

サウナ×地域資源の可能性
～山形県置賜地方（アルカディア地域）における
サウナ文化振興のための提案～

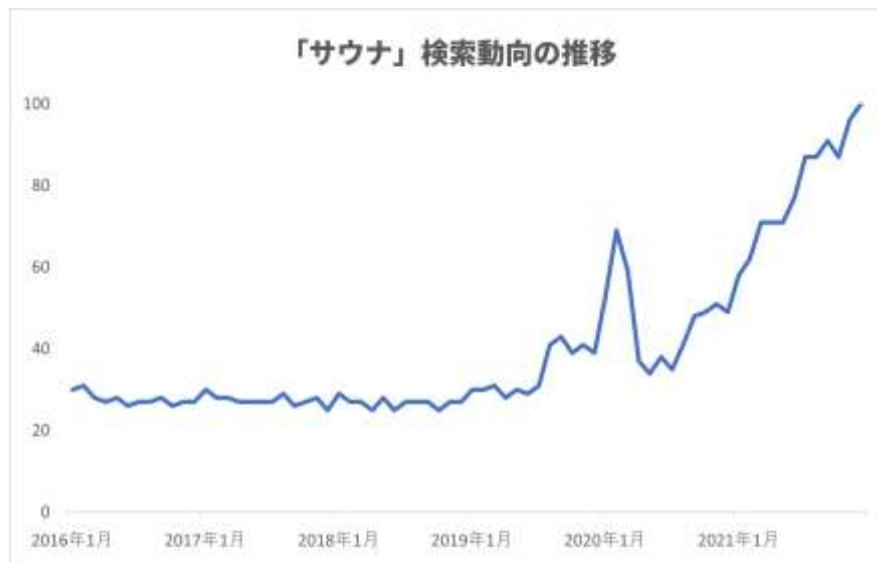
目 次

1. 日本における昨今のサウナブーム	1
2. 調査目的	2
3. サウナの効果	2
(1) 身体的効果	
(2) 精神的効果	
(3) 副次的効果	
4. 事例調査	4
(1) 大分県豊後大野市	
(2) 山梨県丹波山村	
5. 考察	11
(1) サウナ×地域資源	
(2) まちをあげた取組	
(3) まとめ	
6. 提案	14
(1) サウナマップの作製と情報発信	
(2) みんなでつくるサウナプロジェクトの発足	
(3) アルカディアサウナフェスティバル（仮称）の開催	

1. 日本における昨今のサウナブーム

令和4年現在、日本全国でサウナブームが起きている。サウナ内で熱したサウナストーンに水をかけて水蒸気を発生させる「ロウリュ」を楽しめるサウナや、頭部を守るためのサウナハットの着用など、北欧・ロシア発のサウナ文化が若者を中心に広がっている。

キーワードのインターネット検索動向を確認できるGoogleトレンドで「サウナ」を検索すると、検索動向が令和2年から急激に増加していることが分かる。



図表1：キーワード「サウナ」の検索動向の推移

数値はグラフ上の最高値を基準として検索インテレストを相対的に表したものの

出典：Googleトレンドから作成（令和4年2月24日時点）

ブームが起きた要因として、サウナによって得られる幸福度の言語化とサウナ検索サイトの浸透が挙げられる。平成28年に単行本を発売開始した漫画「サ道のなかで「ととのう」という幸福度を表す言葉が使用され、それまで各々が表現していた幸福度のある種の共通言語で他人に伝達できるようになり、サウナの気持ち良さが雪だるま式に広がった。また、サウナ検索・口コミサイト「サウナイキタイ」が開設され、全国のサウナ情報を一目で把握可能になり、訪問した施設の口コミを投稿できることもサウナの人気拡大へ大きく影響した。ブームはサウナシーンを盛り上げる取組や施設の集客努力、サウナを楽しんでもらいたいという熱い思いにより高まりを迎えている。

一方で、一般社団法人日本サウナ・温冷浴総合研究所が「日本のサウナ実態調査2022¹」においてサウナ愛好家は2,583万人（令和2年）から1,573万人（令和3年）と1年間で約1,000万人減少したと発表した。新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響によりサウナ室内の人数制限が実施されるなど、その実態は必ずしも明らかになっていない。

サウナを取り巻く環境は日々変化し、サウナ関係の書籍出版やテレビ番組は数多く見られる。評価の高い施設や工夫を凝らした施設、聖地と呼ばれる施設への訪問を目的としたサウナ旅（通称：サ旅）も盛んであり、旅行先でサウナに入るのではなく、サウナを目的に旅行するコア層が拡大している。日本航空（JAL）は航空券とサウナ付き宿泊施設、サ旅御朱印帳がセットになったパッケージプラン「JALサ旅」を発売するなど、新しい旅の形を提案している。

¹ 日本のサウナ実態調査2022 <https://kyodonewsprwire.jp/release/202203048199>

地方においてはサウナブームをチャンスと捉え、屋外でサウナを楽しむアウトドアサウナ施設が開業し、また持ち運び可能なテントサウナによるイベントが数多く開催されており、新しい人の流れが生まれている。

その地域でしか味わえない景色や食、体験といった地域資源とサウナを掛け合わせることでこれまでと異なる層の観光誘客を図り、観光人口や交流人口、更には関係人口の拡大が進んでいるケースもある。また、掛け合わせる地域資源の掘り起こしや事業者とのコラボレーションにより、地域内の連携が図られ地域活性化に資する活動も存在する。

