



グリーンワーケーション

～森林資源を活用して地域を、人を、元気に～

市町村向け導入の手引き

発行：北海道



目 次

- グリーンワーケーション事業の意義……………3p
 - 受け入れ環境の整備……………12p
 - 主なターゲットの考え方……………4p
 - 森林体験プログラムの考え方……………13p
 - グリーンワーケーション事業に不可欠なフレームワーク……………5p
 - グリーンワーケーションのツアープランニングの考え方……………14p
 - グリーンワーケーションの受け入れ事例……………6～11p
 - グリーンワーケーション事業の受け入れ環境整備……………15p
 - 相談窓口……………16p
- ①北海道下川町／
「北海道下川町研修～SDGs未来都市の今を知り、考える～」
- ②和歌山県／
「世界遺産保全活動「道普請(みちぶしん)ウォーク」
- ③長野県信濃町／
「癒しの森®」プロジェクト
-

グリーンワーケーション事業の意義



近年、ワーケーションは「自分らしい働き方」や「自分の生活に合わせた働き方」を実践することで、生産性とワークライフバランスの向上を図る“新しい働き方”のひとつとして注目されています。さらに、人生100年時代を語る上で、幸せで豊かなライフスタイルを実現するためのキーワードにもなりつつあります。

受け入れ先となる自治体にとって、ワーケーションは観光業などの経済効果だけではなく、都市から地方への“新しい人の流れ”が生まれることで、さまざまな地域活性効果をもたらすことが期待されています。中でも**森林資源を軸としたワーケーション“グリーンワーケーション”**は、経年劣化していくハコモノではなく、手を入れるほど年々豊かになる森林に投資することで、地域固有のグリーンインフラを整備し、それぞれの地域の課題の解決や、新たな価値の創出をめざすことも可能になります。また、2020年10月、日本政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラル*を目指すことを宣言。CO₂を吸収する森林資源の保全について、企業、個人を問わず関心が高まっています。

本手引きでは、グリーンワーケーションの受け入れを検討される自治体の皆さまに、参考としていただけるように、取り組み事例や受け入れのためのチェックリストなどの情報をまとめています。ぜひご活用いただけましたら幸いです。

グリーンワーケーション事業の地域(受け手)側の主なメリット

- 自然環境が持つ地域振興、環境といった各種機能の活用
- 平日や長期滞在型の旅行需要の創出
- 交流人口および関係人口の増加
- 観光関連事業の活性化、雇用創出
- 企業との関係性構築
- 遊休施設等の有効活用

地域を気に入ってもらい、関係人口移住者を増やすだけでなく、参加者と地域の人が交流することによる地域の新たな価値の創造も見込めます。

*カーボンニュートラル/二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」から、植林、森林管理などによる「吸収量」を差し引いて、温室効果ガスの排出を実質ゼロにすること。

主なターゲットの考え方



これまでのワーケーションのターゲットは、社員が主でした。これからは、裁量労働のできる経営者や個人事業主のほか、会社に属しながらも勉強や研究などの自己研鑽を目的に参加する個人など、ターゲットをより明確に定めてアプローチすることが求められます。地域においてグリーンワーケーションの受け入れを検討する際には、どのターゲットを獲得するのかについての議論が必要です。

ターゲット群 ① 固定時間制のワーカー／企業(団体)参加

会社の方針で参加するオフィスワーカーの集団。最近ではSDGsに関心が高く、自己啓発やチームビルディング研修を目的とする場合が多い。

●費用:企業

ターゲット群 ② 裁量労働制のワーカー／個人参加

経営者や個人事業主、労使協定により専門業務型裁量労働制が認められている19業種(情報システムの分析・設計者、新聞社・出版社の取材編集者、番組プロデューサー、コピーライター、インテリアコーディネーター、ゲームソフト開発者、公認会計士・弁護士などの士業、大学教授など)をはじめ、幅広い職種に及ぶ。地域住民や参加者同士でのコネクションの形成、セレンディピティな出会い(新価値創造)、気分転換などを目的とする場合が多い。

●費用:企業、経費精算

※セレンディピティ:偶然から発生する

ターゲット群 ③ 自己研鑽型のワーカー／個人参加

従来はワーケーションのターゲット枠に入っていなかったが、会社に属しながら自己研鑽の意識が高く、地域住民や参加者同士でのコネクションの形成、ウェルビーイング(幸福で肉体的、精神的、社会的に満たされた状態)などを目的に自費参加を希望する人。今後増えると予測されている層。

