

サウナを活用した地域活性化策のポイント

～ 山梨県、鳥取県、山形県西川町の取り組みから ～

調査研究部 研究員 渡邊 大智

1 本調査の背景と目的

近年のサウナブームを背景に、サウナを活用した地域活性化策に取り組む自治体が現れてきている。サウナは、温泉がなくても導入や活用が可能であることから、自治体の規模の大小を問わず比較的取り組みやすい。また、アウトドアサウナ¹に代表されるように地域の景観や水などの自然資源との相性も良いことから、交流人口拡大の新たな手段として自治体が寄せる期待も大きい。

一方、サウナを活用した地域活性化の取り組みは未だ途に就いたばかりであり、取り組みの成果や地域活性化のために必要な施策の方向性が明らかになるのはこれからである。

本調査では、上記の問題意識を踏まえ、近年注目を集めているサウナを活用した新たな地域活性化策の可能性について検討すべく、ヒアリング調査を行う。

1-1 サウナ人気の高まり

サウナが日本で普及する契機となったのは、1964年の東京オリンピックである。フィンランド選手団が選手村にサウナを持ち込んだこと

が注目を集め、首都圏を中心にサウナを設置する施設が増加し、第1次サウナブームと呼ばれた。第2次サウナブームは、1990年代からの温浴施設ブームにあわせて起きた。全国でスーパー銭湯などの建設が増加し、同時にサウナの設置が進んだ。近年は、サウナをテーマとした漫画「マンガ サ道」が、2019年7月にテレビドラマ化されたことをきっかけとしてサウナの人気が増大した。「サ活(サウナ活動)」や「サ旅(全国各地のサウナ施設を巡る旅)」を楽しむ人が増加し、第3次サウナブームと呼ばれるほどサウナの人気が高まっている。

サウナは、高温のサウナ室で汗をかいた後に水風呂で体を冷まし、外気浴をする温冷交代浴が一般的な入浴法だ。温冷交代浴を繰り返すことで得られる、心身ともに整った状態や快感のことを指す「ととのう」という言葉が流行し、2021年の「ユーキャン新語・流行語大賞」にノミネートされた。ストレス社会、情報社会といわれる現代において、サウナによるデジタルデトックス(デジタル機器と距離を置くこと)やマインドフルネス、疲労回復などの効果は多くの人を魅了し、熱狂的なファンを増やした。

全国のサウナ風呂数の状況について(図表

1 野外で楽しむサウナ体験のこと。野外に設置されたサウナに入った後、水風呂の代わりに川や湖、海に飛び込むのが一般的。山梨県では、「自然サウナ」と呼ぶ。

1)、2022年度の公衆浴場²は23,694施設あり、そのうちサウナ風呂は1,563施設となっている。全国の公衆浴場に占めるサウナ風呂の割合推移をみると、2020年度までは6.0%を下回る水準で推移していたが、2021年度以降、上昇傾向にあることが分かる。公衆浴場数は7年間で約2,000施設減少している一方、サウナ風呂数はおおむね維持されており、特に2020年度から2022年度の3年間では約200施設増加するなど、サウナ人気の根強さが窺われる。

図表1 全国の公衆浴場に占めるサウナ風呂の割合推移



出典：厚生労働省「衛生行政報告例」

1-2 新たな地域活性化策として

期待されるサウナ

サウナ人気の高まりを受け、サウナ活用による地域活性化の取り組みを行う自治体が出てきている。

例えば、大分県豊後大野市は、2021年7月18日に「サウナのまち」を宣言し、サウナを活用した町おこしに取り組むことを発表した³。

同市は、温泉が有名な大分県にありながら温泉がない。そのディスアドバンテージを逆手に取り、豊富な自然を活かしたアウトドアサウナを新たな観光資源として地域活性化につなげることを目指した。

図表2 サウナを活用した地域活性化に取り組む自治体

開始年	自治体	取り組みの概要
2020年	北海道 十勝	「十勝サ国プロジェクト」を発足。十勝の自然環境を活かしたサウナ体験を提供。
2021年	大分県 豊後大野市	「サウナのまち」を宣言。テントサウナの活用などでアウトドアサウナを推進。
2021年	山梨県	「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」を発足。アウトドアサウナの聖地化に向けた施策を展開。
2021年	北海道 札幌市	テーマは「サウナの街さっぽろ」。日本最大級の屋外サウナイベントを開催。
2021年	鳥取県	キャッチコピーは「ととのうとっとり」。モデルコース公開などでサウナツーリズムを推進。
2023年	山形県 西川町	合言葉は「ととのうなら西川」。町のサウナ施設改修や、かせぐ課NFTサウナ係の設置など、サウナ推進に取り組む。

出典：ONE SAUNA (2022). 「サウナを使った地方創生・町おこしの可能性と参考事例5選」。

<https://onesauna.jp/sauna-produce/blogs/media/machiokoshi>, (2024年11月21日参照)

2 公衆浴場法における、公衆浴場の定義は「温湯、潮湯又は温泉その他を使用して、公衆を入浴させる施設」。一般公衆浴場(銭湯)とその他の公衆浴場(温泉浴場、健康ランド、スーパー銭湯など)とに分類され、サウナ風呂は後者に該当。

3 大分県豊後大野市公式サイト。「サウナのまち」
https://www.bungo-ohno.jp/categories/gaiyou/si_kankou/sauna/、(2024年11月1日参照)

