

## 令和5年度かながわ水源地域活性化計画フォローアップ会議開催結果

### 1 会議名

令和5年度かながわ水源地域活性化計画フォローアップ会議

### 2 開催概要

書面開催(詳細は、別添「令和5年度 かながわ水源地域活性化計画フォローアップ会議(書面) 開催要領」のとおり)

### 3 開催期間

令和6年3月8日(金)～令和6年3月22日(金)の15日間

### 4 議題

- (1) 令和5年度「かながわ水源地域活性化計画」の取組状況について
- (2) 令和6年度の主な事業内容と今後の事業の方向性について

### 5 出席者

別紙1「令和5年度かながわ水源地域活性化計画フォローアップ会議名簿」のとおり

### 6 開催結果

別紙2「令和5年度会議の開催結果」のとおり

### 7 次回開催

令和6年度中の開催を予定

## 令和5年度かながわ水源地域活性化計画フォローアップ会議名簿

## (1) 委員

	氏名	所属等
1	宮林 茂幸	東京農業大学名誉教授
2	鷺尾 裕子	松蔭大学観光メディア文化学部客員教授
3	石井 克佳	(一社)相模湖観光協会事務局長
4	石田 貴久	石田林商代表、かながわ水源地域の案内人(山北町)
5	米田 博行	芳雅美術工芸代表、かながわ水源地域の案内人(愛川町)
6	岩澤 克美	NPO法人「結の樹 よってけし」理事長、 かながわ水源地域の案内人(清川村)
7	志村 政浩	(公財)宮ヶ瀬ダム周辺振興財団常務理事
8	内田 和也	相模原市緑区役所津久井まちづくりセンター所長
9	鈴木 和夫	相模原市緑区役所藤野まちづくりセンター所長
10	和田 薫	山北町農林課長
11	齋藤 伸介	愛川町環境経済部商工観光課長
12	村上 貴史	清川村村づくり観光課長

## (2) アドバイザー

	氏名	所属等
1	入江 彰昭	東京農業大学地域環境科学部教授

## (3) 事務局

	所属
1	神奈川県政策局政策部土地水資源対策課長
2	神奈川県県央地域県政総合センター企画調整部長
3	神奈川県県西地域県政総合センター企画調整部長

## 令和5年度会議の開催結果

## 1 令和5年度「かながわ水源地域活性化計画」の取組状況について

宮林委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ コロナ禍が下火になる中で、様々な水源地域活性化の取り組みが精力的に行われたものと評価する。</li> <li>○ 計画の目標を水源地域の活性化と水源地の理解促進としているが、県民に対してアピールするならば、水源地の役割と機能を科学的に可視化する中で、県民の共通財産としての水源地域（水源の森）の保全の必要性といった方向にしてはどうか。</li> <li>○ 団塊の世代が後期高齢者になる時期を迎えていることから「水源地の新緑を歩く」「水源地の桜をみる」「水源地の夏を過ごす」「水源地の紅葉を楽しむ」というように、「モノ消費」から「コト消費」への消費転換を踏まえた、リアルタイムのWEB・SNSなどでのPR戦略が必要ではないか。</li> <li>○ 「環境（環境共生）」「健康（健康経営）」「教育（人材育成）」という社会的ニーズに対する水源地域の役割や、防災・減災の観点を踏まえた、幼児から高齢者までの幅広い理解促進を進めるようにしてはどうか。特に、幼児期の体験による理解を加えてはどうか（子どもの森整備など）。</li> <li>○ 「かながわ水源地域の案内人」について、水源地域で確保するのが難しくなっていることから、森の案内人、水の案内人、民話の案内人、民芸案内人など下流域の住民からの養成を検討してはどうか。</li> <li>○ 連携・交流の対象について、環境問題がクローズアップする中で、SDGsやESG<sup>*1</sup>などにみられるように、多様な分野による企業の環境貢献活動が活発になっていることから、水源地域の活性化（環境貢献・Jクレジットなど）を組み入れてはどうか。</li> </ul>
鷺尾委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「体験」というと、何か植えたり、木を切ったりという大掛かりなものになってしまうことが多いが、そうではなく、花の寄せ植え等、少し都会的なものを体験できるのが良いと思う。今は都会と田舎の差が無くなってきているので、あまり田舎らしさを求めず、反対に都会側が憧れるような、おしゃれな体験ができるような事業があるとよい。</li> </ul>
石井委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 相模湖地区では、相模湖ダム祭というイベントを平成7年から7月に開催している。相模ダムの見学や、湖（相模湖）を遊覧船でめぐり、湖が出来るまでの歴史を学んだり、湖の生態系の勉強などを行っている。このようなイベントに対する広報支援以外に、予算面の支援の制度を検討していただきたい。</li> </ul>

