

部長会議付議事案書（報告）

（令和7年1月6日）

提案課名 環境共生課

報告者名 谷 芳生

事案名	秦野名水の活用戦略（案）について	<div style="text-align: center;"> 有 資料 無 </div>
提案趣旨	<p>平成30年3月の秦野市行財政調査会の行財政最適化支援専門部会が作成した「秦野名水のブランド活用について」の報告書を受け、本市の固有の地域資源である秦野名水を有効活用していくため、令和2年度に秦野名水の活用戦略を作成しましたが、計画期間の最終年度を迎えるにあたり、次期計画期間における、秦野名水の活用戦略（案）を改訂したため、報告するものです。</p>	
概要	<p>1 目的</p> <p>「秦野名水」を秦野固有の地域資源として位置付け、これを中心とした取組を戦略的に展開することで、認知度を高めるとともに「名水の里秦野」としてのブランド力を強化し、地域経済の活性化を図ります。さらに、人口減少や少子高齢化による地域活力の減少が見込まれる中、市民の郷土愛・地域アイデンティティを育み、地域コミュニティを活性化することで、地域の魅力を高め、定住促進や新たな交流人口を創出することを活用戦略の目的とします。</p> <p>2 戦略の柱</p> <p>(1) 秦野名水の価値を高めるための魅力発信</p> <p>(2) 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用</p> <p>(3) 市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進</p> <p>3 戦略に対する施策の目標</p> <p>(1) 認知度の向上と郷土愛の醸成</p> <p>(2) 親水施設を活用した観光の促進とにぎわいの創造</p> <p>(3) 次世代への継承と新たな利活用の促進</p> <p>4 計画期間</p> <p>令和7年度から令和12年度までの6か年</p>	
経過	<p>令和6年8月9日 地下水利活用研究部会にて活用戦略案の意見照会</p> <p>9月 秦野市地下水保全審議会（書面）に活用戦略案について意見照会</p> <p>〃 11月12日 地下水利活用調整会議にて活用戦略案について協議</p> <p>12月23日 秦野名水利活用推進会議にて活用戦略案を審議</p>	

今後の進め方	<p>令和 7年1月16日 議員連絡会にて報告（意見聴取：2月21日まで）</p> <p>〃 1月17日 パブリック・コメント募集 （意見募集：2月16日まで、広報はだの1月1日号掲載）</p> <p>3月下旬 秦野名水利活用推進会議にて承認</p> <p>3月下旬 秦野市地下水保全審議会に報告後、公表</p>
--------	---

秦野名水の活用戦略（案）について

1 策定の目的

平成30年3月の秦野市行財政調査会の行財政最適化支援専門部会が作成した「秦野名水のブランド活用について」の報告書を受け、本市の固有の地域資源である秦野名水を有効活用していくため、統一的な秦野名水の活用戦略（以下「活用戦略」とする。）を令和2年度に策定しましたが、令和6年度に計画期間の終期を迎えることから、第2期活用戦略を策定するものです。

2 活用戦略の位置付けと計画期間**(1) 位置付け**

市民共有の財産である地下水の保全への取り組みを進める「秦野市地下水総合保全管理計画」と秦野の地域特性を生かした利活用を進める「秦野名水の利活用指針」を踏まえ、健全で持続可能な水循環の創造を目指すため、地下水の量と質を保全しながら、そのバランスの中で、地下水の利活用を図っていくこととするものです。

(2) 計画期間

令和7年度(2025年度)から秦野市総合計画「はだの2030プラン」の終期である令和12年度(2030年度)までの6年間とします。なお、関連する諸計画の見直しや社会情勢等の変化などにより、必要に応じて見直しを行います。

3 各活用戦略における現状と課題について**(1) 秦野名水の価値を高めるための魅力発信**

多様な情報発信が効果的に行われておらず、認知を広めるためにSNSなどの拡散性の高いメディアの活用が必要となっています。また、郷土愛の醸成のため、子どもだけでなく幅広い世代を対象に秦野名水に関する知識や情報を学ぶ機会を提供する必要があります。

(2) 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用

観光やシティプロモーションにつながるような親水施設の整備が進んでいないため、地域経済を活性化できるような親水施設等の整備の促進をする必要があります。

(3) 秦野名水を活用した個別商品のブランド化に対する支援

秦野名水を活かしたブランド力が十分に発揮されておらず、秦野名水ロゴマークを使用した商品の販路拡大が必要となっています。また「はだのブランド」認証制度の変更に伴い新しい指標の設定が必要となっています。

(4) 市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進

水収支が増加傾向にある中、地下水の質と量を保全しつつ、持続可能な新たな利活用を促進する必要があります。また、秦野名水名人講の活動の場が限られているため、その活動範囲を広げる必要があります。

4 活用戦略の目的

現状と課題を踏まえて「秦野名水」を秦野固有の地域資源として位置付け、これを中心とした取組を戦略的に展開することで、認知度を高めるとともに「名水の里秦野」としてのブランド力を強化し、地域経済の活性化を図ります。さらに、人口減少や少子高齢化による地域活力の減少が見込まれる中、市民の郷土愛・地域アイデンティティを育み、地域コミュニティを活性化することで、地域の魅力を高め、定住促進や新たな交流人口を創出することを活用戦略の目的とします。

5 重点的に取り組む戦略について

活用戦略の目的を実現するためには、秦野名水の認知度を高め、秦野名水のブランド力を向上させる必要があります。そこで、秦野名水ブランドの活用、親水施設などの活用、そして、市民や事業者との協働による利活用を軸にした戦略の柱を設定しました。

＜戦略の柱＞

- (1) 秦野名水の価値を高めるための魅力発信
- (2) 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用
- (3) 市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進

