

支援団体より報告

サウナを活用した地域観光活性化と健康増進事業 ～十勝サウナプロジェクト～

十勝サウナ協議会

皆さんは、「北海道」という観光地の名前を聞いたとき、どのような印象を持つでしょうか。グリーンシーズンは広大な土地を活用した花畑や景観、大自然の中で体験できるアウトドアアクティビティがあり、ウィンターシーズンにはスキーやスノーボード、雪まつりや流氷などのコンテンツがあります。その他にも、新鮮な魚介類や野菜など、地域の食材を使用した食事など、1年を通して様々な魅力的なコンテンツを持つ観光地としてイメージがあるかと思います。しかし、通年観光を確立させて、成功している地域は少なく、北海道の中でも積雪によって交通面に支障が出るウィンターシーズンは、グリーンシーズンに比べて観光客が半減するという地域も多くなっています。十勝も三方を山に囲まれている立地であり、ウィンターシーズンの観光集客に頭を悩ませてきました。

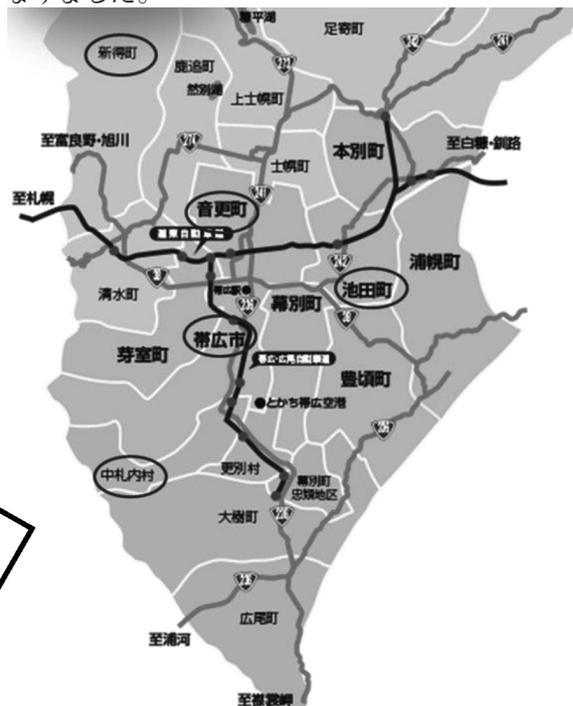
また、宿泊客が全体の15%程度と日帰り客が多く、道東道開通後は道央圏からの観光客は増加していましたが、通過型観光地として滞在型観光を進めていくことが課題となっていました。

そのような中、秋から冬にかけての誘客事業としてチャレンジしたコンテンツが「サウナ」になります。サウナは日本中にあり、特に温泉施設などに併設されていることが多く、どこでも楽しむことが出来るものです。また、サウナ発祥の地であるフィンランドと十勝には気候、景観、食文化などの共通点があり、更に十勝には北海道遺産にもなっている「モール温泉」温泉施設が多くあります。宿泊施設や銭湯でも「モール温泉」を利活用している施設が多く、それに伴って多くの施設にサウナが併設されていました。十勝管内で約50にもなるサウナの多さを、地域の特色であると考えて「サウナ」に可能性を見出しました。

地域として連携してサウナを取り組んでいくことが必要であると考え、「十勝サウナ協議会」を2020年4月中旬に設立し、その後すぐに「高速道路利用・観光・地域連携推進プラン」に応募しました。

単なる地域でのサウナ施設の連携に留めるのではなく、地域で継続していくためには何が必要であるのかを考え、サウナに入ること、開放感を得られるだけでなく、睡眠の質が向上することや、食事がおいしく感じられること等をもっと伝えていくためにはサウナについての正しい知識を伝える必要があると感じました。そこで、医学的な見地からサウナを利用することで身体にどのような反応があるのか、「健康」をキーワードとしてサウナを盛り上げていくこととなりました。

「十勝サウナ協議会」としてサウナ施設の定義を定め、サウナと健康を組み合わせた活動に賛同する施設が集まり協議会をスタートしました。定義としては日本国内で多く見られるドライサウナではなく、フィンランドのロウリュウ（サウナストーンに水をかけて蒸気を発せさせること）が可能なサウナ施設に限定したこともあり、帯広市、音更町、新得町、中札内村、池田町の1市4町村10施設でのスモールスタートとなりました。



連携事業の第一歩として、地域を周遊し滞在日数を増やす試みとして支援金を利用し、地域を周遊してサウナを楽しめる「サウナパスポート」の発行をしました。販売時に集計を取った所、20代～40代の利用客が全体の70%以上であり、更には女性が3割以上と、新しい若年層の誘客に成功しました。また、対象のサウナ施設には「サウナ室内に十勝の自然素材があること」「水風呂は循環式でないこと」など10の条件を満たしてもらい、サウナの入り方などを説明するパンフレットやチラシを作成することで、サウナに対する正しい知識を広めていく活動を行いました。

また、健康という視点からは、日本サウナ学会の代表理事である加藤容崇先生より、サウナデータから読み解く「病気予防につながるサウナ」の環境づくりについてセミナーを開催していただき、地域でのサウナ知識を深めるとともに、非常に有意義な活動を行うことができました。医学的な見地を踏まえつつ、地域全体でのサウナによる地域振興とコンテンツ作りを行っていきま

