

やまなし自然サウナ聖地化戦略



令和4年3月

やまなし自然サウナととのいプロジェクト

目次

0. やまなし自然サウナととのいプロジェクト.....	1
1. 戦略策定の趣旨	1
2. 観光とアウトドアサウナの現状	2
① 観光の現状.....	2
② アウトドアサウナの現状	4
3. 聖地化に向けた課題	5
① 観光コンテンツとしての分析	5
② 企業・団体等が持つ課題.....	6
③ 分析と課題を踏まえた聖地化への課題.....	6
4. 聖地化に向けた方向性	7
5. プロジェクト構成員に期待される役割	7
6. アウトドアサウナの聖地化推進施策	8
① 「やまなし自然サウナ」のブランド化.....	8
② 目指すべき姿	8
③ 具体的な施策.....	9
■施策1 ■ 安全性の確保.....	9
■施策2 ■ マナー啓発.....	10
■施策3 ■ 魅力の向上	11
■施策4 ■ 体験施設の整備	12
■施策5 ■ ブランディングと認知度の向上	13
7. 推進体制.....	14

0. やまなし自然サウナととのいプロジェクト

1964年東京五輪選手村に設置されたサウナ施設をきっかけに第1次サウナブームが起こって以降、1990年代のスーパー銭湯建設ラッシュに伴う第2次サウナブームを経て、現在は、サウナをテーマとした漫画の発刊・テレビドラマの放映、「新語・流行語大賞」に「ととのう」（サウナで満足感を得る状態）がノミネートされるなど、第3次サウナブームと呼ばれるほどサウナ人気が高まっています。こうした中、新型コロナウイルス感染防止のための三密回避を求める動きなどもあり、自然の中でのサウナ体験が注目を集め、キャンプ場等にテント型サウナを設置しサウナ浴を行う「アウトドアサウナ」を楽しむ人々が徐々に増加しています。

本県は、都心からわずか90分の地にありながら、世界文化遺産の富士山をはじめ、標高日本第2位の北岳を含む南アルプス、赤岳・権現岳等を擁する八ヶ岳連峰など、雄大な山々に四方を囲まれるとともに、県土の約8割を森林に覆われた自然豊かな県です。

また、標高の高い山々に降り注ぐ雨や雪は、悠久の時を経て伏流水となり、澄んだ美しい水が県内の至る所から湧き出しており、豊かな水資源にも恵まれています。

こうした山梨県の自然環境は、アウトドアサウナの体験に最適であり、アウトドアサウナはポストコロナにおける本県観光の切り札になる大きな可能性を秘めています。

このような中、アウトドアサウナを本県の新たな観光資源として誘客を図りたいという強い想いを有する県庁若手職員（メンバー）や市町村・民間事業者等（パートナー）が集まり、令和3年6月に「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」を立ち上げ、その聖地化を図っていくこととしました。

1. 戦略策定の趣旨

「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」では、プロジェクト発足の趣旨をふまえ、アウトドアサウナの聖地化に向けて、関係者が一丸となって行う取り組みの設計図となる『やまなし自然サウナ聖地化戦略』を策定します。この戦略に基づいた取り組みを継続することで、ブランド力を高め、誘客だけにとどまらず、交流人口の創出や二拠点居住を促進し、山梨県経済の活性化へと繋げていきます。

