

令和3年度やまなしの「水」に関する意識調査
結果報告書

令和3年8月
山梨県

目次

1. 調査の概要	1
2. 調査の結果	3
◆ 属性項目	3
I 水のイメージについて	7
II 山梨県内の「水」の名所及び温泉地について	69
III 「水」に関連する山梨県産商品について	125
IV その他	199
3. 資料編	217
問 21 自由記述	217
調査票	253

1. 調査の概要

1. 調査の概要

①調査の目的

本県のミネラルウォーター生産量は日本一であり、全国シェアは4割を占めています。また、名水百選に3箇所、平成の名水百選に4箇所が選定されており、「水」は名実ともに本県を代表する地域ブランドの一つとなっています。

県外におけるやまなしの「水」に関する認知度やイメージ定着に必要な要素等を把握するとともに、平成27年度実施結果（やまなし「水」ブランドマーケティング調査業務）と比較考察し、今後の効果的なプロモーション手法の検討をするため、3大都市圏を対象とした意識調査を実施しました。

②調査の項目

- I 水のイメージについて
- II 山梨県内の「水」の名所及び温泉地について
- III 「水」に関連する山梨県産商品について
- IV その他

③調査の方法

【調査方法】インターネットモニターアンケート調査

【調査区域】三大都市圏

東京圏：東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

名古屋圏：愛知県、岐阜県、三重県

大阪圏：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県

【調査対象】三大都市圏に居住する20歳以上の男女個人

【調査対象数】回収サンプル数として3,000人（各都市圏毎に1,000人）

【調査期間】令和3年6月18日～23日

④属性別回収状況

	男性	女性
性別	1,492 (49.7%)	1,508 (50.3%)

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
年代	431 (14.4%)	467 (15.6%)	611 (20.4%)	524 (17.5%)	468 (15.6%)	499 (16.6%)

	東京圏	名古屋圏	大阪圏
居住圏域	1,000 (33.3%)	1,000 (33.3%)	1,000 (33.3%)

⑤この報告書の見方

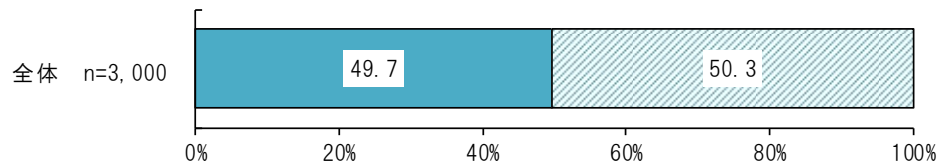
- ・当該質問に回答した人の実数（回答母数）を表記する場合は「n」と表示した。
- ・集計結果の%表示は、小数点以下第2位を四捨五入してあるので、構成比の合計がちょうど100.0%にならない場合がある。
- ・複数回答が可能な設問の場合は、すべての構成比の合計がちょうど100.0%にならない場合がある。
- ・グラフの視認性向上のため、0.0%は表示していない。

2. 調査の結果

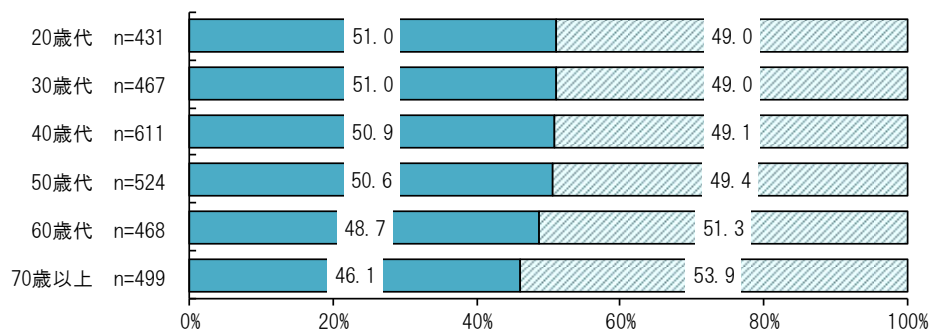
2. 調査の結果

◆ 属性項目

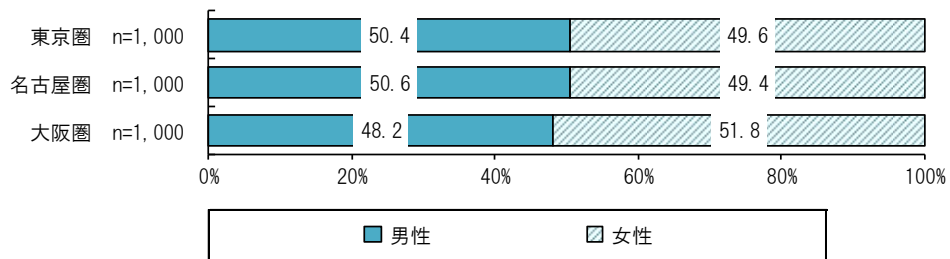
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】

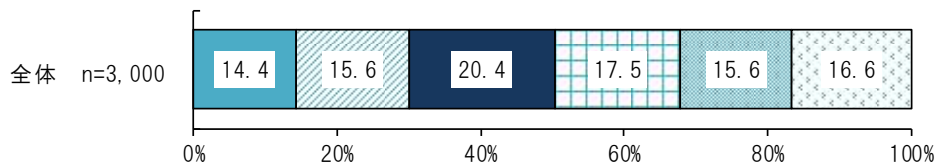


性別は、「女性」50.3%、「男性」49.7%となっています。

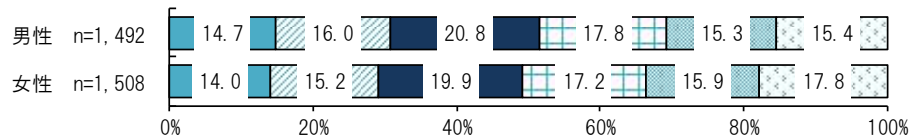
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

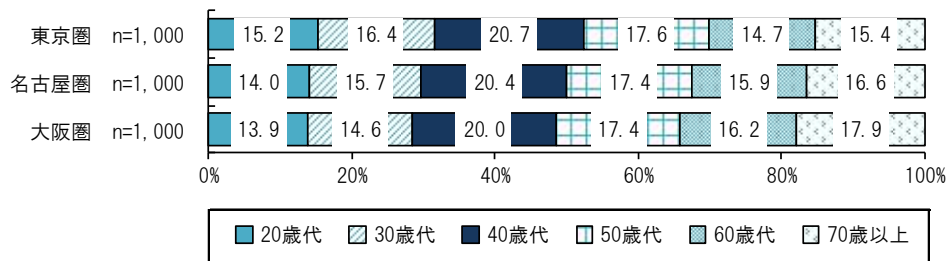
【年代】



【性別】



【居住圏域別】

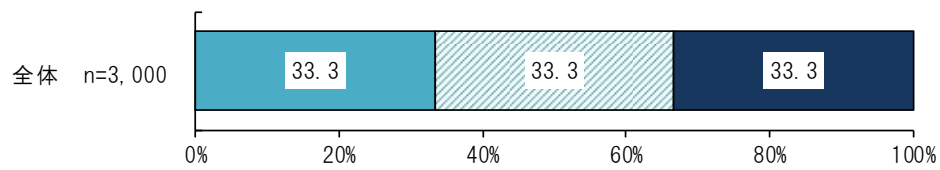


年代では、「40歳代」20.4%が最も多く、以下「50歳代」17.5%、「70歳以上」16.6%、「30歳代」15.6%、「60歳代」15.6%となっています。

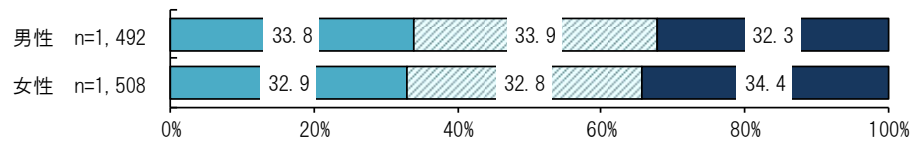
性別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

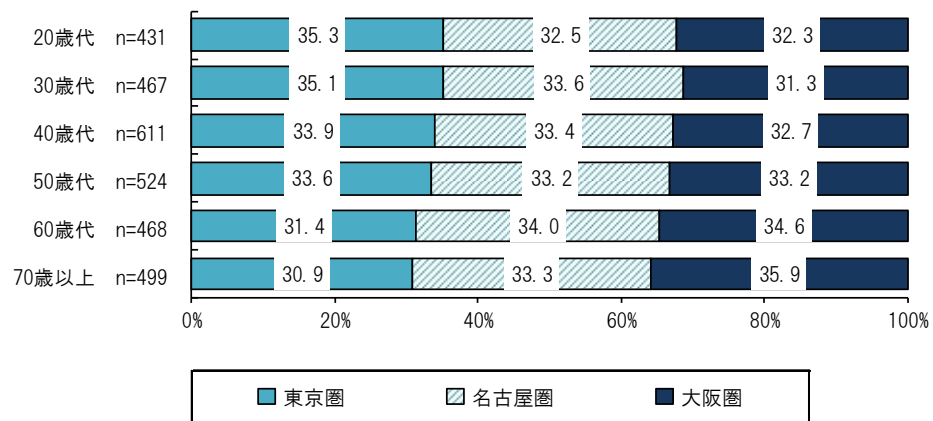
【居住圏域】



【性別】



【年代別】

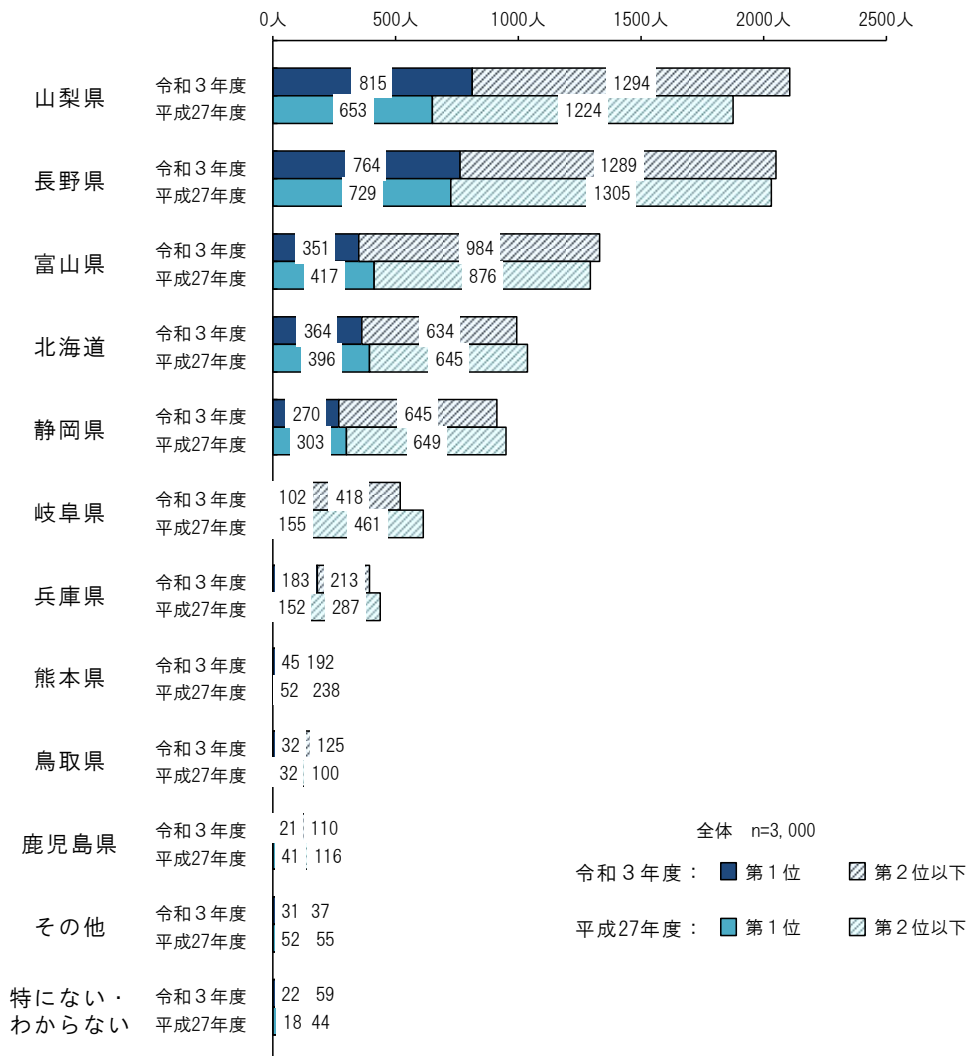


居住圏域は、「東京圏」、「名古屋圏」、「大阪圏」のいずれも 33.3%となっています。
性別では、大きな差異はみられません。
年代別では、大きな差異はみられません。

I 水のイメージについて

問1

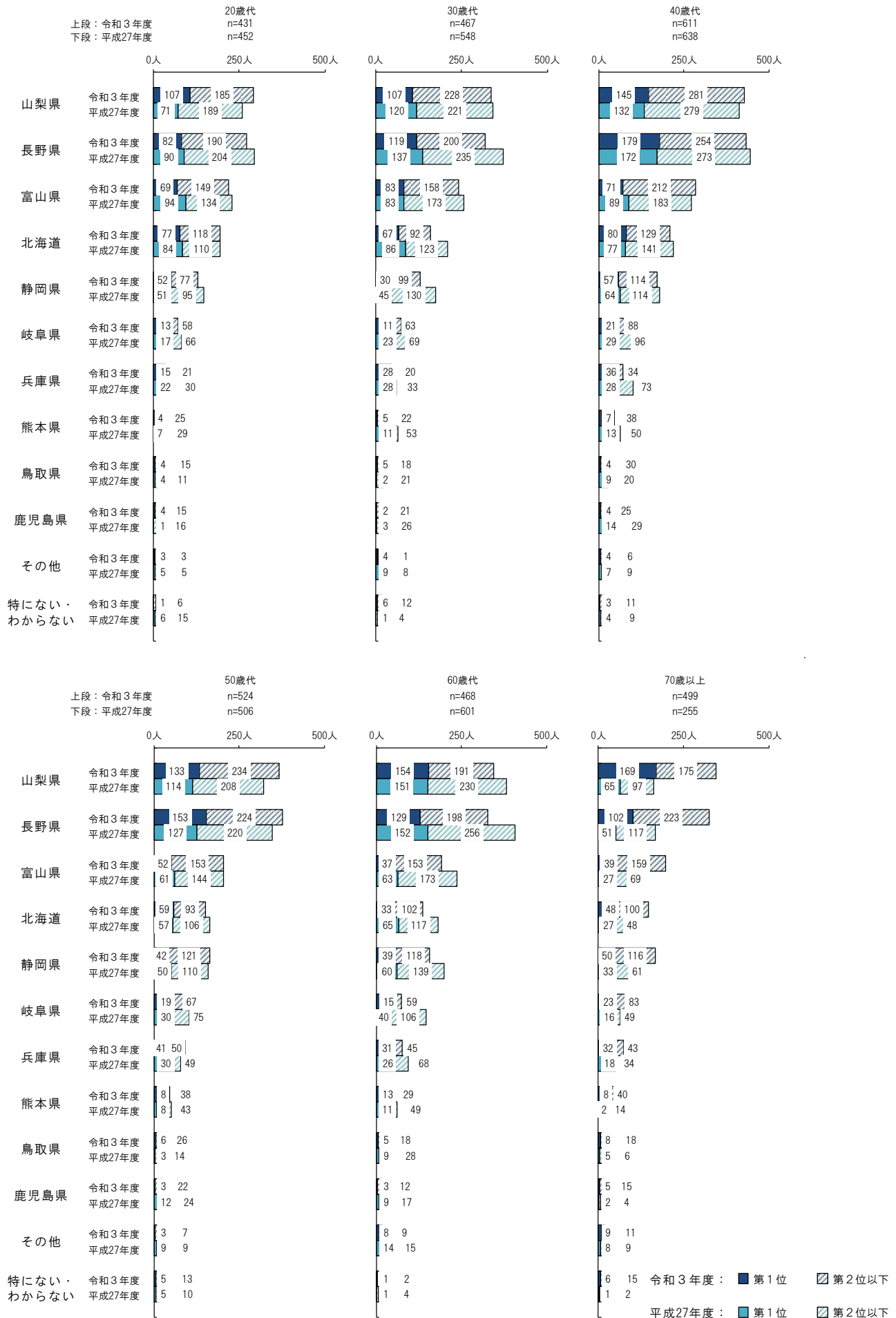
(1) 「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



《おいしい水》と聞いてイメージする都道府県は、「山梨県」が2,109人と最も多く、次いで「長野県」が2,053人、「富山県」が1,335人となっています。また、《おいしい水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）も、「山梨県」が815人と最も多く、次いで「長野県」が764人、「北海道」が364人となっています。

平成27年度調査と比較すると、《おいしい水》と聞いてイメージする都道府県、《おいしい水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）ともに「長野県」が最も多くなっていたのですが、「山梨県」が上回る結果となりました。

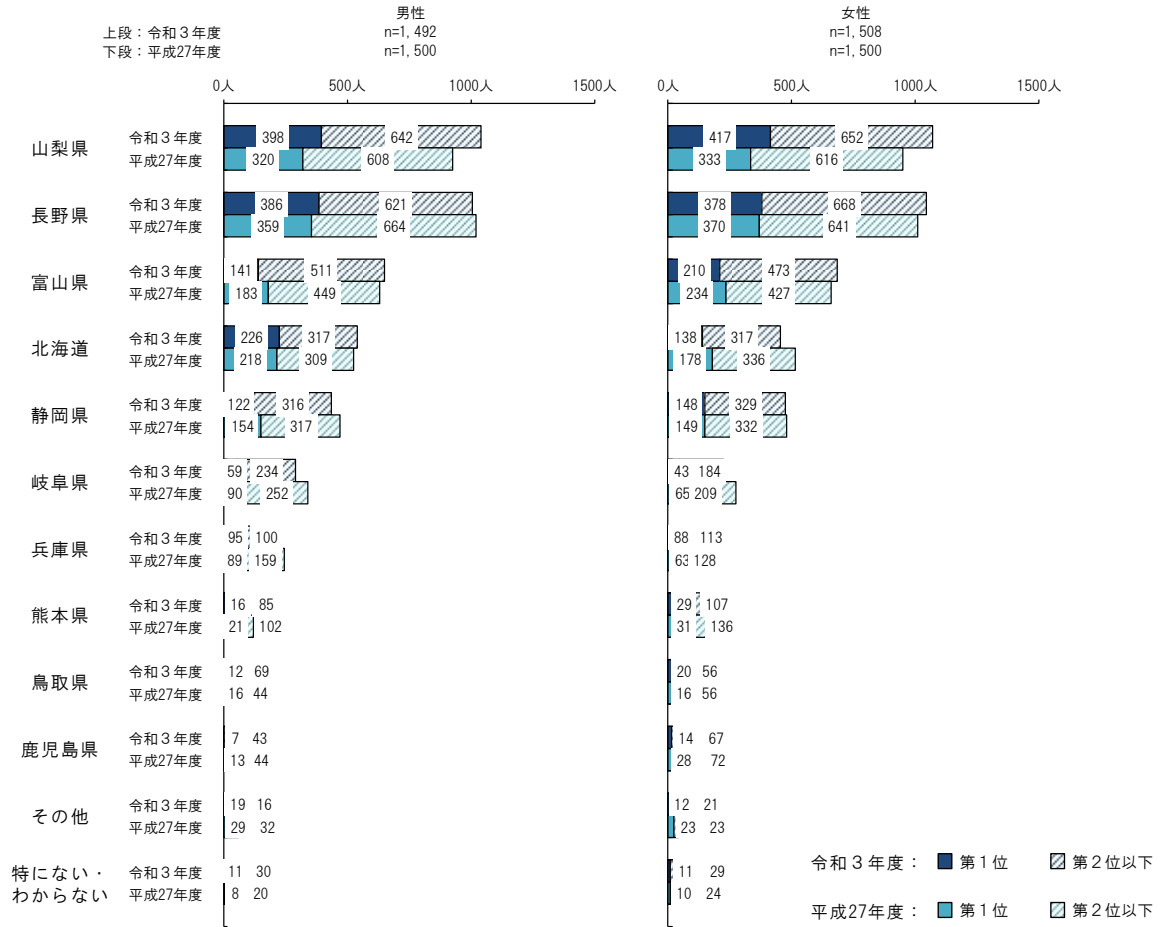
【年代別】



年代別でみると、「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、どの年代においても「山梨県」、「長野県」の2つが多く、大きな差異はみられません。

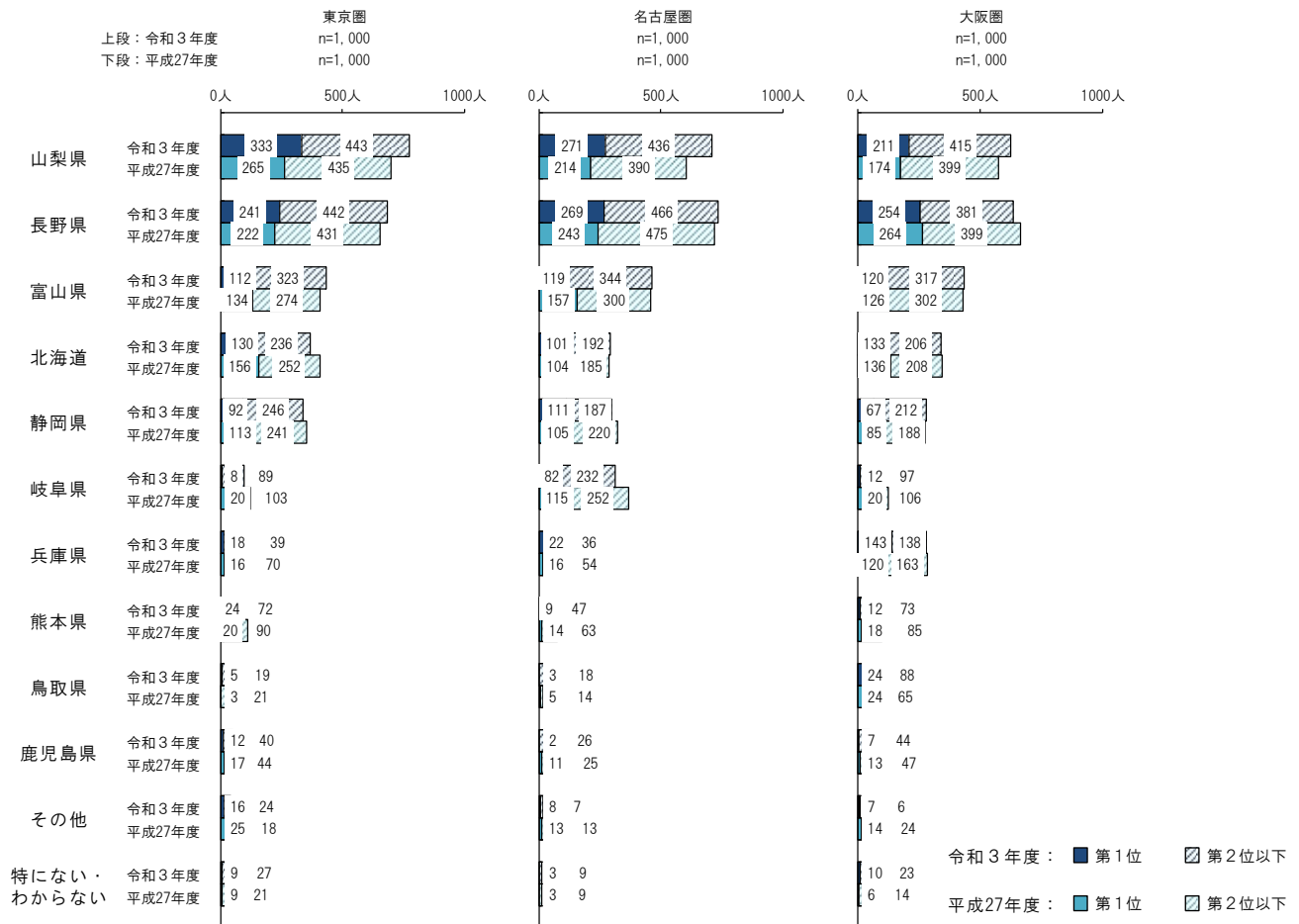
「おいしい水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）についても、20歳代を除く、すべての年代で同じような傾向にあります。一方、20歳代では「長野県」、「富山県」、「北海道」が同程度となっています。また70歳以上で「山梨県」が「長野県」より67人多く、第1位となっています。

【性別】



性別で見ると、「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、男性において「北海道」が多くなっています。また、「おいしい水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、男性において「北海道」が226人と女性より90人多く、女性において「富山県」が210人と男性より69人多くなっています。

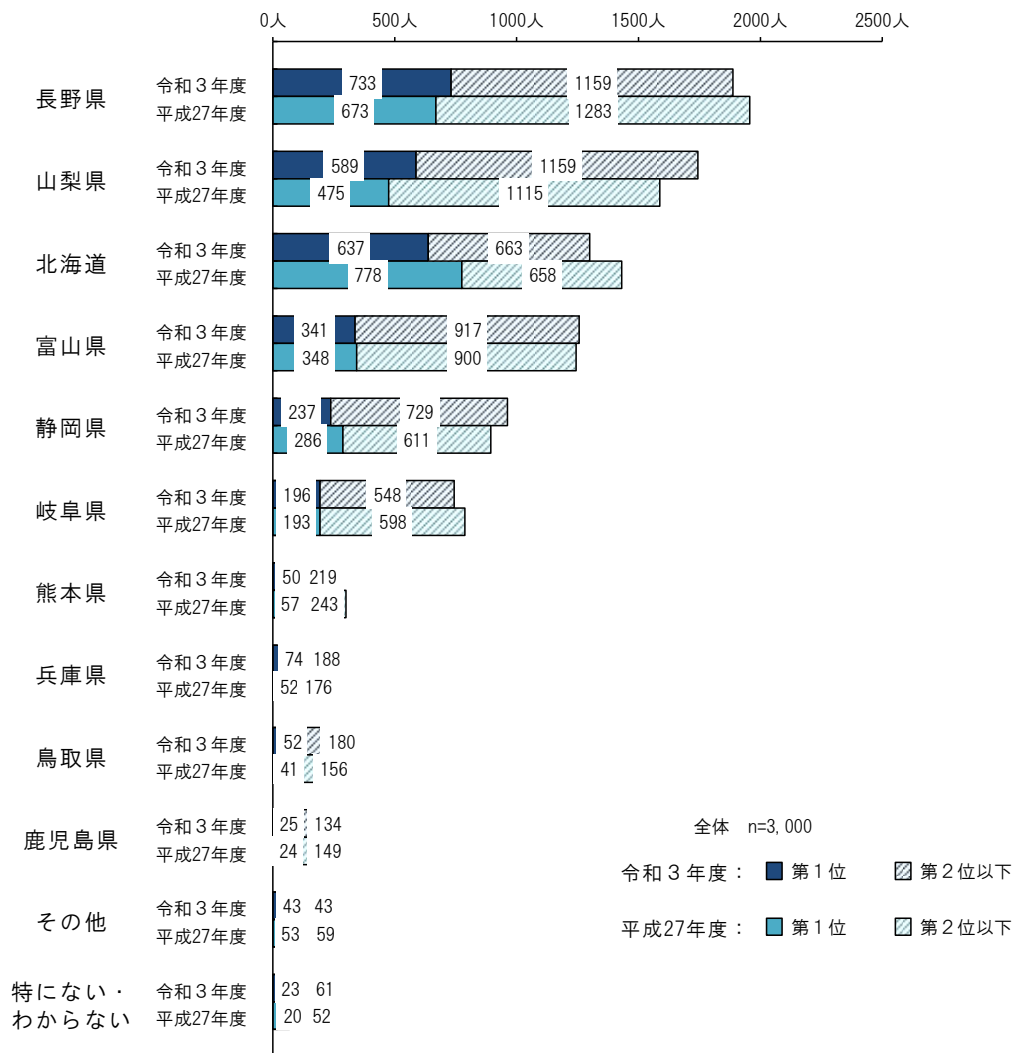
【居住圏域別】



居住圏域別でみると、「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、西に行くほど「山梨県」、「静岡県」が少なくなる傾向にあります。また、名古屋圏において「長野県」、「岐阜県」が多くなっています。大阪圏において「兵庫県」、「鳥取県」が多くなっています。

また、「おいしい水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）も、西に行くほど「山梨県」が少なくなる傾向にあります。また、名古屋圏において「岐阜県」が多く、大阪圏において「兵庫県」、「鳥取県」が多くなっています。

(2) 「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(○は1つ)

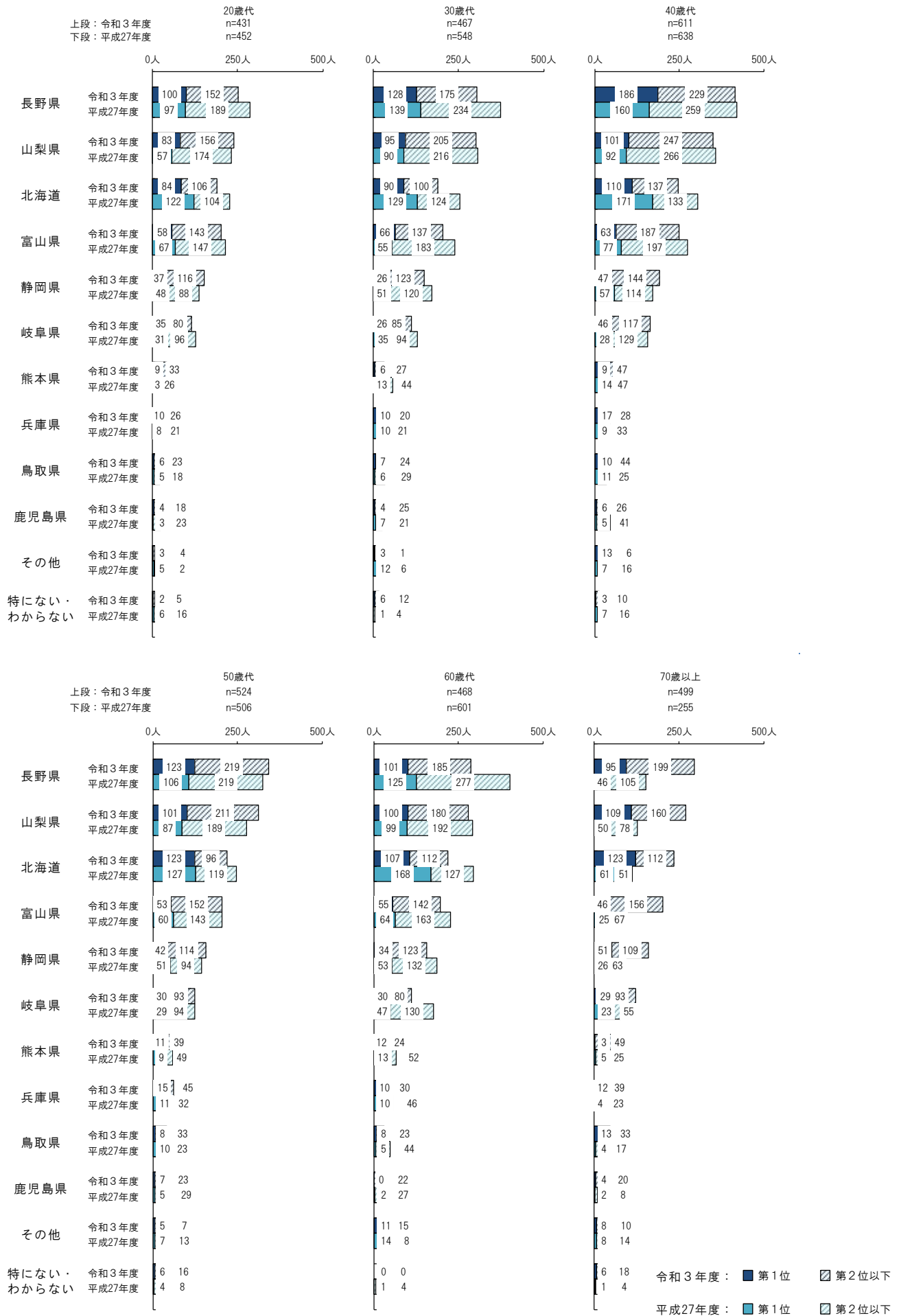


《きれいな水》と聞いてイメージする都道府県は、「長野県」が1,892人と最も多く、次いで「山梨県」が1,748人、「北海道」が1,300人となっています。

また、《きれいな水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、「長野県」が733人と最も多く、次いで「北海道」が637人、「山梨県」が589人となっています。

平成27年度調査と比較すると、「山梨県」は《きれいな水》と聞いてイメージする都道府県、《きれいな水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）ともに高くなっています。

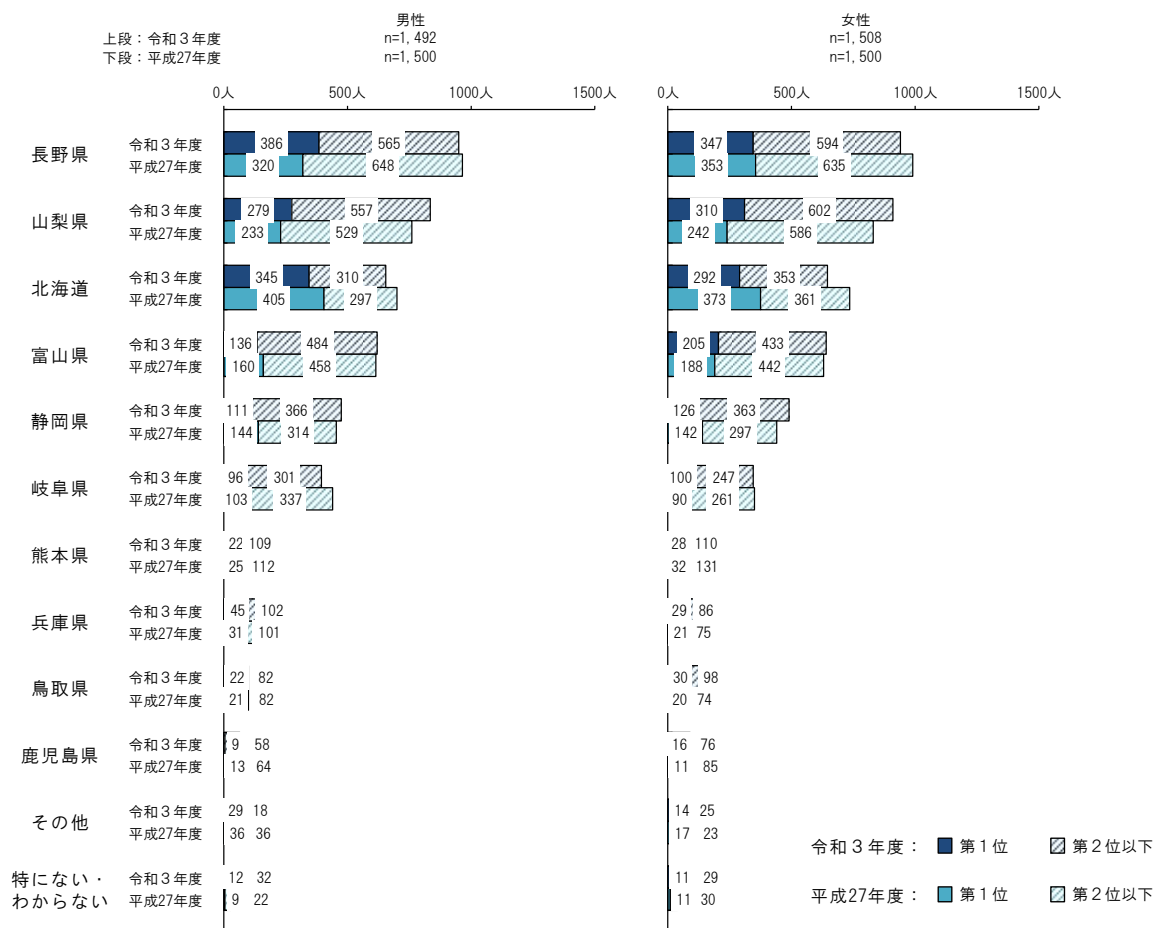
【年代別】



年代別でみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、20歳代～40歳代において「富山県」が「北海道」よりも多くなっています。

また、「きれいな水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、50歳代～60歳代において「北海道」と「長野県」が同程度、70歳以上においては「北海道」が「長野県」を上回っています。

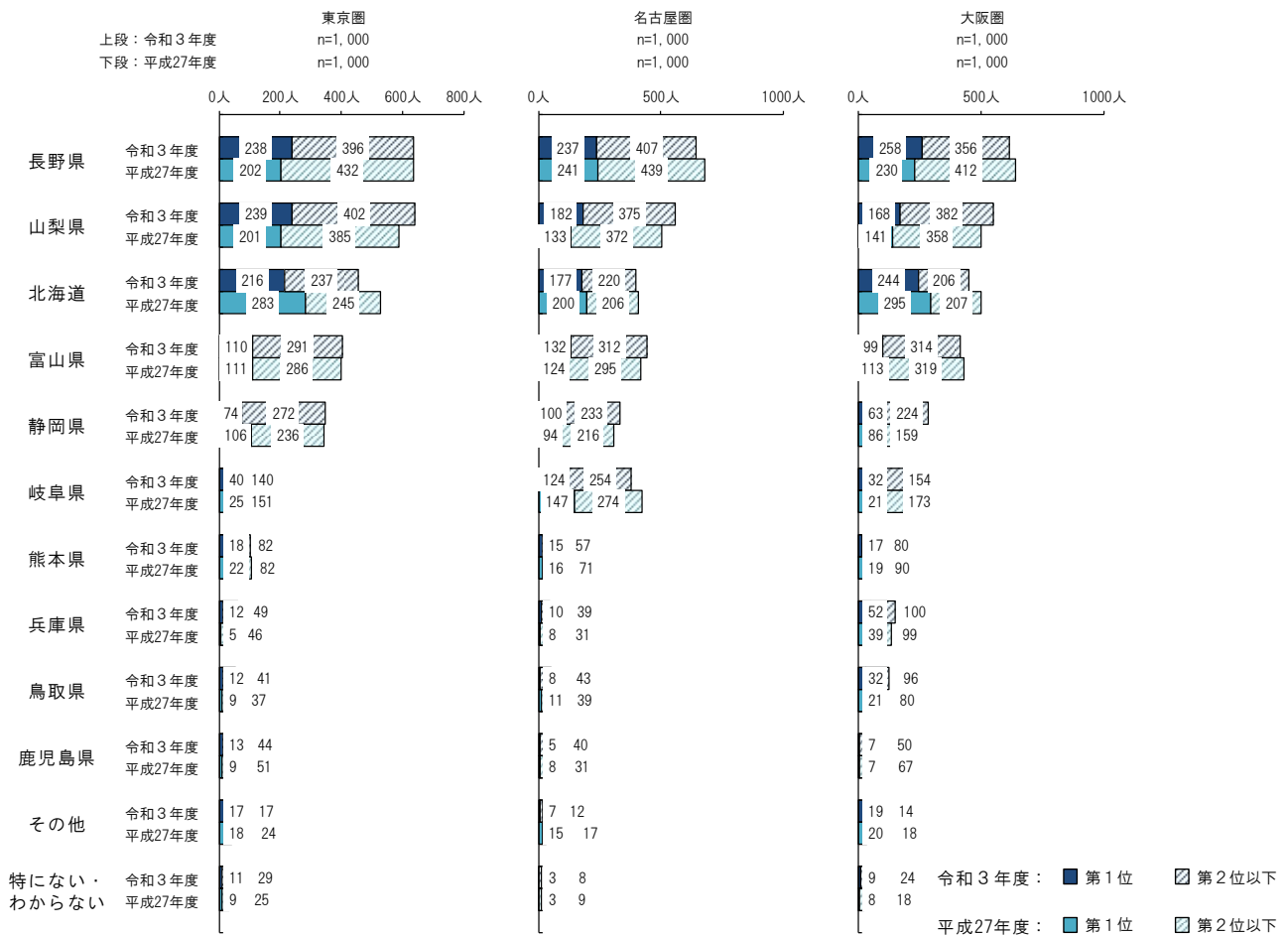
【性別】



性別で見ると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、女性において「山梨県」が912人と男性より76人多くなっています。

また、「きれいな水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）についても、女性において「富山県」が205人と男性より69人多くなっています。

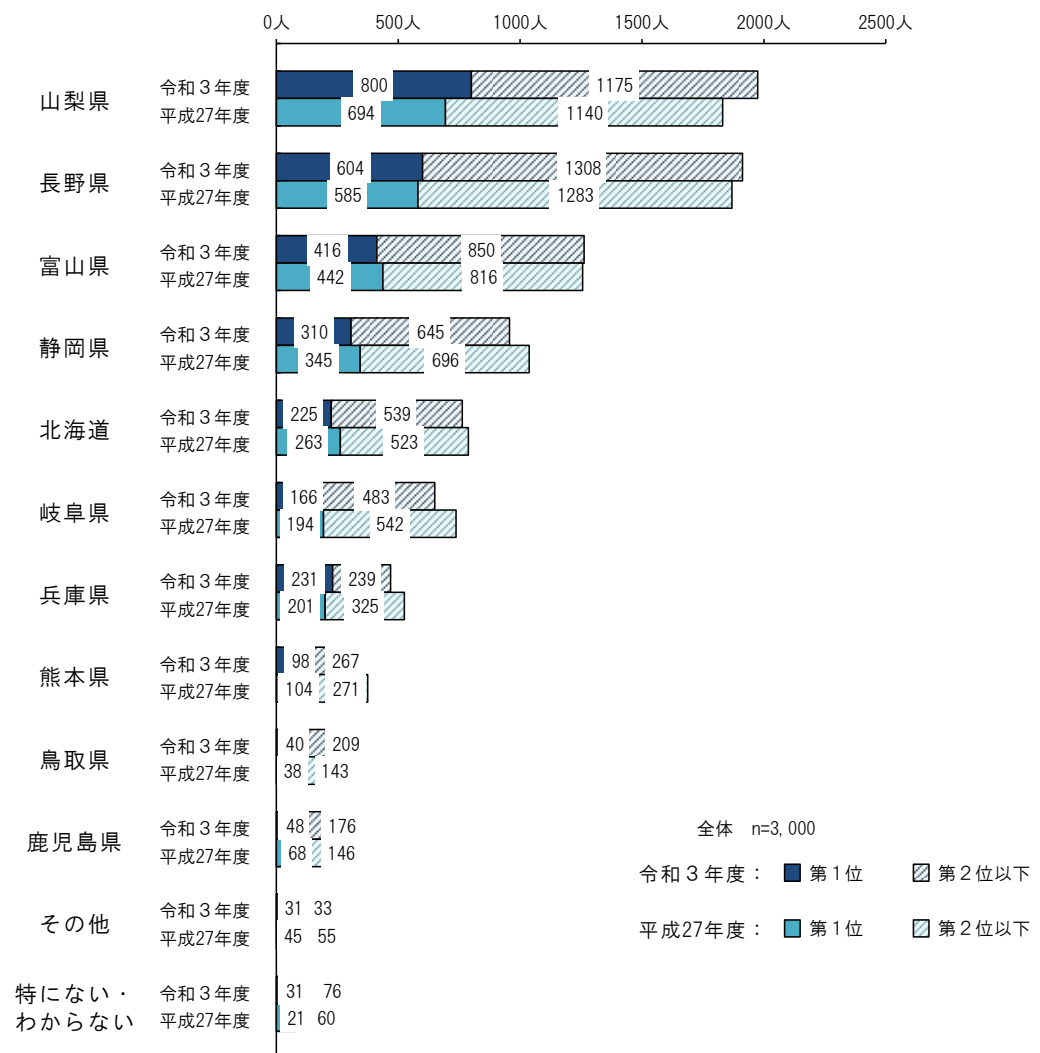
【居住圏域別】



居住圏域別でみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、東京圏において「山梨県」が641人と多く、大阪圏において「兵庫県」、「鳥取県」が多くなっています。名古屋圏においては「北海道」が397人と少なく、「岐阜県」が378人と多くなっています。

また、「きれいな水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、東京圏において「山梨県」が239人と多くなっています。また、名古屋圏において「北海道」が177人と少なく、「岐阜県」が124人と多くなっています。

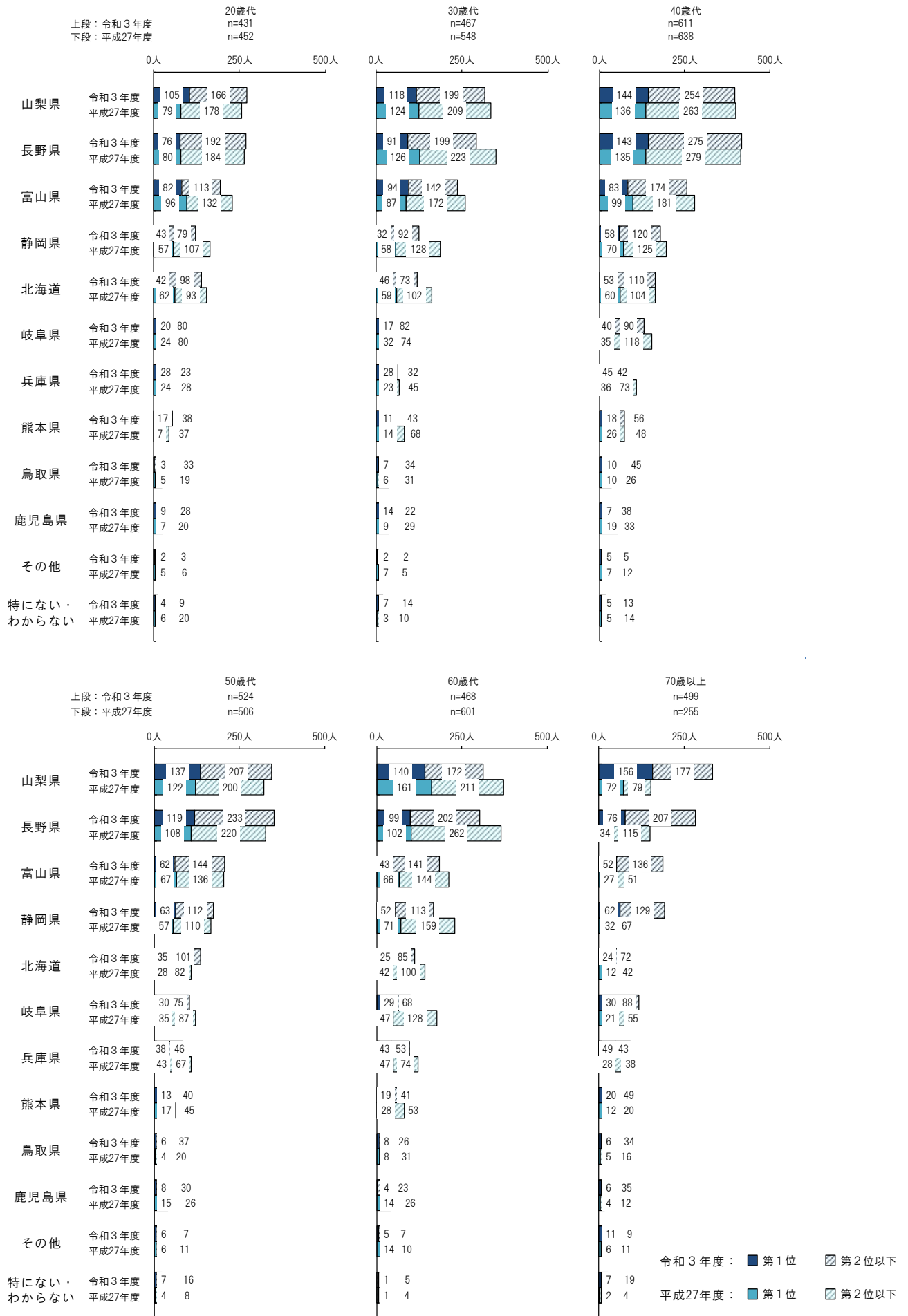
(3) 「名水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



《名水》と聞いてイメージする都道府県は、「山梨県」が1,975人と最も多く、次いで「長野県」が1,912人、「富山県」が1,266人となっています。また、《名水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、「山梨県」が800人と最も多く、次いで「長野県」が604人、「富山県」が416人となっています。

平成27年度調査と比較すると、「山梨県」において《名水》と聞いてイメージする都道府県、《名水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）ともに多くなっています。

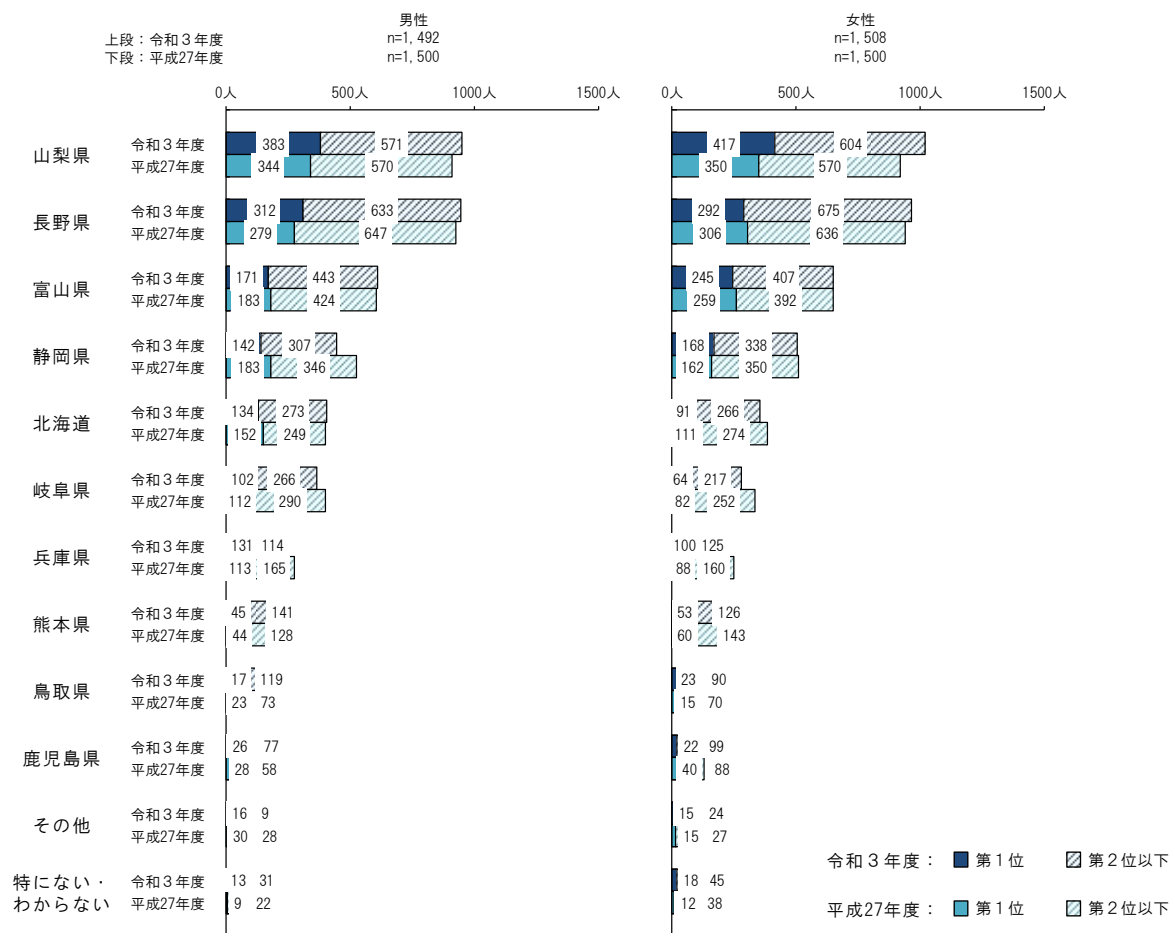
【年代別】



年代別でみると、《名水》と聞いてイメージする都道府県は、40歳代以上において「長野県」、「山梨県」が突出して多くなっており、20歳代・30歳代においては「長野県」、「山梨県」、「富山県」まで突出して多くなっています。

また、《名水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）についても、同様の傾向にあります。

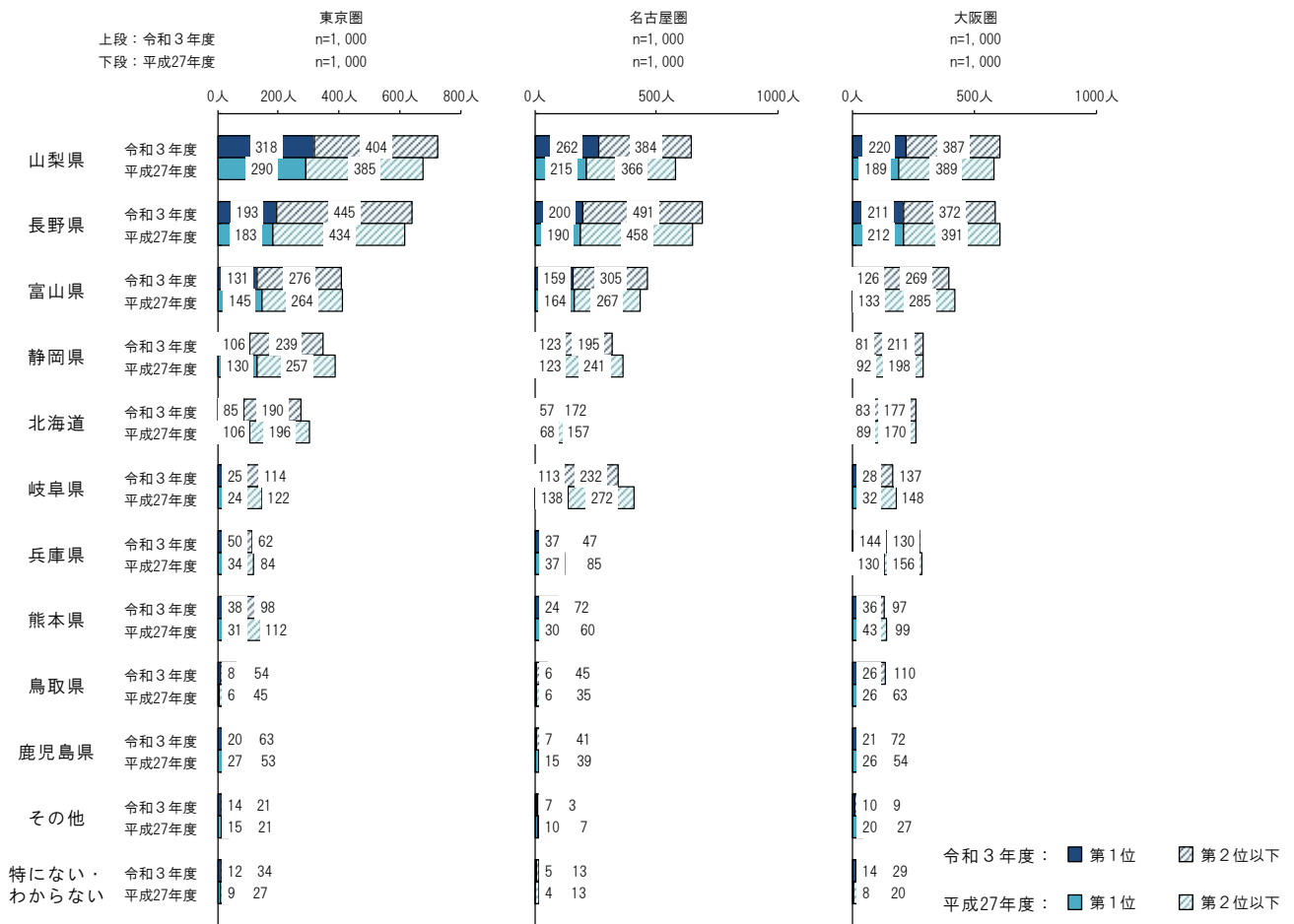
【性別】



性別で見ると、《名水》と聞いてイメージする都道府県は、男性において「岐阜県」が368人と女性より87人多くなっています。

また、《名水》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、女性において「富山県」が245人と男性より74人多くなっています。

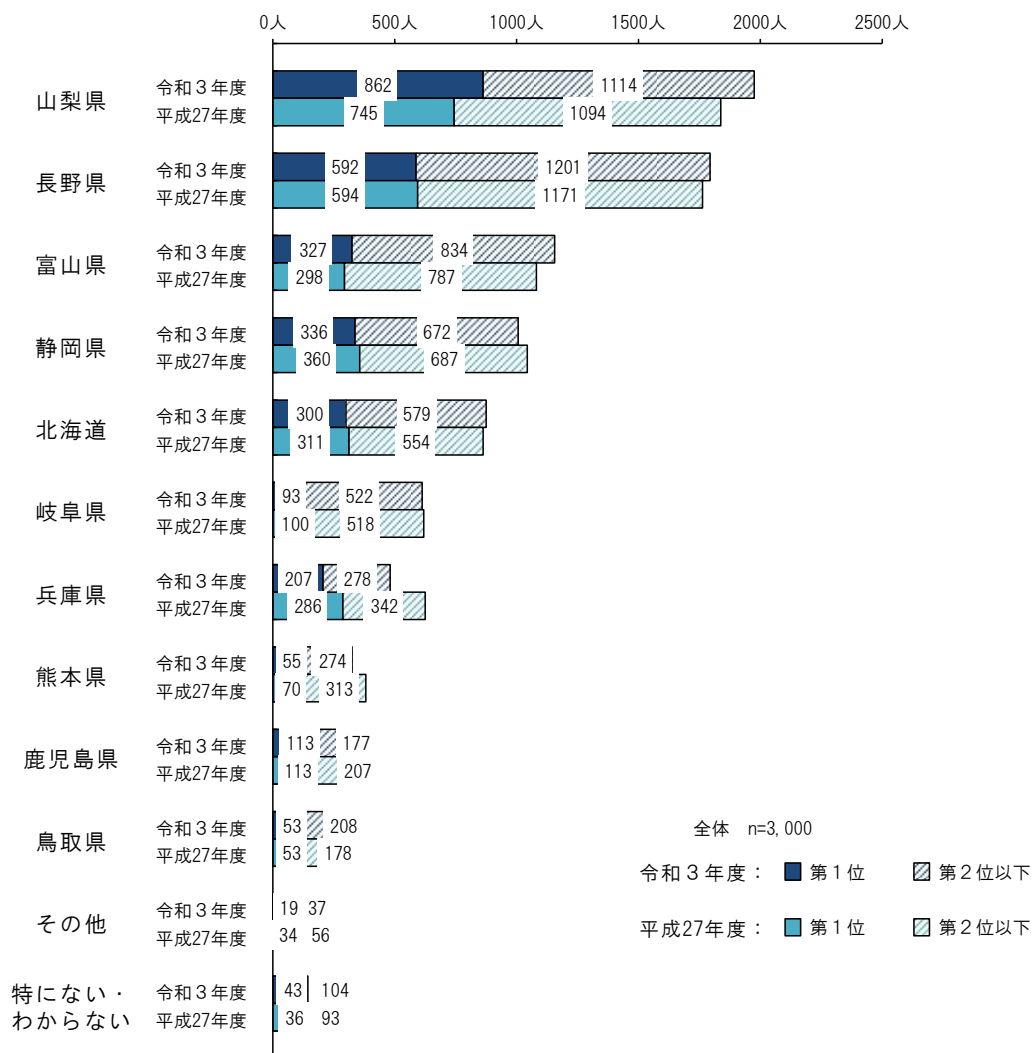
【居住圏域別】



居住圏域別でみると、「名水」と聞いてイメージする都道府県は、西に行くほど「山梨県」が少なくなる傾向にあります。また、名古屋圏において「岐阜県」が345人と多く、「熊本県」が96人と少なくなっています。大阪圏においては「兵庫県」が274人と多くなっています。

また、「名水」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、西に行くほど「山梨県」が少なくなる傾向にあります。また、名古屋圏において「岐阜県」が113人と多くなっています。大阪圏においては「静岡県」が81人と少なく、「兵庫県」が144人と多くなっています。

(4) 「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)

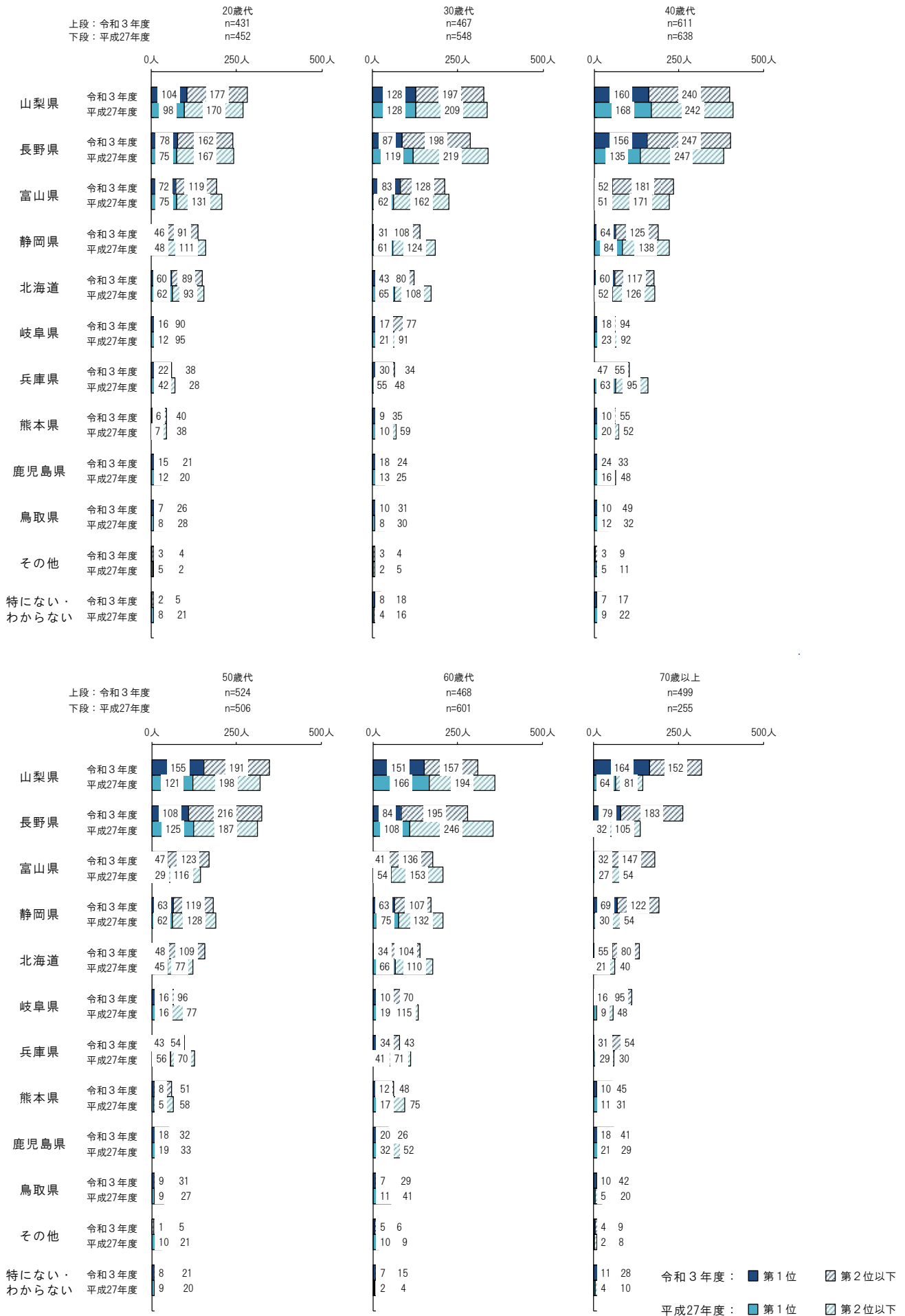


《ミネラルウォーター》と聞いてイメージする都道府県は、「山梨県」が1,976人と最も多く、次いで「長野県」が1,793人、「富山県」が1,161人、「静岡県」が1,008人となっています。

また、《ミネラルウォーター》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）は、「山梨県」が862人と最も多く、次いで「長野県」が592人、「静岡県」が336人となっています。

平成27年度調査と比較すると、「山梨県」において《ミネラルウォーター》と聞いてイメージする都道府県、《ミネラルウォーター》と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）ともに高くなっています。

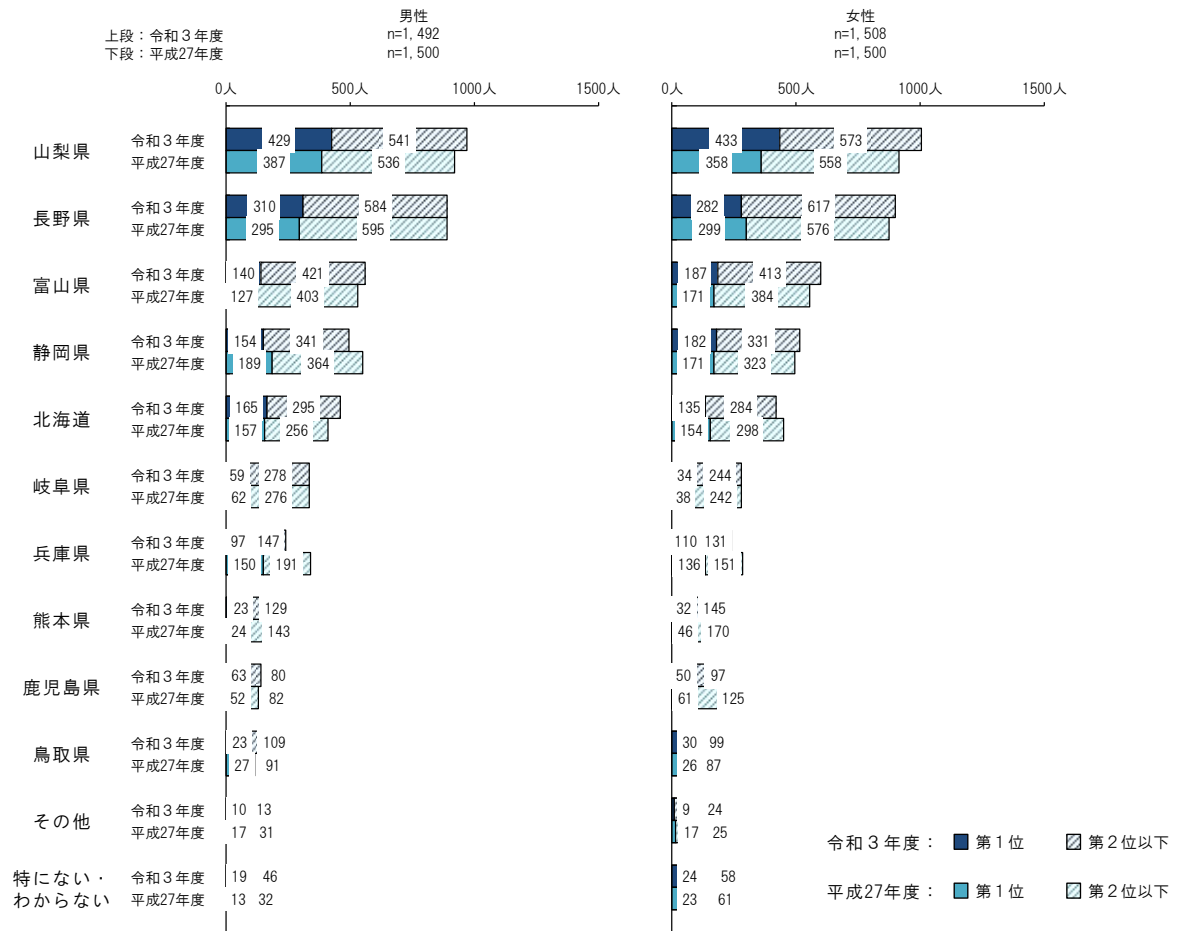
【年代別】



年代別でみると、「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県は、40歳代以上において「山梨県」、「長野県」が突出して多くなっています。一方、20歳代・30歳代においては大きな差異はみられません。

また、「ミネラルウォーター」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）についても、同様の傾向にあります。

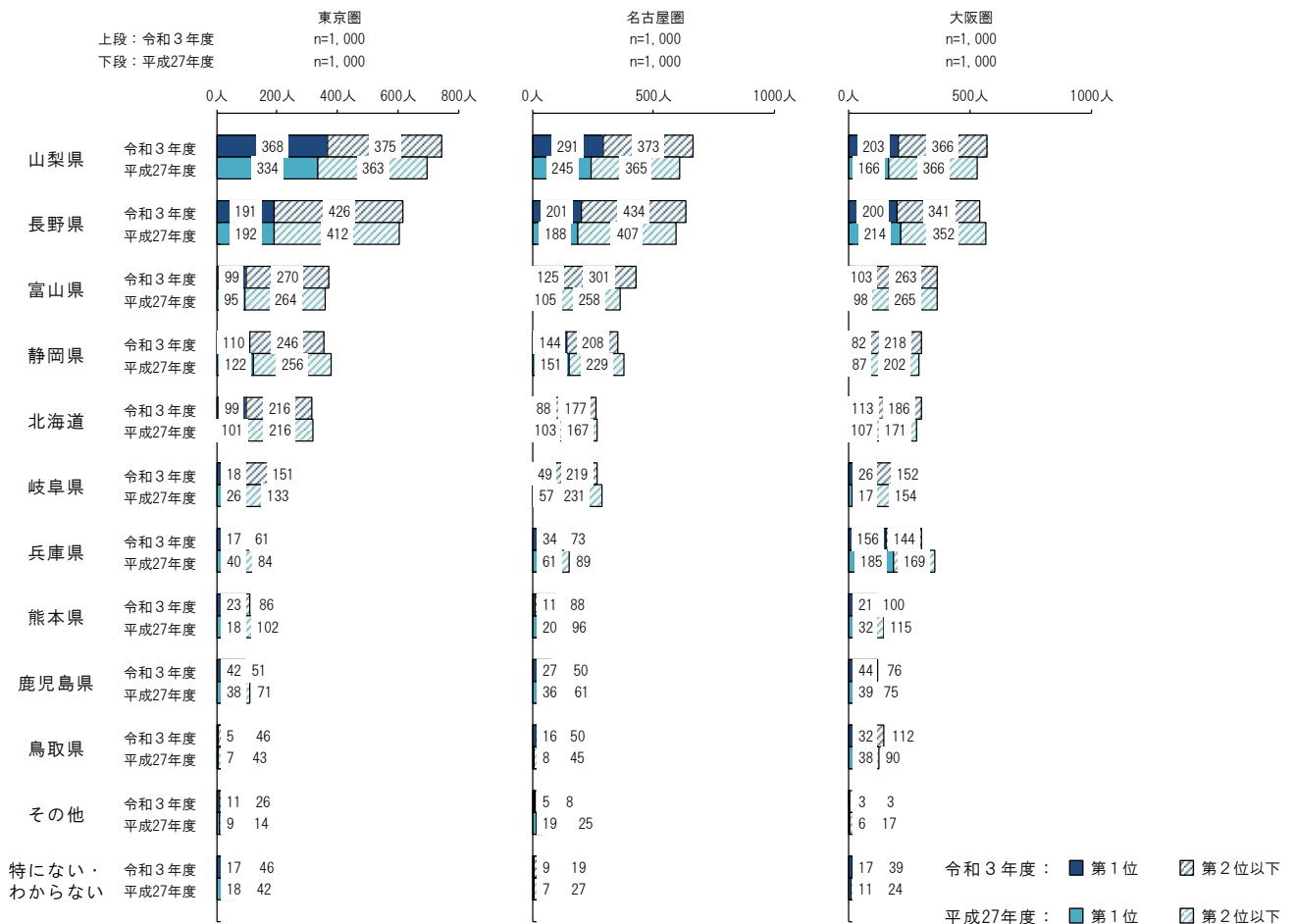
【性別】



性別で見ると、「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県は、男性において「岐阜県」が337人と女性より59人多くなっています。

また、「ミネラルウォーター」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）については、大きな差異はみられません。

【居住圏域別】

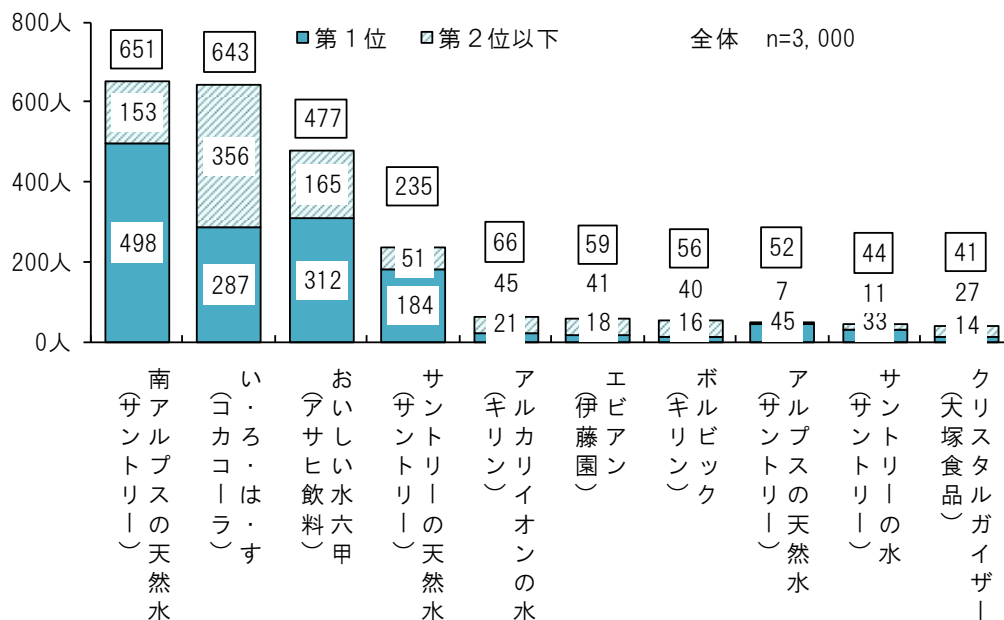


居住圏域別でみると、「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県は、西に行くほど「山梨県」が少なくなる傾向にあります。また、名古屋圏において「岐阜県」が268人と多くなっています。大阪圏においては「兵庫県」、「鳥取県」が多くなっています。

また、「ミネラルウォーター」と聞いて最も強くイメージする都道府県（第1位に選ばれた都道府県）も、西に行くほど「山梨県」が少なくなる傾向にあります。また、大阪圏において「兵庫県」が多くなっています。

問2

(1) 「国産ミネラルウォーター」と聞いて、真っ先に思い浮かぶ商品名を思い浮かぶ順に第3位まで記入してください。(自由記述)

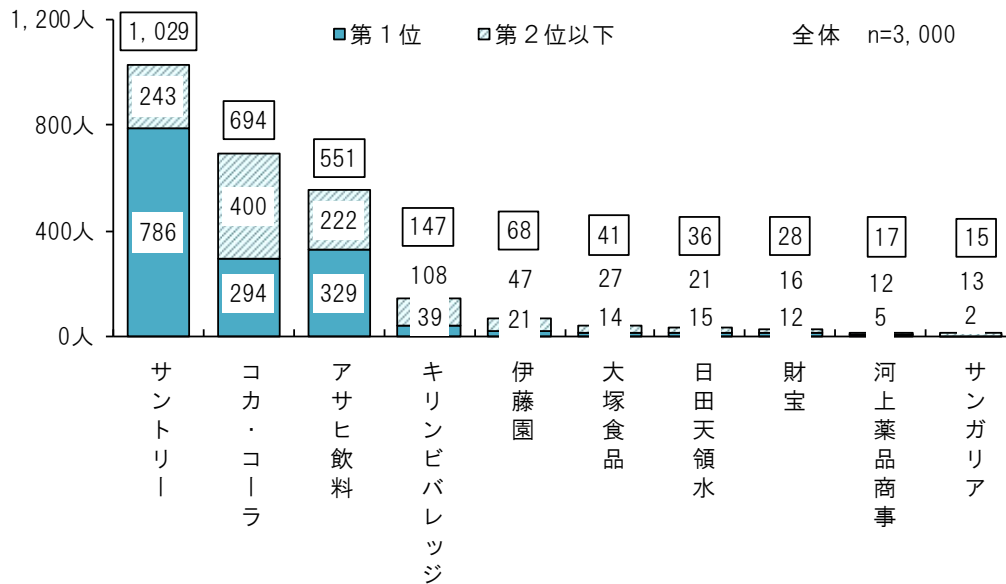


	第1位	第2位以下	合計
南アルプスの天然水 (サントリー)	498	153	651
い・ろ・は・す (コカコーラ)	287	356	643
おいしい水 六甲 (アサヒ飲料)	312	165	477
サントリーの天然水 (サントリー)	184	51	235
アルカリイオンの水 (キリン)	21	45	66
エビアン (伊藤園)	18	41	59
ボルビック (キリン)	16	40	56
アルプスの天然水 (サントリー)	45	7	52
サントリーの水 (サントリー)	33	11	44
クリスタルガイザー (大塚食品)	14	27	41

《国産ミネラルウォーター》と聞いて真っ先に思い浮かぶ商品は、「南アルプスの天然水 (サントリー)」、「い・ろ・は・す (コカコーラ)」が突出しています。

また、《国産ミネラルウォーター》と聞いて最も強く思い浮かぶ商品 (第1位に選ばれた商品) は、「南アルプスの天然水 (サントリー)」が498人と最も多く、次いで「おいしい水 六甲 (アサヒ飲料)」が312人、「い・ろ・は・す (コカコーラ)」が287人となっています。

(2) それぞれのメーカー名が分かれば、メーカー名も第3位まで記入してください。(自由記述)



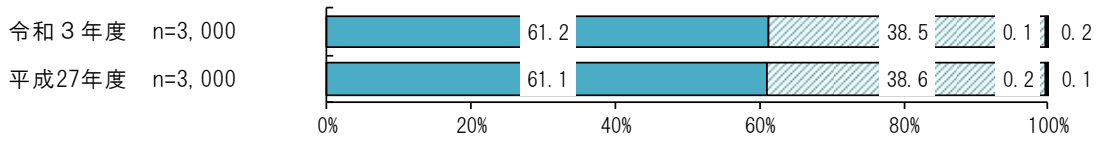
	第1位	第2位以下	合計
サントリー	786	243	1,029
コカ・コーラ	294	400	694
アサヒ飲料	329	222	551
キリンビバレッジ	39	108	147
伊藤園	21	47	68
大塚食品	14	27	41
日田天領水	15	21	36
財宝	12	16	28
河上薬品商事	5	12	17
サンガリア	2	13	15

《国産ミネラルウォーター》と聞いて真っ先に思い浮かぶメーカーは、「サントリー」が1,029人と突出しています。

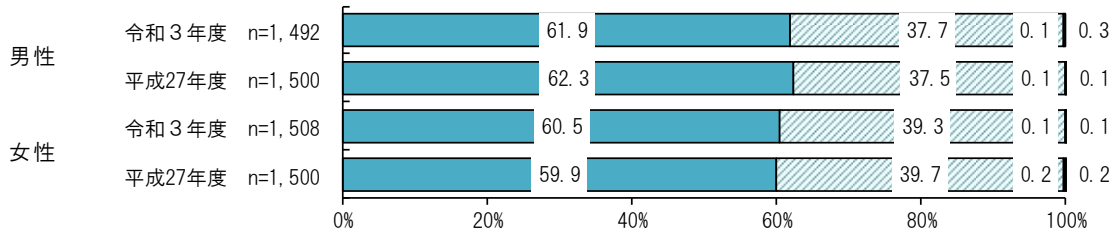
また、《国産ミネラルウォーター》と聞いて最も強く思い浮かぶメーカー（第1位に選ばれたメーカー）も、「サントリー」が786人と突出しています。

問3

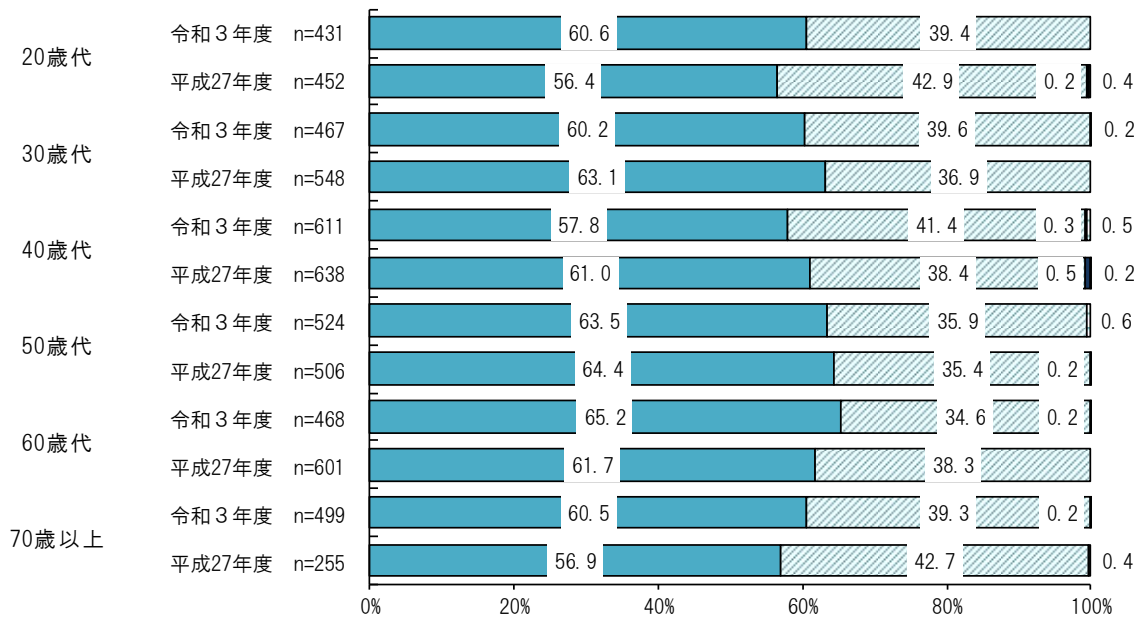
(1) 「富士山の水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。
(〇は1つ)



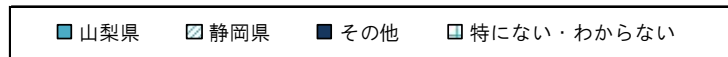
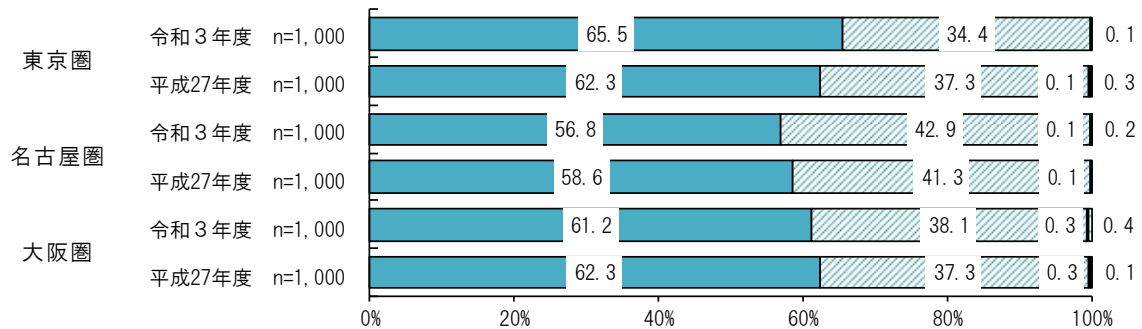
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《富士山の水》と聞いて真っ先にイメージする都道府県は、「山梨県」が61.2%と最も多く、次いで「静岡県」が38.5%、「その他」が0.1%、「特にない・わからない」が0.2%となっています。

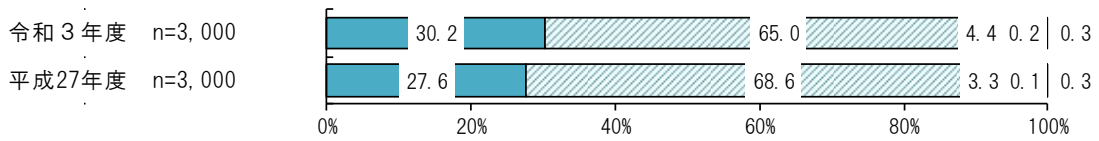
平成27年度調査と比較すると、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

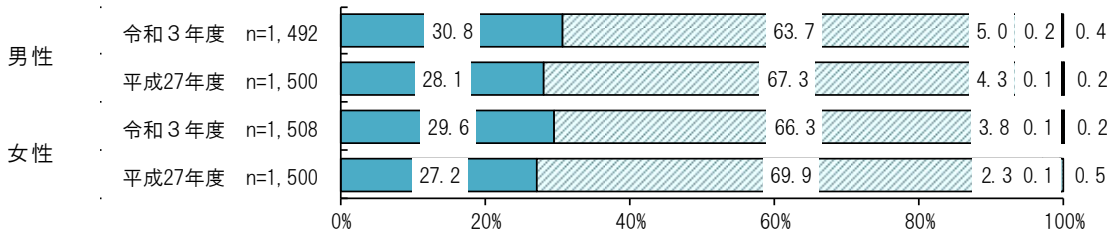
年代別でみると、40歳代において「山梨県」が6割を下回って少なく、「静岡県」が4割を超えて多くなっています。

居住圏域別でみると、名古屋圏において「山梨県」が6割を下回って少なくなっています。

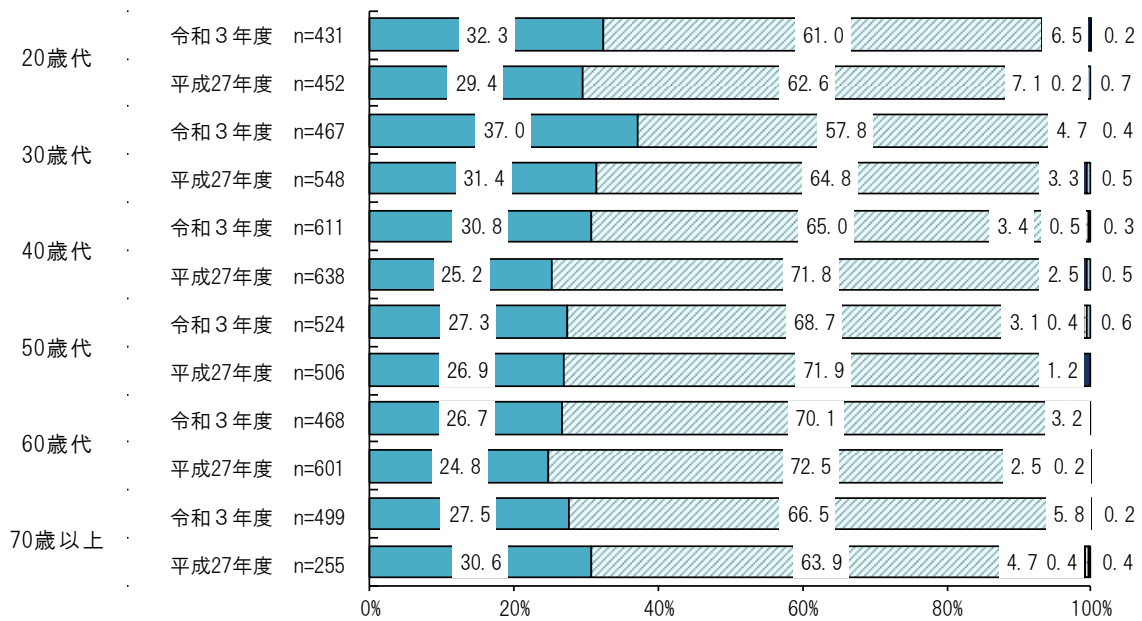
(2)「南アルプスの水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。
(〇は1つ)



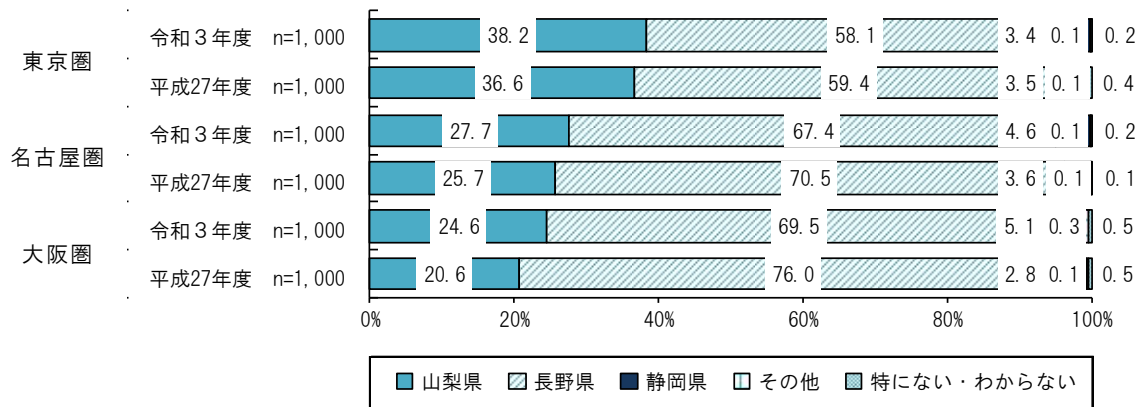
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《南アルプスの水》と聞いて真っ先にイメージする都道府県は、「長野県」が65.0%と最も多く、次いで「山梨県」が30.2%、「静岡県」が4.4%、「特にない・わからない」が0.3%、「その他」が0.2%となっています。

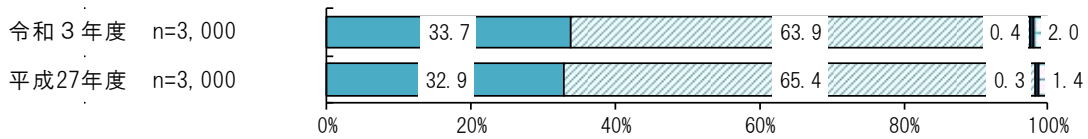
平成27年度調査と比較すると、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

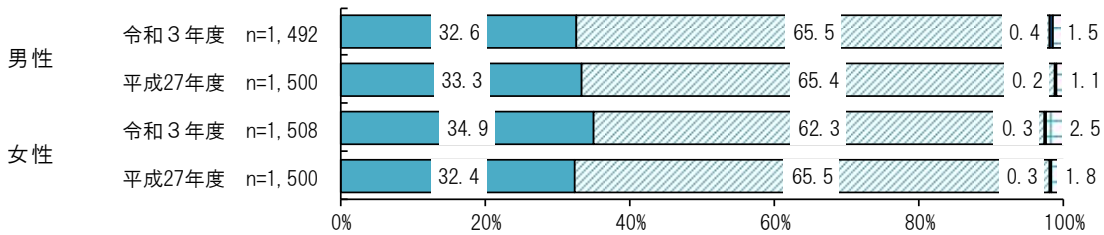
年代別でみると、20歳代～40歳代において「山梨県」が3割を超えて多くなっています。

