

コロナ禍の子ども食堂のフードバンク化 寄付する企業、フードバンク、社協、行政などの マッチングアプリ型仕組みの必要性

竹中 陸人

論文要旨

本稿は、フードバンク愛知の活動を通じてこれからの子ども食堂への寄付の流れを検討する事を目的とする。コロナ禍を通じて子ども食堂の形態が居場所から、フードパントリーへと変化していった。これは子ども食堂の運営者の方々が感染症対策で活動制限をかけられながらも支援を行いたいと考えあみだしたものである。子ども食堂で行われるフードパントリーの形態は、主にフードバンク（品質に問題がないが市場で流通できなくなった食品や寄付によって集められた食品を必要場所に流通させる活動を行う団体）から食品を受け行う、フードバンク、食品を提供してくれる企業がいて初めて成り立つものである。

フードバンク愛知では、コロナ第一波から第二波まではフードロスでの提供が大きかった。コロナウイルスという想定外の事態で過剰生産、購買活動の抑制などが要因に上げられる。そこから現在に至るまで、企業は生産、販売計画を見直し、フードロスを削減した。それに伴い大幅にフードバンクへの食材提供量が減ってしまった。

一時期はコロナ禍での生産過剰状態が収まり、フードバンクへの寄付が収まってしまった。しかしそこからの一年でフードバンク愛知は活動を盛り返し、多くの寄付を集めている。

フードバンク愛知はコロナ禍活動を始め僅か一年で東海一のフードバンクに成長した。これまでもフードバンクは数多く存在していたが、どのフードバンクもフードバンク愛知のように数多くの寄付、行政との連携はとれなかった。なぜフードバンク愛知はここまで多方面から支援を受けることが出来て、行政との連携をとれるのか。この問題を解き明かすことによりさらに多くのフードバンクが支援団体から支援を受け、さらにフードバンク、寄付の新しいカタチを検討することで子ども食堂にも恩恵をもたらす事を目的とする。

序章 コロナ禍の子ども食堂とフードパントリー

現在、子ども食堂は誕生以来、最も注目されると同時に、また窮地に立たされている。その理由は、コロナ禍において、食に困った人々の最後の砦、ライフラインの一つとして注目されると同時に、ほとんどの子ども食堂はコロナ禍により、団らんを楽しむ場から遠ざかり、大半が活動の中心にあった居場所としての機能を停止しているからである。その代わりに、多くの子ども食堂は、食材や弁当などの物品配布、いわゆる、フードパントリーが主流で、これらの活動がコロナ禍での主軸となっている。とりわけ、愛知県内ではフードパントリーが多い。互いに見知らぬ人々が「月1のお祭り」のように交流し、団らんする居場所が消えつつあるのである。

フードパントリーはコロナ禍だけの救済措置ではなく、一年たち、ある程度落ち着いている現在も新しい子ども食堂のカタチとして根付き始めている。現在ではフードパントリーと居場所としての子ども食堂が共存しているような恰好である。

コロナ禍により学校がなくなると、今まで週5日栄養のある食事を給食というカタチで摂ることが出来た子ども達、特に貧困家庭の人々は、栄養の軸を失ってしまった。さらにいつも安価で栄養のある食事を提供してくれる若でもあった子ども食堂も活動がなくなってしまうと一気に家庭は追い込まれてしまう。そこで子ども食堂の運営者達はフードパントリーを行った。

フードパントリーとは、フードバンクにフードロスや寄贈などにより集まった食品を必要なところに配布する行動を指す。コロナ禍で子ども食堂の活動が制限される中、接触を最小限にして栄養のある食品をなんとか届けたいと多くの子ども食堂がこの手法をとった。これにより、貧困家庭は学校の給食がなくても、子どもに食事をとらせることが出来た。

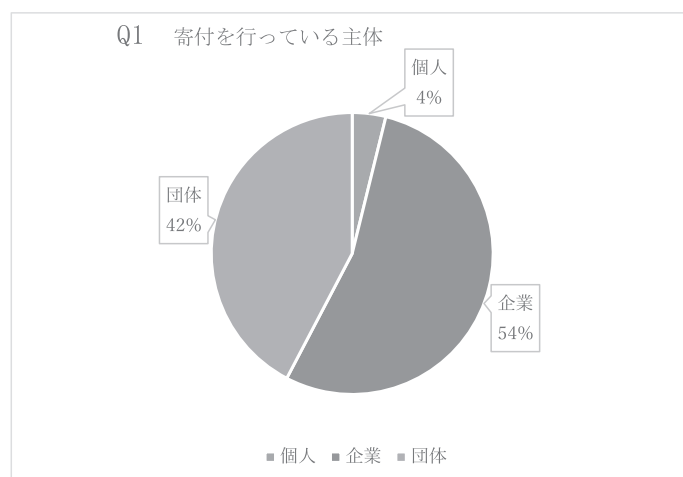
フードバンクの歴史はアメリカのアリゾナ州でスープキッチン（生活困窮者のための無料食堂）のボランティアをしていたジョン・ヴァンヘンゲルが十人以上の子どもを抱えるシングルマザーと出会うところから始まる。ヴァンヘンゲルがその女性に子ども達に十分な食事をとらせるのは大変だと尋ねると、女性は「近くのスーパーのゴミ箱をあさると食べられるものが結構捨てられているの。」と答えた。それを聞いたヴァンヘンゲルはそのスーパーに寄付を訴えて良い返事を貰うと、どんどん規模を大きくしていき、貰った食材を地元の教会に保管した。

スーパーは寄付というカタチで食品を倉庫に預け、その食品を必要とする福祉団体の人たちは倉庫に来れば食品を引き出すことが出来る。「食べ物にも銀行のようなところがあれば」と話していた、シングルマザーの言葉がヒントになったという。こうして1967年、セント・メアリーズ・フードバンク」と名付けられた世界で初めてのフードバンクがアリゾナに誕生した。

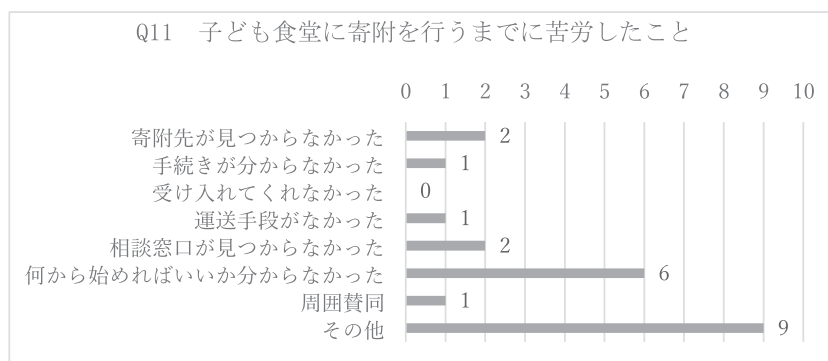
第1章 フードバンクに寄付を行う主体

昨年度の成ゼミにおいて調査票「子ども食堂への寄付に関する調査へのご協力のお願ひ」を作成し、フードバンク愛知や愛知県の子ども食堂のホームページやFacebookに記されている企業や団体を対象に全92団体へ依頼状と調査票を送る。調査票として紙媒体のものとGoogleフォームでの2種類おくり、どちらでも回答可能にした。紙媒体の場合、同封してある用紙に記入の上、返信用封筒に入れ、ポスト投函により返答を待つ。回答期限は届いてからおおむね10日を目安とした。期間は2020年12月11日以降より順次送付し、2021年1月末までに返答された全24件の調査書を使用した。

