



公益財団法人 東京観光財団

令和7年3月26日

公益財団法人東京観光財団

トラベルボイス株式会社と共同研究を実施

「デジタルノマド&Tokyo～東京における最新のデータ分析と方策検討～」

公益財団法人東京観光財団（東京都新宿区、理事長：金子 眞吾）は、観光産業ニュース会社のトラベルボイス株式会社（東京都新宿区、代表取締役社長：鶴本浩司）と共同研究「デジタルノマド&Tokyo～東京における最新のデータ分析と方策検討～」を実施しました。本研究では、日本・東京におけるデジタルノマド市場の実態を明らかにし、今後の誘客戦略を検討するための示唆をまとめました。



公益財団法人 東京観光財団

観光産業ニュース



トラベルボイス

【研究の背景と目的】

デジタルノマドの市場規模は世界で約3,500万人、関連支出は約118兆円規模に達しており、都市の経済活性化に貢献する存在として注目されています。日本でも2024年4月に「デジタルノマドビザ」が解禁され、観光庁による環境整備が進められています。東京は、観光都市としての知名度、生活インフラの充実度から、デジタルノマド向けコミュニティサイト「Nomad List」でも常に上位にランクインするなど、高い関心を集めています。しかし、東京におけるデジタルノマドの実態や経済効果に関するデータは限られており、そのためか全体像が分かりづらくなっています。

本研究は、調査文献や統計データ、リアルデジタルノマドへのインタビュー調査を通じ、デジタルノマドの実態や東京における状況の可視化を行うことで、誘客を推進する上で必要な情報・項目をとりまとめ、今後の成長見込み等を明らかにしつつ、東京におけるデジタルノマド誘客につながる方策を検討することを目的としています。

【研究概要】

本研究は以下6つのステップで分析を行いました。

1. 基本概念の整理（類似概念の整理）
2. デジタルノマドの実像（人物像・実態から導くペルソナ3タイプの提示）
3. 日本・東京でのデジタルノマドライフ（ノマドライフ経験者5名へのインタビュー調査）
4. 取組先進事例（国内外の先進地域の取組事例紹介）
5. 受入体制の実態把握（受入環境、ビザ、宿泊施設等の現状把握）
6. 提言とまとめ（東京におけるデジタルノマド誘致の方策提案）

【1. 基本概念の整理】

- 「ワーケーション」と「デジタルノマド」は別の概念。デジタルノマドはデジタル技術を活用して場所に縛られずどこでも働くことができる国際的なリモートワーカーを指す
- 更なるIT技術の発展、若年層を中心とした働き方や価値観の変化により、今後も増加が見込まれる

【2. デジタルノマドの実像】

- 1回の旅は1-2か月、複数都市を周遊しながら、月予算30万円で生活
- 日中は仕事をし、休日やオフタイムは積極的に外出し人と会う
- 様々なタイプのデジタルノマドが存在することを理解し、区別して扱うことが重要
- 本レポートにおいて、デジタルノマドの特徴的なタイプを以下3分類に整理。一般的に①をイメージするが、潜在ニーズとしては②③のポテンシャルも高い

	①ソーシャル型 ノマド	②スローマド型 ノマド	③ハイエンド型 ノマド
特徴	自身で専門のデジタルスキルなどを持ち、起業家支援体制の手厚い国や、ノマドコミュニティが盛んな都市で、ビジネス機会の獲得や起業、スキルアップを目指す層。旅行資金を稼ぎながら、できるだけ費用を抑えて、長期間旅を続ける。	「スロー(Slow)」と「ノマド(Nomad)」を組み合わせた言葉。1つの国や都市にゆっくりに数ヶ月～1年以上滞在しながら働き、旅行よりも「暮らす」ことに重点を置く層。家族で訪れることもあり、地元の文化やコミュニティと深く関わることを好む。	本業に関連して滞在費の援助が得られるなどするため、エックスパットに近い生活を送り、高いキャッシュフローを持つ層。高額かつ安定的な本業収入をベースに、快適さ・高級感・洗練されたライフスタイルを維持した旅を送る。
主な仕事	フリーランスのエンジニア、マーケター、インフルエンサー・Youtuber、起業家など	グローバル企業勤務、フリーランスでリモートワークが可能な専門職(エンジニア、マーケティング、財務、講師等)など	投資家、不動産、株などの資産運用、コンサルタント、著名なインフルエンサー・コンテンツクリエイターなど
予算	低～中	中～高	高
仕事	多(ビジネス機会を得ることが目的)	多	少～中
年齢層	20代～40代が中心	20代～40代が中心	30代～50代が中心
同行者	一人が中心	一人、パートナー、友人、家族	一人、パートナーが中心
主に利用する宿泊施設	コリピング ゲストハウス ショートタームレンタル(シェアハウス)	コリピング ショートタームレンタル(占有タイプ)	ショートタームレンタル(占有タイプ) 高級賃貸物件 ホテル

【3. 日本・東京のデジタルノマドライフ】

- 東京は、安全性・快適性・文化的魅力の観点から評価されている
- 実態との乖離を埋めるため、東京でのノマドライフ経験者5名(フランス・カナダ・メキシコ・ギリシャ・イタリア)にインタビューを実施し、東京における指摘事項が可視化された

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ①物価、とりわけ宿泊費が高く、長期滞在に向いていない ②コミュニティ形成ができる施設の選択肢が少なく、コミュニティリーダーが不在 ③ノマド向けの情報を探しにくく、スタートアップ向けの環境が整っていない |
|--|

【4. 取組先進事例】

- 多くの国が、ノマドビザを発給し誘客促進を図る。物価や気候などの環境要因に依存する反面、無料コワーキングスペースや、交流イベント開催に取り組む地域もある（チェンマイ・マデイラ諸島・バンスコ・スペイン・エストニア等が先進都市）
- 一方で、日本国内の取り組みは、限定的。各地とも、観光客の質の重視やオーバーツーリズムへの一手として「地域の特色×長期滞在」を掛け合わせた独自スタイルを模索段階で、今後拡大が見込まれる

【5. 受入体制の実態把握】

- 制度面・ハード面・ソフト面それぞれで、東京は一定レベルの受入環境が整っているものの、デジタルノマドビザの手続き・情報の煩雑さが課題
- 東京都内には、多数のコワーキングスペースがある一方で、活発な交流促進機能を持った施設が少ない
- コリビング施設（共同生活を送りながら仕事をするための、シェアハウスとコワーキングスペースを融合させたような、新しい形の住居スタイル）の拡充が求められる

【6. 提言とまとめ】

本研究を通じて、東京が、他地域と連携しハブ機能を果たすことで、「目的地＝日本」となり、日本中をホッピングすることでデジタルノマドの体験をより価値あるものにできると明らかになりました。ハブ機能を強化させるための3つのポイントは以下の通りです。

- 東京がすでに持っているリソースの情報発信の最適化
- 各地のコミュニティと積極的に連携を図り、関係性作りを支援する
- デジタルノマドワーカーに適した宿泊施設の更なる環境整備

本編では、考えられる施策や詳細な調査内容についてまとめています。ぜひご参照ください。

共同研究報告書：[R6_TCVB_jointresearch_digitalnomads_250326.pdf](https://www.tcvb.or.jp/jp/project/research/theme/R6_TCVB_jointresearch_digitalnomads_250326.pdf)

TCVB 共同研究：<https://www.tcvb.or.jp/jp/project/research/theme/>

【本件に関する問合せ先】

■公益財団法人東京観光財団 総務部総務課（企画調査）小峯・井上

電話：03-5579-2680 メールアドレス：sanjyokaiin@tcvb.or.jp