した。ドラマや漫画の影響があり、「サウナー」や「サ活」という言葉が浸透したこともあり、他の地域との差別化が必要であると考え、「十勝地サイダー研究会」とコラボレーションした十勝の白樺成分入りのサウナ専用サイダー「37」や十勝の食を発信するための「サ飯」として「ロウリュウチキン」の開発を行い、十勝のサウナブランドを高める取組を行いました。

特に「ロウリュウチキン」の開発には支援金を活用し、「和牛マフィア」料理長・浜田寿人さんとの共同開発の下、地域の食材を使って何度も試作を重ねメニュー開発を行い、完成後は商標登録も行いました。

また、究極のサウナ体験として新得町の屈足湖では、本場フィンランドで楽しまれているアヴァント（水風呂の代わりに凍った湖に飛び込む）を体験できる環境を整え、「北海道アヴァント」として整備を進めていきました。環境整備の段階では、サウナ後に凍った湖に飛び込むという、殆どの人が体験したことがない状況での安全対策について議論を重ねました。冬の十勝は外気温がマイナス20℃を下回り、水温が0℃となる環境であるため、サウナ後に飛び込んで溺れたり心臓発作になったりしないか、そのためには安全ネットの設置やゆっくりと湖に入るための梯子の用意が必要ではないか等、支援金を活用しながら手探りでコンテンツ制作を進めていきました。

こうした活動を行っていくなかで、サウナブームはさらに加速していき、日本中で新しいサウナ施設やサウナを目的とした旅が楽しめるようになっていきました。数あるサウナや地域の中から十勝を選んでもらえるのか？という当初の不安もありましたが、全国的にもこれだけ広範囲のエリアで連携を行っているサウナの取組は無く、十勝ならではの素材を生かした冬の観光コンテンツの確立し、様々な特色のあるサウナが生まれていきました。例えば、十勝産の麦飯石を利用したサウナストーンや白樺を使用したビフィタ、日本一の清流として選ばれたことのある札内川の伏流水や地下水を利用した水風呂や、モール温泉をロウリュウとして使用する「モーリュウ」、ワインの生産が盛んな地域では実際にワイン造りに利用していたワイン樽を活用した「ワイン樽サウナ」や、大自然の中で行う外気浴など十勝らしいサウナ作りが広がっていきました。地域の現場では人手不足の現状もあり、人数を増やすことだけでなく高付加価値で客単価の増加を目指しました。ホテルなど収益事業者による連合体として、行政では難しい取組を意識しました。このような中、サウナオブザイヤー2022を受賞することができました。

「北海道アヴァント」については、体験の安全性を保つことが可能となり、商品としてコンテンツの販売を行うことができ、日本では十勝でしか体験できない高付加価値商品として、高額での販売をしました。私たちの想像を超えて、国内外からの集客に成功しました。また、アヴァントの広告には撮影モデルとして加藤先生にご協力していただき、ポスター制作をしてPRを行いました。

アヴァントで参加者のデータをとったところ、十勝圏以外の参加者が約80%、北海道外では50%を超え、半数以上の参加者が飛行機に乗って十勝を訪れていることが分かりました。また、年齢層は30代、20代、40代の順番となっており、合わせて80%を超えています。これは、温泉など比較的に年齢層が高い観光集



客とは真逆の結果であり、スキーなどのウィンタースポーツに並んで若年層の集客に成功しているといっても過言ではありません。

また、アヴァント参加者675名のデータを集計したところ、十勝にサウナ旅をする場合は半数以上の54%が宿泊での日程を検討していること、サウナ施設での滞在時間は1時間30分～2時間が58%となっており、滞在時間を増やすことで十勝での宿泊者数を増やす結果となりました。同時にサウナプログラムとして魅力的なものについては「熱波体験」や「アロマロウリュ・キューゲル（凍ったアロマ水をサウナストーンの上にのせてゆっくり溶かすこと）」体験ができる施設があれば、魅力的に感じるという人が多い結果となったため、今後各施設の滞在時間を増やすヒントとして体験メニューを取り入れていくことができると考えています。

十勝サウナ協議会として活動を行っていく中で十勝にしかないサウナがサウナーの間でも広がっていくようになり、様々な新聞や雑誌に掲載されたほか「マツコの知らない世界～冬サウナの世界～」や「鶴瓶の家族に乾杯～北海道・帯広～」でも取り上げられました。

また、21世紀総研に依頼し十勝圏におけるサウナの経済波及効果を調査したところ、「サウナ目的客の消費による経済波及効果約11.3億円（2023年1月～3月）」、「サウナ施設の設備投資による経済波及効果約2.5億円（2019年～2023年）」となり、想像以上の経済波及効果が生まれていることが分かりました。

本事業を通して、広域連携としてはサウナパスポートを発行し、地域連携を強化し、冬季の滞在型観光の一助になることができました。また、このパスポートにより事業運営の財源確保に繋げる取組ができました。サウナ効果についても、地域の特色に理解をいただき、さらなる会員の拡充による財源の確保と収益性を求めて、持続可能な事業及び、プロモーションを実施していきます。

サウナブームという後押しもあり、十勝には様々なサウナ文化が根付きつつあります。今後は地元サウナーの更なる人口増加や飲食店・観光施設との連携、官民一体での地域振興として、健康という枠組みを大きく捉え、病気の予防はもちろんのこと、生活を豊かにする活動の一環として、食事や運動、感動体験などとサウナを組み合わせ十勝の新しい観光コンテンツを構築していくことを検討しています。サウナ伝来の地である「根室」との連携も視野に入れ、今回の支援で生まれた結果を糧に、コンテンツの磨き上げを行い、地域としてさらなるステップアップに繋げられるように活動を継続していききたいと思います。

