

「半田運河と共に歩んだミツカンの考える水の文化とは」 ～やがて、いのちが変わるもの。～

会社紹介

株式会社 Mizkan Holdings

会 社 名 株式会社 Mizkan Holdings
英 語 表 記 Mizkan Holdings Co.,Ltd.
代表取締役会長 中埜 美和
創 業 1804年（文化元年）
本 社 〒475-8585 愛知県半田市中村町2-6
資 本 金 1,000万円
事 業 内 容 グループ全体の経営統括・
戦略策定・研究開発

ミツカングループ

社員数 約3,750名（2024年4月1日時点）
業 績 売上高/3,001億円（2024年2月期/2023年度）
海外売上高比率： 61.5%（2023年度売上ベース）

本 社
〒475-8585 愛知県半田市中村町2-6
東京ヘッドオフィス
〒104-0033 東京都中央区新川1-22-15 茅場町中埜ビル

【国内営業拠点】

2支社（東日本支社・西日本支社）
8支店（北海道・東北・関東・東京・名古屋・大阪・中四国・九州）
4サテライト（北東北・長野・静岡・鹿児島）
4営業所（新潟・金沢・岡山・高松）
2事務所（郡山・沖縄）

【国内生産拠点】

8工場/ドライ・・・栃木・館林・美濃加茂・大阪・三木
チルド・・・館林・美濃加茂・三木

【海外拠点】

7拠点/ロンドン・シカゴ・シンガポール・台北・香港・北京・アムステルダム

【海外生産拠点】

14工場/アメリカ12・イギリス2



本社外観

組織図



【日本+アジア事業】

1804年に創業し、江戸で流行っていた「早すし（握りすしの原型）」によく合うと好評を博した粕酢（酒粕を原料にした酢）、日本全国に水炊きを普及させるきっかけとなった「味ぽん®」など、いつの時代も、そしてこれからも、おいしさ与健康が一致した「商品」と「メニュー」をお客様にお届けしていきます。

ミツカンを代表する商品であり健康イメージのあるお酢についても、調味料としてではなく「飲む」というご提案をしています。納豆については、食酢醸造で培った微生物の発酵醸造技術を活かし、差別化された商品をご提案しています。

また、外食や中食向けにも、付加価値のある商品と魅力的なメニューを提供しています。アジア事業においては北京、香港、台北、シンガポールを拠点に、食酢、つゆ、たれを中心に、そのエリアに在住する日本人家庭向け、日本食レストラン向けに商品やメニューをご提案しています。

アジアでは寿司やおにぎりなどお米を使った日本食が広がっており、ミツカンが培ってきた技術力や提案力を活かして、アジアの「おいしさ」に貢献しています。



【北米事業】

1981年にアメリカ大手食酢メーカー「アメリカン・インダストリー社」を買収したことにより、本格的に海外進出を果たし、北米市場において強いブランドの獲得を進め、2014年にはパスタソース市場へ参入しました。

北米事業は大きく分けて、パスタソースと食酢の2つのビジネス展開をしていますが、中でもパスタソースの主要ブランドの「RAGÚ（ラグー）」、「BERTOLLI（ベルトーリ）」の売上は大きく、両ブランドはともにそのエリアの食文化に根付いた、全米の家庭で最も親しまれているパスタソースです。

このほかでは、米国家庭用クッキングワイン市場でシェアNo.1の「Holland House（ホランド・ハウス）」やライスビネガーの「NAKANO（ナカノ）」などのブランドを展開しています。手作り感のあるものや、新鮮な素材を活かしたものなど、本物志向のニーズの高まりに対して、おいしさ与健康が一致した商品をお届けできるよう、たゆまぬ努力を続けてまいります。



【欧州事業】

欧州には2002年に本格進出し、現地生産の食酢の供給を開始、日本や北米と同様に、現地の市場環境にあわせた商品開発やご提案を行っています。

モルトビネガーの「SARSON'S（サーソンズ）」とサワーピクルスの「HAYWARDS（ヘイワーズ）」、スイートピクルスの「Branston（ブランストン）」を中心とした家庭向けブランドビジネスが主体となります。

いずれのブランドも英国を中心に長く親しまれており、特に「SARSON'S（サーソンズ）」、「Branston（ブランストン）」は英国では誰もが知っているブランドです。

また、ブランドビジネス以外では、日本食ビジネスを展開しており、日本食レストランの増加など日本食市場が成長する中、販路拡大などに取り組んでいます。



【ZENB事業】

人や環境への負荷が少なく、「おいしさ」と「カラダにいい」をともに叶える、ウェルビーイングなあたたかい食生活を実現したいという想いから、2019年にD2Cブランド「ZENB」を立ち上げました。

「人と社会と地球の健康」「新しいおいしさで変えていく社会」の実現に向けて、日本・米国・英国で事業展開しています。

植物を可能な限りまるごと食べる、というコンセプトに基づき、サステナブルな食糧生産や人々の健康に貢献できる商品開発を行い、うす皮までまるごとの黄えんどう豆を使った「ZENBヌードル」「ZENBブレッド」「ZENBチップス」や、普段食わずに捨ててしまう芯や皮まで、まるごと野菜を使った「ZENB カレー」「ZENB スープ」「ZENBスティック」などを販売しています。