この結果、個人で寄付を行う方はかなり少数派で、寄付の多くは企業や団体であるとあきらかになった。



下の図で分かるとおり、寄付を始めようとしてもどこに、何を、どのように行えば良いか分からないのが実態である。寄付を行う入り口を見つけやすくすることが大きな課題である。



第2章 子ども食堂に支援を行う企業

第1節 丸小青果

丸小青果は、明治に名古屋市南区において開業された青果物及び塩干物の卸の小売店「芋銀商店」が発祥であり、昭和30年に名古屋中央卸売市場が開設されて以来青果卸売業を行っている。丸子青果が、子ども食堂の支援を行うきっかけは、テレビ番組を見た一人の営業社員が、「子どもたちにおなかいっぱいごはんを食べさせたい！」そんな一言から始まった。子ども食堂への支援は六年前から、月2回行っている。子ども食堂へは捌ききれなかったフードロスの青果ではなく、仕入れて直接納品書に記して支援を行っている。納品書にするして寄付として行うことで、会社として税金が控除されるので以前までの、個人名義での寄付よりかは負担が減少した。

一時期は丸小青果と同じような仲卸の業者が「個人名義」で行っていたが、会社として行うのは丸小青果のみで他は寄付を辞めてしまった。

丸小青果は、会社のミッションに「私たちには安心・安全な食材を供給することで、名古屋市の台所として「食」を支える使命があります。「子ども食堂」の取り組みは、子どもたちが安心して食事ができることです。そうした子ども達の「食」を守る活動は、弊社の使命でもあると考え、支援活動をしております。」としている。

子ども食堂への支援は会社にとって利益が増えるなどの目に見えるメリットはない。子ども食堂への支援を寄付事業として行うことは、会社の営利活動のモチベーションの一角を担っている。子ども食堂への支援を行うためには会社を黒字経営に載せないと損金処理されず、税金の控除対象にならない。

会社にお金を貯蓄していても税金でとられるだけだからと始めた事業としての子ども食堂支援が負担になっては元も子もないので、利益を出そうと働く励みになるそうだ。

支援方法は基本的に子ども食堂へ青果を渡すのみ、行っても会場の設営を行うまでなので直接子どもの顔を見れていないことが課題である。

第2節 バローグループのサステイナブルビジョン

バローホールディングスとは東海地方を拠点にスーパーマーケット・ホームセンター・ドラッグストア・スポーツクラブなどを店舗展開する企業である。社名のバローの由来は「勇

気ある者」を意味する英語の古語からとった。バローグループは、持続可能な社会の実現に向け、事業活動を通じた全員活動によって地域社会の発展と社会文化の向上に貢献を目指している。食糧支援の歴史は岐阜県多治見市からスタートした食品支援は、恵那市、愛知県へと拡大して2020年度はバロー、中部興産、Vソリューションの合計21拠点から約800万円分の食品支援を行った。地域の子ども食堂や社会福祉協議会への提供は、東海地域を中心に幅広く支援活動を推しているフードバンク愛知と連携し、各団体に合った支援と食品ロスを排出しないモデルをつくっている。2021年度には活動拠点は40を超え、中部薬品からの食品、日用品の提供も始まった。

2021年度の取り組みは社会貢献とフードロス削減の両立、バローグループの活動を積極的にPRした。その目標は2,000万円（2020年度の2.5倍）で食品提供拠点は名古屋北部エリアから名古屋市内全域、岐阜、三重エリアに拡大させる。そのほかにはスーパーマーケット事業会社への事例・ノウハウ共有を行なう予定である。

実績としては2021年上期金額700万円相当見込み（+販路多様化事業お米1,200万円）拠点数33拠点を設け、2021年度上期には33拠点→2021年度中50拠点を目指す。

バローホールディングスは米の流通拡大コロナ渦にて販路縮小している品目のうち、主食であるお米に着目しました。直近では、過去5年の在庫金額平均と比較して約45%在庫過多、5中3数値と比較しても41%の在庫過多となっていた。この事業実施にあたり、食品小売である当社の川上から川下までの流通支援を担い、米穀の在庫削減、流通拡大に貢献したいと考えている。バローホールディングスでは、昨年より「食品ロス削減」と「子どもを中心とした困窮者支援」の両立を目指して、フードバンクや市町村と連携し、一般食品の提供を開始した。そこでは調達後となる川下の活動が中心となっていますが、本事業では、その活動を川上まで遡り、自社だけではなく社会の食品ロス削減に取り組むとともに、食に困っている子どもたちを支援します。また、育ち盛りの子どもの成長を支える主食「お米」を支援品とすることで、食育活動にも繋げたいと考えている。

これまでのバローホールディングスの事業では賄えなかった量を調達することで、生産者、卸会社とのさらなる連携を図るとともに、仕入れ、配送等を強化し、当社事業活動範囲を拡大したいと考えている。また、支援先としては、昨年より支援を開始した30団体から190団体まで増やし、エリアは愛知県の一部から愛知・岐阜・三重の3県をカバーして、本事業を今後の支援先開拓と位置づけ、フードバンクや市町村との連携を強化し、子ども支援施設の実態把握を行うとともに支援先を増やしたいと考えている。

バローの秋山は毎日フードロスが出るのに渡す場所がないが受ける場所がない、需要があるのに繋がらないのでつなぐ場所を官民連携で行う場所作りが必要と考えている。個別の子ども食堂をつなぐのではなく、食品製造工場からのフードロスが多いのでどこかでそれをプールする場所も必要と指摘する。

第3節 中部電力：別の角度からの企業の取り組み

一風変わった中部電力株式会社のフードロスへの取り組みについてみてみよう。中部電力株式会社は新しい事業として植物工場（レタス工場）を中部電力株式会社含め算企業合同で始めている。フードロスへの方向性は生産過程からフードロスを減らすのが狙いだ。レタス工場は中部電力、日本エスコン、スプレッドの三者からなる合同会社TSUNAGU Community Farmが運営する。工場は静岡県袋井市に建設予定で稼働は二年後から予定さ

