

## 8-2-④ <めん製造業での食品ロス削減対策セミナー 実施報告>

○実施日：令和5年3月7日（火） 14：00～16：00

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP 東京八重洲 F ルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○参加対象者：めん製造事業者を中心に制限なし

○次第：

(1) 「未利用食材等の発生状況とその活用に係る調査の結果について」

食品産業センター事務局

(2) 講演

1) 「めんを使ったビールへのアップサイクル」

株) Beer the First 代表取締役 坂本 錦一 氏

2) 「需要予測システム MINA-経営視点による AI 活用と AI の透明性の担保-」

コストサイエンス (株) ビジネスエンジニア 岩瀬 直人 氏

○参加状況及びアンケート集計結果

### 1. 参加状況

現地申込総数	11	実参加者	8
WEB 申込総数	89	実参加者	78
申込総数	100	実参加者	86

事務局3名含まず

### 2. アンケート集計結果（回答数：27）

Q1 貴社・貴団体の属性についてお知らせください。

企業	団体	地方 食産協	行政	教育機関	報道	回答者 合計
23	3	0	0	0	1	27

Q2 （任意）メールアドレス記入

Q3 調査内容・報告書の説明について

参考になった	13	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	10	参考にならなかった	1
どちらでもない	2		

Q4 「めんを使ったビールへのアップサイクル」について

参考になった	13	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	9	参考にならなかった	1
どちらでもない	4		

Q5 「需要予測システム MINA」について

参考になった	8	あまり参考にならなかった	2
やや参考になった	6	参考にならなかった	1
どちらでもない	10		

Q6 今回のセミナーで、ご質問、ご意見、ご感想、さらに知りたい点等について、自由にご記入ください。

[ 12名回答]

- ・自社から得意先への提案としてアップサイクルに取り組んでおり、山口の業者様とのコラボレーションの中で「うどんを使用したパン」を上市致しました。 <https://youtu.be/ErE5IznOmgI>  
 まだまだ取り組みたい案があり、実現や導入、売り方等について相談させて頂ければありがたいと思っています。今回は有難うございました。"
- ・アップサイクルにおける原料品質保証はご苦労があると思います。また、数量確保も難しい点があると思います。この対策として、有名店からの供給ということがポイントになるということでしょうか？ビールという商品で、化学危害について対応された点などあれば、ご教授ください。
- ・アップサイクルについて、どうしても購入される方の意向が不明で意義が理解されないケースがおおいので、この啓蒙についてもっと推進してほしい
- ・アップサイクルの他事例があればもっと知りたいと思いました。
- ・他業界の取組や A I を駆使しての取組など大変勉強になりました。
- ・需要予測さえきっちりできればかなりのロスが減るのでは。
- ・今後もアップサイクル関係のセミナーをお願いいたします。
- ・録画された zoom のリンクほしいです。
- ・アップサイクルの話は食品ロスに付加価値をつける活動でさらに先をいく事業展開に圧巻でした。コストサイエンス様については退出させていただきましたので評価どちらでもない、で回答です。
- ・麺を使用したビールとのことで、製造過程での問題や改善について知りたかった。
- ・環境が変わる中で大変参考になる部分と、当然ですが対応できる会社様が限定されますので難しい部分が多いと感じました。有難うございました。
- ・フードロス対策の実施例、国としての整備に関する情報等

(以上)

# 「めん」を使ったビールへのアップサイクル



株式会社Beer the First



## 目次

- 1自己紹介
- 2フードロスの現状
- 3アップサイクルの方法
- 4商品化したアップサイクルのクラフトビール例
- 5麵のアップサイクルについて
- 6アップサイクルの商品について
- 7食品のアップサイクル例
- 8まとめ

## 1 自己紹介



株式会社Beer the First  
代表取締役 坂本 謙一

好きなもの  
・クラフトビール  
・サーフィン  
・ウクレレ

職歴  
・ANAフーズ株式会社(食品卸売社)  
→輸入部門  
→機内販売商品の開発  
→マイルが使えるショッピングサイト

現在  
・クラフトビールの企画、販売、卸

## ANAフーズ 輸入部門時代



エクアドルで生産している田辺農園バナナ

田辺農園」は1991年、世界有数のバナナ輸出国・南米エクアドル標高約300mの高地に、日本人 田邊正裕氏によって拓かれたバナナ農園。自然の地形をそのまま活かし、可能な限り自然に近い環境を保ちながらバナナを育てる。そこはまるでバナナ畑というより、赤道直下の「バナナの森」。「バナナの楽園」とも言える景色が広がっています。今では森も大きく育ち、広さ約520ha、東京ドーム約110個分にも及びます。広大な農園には、近隣からエクアドルの仲間たち約600人が集まり、毎日笑顔で元気なバナナを育てています。

輸入から、バナナの色付け、小売店への卸まで自社で行う流通一貫を実施

## ANAフーズ 機内販売商品の開発



ANA MY CHOICE

ANA国内線全線で購入できる菓子類として全国を駆け巡り商品を開発。

機内は、気圧の関係で味が薄く感じってしまうため味の改良・調整を行っていた。

また、搭載後事故が無いよう、品管チェックとして工場視察を実施

## ANAフーズ マイルが使えるショッピングサイト



astyle

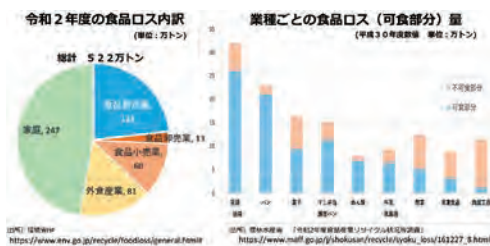
ANAマイレージクラブ会員の方は、貯めたマイルを使ってANAショッピング A-styleで直接1マイル=1円としてショッピングが可能で、商品のお買い上げ金額100円につき1マイル積算。

マイルが使えるショッピングサイトのMDとして商品の仕入れ・選定

特集企画の立案、構成を実施

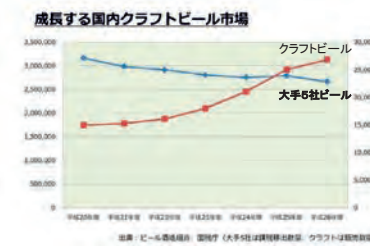
## 2 フードロスの現状

現在の国内におけるフードロスの現状として、半数以上が専業系食品ロスからのものとなっており、業種ごとの可食部分における食品ロスの割合は、**澱粉や糖を含む食材(炭水化物)が大きなウェイトを占めている**

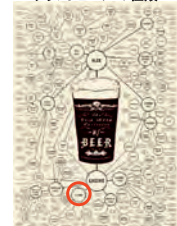


## クラフトビールの市場

大手企業のビールの消費量は減少をしているが、クラフトビールというジャンルに絞ると市場は年々拡大しており、ビールという商品へ消費者がこだわりを持つ傾向となった。現在は10年前と比べて200%ほど成長している



### クラフトビールの種類



出典: <http://www.fastcodesign.com/1662364/infographic-of-the-day-your-complete-guide-to-beer>

## クラフトビールとは

### 地ビール協会

「ビール」と「クラフトビール」の違い

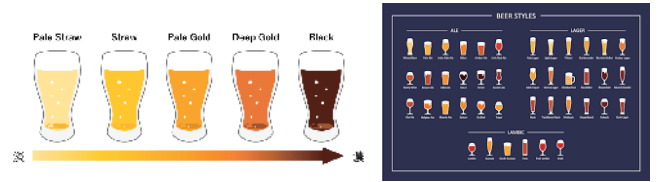
大手ビールメーカーから独立したビール造りを行っていること(大手ビールメーカー傘下にある醸造所ではないこと) 1回の仕込み量が20キロリットル以下であり、ブルワー(醸造者)が生産工程を管理できる少量に抑えていること 伝統的製法で造られている、または地域の特産品などを原料に取り入れたオリジナリティがあり、地域に根ざしていること

### 発泡酒とは?

1. 麦芽比率50%未満のもの
2. 麦芽比率50%以上であっても、ビールに使える原料以外の原料を使用したもの
3. 麦芽比率50%以上であっても、規定量を超えて副原料を使用したもの

## クラフトビールの種類

ビールの分類法をビアスタイルと言い、世界には100種類以上のビアスタイルが存在。ビアスタイルは原材料や発酵/熟成方法の違いにより分類されている。

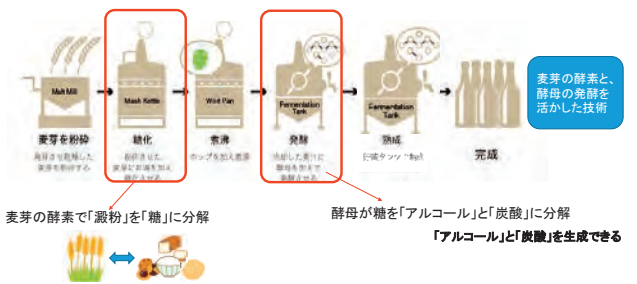


## 期待効果

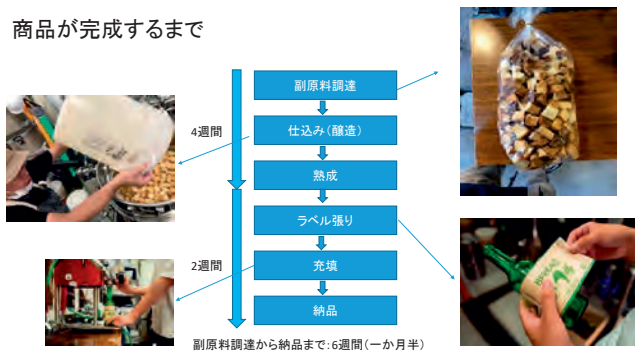
拡大を続けるクラフトビールの市場にアップサイクル持ち込むことで、「フードロス削減を始めとした持続可能な社会の実現」「飲食・小売店の経費削減」「原料仕入れ価格高騰への対応」の3点の効果が期待される。

期待効果	効果の概要
持続可能な社会の実現	飲食店や小売店から出る廃棄物の食品をクラフトビールの原料として活用することで、 <b>フードロスの削減に直接的に寄与</b> します。廃棄食品の処理自体が削減されることで、 <b>CO2排出量の削減などにも間接的に貢献</b> することができます。
飲食・小売店の経営改善	飲食店や小売店から排出される廃棄物は、1ヶ月あたり数万〜数十万円の費用が必要とされています。そこをアップサイクルすることで、 <b>回収業者への支払いを削減</b> し経営改善にもつなげることが出来る。
食料自給率の手助け	昨今の世界情勢や円安などの影響により、あらゆる原料の価格が高騰し、食料自給率向上が求められている中、 <b>日本の食料自給率は年々減少傾向</b> にあります。しかし、廃棄物の食品をアップサイクルすることで、 <b>原料代替への役割を果たす</b> ことができます。

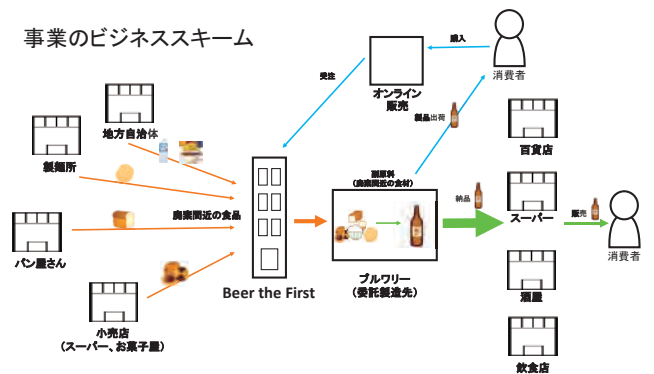
## 3 アップサイクルの方法



## 商品が完成するまで



## 事業のビジネススキーム



## 4 商品化したアップサイクルのクラフトビール①

横浜市神奈川区にある、町のパン屋さん「Le mitron」の廃棄物のパンをクラフトビールへアップサイクル。地域住民で消費を行い循環する町の第一歩となった。賞味期限を4ヶ月へロングライフ化させ、本来使用する麦芽の20%をパンで代用。



