

ワーケーションのプッシュ動機に関する研究

— 仕事動機と休暇動機の検討 —

おはら みつはる
小原 満春 沖縄国際大学産業総合研究所

This study conducted a questionnaire survey and analyzed workaway intenders to clarify workaway push motives. As a result of the factor analysis, 10 factors of push motives were extracted. Moreover, multidimensionality scaling based on the factor scores obtained revealed that the factors were ideally categorized into work-related and vacation-related motives. This implies that while “workcation” is a coined term combining work and vacation, a combination of work and vacation also exists for push motives.

キーワード：ワーケーション、仕事・休暇、プッシュ動機

Keyword : workcation, work and vacation, push motivation

1. はじめに

近年、テレワークが社会に浸透するのと同時に、ワーケーション（workcation）も広く認知されるようになった。ワーケーションとは、仕事（work）と休暇（vacation）を組み合わせた欧米発の造語であり、Pecsek（2018）は「自宅を離れて、最新テクノロジーを活用しながら休暇中にレジャーとビジネスの両方を行うハイブリットタイプの旅行」としてワーケーションを、旅行という側面から定義している。つまり、ワーケーションは「新しい働き方」であり、「新しい旅の形態」ともいえる。しかし、ワーケーションが広く認知されると同時に、「新しい働き方」という側面が強調され、調査の多くは、ワーケーションが業務に与える影響に焦点が当てられてきた。しかし、ワーケーションを「新しい旅の形態」という側面から見ると、なぜ旅先で仕事をしたのか、どのような旅先で仕事をしたのか、旅先のどのような点に満足するのか、といった「旅」を中心として考えた、観光の側面から見た研究は未だ乏しいのが現状である。例えば、ワーケーションを旅として扱った研究として、小原満春（2021）は、ワーケーションのプル動機に

焦点を当て、ワーケーション意向者が求める周辺環境について、観光地選択に関する尺度を援用し研究を行っている。この研究では、ワーケーション意向者は3つのタイプに分類され、それぞれが求める旅先への環境が異なることを指摘しており、純粋な「観光旅行」と「ワーケーション旅行」では求められる環境が異なるということを明らかにしている。しかしこの研究では、更に根本的な欲求として「なぜ、旅に出て仕事をしたのか」という疑問には答えていない。つまり、プッシュ動機には触れられていないという問題がある。昨今のコロナ禍によって、テレワークが社会に浸透し、今後、旅先で仕事をするという働き方がより一層定着すると考えられ、よって観光振興に取り組む多くの自治体はワーケーションを行う人々を獲得することが求められると考える。そのニーズを明らかにするためには「なぜ、旅に出て仕事をしたのか」という疑問にも答える必要がある。そこで、本研究では、人々が行動を起こす根本的な欲求である、ワーケーションのプッシュ動機に焦点を当て、観光動機に関する尺度を援用し、これまでの観光動機と異なる点やワーケーション特有のプッ

シュ動機を明らかにすることを目的として研究を行うこととした。

2. 先行研究

働き方という側面から、ワーケーションのプッシュ動機を明らかにしようと試みている調査について概観する。例えば田中敦・石山巨貴（2020）において公表された、山梨大学田中研究室の「新たな働き方・休み方に関するアンケート調査」において、ワーケーションに感じるメリットを、モチベーションや集中力が上がる、新たな発想が生まれる、家族と過ごす時間が増える、といった回答が多くを占めている結果を報告している。同様に、沖縄県（2021）のワーケーションに関する調査においては、リフレッシュできそう、新しいアイデアが思い浮かびそう、家族との思い出が増えそうと報告している。これらのことから、ワーケーションは旅先という非日常において、仕事の成果が上がることへの期待と、有意義な休暇を過ごしたいという思いがワーケーションのプッシュ動機であることが考えられる。さらに、クロスマーケティング（2020）の調査では、業務としてワーケーションに期待することは精神的な余裕、

ストレスからの解放、業務に集中できるとあり、業務以外で期待することとして、観光ができる、休暇を取得しやすい、新しい価値観や文化に触れられると報告している。この報告では、業務と業務以外に対して期待することを明確に分類して調査していることが特徴である。つまり、ワーケーションを行う際には、ワーケーションの「ワーク」と「バケーション」にそれぞれに期待していることがあることを明確にした結果として受け取れる。また、ワーケーションとは異なるが、テレワークの効果として渋谷恵・荒井観・吉田万貴子（2019）の調査では、業務に対してやる気や集中といった、動機付けおよび没頭と、気づきや視野の広がりといった、自己への気づきについて報告しており、この調査でも、テレワークによって、より仕事の成果を求めるのと同時に、自己の成長という部分にも期待していることが明らかになっている。このワーケーションにおける仕事への効果という点については、実証研究が行われ、好影響があることは明らかになっている（NTT データ経営研究所・JTB・日本航空、2020）。次に、ワーケーションに類似する概念として、欧米におけるデジタルノマドがある⁽¹⁾。この研究において、Reichenberger（2018）は、彼ら彼女らのライフスタイルの背後にあるプッシュ動機として、仕事を自由に選び自立的に働ける「仕事の自由」、他の文化やライフスタイルを学びながら仕事ができる「空間の自由」、生産的、創造的に自己啓発と幸福が実現できる「個人の自由」の3つのプッシュ動機について指摘している。このことから、デジタルノマドについては、仕事においても休暇においても自由がキーワードになっており、自由なライフスタイルを希求していることが明らかにされていることから、プッシュ動機が仕事に関することと、休暇に関することに分類されていることがわかる。さらに、デジタルノマドのプッシュ動機を定量的に分析したのが、Prabawa and Pertiwi（2020）である。この研究では、

