

droppin

鎌倉市テレワーク推進事業実証実験レポート

2022/1/27

NTTコミュニケーションズ株式会社
スマートワークスタイル推進室

鎌倉市テレワーク推進事業実証実験レポート



1. 取り組み概要

- 対象期間
- 対象店舗
- 実施プロモーション

2. ユーザー利用結果

- 利用実績
- アンケート結果まとめ

3. 考察

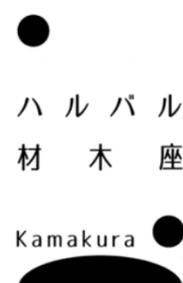
4. 鎌倉市コメント

1. 取り組み概要

対象期間：2021年6月7日～2021年9月30日
(実質上は、1店目の「NEKTON OFUNA」が受付開始した7月2日から)

対象店舗：合計10店舗

NEKTON OFUNA/ハルバル材木座/ThinkSpace鎌倉/GOOD WORKING ZAIMOKUZA/旅する仕事場西口・小町
カフェ鎌倉美学/ネコワーキングスペース鎌倉雪ノ下/Gallery Pictor/Satellite YUIGAHAMA)
(再掲：コワーキングスペース8件、カフェ1件、ギャラリー1件)



1. 取り組み概要

実施プロモーション：店舗の参加ハードル低減と利用者の利用促進のため下記の施策を実施した。

ポイント①

【スペース提供者向け】店舗が支払うdroppin手数料（利用料の20%）**全額無料**

- ・店舗や施設の空きスペースの新しい活用を模索する機会になります。
- ・コロナ禍で利用が減少している店舗の空きスペースを有効活用できます。



ポイント②

【スペース利用者向け】利用者が支払うスペース利用料をNTTComが**半額負担**

- ・鎌倉市内で気軽にテレワークができ、新たなライフスタイルを模索する機会になります。
- ・事業者は従業員のテレワークを推進し、出勤抑制ができます。



その他、参加店での店頭周知、
アプリ周知、公式SNS（Facebook, Twitter, Note等）、広告配信を実施した。

1. 取り組み概要（実施プロモーション）

Note : 取材、イベント記事（7件）

バナー広告：8月実施



表示回数 : 6,897,505
クリック数 : 23,559
(月間)

dropin 【加盟店紹介】「鎌倉 旅する仕事場」様
Dropin by NTT Communications



【加盟店紹介】「鎌倉 旅する仕事場」様

♡ 6

dropin Dropin by NTT Communications
2021年9月3日 07:00



♡ 6



NEKTON OFUNA、ThinkSpace鎌倉、
GOOD WORKING ZAIMOKUZA、旅する仕事場
ハルバル材木座

鎌倉ワーケーションウィーク



追加プロモーション施策

1. 取り組み概要（実施プロモーション）



公式Note記事一覧

【加盟店紹介】 「NEKTON OFUNA」 様 : https://note.com/dropin_nttcom/n/n9cf49d3fea8d

【加盟店紹介】 「ThinkSpace鎌倉」 様 : https://note.com/dropin_nttcom/n/n05224cb6d6c9

【加盟店紹介】 「GOOD WORKING ZAIMOKUZA」 様 : https://note.com/dropin_nttcom/n/nd71acea010d3

【加盟店紹介】 「鎌倉 旅する仕事場」 様 : https://note.com/dropin_nttcom/n/na05e9e1d2522

【イベント紹介】 鎌倉ワーケーションWEEKのご案内 : https://note.com/dropin_nttcom/n/n9e8eb0e03a51

【加盟店紹介】 「ハルバル材木座」 様 : https://note.com/dropin_nttcom/n/n770ee36afc03

【dropin公式note】

鎌倉市テレワーク推進実証実験まとめとnoteの今後について : https://note.com/dropin_nttcom/n/n0e0efded3259

1. 取り組み概要 (SNSの反応)

Facebook / Twitter / Note /ユーザーの声

鎌倉市店舗関連の投稿はdroppinの中でも最も閲覧数・リアクション数が高い。
特に店舗提携の投稿ではFacebookとTwitter共に2,000PV以上を獲得しており、SNSでの宣伝・集客効果があると推測ができる。

なお、noteのPV数は性質上、FacebookとTwitterよりもPVが落ちているが、FacebookやTwitterで興味を持ったユーザーを囲い込む形で鎌倉提携キャンペーンの訴求ができており、ユーザーにもお得さや鎌倉の魅力が伝わったと考えられる。

投稿のパフォーマンス

3,063	リーチした人数	
136	リアクション、コメント、シェア	
104	8	96
いいね!	投稿	シェア
19	2	17
超いいね!	投稿	シェア
1	1	0
すごいね	投稿	シェア
3	0	3
コメント	投稿	シェア
9	9	0
シェア	投稿	シェア
206	投稿クリック	
20	26	160
写真表示数	リンクのクリック	その他のクリック

否定的な意見
 0 投稿を非表示 0 全投稿を非表示
 0 スпамとして報告 0 いいね!取り消し

レポートの統計は、投稿に表示されている内容よりも遅れている可能性があります

ツイートアクティビティ

インプレッション: 2,224
 エンゲージメント総数: 67
 メディアのエンゲージメント数: 32
 詳細のクリック数: 16
 プロフィールのクリック数: 12
 いいね: 5
 リツイート: 2

最新集計時刻 2021年12月1日 11:31

記事	閲覧数	コメント	いいね
dropin(ドロップイン)のnote、はじめます!	429	0	17
【dropin公式note】鎌倉市テレワーク推進実証実験まとめとnoteの今後につ...	424	0	18

平井征輝 | QUMZINE編集長 @Masaki-Hirai0126 · 2021/06/07
 NTT Com x 鎌倉市の実証実験に期待!

- ・テレワークスペースを利用したい事業者または個人
- ・コワーキングスペースや宿泊施設、カラオケ施設などテレワークスペースの提供を希望する店舗

をワークスペースの即時検索・予約・決済ができるサービス「Dropin」によりマッチング

news.mynavi.jp
 NTT Com x 鎌倉市、施設を活用したテレワークの推進に係る実証実験で締結

2. ユーザー利用結果

利用実績

総予約回数 : 178回 (うち、9/20~9/26期間中81回)
ユニークユーザー数 : 68人
平均利用時間 : 5時間14分 (中央値 : 5時間8分)
平均利用金額 : 1,200円 (中央値 : 1,000円)

(参考)

緊急事態宣言等※神奈川

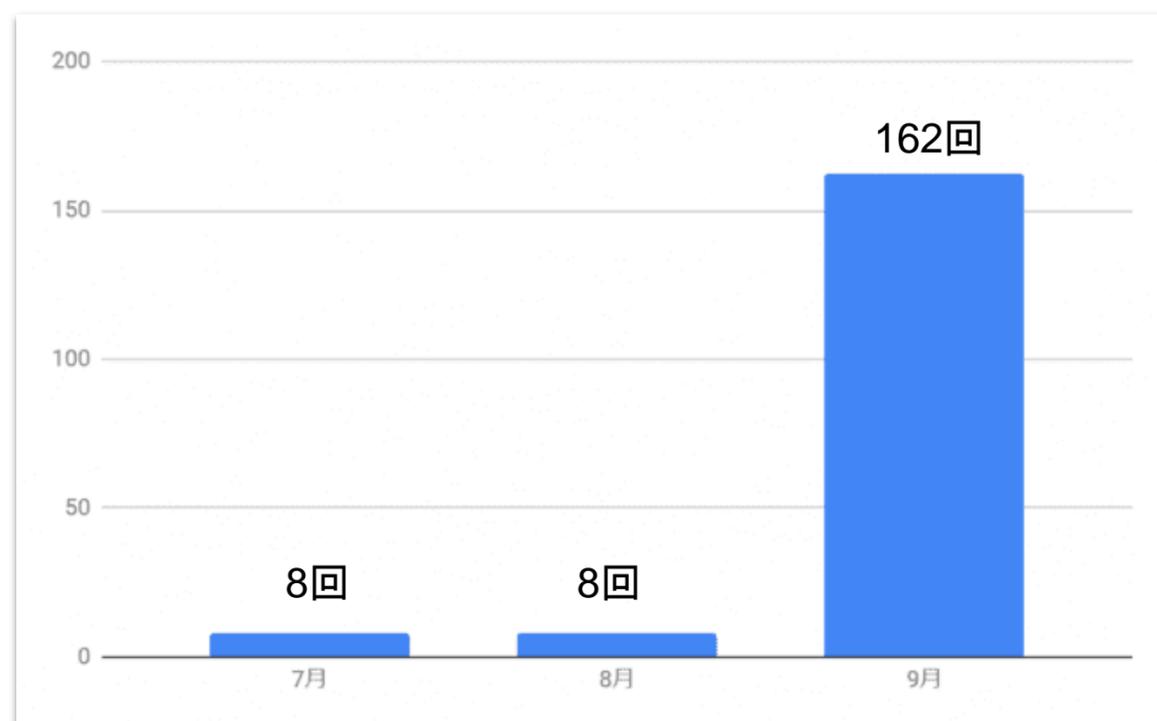
2021年8月1日迄 : まん延防止等重点措置

2021年8月2日~9月30日 : 緊急事態宣言

鎌倉ワーケーションWeek2021

2021年9月20日~2021年9月26日

総予約回数の遷移



店舗参加時期

- NEKTON OFUNA 7/2
- ThinkSpace鎌倉 7/14
- ハルバル材木座・GoodWorking 8/5
- 鎌倉美学・ネコワーキング・Pictor・YUIGAHAMA 9/20