2. 調査目的

本調査研究はサウナが交流人口や関係人口増加の一端を担う存在と捉え、サウナによるまちづくり、観光誘客を図っている地域を調査し、サウナと地域資源の掛け合わせ（サウナ×地域資源）の効果や可能性を考察する。これを基に、筆者の派遣元である山形県長井市を中心とした置賜地方（アルカディア地域）におけるサウナ商品開発やサウナ文化振興のための提案を行う。

3. サウナの効果

本章ではサウナに入浴する効果を身体的な効果と精神的な効果、サウナを起点にした副次的効果の3つに分類する。ととのうという身体的かつ精神的な効果はもちろん、交流人口の観点では、人と人の交流やそこから生まれる人脈やイノベーション創出といった副次的な効果が得られる。

サウナの入浴方法は個人の裁量によるものであり、マナーを守りその日の体調に合わせて無理せず入浴するべきである。入浴方法の一例としてサウナブログ「ザっくりととのうサウナ入門」では、こころとからだに良い入り方としてイラストを紹介している。



図表2：こころとからだに良いサウナの入り方

出典：サウナブログ「ザっくりととのうサウナ入門」

新型コロナウイルス感染症の感染が拡大している令和4年現在、多くのサウナ施設では会話を控えて入浴する「黙浴」が推奨されている。黙浴することで気分が落ち着き、じっくり考え事ができることで、新たなアイデアを生み出す機会になっている。

（１）身体的効果

代表的な身体的効果²として①血行促進②疲労回復が挙げられる。入浴すると血行がよくなり、筋肉内の血液量が増加し汗と共に疲労物質（乳酸）が排出されるため、肩こりや腰痛などの神経感覚的症状が改善される。また、血流は安静時よりも巡りが良くなり、酸素の摂取量が増加し筋肉疲労物質を分泌するなど肉体疲労の回復が促進される。

（２）精神的効果

精神的な効果はととのうというキーワードに代表されるようにサウナ→水風呂→休憩のサイクルによるリラックス効果が大きい。デジタル社会の現代であってもサウナのなかではスマートフォンやパソコンから離れることで、日々の忙しさから解放され、デジタルデトックスの場となる。また、サウナはうつ病のリスクを軽減するというデータ³がある。すなわち週に4から7回サウナに入る人は、週に1回入る人よりも、うつ病にかかるリスクが78%低い。

（３）副次的効果

前述した効果のほかに注目すべきこととして、サウナを起点にした人と人の交流やそこから生まれる人脈やイノベーション創出、価値創造が挙げられる。

例えば、山形県長井市に拠点を置く一般社団法人やまがたアルカディア観光局のサウナ部では、定期的に地域内イベントを開催しており、テントサウナと地域の特色ある食や風景、人とのつながりを楽しみにサウナが好きな人や少し興味がある人、興味がない人を問わず来場している。そこでは入浴後に芋煮や雪板⁴を楽しむことで来場者同士のコミュニケーションを図っており、こうしたサウナコミュニティが各地に広がっていることもブームの要因である。仲間内で楽しむ一方で、サウナを新たな共創の場と捉えることで、名刺交換から始まらない交流が生まれ、異業種協業など新たな価値創造につながる可能性もある。

3つの効果から分かるとおり、得られる効果は千差万別でサウナの楽しみ方は無限大であることから、ブームの高まりが相まってサウナーのニーズも多様化している。今後サウナコンテンツを企画・開発する際にはどのような価値を提供するか、どんな仕掛けをすると多くの来場があるか、企画段階から入念に考える必要がある。

² 公益社団法人日本サウナ・スパ協会 https://www.sauna.or.jp/kisochishiki/saunabook_5.html#no11

³ Cardiovascular and other Health Benefits of Sauna Bathing: A Review of the Evidence, Mayo Clinic Proceedings, 2018

⁴ 雪板（ゆきいた）とは、プロスノーボーダーの五明淳氏が発案した、ボードに乗って雪上を滑るウインタースポーツ。また、使用するボード自体の呼称。スノーボードと違い、ノービンディング、ノーエッジのシンプルな板で、サーフィンのように斜面を滑る。

4. 事例調査

本調査研究の目的であるサウナ×地域資源の可能性の考察と置賜地方(アルカディア地域)への提案のために、その地域ならではの体験の提供や他地域との差別化に取り組んでおり、サウナを通じて地域の魅力を発信し、観光誘客を図っている地域・団体を調査した。地域・団体名と選定理由は以下のとおりである。

①大分県豊後大野市(おんせん県いいサウナ研究所)

「サウナのまち」宣言をし、地域資源を活用したサウナのまちづくりを進めている

②山梨県丹波山村(狩猟とサウナ実行委員会)

特色ある地域文化「狩猟」とサウナのコラボレーションイベントによる交流人口拡大に取り組んでいる

(1) 大分県豊後大野市(おんせん県いいサウナ研究所)

①豊後大野市の概要

豊後大野市は平成17年3月31日に三重町、清川村、緒方町、朝地町、大野町、千歳村、犬飼町の5町2村が合併して誕生した。一部の山岳地帯を除き、平たん地の平均気温は15℃から16℃と農耕に適しており、古くから農業を基幹産業として発展してきた。

豊かな自然は世界的に評価されており、九州で唯一日本ジオパークとユネスコエコパークに認定されている。豊後大野市の観光振興ビジョンは、おおいた豊後大野ジオパーク、祖母・傾・大崩ユネスコパークに象徴される「豊かな水と恵の大地」を観光資源と位置づけるとともに、滝や溪谷、鍾乳洞、川といった地域資源を戦略拠点として整備、活用し観光資源として磨き上げることとしている。

豊後大野市では、アウトドアサウナを観光資源として活用し、地域と連携した取組を進めるために「サウナのまち」宣言を行い、「あえてサウナ」をキャッチフレーズに掲げ、地域資源を活用したサウナのまちづくりを進めている。