やがて、いのちが変わるもの。



<https://www.youtube.com/watch?v=L8XFiqIKFKw>

Mission/Vision/Values

Mission : わたしたちの実現したい想い

やがて、いのちが変わるもの。

食べることは、いのちをいただくこと

私たちは、自然に感謝し、正直で誠実に、食を提供することを、200年以上にわたり、大切にしてきました。

当たり前にある毎日の、食べる喜びと、いのちへの感謝の積み重ねが、世界をよりよいものに変えていくと、信じているからです。

私たちは、自然と水に感謝します。

からだところを育てる食を大切にします。

安心につながるものづくりを追求します。

様々なお客様に、ひろくあまなく、

おいしさと、健康と、楽しさを、お届けします。

Vision : わたしたちは、どんな会社になるか

未来ビジョン宣言2024

1、人と社会と地球の健康に貢献する会社になる

おいしさを大切に、世界中に、健やかなところとからだを育んでいきます。

事業活動を通じて、いのちの源である自然や水を大切にし、持続的に責任を果たしていきます。

2、新しいおいしさと社会を変えていく会社になる

技術を活かし、工夫を凝らしたその先に、おいしさと健康の一致した社会を実現していきます。

生活者とながら、独りよがりの価値を追い求めていないか、自らを問い続けていきます。

3、仲間とともに、企業理念の実践と人の成長を事業成長の源泉とする会社になる

ステークホルダーの皆様と学び、自ら考え、ひとりひとりが会社をよりよく変えていきます。

ともに、挑戦を積み重ね、成長していく企業であり続けます。

Values : わたしたちが、この5年で大事にする行動

ともに／Together

今と未来の価値を創る、私たちの仲間をつくろう。

仲間と一緒に、考えよう。新しい景色が見えてくるはず。

仲間と一緒に、挑戦しよう。できなかったことが、できるようになるはず。

仲間と一緒に、喜びを分かち合おう。大きな満足と更なる成長が、そこにあるはず。

ミツカンの歴史と半田運河との関わり

ミツカンの歴史

1804ー

酢屋の創業
酢屋の創業、そして江戸へ

1868ー

激動を生きるミツカン
天下一円にあまねし

1945ー

第二の創業
買う身になって まごころこめて よい品を

2004ー

「ミツカン」から「mizkan」へ
「やがて、いのちが変わるもの。」

■ 1804年(文化元年)創業

初代中野又左衛門は門酒粕を原料とした“粕酢”を製造、船で江戸に粕酢を送り込んだ。
又左衛門の“粕酢”はやがて江戸で評判のすし屋でも使われるまでになっていった。



■ 1887年(明治20年) ミツカンマークを商標登録

四代又左衛門が、現在も愛されるミツカンマークを商標登録。
家紋の三に〇は、「天下一円にあまねし」という理念を表す。



■ 1954年(昭和29年) 樽売りからビン詰めへ

「お客様の安心」という消費者志向の原点に立ち、多額の設備投資が必要な全面ビン詰め化を決断。



ミツカンの歴史



■ 1968年(昭和43年) 100%醸造酢はミツカン酢だけ

「100%醸造酢はミツカン酢だけ」というスローガンを掲げ、純正食品キャンペーンを開始。
昭和54年、JAS規格の制定により、「醸造酢」「合成酢」の表示が義務づけられることとなる。



■ 総合食品メーカーへ

1964年(昭和39年)「ミツカンぽん酢 (味つけ)」が発売。
いよいよ多様化・グローバル化する食文化に対応するために、様々な商品を開発・販売していくこととなる。



■ グローバル化

欧州において2012年に「SARSON'S」を取得、
2013年に「Branston」を取得。
米国において2014年に「RAGU」「BERTOLLI」の取得。



江戸時代の屋台・握りずし／「粕酢」

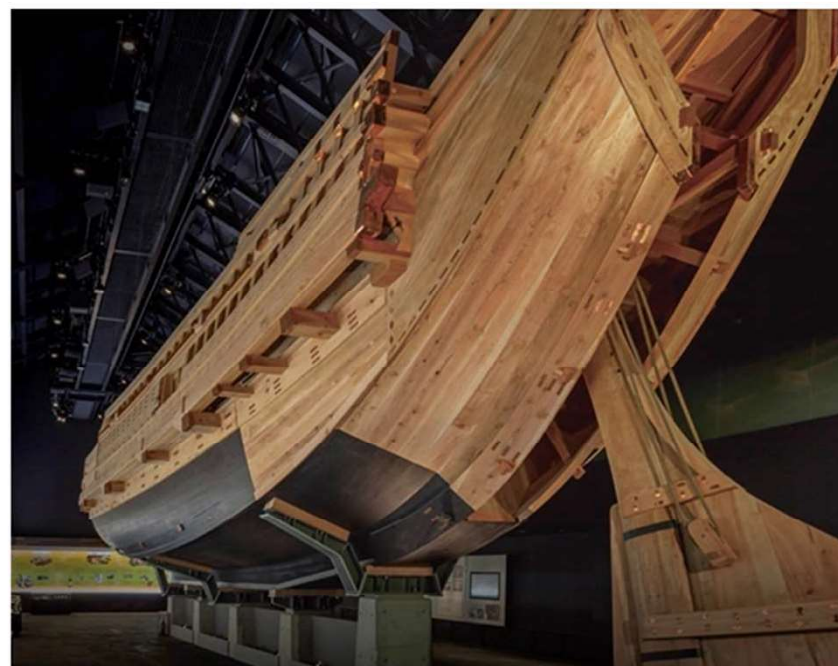
当時のずし屋台&握り寿司



酒粕から作った「粕酢」



江戸時代の海上航路／弁才船



昔の酢の運送方法 (MIZKAN MUSEUM企画展より)



輸送手段の変遷 (MIZKAN MUSEUM企画展より)

平成 (1989~)	昭和 (1926~1989年)	戦時中 (1937~1945年)	戦前 (1868~1937年)	天正 (1574~1592年)	明治 (1868~1912年)	江戸 (1603~1868年)	時代
戦後、船は主に外国への輸送などで使用。		船の時代		江戸		輸送手段	主な輸送手段
トラックが主流になると、鉄道で運ぶ手段は減少しました。		鉄道の時代		明治			
トラックの時代		昭和		天正			
昭和58年(1983年)から、歳を鞋置化。		昭和29年(1954年)から、全輪駆動め化を開始。		昭和7~8年(1932~1933年)頃から、常備履の量も使いはじめました。		お酢の容器	
瓶		壺		樽		ミツカンの歴史	

大正時代頃の蔵と半田運河



現在の風景



半田運河の風景

YouTube

ローカルコミュニティCAC 広報部

【知多半島百景】半田運河

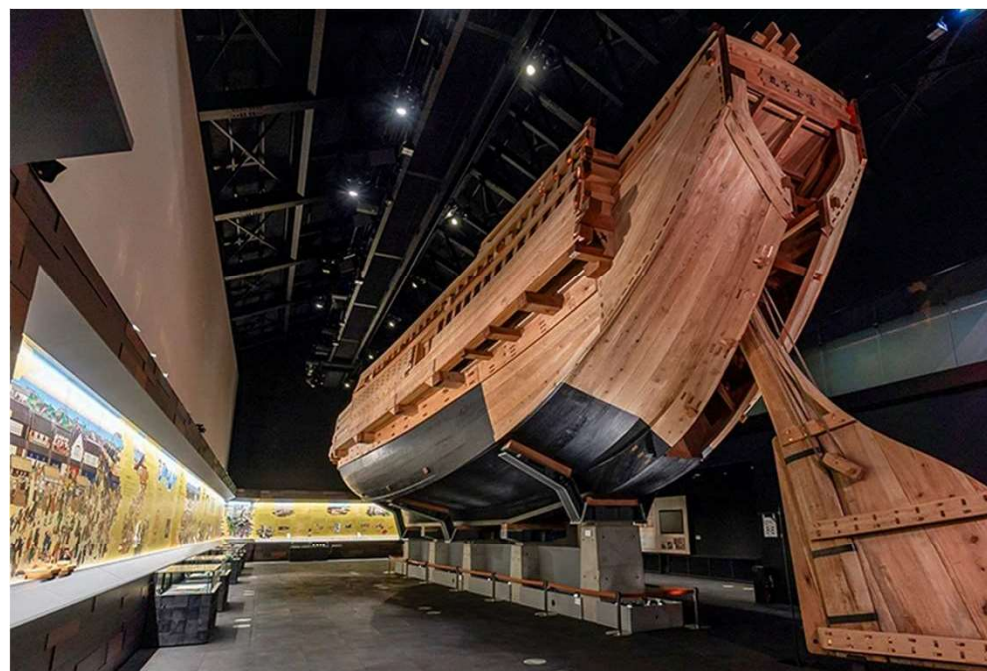
https://www.youtube.com/watch?v=vN_IJ6_bpY0