2. 観光とアウトドアサウナの現状

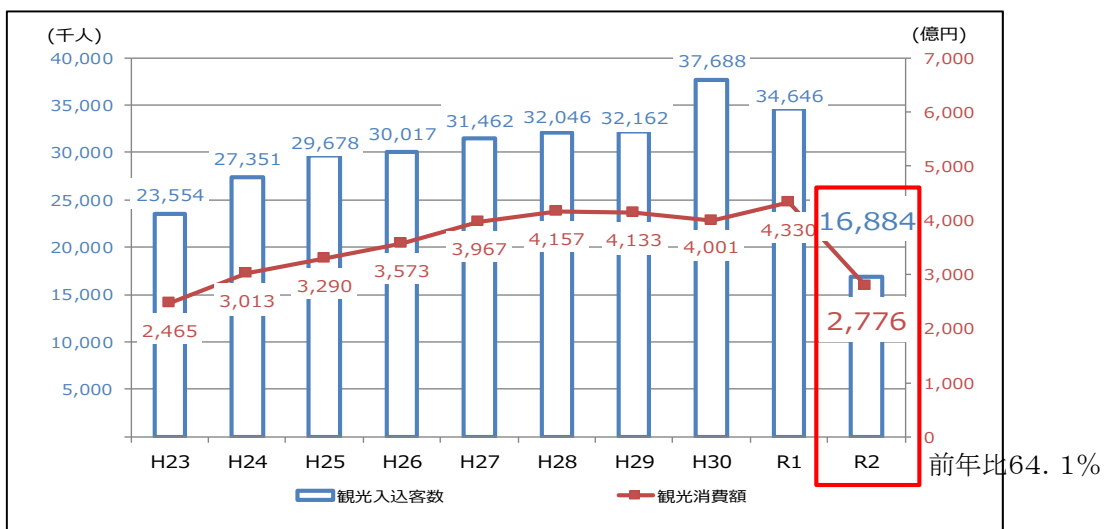
① 観光の現状

(1) 観光入込客数等

観光入込客数は平成 23 年～平成 30 年まで年々増加していたものの、令和元年は、梅雨明けの遅れや秋の大型台風の影響により減少しました。令和 2 年は新型コロナウイルス感染症の影響により、1,688 万人となり、対前年比 48.7%、観光消費額は 2,776 億円で対前年比 64.1%と大きく落ち込みました。(図表 1)

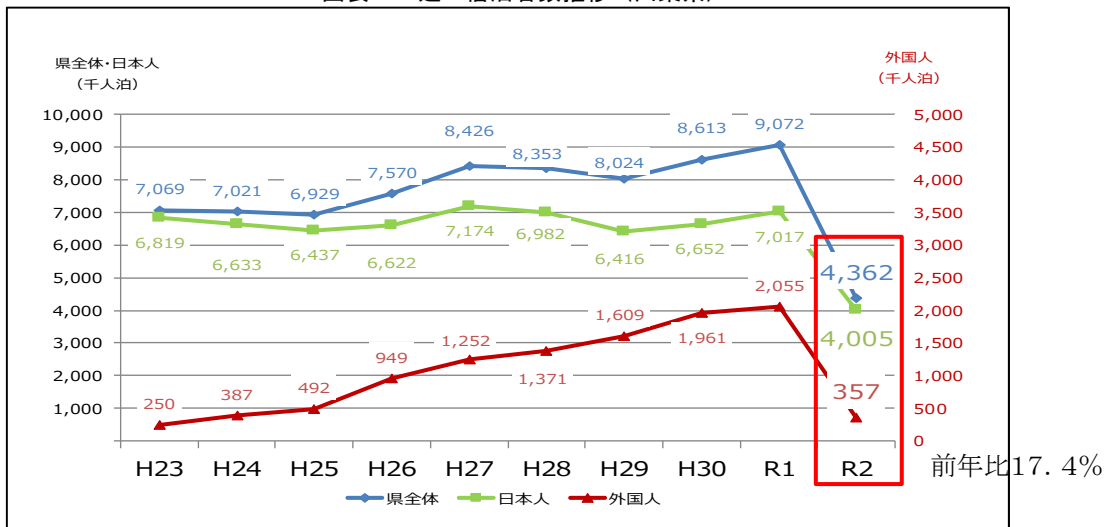
特に、外国人延べ宿泊者数は 35.7 万人泊で、対前年比 17.4%と激減し、県内観光産業は甚大な打撃を受けました。(図表 2)

図表 1：山梨県の観光入込客数と観光消費額の推移



出典：山梨県「観光入込客統計」(令和 2 年)

図表 2：延べ宿泊者数推移 (山梨県)

