

調査報告書

1 調査年月日	令和4年8月1日(月)～3日(水)
2 調査参加者	総務産業委員会：松崎剛也・三原一高・中島和彦・加治木今・塩澤康一・竹村誉 オブザーバー：小林敏夫議長 事務局：春日隆志 欠席：宮下稔
3 調査事項 及び調査地	視察Ⅰ：日本クアオルト研究所の取組み（愛知県名古屋市） 視察Ⅱ：①クアオルト事業について（宮崎県延岡市） ②東九州バスク化構想について（宮崎県延岡市） 視察Ⅲ：サウナのまち宣言によるまちづくりについて（大分県豊後大野市）

調査の概要

●視察Ⅰ

日本クアオルト研究所（日本クアオルト研究会の取組み）

講師：(株)日本クアオルト研究所 代表取締役 大城孝幸氏

受講場所：中部国際空港 会議室

【日本クアオルト研究所の取組み】

- クアオルトはドイツが発祥の地。ドイツでは、国が認定した4つの自然の療養要因で医療保険が適用される特別な地域がクアオルトである。クアオルト (Kurort) とはドイツ語で、クア (Kur) 「治療・療養、保養のための滞在」とオルト (Ort) 「場所・地域」という言葉が合わさった言葉で、「療養地」という意味になる。ドイツでは国が認定した特別な地域で医療保険が適用されるが、その地域のことを指す。
- 日本では、ドイツのクアオルトを基本に日本の風土や文化、国民性に合わせた日本型クアオルトとして質の高い健康保養地を目指す取組み、健康寿命の延伸、交流人口の拡大に向けたクアオルト健康ウォーキングを実施する取組みが全国に広がっている（令和4年に26自治体）。
- 「クアオルト健康ウォーキング」とは、ドイツのクアオルト（療養地・健康保養地）で治療として利用されている「気候性地形療法＝【地形療法（戸外の運動療法）＋冷気と風の活用（気候の要素）】」の手法を用い、日本の気候に適合させたウォーキングである。
- 歩く時のポイントのキーワードは「がんばらない」と「冷たくさらさら」。大切な指標として「運動強度」があり、「160 から年齢を指し引いた数の心拍数（運動強度 60%）」で脳の血流が最大になることから、その心拍数を指標とする。また、体表面を平均で2℃低くすること（風や水で冷やす）で運動効果が倍近くになるとしている。また歩きながらのおしゃべりも心拍数の上昇のためやコミュニケーションの重要性のため推奨している。
- 日本循環器学会でエビデンスを発表するなどした健康推進プログラムとなっている。
- 学齢期「学力の向上」体育＋勉強で学力が上がる（スウェーデンのカロリンスカ研究所）。青年期「メンタルヘルス対策」「ワーケーション」心と体の健康づくりに。高齢期「健康になり医療費が下がる」（山形県上山市の調査）などすべての世代にマッチするメリットがある。
- 「健康」＝「運動」×「栄養」×「休養」×「α（自由なテーマ、地域による特色など）」の視点から免疫力の大切さを喚起させ、地方創生やまちづくりにも繋げて行く活動となっている。
- 山形県の上山町では「クアオルト健康ウォーキング」が年間 360 日開催され、厚生労働省の宿泊型新保健指導のモデルケースとなっている。また医療費の削減効果が明確化された。

- ・日本クアオルト協会に加入することで「クアオルト」を名乗ることが出来る。コースについてはガイドラインがありクアオルト研究所で調査をして、それをクリアすると「クアの道」に認定される。
- ・日本ではドイツの様に療養所での滞在費などに保険適用はされないが、今後そのようになっていくことを日本クアオルト研究所では目指している。
- ・SDG's や健康経営、ワーケーション、森林サービスと組み合わせ、地域のマネジメントの創出に繋がり、免疫力の強化、滞在型観光にもつながる。