本社地区再整備プロジェクト

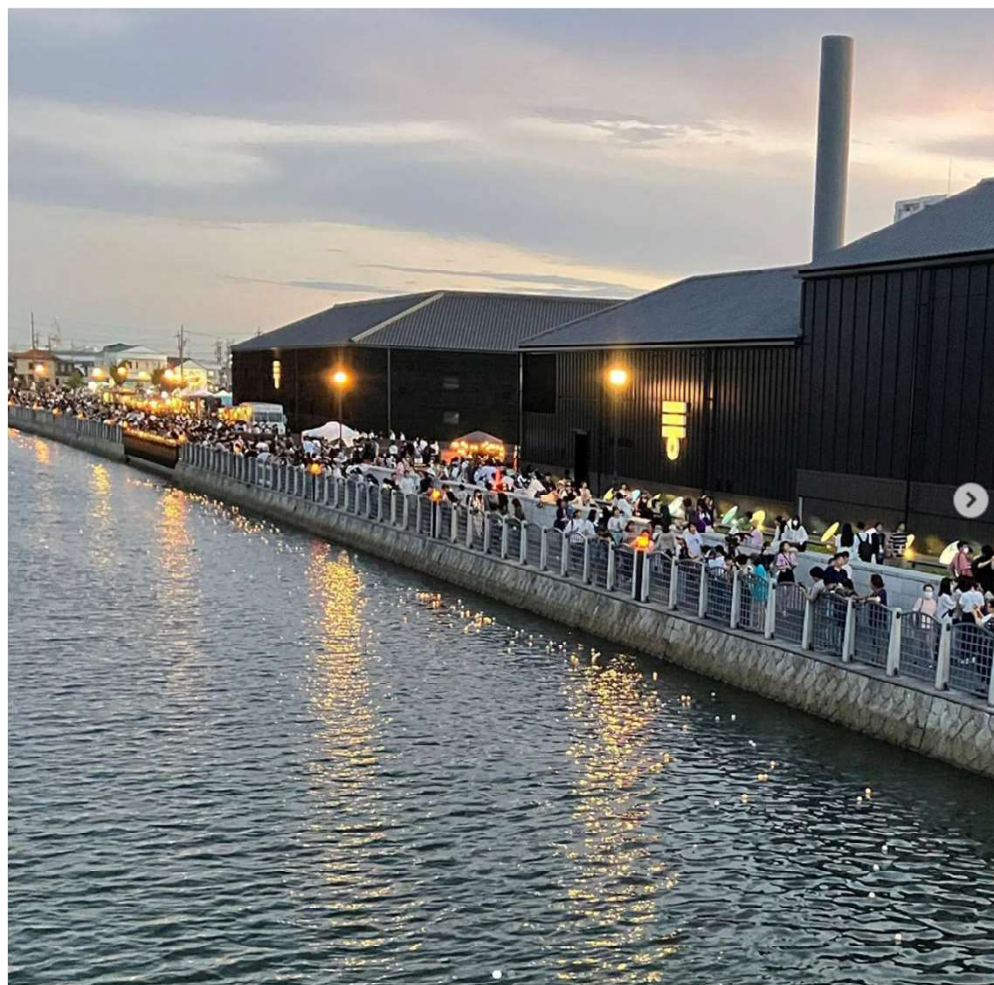
ミツカンは、半田で生まれ半田とともに歩んできました。
M I Mがある半田運河エリアを中心に、半田の地域活性化を通じて、創業の地・半田への貢献を果たしていきます



MIM (ミツカンミュージアム)



MIM (ミツカンミュージアム)



mizkanmuseum_official



mizkanmuseum_official 半田運河にて、8/4・5にキャナルナイトが開催されました。
ミツカンミュージアムのそばではヒカリノ玉が流れていく幻想的な風景がひろがり、多くの方が楽しんでおられました🌟
当日の様子を少しだけお届けします。

#ミツカンミュージアム
#mizkanmuseum
#mim
#ミム
#mizkan
#ミツカン
#半田
#博物館
#愛知旅行
#半田運河
#運河
#キャナルナイト
#canalnight
#ヒカリノ玉

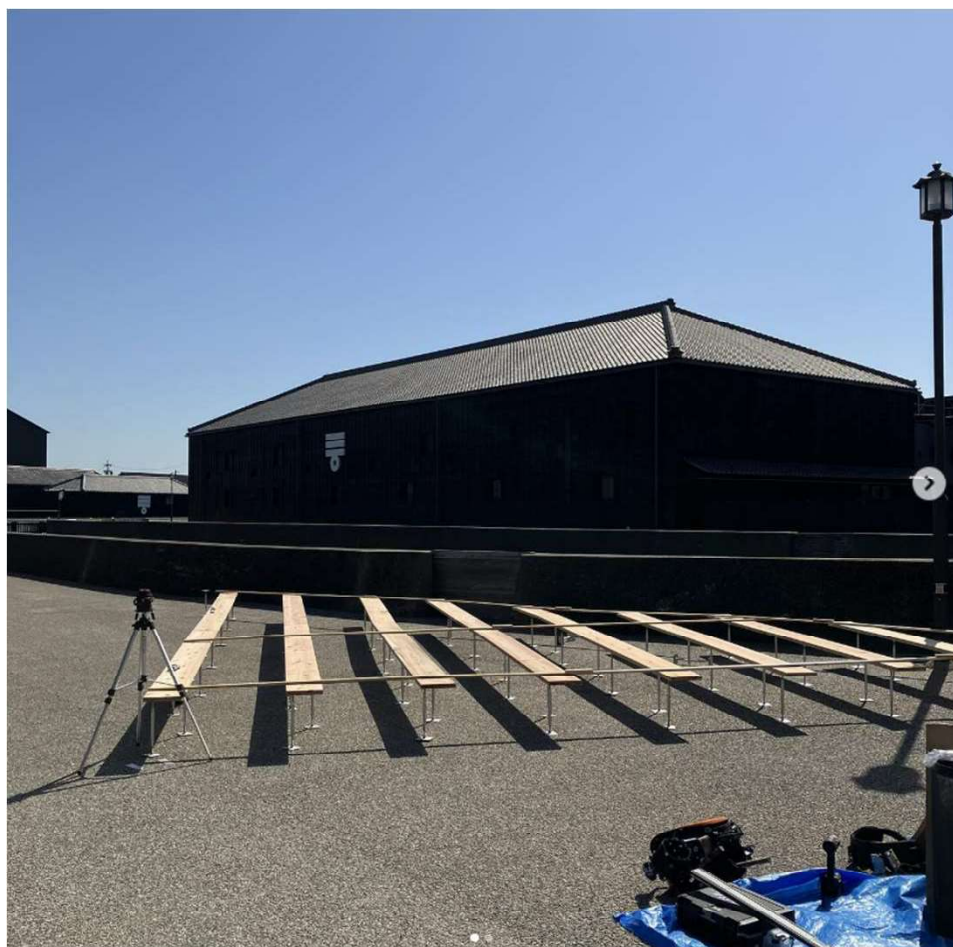
編集済み・39週間前



rio8germany、その他が「いいね！」しました

2023年8月6日

MIM（ミツカンミュージアム）



mizkanmuseum_official

mizkanmuseum_official ミュージアム正面玄関前の運河沿いに、何やら三角形の台のようなものが作られはじめました。実はこちら、3月1日～4日まで実施される“半田の運河床”の社会実験の会場です。どんな運河床になるのか、完成が楽しみです。

