

食材寄付文化の発展に関する研究

—しもいちばわいわい子ども食堂とバロー・丸小青果の連携から—

安松 亮

論文概要

本稿は、豊田市しもいちばわいわい子ども食堂のボランティア参加体験を元に、食材寄付を促進する条件について検討する。その実状やメリットを探ることで、企業・団体の新規参入を促し、企業・団体の寄付文化の発展を目指すことを目的とする。

第一章は、なぜ寄付に着目するのかについて、しもいちばわいわい子ども食堂の出会いと活動経験から、子ども食堂立ち上げの経緯やコロナ禍における活動内容などを明らかにする。そして、子ども食堂で提供されている食材は、実はそのほとんどが寄付によるものであることが明るみになった。そのため、子ども食堂を継続的に運営していくためには、企業・団体からの食材寄付の充実が必要不可欠である。第二章は、寄付を行う企業・団体がなぜ子ども食堂やフードバンク団体などに寄付しているのかを明らかにする。「子ども食堂への寄付に関する調査」を元に、フードバンク愛知、愛知県の子どもの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 団体へ調査を送り、回答内容を集計し分析を行った。調査から寄付活動継続の理由を探る。寄付者と寄付先との結びつきが強いほど寄付が集まりやすい傾向にあることがあり、人脈こそ寄付文化をつくるのではないかと結論に至った。第三章では食品ロスの現状から企業支援の拡大において、利用者の「生の声」を企業側に届ける必要性について検討する。そこで資金提供者や食材提供者に対しての「何に使われたか」や「お礼の声」を届けることで次につながり、さらにその好循環が生まれるのではないかと結論した。第四章ではバロー HD のインタビュー調査からフードロス削減の現状と子ども食堂への食品提供内容をまとめる。結果として、つなぐ場所がない、受け入れるところがないという現状を解決することが食料廃棄の減少につながるのではないかと考えた。この現状を打破する解決策として、食品提供をしたい企業と子ども食堂をネットワークによって繋げるマッチサイトを立ち上げることを提案した。第五章では丸小青果の取り組みを元に寄付による二重納品書の存在や損金算入の可能性を明らかにする。課題としては今後も食材提供を継続させていくためには企業利益を出し続ける必要があることが分かった。そして終章ではこれまでの総括を行い、今後の寄付文化をさらに発展させていくための条件や課題を明らかにした。子ども食堂を長く運営していくには継続的な寄付が必要不可欠だ。継続的な寄付こそが子ども食堂のこれからを担うだろう。しかし寄付の受け手にも課題はある。それは食材寄付が多いと食材の保管場所が足りないことだ。そのため寄付の受け手は食材の保管場所を確保することが必要である。解決策として行政や NPO と協力してフードバンクのような場所を増やすことだ。場所問題が解決すれば飛躍的に子ども食堂が発展していくのではないだろうか。コロナ禍だからこそそのつながりの必要性を見直し、支えあう必要がある。人と人の想いが世の中を変える第一歩となるだろう。

第一章 なぜ寄付に着目するのか

第1節 しもいちばわいわいこども食堂：私の私的な出会いから

本稿は、コロナ禍に新設された子ども食堂、しもいちばわいわいこども食堂への参加経験を通じて、なぜ子ども食堂には寄付が欠かせないのかを明らかにする。冒頭から私的な体験で恐縮だが、コロナ禍の2021年3月、Facebookを通じてしもいちばわいわいこども食堂を知り、ボランティアとして参加することになった。月に実際参加してみると、幼児から中学生までの様々な年代のども食堂がどのように地域に根付きどのように機能していくのかを筆者自身の目で見て、こどもが参加するため名前の通り常に“わいわい”と楽しんでいる様子が伺えた。また食事をとるだけでなく子どもたち自身も料理のお手伝いをするため食に触れ合うよい機会だと考える。また共通の動きをすることで初対面でもすぐに打ち解けられコミュニケーションを取ることが出来ると感じた。またコロナ禍ということもありフードパントリーが定期的に行われるため多くの人の手助けになっているのではないかと考える。

さて、助け合いが必要とされるコロナ禍での寄付はどうなっているだろうか。「寄付白書2021」（日本ファンドレイジング協会）によると、個人寄付自体は12000億円あるがふるさと納税による寄付が過半数を占め、コロナ関連で寄付した人の割合は1割以下である。同協会の鵜尾雅隆代表理事は「震災は被害の軽重に差があったが、コロナはいわば全員が被害者。先行きが見えない不安からも寄付をためらったのではないかとみる。年齢別にみると、全般的には、若者で寄付をする人は少なく、20代で約26%。年代が高くなると増え、70代で約55%だ。ところがコロナ関連の寄付は、若者でも他の年代にひけをとらない。これはSNSなどを活用した寄付が多かったためではないだろうか。ここ5年間で、個人寄付額が大きく伸びている。その要因は2つあると考えらる。一つは、社会問題や社会の一員である感覚が誰にとっても身近になったこと。もう一つは、より寄付しやすい環境が整ってきたことだ。これらの背景には、ふるさと納税やSDGsの認知が拡大することでソーシャルグッドへの意識が向上したこと、近年毎年のように起きている国内の自然災害被災地支援をきっかけに寄付を経験した人が増えてきていることなどが挙げられる。また、近年では、個人の発信力が高まり多様な意見と出会う機会が増えた。自分の価値観を問われる場面も増え、そのアクションのひとつとして寄付が選択肢に入ってきたともいえる。新型コロナウイルス感染症拡大で大きな社会的価値観の変容があったことも、こうした流れを大きく後押ししている。また、NPOなどの団体側もインターネットやSNSでの情報発信を積極的に行うようになってきており、ネット検索で団体の活動を理解し共感した人が、ITを活用した決済方法で手軽に寄付できる環境が整っている²³⁾。

そのため個人でも寄付が身近になっている今だからこそ寄付に着目すべきだと考える。実際に個人の寄付であるクラウドファンディングによって立ち上げられたしもいちばわいわいこども食堂の実状を見ていく。

しもいちばわいわいこども食堂とはコロナ禍の2021年3月7日に豊田市下市場区民会館にて開設された子ども食堂である。開設のきっかけとして代表である中川さんは近頃、地域の公園が減少していることを懸念していた。そこから子どもたちの気軽に集まることのできる居場所を作りたいと考え、子ども食堂を作ることを決意した。子ども食堂の開設資金を調

23) 朝日新聞 2021年12月17日「寄付文化ない？日本 老いも若きも、増やせる余地」編集委員・秋山訓子

達するためにクラウドファンディングを利用した。2021年1月20日にクラウドファンディングを開始し2021年2月7日までの期間で支援者64人による584500円もの資金が集まった。これは中川さんの行動に多くの方が支援したいと共感し期待しているからだろう。また豊田市役所に相談したことでロータリークラブやフードバンク愛知さんを紹介してもらい定期的に食材を提供してもらうことになった。

そして2021年3月7日に1回目の子ども食堂が開かれた。多くの人に参加してもらうためにInstagramやFacebookなどのSNSを使用し参加者を募った。また参加方法はしもいちばわいわいこども食堂の公式LINEを作り参加予約が出来るようにした。

そのおかげもあり初日からスタッフ含め大人18人高校生1人中学生7人小学生8人幼児12人の合計45人の方々が集まり豊田市の子ども食堂として幕を開けた。この子ども食堂ではスタッフである「保護者世代」や大学生や高校生などの「学生世代」のほかに「シニア世代」といった様々な年代の方々が参加している。核家族や少子高齢化が進む中で子どもたちがシニアの方と食事をしたり、大学生や高校生と遊んだり勉強することはとても貴重である。普段接することの少ない世代と一緒に、食事や様々な体験を通じて交流することは大きな意味があると感じた。

しもいちばわいわいこども食堂の活動頻度としては月に1、2回、主に日曜日に開催される。また長期休暇のときには学習支援も兼ねて行い居場所としての役割を果たしている。また様々な企業から食材提供があるため子ども食堂の開催まで賞味期限が短い時や保管場所が無いときは、急遽フードパントリーを行い食材を配っている。このコロナ禍において食材提供というのは居場所としての機能だけでなく、実際に経済的にも助かる家庭も多いだろう。

第2節 子ども食堂を立ち上げの経緯

次にしもいちばわいわいこども食堂の代表である中川さんに、第一なぜコロナ禍に立ち上げたのか、第二活動してみてどんな事を感じるのか、第三、支援者、受取人、社協、自治会、民生児童委員の反応はどうか、第四これからやってみたい事、課題についてインタビューを行った。

Q1 なぜコロナ禍に子ども食堂を立ち上げたのか

「コロナ禍だから、始めようと思ったわけではなく、何年も前からやりたいなと思っていました。子どもの居場所作りをしたくて駄菓子屋をやりたいかったけど、マンション住まいだからできなくて、だったら子ども食堂かなと思い、始めることにしました。でも、コロナで、人付き合いが希薄になってきたからこの時期に始められて良かったです。コロナ禍で子ども食堂を立ち上げることは感染の拡大リスクが高まる懸念がありましたが、それよりも子どもたちの居場所がない方が問題であると考え、環境衛生や個々の手指衛生を徹底することで立ち上げることにしました。区長さん達にいい顔されない時もあったけど、宣言中でもやりたいと思いました。私の話ですが、子どもの複雑な家庭環境で、親や大人が大嫌いでした。しかし自分が大人になってみて、大人もいい人沢山いるんだなと思い、家に居場所がないなどの親に頼ることができない子どもでも他人の大人に、助けを求められる環境を一人でも多くの子どもに知ってもらいたいという思いがあります。あの人なら話を聞いてもらえるとか思ってくれたら嬉しいです。だから、子どもには食堂に来ていろんな大人と接してもらいたいなと思います。ご飯の提供は、来てもらうためのツールであって、目的は多世代交流です。」

と述べた。

Q2 一年間活動してみてどう感じたか

「一年活動をしてみて、やって良かったと思います。昔に比べて人間関係も希薄になってきているのにコロナ禍でますます人との付き合いが無くなりかけていたけど、あそこに行く
と楽しい！と子どもが思ってくれているのが嬉しく思います。」と述べた。

