

令和6年度  
やまなし水ブランドマーケティング調査

結果報告書

令和6年8月  
山 梨 県



# 目次

1. 調査の概要	1
2. 調査の結果	3
I 属性項目	3
II 水のイメージについて	6
III 山梨県内の「水」の名所及び温泉地について	46
IV 山梨県内の「水」に関連する商品について	86
V その他	137
3. 資料編	159
問 23 自由記述	159
調査票	178



## 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、今後の効果的なプロモーション手法の検討をするため、三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 山梨県内の「水」に関連する商品について
- 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（居住圏域ごとに1,000人）

【調査期間】 令和6年6月11日～17日

## ④属性別回収状況

	男性	女性
性別	1,495 (49.8%)	1,505 (50.2%)

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
年代	448 (14.9%)	449 (15.0%)	554 (18.5%)	598 (19.9%)	450 (15.0%)	501 (16.7%)

	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」と表示しています。
- ・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ため、構成比の合計がちょうど100.0%にならない場合があります。
- ・複数回答できる質問の場合は、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ります。
- ・スペースの関係上、問や選択肢を省略して掲載している部分があります。
- ・インターネットでの調査のため、原則無回答はありません。しかし、その他の具体的内容等を精査した結果、無回答処理をしたサンプルもあるため、無回答がみられる問もあります。この調査結果では、無回答が0.0%の場合にはグラフに表記していません。





## 2. 調査の結果

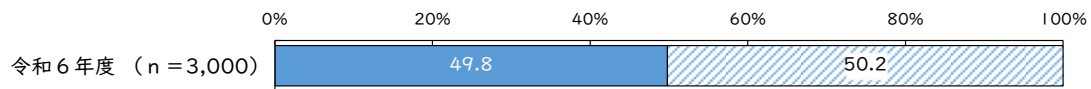
---



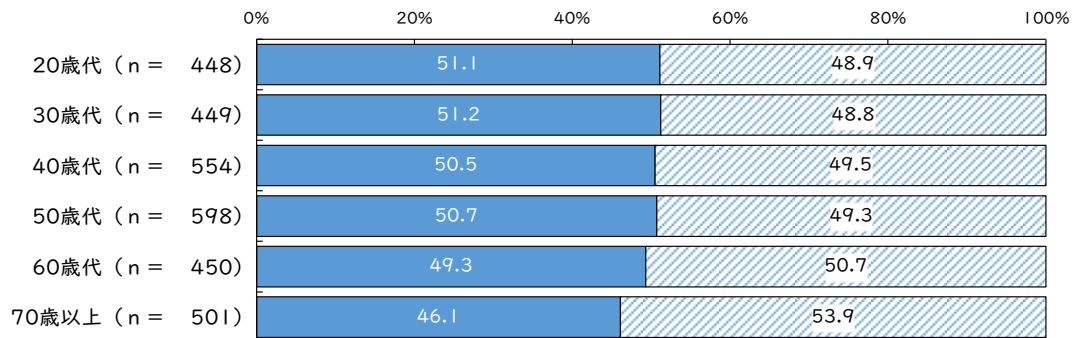
## 2. 調査の結果

### I 属性項目

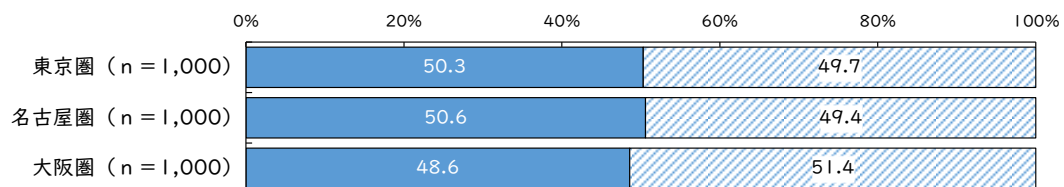
#### ■ 性別



#### ≪年代別≫



#### ≪居住圏域別≫



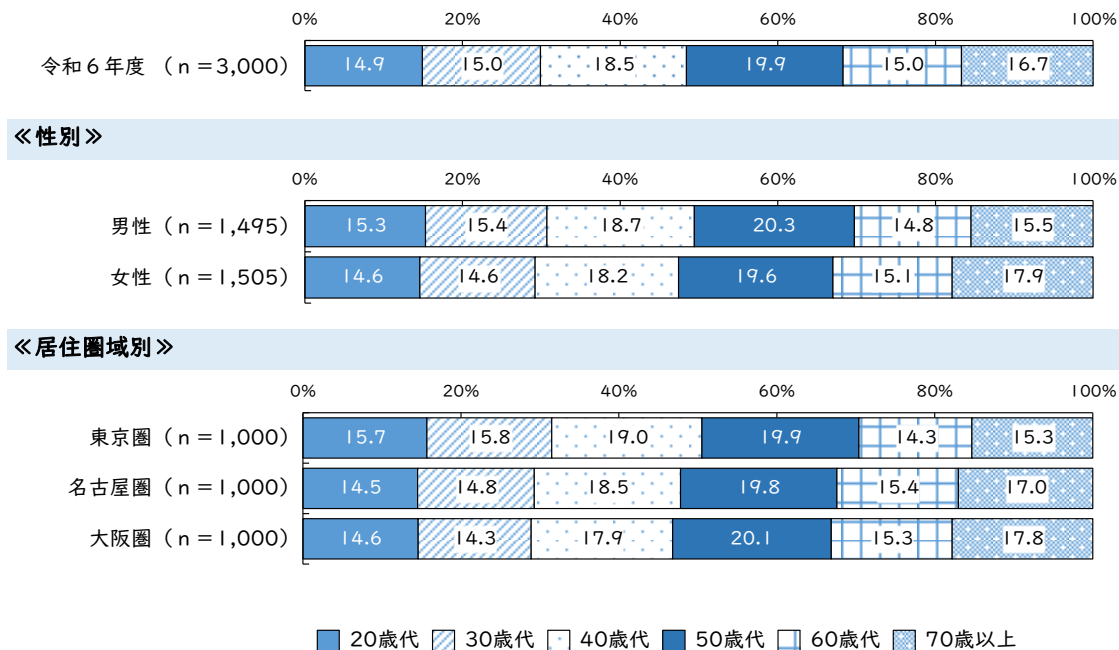
■ 男性      ■ 女性

性別は、「男性」が49.8%、「女性」が50.2%となっています。

年代別にみると、60歳代・70歳以上において「男性」が半数を下回って少なく、「女性」が半数を超えて多くなっています。

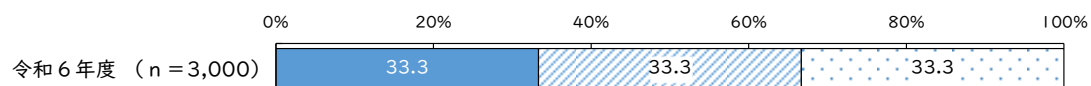
居住圏域別では、大きな差異はみられません。

■ 年代

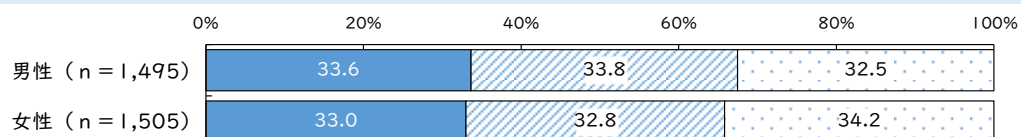


年代は、「50歳代」が19.9%と最も多く、次いで「40歳代」が18.5%、「70歳以上」が16.7%などとなっています。  
 性別では、大きな差異はみられません。  
 居住圏域別では、大きな差異はみられません。

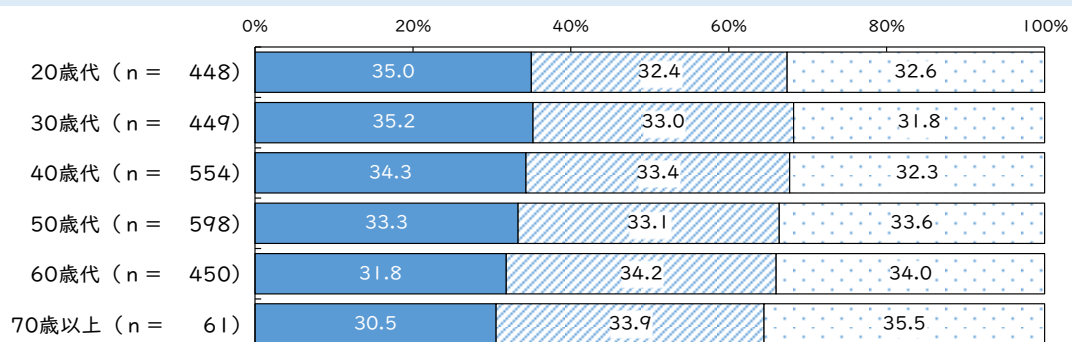
## ■ 居住圏域



### ≪性別≫



### ≪年代別≫



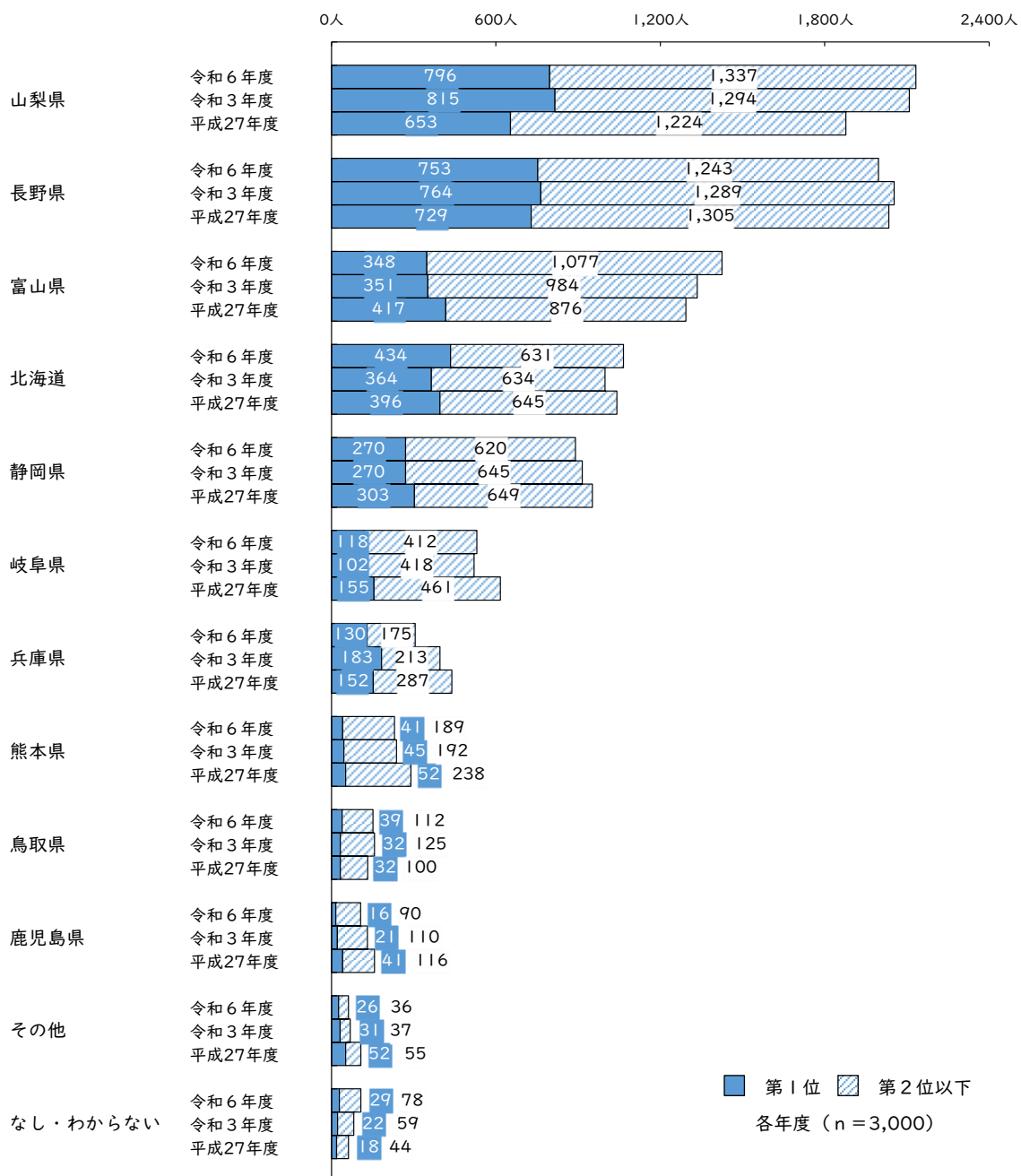
■ 東京圏    ▨ 名古屋圏    □ 大阪圏

居住圏域は、「東京圏」、「名古屋圏」、「大阪圏」がそれぞれ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。

## II 水のイメージについて

### 問1 (1)

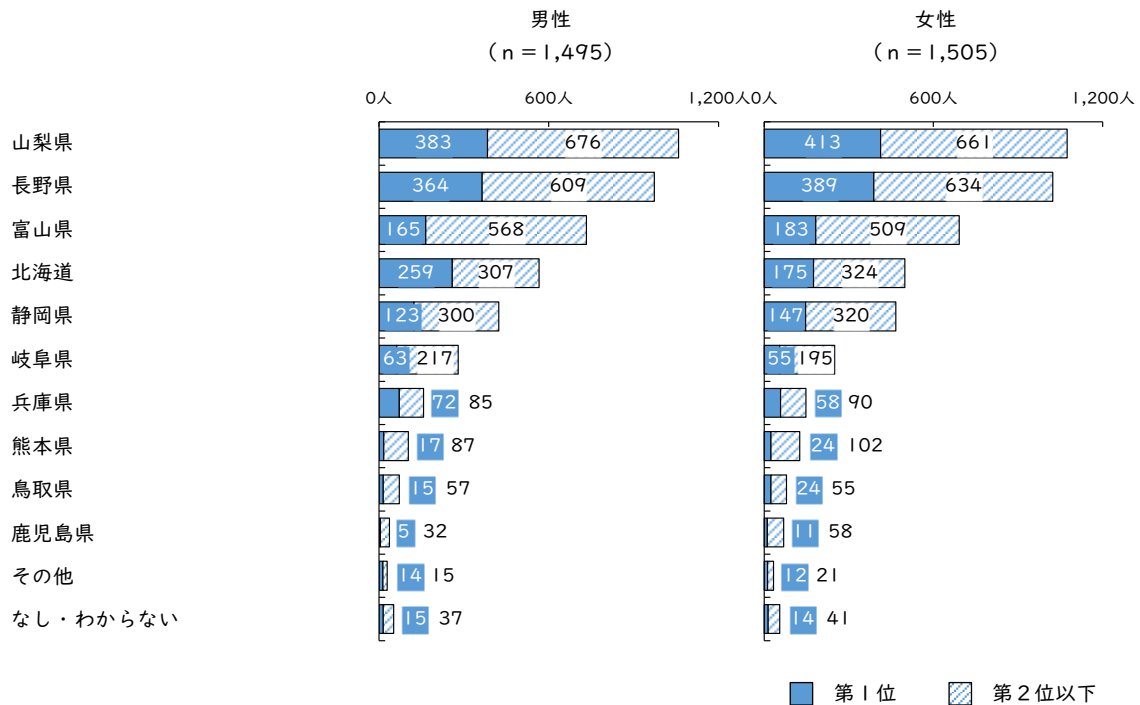
「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、「山梨県」が2,133人と最も多く、次いで「長野県」が1,996人、「富山県」が1,425人などとなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、「山梨県」が796人と最も多く、次いで「長野県」が753人、「北海道」が434人などとなっています。

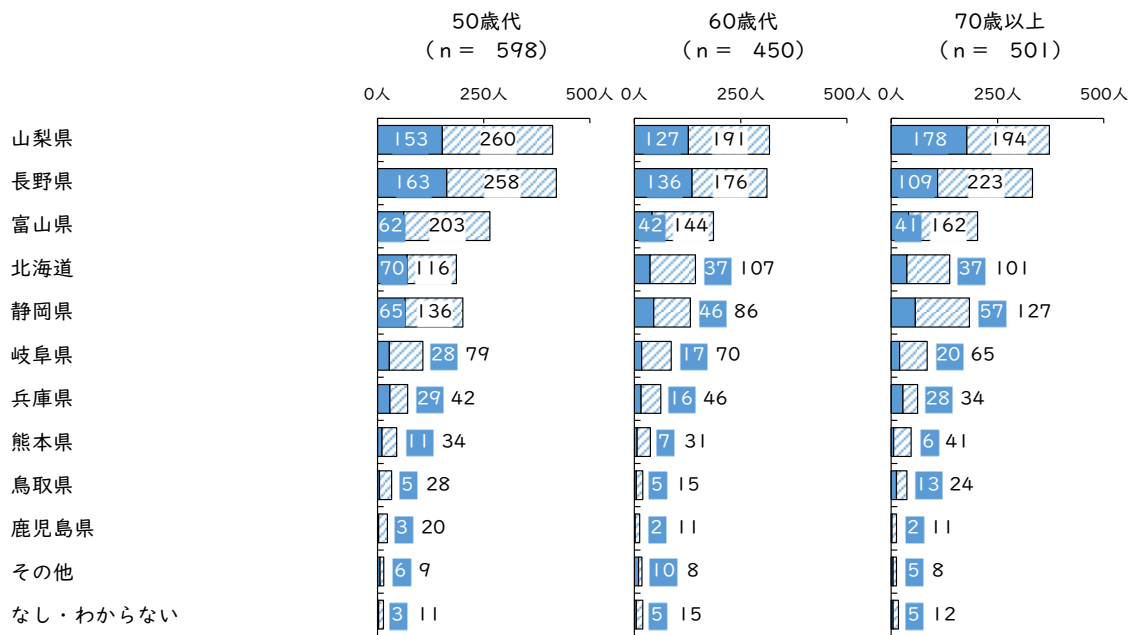
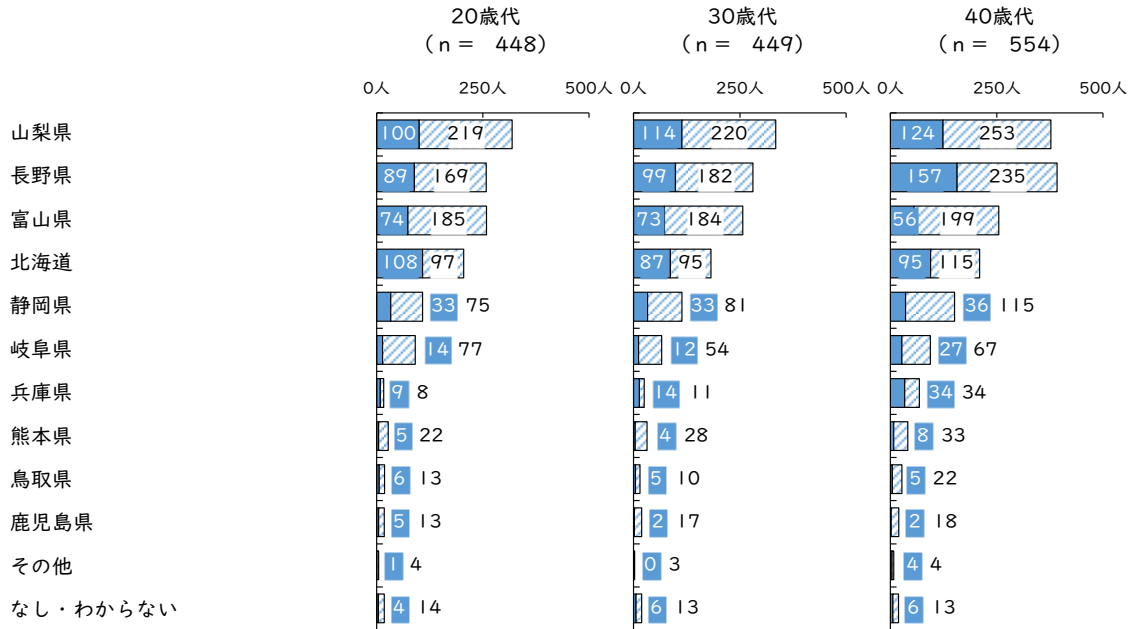
経年比較をみると、「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、令和3年度以降、上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「北海道」となっています。

### 「性別」



性別にみると、「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」が女性より多く、女性において「長野県」が男性より多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、男性において「北海道」が女性より多くなっています。

《年代別》

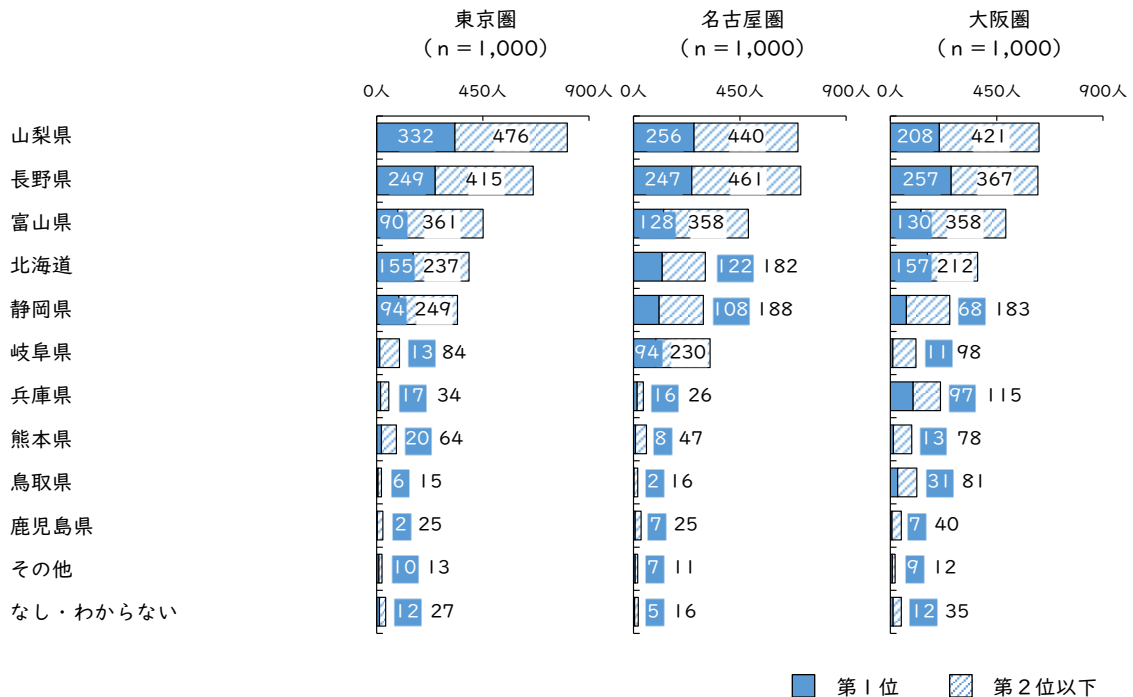


■ 第1位    ▨ 第2位以下

年代別にみると、「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上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの年代においても「山梨県」、「長野県」が多くなっている一方で、50歳代以下において「北海道」、60歳代以上で「静岡県」が多くなっています。



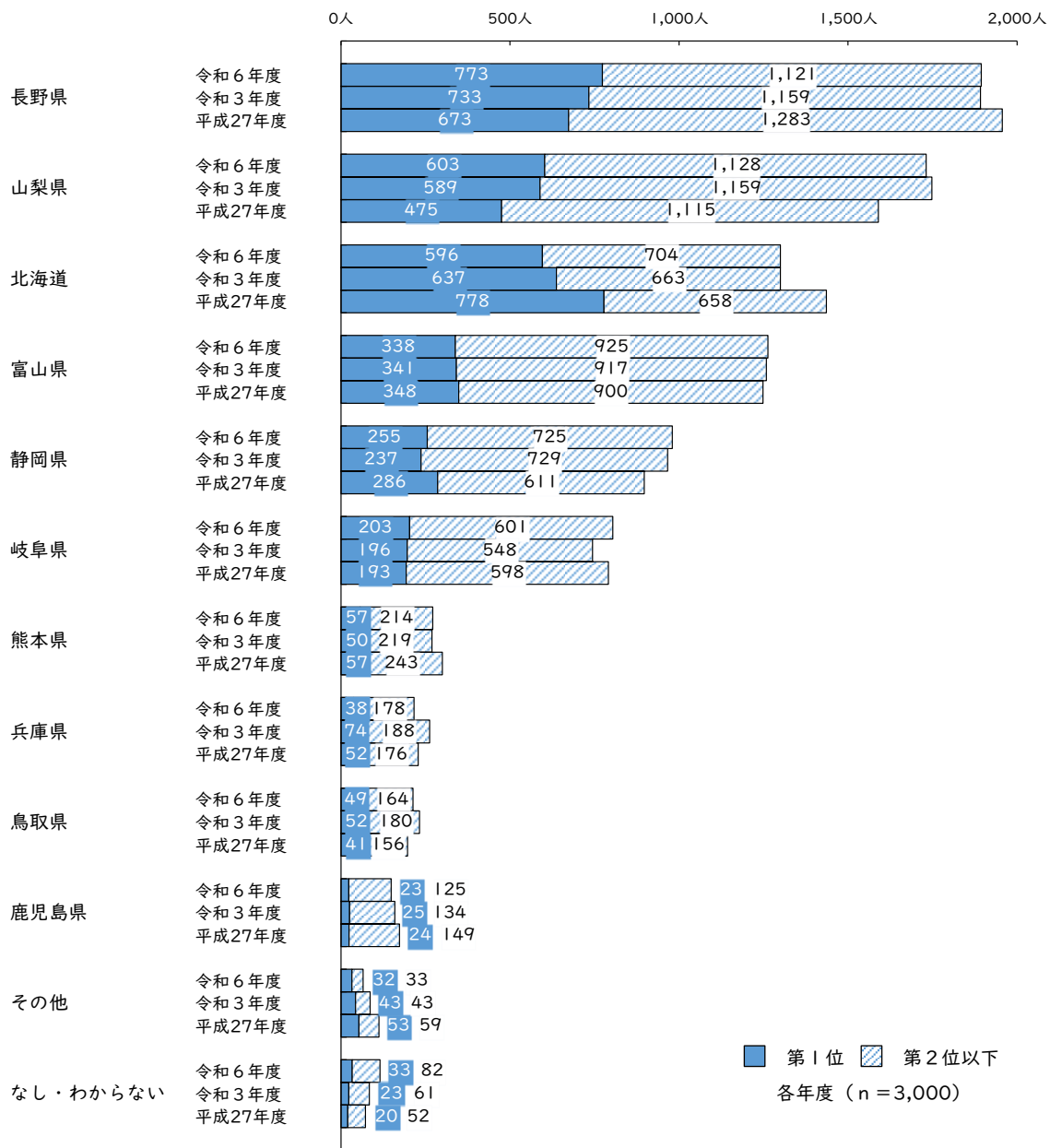
### ◀ 居住圏域別 ▶



居住圏域別にみると、「おいしい水」と聞いてイメージする都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」、「富山県」が上位3項目となっているものの、西に行くほど「山梨県」が少なく、「富山県」が多くなる傾向がみられます。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」が上位2項目となっているものの、「山梨県」は西に行くほど少なくなる傾向がみられます。第3位は、東京圏・大阪圏において「北海道」、名古屋圏において「富山県」となっています。

問1 (2)

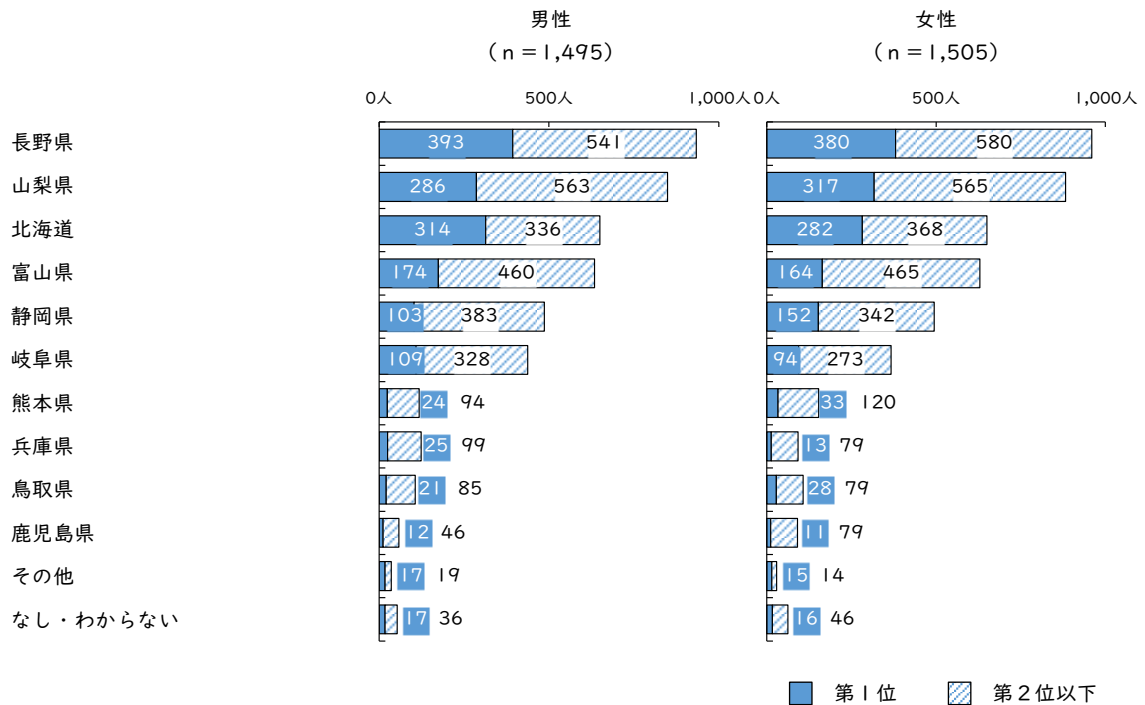
「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、「長野県」が1,894人と最も多く、次いで「山梨県」が1,731人、「北海道」が1,300人などとなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、「長野県」が773人と最も多く、次いで「山梨県」が603人、「北海道」が596人などとなっています。

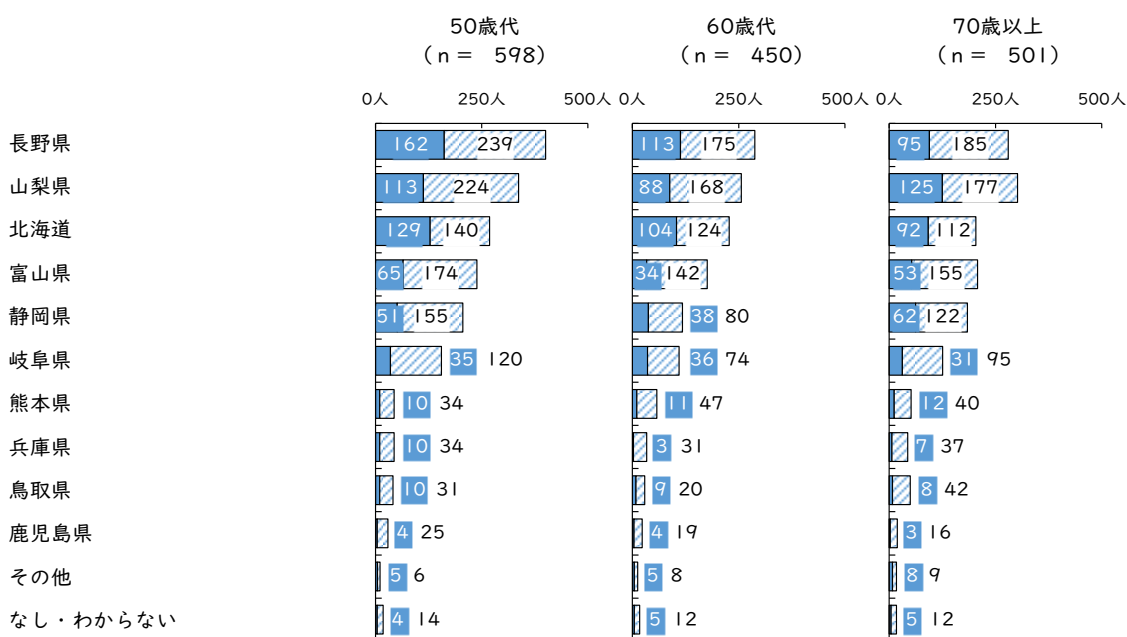
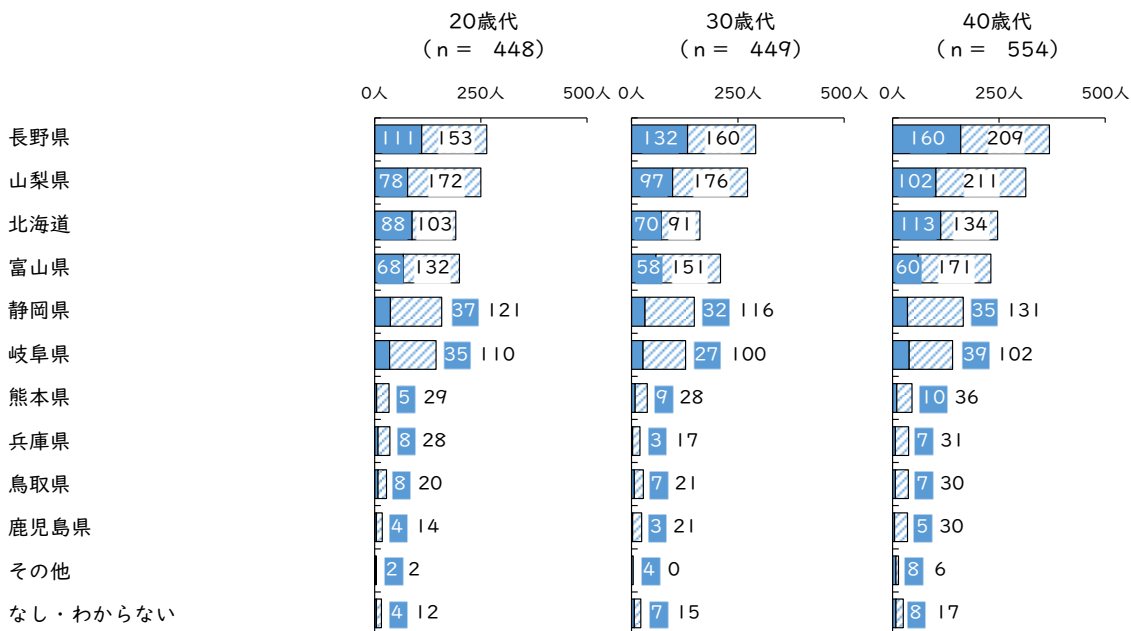
経年比較をみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「長野県」、「山梨県」、「北海道」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「長野県」、「山梨県」、「北海道」となっています。

### 「性別」



性別にみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、男性において「岐阜県」が女性より多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県では、大きな差異はみられません。

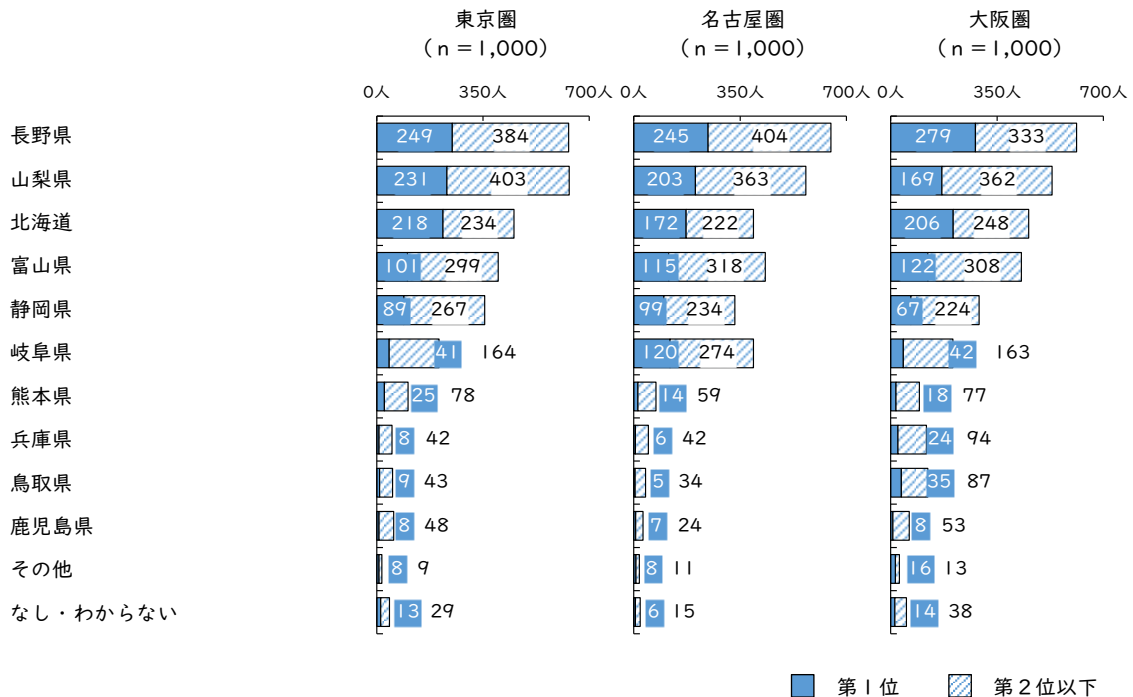
《年代別》



■ 第1位    ▨ 第2位以下

年代別にみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、どの年代においても「長野県」、「山梨県」が多くなっている一方で、40歳代～60歳代において「北海道」、その他の年代において「富山県」が多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの年代においても上位3項目が「長野県」、「山梨県」、「北海道」となっています。

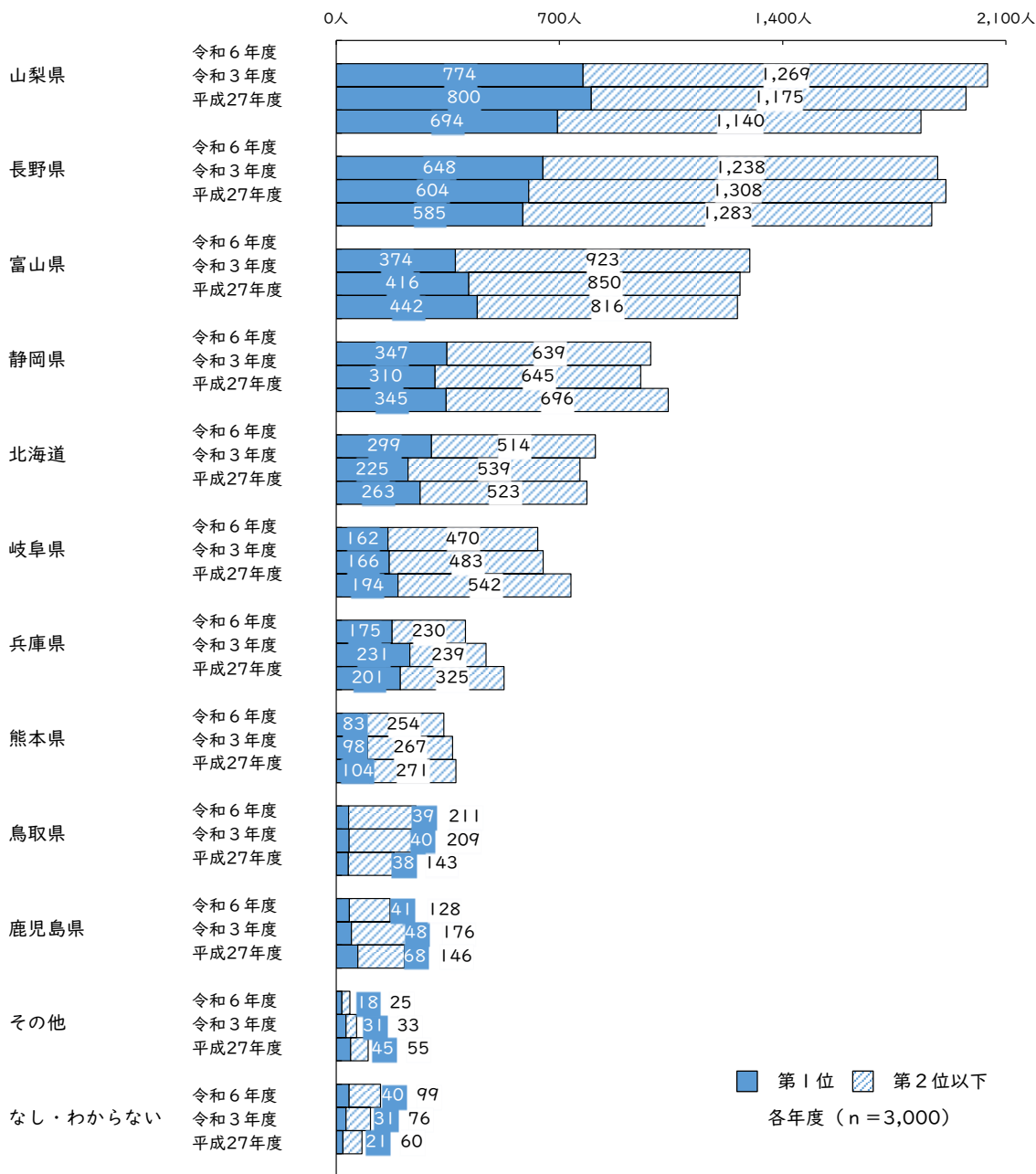
### 「居住圏域別」



居住圏域別にみると、「きれいな水」と聞いてイメージする都道府県は、どの居住圏域においても「長野県」、「山梨県」が上位2項目となっているものの、「山梨県」は西に行くほど少なくなる傾向がみられます。第3位は、東京圏・大阪圏において「北海道」、名古屋圏において「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの居住圏域においても「長野県」、「山梨県」、「北海道」が上位3項目となっているものの、「山梨県」は西に行くほど少なくなる傾向がみられます。

問1 (3)

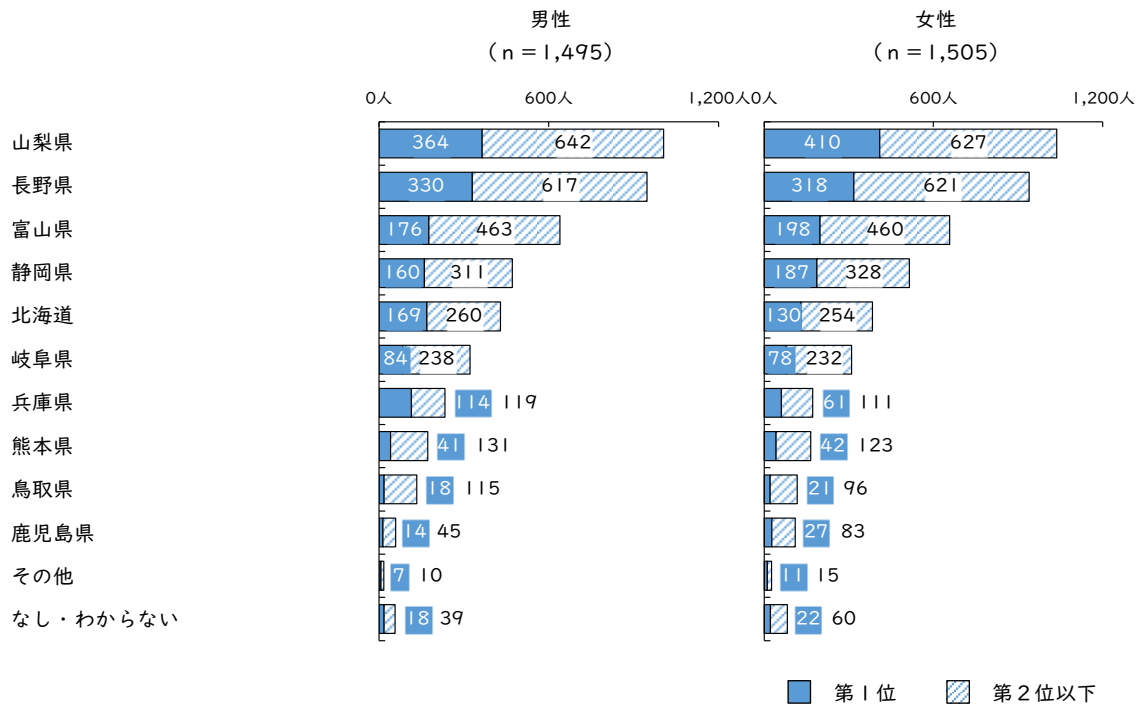
「名水」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



「名水」と聞いてイメージする都道府県は、「山梨県」が2,043人と最も多く、次いで「長野県」が1,886人、「富山県」が1,297人などとなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、「山梨県」が774人と最も多く、次いで「長野県」が648人、「富山県」が374人などとなっています。

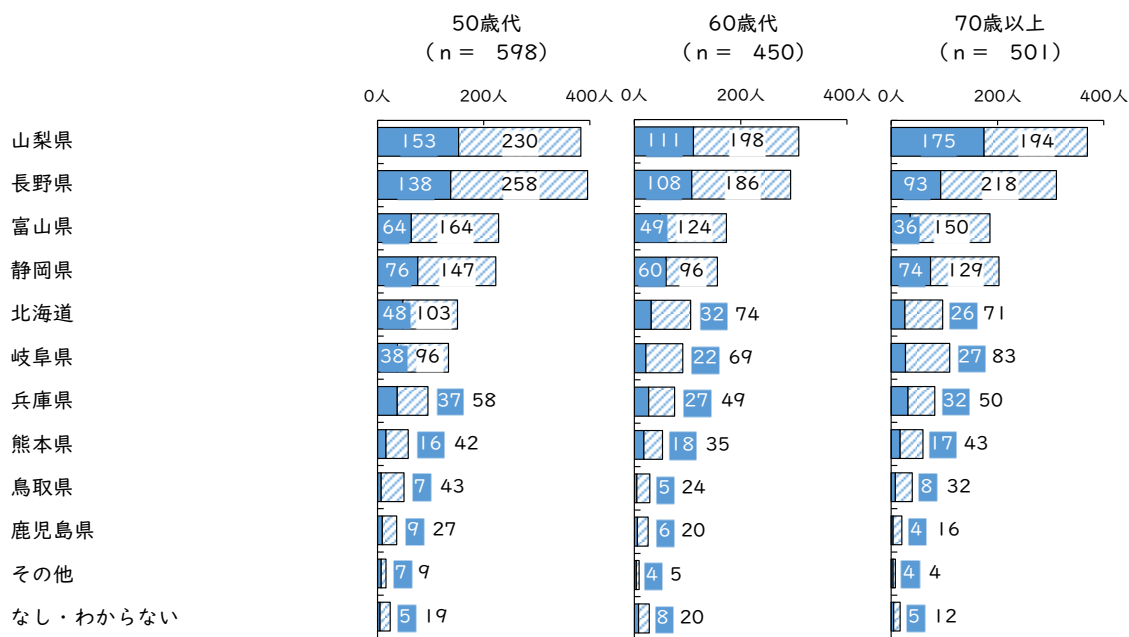
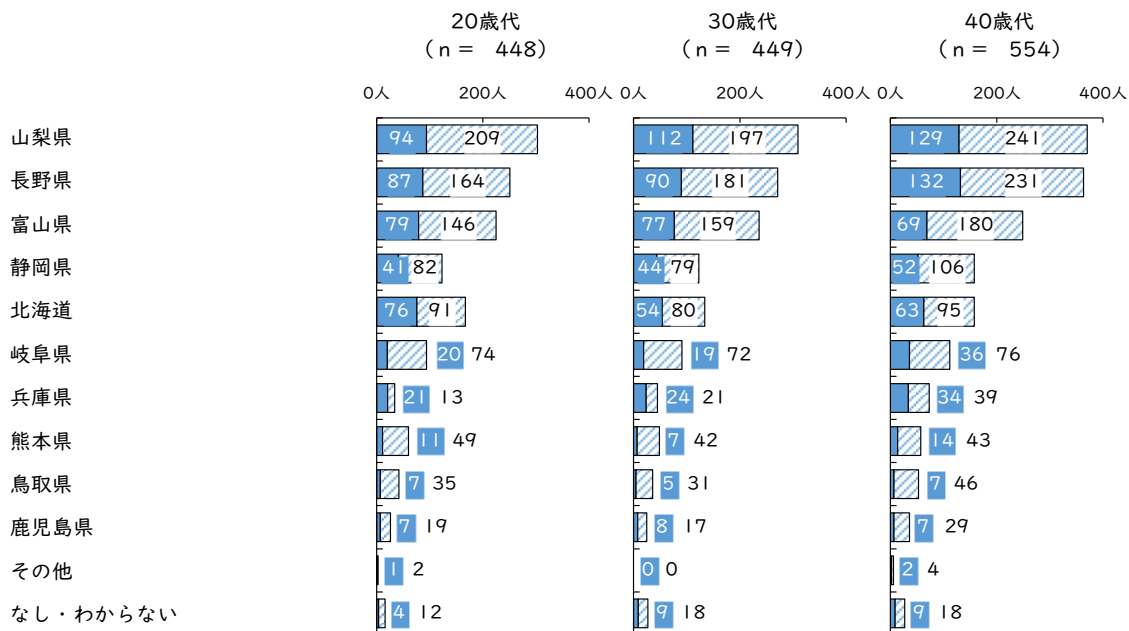
経年比較をみると、「名水」と聞いてイメージする都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「富山県」となっています。

### 「性別」



性別にみると、「名水」と聞いてイメージする都道府県は、男性において「兵庫県」が女性より多く、女性において「鹿児島県」が男性より多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、男性において「兵庫県」が女性より多くなっています。

《年代別》

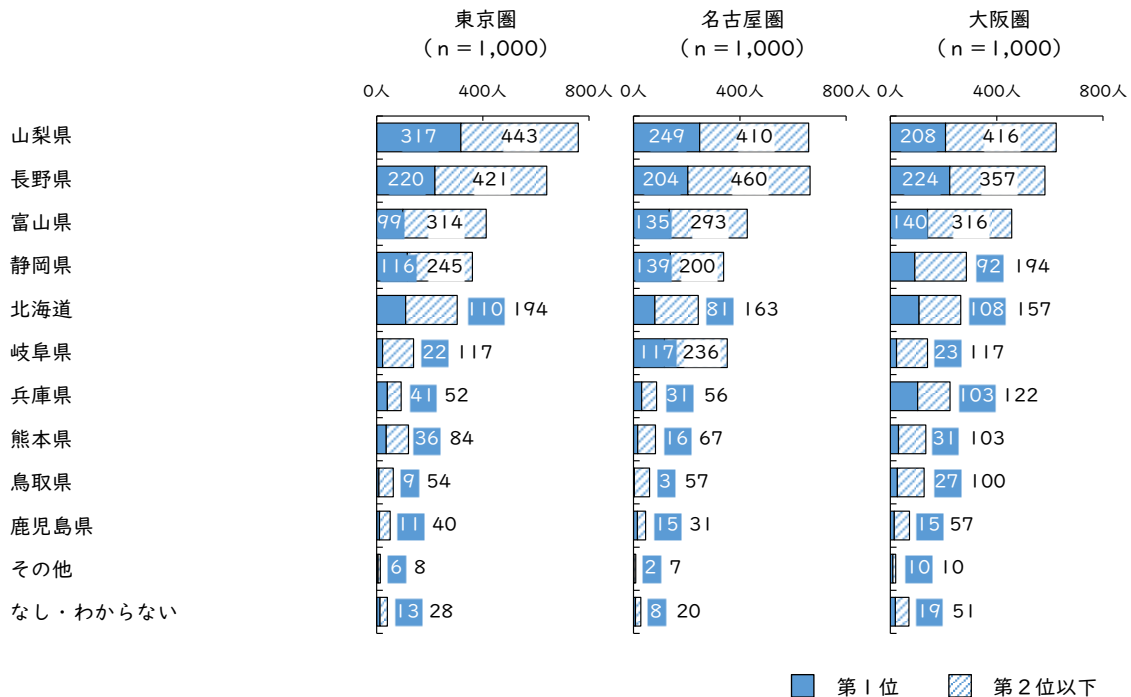


■ 第1位    ▨ 第2位以下

年代別にみると、《名水》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」が多くなっている一方で、60歳代以下において「富山県」、70歳以上において「静岡県」が多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの年代においても「山梨県」、「長野県」が多くなっている一方で、40歳代以下において「富山県」、50歳代以上において「静岡県」が多くなっています。



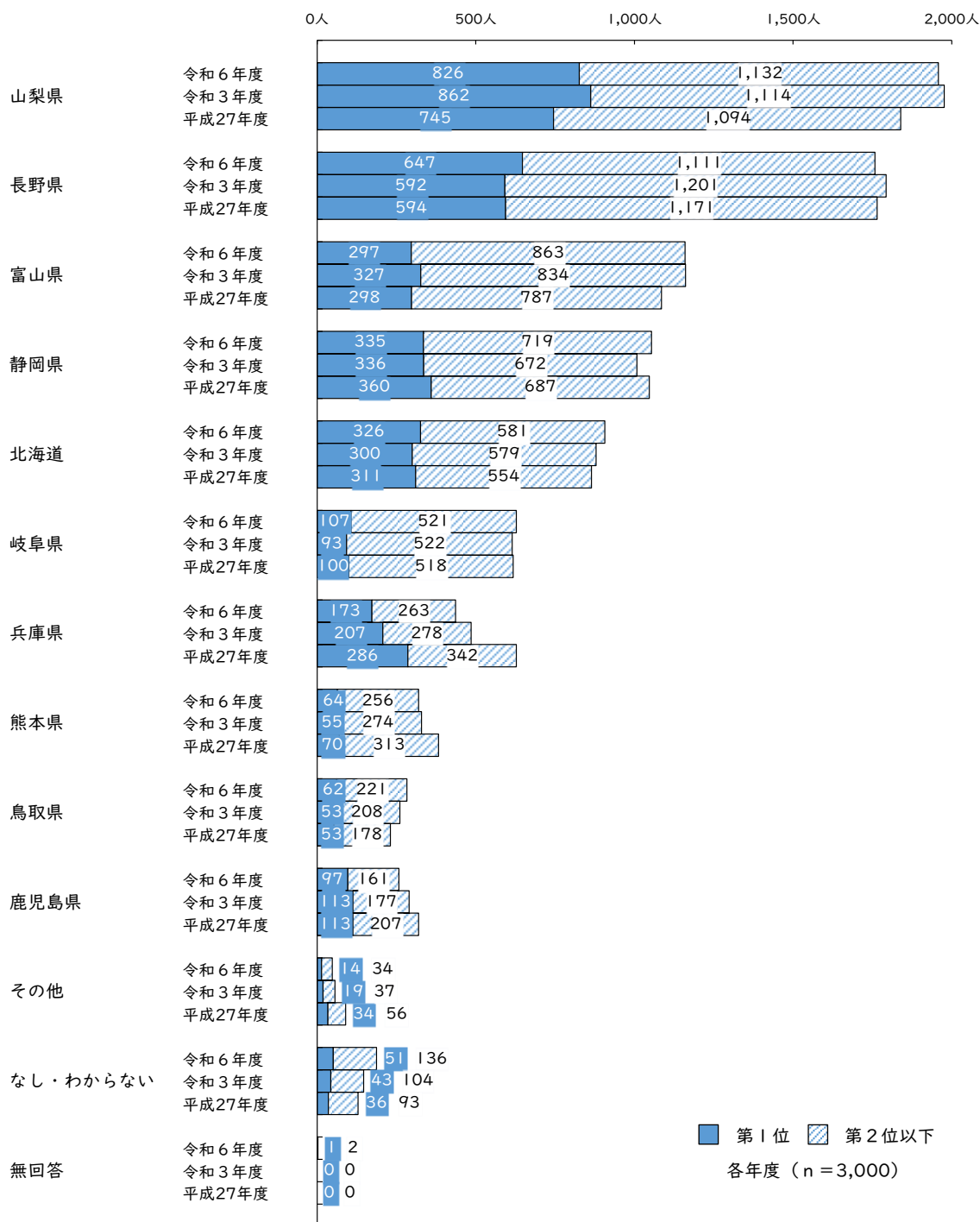
### 《居住圏域別》



居住圏域別にみると、《名水》と聞いてイメージする都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」、「富山県」が上位3項目となっているものの、西に行くほど「山梨県」が少なく、「富山県」が多くなる傾向がみられます。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」が上位2項目となっているものの、「山梨県」は西に行くほど少なくなる傾向がみられます。第3位は、東京圏・名古屋圏において「静岡県」、大阪圏において「富山県」となっています。

問1 (4)

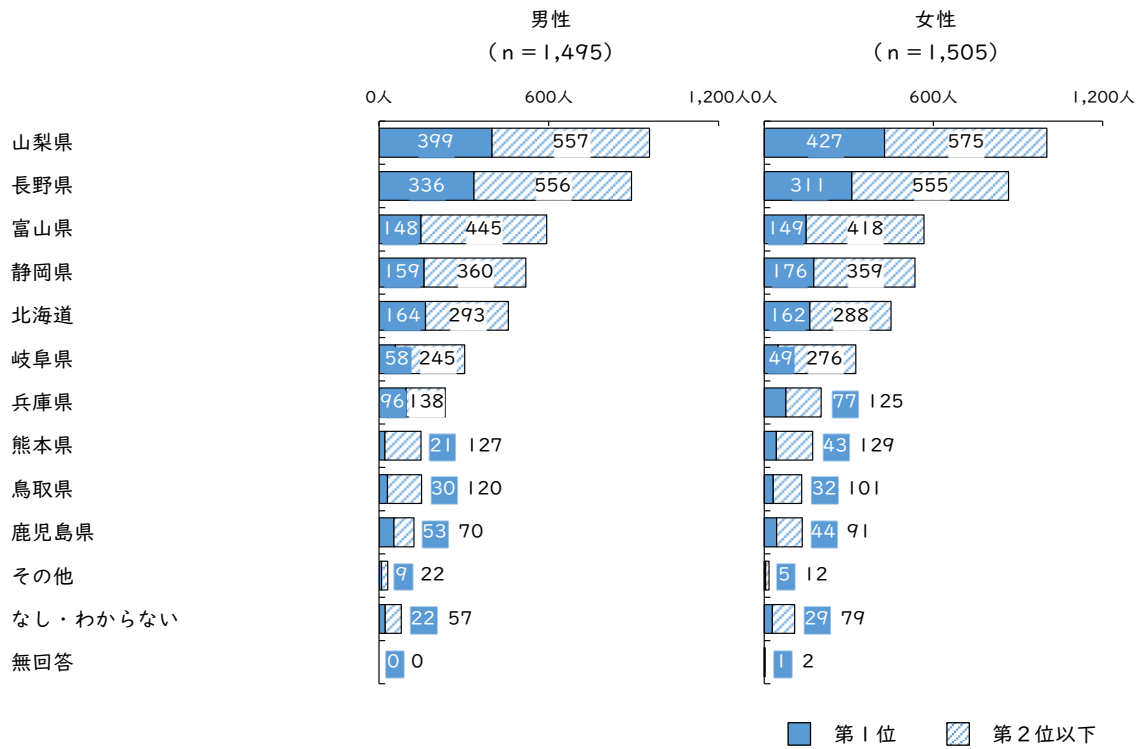
「ミネラルウォーター」と聞いてイメージする都道府県を、イメージが強いと思う順に、第3位まで順位をつけてください。(〇は1つ)



≪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1,958人と最も多く、次いで「長野県」が1,758人、「富山県」が1,160人などとなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、「山梨県」が826人と最も多く、次いで「長野県」が647人、「静岡県」が335人などとなっています。

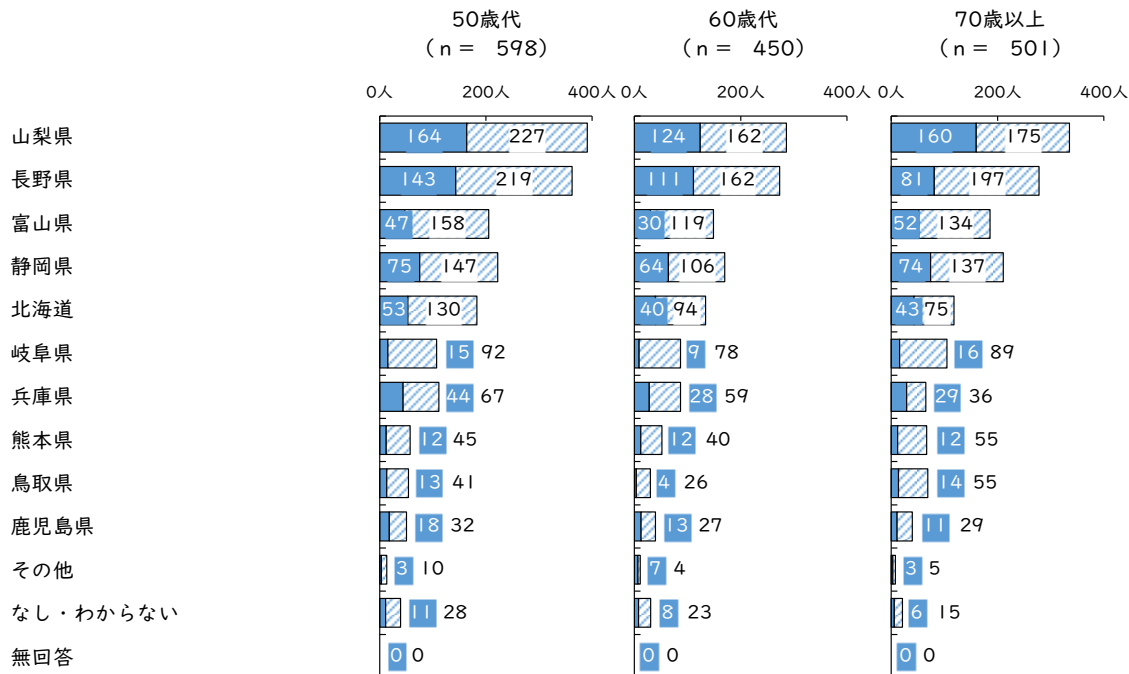
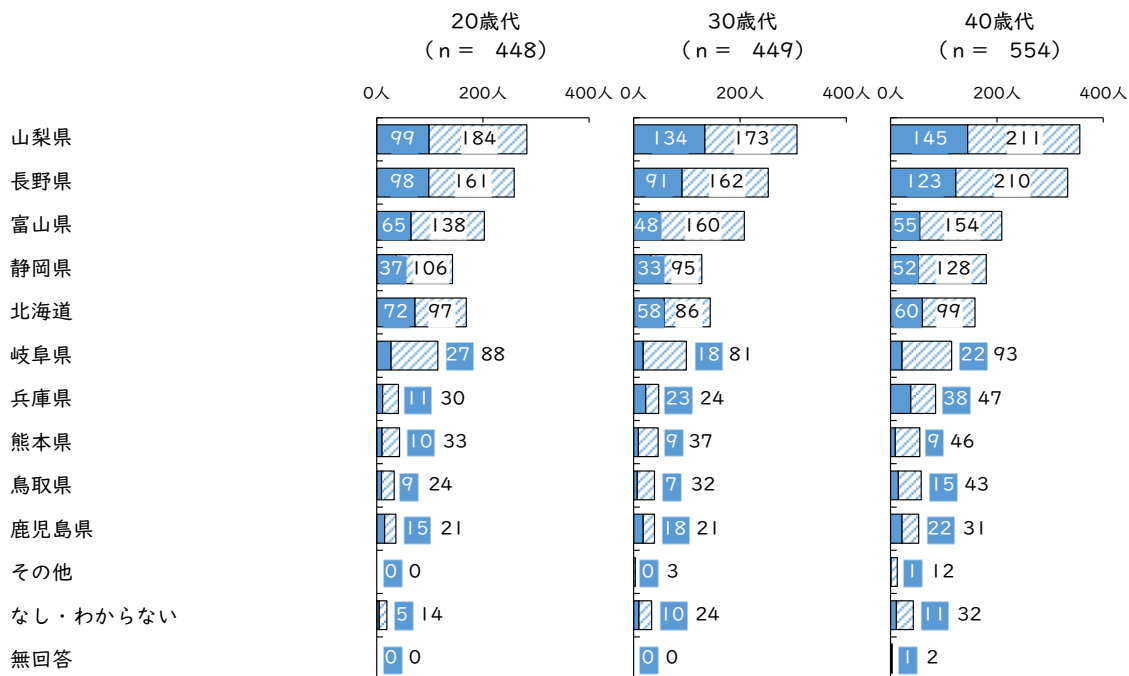
経年比較をみると、≪ミネラルウォーター≫と聞いてイメージする都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、3調査すべてにおいて上位3項目が「山梨県」、「長野県」、「静岡県」となっています。

《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

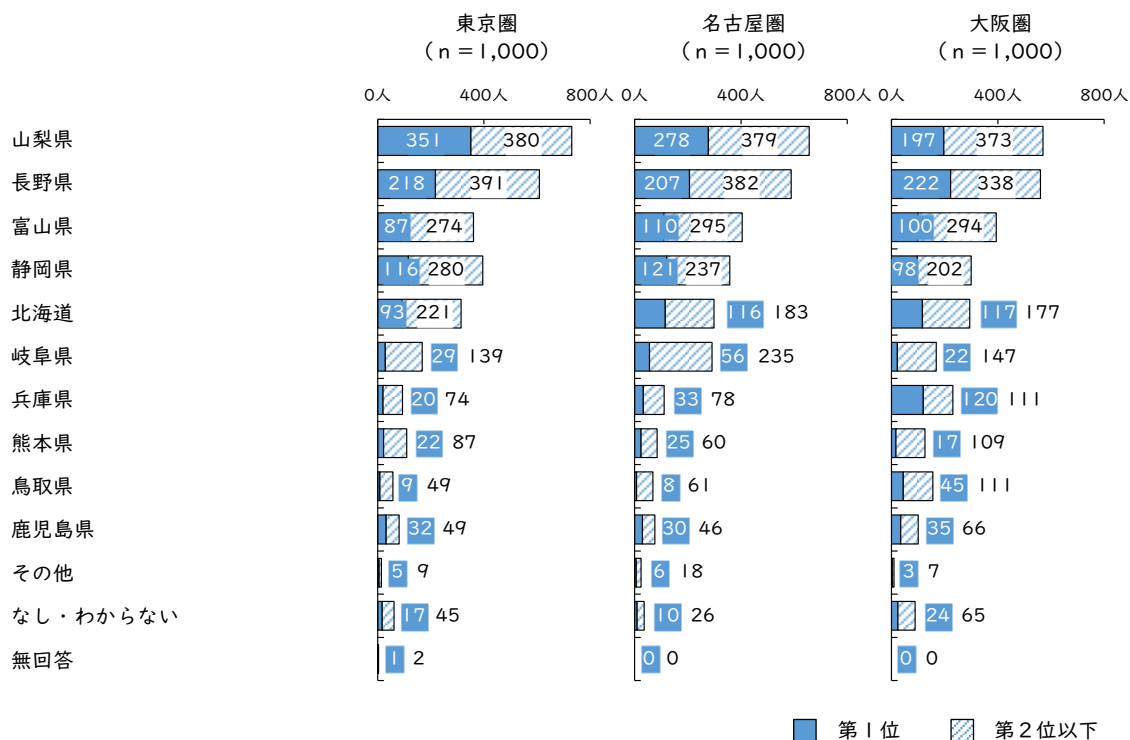
《年代別》



■ 第1位    ▨ 第2位以下

年代別に見ると、《ミネラルウォーター》と聞いてイメージする都道府県は、どの年代においても「山梨県」、「長野県」が多くなっている一方で、40歳代以下において「富山県」、50歳代以上において「静岡県」が多くなっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの年代においても「山梨県」、「長野県」が多くなっている一方で、40歳代以下において「北海道」、50歳代以上において「静岡県」が多くなっています。

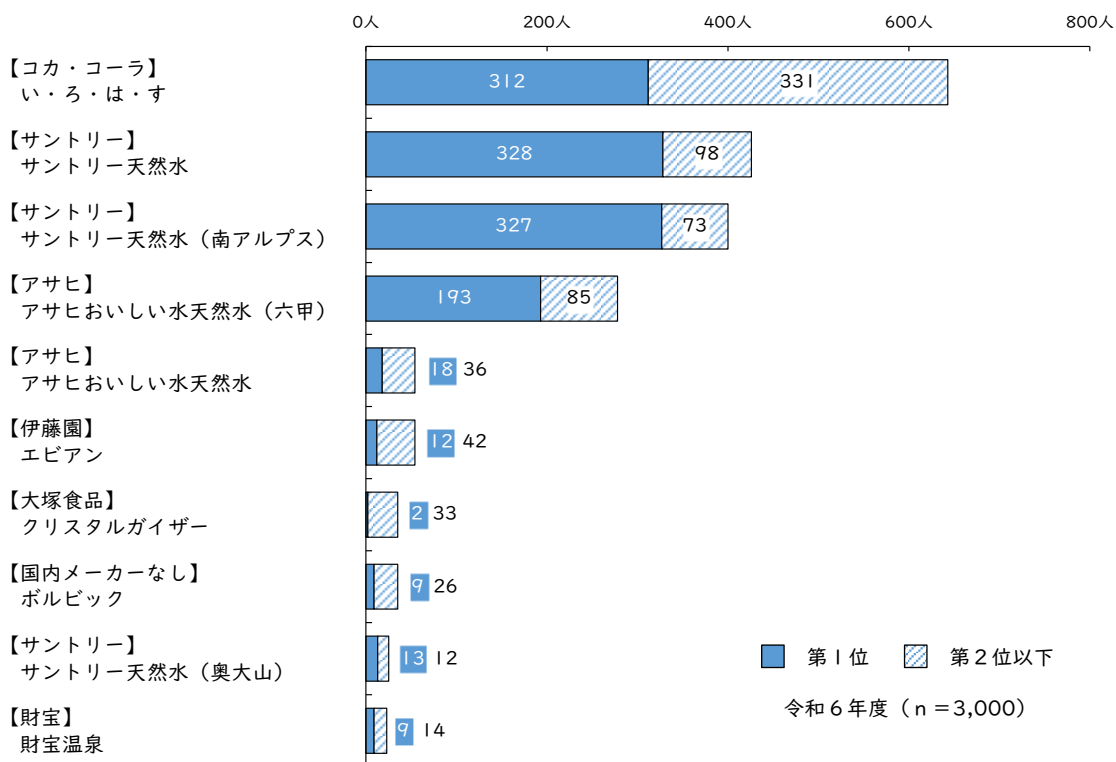
### 《居住圏域別》



居住圏域別にみると、《ミネラルウォーター》と聞いてイメージする都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」が上位2項目となっているものの、西に行くほど少なくなる傾向がみられます。第3位は、東京圏において「静岡県」、名古屋圏・大阪圏において「富山県」となっています。また、第1位に選ばれた都道府県は、どの居住圏域においても「山梨県」、「長野県」が上位2項目となっているものの、「山梨県」は西に行くほど少なくなる傾向がみられます。第3位は、東京圏・名古屋圏において「静岡県」、大阪圏において「兵庫県」となっています。

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)

