



WORK TRIP

開発合宿・オフサイトミーティング受入実績

個人のワーケーションや家族連れワーケーション(バケーション的なもの) をのぞく

4月～7月/9～11月の合計7ヶ月

家族連れワーケーション

212組
618人

緊急事態宣言で
キャンセル100名以上

8組 52人

令和2年度

31組 172人

令和3年度

31組
319人

452人泊

令和4年度

41組
503人
768人泊

県内企業の日帰り利用も有

令和5年度

コロナ禍

5類移行後

R6年度の主な取り組み

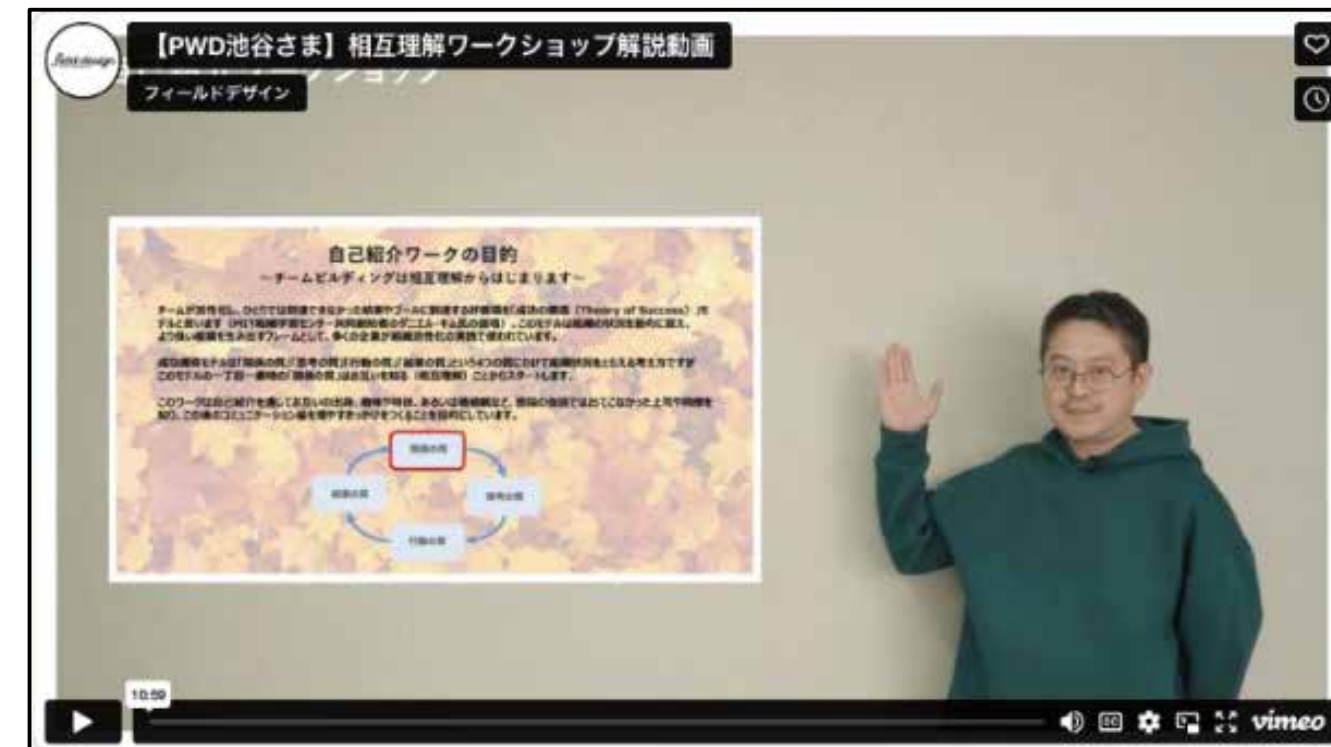
- ① 企業ニーズに即したワーケーション推進に向けた実証事業
- ② Lakeofficeのトライアル利用+アンケート調査
- ③ 元気づくり支援金での越境学習コンテンツ作成