●費用:自費

グリーンワーケーション事業に不可欠なフレームワーク



グリーンワーケーションのプロジェクトを立ち上げる上で、考慮すべきポイントとなるのが以下の7つです。さらにプログラムを推進する際にも、さまざまな関係者(ステークホルダー)とフレームワークについて協議を重ね、意識を共有することが業務の円滑化につながります。

1 魅力的コンテンツ

- ▶ プログラムの目的は明確か。
また、地域ならではの魅力が盛り込まれた内容であるか。

2 再訪

- ▶ プログラムへの参加をきっかけに、
再び地域を訪れたいくなるようなおもてなしや仕掛けがあるか。

3 運営体制(プランナー)

- ▶ グリーンワーケーションの推進役やプランニングチームを
構築しているか。

4 満足度

- ▶ 参加者・企業・自治体・ステークホルダー(利害関係者)
それぞれにメリットがあるか。

5 費用負担

- ▶ 個人の参加者が自費で参加したい内容か。
企業参加の場合は企業が経費負担して、社員を参加させたい内容か。

6 マーケティング・アプローチ(対企業)

- ▶ どのような企業に参加させたいかが明確になっているか。

7 マーケティング・アプローチ(対参加者)

- ▶ どのような参加者に参加させたいかが明確になっているか。



北海道下川町 / 「北海道下川町研修～SDGs未来都市の今を知り、考える～」(2日間)

主なターゲット: ① 固定時間制のワーカー/企業(団体)参加

1日目

● 下川町に到着後、町内の木質バイオマス発電所を見学。



● トドマツやカラマツを始め、ナラ、カバなど北海道産の樹種で内装材や家具などを製造している企業「下川フォレストファミリー」を見学。



● (冬限定) スノーシューでの森歩き。森林のもつ多面的機能について確認した後、広葉樹と針葉樹の違い、間伐をした森林としていない森林の様子の違いなどを見て、木材1本の価格を計算。



● 間伐体験。長い年月をかけて育った樹木が倒れる瞬間は圧巻。森づくりから実際に木材の加工まで、「植える→育てる→使う」のつながりを半日で体感。



2日目

● 下川町の「ゼロエミッションの木材加工」発祥の地でもある「下川町森林組合北町工場」を見学。木を無駄にせず、できるだけ価値をつけたいという想いから始まった炭づくりの過程やトドマツのエッセンシャルオイルの工場などを見学。



● 木質バイオマスエネルギーを起点に、暮らしづくりと産業づくりを学ぶことのできるコンパクトなモデル地区でもある「一の橋バイオビレッジ」を見学。熱供給を集住化住宅の居室だけでなく、シイタケ栽培用ハウスの熱としても利用しており、**産業と経済と環境の統合的な解決のモデルについての理解を深める。**





本事業をワーケーションの考慮すべき7つのポイント(フレームワーク)で分析しました。

1 魅力的コンテンツ

プログラムの目的: **企業価値向上**

森林を活用して環境・経済・社会的課題の解決を目指す下川町ならではの取り組みを企業研修向けにプランニング。

2 再訪

企業に合わせたオリジナルメニューを企画・運営組織が開発。季節ごとに見どころや体験メニューをアレンジ。

3 運営体制(プランナー)

企画・運営: NPO法人森の生活 研修コーディネート: 旅行会社

4 満足度

参加者/企業: **社員にSDGsと自社CSR活動への理解を深める場の提供。**

自治体: **企業との関係づくり。**

5 費用負担

企業負担

6 マーケティング・アプローチ(対企業)

「社員に向けて、SDGsへの理解を深める機会を提供したい」「自社のCSR活動の現場を訪問し、取組の状況を知らせてほしい」「持続可能なまちづくりの一端にふれ、事業のヒントを得るような機会を与えてほしい」という企業からの要望に応えるため、下川町の循環型森林経営と総合的まちづくりを目指したSDGsの取り組みを見せ、「植える→育てる→使う」のつながりを体感できる内容に。

7 マーケティング・アプローチ(対参加者)

森の中で木を倒す体験から、家具づくりの加工施設、木質バイオマス発電所、トドマツの枝葉からアロマオイルをつくる工場などを見学。スポーツ施設でカーリングも体験し、参加者同士の親睦を深める内容に。