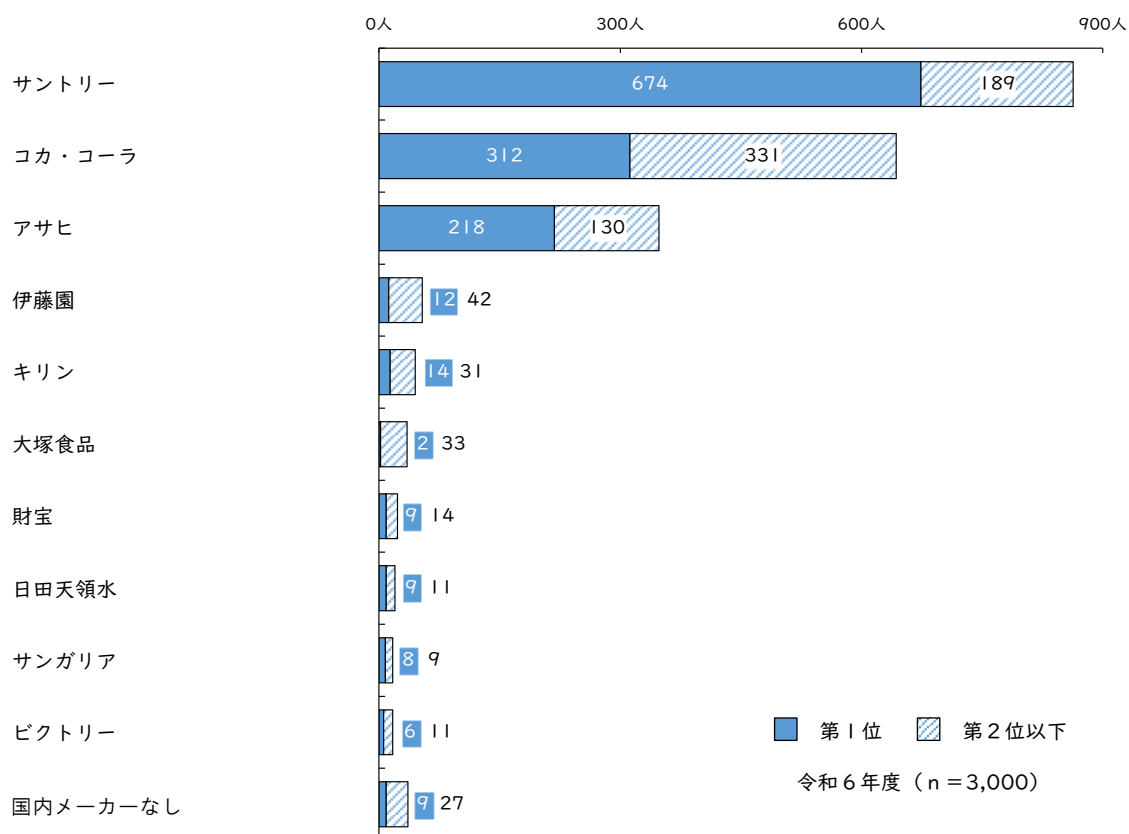


※上位10項目のみ掲載しています。

「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、「【コカ・コーラ】い・ろ・は・す」が643人と最も多く、次いで「【サントリー】サントリー天然水」が426人、「【サントリー】サントリー天然水 (南アルプス)」が400人などとなっています。また、最も強く思い浮かぶ商品 (第1位に選ばれた商品) は、「【サントリー】サントリー天然水」が328人と最も多く、次いで「【サントリー】サントリー天然水 (南アルプス)」が327人、「【コカ・コーラ】い・ろ・は・す」が312人などとなっています。

## 問2 (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)

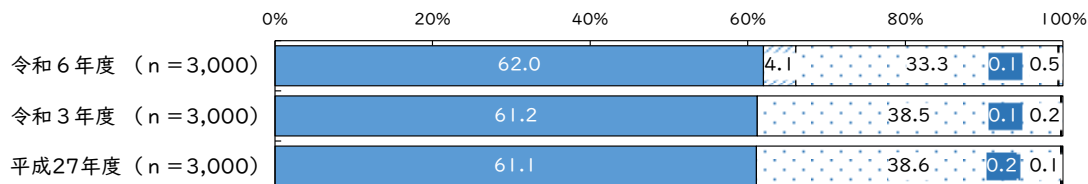


※上位11項目のみ掲載しています。

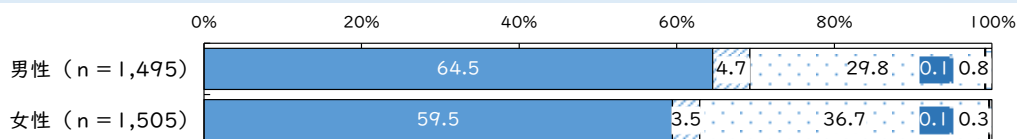
「国産ミネラルウォーター」と聞いて真っ先に思い浮かぶメーカーは、「サントリー」が863人と最も多く、次いで「コカ・コーラ」が643人、「アサヒ」が348人などとなっています。また、最も強く思い浮かぶメーカー（第1位に選ばれたメーカー）は、「サントリー」が674人と最も多く、次いで「コカ・コーラ」が312人、「アサヒ」が218人などとなっています。

問3 (1)

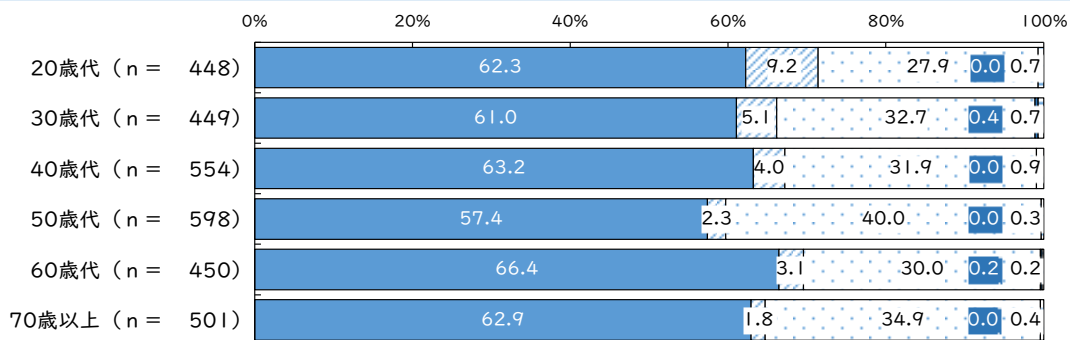
「富士山の水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。(〇は1つ)



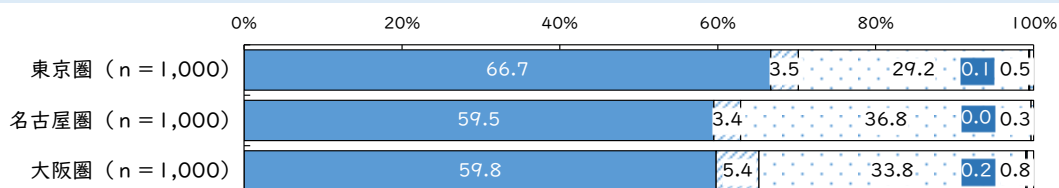
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



■ 山梨県      ▨ 長野県      □ 静岡県  
 ■ その他      ▨ なし・わからない

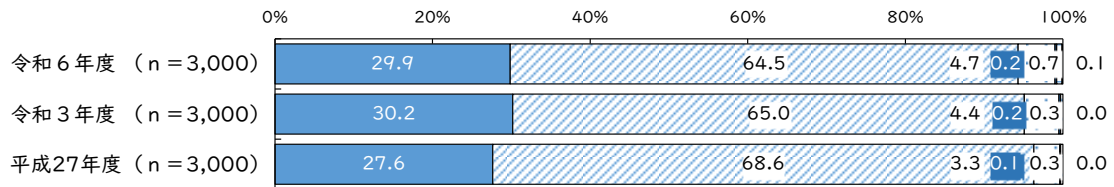
※令和6年度より「長野県」を追加しています。

「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62.0%と最も多く、次いで「静岡県」が33.3%、「長野県」が4.1%などとなっています。  
 経年比較をみると、新しい調査ほど「静岡県」が少なくなる傾向がみられます。  
 性別にみると、男性において「山梨県」が女性より多く、女性において「静岡県」が男性より多くなっています。  
 年代別にみると、50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割で多くなっています。  
 居住圏域別にみると、東京圏において「山梨県」が6割を超えて多く、「静岡県」が3割を下回って少なくなっています。

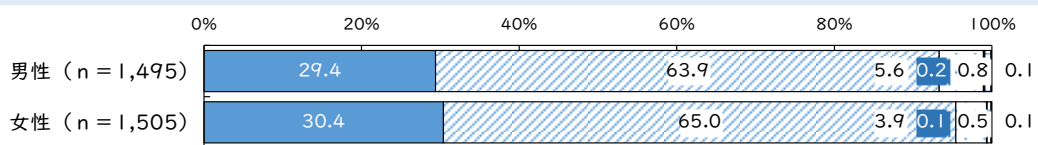


## 問3 (2)

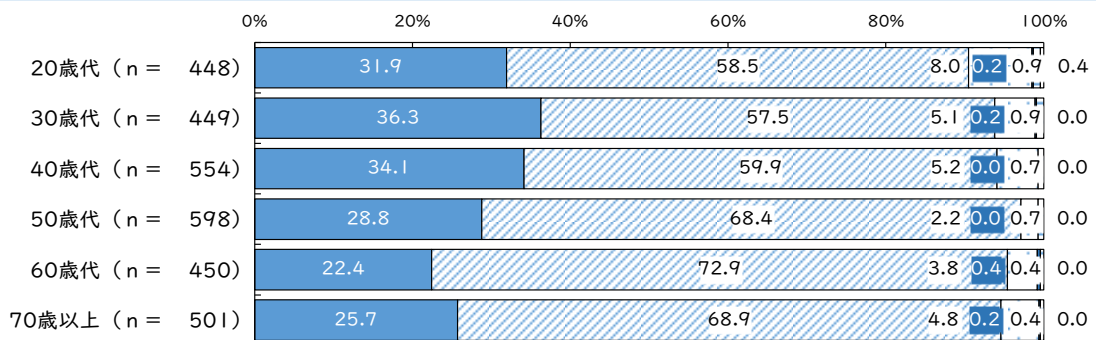
「南アルプスの水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。  
(○は1つ)



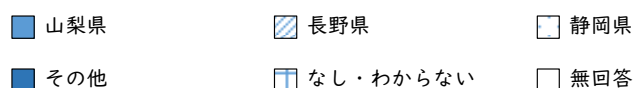
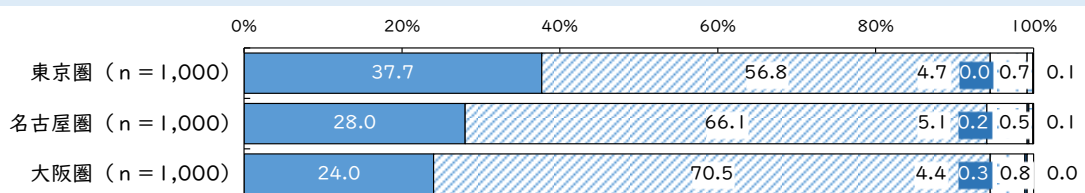
## 《性別》



## 《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64.5%と最も多く、次いで「山梨県」が29.9%、「静岡県」が4.7%などとなっています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

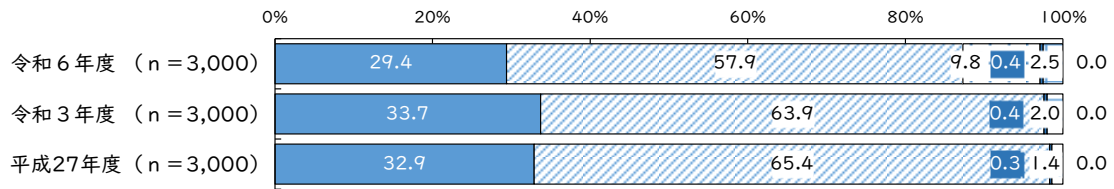
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、40歳代以下において「山梨県」が3割を超えて多く、60歳代において「長野県」が7割を超えて多くなっています。

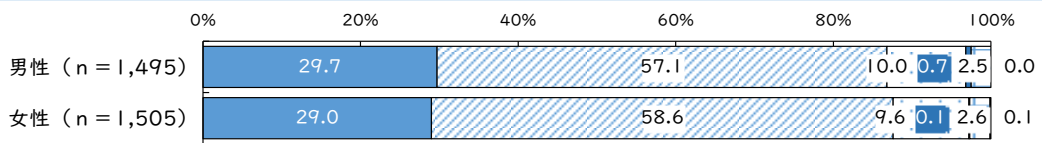
居住圏域別にみると、西に行くほど「山梨県」が少なく、「長野県」が多くなる傾向がみられます。

問3 (3)

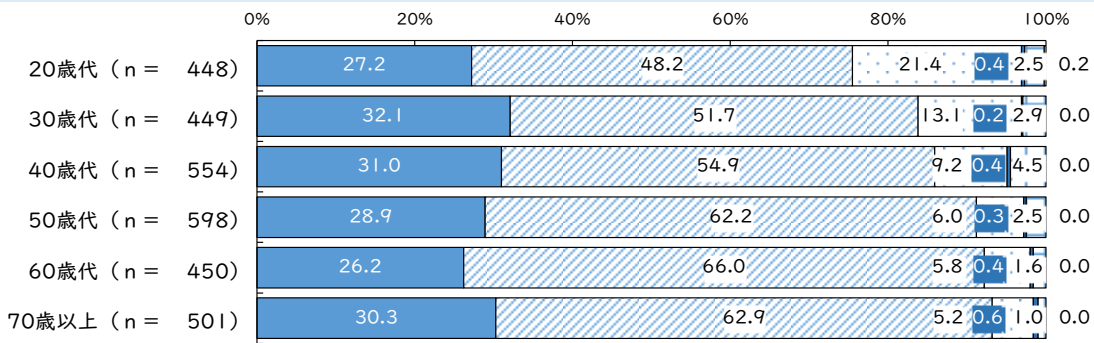
「八ヶ岳の水」と聞いて、真っ先にイメージする都道府県はどの都道府県ですか。(〇は1つ)



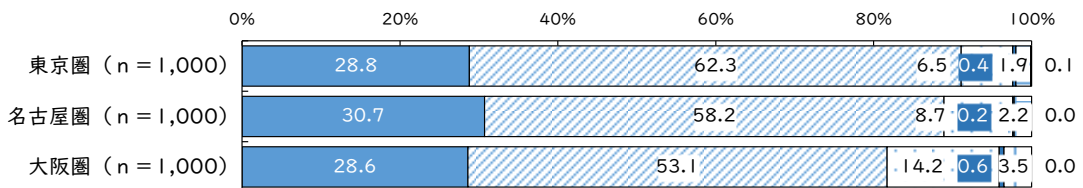
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



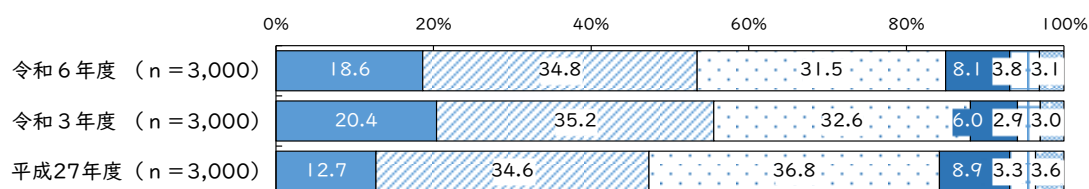
山梨県
  長野県
  静岡県
  その他
  なし・わからない
  無回答

※令和6年度より「静岡県」を追加しています。

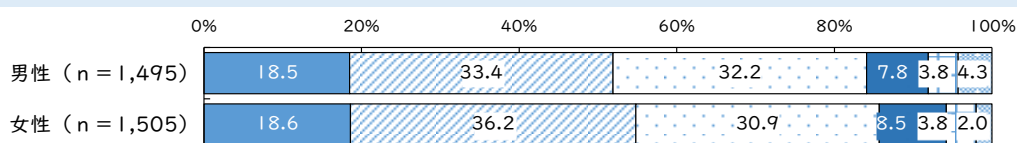
《八ヶ岳の水》と聞いて真っ先にイメージする都道府県は、「長野県」が 57.9%と最も多く、次いで「山梨県」が 29.4%、「静岡県」が 9.8%などとなっています。  
 経年比較をみると、新しい調査ほど「長野県」が少なくなる傾向がみられます。  
 性別では、大きな差異はみられません。  
 年代別にみると、年代が高くなるほど「静岡県」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「長野県」が半数を下回って少なくなっています。  
 居住圏域別にみると、西に行くほど「長野県」が少なく、「静岡県」が多くなる傾向がみられます。

## 問4 (1)

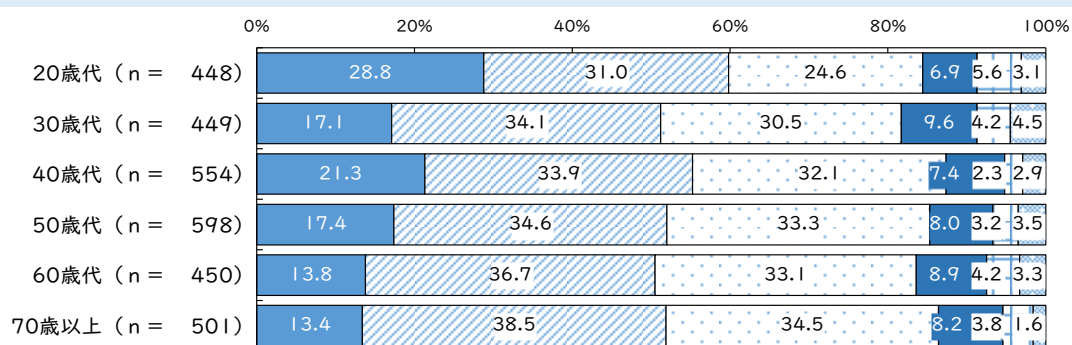
「富士山の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



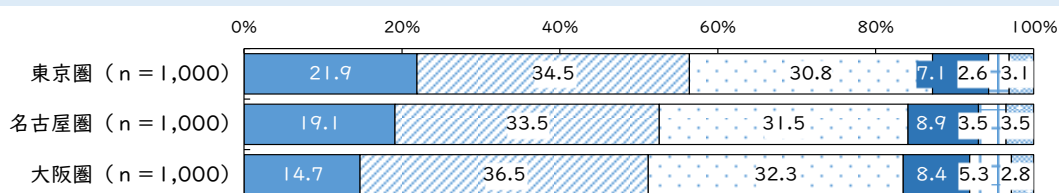
## 《性別》



## 《年代別》



## 《居住圏域別》



- 非常に感じる
- ▨ 感じる
- ▤ どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- ▨ 全く感じない

《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34.8%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じる」が31.5%、「非常に感じる」が18.6%などとなっています。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、84.9%となっています。

経年比較をみると、令和3年度において「非常に感じる」が2割を超えていたものの、令和6年度においては2割を下回っています。

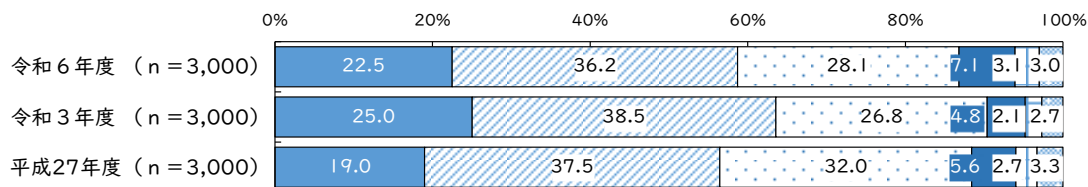
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、20歳代・40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。

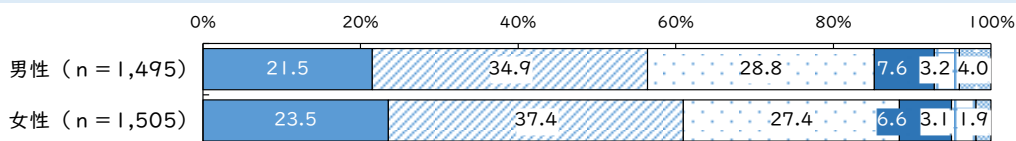
居住圏域別にみると、西に行くほど「非常に感じる」が少なくなる傾向がみられます。

問4 (2)

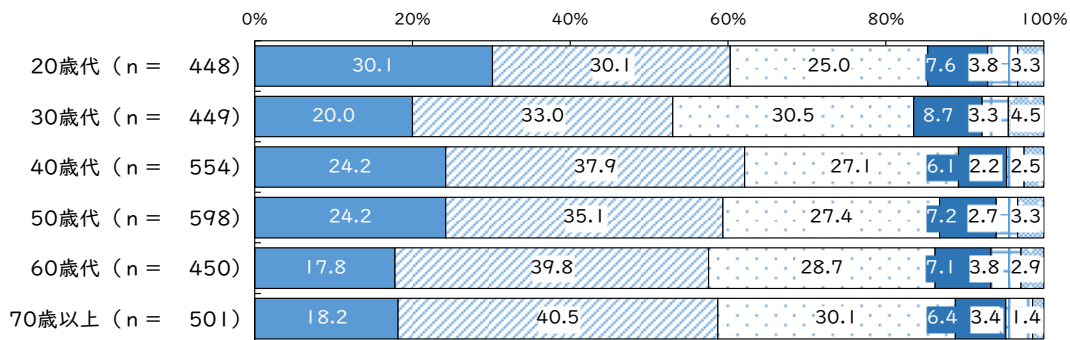
「南アルプスの水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



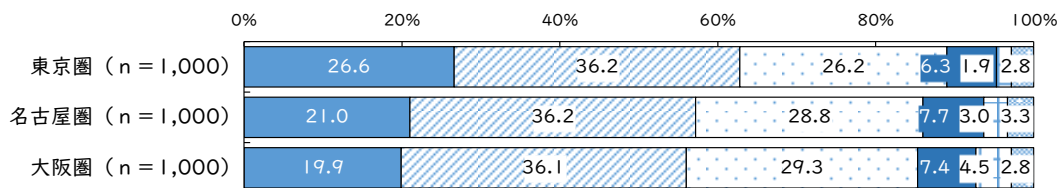
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》

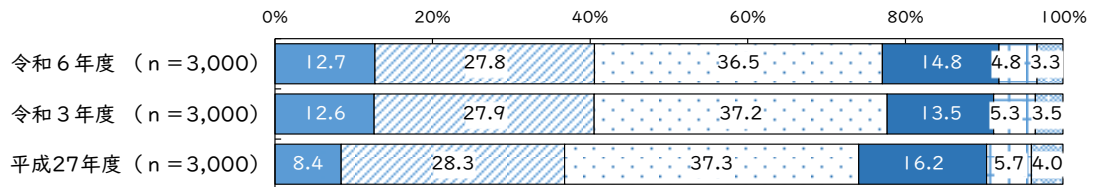


- 非常に感じる
- 感じる
- ▨ どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- ▨ 全く感じない

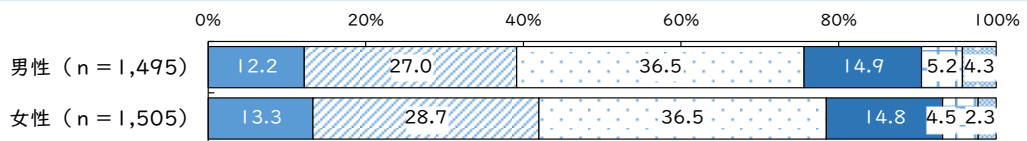
「南アルプスの水」と聞いて魅力を感じるかについては、「感じる」が36.2%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じる」が28.1%、「非常に感じる」が22.5%などとなっています。また、『感じる』（非常に感じる+感じる+どちらかと言えば感じる）は、86.8%となっています。経年比較をみると、令和3年度以降「非常に感じる」が2割を超えて多くなっています。性別では、大きな差異はみられません。年代別にみると、20歳代において「非常に感じる」が3割を超えて多くなっています。居住圏域別にみると、西に行くほど「非常に感じる」が少なくなる傾向がみられます。

問4 (3)

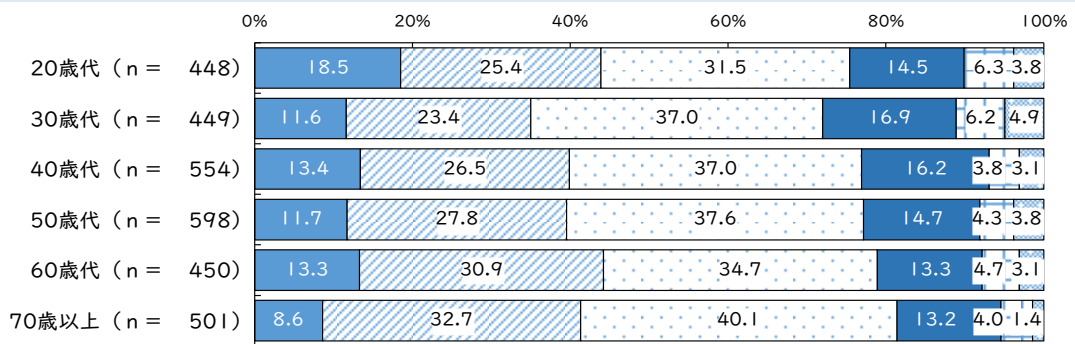
「八ヶ岳の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



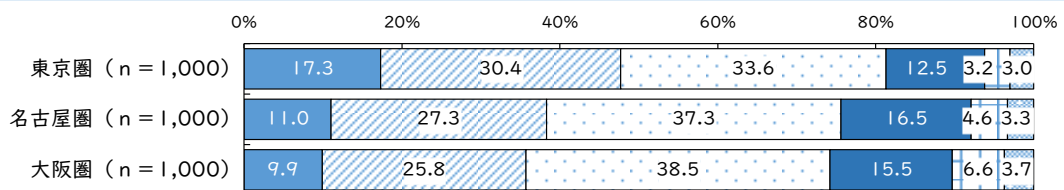
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



- 非常に感じる
- 感じる
- どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- 全く感じない

《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」が36.5%と最も多く、次いで「感じる」が27.8%、「どちらかと言えば感じない」が14.8%などとなっています。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、77.0%となっています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

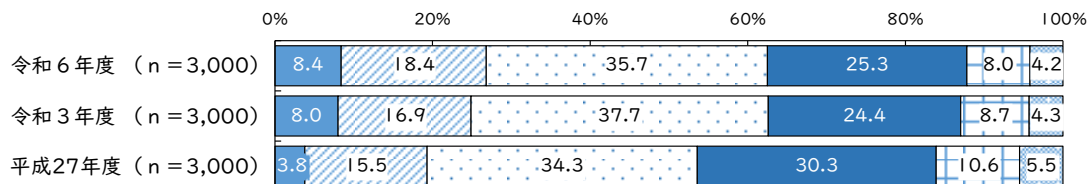
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、70歳以上において『感じる』が8割を超えて多く、「非常に感じる」が1割を下回って少なくなっています。

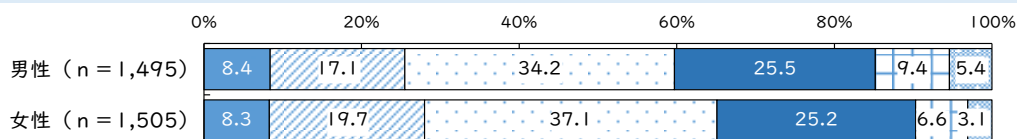
居住圏域別にみると、西に行くほど『感じる』、「非常に感じる」が少なくなる傾向がみられます。

問4 (4)

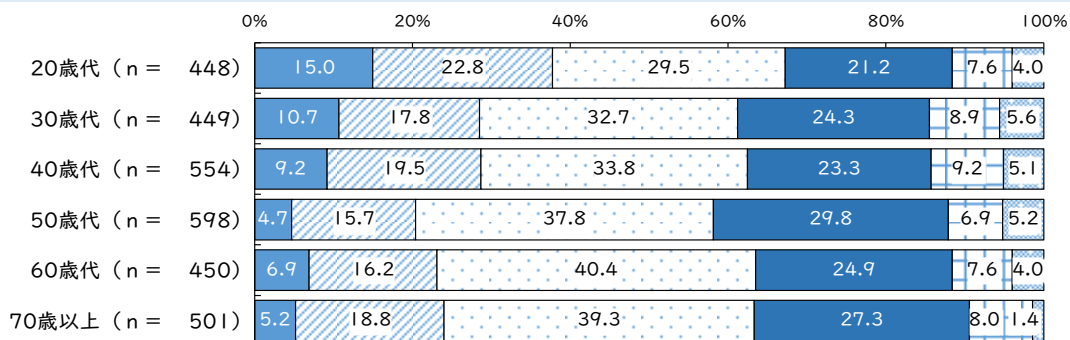
「山梨の水」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



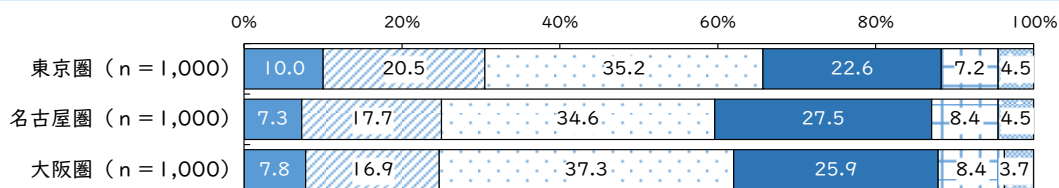
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》

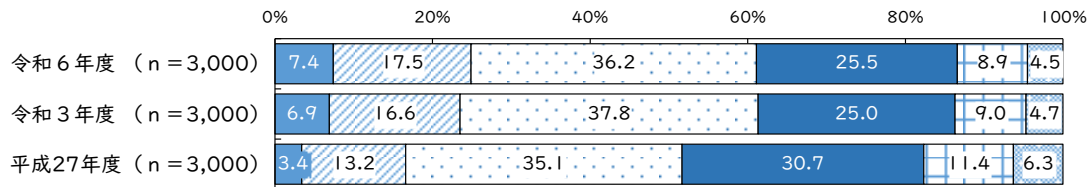


- 非常に感じる
- 感じる
- どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- 全く感じない

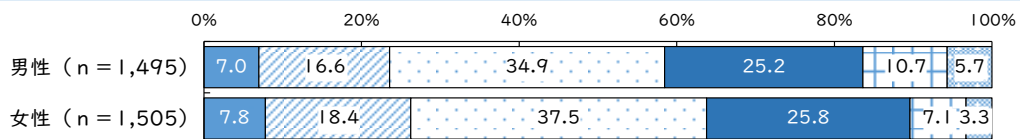
「山梨の水」と聞いて魅力を感じるかについては、「どちらかと言えば感じる」が 35.7%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じない」が 25.3%、「感じる」が 18.4%などとなっています。また、『感じる』（非常に感じる+感じる+どちらかと言えば感じる）は、62.5%となっています。経年比較をみると、令和3年度以降『感じる』が6割を超えて多くなっています。性別では、大きな差異はみられません。年代別にみると、20歳代・30歳代において「非常に感じる」が1割を超えて多く、50歳代において『感じる』が6割を下回って少なくなっています。居住圏域別にみると、名古屋圏において『感じる』が6割を下回って少なくなっています。

## 問4 (5)

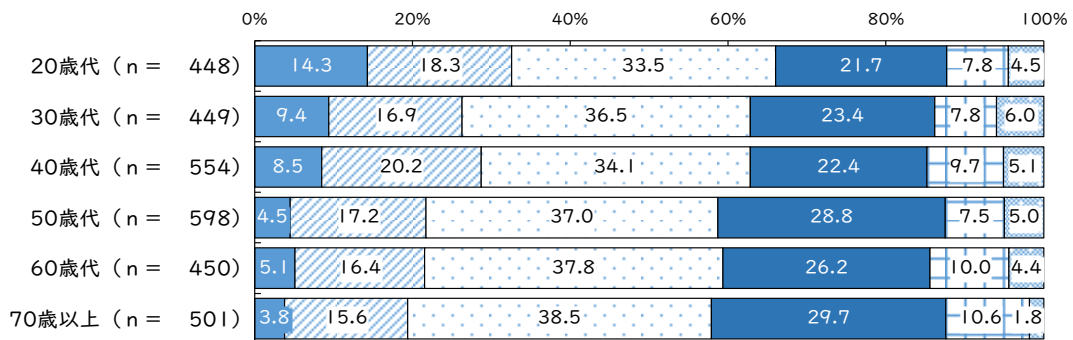
「山梨県産」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



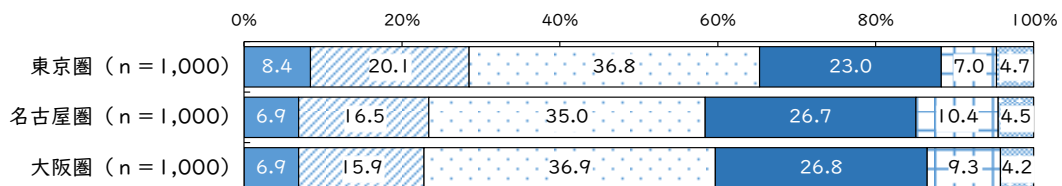
## 《性別》



## 《年代別》



## 《居住圏域別》



- 非常に感じる
- 感じる
- どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- 全く感じない

《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」が36.2%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じない」が25.5%、「感じる」が17.5%などとなっています。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、61.1%となっています。

経年比較をみると、令和3年度以降『感じる』が6割を超えて多くなっています。

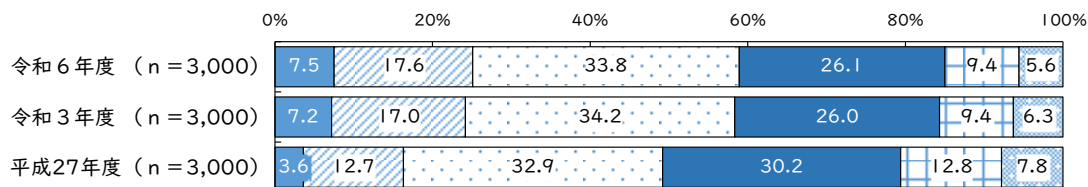
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、20歳代において「非常に感じる」が1割を超えて多く、40歳代以下において『感じる』が6割を超えて多くなっています。

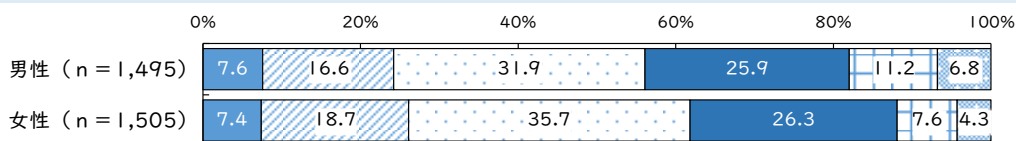
居住圏域別にみると、東京圏において『感じる』が6割を超えて多くなっています。

問4 (6)

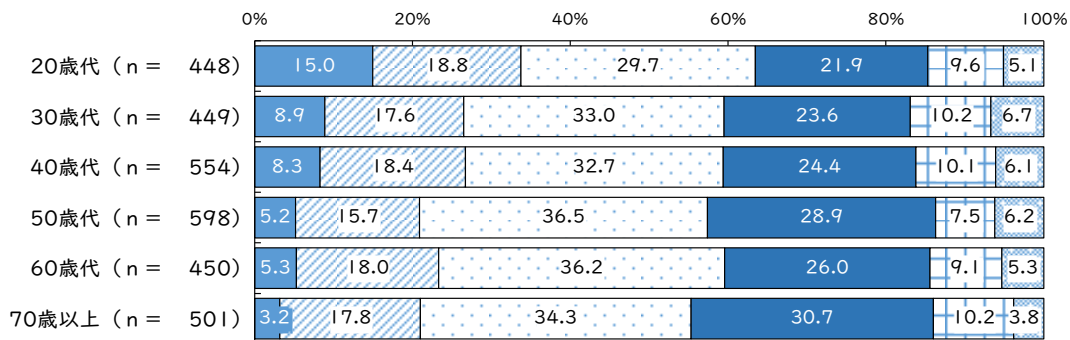
「山梨観光」と聞いて、魅力を感じますか。(〇は1つ)



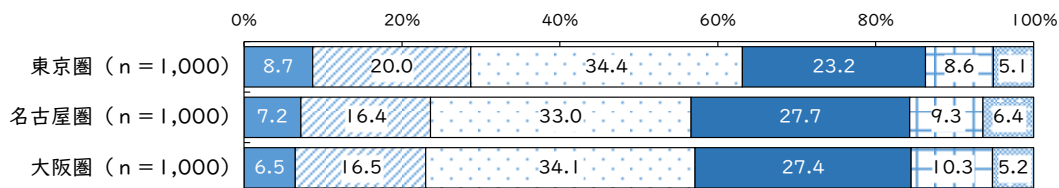
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



- 非常に感じる
- 感じる
- どちらかと言えば感じる
- どちらかと言えば感じない
- 感じない
- 全く感じない

《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」が 33.8%と最も多く、次いで「どちらかと言えば感じない」が 26.1%、「感じる」が 17.6%などとなっています。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、58.9%となっています。経年比較をみると、令和3年度以降『感じる』が半数を超えて多くなっています。性別では、大きな差異はみられません。年代別にみると、20歳代において『感じる』、「非常に感じる」が多くなっています。居住圏域別にみると、東京圏において『感じる』が6割を超えて多くなっています。



## 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)

	令和6年度	令和3年度	平成27年度
n	3,000	3,000	3,000
富士山	54.8	55.6	50.3
天然水	39.4	42.1	34.0
南アルプス	30.4	34.3	28.9
フルーツ	25.2	28.3	25.7
ミネラルウォーター	23.8	24.4	18.7
富士五湖	23.3	27.8	25.8
ワイン	21.0	26.5	27.9
名水	18.7	21.4	18.3
湧水	18.0	22.2	19.4
ほうとう	18.0	21.7	15.9
ハケ岳	13.0	15.7	13.6
吉田のうどん	8.8	9.3	7.4
地下水	7.4	7.9	8.3
温泉	7.0	8.4	7.4
溪流・溪谷	7.0	9.6	9.4
清流	6.9	8.1	12.6
森林	6.9	10.1	8.5
ウイスキー	6.6	8.9	7.7
そば	4.3	4.6	3.9
野菜	3.9	4.5	3.9
源流	3.7	4.4	7.1
治水・信玄堤	3.5	4.8	4.6
河川・ダム	2.5	2.6	2.6
水産物(富士の介、甲斐サーモン等)	2.2	2.6	0.6
日本酒	1.9	2.4	1.5
豆腐・ゆば	1.4	1.7	1.3
水上レジャー(SUP、カヌーなど)	1.4	1.2	
水田・米	1.2	1.4	1.0
和紙	0.8	0.6	0.8
アウトドアサウナ	0.7		
織物・染め物	0.5	0.6	0.5
その他	0.3	0.5	0.5
特にない	11.3	8.8	13.0

※令和3年度より「水上レジャー(SUP、カヌーなど)」を追加しています。

※令和6年度より「アウトドアサウナ」を追加しています。

「山梨の水」と聞いてイメージするものは、「富士山」が54.8%と最も多く、次いで「天然水」が39.4%、「南アルプス」が30.4%などとなっています。

経年比較をみると、新しい調査ほど「ワイン」、「清流」が少なくなる傾向がみられます。また、令和3年度において「天然水」、「ほうとう」が多かったものの、令和6年度においては少なくなっています。

《性別》

	男性	女性
n	1,495	1,505
富士山	56.3	53.3
天然水	37.0	41.7
南アルプス	30.9	29.8
フルーツ	20.6	29.8
ミネラルウォーター	23.2	24.4
富士五湖	23.4	23.3
ワイン	21.5	20.5
名水	17.6	19.7
湧水	19.0	17.0
ほうとう	16.9	19.1
ハケ岳	13.3	12.6
吉田のうどん	9.4	8.2
地下水	9.0	5.7
温泉	7.6	6.4
溪流・溪谷	6.7	7.3
清流	6.0	7.7
森林	5.5	8.4
ウイスキー	7.8	5.4
そば	4.9	3.8
野菜	3.7	4.2
源流	4.1	3.3
治水・信玄堤	4.6	2.5
河川・ダム	2.9	2.2
水産物（富士の介、甲斐サーモン等）	2.1	2.4
日本酒	2.5	1.3
豆腐・ゆば	1.9	0.9
水上レジャー（SUP、カヌーなど）	1.4	1.5
水田・米	1.1	1.3
和紙	0.9	0.7
アウトドアサウナ	0.9	0.5
織物・染め物	0.6	0.3
その他	0.3	0.3
特になし	11.6	11.0

性別にみると、女性において「フルーツ」が男性より多くなっています。

### 「年代別」

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
n	448	449	554	598	450	501
富士山	50.0	52.1	54.9	53.8	58.0	59.7
天然水	39.5	41.9	39.2	36.1	38.7	41.7
南アルプス	24.6	34.7	34.8	29.6	26.4	31.1
フルーツ	15.2	20.0	25.5	27.3	24.7	36.7
ミネラルウォーター	32.8	26.7	21.3	21.2	20.0	22.4
富士五湖	17.9	16.9	20.2	24.1	25.3	34.7
ワイン	10.3	13.6	19.0	20.7	27.3	34.1
名水	16.5	20.0	16.1	15.9	20.4	24.0
湧水	9.2	12.7	13.4	18.9	22.9	30.3
ほうとう	9.2	14.9	19.3	19.6	18.9	24.4
ハケ岳	8.0	10.9	13.5	12.9	13.1	18.6
吉田のうどん	4.9	8.2	10.3	8.5	9.1	11.0
地下水	5.8	5.6	5.8	5.5	9.6	12.4
温泉	5.4	5.3	7.2	6.7	6.9	10.2
溪流・溪谷	3.1	4.2	6.7	6.0	9.6	12.2
清流	5.6	4.9	6.1	4.5	7.3	13.0
森林	4.9	6.7	6.0	6.5	8.2	9.4
ウイスキー	4.2	3.6	3.8	5.9	11.1	11.4
そば	2.0	2.7	4.7	4.0	5.6	6.8
野菜	3.1	4.5	4.5	3.2	4.0	4.4
源流	3.1	3.1	3.2	3.0	3.6	6.0
治水・信玄堤	2.5	1.3	3.8	3.2	3.3	6.8
河川・ダム	4.0	2.9	2.9	2.0	2.2	1.4
水産物（富士の介、甲斐サーモン等）	2.0	2.2	1.4	1.7	2.7	3.6
日本酒	3.6	2.9	0.7	1.0	1.8	2.2
豆腐・ゆば	2.2	1.6	1.6	1.0	0.9	1.4
水上レジャー（SUP、カヌーなど）	2.7	2.0	1.4	1.0	1.1	0.6
水田・米	1.1	1.6	1.4	1.3	1.1	0.6
和紙	1.3	0.9	0.5	0.3	0.7	1.2
アウトドアサウナ	2.2	0.7	0.5	0.3	0.2	0.6
織物・染め物	0.4	0.9	0.7	0.3	0.0	0.4
その他	0.7	0.0	0.4	0.3	0.2	0.0
特になし	15.6	14.5	11.2	10.9	8.4	8.0

年代別にみると、年代が高くなるほど「ワイン」、「湧水」が多く、「特になし」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「ミネラルウォーター」が3割を超えて多く、70歳以上において「フルーツ」、「富士五湖」、「ほうとう」が多くなっています。

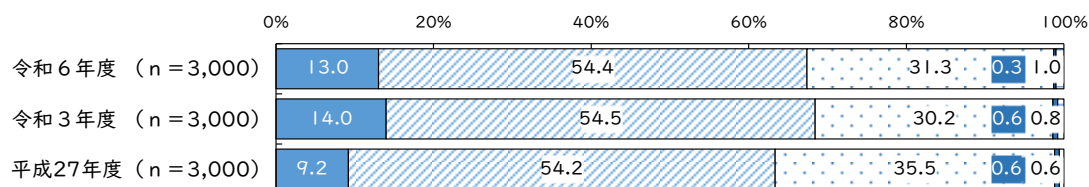
《居住圏域別》

	東京圏	名古屋圏	大阪圏
n	1,000	1,000	1,000
富士山	59.2	54.1	51.1
天然水	42.3	37.3	38.5
南アルプス	34.7	30.3	26.1
フルーツ	29.6	22.6	23.5
ミネラルウォーター	26.6	22.0	22.8
富士五湖	28.6	22.6	18.8
ワイン	26.2	20.1	16.7
名水	20.2	18.0	17.8
湧水	20.2	16.8	17.0
ほうとう	27.6	15.2	11.1
ハケ岳	17.2	13.6	8.1
吉田のうどん	13.9	7.0	5.4
地下水	9.9	6.6	5.6
温泉	9.8	6.6	4.6
溪流・溪谷	8.9	5.1	7.0
清流	7.6	5.5	7.5
森林	7.0	7.4	6.4
ウイスキー	8.0	7.5	4.3
そば	4.7	3.9	4.4
野菜	4.7	3.2	3.9
源流	4.4	3.6	3.0
治水・信玄堤	6.1	2.8	1.7
河川・ダム	3.0	2.7	1.9
水産物（富士の介、甲斐サーモン等）	3.0	2.2	1.5
日本酒	2.2	2.0	1.6
豆腐・ゆば	2.1	0.8	1.4
水上レジャー（SUP、カヌーなど）	1.8	1.9	0.6
水田・米	1.2	1.2	1.2
和紙	1.1	0.7	0.6
アウトドアサウナ	1.2	0.4	0.6
織物・染め物	0.8	0.4	0.2
その他	0.2	0.3	0.3
特にない	7.7	12.4	13.9

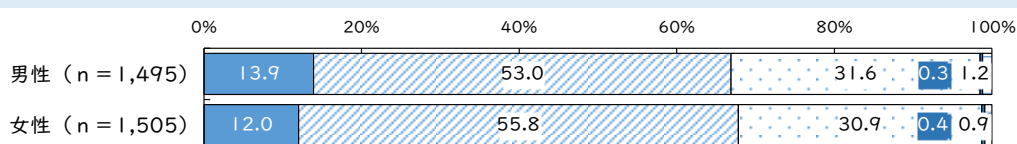
居住圏域別にみると、西に行くほど「富士山」、「南アルプス」、「富士五湖」、「ワイン」、「ほうとう」、「ハケ岳」、「吉田のうどん」、「温泉」が少なく、「特にない」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「天然水」が4割を超えて多くなっています。

## 問6

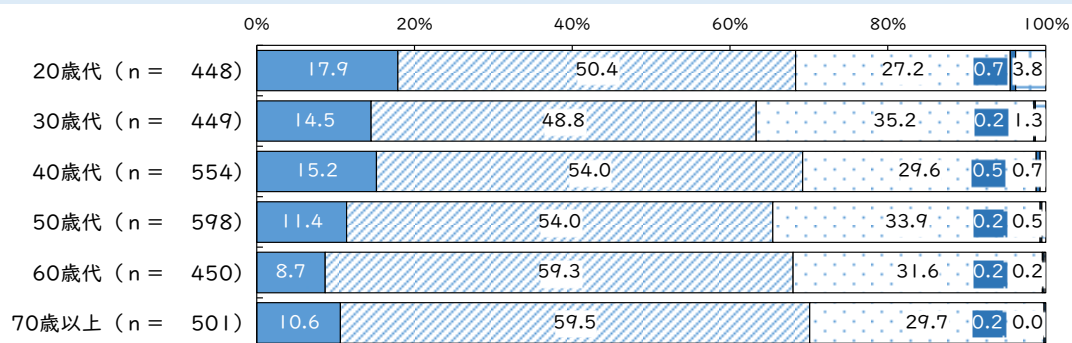
全国の「水」の中で、山梨の「水」は優れていると思いますか。(○は1つ)



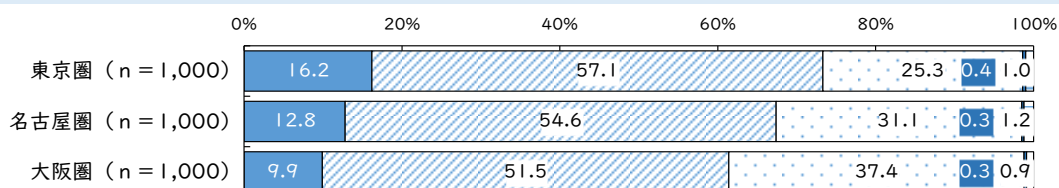
## 《性別》



## 《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」が54.4%と最も多く、次いで「どちらでもない」が31.3%、「非常に優れている」が13.0%などとなっています。また、『優れている』（非常に優れている+優れている）は、67.4%となっています。

経年比較では、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。

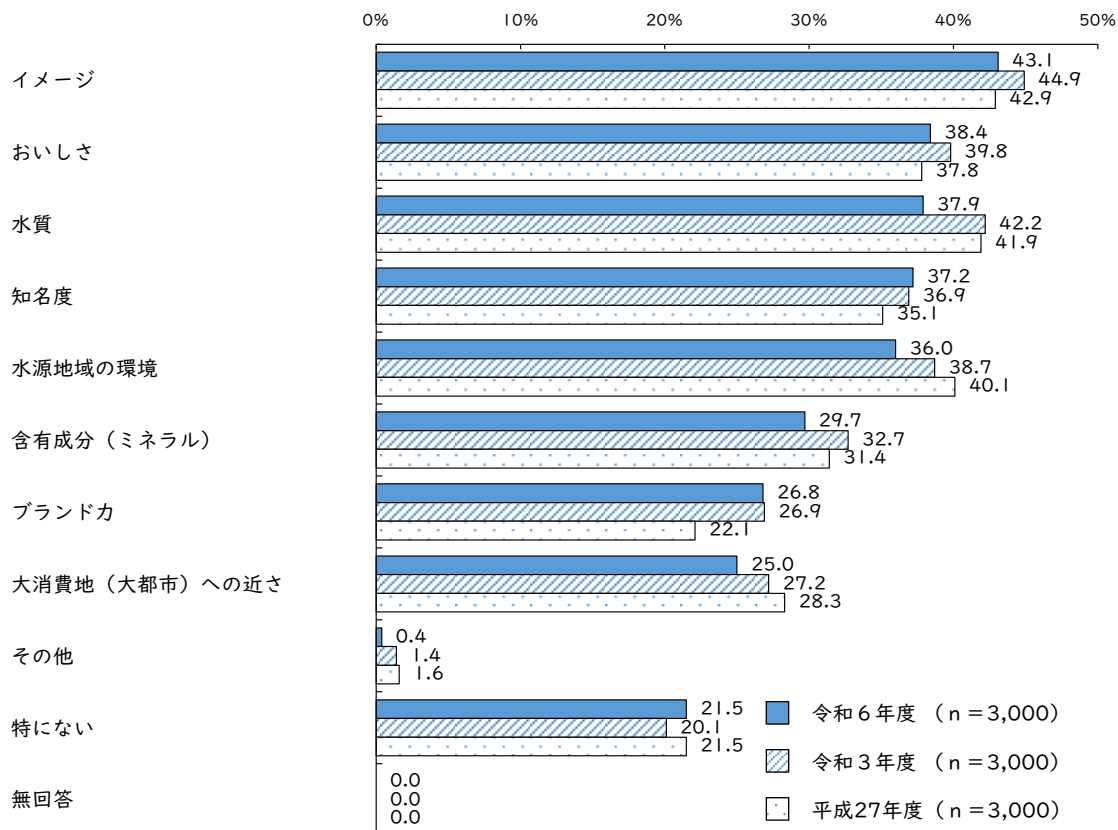
年代別にみると、60歳代において「非常に優れている」が1割を下回って少なく、70歳以上において『優れている』が7割を超えて多くなっています。

居住圏域別にみると、西に行くほど『優れている』、「非常に優れている」、「優れている」が少なく、「どちらでもない」が多くなる傾向がみられます。

問7

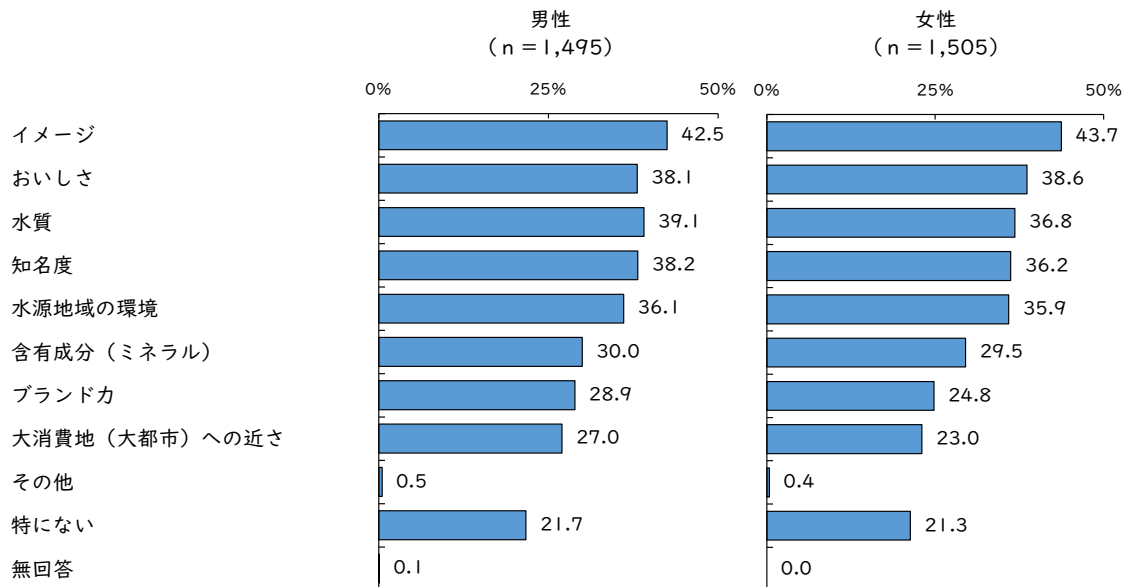
全国の「水」の中で、山梨の「水」は、何が優れている、または劣っていると思いますか。  
(〇はそれぞれいくつでも)

◆ 優れている点



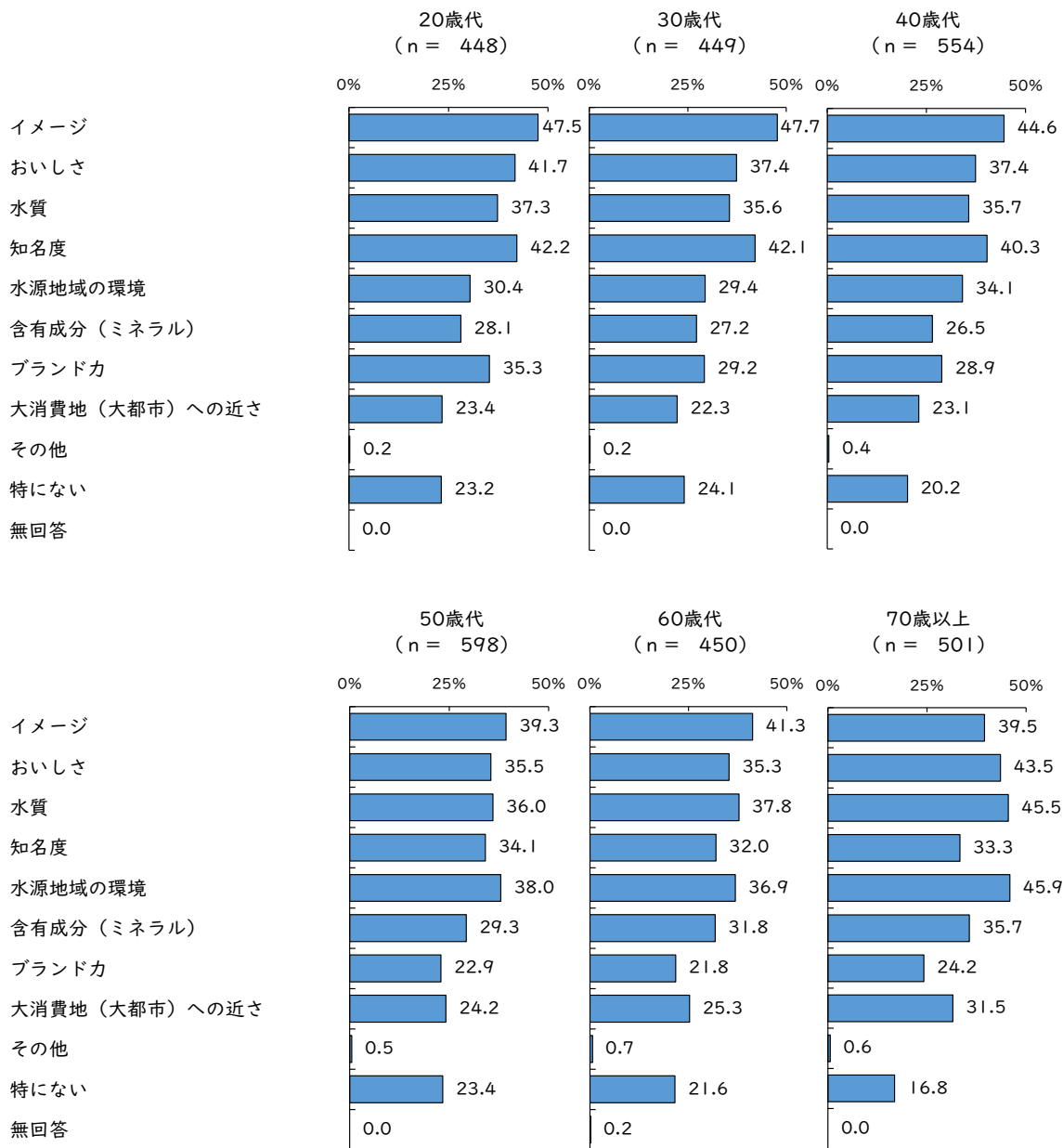
山梨県の水が全国の水の中で優れている点は、「イメージ」が 43.1%と最も多く、次いで「おいしさ」が 38.4%、「水質」が 37.9%などとなっています。  
経年比較では、大きな差異はみられません。

## 《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

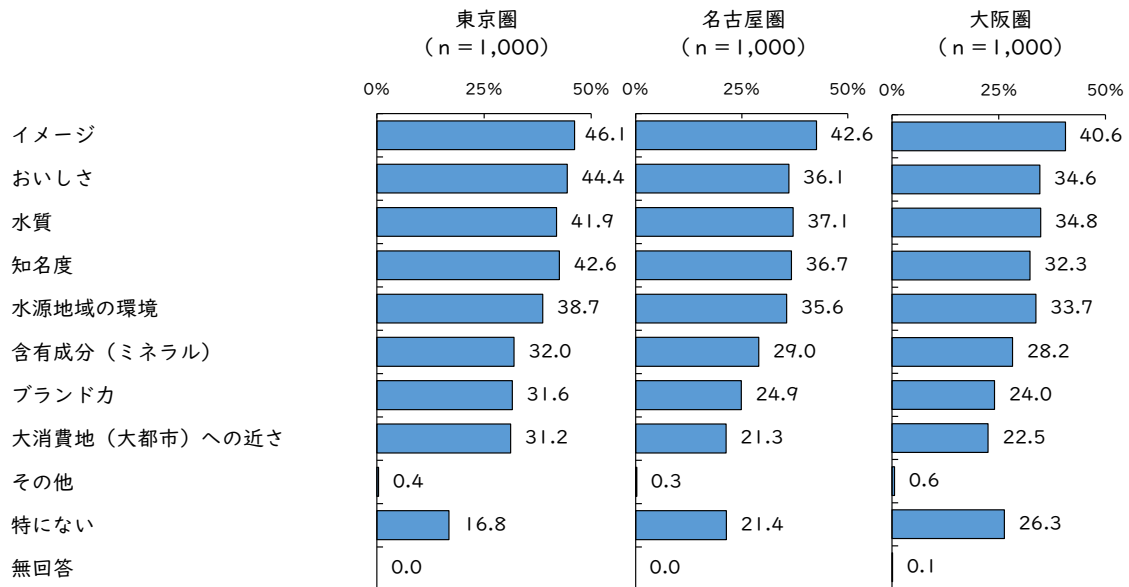
《年代別》



年代別にみると、20歳代において「ブランドカ」が3割を超えて多く、40歳代以下において「知名度」が4割を超えて多くなっています。また、60歳代以上において「含有成分 (ミネラル)」が3割を超えて多く、70歳以上において「水質」、「水源地域の環境」、「大消費地 (大都市) への近さ」が多くなっています。

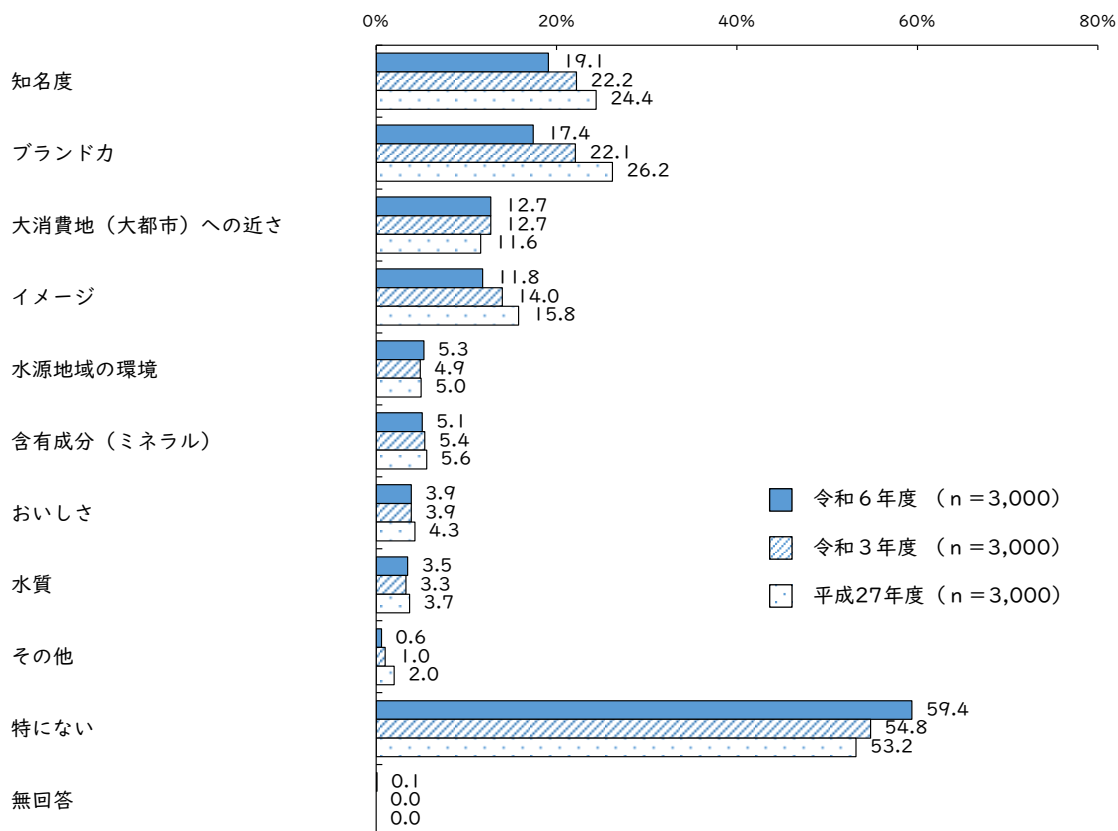


### 《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「イメージ」、「おいしさ」、「水質」、「知名度」、「水源地域の環境」、「ブランド力」が少なく、「特にない」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「大消費地（大都市）への近さ」が3割を超えて多くなっています。

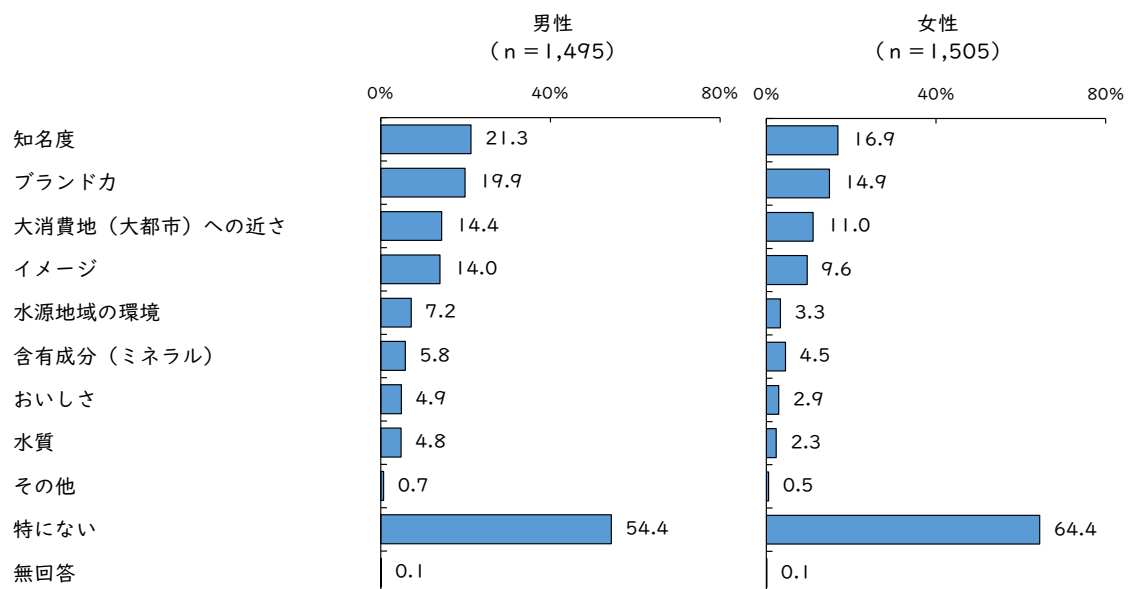
◆ 劣っている点



山梨県の水が全国の水の中で劣っている点は、「特にない」が 59.4%と最も多く、次いで「知名度」が 19.1%、「ブランド力」が 17.4%などとなっています。

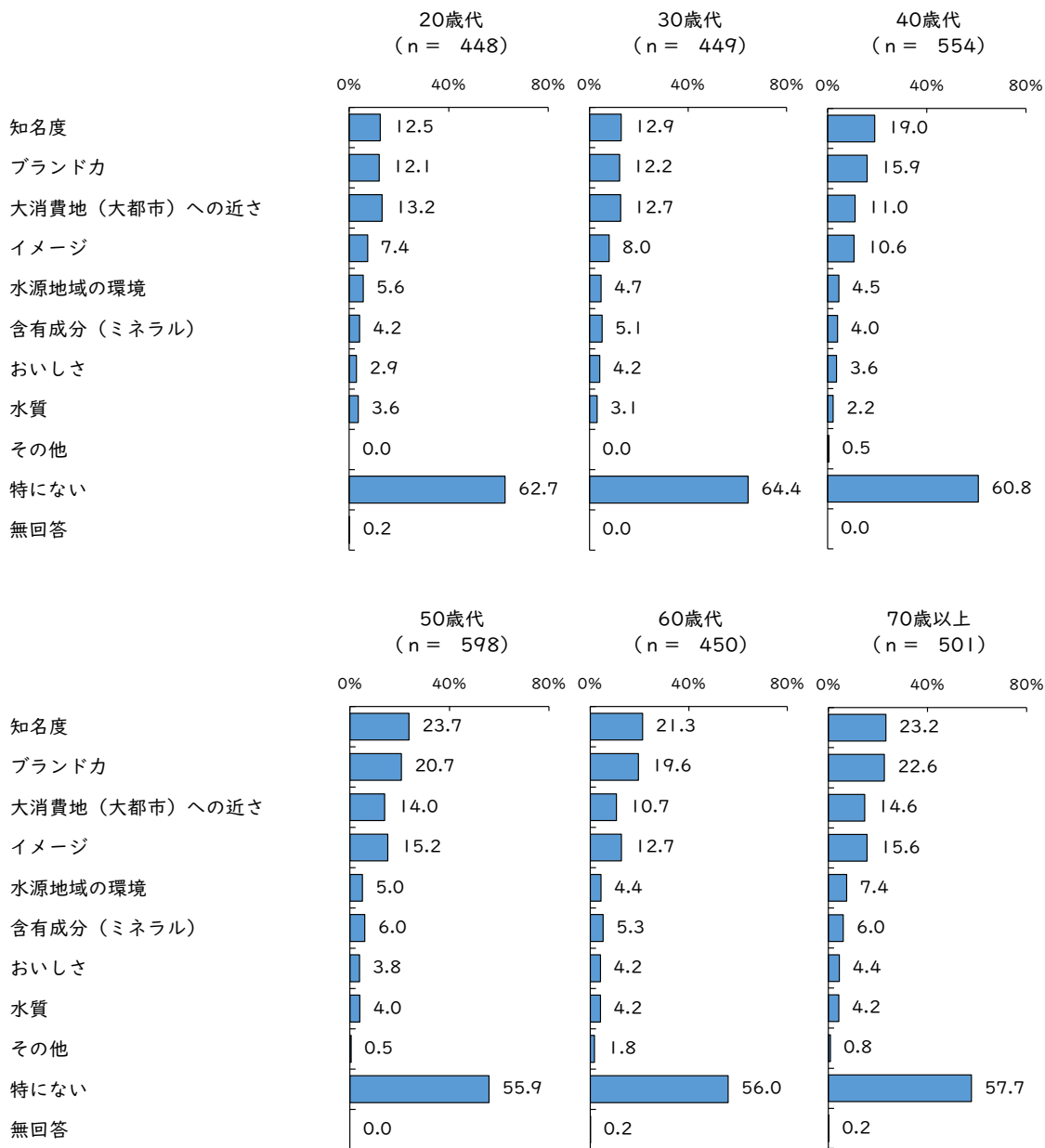
経年比較をみると、新しい調査ほど「特にない」が多く、「知名度」、「ブランド力」が少なくなる傾向がみられます。

### 《性別》



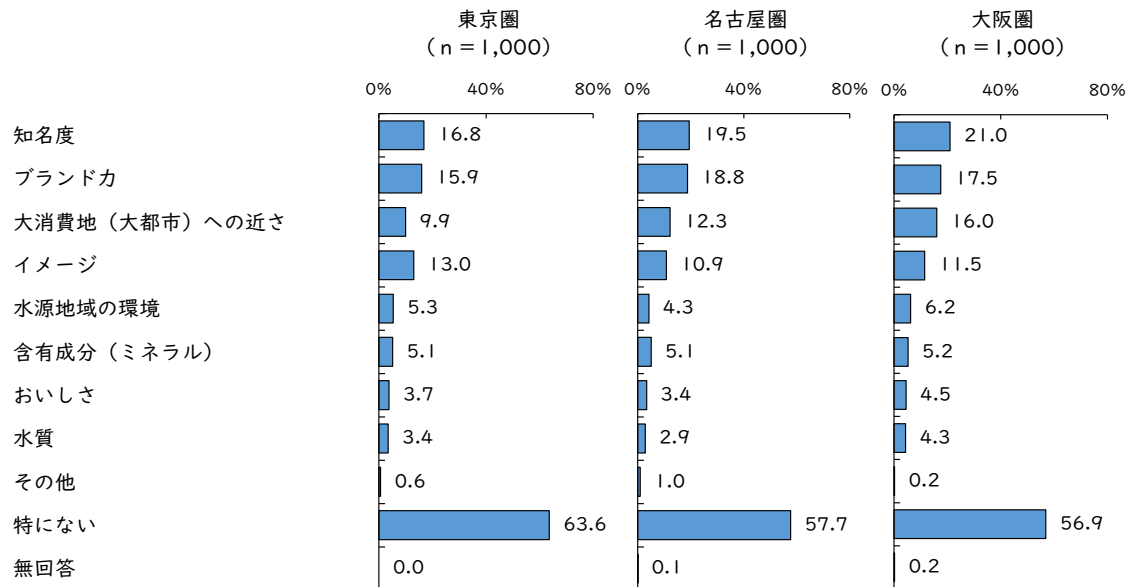
性別にみると、男性において「ブランドカ」が女性より多く、女性において「特にない」が男性より多くなっています。

《年代別》



年代別にみると、30歳代以下において「イメージ」が1割を下回って少なく、50歳代・70歳以上において「ブランド力」が2割を超えて多くなっています。また、50歳代以上において「知名度」が2割を超えて多く、「特にない」が6割を下回って少なくなっています。

