

とやま深層水フェア2025 座談会レポート

「富山の深層水について」



◎登壇者

富山県深層水協議会
藤井 侃 氏

入善町

森崎 友貴 氏

(株)ウエーブ滑川

升方 章人 氏

(株) IMATO

東海 勝久 氏

マスイチ醸造(株)

角 康平 氏

五洲薬品(株)

吉田 大駿 氏

富山県立大学

五十嵐 康弘 氏

深層水の “いま”と“これから”を語る

日時：2025年10月12日(日)

会場：富山駅南北自由通路(北側)

2025年10月12日(日)、富山駅構内で「とやま深層水フェア2025」が開催されました。会場には、富山湾の海洋深層水を活用した商品開発や地域づくりに取り組む県内企業が集い、展示・体験・交流を通じてその魅力を発信しました。

フェアでは、飲料・食品・化粧品など多彩な商品展示に加え、味の違いを体感できる飲み比べや「マイだし醤油」づくり体験、深層水カフェなど、来場者が深層水の特性を五感で楽しめる企画が盛りだくさん。関連店舗でのスタンプラリーや特設コーナーも好評を博しました。

午後のフォーラムでは、各分野の事業者や研究者が登壇し、深層水の活用事例や商品化の工夫、観光との連携、今後の展望などを語り合いました。富山ならではの資源を活かした取り組みが共有され、地域資源としての深層水の価値が改めて浮き彫りになりました。

トークセッション

「深層水とのかかわり・魅力と課題・今後の展望」

前半は、自治体や企業からの登壇者5名が、それぞれの立場から深層水の活用状況や今後の展望などをご説明。また、富山県立大学の五十嵐教授に各コメントへのご意見をいただきました。その一部を要約してご紹介します。

森崎：平成3年から深層水活用に取り組み、「1. 水産業の振興、2. 新産業の創出、3. 町のイメージアップ」という3つの目標を掲げています。「1」においては、蓄養殖事業や水産物の活メなどに深層水を活用。「2」の一例として、食品の製造工場で冷却水として使い、温められた深層水を地元企業と連携して水産物の蓄養殖に活用する取り組みを進めています。「3」については深層水関連のイベ

ントを行っていますが、さらなる町民へのPRが今後の課題です。

五十嵐：産業と連携した入善町の事例は、無駄なく深層水を活用するという点で全国的にも評価されていますね。

升方：私たちが管理していた施設でも、夏場の冷房に深層水を利用したことがあります。冷却などの目的で使用した後、養殖などに再利用する取り組みは深層水の可能性を広げてくれるように感じました。ただ北陸は寒いので、冬場の活用が課題になります。

滑川市は工場を誘致できる土地が少ないため、新たな産業の創出や企業との連携といった取り組みを進めにくい状況です。ただ、ありがたいことにアクアポケットは深層水の売上が全国的に見ても高くなっていますし、ほたるいかミュージアムは2025年春のシーズンに、開業以来2番目となる来館者数を記録しました。

五十嵐：滑川市の場合は工場の誘致は難しい一方、人口が多いエリアという特性を活かして消費者向けの深層水販売や、ほたるいかミュージアムを中心とした観光面で可能性があります。入善も滑川も深層水を通じて地域の活性化を目指していますが、お互いに住み分けができているのではないのでしょうか。

東海：弊社では、塩の販売において安売りをしていません。食塩としては高い価格設定で販売していますが、おかげさまで売れています。ただ、地元・富山の人々にも、まだまだ深層水の認知度が低い気がします。富山湾に魅力的な深層水があるということをもっと積極的に発信していただけたら、深層水の塩づくりに取り組む我々の励みにもなります。

五十嵐：富山湾の深層水が、太平洋側など他の海の深層水と比較してどういう特長があるのか打ち出していくことも有効かもしれません。まだ解明されていないことも多く、研究課題であり可能性も感じます。



角：深層水は、味噌や醤油の仕込み水として使用しています。深層水の魅力を富山湾のストーリーとして打ち出し、商品の付加価値にできないか考えています。フランス料理は見た目の美しさも味に影響するといわれますが、同じように食材の由来を知ることの魅力や美味しさを感じてもらえないか、そんなロマンを感じながら活用しています。課題は、やはり運搬にコストがかかりすぎることで、コストを超える魅力的なストーリーを発信できないか考えています。

五十嵐：深層水を使った味噌や醤油は、味が違ったりするのですか。

角：先代からは、深層水を使うとまろやかになると聞いています。なぜそうなるのかは分からなかったのですが、ある研究機関で資料を見たところ深層水を使った場合の方がアミノ酸が増えているというデータがありました。あとは深層水は低温なので、低温のまま仕込むと味のまとまりがよくなります。

五十嵐：長年の味噌や醤油づくりの経験から、深層水の特性を上手く活用されるようになったんですね。

吉田：もともと医薬品から始まった会社として、ヘルスケアや医療分野を視野に入れて深層水の研究や商品開発を行っています。その中で通常の生理食塩水と比べ、深層水を使った混合液の方が、人体との親和性が高いことが分かってきています。どの成分が有効なのか解明するのは今後の課題ですが、基礎研究を進めながら富山湾の天然素材として海外進出を進めているところです。

五十嵐：何千年もかけて海の底に漂っている有機成分の解明は、今後の課題であり解明できていない分、それだけ可能性があると思います。

深層水の“価値”を未来へ

続いて後半のクロストークでは、登壇者による意見交換が行われました。

東海：「寿司といえば、富山」を推進されているように、富山県には同じ富山湾というつながりのある深層水にも、もっと力を入れていただけたらありがたい。

角：たとえば、富山湾で育った魚介と深層水仕込みの味噌や醤油、塩、それに深層水ミネラルウォーターをセットにした「富山湾の海の幸でつくる鍋」のような商品展開ができないでしょうか。せっかくこれだけの事業者が深層水に関わっているのですから、一緒に連携して新たな取り組みができればと思います。

升方：深層水を買いにいらっしゃる企業からは、運搬コストを商品価格に反映せざるを得ず、高価な商品になってしまうという声が多く聞かれます。一方で、アクアポケットでは深層水の販売価格に施設の光熱費など運営費用の一部は反映されていません。深層水はどうしても商品化するまでにコストがかかりますが、東海さんの発言にもあったように安売りするのではなく、高価でも売れる付加価値の高い商品が生まれることを期待したい。

吉田：ヨーロッパなどでは、日本国内に比べ、天然素材に対する評価が高い傾向にあります。化粧品関連で富山県の地域資源を活かして海外展開し、将来的に海外で評価されたものが日本に逆輸入されるというような展開も期待しています。

藤井：個人や企業で取水することはできないので、アクアポケットに行けば深層水が手に入るというのはありがたいこと。運搬コストはかかっても、これからも供給していただきたいということに変わりはありません。今後は、深層水に関する商品開発や水源の確保にいつそう取り組む必要があります。富山湾の深層水の可能性はまだありますので、今後とも産官学の協力によって進めていければ幸いです。

トークセッションとクロストークを通じて見えてきたのは、深層水が単なる資源ではなく、地域の産業・観光・文化をつなぐ“ハブ”であるということ。今後も産学官の連携を深めながら、富山ならではの深層水の魅力を、より多くの人々へ届けていくことが期待されます。