期間中、イベントなども開催されるそうです。詳細は半田市観光協会のHPをご覧ください。

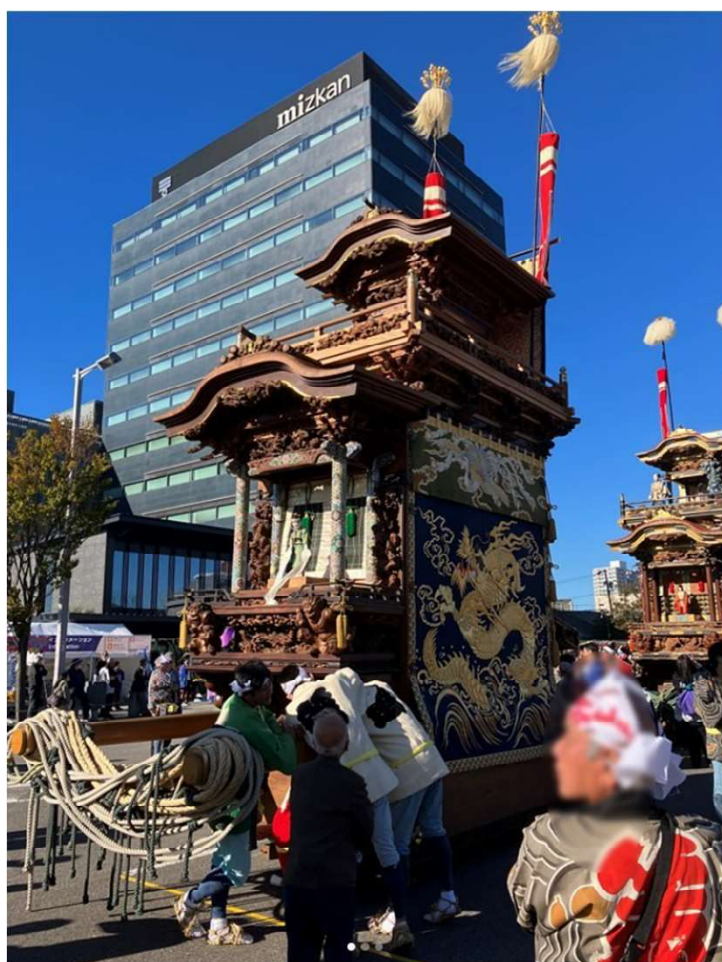
#ミツカンミュージアム
#mizkanmuseum
#mizkan
#半田
#博物館
#愛知旅行
#半田運河
#半田の運河床
#社会実験

40週間前



yukacharu0626、その他が「いいね！」しました
2月28日

MIM（ミツカンミュージアム）



mizkanmuseum_official

...



mizkanmuseum_official 10/28,29に、6年ぶりのはんだ山車まつりが開催されました！
お天気にも恵まれ、ミツカン本社前の平和通りでは半田10地区31輦の山車がメイン会場に向かっていくのを見ることができました。
迫力あるお祭りの様子を少しだけお届けします。

#ミツカンミュージアム

#mizkanmuseum

#mim

#ミム

#博物館

#mizkan

#ミツカン

#半田

#第九回はんた山車まつり

#はんた山車まつり

#半田山車祭り

#6年ぶり

#山車

編集済み・27週間前



yukacharu0626、その他が「いいね！」しました
2023年10月30日

MIM（ミツカンミュージアム）



ミツカンの水との関わり

創業以来、「水」の恩恵を受け「水」によって育てられてきたミツカンは、美しい自然を、豊かないのちを、未来へつないていくために、これからもミツカンらしく「水」から自然を見つけていく取組みを継続していきます。

方針・体制

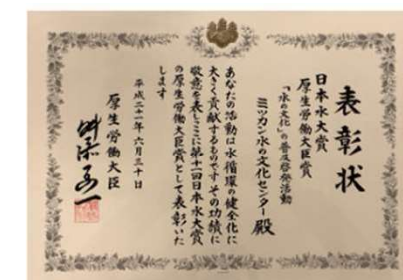
- ・ ミツカンにとっての「水」は様々な価値を持つものです。ミツカンは、美しい自然を、豊かないのちを、未来へつないでいくために、これからもミツカンらしく「水」から自然を見つめていく取組みを継続していきます。
- ・ 事業拠点におけるビオトープの管理や社有林の保全活動、水の文化センターでの生活者との接点強化を推進していきます。
- ・ 各関連部署との連携を図りながら、着実な推進体制を全社的に構築していきます。

ミツカンと水



水に関する活動の歴史

- 1804** 創業当初より水と深くかかわる
廻船による食酢の運搬、私設水道の設置など
- 1975** 愛媛で山林の育成を開始。
現在は愛媛、高知の三山（約850ha）を育成
- 1999** 「ミツカン水の文化センター」設立
機関紙「水の文化」創刊
- 2004** ミツカンよかわビオトープ完成
2007年ビオトープを併設した三木工場竣工
- 2009** 「第11回日本水大賞厚生労働大臣賞」受賞



「ビオトープ」の取り組み



ここでは地元の方々を中心に、ボランティアの人々やミツカン社員らによって「ミツカンよかわビオトープ倶楽部」を結成し、三木市や「兵庫県立 人と自然の博物館」の協力を得ながら、美しい自然を守りつつも、自然と触れ合う活動を楽しんでいます。

2003年より自然環境調査を毎年実施しており、これまでの調査により、環境省や兵庫県が絶滅危惧種に指定しているたくさんの珍しい生きものが確認されるようになりました。