SAUNA 実施施設

<p>01</p>  <p>アヴァント (湯宿くったり温泉レイク・イン) 真冬の湖上で本場フィンランド式のワイルドサウナを、テントサウナで体を温めたあとは、氷に穴をあけた湖へ。 上川郡新得町字屈足808番地 TEL 0156-65-2141 一般入浴料 20,000円(2時間) 通常営業時間 2023.1/14～3/12 ※要事前予約 チケット1施設分で10%OFF アヴァントとは、テントサウナで体を温め、水風呂の代わりに凍った湖に入るワイルドなサウナ。</p>		
<p>02</p>  <p>サホロリゾートホテル 新得町狩場高原 TEL 0156-64-7111 一般入浴料 大人/1,000円、小人(4歳～小学生)/700円 通常営業時間 夏季シーズン(11/3まで営業予定)6:00～8:00、13:00～23:00 冬季シーズン(12/1営業開始予定)6:00～8:00、12:00～23:00 ※朝のサウナは土・日のみ営業いたします。</p>	<p>03</p>  <p>十勝エアポートスパ そら 中札内村南常盤東5線286 TEL 0155-67-5959 一般入浴料 大人/1,000円、小学生/500円、未就学児無料 通常営業時間 7:00～21:00</p>	<p>04</p>  <p>十勝川温泉 観月苑 音更町十勝川温泉南14-2 TEL 0155-46-2001 一般入浴料 大人/1,500円、小人(1歳～小学生)/500円 通常営業時間 【平日・日曜日】5:00～8:00、13:00～21:00 【土・休前日・特日】5:00～8:00、13:00～15:00、18:00～21:00 ※特日・大混雑時・お盆・年末年始等 ※その他の利用制限については要問い合わせ</p>
<p>05</p>  <p>十勝まきばの家 中川郡池田町清見144 TEL 015-572-6000 一般入浴料 日帰りサウナプラン1棟6,600円(サウナ利用定員3名) 利用可能時間 11:00～13:00、13:30～15:30、16:00～18:00 (サウナ80分・シャワー30分) 営業期間 通年(年末年始休業)※要予約(前日17:00まで)</p>	<p>06</p>  <p>十勝ガーデンズホテル 帯広市西2条南11丁目16 TEL 0155-26-5555 一般入浴料 大人(高校生以上)/880円 小人(小学生以上)/440円 小人(小学生未満)/無料 通常営業時間 5:30～10:00、14:00～2:00</p>	<p>07</p>  <p>ひまわり温泉 帯広市西11条南32丁目7-2 TEL 0155-48-4238 一般入浴料 大人/480円、学割/350円、小学生/140円、幼児/70円、入浴料+手ぶらセット(450円) 通常営業時間 【平日】11:00～23:00、【土・日・祝日】11:00～23:30</p>
<p>08</p>  <p>プレミアホテル -CABIN- 帯広 帯広市西1条南11丁目 TEL 0155-66-4205 一般入浴料 大人/1,000円、小学生/500円、未就学児無料 通常営業時間 14:00～23:00(最終受付 22:00)</p>	<p>09</p>  <p>森のスパリゾート 北海道ホテル 帯広市西7条南19丁目1 TEL 0155-21-0001 一般入浴料 【平日】大人/(朝)1,300円、(午後)1,800円、小学生以下/500円 【土・日・祝日・特日】大人/(朝)1,500円、(午後)2,000円、小学生以下/500円 通常営業時間 5:30～9:00(最終入場)、14:00～21:00(最終入場) ※バスタオル、フェイスタオルの無料レンタルあり ※混雑時はご利用を制限させていただく場合があります</p>	<p>10</p>  <p>湯宿くったり温泉レイク・イン 上川郡新得町字屈足808番地 TEL 0156-65-2141 一般入浴料 大人(12歳以上)/700円(バスタオル付)、子供(12歳未満)/200円、幼児/無料 通常営業時間 14:00～22:00(11月～4月末の期間12:00～) 毎週日曜休館日</p>

※上記一般入浴料は税込み表記です。※特日：ゴールデンウィーク、お盆期間、年末年始

支援団体より報告

高速道路ネットワークを活用した、湯涌・南砺「物語の生まれる里」 広域観光エリアの形成・実証事業

一般社団法人地域発新力研究支援センター

石川県金沢市・湯涌温泉と富山県南砺市は、県境を挟んでいますが、近年は道路整備が進み、車で30分ほどの距離になりました。湯涌温泉は金沢市中心部から南東へ車で20分の郊外にあり、「金沢の奥座敷」と呼ばれて主に企業の歓送迎会や町内行事、冠婚葬祭など、県内地元客を中心に賑わってきました。一方、富山県南西部の南砺市は、2004年に4町4村が合併して誕生し、琵琶湖と同じ面積の広大な市域を持ちます。県庁のある富山市まで高速道路でも1時間近くを要するため、その半分の時間で行ける金沢とは古くから結びつきが強い地域です。