【考察】

- ・ドイツ式健康法ということで日本に馴染むかと考えたが、最近のウォーキング＝「健康」というイメージの定着により、通常のウォーキングに「運動強度（心拍数）」と「体面冷却」を意識することを加えるだけと思えば「クアオルト健康ウォーキング」は分かりやすく馴染みやすいと考える。
- ・健康づくりとして、学齢期では学力向上、青年期ではメンタルヘルス対策、高齢期では医療費削減や介護予防、認知症ケアなど全世代に効果的な面があることは行政が取り組む事業として良い面である。
- ・「運動」をするだけでなく、「栄養」で地域の食材生産者や飲食店の関わりが可能で、「休養」で宿泊施設も利用される可能性がある。プラスαの部分で地域の特徴を生かした取り組みができれば、まちづくりにも繋がり、市民と観光客を織り交ぜた関係人口の増加を期待できる。
- ・課題としては「市民」に歩く事を推奨し「クアオルト健康ウォーキング」の効果を理解してもらう事ができるかという点。また、観光客に参加してもらう観光資源を織り交ぜたコースづくりができるかという点があると考えられる。
- ・山形県の上山町は成功例であり、「クアオルト健康ウォーキング」を年間360回開催ということは、年間を通じて参加者がいて、市民の医療費の削減効果が明確化されたり、観光客の増加にも繋がるという良い循環を生んでいる事例があるのは素晴らしい。
- ・現在全国で26自治体取り組みを始めているとのことだが、今後より増えていく取り組みだと感じる。駒ヶ根市のように素晴らしい景観で、心拍数を上げるための高低差が地形にあり、コース作成には申し分ないと感じる。「健康」に「栄養（食）」と「休養（観光）」の視点を取り入れた組み合わせも駒ヶ根市にとって相性が良く様々な期待ができる。
- ・成功すれば住民の健康寿命の延伸が期待され、医療費の削減が見込まれることや、メンタルヘルスの向上にも役立つことから自殺率の低下にも期待ができる。
- ・SDG's の視点も取り入れが可能で、ゼロカーボンに向けた取り組みにもつながると考える。
- ・駒ヶ根市は景観が素晴らしくウォーキングには適している（歴史フットパスを推進している）地域で、クアオルト健康ウォーキングとのコラボレーションも可能であると考え、フットパス+クアオルト健康ウォーキングの日本初の取り組みの模索が期待できる。

【中部国際空港の現状と取り組み】

※特別に中部国際空港の現状と取り組みをセントレア職員の方より解説頂いた

- ・中部国際空港内では、コロナ禍を経験して、中部国際空港の近況について ①旅客数や国際線・国内線の発着回数の推移、③貨物便の便数・貨物量の推移最新の旅行動向、④空港の経営状況、⑤将来に向けての空港の取り組みなどの説明があり、コロナ禍の深刻な状況と共に、未来を展望した取り組みが紹介された。
- ・コロナ禍で利用客は1,200万人から→200万人に減少した。一方で、6月後半から回復傾向、お盆の予約は満席、8月からJALのポルトガル便などが再開されるなど、明るい兆しがあり、貨物に関し

てはコロナ禍でも堅調な動向も。

- ・新たな取り組みとして、空港を脱酸素の拠点とするカーボンニュートラルの取り組み、プラスチック再生の取り組みなど。

【考察】

中部国際空港としても、コロナ後の空港の経営事業のみならず、環境に配慮した、ゼロカーボン、広域連携による SDGs の取り組みなども推進し、未来に向けた事業展開と体制を開始している。

●視察Ⅱ

宮崎県延岡市（①クアオルト事業について ②東九州バス化構想について）

視察場所：①須美江海水浴場 ②延岡市役所

【市の概要】

- ・人口 115,561 人、51,424 世帯（令和 4 年 5 月 1 日現在）
- ・面積 868.02 km²
- ・平成 18 年（2006）と 19 年（2007）に 3 町を編入して現在の延岡市となる
- ・九州で 2 番目に面積の広い市である
- ・宮崎県北部に位置する市で、北部の中心都市である
- ・戦前より宮崎県内屈指の工業都市で、中心の延岡市地域は旭化成の創業地工場群がありいわゆる企業城下町となっている
- ・東には日向灘があり豊富な海産物の漁場がある
- ・チキン南蛮の発祥の地