れている。レタス生産には日光はLED、土は使わず水耕栽培と人口肥料で行う。その為、環境に左右されない、衛生的な生産環境ができあがる。このようなことから得られる4定(定量・定価・定期・定質)が植物工場の強みである。さらに日光に当てないため可食部位がほとんどのものが生産できる見込みである。

第3章 セカンドハーベスト名古屋とは

現在愛知県内でフードバンクを行っている大きな団体はフードバンク愛知とセカンドハーベスト名古屋である。セカンドハーベスト名古屋は2009年にNPO法人化した歴史ある団体である。主活動はパートナー団体支援と、行政と連携した個人支援である。パートナー団体支援とは、企業・個人から寄付された食品を各種福祉施設・団体へ配布する活動だ。配布する団体には例えば、野宿生活者を支援する団体、母子生活支援施設、障害者支援施設、児童養護施設等がある。それぞれの団体で、対象とする方々(例えば、野宿生活者や母子家庭、障害者、子ども等)へ食事を提供しており、毎日大量の食材を必要としている。しかし、それぞれの運営資金を得る方法は異なるものの、一般的には寄付や一時的な助成金、補助金などにより運営されており、資金的に十分とはいえない状況である。そこで、フードバンクからの食品を受け取ることで、食事の質的向上や食費の削減等の効果を得ることができる。食品獲得までの流れは、団体とマッチングを図り、活動を把握→食品取り扱い出来る施設か確認→書類で食品の正しい扱い方を締結した後、配布となる。

もう一つは行政と連携した支援である。これは行政や社会福祉協議会等様々な相談窓口と連携して生活に困っている個人へ食品を届ける活動である。生活保護受給者が過去最高を更新しさらに増加傾向にあることから、国は生活保護に至る前の自立支援を強化するため「生活困窮者自立支援法(以下、法)」を施行し全国約900の自治体に相談窓口を設置した。法には自治体の各課やハローワーク、NPOが連携してひとりひとりの状況に応じた包括的な支援を行うことが明記されている。しかし、食べ物の支援に関しては様々な制約があるため、どのような人にも緊急時、すぐに対応できるような仕組みがまだ存在していない。そこで、セカンドハーベスト名古屋では東海地方にある自治体や社会福祉協議会と連携して、「3日間にも食べていない」「所持金が100円しかない」など緊急で食べ物の支援が必要な方が相談窓口を訪れた場合、相談員から依頼を受け食品パック(お米5kgと缶詰や調味料7~8kg等の食品詰め合わせ)を届ける活動を行っている。

理事の松岡さんの話によると、食品ロスの考え方は食品ロスではなく、食品ロスプラスと捉える事が大切であるという。余剰に生産をお願いするのではなく、余ったものをロスと捉えない。ロスを渡すより企業のイメージが良くなるのではないかと考えている。

コロナ禍の活動では寄付される食品の量は2.3倍増、金銭は1.9倍、団体への支援は変わらず、個人支援が前年の5085件から7000件(14000人 行政との連携95%)まで増えた。今年度は8000件を超える見通しである。

セカンドハーベスト名古屋の課題は食品寄贈の問題である。食材の収集力不足、食品をキャッチする力が少ないのでフードバンク愛知などとネットワークづくりを行う予定である。渡される側の大きな問題のもう一つは「善きサマリア人の法」で例えられる。「善きサマリア人の法」というのは窮地の人を救うために無償で善意の行動をとった場合、良識的かつ誠実にその人が出来ることをしたのなら、たとえ失敗しても結果につき責任を問われな

いというものである。

つまり、食品を提供してくれる企業の善意を踏みにじる、迷惑になるようなことは避けなければいけない。セカンドハーベスト名古屋の対策としては食材を渡す際に注意喚起の文章をいれるのだが、実際に受け取り先から会社にクレームが入ると取引停止になる事例がある。個人支援が多いので他のフードバンクよりそのリスクが高いのではないかと考えている。

セカンドハーベスト名古屋の運営はセカンドハーベスト名古屋の会費、個人の寄付、助成金で行っている。母体などはない（2018年度の収入31000円）。特徴は個人によりフォーカスした支援の仕方にある。行政が行っている地域の窓口などから支援が必要な方も上方が書いてある紙が送られ、その方に合わせた（ライフライン、持病など）に合わせてそれぞれ詰め合わせる。段ボール一つ程度の量である。

食品支援の形は、高齢者・若者・外国人に対しての支援は、おもに地域の窓口から送られてくる支援リストに乗っているものをおこなう。片親家庭・障害者施設へは国からの支援が手厚いため子どもの贅沢なリクエストに応えられるような支援を行っている。

加えて、子ども食堂へは連絡を貰って見学し、活動実態を把握してから行っている。食品の出入りの際は信用が第一なので、認定NPO法人と、10年の実績が大きい。さらに、受け渡しの際は必ず書面で契約を交わす。食材の管理は賞味期限1ヶ月前が条件で、QRコードで行う。

団体への寄付は運営状況、運営者を知るため、直接見てから行う。セカンドハーベスト名古屋の松岡理事は食品ロスの考え方を食品ロスではなく、食品ロスプラスと捉え、余剰に生産をお願いするのではなく、余ったものをロスと捉えない。ロスを渡すより企業のイメージが良くなるのではないかとおっしゃった。

コロナ禍の活動では寄付される食品の量は2.3倍増、金銭は1.9倍、団体への支援は変わらず、個人支援が前年の5085件から7000件（14000人・行政との連携95%）まで増えた。今年度は8000件を超える見通しである。

セカンドハーベスト名古屋の課題は収集力不足、食品をキャッチする力が少ないのでフードバンク愛知などとネットワークづくりを予定しているという。また、窮地の人を救うために無償で善意の行動をとった場合、良識的かつ誠実にその人が出来ることをしたのなら、たとえ失敗しても結果につき責任を問われないようにしたい。

そのほかは、リスク管理である。時々ある例としては、生活保護受給者が食品提供企業にクレームを入れるというものだ。生活保護受給者の方々は周りのコミュニティが希薄であることが多く、しゃべり相手が欲しくてそのような行動に出るのではと松岡理事は指摘していた。そのようなクレームが入ると、その会社と取引停止になってしまう事例が発生することがあるので注意書きを入れている。そのクレームはセカンドハーベスト名古屋にとっては活動の質を上げるアドバイスになるため、セカンドハーベスト名古屋に声が集まるようにしていきたいと考えている。

第4章 フードバンク愛知とは

フードバンク愛知は、愛知県北名古屋市に本拠地をおく物流会社を母体としたNPO法人である。セカンドハーベストの理事長がNPOとして社会貢献への限界を感じ、フードバンク愛知の母体である株式会社ジェイ・ロジコムへ活動の協力を依頼した結果、双方で物流会

