

令和3年度 北杜市環境保全基金活用事業

世界に誇る「水の山」北杜ブランド推進事業  
実績報告



観光課



# 「水の山」プロジェクト

- ▶ 南アルプスユネスコエコパーク登録を機に、名水の里日本一の北杜市と水資源の保全活動を積極的に行う企業が、互いに手を結び「世界に誇る水の山」としてその価値を世界に広め、市民、企業、行政が一体となって北杜市全域の地域活性化を目指すブランド推進プロジェクトです。

The background of the slide is a collage of six photographs. The top row shows three mountain scenes: a snow-capped peak, a range of mountains under a blue sky, and a rocky mountain peak. The bottom row shows three water scenes: a waterfall cascading over rocks, a small dam or weir in a river, and a river flowing through a lush green forest.

北杜市の“資産”

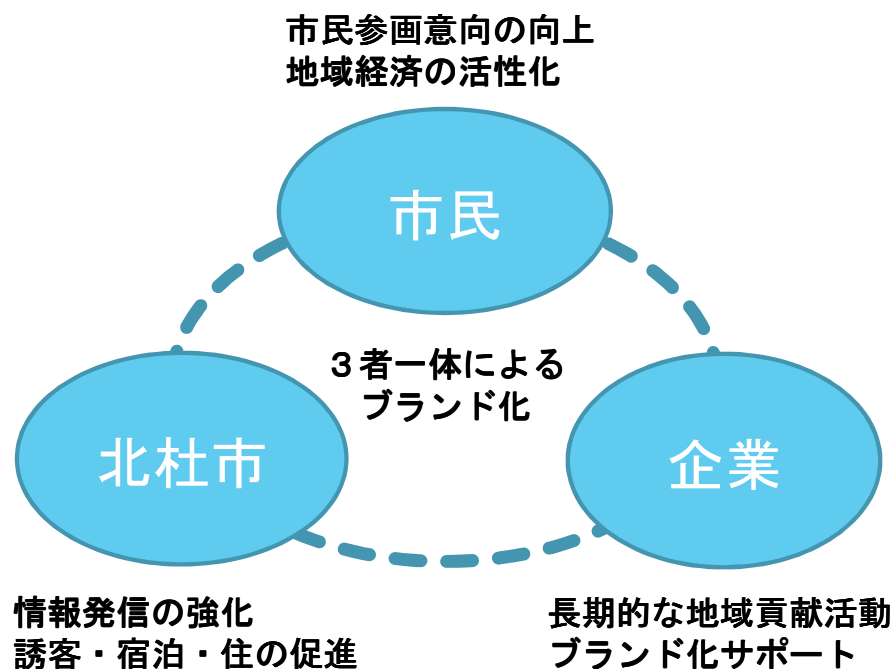
名水にフォーカスしたブランド推進



# 目標



- ▶ 南アルプスユネスコエコパークエリアを起点に「名水の地」としてのブランド確立を目指す。
- ▶ 市民が参画し、企業が貢献し、行政が支援する3者一体によるブランド化の実現を目指す。
- ▶ 名水の価値をブランド化することで地域経済が活性化し、市の観光振興促進を目指す。



## ■パートナー企業

- ・サントリー食品インターナショナル（株）
- ・山梨銘醸（株）
- ・金精軒製菓（株）
- ・北杜市農業企業コンソーシアム
- ・萌木の村（株）
- ・（株）アルソア慧央グループ
- ・（株）シャトレゼホールディングス

## ■サポーター

- ・観光事業者等 46施設

行政だけが一方的に活動を行うのではなく、

水・地元にゆかりのある企業や、市民とともに、活動を推進する枠組みで行う。



# 事業報告

## ▶ 1. 水の山プロジェクト企業連携事業

■予算額 413,000円      ■決算額 0円

・パートナーサポーターと連携し、水の山の認知度向上に努めるため、企業配布用のノベルティの製作を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大に伴う配布機会の喪失、また、水の山プロジェクトの見直しにより事業中止となる。