②取組内容

令和4年現在、豊後大野市にはサウナ施設が5カ所ある。木造のサウナ小屋が2カ所、テントサウナが3カ所である。各施設は薪ストーブを採用しており、サウナ発祥の地フィンランドのサウナを連想させる。施設の概要は別紙1(おんせん県いいサウナ研究所パンフレット)のとおりである。

人口約36千人の地域に5つもの施設があることは珍しく、まさにサウナのまちであるといえる。この取組を推進してきたのは各施設が参画するアウトドアサウナ協議会「おんせん県いいサウナ研究所(以下「研究所」という。)」である。

(I) おんせん県いいサウナ研究所

研究所は豊後大野市にしかない自然や食の魅力をサウナで発信している。PRサイトでは各施設の特徴や営業時間などを分かりやすく公開しており、予約までスムーズにたどり着けるサイト設計になっている。この一体的な発信はサウナ愛好家(通称:サウナー)が「このまちはサウナのまちなんだ」と認識できるほか、市内の施設を一覧で確認できるため、サウナ巡りにつながり、市内の滞在時間を延長する効果がある。

研究所はサウナのまちづくりの中心を担う高橋ケン氏(ゲストハウスLAMP豊後大野 支配人)が設置したもので、高橋氏はテントサウナのイベントを開催した際に、豊後大野の川の美しさや水温の冷たさを感じながらサウナ浴をすることに先進性を感じ、日本ジオパークとユネスコエコ

パークに認定されている豊かな自然とサウナを掛け合わせることで、豊後大野市の大きな観光資源になるのではないかと考えた。

高橋氏が運営するゲストハウスLAMP豊後大野がどんなに快適なサウナでも市内にサウナを楽しめる場所が1カ所だけでは、せっかく訪れた観光客が市内を周遊せずに帰ってしまう。そこで市内のキャンプ場、ゲストハウスといった宿泊施設と連携してサウナに取り組むこととした。

大分県からのバックアップや様々な補助金を活用し、サウナを盛り上げるための下地づくりとして研究所は発足した。発足の際は、大分県の担当者や県議会議員に実際にサウナを体験してもらい、しっかりと目的を協議した。研究所を発足することが目的ではなくサウナのまちづくりという明確な目的があるため施設同士の一体的な活動につながっている。

施設同士が連携することにより、サウナ目的で市外から訪れた観光客の周遊機会が増え、市に滞在する時間が半日、一日でも増えるように工夫している。

各施設の近くには川があるため、天然の水風呂に入ることができ、そこが多くの人をひきつける要素である。サウナ×豊後大野のきれいな川、というコラボレーションやそこから見える唯一無二の景色、鳥の鳴き声といった豊かな自然環境を体感できるのは、豊後大野市ならではの体験である。また、各施設の個性のあるサウナとおもてなしは、再び豊後大野市に訪れたいと思えるような心地良い空間デザインを実現している。

（Ⅱ）サウナのまち宣言

豊後大野市は令和3年7月18日に「サウナのまち」宣言を行った。行政がサウナに関係する宣言を行うのは全国初である。豊後大野市の豊かな自然や大地を体感できるアウトドアサウナが、「おんせん県」を標ぼうする大分県において、温泉資源のない豊後大野市の新たな魅力や活力を生み出す原動力となることを期待したものである。

市は、川野文敏市長が高橋氏から熱い思いを聞いたことがきっかけで、サウナによるまちづくりに至り、日本初の宣言という手法により地域内外に大きなインパクトを与えた。商工観光課がサウナ関係の事業を所管しており、サウナのまちのロゴ制作やサウナ後に食べる食事（通称：サウナ飯）のパンフレット、各種ノベルティに予算を計上し、地域内外へサウナのまち豊後大野の浸透を図っている。市は先頭に立つのではなく研究所の動きに伴走し、後押しする役割を担っている。

（Ⅲ）成果

（ⅰ）サウナ施設の人気向上

市内の5施設に訪れた人数は、令和元年度から令和3年度1月までの約3年間で834人から3,096人に増加した。また、サウナイキタイの大分県部門では、訪れたい上位10施設のなかに豊後大野市から4施設が登録されるなど、サウナーからの人気を確固たるものにしている。

（ⅱ）市内飲食店や地域のスキルアップ

市の料飲店組合と連携し飲食店にサウナ飯を作ってもらうことで、施設を訪れるだけでなく市内周遊を促進し飲食店の売上に貢献している。いわゆる観光都市ではない豊後大野市にとって、飲食店が地元の人に地元のお酒や料理の良さを伝える機会は少なかったが、大勢の観光客が訪れることにより、その良さを伝える努力が生まれる。この取組の継続により、飲食店のスキルアップや地域の連帯感が生まれている。

これらは各施設が工夫を凝らしたおもてなしを行っていることをはじめ、地域内外へ発信を行う研究所、その動きを後押しする市、連携を図る料飲店組合を中心にした地域が一体となった取組の大きな成果と言える。

③今後の展望

今後について高橋氏は「みんなで勝ちたい」と表現した。例えばサウナと様々な事業者が連携することで、飲食店売上が増加すれば市の税収が増加してインフラの整備が進み、市民の幸福度が向上するという展開を描いている。

研究所は、令和4年1月に市内の林業経営者団体「大野郡森林組合」と伐採木の有効利用に関する協定を締結した。これにより無償でサウナに必要な薪の提供を受けることができる。これまで廃棄していた廃材を薪に使用することは施設と組合の双方にとって大きなメリットであるほか、地域資源の循環に貢献するものである。施設では売上の一部を環境保全のために寄付するなど未来へつながる取組を進めていく予定である。