社のインフラ利用が経済合理性の上に効率的と合意し団体を発足したそうだ。当初、団体や施設に食材を提供する活動をしていたが、コロナ禍で学校給食などがなくなり、子どもを抱える家庭での食の需要が高まった結果、フードバンクとしての活動に踏み切った。まだ歴史が短く、新しい団体である。

活動内容としては、支援を必要としている人たちを支える福祉施設や市民団体に、企業などから寄贈された食品を支援を無償で分配する事業、主にフードパントリーによるこども食堂・ひとり親家庭・困窮する外国人家庭支援を行い、食品・日用品を引き取れない遠隔地へは、食品を持って出向く出張型パントリーを行い東海3県下隅々まで地域、市民団体の垣根を越えた提供を行っている。フードバンク愛知の強みは母体の物流（保管・倉庫内仕分け作業・遠隔地から圏域を越えた引取り・地域への運送）を生かした物流によるコミュニケーションネットワークと、こども食堂に来る子ども達のニーズへの対応力である。物流ネットワークは、フードロスがある企業に運送の空きスペースを利用して食品を受け取ったり、運送のついでにデポと呼ばれる食材配布の拠点に食品を置いてくる事が出来る、静脈物流をうまく利用したシステムになっている。

また、よりきめ細やかで、こども食堂の近くの引き取り場所を確保する為安のために小売業（スーパーマーケットバローなど）と提携を結び、企業とこども食堂を結びつける役割も担った。

さらに愛知、岐阜、三重のこども食堂と連携して、食品をストックする場所の確保や寄付品増加にも努めている。

次に、支援物資の流れであるが、具体的な流通網は、全国にある寄付食材を株式会社ジェイ・ロジコムが有償により引き取りに行く、負担力の無い企業にはこども食堂に必要な物は、フードバンク愛知の倉庫で受け取る。

その食材を倉庫にストックしておいて必要な場所（こども食堂ネットワーク・こども食堂・子ども居場所・学習支援団体・ひとり親家庭支援団体・外国人子ども支援団体・困窮学生・留学生など）に株式会社ジェイ・ロジコムが無償で運送する。物資の引き取りは配送後の車両を用いることで全国へ、無駄のない活動が出来る。

現在ではこのネットワークが新しくなり、寄付者・子どもの居場所応援プラザ（愛知県社会福祉協議会）・大型拠点（フードバンク愛知）・地域拠点（デポ）・こども食堂が組み込まれている。

寄付者は大型拠点に物資を持って行く、受け取りにいくために直接フードバンク愛知に連絡を取ったり、愛知県社会福祉協議会に問い合わせでフードバンク愛知につなぐ。

大型拠点（フードバンク愛知）はハブとよばれ北名古屋倉庫・蟹江倉庫・常滑倉庫（以上愛知県）津倉庫・桑名倉庫（三重県）がある。ここはフードバンク愛知が管理し、全国からの物資が集まる。

地域拠点は小型の倉庫・冷凍・冷蔵庫を持ったNPO・社会福祉協議会・施設・選ばれたこども食堂等が該当する。これらはデポと呼ばれ、大型拠点から地域に物資を送る為の中継地点である。フードバンク愛知は寄付者から受け取った物資を大型拠点へ、大型拠点から地域拠点へ輸送する。

こども食堂は地域拠点へ物資を取りに行きその課題やニーズを愛知県社会福祉協議会へ伝える。愛知県社会福祉協議会はフードバンク愛知へ寄付者の情報の収集、提供や必要としているところの配送を依頼する。また、新たな地域拠点への開拓、認証を行う役割や、子ども

食堂への情報収集や研修を行う。

このシステムにより、寄付者はより寄付がたやすくなる。フードバンク愛知は愛知県社会福祉協議会と連携することにより、多くの寄付を集めることができ、子ども食堂のニーズがより明確になる。また、地域拠点を持つことで地域の代表との連携や、今まで手の届かないような運搬能力のない子ども食堂への支援が可能になる。

地域拠点はフードバンクからの食材を受け取ることで寄付品の把握、取りに来る子ども食堂とのコミュニケーションによりさらに自分たちの機能を高めることが出来るだろう。

子ども食堂は今まではフードバンク愛知の倉庫へ直接や、遠いところで行われるフードパントリーに出向く必要がなくなる。それが原因で獲得できなかった物資を得たり、量をたくさん持って帰り、より充実した支援を行うことが出来る。

愛知県のデポ一覧

ほんわか食堂	ソーネみんなでごはん
ほっとライス	waiwai のわミー
つなしょ	とうあいほかほか子ども食堂
地域食堂おいまつ	NPO 法人エム・トゥ・エム
ちゅりっこかふえ magocoro	有限会社 平下商会

三重県のデポ一覧

三重子ども食堂ネットワーク	株式会社三重トルキ本社営業所
太陽の家	株式会社三重トルキ伊賀営業所
フードバンク松坂	扇港電気
多文化共生ネットワーク エスペランサ	扇港電気
社会福祉法人鈴鹿市社会福祉協議会	

岐阜県のデポ一覧

地域たすけあいの会	こども食堂岐阜ネットワーク
-----------	---------------

具体的な活動内容

出張パントリー（準備）

八月二十日 フードバンク愛知ボランティア活動記録

開催地：フードバンク愛知（北名古屋）

開催日：2020年8月20日

開催時刻：10：00～17：00

開催者：NPO 法人フードバンク愛知

開催内容：フードパントリー準備

午前中は北名古屋のフードバンク愛知にて豊田パントリーの用意を行った。そこから昼休憩を挟み付近のバローの店舗で食材提供モデルのプレ活動としての食材引き取りを行った。

午前中は屋内で昨日回収していただいたパントリーの食材を見せて貰い、困窮者家庭向けのものは別で用意を行った。困窮者向けへの段ボールの内容はお米五キロ、乾麺、レトルトカレーやペットボトルのジュースなど簡単に食べられるものを中心に、一週間分くらいのイメージで食材を詰め込んだ。

午後の食品回収はフードバンク愛知は継続的な食支援のために、バローの店舗から継続的に食品のロスになりそうなものを受け取っている。この働きは現在13の店舗で行っているが、いずれは愛知県内の全店舗で行う予定だ。

同行して感じたことは始めたばかりの事業の為、店長が把握していなく無駄足になってしまうことだ。これは法人と行っている事業のため、いずれ浸透していくが全店舗となるとそれに時間がかかってしまう。バローの店長を集めるなどして説明を行うべきだと感じた。

さらに問題なのはあまり食品をいただけない場合が存在した。定期的に店舗に足を運ぶのはいいものの、この日行った回収では缶コーヒー一本だけの所があった。季節や地域によって劇的に変化する不安定な支援である。