バリ島のデジタルノマド150人を対象にアンケートを行い、因子分析を行っている。その結果、第1因子に他者との交流、第2因子に仕事に関連する場所を見つけるため、第3因子にインスピレーションを得るため、第4因子に地元の友達がいるため、第5因子に友人との関係強化のため、第6因子にビジネスチャンスを得るため、第7因子に日常のオフィスからの解放の7因子を上げている。この因子についても、2、3、6、7因子は仕事に関連すること、1、4、5因子は休暇に関連する因子として分類することができる。

以上、ワーケーションおよびデジタルノマドに関する調査や研究を概観すると、ワーケーションのプッシュ動機として考えられるのが、仕事のモチベーションや集中力、新しいアイデア、ビジネスチャンスといった、仕事に関する動機と、家族との思い出が増えそう、観光ができる、長期休暇が取りやすいといった、休暇に関する動機の2種類に分類できることが分かる。実際にクロスマーケティングと山梨大学（2021）による、ワーケーションを実施した人々1,000人に対する調査では、ワーケーション時の働き方として、業務時間中は仕事中心で、業務時間外は遊びや観光を全く行わない人が22.1%、業務時間は仕事中心だが、業務時間外は積極的に遊びや観光も行うというのが21.3%となり、仕事以外の時間の使い方に関して両極端な2つの回答は拮抗している。つまり、ワーケーションを実行した人々においても、実際には「ワーク」のみである人が、2割強存在するということである。これまで一般的にワーケーションと言えば、仕事も休暇も楽しむという認識であったと考えるが、ワーケーションの過ごし方としてワークのみという人々が存在するということである。一方、遊びや観光が中心で、仕事は必要最小限という休暇中心の過ごし方をする回答も15.8%いることから、ワーケーションの過ごし方として、「仕事中心タイプ」「仕事も休暇もタイプ」「休暇中

心タイプ」と大別することができると考えられる。これまでワーケーションという用語は、仕事と休暇を組み合わせた造語とされているが、仕事と休暇のバランスは人それぞれ異なり、また、先行研究においても、仕事の成果に対する期待と休暇に対する期待に大別することができたことから、ワーケーションのプッシュ動機についても、期待するタイプによって異なることが想定される。

これら先行研究の検討によって、ワーケーションには「仕事」と「休暇」に関するプッシュ動機が存在することが示唆されることが明らかになった。この点を踏まえて、本研究では、ワーケーション意向者のワーケーションのプッシュ動機について明らかにすると同時に、そのプッシュ動機が、仕事に関する動機と休暇に関する動機に分類可能かどうかについても検討することとする。

3. 調査方法

本研究では、ワーケーションのプッシュ動機について、Prabawa and Pertiwi（2020）のデジタルノマドにおける動機と同様に、多次元であると仮定し、定量的に明らかにしていく。そのため、調査の方法としてはワーケーション意向者へ、リッカートスケールによる7件法によってアンケート調査を実施し、そのデータを用いて、因子分析を行い抽出された因子を基に、そのプッシュ動機について検討する。また、プッシュ動機における仕事と休暇の分類方法については、調査対象者にワーケーションを行う際に重視する点について「仕事」「休暇」「どちらも」のうち1つを答えてもらい、それぞれ、選択した項目によって対象者を「仕事重視派」「休暇重視派」「どちらも派」として分類し、例えば仕事重視派が強く求める動機を「仕事動機」として取り扱うこととした。次に、アンケート尺度については、ワーケーションに関する調査（沖縄県、2021；クロスマーケティング、2020；NTTデータ経営研究所他、2020；クロスマーケティング・山梨大学、2021）

を参照した。さらに、本研究ではワーケーションを観光の側面からとらえることを目的としているため、林幸史・藤原武弘(2008)の観光動機尺度を参考に、ワーケーションのプッシュ動機として修正した項目を作成した。以上の質問項目について、対象者から回答を得て分析を行った。なお分析にはIBM社のSPSSver27を用いた。

4. 調査結果

4-1 基本的属性

これまでのワーケーションにおける調査では、ワーケーションにおける業務への効果という側面から、主に会社員を対象とした調査が多い。しかし、本研究では、調査対象者を会社員だけではなく、仕事場所が比較的自由なフリーランスの人々も対象とし、より広くワーケーション動機を明らかにすることを試みる。そのため、会社員やフリーランスも多く登録している、インターネットクラウドサービスに登録している人々に対して調査を行うこととした。その対象者に対して「観光地やリゾート地など、非日常圏においてテレワークを行うことを「ワーケーション」と言い、仕事をしながら休暇も楽しむというライフスタイルをも指します。」とワーケーションの意味を明示し、このような働き方が可能な職種かつ、今後ワーケーションを行う意向があるという条件で対象者の募集を行った。その結果、2022年3月26日から4月1日までの間で576件の回答があったものの、上記条件に当てはまらない32件を除外し、545件の有効回答を元に分析を行った(表-1)。その結果、基本的属性として性別は男性49.9%、女性49.4%、その他0.7%と男女はほぼ同数となった。職業は、一般会社員が50.8%で最も多く、次に自営業が17.6%となり、会社員とフリーランスで約70%となった。職種については、事務職41.8%と営業職10.3%で、50%強を占め、年齢は、30代が40.7%、次いで40代が29.2%となり、この年代で70%近くを占めた。またワーケーションを行う際

表-1 調査対象者の基本的属性

属性	分類	実数	割合%	属性	分類	実数	割合%
性別	男性	272	49.9	職業	会社員	277	50.8
	女性	269	49.4		管理職	29	5.3
	その他	4	0.7		会社経営	4	0.7
年齢	10代	0	0		公務員	4	0.7
	20代	84	15.4		派遣・契約社員	45	8.3
	30代	222	40.7		自営業	96	17.6
	40代	159	29.2		SOHO	42	7.7
	50代	67	12.3		専門職	12	2.2
	60代以上	13	2.4		その他	36	6.6%
重視派	仕事重視派	104	19.2				
	余暇重視派	142	26.2				
	どちらも派	295	54.5				