高橋氏は、サウナを文化祭や地域のお祭りのような文化にしていきたいと語った。その地域に根付き、決してマニュアルはなくとも記憶と記録に残り、誰もが継承できる土着文化のようなものである。そのために市内の様々な事業者と連携しながら、地域内外へサウナのまち豊後大野を浸透させていくこととしている。

④体験施設

豊後大野市では三つの施設で実際にサウナ浴を行った。紹介は以下のとおりである。

REBUILD SAUNA（LAMP豊後大野）	
	
左上がサウナ小屋、プールが水風呂、デッキでは外気浴が可能。室内は2段構造の椅子があり上下段で温度の変化を楽しむことができる。	
・体験談 「空が近い。」外気浴中に一番感じたことである。室内は熱の対流がスムーズになる構造（写真右上の斜め構造）でしっかり身体を蒸すことができた。豊後大野では珍しい雪をスパイスに外気浴を楽しんだ。	

TuuliTuuli（カフェパラム）

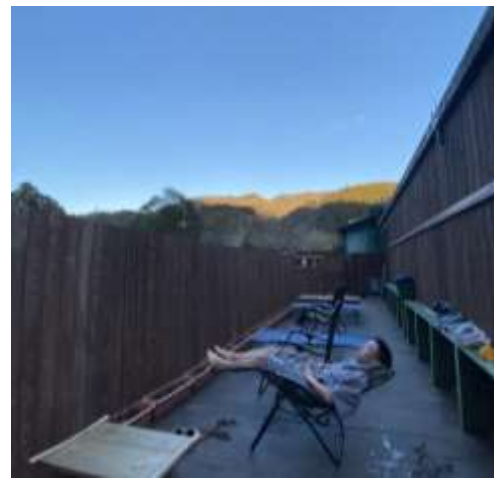


総工費4万円弱で製作したサウナ。カフェで食事をすれば無料で入ることができる。水風呂（川）に入るには崖をロープで下る必要がある。

・体験談

手作りの味があってワクワクするサウナで心地の良い狭さだった。水風呂までの道のりは過酷だがその分気持ちいい。下った道を帰る時間すらも気持ちいい。

稲積水中鍾乳洞



日本で唯一、水風呂が水中鍾乳洞というユニークなサウナ。営業は夕方からに限定し、鍾乳洞の観光客とサウナ客の両立を図っている。

・体験談

まさか鍾乳洞に入れるとは思わなかった。入浴中はスタッフによるアテンドで新しいサウナの楽しみ方を発見した。寝袋に入り休憩することで、よりととのうことができる。

(2) 山梨県丹波山村 (狩猟とサウナ実行委員会)

①丹波山村の概要

山梨県丹波山村は、東京都奥多摩町の西隣に位置し、村の中央を東西に多摩川の源流である丹波川と青梅街道が走る。日本百名山の雲取山や大菩薩嶺など2,000m級の山々に囲まれており、村全域が秩父多摩甲斐国立公園という美しい自然環境を保ち続ける山村である。

人口は約550人と関東で一番小さな村で、全国7地域が一番小さな村が集まる「小さな村g7サミット」の第1回目の開催地である。伝統的に狩猟文化を受け継いでおり、狩猟人口割合が高い (全国:約0.16%/丹波山村:約6.3%) ことが特徴的である。豊かな自然と狩猟文化、サウナを掛け合わせたイベント「狩猟とサウナ」を定期的に開催しており首都圏のサウナーから人気を博している。

②取組内容

(I) 狩猟とサウナ

狩猟とサウナの運営は、丹波山村に活動拠点を置き、地方創生やソーシャルビジネスを推進する「株式会社アットホームサポーターズ」内に設置した「狩猟とサウナ実行委員会 (以下「実行委員会」という。)」が担っている。

同社は村役場と密に連携を取りながら地方創生に資する事業を展開している。その一環でサウナを活用した交流人口の増加や自治体間連携による地域活性化を構想した。

実行委員会は、狩猟とサウナを通して成し遂げたいこととして以下の項目を掲げている。

- | |
|--|
| 「狩猟とサウナ」を通して成し遂げたいこと |
| ①継続的なイベント実施を行い、地方の文化・特産品とサウナを掛け合わせ、そのキーワードとともに過疎地の交流人口を増加させること |
| ②サウナがコミュニケーション形成の場として有効であることを実証し、地方での地域コミュニティ形成の場を創造すること |
| ③サウナ導入をきっかけとした小規模自治体連携の構築 |

図表3: 「狩猟とサウナ」を通して成し遂げたいこと
出典: 狩猟とサウナホームページから抜粋

令和元年5月からイベントを開始し、これまでに約20回開催している。毎回100人以上の来場者を集め、多いときには200人以上が来場する村内でも随一の人気を誇るイベントである。特徴のひとつとして、首都圏からの来場者が多いことが挙げられる。イベントの運営を担う実行委員会の保坂幸徳氏は、正確な数は把握していないが東京、神奈川、埼玉からの来場者が大半であると語った。これは丹波山村が奥多摩地域に隣接した場所に位置しており、首都圏からのアクセスが容易であることが要因のひとつだと考えられる。イベントの内容は毎回異なるが、ある回の内容は以下のとおりである。

- | |
|-------------------|
| 狩猟サウナイベントコンテンツ |
| ①猟師直伝鹿の解体ショー |
| ②本格シェフが作るジビエプレート |
| ③丹波山村の鉄砲ぶちの話 |
| ④狩猟・アウトドア体験 |
| ⑤テントサウナ浴 |
| ⑥村内外から個性あふれるお店の出店 |
| ⑦持ち寄りBBQ (夜) |