このような無駄足を踏まないためにバローが「フードバンク愛知コード」なるものをつくり、在庫の確認などを行うシステムができかけている。

愛知県内全てのバローから食材を受け取るにはフードバンク愛知だけではとても人手が足りない。そこで地域の子ども食堂に受け取って貰う形を作り始めている。実際に何件か行っているが、フードバンク愛知のスタッフとして受け取りに行く。しかし直接は関わり無く、管理しきれないので受け取る側の教育が必要である。特にビジネスマンやお金を貰って働く人と、無償でボランティアを行っている人は考え方の違いで、トラブルが起きるのではと懸念している。

八月二十一日 フードバンク愛知ボランティア活動記録

出張パントリー（前日準備）

開催地：フードバンク愛知（北名古屋市）

開催日：2020年8月21日

開催時刻：10：00～17：00

開催者：NPO法人フードバンク愛知

開催内容：フードパントリー前日準備

1日の流れとしては午前中は16団体449人分のフードパントリーの前日準備をおこなった。午後からは愛知子ども食堂ネットワークの米パントリーをお手伝いさせていただいた。さらにバローでの食材引き取りの方法の子ども食堂運営者への教授に同行させていただいた。帰宅してからはゼミの調査で使用するサンクスカードを用意した。

午前中はフードパントリー前日準備を行った。フードパントリー前日準備は参加予定の16団体449人分をパレット（フォークリフトで運ぶための下の台）に団体ごとに分けて整理した。人手がいれば楽な作業のはずだが、少なかったのでそこそこしんどい作業になった。

内容はサンマ水煮缶、スパム缶、カルピスウォーター、飲むヨーグルナ、わかめスープ、乾燥味噌汁、豆乳飲料、ジュースを準備を行った。改めて文字にしてみると液体が多いと感じた。これらをラップで包み、当日朝、トラックに積み込み出発という流れだ。

当日の運営方法はドライブスルー方式で行い、案内係、積み込み係を設けることを決定した。場所がそれなりに大きい駐車場であるため、ボランティアが多く参加する見込みがある

こと等を考慮しそのようなカタチとなった。

次は愛知子ども食堂ネットワークの米パントリーの手伝いをさせていただいた。愛知子ども食堂ネットワークが、フードバンク愛知の一角を借り、行っていた。内容は株式会社クエタトレーディングからいただいたお米と、デンソーからぷっちょ、愛知県漁業組合・愛知海苔昭和からの焼き海苔を配っていた。偶然のその場へ居合わせたので車への積み込みを手伝わせていただいた。

愛知子ども食堂ネットワークの山崎さんが指揮を執り、の後、同じく千葉さんと、横井さんという方にバローの食材受け取りを教える場面に同行した。

今回いただいた海苔は元々展示会などで試食用に準備していたものがコロナの影響でなくなったため、余ったものをいただいたそうだ。

八月二十二日 フードパントリー IN 豊田 活動報告

開催地：長久手イケア⇒豊田市福祉センター駐車場

開催日：2020年8月21日（日）

開催時刻：10：00～17：00

開催者：NPO 法人フードバンク愛知

開催内容：フードパントリー

参加人数：16 団体 449 人

午前中は午後の出張パントリーに備えて長久手イケアで食品受け取り式を行った。そこから冷凍肉を受け取りにいき午後からフードパントリーを行った。

午前中は長久手イケアで食品受け取り式を行った。内容はグミと、トマトソースをほぼトラック一杯分いただいた。搬入が重くとても大変だった。長久手イケアでいただいたものは食材のロスではなく、全て寄付によるものでこのようなカタチが良いと感じた。

イケアでもこのような取り組みは初のようなので引き続き良い関係を保つと同時に、外資系の企業は日本の企業と違い、ボランティアの意識が高いのではないかと感じた。そこから豊田市に移り冷凍車で冷凍肉を受け取った。

イケアからの食材か思いのほかたくさんあり、毎回このクオリティのものをいただけるのであればありがたいし大切な支援先であることは間違いない。このような企業の獲得が大切であると感じた。

午後からはフードパントリー IN 豊田を行った。参加団体は子ども食堂、学習支援含め 16 団体 449 人であった。予約制の搬入の時間を含め十分ごとにきていただけるようにし、感染症対策を行った。事前に登録していただいたフードバンクの公式ラインにて配布量を写真で送り、当日は成ゼミの学生ボランティアの他、社協の大地さん川上さん、市役所の中野さんや偶然見かけてきた政治家など多くの方が現れた。目標であった中日新聞の記者も取材にきており、規模以上に大がかり感が出たパントリーとなった。

今回の感想は、準備段階でどれだけ配るだけにしておくかの大切さと、予約制は必須であることを痛感した。

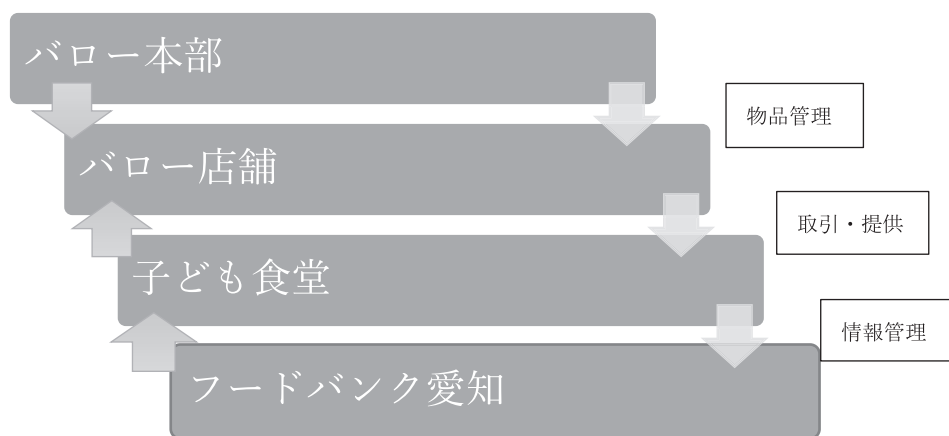
準備段階で配るだけにしておくことは当日の思わぬアクシデント、今回でいうことのイケアからの食材が多かったことに対応できた。準備前ではトラック一台でいけるという見込みであったが完全に準備すると足りないことが把握できた。さらに当日のボランティアに体し的確な指示が出せる。これは今回ある程度理解のある学生であったためほとんど必要な

かったが、一般の方と活動をしていく際には重要である。

予約制の必要を感じたのは当日量だけを配るとなると単なるばらまきになってしまう。悪いことではないが配る側の責任が果たせない。さらに取らぬ狸の皮算用になりかねないし、その反対もありうる。皆の善意から負担をかけあうボランティア活動に対して排除できるリスクはできるだけ排除することが必要である。今回はいかに準備が必要かということが分かった。