6 次期活用戦略について・・・資料2のとおり

第1期における課題を整理し、活用戦略を具現化できるような目標を定め、その実現のための具体的な施策を策定しました。

＜各戦略における目標＞

- (1) 認知度の向上と郷土愛の醸成
- (2) 親水施設を活用した観光の促進とにぎわいの創造
- (3) 次世代への継承と新たな利活用の促進

7 評価の指標について・・・資料3のとおり

活用戦略の進捗状況に当たっては、評価の指標を設定するとともに、評価・検証を行い必要に応じて見直しをするものです。指標について進行管理ができかつ数値の把握ができるものとし、その目標の実効性を高めるものとししました。

8 今後の予定について

- (1) 12月23日 秦野名水利活用推進会議
- (2) 1月1日 「広報はだの」にパブリックコメント実施記事掲載
- (3) 1月6日 定例部長会議に付議
- (4) 1月16日 議員連絡会に報告
- (5) 1月17日 パブリックコメント募集開始
- (6) 2月16日 パブリックコメント募集締め切り（議員は2月21日まで）
- (7) 3月以降 秦野名水利活用推進会議にて承認
秦野市地下水審議会にて報告、公表

秦野名水の活用戦略

【現活用戦略】

現目的・戦略	:	現目標
「名水の里秦野」のブランド力向上と郷土愛の醸成		
秦野名水の価値を高めるための魅力発信	:	秦野=名水の里というイメージの定着
秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用	:	多様な秦野名水めぐりコースの創設
秦野名水を活用した個別商品のブランド化に対する支援	:	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
市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進	:	新たな秦野名水の利活用

現戦略の具体的な施策			実績評価
1 秦野名水の魅力を高めるための	施新策規	◎秦野名水名人講座を開催し、受講生による秦野名水名人講を創設	A
	既存施策の充実	○モニター広告、T V データ放送、S N S、Y o u T u b e、ブランドアンパサダー等による秦野名水の情報発信	C
		○秦野名水ロゴマークの名刺、チラシ、パンフレット等への使用拡充	B
		○秦野名水フェスティバル等の啓発活動の充実、各種イベントにおける秦野名水のP R	B
		○名水百選選抜総選挙「おいしさが素晴らしい名水部門」第1位のボトルドウォーターによる秦野名水のP R	C
		○エコスクールによる次世代を担う子供たちへの環境教育	B
		○地下水保全と関連する施策（自然環境保護、里地里山保全等）と連携した秦野名水の啓発	B

2 秦野名水に整備・活用される施設や空間	新規施策	◎新東名高速道路秦野サービスエリアへの親水施設の整備	C	1
		◎埋もれている湧水等の調査、新たな名水めぐりコースの検討	B	2
		◎森林セラピーロードへの秦野名水の活用	B	3
	既存施策の充実	○水道関連施設のまち歩き拠点への活用	B	4
		○紀伊ノ守水源の計画的な整備	A	5
		○曽屋水道記念公園の再整備	A	6
		○秦野名水の拠点施設の再整備と活用（今泉名水桜公園・弘法の清水・まいまいの泉・秦野駅北口広場の水場）	C	7
		○ハダ恋みつけもんの旅への新たな湧水めぐりの組込み	A	8

3 秦野名水のブランド力向上を支援する商品に	施新策規	◎はだのブランド認証品への付加価値の付与（秦野名水育ち、秦野名水仕込み等）	A	1
	既存施策の充実	○秦野名水ロゴマークの使用について、商店会・J A等への普及啓発	C	2
		○ボトルドウォーター「おいしい秦野の水」の商品価値の強化	B	3

4 市民共有の財産にふさわしい	新規施策	◎秦野名水名人講による「使う・守る・育てる・伝える」活動	C	1
		◎秦野盆地地下構造の新モデルに基づく、持続可能な新たな利活用の可能性の検討	B	2
		◎秦野名水を通じたS D G s・社会貢献	B	3
	既存施策の充実	○地域で活躍する秦野名水人による秦野名水の保全と利活用の推進	C	4
		○健全で持続可能な水循環の創造と監視	B	5
		○災害対策として、地域コミュニティを活用した災害時協力井戸や公共的な水場の管理	B	6
		○既存井戸（休止井戸を含む。）の有効活用の促進	B	7

次期目的
現状と課題を踏まえ、「秦野名水」を秦野固有の地域資源として位置付け、これを中心とした取組を戦略的に展開することで、認知度を高めるとともに「名水の里秦野」としてのブランド力を強化し、地域経済の活性化を図ります。さらに、人口減少や少子高齢化による地域活力の減少が見込まれる中、市民の郷土愛・地域アイデンティティを育み、地域コミュニティを活性化することで、地域の魅力を高め、定住促進や新たな交流人口を創出することを活用戦略の目的とします。

継続・新規		
具体的な施策の評価		
A：事業達成	B：現状維持	C：強化
1	4	2
評価の指標（目標評価）		
・秦野名水のロゴマークの使用承認数	159件	【評価：A】
	（目標値：81件）	
・秦野名水名人講の会員数	53名	【評価：A】
	（目標値：40人）	
課題の検証		
・拡散性の高い情報媒体を有効活用できていない		
・ボトルドウォーターを有効活用した市外へのP R不足		
・「名水の里秦野」への理解を深める取り組みの強化		
新たな評価の指標（目標）		
・S N Sのフォロワー数	5,000件	
・秦野名水入門講座の実施（参加者数）	20講座（500名）	
・秦野名水を活用した個別商品への秦野名水ロゴマークの使用承認数	300件	
・秦野名水ロゴマークを使用したはだのふるさと寄附金	30事業所	
・タイアップ事業者の登録数		

