

秦野名水の活用戦略案に対するパブリック・コメントの実施結果
について

1 意見募集期間

令和2年8月18日（火）から同年9月17日（木）まで

2 意見募集の周知方法

広報はだの8月15日号及び市ホームページ

3 公表方法

- (1) ホームページへの掲載
- (2) 公民館、図書館及び駅連絡所における閲覧
- (3) 本庁舎行政情報閲覧コーナーにおける閲覧
- (4) 環境共生課における閲覧

4 意見提出方法

郵送、FAX、電子メール及び持参の方法による

5 提出された意見の内容及びその取扱い等

内容分類	件数	意見等への対応区分（※）				
		A	B	C	D	E
1 活用戦略の趣旨・位置付け	1	1				
2 計画期間	0					
3 現況と課題	8		2	6		
4 活用戦略の目的	2			2		
5 戦略	26		7	18		1
6 評価の指標と推進体制	3			3		
計	40	1	9	29		1

※ 意見等への対応区分

A：意見等の趣旨等を構想に反映したもの

B：意見等の趣旨等は既に構想に反映されていると考えるもの

C：今後の取組みにおいて参考とさせていただくもの

D：構想に反映できないもの

E：その他（感想、質問等）

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
1	1	P1の「活用戦略の趣旨・位置付け」について 位置付けの説明がされていない。『平成30年3月の秦野市行財政調査会 財政適正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を作成しました。』という文を挿 入した方が分かり易いのではないか。	A	いただいた御意見のとおり、修正しました。
2	3	P2の「現状と課題」について 新総合計画でも記載されているEBPM(Evidence-based Policy Making、エビ デンスに基づく政策立案)がなされていない。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考に させていただきます。 今後、エビデンスを積み上げてまいります。
3	3(1)	「取組みに対する統一性や一貫性がない」ことについて 「秦野名水」の取り組みは、様々な部署が本市の基本構想や基本計画、そ れぞれの行政計画に位置づけて、その目的達成に向かっていている。取組みに 「統一性や一貫性がない」ということは、基本構想や基本計画、それぞれの 行政計画に問題や課題があると受け止めるべきか。この「戦略素案」からは 読み取ることができない。 それぞれの行政計画は統一性や一貫性に欠け、一見、分散的に見えるよう だが、最終的には方向性や目的が一致しており、特に問題視することはない。 仮に「統一性や一貫性がない」ということで、「秦野名水」の取り組み に支障をきたし、かつ「実効性を高める」上で、問題を引き起こしていると すれば、その具体を示すべきである。この問題提起は、更に丁寧な検証と説 明が必要であると考えます。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考に させていただきます。
4	3(1)	他の課を含めて全庁的に実施して欲しい。	B	行財政最適化支援報告書「秦野名水のブラン ド活用について」を課題として受け、活用戦略 を策定するものです。 いただいた御意見のとおり、実施してまい ります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
5	3 (1)	<p>「取組みに対する統一性や一貫性がない」ということにつきましては、部署間で課題を共有するという目標を立てるのもよいですが、ここは思い切って「秦野名水活用戦略課」などの名称を付けた部署を新設して動きやすいチームを発足させてみてはいかがでしょうか？</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、活用戦略を基に、関連部署等全庁的に統一した取組みを実施してまいります。</p>
6	3 (2)	<p>「『はだのブランド』における付加価値が明確でない」ことについて 本市が「秦野名水」にたどり着くまでには、様々な紆余曲折があった。いわゆる3つの危機、第1は1970年代前後に発生した、全国同時多発の水不足、地下水低下がある。第2は1980年代前後に全国的に頻発した「工場等からの地下水汚染」。秦野市は平成元年1月に地下水汚染が発覚し、甚大な損害を被った。最後に第3の危機は、損害賠償請求にまで発展した「水の利活用」のあり方が問われた裁判事例である。 一方、環境省の名水百選では「秦野盆地湧水群」が選ばれ、地下水の保全のための取り組みなどが進み、平成28年3月には、環境省名水百選選抜選挙の「おいしさがすばらしい名水部門」で全国第1位を獲得している。 既に付加価値は明確化しており、この上、何を付加価値として追加すべきなのか非常に理解に苦しむところである。これまで辿ってきた秦野市の「水の危機」から「秦野名水」に至るまで、全てがストーリーそのものである。今後も「秦野名水」の成り立ちを誇りに、後世に伝えていくべきである。</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 秦野名水フェスティバル等の啓発事業を通して発信していきます。 「秦野名水名人講座」を受講、修了した者で構成する「秦野名水名人講」を創設し、「秦野名水」を次世代、市内外に普及促進していきます。</p>