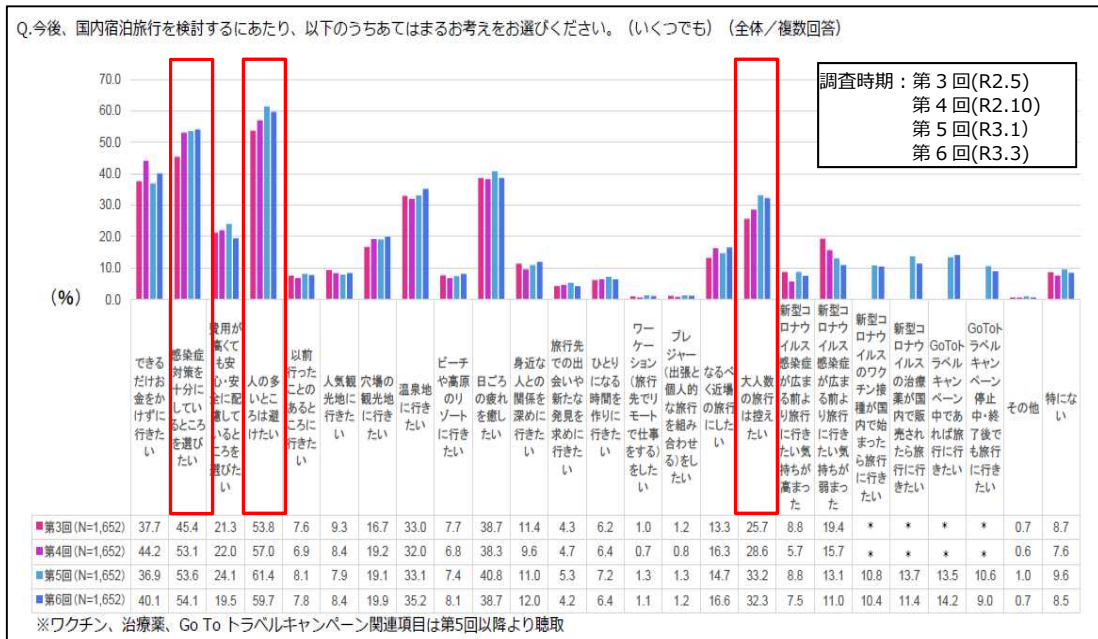


出典：観光庁「宿泊旅行統計」(令和 2 年)

(2) 旅行者ニーズの変化

旅行者ニーズは、新型コロナウイルス感染症に対する不安や、三密(密閉・密集・密接)の回避などを意識した「新たな生活様式」の普及により、旅行先における感染症対策の徹底や混雑回避、少人数旅行などを重視するように変化しました。客室でゆっくりと時間を過ごす、温泉を楽しむ、アウトドア・自然での活動が増えています。(図表3, 4)

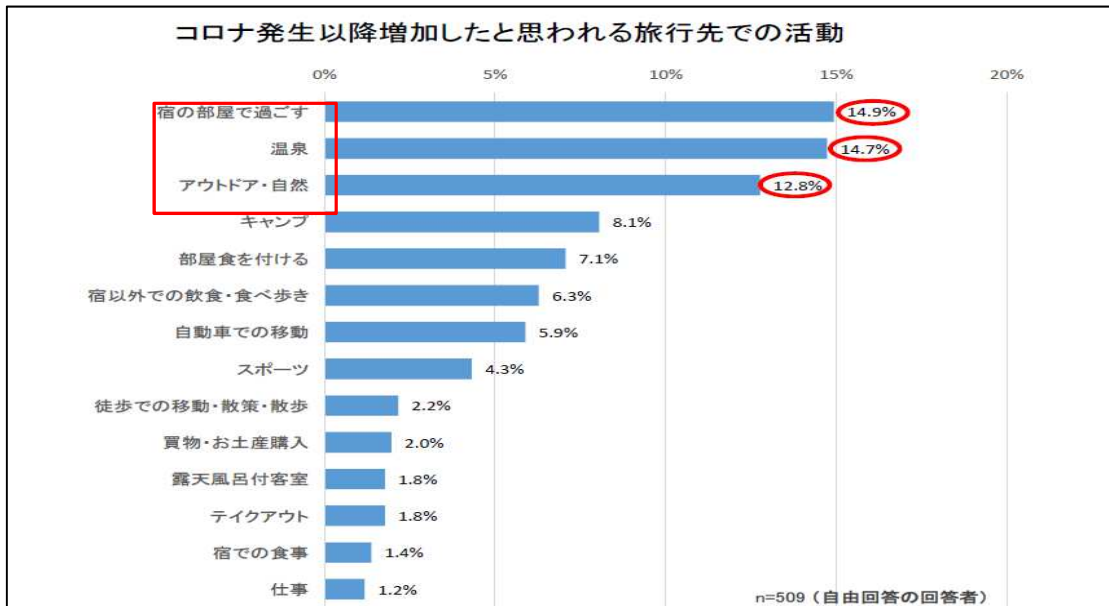
図表3：今後の国内宿泊旅行で希望すること



出典：(株)リクルートじゃらんリサーチセンター

「第6回新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査(令和3年5月)