図表4: イベントコンテンツ
出典: 第三回狩猟とサウナイベントレポートから抜粋作成

コンテンツは朝から夜まで丹波山村を存分に楽しめることを心掛けている。鹿の解体ショーは肉の各部位の特徴やわなに掛かった部位の状態の解説といった、鹿の体を隅々まで知り尽くした鉄砲ぶちによる解説が大人気である。テントサウナは大人数で入浴できるものを採用しており、人と人の交流を大切にしている。入浴後は多摩川の源流の冷たい水や川のそばにあるハンモックで丹波山村の大自然を五感で感じることができる。

（Ⅱ）地域資源との関わり

保坂氏は丹波山村への移住者であるが、当初からサウナを使って事業展開を構想していたわけではない。丹波山村にはジビエ肉処理加工施設があることから、ジビエの卸売やジビエを活用した地域づくり、丹波山村、さらには山梨県のプロモーションを考えていた。どうしたら丹波山村に人が来てくれるか、を考え、元々好きだったサウナと村の伝統である狩猟を掛け合わせるアイデアに至った。

保坂氏はサウナというひとつのコンテンツのみで人が訪れることは難しいと語った。入浴後にいくら良い自然、景色があったとしても、それを体験するためだけに訪れる人は多くない。サウナ+αの価値提供をすることが求められる。丹波山村は狩猟という伝統的な文化があるからこそ、サウナーに強烈なインパクトを与え継続的に訪れたいくなる仕組みが実現している。

（Ⅲ）やまなし自然サウナととのいプロジェクト

丹波山村の自然や文化を生かした取組が山梨県へ波及し、やまなし自然サウナととのいプロジェクトが開始した。これは保坂氏の呼びかけに長崎幸太郎知事が共感して開始したもので、山梨県観光振興課が運営を担い、山梨県の上質な自然とサウナを掛け合わせ新たな観光コンテンツとして磨きをかけるプロジェクトである。概要とコンセプトは以下のとおりである。

やまなし自然サウナととのいプロジェクトとは？
山梨県の上質な自然とこよなく調和する「アウトドアサウナ」を、コロナ収束後における強力な誘客コンテンツとなるよう磨き上げと情報発信を行い、新たな観光資源として定着（アウトドアサウナの聖地＝山梨県）させることを目指しています。
県庁若手職員、「県内市町村」やアウトドアサウナ関連事業を県内で実施している「事業者等」で「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」を立ち上げ、山梨県をアウトドアサウナの聖地とすべく、現状把握や課題の整理など戦略づくり等に取り組んでいます。

図表5：やまなし自然サウナととのいプロジェクトとは？

出典：山梨県ホームページ「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」から抜粋

プロジェクトは令和3年7月12日のキックオフイベントを契機に本格的に始動した。アウトドアサウナの聖地化に向けた戦略会議「自然サウナ会議」の開催や各地域のサウナイベントのPR、事業者への支援を行っている。

注目すべき点として、パートナーの募集とアウトドアサウナ整備への支援制度が挙げられる。パートナーはアウトドアサウナ関連事業を実施する予定のある市町村やアウトドアサウナ関連の事業者、プロジェクトを積極的に発信するマスメディアを対象にしており、プロジェクトに共感した団体が応募することができる。パートナーは意見交換やPR活動を通して山梨県一体となり、観光資源としてのサウナを磨き上げることとしている。

支援制度は、新たにアウトドアサウナ事業へ取り組む事業者を対象に、備品購入に係る経費の3分の2（最大20万円まで）を助成するものである。対象はテントサウナのほかアウトドアサウナ体験に必要なサウナストーンや休憩用椅子などに限られている。

パートナー制度で機運を醸成するとともに、支援制度によりハード整備を進めたことで、県内全域でアウトドアサウナを体験できる環境が整いつつある。県の旗振り役である県庁がサウナ特

化型の支援を実行することで県内外にアウトドアサウナの聖地、山梨県をアピールし、更なる観光誘客に期待ができる。

(Ⅳ) 成果

(ⅰ) 丹波山村の知名度向上と交流人口の拡大

約20回のイベント開催やテントサウナのレンタル事業の開始により、丹波山村に訪れる人が増加している。レンタルサウナが実施可能な場所が、村営の温泉施設や道の駅周辺にあることからサウナを楽しんだあとに、村内の周遊効果が生まれている。さらには、東京でのイベント開催をきっかけに丹波山村を知り、実際に訪れる人がいるなど知名度向上と交流人口拡大の一端を担っている。

(ⅱ) 村内への波及効果

村民のサウナ事業への関心はまだまだ高いとは言えない。なにか始まったな、と認識する程度の人が多いものの、村内のサウナ機運は徐々に盛り上がりを見せており、特に若者はイベント時に積極的に足を運び、協力体制ができつつある。

③今後の展望

実行委員会は「〇〇とサウナ」構想を掲げ、地産地消とテントサウナをつなぐ取組を他地域でも展開していく予定である。山梨県北杜市では「牧場とサウナ」を開催した実績があり、今後は山梨県の名産であるワインや生産が盛んな瓦との掛け合わせを構想している。

また、保坂氏は自治体同士の連携を深化させ、山梨県を全国にPRしていきたいと語った。やまなし自然サウナととのいプロジェクトをきっかけに県内の横のつながりが生まれたが、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベント開催が実現していないため、今後の開催について模索している。また、テントサウナは災害時の入浴方法として注目されていることから、災害時に連携できる仕組みの構築も進めていくこととしている。