## ▶ 2. P R ・ 情報発信事業

■ 予算額 3,405,000円 ■ 決算額 1,037,000円

### ①「水の山」ブランド推進ホームページの更新

- ・ ホームページ内のパートナー企業英語ページの追加、SSL 認証の設定、情報更新を行った。



水の山英語ページ

### ②市民アンケートの実施

- ・ 北杜市民1,000人を対象に水の山認知度調査を実施（実施期間：令和4年2月3日～18日）

### ③ノベルティ等の作成

- ・ ミズクマクリアファイルを4,000枚作成

### ④台湾人向けFacebookによる情報発信

- ・ ハケ岳観光圏に来訪するインバウンド観光客で最も多い台湾人に向けて、世界に誇る「水の山」のPRを行った。



「ミズクマ」クリアファイル





### ▶ 3. 北杜「水の山」映像祭事業

■予算額 6,250,000円 ■決算額 3,818,000円

#### ①映像制作「オオムラサキと図鑑くん」

- ・ 8月16日～19日の4日間でオオムラサキセンター、清里駅周辺、萌木の村、吉田牧場、まきば公園、八ヶ岳コモンズで撮影を行う。



11月23日に行われた上映会

#### ②映画「オオムラサキと図鑑くん」上映＆ 水の山スペシャルユニットライブ

- ・ 11月23日に令和3年度北杜ふれあい塾特別会として八ヶ岳やまびこホールを会場として実施。  
午前午後各1回で合計254人参加。

#### ③映画「オオムラサキと図鑑くん」DVD制作

- ・ 貸出及び関係者への配布用にDVDを制作。  
(合計180枚)



制作したDVD



④映像祭ホームページ更新、告知物の制作ほか  
ホームページの更新やチラシの制作などを行った。

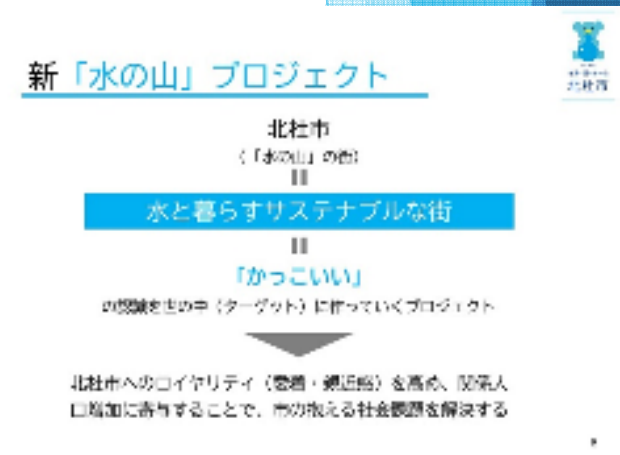
⑤北杜市ローカルテレビ番組「週刊ほくとニュース」での放映  
3月26日～4月1日の1週間、制作した映画を放送。  
月～金曜日 19時30分～/22時30分～（1日2回放送）  
土・日曜日 7時30分～/12時30分～  
19時30分～/22時30分～（1日4回放送）