居住圏域別でみると、西に行くほど「山梨県」が少なく、「長野県」が多くなる傾向にあります。

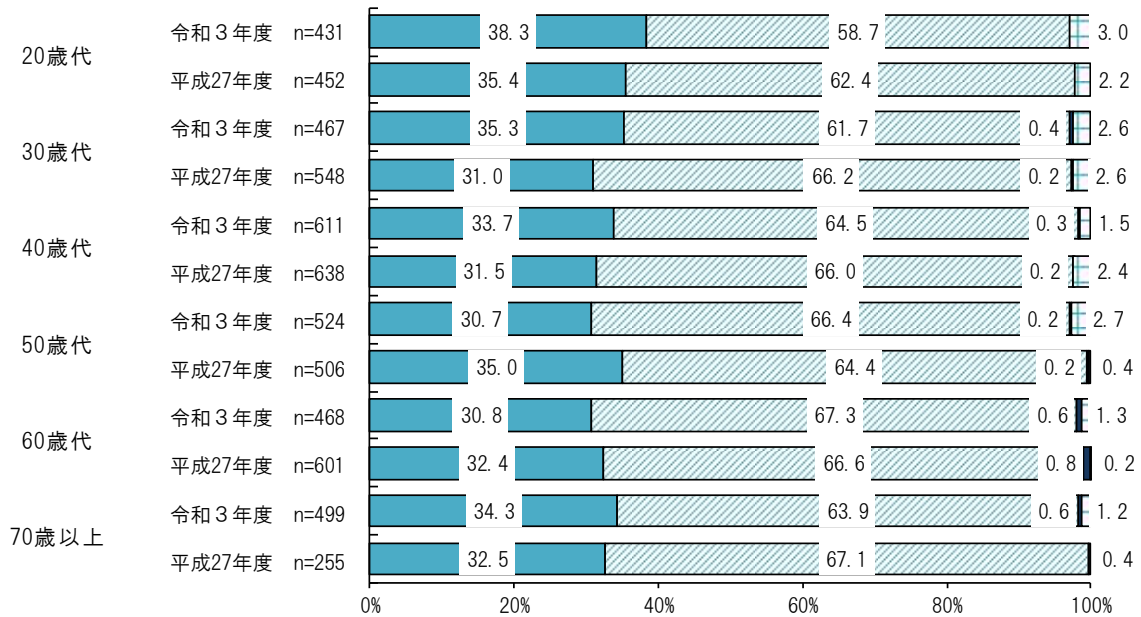
(3) 「八ヶ岳の水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。
(○は1つ)



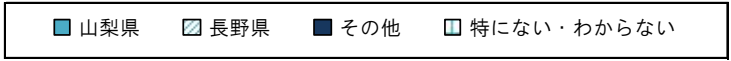
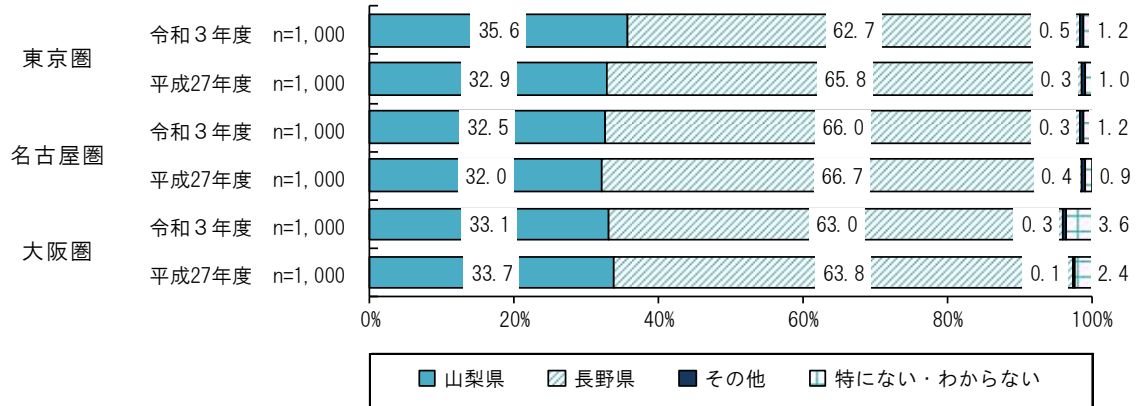
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《八ヶ岳の水》と聞いて真っ先にイメージする都道府県は、「長野県」が63.9%と最も多く、次いで「山梨県」が33.7%、「特にない・わからない」が2.0%、「その他」が0.4%となっています。

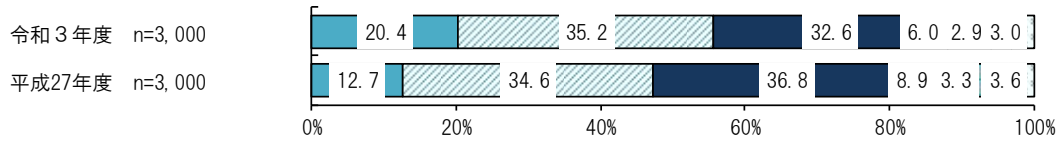
性別では、大きな差異はみられません。

年代別では、20歳代において「長野県」が6割を下回って少なくなっています。

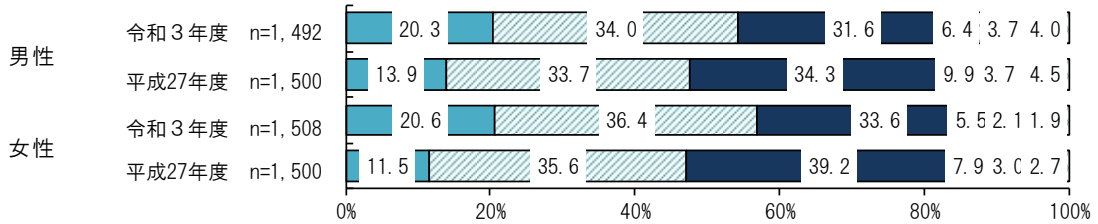
居住圏域別では、大きな差異はみられません。

問4

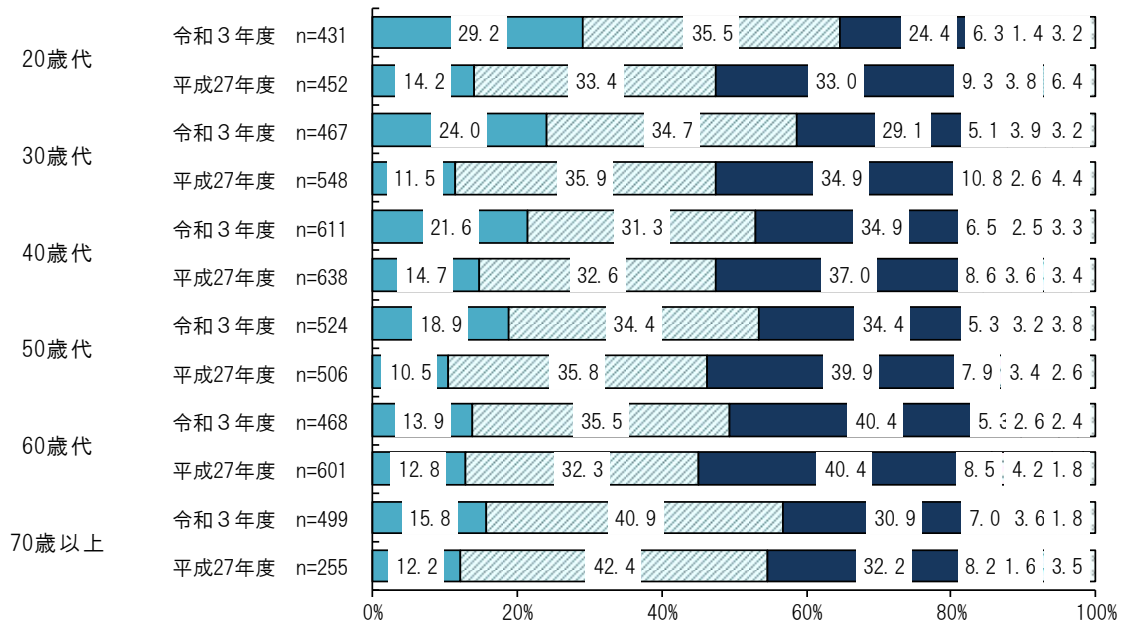
(1) 「富士山の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



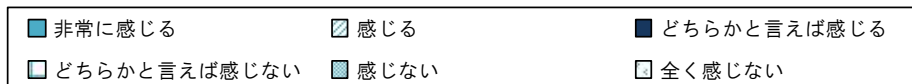
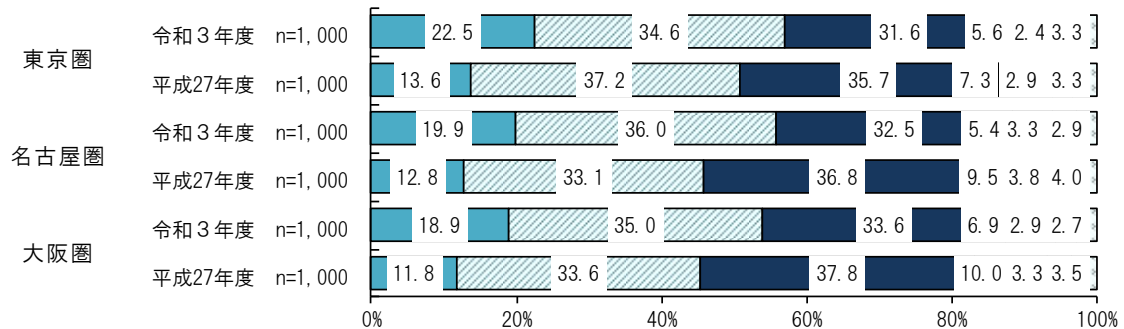
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《富士山の水》と聞いて魅力を感じるかについては、「感じる」が35.2%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じる」が32.6%、「非常に感じる」が20.4%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、88.2%となっています。

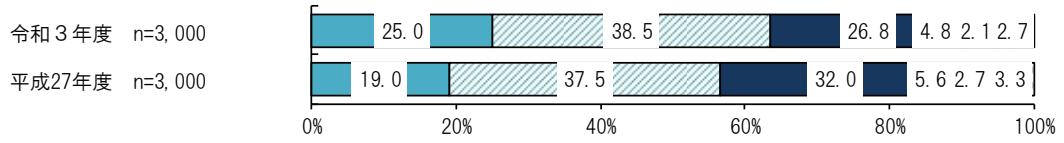
平成27年度調査と比較すると、「非常に感じる」が7.7ポイント高く、『感じる』では4.1ポイント高くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

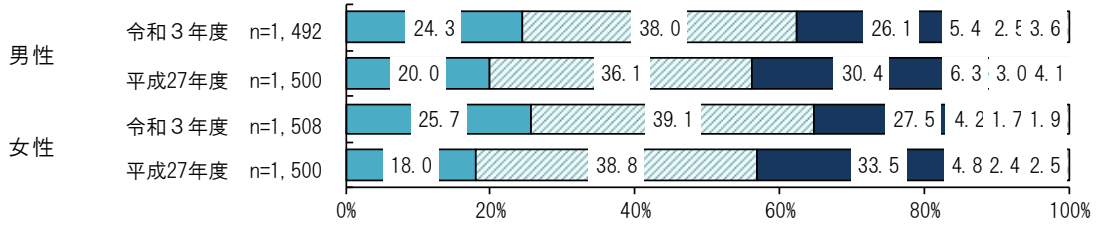
年代別でみると、20歳代において「非常に感じる」が29.2%と多くなっています。また、『感じる』は、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、西へ行くほど「非常に感じる」が少なくなっています。

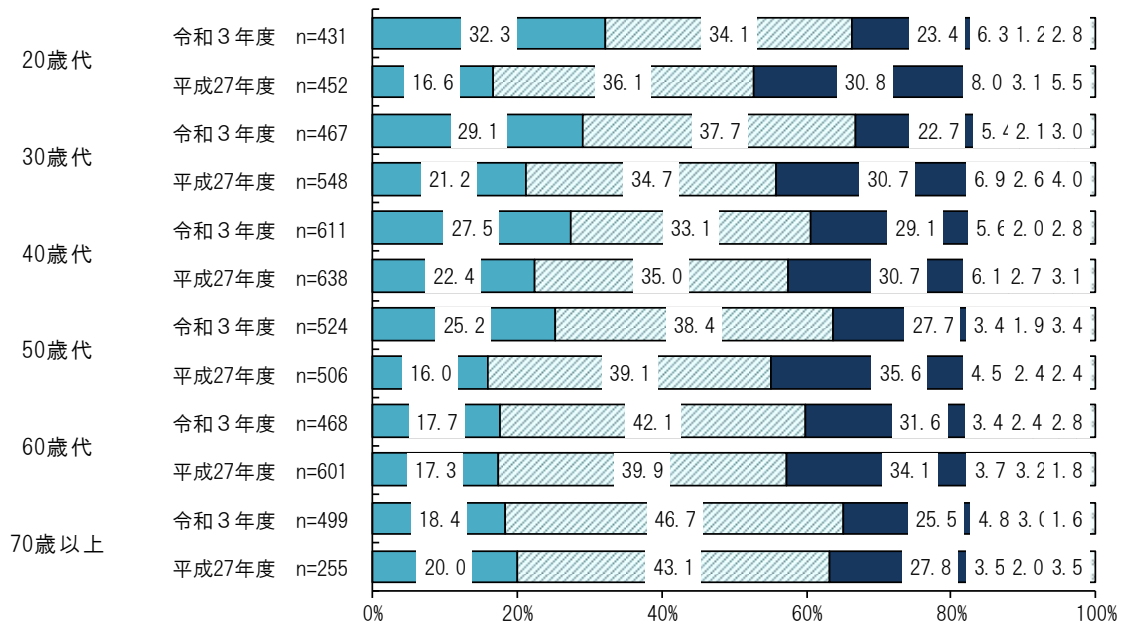
(2)「南アルプスの水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



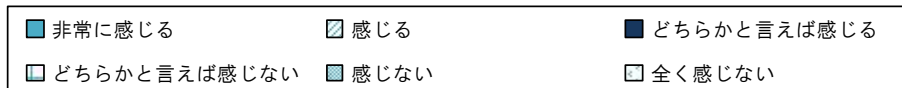
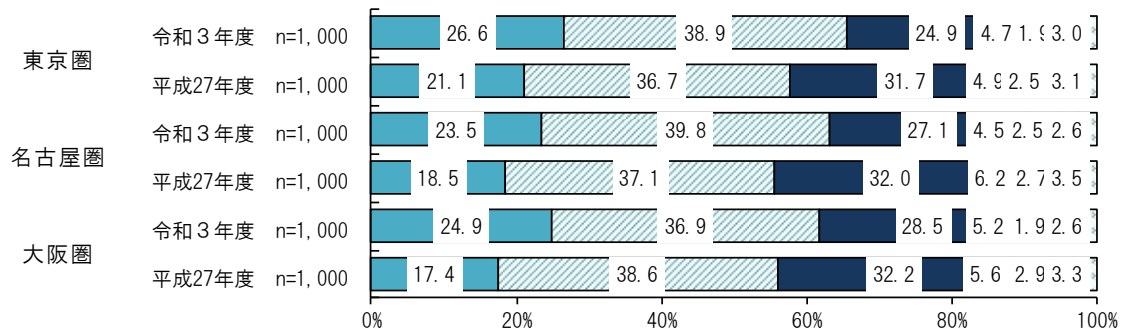
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《南アルプスの水》と聞いて魅力を感じるかについては、「感じる」38.5%が最も多く、以下「どちらかと言えば感じる」26.8%、「非常に感じる」25.0%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、90.3%となっています。

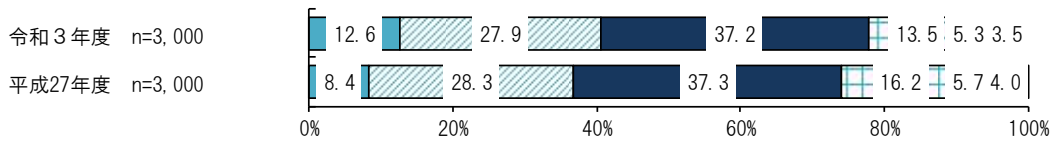
平成27年度調査と比較すると、「非常に感じる」が6.0ポイント高くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

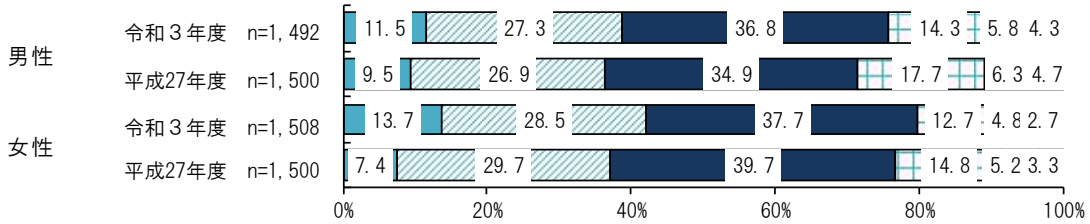
年代別でみると、20歳代～50歳代において「非常に感じる」が2割を超えて多くなっています。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

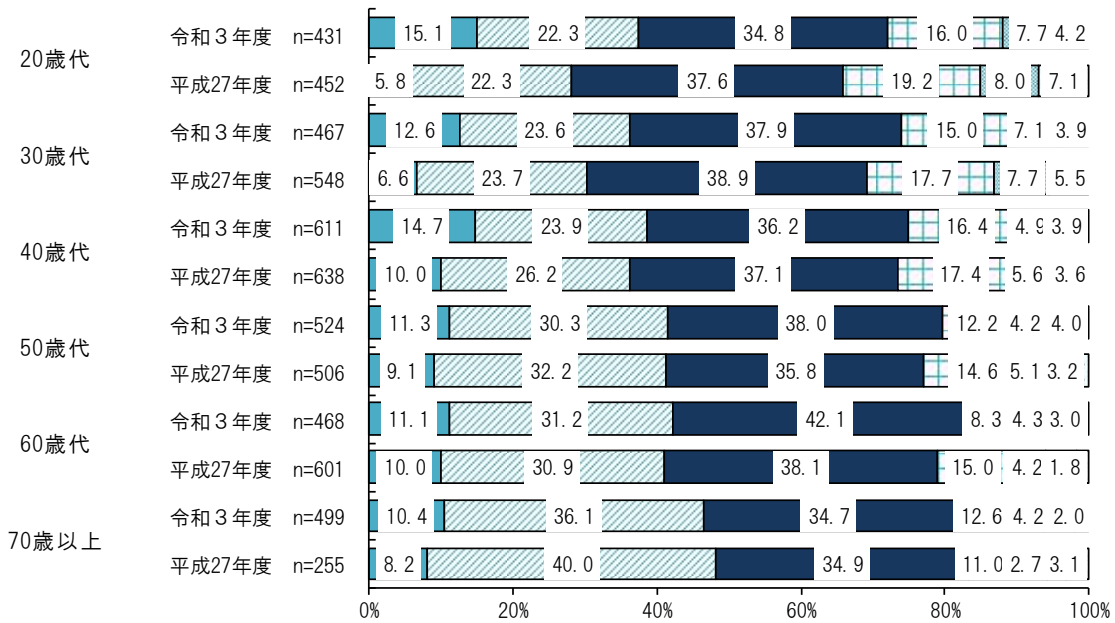
(3) 「八ヶ岳の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



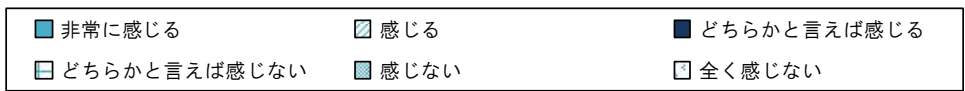
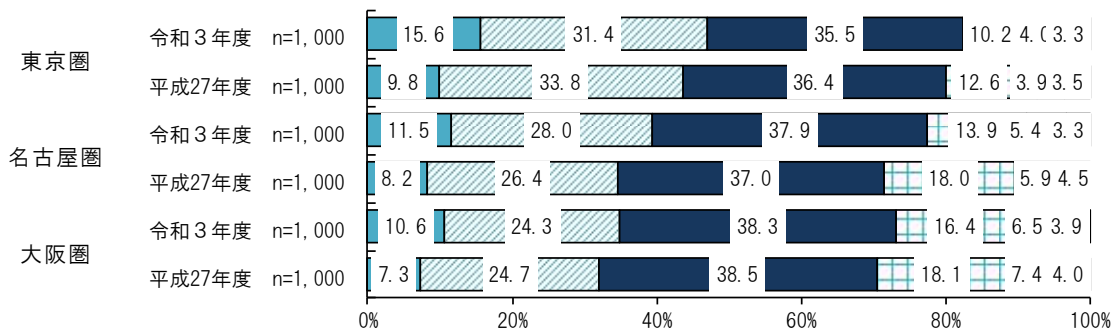
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《八ヶ岳の水》と聞いて魅力を感じるかについては、「どちらかと言えば感じる」37.2%が最も多く、以下「感じる」27.9%、「どちらかと言えば感じない」13.5%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、77.7%となっています。

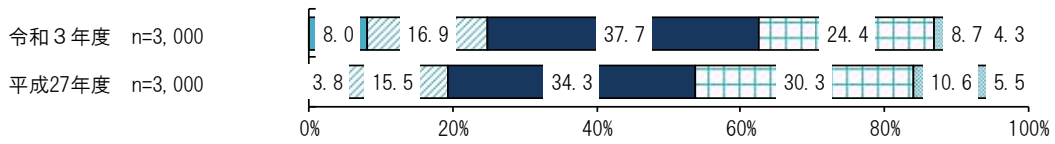
平成27年度調査と比較すると、『感じる』が多くなっています。

性別で見ると、『感じる』は、男性において75.6%、女性において79.9%と、女性が男性を4.3ポイント多くなっています。

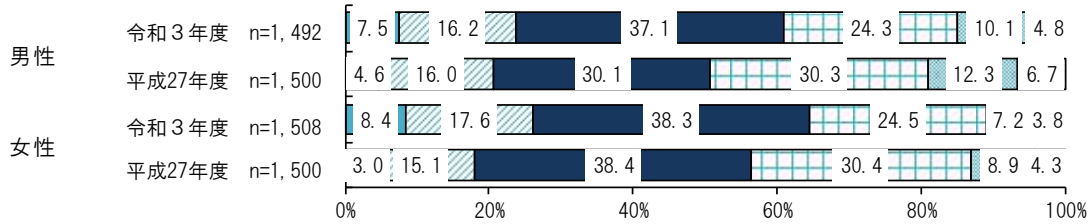
年代別で見ると、年代が高くなるほど「感じる」が多く、「感じない」、「全く感じない」が少なくなる傾向にあります。また、『感じる』は、年代が高くなるほど多くなる傾向にあります。

居住圏域別で見ると、『感じる』は西に行くほど少なくなる傾向にあります。

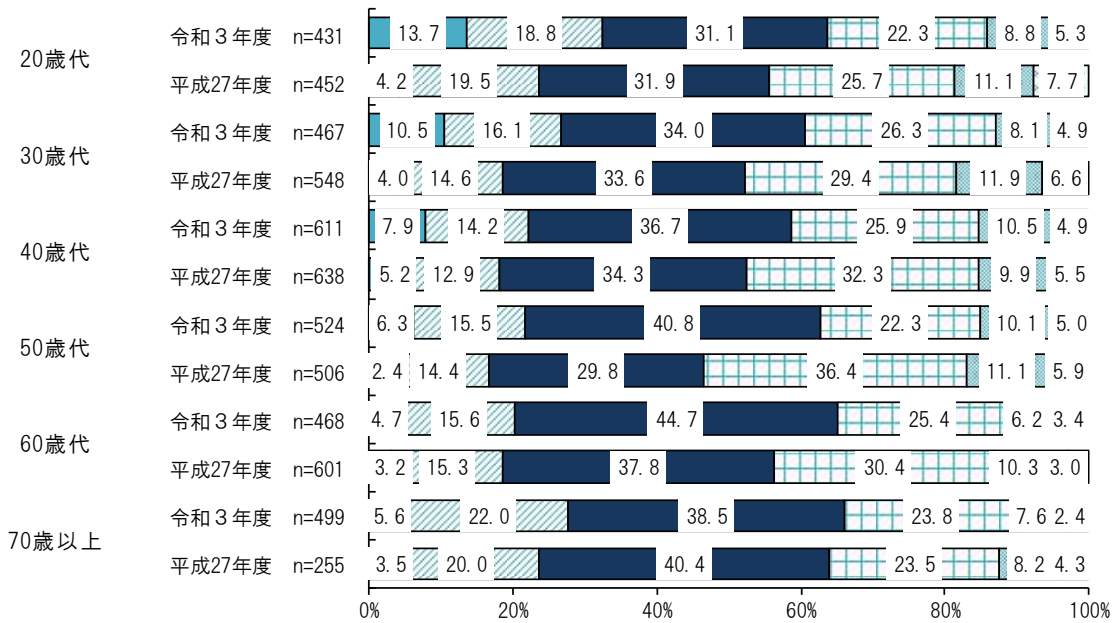
(4)「山梨の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



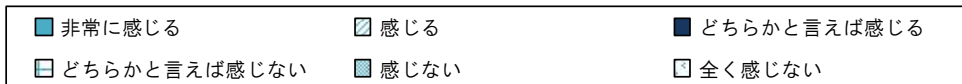
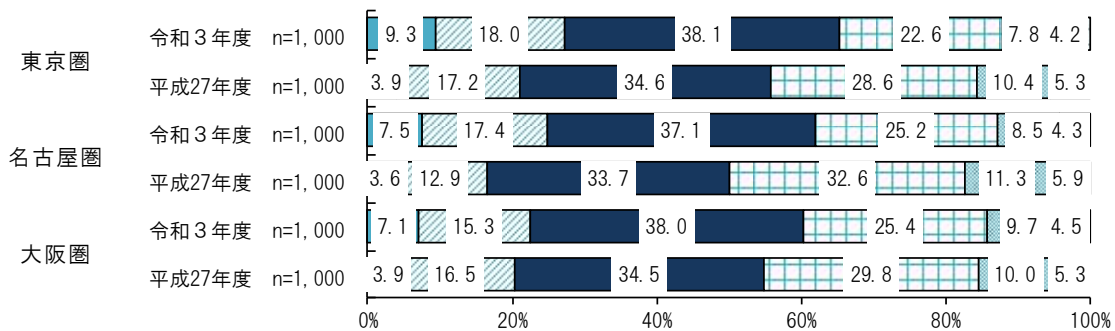
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《山梨の水》と聞いて魅力を感じるかについては、「どちらかと言えば感じる」37.7%が最も多く、以下「どちらかと言えば感じない」24.4%、「感じる」16.9%、「感じない」8.7%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、62.6%となっています。

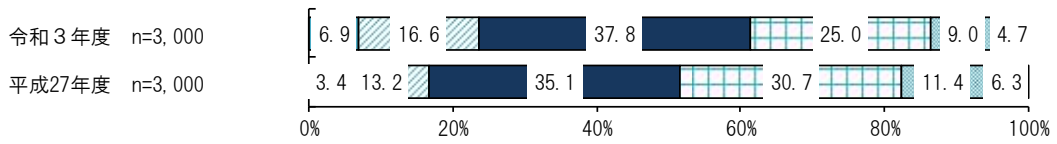
平成27年度調査と比較すると、『感じる』が9.0ポイント高くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

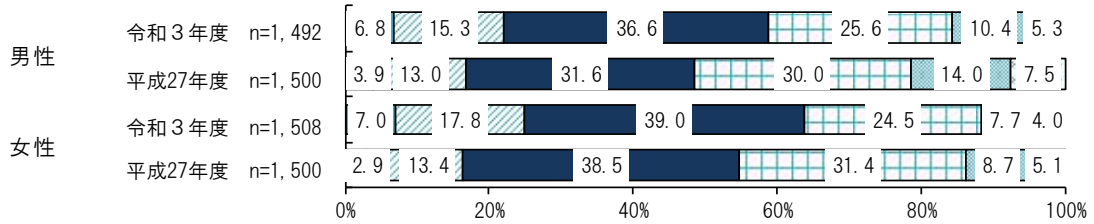
年代別で見ると、20歳代において「非常に感じる」が13.7%と多く、年代が高くなるほど多くなる傾向にあります。また、『感じる』は、40歳代において6割を下回っています。

居住圏域別で見ると、『感じる』は、東京圏において65.4%、名古屋圏において62.0%、大阪圏において60.4%と、西へ行くほど少なくなる傾向にあります。

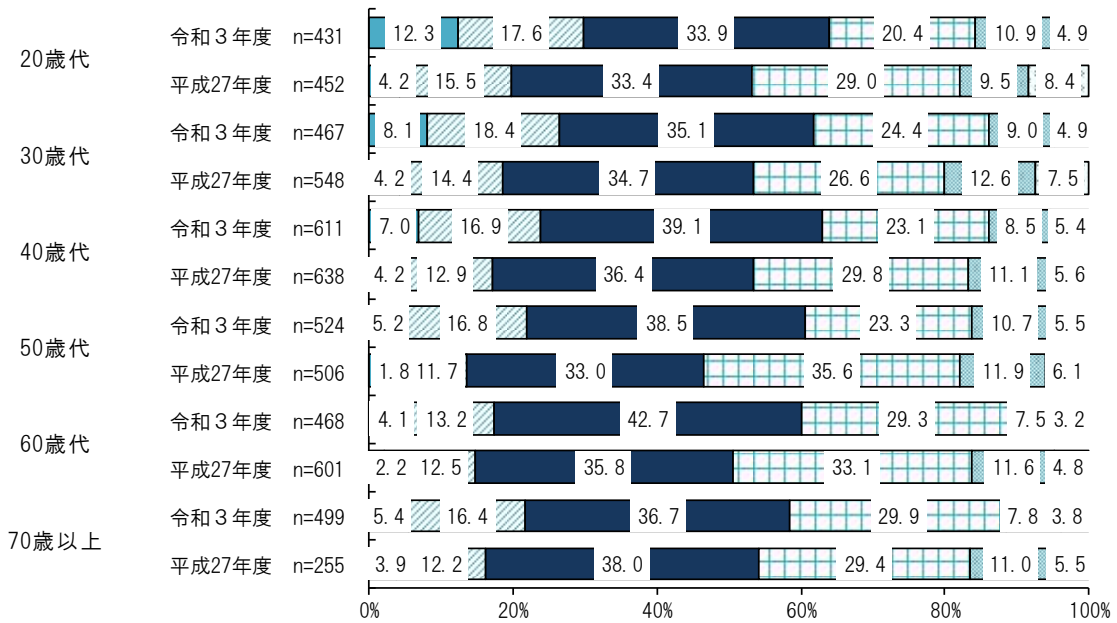
(5)「山梨県産」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



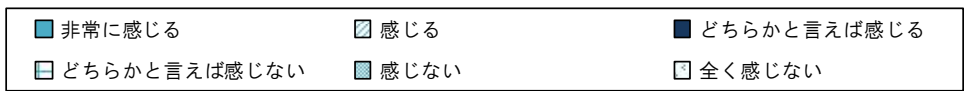
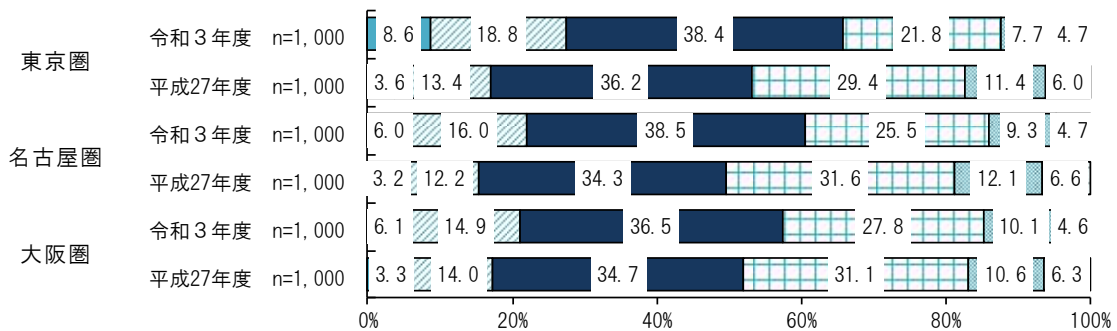
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《山梨県産》と聞いて魅力を感じるかについては、「どちらかと言えば感じる」37.8%が最も多く、以下「どちらかと言えば感じない」25.0%、「感じる」16.6%、「感じない」9.0%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、61.3%となっています。

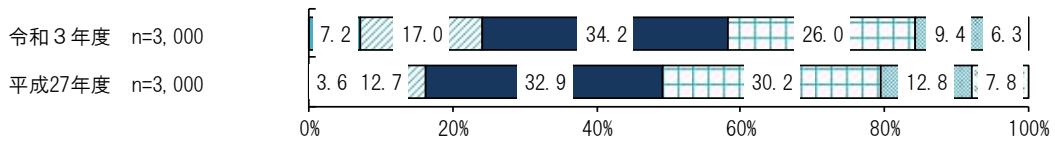
平成27年度調査と比較すると、『感じる』が9.6ポイント高くなっています。

性別で見ると、『感じる』は、男性において58.7%、女性において63.8%と、女性が男性を5.1ポイント上回っています。

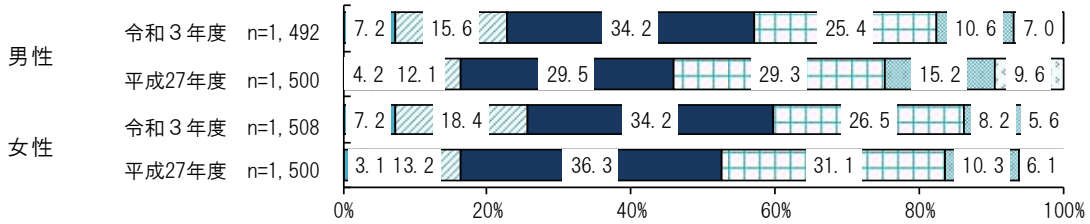
年代別で見ると、『感じる』は年代が高くなるほど、少なくなる傾向にあります。

居住圏域別で見ると、『感じる』は、東京圏において65.8%、名古屋圏において60.5%、大阪圏において57.5%と、西へ行くほど少なくなる傾向にあります。

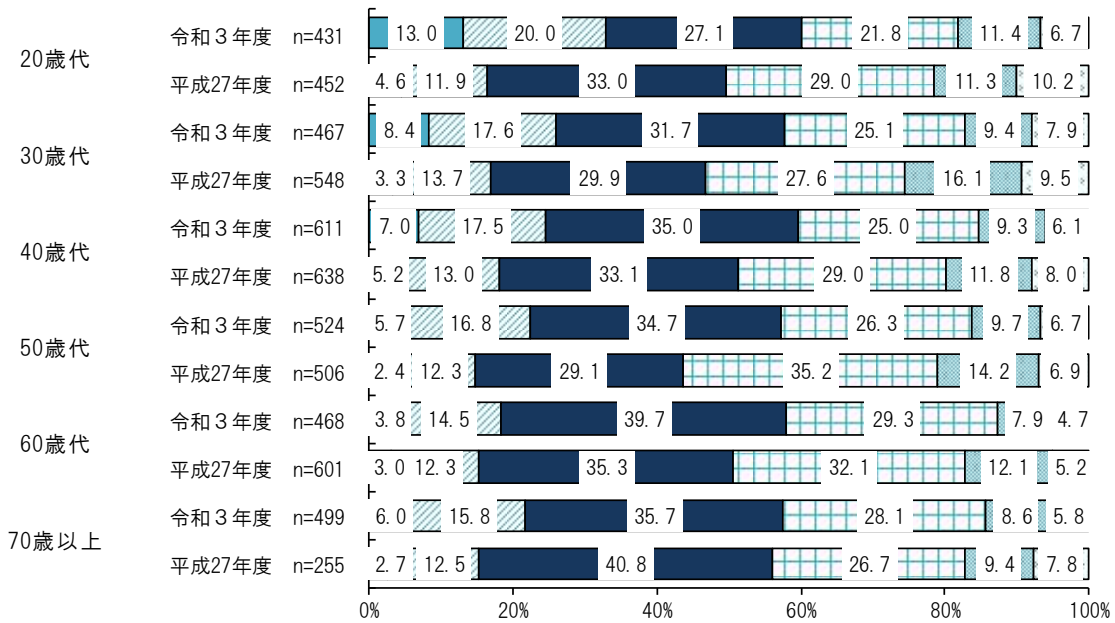
(6)「山梨観光」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



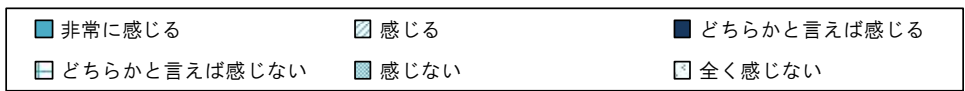
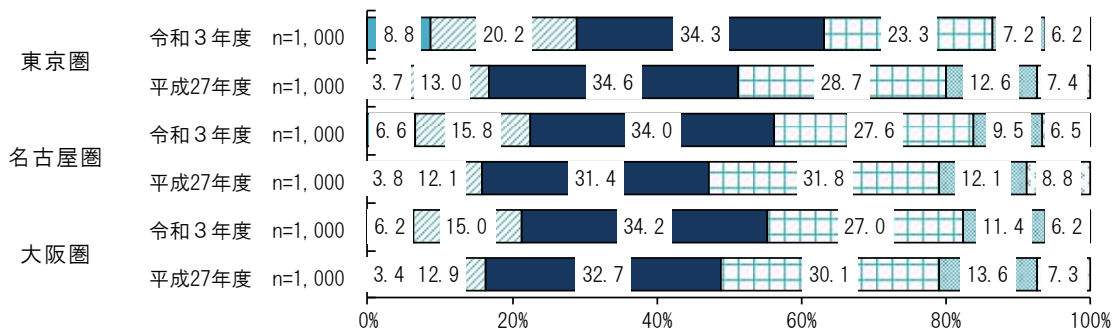
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



《山梨観光》と聞いて魅力を感じるかについては、「どちらかと言えば感じる」34.2%が最も多く、以下「どちらかと言えば感じない」26.0%、「感じる」17.0%、「感じない」9.4%となっています。また、『感じる』（非常に感じる＋感じる＋どちらかと言えば感じる）は、58.4%となっています。

平成27年度調査と比較すると、『感じる』が9.2ポイント高くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。


年代別でみると、20歳代において「非常に感じる」が13.0%と多くなっている一方、60歳代では3.8%と少なくなっています。

居住圏域別でみると、『感じる』は、東京圏において63.3%、名古屋圏において56.4%、大阪圏において55.4%と、西へ行くほど少なくなる傾向にあります。

問5

「山梨の水」と聞いてイメージするものは何ですか。(〇はいくつでも)

選択肢	令和3年度	平成27年度
1 富士山	55.6	50.3
6 天然水	42.1	34.0
2 南アルプス	34.3	28.9
18 フルーツ	28.3	25.7
4 富士五湖	27.8	25.8
27 ワイン	26.5	27.9
5 ミネラルウォーター	24.4	18.7
9 湧水	22.2	19.4
22 ほうとう	21.7	15.9
7 名水	21.4	18.3
3 ハケ岳	15.7	13.6
16 森林	10.1	8.5
11 溪流・渓谷	9.6	9.4
23 吉田のうどん	9.3	7.4
26 ウイスキー	8.9	7.7
10 温泉	8.4	7.4
13 清流	8.1	12.6
8 地下水	7.9	8.3
15 治水・信玄堤	4.8	4.6
24 そば	4.6	3.9
19 野菜	4.5	3.9
12 源流	4.4	7.1
14 河川・ダム	2.6	2.6
20 水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕	2.6	0.6
25 日本酒	2.4	1.5
21 豆腐・ゆば	1.7	1.3
17 水田・米	1.4	1.0
30 水上レジャー（SUP、カヌー、ウインドサーフィンなど）	1.2	-
28 和紙	0.6	0.8
29 織物・染め物	0.6	0.5
31 その他	0.5	0.5
32 特にない	8.8	13.0

 : 前回比+5ポイント以上  : 前回比-5ポイント以上

※「水上レジャー（SUP、カヌー、ウインドサーフィンなど）」は令和3年度調査から追加

《山梨の水》と聞いてイメージするものは、「富士山」55.6%が最も多く、以下「天然水」42.1%、「南アルプス」34.3%、「フルーツ」28.3%、「富士五湖」27.8%となっています。

平成27年度調査と比較すると、「富士山」、「天然水」、「南アルプス」、「ミネラルウォーター」、「ほうとう」において5ポイント以上高くなっています。

【年代別】

選択肢	20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27
1 富士山	58.5	48.0	52.5	49.3	52.0	48.7	55.9	48.4	58.1	55.7	57.5	51.8
6 天然水	45.9	38.1	44.3	32.5	41.4	31.0	38.4	30.8	42.5	35.8	41.3	39.2
2 南アルプス	32.7	26.8	42.2	33.9	32.1	27.0	31.3	28.7	33.5	28.3	35.1	28.6
18 フルーツ	22.0	20.8	23.8	23.4	27.2	22.3	28.2	27.7	29.3	30.4	38.7	32.5
4 富士五湖	24.4	17.3	23.6	21.5	25.2	25.7	26.5	25.9	31.8	33.3	35.3	32.9
27 ワイン	13.5	12.6	16.1	19.5	21.3	25.4	28.8	31.8	36.3	39.9	42.1	43.5
5 ミネラルウォーター	37.8	23.5	27.6	21.0	20.8	18.3	19.7	16.2	23.3	17.0	20.0	15.3
9 湧水	14.2	11.7	14.6	12.4	18.3	16.9	21.2	21.9	31.2	26.1	33.5	33.3
22 ほうとう	11.8	11.1	16.3	15.0	18.7	15.8	25.6	13.0	28.0	20.6	29.1	21.6
7 名水	19.0	19.0	19.5	18.1	20.3	14.4	21.0	14.8	23.5	22.6	25.1	23.9
3 ハケ岳	12.8	8.4	11.3	10.0	15.4	11.0	12.8	16.2	17.9	18.6	23.4	19.6
16 森林	10.0	8.8	8.6	7.1	9.2	4.7	10.7	6.9	10.0	11.5	12.0	16.9
11 溪流・渓谷	6.5	5.5	6.9	6.2	7.5	8.8	8.8	9.7	14.7	12.1	13.6	17.6
23 吉田のうどん	5.1	5.1	7.7	7.3	8.0	5.5	10.7	8.1	11.3	10.1	12.4	9.0
26 ウイスキー	3.9	4.0	5.4	4.2	5.7	7.2	8.6	9.9	14.5	10.5	15.4	11.8
10 温泉	7.9	6.4	6.4	6.9	7.9	5.5	8.6	6.3	10.0	10.0	9.4	11.4
13 清流	6.5	8.4	7.7	10.6	7.4	8.5	8.6	13.2	8.3	18.6	10.2	19.6
8 地下水	6.3	6.4	4.1	6.4	5.9	6.6	8.6	7.7	9.0	11.3	13.8	14.1
15 治水・信玄堤	1.4	2.4	1.9	3.3	3.9	2.7	2.9	3.8	7.5	6.7	10.8	12.9
24 そば	1.9	1.8	4.1	3.1	4.9	4.2	5.0	4.0	7.3	4.8	4.2	6.3
19 野菜	5.8	4.2	3.0	3.3	3.4	2.5	4.2	3.6	4.7	4.5	6.0	7.5
12 源流	2.6	3.5	2.8	4.4	4.4	4.5	4.6	5.7	4.1	11.0	7.8	18.8
14 河川・ダム	5.3	4.0	2.8	4.4	3.4	1.9	1.3	2.0	1.1	1.3	2.0	2.7
20 水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕	2.3	1.1	1.5	0.4	2.3	0.9	2.9	0.2	3.0	0.5	3.6	0.0
25 日本酒	3.5	2.2	3.0	1.8	1.8	0.9	1.3	0.6	1.5	1.3	3.4	2.7
21 豆腐・ゆば	2.6	1.8	1.3	0.5	1.8	1.6	1.5	1.0	1.1	1.3	1.8	1.6
17 水田・米	2.1	1.5	2.1	0.5	1.0	1.3	1.1	1.4	1.3	0.5	1.0	0.8
30 水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）	1.6	-	1.9	-	1.5	-	1.0	-	0.9	-	0.6	-
28 和紙	0.7	1.1	0.6	0.2	0.3	0.8	0.4	1.0	0.6	0.8	1.2	1.6
29 織物・染め物	1.2	0.2	0.0	0.2	0.2	0.5	0.8	0.6	0.6	0.7	1.0	1.6
31 その他	0.2	0.0	0.2	0.9	0.8	0.6	1.0	0.6	0.4	0.3	0.0	0.4
32 特になし	9.3	18.6	9.0	15.7	10.1	13.3	8.8	12.3	7.7	8.0	7.4	10.2

：前回比+5ポイント以上 ：前回比-5ポイント以上

※「水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）」は令和3年度調査から追加

年代別で見ると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「富士五湖」、「ワイン」、「湧水」、「名水」、「吉田のうどん」、「ウイスキー」が多く、「ミネラルウォーター」が少なくなる傾向にあります。また、20歳代において「ミネラルウォーター」が、30歳代において「南アルプス」が、70歳以上において「フルーツ」、「ワイン」がそれぞれ多くなっています。

【性別】

選択肢	男性		女性	
	R3	H27	R3	H27
1 富士山	56.4	51.8	54.7	48.9
6 天然水	38.7	31.2	45.5	36.7
2 南アルプス	36.7	29.7	32.0	28.1
18 フルーツ	22.2	20.1	34.4	31.2
4 富士五湖	29.3	25.6	26.3	26.1
27 ワイン	27.0	26.7	25.9	29.2
5 ミネラルウォーター	24.7	18.9	24.0	18.5
9 湧水	22.7	20.0	21.6	18.8
22 ほうとう	20.8	14.1	22.6	17.7
7 名水	20.4	18.1	22.3	18.5
3 ハケ岳	16.4	14.1	14.9	13.0
16 森林	8.2	7.3	11.9	9.8
11 溪流・溪谷	9.1	8.7	10.1	10.1
23 吉田のうどん	10.7	7.5	7.8	7.4
26 ウイスキー	10.5	9.1	7.3	6.3
10 温泉	7.8	6.9	8.9	8.0
13 清流	7.0	13.4	9.3	11.9
8 地下水	9.1	9.8	6.8	6.8
15 治水・信玄堤	5.4	5.7	4.1	3.5
24 そば	4.5	4.1	4.7	3.7
19 野菜	3.3	2.7	5.6	5.1
12 源流	4.9	8.3	4.0	5.8
14 河川・ダム	2.6	2.7	2.7	2.6
20 水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕	2.4	0.4	2.8	0.7
25 日本酒	2.3	1.9	2.4	1.0
21 豆腐・ゆば	1.5	0.9	1.9	1.6
17 水田・米	1.1	1.1	1.7	0.9
30 水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）	1.1	-	1.3	-
28 和紙	0.5	0.7	0.7	0.9
29 織物・染め物	0.5	0.4	0.7	0.7
31 その他	0.5	0.4	0.4	0.6
32 特にない	9.0	14.3	8.5	11.8

：前回比+5ポイント以上 ：前回比-5ポイント以上

※「水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）」は令和3年度調査から追加

性別で見ると、女性において「天然水」、「フルーツ」が多くなっています。

【居住圏域別】

選択肢	東京圏		名古屋圏		大阪圏	
	R 3	H27	R 3	H27	R 3	H27
1 富士山	62.2	53.6	53.5	49.1	51.0	48.3
6 天然水	45.0	35.4	40.9	31.8	40.5	34.7
2 南アルプス	40.7	33.8	32.6	27.3	29.7	25.6
18 フルーツ	31.9	29.5	28.0	25.2	25.1	22.3
4 富士五湖	31.8	31.3	28.2	24.4	23.3	21.8
27 ワイン	31.3	33.7	27.2	27.5	20.9	22.6
5 ミネラルウォーター	26.3	20.0	22.2	17.2	24.6	18.9
9 湧水	25.0	23.5	21.1	18.1	20.4	16.6
22 ほうとう	33.2	24.5	19.5	13.9	12.4	9.4
7 名水	21.1	18.2	21.3	16.9	21.8	19.8
3 ハケ岳	21.1	17.0	15.7	13.2	10.2	10.5
16 森林	11.6	7.6	9.6	8.3	9.0	9.7
11 溪流・溪谷	13.2	12.2	7.2	7.8	8.5	8.2
23 吉田のうどん	16.0	13.0	6.9	5.2	4.9	4.1
26 ウイスキー	10.4	9.3	10.3	9.6	6.0	4.1
10 温泉	11.4	10.9	8.5	6.3	5.2	5.1
13 清流	10.3	13.7	6.7	11.1	7.4	13.1
8 地下水	9.7	10.6	6.2	6.3	7.9	8.0
15 治水・信玄堤	7.0	6.6	5.0	3.7	2.3	3.5
24 そば	5.7	3.9	3.7	4.4	4.4	3.4
19 野菜	6.0	4.5	4.1	3.0	3.3	4.2
12 源流	6.7	6.8	3.5	6.8	3.1	7.6
14 河川・ダム	4.1	3.6	1.8	2.3	2.0	2.0
20 水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕	3.0	0.6	2.6	0.8	2.2	0.3
25 日本酒	2.8	2.2	2.3	1.2	2.0	1.0
21 豆腐・ゆば	2.5	2.3	1.8	0.7	0.7	0.8
17 水田・米	1.3	0.7	1.2	1.1	1.7	1.2
30 水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）	1.6	-	1.4	-	0.7	-
28 和紙	1.1	1.1	0.5	0.5	0.3	0.9
29 織物・染め物	1.1	0.6	0.4	0.6	0.3	0.4
31 その他	0.7	0.7	0.4	0.5	0.3	0.3
32 特にない	7.1	9.4	7.6	13.4	11.6	16.3

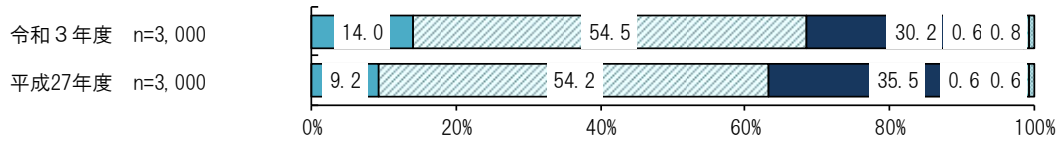
: 前回比+5ポイント以上
 : 前回比-5ポイント以上

※「水上レジャー（SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど）」は令和3年度調査から追加

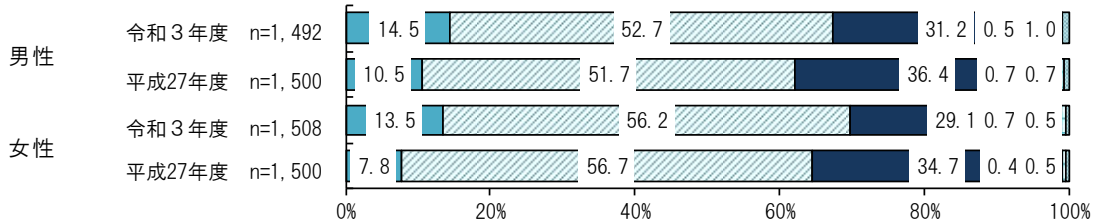
居住圏域別でみると、西に行くほど「南アルプス」、「フルーツ」、「富士五湖」、「ワイン」、「ほうとう」、「ハケ岳」が少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「富士山」、「南アルプス」、「ほうとう」、「吉田のうどん」が多くなっています。

問6

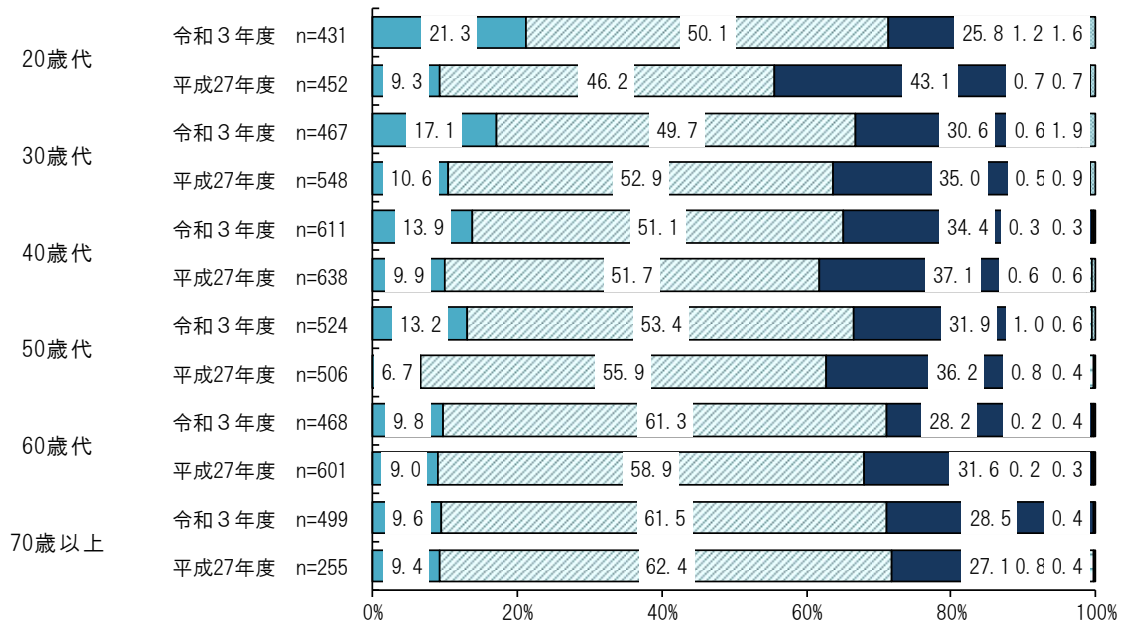
全国の「水」の中で、山梨の「水」は優れていると思いますか。(〇は1つ)



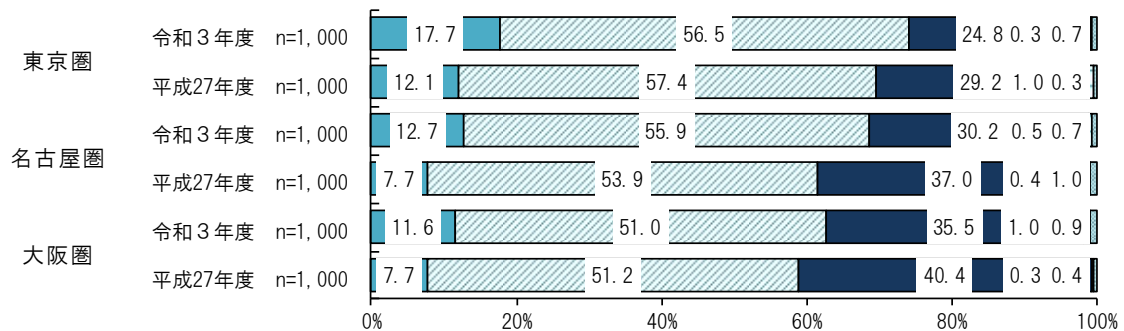
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



■ 非常に優れている □ 優れている ■ どちらでもない □ 劣っている □ 非常に劣っている

全国の水の中で山梨の水は優れていると思うかについては、「優れている」54.5%が最も多く、以下「どちらでもない」30.2%、「非常に優れている」14.0%、「非常に劣っている」0.8%、「劣っている」0.6%となっています。また、『優れている』（非常に優れている＋優れている）は、68.5%となっています。

平成27年度調査と比較すると、『優れている』が5.1ポイント高くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

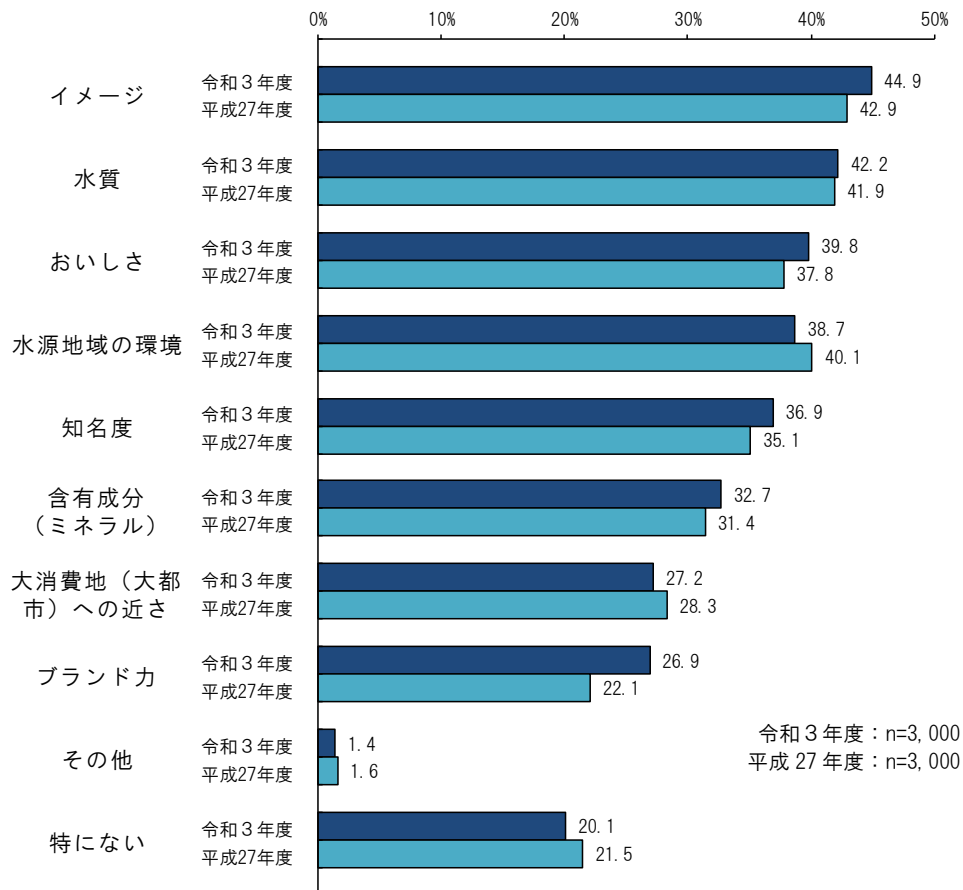
年代別でみると、年代が高くなるほど「非常に優れている」が少なくなる傾向にあります。

居住圏域別でみると、西に行くほど「どちらでもない」が多くなる傾向にあります。また、『優れている』は、東京圏において74.2%、名古屋圏において68.6%、大阪圏において62.6%と、西に行くほど少なくなる傾向にあります。

問7

全国の「水」の中で、山梨の「水」は、何が優れている、または劣っていると思いますか。
(〇はそれぞれいくつでも)

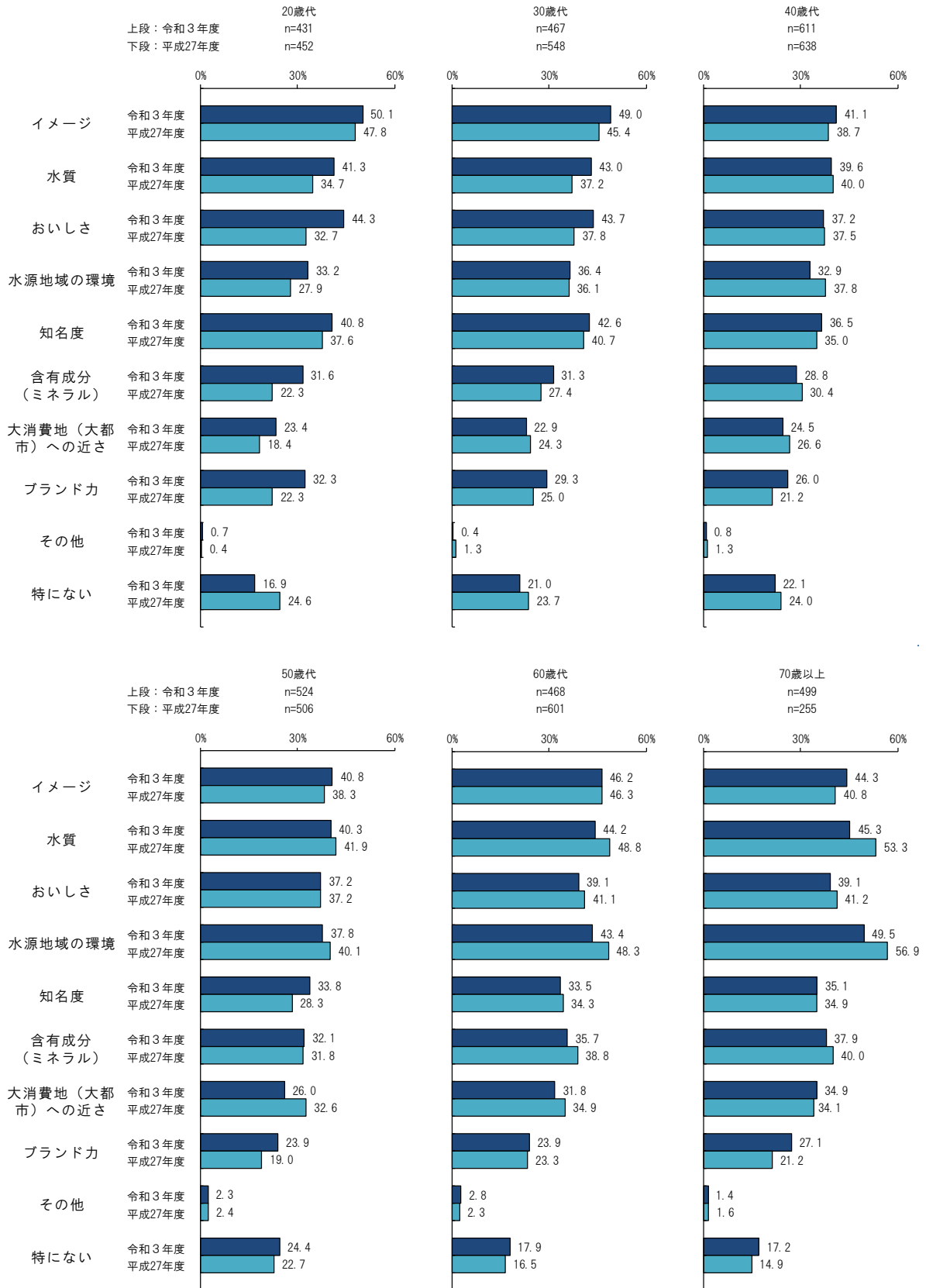
【優れている点】



山梨県の水が全国の水の中で優れている点は、「イメージ」44.9%が最も多く、以下「水質」42.2%、「おいしさ」39.8%、「水源地域の環境」38.7%、「知名度」36.9%となっています。

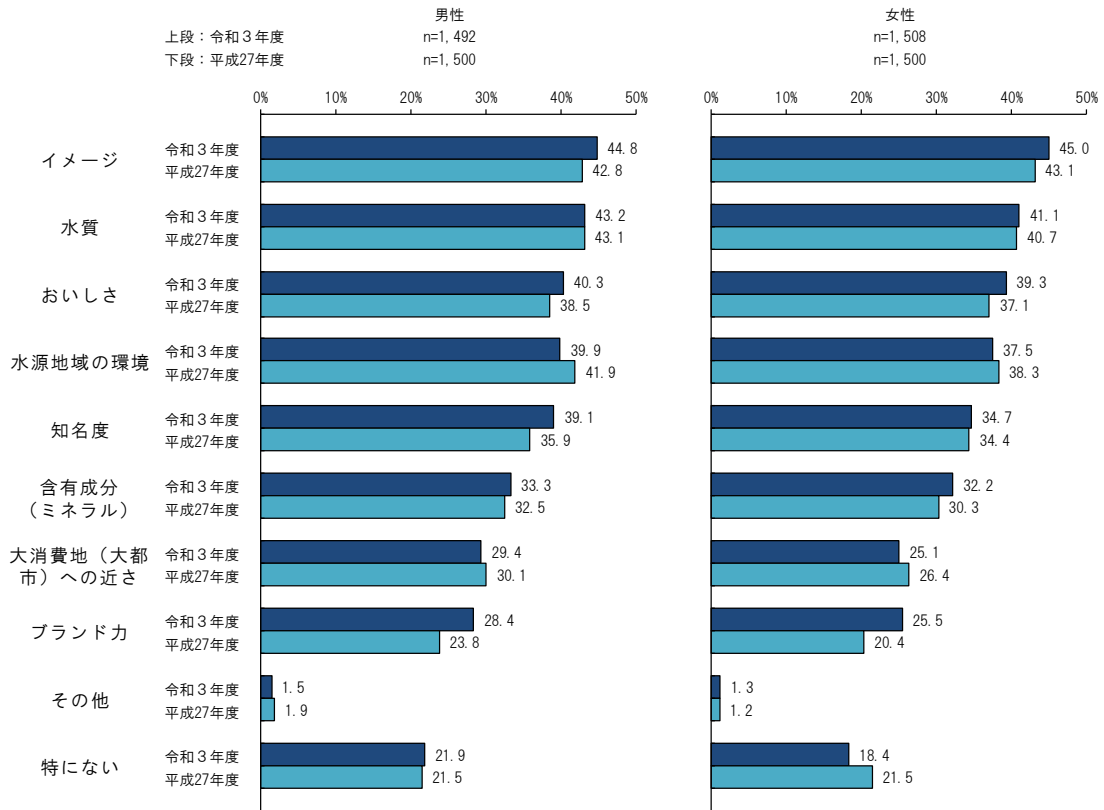
平成27年度調査と比較すると、順位に多少の変動はあるものの、上位2位は変わりません。

【年代別】



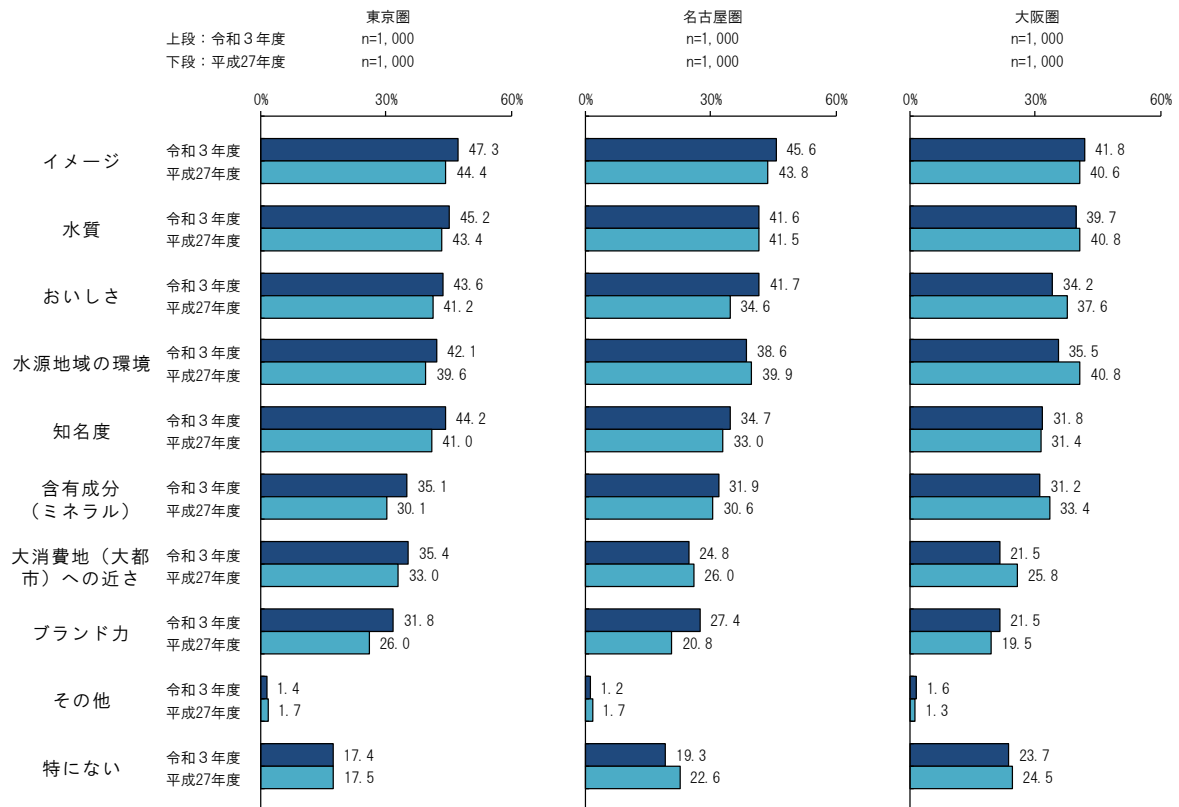
年代別で見ると、年代が高くなるほど「水源地域の環境」、「大消費地（大都市）への近さ」が多くなる傾向にあります。また、20歳代において「イメージ」が50.1%、70歳以上において「水源地域の環境」が49.5%とそれぞれ多くなっています。

【性別】



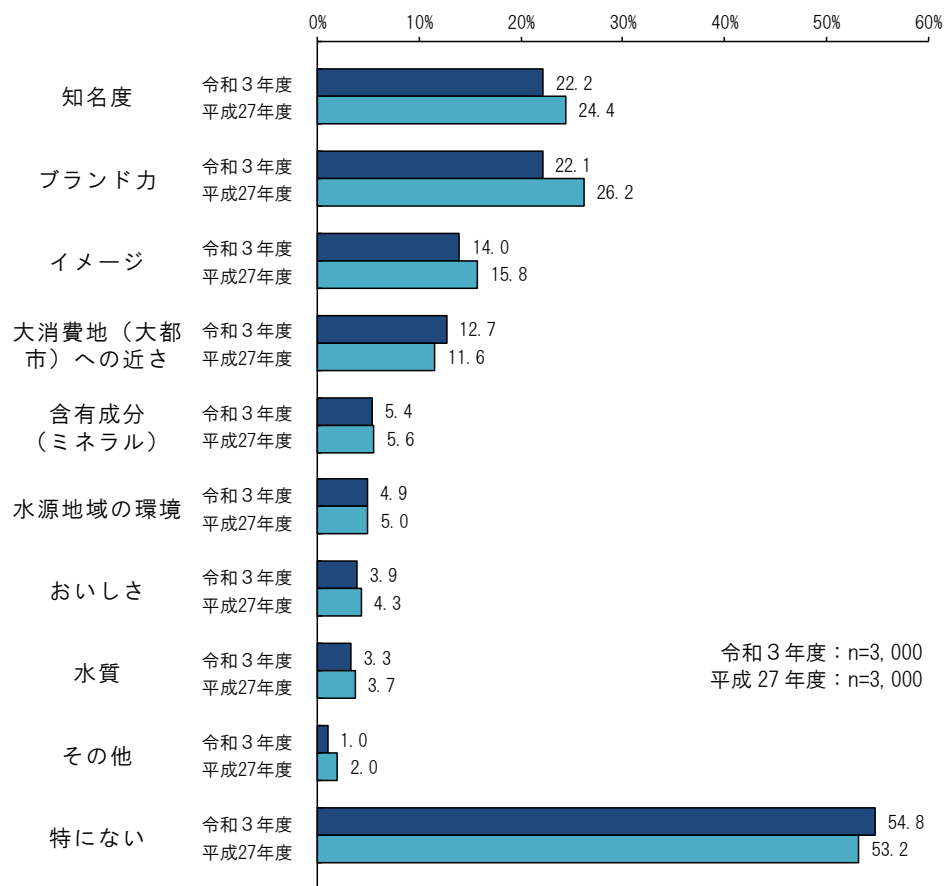
性別では、大きな差異はみられません。

【居住圏域別】



居住圏域別でみると、東京圏において「知名度」、「含有成分（ミネラル）」、「大消費地（大都市）への近さ」が多く、大阪圏において、「おいしさ」が少なくなっています。

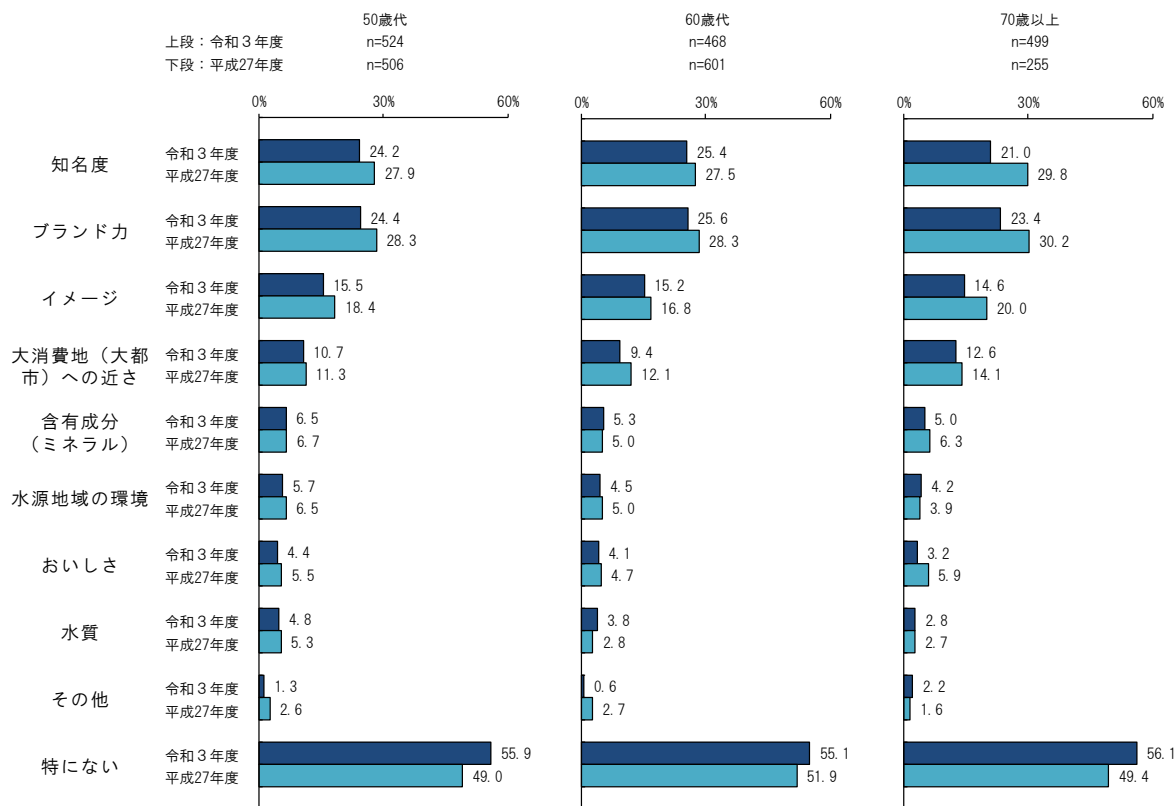
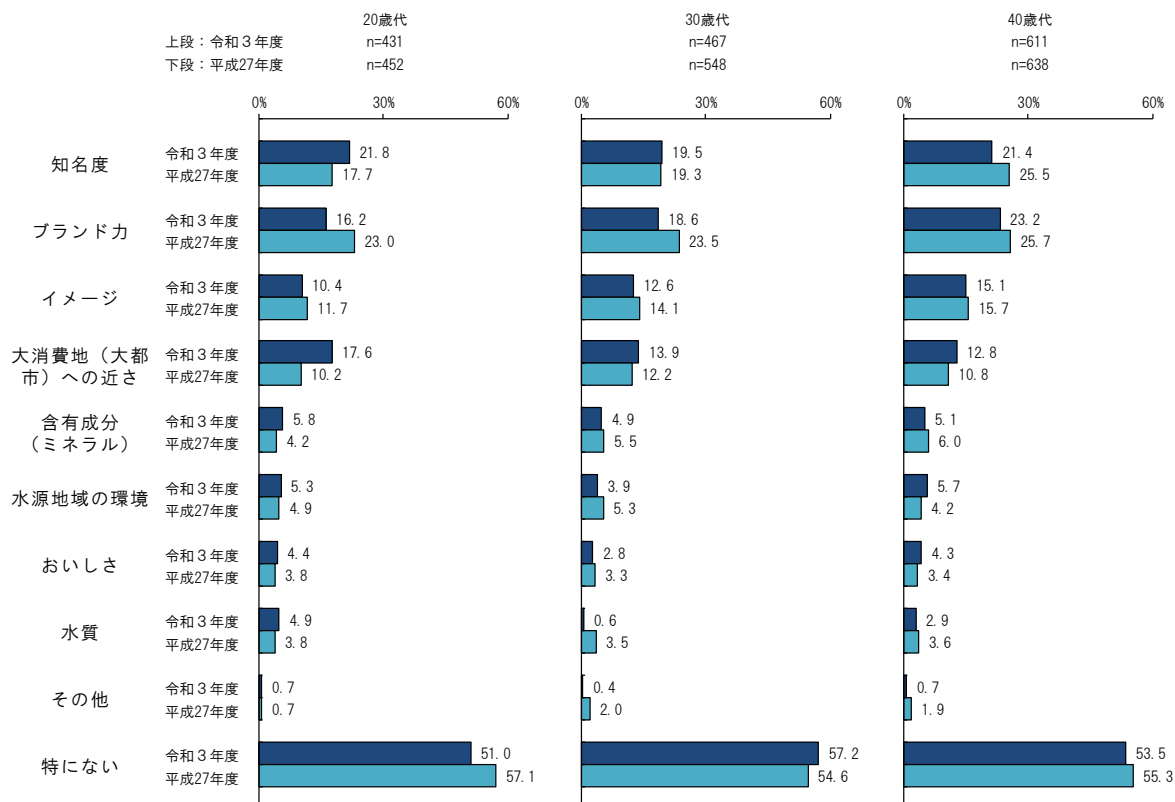
【劣っている点】



山梨県の水が全国の水の中で劣っている点は、「特にない」54.8%が最も多く、以下「知名度」22.2%、「ブランド力」22.1%、「イメージ」14.0%、「大消費地（大都市）への近さ」12.7%となっています。

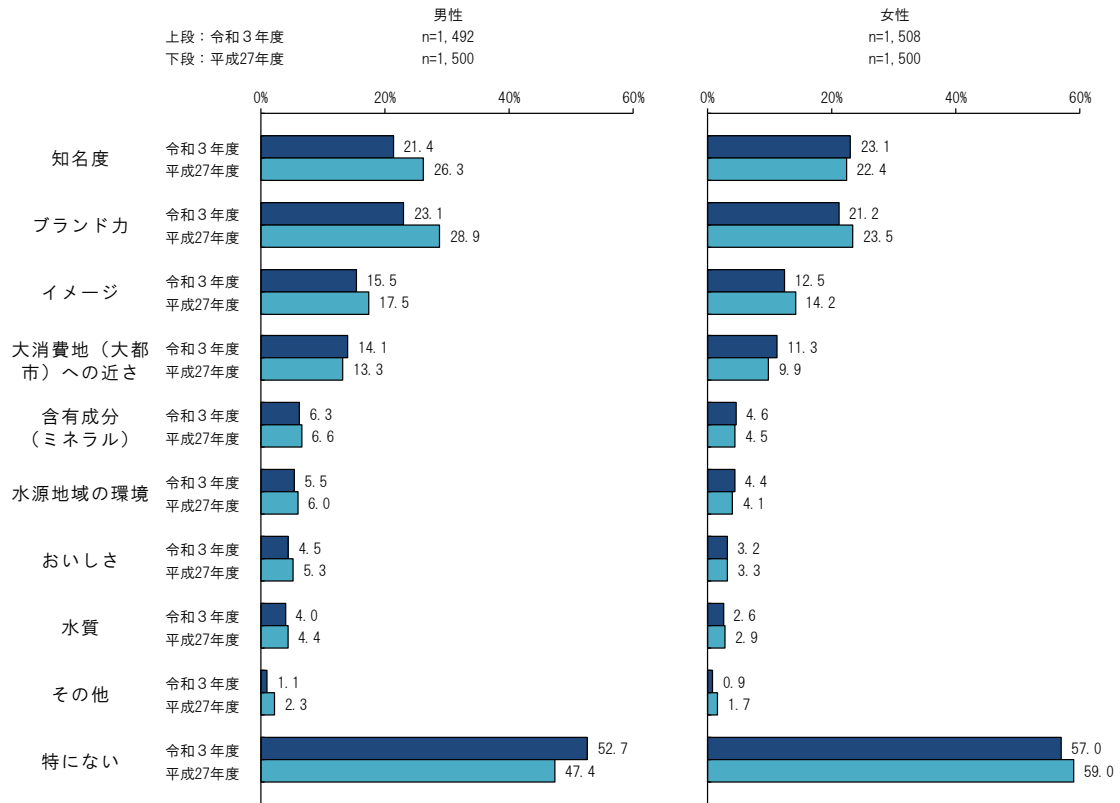
平成27年度調査と比較すると、「大消費地（大都市）への近さ」、「特にない」を除いて少なくなっています。

【年代別】



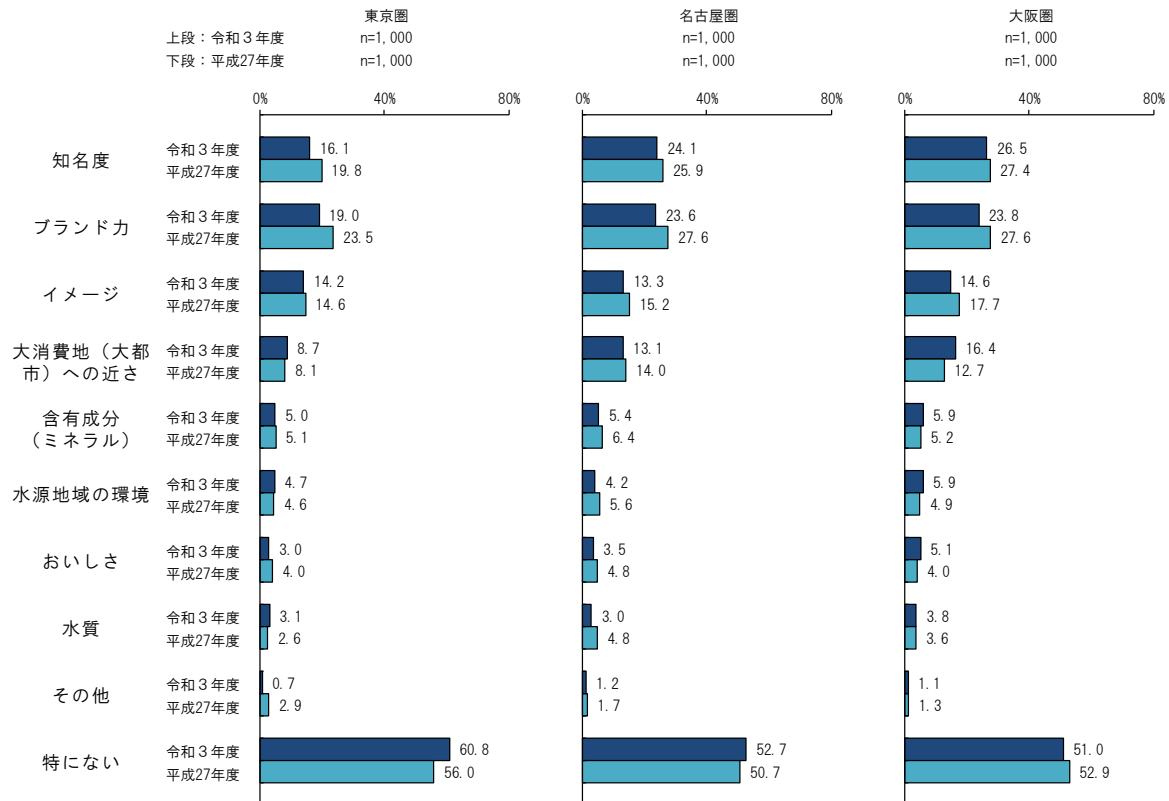
年代別で見ると、20歳代において「大消費地（大都市）への近さ」が17.6%と多く、30歳代において「水質」が0.6%と少なくなっています。

【性別】



性別では、大きな差異はみられません。

【居住圏域別】

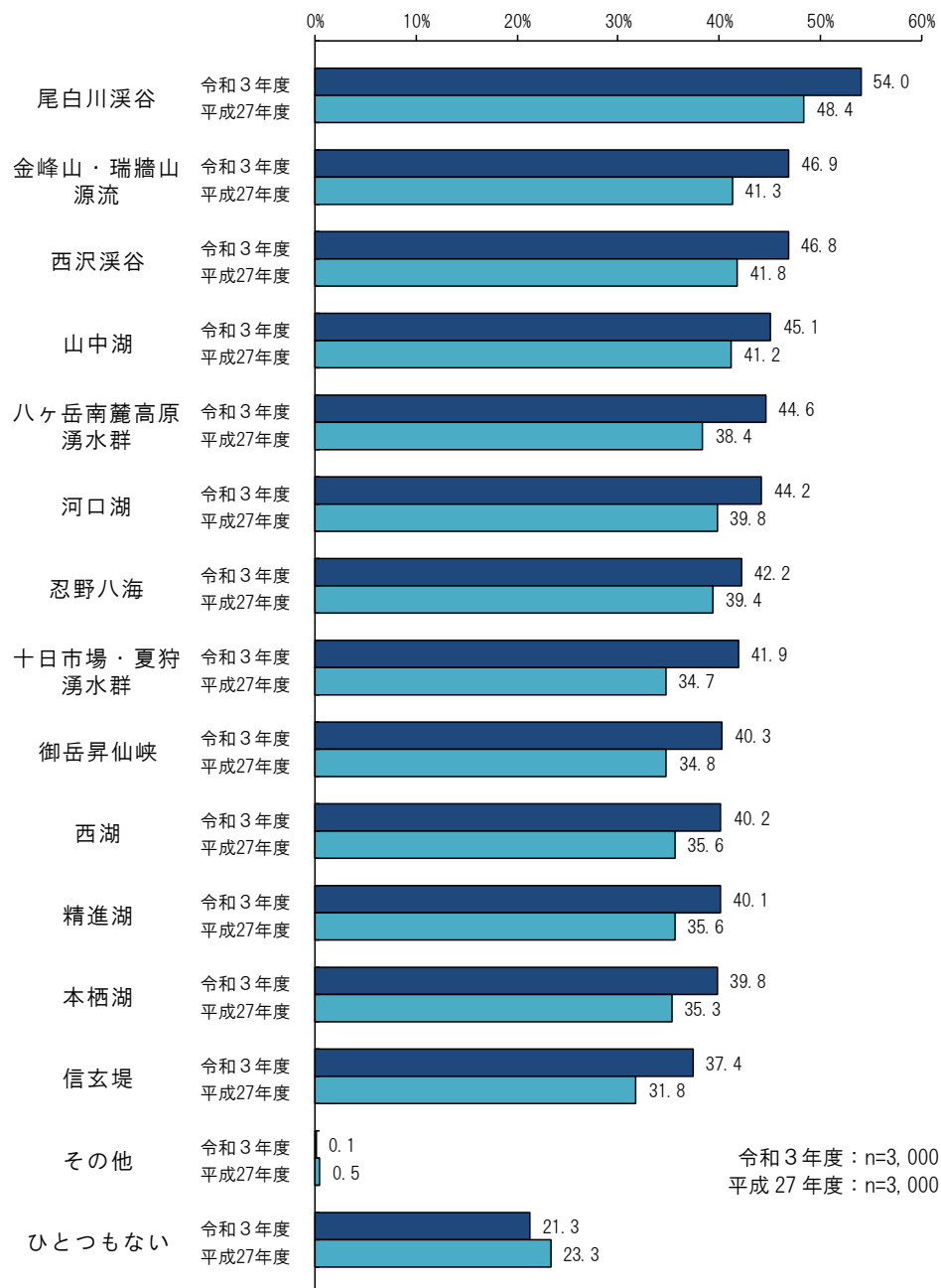


居住圏域別でみると、西へ行くほど「知名度」、「大消費地（大都市）への近さ」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「ブランド力」が少なくなっています。

II 山梨県内の「水」の名所及び温泉地について

問 8

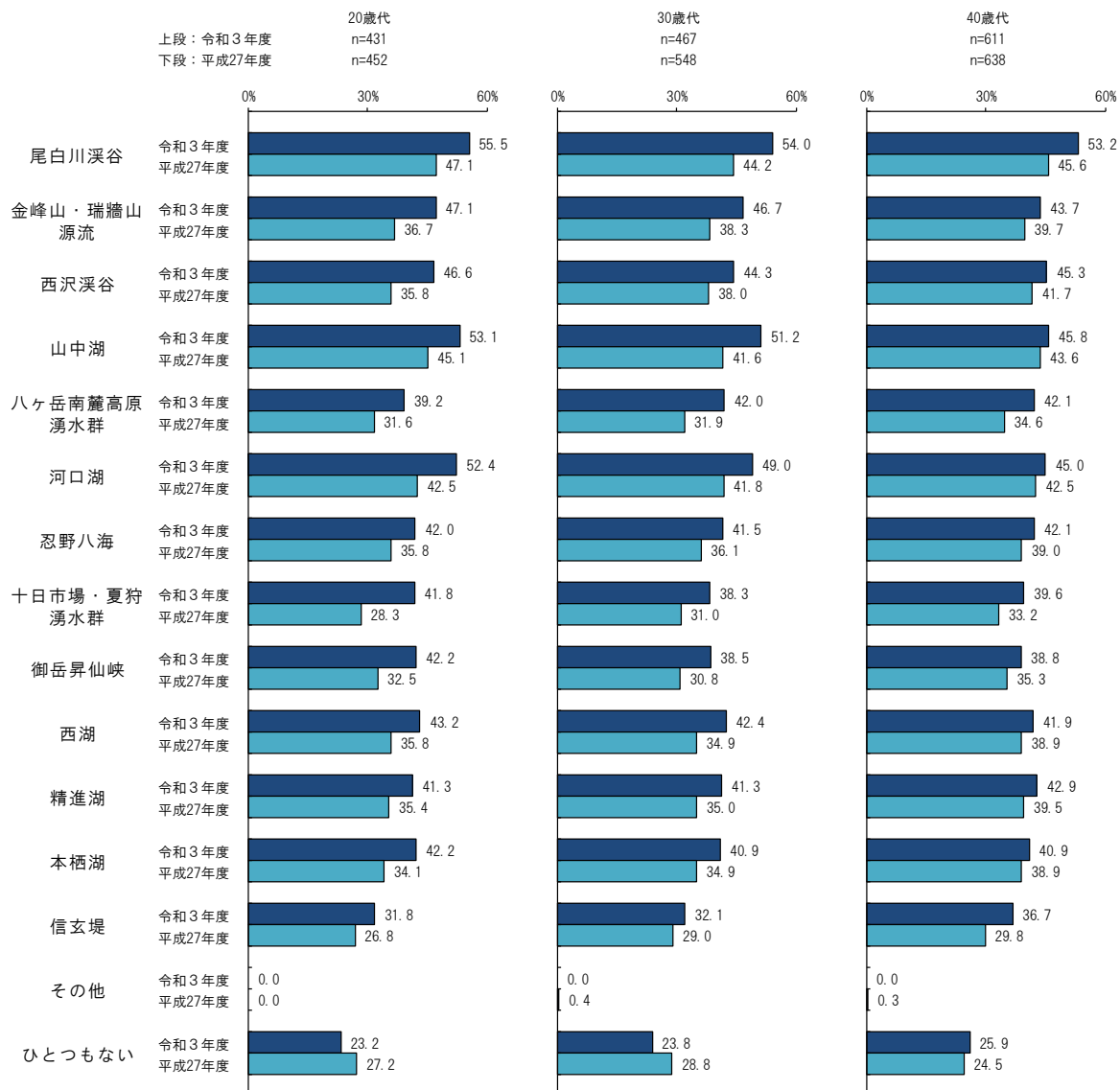
(1) 山梨県内の「水」の名所として、あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。（〇はいくつでも）



