

実施主体、事業名などの概要

- ・事業名：「水の都西条」の未来につなぐ水資源高付加価値化と環境保全還元モデル構築プロジェクト
- ・実施主体：株式会社のどか荘暮らしの設計室・hinel
- ・対象地域：愛媛県西条市
- ・対象とする良好な環境：名水百選 「うちぬき」

地域の現状・課題

西条市の地下水源の持続性 *参考資料1参照

- 地下水位の低下、沿岸部の自噴の停止、塩水化の進行
- 水場の価値を理解している人が少ない
- 農家が使っている農業用水の水源の管理問題

目指すべき姿（中長期ビジョン）

持続的な地下水源の保全につながる関係人口を創出する

- 保全現場に直接的に関わる人
- 放置林・水場・耕作放棄地を活用した商品やサービスを生み出す人
- 商品やサービスを購入する人 などを増やしていく

実施項目（事業内での取組）

- インバウンド誘客モデルプランの開発、実証および販路開拓
- 持続可能な仕組みの構築
- 持続的な地下水保全につながる関係人口を増やすための仕掛け

R9: プラン販売およびサービス・商品開発（事業期間終了後）

R8: プラン開発および関係人口構築

R7: 観光モデルプラン策定および組織編成

実施項目（事業内での取組）

- 循環型観光モデルの構築に向けた調査・分析・戦略立案
- プロジェクトチームの組成
- 観光モデルプランの企画策定
- 水資源に対する意識醸成とブランド強化

実施項目（自走化）

- 観光モデルプランの販売
- 組織運営
- サービスや商品の企画開発

対象となる良好な環境の概要

西条市の地下水源

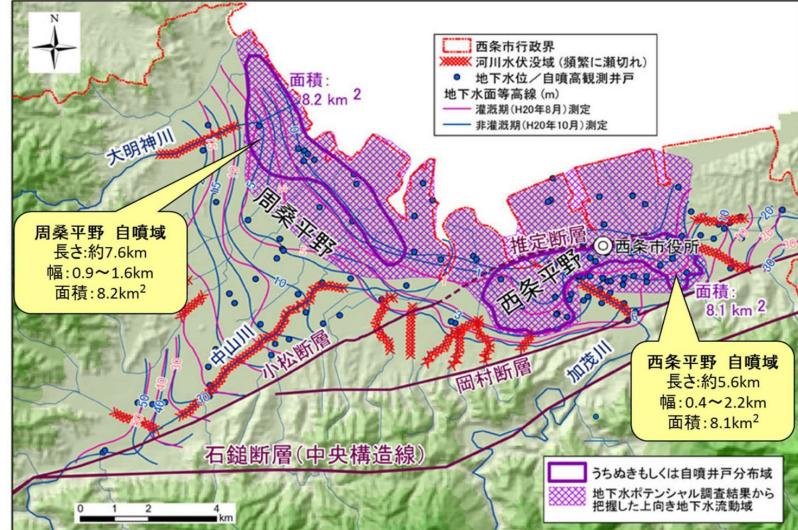
地理的・文化的特徴、価値：

「うちぬき」と呼ばれる石鎚山系の豊かな地下水は、自噴井を通じて古くから生活や農業、工業用に活用されてきました。西条市では市民の約半数が上水道を利用せず、日常的にうちぬき水に頼っています。昭和60年には環境省「名水百選」に選ばれ、2025年には市内のアクアトピア水系が「自然共生サイト」に認定されるなど、「水の都」の名で全国的に知られています。

保全の取組：

- ・塩水化の抑制に向けた水源の森の活用
- ・生活文化としての水場を維持するための活用
- ・農業用水の水源の適切な管理

道前平野の自噴帯の分布 | 出典：西条市地下水保全管理計画（西条市、H28年8月）



良好な環境に係るストーリー

学ぶ、楽しむ、味わう、西条の地下水源にまつわる体験観光

「水の都」西条を形成する「山」「街」「農地」を巡ることで、五感で体験する観光を提案

西条平野、周桑平野の2つの平野で構成される西条市全体には、地下水が大きく影響しているが、

長年の観測から、その地下水源は必ずしも持続可能な状態が約束されている訳ではないことが明らかとなっている。

西条市に限らず世界各地で起こる気候変動や産業構造の変化など、多くの地域が直面している環境課題に対して、

豊かな地下水源を有する西条市だからこそ提供できる、課題への学びと水を楽しみ・味わうという、両側面からの体験を提供することで、より深く、次のアクションへつながる観光を生み出します。