具体的には、協議会を設立して情報発信を行ったり、テントサウナや小屋サウナでの集客を行ったりするなど、アウトドアサウナを推進している。

このように自治体などが主導してサウナを活用する取り組みが出現し(図表2)、サウナが新たな地域活性化策として着目されている。

1-3 本調査の目的

近年、注目を集めているサウナを活用した新たな地域活性化策についての検討を行う。

具体的には、サウナを活用した地域活性化に取り組む自治体にヒアリング調査を行い、サウナを地域活性化につなげるためのポイントを明らかにする。

2 事例ヒアリング調査

2-1 事例の選定

本調査で取り上げるのは、山梨県、鳥取県、山形県西川町にしかわまちの取り組みである。

山梨県はアウトドアサウナの聖地化に向けた戦略策定とプロジェクトの立ち上げ、鳥取県はサウナツーリズムの推進、山形県西川町はかせぐ課 NFT⁴サウナ係を設置してサウナイベントを自治体主導で開催している。サウナを活用した地域活性化策の検討にあたり参考になる点が多いと考えたため、調査対象とした。

2-2 山梨県

「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」



図表3 山梨県のサウナに関する取り組みと沿革

2021年	7月	「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」キックオフイベント開催
2022年	3月	「やまなし自然サウナ」サイト公開
		「やまなし自然サウナ聖地化戦略」公開
2023年	11月	県内高校生と製紙事業者が共同開発した和紙のサウナハットが「第31回全国高等学校生徒商業研究発表大会」で最優秀賞を受賞
2024年	3月	あしがわ 笛吹市 <small>ふえふきし</small> でサウナイベント開催(サウナ×郷土料理)
	9月	ふるさと納税の返礼品に「やまなし自然サウナ体験」追加

出典：筆者作成

4 Non-Fungible Token の略で、非代替性トークンと訳される。複製や改ざんがされにくい唯一無二のデジタルデータのことを指す。

(1) 山梨県のサウナに関する取り組み

サウナに着目した経緯

山梨県では、県庁若手職員と県内のアウトドアサウナ関連事業者で2021年に「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」を立ち上げた。山梨県をアウトドアサウナの聖地とすべく戦略を策定し、主にプロジェクトに加入している事業者（以下、パートナー企業）等の情報発信を主に取り組んでいる⁵。

サウナブームの到来とともに体験型コンテンツに対するニーズの高まりを踏まえ、新たな観光コンテンツの検討に着手した。山梨県は、観光資源である富士山や南アルプスをはじめとする景観、またその山々が育む上質な水がアウトドアサウナ体験において重要な役割（視覚的な癒し、クールダウン）を果たすことができる点に着目した。アウトドアサウナを全県に拡大することで観光の高付加価値化を図り、アフターコロナを見据えた強力な誘客コンテンツとして磨き上げるため、アウトドアサウナの聖地としてのイメージ定着を目的とした事業を開始するに至っている。

プロジェクト開始当初（2021年）は県内に17施設あったアウトドアサウナ施設数は、74施設（2024年7月時点）となり、4倍以上に増加した。アウトドアサウナは県内で着実に広がりを見せており、県としては取り組みに関する一定の手応えを得ている。

地域資源の活用

アウトドアサウナの聖地を目指すにあたり、県は「その地でしか体感することができないサウナ体験」を提供することが必要だと考えており、質の高いサウナ体験に各サウナ周辺地域の特性を組み合わせたアウトドアサウナを提供している。例えば、2024年3月に開催された芦川（笛吹市）のサウナイベントでは、テントサウナを安全に使用するための講習が実施された。その際に郷土料理のごぼう汁を提供する付加価値をつけた。地元で採れた新鮮なごぼうを使用したごぼう汁は、サウナで敏感になった嗅覚を刺激し、利用者の満足度を高めた。

県としては、今後もパートナー企業の地域資源活用の取り組みを積極的に発信する意向だ。さらに、活用可能性のある地域資源を県とパートナー企業で共有することで、付加価値向上の取り組みを促進していく考えだ。

プロモーション活動

ブランディングと認知度の向上を目的とし、2022年3月に「やまなし自然サウナ」サイトを作成・公開した。Webサイトでは、県内のアウトドアサウナをエリア別に検索できる機能を搭載している。また、山梨県の魅力として名水百選に選定された自然資源の紹介、さらに自然サウナのマナーや安全な入り方の啓発など、継続的に情報を発信している。また、やまなし自然サウナロゴマークを作成し、活用を事業者に促している。ロゴマーク（図表4）は、自然サウナの醍醐味である水と山梨の大自然のなかで行うサウナ体験を表現し、親しみやすさとリラッ

5 山梨県（2024）。「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」。
<https://www.pref.yamanashi.jp/kankou-sk/shizensauna.html>、（2024年11月7日参照）

クスした状態をイメージしたデザインとなっている。パートナー企業に対しては、プロジェクトの加入時にロゴマークの使用について案内をするとともに、パートナー企業が参加するイベントに対して、県が制作するロゴマーク入りのポスターを提供している。地域特性を活かしたサウナイベントやサウナ関連商品でロゴマークを活用することで、ブランド力の強化に取り組んでいる。

さらに、サウナに関心が薄い人を巻き込むことも必要だと考え、サウナ関連情報に接触するきっかけの創出を行っている。具体的には、山梨県のふるさと納税の返礼品として2024年9月から「やまなし自然サウナ体験」の取り扱いを開始している。県内の対象6施設で利用可能なサウナパスのほか、県内の高校生と製紙事業者が共同開発し「第31回全国高等学校生徒商業研究発表大会」で最優秀賞を受賞した和紙のサウナハット、やまなし自然サウナととのいプロジェクトのオリジナルステッカーの3点がセットになっている。返礼品として提供することで、サウナ無関心層にも認知してもらうことを期待している。