に、重視することとして「仕事重視派」、「休暇重視派」、「どちらも派」の3つから選択する問いをしたところ、仕事重視派19.2%、休暇重視派26.2%、どちらも派が54.5%となり、半数以上の人が、ワーケーションでは仕事も休暇もどちらも重要と考えているという結果になった。そこで、この重視派と基本的属性との関係に特徴があるのかを確認するために、 χ^2 検定および残差分析を行った。まず、男女と重視派では、男性は仕事重視派、女性はどちらも派が有意に多い結果となった。次に職業と重視派ではSOHOはどちらも派が有意に多いという結果であったが、それ以外の職業に有意差はなかった。さらに、年齢と重視派では、20代は休暇重視派、40代はどちらも派、50代は仕事重視派がそれぞれ有意に多い結果となった。また職種と重視派ではいずれも有意な差はなかった。これらの結果を踏まえると、男性で50代は仕事重視派、女性で40代はどちらも派が多いとの特徴があるとの結果となった。しかし、上記以外に基本的属性と重視派に関しては、際立った特徴がある傾向は見られなかったため、基本的属性と重視派にはほとんど関連がないものとして分析を進めることとした。

4-2 因子構造

次にプッシュ動機を尋ねた質問項目について集計したところ、天井効果および床効果が確認されなかったため、因子分

析(最尤法・プロマックス回転)を行った。まず因子分析の適切性を判断するためにKMOの標本妥当性(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy)を算出した結果、0.944であり、基準値(KMO \geq 0.50)(Kaiser, 1974)よりも高い値を示したため、因子分析の適用は適切であったと判断した。次に、因子負荷量および共通性については、林・藤原(2008)と同様0.30以下を棄却し、因子数については固有値1以上を基準とし、基準に満たない項目については削除した上、再度因子分析を行った。その結果、表-2の通りとなった。因子を命名するにあたり、林・藤原(2008)を参照しながら検討を行ったところ以下の通りとした。第1因子は、人との関わりやネットワークを広げるといった、人との交流が中心の項目が抽出されたため「現地交流」とした。第2因子は仕事に関する項目で、仕事の成果を期待する項目が多く抽出されたため、「仕事成果」と命名した。第3因子は、羽を伸ばす、ストレス解消、心身の癒しといった項目が抽出されているため「健康回復」とした。第4因子は、家族と過ごす、同行者とのコミュニケーションといった項目が抽出されたため、「関係強化」とした。第5因子は、美術館や博物館を見て回りたい、歴史や伝統芸能について知りたいという項目が抽出されたため「文化見聞」とした。第6因子は、野山の散策や、空気や水の美しさを

感じたいという項目が抽出されたため「自然体感」とした。第7因子は、自分自身をみつめなおしたい、いつもの自分とは違った新たな一面を発見したいという項目が抽出されたため「自己拡大」とした。第8因子は、仕事のプロジェクトを完成させるためのヒントを得たいや、新たなアイデアや企画を生みたいといった、ワーケーションによって仕事のチャンスを得たいという内容の項目が抽出されたため、「好機獲得」と命名した。第9因子は、行き当たりばったりのワーケーションがしたいや、しっかりした日程や計画を立てておきたい（逆転項目）といった項目が抽出されたため「意外性」と