5. 考察

(1) サウナ×地域資源

地域資源とは「その地域ならではのリソース（産業資源）」であり、特産品や観光名所を指すものである⁵。特に地方におけるアウトドアサウナの集客において、特定のテントサウナを体験したいといったコアな目的以外にはその地域を訪れることは少なく、その地域ならではのサウナを体験できる、サウナ×地域資源の観点が重要である。以下にサウナ×地域資源について考察する。

(I) サウナ×自然

二つの事例調査地に共通することとして、サウナ×自然を活用していることが分かった。豊後大野市は日本ジオパークとユネスコエコパークに認定されている自然、丹波山村は多摩川の源流水や温泉が存在する。水風呂に入るためにサウナに入る、というサウナーがいるほど水風呂の重要度は高く、水は重要な要素のひとつである。また、アウトドアサウナは周辺環境が重要で、鳥のさえずりや川の流れといった音、曇ひとつない青空や障害物のない原っぱなどの景色が本能的な安心をもたらし、ととのうこともある。

一方で豊かな自然は全国各地にあり、ほかの地域との差別化は容易ではない。さらに自然の魅力は実際に訪れないと分からないため、どんなに魅力的な自然があったとしてもサウナ×自然のみでは集客が難しい場合が多く、それに加えて独自の価値を付加することが求められる。

(II) サウナ×その地域ならではの体験

ではサウナにどのような地域資源を掛け合わせると良いのだろうか。

丹波山村では狩猟という日常からかけ離れた、いわば未知の世界のワクワク感、そこから生まれるジビエという食を楽しみに多くの人々が訪れている。さらに解体ショーや狩猟体験という、見て・体験して楽しめるコンテンツにより提供する価値を高めている。

事例調査地以外では、三重県紀宝町の飛雪の滝キャンプ場は、サウナ×キャンプ・滝つぼ・フィンランド文化により人気を博している。キャンプと滝つぼはどちらも自然に関連しているが、親子連れで楽しめることやサウナ後に大きな滝つぼに飛び込めるといった貴重な体験により価値を高めている。また、教育の観点でフィンランド流クリスマス会など、地方では頻繁に触れることのできない体験を親世代に訴求している。

掛け合わせる地域資源の可能性は無限大であるが、掛け合わせるべき要素とコンテンツ例を以下のとおり示す。

要素	コンテンツ（例）
その地域ならではの体験	・ワクワクする未知の体験 ・特色ある食 ・自然を生かしたアクティビティ
ストーリー性	・その地域の風土、文化 ・サウナ設立までのストーリー

図表6：サウナと掛け合わせるべき要素

⁵ 中小企業庁 中小企業向け補助金・総合支援サイトから転載 <https://mirasapo-plus.go.jp/hint/1938/>

例えば狩猟のような未知の体験やSUP（スタンドアップ・パドルボード）、たき火のような自然を生かしたアクティビティという、その地域ならではの体験が重要である。

加えてストーリー性も重要である。茨城県結城市には旧呉服店の蔵を改修したKURA SAUNAがオープンした。設立段階でクラウドファンディングを活用して支援を募集し、目標金額を達成した。築90年を超える蔵を改修して未来に生かしたいという日本の伝統継承とともに、地域で新しいこと、面白いことをやってみたいというストーリーに多くの人が惹かれ、多数の支援を集めた。このようにサウナをつくるまでの思いやストーリーを掛け合わせることで集客を図ることができる。

（Ⅲ）サウナ×人

本調査研究を進めるなかで、地域資源には人も含まれるのではないかと考えた。サウナに限らず旅行の楽しさには、誰と行くか、誰と会うか、あの人に会ってみたいという人の要素が少なからず存在する。

豊後大野市の稲積水中鍾乳洞では、サウナ浴から鍾乳洞水風呂、休憩に至るまで全てスタッフが丁寧な案内を行っており、寝袋のなかで休憩するなど新しい提案も行っている。これはせっかく来ていただいたお客様に存分にサウナを楽しんでもらいたいというおもてなしの心によるもので、重要な観点である。

また、サウナを盛り上げる要素のひとつとしてアウフグースが挙げられる。これは、ロウリュしたあとに立ち昇った蒸気をタオルなどであおぐ行為のことで、それを専門に行う熱波師・アウフギーサーと呼ばれる人がいる。人気の熱波師が来場する日はサウナが抽選になるなどその存在は大きく、あの熱波師のアウフグースを受けたいからあのサウナに行ってみようという、訪れるきっかけになっている。

副次的効果で述べた、人と人との交流やそこから生まれるつながりにも改めて注目したい。リモートワークが定着し、越境学習やワーケーションなどの新しいワークスタイルが浸透しつつあるなかで、企業合宿や地域課題解決型の新規事業開発などを目的に人の流れが都市から地方へ向いている。

例えば地域課題解決を目的とするのであれば、地域のことを良く知る人物や面白いことを仕掛けている人物と連携を図ることがイノベーションを生む鍵となる。サウナはそのきっかけとなる可能性を秘めているのではないだろうか。実際にフィンランドでは企業のオフィス内にサウナ室があり、会議後に裸の付き合いをすることも珍しくないという⁶。初対面でかしこまった話をするより、サウナという普段とは異なった状態のほうが思わぬアイデアや共創が生まれるのかもしれない。

事例や書籍を調査し、サウナと地域資源の掛け合わせは大きな可能性を秘めていることが分かった。その地域ならではの体験、さらには人を地域資源と捉えてサウナと掛け合わせることで身体的、精神的効果のほかに人と人の交流といった副次的効果が期待でき、交流人口や関係人口の拡大に寄与することもある。

