

施策評価シート

施策等名称	『ち』地域の食文化を大切に守り、伝えます	体系番号	0101010801
		主管課	健康づくり推進課

1 施策基本情報

現状と課題	食生活様式の多様化、核家族化が進む中で、食文化を守り伝えることが難しくなっています。地場産食材を購入できるスーパーなどの直売所を利用している人は、20～70歳代77%となっています。(2016年市民アンケート)また、主な郷土の味に対する認知度は、20～70歳代69%となっています。(2016年市民アンケート)茅野産食材に愛着を持ち、昔から食べ継がれてきた食文化を大切に、次世代に伝えていく必要があります。
めざす将来像 (あるべき姿、基本的な考え方)	育てる・見る・聞く・触る・知る・感じる・食べる体験を通して茅野産食材を家庭で取り入れていくことができるようにし、郷土の味や行事食などの食文化を大切に守り伝えていく人を増やします。

施策指標	指標名称	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値	2027年度目標値
	①	主な茅野産食材に関する認知度 小学5年生	主な茅野産食材に関する認知度(%) 小学5年生	53.00	57.00
②	主な茅野産食材に関する認知度 中学2年生	主な茅野産食材に関する認知度(%) 中学2年生	47.00	54.00	60%以上
③	主な茅野産食材に関する認知度 20～70歳代	主な茅野産食材に関する認知度(%) 20～70歳代	64.00	72.00	80%以上
④	主な郷土の味に対する認知度 小学5年生	主な郷土の味に対する認知度(%) 小学5年生	35.00	38.00	40%以上
⑤	主な郷土の味に対する認知度 中学2年生	主な郷土の味に対する認知度(%) 中学2年生	33.00	37.00	40%以上
⑥	主な郷土の味に対する認知度 20～70歳代	主な郷土の味に対する認知度(%) 20～70歳代	69.00	75.00	80%以上

施策の柱1	名称	茅野産の食材に愛着をもち、味わう	主管課	健康づくり推進課			
	詳細	地産池消を進め、給食に活用する中で、茅野産食材を味わい、生産者との交流や自分で作ってみる体験を通して茅野産食材に愛着を持てるよう、食育をすすめます。					
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
	1	地元でとれた食材を購入する人の増加	地元でとれた食材を購入するために直売所やスーパーを利用している人の割合(%)20～70歳代	77.00	79.00 80%以上	1 食育事業(再掲)	実施
	2				2		
	3				3 4 5 6		

基本政策間連携

施策の柱2	名称	郷土の味、旬の味、行事食等を守り伝える	主管課	健康づくり推進課			
	詳細	郷土の味(旬、行事食等)を食べる機会を増やしたり、由来を聞いたり、一緒に料理を作る体験を通して、郷土の味や旬の味、行事食に愛着を持ち、次の世代へ郷土の味を伝えます。					
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分	
	1	料理教室参加者数	各種料理教室の参加者数(人)(子育てママ、男性料理、親子料理、郷土料理講座)	185	190 200	1 食育事業(再掲)	実施
	2				2		
	3				3 4 5 6		

基本政策間連携

施策の柱3	名称		主管課			
	詳細					
	まちづくりの目標指標	指標の説明(単位)	計画策定時	2022年度目標値 2027年度目標値	柱を構成する主要事務事業	区分
	1				1	
	2				2	
	3				3 4 5 6	

