

地域振興推進費事業計画・自己評価書（令和元年度実績）

提出区分		実績				
整理番号		6	課題区分		C	
実施機関		佐久保健福祉事務所		担当課	所属	健康づくり支援課
事業名		さくさく野菜食べようキャンペーン			電話	0267-63-3163
				E-mail	sakuho-kenko@pref.nagano.lg.jp	
事業	目的 (目指す姿)	野菜摂取及び減塩のための取組を佐久地域の食育関係機関・団体が連携し、一丸となって推進する。				
	現状と課題	<p>○長野県の野菜摂取量は全国1位であるが、働き盛り世代の野菜摂取量が少ないことが課題となっており、野菜摂取量の増加に向けた取組を実施する必要がある。また、食塩摂取量は依然として多く、野菜摂取量が多い人ほど食塩摂取量が多いことも明らかとなっているため、引き続き減塩に取り組むことも重要である。</p> <p>○佐久地域は高原野菜を中心に県内屈指の農業地域であり、地元食材の魅力の普及により、地産地消を推進することが重要である。</p>				
概要	内容 (変更後の内容)	<p>1 地域での普及啓発等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リーフレット等を活用した市町村や食育関係団体等と連携した普及啓発 ・夏季・冬季キャンペーンの実施(市町村や食育関係団体等と連携) ・塩分チェックシート、みそ汁の試飲の実施 ・「食」に関する情報発信イベントの開催 <p>2 働き盛り世代をターゲットとした取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保育所・学校を通じて保護者世代への啓発 ・事業所給食等での野菜たっぷり適塩メニュー提供促進 ・企業等での出前講座の実施 <p>3 外食等と連携した取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「3つの星レストラン」×「農産物直売所」PRマップの活用 ・夏季・冬季キャンペーンの実施(3つの星レストラン、直売所、スーパー等との連携) ・直売所、スーパー等で野菜レシピの作成・配付 				
		事業期間	平成31年4月		～	令和2年3月
要等	成果目標 (成果指標)	<p>○野菜摂取及び減塩の必要性を理解し、行動ができる人の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・塩分チェックシートの総合点平均の減少(H30 男性14.5点 女性 12.1点) ・塩分チェックシートの判定結果 塩分が多め+かなり多めの人の割合の減少(H30 男性 59.3% 女性 33.5%) ・塩分チェックシートの実施者数 1,000人 <p>○キャンペーン協力店舗数の増加(H30 3つの星レストラン登録店舗14、農産物直売所11)</p> <p>○3つの星レストラン登録店の増加(H30 3つの星レストラン登録店舗14)</p>				
	(単位:円)					
事業費等	事業を構成する細事業名等	実施内容		実績額	備考	
	地域での普及啓発	リーフレット印刷等、「食」の情報発信イベントの開催		110,090		
	働き盛り世代をターゲットとした取組	保護者世代への普及啓発、事業所での出前講座の開催		66,000		
	外食等と連携した取組	PRマップの印刷・配付、野菜レシピの作成・配付		170,356		
合計				346,446		
事業実績・成果	事業実績		事業の成果		評価	
	<p>○塩分チェックシートの実施・判定結果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合点平均:男性 14.8点、女性 12.6点 ・塩分が多め+かなり多め:男性 62.9%、女性 39.4% ・実施者数:3,161人 <p>○さくさく野菜食べようキャンペーン夏季・冬季キャンペーンの実施(ポスター、チラシ、のぼり旗、野菜レシピマップ等を活用した普及啓発)。3つの星レストラン15店舗、農産物直売所18か所、スーパー28店舗との連携。</p> <p>○普及啓発用レシピ等の作成(夏・冬野菜レシピ各5,000部、3つの星レストラン×直売所マップ5,000部)</p> <p>○3つの星レストランの増加(14店舗→17店舗)</p>		<p>○塩分チェックシートの判定結果は、前年度から若干悪化したものの、塩分チェックシートの実施者数は目標人数を大きく上回り、多くの県民に減塩の必要性を周知することができた。</p> <p>○旬の野菜を使った料理や地元野菜が購入できる直売所、健康に配慮した食事を提供している飲食店の情報等を、チラシやマップ等の媒体を活用し、広く普及啓発することができた。</p> <p>○地域の食育関係者をはじめ、3つの星レストラン登録店や農産物直売所、スーパー等と連携し、キャンペーンを展開することができた。</p>		<p>○ 期待以上</p> <p>● 期待どおり</p> <p>○ やや下回る</p> <p>○ 期待以下</p>	
今後の方向性	令和元年度に作成したキャンペーン媒体(夏用レシピ・冬用レシピ等)を活用し、食育関係機関・団体等と連携しながら、働き盛り世代が利用する社員食堂に働きかけ、地域の野菜の魅力の発信と摂取量増加及び減塩に取り組む。					