

「うつのみやストロベリーサーモン」の 養殖による水道PR事業

宇都宮市上下水道局

1. 抱えていた課題

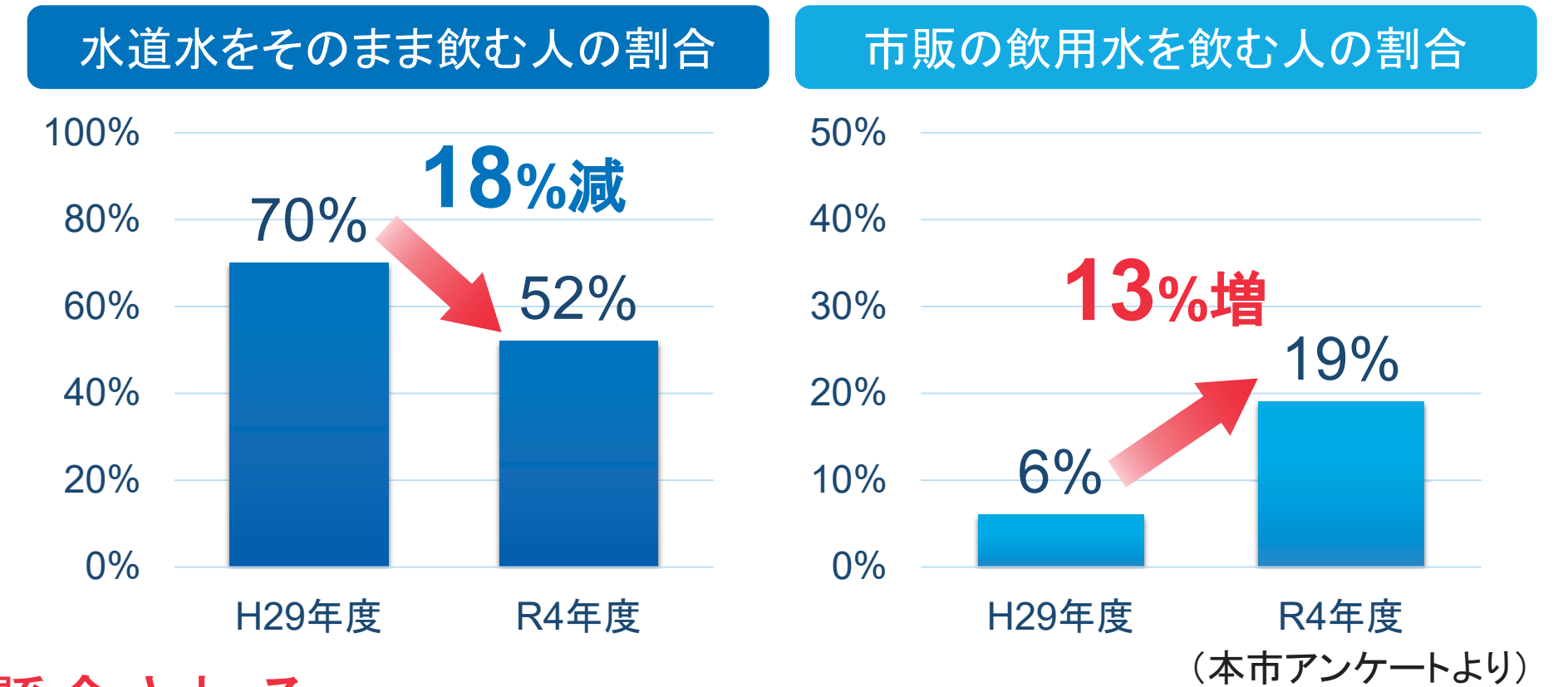
① 深刻な水道水離れ

本市の水道水をそのまま飲む人の割合は年々減少し、市販の飲用水を飲む人の割合が増加している。

② 宇都宮のおいしい水道水の効果的なPR

本市の水道水と市販のミネラルウォーター2種との飲み比べを実施し、参加者の半分以上が「本市の水道水が一番おいしいと感じる」と高評価だったが、日常的な水道水の飲用行動には結び付いていない。

⇒ 水道水の飲用離れによる料金収入の減少などにより**将来における安定経営・安定供給**が懸念される。
飲用需要を拡大させ収益確保につなげるため、水道事業への理解と信頼を構築する効果的なPR事業に取り組む必要がある。



2. 広報活動概要

「水道水の水質の良さ」と「水道水を飲む習慣の促進」を図るため、**水道水の原水及び水質監視池を活用した養殖を実施**

名称 「うつのみやストロベリーサーモン」(商標登録済)

