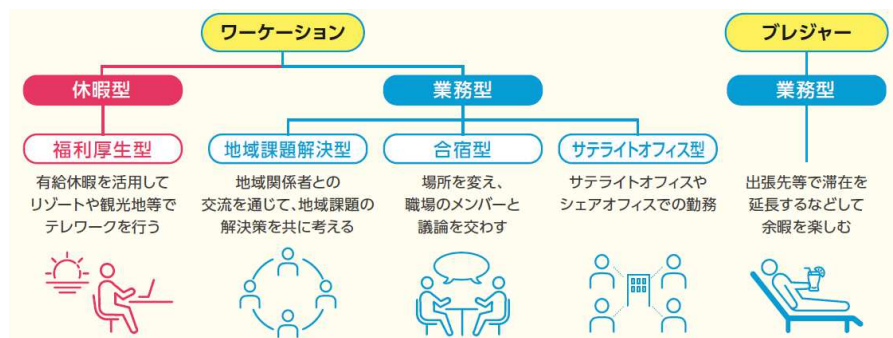


WAA: 「Work from Anywhere and Anytime」の略。ユニリーバが従来の在宅勤務制度やフレックスタイム制度を見直し、2016年7月より導入

2. リモートワーク、様々な種類

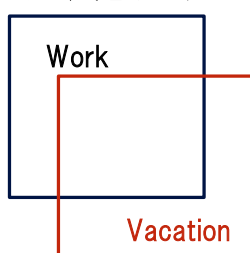
新型コロナウイルス感染症への対応としてリモートワークを導入した企業が多いが、それらは「休暇」の概念がなく、業務効率向上や出社抑制という側面によるもので、ワーケーションやサテライトオフィス設置とは根本的な趣旨が異なる。「休暇」と関連するリモートワークとしての「ワーケーション」と「プレジャー」の違いは次の通り。

リモートワークにおける「ワーク」と「休暇」の関係性

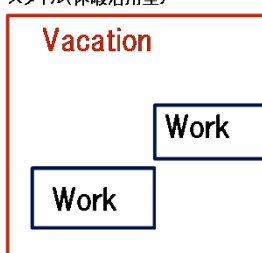


出所:観光庁「新しい旅のスタイル ワーケーション & プレジャー企業向けパンフレット」

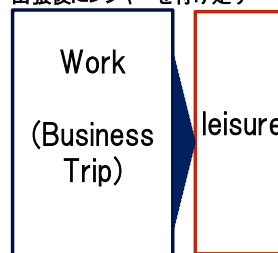
I. 仕事と休暇を重ねて織り込んだスタイル(日常埋め込み型)



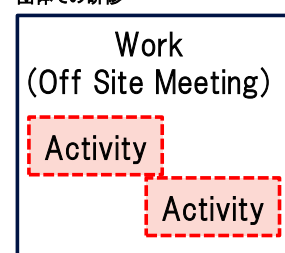
II. 休暇の中に仕事を織り込んだスタイル(休暇活用型)



III. プレジャー
出張後にレジャーを付け足す



IV. オフサイト会議
団体での研修



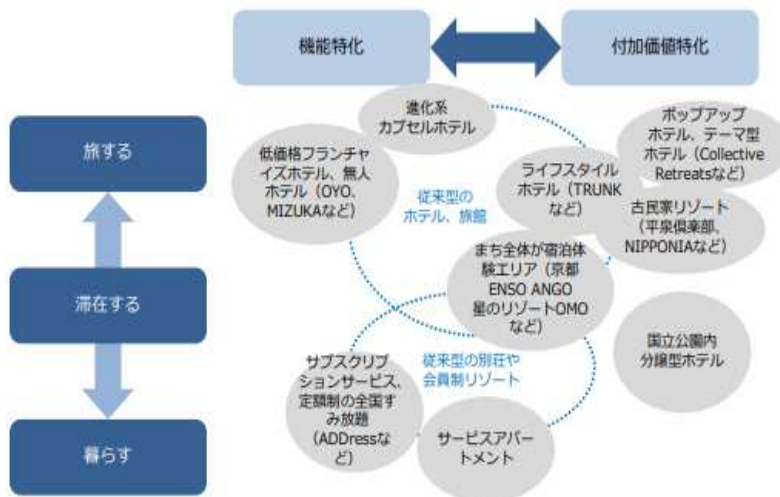
出所:産労総合研究所「人事実務」(2020年2月号) ワーケーションで変わる働き方と休み方

1 リモートワーク・ワーケーションについて

(3) リモートワークが求める成果・目的

1. 「仕事」「移動」「暮らす」のボーダレス化

仕事・生活・観光のかたちはデジタル化や社会構造の変化、世代交代で徐々に変化し、意味・領域が拡大。地域との交流が求められる傾向が強まり、「暮らすように過ごす」、「地域の産業に関わる」意向が進展。日本人の旅行意欲がワーケーションやブレイジャーで伸長する可能性もあり、特に若年層においてその傾向が強い。「仕事」「移動」「暮らす」が相互に重なり合いボーダレスになっていく。



- デジタル化によって時間的・空間的な制約から解放され、「暮らすように旅をする」、「旅するように働く」旅行スタイルが浸透
- 訪日旅行者の急増により、宿泊施設の差別化が進展⇒「無人ホテル」、定額制で全国住み放題のサブスクリプションサービス、ポップアップホテル、まち全体を一つの宿泊施設ととらえ、宿泊者と地域との交流を促す「分散型ホテル」など
- 2019年7月、環境省が富裕層向け「分譲型ホテル」の国立公園内での設置を認める方針を固めた

2. 遠隔型リモートワーク（ワーケーション・ブレイジャー）のメリット

ワーケーションやブレイジャーを促進するにおいては、「企業」「従業員」「地域」「関連事業者」のそれぞれに何らかのメリットが発生する必要がある。主には、「企業」「地域」「関連事業者」のいずれかが主導して取組を推進していくことが多く、取組を牽引する主体の意向が最も強く影響するものの、関係する他者の真のニーズを汲み取ることで、どのようなタイプの遠隔型リモートワークを実現していくべきか、の手法の具体化が可能となる。

企業（送り手側） ●有給休暇の取得促進 ●帰属意識の向上 ●人材流出の抑止と人材の確保 ●イノベーションの創出 ●CSR、SDGsの取組みによる企業価値の向上 ●地域との関係性構築によるBCP対策 ●地方創生への寄与	従業員（利用者） ●長期休暇が取得しやすくなる ●働き方の選択肢の増加 ●ストレス軽減やリフレッシュ効果 ●モチベーションの向上 ●業務効率の向上 ●リモートワークの促進 ●新たな出会いやアイデアの創出
行政・地域（受け手側） ●平日の旅行需要の創出 ●交流人口および関係人口の増加 ●関連事業の活性化、雇用創出 ●企業との関係性構築 ●遊休施設等の有効活用	関連事業者（受け手側） ●事業拡大および雇用創出 ●受入地域（行政）との関係性向上 ●自社のソリューション開発

出所：観光庁「新しい旅のスタイル ワーケーション & ブレイジャー企業向けパンフレット」

2 リモートワークに係る市場のニーズ

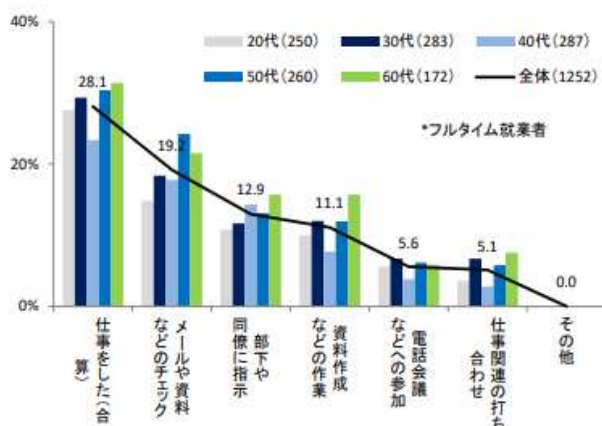
(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

1. リモートワーク・ワーケーション等の全国的な実態

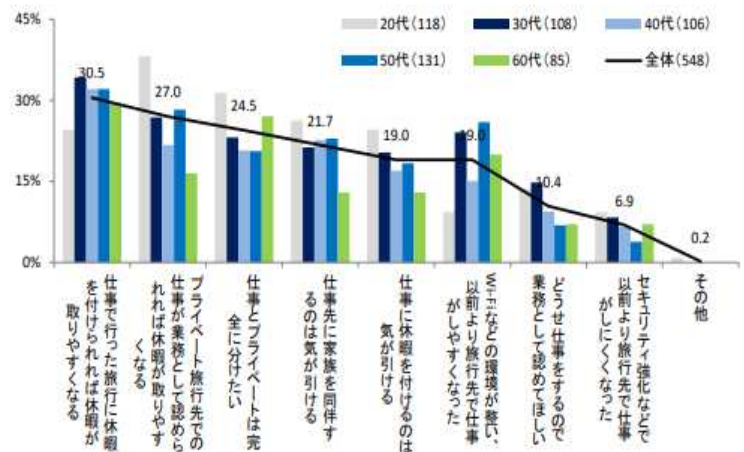
「仕事で行った旅行に休暇を付けられれば休暇が取りやすくなる(30.5%)」が「プライベート旅行先での仕事が業務として認められれば休暇が取りやすくなる(27.0%)」を上回り、「プレジャー」の方がより休暇が取りやすくなると思う人が多い傾向にある。年齢別にみると、20代は全体の傾向とは異なり、「プライベート旅行先でする仕事が認められれば(38.1%)」が最多。フルタイムで仕事をしている人のプライベート旅行中の業務経験については、旅行中に「仕事をした」人の割合は約3割にのぼる。なお、旅行中の仕事の内容は、メールチェックや電話連絡だけでなく、書類作成などの作業や電話会議など、かなり幅広い。

コロナ禍の現在、業務旅行自体が大きく減少しているが、リモートワーク浸透前でも一定のニーズがあったことを踏まえれば、回復後こういった傾向は継続されるものと推測される。

