

秦野名水のブランド活用に関する施策一覧

取組区分	取組・事業名	所管課	個票番号
1 秦野名水の保全 に関する取組み	地下水モニタリング事業	環境保全課	
	地下水定点モニタリング調査	環境保全課	
	汚染地下水浄化事業	環境保全課	
	深層地下水浄化事業	環境保全課	
	地下水観測事業	環境保全課	
	秦野盆地水理構造調査	環境保全課	
	地下水観測井調査	環境保全課	
	曾屋配水場系統調査	環境保全課	
	河川・湧水等流量調査	環境保全課	
	親水施設等の水質検査	環境保全課	
	地下水保全審議会	環境保全課	
	地下水汚染対策基金	環境保全課	
	地下水保全条例の運用	環境保全課	
	名水利活用指針の運用	環境保全課	
	名水利活用推進会議	環境保全課	
	名水スライム作り教室	環境保全課	
	石けん作り教室	環境保全課	
	地下水注入事業	経営総務課	
	水田涵養事業	経営総務課	
家庭用雨水浸透ます設置補助事業	経営総務課		
食育推進計画「水や環境に配慮した体験活動の 推進」	健康づくり課		

2 秦野名水の普及啓発に関する取組み	広報はだのPR掲載	広報課	
	ホームページ(ブランディングエリア)でのPR	広報課	
	モニター広告	広報課	
	秦野駅前水汲み場サイン表示	広報課	
	名水パンチングポップ作成	広報課	
	名水百選おいしさ日本一の横断幕作成	広報課	
	名水ミニのぼり旗作成	広報課	
	名水フェスティバル (環境保全課主催事業)	広報課	
	秦野名水講演会	環境保全課	
	地下水保全紙芝居	環境保全課	
	秦野名水ロゴマークの商標登録	環境保全課	
	名水のぼり旗の作成・配布	環境保全課	
	名水缶バッジの作成・配布	環境保全課	
	名水ピンバッジの作成・配布	環境保全課	
	環境セミナーの開催	環境保全課	
	ペットボトル事業(購入・配布・備蓄)	防災課	
	ペットボトル事業 祭り等での出店販売	営業課	
	ペットボトル事業曾屋水道国登録文化財登録記念物品の製造及び配布	営業課	
	はだのっ子アワードふるさと秦野検定部門	教育研究所	
	はだのっ子アワード体験活動部門	教育研究所	
	出前講座	経営総務課	

3	秦野名水（ブランド）の利活用に関する取組み	ペットボトル事業の展開	営業課	1
		mondセレクション取得申請	営業課	1再
		観光ボランティアによるハイキングツアー	観光課	2
		秦野名水さんぽ	環境保全課	3
		はだのエコスクール	環境保全課	4
		親水施設等の活用	環境保全課	5
		曾屋地下水導水管の整備	環境保全課	6
4	ブランド化（認証制度等）に関する取組み	環境省主催名水百選30周年記念～「名水百選」選抜総選挙参加	営業課	1再
		mondセレクション取得申請	営業課	1再
		秦野名水ロゴマーク使用承認	環境保全課	8
		地域ブランド育成事業	産業政策課	9
		秦野優良農産物登録認証	農産課	10
		秦野産材产地認証制度	森林づくり課	11
5	市外への情報発信の取組み、ティプロモーション	映像配信による秦野市及びおいしい秦野の水の宣伝	広報課	12
		ツイッターによる発信	広報課	13
		イベント連携によるPR	広報課	14
		広告によるPR	広報課	15
		映画製作を通じてのPR	広報課	16
		ペットボトル事業のHP掲載	営業課	1再
		高島屋横浜店のクリアランスセール参加	営業課	1再
		丹沢ボッカ駅伝無償提供	営業課	1再
		第70回秦野たばこ祭 70回記念事業	観光課	17
		移住・定住促進PR	企画課	18
		ふるさと秦野検定のデジタル化によるPR	教育研究所	19
		はだのふるさと寄附金特産品贈呈事業	資産経営課	20