図表4：コロナ発生以降増加したと思われる旅行先での活動



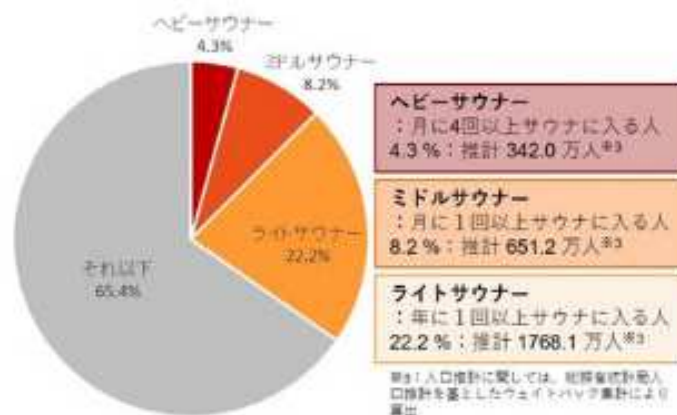
出典：(公財)日本交通公社「JTBF オピニオンリーダー層調査」(令和2年12月)

② アウトドアサウナの現状

2015年から、サウナをテーマとした漫画「サ道」が連載され、2019年、2021年にはドラマ化されました。また、サウナを特集するテレビ番組も多く放映されるほか、2021年「新語・流行語大賞」に「ととのう」(サウナで満足感を得る状態)がノミネートされるなど、サウナに対する社会的興味・関心は高まっています。一般社団法人日本サウナ・温冷浴総合研究所の推計では、我が国でのサウナ愛好者数は近年2,000万人を越え、サウナ人気は高い状態が続いています。(図表5)

アウトドアサウナを体験できる箇所については、2022年1月現在、北海道が34箇所、長野県が29箇所、山梨県は24箇所、3位となっています。アウトドアサウナ自体が近年できたコンテンツであることから、体験できる施設は通常の浴場内サウナと比べると全国的にもまだ少ないのが現状ですが、本県を含め、自然豊かで水が豊富な都道府県で普及が進んでいます。(図表6)

図表5：サウナ愛好者の比率



出典：(一社)日本サウナ・温冷浴総合研究「日本のサウナ実態調査」(令和2年)

図表6：サウナ及びアウトドアサウナ体験施設数の比較

	アウトドア			体験施設
	サウナ常設	レンタル	小屋有	
北海道	17	10	12	34
長野県	18	5	12	29
山梨県	17	8	6	24

参考：日本最大のサウナ検索サイト「サウナイキタイ」を元に、自然サウナととのいプロジェクト事務局作成(令和4年1月)

3. 聖地化に向けた課題

① 観光コンテンツとしての分析

観光コンテンツの視点から見た山梨県でのアウトドアサウナ体験について「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」においてSWOT分析(※)を行った結果は次のとおりです。

※SWOT分析:強み(Strength)、弱み(Weakness)、機会(Opportunity)、脅威(Threat)の4つの視点で現状分析し、事業戦略作成に活かすための整理方法。

(1) 強みと弱み

【強み】・・・都心からのアクセスの良さ

水資源の豊富さ

「ととのう」ために必要な外気浴にふさわしい自然環境

サウナストーブに必要な薪燃料の地産地消

都道府県レベルでアウトドアサウナに特化した施策をとっているところがない

【弱み】・・・アウトドアサウナ自体の認知度の低さ

アウトドアサウナが体験できる施設数が少ない

(2) 機会と脅威

【機会】・・・中部横断自動車道(山梨・静岡間)開通によるアクセスの向上

第三次サウナブーム

旅行者ニーズの変化(自然環境・アウトドア指向)

【脅威】・・・アウトドアサウナの流行が一過性に終わる可能性

アウトドアサウナを観光コンテンツとして打ち出す他都道府県、市区町村の台頭

自然環境が荒らされてしまう可能性

② 企業・団体等が持つ課題

アウトドアサウナを体験アクティビティとして既に取り組んでいる企業・団体等(やまなし自然サウナととのいプロジェクトのパートナー事業者)が持つ課題は、図表7に示すとおり、①安全性や正しい使い方、マナーの周知の必要性に対するものが最も多く、次いで②アウトドアサウナ自体の認知度の低さ、③イベント実施時の申請関係の煩雑さ、④実施可能な場所分かりにくさとなっています。