具体的な施策の評価		
A：事業達成	B：現状維持	C：強化
3	3	2
評価の指標（目標評価）		
・秦野名水めぐりコース数	7コース	【評価：A】
	（目標値：6コース）	
・森林セラピー体験イベント回数	36回	【評価：A】
	（目標値：14回）	
課題の検証		
・観光の目玉となるような親水施設等の整備		
・整備された名水スポットや水道施設等の利活用		
新たな評価の指標（目標）		
・秦野名水に触れられる施設や空間の整備	5件	
・名水スポットを活用したまち歩きイベントの参加者数	5,000人	

具体的な施策の評価		
A：事業達成	B：現状維持	C：強化
1	1	1
評価の指標（目標評価）		
・はだのブランド認証品（水関連商品）の年間売上額	42,076千円	【評価：A】
	（目標値：46,000千円）	
・はだのブランド認証品（水関連商品）の認証品数	7品	【評価：A】
	（目標値：7品）	
課題の検証		
・名水ロゴマークの事業者への周知が不足		
・秦野名水ブランドの認知が低い		

具体的な施策の評価		
A：事業達成	B：現状維持	C：強化
0	5	2
評価の指標（目標評価）		
・新規井戸の利活用数	1件	【評価：A】
	（目標値：1件）	
・水循環の健全性を評価する監視基準井戸水位		
	（目標値：121.6m以上）標高：121.5m	【評価：A】
課題の検証		
・保全から利活用への促進が不十分		
・秦野名水名人講の活動が少ない		
新たな評価の指標（目標）		
・秦野名水名人講の参加事業数（参加者数）	50件（500名）	
・既存井戸の調査（地区ごと）	7回	

（新） ※赤字が追加・修正した項目です

資料2

【新活用戦略】

新目的・戦略	:	新目標
「名水の里秦野」のブランド力向上と郷土愛の醸成		
秦野名水の価値を高めるための魅力発信	:	認知度の向上と郷土愛の醸成
秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用	:	親水施設を活用した観光の促進とにぎわいの創造
市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進	:	次世代への継承と新たな利活用の促進

新戦略の具体的な施策		
1 秦野名水の魅力を高めるための	秦野名水のP Rの強化	○ソーシャルメディアを活用した情報発信の強化を図るとともに、ブランドアンパサダー等による秦野名水の情報発信
		○名水百選選抜総選挙「おいしさが素晴らしい名水部門」第1位のボトルドウォーターを活用した秦野名水のP R
		○スマートフォンなどのデジタルデバイスを活用した事業の推進
		○秦野名水フェスティバル等の啓発活動の充実、各種イベントにおける秦野名水のP R
		○地下水保全と関連する施策（自然環境保護、里地里山保全等）と連携した秦野名水の啓発
		○秦野名水ロゴマークの使用拡充
	○秦野名水ロゴマーク使用商品のはだのふるさと寄附金返礼品登録の促進	
学環境の教育推進		○エコスクールによる次世代を担う子供たちへの環境教育
		○名水専門講座や入門講座などの各種講座による環境学習の実施

2 設秦や野空間水間に整備される施設	湧水の整備	○新東名高速道路秦野丹沢サービスエリアへの親水施設の整備
		○秦野駅北口周辺整備事業における名水スポットや親水施設の整備
		○地域コミュニティを活性化する秦野名水の拠点施設の再整備と活用（まいまいの泉、弘法の清水など）
	ポットの水	○曽屋水道記念公園と紀伊の守水源のまち歩き拠点への活用
		○埋もれている湧水等の調査、新たな名水めぐりコースの創設
		○森林セラピーロードへの秦野名水の活用

「ブランド力の強化=認知度の向上」であることから、秦野名水のP Rの強化の中で支援するもの

（目標〇〇）はS D G sの目標

3 しい市民共有の財産に活用する	次世代保全へ活動の推進	○秦野名水名人講による「使う・守る・育てる・伝える」活動の促進（目標17）
		○継続的な監視調査や定期的な水質検査による安全な水の確保（目標6）
		○ネイチャーポジティブに貢献する谷戸や生き物の里などの環境保全（目標15）
		○災害対策として、地域コミュニティを活用した災害時協力井戸や公共的な水場の管理（目標11）
		○秦野名水の利活用指針に基づいた新規井戸や既存井戸（休止井戸を含む。）の地域経済の活性化に貢献する利活用
		○既存井戸の利用状況調査と井戸台帳の更新

「秦野名水の活用戦略」の目標設定

戦略目標	指標	現状値	目標値（数値はすべて累計値）						根拠	所管課
		R 6年度 (戦略に記載)	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度 (戦略に記載)		
認知度の向上と郷土愛の醸成	SNSのフォロワー数	370人	1,000人	1,500人	2,000人	3,000人	4,000人	5,000人	(参考) 観光フォロワー数 4,134人 OMOTAN 7,500人	環境共生課
	秦野名水を活用した個別商品への秦野名水ロゴマークの使用承認数	55件	100件	140件	180件	220件	260件	300件	年間40件	環境共生課
	秦野名水ロゴマーク使用のはだのふるさと寄附金ティアップ事業者の登録数	17件	20件	22件	24件	26件	28件	30件	年間2事業者数	環境共生課 財産管理課
	秦野名水入門講座の実施 (参加人数)	1講座 (35人)	4講座 (110人)	7講座 (180人)	10講座 (250人)	13講座 (320人)	16講座 (390人)	20講座 (500人)	毎年、市職員向けの人事課研修を実施 全公民館を巡回し、講座を実施→2館/年 公民館講座15名/回×11館	環境共生課
親水施設を活用した観光の促進とにぎわい創造	秦野名水に触れられる施設や空間の整備箇所数	2件	2件	3件	4件	5件	6件	6件	整備予定：新東名SA (R9年度)、まいまいの泉 (R10年度) 秦野駅北口 (R11年度)、湧水の水汲み場等の周辺整備 (1か所) (R8年度)	総合政策課 秦野駅北口にぎわい創造担当 生涯学習課
	名水スポットを活用したまち歩きイベントの参加者数	234人	1,500人	2,200人	2,900人	3,600人	4,300人	5,000人	毎年700人参加 (スタンプラリー500人+α) R7年度は70記念イベント関連事業で1,200人参加	環境共生課
次世代への継承と新たな利活用の促進	秦野名水名人講の参加事業数 (参加者数)	3件 (19人)	11件 (110人)	19件 (180人)	27件 (250人)	35件 (320人)	42件 (390人)	50件 (500人)	年間8件 (入門講座、名水フェスティバル、名水さんば、エコスクール、湧水地保全活動等)	環境共生課
	既存井戸の調査 (地区ごと)	0地区	1地区	2地区	3地区	4地区	5地区	7地区	市内7地区を調査	環境共生課