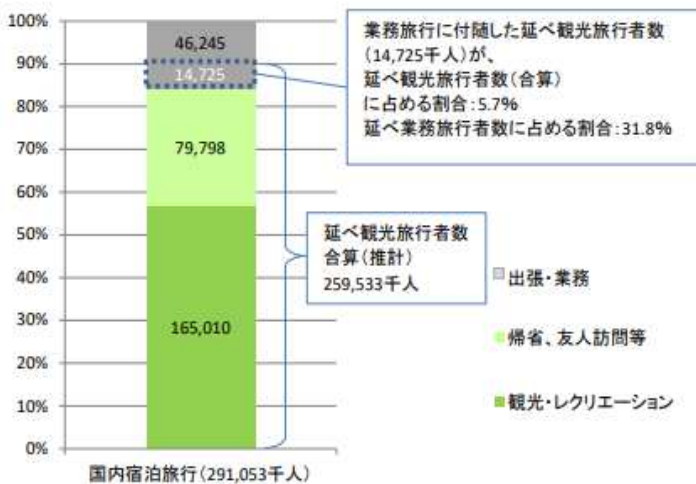
プライベートでの旅行中に仕事をした経験と内容



ワーケーションやプレジャーへの意識



業務旅行に付随する延べ観光旅行者数の推計



2018年の業務旅行者のうち、半数(23,123千人)が業務旅行に付随して1泊の観光旅行を実施したと仮定した場合の消費額(推計): **7,625億円**

出所: 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、JTB総合研究所「国内旅行調査2019」よりJTB総合研究所作成

上記調査結果と「旅行・観光消費動向調査(観光庁)」の延べ旅行者数と1泊当たりの消費単価データを元に推計すると、延べ旅行者数は14,725千人(業務旅行者の約32%)、消費額は4,856億円。宿泊観光消費額全体の3.7%となった。仮に、延べ業務旅行者数の半数が観光を実施した場合の消費額は**7,625億円(+2,769億円)**となり、今後、業務旅行に観光を付随する動きが広がれば、一定の経済効果が期待できると考えられる。

◆JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行」調査

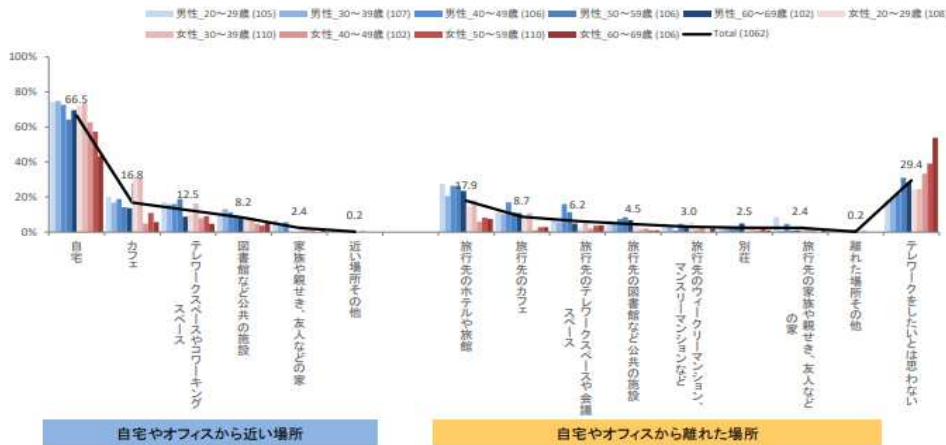
調査期間と調査手法: 2019年9月/インターネットアンケート調査 調査対象者: 全国に居住する20~69歳男女のうち過去1年間の宿泊旅行(業務旅行含む)経験者、30,000人(スクリーニング)、2,062人(本調査)

2 リモートワークに係る市場のニーズ

(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

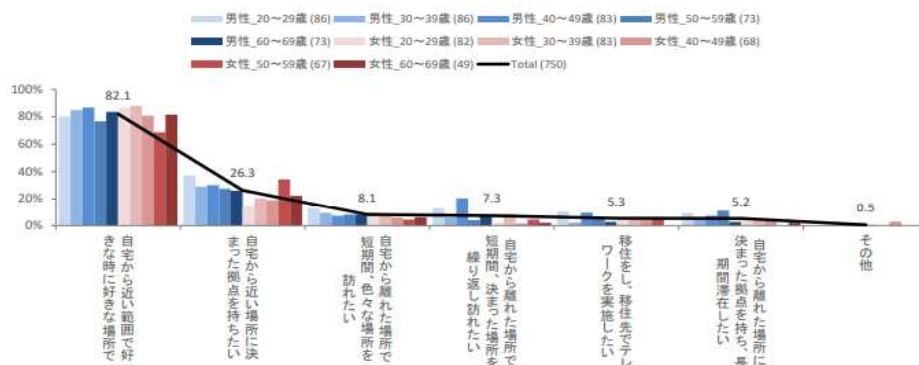
リモートワーク（テレワーク）は男性かつ年代が若いほどニーズが高く、20代男性で顕著。ノマドワーカー（Digital Nomado）に代表される世代の彼らが理想とするのは大半が自宅周辺だが、自宅から離れた場所で「二拠点」や「移住」を前提にリモートワークしたいという意向も他世代より高い。彼らは地元の人との交流に関心が高く、当社の過去調査で、20代男性は旅行先でも地域の人と一緒に何かしたいという志向が強いという点と共通する。2020年3月時点では、「ワーケーション」「プレジャー」の制度導入実績は極めて少ない。

テレワークしたい場所



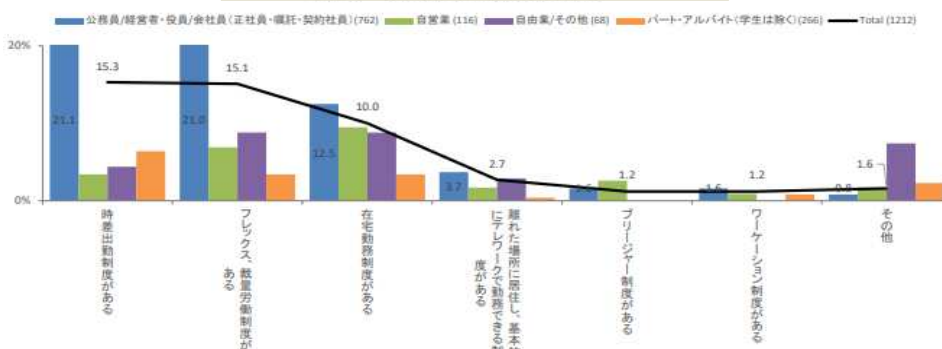
- 対象者の70.6%が「テレワークをしたい」と考えている
- 性別では男性の方が、年代別では年齢が若いほどテレワークの意向は強い
- 自宅やオフィスから離れた場所としては、「旅行先のホテルや旅館」が17.9%と最も高く、「旅行先のカフェ（8.7%）」、「旅行先のテレワークスペースや会議スペース（6.2%）」と続く
- 旅行先でのテレワークは、全体として男性の方が意向が高い

理想的なテレワークのスタイル



- 理想のテレワーク環境は、82.1%が「自宅至近で好きな時に好きな場所で」、26.3%が「自宅近くに決まった拠点をもちたい」
- テレワーク場所の理想の条件は「交通が便利(40.7%)」「食べ物おいしい(24.4%)」
- ワーケーションを前提としたテレワークに関しては20代男性の意向が高い。「離れた場所で短時間、色々な場所で（全体8.1%、20代男性12.8%）」「離れた場所で短時間、決まった場所で繰り返し（全体7.3%、20代男性12.8%）」
- 「移住先でテレワーク」も20代男性が全体平均のダブルスコア

テレワークや時差出勤制度の内容



※ワーケーション制度やプレジャー制度についてはサンプル数が少ないため参考値

◆JTB総合研究所「テレワーク調査」

調査期間と調査手法：2020年3月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：全国に居住する20～69歳男女のうち、過去1年間の宿泊旅行経験者、且つ「全く仕事をしていない」と回答した人を除く1,062人

2 リモートワークに係る市場のニーズ

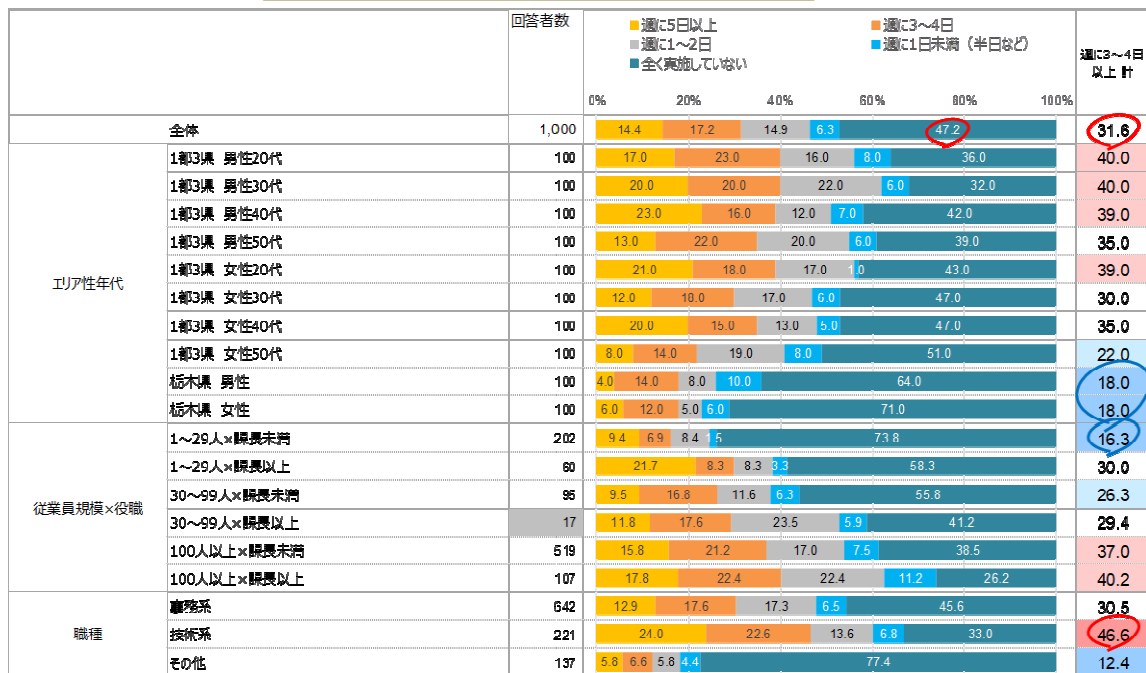
(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