① 企業ニーズに即したワーケーション推進に向けた実証事業

観光庁の実証事業として全国7つのエリアのひとつとして採択された
800万円の定額補助金

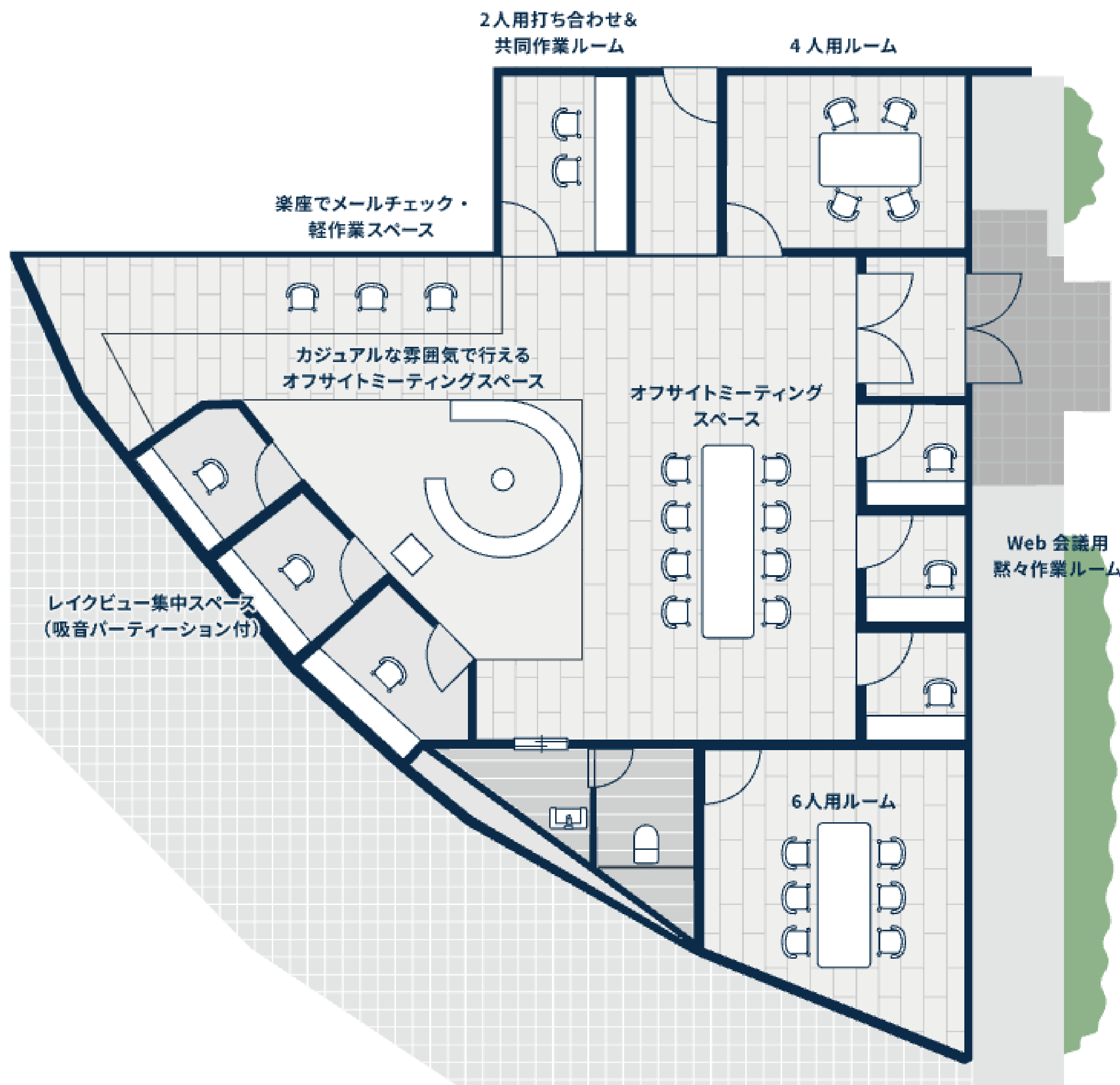
- 企業合宿型100人泊の発生
- インタビュー動画の作成(実施後1ヶ月後の後追い動画)
- 自己開示ワークショップの制作(企業ニーズを捉えたコンテンツ)
「自己紹介」「モチベーショングラフ」の2コンテンツ
- 勝ちパターンのパッケージプラン制作(脱属人化、工数軽減)

観光庁成功事例発表資料に、全国で3箇所が掲載、その1つが立科



自己開示ワークショップは東大教授人のワーケーションで大好評!