表-2 ワケーション動機の因子分析の結果

因子名	項目	因子	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	共通性
現地交流 α = .944	22. ワケーション先の地域や滞在施設の人たちとの交流やコミュニケーションをとりたい	.905	.035	.009	.025	-.140	.017	-.165	.010	-.014	.164	.785	
	60. ワケーション先の現地人たちと仲良くなりたい	.905	.039	.008	-.009	.056	.015	-.035	-.114	.006	.023	.804	
	23. 特定の地域でワーケーションをすることで地域の人たちと関わりたい	.900	.051	-.053	-.016	-.074	.027	-.050	-.030	-.024	.048	.745	
	19. ワケーション先で友人をつくりたい	.850	-.082	.072	-.011	-.113	-.073	.021	.166	.019	-.053	.709	
	62. ワケーション先では他からやってきたワーケーションをしている人たちと仲良くなりたい	.833	-.044	.020	.003	.048	-.072	.103	.023	-.002	-.041	.749	
	61. ワケーション先の現地の言葉をおぼえて、地元の人たちと話したい	.771	-.018	-.041	.003	.182	.014	-.002	-.067	.066	-.041	.691	
	50. ワケーション先では同じ趣味を持つ仲間と出会いたい	.739	-.147	.114	.002	-.029	-.030	.086	.087	.006	-.017	.602	
	63. ワケーション先の現地の人たちの暮らしぶりにふれたい	.655	-.013	-.089	.004	.167	.061	.125	-.068	.022	-.032	.603	
	16. ワケーション先のワーカーたちと交流し、ネットワークを広げたい	.637	-.120	.046	-.058	-.013	-.030	-.041	.393	-.040	.008	.605	
39. ワケーション先の地域へなにかの貢献をしたい	.506	.230	-.231	.090	.047	.137	.082	-.139	.032	-.024	.450		
仕事成果 α = .895	33. ワケーションでは業務に対してやる気を出したい	.096	.884	-.006	-.016	-.042	-.072	-.007	-.191	.059	.036	.615	
	32. ワケーションでは業務に対してやりがいを感じたい	.036	.837	.037	.005	.023	-.116	.053	-.105	.002	-.025	.617	
	25. ワケーションでは仕事に集中して成果をあげたい	.047	.820	.132	-.064	-.124	.078	-.144	.087	-.061	-.214	.574	
	28. ワケーションでは業務に集中したい	.047	.764	.023	-.077	.039	-.048	.018	.053	-.055	-.492	.414	
	29. ワケーションでは主体的に業務をしたい	.042	.701	.053	-.030	-.029	.071	-.076	-.021	-.046	-.134	.404	
	30. ワケーションでは個人で深く物事を考えたい	-.225	.656	.063	-.002	.076	-.091	.059	.001	.018	-.063	.416	
	35. ワケーションでは業務に対して新たな気付きを得たい	-.126	.582	-.227	.077	.029	-.009	.114	.102	.062	.264	.655	
	37. ワケーションでは新たな業務上のインプットを得たい	-.085	.558	-.173	.006	.064	.050	.089	.265	.036	-.001	.574	
	36. ワケーションでは業務に対する自分の視野を広げたい	-.079	.466	-.112	.031	-.045	-.010	.137	.161	.008	.296	.626	
31. ワケーションではワクワクする気持ちで業務に取り組みたい	.013	.463	.206	.002	-.008	-.037	-.095	.024	.045	.273	.528		
24. ワケーションでは仕事の時間をコントロールしたい	-.046	.423	.338	.085	-.036	.075	-.210	.116	-.095	-.033	.407		
健康回復 α = .853	66. ワケーションでは日ごろの生活を忘れて、思いっきり羽を伸ばしたい	.026	.001	.792	.042	-.017	.006	.072	-.152	.033	-.014	.682	
	64. ワケーションでは日ごろの生活でたまったストレスを解消したい	-.050	-.024	.780	.003	-.033	.049	.052	-.002	-.035	.059	.668	
	65. ワケーションでは日ごろの生活で疲れた心身を癒したい	.025	.123	.777	-.019	-.032	.051	.022	-.095	-.053	-.013	.695	
	44. ワケーションでは、業務を滞らせずに休みも取ることができると、長期休暇をとりたい	-.057	-.011	.544	.288	.021	-.088	-.007	.107	.110	-.070	.425	
55. ワケーションをすることで、決まりきった生活から抜け出したい	-.016	-.030	.498	-.126	.079	.002	.149	.022	-.097	.279	.545		
74. ワケーションでは自分の思う通り自由気ままに過ごしたい	-.120	.111	.430	-.052	.061	-.023	.076	.103	.273	-.063	.417		
関係強化 α = .898	46. ワケーション先では、家族や友人知人と過ごす時間を増やしたい	-.013	-.035	.110	.938	.003	-.028	-.114	-.026	-.013	.032	.849	
	47. ワケーションでは、家族と過ごす時間や育児などに使える時間を増やしたい	-.037	-.041	-.077	.937	-.005	-.007	.033	-.017	-.038	.053	.818	
	42. ワケーション先で家族や同行者とのコミュニケーションをとりたい	.025	-.037	.031	.807	.014	.087	-.111	-.040	-.024	.119	.708	
	48. ワケーションでは、家族、パートナー、友人知人との関係を改善したい	.031	-.035	.024	.753	-.018	-.045	.176	.062	.028	-.135	.637	
34. ワケーションでは家庭に対して新たな気付きを得たい	.146	.220	-.089	.450	-.006	.047	.073	.017	-.001	-.061	.415		
文化見聞 α = .897	57. ワケーション先では美術館や博物館で芸術品を見てまわりたい	-.058	-.053	.012	.003	.888	-.049	-.148	.131	-.004	.082	.698	
	58. ワケーション先の歴史や伝統についてよく知りたい	.052	.020	-.049	-.020	.814	.040	.027	-.010	-.075	-.020	.690	
	59. ワケーション先の芸能（音楽・演劇・踊り）を見聞きたい	.110	.017	-.037	.001	.809	-.015	-.006	-.053	.019	-.058	.660	
	56. ワケーション先では有名な遺跡や建築物を見てまわりたい	-.070	-.033	.218	.015	.702	.065	-.064	-.007	-.013	.030	.637	
自然体感 α = .906	68. ワケーション先では野山を散策して、身近に自然を感じたい	-.025	-.019	-.078	.003	-.006	.887	.076	-.005	.016	.013	.757	
	69. ワケーション先では空気や水の美しさを感じたい	-.027	-.021	.069	.006	-.022	.867	.032	.027	-.014	-.021	.788	
	67. ワケーション先ではスケールの大きな自然を体感したい	.023	-.039	.209	.002	-.041	.748	-.074	-.037	.005	.140	.754	
	70. ワケーション先では現地にしかない植物や動物を見たい	.035	-.025	.002	.001	.141	.655	.022	.117	.049	-.044	.634	
自己拡大 α = .883	76. ワケーションでは自分自身をみつめなおしたい	.006	.024	.107	-.039	-.036	.059	.927	.008	-.070	-.209	.764	
	77. ワケーションではいつも自分とは違った新たな一面を発見したい	.024	-.066	.107	.025	-.055	-.037	.789	-.036	-.018	.161	.745	
	75. ワケーションで価値観や人生観を変えるきっかけにしたい	.083	.002	.145	-.009	-.109	.062	.647	-.015	.077	.057	.647	
	78. ワケーションでは自分が成長できるような経験がしたい	-.016	.040	.111	.045	-.022	.013	.505	.105	-.091	.196	.600	
好機獲得 α = .894	18. ワケーションで、自分の仕事やプロジェクトを完成させるためのヒントを得たい	.003	.107	-.062	-.026	.021	.051	.014	.787	.029	-.033	.725	
	17. ワケーション先で、自分の仕事やプロジェクトに関連することをみつけた	.097	.081	-.075	.011	.050	.012	-.009	.755	-.007	-.093	.660	
	26. ワケーションでは、これまでと異なる環境で新たなアイデアや企画を生みたい	.004	.375	-.036	-.007	.002	.035	.000	.478	-.005	.005	.585	
	20. ワケーション先でビジネスチャンスを見つけた	.343	.125	.011	.052	.007	-.102	-.008	.448	-.033	-.034	.504	
	15. ワケーションでは、いつもと違う場所で働くため、新たな発想が生まれる	.035	.242	.116	-.026	-.053	.041	-.004	.378	.024	.116	.469	
意外性 α = .684	72. 行き当たりばったりのワーケーションがしたい	.075	.060	.008	-.008	-.011	-.002	-.029	.012	.886	-.026	.797	
	73. ワケーションを行う際には、しっかりと日程や計画を立てておきたい	.044	.279	.073	.045	.129	-.013	.172	-.008	-.582	-.261	.411	
	71. ワケーション先では、はっきりとした目的地を決めず、流れに身をまかせたい	-.004	.110	.160	-.005	.064	.064	.096	-.016	.574	-.071	.551	
刺激性 α = .811	40. ワケーションでは、日常と異なる経験で刺激を受けたい	.082	.292	.210	-.022	-.010	.069	-.072	-.126	.008	.475	.589	
	54. 生活に変化を与えるためにワーケーションを行いたい	.031	.013	.385	-.022	.052	-.064	.108	-.062	-.026	.422	.522	
	53. ワケーションではドキドキするような興奮を感じたい	.157	-.082	.351	-.008	.131	-.079	.055	.013	.081	.388	.539	
	52. ワケーションでは普段と違う環境で新しい経験をしてみたい	.028	.122	.254	-.025	.088	.053	.044	.031	-.073	.368	.530	
	因子相関行列		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
因子	1	1	.302	.174	.406	.431	.353	.451	.422	.174	.390		
	2	.302	1	.484	.298	.400	.474	.559	.577	.057	.587		
	3	.174	.484	1	.261	.412	.547	.480	.186	.246	.396		
	4	.406	.298	.261	1	.271	.318	.270	.253	.065	.205		
	5	.431	.400	.412	.271	1	.560	.449	.288	.240	.383		
	6	.353	.474	.547	.318	.560	1	.461	.285	.246	.415		
	7	.451	.559	.480	.270	.449	.461	1	.520	.314	.588		
	8	.422	.577	.186	.253	.288	.285	.520	1	.027	.469		
	9	.174	.057	.246	.065	.240	.246	.314	.027	1	.129		
	10	.390	.587	.396	.205	.383	.415	.588	.469	.129	1		