名称の由来 栃木県ブランド魚「ヤシオマス」と地元特産品であるいちご「スカイベリー」などを餌に添加しているため、**うつのみやストロベリーサーモン**と命名した。

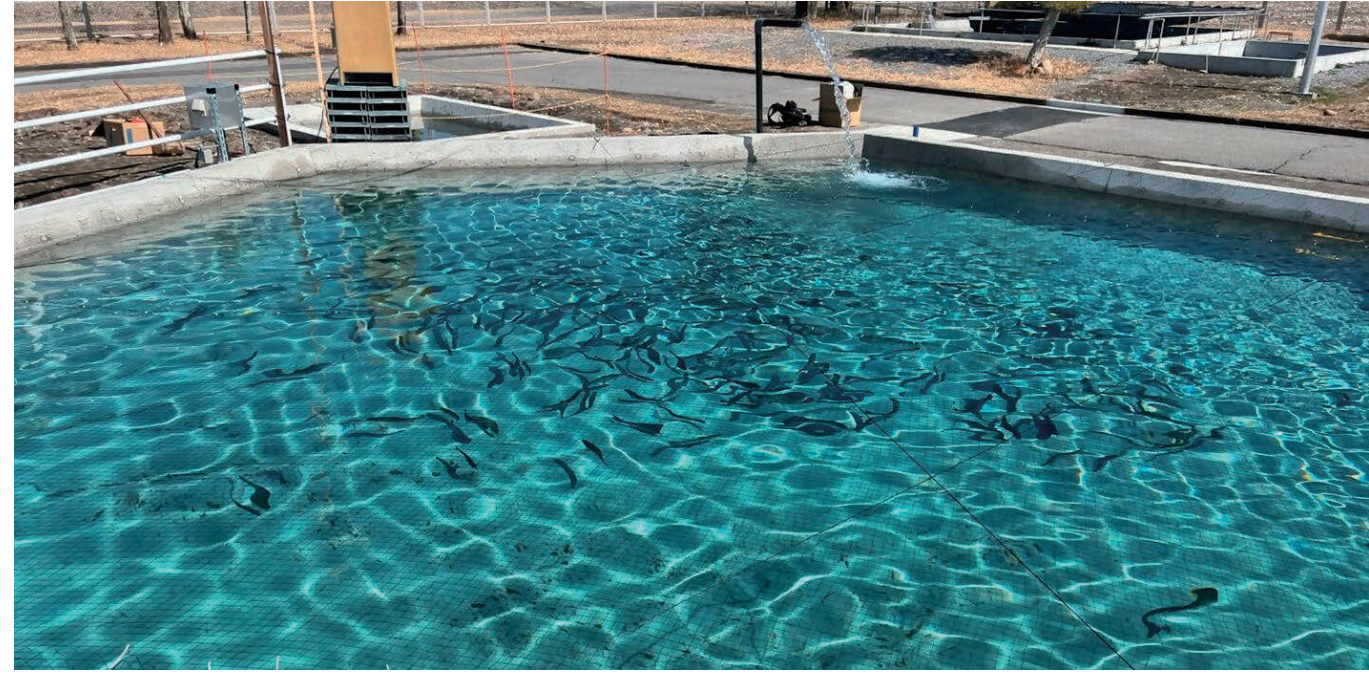
活動の経緯 元々、浄水場内の水質監視池において魚を飼育していたが、これらを水道PR事業として利活用できないか検討を進め、新たな水道PRのほか、海なし県である栃木県において、**水産物による新たなご当地ブランド魚の開発による水道PR事業**に着手した。

特徴

① モンドセレクション金賞を受賞した「泉水」※の原水を使用

本市浄水場の地下水は、水質が良質かつ年間を通じて水温が15℃前後と一定であり、マス類養殖に適した環境

※「泉水」とは…地下水を水源とする白沢浄水場の水道水をボトル詰めした商品



② 栃木県ブランド魚「ヤシオマス」を養殖

栃木県水産試験場が開発した大型のニジマスで、身がやわらかく、上品な味が特徴



③ 地元特産品のいちごを添加した餌を使用

近隣農家の協力を得て特産品であるいちご「スカイベリー」などを添加した餌を使用
いちごに含まれるビタミンCとポリフェノールにより魚が健康に育つ。



3. 広報活動の狙い

水道水の価値を体感してもらう

「魚が健康に育つほど良質な水」という分かりやすい形で水質の良さを可視化することで、市民が日常的に利用する水道水への安心感・親近感を高めることを目指した。

水道事業への関心・理解向上

既存の浄水場に新たな価値を付加することで、水道事業への関心を高めるとともに、水質管理技術や施設の重要性への理解促進を図った。

苦労した点

魚の養殖は職員自ら実施しており、養殖の知見が無く、適切な水温や水量、餌の量など安定した飼育環境を維持することに苦労した。
そのため、栃木県水産試験場や栃木県養殖漁業協同組合などと協力・連携を図りながら、安定した養殖体制の構築に努めた。
また、養殖業務を通じて職員自身が水道事業や水質管理への理解をさらに深める機会にもつながった。



4. PRポイント

発信力

・「浄水場×養殖」という全国的にも珍しい取組で、全国テレビや新聞など多数のメディアに出演・掲載

テレビ**11件** ラジオ**2件** 新聞**18件**

パブリシティ効果約**1.1億円以上**
(事業開始(令和6年1月)から現在まで)