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
7	3 (2)	<p>「『はだのブランド』における付加価値が明確でない」については、まず商品（ペットボトルの水など）が地元を含め、他の地域によく知られていないと思います。水と自然をモチーフにした新しい Mascot キャラクターを一般から公募して、アピールできるような体制を作ってみてはいかがでしょうか？</p> <p>キャラクターに水をテーマにしたストーリーで子供向けにお話を作っていくと話題も広がってTVやネットでも紹介されやすくなると思います。</p> <p>美味しいお水は女性にも受けると思います。仕事で疲れている女性や健康志向、美肌などに関心のある人なら興味あるのではないのでしょうか？</p>	B	<p>キャラクターについては、くずはの広場にすむ「もりりん」がいます。</p> <p>また、水をテーマとした子供向け話については、「もりりん」を始め、「どんぐりん」、「かめ吉」、「ぴよん子」、「わっきい」、「ちっすい」などのキャラクターが登場する「地下水保全紙芝居」があります。この紙芝居は、小学校、幼稚園等を対象とした環境学習支援事業「はだのエコスクール」でも利用しています。</p> <p>これらのキャラクターや紙芝居の活用を拡充するよう取組んでまいります。</p> <p>女性向けの御意見については、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p>
8	3 (3)	<p>「市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進」について</p> <p>本市は過去に3つの「水の危機」に見舞われたと言われている。今、この歴史の詳細を知る市民も少なくなったと思う。しかも、これらの「水の危機」の解決は、もっぱら行政主導で、市民と情報を共有してこなかった経緯がある。少なくとも第1の危機、第2の危機を社会問題として捉えて、市民と情報を共有し、協働して問題解決に当たっていたならば、大きく展開が変わっていたのではないかと想像に難くない。</p> <p>「ピンチはチャンス」と言うが、「水の危機」で社会問題化した事例として、全国に名を馳せた地方自治体がある。奇しくも秦野市と同じ運命にあった福井県大野市の「水の危機」への取組みが私たちに教訓を残している。それは1970年代の「井戸枯れ」と地下水低下である。この「水の危機」が官民協働で、地下水は地域共有の水循環の上に成り立つ貴重な資源であることが認識され、当たり前であった水に対する「ありがたさ」という「水への恩返し事業」の取組みに繋がったのである。この取組みは単なる「郷土愛・地域アイデンティティの醸成」といった精神主義ではなく、今日的に言えば「使った分以上に、自然界に戻していく」という、ごく当たり前の水循環の思想、「天然水の森の構想」の先駆けになっていった。その後、観光振興や企業誘致、研究活動の活性化、交流人口の増加を誘引したということが「一般財団法人 水への恩返し財団」からも報告されている。まさに福井県大野市の「水の危機」との関わりは、現実に目を向け、半世紀をかけて行政と市民が一丸となって、「名水百選」に押し上げてきた「水資源の自治」の所産でもあった。</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p> <p>活用戦略を基に、関連部署等全庁的に統一した取組みを実施してまいります。</p>