Q3 支援者、受取人、社協、自治会、民生児童委員の反応はどうか

「支援者さんは、SNS で見えてくれていてよくやってるねと言われます。参加者の親には、
こどもが毎回楽しみにしてくれていて助かっています。といわれます。自治会には特に何も
無いですが、区長さんは喜んでくれています。」と述べた。

Q4 これからやってみたい事、課題について

「これからやってみたい事は、子ども食堂をみんなの得意なことを発表する場にしてみたい
かなと思います。例えば2月は友達の娘さんが、クラリネットとキーボードの演奏に来て
くれます。3月には有料手相会、4月には無料前髪カットなど、みんな、私の知り合いがやっ
てくれます。中には、ただのにぎやかと言われる事もあるけど、何もしないよりはマシだ
し一人でもあそこが楽しいと思ってくれるのであれば続けていきます。課題としては、本当
は、もっと困っている人達の支援をしたいので、そういった家庭とつながりたいことです。」
と述べた。

第3節 しもいちばわいわいこども食堂の活動記録

実際こども食堂の活動はどのくらいの寄付によって成り立っているのか明らかにするため
一年間の活動内容をまとめた。

(1) 3月7(日) 子ども食堂

メニュー：サーモンのフライ、ウニパスタ、キャベツサラダ、おにぎり、味噌汁、大根と
白菜の煮物、りんごのケーキ

参加人数：スタッフ9人 子ども32人

食材提供：愛知リンゴ会、フードバンク愛知

その他記述：初日から多くの人に参加し賑わった。お土産で愛知リンゴ会から寄付されたり
リンゴを配った。

(2) 3月20日(土) 子ども食堂

メニュー：肉じゃが、マイワシの焼物、カレイのソテー、イワシ団子の味噌汁、おにぎり、
アップルケーキ

参加人数：スタッフ7人 利用者28人

食材提供：フードバンク愛知、イケア

その他記述：小学5年生の子どもがたくさん参加して、調理のお手伝いをしてくれたため円
滑に準備が出来た。

(3) 3月30日(火) 子ども食堂

メニュー：おにぎり、味噌汁、里芋の煮物、卵焼き

参加人数：スタッフ4人 利用者51人

食材提供：フードバンク愛知

その他記述：春休みで平日のため、子どもたちがふらっと参加出来るように予約無しで学生無料で開催。過去最高の51人が参加した。

(4) 4月4日(日) 子ども食堂

メニュー：煮込みハンバーグ、きんぴらごぼう、里芋の煮物、ブロッコリーの和え物、サニーレタスのサラダ、春キャベツの卵スープ、おにぎり、お団子

参加人数：スタッフ7人 利用者38人

食材提供：フードバンク愛知

その他記述：お花見の季節ということでお花見の団子がデザートとして出された。またハンドトリートメントを体験できる機会があった。

(5) 4月19日(日) 子ども食堂

メニュー：ぶりの塩焼き、コールスロー、サニーレタス、卵焼き、たけのこのサラダ、里芋と魚のスープ

参加人数：スタッフ8人 利用者33人

食材提供：フードバンク愛知、地元の農家

その他記述：欠席者が出てスタッフが足りなかったが急遽5人の方がお手伝いに来たため、スムーズに運営することが出来た。

(6) 4月29日(日) フードパントリー

配布物：マヨネーズ、お菓子、飲み物、お米など

参加人数：スタッフ3人 利用者32人

食材提供：フードバンク愛知

その他記述：雨の中で初のフードパントリーだったが沢山の方が来てくれた。

(7) 5月9日(日) 子ども食堂

メニュー：カレーライス、かぶの塩揉み、人参サラダ、水菜とツナの和え物、ナッツのパウンドケーキ、リンゴケーキ

参加人数：スタッフ8人 利用者30人

食材提供：フードバンク愛知、トヨタファーム、

その他記述：母の日ということでお母さんへのメッセージカードを作り、日頃の感謝を子どもたちは書いた。

(8) 5月16日(日) フードパントリー

メニュー：野菜、お菓子、袋麺、飲み物、など

参加人数：スタッフ5人 利用者31人

食材提供：フードバンク愛知、遠州屋、カネハツ、名東ロータリークラブ、洞泉寺

その他記述：食材が沢山集まったため、急遽フードパントリーを開催し多くの食材を配った。

(9) 6月6日（日）子ども食堂

メニュー：焼き鳥、きんぴらごぼう、サラダ、和え物

参加人数：スタッフ8人 利用者35人

食材提供：フードバンク愛知、名東ロータリークラブ、トヨタファーム、カネハツ

その他記述：炭火を起こして焼き鳥を焼いたため、子どもたちは大喜びだった。

(10) 6月20日（日）子ども食堂

メニュー：鶏肉煮込み、ごはん、和え物、サラダ、タピオカミルクティー

参加人数：スタッフ7人 利用者29人

食材提供：フードバンク愛知、味仙今池店

その他記述：緊急事態宣言の最中だったが常に換気し、食事以外はマスク着用を徹底し開催された。

(11) 7月4日（日）子ども食堂

メニュー：豚バラ炒め、とうもろこし、味噌汁、おにぎり、サラダ、スイカ

参加人数：スタッフ5人 利用者28人

食材提供：くくら農家

その他記述：クラウドファンディングで集まった支援金でくくら農家さんにてとうもろこし狩りをした。とうもろこし狩りを初めて経験する子どもたちが多く大いに喜んだ。

(12) 7月27日（火）子ども食堂

メニュー：おにぎり、味噌汁、夏野菜サラダ

参加人数：スタッフ8人 利用者45人

食材提供：フードバンク愛知

その他記述：夏休みということもあり、予約は無しで開催し、学習支援も行った。

(13) 8月3日（火）子ども食堂

メニュー：オムレツ、ひじき煮、キダイの甘酢漬け、お惣菜、スープ、おにぎり、梅ソーダ

参加人数：スタッフ7人 利用者21人

食材提供：フードバンク愛知、チャレンジ太平、名東ロータリークラブ、生活クラブ、カネハツ

その他記述：カネハツさんのお惣菜が多く使用されていた。

(14) 8月12日（日）フードパントリー

メニュー：お惣菜類

参加人数：スタッフ3人 利用者22人

食材提供：名東ロータリークラブ、カネハツ

その他記述：沢山のお惣菜寄付があり急遽開催。

(15) 8月15日(日) 子ども食堂

メニュー：手巻き寿司、きゅうりの浅漬け、和え物、味噌汁、かき氷

参加人数：スタッフ15人 利用者41人

食材提供：フードバンク愛知、トミーの魚や、カネハツ、生活クラブ

その他記述：夏祭りとして開催した子ども食堂。子どもたちは甚平や浴衣で参加し、お祭りムードだった。また縁日のように千本引き、輪投げ、スーパーボールすくいなども行ったため、大いに盛り上がった。