図表7：企業・団体等が持つ課題

課題	パートナー事業者	アウトドアサウナ体験施設	アウトドアサウナ販売	その他	官公庁・観光協会等	計
●安全・マナーの周知啓発		3	2			5
●アウトドアサウナ認知度の低さ			2	2		4
●イベント実施時の申請関係の煩雑さ			1	1	1	3
●実施可能な場所の分かりにくさ	1		1		1	3
●公衆浴場法が時代にそぐわない	3					3
●アウトドアサウナ実施のガイドラインがない	1		1			2
●事業者間の連携不足				1		1
●広域連携組織がないこと	2					2
●価格をいくりに設定するか	1					1
●広域的なイベントを実施したい					1	1
●体験可能施設情報がない	1					1

出典：やまなし自然サウナととのいプロジェクトアンケート(2021)

対象：27団体 回答数：27団体

③ 分析と課題を踏まえた聖地化への課題

①観光コンテンツとしての分析と②企業・団体等が持つ課題を踏まえ、聖地化に向け解決すべき課題を下記のとおりまとめました。

- ①アウトドアサウナ体験の安全性の確保
- ②自然環境マナー啓発
- ③アウトドアサウナの魅力の継続的発信
- ④アウトドアサウナ体験施設の確保及び周知
- ⑤アウトドアサウナ自体の認知度不足

4. 聖地化に向けた方向性

(1) アウトドアサウナの質の向上

アウトドアサウナは、自然の中で行うからこそ密集も避けられ、非日常を楽しむことができる一方、火気や河川、湖水を使用することにより危険が伴う可能性もあります。安全な入り方や、自然を利用するからこそその環境への配慮、周囲への配慮等、マナー啓発が不可欠です。加えて、感染症対策についても合わせて徹底することで、体験時の安全性がより向上し、安心してアウトドアサウナを楽しむことができます。

(2) アウトドアサウナ+αによるブランド力の強化

アウトドアサウナを一過性の流行で終わらせず、文化として定着させるためにもサウナ以外の観光や産業に結びつけることで、地域の独自性を打ち出し、旅行者に対して新鮮さを与えるアウトドアサウナを活性化させる仕組み作りが必要です。具体的には「サウナ×〇〇」という形で地域の持つ特色を絡め、さらなる魅力を付け加えることで、ブランド力を強化していきます。

例) サウナ×狩猟、サウナ×富士山、サウナ×湖、サウナ×フルーツ狩り、サウナ×温泉

(3) アウトドアサウナの認知度向上

アウトドアサウナは、コロナ禍を経験した旅行者が持つ、「密を避ける」、「アウトドア・自然を求める」というマインドに合うコンテンツではありますが、通常の浴場サウナ施設と比べると施設数は少なく、認知度も高いとはいえません状況です。

一方、この状況は逆にチャンスとも捉えることができます。アウトドアサウナ聖地化に向けた取組の中でアウトドアサウナ施設数を増やすとともに、施設情報を求めている方(体験したいと考えている方)に対して適時・的確な情報を届けることにより、「山梨県＝アウトドアサウナ」のイメージを植えつけることが可能となります。