### 《居住圏域別》

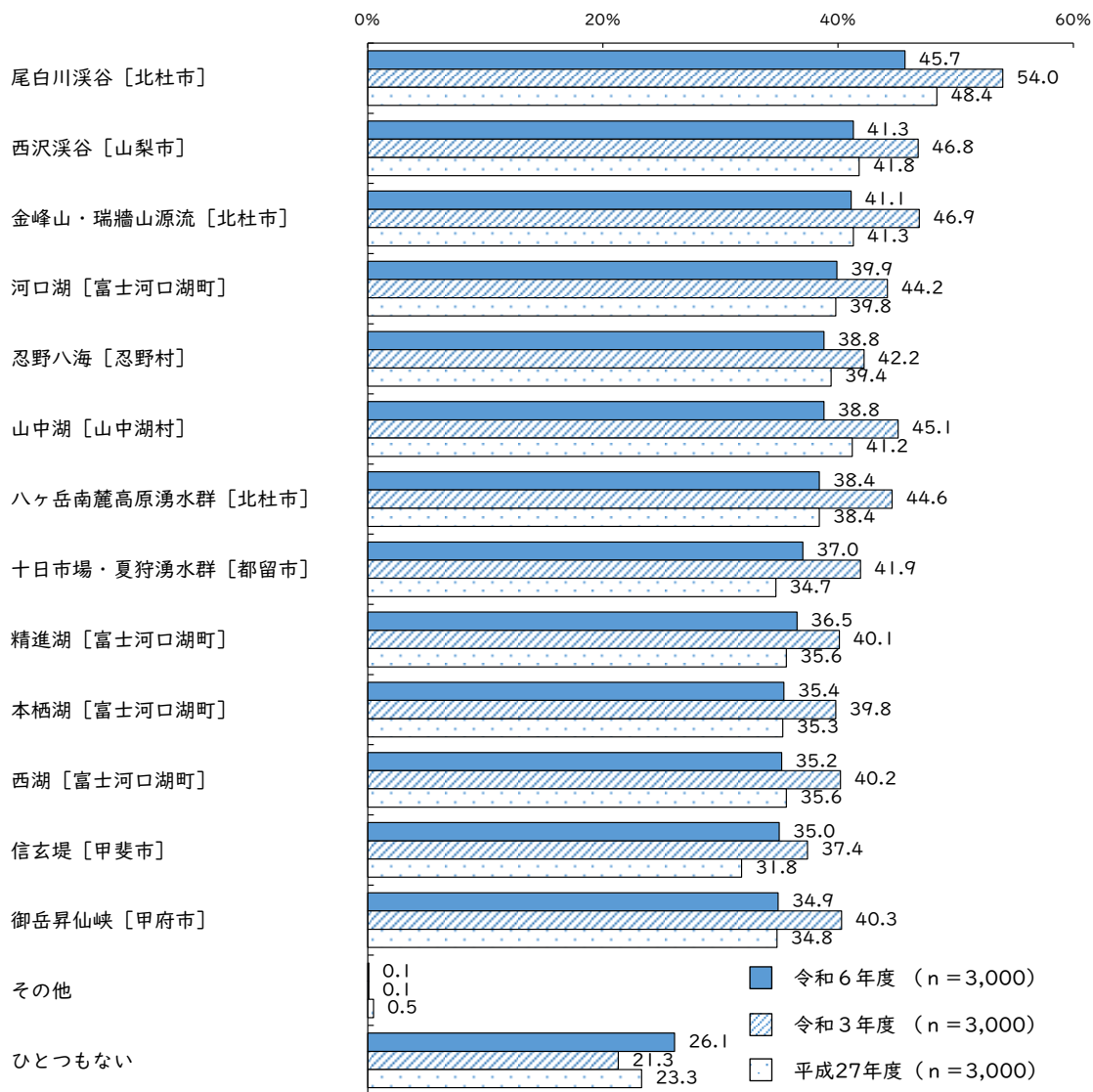


居住圏域別にみると、西に行くほど「大消費地（大都市）への近さ」が多く、「特にない」が少なくなる傾向がみられます。

### Ⅲ 山梨県内の「水」の名所及び温泉地について

#### 問8 (1)

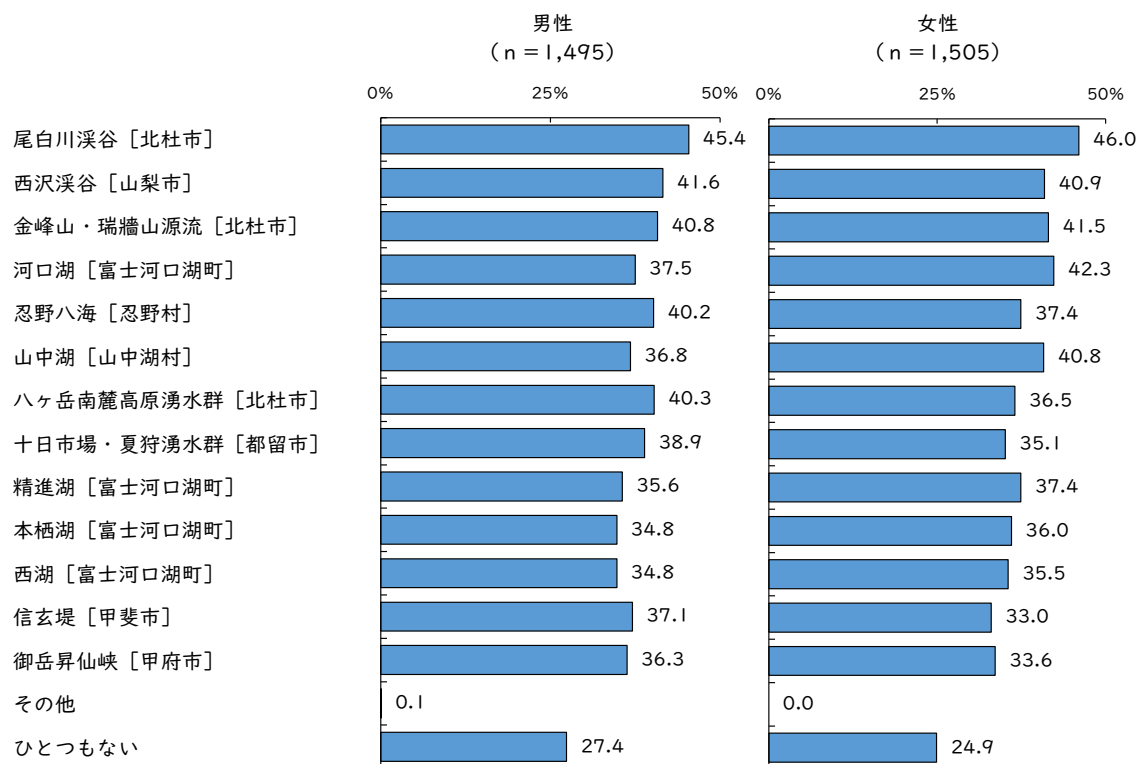
山梨県内の「水」の名所として、あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。（〇はいくつでも）



行ってみたい山梨県内の水の名所は、「尾白川溪谷」が45.7%と最も多く、次いで「西沢溪谷」が41.3%、「金峰山・瑞牆山源流」が41.1%などとなっています。

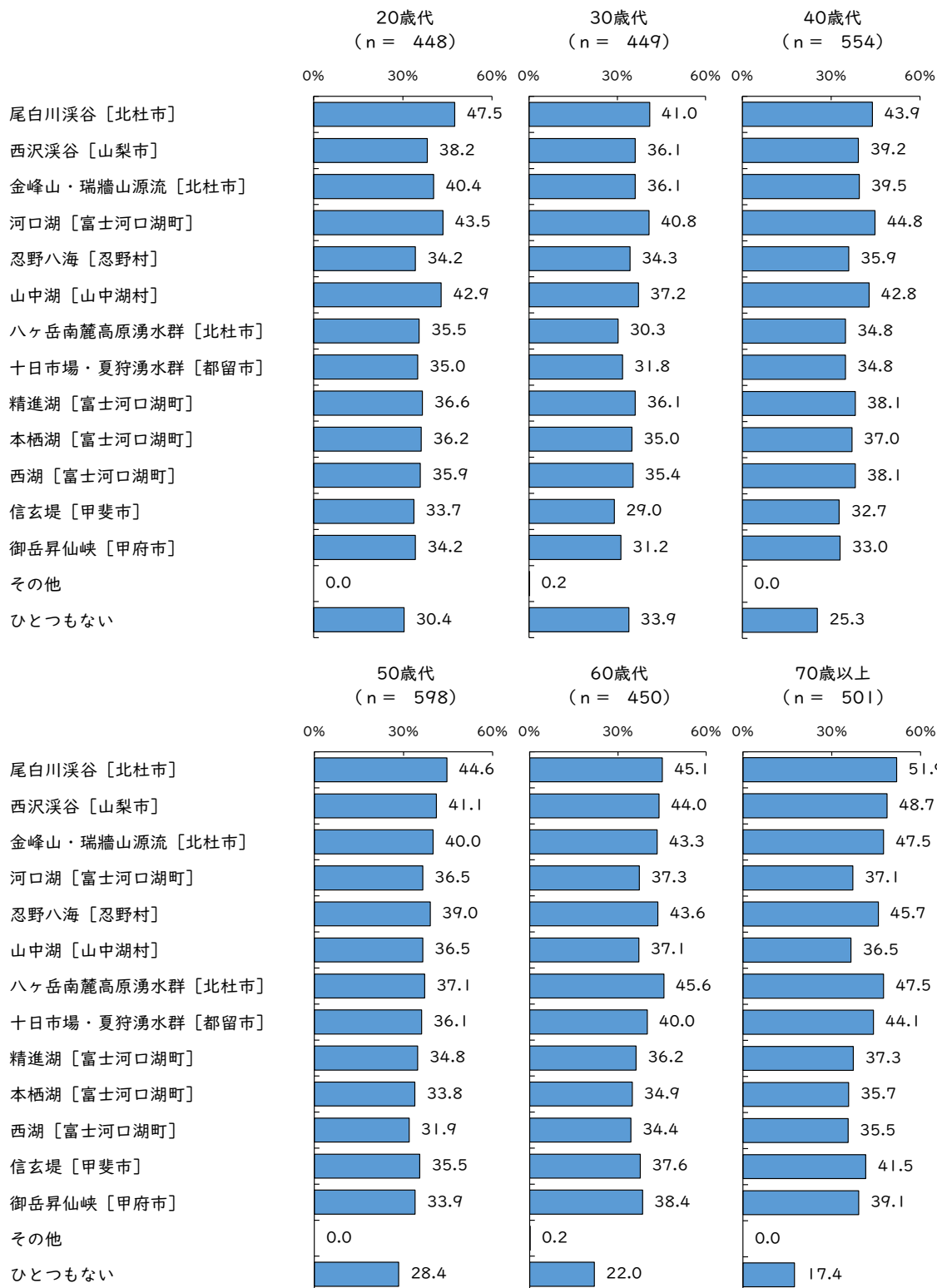
経年比較をみると、令和3年度において「尾白川溪谷」、「八ヶ岳南麓高原湧水群」、「十日市場・夏狩湧水群」、「西湖」、「御岳昇仙峡」が多かったものの、令和6年度においては少なくなっています。また、令和3年度まで「山中湖」が4割を超えていたものの、令和6年度においては4割を下回っています。

### 《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

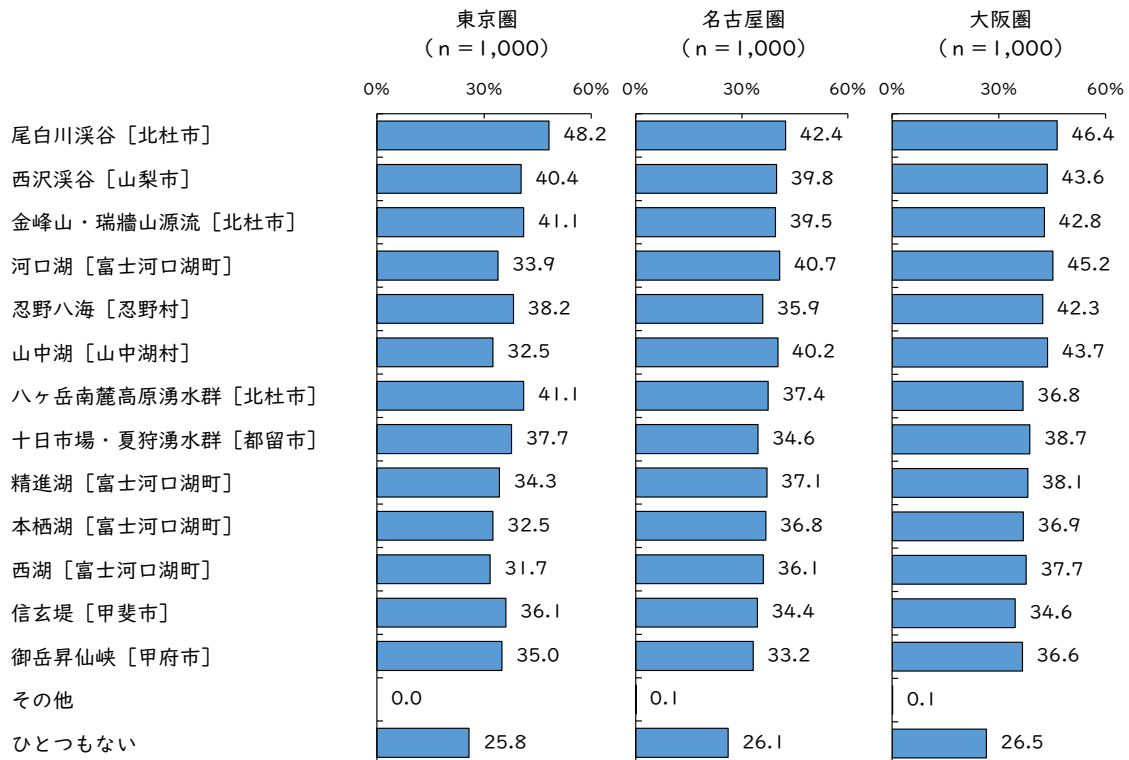
《年代別》



年代別にみると、50歳代以上において「西沢溪谷」が4割を超えて多く、60歳代以上において「忍野八海」、「ハケ岳南麓高原湧水群」、「十日市場・夏狩湧水群」が多くなっています。また、70歳以上において「信玄堤」が4割を超えて多く、「ひとつもない」が2割を下回って少なくなっています。



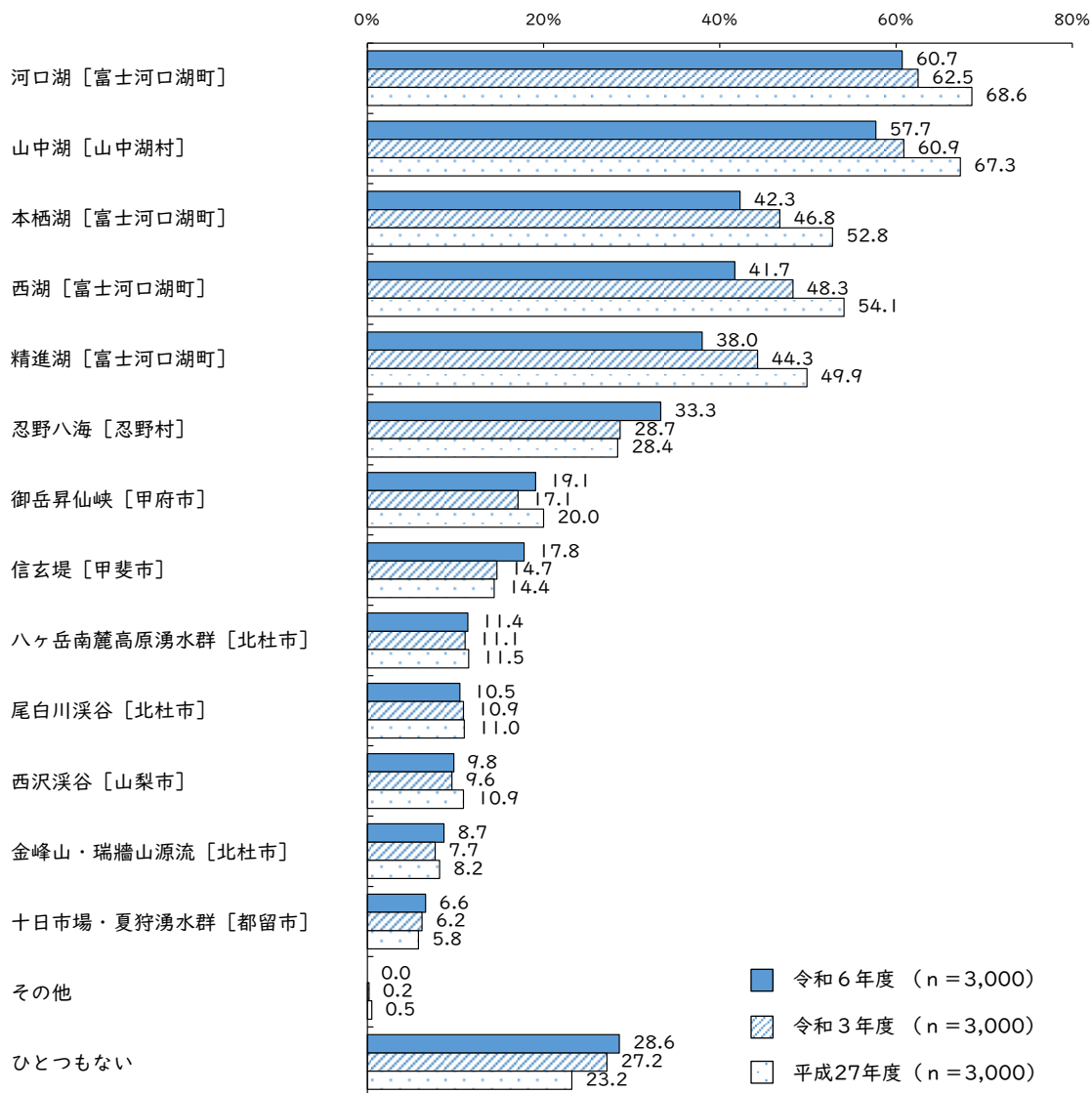
### 「居住圏域別」



居住圏域別にみると、西に行くほど「河口湖」、「山中湖」、「西湖」が多くなる傾向がみられます。また、大阪圏において「忍野八海」が4割を超えて多くなっています。

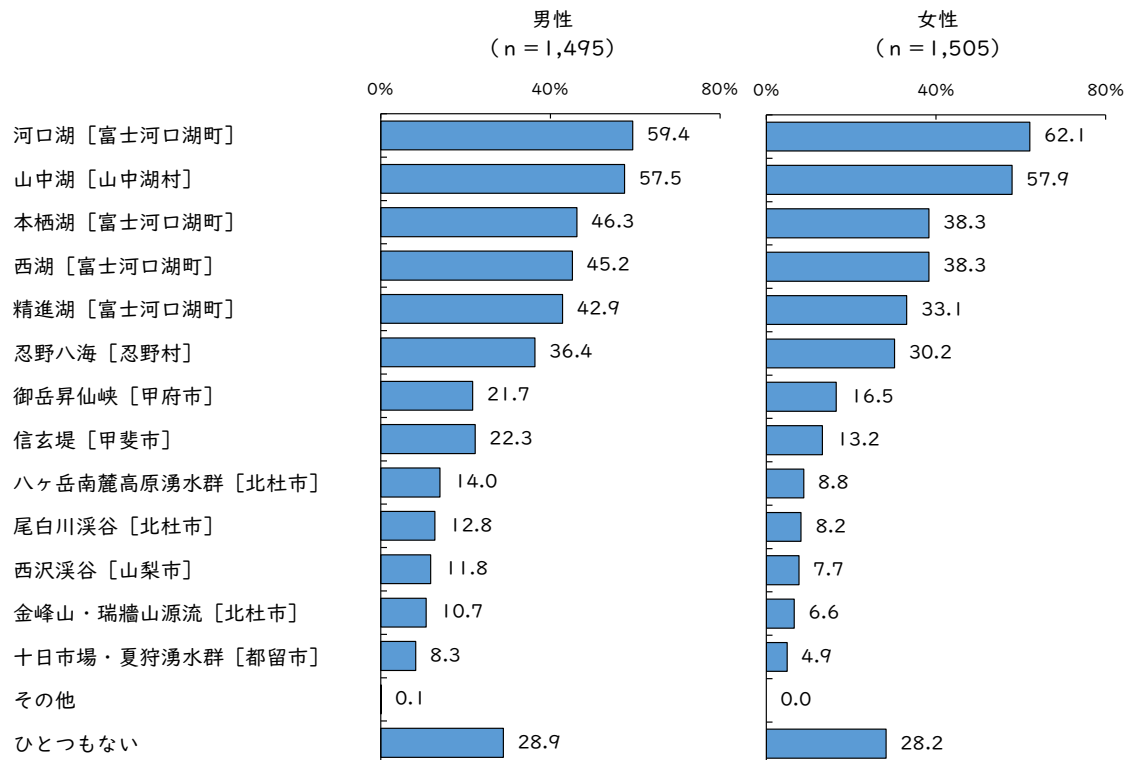
問8 (2)

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)



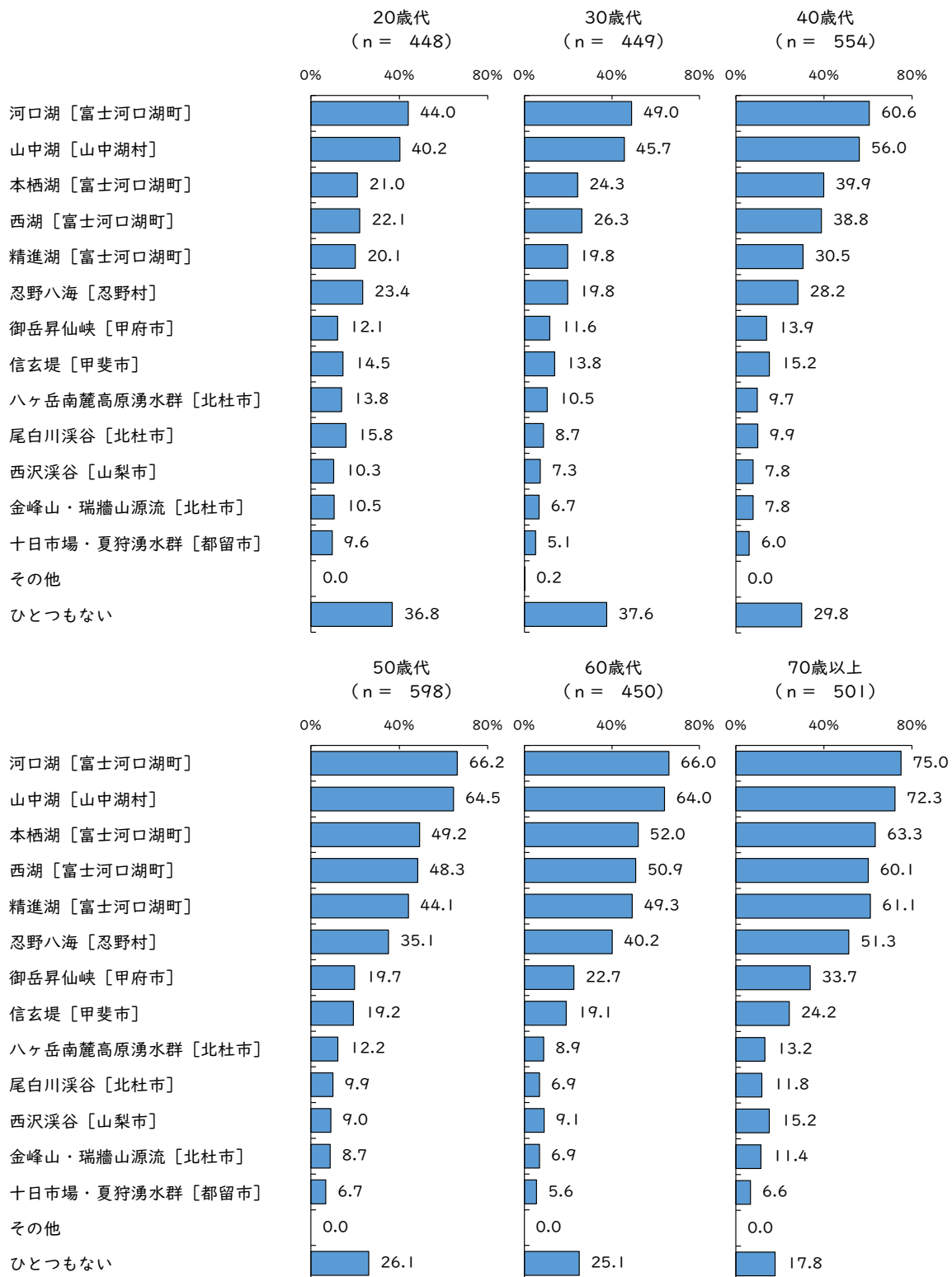
知っている山梨県内の水の名所は、「河口湖」が60.7%と最も多く、次いで「山中湖」が57.7%、「本栖湖」が42.3%などとなっています。  
経年比較をみると、新しい調査ほど「ひとつもない」が多く、「河口湖」、「山中湖」、「本栖湖」、「西湖」、「精進湖」が少なくなる傾向がみられます。

### 「性別」



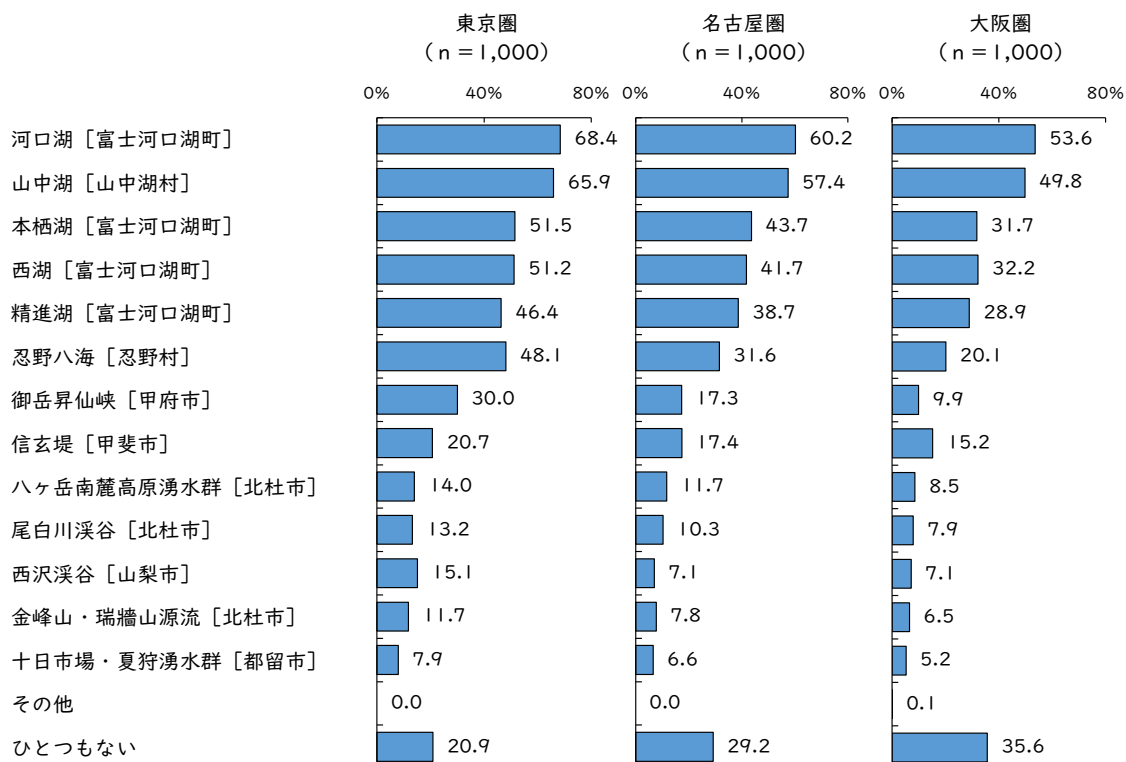
性別にみると、男性において「本栖湖」、「西湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「御岳昇仙峡」、「信玄堤」、「ハケ岳南麓高原湧水群」が女性より多くなっています。

《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「本栖湖」、「西湖」が多くなる傾向がみられます。また、70歳以上において「河口湖」、「山中湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「御岳昇仙峡」、「信玄堤」が多く、「ひとつもない」が2割を下回って少なくなっています。

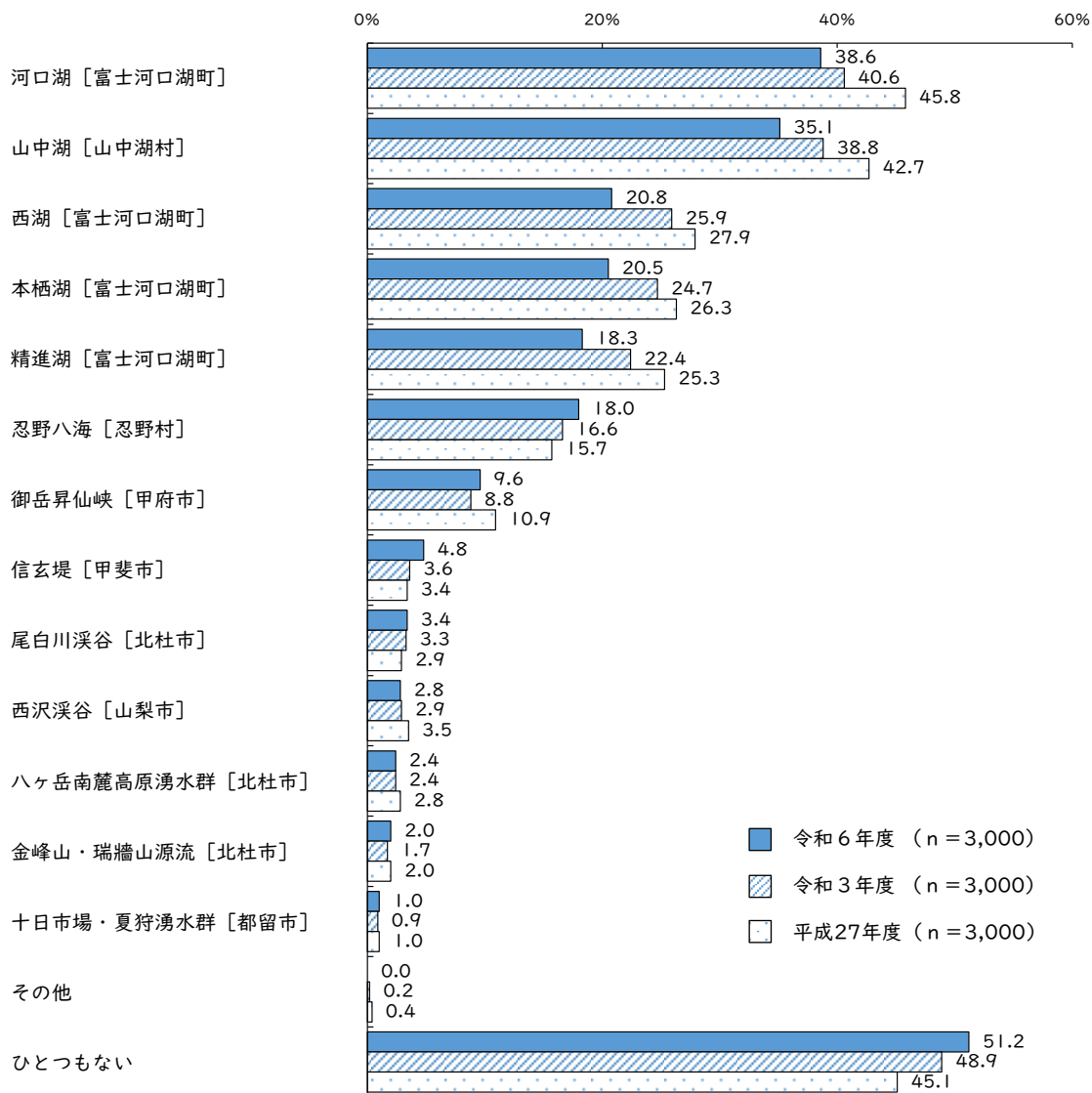
### 《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「河口湖」、「山中湖」、「本栖湖」、「西湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「御岳昇仙峡」、「信玄堤」、「ハヶ岳南麓高原湧水群」、「尾白川溪谷」、「金峰山・瑞牆山源流」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「西沢溪谷」が1割を超えて多くなっています。

問8 (3)

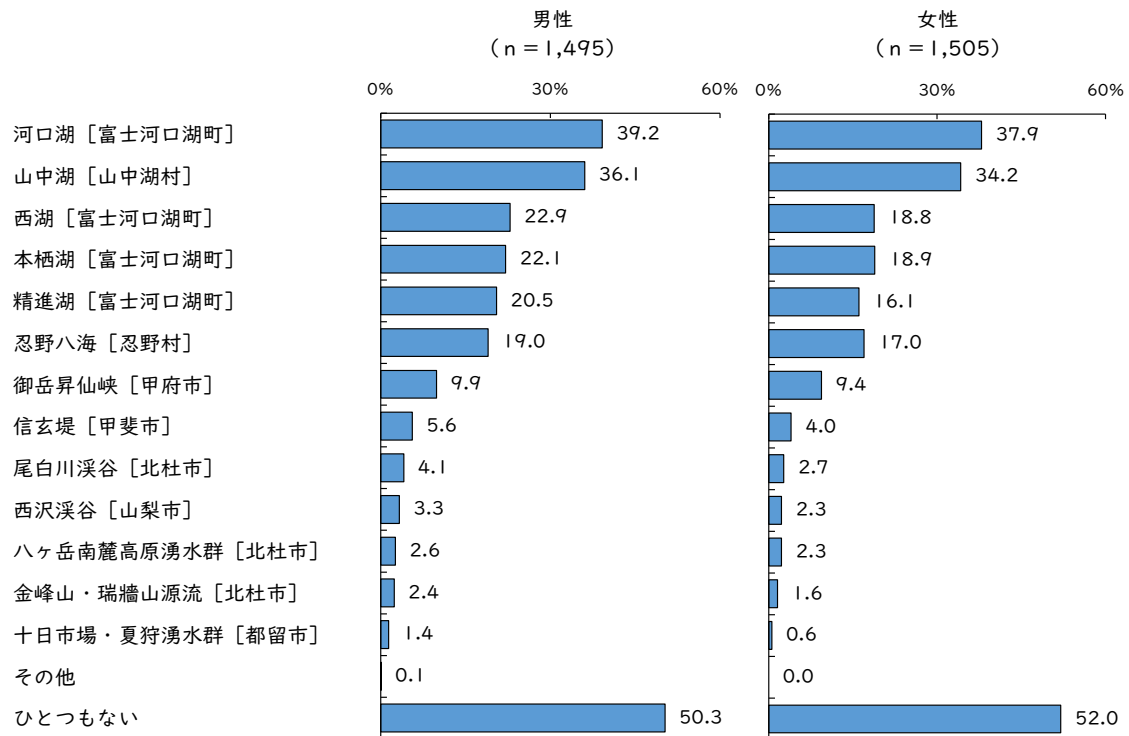
山梨県内の「水」の名所として、あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。  
(〇はいくつでも)



行ったことがある山梨県内の水の名所は、「ひとつもない」が 51.2%と最も多く、次いで「河口湖」が 38.6%、「山中湖」が 35.1%などとなっています。

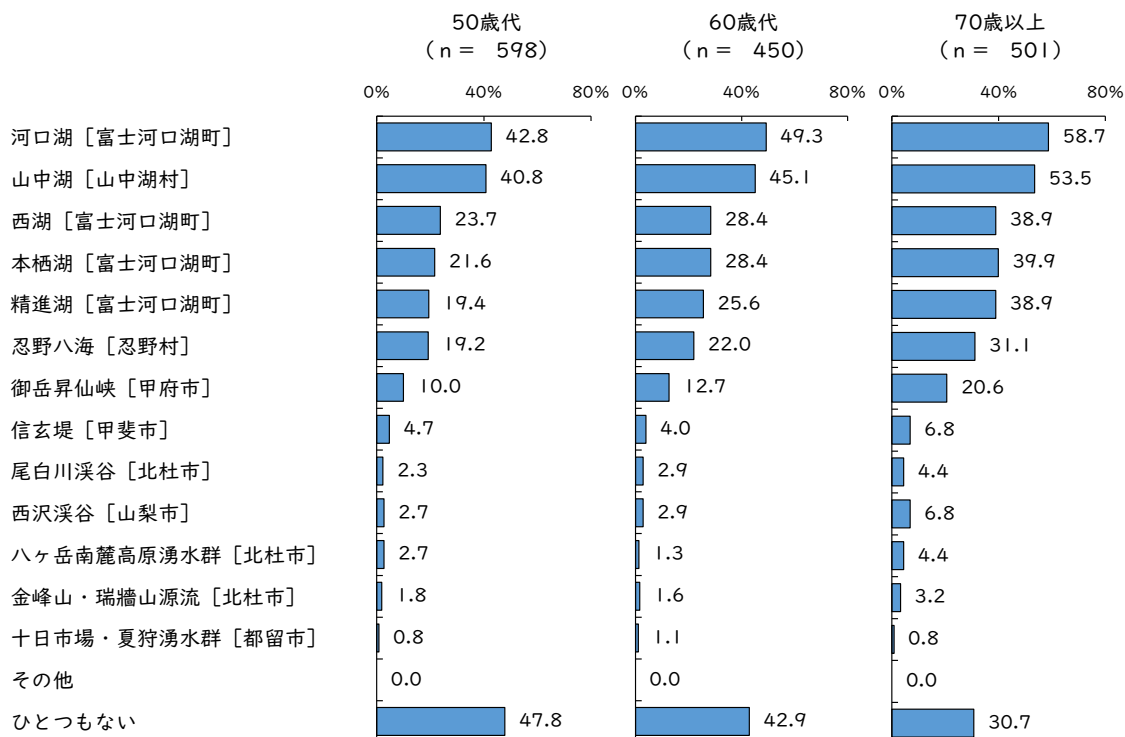
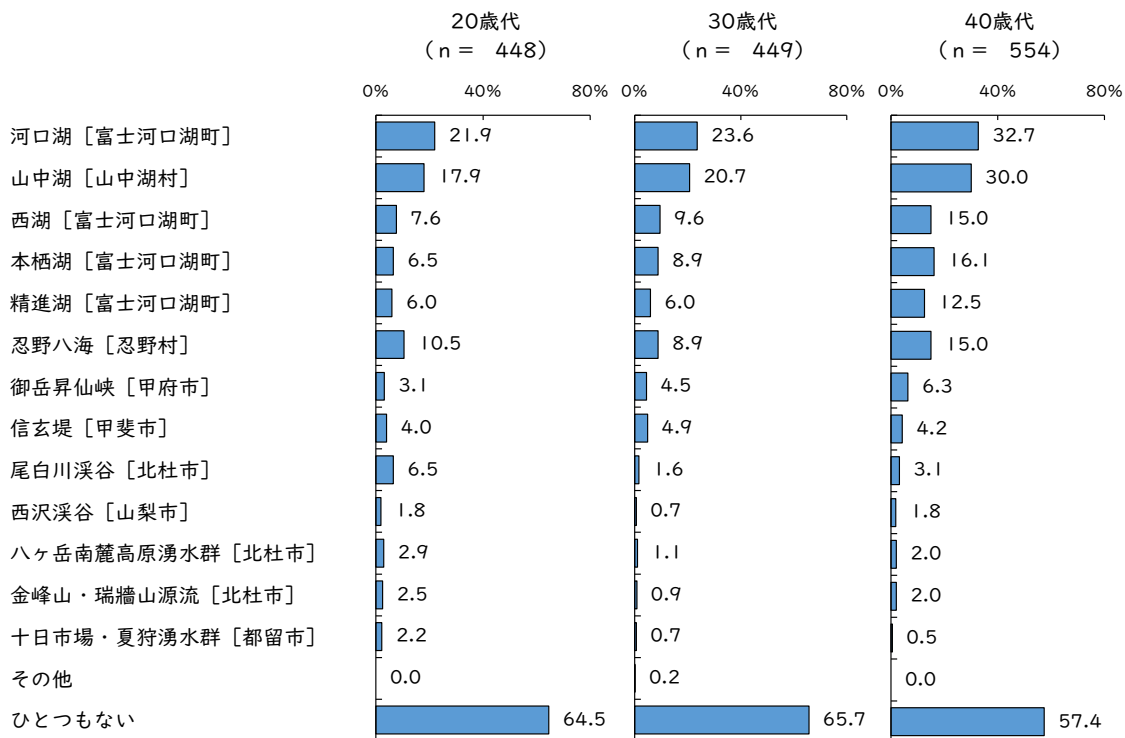
経年比較をみると、新しい調査ほど「ひとつもない」が多く、「河口湖」、「山中湖」、「西湖」、「本栖湖」、「精進湖」が少なくなる傾向がみられます。

### 《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

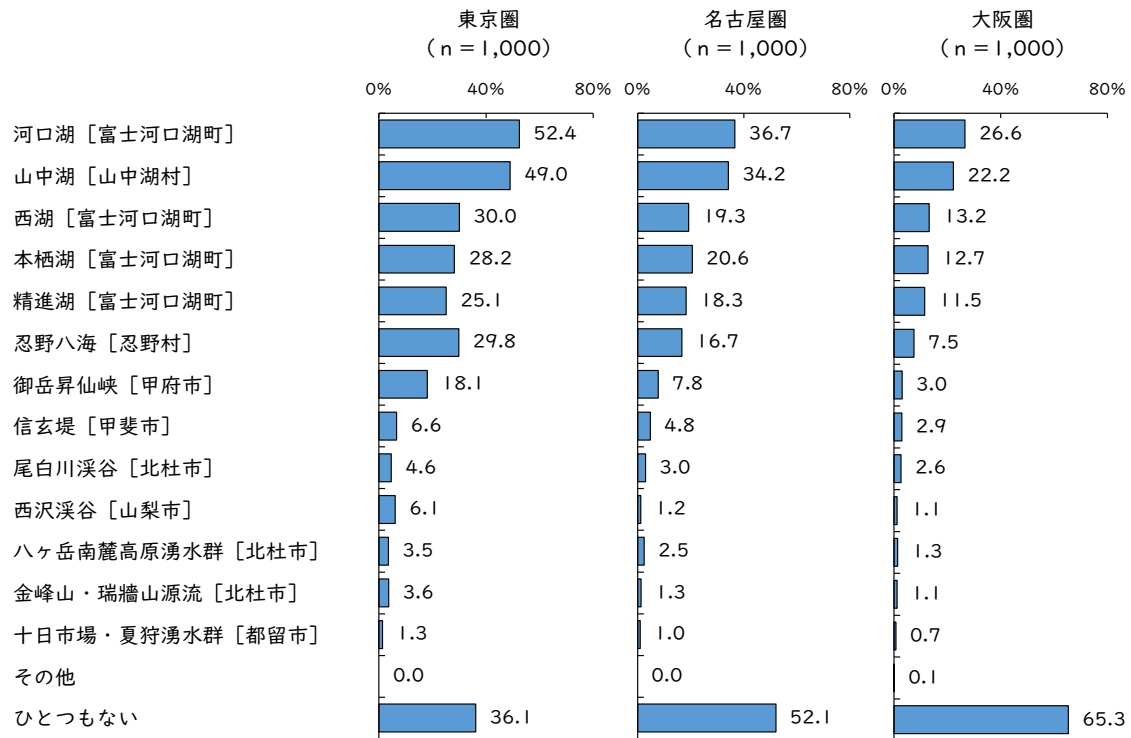
《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「河口湖」、「山中湖」、「西湖」、「本栖湖」、「御岳昇仙峡」が多くなる傾向がみられます。また、70歳以上において「精進湖」、「忍野八海」が多く、「ひとつもない」が4割を下回って少なくなっています。



### 《居住圏域別》

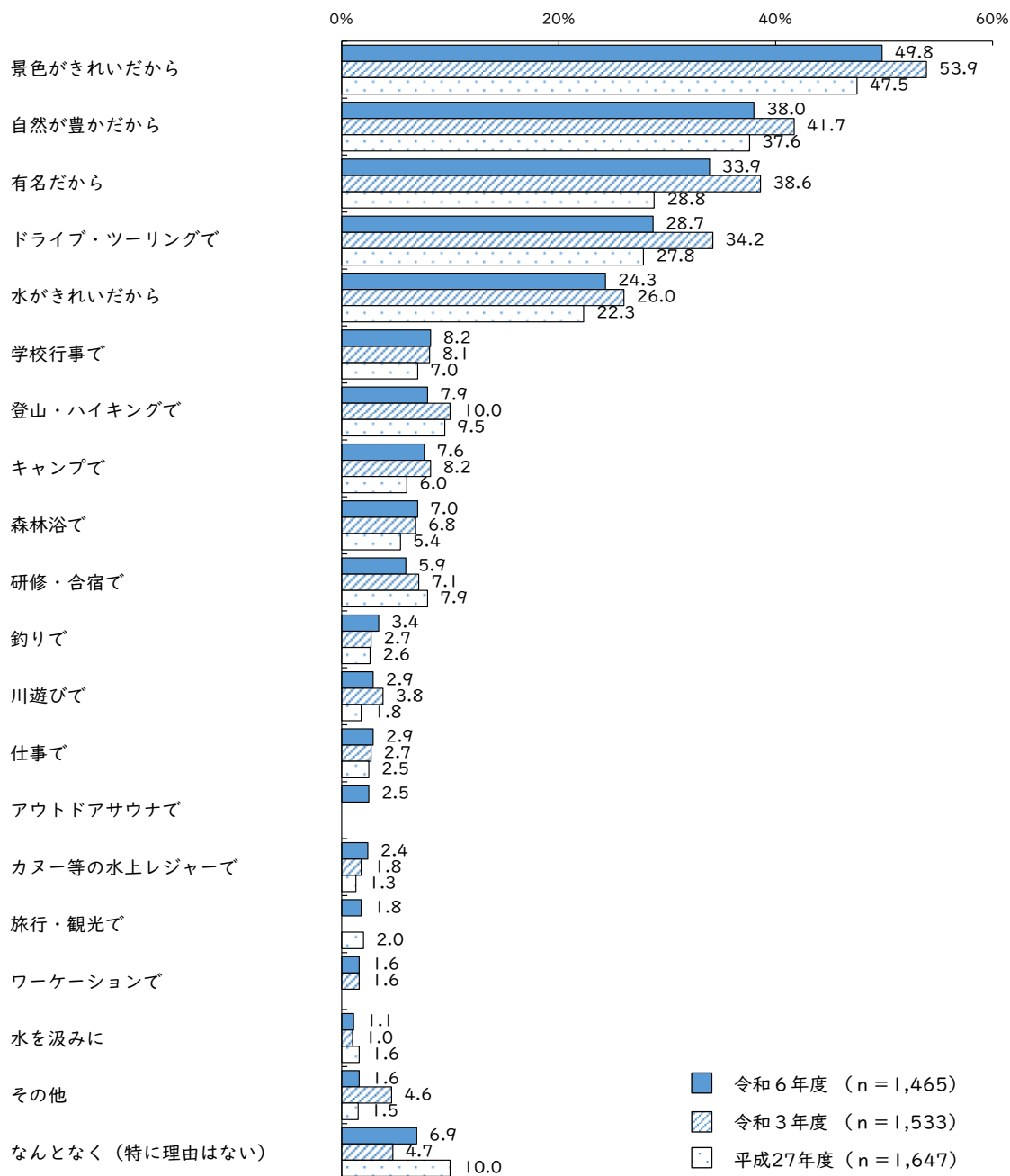


居住圏域別にみると、西に行くほど「河口湖」、「山中湖」、「西湖」、「本栖湖」、「精進湖」、「忍野八海」、「御岳昇仙峡」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。

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…1,465人)

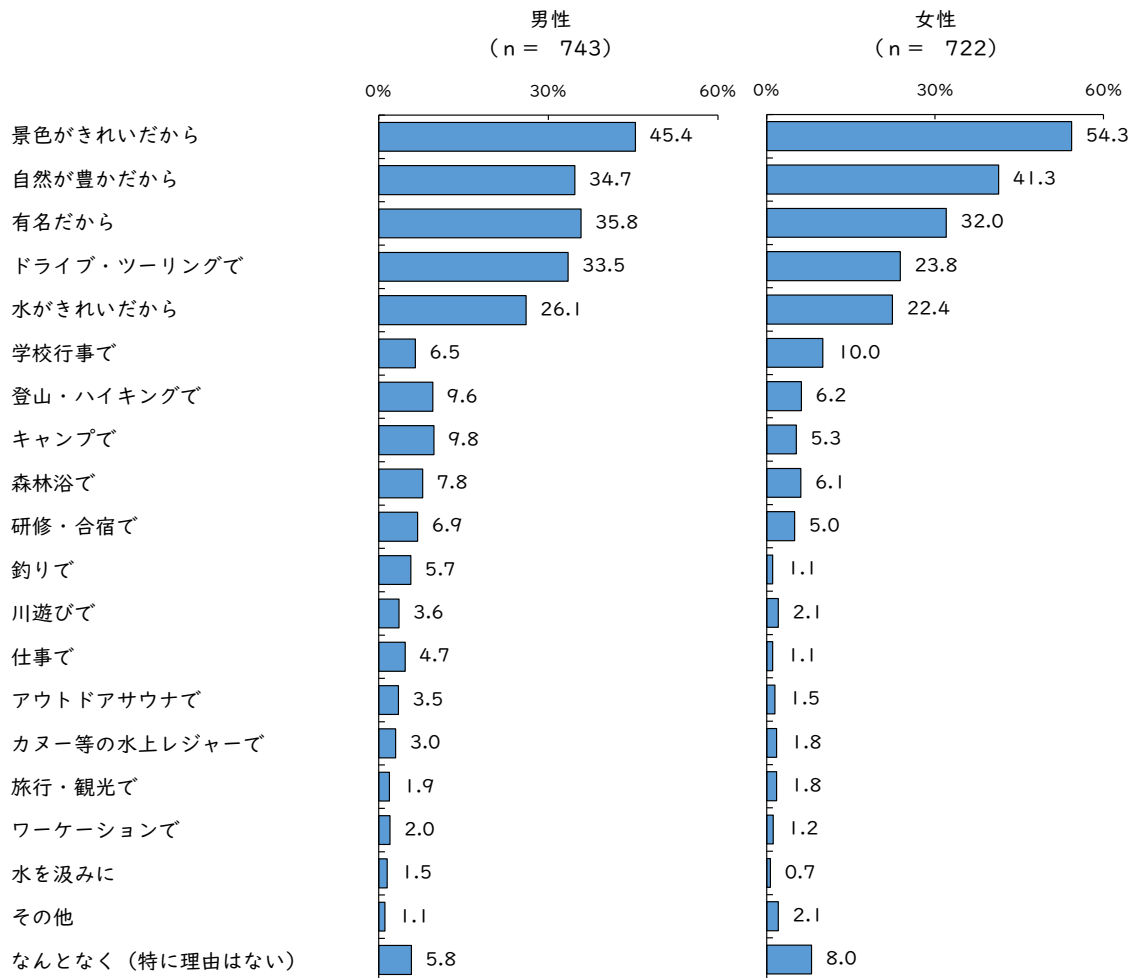


※令和3年度より「ワーケーションで」を追加しています。  
 ※令和6年度より「アウトドアサウナで」を追加しています。  
 ※平成27年度には、「パワースポットだから」という選択肢がありました。

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」が49.8%と最も多く、次いで「自然が豊かだから」が38.0%、「有名だから」が33.9%などとなっています。

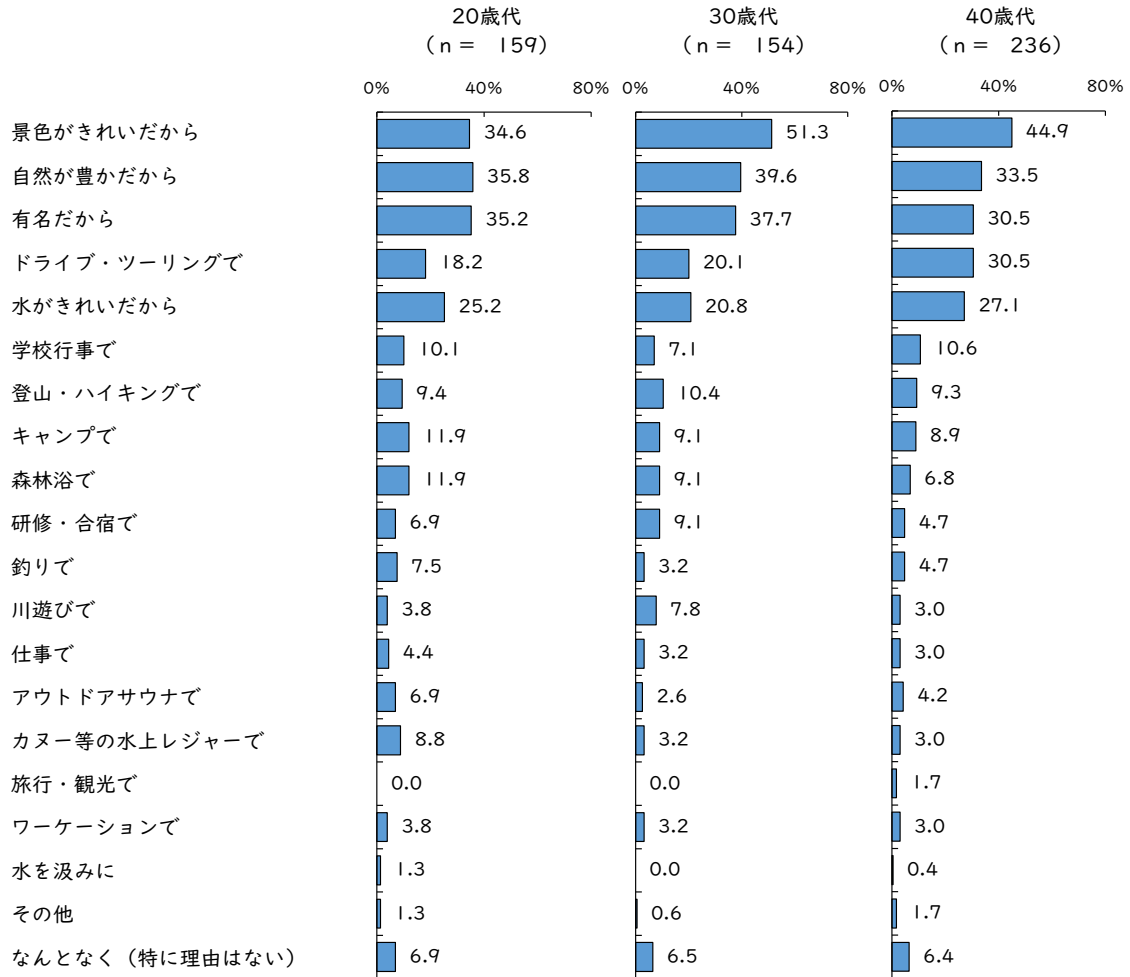
経年比較をみると、令和3年度において「景色がきれいだから」、「ドライブ・ツーリングで」が多かったものの、令和6年度においては少なくなっています。また、令和3年度以降「有名だから」が3割を超えて多くなっています。

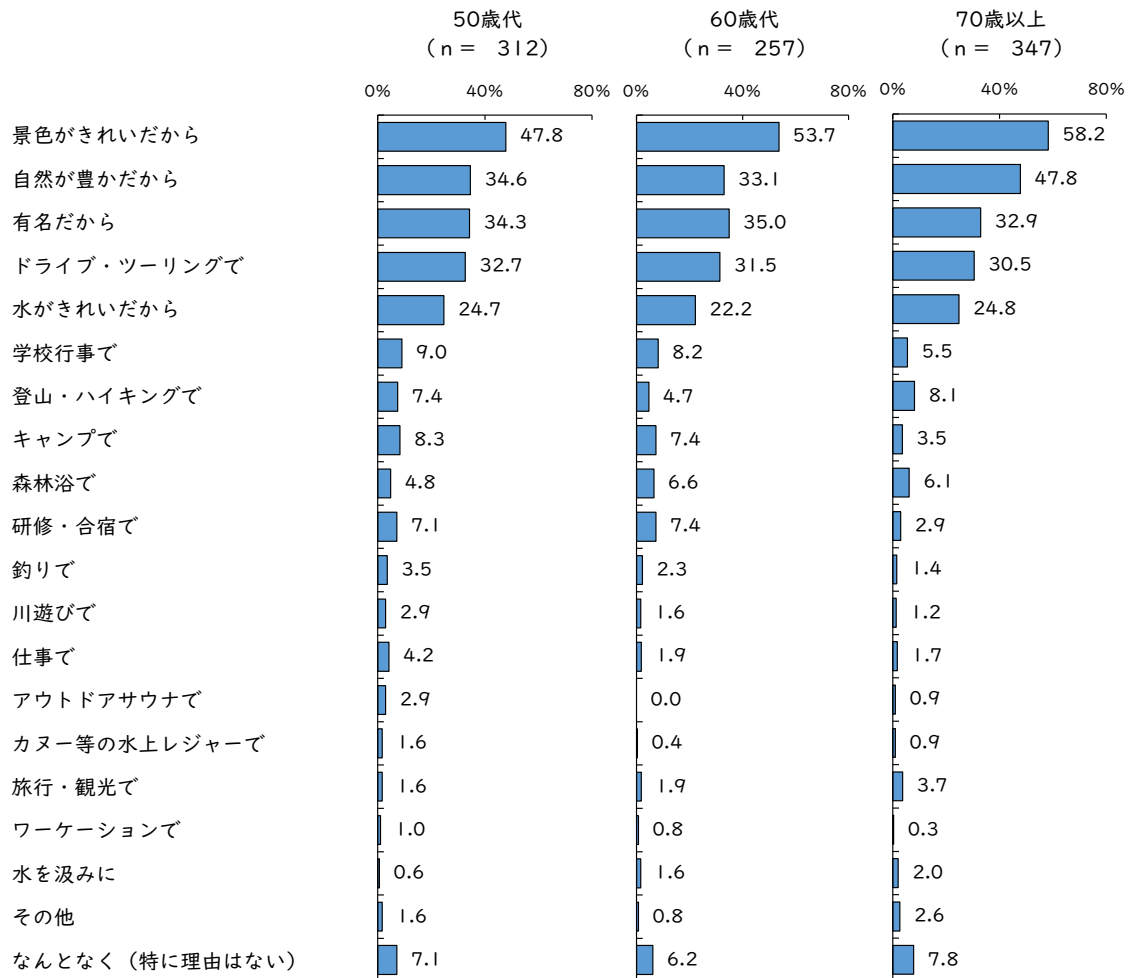
### 「性別」



性別にみると、男性において「ドライブ・ツーリングで」が女性より多く、女性において「景色がきれいだから」、「自然が豊かだから」が男性より多くなっています。

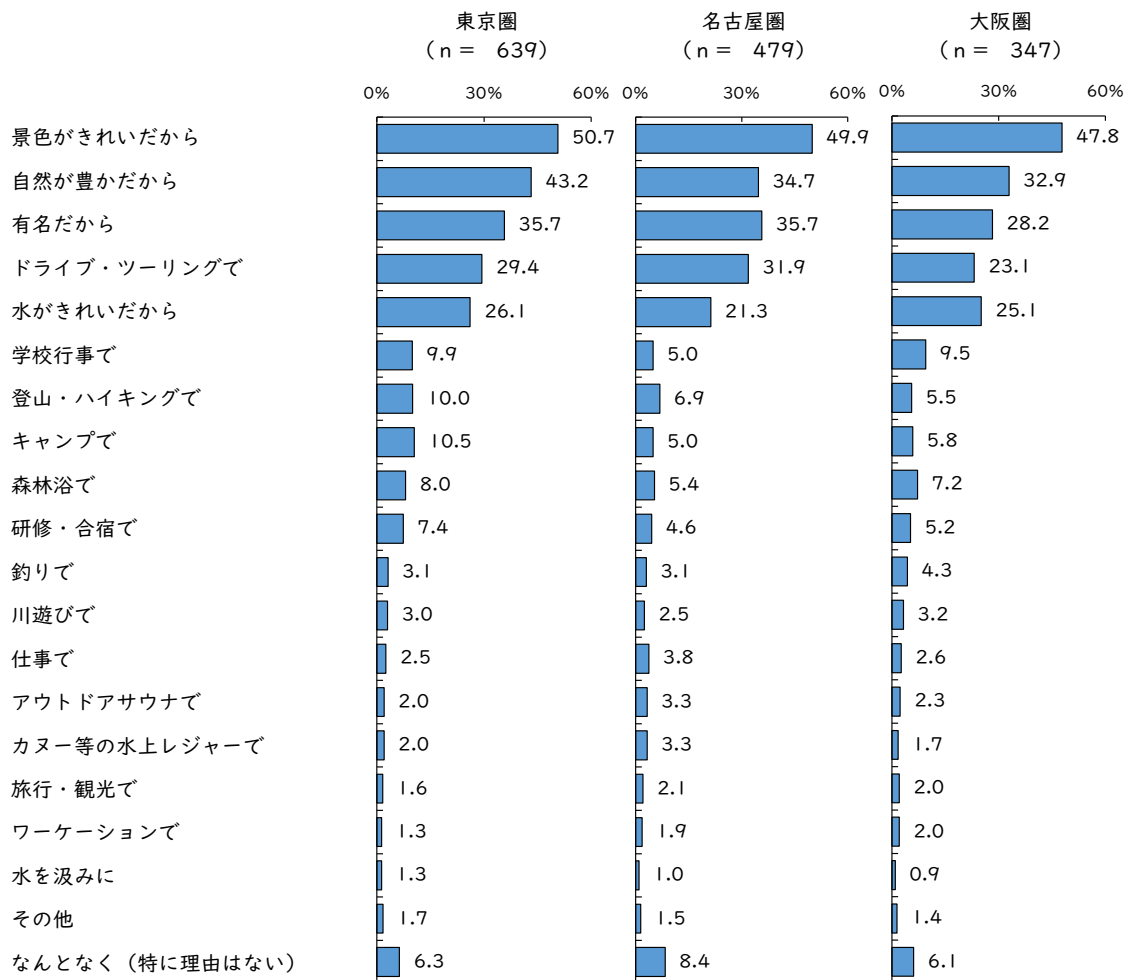
《年代別》





年代別にみると、年代が高くなるほど「キャンプで」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「景色がきれいだから」、「ドライブ・ツーリングで」が少なく、70歳以上において「自然が豊かだから」が4割を超えて多くなっています。

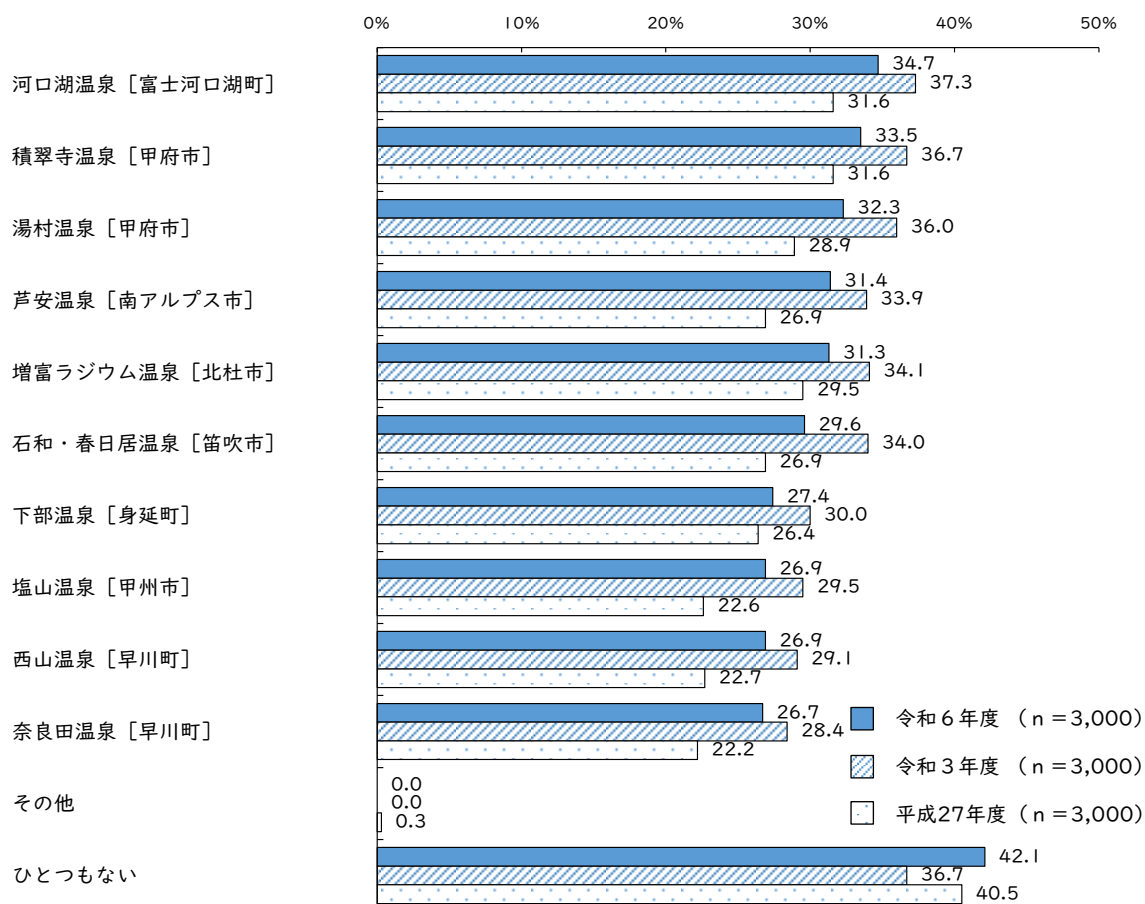
《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「自然が豊かだから」が少なくなる傾向がみられます。また、名古屋圏において「ドライブ・ツーリングで」が3割を超えて多く、大阪圏において「有名だから」が3割を下回って少なくなっています。

## 問10(1)

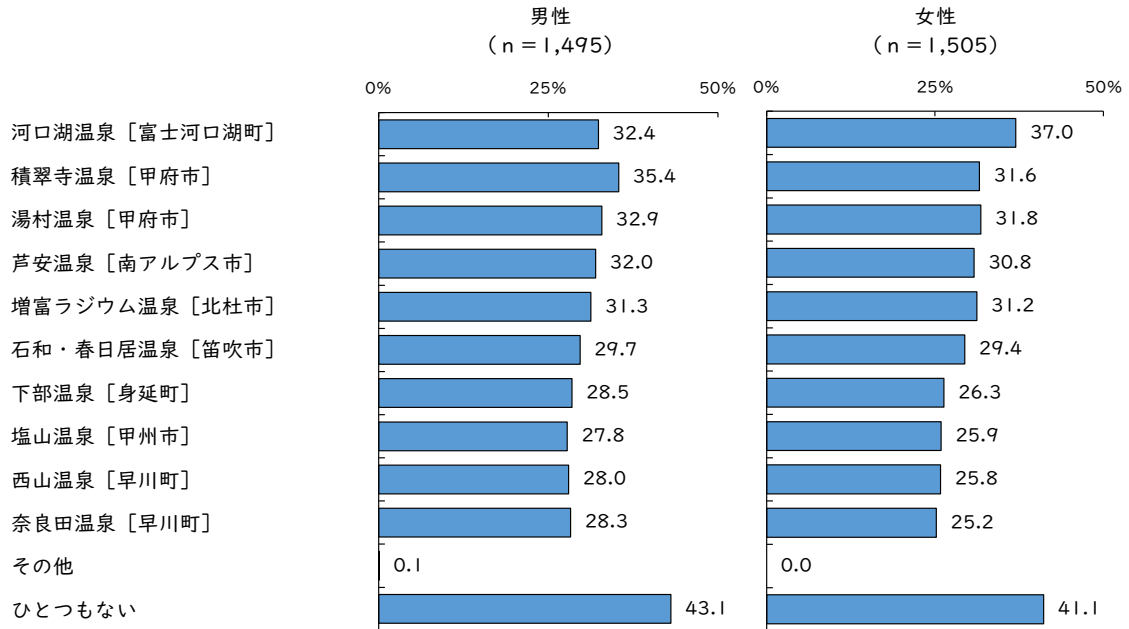
山梨県内の温泉地として、あなたが行ってみたい場所（再訪を含む）をすべて教えてください。  
（〇はいくつでも）



行ってみたい山梨県内の温泉地は、「ひとつもない」が42.1%と最も多く、次いで「河口湖温泉」が34.7%、「積翠寺温泉」が33.5%などとなっています。

経年比較をみると、令和3年度以降「湯村温泉」、「芦安温泉」が3割を超えて多くなっています。また、令和3年度において「石和・春日居温泉」が3割を超えていたものの、令和6年度においては3割を下回っています。

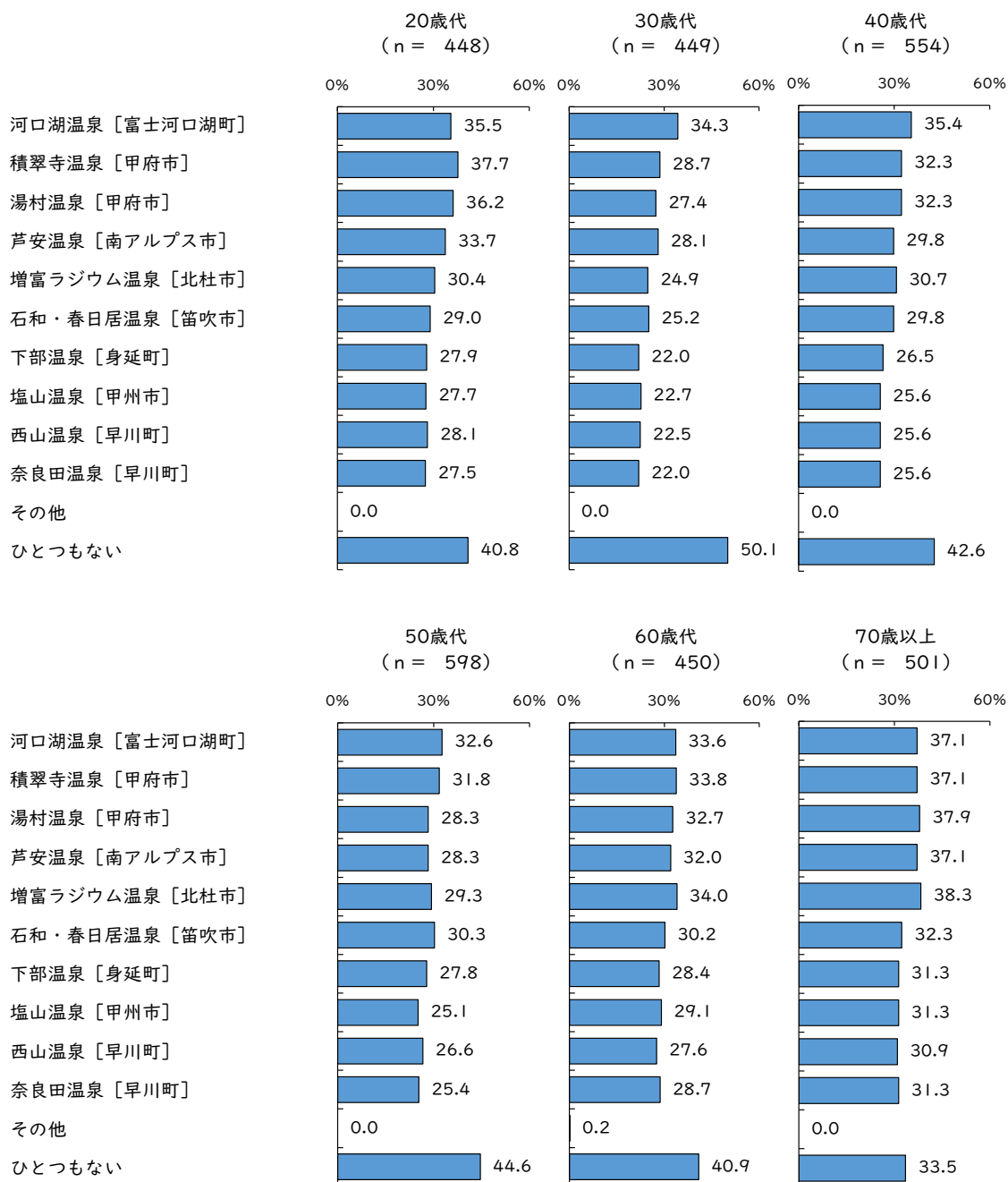
《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