グリーンワーケーション事業に不可欠なフレームワークによる分析 グリーンワーケーションの受け入れ事例 - ②



和歌山県／世界遺産保全活動「道普請(みちぶしん)ウォーク」

主なターゲット: ① 固定時間制のワーカー／企業(団体)参加

2004年7月に登録された「3つの霊場」と「参詣道」から成る世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」。(総面積は約500ヘクタール、参詣道の総延長は300キロメートル超)。国内外から高い評価を受ける、県内屈指の観光スポットです。ただ年間を通して雨量が多く、また、観光客の増加に伴い、道の痛みも確認されていることから、定期的な整備が必要であり、従来は地域のボランティア団体などが保全活動を担っていました。

和歌山県ではこの「参詣道」の保全活動を充実させるため、**2009年から全国各地の企業や団体向けに、参詣道の清掃や補修などのボランティア活動「道普請」を開始。**現在ではワーケーションプログラムの一つとしても活用しています。参加者は、県世界遺産センター(田辺市)の担当者から作業内容について説明を受けた後、補修用の土を袋に入れて現場に運び、土を固める作業などにあたります。自分たちの力で世界遺産を守るというここでしかできない貴重な体験が注目を集め、実施回数や参加人数は増加傾向にあり、2009年から延べ3万4千人超の参加者を集めています。また、参加者の満足度も非常に高いものとなっており、多くの人がリピーターとして何度も参加されています。





本事業をワーケーションの考慮すべき7つのポイント(フレームワーク)で分析しました。

1 魅力的コンテンツ

プログラムの目的:**企業価値向上**

日本で唯一、世界遺産の保全活動に参加できる場所であること。事前学習を行い、県世界遺産センター、当該市町等も作業に参加し技術指導を行う。世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の価値と保存・管理の大切さを学ぶ、世界遺産入門も同時に受講することも可能。

2 再訪

随時開催しているので季節ごとに再訪しやすい。場所や作業内容などのプログラムは相談の上で作成するため、訪れるたびに新鮮な体験ができる。

3 運営体制(プランナー)

和歌山県世界遺産センター
和歌山県観光振興課

4 満足度

参加者:**社会貢献のきっかけづくり。**

企業:**社員研修やCSR活動に有益。**

自治体:**世界遺産の保全、関係人口を増やすきっかけに。**

5 費用負担

現地までの交通費、作業用資材(軍手等)、傷害保険代などは実施者の負担。

6 マーケティング・アプローチ(対企業)

世界遺産の保全活動の趣旨に賛同する企業・団体などに限定して募集。CSR活動や新入社員研修などの一環として採用されやすい内容に。

7 マーケティング・アプローチ(対参加者)

世界遺産を自分の力で守るという使命感や達成感が醸成される内容に。

グリーンワーケーション事業に不可欠なフレームワークによる分析 グリーンワーケーションの受け入れ事例 - ③



長野県信濃町／「癒しの森®」プロジェクト

主なターゲット：① 固定時間制のワーカー／企業(団体)参加 ② 裁量労働制のワーカー／個人参加 ③ 自己研鑽型のワーカー／個人参加

「癒しの森®」事業および森林セラピーについて

「癒しの森®」事業とは、長野県信濃町が約20年取り組んでいる、森の力で心身の健康を後押しするという事業です。「森林環境がヒトの身体と心を癒す効果」について、全国で初めて医学的な調査研究が行われた信濃町の豊かな森で、木々の香りや水の音、木陰でのティータイムなどを体験。普段は意識していない五感を働かせて森を感じることで、ストレス軽減や免疫力向上の効果を訴求。また、森林セラピーを中心としたプログラムは、森由来の癒し効果・リラックス効果に加えて、創造性の向上やチームビルディングにも効果があるとされており、海外からも高い評価を受けています。

森林セラピーを核にした「癒しの森®事業」の展開と協定締結による企業誘致・受入(長野県信濃町)

●長野県信濃町では、合併しないまちづくりを選択する中で、地域グループが主体となって「癒しの森®」事業を提案。

●町独自で「森林メディカルトレーナー」と「癒しの森の宿」の育成・認定などを行い、地域の民間のガイドと宿泊施設を主体化。

●事業化段階の初動期には地域住民向けの健康講座を通して体験プログラムの上質化・ガイドのスキルアップを図り、その後、企業との協定締結を促進し、社員研修・福利厚生などで年間4,000泊を超える需要を創出(2021年末現在では37の企業等と協定を締結)。