ブランド: 神大寺なビール  
アップサイクル素材: パン  
販売先: Le mitron  
石坂産業周年記念イベント  
製造本数: 約400本  
アップサイクル量: 6kg

## クラフトビールを活かしたアップサイクルの実績②

廃棄物の災害備蓄品を活用したクラフトビールとして、本来使用する麦芽の30%を「アルファ米」で代用した「White Thumb Rice」、本来使用する麦芽の10%を「カンパン」で代用した「Brown Thumb Knapan」を開発。賞味期限を8ヶ月へロングライフ化させ、東京都の備蓄品(アルファ米・備蓄水)を活用した。



ブランド: Thoumb  
アップサイクル素材: 備蓄品(アルファ米、乾パン)  
販売先: 横浜高島屋  
製造本数: 2,400本(各種1,200本)  
アップサイクル量: 30kg

### クラフトビールを活かしたアップサイクルの実績③

横浜高島屋のペーカリースクエアで販売されていた廃棄間近のパンを活用し、クラフトビールへアップサイクルを行った。本来使用する麦芽の20%をパンで代用し、賞味期限を8ヶ月へロングライフ化させた。



ブランド: RE:BREAD  
アップサイクル素材: パン  
販売先: 横浜高島屋  
製造本数: 1,800本(各種600本)  
アップサイクル量: 20kg

### クラフトビールを活かしたアップサイクルの実績④

長野市のお土産工場にて、製造過程でどうしても出してしまうウエハースを、クラフトビールにアップサイクル。ほんのり甘くて苦味控えめの軽やかな味わいが特徴のペールエールと、やさしい甘さとコクの余韻が心地よい味わいが特徴のアルト。本来使用する麦芽の10%を「ウエハース」で代用。



ブランド: 信都ご縁エール  
アップサイクル素材: ウエハース  
販売先: 長野市内  
製造本数: 1,200本(各種600本)  
アップサイクル量: 10kg

### 5 種のアップサイクルについて



▲ 坂本 錦一(写真左)ラーメン戦士 山川大介(写真右)

#### きっかけ

クラフトビールを通してフードロス削減に取り組みのと同時に、もっと多くの方にクラフトビールの楽しさを知ってもらいたい! と思っていた矢先、ラーメン戦士山川大介さんと出会いました。

ラーメン戦士 山川さんは、年間400杯食べるほど無類のラーメン好きで、好き過ぎるがあまりラーメンの食べ過ぎで入院した事もあり、ラーメンライターとしても活躍されています。ラーメンは、種・ダシ・タレ・具材・油の5つで構成されており、一つひとつの具材の特性を理解し一歩踏み込むことで「ラーメンの奥深さや店主の想いを知ることができ、より一層楽しむことができる」と熱く語ってくれました。

これ聞いて、「クラフトビールとラーメンの楽しさをもっと多くの人に届けたい」「クラフトビールとラーメンをもっと盛り上げたい」と思い、自身が取り組んでいるアップサイクルのクラフトビールの観点から「麺から作るクラフトビール」を作ればどちらにもアプローチができるのでは? そう思い、早速行動に移しました。

### 製麺所「浅草開花楼」へヒアリング



↑ 浅草開花楼 製麺所



↑ 浅草開花楼 不死鳥カラスさん

まず廃棄間近の麺は存在するの? ヒアリングを実施。日本国内で製麺所がある中、ラーメン店主たちから支持を集めている東京都台東区にある製麺所「浅草開花楼」へ

『浅草開花楼』  
浅草開花楼は、創業1950年の70年以上続く老舗製麺所。名だたる名店をはじめ、全国400以上のラーメン店が契約を結んでいる。都内のラーメン店を訪れると、店先にある種箱や立札に「浅草開花楼」の文字を見かけることも多い。本来裏方であるはずの製麺所が有名になったのは理由がある。2000年に入り訪れた空前のつけ麺ブーム。火付け役となった『六厘舎』や『つけめんTETSU』の麺を手がけたのが『浅草開花楼』だった。

### 廃棄になってしまう麺について



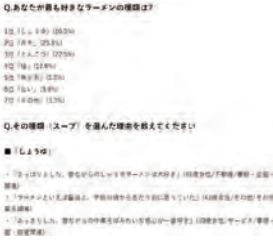
製麺する一番最初の部分は、特性上長さが違ってきてしまうため、お店の卸すことが出来ず、やむおえず廃棄をとっていた

廃棄量は、1日10キロ前後

今回、麺から作るビールに込めた熱い想いを語ったところ、本プロジェクトへのご協力を快く引き受けてくれました。

→ 廃棄となってしまう麺

### 麺の使ったクラフトビールの商品開発



出典: マイナビ 最も好きなラーメンのスープの味は? 2020/03/02

『浅草開花楼』さんの麺を使ってクラフトビールを作るなら、ラーメンに合うクラフトビールを作りたいと思い立ち、醤油、塩、味噌、豚骨。数あるラーメンの中で「何ラーメンに合わせるの?」考えた。調べを進めていくと、町のラーメン店や中華料理店、定食屋などを回って日本でイチオシ馴染みがあるラーメンは醤油ラーメンであり、最も好きなラーメンの種類アンケートでも醤油ラーメンが1位であることがわかりました。それを知り、私たちは麺から作った「醤油ラーメンに合うクラフトビール」を目指すことにしました。

醤油ラーメンに合うクラフトビールを「楽しく飲みながらとても真剣」に考えていく中で、醤油ラーメンと非常に相性の良いトッピング「海苔」の香りがしたら面白いのでは? というアイデアが出ました。「確かに、ビールからほのかに海苔が香ったら醤油ラーメンのペアリングに最適かも」と思い、今回ビールを作っていた「こまいぬブルワリー」さんに相談したところ「ぜひ挑戦してみましょ! と快く引き受けてくださいました。

### 香りづけの海苔について



醤油ラーメンに合うクラフトビールとして副原料に「海苔」を使うのであれば、製造過程でどうしても出してしまう海苔の切れ端や、誤りの海苔を使いたいと思ひ、日本の海苔店に問い合わせました。その中でも、「山本海苔店」さんが私たちの活動に共感してくださりました。

山本海苔店さんは、1849年(嘉永2年)に創業。今ではお馴染みの「味附海苔」を明治2年に開発をし、それを明治天皇が京都へ行幸される際のお土産として献上され、それ以降『山本海苔店』さんは宮内庁御用達として御用をお受けするなど、日本の海苔文化・伝統を築いてきた老舗海苔店の一つです。※現在は宮内庁御用達制度は廃止となっております

そんな、海苔業界の第一線を行っている『山本海苔店』さんが、今回副原料に使う海苔を支給して下さいました。

### クラフトビールを活かしたアップサイクルの実績⑤

都内の製麺所からどうしても出してしまう端材の種を、クラフトビールへアップサイクル。ラーメンにマリアージュ(ペアリング)できる付加価値の高いクラフトビールとして、日本で一番店舗が多い「醤油ラーメン」に合うビールを開発。醤油ラーメンと相性の良い「海苔」を副原料として使用。本来使用する麦芽の15%を「種」で代用。



副原料: 海苔  
山本海苔店  
YAMAMOTO NORI  
原料: 廃棄の種  
開花楼

ブランド: 華舞舞踏会  
アップサイクル素材: 種  
販売先: クラウドファンディング  
製造本数: 1,200本  
アップサイクル量: 15kg

## クラウドファンディングでの販売

商品化したアップサイクルのクラフトビールにおいて、商品が市場に出る前にユーザーの反応を知ることができ、またクラウドファンディングはインターネット上でPRするため、拡散性が高く、ファン作りにも期待ができるため、テストマーケティングの場として活用

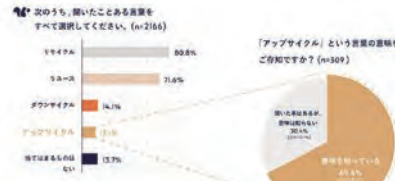


販売媒体：キャンファイヤー  
販売商品：華舞舞踏会 醤油との出会い  
タイトル：【雑から作る！】醤油ラーメンのための、クラフトクラフトビールが誕生！？  
リターン品：13SKU

支援金額：1,046,000円 支援者数：110人 目標達成率：209%

## 6 アップサイクル商品について

全体回答者のうち12.1%がアップサイクルという言葉を知ったことがあると回答。アップサイクルはリサイクルから一歩進んだ試みで、単に再利用するだけでなく「より価値が高いモノを生み出していく」という意味合いがある。アップサイクルを認知し意味まで理解している人は8.4%。



出典：株式会社スナックミー サステイナブル(持続可能な)ものづくりの新たな方法論のひとつである「アップサイクル」にまつわる調査

## SDGsの認知度について



出典：「第5回 SDGsに関する生活者調査」

広告大手の電通が2022年4月に公表した「第5回 SDGsに関する生活者調査」(調査は1月)の結果によると、SDGsの認知率は86.0%で、

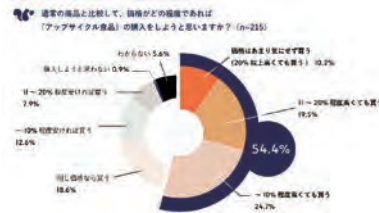
認知率は急上昇  
2018年2月に実施した第1回の調査では認知率が14.8%で、2019年2月の第2回調査では16.0%。ここから大きく認知率が高まり始め、2020年1月の第3回調査では29.1%、2021年1月の第4回調査では54.2%になっている。

さらに第5回調査では、「SDGsの内容まで理解している」という回答が第4回調査から約1.5倍に伸びた。ただ、その比率は34.2%にとどまっている。「内容はわからないが名前は聞いたことがある」が51.8%なので、世の中の半数の人は「SDGs」という名前を知っているだけに過ぎないという現状がある。

**認知の経路、多いのはマスコミ経由**  
それでは、どんな経路でSDGsを認知するに至ったのか。最も多い回答はテレビで65.4%、情報ウェブ(ニュースサイトなど)が38.6%、新聞が25.5%となっている。なお電通の調べによると、SDGsを扱った関東・関西圏の地上波のテレビ番組は、2020年に493件だったが、2021年には2,386件と急増した。

## アップサイクル商品の購買行動

通常の商品と比較して、価格がどの程度であればアップサイクル食品を購入する意欲があるか調査したところ「20%以上高くても買う」人が10.2%、「11~20%程度高くても買う」人が19.5%、「10%程度高くても買う」人が24.7%と、全体の半数以上の54.4%の人が非アップサイクル品と比較して価格が高くても購入する意向を示した。



出典：株式会社スナックミー サステイナブル(持続可能な)ものづくりの新たな方法論のひとつである「アップサイクル」にまつわる調査

## 半年間のメディア露出実績

開発した商品及び事業スキームについて、多数のメディアで紹介された

<p>■新聞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本経済新聞</li> <li>日経MJ</li> <li>朝日新聞</li> <li>東京新聞</li> <li>神奈川新聞</li> <li>環境新聞</li> <li>プライダル産業新聞</li> <li>タウンニュース(情報誌)</li> </ul>	<p>■TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スーパーチャンネル</li> <li>ライブニュースα</li> </ul>	<p>■インターネット記事</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>My Craft Beers</li> <li>週末この1杯</li> <li>ELEMINIST</li> <li>MIRASUS</li> </ul>	<p>■ラジオ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>横浜FM</li> <li>AuDee</li> <li>J-WAVE</li> </ul>
---	--	--	---

## ESG投資

世界の投資家が重視し始めている、ESG投資。ESG投資とは、環境・社会・企業統治に配慮している企業を重視・選別して行なう投資のことです。ESG評価の高い企業は事業の社会的意義、成長の持続性など優れた企業特性を持つと言えます。



