



秦野名水の活用戦略(案)

令和2年(2020年)8月
秦野市

目次

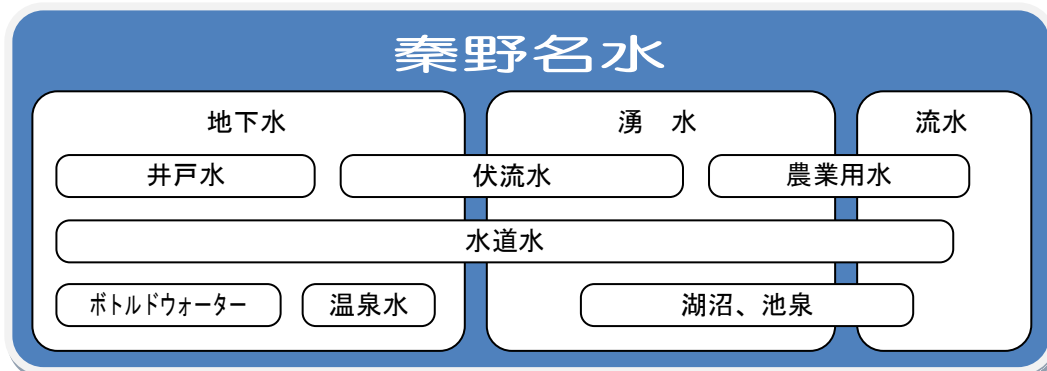
1	活用戦略の趣旨・位置付け	1
2	計画期間	1
3	現況と課題	2
4	活用戦略の目的	3
5	戦 略	4
6	評価の指標と推進体制	9



「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



人口減少・少子高齢化が進展する中で、限られた資源（ヒト・モノ・カネ）を効率的に活用し、最大限の効果を引き出すためには、施策の実施に当たり、その「目的・手段・効果」に一貫性・整合性を持たせる必要があります。

そこで、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。）』を策定しました。

なお、活用戦略の推進に当たっては、「秦野市地下水総合保全管理計画」及び「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、令和2年度から令和6年度までの5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。

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、職員で構成する地下水利活用研究部会において、現状と課題を整理しました。

(1) 取組みに対する統一性や一貫性がない。

秦野名水のブランド活用に係る施策について、情報発信は広報を、地域資源を活用した生産物は産業及び農業を所管する部署など、役割により担当部署が分かれており、取組みに統一性や一貫性がない。取組みのブレや迷いをなくし、実効性を高めるため、秦野名水を中心に、目的・ビジョンを明確にし、関係各課等で共有する必要がある。

(2) 「はだのブランド」における付加価値が明確でない。

はだのブランドは、「秦野生まれ」、「秦野育ち」、「秦野発」を条件とする個別商品を取りまとめた総合ブランドとして位置付けているが、秦野のブランドを確立させていくためには、「日本一おいしく、価値の高い水でつくられており、おいしい」といった地域特性を生かした差別化につながるストーリー（付加価値）を与えることが重要である。そのため、秦野名水をブランド体系の柱の一つとして位置付け、他の商品と差別化されるための地域特性を生かした付加価値を与える必要がある。