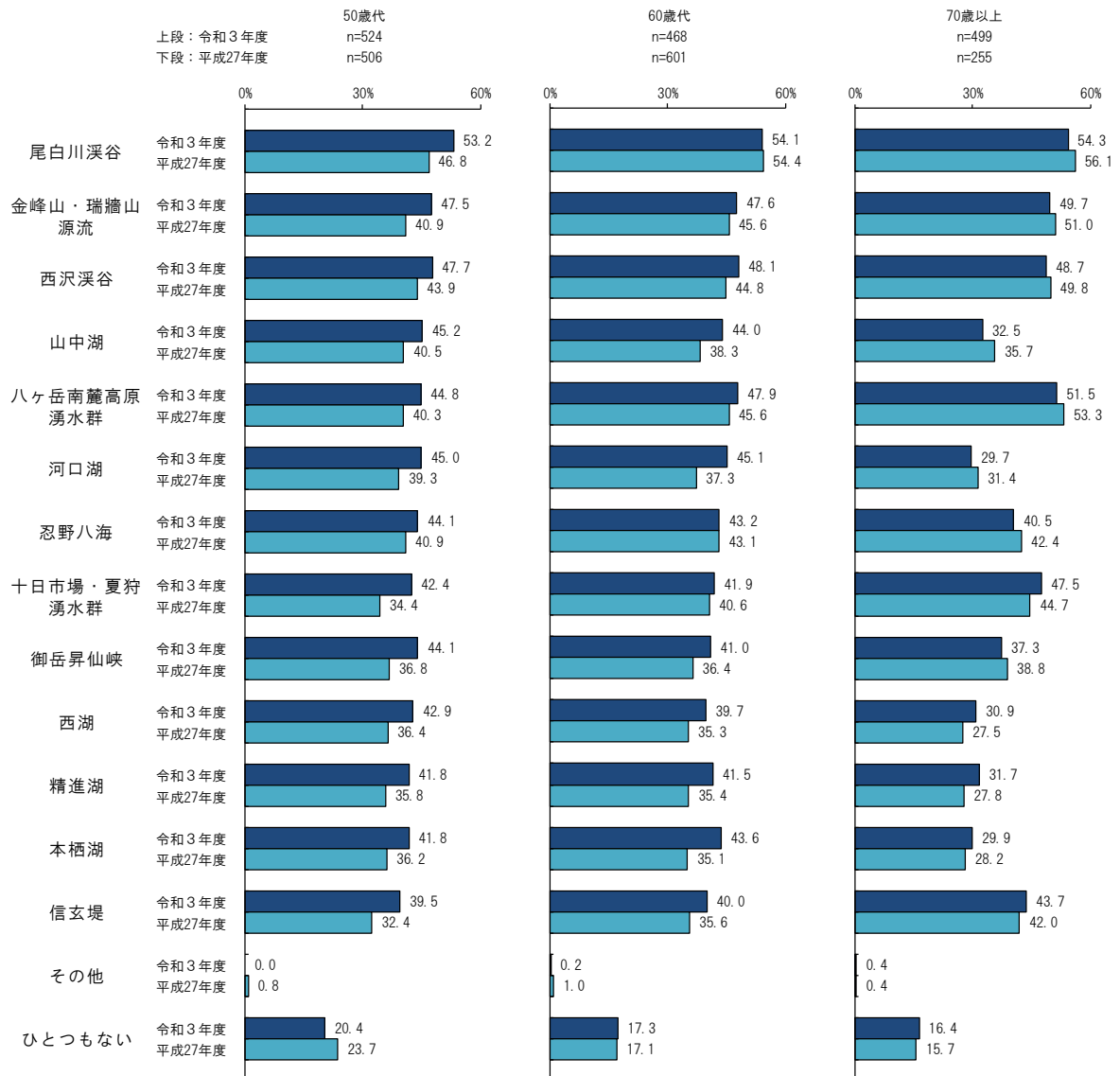
行ってみたい山梨県内の水の名所は、「尾白川溪谷」54.0%が最も多く、以下「金峰山・瑞牆山源流」46.9%、「西沢溪谷」46.8%、「山中湖」45.1%、「八ヶ岳南麓高原湧水群」44.6%となっています。

平成27年度調査と比較すると、「その他」、「ひとつもない」を除くすべての場所で多くなっています。

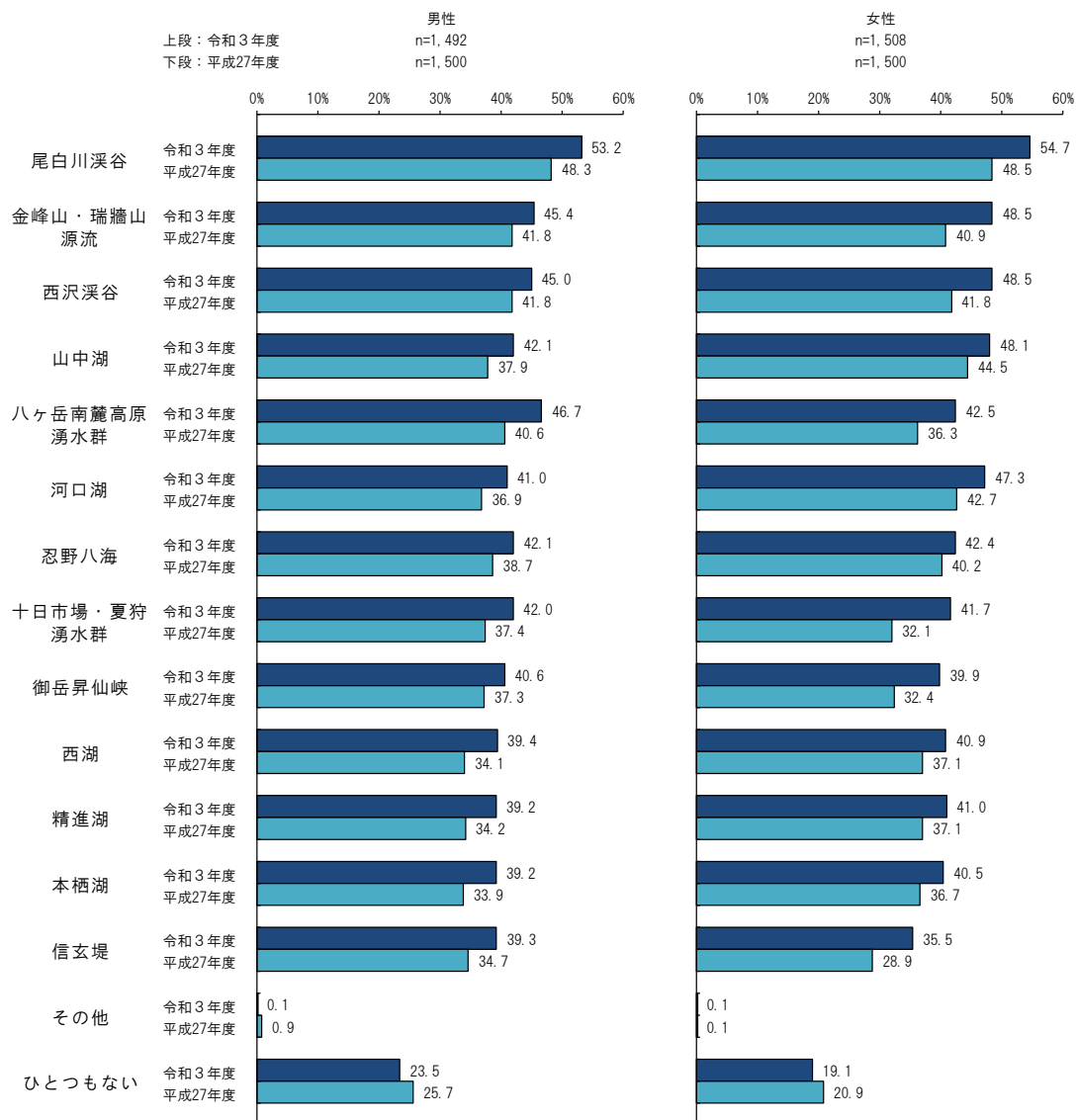
【年代別】



年代別で見ると、年代が高くなるほど「八ヶ岳南麓高原湧水群」、「信玄堤」が多く、「山中湖」が少なくなる傾向にあります。また、70歳以上において「山中湖」、「河口湖」、「西湖」、「精進湖」、「本栖湖」の富士五湖が少なく、「十日市場・夏狩湧水群」が多くなっています。

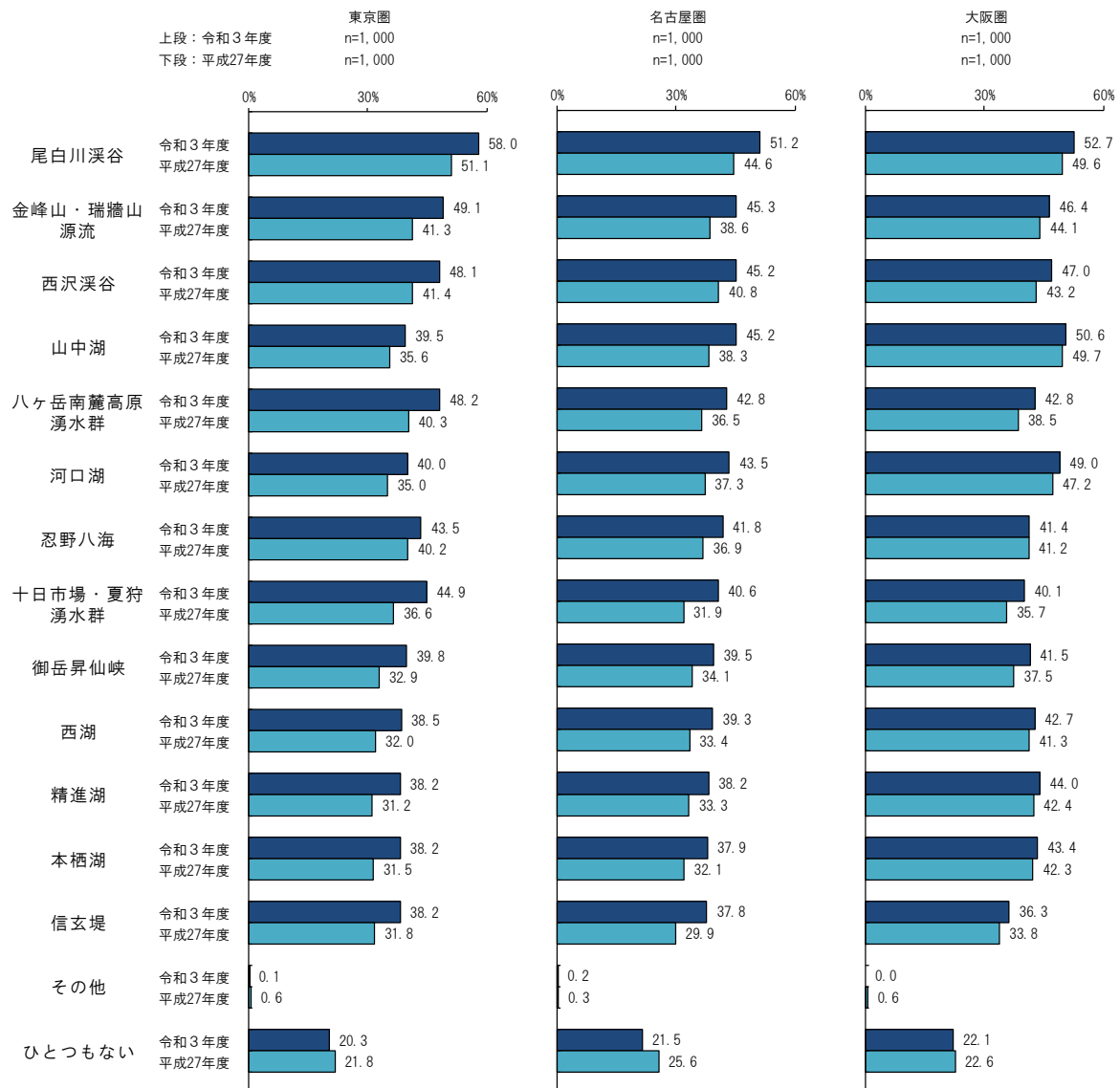


【性別】



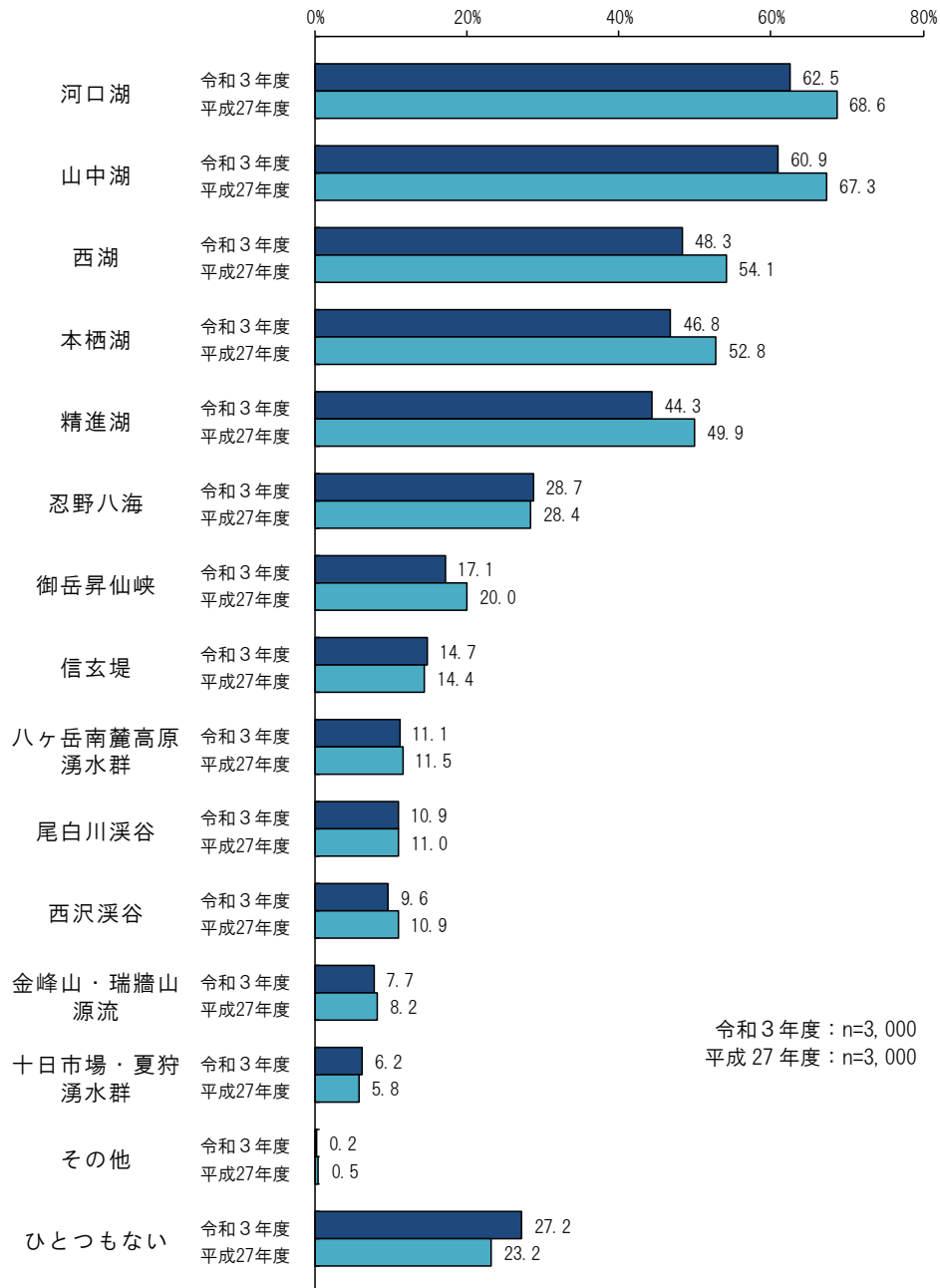
性別で見ると、男性において「八ヶ岳南麓高原湧水群」、「信玄堤」が多く、女性において「山中湖」、「河口湖」が多くなっています。

【居住圏域別】



居住圏域別でみると、西に行くほど「山中湖」、「河口湖」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「尾白川溪谷」、「八ヶ岳南麓高原湧水群」が多く、大阪圏において「山中湖」、「河口湖」、「西湖」、「精進湖」、「本栖湖」の富士五湖が多くなっています。

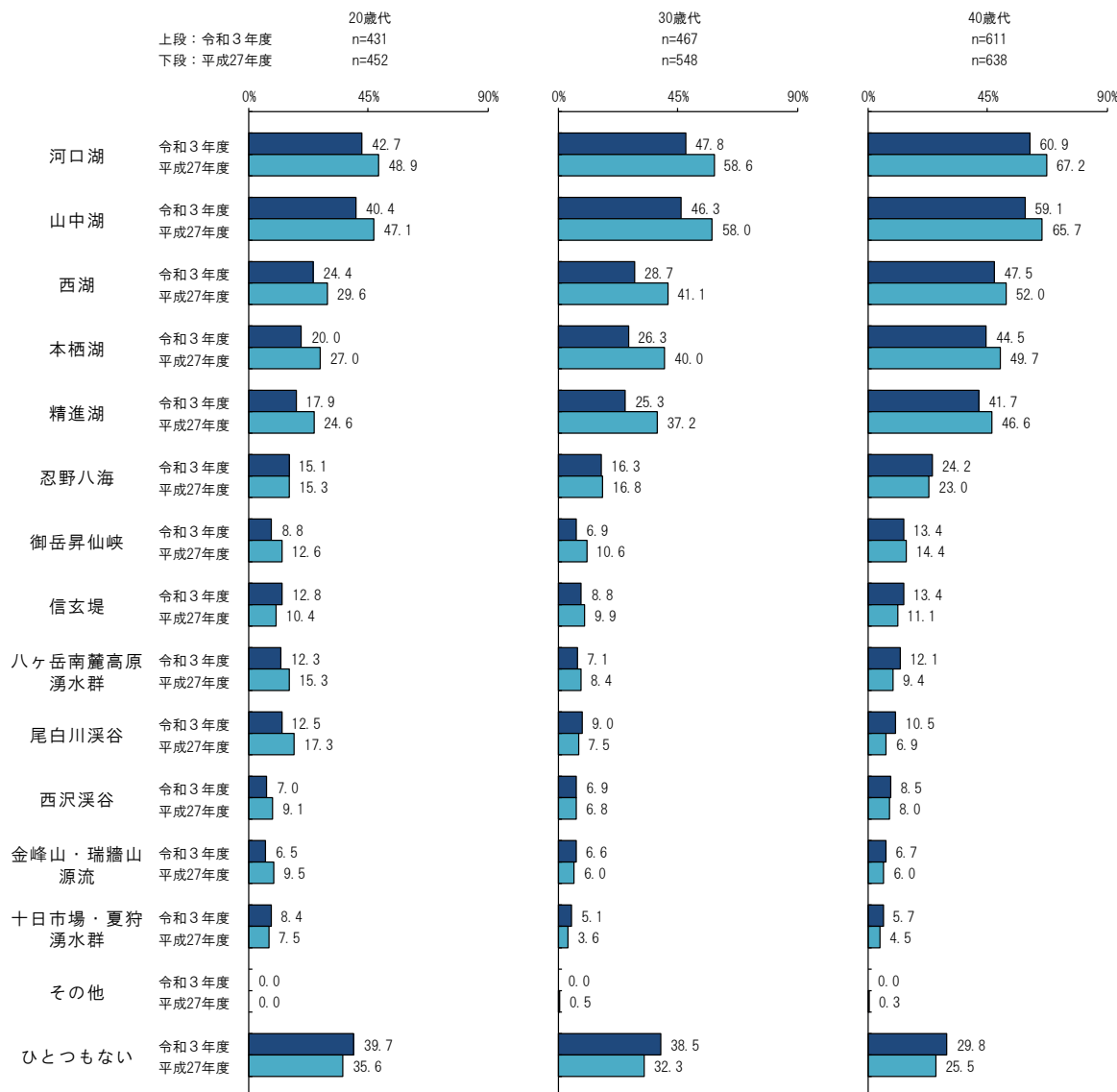
(2) 山梨県内の「水」の名所として、あなたが知っている場所をすべて教えてください。
(〇はいくつでも)



知っている山梨県内の水の名所は、「河口湖」62.5%が最も多く、以下「山中湖」60.9%、「西湖」48.3%、「本栖湖」46.8%、「精進湖」44.3%となっています。

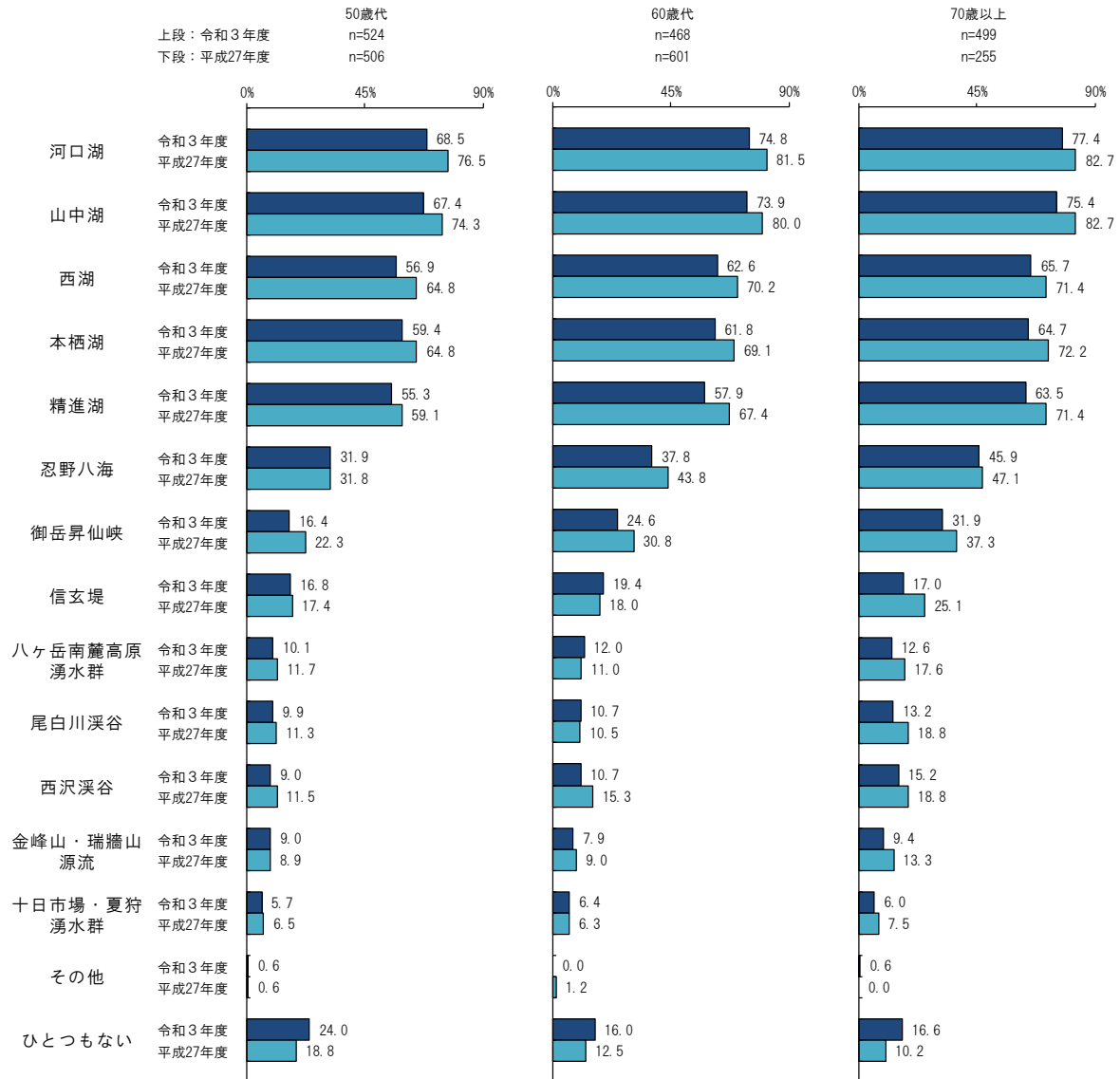
平成27年度調査と比較すると、上位5か所において5.0ポイント以上低くなっています。

【年代別】

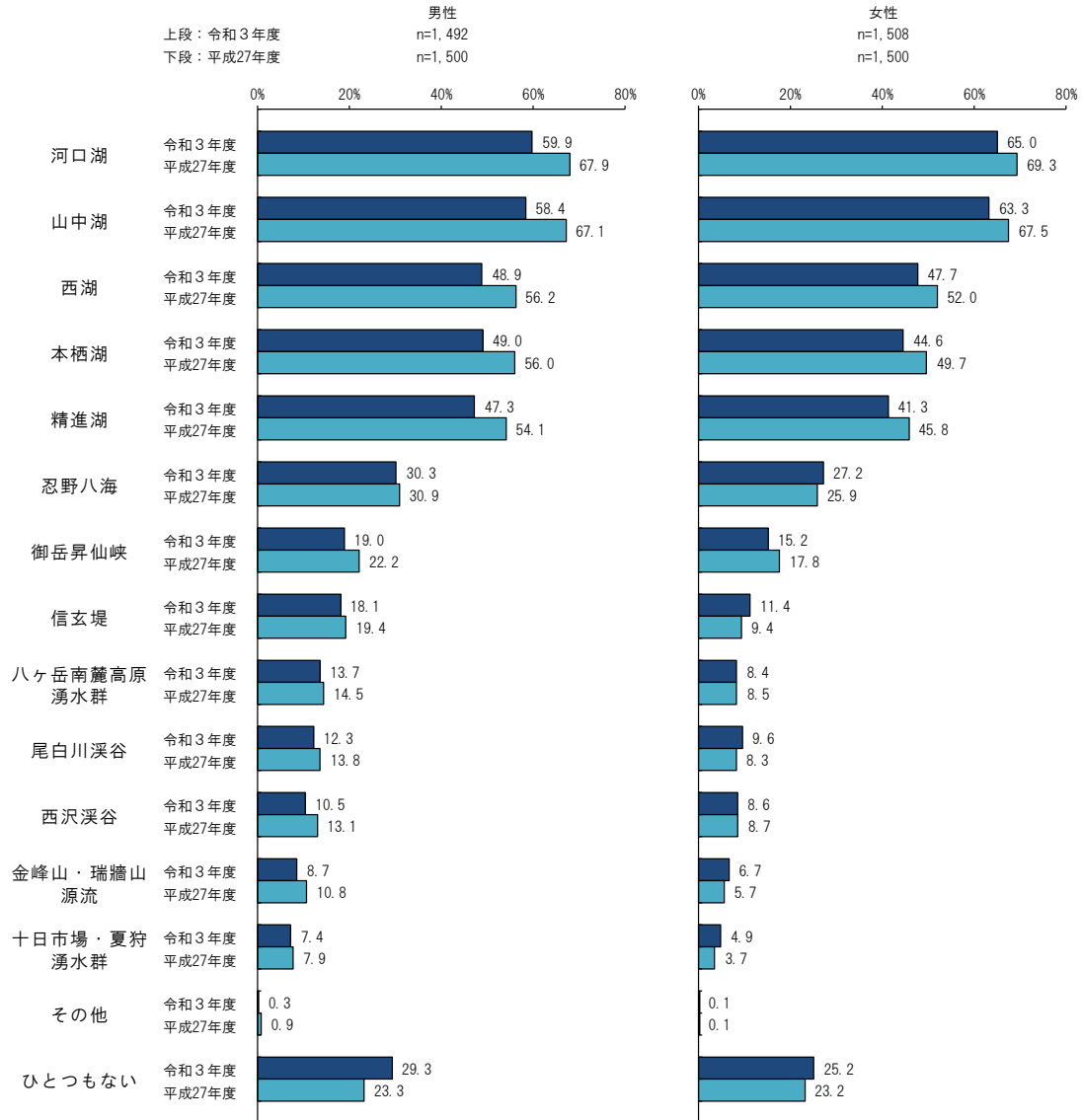


年代別でみると、年代が高くなるほど「河口湖」、「山中湖」、「西湖」、「本栖湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「西沢溪谷」が多く、「ひとつもない」が少なくなる傾向にあります。また、30歳代において「八ヶ岳南麓高原湧水群」が7.1%と少なくなっています。

2. 調査の結果

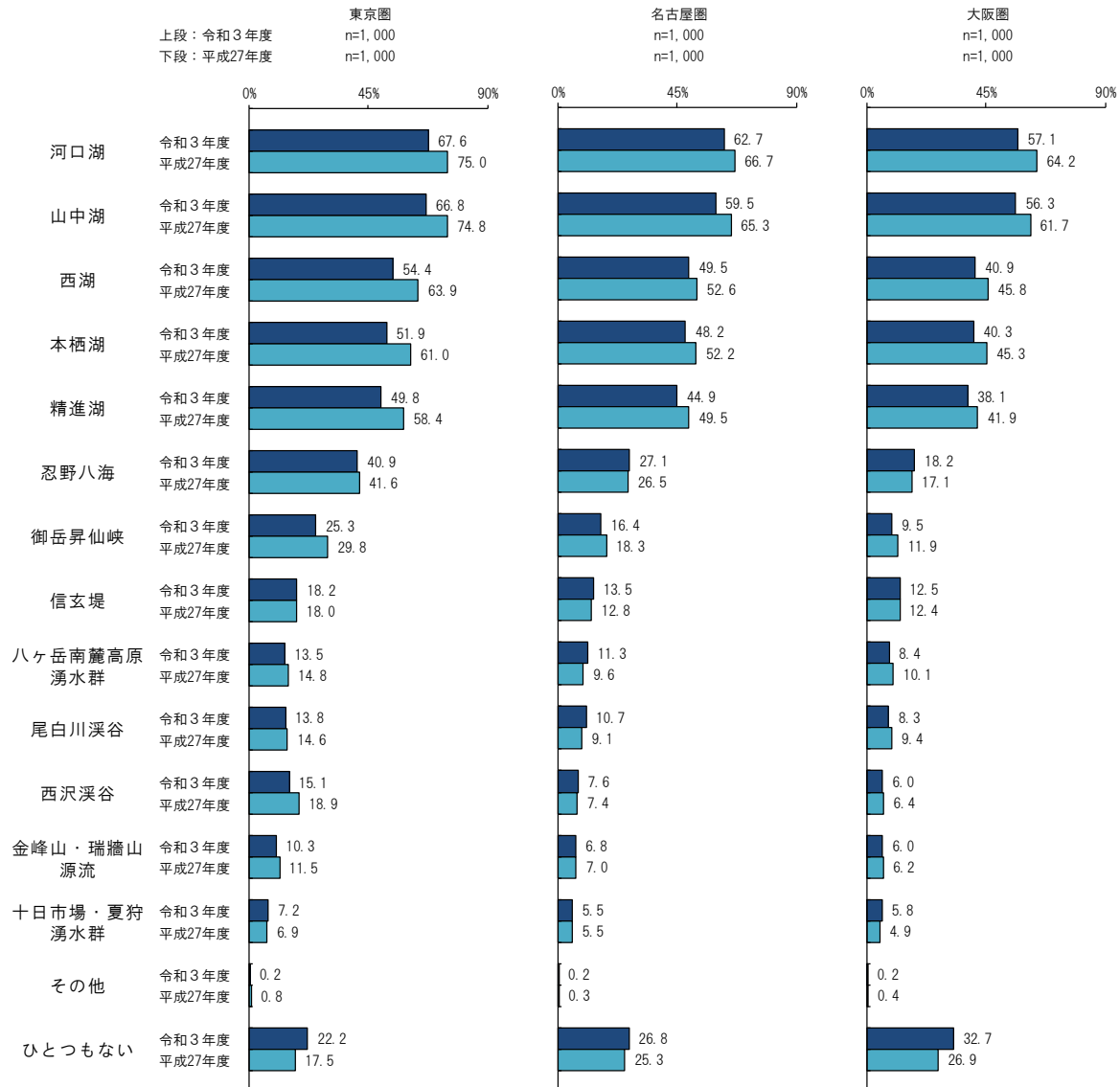


【性別】



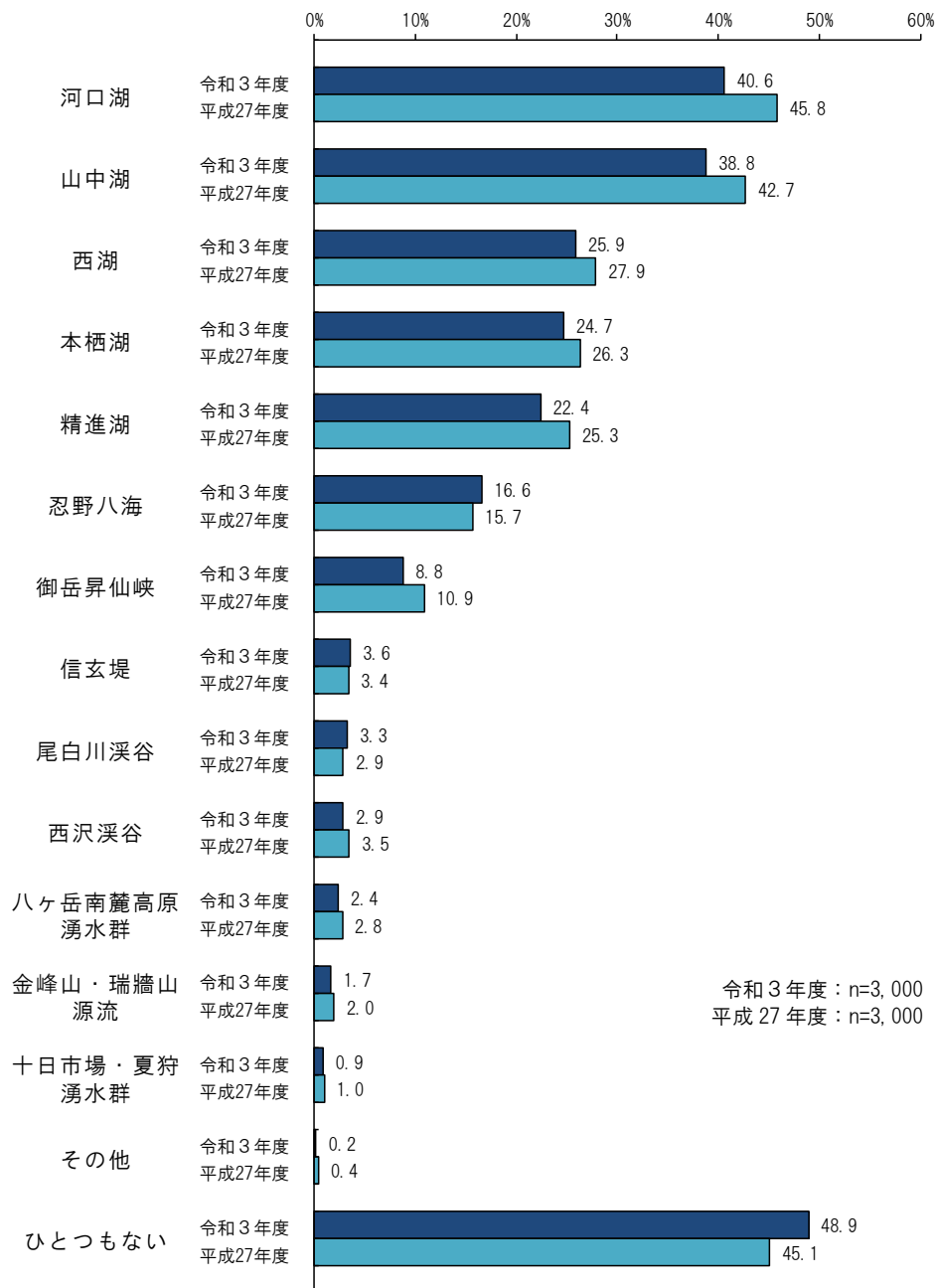
性別で見ると、女性において「河口湖」、「山中湖」が多く、他の場所では男性の方が多くなっています。

【居住圏域別】



居住圏域別でみると、ほぼすべての場所において西に行くほど少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「忍野八海」、「御岳昇仙峡」、「西沢溪谷」が多く、大阪圏において「西湖」、「本栖湖」が少なくなっています。

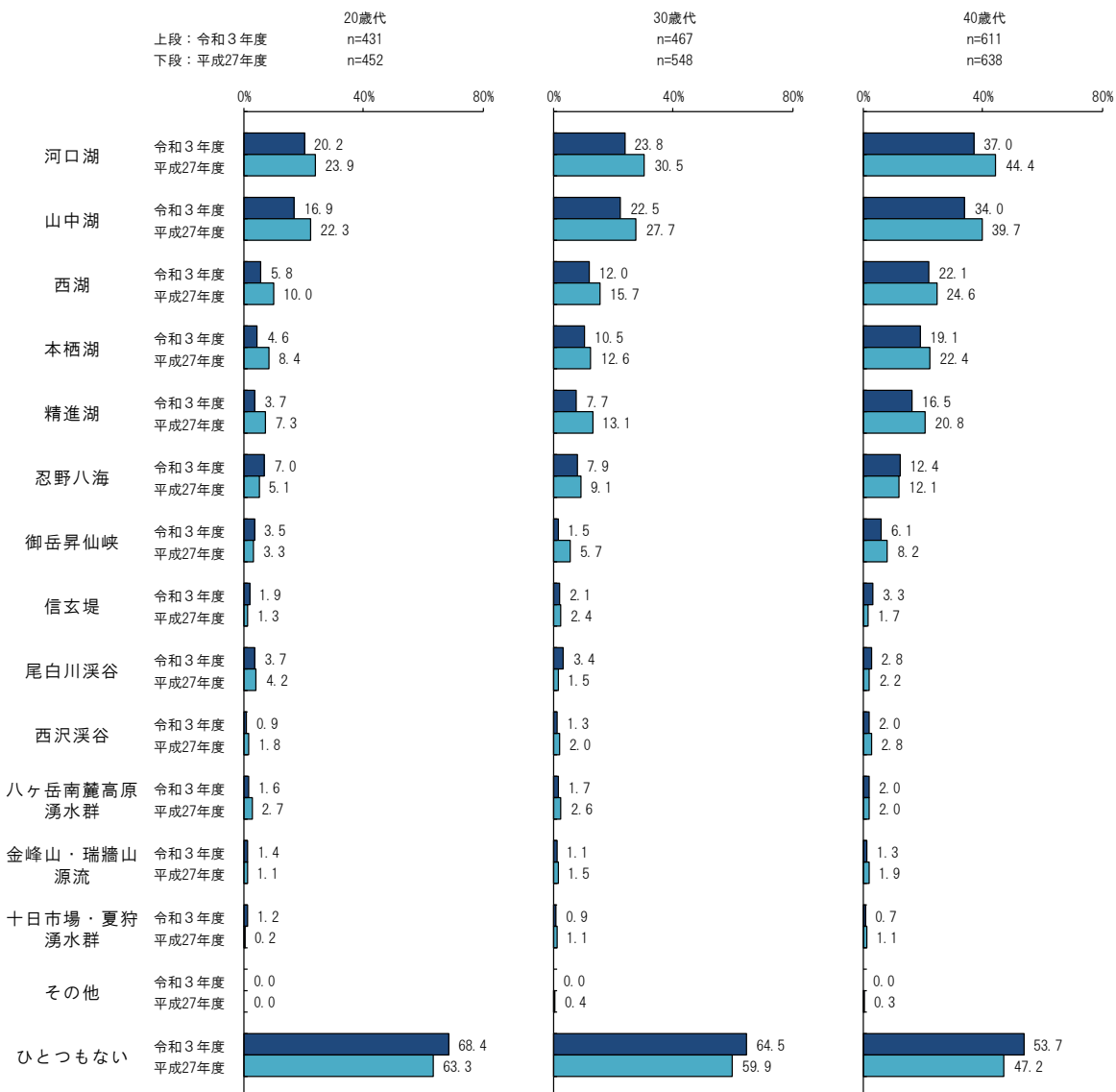
(3) 山梨県内の「水」の名所として、あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。(〇はいくつでも)



行ったことがある山梨県内の水の名所は、「ひとつもない」48.9%が最も多く、以下「河口湖」40.6%、「山中湖」38.8%、「西湖」25.9%、「本栖湖」24.7%となっています。

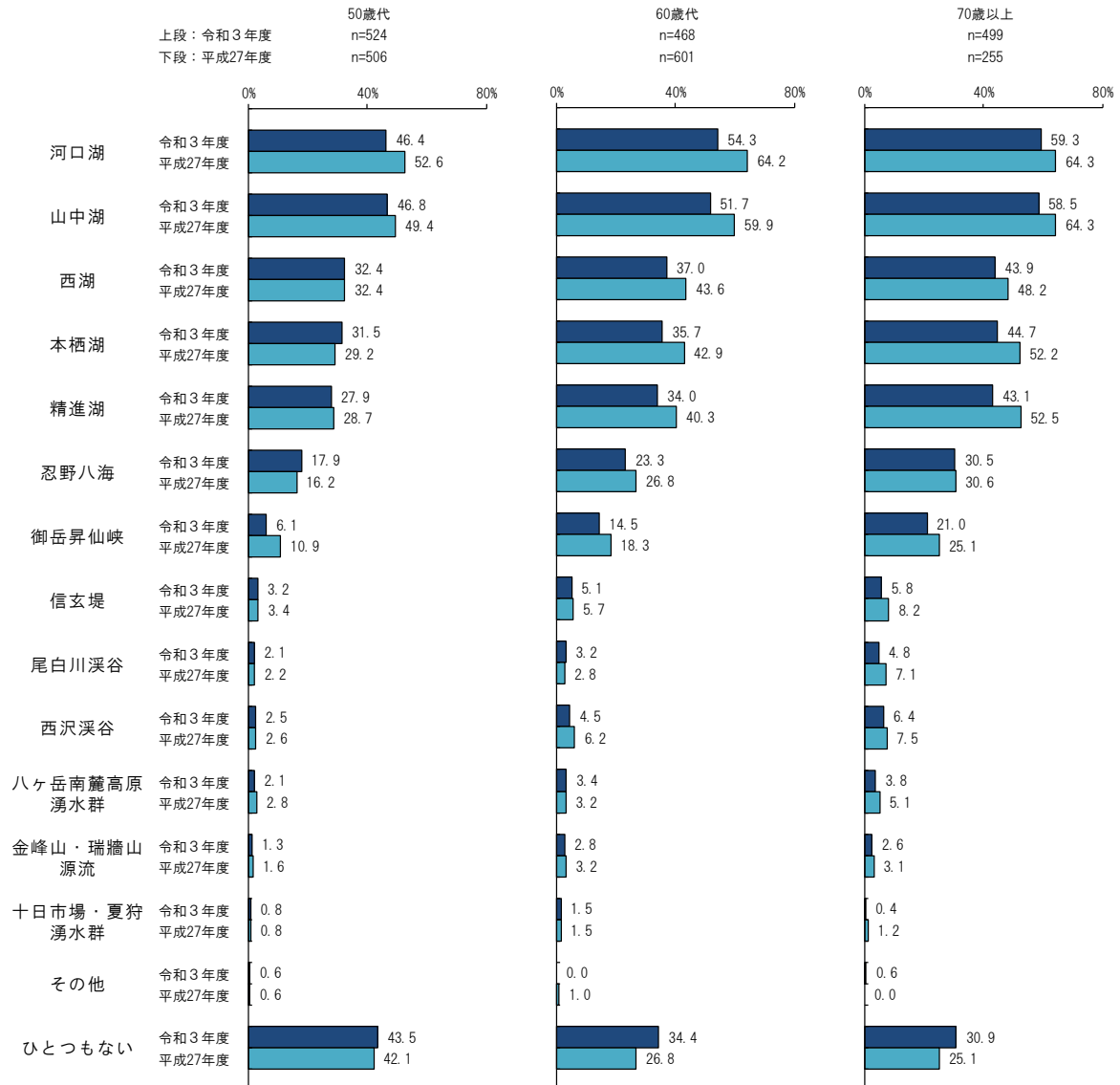
平成27年度調査と比較すると、「忍野八海」、「信玄堤」、「尾白川溪谷」を除くすべての場所において少なくなっています。

【年代別】

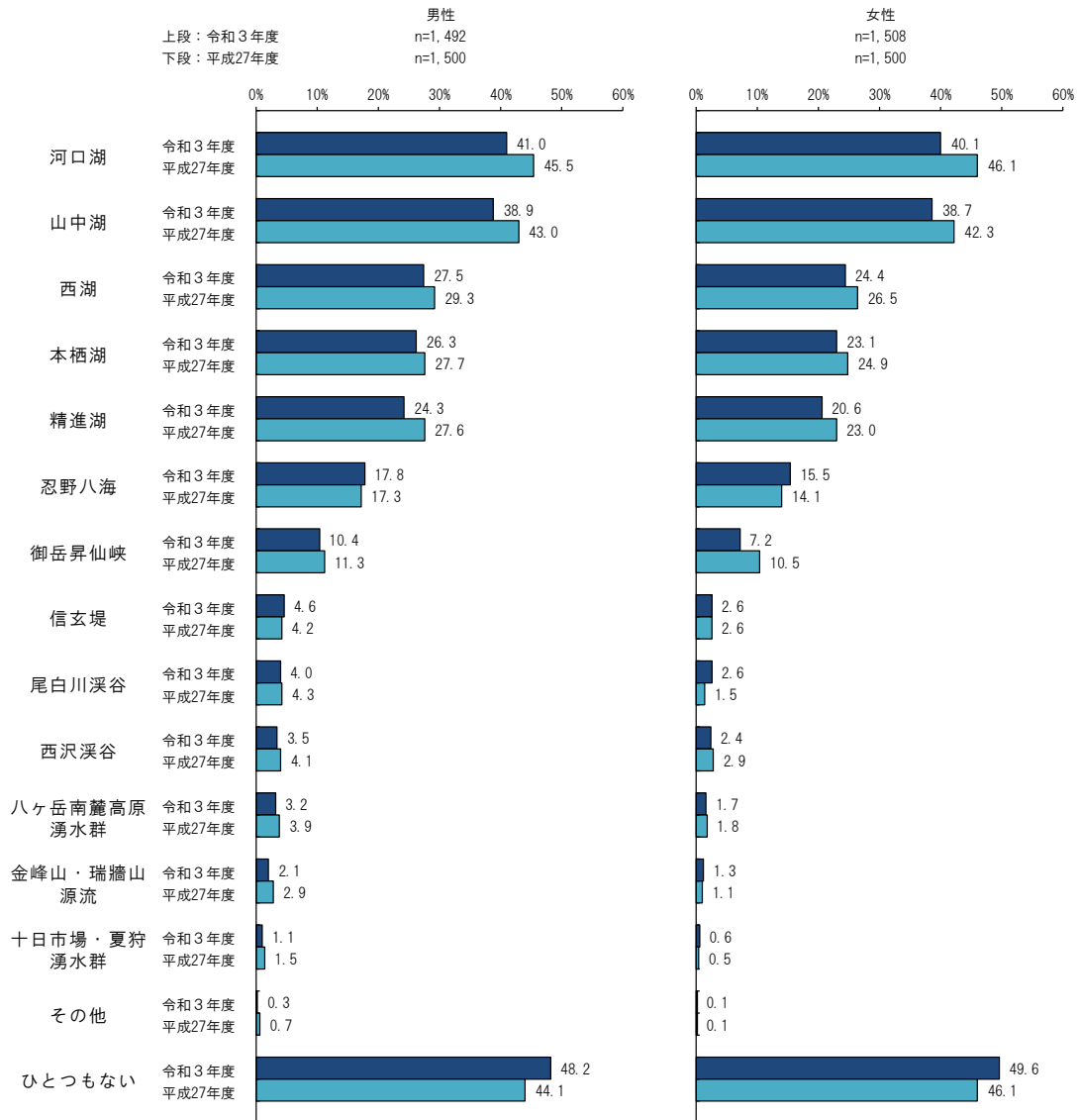


年代別でみると、年代が高くなるほど「河口湖」、「山中湖」、「西湖」、「本栖湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「西沢溪谷」、「信玄堤」が多く、「ひとつもない」が少なくなる傾向にあります。また、20歳代において「西湖」、「本栖湖」、「精進湖」が少なく、70歳以上において「忍野八海」、「御岳昇仙峡」が多くなっています。

2. 調査の結果

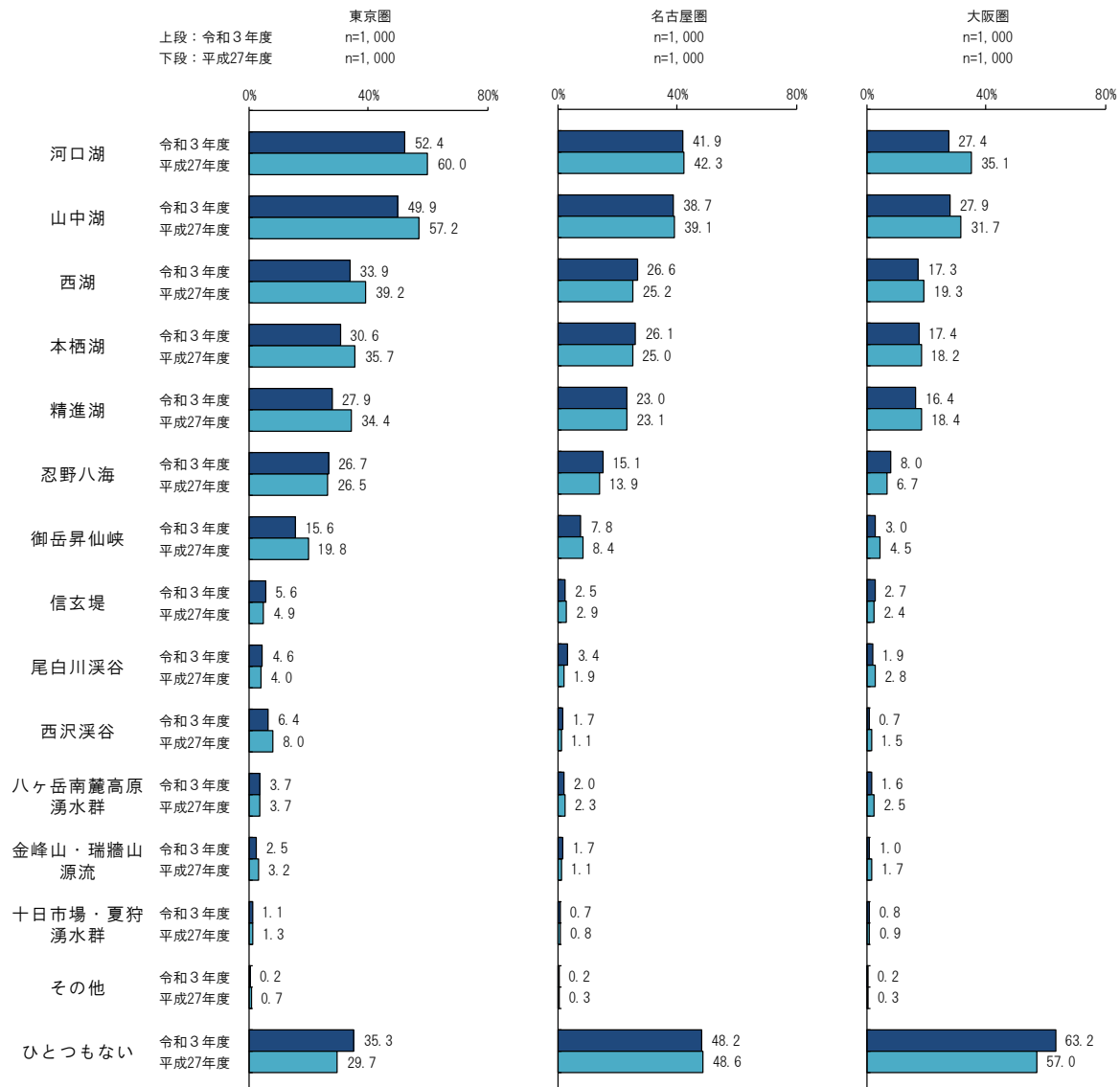


【性別】



性別では、大きな差異はみられません。

【居住圏域別】

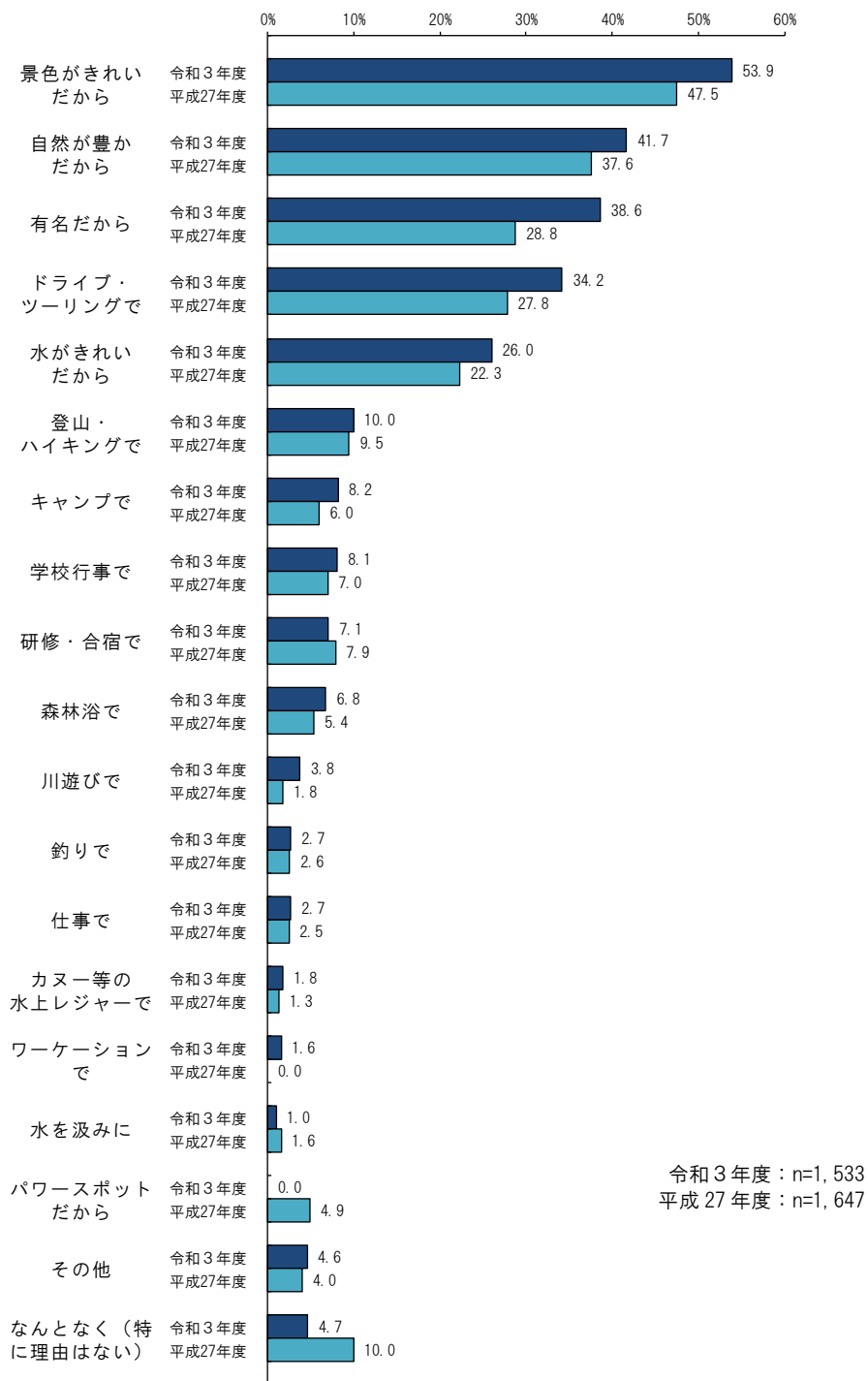


居住圏域別でみると、西に行くほど「信玄堤」、「十日市場・夏狩湧水群」を除くすべての場所で少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「西沢溪谷」が多くなっています。

問9

山梨県内の「水」の名所を訪問した理由は何ですか。(〇はいくつでも)

(問8(3)で「ひとつもない」と回答した人以外…1533人)

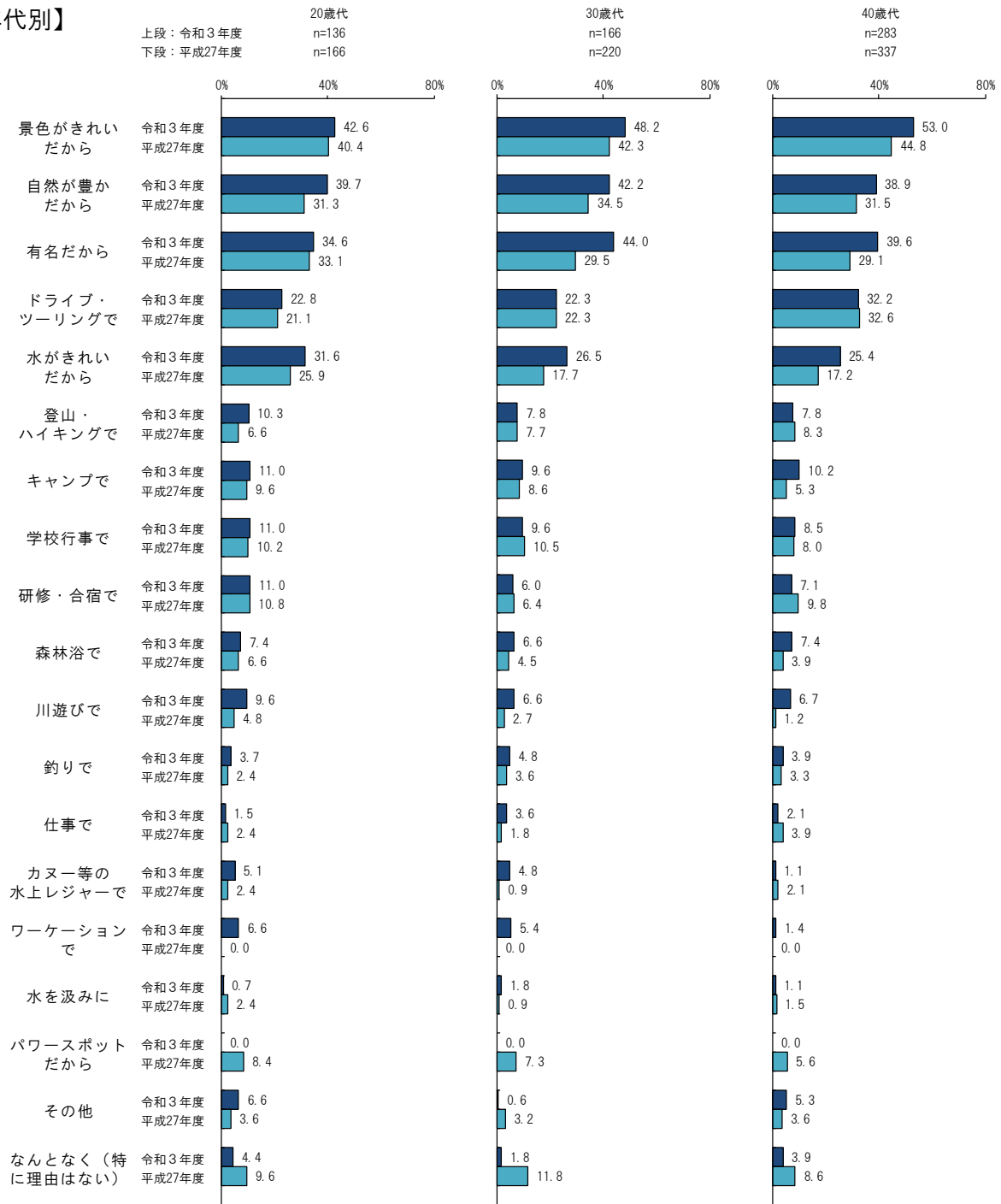


※「ワーケーションで」は令和3年度調査から、「パワースポットだから」は平成27年度調査のみの選択肢
※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

山梨県内の水の名所を訪問した理由は、「景色がきれいだから」53.9%が最も多く、以下「自然が豊かだから」41.7%、「有名だから」38.6%、「ドライブ・ツーリングで」34.2%、「水がきれいだから」26.0%となっています。

平成27年度調査と比較すると、上位5位においてすべての選択肢で増加がみられ、特に「有名だから」は9.8ポイント高くなっています。

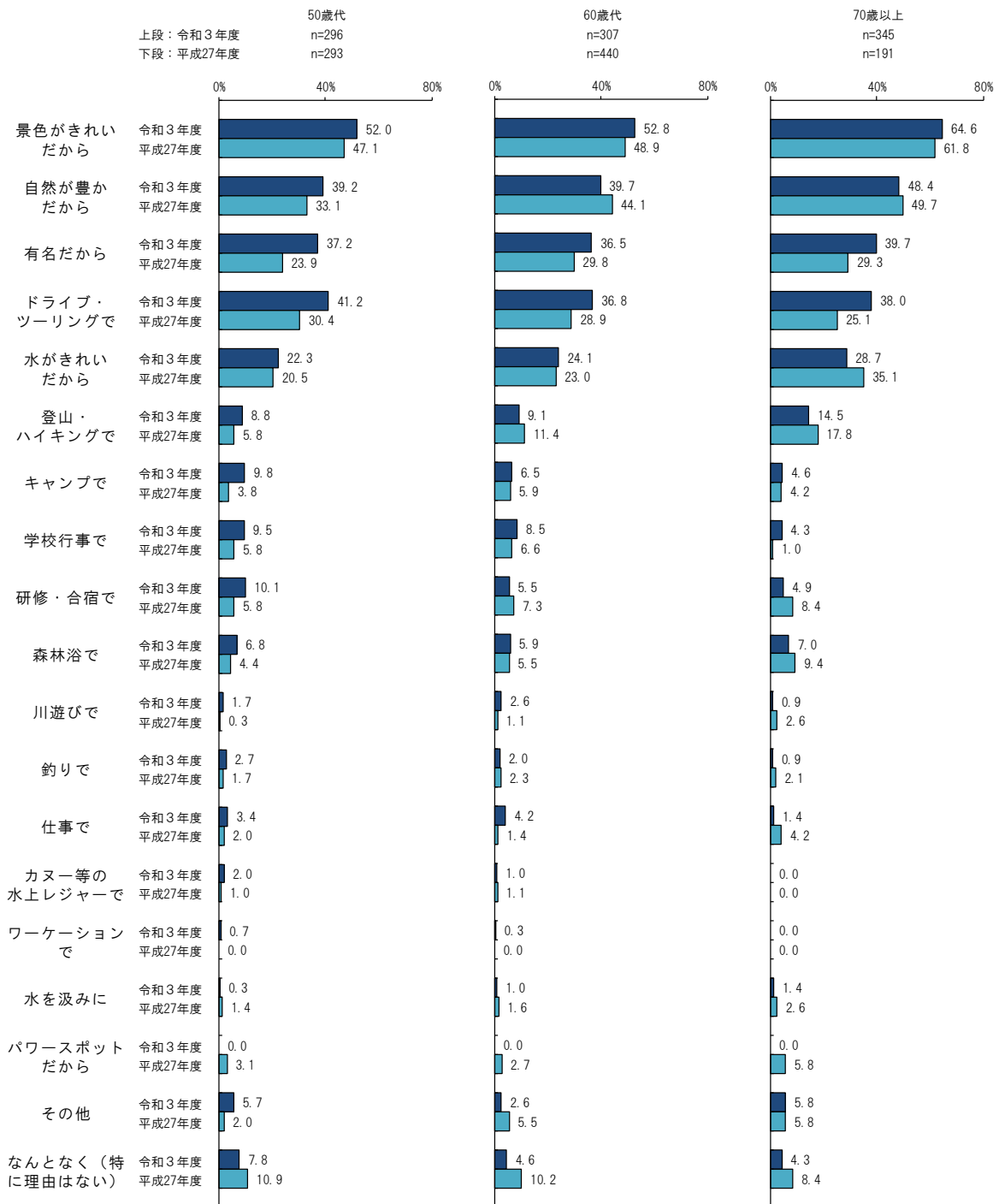
【年代別】



※「ワーケーションで」は令和3年度調査から、「パワースポットだから」は平成27年度調査のみの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

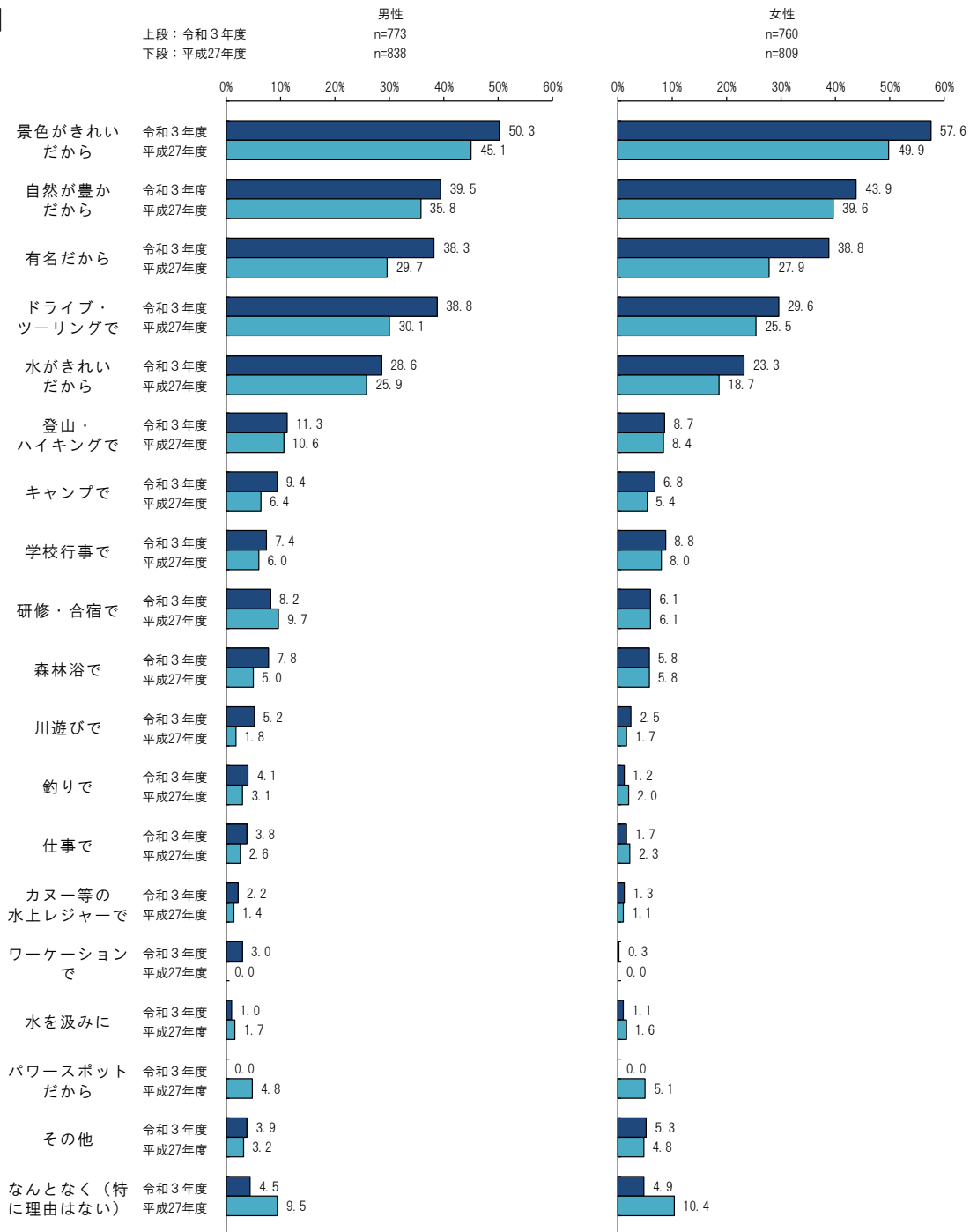
年代別で見ると、20歳代～30歳代において「ワーケーションで」が、30歳代において「有名だから」が多くなっています。また、70歳以上においては「景色がきれいだから」、「自然が豊かだから」が多く、「学校行事で」が少なくなっています。

2. 調査の結果



※「ワーケーションで」は令和3年度調査から、「パワースポットだから」は平成27年度調査のみの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

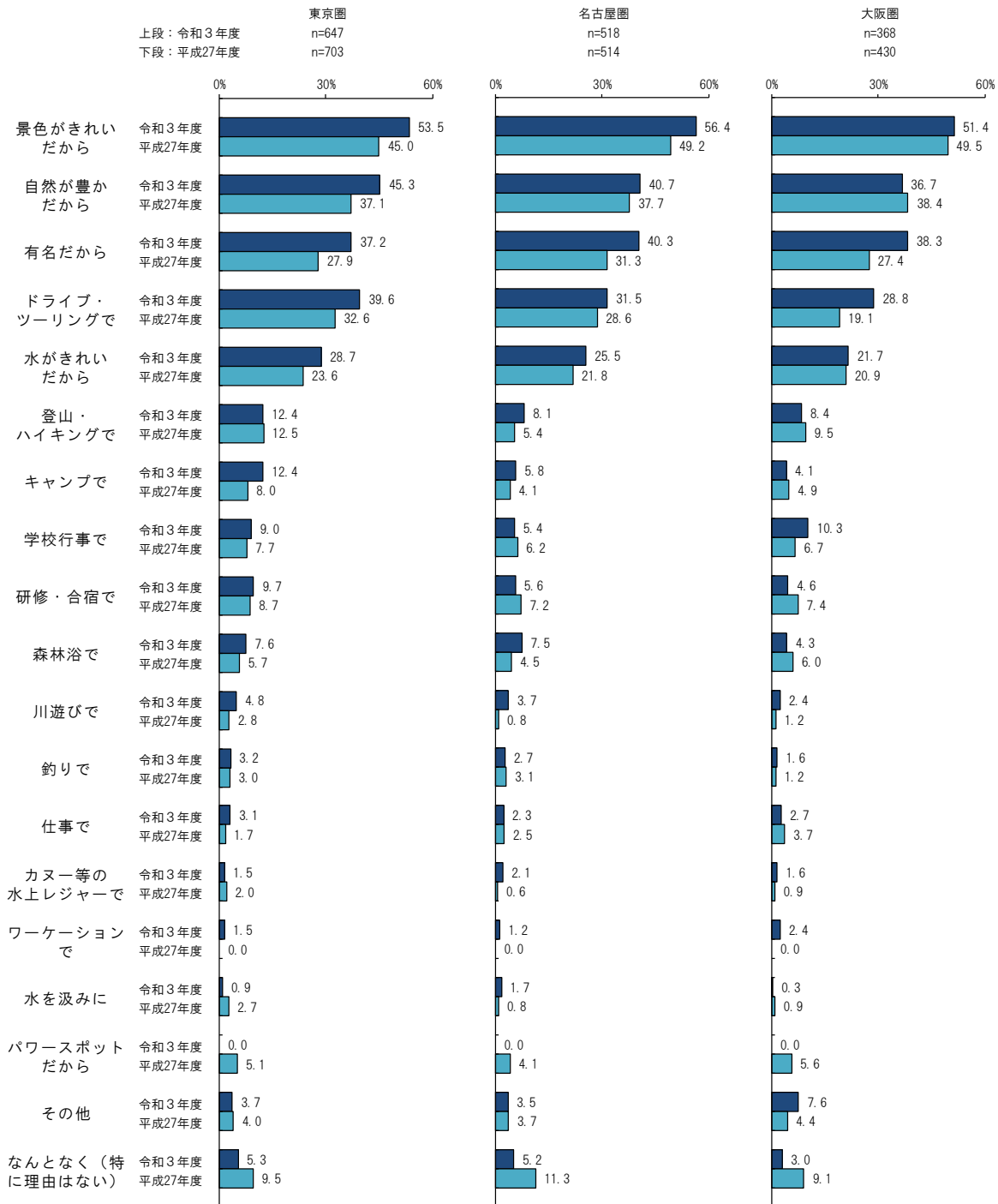
【性別】



※「ワーケーションで」は令和3年度調査から、「パワースポットだから」は平成27年度調査のみの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

性別で見ると、男性において「ドライブ・ツーリングで」が38.8%と女性より9.2ポイント多く、女性において「景色がきれいだから」が57.8%と男性より7.3ポイント多くなっています。

【居住圏域別】

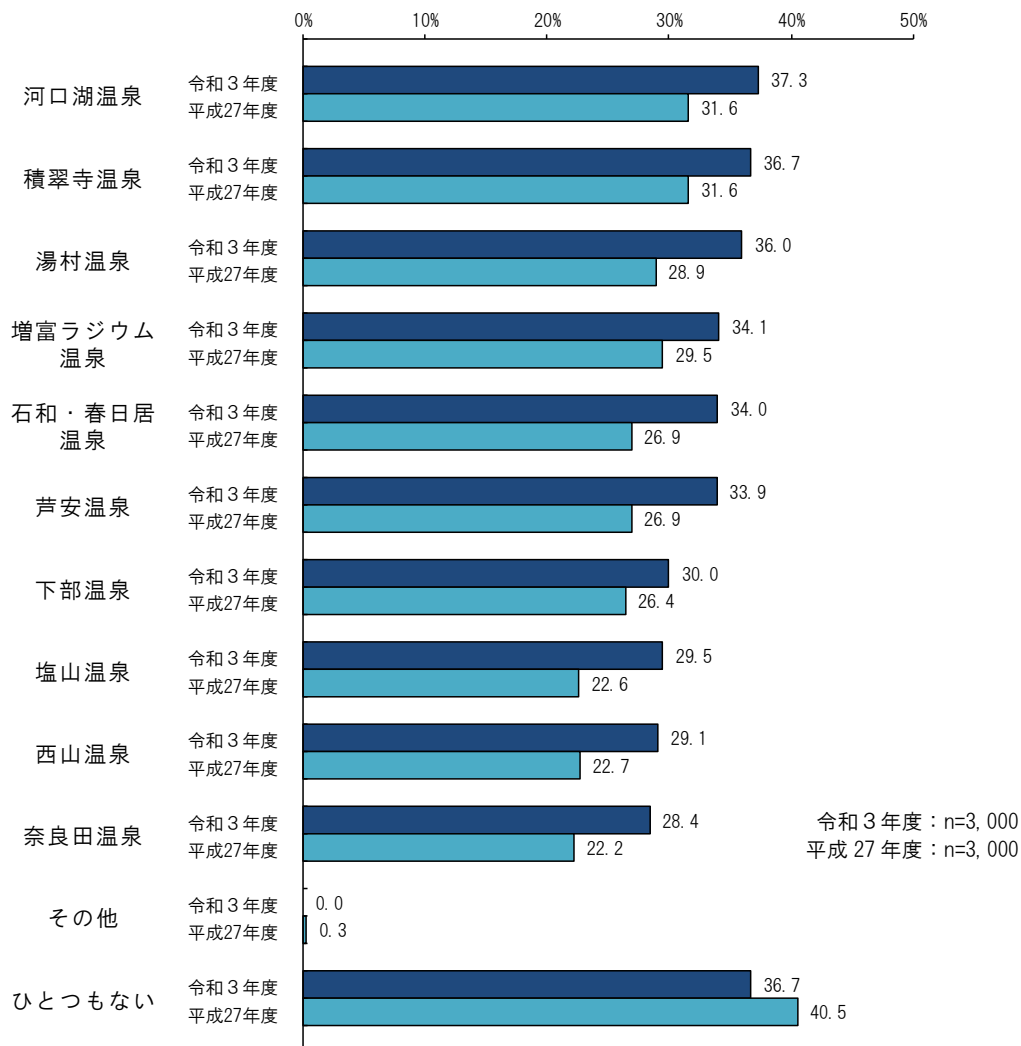


※「ワーケーションで」は令和3年度調査から、「パワースポットだから」は平成27年度調査のみの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

居住圏域別でみると、西に行くほど「自然が豊かだから」、「ドライブ・ツーリングで」、「水がきれいだから」、「川遊びで」、「釣りで」が少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「キャンプで」が12.4%と多く、名古屋圏において「学校行事で」が5.4%と少なくなっています。

問 10

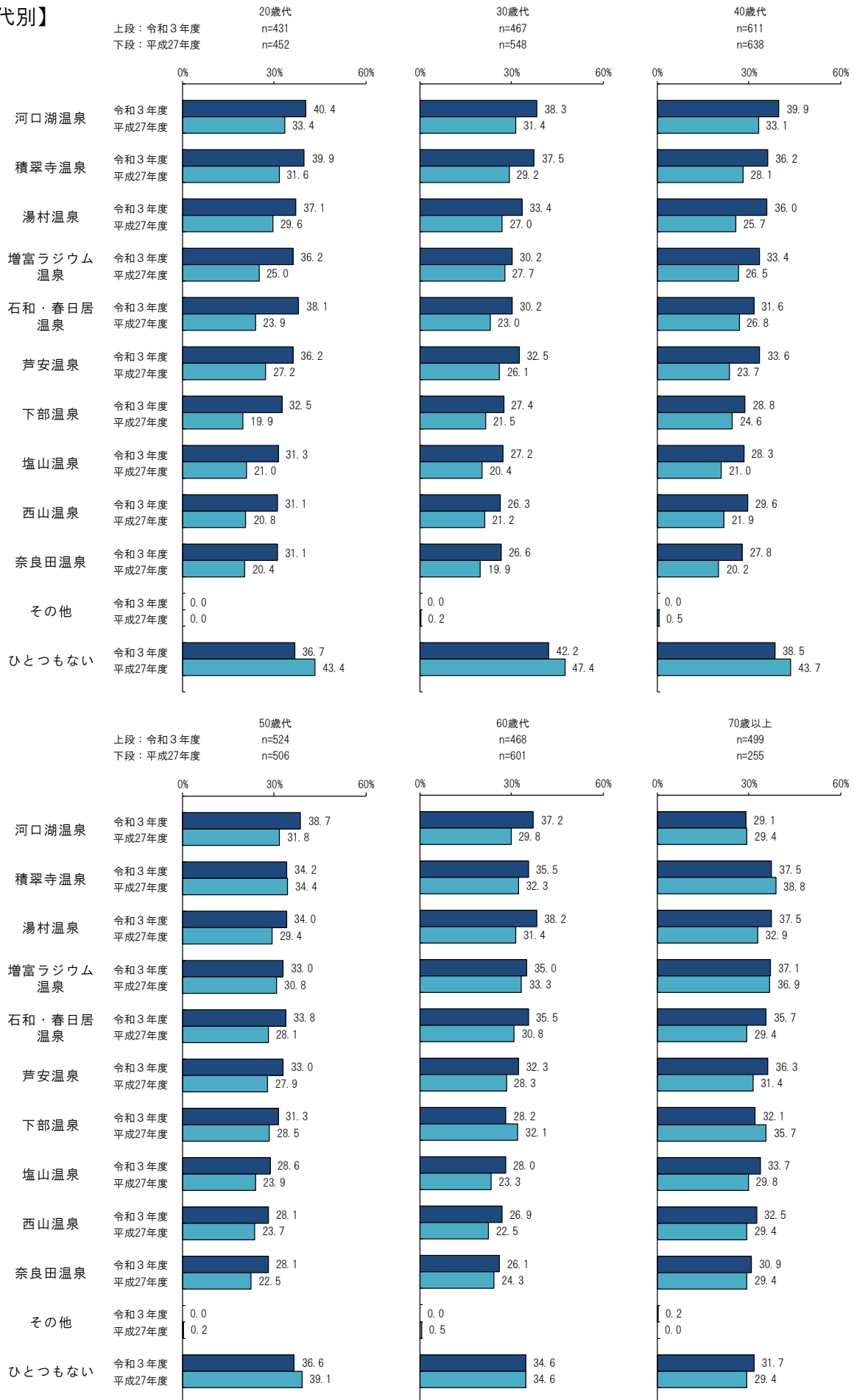
(1) 山梨県内の温泉地として、あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。（〇はいくつでも）



行ってみたい山梨県内の温泉地は、「河口湖温泉」37.3%が最も多く、以下「積翠寺温泉」36.7%、「ひとつもない」36.7%、「湯村温泉」36.0%、「増富ラジウム温泉」34.1%となっています。

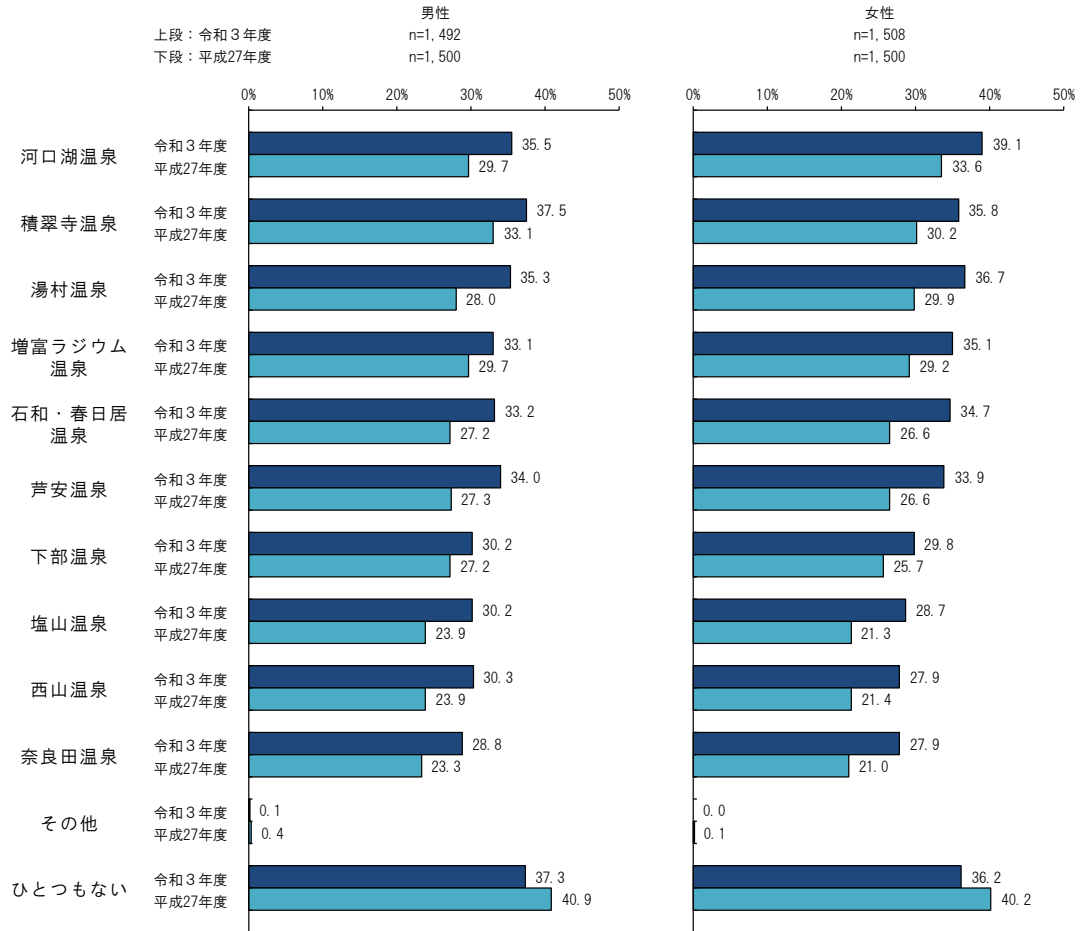
平成27年度調査と比較すると、すべての温泉地で増加しており、特に「湯村温泉」、「石和・春日居温泉」は7.1ポイント高くなっています。

【年代別】



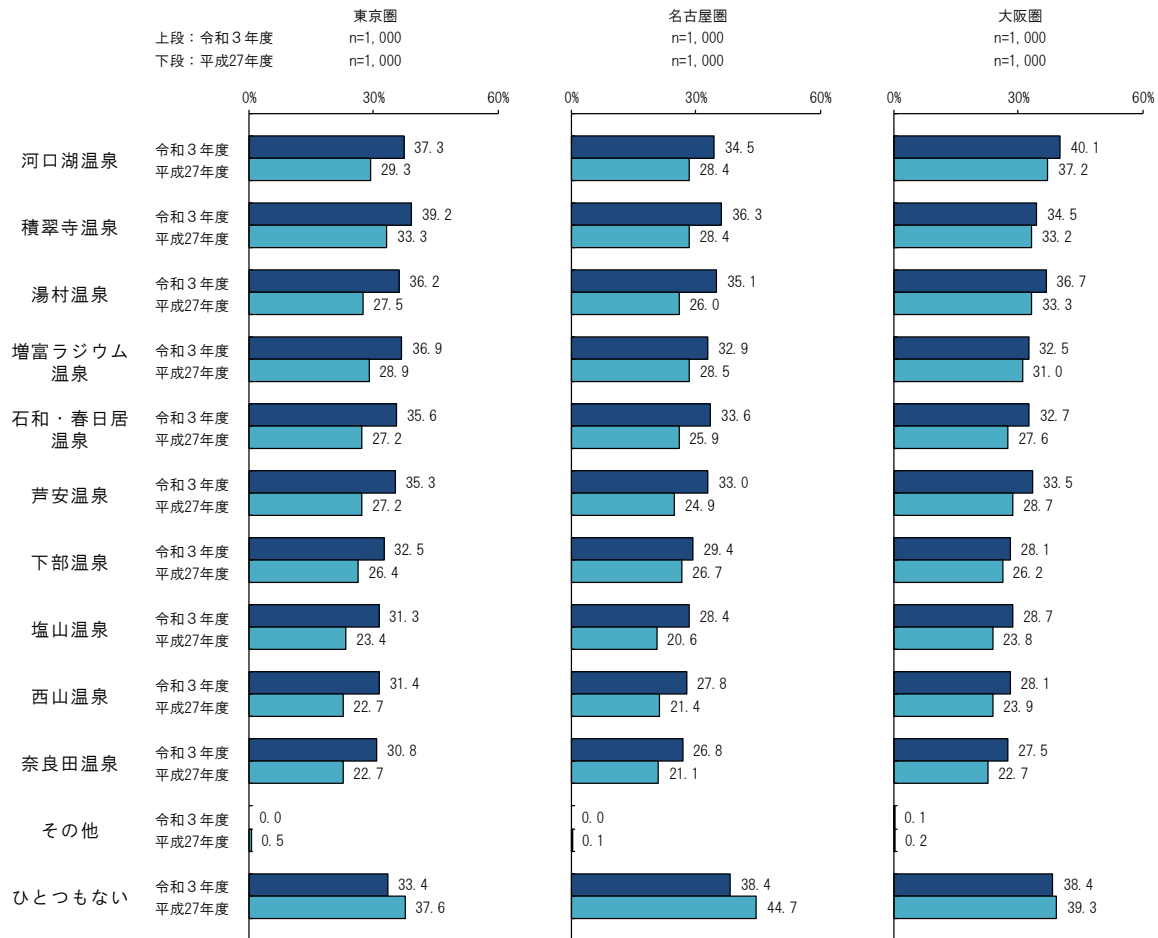
年代別で見ると、20歳代において「石和・春日居温泉」が38.1%と多く、70歳以上において「河口湖温泉」が29.1%と少なくなっています。