② Lakeofficeのトライアル利用+アンケート調査



・今回のワーケーションプログラムでは初日の全社会議と視察以外の時間の使い方は各部署に委ねていた。今回滞在したシェアオフィス内でのメンバーの動きを観察していると、今後オフィスを移転する際には、このような会議室や備品が必要になるとか、こういうレイアウトにした方が他部署とのコミュニケーションがより円滑化されるなど、大きなヒントになった。今後の参考資料としてシェアオフィスの図面まで貰った。

このエピソード春に発売するワーケーションの書籍に掲載されます。

- ・窓の外を見るだけでも目の前の湖やきれいな空、木々に癒される。外に出れば遊歩道もあり、階下からボートに乗れるので、集中と解放を効率よく繰り返せるのが良かった。
- ・グループミーティング中に個別にweb会議が入った場合も同じ施設内で行うことができるので、ミーティングを継続できる良いレイアウトだと感じた。
- ・必要なものが全て揃っているため、到着後すぐにワークを始められた。

下記の改善要望は3月中旬に全て対応済。

- ・スクリーンやプロジェクターはあり、27インチディスプレイも多く良い。大型モニターがあるとより良い。
- ・時間によっては日差しが入り込むため、おしゃれなブラインドがあった方が良い。

今期Lakeofficeの利用率は57.5%

③ 元気づくり支援金での越境学習コンテンツ作成

立科でしか得られない!

越境学習



空き家対策に取り組む建築家と一緒に考え学ぶ

立科町の重大な地域課題である空き家問題に取り組む建築家の話を聞き、自社の商材、サービスを考察する機会を作ります。(90分) 古民家活用のミニアイデアソンを行うことも可能です。(3時間)



小さな町の小さなワイナリーで仕事への情熱を浴びる

たてしなアップルワイナリーを見学。支配人の市川さんはTV業界から転職し地元で「りんごの発泡酒作り」を情熱を持って取り組んでいます。その背景とストーリー、地域で働くうえで大事にしていることを学びます。(60~80分)



農作物以上に「地方の景色を創る」若手農家に学ぶ

異業種から転職、りんごとお米を手がける法人也したばかりの若手農家の話を聞き、農業を引き継ぎ拡大させた取り組み、現状の課題等、自然との共創の話の聞き、人生をかける取り組みに触れます。(60分)



- ・ 支配人と雑談形式でお話を聞くことができ、土木業がなぜ醸造所を始めたのかが新規事業を模索している弊社にとって非常に参考になりました。
- ・ 熱意を持ってイキイキと取り組める姿を目の当たりにし、果たして自分はそのまでの熱量で今と向き合っているかを考えさせられた。彼の姿を部下とも共有できたことは今後意味が出てきそう。
- ・ 当社も四国で藻場の育成事業を展開しているため、参考になる部分があった。トイレのない空き家にトイレを設置するのではなく、貸してくれる場所をつなぐことで商店街の往来を創出させる点に発想のヒントがあった。
- ・ お話を聞く中で自身に置き換えて、同じ課題に面した際に自分には何ができるのを考えるきっかけとなった。
- ・ 小さな地方誌に取り上げられるよう展開し、大手メディアがその記事に目をつけてくれ、結果的に広く知れ渡らせるという戦略には圧倒された。

立科WORKTRIPの特徴

**お客様の要望・目的を達成するために
コンシェルジュがプランを
最速でフルカスタマイズ**



利用企業に
「何故ワーケーションをしたいのか」
「ワーケーションで何を達成したいか」
をまず聞いています。

R4年上期頃まで **コロナ禍～5類移行前後**

- ☑ リモートワークが続いていてリアルコミュ不足
- ☑ 集中できる静かな環境で経営会議をしたい



**オフサイトミーティング
開発合宿**

直近一年は問い合わせの約3割が **5類移行後は特に多い**

- チームビルディングしたい
- 人材流出を食い止めたいたい(人材定着化)