豊かな地下水源を守る現場で活動する人々、代々地域で受け継がれてきた「うちぬき」のある暮らしを営む人々、水源を守りながら農業を営む人々など地下水源と密接に関わる現場を巡り、実践者との対話をし、その豊かな地下水によって生み出される高付加価値なサービスの体験を提供する。

学び要素 | 間伐現場で森林整備と保全現場を体験、農業従事者が使う水源保全の現場体験、等

楽しみ、味わい要素 | 文化的価値のある水場を使った新しい水場体験、うちぬきで醸造するオリジナルクラフトビール作り、等

MizuTabi
水を巡る旅プログラム

実施体制（図示）

WATER LOOP PROJECT 体制図

●WATER LOOP PROJECT 事務局

モデルプランの共同開発、循環型モデルの戦略立案、保全団体や地域事業者等の関係構築、調査・分析、情報発信、交流会や勉強会等の企画・運営等

実施事業者

のどか荘

hinel

連携事業者

A DESIGN &
STRATEGY

NEXT TODAY

代表機関

共同でプロジェクトに取り組む

●コンテンツ開発

本プロジェクトで組成した地域事業者の観光モデルプランの共同開発チーム

さとライフ

宿泊体験施設運営

KIKUKO

滞在施設運営

GROUNDTAP
BREWERY

ビール醸造

CREW
TAMBARA

農業・観光・物販

●環境保全還元モデル

本プロジェクトで協業する環境保全活動に取り組む地域団体

西条自然学校

環境調査・森林保全

各地域の
自治会など

地域連携

●行政連携

西条市観光振興課
西条市環境政策課

●ツアー運営連携

西条市観光物産協会
ソラヤマいしづち

●地域内連携

西条まちづくり応援団
ダイテック
サイクス
連合自治会
青年会議所

●イベント連携

SDGs 協議会
うちぬき 21

●プロモーション連携

ハートネットワーク

●事業化連携

伊予銀行
東予信用金庫

【R7年度取組】

循環型観光モデルの構築に向けた調査・分析・戦略立案【済】

地域事業者、保全団体、自治体の課題抽出を基に、持続可能な観光モデル素案を作成。多様なステークホルダーへの意識調査を行い計画の磨き上げを行う。

プロジェクトチームの組成【実施中】

地域事業者向け交流会開催。水資源課題の浸透、地域事業の構築、観光資源の発掘と磨き上げ、事業者間連携、水資源の新たな体験など、さまざまなアプローチで地域基盤を築く

観光モデルプランの企画策定【実施中】

地域事業者と事務局が共同でモデルプラン企画。関心領域や課題と保全を関係づけ、インバウンドに向けたテストツアーを実施し、実装にむけた検証、関係者調整を行う。

水資源に対する意識醸成とブランド強化【実施中】

水資源の現状把握をし、価値向上に向けたSNSやブランドサイトでの発信、交流会や勉強会、一般向けイベントを行い意識醸成をはかる。

特に工夫した点・取組成果

- 保全現場・地域活動調査、活動参加、課題分析
- 地域資源発掘、事例調査
- 戦略素案作成、地域提案
- 地域住民・事業者の意識調査、分析
- 戰略の磨き上げ、次年度計画
参考資料2,3にて補足、青字予定

特に工夫した点・取組成果

- 地域事業者向け交流会企画・運営(全5回中3回実施済)
- 関係者連携強化(市、観光・産業振興・市民団体含む)
- 地域事業者の連携方法検討
- 組織継続方法の検討
参考資料3にて補足、青字予定

特に工夫した点・取組成果

- 事業者選定、企画会議実施
- 課題共有、コンテンツ持ち寄り、ターゲット設定等検討
- インバウンド向けテストツアーの実施、検証
- モデルプラン案の策定
参考資料2にて補足、青字予定

特に工夫した点・取組成果

- ブランディングデザイン
- SNSの開設・運営、地域住民・事業者のインタビューコンテンツ作成
- SNSの運営
- ブランドサイトの設計・開発
- 一般向けイベントの開催
https://www.instagram.com/water_loop_project/