(16) 8月24日(火) 子ども食堂中止

その他記述：豊田市でもコロナが蔓延し始めたため、やむを得ず中止となった。

(17) 8月31日(日) 子ども食堂

メニュー：クレープ

参加人数：スタッフ5人 利用者20人

食材提供：クレープ屋

その他記述：子ども無料大人600円で開催し、大人の売上は12000円ほどありすべて材料費に当てることが出来た。子どもたちはクレープ作り体験を楽しんでいた。

(18) 9月5日(日) 子ども食堂中止

その他記述：コロナの影響を考え開催を中止した。

(19) 9月12日(日) フードパントリー

メニュー：お菓子、麺類、ジュース、お惣菜

参加人数：スタッフ2人 利用者25人

食材提供：フードバンク愛知、名東ロータリークラブ、カネハツ、神戸物産、生活クラブ、ゼンショーホールディングス

その他記述：賞味期限の近い生麺を頂いたため、急遽パントリーを開催。

(20) 9月19日(日) 子ども食堂

メニュー：牛丼、わかめと冬瓜の味噌汁、わかめときゅうりの酢の物、うのはな、スパゲッティ、クリームソーダ

参加人数：スタッフ3人 利用者22人

食材提供：フードバンク愛知、徳島県漁業連盟組合、ゼンショーホールディングス、神戸物産、ご近所の方々

その他記述：フードバンク愛知を通じて頂いた牛肉で牛丼作り。また徳島県漁業連盟組合から頂いた生わかめでわかめを沢山使用した料理は大人気だった。

(21) 10月4日(日) 子ども食堂

メニュー：カレーライス、ポテトサラダ、車エビ、枝豆、みかん、プリン

参加人数：スタッフ7人 利用者31人

食材提供：フードバンク愛知、カネハツ、愛知こども応援プロジェクト、カネハツ、やま

のぶ、トヨタファーム、チャレンジ大平、善都子ども財団
その他記述：車海老を食べる子どもたちはとても嬉しそうだった。

(22) 10月17日(日) 子ども食堂

メニュー：猪肉バーガー、カボチャポタージュ、カボチャサラダ、車エビ、お惣菜、玄米、柿、みかん

参加人数：スタッフ9人 利用者35人

食材提供：フードバンク愛知、山恵、豊田ライオンズクラブ、洞泉寺、愛知こども応援プロジェクト、やまのぶ、ゼンショーホールディングス

その他記述：猪肉は臭みもなくこどもたちに大好評だった。

(23) 11月14日(日) フードパントリー

メニュー：お米、じゃがいも、麺類、お菓子、缶詰、飲み物

参加人数：スタッフ3人 利用者34人

食材提供：フードバンク愛知、愛知こども応援プロジェクト、生活クラブ、豊田ライオンズクラブ

その他記述：食材が沢山集まったため、急遽パントリーを開催。

(24) 11月21日(日) 子ども食堂

メニュー：ポテトフライ、メンチカツ、魚のフライ、つみれ汁、コーンサラダ、柿、みかんの缶詰

参加人数：スタッフ7人 利用者28人

食材提供：フードバンク愛知、チャレンジ大平、やまのぶ、愛知こども応援プロジェクト、カネハツ、豊田ロータリークラブ、第一生命

その他記述：お土産でコストコで購入したディナーロールを配りこどもたちは大興奮だった。

(25) 12月5日(日) 子ども食堂

メニュー：鶏肉と白菜のトマト煮、北海道産ジャガイモのじゃがもち、コストコのベーグルでサンドイッチ、お米、サラダ、焼き芋

参加人数：スタッフ8人 利用者25人

食材提供：フードバンク愛知、愛知こども応援プロジェクト、docomo、IKEA、第一生命、やまのぶ

その他記述：寒いので焚き火を行い、マシュマロやサツマイモを焼いた。

(26) 12月20日(日) 子ども食堂

メニュー：ピザ、ポテトサラダ、大根の煮物、ケーキ

参加人数：スタッフ7人 利用者53人

食材提供：フードバンク愛知、ドミノ・ピザ

その他記述：クリスマス会のためピザパーティーが行われた。筆者の最後のボランティアだったため、サプライズにケーキを子どもたちが作ってくれた。

(27) 12月25日(日) フードパントリー

メニュー：麺類、お菓子、缶詰、お米、お惣菜

参加人数：スタッフ3人 利用者27人

寄付提供：フードバンク愛知、カゴメ、名城食品、カネハツ、愛知こども応援プロジェクト

その他記述：食材が沢山集まったため年内の最後の活動はフードパントリーとなった。

これまでの活動内容から分かる通り初回から年末までの間に19回もの子ども食堂と、5回ものフードパントリーが行われた。この一年間で約1100人の方が参加した。

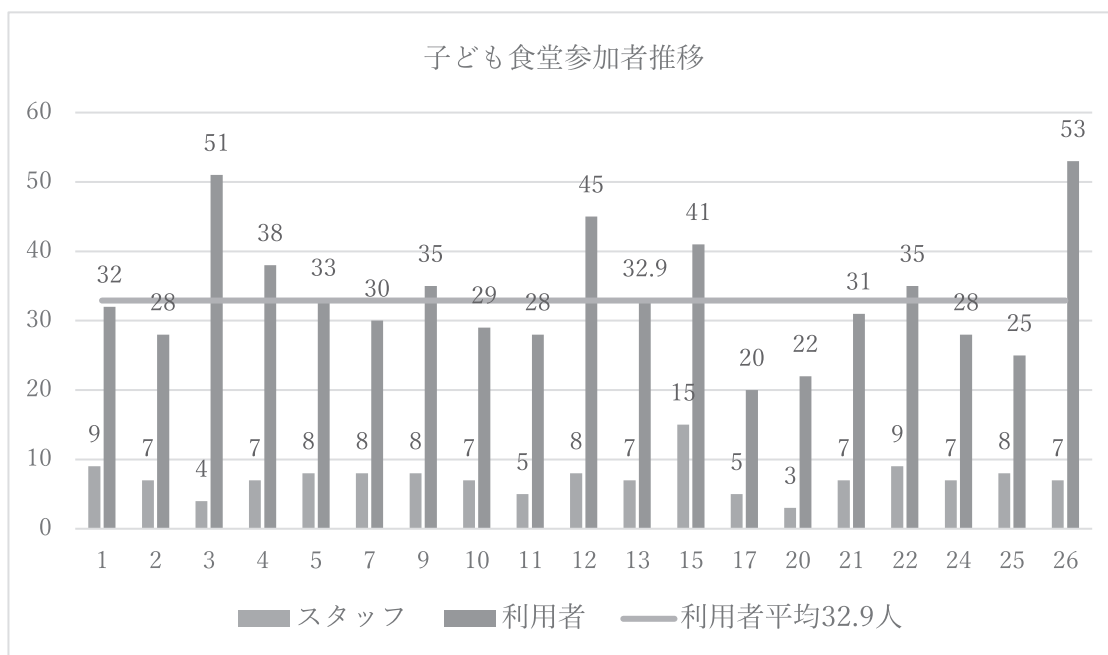


図1 子ども食堂参加者の推移

上記の図1では子ども食堂の参加者推移を表したグラフである。利用者平均は32.9人であった。その中でも大幅に平均値を超えたのが4回ある。これの要因として2つ考えられる。1つ目の要因として長期休みの平日に開催されているときだ。長期休みの平日は予約なしで開かれるため、気軽にふらっと参加できるからだと考える。一人で家で過ごすより誰かと過ごしたいと感じるため多くの子どもが参加するのだろう。2つ目の要因として夏祭りやクリスマス会などのイベントごとの時に多い事が分かる。これは年一回の特別な日であるため参加者が多い。これらの要因から子ども食堂は人々の一つの居場所になっていることが分かる。

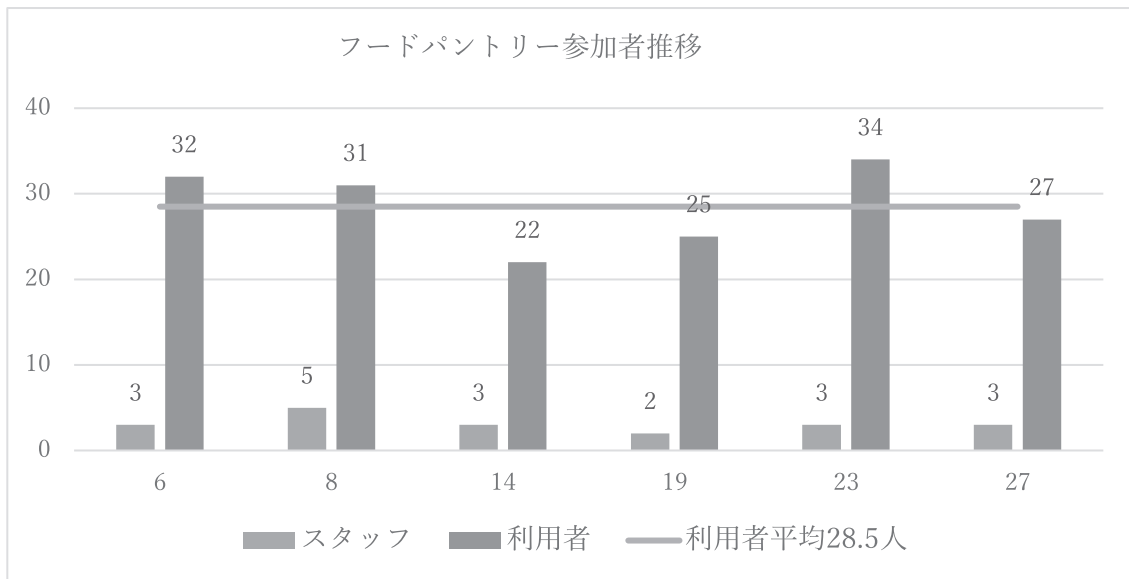


図2 フードパントリー参加者推移

上記の図2ではフードパントリーの参加者推移についてまとめたグラフである。フードパントリーの利用者平均は28.5人と子ども食堂の利用者平均32.9人よりも少ないことが分かる。これはフードパントリーでは食材を受け取りすぐに解散するため、こどもが大人数で来ることはないからだ。またパントリー食卓の補助をする存在であるため、居場所としての存在を求める子どもはあまり来ないのではないだろうか。やはり子ども食堂には居場所としての存在を求める人が多い。

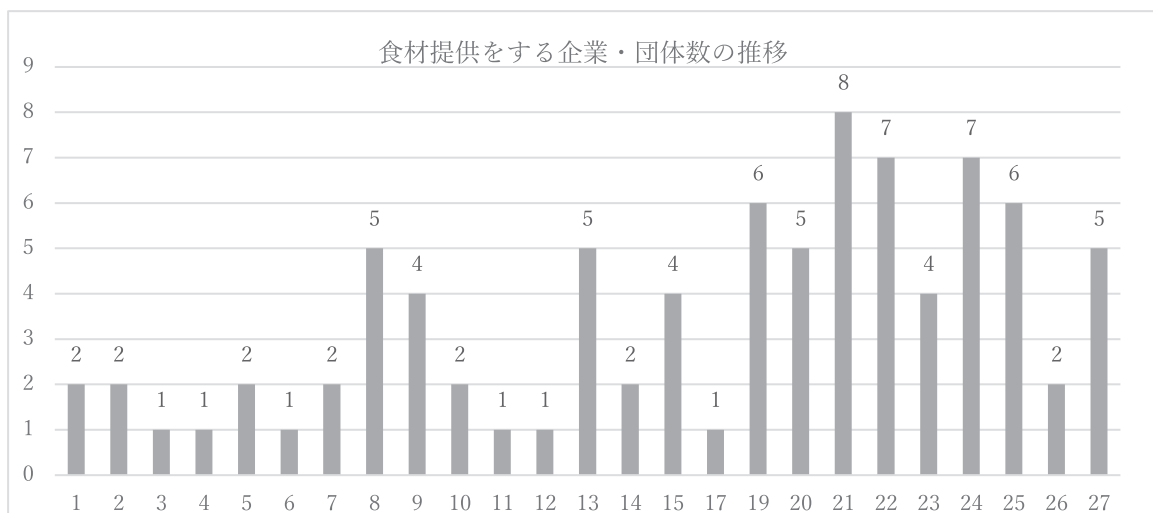


図3 食材提供をする企業・団体の推移

次に上記は食材提供をする企業・団体数の推移を表したグラフである。しもいちばわいわい子ども食堂の活動記録から食材提供の多さが分かる。これはほとんどの食材が寄付によってまかなわれているということである。また図3から一年間の活動を通して開催回数を重ねる度に食材提供をする企業や団体が増加していることが分かる。これは各団体や企業がしもいちばわいわい食堂の活動を認知し共感して支援をしているからではないだろうか。このことは他の子ども食堂でも言えるだろう。つまり食材寄付の継続こそが円滑に運営することが

できる条件だと考えられる。もし仮に食材寄付が減少すると子ども食堂の存続は厳しくなる。つまり子ども食堂を長く運営していくためには継続的な寄付が必要不可欠である。そこで以降では企業にインタビューやアンケートを行い寄付のメリットややりがいを明らかにし継続的な寄付をするための条件を探る。