⁶ 2019年 学芸出版者 こばやしあやな著「公衆サウナの国フィンランド」から引用

（２）まちをあげた取組

豊後大野市と山梨県は、サウナを地域のプロモーション、観光誘客の大きなコンテンツと位置付け、市・県全体の取組として進めている。まちをあげて取組を進める場合、地域外へのPRと地域内の機運醸成が重要となる。

（Ⅰ）地域外へのPR

地域外へのPR手段としてウェブサイトは必須である。研究所のウェブサイトには研究所設立の思いとともに、施設一覧が掲載されているページには営業情報や施設の画像、サウナ室内と水風呂の温度などサウナーが知りたい項目が分かりやすく紹介されている。

サウナ巡りをしたいというニーズがある場合、施設ごとのウェブサイトしかなければ何度も検索する必要があるが、研究所のようなウェブサイトがあれば一目で地域内のサウナを把握でき、ニーズに的確に応えることが可能になる。サウナ旅の誘客において分かりやすいウェブサイトの整備は重要な要素であり、注力すべき点である。

（Ⅱ）地域内の機運醸成

地域内の機運醸成では、まず住民に広くサウナを知ってもらう必要がある。豊後大野市は令和4年1月号の市報でサウナのまち特集を組み、表紙にテントサウナの画像を使用するとともに、サウナのまちづくりについて川野市長と高橋氏、角田料飲店組合長の座談会を記事にした。このようにまだ一般的に認知度が低いサウナを多数の住民が閲覧する情報媒体に掲載することは、機運醸成のためには有効な方策である。

山梨県はキックオフイベントを開催し、長崎知事自らがキックオフを告げるロウリュを行うなどして広く広報した。また、パートナー制度は地域内の事業者も参画するものである。単独の組織だけが実行するのではなく、地域一体となった取組とするためには趣旨を広く広報するとともに賛同するステークホルダーを巻き込んでいく必要があると認識した。

（３）まとめ

本調査研究では、サウナを交流人口や関係人口増加の一端を担う存在と捉え調査を進めた。豊後大野市と丹波山村の事例調査からは、サウナが好きで広めたいという心はもちろん、地域を愛する心、地域の未来を切り拓きたいという強い意志を感じた。

地域に多くの人が訪れ、地域内で消費活動を行うことは地域活性化において重要な視点である。このためには、多様な人材の能力や視点を生かし官民を問わず様々なステークホルダーが共創してまちづくりを進めなければならない。

サウナという一見観光誘客につながらないと思われるコンテンツでも、その地域ならではの地域資源と掛け合わせることで魅力的なものに変容する。冒頭で地方においてはブームをチャンスと捉え様々な取組が生まれていると述べたが、日本のサウナシーンを盛り上げ、ブームを牽引してきたのはとがったコンテンツで顧客を獲得する、いわゆるピンホールマーケティングの考え方をもち、挑戦を続けてきた地方のサウナだと考えられる。

なお、サウナが全国的に広がり様々な取組が進められているが、念頭に置くべきは安全の確保である。特にアウトドアサウナには火気の使用が伴うため、一歩間違えば大事故につながる危険がある。周囲への配慮を行い、安全を確保したうえで楽しむことを忘れてはならない。安全確保

についてはサウナブランドであるSaunaCampからテントサウナ安全ガイドライン⁷が公開されているため参考にすべきである。

6. 提案

山形県長井市・南陽市・白鷹町・飯豊町・小国町（以下5市町を「アルカディア地域」という。）により設立された地域連携DMO「一般社団法人やまがたアルカディア観光局（以下「観光局」という。）」では観光地域づくりを通して、地域の多様な事業者と住民が一体となり、持続可能な地域の発展に寄与している。活動の一環で令和3年に観光局内にサウナ部が発足した。

活動内容は、各季節の豊かな自然環境を感じられる場所でテントサウナを体験するとともに、風土を生かした食、雪国ならではのアクティビティなど地域資源と掛け合わせたサウナを楽しむものである。

部員は地域内外のサウナ好き、サウナに興味があり体験してみたい人、サウナに興味はないがイベントを楽しむために参加している人などがおり、活動理由や参加頻度は多岐にわたる。部員はサウナを起点にゆるやかなつながりを形成し、既成概念にとらわれない思考で地域の発展のため、また、各々の趣味的楽しみとして活動している。

また観光局ではサウナ熱の高まりをうけ、サウナ部提案のもと、観光商品としてテントサウナレンタルプランを開始し、更なる観光誘客に取り組んでいる。

こうした活動や商品開発は地域内の連携を促進し、アルカディア地域の活性化や観光誘客の促進、サウナ文化振興に寄与し、その継続は持続可能な地域の発展につながると考えられることから、この動きを加速・拡大するために以下の提案をする。

（１）サウナマップの作成と情報発信方法

サウナ部ではこれまで、古代の丘キャンプ場（長井市）や梅花皮荘の川辺（小国町）、長井あやめ温泉ニュー桜湯（長井市）などアルカディア地域内の絶景ポイントや温泉施設で活動を行った。今後は十分一山（南陽市）での雲海サウナや期間限定の水没林（飯豊町）サウナなどアルカディア地域を存分に楽しめる場所での活動が考えられる。

活動の様子は観光局ウェブサイト内にレポート記事として掲載されているが、時間が経過するとほかの記事の中に埋もれ見つけづらい状態となる。また、情報発信はウェブサイトのほか、各個人のSNS発信に留まっており、必ずしも十分ではない。地域内外にアルカディア地域の魅力とサウナの盛り上がりを発信し、観光客やサウナーが訪れるきっかけをつくるために以下の取組を提案する。

