

秦野名水の活用戦略 評価の指標 進行管理表

令和4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 (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	160件	A 【100%】	令和4年度の目標値130件は達成した。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	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(調査)	2コース	2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、計画的に名水スポットの環境整備を進める。	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	14回	A 【100%】	令和2年度の目標値は10回だが、新型コロナウイルス感染症や雨天等により中止・延期となったイベントがあった。	環境共生課
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	B 【72%】	令和2年度はパンフレットやインターネットでの情報発信に努めたが、飲食店、ホテル等へ出荷しているものは、新型コロナウイルスの影響により大きく販売額が落ち込んでいる。	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	7品	5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。	はだの魅力づくり推進課
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	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)	A 【100%】	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。	環境共生課

(※) 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。