

講義 4

“軽井沢ルール”によって作られた コロナ禍にもゆるがない軽井沢ブランドとは



Asami Kudo

講師：一般社団法人軽井沢観光協会 事務局長

工藤 朝美 氏

◎Profile

1959年生まれ。建設コンサルタントを経て、1989年に軽井沢町役場に土木技術者として入庁。公共下水道ライフラインの建設、新幹線開業に伴う軽井沢駅周辺の都市計画、公共工事の適正化法案実施に際し、入札と契約業務に従事。2015年から上下水道課長、観光経済課長を経て現職。

大正、昭和時代にすでに始まっていた 軽井沢のリゾートテレワーク

今日は軽井沢観光協会の事務局長の立場から、「軽井沢ルール」によって作られたコロナ禍にもゆるがない軽井沢ブランド」についてお話をしたいと思います。

まず、軽井沢町についてご紹介します。江戸時代は江戸からの交通で栄えた場所で、中山道の六十九次の中の18番目の宿場町です。この地域には沓掛、追分、軽井沢と三つの宿場町があり、歌川広重の画にもこのように描かれ、江戸時代は参勤交代が通る宿場町として栄えました(図1)。

冬は非常に寒く、夏は逆に涼しすぎて植物があまり育たず、高原野菜はできますが、果物やお米は作っていません。明治維新になると中山道を使った商人の行き来がなくなってしまい、かなり疲弊した時代が続き

図1

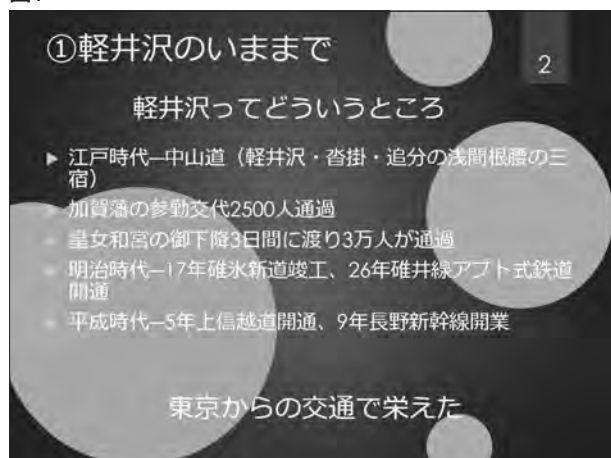


図2



ました。

1884年(明治17年)に碓氷新道^{うすい}が竣工、1893年(明治26年)には碓氷線のアプト式鉄道が開通しました。平成に入って、1993年(平成5年)の上信越道の高速道路開通や1997年(平成9年)の長野新幹線開業などによって、東京からの交通で栄えました。

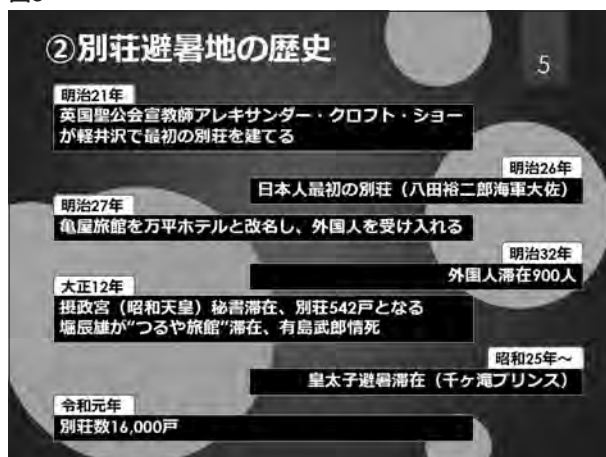
明治時代に入り参勤交代がなくなって、疲弊した時に軽井沢ブランドの位置づけのきっかけとなる出来事が起こります。それが、英国聖公会宣教師アレキサンダー・クロフト・ショーが、布教の帰りに立ち寄ったことです。ショーは「軽井沢が気持ちを爽快にさせる空気である」ということで1888年(明治21年)に初めて別荘を作り、ここから軽井沢の別荘の避暑地としての歴史がスタートしました。これが、ショーが建てた別荘のショーハウスです(図2)。

その後、他の英国の宣教師も別荘を建て始めると、日本の財界人もこぞって建てるようになりました(図3)。1893年(明治26年)には、日本人として初の別荘第一号を八田裕二郎海軍大佐が建てました。