フードバンク愛知は株式会社バローホールディングスと連携して、スーパーやドラッグストアから出たフードロスや生活用品を地域の子ども食堂へ寄付する形を連携して行っている。2020年の8、9、10月の三ヶ月間で北名古屋市近郊のバロー15店舗、子ども食堂7団体でプレ実施した。2021年6月以降はエリアを広げ、現在は56店舗、月2回行っている。

食材の流れはバローの実店舗から出たフードロスを集めて、フードバンク愛知は公式ラインへその店舗の担当の子ども食堂へ連絡し、子ども食堂の担当者が取りに行くという形をとっている。最近では食料品だけでなく、ドラッグストアも加わったため、子ども食堂の運営に使える洗剤や消毒、タオルなども得られるようになった。そして子ども食堂運営者向けに「aiちゃん応援セット」という日用品セットを愛知・岐阜・三重・静岡・滋賀・奈良・福井・石川・富山の九県に配送している。



株式会社バローホールディングス引き取り店舗・担当子ども食堂一覧（一部）

バロー滝川店	愛知昭和荘
バロー瑞穂店	愛知昭和荘
バロー高辻店	愛知昭和荘
バロー新栄店	地域食堂おいまつ
バロー光音寺店	たばたん
バロー西春店	平田寺子ども食堂
バロー師勝店	平田寺子ども食堂
バロー大口店	ぼっかぼか子ども食堂
バロー犬山楽田店	ぼっかぼか子ども食堂
バロー伝法寺店	みんなのCAFÉ

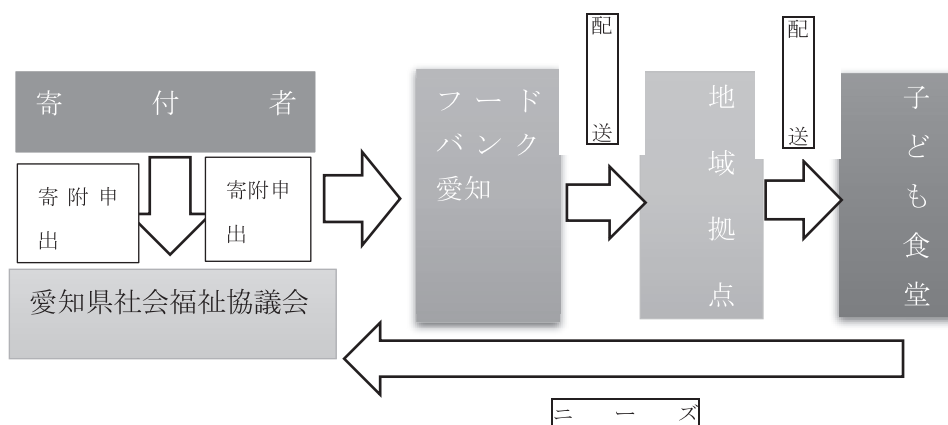
バロー一宮西店	みんなのCAFÉ
バロー広見店	地域たすけあいの会
バロー下恵土店	地域たすけあいの会
バロー美濃加茂店	地域たすけあいの会
バロー瀬戸西店	エム・トゥ・エム
バロー新瀬戸店	エム・トゥ・エム
バロー品野店	エム・トゥ・エム
バロー日進岩崎店	日進絆子ども食堂
バロー刈谷店	ほっとライス
バロー半田店	半田市社会福祉協議会
バロー常滑店	フードバンク岩佐
バロー新守山店	つなしょ
バロー穂積店	キッズスクエア瑞穂
バロー穂積西店	キッズスクエア瑞穂
バロー鏡島店	キッズスクエア瑞穂
バロー堀越店	フードバンク愛知
バロー城山店	フードバンク愛知
バロー岩倉店	ちゃん子～子どもの居場所～
バロー小牧岩崎店	ちゃん子～子どもの居場所～
V ドラッグ堀之内店	ちゃん子～子どもの居場所～
V ドラッグ伝法寺店	ちゃん子～子どもの居場所～
V ドラッグ西春店	ちゃん子～子どもの居場所～
バロー車道店	ほんわか食堂
バロー内田橋店	ほんわか食堂
バロー港栄店	ほんわか食堂
V ドラッグ名古屋豊田店	ほんわか食堂
V ドラッグ内浜店	ほんわか食堂
V ドラッグ熱田六番町店	ほんわか食堂

第5章 フードバンク愛知と地域のつながり

フードバンク愛理は、愛知県の「子どもの居場所づくり推進会議」の委員になっており、愛知県社会福祉協議会とも協力して活動を行っている。

「子どもの居場所づくり推進会議」とは、「子どもの居場所づくり応援事業」の中核となるもので、資金と食材の確保・地域との連携・場所の確保・人材の確保・リスク管理を課題と

している。*フードバンク愛知は特に食材の確保について、食材の物流ネットワークを整備し、子ども食堂が身近な場所で、食材の提供が受けられるシステムの構築が求められている。そして現在の寄付物資の配送システムイメージは寄付者は寄付申し出をフードバンク愛知または愛知県社会福祉協議会に行く。そこから愛知県社会福祉協議会の情報と発送依頼をフードバンク愛知が受け、地域拠点に配送する。そしてそこから端々の子ども食堂へと食材が流れていくものだ。



このような活動により現在フードバンク愛知が支援している18歳以下の支援人数はパントリーを開始した2020年三月の1000人未満から2021年の10月から現在までで25000人までも増加した。また学生向け食糧支援も行っており、フードバンク愛知は、名古屋市周辺の大学生達で構成されているボランティア団体「学生連盟 Hand in Hand」を支援している。学生連盟 Hand in Hand は、コロナ禍でアルバイトが減るなどして生活に困っている留学生や日本人学生の支援をしようとフードパントリーを定期的に行っている。

学生連盟 Hand in Hand の構成人数は約三十名程度で南山大学・名古屋外国語大学・日本福祉大学・名古屋大学などの愛知県内の学生で構成され、月2回、名古屋市生活拠点「N-base」でフードパントリーを行い、これまで多くの学生を支援した。

第6章 フードバンク愛知になぜ寄付が集まるのか

フードバンク愛知が取り扱っている物資の量は他のフードバンクを遙かに上回っている。ではなぜ、フードバンク愛知はここまで寄付を集めることができるのだろうか。

まず、上で述べたとおり、輸送会社の株式会社ジェイ・ロジコムが母体であることが上げられる。株式会社ジェイ・ロジコムは全国に配送ネットワークと倉庫を持っている。他のフードバンクとは物品を置いておける倉庫のキャパシティが圧倒的に広いのだ。