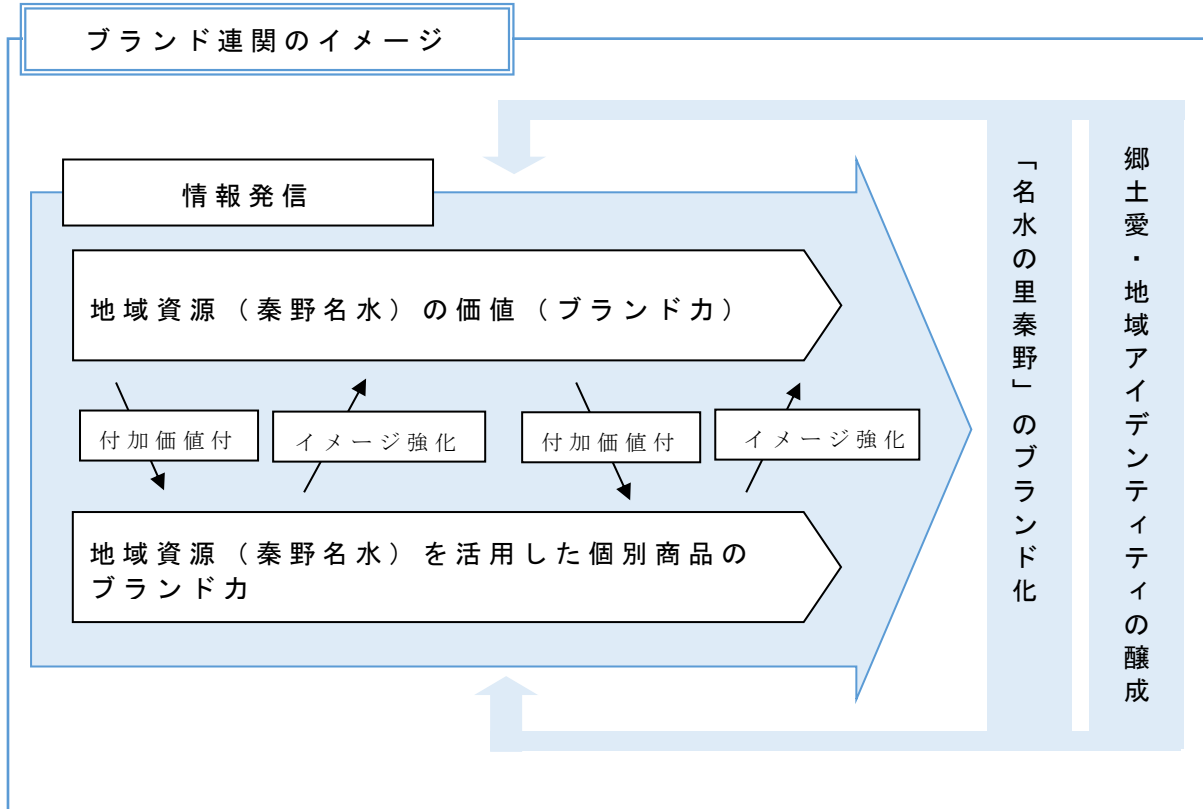
(3) 市外からの観光客を受け入れる環境が整備されていない。

湧水群を歩くイベントは行われているが、山や桜と比べると秦野名水は、市外からの観光客を受け入れるまでの環境が整っていない。市外の人に向けた環境整備は、結果として市民にとっても憩いの空間となっていくという効果も期待できる。費用対効果に考慮しながら、湧水施設等の整備について検討していく必要がある。

「名水の里秦野」のブランド力向上と 市民の郷土愛・地域アイデンティティの醸成

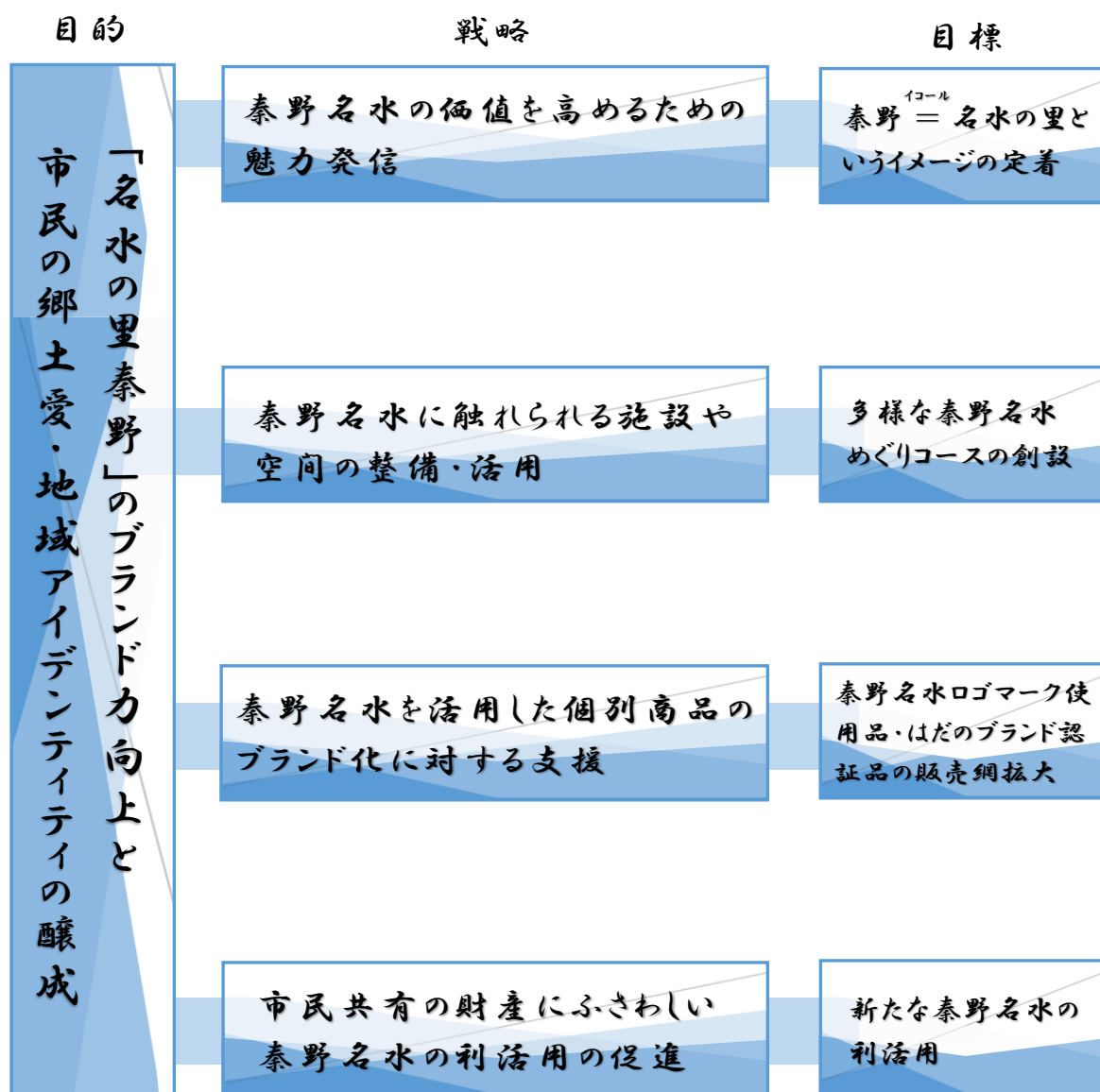
現状と課題を踏まえ、「秦野名水」を秦野固有の地域資源として位置付け、「秦野名水」を中心とした活用戦略を展開することで、秦野の知名度の向上及び地域経済の活性化を推進し、『「名水の里秦野」のブランド力向上と市民の郷土愛・地域アイデンティティの醸成』を図ることを活用戦略の目的とします。