八田大佐はイギリスに留学しており、その時に欧州の文化を学んで日本に帰ってきました。帰国後、精神的に疲弊したので、群馬の霧積温泉で療養をしていたところ、たまたま軽井沢の別荘の人たちが食べている肉や牛乳が出され、それが発端で軽井沢を訪れたことが別荘建築のきっかけです。1923年(大正12年)になると、542戸の別荘が建てられました。

昭和になってからは、当時の皇太子(現・上皇陛下)が避暑で滞在するようになりました。2019年(令和元

図3



年)の別荘の数は約16,000戸に増えています。

軽井沢町の歴史的背景をまとめると、このようになります(図4)。軽井沢に宣教師が来て別荘ができ、その後に日本人の財界の方たちがたくさん別荘を作ったことが今の軽井沢の別荘文化を生みしました。

別荘文化の背景となるのが、2番目の項目にある「軽井沢町の自然保護対策要綱」と「軽井沢町の善良なる風俗を維持するための要綱」です。後で詳しくお話しますが、軽井沢町の気候風土や景観をこれから守っていきましょうというもので、これらが基本的には軽井沢ルール、あるいは軽井沢ブランドを発展させ、この2つの要綱がなければ、観光立町としての今の軽井沢町はないと言えます。

また、軽井沢はいち早く拠点居住が始まった場所でもあります(図5)。東京の都心に住む政財界の方たちが、明治の終わりから昭和にかけて別荘を作り始めるようになりました。

図4

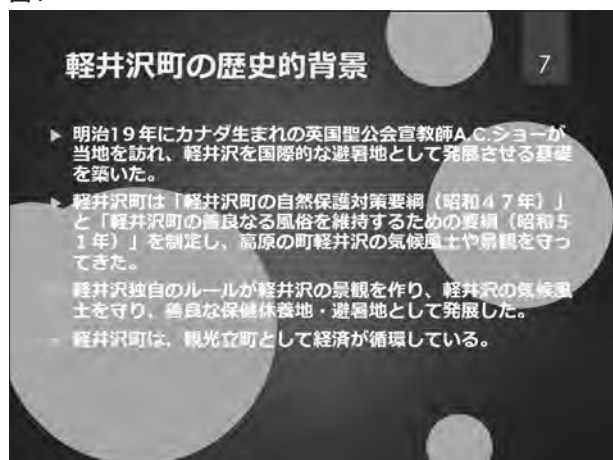
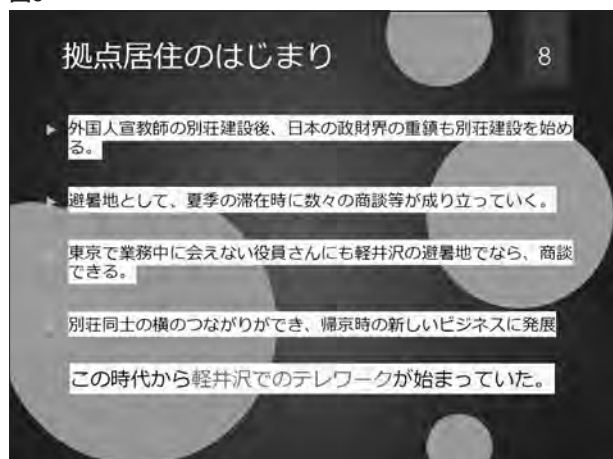


図5



東京では分刻みで動いている政財界の方たちは一時的に夏の間、軽井沢で和やかな気持ちで滞在し、業務中にはめったに会えない人たちと商談を重ねていました。避暑で滞在している時に商談が成り立っていくわけです。別荘を建てるのはある程度富裕層の方たちなので、そうした人たちの横のつながりができ、それがコミュニティの文化として成り立っていきます。

軽井沢で生まれた横のつながりが東京で新しいビジネスに発展することもあり、大正、昭和の時代からすでに軽井沢ではテレワークが始まっていたと言えます。

避暑地として別荘地が増え、軽井沢観光の基礎を作った「サロン文化」

第一次世界大戦の影響を受けて、軽井沢では好景気で別荘がどんどん建ち、明治から大正にかけて、このような日本人フロンティアによる開発が行われました(図6)。

1897年(明治30年)頃から別荘がどんどん増えていき、日本人の有産階級の人々が盛んに訪れるようになります。1915年(大正4年)の野沢源次郎の別荘開発は、軽井沢の今の高級別荘地の源を作ったと言っても過言ではないと思います。この時代のフロンティアが分譲した区画はいまだに残っており、軽井沢の中でも高級別荘地となっています。