その次、はそのキャパシティと物流網を駆使して継続して大規模な支援を続けているということだ。多くのフードバンクはその地域だけ、小規模なパントリーで知る人だけで完結してしまっている。しかしフードバンク愛知の活動範囲は愛知・岐阜・三重県の東海3県はもちろんのこと、他にも静岡・滋賀・奈良・福井・石川・富山でも活動を行っている。それだけ広範囲で支援を行っていれば寄付したい企業や団体に目につきやすくなり、支援された方達の口コミもどんどん広がっていく。これにより実績が明確で大規模なため、企業が寄付する理由になり得ると筆者は考える。さらにコロナウイルスが流行直後から様々な団体にアプ

ローチをかけているため、物資を調達する営業ノウハウがたまってきている。それに伴い子ども食堂の人数や対象年齢・国籍などパーソナルな情報も他より多く、子ども食堂の支援を行う企業・団体または個人が求める情報を持っている。また社協などの公的機関も何を行っているか分からない団体に公費を費やすわけにはいかず、わかりやすい大規模な支援を行っているフードバンク愛知とは支援や連携がとりやすいのではないかと筆者は考える。

さらに、フードバンク愛知は会社が母体な為、組織としてしっかりしている。フードバンク愛知には問い合わせの電話をしてもすぐ対応してくれる。現在フードバンク愛知には13名の職員の方々が存在していてそのほとんどがただのボランティアではなく、プロボノである。なので仕事の専門性が高くその方々をマルチに使うのではなく、部署分けを行っている。たとえばパントリーを行うボランティア、渉外を行うボランティア、経理関係を行うボランティアなどそれぞれの専門家が存在する。それぞれの棲み分けが出来ているため、ボランティアの方々は何を行うか明確で企業への対応、返答が早い。ただのボランティア団体ではそこまで組織化は出来ないだろう。それらの方々はフードバンク愛知が集めたのではなく自ら志を持ってフードバンク愛知を探し当てた方々なので驚きだ。

会社が母体である事のメリットは社会の流れに敏感だということも上げられる。社会問題は常に社会の流れの中で、変化しながら出て行くため、迅速な対応が求められる。常に社会の流れに敏感な会社がバックにいるボランティア団体やNPO法人は比較的対応が早い傾向があると筆者は感じる。

また支援物資をかき集める側だったフードバンク愛知はこの一年間で物資を受け入れる側に変化した。これまでは営業を行い、物資を獲得の流れから近年の子ども食堂・フードバンクの認知度の変化か、企業、団体から寄付をしたい、寄付を行いたいなどのようにしたら良いか分からないという声が多くなってきた。その点で、受け入れ能力が高いフードバンク愛知の需要が大きくなったと筆者は考える。

寄付・信頼獲得

フードバンクが活動する上で信用・信頼を得ることはとても重要である。寄付の多さは信頼の表れであると筆者は考える。ではどのようにフードバンク愛知は信用・信頼を得ているのだろうか。

企業からの寄付で一番大切なことは企業の意思に沿った寄付を行うことである。寄付者の信念のとおり、その思いを踏みにじるようなことはあってはならない。フードバンクはただ食材を受け入れる場所ではなく寄付を行った人々の思いもたまり、届ける役割であると筆者は考える。その為にも信用、信頼はなくてはならないものだ。

フードバンク愛知が寄付を継続的に貫くために若い人たちの支援を多く発信している。企業も、高齢者や生活保護受給者へ支援を行うより、学生の支援や、子ども食堂へ支援を行いますとした方が相手方の反応が良いそうだ。

また、どの時期にどんなロスが出るか把握していることも重要である。ただ寄付品を受け取るだけでなく、季節ものなど売れ残りが多き時期を考えて営業を掛けると成功しやすい。企業のいうとおりにしかはこんでないと使い物にならないもの(今日中に食べて欲しいもの・賞味期限が切れているもの・性別・国籍・年齢によって好みが変わるものなど)を押しつけられてしまう。粗悪な品ばかり渡しているとそもそもの目的が果たせないだけでなく、子ども食堂との関係をさらに悪化させてしまう。その為、事前にフードロスが出やすい時期を

狙ってあらかじめ要望を出しておく、抱き合わせで良いものが貰いやすい。ただだけでなく、これ引き取るから、これをくださいという対等な関係でいることが大切であると感じた。子ども食堂も同じように不満が出ない程度にあまり需要のないものと必要なものを抱き合わせにして配布している。また、日本人に好まれなくても外国人・留学生支援の法で活躍することがある。ここに子ども食堂からの寄付金など、金銭が発生してしまうと平等な支援にならないので金銭は発生させないように心がけている。

また、企業から寄付の案件が持ち込まれた際には、その企業と、フードバンク愛知と、興味ある子ども食堂をフードバンク愛知の公式 LINE の中で募り直接つなぐ場を設けてもいる。直接子ども食堂の運営者が企業の方と関わることでお互いに良い意味で生々しい議論が出来そうだと感じた。企業も中々運営者と関わる機会が貴重なのでお互いにとって良い場なのは間違いない。

寄付活動の源は？

これまでの活動の中で、子ども食堂やフードバンクを支援することは、金額的には利益が生まれるようなものはなかった。その為、企業理念や、その人の考えが寄付したい、多少損が出ようとも行うというような使命感が生まれなくては続けて支援は行うことが出来ない。フードバンクはその企業や団体・個人の行動を助け、なるべく負担を減らして行って貰う手伝いを行う必要がある。その為にはいくつかの条件が必要となってくる。

倉庫の大きさ

フードバンクにとって倉庫は生命線である。大量の物資を貰うだけでなく、相手の方にとっても一括で受け取れた方が輸送コストが少なく済み、排出される排気ガスも少なく環境にも良い。

受け取った物資の流れを正確に把握する能力

寄付を行う企業が知りたがっているのは自分たちの渡した物資が、どこに渡り、どのように使われたかである。そこが明らかでないと、企業も渡す側の責任がとれないと考え、寄付を渋ってしまう。フードバンク側もそこがいい加減になってしまうと、必要なところへの支援が滞り、寄付物によるトラブル（転売・食中毒等）が起りやすく、その解決にも時間がかかってしまう。

子ども食堂が何を求めているか把握できていること

フードバンクに寄付したいものを何でもかんでも受け取っては、その物資をさらにロスしてしまう。子ども食堂等の寄付先が求めているものを寄付元に伝える能力が必要だ。また、どこの子ども食堂は、どれだけ何が必要であるか把握していることで物資の受け入れをスムーズに行うことも出来る。

組織がしっかりしていること

フードバンクの取引先の多くは会社である。会社単位で事業としてフードバンクに寄付を行うとき、フードバンクは通常の会社のやりとりと同じようなスピード感が求められる。ちゃんと組織化した会社のスピードに対応するためにはしっかりとした組織が必要である。複数のボランティアがマルチに動くのではなく、渉外・営業・配送は担当者を置き、スムーズに物資を受け取ることが大切だと考える。