「ビオトープ」の取り組み

フィールドは無限大

ていねいに手入れされた自然と、
そこに息づく命の躍動がわたしたちを出迎えてくれます。



よかわ里山公園

駐車場やトイレのある活動拠点です。



畑のビオトープ

芋やヤーコンなどを育てイベントで活用。
アサギマダラが集まることを期待して、秋の七草のひとつ
フジバカマ(人と自然の博物館提供)を栽培中です。



湿地ビオトープ

水田の跡地を活用した湿地です。水生の生き物が観察で
きます。季節になるとハスの花が一面に咲き、幻想的な美
しさに包まれます。



里山林ビオトープ

アベマキやコナラなどどんぐりのなる木がたくさんある
雑木林です。しいたけのほだ木を育てたり、カブトムシの
すみかもつくります。



「山林の育成」の取り組み



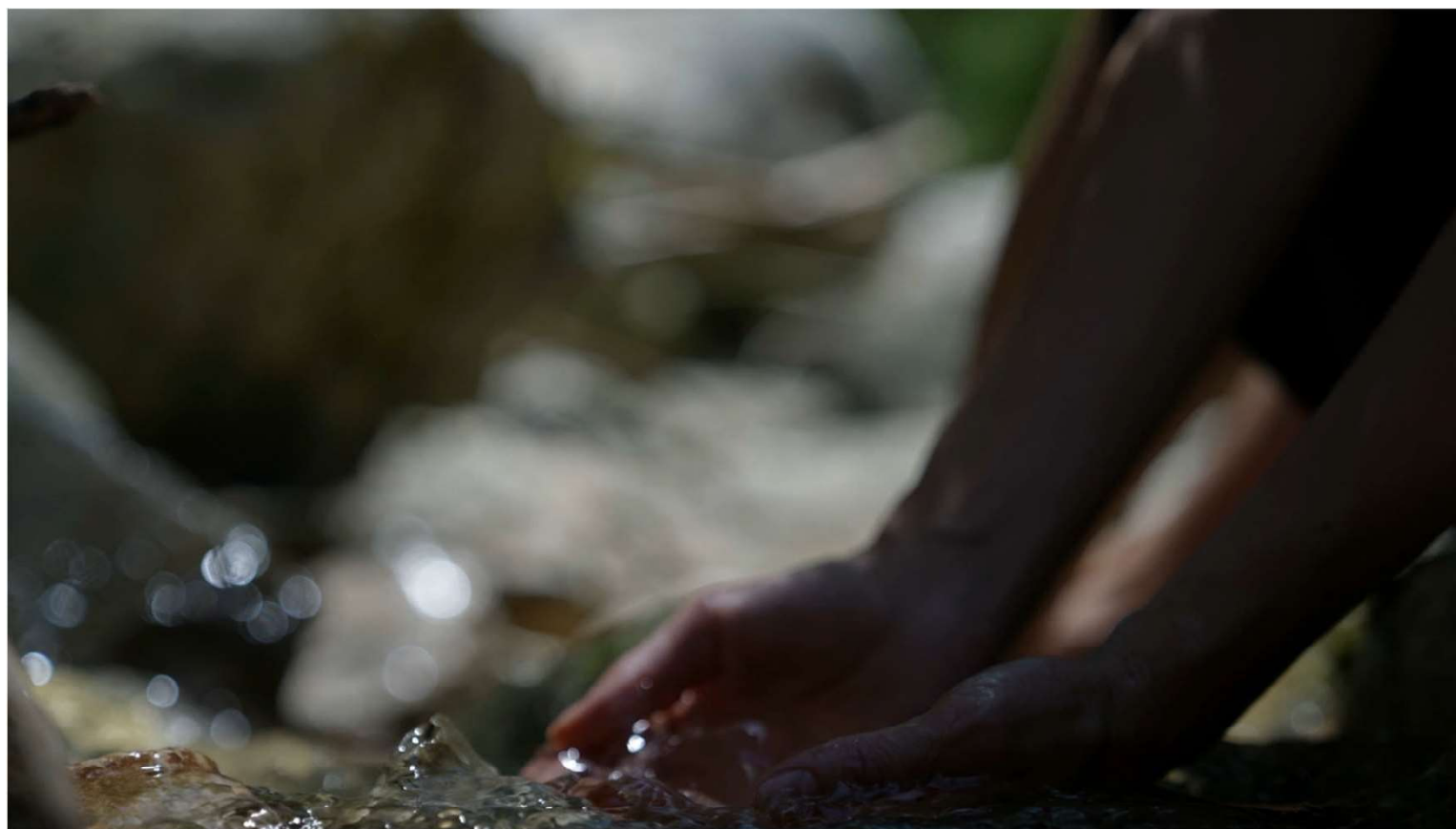
ミツカングループの保有する山林では、40年を1サイクルとして木を育成し、そのサイクルを繰り返すことで、水源地としての機能を安定的に維持しています。

山林は木材を提供するだけでなく、土砂災害の防止や下流域の洪水緩和の機能などを有しています。

また、生物多様性の保全、二酸化炭素の吸収源としても役立っています。

ミツカングループは、このような機能をもつ山林を育成することで、地球の健康と人のいのちを育むことにつなげていきます。

ミツカン水の文化センター





水に感謝し、水の大切さを伝える

ミツカングループは、創業時より良質な醸造酢を作るために私設水道を敷設し、廻船により尾張半田から江戸や大阪まで食酢を運ぶなど、水と深く関わってきました。

このように創業以来、「水」の恩恵を受け、「水」によって育てられてきたミツカングループは、1999年に「水の文化センター」を設立し、「水」をテーマとする社会貢献活動を行っています。

主な活動① 機関誌「水の文化」の発刊



機関誌『水の文化』は、1999年（平成11）1月創刊。
年3回発行し、創刊以来「人と水」、「人と人」のかかわりの中で生み出された、
知恵や地域固有の習慣に光を当てた取材を続けています。

全ての機関誌はホームページにてご覧いただく事ができます。
また冊子（無償）をご希望の方は、[こちら](#)からお申込みください。

なお、機関誌の全ての記事は[地域](#)や[テーマ](#)などから検索できますので、ご興味に合わせて是非ご利用ください。

機関誌 「水の文化」



77号
みんな、泳いでる？



76号
そばと水



75号
琵琶湖と生きる



74号
体に水チャージ



73号
芸術と水



72号
温泉の湯悦



71号
南西諸島 水紀行



70号
みんなであつなぐ水 火の国 熊本



69号
Z世代の水意識



68号
みずみずしい果実

主な活動③ 社員参加イベント

「ミツカンの水づかいプロジェクト」の実施
2023年9月5日：オンライン講演 9月22日：栃木工場 ワークショップ
講師：水ジャーナリスト 橋本 淳司さん



主な活動④ 水にかかわる生活意識調査

2024年7月

第30回（令和六年度）定点調査

「水にかかわる生活意識調査」結果レポート

【特別企画】30年の水意識を振り返る

水道水の不満は「質」から「料金」へ 一番おいしいと思う水で「水道水」が増加

＝調査期間：2024年5月28日(火)～6月3日(月)／対象エリア：東京圏・大阪圏・中京圏＝

ミツカン水の文化センター（株式会社Mizkan 広報部内）では、今年6月に、東京圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）、大阪圏（大阪・兵庫・京都）、中京圏（愛知・三重・岐阜）の在住者1,500名を対象とした「水にかかわる生活意識調査」を実施し、集計結果をまとめました。

本調査は、1995年の第1回以降、日常生活と水のかかわりや意識を明らかにすることを目的とした定点調査として、継続性を重視する中に、その時々の特ピックを取り入れながら調査を実施し、今年で30回目を迎えました。

そこで今回は、本調査の30年を振り返る特別企画として、第1回および節目の年の調査との比較を行いました。この他にも、30年前との比較設問とは別に、災害時の水の備えに関する経年比較や、2022年より追加した、水への関心や感謝といった生活者の水への関心度を明らかにするための設問、みずみずしいと感じる有名人に関する調査などを実施しました。また、今年も、当センターのアドバイザーである、東京大学 大学院工学系研究科 教授の沖大幹先生に、調査結果の解説をいただきました。

なお、今年の調査データおよび過去（第1回～29回）の集計概要など詳細な情報は、ミツカン水の文化センターのホームページ（<https://www.mizu.gr.jp/>）で公開しています。

《30年の変遷が感じられた結果3選》

【1】水道水の10点評価は30年で上昇

…「水道水を10点満点で評価すると何点か？」に対し、
平均点は、1995年（第1回）5.7点→2024年は7.3点と1.6点上昇。
近年は高水準で推移している。

【2】水道水の不満は、「質」から「料金」へ

…「水道水について不満を感じていることは？」に対し、
不満のトップが「おいしくない」から「水道料金が高い」に変化。でも本当の1位は？

【3】一番おいしい水は「水道水」と思っている人が増加

…「あなたが一番おいしいと思う水は？」に対し、
「水道水」と答えた人が1995年の3.2%、2004年（20年前）の2.0%から、
今年は14.1%と大幅に増加。