【性別】



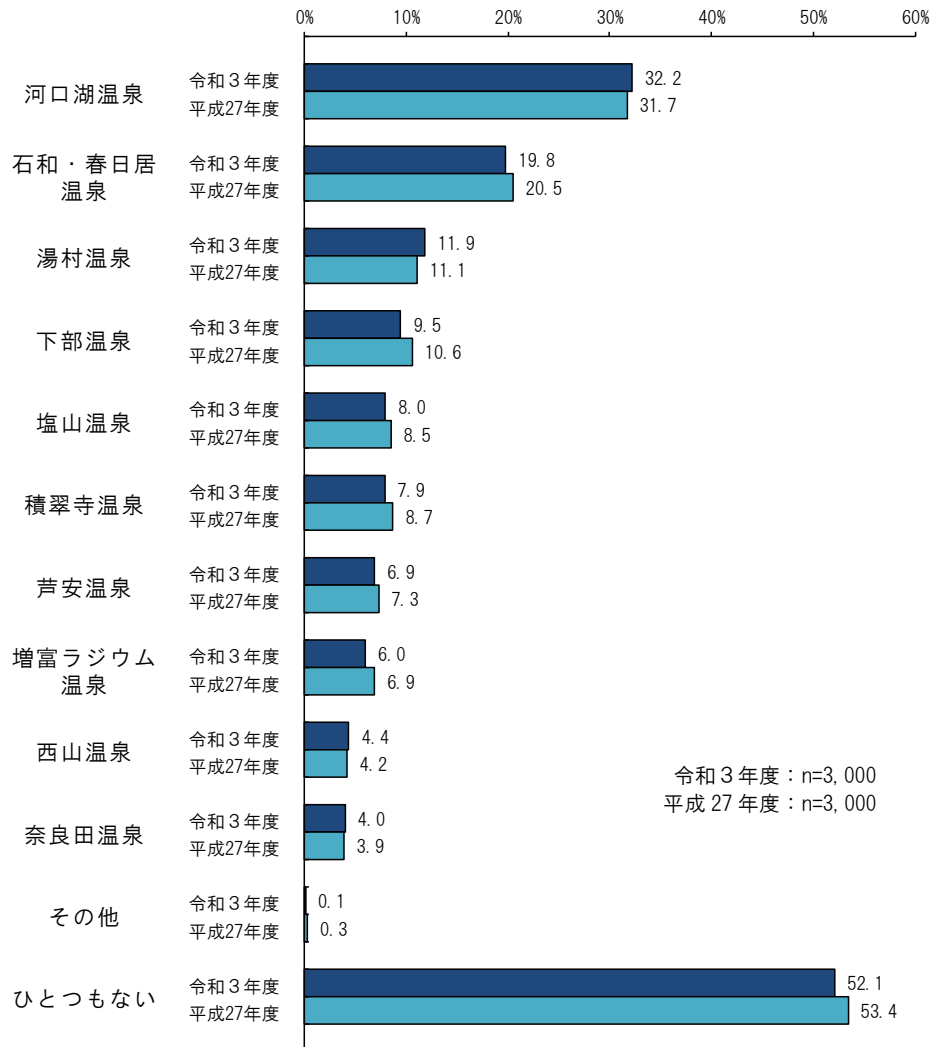
性別では、大きな差異はみられません。

【居住圏域別】



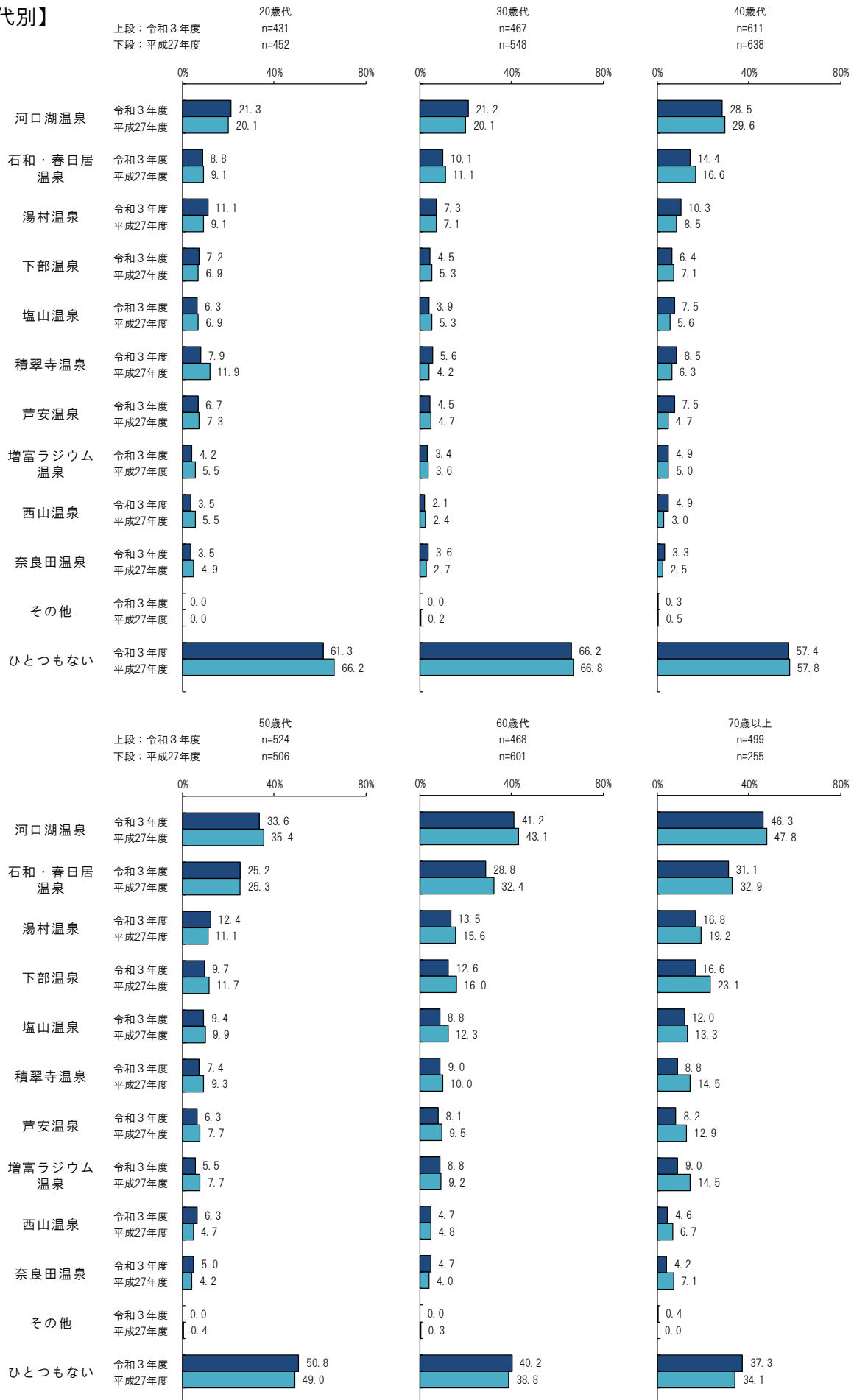
居住圏域別でみると、西へ行くほど「積翠寺温泉」、「増富ラジウム温泉」、「石和・春日居温泉」、「下部温泉」が少なくなる傾向にあります。また、大阪圏において「河口湖温泉」が多くなっています。

(2) 山梨県内の温泉地として、あなたが知っている場所をすべて教えてください。
(〇はいくつでも)



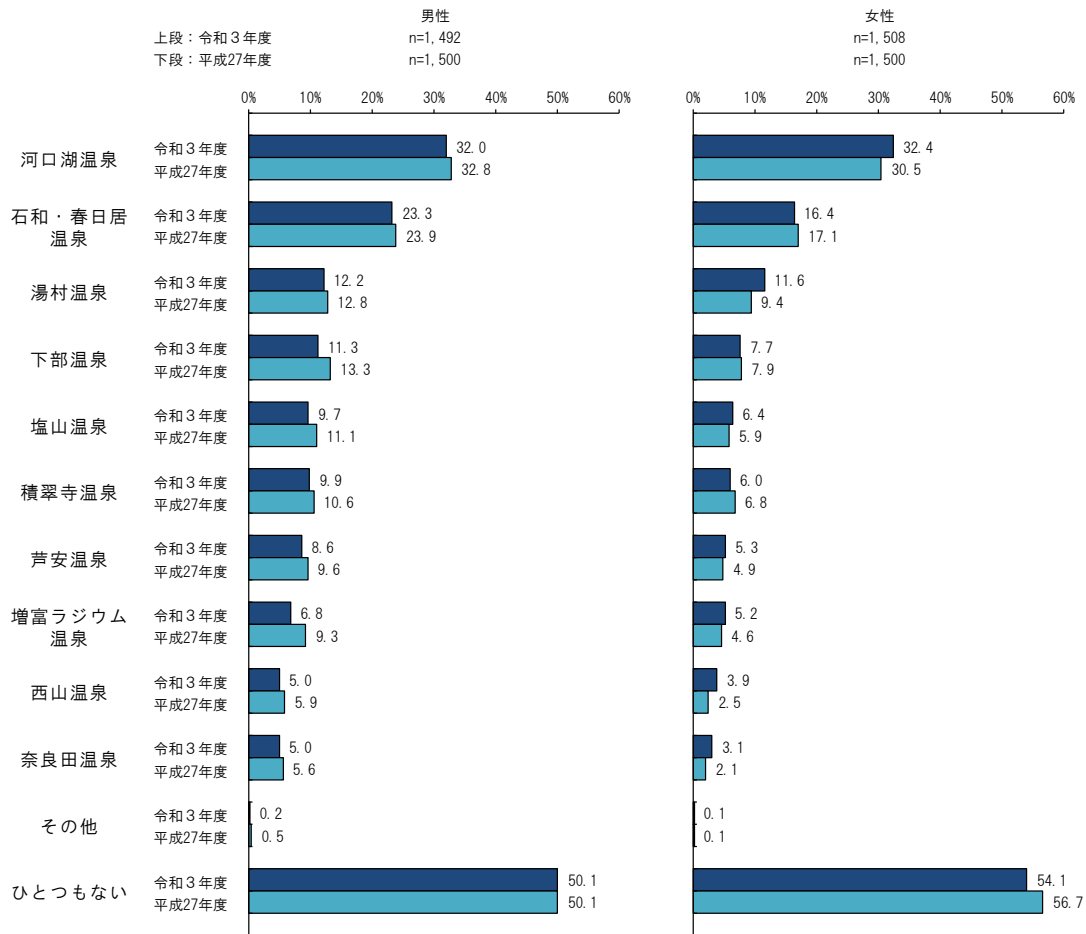
知っている山梨県内の温泉地は、「ひとつもない」52.1%が最も多く、以下「河口湖温泉」32.2%、「石和・春日居温泉」19.8%、「湯村温泉」11.9%、「下部温泉」9.5%となっています。平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

【年代別】



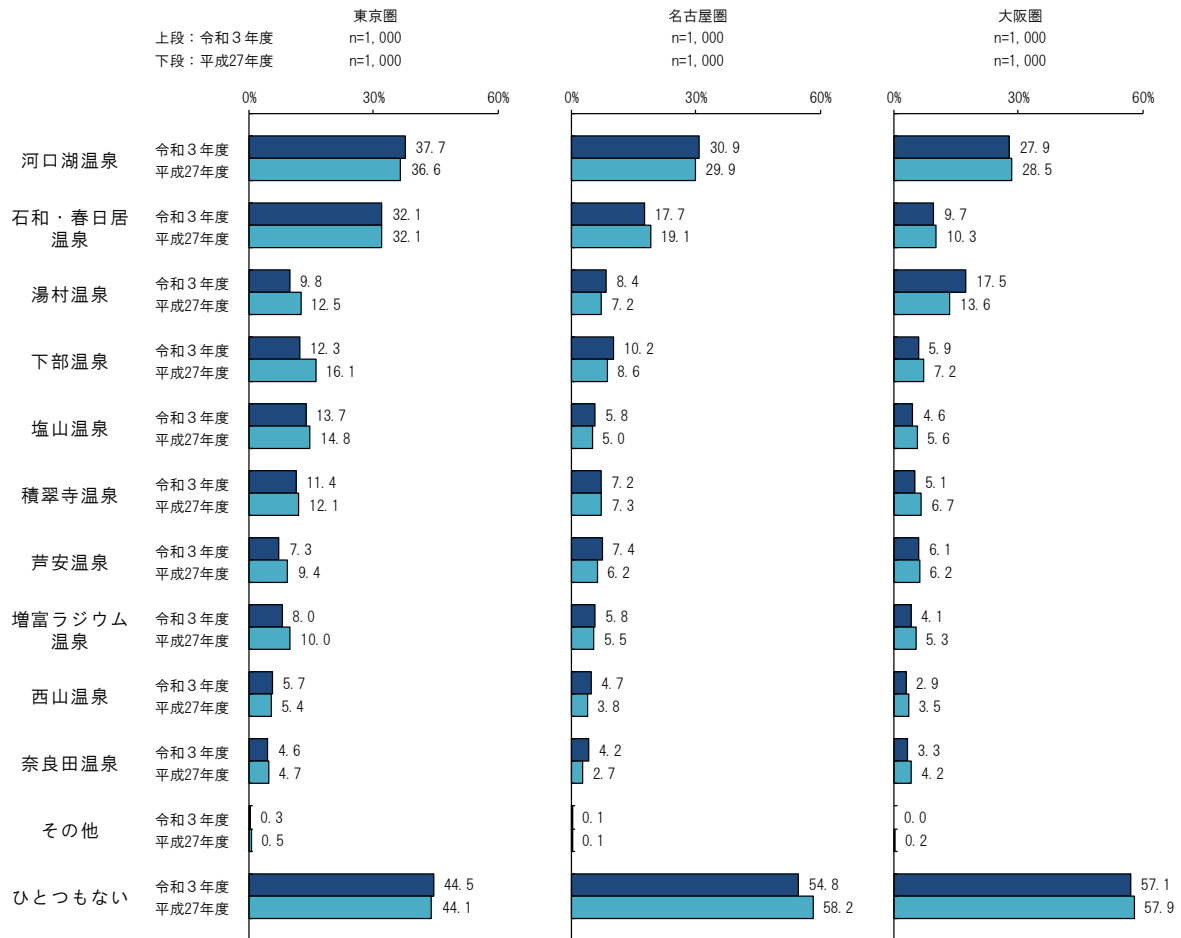
年代別で見ると、年代が高くなるほど「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」が多くなる傾向にあります。また、30歳代において「下部温泉」、「塩山温泉」が少なく、「ひとつもない」が66.2%と多くなっています。

【性別】



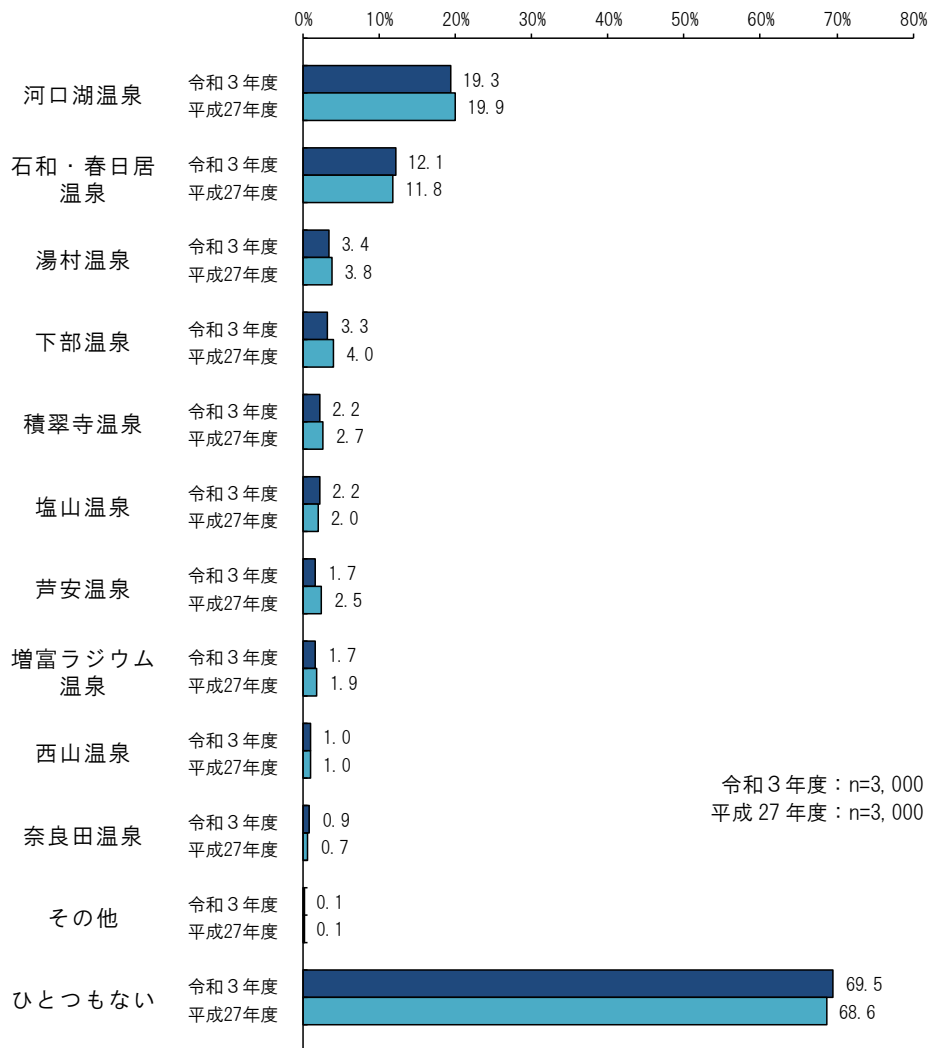
性別で見ると、全体的に男性が女性を上回っており、特に「石和・春日居温泉」が23.3%と女性より6.9ポイント多くなっています。

【居住圏域別】



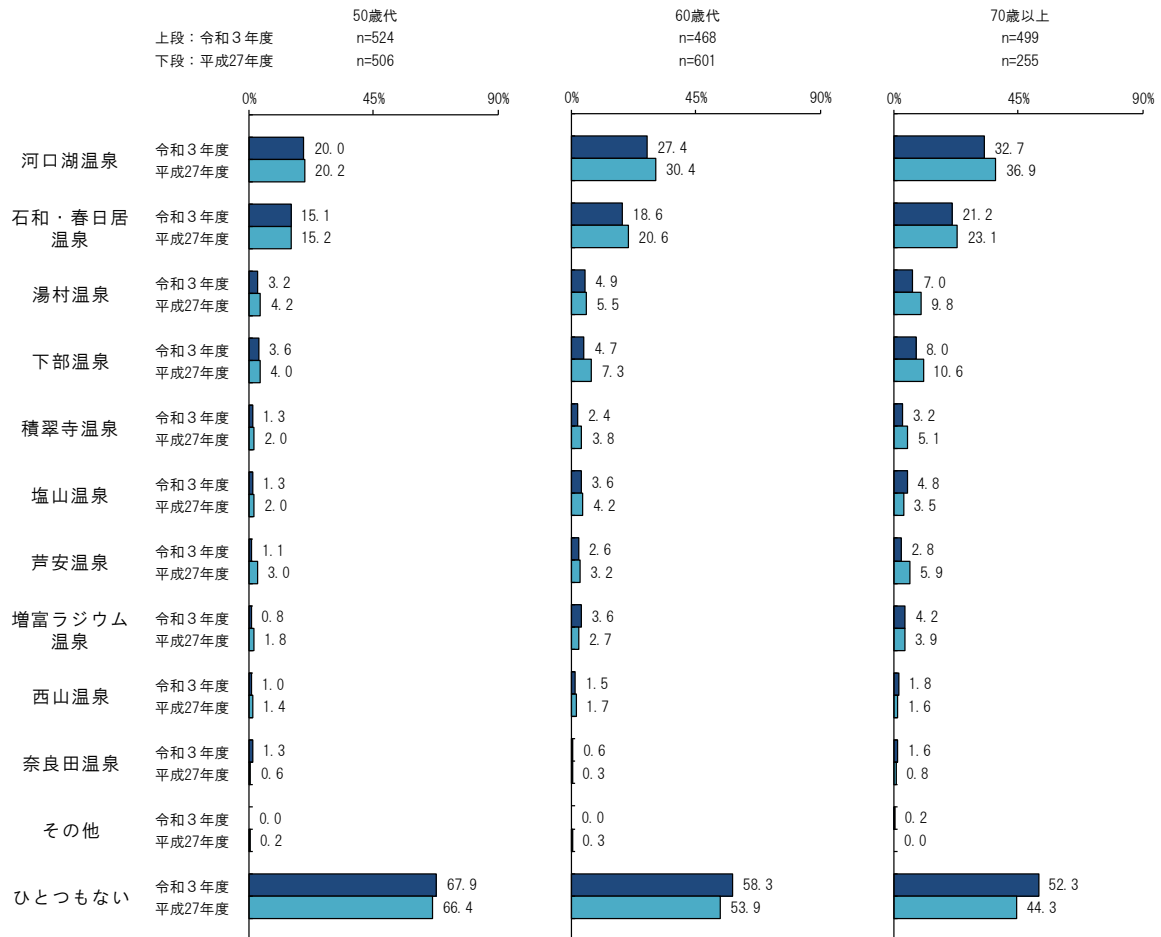
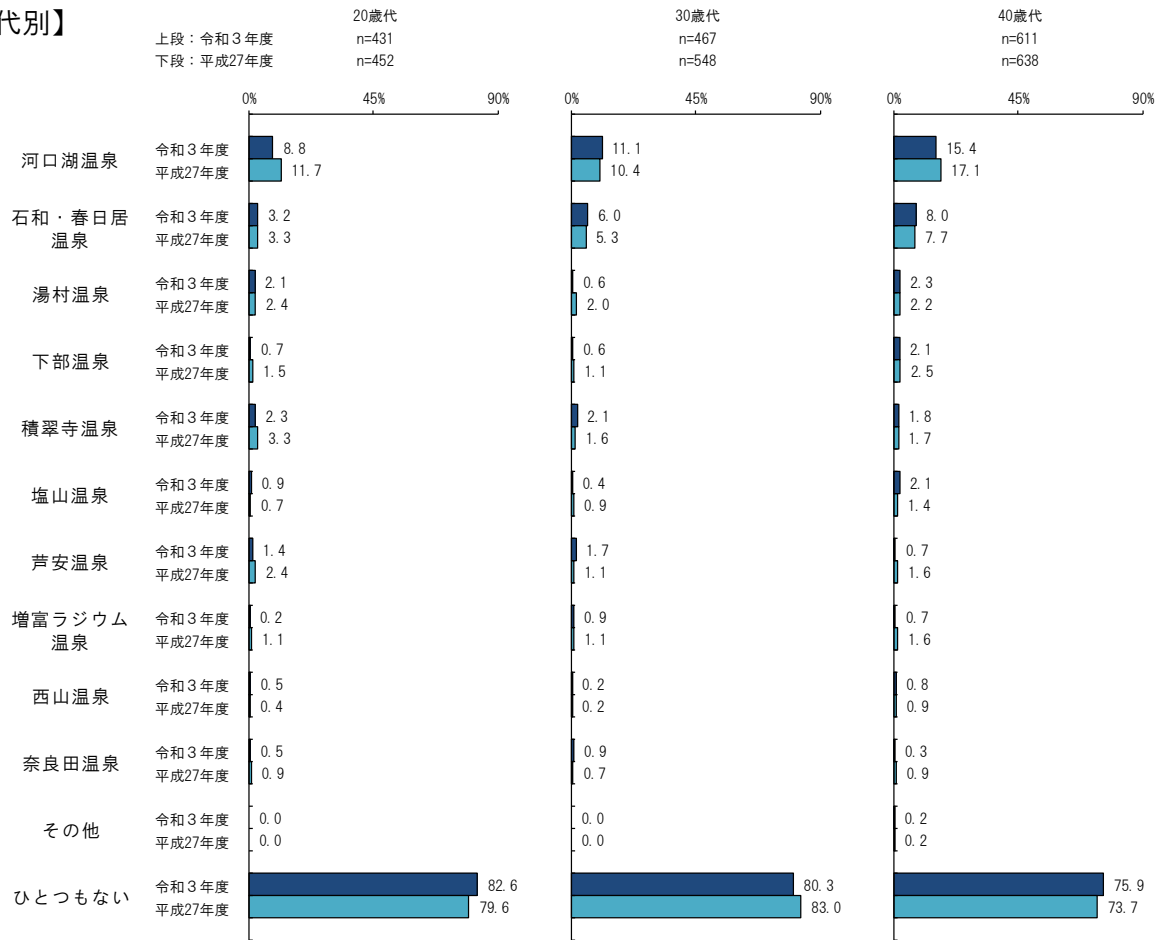
居住圏域別でみると、西に行くほど「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」、「下部温泉」、「積翠寺温泉」が少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「塩山温泉」が13.7%と多くなっています。さらに、大阪圏において「西山温泉」が2.9%と少なく、「湯村温泉」が17.5%と多くなっています。

(3) 山梨県内の温泉地として、あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。
(〇はいくつでも)



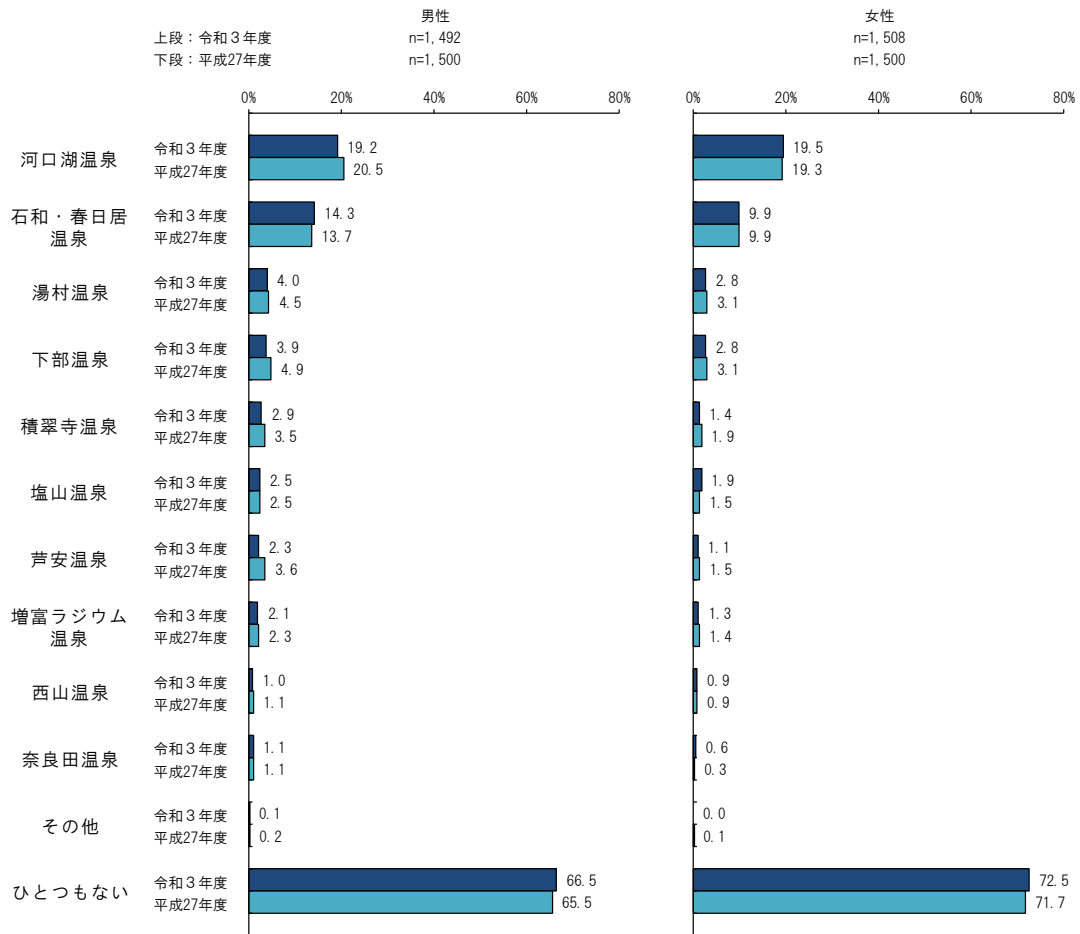
行ったことがある山梨県内の温泉地は、「ひとつもない」69.5%が最も多く、以下「河口湖温泉」19.3%、「石和・春日居温泉」12.1%、「湯村温泉」3.4%、「下部温泉」3.3%となっています。
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

【年代別】



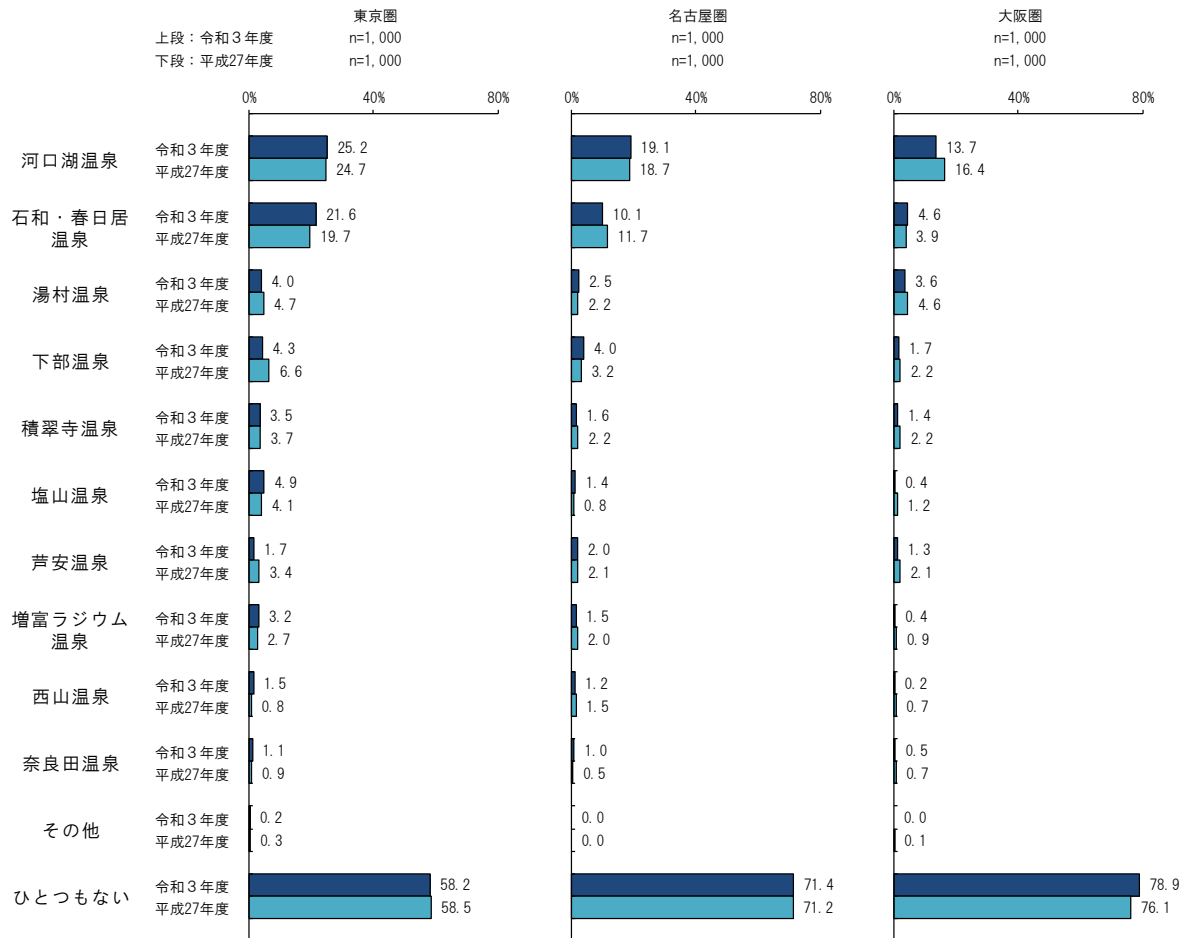
年代別で見ると、全体的に年代が高くなるほど多くなる傾向にあり、特に「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」が多くなっています。

【性別】



性別で見ると、全体的に男性が女性を上回っています。また、女性において「ひとつもない」が72.5%と男性より6.0ポイント多くなっています。

【居住圏域別】

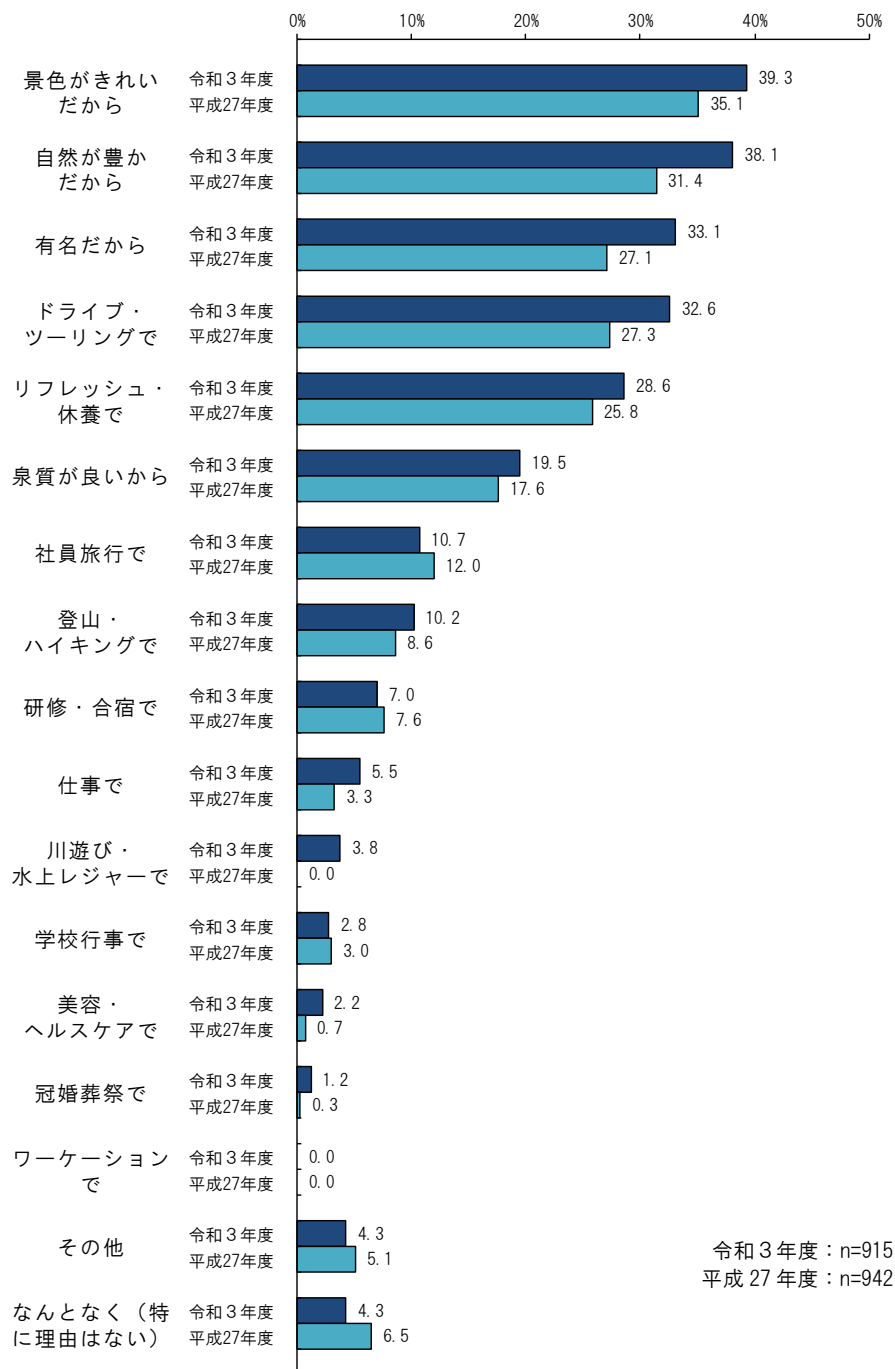


居住圏域別でみると、西に行くほど全体的に少なくなる傾向にあり、特に「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」が少なくなっています。

問 11

山梨県内の温泉地を訪問した理由は何ですか。(〇はいくつでも)

(問 10 (3) で「ひとつもない」と回答した人以外…915 人)

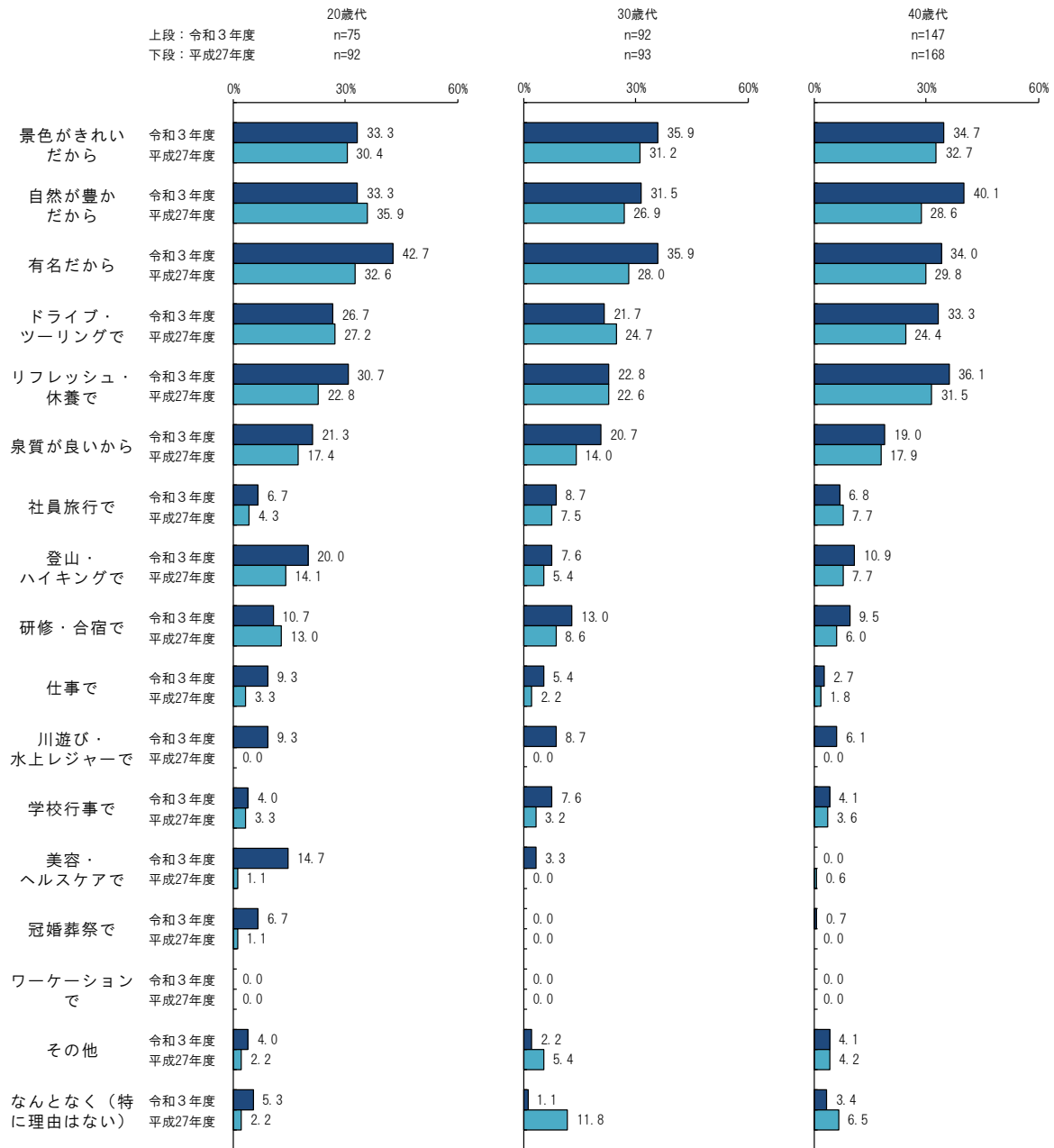


※「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」は令和3年度調査からの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

山梨県内の温泉地を訪問した理由は、「景色がきれいだから」39.3%が最も多く、以下「自然が豊かだから」38.1%、「有名だから」33.1%、「ドライブ・ツーリングで」32.6%、「リフレッシュ・休養で」28.6%となっています。

平成27年度調査と比較すると、「社員旅行で」、「研修・合宿で」、「学校行事で」以外のすべての理由で高くなっており、特に「自然が豊かだから」が38.1%と6.7ポイント高くなっています。

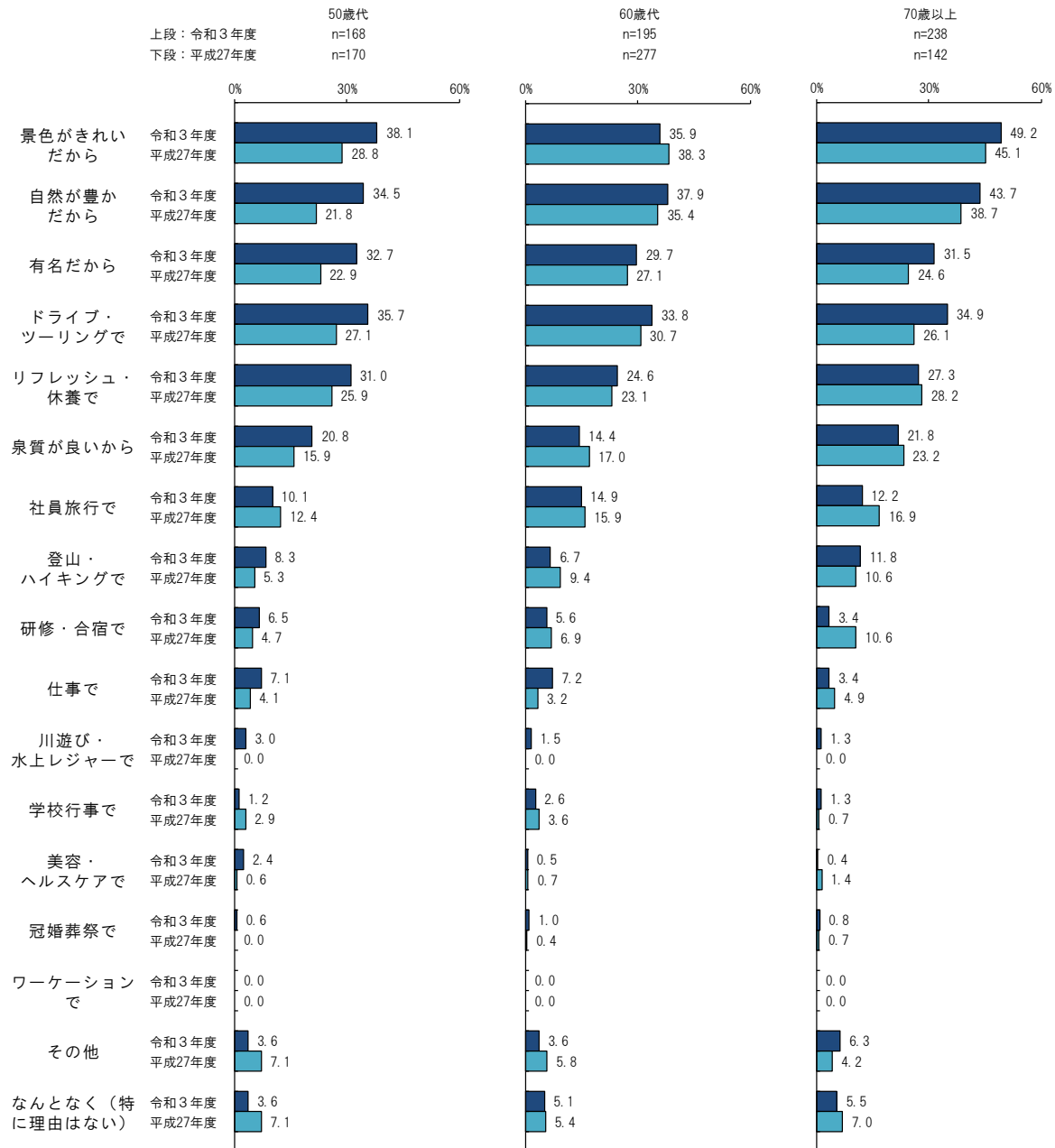
【年代別】



※「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」は令和3年度調査からの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」を含む

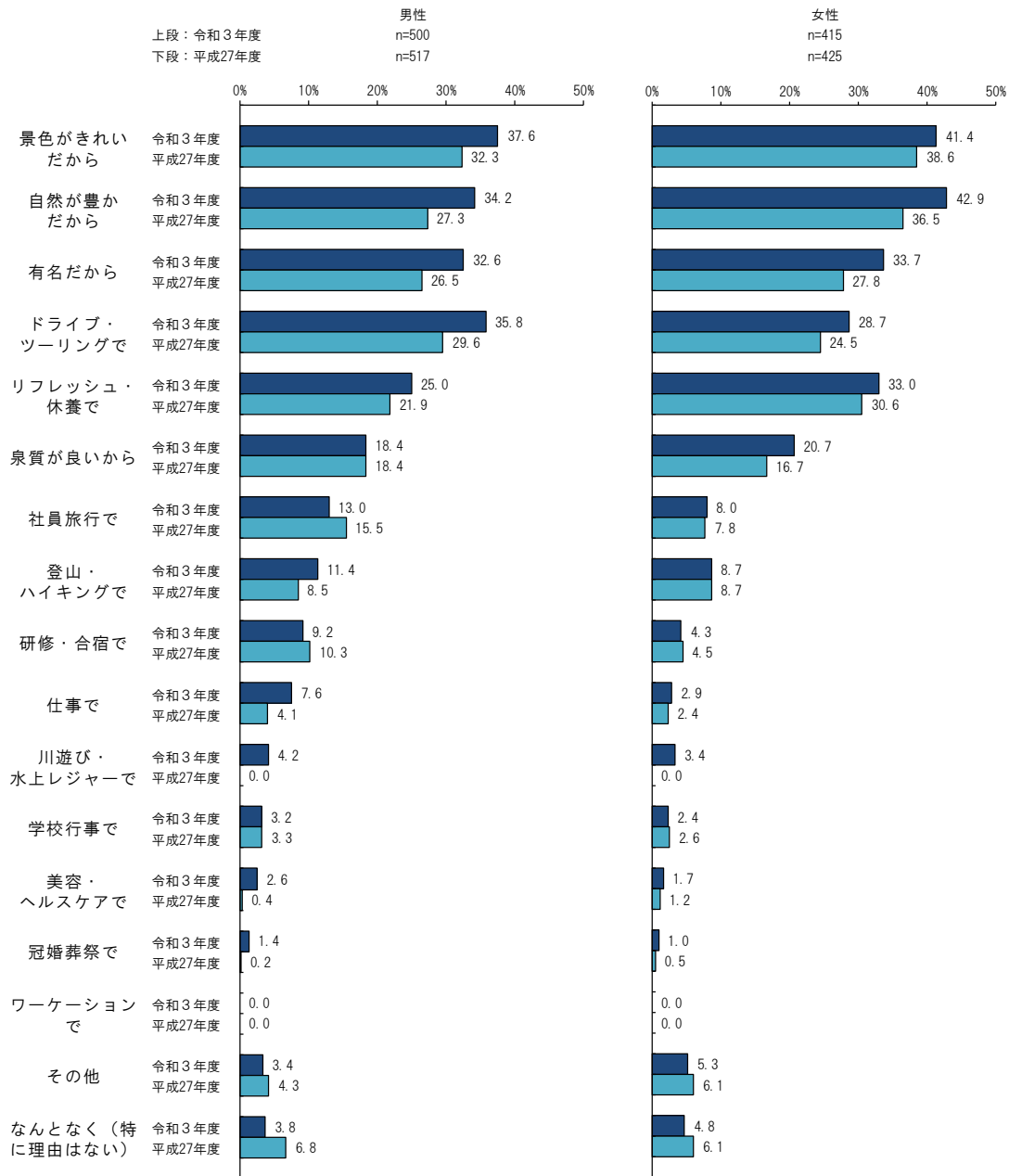
年代別で見ると、20歳代において「登山・ハイキングで」、「美容・ヘルスケアで」が、30歳代において「学校行事で」が多くなっています。また、70歳以上において「景色がきれいだから」が約5割と多くなっています。

2. 調査の結果



※「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」は令和3年度調査からの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」を含む

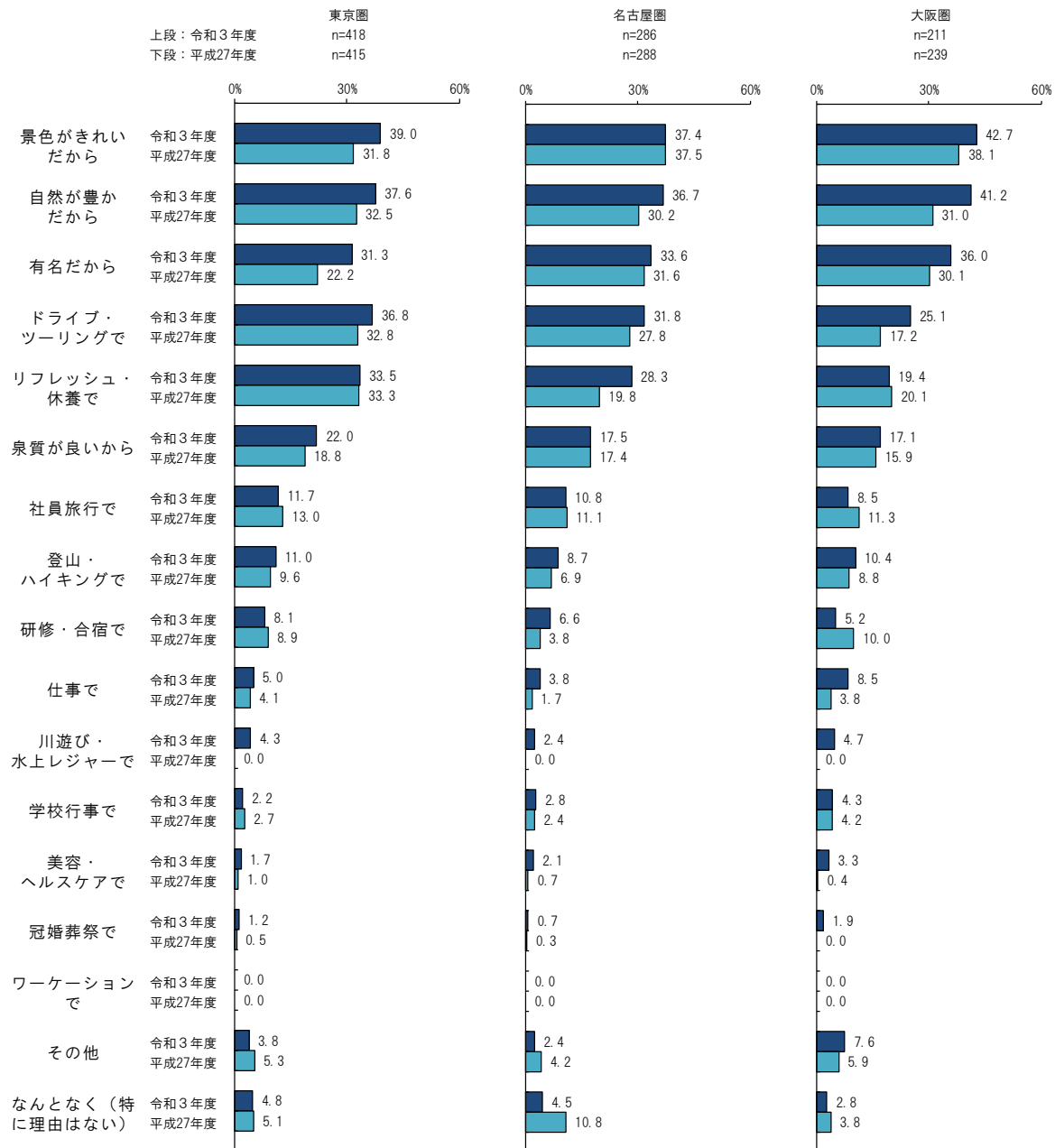
【性別】



※「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」は令和3年度調査からの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」に含む

性別で見ると、男性において「ドライブ・ツーリングで」、「社員旅行で」が多く、女性において「自然が豊かだから」、「リフレッシュ・休養で」が多くなっています。

【居住圏域別】



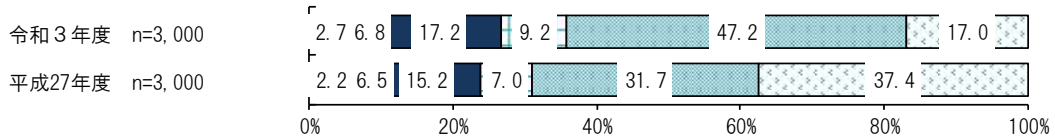
※「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」は令和3年度調査からの選択肢
 ※平成27年度調査の「旅行・観光で」、「その他スポーツで」は「その他」を含む

居住圏域別でみると、西に行くほど「ドライブ・ツーリングで」、「リフレッシュ・休養で」、「研修・合宿で」が少なくなる傾向にあります。また、大阪圏において「景色がきれいだから」、「自然が豊かだから」が4割を超えて多くなっています。

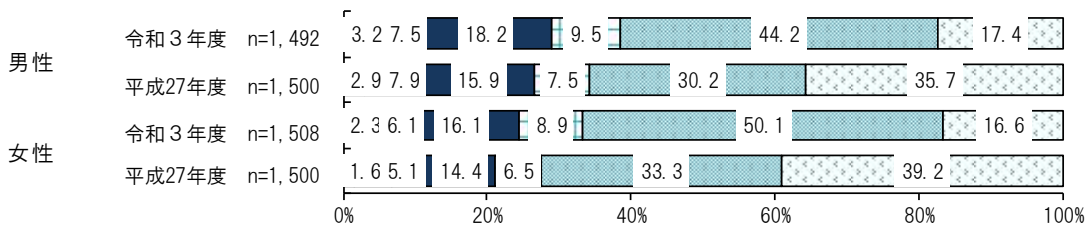
問12

山梨県内の「水」の名所や温泉地の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。
(〇はそれぞれ1つずつ)

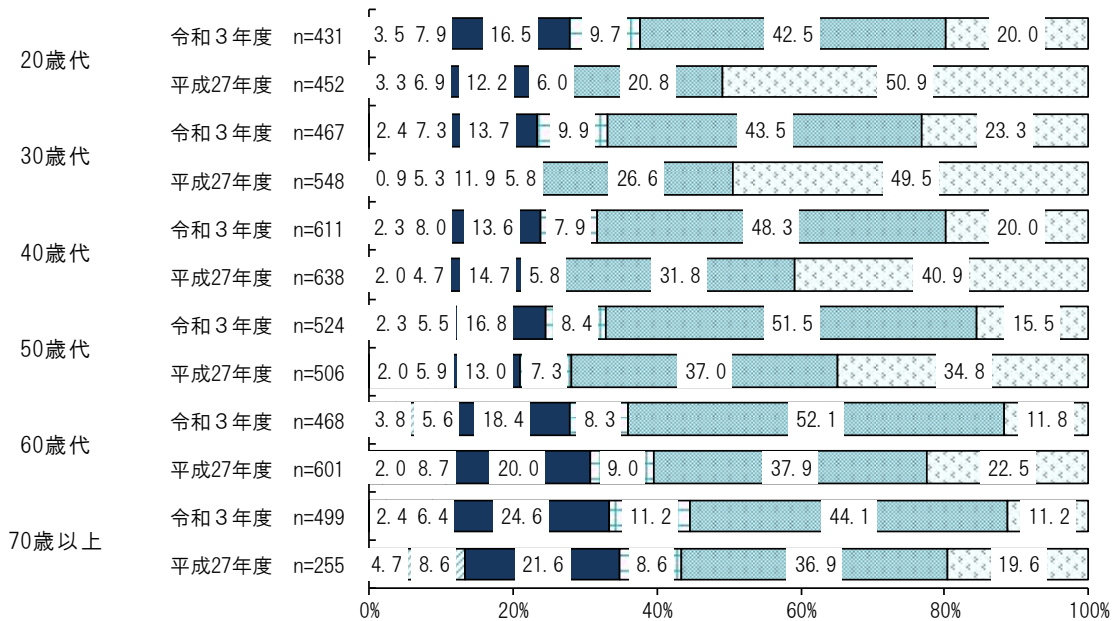
(1) 山梨県内の「水」の名所の情報



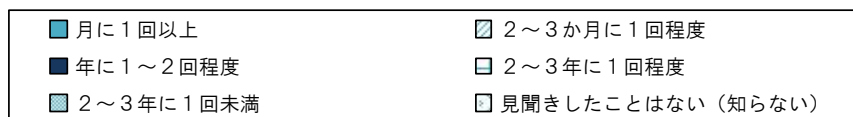
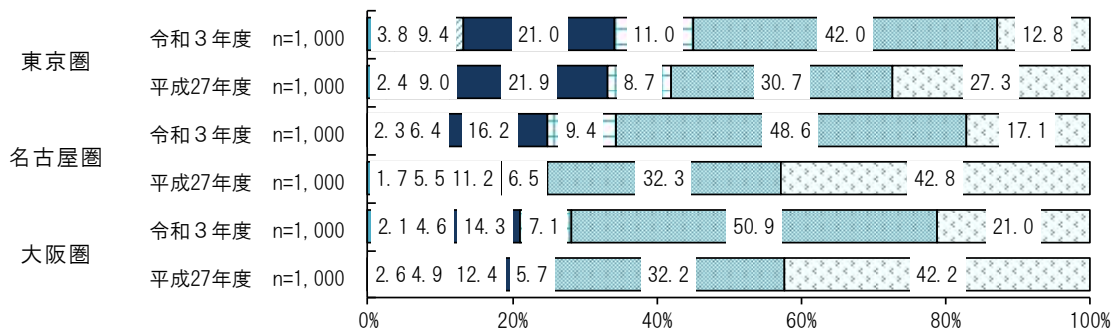
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県内の水の名所の情報を見聞きした頻度は、「2～3年に1回未満」47.2%が最も多く、以下「年に1～2回程度」17.2%、「見聞きしたことはない（知らない）」17.0%、「2～3年に1回程度」9.2%、「2～3か月に1回程度」6.8%となっています。

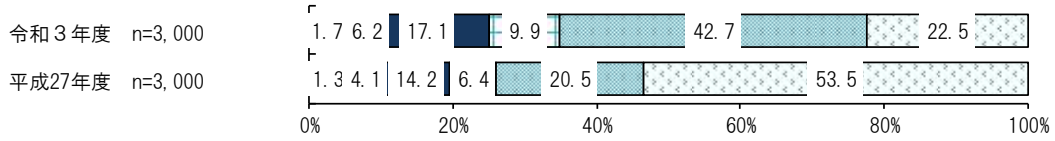
平成27年度調査と比較すると、「見聞きしたことはない（知らない）」が20.4ポイント低くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

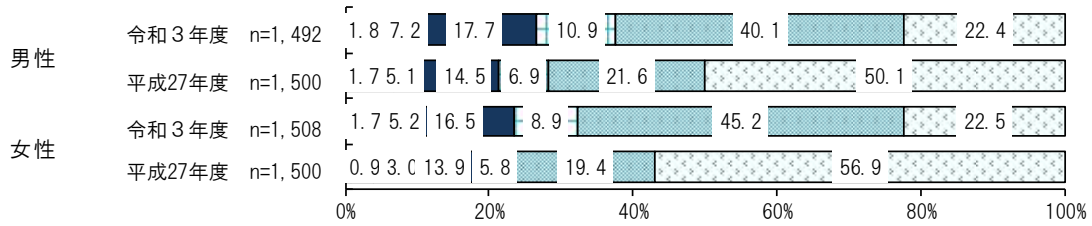
年代別でみると、年代が高くなるほど「見聞きしたことはない（知らない）」が少なくなる傾向にあります。また、70歳以上において「年に1～2回程度」が24.6%と多くなっています。

居住圏域別でみると、西へ行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。また東京圏において「年に1～2回程度」が21.3%と多くなっています。

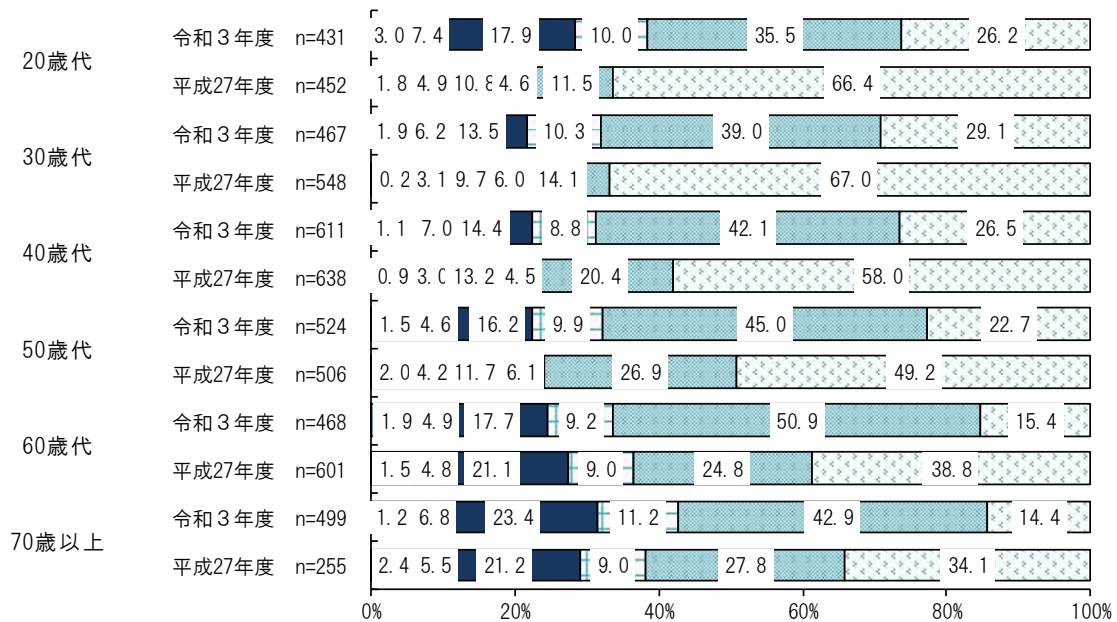
(2) 山梨県内の温泉地の情報



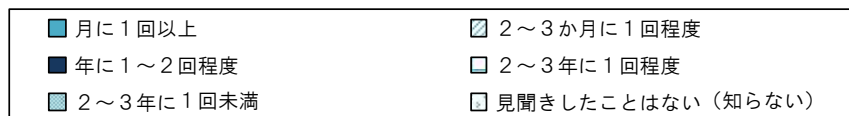
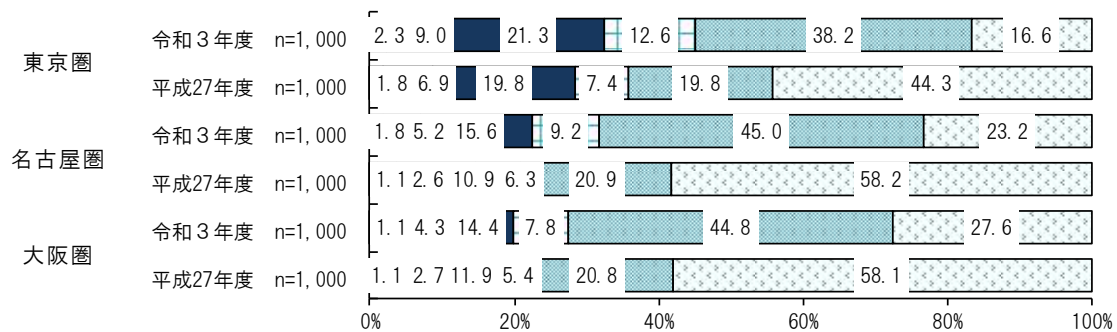
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県内の温泉地の情報を見聞きした頻度は、「2～3年に1回未満」42.7%が最も多く、以下「見聞きしたことはない（知らない）」22.5%、「年に1～2回程度」17.1%、「2～3年に1回程度」9.9%、「2～3か月に1回程度」6.2%となっています。

平成27年度調査と比較すると、「見聞きしたことはない（知らない）」が31.0ポイント低くなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

年代別でみると、70歳以上において「年に1～2回程度」が23.4%と多くなっています。

居住圏域別でみると、西へ行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「年に1～2回程度」が21.3%と多くなっています。

問 13

山梨の「水」や「温泉」に関連する観光やワーケーション等で、あなたが参加・体験したいものを、すべて教えてください。(〇はいくつでも)

選択肢	令和3年度	平成27年度
11 グルメ	34.8	30.6
8 森林浴	33.2	32.6
19 湯巡り	30.3	29.8
18 名水巡り	23.2	23.9
7 登山・ハイキング	22.7	20.9
2 川遊び	22.6	18.6
9 キャンプ	22.6	15.7
6 遊覧船	20.9	17.7
1 釣り	18.1	14.0
15 ウイスキー醸造所の見学	17.9	18.8
3 カヌー・カヤック	16.7	12.0
16 ミネラルウォーター工場の見学	15.9	16.0
4 ラフティング	14.4	10.5
14 日本酒蔵元の見学	14.0	13.9
12 美容・ヘルスケア	6.7	5.6
20 紙すき	5.6	6.4
5 SUP・ウインドサーフィン	5.1	2.2
17 植物工場の見学	5.1	6.2
10 エコツアー	4.5	5.2
13 米づくり等の農業体験	2.7	2.7
21 その他	0.6	0.8
22 特になし	21.6	26.0

 : 前回比+5ポイント以上  : 前回比-5ポイント以上

※「SUP・ウインドサーフィン」は平成27年度調査では「ウインドサーフィン」

参加・体験したい山梨の水や温泉に関連する観光は、「グルメ」34.8%が最も多く、以下「森林浴」33.2%、「湯巡り」30.3%、「名水巡り」23.2%、「登山・ハイキング」22.7%となっています。

平成27年度調査と比較すると、全体的に上回っており、特に「キャンプ」が6.9ポイント高くなっています。

【年代別】

選択肢	20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27	R3	H27
11 グルメ	30.6	30.1	34.7	29.9	37.3	32.8	42.9	31.2	31.2	30.0	30.3	27.8
8 森林浴	30.4	28.1	29.1	31.0	35.0	30.3	36.1	31.8	36.5	38.9	31.3	36.1
19 湯巡り	29.5	22.1	25.3	24.6	28.8	29.8	31.1	31.6	32.3	37.3	34.7	33.7
18 名水巡り	19.0	18.8	17.6	21.2	23.4	21.6	21.2	24.5	25.0	30.1	32.1	28.6
7 登山・ハイキング	26.2	18.8	19.9	22.1	24.4	20.5	25.0	19.2	19.9	22.3	20.4	23.5
2 川遊び	36.4	29.9	33.8	27.6	27.5	21.8	17.7	14.4	16.0	7.3	5.4	5.9
9 キャンプ	35.7	24.6	27.4	21.7	30.8	17.1	19.7	12.6	13.0	9.0	8.8	5.9
6 遊覧船	18.6	16.4	17.3	16.2	22.9	19.1	20.2	18.2	23.9	17.6	21.4	18.8
1 釣り	28.1	23.5	22.9	15.9	22.4	14.4	16.6	11.7	12.2	9.8	6.8	7.1
15 ウイスキー醸造所の見学	13.7	13.1	11.8	11.9	16.9	19.9	20.4	22.7	22.2	23.0	21.8	23.1
3 カヌー・カヤック	29.5	22.3	19.9	16.6	23.7	13.3	13.4	7.7	9.0	6.0	5.0	2.7
16 ミネラルウォーター工場の見学	14.2	13.5	13.9	12.4	17.2	18.5	15.8	14.0	17.1	19.5	16.6	17.6
4 ラフティング	24.1	21.9	19.9	13.7	19.6	11.6	11.3	7.1	7.5	4.7	4.2	1.6
14 日本酒蔵元の見学	13.0	13.5	12.0	10.8	15.1	15.0	14.1	15.2	15.4	13.8	13.8	16.5
12 美容・ヘルスケア	14.4	12.6	9.2	7.1	6.9	5.6	5.9	4.7	2.4	1.2	2.2	2.4
20 紙すき	4.2	4.4	5.4	5.8	7.2	7.7	7.3	6.7	4.9	6.8	4.2	6.7
5 SUP・ウインドサーフィン	8.6	8.0	10.1	1.8	7.5	1.7	3.4	1.0	1.1	0.3	0.0	0.8
17 植物工場の見学	4.4	5.5	4.3	3.3	6.5	6.6	4.0	5.5	4.7	7.7	6.2	10.2
10 エコツアー	5.3	5.1	3.6	5.7	6.4	6.0	4.6	4.2	2.8	5.3	3.6	3.9
13 米づくり等の農業体験	3.7	3.8	5.1	3.1	3.6	4.2	2.1	1.4	1.1	1.5	0.4	2.0
21 その他	0.0	0.0	0.2	0.4	0.7	1.1	0.4	0.4	0.9	1.5	1.4	2.0
22 特になし	17.6	24.8	21.8	28.8	20.9	27.4	21.0	26.1	24.1	23.3	24.0	25.1

：前回比+5ポイント以上 ：前回比-5ポイント以上

※「SUP・ウインドサーフィン」は平成27年度調査では「ウインドサーフィン」

年代別でみると、年代が高くなるほど「川遊び」、「キャンプ」、「釣り」、「ラフティング」、「美容・ヘルスケア」、「SUP・ウインドサーフィン」が少なくなる傾向にあります。また、70歳以上において「名水巡り」が32.1%と多くなっています。

【性別】

選択肢	男性		女性	
	R3	H27	R3	H27
11 グルメ	31.0	25.4	38.6	35.8
8 森林浴	27.3	25.1	39.1	40.0
19 湯巡り	26.2	26.0	34.3	33.7
18 名水巡り	19.6	21.1	26.7	26.7
7 登山・ハイキング	23.9	21.9	21.5	19.9
2 川遊び	22.1	17.9	23.1	19.3
9 キャンプ	25.7	17.7	19.6	13.7
6 遊覧船	16.7	14.3	25.0	21.1
1 釣り	21.5	16.5	14.7	11.5
15 ウイスキー醸造所の見学	22.3	20.0	13.5	17.5
3 カヌー・カヤック	16.4	10.2	17.1	13.7
16 ミネラルウォーター工場の見学	14.2	15.0	17.6	17.0
4 ラフティング	13.5	8.4	15.3	12.7
14 日本酒蔵元の見学	14.4	12.9	13.5	14.9
12 美容・ヘルスケア	1.8	1.1	11.5	10.1
20 紙すき	2.5	3.0	8.7	9.9
5 SUP・ウインドサーフィン	4.8	2.0	5.4	2.4
17 植物工場の見学	4.0	4.6	6.2	7.7
10 エコツアー	3.5	4.5	5.4	5.9
13 米づくり等の農業体験	2.1	1.9	3.2	3.6
21 その他	0.7	1.1	0.5	0.5
22 特にない	23.1	29.1	20.2	22.9

：前回比+5ポイント以上 ：前回比-5ポイント以上

※「SUP・ウインドサーフィン」は平成27年度調査では「ウインドサーフィン」

性別で見ると、男性において「釣り」、「ウイスキー醸造所の見学」が多く、女性において「グルメ」、「森林浴」「湯巡り」、「名水巡り」、「遊覧船」、「美容・ヘルスケア」、「紙すき」が多くなっています。

【居住圏域別】

選択肢	東京圏		名古屋圏		大阪圏	
	R 3	H27	R 3	H27	R 3	H27
11 グルメ	34.6	31.2	36.1	29.5	33.7	31.1
8 森林浴	35.3	33.9	32.4	29.8	32.0	34.0
19 湯巡り	29.7	28.9	30.0	25.9	31.1	34.7
18 名水巡り	24.0	23.1	21.2	21.3	24.3	27.3
7 登山・ハイキング	23.3	22.2	22.4	18.2	22.4	22.4
2 川遊び	23.2	20.6	22.2	16.9	22.4	18.2
9 キャンプ	23.3	15.7	22.6	14.5	21.9	17.0
6 遊覧船	19.0	16.6	22.2	15.7	21.4	20.8
1 釣り	17.8	14.4	17.4	12.5	19.1	15.2
15 ウイスキー醸造所の見学	18.5	20.3	18.7	19.5	16.5	16.5
3 カヌー・カヤック	16.1	11.3	15.8	9.9	18.3	14.7
16 ミネラルウォーター工場の見学	16.8	16.5	16.5	15.2	14.4	16.3
4 ラフティング	13.9	10.7	13.3	9.0	16.0	11.9
14 日本酒蔵元の見学	15.9	14.1	13.1	12.3	12.9	15.4
12 美容・ヘルスケア	7.2	5.9	7.2	5.3	5.6	5.7
20 紙すき	6.1	5.4	4.8	4.5	6.0	9.4
5 SUP・ウインドサーフィン	5.7	2.9	4.4	1.2	5.2	2.5
17 植物工場の見学	6.2	7.1	4.5	4.1	4.6	7.3
10 エコツアー	5.3	5.5	3.4	4.3	4.7	5.7
13 米づくり等の農業体験	3.5	2.2	1.8	2.1	2.7	3.9
21 その他	0.9	1.4	0.5	0.5	0.4	0.6
22 特にない	20.5	24.0	21.0	29.1	23.4	25.0

：前回比+5ポイント以上 ：前回比-5ポイント以上

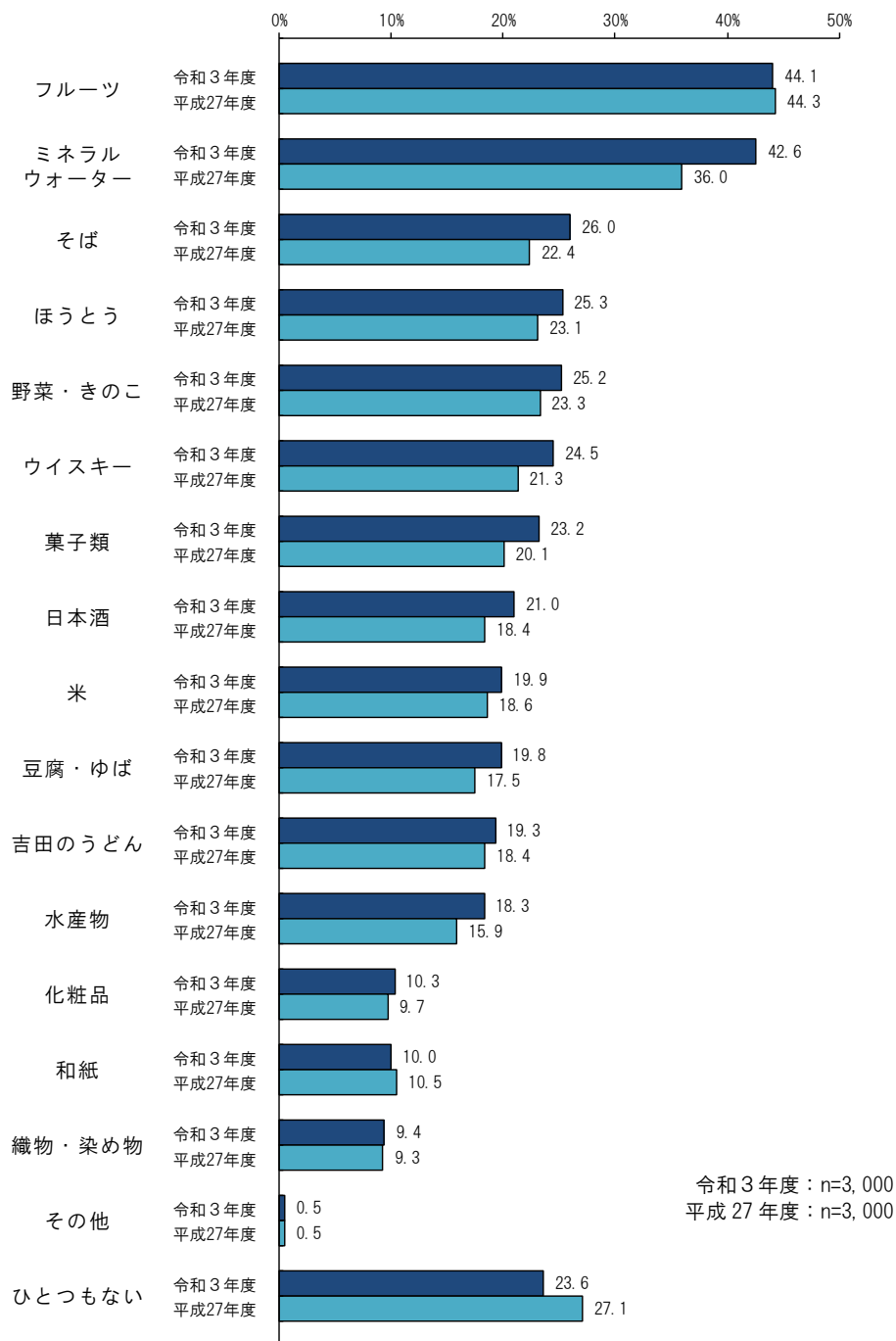
※「SUP・ウインドサーフィン」は平成27年度調査では「ウインドサーフィン」

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

Ⅲ 「水」に関連する山梨県産商品について

問 14

(1) 山梨の「水」に関連する商品について、あなたが購入してみたいと思うものをすべて教えてください。(〇はいくつでも)

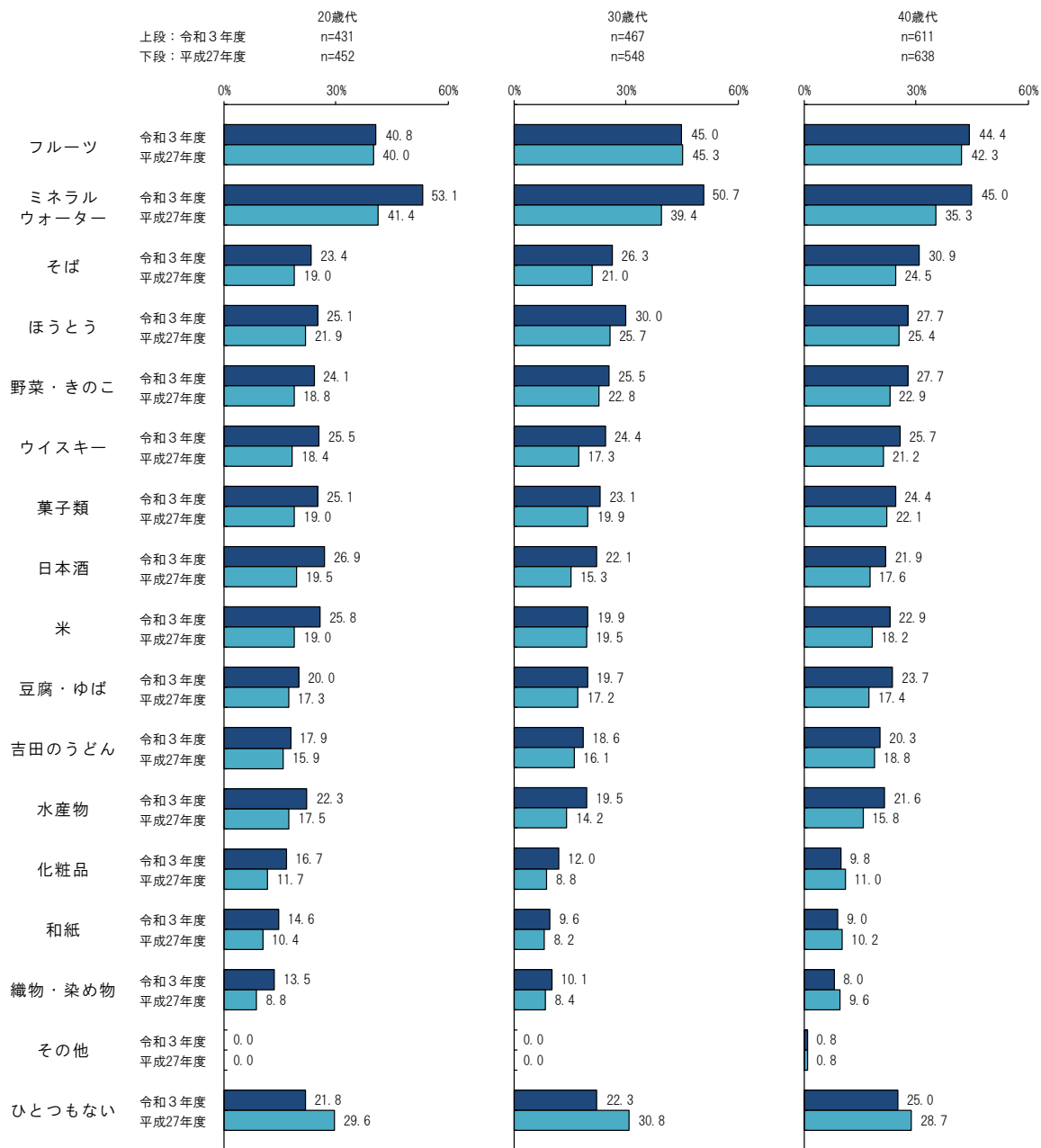


※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

購入してみたいと思う水に関連する山梨県産商品は、「フルーツ」44.1%が最も多く、以下「ミネラルウォーター」42.6%、「そば」26.0%、「ほうとう」25.3%、「野菜・きのこ」25.2%となっています。

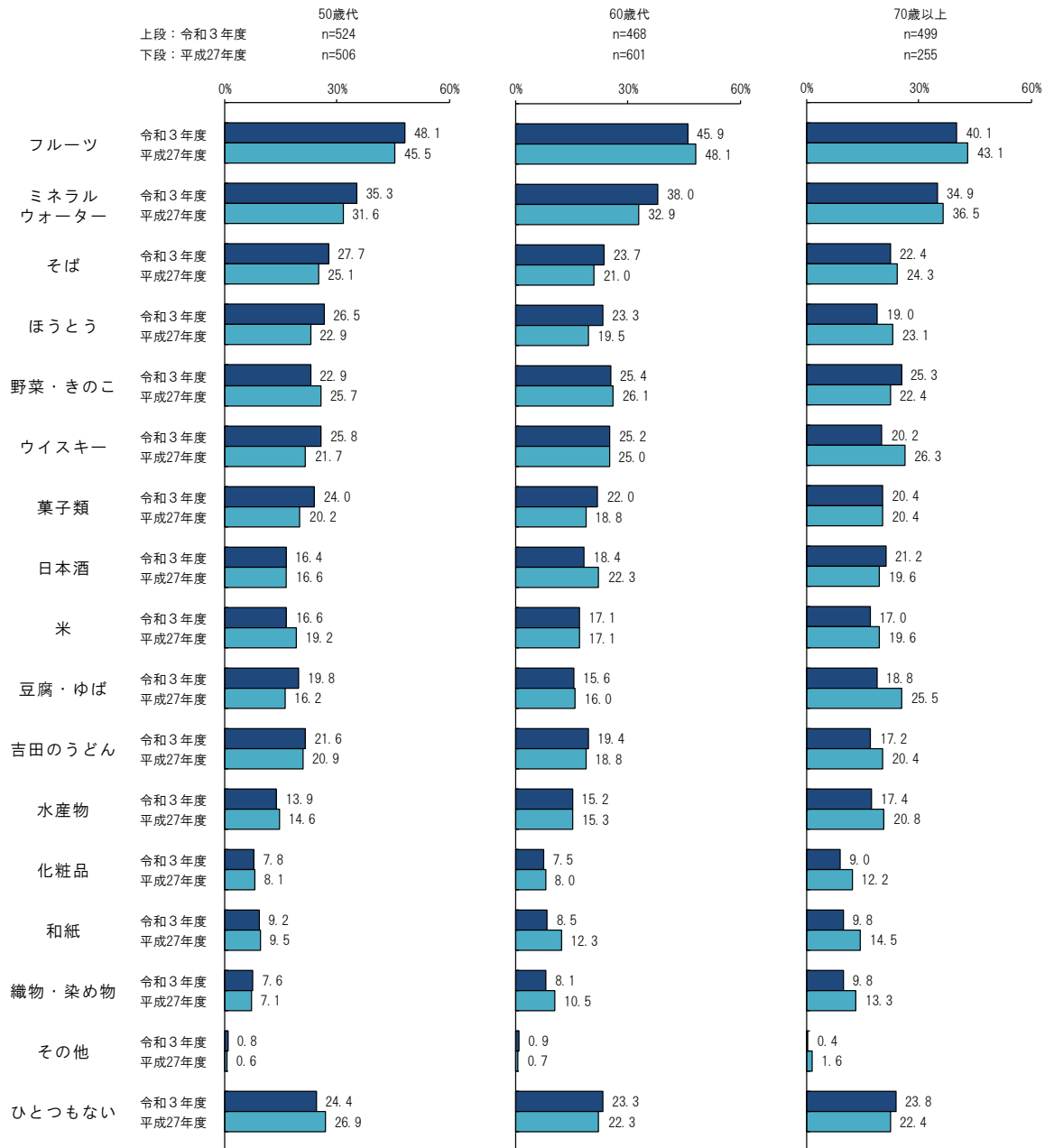
平成27年度調査と比較すると、全体的に上回っており、特に「ミネラルウォーター」が6.6ポイント高くなっています。

【年代別】



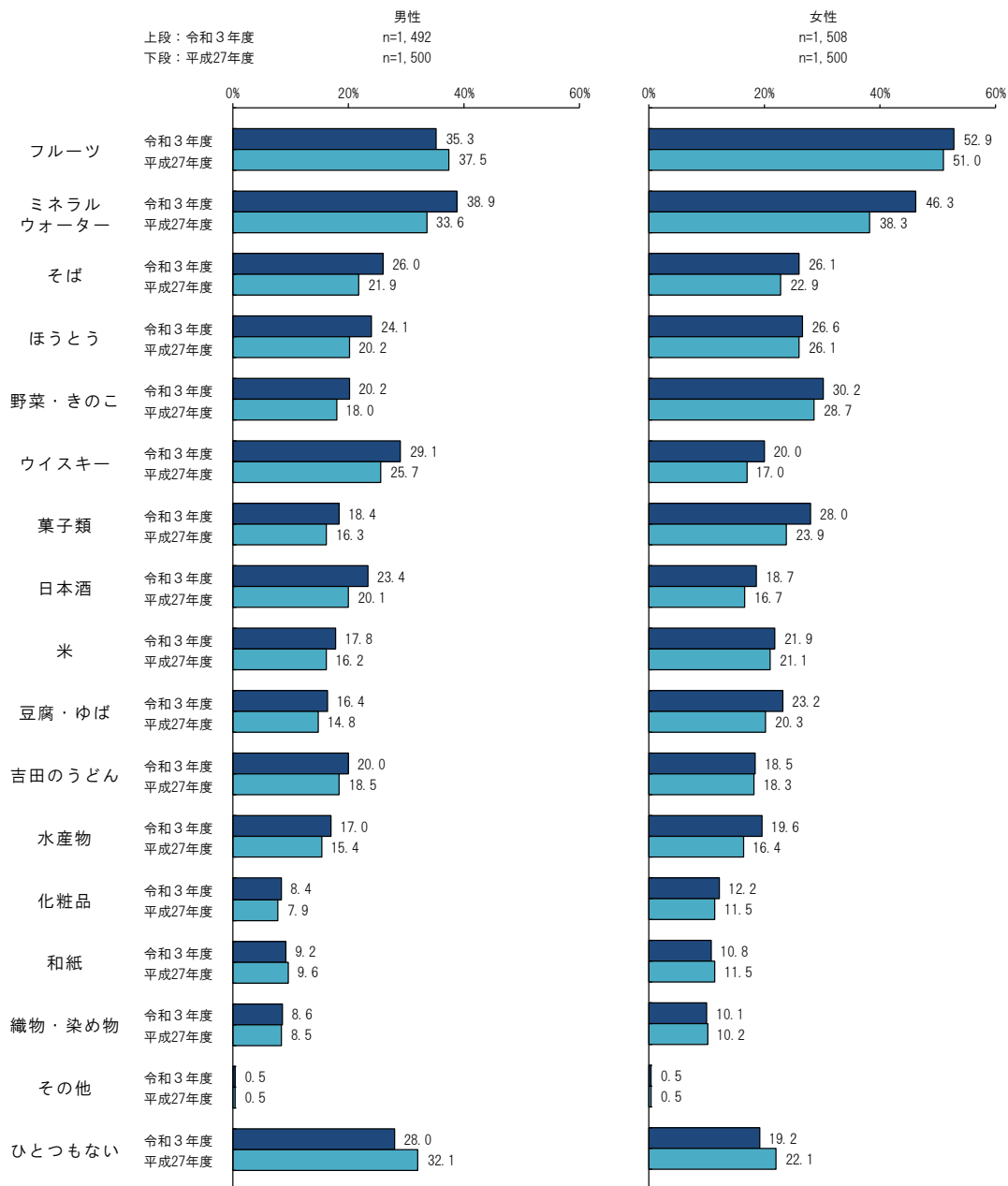
※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

年代別で見ると、20歳代～30歳代において「ミネラルウォーター」が5割を超えて多くなっています。また、70歳以上において「ほうとう」が2割を下回って少なくなっています。



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

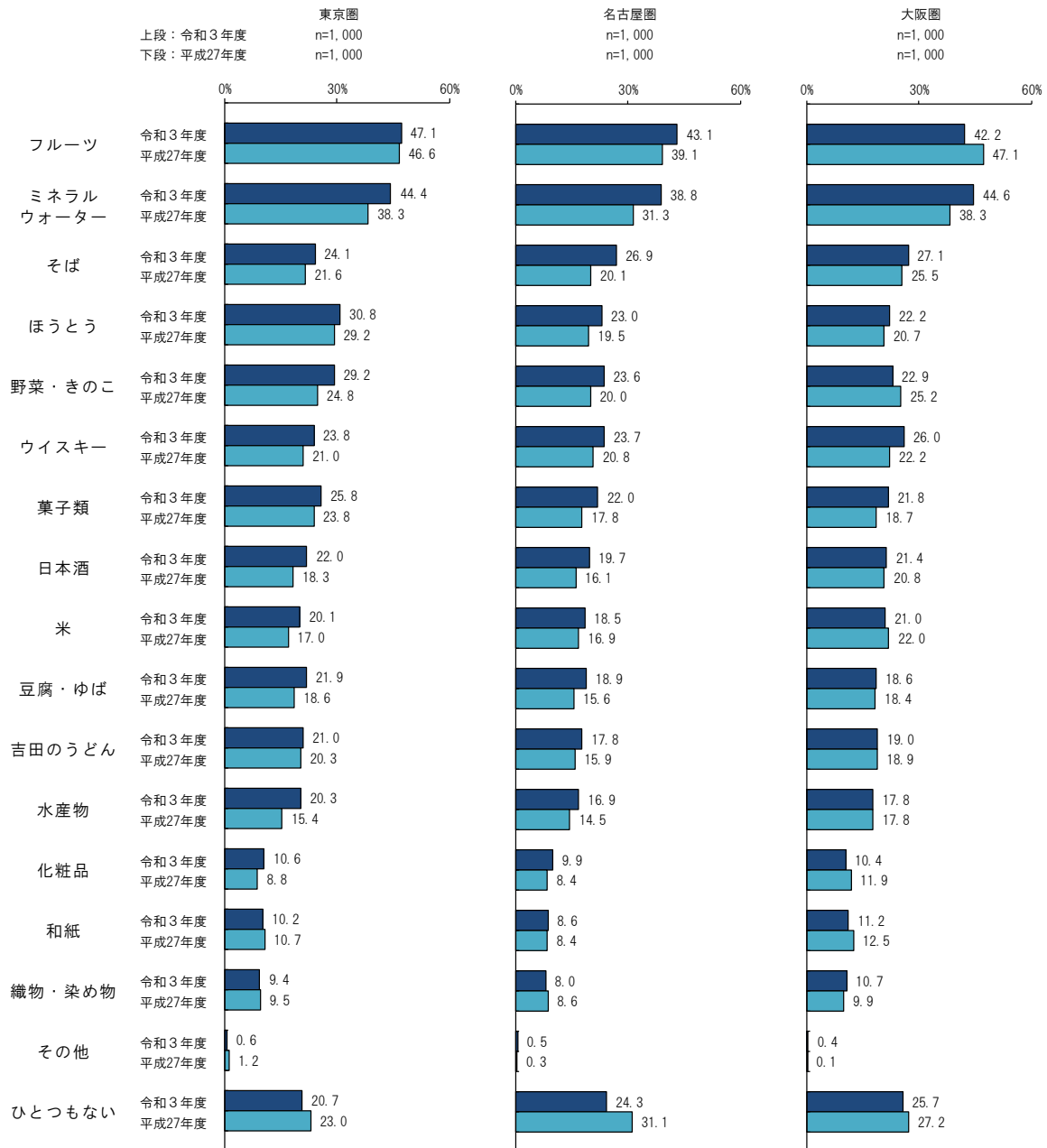
【性別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