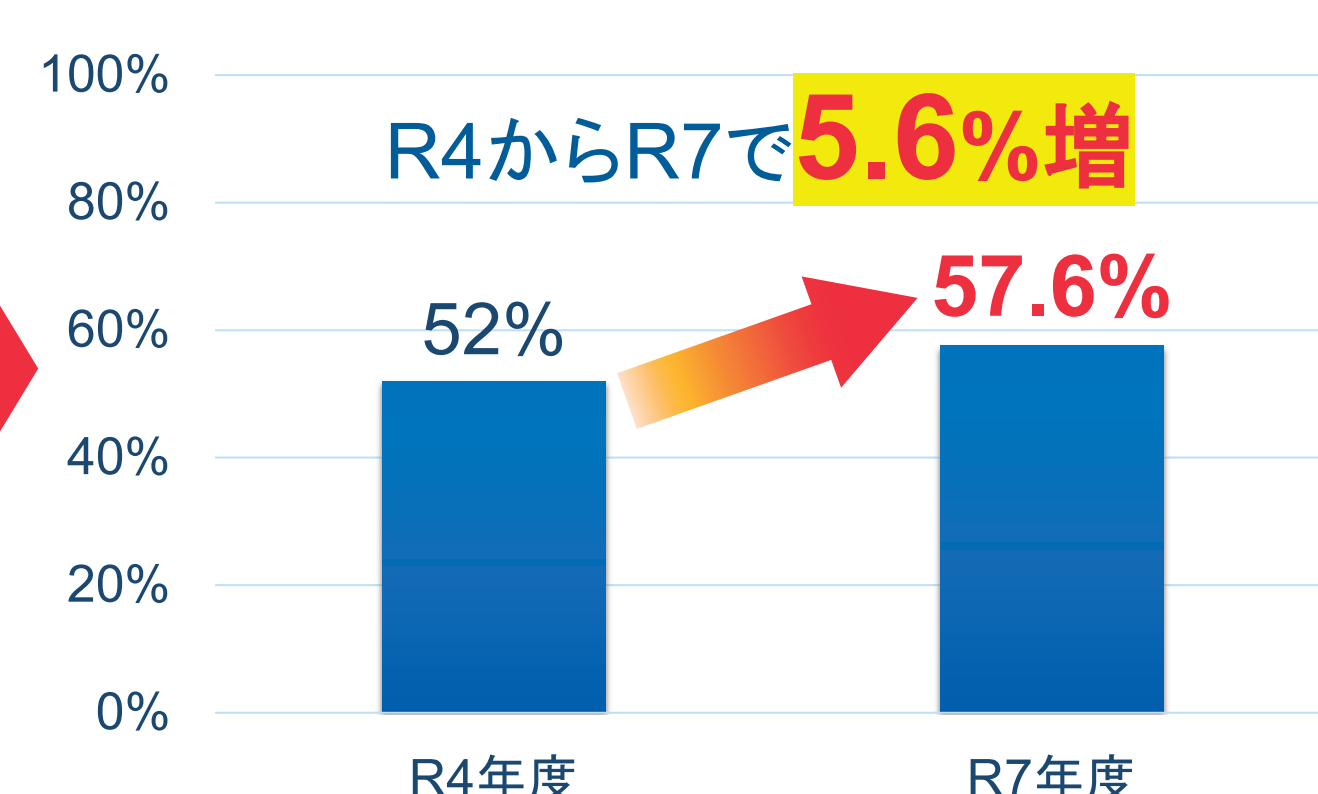


・ふるさと納税や各種イベントなど様々な手法での情報発信

(主な取組)
・ふるさと納税返礼品として登録(令和7年度提供分は完売)
・水道施設開放イベントにおいてキッチンカーでの試食会を実施
・地元水族館で養殖魚を展示 など



水道水をそのまま飲む人の割合



新たなご当地ブランド「うつのみやストロベリーサーモン」で本市の魅力と水質の良さを市内外へ発信したことで、**水道水の飲用率が増加し**、水道事業への関心・理解向上につながった。

波及性

本市の魅力・ブランド向上に寄与するとともに、複数の水道事業体等から視察依頼を受けるなど、先進的な取組として対外的にも高い関心を集めている。水道施設と他分野を掛け合わせた水道事業の新たな価値発信モデルとして、他事業体への波及が期待できる。

特にPRしたいポイント

水道水の価値を「体験」で伝える

水質の良さを「魚が健康に育つ」という分かりやすい形で可視化することで、水道水の価値を体験的に伝えている。

行動変容につなげる広報

単なる周知ではなく、「見て・食べて・体験する」広報へ転換したことで、市民の関心喚起につながり、水道水飲用率の向上という成果につながった。

浄水場の新たな価値創出

浄水場に「水を供給する場」だけでなく「価値を発信する場」という新たな価値を創出することで、水道事業の信頼性・ブランド価値向上を同時に実現する取組となっている。