5. プロジェクト構成員に期待される役割

(1) メンバー(若手県庁職員): 戦略の作成、サウナ関連事業のPR、関係各課との連絡調整

(2) パートナー

① 市町村: 自然サウナ関連事業の活性化、自然サウナのPR

② 民間事業者: 自然サウナ関連事業の活性化、自然サウナのPR

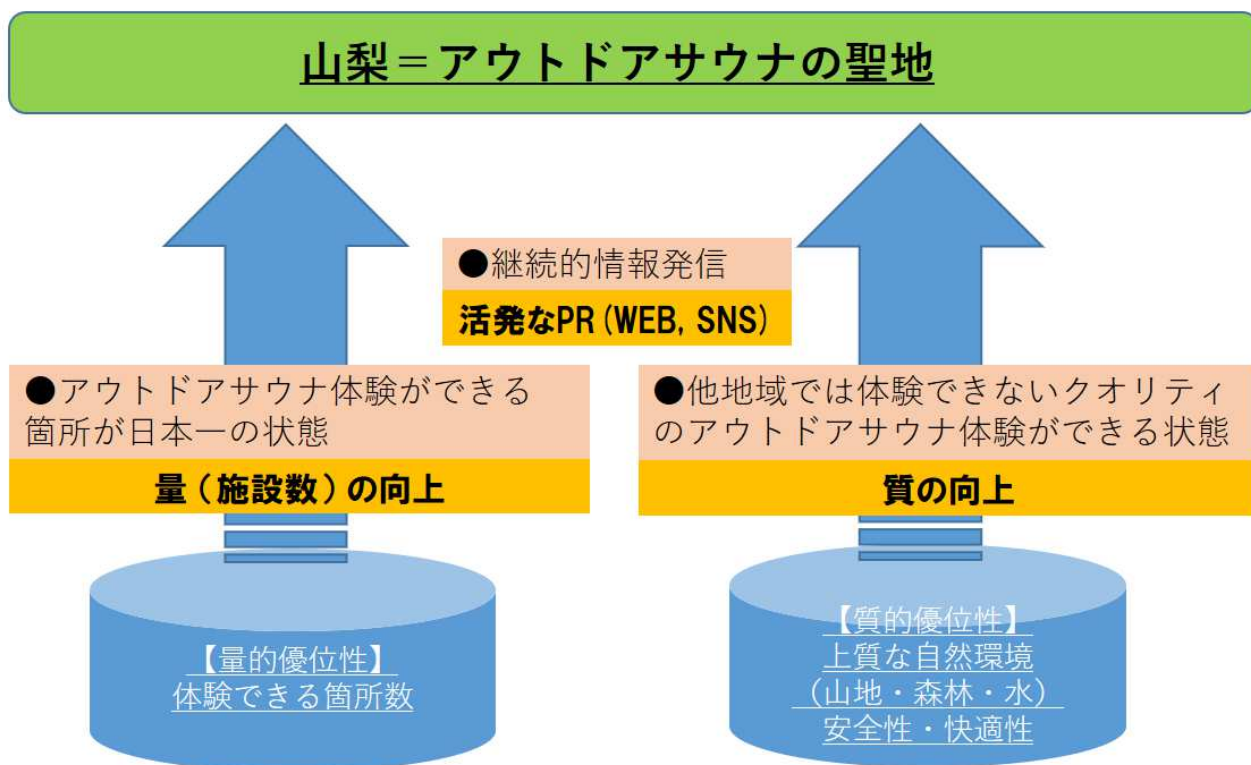
6. アウトドアサウナの聖地化推進施策

① 「やまなし自然サウナ」のブランド化

山梨県をアウトドアサウナの聖地にするために、「山梨県が誇る自然環境(富士山・八ヶ岳・南アルプス・奥秩父等の山々や豊かな森林、名水)の中で行うサウナ体験」を「やまなし自然サウナ」(通常のアウトドアサウナ体験とは一線を画した良質で満足度の高いサウナ体験)と呼び、そのブランド化を図ります。

② 目指すべき姿

「アウトドアサウナの聖地化」では、「やまなし自然サウナ」が県内外のサウナー(サウナ愛好者)に浸透するとともに、未体験者や初心者も含めて、「アウトドアサウナといえば山梨県」「山梨で極上の自然サウナ体験をしたい」と思うような場所になることとされる場所になることを目指します。



③ 具体的な施策

目指すべき姿の実現にむけて取り組むべき施策は次のとおりです。

- 施策1 ■ 安全性の確保
- 施策2 ■ マナー啓発
- 施策3 ■ 魅力の向上
- 施策4 ■ 体験施設の整備
- 施策5 ■ ブランディングと認知度の向上

※ 各施策の記述後()に、役割を担う者を記載してあります。

■ 施策1 ■ 安全性の確保

アウトドアサウナは自然の中で行う気持ちの良さ、楽しさがある反面、危険も伴います。未体験者・初心者でも、事故なく安全に楽しむための必要な情報を、利用者に周知していきます。

● 安全な利用方法を周知し利用者の安全を確保します

R3:「自然サウナ安全利用ガイドライン」の作成(メンバー・パートナー)、HP上で啓発(メンバー)

図表8：自然サウナ安全利用ガイドライン(抄)