性別で見ると、男性において「ウイスキー」、「ひとつもない」が多く、女性において「フルーツ」、「野菜・きのこ」、「菓子類」、「豆腐・ゆば」が多くなっています。

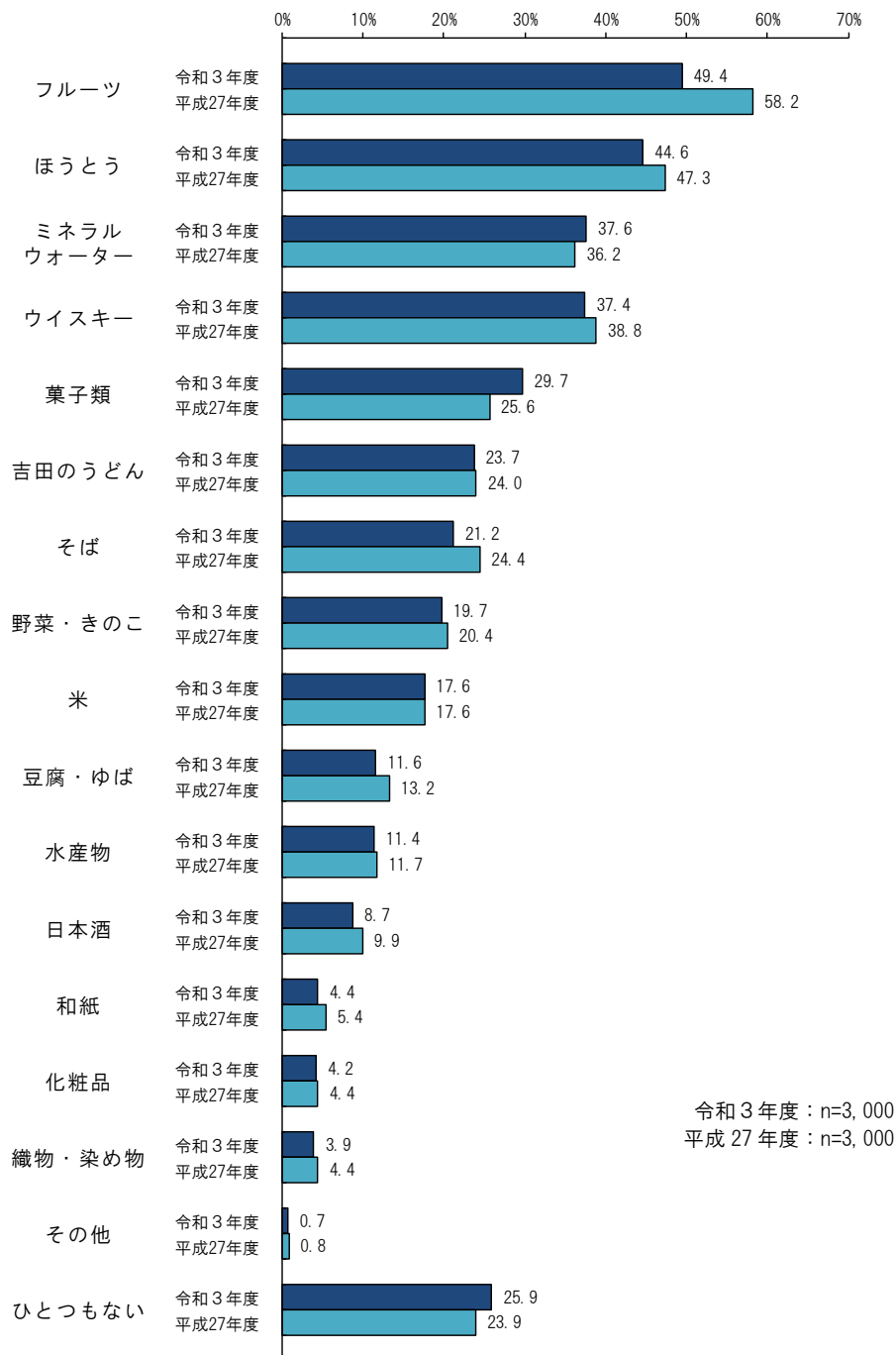
【居住圏域別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

居住圏域別でみると、東京圏において「ほうとう」が多く、「ひとつもない」が20.7%と少なくなっています。また、名古屋圏において「ミネラルウォーター」が少なくなっています。

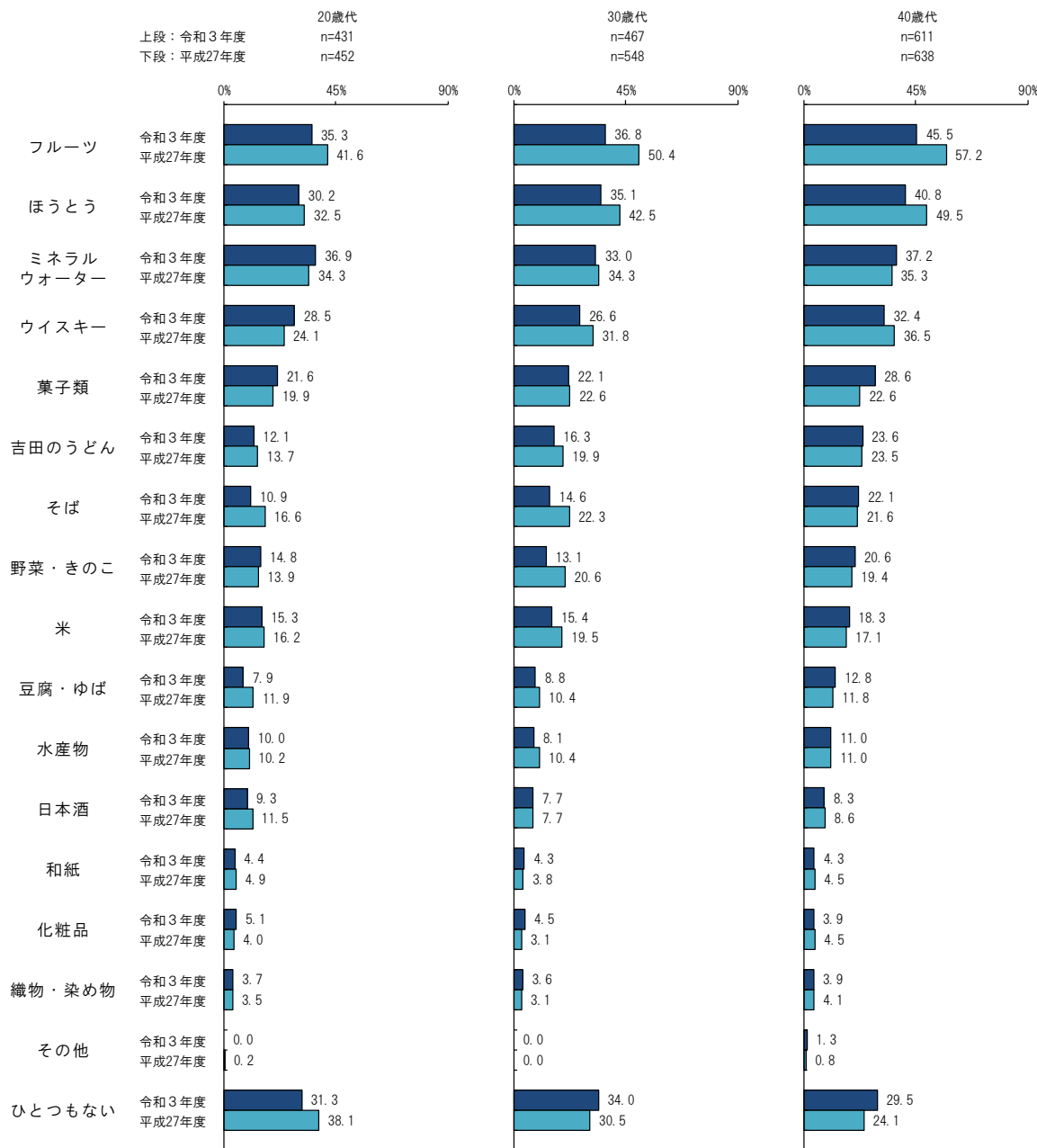
(2) 山梨の「水」に関連する商品について、あなたが知っているものをすべて教えてください。(〇はいくつでも)



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

知っている水に関連する山梨県産商品は、「フルーツ」49.4%が最も多く、以下「ほうとう」44.6%、「ミネラルウォーター」37.6%、「ウイスキー」37.4%、「菓子類」29.7%となっています。平成27年度調査と比較すると、「フルーツ」が8.8ポイント低くなっています。

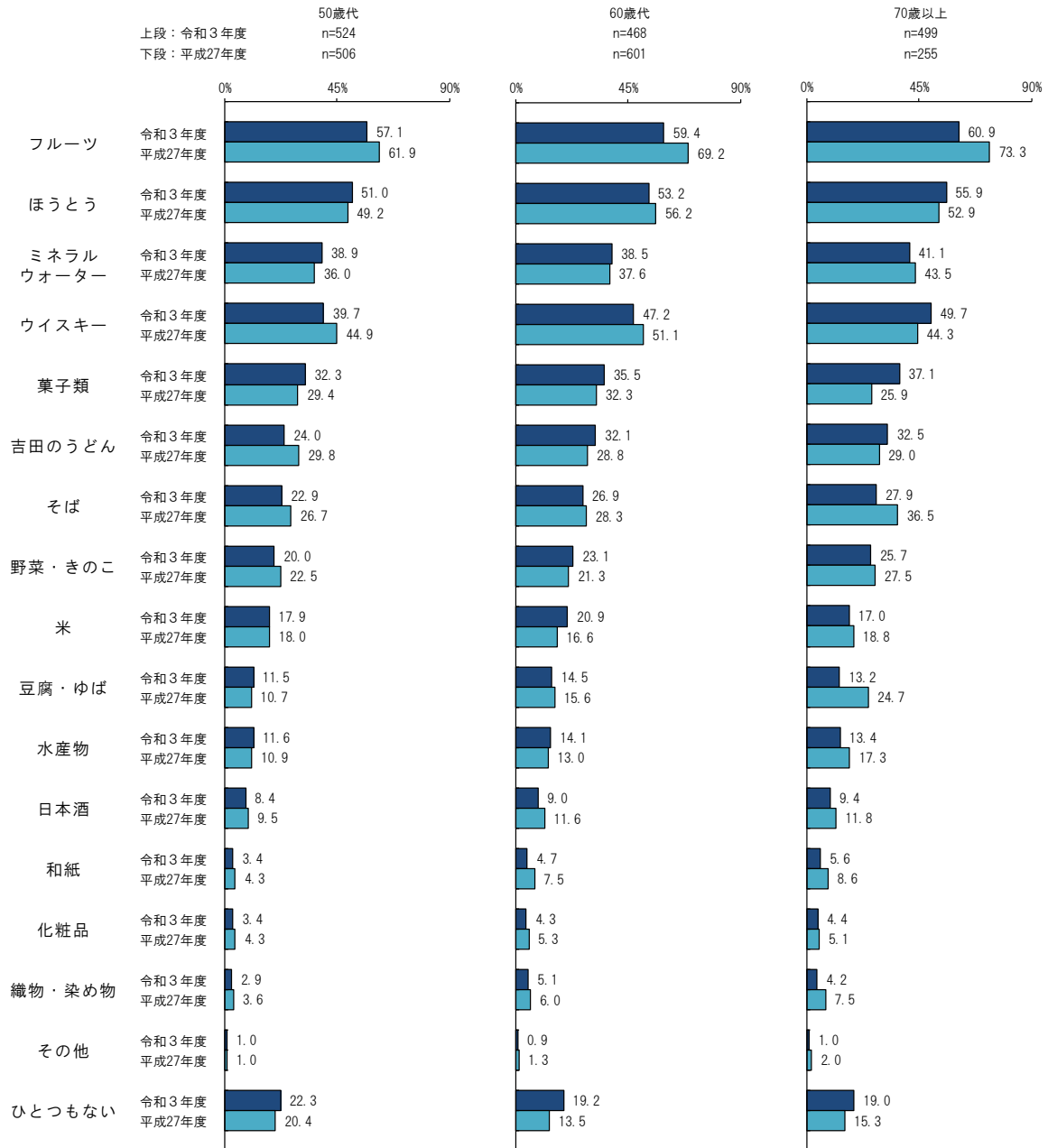
【年代別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

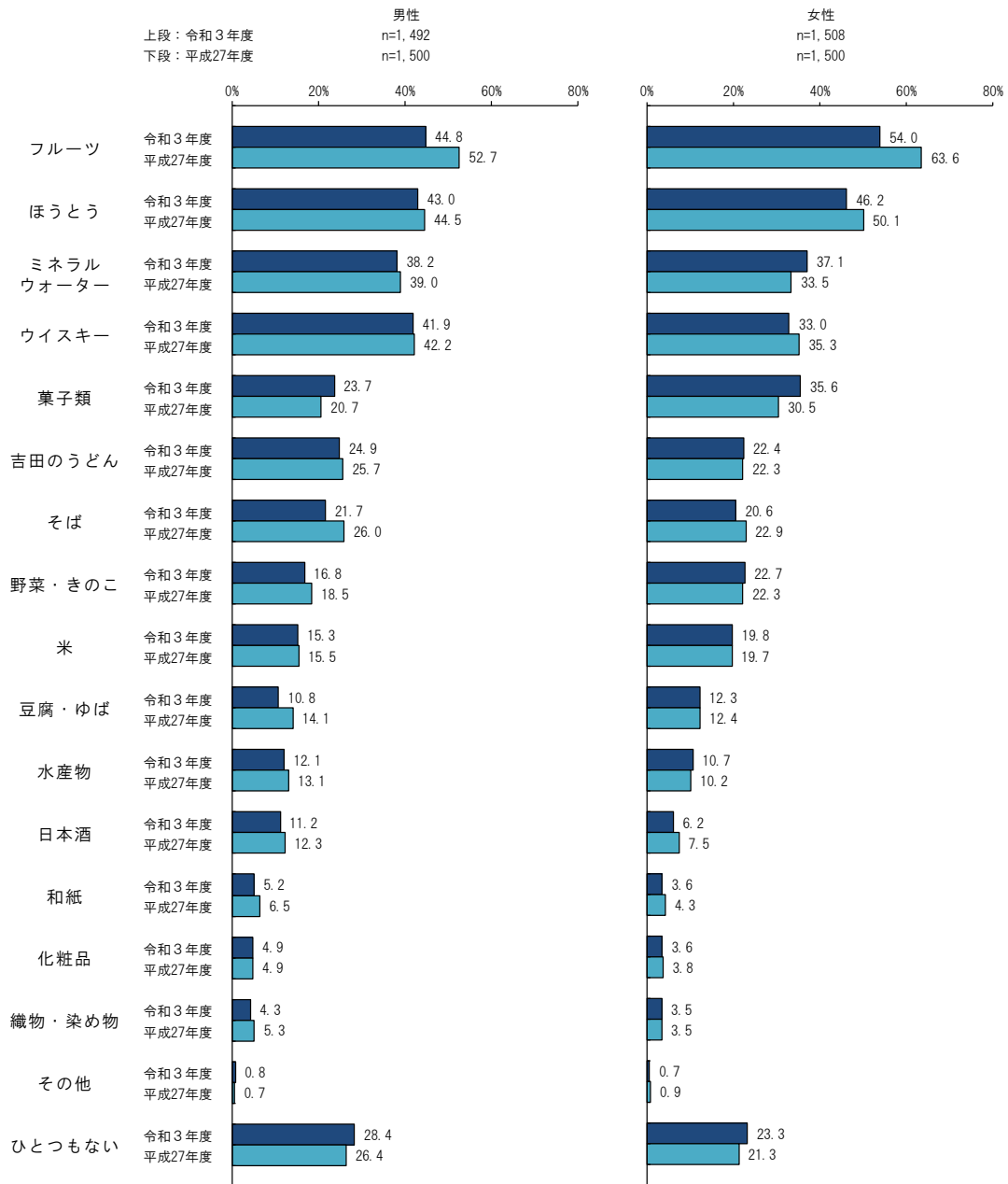
年代別で見ると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「ほうとう」、「菓子類」、「吉田のうどん」、「そば」が多くなる傾向にあります。また、20歳代～30歳代において「野菜・きのこ」が2割を下回って少なく、50歳代以上において「フルーツ」、「ほうとう」が5割を超えて多くなっています。

2. 調査の結果



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

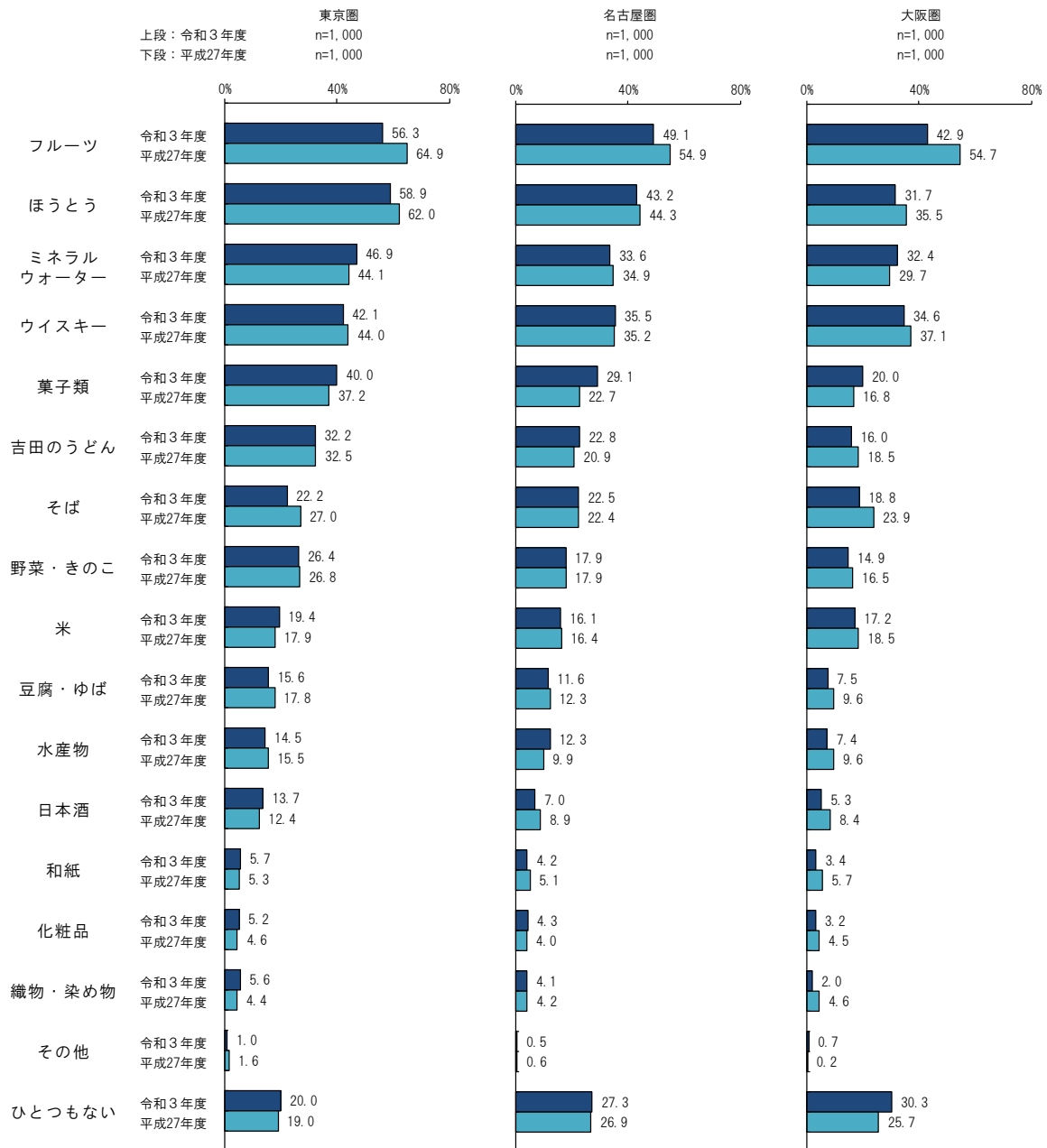
【性別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

性別で見ると、男性において「ウイスキー」が多く、女性において「フルーツ」、「菓子類」が多くなっています。

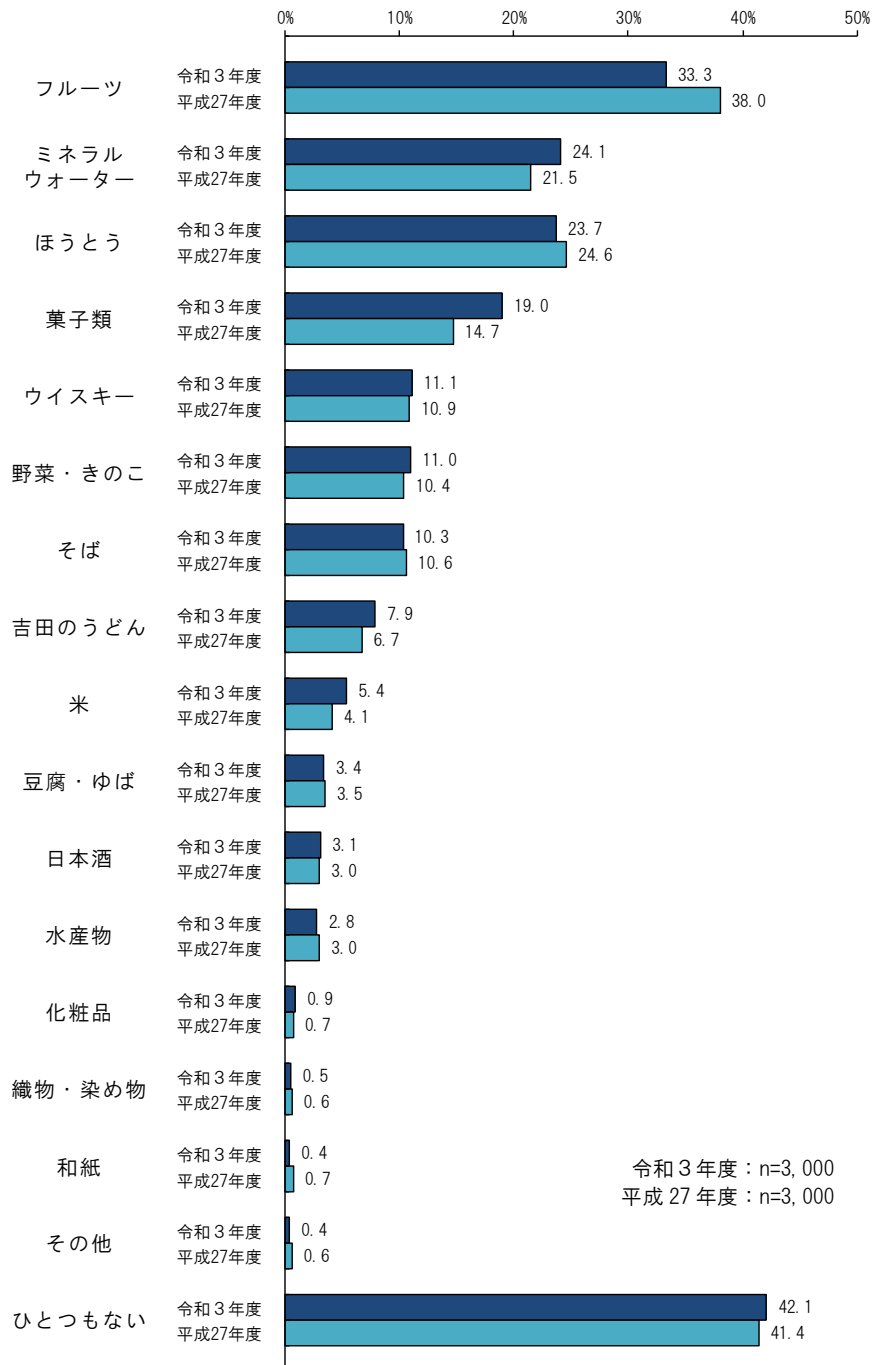
【居住圏域別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

居住圏域別でみると、西に行くほど「ほうとう」、「吉田のうどん」、「菓子類」、「豆腐・ゆば」が少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「フルーツ」、「ミネラルウォーター」、「ウイスキー」、「野菜・きのこ」が多く、「ひとつもない」が20.0%と少なくなっています。

(3) 山梨の「水」に関連する商品について、あなたが購入したことがあるものをすべて教えてください。(〇はいくつでも)

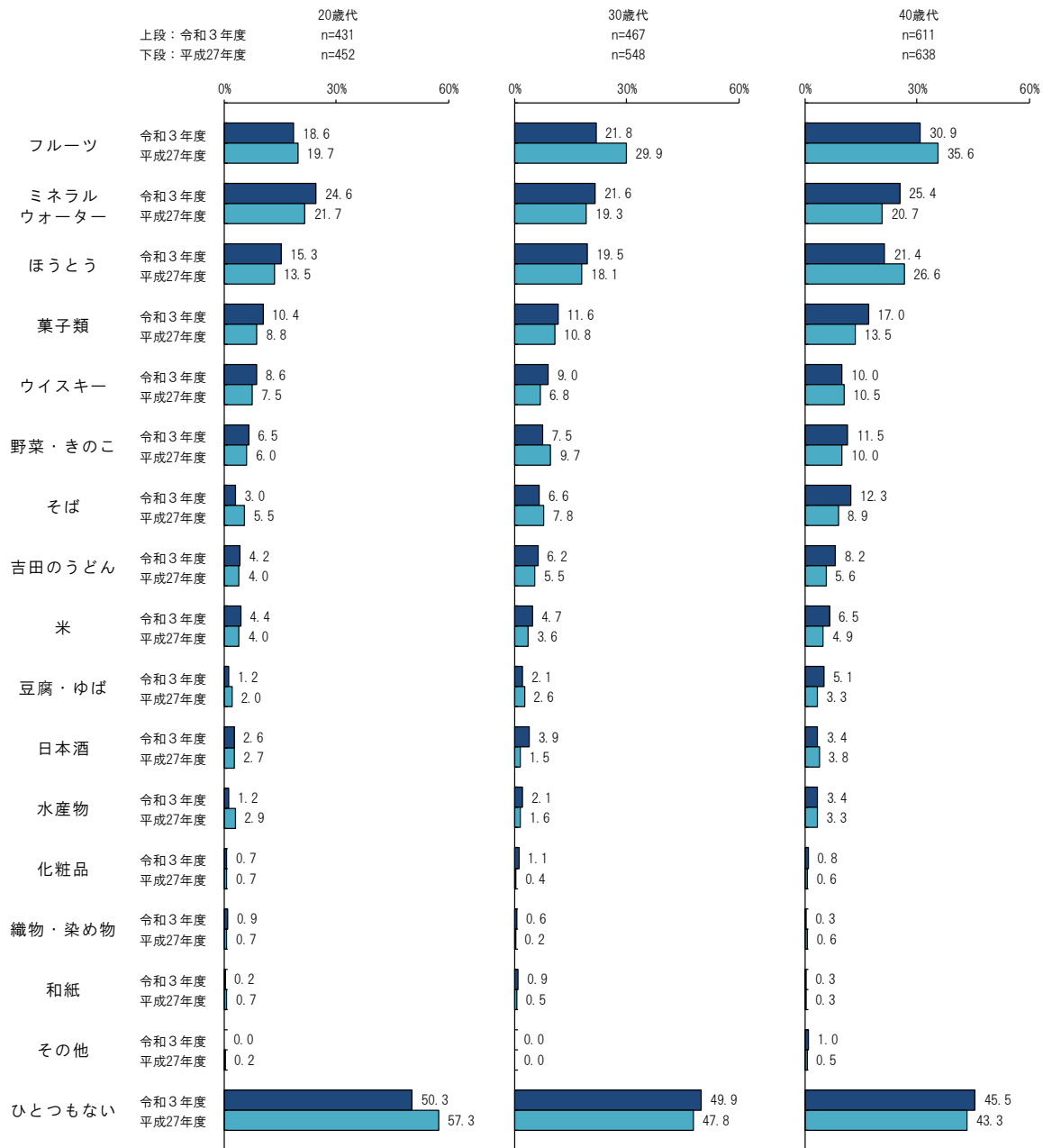


※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

購入したことがある水に関連する山梨県産商品は、「ひとつもない」42.1%が最も多く、以下「フルーツ」33.3%、「ミネラルウォーター」24.1%、「ほうとう」23.7%、「菓子類」19.0%となっています。

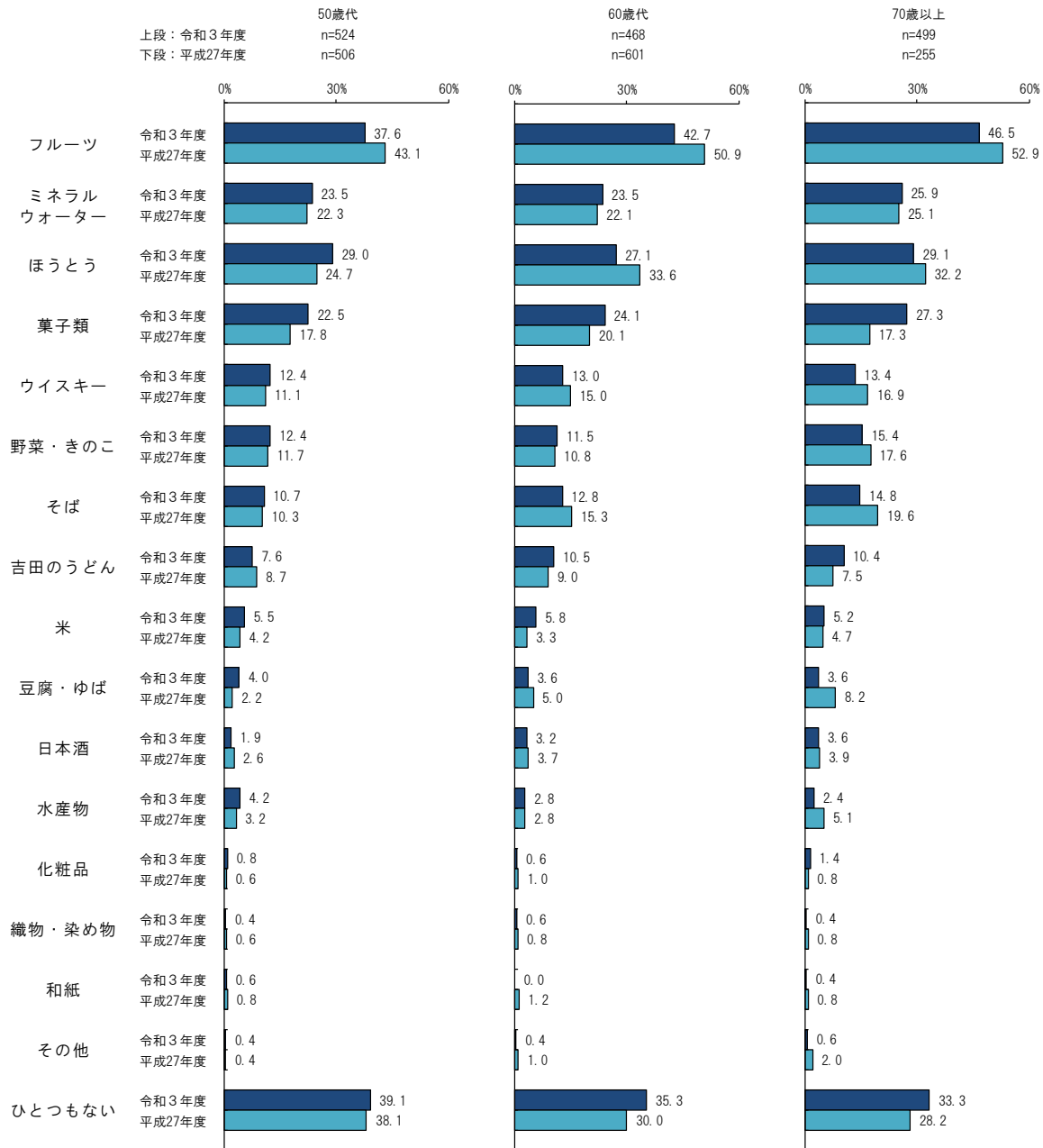
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

【年代別】



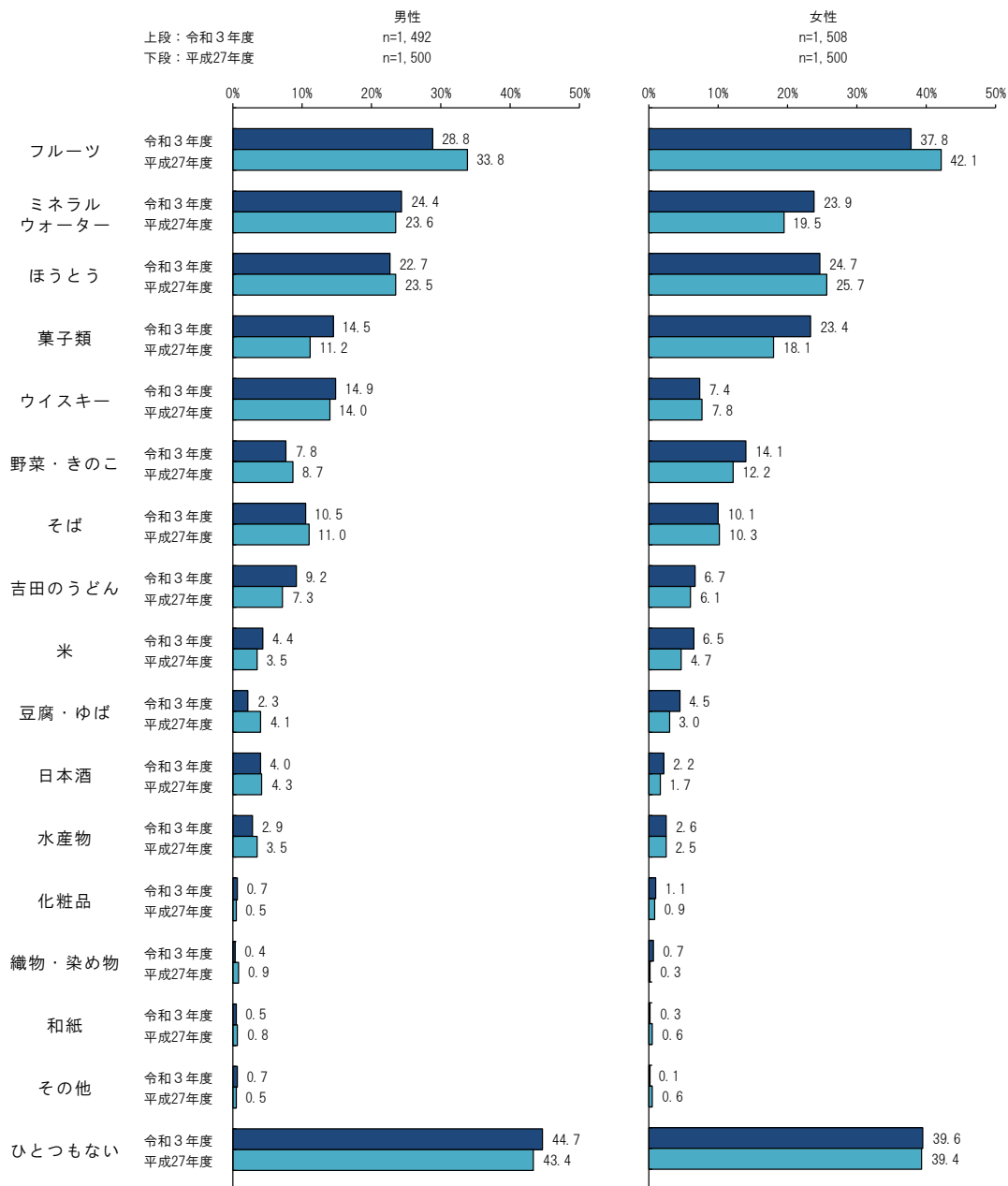
※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

年代別で見ると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「菓子類」、「ウイスキー」、「野菜・きのこ」が多く、「ひとつもない」が少なくなる傾向にあります。また、60歳代～70歳以上において「フルーツ」が4割を超えて多くなっています。



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

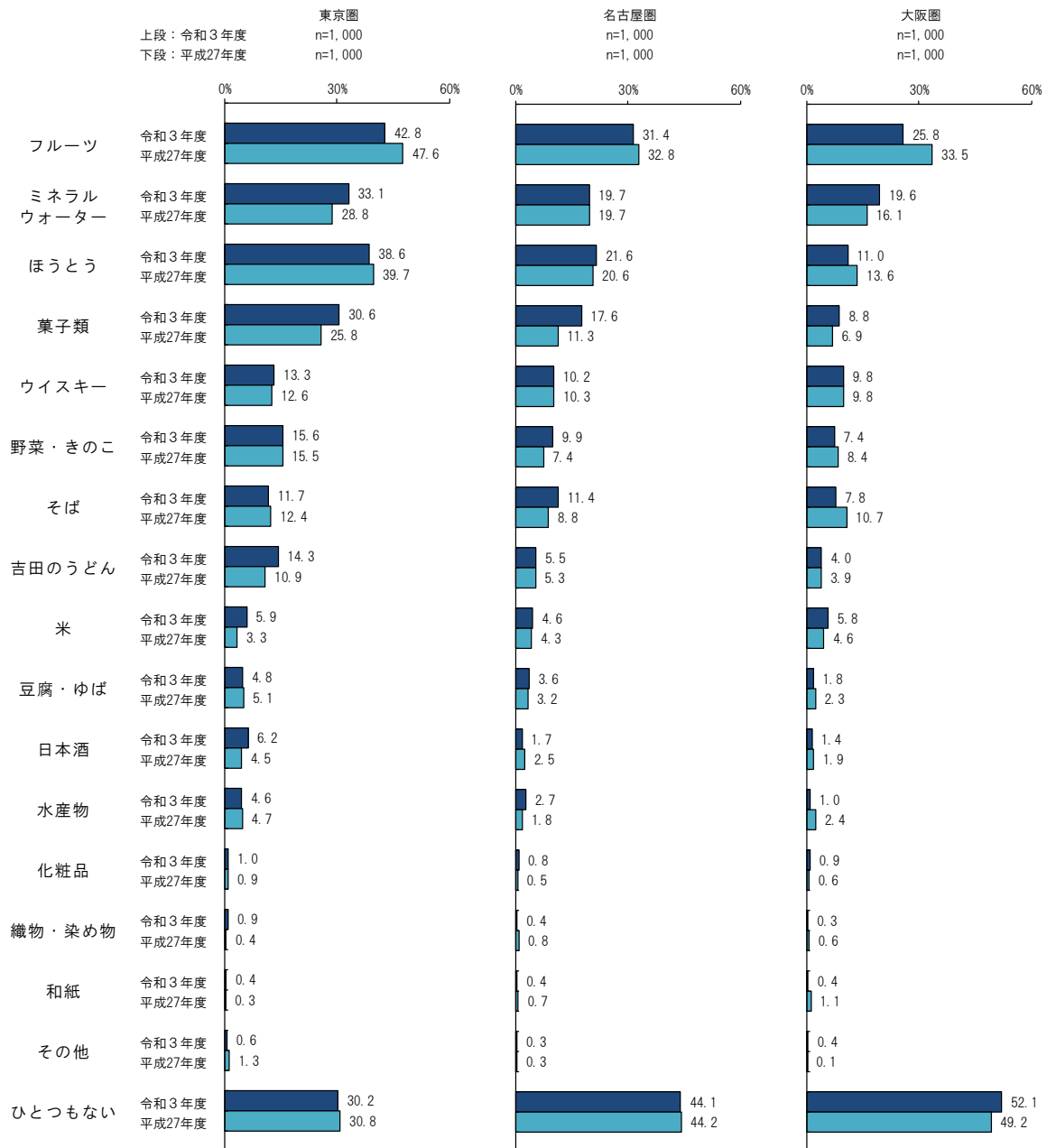
【性別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

性別で見ると、男性において「ウイスキー」が14.9%と女性より7.5ポイント多く、女性において「フルーツ」、「菓子類」が多くなっています。

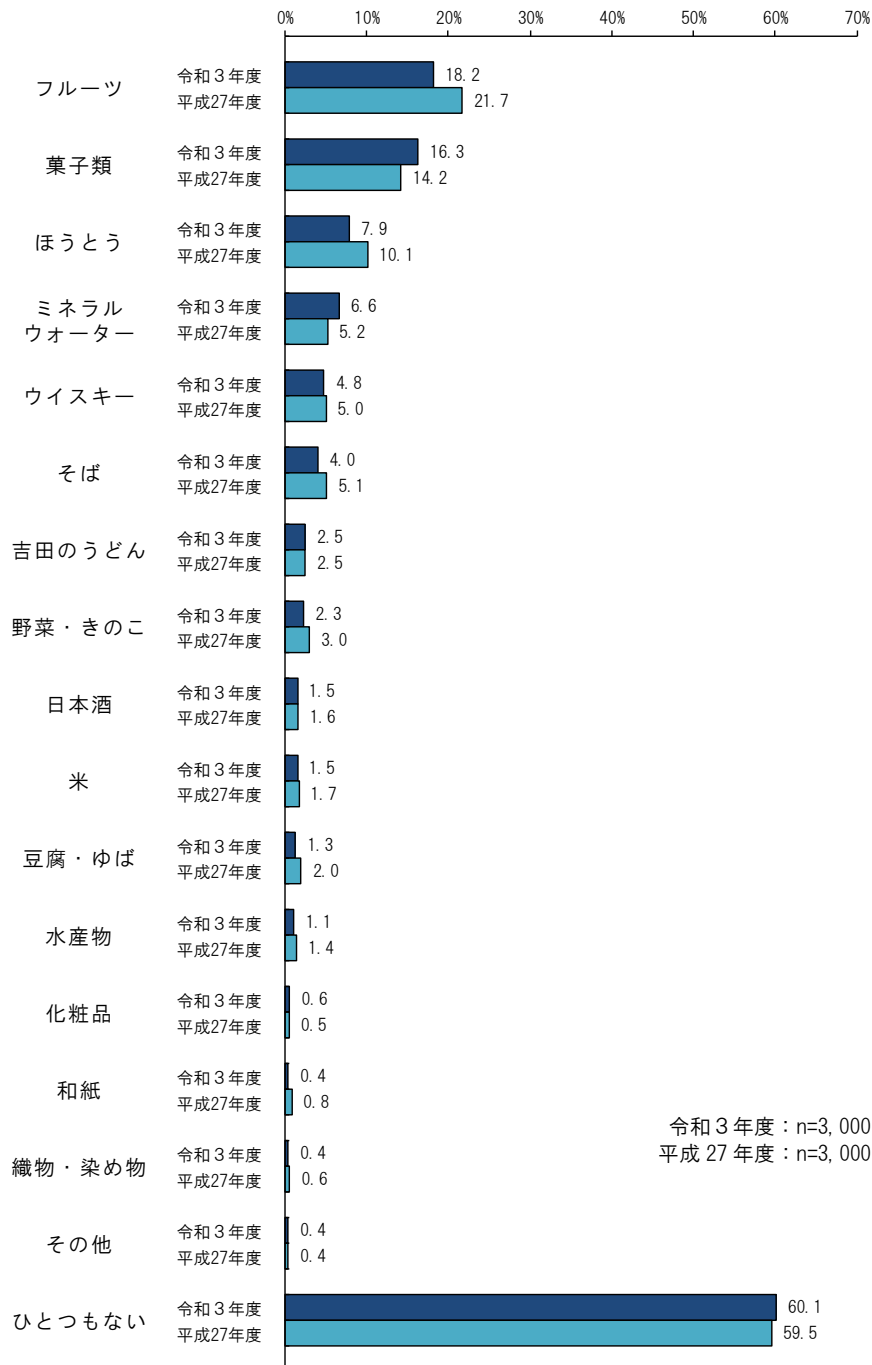
【居住圏域別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

居住圏域別でみると、西に行くほど「ほうとう」、「菓子類」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「フルーツ」、「ミネラルウォーター」、「野菜・きのこ」、「吉田のうどん」が多くなっています。

(4) 山梨の「水」に関連する商品について、どなたかにもらったことがあるものをすべて教えてください。(〇はいくつでも)

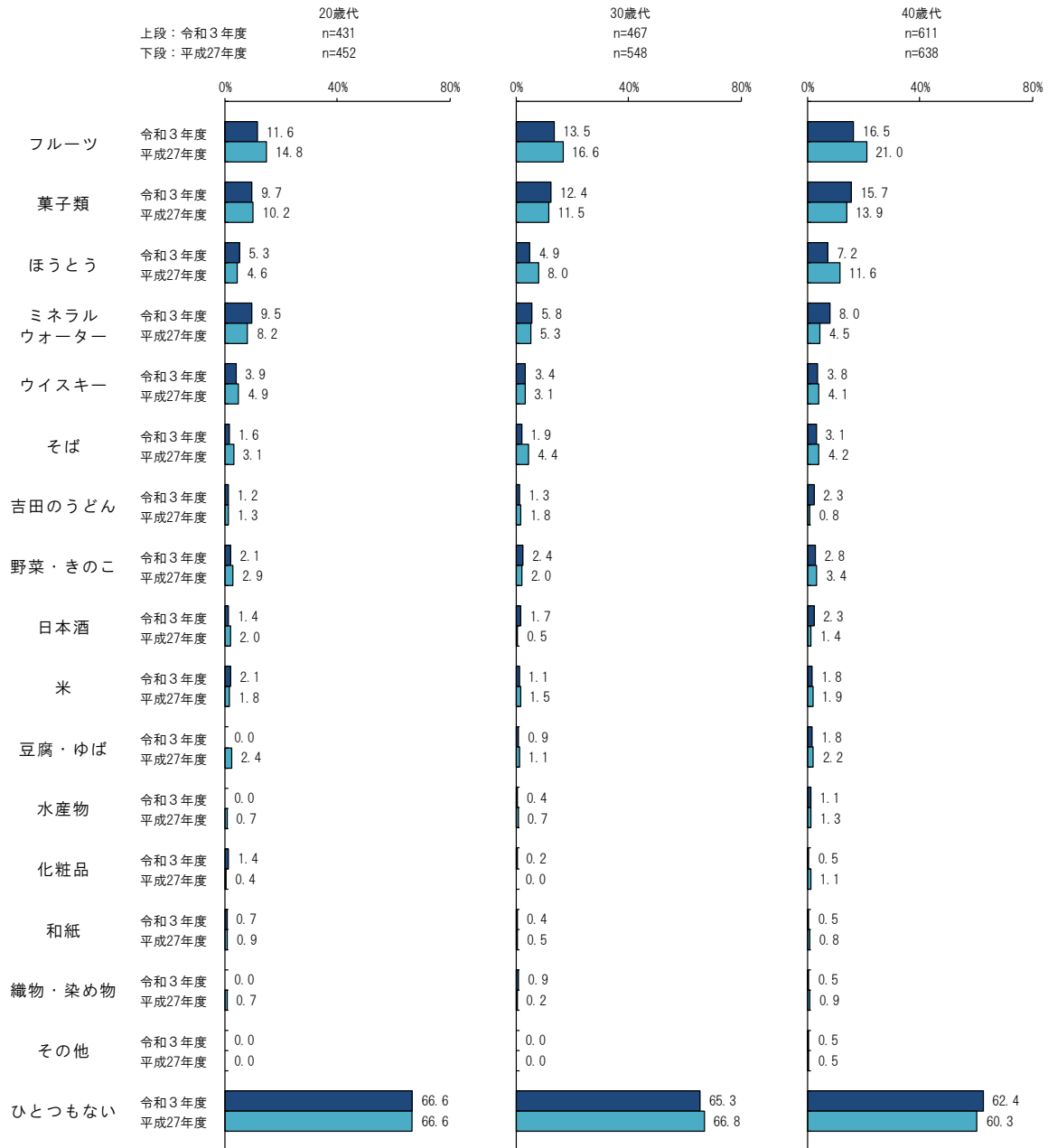


※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

もらったことがある水に関連する山梨県産商品は、「ひともない」60.1%が最も多く、以下「フルーツ」18.2%、「菓子類」16.3%、「ほうとう」7.9%、「ミネラルウォーター」6.6%となっています。

平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

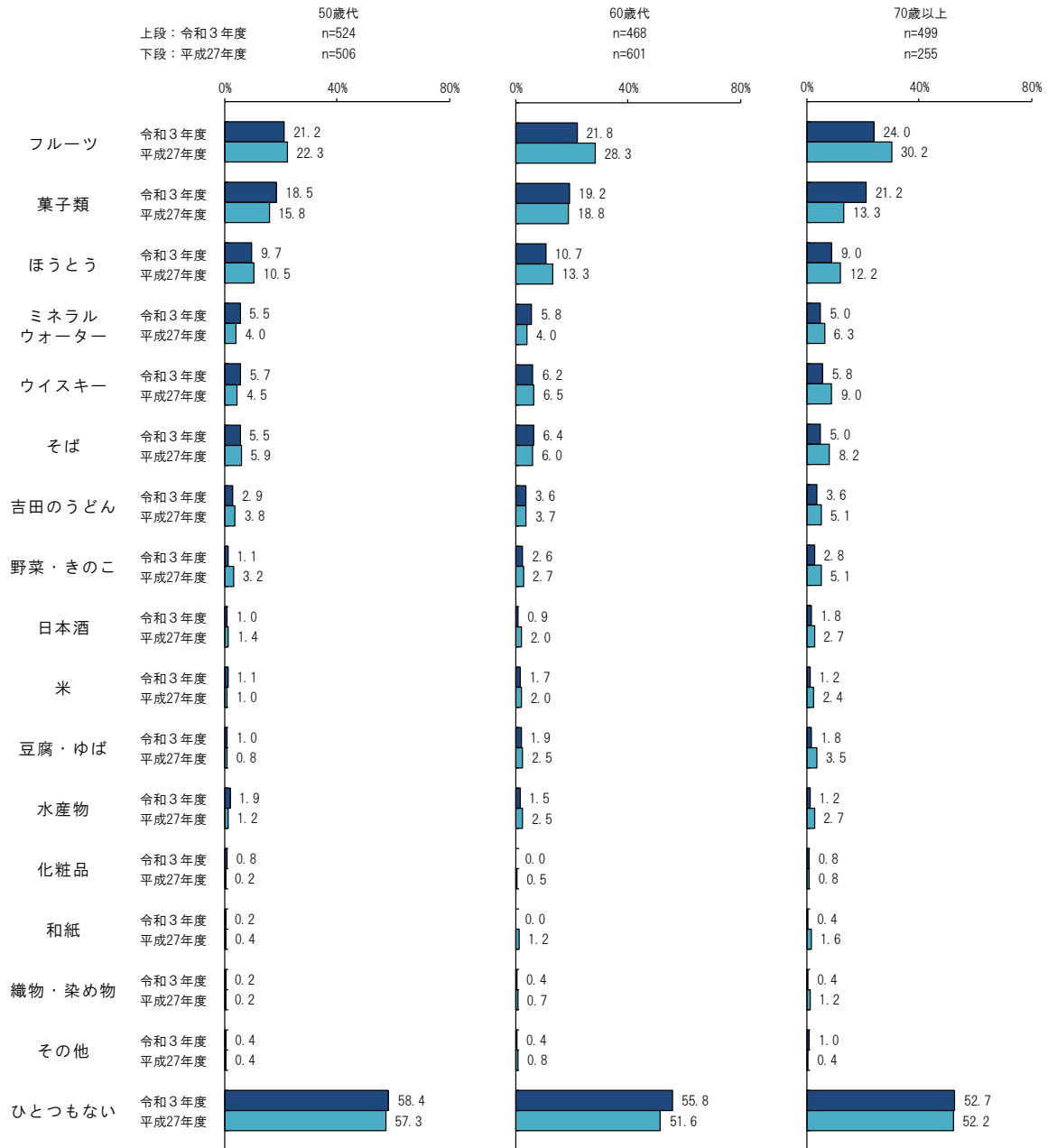
【年代別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

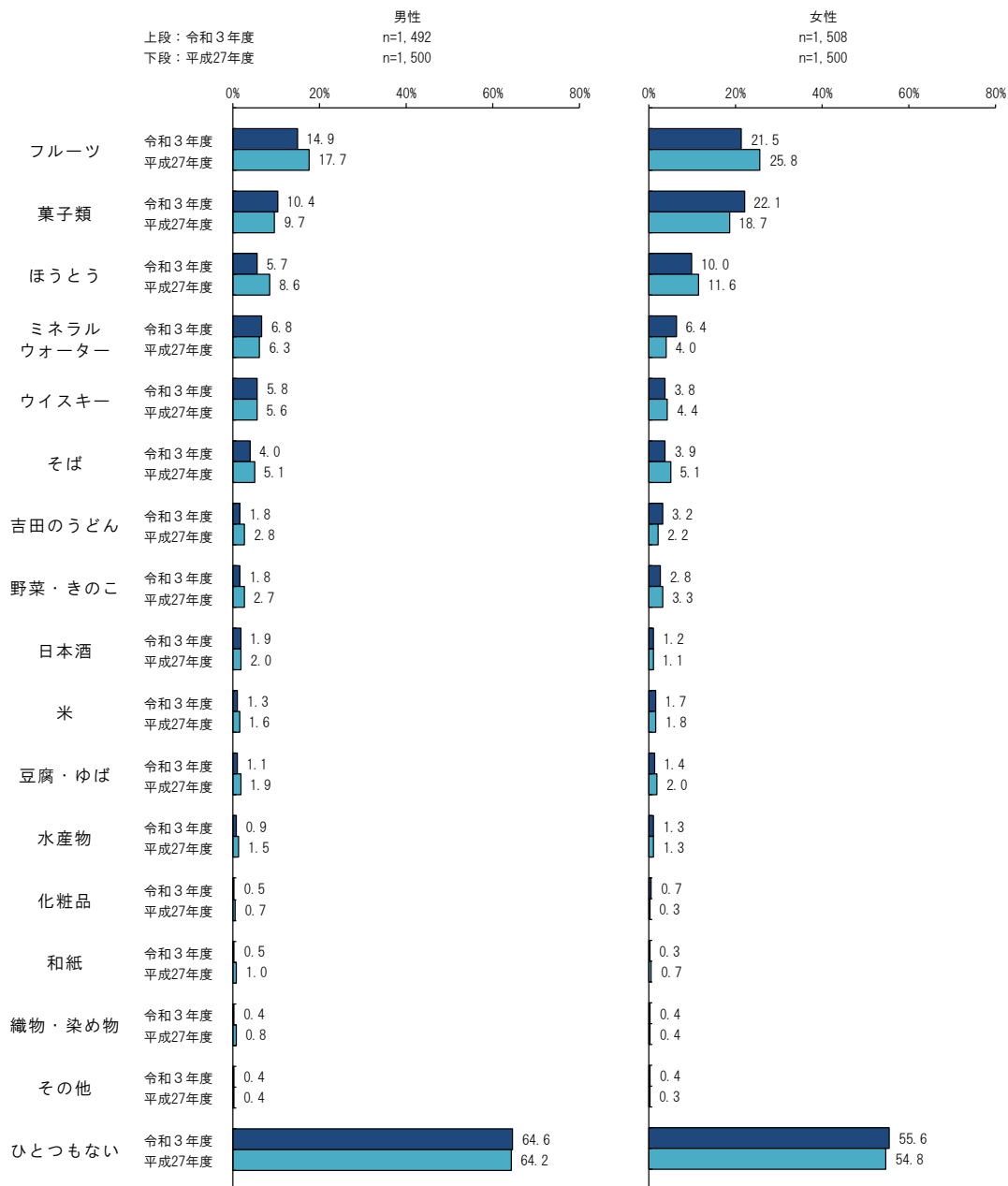
年代別で見ると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「菓子類」が多く、「ひとつもない」が少なくなる傾向にあります。

2. 調査の結果



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

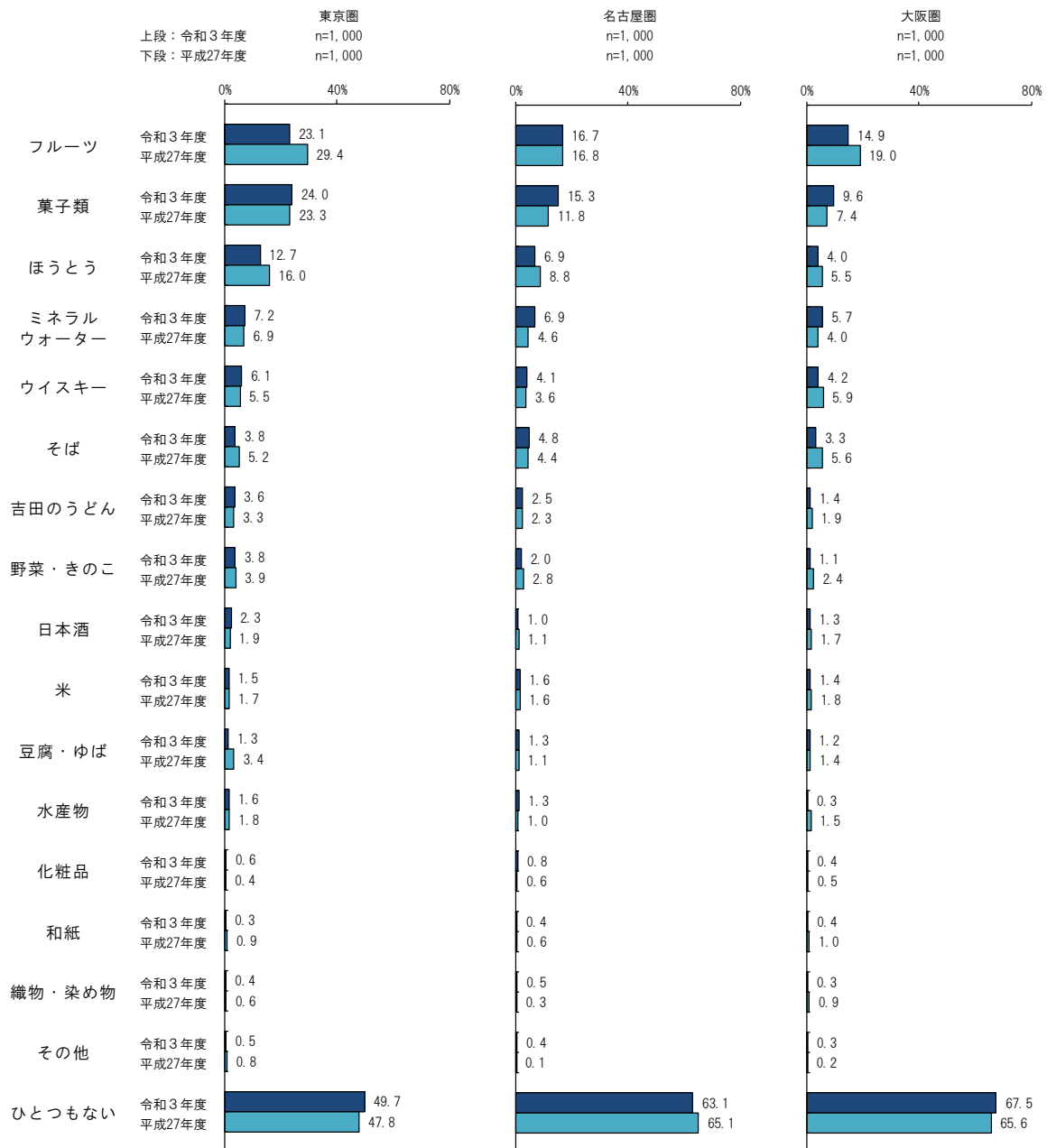
【性別】



※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

性別で見ると、男性において「ひとつもない」が64.6%と女性より9.0ポイント多く、女性において「フルーツ」、「菓子類」が多くなっています。

【居住圏域別】



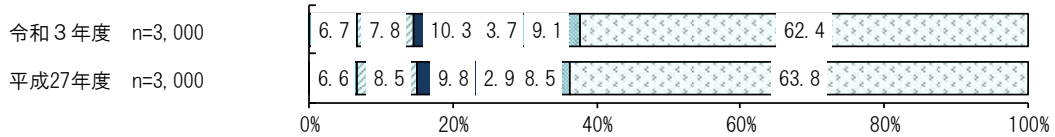
※「野菜・きのこ」は平成27年度調査では「野菜」

居住圏域別でみると、西に行くほど「フルーツ」、「菓子類」、「ほうとう」が少なくなる傾向にあります。また、東京圏において「フルーツ」が23.1%と多く、「ひとつもない」が49.7%と少なくなっています。

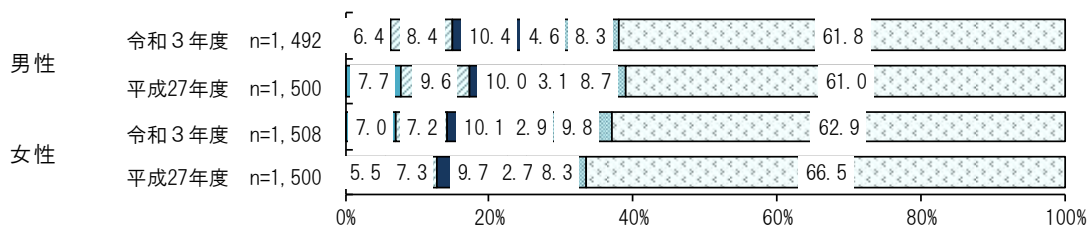
問 15

「水」に関連する山梨県産商品の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。
(○はそれぞれ1つ)

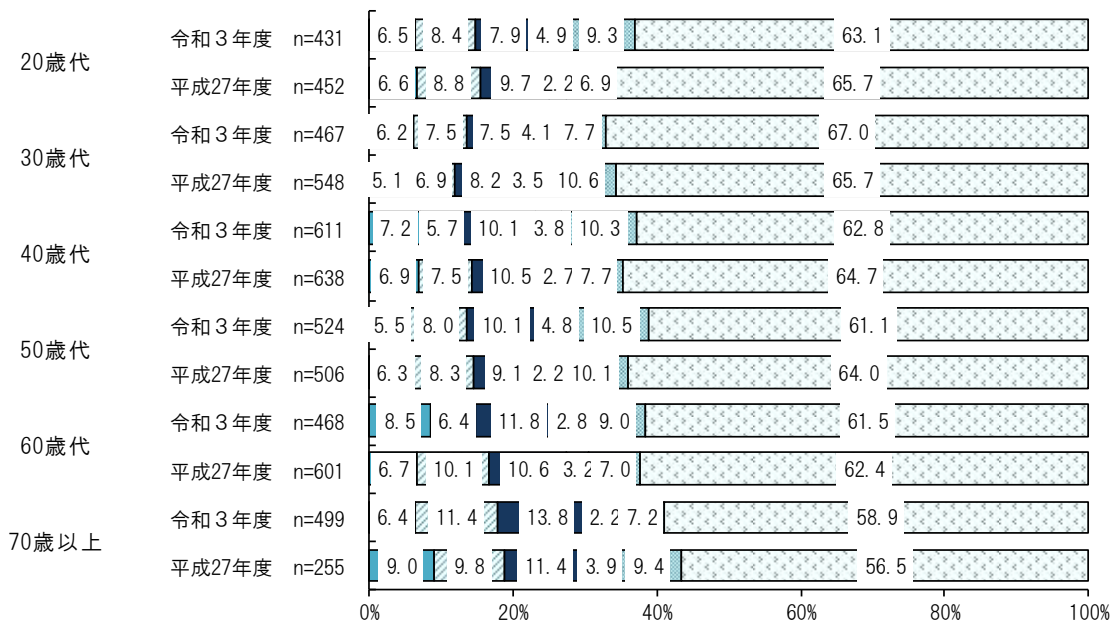
【ミネラルウォーター】



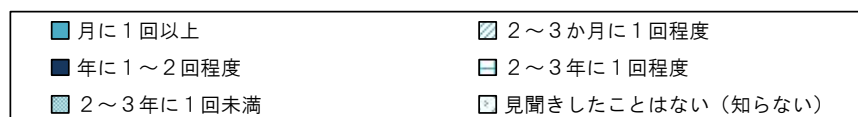
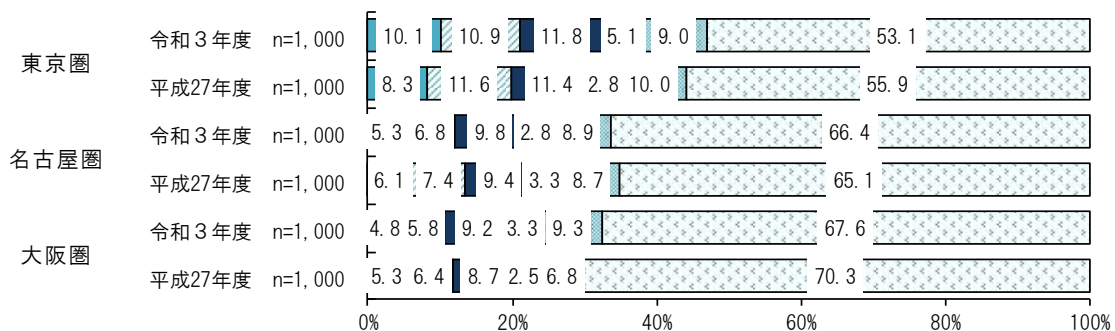
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産のミネラルウォーターの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」62.4%が最も多く、以下「年に1～2回程度」10.3%、「2～3年に1回未満」9.1%、「2～3か月に1回程度」7.8%、「月に1回以上」6.7%となっています。

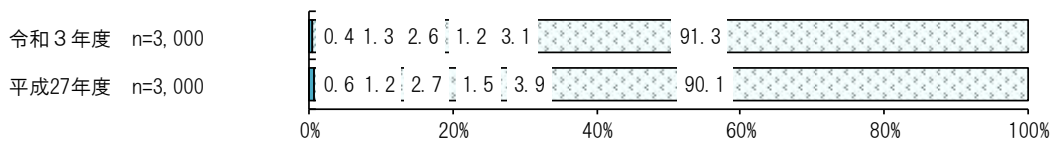
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

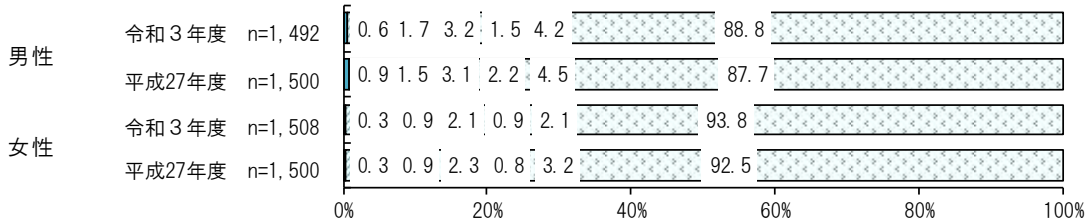
年代別でみると、20歳代～30歳代において「年に1～2回程度」が1割を下回って少なく、70歳以上において「2～3か月に1回程度」が1割を超えて多くなっています。

居住圏域別でみると、西に行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「2～3か月に1回程度」、「年に1～2回程度」が1割を超えて多くなっています。

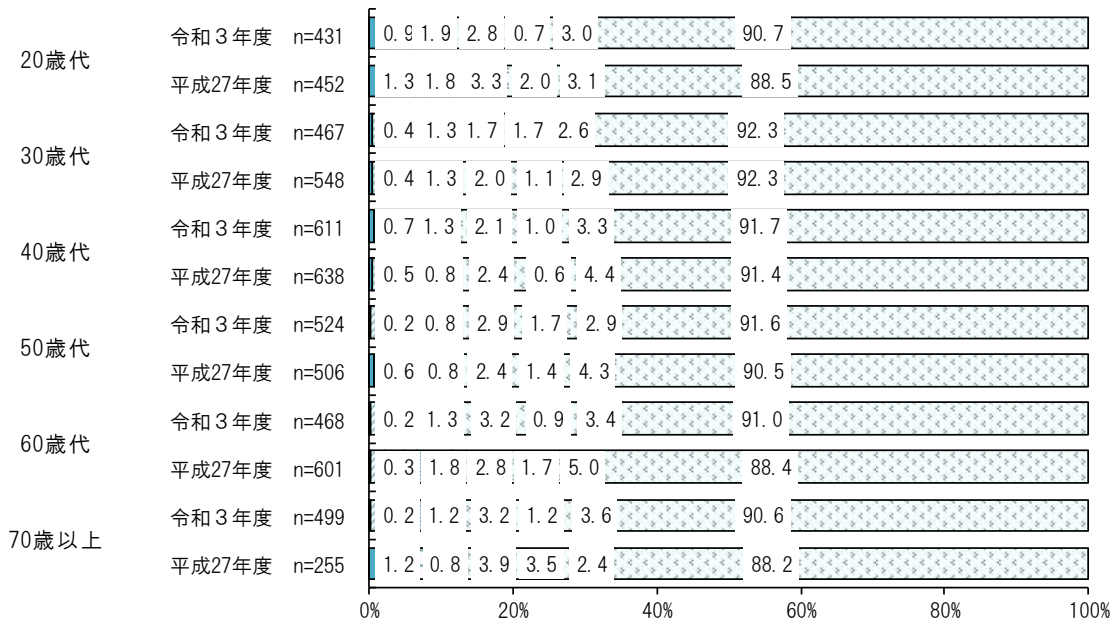
【日本酒 [七賢、谷桜等]】



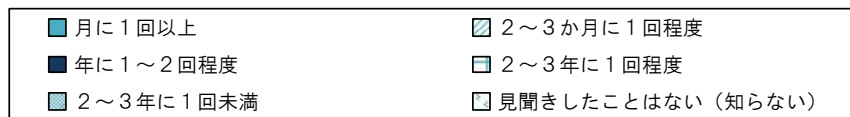
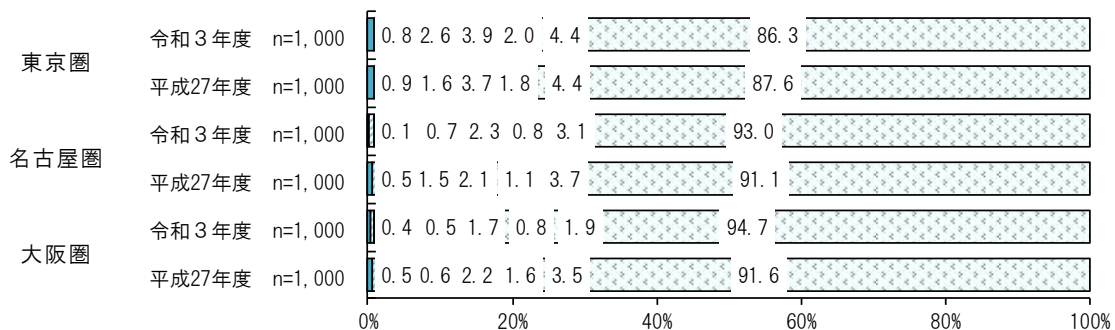
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の日本酒の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が91.3%と突出しています。

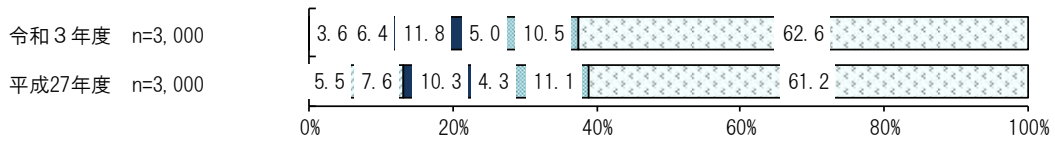
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

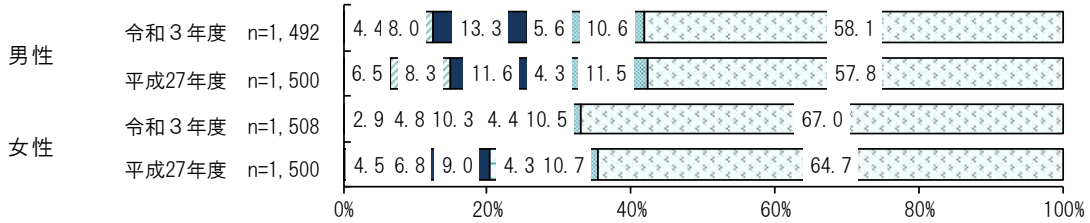
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

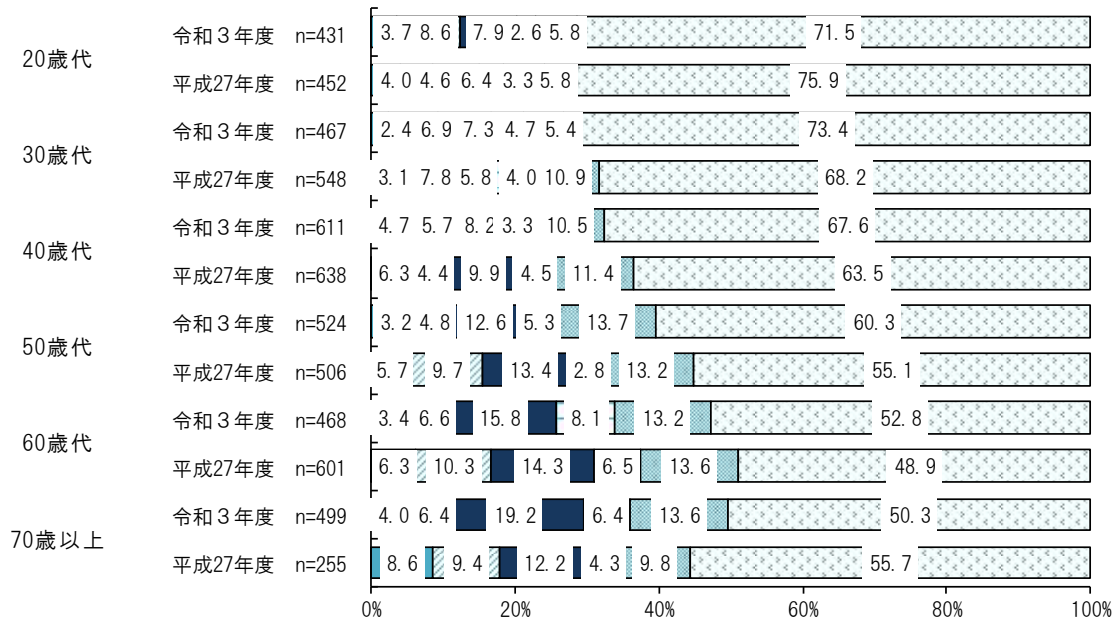
【ウイスキー [白州]】



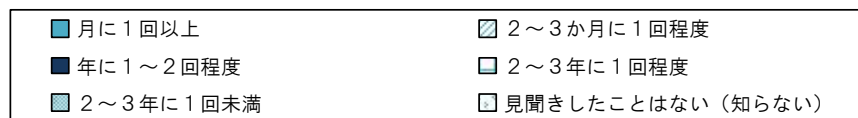
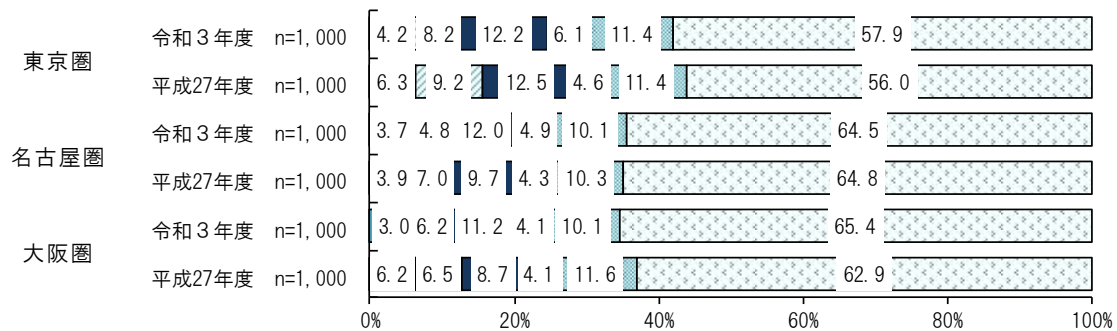
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産のウイスキーの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」62.6%が最も多く、以下「年に1～2回程度」11.8%、「2～3年に1回未満」10.5%、「2～3か月に1回程度」6.4%、「2～3年に1回程度」5.0%となっています。

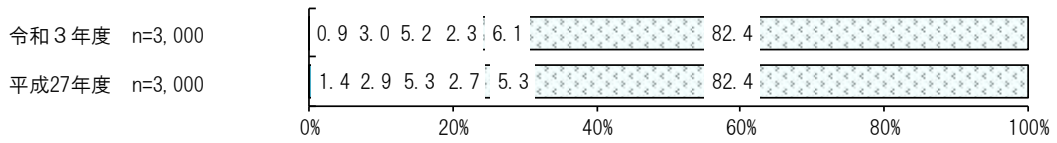
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別で見ると、女性において「見聞きしたことはない（知らない）」が67.0%と男性より8.9ポイント多くなっています。

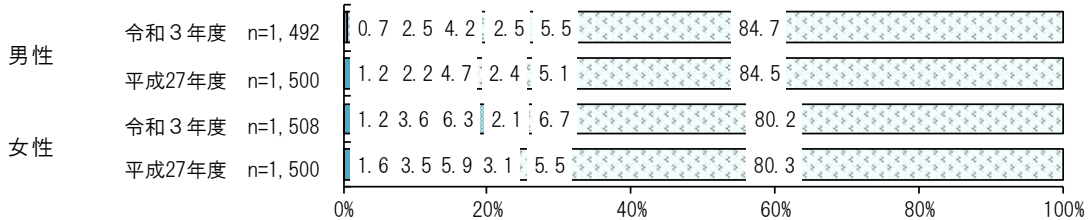
年代別で見ると、20歳代～30歳代において「2～3年に1回未満」が1割を下回って少なく、50歳代～70歳以上において「年に1～2回程度」が1割を超えて多くなっています。

居住圏域別で見ると、東京圏において「見聞きしたことはない（知らない）」が57.9%と少なくなっています。

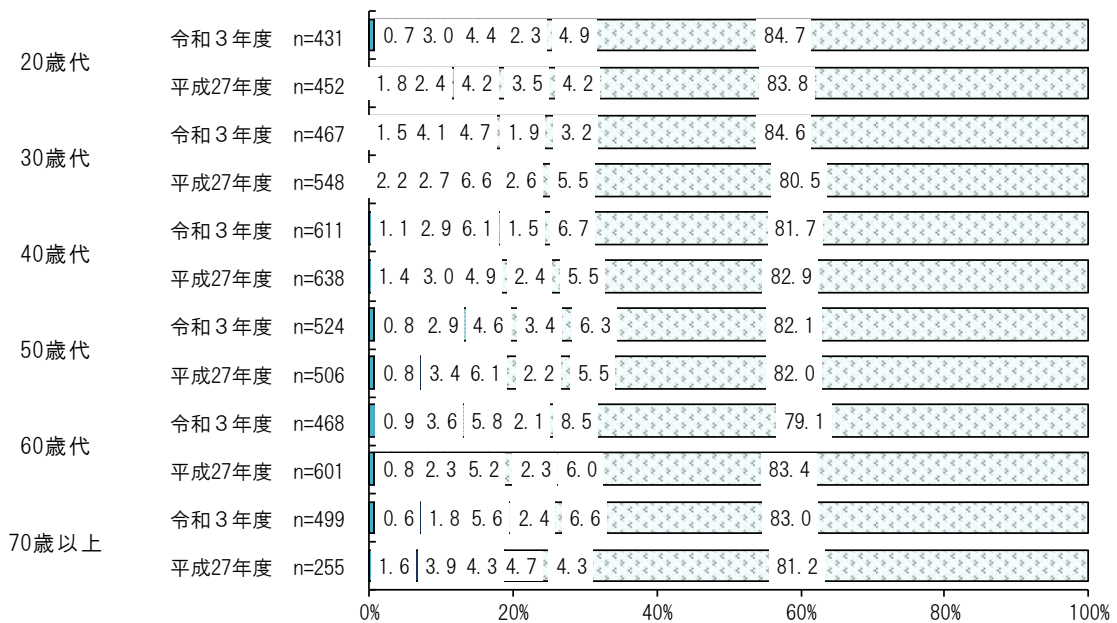
【米 [梨北信玄米、ミルキークイーン等]】



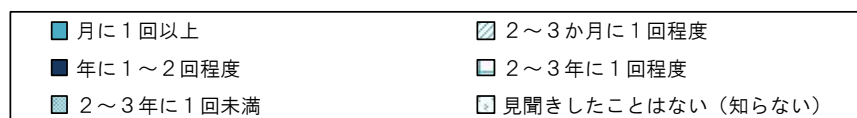
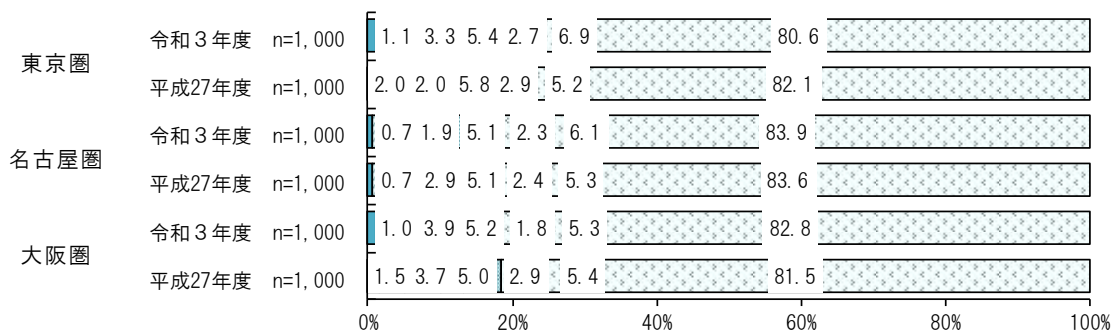
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の米の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が82.4%と突出しています。

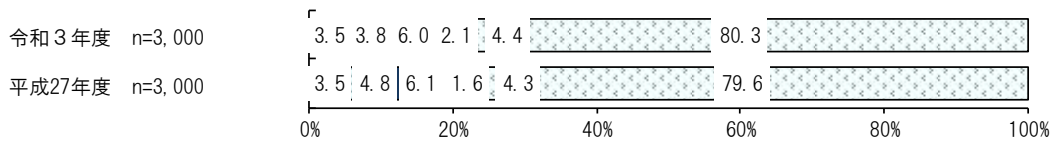
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

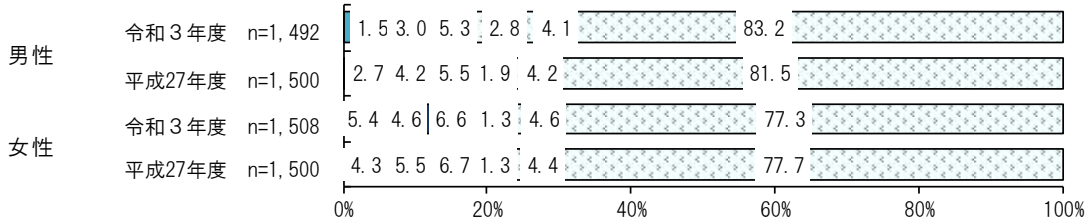
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

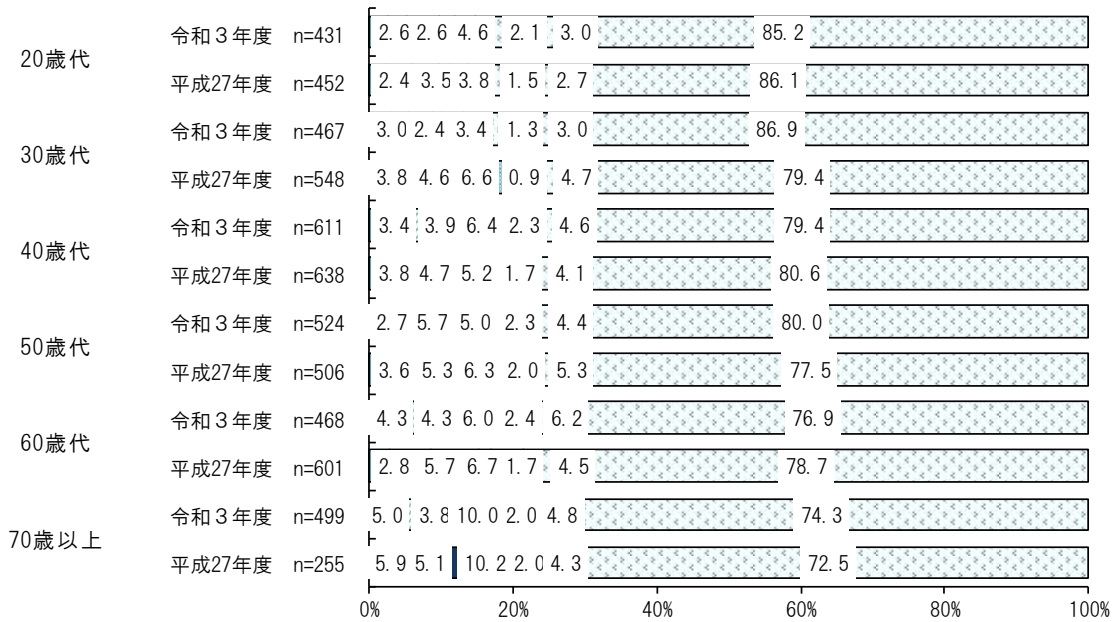
【野菜・きのこ】



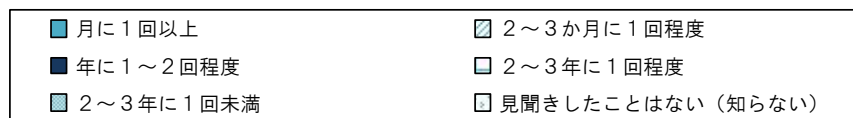
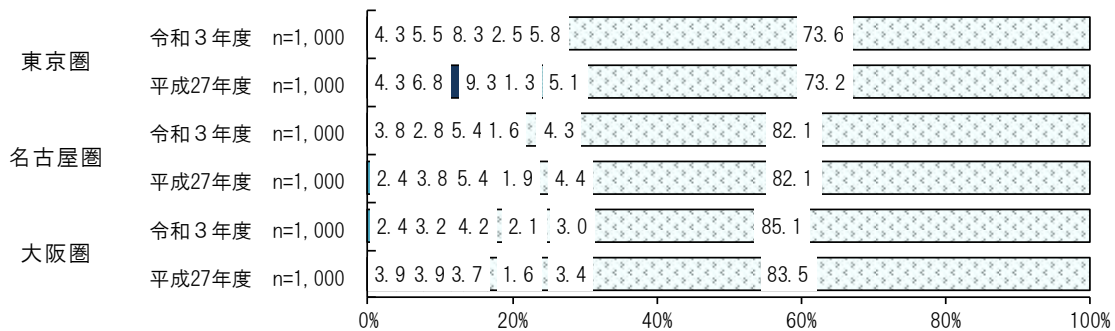
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の野菜の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が80.3%と突出しています。

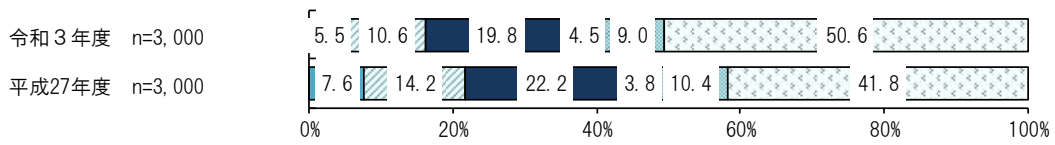
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別で見ると、女性において「見聞きしたことはない（知らない）」が男性より5.9ポイント多くなっています。

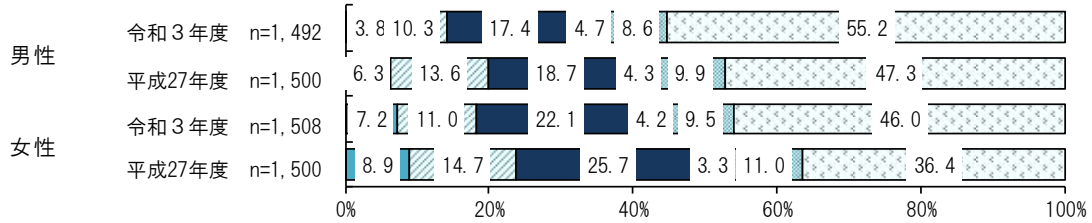
年代別で見ると、20歳代～30歳代において「見聞きしたことはない（知らない）」が8割を超えて多くなっています。

居住圏域別で見ると、東京圏において「年に1～2回程度」が8.3%と多く、「見聞きしたことはない（知らない）」が73.6%と少なくなっています。

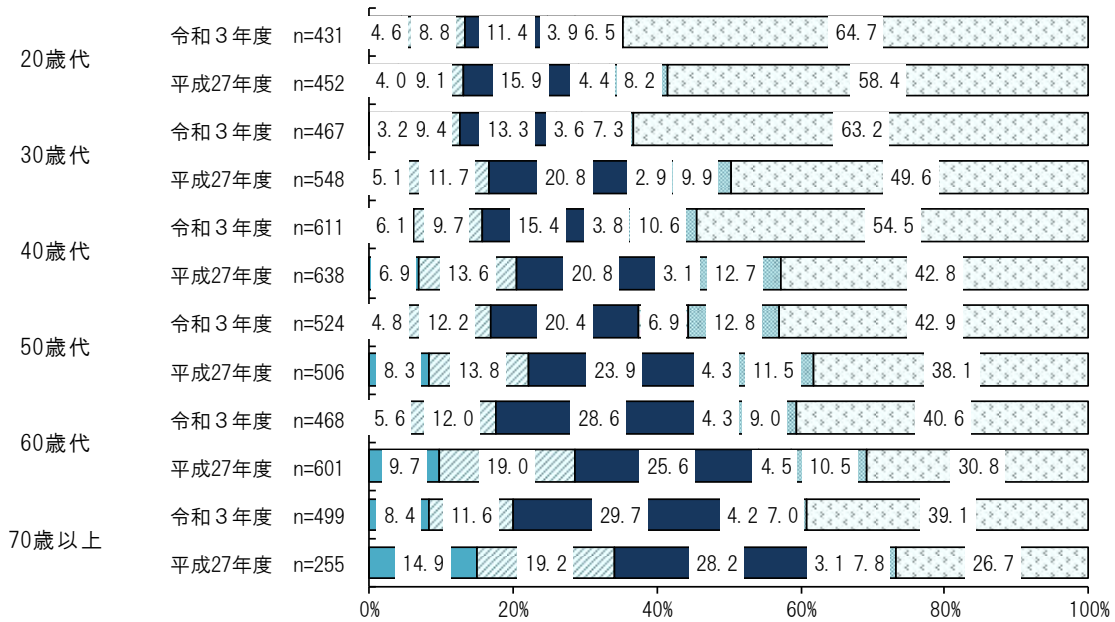
【フルーツ [桃、ブドウ等]】



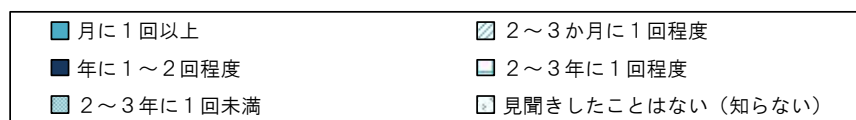
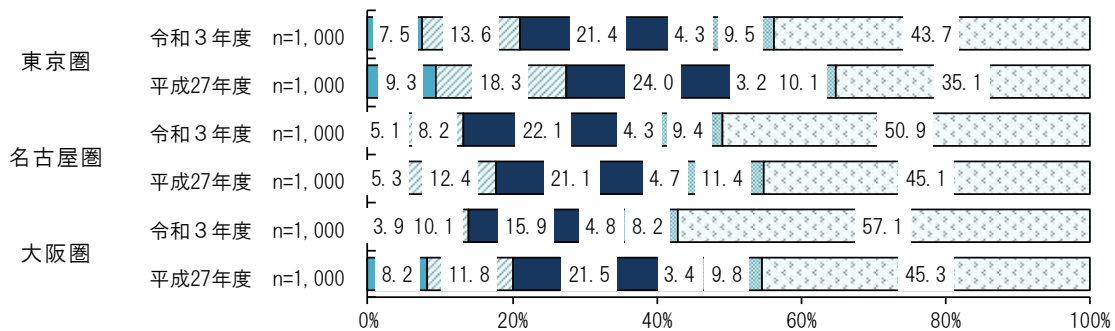
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産のフルーツの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」50.6%が最も多く、以下「年に1～2回程度」19.8%、「2～3か月に1回程度」10.6%、「2～3年に1回未満」9.0%、「月に1回以上」5.5%となっています。