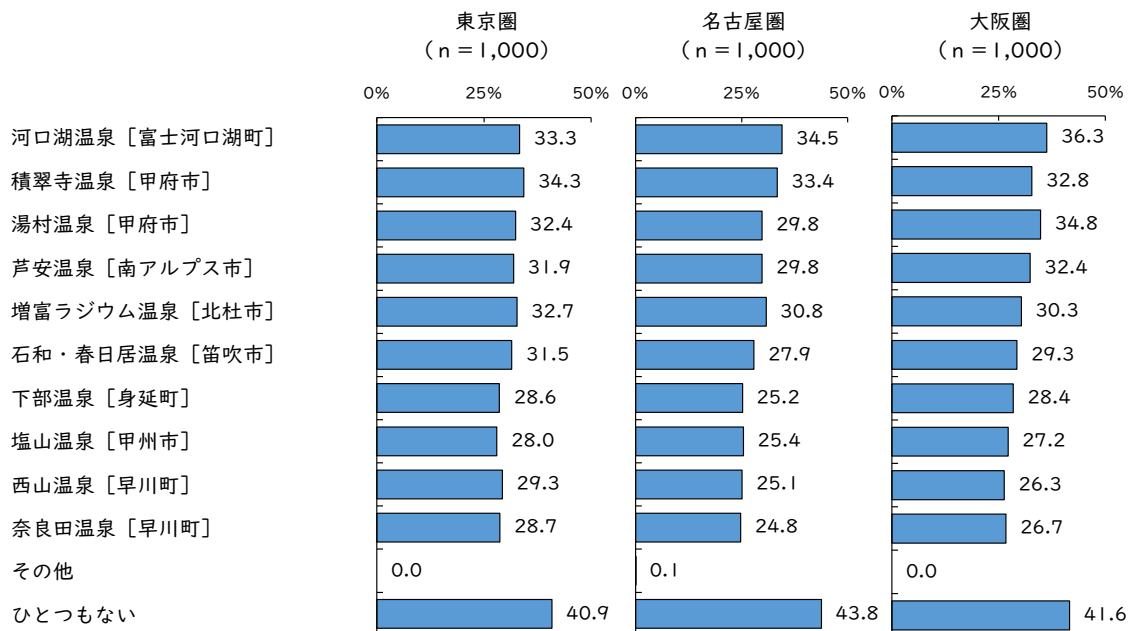


### 《年代別》



年代別にみると、20歳代・60歳代・70歳以上において「芦安温泉」が3割を超えて多く、30歳代・50歳代において「湯村温泉」、「増富ラジウム温泉」が少なくなっています。また、70歳以上において「下部温泉」、「奈良田温泉」が多く、「ひとつもない」が4割を下回って少なくなっています。

《居住圏域別》

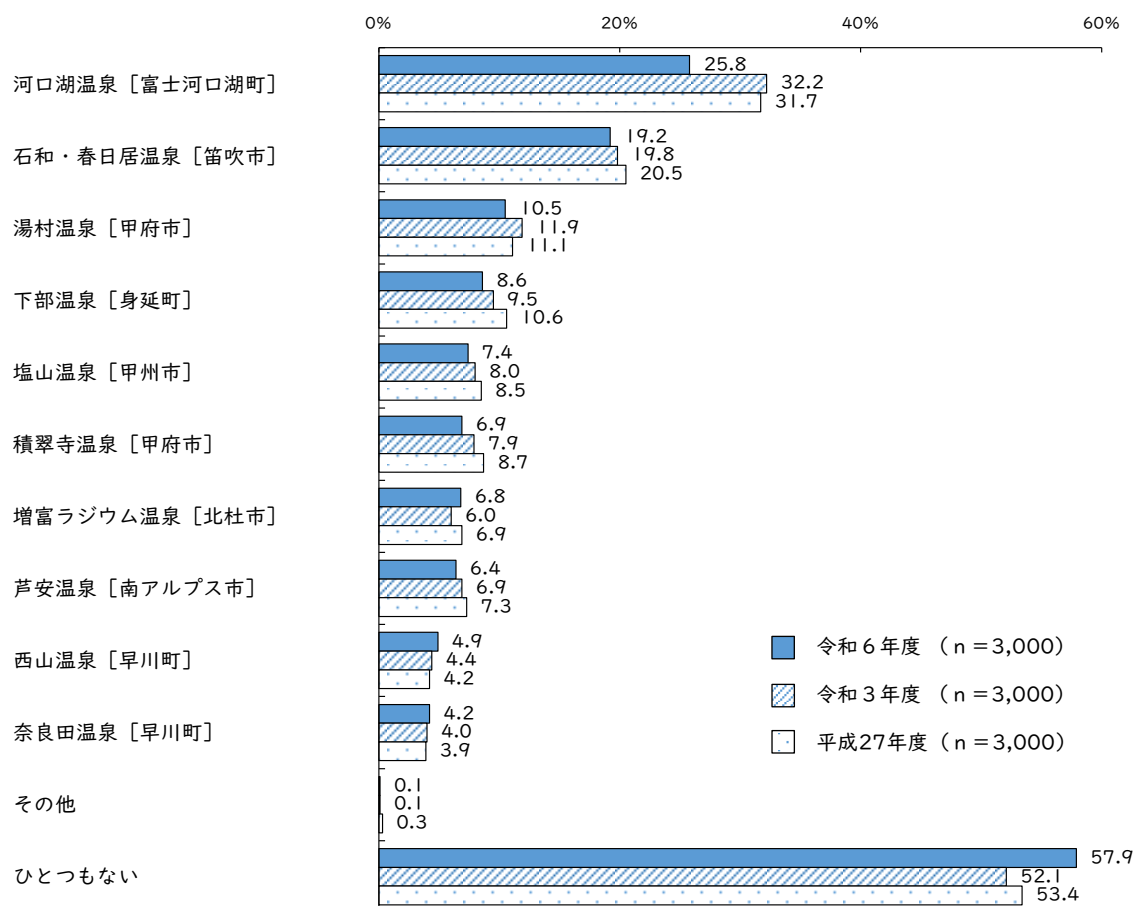


居住圏域別にみると、名古屋圏において「湯村温泉」が3割を下回って少なくなっています。

## 問10(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。

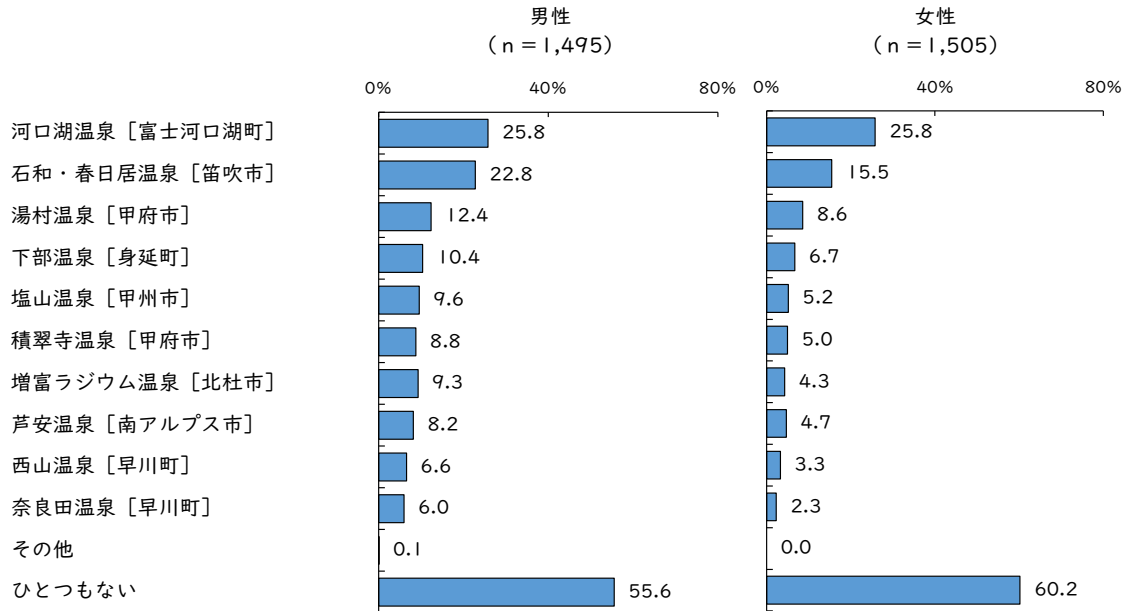
(○はいくつでも)



知っている山梨県内の温泉地は、「ひとつもない」が 57.9%と最も多く、次いで「河口湖温泉」が 25.8%、「石和・春日居温泉」が 19.2%などとなっています。

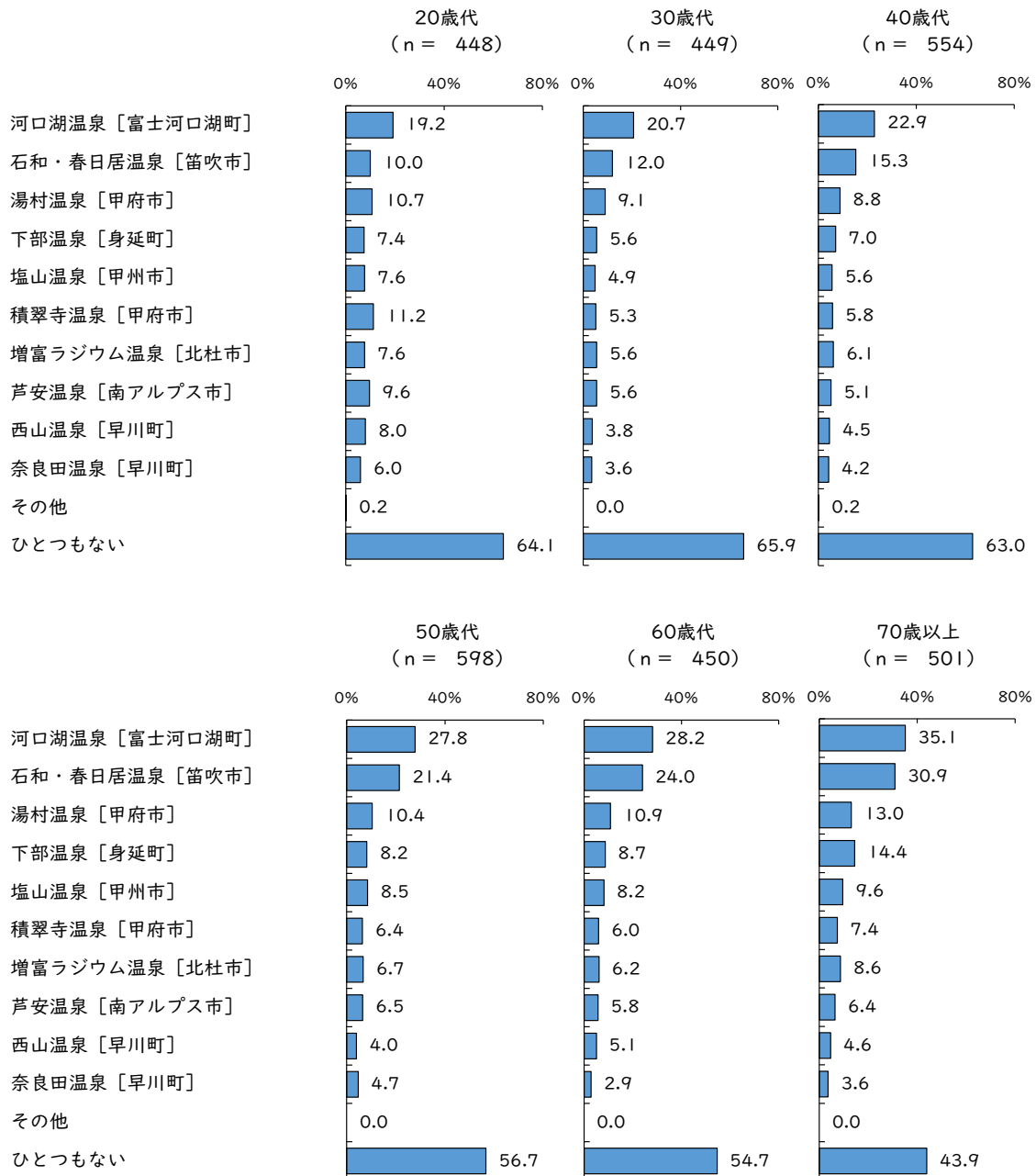
経年比較をみると、令和3年度まで「河口湖温泉」が3割を超えていたものの、令和6年度においては3割を下回っています。

《性別》



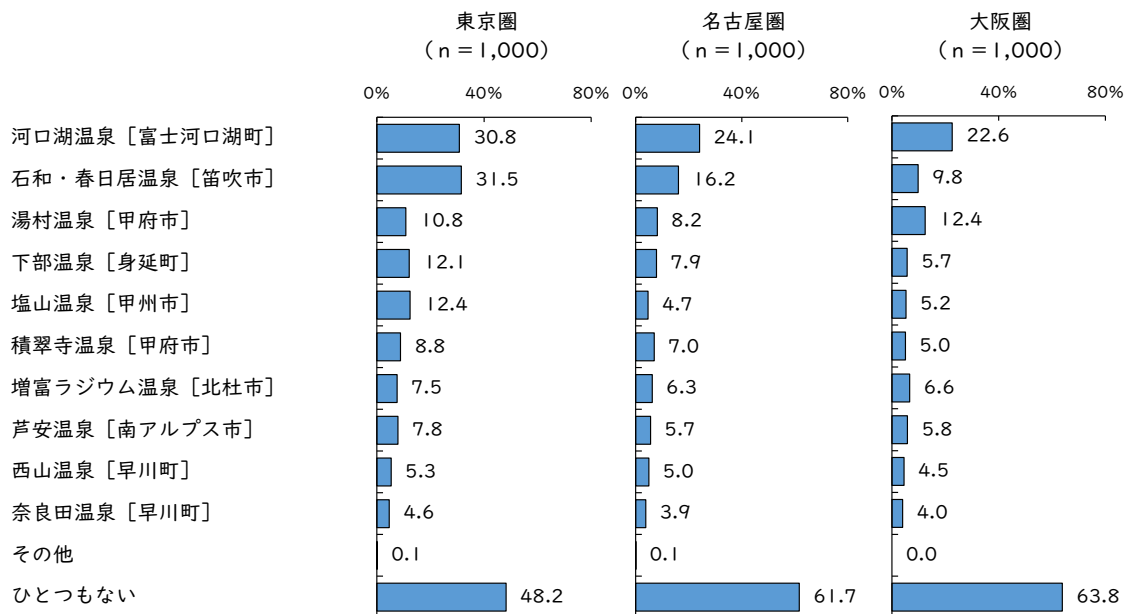
性別にみると、男性において「石和・春日居温泉」、「増富ラジウム温泉」が女性より多くなっています。

### 《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」が多くなる傾向がみられます。また、70歳以上において「下部温泉」が1割を超えて多く、「ひとつもない」が半数を下回って少なくなっています。

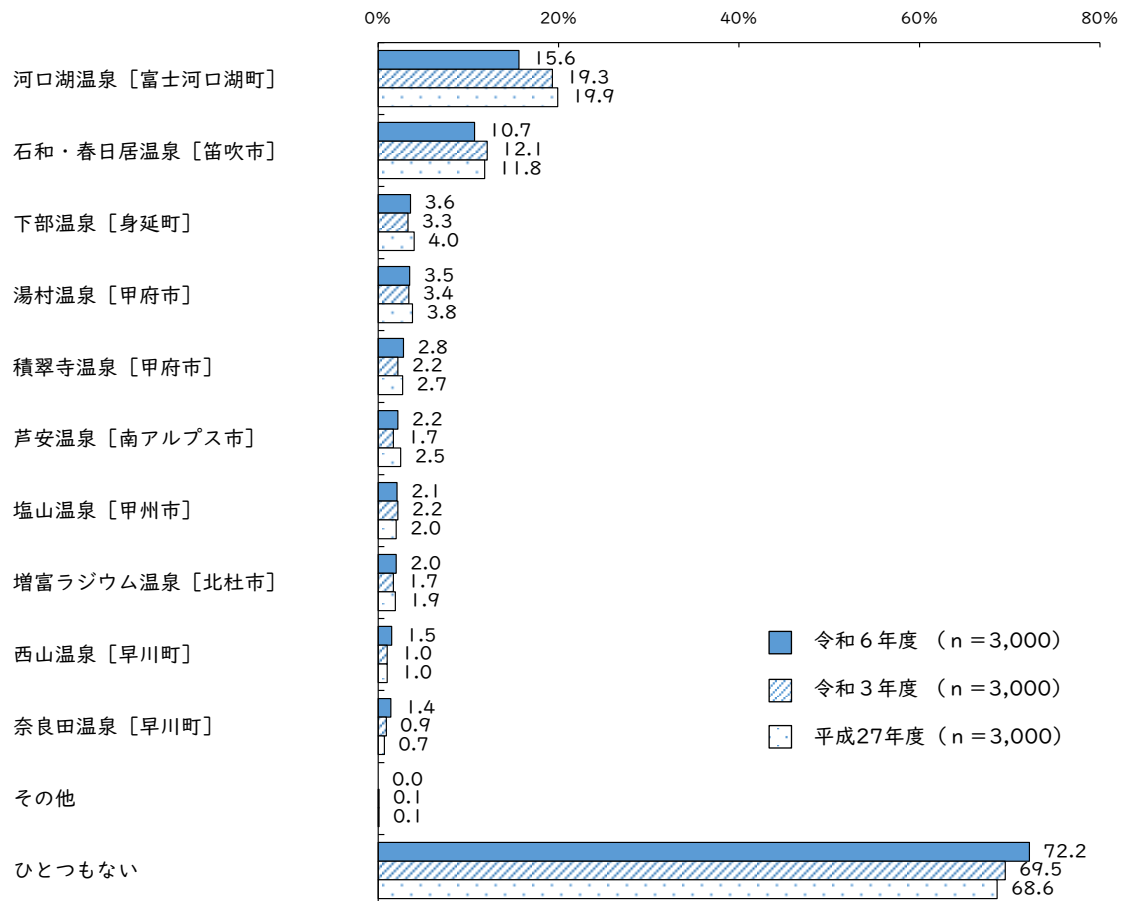
《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」、「下部温泉」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「塩山温泉」が1割を超えて多くなっています。

## 問10(3)

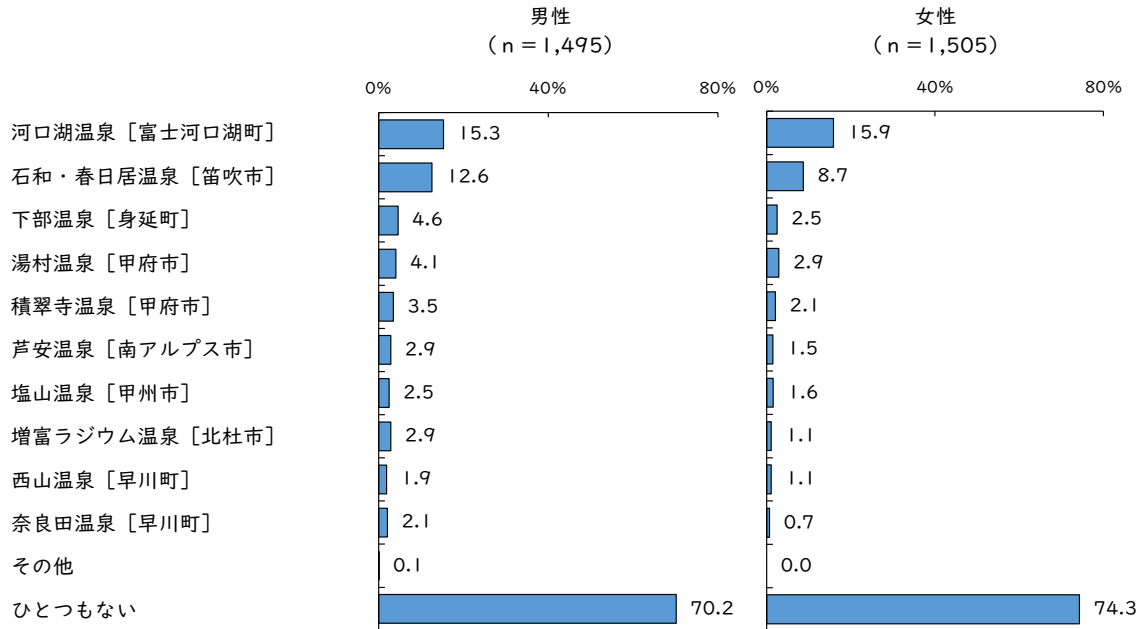
山梨県内の温泉地として、あなたが行ったことがある場所をすべて教えてください。  
(〇はいくつでも)



行ったことがある山梨県内の温泉地は、「ひとつもない」が72.2%と最も多く、次いで「河口湖温泉」が15.6%、「石和・春日居温泉」が10.7%などとなっています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

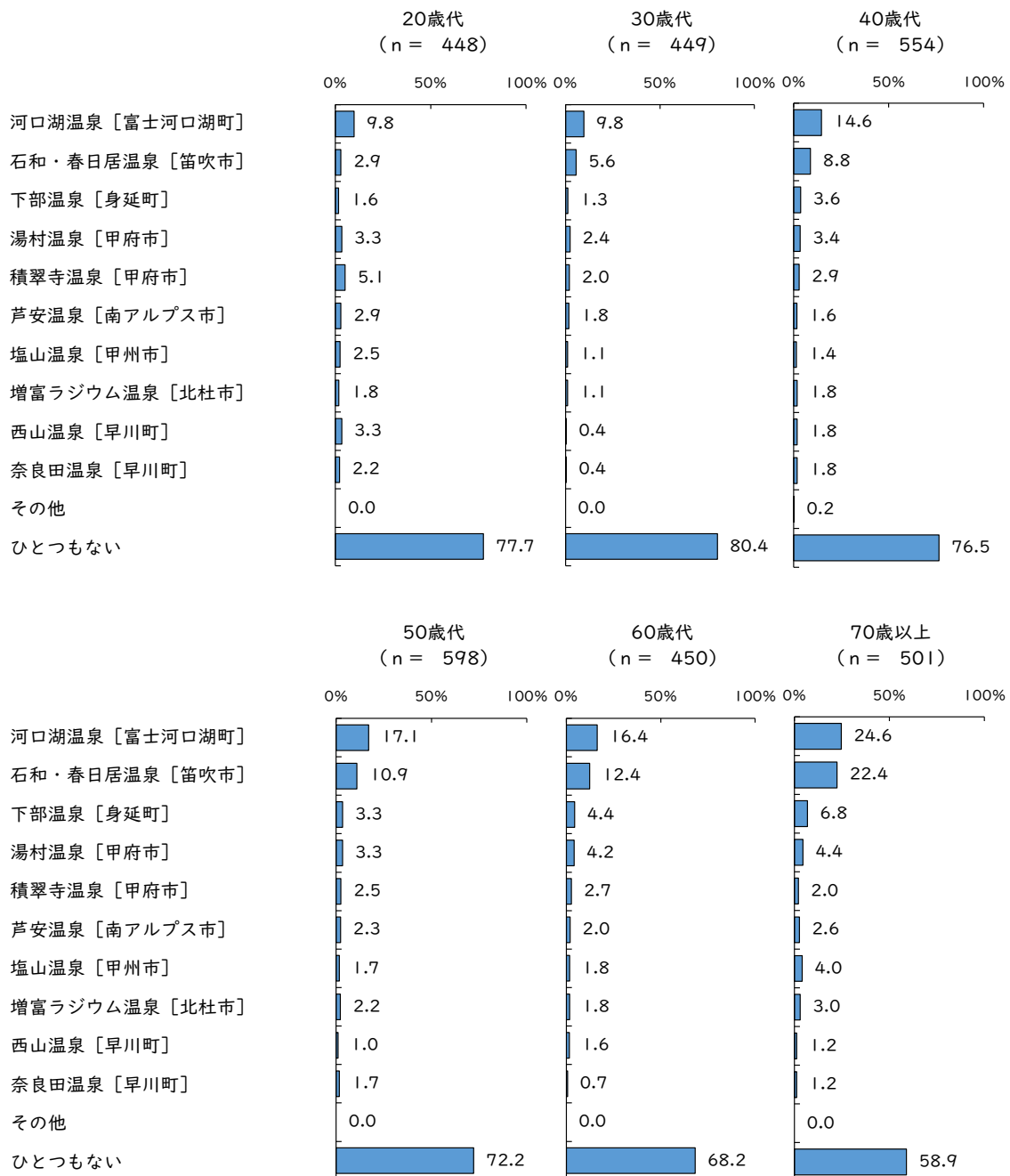
《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

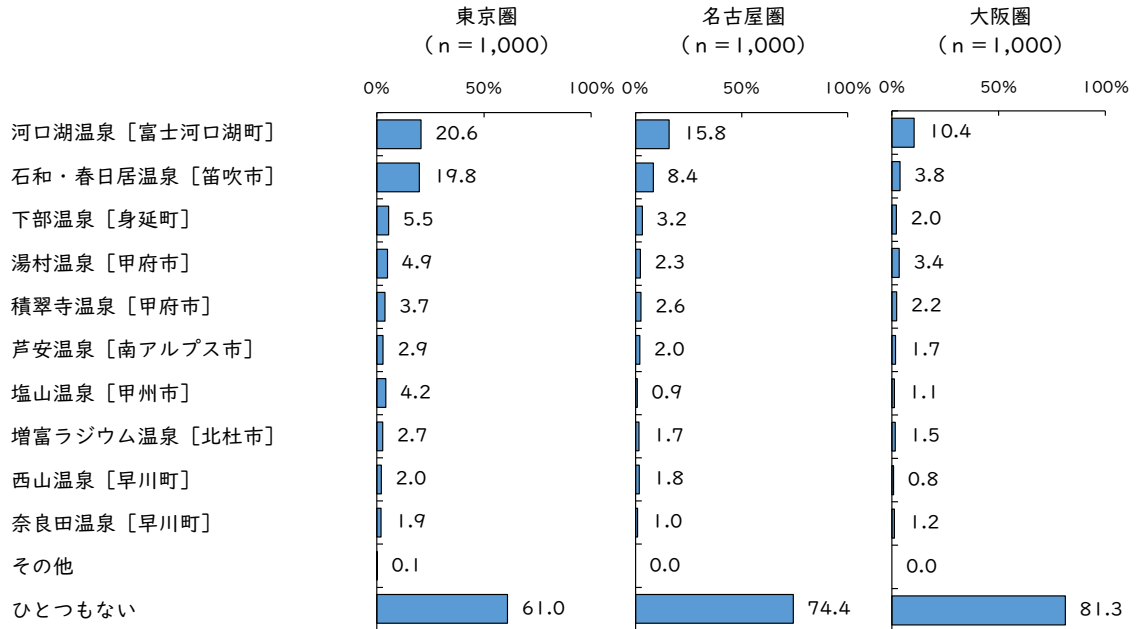


### 《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「石和・春日居温泉」が多くなる傾向がみられます。また、70歳以上において「河口湖温泉」が2割を超えて多く、「ひとつもない」が6割を下回って少なくなっています。

《居住圏域別》

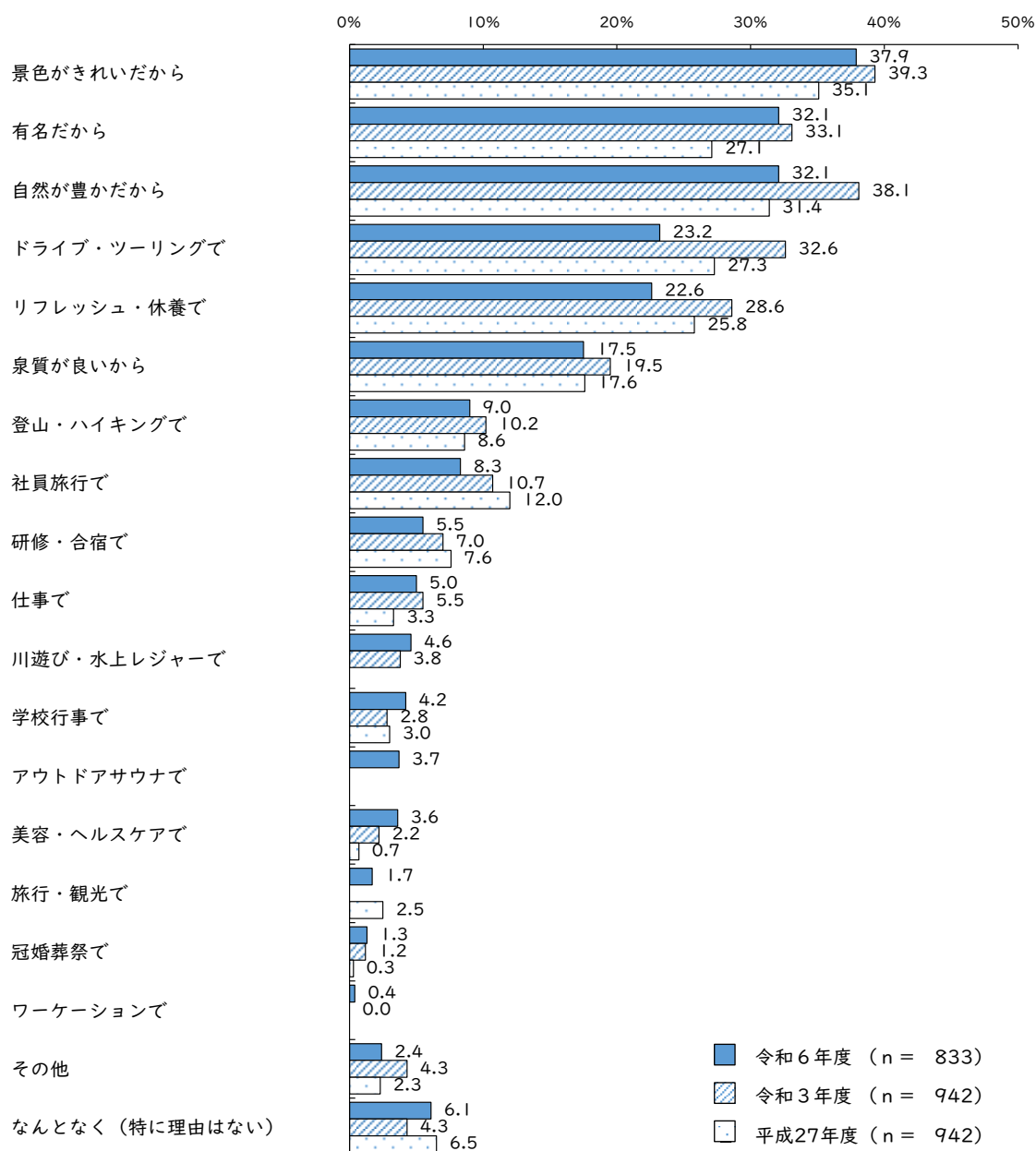


居住圏域別にみると、西に行くほど「河口湖温泉」、「石和・春日居温泉」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。

## 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…833 人)



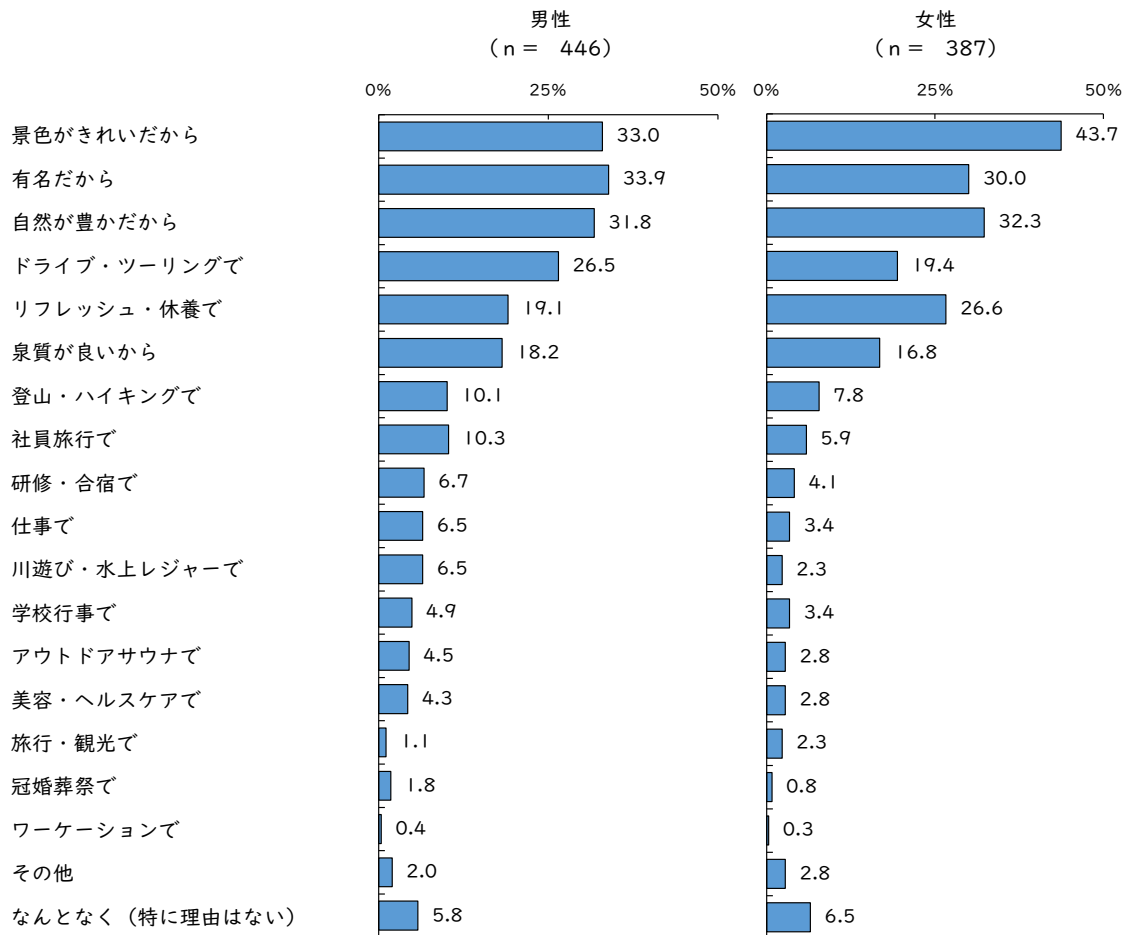
※令和3年度より「川遊び・水上レジャーで」、「ワーケーションで」を追加しています。

※令和6年度より「アウトドアサウナで」を追加しています。

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」が37.9%と最も多く、次いで「有名だから」、「自然が豊かだから」がそれぞれ32.1%、「ドライブ・ツーリングで」が23.2%などとなっています。

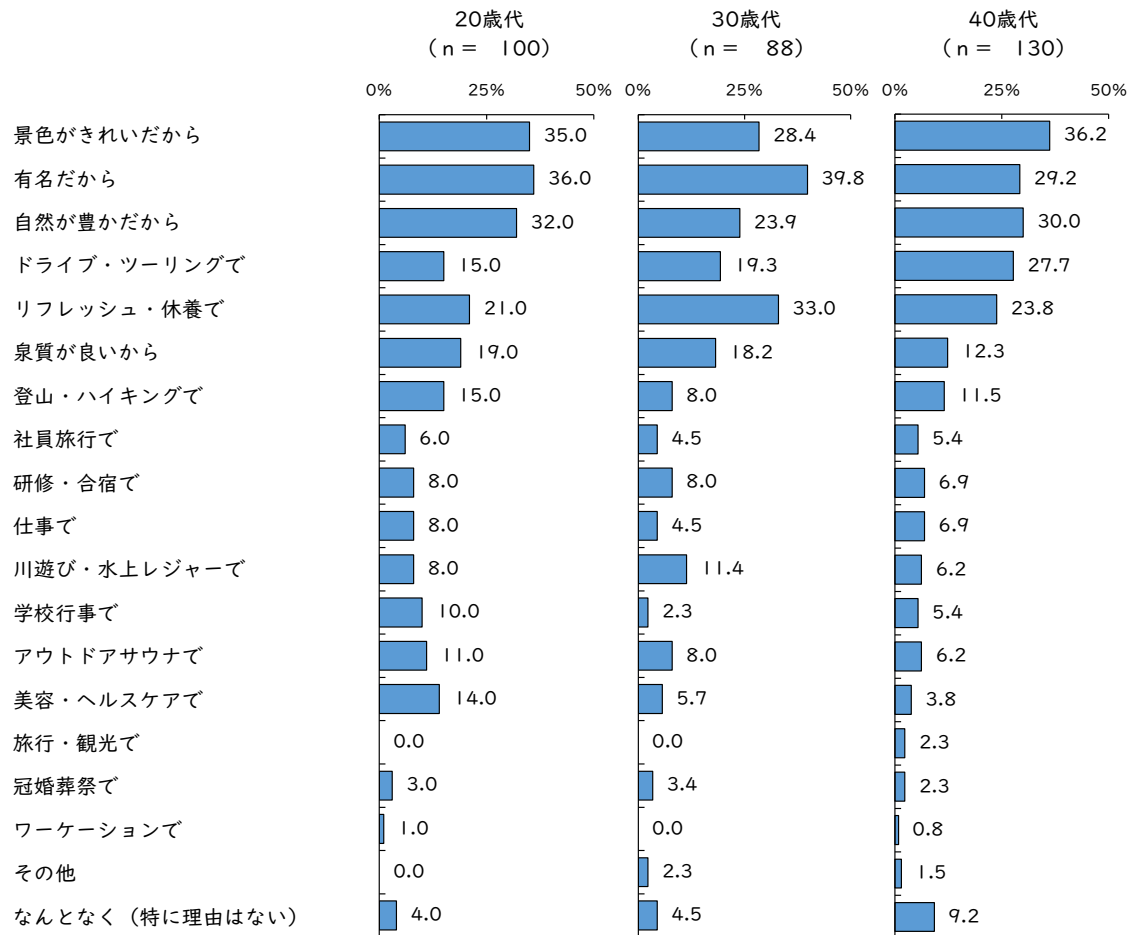
経年比較をみると、令和3年度以降「有名だから」が3割を超えて多くなっています。また、令和3年度において「ドライブ・ツーリングで」が3割を超えていたものの、令和6年度においては3割を下回っています。

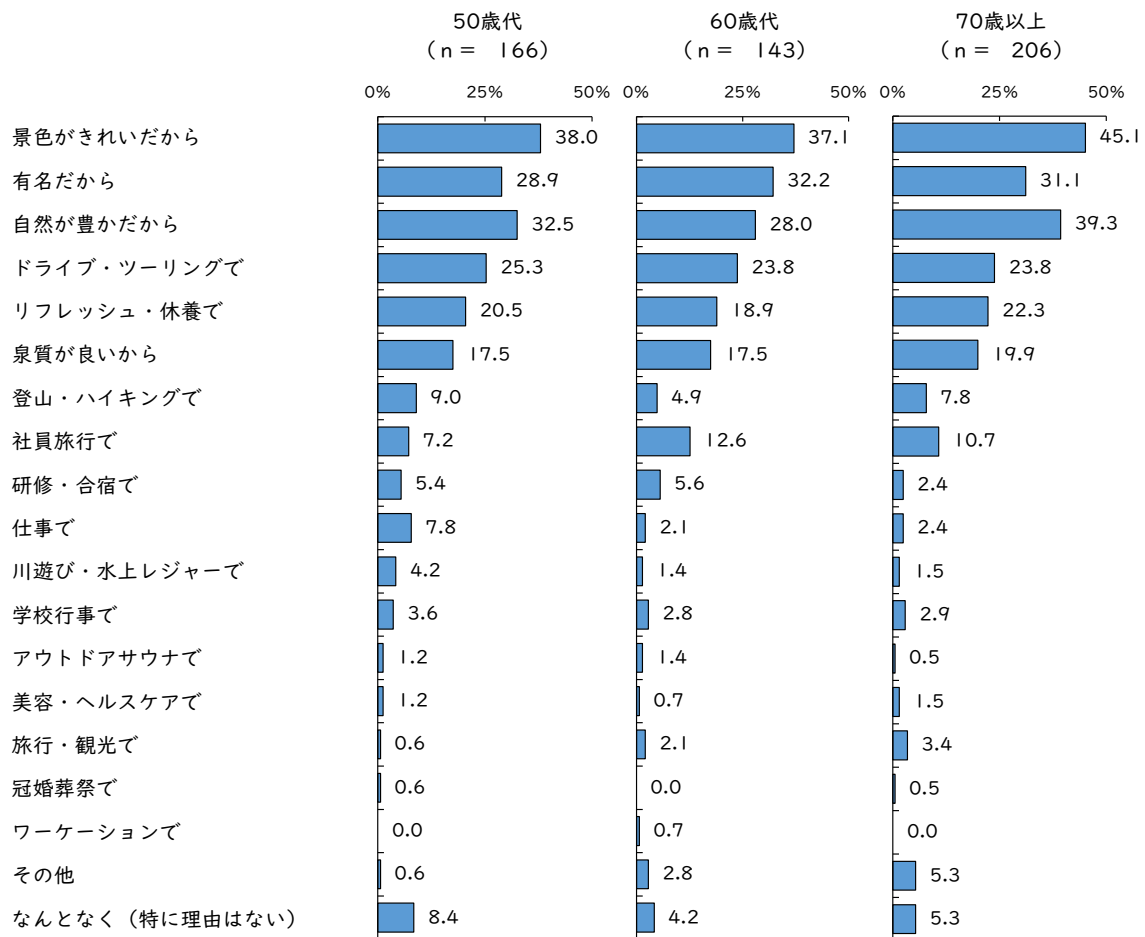
《性別》



性別にみると、男性において「ドライブ・ツーリングで」が女性より多く、女性において「景色がきれいだから」、「リフレッシュ・休養で」が男性より多くなっています。

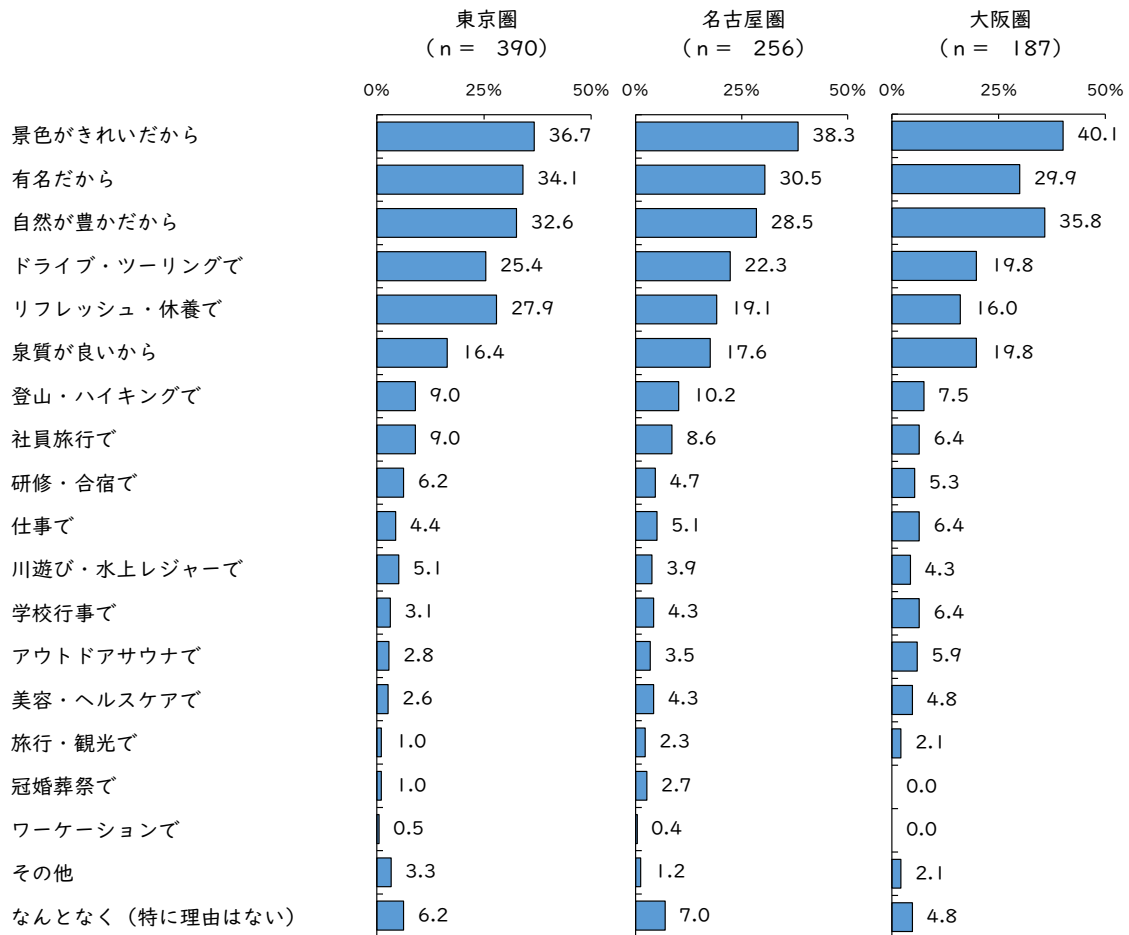
### 《年代別》





年代別にみると、20歳代において「美容・ヘルスケアで」が1割を超えて多く、30歳代・60歳代において「自然が豊かだから」が3割を下回って少なくなっています。また、30歳代において「景色がきれいだから」が3割を下回って少なく、「リフレッシュ・休養で」が3割を超えて多くなっています。

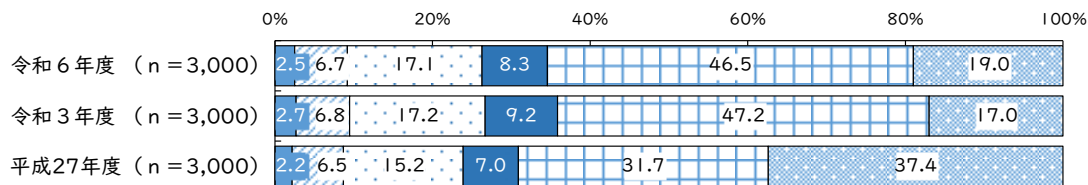
### ◀居住圏域別▶



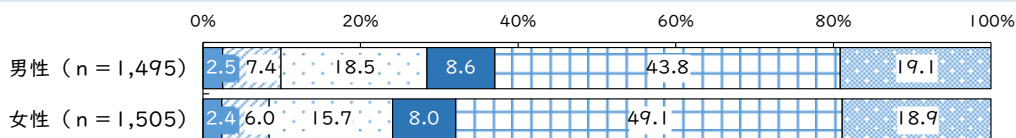
居住圏域別にみると、西に行くほど「ドライブ・ツーリングで」、「リフレッシュ・休養で」が少なくなる傾向がみられます。また、名古屋圏において「自然が豊かだから」が3割を下回って少なくなっています。

問12(1)

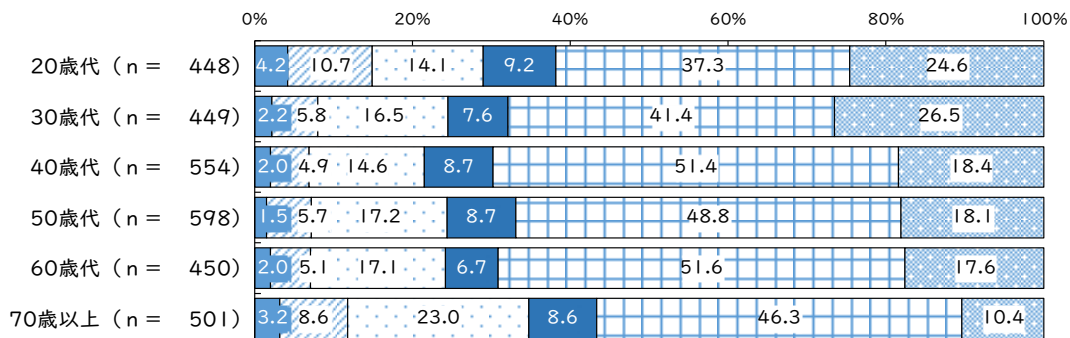
山梨県内の「水」の名所の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。(〇は1つ)



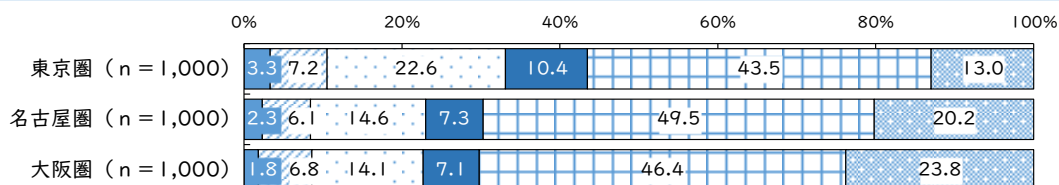
《性別》



《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、「それ以下の頻度」が46.5%と最も多く、次いで「見聞きしたことはない(知らない)」が19.0%、「年に1~2回程度」が17.1%などとなっています。

経年比較をみると、令和3年度以降「それ以下の頻度」が4割を超えて多く、「見聞きしたことはない(知らない)」が2割を下回って少なくなっています。

性別にみると、女性において「それ以下の頻度」が男性より多くなっています。

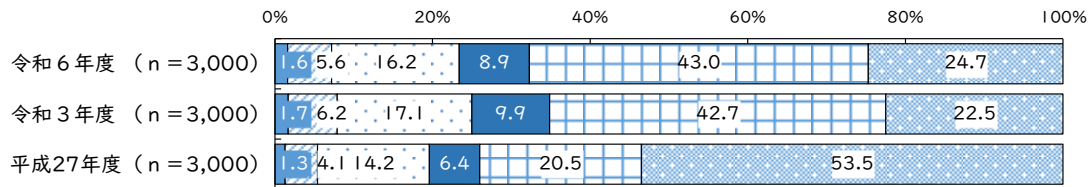
年代別にみると、20歳代において「2~3か月に1回程度」が1割を超えて多く、「それ以下の頻度」が4割を下回って少なくなっています。また、30歳代以下において「見聞きしたことはない(知らない)」が2割を超えて多く、70歳以上において「年に1~2回程度」が2割を超えて多くなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

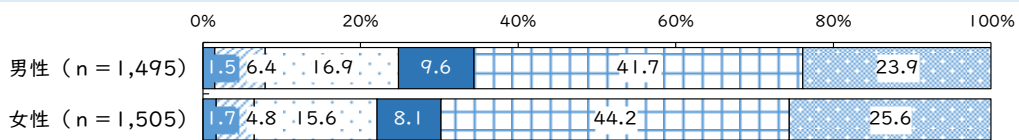


問12(2)

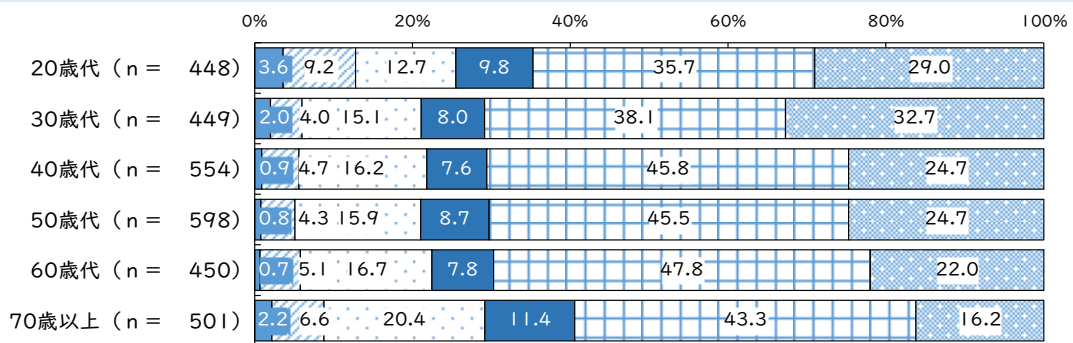
山梨県内の温泉地の情報をどのくらいの頻度で見聞きしたことがありますか。(〇は1つ)



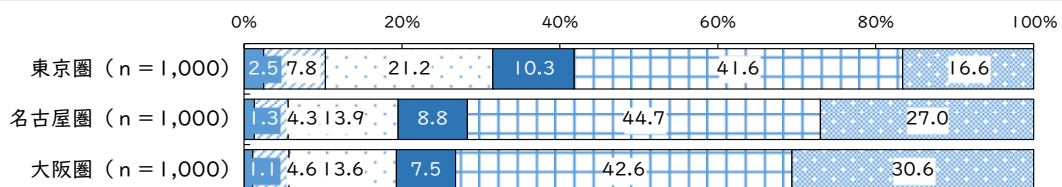
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



- 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)

山梨県内の温泉地の情報を見聞きした頻度は、「それ以下の頻度」が43.0%と最も多く、次いで「見聞きしたことはない(知らない)」が24.7%、「年に1~2回程度」が16.2%などとなっています。

経年比較をみると、新しい調査ほど「それ以下の頻度」が多くなる傾向がみられます。また、令和3年度以降「見聞きしたことはない(知らない)」が3割を下回って少なくなっています。

性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、30歳代以下において「それ以下の頻度」が4割を下回って少なくなっています。また、70歳以上において「年に1~2回程度」が2割を超えて多く、「見聞きしたことはない(知らない)」が2割を下回って少なくなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

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)

	令和6年度	令和3年度	平成27年度
n	3,000	3,000	3,000
グルメ	31.6	34.8	30.6
森林浴	27.8	33.2	32.6
湯巡り	23.7	30.3	29.8
遊覧船	19.2	20.9	17.7
登山・ハイキング	18.5	22.7	20.9
名水巡り	17.0	23.2	23.9
キャンプ	16.3	22.6	15.7
川遊び	15.9	22.6	18.6
ウイスキー醸造所の見学	14.0	17.9	18.8
カヌー・カヤック	13.4	16.7	12.0
ミネラルウォーター工場の見学	13.3	15.9	16.0
釣り	12.5	18.1	14.0
日本酒蔵元の見学	12.1	14.0	13.9
ラフティング	9.5	14.4	10.5
美容・ヘルスケア	6.3	6.7	5.6
アウトドアサウナ	5.9		
SUP・ウインドサーフィン	5.1	5.1	2.2
紙すき	4.3	5.6	6.4
エコツアー	4.2	4.5	5.2
植物工場の見学	4.0	5.1	6.2
米づくり等の農業体験	2.7	2.7	2.7
その他	0.2	0.6	0.6
特にない	27.9	21.6	26.0

※令和3年度より、ワーケーション等による活動も含めて聞いています。  
 ※令和3年度より「ウインドサーフィン」を「SUP・ウインドサーフィン」に変更しています。  
 ※令和6年度より「アウトドアサウナ」を追加しています。

参加・体験したい山梨の水や温泉に関連する観光やワーケーション等は、「グルメ」が31.6%と最も多く、次いで「特にない」が27.9%、「森林浴」が27.8%などとなっています。

経年比較をみると、新しい調査ほど「名水巡り」が少なくなる傾向がみられます。また、令和3年度において「湯巡り」、「キャンプ」、「川遊び」が多かったものの、令和6年度においては少なくなっています。

### 「性別」

	男性	女性
n	1,495	1,505
グルメ	25.2	37.9
森林浴	22.0	33.6
湯巡り	20.2	27.2
遊覧船	15.9	22.6
登山・ハイキング	19.1	17.9
名水巡り	14.6	19.4
キャンプ	19.1	13.4
川遊び	16.3	15.5
ウイスキー醸造所の見学	16.1	11.8
カヌー・カヤック	13.0	13.8
ミネラルウォーター工場の見学	12.0	14.6
釣り	15.8	9.3
日本酒蔵元の見学	11.6	12.7
ラフティング	9.5	9.6
美容・ヘルスケア	1.3	11.3
アウトドアサウナ	6.6	5.2
SUP・ウインドサーフィン	4.9	5.2
紙すき	1.7	6.8
エコツアー	3.8	4.6
植物工場の見学	2.9	5.1
米づくり等の農業体験	2.4	2.9
その他	0.3	0.2
特にない	30.4	25.4

性別にみると、男性において「キャンプ」、「釣り」、「特にない」が女性より多く、女性において「グルメ」、「森林浴」、「湯巡り」、「遊覧船」、「美容・ヘルスケア」、「紙すき」が男性より多くなっています。

《年代別》

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
n	448	449	554	598	450	501
グルメ	27.5	33.2	36.1	30.9	30.4	30.5
森林浴	22.5	22.0	28.9	28.3	31.1	33.1
湯巡り	19.9	18.3	22.0	21.4	29.8	31.1
遊覧船	18.1	15.4	17.9	18.7	20.9	24.4
登山・ハイキング	17.9	16.9	24.2	20.2	15.1	15.4
名水巡り	11.4	15.4	16.2	15.9	19.1	23.8
キャンプ	22.3	20.9	20.9	15.6	10.9	7.2
川遊び	21.2	22.9	24.7	10.9	9.8	6.8
ウイスキー醸造所の見学	7.6	11.1	14.3	15.2	16.0	18.6
カヌー・カヤック	19.2	16.0	18.1	12.5	10.0	4.8
ミネラルウォーター工場の見学	9.4	10.2	14.1	12.2	14.2	19.2
釣り	19.2	16.0	15.9	12.4	6.4	5.4
日本酒蔵元の見学	9.4	10.0	12.5	11.5	13.3	15.8
ラフティング	12.7	15.1	12.6	8.5	6.0	2.6
美容・ヘルスケア	11.6	8.5	7.9	5.2	3.8	1.6
アウトドアサウナ	10.5	7.3	6.7	5.2	4.7	1.8
SUP・ウインドサーフィン	9.6	8.5	7.4	3.7	1.1	0.8
紙すき	3.6	2.9	5.2	4.8	4.4	4.2
エコツアー	6.5	2.0	4.5	4.5	4.4	3.2
植物工場の見学	4.2	2.7	4.3	3.8	4.9	4.0
米づくり等の農業体験	4.9	4.5	3.2	2.0	1.6	0.2
その他	0.2	0.0	0.2	0.5	0.0	0.4
特になし	26.6	28.7	24.5	30.3	30.2	27.1

年代別にみると、年代が高くなるほど「ウイスキー醸造所の見学」が多く、「美容・ヘルスケア」、「アウトドアサウナ」、「SUP・ウインドサーフィン」が少なくなる傾向がみられます。また、60歳代以上において「川遊び」、「釣り」が少なく、70歳以上において「キャンプ」、「カヌー・カヤック」が少なくなっています。

「居住圏域別」

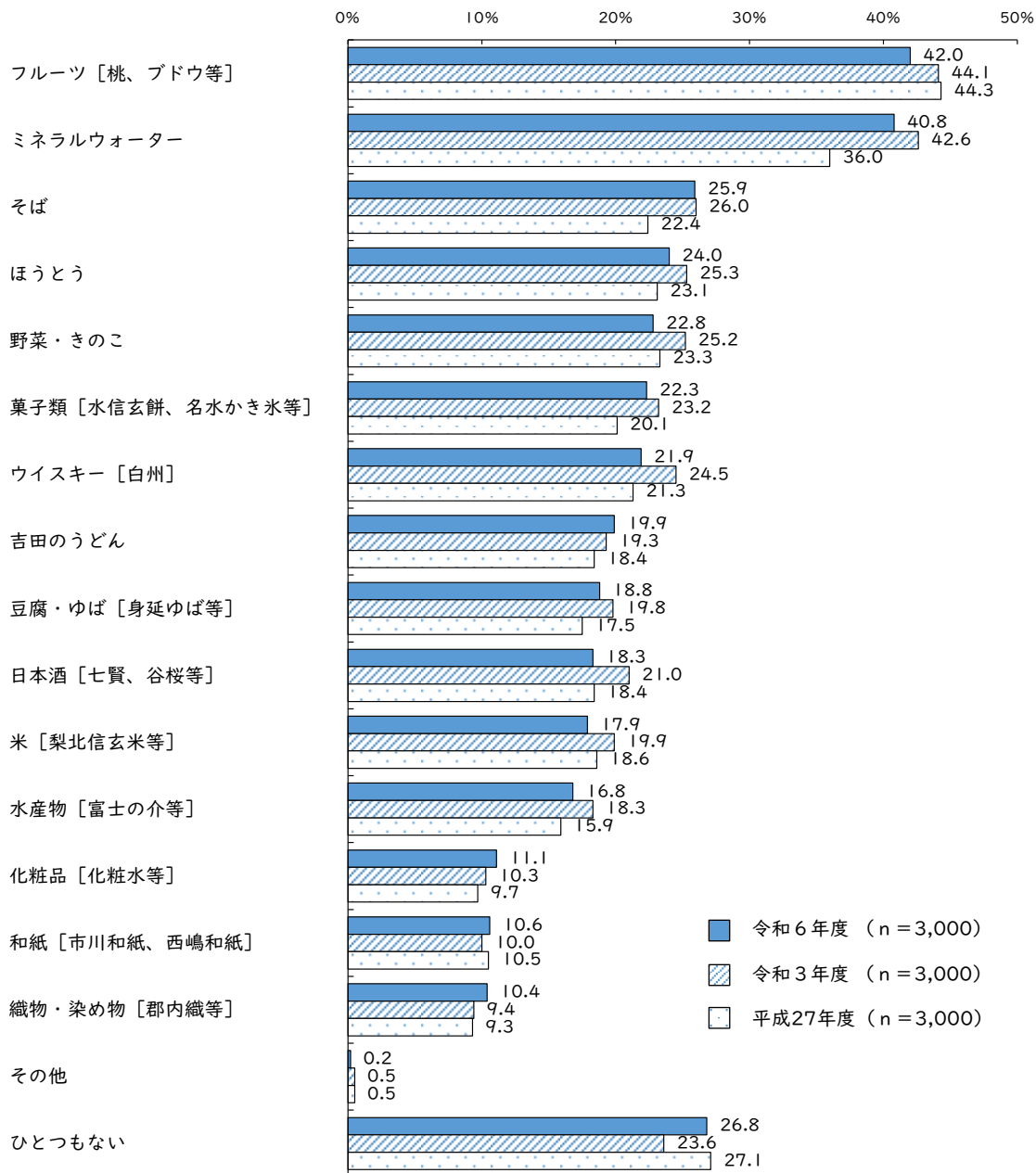
	東京圏	名古屋圏	大阪圏
n	1,000	1,000	1,000
グルメ	33.4	30.5	30.8
森林浴	28.4	25.9	29.2
湯巡り	23.5	24.0	23.6
遊覧船	19.7	17.6	20.4
登山・ハイキング	21.3	16.9	17.4
名水巡り	16.7	15.9	18.4
キャンプ	16.1	17.4	15.3
川遊び	17.8	14.9	15.1
ウイスキー醸造所の見学	15.8	14.1	12.0
カヌー・カヤック	14.0	12.9	13.3
ミネラルウォーター工場の見学	14.8	13.6	11.5
釣り	14.0	12.0	11.6
日本酒蔵元の見学	13.9	11.6	10.9
ラフティング	10.2	8.4	10.0
美容・ヘルスケア	5.9	5.5	7.6
アウトドアサウナ	6.9	5.2	5.7
SUP・ウインドサーフィン	6.3	4.5	4.5
紙すき	4.5	4.3	4.0
エコツアー	4.5	4.5	3.6
植物工場の見学	4.7	3.8	3.5
米づくり等の農業体験	3.0	2.5	2.5
その他	0.1	0.2	0.4
特にない	24.7	28.6	30.4

居住圏域別にみると、西に行くほど「特にない」が多くなる傾向がみられます。

## IV 山梨県内の「水」に関連する商品について

### 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)

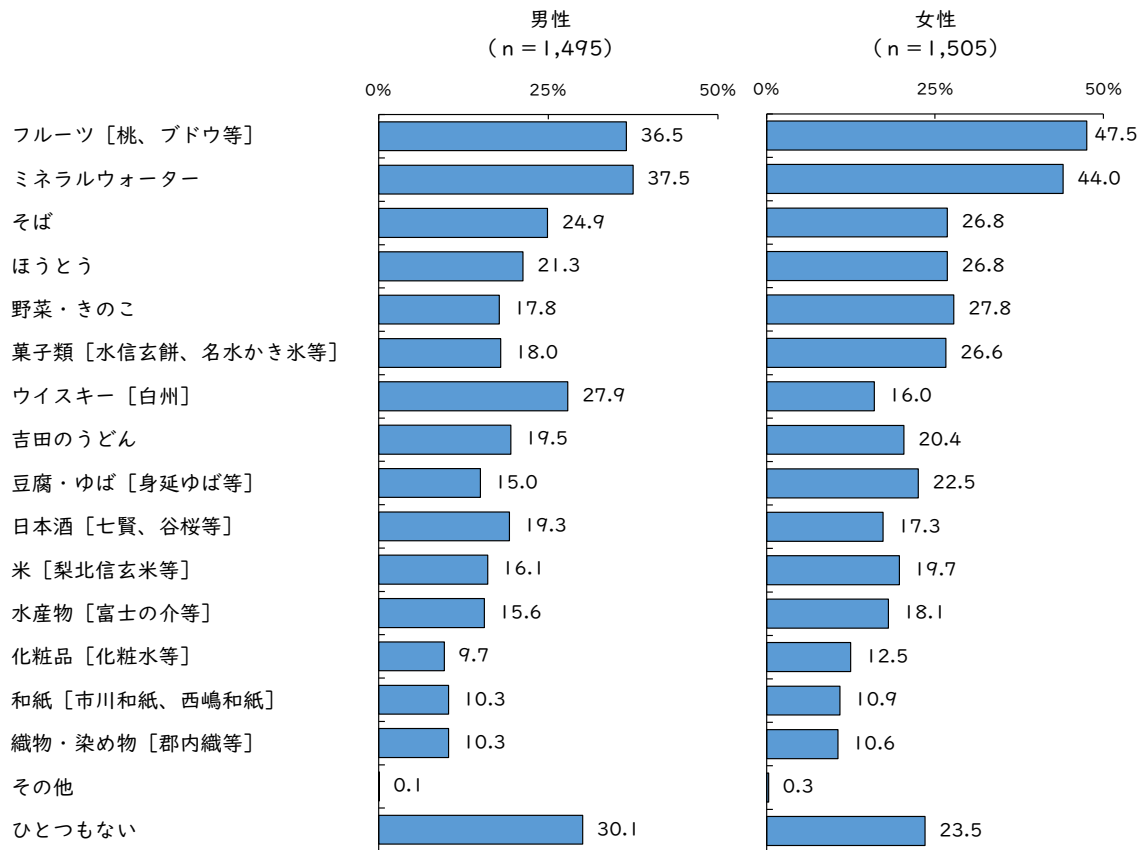


※令和3年度より「野菜」を「野菜・きのこ」に変更しています。

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」が42.0%と最も多く、次いで「ミネラルウォーター」が40.8%、「ひとつもない」が26.8%などとなっています。

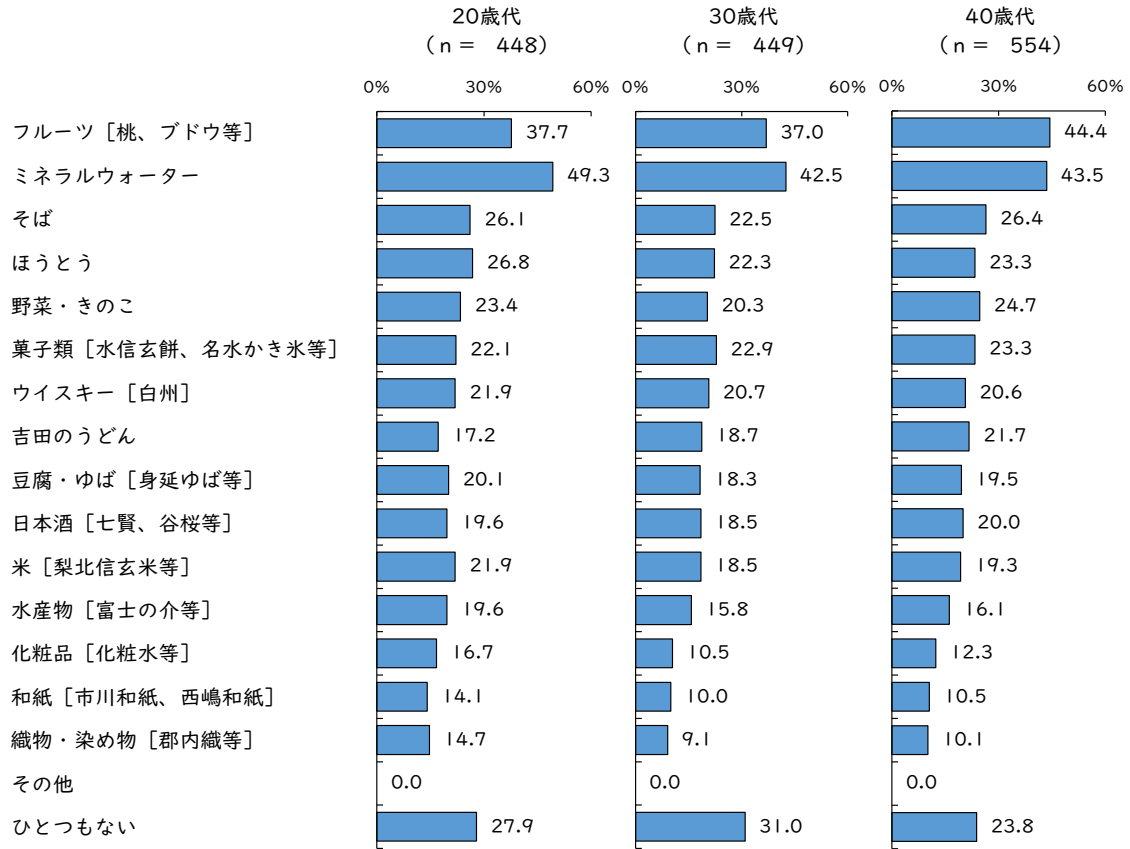
経年比較をみると、令和3年度以降「ミネラルウォーター」が4割を超えて多くなっています。