6	秦野名水ブランドと連携することにより効果が期待できる取組み	スポーツイベントでの普及啓発活動 秦野市スポーツ協会の販売店登録	スポーツ推進課	21
			スポーツ推進課	22

個票1

課等の名称	営業課	取組区分	3、4、5		
1 取組名称（事業名）	「おいしい秦野の水」販売促進事業				
2 目的・効果	市内外に「名水の里・はだの」を広くPRすること、災害時における非常用飲料水として備蓄することを目的に、ペットボトル「おいしい秦野の水・丹沢の雪」の製造、販売を促進する。また、本市水道水のおいしさをPRし、市民に水道事業への関心と理解を深めてもらうようする。				
3 概要	ペットボトル「おいしい秦野の水・丹沢の雪」の製造、販売 非常時用に防災備蓄倉庫へ備蓄				
4 事業費	H28決算見込(円)	11, 297, 783円			
	H29予算(円)	14, 677, 000円			
5 関係法令・関連計画等	ボトルドウォーター「おいしい秦野の水・丹沢の雪 -」無償提供に関する基準				
6 実績	平成28年度 販売実績 141, 120本 無償提供 10, 896本	環境省主催名水百選30周年記念～「名水百選」選抜総選挙おいしさがすばらしい名水部門 第1位獲得（平成27年）			
	丹沢まつりへ出店、丹沢ボッカ駅伝等全国規模の事業へ無償提供 本商品のHP掲載及び関係団体によるインターネット販売の実施 曾屋水道国登録文化財登録記念物品の製造及び配布（平成29年度） 高島屋横浜店が実施するクリアランスセールへ参加（平成29年度）				
7 課題	市外への販売店の確保 (送料が高額になり、確保が難しいため)				
8 今後の展望・方向性	販売店の確保を促進とともに、モンドセレクションに出品し、さらなるブランド化を図る。（予算積算済）				
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果					

個票2

課等の名称	観光課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）	観光ボランティアによるハイキングツアー 「湧水の里ウォーキングツアー」		
2 目的・効果	観光ボランティアとともに湧水スポットなどを巡ることにより、秦野の名水への理解を深め、親しみを持ってもらう秦野市観光協会主催のハイキングツアー。		
3 概要	平成29年10月3日開催予定。コース（弘法の清水→寿徳寺→向原湧水→今泉湧水→まいまいの泉→小藤川湧水→千年の社の水→カルチャーパーク→金井酒造）。 秦野市観光協会では、上記のようなツアーを開催するほか、秦野の名水を巡るガイドマップ「秦野の水めぐり」を発行するなどし、秦野の名水のPRを行っている。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等		—	
6 実績		—	
7 課題		—	
8 今後の展望・方向性		—	
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票3

課等の名称	環境保全課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）		名水さんぽ	
2 目的・効果		市民共有の財産として先人達から受け継いできた秦野名水の湧水池や歴史的施設を巡り、生活に密着した秦野名水を知ってもらうことで、それらを保全する意識と郷土愛を育む意識の高揚を図るもの。	
3 概要		市民を対象に参加者を募り、約7~8kmの行程のウォーキングを行うもの。市内湧水地、市内配水場等を巡りながら、「秦野名水」に直に触れることにより、かけがえのない市民共有の財産である「秦野名水」を理解してもらい、それを後世に引き継いでいくことの大切さを考えてもらうとともに、ふるさと秦野への誇りと愛着を深めてもらうため、春と秋の年2回実施。	
4 事業費	H28決算見込(円)	4,800	
	H29予算(円)	0	
5 関係法令・関連計画等			
6 実績	参加者（春・秋合計） H27：29名 H28：36名		
7 課題		リピーターが多く、新規参加者が増加しないため、通常では見ることができない施設を巡るなど、プレミア感をどのように盛り込んでいくのかを模索しながら、効果的な募集PR方法の検討が必要。	
8 今後の展望・方向性		SNSなどを活用し、事業の様子をインターネットで公開するなど、この事業の魅力を広めたい。	
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票4