秦野名水の活用戦略 (案)

令和7年(2025年)3月

秦野市

目 次

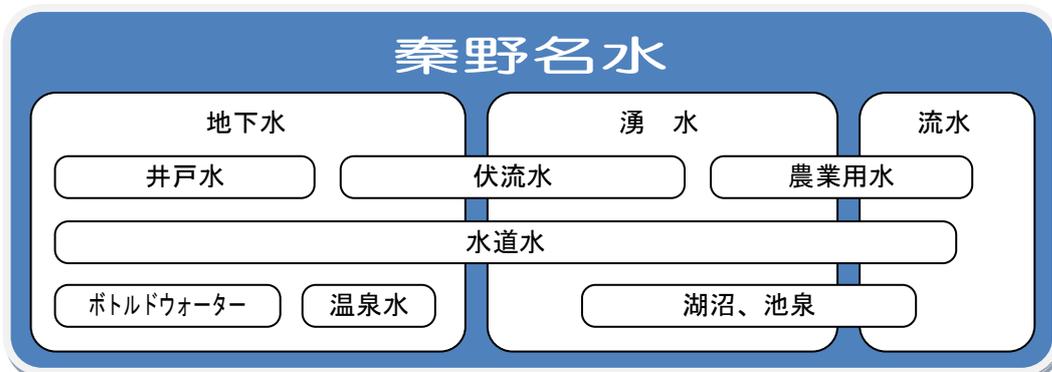
1	活用戦略の趣旨・位置付け	1
2	計画期間	1
3	現況と課題	2
4	活用戦略の目的	7
5	戦 略	9
6	評価の指標と推進体制	13



「秦野名水」とは

秦野市域に存在する地下水を水源とする水の呼称で、市民共有の財産として先人達から受け継いできた誇りと名水百選の地としての水の価値をわかりやすく表現したものです。

水道水をはじめ、生活に密着した利活用が図られており、人々の郷土愛によって培われた名水です。



注1) 下水道水(汚水・雨水)、処理水、雨水は対象外。

注2) 県水を含む水道水は、地下水と合わせて配水しているため、秦野名水に含む。

1 活用戦略の趣旨・位置付け



本市では、「秦野市地下水総合保全管理計画」を策定し、健全で持続可能な水循環の創造に取り組んできました。また、「秦野名水の利活用指針」を踏まえ、秦野の地域特性を生かした利活用を進めてまいりました。

平成30年3月に秦野市行財政調査会行財政最適化支援専門部会が作成した「秦野名水のブランド活用について」の行財政最適化支援報告書を受け、本市の固有の地域資源である秦野名水を有効活用していくため、『秦野名水の活用戦略（以下「活用戦略」という。）』を令和2年度に策定しました。

活用戦略の推進に当たっては、地下水の量と質を保全しながら、そのバランスの中で、地下水の利活用を図っていくこととします。

○秦野市地下水総合保全管理計画 … 「健全で持続可能な水循環の創造」

【3つの目標】

- ・名水の保全と利活用～名水百選「秦野盆地湧水群」の保全と利活用～
- ・安定的な水収支 … ～豊かな地下水と地下水盆の保全～
- ・安全な地下水 … ～飲料水として安全な地下水の供給～

○秦野名水の利活用指針 … 「秦野の地域特性を生かした利活用」

【目標】

- ・水収支を考慮した水量、水質を維持した持続可能な利活用
- ・市内各地域の環境、社会特性を踏まえた利活用
- ・里地里山の保全・再生、活用と調和した利活用
- ・秦野名水の名声を広める利活用
- ・市民の誇りとしての共通認識や公水として保全する意識を高め、郷土愛を育む利活用

2 計画期間



活用戦略の計画期間は、秦野市総合計画の期間と合わせるため令和7年度から令和12年度までの6年間とし、関連する諸計画の見直しや社会情勢等の変化などにより、必要に応じて見直しを行います。

3 実績評価と課題



秦野名水の利活用指針を踏まえて地下水の質と量を保全しながら、そのバランスの中で地下水の利活用を図ってきましたが、第1期における各戦略における具体施策などの取組状況について、評価・検証を行い現状と課題を整理しました。

具体的な個別の施策の実績評価については、事業が完了しているなど事業目的を達成した「事業達成施策」、順調に目標は達成しているものの引き続き取組の必要がある「現状維持施策」、現状では不十分のため、取組の強化を図る「強化施策」の3つに分類して評価しました。

(1) 秦野名水の価値を高めるための魅力発信

ア 具体的な個別の施策の実績評価

令和3年度以降、秦野名水名人講座を開催し、講座修了者で構成する秦野名水名人講を組織することができました。

しかし、魅力発信については、主にYouTubeで情報発信に留まっており、様々な媒体を十分に活用できていない状況にあります。また、名水百選選抜総選挙「おいしさが素晴らしい名水部門」第1位のボトルドウォーターを活用した市外へのPRが不十分となっています。