※旅する仕事場は緊急事態宣言のため受付中止

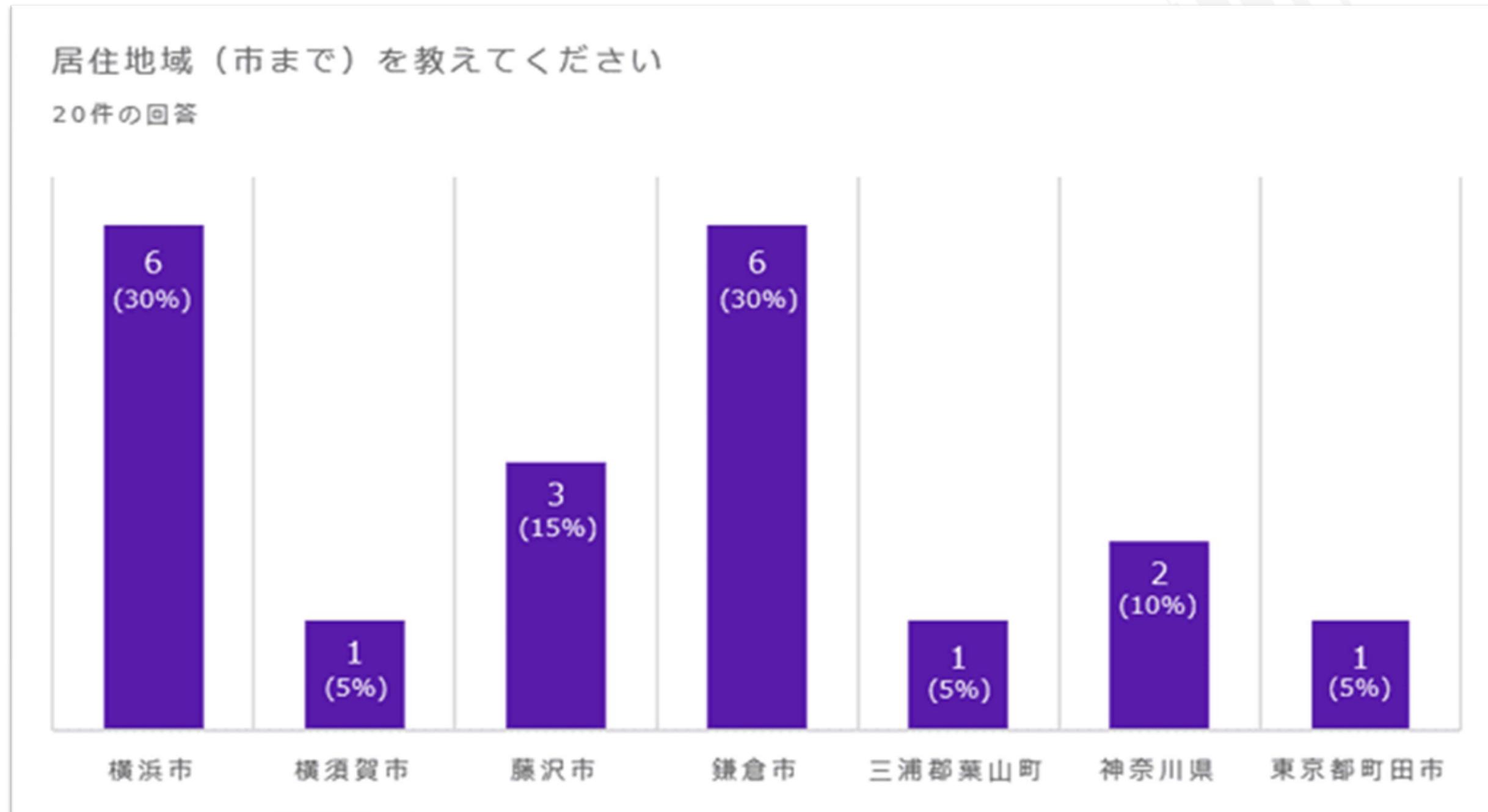
2. ユーザー利用結果（アンケート）

アンケート結果まとめ

- 回答者数：20名
- 居住地域：鎌倉市内6名、市外14名（うち、県外1）
- 性別：男性13名、女性7名
- 年齢：30代5名、40代7名、50代8名
- 職業：会社員17名、自営業・個人事業主2名、フリーランス1名