【クアオルト事業について】

- ・延岡市クアオルト健康ウォーキングは、ドイツのクアオルト（療養地）で治療に利用されている「気候性地形療法」を用い、日本の気候に適合させた運動療法である。延岡市では金堂ヶ池コース（市街住宅地）と須美江コース（須美江海水浴場付近）の 2 コースが「クアの道」として日本クアオルト研究所から認定され、生活習慣病や認知症などの予防効果を期待し個人の体力に合わせた「無理しない頑張らないウォーキング」を推奨している。
- ・ガイド付きのクアオルト健康ウォーキングは市で予約を受け、講習を受けたガイドが案内をしながらコースをまわる（市民はガイド料金無料）。日本クアオルト研究所の推奨する「160 から年齢を差し引いた心拍数」にあわせるよう定期的に心拍数を測定し、体を風や水で冷やしながらコースを歩く。無理をせずにおしゃべりをしながらウォーキングを楽しむ。
- ・市街地に近い金堂ヶ池コース（全長 1.79 km）の利用は市民が多い。海水浴場近くの須美江コース（全長 2.53 km）は観光客の利用が多く観光資源としても活用している。ガイドを一度利用して、あとは自分でコースを巡るなどしている市民も多く、口コミでコースを利用している人は増えている。
- ・2017 年に「健康寿命の延伸に向けた取り組みが評価され、「太陽生命クアオルト健康ウォーキングアワード 2017」を受賞し、その副賞として太陽生命保険がコースの調査・設計・専門ガイドの養成などの整備をサポート、日本クアオルト研究所が調査を行い 2 コースを「クアの道」に認定。副賞の費用 1,000 万円は太陽生命が負担。
- ・クアオルト事業は同じ健康長寿課が担当する「のべおか健康マイレージ事業」と連携し、健康づくりの一環として活用されている。

【のべおか健康マイレージ事業】※関係事業

- ・スマートフォンの健康マイレージアプリを活用し、市民の健康づくり活動の向上を図る事業。
- ・マイレージアプリは石川県のスポーツマイレージを参考にアプリを開発。
- ・ポイントの対象は、ウォーキングの歩数に応じて付与（一日に4,000歩で1ポイント、5,000歩で2ポイント、上限10,000ポイント）されたり、ウォーキングコースの制覇、健康づくりイベントや学習会への参加、健康診断の受診や日々の健康管理などになっており、貯めたポイントは「のべおか健康マイレージアプリ」と地域通貨の「のべおかCOINアプリ」が連携することで、地域のお店などで買い物に利用できる（1ポイント＝1円）。
- ・年間のアプリのランニングコストが400万円、ポイントの付与に300万円程度の支出がある。