2. 都市部及び栃木県内におけるリモートワークの実態

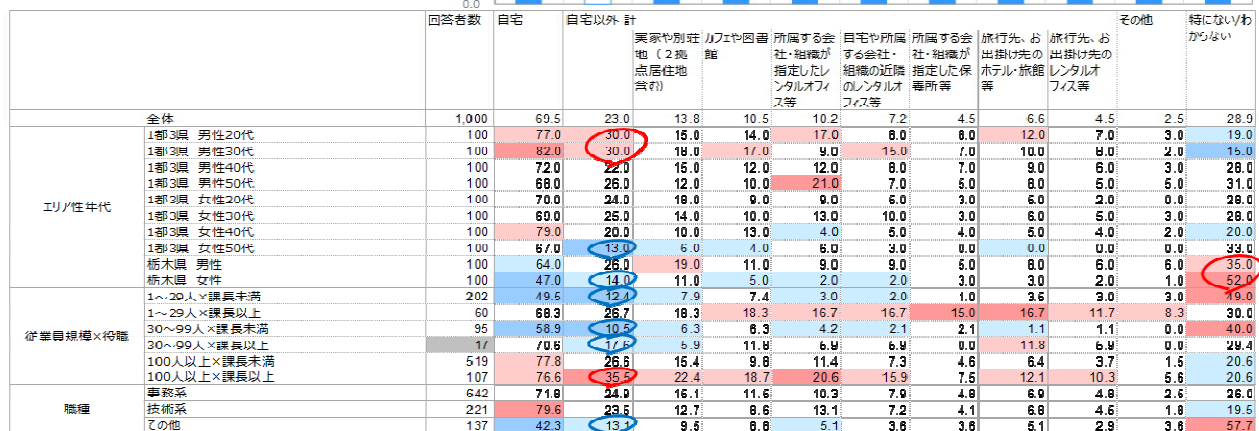
現在リモートワークを選択できる者の直近3ヶ月間のリモートワーク実施頻度は、週に3～4日以上が3割程度存在する一方、全く実施していない人も半数程度存在する。技術系の職種の割合が大きく、1都3県と栃木県内の者を比較すると、1都3県の方がリモートワークが浸透している。

会社からリモートワークを認められている場所は自宅が半数を超えており、自宅以外での勤務部が可能な者は2割に留まっており、決まりがない・わからない者も3割程度存在する。

リモートワークを選択可能な者の実施頻度



会社から認められている
リモートワークの場所



◆日光市「日光市サテライトオフィス 消費者ニーズ調査」

調査期間と調査手法：2021年10月～11月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び栃木県在住の20～69歳男女のうち、リモートワークを選択できる人または自宅がオフィス、主たるオフィスがない人1,000人

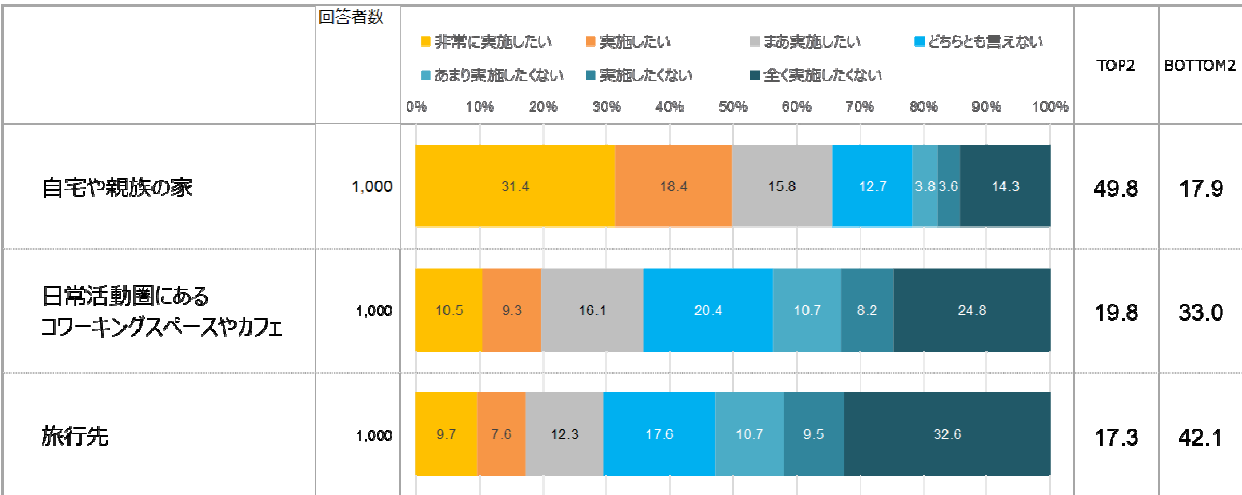
2 リモートワークに係る市場のニーズ

(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

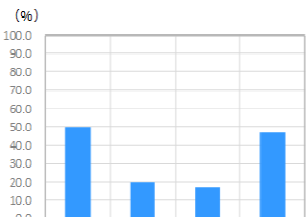
3. 都市部及び栃木県内におけるリモートワークの意向状況

現在リモートワークを選択できる者のうち、今後もリモートワークの継続実施意向がある（非常に実施したい・実施したい）者は約半数に上る。自宅での実施意向のある者が最も多いが、自宅以外の日常生活圏や旅行先での実施意向がある者もそれぞれ約2割存在しており、一定のニーズが存在していると推察される。

リモートワークの継続実施意向（場所別）



リモートワークの継続意向
のある者の内訳



リモートワークの継続意向のある者の内訳を見ると、会社から許可されているリモートワーク場所に旅行先やレンタルオフィスがあると、そうでない場合と比較して、全体として継続意向が強くなるとともに、自宅以外での実施意向も強くなる傾向がある。

会社から認められてさえいれば、実施したいという者が多いということが推察される。

また、これについても、リモートワークの実施状況と同様、1都3県と栃木県内の者を比較すると、1都3県の方が継続意向を持つ者の割合が大きく、旅行先という視点で見ると、特に30代男性が多く実施意向も持つ。

	回答者数	自宅や親族の家	日常生活圏にあるコワーキングスペースやカフェ	旅行先	あてはまるものはない
全体	1000	49.8	19.8	17.3	46.8
エリア性年代	1都3県 男性20代	100	50.0	29.0	29.0
	1都3県 男性30代	100	57.0	28.0	22.0
	1都3県 男性40代	100	48.0	16.0	16.0
	1都3県 男性50代	100	52.0	19.0	12.0
	1都3県 女性20代	100	63.0	23.0	20.0
	1都3県 女性30代	100	59.0	28.0	22.0
	1都3県 女性40代	100	57.0	17.0	15.0
	1都3県 女性50代	100	51.0	13.0	16.0
	栃木県 男性	100	28.0	9.0	8.0
	栃木県 女性	100	33.0	16.0	13.0
最も長く住んでいた地域	1都3県	701	55.9	21.4	19.1
	その他	299	40.1	16.1	13.0
会社から許可されているリモートワーク場所	自宅のみ	476	58.2	17.9	16.6
	旅行先、お出掛け先のホテル・旅館・レンタルオフィス等	70	64.3	40.0	41.4
	その他	165	66.7	33.9	27.9
従業員規模×役職	特になしわからない	289	22.8	10.0	5.6
	1～29人×課長未満	202	39.6	8.4	7.4
	1～29人×課長以上	60	46.7	23.3	16.7
	30～99人×課長未満	95	41.1	20.0	13.7
	30～99人×課長以上	17	35.3	5.9	5.9
	100人以上×課長未満	519	54.3	22.2	20.4
職種	100人以上×課長以上	107	50.9	29.9	26.2
	事務系	642	50.9	22.7	18.8
	技術系	221	57.0	15.8	16.7
	その他	137	32.8	12.4	10.9

※場所別に「非常に実施したい」、「実施したい」を選んだ者の内訳

◆日光市「日光市サテライトオフィス 消費者ニーズ調査」

調査期間と調査手法：2021年10月～11月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び栃木県在住の20～69歳男女のうち、リモートワークを選択できる人または自宅がオフィス、主たるオフィスがない人1,000人

2 リモートワークに係る市場のニーズ

(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

4. 都市部及び栃木県内におけるワーケーションの意向状況

リモートワークを実施できる者の中で、ワーケーションに非常に興味がある・興味がある者は全体のおよそ3割。また、興味がない・全く興味がない者も3割と同程度存在し、賛否が分かれる結果となっている。

その中でも、1都3県の男性の若年層（20～30代）や100人以上規模の会社の課長以上の職位の者については、興味を持っている割合が大きい。また、自宅以外でのリモートワークが認められている会社の者については、興味を持っている割合は、自宅のみ認められている者や特にない・わからない者に比べて非常に割合が大きくなっている。