基本政策間連携

施策等名称	『ち』地域の食文化を大切に守り、伝えます	体系番号	0101010801
		主管課	健康づくり推進課

## 2 指標等の推移と変動要因

体系区分	成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
指標No.		中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)					
<b>施策</b>	主な茅野産食材に関する認知度	53.00	69.00	64.00	71.00	69.00	55.00	60.00
1	小学5年生	57.00	121.05	112.28	124.56	121.05	96.49	105.26
変動要因等	2018年度	小学5年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
	2019年度	小学5年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
	2020年度	小学5年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
	2021年度	小学5年生の認知度は、減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
	2022年度	小学5年生の認知度は、大幅に減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
	2023年度	小学5年生の認知度は、昨年度、大幅に減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れたり、地場産団体との交流会などを通して、関心を高めている。						
<b>施策</b>	主な茅野産食材に関する認知度	47.00	59.00	60.00	56.00	64.00	54.00	58.00
2	中学2年生	54.00	109.26	111.11	103.70	118.52	100.00	107.41
変動要因等	2018年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
	2019年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
	2020年度	中学2年生の認知度は、減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
	2021年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
	2022年度	中学2年生の認知度は、大幅に減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
	2023年度	中学2年生の認知度は、昨年度、大幅に減少した。学校給食に、地場産食材を取り入れ、おたよりを通して、関心を高めている。						
<b>施策</b>	主な茅野産食材に関する認知度	64.00	62.00	57.00	61.00	62.00	55.00	58.00
3	20～70歳代	72.00	86.11	79.17	84.72	86.11	76.39	80.56
変動要因等	2018年度	20歳～70歳代の認知度は、やや減少した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけや、健康づくり推進課で寒天の紹介を行ったがPR不足だった。						
	2019年度	20歳～70歳代の認知度は、減少した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけや、健康づくり推進課で郷土食のレシピ集を作成したが、PR不足だった。						
	2020年度	20歳～70歳代の認知度は、増加した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけをしている。						
	2021年度	20歳～70歳代の認知度は、増加した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけをしている。						
	2022年度	20歳～70歳代の認知度は、大幅に減少した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけをしている。						
	2023年度	20歳～70歳代の認知度は、昨年度、大幅に減少した。保育園、学校の食育便りで、保護者への呼びかけをしている。						
<b>施策</b>	主な郷土の味に対する認知度	35.00	53.00	46.00	52.00	51.00	47.00	54.00
4	小学5年生	38.00	139.47	121.05	136.84	134.21	123.68	142.11
変動要因等	2018年度	小学5年生の認知度は、増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
	2019年度	小学5年生の認知度は、昨年より減少した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
	2020年度	小学5年生の認知度は、昨年より増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
	2021年度	小学5年生の認知度は、昨年より減少した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
	2022年度	小学5年生の認知度は、昨年より減少した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
	2023年度	小学5年生の認知度は、昨年より増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、児童に関心を持たせた。						
<b>施策</b>	主な郷土の味に対する認知度	33.00	56.00	55.00	51.00	56.00	59.00	63.00
5	中学2年生	37.00	151.35	148.65	137.84	151.35	159.46	170.27
変動要因等	2018年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
	2019年度	学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
	2020年度	学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
	2021年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
	2022年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
	2023年度	中学2年生の認知度は、増加した。学校給食に取り入れ、おたよりや、校内放送で、生徒に関心を持たせた。						
<b>施策</b>	主な郷土の味に対する認知度	69.00	71.00	70.00	72.00	69.00	72.00	74.00
6	20～70歳代	75.00	94.67	93.33	96.00	92.00	96.00	98.67
変動要因等	2018年度	20歳代～70歳代の認知度は、やや増加した。保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介した。						
	2019年度	保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介した。健康づくり推進課で郷土食のレシピ集を作成した。						
	2020年度	保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介した。						
	2021年度	保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介している。						
	2022年度	保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介している。						
	2023年度	保育園、学校のおたよりを通じて、保護者にPRした。また、料理教室や、広報を通じて季節の料理や郷土料理を紹介している。						

施策等名称	『ち』地域の食文化を大切に守り、伝えます	体系番号	0101010801
		所管課	健康づくり推進課

No.	成果指標名	計画策定時	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
		中間目標値	実績値 / 達成率(実績値÷目標値)					
柱1	地元でとれた食材を購入する人の増加	77	75	80	88	83	82	79
		1	79	94.94	101.27	111.39	105.06	103.80
変動要因等	2018年度	地元でとれた食材を購入する20歳代～70歳代の人は、やや減少した。季節によっては、もっと購入していると思われる。						
	2019年度	季節によっては、もっと購入していると思われる。						
	2020年度	季節によっては、もっと購入していると思われる。						
	2021年度	季節によっては、もっと購入していると思われる。						
	2022年度	季節によっては、もっと購入していると思われる。						
	2023年度	地元でとれた食材を購入する20歳代～70歳代の人は、やや減少した。季節によっては、もっと購入していると思われる。						
柱2	料理教室参加者数	185	234	230	39	-	82	118
		1	190	123.16	121.05	20.53	-	43.16
変動要因等	2018年度	料理教室参加者数は、やや増加した。新たに郷土料理講座を開催したため。						
	2019年度	料理教室参加者数は、横ばいだった。						
	2020年度	新型コロナウイルス感染拡大防止のため、親子料理教室、血圧が気になる人の料理教室のみ、感染防止対策をして実施した。						
	2021年度	新型コロナウイルス感染症の影響で、料理教室は開催できなかった。						
	2022年度	新型コロナウイルス感染症の影響で、料理教室は開催できていなかったが、親子料理教室は開催することができた。						
	2023年度	親子料理教室の参加者を増やすことができた。						

施策等名称	『ち』地域の食文化を大切に守り、伝えます	体系番号	0101010801
		主管課	健康づくり推進課

3 評価・改革改善

(単位:円)