した。第10因子は、日常と異なる経験で刺激を得たいや、生活に変化を与えるワーケーションがしたいという項目が抽出されたため「刺激性」とした。以上1から10までの因子が抽出され、逆転項目を設定した第9因子のみクロンバック α 係数が0.68となったものの、クロンバック α 係数は0.59~0.8程度あれば内的整合性がとれているとされることから(小塩真司, 2004) 尺度の信頼性は確認された。

4-3 年齢層×重視派による2要因分散分析

次に分類された因子を基に、その因子得点に関して分析を行った。3つの重視派のうち、仕事重視派の因子得点が高い動機を「仕事に関するプッシュ動機」とし、休暇重視派の因子得点が高い動機を「休暇に関するプッシュ動機」と解釈することとして、分析を行った。さらに、林・藤原(2008)の研究において、観光動機は年齢層によって違いがあるという報告があった。そこで、本研究においても重視派と年齢層によって、動機の因子得点に差異が存在するかを検討するために、2要因の分散分析を行った(表-3)。その結果、文化見聞では交互作用が有意となり、仕事効果、健康回復、関係強化、

自然体感、好機獲得、刺激性についてはBonferroni法を用いたところ、主効果が有意となった。まず、仕事効果では重視派の主効果が有意で(F(2.536)=7.57, $p<.001$)、多重比較を行ったところ仕事重視派とどちらも派と比較して、休暇重視派が低い結果となった。健康回復では重視派の主効果が有意(F(2.536)=9.38, $p<.001$)で、多重比較を行ったところ、どちらも派と休暇重視派と比較し仕事重視派より高いという結果となった。関係強化では重視派の主効果が有意(F(2.536)=5.24, $p<.01$)で多重比較を行ったところ、どちらも派と休暇重視派と比較し仕事重視派が低い結果となった。自然体感では重視派の主効果が有意(F(2.536)=6.65, $p<.001$)で多重比較を行ったところ、仕事重視派と休暇重視と比較しどちらも派が高い結果となった。好機獲得では重視派の主効果が有意(F(2.536)=5.05, $p<.01$)で多重比較を行ったところ、休暇重視派と比較して、仕事重視派とどちらも派が高い結果となった。刺激性では重視派の主効果が有意(F(2.536)=3.29, $p<.05$)で多重比較を行ったところ、どちらも派が休暇重視派と比較して高い結果となった。文化見聞では、交互作用が有意であったため(F(4.536)

=2.45, $p<.05$)、LSD法を用いた単純主効果検定を行ったところ、若年層、中年層、高齢層それぞれが、5%有意であった。そこで多重比較を行ったところ、若年層において休暇重視派が仕事重視派と比較して有意($p<.05$)に高く、中年層においては、どちらも派が仕事重視派と比較して有意($p<.05$)に高く、さらに、高齢層においては、どちらも派が仕事重視派と比較して有意($p<.05$)に高いという結果であった。一方、重視派の単純主効果検定を行ったところ、仕事重視派、休暇重視派、どちらも派のいずれも非有意であった。また意外性についても交互作用が有意(F(4.536)=2.40, $p<.05$)であったため、LSD法を用いた単純主効果検定を行ったところ休暇重視派が5%有意であったため、多重比較を行ったところ、若年層が中年層と高齢層と比較して有意($p<.05$)に高いということが明らかになった(表-3)。