2. ユーザー利用結果（アンケート）

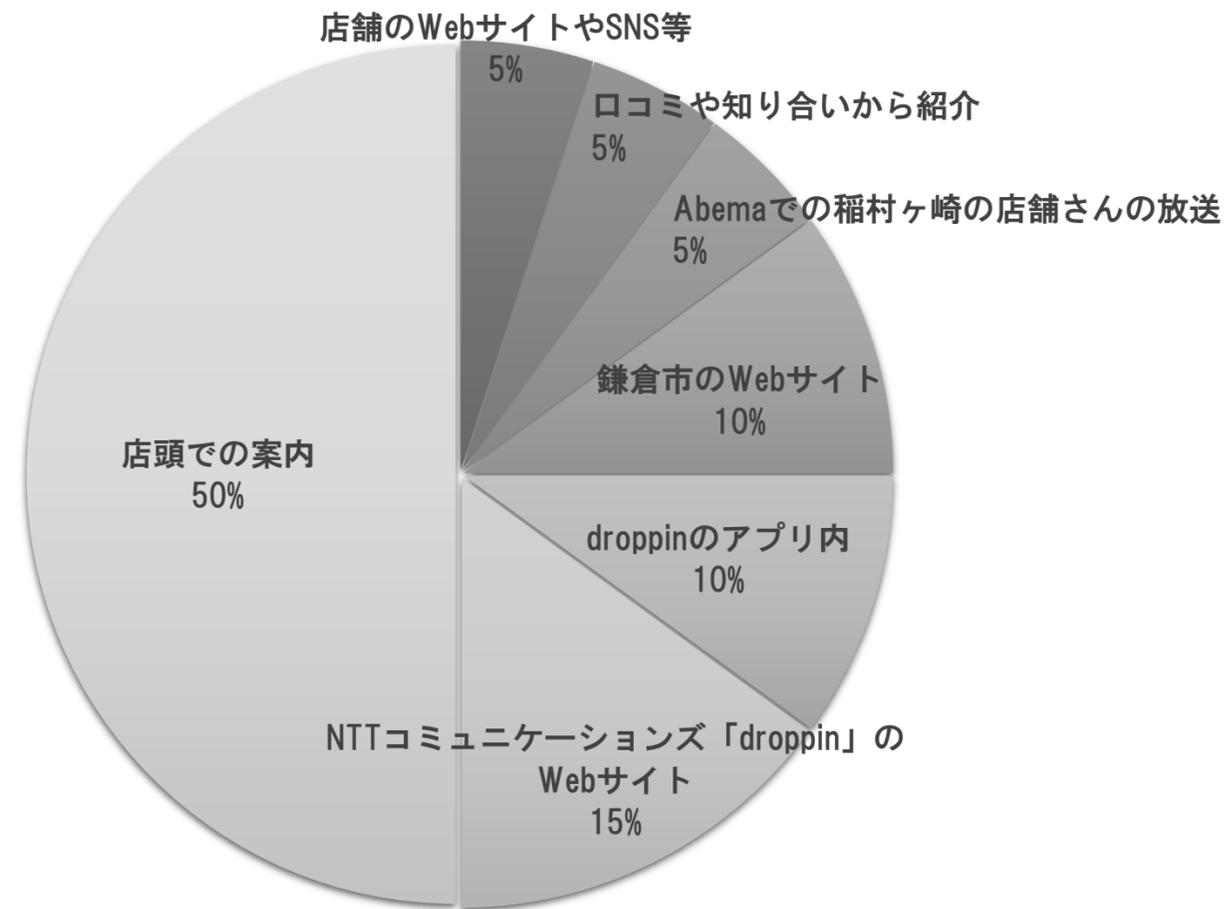
町田市をのぞき、全て県内からの利用であり、全体の7割が鎌倉市外からの利用。



2. ユーザー利用結果（アンケート）

約半数が店舗での案内経由での利用。

「鎌倉テレワーククーポン（対象店舗50%割引）」をどこで知りましたか？
20件の回答



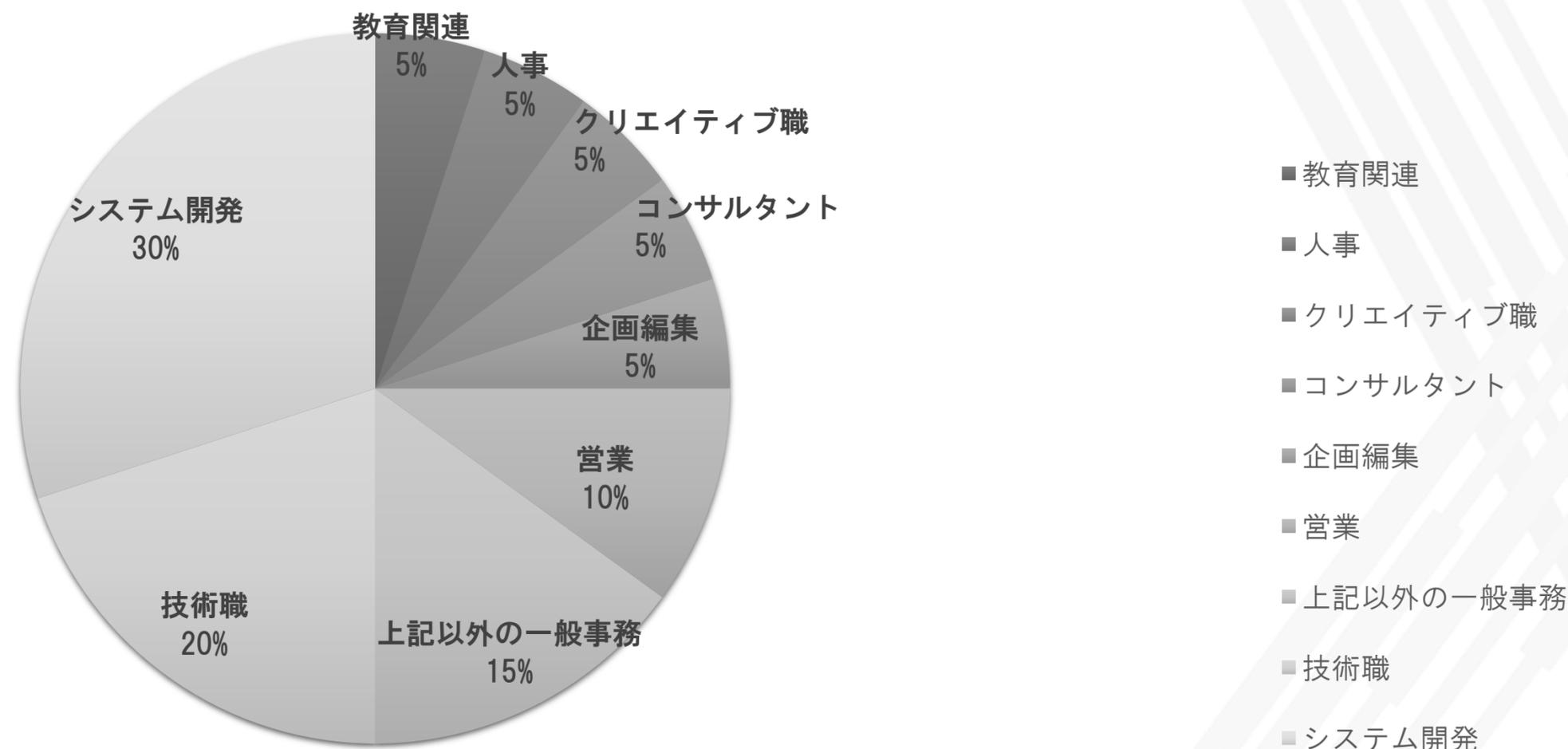
- 店舗のWebサイトやSNS等
- 口コミや知り合いから紹介
- Abemaでの稲村ヶ崎の店舗さんの放送
- 鎌倉市のWebサイト
- droppinのアプリ内
- NTTコミュニケーションズ「droppin」のWebサイト
- 店頭での案内

2. ユーザー利用結果（アンケート）

技術系が約半数。

システム開発（30%）、技術職（20%）、一般事務15%、営業10%の順に多い。

どのような業務に携わられていますか
20件の回答



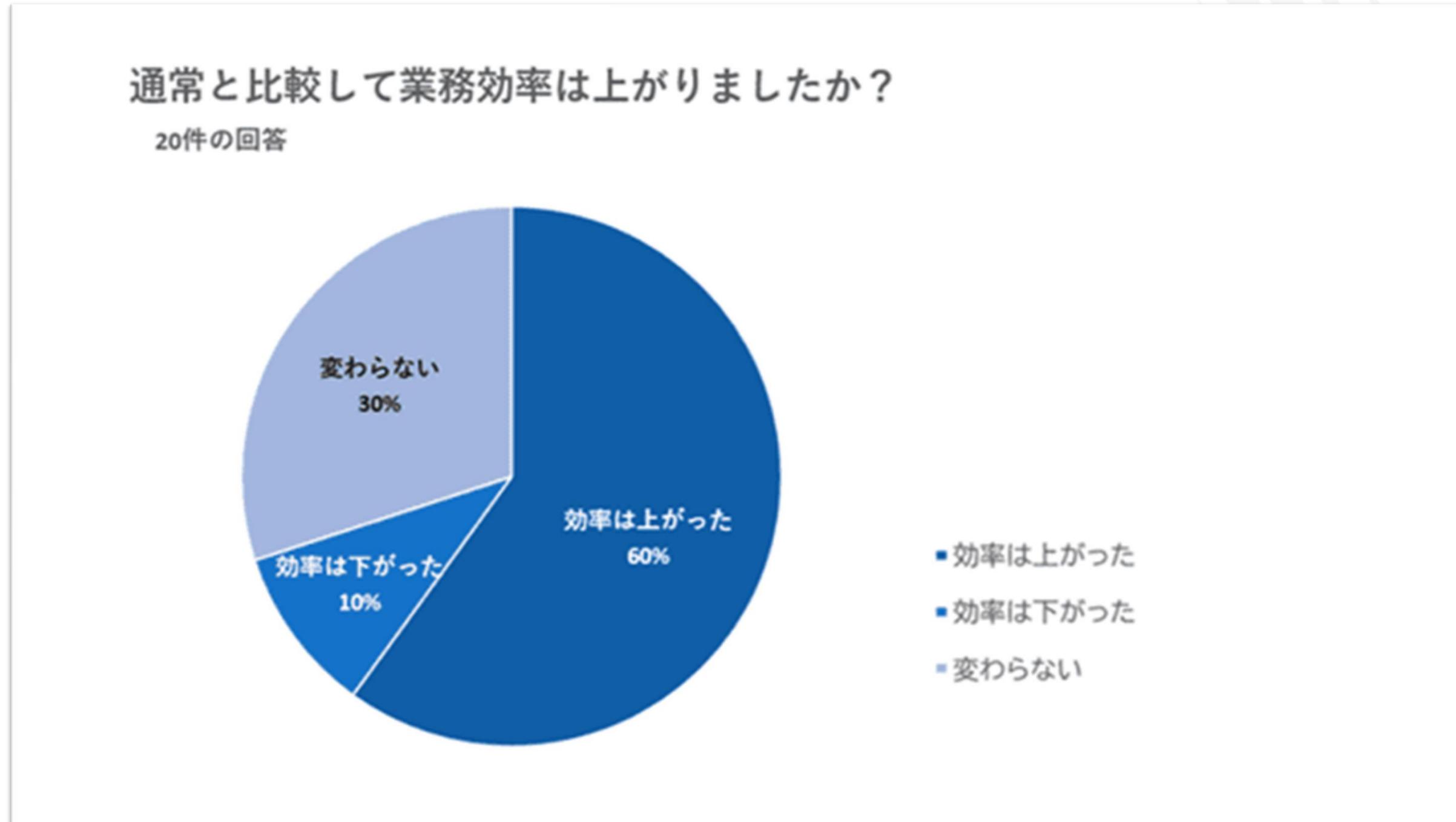
2. ユーザー利用結果（アンケート）

**資料作成、リモート会議、ITサポート、システム検証、データ入力、データ解析など
通常の在宅勤務で行っている業務を中心に実施している**

- ・ 資料作成、プログラム、リモートでのサーバーメンテナンス
- ・ 資料作成
- ・ 資料制作とオンラインMT
- ・ 打ち合わせと資料作成
- ・ リモート会議、資料作成等
- ・ 編集作業、会議、打ち合わせ
- ・ システム検証
- ・ 在宅勤務
- ・ 原稿執筆
- ・ 教材作成
- ・ 通常業務
- ・ デスクリサーチ、オンラインミーティング
- ・ データ解析
- ・ ITサポート
- ・ リモート会議 デスクワーク
- ・ 情報入力業務（2件）
- ・ PCでネットワークを介して出来る作業
- ・ 仕事関連の勉強
- ・ 休日の残件処理