1906年(明治39年)の旧三笠ホテル開業はかなり大きい出来事であり、軽井沢の観光資源の基礎となる

図6



「サロン文化」が確立されたと言えます(図7)。これは、今の私どもの観光の中で一つの大きな要素になっています。旧三笠ホテルは渋沢栄一や大隈重信、有島武郎といった政財界の重鎮や文化人が宿泊し、その時代としては華やかな交流が行われていて軽井沢の鹿鳴館という位置づけでした。

現在の別荘の量と数を、昭和の戦後時代と比較したいと思います(図8)。1960年(昭和35年)の別荘の数は2,195戸、会社の寮と学校寮を合わせた総数は2,353戸でしたが、いざなぎ景気などで約3倍に増え、1980年(昭和55年)には別荘が7,631戸、総数で8,353戸になりました。

バブルの段階でまた別荘が増え、新幹線が1997年(平成9年)10月1日に開業した時から徐々に増えていき、2010年(平成22年)で総数が約1万5,000戸と、ある程度の数が高まりました。2020年(令和2年)は、総数で16,312戸でした。

図7



旧三笠ホテル
サロン文化の発祥

図8

別荘・会社寮・学校寮の状況 12

単位:戸

	別荘	会社寮	学校寮	総数
昭和35年	2,195	137	21	2,353
昭和45年	4,674	357	64	5,095
昭和55年	7,631	647	75	8,353
平成2年	11,473	341	116	11,930
平成12年	12,642	381	116	13,139
平成22年	14,643	297	100	15,040
平成30年	15,882	258	89	16,229
令和元年	15,965	258	89	16,312
令和2年	15,973	249	90	16,312

2020年1月現在

現在、軽井沢町の人口は約2万人で世帯数は1万世帯を切っており、その中で別荘と寮の総数が約1万6,000戸というのはかなり多く、軽井沢の特色でもあります。

観光客数の状況を振り返ると、1960年(昭和35年)は約230万人でした(図9)。いざなぎ景気が終わり、オイルショック後の昭和50年代に入ると736万人に増えました。バブルの時期には850万人が来ていました。

それからちょっと停滞する時期がありましたが、2018年(平成30年)には約870万人に戻っています。この約870万人はほとんど日帰り、データをしっかり取っていないのですが、そのうち約260万~300万人が宿泊客だと思います。また、2018年(平成30年)にはインバウンドが20万人に増えました。コロナ禍の影響で2020年(令和2年)は485万人に激減しました。

軽井沢が避暑地として成り立っていく中、最初に訪れた宣教師、次に増えてきた別荘のお客や観光客に対する地元住民の立ち位置ですが、生活を支えるお世話係として活動してきました。これが今の別荘文化を支えている根源になっています。

別荘は単に不動産を分譲するだけではなく、その別荘のオーナーと不動産業者は建てた後も、オーナーが亡くなって、その孫の代になるまでお付き合いをしています。今でも不動産業者に聞くと、東京から別荘オーナーが金曜日に来られる時に「買い物をこれだけお願いします。冷蔵庫に入れておいてください」といった頼まれごとをされるといって、こうした仕事は、当たり前ようになってきています。

建設業やメンテナンスや掃除、庭師なども同様で、

図9

観光客数の状況 13

単位:千人

	春 (3~5月)	夏 (6~8月)	秋 (9~11月)	冬 (12~2月)	総数
昭和35年	125 (5.4%)	1,582 (68.8%)	308 (13.4%)	284 (12.4%)	2,299
昭和45年	397 (9.0%)	2,985 (67.4%)	750 (16.9%)	295 (6.7%)	4,427
昭和55年	653 (8.9%)	4,692 (63.7%)	1,543 (21%)	473 (6.3%)	7,361
平成2年	1,070 (12.6%)	5,038 (59.3%)	1,763 (20.7%)	629 (7.4%)	8,500
平成12年	1,012 (12.6%)	4,485 (56.1%)	1,820 (22.8%)	679 (8.5%)	7,996
平成22年	1,024 (13.2%)	4,012 (51.6%)	1,949 (25%)	792 (10.2%)	7,777
平成30年	1,197 (13.7%)	4,402 (50.5%)	2,105 (24.2%)	1,013 (11.6%)	8,717
令和元年	1,255 (14.9%)	4,127 (49%)	2,023 (24%)	1,011 (12%)	8,416
令和2年	270 (5.6%)	2,180 (44.9%)	1,777 (36.6%)	625 (12.9%)	4,852

