

「法政大学」

「法政水」による被災地支援活動

田中 修司 ●株式会社エイチ・ユー代表取締役社長

1 日本赤十字社からのお礼状

株式会社エイチ・ユー（以後、弊社）では、販売している「法政大学オリジナルミネラルウォーター『法政水』（以後、法政水）」の売り上げの一部（1本90円で販売し、うち10円）を、日本赤十字社へ「東日本大震災義援金」として寄付しているが、その金額が100万円を超えたことにより、2015年2月に学校法人法政大学と共に日本赤十字社からお礼状を頂いた。法政大学の田中優子総長はその際、「今後も『法政水』を通して被災地をご支援するとともに、学内における減災の意識を高めていくよう努めます」と話した。法政大学の100%出資子会社として設立された弊社としては、非常に喜ばしい出来事であった。

2 義援金による被災地支援活動の経緯

なぜ、「法政水」の売り上げの一部をこのような形で義援金としたのだろうか。

法政大学には、マスコミを志望する学生のための「法政大学自主マスコミ講座」という団体があり、そこに所属していた有志学生3名による声が発端であった。

「自主マスコミ講座の仲間の一人が被災してしまったことが発案のきっかけ。震災支援で学生ができることは意外に限られていて、その中で、なるべく負担の少ない形で、かつ5年10年と長期スパンで支援できる方法として考えた」と、有志の一人はその理由を語る。

大学側としても、そのような学生の声を何とか実現させようと所管部で検討した結果、弊社に話が持ち込まれた。弊社でも被災者支援への取り組みに賛同すべきとし、また、株主である法政大学とその関係者の思いを汲み取ることが



弊社としてのあるべき姿であるため、支援活動に協力するに至った。

3 「法政水」の製品化について

(1) 弊社の設立

弊社は法政大学の教育と研究をサポート・発展させるために2001年に設立され、今年度で15期目となる。

現在では、①総合管理事業②物品販売事業③学生サービス事業④教育・イベント事業⑤印刷事業を主要5業務として位置づけ、業務を行っている。現在「法政水」は、物品販売事業の一つとして自販機による学生向け販売のほか、卒業生の方々への直販、全国の後援会や校友会行事などへの販売を行っている。

(2) 「法政水」製品化の経緯と実績

「法政水」は2010年、主にオープンキャンパス来場者配付用として企画・製品化された。詳しい資料は残っていないが、2010年以前のオープンキャンパスでは、大学生協の協力を得て高校生に飲料水を配付していたが、「法政大学のオリジナル飲料水を配れないか」という要望があって、当時いくつかの大学で製品化されていたオリジナルウォーターを参考に「法政水」が企画・製品化さ

れた。

当初の目的はオープンキャンパス配付用であったが、手売りも併せると初年度から3万8000本を売り上げ、毎年順調に増加して、2015年度は12月末時点で4万3000本の販売総数となっている。また、当初の目的とは異なって学生向けの売り上げの比率が高いことが特徴である。

ラベルのデザインも3度変更し、現在は法政大学公認キャラクター「えこびょん」をあしらった可愛いデザインで、12月末時点での義援金総額は147万4801円となっている。

4 「法政水」と義援金活動の今後の展開

義援金活動の当初の目的である長期的な継続と同時に、義援金額を増やしていく努力が必要であると考え。法政大学のオリジナルウォーターを法政大学関係者以外に販売することは現実的には難しく、限られたマーケットでいかに売上を伸ばすかが重要となってくるだろう。それを達成し、義援金額を増やしていくことが、被災地支援に留まらず、法政大学および関係者や弊社にとっての幸福度を高めるものと考ええる。

【関西大学】

京都生まれの「自然の秀麗」

——酒蔵の仕込み水で地域貢献

深井 麗雄 ● 学校法人関西大学広報アドバイザー

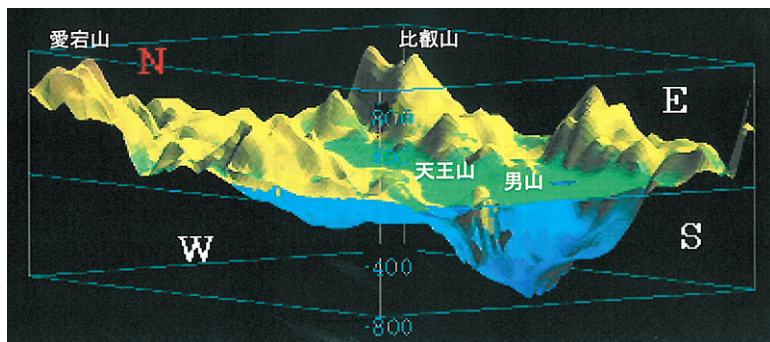
南禅寺の湯豆腐のまろやかさ、三千家の茶道のわび、華やかな色模様の友禅流し、伏見の吟醸酒一滴のフルーティな香りとキレ……。京を代表するこうした歴史的な遺産に共通するのは、古都の地下に眠る膨大な量の名水だ。それを2010年9月、関西大学と京都市伏見区の醸造元、月桂冠(株)が共同でミネラルウォーターとして世に出した。1本100円の「自然の秀麗」である。

事業の基になったのは、関西大学の楠見晴重学長を中心とした地盤環境工学研究室の「京都水盆」に関する研究だった。それによると、京都盆地は固い岩盤の上に分厚い砂れき層と粘土層の互層があり、特に砂れき層に多くの地下水が賦存されている。その量は琵琶湖の水量(270億トン)に匹敵する211億トン。巨大な地下ダムとも言え、名水をたっぷり含んだ大きなスポンジの上