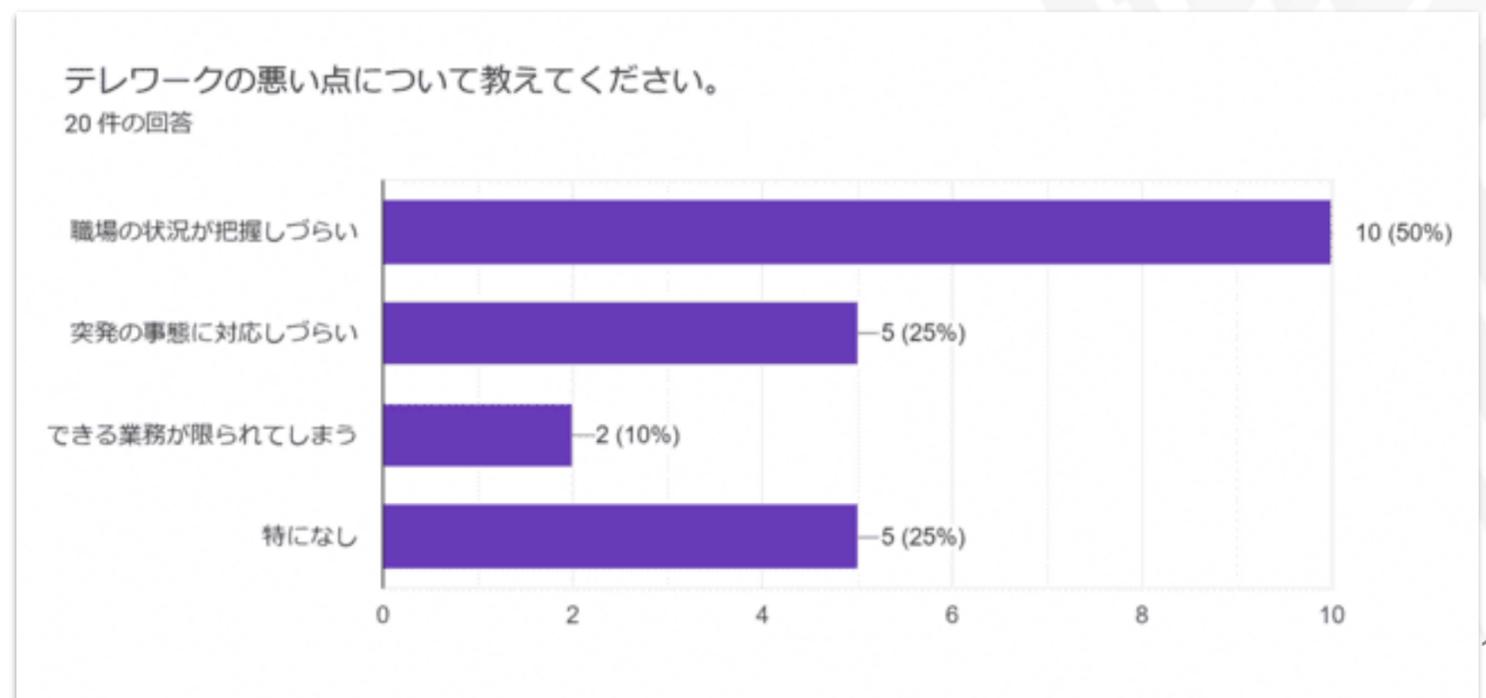
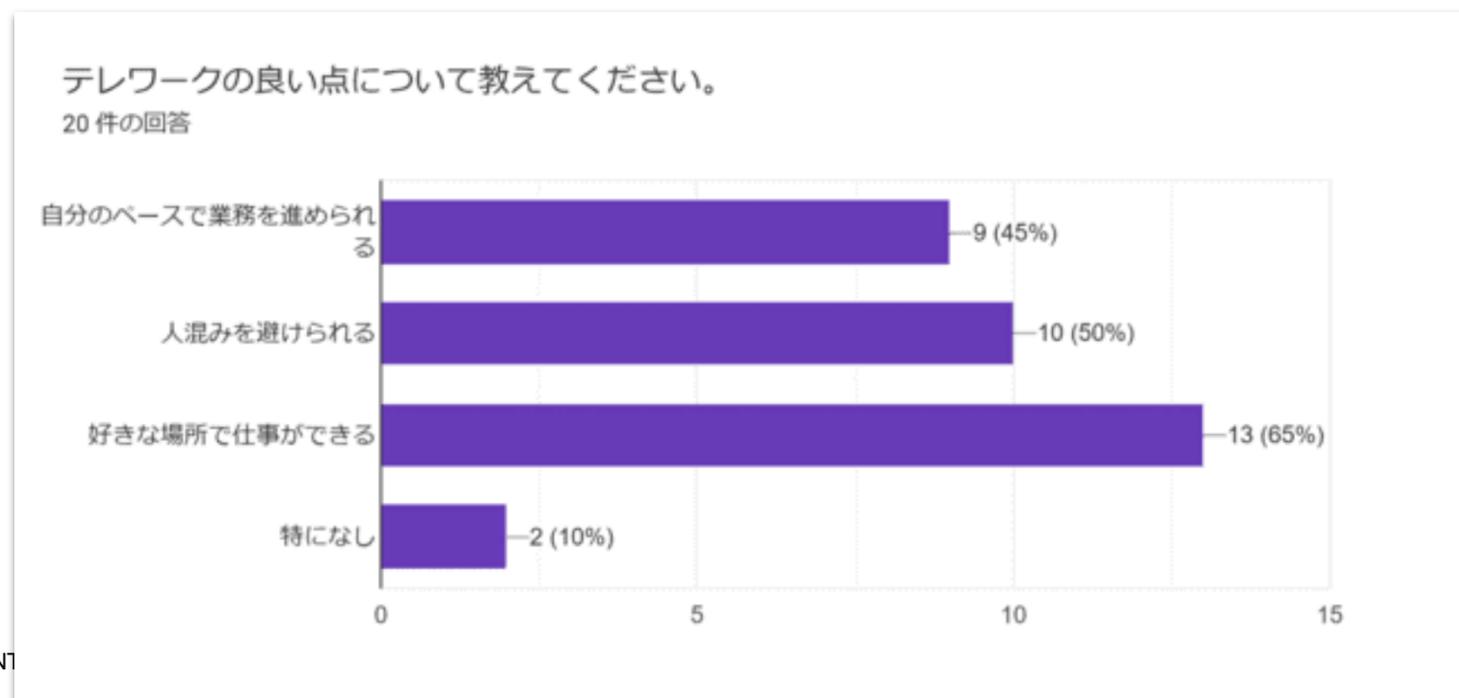
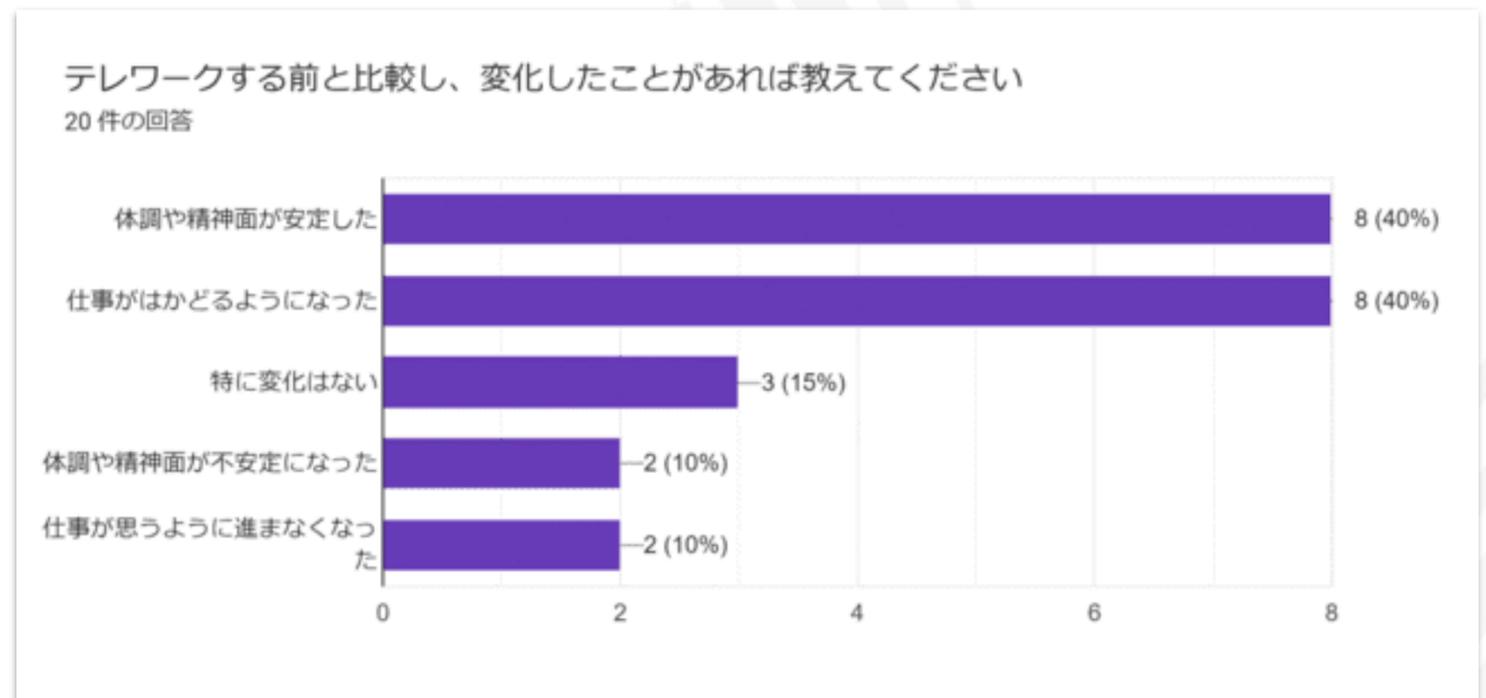
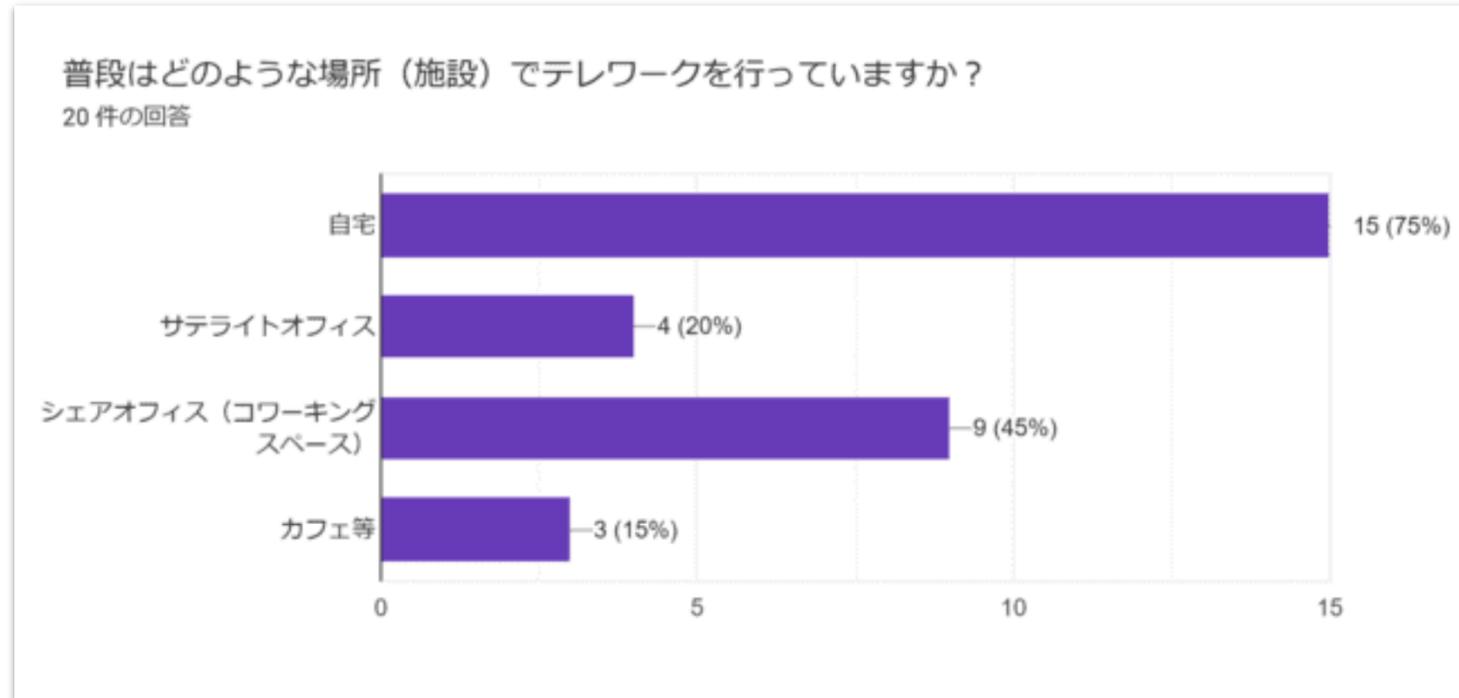
2. ユーザー利用結果（アンケート）