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
	(前項から 続き)	<p>顧みて、本市が提案する「市民共有の財産にふさわしい秦野名水の利活用の促進」へのヒントは、ここにあるのではないかと思う。「秦野名水」の本当の復活は、凌ぎを削っている1000銘柄とも言われているミネラルウォーターと横並びを目指すことではない。目先の利益ではなく、50年前に忘れ去られたことを、もう一度、50年後、100年後に託すように、「市民共有の財産」とは何かを、様々な角度から問いかけながら、たとえ「統一性や一貫性がない」と言われようが、あらゆる行政分野から戦略・戦術を総力で打ち出していくべきではないかと考える。</p>		(前項から続き)
9	3 (3)	<p>「市外からの観光客を受け入れる環境が整備されていない」については、秦野には湧水群はいろいろな方法で紹介されていると思いますが、ただ、「ここにこういう泉があります」的な感じだと思います。泉によりスペースの制約もあると思いますが、まずは泉周辺の整備（ゆったりと休憩できるテーブルやベンチの設置、小規模な売店の設置、スタンプラリーや謎解きのような掲示板の設置など）や交通アクセスの整備（1日に何便か「湧水群めぐり路線バス」の運行やシャトルバスなど）も必要だと思います。</p> <p>土日祝日でイベントを開催して泉めぐりでスタンプを集めるとグッズや水の商品がもらえる、新しく作ったキャラクターがどこかの湧水群に居て会えるなどもいいかもしれません。</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p> <p>なお、夏休み期間中に、主に小学生を対象とした「秦野名水巡りクイズラリー」を実施し、回答者にグッズ（キャラクターはもりりん）をプレゼントしています。</p> <p>また、湧水地等を巡るイベントとして「秦野名水さんぽ」を開催しています。</p>
10	4	<p>P3に「安全な水とトイレを世界中に」とある。SDGsの目標は分かるが、一般の人は秦野のイメージを崩すのではないか。トイレではなく環境整備としたらどうか。</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p> <p>なお、「安全な水とトイレを世界中に」はSDGsの目標であるため変更はできませんが、水の環境整備も取り組むべき課題と考えています。</p>
11	4	<p>SDGsの目標6、17の実現について 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、目標6：安全な水とトイレを世界中に、目標17：グローバルパートナーシップを活性化することなど、には繋がらないのではないか。</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p> <p>なお、8ページに示している「秦野名水を通じたSDGs・社会貢献」を行ってまいります。</p>