**企業が抱える悩みの多くは、人材の定着化
(特にIT系は)人材不足なので人材の奪い合いのため
いくらでも良い条件で手を引いてくれる会社はある。
だから、今の会社で働く意義が必要になる。**

人材の流出/急な流入→いち早くオンボーディング

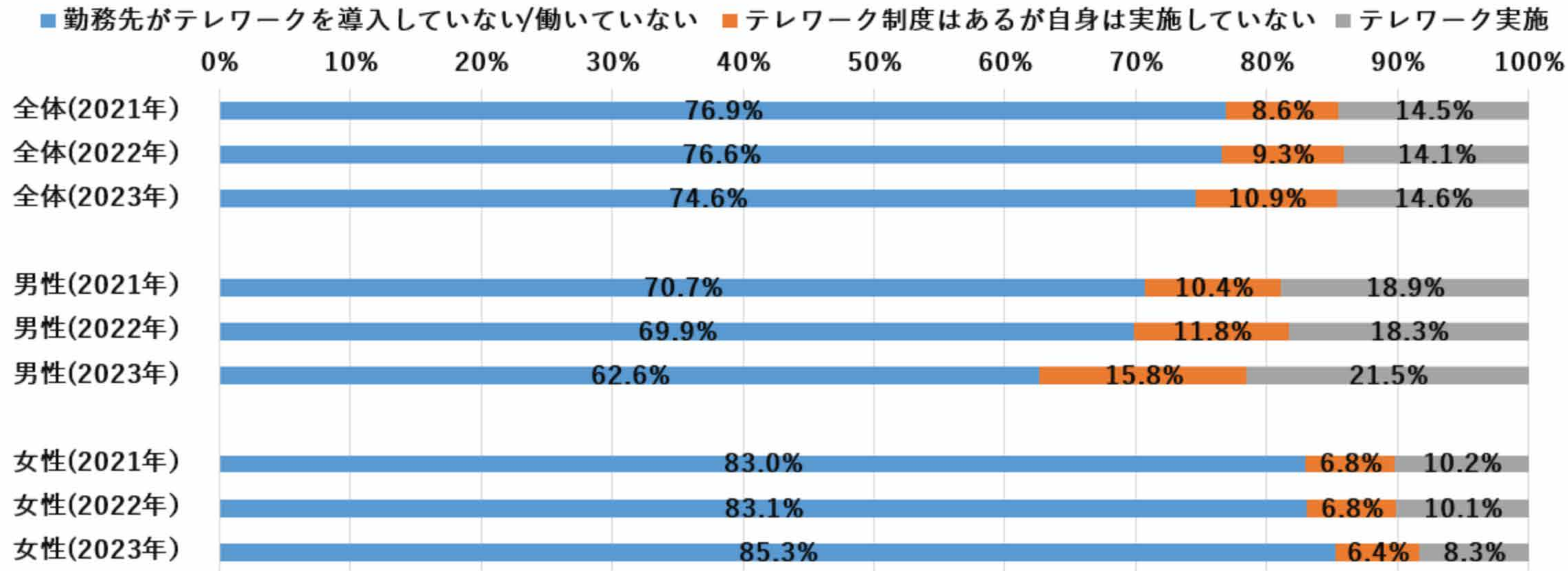


図1.男女別テレワーク実施率の推移(2021年~2023年) [調査対象：全国・15~79歳男女・n=6240(2021年)6240(2022年) 5223(2023年)]

出所) NTTドコモ モバイル社会研究所 2023年2月にテレワークに関する調査

テレワーク実施率は3年間でほぼ横ばいで約15%

在宅勤務をしている雇用者の16.4%が

勤務先でテレワーク制度が廃止・制限された場合に「退職や転職を検討する(または既に退職、転職した)」と回答

新型コロナウイルス禍で浸透した働き方が、流行の落ち着いた後でも重要な選択肢になっている実態が浮き彫りに

出所) 公益財団法人 日本生産性本部 2023年8月7日

オフィス回帰したとしても、 その中身は内容は全く異なっている



そしてオンライン会議はオフィス回帰であるうが5類移行後も全く減っていない
オフサイトミーティングの価値がより高まっている

企業が
求める

ワークエンゲージメント向上

(熱意を持って仕事に取り組んでいること)