図表4 ロゴマーク[®] 山梨県



出典：山梨県

(2) 山梨県が認識するサウナの強みと課題

強み

山梨県が認識するサウナの強みは3点ある。

まず1点目は、プロジェクト発足のきっかけにもなった富士山や南アルプスをはじめとする景観とそれらの伏流水を源泉とした上質な水である。山々の素晴らしい景観を眺めながら外気浴でクールダウンできる点は、山梨県でのアウトドアサウナの大きな魅力であり、かつ最大の強みである。また、サウナにおいて水風呂の水質は重要視される項目のひとつである。山梨県が誇る自然資源を最大限活用できる点がサウナの特長だといえる。

2点目は、サウナは年間を通じ季節を感じながら楽しむことができる点である。夏は水風呂をより一層楽しむことができ、冬は外気との温度差が大きければ大きいほど心地よく感じるというサウナの特徴から人気である。さらにアウトドアサウナだからこそ、四季を映す景観や肌で感じる空気感など季節の変化を五感で感じることができる。季節を問わず、オールシーズン楽しめる点は観光資源としての強みとなる。

3点目は、都心からのアクセスの良さである。新宿駅から富士河口湖駅まで電車で約1時間50分という立地条件のため、首都圏からの誘客に利点がある。

課題

山梨県が認識するサウナの課題は2点ある。

1点目は、民間企業や県関連部署のサウナに対する理解醸成である。プロジェクト発足の際に、民間企業の巻き込みや県関係課（公衆浴場法所管課など）の理解を得るために調整が必要となった。アウトドアサウナの認知度がそれほ

ど高くなかったため、屋外のサウナや川に入
 ことを推奨することへの抵抗払拭や、河川法・
 公衆浴場法の確認など、対応が求められたという。

2点目は、他のサウナ施設との差別化である。
 全国的にサウナ施設が増えた現在、サウナで県
 内外から誘客するには、施設の魅力を向上させ、
 独自性を高めることで差別化を図る必要があ
 る。そのために、サウナ施設の周辺地域の特産
 品などのコンテンツとサウナを組み合わせる付
 加価値をつけ、「その地でしか体験することが
 できない」サウナ作りをしていくことが必要不
 可欠となっている。

(3) 今後の展望

山梨県は、現在サウナブームが下火になっ
 ているが、全国的にサウナ特化型の新施設が建設
 されるなど、既にサウナはひとつのカルチャー
 として根付いていると認識している。これまで
 は戦略の策定や関係組織の巻き込みなど県が先
 頭に立って取り組んできた。今後は、地域特性
 などを活かして、多様に運営しているパート
 ナー企業の情報発信を引き続き実施していくと
 ともに、認知度向上やブランド力強化に向けたプ
 ロモーションを中心に実施していくとのことだ。

2-3 鳥取県「ととのうとっとり」



図表5 鳥取県のサウナに関する取り組みと沿革

2020年	10月	いっこうがなる 一向平キャンプ場(国立公園内) にフィンランド式サウナ 「Nature Sauna」オープン
2021年	9月	サウナツーリズム推進の事業化
	11月	元地域おこし協力隊の五塔熱子 氏が「とっとりサウナCEA」に 就任 「ととのうとっとり」サイト公開
2022年	7月	サウナ旅「2泊3日モデルコー ス」公開
2023年	8、9月	サウナワーケーションモニター ツアー実施
	11月	日本サウナ学会総会と「ととの うとっとりサウナフェス」が皆 生温泉で開催
2024年	9月	「第6回サウナフェア」に出展

出典：筆者作成

(1) 鳥取県のサウナに関する取り組み

サウナに着目した経緯

鳥取県では、「ととのうとっとり」という
 キャッチコピーを掲げ、サウナツーリズムの推
 進に取り組んでいる。サウナ施設が多い県内市
 町村や、県産材でサウナを制作する県内企業と
 連携し、官民一体となってサウナツーリズムを
 推進している。

2020年10月に同県琴浦町にある国立公園内
 の一向平キャンプ場に、フィンランド式サウナ
 「Nature Sauna」がオープンした。国立公園内に
 常設のサウナ施設が設置された全国初の事例で
 ある。これをひとつの契機に県としてもサウナを
 観光振興に活かしたいと考えた。人口が全国最
 少である鳥取県において、観光振興による誘客や
 関係人口を拡大することは喫緊の課題である。
 そこで県は昨今のサウナブームも背景に、サウナ
 をフックとした誘客に着目したというわけだ。

2021年9月に補正予算を組んでサウナツーリズム推進を事業化した。具体的な取り組みとしては、公式 Web サイトでのモデルコース紹介やサウナイベントの開催、琴浦町の元地域おこし協力隊で熱波師の五塔熱子氏を鳥取サウナCEA⁶に任命するなど、情報発信に注力している。そうした取り組みはテレビなど多数のメディアに取り上げられ、2023年11月に開催された「ととのうとっとりサウナフェス2023」⁷には2日間で約1,000人の来場者が訪れるなど、大きな関心を集めている。

図表6 ととのうとっとりサウナフェス2023の様子



出典：鳥取県提供

プロモーション活動

鳥取県のサウナツーリズム推進に関する取り組みの中心は、情報発信・プロモーション活動である。

鳥取県では、サウナツーリズムを推進するにあたり、県民の理解向上・促進が必要だと考える。サウナへの理解がない無関心層に対しても、

サウナが単なる娯楽ではなく地域に対して効果（知名度向上、関係人口の創出など）をもたらすものであることを示し、理解を醸成することが重要だと考える。そこで、鳥取県は「ととのうとっとりサウナフェス2023」においてビギナー（サウナPR）ブースやグルメブースを設置した。サウナ愛好家のみではなくサウナを気軽に楽しめる環境づくりを進めることで、サウナへの理解醸成を図った。