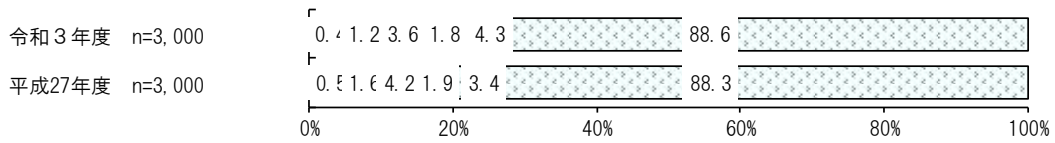
平成27年度調査と比較すると、「見聞きしたことはない（知らない）」が8.8ポイント高くなっています。

性別で見ると、男性において「見聞きしたことはない（知らない）」が55.2%と女性より9.2ポイント多くなっています。

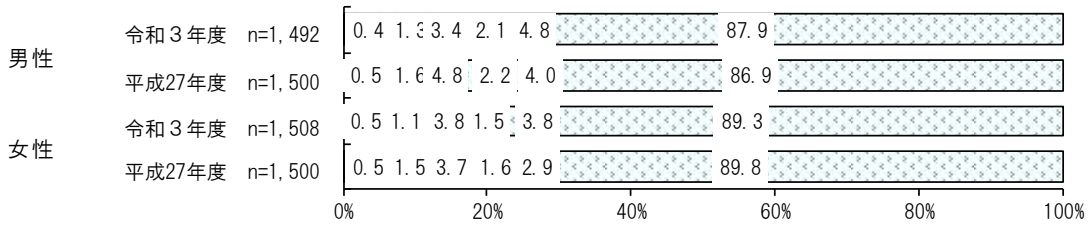
年代別で見ると、年代が高くなるほど「年に1～2回程度」が多く、「見聞きしたことはない（知らない）」が少なくなる傾向にあります。

居住圏域別で見ると、西へ行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。

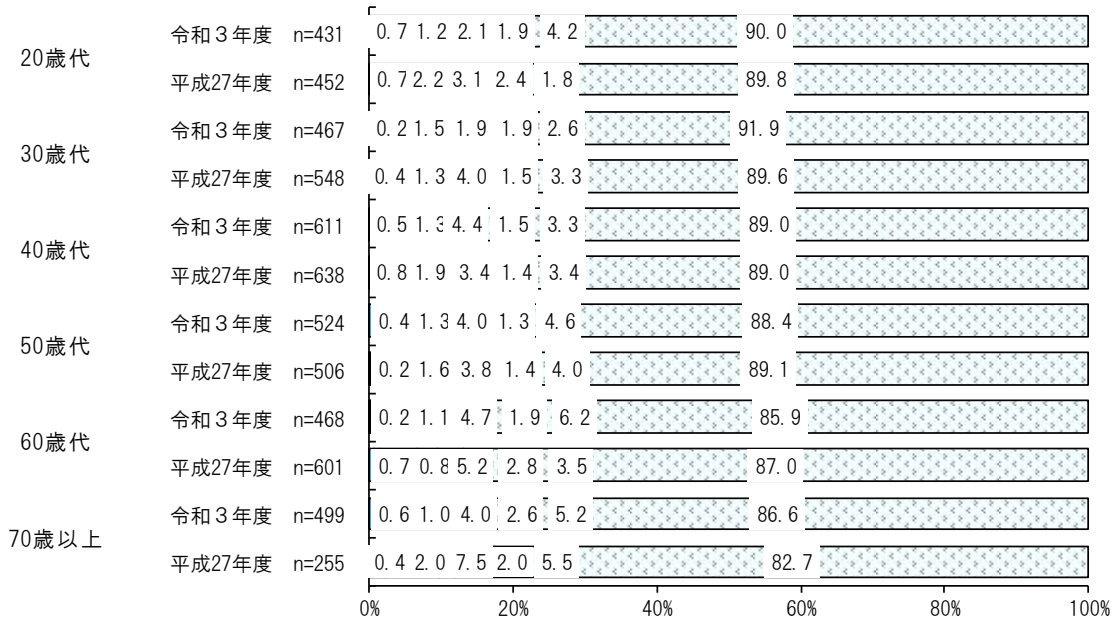
【水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕】



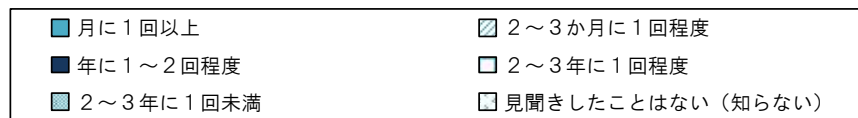
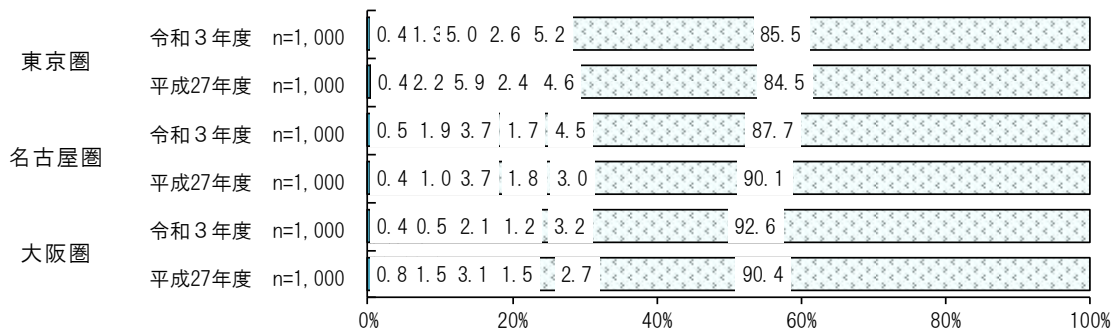
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の水産物の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が88.6%と突出しています。

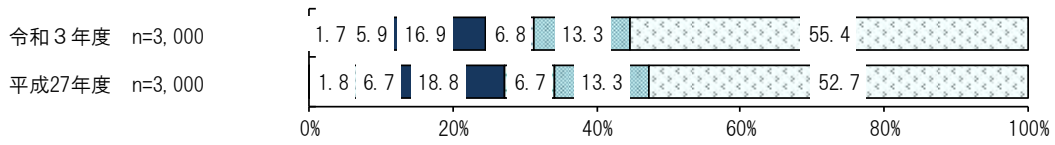
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

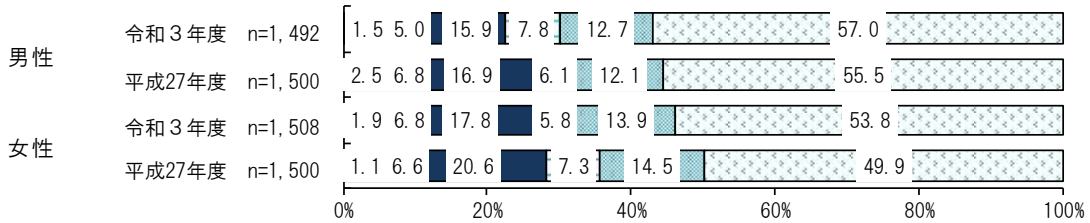
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別でみると、大阪圏において「見聞きしたことはない（知らない）」が9割を超えて多くなっています。

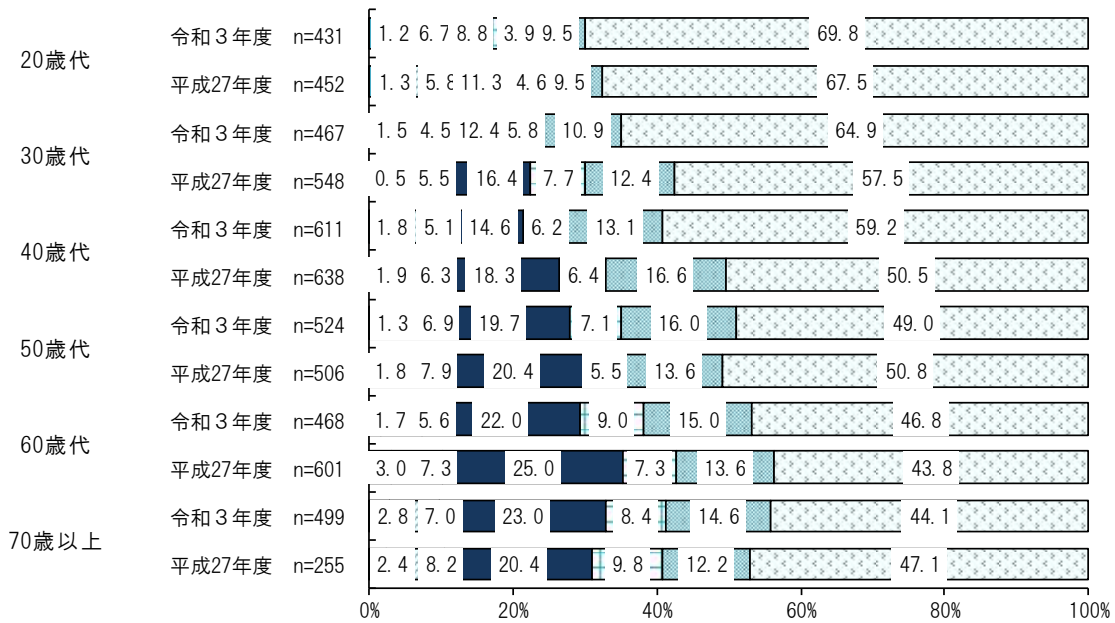
【ほうとう】



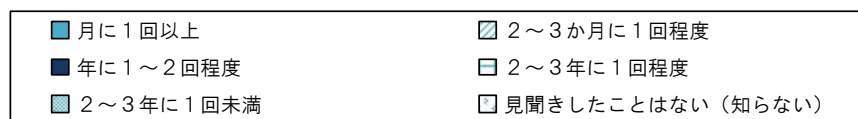
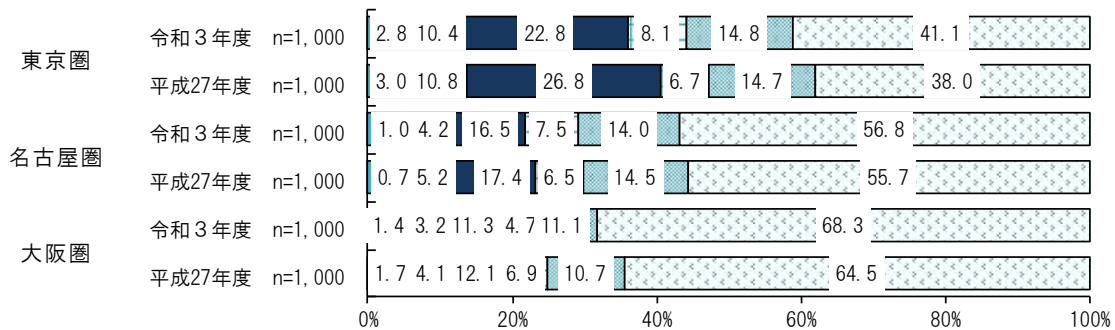
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産のほうとうの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」55.4%が最も多く、以下「年に1～2回程度」16.9%、「2～3年に1回未満」13.3%、「2～3年に1回程度」6.8%、「2～3か月に1回程度」5.9%となっています。

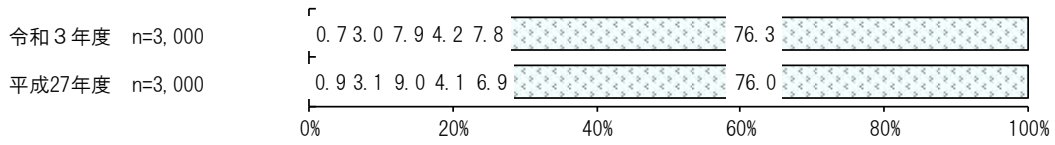
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

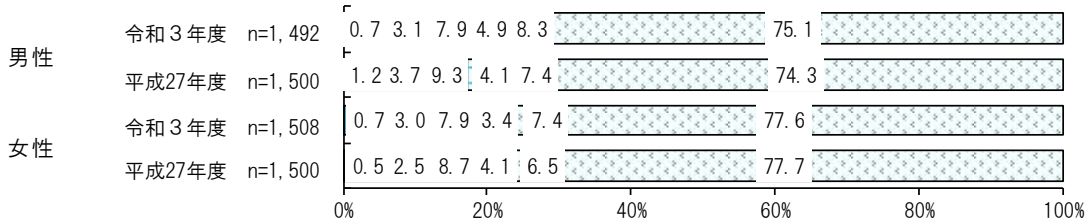
年代別でみると、年代が高くなるほど「年に1～2回程度」が多く、「見聞きしたことはない（知らない）」が少なくなる傾向にあります。

居住圏域別でみると、西に行くほど「年に1～2回程度」が少なく、「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「2～3か月に1回程度」が10.4%と多くなっています。

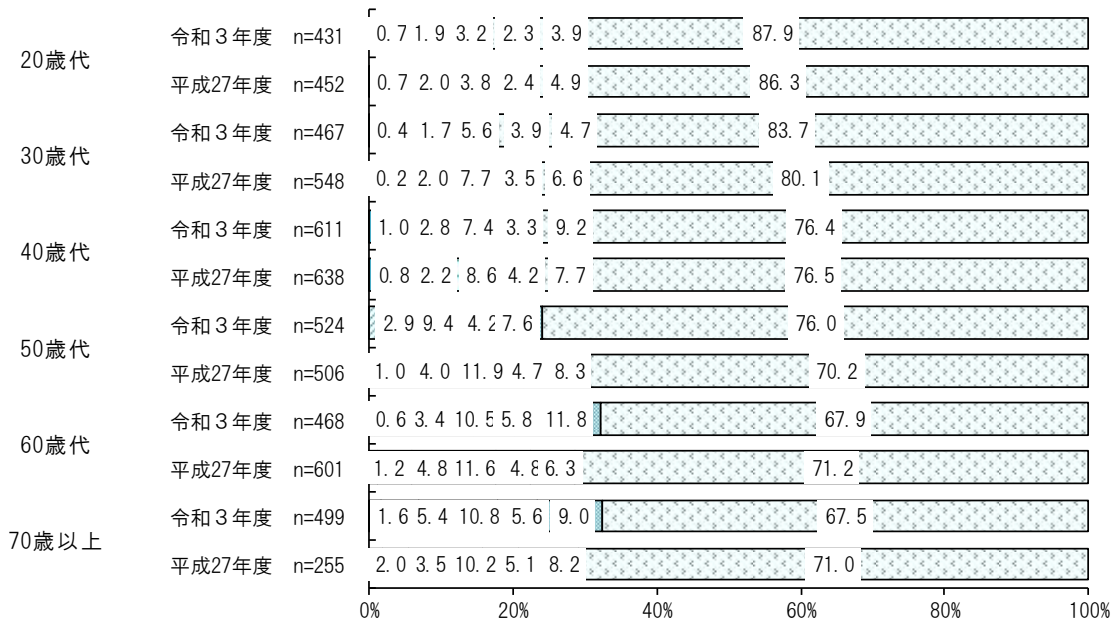
【吉田のうどん】



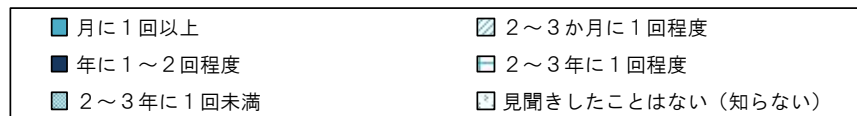
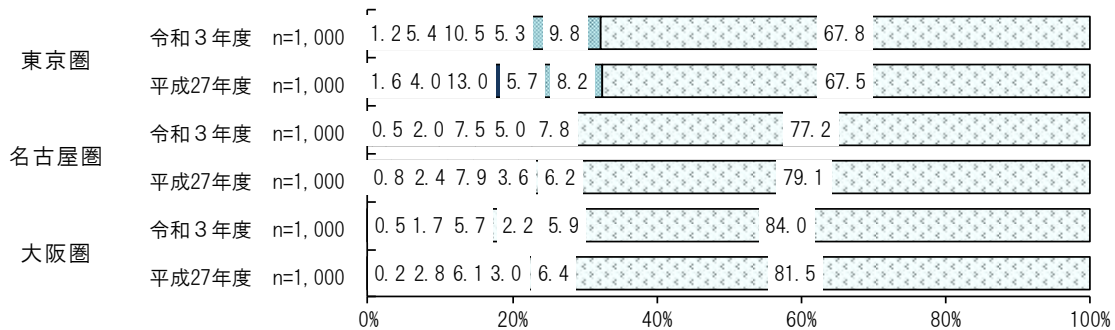
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の吉田のうどんの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が76.3%と突出しています。

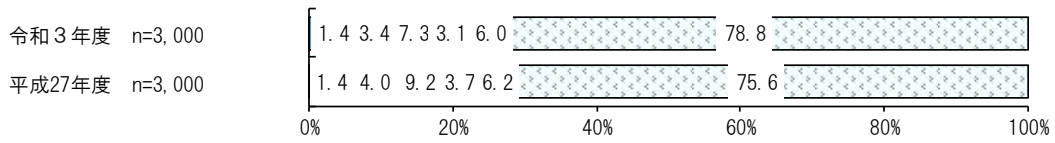
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

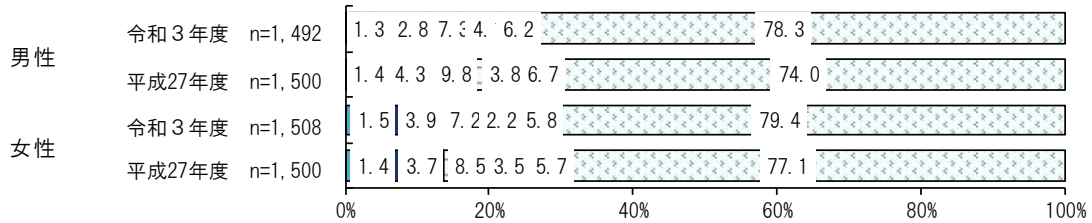
年代別でみると、20歳代～30歳代において「見聞きしたことはない（知らない）」が8割を超えて多く、60歳代～70歳以上において「年に1～2回程度」が1割を超えて多くなっています。

居住圏域別でみると、西へ行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「年に1～2回程度」が10.5%と多くなっています。

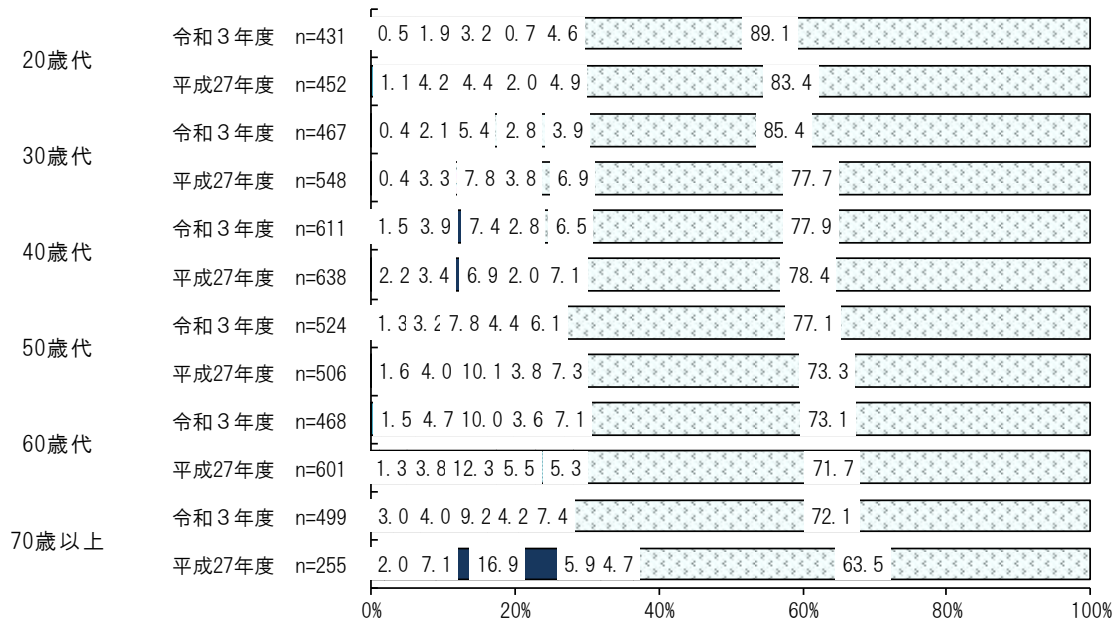
【そば】



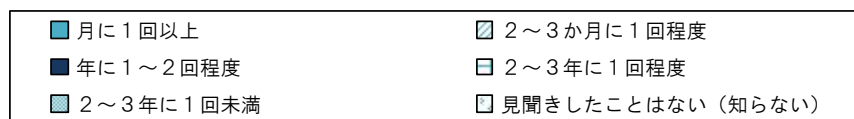
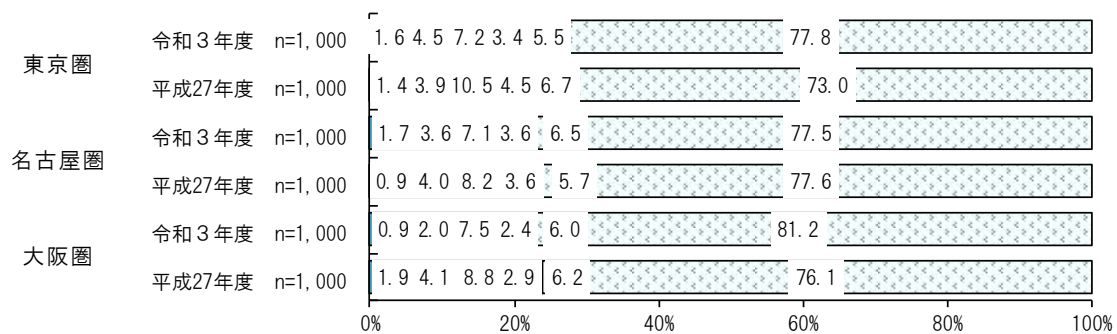
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産のそばの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が78.8%と突出しています。

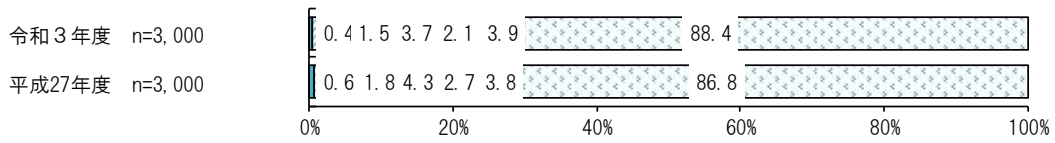
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

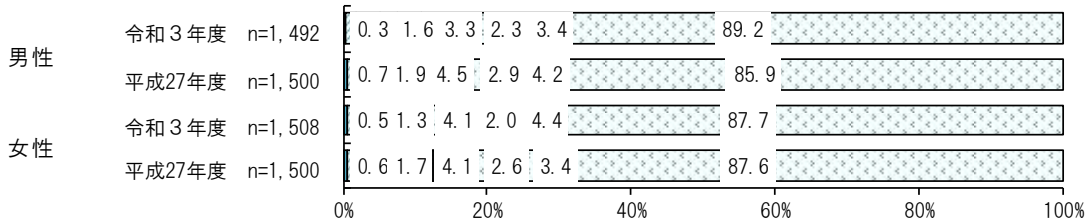
年代別で見ると、年代が高くなるほど「年に1～2回程度」が多く、「見聞きしたことはない（知らない）」が少なくなる傾向にあります。

居住圏域別で見ると、大阪圏において「見聞きしたことはない（知らない）」が8割を超えて多くなっています。

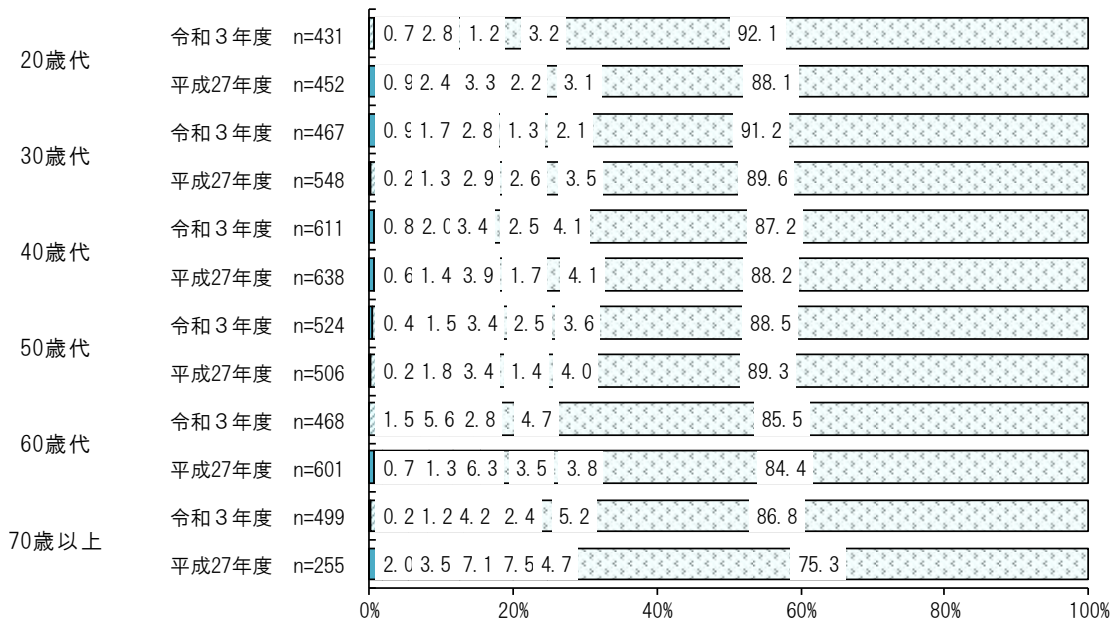
【豆腐・ゆば〔身延ゆば等〕】



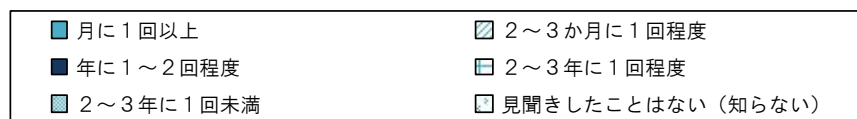
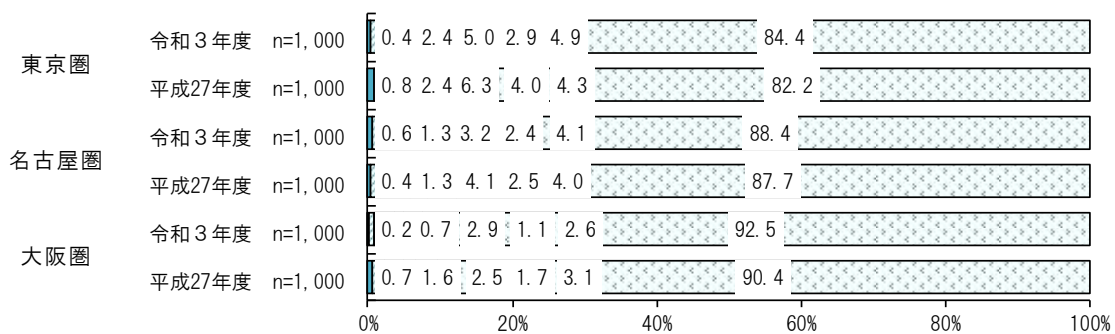
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の豆腐・ゆばの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が88.4%と突出しています。

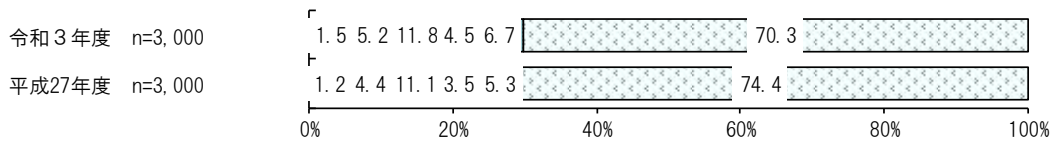
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

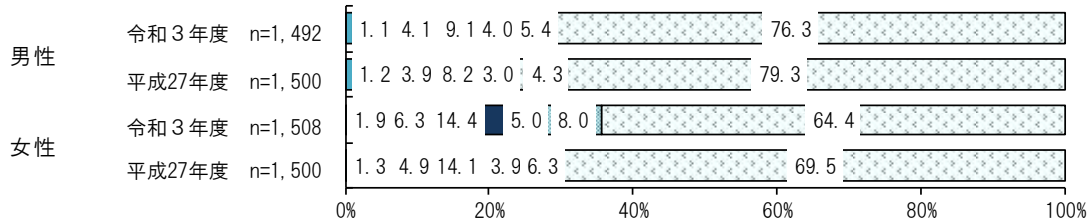
年代別でみると、20歳代～30歳代において「見聞きしたことはない（知らない）」が9割を超えて多くなっています。

居住圏域別でみると、西に行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多くなる傾向にあり、特に大阪圏において9割を超えて多くなっています。

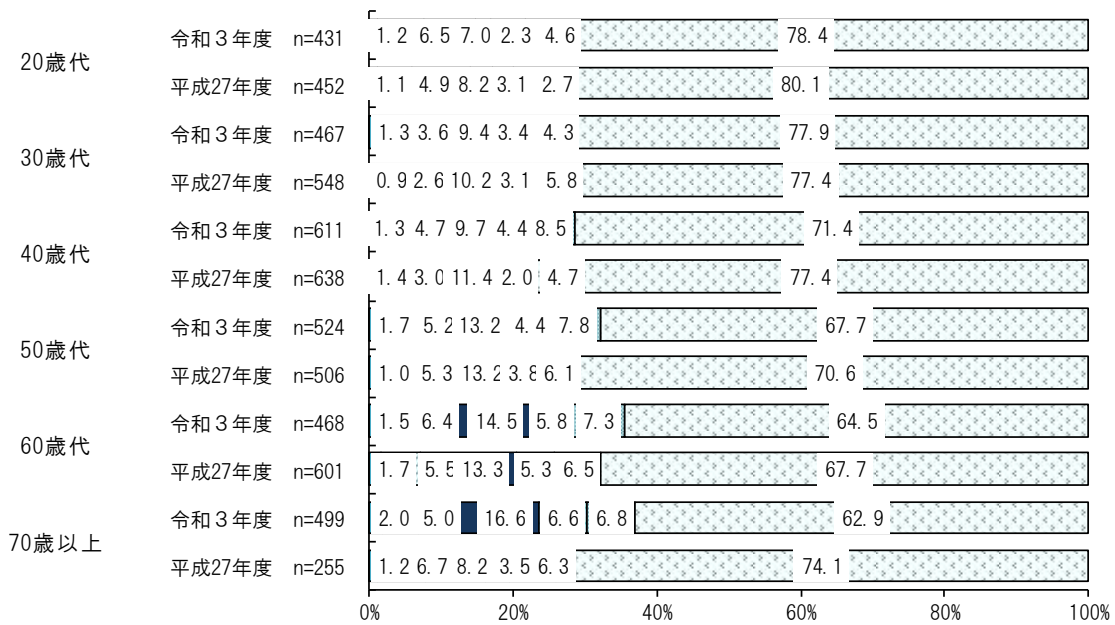
【菓子類 [水信玄餅、名水かき氷等]】



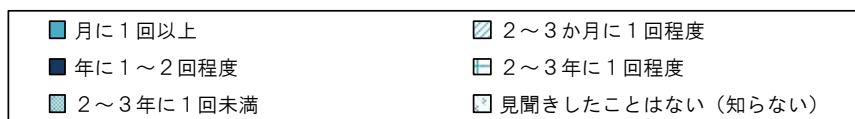
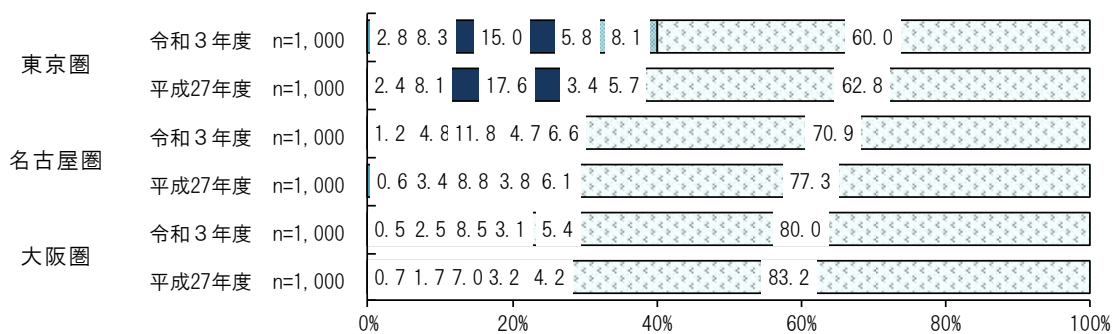
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の菓子類の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」70.3%が最も多く、以下「年に1～2回程度」11.8%、「2～3年に1回未満」6.7%、「2～3か月に1回程度」5.2%、「2～3年に1回程度」4.5%となっています。

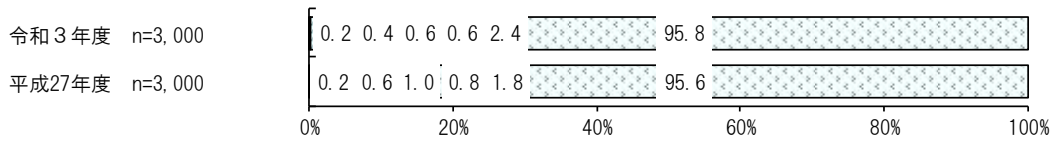
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別で見ると、男性において「見聞きしたことはない（知らない）」が76.3%と女性より11.9ポイント多く、女性において「年に1～2回程度」が14.4%と男性より10.3ポイント多くなっています。

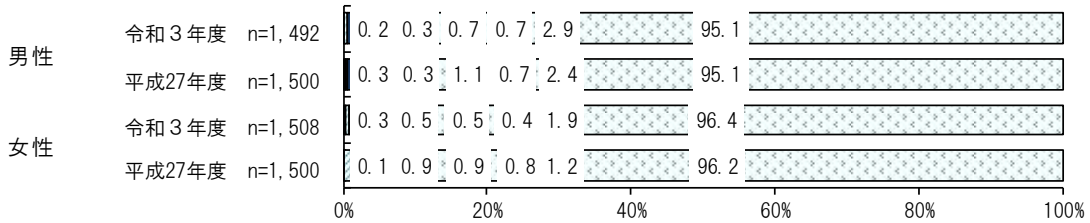
年代別で見ると、年代が高くなるほど「年に1～2回程度」が多く、「見聞きしたことはない（知らない）」が少なくなる傾向にあります。

居住圏域別で見ると、西に行くほど「見聞きしたことはない（知らない）」が多く、「見聞きしたことはない（知らない）」以外は少なくなる傾向にあります。

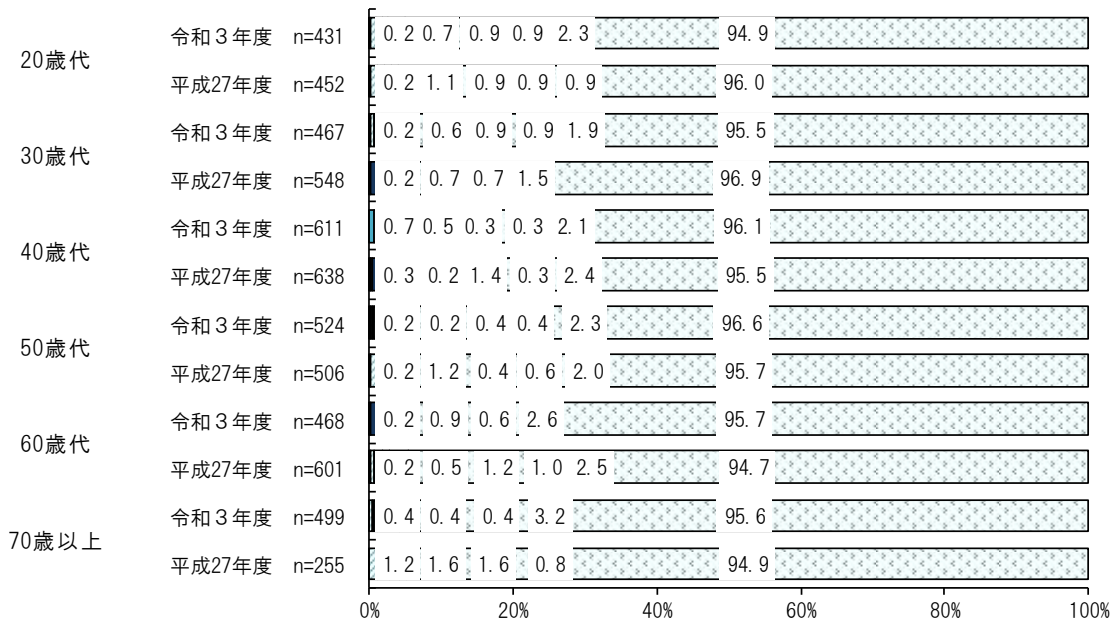
【化粧品〔化粧水等〕】



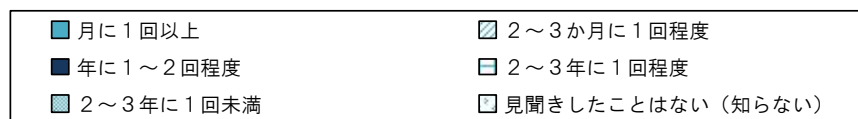
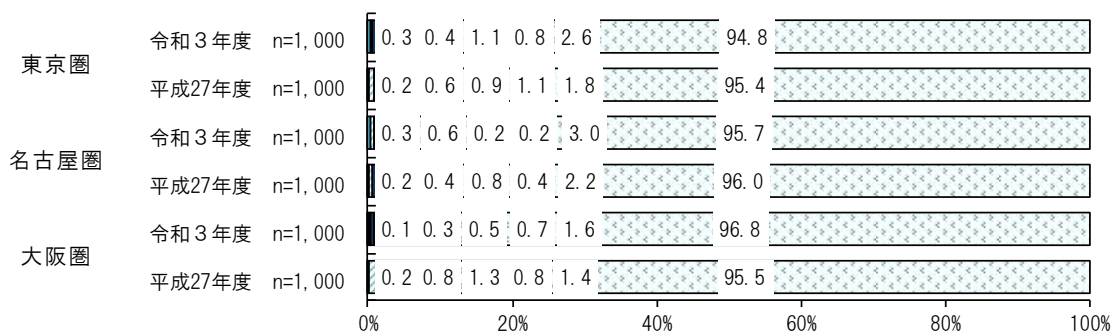
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の化粧品の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が95.8%と突出しています。

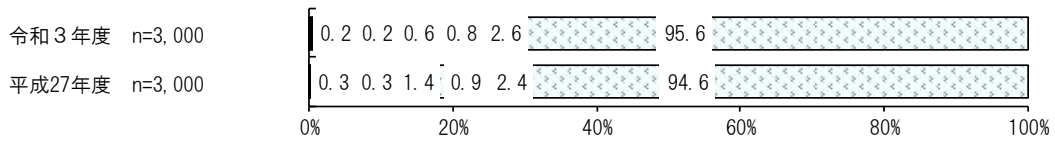
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

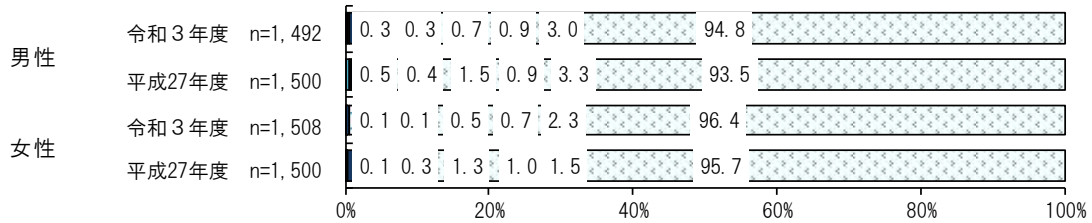
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

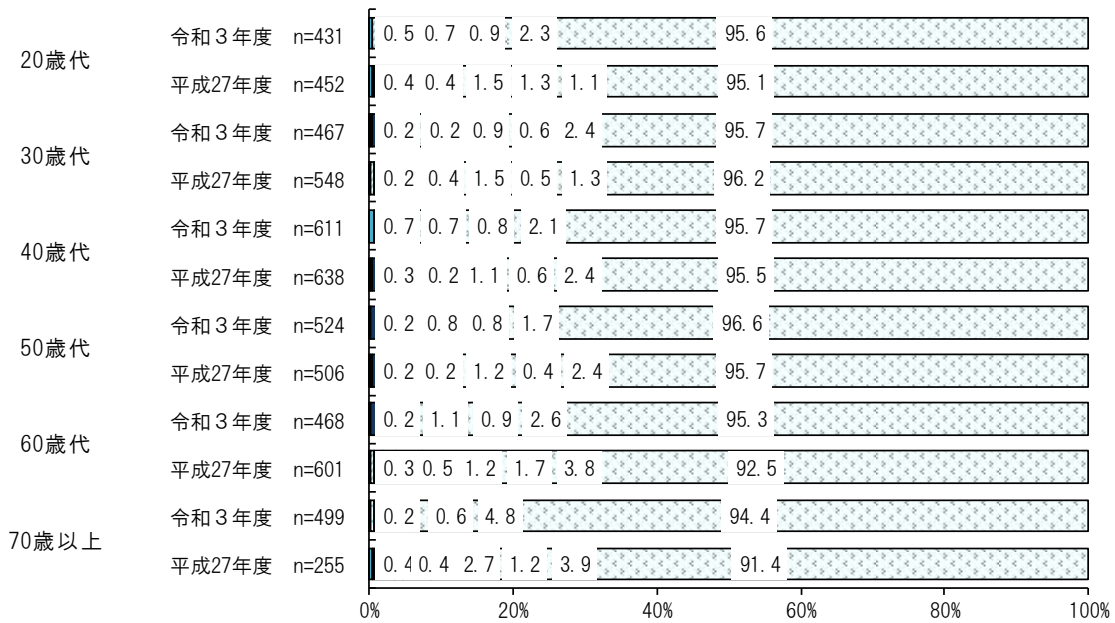
【和紙 [市川和紙、西嶋和紙]】



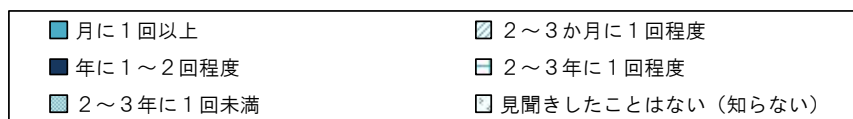
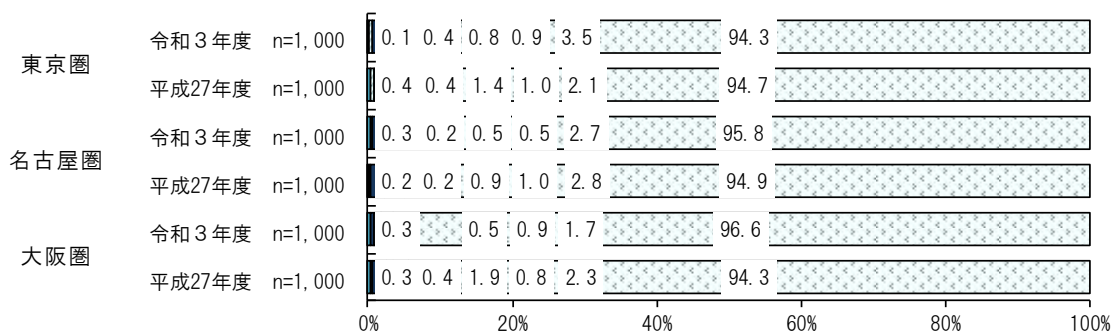
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の和紙の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が95.6%と突出しています。

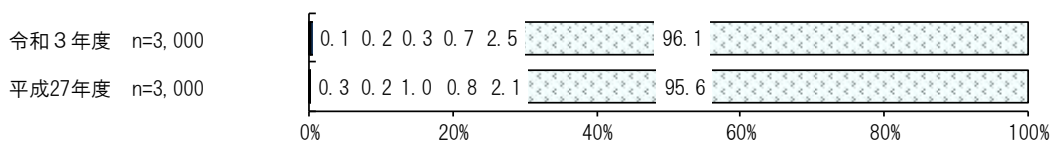
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

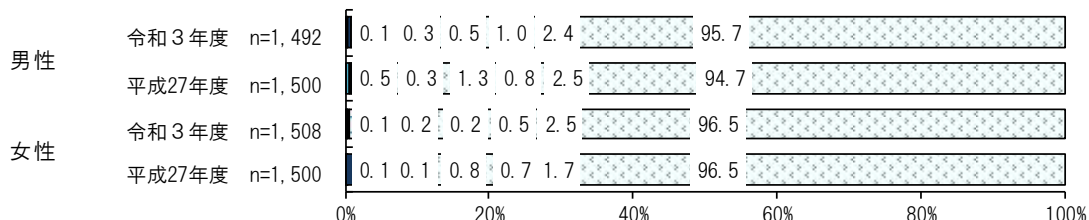
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

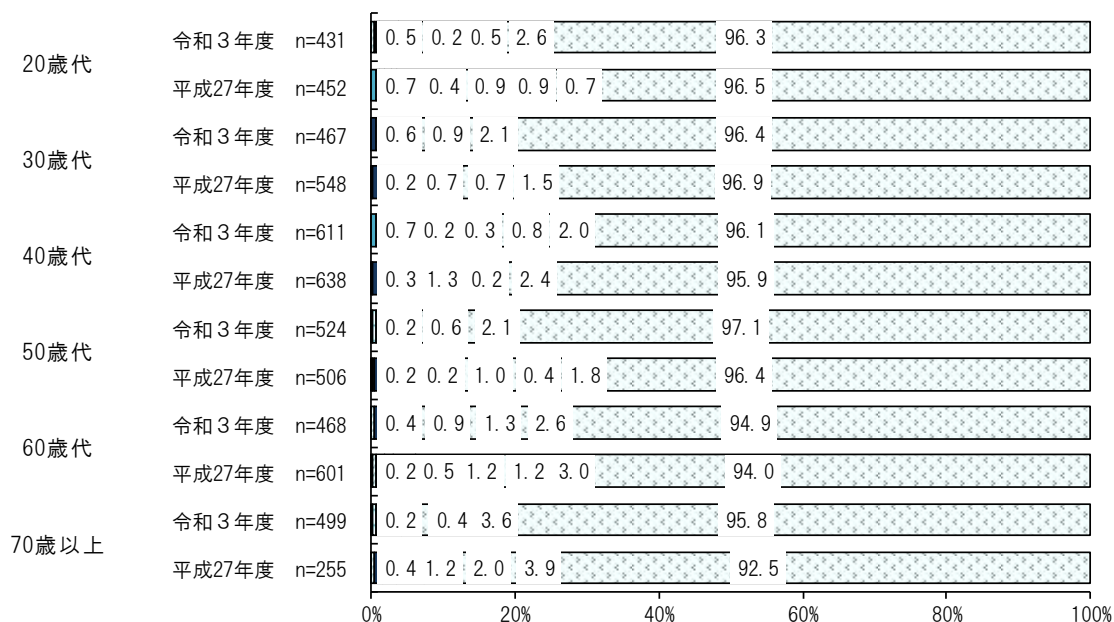
【織物・染め物 [郡内織等]】



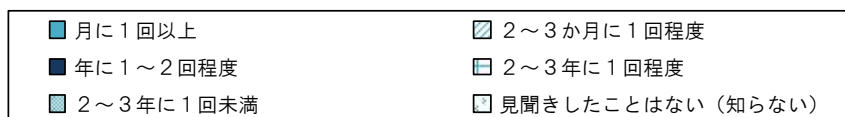
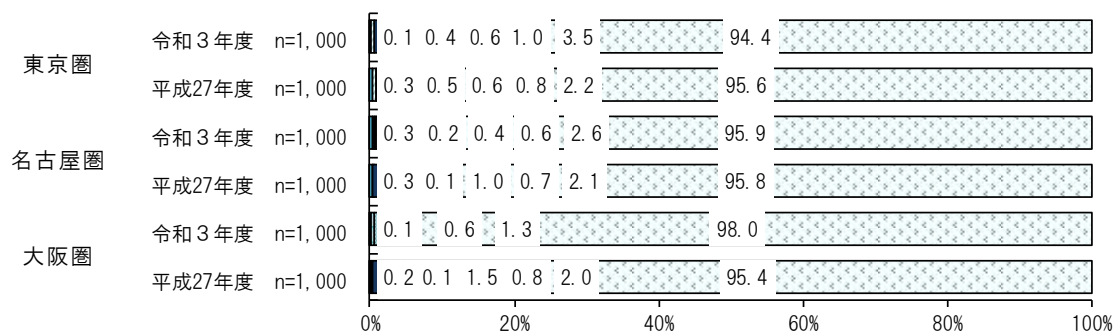
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県産の織物・染め物の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が96.1%と突出しています。

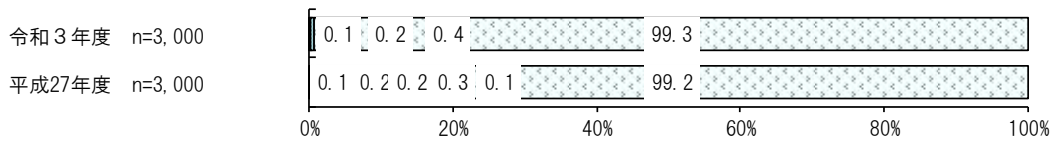
平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

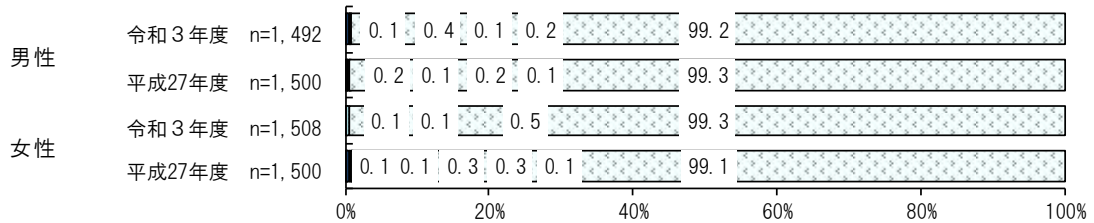
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

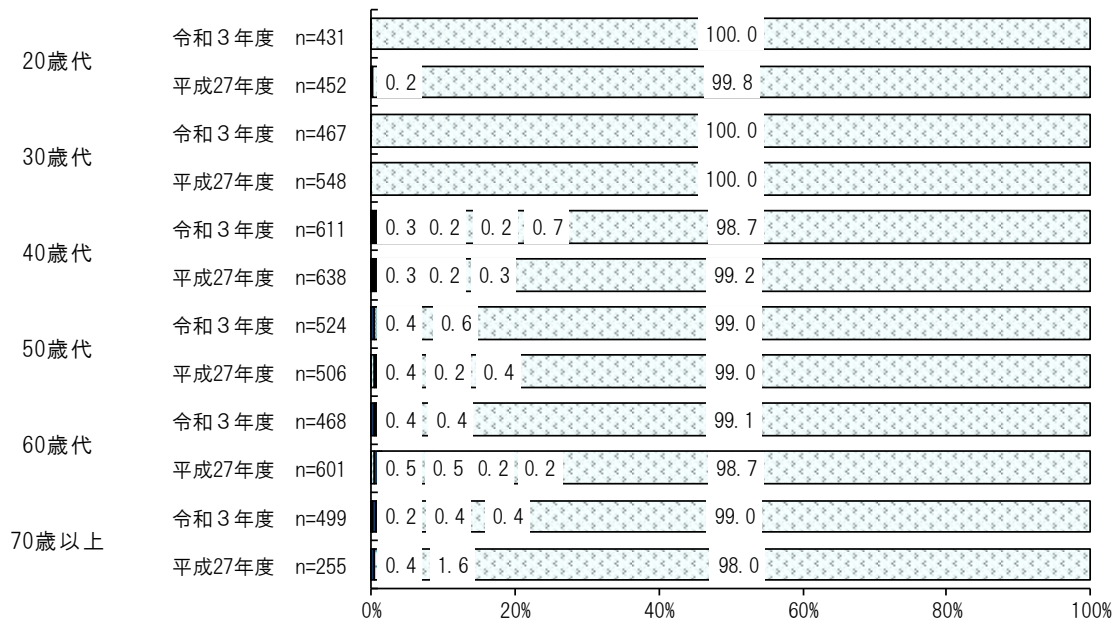
【その他】



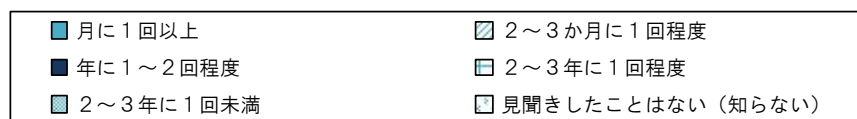
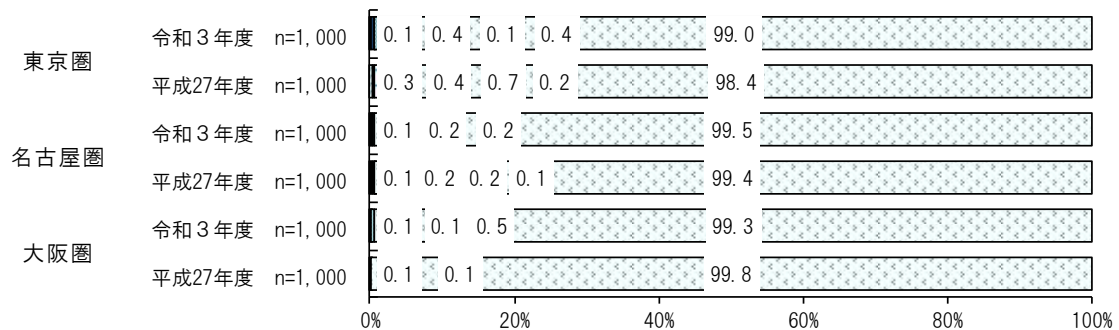
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



その他の山梨県産商品の情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない（知らない）」が99.3%と突出しています。

平成27年度調査と比較しても、大きな差異はみられません。

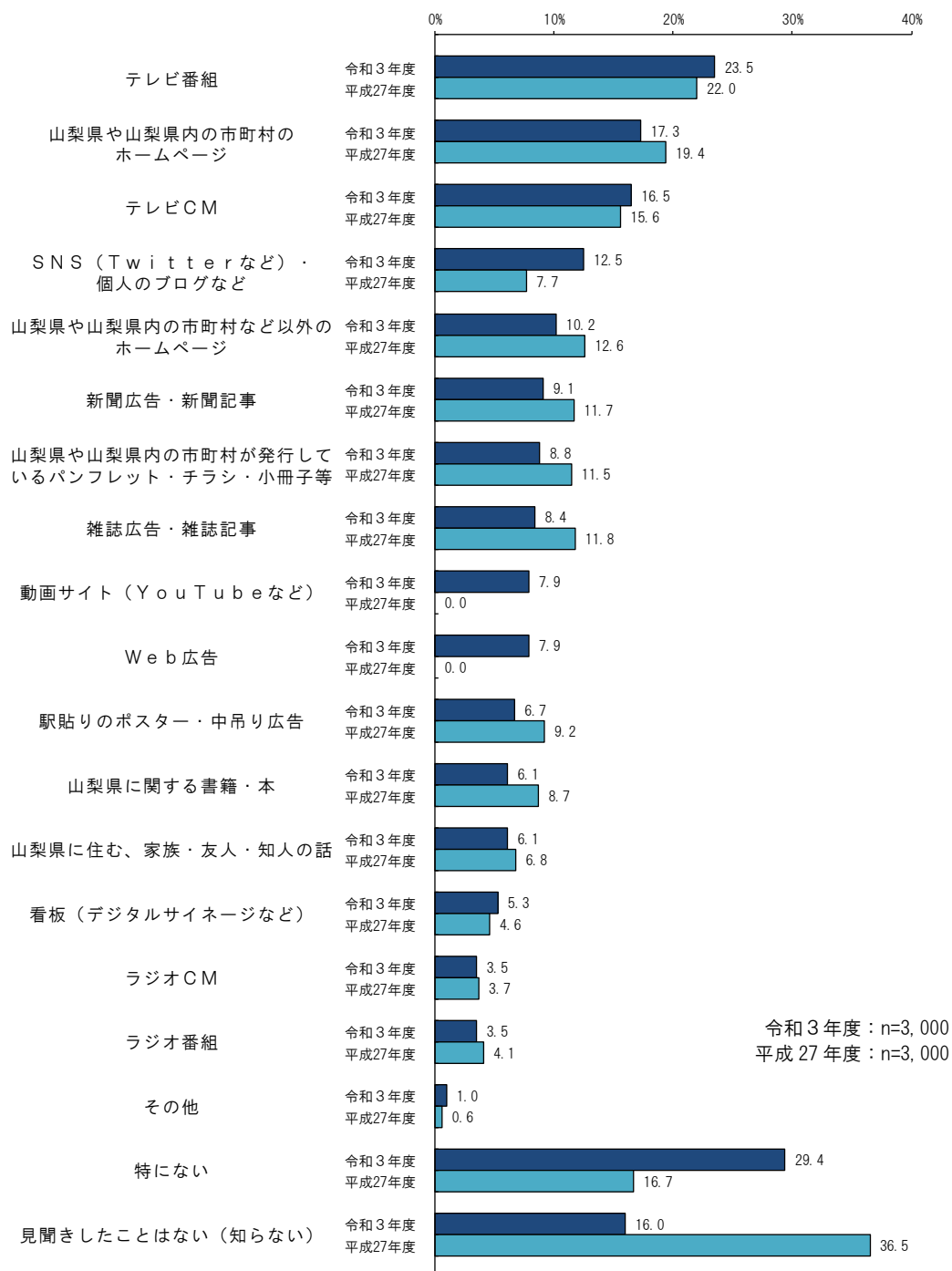
性別では、大きな差異はみられません。

年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

問 16

(1) 山梨県内の「水」の名所や温泉地に関する情報は、どこから得ていますか。
(〇はいくつでも)



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

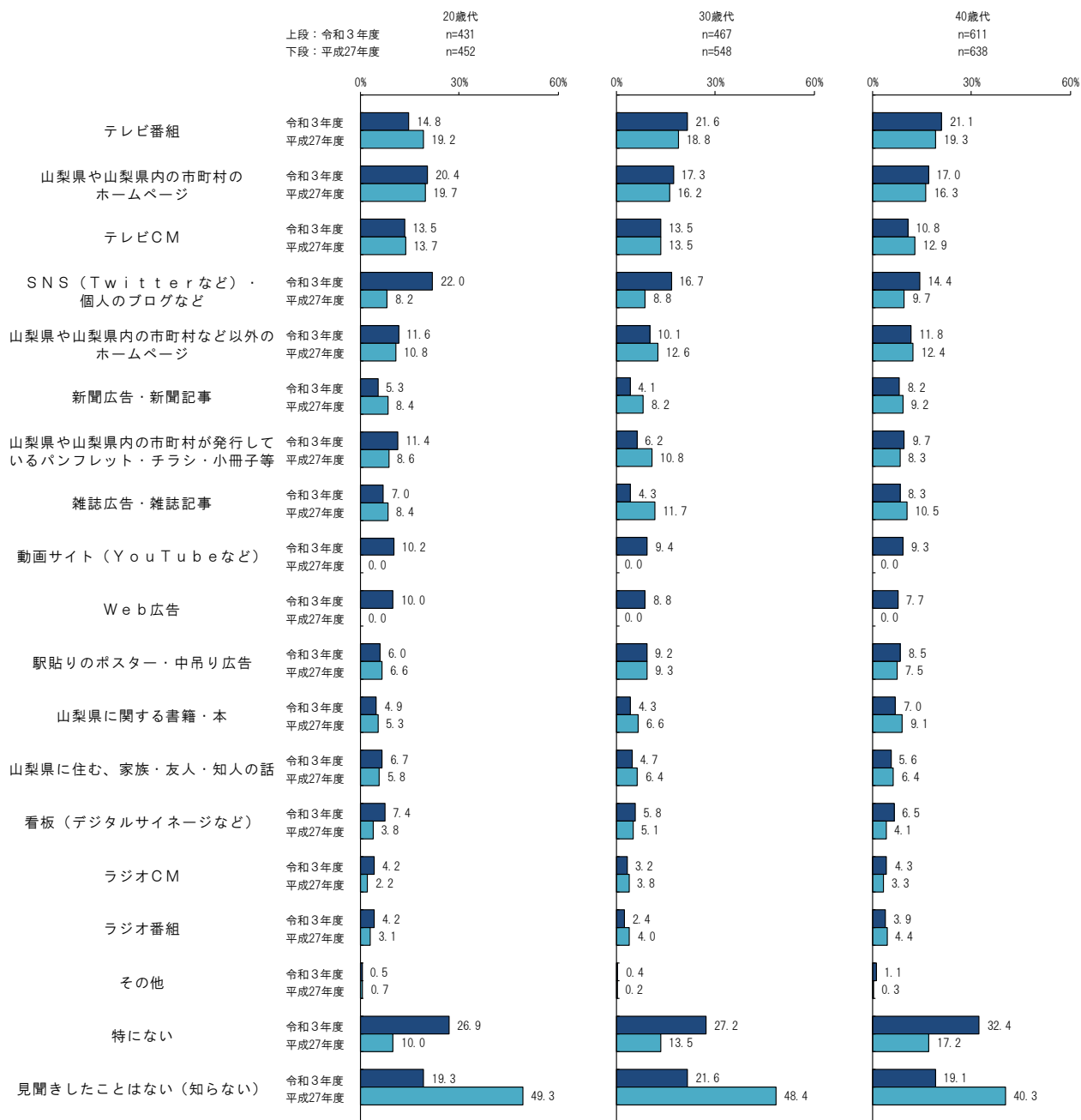
※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問12 (1) (2) でともに「見聞きしたことはない (知らない)」と回答した方の割合

山梨県内の水の名所や温泉地に関する情報の入手先は、「特になし」29.4%が最も多く、以下「テレビ番組」23.5%、「山梨県や山梨県内の市町村のホームページ (ポータルサイトなど)」17.3%、「テレビCM」16.5%、「見聞きしたことはない (知らない)」16.0%となっています。

平成27年度調査と比較すると、「特になし」が12.7ポイント高く、「見聞きしたことはない (知らない)」が20.5ポイント低くなっています。

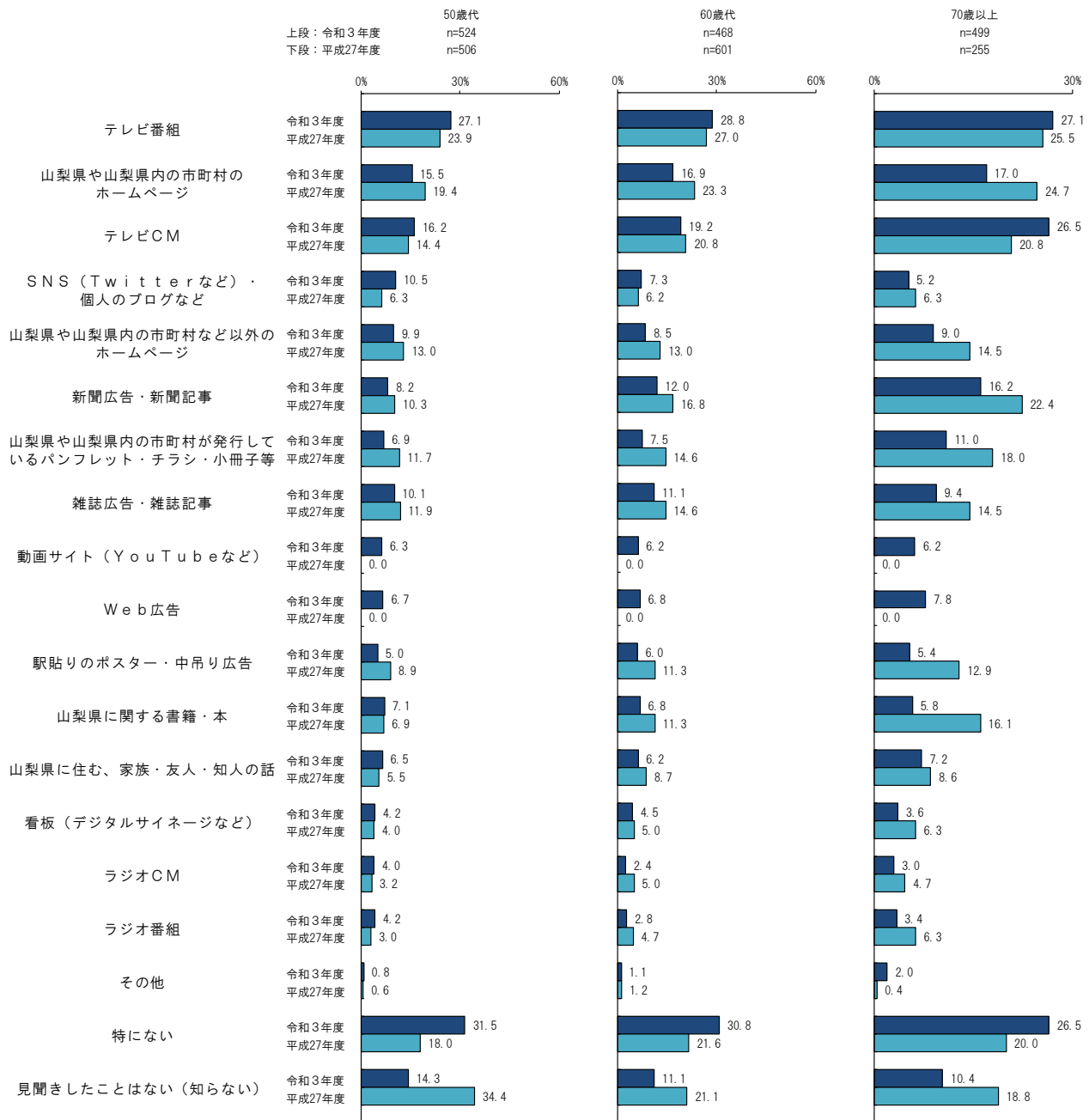
【年代別】



※ 「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢
 ※ 「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合
 ※ 「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合
 ※ 「見聞きしたことはない (知らない)」は、問12 (1) (2) でともに「見聞きしたことはない (知らない)」と回答した方の割合

年代別で見ると、年代が高くなるほど「SNS (Twitter など) ・個人のブログ」、「動画サイト (YouTube など)」が少なくなる傾向にあります。また、20歳代において「テレビ番組」が2割を下回って少なく、30歳代において「雑誌広告・雑誌記事」が4.3%と少なくなっています。さらに、70歳以上において「テレビCM」、「新聞広告・新聞記事」が多くなっています。

2. 調査の結果



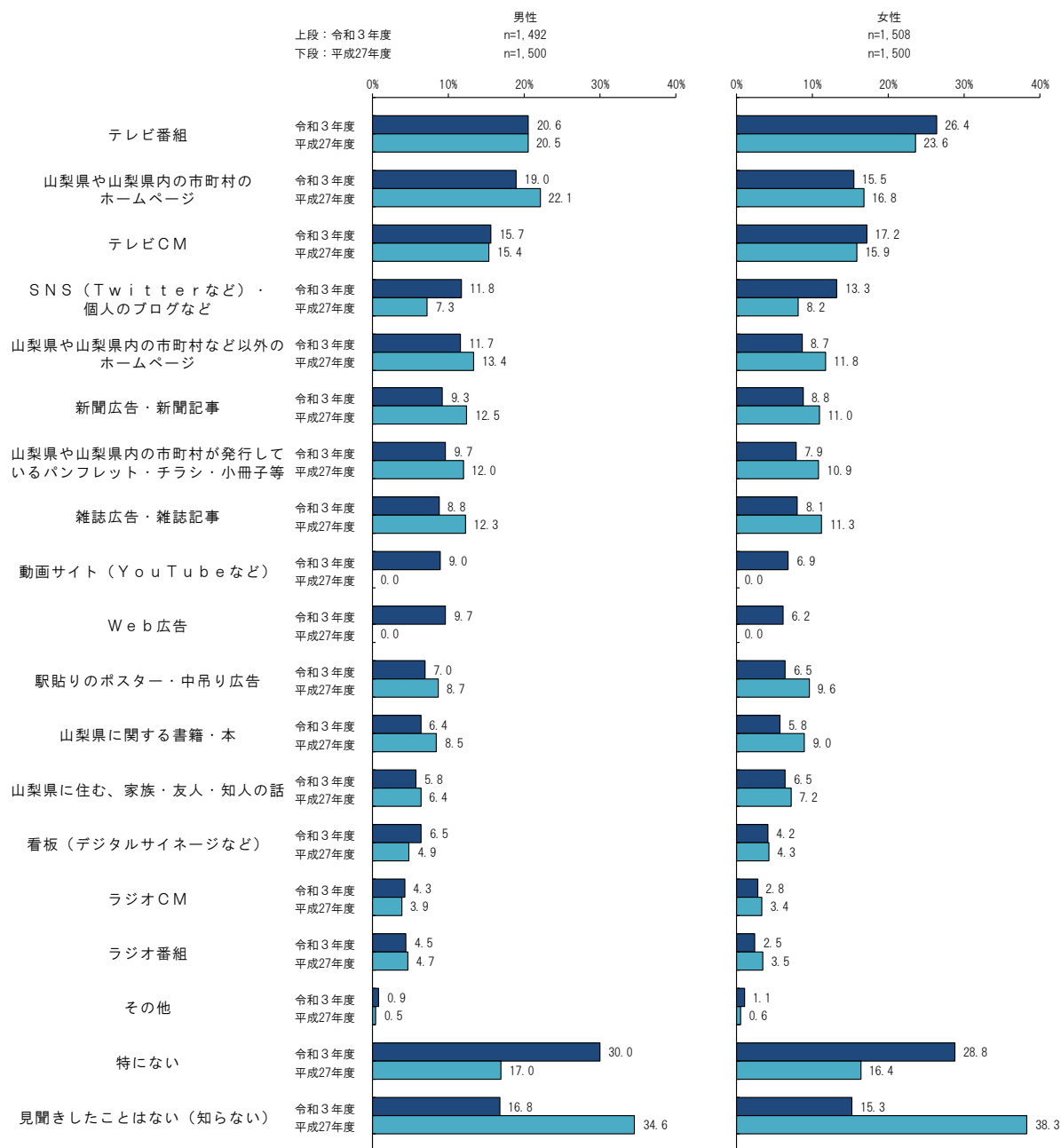
※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問12 (1) (2) でともに「見聞きしたことはない (知らない)」と回答した方の割合

【性別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

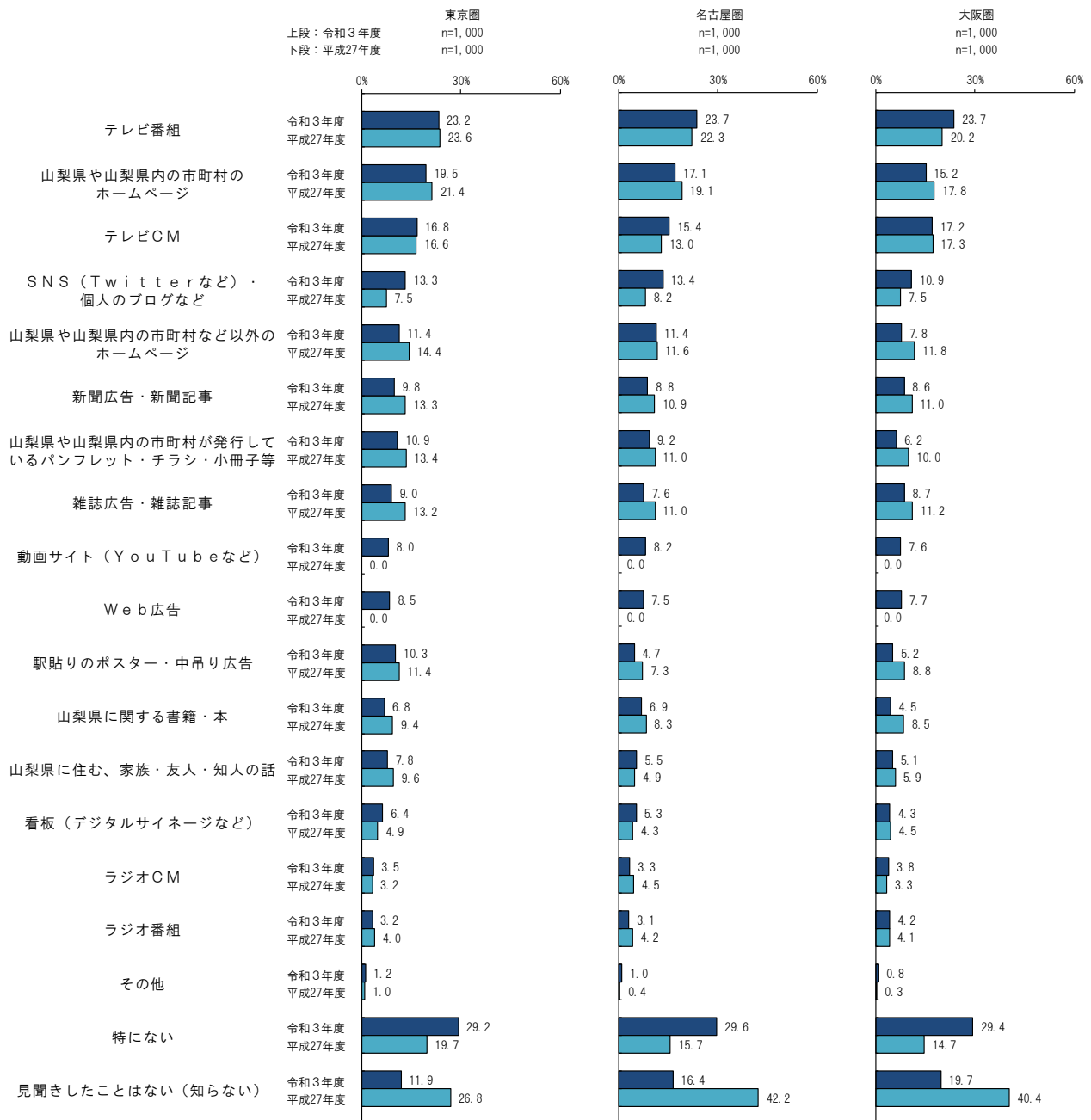
※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問12 (1) (2) でともに「見聞きしたことはない (知らない)」と回答した方の割合

性別でみると、女性において「テレビ番組」が26.4%と男性より5.8ポイント多くなっています。

【居住圏域別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

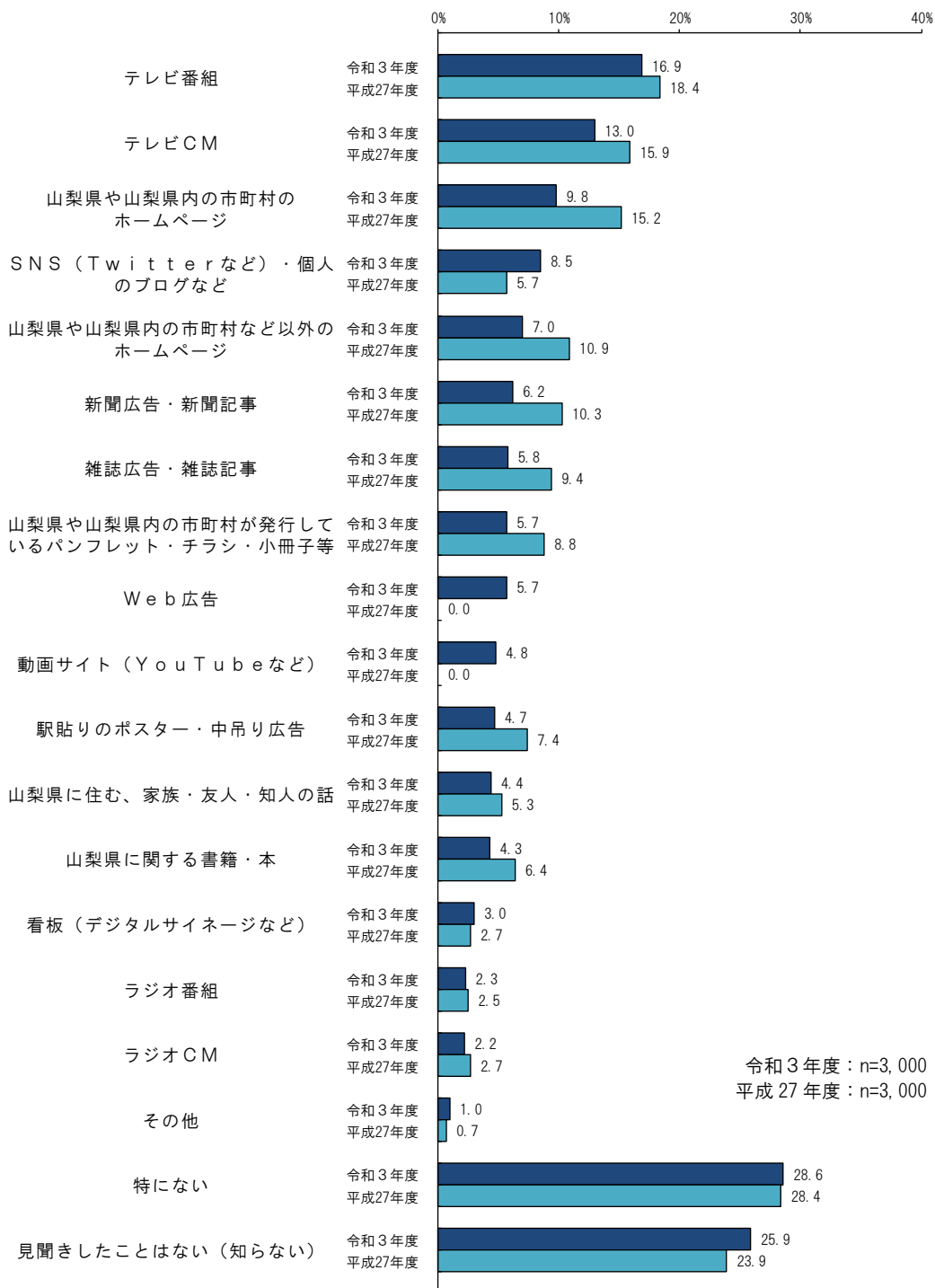
※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問12 (1) (2) でともに「見聞きしたことはない (知らない)」と回答した方の割合

居住圏域別でみると、西へ行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向にあります。また、東京圏において「駅貼りのポスター・中吊り広告」が10.3%と多くなっています。

(2) 「水」に関連する山梨県産商品の情報は、どこから得ていますか。(〇はいくつでも)



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

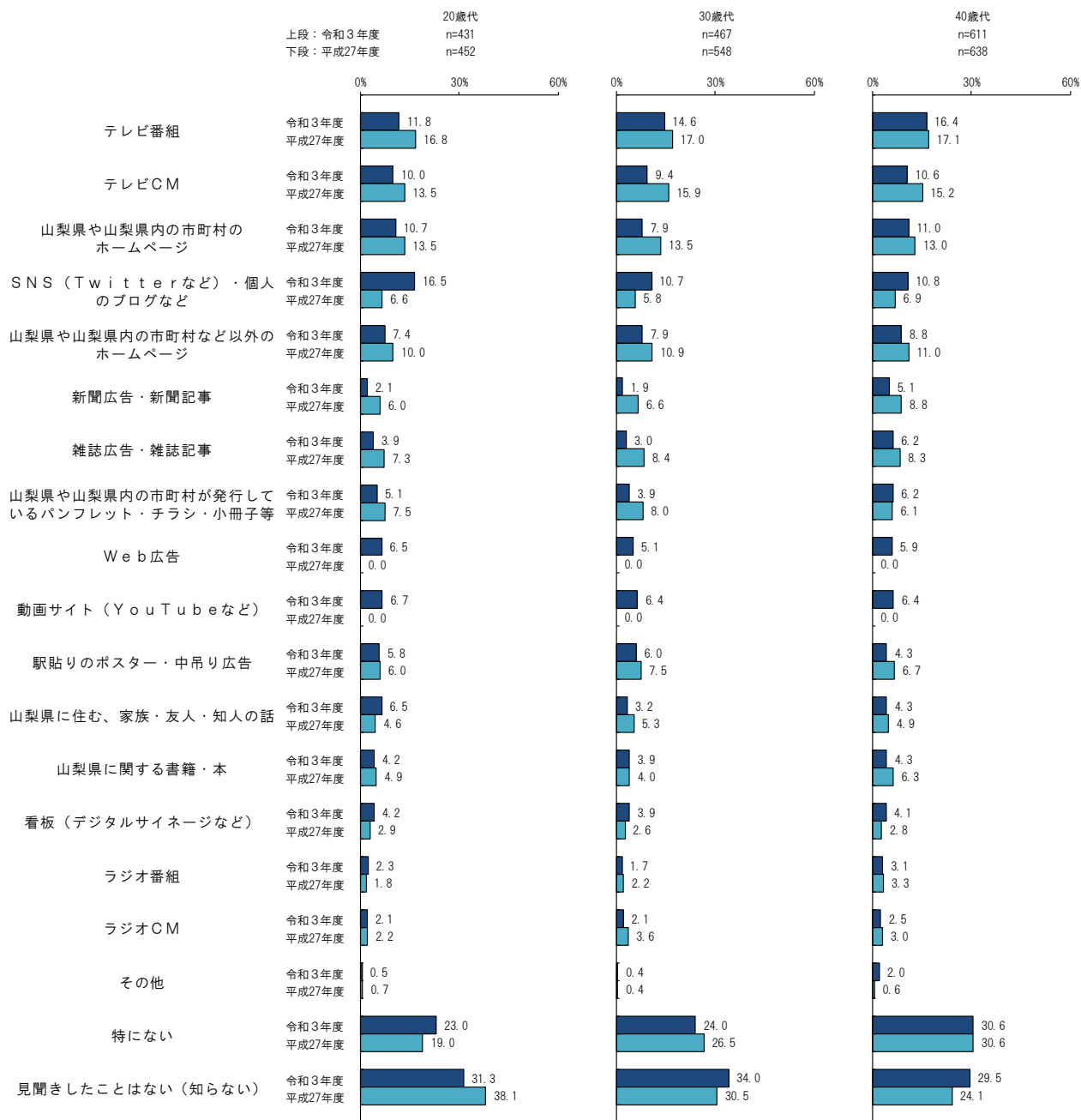
※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問14 (2) で「ひとつもない」と回答した方の割合

水に関する山梨県産商品の情報の入手先は、「特になし」28.6%が最も多く、以下「見聞きしたことはない (知らない)」25.9%、「テレビ番組」16.9%、「テレビCM」13.0%、「山梨県や山梨県内の市町村のホームページ (ポータルサイトなど)」9.8%となっています。

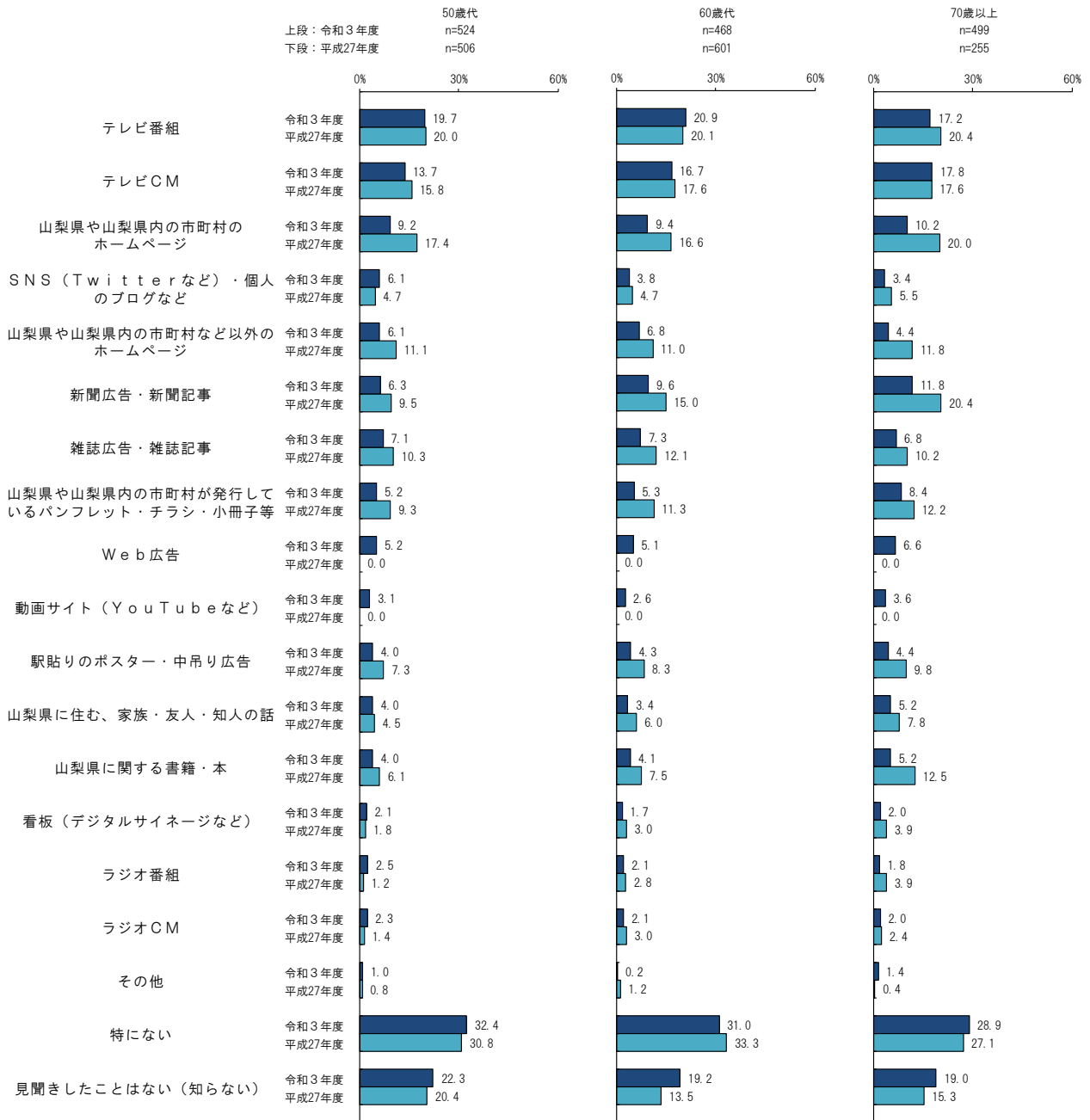
平成27年度調査と比較すると、「山梨県や山梨県内の市町村のホームページ (ポータルサイトなど)」が5.4ポイント低くなっています。

【年代別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢
 ※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合
 ※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合
 ※「聞きしたことはない (知らない)」は、問14 (2) で「ひとつもない」と回答した方の割合

年代別で見ると、年代が高くなるほど「テレビCM」が多く、「SNS (Twitter など) ・個人のブログなど」、「動画サイト (YouTube など)」が少なくなる傾向にあります。また、60歳代～70歳以上において「新聞広告・新聞記事」が多くなっています。



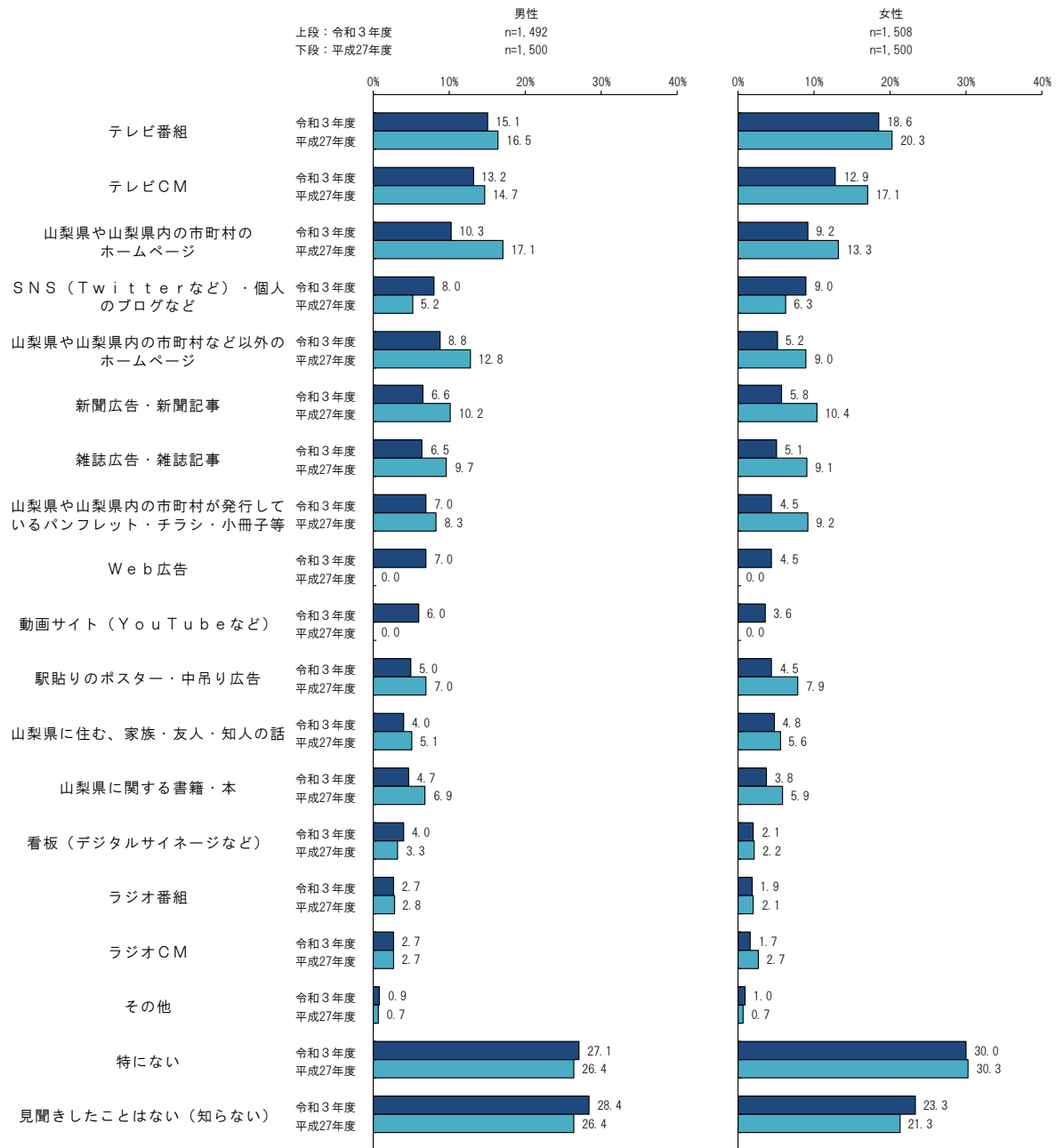
※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和 3 年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成 27 年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか 1 つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成 27 年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか 1 つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問 14 (2) で「ひとつもない」と回答した方の割合