【考察】

- ・前日の日本クアオルト研究所の講義を聴いての現地視察は様々な気付きがあり有意義だった。延岡市の「クアオルト健康ウォーキング」は発展途上であると感じたが、理由としては取り組みのきっかけが「太陽生命クアオルト健康ウォーキングアワード2017」の受賞であったことから、副賞の1,000万円相当のコース調査・設計やガイド養成などのサポートにより始まったことで、クアオルト事業のビジョンが明確にしきれていない部分が上げられる。
- ・ガイドの年間稼働率は高くなく、市民団体や企業が健康イベントとして「クアオルト健康ウォーキング」を実施して、その参加者が「クアの道」を利用して独自にウォーキングコースとするなどして健康づくりが広がりを見せているという印象である。
- ・延岡市の健康づくりとして「のべおか健康マイレージアプリ」があり、歩数でポイントが付与されたり、「クアの道」のコースの途中でポイント付与地点があるなどインセンティブがあることで、「クアの道」の利用につながっているようであるが、医療費の削減を実感するまでには至っていない。山形県の山上町では医療費削減の明確化まで実現しているようなので、データ収集等時間がかかることも含め効果は目に見えにくい事業であることは否めない。
- ・2コースあるうちの須美江コースの付近を視察できたが、海水浴場の砂浜がコースに含まれておりリゾートに来た中で健康づくりができるという印象を受けたが、ガイドを伴った観光客の利用は少ないとのこと。延岡市民は無料だが、市民以外は一人3,500円という参加費が印象として高いかもしれず、観光にはあまり寄与していない印象であった。健康づくりと観光の両立は大いに工夫がけると感じた。
- ・歩くことが「のべおか健康マイレージアプリ」によってポイントが「のべおかCOIN」に変換され地域で利用できるポイントになるのは市民が歩くモチベーションになると感じた。市民が歩くことで付与ポイントが増え自治体としての支出は増えるが、市民が健康になれば健康寿命が延伸し、そのぶん医療費が削減されるという考えは理解できるが、収支の増減の証明は難しい部分である。
- ・歩いた分だけポイントが貯まる。貯めた分だけ買い物に使える。「健康マイレージ」は導入の価値がある。駒ヶ根でも活動量計と、つれてってカードと連携がもっと出来ないか。
- ・初期導入費用としてコースの調査費や設定費、ガイド養成費に1,000万円かかるとういことで、コースを増やすことは今のところ考えていないそうだが、他の自治体で新たに導入する場合、負担をどうするか検討する必要がある。
- ・駒ヶ根市の「歴史フットパス」では、市内に7つのコースを設定している。マップはあるがコースの案内板や道標等はなくイベント時しか活用できていない。日常的な活用をできるように整備するなどして、市民の普段の健康促進での活用や、企業や団体に福利厚生の一環で進めてもらえる仕組みも検討するべきである。
- ・クアオルト、歴史フットパス、温泉ガストロノミーなどに共通する「健康」と「癒し」はこれから

の観光に必要なキーワードであると感じた。

【②東九州バスケット化構想について】

- ・東九州バスケット化構想とは、世界一の美食の街と言われるサン・セバスチャンを擁し、フランス・スペインにまたがるバスケット地方をモチーフに。海・山・川の豊かな恵みを楽しむ延岡市が、「食」と「連携」をキーワードとして新たな経済文化圏の形成を目指すもの。
- ・平成28年に延岡市の観光戦略課が新道路の開通を契機に、隣にある大分県佐伯市と連携し協議会を立ち上げ事業化し、令和3年度まで地方創生加速化交付金、地方創生推進交付金、地方創生拠点整備交付金の三つを活用財源としていた。
- ・取組の柱は、①人材育成（リーダーやキープレーヤーの育成）、②地産地活「基盤強化」（各種事業者の経営基盤強化）、③機運醸成（延岡、佐伯、両市民の「食」のまちづくりの機運と一体感の醸成）、④人の流れ創出（エリア外からの誘客推進）、⑤プロモーション（「食」のエリアとしてのイメージ定着）の5つ。バスケット化構想のキーワードは「連携」。
- ・H29に協議会で「料理人部会」「生産者部会」（両100名以上）を発足させ、構想推進のために食のプロモーションイベントや料理人と生産者の連携・交流などに取り組む。連携支援制度として、料理人と生産者の連携に対する補助制度をつくり連携を促進した。
- ・H29「のべおか国際食卓会議」は全国に向けて延岡の食の魅力の情報を発信するイベントとして、国内外で活躍するトップレベルの料理人も参加するなど、「食材の質の高さ」「料理人のわざ」「おもてなしの心＝人」を地元の生産者や料理人が体感した。
- ・機運醸成事業として「のべおかタパス」という食べ歩きイベントを開催。市内の各飲食店が地元の食材でつくる一皿500円の小皿料理を参加客が楽しむ企画で、5皿分1綴（2,500円分）を2,000円で販売し1,152冊販売された。
- ・「食」の魅力PRイベントとして「おいしいのべおか地産地活マルシェ」を市役所正面特設会場にて開催。生産者や料理人等が出店し、来場者に直接地域の食材やこれを活かした料理等を紹介した。R1実績で出店27店舗、延べ4,000人の来場者があった。
- ・延岡、佐伯の両市で行ったほかのイベント等の取り組みとして、有名シェフの講演会やJR大分駅ビルでのグルメフェア、JRと組んで企画したJR車両を活用した「食」の日帰りツアーや両市を巡るGoToトラベル事業支援対象の「食」を楽しむ旅行企画、グルメガイドブックの作成などがある。
- ・ハード面の事業はR29に事業費1億5,000万円で「食」の拠点施設として「かわまち交流館」を建設（施設管理は延岡観光協会）。延岡市の秋の風物詩「鮎やな」の食事処として利用ほか、期間外は一般の飲食店事業者も利用可能な施設となっている。
- ・延岡は昔から水郷と呼ばれる河川豊富な地で、「鮎やな」は300年以上の伝統を誇り河原で焼く鮎は市民の心の原風景となっていて、バスケット化構想の中でも「鮎やな」のイベントも開催。
- ・日向灘を望む海産物の宝庫であることを強みに、「東九州伊勢えび街道」といった企画や、「岩ガキまつり」「地どれ海幸井フェア」なども企画し、コロナ禍のなかでも大分市や福岡市からも人が来る、盛り上がりのあるイベントを開催した。