以上の結果をまとめると、「現地交流」と「関係強化」については重視派によって、因子得点の差はなく、「仕事成果」、「自己拡大」、「好機獲得」および「刺激性」については、休暇重視派の因子得点が最も低く、「健康回復」、「文化見聞」、「意外性」(若年層)については、仕事重

表-3 重視派と年齢層の因子得点平均と2要因分散分析の結果

動機	休暇重視派			どちらも派			仕事重視派			主効果 (F 値)		交互作用
	若年層	中年層	高齢層	若年層	中年層	高齢層	若年層	中年層	高齢層	重視派	年齢層	F 値
現地交流	.309	-.225	.172	.012	.047	.238	-.198	-.065	-.162	1.599	1.002	1.753
	1.146	.987	1.010	1.100	.883	.950	1.231	1.024	.992	n.s.		
仕事成果	-.029	-.550	-.331	.294	.170	.120	-.008	-.022	.315	7.578**	2.087	1.433
	.900	1.021	.934	.744	.825	1.031	1.186	1.085	.911	休暇<仕事・どちらも		
健康回復	.310	-.068	-.049	.402	.148	-.073	-.329	-.493	-.399	9.38***	2.555	0.538
	.960	1.031	.970	.771	.804	.928	1.292	1.061	1.001	仕事<休暇・どちらも		
関係強化	.176	.039	.002	.097	.084	.034	-.206	-.235	-.611	5.238	0.908	0.435
	1.007	.998	.887	1.015	.943	.992	1.042	.838	1.065	n.s.		
文化見聞	.269	-.124	-.018	.120	.082	.410	-.549	-.236	-.561	12.163***	0.077	2.453*
	.999	.983	.577	.973	.906	.733	1.068	.924	1.135	仕<休(若) 仕<どちらも(中・高)		
自然体感	-.049	-.221	.289	.051	.191	.212	-.412	-.310	-.289	6.646**	1.098	0.905
	1.143	1.049	.855	.948	.825	.756	1.225	1.063	.949	仕事・休暇<どちらも		
自己拡大	.227	-.357	-.409	.309	.122	.077	-.265	-.100	.079	4.399*	1.321	1.741
	.930	1.020	.913	.677	.872	.772	1.187	1.101	1.114	休暇<どちらも		
好機獲得	-.022	-.515	-.040	.305	.052	.212	.129	.165	.270	5.054**	3.241*	0.879
	1.076	1.094	.639	.656	.810	.865	1.366	.967	.728	休暇<どちらも・仕事		
意外性	.683	-.027	-.197	.118	-.005	.016	-.280	-.157	-.249	3.436*	2.422	2.405*
	.748	.859	.760	.887	.955	.936	1.021	.921	.812	仕事<休暇(若年)		
刺激性	.137	-.333	-.296	.324	.103	.015	.007	-.067	.053	3.287*	2.34	0.667
	.878	1.041	.778	.716	.832	.781	.866	.986	1.004	休暇<どちらも		

因子得点 上段:平均 下段:標準偏差 $p<.001$ *** $p<.01$ ** $p<.05$ *

視派の因子得点が最も低かった。さらに「自然体感」については、仕事重視派、休暇重視派のいずれもどちらも派より低い得点となった。以上のことから、これらのほとんどの動機で、もっとも因子得点が高いのは、どちらも派ということになった。仕事および休暇のいずれかの重視派において、最も因子得点の高い動機は、休暇重視派の文化見聞（若年層）と意外性（若年層）のみであった。よってこれら2要因分散分析の結果に基づくと、ほとんどが明確に仕事に関する動機あるいは、休暇に関する動機として位置付けることができないという結果になった。

4-4 多次元尺度法による動機因子の布置

2要因分散分析では、プッシュ動機の特徴が明確に見られなかったため、探索的に特徴を把握するため、MDS（多次元尺度法）を用いて因子得点を基に2次元の座標値に布置した（図-1）。その結果、縦軸を解釈すると、自然体感や健康回復、自己拡大は自らを中心とした動機であり、対置する関係強化や現地交流および意外性は、他者とのかかわりなどを含めた、自らと他者との兼ね合いが含まれる動機であるため、林・藤原（2008）同様、自己志向と他者志向を示す軸であると解釈できる。一方横軸については、仕事に関する動機として尺度を設定した

仕事成果や好機獲得が、左側に布置され、休暇に関する動機として尺度を設定した文化見聞や健康回復は右側に布置されている。さらに、左側に布置された仕事志向に関する動機は、先の2要因分散分析においても、休暇重視派の因子得点が最も低い値になっており（仕事成果、好機獲得、刺激性、自己拡大）、逆に右側に布置された休暇志向に関する動機に関しては、仕事重視派の因子得点が最も低く（意外性、健康回復、自然体感、文化見聞）なっていることから、横軸は休暇志向と仕事志向として解釈することができる。これらの事から、2要因分散分析では仕事および休暇の重視派が重視する動機に関して統計的に明確な差はなかったが、MDSにおいては、その傾向があることは確認された。

5. 考察

本研究の目的は、ワーケーションのプッシュ動機について明らかにすると同時に、仕事に関する動機と休暇に関する動機の分類について検証することを目的として調査と分析を行った。その結果を基に以下のように考察を行った。

まず、ワーケーションのプッシュ動機については、10因子抽出された。その内8因子については、林・藤原（2008）とほぼ同様の因子であったことから、観光という側面からワーケーション動機を明