### 「性別」

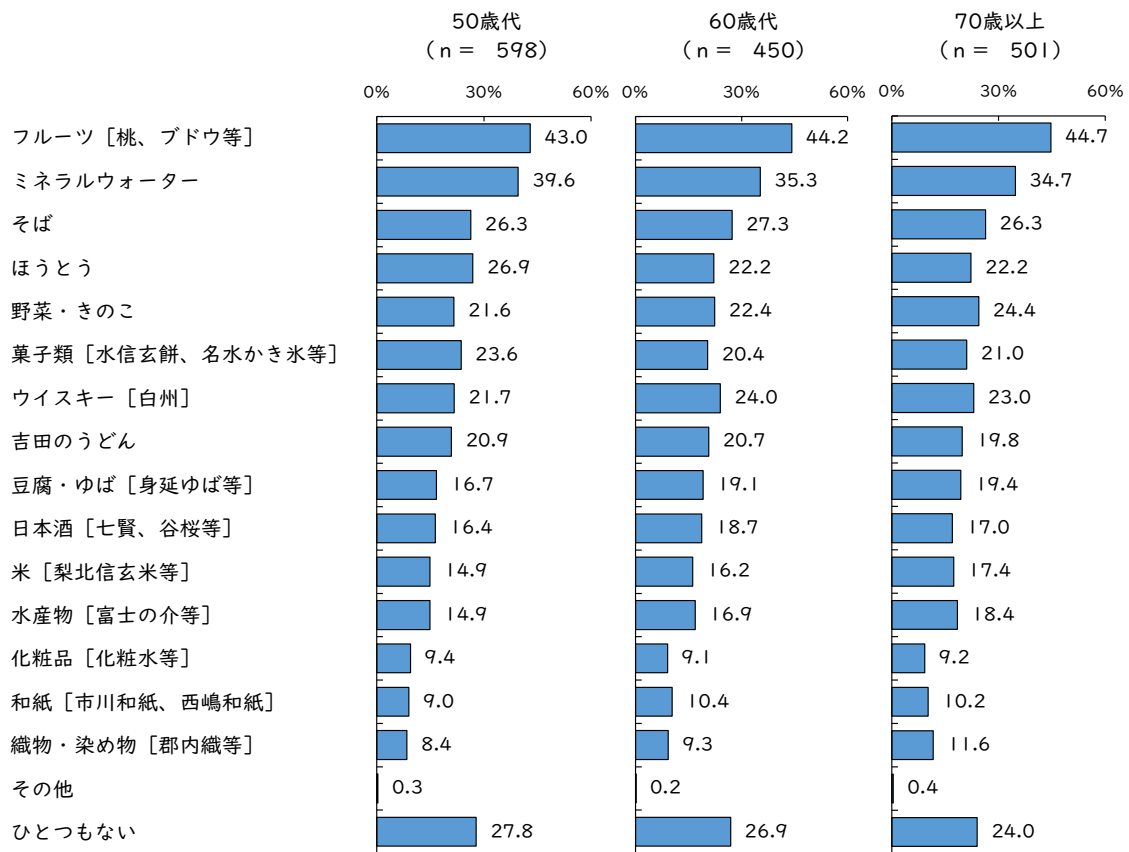


性別にみると、男性において「ウイスキー」、「ひとつもない」が女性より多く、女性において「フルーツ」、「ミネラルウォーター」、「ほうとう」、「野菜・きのこ」、「菓子類」、「豆腐・ゆば」が男性より多くなっています。

《年代別》

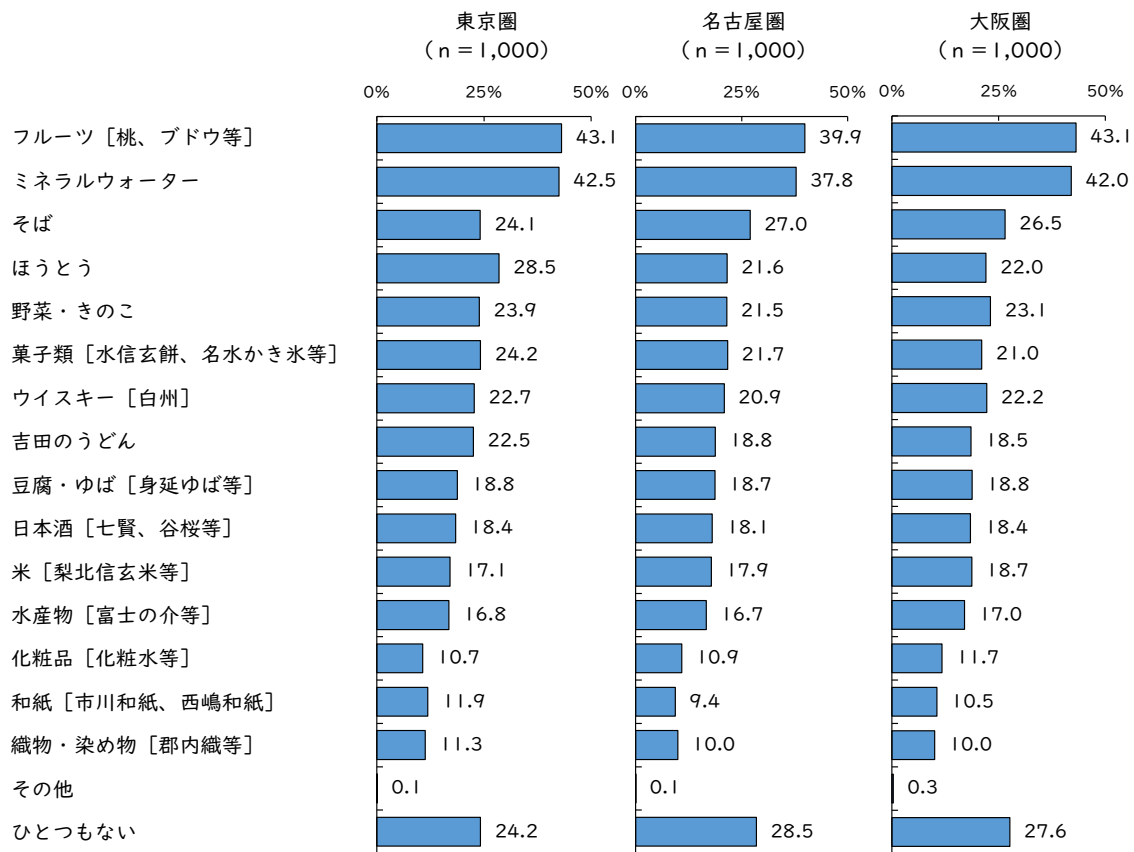






年代別にみると、20歳代において「米」が2割を超えて多く、30歳代以下において「フルーツ」が4割を下回って少なくなっています。また、40歳代以下において「ミネラルウォーター」、「化粧品」が多く、30歳代において「ひとつもない」が3割を超えて多くなっています。

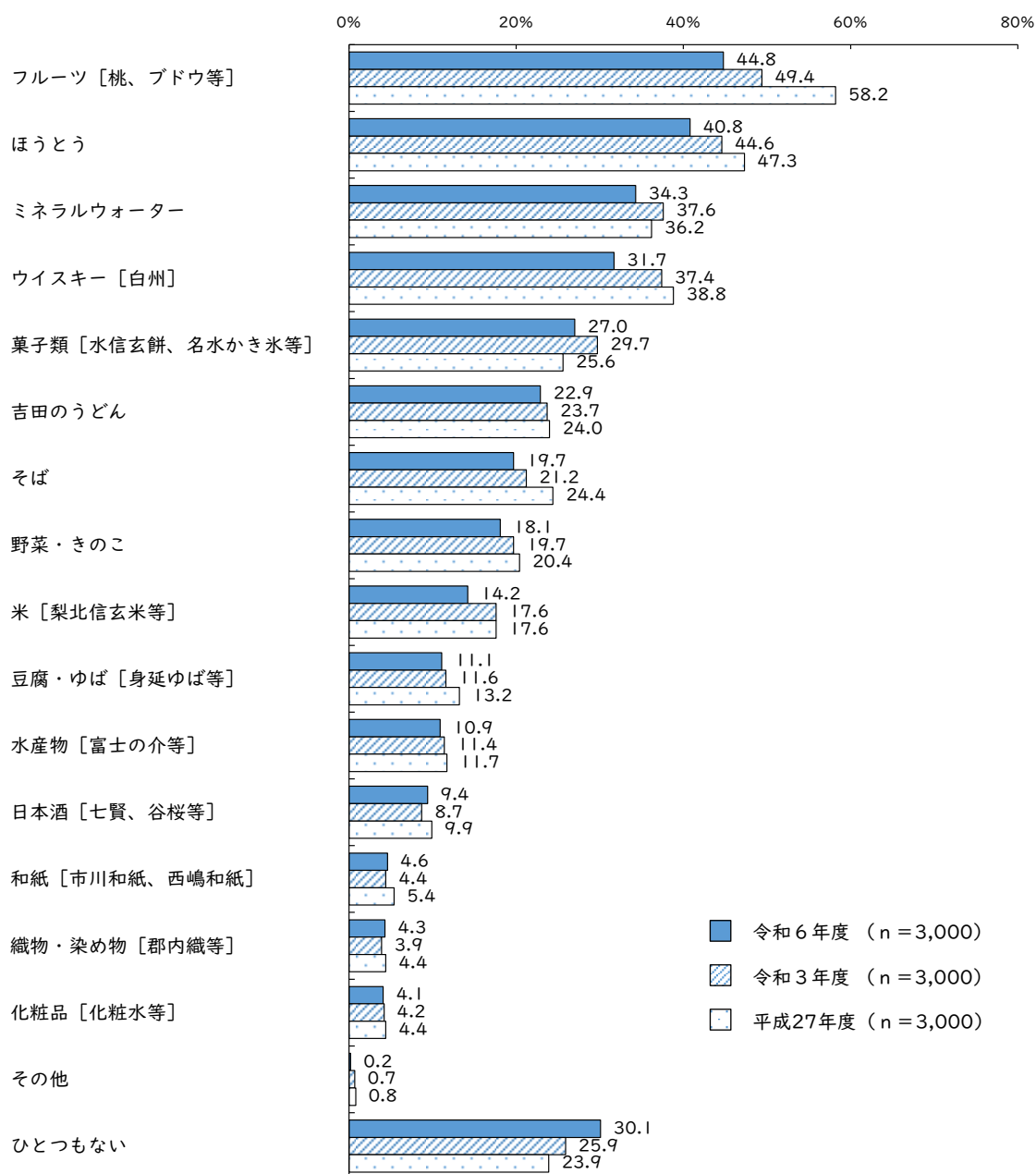
《居住圏域別》



居住圏域別では、大きな差異はみられません。

## 問14(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)

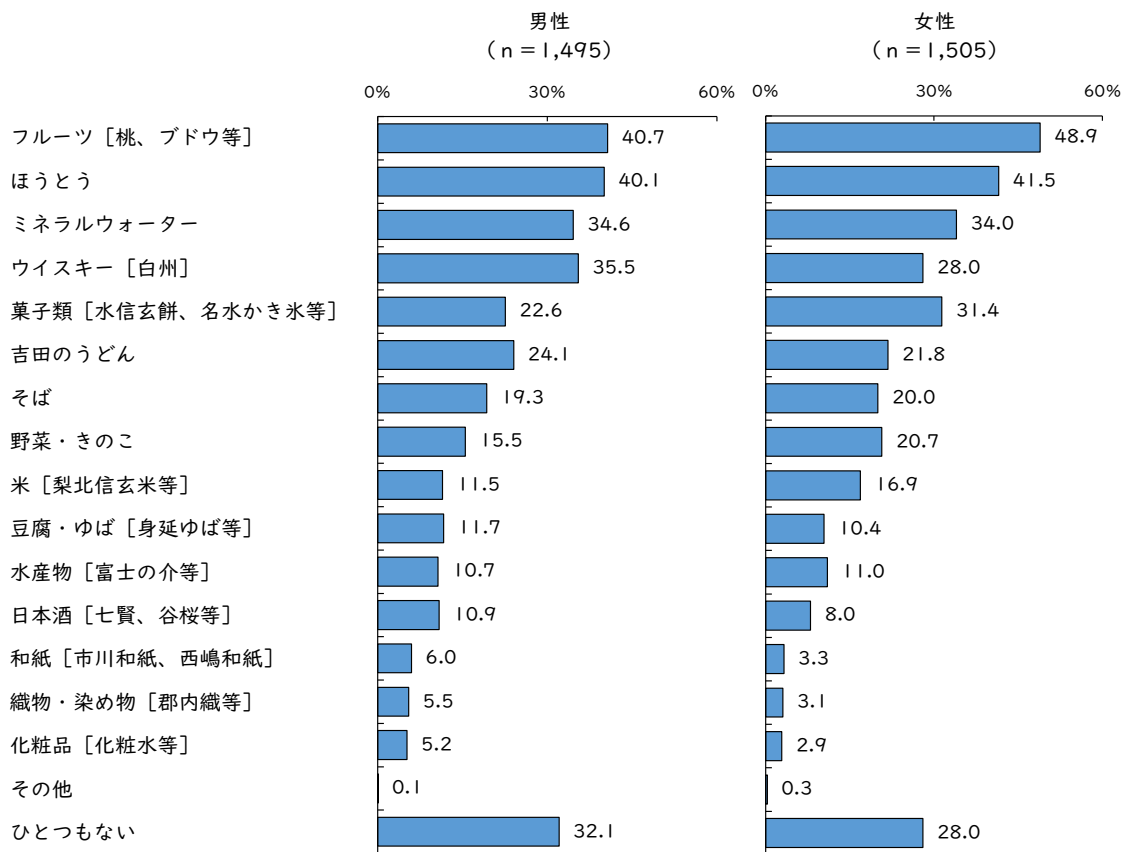


※令和3年度より「野菜」を「野菜・きのこ」に変更しています。

知っている水に関連する山梨県産商品は、「フルーツ」が44.8%と最も多く、次いで「ほうとう」が40.8%、「ミネラルウォーター」が34.3%などとなっています。

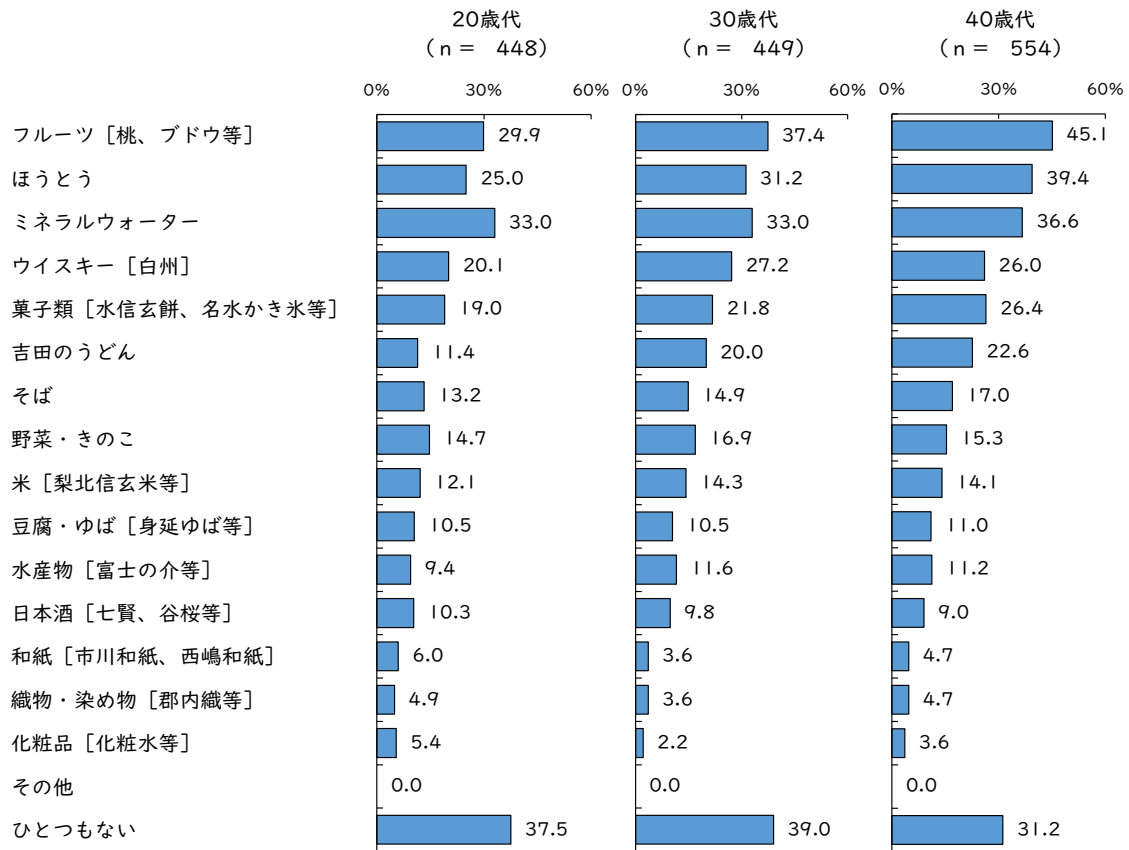
経年比較をみると、新しい調査ほど「ひとつもない」が多く、「フルーツ」、「ほうとう」、「ウイスキー」が少なくなる傾向がみられます。

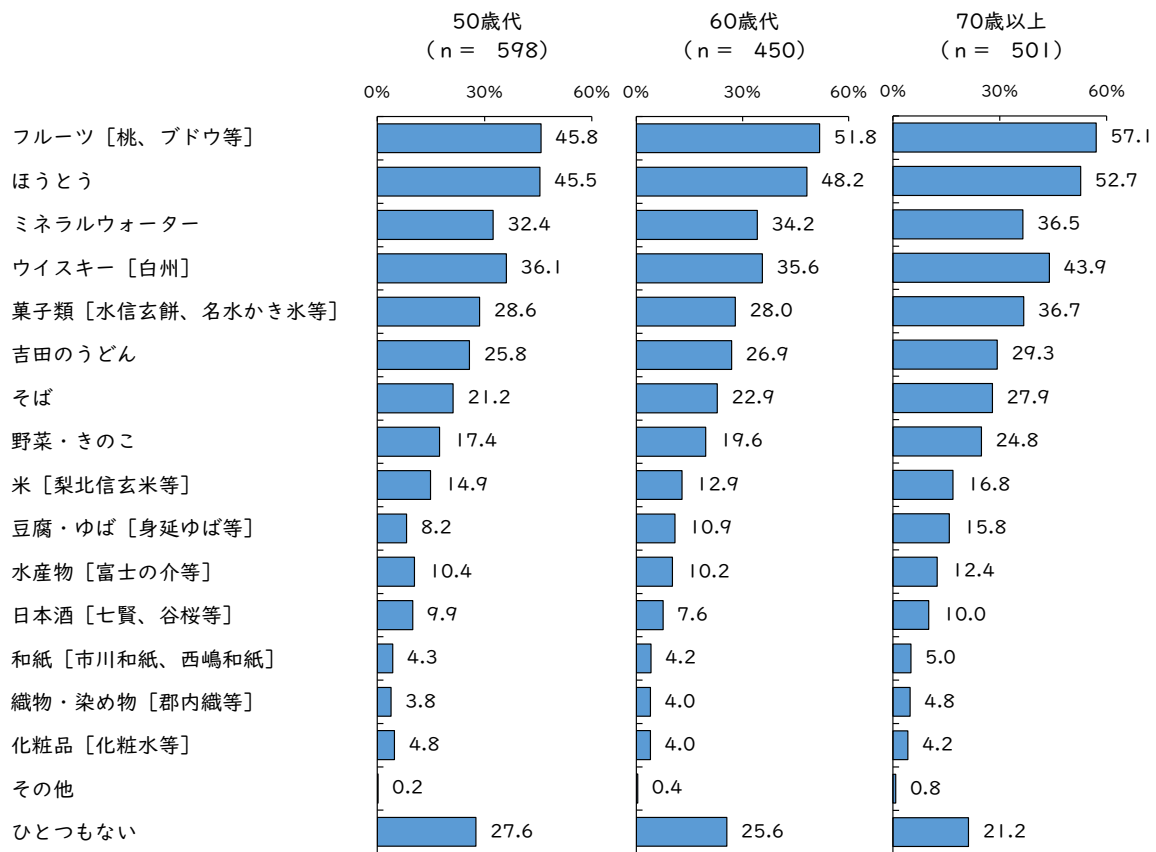
《性別》



性別にみると、男性において「ウイスキー」が女性より多く、女性において「フルーツ」、「菓子類」、「野菜・きのこ」、「米」が男性より多くなっています。

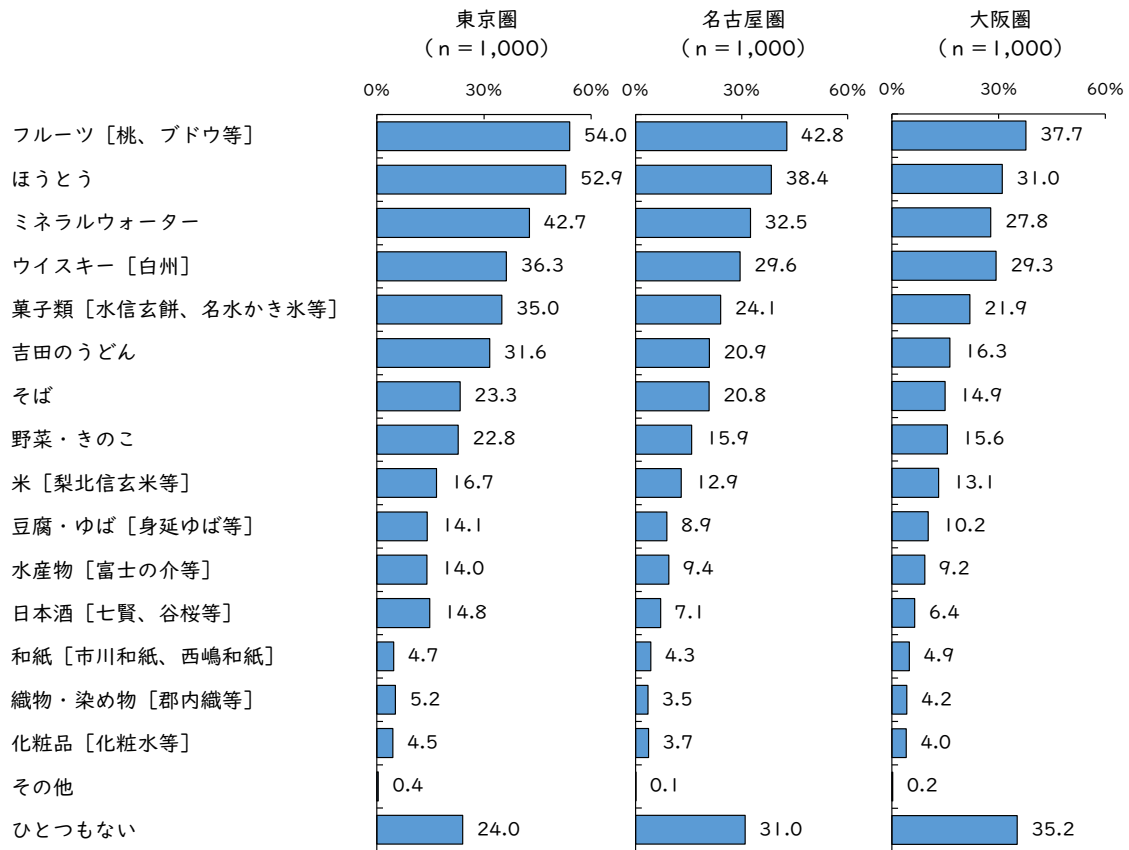
### 「年代別」





年代別にみると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「ほうとう」、「吉田のうどん」、「そば」が多くなる傾向がみられます。また、40歳代以下において「ひとつもない」が3割を超えて多く、70歳以上において「ウイスキー」、「菓子類」、「野菜・きのこ」が多くなっています。

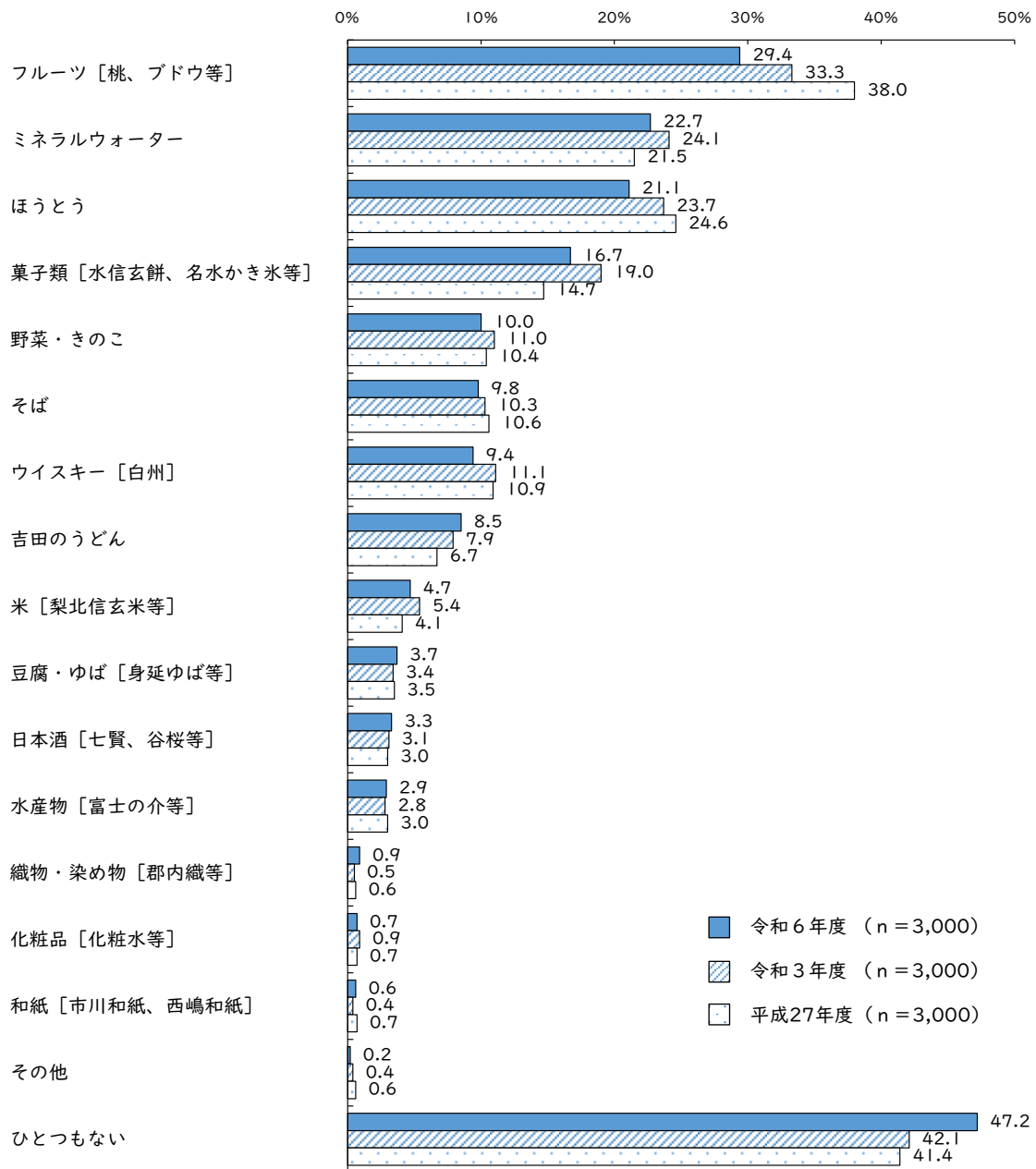
### ◀ 居住圏域別 ▶



居住圏域別にみると、西に行くほど「フルーツ」、「ほうとう」、「ミネラルウォーター」、「ウイスキー」、「菓子類」、「吉田のうどん」、「そば」、「野菜・きのこ」、「日本酒」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。また、名古屋圏において「豆腐・ゆば」が1割を下回って少なくなっています。

問14(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)



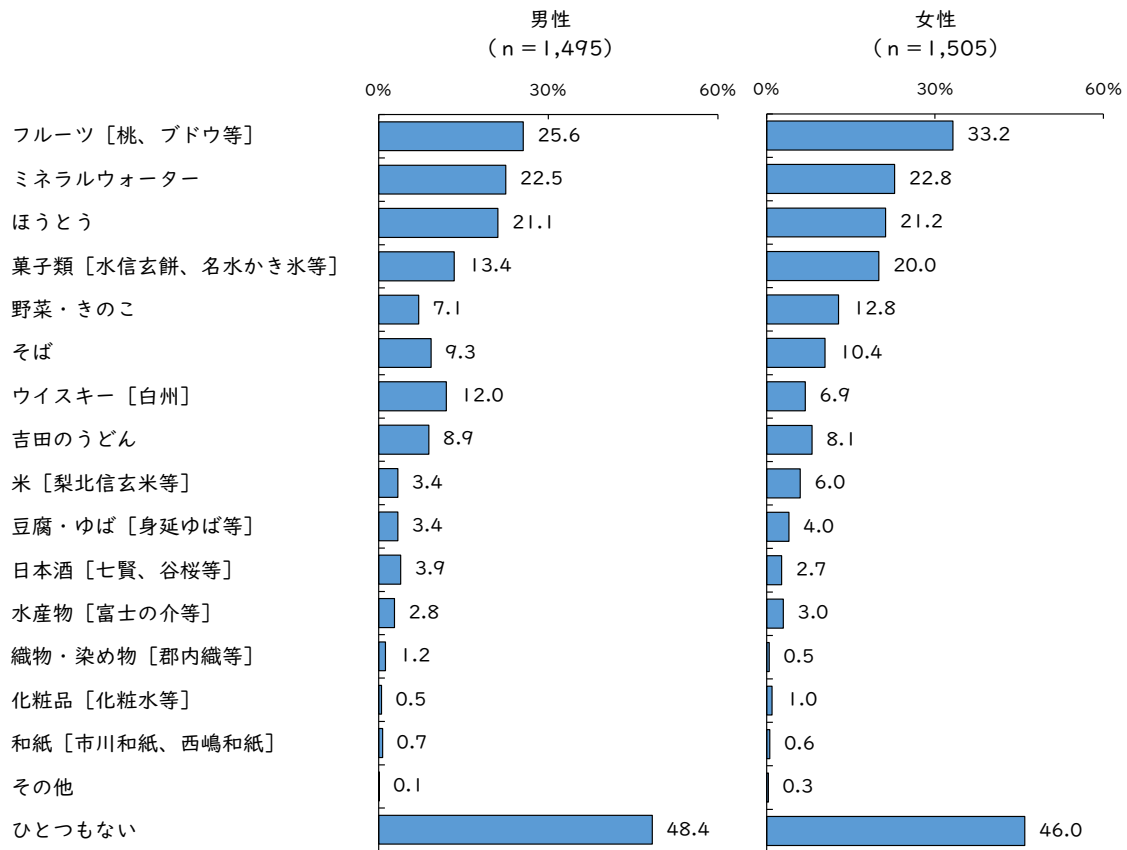
※令和3年度より「野菜」を「野菜・きのこ」に変更しています。

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」が47.2%と最も多く、次いで「フルーツ」が29.4%、「ミネラルウォーター」が22.7%などとなっています。

経年比較をみると、新しい調査ほど「ひとつもない」が多く、「フルーツ」が少なくなる傾向がみられます。

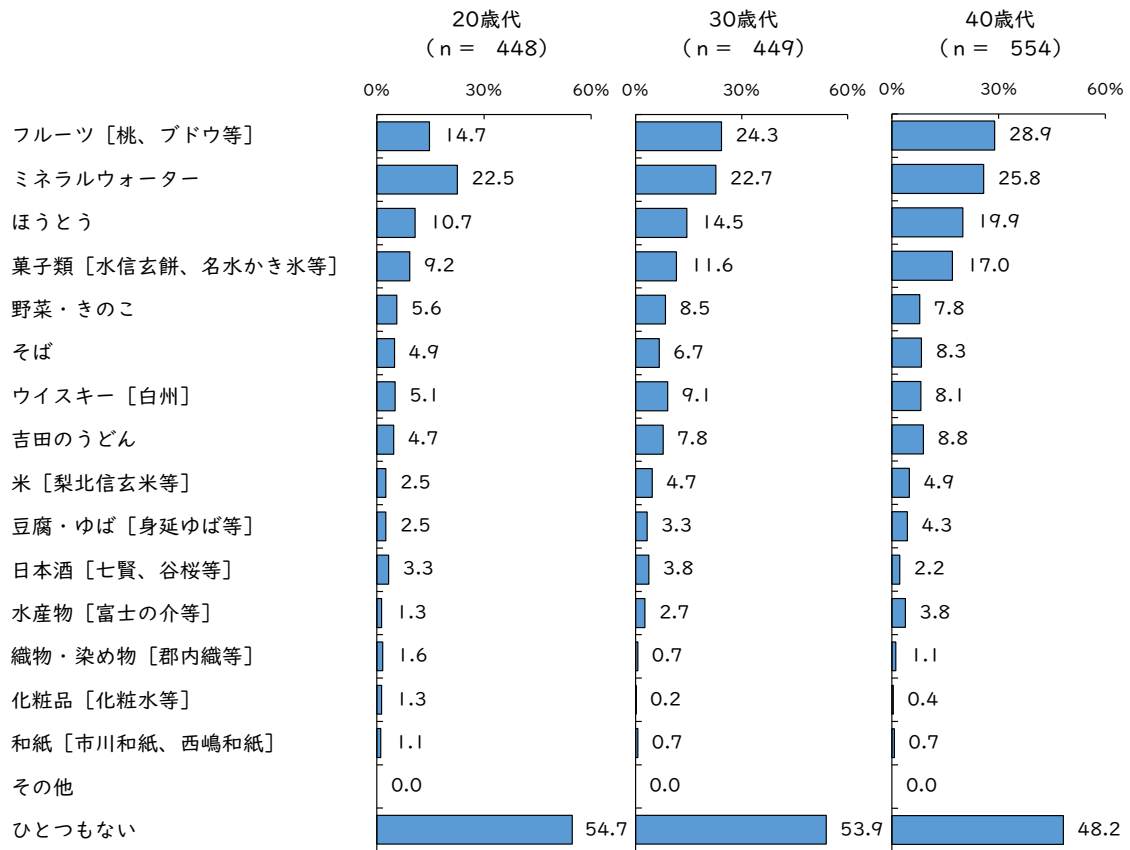


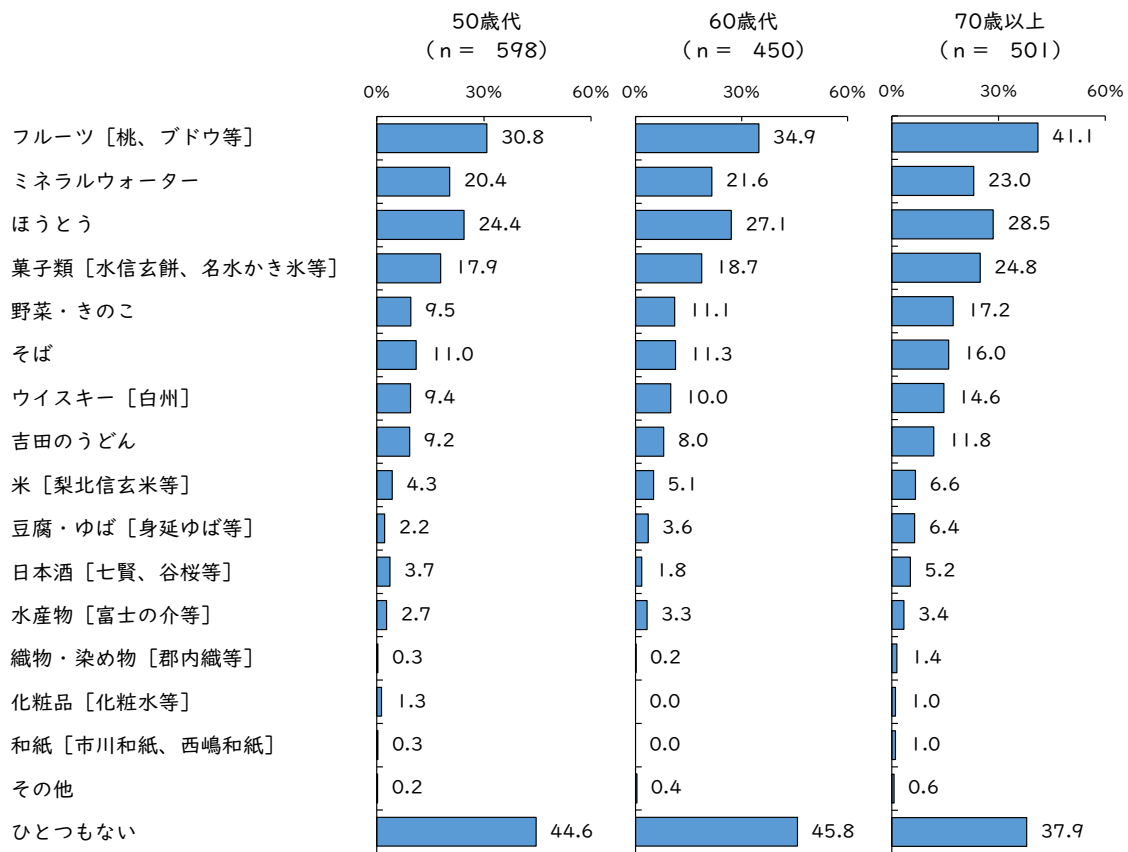
### 《性別》



性別にみると、男性において「ウイスキー」が女性より多く、女性において「フルーツ」、「菓子類」、「野菜・きのこ」が男性より多くなっています。

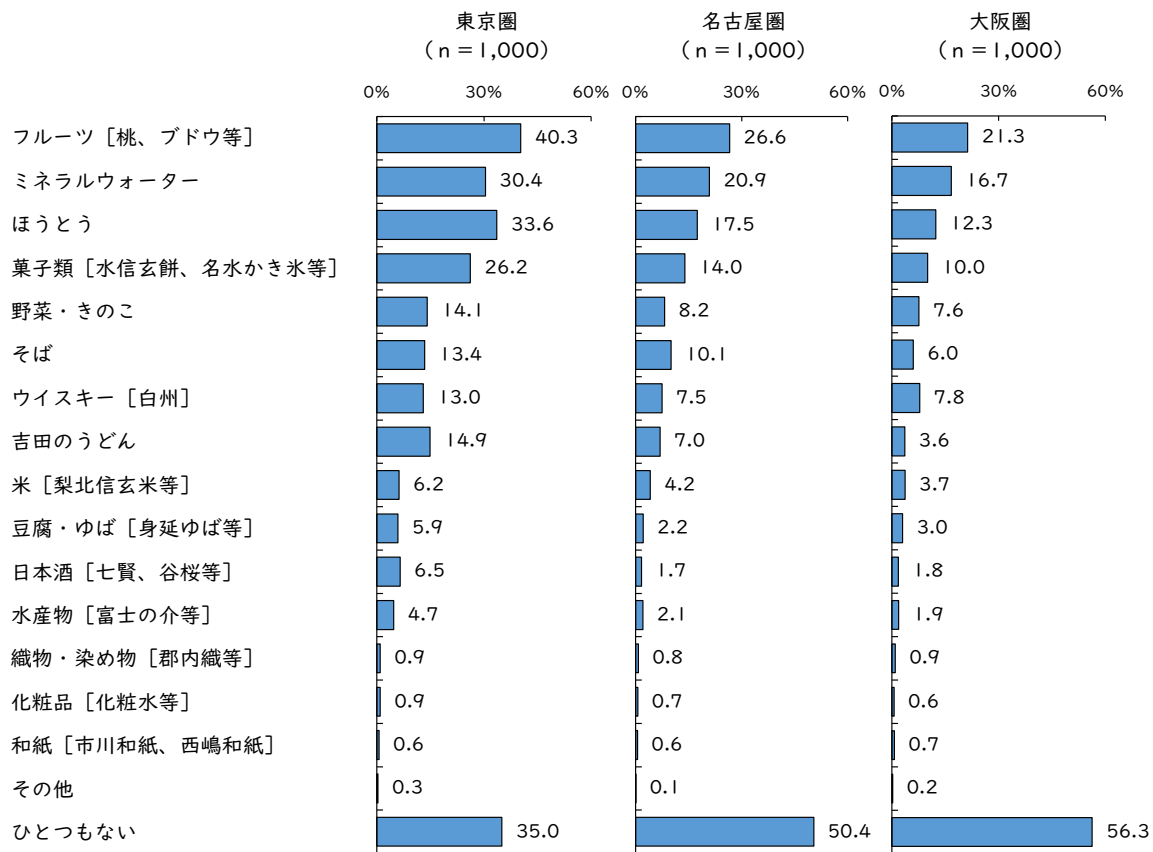
《年代別》





年代別にみると、年代が高くなるほど「フルーツ」、「ほうとう」、「菓子類」、「そば」が多くなる傾向がみられます。また、60歳代以上において「野菜・きのこ」が1割を超えて多く、70歳以上において「ひとつもない」が4割を下回って少なくなっています。

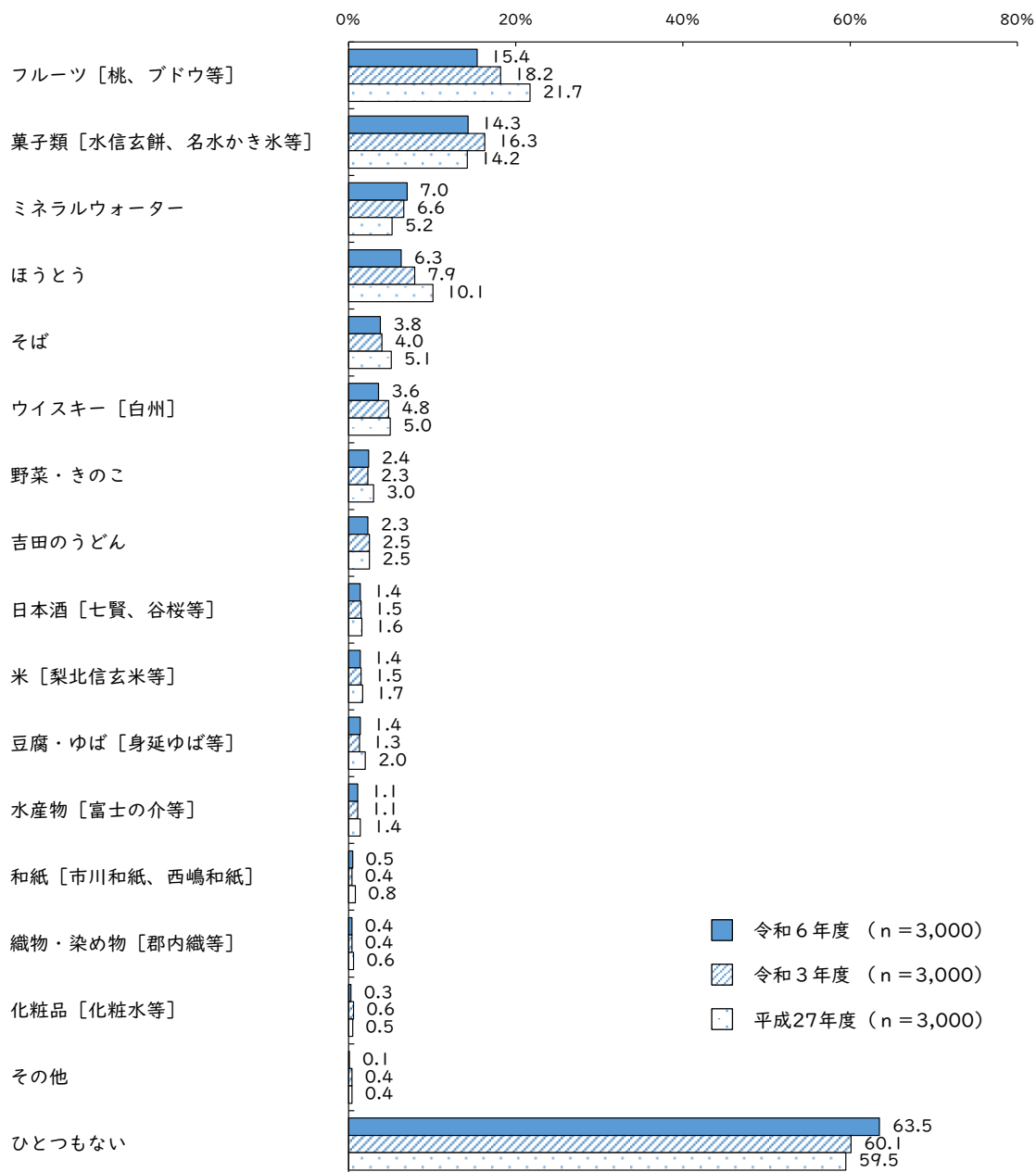
《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「フルーツ」、「ミネラルウォーター」、「ほうとう」、「菓子類」、「野菜・きのこ」、「そば」、「吉田のうどん」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「ウイスキー」が1割を超えて多くなっています。

## 問14(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)

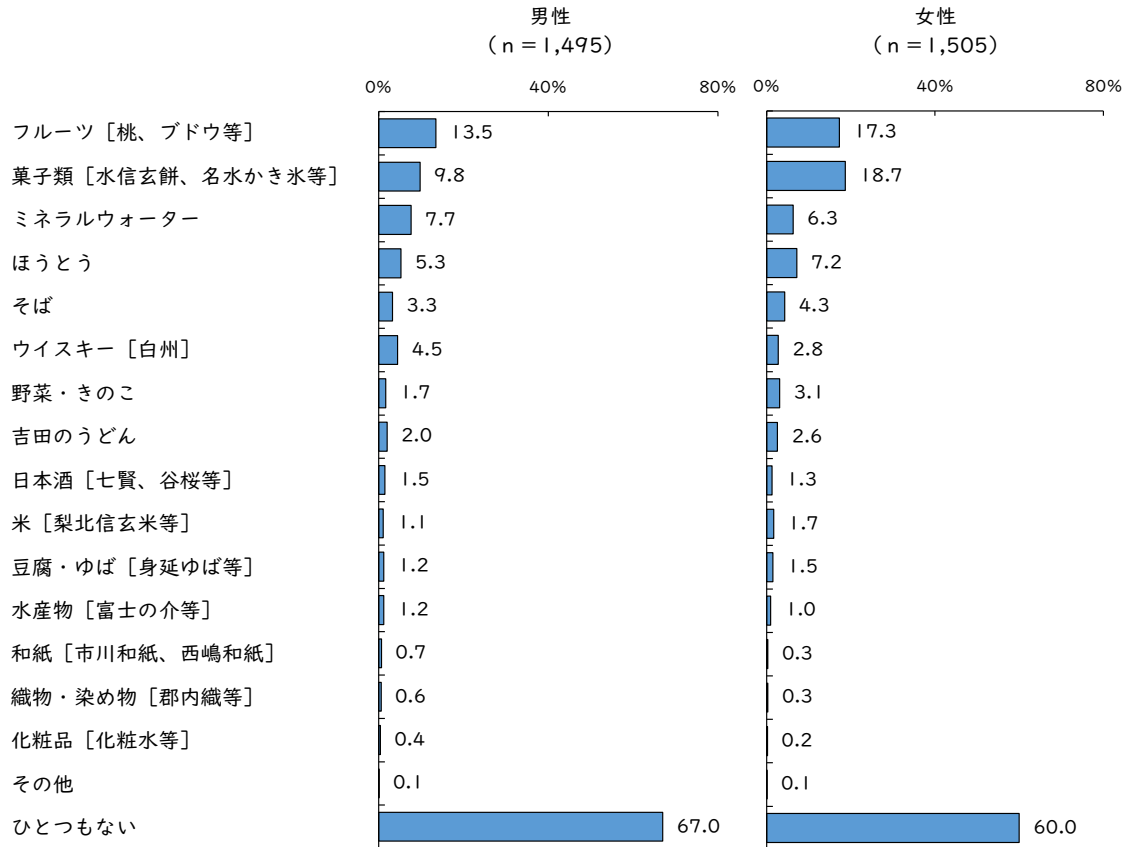


※令和3年度より「野菜」を「野菜・きのこ」に変更しています。

もらっ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」が63.5%と最も多く、次いで「フルーツ」が15.4%、「菓子類」が14.3%などとなっています。

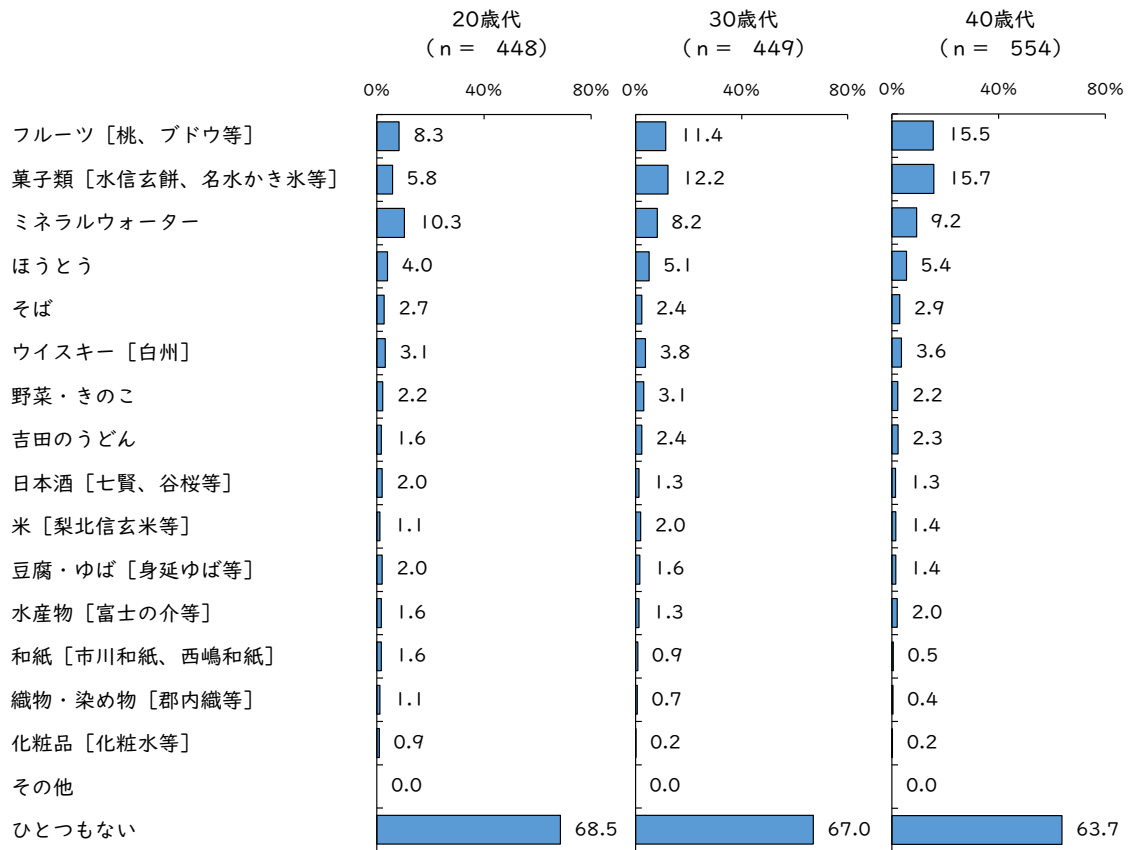
経年比較をみると、新しい調査ほど「フルーツ」が少なくなる傾向がみられます。

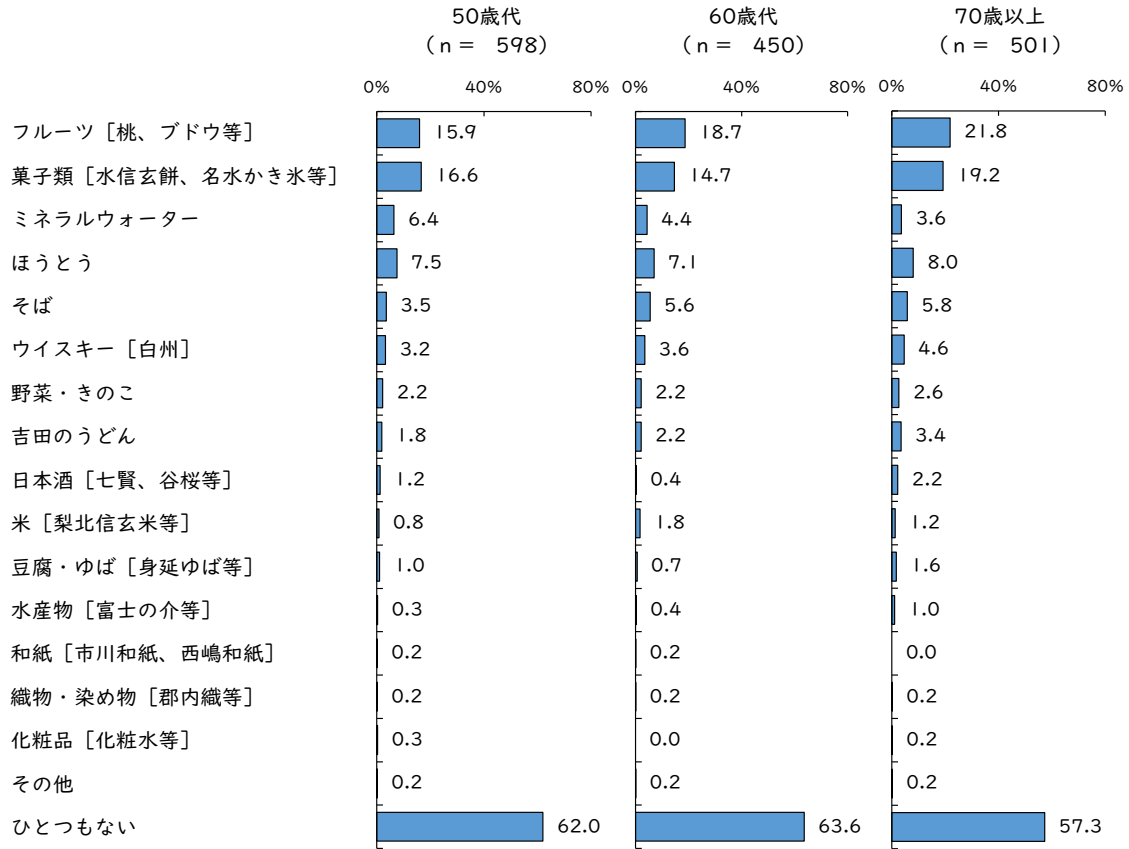
《性別》



性別にみると、男性において「ひとつもない」が女性より多く、女性において「菓子類」が男性より多くなっています。

### 「年代別」

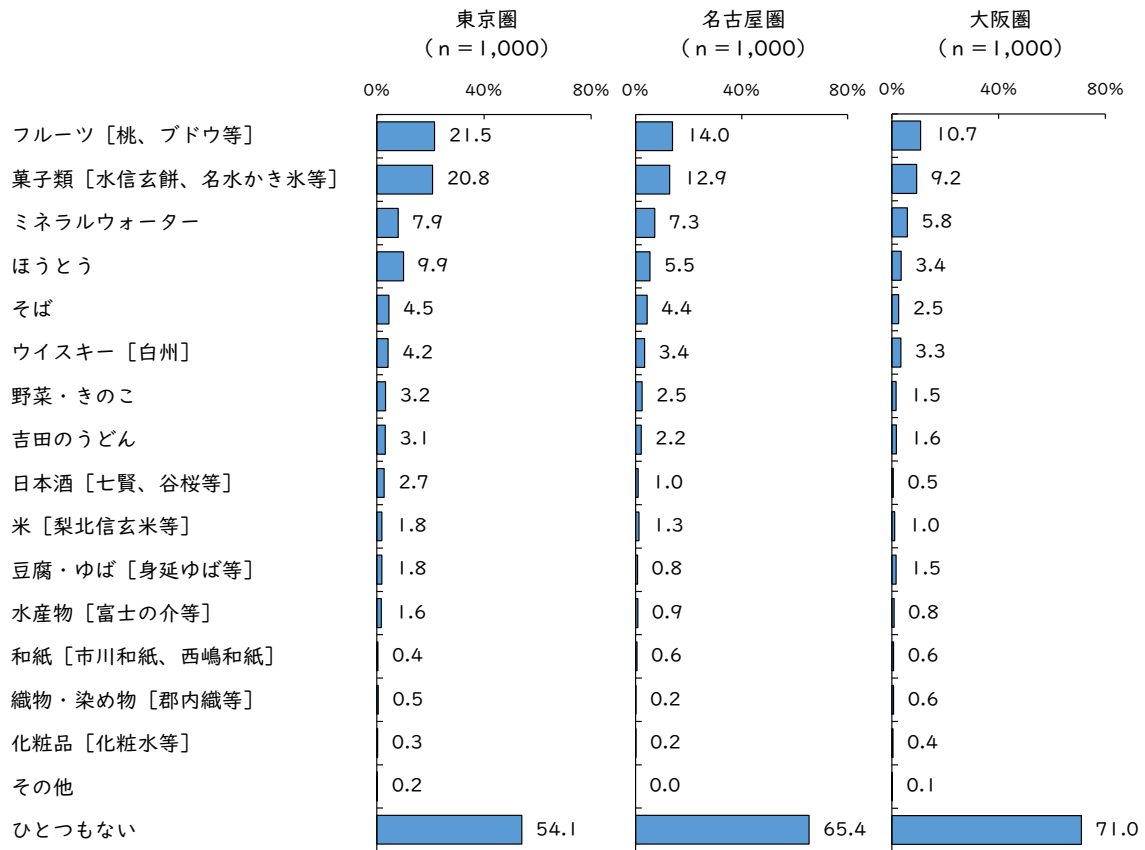




年代別にみると、年代が高くなるほど「フルーツ」が多くなる傾向がみられます。また、20歳代において「菓子類」が1割を下回って少なく、70歳以上において「ひとつもない」が6割を下回って少なくなっています。



### ◀居住圏域別▶

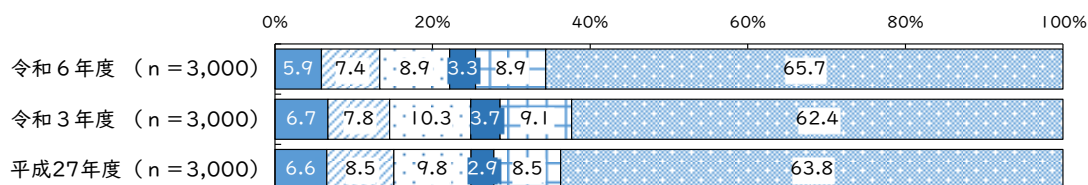


居住圏域別にみると、西に行くほど「フルーツ」、「菓子類」、「ほうとう」が少なく、「ひとつもない」が多くなる傾向がみられます。

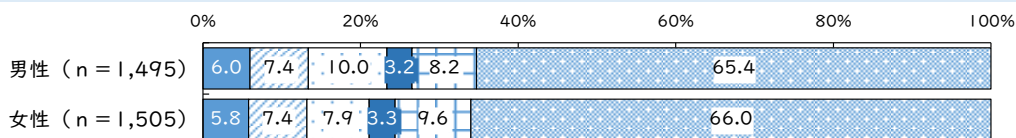
問15

「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。  
 (〇はそれぞれ1つずつ)

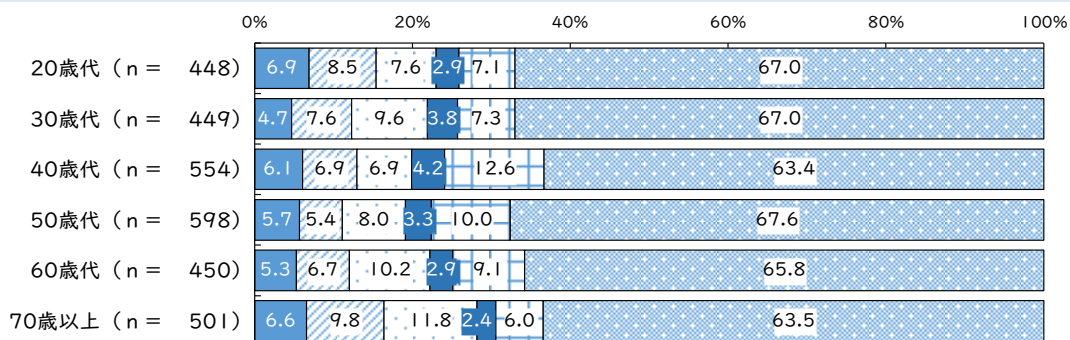
◆ ミネラルウォーター



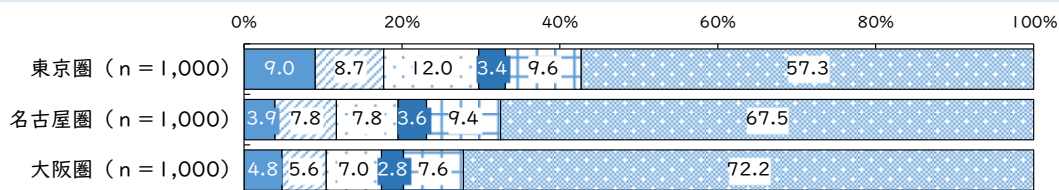
《性別》



《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)」が65.7%と最も多く、次いで「年に1~2回程度」、「それ以下の頻度」がそれぞれ8.9%、「2~3か月に1回程度」が7.4%などとなっています。

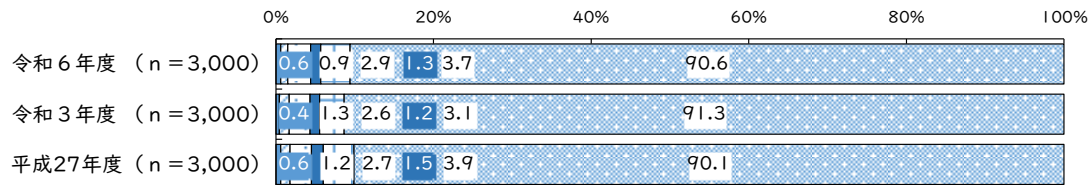
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

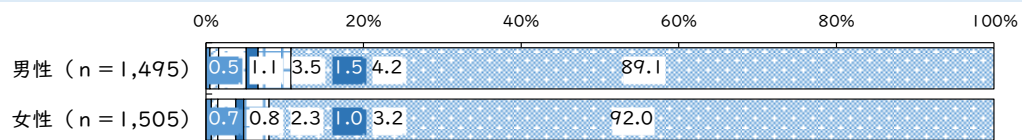
年代別にみると、40歳代・50歳代において「それ以下の頻度」が1割を超えて多くなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

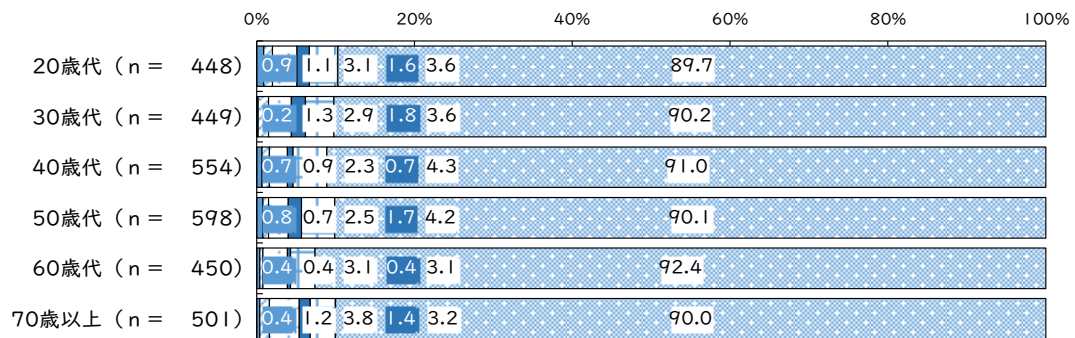
## ◆ 日本酒 [七賢、谷桜等]



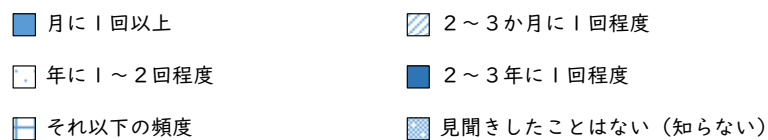
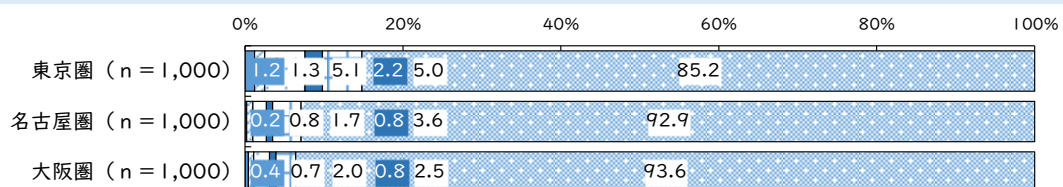
## ≪性別≫



## ≪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90.6%と突出しています。

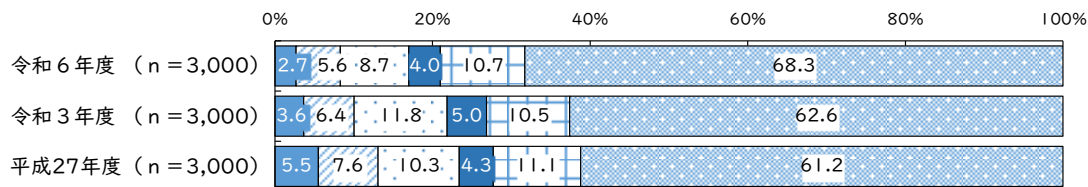
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

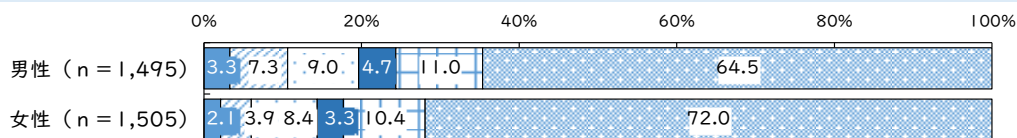
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

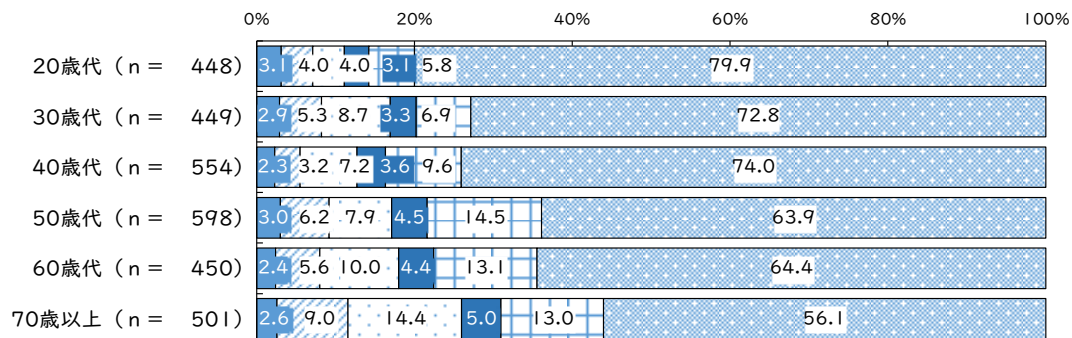
◆ ウイスキー [白州]



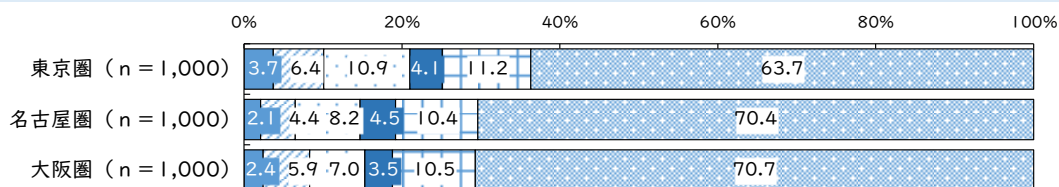
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



- 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)」が68.3%と最も多く、次いで「それ以下の頻度」が10.7%、「年に1~2回程度」が8.7%などとなっています。

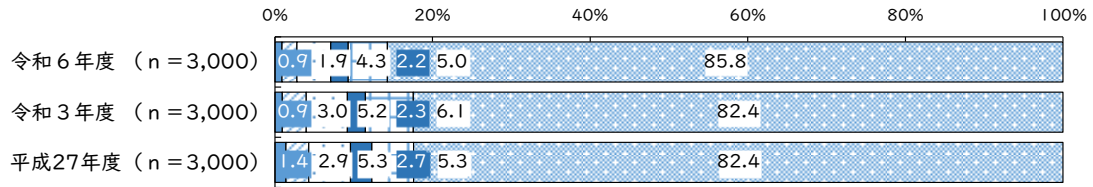
経年比較をみると、新しい調査ほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

性別にみると、女性において「見聞きしたことはない (知らない)」が男性より多くなっています。

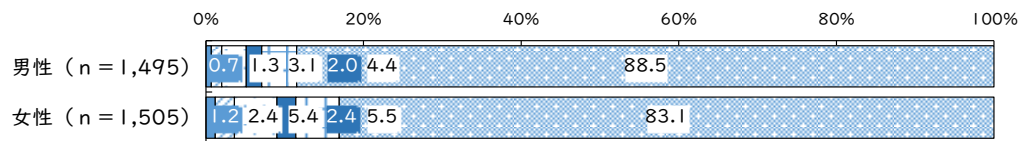
年代別にみると、50歳代以上において「それ以下の頻度」が1割を超えて多く、60歳代以上において「年に1~2回程度」が1割を超えて多くなっています。また、70歳以上において「見聞きしたことはない (知らない)」が6割を下回って少なくなっています。

居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

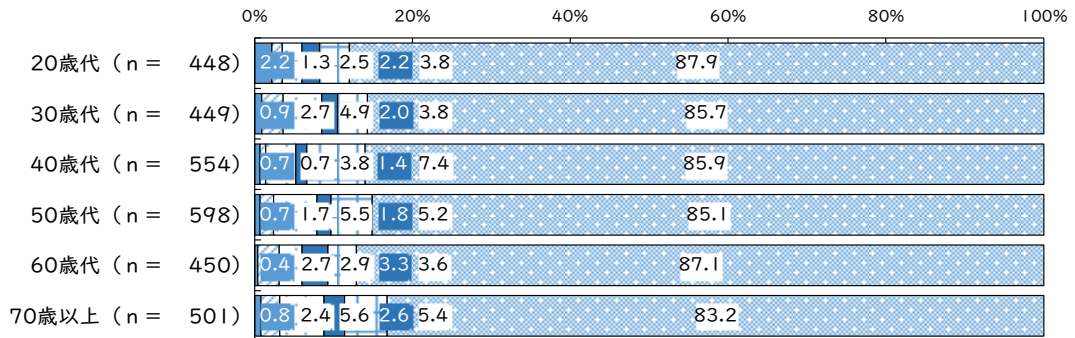
◆ 米 [梨北信玄米、ミルキーQueen等]



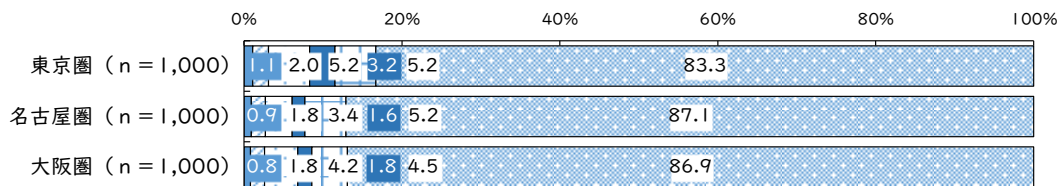
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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85.8%と突出しています。

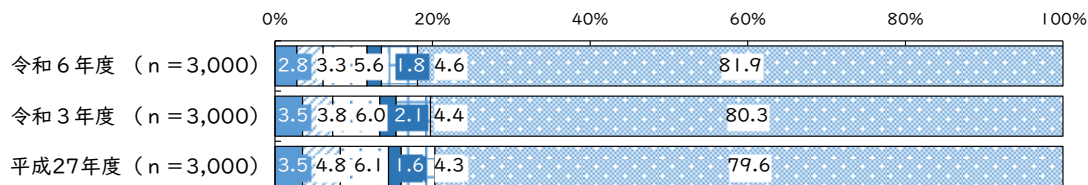
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別にみると、男性において「見聞きしたことはない (知らない)」が女性より多くなっています。

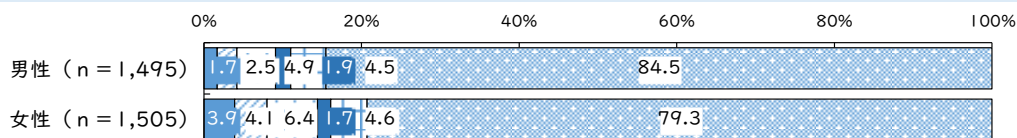
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