上映会チラシ

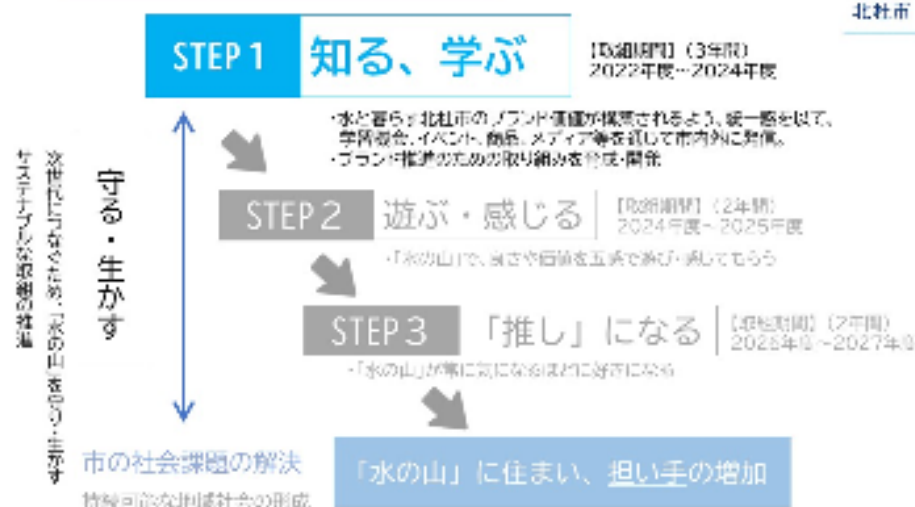
## ■その他

・令和2年11月に開催された環境保全活用検討委員会において「水の山」事業について「プロジェクトの見直しをすべき」というご意見をいただいた。令和3年度は、近年の社会変化を受けて、もう一度「水の山」が持つ特長を見つめなおし、新たな価値感・ライフスタイルに合った、ブランディングを進めることが重要との考えのもと、プロジェクトの見直しを実施し、「北杜市＝水と暮らすサステナブルな街＝カッコいい」の認識をターゲットに作っていく。

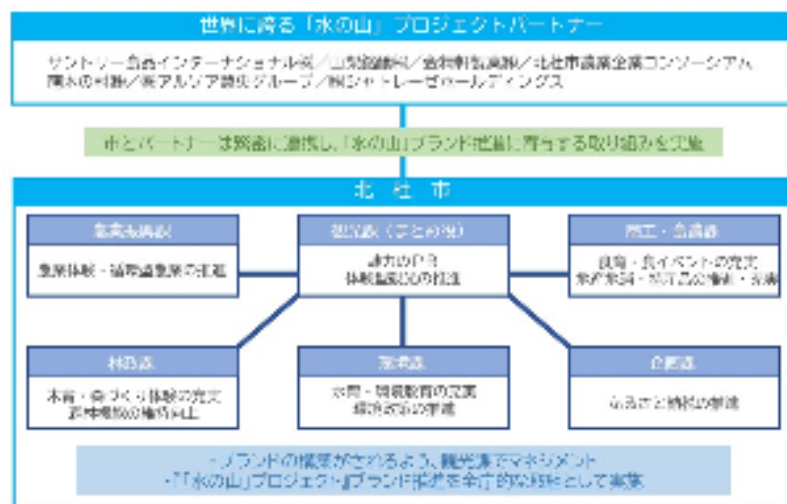


新「水の山」プロジェクト

## プロジェクトの方向性



## プロジェクト推進体制



## 目標の設定と取組内容



|    | ターゲット                             | STEP1「知る・学ぶ」における目標と内容(案)                                                           |                                                                                                                                                                                           |
|----|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                   | 目標                                                                                 | 取組内容(案)                                                                                                                                                                                   |
| 市内 | 中高生<br>(進学や就職で出て行く前には<br>地元を愛さねば) | ●北杜に誇りを持つ児童<br>生徒の割合向上                                                             | ○夜と水の学校、学校でのSDGs授業など<br>地域の長所(水や自然環境等)を知る機会を<br>輩出し、シビックプライドの醸成を図る<br>○北杜での暮らしに誇りを持ち続ける人・仕事<br>の紹介<br>○客観的に、北杜の水、環境、暮らしに魅力・価<br>値があるかを、デジタル・SNSを通じて効果<br>的にPR                             |
| 市外 | 留学者の子弟や世代<br>(20代後半～40代前半)        | ●「サステナブルな街<br>北杜」の認知度向上<br><br>●リステナブルな北杜を<br>イメージできる商品等の<br>充実<br><br>●観光客入込客数の増加 | ○リステナブルな北杜をイメージできる、<br>エンカルや、付加価値のある、こだわりの商<br>品が高い など特選な商品・サービスの提供<br>○ターゲットがえられる北杜に係る暮らしの<br>商品や生活の紹介<br>○また、その間、商品やサービスの特長(水、<br>食材の特長、商品等の開発に至った経緯な<br>ど)を紹介<br>○紹介方法は、ブログ、SNS、郵送等で民間 |

## パートナー企業に求めるルール



1. パートナー企業が単独または連携して、環境保全に係る取組を実施
2. 市とパートナー企業で、密な情報共有をし、相乗効果が見込める取組を推進
3. 全体の取組を通じて、『水の山』やキャラクター『ミズクマ』を付けることで、本プロジェクトの統一感を保つ
4. パートナー企業は、環境保護活動やエコパークの推進に資するSDGsの目標設定