出典：大和証券 ESG投資とは？

## 国・地方自治体のバックアップについて

SDGsを後押しする、助成金や補助金が多数増えてきており、各地域で積極的に関与していることが見受けられる。国・地方自治体のバックアップを受けることで、リスクが低い状態で新事業を取り組むことが出来る

出典：経済産業省事業再構築補助金(グリーン成長枠)想定事例集

出典：東京都フードテックを活用した食のアップサイクル促進事業の採択について

## 7 食品のアップサイクル例(パン屋さん)

閉店後まで売れ残ってしまい、まだ食べられるのにどうして捨てるを得ないのをロスパン。パン屋さんの努力によりかなり減少傾向にありますが、急な天候によりロスになってしまうパンは少なくない。小さめのパン屋さんより大きめのお店でロス(廃棄)は多く、大きめのパン屋さんでは平均で作ったパン全体の約5~10%ロス(廃棄)せざるを得ないといわれている。



店頭で残ってしまったパン

冷凍パンへ

## 食品のアップサイクル例(ワイン)

ワイン搾汁後のぶどう果皮=ワインハミスを使用した、おいしくて栄養価も高い、新しいジャム。  
 ワイン王国山梨のワインハミスをふんだんに使用したジャムで、ワインハミスはワインよりも多くのポリフェノールを含み、ワインにはない栄養素も含まれている。



ぶどうの搾り粕



ジャムへアップサイクル

## 食品のアップサイクル例(規格外野菜)

廃棄される規格外トマトの活用を目的とした『くもとトマトプロジェクト』に賛同し、乾燥させた規格外のトマトや乾燥野菜「HOSHIKO」をたっぷり使用して仕上げたスープとカレー。野菜の甘みで優しい味わいに仕上げ「キーマカレー」「ミネストローネ」「モロッコ風トマトスープ」。



規格外の野菜



お惣菜へアップサイクル

## 食品のアップサイクルを取り組んで感じていること

- \* フードロスやSDGs感が強過ぎると、最初の一歩は買って頂いても、リピートに繋がりにくい
- \* フードロスやSDGs感を凌駕する付加価値を添える  
 例・ラーメン店主さんがその麺を使っていたら、自慢したくなるほどの『麺』
  - ・日本人が1番好きなラーメンランキングで1位、そして日本で1番お店が多いとされている「醤油ラーメン」に合わせる
  - ・醤油ラーメンと非常に相性の良いトッピング「海苔」の香りがしたら面白いのでは?という発想から、副原料に老舗の海苔を使用する
- 国民食のラーメンとタグを組むことで、魅力が倍増し、消費も倍増すれば自然とアップサイクルと早まるクラフトビール。

## まとめ

- \* アップサイクルの市場はまだ小さい
- \* 急速にSDGsの認知度が向上している
- \* マスコミが積極的に取り上げており自社PRにもつながる
- \* 国、地方自治体も積極的にバックアップを行っている
- \* 商品化の難易度は高くないものの、販売の仕方は工夫が必要



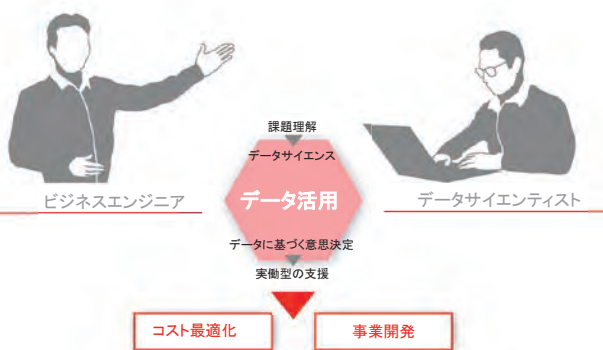
# コストサイエンス株式会社 会社案内

2023年

CONFIDENTIAL  
This document contains confidential information intended solely for your review at this presentation. All rights and other benefits of this document are strictly protected. Copyright © Cost Science Inc. All rights reserved.

## チーム体制

データ活用による「ヒトを活かすコスト最適化」と「実働型事業開発」をと  
おして実感できる価値を提供するビジネスエンジニアリング会社



Confidential - 3

## 主な実績 DXサービス

多方面のクライアント企業様におけるデータ活用の実績がある

#	クライアント情報		施策概要	プロジェクト結果
	業種	売上規模 (億円)		
1	エンタメ	15,503	選抜台の流通コスト削減施策立案と実行。DXによるマーケティング戦略実行	37.3億円削減
2	商社	23	営業部隊の見積業務改善のためのシステム開発	半自動化
3	メディア	2,083	広告ID活用アイディエーションと位置情報に基づいた属性推定の研究	分析レポートと施策を納品
4	情報通信		オンラインイベントグッズ販売のデータに基づくデジタルマーケティング戦略立案	分析レポートに基づき施策立案
5	不動産	874	社内外のデータ活用による業務改善と事業開発	社内の効率化と不動産以外の事業構築
6	情報通信	12,639	マーケティングにおけるデータ戦略・施策立案と実行	広告最適化により年間10億円の売上貢献
7	情報通信	46,513	モバイル空間統計の研究開発	顧客企業における中核事業化
8	人材	-	新卒者と企業のマッチング最適化サービス開発	リリース後約4週間で登録数1000ID達成

...他多数  
Confidential - 5

## AutoBI™予測精度検証について(初期検証)

エンジニアでない経営者やビジネスマンを対象としてInsightまで出せるツール。  
需要予測や影響度分析、シミュレーションが可能



Confidential - 7

## 会社概要

<b>創業</b>	2013年10月	<b>組織</b>	・データサイエンティストチーム ・ビジネスエンジニアチーム
<b>事業</b>	経営コンサルティング事業 (DX、コスト削減、新規事業開発)	<b>本社</b>	東京都千代田区九段南 1-6-5 九段会館7Fラス
<b>代表取締役</b>	小倉 朗	<b>関係会社</b>	・いちご株式会社(東証プライム) ・Less Tech Inc. ・BALAN.CO Inc.
<b>従業員数</b>	25名		

## Service

<b>DX</b> 企業内外のデータ収集・蓄積・活用をサポートし、データサイエンスを活用した課題解決とその実践、データ活用基盤構築を行います	<b>コスト削減</b> 業界を問わず、社内人件費以外の全ての費目を対象としたコスト削減を、調達改善・業務改善・機材費削減にて実現します	<b>新規事業開発</b> コスト削減により生まれた余力を活かし、実働型で新規事業の企画・開発から実現までを共に汗をかくて実現します
<b>人材最適化マッチング</b> 約4週間で登録数1000IDを達成 就活生が1年かけて行うマッチングが5分以内	<b>仕籍・仕入先・取引条件最適化</b> 年間10%(2.5億円)削減により 営業利益が2倍(売上増に相当)	<b>ブランディング支援</b> カスタマイズ可能な事業を推進し、 <b>SDGsの達成</b> を実現

## Product

<b>AI分析システム「AutoBI™」</b> エンジニアでない経営者やビジネスマンを対象として、データを活用するだけInsightまで出せるツール。需要予測や影響度分析が可能	<b>無料相談によるコスト削減支援「コストバスター」</b> 現状のコスト状況や課題をヒアリングを通して可視化する見える化レポートを作成し、経営コストをまとめて最適化するサービス	<b>コスト削減のノウハウを公開「コスト総研MAGAZINE」</b> 購買担当者様や一般の方々がコスト削減の取り組みができるように、ノウハウや事例を無料公開するメディア
--	--	--

Confidential - 2

## 主な実績

クライアントの課題をベースに解決策を共に考えるだけでなく、  
サステイナブルな事業として実現するまでを支援していく

目的	業界	実施内容
データ活用による生産性向上	不動産・食品・部品製造・アパレル等	・主にDXの取組みであり、需要予測やマッチングAI等を開発し、従来の業務自体を短縮し、新たな価値提供ができるまで、ユーザーに寄り添う ・データ活用戦略を構築し、データ活用基盤整備からシステム開発までを支援
コスト削減による競争力向上	機械・食品・化粧品・施設管理等	・社内人件費に触れることなく、人リムシステムを構築し、収益力を向上 (年間-30%のコスト削減の実現まで支援)
コスト削減/ノウハウを活用した新規事業開発	中小企業・銀行	・約357万社(全企業の99%)の中小企業向けに、安価かつ使い易いコスト削減サービスを共同開発 ・銀行の取引先向けのコスト削減サービス開発
事業開発や事業運営をとおした収益性向上	不動産・農業・スポーツ・観光・自治体等	・プロスポーツチームのデジタル事業開発と運営 ・不動産を起点とした、サステイナブルな街づくりへ貢献 する事業(農業、スポーツ等)を共同開発

Confidential - 4

## 食品業界 - 需要予測システム構築(アルゴリズム設計~構築)

**1 概要**

- クライアント: 食品メーカー・小売
- 目的: 廃棄ロス、チャンスロス低減をとおした従業員の心と身体への負担を軽減するための需要予測システムの構築
- 期間: 12ヶ月
- 背景: コロナにより、従来どおりに人に依存した需要予測との乖離が大きくなったこと。また、予測業務に対して従業員の心の負担も大きくなったことを経営者が極度課題に感じること
- 課題:
  - inputに使える過去のデータの整理が大変かつ限りがある
  - 商品によって予測すべき期間が異なる
  - 業務変更も必要となるため店長様目線でDX/UX開発が必要

**2 施策/アプローチ**

- 販売管理システムデータといった社内過去データだけでなく、イベント情報や天気情報といった社外データを連携させたAIシステム開発
- AIシステム開発システムを分離して開発することでAIの拡張性を担保
- システム開発と同時に業務改善も実施

販売実績 → 需要予測 → 販売改善

販売実績 → 需要予測 → 販売改善

**3 結果**

- 廃棄ロス50%削減(目標=30%削減)
- チャンスロス低減(ベースライン不明ではあるが10%増の売上増)
- 皆様が販売予測に使う心の負担と業務時間の軽減を実感

**結果の売上数**

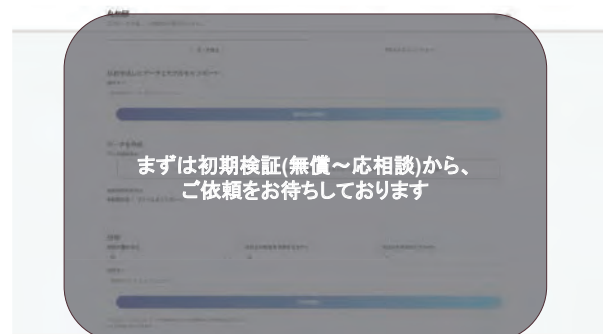
- 過去の売上数
- 店舗情報
- カレンダー情報
- 天気
- 周辺イベント等

日本最大2022  
文部科学省  
優秀賞

Confidential - 6

## AutoBI™予測精度検証について(初期検証)

エンジニアでない経営者やビジネスマンを対象としてInsightまで出せるツール。  
需要予測や影響度分析、シミュレーションが可能



Confidential - 8



CEO 小倉 朗



**得意分野/業界**  
 □ ヒトを切らないコスト最適化戦略立案と実行支援 (BPR, VA/VE, ソーシング)  
 □ 実働型の新規事業開発 (Webサービス, Tech事業)  
 □ 業界  
 エネルギー、半導体、レストランチェーン、食品、医薬、農業、化粧品、印刷等

**学歴**  
 東京大学大学院卒  
 生命科学修士

**経歴**  
 2006-10 長瀬産業株式会社: 総合職/ 医薬、農業、検査業業界  
 2010-13 ロベンダール・マサイ株式会社 [2016年ベストコンサル調査(コスト最適化部門)で世界一]  
 : コンサルタント/ レストランチェーン、食品、健康食品、エネルギー、印刷、化粧品、半導体、電器業界等  
 2013- Cost Science株式会社: 代表取締役CEO & Founder