【考察】

- ・延岡市と佐伯市の両市をまたぐ新道路開通により、交流を深めるためにも連携した事業をしよう、となった経緯は良い連携の取り方だと感じ、また宮崎県と大分県という県をまたぐ両市の連携は大変興味深く、健康と食は県を越えても結びつきやすいと考える。
- ・両市の連携事業を考える中で、強みである「食」を取り上げ、それをスペインとフランスにまたがるバスケット地方になぞらえたのは、おしゃれな雰囲気がり好印象である。我が市もアルプスつながり

でイメージできる海外の都市や地域でブランド力のアップができると良いと感じた。

- もともと海・山・川という地域にある資源を地産地消ではなく「地産地活」という言葉で、活用していこうという姿勢を見せたのは大変良く、この事業を契機に地元の生産者と料理人が連携をとることが増え、地域食材が地元でより活用されるまさに「地産地活」の取り組みにさらなる可能性も感じ、継続が期待される。我が市でも生産者と料理人がつながる事業（連携に対する補助金等）を検討するべきと考える。
- 組織をつくり、部会をつくったうえで、「のべおか国際食卓会議」で一流の料理人を呼び、地元の生産者や料理人に刺激をあたえ、モチベーションを上げた流れはとても良く、それがその後における数々の「食」のイベントに結びついたと感じる。また、若い生産者や料理人が頑張っていて、バスク化構想という若い人が興味を持ちそうな事業のブランド化は大変参考になると感じた。
- 日常生活に欠かせない「食」をメインテーマに据えることで、事業の中身が多くの人に参加しやすい企画・イベントとなっている。また、市内の各お店で楽しめるイベント、市役所前のマルシェ、大分駅前ビルでのグルメフェア、JRの日帰り旅行プランなど場所も広がりを見せており、テーマを「食」とした良さが現れていると感じた。
- 「食」をテーマにする中で、延岡の伝統的な秋の風物詩である「鮎やな」（鮎を河原で焼いて食べる）を「かわまち交流館」建設というハード事業にしたのも良いと考える。建設地はもともと「鮎やな」を食べる「あゆやな食事棟」の跡地で、施設をグレードアップし伝統を後世に残していく姿勢が評価できる。秋の「鮎やな」時期以外の有効活用が課題だが、地元飲食事業者等が利用できる施設としてうまく活用できたら素晴らしいと感じる。
- H29に始まった事業であり、R3をもって活用財源の交付金が終了とのことで今後のイベント等の継続が課題とは思いますが、途中コロナ禍に入り「食」のイベント等は自粛などさまざまな困難があったことと推察する。しかしながらその中で培った連携による人のつながりや、地元の人々の食に対する意識の向上はこれからの明るい未来につながるのではないかと希望が持てる。
- 自分たちの地域の強みを生かし、誰もが参加しやすい「食」というテーマをおしゃれにブランド化した「東九州バスク化構想」は事業運営や連携の大切さを知るうえで大変参考になった。