さらに、こども園や小学校において、エコスクール（環境学習）を実施し、子供たちへの秦野名水学習を進め、令和3年度から令和5年度までに合計29回実施し、延べ1,642人（重複含む）が参加しましたが、次世代へ引き継ぐためにも継続して事業を行う必要があります。

事業達成施策	現状維持施策	強化施策
1件	4件	2件

イ 評価の指標について

秦野名水ロゴマークを市職員などの名刺や秦野名水を利用した個別商品に使用することによって周知してきました。ま

た、秦野名水名人講の会員数も着実に増え、達成評価はいずれも「A」となっています。

(目標) 秦野^{イコール} = 名水の里というイメージの定着

指 標	R 5 年度末	R 6 年度 目標値	達成評価
秦野名水ロゴマークの使用承認数(累計)	159 件	160 件	A
秦野名水名人講の会員数(累計)	53 名	40 名	A

ウ 課題の整理

(ア) イメージ定着のための効果的な情報発信の検討

情報発信媒体が限られている状況を踏まえ、幅広い層に届くような拡散性の高い媒体の活用が重要となっています。また、手軽に秦野名水を体験できる手段としてボトルドウォーターを効果的に活用する方法を検討する必要があります。

(イ) 「名水の里秦野」への理解を深める取組

エコスクールを中心に秦野名水に関連する環境教育を行ってきましたが、さらに多くの市民が秦野名水に関する知識が情報を学ぶ機会を提供し、その理解を深め郷土愛を育む必要があります。

(2) 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用

ア 具体的な個別の施策の評価

水道関連施設などの計画的な整備が完了しましたが、新たな親水施設の整備は、本体工事の進捗状況により未着工となっているため整備の推進が必要となっています。

また、森林セラピーロードへの活用により、ガイド企画のイベント、企業や団体からの依頼のイベントが増え、秦野名水に触れられる機会が拡大しました。

事業達成施策	現状維持施策	強化施策
3 件	3 件	2 件

イ 評価の指標について

点在する名水スポットを活用した名水めぐりコースの創設や森林セラピー体験イベント実施回数は目標値を上回り、達成評価はいずれも「A」となっています。

(目標) 多様な秦野名水めぐりコースの創設

指 標	R 5 年度末	R 6 年度 目標値	達成評価
秦野名水めぐりコース数 (累計)	7 コース	6 コース	A
森林セラピー体験イベント回数	36 回	14 回	A

ウ 課題の整理

(ア) 秦野名水を象徴する記念施設や水源の活用

歴史的な価値のある曾屋水道記念公園や紀伊の守水源を整備してきましたが、本町地区の中心部からやや離れていることもあり、まち歩きの拠点などの利活用が不十分な現状もあり、さらなる活用を推進する必要があります。

(イ) 観光の目玉となるような親水施設等の整備

地域経済を活性化するためには、観光の目玉となるような親水施設の整備が重要です。そのため、新たな施設の建設やまちづくりの機会をとらえて、整備を推進していく必要があります。また、既存の湧水・親水施設を整備し、これを新たな観光資源やシティプロモーションにつなげる必要もあります。

(3) 秦野名水を活用した個別商品のブランド化に対する支援

ア 具体的な個別の施策の評価

商品の差別化を図るため、秦野名水ロゴマークの使用促進を行ってきましたが、周知が十分でないこともあり令和4年度以降の使用承認件数は年間5件にとどまり伸び悩んでいます。

また、ボトルドウォーター「おいしい秦野の水」については、販売本数や販売店舗は増えていますが、ブランド力向上には十分につながっていない状況にあります。

事業達成施策	現状維持施策	強化継続施策
1 件	1 件	1 件

イ 評価の指標について

はだのブランド認証品の承認品数も目標値に達し、年間売上

高については徐々に増加傾向となっており、達成評価はいずれも「A」となっています。

(目標) 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

指 標	R 5 年度末	R 6 年度 目標値	達成評価
はだのブランド認証品（水関連商品）の年間売上額	42,076 千円	46,000 千円	A
はだのブランド認証品（水関連商品）の認証品数（累計）	7 品	7 品	A

ウ 課題の検証

(ア) 秦野名水ロゴマークの利用拡大

秦野名水を利用しているにも関わらず、ロゴマークを使用していない事業者が多い状況です。そのため、関係団体と協力しながら利用拡大を促進する必要があります。

(イ) 秦野名水ブランド商品の販路の拡大

ロゴマーク使用商品の販売数が増えることは、秦野ブランドの認知度を高めることにつながります。そのため、販路を拡大し、より多くの人々が商品に触れる機会を増やす必要があります。

(4) 市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進

ア 具体的な個別の施策の評価

秦野名水名人講座の修了者を中心に秦野名水名人講を組織し、名水名人とともに名水フェスティバルなどの啓発活動を行ってきました。しかし、「使う・守る・育てる・伝える」といった幅広い活動への取組が十分でない状況にあります。

また、特定非営利活動法人ウォーターエイドジャパンと連携した事業を通じ、発展途上国の水・衛生問題への支援を行い、秦野名水を活用したSDGsの取組を進めてきました。

さらに、かん養事業などにより健全で持続可能な水循環の保全を実施し、水収支は増加傾向にあります。新たな利活用は十分に進んでいない状況にあります。

事業達成施策	現状維持施策	強化継続施策
--------	--------	--------

0 件	5 件	2 件
-----	-----	-----

イ 評価の指標について

新規井戸により製造された新たな秦野名水ブランド商品が誕生しました。また、水循環の健全性の評価についても、目標値を達成し、達成評価はいずれも「A」となっています。

(目標) 新たな秦野名水の利活用

指 標	R 5 年度末	R 6 年度 目標値	達成評価
新規井戸の利活用数	1 件	1 件	A
水循環の健全性を評価する監視基準 井戸水位	121.5m (GL-4.7m)	121.6m (GL-4.8m)	A