R7年度のゴール

- 関係事業者との意見交換でまとめたテストツアーを実施し、次年度のモデルプラン策定につなげる
- 整理・明確化した理念を土台として設計したブランドサイトとSNSを活用し、情報発信を行う

課題

- モデルプラン開発のためのターゲットの明確化、指針となるロードマップ作成
- 保全活動への利益還元方策の設計
- 補助金、善意に頼らない組織運営、ビジネスモデルの確立

参考資料1



プロジェクトの課題と事業者の関係マップ

共通課題	対象	地域別課題	課題へのアプローチ	観光モデルプラン	参画事業者
西条市 の 地下 水 源 の 持 続 性	山 街 西条 平野 <small>(旧西条市街地と沿岸部)</small>	課題① 地下水位の低下 ↓ 沿岸部の自噴の停止 塩水化の進行	放置林を使う 解決後 林業従事者の人数が増え適切な密度で森を管理し続けることが可能になる	●間伐現場体験 ●東の川散策	 西条自然学校 石鎚山系の保全活動 研究・啓蒙
	丹原 東予 周桑 平野 <small>(丹原町・東予市)</small>	課題② 水場の価値を理解している人が少ない	水場を使う 解決後 市民の水場をはじめとした原風景や水資源の価値を再認識する	●水場で西条の水で育った野菜を食べる ●自分で汲んだ水をビールにする	 石鎚ふれあいの里 自然体験宿泊施設
		課題③ 農家が使っている農業用水の水源の管理問題	耕作放棄地を使う 解決後 農業従事者の人数が増え 水源地の保全の自治が可能になる	 GROUNDTAP BREWERY うちぬきを活用したクラフトビール	
				 KIKUKO 地域と外をつなぐ コミュニティスペース	
				 CREW TAMBARA 丹原地区の地域活性に取り組む事業者共同体	



参考資料2 ~販売予定商品のトライアル実施＆テストマーケティングの概要と報告~

一般向けイベント

11月16日(日)実施済



実施内容

- サウナ体験会
- アンケートを実施：目標獲得数50件 ※サウナ体験会場で実施
- 水場の認知度の調査パネルを展示：目標獲得数500件
※5箇所：こうぼうすい、アクトピア水系、うちぬき広場、下喜多川、氷見の野菜洗い場
- エリア毎の課題認識の調査パネルを展示：目標獲得数500件
- リーフレット配布：目標配布数1,000部 ※プロジェクトの認知を広げる



一般向けイベントの狙い

- コンテンツ案の「水の街のサステナブルサウナ」の テストマーケティングとしてサウナ体験会を実施
※間伐材を使った薪材・クロモジを蒸留したアロマ水・自然資源のうちぬき、それぞれの効果とユーザーの声を集め
- 「地域の水場を認知している人が少ない」「地下水源の問題を理解している人がすくない」
二つの課題の仮説を検証
- 地域イベントと合同開催することでオフラインでのプロジェクトの認知獲得

【イベントアンケート内容報告（抜粋）】●イベントを通しての意識変化：うちぬきが年々減ってきていることを知りませんでした。そして、木々の伐採は良くないと思っていたけど、過密になつている方が森にもうちぬきにも良くないことを知れて勉強になりました／人工林が地下水の邪魔になってるとは思ひもよらなかった。自然のバランスを保つ事がとても大切だと思う。／西条の水が飲み水としてだけでなく、水風呂にもとても向いていることを肌で感じた。あまり水風呂の違いがわからない僕でも分かるほどに。なんて言つたらわからないうけども、体にまとわりついてくるという感覚があった。硬度の影響でしょうか。水の都恐るべし。羨ましい。●PJへの共感ポイント：木材を積極的に利用してサウナ文化を盛り上げる点に共感しました。／「循環」させることによって豊かな自然、暮らしやすいまちづくりを守る、継続する、とても素晴らしい取り組みだと感じました。次の世代にもきれいなうちぬきを残してあげたいし、土砂崩れの起きない強い森に戻つてほしい。／恵まれた環境を当たり前と思わず、継続して未来へ繋げていけるよう努めること／森は天然ダムと聞いていたが、木が生えすぎていると逆に水が減るということを聞いて、間伐材活用の必要性を知つた。サウナに入れば入るほど環境に貢献しているというのは気分がいいです。●アドバイス：使う事は守る事に繋げていく事も大切なことだと思います。（中略）何ができるのか。楽しい事だけでなくしない事にも興味を持てるような取り組みであつて欲しいです。