リモートワークを選択可能な者のワーケーションへの興味

		回答者数	非常に興味がある 興味がある まあ興味がある どちらとも置えない あまり興味がない 興味がない 全く興味がない											TGP2	BOTTOM2
			0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%		
全体		1,000	11.9	13.8	14.5	14.3	14.8	9.1	21.6					25.7	30.7
エリア・性別	1都3県 男性 20代	100	18.0	20.0	15.0	11.0	8.0	6.0	22.0					38.0	28.0
	1都3県 男性 30代	100	19.0	18.0	16.0	12.0	9.0	8.0	18.0					37.0	26.0
	1都3県 男性 40代	100	10.0	16.0	12.0	15.0	14.0	10.0	23.0					28.0	33.0
	1都3県 男性 50代	100	8.0	8.0	10.0	20.0	18.0	14.0	22.0					16.0	36.0
	1都3県 女性 20代	100	15.0	16.0	15.0	9.0	17.0	7.0	21.0					31.0	28.0
	1都3県 女性 30代	100	11.0	17.0	18.0	13.0	15.0	9.0	19.0					28.0	28.0
	1都3県 女性 40代	100	18.0	13.0	12.0	10.0	14.0	8.0	27.0					29.0	35.0
	1都3県 女性 50代	100	8.0	8.0	14.0	12.0	18.0	14.0	26.0					16.0	40.0
	栃木県 男性	100	9.0	5.0	18.0	24.0	16.0	10.0	18.0					14.0	28.0
	栃木県 女性	100	5.0	17.0	17.0	17.0	19.0	5.0	20.0					22.0	25.0
会社から許可されている リモートワーク場所	自宅のみ	478	10.7	13.2	16.6	12.6	14.7	10.1	22.1					23.9	32.1
	旅行先、出張先のアpart・旅館・レンタルオフィス等	70	27.1	24.3	14.3	11.4	8.6	1.4	12.9					51.4	14.3
	その他	185	19.4	23.6	17.8	10.3	13.3	6.7	9.1					43.0	15.8
	特にない/わからない	289	5.9	6.6	9.3	20.1	17.3	10.7	30.1					12.5	40.8
従業員規模・役職	1～29人×課長未満	202	8.4	9.4	14.9	15.8	16.3	10.9	26.2					15.8	37.1
	1～29人×課長以上	60	16.7	8.3	8.3	23.3	15.0	13.3	15.0					25.0	28.3
	30～99人×課長未満	65	8.4	13.7	15.8	17.9	11.6	8.4	24.2					22.1	32.6
	30～99人×課長以上	17	11.8	0.0	23.5	23.5	11.8	0.0	29.4					11.8	29.4
	100人以上×課長未満	519	12.7	15.4	14.1	12.3	15.4	9.4	20.6					28.1	30.1
	100人以上×課長以上	107	18.7	19.6	16.8	11.2	12.1	3.7	17.8					38.3	21.5
職種	事務系	847	12.5	14.8	15.0	13.2	14.6	8.3	21.7					27.3	29.9
	技術系	221	11.8	14.0	14.9	13.6	16.7	10.0	19.0					25.8	29.0
	その他	137	9.5	8.8	11.7	20.4	12.4	11.7	25.5					18.2	37.2

◆日光市「日光市サテライトオフィス 消費者ニーズ調査」

調査期間と調査手法：2021年10月～11月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び栃木県在住の20～69歳男女のうち、リモートワークを選択できる人または自宅がオフィス、主たるオフィスがない人1,000人

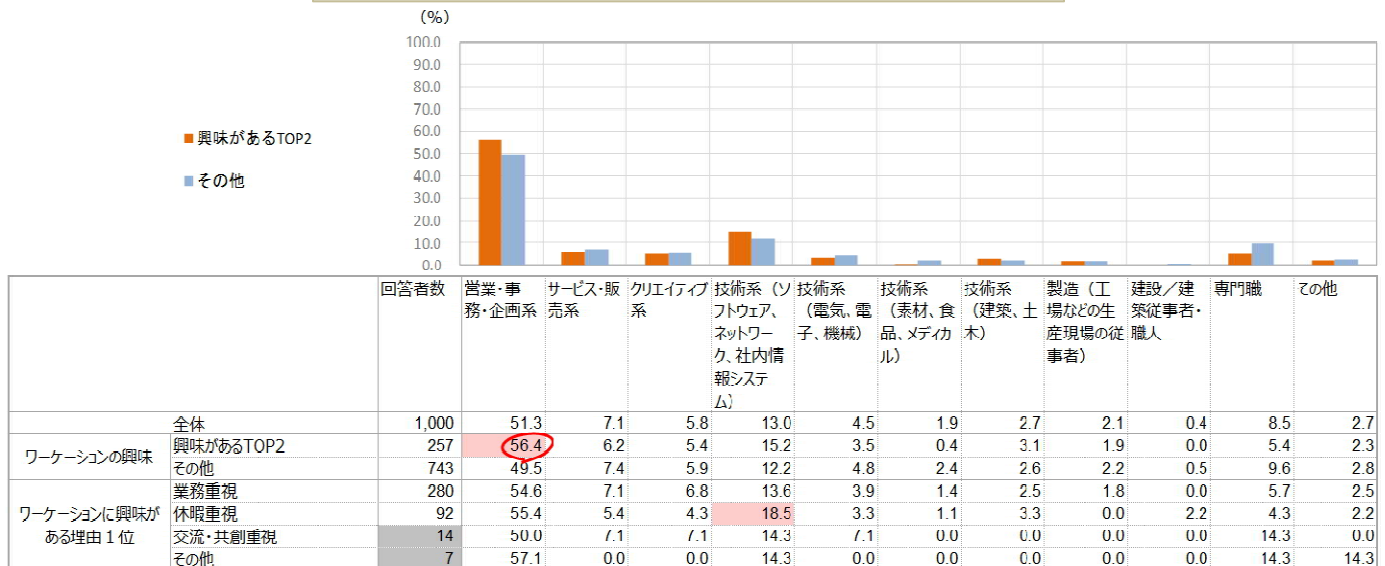
2 リモートワークに係る市場のニーズ

(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

5. ワークেশョンに興味のある者の就業形態

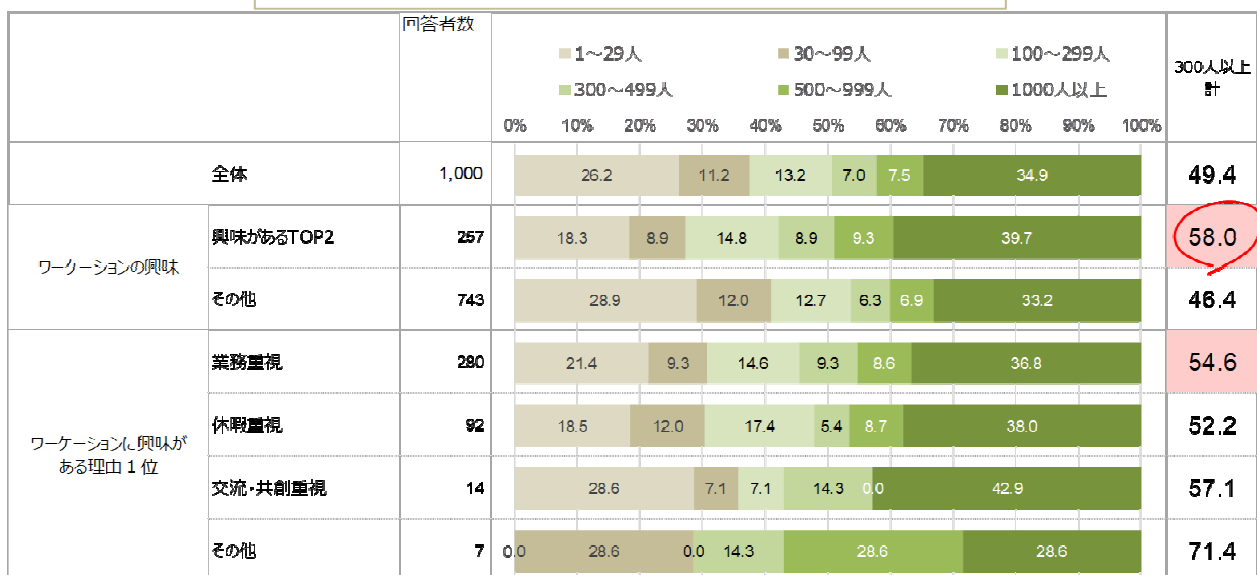
ワークেশョンに非常に興味がある・興味がある者は、業務内容で営業・事務・企画系の割合が全体と比べて非常に大きく、次点でソフトウェア・ネットワーク・社内情報システムに関する技術系のいわゆるIT技術職の割合が大きい。

ワークেশョンに興味がある層の職種



ワークেশョンに非常に興味がある層とそれ以外を勤め先の従業員規模で比較すると、300名以上の勤め先の割合が大きく、所属人数が多い企業であるほど、ワークেশョンに興味がある者の割合が大きいことを示している。

ワークেশョンに興味がある層の所属企業規模



※興味があるTOP2：ワークেশョンに「非常に興味がある」・「興味がある」と回答した者

◆日光市「日光市サテライトオフィス 消費者ニーズ調査」

調査期間と調査手法：2021年10月～11月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び栃木県在住の20～69歳男女のうち、リモートワークを選択できる人または自宅がオフィス、主たるオフィスがない人1,000人

2 リモートワークに係る市場のニーズ

(1) リモートワークに係る消費者のニーズ

6. 消費者視点でのリモートワーク・ワーケーションに求めるもの

消費者（リモートワーカー）視点でリモートワーク・ワーケーション先に求めている施設・設備は、セキュリティ保護された高速Wi-Fiや椅子、デスクなど、業務実施に関するものが多い。

また、仕組みやサービスについては、宿泊施設とのセットプランや移動費・滞在費の割引などの金銭的な負担の軽減、地域の観光スポットや飲食店を探せる仕組みなどが求められている。

消費者がリモートワーク先・ワーケーション先に求める施設・設備

必ず必要なもの			できれば欲しいもの		
TOP1	セキュリティ保護された高速Wi-Fi	69.2	TOP1	フリードリンク	25.9
TOP2	長時間座り心地の良い椅子	48.3	TOP2	温泉／サウナ／大浴場	24.6
TOP3	広いデスク	39.3	TOP3	カフェ	23.9
TOP4	仕事用の個室	29.6	TOP4	長時間座り心地の良い椅子	22.6
TOP5	Webカメラ	24.9	TOP5	広いデスク	22.1
TOP6	プリンター・複合機	23.6	TOP6	プリンター・複合機	21.6
TOP7	予め設置されたPC	22.6	TOP7	防音ブース	20.4
TOP8	防音ブース	20.1	TOP8	仕事用の個室	17.4
TOP9	宿泊施設	15.9	TOP8	レストラン	17.4
TOP10	電話できるスペース（電話ボックスなど）	14.7	TOP10	ロビー・休憩室	15.4