不動産業と同じく長年にわたってお世話係として生活しています。なので、軽井沢は、第三次産業の従事者が8割と非常に多く、産業も別荘文化を背景として成り立ってきています。

昭和の高度成長期に自然保護対策要綱を制定、無秩序な開発を防ぐ

昭和40年代の日本は高度成長期で、軽井沢の別荘建設にも拍車がかかりました。無秩序な乱開発を防がなければいけない、それには規制をかける形が一番ということで、軽井沢町が1972年（昭和47年）に制定したのが「軽井沢町の自然保護対策要綱」です。この要綱は行政だけで作ったのではなく、別荘に来られるいろいろな文化人や財界の方と話し合い、アドバイスをいただきながら作ったと聞いています。

主な規制内容ですが、別荘の分譲一区画を1,000平米以上にするという決まりを作りました。300坪以下は分譲しないという形です。また、建物の階数は2階建て以下という決まりも作りました。

建ぺい率の制限は通常25%ですが、一区画の建ぺい率は20%という決まりも作りました。1,000平米の敷地に200平米の家しかできないので、2,000平米、3,000平米と、非常に広大な土地を購入して大きな別荘を建てる方もいました。建物の高さは10m以下としました。階数に加えて、高さを制限することで景観を保ち、緑も非常に美しく見えるということです。

軽井沢の総合都市計画図を見ると、軽井沢・中軽

井沢・追分が商業地域になっていますが、今お話しした規制をかけたのはその周辺に広がる広大な別荘地で、このエリアに規制をかけて自然を守ったことが最終的な軽井沢ブランドの維持につながっていくわけです。

その他、道路からの後退距離や屋根の勾配などもしっかり規制しています（図10）。建物の色も基本的に原色はダメということで、セブン-イレブンの外観も普通のとは違って茶色だったり、ローソンの青もちょっとくすんでいたりします。

環境の保持に関して必要な事項を定め、土地の自然を守る規制の他に、まちの秩序を守る規制も作られました。それが1976年（昭和51年）に制定された「軽井沢町の善良なる風俗を維持するための要綱」です。観光客と、静養や休養を求める別荘の皆さんとの調和を図りながら、軽井沢の風俗を守ろうという形です。町民も別荘の利用者も、全ての方たちに明確化した秩序の守り方をお願いしました。

例えば、セブン-イレブンなどのコンビニやスナックの営業は夜11時まで、夜はパジャマや浴衣でまちなかを歩かないでくださいといった規制をしています。全ては別荘の方たちと地元の皆さんがしっかりした秩序で交流していくために作られた要綱です。

自然保護対策要綱の制定以降、我々行政マンはバブル全盛期もこの要綱を貫き通しました。バブル時代の土地買収や建物の建設はすごく多かったのですが、建物が乱立することはありませんでした。

軽井沢では不自由さに魅力を感じるような建物の作りや土地利用などを行ったわけです。それが最終的に別荘移住者のステータス確立につながり、別荘スタイルに憧れて観光客が増加していきました。

コロナ禍で2拠点居住者が増加、子育て世代を中心に約600人増

軽井沢はこれだけ規制をかけてきたにもかかわらず、なぜブランド性が確立されてきたのでしょうか。コロナ禍の3年ぐらい前、ヨーロッパから私どもの協会にグランピングの開発をしようとするイタリアの会社の方が来られました。

図10

参 考	具体的な規制内容①		
	一種低層 無指定	一種住居	近隣商業
一区画の面積	1,000㎡	300㎡	適用除外
建ぺい率	20%以下	60%以下	80%以下
容積率	50% 20%以下	200%以下	200%以下
建築物の階数	2階	同左	3階
建築物の高さ	10m	同左	13m
建築物の屋根	屋根勾配2/10 軒出50cm	同左	屋根勾配1/10
建築物の色	明度7以下 彩度4以下	彩度4以下	同左
道路等からの後退	5m	2m	できる限り後退
隣地等からの後退	3mかつ高さの 1/2	1m	できる限り後退