また県内外への発信として、積極的に企業と連携した取り組みを行っている。例として、ジャパンサウナ部アライアンス⁸（以下、JSA）の共同代表を務める川田直樹氏を「とっとりサウナワーケーションプロデューサー」に迎えるなど、連携した取り組みを展開している。また、日本航空株式会社（以下、JAL）と共同で「サ旅」を推進する企画を行っている。県の垣根をこえた広域的なネットワークを作ることで、広域的な情報発信につなげるねらいもある。

さらに、サウナによって地域資源を活用する県内企業の後押しもしている。2024年9月に開催された「第6回サウナフェア」⁹に鳥取県内のサウナ関連事業者からなる「ととのうとっとりチーム」が出展した。鳥取県としては県内のサウナ事業者にPR・商談の場を提供し、県産材を使用したサウナ小屋やグッズの販路開拓を支援することが目的だった。参加企業は、商談を通じて、北海道の事業者との取引につながるなど、一定の成果があったという。

6 チーフ・エグゼクティブ・アウフギーサー（熱波師）の略。「ととのうとっとり」の広告塔的な役割を担う。

7 正しいサウナ浴の啓発を通じて国民の健康増進に寄与することを目的とした「日本サウナ学会総会」誘致に合わせて開催されたサウナイベント。鳥取県内企業が提供するオリジナルサウナ体験などを通してサウナと鳥取県の魅力をPRした。

8 サウナを通じた日本のビジネスシーン創出を目的とした企業連合である。

9 国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」内で開催された、サウナ事業者が出展し、様々な業種の来場者と商談できる展示会。

(2) 鳥取県が認識するサウナの強みと課題

強み

鳥取県が認識するサウナの強みは2点ある。

1点目は、サウナを起点にした企業とのネットワーク形成が関係人口創出につながることである。鳥取県は、JSAの会員企業であるコクヨ株式会社との連携やJALとのサウナイベントの企画、サウナフェアにおける商談・情報交換など、普段なかなか交流できないエリアや企業とのネットワークを形成してきた。

2点目は、鳥取県が誇る自然資源の魅力を五感で感じることができることだ。Nature Saunaについては、大山からの伏流水だいせんを使用した水風呂が人気となっている。大山を見たり登ったりするだけでなく、水の恵みを直に体感でき、都心のサウナでは味わえない非日常感がファン創出につながっている。

課題

鳥取県が認識するサウナの課題は2点ある。

1点目は、他の観光資源に比べ、サウナ単体での集客力が弱いことである。全国的にアウトドアサウナやサウナイベントが一般化した現在、「サウナイベント」というだけでは集客の面で苦勞することが増えた。特に県外などの遠方からの誘客が難しく、県内や近隣の岡山県、鳥根県などからの訪問がほとんどである。

2点目は、サウナイベントを複数回にわたり開催する際、公衆浴場法の制約を受けることである。サウナは公衆浴場として分類されるため、複数回のイベントを行う場合は許可申請が必要である。県としてはサウナイベント開催の障壁を低減すべく、許可申請制度の見直しを行った。例えば、今までイベント開催場所ごとに必要と

された許可申請を包括的に申請することができるようになった。

(3) 今後の展望

空前のサウナブームのなか、鳥取県としては、自然環境の魅力周知・宿泊施設の付加価値向上や関係人口創出のための手段として今後もサウナを活用していきたいとし、特に「人」や「企業」とのつながりを創出する可能性に期待しているという。

サウナは一定数のコアなファンも多く、そのなかにはビジネスパーソンやインフルエンサーなど、多方面で影響力を持つサウナファンが存在する。「人、企業とのネットワークの起点になれる」というサウナの強みを活かし、今後もサウナを入り口として連携を図る考えだ。

2-4 山形県西川町「ととのうなら西川」



図表7 山形県西川町のサウナに関する
取り組みと沿革

2023年	4月	水沢温泉館の改修完了 (リニューアルオープン)
	10月	かせぐ課準備室サウナ推進係の 設置
2023年	11月	西山杉を使用した移動式サウナの 製造・販売
2024年	3月	サウナ月山協議会の設立
	4月	モンテディオ山形との包括連携 協定 ----- かせぐ課 NFT サウナ係の設立
2024年	6月	「Cyber Security サウナ Japan Roadshow in 西川町」開催
	9月	月山湖ダムサウナオープン (～11/30迄)

出典：筆者作成

(1) 西川町のサウナに関する取り組み

サウナに着目した経緯

山形県西川町では、2024年4月に設置したかせぐ課 NFT サウナ係を中心に、サウナを活用した町おこしに取り組んでいる。

人口が5,000人未満である西川町では、新たな財源を確保し、持続可能な町づくりが大きな課題となっている。そのためのひとつの手段として、サウナによる地域活性化に着目し、富裕層と若年層をターゲットとした関係人口の創出と誘客の促進を目指すこととした。

はじめに着手したのが、第三セクター（西川町総合開発株式会社）が運営する水沢温泉館の改修（2023年4月完了）である。サウナ室を2倍に広げたほか、熱した石に水をかけて蒸気で発汗を促す「セルフウリュ」や外気浴を楽しめるテラスが新設されるなど、反響が大きい取り組みであった。サウナを改修する前は年間約

6万2千人であった利用者数が、改修後は同約9万人にまで増加し、現在も増え続けている。利用客数増加に寄与したのは主に町外のサウナ利用者であり、サウナによる誘客が功を奏した。地域住民からも「サウナの利用者が増えた」「若者を見ることが増えた」という声があり、町としてはサウナを活用した取り組みとして幸先の良いスタートとなった。

