

報道関係各位

2020年9月4日  
株式会社クロス・マーケティング

## 「ワーケーション」認知度7割超 休暇取得の後押し期待 実現には情報漏洩対策など具体的な整備が鍵

－ワーケーションに関する調査－

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）は、全国47都道府県に在住する20歳～69歳の就業者（指定職業・職種を除く）4342人を対象に「ワーケーションに関する調査」を実施しました。コロナ禍による観光需要低迷の影響もあり、「テレワーク」とともに新しい働き方として注目される「ワーケーション」について、実施状況や人々の意識、期待・懸念事項について分析しました。

### ■調査結果（一部抜粋）

#### ✓ ワーケーションの認知は7割超え。約1割の企業・組織が導入済み、もしくは導入予定。

ワーケーションの前段ともいえるテレワークは9割以上が認知、ワーケーションは7割以上が認知している。また企業の導入状況では、テレワークが約4割、ワーケーションが約1割で導入済みもしくは導入予定と回答。認知、企業の導入状況ともにテレワークが普及してきており、さらに一部ではワーケーションの導入も始まっている様子がうかがえる。<図1>

#### ✓ ワーケーションを行いたい人は約2割。期待することは、気持ちに余裕を持てること。

ワーケーションの利用意向は約2割。<図2> ワーケーションに期待することは、オフィスや日常生活から離れることで「精神的な余裕」が得られることで、業務以外では「観光」や「休暇取得」が出来る事が上位となった。<図3> 休暇を取得しにくい状況を改善する方法としての期待が垣間見える。

#### ✓ ワーケーションの懸念点はon/offのメリハリ、情報漏洩や費用負担など。

一方懸念点は、「仕事と休暇のメリハリがつけにくいこと」が最多となり、組織導入時も「生産性の低下」「情報漏洩」が心配されている。特にワーケーションを行いたいと答えた意向者は、費用や情報漏洩などに懸念点を抱いている傾向。<図4> 課題も多い一方で、ワーケーション経験者からは「取材で訪れた際に、仕事だけで訪問していたら得られなかったことが得られた」など前向きな声も寄せられた。

◆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/20200904workation/>

### <図1> テレワーク・ワーケーションの浸透度（単一回答）

認知状況						(%)
	n=	過去に経験はあるが、現在は行うことはない	現在も行うことがある	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	
テレワーク	4,342	12.2	24.1	58.5	5.1	
ワーケーション	4,342	3.0	4.4	65.0	27.6	

企業の導入状況								(%)
	n=	過去導入していたが、現在は導入していない	導入している	今後導入予定	検討中	導入は予定していない	導入しているかわからない	
テレワーク	4,119	8.0	34.0	1.8	2.9	40.3	13.0	
ワーケーション	3,145	2.6	7.6	2.6	3.9	56.6	26.6	

※各認知者ベース

### <図2> 自分自身が実施する場合のワーケーションの利用意向（単一回答）

		行いたい・計			行いたくない・計		(%)
	n=	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	
全体	3,145	12.0	11.2	34.9	11.7	30.2	

※ワーケーション認知者ベース

**<図3> ワークেশンに期待すること (複数回答)**

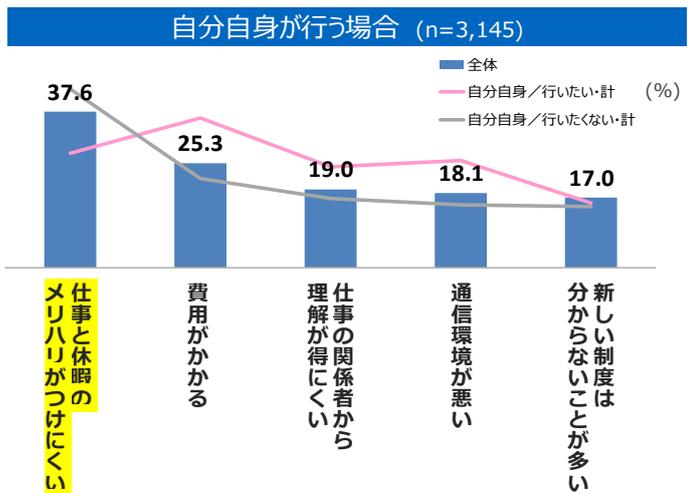
業務上のメリット(n=728)		
1位	精神的に余裕が得られる	43.1%
2位	普段の生活環境で感じるストレスから解放される	42.3%
3位	オフィスから離れることで、業務に集中できる	32.6%

※ワークেশンを行いたい人ベース

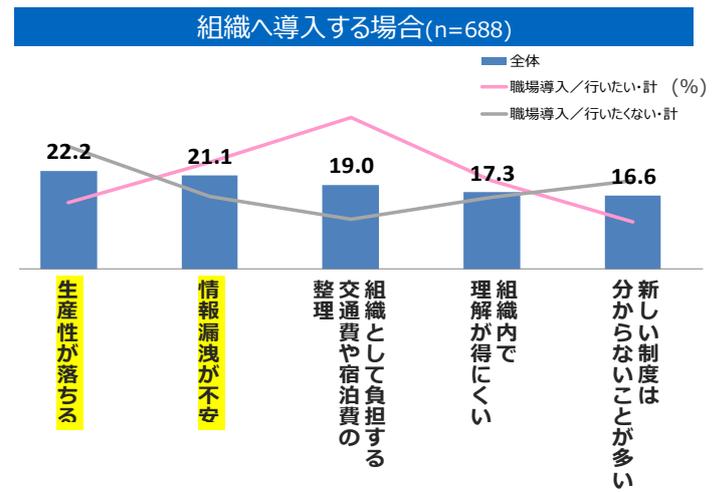
業務以外のメリット(n=728)		
1位	観光ができる	42.9%
2位	休暇を取得しやすい	37.8%
3位	新しい価値観や文化に触れられる	31.6%

※ワークেশンを行いたい人ベース

**<図4> ワークেশンへの懸念点TOP5 (複数回答)**



※ワークেশン認知者ベース



※管理職以上、または自営業・自由業のワークেশン認知者ベース

**■レポート項目一覧**

- 属性設問 (性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/職業/職種/企業における所属部門/従業員規模)
- テレワーク・ワークেশンの浸透度 (認知・経験/組織への導入状況)
- ワークেশンの実施意向 (自身が行う場合/組織に導入する場合)
- ワークেশン実施時のプラン (実施タイミング/滞在期間/宿泊施設)
- ワークেশンに期待すること (自身が行う場合/組織に導入する場合)
- ワークেশンへの懸念点 (自身が行う場合/組織に導入する場合)
- ワークেশンを行ってよかったこと

◆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/20200904workation/>

**■調査概要**

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県 調査対象 : 指定職業・職種を除く20~69歳の男女  
 調査期間 : 2020年8月24日(月)~8月25日(火)  
 有効回答数 : 4,342サンプル

※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/>  
 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  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 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◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.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、必ず当社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>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」