

第1回やまなし育水研究会議会議録(要旨)

■やまなし「水」ブランド戦略について（事務局説明）

- ・山梨県はミネラルウォーターの生産量が全国シェア4割を占めていて生産量日本一。また、名水百選と平成の名水百選に計7ヶ所が選ばれているなど「水」は山梨の重要な地域資源である。
- ・水は、米などの農産物、畜産物、日本酒などの加工食品の生産に重要なものであり、更には昇仙峡や忍野八海といった景観や温泉も水に関連した地域資源といえる。
- ・山梨県の豊富で豊かな水の優位性を活かし、やまなしの水をブランド化することで、県産品のブランド化や観光振興、産業の活性化、更には山梨県そのもののイメージアップにもつなげたいというもの。

■やまなし育水研究会議について（事務局説明）

- ・山梨の恵まれた水環境を将来に渡って保全していくことを「育水」と呼んでいる。
- ・やまなし育水研究会議では、育水に関わる研究の連携の推進、研究の情報の共有を図り水質や水環境の評価チェック機能を果たすとともに、長期的な視点に立って、本県の水資源の有効活用についての検討を産学官の連携により進めていきたい。

→（委員）

- ・水質、水環境の評価、チェック機能について具体的にどのような方向で行うのか、その指標はどこに置くのかなど、現時点でどう整理しているか伺いたい。

→（事務局）

- ・今の時点で、目指す形という事で、そういう役割を担って行けたらというものはあるが、具体的に研究会議としてチェック機能であるとか、評価基準であるとかということについて、今のところは設けていない。
- ・ただ、様々な研究機関において色々な調査をしているので、そうした調査データや研究結果の情報を共有する中で、やまなしの水の現状を把握し、必要な取り組みなどを検討していく中で、評価やチェックいうことに繋がって行けばいいと考えている。

■育水の推進と発信（事務局説明）

- ・育水の取り組みを推進することによって、水環境を保全し、やまなしの水の優位性の維持、強化したいと考えている。
- 併せて、やまなしの水のブランド力や認知度向上のための情報発信を行い、豊かで良質な水のイメージや付加価値を活かして畜産物、農産物等の県産品の差別化やブランド化に繋がりたい。

（委員）

- ・育水というと話が大きくなるが、具体的な水資源を守ることをどう見える化するか、ということであれば、様々なアイデアが出せるのではないかと思う。

(委員)

- ・水のブランド化ということで、最終的に何年先にこういう成果を出すのだ、というものがあるのでしたらそれを伺いたい。

→ (事務局)

- ・考え方としては、一朝一夕に出来るものではないという中で、長期的な視点で行っていくという基本的な認識であるが、もう少し具体的なスケジュールについて、これから整理をさせて頂きたい。

■水ブランドについて (委員議論)

- ・自分は県外出身だが、山梨の水を最初に飲んだ時、美味しいなと思った。これは、山梨県民の方に聞くと、当たり前のように思われていて、山梨の水の美味しさ、あるいは綺麗さ、素晴らしさが身近にありすぎて感じないという話だった。そうであれば、観光資源の中に水、全てに関わる水というものをもう一度、県内外あるいは消費者の皆さんにアピールすべきではないか。
- ・豊富な水が山梨県にはあるが、それが世の中にブランドとして行き渡ってないということも含めて、この育水会議が具体的にこれから豊富な水を活用しながら、あるいは守りながら、ひとつの山梨県のブランドにして行くために具体的にどういう事をして行ったらいいか、ということが育水研究会議の課題になるのではないか。
- ・山梨は東京や神奈川の水源になっているが、実際の飲み水になる水は、市内を流れて地上を流れていく水である。そうすると根本は、そういった市内を流れている水すら、すごく美味しい綺麗な水なんだということをどうやって対外的にアピールしていくか、ということが必要であると思う。
- ・PRということで、例えば熊本ウォーターライフという自治体がやられているホームページがあるが、いろいろ情報提供が工夫してやられているように思う。そうした先進的なところに学びながら、そういったブランド化を頑張っていけば良いのではないか。
- ・ブランド化という言い方は、企業的なものであると思う。水のブランド化は企業でなければ難しいのではないか。行政としては、水源を涵養する森林を保全したり、水資源を大事にするというところに注力していくということではないか。
- ・ブランドというものについては、インナーブランディングとアウターブランディングという2つの考え方があって、水ブランドであれば、インナーブランディングは、県民が山梨の水の価値を再認識する意識を養成していくこと。アウターブランディングは、もちろん民間が主導になって、商品なりその活動において他社と比べて優位性を持つということをやっていく。ブランドには、この両方が含まれており、インナーブ