石田委員	<p>○ 担当課が頭をひねらせて色々なアイデアを出し、事業を進めていることがうかがえる。</p> <p>○ 「水源地域を学ぶ体験学習」(資料1 P10)は、個人的に手伝っている立場として、大変意義深い経験を子ども達に提供しているものと思うので、ぜひとも継続していただきたい。希望する学校も多いと聞くが、山北町だけでは受入れのキャパオーバーが生じるので、県央の方でも行ったらどうか。</p>
米田委員	<p>○ 「取組1 クロスメディアによる情報発信」(資料1 P3)について、「神奈川県HP」を「神奈川県HP」、「観光かながわNOW」から探そうとすると、たどり着くのに予備知識が必要である。例えば「神奈川県HP」下段にある「県西地域活性化プロジェクト」のようにバナー表示できれば「神奈川県HP」を簡単に開くことが出来るのではないかと考える。</p> <p>○ 「取組2 特産品への支援」(資料1 P4)について、委託販売は負担が少なくありがたいが、販売実績の概要などが提示されれば今後の活動の参考になる。</p>
岩澤委員	<p>○ 毎年の事だが、あまり内容に変化が感じられないのが残念。以前から提案させて頂いているコーディネーターの件も前進が見られず、新たな突破口が見つかる事を期待する。</p> <p>○ 新たな提案だが、国内在住の外国人をターゲットにして、海外と比較した日本の「水」の豊かさを湖の現地で体感してもらうイベントを行い、外国に向けた発信をしてもらう。そして私達がどれだけ幸せなのかを逆に教えてもらうことで水の大切さを知る。というようなことができれば面白いのではないかと思う。</p>
志村委員	<p>○ かながわの水源地域キャンペーン等(資料1 P9)に参加した所管だが、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和5年度については、宮ヶ瀬ダム周辺振興財団の一員として、川崎競馬場での協賛レースや、川崎駅の地下街での水源地域キャンペーン事業に参加し、PRグッズの配布などを通じて、広報活動を体験した。</li> <li>・ 川崎競馬場では、親子連れの方なども多く、イベント要素も多い場所ということもあり、PRグッズもあつという間にさばけた。一方、川崎駅の地下街では、物販のみの時間帯は、PRグッズの受け取りを拒否される場面も多く苦労した。体験教室(ワークショップ)が始まると、雰囲気を変化したのが印象的であった。</li> <li>・ 宮ヶ瀬では、当たり前のように受け取ってもらえるPRグッズも、都市地域で水源地域に関心の薄い方を引き寄せ、喜んで受け取ってもらうのは、大変だと改めて感じた。</li> </ul>