に古都がぼつかり浮かんでいるようなイメージだ。

この地下水を古くから利用しているのが京都市伏見区の日本酒メーカーだ。灘と並ぶ酒どころだが、使用する地下水の水質は異なる。灘の「宮水」は硬水だが、伏見のは「軟水」「中硬水」。この差から、辛口の「灘の男酒」、淡麗な「伏見の女酒」といわれるようになった。

そんな伏見の醸造元が不安に駆られたのが、2006年ごろに計画された京都市の下水道



南西から見た京都水盆の3次元シミュレーション

整備だった。伏見区を東西に横切る「大手筋」の地下20メートルに、直径3メートルほどの巨大な下水管を埋設するという。古都の伏流水は北東から南西に流れるから、この計画は清冽な水脈を巨大な下水管で真横から串刺しにするようなものだった。「地下水が枯れるのではない」「工事で濁るのでは」。さまざまな疑問と不安を抱いた醸造各社が楠見研究室に駆け込み、調査を依頼した。京都市も協力し、結局、大きな影響はないとわかって一安心だった。

この調査がきっかけとなって、2009年12月、関西大学と伏見酒造組合が地下水利用と環境保全に関する



京都水盆の調査を続ける
楠見学長と学生たち

共同研究などを盛り込んだ連携協定を結んだ。継続的な調査によって地下水の保全や水質管理を行い、併せて活力あふれる地域づくりと大学の活性化を目指す協定だ。

「自然の秀麗」はその事業の一環として地下水を利用するもので、月桂冠の酒造りに欠かせない「仕

込み水」を商品化した。名称は研究室の学生とのミーティングで浮かんだフレーズで、関西大学学歌の冒頭の一句からとった。くせがなくまろやか味なのでお茶やコーヒーにも適しており、もちろん料理にはぴったりだ。関西大学のキャンパス内売店・自動販売機、月桂冠大倉記念館、インターネットサイトなどで購入できるほか、大学の各種イベントにも使われている。



月桂冠大倉記念館（京都伏見区）でも販売中

〔慶應義塾大学〕

社中と域学の絆を強める
「慶應の水」

玉村 雅敏 ● 慶應義塾大学総合政策学部教授

「慶應の水」は、社会・地域連携活動に関する慶應義塾の取り組みの一つとして、湘南藤沢キャンパス（以下、SFC）の学生と玉村雅敏研究室が行った富士山麓（山梨県富士吉田市）の地下水を用いた地域活性化に関する調査研究や、鹿園直建理工学部名誉教授による富士吉田市の地下水の水質や年代などに関する調査研究の成果を基に企画されたものである。その売上は奨学資金に活用され、売上本数に応じて製造会社から富士吉田地域の活性化に取り組み財団に寄付されている。

慶應義塾は、2007年に山梨県および富士吉田市と連携協定を締結し、富士山麓の環境や文化を基軸に、価値の創造と地域づくり、実学の促進を行ってきた。具体的には、富士吉田市における研究フィールドワーク、共同研究・連携プロジェクト、大学院のフィールドワーク

授業、農業体験学習（湘南藤沢中等部）などを実施してきた。

その一環として、SFCの学生が富士吉田市と協働で、研究フィールドワーク「地域資源を活かした地域活性化方策の調査研究」に取り組んできた。その取り組みから、水は地域の文化や産業・食・生活などの根幹を支えてきた大切な地域資源であることや、富士吉田市の水は雄大な富士山の自然が培ってきたものであり、高い潜在力を有していることに着目をし、2012年3月、水を紹介して人々の結び付きや絆を活性化し、地域が抱える問題の解決のきっかけを生み出すさまざまな仕組みづくりを提案した。

その提案の一つとして、富士吉田市で取水される地下水を用いた慶應義塾のミネラルウォーターが提案された。

それは、慶應義塾の社中（慶應義塾では学生や卒業生、教職員などのつながりを社中と呼ぶ）に日常的に利用する水を届けることで、①慶應義塾の絆づくりに寄与する②学生がフィールドワークなどでお世話になっている地域から届く、品質が高い水を日常的に利用することで、連携地域への親近感の醸成や支援を行う③学生が社会に

応える活動ができるように売上を奨学資金にする④連携地域による研究成果を学生が身近に感じられるようにする⑤イベントごとにコンセプトを明確にしたボトルを製作するなどの提案であった。学生の提案は、自分たちが日常的に消費する水の恩恵に気付き、それに応える、地域に根ざした実学を自ら実践するものであった。

その想いを形にするために、2012年度に学生、教職員、卒業生、地域の方々とともに検討を重ね、翌年に



慶應の水

生まれたのが「慶應の水」である。富士吉田市で採取された水を用いて、富士山麓の環境保全や文化活動、周辺地域の振興に対する願いを込め、慶應義塾をイメージしたラベルのミネラルウォーターが誕生した。その売り上げは学生の奨学資金に充てるものとした。また、一般財団法人富士吉田みんなの貯金箱財団に、製造会社から1本あたり1円が寄付され、富士吉田の地域活性化などに活用するものとした。なお、同財団は、慶應義塾大学の学生提案を受けて、市民が中心となり、地域の諸団体・組織が連携して「みんなで貯めて、みんなで進める地域活動を支援する」との趣旨で発足したものである。

「慶應の水」は、慶應義塾大学の各キャンパスや主要拠点の自販機などで販売されており、学生や教職員らの日常的な利用や、オープンキャンパスなどのイベントで来場者に配布、公式グッズの通信販売を通じて卒業生や卒業生団体が購入、国際シンポジウムなどで配布するなど、広く活用されている。また、SFC25周年デザインの「慶應の水」も製作されている。

「慶應の水」は、その提案や検討のプロセス、利用場面、売り上げ金の活用などにおいて、慶應義塾の社中や域学連携の絆やつながりを強めるものとなっている。