実現はしませんでした。その会社オーナーに「なぜ軽井沢なのですか」と聞いたところ、「ヨーロッパでも一番規制が多いところにグランピングの場所を決めている」という答えが返ってきました。「規制が厳しい場所は、その規制があることが一つのブランドになり、お客様はそこにきてグランピングを体験したくなる心理が働く」ということで、軽井沢はそういう意味で適していると言われました。

その話を聞いて「軽井沢でやってきたことはやはり間違いではなかったんだな」と、行政の立場として思いました。自然保護対策要綱を制定することで、別荘スタイルに憧れて訪れる観光客が増加していったわけです。

今回のコロナ禍の影響でいろいろな観光地は疲弊しており、人の移動は妨げられ、規制されています。現在の軽井沢も、マイナス面としては観光収入が昨年、一昨年から激減しています。今、インバウンドは全然入ってきていません。

ただ、幸いにプラス面もあります。東京からの距離が近い別荘地であることから、非常に不動産取引が活発になり、2拠点居住が増加していることです。昨年の3月から今年の5月までの間に、約600人の移住者が増えました。

この600人の内訳は、主に30代、40代の子育て世代の富裕層の方たちです。銀行で話を聞くと、主にIT系の方たちが多く、年収は2,000万から3,000万円ぐらいで、子育てをしながらこちらでテレワークをして生活をしているということです。

このプラス面を、観光にこれからどう生かしていったらいいかということですが、コロナ禍で見えてきた新しい観光のあり方を、我々はしっかり考える必要があります。インバウンドの増加に伴い、コロナ禍前は過度にその需要に依存していました。地方の観光は今後新しく、インバウンドがいなくても成長ができるような観光ニーズの創造が必要と考えられます。コロナが収束した後も、休暇中に旅先で仕事ができるワーケーションのような、滞在目的を持った商品造成をこれから考えていべきということで、軽井沢ではすでに動き始めています。

「軽井沢は別荘地であり観光地ではない、しかし別

荘地を下支えしているのは観光業」というのが、私たちの考えです。以前のような観光形態はもう戻ってはこないという中で、これからも軽井沢町は2拠点居住の別荘文化を継承し、自然の恵みと人々の営みという軽井沢の潜在能力を、しっかり観光に生かしていきたいと考えています。

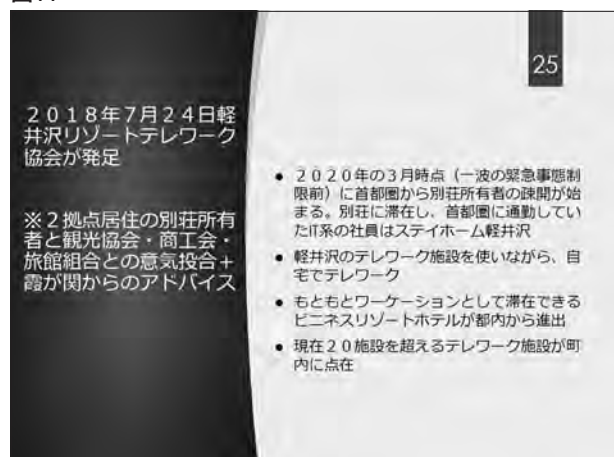
コロナ禍前にリゾートテレワーク協会を設立、多様な拠点が26カ所に

コロナ禍前の2018年（平成30年）7月24日、軽井沢リゾートテレワーク協会が発足しました。2拠点居住の別荘所有者と観光協会、商工会、旅館組合が一体となって、リゾートテレワークの協会を作りました（図11）。

ここに「霞が関からのアドバイス」とありますが、別荘に滞在する財界のお客様の中に、総務省など霞が関とパイプを持つ方たちがいたので、その方たちとお話をした中で、「軽井沢にテレワークの拠点を作しましょう」という話が出てきました。これも、やっぱり別荘文化があったからだと思います。

私は当時から軽井沢リゾートテレワーク協会の事務局長を務めていましたが、正直言ってコロナになるまではあまり実感がなく、コロナになってから急にテレワークという言葉が注目され、昨年、一昨年は拠点施設がかなり増えました。今では、ドロップインやサテライトオフィスなど多様な形態のテレワーク施設が26カ所あり、利用しているお客さんも多いです（図12）。