<p>内田委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「取組 2 特産品への支援」(資料1 P4)について、やまなみグッズとして認定を始め長い年月が経過しているかと思うが、認知度の低さが顕著に表れている。都市地域での出張販売によるPRも良いが、まずは水源地域内での認知度を上げる必要があると思われるため、各市町村の広報の同月号に掲載等、目を引く周知があるとよい。</li> <li>○ 「取組 6 エリアごとの『魅力』を生かした事業の支援」(資料1 P8)について、伸び悩んでいるように思われる。令和5年度から開始した事業者より、事業の中間報告を含め事業概要や事業者から見た本支援の利点・欠点等をヒアリングし、かながわ水源地域の案内人会議への情報共有や本支援のPRチラシへ盛り込む等が必要と感じる。</li> </ul>
<p>鈴木委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ やまなみグッズの認知度が低いと思う。イベント等で登録業者に出張販売してもらっただけでは認知度の低さは解消できないうえに、登録業者の負担が大きい。県の広報誌やホームページ、SNSでやまなみグッズについての記事を掲載し、まずはその存在を広く知ってもらうことが重要であると考えます。</li> <li>○ また、イベント等に登録業者が出店する場合は、その直前に各市町村の広報誌やホームページ、SNSで出店情報を掲載することも効果的だと考える。</li> <li>○ さらに、インターネット販売が主流になってきているため、やまなみグッズ専用の販売サイトの立ち上げが大いに効果的だと考える。</li> </ul>
<p>和田委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本計画の目的である「水源地域の環境を良好な状態で維持する」を将来にわたり継続していくことが重要であるので、期間にとらわれない恒久的な方向性を明記すべきだと思う。</li> </ul>
<p>齋藤委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ やまなみグッズの認知度がおよそ10%とかなり低く、購入したい場所や方法も「特になし」の回答が最も多いため、やまなみグッズという制度そのものの名称変更やありかたを、廃止等も含めて検討すべきかと思う。</li> <li>○ 認定されているもの自体の品質は高くとも、「やまなみグッズ」という名称には特別感も何も感じられず、イベントなどで見かけたとしても興味を抱く人は少ないのではないかと。</li> </ul>
<p>村上委員</p>	<p>意見なし</p>
<p>入江 アドバイザー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「取組 8 教育活動を通じた共通理解の促進」(資料1 P10)にみられるような交流の充実を図っていくとよいと考える。</li> <li>○ 特に、大学生の課外活動と地元高校生の授業「探求」単元の時間との高大連携を計画し、地元高校生の源流地域の自然や文化、地域の魅力資源を理解する持続的な学びにつなげていくとよいと思う。</li> </ul>