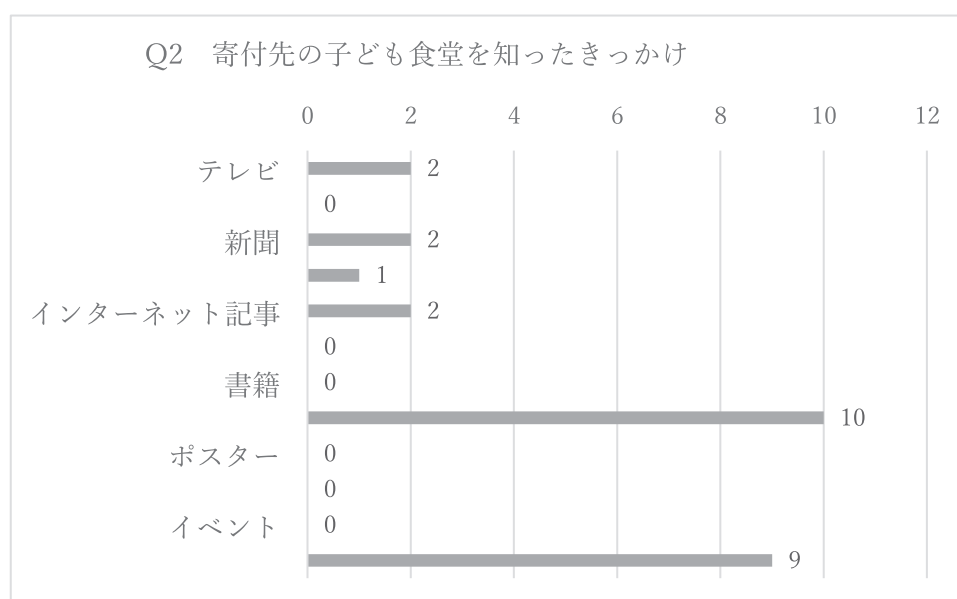
第二章 寄付を行う企業・団体の声

第1節 調査の目的、方法：子ども食堂の発展のために

子ども食堂の更なる発展を目指すためには、まず子ども食堂への食材提供の継続が必要不可欠であると感じた。しかし企業や団体が寄付したくても何をどこに持っていけばよいか分からないなどの課題があがる。そこで本稿では企業・団体の寄付文化の発展を目指すことを目的とする。そして寄付を行う企業・団体・個人がなぜ子ども食堂やフードバンク団体などに寄付をしているのか明らかにする。さらに寄付活動においてエンドユーザーに届くまでの流れや事由、課題を調査した結果を元に分析する。調査を通して今後、寄付文化をさらに発展させていくための条件を探る。

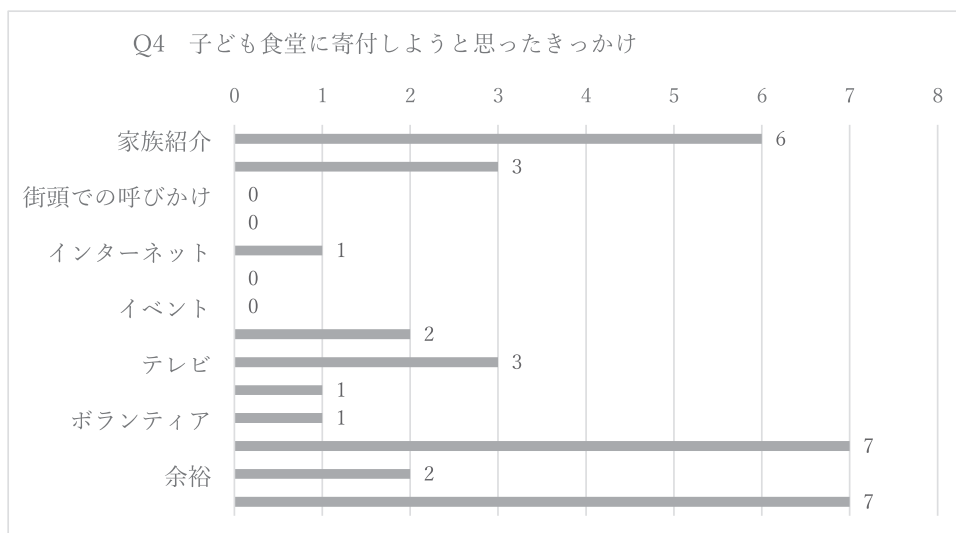
また調査方法として、成ゼミにおいて調査票「子ども食堂への寄付に関する調査へのご協力をお願い」を作成した。フードバンク愛知や愛知県の子ども食堂のホームページやFacebookに記されている企業や団体を対象に全92団体へ依頼状と調査票を送る。調査票として紙媒体のものとGoogleフォームでの2種類あり、どちらでも回答可能。紙媒体の場合、同封してある用紙に記入の上、返信用封筒に入れ、ポスト投函により返答を待つ。回答は期限は届いてからおおむね10日を目安とする。期間は2020年12月11日以降より順次送付し、2021年1月末までに返答された全24件の調査書を使用する。特徴や傾向を分析し、それらから分かったことをもとに考察していく。

第2節 集計結果

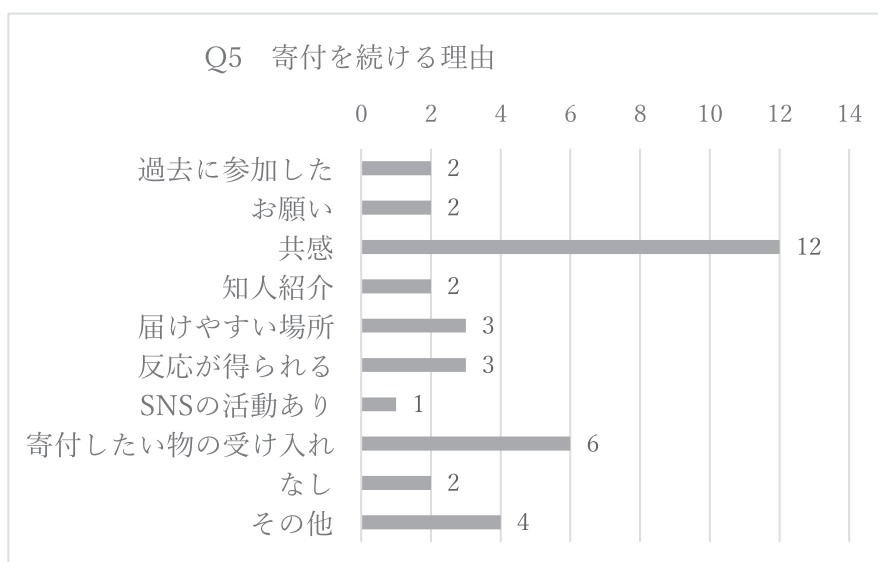


Q2 から寄付先である子ども食堂を知ったきっかけとして最も多いのが知人からの紹介である。この事から子ども食堂の輪として人とのつながりが強いことが読み取れる。次にテレ

び、新聞、インターネットの記事といったメディアから認知したという結果から子ども食堂について近年では取り上げられていることが分かる。

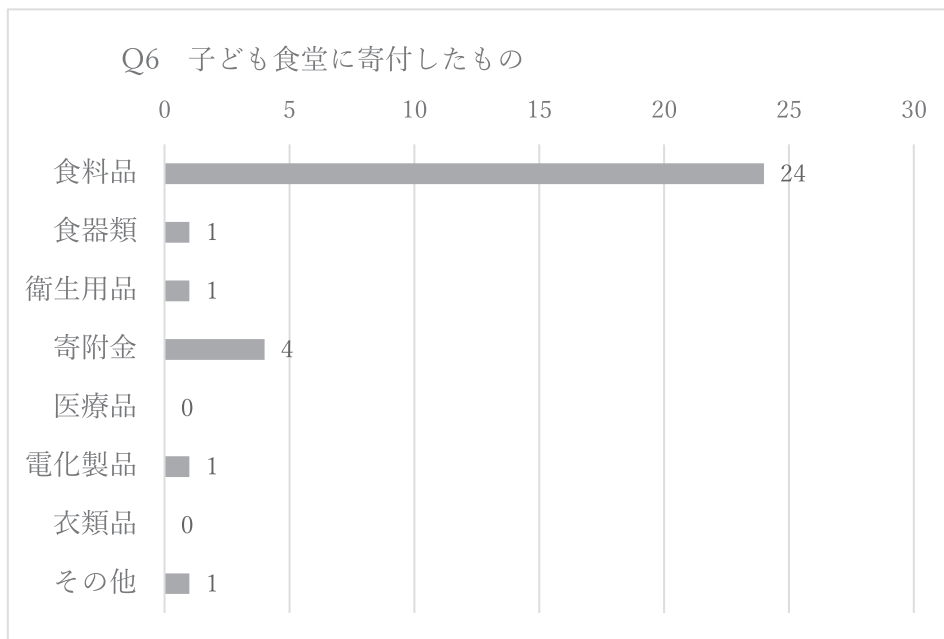


Q4 から寄付活動をしようと思ったきっかけとして最も多いのが関心がである。これは子ども食堂を知っていて関心を持っていたことを表す。やはり昨今ではメディアなどで取り上げられるているため、子ども食堂という存在が徐々に認知されつつあるという証拠である。次に家族や知人、団体からの紹介や依頼されたことをきっかけとするのが多い。寄付文化は慈善活動であるのでより多くの寄付を集めるために周りの方が声かけをしているのではないかと考えられる。