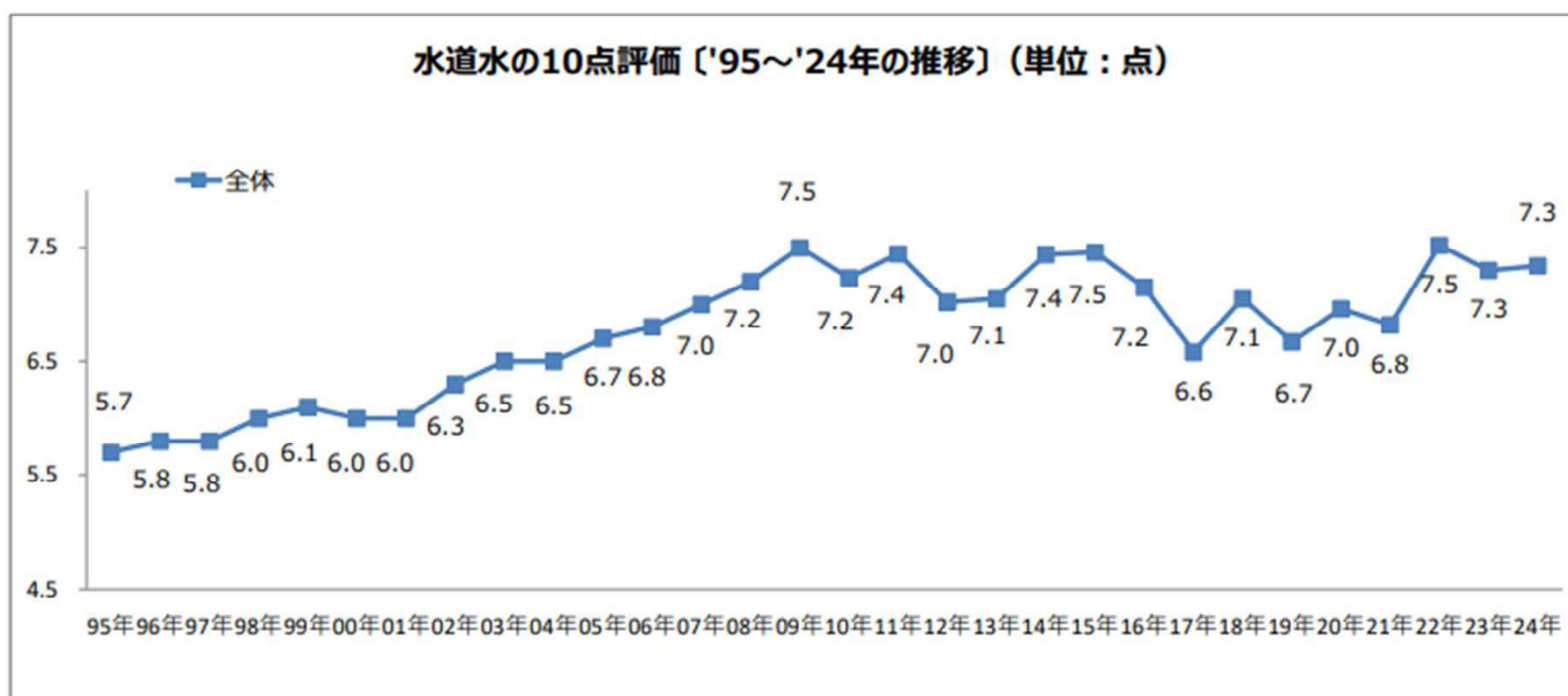
◆沖大幹先生による解説 ～Oki's View～

- 💧 水道水の評価：エリア別評価の気になる点とは？
- 💧 水道水の不満点：不満減少の理由を紐解く
- 💧 日常生活で実践していること：節水行動の減少は、水道料金と関係している？

Q.水道水を10点満点で評価すると？（0～10の整数を自由回答）

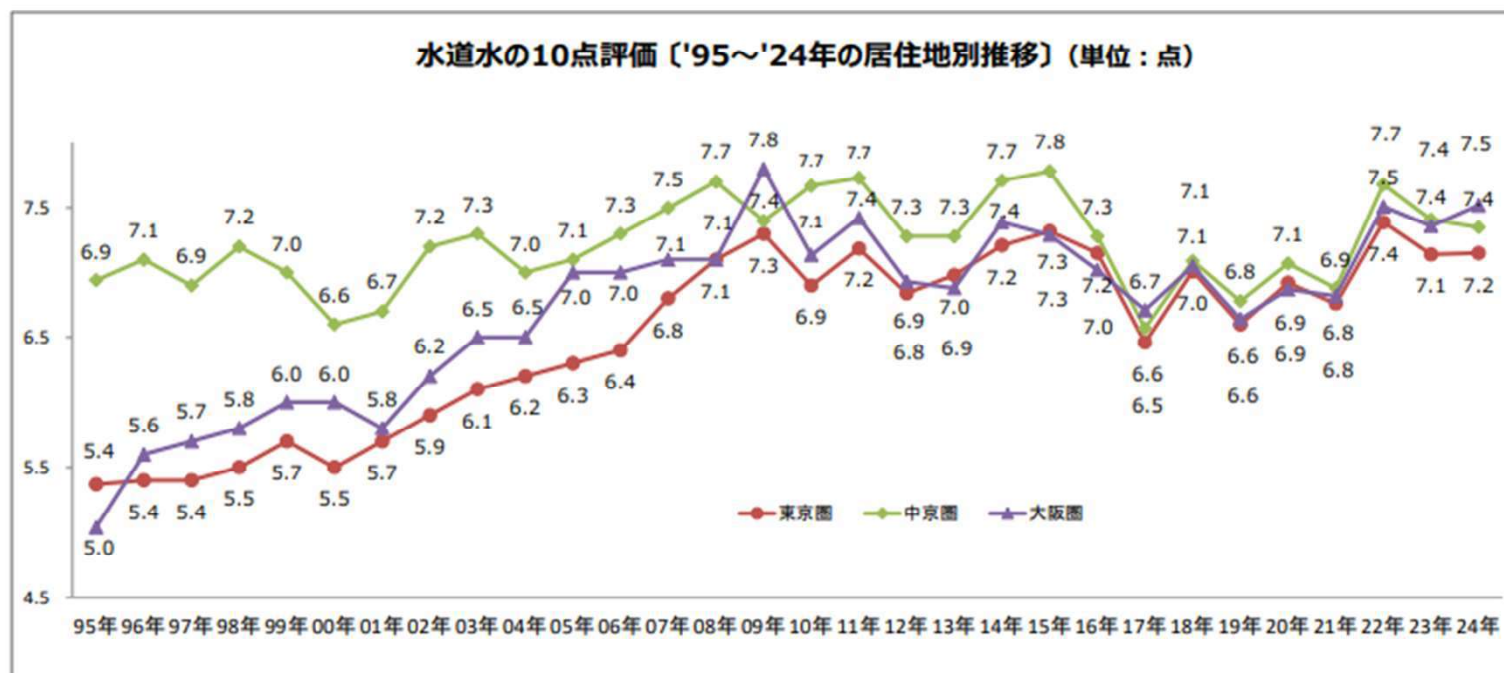
◇平均点は30年で上昇。近年は高い水準で推移

全体の平均点は、第1回調査の1995年が5.7点、30回目となる今年が7.3点と、30年で1.6点上昇しました。経年変化をみると、2009年までは概ね右肩上がりとなっており、同年をピークに、2010年からは横ばいを基調としながら増減を繰り返し、近年はピーク時に近い高水準で推移しています。



