

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

No.SBF1503 (2024.7.31)

“日本は水資源が豊か”は間違い？
 「サントリー天然水」から未来の水資源への気づきを促す
 啓発活動強化
 “次世代ウォーター・ポジティブ プロジェクト”始動

— 小学生向けの新たな水の啓発授業を展開、現役高校生約20名が
 「ウォーターポジティブ部」発足 —

— 水ジャーナリスト・橋本淳司氏 “キーとなるのは水の教育” —



水の啓発授業“水を未来につなごう”



高校生有志チーム「ウォーターポジティブ部」

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/>に掲載しています。

サントリー食品インターナショナル（株）は、「サントリー天然水」から“次世代ウォーター・ポジティブ※1プロジェクト”を8月1日（木）の水の日より始動します。次世代の子どもたちを、未来に水をつなぐための象徴的な世代と捉え、未来の水資源への気づきを促す啓発活動を展開・強化します。小学生向けの新たな水の啓発授業をはじめ、各年齢層に合わせた体験・参加型の施策を実施します。

※1 サントリーグループでは、取水量以上の水を水系に育むことを「ウォーター・ポジティブ」と考えています。サントリーは国内工場における節水活動に加え、国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養する「サントリー 天然水の森」活動を実施しており、「ウォーター・ポジティブ」を実現しています。

〈“次世代ウォーター・ポジティブ プロジェクト” 概要〉

▼水の啓発授業 “水を未来につなごう” (対象：小学生)

飲料水として身近な存在の「サントリー天然水」ブランドから小学生向け授業として“水を未来につなごう”プログラムを24年5月より展開。社会科「水」単元をターゲットに、水は限りある資源であること、そしてその水資源を未来につなぐための活動を知り、児童自身にもできる身近なことを考える内容となっています。本プログラムは学校の先生に授業を行っていただく形式で、先生方からは「飲み水という生活に身近なものだからこそ、児童一人ひとりが水は大切な資源であることを自分ごととして考えることができ、授業に組み込みやすい」といった好意的なお声を多数いただきました。開始時は5,000人規模を上限にしていたましたが、想定を上回る応募をいただき、来年からは本授業をさらに進化させ、今年の10倍以上となる5万人以上に拡張していきます。

(お問い合わせ先)

株式会社ARROWS 『SENSE I よのなか学』

TEL 0120-568-317

受付時間 10:00-17:00 月～金 (祝日を除く)

MAIL sensei.yononakagaku@senseinote.com



“水を未来につなごう”プログラム 授業スライド

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/>に掲載しています。

▼水が好きな高校生有志チームによる「ウォーターポジティブ部」(対象：中～大学生)

“水が好きでよく飲んでいる”という共通点をもつ、有志で集まった高校生約20名がチームとなり、水や、水を育む森の大切さについて学び、その気づきを同世代に対して主体的に発信することで、「水資源の大切さ」の興味喚起・理解促進を図る活動です。高校生自身が、自分たちにできることを等身大の目線で模索し、Instagramアカウントからの発信をはじめ、同世代にとってわかりやすく・身近に感じることでできる啓発活動を目指します。

・Instagramアカウント：@water_positi_bu

(https://www.instagram.com/water_positi_bu/)



座談会の様子

water_positi_bu



6 投稿 フォロワー フォロー中

#ウォーターポジティブ部 始動
 #水が好き な高校生チーム
 水を未来に繋ぐため #サントリー #天然水 や
 #ウォーターポジティブの活動や
 "実は自分や未来に良いこと"を発信していきます
 #サントリー天然水



Instagram navigation icons: home, search, add, post, profile

「ウォーターポジティブ部」Instagram

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/> に掲載しています。

▼「サントリー天然水」工場におけるスタンプラリー・自由研究（対象：幼児～小学生）

山々に囲まれた工場敷地内を散策しながら、水を育む森は多様な生物がいる“豊かな森”であることを学ぶ「森のいきものスタンプラリー」や、雨や雪が地中にしみ込み、およそ20年かけて天然水になる仕組みや自然の果たす役割を水の実験を通じて学ぶ自由研究イベントを期間限定で実施します。

いずれも子供に長く親しまれているキャラクターであり、“まじめにふまじめ”をモットーに35年間冒険を続けてきた「かいけつゾロリ」シリーズ（作・絵：原ゆたか／ポプラ社刊）のコラボレーション企画となります。工場内ではオリジナルコラボアニメの放映や、天然水ができるまでの大冒険を遊びながら学べるミニゲームアプリ「バーチャルゾロリ城」も展開しています。

工場と次世代を含む生活者との重要な接点と位置づけ、25年以降も次世代向けの施策を継続的に投入予定です。

（実施工場）

- ・「森のいきものスタンプラリー」北アルプス信濃の森工場／南アルプス白州工場

- ・「自由研究イベント」北アルプス信濃の森工場／奥大山ブナの森工場

※実施期間は各工場に直接お問い合わせください。



「森のいきものスタンプラリー」



「自由研究イベント」

この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/>に掲載しています。

▼ごっこランド／ごっこランドEXPO（対象：幼児～小学生）

「ごっこランド」は、子どもたちが大好きなごっこ遊びを通じて、社会の仕組みが学べる（株）キッズスターが提供する無料の社会体験知育アプリです。2024年7月現在、累計650万ダウンロードを突破し、利用者は子育て世代（ファミリー層）の約3分の1^{※2}にのぼります。サントリーグループでは、2019年から「サントリー天然水」が出来るまでを体験できる「サントリーてんねんすいものがたり」を出店しており、非常に好評の声をいただいています。今回、（株）キッズスターが7月20日より実施する「ごっこランド」のリアルイベント「ごっこランドEXPO」内で、「サントリー天然水」コーナーを設け、雨や雪が地下深くに浸み込み、約20年かけて天然水になることを再現する、オリジナルのアクリルスタンド制作を幼児向けに開催いたします。