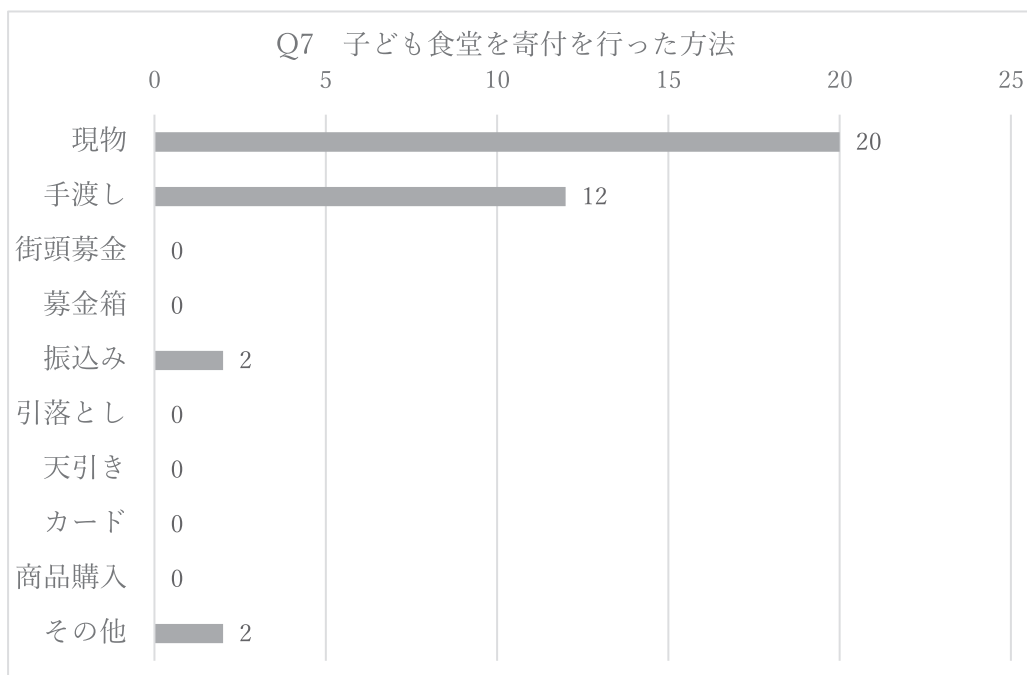


Q5 から寄付を続ける理由として、寄付先の活動に共感したと答えたのが最も多い。子ども食堂であったりフードバンクであったりと各々の活動理念がありそれに共感することで継続していることが分かる。次に寄付先が届けやすい場所であることと寄付先の反応が得られるという回答が多い。これは物流面として近くの地域に貢献したり、エンドユーザーの反応が見られることが活動の継続の要因だと分かる。また子ども食堂の活動に過去に参加したや、寄付のお願いをされたことと回答しているのが3番目に多い。これは直接的な関わりを大切

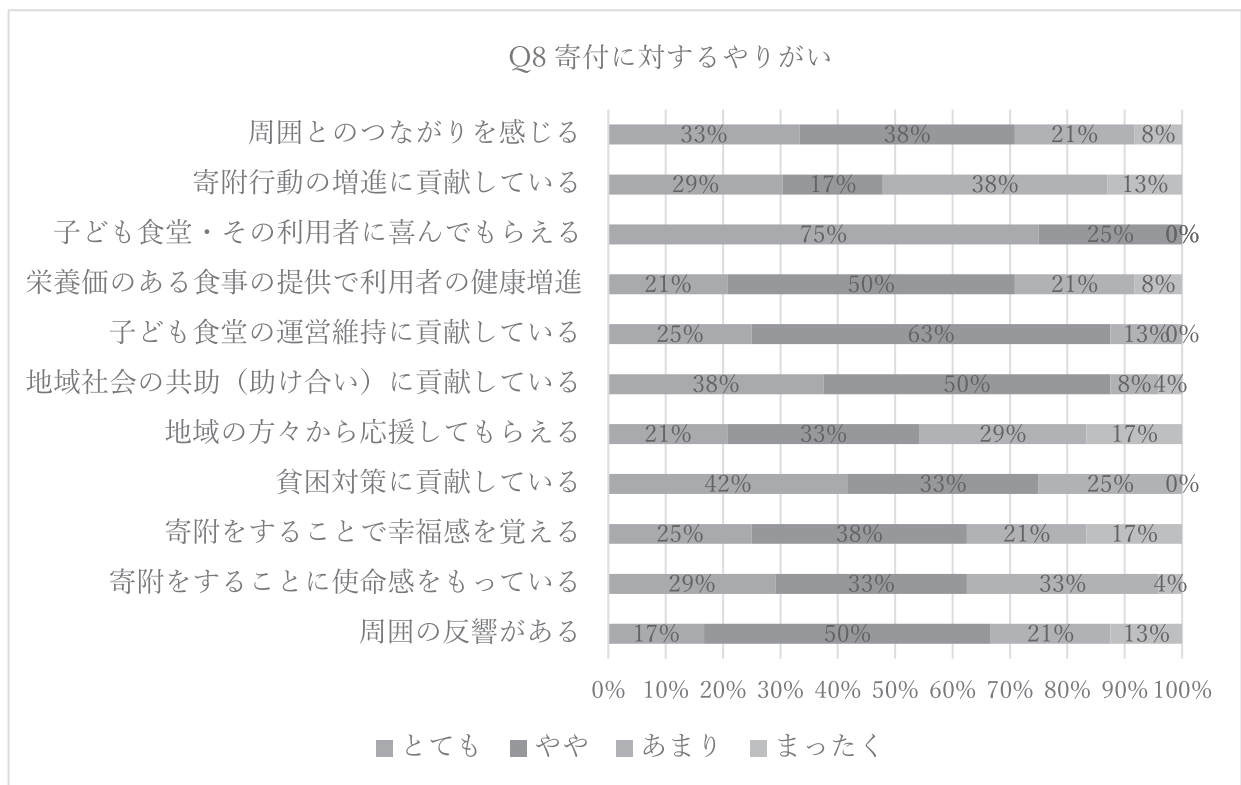
にしているのではないかと考えられる。



Q6では子ども食堂に寄付したものを表す。もっと多いのは食料品で全体の75%を占める。一方で食料品以外にも寄附金であったり子ども食堂の運営に関わるものも寄付されている。これは食料を扱わない企業や団体も様々な形で寄付活動に参加していることが分かる。

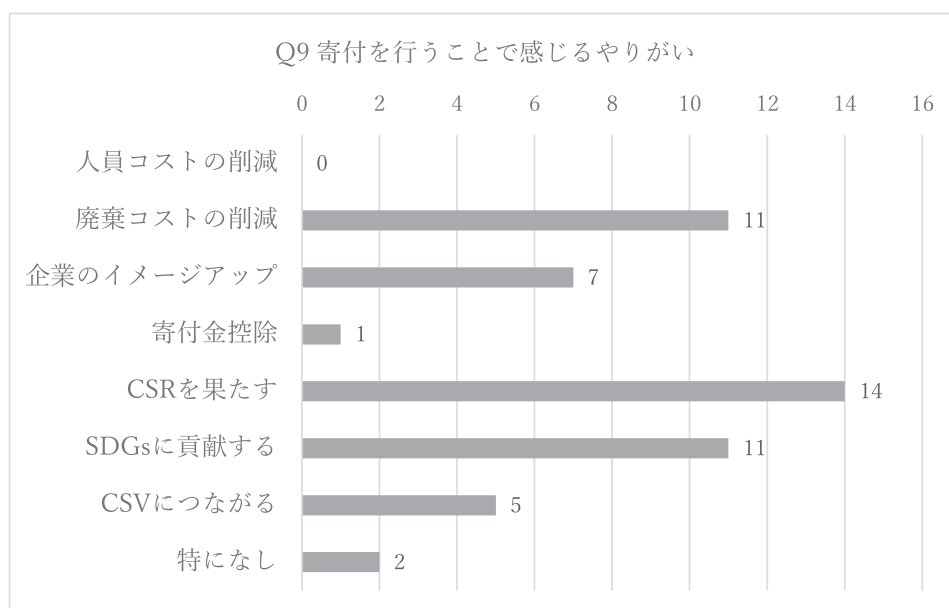


Q7では子ども食堂に寄付を行った方法を表す。食料品や本の現物寄付がもっとも多く、手渡しでの寄付が後に続く結果となった。一方で街頭募金や募金箱の回答がゼロであることから子ども食堂の寄付においては無作為な募金は行っていないことが分かる。

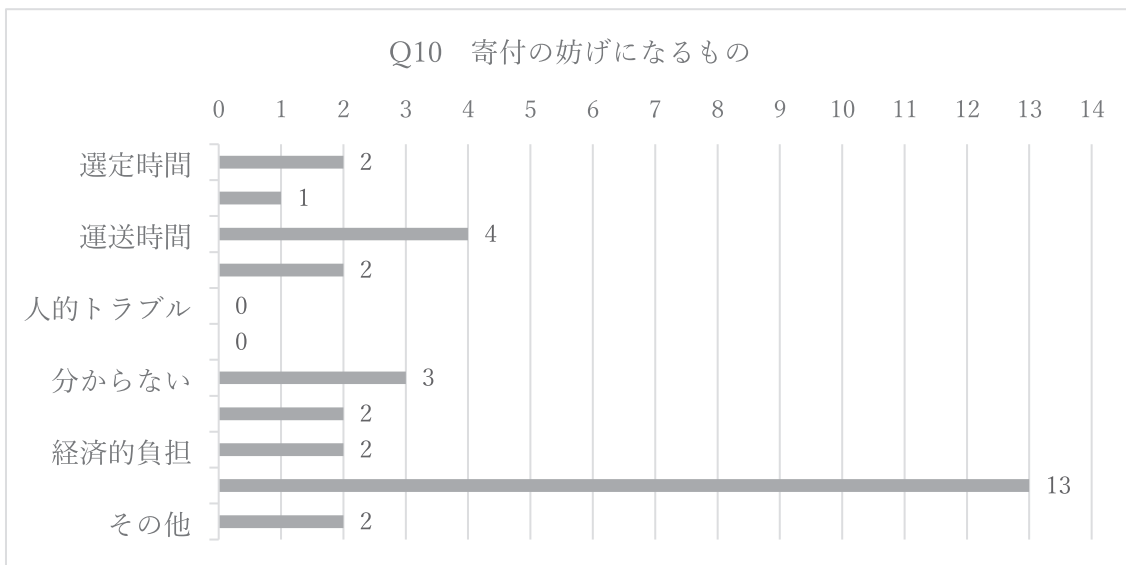


Q8 では寄付に対するやりがいについて「とても感じる」という意見が最も多いのが、子ども食堂・その利用者に喜んでもらえると回答したものだ。これは寄付を行うにあたり子ども食堂の活動に共感し、寄付先が喜んでもらうことに寄付のやりがいを感じているからだといえる。次に「とても感じる」と「やや感じる」の合計から考えると子ども食堂の運営維持や地域社会の共助、貧困対策への貢献が多いことが読み取れる。これは子どもの貧困への社会問題意識を持ち寄付を行っていると考えられる。

