

## 「水の文化」の普及啓発活動

ミツカン水の文化センター

### はじめに

ミツカングループの歴史は、尾州半田の地で、文化元年（1804年）に初代中野又左衛門が酒粕からお酢を作りはじめたことから始まりました。創業以来205年、現在も半田に本社を置き続けています。愛知用水が知多半島を通水していることからわかる通り、半田という土地はなかなか水を得にくい場所です。しかし、醸造条件や流通の拠点としては便が良かったこともあり、創業者はこの土地で良質な醸造酢をつくるために私設水道を敷設したり、廻船により半田から江戸の方まで食酢を運ぶなどして、水と深い関わりをもってきました。ミツカンは水の恩恵を受け、水によって育てられてきた企業といっても過言ではありません。

この企業の歴史を背負い、現代にあって「水を大切にするような社会貢献活動を行いたい」との思いから、ミツカン水の文化センターは1999年1月に設立されました。その頃は、水そのものに焦点を当て調査研究する企業もかなりありました。しかし、水の恩恵というものは、自然と人間の関係の上に成立するものです。そこで、水そのものよりは、人と水との関わり、人と社会との関わり、つまり「水の文化」にあえて活動の焦点を定めることとしたわけです。

1999年当時、「弊社の社会貢献活動のテーマは水の文化」と申しあげても、その意義について理解してもらうには時間がかかりました。たった10年前のことです。しかし、多くの生活者が水に興味を持つようになったのはこの1～2年のことのように思います。今でこそ、水の文化を調査・普及することは、生活の背景にある個人的意思決定・社会的意思決定のプロセス、協力と対立現象や生産と分配の背景にあるルール・論理・倫理、地域の暮らしの背景にある集合的記憶、暮らしの背景にある、人と生きもの、人とエネルギーの関

係、等きわめて現代的な課題を掘り下げることにつながっていることは多くの説明を要しなくなりました。しかし、当時は「雨乞いでも研究するのですか?」と言われたものです。

では当センターの名前にも用いている「水の文化」とはどのような意味なのでしょう。おそらく人によって千差万別の答えが返ってくると思います。当センターでは「水と人との関わりによって生み出されてきた生活様式」とまずは捉えています。したがって、水の文化を探ることは、人間の水への働きかけあるいは水からの影響、そのような多様な関係から生まれる知恵を、具体的な生活現場において取り出していくことを意味しています。

### センターの事業

水の文化センターの事業は大きくは、調査・研究事業、機関誌『水の文化』発行、水の文化交流フォーラムの開催、環境学習の実施等から構成されています。中でも、「現代の水の知恵を発見し伝える」メディアとして重視しているのが、機関誌『水の文化』の発行です。読者は水に関心がある市民、NPO、行政、研究者、図書館などで年3回、3000部を無償で配布しています。また、印刷物では配布に限りがあるため、センターHP上ですべてダウンロードできるようにしています。

この機関誌の基本的立場は「生活すべての場面に水の文化がある」というものと言っていると思います。文化とは「古き良き知恵を受け継ぐこと」と捉えられがちですが、それだけではなく、人々は時代に応じた生活様式やそれに応じた社会をつくってきました。それは現代でも何ら変わることはない、という思いをセンターのスタッフは共有しています。このため、取り上げる題材は現代の身近な生活場面に近いものにします。日頃何気なく過ごしてきた日常の背後に、「文化を伝えること」

と「人々が文化をつくる」営みが並行してある。それを、現代の生活者に知ってもらうことが、水を意識してもらうことにつながるのではないかという思いが一貫してありました。



機関誌31号



水の文化「人」ネットワーク

図表：機関誌『水の文化』の特集一覧に見る「現代の水文化」

発行年・号	特集タイトル	取り上げた現代の水文化
2002年 No.11	洗うを洗う	清潔感の由来
2002年 No.12	水道の当然	水循環への信頼性
2003年 No.13	満水のタイ	水害の受容認知
2003年 No.14	京都の謎	持続的都市の水文化
2003年 No.15	里川の構想	川・水みちのコモンズ管理
2004年 No.16	お茶の間力	茶と社交・コミュニケーション
2004年 No.17	雨のゆくえ	健全な水循環
2004年 No.18	排水は廃水か	下水と廃棄意識
2005年 No.19	合意の水位	オランダの水管理ガバナンス
2005年 No.20	消防力の志	消防水利のコミュニティ管理
2005年 No.21	適当な湿気	湿潤の文化
2006年 No.22	温泉の高揚	温泉・地下水資源のコモンズ管理
2006年 No.23	水商売の理	水ビジネスのルール
2006年 No.24	都市公園	都市の水場の公共性
2007年 No.25	舟運気分	船舶流通による都市空間秩序形成
2007年 No.26	ホットでクールな2007	温暖化とバックキャストイング
2007年 No.27	触発の波及	水に関する生活意識調査の13年
2008年 No.28	小水力の包蔵力	小水力発電の可能性
2008年 No.29	魚の漁理	水産資源管理と食文化維持の公共性
2008年 No.30	共生の希望	多様な共生の意味
2009年 No.31	脱 水まわり	水回りから見る戦後居住文化