らかにするという点において、プッシュ動機は、観光動機とワーケーション動機はいずれも類似することが、本研究において新たに明らかになった。しかし、仕事成果と好機獲得の2つのプッシュ動機は、本研究で新たに見出された因子であり、この2つは、仕事に関するプッシュ動機であると判断できることから、ワーケーションは観光旅行（休暇）のみのプッシュ動機ではなく、仕事に関するプッシュ動機も併存することが本研究で新たに明らかになった。まず、第1因子として抽出されている現地交流については、デジタルノマドに関する研究においても動機として抽出されていることから（Prabawa & Pertiwi, 2020）、デジタルノマド同様に、ワーケーションにおいても、交流を最も求めているということが確認された。次に、第2因子の仕事成果については、本研究で抽出された独自因子である。普段と違う環境で仕事をする中で、仕事の成果を求めるプッシュ動機である。先行研究において、ワーケーションは仕事に対して好影響を与えることが明らかになっている（NTTデータ経営研究所他、2020）ことから、ワーケーションは仕事という側面においては、その成果への期待も高く、実際に成果も得られるという面において、非常に効果的な働き方であるということが示唆された。第3因子の健康回復については、日常の仕事でのストレスを回復したいという願望から表出したプッシュ動機だと推察される。ワーケーションに対して、癒しといったストレス解消を求めているという調査結果もあることから（クロスマーケティング、2020）、日常の疲れを癒したいというプッシュ動機であると考えられる。第4因子の関係強化については、ワーケーションを行うことで、家族や知人などとのつながりを強くしたいというプッシュ動機であると考えられる。過去の調査によると、ワーケーションは家族で行いたいという層が一定数存在することが明らかになっていることから（沖縄県、2021）、家族を伴ってワーケーションを行

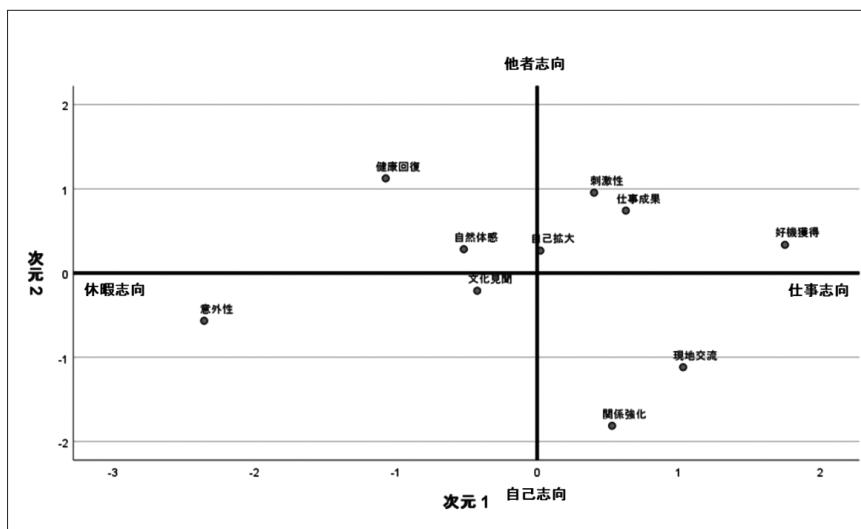


図-1 MDSによる動機の布置

い、そこで家族との絆といった関係を強化したいというプッシュ動機であると言える。第5因子の文化見聞については、いわゆる周遊型観光のようにいろいろな文化財を見て回りたいというプッシュ動機であり、交互作用も確認されたが、いずれの年齢層においても仕事重視派が最も低いという結果であった。よってこのプッシュ動機は裏を返せば休暇のプッシュ動機であると言える。第6因子の自然体感については、自然環境は、ワーケーションのプル動機に関する研究において、強く重視されるという報告もあり(小原, 2021)、プッシュ動機とプル動機の双方で抽出されていることから、ワーケーションにとっては、極めて重視される動機であることが示唆された。次に第7因子の自己拡大は、観光旅行動機においては、自己の見聞を広めるためのプッシュ動機であると捉えることができるが(林・藤原, 2008)、ワーケーションにおいては、仕事成果同様に、何かしら仕事に関して、自分自身にプラスになる何かを得たいというプッシュ動機であると考えられる。渋谷ら(2019)の研究では、テレワークにおいて自己の成長を求める期待があることから、仕事に関するプッシュ動機であるのではないかと考える。第8因子の好機獲得については、本研究において新たに抽出されたプッシュ動機である。ワーケーションという旅先の非日常環境で、仕事に関する新たなアイデアや、チャンスを得たいと考えるプッシュ動機であると考えられる。このような非日常下における新しいアイデアの創出は、企業がワーケーションを実施する際に期待することとして報告されており(日本旅行他, 2020)、本研究においてワーケーションを行う側にもこのようなプッシュ動機があるということが明らかになったことから、企業側とワーケーションを行う側の互いに求める点が一致したといえる。第9因子の意外性については交互作用が確認され、若年層の休暇重視派の得点が有意に高い結果となった。何か新しい発見をしたいという新奇性動機として

捉えることができ(林・藤原, 2008)、先行研究から観光旅行動機であると言える。最後に第10因子の刺激性であるが、先行研究において、ワーケーションに対して、インスピレーションを求めるといふプッシュ動機があることから(Prabawa & Pertiwi, 2020)、仕事成果や好機獲得同様に、非日常において、何らかの刺激を受けることで、仕事に関する好影響への期待が表出しているものと考えられる。

以上、本研究において、抽出された動機について考察を行った。2要因分散分析によって明確に仕事に関する動機および休暇に関する動機に分類することはできなかったものの、先行研究から分類可能な動機もあった。特に「仕事成果」と「好機獲得」については、その質問項目からも仕事に関する動機として捉えることができ、重視派による因子得点においても仕事動機に分類される傾向があり、その中でも「仕事成果」については、第2因子として抽出されていることから、ワーケーション意向者にとっては強いプッシュ動機であるといえる。ワーケーションという新しい旅の形態で、仕事の成果やチャンスを求める動機が併存していることから、これら動機に応える受け入れ側の取り組みも重視する必要があることが、本研究によって改めて示唆されたといえる。