【公式Instagramアカウント月間分析報告】※一般向けイベント開催前後の10/18～11/16のデータから抽出

- ①閲覧数81,585、到達人数17,646人を記録し、その85.2%が非フォロワーという新規層へのリーチであった。②同期間にプロフィールアクセス1,096件（前回比+60%）、外部リンクタップ45件（+18.4%）と、「知識→興味→行動初期」への遷移が確認された。一方で、フォロー転換は限定的（フォロワー増加は67名（170→237名））であり、投稿（体験コンテンツ）への関心は高いものの、プロジェクトの背景の認知にいかに繋げられるかが今後の課題。
③リーチの約30%が西条市在住者で、主な年齢層は35～54歳（全体の58.1%）と、地域の行動実践層（地域活動・ツアー参加につながる層）への波及が明確に見られた。

テストツアー

12月2日(火)、12月4日(木)-5日(金) 実施予定



参加者規模

- 合計：15～20人
- インバウンド事業者 4～6人
 - 観光プランチーム 4～6人
 - WLP事務局 4人
 - 地域事業者 数名

テストツアーの狙い

- ・モデル案への展開を想定したコンテンツ案をまずは形にして足りない点を洗い出す（オペレーション工程や体験人数の限界値、質の再現性などなど）
- ・学び要素と楽しさ要素のバランスを実体験を通して探る
- ・インバウンド事業者にインバウンド的目標でコンテンツを体験してもらい、率直な感想の声を集める
- ・西条平野、周桑平野を横断したプランの「移動」に関する実効性を検証



参考資料3 ~地域内の意識醸成に向けた実施内容報告~

保全現場調査

水場の現地調査



放置林の伐採をする西条自然学校



農地の水源を清掃する地域団体



地域活動調査

環境に関する市民活動団体調査

自然環境調査団体、里山保全イベント実施団体、森林保全整備・環境教育・芸術振興団体、登山道整備団体等

地域事業者ヒアリング

水産加工業者(あさり、海苔)、観光事業者(広域DMO、地域産品販売・宿泊)等

地域事業者の交流

水資源を起点に事業アイデアを生み出す勉強と交流の場。地域事業者に向け、事業と保全の循環を築く地域基盤醸成プロジェクト。

参加者数:

第1回 39名 第2回 32名

第3回 22名 第4回 24名

男女比 67.3% : 32.7%

参加者属性(総数)