この10年間に発行した機関誌に登場された方は200名を越えます。この方達に、深いインタビューを行い、それを誌面に掲載してきました。当初は研究者の方が多かったのですが、徐々に市民活動をされている方、企業の方、行政の方など、現場で活躍する方を増やしていきました。研究者には本人の専門の話をあえて生活者の眼で質問・構成し、現場の方にはヨソモノの強みで多くの知恵を語っていただきました。これらは期せずして、登場者の水の文化についての認識・体験を物語化した口述記録集になっています。

この重要性に気づき、『水の文化』に掲載する予定が無いが、どうしても話をうかがいたい方を訪ね、同様のインタビューを採集し、センターHP上に掲載し始めました。『水の文化「人」ネットワーク』と名付けていますが、これも適宜増やしており、2009年3月現在38名となっています。これも、口述記録のデータベースと言えるでしょう。

### 生活者の眼は分野横断的

こうした取材・水の文化広報を行う上で常に苦勞することは「中立性」の確保です。実は私たちはセンターの活動について、「社会貢献活動」という言葉は使いますが、CSRという言葉は使ったことがありません。これにはきちんとした理由があります。弊社は205年の歴史をもちますが、本業とは異なる、しかし社会的には大事な活動をあえて大声で唱えることはしてきませんでした。多くの方々と共にある企業としては、社会貢献活動を取りたてて言い立てるものではないという弊社の考え方が大きな理由です。これを「陰徳」という言葉でスタッフは表現していますが、陰徳だからこそ求められる中立・公共的な責任は高くなります。

この生活に根ざした高度の公共性を満たすために、当センターでは、現在あたりまえのように用いられている治水、利水、河川、上下水道、環境、農業、都市、港湾、漁業、といった水に関する行政区分けはあえて頓着しないようにしています。生活者にはそのような水の区別は存在しません。現在の水の文化を生活者の視点から掘り起こすならば、このような区分を串刺しにし、分野横断的に水の文化を発見し伝えることが大事なことと思われれます。

この姿勢は毎年1回開催している「水の文化交流フォーラム」でも一貫しており、あえて異なる分野を融合させるテーマを設定し、討議の場を提供しています。

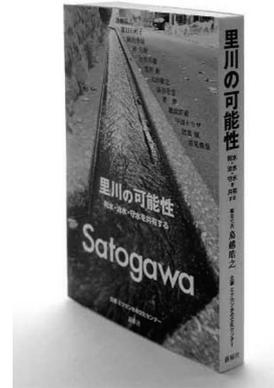
ここ5年間の開催テーマは以下の通りです。

- 2004年 『水の値段』：文化から考える水資源の価値
- 2005年 『リスクに強い水利都市』：水循環がつくる21世紀の里〈都市〉とは
- 2006年 『SATOGAWA 里川宣言』：みんなの利水・治水・守水
- 2007年 『2107年の水文化』：少人口・温暖社会という悲観シナリオを超える夢
- 2008年 『共生とは何か』：水立国日本の理念  
どれも多分野横断的なテーマとなっています。



また「使いながら守る水の流れ」を「里川」と名付け調査研究を行った里川研究を開始したのが2003年ですが、その成果は『里川の可能性～利水・治水・守水を共有する～』（新曜社、2006）にまとめられました。これも当センターの多分野横断的な姿勢の一例です。

この姿勢を子供達への環境学習に向けるとどうなるのでしょうか。2002年から2004年にかけて『水みず探検隊』と環境学習プログラムを実施しました。身の回りの蛇口の水がどこからやってくるのか探してみようというプログラムで、愛知県半田地区でミツカン社員とその家族、そして地域住民へと参加を広げていきました。このために制作したワークブック『大切な水を探検』は、希望者に無料で配布し利用していただいています。