図表8 水沢温泉館



出典：筆者撮影

多様な産業との連携

その後はさらに取り組みを拡大すべく、2024年3月にサウナ利用客の町内での消費拡大を目的として、町内のサウナ施設や飲食店と連携を図るサウナ月山協議会を設立した。協議会は、町や月山朝日観光協会、西川町総合開発株式会社、町内の旅館、飲食店などで構成されている。西川町では、特にサウナと飲食店の連携が重要であると捉えている。町内の飲食店や水沢温泉館の食堂はサウナ利用者が少ない昼中心の営業となっているため、水沢温泉館のサウナ利用者のほとんどが町外の飲食店を利用している。今後は、サウナ利用客の需要に見合った飲食店の営業時間の見直しを図るなど、サウナでの誘客を町内の飲食店での消費拡大につなげる

ことが課題であり、協議会への期待は大きい。

また同年4月には、プロサッカーチーム「モンテディオ山形」と包括連携協定を結んだ。アンバサダーとして同チームの選手を任命したり、スタジアムに観光協会の移動型サウナが出展したイベントを開催したりしている。サウナを通じた自治体とスポーツチームの連携という自治体初の試みで相乗効果を生み出し、関係人口のさらなる拡大を目指している。

同年6月には、水沢温泉館でサイバーセキュリティをテーマとしたセミナーイベントが開催された。サウナ発祥地のフィンランドに本社があるサイバーセキュリティ企業からイベント開催のオファーがあったといい、サウナを推進する西川町が、サウナを起点として多様な産業・企業との交流を深めた。

このように、西川町では積極的にサウナと他産業の連携を行うことで、「サウナ×食」「サウナ×スポーツ」「サウナ×デジタル」といった付加価値をつけたサービスやイベントを展開している。

地域資源の活用

西川町ではサウナによる地域資源の活用にも注力し、町の魅力向上を図っている。

2023年、地元の西山杉を使用した移動式サウナの制作・販売を行った。地域材を活用したことで国の森林環境贈与税が交付され、制作費をまかなうことができた。最終的には月山朝日観光協会が落札し、売却金は町立病院の存続をはじめとする高齢者のための基金に充てられた。このように、地域資源を活用したことが財源の確保にもつながった。

また、町外の観光客に最も認知されている月山湖の大噴水を活用すべく、2024年9月に月山湖へ移動式サウナを設置し、湖を水風呂として活用する「月山湖ダムサウナ」をオープンした。ダム湖を水風呂としたサウナは全国的にも珍しく、話題性も大きいいため、誘客につながることを期待されている。

今後は、西川町で豊富に採れるきのこや山菜を活用し、ヴィーガン向けの「サ飯」¹⁰を開発するなど、インバウンド向けの施策も見据えており、サウナによる地域資源のさらなる活用拡大を検討している。

プロモーション活動

西川町がサウナの町だという認識を広げるべく、「ととのうなら西川」というキャッチフレーズを作り、いつでもどこでもサウナができるという情報を、町のSNSの活用や地域おこし協力隊との連携、広報誌の作成、イベントの開催などにより幅広く発信している。

特徴的なのは、水沢温泉館愛好者と西川町の町長がつながるグループLINEでイベント開催情報の周知やサウナに関する意見交換を行っていることである。前述のような幅広い広報活動から一歩踏み込み、コア層に直接アプローチしている点が象徴的である。

(2) 西川町が認識するサウナの強みと課題

強み

西川町が認識するサウナの強みは3点ある。

1点目は、水風呂の水質である。水沢温泉館の水風呂は月山の雪解け水を使用しており、超

10 サウナ後に食べる食事のことで、サウナ愛好者たちの間でよく使用される言葉。

軟水で肌触りが良いという特徴がある。一般的な水風呂に比べて水温は低いが、水質が軟らかいため気持ちよく入れるという点が他の施設にはない強みとなっている。利用者にも好評で、町外から利用客を呼び寄せる象徴的な魅力のひとつである。

2点目は、全国熱波甲子園¹¹で総合3位の受賞歴を持つ熱波師¹²が地域おこし協力隊として水沢温泉館に常駐していることである。山形県内には、実績を有する熱波師が常駐しているサウナ施設は少ない。熱波師が町外のサウナ施設へ派遣されることもあり、水沢温泉館や西川町のPRにもつながっている。

3点目は、地元の観光協会が保有する移動式サウナを活用できることである。移動式サウナであれば様々な場所でイベントを開催できるため、既存のサウナ施設にはないフットワークの軽い誘客活動が可能になっている。

課題

西川町が認識するサウナの課題は2点ある。

1点目は、サウナブームは既に終焉し、新規顧客獲得は困難であることだ。そこで西川町は、新規顧客獲得ではなく、サウナブームによって増えたサウナ愛好者をいかに惹きこむかを課題としている。水風呂や熱波師などの魅力だけでは誘客に不安が残るため、他産業との連携など付加価値をつけることで他のサウナと差別化を図り、独自性のある魅力的なサウナを提供したいと考えている。

2点目は、サウナは回遊性の低いスポット型

の観光になってしまうことだ。そのため、滞在時間を増やして消費額を向上させることも課題のひとつである。西川町には安価で気軽に宿泊できる施設がなく、遠方から来たサウナ利用者は町外に宿泊するか日帰りがほとんどである。サウナ利用者の滞在時間を増やすために、宿泊施設の整備も必要となっている。

2-5 事例ヒアリング調査のまとめ

3つの自治体に対して行った事例ヒアリング調査結果について、「事業概要・目的」「関係組織(役割)」「地域資源の活用」「プロモーション活動」「強み(サウナ活用の利点)」「取り組みの成果(現時点)」「今後の課題」という項目別に整理した(図表9)。