地公体 14名、民間・個人 67名

NPO・その他 21名

総参加者数(NET): 58名

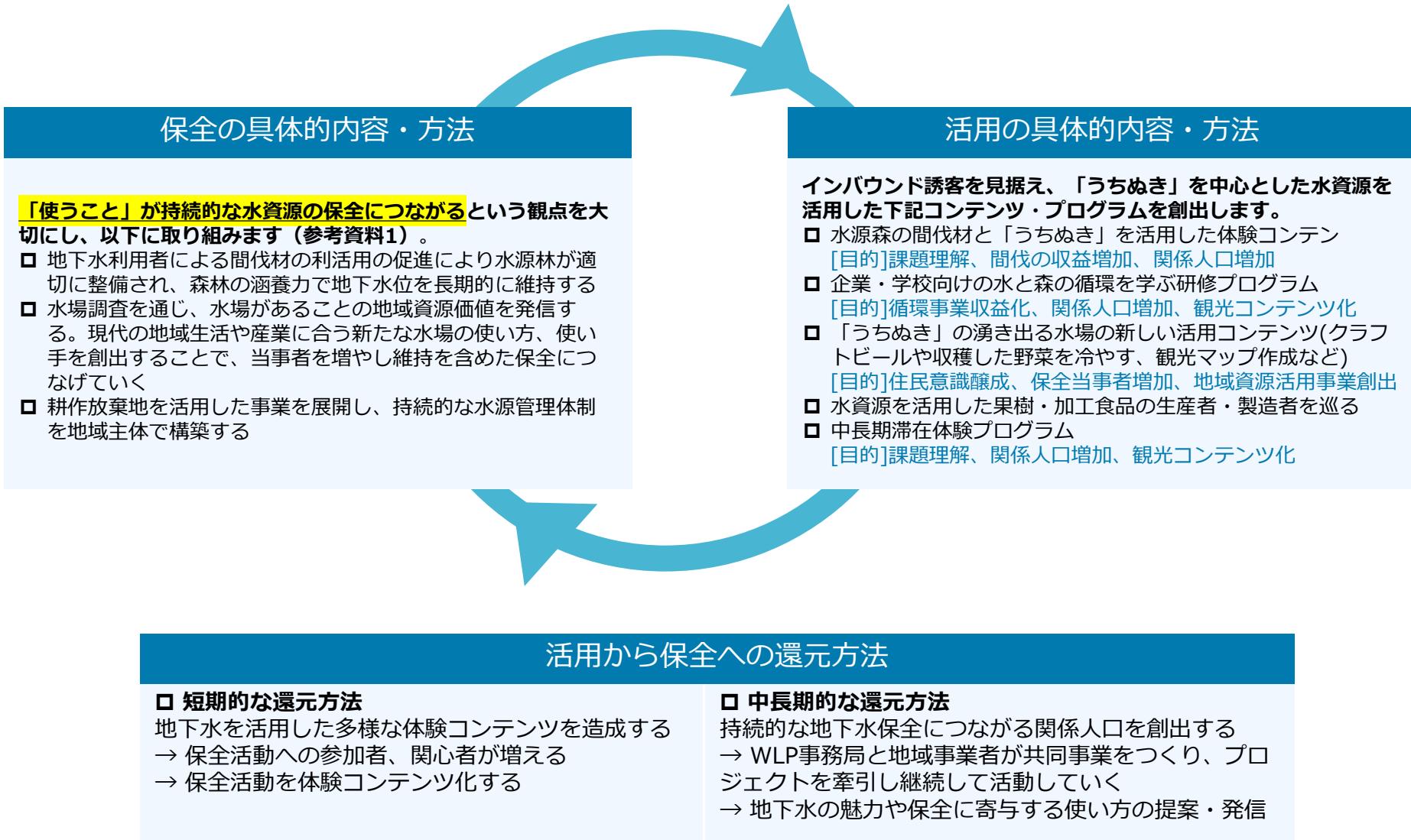
2回以上参加率: 46.9%*

*4回目初参加者を除く

左下: 交流会の様子
右: これまで開催した
交流会のチラシ
右下: ゲストトーク内容



本事業を通して実現する「保全と活用の好循環」の仕組み



【R8年度取組】

インバウンド誘客モデルプランの開発、実証および販路開拓

観光需要が少ない地域において、インバウンド誘客に向けたステップを設定し、地域や外部の事業者、クリエイター、自治体などと連携を図り開発する。

令和9年度以降の持続可能な仕組みの構築

自走可能な組織体制を維持するための仕組みづくりと財源の確保を進める。保全につながる様々なフィールドで事業が生み出され続ける。

持続的な地下水保全につながる関係人口を増やすための仕掛け1

興味関心を持つ人の入口として、SNSやプロジェクトサイトでの情報発信や事業者間の交流、地域外の呼び込みにより関係人口を増やしていく。

持続的な地下水保全につながる関係人口を増やすための仕掛け2

観光を通して保全現場や水につわる体験をし、地域と定期的な関わりを持ち、地域の活動に参加したり応援する、流れを作り出す。

想定する成果

- ツアー企画開発(研修専門旅行会社と協業)PRツール制作
- 企業および教育機関(外国人が含まれる)向けの研修旅行のFAMツアーの実施
- 販路開拓(企業や大学への販売、ツアーハウスへ提供)

想定する成果

- WATER LOOP PROJECTの運営体制構築
- WATER LOOP PROJECTの自主事業開発
- 放置林、水場、耕作放棄地を活用する事業者を生み出す仕掛けづくり

想定する成果

- 情報発信する(SNSおよびプロジェクトサイト運営、更新)
- 交流を生み出す(地域内事業者の交流・インプット、地域外から人を呼び込む)

想定する成果

- 多様な関わり代をつくる(地域課題解決に取り組む、商品を購入する、製造販売する)
- 関係が持続するために仕掛け(楽しむ仕掛け、成果を公表しシビックプライドにつなげる、等)

R8年度のゴール

- プロジェクト企画から旅行会社連携まで、課題対面者と地域事業者での共同事業を開発する
- 「長期的な目線で利益を保全活動へ還元するビジョン」を共有するチームを編成する

想定される課題

- インバウンド顧客獲得、販路開拓
- ステークホルダーが納得する自主事業の検討・構築