**実績**  
 □ 表彰等  
 ・2022年 日本DX大賞 優秀賞(支援機関部門): 従業員の心と時間の負担を軽減する需要予測DX  
 ・ソフトウェア企業が在日フランス商工会議所の主催する「ビジネス大賞」にて「オペレーション・イノベーション」を受賞  
 ・資料: 書籍「コスト削減システム」データサイエンスを用いた事業開発、産業新聞、各紙掲載  
 ・理事等: 一般社団法人ソノラボ 幹事(富山県の地方創生組織)、一般財団法人AI社会活性化基盤 評議員等  
 □ 上場会社のPMIに伴う全外部調達費のコスト削減と業務改善  
 ・業界: 機械製造業  
 ・目的: 社内人件費以外の全外部調達費のコスト削減と業務改善  
 ・結果: 年間約11%のコスト削減し、営業利益を約100%増  
 ・役割: コスト削減施策立案、施策実行支援、社内外ステークホルダー間のファシリテーション  
 □ 130年企業の需要予測DX  
 ・業界: 食品製造・小売業  
 ・目的: 従業員の需要予測に対する心の負担を軽減しながら、コロナ禍で増えた廃棄ロス、チャンスロスを削減すること  
 ・結果: 業務改善と同時に、独自の需要予測AIを開発導入し廃棄ロス、チャンスロスの半減を目指す  
 ・役割: 要件定義 (ビジネスシステム)、アルゴリズムシステム開発、最適化オペレーション構築と導入支援

Confidential 9

CDO 高橋 聖



**得意分野/業界**  
 □ データ活用施策の策定とそれをベースとしたデータ収集、分析基盤設計、分析業務設計  
 □ ユーザー行動分析、ウェブマーケティング、ユーザー個別最適化、異常検知、等  
 □ データ分析や機械学習モデル、アルゴリズムの生成  
 □ 業界  
 不動産、HR、通信、EC、OTA、製造、アミューズメント等

**学歴**  
 東京大学卒  
 マサチューセッツ工科大学卒  
 Ph. D

**経歴**  
 2011-14 株式会社クニエ : コンサルタント  
 2014-18 楽天株式会社: データサイエンティスト  
 2018- Cost Science株式会社: 取締役CDO & Co-Founder

**実績**  
 □ 経営コンサルティング(主にデータ活用による業務改善、サービス開発)  
 ・顧客満足度調査および定量・定性分析  
 ・新規ウェブサイトサービスのセールス支援  
 ・位置情報データを活用した新サービスに関する研究開発と商用化  
 □ データサイエンス(主に生産性向上、新規事業開発)  
 ・ウェブ広告予算最適化  
 ・宿泊施設の宿泊客に対するメール設計  
 ・ウェブページ最適化実験自動化ツール設計と作成  
 ・分析システム導入のための実証実験設計・実施  
 ・人事領域におけるデータ-AI技術活用に関する新規事業開発  
 □ 理事等  
 ・日本MIT会 理事  
 ・一般財団法人AI社会活性化基盤 代表理事  
 ・ASEAN Young Entrepreneur Carnivalにて日本代表として講演(Society5.0)  
 ・日豪ヘルケアアドバイザー  
 ・楽天トラベル新着カンパニーストラテジー委員会においてデータ戦略発表

Confidential 10

COO 田向 勝大



**得意分野/業界**  
 □ 課題解決型の新規事業開発(農業/エネルギー/地方創生/ソーシャルビジネス)  
 □ WEBマーケティング・企画  
 □ 業界  
 農業、エネルギー、WEB、不動産、スポーツ、化粧品、地方創生等

**学歴**  
 慶応義塾大学大学院卒  
 政策・メディア修士

**経歴**  
 2012-13 株式会社カカコム: 総合職 不動産メディアサービス・企画(中古マンション・引越)  
 2014-15 株式会社インテリジェンス(現エーパルキャリア)コンサルタン(顧問派遣事業) /WEB・IT・広告業界を担当  
 2015-16 フリーランス(農業/エネルギー)WEB/人材関連の事業開発(実施)  
 2017- Cost Science株式会社: 取締役COO & Co-Founder

**実績**  
 □ 事業開発・DX支援  
 ・大手FM企業のIFM(インフラグリーナード)ファミリー・マネジメント事業推進を支援。戦略・ロードマップ作成・実行計画・ベンチャー選定・業務改善等に包括的に関わり、IFM関連業務のオペレーション安定、業務改善を実施  
 ・Jプロサッカーチームのオンラインスクール事業の立ち上げ、企画・運営を実施  
 ・大手不動産投資会社の業務改善、DX化支援プロジェクトを実施...etc  
 □ スタートアップの事業開発  
 ・木質バイオマス発電の事業モデル構築、海外メーカー代理店契約の交渉や森林組合、地域産廃事業者との折衝を実施  
 ・フリーランス企業のマッピング事業、企画営業、WEBディレクションを支援、IT導入補助金の導入支援事業者認定等  
 ・シニア向けCtoC事業、事業開発、AIを絡めた業務システム開発のディレクションを実施...etc  
 □ 地方創生(農業・観光)・ソーシャルビジネス等  
 ・産地土地利用・集落営農組織の最適化、地域資源を活用した観光商品づくり事業を実施  
 ・実業家: 実業家をお米に置き換えて、農家が学生にお米を無償で提供し、食生活の面でサポートする仕組み  
 □ 理事等  
 ・NPO法人福島経済新聞社 理事  
 ・一般財団法人AI社会活性化基盤 監事

Confidential 11



CONFIDENTIAL  
 This document may contain confidential information  
 intended solely for persons present at this presentation.  
 All copies and distribution of this document is strictly prohibited.  
 Copyright © Cost Science Inc. All rights reserved.



## 8-2-④ <フードバンク・子ども食堂等活動の情報交換会 実施報告>

○実施日：令和5年3月10日（金） 14:00～16:00

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP市ヶ谷 Bルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○参加対象者：制限なし

○次第：

講演

1) 「フードバンク活動の動向と課題」

一般社団法人全国フードバンク推進協議会 代表理事 米山 廣明 氏

2) 「キューピーみらいたまご財団の活動」

公益財団法人キューピーみらいたまご財団 事務局長 長谷部 敏朗 氏

3) 「富山県食品産業協会のフードバンク活動拡大への取組み」

一般社団法人富山県食品産業協会 理事・事務局長 中川 義久 氏

4) 「全国子ども食堂支援センター・むすびえ活動紹介」

認定 NPO 法人全国子ども食堂支援センター・むすびえ 森谷 哲 氏

○参加状況及びアンケート集計結果

### 1. 参加状況

現地申込総数	7	実参加者	6
WEB 申込総数	62	実参加者	58
申込総数	69	実参加者	64

事務局3名含まず

### 2. アンケート集計結果（回答数：28）

Q1 貴社・貴団体の属性についてお知らせください。

企業	団体	地方 食産協	行政	教育機関	報道	回答者 合計
24	4	0	0	0	0	28

Q2 （任意）メールアドレス記入

Q3 「フードバンク活動の動向と課題」について

参考になった	20	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	8	参考にならなかった	0
どちらでもない	0		

Q4 「キューピーみらいたまご財団の活動」について

参考になった	19	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	9	参考にならなかった	0
どちらでもない	0		

Q5 「富山県食品産業協会のフードバンク活動拡大への取組み」について

参考になった	15	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	11	参考にならなかった	0
どちらでもない	1		

Q6 「全国子ども食堂支援センター・むすびえ活動紹介」について

参考になった	17	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	10	参考にならなかった	0
どちらでもない	1		

Q7 今回のセミナーで、ご質問、ご意見、ご感想、さらに知りたい点等について、自由にご記入ください。

[ 12名回答 ]

- ・商品の提供に関する行政としての体制、取組等について
- ・各団体の発表資料もいただくと、弊社でも共有できるので良いと思います。
- ・各団体、もう少し、ゆっくりお話を伺えればと思いました。大変興味深かったです。
- ・直接食品の製造販売等に関わる立場にはありませんが、フードバンク活動の現状等を知る参加しました。各講師のお話は大変参考になりました。活動を実践する方々からは課題について共通する指摘も多く、重要点がよくわかった。
- ・現在フードバンク向けに、食品提供するサービススキームを企業と検討中です。本日のセミナー資料中に、子供食堂の希望品ニーズがあったと思うのですが、資料として共有および利用するのが許可頂けないでしょうか。
- ・地域の環境がフードバンク活動や子ども食堂の運営に多大な影響があるといった印象です。
- ・本日のレジメを頂けますか
- ・"日本と欧米の取り組み状況や子どもたちの貧困の実態など、初めてお聞きする話も多く大変勉強になりました。当社は冷蔵や冷凍の商品が多く、また賞味期限も短いので扱いづらいつい感じておりますが、サステナビリティの観点からも少しずつ進めていきたいと思っています。  
本日はありがとうございました。"
- ・今現在の状況として、フードバンク事業が一枚岩での活動ではなく、各地域、自治体、NPO 団体などが各々行動しなければ回っていないことをいかに効率的に、恒久的な活動にしていくかを考えさせられました。
- ・弊社でも社会貢献の一環としてご協力出来ればと思いました。
- ・活動の実態、課題がわかって有意義でした。
- ・支援の必要性や大変さを感じることができました

(以上)

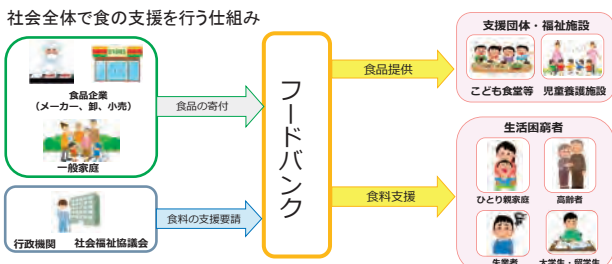
# 目次

- ・国内フードバンク活動の現状
- ・全国フードバンク推進協議会について
- ・コロナ禍・物価高騰の影響
- ・今後の展望

## フードバンク活動の 動向と課題

一般社団法人  
全国フードバンク推進協議会

### 国内フードバンク活動の現状



- ・ フードバンクは、食品企業において包装の破損や過剰在庫、印字ミスなど、まだ安全に食べられるにもかかわらず様々な理由で通常の販売が難しくなった食品や一般家庭で余った食品などを寄付していただき、経済的な困難を抱えた世帯や福祉施設、支援団体に無償で提供する活動。
- ・ 現在、国内では215のフードバンク団体が活動。行政等と連携して困窮世帯への食料支援を実施する他、こども食堂やパントリー団体等への食品提供も行っている。
- ・ 全国フードバンク推進協議会は、フードバンク活動を普及推進し、食品ロス削減と貧困問題解決を目指し2015年に設立

### フードバンク活動における日本とアメリカの比較

	日本	アメリカ <sup>※1</sup>	日米比
フードバンクの団体数	215団体	1,304団体	6倍
フードバンクの年間取扱量	約6,000トン	7,390,000トン	1,200倍
フードバンク1団体あたりの平均取扱量	約34トン	約5,700トン	170倍

※1 出所：消費動向 諸外国における食品の廃棄等に関する調査

- ・ 現在、日本国内では年間522万トンの食品ロスが発生
- ・ 国内フードバンクの年間食品取扱量は約6,000トン（食品ロス発生量の0.1%程度）
- ・ アメリカのフードバンクの年間食品取扱量は**739万トン（日本の1,200倍以上）**
- ・ アメリカのフードバンクの年間食品取扱量は国内の食品ロス発生量よりも多い
- ・ アメリカではフードバンクが**膨大な量の食品ロス削減と経済的な困難を抱える世帯への食料供給に大きく貢献している**
- ・ 国内フードバンクは組織基盤（マンパワーを含む食品の保管・運搬・配布能力）が脆弱であるため取扱量が少ない。海外フードバンクのように取扱量を増やすには、**組織基盤の強化が必須**

### 全国フードバンク推進協議会について

全国各地の**フードバンク団体の活動支援**や、**フードバンク団体の新規立ち上げ支援、政策提言活動**をおこなうことで、フードバンク活動を普及推進し、食品ロス削減・子どもの貧困問題解決を目指すために2015年11月に設立、2018年2月には一般社団法人格を取得。