離職を防ぎ、パフォーマンス高く仕事をするために、
エンゲージメントを高める必要性がある



✓ 視点を变える・視野を広げる
視座を高める機会の創出

✓ 心理的安全性に包まれること

☑️ 視点を変える・視野を広げる視座を高める機会の創出

そのために、普段とは違う場所に行き、
見聞きすることが必要である=オフサイト



↓
オフサイトに地域事業者との交流をプランに入れる

↓
しかし単に地域事業者との交流といっても、
いわゆる交流と称した「体験(アクティビティ)」はやらない

↓
地域事業者の話を聞き、対話をする

越境学習

地域事業者との交流(越境学習)

- 感化させられる／発奮する
- 自分自身、自分の仕事に置き換えて内省する
- 違う世界を知ることによって頭を柔らかくできる
- 皆もがいているんだなという姿に救われる

視点を变える・視野を広げる・視座を高める機会の創出

個人事業主や創業者は
高エンゲージメントの塊



地域の事業者



タンカー会社×空き家対策の建築家



健康食品×ワイナリー支配人



エンジニア×法人也した若手農家

事業の説明

事業の課題
地域の課題

その事業
ならではの
特徴

その仕事
ならではの
苦労話

どうやって
壁を乗り越えたか

ビジネスモデル

どういう
キャリア
だったか

なぜ今、
この仕事を
やっているのか

仕事の何が
楽しいか

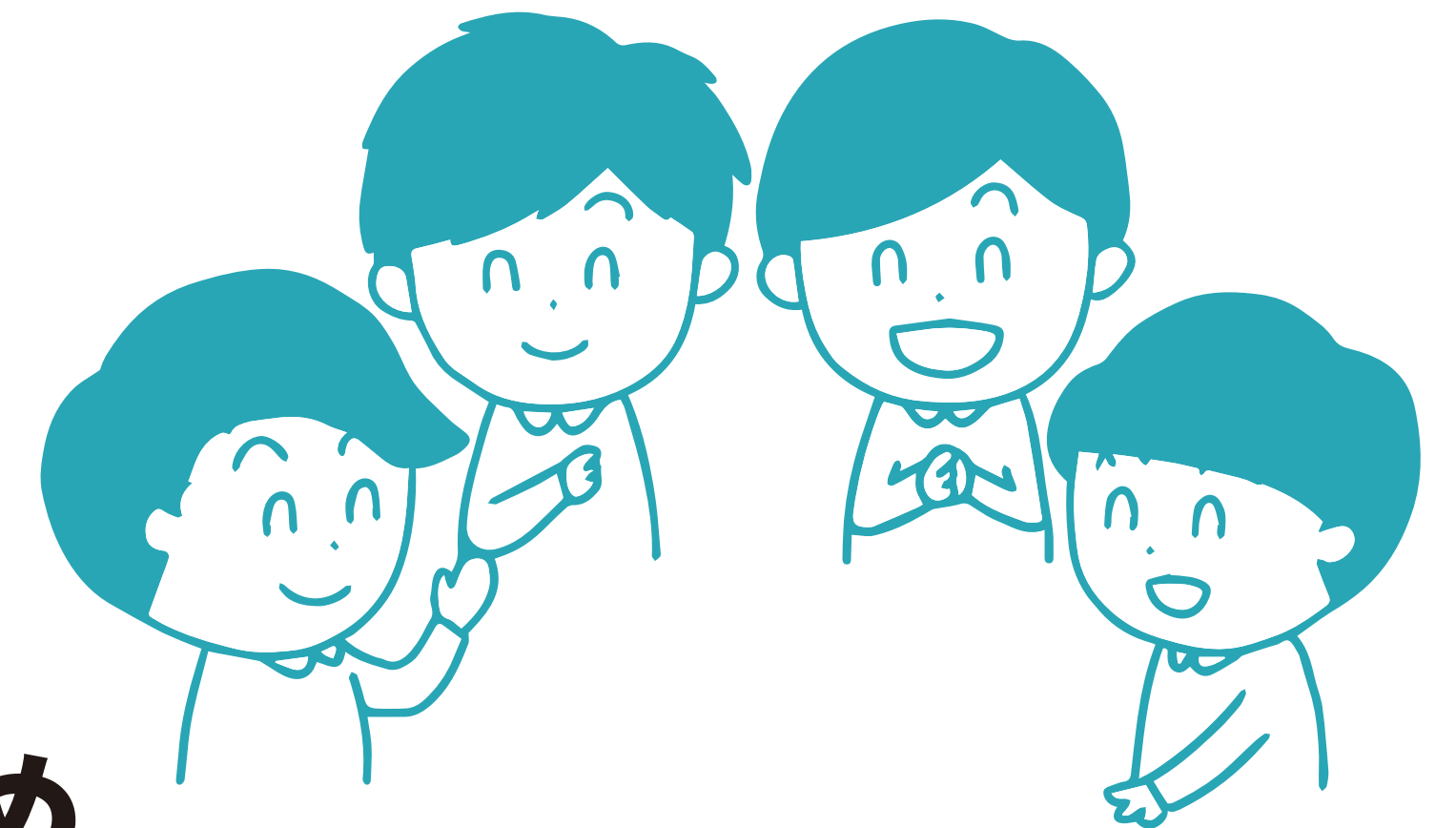
☑ 心理的安全性に包まれること

(組織の中で自分の考えや気持ちを誰に対しても安心して発言できる状態のこと)

ワーケーション
すると

普段オフィスで顔を合わせる同士でも
ワーケーションという非日常の中、
いつもとは違う場所という
転地効果もあり、
会話が生まれる要素はある

同じ時間に同じ場所で
同じモノを見聞きする
連帯感・特別感・同志感



移動・食事・余白時間等一緒に過ごす時間も長い
ため、自然とプライベートな話は出てくる
お互いのパーソナルな部分(仕事への葛藤、
家庭の悩み等)共有することも
仲間意識醸成、心理的安全性を生むことの
要素のひとつ。