消費者がリモートワーク先・ワーケーション先に求める仕組みやサービス

	回答者数						TOP 2	
		■ とても利用したい	■ 利用したい	■ どちらともいえない	■ あまり利用したくない	■ 全く利用したくない		
		0%	20%	40%	60%	80%	100%	
宿泊施設とテレワーク施設とのセットプランがある	402	23.1	45.8	26.4	2.8	2.8		68.9
訪問先までの交通費や宿泊費の割引がある	402	27.6	40.0	26.1	3.2	3.2		67.7
地域の観光スポットや飲食店などを探せる	402	21.6	45.0	24.6	5.5	3.2		66.7
ワーケーション滞在中の域内公共交通の割引がある	402	26.6	39.1	26.9	5.5	2.0		65.7
複数のテレワーク施設との共通利用チケットがある	402	17.7	45.0	31.1	3.2	3.2		62.7
地域の「ビジネスパートナー」を見つける・交流できる	402	14.9	33.6	34.1	10.0	7.5		48.5
移住やオフィス開設に関わる情報・物件を見ることができる	402	12.4	34.1	37.6	10.4	5.5		46.5
ワークスペースに集まる人と交流できる	402	15.7	29.6	35.6	11.9	7.2		45.3
子どもが地域の学校や子どもと交流できる	402	11.4	23.6	44.8	10.2	10.0		35.1

◆日光市「日光市サテライトオフィス 消費者ニーズ調査」

調査期間と調査手法：2021年10月～11月／インターネットアンケート調査 本調査対象者：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）及び栃木県在住の20～69歳男女のうち、リモートワークを選択できる人または自宅がオフィス、主たるオフィスがない人1,000人
※当頁設問はワーケーションに興味がある者402人を対象としている。

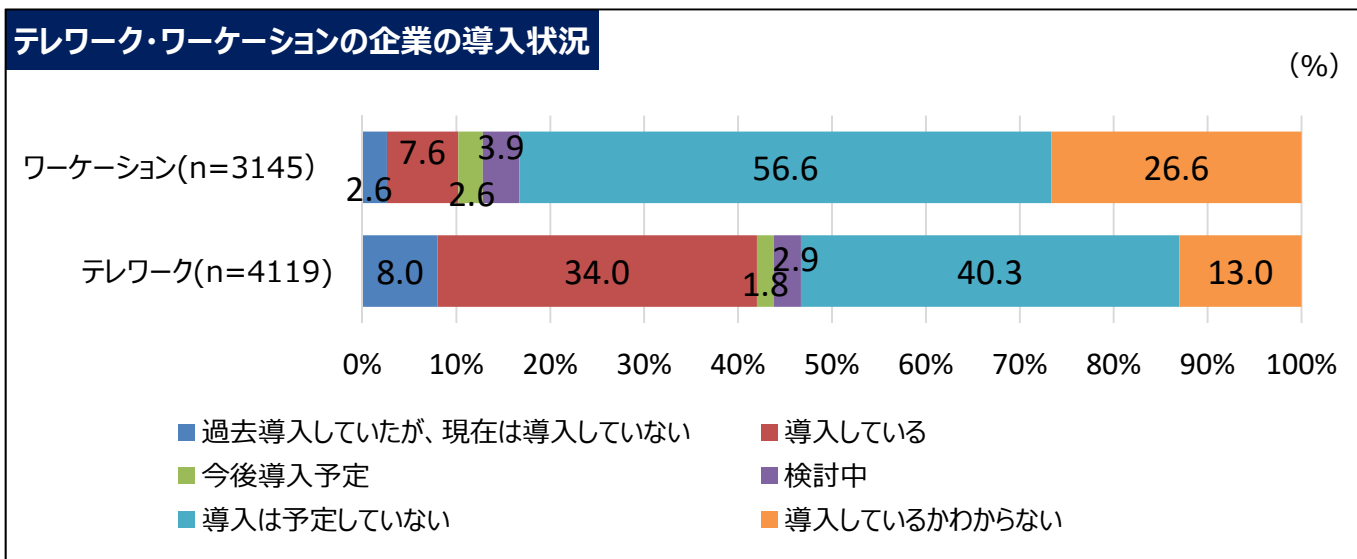
2 リモートワークに係る市場のニーズ

(2) リモートワークに係る企業の実態

1. 企業のリモートワーク・ワーケーションの導入状況

テレワーク導入企業（過去経験を含む）は2020年8月時点で40%を超えるが、ワーケーションは10%程度とまだ低く、「導入予定はない」とする企業が半数を超える。

2020年春の法改正による年次有給休暇の取得促進が急務となっており、企業は「働き方改革」に取り組んでいる。ワーケーションは社員の休暇取得をしやすくする可能性があるほか、ダイバーシティの観点からも柔軟な働き方への志向が高まっている中ではあるが、解決策としてのワーケーションは、まだ限られた企業の施策という位置づけに留まっている。

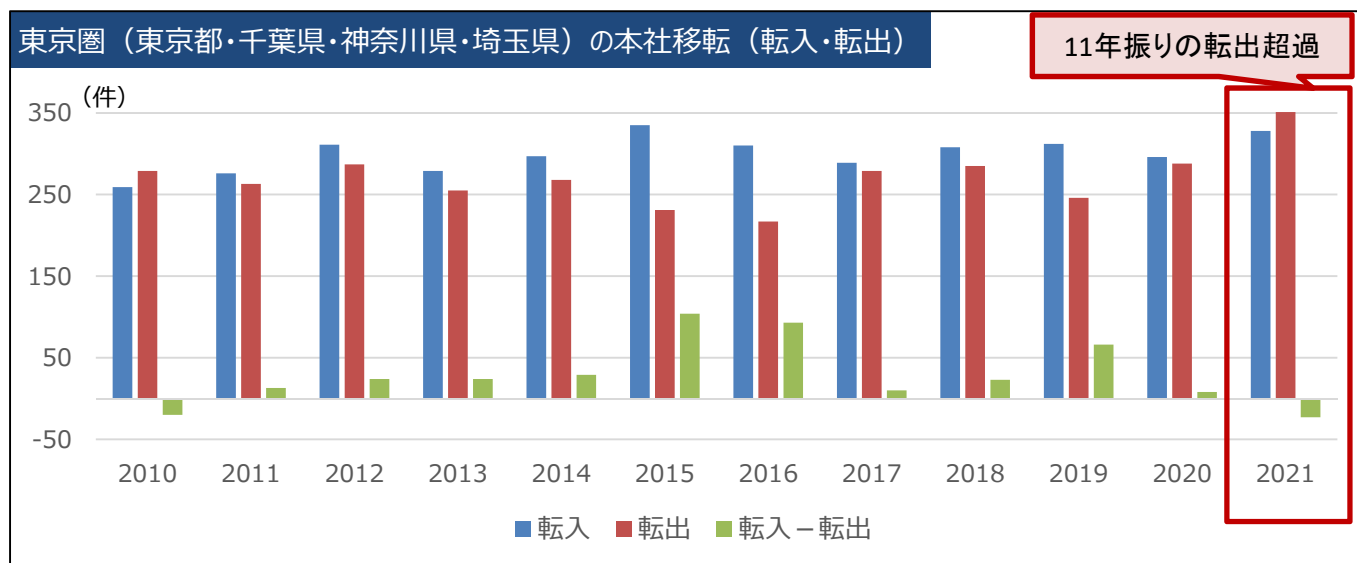


出所：クロス・マーケティング「ワーケーションに関する調査」

2. 企業における地方の位置付け

企業の本社移転の状況は、2011年以降、10年間東京圏（東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県）への転入が転出を超過しており、企業立地という視点においては、東京圏への一極集中が進んでいる状態であった。

しかし、2020年に転入傾向が弱まり、2021年においては地方への転出が転入を上回っており、企業の目が地方に向けられている状況にある。



出所：帝国データバンク（2018～2021）「1都3県・本社移転企業調査」

2 リモートワークに係る市場のニーズ

(2) リモートワークに係る企業の実態

3. 企業のリモートワーク・ワーケーション及びサテライトオフィスのニーズ

企業においては、新型コロナウイルス感染症拡大への対策として、リモートワークは急速に浸透してきている。一方で、ワーケーションを具体的な制度として運用している企業は少数であるが、一部の都市部企業においては、働く時間・場所について制約がないことにより、実質的にワーケーションの実施が可能となっている企業も一定程度存在する。

また、サテライトオフィスについても、オフィスの形態の見直しを行っている企業はあるものの、具体的な検討まで行っている企業は少数である。検討している企業は都市部の方が多く、栃木県内は非常に少数である。

企業がリモートワーク・ワーケーションの送り出し先・サテライトオフィス設置先に求めるものは主に次のとおりである。

企業におけるリモートワーク・ワーケーション・サテライトオフィスの立ち位置	リモートワーク・サテライトオフィス設置先に求めるもの								
・リモートワークを実施している企業は多数、ワーケーション実施は少数 ・場所・時間に制限のない勤務制度を導入している（＝実態としてワーケーションが可能な）企業は都市部に多く、主な業種としてはIT系企業やコンサルティング系企業、顧客営業系企業等 ・サテライトオフィスの新設を検討している企業は少数。検討している企業は都市部に集中 ・企業の社会貢献・地域貢献ニーズが高まっており、地域の課題解決（ビジネス）にもつながる要素があると送り出しやすい	<table> <tr> <td>立地</td><td> ■ 近接した・移動費の安価な立地 ■ 企業とゆかりのある土地 ■ 営業先の所在している地域 ■ 社員が居住している地域（サテライトオフィス） </td></tr> <tr> <td>ワーク</td><td> ■ 優れた通信環境 ■ セキュリティ（通信、個室等）の整備 ■ 他のワーカーと交流できる環境 </td></tr> <tr> <td>生活</td><td> ■ 地域の人と交流できる（地域に入り込める）仕組み ■ 公共交通機関等の強化 ■ 過ごしやすい生活環境 </td></tr> <tr> <td>観光</td><td> ■ 都市部と異なる刺激のある環境 ■ 特別感のある環境 </td></tr> </table>	立地	■ 近接した・移動費の安価な立地 ■ 企業とゆかりのある土地 ■ 営業先の所在している地域 ■ 社員が居住している地域（サテライトオフィス）	ワーク	■ 優れた通信環境 ■ セキュリティ（通信、個室等）の整備 ■ 他のワーカーと交流できる環境	生活	■ 地域の人と交流できる（地域に入り込める）仕組み ■ 公共交通機関等の強化 ■ 過ごしやすい生活環境	観光	■ 都市部と異なる刺激のある環境 ■ 特別感のある環境
立地	■ 近接した・移動費の安価な立地 ■ 企業とゆかりのある土地 ■ 営業先の所在している地域 ■ 社員が居住している地域（サテライトオフィス）								
ワーク	■ 優れた通信環境 ■ セキュリティ（通信、個室等）の整備 ■ 他のワーカーと交流できる環境								
生活	■ 地域の人と交流できる（地域に入り込める）仕組み ■ 公共交通機関等の強化 ■ 過ごしやすい生活環境								
観光	■ 都市部と異なる刺激のある環境 ■ 特別感のある環境								