◆安全な入り方
自然の中で行うからこそ、楽しさとともに危険と隣り合わせであることを忘れない！ (大雨のあとや、風の強い日等天候が荒れている日はサウナをしないことも大切。)
自分の体調は自分が一番知っている！周りに合わせず無理はしないこと！ (飲酒後はもつてのほか。持病のある方、妊娠中の方はサウナを控えよう！)
脱水症状や熱中症にならないように水分補給はしっかりとしよう！
サウナ内は高温！煙突やストーブには絶対に触らないこと。また、メガネやアクセサリーや可燃性のもの(アロマオイルの原液)は持ち込まない！
一酸化炭素チェッカーが設置されているか、電源が入っているかチェック！ (一酸化炭素中毒の危険性があります！！)
ノリと勢いで水に入らない！(水温の低さ、川の流れや深さ、周囲の安全など予めしっかりと確認し不安がある場合は、無理しないこと。)

R4以降:ガイドラインの周知徹底(メンバー・パートナー)

※必要に応じた「ガイドライン」改定及びアップデート

■施策2■ マナー啓発

アウトドアサウナは、山梨が誇る優れた自然環境の恩恵に預かった上に成り立つアクティビティであることから、環境を悪化させないよう、また、周囲の観光客等に不快感を与えない配慮が重要になります。よって利用者に対しマナーの啓発に努めていきます。

●アウトドアサウナ利用者に対してマナー啓発を行います

R3:「自然サウナのマナー」作成、HP上での啓発(メンバー)

図表8：自然サウナのマナー（抄）

◆マナー
譲り合いの気持ちを大切に！ (自然の中ではキャンプを楽しむ人も、釣りを楽しむ人もいます。周りの人にも配慮しながら楽しもう。)
静かに自然のサウンドを楽しもう！ (大声で周りに迷惑をかけないようにしよう。)
自然の中で楽しませて頂いている意識を持とう！ (ゴミや薪の燃えカスは、必ず持ち帰り来た時以上に綺麗にする気持ちで。)

R4以降:サウナ体験施設での周知徹底(メンバー・パートナー)

※必要に応じた「自然サウナのマナー」改定及びアップデート

■施策3■ 魅力の向上

アウトドアサウナの聖地を目指すには、質の高い「やまなし自然サウナ」体験に、各サウナ周辺地域の特性(特産品等のコンテンツ)を組み合わせ、その地でしか体験することができない付加価値の高い極上のプログラムに仕立て上げ魅力向上を図ります。

●地域特性を活かしたイベント等で、アウトドアサウナ体験の付加価値を高めます

R3:各地域の特色を活かしたイベントの実施(パートナー)・PRの実施(メンバー)

図表9：イベントの例



芦川観光協会:芦川サウナ



地元の名産きのこを使った鍋



丹波山村:狩猟とサウナ



地元猟師によるいのしし解体ショー



昇仙峡観光協会:昇仙峡サウナ



昇仙峡水晶を使ったサウナストーン

R4以降:各地域の特色を活かしたイベント(パートナー)・PR(メンバー)の継続的实施

■施策4■ 体験施設の整備

アウトドアサウナの聖地化には、県内各所でアウトドアサウナ体験ができる環境が必要です。そのため、パートナー企業等と協力し本県で行うアウトドアサウナの魅力を広めることで新たな参入を促すなど、施設の充実に取り組めます。

●アウトドアサウナ体験ができる施設の充実に取り組めます

R3:アウトドアサウナ施設整備を支援(メンバー)

図表10:アウトドアサウナ施設整備補助金活用施設例



R4以降:アウトドアサウナ体験施設を、やまなし自然サウナサイトを用いてPR(メンバー)

ノウハウの伝達等による事業者の新規参入を推進(パートナー)

■施策5■ ブランディングと認知度の向上

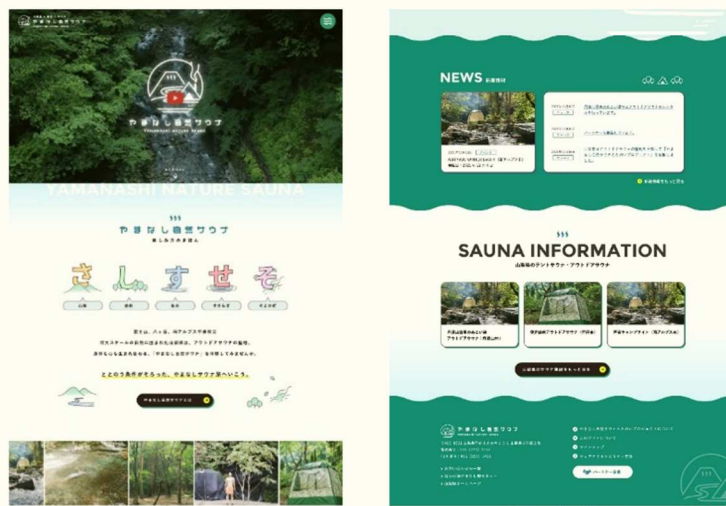
施設情報や自然サウナの楽しみ方を継続的に情報発信し、「やまなし自然サウナ」のブランディングと認知度向上を図ります。