2015年の北陸新幹線・金沢駅開業で、首都圏から観光客が多く訪れるようになるまでは、湯涌温泉はバブル景気崩壊後の団体や行事での利用減少、常連客の高齢化などで苦境に立たされ、新しい顧客開拓に迫られていました。鮮やかな四季と風光明媚な街並み、大正時代の詩人画家・竹久夢二のゆかりの地などの観光コンテンツはありましたが、宿泊客の周遊観光コンテンツが少なく、近隣との連携が課題となっていたところに、2011年放送のテレビアニメ『花咲くいろは』の舞台モデルになったことで、多くのアニメファンが湯涌温泉を訪れるようになりました。そのアニメを制作したのが、南砺市城端地域にあるピーエーワークスという制作会社でした。現在、湯涌温泉観光事業協同組合の事業部長で、当時は湯涌温泉の旅館経営者だった山下新一郎さんは、これを好機と捉え、『花咲くいろは』作中に登場する架空の祭礼「ほんぼり祭り」を温泉街で実際に開催したいと作品の権利元へ申し出て、「湯涌ほんぼり祭り」として開催されました。当時はまだアニメに対する文化的な理解が高くなく、温泉街でも否定的な意見が多かった中で、実行委員長となった山下さんのリーダーシップと、実在する地域をモデルにしたアニメ作品のブームが相まって、第1回は約5,000人もファンが湯涌温泉に集まりました。祭りはその後も毎年開催され、作品の架空の設定が地元行事となる前例のない事業として、全国的な注目を集めるまでになりました。

山下さんは温泉街を訪れたファンと交流を持つ中で、「ピーエーワークスがある南砺市と湯涌温泉をセットで旅している」と話す方々が多いことに気づきます。『花咲くいろは』のテレビ放送の3年前、2008年放送のテレビアニメ『true tears』（ピーエーワークス制作）で南砺市城端地域が舞台モデルとなり、既にアニメファンが訪れ始めていたところに湯涌温泉が加わり、期せずして相乗効果を生んでいたわけです。その最中の2012年に、『true tears』のファンだった現代表理事の佐古田が、趣味が高じ京都府から南砺市へと移住してきます。ピーエーワークスと取引のあった南砺市内の印刷会社社員として、「湯涌ほんぼり祭り」の実行委員長だった山下さんと知り合い、本格的に湯涌温泉の事業をお手伝いするようになりました。

2016年には、ピーエーワークスが本社スタジオを城端地域中心部



から、東海北陸自動車道・城端サービスエリア近くの立野原地区に移転。さらに同地区に新たなクリエイティブ施設として「南砺市クリエイタープラザ 桜クリエ」が南砺市によって建設されると、佐古田はその運営管理を行っていた法人へ転職し、施設内のショップやカフェの運営、ピーエーワークスのアニメ作品を活用したイベント企画や商品開発を手がける中で、2018年には法人責任者を引き継ぐことになりました。目の前を走る高速道路を誘客に活用できないか？と思案していたところ、以前より交流のあった山下さんから「アニメの舞台モデルとなった地域を広域観光でつなげられないか？」と打診がありました。そのタイミングで、城端サービスエリアの活性化を検討していたNEXCO中日本とのやりとりも生まれ、アニメ作品の"物語の舞台"となった湯涌温泉と南砺市の民間事業者による、高速道路活用事業計画が始まりました。



立野原地区は、JR城端駅がある城端中心部からは約5km離れ、1日10往復の市営バスが唯一の公共交通機関です。ただ北陸は公共交通が不便で、すでに全国でも有数のクルマ社会となっている上に、目の前を高速道路が往来する立地はそのドライバーの利用も見込め、大変有利です。また2017年にはピーエーワークスが立野原地区を舞台モデルに、テレビアニメ『サクラクエスト』を制作。桜クリエにも多くのアニメファンが足を運ぶようになったことから、同社の人気アニメ作品を活用して湯涌温泉・南砺市を高速道路で結ぶことで、新たな観光の魅力を必ず生み出せると筆者は確信するようになりました。しかし、アニメコンテンツと公共交通機関とのコラボ事例は、これまでも車両ラッピングやヘッドマーク、記念乗車券などが多く見られたものの、高速道路との連携事例は前例がありませんでした。

こうした中、『サクラクエスト』がきっかけとなり、立野原地区にある北陸最大の農業用ため池・桜ヶ池周辺の桜の木の樹勢を回復させる取り組み「桜ヶ池クエスト」が、2018年にピーエーワークスや弊社スタッフ、アニメファンが自主的に集まって開始されました。この取り組みにNEXCO中日本が注目し、高速道路利用者の城端サービスエリアへの立ち寄り機会創出を目的に、サービスエリア内のコンビニ壁面に「桜ヶ池クエスト」の大型看板が設置されました。折よく東海北陸自動車道全通10周年の時期に重なり、NEXCO中日本側の高速道路利用促進事業と、地域側の観光誘客の目的が合致したことで連携が加速しました。

このような経緯を経て湯涌温泉・南砺市と高速道路との関係が深まる中で、ご縁のあった関係者から「高速道路利用・観光・地域連携推進プラン」への応募を勧められました。アニメ作品とのコラボ事業は、単年度予算で用途の制約が多く、担当者が頻繁に変わる行政の事業とは、相性が良くありません。「高速道路利用・観光・地域連携推進プラン」であれば、これまでの連携の深化、地域事業者の参画促進、広報宣伝への活用などが幅広く可能になることから、同プランに応募し採択いただきました。

1年目の2021年には、NEXCO中日本の高速道路周遊バス「速旅ドライブプラン（以下、速旅）」を用いたオリジナル企画商品「南砺・五箇山・湯涌 物語の生まれる里ドライブプラン」を造成しました。「速旅」は、指定区間の利用期間内であれば高速道路が定額乗り放題になるサービスで、土産物屋や飲食店などで利用できるお買物券等がセットになっています。主に愛知・岐阜・三重など東海地域から高速道路を使って観光される方に向け販売しましたが、コロナ禍の影響で思うような宣伝ができず、観光自体を控える方も多かったことから、販売数は伸び悩みました。

