

2026年6月24日
三菱ケミカル・クリンスイ株式会社

全国1,700地点の水質特性から読み解く“水の味”と地域に根ざした食文化のつながり クリンスイ、東大との共同研究イベントレポートを公開

三菱ケミカル・クリンスイ株式会社（本社：東京都中央区、以下：クリンスイ）は、東京大学環境分析化学研究室との共同研究をもとに、日本各地の水質特性と郷土料理・食文化の関わりを科学的に紐解く特別クロズドイベント「47都道府県、“水の味”で読み解く食文化」を2026年6月6日（土）に開催いたしました。

本イベントの開催に伴い、全国約1,700地点におよぶ水質分析結果や、最先端の「味覚認識装置」を用いて可視化した“水の個性”と地域の食文化に関する研究発表・トークセッションの様態を、クリンスイのブランドサイトの読みもの「JOURNAL（ジャーナル）」にて、本日6月24日（水）より公開いたします。



<https://brand.cleansui.com/journal/7384.html>

■ブランドサイト読み物「JOURNAL」掲載記事の主なトピックス

1.全国約1,700地点の蛇口から採水！科学的に解明される日本の「水の地域性と多様性」

東京大学の堀まゆみ先生、小豆川勝見先生らの研究室では、約10年にわたり日本各地の水道水や井戸水の水質成分42成分を測定。これまでに国内約1,700地点、海外約300地点の計約2,000地点におよぶ膨大なデータを蓄積してきました。

一般的に「軟水の国」として知られる日本ですが、全国の水を見てみると、その特徴は地域によってさまざまです。たとえば、雪解け水の影響を強く受ける東北地方は、ミネラル分が少ない軟水の傾向が強く、琉球石灰岩地質である沖縄県や火山地質の熊本県では、カルシウムやマグネシウムを多く含む、硬水の傾向が強いことが確認されました。また関東地方（千葉・埼玉・東京）でも、水源となる河川や周辺の地質の違いによって、水の硬度に違いがみられました。地域によって硬度分布に大きなバリエーションがあり、水にも多様性と地域性があることが示されました。



2.人の舌の働きを模した「味覚認識装置」で可視化する“水の味”の驚くべき傾向

クリンスイからは、水道水の味わいを客観的にとらえる技術を用いた、全国の水道水の味覚分析結果を発表しました。

分析に活用されたのは、人間の舌の働きを模した「味覚認識装置」です。人工脂質膜センサーにより、従来は感覚的に語られることの多い「味わい」を数値化することで、人が感じる複雑な味わいに近い形での評価を可能にしています。

分析の結果、水道水の「塩味値」は硬度と強い相関を示した一方、「酸味値」と「うま味値」の間には強い負の相関があることが判明しました。さらに、東北地方の水道水は「酸味値が高い領域」に、九州地方の水道水は「うま味値が高い領域」に集まるという明確な地域的傾向がデータとして可視化され、会場の大きな関心を集めました。



▲味覚認識装置

3. 水質の違いが育んだ独自の郷土料理と出汁文化の歴史

イベント後半では、「フーディストノート」や「おとりよせネット」など料理や食メディアを運営するアイランド株式会社 代表取締役の栗飯原 理咲さんをお迎えし、水質と郷土料理の密接な関係についてトークセッションが行われました。

カルシウムが少ない軟水地域（関西や東北など）では昆布のうま味成分を効果的に抽出できるため、すっきりとした出汁文化が定着しています。さらに、東北地方では良質な軟水という環境を活かしながらも、冬の厳しい環境下で生まれた保存食文化や、複数の旨味成分（グルタミン酸・イノシン酸・グアニル酸など）を掛け合わせることで、濃厚で力強い郷土汁（青森のけの汁、秋田のしょつつる鍋など）を発展させてきたという歴史があります。

このように、地域ごとの水質の特性が育んだ、独自の食文化の違いについて紹介されました。

■イベント参加者および事前アンケートから見えた生活者の水への関心

現役大学生らを対象とした事前アンケート（N=60）では、「日本の水道水は全国どこでも同じ味だと思えるか」という問いに対し、8割以上が「違うと思う」と回答し、水の地域差を感覚的に捉えていることが分かりました。

また、イベント当日の参加者アンケートでは、イベント満足度 100%（とても満足 69%、満足 31%）を記録。実際に体験した水道水と浄水の「飲み比べ」や「コーヒーのテイスティング」では、100%が「違いがよくわかった」と回答し、浄水器を通すことで水のおいしさや口当たり、苦味や後味が劇的に変化し、素材本来のおいしさを引き出せることを五感で実感する機会となりました。



■ イベント開催概要

● 日時：2026年6月6日（土） 13:00～15:00

● 会場：KAITEKI CAFE PRODUCED BY Cleansui（東京都千代田区大手町）

● テーマ：「47都道府県、“水の味”で読み解く食文化」～全国水道水調査で見た水の個性と郷土料理の関係～

● 登壇者：

- ・ 堀 まゆみ 氏（東京大学教養学部附属教養教育高度化機構 環境分析化学研究室 特任助教）
- ・ 小豆川 勝見 氏（東京大学大学院総合文化研究科 助教）
- ・ 粟飯原 理咲 氏（アイランド株式会社 代表取締役）
- ・ 中山 幹子（三菱ケミカル・クリンスイ株式会社 技術本部 技術部長）
- ・ 竹田 はつ美（三菱ケミカル株式会社 アクアソリューションズグループ クリンスイセクション長）



Cleansui

三菱ケミカル・クリンスイ株式会社

1984年、雑菌まで除去できる世界初の中空糸膜フィルターを採用した家庭用浄水器「クリンスイ」を発売。「コップ一杯の水をきれいに」というブランドメッセージのもと、現在では海外でも利用されるグローバルブランドに。浄水器にとどまらない水のブランドとして、製品やサービスを展開しています。

クリンスイ URL：<https://www.cleansui.com>

クリンスイ WEB JOURNAL：<https://brand.cleansui.com/journal>

Instagram 公式アカウント：@cleansui_knows https://www.instagram.com/cleansui_knows/

X公式アカウント：@Cleansui_jp https://x.com/Cleansui_jp

LINE公式アカウント：<https://x.gd/cNETq>

<本件に関する報道関係のお問い合わせ>

三菱ケミカル・クリンスイ株式会社 コーポレートブランディング部

Mail：MCJP-MBX-MRP_CLEANSUI_PR@mchcgr.com

クリンスイ PR 代理店：プラップジャパン（担当：赤嶺、日谷） Mail：cleansui@prap.co.jp