課等の名称	環境保全課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）	はだのエコスクール		
2 目的・効果	環境基本計画（第2次計画）に基づき、小学校等における環境教育を支援するために実施するもの。		
3 概要	平成19年度からスタートした地域での環境教育制度。対象は保育園・幼稚園・小学校・中学校・高等学校・大学で、地下水に関しては、平成20年度から実施。希望のあった施設を訪問し、紙芝居や実験などを通じて、名水のはなしをするもの。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	
	H29予算（円）	—	
5 関係法令・関連計画等	環境基本計画		
6 実績	H27：小学校（4校）313人 H28：こども園（2園）198人 小学校（3校）380人		
7 課題	紙芝居やパワーポイントなど、子ども達の興味をひくような授業のほか、利き水体験など実験的な要素を組み込みながら実施してきたが、さらに魅力的な授業方法を検討する必要がある。		
8 今後の展望・方向性	地下水モニタリング事業において進行中のプロセクションマッピングなどを活用しながら、地下水のしくみをわかりやすく説明していく。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票5

課等の名称	環境保全課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）	親水施設等の活用 (まいまいの泉、どうめいの泉)		
2 目的・効果	宅地開発や河川整備等によって自然の親水空間が身近に少なくなってきた中、本市の地下水と身近に接することのできる貴重な空間となっている。		
3 概要	まいまいの泉・・・名水に直接触れていただくための公共の水場として、南公民館敷地内に平成12年に整備したもの。 どうめいの泉・・・宅地開発により不明となった「どうめいの湧水」にちなんで命名された閑静な住宅街の児童遊園地内にある湧水。 ともに、地下水監視用に掘った井戸を利用して、地下水を自噴させている。		
4 事業費	H28決算見込(円) H29予算(円)	— —	
5 関係法令・関連計画等		—	
6 実績		—	
7 課題	どうめいの泉の排水は、隣の市水道の排水と合流し排水管へ流れ込むが、排水管がつまり、排水溝があふれ出すことがあるため、公園管理担当課と連携しながら、湧水地の管理を進める必要がある。		
8 今後の展望・方向性	地下水に親しむことを目的に設置した湧水地であることから、今後も、長く、訪問者が利用できるよう管理していく。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票6

課等の名称	環境保全課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）	曾屋地下水導水管の整備		
2 目的・効果	水無川は水量が少ないため、一定の水量がないと、汚れてしまうため、水質浄化のための水量確保に役立っている。また地域の消防水利として活用されている。		
3 概要	旧曾屋配水場系の地下水については、平成11年度に実施された名水復活事業により、旧曾屋配水場から桜橋まで導水管が付設（延長約800m）され、日本町第一～第三取水場の水源（日量約4,000t）が有効に利用されている。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等	—		
6 実績	<ul style="list-style-type: none"> 旧曾屋配水場にこの水源を利用して平成11年12月にせせらぎと池を整備。メダカの学校曾屋分校として人口のビオトープとなっている。 市制施行50周年を記念して平成18年1月に名ミニ庭園を整備 		
7 課題	管が経年劣化している部分もあるため、定期的に補修工事が必要である。		
8 今後の展望・方向性	曾屋水道については、平成29年6月に県内で初めて国登録記念物として新規登録され、貴重な文化財となったことから、今後も秦野の水の歴史的意義をPRしながら、せせらぎを管理していく。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票7