6. 今後の課題

今後の課題について3点述べる。まず1点目は、本研究では主に会社員およびフリーランスで仕事を行うワーケーション意向者を対象に調査を行い、プッシュ動機をより広く明らかにしようと試みた。今回は意向者を対象にしたが、実施者と意向者は調査対象としてどちらも一長一短がある。実際に行った人々を対象にした場合、実施後であるため自己の行動を正当化するため回答にバイアスが生じやすく、かつ実施しなかった人々の回答が入らないため、極端な回答になる可能性もある。一方、意向者の回答は、率

直な回答であるため、実施者のようなバイアスのかかった回答は比較的少ないものだと考える。よって今回の調査では、よりバイアスの少ない形のプッシュ動機に関する因子が抽出されたと考えられる。しかし、意向段階であるがゆえに、行動に結びつくプッシュ動機であるかどうかの検証がされていないという点が課題としてあげられる。これら実施者と意向者の回答をうまく組み合わせることで、より実態に合ったワーケーションのプッシュ動機の検討がなされると考える。2つめに先行研究の結果から、ワーケーションに期待される要因をプッシュ動機と捉え質問項目の作成を行ったものの、それ以外の要因が全くないとは言えない。つまり、ワーケーションのプッシュ動機は先行研究以外にも存在する可能性があるため、これらは聞き取り調査などの定性的な調査によって補う必要性がある。さらに、仕事に関する動機と休暇に関する動機の存在が先行研究から示唆されたものの、多くの動機について明確に分類することができなかったため、今後は調査および分析方法から再検討する必要がある。3つめに、地理的な条件の違いによってプッシュ動機の強さが異なる可能性があることである。林・藤原(2008)の観光旅行動機に関する研究においても、行き先によってプッシュ動機が異なっていた。つまり、ワーケーションにおいても、訪問する場所によってプッシュ動機が異なる可能性がある。よって、仕事に適した場所と休暇に適した場所では、同一の対象者であってもその場所によってプッシュ動機が異なる可能性があるということである。そのため、今後はワーケーションの実施場所についても考慮に入れ、調査を行う必要があると考える。

以上の課題はあるものの、観光研究の側面から見たワーケーションのプッシュ動機の定量的な因子分析による抽出と、仕事と休暇に関する動機の分類について試みた本研究の結果については、一定の妥当性はあると考えるため、今後より精緻な研究を試みるための課題としたい。

注

(1) デジタルノマドとはインターネットを活用しリモートワークを行いながら世界中を旅する人々とされている (Thompson, 2019)。

参考文献

[日本語文献]

- ・小原満春 (2021) 「ワーケーションの周辺環境および意向との関係に関する探索的研究」『観光研究』Vol.33 (特集号)、65～74ページ。
- ・小塩真司 (2004) 『SPSS と AMOS による心理・調査データ解析、因子分析・共分散構造分析まで』東京図書。
- ・渋谷恵・荒井観・吉田万貴子 (2019) 「テレワーク導入による Well-being の向上—個人と組織の Well-being—」『デジタルプラクティス』Vol.10 (4)、687～704ページ。
- ・田中敦・石山恒貴 (2020) 「日本型ワーケーションの効果と課題—定義と分類、およびステークホルダーへの影響」『日本国際観光学会論文集』Vol.27、113～122ページ。
- ・林幸史・藤原武弘 (2008) 「訪問地域、旅行形態、年齢別にみた日本人海外旅行者の観光動機」『実験社会心理学研究』Vol.48 (1)、17～31ページ。

[外国語文献]

- ・Kaiser, H. F., & Rice, J. (1974) "Little jiffy, mark IV", *Educational and psychological measurement*, 34 (1), pp.111-117
- ・Pecsek, B (2018) "Working on holiday: the theory and practice of workcation", *Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 1 (1), 1-13
- ・Prabawa, I. W. S. W., & Pertiwi, P. R. (2020) "The digital nomad tourist motivation in Bali: exploratory research based on push and pull theory", *Athens Journal of Tourism*, 7

(3), 161-174

- ・Reichenberger, I. (2018) "Digital nomads-a quest for holistic freedom in work and leisure", *Annals of Leisure Research*, 21 (3), 364-380.
- ・Thompson, B. Y. (2019) "The digital nomad lifestyle:(remote) work/leisure balance, privilege, and constructed community", *International Journal of the Sociology of Leisure*, 2(1), pp.27-42

[電子資料等]

- ・沖縄県 (2021) 「令和2年度沖縄ワーケーション促進事業報告書」
https://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/kankoshinko/yuchi/workation/documents/report_000-094.pdf 閲覧日：2022年4月29日
- ・クロスマーケティング (2020) 「ワーケーションの浸透状況と実施に対する意識調査」
<https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/20200904workation/> 閲覧日：2022年4月29日
- ・クロスマーケティング・山梨大学 (2021) 「ワーケーションに関する調査」
<https://www.yamanashi.ac.jp/wp-content/uploads/2021/04/20210506pr.pdf> 閲覧日：2022年4月29日
- ・日本旅行・We'll-Being JAPAN・あしたのチーム (2020) 「会社員・経営者・自治体職員対象「ワーケーション」に関する考え方・取り組みの実態調査」
https://www.nta.co.jp/news/2020/_icsFiles/afieldfile/2020/08/31/workation.pdf 閲覧日：2022年4月29日
- ・NTT データ経営研究所・JTB・日本航空 (2020) 「ワーケーションは従業員の生産性と心身の健康の向上に寄与する」
<https://www.nttdata-strategy.com/newsrelease/200727.html> 閲覧日：2022年4月29日

【本稿は所定の査読制度による審査を経たものである。】