## 2 令和6年度の主な事業内容と今後の事業の方向性について

<p style="text-align: center;">宮林委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ これまで基本理念について、水源地域の活性化と都市住民の理解促進という2つの視点で進めてきたが、大きな方針として「強靱な県土を守るため、安定的な水資源確保のため、県民の健康で、安心、安全な暮らしを守るため」に、県民にとって水源地域の保全・活性化が必要という方向を提案したい。</li> <li>○ 上流域と都市あるいは下流域は、古から深い繋がりを持ち、流域を守ってきた。繋がりを薄めることは都市や下流域にとって大きな損失（洪水、水質悪化、脆弱な県土、都市獣害、生物多様性の悪化などの危険性が高まる）となるという意識の高揚が必要である。</li> <li>○ 私たちの暮らしと水源地域の関係性を「水利用」から「環境保全」へと転換することも必要かもしれない。</li> <li>○ 「クロスメディアによる情報発信」（資料2 P3, 4）は、可能な限りリアルタイムのデータが欲しい。何時、どこで、何が、どのように、どうすれば参加・行くことができるかなどがリアルタイムで発信できるとよい。</li> <li>○ アンケート結果を地域的に分析して、関心の高い地域に対して情報発信を強化する。数値の高い地域に対して重点的に情報発信することが必要。</li> <li>○ 企業に対する連携推進を強化し、水源地域の現状を企業に発信、企業は何ができるかについて支援することにより、企業自らが提案できる支援など、企業への呼びかけを強化することが必要。</li> <li>○ 水源地域の「技」「知恵」をパンフレットに挿入してみても（観光客が参加・体験できるもの）。</li> </ul>
<p style="text-align: center;">鷲尾委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中高年層向けの紙媒体のパンフレットの作成（資料2 P3）について、想定ルート表を見せられても、イメージが浮かばないので、地図を付けることが重要。</li> <li>○ 「やまなみ五湖」という名称は大切にしつつ、水源地にある5つの湖を知ってもらうことが重要。</li> <li>○ 都市と言われている括りの都道府県の中で、神奈川県の水道代がどんなに安いのかということを知ってもらうといい。安くて安心ということをアピールすべき。水源についても興味を持ってもらえる。水道が重要なライフラインであることを再認識してもらう必要がある。</li> <li>○ やまなみグッズ・ブランドについては、各市町村ブランドが出そろってきたので、それらを活用する。</li> <li>○ そのために、例えばやまなみグッズを販売する場所を「やまなみショップ」として展開するという取組みが考えられるのではないかと。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「エリアごとの『魅力』を生かした事業の支援」(資料1 P8)については、漠然と事業者を募集しても応募のイメージが持てないと思うので、「やまなみショップ」の運営をテーマにして募集したり、応募者として、各市町村ブランドの事業者に声をかけ、お店の一角でやまなみショップを運営してもらおうといった働きかけもできるのではないかと。</li> <li>○ 出来そうなことのハードルを下げるのが重要だと思う。</li> </ul>
石井委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 令和6年度の総額が10,759千円であるが、施策の中に水源地域活性化の為にハード事業(観光モニュメント・案内表示等の制作)に対する補助金等について、来年度以降そのような制度を検討していただきたい。相模湖地区では、以前、そのような制度の恩恵を受けた経過がある。</li> </ul>
石田委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 山北町で自然体験ができる宿をやっているが、横浜、川崎等のNPや保育園の利用が多い。そのような団体が支援策を用いて、水源地域により訪れやすくなるのであれば望ましいことと思う。</li> <li>○ 秋、冬が春夏に比べて利用者数が半分以下になる。都市地域団体が秋、冬に神奈川の水源地域に行きやすくなる、行きたくなる方策を考えたいところ。</li> </ul>
米田委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「『連携・協働』を支援する体制の整備」の中の「ワークショップの拡充」(資料2 P5)について、キャンペーン以外のイベントでの開催の検討は、水源地域の活性化に取り組む方向性として、都市地域住民の理解を深めると考える。ワークショップ参加に関する手続等早急に検討して頂きたい。</li> </ul>
岩澤委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 都市地域住民と水源地域住民が連携協働するイベントは、川崎や都市部ではなく、湖(現地)で行うのはどうか。湖をみて水が大切だ、と日本人は思わないかもしれないが、海外と比較した日本の「水」の豊かさを湖の現地で体感してもらいイベントを実施すれば、外国人(国内在住やインバウンド)と一緒に、その方達が発する言葉で、「ハッと気づく」こともあるかもしれない。</li> <li>○ 湖は家族連れやペット連れも多く、水源イベントを現地で開催することで、水を直接的に感じるメッセージが発信できるのではないかと。</li> </ul>
志村委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「クロスメディアによる情報発信」(資料2 P3)について、ニーズ調査の結果データを入手できれば、当財団でのパンフレット作成などにも参考としたい。</li> <li>○ 小学校の流し等に水源地域のPRシールを貼るのはユニークな試みで、宮ヶ瀬ダム水とエネルギー館の社会見学などにもつながると思う。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 体験教室（ワークショップ）は、場の空気を変化させ、水源地への理解促進を図るために有効であると思う。</li> </ul>
内田委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「これまでの取組④」（資料2 P15）について、令和4年度のフォローアップ会議にてコーディネーターの掘り起こしとして提案されたと認識している。以降、観光部局等の調整・検討は行ったのか。調整・検討したのであればその結果、本スキームでの実施についてはどのように判断したのか。</li> <li>○ 「取組状況を踏まえた課題・課題解決のための方向性」（資料2 P16）について、自然体験交流事業者の担い手不足解消に向けた1つの手法と考えるが、水源地域団体とは異なり、水源地域に関する知識や歴史に乏しい都市地域活動団体も想定される。水源地域に関する基礎講習等により、どの参加者にも漏れなく水源地域の魅力を伝えられるような仕組みの検討が必要と考える。</li> </ul>
鈴木委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ どの水源地域も担い手不足により事業の継続が困難となる深刻な状況にあるため、都市地域の人々に力を借りることは名案だと思う。まずは、比較的時間に余裕のある中高年層に協力いただくのが効果的であると考えます。</li> <li>○ 資料にもあるとおり、その年代の情報収集の方法は観光パンフレットなどの紙媒体が多いとのことなので、まずは水源地域の場所や活動等をまとめたパンフレットを作成し、都市部の市区町村や団体に協力していただくなどして、多くの人々に配布できる仕組みを作ることが先決である。</li> </ul>
和田委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 補助金制度（自然体験交流事業）については、人口減少や高齢化に加え、近年の急激な物価や人件費の高騰により、水源地域の事業実施団体による事業実施が困難になっているので、都市地域の観光事業者や活動団体が水源地域団体と連携し、水源地域のフィールドを活用して実施する仕組みを検討していければいいと思う。</li> </ul>
齋藤委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 動画やパンフレットは「作成すること自体」が目的となりがちなので、作成して終わりではなく、それをいかに水源地域の活性化につなげるかをよく検討いただきたい。</li> <li>○ 新たなパンフレットの作成と併せて、これまで作成したメディア（動画やHP）のSEO<sup>*2</sup>対策や、神奈川県観光協会との綿密な連携など、既存のものをうまく活用できたらいいと思う。</li> </ul>
村上委員	意見なし
入江アドバイザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「取組1 クロスメディアによる情報発信」（資料2 P4）にみられるように、学校の水道水に水源シールを貼り、まずは水源地域に関心をもってもらうとともに、次にQRコードをつけて、QRコー</li> </ul>