ウ 課題の検証

(ア) 持続可能な新たな利活用

水収支が増加傾向にある中、保全と利活用のバランスをとりながら、利活用へ重点を移す時期に来ています。そのため、新たな利活用の可能性を検討し、利活用を促進する必要があります。

(イ) 秦野名水名人講による保全活動と利活用

秦野名水名人講を創設し会員数も増加していますが、活動の場が限られているのが現状です。そのため、専門知識を生かした秦野名水入門講座の実施や市施策への参画など、活動をさらに発展させる取組が必要となっています。

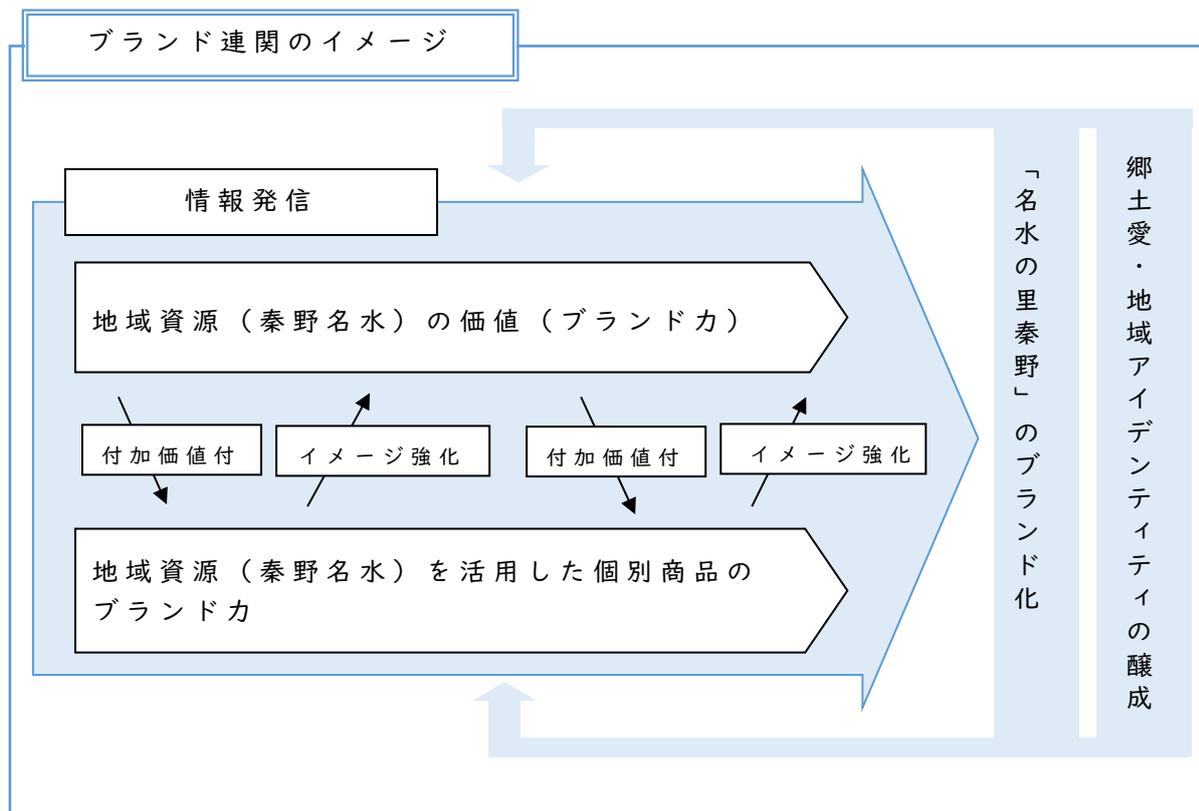
4 活用戦略の目的



「名水の里秦野」のブランド力向上と郷土愛の醸成

現状と課題を踏まえ、「秦野名水」を秦野固有の地域資源として位置付け、これを中心とした取組を戦略的に展開することで、認知度を高めるとともに「名水の里秦野」としてのブランド力を強化し、地域経済の活性化を図ります。さらに、人口減少や少子高齢化による地域活力の減少が見込まれる中、市民の郷土愛・地域アイデンティティを育み、地域コミュニティを活性化することで、地域の魅力を高め、定住促進や新たな交流人口を創出することを活用戦略の目的とします。