利用者の90%が業務効率は上がった、もしくは普段と変わらず業務が出来たと回答。



2. ユーザー利用結果（アンケート）

普段は在宅を中心に、社外ワークスペースも活用するなど、80%がテレワークに肯定的。



2. ユーザー利用結果（アンケート）

普段のテレワーク場所についての選定理由

在宅勤務中心派	社外ワークスペース活用派
<ul style="list-style-type: none">- 自宅では外付けモニター等を使用しているのに対して、店舗ではノートPCの小さい画面で業務に当たっているため- 自宅業務が通常であり、不定期でワークスペースを利用している- 基本的には移動時間を省くために、自宅で仕事をしている。- なんでも揃っているので- 在宅環境があるため- 移動の手間がかからないため- オープンスペースではオンライン打合せの内容秘匿が難しいため- 近くに日常的に安心して気軽に使える場所がないため	<ul style="list-style-type: none">- 自宅は飽きるが、急なwebミーティングに対応できるように、自宅周辺で色々場所で仕事をしている- 家だと集中できないため- 自宅よりも仕事環境がよい- 基本的には外の方がはかどる- 気分を変えたいから- オンオフの切り替えができ、作業効率があがるため。- 自宅に近い。仕事に集中できるから。- 家は狭いので。

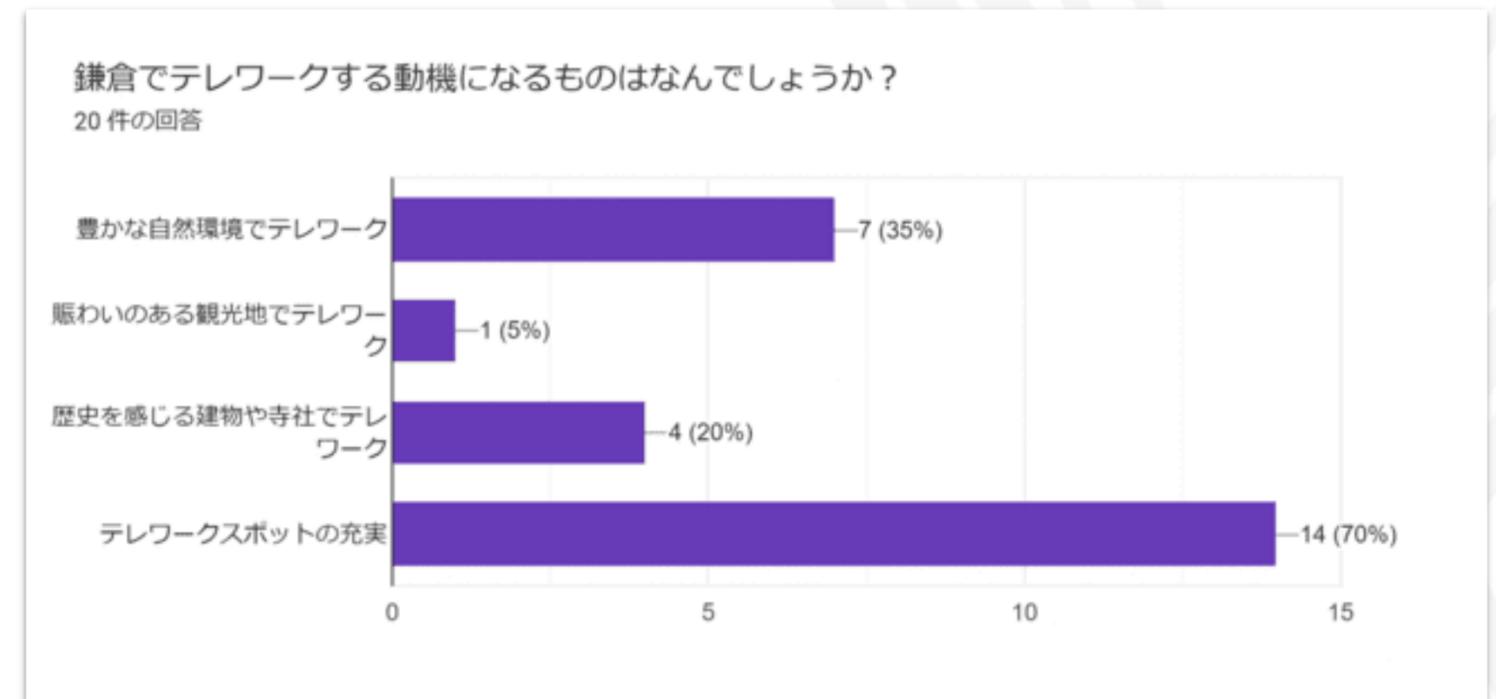
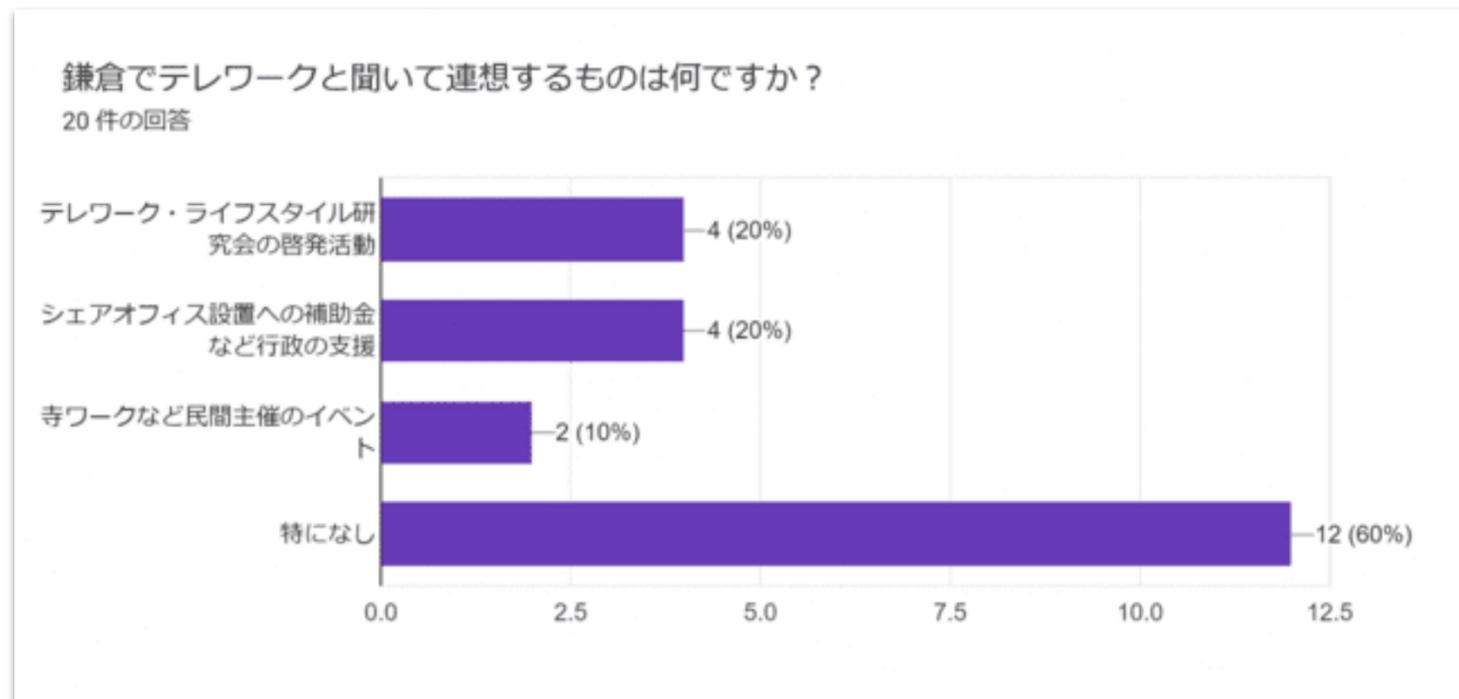
2. ユーザー利用結果（アンケート）