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
12	5	各項目において、《具体的な施策》にて【新規施策】と【既存の施策の充実】があるが内容は具体的ではなく概要となっている。 また、担当者数からすると既存、新規ともに掲げた施策全てが実行できるとは思えない。担当部署で実施すること、市内外のボランティアやNPOなどと連携して実施してもらうものと分類をすべきと考える。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、秦野名水名人講の会員と連携することを考えています。
13	5 (1)	秦野の水を使用している飲食店や居酒屋に「秦野の水使ってます」等のステッカーや広告を貼ってもらう。それにQRコードを添付し、正しい情報へのリンクに飛ばす。	B	5ページに示している「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」とは、秦野名水を使用している場合、申請により、名刺、店舗のポスター、パンフレット、商品の包装などに「秦野名水ロゴマーク」を使用することをいいます。この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。 QRコードの御意見については、今後の取組みの参考にさせていただきます。
14	5 (1)	飲食店、個人のSNSで、秦野名水がおいしいなどの投稿をしてもらう。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、秦野名水公式Instagramを開設し、情報を発信しています。
15	5 (1)	秦野市民は、水がおいしいのが当たり前になっているので、外から見た視点でピーアールを検討して欲しい。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 「はだのふるさと大使」や「はだのブランドアンバサダー」からの発信を検討してまいります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
16	5 (1)	過去にもあった利き水大会を実施してはどうか。他の名水と比較したり、市内名水同士で比較したり。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、秦野市市民の日や秦野名水フェスティバルで実施している利き水コーナーを、引続き実施していきます。
17	5 (1)	文化との融合がないので実施して欲しい。俳句、和歌、書道など。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、環境ポスターや環境標語の募集を実施しています。いただいた御意見を含め、この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。
18	5 (1)	東名上の横断幕に「ようこそ丹沢へ 名水の里 はだの」があるが、「おいしい秦野の水 丹沢の雫」が日本一になったので、日本一を使って欲しい。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、日本一はボトルドウォーター「おいしい秦野の水～丹沢の雫～」について頂いた評価ですが、秦野名水全体の知名度アップにつながるよう検討してまいります。
19	5 (1)	「秦野名水の価値を高めるための魅力発信」では、 ①新しいキャラクターを公募でつくる。 ②キャラクターとともにまずは神奈川県内のイベントなどに便乗してアピールする。 ③子供を中心にキャラクターグッズやストーリー（おいしい水を大切にしている元気になって困っている人を助ける、悪いヤツからあちこちにある湧水群を守る、といった感じで）で興味を持たせて、話題を家庭に持ち帰らせることで情報を大人へも広める。 ④渋沢駅前出張所の外壁に湧水群マップを掲示（駅から出てバス停までの間にすぐ目に付きます）する。 ⑤出張所内にスタンプラリー用のスタンプと台紙を用意する。 ⑥子供限定でキャラクターのシールを配布する。 など	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、キャラクターグッズについては、「もりりん」のグッズがあります。また、ストーリーについては、「もりりん」を始め、「どんぐりん」、「かめ吉」、「びよん子」、「わっさい」、「ちっすい」などのキャラクターが登場する「地下水保全紙芝居」がありますので、これらの活用を拡充するよう取組んでまいります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
20	5 (1)	市外に秦野名水の魅力をPRする必要があると思います。 広報はだのや公式ホームページ、SNSで市外に対して、秦野名水の情報発信ができますが、それだと観光PRとしては弱いと思います。水は実際に見たり飲んだりしないと、魅力が伝わりづらいと思います。 そこで、市外のイベントで、ブース出展するなどしてははいかがでしょうか。	B	5ページに示す「各種イベントにおける秦野名水のPR」とは、市内外のイベントに出展しPRすることをいいます。この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。
21	5 (1)	P5の【新規施策】の秦野名水名人講座を開催し、会員数を目標40名にする取組みをすることは良いことだが、具体的に何をして魅力発信をするのか分からない。	E	「秦野名水名人講座」を受講、修了した者が、行政主導の施策から市民力を生かした「秦野名水名人講」の構成員となります。「秦野名水名人講」は、「秦野名水」を次世代、市内外に普及促進することを目的とした「伝える名人」となります。 「秦野名水名人講」の活動内容は、はだのエコスクール、秦野名水さんぼ等の事業に参加し、将来的には「秦野名水名人講」主体で啓発事業を行っていくことを目標とします。
22	5 (2)	ばらばらに散って交通アクセスの悪い湧水地に行かずとも秦野駅か各公共施設に秦野の名水が飲める仕組みをつくる。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。
23	5 (2)	サービスエリアの親水施設のイメージが噴水と聞くが、噴水で秦野のイメージが上がるとは思えない。水だけを見せるのではなく、秦野を訪れた人が直接名水を汲める施設の設置など、もう一押し工夫してほしい。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 中日本高速道路株式会社と協議中ですが、いただいた御意見も踏まえて、検討してまいります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
24	5 (2)	<p>「秦野名水に触れられる施設や空間の整備・活用」では、</p> <p>①湧水群ごとに休憩してゆったりと水を味わえるスペース（イス、テーブル、売店）の設置。</p> <p>②秦野駅、渋沢駅前ロータリーの一角にアンテナショップのようなブースを設けて商品の水、秦野の水を使った料理のレトルトやお酒などの販売、またはそれらをその場で味わえるレストランの併設、水と自然を紹介した掲示物の展示、これから湧水群を歩き回る人のために水を持ち帰るボトルやハイキングに必要なグッズの販売など。</p> <p>③湧水群へのアクセスの整備</p> <p>ただ「こんなコースがありますよ」と紹介するのではなく、電車でぶらっと来たハイキング、登山客のために湧水めぐり路線をつくる。 など</p>	C	<p>いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p> <p>なお、駅周辺には「おいしい秦野の水」を販売している店舗があります。</p> <p>また、主要な湧水や親水施設を掲載した「名水マップ」を作成しています。</p>
25	5 (3)	<p>駅売店、スーパー、観光案内窓口、駅構内自動販売機等でおいしい秦野の水を販売する。</p>	B	<p>市内外におけるペットボトルの販売取扱いにつきましては、平成24年度末には27店舗でしたが、現在では50以上の店舗で取り扱っていただけるようになりました。今後も、多くの店舗等で取り扱っていただけるよう取り組んでまいります。</p>
26	5 (3)	<p>「おいしい秦野の水」を、もっと市民の目に触れ、飲んでもらえるようにして欲しい。駅売店、スーパー、コンビニ等で販売して欲しい。パッケージはインパクトがあるものにした方が良い。</p>	B	<p>現在、市内外で50以上の店舗で販売していただいておりますが、今後も多くの店舗で販売していただけるように取り組んでまいります。</p> <p>また、ラベル（パッケージ）につきましては、これまで3回リニューアルして、コンペや公募等によりデザインを作成してまいりましたが（このほかに記念ラベルを3回作成）、今後の取組みの参考にさせていただきます。</p>