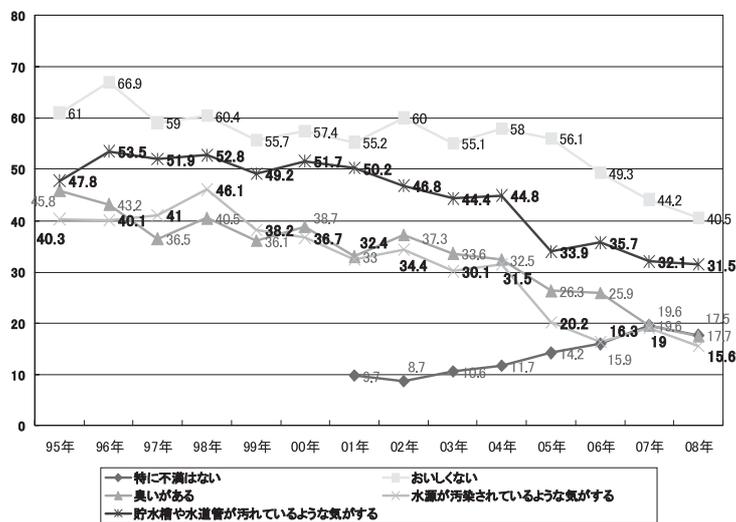


### 水にかかわる生活意識調査

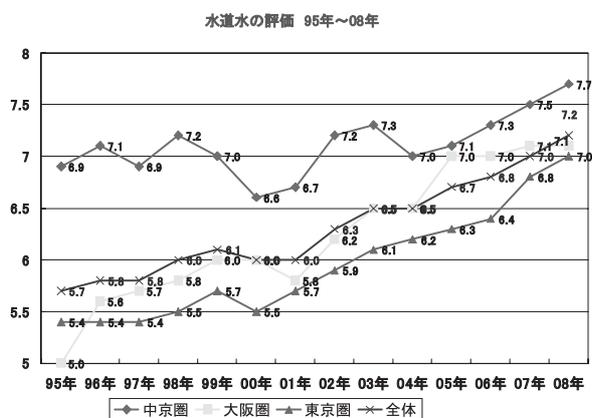
当センター設立前の1995年より毎年行っている調査が『水にかかわる生活意識調査』で、2008年度で14回を数えるまでになりました。東京圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）、大阪圏（大阪府、京都府、兵庫県）、中京圏（愛知県、三重県、岐阜県）に住む20歳～69歳までの男女計700人を対象に、6月にアンケート調査を行い7月に結果を発表しています。基本的には毎年同じ質問をしますが、その年に注目された事象を問う質問なども

適宜追加しています。あくまでも意識調査ですので、回答を選択した原因までは推測できません。しかし、14年間も水の文化について継続して行っている調査が他に無いため、発表するといろいろな機関から注目されるようになりました。

毎年多くの問い合わせをいただくのが、水道水についての質問です。水道水への不満を聞いているのですが、この14年の間に不満と思う人の相対的な割合が低下していることがわかります。



また、東京、名古屋、大阪、それぞれの水道水に10点満点で点数を記してもらいますが、それを見ても、水道水への評価は年々高くなっています。



水道水の他にも、以下のような調査項目を挙げています。

- ・あなたが「水のありがたさ」を感じるのとはどんな時ですか。
  - ・あなたにとって「一番美味しい水」と思うのは、どれですか？
  - ・自宅にお客様が来たときに最初にお客様に出す飲み物は主に何が多いですか？
  - ・将来、きれいで安全な水を残すために必要なことは何だと思いますか？
  - ・あなたが泳ぐとしたら「清潔な水のプール」と「自然の皮・海」のどちらが良いですか？
- 等々、多くの質問をしています。

過去13回の調査結果の時系列変化については2007年発行の『水の文化』27号でまとめました。中には、2007年から始めた質問「あなたは地球温暖化をストップさせるために、自身でいくらまでなら払いますか」という質問に2008年は月額平均2,072円、2007年は2,048円という結果もあります。こうした支払意思額はわかりやすいのでメディアにも取り上げられやすいのですが、その評価についてはもう少し時間をかける必要があると考えています。

前述の水道水評価については14年の間に相対的な変化が見られました。他にも「水辺環境への意識」「川で泳いだことがあるか」などの質問についてはそれなりに変化が見られるのですが、多くの項目については「変わった！」と言えるほど大き

な変化が見られず評価に困るのも事実です。むしろ、水についての日常的な意識というものがなかなか変わりにくい、「常識の慣性」をもっているものとも言えるかもしれません。

こうした結果を見ますと、まだまだ「水の文化」の普及啓発活動は足りていない、始まったばかりという認識にならざるをえません。

## 今後の活動について

この10年間の活動は、「現代にも水文化がある」ことを企業の社会貢献活動として示し続けてきたものですが、多くの人々の日常に根付くまではまだまだ到達していません。この活動で発見した人と水とのつきあい方、水に関する知恵を、今後、もっともっと普及することが必要と考えています。水の文化の普及啓発活動はまだスタートラインを出発したばかりなのです。

現在の生活者の水の文化は、高度成長期以降に形成されたといっても過言ではありません。これは多くの方々の証言からうかがえるわけですが、少人口社会となり新たな水文化が必要となりつつある時代にあっても、高度成長期以降の水の文化はかなり強い常識の慣性をもっているように思われます。水の社会的な循環を想像できる程度に現代の人と水との関わり、すなわち水の文化を再発見し、普及させることが、当センターのミッションとしてまだまだ必要なのではないかと考えています。

同時に、このように水の文化を伝え・つくることのできる人々を増やすことが必要です。このお手伝いも今後の取組として当センターの活動に加えていきたいと考えています。

主任研究員 中庭光彦