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。





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、今後5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様々な媒体を通じて、市内外に積極的に情報を発信していきます。

市民力を生かした秦野名水の保全と利活用に取り組むことで、秦野名水への理解を深め、名水の里・秦野に住む誇りを感じてもらい、郷土愛・地域アイデンティティの醸成を図ります。

名水の里秦野の魅力である名水を育む豊かな自然、おいしい水道水、名水が育む新鮮な地場産の農産物などについて、市内外へ情報を発信し、交流人口・関係人口・定住人口の増加に寄与します。

《具体的な施策》

【新規施策】

- ◎ 秦野名水名人講座を開催し、受講者による秦野名水名人講を創設

【既存施策の充実】

- モニター広告、TVデータ放送、SNS、YouTube、ブランドアンバサダー等による秦野名水の情報発信
- 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
- 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
- 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位のボトルウォーターによる秦野名水のPR
- 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
- 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

《目標》

秦野^{イコール} = 名水の里というイメージの定着

(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曾屋水道など、秦野名水を直接感じ、触れることができる湧水・親水施設や空間を整備し、観光やシティプロモーションに活用します。

《具体的な施策》

【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
- ◎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
- ◎森林セラピーロードへの秦野名水の活用

【既存施策の充実】

- 水道関連施設のまち歩き拠点への活用
- 紀伊ノ守水源の計画的な整備
- 曾屋水道記念公園の再整備
- 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）
- ハダ恋みっけもんの旅への新たな湧水めぐりの組込み

《目標》

多様な秦野名水めぐりコースの創設

(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

消費者にとって分かりやすく、受け入れやすいように、地域特性を生かした差別化につながるストーリー（付加価値）を与えることで、秦野名水を活用した個別商品のブランド力の強化を図ります。

《具体的な施策》

【新規施策】

◎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）

【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・JA等への普及啓発

○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

《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

(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

秦野名水名人とともに、「使う・守る・育てる・伝える」活動をすることで、先人から受け継いだ秦野名水を後世へと引き継いでいきます。

将来にわたって持続的に秦野名水を利活用していくため、量と質の保全への配慮や秦野名水の名声を高めるなどの要件を備えた市民共有の財産にふさわしい利活用を促進します。

《具体的な施策》

【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
- ◎ 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
- ◎ 秦野名水を通じたSDGs・社会貢献

【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
- 健全で持続可能な水循環の創造と監視
- 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
- 既存井戸（休止井戸を含む。）の有効活用の促進

《目標》

新たな秦野名水の利活用

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、必要に応じて取組み内容を見直す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、公表してまいります。

(1) 評価の指標

目標年を戦略の最終年度である令和6年度とし、次のとおり目標値を設定します。

ア 秦野＝名水の里というイメージの定着

指 標	R 1 現状値	R 6 目標値
秦野名水ロゴマークの使用承認数（累計）	81件	160件
秦野名水名人講の会員数（累計）	0名	40名

イ 多様な秦野名水めぐりコースの創設

指 標	R 1 現状値	R 6 目標値
秦野名水めぐりコース数（累計）	0コース	6コース
森林セラピー体験イベント回数	7回	14回

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

指 標	R 1 現状値	R 6 目標値
秦野ブランド認証品（水関連商品）の年間売上額	44,000千円	46,000千円
秦野ブランド認証品（水関連商品）の認証品数（累計）	4品	7品

エ 新たな秦野名水の利活用

指 標	R 1 現状値	R 6 目標値
新規井戸の許可数	0件	1件
監視基準井戸の警戒水位（117m）以上	121.8m	121.6m

(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。

令和2年（2020年）8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）