※2 2歳～9歳の子供の人口に対する割合



「てんねんすいものがたり」



「ごっこランドEXPO」



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/softdrink/news/>に掲載しています。

<プロジェクト背景>

①サントリーのウォーター・ポジティブへの想い

サントリーグループでは100年先の未来も、天然水がおいしく清らかでありつづけるようにという想いのもと、2003年から「サントリー 天然水の森」で、豊かな水を育む森づくりに取り組んでいます。翌年2004年からは「水育」に取り組んできました。「水育」は、子供たちが自然のすばらしさを感じ、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引きつぐために何ができるのかを考える次世代に向けたプログラムです。また、「サントリー天然水」においては、昨年よりウォーター・ポジティブコミュニケーションを開始し、取水量以上

の水を水系に育むウォーター・ポジティブへの取組みを「未来の水をいま、森から育む」というメッセージでお客様にお伝えしており、さらに活動を拡張していきたいと考えています。

② “水の教育” の重要度の高まり

昨今、日本における気候変動が発生していますが、本プロジェクトアドバイザーで、水ジャーナリストであり、教育現場に実際に携わっている橋本淳司氏によると、その原因には水が関係しており、「水資源」を守ることが重要であると呈しています。そのために、未来に水をつなぐ意味合いを理解する“水の教育”の果たす役割は大きいといえます。

③次世代の価値観とミネラルウォーター飲用実態

10代以下を中心とする次世代の子どもたちは、学校などでSDGsについて学び、サステナブルな活動に価値を感じる世代です。また、幼いころからミネラルウォーターに慣れ親しんできたミネラルウォーター・ネイティブでもあり、10代においてミネラルウォーターの購入量が2013年に比べ10年間で1.9倍に伸長^{※3}しています。この新たな価値観を持つ次世代の子どもたちを、清らかでおいしい水を未来につないでいく象徴的な世代と捉え、この世代に向けた啓発活動を強化したいと考えました。

※3 インテージSCI (n=80,643)、購入者あたり容量

このようなことから今回、6年連続清涼飲料水売上No.1^{※4}の「サントリー天然水」ブランドの責務として“水の教育”に改めて着目し、各世代に応じた施策で“水を未来につなぐ大切さ”に気づきを促す“次世代ウォーター・ポジティブ プロジェクト”を始動し、本活動に注力していきます。

※4 当社調べ

〈アドバイザー：水ジャーナリスト橋本淳司氏コメント〉

●日本の気候変動と水は関係している

2024年1月、世界気象機関は、昨年の世界の平均気温が観測史上最も高かったと発表しました。1850～1900年の平均気温に比べ、1.45度前後上昇したと見られています。気温の上昇は水に変化をもたらします。水の多い地域では、気温が上がると空気中の水蒸気量が増え、湿度が高くなります。すると短時間に強い雨が降るようになり、豪雨災害を引き起こします。水の少ない地域では、気温が上がることで土に含まれる水分が蒸発しやすくなり、乾燥が進み、水不足や干ばつが深刻化します。日本でも豪雨災害や水不足が発生しており、水をめぐる状況は大きく変わってきています。



●「日本は水資源が豊か」は間違い？

日本全体の平均年降水量は約1,700mmとされ世界平均の2倍ですが、人口密度が高いため、1人あたりが利用可能な水の量（水資源賦存量）は世界平均の半分しかありません。それでも水にあまり困らなかったのは、水に関するみんなのインフラ＝「水みんフラ」が長い年月をかけて整備されてきたからです。

「水みんフラ」は、上下水道などの人工的な構造物、森林や田んぼなどの自然生態系や人為的な生態系、そして、それらを支える人々から構成されています。しかし近年は人工的な構造物が老朽化したり、森林や田んぼを守ってくれる人が少なくなったりと、水資源の元となる「水みんフラ」の持続が危ぶまれています。

●未来に水をつなぐためには、今「水資源」に目を向け、守る活動を行わなければならない。そのために“水の教育”の果たす意義は大きい

そのため暮らしと水の関係の「意識化・自分ごと化」を図る必要があります。現在、日本の教育課程では、水についてのさまざまな知識を学びます。しかし、私たちが毎日当たりまえのように水が使えるのはなぜか、水害にあっても比較的早く日常生活に戻れるのはなぜか、など、暮らしと水の間を学ぶ機会は少ないという認識です。せっきく水についての授業があるのですから、上下水道だけでなく、森林や田んぼなどと水の関係、気候変動や生物多様性と水の間についても学び、将来を担う次世代が「みんなで水を守ろう」という意識を育めればと思っています。その際に、飲み水として身近にあり、イメージしやすいブランドや企業が教育現場に入り、水について伝えていくことは大変意義深いと考えます。

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。

さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらす、社会にとっての水であること。

社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。

「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。