図11



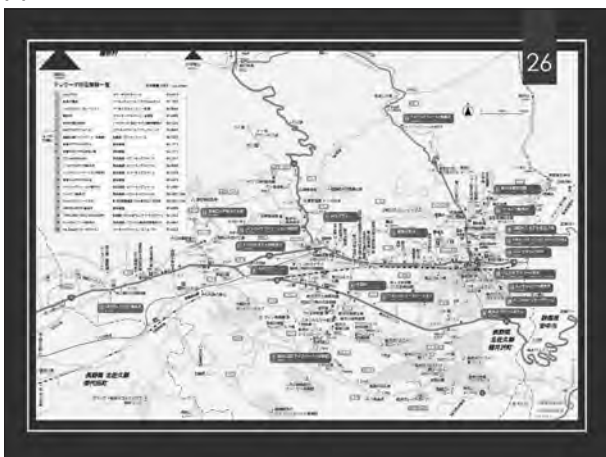
緊急事態宣言が出たり、外出規制がかけられている企業がある中で、これだけのテレワーク施設が稼働しているのは信じられないという方もいると思いますが、これらの施設は新しく移住してきたIT系の方や、以前からいる別荘の方たちが利用しています。今日は自宅で奥さんがオンライン会議をしているので、旦那さんはテレワーク施設で仕事をする、といった使われ方をしています。

軽井沢をこれからのリゾート地にするには、ワーケーションの受け入れをしっかりと行いながら、観光にも生かしていきたいと思っています。これまでは軽井沢に目的なく訪れ、「どこか観光するところないですか」と聞かれるお客さんが多かったのですが、やはりこれからは目的を持ちながら軽井沢に来ていただけるよう、自然体験や歴史文化、学びを取り入れたものということで、軽井沢町エコツーリズム推進協議会を立ち上げました。

先月に環境省から認可をいただいたので、エコツーリズム的な要素とワーケーション的な要素を連携させ、しっかり長期滞在につなげていきたいと考えています。

それには、いろいろな形が考えられます(図13)。軽井沢は、冬場のウインタースポーツが充実しています。カーリングやホッケーが盛んで、スピードスケートのリンクも大会ができるだけのスペースがあります。そうした素材を生かして町民にも参加いただき、企業の皆さんがワーケーションをしながら長期滞在ができるようなプランを今、地元のホテル協会の皆さんと考えながら造成しています。

図12



最後のまとめになります(図14)。明治から栄えた別荘文化、1972年(昭和47年)に作られた軽井沢ルールや軽井沢ブランドを継承していくため、避暑地としての歴史が成り立ってきた観光の基礎を基盤に、ツーリズムを推進していきたいと考えています。

具体的にはワーケーションなどを通じて、歴史と文化を学べるような観光の商品造成を行っていきたいということです。それには観光業と商工業、農業など様々な団体、行政が連携しながら、垣根を越えて結集して地域を活性化し、新しいツーリズムを目指していくことが重要ではないかと思います。

軽井沢リゾートテレワーク協会は、行政の支援は一切いただいておらず、民間主導で動いています。現在、「軽井沢リゾートテレワークデイズ」という日を月に1回設け、地元の人や東京から来るお客様とコミュニケーションを取りながら、ワーケーションを推進しています。

地元の方たち、ホテル協会や旅館組合の皆さんと

図13

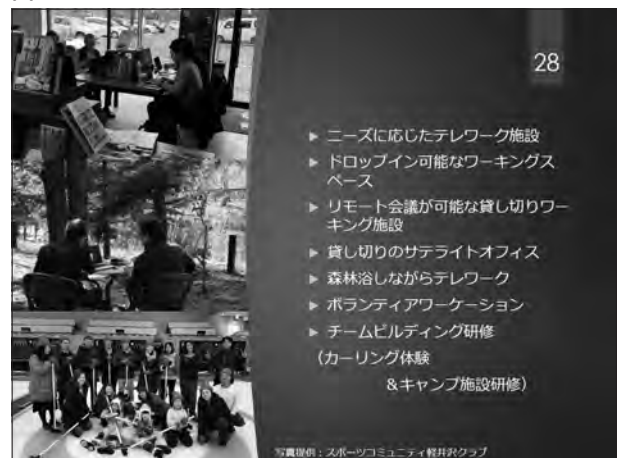
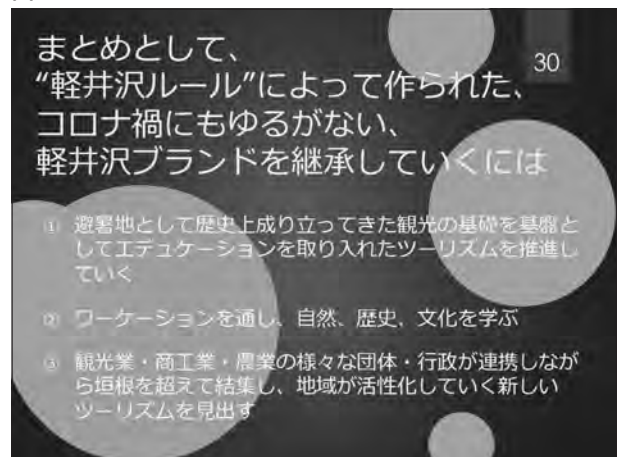