2年目となる2022年には、アニメ『花咲くいろは』との公式コラボを実現。同作と竹久夢二のコラボ手ぬぐい、エリア内の提携日帰り温泉施設で利用できる入浴券を特典としてセットしたところ、クーポンの提携先が27ヶ所から34ヶ所に増加、メインターゲットとしたアニメファンを中心に、半年弱で150件近くの申込がありました。毎年10月に湯涌温泉で開催され、コロナ禍を経て3年ぶりに復活した「湯涌ぼんぼり祭り」に参加するための交通手段としても利用され、筆者も祭り当日は現地で



のクーポン引き換え対応に追われました。この年にはコロナ禍の影響も薄らいできたことから、湯涌温泉の観光土産品（ジェラート）の新パッケージ開発、桜クリエで販売するアニメコラボアイテム開発、高速道路利用者向けの体験メニュー（RVパーク、洗車）開発など、往來の回復を意識した企画も実行しました。

本事業では、宿泊施設が多くある湯涌温泉が中心となった広域観光連携のベースが既に作られ、元々公共交通機関の便が悪い地域で周遊観光の移動手段がクルマだったところに、コロナ禍の影響もあってクルマ利用が増えるという、地域事情と世の中の大きな流れが影響しました。その中で高速道路との連携はごく自然な流れとなり、以前なら「クーポンの交換手続きが面倒」などで協力していただきにくかった地域の事業者からの「速旅」参画も、スムーズに得られました。「速旅」の企画立案、造成、クーポンや宣伝物の作成、アニメ作品権利元へのロイヤリティ支払などに、支援金の中から約4割・400万円超をあて、地方の民間事業者では捻出が難しい初期費用を全て賄うことができました。

一方で、「速旅」の継続には課題も見えてきました。地域の事業者の参加促進を優先したため、クーポンが利用された店舗のみ利益が出る仕組みとなり、申込管理やクーポン引換などの事務局業務を担う弊社は、「速旅」で利益を出すことが難しい状況でした。それが前述の通りアニメ作品とのコラボ手ぬぐいをセットアイテムとして利用者に購入してもらうことで、最低限の販売利益を得られるようになりました。ただ「湯涌ほんぼり祭り」以外の時期のクーポンの販売数は伸び悩んでおり、通年で利用者を増やすことがこれからの課題です。ただ行政からの委託費や補助金に頼らず、自社で事業採択を受けて広域観光連携に取り組む姿勢が、行政内部でも高く評価され、2024年度からは新たに市の委託事業として「速旅」の事務局・広報予算が確保されることになりました。

弊社では桜クリエの指定管理業務に加え、アニメグッズ製作や書籍の出版販売（出版レーベル・パルブックス）、ピーエーワークスのアニメ作品の権利処理代行や関連事業受託など幅広い事業を、筆者も含め総勢4名という少ないスタッフで手がけています。その中で本事業の企画立案や事業実施も行う必要があります。この3年間は苦労の連続でしたが、前述の通り「速旅」が市の事業として認められるなど、それが報いられた思いです。また本事業から350万円超を支出し、特に力を入れたアニメ作品とのコラボ商品開発では、3年間で450万円近い売上があり、既に事業からの初期投資費用を超える効果が上がっています。アニメコラボ商品は当たると大きな利益が上げられる半面、初期コストが高くつくため、弊社のような小所帯の事業者には大きなリスクとなります。本事業で予算的な裏付けを受けられたおかげで、貴重な商品在庫とコラボ商品の開発ノウハウを手に入れることができました。これらの商品は、この先も湯涌温泉・南砺市を訪れる観光客の皆様手に取っていただけることと思います。

また本事業から3年間で100万円近くを支出したイベント出展では、東京・京都で毎年開催されている著名なアニメイベントへのブース出展が実現しました。アニメの舞台モデルとして注目されている湯涌温泉と南砺市ですが、近接していることや、ピーエーワークスや「桜クリエ」があることなど、アニメファンの多くに知れ渡っているとはまだまだ言えません。展示パネルや商品などをブースに揃え、全国のアニメファンやアニメ関係者が一堂に会する機会にお披露目することで、本事業でもっとも重視している、湯涌温泉・南砺市を実際に観光で訪れていただくことにもつながると考えています。こちらの出展は本事業終了後も弊社で継続していく予定で、これからも両地域のアピールの機会としていきます。



昨年、2023年末には、城端サービスエリアにスマートICが開設され、全国から「桜クリエ」へ高速道路で直接アクセスできるようになりました。現在も継続販売している「速旅」の利用を引き続きアピールしていくと共に、南砺市内にあり世界遺産として有名な五箇山地域も含め、アニメファン・一般観光客の区別をしない誘客にも務めていきたいと思っています。本事業を通じ、目先の利益にとらわれず、ある程度時間をかけても成果につなげることや、アニメファンに地域への興味関心を持ってもらえるような企画の重要性を理解しました。観光資源がありながら、なかなか最初の一步が踏み出せなかった私たちにとって、本事業の意義は大変大きなものでした。この場を借りて感謝申し上げると共に、これからより「物語の生まれる里」として、関係者をつないでいく存在になっていくことをお約束します。