◆日光市「日光市サテライトオフィス 企業ニーズ調査」より抽出

調査期間と調査手法：2021年12月／聞き取り調査 本調査対象者：東京都所在企業、栃木県内企業、日光市包括連携協定締結先企業 計20社

4. アプローチにおける企業の所在地（都市部・栃木県）ごとのメリット・デメリット

今後のリモートワーク・ワーケーション誘客・サテライトオフィス誘致に当たって企業の所在地域ごとの特徴を以下のとおり整理する。

	企業の所在地	
	栃木県内	都市部
メリット	■ 所在地が近隣であるため移動費が低廉 ■ 栃木県内居住の社員が多く生活圏として利用され得る ■ 日光市や日光市内企業と関係性のある企業が多い	■ リモートワーク・フレキシブルな働き方が浸透している企業が多い ■ サテライトオフィス設置・拡充を検討している企業も比較的多い ■ 環境の違いを出しやすい
デメリット	■ リモートワーク・フレキシブルな働き方が都市部と比較して浸透していない ■ サテライトオフィスの設置を検討している企業が少ない ■ 近隣となるためサテライトオフィス設置やワーケーション実施の意義が薄い	■ 移動費・滞在費がかかる ■ 他の地域との競合が発生する ■ 日光市周辺に居住する社員は少数

3 受入れ地域の取組

(1) 他地域におけるリモートワーク・サテライトオフィスの事例

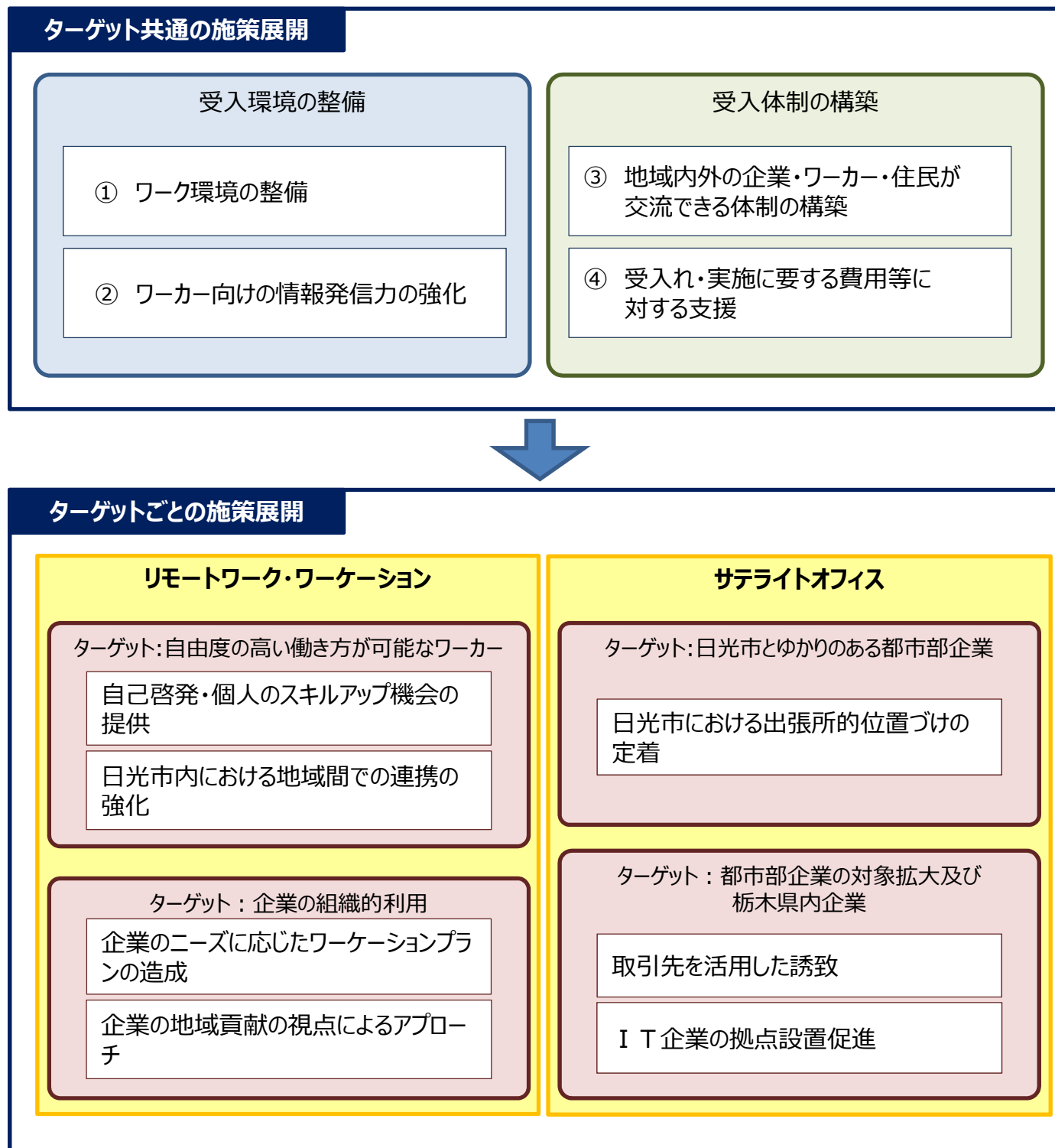
1. 他地域の事例（形態ごと）

事例	取り組み内容・課題	取り組みのポイント（参考となる視点）	
① サテライトオフィス	和歌山県 南紀白浜	- 遊休施設をリノベーションした民設民営のサテライトオフィスを設置（3施設あり。他の2施設は公設公営） - 移転企業の支援と地域との共生イベント - 視察や進出企業の事例などを通じた、町の環境や優位性のPRを展開	- 施設の設置・運営に民間のノウハウや経験を活用 - 移転企業の「地域化」「町の一員化」による雇用創出と人材育成を実現（新たな地域産業・ビジネス創出の可能性） - 年200件以上の視察。自治体や官公庁の視察も誘引
	島根県 松江市	- 市の資産（＝Ruby）をベースとした地域振興の取り組み - 利用シーンやロケーションに応じたオフィス提供＋進出企業、地元の学生、市内外の技術者などが交流する拠点を設立＋地域交流を支援（＝進出企業のニーズや要望に対応） - 要望の多い人材確保や人材育成への要望に対応（→補助金で対応）	「最大の資産（Ruby）」をベースとした取り組み→聖地化に成功 - ソフト（人的）とハード双方での交流促進（進出企業延べ40社の評価。Ruby関連の売上は拡大基調） - 人材確保や育成に向けた支援体系づくりの検討（ニーズ探索）を検討（補助金以外での人材確保・育成）
② テレワーク施設	宮城県 利府町	- 市・団体・住民が一体となって作った「働く＋交流」の駅前拠点 - 建設コストダウンへの工夫（ユニット工法を採用） - 施設の運営にあたって、まちに関わる課題解決や施設運営を専門とする民間のノウハウを活用（公設→民営）	- 幅広い層の利用が期待できる駅前での拠点づくり - 住民が計画段階から参加 → 市民の拠点として定着・活用が促される - 設立後の利用シーンの変化や多様化、新たな要望に対応するため、可変性が高い・フレキシブルな施設に（＋低コスト）
	群馬県 桐生市	「子育て支援」という市と施設の共通目標を設定 - キッズスペースや授乳室、オムツ替えベッドなど「ターゲット層」に特化した設備を駅前に設置。料金は利用シーンに応じて設定 - テナント未入居状態が続いていたビルの1階をリノベーション	- 共通目標をベースとした共同プロモーション展開の可能性 「ターゲット」のニーズに徹底して対応（同市のテレワーク施設では施設内のトイレの広さも十分に確保している） - 利便性の高い駅前・中心市街地で取り組み
③ ワークেশン	福岡県 うきは市	- 地域資源を最大限に生かす方針 → 古民家を活用 「市ならではの」宿泊・仕事・余暇の充実度の3つの要素の組み合わせたワークেশン・ストーリーづくりを目指している - 多目的施設（ワーク＋飲食＋宿泊）を展開 - 多くの民間・団体が主体となつての取組。市は主に後援 - 参加者により市への事業提案も実施	「日光市ならではの」地域資源の活用とストーリー創りを検討（＊市内の宿泊施設ではワークとバケーションのバランスに合わせた宿泊プランを用意している） - ワーク部分の充実も試みている → 「仕事環境」の捉え方が参考に 「SDGs」「古民家」「温泉」など様々なテーマ・切り口のワークেশンプログラムの構築
	長崎県 壱岐市	- 市民との対話で得られた意見や提案を取り入れた「テレワーク＆コミュニケーション」施設（「自然を感じられる」スペースもある） - 地域の中でワークを創造する「事業創造型ワークেশン」（従来の仕事を持参する→余暇は観光や自然を楽しむ、とは逆の発想） - 島民以外の利用促進が課題（90%近くが島内の利用）	「移動先」からの脱却で他市町と差別化。日光市を多面的に知ってもらう → 市で創造できるワークに導く施策を検討（市民との交流・協業など） - ワークেশンを切り軸とした自然・観光資源のPR（＊事例の各自治体ではアクティビティを含む体験ツアーを実施） - 島外利用促進もテーマとした島民との対話を実施