	<p>ドを読み取ると水源地域の四季折々の風景や、水や野鳥の音風景が見ることができたり聞こえてくるように、計画するとよいと思う。</p> <p>○ 取組4連携協働の体制づくりでは、世田谷区と川場村の縁組協定にみられるように、流域連携として流域の大学、高校、中学、小学で連携し、源流体験や源流地域づくりの地元学を進めていければ、と思う。</p>
--	--

### 3 その他（自由意見）

<p>宮林委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ この事業は、水源地域の活性化を如何に進めるか。その推進方向と計画が提案されてきた。そうした中で、最大の課題は、地元が主体的に、かつ自主的にどのように実装するかにある。つまり、地元のやる気、事業に対する自主的な取り組みが欠かせない。そのための推進策として、例えば、地元で中間セクター、DMOのような市町村を超えた組織づくりが課題では。</li> <li>○ 他の政策、（例えば、定住促進、山村活性化対策、空き家対策、新規農林業者支援、こどもの森推進、自然共存サイト、森林サービス産業など）との強い連携が必要で、それは、地元自治体の負担としてではなく、地元住民の積極性が欠かせない。</li> <li>○ 環境問題が待ったなしの課題となった現在、みどりや自然（川や森、木や水）に対する社会の関心も今までのように利用するものとしてではなく、環境保全（安心・安全な暮らし）のために、産・学・官をはじめ、あらゆるセクターが協働して取り組む共生の時代に入っている。そのような中で、源流地域をどのように位置づけるかが課題。</li> <li>○ 県民運動としての水源地保全ないしは水源地域の活性化を提案したい。神奈川水の日、神奈川水源林の日などの設置を行い、総合政策の一つに転換することで、新たな水源地域政策が樹立されることとなる。</li> </ul>
<p>鷺尾委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 水源があるところ＝田舎で、暮らしている所＝都会という前提から始まった、「都市」地域との交流という言葉はもしかしたら時代にそぐわないかもしれない。たとえば、都市地域から住居エリアや人口集中地域に変えてみる等。もしかしたら、「都市」という言葉に違和感があって、水源地域との心に垣根を作ってしまう部分はあると思う。</li> </ul>
<p>石井委員</p>	<p>意見なし</p>
<p>石田委員</p>	<p>意見なし</p>
<p>米田委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 愛川和紙細工は、愛川町民活動サポートセンターに団体として登録している。登録団体には、水源地域の案内人にふさわしい活動をしている団体がいくつかある。観光協会と担当課が異なるため、その情報交換が個人的に難しいと感じていた。</li> <li>○ 先日のかながわ水源地域の案内人会議において、愛川町の担当者と話す機会があり対応策を話すことが出来た。案内人会議の場で良い機会を得ることが出来たものとする。</li> </ul>
<p>岩澤委員</p>	<p>意見なし</p>
<p>志村委員</p>	<p>意見なし</p>

内田委員	意見なし
鈴木委員	意見なし
和田委員	意見なし
齋藤委員	意見なし
村上委員	意見なし
入江 アドバイザー	○ 資料2のP13にあるように、竹細工や革細工などこうした生きる力となる源流文化の継承が大切だと思う。こうした卓越技能の方々を大切にされるとともに、こうした方々との交流を充実させ、文化を継承する力を育む学びが展開されるとよいと思う。

※1 ESG

… Environment（環境）、Social（社会）、Governance（ガバナンス（企業統治））を考慮した投資活動や経営・事業活動を指す。

※2 SEO

… Search Engine Optimization（検索エンジン最適化）の略。