ランディングの部分は行政が担うことができる。

- ・インナーブランディング、育水というのはアクティブな言葉だと思う。水を育むというアクションをどれだけ起こすのかということを経済の中で掘り起こして、定着させていくというふうに方向付けると良いのではないかと。
インナーブランディング、県民の意識、県民がどう行動していくのか、どう自覚していくのかということをも高めていくという事は、この会議で一番大事にした方がいいと思う。
水そのものの製品としてのイメージは、アウターブランディングであり、そこは育水研究会議としてどこまで踏み込むのか。結果としてそういうものが出来て行けばという事であればそれはそれでいいと思うが、そこが整理がされて、もう少し明確になると今後のアクションが取りやすくなる。
- ・葡萄にしても桃にしても水を使っており、水資源は大事にしていなければいけない。一方で、水のブランド化ということについては、農産物については今までも苦労しながらブランド化して売ってきた事実があるので、やまなしの水というものがあつた程度ブランドとして成長しないと、やまなしの水と農産物をくっつけて売るところには繋げづらい部分がある。
- ・山梨県の企業や研究者も含めて、自分の商品や研究などについて「水」を軸に束ねるということではないかと。
県の広報にしても、農業や産業、教育も含めて様々な事業がある中で、広報活動を見ていると個々でやっている、個別でポスターを作って新宿駅とかに貼っているのですが、それが何が軸なのか分からない部分があるので、そこを水で統一して、「きれいな水で作った桃です。」「綺麗な水で作った何某です」とか、「環境教育は水を中心にやっていますよ」とか、そういうことで山梨県が水を押し出して行く、水を旗印的なものとして様々な活動を束ねるということではないかと。
- ・県も市町村も企業も含めて、他県の人に住みやすさをアピールしたり、物を売るということにおいて、山梨県全体で水という一つの強みがあるものをイメージアップしていく、裾野を広げていくことで、水ブランドという考え方が生きていくのではないかと。
- ・ミネラルウォーター産業は、自然の恵みを皆様に提供するものであり、やはり水源が安全安心で豊かであるということが未来永劫に続くということ、我々企業自らが担保していなければいけない。何か良くなかつたから次は他県に行きますというビジネスでは決してないので、水源の森を涵養することが必要である。
- ・ミネラルウォーターの国外への輸出について言うと、世界で基準が違つたので、例えば「ナチュラルミネラルウォーター」といって水を出した時に、実はその国の基準によつ

てこれはナチュラルミネラルウォーターではないという基準があるので、そこは慎重に扱う必要がある。

また、地元の県民の方からすると、やはりうちの大切な水を国外に出してお金儲けをしているということという違和感を持たれることがあると思う。そうした点は慎重に考える必要があって、もし、水を積極的に出すことについて県民の心が一つになって、「おらが山梨の水を日本もつと言えれば世界に出そう」ということになれば問題は無いと思うが、そうしたことも踏まえながら、山梨県の水ブランドというのを進めていく必要がある。

- 水をブランドとして前面に押し出していくにあたっては、エビデンス、いわゆる根拠が必要である。その水がどういう水なのか、良い水なのか悪い水なのか全部含めて、それをサポートするのが研究者の立場であると思う。
では、具体的にどういう研究をするのかと言えば、例えば企業からあげて頂く、こういう情報が欲しい、例えば、教育の現場からあげて頂く、環境教育で水やりたいのですけど、甲府盆地の水って例えば何トンくらいあるのですかとか、そういうのをどんどん質問して頂く、それに対して研究者が研究して答える。その為の予算を用意して頂くとか、そうやってまわしていくというイメージではないか。
- 我々の自治体においても、地下水についてデータをとっており、そうした成果を活かしていくと、例えば南アルプスで、水は充分まだまだ世界に売っていても充分だよとか、科学的に数値で示していける事が出来るのではないかと思う。そうすると、もっともっと強みを表に出して行けるのかなということ、この会議はそういったベーシックなところを固めていくことが出来れば、今後産学官という事でいろんな枝葉を広げて行っていただけるのではないか。
- やまなし育水推進県民大会は非常に大事で、ただ研究者がポスターを出すだけではなくて、例えば県内の中小企業の若手の方に、自分のところの商品を、水を使ってアピールしてください、というようなお願いをしてみる。そこで、水に絡めて自分のところの商品をアピール出来るだけの情報が、今県にあるかどうか確認したい。無ければそこを調査研究すればいいのではないか。
- 厚生労働省には、おいしい水指標があるが、そういう指標とか、国際的指標みたいなものに基づいた山梨県の水というものが一つあってもいいと思う。
- 山梨県には富士山や南アルプスなど様々な山がある。富士山は玄武岩で、甲斐駒ヶ岳は花崗岩など違いがあり、地下水にも個性がある。そうした水の個性の違いを踏まえ、県外へのPR、県内県民向けの説明も行っていくと良いと思う。