項目	2018年(前年度比)		2019年(前年度比)		2020年(前年度比)		2021年(前年度比)		2022年(前年度比)		2018年~2023年(総括)	
	投資額	事業費(円)	302,699	305,165	1.01	57,809	0.19	454,193	7.86	434,107	0.96	457,068
うち一財(円)		37,144	39,133	1.05	45,694	1.17	274,948	6.02	333,084	1.21	319,895	0.96
(2018年~2023年(総括)については2023年の実績を記載)	増減理由(一般財源前年度比±10%以上の場合に記載)					新型コロナウイルス感染拡大防止のため、イベントや料理教室が開催できなかったため。		予算の組替あり。				
進捗評価	順調		おおむね順調		おおむね順調		おおむね順調		おおむね順調		おおむね順調	
評価	主な取組内容や成果	親子料理教室を開催し、郷土料理の紹介をしたり、各種講座の調理実習に、郷土料理を取り入れ、家庭に取り入れてもらうようにした。もっと、レシピを紹介してほしいとの声をいただくなど、興味を持っていた。	郷土料理のレシピ集を作成し、乳幼児健診で保護者に配布した。各種講座の調理実習に、郷土料理を取り入れ、家庭に取り入れてもらうようにした。もっと、レシピを紹介してほしいとの声をいただくなど、興味を持っていた。	郷土料理のレシピ集を、乳幼児健診で保護者に配布した。親子料理教室に、郷土料理を取り入れ、家庭に取り入れてもらうようにした。もっと、レシピを紹介してほしいとの声をいただくなど、興味を持っていた。	郷土料理のレシピ集を、乳幼児健診で保護者に配布した。親子料理教室に、郷土料理を取り入れ、家庭に取り入れてもらうようにした。もっと、レシピを紹介してほしいとの声をいただくなど、興味を持っていた。	(R4評価)郷土料理のレシピ集を、乳幼児健診で保護者に配布した。もっと、レシピを紹介してほしいとの声をいただくなど、興味を持っていた。	(総括評価)料理教室や郷土料理のレシピ集を活用し、郷土料理の紹介をしている。	郷土料理のレシピ集を、乳幼児健診で保護者に配布した。料理教室や郷土料理のレシピ集を活用し、郷土料理の紹介をしている。				
	課題	郷土料理に関心はあるが、作り方がわからない、面倒、おいしくないなどの課題がある。食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。	郷土料理に関心はあるが、作り方がわからない、面倒、おいしくないなどの課題がある。食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。	郷土料理に関心はあるが、作り方がわからない、面倒、おいしくないなどの課題がある。食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。	郷土料理に関心はあるが、作り方がわからない、面倒、おいしくないなどの課題がある。食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。	(R4評価)郷土料理に関心はあるが、作り方がわからない、面倒、おいしくないなどの課題がある。食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。	(総括評価)食文化を継承していくには、受け入れることができる味にしていく必要がある。					
改革・改善	改革・改善内容	郷土料理レシピ集を作成し、作り方を伝えるとともに、受け入れられやすい食材の使い方や、いわれも一緒に伝えていく。	ホームページにレシピを掲載したり、ビーナネットに動画を配信する。若い世代に郷土料理のレシピを配布し、気軽に家で調理できるように伝えていく。また、現代風にアレンジして伝えていくことも必要と思われる。	ホームページにレシピを掲載したり、ビーナネットに動画を配信する。若い世代に郷土料理のレシピを配布し、気軽に家で調理できるように伝えていく。また、現代風にアレンジして伝えていくことも必要と思われる。	ホームページにレシピを掲載したり、ビーナネットに動画を配信する。若い世代に郷土料理のレシピを配布し、気軽に家で調理できるように伝えていく。また、現代風にアレンジして伝えていくことも必要と思われる。	(R4評価)ホームページにレシピを掲載したり、ビーナネットに動画を配信する。若い世代に郷土料理のレシピを配布し、気軽に家で調理できるように伝えていく。また、現代風にアレンジして伝えていくことも必要と思われる。	(総括評価)ネット等を利用し、若い世代に伝えていく。	ホームページにレシピを掲載したり、ビーナネットに動画を配信する。若い世代に郷土料理のレシピを配布し、気軽に家で調理できるように伝えていく。また、現代風にアレンジして伝えていくことも必要と思われる。				
	施策の柱等の重点化	重点化する施策の柱 重点 事務事業	2	2	2	2	2	2	2			
理由	郷土料理の紹介と、いわれを紹介し、家庭に取り入れ、次世代に伝えていくようにする。	郷土料理を食べたり、作ったりする機会が少なくなっているため、ネット環境を利用したり、料理教室等をおとして、若い世代に伝えていく。郷土食が家庭に取り入れられ、次世代に伝わっていくとよい。	郷土料理を食べたり、作ったりする機会が少なくなっているため、ネット環境を利用したり、料理教室等をおとして、若い世代に伝えていく。郷土食が家庭に取り入れられ、次世代に伝わっていくとよい。	郷土料理を食べたり、作ったりする機会が少なくなっているため、ネット環境を利用したり、料理教室等をおとして、若い世代に伝えていく。郷土食が家庭に取り入れられ、次世代に伝わっていくとよい。	郷土料理を食べたり、作ったりする機会が少なくなっているため、ネット環境を利用したり、料理教室等をおとして、若い世代に伝えていく。郷土食が家庭に取り入れられ、次世代に伝わっていくとよい。							

作成担当者	堀 美恵	神澤 活枝	神澤 活枝	神澤 活枝	神澤 活枝	神澤 活枝
最終評価責任者	両角 直樹	両角 直樹	依田 利文	依田 利文	平澤 精一	井出 弘
最終評価年月日	2019年5月31日	2020年7月10日	2021年5月31日	2022年5月30日	2023年10月16日	2024年7月12日