### 加盟団体一覧 (54団体、2022年11月時点)

北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州
<ul style="list-style-type: none"> <li>北海道フードバンク協議会</li> <li>札幌フードバンク</li> <li>旭川フードバンク</li> <li>帯広フードバンク</li> <li>苫小牧フードバンク</li> <li>釧路フードバンク</li> <li>網走フードバンク</li> <li>稚内フードバンク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>青森県フードバンク協議会</li> <li>岩手県フードバンク協議会</li> <li>宮城県フードバンク協議会</li> <li>秋田県フードバンク協議会</li> <li>山形県フードバンク協議会</li> <li>福島県フードバンク協議会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京都フードバンク協議会</li> <li>千葉県フードバンク協議会</li> <li>埼玉県フードバンク協議会</li> <li>茨城県フードバンク協議会</li> <li>栃木県フードバンク協議会</li> <li>群馬県フードバンク協議会</li> <li>東京都フードバンク協議会</li> <li>千葉県フードバンク協議会</li> <li>埼玉県フードバンク協議会</li> <li>茨城県フードバンク協議会</li> <li>栃木県フードバンク協議会</li> <li>群馬県フードバンク協議会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新潟県フードバンク協議会</li> <li>富山県フードバンク協議会</li> <li>石川県フードバンク協議会</li> <li>福井県フードバンク協議会</li> <li>岐阜県フードバンク協議会</li> <li>静岡県フードバンク協議会</li> <li>愛知県フードバンク協議会</li> <li>三重県フードバンク協議会</li> <li>滋賀県フードバンク協議会</li> <li>京都府フードバンク協議会</li> <li>大阪府フードバンク協議会</li> <li>兵庫県フードバンク協議会</li> <li>奈良県フードバンク協議会</li> <li>和歌山県フードバンク協議会</li> <li>徳島県フードバンク協議会</li> <li>香川県フードバンク協議会</li> <li>愛媛県フードバンク協議会</li> <li>高知県フードバンク協議会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山県フードバンク協議会</li> <li>広島県フードバンク協議会</li> <li>山口県フードバンク協議会</li> <li>鳥取県フードバンク協議会</li> <li>島根県フードバンク協議会</li> <li>徳島県フードバンク協議会</li> <li>香川県フードバンク協議会</li> <li>愛媛県フードバンク協議会</li> <li>高知県フードバンク協議会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>福岡県フードバンク協議会</li> <li>佐賀県フードバンク協議会</li> <li>長門県フードバンク協議会</li> <li>熊本県フードバンク協議会</li> <li>大分県フードバンク協議会</li> <li>宮崎県フードバンク協議会</li> <li>鹿児島県フードバンク協議会</li> <li>沖縄県フードバンク協議会</li> </ul>	

注：NPO法人以外のフードバンク団体

### 全国フードバンク推進協議会の取り組み

#### 政策提言・調査研究

関係省庁に対する関係法案策定に向けた政策提言、またそれにかかる調査研究事業



#### 広報活動

日本国内のフードバンク活動に対する認知度と信頼性の向上のための周知広報活動



#### フードバンク団体支援

新設フードバンク団体の立ち上げ支援や、運営ノウハウ共有、研修会の開催



#### 寄贈食品のマッチング

企業様からの寄贈食品等の窓口となり、フードバンク活動に必要な資源を分配



### 政策提言・調査研究

#### 2018年6月13日「食品ロス削減推進法案」緊急院内集会の開催



全国各地のフードバンク団体関係者や子ども食堂、メディア、企業、一般の方々、約100名が参加。超党派の国会議員18名（その他秘書の代理出席は26名）が参加

## 食品ロス削減推進法の成立 2019年5月24日



ロビイング期間	2018年5月～2019年5月
議員会館訪問日数	延べ30日
事務室訪問、国会議員面談回数	278回
国会議員本人との面談回数	47回
秘書との面談回数	231回
与党訪問回数	148回
野党訪問回数	130回

2019年5月24日  
食品ロス削減推進法が成立、同日、議員連盟の所属議員を招いて記者会見を開催



## 2022年10月11日 岸田総理と車座対話



経済的な困難を抱える家庭を支援する団体関係者と車座対話

## 2022年10月11日 岸田総理と車座対話



物価高騰による影響、フードバンク活動の現状、課題、要望について意見交換

## 首相官邸でのフォーラムに出席



2021年2月25日

内閣総理大臣を始め、各省の大臣、副大臣、NPO法人の代表など18人で構成される「孤独・孤立を防ぎ、不安に寄り添い、つながるための緊急フォーラム」に出席。

首相官邸HP: [https://www.kantei.go.jp/jp/09\\_suga/actions/202102/25forum.html](https://www.kantei.go.jp/jp/09_suga/actions/202102/25forum.html)

## 広報活動

Jリーグチームと連携し、試合当日にスタジアム前にブースを設置。事前に来場者へ呼びかけを行い、自宅にある食品などを寄贈いただく活動を実施。



2018年度は11のサッカーチームとフードバンク11団体がそれぞれ連携し開催。多くの方にご協力いただきました。

## フードバンクこども応援全国プロジェクトの実施

給食のない夏休み、冬休み期間中に子どもがいる困窮世帯への食料支援を全国的に拡大するために、全国各地の加盟フードバンク団体と協力して「フードバンクこども応援全国プロジェクト」を実施。

第1回

- 実施時期：7月中旬～8月末
- 参加団体：全国のフードバンク22団体
- 支援世帯：延べ14,000世帯

第2回

- 実施時期：12月
- 参加団体：全国のフードバンク24団体
- 支援世帯：延べ10,600世帯



## 第3回フードバンクこども応援全国プロジェクトの実施

支援世帯数合計  
**17,675**世帯



## フードバンク団体支援



- 加盟団体への組織基盤強化支援（個別にコンサルティング）
- 新設団体の立ち上げ支援（WEB）
- 研修会の開催



## 協力食品企業様 (一部抜粋)

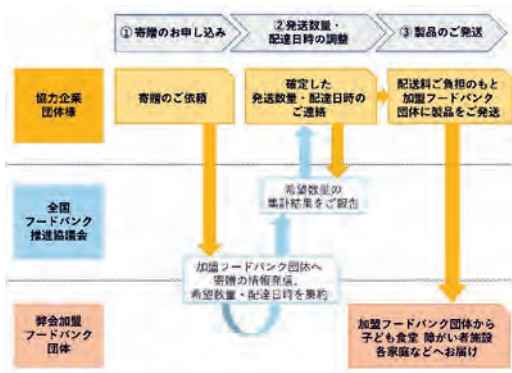


## 食品寄贈受入実績

◆2019年度～2021年度における食品寄贈の実績

項目	2019年度実績	2020年度実績 (前年比)	2021年度実績 (前年比)
延べ寄贈企業数	64社	122社 (1.91倍)	167社 (1.37倍)
合計寄贈重量	120.25トン	272.82トン (2.27倍)	327.3トン (1.20倍)
延べ提供先フードバンク 団体数	494団体	1,125団体 (2.28倍)	1,296団体 (1.15倍)
食品寄贈1回あたりの 平均寄贈重量	1.88トン	2.26トン (1.20倍)	1.96トン (0.87倍)
食品寄贈1回あたりの平均 提供先フードバンク団体数	7.72団体	9.22団体 (1.19倍)	7.76団体 (0.84倍)

## 食品寄贈の流れ



## コロナ禍・物価高騰の影響

## コロナ禍におけるフードバンク活動

認定NPO法人フードバンク山梨実績 (2020年3月～2021年3月)

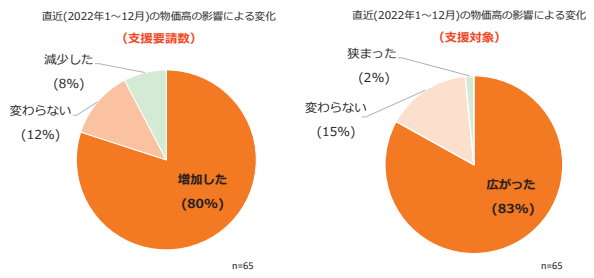
### コロナ禍緊急食料支援 計3,711件

3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	翌年1月	2月	3月
① 就学援助世帯	② 就学援助世帯	③ 就学援助世帯	④ 乳幼児児童世帯	⑤ 大学生支援	⑥ 留學生支援	⑦ 留學生支援	⑧ 乳幼児児童世帯	⑨ 留學生支援	⑩ 留學生支援	⑪ 留學生支援	⑫ 就学援助世帯	⑬ 失業者支援
709	56	752	118	82	181	39	137	94	109	281	108	850



## 物価高騰の影響 (食料支援のニーズ)

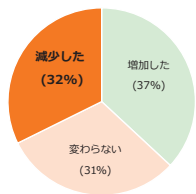
調査名 : フードバンク活動団体の業務・運営に関するアンケート  
 対象 : 農林水産省のHPIに掲載されている国内フードバンク215団体  
 調査期間 : 2023年1月15日～2月6日 (現在も実施中のため、以下のグラフは中間報告)



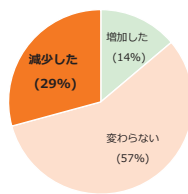
8割の団体に支援要請数と支援対象が広がっている

## 物価高騰の影響 (食品寄付・資金的寄付)

直近(2022年1～12月)の物価高騰の影響による変化 (食料寄付量)



直近(2022年1～12月)の物価高騰の影響による変化 (寄付金額)



支援要請数と支援対象が拡大している一方で 3割の団体に食料寄付量と寄付金額が減っている

寄付が増えた理由 (企業) : 物価高騰後の消費の落ち込みを見越し生産量を抑えた。結果として食品メーカーが余剰在庫を持たなくなった。業績悪化によるCSR予算の削減 (寄贈に伴う食品の配送コストやフードバンク団体への法人寄付額を抑制)。

寄付が減った理由 (個人) : 長引く物価高騰やコロナ禍において、先行きの不安からフードバンクへ食品を寄贈するよりも、家庭内での消費を優先。団体への資金的寄付も減少。

## 物価高騰の影響

食料支援が必要な困窮世帯 : 増加  
 フードバンク団体の業務量 : 増加

支援に必要な食品寄贈 : 減少  
 支援に必要な資金的寄付 : 減少  
 ボランティア参加者 : 減少

## 貧困の実態

調査名：乳幼児期の貧困の把握に関するアンケート調査結果【保育士向け】  
調査対象：山梨県内の保育市施設に勤務する保育士

設問：園児が貧困世帯で育てられていると思ったのは、どのような場面・状況であったか。（記述回答から一部抜粋、原文ママ）

- ・ おなかですきすぎて、自分の分の給食だけでは足りず、他児の食べこぼしを拾って食べていた。
- ・ 食に関して異常な食欲さ。おかわりがないと崩れ落ちて泣く。床に落ちている食べかすや自分の足の裏についたごはん粒などちゅうちょなく口へ運ぶ
- ・ 日々の食事の内容…（例）白飯のみで、お腹が満たされない時は水道水
- ・ 朝食を食べておらず、外へ遊びに行ったが、フラフラと部屋の方へ歩いて戻ってきて、テラスに倒れ込んだ。
- ・ 給食やおやつをすごい勢いで食べ始める。量が給食量だけでは足りず泣く
- ・ 子どもの機嫌が悪い時に朝ごはんを食べたか聞くと、「たべてない。なんにもなかった。」とよく答えていた。

24

## 貧困の実態

- ・ 穴があいた靴下やズボンを何度もはいてあまりに穴が大きくなったので縫ったことがある。
- ・ 衣類がカビている、サイズのあっていないものを着ている。着替えていない（何日も）
- ・ 靴下に穴が開いているにもかかわらず、毎回履いている（下着等も）服のサイズが合っていない（ズボン、長そでetc）
- ・ お風呂に入っていない。虫歯が多い。病気やケガの手当てができていない。
- ・ 夏の猛暑の中もお風呂に入らず、体が汚れていたり臭いがきつい。いつも穴のあいた服や靴下をはいている。ボロボロになった上ばきを買ってもらえない。
- ・ 服が清潔ではない。体が大きくなったにもかかわらず、小さいサイズの服を着ている。