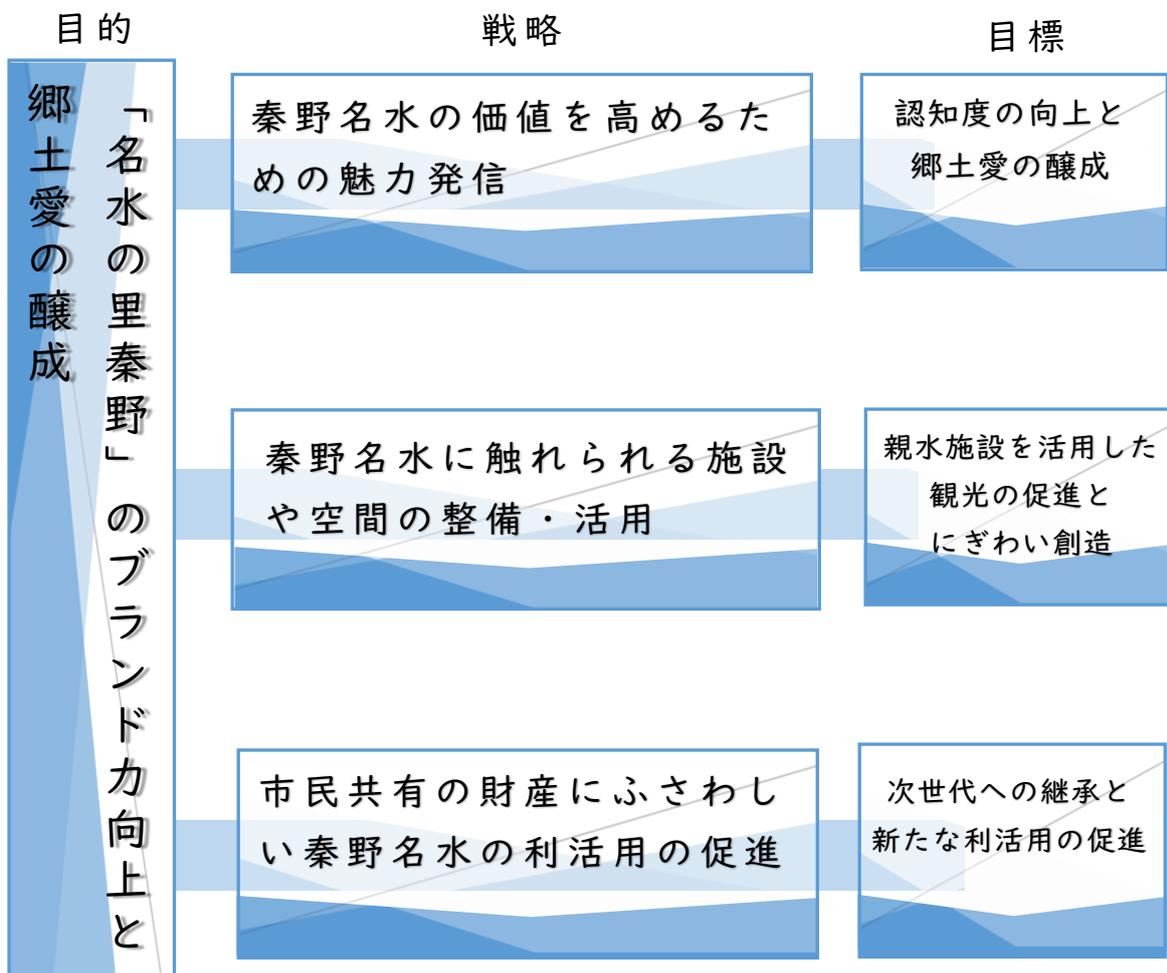
また、秦野名水を通じて、水の大切さや安全な水に対する意識を高めることで、SDGsの目標6「安全な水とトイレを世界中に」、目標17「パートナーシップで目標を達成しよう」の実現を推進します。



5 戦 略



活用戦略の目的を実現するためには、秦野名水の認知度を高め、秦野名水のブランド力を強化する必要があります。そこで、今後6年間で重点的に取り組む戦略を設定します。



(1) 秦野名水の価値を高めるための魅力発信

環境省の名水百選の認定、過去に地下水位の低下と化学物質による地下水の汚染という量と質に関する二つの危機を、市民・事業者・行政が一体となり乗り越えてきた取組み・歴史があることなど、市固有の地域資源である秦野名水の価値をさらに広めるためデジタルデバイスや様々な媒体を活用し、市内外に積極的に情報を発信していきます。

また、秦野名水を中心とした施策を推進し、市民の名水への理解を深めることで、「名水の里・秦野」に住むことへの誇りを育むことにより、郷土愛・地域アイデンティティの醸成を図り、地域全体の魅力を高めていきます。

《具体的な施策》

【秦野名水のPRの強化】

- ソーシャルメディアを活用した情報発信の強化を図るとともに、ブランドアンバサダー等による秦野名水の情報発信
- 名水百選選抜総選挙「おいしさが素晴らしい名水部門」第1位のボトルドウォーターを活用した秦野名水のPR
- スマートフォンなどのデジタルデバイスを活用した事業の推進
- 秦野名水フェスティバル等の啓発活動の充実、各種イベントにおける秦野名水のPR
- 地下水保全と関連する施策(自然環境保護、里地里山保全等)と連携した秦野名水の啓発
- 秦野名水ロゴマーク使用の拡大
- 秦野名水ロゴマーク使用商品のはだのふるさと寄附金返礼品登録の促進

【郷土愛・地域アイデンティティの醸成】

- エコスクールによる次世代を担う子供たちへの環境教育
- 名水名人講座などの各種講座による環境学習の実施

《目標》

認知度の向上と郷土愛の醸成

(2) 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用

市内各地に点在する湧水や名水スポットなど、秦野名水を直接感じ、触れることができる湧水・親水施設や緑豊かな自然や水辺の景観と調和した空間を整備することにより、観光やシティブロモーションに活用します。

さらに、観光の目玉となる名水・親水施設を整備することで、地域経済の活性化を図るとともに、まちなかのにぎわいを創造します。

《具体的な施策》

【湧水・親水施設の整備】

- 新東名高速道路秦野丹沢サービスエリアへの親水施設の整備
- 秦野駅北口周辺整備事業における名水スポットや親水施設の整備
- 地域コミュニティを活性化する秦野名水の拠点施設の整備と活用（まいまいの泉・弘法の清水など）

【湧水・名水スポットの活用】

- 曾屋水道記念公園と紀伊の守水源のまち歩き拠点への活用
- 埋もれている湧水等の調査、新たな名水めぐりコースの創設
- 森林セラピーロードへの秦野名水の活用

《目標》

親水施設を活用した観光の促進とにぎわいの創造

(3) 市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進

秦野名水名人講とともに、「使う・守る・育てる・伝える」という活動を通じて、先人から受け継いだ秦野名水を次世代へと引き継いでいきます。

また、地下水の質と量を守るための環境保全活動に地域コミュニティとともに取り組みます。

さらに、水収支が増加傾向にある中で、地下水保全をしながら、新たな利活用の可能性を探り、地域経済の活性化につながるような利活用を促進します。

《具体的な施策》

【次世代へ引き継ぐ保全活動】

- 秦野名水名人講による「使う・守る・育てる・伝える」活動の促進
- 継続的な監視調査や定期的な水質検査による安全な水の確保
- ネイチャーポジティブに貢献する谷戸や生き物の里などの環境保全
- 災害対策として、地域コミュニティを活用した災害時協力井戸や公共的な水場の管理