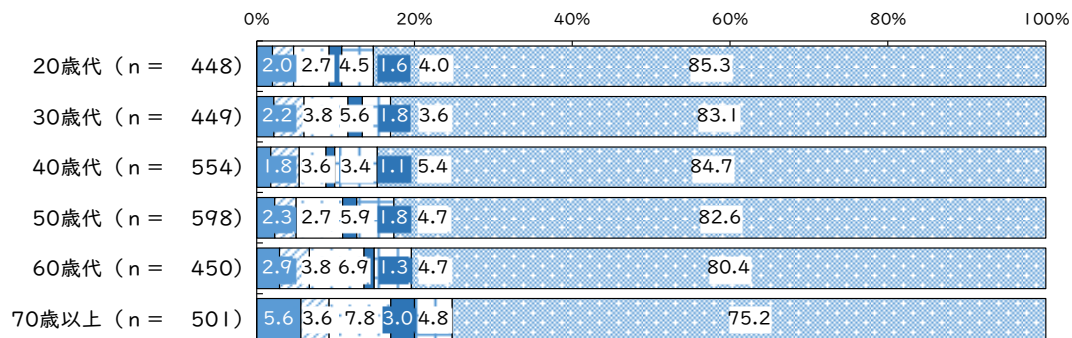
◆ 野菜・きのこ



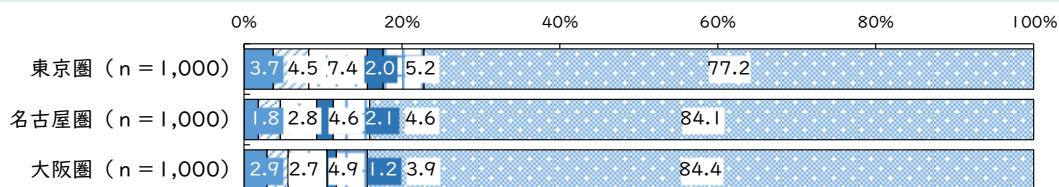
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



※令和3年度より「野菜」を「野菜・きのこ」に変更しています。

山梨県産の野菜・きのこ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81.9%と突出しています。

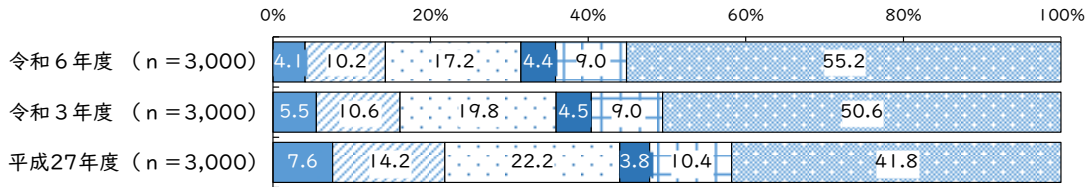
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別にみると、男性において「見聞きしたことはない (知らない)」が女性より多くなっています。

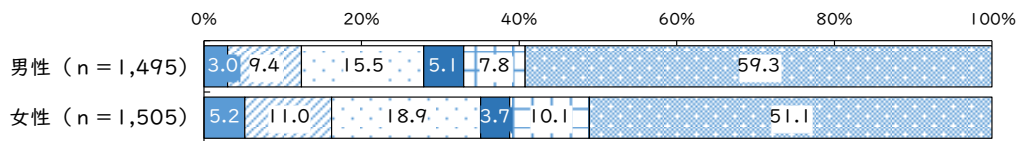
年代別にみると、70歳以上において「見聞きしたことはない (知らない)」が8割を下回って少なくなっています。

居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

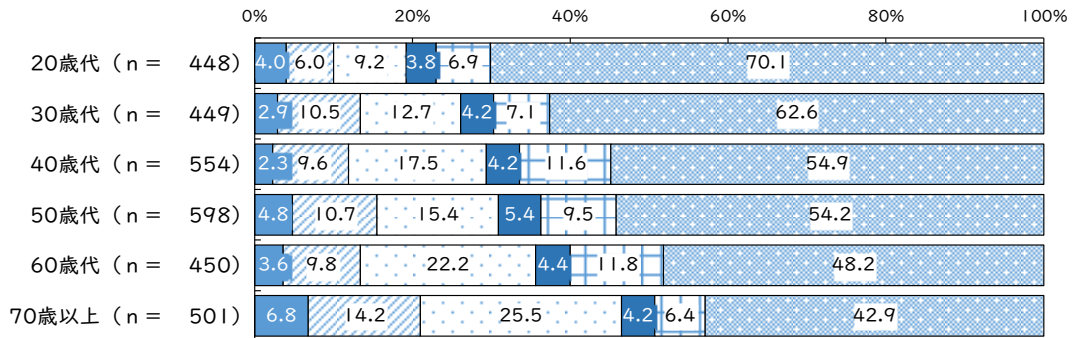
◆ フルーツ [桃、ブドウ等]



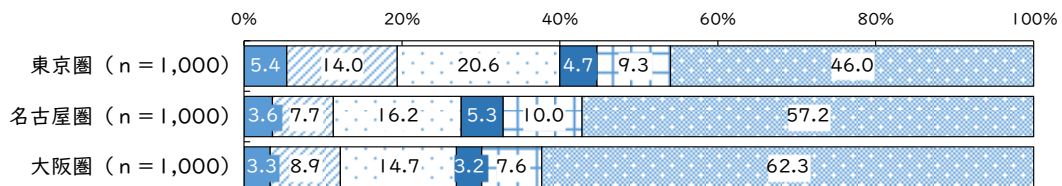
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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)」が55.2%と最も多く、次いで「年に1~2回程度」が17.2%、「2~3か月に1回程度」が10.2%などとなっています。

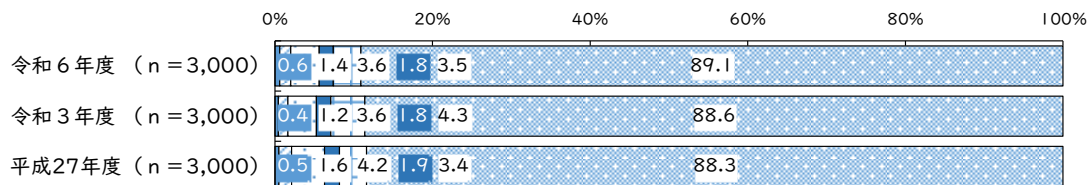
経年比較をみると、新しい調査ほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多く、「年に1~2回程度」が少なくなる傾向がみられます。

性別にみると、男性において「見聞きしたことはない (知らない)」が女性より多くなっています。

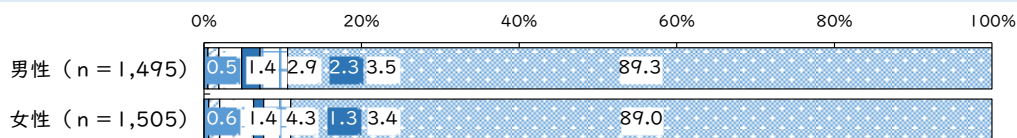
年代別にみると、年代が高くなるほど「見聞きしたことはない (知らない)」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「年に1~2回程度」が1割を下回って少なく、30歳代・50歳代・70歳以上において「2~3か月に1回程度」が1割を超えて多くなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。また、東京圏において「2~3か月に1回程度」が1割を超えて多くなっています。

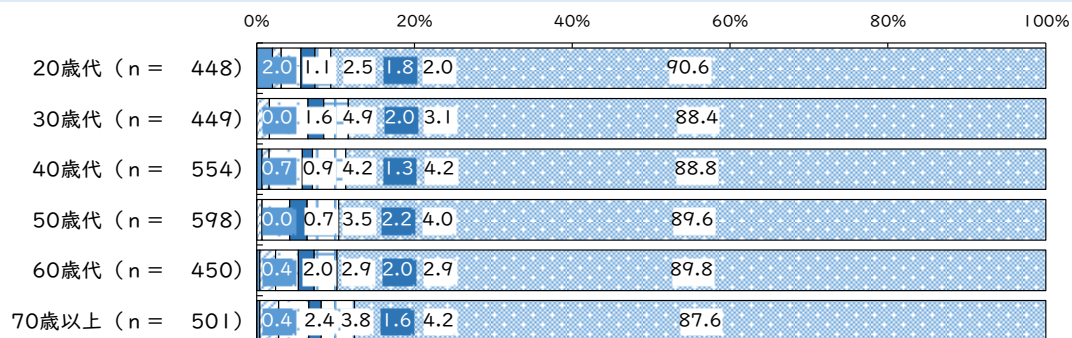
◆ 水産物 [富士の介、甲斐サーモン、ニジマス等]



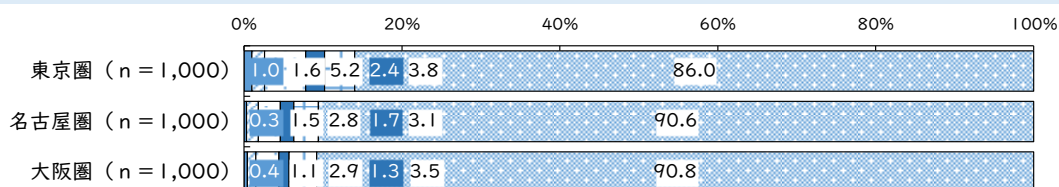
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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89.1%と突出しています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

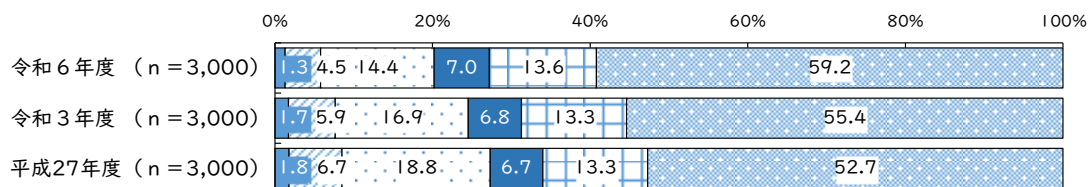
性別では、大きな差異はみられません。

年代別では、大きな差異はみられません。

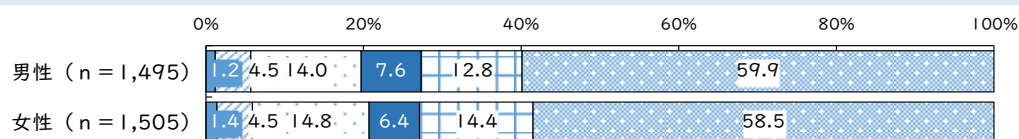
居住圏域別では、大きな差異はみられません。



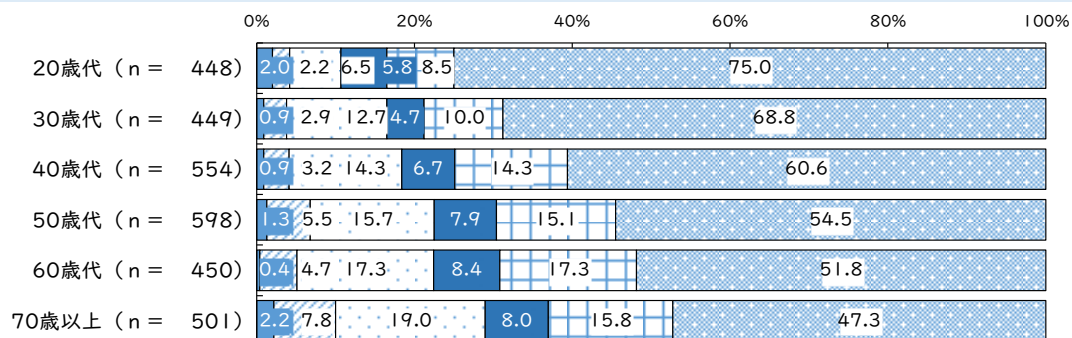
## ◆ ほうとう



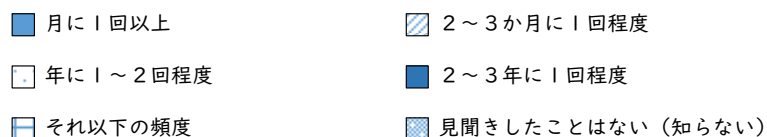
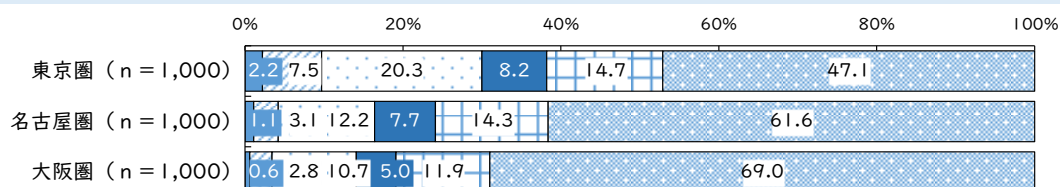
## 《性別》



## 《年代別》



## 《居住圏域別》



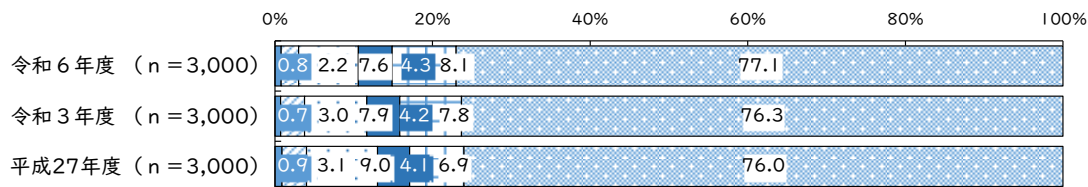
山梨県産のほうとうの情報を見聞きした頻度は、「見聞きしたことはない (知らない)」が59.2%と最も多く、次いで「年に1~2回程度」が14.4%、「それ以下の頻度」が13.6%などとなっています。経年比較をみると、新しい調査ほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

性別では、大きな差異はみられません。

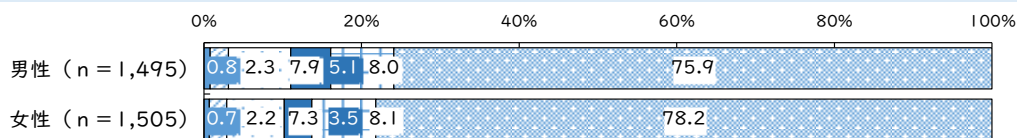
年代別にみると、年代が高くなるほど「年に1~2回程度」が多く、「見聞きしたことはない (知らない)」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「それ以下の頻度」が1割を下回って少なくなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

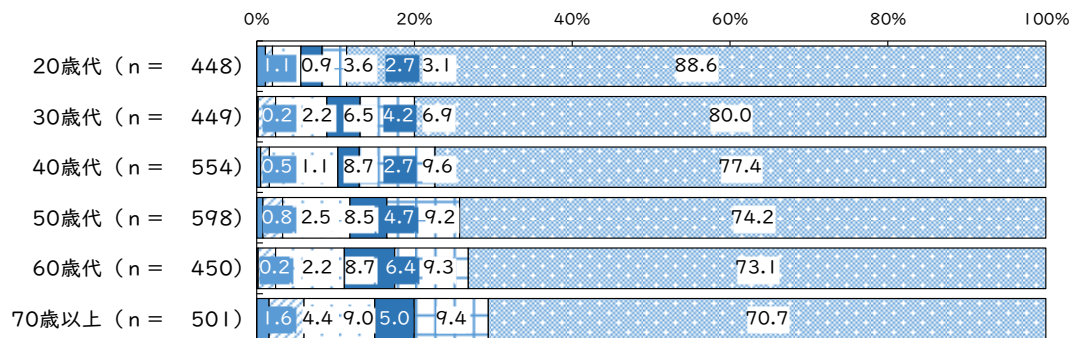
◆ 吉田のうどん



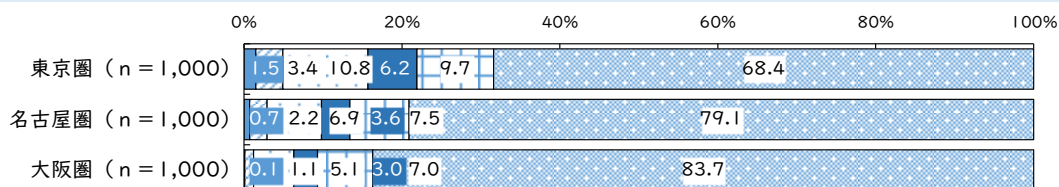
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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77.1%と突出しています。

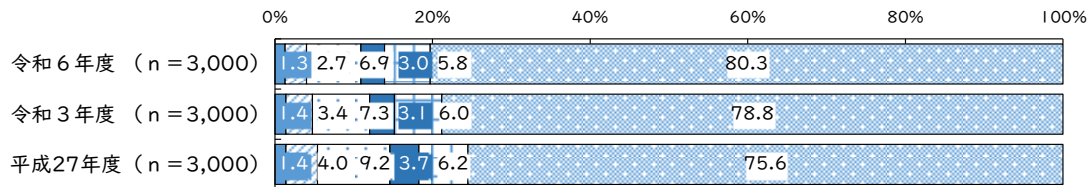
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

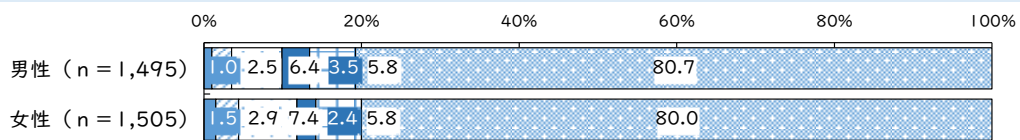
年代別にみると、年代が高くなるほど「見聞きしたことはない (知らない)」が少なくなる傾向がみられます。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

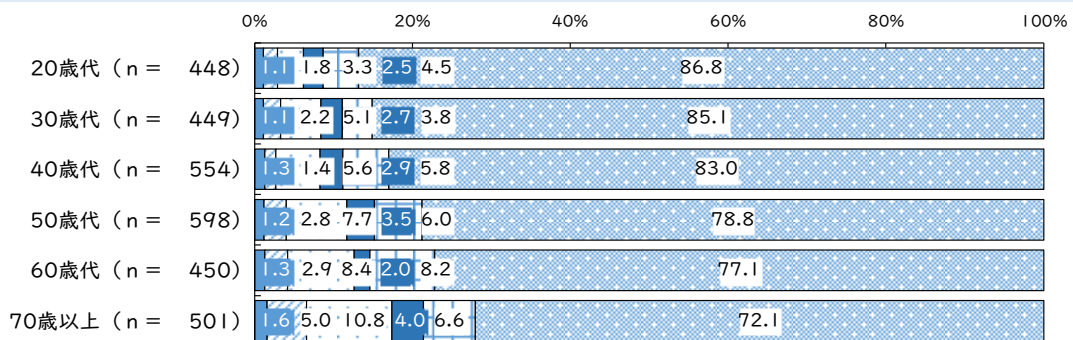
## ◆ そば



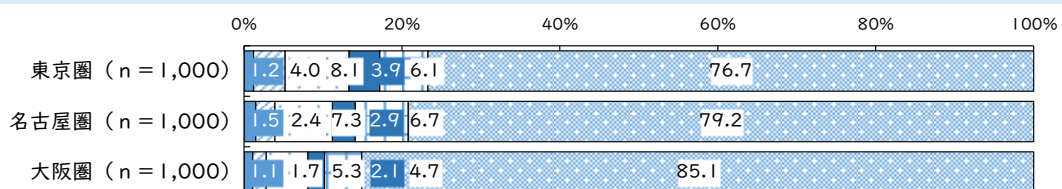
## 《性別》



## 《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80.3%と突出しています。

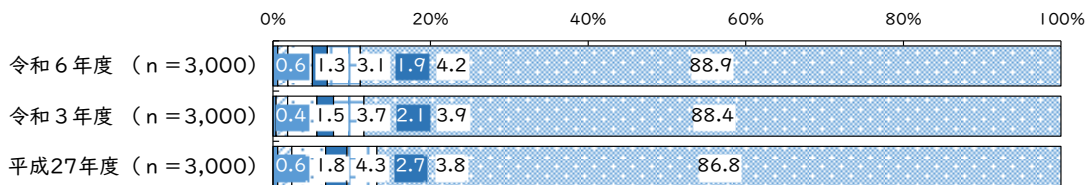
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

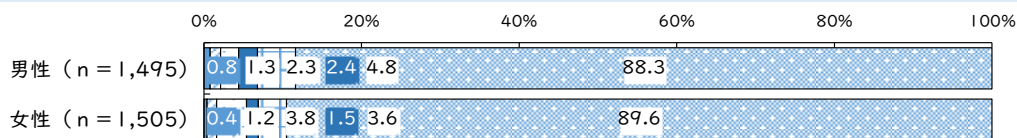
年代別にみると、年代が高くなるほど「年に1～2回程度」が多く、「見聞きしたことはない (知らない)」が少なくなる傾向がみられます。

居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

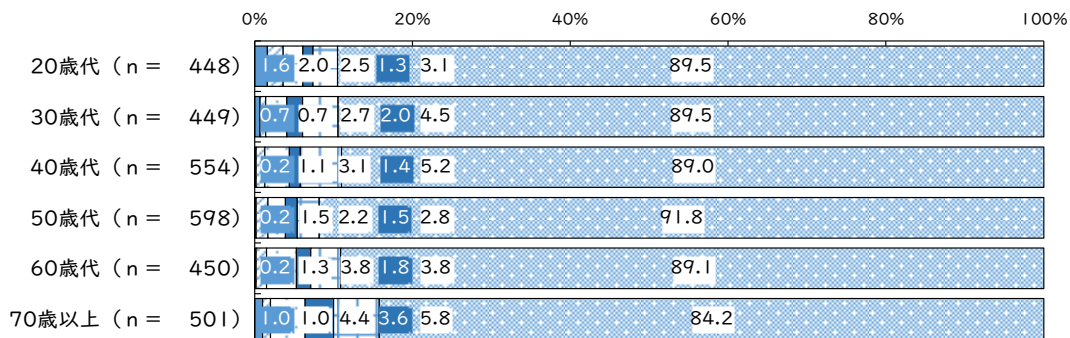
◆ 豆腐・ゆば [身延ゆば等]



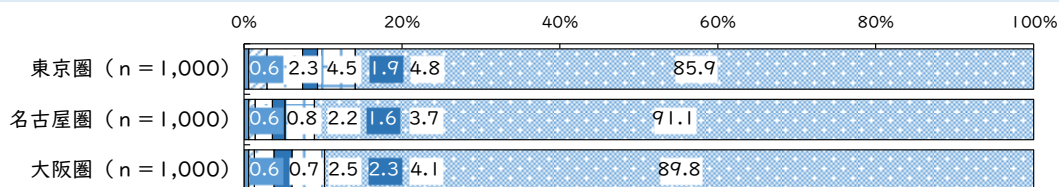
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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)

山梨県産の豆腐・ゆばの情報を聞きつけた頻度は、「見聞きしたことはない (知らない)」が88.9%と突出しています。

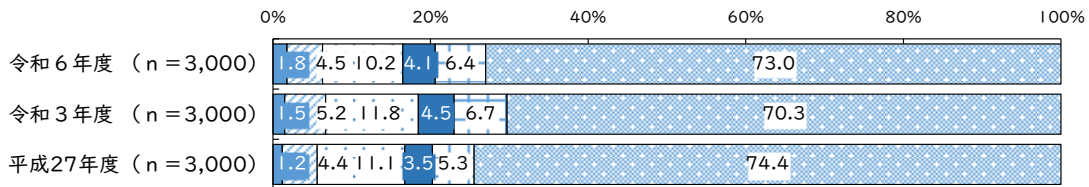
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

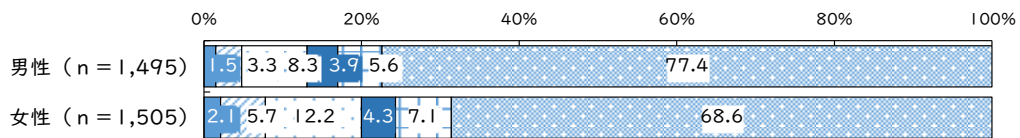
年代別にみると、50歳代において「見聞きしたことはない (知らない)」が9割を超えて多くなっています。

居住圏域別にみると、名古屋圏において「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。

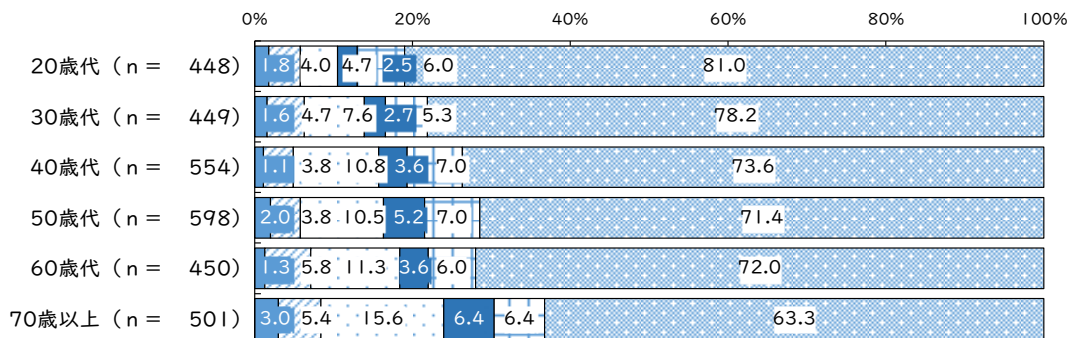
## ◆ 菓子類 [水信玄餅、名水かき氷等]



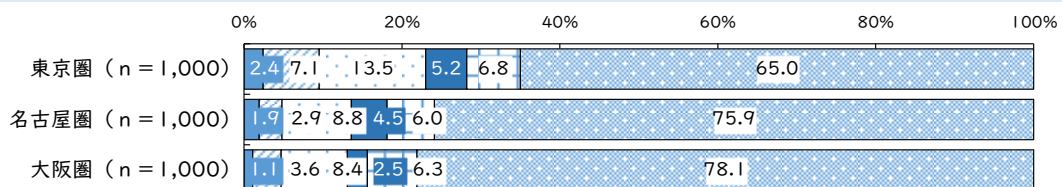
## ≪性別≫



## ≪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)」が73.0%と最も多く、次いで「年に1～2回程度」が10.2%、「それ以下の頻度」が6.4%などとなっています。

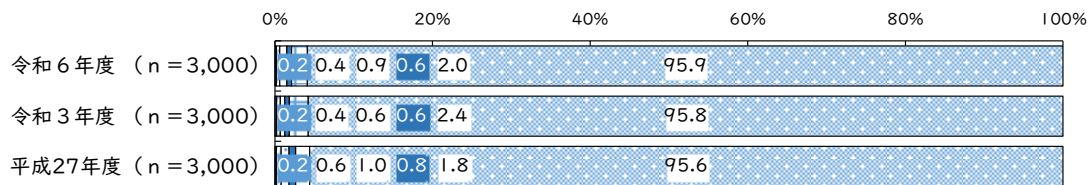
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別にみると、男性において「見聞きしたことはない (知らない)」が女性より多くなっています。

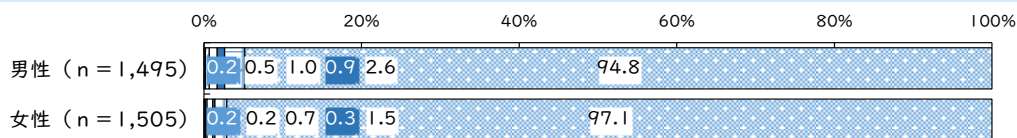
年代別にみると、20歳代において「見聞きしたことはない (知らない)」が8割を超えて多く、30歳代以下において「年に1～2回程度」が1割を下回って少なくなっています。

居住圏域別にみると、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)」が多くなる傾向がみられます。

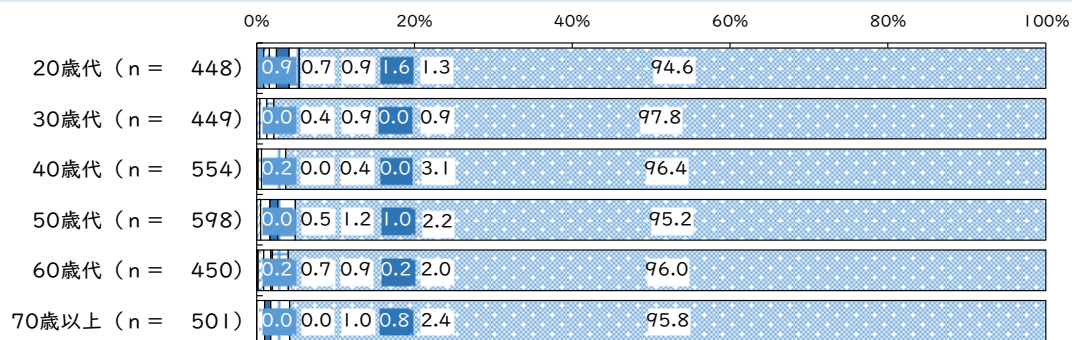
◆ 化粧品 [化粧水等]



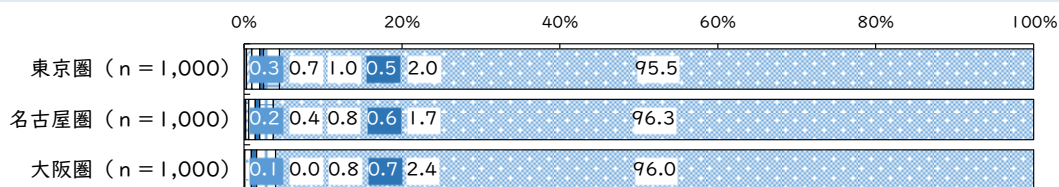
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 月に1回以上
- 年に1~2回程度
- それ以下の頻度
- ▨ 2~3か月に1回程度
- 2~3年に1回程度
- ▨ 見聞きしたことはない (知らない)

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95.9%と突出しています。

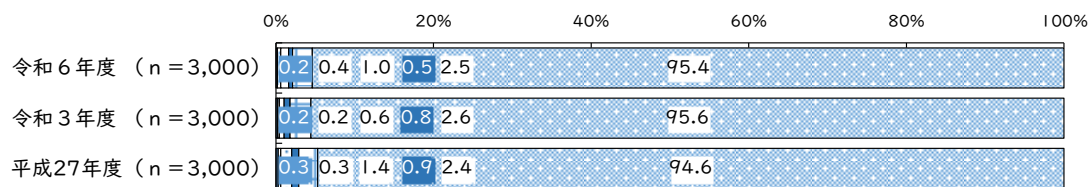
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

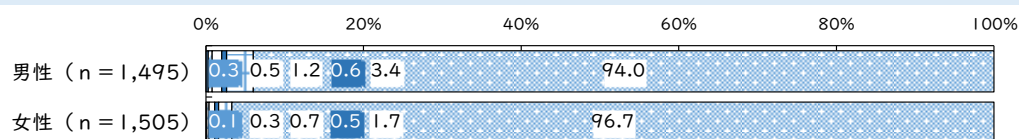
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

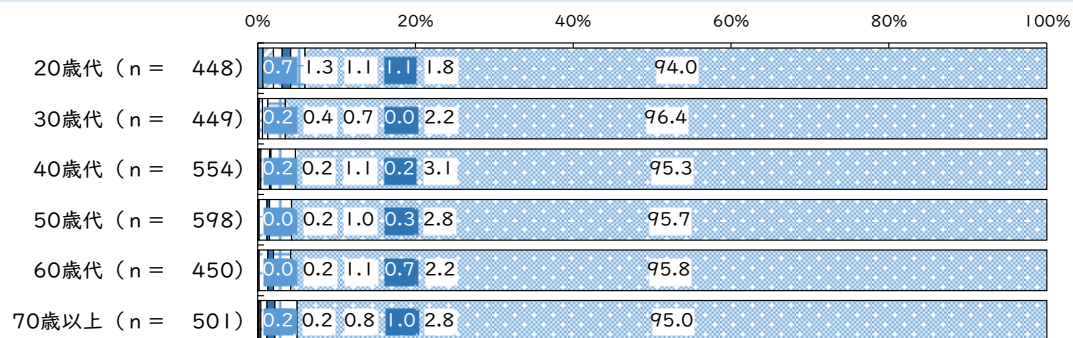
## ◆ 和紙〔市川和紙、西嶋和紙〕



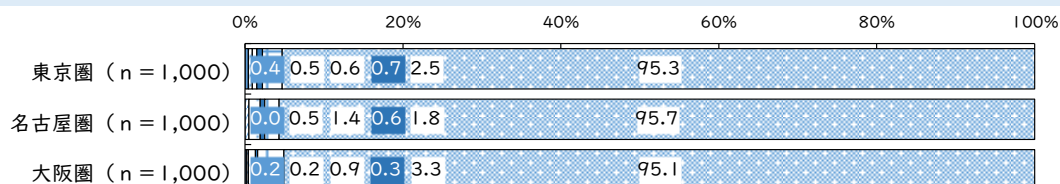
## ≪性別≫



## ≪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95.4%と突出しています。

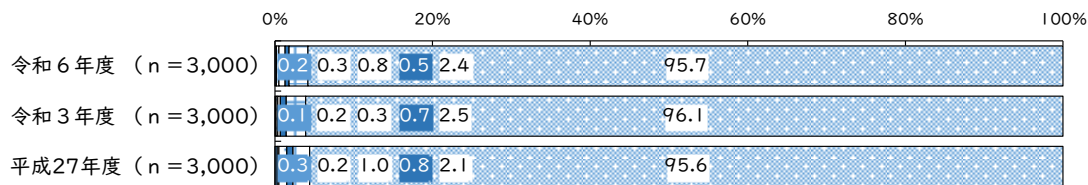
経年比較では、大きな差異はみられません。

性別では、大きな差異はみられません。

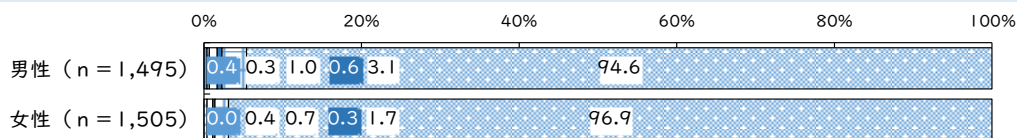
年代別では、大きな差異はみられません。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

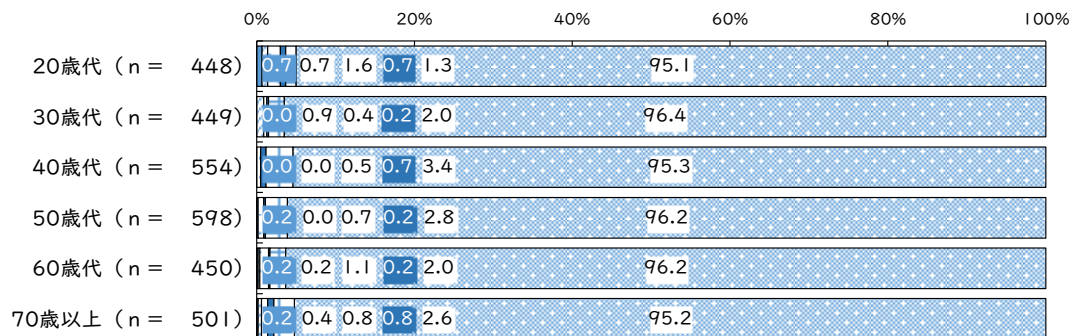
◆ 織物・染め物 [郡内織等]



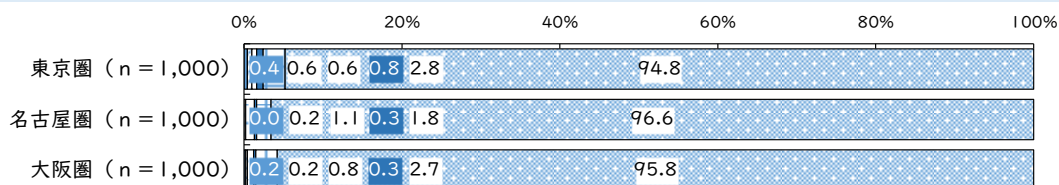
≪性別≫



≪年代別≫



≪居住圏域別≫



- 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95.7%と突出しています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

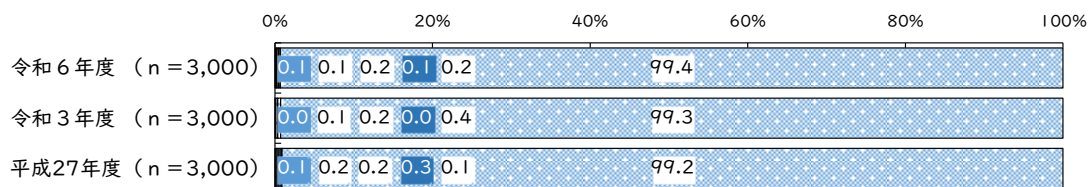
性別では、大きな差異はみられません。

年代別では、大きな差異はみられません。

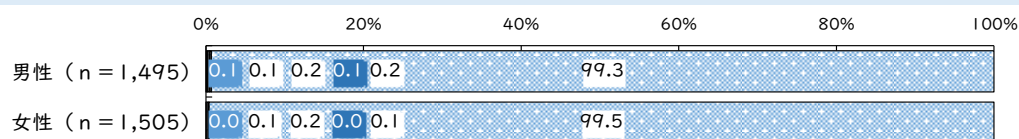
居住圏域別では、大きな差異はみられません。



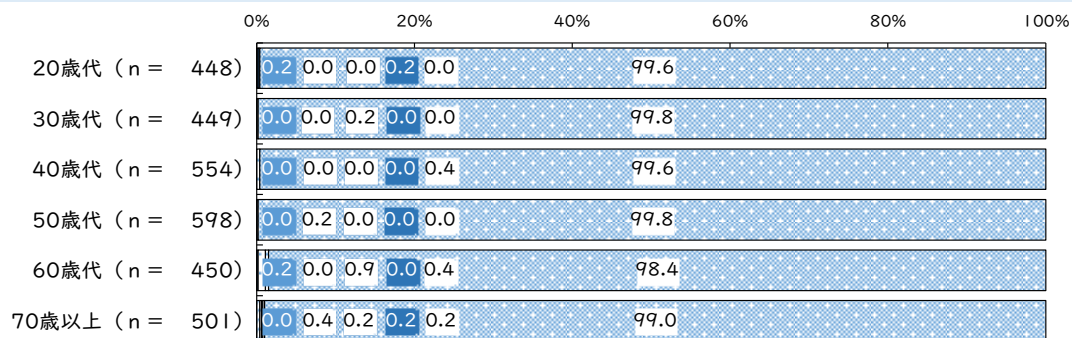
## ◆ その他



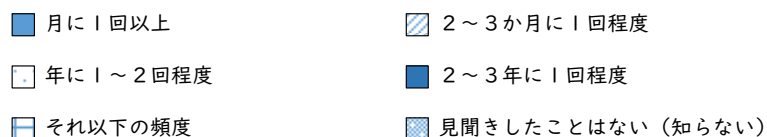
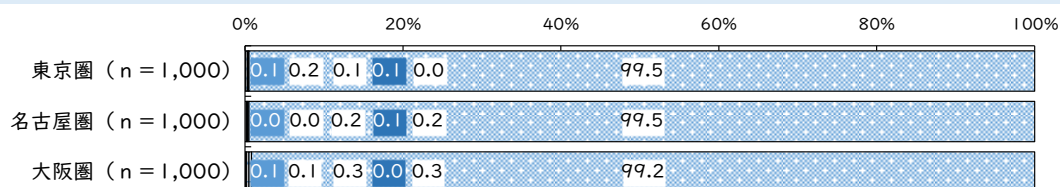
## 《性別》



## 《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99.4%と突出しています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

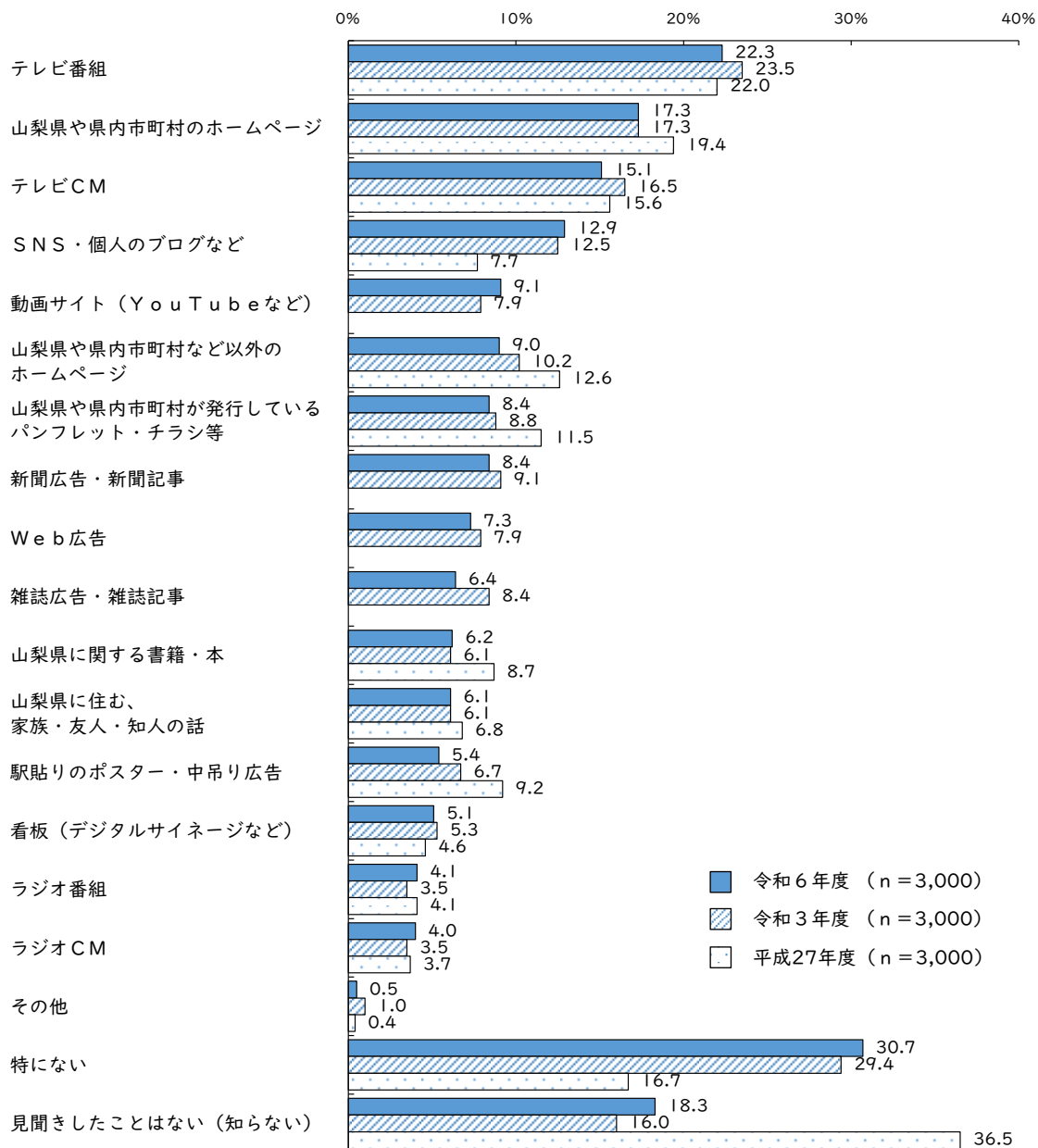
性別では、大きな差異はみられません。

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)

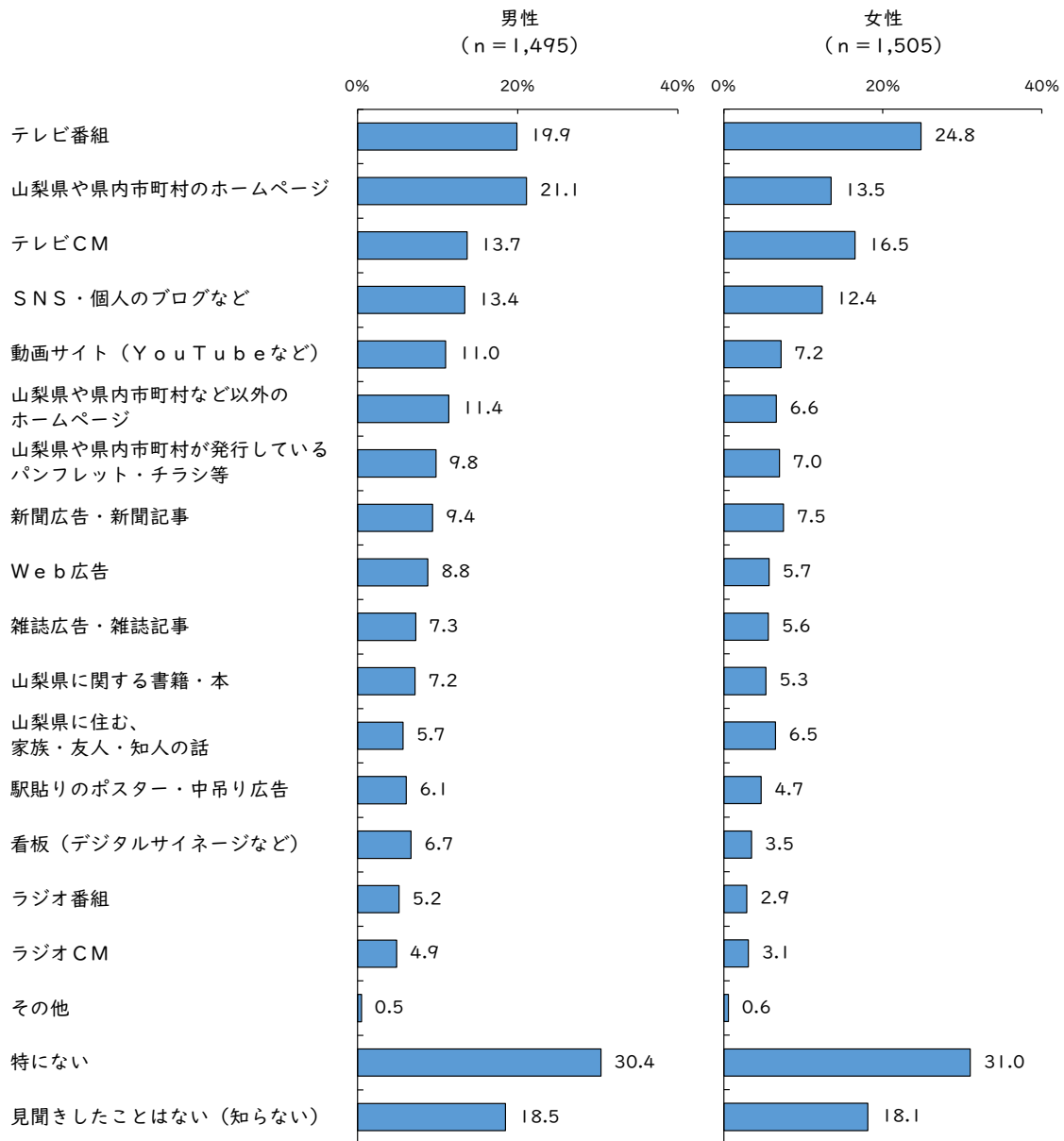
山梨県内の「水」の名所や温泉地に関する情報は、どこから得ていますか。(〇はいくつでも)



※令和3年度より「新聞広告」、「新聞記事」を「新聞広告・新聞記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「雑誌広告」、「雑誌記事」を「雑誌広告・雑誌記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「動画サイト (YouTubeなど)」、「Web広告」を追加しています。

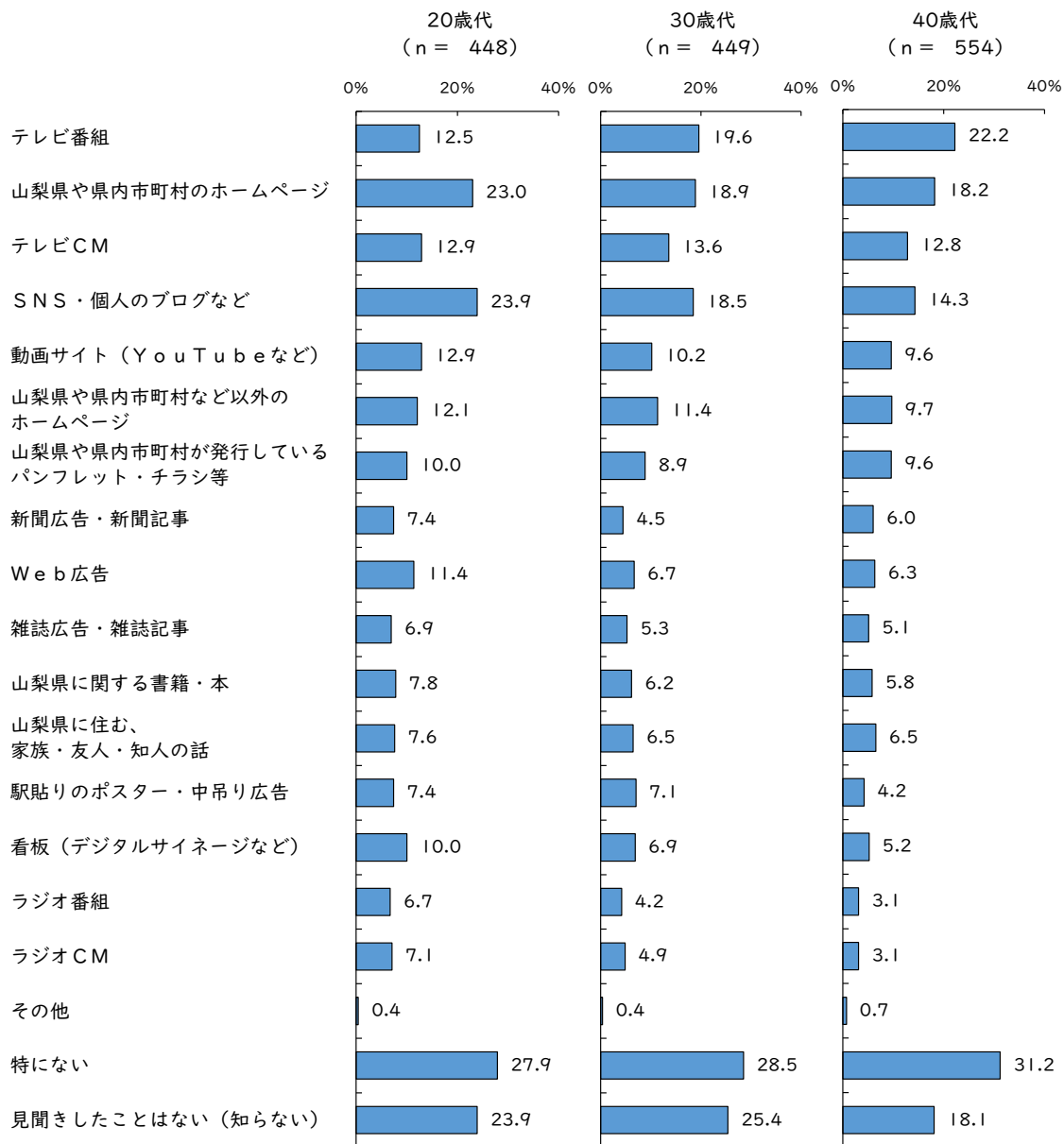
山梨県内の水の名所や温泉地に関する情報の入手先は、「特にない」が30.7%と最も多く、次いで「テレビ番組」が22.3%、「見聞きしたことはない (知らない)」が18.3%などとなっています。  
 経年比較をみると、新しい調査ほど「SNS・個人のブログなど」、「特にない」が多くなる傾向がみられます。また、令和3年度以降「見聞きしたことはない (知らない)」が2割を下回って少なくなっています。

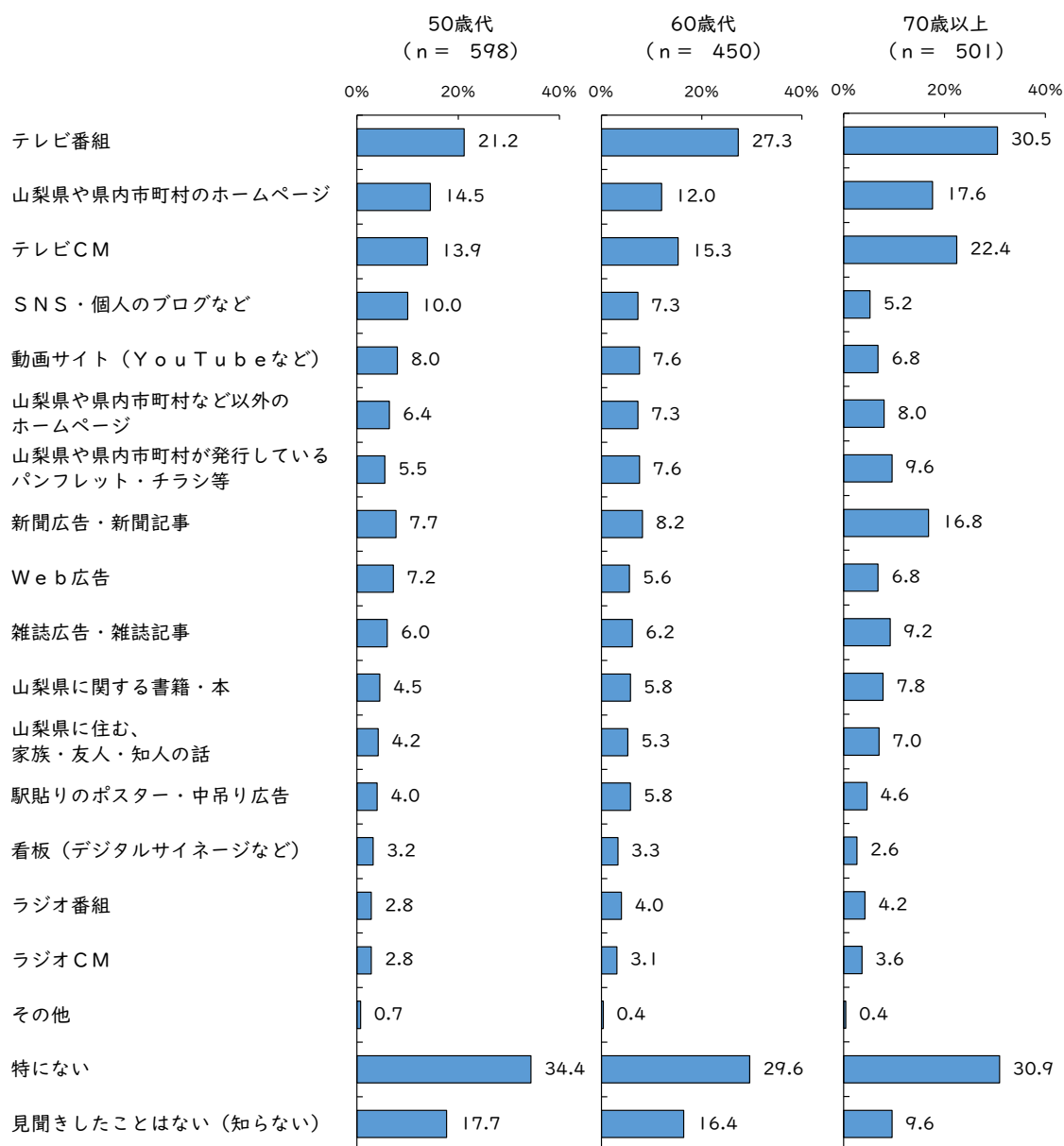
### 「性別」



性別にみると、男性において「山梨県や県内市町村のホームページ」が女性より多くなっています。

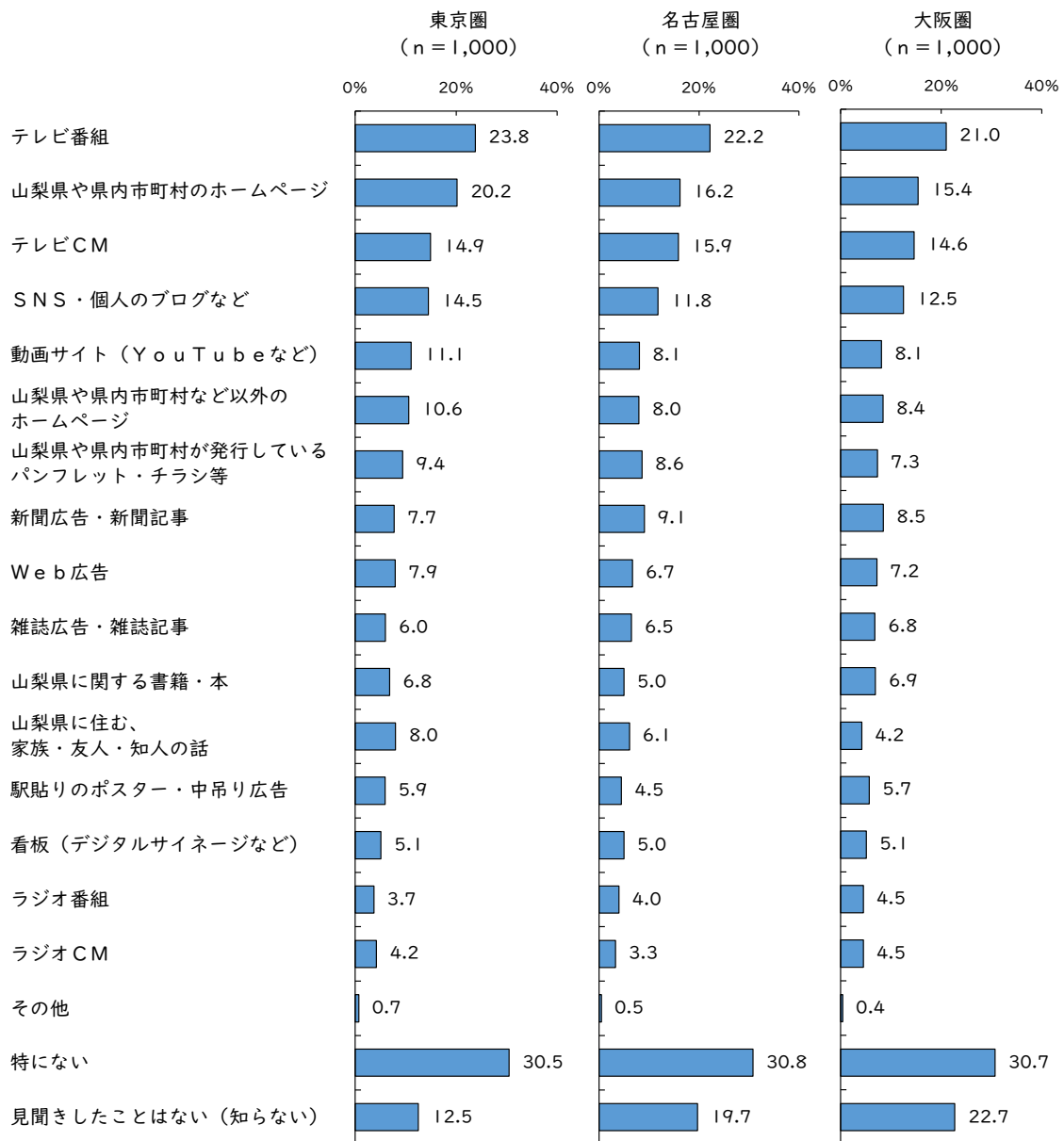
《年代別》





年代別にみると、年代が高くなるほど「SNS・個人のブログなど」、「動画サイト (YouTubeなど)」が少なくなる傾向がみられます。また、70歳以上において「テレビ番組」、「新聞広告・新聞記事」が多く、「見聞きしたことはない (知らない)」が1割を下回って少なくなっています。

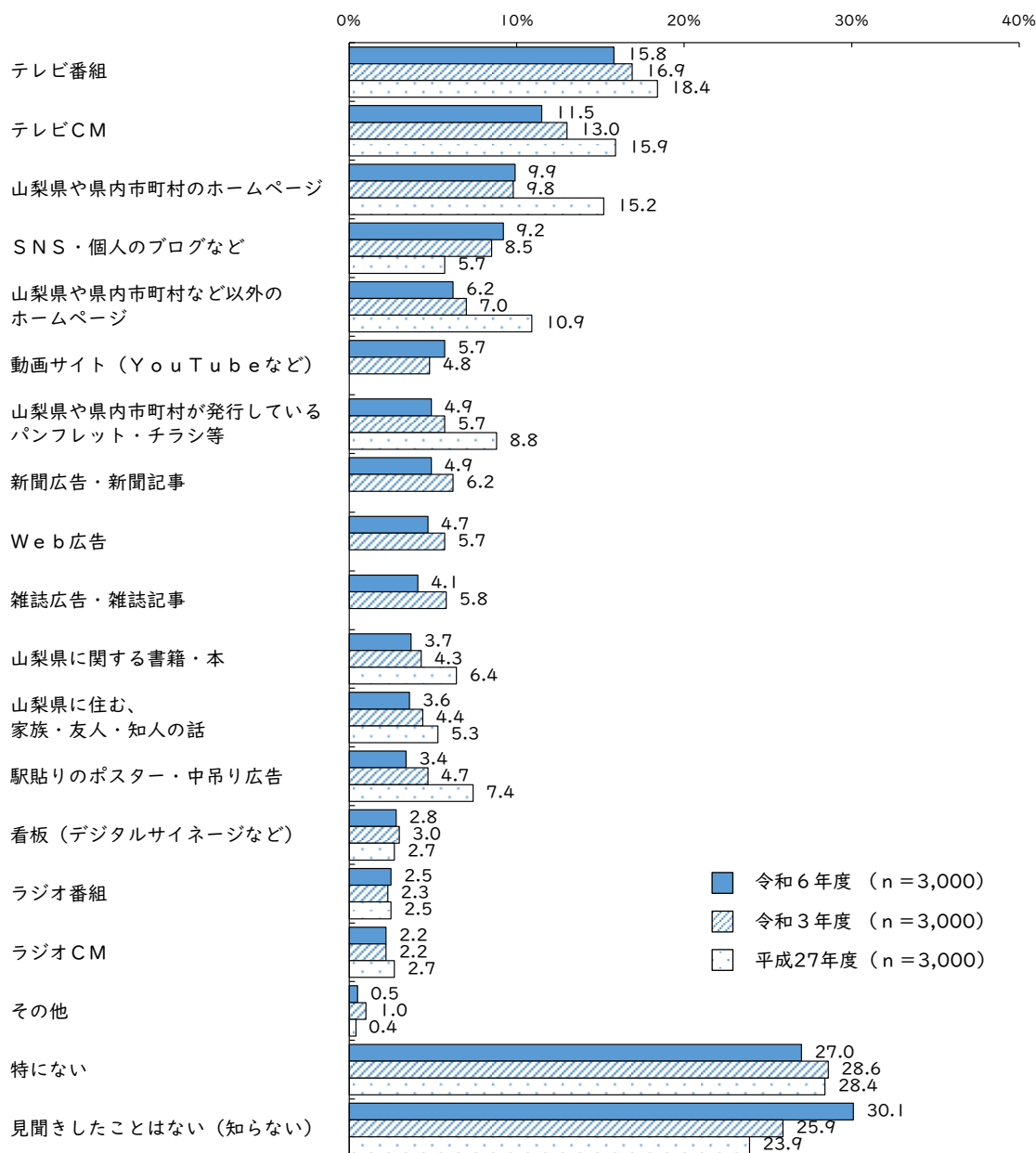
《居住圏域別》



居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

## 問16(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)

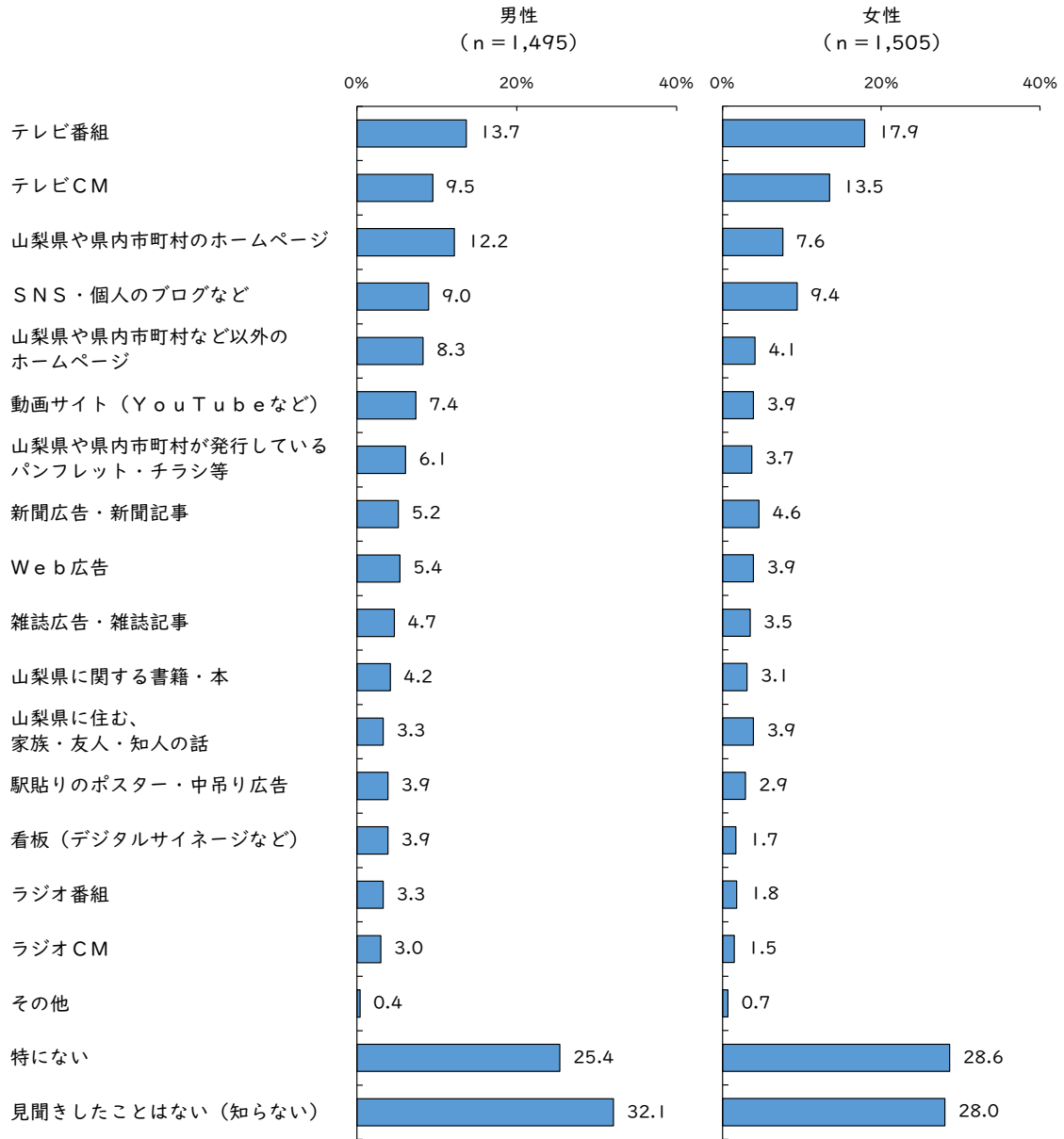


※令和3年度より「新聞広告」、「新聞記事」を「新聞広告・新聞記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「雑誌広告」、「雑誌記事」を「雑誌広告・雑誌記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「動画サイト (YouTubeなど)」、「Web広告」を追加しています。

水に関する山梨県産商品の情報の入手先は、「見聞きしたことはない (知らない)」が30.1%と最も多く、次いで「特にない」が27.0%、「テレビ番組」が15.8%などとなっています。

経年比較をみると、新しい調査ほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。また、令和3年度以降「山梨県や県内市町村のホームページ」が1割を下回って少なくなっています。