25

## 国内フードバンク団体の共通課題

全国のフードバンク団体は、以下の共通課題が原因で食品取扱量を増やすことができていない。

- ① インフラ整備（事務所・倉庫・配送用車両等）
- ② 人手不足
- ③ 運営費の不足
- ④ ノウハウの不足
- ⑤ 認知度不足
- ⑥ 食品寄贈に伴う法的リスク
- ⑦ 行政との連携不足

26

## 今後の展望

27

## フードバンクの広域ネットワークについて

### 中核フードバンク 設立の動き

フードバンクかながわ 2018年3月

福岡県フードバンク協議会 2019年4月・・・

### 背景

- ・ 各FB団体は運営基盤が弱く、食品の保管や配送態勢が十分に整っていない。
- ・ 企業が食品を寄付する際は、それぞれの団体と合意を結ぶ必要があった。
- ・ 企業からの寄贈窓口を一本化し、支援企業の開拓やフードバンク団体の立ち上げ支援を進めることで、フードバンクの地域間格差の解消を目指す。

28

## 広域ネットワークのメリットと意義

### (1) 寄贈企業側のメリット

- ・ どの団体に寄贈したら良いか明確
- ・ 大きなロットでの寄贈も可能
- ・ 契約をそれぞれの団体を結ばなくても良い
- ・ 複数の団体との調整コストの負担低減

### (2) フードバンク団体側のメリット

- ・ 1団体では受けられない量の食品寄贈が受け入れ可能に
- ・ 寄贈食品の共有
- ・ 情報やノウハウの共有

### (3) 広域ネットワーク意義

- ・ 食品寄贈側が寄付しやすい仕組みを作り、食品やノウハウを共有することによって地域格差を解消、その地域のフードバンク活動を推進

29





## キューピーみらいたまご財団の活動 ～食を通じた居場所づくり支援



2023年3月10日

公益財団法人  
キューピーみらいたまご財団事務局

1 / 27

### 1. キューピーみらいたまご財団① キューピーの社会活動



**キューピーの社会活動のキーワードは「子ども」「食育」**

<b>ベルマーク運動 工場見学</b> 1960年から実施。 教育設備助成に協力	<b>講演会活動</b> 1961年から実施。 小学校からの社会科見学 要請がきっかけ	<b>マヨネーズ教室</b> 1984年から実施。 食生活と健康についての 正しい情報の提供が目的	<b>マヨネーズ教室</b> 2002年から実施。 食の楽しさと大切さを 伝えることが目的
--	--	--	--

**キューピーのサステナビリティ目標**  
(2019年1月発表)

**子どもの心と体の健康支援**  
2030年までに、グループの食育活動などで接する  
**子どもの笑顔の数を、100万人以上にする**  
(2019年からの累計；2022年度までで26.8万人)

**社会への貢献価値を定量的に測る指標**

- 健康寿命延伸への貢献
- 資源の有効活用と持続可能な調達
- CO2排出削減
- 子どもの心と体の健康支援
- ダイバーシティの推進

3 / 27

### 【参考】全国2017～2023年度助成実績



## 2. 子ども食堂について

- ① 子ども食堂、居場所はどのように始まったのか
- ② 子どもの貧困って？
- ③ 子ども食堂の現状とこれまでの経緯



7 / 27

1. キューピーみらいたまご財団の紹介
2. 子ども食堂について
3. みらいたまご財団の助成事業や活動
4. 企業における子ども食堂支援



2 / 27

### 1. キューピーみらいたまご財団② 財団の設立と運営



**助成対象** 「子ども」を対象とする食育活動、食の居場所づくり活動

**設立** 2017年4月（2019年4月から公益財団法人）

**設立の背景** 2016年頃から子どもの貧困が社会問題化  
キューピーが行ってきた食育等の取り組みを継続、進展させるだけでなく、想いを共有しうる団体の活動を広範に支援し一企業だけでは成し得ない社会活動に繋げていきたい  
食の大切さを伝え、食の力で子どもの未来を支える

**運営資金** キューピーの株の配当金  
・150万株（財団に有利発行された株式）  
※財団として活動することで、業績の影響を受けにくい

**助成事業実績** 約630団体、約2.1億円（2017年度～2023年度）

4 / 27

### 1. キューピーみらいたまご財団③ グループや社員との関わり



社員による子ども食堂  
ボランティア応援

グループ商品の寄贈

財団イベントへの従業員参加  
(助成授与式交流会)

2023年度選考準備委員

支店の活動団体での寄贈  
商品の荷受け応援作業

那覇営業所所長からの  
助成証書授与式

6 / 27

### ① 子ども食堂、居場所はどのように始まったのか



- ◆東京都大田区 **だんだん（八百屋） 子ども食堂 近藤博子さん**  
小学校の副校長から、お母さんが精神的な病気を抱えている場合、食事も作れなくて、給食以外の食事をバナナ一本で過ごす子どもがいると聞いた。いてもたってもいられず、子どもが一人で入っても、怪しまれない大丈夫な場所ということで、「子ども食堂」と名付け、始めたのが2012年だった。
- ◆大阪市西成区 **N食堂 Kさん**  
毎晩、深夜まで外で遊んでいる子ども達がいるので、家のスペースを利用して、遊べる場所を作ってそこに子ども達を呼んだ。感謝されると「そのおぼん、いてまうぞ」と自分に対して言うほど、いらいらして、荒れる子どもが多かった。そのうちに子どもたちが空腹だということに気づき、ご飯を作って食べさせたら、とてもなごやかな雰囲気になった。
- ◆東京都世田谷区 **寺子屋 I.Iさん（学習支援）**  
授業についていけない小学生たちの勉強をみる学習塾をやっていた。ある日、子どもたちとそのお母さんに夕食を出したら、今まで聞いたこともない自分の悩みや苦しさを子どもや親が話した。また、宿題を終えたらおやつを出すようにしたら、子ども達が勉強に集中するようになった。そうした経緯で子ども食堂を始めたら、いろいろな親子が来て、さまざまな悩みを打ち明けてくれるようになり、生徒も増えた。



→ 「食の力」を感じて食堂開催へ

8 / 27

## ②子どもの貧困って？～なぜ子ども食堂に行くのか

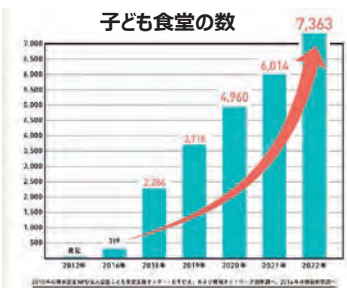


経済的貧困  
↓  
交流・体験の貧困

- 家で食事が食べられないので、普段の食事は学校給食だけが、子ども食堂のある日は1日2食食べることができる
- 家には食べるものがない。昼は給食があるが、夕飯は子ども食堂を渡り歩き、週末は教会に行ってお飯を食べさせてもらう
- 「子ども食堂のある日はお母さん（お父さん）と一緒に夕飯をここで食べる。この日は親の機嫌がよくなる」と、子どもが親を連れてくる
- 両親が共働きで、あるいは母親が仕事に行っていて、帰宅が深夜になる。夕食代をもらい、コンビニなどでお菓子などを買って夕食替わりにしている
- 学校が終わり家に帰っても誰もいないので、子ども食堂に行き、宿題などもして、夕飯を食べさせてもらって帰る。家にも居場所がないので（いたくないので）

9/27

## ③子ども食堂の現状とこれまでの経緯



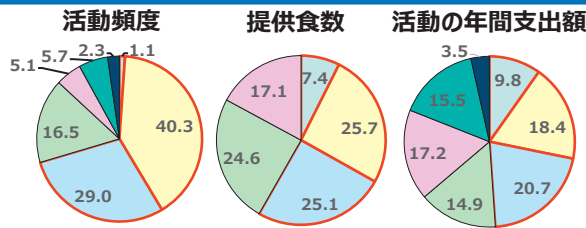
むすびえ様資料より

・(参考)むすびえの子ども食堂の定義は「子ども食堂・地域食堂・みんな食堂などの名称にかかわらず、子どもが一人でも来られる無料または低額の食堂」。

- (注意点)
- ・調査期間は都道府県ごとに異なる。
  - ・休止中の子ども食堂も「正式に解散・廃止」していないかぎり、箇所数に含む。
  - ・「子ども食堂」の定義は、回答した地域・自治体の定義に従う(結果として、長期休暇中のみの開催等を含む地域・自治体もあれば、含まない地域・自治体もある)。

11/27

## ③子ども食堂の現状とこれまでの経緯



- 年に数回程度 □ 月に1日程度
- 月に数日 □ 週1～2回
- 週3～4回 □ 週5～6回
- 毎日
- 9食以下 □ 10～29
- 30～49食 □ 50～99食
- 100食以上
- なし □ 10万円未満
- 10万円以上30万円未満 □ 30万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満 □ 100万円以上500万円未満
- 500万円以上

参考：「2021年度 コロナ禍における食支援活動の現状と食料支援に関する調査」の集計結果 (2022.4.15)  
一般財団法人全国食支援活動協会、千葉大学人文科学研究院 清水洋行研究室

13/27

## ③子ども食堂の現状とこれまでの経緯



### 子ども食堂が困っていること

寄付を受ける必要はない	困りごとはない	量が足りない	量が多すぎる	(少ない) 必要な食材・食品の寄付がない	(足りない) 保管スペースがない	(容量不足) 冷凍・冷蔵設備がない	受け取る場所がない	運搬手段がない	寄付に関する情報が手に入らない	その他
0.0	14.5	15.1	2.8	22.9	50.8	54.7	16.2	14.0	17.3	13.4

参考：「2021年度 コロナ禍における食支援活動の現状と食料支援に関する調査」の集計結果 (2022.4.15)  
一般財団法人全国食支援活動協会、千葉大学人文科学研究院 清水洋行研究室

15/27

## ②子どもの貧困って？ 居場所の運営者が感じること



- ① 困窮世帯の子供達、孤食の子供達にお腹一杯ご飯を食べさせたい
- ② 正しい(?) 食事の仕方、食べることの大切さ、楽しさを知ってほしい
- ③ 子どもたちと会話をしたい。状況を知り、力になりたい。  
課題のある子ども(しんどい子ども) ※緊急性の高い状況の子どもを児童相談所など外部の福祉窓口へつなげたい
- ④ 子どもの課題を共有し、食を通して未来を生きる力を与えたい

- 月1、2回、週1回では栄養面で食をつなぐという機能は少ないが、子どもと会話することで、家では味わえない体験、交流をしてもらう
- ↳ 子どもが親以外の大人や、環境の違う子どもの存在を知る
- ↳ 目指す将来の大人像に出会い、未来への希望を持つ
- ↳ 貧困の連鎖を断つことにつなげる

親だけに子どもを育てる責任を押し付けてはいけないのではないが

10

10/27

## ③子ども食堂の現状とこれまでの経緯



- 2012年 子ども食堂というネーミング生まれる  
大田区 だんだん子ども食堂 近藤さん 「子どもが一人で来てもらっても怪しまない食堂」
- 2013年～2016年ぐらい  
子ども食堂は「貧しい子どもが行くところ」。そんな子どもはこのエリアにはない(自治体) 親も「うちが貧しいと思われるから行くな」ということで利用、普及、支援進まず
- 2016年9月～2019年2月  
全国食支援活動協会(以下MOW) が事務局となり、子ども食堂全国ツアー50か所への活動によって、利用者増、支援も拡大、食堂増
- 2020年春  
食堂開催の制約を受け、弁当配付、フードパントリー(食品配布)への切り替え  
→運営者は弁当等食品の宅配、保護者の食品の引き取り時に子どもの情報を知る  
新型コロナ禍で支援者増、社会や自治体の子ども食堂への期待が膨らむ