【持続可能な新たな利活用】

- 秦野名水の利活用指針に基づいた新規井戸や既存井戸（休止井戸を含む。）の地域経済の活性化に貢献する利活用
- 既存井戸の利用状況調査と井戸台帳の更新

《目標》

次世代への継承と新たな利活用の促進

6 評価の指標と推進体制



活用戦略の進捗の管理に当たっては、評価の指標を設定するとともに、評価・検証を行い、必要に応じて取組内容を見直すPDCAサイクルを重視し、その実効性を高めます。

なお、地下水利活用研究部会において評価・検証を行い、秦野名水利活用推進会議及び地下水利活用調整会議に報告するとともに、公表していきます。

(1) 評価の指標

目標年を戦略の最終年度である令和12年度とし、次のとおり目標値を設定します。

ア 認知度の向上と郷土愛の醸成

指 標	R 6 年度 現状値	R12 年度 目標値
S N S の フォロワー 数 (累 計)	370 件	5,000 件
秦野名水を活用した個別商品への秦野名水ロゴマークの使用承認数 (累 計)	55 件	300 件
秦野名水ロゴマークを使用したはだのふるさと寄附金タイアップ事業者の登録数 (累 計)	9 事業所	30 事業所
秦野名水入門講座の実施 (累 計)	1 講座 (参加者 35 名)	20 講座 (参加者 500 名)

イ 親水施設を活用した観光の促進とにぎわい創造

指 標	R 6 年度 現状値	R12 年度 目標値
秦野名水に触れられる施設や空間の整備箇所数 (累 計)	2 件	6 件
名水スポットを活用したまち歩きイベントの参加者数 (累 計)	300 人	5,000 人

ウ 次世代への継承と新たな利活用の促進

指 標	R 6 年度 現状値	R12 年度 目標値
秦野名水名人講の参加事業数 (累 計)	3 件 (参加者 6 名)	50 件 (参加者 500 名)
既存井戸の調査 (地区ごと) (累 計)	0 回	7 回

(2) 推進体制

ア 秦野名水利活用推進会議（主宰：市長）

- ・地下水の持続可能な利活用を図るための施策等の検討
- ・利活用の方針決定

イ 地下水利活用調整会議（主宰：環境産業部長）

- ・地下水の利活用に関する課題の調査・研究・検証

ウ 地下水利活用研究部会（主宰：環境共生課長）

- ・秦野名水のブランド活用に関する取組みの検討

(3) 公表

秦野市の公式ホームページにて公表します。

【資料】

第1期活用戦略における具体的な施策の実績評価

A：事業達成 5件（20%）事業が完了するなど施策目標を達成

B：現状維持 13件（52%）順調に目標は達成しているが継続が必要

C：強化継続 7件（28%）未整備又は現状では不十分のため強化が必要

現戦略の具体的な施策		実績評価	
1 秦野名水の魅力発信を高めるため	施新規	◎秦野名水名人講座を開催し、受講生による秦野名水名人講を創設	A
	既存施策の充実	○モニター広告、T V データ放送、S N S、Y o u T u b e、ブランドアンバサダー等による秦野名水の情報発信	C
		○秦野名水ロゴマークの名刺、チラシ、パンフレット等への使用拡充	B
		○秦野名水フェスティバル等の啓発活動の充実、各種イベントにおける秦野名水のP R	B
		○名水百選選抜総選挙「おいしさが素晴らしい名水部門」第1位のボトルドウォーターによる秦野名水のP R	C
		○エコスクールによる次世代を担う子供たちへの環境教育	B
		○地下水保全と関連する施策（自然環境保護、里地里山保全等）と連携した秦野名水の啓発	B
2 秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用	施新規	◎新東名高速道路秦野サービスエリアへの親水施設の整備	C
		◎埋もれている湧水等の調査、新たな名水めぐりコースの検討	B
		◎森林セラピーロードへの秦野名水の活用	B
	既存施策の充実	○水道関連施設のまち歩き拠点への活用	B
		○紀伊ノ守水源の計画的な整備	A
		○曾屋水道記念公園の再整備	A
		○秦野名水の拠点施設の再整備と活用（今泉名水桜公園・弘法の清水・まいまいの泉・秦野駅北口広場の水場）	C
○ハダ恋みっけもんの旅への新たな湧水めぐりの組み込み	A		
3 個別商品のブランド化に対する支援	施新規	◎はだのブランド認証品への付加価値の付与（秦野名水育ち、秦野名水仕込み等）	A
	既存施策の充実	○秦野名水ロゴマークの使用について、商店会・J A等への普及啓発	C
		○ボトルドウォーター「おいしい秦野の水」の商品価値の強化	B
4 秦野名水の利活用促進	施新規	◎秦野名水名人講による「使う・守る・育てる・伝える」活動	C
		◎秦野盆地地下構造の新モデルに基づく、持続可能な新たな利活用の可能性の検討	B
		◎秦野名水を通じたS D G s・社会貢献	B
	既存施策の充実	○地域で活躍する秦野名水名人による秦野名水の保全と利活用の推進	C
		○健全で持続可能な水循環の創造と監視	B
		○災害対策として、地域コミュニティを活用した災害時協力井戸や公共的な水場の管理	B
		○既存井戸（休止井戸を含む。）の有効活用の促進	B

令和7年（2025年）3月
秦野市 環境産業部 環境共生課
秦野市桜町一丁目3番2号
電話 0463-82-5111（代表）