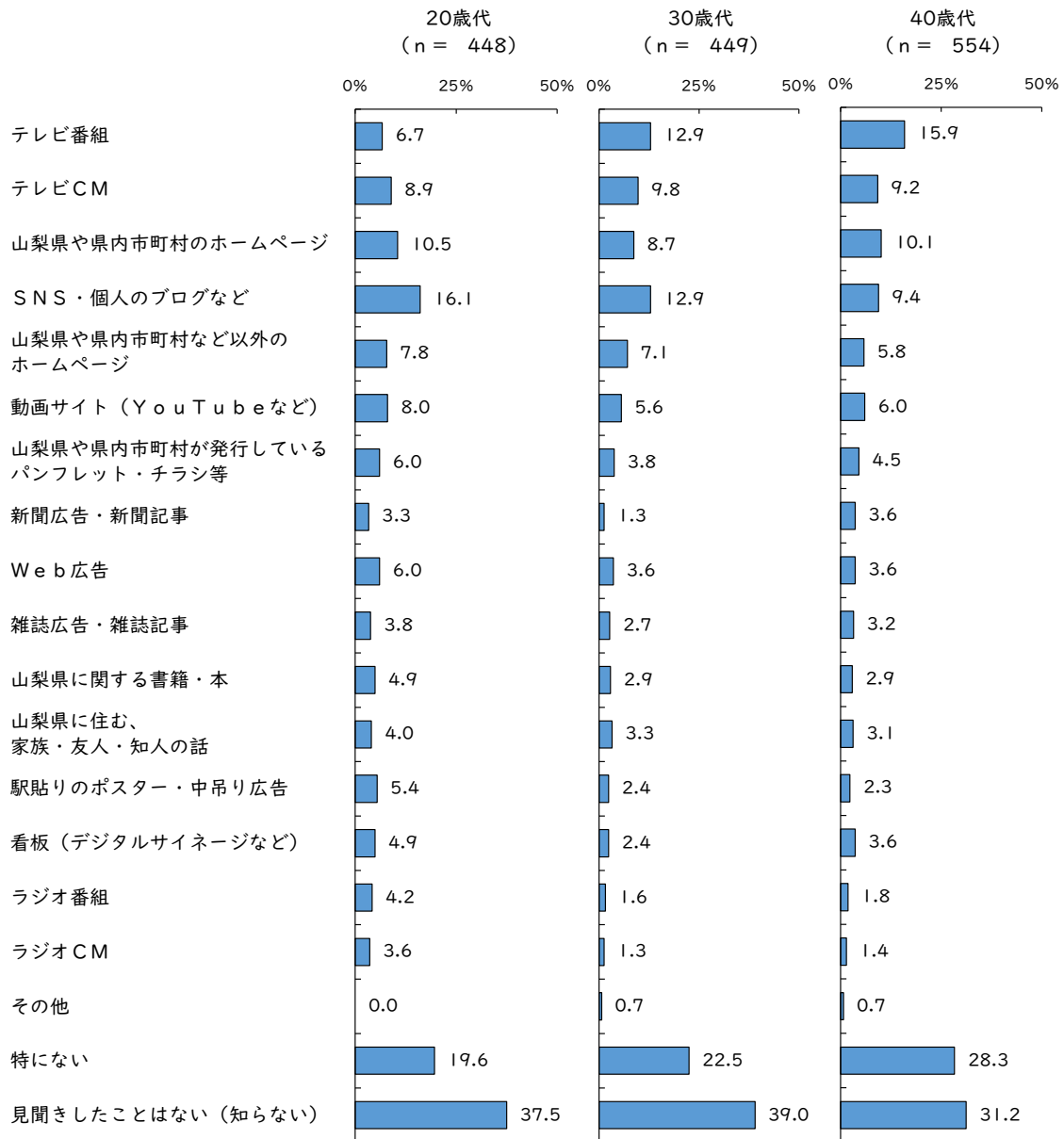
《性別》

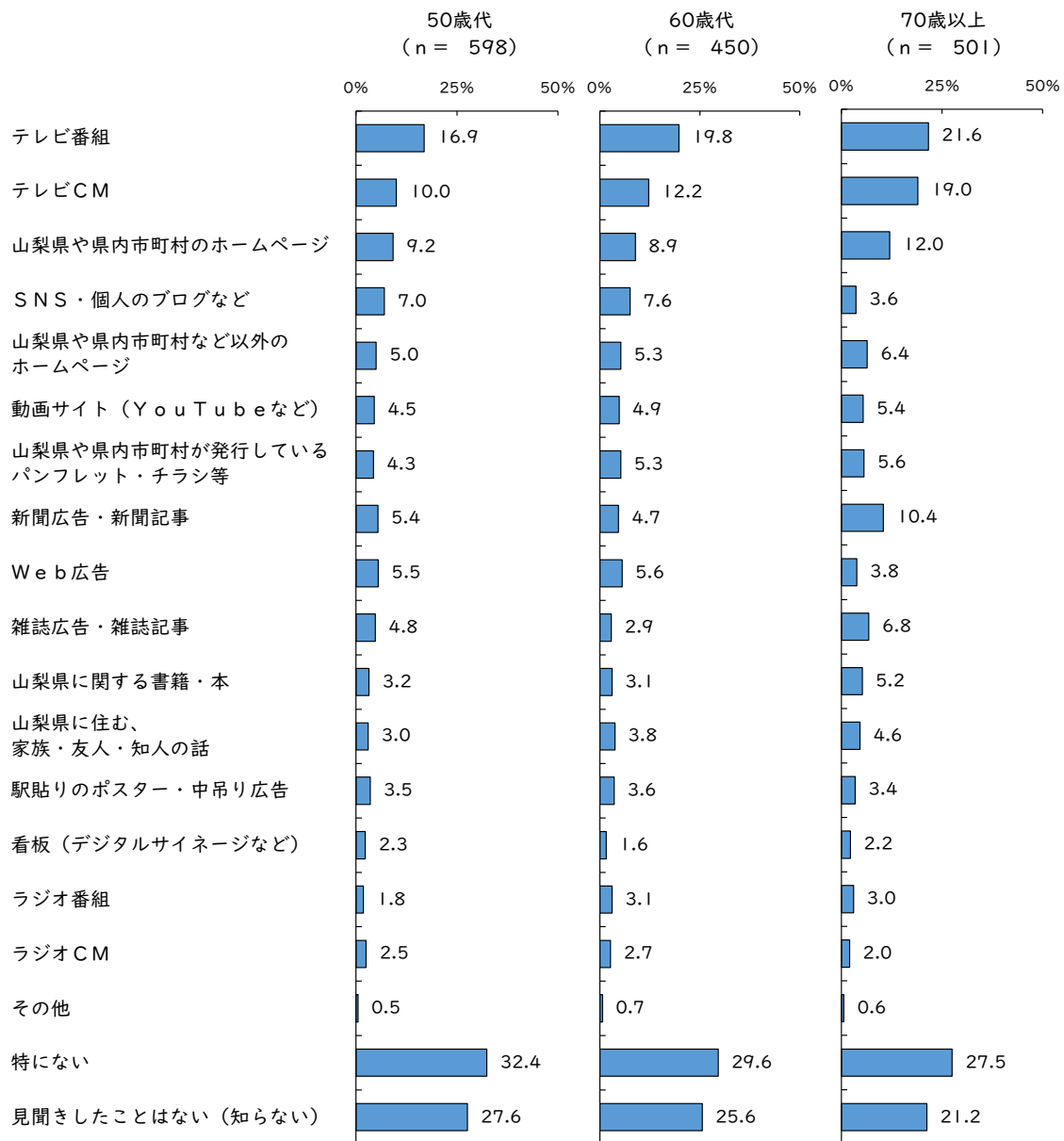


性別では、大きな差異はみられません。



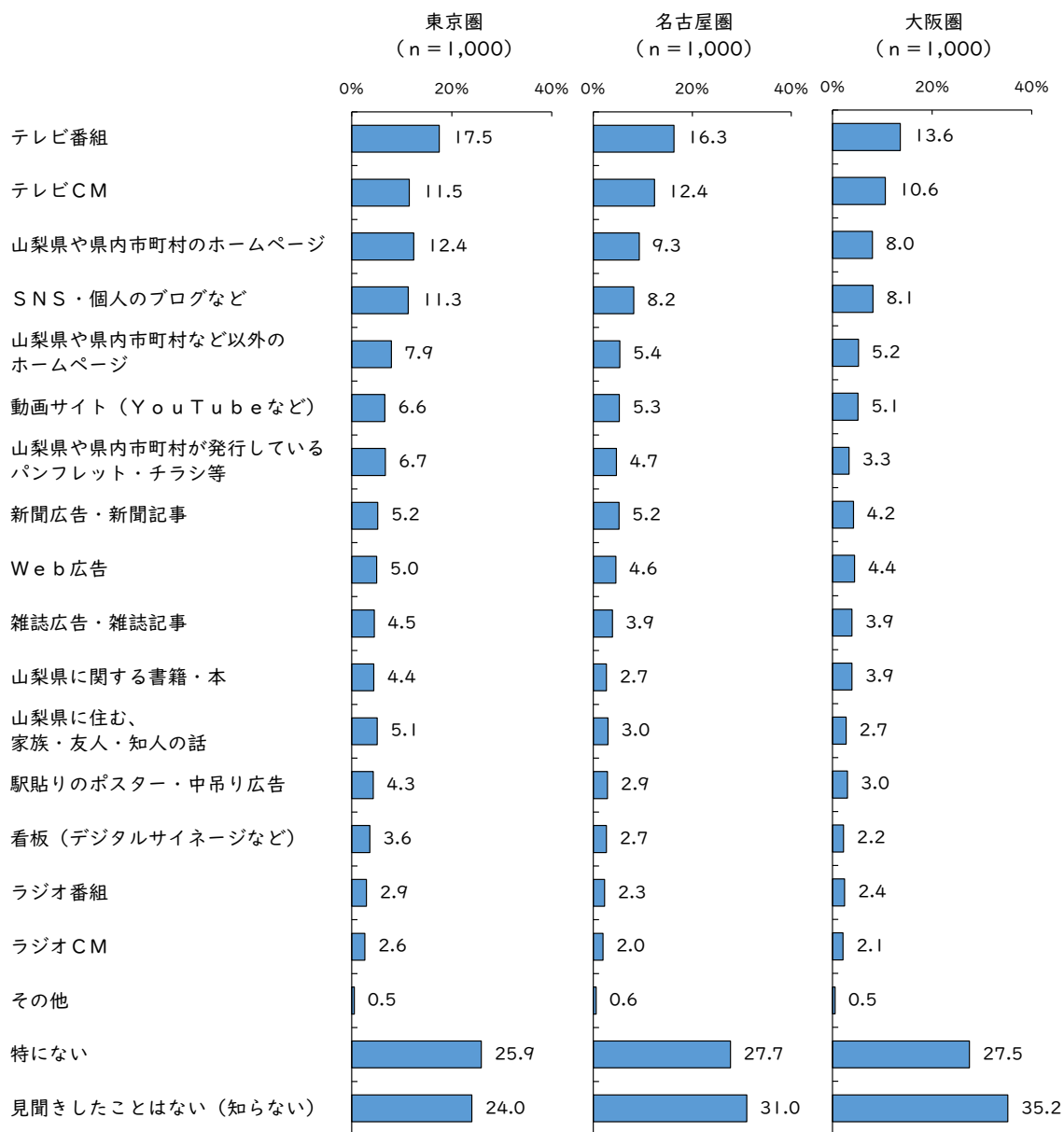
### 《年代別》





年代別にみると、年代が高くなるほど「テレビ番組」が多くなる傾向がみられます。また、40歳代以下において「聞きしことはない (知らない)」が3割を超えて多く、50歳代において「特になし」が3割を超えて多くなっています。

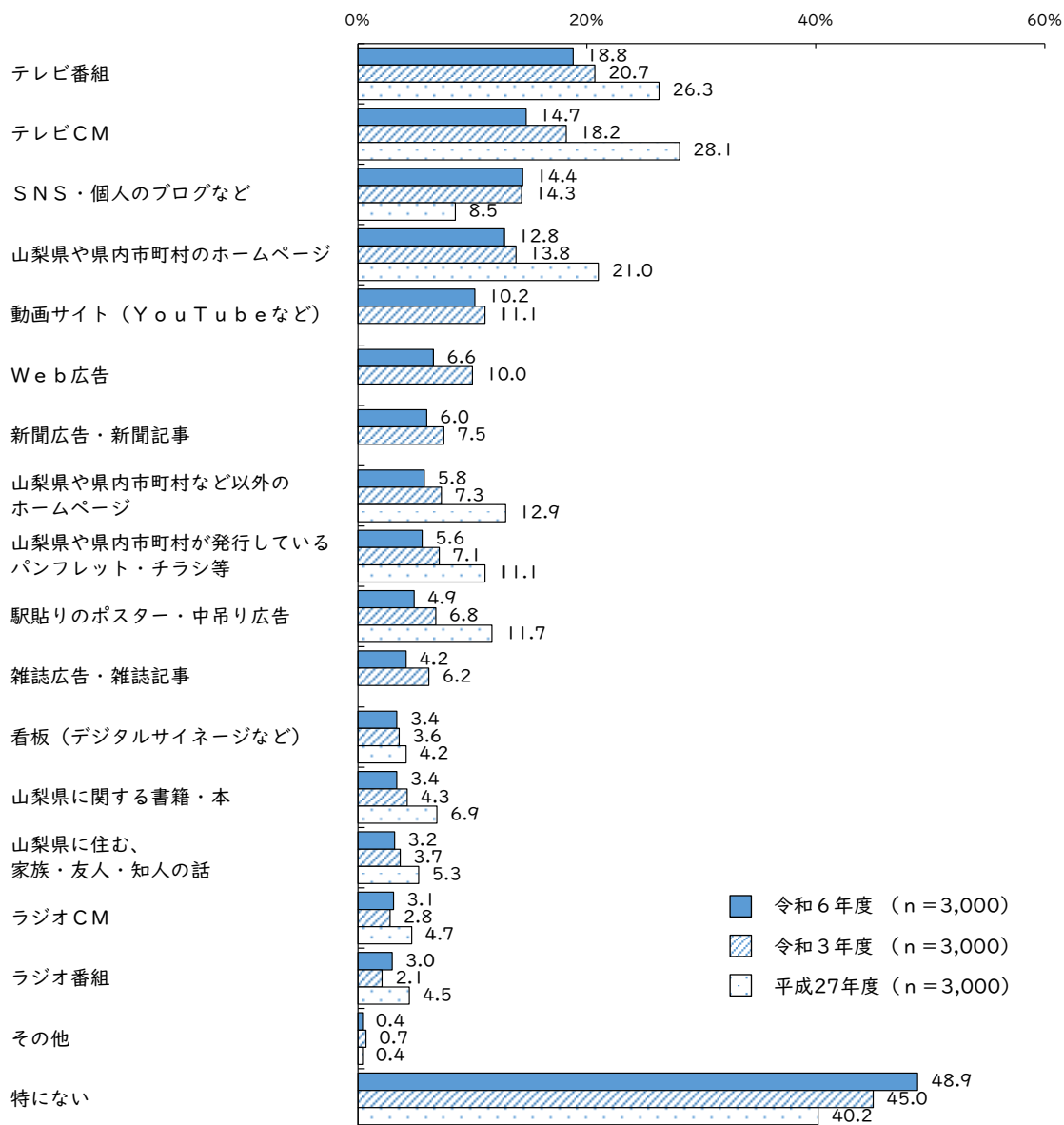
### ◀居住圏域別▶



居住圏域別にみると、西に行くほど「見聞きしたことはない (知らない)」が多くなる傾向がみられます。

問16(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。  
(〇はいくつでも)

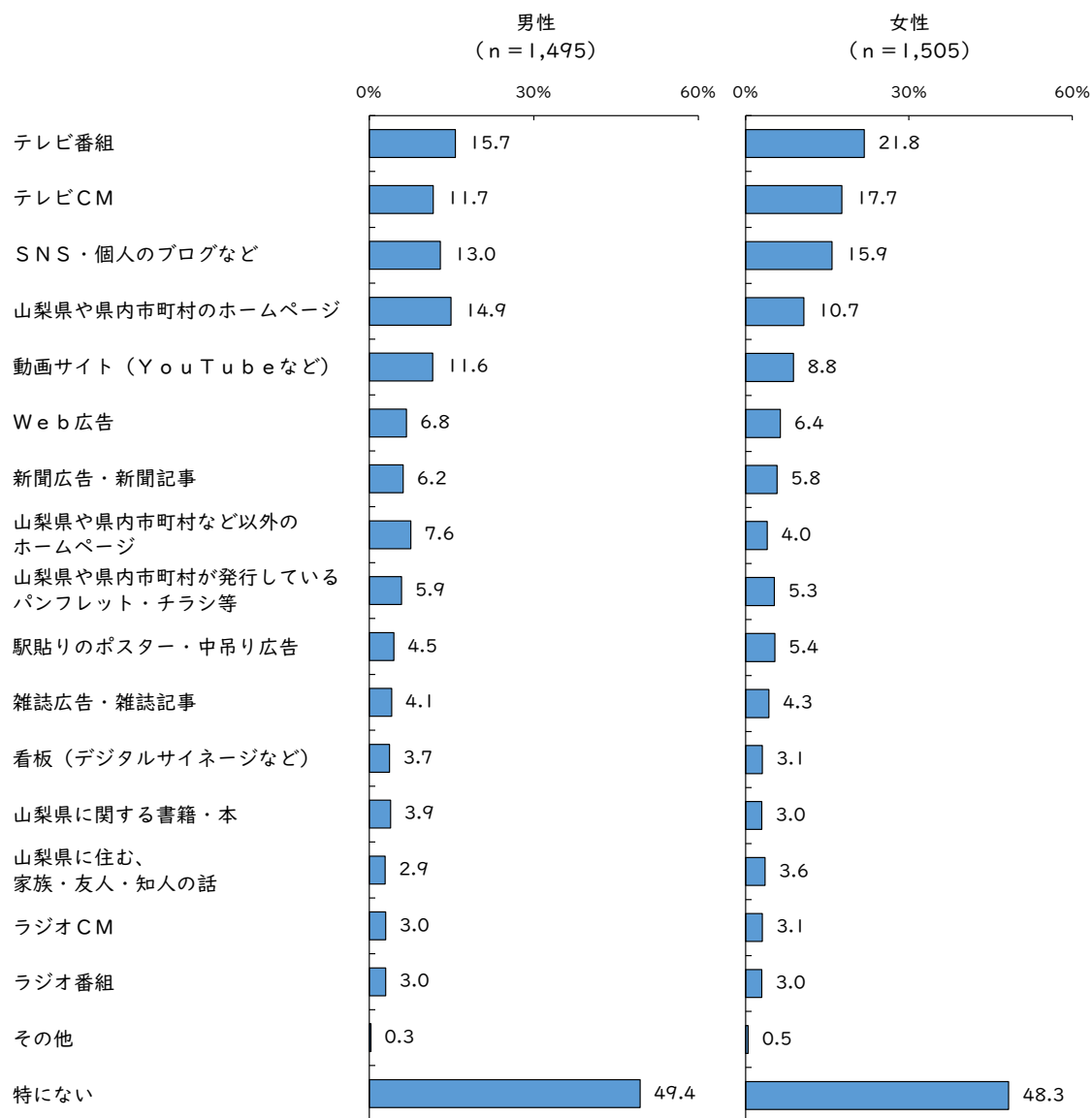


※令和3年度より「新聞広告」、「新聞記事」を「新聞広告・新聞記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「雑誌広告」、「雑誌記事」を「雑誌広告・雑誌記事」に変更しています。  
 ※令和3年度より「動画サイト (YouTubeなど)」、「Web広告」を追加しています。

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」が48.9%と最も多く、次いで「テレビ番組」が18.8%、「テレビCM」が14.7%などとなっています。

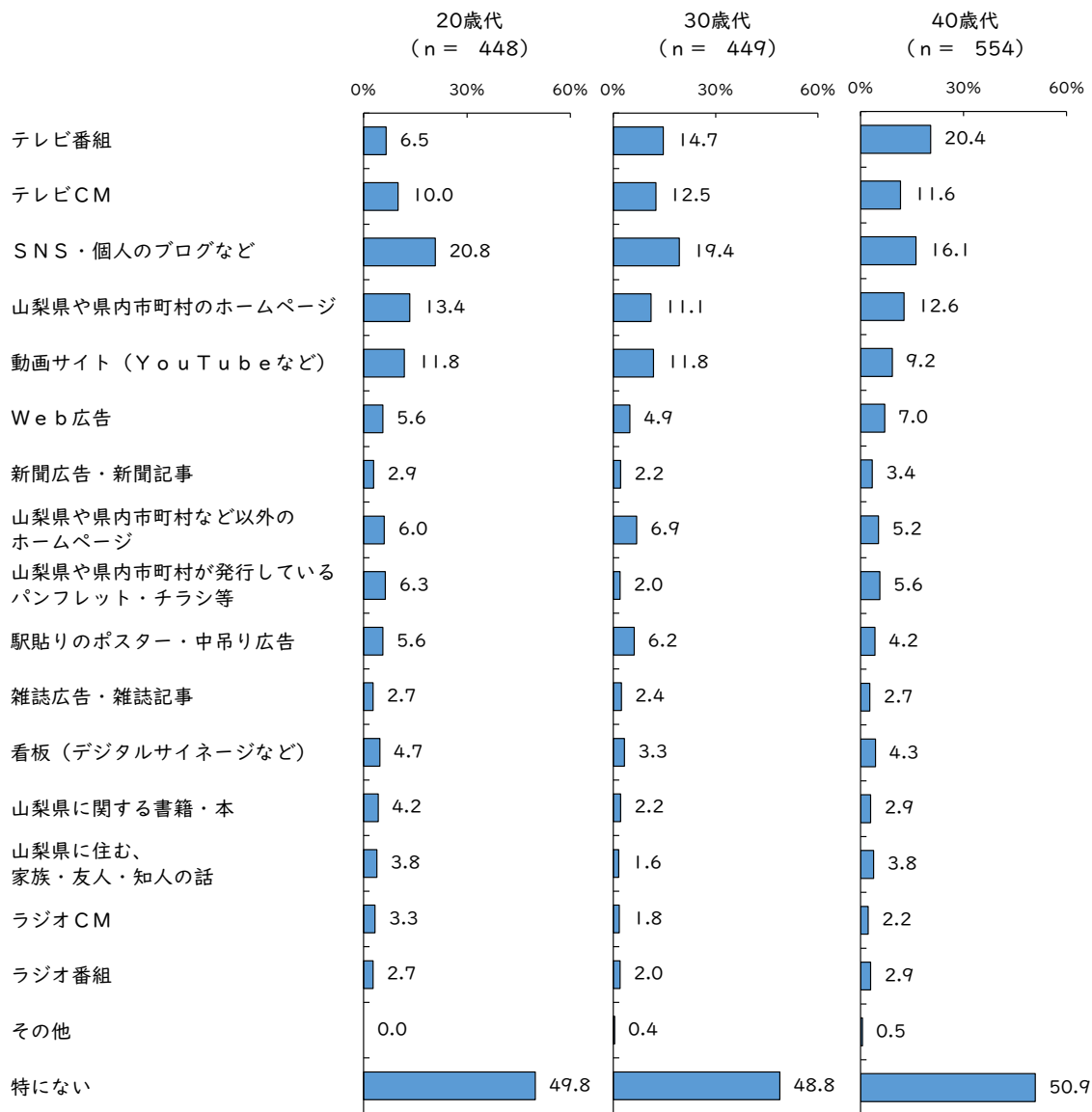
経年比較をみると、新しい調査ほど「特にない」が多く、「テレビ番組」、「テレビCM」、「山梨県や県内市町村のホームページ」、「山梨県や県内市町村など以外のホームページ」、「山梨県や県内市町村が発行しているパンフレット・チラシ等」、「駅貼りのポスター・中吊り広告」が少なくなる傾向がみられます。また、令和3年度以降「SNS・個人のブログなど」が1割を超えて多くなっています。

### 「性別」

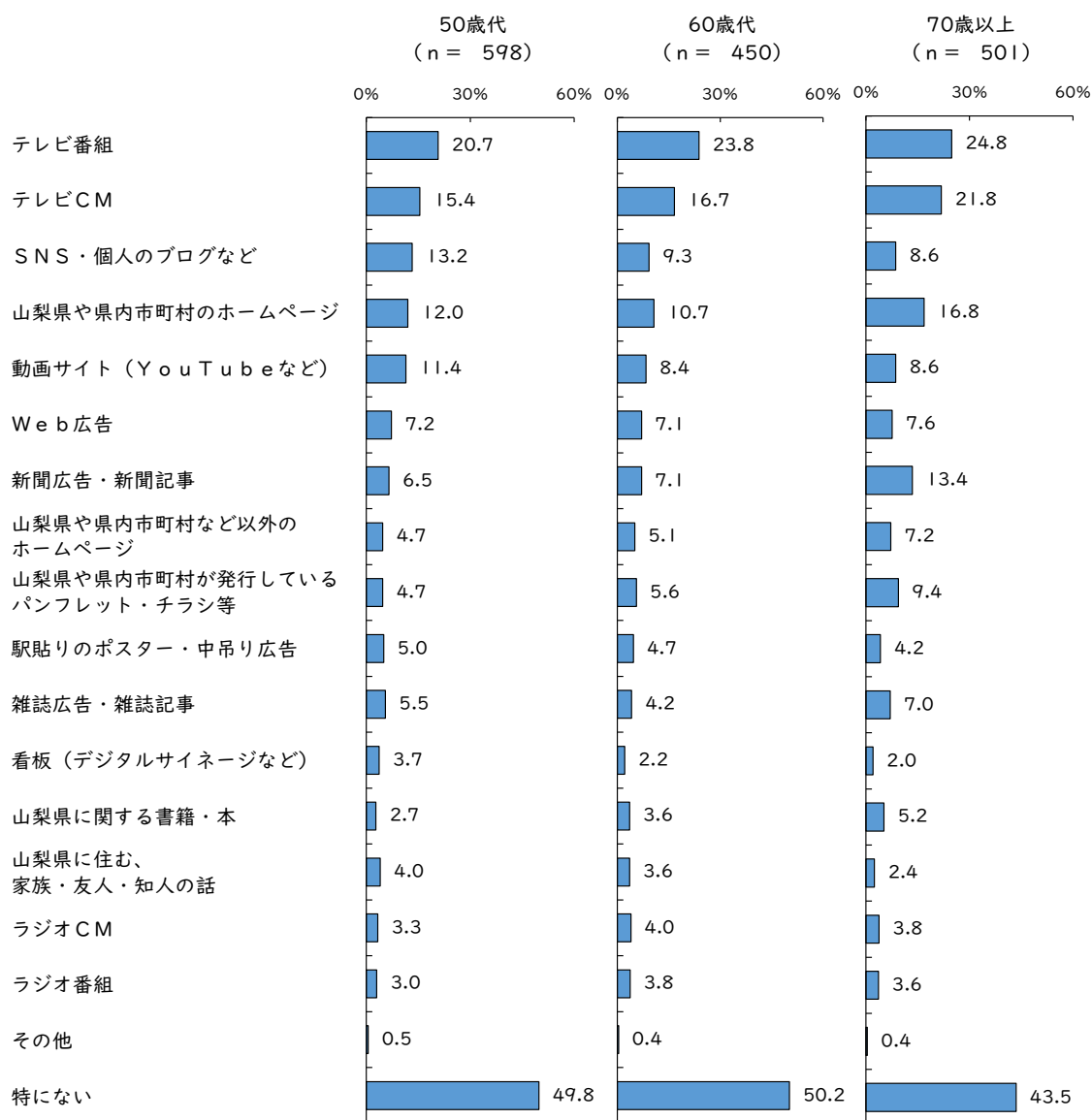


性別にみると、女性において「テレビ番組」、「テレビCM」が男性より多くなっています。

《年代別》

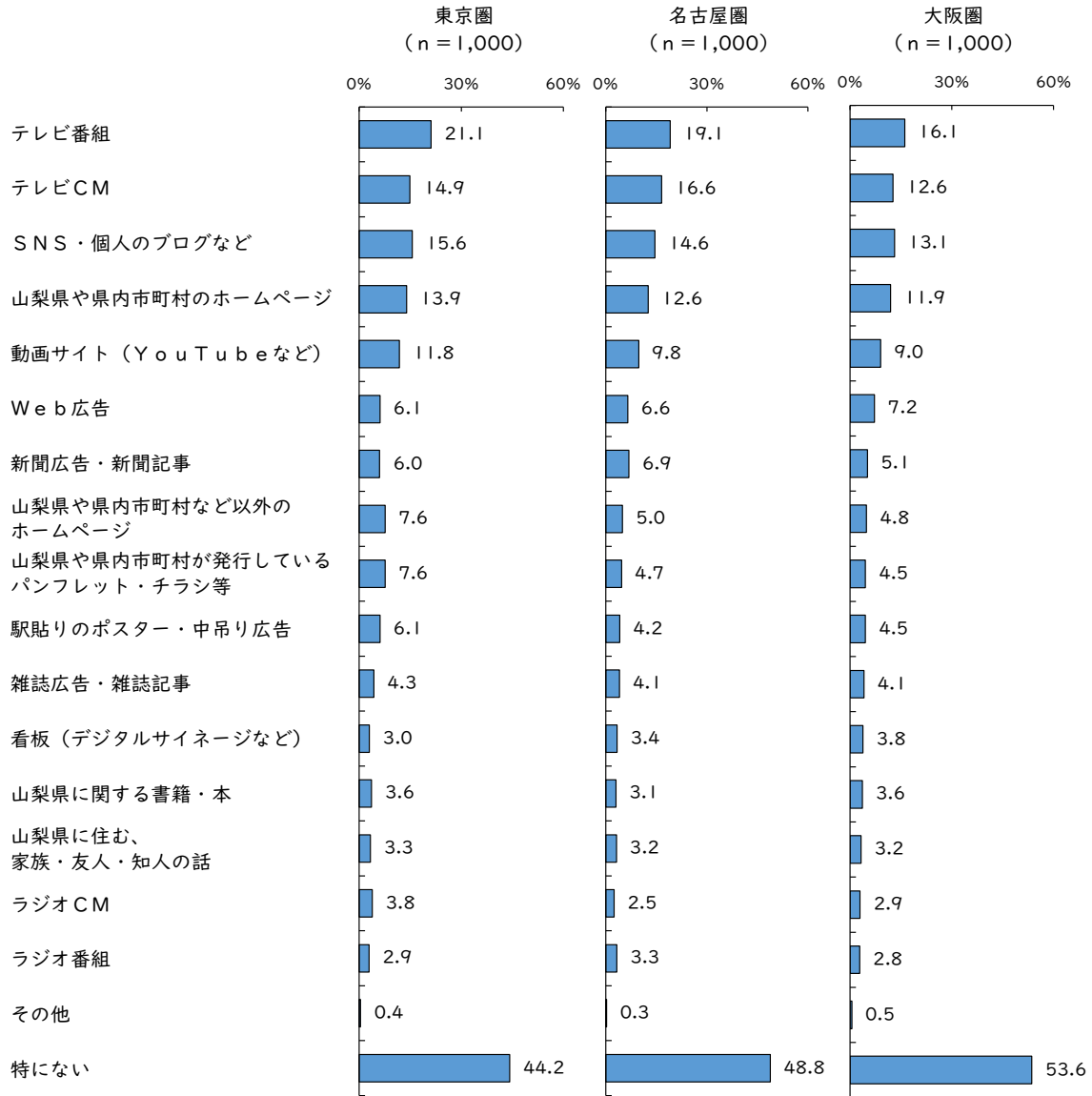


## 2. 調査の結果



年代別にみると、年代が高くなるほど「テレビ番組」が多く、「SNS・個人のブログなど」が少なくなる傾向がみられます。また、40歳代・60歳代において「特になし」が半数を超えて多く、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。

《居住圏域別》



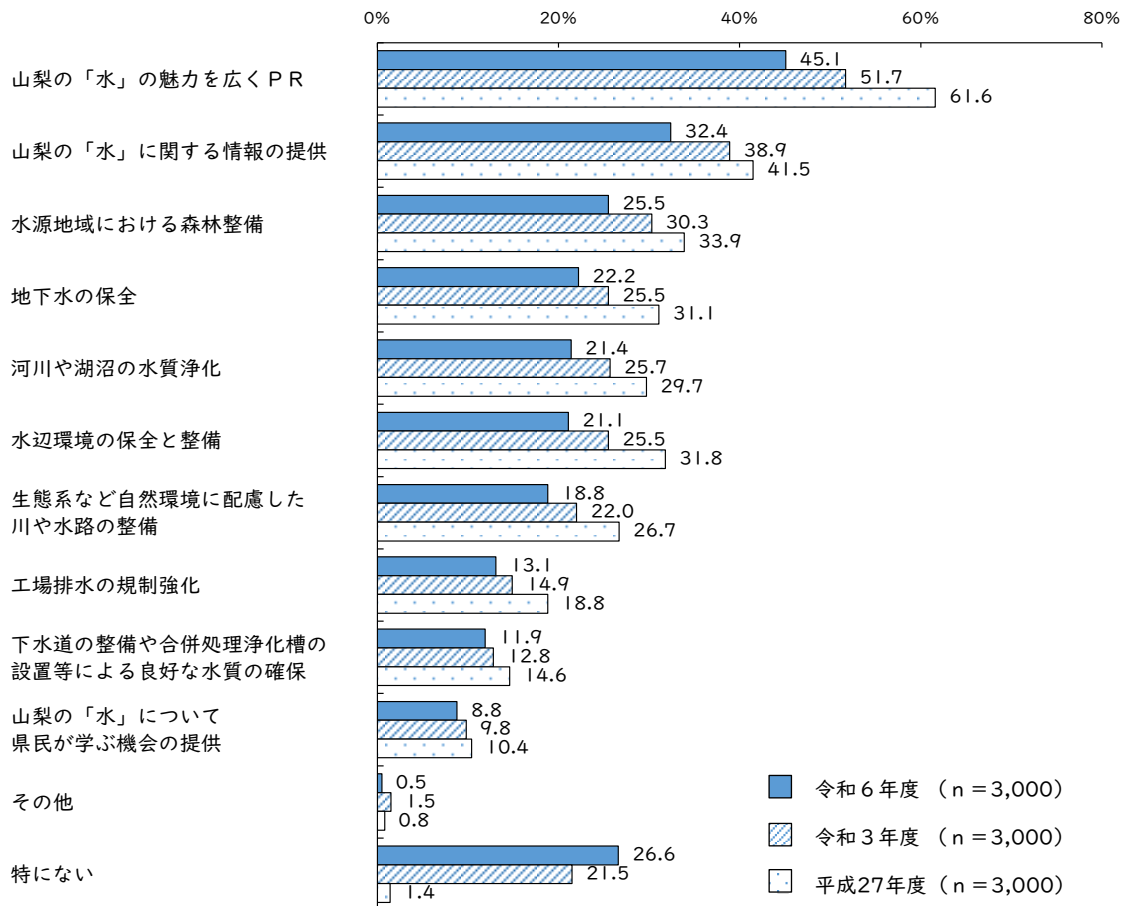
居住圏域別にみると、西に行くほど「テレビ番組」が少なく、「特にない」が多くなる傾向がみられます。



## V 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)

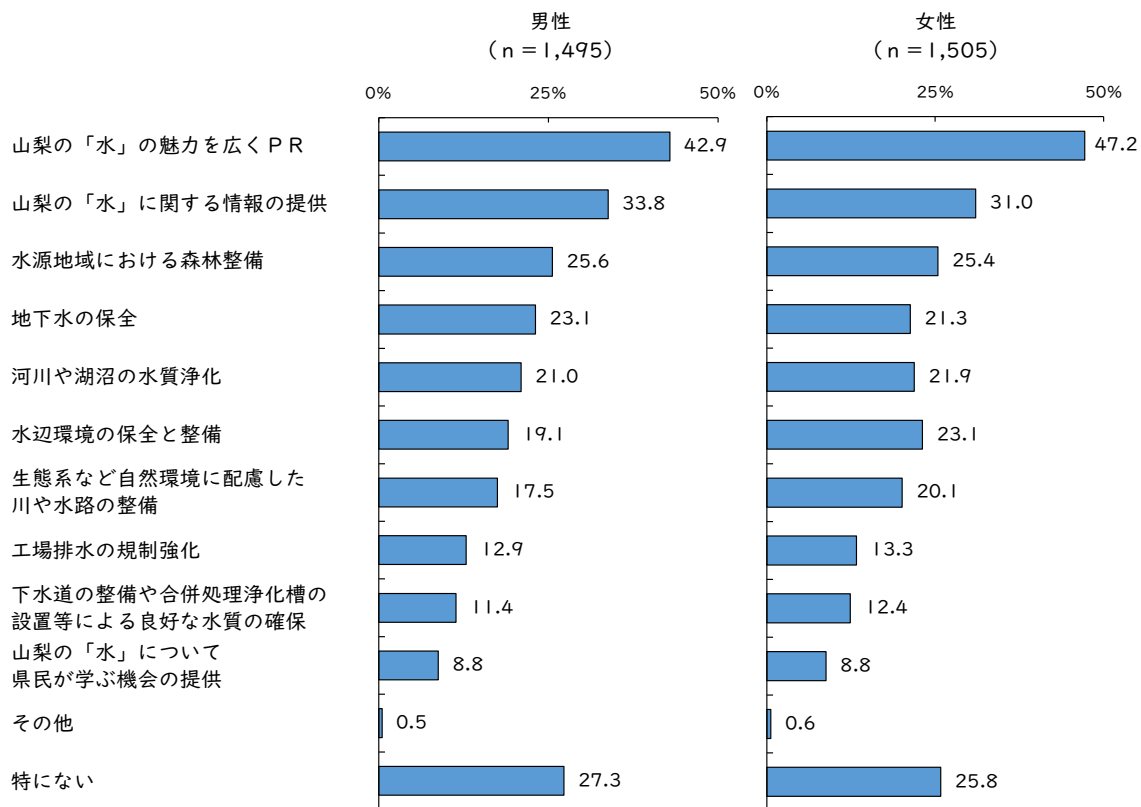


※平成27年度は、「山梨の『水』の地域資源、地域ブランドとしての魅力を高めるために特に必要だと思う取り組み」を聞いています。

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」が45.1%と最も多く、次いで「山梨の『水』に関する情報の提供」が32.4%、「特にない」が26.6%などとなっています。

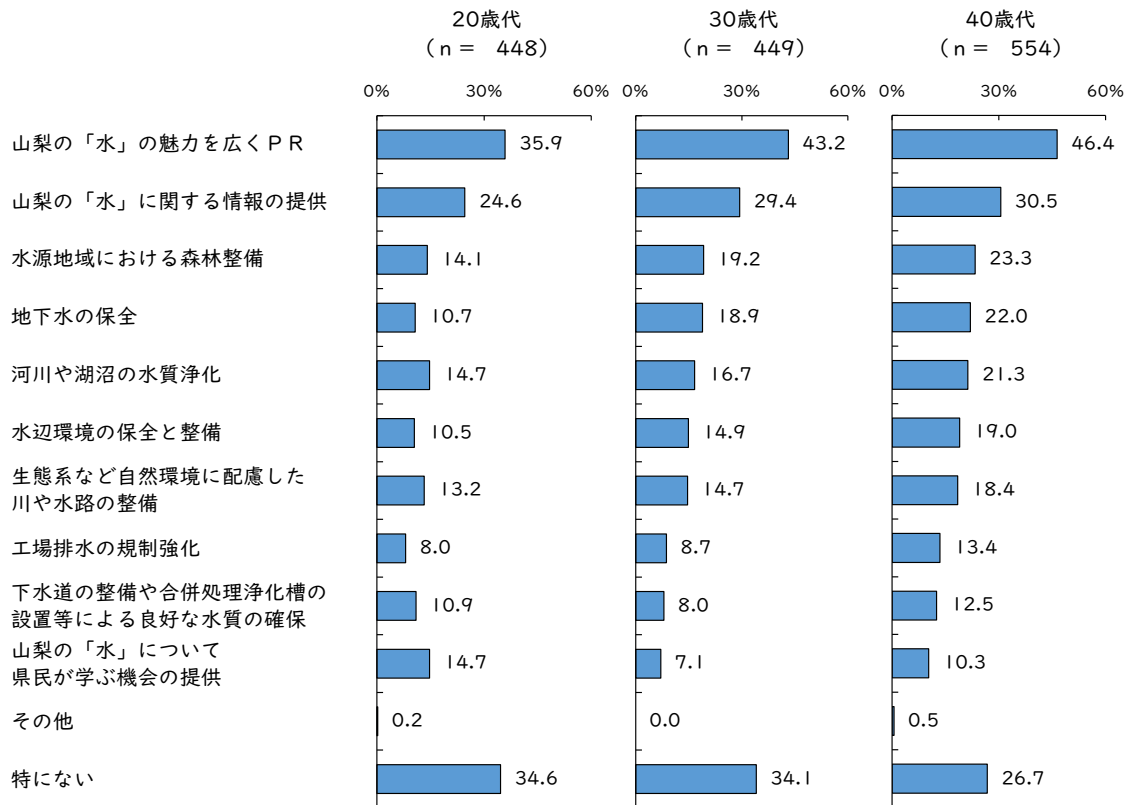
経年比較をみると、新しい調査ほど「特にない」が多く、「山梨の『水』の魅力を広くPR」、「山梨の『水』に関する情報の提供」、「水源地域における森林整備」、「地下水の保全」、「河川や湖沼の水質浄化」、「水辺環境の保全と整備」、「生態系など自然環境に配慮した川や水路の整備」、「工場排水の規制強化」が少なくなる傾向がみられます。

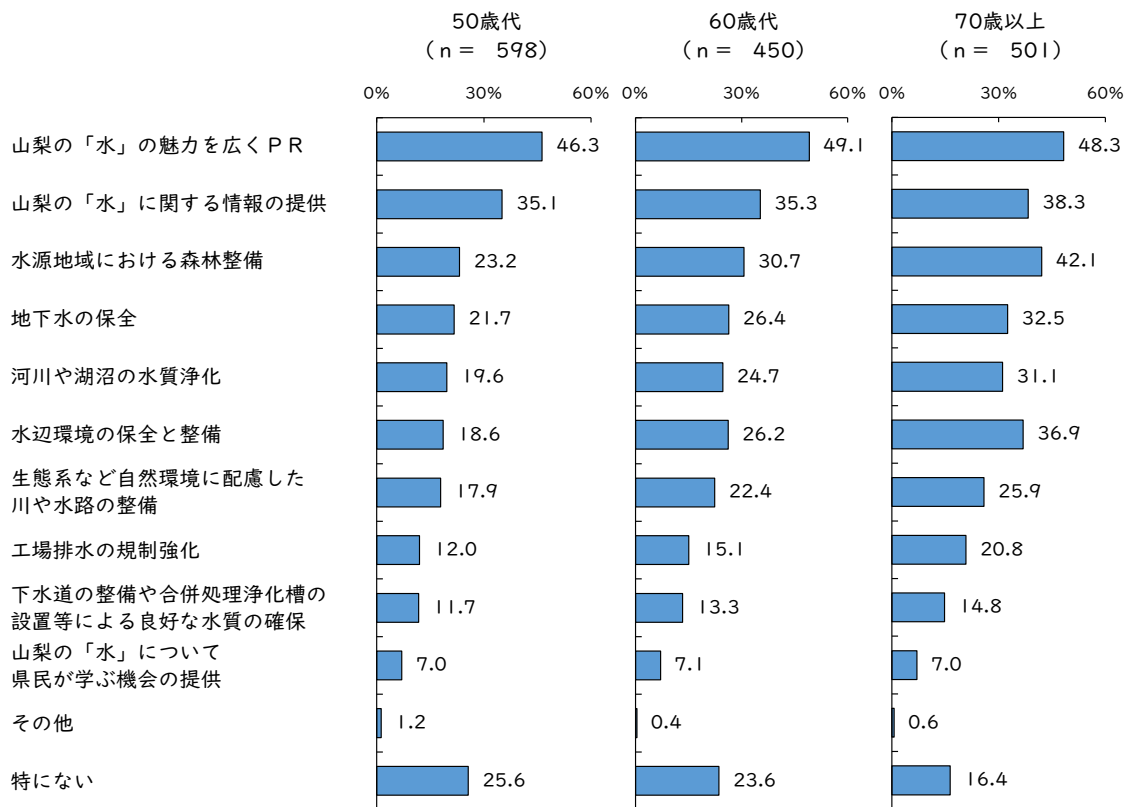
《性別》



性別では、大きな差異はみられません。

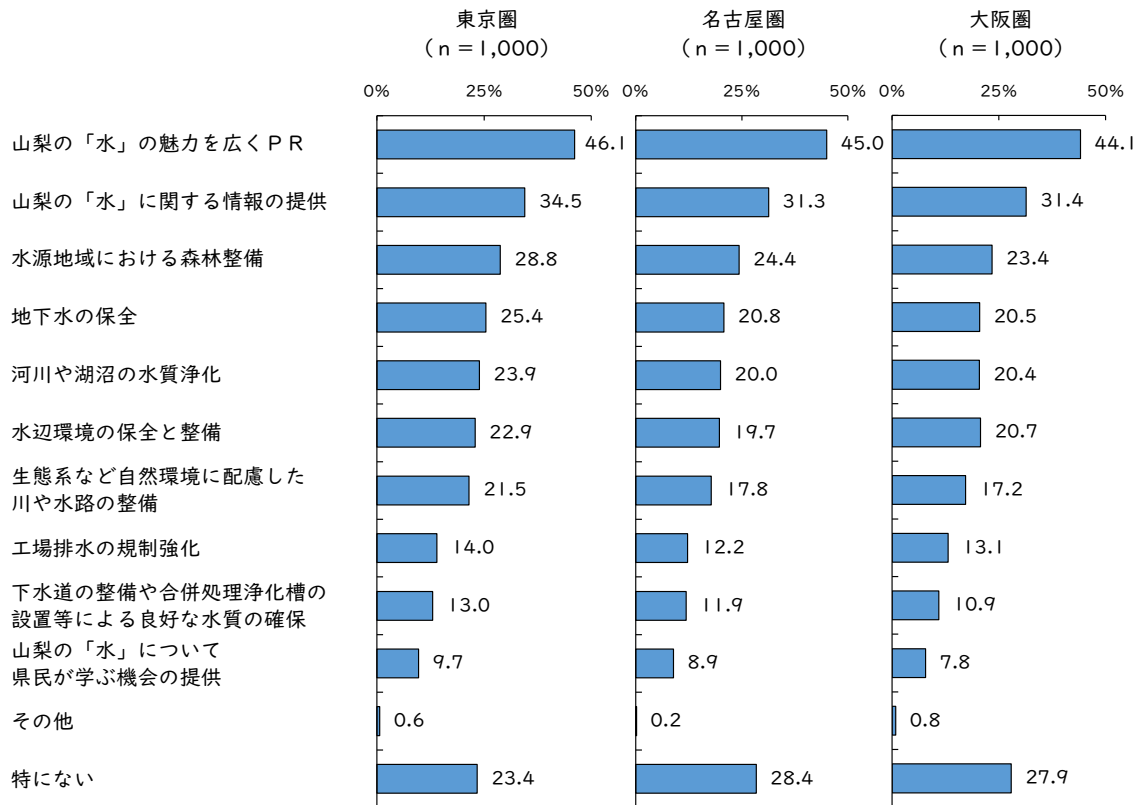
### 《年代別》





年代別にみると、年代が高くなるほど「山梨の『水』に関する情報の提供」が多く、「特になし」が少なくなる傾向がみられます。また、20歳代において「山梨の『水』の魅力を広くPR」が4割を下回って少なく、70歳以上において「水源地域における森林整備」、「地下水の保全」、「河川や湖沼の水質浄化」、「水辺環境の保全と整備」、「工場排水の規制強化」が多くなっています。

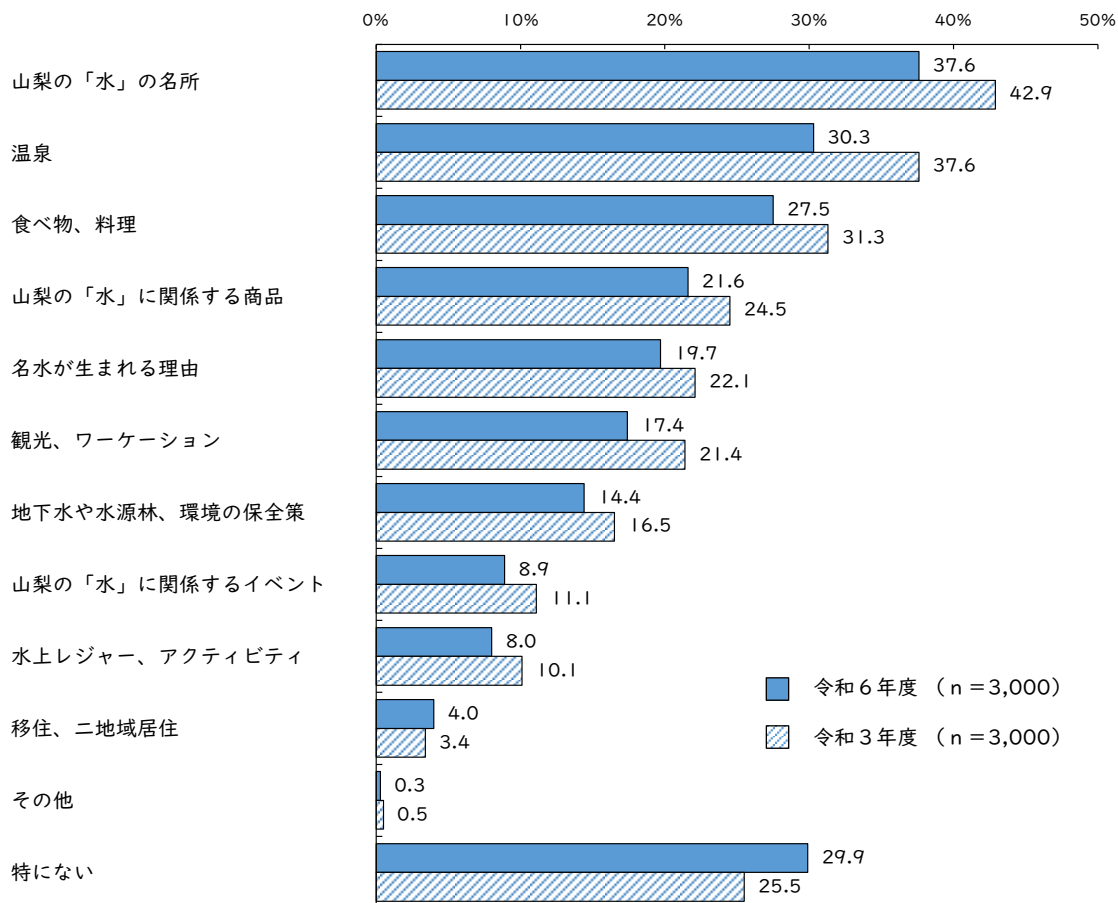
### 「居住圏域別」



居住圏域別にみると、西に行くほど「水源地域における森林整備」が少なくなる傾向がみられます。

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)

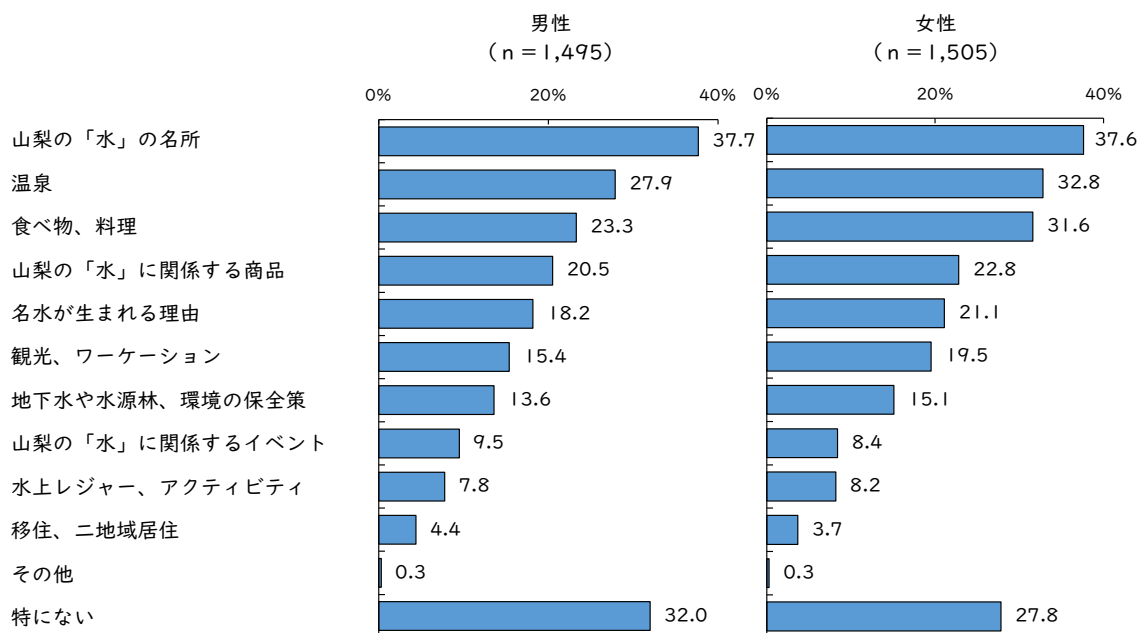


※令和3年度より、追加した問です。

山梨の水について知りたい情報は、「山梨の『水』の名所」が37.6%と最も多く、次いで「温泉」が30.3%、「特になし」が29.9%などとなっています。

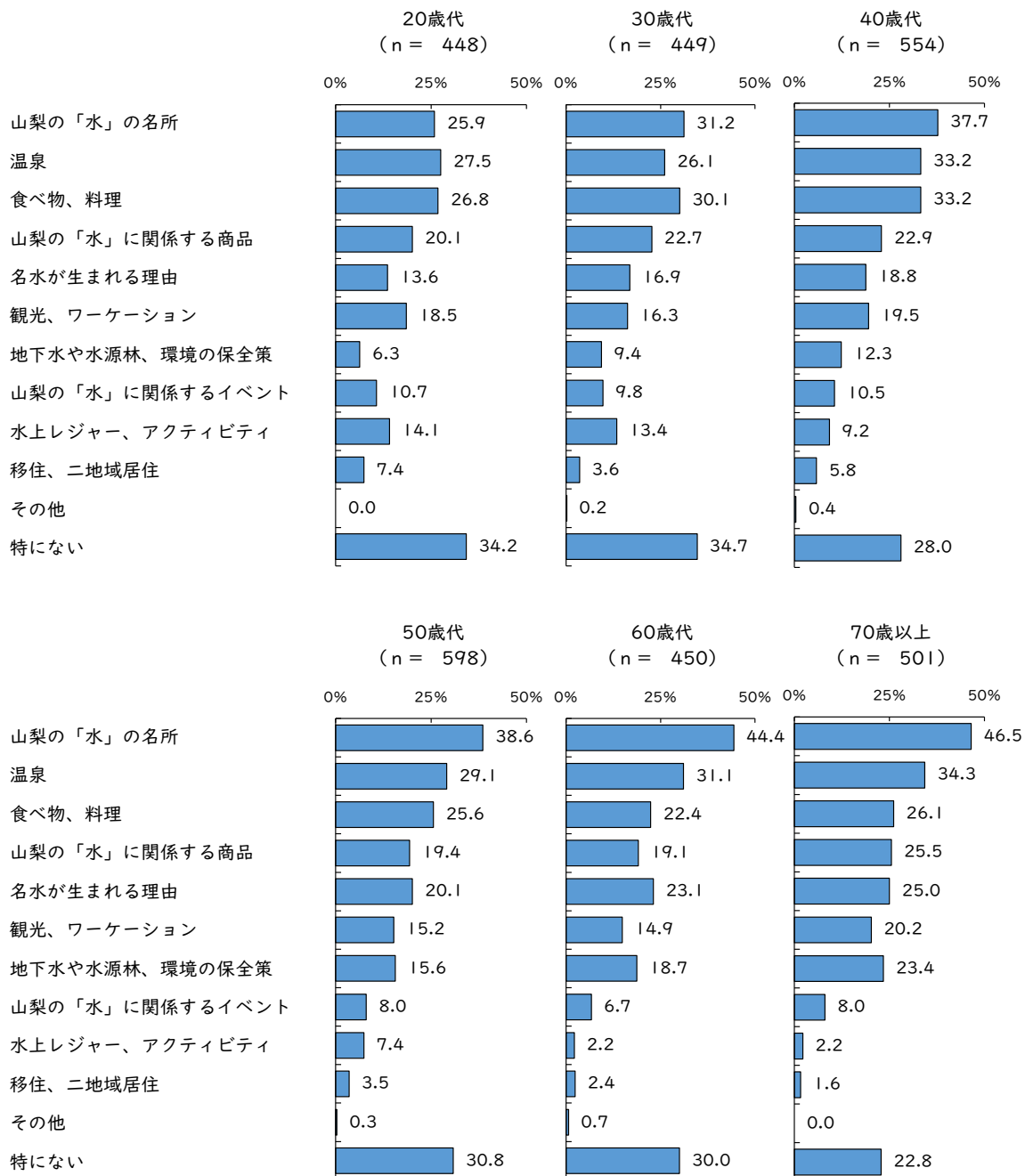
経年比較をみると、令和3年度に比べて「山梨の『水』の名所」、「温泉」が少なくなっています。

### 「性別」



性別にみると、女性において「食べ物、料理」が男性より多くなっています。

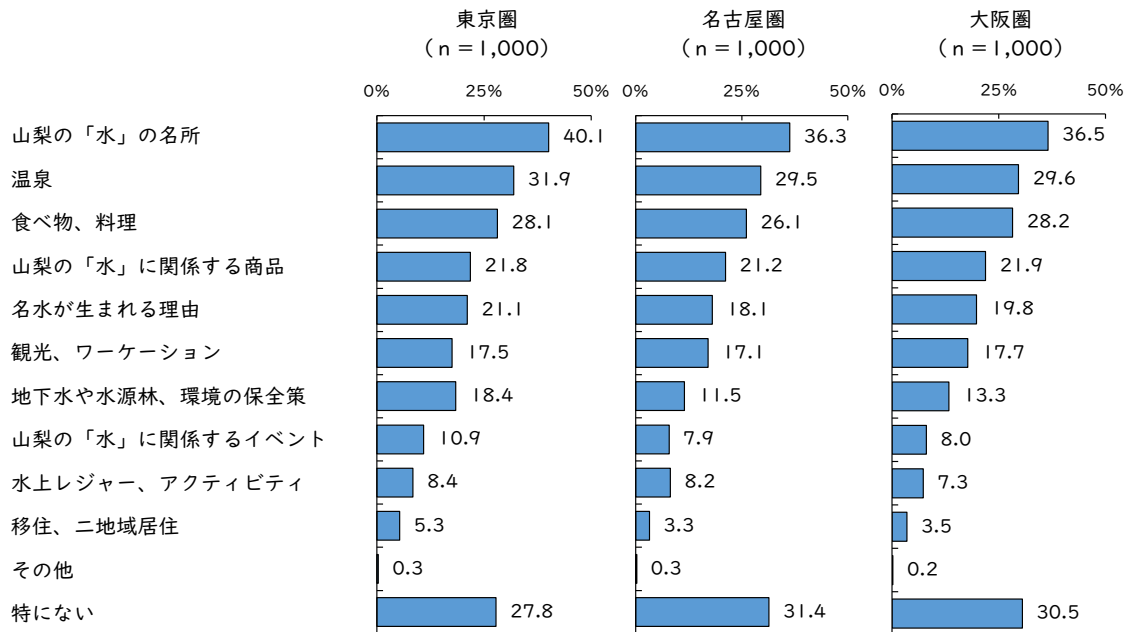
《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「山梨の『水』の名所」、「名水が生まれる理由」、「地下水や水源林、環境の保全策」が多くなる傾向がみられます。また、30歳代以下において「水上レジャー、アクティビティ」が1割を超えて多く、40歳代・70歳以上において「特にない」が3割を下回って少なくなっています。



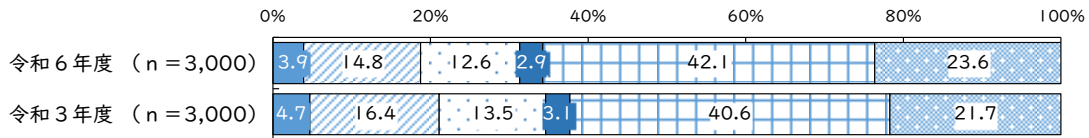
### 「居住圏域別」



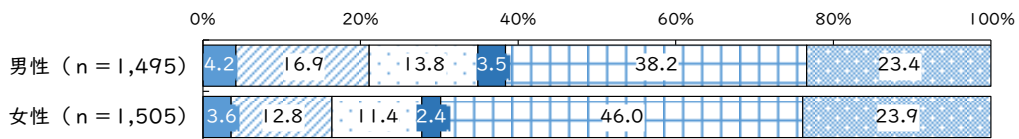
居住圏域別では、大きな差異はみられません。

問 19

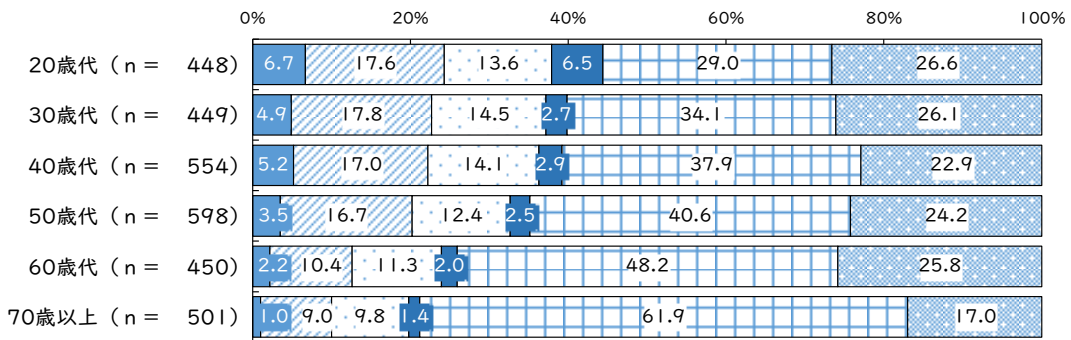
山梨県に移住や二拠点居住、ワーケーション（テレワークを含む）をしてみたいと思いますか。  
 (○は1つ)



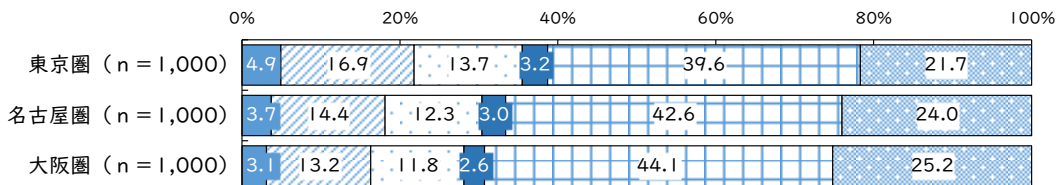
《性別》



《年代別》



《居住圏域別》



- 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
- 山梨県以外のところで、してみたい
- 移り住むつもりはない
- わからない

※令和3年度より、ワーケーションの希望も含めて聞いています。

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）をしてみたいかについては、「移り住むつもりはない」が42.1%と最も多く、次いで「わからない」が23.6%、「機会があれば、してみたい」が14.8%などとなっています。

経年比較では、大きな差異はみられません。

性別にみると、女性において「移り住むつもりはない」が男性より多くなっています。

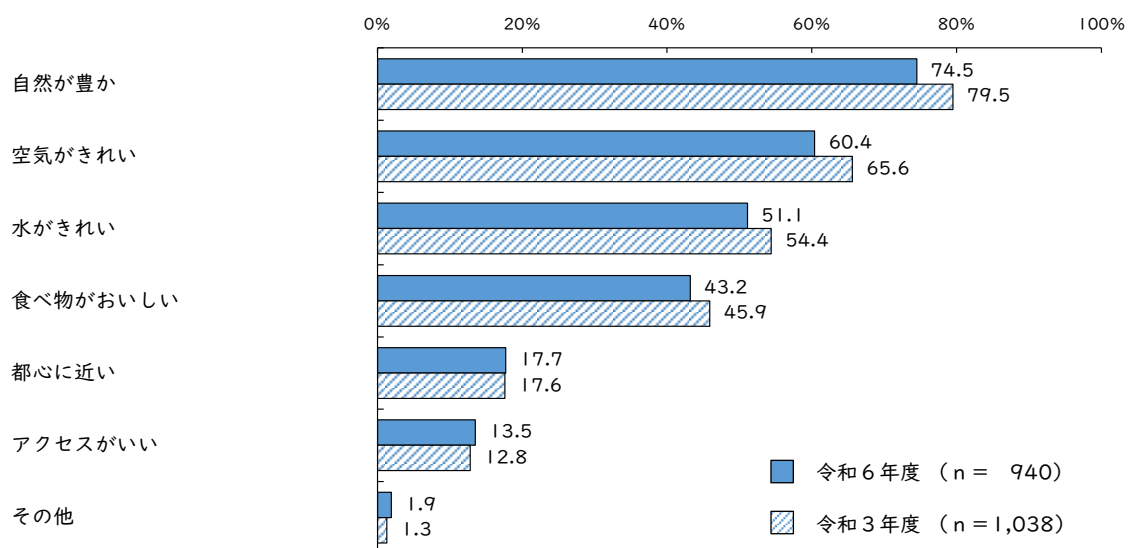
年代別にみると、年代が高くなるほど「移り住むつもりはない」が多くなる傾向がみられます。また、70歳以上において「機会があれば、してみたい」、「わからない」が少なくなっています。

居住圏域別では、大きな差異はみられません。

## 問 20

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。（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…940人）

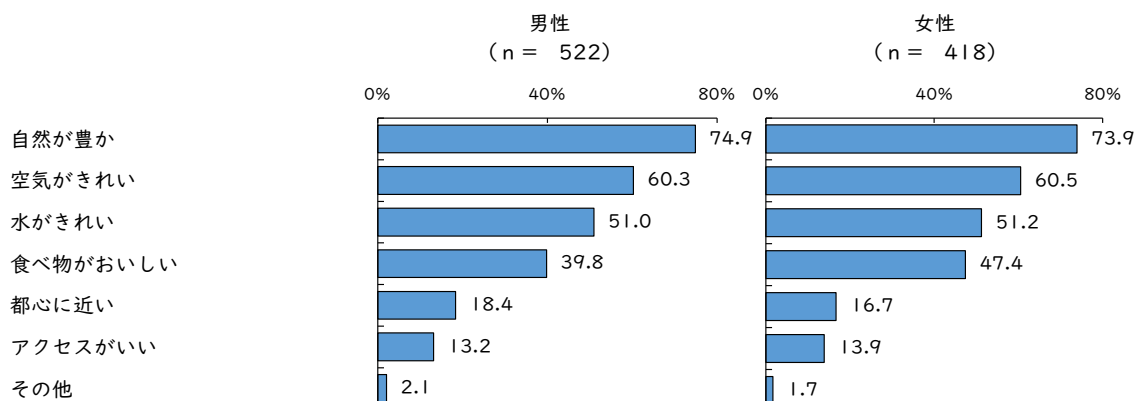


※令和3年度より、追加した問です。

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」が74.5%と最も多く、次いで「空気がきれい」が60.4%、「水がきれい」が51.1%などとなっています。

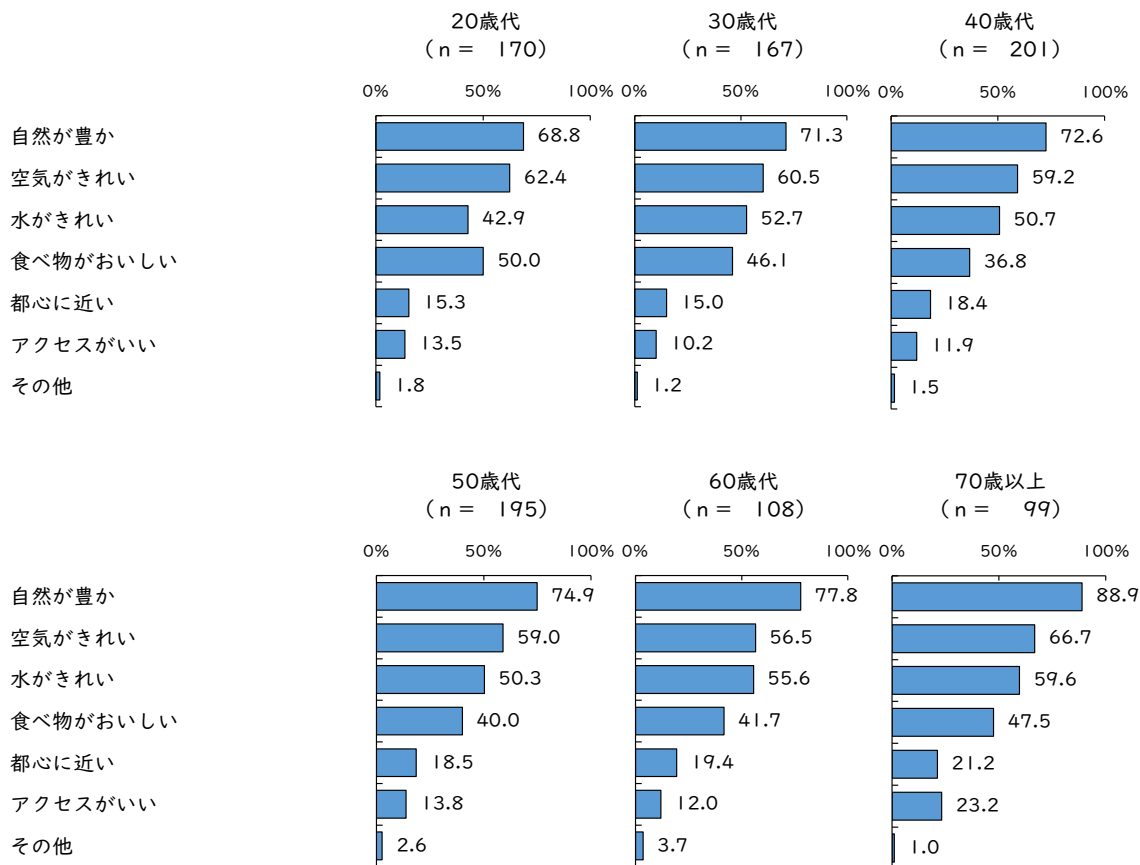
経年比較をみると、令和3年度に比べて「自然が豊か」、「空気がきれい」が少なくなっています。

### 性別



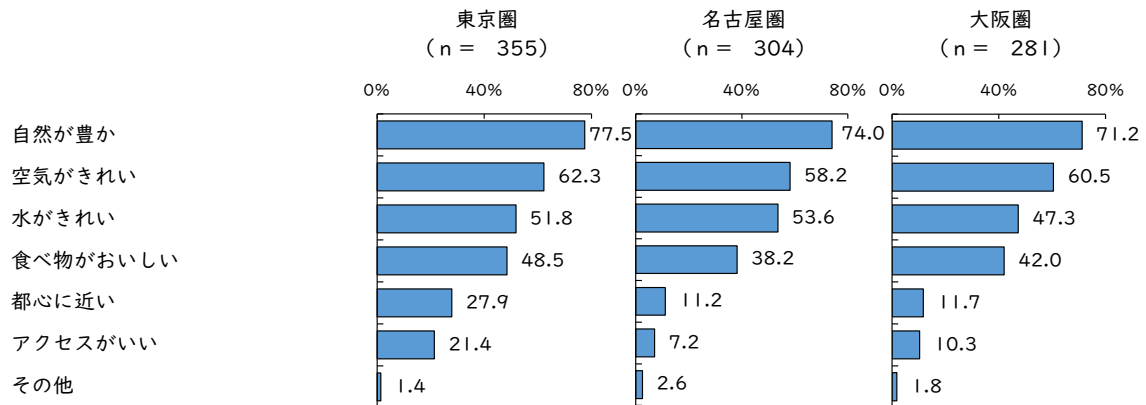
性別にみると、女性において「食べ物がおいしい」が男性より多くなっています。

《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「自然が豊か」が多くなる傾向がみられます。また、20歳代において「水がきれい」が半数を下回って少なく、「食べ物がおいしい」が半数で多くなっています。

### 《居住圏域別》

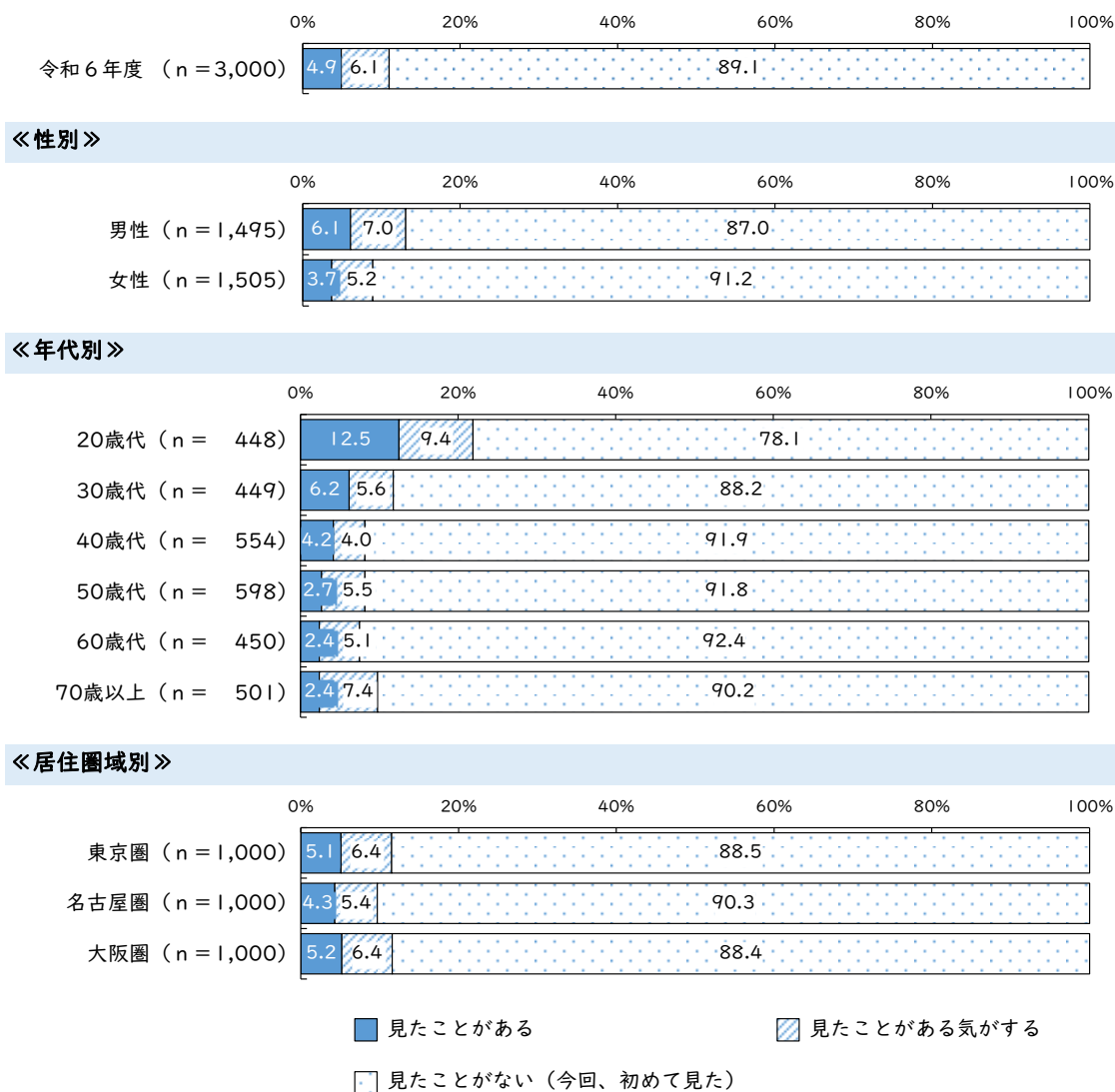


居住圏域別にみると、西に行くほど「自然が豊か」が少なくなる傾向がみられます。また、東京圏において「都心に近い」、「アクセスがいい」が多く、名古屋圏において「食べ物がおいしい」が4割を下回って少なくなっています。