静かで、オンライン会議の場所を確保できることが強く求められている。
また、自宅から移動しやすい近郊型だけでなく、自然を感じられるリゾート型にも需要がある。

要件	要望
ワークスペース種別	<ul style="list-style-type: none">- コワーキングスペース、図書館など
オンライン会議対応	<ul style="list-style-type: none">- 個室等で音を気にせずweb会議等が、確保できると、嬉しい- 急な通話に対応できて、他の人を気にしなくても良い個室(現在は自宅リビングで仕事をしているため。)- オンラインミーティングのしやすい環境- web会議ブースも利用できるサテライト- ZOOM会議で周りの音や声が入らない
地域・周辺環境	<ul style="list-style-type: none">- 自然の多い場所- リゾート地- 海や山や自然を感じる環境
アクセス	<ul style="list-style-type: none">- 自宅から近い場所- 自宅に出来る限り近いが、気分転換ができる環境- 住居近くのコワーキングスペース
ファシリティ	<ul style="list-style-type: none">- 静かな環境で集中したい- 静かで個室もある場所- ビジネス用のイスとチェアがある- セキュリティ面も万全なスピードのあるネット環境- 静かで且つwifi使えるところならどこでも- 静かでwifiが備わったところ- 環境と情報秘匿が両立できる場所

2. ユーザー利用結果（アンケート）

鎌倉でテレワークする動機になるものとして、テレワークスポットの充実、自然環境、歴史を感じる場所を期待されている。



2. ユーザー利用結果（アンケート）

セキュリティ対策としてはVPN接続、離席時のPCパスワードロック、会社貸与PCなど。会社員の所属企業では在宅勤務手当・物品購入補助等、何らかの推進制度がある。

<p>情報漏洩等を防ぐための対策や情報セキュリティの取り組み状況</p>	<ul style="list-style-type: none">- VPN接続と、離席時の対応- PCのパスワードロック- セキュリティソフトの導入、社外ネットワークへの接続制限、私用デバイスの使用禁止- 離席時はPCをオフする- テレワーク時には機密情報を扱わない- 会社から配布されたセキュアPCの利用。Wi-fi接続ではなく、モバイル通信機能を備えている。- 画面ロック、専用回線を利用- 自宅では窓を閉めてオンライン打合せ- PCのセキュリティ対策、話をする必要のある仕事は自宅で
<p>所属企業におけるテレワーク推進状況</p>	<ul style="list-style-type: none">- 特にない- 在宅勤務を推奨している。該当者には電気代・通信費の補助金あり(月7000円)- サテライトオフィスの賃借- 在宅勤務手当で補助- 推進はしているがサポートは薄い- コロナ前から社の方針で基本的にテレワーク。総務部以外オフィスなし。- 推進している。会社が所有しているサテライトオフィスが、主要駅にはある。テレワーク用の物品購入の支援がある。- テレワーク手当の支給- 機器の導入- セキュアPCの全社員への配布。助成金制度までは無い。- 推進している。ネット環境の充実- テレワーク対応PC配備以外は特段の対策なし

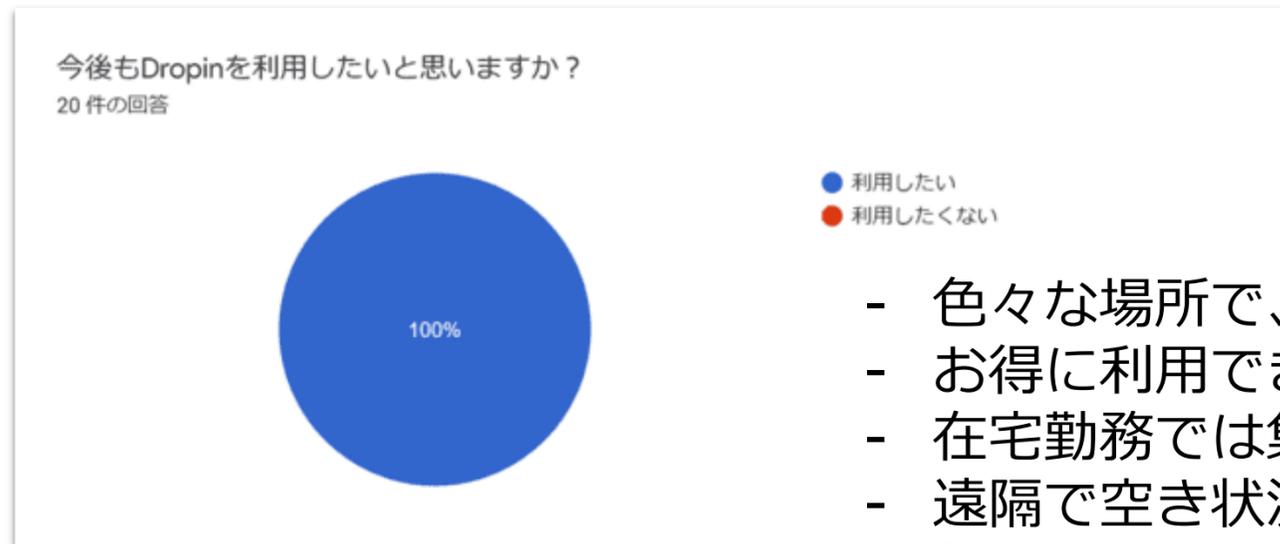
2. ユーザー利用結果（アンケート）

droppinを利用して良かった点は、自分に合った場所を知ることが出来たことと、スムーズに利用が出来たこと。一方、店舗数や個室の少なさなどが課題として挙げられる。

droppinを利用して良かった点	<ul style="list-style-type: none">- 色々な場所のスペースを借りれる- 普段使っている店舗を安価で利用できた（他に安さやクーポン割引に関する回答複数あり）。- 静かな環境で仕事出来る。- 予約ができる点と空席がわかる点- 入退出がスムーズになった- 即時予約ができる場所が視覚的にわかる- 利用しやすい。- 引越し直後、wifiが安定していなかったので入会した。入会のための手続きも簡単で、キャンペーン利用で安く使えて、環境もとてもよかった。- 知らない場所を知った- 他に人が居らず、一人で気兼ねなく利用できたこと。古民家の落ち着いた雰囲気。- 静かな環境の所在をアプリを通じて知ることができた- 海に近く環境が素晴らしい- 気分転換になる。少しざわざわしていたほうが集中しやすい
droppinの課題と思われる点	<ul style="list-style-type: none">- 店舗の選択肢が少ない。店舗のWebサイトと連携しておらず、店舗情報を得づらい。利用者のクチコミやレビューを見たい。- 個室の環境でないとWeb会議が出来ない。- 口コミの充実- 箇所が少ない、予約時のUIが少しわかりづらい- 各施設の混雑状況がわかると、ふらっと行きやすい。- 当日予約して現地に着いて、呼び鈴を何度も鳴らしたり、電話を何度も掛けたりしたが、中からなかなか人が出て来なくて表で15分ほど待たされた。- オンライン打合せの個室がない- スマホがないと出来ない。- 開店時間に左右される。短い。