支援団体より報告

～糸都からはじまる 思い出を紡ぐ旅～
信州シルク回廊

信州シルクロード連携協議会

長野県のシルク産業は、それぞれの地域独自の生活文化の根幹に大きく関わり、日本や地域の発展を伝えるものとしてわたしたちの日々の暮らしを支え、産業・文化の両面から地域に貢献してきました。

上田には、江戸時代末期から良質な蚕種生産を行う産地があり、明治初期には日本の輸出量の3分の1の蚕種がここから生産されるほどでした。風が強い風土から、蚕に害虫が付きにくく、さらに養蚕農家戸数が最大で1万4千を超えるほど大規模だったおかげで、のちに上田には政府による蚕種の売捌所が設置されたほどです。蚕種自体の輸出は普仏戦争によって価格が暴落するまで続きましたが、それまでの生産需要はその後の信州における生糸生産の起爆剤となったことは言うまでもありません。

そういった背景もあり、県内には蚕糸業に関連したまちが幾つもあります。「商都小諸」、「蔵の町須坂」、「蚕都上田」、「糸都岡谷」、「養蚕王国飯田」、「夏秋蚕の松本・安曇野」と呼ばれるように、それぞれの地域が独自の地理的条件等を活かし、特徴ある発展を続け、それらが「蚕糸王国長野県」を築き上げたのです。日本が「世界の蚕糸王国」と呼ばれた頃、長野県は「日本の蚕糸王国」と呼ばれるに至り、各地域には今でも史跡や蚕室の建造物が残っています。それにも関わらず、現在、その事実が大きく語られることはなく、長野県のシルク産業の全盛期を知る人はほとんどいなくなりました。



蚕



糸繰り

わたしたち「信州シルクロード連携協議会」は、「蚕糸王国長野県」の歴史を学び、現存する史跡や建造物等を研究し、活用方法について模索することで、これからの信州の観光産業の発展に寄与できるのではないかと考え、平成27年4月に発足しました。

長野県内のシルク関連施設所在市町村がそれぞれの地域において育んできたシルク文化を将来へ引継ぐとともに、有効に活用することによって魅力ある地域を築き、各々を連携することで、観光産業としての発展とその保全に寄与することを目的とした組織です。

協議会の構成員は県内のシルク産業に関連する市町村・観光協会・観光施設・シルク関連事業所など、多岐に及んでいます。現在では、発起市である岡谷市、上田市、須坂市、駒ヶ根市の4市を中心とした15市町村に長野県を加えた16自治体のほか、大学・民間企業等13団体から成っており、合計29団体が参画しています。

協議会発足のきっかけとなったのは平成26年6月、富岡製糸場及び絹関連遺産群が世界文化遺産に登録され、長野県のシルク産業・文化にも注目が集まり始めたことです。

富岡製糸場は、群馬県富岡につくられた官営の製糸場です。のちに富岡製糸場を運営することになる片倉工業の祖、初代片倉兼太郎は、明治6年、現在の長野県岡谷市で製糸業を創業しました。その後、二代片倉兼太郎は片倉合名会社を設立し、日本最大手の製糸会社に成長させたほか、従業員の教育や保健衛生、福利厚生なども充実させていきました。このように製糸創業者や資産家による絶え間ない再投資をおこない、社会への還元などを通じて従業員や地域住民などへの貢献をする姿は、持続して産業を維持し、製糸業の発展を支えようとする強い意志によるものでした。

こうして始まった協議会の活動ですが、事業のさらなる前進を目指し、令和2年度に「高速道路利用・観光・地域連携推進プラン」へ申請をしました。

長野県は南北に長い（約200キロ）地形となっており、県内には77もの市町村があります。協議会に参画している自治体の分布を見ましても、かなり広範囲にわたっている状況です。

また、発起市のひとつであります岡谷市は長野県の真ん中に位置しています。関東圏・中部圏・関西圏

どこからでも2時間～2時間半ほどでアクセスできることはもちろん、信州の自然豊かな観光地へのアクセスも抜群です。さらに、現在、長野県内の中央自動車道には、スマートICが2箇所（駒ヶ岳スマートIC、小黒川スマートIC）ありますが、2025年夏頃の供用開始を目標に、諏訪湖スマートIC整備事業を進めています。スマートICの開通により、交通結節点機能を有する岡谷市・駒ヶ根市の地理的特性を活かし、広域観光連携によって高速道路が通っていない観光地にも旅行者の行動領域（新たな観光ルート）が拡大されることが期待できます。

こうした地理的条件や交通網の状況等を踏まえ、長野県と高速道路の利用が密接に関連していると考えたことも、本プランへ申請をした大きな理由のひとつであります。

「高速道路利用・観光・地域連携推進プラン」への申請にあたり、事業名にもなっている「信州シルク回廊」ですが、当会ではもともと、参画団体のシルク関係の素材に絞って、PRをしていました。それまでの課題として、「シルクを活用した観光振興に関する取り組みが地域ごとに異なるため、協議会として一体的なプロモーションができていない」、「シルク以外の観光素材をうまく絡められていない」というようなことがありました。そこで今回の事業におきましては、県内に残るシルク文化が根付いた観光素材を“シルクツーリズム”、シルク以外の文化的で魅力的な素材を“カルチャーツーリズム”として、これらを組み合わせた旅行を「信州シルク回廊」と名付け、事業名としたものです。