取組の経緯

- ▶信濃町は平成の大合併をしない選択をする中で、町民有志が自立した地域づくりに向けた取組を開始。2001年に町民有志による地域おこしグループ「トマトの会」を発足。
- ▶長野県が「エコメディカル&ヒーリングビレッジ事業」を始める際、県に働きかけ、信濃町で事業を実施(2003年～3年間)。
- ▶2003年「癒しの森事業推進委員会」を発足。
- ▶2003年11月から「森林メディカルトレーナー養成講座」を開講。2021年現在210人が認定を受けた。
- ▶森林セラピー基地認定制度発足、2006年に第1期の認定取得。独自の効果検証実験や癒しのメニュー作り、企業へのアプローチなどにより需要を創出。

具体的なプログラム・メニュー

- ▶森での免疫療法と、信濃町独自の療法を組み合わせ、森林の癒し効果を高めるプログラムを提供。利用者の希望に応じたオーダーメイドも受け付ける。食事は地元食材を使ったマクロビ弁当などを提供。「癒しの森の宿」では、ハーブティや新鮮な野菜料理を楽しめる。

宿泊：11,000～19,800円/泊、森林セラピーガイド：15,000円/半日

- ▶企業向けには、森林セラピープログラムの他、コミュニケーションキャンプや登山、座禅等のメニューを提供。

- 森林メディカルトレーナー：登録数：16名
- 癒しの宿認定数：延べ30軒(2021年度現在14軒)
- 提携企業数：37社
- 「癒しの森の宿」宿泊者数：4,000人/年、森林セラピー利用者：6,000人/年
- 地域への経済波及効果：直接効果約2億1,890万円/5年間・総合効果3億972万円/5年間





本事業をワーケーションの考慮すべき7つのポイント(フレームワーク)で分析しました。

1 魅力的コンテンツ

プログラムの目的: **保養**

「癒しの森®」プログラムは、1. 自然の中で自分を見つめ直す 2. 自然の中で適切な生活のリズムを取り戻す 3. 自然の中に自分の癒しの場所を見つけるという3点を目標に作られています。森での癒しを中心に、自分にとっていつでも行ける「自分の癒しの森」があるということ。産業医と現地での医療機関のバックアップを受けながら、信濃町の森に行きさえすれば再び元気・活力を取り戻して職場や社会に戻っていき、というような実感を持てることをねらいとしてさまざまな療法を用意しています。

2 再訪

森林セラピーをはじめとした、森林セラピーウォーク、アロマ体験、自然の中で行うヨガ体験など、春夏秋冬で数多くの体験プログラムや森林散策コースを用意。免疫療法と独自の療法を組み合わせたオーダーメイドのプログラムも提供。町の認定宿は20軒以上。ホテル、旅館、ペンションなどさまざまなタイプを選べる。

3 運営体制(プランナー)

しなの町Woods-Life Community

信濃町森林療法研究会一ひとときの会一、一般財団法人C.W.ニコル・アフアの森財団、(株)さとゆめの3者が集まった共同体。森と暮らすコミュニティづくりを通じて、相互の交流・連携を図り、信濃町が持続可能な町になるように、地域の活性

化を目指す団体で、癒しの森の窓口やお客様の受け入れ業務などを信濃町と連携して行っています。

4 満足度

参加者: **健康で幸せな状態を作る「ウェルビーイング」の実現。**

企業: **人間関係の構築、社員の福利厚生に利用。**

自治体: **企業連携、関係人口の増加。**

5 費用負担

専用サイトにプログラム基本料金表を明記。「癒しの森の宿」は1名から利用可能。

6 マーケティング・アプローチ(対企業)

社員研修から福利厚生まで、さまざまなニーズに対応。森由来の癒し効果・リラックス効果に加えて、創造性の向上やチームビルディングにも効果が出る内容に。

7 マーケティング・アプローチ(対参加者)