2. ユーザー利用結果（アンケート）

今後もdroppinを利用したいと全員が回答。利用したい理由は、クーポン活用による安さへの期待や、色々なワークスペースを探す際の利便性など。



- 色々な場所で、仕事をするのが好きだから
- お得に利用できるプランや、利用可能な店舗が増えれば使いたい。
- 在宅勤務では集中が切れてしまうことがあるので、Dropinを上手く活用したい。
- 遠隔で空き状況が確認できるため。
- 便利なので
- 基本的に自宅ですが、都合に合わせて自宅外で仕事できてありがたい。
- 気分転換できる。また、施設によっては、面白い取り組みをされている人たちがいて、いい出会いがありそう。
- 気持ちの良い空間で仕事ができただから。
- 静かな環境での労働を実現できるため
- 平日に趣味のサーフィンと仕事の両立ができそう
- サービスやキャンペーンの利用がしたい
- 自宅だけでは歩かないし、集中しすぎて疲れる。

3. 考察

実証実験の目的についての振り返り

歴史的遺産や豊かな自然環境の中で働き、暮らすという新たなライフスタイルを実現する「働く街」について、利用者への一定の訴求は出来た。利用者は日常の暮らしの中に自然環境を求め、市外からやってきて鎌倉でテレワークでの通常業務を実践している。これは働く街のコンセプトに合致している。鎌倉市民・湘南・三浦半島の利用は少なかったが、利用者は都内への通勤を避けるため鎌倉へやってきており、将来の職住近接移住の潜在的な需要は高いと思われる。

利用者の所属企業はすでにテレワークを推進しており、普段は在宅勤務が中心である。ワークスペース利用を経費として認める企業はまだ少なく、テレワーク実施率向上のためにはもう一段企業側に踏み込んだ施策が必要と考えるが、従業員の視点では、集中ができない、気分転換したいなどの時にもオフィスに通勤せずに近くの場所で仕事ができるということで、テレワーク率の維持には貢献でき、従業員の支援にはなった。

課題としては、ワークスペース利用料の個人負担が減らないと利用のすそ野が広がらず、すそ野が広がらないと事業者も増えず良い循環が生まれにくいことなので、従業員の自宅近くのスペース利用については助成金を出すなどの費用負担に関する支援策があるとよいだろう。

また、今回カフェスペースの鎌倉美学やアートギャラリーのGallery Pictorなど、従来のワークスペースの枠にとどまらず、地元民が集まるカフェやアートという職住近接やワーク・ライフ・バランスの新たな可能性も見出した取り組みとなった。

一方、今回は鎌倉市内の利用者が少なく、市民の十分なテレワーク実施状況の把握や利用者のニーズ探究が出来たとは言いが、後述する利用者の声から、参考となる事実が少なからず得られたと考える。

3. 考察

実証実験の進め方についての振り返り

市のコネクション先への周知やデジタル広告、アウトバウンド営業も実施したものの、一番効果的だったのはテレワーク・ライフスタイル研究会を中心にしたリレーションであった。またスペース提供者と利用者を同時に募集したがスペース提供者への説明、契約、店舗情報の回収などに実質2か月程度必要とし、実証期間中に利用者への効果的な訴求が出来なかった。

また利用者数は緊急事態宣言等、感染者数と不の相関があり7月～8月にかけて感染者数が増大していたことも利用低迷に拍車をかけた。一方、鎌倉ワーケーションウィークによる店舗数拡大（2店舗→8店舗）やNEKTON OFUNAを中心した店頭やSNS等での積極的な周知により利用は3か月目に急拡大となった。

今後同様の施策をする際には店舗参加手続きは実証開始前に準備を完了しておくとともに、店舗オペレーションの習熟期間や利用者への周知・認知度向上のため3か月は軌道にのるまでに必要であることが分かった。

店舗事業者向けに実証実験参加のためオンライン説明会を2度実施したが（6/25,6/28）、説明会への参加はなかった。その要因として、そもそも鎌倉市内のコワーキングスペース事業者はテレワーク・ライフスタイル研究会から情報を得ており、個別でのオンライン会議での説明を希望していたと思われる。またコワーキングスペース事業者以外の事業者としては、ホテル業界等へも市から周知をしたが、宿泊事業者は予約システム等の既存オペレーションとの整合性の懸念があることや、宿泊事業者へのテレワークユーザーの需要などの十分な訴求が出来なかった可能性があり参加がなかった。その他の業界として、カラオケ事業者や飲食店に対しての、有力なチャネルがなくリーチが十分に出来なかったことも要因としてあげられる。

その中でも、市が2018年から中心となって推進している鎌倉テレワーク・ライフスタイル研究会のネットワークは今回においても充分機能し、今回の実証実験における店舗の中心となった。

3. 考察

アプリケーションdroppin（実証実験期間中の名称はDropin）について

利用者のアンケート及びインタビューの複数の発言から、利用者は本アプリを利用することで、「今まで利用したことなかった場所を知ることが出来た」「営業時間や空席が確認できて安心して利用できた」「予約・受付がスムーズに出来た」などの声があり、また今後droppinを利用したいとする回答が100%であったことから、本実証を進める上で利用者に必要十分な機能の提供と利便性の向上を実現できたと考える。

特にITリテラシーが高い利用者はその時々のスケジュールにより、事前に詳細情報を把握して予定を立てたり、その場の気分でふらっと適切な場所を見つけたいというニーズがあり、常にフレッシュで正確な情報が掲載され、確実に利用できる、複数店舗の一元的な情報管理や予約管理が出来るアプリの存在は大きい。

また「平日に趣味のサーフィンの両立ができそう」といった声や「面白い取り組みをされている人たちとのいい出会いがありそう」など、単なる働く場所の提供にとどまらない新たな体験の機会につながる可能性も示唆としてあった。

なお、利用者の半数程度が店舗からの紹介経由であったことから、店舗も利用者もクーポンなどのインセンティブがあれば席の稼働率向上や利用者負担減のために、積極的に参加することが実証されたが、他自治体でやっているような自治体に補助申請をする形だとどうしても申請が煩雑になり利用が制限されてしまう。その意味で今回のdroppinのような仲介となるプラットフォームが間をとりもつスキームは利用者にとっても事業者にとっても大きくメリットがあったと考える。

3. 考察

プロモーションについて

本実証において、スペース提供者向けにはdroppin手数料を無料にし、スペース利用者向けには利用料を半額としたが、スペース提供者からは、まずはトライアルとして参加しやすかったとの声があり、参加スペースを増やす施策として有効であった。特に提供側と利用側の両者の参加が必要となるマッチングサービスは、先に提供側を増やさないといけないため、手数料無料で先にスペースの数を増すことで結果として利用者を獲得することに繋がった。さらに実証実験後も70%以上のスペース提供者が継続を希望しており（残りは通常ドロップインを許容していないスペース）、本施策を通じて一定の効果を感じられた結果であると考えられる。

なお、今回は緊急事態宣言により受付開始が出来なかったが、「旅する仕事場」のように鎌倉市に貢献したい、という思いで参加を決めたスペース提供者もあり、鎌倉市とのタイアップの効果が少なくなかった。一方で利用者からは、鎌倉市とのタイアップへの期待として通常では利用できないスペースへの期待もあったことから、今後検討する際には、より自然や歴史を感じられる場所や寺など、特別感のある場所を市の協力のもと開拓することが、独自の魅力を高める上で必要となる。

利用者の募集には店頭周知の他、バナー等のデジタル広告や、「note」などでの店舗取材記事やFacebook等の公式SNSで展開をしたが、移動が制限されている期間での募集であったことから、十分な効果があったとは言い難い。但しnoteやFacebookは一過性の利用者募集だけでなく、鎌倉市のテレワークスペースに関する取材記事等のコンテンツが資産として残り今後も再利用可能なことから、今後同様の事業推進をする場合においては有効活用することが期待できる。また、鎌倉ワーケーションウィークなどの「体験」や「コンセプト」との一体的なプロモーションが有効であることが今回実証された。鎌倉で働くということの意味・意義を考えるコンテキストを利用者に訴求することが、今後テレワーク事業を推進する上で重要なポイントとなる。

3. 考察

ワークスペースについて

NEKTON OFUNAのような市街地タイプのコワーキングスペースは駅からアクセスも良く仕事場所として十分な設備を整えており周辺に食事をする場所も数多くあるため、サブオフィスのような位置づけとして非常に利用が多かった。ハルバル材木座は人とのつながりや暖かみを感じられるちょうど良い距離感を演出しておりこちらも人気があった。またThinkSpace鎌倉は古民家をリノベーションした施設としてマインドフルネスなどを取り込んだ快適な居住空間であるため、マインドセットやリフレッシュをしたい利用者のニーズにマッチしていたと思われる。その他GOOD WORKING ZAIMOKUZAやSatellite YUIGAHAMAは利用数こそ多くないが、ワーケーション感を体験したいテレワーカーや時間のある時に利用してみたいなど普段使いのオフィス代替とは異なる「鎌倉らしさ」を感じる別の需要を喚起していた。