- やまなし自然サウナサイトを作成・公開します
- やまなし自然サウナロゴマークを作成し、事業者等の活用を促します
- 自然サウナサイトへの情報提供及びサイトのPR、ロゴマークの活用をします

R3:やまなし自然サウナ情報発信サイトの作成・公開(メンバー・パートナー)

やまなし自然サウナロゴマークの作成・公表(メンバー・パートナー)

図表11: やまなし自然サウナサイトのイメージ



図表12: やまなし自然サウナロゴマーク

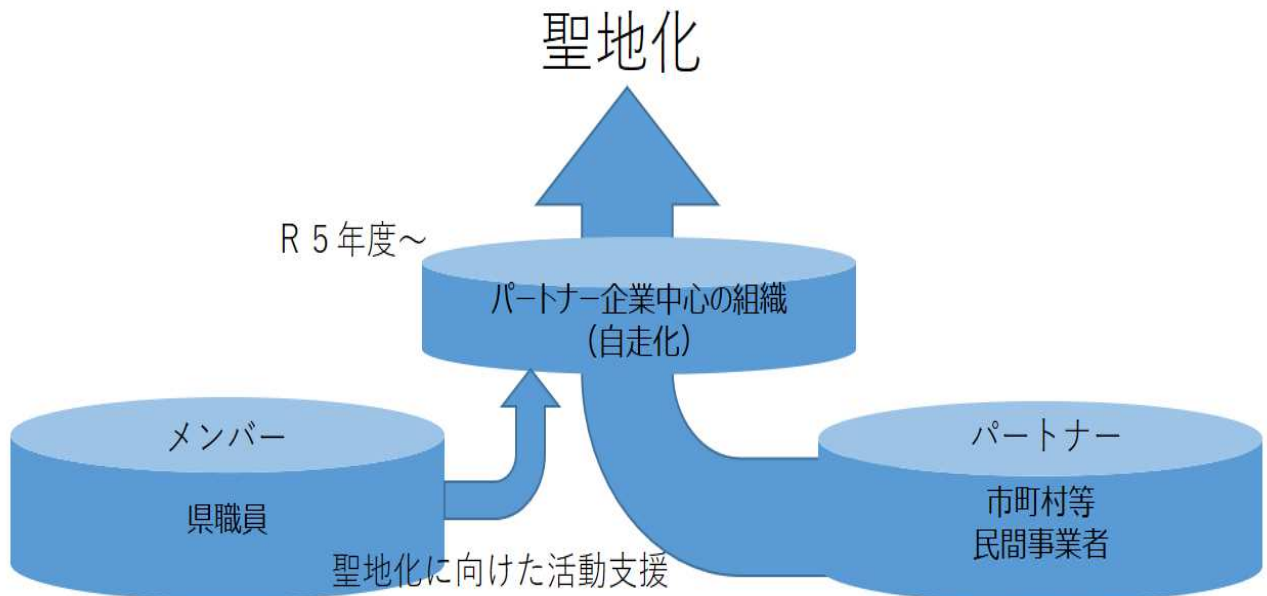


R4以降:サイトを活用したPRの継続(メンバー)

自然サウナサイトへの情報提供及びサイトのPR、ロゴマークの活用(パートナー)

7. 推進体制

「やまなし自然サウナととのいプロジェクト」の、メンバー(県職員)とパートナー(市町村及び民間企業等)の両輪にて本戦略の取り組みを進めていきますが、令和3年度に聖地化に向けた土台作りができたことから、令和4年度からは組織の自走化に向けた準備を行い、令和5年度からはパートナー企業を中心とした組織に改編し聖地化を目指します。



推進のためのアドバイス

- 公衆浴場法…衛生薬務課
- 自然公園法・水ブランド…自然共生推進課
- 河川法…治水課
- 森林関係 …林政総務課・林業振興課・県有林課
- 産業連携 …産業振興課

やまなし自然サウナ聖地化戦略

令和4年(2022年)3月策定

やまなし自然サウナととのいプロジェクト

(山梨県観光文化部観光振興課(事務局))