●視察Ⅲ

大分県豊後大野市（サウナのまち宣言によるまちづくりについて）

視察場所：ロジきよかわ

【市の概要】

- 人口 32,609 人、15,864 世帯（令和4年7月1日現在）
- 面積 603.14 km²
- 大分県の南部内陸に位置し、南側を宮崎県と隣接する。
- 地形は盆地に近い形状で夏はフェーン現象の影響で暑くなるが冬は比較的温暖な気候。
- 産業は農業が盛んで「大分の野菜畑」豊後大野というほどで、しいたけとピーマンが有名。
- 市内には山岳地帯を源流とする大野川とその支流が流れる清流の里でもある。
- 2013年に「日本ジオパーク」に認定され「おおいた豊後大野ジオパーク」となった。また、山岳地帯は「ユネスコエコパーク」に登録されており登山も盛んな地域である。
- 観光資源主には阿蘇山の噴火による火砕流が地形を創ったことによる雄大な滝や大絶壁、火砕流によって出来た岩をアーチ状に使った橋、岩壁に掘られた摩崖仏などがある。
- 温泉県大分と言われる中、県内で唯一温泉の出ない市である。

【サウナのまち推進事業の取り組み】

- ・豊かな自然と、溶結凝灰岩の岩壁に穴を掘った石風呂（植物のセキショウを敷く）の文化があったことなどの特色を背景に、大自然を生かしたアウトドア・サウナを活用し、R3年7月に「サウナのまち」を宣言。温泉が出ない市という事情を背景に、おんせん県と呼ばれる大分県で「あえてサウナ。」を掲げる。
- ・宣言までの経緯は、ゲストハウス LAMP 豊後大野（市の指定管理施設）の支配人高橋ケン氏が発起人となり、宿泊施設・観光施設用が川沿いにあることに注目し、その民間事業者に声かけし協議会を発足したのが始まり。高橋氏は同じ年代の仲間と市の盛り上げを考える中でおもいつきがあったと語る。R2年3月にアウトドアサウナ協議会「おんせん県いいサウナ研究所」設立し、イベントを経て宣言へとつながる。
- ・美しい川を活用した川サウナや鍾乳洞サウナ、ユニークな小屋サウナなど、豊かな大自然を活用したアウトドア・サウナを提供。現在は市内5カ所で体験ができる。
- ・R2「サウナ万博 in 豊後大野」にて石風呂とテントサウナを体験できるサウナイventを初開催。R3「第2回サウナ万博 in 豊後大野」ではキャンプ場のロッジきよかわにて開催し、予約チケットが完売し県内外から150名の有料参加者が来場した。
- ・R4「伐採木の有効活用に関する連携協定」を大野郡森林組合と結び、未利用材や端材を無償提供してもらいサウナの薪として使用するようになり、環境にやさしい「サウナのまち」を目指して活動を継続している。
- ・R4「サウナ飯キャンペーン」ではサウナに合う「サウナ飯」PRのため、サウナ施設、サウナ飯協力店舗でオリジナルグッズ（キーホルダー、スナップバンド、バッグ等）を配布し誘客促進をした。
- ・事業概要（予算内容）としては、いずれもコロナ交付金を活用し、①地域資源活用促進事業委託料（1,800,000円）、②サウナのまち特設ホームページ作成委託料（385,000円）、③サウナのまち推進事業委託料（5,300,000円）、④アウトドアサウナ整備支援事業（1,300,000円）※補助率1/2上限100万円。
- ・推進体制は市と観光協会とおんせん県いいサウナ研究会（民間）が連携して、サウナのまちのプロモーション事業を実施している。
- ・サウナを起点とした市内を回遊するしくみづくりとして、「サウナ+α」で市内周遊を促進。日本で唯一の「鍾乳洞での水風呂」や「サウナ飯」「サウナスイーツ」など、心も体も満たす旅を提供する。
- ・事業効果はサウナ利用者数としてR2年度834名、R3年度4,214名、R4年度（4～6の約三か月間）約1,700名と年々利用者が増加しており、宿泊、飲食店、小売店などへの波及も予想される。
- ・テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、WEBメディア等、多くのメディアに取り上げられ、認知度もかなり上がっている。