課等の名称	環境保全課	取組区分	3
1 取組名称（事業名）	地中熱利用設備設置要綱の制定		
2 目的・効果	再生可能エネルギーのひとつである地中熱の利用について、市民共有の財産である地下水の質と量の保全を図るため、設備の設置要綱を制定し、市民の健康と生活環境を守るもの。		
3 概要	地中の温度は外気温と比べると年間を通して変化が小さいことをを利用して地中との間で熱交換を行うシステムが地中熱利用設備であるが、水道水源の約7割を地下水に依存している現状と、過去に地下水が汚染された歴史があることから、地中利用設備の設置にあたり、地下水汚染の危険がない施設とするよう要綱を制定したもの。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	
	H29予算(円)	—	
5 関係法令・関連計画等	地下水保全条例		
6 実績	平成28年4月に地中熱利用促進協会の協力を得て、地中熱利用設備設置要綱を制定。		
7 課題	本市は地下水が豊富であることから地中熱利用のポテンシャルが高い地域であるが、過去の地下水汚染の歴史から、市民共有の財産である地下水の利用には規制をかけている。		
8 今後の展望・方向性	地下水がない浅層の地盤でも高効率で機能する地中熱利用設備等の技術的な進歩に期待し、再生可能エネルギーの利用促進の一助として、地下水を守りながら秦野スタイルの地中熱利用を図っていきたい。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票8

課等の名称	環境保全課	取組区分	4		
1 取組名称（事業名）	秦野名水ロゴマーク使用承認				
2 目的・効果	秦野市域に存在する地下水を水源とする水である「秦野名水」をその特徴として利用した製品、施設、広報媒体等に使用することで、その価値及び認知度を高め、市民共有の財産として先人たちから受け継いできた名水を将来にわたって持続的に利活用していくもの。				
3 概要	平成28年10月に商標登録した「秦野名水」ロゴマークについて、その価値及び認知度を高めるため、「秦野名水」ロゴマーク使用基準に基づき、使用申請のあった件について承認し、「秦野名水」を広めていくもの。				
4 事業費	H28決算見込(円)	—			
	H29予算(円)	—			
5 関係法令・関連計画等	秦野名水利活用指針 秦野名水ロゴマーク使用基準				
6 実績	平成29年4月末現在、類計46件 一般：23件 販売（POP、パッケージ）、 ポロシャツ、名刺など 行政：23件 看板、啓発ハガキ、封筒、 パンフレット等の印刷物など				
7 課題	民間からの使用申請件数が少ないため、啓発用ステッカーやのぼり旗を作成し、承認のあった事業者に配布するなど、普及のための工夫が必要。				
8 今後の展望・方向性	平成28年3月に環境省が実施した名水百選選抜選挙で「おいしさが素晴らしい名水部門」において全国第1位を獲得したことを契機に、民間事業者の製品等への使用を通じて、「秦野名水」ロゴマークを全国に広めるなど、あらゆる機会を通じて、本市が名水の里であることをアピールしたい。				
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果					

個票9

課等の名称	産業政策課	取組区分	4
1 取組名称（事業名）	地域ブランド育成事業		
2 目的・効果	秦野市内の農商工関係者の集まりである「はだのブランド推進協議会」で秦野市が自慢できるものをブランド品として認証することで、商品を全国にPRし、地域経済の活性化を図ることを目的としている。		
3 概要	地域資源をブランドとして確立し、秦野の魅力を全国に発信するとともに、販路拡大による地域活性化を図る。		
4 事業費	H28決算見込(円)	収入：3,414,998 支出：2,620,536	
	H29予算（円）	収入：3,349,413 支出：3,349,413	
5 関係法令・関連計画等	はだのブランド推進協議会設置要綱、 はだのブランド認証要綱、		
6 実績	平成24年度から平成28年度までの間に5回の審査会を開催し、計28点を認証している。		
7 課題	はだのブランドが秦野市の総合ブランドにふさわしい多様なジャンルの商品を認証することにより、既存ブランド事業等との差別化を図る必要がある。		
8 今後の展望・方向性	協議会や審査会を通して、秦野市ならではの商品やサービスを全国にPRし、総合ブランドとしての確立を目指す。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票10