### 【直近の子ども食堂急増の要因】

- 生活困窮支援型 調理などはせず、弁当を購入し、食品の寄贈を受け、フードパントリーを定期的に行う「炊き出し」に近い活動。居場所の要素薄い。
- 多世代食堂 独居高齢者のための居場所だったが、子どもも受け入れよう。子ども食堂も始まりました。
- 地域食堂(みんなの食堂) 地元の高齢者、引きこもり青年、子ども、生活困窮世帯、地域の居場所として子ども食堂としても機能を拡大(子ども会の発展)

12/27

## ③子ども食堂の現状とこれまでの経緯



### 子ども食堂が寄付してほしい食材、食品

	なし	米	肉・魚	野菜・果物	総菜・食材・食品	冷凍・冷蔵の食品	インスタント食品	調味料	菓子類	飲料	お弁当	その他
寄付してほしい食材、食品	1.8	72.2	71.0	58.6	49.1	44.4	51.5	60.9	60.9	16.0	11.8	
もっとも寄付してほしい食材、食品	1.8	27.4	35.7	4.2	6.5	10.1	1.2	6.5	2.4	1.8	2.4	

参考：「2021年度 コロナ禍における食支援活動の現状と食料支援に関する調査」の集計結果 (2022.4.15)  
一般財団法人全国食支援活動協会、千葉大学人文科学研究院 清水洋行研究室

14/27

## 【参考】今後の「子どもの居場所」の3つの方向性



### ①社会課題解決志向の活動(個別支援)

- ・支援を必要とする子どもの栄養不足、家庭内暴力や虐待等からの保護、シエルトーのような活動を行い、状況により児童相談所への連携等を行う
- ・食事提供場面も頻度も高く、経済的支援や食品提供も頻度多く行う  
→クロス型で狭いが、深い支援

### ②コミュニティやそ野を広げる活動

- ・もった地域が仲良く交流すべき、その活動の中心になりたい
- ・シングルマザー、ヤングケアラーなどのフォロウをしたい
- ・親の帰宅が遅いので、夜遅くまで遊んでいる子どもに居場所を提供したい
- ・子どもの相談に乗ってあげたい
- ・食堂開催の時はきちんとした食事をしっかり食べさせたい(その日は親もリラックス)  
→月に1～4回の開催、オープン型で、広く誰でも来てよい

### ③居場所における食育活動

- ・親に頼らない自立支援の食事(自分の食事は自分で作る)を教える食育
- ・子育て世代への「産前産後ケア」、高校生、若年層への栄養指導

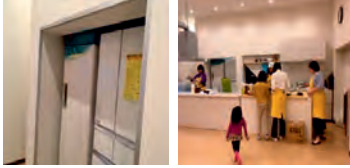
16/27

【参考】キッズみらいプロジェクト ひみつ基地 OPEN→CLOSE

東京都新宿にあるキッズみらいプロジェクト  
(代表：猪爪まさみ様)が運営

**OPEN型：新宿区 ニコニコ子ども食堂**

HPで開催日・場所を広報  
月に2回開催 50～100人  
誰でも来れる子ども食堂  
地域センターにて開催（移動型）  
※2016年5月～2020年2月開催



**CLOSE型：ひみつ基地 毎月5回開催。【財団助成 冷蔵庫】**

年間会費（3,000円/世帯）21世帯が登録  
ニコニコ子ども食堂にきた子どもの中から、課題（困窮）のある子ども、家族に  
お声かけ、食事・居場所・Wi-Fi接続・学用品リサイクル・各種相談等を行う  
※町工場の跡を格安で借りて、東京都福祉保健財団からの助成金を受け改装



○パントリーピックアップ事業 年間会費（3,000円/世帯）  
月に1回開催し、10,000円相当の食材・日用品を提供する。  
※食材はセカンドハーベストジャパンより寄付いただく  
※パントリーピックアップは45世帯 宅配36世帯

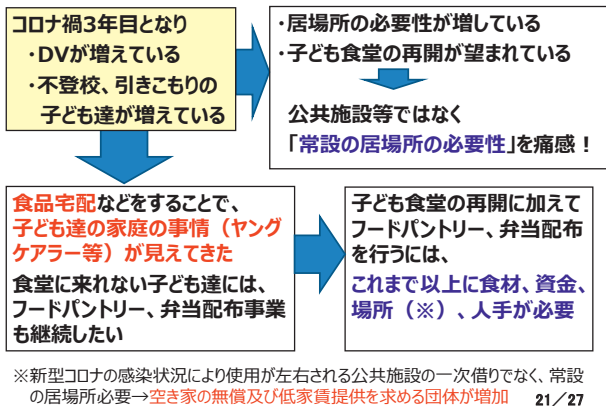
シングルマザー家庭が95%、オープン型子ども食堂をやっていくことで本当に助けが必要な人が  
わかり支援が可能、クロス型のボランティアには課題のある家庭への配慮が必要 17/27

3. みらいたまご財団の助成事業や活動② 助成実績



財団HP QRコード

【参考】居場所づくりサミット交流会での学び(例)



4. 企業における子ども食堂支援②

広範囲に子ども食堂を支援するときの課題

全国に約6000以上あるといわれる子ども食堂に  
食品をどのように送ればよいのか？

- 生活困窮者を支援している子ども食堂は？ 届け先住所は？
- 宅急便で送るにせよ、食堂開催日が団体によってまちまち。
- 寄付したい商品を子どもたちは喜んでくれるだろうか？

届けることができたととしても、その効果は？ リスクは？

- 商品の特徴、使い方が伝えられて、おいしく召し上がってもらえるか？
- 温度管理の不備で、品質に問題は出ないか？
- 商品が余ったり、賞味期限を過ぎて廃棄されることはないか？
- 子どもたちの反応などを教えてもらうことができるのか？
- 転売されたり、SNSなどで適切でない情報が発信されないか？

(提供する商品：通常の商品、在庫品など)

3. みらいたまご財団の助成事業や活動① 助成内容

◆ 助成事業（食育&居場所づくり活動団体への寄付） ◆ 2020年度より本格始動

<p><b>プログラムA</b> ～食育活動支援～ 【助成内容】上限100万円 食育活動としての講座、イベント、研究に関わる経費（食材費、会場費、講師代、旅費交通費等）</p>	<p><b>プログラムB</b> ～食を通じた居場所づくり（子ども食堂など）支援～ 【助成内容】上限70万円 拠点改修費、冷蔵庫、厨房機器、椅子・テーブル、什器等（食材除） ※スタートアップ助成 20万円 1年以内の団体の立ち上げ支援。 食材、光熱費等の運営資金も可</p>	<p><b>物品（食品）助成</b> ～自社商品の寄贈～ 【対象】 食を通じた子ども居場所（子ども食堂など） 【寄贈の流れ】 MOW(全国食支援活動協力会) 運営のMOWLSを通じて寄贈 【寄贈物品】 マヨネーズ、ドレッシング、パスタソース、ジャムなど</p>
--	---	--

2023年度総助成金 4,614万円 150団体※  
A 1,187万円 B 2,107万円 新型コロナ禍特別助成 (25団体) (59団体) 1,320万円(66団体)

2022年度  
物品寄贈計画  
1,000万円

※2023年度の3年継続助成 2 団体を含め

3. みらいたまご財団の助成事業や活動③ 居場所づくりサミットの開催

講演と事例報告に加え、50分間のオンライン交流会も実施  
団体同士の情報交換会の場になっている  
財団役員、関係者も加わり、助成事業のヒントも載っている



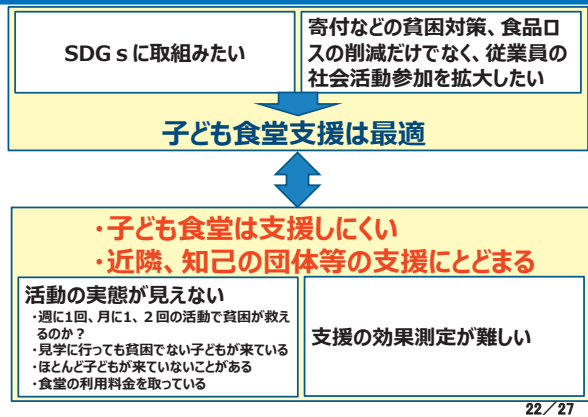
**地域の居場所づくりサミット**  
2022年11月5日(土)  
10:00～12:20

キユーピー「みらいたまご財団助成説明会」  
2023年度助成プログラムについて  
講演「改めて考える子どもの居場所づくり」  
福岡女子大学 栄養科学部健康栄養学専攻 教授  
キユーピー「みらいたまご財団」アドバイザー 池田 幸子氏

地域の居場所づくり講演  
「子ども食堂だからできること  
→食を通じたつながり・関わり・支えあひ」  
一般社団法人全国食支援活動協力会 専務理事 平野 洋二氏

事務連絡 八木ノド子ども食堂 代表 渡辺 和幸氏  
グループに分かれた交流会

4. 企業における子ども食堂支援①



4. 企業における子ども食堂支援③ 食品寄贈

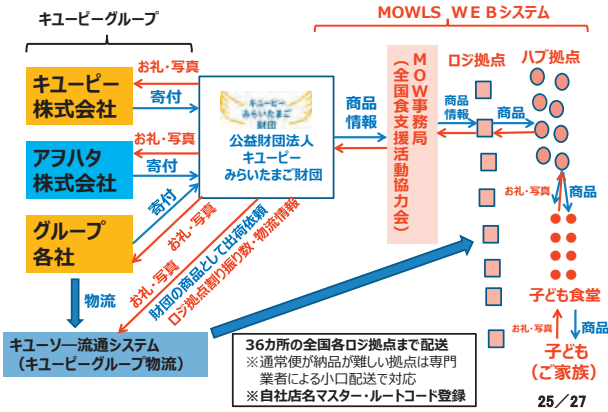
MOW（全国食支援活動協力会）様の今までにない大規模な食品寄贈プラットフォーム「ミールズ・オン・ホイール・ロジ・システム（MOWLS）」を活用することで、全国の子ども食堂への食品支援（寄付）が安心にできるようになります。



ミールズ・オン・ホイールズ ロジシステム（MOWLS）とは  
子どもから高齢者まで、全国の子ども食堂等「居場所」に集うすべての人が  
食事を得られる環境づくり。寄贈食品を全国に届けるため、各地の活動  
団体・行政・社協・企業等と連携しながら、配送（物流）、保管  
（ストック）、分配（シェア）の整備に取り組んでいます。  
QRコードリンク先: <https://www.mow.jp/mow-ls/index.html>



【参考】MOWLSの特徴と仕組み①



【参考】MOWLSの特徴と仕組み②



MOWLSを使って寄付をすると、  
お手紙やメール写真をいただける→社内の共感得やすい



2022年7月～8月、「キュービーあえる  
パスタソース」72,000個を全国の子ども  
食堂 1,905か所にお届け

2021年12月、キュービーハーフ、パスタ  
ソース、冷凍いちご・冷凍りんごなど  
約12万個を全国の子ども食堂約1,800  
か所にお届け

26 / 27

【参考】MOWLSの特徴と仕組み③



MOWLSの特徴

- 全国の子ども食堂・子どもの居場所に、確実にスピーディに食品寄付ができる
- 低温度帯（冷蔵、冷凍品）商品の寄贈もできる



さまざまな企業が得意分野で支援が可能

- 食品関連企業は、食品の寄贈
- 物流企業は、余剰の在庫スペース提供、配送支援  
※倉庫余剰スペースの食品保管場所への提供
- 全ての企業&個人でできること
  - ・子ども向け商品の寄贈や運営者への寄付金
  - ・従業員のボランティア支援  
(商品荷受け作業、子ども食堂へのお届け等)



ご清聴ありがとうございました

キュービーみらいたまご財団では  
今年も10月下旬より、2024年度の助成公募を開始します。子どもを対象とする食育活動、居場所づくりをされている団体さんの申請をお待ちしています。  
→詳細は財団ホームページを御覧ください



## 富山県食品産業協会の フードバンク活動拡大への取組み

一般社団法人 富山県食品産業協会  
理事・事務局長 中川 義久  
(フードバンク活動コーディネーター)

令和5年3月10日  
AP市ヶ谷 7階 Bルーム (金)

## (一社)富山県食品産業協会の フードバンク活動支援事業

富山県食品産業協会の取組み

令和2年度より富山県農産食品課からの委託事業でフードバンク活動の拡大、普及に取り組んでいます。

令和2年度 フードバンク活動**調査**事業  
令和3年度 フードバンク活動**実証**事業  
令和4年度 フードバンク活動**拡大**事業  
令和5年度 フードバンク活動**促進**事業

### 事業系食品ロス削減に向けた取組み

#### 事業系食品ロスとは

・日本では、年間522万トンがまだ食べられるのに捨てられる「食品ロス」とされています。約半分は家庭から、残りの半分は食品関連事業者から排出されています。(農林水産省及び環境省「令和2年度推計」)  
・「事業系食品ロス」とは、**食品製造業**、食品卸売業、食品小売業、外食産業など、事業活動の場面で発生する食品ロスです。国の事業計画では、2000年度比(547万トン)で、2030年度までに半減させる(273万トン)目標が設定されています。

### 事業系食品ロスの削減に向けて

事業系食品ロスの発生抑制に向けては、各事業活動に見合った対策が必要です。  
食品ロスを発生させないことはもちろん、**食品ロスが発生しそうな場合の対策**を考えておくことも、事業系食品ロス削減に向けては重要なポイントです!