一方、店舗数やオンライン会議が出来る場所が少ないという声が多数あったことから、市内の普段使いが出来る徒歩圏内の職住近接なスペースはまだまだ数が足りず、特にオンライン会議が出来る静かなスペースをどれだけ創出できるかが今後職住近接を進める上でポイントとなる。

また市民はすでにテレワークに必要な環境を自宅に一定程度、整備している状況であり、所属企業のテレワーク推進についての状況が変わらない限りは、経費が出ないことから今後もしばらくは在宅勤務が中心になると思われる。そういう意味で鎌倉市のワークスペースは今回の利用者の居住地域の回答でも分かる通り、市民よりも、市外県民にとって訴求力が高いことが分かる。そうして鎌倉に働きに来る人が増えることにより、昼間人口が増え、まちの活性化につながるとともに、近接地域からの普段使いのテレワーカーも関係人口のすそ野になり、将来的な移住の潜在層になることも期待できるだろう。

3. 考察

利用者について

実証に参加した68名が一人当たり平均3回利用しており、半額とはいえ自己負担にも関わらず複数回利用しているということは、ワークスペースへの満足度が高かったことの裏返しである。また平均利用時間は5時間を超えていることからdroppinの全国的な平均時間（4時間弱）と比較しても長時間利用の傾向があり、オフィス代替としての普段使いが出来ていることや、居住性が高く居心地の良いワーケーション体験ができていることが理由として考えられる。

また、アンケートとは別に利用者にインタビューを行った結果では、ワークスペース費用は自己負担が多く、個人が支払える上限として1回あたり1,000円程度ということからも、平均利用金額の1,200円というのは妥当な値である（本実証では半額負担のため実際の個人負担は600円程度）。ちなみに今回の提供スペースには無かったが、一般にホテルのデイクーンスプラン等は個室ということもあり1回あたりの利用料金が数千円することも珍しくない。今後スペース提供事業者の候補を検討する上では考慮が必要となる。

（但しオフィス代替としての普段使いのお財布事情と非日常を求めて利用するワーケーションとではスペースに求める価値も得られる体験も異なるため、単純に宿泊施設がワークスペースに向かないというわけではない）

なお、利用者の居住地域を見ると一部を除き全て神奈川県内であったことは（その一部も神奈川県近接地域の町田市である）、移動自粛の期間という时期的な影響も大きいものの、都内へ通勤するよりも静けさと密回避を求めて自宅近くでの働く場所を探していることや、普段在宅勤務によりマンネリ化してしまった日常や仕事へのモチベーション維持・アップのため歴史や自然の豊かな環境の中で刺激を受けて働きたいという鎌倉市近郊地域の利用者のニーズにマッチしたことも理由として大きいと思われる。

3. 考察

利用者は半数が技術職であり場所を問わずリモートワークが出来ることから、普段在宅勤務で行っている業務をそのままワークスペースでも実践し、業務効率の向上を実感している。

そのワークスペース利用動機としては、自宅の広さや整備不足などによる影響よりも、気持ちのオンオフの切り替えや集中するためなど、内発的動機によるものが多いのが特徴である。セキュアなオンライン会議場所の確保など通常業務が滞りなくできる場所であることは前提として、その上で、静けさや、自然の多い場所や個室で集中できる場所など、気分転換や仕事モードに切り替わることが出来る環境を求める傾向にある。

3. 考察

実験後に期待される効果について

今回の実証実験により直接的に利用者の所属企業が鎌倉市内にオフィス分散をする動きまでには至らなかったが、こういった取り組みを続けることにより利用者が鎌倉市に働きに出る動きが活発化すれば、働く街としての認知度があがり、一定数の働く人のクラスタが出来ることで企業はサテライトオフィスやシェアオフィスの法人利用を進めやすくなるだろう。またワークスペースの利用者は総じてITリテラシーが高く、自律的に仕事を進め、新しい出会いや場所を求める傾向にあったため、そういった人同士の新たなコミュニケーションが創発されることも今後期待できる。実際、本業とは別にNPOの仕事をしている利用者からは「起業家や地域の人とつながりたい」という声もあった。

今後に向けて

今回はまん延防止等重点措置と緊急事態宣言下での実施となったが、感染者数の減少とともに利用者数が増加しており、今後感染者数が落ち着いた時期で実施すれば更なる施策効果が見込まれる。

その際は十分な店舗数と営業稼働時間を増やし、オンライン会議が出来る場所と自然環境をアピールすることで、鎌倉市民による普段使いだけでなく、市外近接地域の更なる利用や、県外からのワーケーション需要を呼び込むことも今後検討したい。

一方、まだ企業はテレワークやワーケーションを経費として許容していないのが現状でもあるため、持続的に利用を継続するためには、子育てや介護など企業の福利厚生とのセットでの補助制度や、企業の地域参加を目的とした施策とのセットなど、単にワークスペースを提供するだけではない取り組みが必要と考える。

NTTコミュニケーションズのdroppinは、地域・店舗事業者と働く人をつなぎ、働く場所をフレキシブルにすることで、鎌倉市と市民のライフスタイルの向上と働く街の実現に貢献していきたい。

4. 鎌倉市コメント（1/2）

NTTコミュニケーションズ（株）との実証実験に当たり、鎌倉市は同社と協力して、民間事業者で構成されている「鎌倉テレワーク・ライフスタイル研究会」の会員に対し依頼するとともに、市内の宿泊施設・カラオケ施設には、施設の新しい活用方法の一つとして、施設をテレワークスペースとして貸し出す本実証実験への参画について説明に回った。

また、テレワーク利用者に対しては、鎌倉市ホームページはもとより、鎌倉市企業・求人情報発信サイト、鎌倉テレワーク・ライフスタイル研究会の各サイトを通じて広く参加を呼びかけた。

しかしながら、実際に実験が始まる7月当初から9月末までは、まさに新型コロナウイルス感染症が猛威を振るった時期と重なり、特に、8月2日から9月30日までは神奈川県全体に緊急事態宣言が発出され、新たな取組を進めることが困難な状況となり、テレワークスペースの提供箇所、テレワークスペース利用者ともに件数が伸び悩んだことについては否めないところである。

そうした中であっても、今回、実証実験の結果としてまとめられたレポートには、今後、鎌倉市がテレワークを推進していく上で、いくつか参考にすべき点が指摘されている。特に、業務の中で、テレワークスペースにおけるテレワークを積極的に取り入れている利用者の生の声を聴取できたことは、有意義であった。

以下、所見を述べる。

（次頁へ続く）

4. 鎌倉市コメント (2/2)

第1に、テレワーク利用者へのアンケート結果から見ると、鎌倉市民だけでなく、近隣市町の住民にとっても都内等への通勤混雑を避け、自分の好きな場所で仕事ができることを望んでおり、その中で鎌倉市は、観光やレジャーで訪れる場所という側面だけではなく、仕事場としての選択肢になり得ることが把握できた。テレワーク利用者は、歴史的遺産や自然環境に恵まれた鎌倉市におけるワーク・ライフ・バランスのとれた働き方を通じて、仕事と余暇を両立させ、日々の暮らしに充足感を得ているものと推察される。鎌倉市にとっては、このような「働くまち」のイメージと機能が高まることで、職住近接のライフスタイルを求め、他市から鎌倉市に移住したいと考える勤労者層の潜在性は高くなると考えられる。

第2に、テレワーク利用者は、テレワークを積極的に活用して仕事の効率を上げつつ、テレワークを通じた新たな出会いなどの付加価値を求めていることがわかった。特に、ベンチャー起業家やフリーランスなどの個人事業者にとっては、こうしたネットワークからの情報収集や口コミなどがビジネスにつながる機会は多く、テレワークスペースが事業者間交流のハブになる可能性も示唆している。また、鎌倉テレワーク・ライフスタイル研究会のような民間のネットワークは、こうした事業者間交流をサポートする役割が期待される。

第3に、テレワーク利用者が、仕事の効率面から、在宅勤務とテレワークスペースにおける業務について、メリット・デメリットを考えながらバランスよく使い分けていることや、時には、ウェブ会議に対応できる静かで閉ざされた環境を望んでいることが把握できた。その一方で、テレワークスペースの利用を経費として認める企業はまだ少なく、情報セキュリティ上の問題も相まって、テレワークスペースは企業のサテライトオフィスの代替にはなっていない。今後、企業が率先してテレワークを進めるならば、従業員へ在宅勤務を指示するだけでなく、テレワークのセキュリティ向上や利用料金の負担軽減等も含め、テレワークスペースの利用について、自ら積極的な支援を行うことにより、労働生産性の向上や新たなアイデアの発出も期待できるのではないかと。鎌倉市では、第3次鎌倉市総合計画第4期基本計画において、今後も引き続き、テレワークの普及啓発に努めていく。



本件についての問い合わせ先

NTTコミュニケーションズ株式会社
スマートワークスタイル推進室
ML : droppin-sws@ntt.com
Web : <https://nttcom-droppin.com/>