【性別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

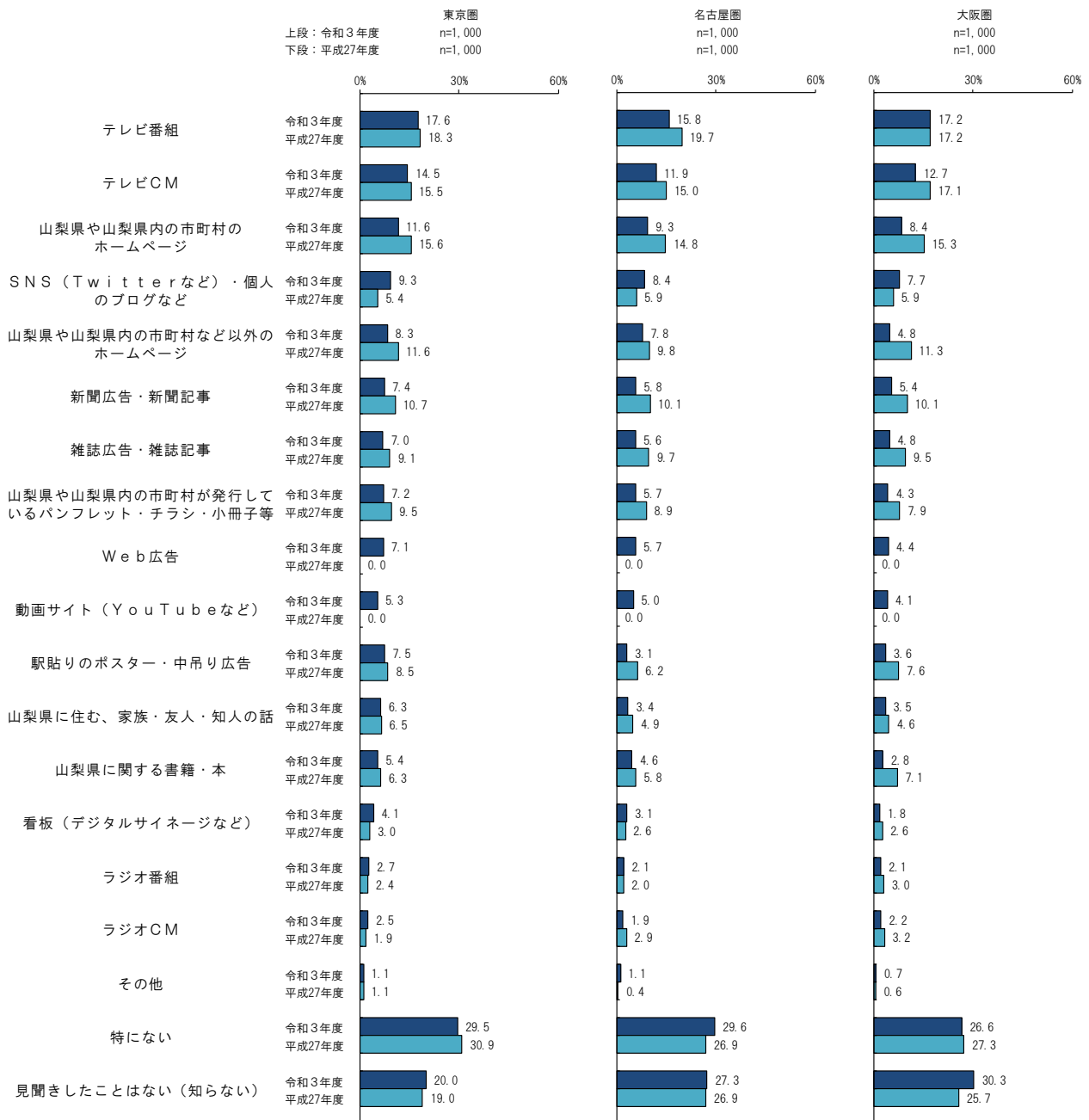
※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「見聞きしたことはない (知らない)」は、問14 (2) で「ひとつもない」と回答した方の割合

性別でみると、男性において「見聞きしたことはない (知らない)」が28.4%と女性より5.1ポイント多くなっています。

【居住圏域別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

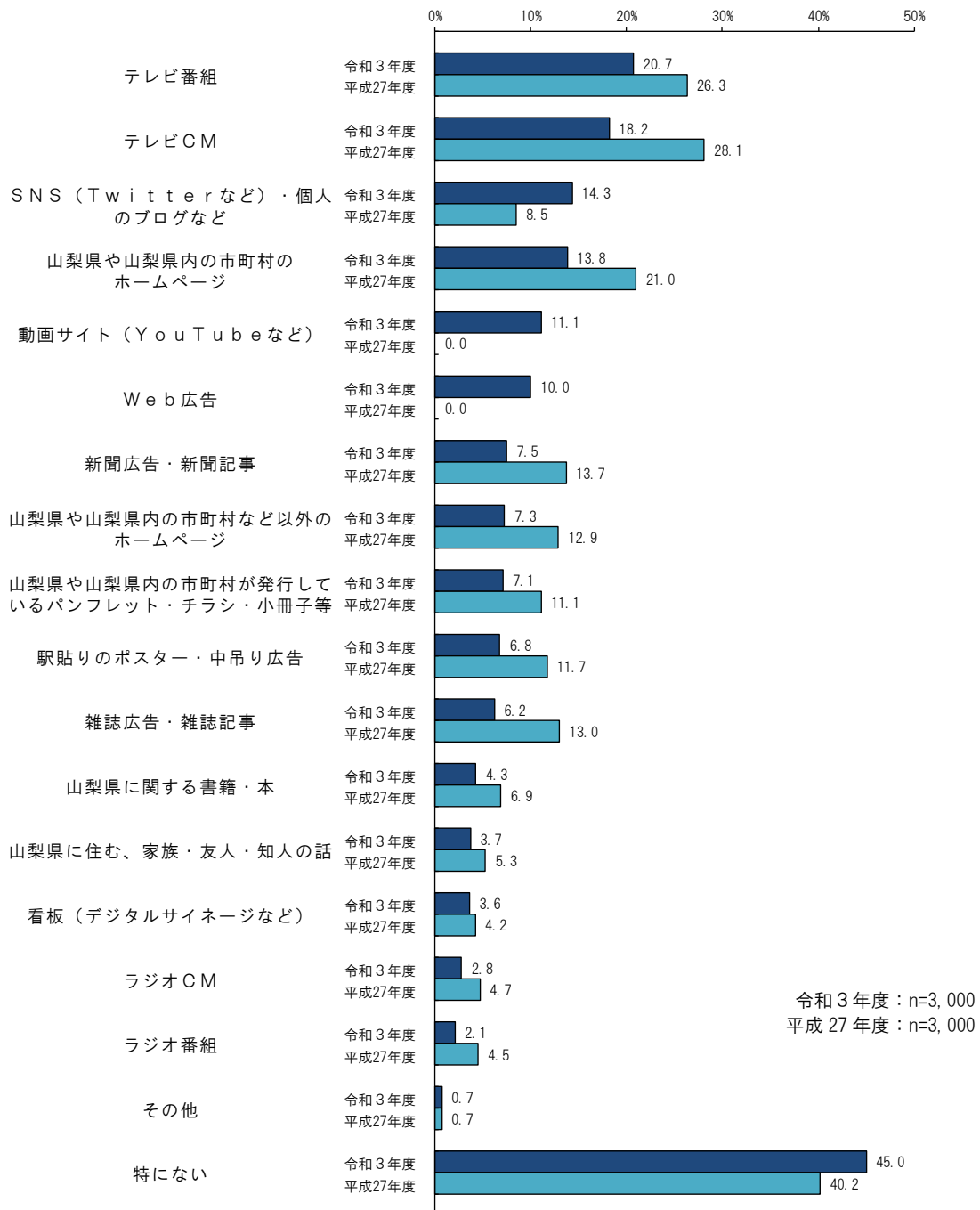
※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「聞きしたことはない (知らない)」は、問14 (2) で「ひとつもない」と回答した方の割合

居住圏域別で見ると、東京圏において「山梨県や山梨県内の市町村のホームページ」、「駅貼りのポスター・中吊り広告」が多く、「聞きしたことはない (知らない)」が20.0%と少なくなっています。また、大阪圏において「山梨県や山梨県内の市町村など以外のホームページ」が4.9%と少なくなっています。

(3) 山梨の「水」の魅力を広くPRする手段として特に有効と考えられるものはどれですか。

(○はいくつでも)



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

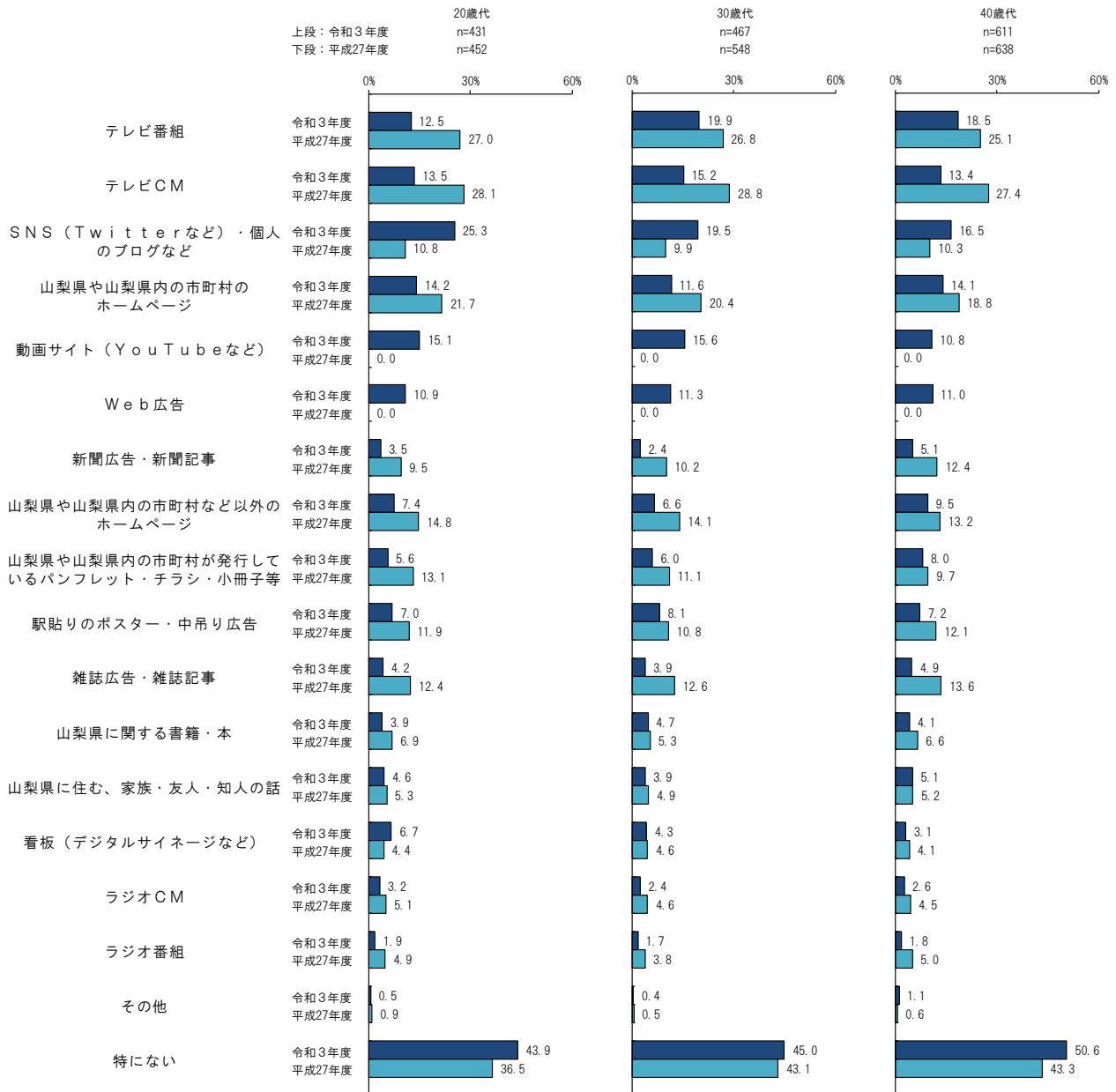
※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

山梨の水の魅力を広くPRするために特に有効な手段は、「特にない」45.0%が最も多く、以下「テレビ番組」20.7%、「テレビCM」18.2%、「SNS (Twitterなど)・個人のブログなど」14.3%、「山梨県や山梨県内の市町村のホームページ (ポータルサイトなど)」13.8%となっています。

平成27年度調査と比較すると、全体的に下回っており、特に「テレビCM」が9.9ポイント低く、一方「SNS (Twitterなど)・個人のブログなど」が5.8ポイント高くなっています。

【年代別】

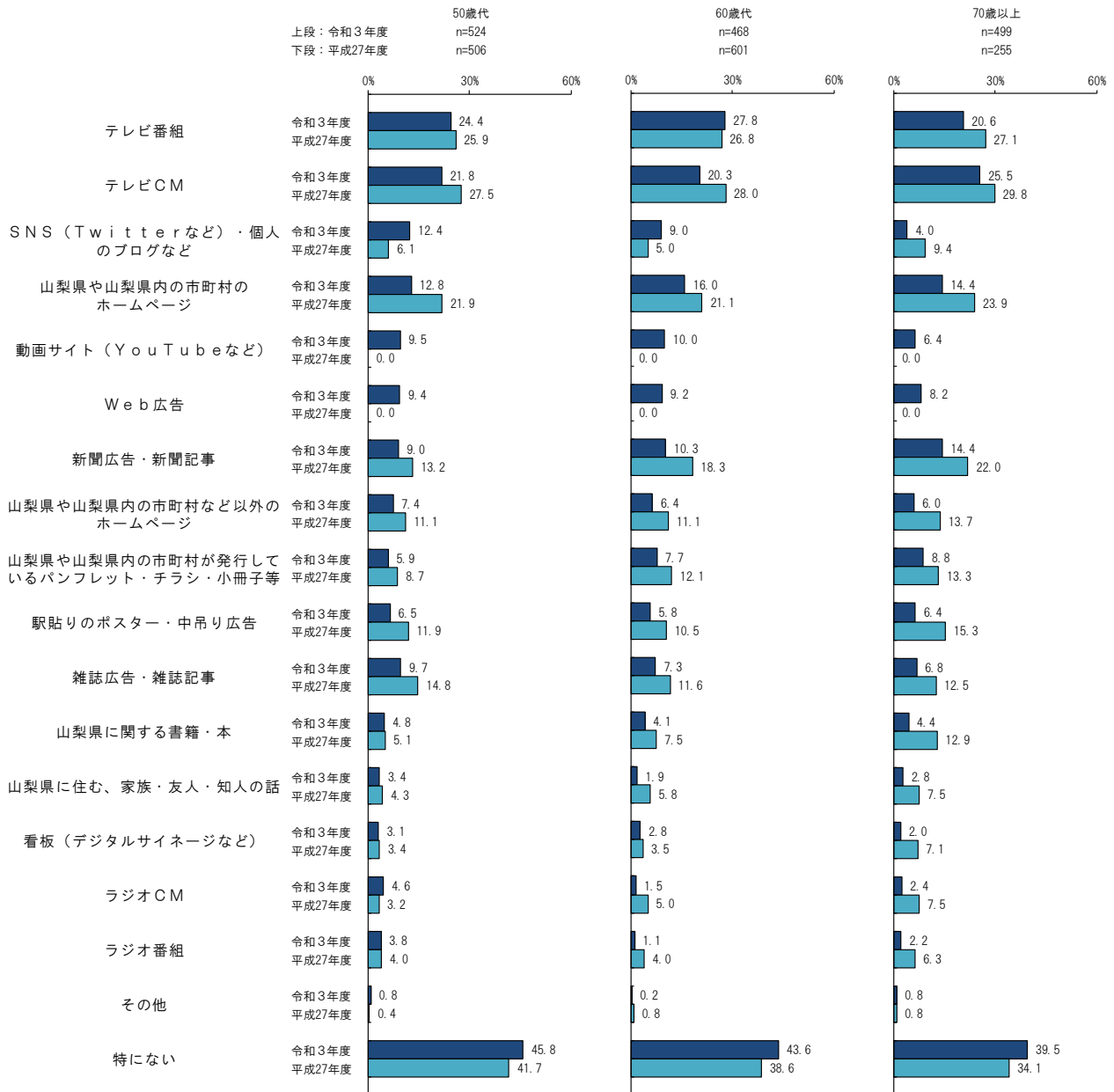


※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

年代別で見ると、年代が高くなるほど「SNS (Twitter など)」が少なく、「新聞広告・新聞記事」が多くなる傾向にあります。また、20歳代において「テレビ番組」が12.5%と少なく、50歳代～70歳以上において「テレビ番組」、「テレビCM」が2割を超えて多くなっています。

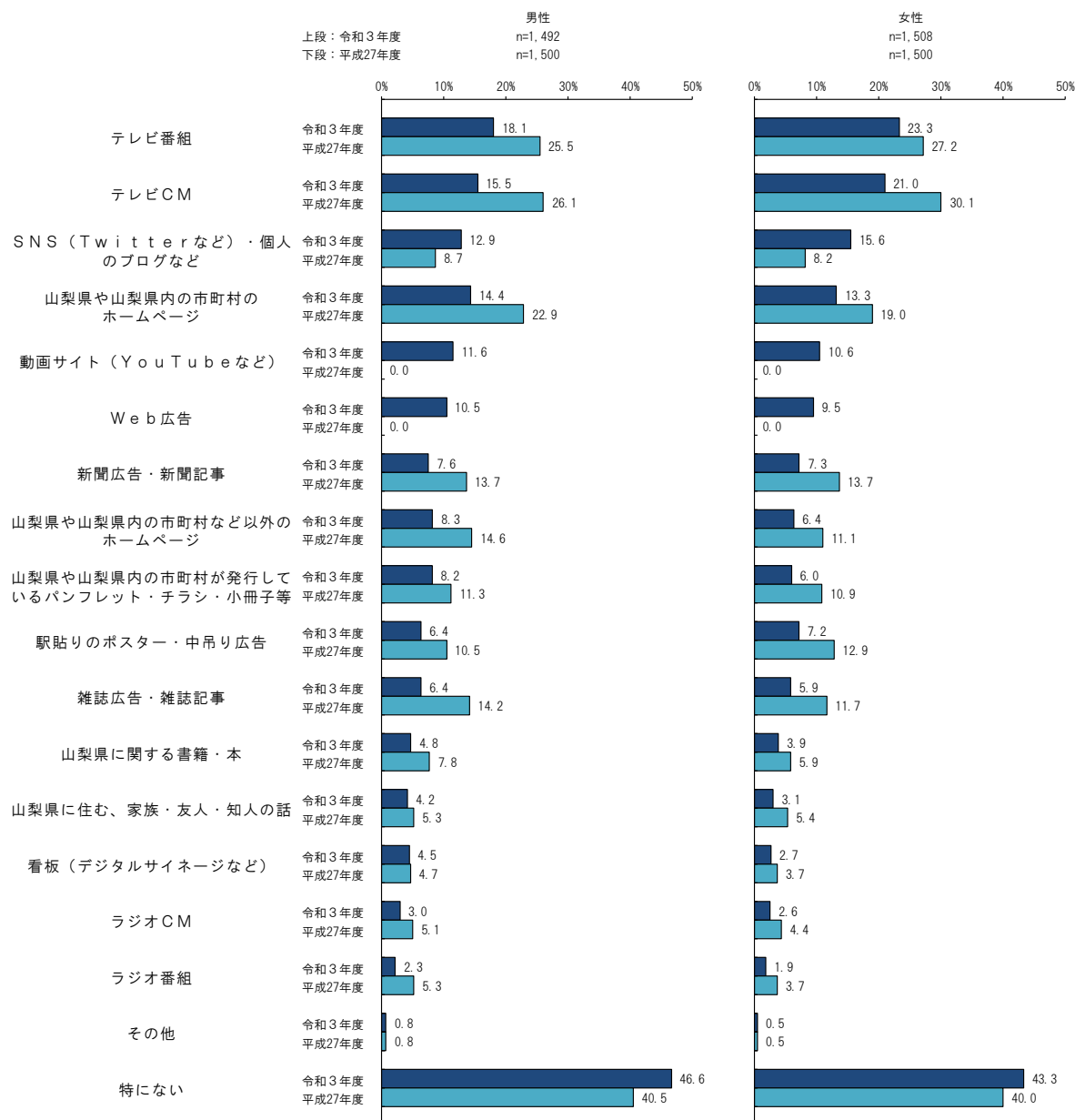


※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

【性別】



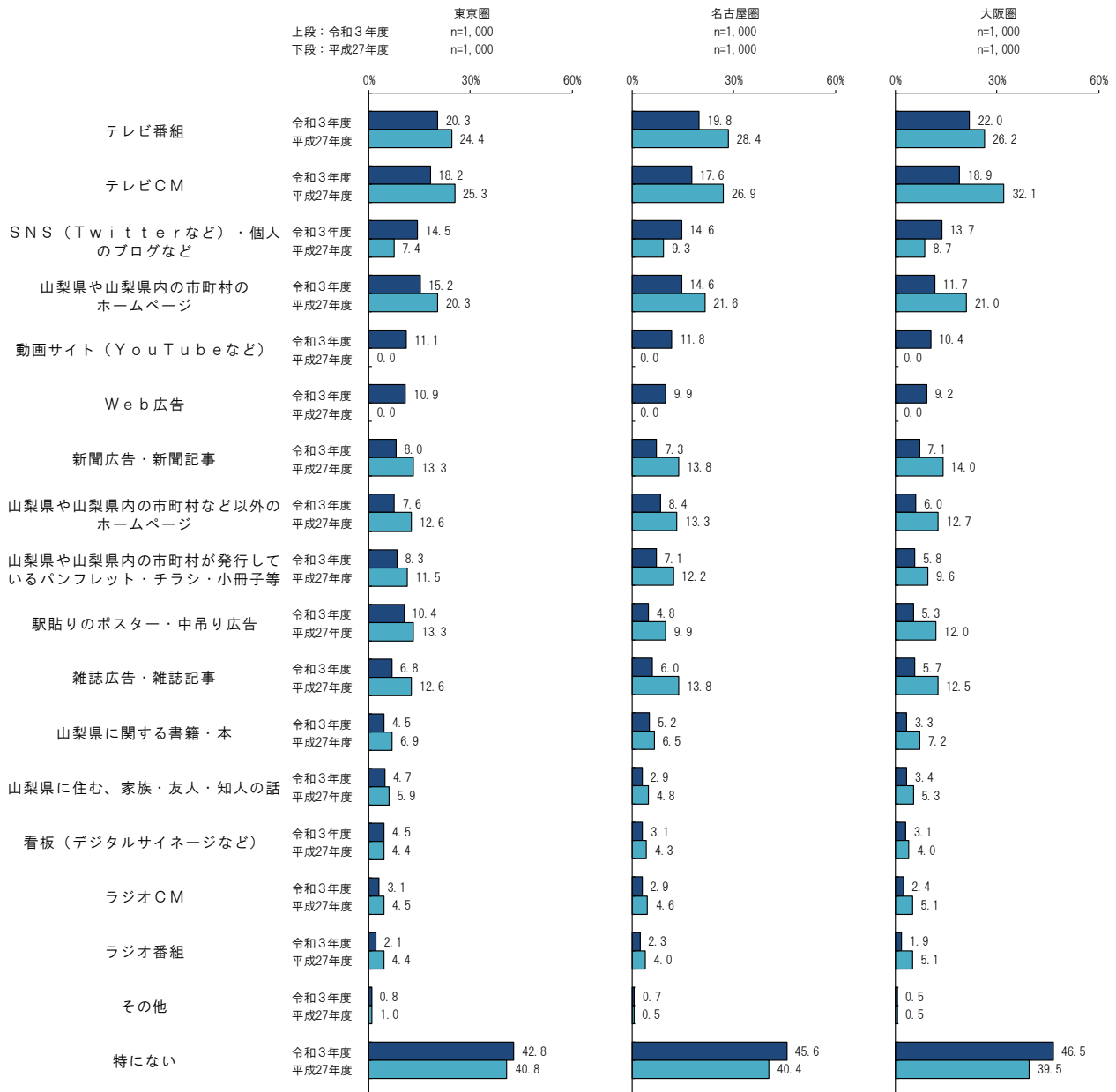
※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

性別で見ると、女性において「テレビ番組」、「テレビCM」が男性よりも5.0ポイント以上多くなっています。

【居住圏域別】



※「動画サイト (YouTube など)」、「Web 広告」は、令和3年度より追加した選択肢

※「新聞広告・新聞記事」は、平成27年度調査で「新聞広告」、「新聞記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

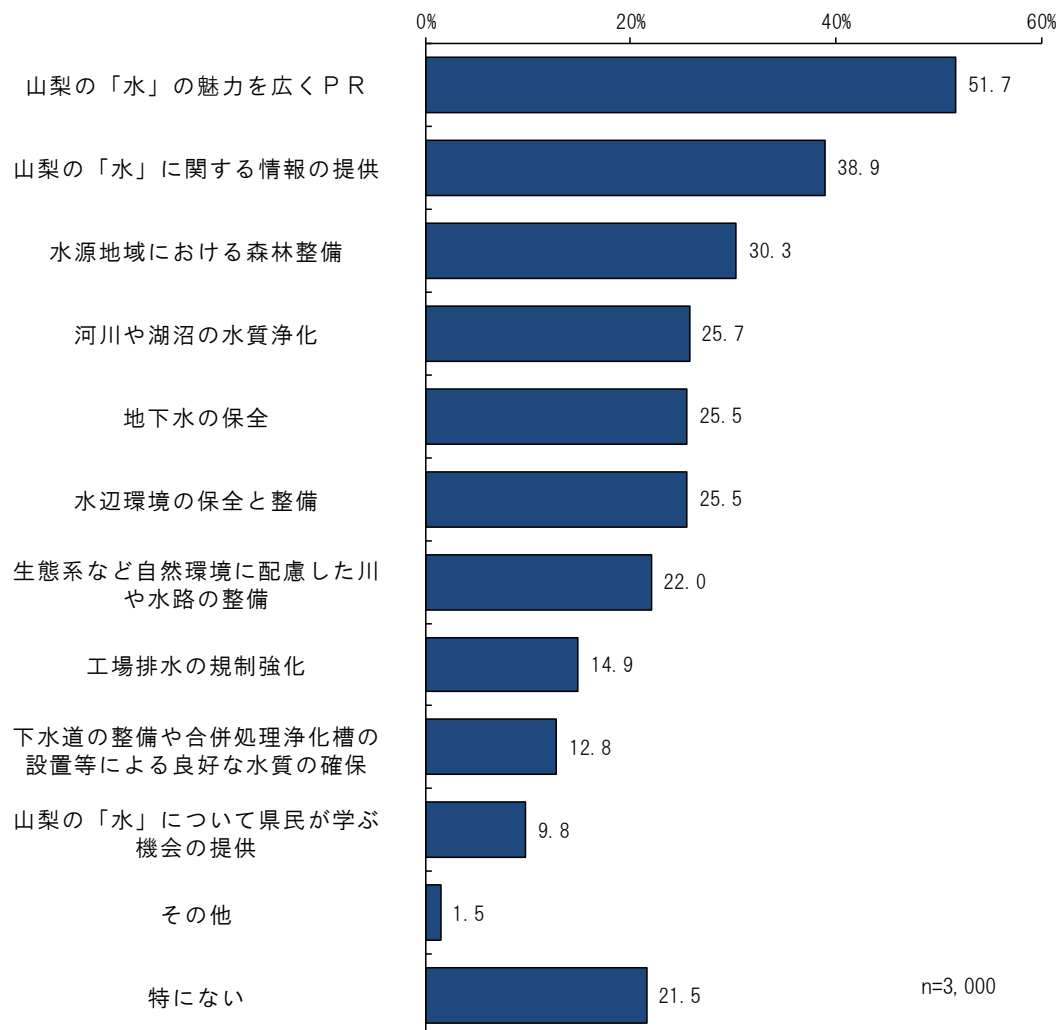
※「雑誌広告・雑誌記事」は、平成27年度調査で「雑誌広告」、「雑誌記事」どちらか1つでも選んだ方の割合

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

IV その他

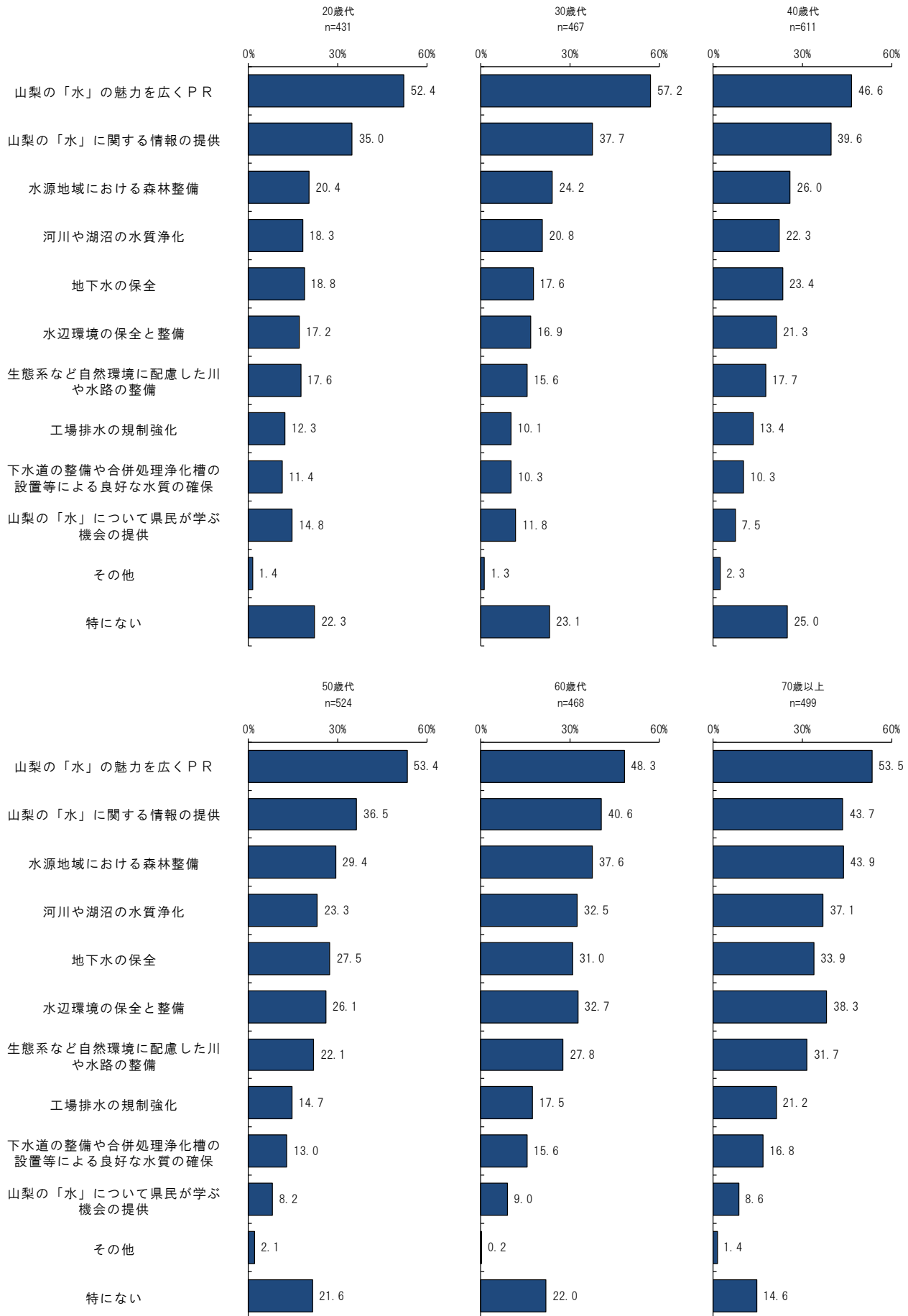
問 17

山梨が「名水の地」としての魅力を高めるために、どのような取り組みが特に必要だと思いますか。(〇はいくつでも)



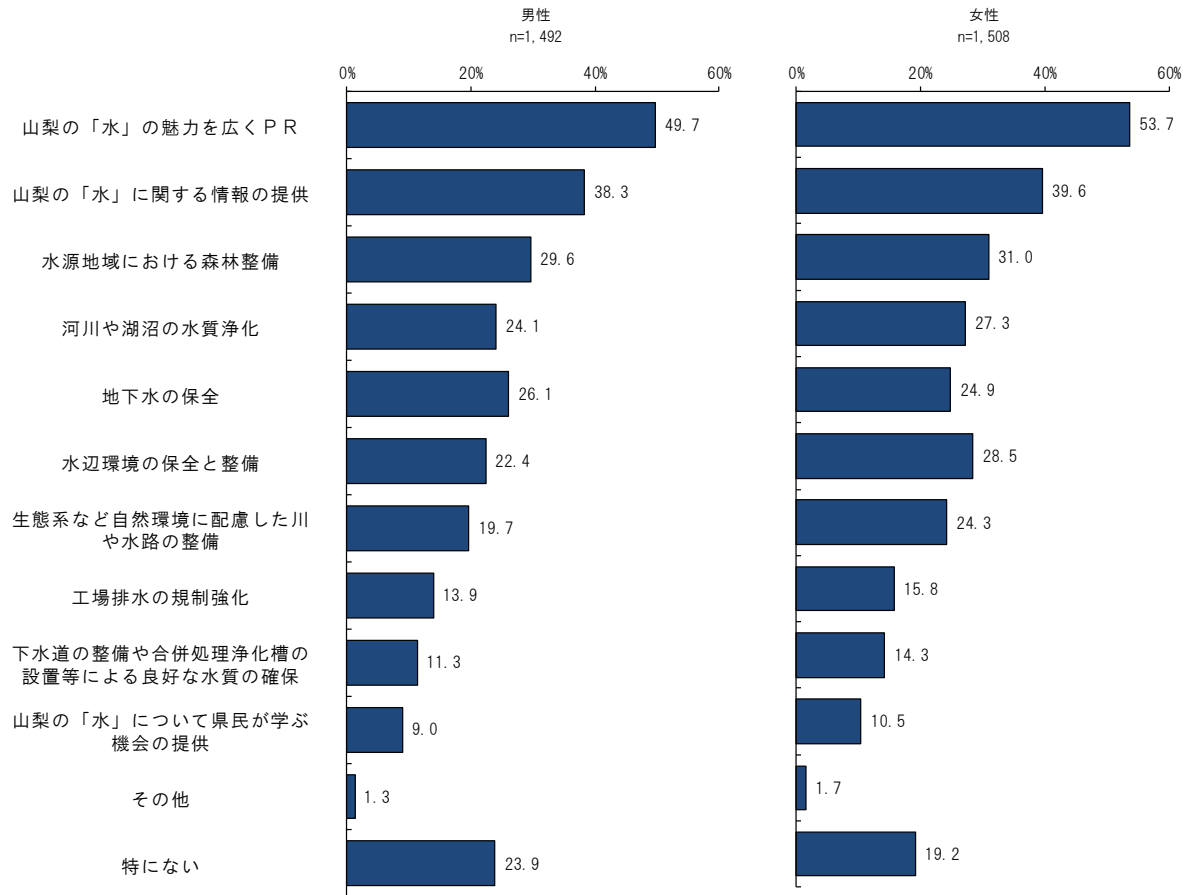
山梨が「名水の地」としての魅力を高めるために特に必要な取り組みは、「山梨の「水」の魅力を広くPR」51.7%が最も多く、以下「山梨の「水」に関する情報の提供」38.9%、「水源地域における森林整備」30.3%、「河川や湖沼の水質浄化」25.7%、「地下水の保全」25.5%、「水辺環境の保全と整備」25.5%となっています。

【年代別】



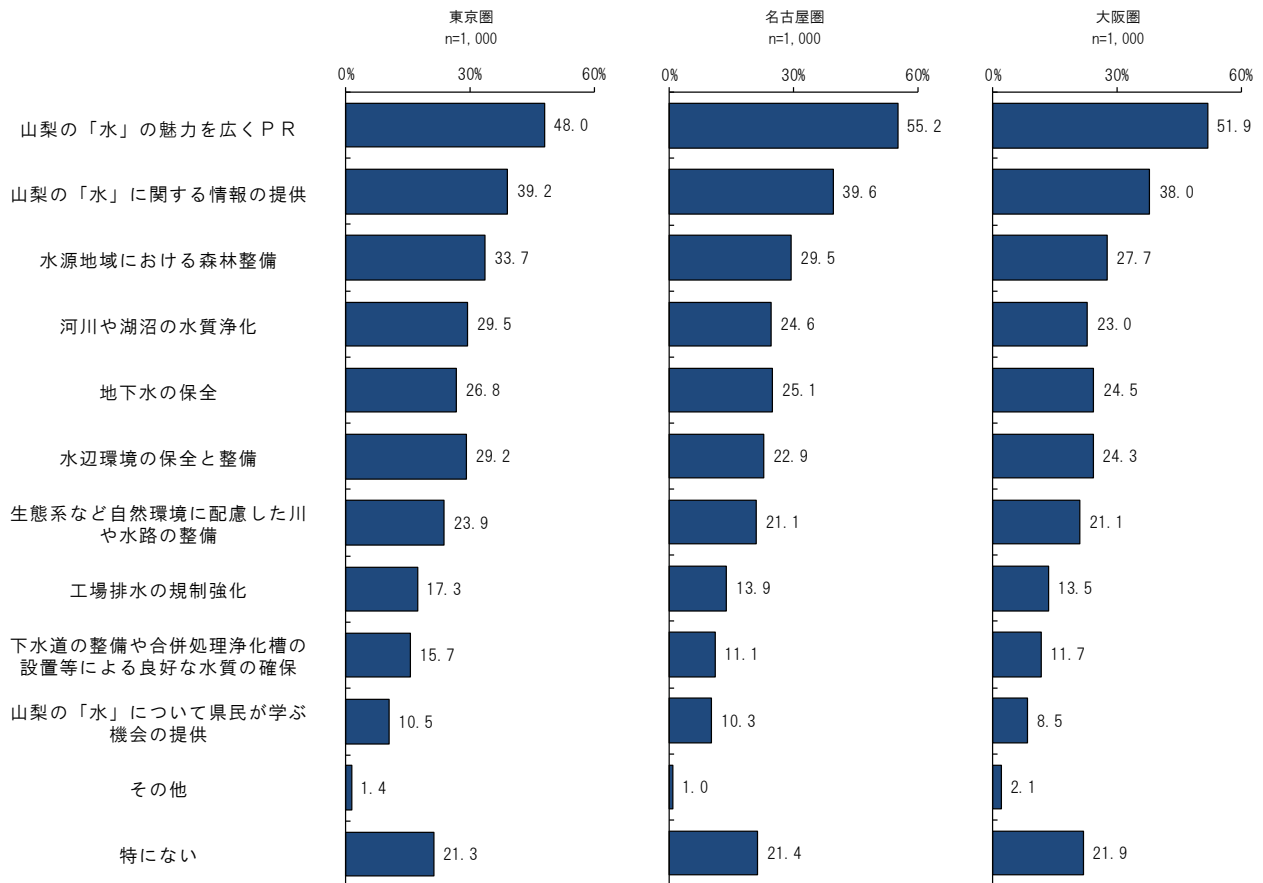
年代別で見ると、年代が高くなるほど「水源地域における森林整備」、「水辺環境の保全と整備」、「生態系など自然環境に配慮した川や水路の整備」が多くなる傾向にあります。また、70歳以上において「特になし」が2割を下回って少なくなっています。

【性別】



性別で見ると、女性において「水辺環境の保全と整備」が28.5%と男性より6.1ポイント多くなっています。

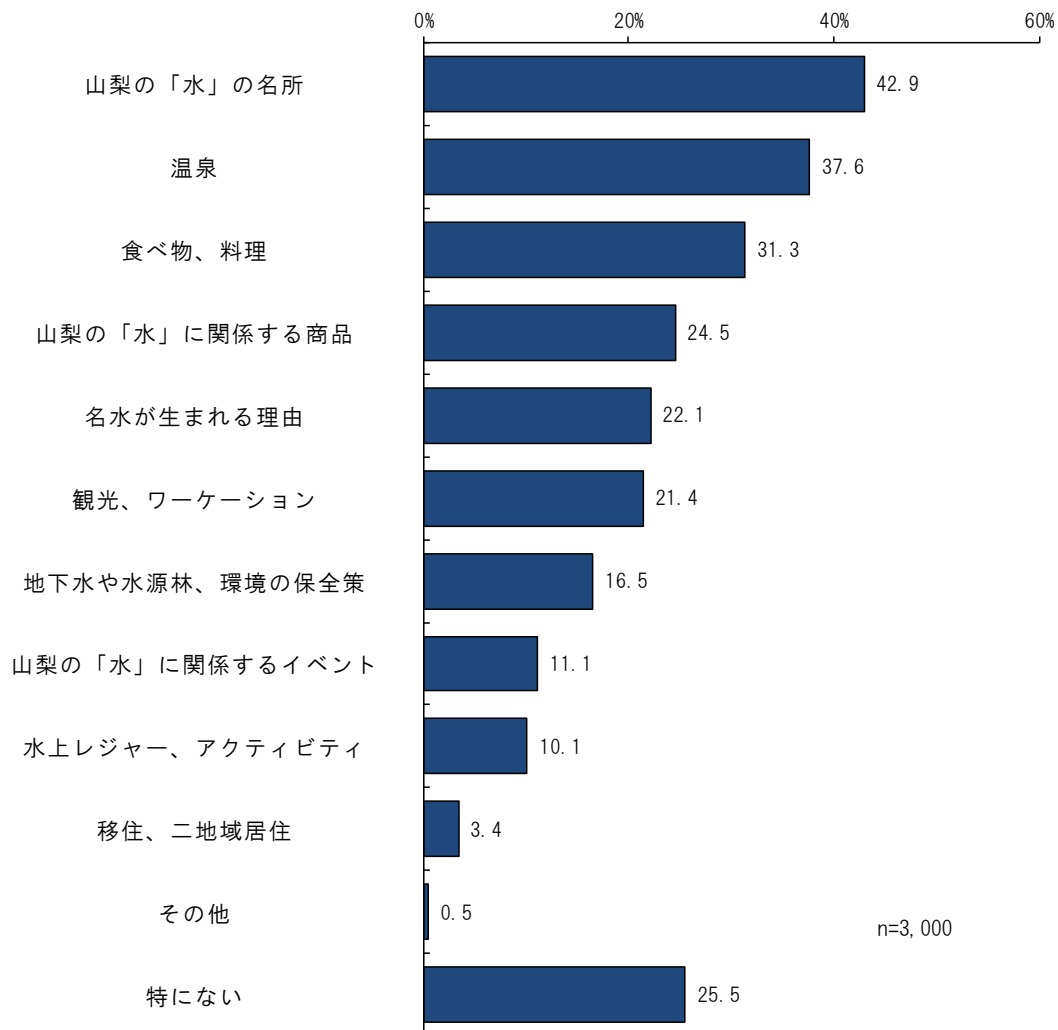
【居住圏域別】



居住圏域別でみると、東京圏において「河川や湖沼の水質浄化」、「水辺環境の保全と整備」が多くなっています。

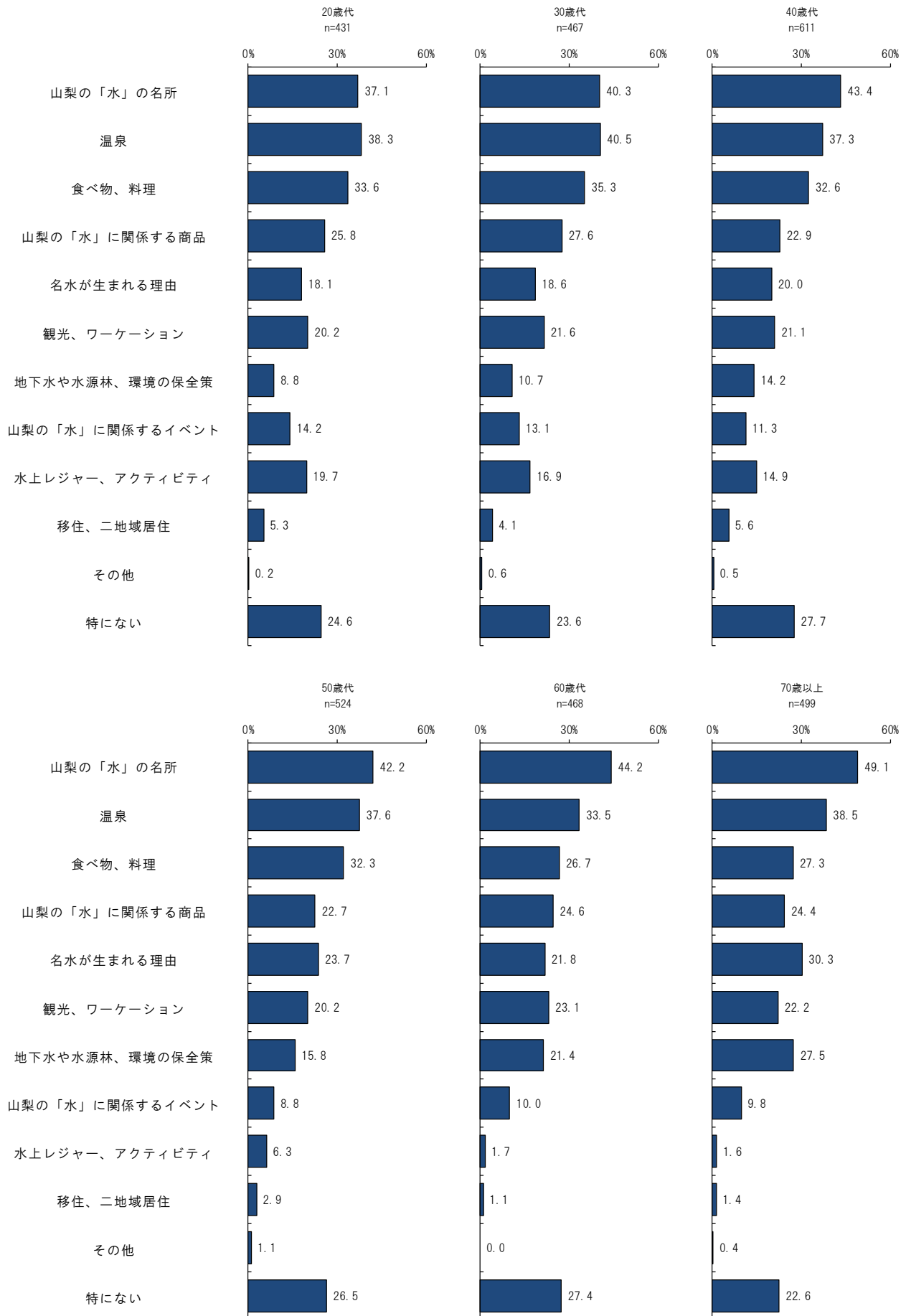
問 18

山梨の「水」について、どのような情報が知りたいですか。(〇はいくつでも)



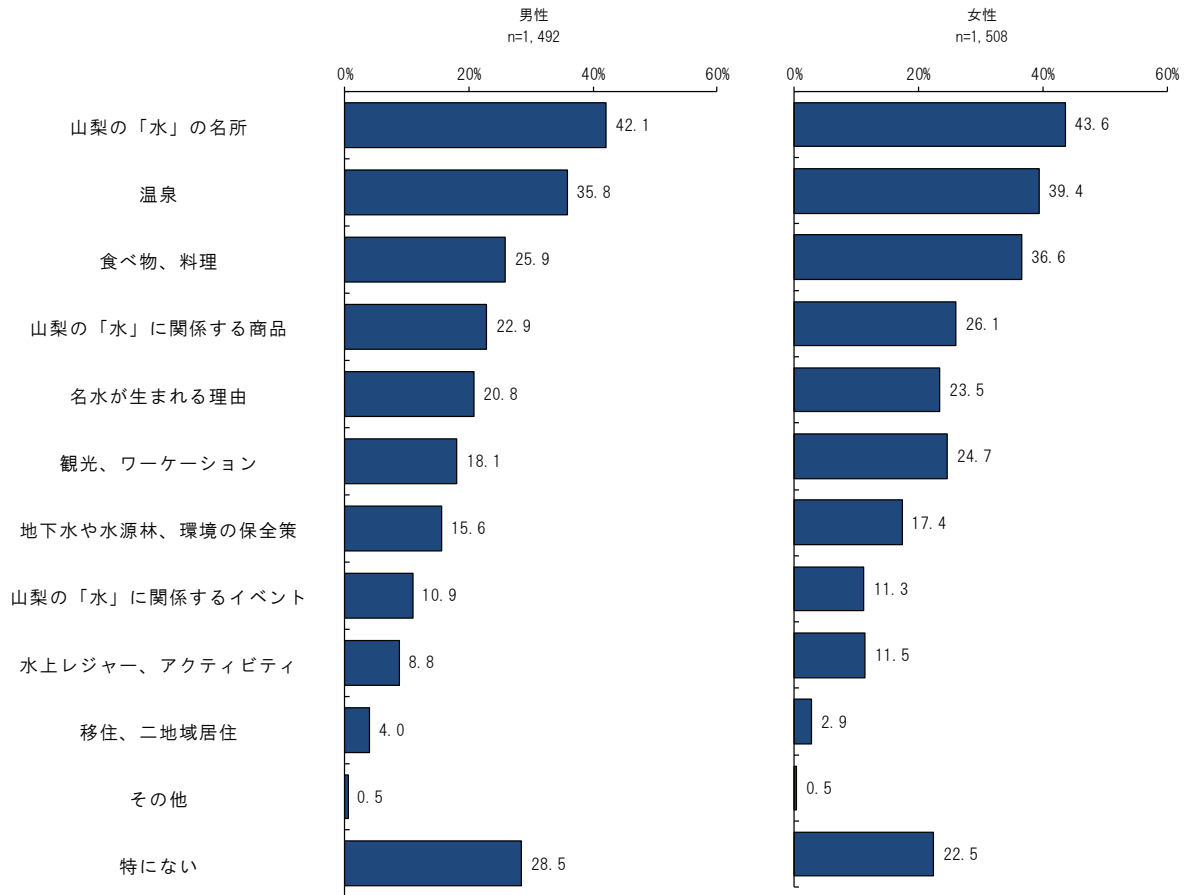
山梨の「水」について知りたい情報は、「山梨の「水」の名所」42.9%が最も多く、以下「温泉」37.6%、「食べ物、料理」31.3%、「特になし」25.5%、「山梨の「水」に関する商品」24.5%となっています。

【年代別】



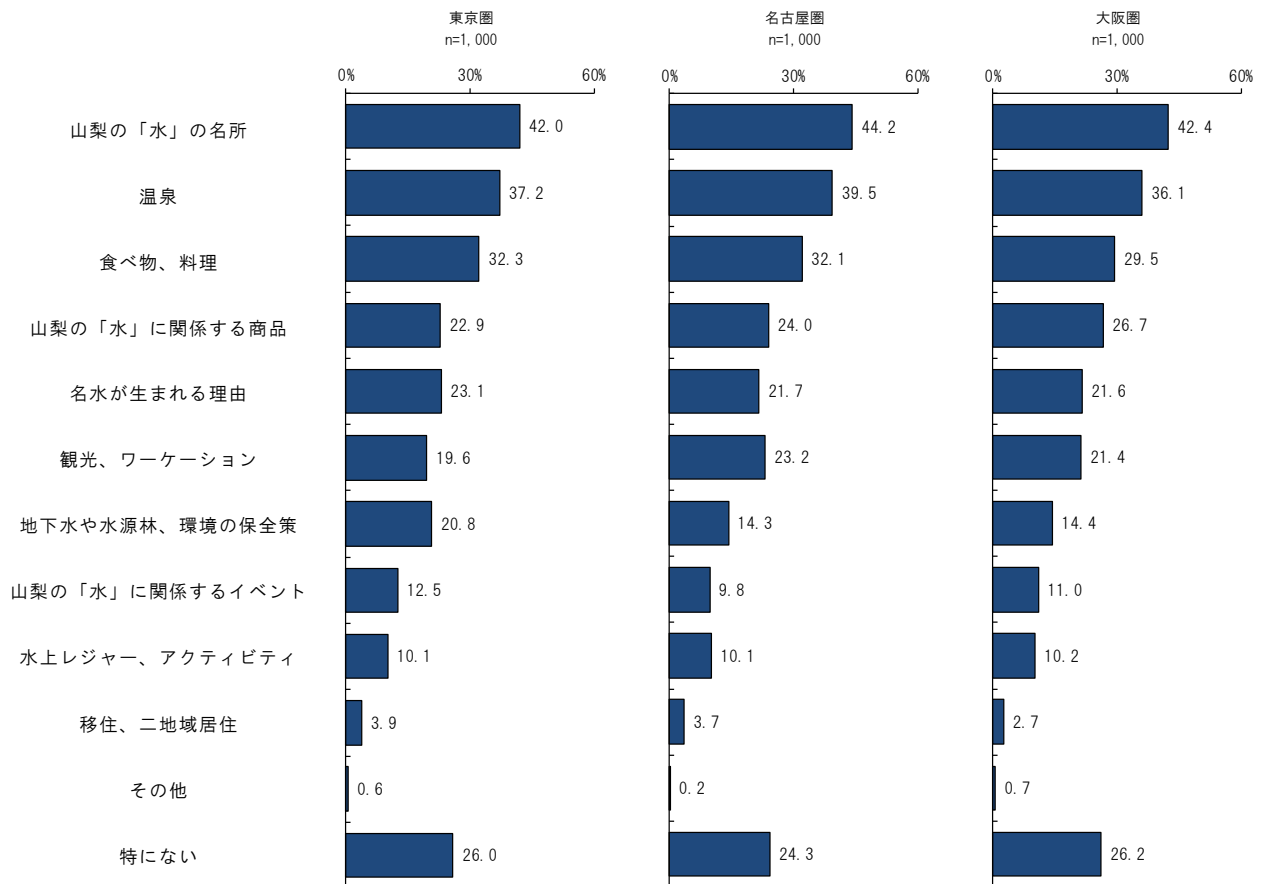
年代別で見ると、年代が高くなるほど「山梨の「水」の名所」、「地下水や水源林、環境の保全策」が多く、「水上レジャー、アクティビティ」が少なくなる傾向にあります。また70歳以上において「山梨の「水」の名所」が約5割と多くなっています。

【性別】



性別で見ると、女性において「食べ物・料理」36.6%が男性より10.7ポイント多くなっています。

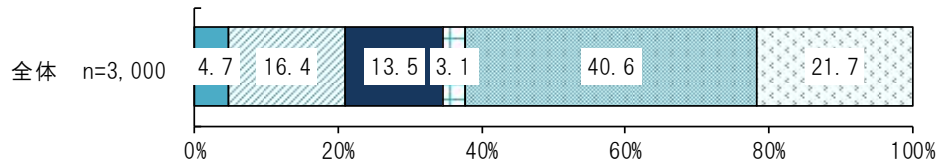
【居住圏域別】



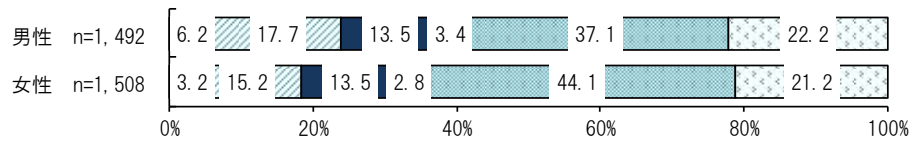
居住圏域別でみると、東京圏において「地下水や水源林、環境の保全策」20.8%が多くなっています。

問 19

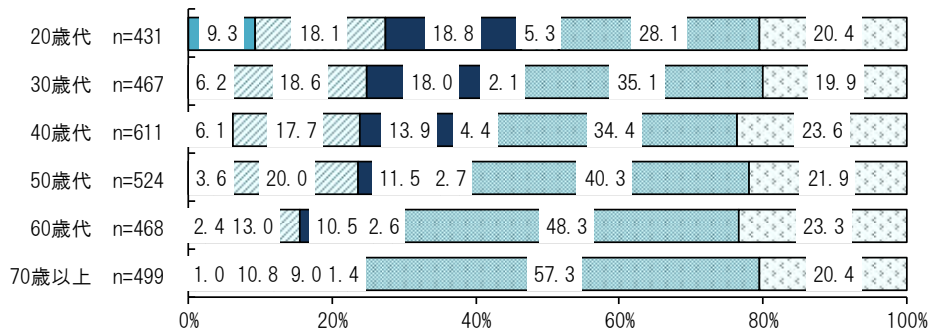
山梨県に移住や二地域居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいと思いますか。（〇は1つ）



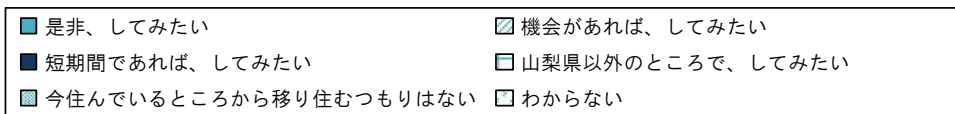
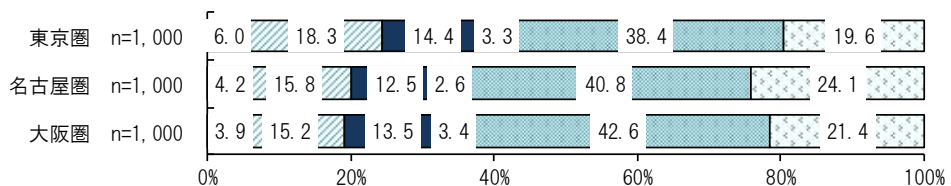
【性別】



【年代別】



【居住圏域別】



山梨県に移住や二地域居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいかは、「今住んでいるところから移り住むつもりはない」40.6%が最も多く、以下「わからない」21.7%、「機会があれば、してみたい」16.4%、「短期間であれば、してみたい」13.5%、「是非、してみたい」4.7%となっています。

性別でみると、女性において「今住んでいるところから移り住むつもりはない」が44.1%と男性より7.0ポイント多くなっています。

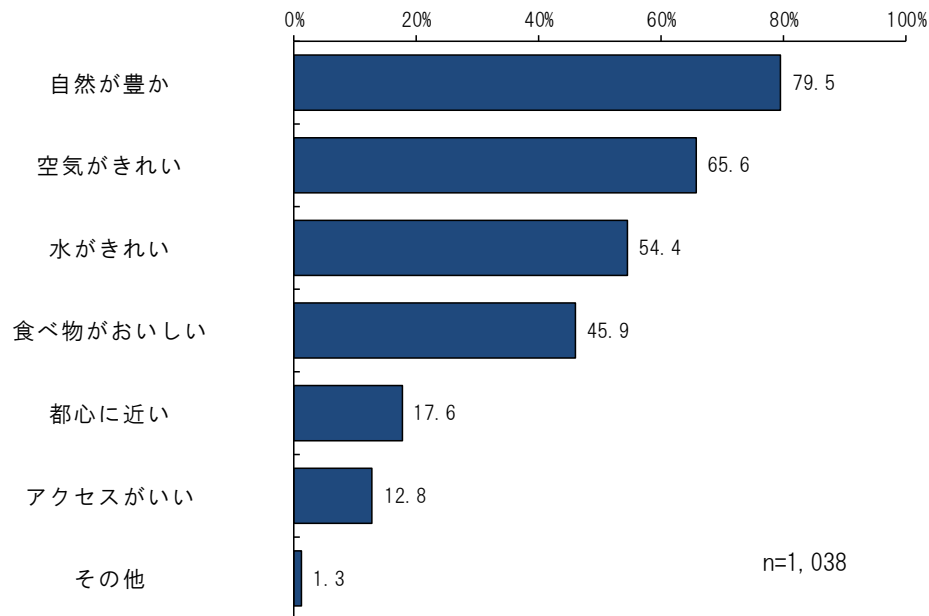
年代別でみると、年代が高くなるほど「今住んでいるところから移り住むつもりはない」が多くなる傾向にあり、70歳以上では「今住んでいるところから移り住むつもりはない」が半数を超えています。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

問 20

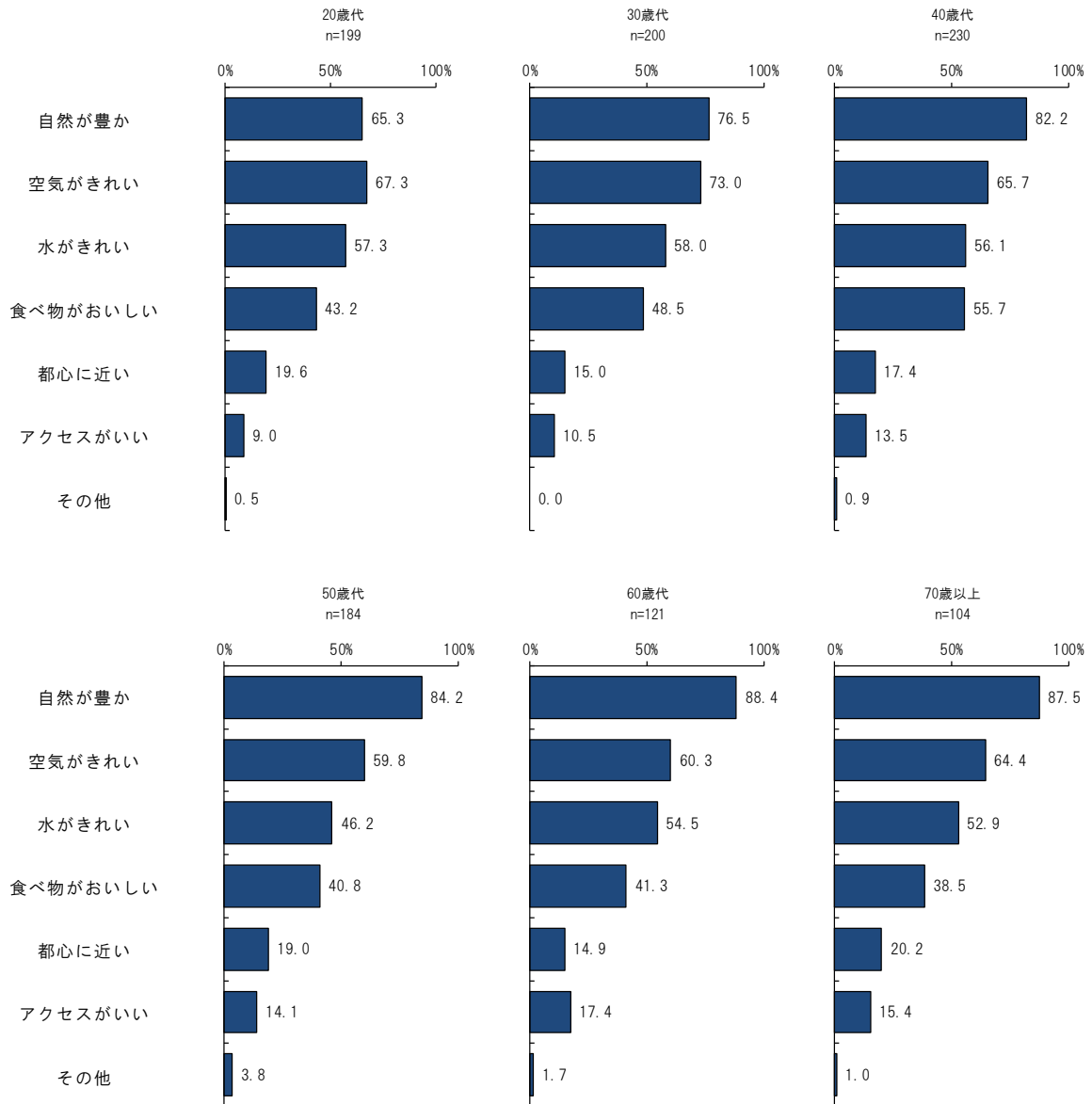
山梨県に、移住や二地域居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいと思う理由は何ですか。（〇はいくつでも）

（問 19 で「是非、してみたい」、「機会があれば、してみたい」、「短期間であれば、してみたい」と回答した人・・・1,038 人）



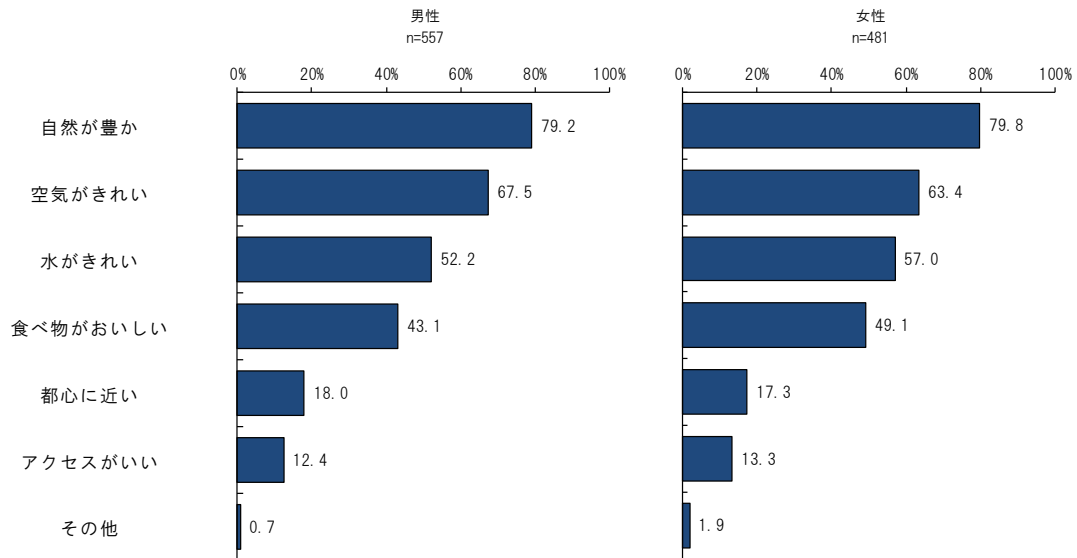
山梨県に、移住や二拠点居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいと思う理由は、「自然が豊か」79.5%が最も多く、以下「空気がきれい」65.6%、「水がきれい」54.4%、「食べ物がおいしい」45.9%、「都心に近い」17.6%となっています。

【年代別】



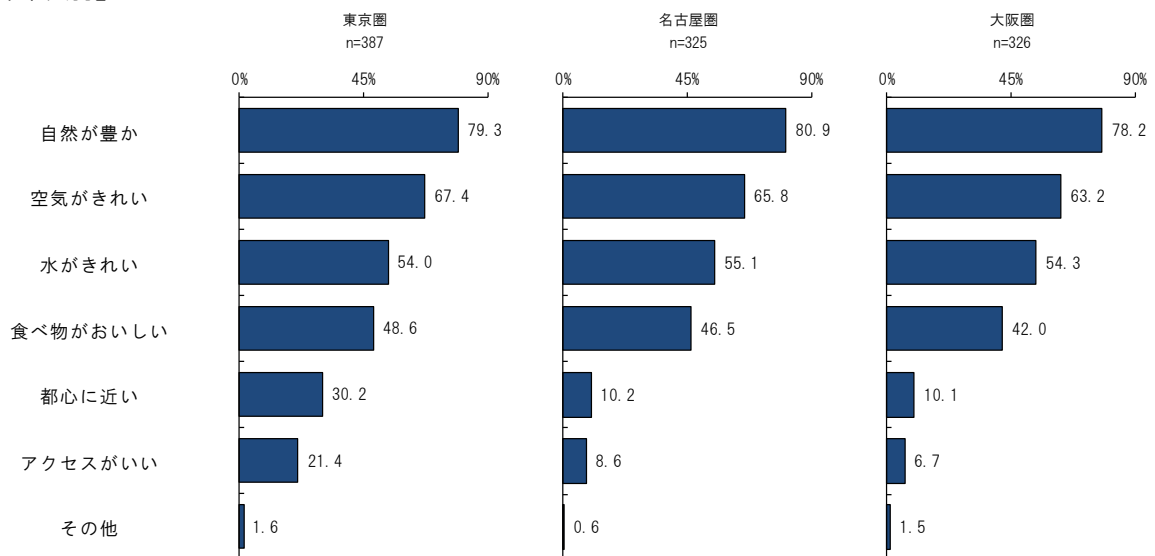
年代別で見ると、年代が高くなるほど「自然が豊か」が多くなる傾向にあります。また、30歳代において「空気がきれい」が7割を、40歳代において「食べ物がおいしい」が5割を超えて多く、50歳代において「水がきれい」が5割を、70歳以上において「食べ物がおいしい」が4割を下回って少なくなっています。

【性別】



性別でみると、女性において「食べ物がおいしい」が49.1%と男性より6.0ポイント多くなっています。

【居住圏域別】



居住圏域別でみると、東京圏において「都心に近い」、「アクセスがいい」が多くなっています。

問 21

名水を生かした製品やサービス、体験について、何かアイデア、御意見、ご提案がありましたら記入してください。（自由記述）

内容	東京圏	名古屋圏	大阪圏	合計
1. 製品（食品、化粧品、酒類など）	119	119	102	340
2. サービス（ふるさと納税、講座など）	21	24	15	60
3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）	100	74	68	240
4. 広報（メディア、SNS、PRなど）	150	151	168	470
5. その他	47	56	60	164
特になし	563	576	587	1,726
合計	1,000	1,000	1,000	3,000

(件)

3. 資料編

3. 資料編

問 21 自由記述

【東京圏】

1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【119件】

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
20 歳代・男性	<p>水を生かした料理を作る。 名水を使った食品や料理。 ウォーターサーバーで各地の名水を選べるようにしたら面白い。 かき氷作る。 名水で長時間かけて抽出するコーヒー。 名水を利用したフルーツ栽培など。</p>
20 歳代・女性	<p>アイスクリーム。 ペットボトルに入れて持ち帰れる。 名水で育てたお米。 名水を使ったグルメ商品を都心で売る。 水を使った料理がほしい。 名水を生かした化粧水。 食べ物。 肌に優しい化粧水を全国的に売る。 名水を使ったお酒。 かき氷。 ミネラルウォーターをもっとアピールしていくといいかなと思います。 コスメに力を入れるといいと思います。細かい霧状のスプレータイプ。 ウォーターサーバーのお試しボトル1ヶ月分を配る。</p>
30 歳代・男性	<p>ウイスキー試飲会。 蕎麦。 コーヒーコラボ。 焼酎の水割り用で販売したらいい。 現地の水を使ったほうとうを食べたい。 名水で作る日本酒とか。 名水を使ったアルコール飲料。 炭酸水や炭酸飲料の販売。 水を利用した、かき氷。 化粧水。</p>
30 歳代・女性	<p>かき氷にして、名水の名前を氷につけてブランド化する。 炭酸水、日焼けした肌にかけられるミスト。 化粧水や美容液、赤ちゃん用のミルクなどに名水が使われていたら良い印象を持つと思います。 名水を使った米。ビール。 かき氷。 かき氷。 水が綺麗なのをいかして信玄ゼリー？作るのいいかも。 地元でとれたフルーツのジュース。 かき氷やスイーツ。 かき氷。 山梨県のお米を頂いた時に、とても美味しく驚きました。その時に、良いお米は良いお水から作られると感じたので、お米をもっと都内でも売ってほしいと思います。オリジナルブランドや有名ブランドを他の商品より少しだけ安くして、期間限定で売ったり。</p>

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
30 歳代・女性	温泉に関してはあまり興味がないのですが、温泉水を使った化粧水などは気になります。 名水を使った化粧品（あるのかな）。 食べ物。 食べ物:かき氷、日本酒、フルーツ酒、白米。観光:温泉日帰り、エステ。
40 歳代・男性	ウイスキー。 お酒。 過去に山梨に仕事で頻繁に行っていましたが、吉田のうどん、ほうとうなど名産が多いものの現在の居住地の東京で食べたいとは思いません。美味しくて好きなのですが、東京で食べると高くつくので、現地に行った時に食べようと思います。水やワインは山梨産を愛用しています。 お酒。 入浴剤の販売。 炭酸水も有れば良いと思います。 名水を使ったパン。 甲州ワインについて、もっと知りたい。昔、勝沼のワイン祭りに行った事がある。
40 歳代・女性	水がきれいなところは、美味しいお豆腐ができるので、お豆腐のフルコースなどを名物料理にしたらいいのではと思います。大豆は女性には美容効果も期待できるので、人気が出ると思います。 化粧水。 山梨の水と米のセットの商品。 かき氷。 美味しい水まんじゅうが食べられたら嬉しい。 魅力的な商品開発必須。 水まんじゅうが食べたい。 デイキャンプで自然の中で料理を作ったり、山梨産のお米を名水で炊く。 かき氷。体内改造。 美味しいお酒、料理。 名水を使った化粧水。 ミネラルウォーターの定期便と名産品、季節のフルーツのセット販売。 ブランドかき氷を作る。 料理。 名水を生かしたスイーツなど。 名水をいかしたかき氷。清掃活動。 昔ながらの定番しかないイメージなので、何か新しいお土産になるもの、スイーツとか増えたらいいと思う。 名水で作ったかき氷。 お米とセット売りなど。 コーヒー、カフェなど、名水を活かした美味しいコーヒー
50 歳代・男性	水を活かしたお菓子。 味付きの天然水。 炭酸飲料。 スパークリンクウォーター。 名水を安く売る。 パン、コーヒーの製品。
50 歳代・女性	かき氷を運んでアンテナショップで天然かき氷を作る。 名水と特産フルーツのかき氷。 名水を使った氷とワインやウイスキーが飲めるバー、名水で作った氷でかき氷。 山梨名産の果物と水を使ったお酒など。 アイスクリームや天然氷のかき氷など。 水まんじゅう。

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
50 歳代・女性	<p>美味しい水を使った夏のひんやり和菓子。 炭酸水。 名水で作ったかき氷。名水でそば打ち体験。 美味しいウイスキーを作ってほしい。 名水を生かした炭酸水。 かき氷。 特産のフルーツや野菜と名水を組み合わせた商品。今まで以上にレジャーや登山などと温泉地を合わせて楽しめるように交通手段の整備など。</p>
60 歳代・男性	<p>アイス、かき氷。 おいしい酒やコーヒー等。 名水を生かしたものと言ったらかき氷か豆腐料理くらいしか思いつかない。 ペットボトル販売（自販機）の名水のお茶。 名水を活かした農産物の開発。 通販大手サイトなどを利用して年に一回でも良いから特産品、名品、ツアーなどを低価格で特別販売する。 名水の天然氷を年間を通して販売する（かき氷、ロック氷等々）。</p>
60 歳代・女性	<p>名水を使用した名物。 山梨県産のフルーツときれいでおいしい名水を使ったことを強調させたセンスの感じられるゼリーやアイスクリーム、シャーベット等。名水を使ったお茶や和菓子。 ネーミングを工夫したペットボトルの水。名水を使った缶酎ハイ。 山梨名水ゼリー 災害時の保存期間の長い水を作ってほしい。 氷を作る。 おいしい水で料理がおいしくなる。 ワインがとても美味しいと思うがもう少し手頃な価格にしてほしい。 名水を使用した製品の開発。 美味しいお菓子の生産。 化粧品の開発。 美味しい水を使用した、お菓子等をお願いします。 化粧品がほしい。</p>
70 歳以上・男性	<p>名水を使用した数種類の化粧水を人気化粧品メーカーとコラボ販売キャンペーンを定期的に行う。 やはり、名水を生かした地ビール、ワイン、日本酒、スイーツの開発。 果物丸ごとゼリー。 水については何も思い浮かびません。山梨県といえば山梨ワインです。これしか思い浮かびません。</p>
70 歳以上・女性	<p>虎屋にも劣らないようなフルーツようかんが食べたいです。山梨のミネラルウォーターを使って。 バスツアーで行ったハーブ園で購入した化粧品は、秀逸です。 ワサビ。 山梨のかき氷。</p>

2. サービス（ふるさと納税、講座など）【21 件】

年代・性別	サービス（ふるさと納税、講座など）
20 歳代・男性	災害時の水の確保に活用。
20 歳代・女性	ワイン祭り。
30 歳代・男性	<p>非常用水の配布。 日本の水は安心感があるので、定期便のようなサービスがあれば、利用したいと思える気がします。</p>

年代・性別	サービス（ふるさと納税、講座など）
30 歳代・女性	山梨の名水のサンプリング。 温泉の購入、家で入りたい。 いろいろな水を送ってくれるサブスクリプション。自分好みの水、自分に合った水を選んで送ってくれる。 定期購入できるサービス。
40 歳代・男性	名水の出る水道とか家にあったらうれしい。 ふるさと納税。
40 歳代・女性	水をペットボトルに入れてもらえる。 名水が毎週送られてくる。
50 歳代・男性	低価格な宅配。 自由にタダで飲める場所を駅に作る。
50 歳代・女性	名水を活かしたお料理、お酒、デザートフルコース。それぞれのお料理やドリンク・デザートに、何処の名水を使用しているか、どんな特徴があるのかななどを説明した、リーフレットの配布。 水は重いので、宅配サービスがあると良いです。
60 歳代・男性	美味しい水を使ったコーヒーや紅茶などの美味しい煎れ方講座。同様に、美味しいスイーツの作り方講座など。
60 歳代・女性	無料の水ステーション（山梨の水を飲める場所）を、県内の様々なところに設置し、みんなの脳内に、そのイメージを植え付ける。
70 歳以上・男性	名水の情報発信、サブスク配送。
70 歳以上・女性	山梨の水が、他県の水よりどれだけおいしいか、比較してもらいたい。 おいしくて安く供給してもらえよううれしいし、学校や、職場の売店などで購入できるような仕組み、取り組みが必要です。

3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【100 件】

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20 歳代・男性	流しそうめんのイベント。 名水を生かした料理が食べられるイベント。 ラフティングがあれば体験しに行きたい。 コロナ禍が落ち着いたら、水上アスレチックなど子どもが参加できるイベントを企画するのはいかがでしょうか。 単純だが、最も効果的なのは飲み比べだと思う。特に夏などはウォーターサーバーを街中に設置するのは有効だと思う。
20 歳代・女性	水の名所ツアー・体験。 水の飲み比べ会。 湧水を飲みに行く。 水の飲み比べ。 温泉後の効き水体験。温度による違いや、お米に合う水の種類、コーヒーに合う水の種類などを教われる体験会。 鮎の手掴み。 工場見学。 体験を増やす 是非体験してみたい。 家族向けの水が出来る過程の体験コースとかをしたら良いと思う。
30 歳代・男性	飛行機とのパック（名水に触れる旅）。 ワイン作り。 水のサブスク。 名水の飲み比べ。

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
30 歳代・男性	<p>良質な水をもとにした商品・サービスを維持・継続していくための水源環境保護に参加するアクティビティ・レジャーを充実させる。</p> <p>水飲み比べ。</p> <p>名水を使った化学実験キット※名水と水道水を使って実験できるキット。ミネラルウォーター作り※水を汲むところから。</p> <p>名水飲み比べ。</p> <p>スタンプラリーや位置情報を利用してドライブやツーリングを楽しめるアプリや特典など。</p> <p>名水の飲み比べ（名水と普通の水道水との比較）。名水による料理の比較（ご飯のおいしい等）。</p>
30 歳代・女性	<p>湧水を飲むドキドキ感は自然とロケーションの中で感じられるので、定期的に行きたいです。その水を使ってお米を炊いて、普通のお水で炊いたものと比べてみたいです。</p> <p>飲み比べ。</p> <p>蕎麦打ち体験。産地の水飲み比べなど。</p> <p>そうめん流し。</p> <p>鮎取りや和紙作りなど綺麗な水ならではの体験はしてみたい。</p> <p>中々いく機会がないので、気軽に体験できるものがあつたらいいな、と思います。</p> <p>名水を使った食品作り体験。</p> <p>湧水が実際に飲み回れるツアーをウォーキングを兼ねて実施すると健康志向が高まっているため需要があるのではないかと思います。</p>
40 歳代・男性	<p>素人には難しいが、自分で水を使ったお酒やそば、うどんの仕込み体験。</p> <p>名所のスタンプラリー</p> <p>都内でも接することができる場所を増やしてほしい。</p> <p>製造体験ツアー。</p> <p>川遊び。</p> <p>名水を遠隔地で楽しめるプール。</p>
40 歳代・女性	<p>水遊び。</p> <p>流しそうめん。</p> <p>生活で利用する水が名水の地域があるなら生活体験したい。</p> <p>名水めぐり。</p> <p>アイスコーヒーなど飲み比べ。</p> <p>積極的に都内のスーパーなどで試飲会をしてみしてほしい。</p> <p>お水の試飲。</p> <p>名水飲み比べをしてみたいです。</p>
50 歳代・男性	<p>天然水の工場見学。</p> <p>観光地での「水」飲み比べサービス。</p> <p>魚釣り。</p> <p>美味しいお水なら試飲してみたいと思います。試飲の機会を増やしたらいかがでしょうか。</p> <p>水の試飲会。</p> <p>都心でイベントなどあれば参加したいです。</p> <p>川や湖の水資源を活用したキャンパー誘致（コロナ終息後）の拡充、情報発信。短期的なワーケーション環境のパッケージ提供。例えば、2週間や1ヶ月単位で割安にコテージやキャンプ場を提供。車中泊とか。ワクチン接種後の秋口以降でやってみたい。</p> <p>名水や名水でいれたお茶やコーヒーなどを駅の道などで無料で試飲してもらおう。</p> <p>名水を生かした食べ物の体験。</p>
50 歳代・女性	<p>自然に触れ合う体験・森林浴とか名産品のグルメを楽しめるもの、個人的には、自然の中でヨガやファスティング(断食)体験ができる機会があれば行ってみたいなと思います。</p>

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
50 歳代・女性	<p>今の時代、いろいろと悩める人が多いと思うので、名水に打たれる滝行で心のデトックス。その後、名水で作られたおいしいお酒やおつまみ、さらに名水かき氷スイーツなどで心を癒すというもので女性客を呼んで、女性客が増えれば男性客も増える…かな。</p> <p>名水見学。</p> <p>料理教室を開催する。</p> <p>無料とかだと参加しやすい</p> <p>うどん打ち体験や蕎麦打ち体験、川や湖遊びなどアクティビティの充実。</p> <p>森林で親子で楽しめる自然体験。</p> <p>私は東京に住んでいるのですが、ワイナリーや日本酒の蔵元へのツアーを企画してもらいたい。お酒を飲むという行為があるため、車ではなかなか出掛ける事が難しい。主人も私も飲みたいので、どちらかが我慢することになるのはツライ。温泉巡り出来るスタンプラリーや手形。長野県や栃木県那須塩原には1年間有効の温泉巡り手形が発行されていて、それがあるとついつい2度3度と旅行してしまう。立ち寄り入った所が良ければ、改めて宿泊で訪れることもある。山梨にもいい温泉が沢山あるので、ぜひご検討頂きたい。</p> <p>川遊びツアーとか。</p> <p>体験型ワークショップ。</p> <p>山の湧き水や川の湧き水を汲みによく行っていた。その水はとても美味しく、コーヒーを淹れる為カフェオーナーも汲みに来ていた。直接汲めるイベントや観光も良いかも。</p> <p>名水飲み比べ。</p> <p>あまり水そのものを飲まない方なので、味にどれくらい違いがあるのか水の飲み比べをしてみたいです。</p> <p>名水試飲キャンペーン（コロナ禍を勘案し、ペットボトル配布）。「名水」の理由について広報活動等。</p> <p>名水をいかした料理教室。</p>
60 歳代・男性	<p>水ようかん作り。</p> <p>本当に他と差別化できる味なら、衛星ショップで試飲させる。</p> <p>名水と温泉ツアー。</p> <p>ベタですがウイスキーやワイン工場の見学、製造過程への参加研修等の体験サービスエリアでの試飲。</p> <p>名水巡りツアーがあれば行ってみたい。</p>
60 歳代・女性	<p>全国の小学生や子供を招いて、取水地から水源地までのハイキングや勉強会。</p> <p>人の集まる場所で、水の飲み比べ。</p> <p>美味しい水を使って炊いたおにぎりを親子で作る料理教室。美味しい水とぶどうからできたワインの試飲会。</p> <p>ありきたりですが、体験学習や工場見学はどうでしょうか。</p> <p>飲んでみないとわからないので、試飲の機会がほしい。</p> <p>名水の地を訪れたい。</p>
70 歳以上・男性	<p>名水巡りツアーの実施（コロナ終息の後）。</p> <p>名水や名水を使って作る日本酒、ワイン、ウイスキーなどの工場を回るツアーを計画する。</p> <p>無料サンプルの機会がほしい。</p> <p>PR 会場で試飲。</p> <p>名水体験コースの案内、峡谷、果物、うどん、そば、ほうとう、信玄ゆかりの場所など。</p> <p>サントリー工場見学は楽しかったです。是非継続を。同様の名水見学イベントも。毎回、中央道の混雑にいじめられます。</p> <p>名水めぐり格安バスツアー。</p>
70 歳以上・女性	<p>名水巡りのツアーがあったら、参加してみたい。</p>

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
70 歳以上・女性	<p>特に温泉は素晴らしかったです。</p> <p>ワークショップの活用。</p> <p>高品質であることをアピール。パーキングエリアでドライバーに試飲してもらう。</p> <p>体験居住。</p> <p>水源地のガイド付きツアー。</p> <p>試飲がいいのでは。</p> <p>名水の飲み比べイベント。</p> <p>ペットボトルケース買いで野菜・果物が当たる・収穫出来るキャンペーンをする。</p> <p>集水地近くでキャンプツアーキャンペーン。</p>