課等の名称	農産課	取組区分	4
1 取組名称（事業名）	秦野優良農産物登録認証 (農産物ブランド化推進事業)		
2 目的・効果	消費者に優先的に選ばれるとともに、新鮮かつ安全で安定的に供給されるために実施。		
3 概要	<p>要件 : ①秦野産、②環境保全型農業の実践③安全・安心の保持（GAP手法を実施していること）、④高い品質（品目毎の基準を満たしていること）</p> <p>審査・認証 : 地産地消推進部会（市都市農業振興計画推進委員会の専門部会）で審査、市で認証</p>		
4 事業費	H28決算見込(円)	373,854円	
	H29予算（円）	461,000円	
5 関係法令・関連計画等	秦野市都市農業振興計画		
6 実績	5団体等（29名）		
7 課題	・制度のPR不足		
8 今後の展望・方向性	・認証件数を増やしていく（市都市農業振興計画・目標値H32までに9件）		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票11

課等の名称	森林づくり課	取組区分	4
1 取組名称（事業名）	秦野産材产地認証制度		
2 目的・効果	本制度を活用し、秦野産材の需要拡大を図るもの。		
3 概要	秦野産材を取り扱う林業関係者で「秦野産材活用推進協議会」を設立し、認証材を出荷とともに、ブランド化を図るためのPR活動を展開		
4 事業費	H28決算見込(円)	150,000	
	H29予算(円)	150,000	
5 関係法令・関連計画等	なし		
6 実績	<認証材出荷件数> 平成27年度：8件 平成28年度：13件		
7 課題	秦野産材を取り扱う市内事業者が限られている。		
8 今後の展望・方向性	秦野産材活用住宅助成制度（快適な住まいづくり補助金）と連携を図りながら、引き続き需要拡大を図る。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票12

課等の名称	広報課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	映像配信による秦野市及びおいしい秦野の水の宣伝		
2 目的・効果	「秦野名水」にちなんだ映像をインターネットや駅前の大型サイネージなどで発信することでの秦野名水の知名度向上を目的とします。		
3 概要	委託業者または、職員が制作した秦野名水にちなんだ映像等を、Y o u T u b e、デジタルサイネージ、小田急線車内モニター（O T V）で発信したり、D V D化したりして、プロモーション活動を実施します。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等	秦野市公式youtubeアカウント運用方針		
6 実績	<ul style="list-style-type: none"> ・市政60周年記念動画 ・県立秦野高等学校チアリーディング部V I G O R Sとのコラボ映像 ・秦野駅前のデジタルサイネージへの宣伝ほか 		
7 課題	視聴者がどれだけ市内を訪れたり、市の経済効果へ貢献しているかが検証しにくい。		
8 今後の展望・方向性	ただ、映像数を増やすということではなく、コンセプトやターゲットを明確にした、市や秦野名水の魅力が伝わり、話題性になるような映像を作ります。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票13

課等の名称	広報課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	ツイッターによる発信		
2 目的・効果	イベント情報や行政情報を市内外の人にタイムリーに発信するために実施することを目的とします。		
3 概要	ソーシャルネットワークサービス（SNS）の一つ「ツイッター」において、秦野市の情報を得るために市のアカウントに登録している市内外の人に、「秦野名水」にちなんだイベントや事業などを随時配信しています。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等	秦野市公式ツイッター運用方針		
6 実績	フォロワー数 5316人 (6月28日現在)		
7 課題	人の興味関心はすぐに新しいものへと移るので、タイムリーな情報を常に発信できるようにします。		
8 今後の展望・方向性	引き続き、秦野名水にちなんだイベント等の紹介や参加を呼びかけるなどをし、市及び秦野名水の知名度向上を図っていきます。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票14

課等の名称	広報課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	イベント連携によるPR		
2 目的・効果	市外からの来場者が多いイベントで秦野名水の宣伝活動をすることによる知名度向上を目的に実施します。		
3 概要	民間企業や、他自治体、公共団体等と共同で事業を開催することで、本市だけでは集客できない数、層をターゲットに市の魅力及び秦野名水をPRでき、市の知名度向上、交流人口増加を図ります。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算(円)	—	—
5 関係法令・関連計画等	—		
6 実績	川崎競馬場 たばこ祭記念特別レース 横浜高島屋秦野名水プロモーション 横浜そごうお中元コーナーでの販売 ハダ恋桜キャンペーン ハダ恋山恋キャンペーン		
7 課題	効果の検証が測れない。		
8 今後の展望・方向性	企業等との共同イベントでのPRについては、「秦野名水」及び本市の知名度向上が図られるかを関係各課と協議し、効果が見られるということであれば、積極的に参加していきたい。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票15