森林体験を通じ身体と心を癒す体験を、医療機関のバックアップを受けることで信頼性の高い内容に。

受け入れ環境の整備



ワーケーションを推進する上で、地域の受け入れ環境の整備は不可欠です。以下の項目を参考に、中長期的に取り組んでいきましょう。

1

地域の推進体制の構築

グリーンワーケーションの受け入れは、推進する母体を作ることから始まります。協議会形式やDMO、観光協会、宿泊業者などの観光関連団体のみならず、農林水産業者、商工業者、環境NPOなど多様な主体の連携・協働体制が成否を分けるといっても過言ではありません。さらに、一過性の取り組みで終わらない、地域としての明確なビジョン・目的を定め、継続的な事業目的を関係者が共有することが必要です。



2

施設・ハード面の整備

①電源やWi-Fiなどの通信環境とセキュリティ対策②ワークスペースの確保③ワークスペースの機材や什器の拡充など地域内の宿泊施設の整備状況を確認します。ワークスペース環境の整備は、利用者満足度を考えた場合、検討すべきポイントです。そのほかに、長期滞在に対応できるか、宿泊施設では泊食分離が可能か。地域内にサテライトオフィスやコワーキングスペースが確保できるか、スーパーやコインランドリーなど周辺施設の調査も必要です。地域内の移動手段も確認と整備が必要になることがあります。



3

人材・役割分担の明確化

多様な主体からなる地域の組織づくりにおいて、大切な役割を果たすのが関係者を取りまとめる存在です。継続的に受け入れを進めるためには、地域コーディネーターの育成が重要です。グリーンワーケーションに関する企業ニーズは多岐にわたります。単なる観光メニューの提供にとどまらず、地域との接点や誘致などを探れる人材を配置することで、双方にとってメリットが生まれやすくなります。役割分担のあり方はケースバイケースです。担い手をグルーピングし、それぞれの役割を明確化しておくことが大切です。



4

森林体験プログラムの整備

研修・業務型を推進する場合は、地域課題の抽出や地域事業者を巻き込んだプログラム開発が必要です。休暇型を推進する際には、業務の合間や休暇中に気軽に楽しめる観光メニューを準備します。さらに、地域住民と交流する体験メニューなど継続的に参加したくなるような内容もラインアップします。持続可能な地域振興策にする、グリーンワーケーションのプランニングを目指します。



5

効果的なツアープランの作成

地域への誘客の促進を図るにあたって、旅行会社や運輸事業者と連携し、それぞれの力を活用するの一つの方法です。連携を図る場合は、それぞれが果たすべき役割があり、役割分担の下に、協働・連携した取り組みを進めることが肝要です。



森林体験プログラムの考え方



ターゲット別に、プログラムの目的を明確にすることが重要です。企業向けの場合、ユニークなチームビルディング体験や一体感の醸成などを盛り込むことで、企業にとって魅力的な選択肢になるだけでなく、他地域との差別化も図れます。一方で個人参加者向けは、森林に触れる活動（散策など）、既存の森を守る活動への参加など、気軽に取り組める環境を整備することで、参加しやすくなります。

【企業(団体)の場合】

- 研修の目的を事前にヒアリングし、共有する
- 企業が選びやすいテーマ別のプラン例を作成する
(一例として、チームビルディングを目的としたフィールド内でのキャンプ体験、近郊農園での農作業や収穫などの体験を通じた地域とのふれあい、SDGsに取り組みたい、カーボンオフセット活動に役立てたい、新しい事業に結びつけたい、森林の生態系を学びたいなど)
- 森を守る活動に直接携わってもらうプログラムを考案
(一例として、植林体験、間伐体験など)

【個人参加者の場合】

- 安全に配慮した所要時間別の散策コースを整備
- 自然に配慮した標識や看板を設置
- 森を守る活動に直接携わってもらうプログラムを考案
(一例として、植林体験、間伐体験など)

そのほか、プログラムの企画・運営に必要なこと

森林体験プログラムの 申し込み 問い合わせ窓口の設置



グリーンワーケーション希望者への対応や問い合わせ窓口を設置。自治体、ネイチャーガイド団体、観光協会、環境NPOなど誰につながるかの事前整理が必要。

実施目的の整理、設定



グリーンワーケーション実施の目的を明確にする(企業の森林づくり、移住促進、関係人口増加など目的を明確にした上で戦略を立てる)。

ターゲットニーズと サービス内容の すり合わせ



地域の資源やサービスを活用する際に、どのターゲットに狙いを定めるかを整理する(P4参照)。

インタープリター (自然ガイド)