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略 (1) 基本方針

1. 施策の全体像

サテライトオフィス誘致・リモートワーク推進に向けた施策の展開について、次のとおり全体像を示す。



4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

1. 日光市との相性に係る整理

日光市が誘致・誘客を図るに当たり相性のよい・実現性の高い企業を、リモートワーク・ワーケーションとサテライトオフィスの2つの観点から、次のとおり整理する。

	各調査結果等からのまとめ・考察	相性の良い企業・業種の特徴
リモートワーク・ワーケーション	■ 日光市は都市部（東京圏）からの低廉な移動費と、都市ではできない経験の提供を両立可能 ■ リモートワークは都市部企業・栃木県内企業ともに浸透しており、都市部の方がより広く浸透 ■ 距離感として、自宅周辺と旅行先との間に実施希望度合の差異はあまり存在しない ■ 会社から自宅以外でのリモートワーク実施が認められていると、リモートワークの実施・継続の意向は強くなり、ワーケーション意向も強くなる ■ 場所・時間に制限のない勤務制度を導入している企業は都市部に多く、主な業種としてはIT系企業やコンサルティング系企業、顧客営業系企業等 ■ ワーケーション実施意向の強い傾向のある職種は営業職、企画職及びIT系の技術職等 ■ 所属人数が多い企業であるほど、ワーケーションに興味がある者が多い ■ ワーケーション等に送り出す企業としては、地域との関係性を求める	【立地】 ・栃木県内所在 ⇒近隣リモートワーク需要の獲得 ・都市部（東京圏）所在 ⇒滞在リモートワーク・ワーケーション需要の獲得 【業種（企業単位）】 ・IT系、コンサルティング系、顧客営業系 【業種（個人単位）】 ・営業職、企画職、IT技術職 【その他特徴】 ・日光市と企業・社員との間に関係性・縁がある ・所属社員の多い企業
サテライトオフィス	■ 都市部（東京圏）企業の地方への関心が高まっている ■ サテライトオフィス設置・拡充を検討している企業は都市部所在企業が中心で、栃木県内企業は少数 ■ 進出する先の選定に当たっては企業とその地域との関係性を求める ■ 主に拡充を検討している企業の業種は、インターネット・通信等のIT系及び顧客営業系の企業 ■ 社員が居住している、営業先が所在している場所への立地が望まれる	【立地】 ・都市部（東京圏）所在 【業種】 ・IT系、顧客営業系 【その他特徴】 ・日光市周辺に社員・関係者が居住している、全国転勤がある・勤務地を選択できる等全国に社員・関係者が居住する可能性がある ・営業先が日光市周辺に存在する ・日光市と企業・社員との間に関係性・縁がある

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略 (2) ターゲット別推進戦略

2. ターゲットの設定

日光市におけるリモートワーカー・サテライトオフィスの誘客・誘致に向けて、前述の相性の良い企業を踏まえて、次のとおりターゲットを整理する。

リモートワーク及びワーケーション、サテライトオフィスそれぞれに分けてターゲットを考えていく一方で、ワーケーション等による関係性の構築から企業のサテライトオフィス誘致に資するアプローチも踏まえ、双方の取組みを相互に意識しながら推進していく必要がある。

1 リモートワーク・ワーケーション

Action1 自由度の高い働き方が可能なワーカー

- ・ 企業に勤務する従業員のうち、営業職、企画職、IT技術職等をはじめとする自由度の高い働き方が可能なワーカーを対象とする。
- ・ 企業単位としては、所属社員の多い企業を優先し、近隣リモートワークを中心とした栃木県内企業と滞在リモートワーク・ワーケーションを中心とした都市部企業の所属社員等へのアプローチを進めていく。

Action2 企業の組織的利用

- ・ IT系、コンサルティング系、顧客営業系の企業等を対象に、企業の組織的な利用を促進していく。
- ・ Action1同様、栃木県内・都市部企業を対象にアプローチを進める。特に、日光市と縁のある企業について優先的に取り組んでいく。

同時並行の
アプローチ

ワーケーション等の利用促進による日光市と企業との関係性の構築

2 サテライトオフィス

Step1 日光市にゆかりのある都市部企業

- ・ 都市部の企業のうち、日光市と関係性や縁のある企業を対象に、前述のリモートワーク・ワーケーションと併せてアプローチに取り組む。
- ・ 中でも、日光市及びその近隣に社員や社員の関係者が居住している、取引先・営業先がある企業について優先的に誘致活動を行う。

Step2 都市部企業の対象拡大及び栃木県内企業

- ・ Step1での企業の誘致を実現し、日光市内に取引先・営業先を増加させることで、日光市に企業拠点を置くことの価値を創出し、都市部企業の対象拡大及び栃木県内企業の誘致を図る。
- ・ IT系、顧客営業系の業種を中心に、都市部企業のうち、社員が全国的に居住しているなど、日光市での社員居住が実現し得る企業を優先して、日光での拠点設置を促す。

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

3. 取組の内容

日光市におけるリモートワーク・ワーケーション実施及びサテライトオフィスの設置の促進に向け、次のとおり取組を行っていく必要がある。なお、★の表示があるアクションプランは、特に優先度の高い取組として位置付ける。

A. ターゲット共通の取組

①ワーク環境の整備

取組方針	具体的な方向性
優れた通信環境の整備	・ ワークスペース等における、通信速度やセキュリティに優れた通信環境の整備を行う。
作業環境の整備	・ 情報漏洩に配慮したワークスペース等の整備を行う。 ・ 作業効率の優れた環境を持つワークスペース等の整備を行う。
ワーカー同士の交流機会の創出	・ ワーカー同士の交流機会を提供し、新たなビジネス創出の契機とするため、来訪したりリモートワーカー同士がコミュニケーションを取れる環境を整備する。

<ポイント>

- 普段の勤務形態から仕事の効率を落とさない環境の提供
- 強固・安全な通信環境を持ったテレワーク拠点の整備及び日光市内の通信環境の強化による「日光市内なら通信で困ることはない」という強みの形成
- これまでになかった 新たなコミュニケーション、ネットワークづくりの場 の提供
- ワークスペースには「他者に自分の業務内容を知られないセキュリティの強化」と「地域の人や他のリモートワーカーとの交流機会」という矛盾とも言える2つの要素が求められる。これらに対応するため、施設内のエリア分け（例：1階は交流スペース、2階は集中作業スペース）や 近隣の施設間での住み分け などの取組が有用となる。

<アクションプラン>

- テレワーク拠点施設整備事業 ★
 - 座りやすい椅子や作業効率を上げる広いデスクなどを有するワークスペース
 - 優れた通信速度や高いセキュリティをもった通信環境
 - 個室・密閉・防音等セキュリティに配慮した作業スペースや会議室
 - ワーカー同士のコミュニケーションスペース

【参考事例（P.15）】

宮城県利府町：市・団体・住民が一体となって作った「働く＋交流」の拠点整備
群馬県桐生市：ターゲットのニーズに徹底して対応した施設整備の実施

- リモートワーク環境整備費補助金
 - ・ リモートワーカー向けに整備するテレワーク機器等の整備に要する経費に対する支援
- 企業オフィス等立地補助金
 - ・ 企業のサテライトオフィス等の設置及び初期の運営に要する経費に対する支援

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

② ワーカー向けの情報発信力の強化

取組方針	具体的な方向性
一元的な情報発信体制の整備	- 地域内の事業者におけるリモートワーク・ワーケーションの受入推進に向けた取組情報を集約する。 - 日光市でのリモートワーク・ワーケーションの実施を検討している者や企業に向け、それらの関連情報について一元的に発信する体制の整備を行う。
来訪者向けの情報提供	- 来訪者がワーク前後に利用できる観光施設、飲食店、交通手段等に関する情報などについて、観光に留まらない地域情報の提供を行う。 - リモートワーカーが日光市の生活を検討する際に必要となるような情報（不動産情報や施設情報等）を入手しやすくなるような環境整備を行う。

<ポイント>

- 「ワークだけ」・「バケーションだけ」にならないいわば「ライフ」環境情報の提供
⇒ 日光市の関係人口増加に向けた契機づくり

<アクションプラン>

- 誘致・誘客プロモーション事業 ★
 - ・ 地域内の事業者同士（観光事業者、ワークスペース運営者、交通事業者等）が一体となった、誘客に向けた情報発信の体制整備及び実施
- 案内マップ作成事業
 - ・ 観光関連施設に加え生活関係施設を紹介するなど、リモートワーカー、ワーケーション実施者向けに適合させた案内マップの作成
- ポータルサイト作成事業
 - ・ 次の情報を一元的に管理・発信するポータルサイトの作成
 - 日光市でのリモートワーク・ワーケーションに関する情報（ワークスペースや宿泊施設、観光施設の案内やリンクの掲載）
 - サテライトオフィスの設置に関する情報
 - 来訪後の移住・定住を促す生活に関する情報
 - 地域事業者の取組を一元的に集約した情報

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

③ 地域内外の企業・ワーカー・住民が交流できる体制の構築

取組方針	具体的な方向性
地域内事業者の受入体制の構築	- 地域一丸でリモートワーカーや企業を受入れられる体制を構築するため、受入意欲の高い事業者同士が手を結び情報や取組を共有できるようにすることで、地域側の受入れ体制の整備を図る。 - 地域周遊の快適性・回遊性の向上に向けて、DMO・DMC・交通事業者等との連携体制を構築する。
地域住民・企業との交流機会の創出	ワーカーや企業と地域との交流及び関係構築を進めるため、来訪したリモートワーカーと地域に住む人々や企業とが交流できる機会の提供を行う。
事業者の垣根を超えたプログラムの設定	来訪者がワーク・ライフ・パケーションそれぞれが充実した環境で過ごせるよう、ワークスペース、宿泊地、温泉地、飲食店、交通機関等の事業者を結びつけたワーケーション等のプログラムを構築する。