図14



横の連絡が非常にうまく取れています。そういったつながりを大事にしながら、これからも軽井沢観光協会と行政がうまく連携していければと思います。軽井沢ブランドは別荘文化を背景に、今も昔と変わらないコミュニティを保ちつつ、新しい観光を取り入れていこうとしています。

質疑応答

福永 おそらく軽井沢に行ったことがあるという方も多いかと思いますが、改めてお話を聞くと、軽井沢の景観や街並みを作るためにかなり厳しいルールが作られていることがわかんと思います。夏の一定期間は工事をしてはいけないそうですね。

工藤 そうです。7月25日から8月31日までは工事自粛期間という形で、お願いしています。

福永 そういう徹底した取り組みもすごいと思います。また、アウトレットやホテルなどの施設を目的に軽井沢に来る方ももちろんいると思いますが、どちらかというと、軽井沢に来てゆっくりお茶をしたいとか朝ご飯を食べたい、散歩したいなど、軽井沢の雰囲気を楽しむ過ごし方、ライフスタイルに憧れ、体験しに来る人たちが多いのかなと思います。

別荘と観光との関係も、今までの議論の中では別々に捉えられるところがありましたが、密接に関係しているというのも面白いと思いました。

工藤 軽井沢には別荘の皆さんだけ、地元の人たちだけのコミュニティが当然ありますが、地元の人と別荘の方が混ざり合うコミュニティもあります。明治時代から受け継がれてきた伝統で、私がよく表現するのは「適度な距離感がある」ということです。相手の心に土足で入り込まないようなマナーを、別荘の人から歴代にわたって学んでいるので、絶妙な立場の距離感があり、それが今の軽井沢ブランドにもつながっているのではないかと思います。

福永 別荘地だとしても、地元の方と別荘の方の間に壁や距離感があったり、逆に移住すると地元の方との濃密なお付き合いに疲れてしまうということがありますが、軽井沢の場合は適度につかず離れずの良い関係があるということですね。

工藤 そうです。僕も経験がありますが、他の地域に3カ月ぐらい仕事に行った時、そこに移住した人たちから「これは違うよ」とか「こうだよ」「これはこうしなくちゃいけない」と結構きつい言い方をされるという話を聞いたりします。説教されるように言われることもあるようですが、軽井沢は暗黙の了解みたいなルールをお互いに持っているんで、意外とそういうところがないんです。

芸能人の方が結構近くにもいますが、普通に接していて、サインをもらうとかそういうこともしないです。芸能人がいたりするのも、すごく自然なんですよね。

福永 なるほど、よくわかります。また、コロナ禍で需要も高まり、追い風になってきたのがリゾートテレワーク、ワーケーションですね。これについてご質問をいただいています。拠点が26カ所あるとのことですが、それぞれの拠点は民営の独立採算なののでしょうか。公共で施設を整えた場所はあるのでしょうか。

工藤 公共で整えた施設は1カ所もないです。この26カ所ははっきり言うと、企業の皆さんの宣伝ツールです。例えば三菱地所のテレワークオフィスは、森の中で仕事ができる環境をサテライトオフィスとして都内から来るお客さんに提供しています。そこで採算はまず取れないのですが、三菱地所は南紀白浜の次の場所として軽井沢を選び、それを企業宣伝ツールとしているということです。

施設を利用する人たちはIT系の別荘の人が多く、そこで循環しています。テレワークだけで採算が取れることはまずないと思います。ホテルも同じく宣伝ツールとして、テレワークができてワーケーションができますというのを売りにしながらお客さんと呼んでいます。