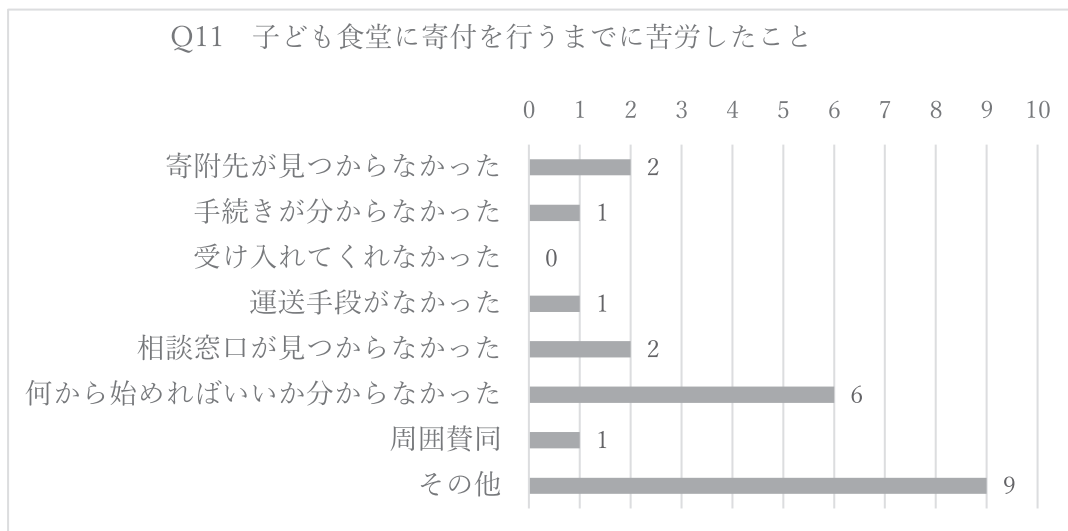
逆に少ないのは計 46% の寄付行動の増進に貢献しているや計 54% の地域の方々から応援してもらえるという回答だ。これらから周りの反応ではなく自団体の寄付の意欲による結果ではないか。



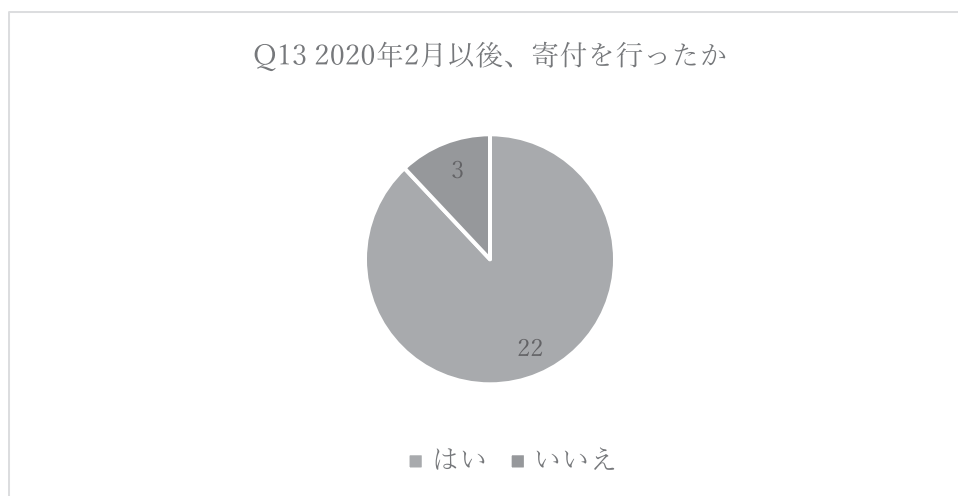
Q9で寄付を行うことの利益について表すものだ。最も多いのはCSRの観点による寄付だ。これらCSRは企業が利潤を追求するだけでなく、組織活動が社会へ与える影響に責任をもち、あらゆる利害関係者からの要求に対して、適切な意思決定をする責任から行われていることが分かる。次にSDGsに貢献するという回答が多い。これはSDGsへ取り組むことが経済的にもプラスになり、社会的なイメージにも影響を及ぼすので寄付を行うことが利益にもつながると考えられる。また同票で廃棄コストの削減としての回答がある。これはフードロスの観点から寄付することが廃棄コストを削減し社会貢献もできる利益を持つと考えられる。よって寄付を行う企業や団体は社会貢献と同時に利益を生むことが可能であると分かる。



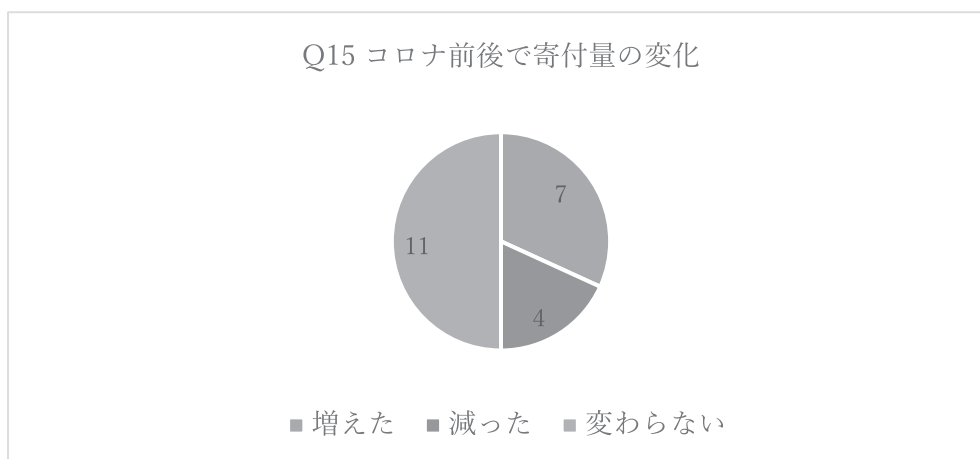
Q10では寄付の妨げになるものを表す。最も多いのは寄付の妨げになるものは「ない」という回答である。これは寄付において手間や時間を惜しまないという考え方によるものではないか。それは社会貢献したいという気持ちの表れだと考える。次に運送に関わる時間や人員である。これらは多くの寄付を行う企業や団体において物流するシステムが確立されていないためではないか。また役に立っているか分からないという回答からエンドユーザーの声が届いていないことが分かる。



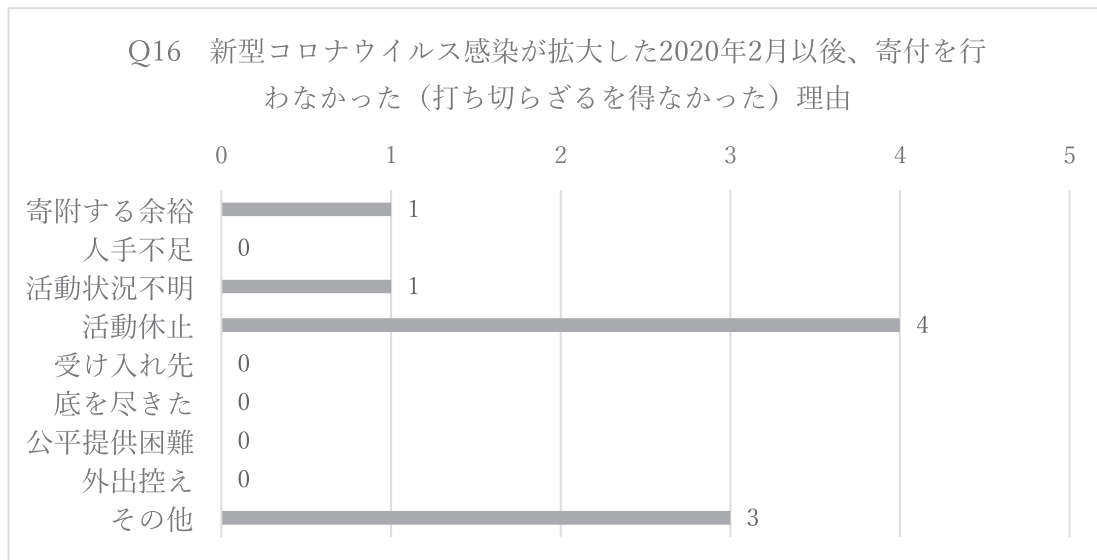
Q 11 では子ども食堂に寄付を行うまでに苦労したことを表す。最も多い回答として何かを始めればいいのか分からないことだ。これは新規企業や団体において寄付先に何が必要かを明確に分からない点からだ考える。次に寄付先が見つからないが多い。これは子ども食堂の寄付にあたりどこにどのように届けばよいかを明確化する必要があると考える。



Q13 では新型コロナウイルスの感染拡大した 2020 年以後に寄付を行ったについて調査した。「はい」と答えた割合は 25 件の 88% で「いいえ」と答えた割合は 3 件で 12% であった。



Q15 では Q13 において「はい」と答えた企業・団体によるコロナ前後での寄付物の変化を表す。寄付物が「増えた」と答えたのが 7 件の 32% で、「減った」と答えたのが 4 件の 18% で「変わらない」と答えたのが 11 件で 50% となった。これらから自団体の状況に応じて半数が変化したのではないかと考えられる。また「変わらない」という回答から定期的な寄付を行っている企業や団体が多いことが分かる。



Q16では新型コロナウイルス感染が拡大した2020年2月以後に寄付を行わなかった理由や打ち切らざるを得なかった理由を表す。最も多い回答は寄付先の活動休止によるものだ。これはコロナ禍によって子ども食堂の運営が困難になったことで寄付先がなくなり、寄付を行うことが出来なくなったと考えられる。また自団体の余裕がなくなったり、寄付を打ち切ったり、寄付先の活動に状況が不明であり寄付を行うことが出来なかったといった回答もある。

第3節 アンケート調査から見える寄付活動の継続の事由

上記の結果をもとに考察する。Q2.Q4から寄付先を知ることや寄付活動の行うきっかけとして家族や知人の紹介によるものが多いことから寄付文化は人とのつながりが重要であるといえる。つまり寄付者と寄付先との結びつきが強いほど寄付が集まりやすい傾向にある。子ども食堂は地域に、より根付いていることこそが不可欠である。また寄付に対して関心を持つことが寄付文化の発展への第一歩となると考える。現在、市民の社会貢献意識は高まってきているもののまだまだ寄付意識が低い。そのためにもメディアやSNSを活用し子ども食堂の認知度を広める必要があると考える。