<ポイント>

- 「日光市の〇〇さんに会える」ことが魅力になることによる日光市来訪の理由の創出
- DMO・DMC・交通事業者との連携による交通サービスの拡充
- 観光・宿泊・飲食事業者等におけるサービス提供のチャンスの創出

<アクションプラン>

- モニターツアー造成事業 ★
 - ・ ワーケーション推進に向けたプログラムの造成・ブラッシュアップを行うためのモニターツアーの開催
- 交流イベント等実施事業
 - ・ リモートワーカーと地域住民とが交流し関係性の構築・深化を促進することができるイベント等の開催
 - ・ 進出企業が地域に入り込むための、市や各団体と進出企業とで連携した地域イベント等の開催
- 【参考事例 (P.15)】

和歌山県南紀白浜地域：移転企業の「地域化」「町の一員化」による雇用創出と人材育成の実現
- ビジネスマッチング事業
 - ・ 来訪したワーカー又は企業と地域の事業者との新たなビジネス創出に向けた意見交換会・マッチングイベント等の開催
 - ・ 地域内の事業者同士（観光事業者、ワークスペース運営者、交通事業者等）がリモートワーカー・ワーケーションの受入推進に向けた情報共有や事業連携等を促すためのマッチングイベント等の開催
- 【参考事例 (P.15)】

島根県松江市：進出企業、地元の学生、市内外の技術者などが交流する拠点の設立及び地域交流に対する支援

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

④ 受入れ・実施に要する費用等に対する支援

取組方針	具体的な方向性
誘客・誘致に向けた取組への支援	・ リモートワーク・ワーケーションの誘客やサテライトオフィスの誘致に取り組む事業者に対する支援を行う。 ・ 日光市でのワーケーション実施やサテライトオフィスの設置等に対する補助を行うことにより、来訪・進出の契機を創出する。

<ポイント>

- 地域として自走できる・日光市の強みが普及するまでの、**誘客・誘致活動の助走期間を支援**

<アクションプラン>

- ワーケーション実施支援補助金
 - ・ ワーケーションを実施する民間企業（その社員を含む。）または宿泊プランを提供する旅行会社に対する支援
- リモートワーク実施支援補助金
 - ・ ビジネスを行う法人や個人を対象に、短中期でシェアオフィスやコワーキングスペースを利用する際の施設利用料に対する支援
- リモートワーク環境整備費補助金（再掲）
 - ・ リモートワーカー向けに整備するテレワーク機器等の整備に要する経費に対する支援
- 企業オフィス等立地補助金（再掲）
 - ・ 企業のサテライトオフィス等の設置及び初期の運営に要する経費に対する支援
- モニターツアー造成事業（再掲）
 - ・ ワーケーション推進に向けたプログラムの造成・ブラッシュアップを行うためのモニターツアーの開催
- アドバイザー派遣事業
 - ・ リモートワーク・ワーケーションの受入推進を検討する事業者に対し、事業・施設改善の具体的な取組等について助言を行うアドバイザーの派遣
- 国のワーケーション促進事業の活用
 - 観光庁：新たな旅のスタイル促進事業（令和3年度40地域採択）
 - ・ ワーケーションに取り組む・取組を検討している地域と企業とのマッチング事業
 - 観光庁：第2のふるさとプロジェクトモデル実証事業（令和4年度新規事業）
 - ・ 中長期滞在・反復継続した来訪者などの交流市場開拓の実証事業

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

B. ターゲット別の取組

<1> リモートワーク・ワーケーション

① 自由の高い働き方が可能なワーカー

取組方針	具体的な方向性
自己啓発・個人のスキルアップ機会の提供	リモートワーク・ワーケーション等で来訪した者が日光市の仕事に触れられる仕組みを構築することで、ワーカーと地域住民との交流機会の創出をするとともに、地域課題の解決の場の提供や、地域企業との交流などによる自己のスキルを活かせる・伸ばせる副業（兼業）を発見できる場を提供する。
日光市内における地域間での連携の強化	日光市の広域にわたり、様々な特徴を持つ地域資源を個人の来訪者でも享受できるよう、他地域の事業者間の連携を促進する。

<ポイント>

- 自身のスキル・価値向上につながる課題解決の機会の提供
- 市内各地域の強みを活かした受入れ環境の整備

<アクションプラン>

- モニターツアー造成事業（一部再掲）★
 - ・ ワーケーション推進に向けたプログラムの造成・ブラッシュアップを行うためのモニターツアーの開催
 - ・ モニターツアーの中における地域課題の解決（ビジネス）やスキルアップにつながるプログラムの実証
- 【参考事例（P.15）】

長崎県壱岐市：来訪者が地域に滞在する中で発見した課題の解決に向けたワークを創造する「事業創造型ワーケーション」の実施
- 地域産業体験事業
 - ・ 滞在者が自身の仕事と兼ねて実施することが可能な地域の仕事に関する情報提供・紹介を実施
 - ・ 滞在または移住・定住の促進に向けた商工会議所と連携した産業体験の実施
- 地域課題解決型マッチング事業
 - ・ 来訪したワーカー又は企業と地域の事業者との地域課題解決に向けた意見交換会・マッチングイベント等の開催
- 地域間連携促進事業 ★
 - ・ 公共交通事業者、DMO・日光Maas等と連携した域内交通利便性向上に向けた実証等の実施

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

②企業の組織的利用

取組方針	具体的な方向性
企業のニーズに応じたワーケーションプランの造成	- 企業の求める内容に訴求できるような受入れ体制を整備するため、以下に例示するようなワーケーションプラン・プログラムを造成する。 ➢ 地域の課題解決やビジネス創出、地域での共創につながるビジネス向けプラン ➢ チームビルディングや個々のスキルアップにつながる合宿向けプラン ➢ 観光・体験等を通じて、日光でリフレッシュしてもらう福利厚生向けプラン
企業の地域貢献の視点によるアプローチ	- 従業員のウェルビーイング、企業のウェルビーイングを高める活動の場を提供する。 - 官民連携事業等を通じて企業のCSR・CSV活動・ESG投資、SDGs等の社会活動の場を提供する。 - 新たなビジネス、付加価値の創出や地域における共創につながる来訪者と地域住民・企業等との交流機会を創出する。

<ポイント>

- ワーケーションプラン・プログラムにテーマを設定することによる**企業が組織的に参画することへの意義付け**

<アクションプラン>

- モニターツアー造成事業（再掲）★
 - ・ ワーケーション推進に向けたプログラムの造成・ブラッシュアップを行うためのモニターツアーの開催
 - ・ モニターツアーの中における地域課題の解決（ビジネス創出）やスキルアップにつながるプログラムの実証
- ビジネスマッチング事業（一部再掲）
 - ・ 来訪したワーカー又は企業と地域の事業者との新たなビジネス創出に向けた意見交換会・マッチングイベント等の開催
- 地域課題解決型マッチング事業（再掲）
 - ・ 来訪したワーカー又は企業と地域の事業者との地域課題解決に向けた意見交換会・マッチングイベント等の開催
- 日光市と民間企業との協働に関する提案制度
 - ・ ワーケーションによる体験を地域課題の解決等に関する民間提案に繋げることで、官民協働事業へ発展
 - ・ 【参考事例（P.15）】
福岡県うきは市：「SDGs」「古民家」「温泉」など様々なテーマ・切り口のワーケーションプログラムの構築・市への施策提言の実施
- 国のワーケーション促進事業の活用（再掲）
 - 観光庁：新たな旅のスタイル促進事業（令和3年度40地域採択）
 - ・ ワーケーションに取り組む・取組を検討している地域と企業とのマッチング事業
 - 観光庁：第2のふるさとプロジェクトモデル実証事業（令和4年度新規事業）
 - ・ 中長期滞在・反復継続した来訪者などの交流市場開拓の実証事業

4 日光におけるサテライトオフィス誘致・リモートワーク推進戦略

(2) ターゲット別推進戦略

<2> サテライトオフィス

① 日光市とゆかりのある都市部企業

取組方針	具体的な方向性
日光市における出張所的位置づけの定着	- 日光市とすでに関係性がある（日光と関係性のある企業、包括連携協定締結企業・関連企業、ワーケーション実施先等）ことをきっかけとして都市部企業にアプローチを行う。 - 日光市及びその近隣に社員や社員の関係者が居住している企業に対して、社員のウェルビーイング向上の視点から日光市への進出を促す。 - 日光市及びその近隣の企業と取引のある都市部企業に対して、業務効率化・移動費削減に資する選択肢として日光市進出を促す。

<ポイント>

- リモートワーク・ワーケーションによる関係性構築からのサテライトオフィスへの設置への移行のアプローチ（双方を意識した誘致・誘客活動）
- BtoB市場でのサテライトオフィス・ワーケーションニーズ（取引先・営業先での滞在による業務効率の向上）の顕在化

② 都市部企業の対象拡大及び栃木県内企業

取組方針	具体的な方向性
取引先を活用した誘致	- 前段の企業の誘致を実現させることで、日光市内に企業のいわゆる取引先・営業先を増やすことで、日光市の企業的拠点の価値を創出し、業務効率化・移動費削減に資する選択肢として誘致を図る。 - これらの取組を継続して続けることで、サテライトオフィス立地からそれを契機にさらなる立地を促すという好循環を生み出す。
I T 企業の拠点設置促進	日光市のブランド力や良質な水資源等により製造業等の企業の進出が進んでいる環境を、ICT技術を持つ企業との有機的な連携の場として提供することで、日光市の情報・連携拠点としての共創的發展を促す。

<ポイント>

- 好循環を生み出す企業進出の実現

<アクションプラン> ※①、②共通

- 企業に対するサテライトオフィス誘致活動の実施
 - ・ 上記方針・方向性等を踏まえた企業に対するサテライトオフィス設置等に係る営業活動の実施
 - ・ 長期的対応を視野に入れた誘致活動の継続