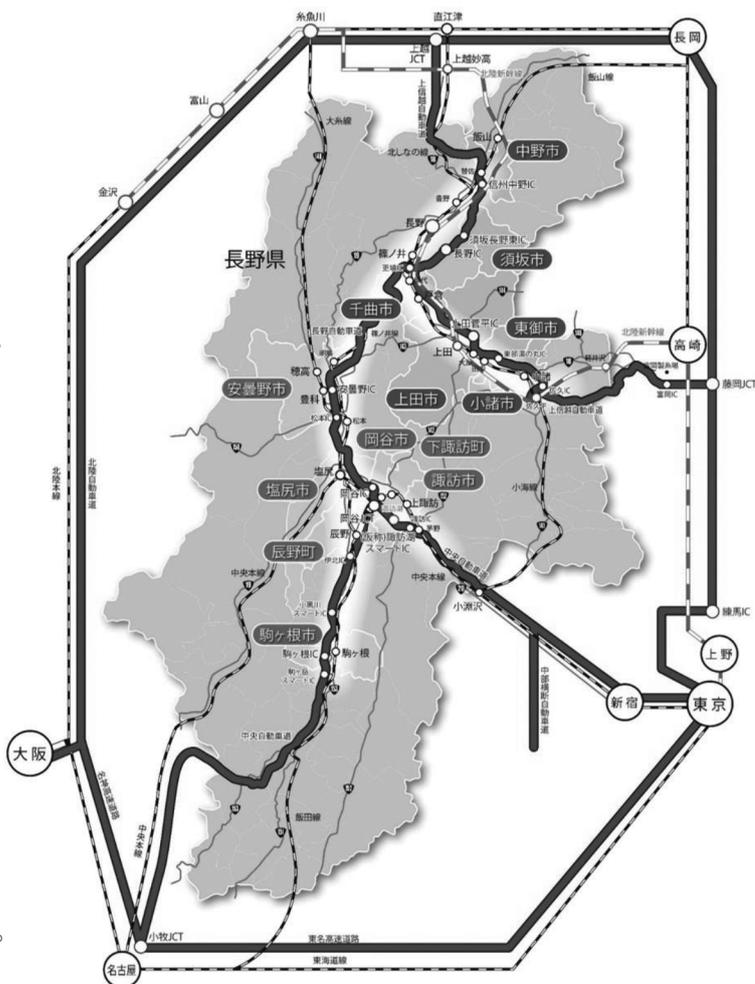
ここからは、「信州シルク回廊」として実施した事業の概要と成果についてご紹介します。

当会は、行政・民間の多くの団体から組織していることもあり、団体によってシルクに関する思い入れなどにも差がありました。そこで、今回の事業を「国内セールスプロモーション戦略部会」、「インバウンドセールスプロモーション戦略部会」、「ブランディング&サービス戦略部会」、「コミュニケーション戦略部会」の4つの部会にわけ、発起市である岡谷市、上田市、須坂市、駒ヶ根市を中心に各事業を分担し、参画自治体が各部会に分かれ、民間の部会員も含めて事業を進めてきました。

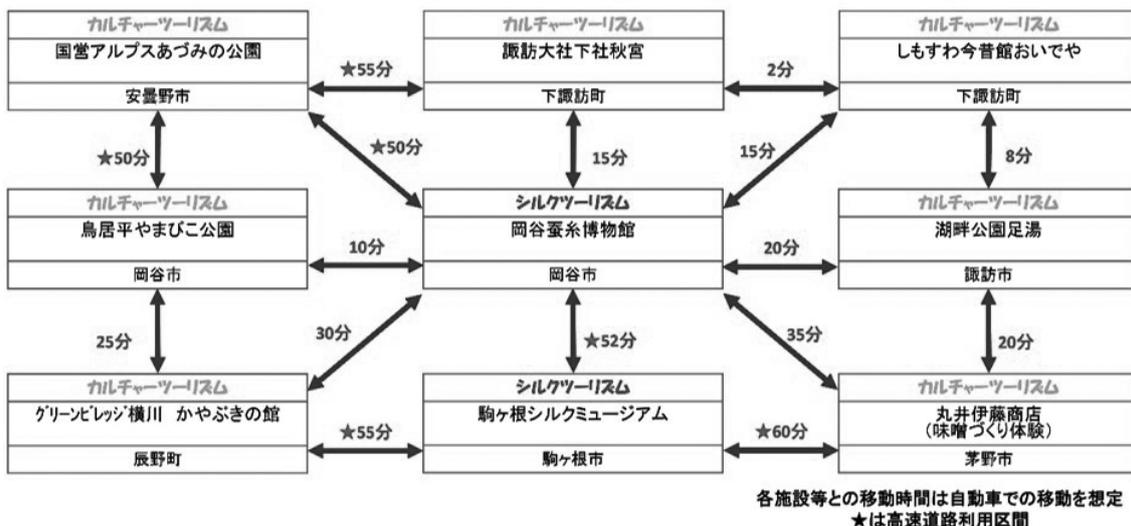
①国内セールスプロモーション戦略部会

この部会では、令和3年度にインバウンドセールスプロモーション戦略部会と合同で部会を行い、メディアや旅行会社を招請した国内旅行体験会で活用するためのモデルコースを作成しました。そのために、まずは部会員を集めてワークショップを実施し、互いの情報を共有し、意見交換を行った上で、モデルコースの案を作成しました。

その後令和4年度に入り、部会員による現地視察を行い、モデルコースに組み込む他地域の観光資源の状況を確認していきました。隣接する市町村であれば、自治体同士がお互いの観光地をよく知っていたりもしますが、県内全域となると行ったことのない場所も多く、知見を深める必要がありました。モデルコースを作成するにあたり現地を視察することで、観光地についての知見を深め合うだけでなく、団体同士の連携が深まるという副次的なメリットにも恵まれ、今後のPR戦略などにおいても必要となる一体感