次にQ5～Q9より本論の目的である寄付活動の継続の事由を考察する。主な寄付の継続する理由として寄付先の活動理念に共感したことである。直接的な関わり持つことで継続的に寄付し社会的にも貢献している。つまり人脈こそが寄付文化をつくると言えるのではないか。コロナ禍という状況だからこそ「つながり」の大切を改めて感じさせ助け合う必要があると考える。

また寄付によっての利益があることも継続理由の1つである。それは社会の課題解決が自分にとって身近になるとともに、自分の行動が社会貢献につながるという喜びを享受できる。また強制ではなく、寄付先の団体個人の活動や理念に共感した上で、一人一人が自分で選択するという価値観が広がる。そして食品ロスを減らすことができ廃棄コストの削減にもつながる。加えてQ9の結果より、税金控除による利益に票が入っていることから寄付税制という制度が存在することが分かる。これは寄付をすることで社会に貢献したいと考えている人の活動を後押しするために、一定の法人に寄付をしたい人に税制上の優遇を与える制度である。寄付によって税金控除を受けられるという事実は支援する側にとって大きな利益だと考える。それについては第五章で詳しく触れていく。これらは寄付を行う側の利益である。

もちろん寄付を集める側にとっての利益がある。それは活動資金の増加・安定化につながる。そして集めた寄付金の使途・成果を可視化することで、信頼性の確保につながる。また寄付者が増加すれば、様々な寄付集めの手法を開発できる。寄付者が寄付先のプレゼンターとしての役割を担うことで、寄付先の活動の認知度が高まる。共感による寄付を集めれば、様々な寄付者が寄付先団体の経営支援にボランティアなどに関わる機会も増え、NPO自身の事業の改善にもつながる。よって寄付先においても寄付者においても両者に利益が存在するのである。この事実を広めることこそが寄付文化の発展にもつながるのではないかと考える。

そして Q10～Q16 より課題を考察する。寄付するにあたり物流のシステムを確立出来ていない所が多くあるためシステムの継続が必要である。またエンドユーザーの声が届かないため何が必要なのかが分からないことだ。これの解決策として成ゼミで作成したサンクスカードを利用することで直に声を届けられる。また子ども食堂への寄付の始めるにあたり古参企業の情報を共有することで新規企業の参入しやすくなるを考える。つまりこれらの情報を開示し共有することで透明性を高め信頼を確保でき寄付文化の発展へとつながる。そして寄付がより多く集まることで子ども食堂においても発展すると考える。そしてより多くの子どもに対して支援ができ、子どもの貧困という社会問題の解決につながるのではないかと。人々が豊かさや幸せを感じられる経済社会を築いていくためには、全ての人々がそれぞれの立場でそれぞれの能力を活かすとともに、主体的に支えあう共助の精神によって活力あふれる共助社会づくりを進めていくことが重要である²⁴⁾。

企業の新規参入には上記のやりがいの他に明確なメリットを提示する必要がある。そこで日本の現状と実際に食品提供を行っている企業にインタビューをし、新規参入のメリットを明らかにする。

第三章 食品ロスの現状によるフードバンクの課題

食品ロスとはまだ食べられる状態であるのも関わらず、廃棄してしまう食品のことだ。農林水産省によれば日本での食品廃棄物は年間 2531 万トンに上ると言われている。その中で本来食べられるのに捨てられる食品の量は年間 600 万トンだ。この内訳は事業系食品ロスが 324 万トン、家庭系食品ロスが 276 万トンであり個人はもちろん企業の食品ロスに対する取り組みが重要である。それはスーパーなどにおいて「3分の1ルール」が存在するため期限の3分の2までしか置いておくことができないためである。これらの有効利用としてフードバンクが必要となる。そもそもフードバンクとは、安全に食べられるのに包装の破損や過剰在庫、印字ミスなどの理由で、流通に出すことができない食品を企業などから寄贈していただき、必要としている施設や団体、困窮世帯に無償で提供する活動である。賞味期限切れなど品質に問題のある食品は対象としない²⁵⁾。また提供を行う企業にとっては、廃棄にかかる金銭的な費用を抑制できるだけでなく、食品廃棄物の発生を抑え福祉活動に貢献しているというメリットがある。

フードバンクは、1967年にアメリカで発祥したといわれており、現在 200 以上の団体が

24) 内閣府 市民活動促進担当「寄付文化の醸成について」2020年7月

25) 「フードバンク」・佐藤順子 2018年5月

存在されているといわれています。また、フランスでは1984年にスタートし、100以上の団体、カナダ・イギリス・オーストラリアでも多くの団体が展開している。日本では、海外ほどの浸透はしていないが、2000年代に「セカンド・ハーベストジャパン」を筆頭に、団体の立ち上げが進んでおり、2020年現在に120団体が確認されており、食品取扱量は年間4,000トン程度といわれている。

フードバンク愛知では運送業を営んでいるため、運送費を抑え食品を受け取りに行くことができる。そのためあらゆる企業からの支援物の運送をローコストで行うことができる。

一度フードバンク愛知に集めた食品を子ども食堂に配布するためとして、これまで自身で取りに来てもらうしかなかった。そのため、近隣の子ども食堂しか食品の受け取りが出来ない。また、時間や来る人がいないなどの理由で取り来るに来る人が少ない。広い地域で結ばれるようにしなければならない。そこでこれからの課題としてデポ（食品の集める場所、中継地点）の拠点づくりである²⁶⁾。まず、最初の目標としては最低10軒のデポの確保だ。すべての子ども食堂が15分～20分ほどで取りに来るデポを作るのが最終目標だと述べている。そして、計画は東海地区から全国へと目指す。これから発展させるにあたってもっとたくさんの企業支援の参加が必要であると考え。しかし企業が寄付したいと考えても受け取る場所がないケースが多いため、デポの拠点拡大は必須である。

筆者は企業支援の拡大において、利用者の生の声を企業側に届ける必要があると考える。そこで資金提供者や食材提供者に対しての「何に使われたか」や「お礼の声」を届けることで次につながり、さらに発展すると思われる。これらの声を届けるための案を考え、企業と利用者を繋ぐ架け橋が必要だと考える。実際にフードロス削減に取り組む企業を以降で見ていく。

第四章 バローホールディングスの取り組み

ここでフードロス削減を考える企業としてバローホールディングスの取り組みを一例にあげる。まずバローホールディングスとは「店はお様のためにある」という信念のもと「創造・先取・挑戦」の姿勢で地域社会の発展に貢献している企業である。また食品スーパー業界でも経常利益や営業収入はトップクラスを誇る。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り地域社会の発展と社会文化の向上に貢献するというサステイナブルビジョンを掲げ、フードロス削減やフードバンク、子ども食堂への食品提供を通して社会に貢献している。そしてバローは価値ある商品やサービスを通して持続可能な地球環境を次代につなぐことを目的に挑戦し続けている。

スーパーマーケット事業を展開するバローホールディングス（HD）が、賞味期限の近い食品を地域の子どもの食堂などに寄付し、生活に困った人を支える活動に注力している。食品が無駄に捨てられる「フードロス」の削減にもつながる。現在は一部店舗での実施だが、グループ全店に拡大させたいという。8月中旬、岐阜県可児市のバロー広見店。店の通用口で従業員がお米やインスタント食品などを荷台に載せ、同市内で子ども食堂などを展開する「地域にたすけあいの会」に引き渡していた。この団体が扱う食品の半数程度はバローから提供してもらっている。団体代表者は「コロナ禍で支援を必要とする人が一層増えてい

26) 「フードバンクという挑戦」・大原悦子 2016年3月

る。本当に助かっています」と話す。バロー HD はフードバンク活動に取り組む愛知県内の NPO 法人を窓口、各店舗から近い支援団体を紹介してもらっている。食品の寄付は昨夏に名古屋市内などの 15 店舗でスタートし、21 年上期では 700 万円相当の食品と販路多様化事業のお米 1200 万円相当を寄付した。21 年度の取り組みとして 20 年度の 2.5 倍の 2000 万円相当の寄付を目標としている。そして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という。また拠点数を 33 拠点から 21 年度中に 50 拠点を目指す。

国連の掲げる SDGs には飢撲滅や持続可能な生産と消費が含まれる。バロー HD の担当者は「フードロスの削減はスーパーの重要な使命。生産者につくっていただいた食材廃棄は最小限にする必要がある」と話す。コロナ禍で経済格差の拡大指摘されている。将来を担う子どもたちを支援したいという思いが強まったという。バロー HD は約 300 店のスーパーを展開しているが、ドラッグストアやホームセンター業も含めた店舗数は約 3 倍になる。担当者は「将来的にはグループの全店舗でこの取り組みを実施したい地域で困っている人を少しでも支えたい」と力を込めた。そしてスーパーマーケット事業会社への事例、ノウハウを共有することで他の企業の参入を図りたいと述べた。

このようにバローでは具体的な事業目的を明確にし取り組んでいる。寄付を継続出来る理由として、利益をあげるという目標があるからこそ続けられる。社会貢献からバローが世間に認知されイメージ向上にもつながり、回り回って利益につながる。食を通した美味しい未来を描くためにはフードロスを減らし、売れ残らないことが目標である。

今後の課題としてその他の企業の参入を促し寄付文化を拡大させる必要がある。多くの企業は寄付物をどこに持っていけば良いかわからないのが現状としてあげられる。積極的に食品を提供したいけど子ども食堂とつながらないことがある。フードバンク愛知の存在を広く認知させ斡旋してもらうことが必要だと考える。またフードロスは毎日出ているため、愛知や岐阜での各県の協力が必要である。スーパーにいくまでの食材廃棄については県が受け入れる体制が必要だと考えられる。そして各民の連携が必要なのではないだろうか。つなぐ場所がない、受け入れるところがないという現状を解決することが食料廃棄の減少につながると考える。この現状を打破する解決策として、食品提供をしたい企業と子ども食堂をネットワークによって繋げるマッチサイトを立ち上げることを提案する。これにより需要と供給が一致し、寄付物を滞りなく届けることが出来るのではないだろうか。