森林ガイドの手配(自然と人間との仲介となって自然解説を行う人物)。

観光協会の情報



宿泊、食、観光情報などを共有し、グリーンワーケーションのコンテンツとして活用。

木育マスター (北海道が認定する 木育の専門家)



木育プログラムの立案や運営のアドバイスやプロデュースが可能。詳しくは「北海道庁木育マスター」のページへ。「北海道木育マスター」で検索

グリーンワーケーションのツアープランニングの考え方



参加者は、多くの候補地の中から自らのニーズに合致した滞在地を選んでいきます。

参加者を増加させるためには旅行会社など外部との連携・協働を深め、商品化の推進を図っていくことも一つの手段です。

一般的に参加者が滞在地を選定するポイントは、「宿」「食」「アクセス」の大きく分けて3つです。仕事と休暇の両面での環境整備について説明します。

「宿」「食」

- **全ターゲットが仕事を円滑にできる環境を整備**
食事(朝・昼・夕)提供の有無、Wi-Fi、電源、会議室、備品(ホワイトボード、プロジェクター、プリンター)などの準備と案内など。
- **個人・団体それぞれが休暇、アフターワークを楽しむ環境を整備**
土地のものを食べられる料理店、地域の見所、景勝地、森林体験に関わる施設などの準備と案内。同伴する家族を飽きさせないプログラムの準備と案内など。

アクセス

- **車(自家用車、レンタカー)、公共交通機関での所用時間と概算費用の案内**
- **目的地周辺にあるスーパーやコンビニなどの買い物情報の案内
買い出しのポイントがあるとより親切**

団体向け商品 ▶ 道内企業に対しては、宿泊を伴わない形にもニーズがあります。往復バスを用意して、グリーンワーケーションとチームビルディング、食事をセットで提供するワーケーション入門(導入)プランを、日帰りでも設定しておくのもひとつです。

個人(レンタカープラン) ▶ アクセスが悪くても、レンタカーを組み合わせることで商品化することにより、ドライブ+食+自然+ワークという魅力的なパッケージが可能になります。

グリーンワーケーションの体験プログラムとともに、「食」「宿」「アクセス」を紹介したウェブページがあると、すべてのユーザーが検討しやすくなります。上記を踏まえたツアープランについて旅行会社に相談すると、販売も含めた旅行パッケージとすることが可能です。

<旅行会社に期待する役割>

① 地域の観光資源の発掘と分析

参加者の視点で地域を見つめ直し、現地調査などで宿泊、郷土料理、観光ポイントの分析、アクセス確認などプロの目から分析を行い、地域のオンリーワンの観光資源の発掘に向けた支援を行います。

② マーケットに応じた商品開発

マーケティングのノウハウを活用したユーザー分析を行い、参加者の趣向を把握した商品開発を行います。

③ 旅行商品の販売とプロモーション

旅行会社に商品化を依頼する場合(道内の個人〜グループを想定)は、「在庫」の提供が好まれます。旅行会社に販売利用枠を預けることで、販売→決済→予約完了までスムーズに行えます。一方で、枠がない場合は、販売→「在庫確認連絡」→「在庫確保連絡」→決済→完了と手順が増えるため、両者にとって負担が大きい=扱いづらい商品となります。

④ 運輸事業者(鉄道会社・航空会社)への協力要請の窓口

地域までのアクセスに課題がある場合は、アクセスしやすい環境づくりについて旅行会社を通じて運輸事業者からアドバイスをもらうことも有効です。

グリーンワーケーション事業の受け入れ環境整備



【チェックリスト】 グリーンワーケーションの受け入れを推進する上では、地域で仕事をするための環境を整備する必要があります。まずは以下のチェックリストで地域の受け入れ環境の状況を客観的に把握しましょう。受け入れるタイプによっては必要のない項目もあります。

受け入れ面・人材面

- 地域の森林資源の分析と活用方向が整理されている
- 地域のビジョン・目的が明確である
- 事業の継続性が見込まれる
- 中期の事業計画に耐えうる予算確保ができる
- 地域としてターゲットとすべき参加者層を把握している
- グリーンワーケーションの組織体制・窓口がある
- グリーンワーケーション専用のサイト・SNSがある
- ホームページでサテライトオフィス、宿泊施設紹介、観光メニューの紹介がされている
- グリーンワーケーションに関する地域コーディネーターが存在する
- 民間と行政が連携し、地域の一体感が醸成されている
- おもてなしの仕かけがある