4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【150 件】

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・男性	<p>名水が味わえる箇所を複数設置してみるのはいかがでしょうか。試験的に購買意欲の大きな世代が多く勤める IT 企業のオフィスなどにおいてみれば知名度が高まるのでは。</p> <p>水信玄餅の PR の強化。</p> <p>山梨以外の人仕事としてお金を払もらって山梨を PR し、その分山梨以外の人はお金があまりかからず山梨に宿泊したりできるようにする。</p> <p>サンプルがほしいです。</p> <p>コマーシャル。</p> <p>駅の広告。</p> <p>山梨の水を使ったお酒は興味がある。例えば、ビールなど。ライトなホワイトビールは合いそうな気がする。</p>
20 歳代・女性	<p>パッケージにこだわり、スタバのように手に持っていたり、写真に映り込んでいるだけでおしゃれなデザインを採用する。</p> <p>SNS を使った宣伝。</p> <p>綺麗な水で育ててフルーツを一度に複数味わえるところがあると嬉しい(フルーツ狩りは 1.2 種が多いので)。湖のイメージはあるけど、あまり山の澄んだ水のイメージがないので、山の水がミネラルウォーターになるまで、のような工場見学などしてみたい(キリンビール工場のような話題性のあるもの)。</p> <p>ワインが有名なので、ワインとお水を絡めた宣伝はいかがでしょうか。</p>
30 歳代・男性	<p>生産している様子をアピール。</p> <p>アニメの背景として知名度を作り、聖地巡礼誘致をする。</p> <p>覚えやすいブランド名をつける。</p> <p>食品、日用品、その他すべて名水を使用した商品のみを取り揃えたお店。</p> <p>テレビとの提携。</p> <p>名水といえば小川や川のイメージが浮かぶが、山梨での小川や川のイメージがない。</p> <p>とにかくテレビ、ネットで CM を流すべき。</p> <p>美味しい水で創作した麺類フェスティバル。</p> <p>硬度やミネラル成分に特徴的な部分があるのなら、コーヒーやお茶類を淹れる水として利用したい。</p>
30 歳代・女性	<p>特に思いつかないが、SNS などでインフルエンサーに拡散してもらうのが一番目につきやすいと思う。</p> <p>山梨は嫌いな友達が住んでいるから…あまりいいイメージがないです。本当に申し訳ないです。ヤンキーのイメージが抜けないので、その対策をしっかりと頂ければ、山梨のイメージ良くなると思います。</p> <p>世界に向けて発信。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
30 歳代・女性	<p>名水の滝の画像が綺麗で印象に残ったので、コロナが落ち着いたら行ってみたいと思いました。アクセス方法や駐車料金など詳しく県などのホームページに記載してほしいです。</p> <p>都心で働いているとぎゅうぎゅう詰めの電車で日常がいやになる。そこから逃げるように見上げた時に緑や水など自然が大きくのった写真がある広告をみるとトリップしたくなる。電車の広告は効果があると思う（例として軽井沢の星のリゾートの緑がある教会の写真などは惹かれる）。</p> <p>無添加でおいしい水の良さを伝える。</p> <p>ショッピングセンターでのPR。</p> <p>利き名水。</p> <p>コンビニ等で手に入ると認知度が上がると思う。</p> <p>環境保全に興味があるので、きれいな水があることや、身近な存在だと言うことがわかるといいと思います。期間限定ショップや、湧水のリラクゼーション動画とかがあるとなんだろうと思って立ち寄りたります。</p> <p>富士山にこだわるのではなく、ほうとうのための水など山梨独自の物をメインにするキャッチコピーにしたほうがよいのでは？</p>
40 歳代・男性	<p>観光地と結び付けた宣伝。</p> <p>バナジウムは結構知られているのでそれを押せばいいのでは？忍野八海は感動する奇麗さ。富士山ブランドだと静岡県と被るが、意識しなくてよいと思う。あとはシンプルを心がけて。</p> <p>食の安全性をアピール。</p> <p>継続したメディア露出。</p> <p>化粧品とかとコラボしてみてもどうでしょうか。</p> <p>海外や旅行客への訴求。</p> <p>どの地域に何があるかを、わかりやすく地図を活用して覚えられるようなPR。</p> <p>YouTubeなどの活用。</p> <p>試供品の配布。</p> <p>観光地としてのPRは十分されていると思います。どちらかというと、東京近郊でありながら静かで穴場的なところの発信があると良いかも知れません。</p> <p>おいしい水をアピールしてください。</p> <p>大企業との協調性。</p> <p>JRと組む。</p> <p>モンベルとタイアップして、登山やトレッキングやカヤックなどのアクティビティとイメージを結びつければ良いのでは無いかと。無理に山梨県の名前を前面に出してもなあと思います。</p> <p>町中などで試供品などで味を試してもらおう。</p> <p>名水の水源地付近のエコツアー、環境保全事業見学ツアー、水源地付近のドローン撮影映像のCM。</p> <p>キャッチコピーやフレーズで水が綺麗な街というイメージ。山梨と聞いたら、水が綺麗な街と連想させるフレーズを考える。</p> <p>美味しい水を使った商品が飲み、食べできる機会があればいいと思う。</p> <p>CMを流す。</p> <p>地名のアピールは出来ていても、その地名が山梨であるというアピールが感じられた無いので、山梨そのものをアピールする必要があると思う。</p>
40 歳代・女性	<p>今はコロナで現地に行く事は厳しい状態なので、ネットを使った名水関連の食料品のPRと販売に力を入れる。</p> <p>水がきれいでないといけないこと、住めない生物を増やすとか復活させるとか、観光や製品といった商売以外のアプローチもすれば、話題にもなるし良いところだと分かるので住みたい人も増えるのでは？とは思いますが、そんなに簡単なこととも思えませんので…。</p> <p>四季を通したアプローチ。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
40 歳代・女性	<p>町中での無料サンプル配布。SNS 広告。</p> <p>せっかく果物が有名なので、それと抱き合わせて他にはないインパクトのあるお水を考えたらいいかと思う。</p> <p>ゆるキャン△とのコラボ。身延とか温泉、キャンプに加えて、水もきれいとしては。</p> <p>美容系の理由を強く示すブランディングであれば、より女性客に響くと思う。</p> <p>山梨は魅力的な事が多いはずなのに知名度がいまいちで勿体無いと思う。</p> <p>サンプル配布。</p> <p>富士山と聞くと印象が良いのですが、山梨と聞くと水の印象が薄いので、セットで表示するようにした方が良いかと思う。</p> <p>お酒の紹介。フリーペーパーなどでの紹介。都内での名水を使ったコラボ料理などのキャンペーン。</p> <p>名水くらべ。</p> <p>水が美味しい場所は、食べ物全部美味しいので、どんどんアピールしてほしいです。</p> <p>ペットボトルに入った名水、または名水を使用した飲み物を PR のために配る。</p> <p>YouTube の広告にのせる。</p>
50 歳代・男性	<p>CM や信玄餅とコラボレーションする。</p> <p>ミシュラン掲載レストラン等に水を利用してもらい副次的にアピールする</p> <p>山梨という県名じゃなくて、具体的に有名な地名でアピールするほうが効果的。</p> <p>観光と結びつける。</p> <p>日本大好き外国人美女 YouTuber で、日本の文化・自然・登山・温泉・グルメ好きが結構いるので、そういう方々とコラボして、英語・ロシア語などの翻訳や案内もつけると良いと思う。</p> <p>カルピスウォーターなど知名度のある飲み物とのコラボ。</p> <p>東京中にポスターを貼る。</p> <p>天然水の素晴らしいことを多くの媒体を利用する。</p> <p>山梨の名水に美容、健康、長生きのようなプラスイメージが付くといいなと思います。</p> <p>無料配布。</p> <p>多くの山々からのろ過水が豊富にあるので、それを活かしてほしいです。</p> <p>テレビの情報番組で紹介してもらってください。</p> <p>人気番組で取り扱われる。ゆるキャンはかなりの成功でした。</p> <p>SNS をインフルエンサーに使ってもらいアピール。</p> <p>キャンプ芸人さんとかにテレビや youtube で宣伝してもらい、魅力を発信出来れば良いと思います。</p> <p>水については、成分よりも CF によるイメージ戦略が有効と思います。</p> <p>名水が、身体に与える、影響をエビデンスを、明らかにして、情報発信すれば良いのでは。</p> <p>ネットなどで、情報を知りやすくしてほしい。</p>
50 歳代・女性	<p>ブランド付きのお豆腐や野菜のアピールを期待。</p> <p>どこかの企業とコラボした商品を発売する。</p> <p>味比べ。</p> <p>水を押し出した地ビールやクラフトウイスキーやクラフトジンを宣伝したらよいと思う。</p> <p>山梨県にはたくさんの水の名所があることをもっとテレビなどを使ってメディアに広く PR することが有益だと思います。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
50 歳代・女性	<p>PR 不足だと思います。お水は買っているけど、どこ産かはあまり意識していないので、ペットボトルにもそれがわかるように明記するのが良いかと。名前自体に、山梨なんちゃらってつくと一番わかりやすいと思いますが、どうしても静岡のイメージが強いです。でも、果物は有名なので、コラボするというのもありかもしれません。ふるさと納税にたくさん入れるのもありかと思えます。</p> <p>山梨の環境対策や SDGs と絡めた、世界的なアピールに、水を使ってほしい。日本の水は世界を救えると思います。</p> <p>テレビ。旅番組の特集。</p> <p>名水を使用したお酒や化粧水もあると思いますが、なかなかそれらを知る機会がありません。期間限定のアンテナショップなどが、近くの百貨店などで体験や利用出来れば、もっと知るきっかけになると思います。</p> <p>水質の安全性を明確に表記することが大切だと思います。</p> <p>ミネラルウォーターは生協で扱いがあると目につくかもしれません。</p> <p>どんどん、ラジオで、宣伝したら良いと思います。</p>
60 歳代・男性	<p>写真コンテスト。</p> <p>都内や山梨県内で人が集まる場所での、水サンプルの配布による PR。</p> <p>山梨の水が名水と言うイメージがあまりない。どちらかという、湖沼の水と言う印象があるので、そこを払拭したらどうか。</p> <p>テレビ番組での山梨の名所と名水の紹介。</p> <p>名水を強力にアピールするためのゆるキャラの開発。</p> <p>各市町村のホームページや旅番組での紹介等。</p> <p>道の駅を活用して宣伝する。</p> <p>テレビ番組で紹介してもらおう。</p> <p>テレビなどのマスメディアでの PR (CM) が必要だと思う。</p> <p>アンテナショップ。</p> <p>源泉が山梨である企業とタイアップしてアピールを。</p> <p>テレビドラマなどで名水だからこそ美味しい料理の紹介をすると、つつられてとなるが。</p> <p>自然保護のアピール。</p> <p>何故名水に選ばれたのかをもっと分かり易く情報発信してほしい。</p> <p>富士山に関する情報。山梨県と静岡県、どちらかあいまい。</p>
60 歳代・女性	<p>サントリーや JR などの企業とコラボしてキャンペーンをやれば良い。</p> <p>美味しい水を活かした料理や飲み物を提供している宿泊施設の取り組みや紹介。</p> <p>コロナ終息後の山梨の観光資源等の PR の発信をしてほしいです。</p> <p>試供品の配布。</p> <p>水質保全の取り組みに関する情報と美味しい水のアピール。</p> <p>パッケージのデザイン。実際には美味しいのにダサくて買わないものが多いのでは？</p> <p>各地の名水のイメージ以外の付加価値。ビールの CM みたいに見てると飲みたくなるような CM。飛行機でいただく水のボトルのデザインが斬新なので忘れない (KUROBE)。富山の水はおいしいような気がしてしまう。</p> <p>名水を使った料理、お菓子を広くアピールする。</p> <p>知らないことばかりなので、現地の方や専門家には当たり前のことも、本当のことなら知りたい。</p> <p>物産展。</p> <p>名水の源流を守るための取り組みを PR したらいいと思う。</p>
70 歳以上・男性	<p>テレビ番組。</p> <p>テレビ、ユーチューブ等での PR 活動。</p> <p>ネーミング。</p> <p>テレビ CM などで、山梨県の自然、空気、水などゴールデンタイムに流したら。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
70歳以上・男性	各地の名水は種々あります。消費者が選択するのに何を基準に選択すればよいのか、迷うことがあります。単に名称だけではなく、p hや電解質の成分量など選択する際の指標を設けていただきたいです。
	ガリガリ君とコラボ。
	果物とセットで宣伝。
	前問でも回答した通り「水」を扱う商品では山梨の生産地を強調しているメーカーの取り組みを後押しする対応もよいのでは？
	富士山を中心とした、水質保全活動の強化及び体験活動の実施。
	水への取組がありましたら、もっと情報発信してほしい。
	各地での山梨県産品展示会を行う。
	使用した水の違いによる製品の味などの評価試験の公表。
	ほうとうやうどんを名物にするならお店が作る料理の質を上げてほしい。水や野菜は最高なのに作り手の質を上げなくては名物とは言えない。
水源地が保全され綺麗だということをもっとPRした方が良い。	
70歳以上・女性	美味しい水で煎れた日本茶は実においしい。ボトリングした「名水」でなく、直に湧水を汲んで沸かし、その茶のうまさを味わいたい。だから頻繁に伺って、隣静岡の銘茶とのコラボでデモンストレーションを常時。
	名水の動画を流す。
	自由に水の味を試せる井戸等の場所を増やしたり、知らせてほしい。その上での保存水等の販売も同時に出来たら嬉しい。今までで1番水が美味しかったのは、須走の道の駅の水でした。
	観光地でもっと名水を宣伝。
	原水はどこなのか、そして安全性の説明。
	情報番組で取り上げてもらえる方法も検討したらよいのでは？
	美味しい飲み方。
	有名人を使用して宣伝する。
	どのようなところから、くみ上げているのか、殺菌等衛生面安全面などいつも疑問に思っていて買っている。テレビ等で、水の商品化をするまでの過程を流してほしい。
	商品のコマーシャルをTVCMで流す。
	名水があると言うことは自然が豊かと言うことでもあるので、都心に近いことをいかしてイベント等を企画したら多くの人達に親しんで貰えるのではないのでしょうか？
いろいろな名水の詰め合せを道の駅などで購入できれば良い。	
原発事故直後富士山の水も汚染が報道されたことがあります。汚染に関してその後この水も報道されません。もちろん水以外もですが、とくに水は大事なのでそのあたりの情報も知りたいです。	
水の大切さのPR。	

5. その他【47件】

年代・性別	その他
20歳代・男性	おいしい。
	複合的（景観、グルメ、お土産）な観光ができると、参加してみたいと思う。
	全国の水山梨産にしました。
	クリスタルガイザー。
20歳代・女性	硬水にする。
	南アルプス綺麗なイメージ。
30歳代・男性	皆さんでやるわ。
	東京へのアクセス充実。中央線の本数を増やす。

年代・性別	その他
30 歳代・男性	<p>今のままで良いと思います。サントリーと連携していい水質を保ってください。空き家活用。 がんばって。 水資源が中国資本に購入されているという話を聞いて憂慮しています。</p>
30 歳代・女性	<p>名水というキーワードには特に惹かれないため思いつきません。山梨は名水以を出さなくても観光で十分魅力的だと思います。</p>
40 歳代・男性	<p>東京から近いから、テレワークの需要があること、それに安住したい人を見るとできることは多い。 ホテルを育てる。 ウォーターサーバーの水としての提供はされているのでしょうか。 水源を含む土地を外国資本に買われないようにしっかりと法整備する。 最高です。</p>
40 歳代・女性	<p>シンプルに水を買いたい。 観光の目玉。</p>
50 歳代・男性	<p>がんばれ。 夏の涼しさを活用。 忍野八海など、ごみごみしていてゆっくりと湧水を見ていられない。もう少しゆとりのある形が良い。 名水とはなんですか？誰が決めるのですか？ 水が美味しいのは幸せになる。 輸出。</p>
50 歳代・女性	<p>水源保養林の維持活動。 水源付近にごみ処理場を作らない作らせない。不法投棄をさせない。</p>
60 歳代・男性	<p>イメージを引き下げる要因となるリニア新幹線建設は中止して環境の保全と森林の再生に全力を注いでほしい。 自分のアイデア程度はすでに商品化されていると思う。 水源の保全。 東京都の水道水を飲んでいるため美味しい水は良く解る。 兎に角水源地は護って頂きたい。</p>
60 歳代・女性	<p>水は永遠にあるわけではないと思います。自然のサイクルの中から生まれてくる恵ですから、商品として使い過ぎれば枯渇します。水のもとは山林です。山を人の都合で偏った種類ばかりにせず、多様性を大事にしてほしいです。</p>
70 歳以上・男性	<p>水を金を出して買うつもりはない。日本の水道水は世界一。 これからも、美味しいお酒、ワイン、水の提供をお願いします 日本の水はきれいで美味しいので、名水ビジネスの価値が今一つわからない。 特にありませんが、末永く環境保全をしていただき、何時訪問しても目や舌や湯を楽しめたら有難い。 アルカリ化。</p>
70 歳以上・女性	<p>心身の浄化。 美味しい蕎麦が食べたい。 山梨県と静岡県、どちらが富士のイメージか話し合ったことがある。 手軽に飲みたい。 日本の名水を保全するには、これ以上、大規模リゾート開発はしない事。安易な街おこしには辟易している。 純粋な水のおいしさを生かしてほしいのみです。 人間の体は水がとても大切です。 シャトレーゼは、我が家の方でも大変人気です。名水を生かしたアイス、お菓子が美味しいです。山梨は近年交通の便もよくなり、行きたい場所ではありますが、コロナの影響で、今は行けません。</p>

特になし【563 件】

【名古屋圏】

1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【119件】

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
20歳代・男性	<p>かき氷。 名水を使ったワサビ。 名水に浸した冷やしきゅうり。 水を使う料理。 勝ち水。 米。 名水の飲み比べできる製品。 山梨の水を使っていることを前面に打ち出したクラフトビール。</p>
20歳代・女性	<p>日本酒。 美味しい氷を発売。 化粧水。 名水で飲む紅茶、コーヒー、かき氷、お茶等々飲んでみたい。 ペットボトル入りやプラスチック加工の容器でない、瓶の飲料水。（国の規定で不可能と思われるが）除菌・加熱殺菌等の処理が一切施されていない、汲みただけの水。周辺の森林保全に関するサービス・イベント等。 これからの季節に、名水を活かしたかき氷が食べたいと思いました。 赤ちゃんのミルク作りに最適な水の販売。 きれいな水で作ったソーダ系飲料。 肌に優しい化粧品など作ってPRしてほしいです。既にあるかもしれませんが。 かき氷</p>
30歳代・男性	<p>山梨に行った時は蕎麦を必ず食べます。 かき氷。 天然水を使ったワイン。 名水でかき氷など作ってほしい 氷。 かき氷。 名水ファスティングセット。 ウイスキーの情報ほしい。 ペットボトルではない、瓶に入った天然水。 商品としては飲料水でよいのでは。他と差別化できる、分かりやすく堅くないパッケージが必要。 かき氷を作る。 日本酒。 名水を使った料理。 かき氷。 飲食物のお取り寄せグルメ。 水にこだわった名水のかき氷をコンビニとかに広まれば良いと思います。</p>
30歳代・女性	<p>名水を生かしたお菓子（琥珀糖や水まんじゅうなどの和菓子、アイスなど）の開発、ネットなどでのPR・販売促進、ネット通販で気軽に取り寄せができるなど。 名水を使ったインスタ映えしそうなかき氷や水ようかんを発売する。 ウイスキースタンド。 天然水を使用したお土産（食品）を増やす。（パッケージに〇〇の天然水使用などと記載したりしてアピールする）。観光スポットに、気軽に天然水を飲める場所を設置。 水を使ったコーヒー。 かき氷。</p>

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
30 歳代・女性	赤ちゃん用のベビーローション。 名水を使用したわらび餅。
40 歳代・男性	豆腐。 名水ならかき氷を押して知名度など上げてみたらどうか？ 名物発明。 名水ブランドを作る。 ワインが有名だから関係する感じで。 ブランド飲料を出す。 ラーメン。 ふるさと納税で美味しいフルーツをもらった。 コーヒー、お酒を名水で作る。コーヒーは豆とセット売りする、など。 ウォーターサーバーの飲料水。
40 歳代・女性	水を使ったお菓子。 名水の化粧水。 炭酸水の種類を増やしてほしい。 名水で入れたおいしいアイスコーヒーを発売してほしい。 お米とか詳しく知りたいです。 かき氷。 「ほうとう」と「山梨産ミネラルウォーター」をセットにした通販。ミネラルウォーターをほうとうに使うもよし、ほうとうと一緒に飲むのもよしというコンセプトで。 名水ゼリー。 名水かき氷とか。名水シロップ。名水アイス。名水氷の提供。飲食店で出されるお水が名水だと嬉しい。アクティビティと名水をセットにする。 名水カフェ。このお水を使用しているいろんなスイーツを食べてみたい。 温泉水の販売。ウォーターサーバーでの販売。 炭酸水を作ってほしい。 ワインの試飲。 フルーツのかき氷。 信玄餅は好きなので、新しく信玄餅のクレープやアイスやらかき氷を見つけると買っている。信玄餅のおいしさを活かすには、クレープ生地も凍らないようにおいしく作る必要があると思うので、工夫してほしい。その他のアレンジ商品も同じく、信玄餅以外の部分もおいしく作られたし。 出汁の味も、水によって違いが出ると思うので、料理の面でもアピールできると良いと思います。 名水のミネラルウォーターを集めた自動販売機の設置。名水のミネラルウォーターを使ったお茶の自動販売機の設置。
50 歳代・男性	アイスクリーム。 サイダー。 ハイボールの商品化。 名水の成分と同じ飲料水を人工的に製造して販売してほしい。 ミネラルウォーター、加工食品の市販。 名水で氷を作ってかき氷を作る。 美味しい水を使った地ビール。 名水を生かした日本酒のブランドを立ち上げる。 ミネラルウォーターに付加価値をつけて、山梨に行かないと手に入らない商品を創る。 名水で作ったかき氷やアイスが食べてみたい。
50 歳代・女性	ウォーターサーバーで飲めるようにする。定期購入できるように通販する。

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
50 歳代・女性	<p>夏場に三分一湧水など名水の近くで、湧き水を使ったかき氷を販売してほしい。名水を使った蕎麦や天然のかき氷は眼にするが、湧き水を使ったかき氷を現地でぜひ食べてみたい。トッピングはモモやブドウなどのご当地物で練乳なども近くの牧場産が良いと思います。</p> <p>名水で作った氷・アイスクャンディーなど。</p> <p>名水といえば、日本酒と思う。</p> <p>おいしい水を利用した飲料。</p> <p>お酒、ジュース、氷、ウォーターサーバー。</p> <p>食品の製造。</p> <p>レトルト食品の汁物を名水を使って、品揃え多数で販売してほしい。</p> <p>化粧品、パック・保湿クリームなど。</p> <p>非常時用に長期間保存出来る名水のペットボトルがあると良い。</p> <p>夏にごくごく飲みたいさっぱりレモン水(ビタミンC入り)。</p> <p>地ビール。</p> <p>名水を使ったスイーツ。</p> <p>化粧水とかだと SA などで見たら買いたいかもしれません。</p>
60 歳代・男性	<p>溪流魚とフルーツをアピールした料理。</p> <p>ペットボトルで発売する。</p> <p>名水を使った銘菓。</p> <p>山梨県の形を全部の商品パッケージに取り入れて、山梨産をアピールする。</p> <p>名水を使用してビールを作ったらいいと思います。</p> <p>スパークリングウォーターが売れるので、山梨の水の炭酸水とか PR すると売れると思う。</p>
60 歳代・女性	<p>水耕栽培の野菜。</p> <p>名水を使った料理や菓子出来るだけ加工しないで。</p> <p>美味しい抹茶と和菓子が食べられるもの。お手頃のお値段で買える名水を使った化粧品。</p> <p>名水を利用したお菓子などの商品を作る。</p> <p>化粧品特に、ミスト。</p> <p>農産物などの特産品、酒。</p> <p>名水で作ったお米があると良いと思います。</p> <p>名水で作るコーヒー。</p> <p>かき氷とか、ジェラートなど、フルーツとコラボしたらより美味しくなりそう。</p> <p>わらび餅など水をイメージできる商品の開発。</p> <p>かき氷。</p>
70 歳以上・男性	<p>名水を利用したかき氷を観光地で販売。</p> <p>名水を利用したかき氷を食べたい。</p> <p>サイダー飲み比べ商品。</p> <p>季節に応じたビール、ワイン、ウイスキー、日本酒の開発。</p> <p>水がきれいだとお米も美味しい。米を使ったお菓子類など他に無いものが良いかと。</p> <p>名水を使用した氷。</p> <p>名水と炭酸水を組み合わせた飲料。</p>
70 歳以上・女性	<p>菓子。</p> <p>名水ゼリー。</p>

2. サービス（ふるさと納税、講座など）【24件】

年代・性別	サービス（ふるさと納税、講座など）
20歳代・男性	名水のサブスクリプション。
20歳代・女性	名水を使っておいしいコーヒーの入れ方講座。 宅配サービス。 名水無料でお持ち帰り。
40歳代・男性	温泉水を配達してほしい。 飲む器によって味も変わってくると思う。なにが正しくどのように飲むのが美味しいと感じるのか、その美味しいと感じることに対する行動が正しいのか、よくわからないでいる。例えば、ペットボトルで飲む水は常温でも冷やしてもおいしくはない。陶器で飲む水は冷やすとキンキンに冷えて美味しいが、それは水が美味しいのか、冷やしたことによる美味しさのかわからないでいる。水を飲み比べたときに正確に美味しいと感じることが出来るサービスがあるとうれしいなと個人的に思っています。
40歳代・女性	ホテルなど宿泊施設での名水プラン(食事は名水を使ったもの。名水でのしゃぶしゃぶ？お昼は山梨県の野菜と名水で作ったカレー、勿論ご飯は名水で炊く。名水の成分説明があったり、森林浴をし途中で名水で入れた珈琲飲んだりするような・・)。 定期的な配送。 ふるさと納税の返礼品にしてみる。コロナ禍終息後なら、バスツアーに名水地を含めるのもいいのでは。
50歳代・男性	水を利用した料理の紹介。 サンプルサービス。
50歳代・女性	水の情報に交通手段がわかりやすく添付されていると良いと思う。 おいしい名水が汲める名水巡りのウォーキングルート紹介。 催事場などでの山梨物産展など。 ミネラルウォーターの定期宅配。
60歳代・男性	水のおいしさを数値化して他の地区の水と比較する。 美味しそうな蕎麦がある、蕎麦祭りとか有れば嬉しい。 水のデリバリー。 災害派遣（飲み水やお風呂等の無料給水サービス）。 水をデリバリーするための簡単で安価なロジスティックの開発。
60歳代・女性	温泉旅館の部屋で山梨の水をサービス。 観光地における試飲の提供。 名水の情報発信、サブスク配送。
70歳以上・男性	株主優待。 水質環境の保全、水質検査結果の開示。

3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【74件】

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20歳代・男性	飲み比べ製品。 試飲体験。 自然レジャー。 水利きコンテスト。 流しそうめん。 名水飲み比べ、酒。 日本酒や米等、水が良いことをアピールしたコースツアーの作成。
20歳代・女性	試飲会、飲み比べ。 水と触れ合う体験。

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
30 歳代・男性	<p>お酒作りや流しそうめんなど。 アクティビティ。 水の飲み比べ。 温泉。 水の飲み比べ。 名水でできる食べ物、飲み物ツアー。 名水で米炊き。 ツアー。 ほうとうを作る。 コロナ禍でも楽しめるプログラムの充実。</p>
30 歳代・女性	<p>名水で作る、豆腐作り体験。 水信玄餅の魅力をもっと広める 果物狩りや野菜収穫、魚釣り、それを使ったグルメが食べられる宿泊付きツアー。 温泉付き施設でのワーケーション。 キャンプ、グランピング体験。 流しそうめん。 炊いたお米が水ごとで味が変わるのか食べ比べ体験。 地域ごとの水の飲み比べ。 名水を生かした食の堪能プラン。</p>
40 歳代・男性	<p>名水を汲みながらのトレッキング。 コーヒーや紅茶の飲み比べをしてみたい。 日本酒づくり。 インターネット上や SNS を通じて自然豊かな水の綺麗なコテージで家族 4 名宿泊キャンペーンを実施。感想や写真など取材してそれをまたチラシや SNS 等で拡散すればなるべくコストを抑えて PR 活動出来ると思います。 名水作り見学。 そば体験。すごくおいしかった。 試飲の機会。 工場見学。 宿泊施設が併設してあるワイナリーに泊まりたい。 釣りやキャンプアウトドア。</p>
40 歳代・女性	<p>水を使用した特産物の調理または製作体験。川や湖でのアクティビティ。ミネラルウォーター、炭酸水、ワイン、ウイスキー、日本酒など名水を使用したドリンクの配達込みサブスク。 名水を使った流しそうめんイベント。 そば打ち。 水辺で遊び、そこでとれるものを食べ、きれいな水辺を見ながら焚き火などをしてのんびり過ごすという一連の体験ができるが良い。 水を使ったビール作り体験。 水で遊べる体験を豊富に提供したらいい。 なかなか車がないと個人では行けないので、ツアーなどラフティングや果物狩り、工場見学などがあると参加したいです。 スイーツ巡りができる。 手作り体験。サブスクリプションで名水、それにちなんだものの宅配。</p>
50 歳代・男性	<p>名水めぐりトレッキング、スタンプラリーなど。 デトックス。 長野のわさび農園に行ったことがあるが、そこは蕎麦も水も美味しく、川下りみたいなこともでき、楽しかった。 無料で体験できるイベントの開催。 実際にその場所で水を飲んで比べてみたい。</p>
50 歳代・女性	<p>試飲。</p>

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
50歳代・女性	<p>アクティビティだけのツアーを色々企画すると思う。その中でいくつか使うと割引が適用されると尚、いい。いくつか使うとホテルが割引になるというのもいい。</p> <p>水源地を訪れるツアーなど。</p> <p>サントリーさんが運営している名水工場での、見学ツアーなどぜひ続けてほしいです。名水誕生の理由を広く知ってもらい、環境保全の必要性和意識の伝承に役立つと思います。日本ならではの資源の恵みのありがたさを伝えてほしいです。</p> <p>飲み比べ。</p> <p>試飲などで飲める機会があれば良いと思う。他の水との違いか、より特化しているところをわかりやすくしてもらえると良いと思う。</p>
60歳代・男性	<p>アクティビティを知りたい。</p>
60歳代・女性	<p>体験イベントの企画。</p> <p>モニターツアーを企画してほしい。</p> <p>体験学習のできる「工場見学・森林浴・山菜取りなど」ツアーを幅広くPRする。富士五湖という有名な観光地だが、少しひなびたイメージがあった。富士五湖スタンプラリーみたいなことをし制覇すれば名産品がもらえるというのはどうだろう。</p> <p>蕎麦打ち。</p> <p>名水キャンペーンで飲み比べをする。</p>
70歳以上・男性	<p>招待ツアー。</p> <p>フルーツ狩りと名水探訪のコース案内。</p> <p>修学旅行で体験学習。</p>
70歳以上・女性	<p>水をテーマにした催し。</p> <p>試飲が必要だと思います。よくわからないので。</p> <p>名水がある事が知られていないと思うので、観光バスツアーなどで名水巡りとかもっと売り出せばいいと思う。</p> <p>健康体験。</p> <p>水やアルコールの試飲ができるもの。</p> <p>自然な環境下で、現地調達でのキャンプ。</p>

4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【151件】

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
20歳代・男性	<p>山梨の知名度を向上させてほしい。</p> <p>川の下流から上流に向かって順番に定期的にイベントをやっていく。</p> <p>テレビcmをやる。</p> <p>キャンプブームで山梨はキャンプ場も多いので、キャンプ場と連携してイベント開催したり、PRの場とすると思います。名水をつかったコーヒー淹れ体験とか、名水を使った氷で飲むお酒とか、夏なら名水を使ったかき氷を提供したり。キンキンに冷えた水を飲む会。</p> <p>名水を使った料理。名水だからできることをPRしてほしい。</p> <p>山梨水音楽フェス。</p> <p>地域の周辺にむけて、PRすると良いと思う。</p> <p>アンテナショップがあると興味を持ちやすいと思います。</p> <p>もっとPRしてほしい。</p>
20歳代・女性	<p>もっとPRするべきだと思います。</p> <p>山梨の会社の物産に名水使用アピールをする。</p> <p>まずはPRで知名度をあげ、更なるブランド化を目指す。</p> <p>肌にいい水なら、ボディケアやフェイスクケアにも利用できるようなものがあれば魅力的だなと思う。あとはどうやって水ができていのかいまいちわからないのでそれを見たり知る機会が増えれば関心が増えると思う。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・女性	<p>温泉地に名水を提供し温泉を楽しんでもらった人に飲んでもらう。 最近の若者はテレビを見る機会が減っていると思うので、SNS や Web 広告、YouTube で山梨の「水」の魅力を発信した方がいいと思います。 スーパー等での PR。 山梨の名水について全然知らなかったなので、もっと PR していったほうが良いと思いました。富士山は有名だけど、山梨って単語だと名水にはなかなか結び付かないのが現実のような気がします。</p>
30 歳代・男性	<p>無料で配れ。 なるべく安く販売。SNS の活用。 配布。 水は生きる源なので、それを感じられるイベントを期待します。 水を利用した食品の拡充。 ふるさと納税を通じて知名度を上げる。 名水とかなる過程を見せる。 もっとメディア露出してほしい。 名水を使った料理等。 ウォーターサーバー会社とのコラボ。 温泉 PR。 名水は他県でのイメージが強いため、他県との差別化された商品開発や PR が必要だと思います。</p>
30 歳代・女性	<p>利き水 山梨といえばフルーツやワインのイメージで水のイメージが全然無かった。もっと水をアピールできる何かがあれば良いと思う。 街中で無料サンプルを配る。 YouTube で水道水、他の県の水、山梨の水などで飲み比べてもらう動画を見てみたい。あと、綺麗な水で髪の毛を洗うと軋まないとか肌ももちりすとか実験。 水を生かした料理を PR する。 東海地方では静岡や長野が有名なので、コラボなどがあると身近に感じやすそう。</p>
40 歳代・男性	<p>AGC の CM のように、インパクトの強いものを制作すると、SNS でも拡散されて、印象に残ると思う。 10 年前の水と飲み比べても味が変わらない。不純物が一切入っていないことの証明になる。 情報提供。 店頭に置いてもらう活動。 物産展もよいが、コロナ禍であるため「山梨の水」の CM を行政から発信してもよいかと思う。youtube でも CM できるのでそれでも良いかと思う。 関東は知らないけど中部や関西からは岐阜や長野の方が近いので、山梨はあまり自然のイメージが無い。むしろ中部から見ると東京に近いから岐阜や長野より劣っているイメージを持っている。 テレビ CM でせめる。 今はテレビより Web に広告を打って興味をひいて地域のサイトで詳細が分かるようにすると来訪者が増えると思います。 美味しいコーヒーの入れ方が知りたい。 水がきれいということは、魚が居ると思う。魚アピールしたら。 ゲームかアニメかとコラボする。 CM。 資源は限りあるのであまり PR しないでほしい。 名水の仕組みを体験するツアーや PR。名水に対する納得感や理解を深める取り組み。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
40 歳代・男性	山の自然をイメージできる広告。
40 歳代・女性	<p>TV 番組で PR。</p> <p>曾場ワザビなど、水が綺麗だからこその食べ物の PR。</p> <p>他の水と何が違うのか、体にいいポイントは何かを明確にアピールしてもらえれば買いたいと思う。水の違いは味では理解できないので、成分の数値でしか判断出来ないため。</p> <p>パッケージを可愛くする。</p> <p>名古屋に住んでいると山梨の情報がほとんど入ってこないで、色々アピールすると良いのかな。</p> <p>武田信玄と水のつながり（堤以外でも）信玄が愛した名水〇〇。温泉はよく聞きますが、歴史好きを対象に、水にこだわった飲食物（名水を付加価値としてつける）ラムネ、そば、米、コーヒー？酒等々、海（水）がないイメージは非常に強いので、それを逆手に取れないか。</p> <p>サントリーの工場見学に行っていて以来、水はずっとサントリーの天然水を飲んでる。愛知等近くの県の子供たちも見学できるよう誘致してほしい。コロナ以降、この辺りは東京への修学旅行を辞め、静岡山梨方面に切り替えているので、これを機会に PR してほしい。自然や環境を学べる良い機会だと思う。</p> <p>無料配布。</p> <p>ゆるキャン△とコラボすると良いと思います。</p> <p>名水は数えきれないくらいあって何がいいのかイマイチ分からないので、強く惹かれるイメージがあるといいなと思います。</p>
50 歳代・男性	<p>自然豊かな映像と音で分かりやすく PR する。</p> <p>山梨を全面に出した方が、認知度が上がる。</p> <p>これからも PR 活動頑張ってください。</p> <p>魅力の PR が足りていない。</p> <p>今なら宅飲み層にお酒と絡めて PR するチャンスだと思います。</p> <p>テレビ CM で有名人。</p> <p>情報番組の全国放送。</p> <p>山梨のワインは世界に通用する。情報番組へ積極的にアピールする。</p> <p>旅番組やグルメ番組などで積極的に山梨県の魅力を発信してもらおう。</p> <p>富士山南アルプス富士五湖いいと思うが「山梨」と直結しないかもしれない。山梨にこだわらず、まずはそのものの良さをアピール。山梨ブランドはそれについてくると思う。</p> <p>温泉・名水めぐりポイントラリーを実施する⇒温泉街の宿泊客が格安で利用できる企画。⇒コロナ禍での観光対策。</p> <p>広告。</p> <p>名水の場所がいまいちイメージつかないので、観光地や温泉とセットで紹介してくれると、現地に行く機会が増えるかもしれません。今まで登山や温泉めぐりでよく行っているはずなのですが、名水の場所をほとんど知りませんでした。</p>
50 歳代・女性	<p>試供品を配る。</p> <p>水だけでは魅力がない。他の名産品とコラボを。</p> <p>富士山イメージが静岡に負けるからそこをもっとアピールしたほうが山梨を感じられる。</p> <p>テレビ番組で紹介してもらうのが一番だと思います。特に、名水を飲むことによってどうなるのか、健康になるのかという根拠を交えての内容で。</p> <p>あまり飲料水には興味がないが、富士五湖のことは知っているのでここをアピールしたらいいと思います。</p> <p>テレビ。</p> <p>水ゼリーの作り方の発信など。</p> <p>水を PR したいなら、紙すきやリフティングの体験を選択しながら美味しい山梨のランチ、名水巡りと温泉を盛り込んだツアーが格安であればいいと思います。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
50 歳代・女性	<p>スーパー銭湯で、取り扱っていると良いと思う。</p> <p>利き酒のような利き水があったら試してみたい。</p> <p>東京に近いが、東海地区からは遠く感じる。温泉や水上レジャーなど充実していると思うが、なかなか伝わって来なくて旅先に名前が上がらない。物産展など進出してみたらどうだろうか</p> <p>名水＝山梨のイメージが薄い。今まででも十分考えているとは思いますが、もっと SNS を活用して情報発信してほしい。</p> <p>ボトルのラベルをインパクトのあるデザインにして PR する。</p> <p>無料で配布する。</p> <p>水の良さの PR をいろんな形で知る機会があると良いと思う。ショッピングセンターでの物産展なので展示物などがあると良いなと思う。</p> <p>目に入る綺麗な映像です。</p> <p>名水は、自然の恵みであり、素晴らしいものです。他県の人をもっと利用できるように PR するとういと思っています。</p> <p>南アルプスをアピール。</p> <p>名水の出ている川がとてもきれいでした。そんな映像や写真を見たいです。</p>
60 歳代・男性	<p>富士山の名水など、どうしても静岡県だと思ってしまう。その違いなどが明らかだと良いと思います。</p> <p>第一に、知名度を上げる事。ウォーターサーバーを人の集まる場所に、廉価で設置する。ウォーターサーバーを小中高校へ無償提供する。</p> <p>やっぱり山梨県といえば富士山のイメージが強いです。そのあたりをメインにしたほうがよいのではないのでしょうか。</p> <p>お酒の水割りなどの用途を PR する。</p> <p>富士山の北斜面を生かし、日本のノースフェイスとしてブランド化する。</p> <p>積極的な PR。</p> <p>名水であると言ったイメージを持てる様なもの、情報の提供が必要だと思う。</p> <p>ウォーターサーバーが流行っているが、我が家は 20L タンク入りのミネラルウォーターを購入している。主に Amazon で硬水か軟水・価格・今はやりのシリカ等内容を吟味し購入。最終的には味でお気に入りの製品は料理やコーヒーを淹れたり、多岐に渡って使用している。関東人は富士山や御殿場というブランドが好きなので山梨県も富士山や河口湖・山中湖のブランドロイヤリティをもっと高めてはいかがでしょうか。一気に全国ではなく関東人をターゲットにしてはどうですか。</p> <p>安曇野や伊豆のわさびのように清流をイメージできる特産品。日本産ウイスキー人気にあやかった企画。</p> <p>日本製ウイスキーの品質の高さの源の一つである水源の由来や保全活動の実態をアピールしてほしい。</p> <p>名水となり、広く知られた歴史を youtube で紹介。</p> <p>山梨の水の差別化の訴求。</p> <p>温泉をもっと PR すべきです。銘水だけでは訪れる動機として弱い。</p>
60 歳代・女性	<p>雪どけ水のウォーターの PR。</p> <p>テレビで広告を打ってほしい。</p> <p>もっと山梨の水の美味しさをアピールすべきだと思います。東海地方からのアクセスなども広報してほしいです。</p> <p>今はコロナで行けないけど、実際に見学会を開催すれば魅力が解り知名度も上がると思う。中部圏特に名古屋では山梨の知名度は低い。</p> <p>温めて美味しいミネラルウォーターとか、常温で美味しいとか、コーヒーや紅茶を入れるのにあうとか、アピールしては？</p> <p>水に関する動画(景色、滝、湖など)を音と共にずっと流す。そんな youtube 的なものがあれば見てみたい。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
60 歳代・女性	<p>美味しい水なら、お酒やウイスキーをすぐ思い浮かべてしまうので、そのような商品をもっとCMで流せば、たくさんの人がSNSに取り上げてくれると思う。 名水を使って料理したレシピを教えてください。</p> <p>もっとPRを。 広報活動をテレビで行う。 SNSの強化。</p> <p>やまなし水クイズ、とても楽しいですね。森林面積が80%とかミネラルウォーター生産第1位とか名水百選に7ヶ所も選ばれているとか、驚きでいっぱいでした。もっと山梨県について知りたくなりました。10問ではなく、もっとたくさん問題を作ってください。初級編、中級編、上級編とかあるとモチベーションが上がってさらに盛り上がるのではないのでしょうか。 温泉やグルメなど宣伝する。</p>
70 歳以上・男性	<p>夏場に名水場で涼しく過ごせる場所のPR。 商品化とPR。 SNSなどの発信強化。</p> <p>被災地の支援に山梨の水であることがわかる形で、専用のトラックで送る。ペットボトルにラベルを貼ったものがよいかと思います。</p> <p>関東圏中京圏への広報活動中京圏からは意外と近く高速を使えば日帰り圏内であり中京圏では余り情報は入らない。 山梨県の名水PRが足りないと思う。サントリーなどのメーカーのホームページを参考に願いたい。</p> <p>具体的な案はないが、「水・果物・富士山」をワンセットにした新企画や新商品の検討が望まれます。 今以上に観光客を呼び出す事が大切。 他県に出掛けて宣伝活動をしてほしい。 Webでの広告を利用する。 水資源にかかわる環境保護などの取り組みを広く知らせていく活動など。 山梨県の情報が乏しいと思う。ウイスキーとかワイン位しか思い浮かばない。静岡や長野県に宣伝的に負けている。 ネットでのPR活動。 Amazonのホームページの活用。</p>
70 歳以上・女性	<p>取水地の環境や、方法を知らせてほしい。 もっと全国的に観光と合わせて宣伝情報の発信をする。 水環境の保全にどれだけ注力しているか、情報提供を根気強くすることが、効果を生むと思います。 知名度がなく情報も届いていない。生協なのでPRがあり、紹介があれば関心が高まる。 CMが足りない。 忍野八海のきれいな水に感動した。もっとアピールしたらいいと思う。 名水だと思うがもう一つインパクトに。乏しい。 差別化は難しいと思うが有名メーカーがあるのでその活用。 その水ならではの割り方や、それでない、この味は出せないという料理があれば知りたい。 各地の名水の特徴、例えば水割りがおいしいとか、蕎麦打ちの水にいいとか。 メーカー名ではなく名水本来のアピール。 価格が他より安いといいです。 イベント、旅行等でサンプルを配る。 毎日見ている新聞、テレビで教えてください。 水に関しては中高年がうるさい（＝関心がある）。中高年にアピールすると良いと思う。 TVで取り上げてPRすると良いと思う。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
70歳以上・女性	今や水も買う時代になって来ているので、魅力についてもっと知らせてほしい。 名水のサンプルなどを観光地、駅などにおいてほしい。

5. その他【56件】

年代・性別	その他
20歳代・男性	観光地や温泉街のアクセス。 おいしい水が大好きです。 塩素除去。
20歳代・女性	透明のカヌー。 美味しい水をありがとうございます。 無添加であってほしい。
30歳代・男性	温泉。 富士五湖遠泳トライアスロン。 富士五湖の水をもっと綺麗にすべき。
30歳代・女性	わからない。山梨の名水と言われてもピンとこないのが正直なところ。なのでまず名水がどんなものか、どんな魅力があるのか、知名度を上げてほしいと思います。具体的なアイデアがないのが申し訳ないです。 クリアなイメージ。 水にこだわる方は意識が高い。その比率でいったら東京に一部。全国の多くの方とでもこだわっているわけではない。マーケティング層をどこにするのかわかりませんが、主婦からするとわざわざ山梨の水を買う必要性はない。よっぽど美味しくてお値段が安くない限り。 手軽に手に取れる。 そもそもそこまで水の味の違いがわからないので山梨の水をアピールされてもピンとこない。
40歳代・男性	水道民営化はしないこと。 水源の土地を外国人に買われないよう確実に管理する事（特に中国人）。 名水で水力発電する。 純度表示。 氷にする。 体に良い。
40歳代・女性	そのままだが一番良い。 環境保護の推進。 きれいな環境が必要だと思います。 富士山に出かけたときにその水の美味しさを知りました。それからはずっと富士山の水を購入しています。
50歳代・男性	世間の評判を気にせず地道に活動してください。 交通手段。 今度飲みに行きます。
50歳代・女性	災害等々が多くなっている今、何かの時のために、活かせる何か、サービスというか、仕組みみたいなものを是非作っていただきたいです。ひとつとして、噂の段階でよく知りませんが、今後、水道水が危険になる可能性があるとか？たとえば、水からの感染（細菌やウイルスなど）でパニックになったとき、安全なお水を、少しでも国民みんなに届けられるシステム、そしてそういうお水が豊富にあったら、ありがたいですね。災害時のときにも、より役立つ「何か」を色々作り上げて頂きたいです。 コロナ禍でなかなか行くことができていませんが、また安心して出かけられるようになったら行きたいところばかりです。 山梨に旅行に行った時、喫茶店の水の美味しさに驚きました。水が美味しい所は食べ物も美味しい。本当に、そう思いました。

年代・性別	その他
50 歳代・女性	温泉に入ると肌がツヤツヤになった。
60 歳代・男性	美味しい。 防災にも力を入れてください。 バス観光旅行の強化。
60 歳代・女性	いろいろやると自然が損なわれてつまらなくなるからそっとしておきたい。 名水の消費をアピールだけでなく、それを作り出す環境の保全の意識を消費者にも伝えることが大切だと思います。 山梨県と富士山忍野八海などのイメージが別物に感じてしまいます。山梨富士山とか忍野八海山梨など山梨の文字を観光地に入れてはどうですか。 豊かな自然と美しい景色美味しい水いつまでも大切に守ってください。 ペットボトルに汲んで帰りたいです。 今のままで良い。
70 歳以上・男性	飲料用にはスーパーで購入するミネラルウォーターにしています。名水をいかした製品とかアイデアなどは浮かびません。 自然の状態で水流、生物を楽しめる環境の保存。 富士山の伏流水を使用することで、ミネラル分が多いから美味しく飲める。 家庭で有効利用できるアイデアを生むこと。 山梨の名水を外国に輸出、外貨を稼ぐ。 グルメ。 水と自然を守って農業を発展させて下さい。
70 歳以上・女性	三重に住んでいます。山梨は遠い。 頑張れ。 富士山が美しく眺められる所に行ってみたい。 水が一番大切なので、何にでも応用できるのが良い。 モニターに協力します。 薬を名水で吞んでいます。 お水を中国に輸出する。 富士山麓の自然豊かな環境で作られる名水、この美味しさが保たれることを願っております。 サントリーの工場へ行かせてもらった時お水を頂きました。

特になし【576 件】

【大阪圏】

1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【102件】

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
20歳代・男性	<p>常備水。 名水を使った料理。 カフェ。 名水と呼ばれる水の取れる地域は無数にある。数多のライバルの中から選んでもらえるような個性の強い、尖った商品の開発を期待しています。 名水のかき氷。 まずは水とお茶を組み合わせでめっちゃうまいお茶を販売すればいいと思います。</p>
20歳代・女性	<p>シャーベット。 かき氷を食べたいです。 パッケージにもこだわってほしいです。 日本酒。 名水をベースにした化粧品。 名水を使用したわらびもちなどのカフェ、わらびもちドリンク。 ウォーターサーバー。 名水を使った炭酸水。 名水を使ったコンビニ商品の販売。 なにか効能がある化粧水を作る。 水が大好きなので、たくさんの種類のお手頃な値段のミネラルウォーターを商品化してほしい。</p>
30歳代・男性	<p>水アイス。 お酒を割る為の専用水や専用氷を作ってみてはどうでしょうか。 炭酸水、炭酸泉の飲む以外の活用方法の展開。 お酒が好きなのでお酒関連で商品展開するのがいい。 おいしいお酒を作してほしい。 名水は特に日本人になじみが深い気がします。水にこだわり、環境にこだわり、水のおいしさを感じる日本人だからこそ、名水を生かしたサービス、製品はなじみ深いものだと思います。 名水で作る美味しいご飯。 化粧水とかはどうでしょうか。</p>
30歳代・女性	<p>富士山の氷でウイスキーを飲む。 名水を使ったアイスがあるのなら食べたい。 氷を作る。 夏場は美味いかき氷があると行ってみたいと思う。 放射性物質含有率を明示した上で、災害時保存用のペットボトル飲料水があれば良いと思います。 山梨のお酒、食べ物を提供するレストラン。 名水で淹れたコーヒーと聞くと飲みたくなる。 化粧品。 わらび餅など水を使った和菓子が食べてみたいです。 名水で作ったレトルトのおかずになるような商品があれば是非買ってみてみたいです。</p>
40歳代・男性	<p>和菓子。 おいしいもの。 各飲料関係。 白州を割る炭酸水とか、あったら良さそうです。同じ水なら合わないわけないですし？ 成分と健康を追求した商品の開発。飲むだけの効能が表示できればなお良し。</p>

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
40 歳代・男性	きれいな水で作るコーヒー。 名水で作ったビール。 米どころグルメ。 おいしい料理とワイン、そして水を楽しむイベント。
40 歳代・女性	お鍋セットなどお水とセットで販売する。濃縮タイプのジュースとセットで販売する。 すでにあるかもしれませんが、名水で作った基礎化粧品。お化粧水や、美容液など。 かき氷ガリガリ君とのコラボ。 果物を冷やす。 名水を生かしてスイーツ。 水割りの水、ロックアイス。 化粧品。老若男女問わずアレルギーとかにも左右されず、せっかくの名水を肌からとれるそして、体内に浸透しても安全安心しかもお肌が潤うしかも、シンプルに使えるもの。 肌が喜ぶ化粧水。母が旅行先の旅館で使用した化粧水を気に入り、何度か購入していたことがあります。 名水を使った鍋出汁があればうれしいです。 シャトレーゼの商品で山梨の良さを知った。 化粧品。 ワサビやその関連商品の販売はそれだけで水がきれいというイメージが湧くと思います。 コンビニなどで手に入るようにしてほしい。
50 歳代・男性	美味しいお酒が飲みたい。 名水で作った美味しい氷を食べたい。 化粧水。 かけ割り。
50 歳代・女性	炭酸水やジュレ。 簡単なお料理を作り食べる。 温泉と宿でおいしい料理と水を味わってみたい。 ペットボトル水のネット販売。 水割り用の氷造り。 名水で淹れたお茶飲料。 名水で作られた食品を販売してほしいです。特に豆腐などの水が大事なもので、名水を使ったものがよいと思います。 お酒。 名水のかき氷をコンビニで販売する。 化粧水とかに利用してもらえると嬉しいです。 氷にしてみれば…。 まずは、無添加で、豊富なミネラルを含んだ様々な温泉水があるだろうから、それを使った、保湿や、敏感肌にもつかえる、安くてたくさん使える、基礎化粧品。ジャブジャブ使えそうな、肌に優しい自然成分の化粧品。などがあればうれしいです。夏は、汗をたくさんかきます。肌も発汗で水分が奪われ洗顔のあと、1日になんども化粧品をつけるわけにもいかず、日焼けをするのも、いやだし、家にいることが多くリモートだと、毎日化粧品も使わないけど、基礎化粧品は、必要であと、日焼け止めぐらいは、どうしてもぬらねばならず、そのあと、洗顔して、ジャブジャブ使える自然素材の潤い保湿化粧水があればよいのにと思います。
60 歳代・男性	名水を使った氷の販売。 他の食品や飲料とのコラボ商品の開発。例えば、山梨の水を使用した美味しい珈琲とか山梨の〇〇水を使ったスイーツなどの開発。 おいしいスイーツ。

年代・性別	製品（食品、化粧品、酒類など）
60 歳代・男性	日本酒。 新しいブランドの酒・ウイスキー開発。 炭酸水。 飲み物。
60 歳代・女性	かき氷を有名。 水がおいしいということは、全ての食品に有利なので、お土産やお取り寄せ向けに、スイーツを色々と展開してほしい。 お菓子類のお土産。 名水ならではの野菜などを紹介してほしいです。 コーヒーを淹れる。 名水の由来を記載したサイダーなどの飲料水やゼリーを食べてみたい。 名水を使った飲料水、スープ、料理。 炭酸水の分野でも働きかけてほしい。
70 歳以上・男性	美味しい酒が飲みたい。 山梨特産の果物を主体にした飲料、ゼリー、御餅等の開発宣伝。 水・果物・酒・を生かした名産品。 既にあると思いますが、名水を使った氷玉やかち割氷。 地酒のアピール。 ご飯を炊く。
70 歳以上・女性	名水で作った化粧水があれば魅力的。 名水を利用して育てた野菜や、果物のインターネット販売。 添加物のない食品。 氷を使った商品。 新商品の開発。 美味しい水を使った、スイーツ例えばゼリーやプリンなどがいい。 蓋の開けやすい事。 美味しい無添加ワインを希望します。

2. サービス（ふるさと納税、講座など）【15 件】

年代・性別	サービス（ふるさと納税、講座など）
20 歳代・女性	ふるさと納税の返礼品でアピールする。
30 歳代・男性	無料給水エリアに使う。 もっと綺麗な水が飲めたらいいな。
30 歳代・女性	水のサブスク。
40 歳代・男性	31 年前に体験した河口湖周辺のホテルで窓からみた富士の樹海の景色とそこから湧き出る水道水が夏にも関わらず冷たくて美味しい感動を多くの人に味わってほしいイベント。
40 歳代・女性	ふるさと納税。 飲料水やジュースの定期発送、グランピング。
50 歳代・男性	名水の安価な通信販売。
50 歳代・女性	水が美味しく綺麗だからこそ出来る料理のレシピを公開してほしいです。 名水の美味しさを活かせる活用方法は知りたいと思う。 温泉を運ぶ。
60 歳代・男性	名水を使ったふるさと納税返礼品。
60 歳代・女性	ふるさと納税の返礼品。
70 歳以上・男性	自然のなかで楽しめる設備やイベントが有り、（ロッジやキャンプ場も）子供達も安全に愉快地に過ごせる場があること。
70 歳以上・女性	スカイプなどでの観光観光。

3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【68件】

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20 歳代・男性	飲み比べ。 山梨の水を説明しながら最後に山梨の水を使ってジュースを作って飲んだりしたらいいと思う。 ツアー。 水かぶり大会。夏にみんなで水遊び。 名水を活かした珈琲の名店巡り。 名水の飲み比べなどを大々的に実施し、名水の良さを知ってもらうことが大切だと思う。
20 歳代・女性	水の飲み比べ体験。 自然水の汲み取り体験。 水の飲み比べ体験があればやってみたい。
30 歳代・男性	温泉に関するイベント。 飲み比べ。 水風呂。 他の名水との飲み比べ。 いろんな名水を飲み比べてみたい。 試飲会、特に山梨県物産展などでも行ってほしい。
30 歳代・女性	子供と一緒にかまど炊きのご飯作り体験が出来る企画をどこかで見たことあり、楽しそうだった。名水を活かして美味しいご飯が出来ると思うので山梨でも企画してみたい。 試飲したい。 水の飲み比べ。 蕎麦打ち体験。 サワガニとりとかしてみたい。 水を感じる森林ステイ。 子ども向けの体験学習などあれば参加させてみたいです。 水を飲んでみたいです。
40 歳代・男性	蕎麦打ち、水源地散策。 名水で泳ぎたい。 水を使ったデザートなどの体験調理。 お酒作り体験。 旅館などでの水の飲み比べ。ご当地の水を当てた人へは一箱プレゼント。 2週間ほどの短期ステイ。 水の飲み比べ。
40 歳代・女性	山村留学、体験学習。 名水を汲みあげる所を直接見るツアーがあれば良いと思います。 地元の生活体験。 食べる飲む以外の楽しめるアクティビティ。 天然水の定期購入システム。 富士山を前面出して、レジャーや家族旅行の候補地となるような働きかけをする。宿泊施設のオプションとして、清流でのアクティビティをつける。 試飲とか？ウォーターサーバーはもういらないかな。 温泉巡り行ってみたいけど、ちょっと遠い。 学校や保育園、幼稚園など子どもたちや指導する人に食育の講習や実習を行う。 出張授業や修学旅行生に施設の見学をしてもらう 名水と呼ばれる場所に人を招待し、環境保全活動に参加してもらう。子供たちに天然水を味わってもらう。都会では味わえない体験をしてもらう。
50 歳代・男性	九州に旅行に行った時に名水の湧き出る所に行くツアーがオプションにあった。山梨に旅行する機会があればそういうツアーに是非参加したい。

年代・性別	体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
50 歳代・男性	<p>雪解け水で夏なのに冷たい川に驚いたことがある。自分の子どもたちにも経験してもらいたい。</p> <p>名水を生かした料理や温泉。</p> <p>名水を使って米作り。</p> <p>きき水大会。全国での試飲&試食(蕎麦)会。</p>
50 歳代・女性	<p>名水のかき氷名水、滝巡りツアーの開催。</p> <p>地元のサイダー製造。</p> <p>浴衣などを染めて名水で洗ってみたい。</p> <p>体験イベント。</p> <p>流しそうめん。</p> <p>水が試飲できると興味がわくかも。</p> <p>高校の修学旅行は奈良京都でした。夫の高校の修学旅行は黒部ダムだと聞きました。全国の修学旅行生が行くべきだと思うような名所や名物を目指したらいいかと思えます。学生のうちにこれだけは見ておくべきと思われるものがあれば。</p> <p>源泉水を見てみたい。</p> <p>名水の森森林ツアー。</p> <p>水とフルーツを味わえるツアー。</p> <p>試飲キャンペーンをしたら良いと思う。</p>
60 歳代・男性	<p>名水入りのペットボトル試飲会。</p> <p>キャンプ体験で名水を使用した料理を作って食べてもらう。</p>
60 歳代・女性	<p>試飲会などのイベント。</p> <p>体験してみたい。駅でのイベント開催。</p> <p>名水を使った料理スイーツ温泉が楽しめる旅行がしたい。</p>
70 歳以上・男性	<p>試飲ができる環境整備。</p> <p>例えばテーマごとのサイクリングコースの設置、名水巡りコースなど。</p> <p>名水と登山・ハイキングのコラボ企画があれば参加したいです。</p>
70 歳以上・女性	<p>紙漉き体験。</p> <p>きれいな水で作られた食材を山梨の美味しいワインで食べたら美味しいと思います。</p> <p>ツアー会社で気楽に参加できるといいです。</p> <p>私は、神戸市に住んでいます。山梨県の美味しい物食べ歩きツアーを格安でしてほしい。71 歳で、年金は低額です、でも幸せです、女性。</p>

4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【168 件】

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・男性	<p>白州の価格を下げる。</p> <p>東京の人に売り込む。</p> <p>どうやって作られているかの資料館などの設立。</p> <p>若者に向けた広告(SNS や Web 等)の使用。</p> <p>自然を体験する機会を設けて、水質の良さを伝えてほしい。</p> <p>他県の水と山梨の水と比較して飲んでもらって味の違いを知ってもらおうイベント。</p> <p>CM。</p> <p>どこの水にどんな特徴があるのかを知らないなのでその辺りから広報の必要があると思う。</p>
20 歳代・女性	<p>水を買うときあまり山梨かどうか意識してないためわかりませんが見る機会が多い SNS やテレビ CM などあればわかるなど思いました。</p> <p>美味しさを実感できるようなキャンペーン。プレゼント企画等。</p> <p>各名所ごとのミネラル成分の違い。水道水と名水料理の味の違いがあれば、名水を買うと思う。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・女性	<p>美味しく綺麗な水でお米を炊くと味が全然違うと聞いたことがあるので旅館や朝食付きの安価なホテルにおいても名水で炊いたお米を提供し、山梨の名水の良さを宣伝し、実生活に取り入れてもらう。</p> <p>無料配布してください。</p> <p>美容にいいという点をアピールすると注目度が上がると思います。</p> <p>名水を生かすことのメリットがわかりやすくなるとよい。</p> <p>SNS で話題になるような見た目がゴージャスな物を水を使って作ると知名度が上がりそう。</p> <p>知名度が大事かと思います。</p> <p>名前を知っていても実際に飲んだことがない人は多いと思う。なので、旅行で来た観光客をターゲットとし、無料で水を配布し、良さを実感して貰えば良いと思う。</p> <p>米のたき比べ。</p>
30 歳代・男性	<p>水をただで配る。</p> <p>ユーチューブでPR 動画を作ってみる。</p> <p>今は YouTube で宣伝する時代。</p> <p>PR。</p> <p>知名度の高い富士山を積極的に使用する。</p> <p>名水のイメージ作りから行う。</p> <p>身近に手に入るようにしないとなかなか伝わらないような気がします。</p> <p>質の良い水を利用した料理のPR。</p> <p>SNS で息を呑むような映像美の動画などを上げてもらえたら魅力を感じると思う。</p> <p>富士山登山者にPR。</p>
30 歳代・女性	<p>知らないだけで、知れば興味がわく。</p> <p>名水について特集番組を見ていたらもっと親近感が湧くかもしれない。</p> <p>魅力を知る機会がほしい。</p> <p>メディアで取り上げて知名度を上げる。</p> <p>水＝山＝富士山、なので山梨もいい水なのだろうとよく考えれば思いますが、そもそも関西から見ると富士山＝静岡とってしまうので(新幹線の線路的に)山梨の水と聞いても富士山系と思えず何のイメージも湧きませんでした。富士の水って言ってくれた方がわかりやすいです。</p> <p>山梨の水＝富士の水というイメージがないので、わかるようにWeb 広告やWeb でクイズするとか…。</p> <p>SNS でのキャンペーン。</p> <p>山梨の水の豊かさをPR してほしい。</p> <p>自然豊かで素敵であるにもかかわらず認知度が低いと感じられるため、PR をしていく必要があると思われる。また自然をこのまま保全していくことも大切だと思う。</p> <p>SNS でのPR。</p> <p>PR を積極的にした方がいい。</p> <p>温泉の効能の情報発信。</p> <p>水だけ飲んでもおいしさが分からないので、お味噌汁や豆腐など、水がおいしいからこそ出来る食品が手軽に食べられれば、もっと身近に感じるし、おいしければ買ってみたい気はする。</p> <p>SNS 等で広めるべき。</p> <p>まずは名水だと言うことを発信して広めた方が良い。名水である理由、理由になっている場所への観光案内など。</p> <p>テレビやYouTube 動画での魅力的な宣伝。</p>
40 歳代・男性	<p>ふるさと納税を活用してPR する。</p> <p>他社商品と差別化をすればブランディングできると思う。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
40 歳代・男性	<p>ワインやウイスキーとセットでアピールしたらいいかと思います。 CM が必要。 今更、名水とも思います。キャンプブームに乗ってみては？ 広報。 もっとアンテナショップを PR したり、旅番組で取り上げてもらう。 山梨というフレーズを強調すべき。 やっぱりコンビニ店頭。 自然環境を活かした動画等を YouTube や Instagram で配信していく。 有名な八ヶ岳を商品名等、とにかく全面におしだす。 コンビニなどで飲料水として売り出すこと。 企業とのタイアップ。 関西のスーパーが生活圏なのでなかなか知る機会がない むずかしそうですが他県の有名なミネラルウォーターのブランドと肩を並べる ヒット商品を出すのが一番の近道な気がします。 まずは市販されているミネラルウォーターが、山梨産だということをもっとアピ ールする必要がある。 首都圏に次ぐ人口規模の近畿地方でのアピールがもっと必要と思います。</p>
40 歳代・女性	<p>名水を使い美味しくなる料理を YouTube で紹介する。 水の保全に取り組んでいるというイメージが山梨県にないので環境保全にして いるということアピールしたらどうでしょうか。 無料配布。 美容は絶対需要があるから、汚肌から美肌への生まれ変わりドキュメントを YouTube でやってほしい。 特に思い浮かばないのですが、ネット以外だと、どこでお水が買えるのかとか商 品名がわからないので、テレビで紹介してもらえると今度買ってみようかな？ と思う人がいるのかも知れないなと思いました。 SNS はみなさん見る機会が多いと思います。ミネラルについて詳しく書いてある と、嬉しいです。 自然豊かなことを生かしてその事を全面に出すと良いかと思います。 期間限定でもよいので、アンテナショップで PR 活動。 学校の手紙とかで体験とかアクティビティとかのもらうと見ます。 誰でも参加出来るように全国巡りながら体感や体験や資料提供をしてほしいで す。</p>
50 歳代・男性	<p>名水といえば、お酒のイメージ。京都伏見、兵庫灘等、山梨のブランド酒の知 名度が上がれば…。 湧水採取。 ふるさと納税などで広く活動を PR されるのと同時に定期的な送付で名称に地域 名をブランドとして入れた商品を目につくようにする事で多くの人に訴求する。 まず、炭酸水にして知名度向上。 名水をいかした料理のレシピ等を、Web や雑誌等で発信されてみるというのは、 いかがでしょうか。 メーカーブランドによる拡販をする。ゴールデンタイムの TVCM による認知度ア ップ。チェーン店生協等による PB の開発及びコラボレーション。販促費に投資 し、認知度を上げる。 化粧品工場の誘致と行政主導のブランド作り。化粧品名もズバリ、YAMANASI にす るなど、産官学共同の研究が望ましいと思います。また外国人だけの古民家宿泊 や名水・名所ツアー、洞窟探検などの地場ツアーの実施（バーチャルも含む）が 好まれるかもしれません。特に安価なバーチャルツアーは巣ごもり日本人にも期 待できると思います。 PR をもっと展開してほしい。 水の情報の情報提供。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
50 歳代・男性	<p>忍野八海の宣伝。 サーバーを売り出したら定期的になるのでは。 ウェブ広告を積極的に行うべきと思います。 露出度アップ。 コロナ禍で家にいることが増えたと思いますので名水を使った食事をインターネット等を利用して定期的に発信していく。 やはり、まずはミネラルウォーターのイメージ戦略。 名水を使ったシンプルな料理のレシピをPRする。 テレビなどのメディアで取り上げてもらう。 もっと広くPRすべき。 富士山使ってもっとPR。 富士山や甲州より山梨という県名に関西では馴染みがないので、強烈な印象を植え付けるCM、広告が必要だと思います。</p>
50 歳代・女性	<p>もっと広くPRが必要だと思います。 名水を生かしたグルメを提供するお店のメニューや商品をもっとPRする。 名水は世界各地にあるので、手に取りたくなる魅力的なパッケージデザインやキャラクターとのコラボなど品質プラスアルファがあればいいなあと思います。 名水で作った高級食パンを全国展開してほしい。 メディアで取り上げる。 名水が健康いいなら、もっと関心はわくのですが、今はさほど水道水で、構わないとおもっています。おいしいだけでは、興味がわかないかも。 周りに有名な水の名所（県）が多いので、そことコラボ（あるいは対決？）して、もう少し知名度を上げるとか（宇都宮ギョーザと浜松のギョーザのような感じ）。 関西からは遠いから？あまりPRをみた覚えがないし、いまひとつイメージがつかめない。 今はコロナ禍で旅行できませんが、テレビ番組をよく見るので情報をどんどん出してほしいです。 旅行会社へPR。 果物はスーパーで購入するが水はやはりPRが必要かと思います。 関西在住なので山梨の水は手に入りにくい。情報が無いのでわからない。 この水を飲むことでこんな事があったなどのホームページあると見ていいとおもえば買うけどただ毎月のことなのでお得に購入できるとうれしい。</p>
60 歳代・男性	<p>水の良さをテレビで流す。 県出身の人気タレントさんにPRしてもらう。 知名度アップのために、CMをどんどんと利用した方がよい。また、耳に残るようなイメージソングも重要と思います。 戦国期の武田軍も名水パワーで大進撃。 どのような水なのか詳細な情報や山梨の水にまつわる面白いエピソードなどを粛々と伝え続けると、香川のうどんのように認知が増えてくると思う。 新幹線での車内販売をする。 何かゆにーくなもようしもの。 県の取り組み方や全国への宣伝方法。 配送の問題があるから西日本には、若干弱い感じは否めない。しかしながら日本のど真ん中にあるのだから、配送会社と契約してもっとうまくPRをそいたらよいと思う。 山梨名水のスーパーへの陳列と、これから水分補給が必要な時期に山梨名水を飲んでもらうイベントの開催やPRの実施。 SNSの活用。 テレビドラマで使用して宣伝してもらう。</p>
60 歳代・女性	<p>兎に角PRが大事だと思います。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
60 歳代・女性	<p>大阪で山梨の名水を意識することがほぼ無いので、スーパー等で製品を置き、PRする。テレビで山梨県産をしょっちゅうPRする。</p> <p>クラウドファンディングによる情報の拡散。</p> <p>水は30年前から汲みに行っています。水は生活する上でとっても大事な位置付けです。山梨は自然豊かなイメージがあり、よい水が飲める地域だと思います。もっと、世間にそれを広報できたらと思います。高額はダメだと思いますが。もっとTVコマーシャル等で良いところを発信してほしい。</p> <p>名水を生かしたデザート等の商品の公募や、水のプレゼント？を大型ショッピングモール等で開催や、ウイスキーなどと抱き合わせでプレゼントして、その際懸賞等を付ければ如何でしょうか？</p> <p>名水が生まれる過程を知る放送。</p> <p>百貨店等で山梨県をアピールするイベントを開催する。はっきり言って知名度が低いので(親近感が薄い)、line や YouTube でインパクトのある情報や動画を流す。</p> <p>各地での、物産展の開催。</p> <p>兎に角、プレゼントでも良いから、まず一度、飲む機会を作ってほしいと思います。</p> <p>商品のテレビCMをすることがあればさりげなく県名を入れておく。</p> <p>テレビのCMをする。有名な山梨出身の人にPRしてもらおう。水のバーコードで商品が当たる。テレビ番組に出る。</p> <p>名水を使ったワインや日本酒、ビール等を使ったイベントの全国各地での開催(コロナ後)。</p> <p>有名なアスリート等に飲んでもらいイメージを拡散する。</p> <p>なんとと言っても水そのもの飲料としてのPRがまず必要だと思います。その上で酒、豆腐、菓子などの加工品の質の良さがアピールできるはず。富士とか南アルプスという表現では山梨のみをイメージしにくい。山梨を誰しもがイメージするネーミングが重要。</p> <p>ミネラルウォーターの頒布会。</p> <p>今はシリカ水が人気の様ですが、私は一体何故シリカなのか？何が体に良いのか？具体的に知りたいです。硬水、軟水等も一体何が違うのか？毎日体に必要な水ですが正確な知識はありません。</p> <p>本物かどうか分からないので信頼できる証拠が示されているといいと思う。</p>
70 歳以上・男性	<p>特にないが、PR。</p> <p>甲州ワインが好きなので、もっと身近に感じられるように Net 上でもよいのでキャンペーンをやってほしい。</p> <p>どんどんアピールすればいい。</p> <p>ユーチューブ。</p> <p>ワーケーションの推進。</p> <p>天然水と山梨のイメージが結びついていない。もっとアピールすべきである。</p> <p>頑張ってPRして下さい。</p> <p>工場見学は大事ななと思う。</p> <p>健康によい水のアピール。</p> <p>インターネットでの情報発信。</p> <p>名水と山梨の商品とのコラボ情報。</p>
70 歳以上・女性	<p>全国展開のアンテナショップなどの充実。</p> <p>名水を生かしたものをアピールしてもそれが当たり前になっている国民には何も響かないと思うので、名水が当たり前のものでなく貴重であることを広報しつつ新たなものを生み出してほしいと思います。</p> <p>テレビのコマーシャルが一番わかりやすい。年寄りにとっては情報がほとんどテレビです。もしキャンペーンがあって安く手に入れば買ってみたいと思うはずですよ。</p>

年代・性別	広報（メディア、SNS、PRなど）
70歳以上・女性	山梨県の産物を買えば水が1本付いてくる、イベントで配る。水の種類・ペットボトルのサイズ・ペットボトルシールの絵・等で気を引き、テレビCMでの宣伝。関西のほうには山梨の水はあまり売られていないので広めるほうがいい。
	YouTubeで動画を見たいです。
	山の水が身体の浄水に有利と聞きました特に病気をされた方、がんや糖尿病、尿酸値の高い方に名水を飲用されると良いようです。その辺りをPRされたらいかげでしょう。
	テレビ、新聞などで宣伝する。
	端的に、もっと、TVや旅行会社でPRしてほしいです。私は、お一人様の阪急交通社のリピーターです。お一人様でも、参加できる企画、特に温泉、グルメ（冬のほうとう鍋とか、果物ツアーなど）には、何回でも行きたいです。
	山梨県は魅力的な県だと思いますが関西に住んでいるとなかなか情報が少なくてメジャーとは言い難いと思います。以前は東京に住んでいたのもその当時はよく旅行に行ったので関東の方が近いのでメジャーだったと思いますがもっと宣伝は必要だと思います。
	もっとPRすればいい。
	近くのスーパーマーケットなどに商品が陳列されていること。
	名水をペットボトルに入れ、広告料としてはお高くなるけど、全国的にイベントを行い無料配布は如何でしょうか。
	イメージは悪くないので、PR頑張ってください。
	どうしても、関西人は関東の情報に乏しい。
	私は山梨の事、富士山位のイメージしか無い～大阪でテレビでCMを流すとか？
	名水で作る、美味しい飲み物の紹介を、してほしい。
	水道水に溶かして、栄養分が沢山含まれるような、山梨の水の素がほしい。道の駅やドライブインで商品を販売して遠くの人にも知ってもらおう。
	かき氷のコマーシャル。
	もっとみんなに知らせる方法。
製品名の前に山梨のを付ける。	

5. その他【60件】

年代・性別	その他
20歳代・男性	<p>まずはブランド化から。</p> <p>避暑地。</p> <p>天然水がいいです。</p> <p>素晴らしい。</p> <p>美味しさ命。</p>
20歳代・女性	<p>水にこだわりがない人に訴えかけるには難しいかもしれない。</p> <p>無料宿泊がしたい。</p> <p>水が美味しいとご飯がおいしいと思いました。</p> <p>環境保全。</p>
30歳代・男性	<p>水を沸き出す機械。</p> <p>カヌー等。</p> <p>半分凍っていて、使いづらい。</p> <p>海外のミネラルウォーターすら家で買える時代に、たかが水のために山梨まで行く人間はいない。根幹から考え直すべき。</p>
40歳代・男性	<p>交通の便。</p> <p>農業。</p> <p>ゴルフ場においてほしい。</p> <p>名水の仕組みを浄水器へ活かす。</p> <p>自然豊かな環境を後世へ継いで下さい。</p>

年代・性別	その他
40 歳代・男性	<p>飲まない水。 ブリタでこと足りている。環境問題的に水を売るビジネスに魅力を感じない。</p>
40 歳代・女性	<p>美味しいコーヒー店。 関西からもっと近いと良いのに。 名水と言うのは全国にあるので、山梨の水がなぜ素晴らしいのか説明がほしいです。 関西人には山梨は遠いところのイメージ。 私は毎日ミネラルウォーターを飲みますが、水質や味で選んでいます。硬水が肌質改善に良いと言われたので、味の良い硬水を選んでいきます。買う前に、ボトルの水質表示は必ず読みます。 名水のサンプルがほしいなあー。</p>
50 歳代・男性	<p>南アルプスの天然水は関西で買えない。 リニア工事が与える水源の影響と安全性。 豊かな自然を残していく為に頑張ってください。 社会貢献。 名水を使い部屋を加湿する。</p>
50 歳代・女性	<p>グルメ。 その土地の水で育てた生きもの・植物等々を他の物と比較したりなど。 ペットボトルのゴミがいっぱいになる。</p>
60 歳代・男性	<p>醸造・料理に使おう。 何事もセンスの問題。 水源地の保全（諸外国からの土地買収を防いでほしい）。 富士山を絡めないの。 環境の整備。 頑張ってください。 必要と思われる事で十分。 おいしい水をお願いします。</p>
60 歳代・女性	<p>関西にも商品を流してほしいです。 美味しい水が飲みたい。 若い頃は美味しい水があると聞くと汲みに行っていました。友達が水質を調べたら大腸菌があるとわかり、それ以降降水が信じられなくなりました。 山梨県にあまり興味がない。 美味しい果物を安く提供してほしい。</p>
70 歳以上・男性	<p>良い。 現状でよし。 地産の恵みを大切にしたい。間違っても他国に土壌を売却するなど、金銭に目が眩むなどしてはいけない。北海道などは最悪の一例。</p>
70 歳以上・女性	<p>がんばれ。 安全安心水源保全などの活動をどんどん代の中に知らせる。 フルーツが好きなので、生産者の方から直に購入出来るところを知る方法があれば嬉しいし、美味しく新鮮で安価に購入出来たら旅行の目的地の一つにしたい。 今以上に環境に配慮した街作りをしていただきたい。 淡水魚、貝の養殖。 関西人にとって馴染み薄い県ですね、発信するのは難しそうですが、こう言う機会をもらったので、山梨県、今後関心を持って見ていこうと思いました。 行きたい。 名水と言っても全国に多すぎて身近な所は気になるが遠方は余り気にならない。 山梨県は観光する場所がたくさんあり、とても綺麗な水、景色、温泉、それに適度な観光人数でリラックスできる。</p>

年代・性別	その他
70歳以上・女性	身体の水分量が多いためにお水を飲んで若々しく居たいと思います。 特に腎機能低下の私は腎臓病になってからいい水で救われました。

特になし【587件】

調査票

【最終稿】R3年度調査票

やまなし水ブランドマーケティング調査 調査票

◆ 水のイメージについてお伺いします。

- 問1 「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県、
「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県、
「名水」と聞いてイメージする都道府県、
「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県を、
それぞれイメージが強いと思う順に、順位をつけてください。（それぞれ〇は1つずつ）

		北海道	富山県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	兵庫県	鳥取県	熊本県	鹿児島県	その他
「おいしい水」 と聞いてイメージする 都道府県	第1位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第2位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第3位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
「きれいな水」 と聞いてイメージする 都道府県	第1位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第2位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第3位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
「名水」 と聞いてイメージする 都道府県	第1位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第2位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第3位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
「ミネラルウォーター」 と聞いてイメージする 都道府県	第1位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第2位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()
	第3位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 ()

【最終編】R3年度調査票

- 問2 「国産ミネラルウォーター」と聞いて、
 (1) 真っ先に思い浮かぶ商品名を思い浮かぶ順に記入してください。(自由記述)
 (2) それぞれのメーカー名が分かれば、メーカー名も記入してください。(自由記述)

	(1) 商品名	(2) メーカー名
第1位		
第2位		
第3位		

- 問3 (1)「富士山の水」、(2)「南アルプスの水」、(3)「八ヶ岳の水」と聞いて、
 真っ先にイメージする都道府県はそれぞれどの都道府県ですか。
 最もあてはまるものをお選びください。(それぞれ○は1つずつ)

	山梨県	長野県	静岡県	その他
(1) 富士山の水	1	2	3	4 ()
(2) 南アルプスの水	1	2	3	4 ()
(3) 八ヶ岳の水	1	2	3	4 ()

- 問4 (1)「富士山の水」、(2)「南アルプスの水」、(3)「八ヶ岳の水」、(4)「山梨の水」、
 (5)「山梨県産」、(6)「山梨観光」と聞いて、魅力を感じますか。
 それぞれについて、お答えください。(それぞれ○は1つずつ)

	非常に感じる	感じる	どちらか と言え 感じる	どちらか と言え 感じない	感じない	全く 感じない
(1) 富士山の水	1	2	3	4	5	6
(2) 南アルプスの水	1	2	3	4	5	6
(3) 八ヶ岳の水	1	2	3	4	5	6
(4) 山梨の水	1	2	3	4	5	6
(5) 山梨県産	1	2	3	4	5	6
(6) 山梨観光	1	2	3	4	5	6

【最終稿】R3年度調査票

問5 「山梨の水」と聞いてイメージするものは何ですか。(〇はいくつでも)

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------|-----------|
| 1 富士山 | 2 南アルプス | 3 八ヶ岳 |
| 4 富士五湖 | 5 ミネラルウォーター | 6 天然水 |
| 7 名水 | 8 地下水 | 9 湧水 |
| 10 温泉 | 11 渓流・渓谷 | 12 源流 |
| 13 清流 | 14 河川・ダム | 15 治水・信玄堤 |
| 16 森林 | 17 水田・米 | 18 フルーツ |
| 19 野菜 | 20 水産物 [富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等] | |
| 21 豆腐・そば | 22 ほうとう | 23 古田のうどん |
| 24 そば | 25 日本酒 | 26 ウイスキー |
| 27 ソイン | 28 和紙 | 29 織物・染め物 |
| 30 水上レジャー (SUP、カヌー、ウィンドサーフィンなど) | 31 その他 () | |
| 32 特になし | | |

問6 全国の「水」の中で、山梨の「水」は優れていると思いますか。(〇は1つ)

- 1 非常に優れている
- 2 優れている
- 3 どちらでもない
- 4 劣っている
- 5 非常に劣っている

問7 全国の「水」の中で、山梨の「水」は、何が優れている、または劣っていると思いますか。

(〇はそれぞれいくつでも)

	山梨の「水」が 優れている点	山梨の「水」が 劣っている点
知名度	1	1
イメージ	2	2
ブランド力	3	3
おいしさ	4	4
水質	5	5
含有成分 (ミネラル)	6	6
水源地域の環境	7	7
大消費地 (大都市) への近さ	8	8
その他 ()	9	9
特になし	10	10

【最終編】R3 年度調査票

◆ 山梨県内の「水」の名所及び温泉地についてお伺いします。

問8 山梨県内の「水」の名所として、

- (1) あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。
- (2) あなたが知っている場所をすべて教えてください。
- (3) あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。（〇はそれぞれいくつでも）

		(1) 行ってみたい	(2) 知っている	(3) 行ったことがある
尾白川深谷【北杜市】 名水百選		1	1	1
ハヶ岳南麓高原湧水群【北杜市】 名水百選（三分一湧水、大滝湧水、女取湧水等）		2	2	2
忍野八海【忍野村】 名水百選		3	3	3
御岳昇仙峡【甲府市】 平成の名水百選		4	4	4
金峰山・瑞牆山源流【北杜市】 平成の名水百選		5	5	5
西沢溪谷【山梨市】 平成の名水百選		6	6	6
十日市場・夏狩湧水群【都留市】 平成の名水百選		7	7	7

【最終稿】R3年度調査票

問8 (つづき)

		(1) 行ってみたい	(2) 知っている	(3) 行ったことがある
山中湖 [山中湖村] 富士五湖		8	8	8
河口湖 [富士河口湖町] 富士五湖		9	9	9
西湖 [富士河口湖町] 富士五湖		10	10	10
精進湖 [富士河口湖町] 富士五湖		11	11	11
本栖湖 [富士河口湖町] 富士五湖		12	12	12
信玄堤 [甲斐市] 信玄公築造の治水施設		13	13	13
その他 ()		14	14	14
ひとつもない		15	15	15

【最終編】R3 年度調査票

問9 (問8(3)で「ひとつもない」と回答した人以外)

問8で選択した山梨県内の「水」の名所を訪問した理由は何ですか。(〇はいくつでも)

- | | |
|----------------|-------------------|
| 1 有名だから | 2 水がきれいだから |
| 3 景色がきれいだから | 4 自然が豊かだから |
| 5 ワークーションで | 6 ドライブ・ツーリングで |
| 7 釣りで | 8 川遊びで |
| 9 カヌー等の水上レジャーで | 10 登山・ハイキングで |
| 11 森林浴で | 12 キャンプで |
| 13 仕事で | 14 研修・合宿で |
| 15 学校行事で | 16 水を汲みに |
| 17 その他() | 18 なんとなく(特に理由はない) |

【最終稿】R3 年度調査票

問10 山梨県内の温泉地として、

- (1) あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。
 (2) あなたが知っている場所をすべて教えてください。
 (3) あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。(〇はそれぞれいくつでも)

	(1) 行ってみたい	(2) 知っている	(3) 行ったことがある
積翠寺温泉 [甲府市] <補足説明> 信玄公の生誕地、信玄公の隠し湯 甲府の奥座敷	1	1	1
湯村温泉 [甲府市] <補足説明> 弘法大師が開湯したとされる歴史ある温泉郷 信玄公、昭和の文豪が愛した厄除けの名湯	2	2	2
芦安温泉 [南アルプス市] <補足説明> 南アルプス登山・観光の玄関口	3	3	3
増富ラジウム温泉 [北杜市] <補足説明> 信玄公の隠し湯、日本有数のラジウム温泉 日本の名湯百選	4	4	4
塩山温泉 [甲州市] <補足説明> 向獄寺開祖抜隊禪師が開湯したとされる 歴史ある温泉郷	5	5	5
石和・春日居温泉 [笛吹市] <補足説明> 新日本観光地100選、日本の名湯百選 山梨県最大の温泉地	6	6	6
下部温泉 [身延町] <補足説明> 信玄公の隠し湯	7	7	7
奈良田温泉 [早川町] <補足説明> 孝謙天皇（聖武天皇の皇女）が湯治に訪れ、 数年間遷居したとされる伝説の湯	8	8	8
西山温泉 [早川町] <補足説明> 705年（慶雲2年）に藤原真人（藤原鎌足）の長男 が開湯したとされる日本最古の温泉	9	9	9
河口湖温泉 [富士河口湖町] <補足説明> 富士山の麓河口湖畔に位置する温泉郷	10	10	10
その他（ ）	11	11	11
ひとつもない	12	12	12

【最終編】R3年度調査票

問11 (問10(3)で「ひとつもない」と回答した人以外)

山梨県内の温泉地を訪問した理由は何ですか。(〇はいくつでも)

- | | |
|-------------------|---------------|
| 1 有名だから | 2 泉質が良いから |
| 3 景色がきれいだから | 4 自然が豊かだから |
| 5 ドライブ・ツーリングで | 6 川遊び・水上レジャーで |
| 7 登山・ハイキングで | 8 リフレッシュ・休養で |
| 9 美容・ヘルスケアで | 10 仕事で |
| 11 研修・合宿で | 12 冠婚葬祭で |
| 13 社員旅行で | 14 学校行事で |
| 15 ワークেশョンで | 16 その他() |
| 17 なんとなく(特に理由はない) | |

問12 山梨県内の「水」の名所や温泉地の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。最も近いものをお選びください。(それぞれ〇は1つつ)

	月に 1回以上	2～3か月 に1回程度	年に1～2 回程度	2～3年に 1回程度	それ以下の 頻度	見聞きした ことはない (知らない)
山梨県内の 「水」の名所	1	2	3	4	5	6
山梨県内の温泉地	1	2	3	4	5	6

問13 山梨の「水」や「温泉」に関連する観光やワークেশョン等で、あなたが参加・体験したいものを、すべて教えてください。(〇はいくつでも)

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1 釣り | 2 川遊び |
| 3 カヌー・カヤック | 4 ラフティング |
| 5 SUP・ウインドサーフィン | 6 遊覧船 |
| 7 登山・ハイキング | 8 森林浴 |
| 9 キャンプ | 10 エコツアー |
| 11 グルメ | 12 美容・ヘルスケア |
| 13 夕づくり等の農業体験 | 14 日本酒蔵元の見学 |
| 15 ウイスキー醸造所の見学 | 16 ミネラルウォーター工場の見学 |
| 17 植物工場の見学 | 18 名水巡り |
| 19 湯巡り | 20 紙すき |
| 21 その他() | 22 特にない |

【最終稿】R3 年度調査票

◆ 山梨県内の「水」に関連する商品について

問14 山梨の「水」に関連する商品について、

- (1) あなたが購入してみたいと思うものをすべて教えてください。
 (2) あなたが知っているものをすべて教えてください。
 (3) あなたが購入したことがあるものをすべて教えてください。
 (4) どなたかにもらったことがあるものをすべて教えてください。(〇はそれぞれいくつでも)

	(1) 購入してみたい	(2) 知っている商品	(3) 購入したことがある商品	(4) もらったことがある商品
ミネラルウォーター	1	1	1	1
日本酒〔七賢、谷桜等〕	2	2	2	2
ウイスキー〔白州〕	3	3	3	3
米〔梨北信玄米、ミルクークイーン等〕	4	4	4	4
野菜・きのこ	5	5	5	5
フルーツ〔桃、ブドウ等〕	6	6	6	6
水産物〔富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等〕	7	7	7	7
ほうとう	8	8	8	8
吉田のうどん	9	9	9	9
そば	10	10	10	10
豆腐・ゆば〔身延ゆば等〕	11	11	11	11
菓子類〔水信玄餅、名水かき氷等〕	12	12	12	12
化粧品〔化粧水等〕	13	13	13	13
和紙〔市川和紙、お場和紙〕	14	14	14	14
織物・染め物〔郡内織等〕	15	15	15	15
その他（ ）	16	16	16	16
ひとつもない	17	17	17	17

【最終編】R3年度調査票

問15 「水」に関連する山梨県産商品の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。
(〇はそれぞれ1つずつ)

	月に 1回以上	2～3か月 に1回程度	年に1～2 回程度	2～3年に 1回程度	それ以下の 頻度	見聞きした ことはない (知らない)
ミネラルウォーター	1	2	3	4	5	6
日本酒〔七賢、谷桜等〕	1	2	3	4	5	6
ウイスキー〔白州〕	1	2	3	4	5	6
米〔梨北信玄米、ミルク ークイーン等〕	1	2	3	4	5	6
野菜・きのこ	1	2	3	4	5	6
フルーツ〔桃、ブドウ等〕	1	2	3	4	5	6
水産物〔富士の介、甲斐 サーモン、ニジマス等〕	1	2	3	4	5	6
ほうとう	1	2	3	4	5	6
吉田のうどん	1	2	3	4	5	6
そば	1	2	3	4	5	6
豆腐・ゆば〔身延ゆば等〕	1	2	3	4	5	6
菓子類〔水信玄餅、名水 かき氷等〕	1	2	3	4	5	6
化粧品〔化粧水等〕	1	2	3	4	5	6
和紙〔市川和紙、西郷和 紙〕	1	2	3	4	5	6
織物・染め物〔郡内織等〕	1	2	3	4	5	6
その他()	1	2	3	4	5	6

問16 情報発信について、お伺いします。

- (1) 山梨県内の「水」の名所や温泉地に関する情報は、どこから得ていますか。
 (2) 「水」に関連する山梨県産商品の情報は、どこから得ていますか。
 (3) 山梨の「水」の魅力を広くPRする手段として特に有効と考えられるものはどれですか。
 (○はそれぞれいくつでも)

	(1) 山梨県内の「水」の 名所や温泉地に関する 情報の入手先	(2) 「水」に関連する山 梨県産商品の情報の 入手先	(3) 山梨の「水」の魅力 を広くPRするのに 特に有効な手段
山梨県や山梨県内の市町村のホームページ (ポータルサイトなど)	1	1	1
上記以外(山梨県や山梨県内の市町村など 以外)のホームページ	2	2	2
山梨県や山梨県内の市町村が発行しているパン フレット・チラシ・小冊子等	3	3	3
看板(デジタルサイネージなど)	4	4	4
SNS(Twitterなど)・個人のブログなど	5	5	5
動画サイト(YouTubeなど)	6	6	6
Web広告	7	7	7
テレビCM	8	8	8
テレビ番組	9	9	9
新聞広告・新聞記事	10	10	10
雑誌広告・雑誌記事	11	11	11
ラジオCM	12	12	12
ラジオ番組	13	13	13
駅貼りのポスター・中吊り広告	14	14	14
山梨県に関する書籍・本	15	15	15
山梨県に住む、家族・友人・知人の話	16	16	16
その他	17	17	17
特にない	18	18	18

◆ その他

問17 山梨が「名水の地」としての魅力を高めるために、どのような取り組みが特に必要だと思いますか。(〇はいくつでも)

- 1 山梨の「水」の魅力を広くPR
- 2 山梨の「水」に関する情報の提供
- 3 地下水の保全
- 4 水源地域における森林整備
- 5 河川や湖沼の水質浄化
- 6 下水道の整備や合併処理浄化槽の設置等による良好な水質の確保
- 7 工場排水の規制強化
- 8 山梨の「水」について県民が学ぶ機会の提供
- 9 生態系など自然環境に配慮した川や水路の整備
- 10 水辺環境の保全と整備
- 11 その他 ()
- 12 特にない

問18 山梨の「水」について、どのような情報が知りたいですか。(〇はいくつでも)

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1 山梨の「水」の名所 | 2 温泉 |
| 3 山梨の「水」に関係する商品 | 4 山梨の「水」に関係するイベント |
| 5 水トンジャー、アクティビティ | 6 食べ物、料理 |
| 7 移住、二地域居住 | 8 観光、ワーケーション |
| 9 名水が生まれる理由 | 10 地下水や水源林、環境の保全策 |
| 11 その他 () | |
| 12 特にない | |

問19 山梨県に移住や二拠点居住、ワーケーション(テレワークを含む)をしてみたいと思いますか。(〇は1つ)

- 1 是非、してみたい
- 2 機会があれば、してみたい
- 3 短期間であれば、してみたい
- 4 山梨県以外のところで、してみたい
- 5 今住んでいるところから移り住むつもりはない
- 6 わからない

【最終稿】R3 年度調査票

問20 （問19で「是非、してみたい」、「機会があれば、してみたい」、「短期間であれば、してみたい」と回答した人）

山梨県に、移住や二拠点居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいと思う理由は何ですか。（○はいくつでも）

- 1 水がきれい
- 2 自然が豊か
- 3 空気がきれい
- 4 食べ物がおいしい、
- 5 都心に近い
- 6 アクセスがいい
- 7 その他（ ）

問21 名水を生かした製品やサービス、体験について、何かアイデア、御意見、御提案がありましたら記入してください。（自由記述）

()

令和3年度やまなしの「水」に関する意識調査
結果報告書

令和3年8月

編集：山梨県 環境・エネルギー部 自然共生推進課

〒400-8501 山梨県甲府市丸の内一丁目6番1号
TEL 055-223-1634 / FAX 055-223-1781