第五章 株式会社丸小青果の取り組み

つぎに株式会社丸小青果の支援活動を紹介する。株式会社丸小青果とは市場でスーパーなどに野菜を売る仲卸業者である。子ども食堂の支援活動として平成 28 年 4 月から開始した。経緯としてテレビ番組を見た 1 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」というそんな思いから支援活動が始まった。野菜と果物の寄付をする代わりに子ども食堂のこどもたちの食事代はただにしてもらうことを提案した。また食育を広めるためにほんわか食堂とわいわい子ども食堂に月二回納品している。食育の一環としてレンコン掘り大会を毎年行うことで子どもたちに食に触れてもらう活動も行っている。

寄付の方法として生産者から買い付けた野菜をそのまま子ども食堂に寄付している。完全に寄付は損失となっているが支援活動を行っている。利益を出し続けることにより寄付が継続できる。子ども食堂への食品提供をするにあたってメリットより善意で寄付活動を行って

いる。寄付へのやりがいとして子ども食堂から寄せ書きが来るときに感じている。

食材提供のメリットとして、寄付食材にも納品書を二枚作成しているため寄付による損金処理ができることだ。一枚は値段の書いてある一般的な納品書で税務署に送るもので、もう一枚は値段の書かれていない納品書で子ども食堂に渡す。



ここで注目すべき点としてなぜ寄付による損金処理ができるのかだ。その仕組みを農林水産省が公表した「フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き」を参考にして明らかにする。一般的に、法人が食品を寄付した場合には、その寄付は一般の寄付金として一定の限度額までしか損金算入することができない。一方で、フードバンクへの食品の提供に関しては、農林水産省が公表した「フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き²⁷⁾」を参考にしてすると、食品提供者とフードバンクの間に、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果の報告などのルールを定めた合意書を取り交わすことにより、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されている場合には、その取引は実質的に商品廃棄の一環で行われる取引であり、その提供に要した費用は寄付金以外の費用として取り扱うことができるとされている。つまり、その提供に要する費用を、提供時の損金の額に算入して問題ないとされる。理由として以下の2つ挙げられる。

第1に、本件の食品の提供は、社内ルール等に従って廃棄予定の食品をフードバンクが回収するものであり、企業にとって、実質的に商品の廃棄処理の一環で行われる取引であること。

第2に、企業とフードバンクとの合意書において、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果の報告などのルールを定めており、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されていること。また、企業において提供した食品の用途が確認できること。

なお、上記のような商品廃棄のケース以外でも、例えば、企業の広告宣伝のために食品を提供する場合には、その提供に要する費用は広告宣伝費として損金の額に算入することができる。また内国法人である野菜の生産者、農協及び各出荷団体が、緊急需給調整事業として行う野菜の無償提供に要する費用については、寄付金以外の費用として、その提供時の損金の額に算入しても良い。

27) フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き 農林水産省 2018年10月

つまり、事業で生じた収益の一部を会社以外で役立てたい場合には、社会貢献を行っている団体に寄付する方法があり、寄付すれば社会貢献ができる上に寄付した分の金額を損金算入という形で控除することも出来るので、結果的に節税にもつながりメリットになるといえるだろう。

課題としては今後も食材提供を継続させていくためには企業利益を出し続ける必要があることだ。理由として利益がなければ損金算入が出来ず、税金控除を受けることは出来ない。つまり赤字の場合、寄付による損金が不算入となる可能性があるからだ。法人税法の規定(法37条)では寄付金等は損金算入限度額の範囲内にしか損金算入されない。そのため利益がマイナスの場合は所得金額は0となり、結果、損金算入限度額が期末資本金等基準だけとなり、寄付による損金算入限度超過額が発生するケースが出てくるからだ。よって寄付活動を続けるには企業利益を出し続ける必要がある。

終章 子ども食堂と寄付

第1節 寄付文化発展の条件と課題

本稿では、しもいちばわいわい子ども食堂の立ち上げの経緯と参加体験を元に、子ども食堂を長期にわたって運営していくために寄付の継続が必要不可欠であることを指摘した。

第一章ではしもいちばわいわい子ども食堂の活動記録から開催回数を重ねる度に食材提供をする企業や団体が増加していることが分かった。これは活動内容を認知し共感することで増加したと考えられる。また寄付の多さからほとんどの食材が寄付によってまかなわれていることが明らかになった。

第二章では企業・団体がなぜ子ども食堂フードバンク団体などに寄付をしているのか明らかにした。寄付先を知ることや寄付活動の行うきっかけとして家族や知人の紹介によるものが多いことから寄付文化は人とのつながりが重要であるといえる。つまり寄付者と寄付先との結びつきが強いほど寄付が集まりやすい傾向にある。そのため子ども食堂はより地域に根付き強い結びつきが必要である。次に寄付活動の継続の事由を考察する。主な寄付の継続する理由として寄付先の活動理念に共感したことが寄付を継続する主な理由である。直接的な関わりを持つことで継続的に寄付をし社会的にも貢献できる。つまり人脈こそが寄付文化をつくると言える。また寄付によっての利益があることも継続理由の1つである。それは社会の課題解決が自分にとって身近になるとともに、自分の行動が社会貢献につながるという喜びを享受できる。また強制ではなく、寄付先の団体個人の活動や理念に共感した上で、一人一人が自分で選択するという価値観が広がるのではないだろうか。

第四章ではバローHDのインタビューから寄付によるフードロスの削減のメリットを述べた。企業はフードロス削減に伴い廃棄コストを減らすことができる。廃棄する場合、運搬費や処理費がかかる上、リサイクルする場合は分別の手間もかかる。フードバンクを利用することでこれらの手間や費用を削減できる。また食品を捨てなければCO2を排出せず地球温暖化防止にも役に立つ。このように様々なメリットがある上にフードロス削減から食料提供ができ、多くの人を救うことができるだろう。今後の課題として多くの企業は寄付物をどこに持っていけば良いか分からないことだ。積極的に食品を提供したいけど子ども食堂とつながらないことがある。つなぐ場所がない、受け入れるところがないという現状を解決することが食料廃棄の減少につながると考える。この現状を打破する解決策として、食品提供をし

たい企業と子ども食堂をネットワークによって繋げるマッチサイトを立ち上げることを提案する。これにより需要と供給が一致し、寄付物を滞りなく届けることが出来ると考えられる。

第五章では丸小青果のインタビューから寄付によって節税対策ができることがあきらかになった。方法として事業で生じた収益の一部を会社以外で役立てたい場合には、社会貢献を行っている団体に寄付するという方法があり、寄付をすれば社会貢献ができる上に寄付した分の金額を損金算入という形で控除することも出来るので、結果的に節税にもつながる。課題として常に企業利益を出し続けなければならないことだ。利益がなければ損金算入が出来ず、税金控除を受けることは出来ない。つまり並みならぬ企業努力が必要であると考えられる。

これらの条件を企業に明示し理解してもらうことが寄付を増加させる条件である。子ども食堂を長く運営していくには継続的な寄付が必要不可欠だ。継続的な寄付こそが子ども食堂のこれからを担うだろう。しかし寄付の受け手にも課題はある。それは食材寄付が多いと食材の保管場所が足りないことだ。そのため寄付の受け手は食材の保管場所を確保することが必要である。解決策として行政やNPOと協力してフードバンクのような場所を増やすことだ。場所問題が解決すれば飛躍的に子ども食堂が発展していくのではないだろうか。子どもだけでなく参加するすべての人にとっても、子ども食堂という存在は大切な居場所となっている。そんな居場所だからこそ守っていかなければならない。まだまだ寄付を発展させる条件として不鮮明なところはみられるが上記の条件を元に少しでも寄付文化の増加のきっかけになればと考える。そして寄付の増加から子ども食堂がさらに発展していくことを願う。コロナ禍だからこそそのつながりの必要性を見直し支えあう必要がある。人と人の想いが世の中を変える第一歩となるだろう。

〈参考文献〉

- ・秋山訓子、「寄付文化ない？日本 老いも若きも、増やせる余地」2021年12月17日、朝日新聞朝刊
- ・阿部彩、阿部彩、村山伸子、可知悠子、鳶咲子編著（2018）『子どもの貧困と食格差』大月書店
- ・飯沼直樹（2018）『地域で愛される子ども食堂作り方・続け方』翔泳社
- ・大原悦子（2016）『フードバンクという挑戦』岩波書店
- ・国税庁『緊急需給調整事業に係る野菜の無償提供について』〈<https://www.nta.go.jp/law/bunshokaito/hojin/202006/besshi.htm>〉最終閲覧日 2021年12月29日
- ・佐藤順子編著（2018）『フードバンク：世界と日本の困窮者支援と食品ロス対策』明石書店
- ・成元哲研究室 われらの子どもプロジェクト(2020)『2020年度 成ゼミ 社会調査実習報告』〈<https://warera-kodomo.jimdofree.com/>〉中京大学
- ・内閣府市民活動促進担当, 『寄付文化の醸成について』〈<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kyojo/dail/siryou2.pdf>〉最終閲覧日 2022年1月3日
- ・農林水産省『フードバンクへ食品を提供した場合の取り扱い』〈<https://www.nta.go.jp/law/shitsugi/hojin/20/11.htm>〉最終閲覧日 2021年12月28日
- ・文部科学省, 『学校における新型コロナウイルスについて』〈https://www.mext.go.jp/content/20211122-mxt_kouhou01-000004520_4.pdf〉最終閲覧日 2021年11月27日

〈謝辞〉

本論文の執筆にあたり、多くの方にご支援頂きました。私を一年間ボランティアとして快く引き受けて下さり、インタビュー調査にも協力していただいたしもいちばわいわいこども食堂の中川みちこさん、アンケート調査に協力していただいた多くの企業の皆様に厚く御礼申し上げます。子ども食堂が今後も心の温かい居場所であることを願っています。そして成先生や同級生、さらには励まし温かく見守って下さった方に、この場を借りて改めて深く感謝します。