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
27	5 (3)	「おいしい秦野の水」の災害備蓄品を活用する戦略がない。市民に配布すると反響があると思う。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、総合防災訓練において、参加者に配布しております。
28	5 (3)	秦野の水で育った農産物、樹木、森林、生物や、秦野の水から生まれた副産物（小麦粉からケーキへ）などと波及して欲しい。	B	7ページに示している「秦野名水ロゴマークの使用について、商店会・JA等への普及啓発」とは、秦野名水を使用している場合、申請により、名刺、店舗のポスター、パンフレット、商品の包装などに「秦野名水ロゴマーク」を使用できますが、このことを、商店会・JA等に広く普及啓発することをいいます。 いただいた御意見を含め、この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。
29	5 (3)	水に直結したものに豆腐が挙げられる。名水使用が1店舗だけでなく、他の豆腐店へも広げて欲しい。	B	7ページに示している「秦野名水ロゴマークの使用について、商店会・JA等への普及啓発」とは、秦野名水を使用している場合、申請により、名刺、店舗のポスター、パンフレット、商品の包装などに「秦野名水ロゴマーク」を使用できますが、このことを、商店会・JA等に広く普及啓発することをいいます。 いただいた御意見を含め、この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
30	5 (3)	7ページに秦野名水を活用した個別商品とあるが、名水で育てた農作物(水耕、温室など)にも付加価値が出る。是非、含めて欲しい。	B	7ページに示している「秦野名水ロゴマークの使用について、商店会・JA等への普及啓発」とは、秦野名水を使用している場合、申請により、名刺、店舗のポスター、パンフレット、商品の包装などに「秦野名水ロゴマーク」を使用できますが、このことを、商店会・JA等に広く普及啓発することをいいます。 いただいた御意見を含め、この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。
31	5 (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」では、 ①ブランドマークに使うシールなどにも新しく作った親しみやすく愛らしいキャラクターを入れて認知度を高める(子供向け、女子向けも高いと思います)。 など	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、秦野名水を使用している場合、申請により、名刺、店舗のポスター、パンフレット、商品の包装などに「秦野名水ロゴマーク」を使用することができます。
32	5 (3)	「おいしい秦野の水」は商売になっていないので、市長部局で所管したほうがよいのではないか。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、市長部局では、イベント等において普及啓発物品として配布しています。このことが、市内外に秦野名水の魅力を発信し、「おいしい秦野の水」の宣伝につながっていると考えています。
33	5 (3)	P7のブランド化に対する支援について これまで、秦野名水は、水道局が防災の位置付けでボトリングしており、ブランドにはなっていない。例えば、環境共生課では水の安全性などを担当し、観光課でブランド化を、産業振興課で流通・販売などを担当するようできないのか。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、「おいしい秦野の水」は、はだのブランド推進協議会が主催する「みつけもん秦野」のブランド認証を受けております。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
34	5 (4)	北地区、南地区だけでなく、東地区でもボーリング調査をしたらどうか。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。
35	5 (4)	地下水かん養制度を拡大したらどうか。各家庭の敷地内浸透や、透水性舗装材による駐車場整備など。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、地下水かん養域において、家庭用雨水浸透ますの設置に補助をしています。この事業の拡充を図るよう取組んでまいります。 また、本庁舎駐車場の一部及び西庁舎駐車場に透水性舗装を実施しています。
36	5 (4)	8ページの災害対策で、各公民館に災害用の井戸の設置が出来ないか、検討して欲しい。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 なお、南公民館にあるまいまいの泉が自噴井戸であり、災害時に使用できると考えています。 また、公民館ではありませんが、カルチャーパークせせらぎ水路の水源として設置した井戸を災害時生活用水として活用します。
37	5 (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」では、 ①人気が高まって各スポットに人が集まってきたときの泉周辺の保守点検、および名水名人講やボランティアによる見回り ②子ども名水名人を創設して段も作って興味を持たせる。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。
38	6 (1) ア	PR実績予定数を入れたらどうでしょうか。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 多様な情報発信の方法で、PRの実績を積み上げてまいります。

「秦野名水の活用戦略案」に対するパブリック・コメントに寄せられた市民からの御意見・提案等

No.	活用戦略案 該当箇所	御意見・提案等の概要	区分	御意見等に対する考え方
39	6 (1) ウ	年間売上額の目標が5年で200万円増は少ない。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 200万円以上の達成を目指します。
40	6 (1) ウ	P 9のウ 販売網拡大について 年間売上額がR 1(44,000千円)→R 6(46,000千円)となっているが低いのではないかと。	C	いただいた御意見は、今後の取組みの参考にさせていただきます。 200万円以上の達成を目指します。