◇居住地別の差異が縮小傾向

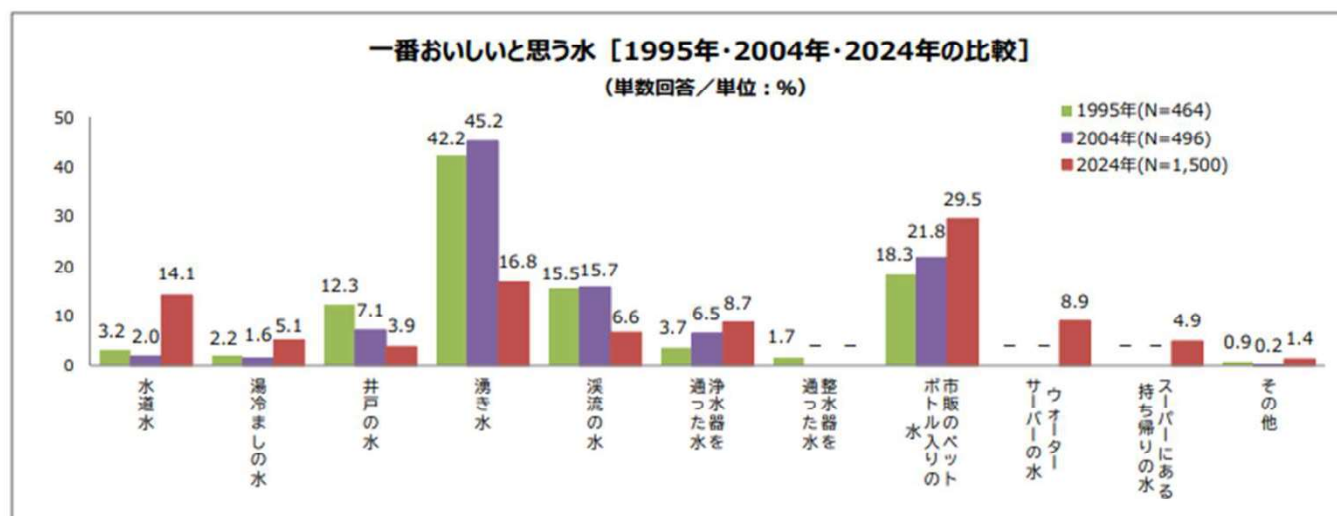
居住地別の平均点は、1995年が東京圏・5.4点、中京圏・6.9点、大阪圏・5.0点で、2024年が東京圏・7.2点、中京圏7.4点、大阪圏・7.5点といずれも上昇。得点の推移を10年単位で見ると、1995年から2004年までの10年間はエリア差が大きく、次の10年（2005年～2014年）でその差が徐々に縮小。そして、直近の10年、とりわけ2016年以降はエリア差がほとんどなくなり、グラフの曲線がシンクロしているように見えます。居住地別における近年の傾向が、情報環境の平準化によるものなのか、地域性の喪失によるものなのか、調査結果のみで判断することはできないものの、当センターとしては今後の動向に注目してまいります。



Q.一番おいしいと思う水は？ [9択（'04年:7択、'95年:8択）+その他]

◇「湧き水」が激減し、“市販の水”や「水道水」が増加
より現実的な安全性を重視する傾向か？

一番おいしいと思う水について、1995年、2004年、2024年のそれぞれのトップ3を比較したところ、1995年と2004年は1位「湧き水」（'95年・42.2%、'04年・45.2%）、2位「市販のペットボトル入りの水」（'95年・18.3%、'04年・21.8%）、3位「溪流の水」（'95年・15.5%、'04年・15.7%）と同様の順位で、2024年は1位「市販のペットボトル入りの水」（29.5%）、2位「湧き水」（16.8%）、3位「水道水」（14.1%）でした。2004年までは不動のトップだった「湧き水」や、「溪流の水」といった“自然の水”の数値が20年の時を経て激減。今年は「市販のペットボトル入りの水」がトップとなり、「ウォーターサーバーの水」（8.9%）と合わせると、約4割（38.4%）の人が“市販の水”を支持しました。また、2004年は僅か2.0%だった「水道水」が、今年は14.1%と大幅に増加していることも注目すべきポイントといえます。これらの結果を踏まえると、近年は、純粋なおいしさやイメージよりも、現実的な安全性を求める傾向にあるのかもしれません。



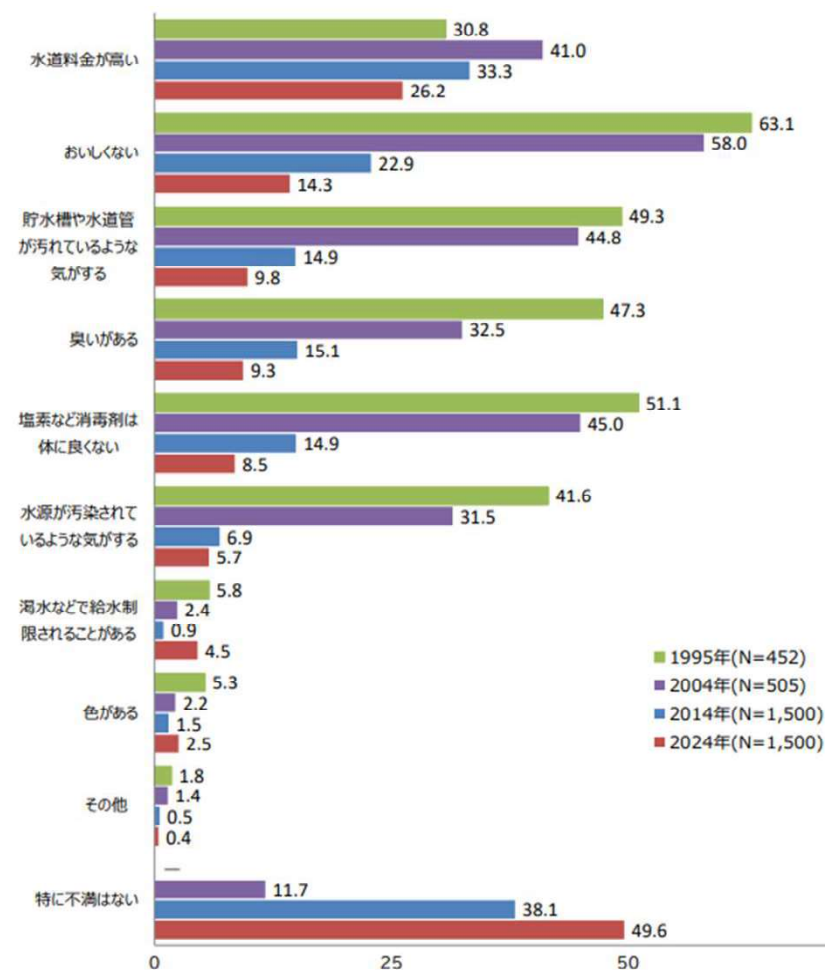
Q.水道水について不満を感じていることは？（8択+その他+特に不満はない）

◇不満の内容は、「質」から「料金」へ

水道水に対する不満について、1995年（第1回）、2004年（20年前）、2014年（10年前）、2024年（現在）で比較すると、1995年と2004年は「おいしくない」「塩素など消毒剤は体に良くない」「貯水槽や水道管が汚れているような気がする」といった味や質に関する項目が上位を占めていましたが、2014年にはこれらの不満が激減し、2024年はさらに減少。それらに代わってトップに立ったのが「水道料金が高い」です。「水道料金が低い」は、1995年以降、常に不満の上位ではありましたが、味や質に関する項目の数値が大きく減少したことにより、近年は不満トップの地位を固めています。