①サウナマップの作成

サウナマップはサウナ可能な場所やおすすめポイント、その場所のイベント開催レポートを掲載するものである。アルカディア地域のどこでサウナができるのかをマップ形式で表示することで、より分かりやすく発信できる。新規でウェブサイトをつくるのではなく、観光局ウェブサイト内にGoogleマップと連動したページを作成することで、観光に興味がある層、サウナに興味がある層の双方からの閲覧が期待できる。マップの詳細には活動レポート記事をリンクすることで、サウナ部の活動を広報することができる。

⁷ SaunaCamp テントサウナ安全ガイドライン <https://saunacamp.net/magazine/safety-guidelines/>

②Facebookグループの作成

サウナ部はMessengerグループを使用した、招待制のコミュニティとなっている。口コミ中心のメンバー構成であり、イベントの告知もMessengerグループ内で行っている。これをメンバー同士が参加できるイベントページの作成やグループ内の限定公開の写真アルバム作成が可能なFacebookグループに切り替えることで、イベントの広報性が高まるとともに、交友関係も広がりやすくなり、コミュニティの継続性の向上、地域内外への更なる広報に寄与するのではないかな。

（２）みんなでつくるサウナプロジェクトの発足

令和4年現在、数多くのテントサウナイベントが開催される一方で、サウナのクオリティや更衣場所などの観点から拠点施設を有するサウナ施設の人気は根強い。

アルカディア地域には温泉施設に付随したサウナはあるものの、サウナを売りにした施設やアウトドアサウナ施設はない。山形県では、山形市にプライベートサウナ「SORENA」、鶴岡市に県内初のセルフウリュ可能なホテル「スイデンテラス」などサウナを売りにした施設がオープンし、人気を集めている。さらにアルカディア地域に隣接した米沢市では、サウナ施設設置のクラウドファンディングが発足するなど、県内のサウナ熱が高まっている。そこで、アルカディア地域にアウトドアサウナ施設をつくることができれば、アルカディア地域、山形県の観光誘客につながるのではないかな。しかし施設をつくるには相当な経費や労力、公衆浴場法の問題や運営方法などクリアしなければならない課題は多い。

そこで、「みんなでつくるサウナプロジェクト」を発足し、まずはスモールスタートで小さく始めたいと考える。開始にあたってのキーワードは「面白がる」と「関わりしろ」をイメージした。プロジェクトの実施主体に加えて、サウナをつくってみたい人や面白がり関わる人が自ら提供できる価値を共有しアイデアを重ね、入りたいサウナ、水風呂への導線、PR方法などの構想を練る。関わり方の濃淡はあるにしろ、プロジェクトに共感した人が地域の内外を隔てずにみんなでチャレンジする姿勢を持つことができれば、アルカディア地域ならではのアウトドアサウナ施設をつくりあげることができるのではないだろうか。

プロジェクトが進行した場合、意図的に関わりしろをつくることを提案したい。関わりしろは、そこに自分が関わる余地があるかどうか、を意味する造語で、何か関わってみたいと思う人が、実際に関わることでできる余地を作ることである。例えば、サウナのある部分を制作したいがスキルが足りない場合でも、DIYが得意な人も巻き込んだり、地域内の事業者と連携して告知ビジュアルを作成するなど、多数の関わりしろがある。

実際にプロジェクトを進める場合、地方でサウナ事業を展開したい人がいるならば、長井市では地域活性化事業（企画提案型）の地域おこし協力隊に応募することも考えられる。また、サウナ部が主体となって進めることも考えられる。いずれにしてもスモールスタートで、まずはアイデアを出し、重ねることからスタートしたい。

（３）アルカディアサウナフェスティバル（仮称）の開催

サウナ部は発足以降、地域内の絶景ポイントサウナや芋煮とのコラボレーションなど地域資源を掘り起こし、サウナと掛け合わせる活動をしてきた。部員は地域内をよく知る人物である。今後は地域外との連携、共創を図ることで更なる地域活性化やサウナ文化振興につながっていくのではないかな。

そこで「アルカディアサウナフェスティバル（仮称）」の開催を提案する。この背景には前述のとおり、これからのまちづくりには多様な人材の能力や視点を生かし、官民を問わず様々なステークホルダーが共創すべき、という考えがある。

本イベントは、昨今、企業のサウナ部活動が盛んに行われており、企業のサウナ部連合「JAPAN SAUNA-BU ALLIANCE⁸」が発足するなど、働くサウナーが広まりつつあることをふまえ、サウナを起点にした関係づくりの場、共創のきっかけづくりを行うものである。アルカディア地域の食や文化、人という地域資源を味わいながら、様々なステークホルダーが交流し、名刺交換からは始まらない関係づくりを提案する。また、フェスティバルによって地域外との交流だけでなく、地域内の交流が促進され新たな事業者間の連携の創出も期待できる。

地域を問わずそこに暮らす人、関わる人にとって、幸せに暮らしたい、地域を豊かにしたいという思いは皆が少なからず持っている。人材の不足が叫ばれているなかでひとりの力、単独の組織の力で課題を解決することは難しい。そこで、思考を課題解決型から価値創造型へ変化させ、課題を解決するだけでなく、地域に新たな価値を創造するチャレンジが必要である。課題解決、価値創造ともに連携・共創の概念を取り込み、歩みを進めるべきである。

そのなかで地方において、認知度がまだまだ低いサウナを切り口にした取組は、小さなチャレンジかもしれないが、その継続により新たな価値を創造していきたい。

⁸ サウナを通じた日本ビジネスシーンの活性化に貢献すべく、2019年4月に組閣された企業連合。JALとコクヨが共同代表を務めるJAPAN SAUNA-BU ALLIANCE実行委員会が主催となり、ネットワーキングやイベント企画などを中心に幅広く活動中。やまがたアルカディア観光局は官公庁部門で唯一加入中。