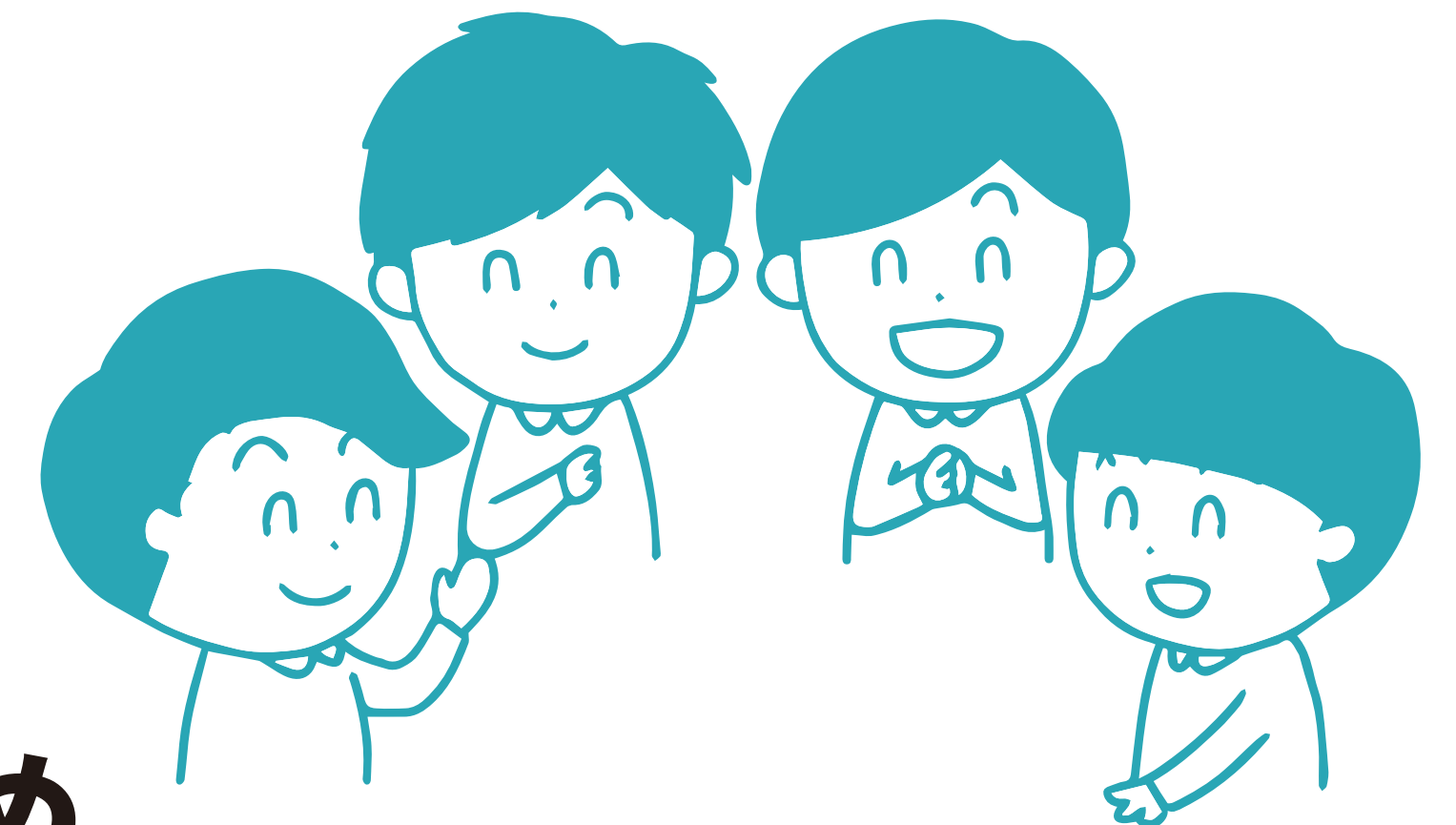
☑ 心理的安全性に包まれること

(組織の中で自分の考えや気持ちを誰に対しても安心して発言できる状態のこと)

ワーケーション
すると

普段オフィスで顔を合わせる同士でも
ワーケーションという非日常の中、
いつもとは違う場所という
転地効果もあり、
会話が生まれる要素はある

同じ時間に同じ場所で
同じモノを見聞きする
連帯感・特別感・同志感



移動・食事・余白時間等一緒に過ごす時間も長いいため、
自然とプライベートな話は出てくる
お互いのパーソナルな部分(仕事への葛藤、家庭の悩み等)共有することも
仲間意識醸成、心理的安全性を生むことの要素のひとつ。

今後の展開・課題

- **既存越境学習コンテンツ提供者の経験値積み**
- **高原絵エリアでの越境学習コンテンツの造成**
- **Lakeofficeの安定的な集客(貸切を中心に観光繁忙期はドロップイン)**
→ **積極的な営業活動**
- **地域おこし協力隊2名に段階的にコーディネートを経験**
(今期はアテンド等に注力、来期は旅程書の作成、仕入れ等)
→ **立科町から二人目のワーケーションコンシェルジュを**
- **デジタルノマド/結果親子ワーケーションの観光庁実証事業挑戦**
- **周辺市町村との連携(特に千曲市)**
- **県内外の企業合宿型受入地域との相互誘客**

- **直接経済効果1,325万円**
- **著名企業団体が来訪**

東京大学大学院理学系研究科
東京大学工学部
株式会社東京
産業技術総合研究所

諏訪中央病院
タイコエレクトロニクスジャパン
PWCコンサルティング
パーソルテンプスタッフ

- **周辺市町村とも連携**

千曲市ワーケーションと連携し、立科Meetupdayを催行

- **新規顧客獲得**

初めて立科を訪れる率 約80%

ディステイネーション対象外の人を引き込める→観光で再来訪