シルク回廊モデルコース 中南信エリア
個人・グループ旅行①



が生まれたと感じています。

現地視察の意見等を踏まえ、各モデルコースを完成させました。モデルコースは9箇所を並べ、日数等の都合に合わせて好きなように巡ることを想定しています。行程にもよりますが、大体1泊2日で5箇所前後回ってもらえるイメージです。

そして、完成したモデルコースを基に、実際に体験会を実施しました。令和5年の3月に実施した中南信エリアの国内旅行体験会では、岡谷蚕糸博物館で見学・まゆ工作体験のほか、駒ヶ根シルクミュージアムでは体験工房も含めて見学をしてもらいました。

また、同じく令和5年9月に実施した東北信エリアの国内旅行体験会では、シルク産業に触れられる要素をコースに加え、さらに昨今のトレンドである体験メニューも取り入れながら、実際に体験することによってモデルコース内の施設を知ってもらい、信州シルク回廊の魅力を感じていただくことができました。須坂市では蔵の町並みを散策する形で、まゆぐらや味噌蔵見学や地元の和菓子屋も含めて体験をし、上田市の藤本つむぎ工房では機織り体験も実施するなど、参加者の皆さんにもご満足いただける内容だったと感じています。

なお、体験会に参加されたメディア関係者の方々には、自身のメディアにより発信することで、信州シルク回廊のPRをしていただきました。スポニチアネックスやめぐりジャパンなどのネット媒体の記事や旬刊旅行新聞などの紙媒体の記事にもしていただき、高崎ラジオの番組内でも取り上げていただきました。

その後、令和6年3月に旅行会社を招請した教育旅行体験会を実施しました。首都圏の教育旅行を扱う旅行会社の方にお越しいただきましたが、「信州シルク回廊」として単独の商品化までにはかなりハードルが高いと思っています。ですが、いただいた意見等をもとに今後はさらに力を入れたPRを進め、少しでも実現に近づければと考えています。

②インバウンドセールスプロモーション戦略部会

当初、YouTuberの旅番組制作や、現地旅行会社等を対象とした説明会なども予定していましたが、コロナの影響や予算との兼ね合いにより縮小せざるを得ませんでした。その代替事業として、国内セールスプロモーション戦略部会と同様に、モデルコースを活用したモニターツアーを開催しました。この事業では中南信エリアを周りましたが、東南アジア系の在日外国人、タイのメディア、ライター、旅行会社の方にご参加いただきました。

ここでいただいた国外目線のご意見を活用するほか、ツアー中の画像等を今後のプロモーションに使うことができる約束になっていますので、こちらも活用していきます。



モニターツアー

③ブランディング&サービス戦略部会

次に、こちらの部会では、令和3年度に長野県SDGs推進企業登録制度へ登録し、団体としてSDGsを推進していくため「信州シルク回廊カード」というものを作成しました。4つのシルク関連施設で教育旅行のノベルティとして配布をしており、こちらは1年半で3,000枚程度配布してきました。

また、「生糸商標カード」というものも作成しました。生糸商標とは、明治以降、製糸工場で生産された生糸を出荷する際に用いられていた商標で、日本を象徴する風景などをモチーフにデザインされたものが多いことから、昨年1月より、コレクションカードとして15市町村計30箇所にて配布を開始しました。現在までに、全28種、累計3万枚以上を配布しており、複数の自治体を回らないと入手できないシークレットカードの申込が、約1年強で2,000枚を超えるなど、予想よりもかなり多くの方が県内の参画自治体を周遊していただいています。

また、そのうち約半数が県外在住の方となっており、宿泊を伴い県外からも多くの方がこのカードを求めて信州へお越しいただいています。

④コミュニケーション戦略部会

最後にこちらの部会になります。信州シルク回廊の既存のホームページをリニューアルし、コンテンツの拡充したほか、スタンプラリーや生糸商標カードのコレクション機能等を備えたスマホアプリも開発しました。

このほか、令和4年度にはNEXCO中日本様と連携をし、電子スタンプラリーを実施しました。こちらは、NEXCO中日本公式スマホアプリ「わくわくハイウェイ」を利用した電子スタンプラリーとなっており、景品にはシルク製品やシルクパウダー入りのお菓子、特賞にはホテルのペア宿泊券などを用意し、令和4年8月1日～10月31日の3か月間で実施しました。

以上がこれまで実施してきた事業の概要になりますが、この3年間で、支援金を使わせていただき、今後協議会において活発に誘客PRをしていく確かな基盤ができたと思っています。

モデルコースによる体験会は実際の旅行パッケージとしての商品化等につなげ、また、カード類やアプリ、HPなど、多くのコンテンツを作成しましたので、こちらを活用し、継続してPRしていくとともに、今後何を継続していくかを団体内で協議していきたいと思えます。

特に成果が出ている生糸商標カードにつきましては、カード収集のために多くの方に周遊していただいているという状況ですので、それぞれの地域での滞在時間の延長や観光消費額の増加、また、シルク文化への興味を強くもっていただくための方法を検討していきたいと思えます。

この度はご支援いただきまして誠にありがとうございました。われわれが大切にしているシルクの歴史や文化、商品といったものについて、より一層の誇りをもって発信していくきっかけとなる、とても良い機会を与えてくださいました。「信州シルク回廊」が全国に通用するものとなるよう、今後も活動を継続して参ります。