各事例の特徴から抽出された、地域活性化策としてのサウナ活用のポイントと課題を整理すると、次の通りとなる。

地域活性化策としてのサウナ活用のポイント

地域活性化策としてのサウナ活用のポイントは、3点ある。

1点目は、「地域資源の活用」である。山梨県では、富士山や南アルプスをはじめとする山々とその伏流水を最大限活用し、アウトドアサウナにおける外気浴や水風呂に活かしている。鳥取県では、大山の伏流水を水風呂に活用したNature Saunaが人気を集め、山形県西川町では、月山の雪解け水を活用した水沢温泉館の水風呂が好評となっている。どれも地域資源をサウナに活用したことで、地域資源の持つ魅力が

11 日本サウナ熱波アウフグース協会が主催する、熱波師の全国大会のこと。2010年に第1回が開催され、以降年2回(春・秋)開催されている。

12 サウナストーンに水をかけて高温の水蒸気を発生させ、その蒸気をタオルなどで仰いでサウナ利用者に熱風をおくるサービスを提供する人のこと。

新たに「サウナとしての魅力」に磨き上げられているのが象徴的だ。

2点目は、「多様な産業との連携」である。例えば、山形県西川町では、町の飲食店や旅館も巻き込んで横連携でひとつのチームを作り、まとめて「ととのうなら西川」というキャッチフレーズのもと情報発信したことで、「サウナの町」としての認知が広まった。

3点目は、「サウナを起点とした交流の創出」だ。例えば、鳥取県では、サウナを起点としてJALとの交流が生まれ、「サ旅」推進を共同企画するに至った。また、山形県西川町では、サウナ発祥地であるフィンランドに本社があるサイバーセキュリティ企業からイベント開催のオファーがあり、サウナをきっかけに交流が生まれた。さらに、自治体と事業者だけではなく、サウナ利用者とのつながりも強化できる。山形県西川町では、サウナ愛好者と町長がつながるグループLINEを作成してコミュニティを形成し、定期的な情報発信や意見交換の場とすることでリピーター確保につなげていた。このように、自治体の規模にかかわらず、自治体や事業者、サウナ利用者との交流拡大の起点になれる点は、サウナ活用のメリットであり、重要なポイントといえる。

地域活性化策としてのサウナ活用の課題

地域活性化策としてのサウナ活用の課題は、3点ある。

1点目は、「サウナに付加価値をつけた差別化」である。全国的にサウナ施設が増えた現在、水風呂や熱波師などの単なるサウナ施設の魅力だけでは誘客が難しくなっており、サウナにユニークな付加価値をつけた差別化が求められる。例えば、山梨県では、郷土料理ごぼう汁が食べられるサウナイベントを開催することで、「その地でしか体験することができないサウナ」を提供していた。

2点目は、「回遊性が低くなりがちなサウナ観光において、消費拡大を図る工夫が必要となること」である。例えば、山形県西川町では、宿泊施設が少ないことで利用客のほとんどが町外での宿泊か日帰り利用となっていた。地域活性化という観点では、サウナに来て帰るだけではなく、宿泊施設や飲食店など、サウナ以外のルートも含めた消費促進が必要となる。同町では、協議会に参加する町内宿泊施設や飲食店との連携を強めていく予定である。

3点目は、「サウナブーム終焉後のサウナファン層のつなぎとめ」である。第3次サウナブームによってサウナ人気が高まったが、既にサウナブームが下火になっているとの声もある。そこで、サウナブーム終焉後もいかにサウナファン層をつなぎとめるかが課題となる。例えば、山形西川町はサウナブームが既に終焉したと捉え、新規顧客の獲得ではなくコアファンを惹きこむための取り組みを行っている。具体的には、多様な産業との連携によるサウナ体験の高付加価値化と差別化や、町長とコアファンのLINEを通じた交流創出を行っている。

図表9 事例ヒアリング調査結果

	山梨県 「やまなし自然サウナ ととのいプロジェクト」	鳥取県 「ととのう とっとり」	山形県西川町 「ととのうなら西川」
事業概要・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・2021年にプロジェクトを発足。山梨県をアウトドアサウナの聖地とすべく戦略を策定し、情報発信に注力 ・アウトドアサウナ聖地としてのイメージ定着、および観光の高付加価値化・誘客コンテンツとしての磨き上げ 	<ul style="list-style-type: none"> ・2021年9月にサウナツーリズム推進を事業化。公式 Web サイトの開設やサウナイベントの開催、著名熱波師の広告塔起用による事業の認知拡大など、積極的に情報発信 ・サウナをフックとした誘客や関係人口拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・2024年4月に庁内にかせぐ課 NFT サウナ係を設置し、サウナを推進。水沢温泉館のサウナ改修や移動式サウナを活用したイベントなどを開催 ・持続可能な町づくりのため、サウナを通じた関係人口の創出と誘客の促進を目指す
関係組織（役割）	<ul style="list-style-type: none"> ・山梨県観光文化・スポーツ部 観光振興課 観光プロモーション担当（戦略の作成、サウナ関連情報の発信） ・県内市町村や民間事業者（自然サウナ関連事業、自然サウナの PR） 	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥取県輝く鳥取創造本部 観光交流局観光戦略課魅力発信担当（サウナツーリズム推進事業の主催） ・県内企業（県産材を使用したサウナ等を制作） 	<ul style="list-style-type: none"> ・山形県西川町かせぐ課 NFT サウナ係（サウナ推進担当組織） ・庁内の他部署（横連携によるサウナイベントの開催） ・サウナ月山協議会 西川町、月山朝日観光協会、西川町総合開発（株）、町内の旅館、飲食店（官民が連携し、サウナ利用客の町内での消費促進）
地域資源の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山や南アルプスなどの景観を外気浴に活用 ・それらの伏流水を水風呂に利用 ・郷土料理のごぼう汁をイベントにてサ飯として提供 ・和紙産地の県内企業と県内の高校生が協力し、オリジナルの和紙サウナハットを作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・大山の景観を Nature Sauna の外気浴に活用 ・大山の伏流水を Nature Sauna の水風呂に利用 ・県産材をサウナ小屋に使用（県内企業） ・県内採石をサウナストーンに使用（県内企業） 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元西山杉を使用して移動式サウナを制作 ・月山の雪解け水を水沢温泉館の水風呂で使用 ・大噴水で有名な月山湖畔に月山湖ダムサウナをオープン。ダム湖は水風呂としても活用 ・特産品のきのこや山菜を活用したサ飯を開発予定
プロモーション活動	<ul style="list-style-type: none"> ・Web サイト「やまなし自然サウナ」を公開。県内のサウナ施設が検索可能なほか、自然資源やサウナマナーなどの情報も継続的に発信 ・プロジェクトのロゴマークを作成し、ブランド力を強化 ・ふるさと納税の返礼品に「やまなし自然サウナ体験」を出品 	<ul style="list-style-type: none"> ・サウナを気軽に楽しめる環境づくり（イベントにおいてビギナーブースやグルメブースを設置） ・企業との連携による広域的なネットワーク形成・情報発信（JSA 共同代表 川田直樹氏の企画プロデューサー任命、JAL との共同「サ旅」推進企画） 	<ul style="list-style-type: none"> ・「ととのうなら西川」というキャッチコピーを掲げ、サウナの町としての認知度向上 ・SNS の活用や地域おこし協力隊との連携、広報誌の作成などにより幅広い広報活動を展開 ・グループ LINE での情報発信および町長とコアファンの交流