福永 今年5月から軽井沢では「軽井沢リゾートテレワークデイズ」というイベントが始まり、私も参加しました。この取りまとめはどのようにされてらっしゃるのでしょうか。

工藤 軽井沢では企業の役員の方たちが部署の皆さんを連れてきて、チームビルディングを行ってチームワークを養ったり、企業研修をする方たちもいます。あとはIT系を中心にフリーのクリエイターが東京から来ることも多いです。

そういう人たち、それぞれに合った仕事ができる場

所があるんですね。26カ所の個性が程よく分散しているという感じでしょうか。ノマドの人はここに行ってください、研修で2日間借りたい人はここにあります、と案内できるのは、軽井沢の強みだと思います。

軽井沢では昔から多様性と言われますが、我々協会のほうでこういうものを作ろうと思ってやったことはなく、「この施設をこういうふうにしてください」という形もとっていません。各企業がそれぞれの思いで作った場所が、たまたま多様なニーズに応えられる場所になっていると思います。

また、一から新しく施設を作ったことはほとんどないです。ずっと使っていなかった青山学院の寮を、民間が開発するとか、空き家になっていたレストランを三菱地所が改装したというようなケースが多いです。

福永 非常にユニークなのが、テレワーク施設として、ホテルや飲食店などはよく聞きますが、本屋さん、花屋さん、古民家、キャンプ場など、施設のタイプが非常に多様で、しかもどこもデザインセンスが高いですよ。

工藤 人口2万人ぐらいの田舎の町がなぜそれができるかというと、やはり別荘のお客さんがおしゃれだからなんですね。TSUTAYA系列の軽井沢書店では、本を買ったらコーヒーとケーキを食べながらその本を読んで、ついでにメールチェックという方たちがいっぱいいます。

またはお花など何か物を買に行った時に、そこでお茶を飲みながら店のオーナーと話をするのが楽しみだったり。そういうオーナーやマネージャーが、人間をつないでいるんですよ。

単に物があるから行くのではなく、人に会いに行くというのが非常に軽井沢では多いです。別荘の人を紹介していただいたり、いろいろなクリエイターの人を紹介していただくなど、そういうコミュニケーションが取りやすく、それでお店がどんどん増えていくのが一つの特徴かもしれません。

福永 今のお話を聞いていると、やっぱり現代版のサロン文化があるのだなと思います。

工藤 まさにそうです。やっぱり人の横のつながりで

すね。また来年、同じ時期にここに来たいというのがリゾート地だと思います。観光は単なる物見遊山で、1回行ったら来年は別の場所に行こうとなりますが、リゾートは人とのつながりでまた来年、あるいは来月、冬も「ここに来よう」となります。そういったものを、これからもしっかり根付かせたいと我々観光協会は考えています。

福永 若いIT系の移住者が増えている話について、ご質問をいただいています。近年、自治体を実施するワーケーション事業が多く、都市部の企業誘致を行う地域も見受けられます。軽井沢では企業誘致は行っていますか、とのこと。

工藤 長野県には77市町村がありますが、県内でうちの町だけが企業誘致をやっていません。人口が増えていますので、移住してくる人たちについてもある程度、一定の制限を敷かせていただいています。

福永 ありがとうございます。最後に皆さんにお伝えしたいことはありますか。

工藤 早くコロナ禍が収束して、東京から来るお客さんで新幹線が満員になることを願っております。もうそれだけです。今年の夏も緊急事態宣言が出てちょっと厳しいですが、軽井沢は観光あつての町なので、今年の夏以降に回復すればいいなと思っています。

「軽井沢リゾートテレワークデイズ」は毎月第2木曜日に開催しています。検索していただくとホームページがありますし、どなたでも気軽に参加できます。参加費は無料です。

福永 様々なリゾートテレワークの参画施設を回れて、オーナーの方ともいろいろとお話できるのも楽しいです。外向けの意味合いもあると思いますが、地域内の方たちがお互いの施設を知るという意味でも有意義だなと思いました。私は日帰りで参加しましたが、全部回り切れないくらいで、夏休みなどに軽井沢でワーケーションをしたいなと思いました。

7月19日には軽井沢で現地研修を行います。旧軽井沢銀座通りにある軽井沢観光会館の2階にドコモさんが整備したテレワーク施設があり、そこを借りて開催する予定です。ありがとうございました。