【考察】

- ・温泉が有名な大分県で温泉が出ない豊後大野市が「サウナ」を売りにするという企画に面白さを感じる。温泉が出ないという弱点を理解しながらも、山岳地帯から流れる清流を利用したり、じつは石風呂文化があったという伝統継承的な側面もみせながら昨今のサウナブームにも乗っかるフットワークの軽さが良い。
- ・仕掛け人である高橋ケン氏（おんせん県いいサウナ研究所）の存在が大きく、様々なアイデアを考え市に常に提案している。
- ・移住者を中心とした豊後大野を盛り上げたいという「若者のやりたいこと」を後押しする行政の姿勢に好感が持てる。「日本ジオパーク」「ユネスコエコパーク」に認定され、旧態依然としたものだけでなく、新しい世代の取り込みや、新たな豊後大野の魅力を発見していく過程で起きた化学反応

的な事業の成功例だと考える。駒ヶ根市でも移住者や若者のやりたい事への支援を増やしていくべきとも感じる。

- 多くのメディアでも取り上げられて、プロモーションが成功しておりサウナ目当ての若者中心の観光客が増えていることは素晴らしいと感じる。「あえてサウナ。」の宣伝ポスター、「サウナ飯」のガイドブックやオリジナルグッズ、またロゴなどもおしゃれでかわいいスタイルでまとめられており、キャンプ等のアウトドアやサウナブームに興味がある若者にフォーカスを当てたのも対象が明確で良く、見習うべき部分である。
- 商工観光課長が女性で、企画の面白がり方やデザインを選択などに女性らしさを感じられる。視察した「ロジきよかわ」のアウトドア・サウナにも女性の団体客が体験に来ており「従来のサウナ＝おじさんの楽しみ」ではなく、現代的なおしゃれなサウナの楽しみ方は女性目線が欠かせない部分だとも感じ、事業や企画のなかで大切な視点だと改めて感じた。
- これからの「サウナのまち」に必要なものとして、中心人物の高橋ケン氏は「市内にパブリックなサウナがあると良い」と言っていた。まだ市民全体にサウナの機運が高まっていない部分をパブリックなサウナがあればもっと市民が気軽にサウナを体験し、日常にサウナが浸透する、そこまで行く「サウナのまち」の将来像を行政がどう考えて行くかは課題と考える。
- 街の中の若い人たちが動かしていることが素晴らしい。駒ヶ根は「自然が素晴らしい、人があったかい」で止まってしまっていて、これをつかってどうするかがなければ結果が出てこないと感じる。
- 協議会メンバーでもあり宣伝ポスターの電話ボックスが設置された、カフェパラムにてサウナ飯をテラスで昼食としたが川の流れる風景と冷麺に癒され、自然、サウナ（見学のみ）と食の可能性を心身ともに感じる事が出来た。
- 駒ヶ根市も決して温泉が強い地域ではないが、自然豊かな地域であり、清流やアウトドアという同じ強みを持っている、またファイヤーサイドというアウトドア・サウナを作っているアウトドアブランドが地元にあることも特色であり、「サウナ」は大いに期待できると感じる。