課等の名称	広報課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	広告によるPR		
2 目的・効果	人通りが多く、宣伝効果が高いことが見込まれる場所に広告を出すことで、市及び秦野名水の向上を図ります。		
3 概要	ホームページや公共交通、公共スペース、市外施設等で宣伝することで、市内だけでは集客できない数、層をターゲットに市の魅力及び秦野名水をPRをし、市の知名度向上、交流人口増加を図ります。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算(円)	—	—
5 関係法令・関連計画等	—		
6 実績	ホームページのトップページ (ブランディングエリア) 新宿アルタ前大型ビジョン (平成29年9月予定) 小田急線新宿駅構内看板 ロマンスカーラルバFREE		
7 課題	効果の検証が測れない。		
8 今後の展望・方向性	知名度向上が図られるかを関係各課と協議し、効果に期待できそうな広告物等があれば、積極的に掲載していきたい。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票16

課等の名称	広報課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	映画製作を通じてのPR		
2 目的・効果	本市の豊かな自然、水環境を題材とした映画の制作関係者と秦野名水のプロモーションをともに行い、映画とともに秦野名水の知名度を向上させることを目的とします。		
3 概要	秦野市が舞台の映画「じんじん～其の二～」の制作、PRを補助を目的に民間が立ち上げた団体「映画じんじん秦野編応援団」の活動のサポートや、同じく本市を舞台とした日本映画大学の生徒制作による映画「沢のぼり」を上映等に合わせて秦野名水の知名度向上を図ります。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	
	H29予算(円)	—	
5 関係法令・関連計画等	—		
6 実績	映画じんじん～基の二～ロケ地ガイドマップ 平成29年2月 秦野市での特別先行上映会 平成29年7月 北海道剣淵町での特別先行上映会 平成29年8月 栃木県足利市でのじんじんサミット及び特別先行上映会 平成29年8月 秦野名水フェスティバルでの「沢のぼり」上映		
7 課題	効果の検証が測れない。		
8 今後の展望・方向性	効果に期待できそうな広告物等があれば、知名度向上が図られるかを関係各課と協議し、積極的に掲載していきたい。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果			

個票17

課等の名称	観光課	取組区分	5		
1 取組名称（事業名）	第70回秦野たばこ祭 70回記念事業				
2 目的・効果	祭りのコンセプトを従来からの「火」に加え、記念事業では「水」をテーマにしたイベントを展開することで、秦野の名水のPRにつなげる。				
3 概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「スーパーオープニングパレード」にミス日本「水の天使」「みどりの女神」が参加。 ・市民参加型の散水・放水を行うミニショー「ウォーターアクションin秦野たばこ祭」（主管：秦野青年会議所）を実施。 ・「火と水」をコンセプトにした打ち上げ花火を実施。 				
4 事業費（秦野たばこ祭全体）	H28決算見込(円)	54,144,459円			
	H29予算（円）	66,200,000円			
5 関係法令・関連計画等	—				
6 実績	—				
7 課題	—				
8 今後の展望・方向性	—				
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果					

個票18

課等の名称	企画課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）	移住・定住促進PR		
2 目的・効果	秦野市への移住・定住を促進するため		
3 概要	有楽町にある「ふるさと回帰支援センター」などで、「ONE DAY」を配布している。（名水秦野についての記載有り）		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算(円)	—	—
5 関係法令・関連計画等	—		
6 実績	—		
7 課題	—		
8 今後の展望・方向性	—		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果	—		