施設・ハード面

- エリア内にサテライトオフィスやコワーキングスペースがある
- 宿泊施設にコワーキングスペースがある
- コワーキングスペースや宿泊施設の通信環境とセキュリティが整備されている
- ワーキングスペースでは、複合機、机、椅子、照明など通常のオフィスと同じ環境が整っている
- オンライン会議用の個室・大型モニターなどが整備されている
- エリア内に十分な宿泊施設が存在する
- 宿泊施設では長期滞在に向けた食事、什器その他のアメニティ、サービスが整っている
- エリア内では、長期滞在に対応できるようにスーパーや飲食店がある
- エリア内を自由に動き回れる交通手段がある
- 中長期を見据えた観光インフラ面（標識、駐車場、道路など）が整備されている

プログラム面

- グリーンワーケーションに関するモデル日程、コースが作られている
- 地域課題解決型ワーケーションを推進するプログラムが整備されている
- 研修型ワーケーションを推進するプログラムが整備されている
- アフターワーク、休日用の観光メニューが整備されている
- 長期滞在用の宿泊プラン、ワーケーションメニューがあり、利用者ニーズに応じた価格設定となっている

チェックが多く入った地域は受け入れに適しているといえます。チェックがあまりついていない地域は、どのようなワーケーションのタイプを想定するか、ターゲット市場はどこにするかをまず決めてから受入環境整備を進めるようにしましょう。特に宿泊施設ごとに異なる整備状況を相互に補完しあえる環境づくりを行政などがリードすることで、ワーケーション対応の地域総合力がさらに高まります。

相談窓口



グリーンワーケーションに関する情報の収集やグリーンワーケーションの推進にあたっては、外部の協力機関の知見を活用することでスムーズに進行することができます。

- 推進協議会事務局の立ち上げ、運営
→ 広告代理店、イベント制作会社など

- 森林を活用した体験プランのご相談
→ 森林に携わるNPO法人など

- 旅行プラン化へのご相談
→ 旅行代理店など

まずは北海道庁水産林務部
森林環境局森林活用課までご連絡を

水産林務部森林環境局森林活用課 〒060-8588 札幌市中央区北3条西6丁目 TEL:011-251-3865 FAX:011-232-4142
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/inquiry/?group=235&page=320>

グリーンワーケーション推進にあたり、「森林環境譲与税」の活用を検討ください。

森林環境譲与税は、森林面積や人口などに基つき国から市町村及び都道府県に配分されます。市町村においては、間伐や人材育成・担い手の確保、木材利用の促進やフィールド整備、看板設置などの「森林整備及びその促進に関する費用」に充てることが可能です。

グリーンワーケーションに関しては、参加者向けにガイドブック、動画を制作しています。関係者の皆さまへの理解促進等にお役立てください。

愛知県 みよし市の事例

例) 森林のふれあいツアープランへの活用
愛知県みよし市(友好の森ふれあいツアーの実施)

- みよし市では、友好都市提携を締結している長野県木曾郡木曾町内に当市が所有する公有林「みよし市友好の森」で毎年友好の森ふれあいツアーを実施。
- 参加者に対し、森林の散策および間伐体験、熊よけロープ巻き体験を行うことで森林に対する知識の習得が推進できた。

● 事業内容

市内小学生以上の市民に参加を呼びかけ、長野県木曾郡木曾町内にみよし市が所有する「みよし市友好の森」で、森林散策および間伐体験を木曾町および木曾森林組合等関係者と協力して実施。

【事業費】332千円(うち譲与税160千円)

【実績】参加者29人

(出典: 林野庁 令和元年度森林環境譲与税の取組事例集より抜粋)

● 基礎データ

- ① 令和元年度譲与額 2,374千円
- ② 私有林人工林面積(※1) 37ha
- ③ 林野率(※2) 5.1%
- ④ 人口(※3) 61,810人
- ⑤ 林業就業者数(※4) 0人

※1「森林資源現況調査(林野庁、H29.3.31現在)」
※2「2015農林業センサス」※3、4「H27年国勢調査」

● 事業スキーム



パンフレット

「北海道グリーンワーケーションガイド」



動画「北海道型ワーケーション」

詳しくはコチラ!

北海道森林活用型
ワーケーションについて



<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/sr/sky/a0003/b0010>

北海道型ワーケーション
ポータルサイト



<https://hokkaido-work-vacation.com/>