

秦野名水の活用戦略 評価の指標 進行管理表

令和5年度末

戦略目標	指標	令和元年度	令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度		令和6年度	評価(※) 【達成率%】	評価の説明・具体的な取組み	所管課	
		現状値 (戦略に記載)	目標値	現状値	目標値	現状値	目標値	現状値	目標値	現状値	目標値 (戦略に記載)				
ア	秦野=名水の里というイメージの定着	秦野名水ロゴマークの使用承認数(累計)	81件	102件	111件	115件	136件	130件	151件	145件	159件	160件	A 【100%】	令和5年度の目標値145件(累計)は達成したが、年度単位の件数は減少傾向のため、より一層の積極的なPRにより増加を目指していく。	環境共生課
		秦野名水名人講の会員数(累計)	0名	0名	0名	10名	18名	20名	34名	30名	53名	40名	A 【100%】	秦野名水名人講座の修了者から秦野名水名人講を組織する。 令和2年度はコロナ禍だった為、令和3年度から、年5回の講座を実施している。	環境共生課
イ	多様な秦野名水めぐりコースの創設	秦野名水めぐりコース数(累計)	0コース	0コース	0コース	0コース	0コース	2コース	2コース	4コース	7コース	6コース	A 【100%】	湧水地調査・環境整備を行い、コースを選定する。 紀伊ノ守水源整備計画(R3~R5)等により名水スポットの環境整備を実施。	環境共生課 観光振興課
		森林セラピー体験イベント回数	7回	10回	7回	11回	22回	12回	24回	13回	36回	14回	A 【100%】	ガイド企画のイベント、企業や団体等からの依頼イベントが増え、目標を大きく上回る回数となった。	森林ふれあい課
ウ	秦野名水ロゴマーク使用品・はだのブランド認証品の販売網拡大	はだのブランド認証品(水関連商品)の年間売上額	44,000千円	44,000千円	20,517千円	45,000千円	26,002千円	45,000千円	32,492千円	46,000千円	42,076千円	46,000千円	A 【91%】	パンフレットやイベント出店でのPRに加え、これまで新型コロナウイルスの影響で落ち込んでいた飲食店、ホテル等への出荷の回復や令和4年度に新たに酒類を認証したことなどから全体の売り上げが増えた。	はだの魅力づくり推進課
		はだのブランド認証品(水関連商品)の認証品数(累計)	4品	4品	4品	5品	5品	5品	5品	7品	6品	7品	7品	A 【100%】	名水を活用した地元産ブランド・銘柄の認証品が出てきている。
エ	新たな秦野名水の利活用	新規井戸の利活用数	0件	0件	0件	0件	0件	1件	1件	1件	1件	1件	A 【100%】	条例に基づき新規井戸の掘削は原則禁止であるが、「秦野名水の利活用指針」に基づき、許可の可否を判断していくもの。	環境共生課
		水循環の健全性を評価する監視基準井戸水位	121.8m (GL-4.6m)	121.6m (GL-4.8m)	122.8m (GL-3.6m)	121.6m (GL-4.8m)	121.6m (GL-4.8m)	121.6m (GL-4.8m)	122.1m (GL-4.3m)	121.6m (GL-4.8m)	121.5m (GL-4.9m)	121.6m (GL-4.8m)	121.6m (GL-4.8m)	A 【99%】	目標値の121.6mは監視基準井戸のH29.9~R2.3の平均水位。 モニタリングを継続していく。

(※) 評価：A＝目標値に対し、80%以上の達成率である。  
 B＝目標値に対し、50%以上80%未満の達成率である。  
 C＝目標値に対し、50%未満の達成率である。