	山梨県 「やまなし自然サウナ ととのいプロジェクト」	鳥取県 「ととのう とっとり」	山形県西川町 「ととのうなら西川」
強み (サウナ活用の利点)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 質の高い自然資源 (富士山や南アルプスをはじめとする山々の景観と水質の良い水) ・ オールシーズン楽しめる季節の変化 ・ 都心からのアクセスの良さ (新宿駅から富士河口湖駅まで電車で約1時間50分) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 五感で感じられる魅力的な自然資源 (大山の景観と水) ・ 人や企業とのネットワークの起点になり、関係人口創出に寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 水沢温泉館の水風呂の水質 (超軟水である月山の雪解け水を使用) ・ 実力のある熱波師が常駐 ・ 移動式サウナの活用によるネットワークの軽い誘客活動
取り組みの成果 (現時点)	<ul style="list-style-type: none"> ・ アウトドアサウナの県内における着実な広がり (プロジェクト開始時からアウトドアサウナ施設が4倍以上増加 (2024年7月時点)) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「ととのうとっとりサウナフェス」における約1,000人の来場 (2日間計) ・ 第6回サウナフェアにおける商談を通じた県外事業者との取引成立 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 水沢温泉館サウナ改修による利用者の増加 (年間約3万人増) ・ 町外や遠方 (静岡県など) からのサウナ愛好者による訪町増加 ・ 地域木材を活用したサウナ制作による財源確保 (森林環境贈与税の交付)
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間企業や庁内関係課のサウナに対する認知度の低さ (プロジェクト発足当時) ・ サウナ施設の全国的な増加に伴い、サウナ体験の高付加価値化と差別化が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 他の観光資源に比したサウナ単体での集客力の弱さ、特に遠方からの誘客が困難 ・ サウナイベントを複数回にわたり開催する際の公衆浴場法による制約 	<ul style="list-style-type: none"> ・ サウナブーム終焉により困難が予想される新規顧客の獲得 ・ コアファン獲得のためのサウナ体験の高付加価値化と差別化 (多様な産業との掛け合わせ: サウナ×スポーツ、サウナ×デジタルなど) ・ 回遊性の低さをカバーするために、宿泊施設の整備や飲食店の営業時間の見直しなどによる消費拡大が必要

出典：筆者作成

① 様々な地域資源と掛け合わせた

地域性のあるサウナ体験の提供

「地域資源の活用」によってサウナや地域資源の魅力向上ができるというポイントと、「サウナに付加価値をつけた差別化が必要となる」という課題から、サウナ活用を地域活性化につなげるには「様々な地域資源と掛け合わせた地域性のあるサウナ体験の提供」が必要だと考える。例えば、地元食材を活用した食事や地元木材を

3. まとめ～サウナを活用した 地域活性化策の方向性～

ここでは、事例ヒアリング調査から抽出された地域活性化策としてのサウナ活用のポイントや課題をもとに、サウナを活用した地域活性化策の方向性についてまとめる。

活用したサウナ制作・薪ストーブの活用、地元伏流水も活用した水風呂を提供することで、その地域でしか体験できない「地域性」という付加価値がついたサウナ体験を提供できる。地域性のあるサウナは差別化による誘客要因にもなり、また、地域資源の掘り起こし・活用による地域資源の認知や魅力向上にもつながる。