問 21

山梨県の水に関する動画や SNS を見たことがありますか。(○はそれぞれ1つずつ)

◆ 動画「天に選ばれし、名水の地。山梨。」



※令和6年度より、追加した問です。

動画「天に選ばれし、名水の地。山梨。」を見た経験の有無は、「見たことがない (今回、初めて見た)」が89.1%と突出しています。

性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、20歳代において「見たことがある」が1割を超えて多く、「見たことがない (今回、初めて見た)」が8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。

## ◆ 動画「特別な旅、山梨 ～日本随一の水の名所～」



※令和6年度より、追加した問です。

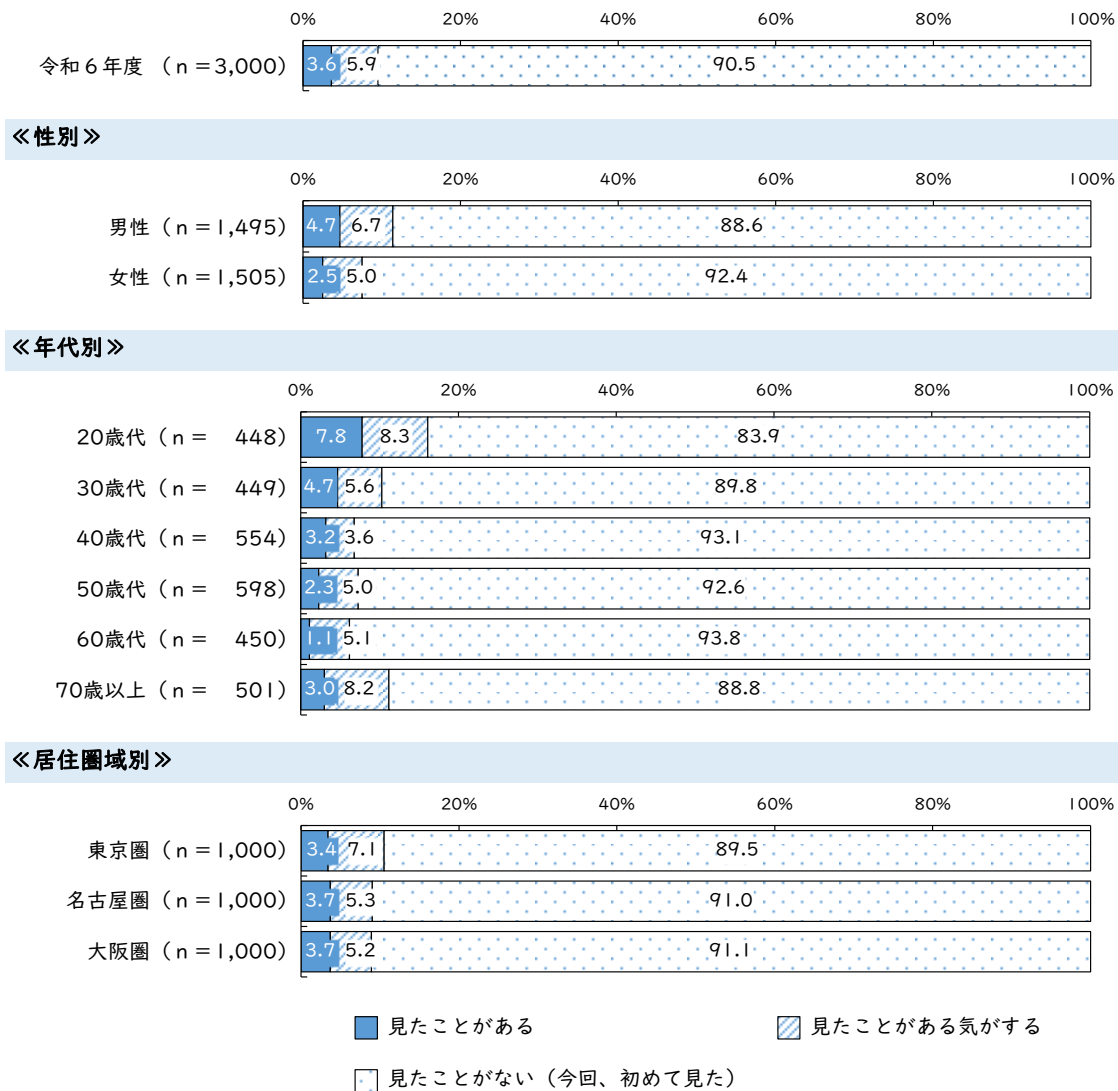
動画「特別な旅、山梨 ～日本随一の水の名所～」を見た経験の有無は、「見たことがない (今回、初めて見た)」が90.0%と突出しています。

性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、20歳代において「見たことがある」が1割を超えて多く、30歳代以下において「見たことがない (今回、初めて見た)」が9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。

◆ 動画「やまなし 水の旅、巡る感動」



※令和6年度より、追加した問です。

動画「やまなし 水の旅、巡る感動」を見た経験の有無は、「見たことがない (今回、初めて見た)」が90.5%と突出しています。

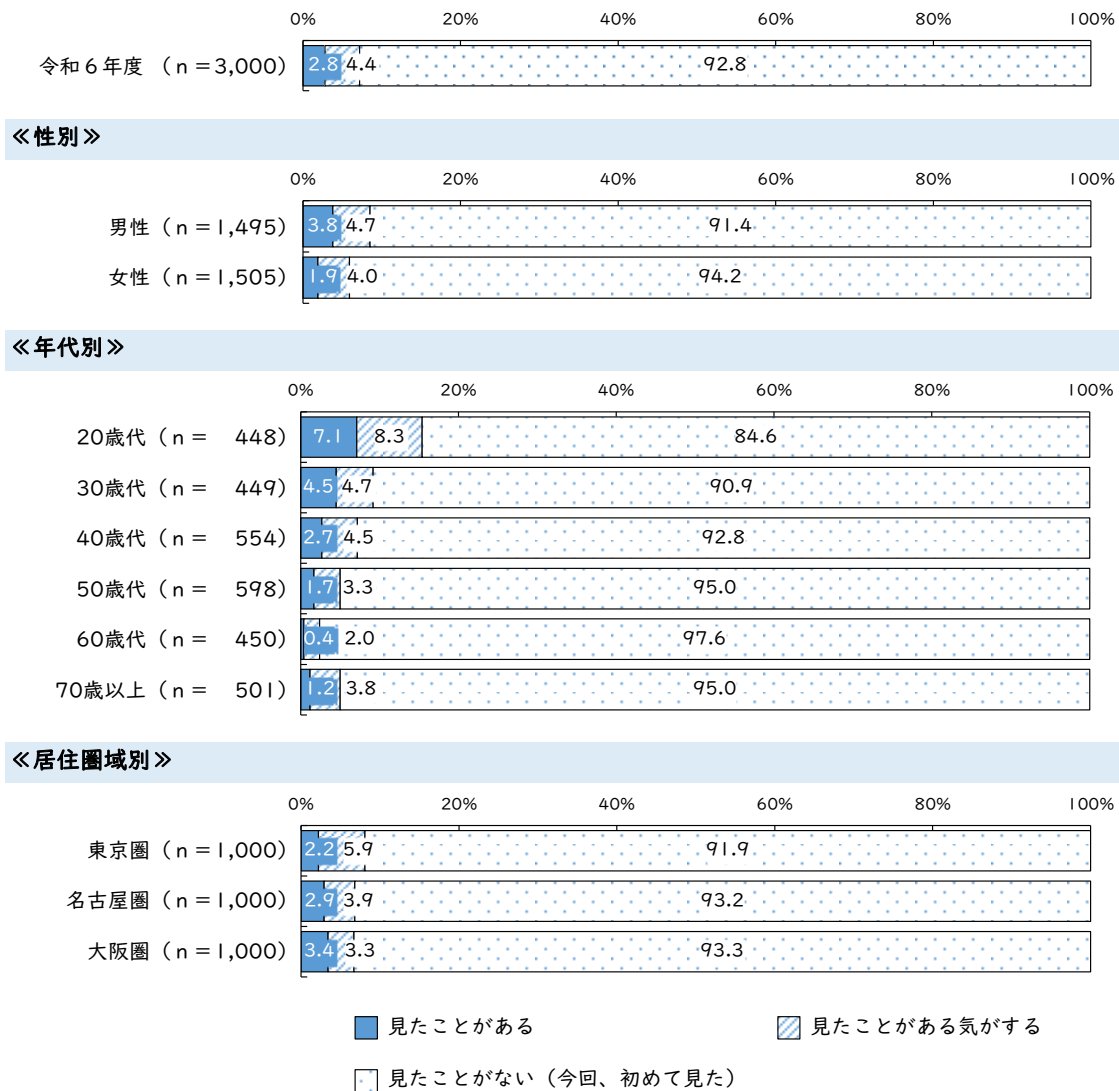
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、40歳代～60歳代において「見たことがない (今回、初めて見た)」が9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。



## ◆ Xアカウント「yamanashi\_water」（名水の地やまなし@山梨県公式）



※令和6年度より、追加した問です。

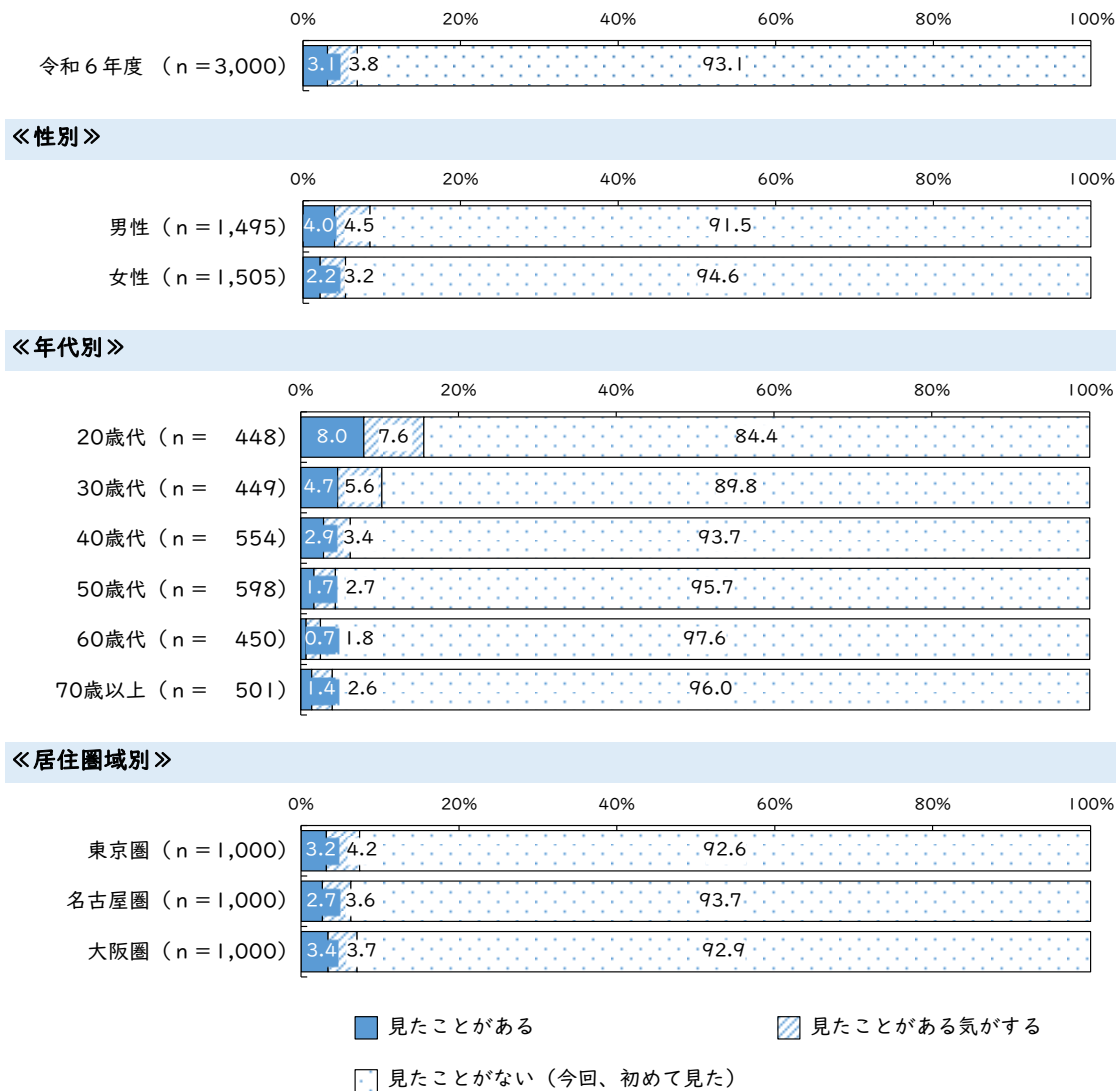
Xアカウント「yamanashi\_water」（名水の地やまなし@山梨県公式）を見た経験の有無は、「見たことがない（今回、初めて見た）」が92.8%と突出しています。

性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、20歳代において「見たことがない（今回、初めて見た）」が9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。

◆ Instagram アカウント「yamanashi\_water」(名水の地やまなし@山梨県公式)



※令和6年度より、追加した問です。

Instagram アカウント「yamanashi\_water」(名水の地やまなし@山梨県公式)を見た経験の有無は、「見たことがない (今回、初めて見た)」が93.1%と突出しています。

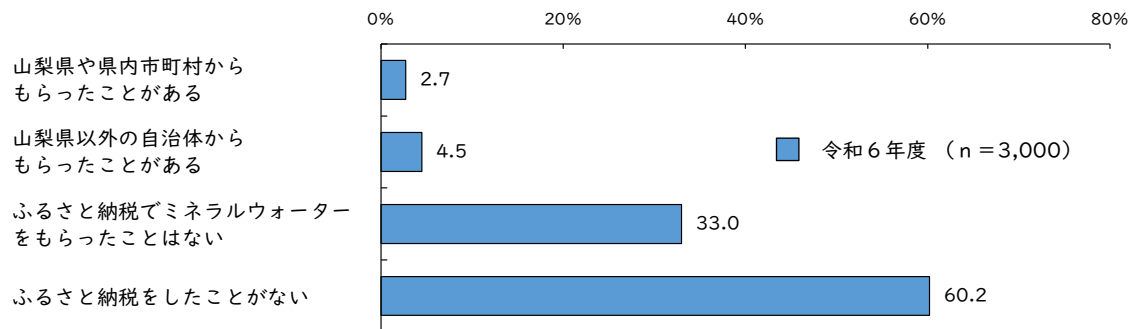
性別では、大きな差異はみられません。

年代別にみると、30歳代以下において「見たことがない (今回、初めて見た)」が9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 22

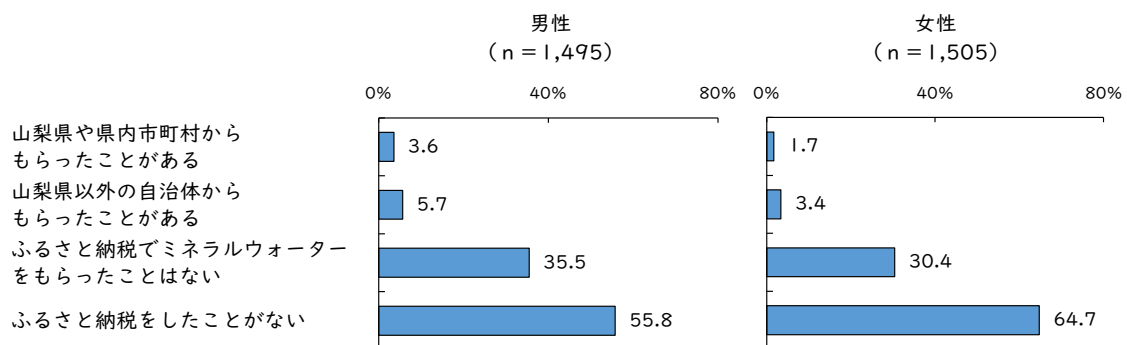
ふるさと納税の返礼品として、ミネラルウォーターをもらったことがありますか。  
(〇はいくつでも)



※令和6年度より、追加した問です。

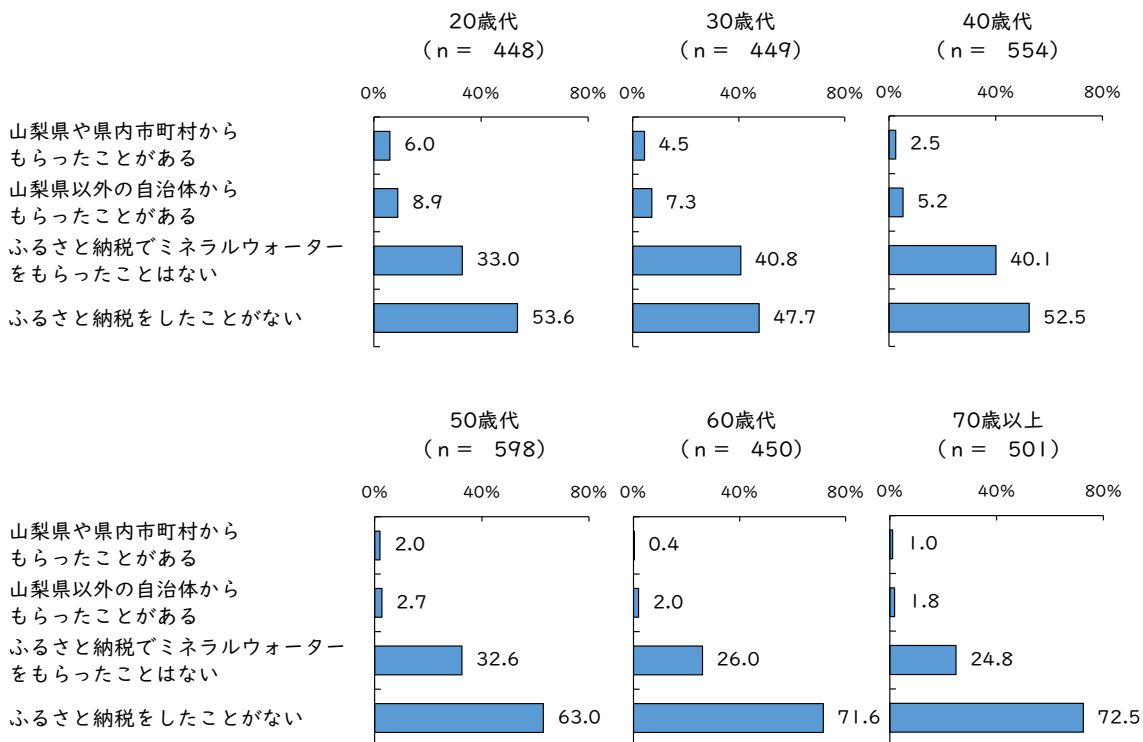
ふるさと納税の返礼品としてミネラルウォーターをもらった経験の有無は、「ふるさと納税をしたことがない」が60.2%と最も多く、次いで「ふるさと納税でミネラルウォーターをもらったことはない」が33.0%、「山梨県以外の自治体からもらったことがある」が4.5%などとなっています。

### ≪性別≫



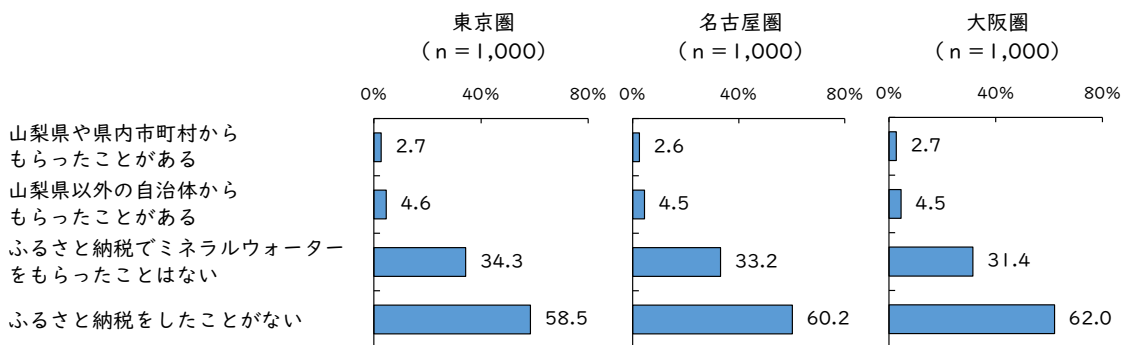
性別にみると、男性において「ふるさと納税でミネラルウォーターをもらったことはない」が女性より多く、女性において「ふるさと納税をしたことがない」が男性より多くなっています。

《年代別》



年代別にみると、年代が高くなるほど「山梨県以外の自治体からもらったことがある」が少なくなる傾向がみられます。また、30歳代において「ふるさと納税をしたことがない」が半数を下回って少なく、30歳代・40歳代において「ふるさと納税でミネラルウォーターをもらったことはない」が4割を超えて多くなっています。

《居住圏域別》



居住圏域別では、大きな差異はみられません。

## 問23

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)

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）	64 件	74 件	53 件	191 件
2. サービス（ふるさと納税、講座など）	15 件	15 件	5 件	35 件
3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）	65 件	45 件	43 件	153 件
4. 広報（メディア、SNS、PRなど）	52 件	54 件	69 件	175 件
5. その他	19 件	19 件	19 件	57 件
合計	215 件	207 件	189 件	611 件



### 3. 資料編

---





## 3. 資料編

## 問 23 自由記述

## ■ 東京圏

## 1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【64件】

年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
20 歳代・男性	水力発電 コーヒー
20 歳代・女性	日帰り温泉 温泉
30 歳代・男性	名水かき氷 富士山や萑崎、甲州などは山梨県をイメージしづらい商品名が多いと思う。 水割ウイスキー 水とフルーツを組み合わせた商品は、知名度向上に寄与するのではないか。
30 歳代・女性	化粧水などの化粧品 名水で炊いたご飯や名水コーヒーの紅茶・緑茶など、おいしい水を活用したグルメを楽しみたい。 かき氷 店舗で提供する水わらび餅など、水のきれいさを生かせる製品が魅力的だと感じる。 名水を使ったスイーツやドリンク 名水だからこそつくることのできるスイーツなど
40 歳代・男性	毎年夏休みに白州のサントリー工場見学に行くため、山梨県には子どもを含めてとても良い印象を持っている。白州の工場近くに尾白川もあり川遊びができるため、いつも楽しませてもらっている。名水を生かしたサービスは、和菓子では金精軒の水信玄餅などがあるが、洋菓子ではシャトレゼでプリンなどをつくるのも面白いと思う。 1本 50 円を切るくらいの安く、最近流行りのラベルレスのミネラルウォーターやクラフトビールも良いかもしれない。メーカーがあるので、敷地を借りてはどうか。 飲食チェーン店とコラボ 山梨の名水を用いたロックの氷と白州を組み合わせたギフト 豆腐、日本酒 お酒の醸造所や蒸留所を振興して、富士山の天然水を使ったブランド酒をどんどん育成してほしい。
40 歳代・女性	名水で作ったかき氷は、子どもから大人まで食べることができる。名水ロックアイスとしてそのまま販売する。 名水を生かした料理のレシピが知りたい。おでんやお吸い物などの出汁を使う薄味の料理や炊飯には天然水を使用するが、濃い味の料理は水道水を使うこともある。夏はかき氷や清涼飲料水で天然水を使用したものがあったら良いと思う。今話題のマイクロプラスチックについての情報が知りたい。 化粧水 焼酎の水割り、氷 他県と比べた水の成分のデータを出す。 水の定期便 化粧水 水ようかん
50 歳代・男性	サイダー販売 アルピナウォーター、ハワイウォーター 軟水・硬水をはっきり表示してほしい。 災害の備蓄用に、賞味期限が5年以上の商品があれば良い。 価格が安い。 かき氷やコーヒーに使用する。 おいしい水を安全に安く入手したい。

年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
50 歳代・女性	水饅頭をつくるキットを販売したら水のおいしさがわかりやすいのではないか。 水ゼリー 健康に良い付加価値があると良い。 天然水のかき氷 名水を生かした、他の都道府県には真似できないような商品を開発してほしい。 安心して成分も良い水を飲みたい。 食品、化粧品などの身近なもので商品化。 ただ水につけて食べる水そばは、水とそばのおいしさがわかるらしい。自信があるならばやってみても良いかもしれない。 サイダーなどの飲料水、水をイメージできる商品、水キャンディ、水グミ 炭酸水やい・ろ・は・すのような水を清涼飲料水にしたもので、その土地ならではのフレーバーなものがあると魅力的だと思う。
60 歳代・男性	日本酒、ビール、ウイスキーの生産 ウイスキーとのセット 素朴が良い。 リニアの件で水質が気になる。オーバーツーリズムで汚染されないようにきちんとし て、いつまでもおいしい水を供給してほしい。 名水を使ってつくられた冷凍食品
60 歳代・女性	山梨県内の温泉地では風呂上がりの名水と称して提供してほしい。 氷などがほしい。 名水を入れるボトルを考えてほしい。プラスチックは安価だが、最近水に溶け込んで 非常に危険であることがわかりつつある。 名水炭酸水
70 歳以上・男性	水質について情報発信してほしい。 名水のあるところには、必ず御馳走や名物料理がある。 人工的要素をなるべくなくす。 忍野八海で飲んだ水がおいしかった。
70 歳以上・女性	名水サイダーや名水化粧品など。 アイスクリームの販売 お米のおいしさを知りたい。 500ml 位の名水飲み比べお試し詰め合わせボトル。発信があると良いと思う。 名水とフルーツの飲み物が良い。 桃がおいしいので、広げてほしい。名水とで桃の飲み物が安くできると良い。

## 2. サービス（ふるさと納税、講座など）【15件】

年代・性別	2. サービス（ふるさと納税、講座など）
20歳代・女性	観光地で水飲み場を増やす。
30歳代・男性	おいしい保存水があれば、ふるさと納税で購入してみたい。
30歳代・女性	名水そのものや、名水で淹れたお茶やコーヒーなどを公共の施設などで試飲できるサービス。 山梨の水がどんな飲料・食材に利用されているのかを学んだ後に、実際に飲食できるイベント。
40歳代・男性	被災地支援
40歳代・女性	水に関する知識を深めたい。
50歳代・男性	時期によって異なる商品を送ってほしい。 被災地などに積極的に送ってほしい。
50歳代・女性	おいしい氷とフルーツでかき氷をつくって各地で提供する。
60歳代・男性	サービスエリアで汲めると良い。
60歳代・女性	夏休み期間の都心の観光地で給水活動をする。山梨の名水が味わえる給水車を出動させ、マイボトルの販売、プレゼント、ミストのサービスなどをする。 ウイスキーが好きなので、色々知りたい。
70歳以上・男性	無料サービス
70歳以上・女性	富士山の湧き水の成り立ち、経緯・現状を詳しく学べる企画を希望する。 名水は健康にとって大切である。ミネラルや汚染されていない純粋な水が健康に良いのでミネラルの情報も知りたい。

## 3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【65件】

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20歳代・男性	試飲できるなら飲んでみたい。美容に水が良いと聞くので、売り出されたら気になる。 流しそうめん ワインを買える場所を増やしてほしい。 グリーンツーリズムのような湧水地を訪れたり、農作物の収穫体験ができたりするツアー。 ミネラルウォーターの飲み比べ 山梨の水に関するイベントがあれば、是非参加してみたいと思う。 日本酒が好きだが、水のきれいさが非常に重要だと聞いたことがある。酒蔵巡りなどが簡単にできたら良いと思う。
20歳代・女性	試飲 流しそうめん 体験イベント
30歳代・男性	試飲会 採水源を見学するツアー 温泉、サウナ
30歳代・女性	名水の飲み比べ 名水にプラス何で格安のツアー おいしいお酒や食べ物・飲み物づくりの工場見学がしたい。 名水飲み比べ体験 わらび餅をつくる、和菓子づくり体験、豆腐をつくる。

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
40 歳代・男性	水源探索ツアー 水にまつわるグルメをイベントで行う。普通の水ときれいな水を比べる。きれいな水で流しそうめん、きれいな水で炊いたお米の食べ比べ、きれいな水でつくったかき氷など。
40 歳代・女性	流しそうめん、すいか割り 試供品 利き酒 おいしい水を使った飲食などのフェスをする。違いの体験。 聖地巡礼 都内でも水関連のイベントがあれば、目にしやすく親しみやすい。 水にも甘さや軟らかさ、のどごしに違いがあるので、名水の飲み比べで楽しみたい。 お菓子づくり 川遊び 名水の飲み比べをしてみたい。 日本酒セット、ワインセット、5本飲み比べのセットをお試し価格で試してみたい。 気に入ったら、その商品を購入したい。
50 歳代・男性	身体の中の水をすべてきれいな水に変えて、きれいに痩せるデトックスツアー。 試飲会 コーヒーや紅茶で飲み比べをしてみたい。 名水づくりの体験 名水巡り 山梨県内の名水パー、名水を使用した流しそうめん、名水でつくったかき氷。 是非訪れて改めて体験したい。 完全サバイバルで、電気や水道など何もない水辺で3日間キャンプをする。飲み水も天然の水辺から汲む。 マラソン大会で名水とフルーツの給水所を設置する。
50 歳代・女性	名水の紹介バスツアー。サントリーの工場見学などに行きたいと思うが、自家用車がないので行きづらい。 冷たい湧き水に触れる体験ツアー 北海道で湧き水のある公園でつくった豆腐や名水コーヒー、コーヒーゼリーを食べたことがあるが、格別においしかった思い出がある。 流しほうとうや流しうどんなどのイベントがあったら参加したい。 ウイスキーなどの名水割りをイベントとしてやる。 かき氷を食べる体験 昔からウォータースライダーのように遊べる川遊びに憧れている。 わさびが栽培される様子を見る体験 試す機会があれば試し、おいしく手頃な値段ならば購入する。 イベントなどで出店
60 歳代・男性	名水見学ツアー 無料招待企画があれば参加したい。 名水飲み比べ 忍野八海が有名なので、それにちなんだキャンペーンをしたら良い。
60 歳代・女性	おいしい店でお米を炊くとどのくらい違うのか。 ゼリーなどのお菓子づくり

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
70 歳以上・男性	試飲会を開いてほしい。
	駅やSAなどでの販売・イベント
	山梨でおいしい水ができる理屈や理由のPR画像をテレビCMで定期的に流し、水の源泉巡りや温泉巡りの割安な体験ツアーを企画する。
	南アルプス天然水工場に見学に行った。
70 歳以上・女性	名水を中心としたキャンプ場・登山基地・水生植物公園・水の駅などの集客施設
	桃源郷とワインセラー巡り、富士山五湖と鶏もつ煮、吉田うどん・ほうとうなどのグルメと名水巡り
	身近な感覚でお取り寄せのお試しができれば嬉しい。
	名水のネーミングでブランドイメージを上げる。旅行会社のツアーで体験を企画する。パーキングエリアや道の駅などで売り出す。都会のショッピングセンターなどでキャンペーンをする。小中学校の社会科見学を招致する。
	名水を使ったそば打ち体験

## 4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【52 件】

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・男性	コラボをするべきだと思う。
	名水をイメージするために、富士山をもっと前面に出してほしい。 安く売る。
20 歳代・女性	Snow Man を起用したら注目されると思う。
	忍野八海を訪れた際、水を飲んだことがある。遠方から来られた方が一生懸命ペットボトルに水を汲まれている姿が印象的だった。遠方に住んでいて、中々忍野八海に足を運べない方々にペットボトルなどで販売してはどうか。あと、忍野八海の水で作られたそばが大変おいしかった。若い人には情報が入ってこないなので、SNSを利用して発信してみてもどうか。
30 歳代・男性	アコースティックギターの楽器機材と樹を関連させると良いと思った。
	安いミネラルウォーターを売れば、手を加えなくてもおいしい水であることをアピールできるのではないかな。
	水と聞くと飲料水を連想するが、私は川遊びが好きなので、安全に入れる清流がとても魅力を感じる。自然と観光を組み合わせると目に留まる頻度が上がる気がする。また温泉は他にも名泉が多いので、違う方面でアピールした方が良い。そもそも名水と聞いてきちんと理解できる人はいないと思う。
30 歳代・女性	テレビ番組やX、Instagram などの幅広いメディアで魅力を発信する。
	まずはSNSで素敵な風景や印象に残る動画を載せるのが良いのではないかな。
	東京・有楽町でよく行っている物産展で名水を配る。 水のきれいさをもっとアピールするべき。
40 歳代・男性	旅番組で多く取り上げる。
	全国に広めるためにサンプルを配布する。オリジナルのかき氷や氷菓子などを販売する。無料のサンプルで、認識度を上げる。
	公園や道の駅、ショッピングモール内に緑と共にきれいな川をつくり、水質をアピールした方が良い。
	製品や有料サービスにするのではなく無料で当たり前のものにして、派生する製品やサービスを使って、名水を広く知られるようにする。
	圧倒的に名水の知名度が足りない。名水の競合が多そうなので広告費がかさんでしまう。口コミで広がっていくのが良いが、溢れかえっている。ふるさと納税でもやっていると思うが、地道に環境問題と関連付けてPRすることがないように思う。

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
40 歳代・女性	<p>名水を使った料理で味に差が出ることを立証する。YouTube 動画があったら見たい。</p> <p>山梨県が名水やおいしい水を維持し、さらなる改善をしている対策や活動については、最新のデザインを提案しているデザイナーなどにコンサルしてもらい、若者にも伝わりやすいスタイリッシュな方法で広めれば、今より多くの人に興味を持つかもしれない。</p>
50 歳代・男性	<p>情報番組での取り上げ、バスツアーの提供。</p> <p>硝酸態窒素の含有がもしないなら、とても強いPRポイントになるため、提案したい。有名な「い・ろ・は・す」は硝酸態窒素の含有量が多く、体に良いと思って飲んでいることが本末転倒になっていると聞く。</p> <p>知名度が低いように感じる。自信のある商品・製品ならば、もっとアピールしても良いのではないか。</p> <p>通販サイト</p> <p>宿泊施設での配布</p>
50 歳代・女性	<p>ミネラルウォーターを市場価格より安く売ってもらえると嬉しいし、話題になると思う。</p> <p>地元家電量販店のノジマは、来店客にミネラルウォーターを配っているため、売り込む。</p> <p>都市でのサンプル活動など</p> <p>ミッドタウン・ヒルズなどで、ミネラルウォーターの試飲・無料配布をする。</p> <p>名水になる自然環境のアピール。安全な水であることのアピールが必要ではないか。</p> <p>店頭に並んでいる商品しか見たことがないので、どこの水が消費者にわかるようにPOPなどを貼ったら良いと思う。</p> <p>テレビのCMでアピールできたら心に留まると思う。</p> <p>YouTube で山梨の名水シーンだけのヒーリング動画をつくったら、見ながら寝落ちできそう。</p>
60 歳代・男性	<p>宿泊ホテルでのサンプル提供</p> <p>名水を活用した料理やデザート、アルコールやコーヒーなどのメニューを地域限定でここでしか味わえない味としてオンライン、オフライン問わず発信する。富士山の撮影ポイントのコンビニを、名水の広告施設として整備し観光スポット化など。</p> <p>情報の拡散に尽きる。</p>
60 歳代・女性	<p>スーパーで取り揃えがあれば目につくと思う。温泉地の知名度を上げる。</p> <p>実際に飲んでもらうのはどうか。</p> <p>以前サントリーの白州工場へ行ったことがあるが、長野県だと思っていた。山梨県のPR不足ではないか。</p> <p>温泉・銘酒・そばなどの名物料理と、魅力や旅行プランを大いに発信してほしい。</p> <p>宣伝を多くし、目に見える広告にすればおそらく購入する。いつも見慣れた水ばかりを購入しているが、山梨の水を購入してみたい。</p> <p>テレビの旅番組で山梨県の魅力を伝えてほしい。</p> <p>都心に近い立地を生かして、もっとアピールしてほしい。</p> <p>富士山を生かしたPRを増やした方が良い。</p>

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
70 歳以上・男性	試供品の配布 サンプル配布、CMに山梨県に関係のある有名タレントを使う。 富士北などの富士山を使う。
	山梨の水に関する動画はいずれも深く感じさせるものがあり素晴らしいと思う。ただ、SNSを除き幅広く情報を取り入れていると思っていた自分にはなぜかすべて初見だった。普通に生活している方が何気なく目にすることができるよう、露出がもっと必要。
	残念ながら水についてはあまり耳にしたことはないが、山梨県はフルーツ王国であるため、そちらから攻めてはどうか。
70 歳以上・女性	山梨県のイメージは桃、ワイン、信玄餅、信玄公祭り。水は品質が良いのだからもっとアピールが必要だと思う。
	山梨の水・空気・フルーツは、住んでいた時は当たり前と思っていた。千葉に住んでいるが、水はまずくて飲めないし、空気もきれいではない。梨はおいしいが、ブドウや桃などの山梨県産は味が違う。ツアーで温泉とフルーツ狩り、日本酒・ウイスキーの試飲などの観光に力を入れて山梨県の良い所をPRしてほしい。
	山梨県の水が今販売している水と、どうおいしさが違うのか発信してほしい。

## 5. その他【19件】

年代・性別	5. その他
50 歳代・男性	最近屋内で海の魚の養殖ができることをテレビで知った。水源が豊富ならば山梨県で魚を養殖して輸出できるぐらい頑張してほしい。
	オーバーツーリズム対策をした方が良い。特に外国人から入県料を徴収するなどの対策。
	良いアイデアはない。
	東京から近すぎるのが仇となっているのではないかな。
	ゆるキャン△推し 取水地の保全
50 歳代・女性	名水が手軽に買えるようにしてほしい。
	ウォーターサーバーを使っているので特にない。
70 歳以上・男性	なぜ天然水に優劣を付けるのか。不愉快だ。
	水のきれいなところへの交通アクセスの充実。
	忍野が良かったのでブランド化できそう。 特に提案などはないが、勝沼にある「レストランテ風」が気に入っており、桜や紅葉の時期に合わせて20年くらい何回も訪れている。夫婦で山梨県が大好きだ。
70 歳以上・女性	エビアンに行ったことがある。
	水は大事なので、これからも名水を守っていくよう国が補助金などを出して、管理していくべきだと思う。
	森林整備 なんとなく
	いつも当たり前で飲んでいて水が気に入っているので、今から新しい水の情報はいらぬ。
	ミネラルウォーターはとてもおいしいが、常備しているとペットボトルが大量に出るので罪悪感がある。なんとか解決してほしい。 思案中

## ■ 名古屋圏

### 1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【74件】

年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
20 歳代・男性	氷を売る。 高級食パン 名水とコーヒー豆をデリバリーして、おいしいコーヒーを飲めたら楽しいと思う。 名水の飲料用水、名水を使用した料理、サウナ後の名水の水風呂
20 歳代・女性	シフォンケーキ かき氷 名水を使った料理を食べてみたい。 水を使ったお菓子をつくるなど ゼリー 名水サイダーをつくる。
30 歳代・男性	名水を利用したジュースを売り出してほしい。 水饅頭の開発 名水でラーメンをつくる。 原流水を商品化してほしい。 かき氷が食べたいと思う。 名水プリン かき氷 料理別の水があったら良いかもしれない。 飲料、麺類など
30 歳代・女性	ゼリー 水のゼリーやグミ おいしい水が飲みたい。 名水を使ったふわふわのかき氷を食べてみたい。
40 歳代・男性	ミストタイプの整肌化粧水 名水を生かしたカフェを誘致、コーヒー・紅茶やジュースを名所に置く。 ブランド化 名水を生かした食品の開発 かき氷 うどん クラフトビール 良いブランドをつくる。
40 歳代・女性	水を生かしたミスト系の化粧水に興味がある。夏などに使いたい。気に入れば通販で購入しても良いと思う。 パン。おいしいパンはおいしい水を使っていると聞いたことがあるから。 かき氷を食べたい。 名水の味噌汁はどうか。毎日飲む物がおいしいと嬉しい。 かき氷 名水をイメージしたさわやかな香りの商品があれば手にとってみたくなる。 かき氷 氷の販売 山梨の水のペットボトル付き水信玄餅作成キット 水饅頭やかき氷、名水を使ったものが食べたい。 ウイスキーを名水で割ったものなどを飲んでみたい。 おいしい水で、お茶を飲んだりお米を炊いて食べたりしたい。 ご当地サイダーがあったら飲みたい。お洒落なパッケージで地元のフルーツとおいしい水でつくったサイダー。 名水を使ったふわふわかき氷。ネットなどでお試し価格で試す。



年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
50 歳代・男性	<p>ご飯を炊くとおいしい。</p> <p>ウイスキー</p> <p>かき氷</p> <p>お酒</p> <p>名水を生かした水饅頭、名水を生かしてダイエット</p> <p>名水でつくったラムネ</p>
50 歳代・女性	<p>知らないだけで既にあるかもしれないが、名水と名水で育ったフルーツを使用したジュースやかき氷が食べたい。</p> <p>ペットボトルを通販でお買い得に。</p> <p>水を使った低アルコールのお酒または低カロリージュース飲料の小缶セット。</p> <p>かき氷</p> <p>これから暑くなるので、名水を使用したスポーツドリンクやゼリー飲料。</p> <p>名水を使った炭酸、名水を使った炭酸で割ったハイボール、名水を使った乳酸菌飲料ミネラルの含有量を比較する。</p> <p>水がおいしいと料理もおいしくなる。かき氷・そば・水饅頭などのおいしい特産品がもっと開発・PRされると良いと思った。</p> <p>名水を使ったアルコール・チューハイを飲みたい。</p> <p>名水プリン</p>
60 歳代・男性	<p>ウォーターサーバーの無料レンタル</p> <p>水出しコーヒー</p> <p>大手メーカーからの名称採用</p>
60 歳代・女性	<p>名水を使ったコーヒーが飲みたい。</p> <p>名水とフルーツを生かしたデザート</p> <p>お米を炊く時、名水を入れて炊くとおいしい。</p>
70 歳以上・男性	<p>水に関しては特に安全性を重要視する。</p> <p>他にはないおいしいお酒をつくる。</p>
70 歳以上・女性	<p>名水を使った料理</p> <p>濃縮ジュースを水で割る。</p> <p>かき氷</p> <p>名水を使ったレシピなど</p> <p>人間の体に必要不可欠のものだから、純粋に身体に良いものを届けてほしい。</p>

2. サービス（ふるさと納税、講座など）【15件】

年代・性別	2. サービス（ふるさと納税、講座など）
20歳代・男性	ふるさと納税
30歳代・男性	ふるさと納税をもっと活用するべき。
30歳代・女性	バスツアーの記念品などでミネラルウォーターのペットボトルを配る。
	ふるさと納税の返礼品の金額の幅を広げてほしい。ふるさと納税の返礼品で水・米・ブドウなどをセットにする。
	どんな料理に使うのがお勧めか。
40歳代・女性	ふるさと納税のおまけに1本ミネラルウォーターのペットボトルをつける。
40歳代・女性	ツアー客にペットボトル水をプレゼントする。
50歳代・女性	温泉を他県に運んでほしい。
60歳代・女性	泊まったホテルでいただくような活動はどうか。
70歳以上・男性	能登地震地域への水の配達。
	サイトでもなんでも良いので、現地で水を採取できる場所を教えてください。
	名水をおいしくいただくレシピ集
70歳以上・女性	ペットボトルを配布する。
	その名水ならではの料理やお菓子があったら教えてください。
	ふるさと納税の返礼品に加えたらどうか。

3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【45件】

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20歳代・男性	透明度を利用したスケルトンカヤックなど
	日本酒の試飲会があれば行ってみたい。
	水を使ったうどんやそばの手づくり体験
	スイーツづくり
	かき氷や豆腐などの食べ物の食べ比べ
20歳代・女性	レジャー体験
	名水で炊いたご飯の食べ比べ
	小さい子どもも入れることができる温泉や露天風呂付きの部屋だけの宿などがあると嬉しい。
	利き水
	名水を生かしたお酒などを海外に発信した方が良い気がする。国内は、水だけでは弱い気がするので、お酒・ジュースなどの方が良い。酒造体験などには人が来てくれそう。体験後にお酒のプレゼントなどがあると、なお良い。
	水がおいしいと食事もおいしくなることを実感できる料理教室。
30歳代・男性	天然水のプールがあると面白い。
	湧水を利用したサウナ、キャンプ施設
	水の飲み比べ
30歳代・女性	流しそうめん
	水の味比べは面白そうだと思っている。全問正解した人へ景品などを準備する。
	化粧水づくりのワークショップ
40歳代・男性	小さい子どもと行ける観光名所やアクティビティに魅力を感じる。子どもには自然を体験させたい。
	日本酒づくり
	料理や酒づくり体験
	飲み比べ
	名水飲み比べセット

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
40 歳代・女性	他県だが、川遊び体験は楽しかった。 工場見学 名水比べをしてみたい。 工場見学
50 歳代・男性	記念スタンプを設置してほしい。 カヌーやカヤックなどのアクティビティに興味がある。
50 歳代・女性	他の名水との飲み比べ 飲み比べ ショッピングセンターなどで飲み比べができると嬉しい。 名水の通販でミネラルウォーターのお試し体験などがあると良いと思う。 無料で名水が入ったペットボトルを配る。実際に飲んでみた方は購入すると思う。
60 歳代・男性	富士山登山とコラボしたサービスや体験
60 歳代・女性	地域の特設会場で配る、試飲をするコーナーをつくる。 スーパーなどで配ってほしい。 近くのスーパーで、試飲会があれば参加したい。 色々な地域の水の飲み比べ。例えば、コーヒーはどんな水で淹れるとおいしいのか、水を使った食べ物などをつくって味見してみるなど。 飲料水にもなるきれいな水なので、飲めるプールなど。
70 歳以上・男性	体験イベントをイオンモールなどで開催する。 1か月続けて飲んでみたい。 甲府駅より、ミネラルウォーター・日本酒・ワイン・温泉の水ツアーを低価格で行う。 まずは一度飲んでもらうイベント
70 歳以上・女性	温泉など。どこでも飲める場所があると良いと思う。 道の駅や高速のサービスエリアで試飲を充実して売る。

## 4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【54件】

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・男性	キャンプとの連携 天然水を配布する。
30 歳代・男性	水を使用したゼリー・和菓子・飴などの菓子類や水とパンフレットを無料配布する。 名水の採取を YouTube や Instagram で配信する。 印象付けることが大事だと思うので、PR活動を積極的にしたら良いと思う。 メディアに出る。 他の地方での情報番組での宣伝
30 歳代・女性	XやInstagramでフォロー&RTで無料プレゼントをすると、有名になりやすい。
40 歳代・男性	良い品質の品々は揃っているので、ブランド力や販売力の強化が必要だと思う。 他県でのイベントで無料配布する。 どのような名水があるのかわからない。スーパーなどの販売店でミネラルウォーターをPRしてみてもどうか。買って飲んでもらわないと山梨県に名水のイメージが定着しないと思う。山梨県イコール名水のイメージが私にはない。 PRを大々的に行い、そのままの水をペットボトルで販売する。 名水マップやそれを使用した特産料理の宿や食事処の紹介。 ジョブチューンのようなテレビ番組で有名料理人に試飲してもらい、違いをアピールする。 現地に滞在した内容を動画配信するのが良い。 水回りを整備して観光地化する。温泉とセットでPRする。

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
40 歳代・女性	今の世の中、自虐的でも話題になれば良い！若い人の感性で、話題になるような面白い魅力的なCMなどをつくると、色々な人の目に触れるのではないかな。
50 歳代・男性	<p>他県でのイベントで知名度を上げたら良いと思う。</p> <p>山梨県は魅力が沢山あるが、自宅から遠い。たまに行くと素敵な地域であるため、名水もテレビでどんどん紹介してほしい。県庁に頑張ってほしい。</p> <p>山梨県に行ったことがないので、よくわからないが、山梨近辺だけでなく、全国ネットの情報番組で取り上げてもらわないと、魅力が伝わらないと思う。</p> <p>純粹においしいのなら、それをアピールすれば良い。</p> <p>ウイスキーをもっとPRしてはどうか。</p> <p>富士山がらみと名水百選のようにアピール。</p> <p>大々的なPRを全国的に行ってみてはどうか。</p> <p>情報が不足している。まずはアピールをもっとしてほしい。</p>
50 歳代・女性	<p>食べ物や飲み物の提供、水辺の景色や滞在することの心地良さのアピール、名水が心身に与える影響の告知</p> <p>名水と言っても、他の地域の名水となりが違うのかわからない。富士山のイメージで、なんとなく買うことはあるが、何が良いのかわかりやすいように、自販機に直接書いてもらったり、QRコードを貼ったりして、買いたい時に参考にできるようにしてほしい。</p> <p>ホテルや旅館に置いてあると興味がわくと思う。</p>
60 歳代・男性	<p>もっとメディアにアピールする。</p> <p>基本的に味で差の出る水はない。すべては印象操作・ブランド力だと思う。無理することなく、地道な水質保護で評判を上げていくしかない。もしくは大谷君なみのインフルエンサーの輩出。</p> <p>山梨県に興味がある人はほとんどが富士山絡みだと思う。名水を生かした料理や日帰り施設で、富士山より魅力がある沢山のところを知ってもらおう。昔でいう口コミになるSNSでの広がりや、マナーの悪い人が集まると逆効果もある。素の山梨県を紹介してくれる媒体があれば良いと思う。</p> <p>静岡県は、富士の湧水群などの水にまつわる名所があるので、山梨県もそうした自然の湧水をPRしたら良いのでは。</p> <p>山梨県と名水の採水場所、商品名が結びつかない。山梨県のこれらの紹介やPRが必要と思う。</p> <p>ノベルティで配る。</p> <p>全国各都市でイベントを開催してPRなどを行っていると思うが、地道に継続すること、何かインパクトのあるイベントを企画してはどうか。</p> <p>スポーツジムでサンプル品を配って試してもらおうと良いと思う。水分をとる際に喜んで飲んでくれると思う。おいしければ購入してもらえと思う。</p> <p>試飲会や無料配布サービスで知ってもらおうのはどうか。</p>
60 歳代・女性	<p>今は名水が溢れているが、具体的に他の地域と何が違うのか、何を名水と呼んでいるのか、その他と違う特徴をアピールすれば、山梨県に行く人が増えると思う。</p> <p>もっと名水を利用したものを宣伝したら良いと思う。</p> <p>白州は知っているが、山梨県で生産されていることは知らなかった。白州イコール山梨県をアピールしてほしい。</p> <p>観光地に名水箇所を含める。</p> <p>夏などにスーパーでかき氷をつくって宣伝するのはどうか。</p>

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
70 歳以上・男性	名水・ブドウ・桃だけでなく、山梨県全体の知名度を上げなければならない。富士山は静岡県に全面的に取られている。裏富士の魅力をもっと前に出し、静岡県に負けないうようにしてほしい。信玄含め山梨県のアピールをもっとすることで、名水も知名度が上がると思う。水だけでは負ける。
	水の味の違いは微妙なので、成分の違いなどを具体的な数値でアピールできれば良いかもしれない。
	無料のお試し商品があれば良いと思う。
	名水と言ってもお墨付きが必要なので、名水 100 選に選ばれるよう積極的にアプローチをする。
	無料プレゼント企画を定期的で開催する。
	名水のおいしさやメリットを SNS などで発信する。
	無料配布 富士山のイメージが静岡県と山梨県に分散されるので、山梨県の富士ブランドを開発し PR すると良いかもしれない。
70 歳以上・女性	サンプル品を配布する。
	もっと PR した方が良いかもしれない。水が何処で採れたものなのかも知りたいと思うようになった。
	アピールが足りないと思う。
	おいしいのもっと広めてほしい。
	名水のおいしい飲み方、使い方の情報提供とサンプルの配布。

## 5. その他【19 件】

年代・性別	5. その他
20 歳代・男性	ワンピースの方が好き。
	外国人に土地を購入されないようにすることと、取水制限を定めることが重要である。
20 歳代・女性	頑張ってください。
30 歳代・女性	なんばーあい
40 歳代・男性	おいしそう。
	水だけでは厳しいと思う。
	外資企業が入ってない、昔ながらの製法を受け継いだ安全品質管理化が必要だ。
40 歳代・女性	今でも十分名水のイメージがある。
50 歳代・男性	名水の保全が大切だと思う。
	愛知県民にとって非常にイメージが薄いのが山梨県だと思う。八ヶ岳・富士山は、長野・静岡になってしまう。
	熊本県の水資源を活用してほしい。
60 歳代・男性	南アルプスと山梨県が結びつかない。
	水に不自由していない。
60 歳代・女性	特に具体的に思い浮かぶことがない。
	名水という言葉を使い続けるのに違和感がある。
	ペットボトルの水を充填している会社に勤めているので、私の意見は偏った意見の可能性はある。
	ライブカメラを 24 時間見せて、野生動物に水が大切なことを知らしめる。
70 歳以上・男性	宅配便
	おいしい・きれいだけではなく科学的な数字はないのか。

## ■ 大阪圏

### 1. 製品（食品、化粧品、酒類など）【53件】

年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
20 歳代・男性	温泉 名水スープ さまざまな媒体とのコラボ シンプルにお米を炊いて食べるのもおいしそうだった。
	名水と割るおいしいジュースがほしい。 有名飲料とのコラボ 名水を使ったかき氷が食べたい。
30 歳代・男性	農薬成分なしの検査結果付きのミネラルウォーター工場の稼働。
30 歳代・女性	水ゼリーなどのスイーツにするのはどうか。 水 かき氷
	かき氷アイス おしゃれなラベルをつけて、インテリアに溶け込むようなデザインのものにすると、ファッション感度の高い人にも受け入れられると思う。 安くておいしい水が良い。 継続性が価値を高める気がする。
40 歳代・女性	おいしいお酒をつくってほしい。 ゆるキャン△とコラボしてほしい。 フルーツが有名だと思うので、名水とフルーツを使ったゼリーやジュースなどの商品化、山梨県産のものしか使っていないことをアピールする。 山梨の水を味わえるグミをつくってほしい。 山梨の水を使って育てられたフルーツを使った国産ジャム。 お酒や米など、口から入って味のわかるものが良いと思う。アンテナショップがあれば良い。 化粧品などの美容関連商品、名水で育てられた農産物 名水で割った名物ドリンクを開発して売り出すのはどうか。 名水でおいしいお料理、スープや豚汁などの汁物
	おいしいごはん 名水があるならば酒に限る。 レトルト食品の販売 名水で栽培した米をアピールする。 お米を炊いたら、おいしさが変わるのか。 水を使った料理 炭酸水などアピールしてはどうか。 温泉
	名水とウイスキーを併せて販売する。 私はクリスチャンなので、聖餐として、良いブドウ酒やブドウジュースを製造してほしい。聖餐の意味をブドウ農家さんも理解されると良い。 各地の名水とのコラボ 備蓄のための長期保存ができる水 おいしいコーヒーが飲みたい。 化粧水 私は食いしん坊なので、やはり名水でつくるものに惹かれる。うどんやそばなどに興味がある。 名水の炭酸水など

年代・性別	1. 製品（食品、化粧品、酒類など）
60 歳代・男性	名水を生かした製品のパッケージに、必ず「山梨の名水」製品のロゴやキャラクターの図案を入れると良い。 本当に名水かどうかの証明をする。
60 歳代・女性	料理やコーヒーなどの飲み物に適した水の種類 飲み水だけでなく、加工食品などの水を天然水に変える。牛乳でも、水の味が違うだけで、おいしさが全く違う。ただ、どれだけの全水量があるかが問題だ。
70 歳以上・男性	おいしいお酒を是非知りたい。またつくってほしい。 軟水は奥大山の方が好みである。 ミネラルウォーター 山梨の水で割った白州の水割りを製品化する。 商品開発をして出してほしい。
70 歳以上・女性	名水のフラッグ 名水を使ったコーヒーや紅茶、日本茶などの飲み物 低年金の人でも買える商品を販売してほしい。年金月額 76,000 円 天然水ゼリーや洗わなくて良いシャンプー。

## 2. サービス（ふるさと納税、講座など）【5件】

年代・性別	2. サービス（ふるさと納税、講座など）
20 歳代・女性	都心からのアクセスは良いが、都心以外からは遠く感じる。ふるさと納税で宣伝するのは効果的だと思う。 山梨県には頑張ってもらいたいので応援しているが、外国人に保険料を支払うならふるさと納税はしたくない。水以外も含め、日本人のためになる、日本という国を守るための政策をお願いしたい。
50 歳代・男性	ご自由にお使いください。
60 歳代・男性	災害時の水
70 歳以上・女性	ホテルなどの宿泊施設の部屋にサンプルとして提供する。

## 3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）【43件】

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
20 歳代・男性	数字上で何が優れているか、名水と呼ばれているかの説明と違いがわかる体験。 天然水が湧く場所の見学ツアーがあれば、より身近に感じて保全したい気持ちになる。 水を使ったレシピ、そうめんなど。飲み比べなどもしてみたい。 ツアー型の体験
20 歳代・女性	ワインづくり、流しそうめん そば打ち体験、水質評価のワークショップ アクティビティ 流しそうめんなどはどうか。
30 歳代・男性	南アルプスの水で入れたコーヒーやお茶などで、カフェチェーンとコラボを検討する。 見学会
30 歳代・女性	名水で頭を洗う。 山梨県でさくらんぼ狩りをしておいしさに感動したが、関西に住んでいると山梨県の情報がほとんど入ってこない。自然豊かで魅力的な県であるため、大阪駅周辺のイベントや関西からのツアーがもっとあったら良いと思う。 水の飲み比べ体験 暑い夏に涼しいスポットや涼しくなるアクティビティが嬉しい。

年代・性別	3. 体験（試飲・飲み比べ、アクティビティなど）
30 歳代・女性	鮎のつかみ取り体験があると楽しい。水の良さが伝わる気がする。 おいしい和菓子やかき氷づくり 名水を使った水羊羹やわらび餅などの和菓子づくり体験。 水の飲み比べまたは水を使った料理の食べ比べ。 山梨の水を使ったお酒の飲み比べ レジャー
40 歳代・男性	農業体験 利き名水イベント
40 歳代・女性	かき氷販売 西はうどん文化なので、おいしいそばを満喫したい！
50 歳代・男性	流しそうめん、わさび栽培
50 歳代・女性	他府県で無料の試飲会を行う。ミネラルウォーターのペットボトルを配ってほしい。 懸賞でミネラルウォーターの詰め合わせを景品にしてほしい。 山梨県のフルーツやワインが大好きでよく購入している。オリジナルワインをつくりたい。 気軽に行ける名水や食事のバスツアー エステやデトックス、美容に良いなら体験したい。 名水たる由縁の説明、試飲 スーパーでの試飲 水をつかった和菓子の食べ比べイベント 近くのスーパーで特産品店を開催してほしい。
60 歳代・男性	イベントなどでの認知度向上 最寄りのスーパーなどで試飲させてほしい。
60 歳代・女性	川遊び 名水を汲み上げている映像などを見て、名水ができる過程を知ることができたら、おいしさが倍増するように思う。 黒部名水マラソンに出て黒部の水のおいしさを知ったので、山梨県のマラソン大会を知りたい。 水源のある土地を外国人に購入させないことをアピール。国内企業が地元産業の創生発展に貢献していることをアピール。 みずがきキャンプ場や廻り目平キャンプ場などのオートキャンプ場で、ほうとうづくりのワークショップ。
70 歳以上・女性	名水使用の美味品の頒布会 各地の名水の飲み比べがあれば、面白いと思う。 水遊び



## 4. 広報（メディア、SNS、PRなど）【69件】

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
20 歳代・男性	<p>関西方面での知名度が非常に低いので、もっと広告を出すべきである。</p> <p>富士山の知名度と名声は絶大だと思うので、商品名に生かせば単純に売れそうだと思う。</p>
30 歳代・男性	<p>CM、SNSを使って拡散する。</p> <p>名水のメカニズムを教科書に載せた方が良いと思う。</p> <p>デパートなどで、イベントブースを開くなど、知名度のアップが必要。</p> <p>地元出身タレントを起用してアピール。</p>
30 歳代・女性	<p>化粧品と関連付けると、女性の消費者がSNSに取り上げてくれる。</p>
40 歳代・男性	<p>テレビCMが一番</p> <p>まずは、おいしさを知ってもらうことが大切だと思う。</p> <p>名水を使ったお酒やドリンクなどをPRした方が良いと思う。</p> <p>広告</p> <p>おいしい食べ物があれば、人は集まり知ってもらえるのではないかな。インパクトのあるものなら、なお良いと思う。</p> <p>名水を知ってもらうために無料で配って、まずは存在を知ってもらう。</p> <p>まずは知名度を上げるべきである。</p>
40 歳代・女性	<p>企業や店舗から商品を提供していただき、インスタグラマーやオピニオンリーダーに依頼する形でSNSでのPRのお手伝いをしている。読者へ情報が届きやすく、商品に興味を持ち購入していただけるので、SNSでの発信を是非検討してほしい。</p> <p>西日本に住んでいると山梨県は遠くて、馴染みがない。名水を使ったかき氷のお店などは、西日本でもアピールできたら良いと思う。</p> <p>物産展などに名水を出品する。もしくは1Lは持ち帰り自由などのサービスがあれば、興味を持つきっかけになるかも知れないと思う。</p> <p>他にはないものがあれば、前面に出さないと記憶に残らない。</p> <p>南アルプス天然水のCMは良い宣伝になると思う。</p> <p>デパートでの物産展</p> <p>プレゼントキャンペーンを実施してほしい。</p> <p>ドラッグストアのPB商品に山梨県のミネラルウォーターがあれば購入する機会が増えると思う。コンビニで山梨県のグルメフェア企画を開催するように働きかける。</p>
50 歳代・男性	<p>おいしさをPRする。</p> <p>名水になるエビデンスをもっと打ち出すと良い。</p> <p>関西にいと、山梨県の情報はあまり伝わってこない。例えば、関西のマラソン大会で、山梨のミネラルウォーターを配れば宣伝になるのではないかな。大阪市は積極的に水を配ってイメージアップを図っている。</p> <p>天然水を販売している大手メーカーとのコラボ商品があれば、名水が広く知れ渡ると思う。</p> <p>山梨県は沢山のアニメの舞台となっている地。これを有効活用した方が良いと思う。</p> <p>また、意図的に富士山における静岡との対立をアピールして、相乗効果を狙う。</p> <p>スーパーなどでの販売プロモーション</p> <p>何が良いのかを明確に伝えてほしい。</p> <p>白州の名前をもっと使った方が良いのでは。</p> <p>名所や名物、富士山のアピールをきっかけにする。</p> <p>インバウンドを呼び込むために、海外の旅行社との提携。</p> <p>南アルプス天然水のような強いブランドをつくり、電車やテレビCMで山梨の名水をPRしないと認識してもらえないと思う。SNSが主流の近年であるが、興味が無ければ見ない。耳に残るように工夫をして知名度を上げる努力が必要だと思う。</p>

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
50 歳代・女性	<p>名水を使ったおいしい食べ物やスイーツを紹介したら良いと思う。</p> <p>ブランドを二極化して、高価でもとても良いものとお値段が手頃で駅やコンビニで頻繁に見るものをつくる。見てすぐに人々の脳裏に焼き付けるようなブランドのアイコンなどでわかりやすくする。今は、災害ように備蓄する人が増えているので、多少利益率が下がっても献身的な地域と思ってもらえるような価格設定にする。世の中は、恐れ、不安、ネガティブで溢れているので、人々が心から信頼できる気持ちを名水から得られるようにすると良いと思う。</p> <p>関西のスーパーでは山梨の水などは見たことがないので、売り場に置いてほしい。</p> <p>Vチューバーのインフルエンサーに飲んでもらい、ありのままの感想を言ってもらうなど。志摩スペイン村みたいなことが起こるかもしれない。</p> <p>桃やワインをCMやテレビ番組でもっと宣伝したら良いと思う。</p> <p>ディアモール大阪で県人会のイベントがよく開催されているため、ここでアイデアをもらうのはどうか。同時にほうとうや信玄餅などの特産品の販売もするなど。個人的にはほうとうが好きだが、大阪では手に入りにくいのでイベントで販売してほしい。</p> <p>インフルエンサーに無償提供して、商品の知名度を上げる。</p> <p>関西では飲む機会がほとんどないので、駅や空港で販売してみる。</p> <p>テレビで特集などを見たら興味がわくと思う。</p> <p>日本人より外国人を対象に、富士山や写楽のパッケージで日本をイメージさせた高級水を沢山販売すれば売れる気がする。</p>
60 歳代・男性	<p>コンテストで1位になる。</p> <p>積極的にPRするべきだと思う。</p> <p>アピールとしてペットボトルの名水を無料配布するのはどうか。</p> <p>テレビ番組内の出演者用ドリンク、アーティストのステージドリンクなどのタイアップ。</p> <p>ゆかりのある女優のCMでアピールすれば良い。</p> <p>知名度の向上が足りていないと思う。</p> <p>関西での広報強化</p>
60 歳代・女性	<p>情報</p> <p>以前CMで耳にした「南アルプス天然水♪」の歌がずっと残っている。ずっと印象に残るようなCMを考えてほしい。</p> <p>サンプルがあれば良い。</p> <p>テレビやSNSでPRする。</p>
70 歳以上・男性	<p>優れたところをもっとPRする。</p> <p>日本は水がおいしいところが多い。水のおいしさを本当にわかる人がどれだけいるのだろうか。ジャンク食品や合成の旨味で育っている現代人へのアピールは無駄が多い。豊かな自然や景観を第一にアピールし、水は生鮮野菜やグルメなどと一緒に2番目以降のアピールポイントにした方が良いと思う。</p> <p>豆腐やそばなどのグルメの切り口から、訪問箇所を紹介する。テレビの旅番組の招致は有効と思う。ただし、味のわからない人気だけの人物による露出は逆効果になるので要注意。</p> <p>山梨の名水をもっとPRした方が良いと思う。</p> <p>名水を色々なところで販売してほしい。</p> <p>日本国内では水の名所は数々あるので、水だけでのアピールは弱いと思う。景勝地や名産品をもっとアピールする方が手っ取り早いと思う。</p> <p>夏のシーズンに向けて、名水のCMをどんどん流したらどうか。</p> <p>SNSでもっと発信をする。</p>

年代・性別	4. 広報（メディア、SNS、PRなど）
70 歳以上・女性	CMしか目に入らない。
	PRをしてほしい。
	関西にも情報提供する。
	パソコンやスマホで宣伝してくれれば、自然と見ると思う。値段によっては買ってみたいと思うと思う。
	お米・麺製品などをおいしい水でつくっていることをもっとアピールする。
	フルーツのおいしさをアピールする。
	名水をアピールすることは大変難しい。

## 5. その他【19件】

年代・性別	5. その他
20 歳代・男性	意味はわからないが、昔は神戸の水と赤道を横断する船との関係を聞いたことがある。
20 歳代・女性	良さそう。
30 歳代・男性	知らない。
	良かった。
40 歳代・男性	サントリーの貢献は大きい。
	頑張れ
50 歳代・男性	基本的に高いのもっと安くしてほしい。名水は確かにおいしいので飲みたいが、料金的に飲み続けることができない。贅沢な品物に、どうこう言っても仕方がないと思う。
	富士山推しがイメージしやすい。
50 歳代・女性	海外に高く売る。
	山梨県の場所がすぐにわからない。大阪から遠いイメージしかない。
60 歳代・男性	頑張ってください。
	やはり富士山のイメージが強いので山梨の水ではピンとこない。
	山梨のイメージがなさすぎる。
60 歳代・女性	何もない。水道水で充分。
	水の違いがわからないから、どこも一緒のような気がする。
70 歳以上・男性	関西在住なので、よほどのきっかけがないと山梨県には行かないと思う。海がないと、関西人はなかなか移住しないのではないか。
	近畿在住で山梨県に関しては情報不足のため、提案などはない。
	名水についてよくわからない。
70 歳以上・女性	頑張ってください。

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○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( )

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)  
 (3) また、その商品の採水地がわかれば、採水地も記入してください。(自由記述)

	(1) 商品名	(2) メーカー名	(3) 採水地
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

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 溪流・溪谷                  | 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・ゆば                       | 22 ほうとう                   | 23 吉田のうどん |
| 24 そば                          | 25 日本酒                    | 26 ウイスキー  |
| 27 ワイン                         | 28 和紙                     | 29 織物・染め物 |
| 30 水上レジャー（SUP、カヌー、ウインドサーフィンなど） | 31 アウトドアサウナ               |           |
| 32 その他（ ）                      | 33 特にない                   |           |

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
特にない	10	10

## ◆ 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
尾白川溪谷 [北杜市] 名水百選		1	1	1
八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

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



## 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 アウトドアサウナで       | 12 森林浴で       |
| 13 キャンプで           | 14 仕事で        |
| 15 研修・合宿で          | 16 学校行事で      |
| 17 水を汲みに           | 18 その他 ( )    |
| 19 なんとなく (特に理由はない) |               |

- 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。（○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> 向嶽寺開祖抜隊禅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

## 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 アウトドアサウナで        |
| 9 リフレッシュ・休養で  | 10 美容・ヘルスケアで       |
| 11 仕事で        | 12 研修・合宿で          |
| 13 冠婚葬祭で      | 14 社員旅行で           |
| 15 学校行事で      | 16 ワークেশョンで        |
| 17 その他 ( )    | 18 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)
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 アウトドアサウナ     |
| 9 森林浴             | 10 キャンプ        |
| 11 エコツアー          | 12 グルメ         |
| 13 美容・ヘルスケア       | 14 米づくり等の農業体験  |
| 15 日本酒蔵元の見学       | 16 ウイスキー醸造所の見学 |
| 17 ミネラルウォーター工場の見学 | 18 植物工場の見学     |
| 19 名水巡り           | 20 湯巡り         |
| 21 紙すき            | 22 その他 ( )     |
| 23 特にない           |                |

◆ 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、西嶋和紙]	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

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、西嶋和 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(X, instagram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」としての魅力をも高めるために、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」に関する商品   | 4 山梨の「水」に関するイベント  |
| 5 水上レジャー、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

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。(〇はいくつでも)

- 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 山梨県の水に関する動画やSNSを見たことがありますか。

	(1) 見たことがある	(2) 見たことがある気がする	(3) 見たことがない (今回、初めて見た)
動画「天に選ばれし、名水の地。山梨。」  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=yrJ8tNY0QUk">https://www.youtube.com/watch?v=yrJ8tNY0QUk</a>	1	1	1
動画「特別な旅、山梨 ～日本随一の水の名所～」  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Cbo3AD0goY">https://www.youtube.com/watch?v=Cbo3AD0goY</a>	2	2	2
動画「やまなし 水の旅、巡る感動」  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=a5f13b0aUI4">https://www.youtube.com/watch?v=a5f13b0aUI4</a>	3	3	3



	(1) 見たことがある	(2) 見たことがある気がする	(3) 見たことがない (今回、初めて見た)
<p>X アカウント「yamanashi_water」 (名水の地やまなし@山梨県公式)</p>  <p>https://twitter.com/yamanashi_water</p>	4	4	4
<p>Instagram アカウント「yamanashi_water」 (名水の地やまなし@山梨県公式)</p>  <p>https://www.instagram.com/yamanashi_water/</p>	5	5	5

問 22 ふるさと納税の返礼品として、ミネラルウォーターをもらったことがありますか。

(○はいくつでも)

- 1 山梨県または山梨県内の市町村からもらったことがある
- 2 山梨県以外の自治体からもらったことがある
- 3 ふるさと納税をしたことはあるが、ミネラルウォーターをもらったことはない
- 4 ふるさと納税をしたことがない

問 23 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6年度 やまなし水ブランドマーケティング調査  
結果報告書**

令和6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