また、社会問題は常に流動的でスピード感ある退所が求められる。組織力のないフードバ

ンクだと計画を立てている段階、実行途中でもう用済みになってしまうこともある。

終章 これからのフードバンクのカタチ～寄付の地産地消～

上で述べたとおり、コロナウイルスが蔓延し第一回目の緊急事態宣言頃（2020年3月前後）は子ども食堂の居場所からフードパントリーへの活動形態に伴いその物資を調達する役割を担っていた。しかしフードバンクや子ども食堂が感染症対策で動きに制限が出るなかでもひたむきに活動した結果、その助けの声が全国に広がりつつある。それに応じて子ども食堂やフードバンクに支援を行いたいという声が増えてきた。企業の生産過剰に頼り、寄付品が枯渇する事は昔話になりつつある。そしてフードバンクも寄付を受け入れ、捌ききる能力がより必要になっている。しかもただ捌くのではなく、何がどう動いたのか把握したり、事務的に寄付品を処理し、書類にまとめたりしなくてはいけない。善意や、それに呼応した行動であるのは大原則であるが、それだけでは企業や団体とお互い気持ちの良い速度や距離感で行えなくなってしまう。うらにフードバンク愛知は受け入れた食材をさばく能力にも長けている。全国から集まる寄付をフードバンク愛知の力だけでは捌けない。そのため、地域の寄付は地域の子どもの食堂や、企業と密着して行うことが大切である。寄付の地産地消を行おうとしている。その先駆けは株式会社バローホールディングスとの連携に見られるように地域の企業が地域の子どもの食堂と繋がる仲介役のような役割を持っている。

これらを全て行おうとするとフードバンクの負担が大きくなってしまう。全てのフードバンクがフードバンク愛知のように運送会社が母体であるなど巨大な倉庫を持っている訳ではない。しかもボランティアの方々のスキルが高く事務作業・PR活動も精力的、効果的・効率的に全てのフードバンクが出来るわけではない。なので、地域で出た寄付・フードロスはその地域でなるべく消化出来ることが望ましいと筆者は考える。

第7章 子ども食堂の寄付の流れの再考：マッチングアプリ型の仕組み

その為の一つは子ども食堂のミニフードバンク化である。フードバンク愛知が行っているバローモデルのような、自分たちでフードロスや物資を手の届く範囲で回収していく形態だ。これは企業の輸送コストがなくなり、子ども食堂側もある程度自分たちのさじ加減で行うことが出来るのでお互い負担が少なくなる。

ミニフードバンク化の問題点は地域の企業がどのくらい物資が届くのか不確定であるということだ。地域の支援だけだと物資の厚みがなくなるため頼っては行えない。また、地域全ての子ども食堂がフードバンク化しようと思ってもプロボノが不足してしまう。地域の代表の子ども食堂（バローモデルでいうデポ）にプロボノを置かなくては成り立たない。また、地域によっての寄付格差が大きく生まれてしまう。さらにミニフードバンクになり得る子ども食堂の条件は食材を詰め込めるスペース・冷蔵・冷凍庫が入るところといった制限がかかってくる。加えて寄付物資の薄さと格差を大きなフードバンクが補うことが重要になるだろう。

もう一つはマッチングアプリ型の仕組みを設けることだ。寄付の大きな問題は出会いの場が中々見つけにくいという所にある。これは昨今晚婚化が進んでいる、出会いの場が中々ないという声から生まれたマッチングアプリに置き換えることが出来るのではないか。

マッチングアプリは出会いを求める人々がアプリ上に表示された他人の写真・性別・年齢・

学歴・居住エリア・趣味などのプロフィールを参考に、自分と息が合いそうなパートナー候補を見つけ、交際に発展させることを目的とする。これを寄付の構造に組み込むと、寄付を求める子ども食堂は開催場所・人数・求める物資・欲しい日にち等を、寄付を行いたい企業・団体は寄付できる物資・対象年齢（どの年齢層向けか）等を書いておく。そこでマッチングが出来るようになれば企業は気軽に、子ども食堂は頻繁に多く、多種多様な支援を受ける事ができるのでないかと筆者は考える。イケメン・美人・高収入な人がマッチングアプリで人気のように、このアプリ・掲示板的なものは需要と供給が目に見えて分かるようになるため寄付の現状、対策が早くなる。そうなればより寄付は人々にとって身近なものになり、日本人が持っている恥の文化であったり、助けを呼ばないような性格を越えていくものになると筆者は考える。

しかし、そもそもマッチングアプリに抵抗感を持つ方も多く存在し、嫌悪されるのではと考える人もいるだろう。マッチングアプリが嫌悪されるのは最終目的が男女間の交際や情事であると多くの人考えるからであり、これを寄付に置き換えてしまえば多方向・多数に助けを求められる場所である。また、現状では企業人と同等の対応スピードが求められるが連絡そのものもスムーズで手軽になり、必要なスキルのハードルが下がる。何より、通常の活動では出会う可能性がないようなコアな企業や団体と出会う確率が上がるだろう。課題としては筆者の経験として述べるとマッチングしたあとのドタキャンであったり、写真とものが違ったり、そもそも連絡がつかなくなる等問題が多数ある。マッチングアプリではそこまで緊急性がないが、子ども食堂が支援を必要とし、頼るようになるとドタキャンは大きな問題になる。団体情報、企業情報の正確性も大きな問題となるだろう。

まだまだ実現には上に上げただけではなく多くの本稿では扱えなかった課題として占めたいと思う。

【参考文献】

- ・厚生労働省（2019）「国民生活基礎調査」
- ・貧困率の年次推移表子ども食堂の現状&困りごとアンケート結果セカンドハーベスト・ジャパン閲覧日 2021年2月1日
- ・大原悦子（2016）『フードバンクという挑戦』、岩波書店
- ・米山けい子（2018）『からっぽの冷蔵庫 見えない子どもの貧困』東京図書出版
- ・社会福祉法人愛知県社会福祉協議会地域福祉部，令和2年3月発行，令和元年度「子どもの居場所づくり応援事業」実施報告書

謝辞

本稿を執筆するに当たって多大なご協力を賜ったフードバンク愛知の寺田社長・河治さん、セカンドハーベスト名古屋の松岡理事にお礼を申し上げます。特に、フードバンク愛知の皆様には一度自分が企画を潰してしまい失礼を重ねてしまいましたが、それでも最後までお話しを快く聞かせていただきました。成ゼミでの三年間の活動を通して、人はつながりの中で生きていることを強く実感し、またそのために自らは何をすべきかを学びました。深く感謝し、これを糧に生きていきたいと思えます。ありがとうございます。