ちなみに、2023年に実施したライフライン（水道・電気・ガス・通信）の料金に関する調査では、最も料金が妥当で、値上げに対する許容度が高いのは「水道」でした（第29回調査レポート参照 <https://www.mizu.gr.jp/img/chousa/2023/kekka2023-13.pdf>）。「水道に対する不満をあげるとすれば料金だが、他との相対的な評価による料金の不満度は低い」ということのようにです。

水道水の不満点【1995年・2004年・2014年・2024年の比較】
（複数回答／単位：％）



沖大幹先生による解説 ～Oki's View～ ①

【水道水の評価】

平成が始まってバブルが弾け銀行が破綻したり、1ドル＝80円という円高になったりした1995年は1月の阪神淡路大震災や3月のオウム真理教による地下鉄サリン事件があった一方で、ロサンゼルス・ドジャースに所属した野茂英雄投手が日本人として初めてナショナルリーグの新人王に選ばれた年である。

今年で30回を迎える「水にかかわる生活意識調査」の第1回はそんな年に行われた。

日本全国の下水道普及率がまだ54%(2022年には92.9%)だった当時、全国の河川の環境基準達成率もまだ72%(2021年で93%)で水道の原水となる河川水はまだ汚れていた上に、都会に集まる人々に安全な水を安定して供給するのが精いっぱい、味にまで気を配る余裕はなかった。そのため、特に東京や大阪といった大都会では水道水と言えはまずい、という認識が普通であった。

しかし、東京では1992年からオゾン処理に生物活性炭処理を組み合わせた高度浄水処理を開始して2013年に全量への導入が完了し、大阪でも1993年に同様のシステムを導入し始め2000年には市内全域に高度浄水処理水を配水するようになった。

30年にわたる調査の前半はちょうどこの時期に相当し、10点満点で5点ほどだった東京や大阪の水道水への評価は2009年にかけて上昇し、7点を超えるようになってその後は多少の増減を繰り返しながら評価は横ばいとなっている。

中京圏が1995年当初から高い評価を得ているのは主な水源である木曽川の水質が良いのに加えて今でも一部では緩速ろ過も用いられているからだというのが、いずれにせよ素晴らしい。ただ、少し気になるのは特に2016年以降、評価の年々の変動のし方が東京圏や大阪圏と同期している点である。郵送アンケートからウェブアンケートに変えたのは2010年だそうなので、それが原因とも考えにくい。謎である。

沖大幹先生による解説 ～Oki's View～ ②

【水道水の不満点】

水道への不満があるとしたら近年は「水道料金が安い」が筆頭だが、以前はそうでもなかった。

その昔、ペットボトルを含む瓶詰水の消費量が年間1人あたり4.5リットルであった1995年(2023年には40.2リットル)、最大の不満は味、63.1%の回答者が「おいしくない」を不満としていた。評価が上がった今では味に不満を持つ人は14.3%にすぎず、同様に、臭いへの不満は47.3%から9.3%に、色は5.3%から2.5%に減少している。ちなみに、水道水が一番おいしいと答えた人はこの30年間で3.2%から14.1%に大幅増だが、市販のペットボトル入りの水も18.3%から29.5%へとポイント的にはもっと増えている(6ページ参照)。ウォーターサーバーやタンクの水など、30年前には一般的ではなかった水を一番おいしいと考える人が増えた分、井戸水や湧き水が一番おいしいと考える人が減って、私たちの(記憶の中の)飲み水の水源が大きく変化したことがうかがえる。

水源汚染への不安も41.6%から5.7%へと減少しているが、これには、味の向上に加えて、普段眺めたり触れ合ったりする水環境が改善したおかげもあるだろう。貯水槽や水道管の汚れへの不安も49.3%だったのが9.8%へと減少しているが、これは2001年の水道法改正時に10m³以下の小規模の貯水槽についても各自治体の条例で大型の貯水槽と同様の管理が求められるようになり、それまでに比べると定期的な清掃と点検、水質検査などが行われるようになったためだろう。

塩素など消毒への不満も51.1%だったのが8.5%に激減している。これには消毒の重要性に対する理解の広がりもあるかもしれないが、むしろ、以前は安全を優先し、残留塩素濃度0.1mg/L以上1.0mg/L以下という国の水道水質基準の上限である1.0mg/Lに近い濃度で配水していたところ、塩素消毒の副生産物で発がん性が指摘されるトリハロメタンの生成を減らすためもあって塩素投入量を減らす努力がなされたおかげだろう。管路の適正化により配水中に反応して塩素が減少するのを抑えたり、浄水場で1.0mg/L近くの濃度に上げて送るのではなく、途中の給水所で必要量を追加で注入するシステムを導入したりして0.4mg/Lを蛇口での目標の最大値と設定する自治体が増えたのである。30年前に比べて確実に塩素臭が減った成果が不満の激減に反映されている。

このように様々な不満点が激減した中で、料金に対する不満は30.8%から26.2%へと多少は減ったものの、他に比べると際立って高くなっている。もっとも、昨年度調査では電気、ガス、通信に比べて料金への納得感は高く、料金値上げに対する許容度も高かった。今後、減り始めた人口で同じサービスレベルを維持するには多少のコスト高を受け入れざるを得ないと想定される。これからの30年でどのように回答が推移するか目が離せない。

沖大幹先生による解説 ～Oki's View～ ③

【日常生活で実践していること】

節水や再利用にかかわる日常の行動は軒並み減少している。回答からうかがえるのは、半数近くの人がシャワーを浴びる際にこまめに水(お湯?)を止めたりしていないし、歯磨き中は水を出しっぱなししている。2/3の人は水洗トイレを流すときに大小のレバーやボタンを使い分けていないし、3/4の人たちは風呂の後のお湯を洗濯や掃除などに使いまわしたりしていない。お風呂のお湯を洗濯に使うのは不潔だという考えもあるだろうが、洗濯物を入れた洗濯槽の水は風呂の水よりも普通は高濃度に汚いのではないだろうか。2004年でも沸かしなおして風呂の水を2日以上使う方が32.1%いたところ、今年は半減の15.7%である。

もし水道水が高くて節約しようと思ったらもう少し水道水を大事に使うと思うのだが、実はそこまでのほどには水道料金は高くないと感じている人が多いという事実の反映なのだろうか。

本日はご清聴ありがとうございました。

ミツカン 水の文化センター
<https://www.mizu.gr.jp/index.html>

機関誌「水の文化」バックナンバー
<https://www.mizu.gr.jp/kikanshi/>