

蓼科天然水の新たなマーケティング等について

現在、茅野市では「蓼科野菜」をはじめとして、「ワイン」、「りんご」などの商品を活用して、地域のブランド力の強化等を進めています。そこで今回、2018 年に商標登録した「茅野市の水道原水」を、“**硬度 23mg/L(極軟水)**”という特徴を活かしたリブランドによりイメージを強化し、新たな商品造成を図ることとしました。

1 蓼科天然水へのリブランディング

「蓼科の水道原水」から「蓼科天然水」へのリブランディングにより情報発信力を強化

2 新デザインでの商標登録申請(令和 8 年 6 月 30 日申請)



3 新たなブランド展開

①「蓼科天然水（ブルーラベル）」

- ・料理・お茶・コーヒーの風味を引き立てる極軟水の特徴を発信
- ・これまで販売されているペットボトル（500ml）のラベルを変更

②「ミルクタイムの天然水」

- ・極軟水であり、赤ちゃんの調乳用にもそのまま使えるという特徴を発信
- ・市の実施する新生児検診等での試供品として希望者へ提供予定
- ・市内ホテルの“赤ちゃん同伴プラン”での採用に向けて調整予定

③「蓼科ハイボール（イエローラベル）」

- ・極軟水の蓼科の天然水で割った、ウイスキー(素材)の味が引き立つハイボールとして発信
- ・市内ホテルのラウンジ等での採用を調整中
- ・飲食店等でのメニュー化に向けた「蓼科ハイボール」の商標権獲得が目的



ペットボトル商品のイメージ

（問合せ先）

担 当 産業経済部農林課農政係 飯島、宮嶋

電 話 0266-72-2101（内線 402・403）

電子メール norin@city.chino.lg.jp