②多様な産業と連携した地域内循環を

高めるしくみの構築

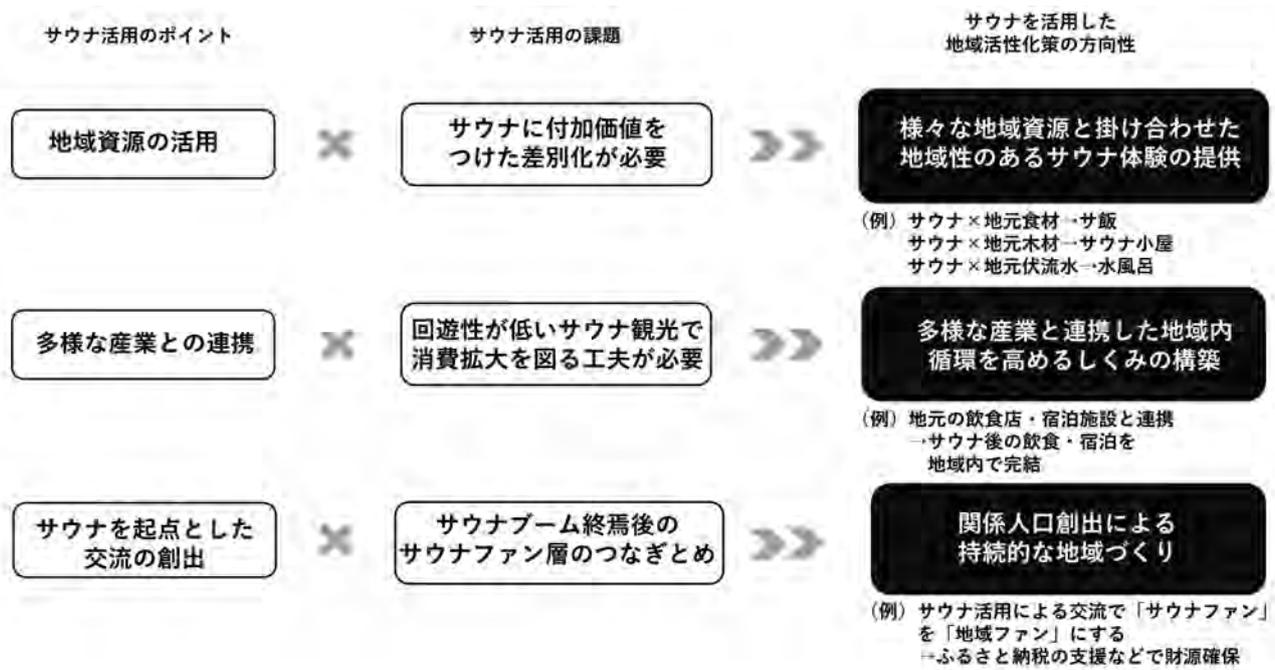
「多様な産業の連携」というサウナ活用のポイントと、「回遊性が低くなりがちなサウナ観光において、消費拡大を図る工夫が必要となる」という課題から、「多様な産業と連携した地域内循環を高めるしくみの構築」が必要だと考える。地元飲食店や宿泊施設と連携を図り、サウナ観光に飲食や宿泊を組み合わせることで回遊性を向上させ、地域での消費拡大をねらうこと

ができる。「サウナ後には地元の飲食店で食事をし、夜は地元の施設に宿泊する」といったルートを地域内で構築できれば、地域内での消費拡大につながるものと期待する。

③関係人口¹³創出による持続的な地域づくり

「サウナを起点とした交流の創出」というサウナ活用のポイントと、「サウナブーム終焉後のサウナファン層のつなぎとめ」という課題から、「関係人口創出による持続的な地域づくり」を目指すことが重要だと考えられる。サウナは自治体規模にかかわらず地域内外の自治体や事業者、サウナファンをつなぐハブとしての役割を果たせることから、関係人口創出のきっかけとなり得る。サウナを活用して地域のファンを増やすことができれば、各種サウナ施策推進のための新たな財源確保にもつながると考える。例えば、ふるさと納税の返礼品にサウナ関連品(サ

図表10 サウナを活用した地域活性化策の方向性イメージ



出典：筆者作成

13 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様にかかわる人々を指す。

ウナグッズやサウナ施設利用券など)を用意することで、サウナによって地域と交流を深めた人々による支援が期待できる。また、サウナ施設の整備費確保を目的としたクラウドファンディングを開始すれば、協力が期待できる。このように、サウナファンと地域との交流を持続させることで、各種サウナ施策推進のための新たな財源の確保につながる。サウナによる関係人口創出は、サウナブーム終焉による新規顧客獲得の困難さや、人口減少といった外的要因に左右されることなく、安定的で持続的な地域づくりにつながると考える。

謝辞

本調査に快くご協力いただいた亀田航太様、榎田好宏様、知久馬純平様、渋谷章吾様、鈴木悠史様に、心より御礼申し上げます。

〔本調査にご協力いただいた皆様〕

山梨県観光文化・スポーツ部観光振興課
観光プロモーション担当

主事 亀田航太氏

鳥取県輝く鳥取創造本部

観光交流局観光戦略課魅力発信担当

課長補佐 榎田好宏氏

主事 知久馬純平氏

山形県西川町

かせぐ課商工係長兼 NFT サウナ係長

渋谷章吾氏

かせぐ課 NFT サウナ係兼観光課観光施設係

主事 鈴木悠史氏

～水沢温泉館(月山の湯)体験レポート～

西川町役場での取材後、水沢温泉館でサウナを利用した。体験レポートとして感想を記す。

サウナ室(92℃)

扉を開けた瞬間にアロマの心地よい香りが充満している。香りのもと、ロウリュ用のアロマ水だ。サウナ室がコンパクトのため、ロウリュをすると一気に体感温度が上がり、汗が噴き出した。暗めな照明でテレビもなく、落ち着く空間であった。

水風呂(12.5℃)

評判通り、水が柔らかい。水温がかなり低いわりに気持ちよく入れた。水風呂の縁のクッションのおかげで、頭をもたれて脱力できたのも心地よかった。

外気浴

インフィニティチェアとアディロンダックチェアの二大ととのいイス(個人の感想)が完備されている。屋根がかかっているスペースもあり、急な雨でも気にせずととのえた。

全体を通して

多数のポスターでのマナー啓発など、細部からもサウナ愛が伝わる施設だった。ぜひ今度はプライベートで訪れたい。