個票19

課等の名称	教育研究所	取組区分	5		
1 取組名称（事業名）	ふるさと秦野検定デジタル化				
2 目的・効果	<p>「はだのっ子アワード」の趣旨である秦野の自然、風土、産業、伝統、文化その他の地域資源を生かした学習機会における子どもたちの努力を顕彰し、ふるさと秦野を愛する子どもたちを育むために実施する。</p>				
3 概要	<p>本市に関する自然や文化、歴史等幅広い事項について、秦野市の刊行物より出題している。ホームページに掲載することで、毎年7月下旬に実施している「ふるさと秦野検定」に参加しない児童・生徒にも取組みやすくする。また、予てから要望があつた一般市民にも広く取組んでもらう。</p>				
4 事業費	H28決算見込(円)	—			
	H29予算（円）	—			
5 関係法令・関連計画等	はだのっ子アワード				
6 実績	<p>毎年、150名程度の児童・生徒が1～3級を受験し、1級合格者は「はだのっ子アワード」を表彰式にて市長より受賞する。</p>				
7 課題	事業費の拡大				
8 今後の展望・方向性	<p>この夏、タブレットが各小学校に配置され、ICTの活用がふるさと秦野検定をデジタル化にして可能となり、効果的に活用する。 また、市民や市外からの来訪者が、より秦野を知る機会となるようコンテンツの活用について関係各課と連携を図る。</p>				
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果					

個票20

課等の名称	資産経営課	取組区分	5
1 取組名称（事業名）		はだのふるさと寄附金特產品贈呈事業	
2 目的・効果		本市への寄附に対する返礼として特產品等を贈呈し、寄附実績を高めるため。	
3 概要		6,000円の寄附に対する返礼品として水を設定している。上下水道局には水代金及び送料で1件あたり3,000円の支払いをしている。	
4 事業費	H28決算見込(円)	282,000	
	H29予算(円)	250,000	
5 関係法令・関連計画等		—	
6 実績		平成28年度において94件の希望があつた。	
7 課題		特になし	
8 今後の展望・方向性		今後も引き続き秦野の水を返礼品に設定していく	
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果		秦野市の環境の良さ等を全国にアピールできる。	

個票21

課等の名称	スポーツ推進課	取組区分	6
1 取組名称（事業名）	スポーツイベントでの普及啓発活動		
2 目的・効果	市内外から参加するイベント参加者に向けた普及啓発と秦野名水（ブランド）の周知につながる。		
3 概要	市やスポーツ協会主催事業を始め、関連団体や後援している事業で、保全などの周知活動やペットボトルの販売を行う。		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等	都市公園条例等		
6 実績	カルチャーパーク内自動販売機やおおね公園内販売店ではペットボトルを販売している。		
7 課題	大小さまざまなイベントがある中で、市や関連団体に普及啓発活動のための人員を割くことは実情からすると難しい。普及啓発を行うDVDの作成（配布）やペットボトル販売の手続き簡素化など、イベントでの普及啓発活動が担当部局などの負担にならないように検討することが必要ではないか。		
8 今後の展望・方向性	市主催事業で普及啓発コーナー（無人）は可能であると考える。ペットボトル販売は（個表2にも関連するが）販売者としてスポーツ協会を登録するなどできればと考える。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果	参加者に秦野市のPRができるとともに、適切な水分補給を行っていただくことで、事故等の防止につながることが期待できる。		

個票22

課等の名称	スポーツ推進課	取組区分	6
1 取組名称（事業名）	秦野市スポーツ協会の販売店登録		
2 目的・効果	秦野名水（ブランド）の利活用となるペットボトルの販路拡大につながる		
3 概要	スポーツ協会が主催・受託する事業などでペットボトルを販売する		
4 事業費	H28決算見込(円)	—	—
	H29予算（円）	—	—
5 関係法令・関連計画等	都市公園条例 第3次行革推進プラン実行計画		
6 実績	なし		
7 課題	都市公園条例第7条（行為の制限）に該当する行為となるため、市長の許可を得る必要がある。		
8 今後の展望・方向性	スポーツ協会の体制整備や事業を実施する施設を所管する部署等との調整を図る。		
9 秦野名水のブランドと連携することにより期待できる効果	スポーツ協会は本市のスポーツ振興を担う中核的な団体であり、自立した健全経営を目指していることから、自主財源の確保につなげることができる。		