#### フードバンク活動とは

安全に食べられるのに、包装の破損や過剰在庫、印字ミス等の理由で、通常の販売が困難な食品を食品関連事業者から**寄贈**していただき、必要とする施設や団体、困窮世帯に**無償で提供する活動**です。

## (一社)富山県食品産業協会

富山県食品産業協会は、県内食品企業と関係団体で構成された食品産業の振興と県民の食生活・食文化の向上に寄与することを目的に1975年に設立された協会です。

### 事業の概要

1. 食の安心安全対策の推進
2. 新商品開発支援
3. 人材の育成強化
4. 販路開拓支援
5. 表彰制度の進達・表彰
6. 広報活動の展開

## (一社)富山県食品産業協会の フードバンク活動支援事業

令和3年度より

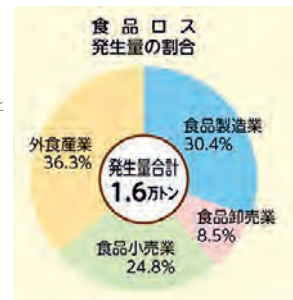
フードバンク活動コーディネーターを配置

県内食品関連事業者から発生する未利用食品の有効活用を促進するため、提供事業者確保に向けた普及啓発やマッチングの推進により、県内フードバンク活動の拡大を図る。



### 富山県内の事業系食品ロス発生量は?

富山県内の事業系食品ロス発生量は、合計約1.6万トンで、外食産業から36.3%と最も多く、次いで**食品製造業が30.4%**となっています。  
外食産業における主な食品ロス発生要因には、食べ残しが考えられます。また、食品を製造し、販売を行う**食品製造業・食品卸売業・食品小売業**における食品ロス発生要因には、いわゆる3分の1ルール等の商慣習や、販売機会の損失を危惧した多量の発注などが考えられます。



### フードバンク活動コーディネーターの役割

富山県食品産業協会では、富山県からの委託を受け、令和3年4月よりフードバンク活動コーディネーターを配置し、**フードバンク活動**の拡大に取り組んでいます。この活動は、**事業系食品ロス**の削減に繋がり、SDGsの「12 つくる責任 つかう責任」の実現のためにも重要な取組みです。当協会では、富山県SDGs宣言に賛同し、積極的にこの活動に取り組んでいます。

#### 【フードバンク活動コーディネーターの役割】

- ①**情報** マッチングに向けた支援…ホームページを利用した情報発信  
食品提供事業者や受取団体の確保  
提供側と受取側の需給マッチング
- ②**食品の受け渡し**に向けた支援…**食品衛生法**に適した取扱いに係る助言  
**税制優遇措置**に関する助言



## 食品提供企業からの意見 (令和2年時)

- ・提供品が出ない。
- ・計画生産でロスが出ない。
- ・フードバンク活動に関する**企業全体での認知度が低い**。
- ・ロス商品の**安全性**まで保証できない。
- ・転売が心配である。
- ・提供品により**企業イメージが損なわれる**。
- ・提供品社会貢献による**企業イメージアップ**に繋がる実感が無い。

## 食品提供企業からの意見

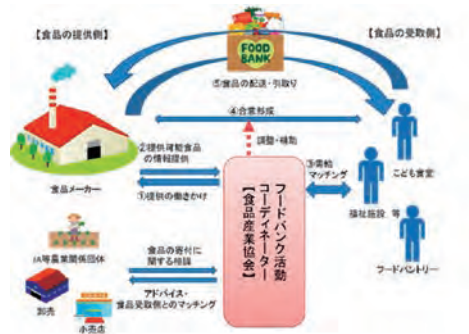


- ・提供品がない。  
今のところ困っていない

### 【理由】

- ・ほとんど出ない。→ ゼロではない。
- ・いつ出るかわからない。→ ゼロではない。
- ・残存消費期限がほとんど無い。→ ゼロではない。
- ・メリットがわからない。→ 情報提供
- ・手続きが面倒→ 支援(合意書作成等)
- ・出てきたときに、**どうすれば良いかわからない。モデルケースによる実証**

## 富山県食品産業協会の フードバンク活動の取組み



### 【支援内容】

- ①食品メーカーへの提供の働きかけ
  - ②提供可能食品の情報提供
  - ③需給マッチング
  - ④合意形成支援
  - ⑤食品の配送引き取り支援
- その他
- ・他団体への相談対応、アドバイス

## 実証例をPRして、 エントリー企業を増やす。

- ・パンフレットの作成
- 提供品のタイプ  
常温、冷凍、冷蔵
- 残存賞味期限  
1日～数ヶ月までバラバラ
- 発生量  
数個から1t単位まで

**製造者の声：作ったものを廃棄するのは!**

### 【事例1】 (株)源の取組み 「弁当」

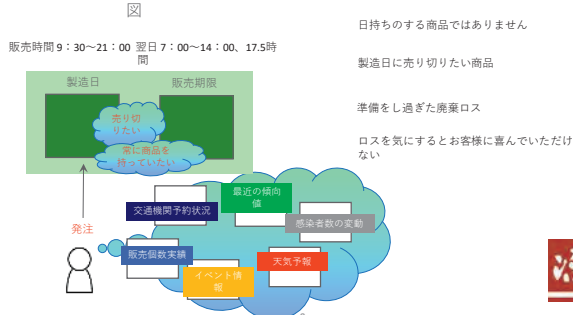
- 提供品の特徴**
- ・流通条件：常温
  - ・提供時の残存賞味期限 約10時間
  - ・発生頻度：少量・不定期

- 問題点**
- ・短時間での情報交換、提供品の受け渡しが必要

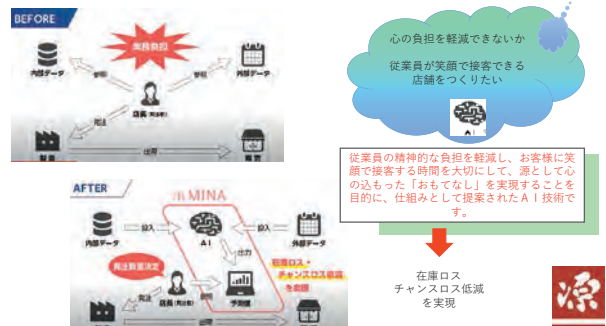
- 対応方法**
- ・AI導入による迅速な提供品情報の管理
  - ・SNS活用による迅速な情報提供
  - ・地域連携による効率的な受け渡し

### 源の ますのすし 販売の面での特徴

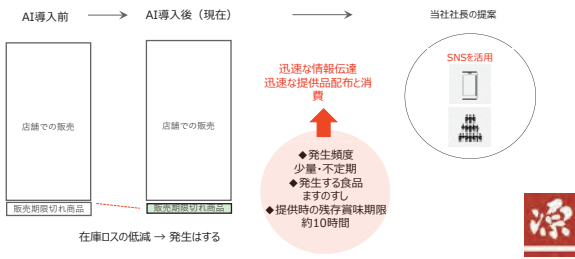
#### 「ますのすし」販売のスキーム



### 従業員の心と時間の負担を軽減する自動発注システムの導入



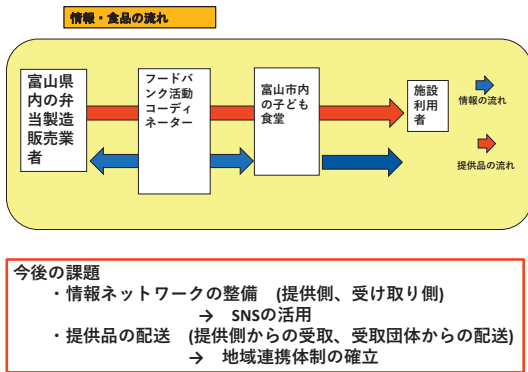
残存賞味期限の短い商品の提供



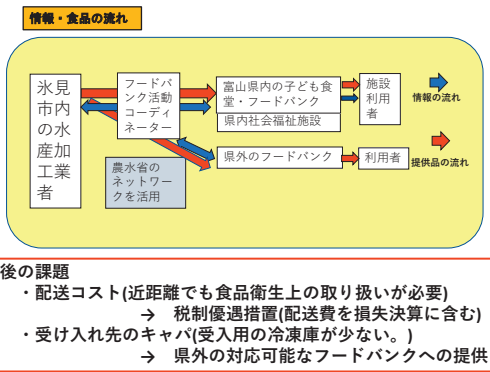
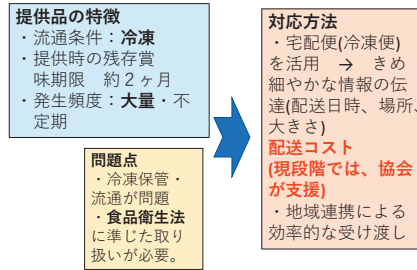
- 11 -



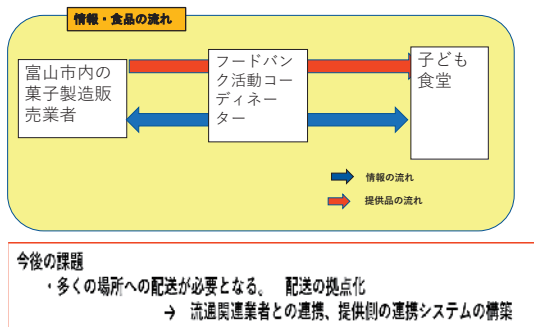
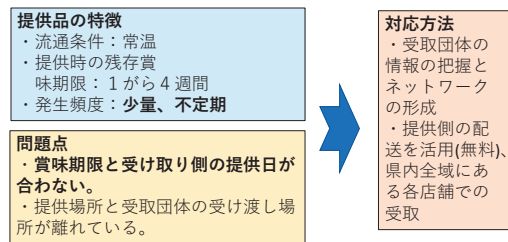
- 12 -



【事例2】 中村海産の取組み  
水産加工業者「冷凍、干物」



【事例3】 (株)ボンリプランの取組み  
「和洋菓子」



【その他事例】

- ・パン屋 近所の子どもの食堂 定期的 少量
- ・冷凍食品 近隣の社会福祉施設 不定期 少量 (地域連携、提供品のマッチング)
- ・めんつゆ 県内の社会福祉施設 不定期 (提供品のマッチング)
- など

## まとめ

1. 情報のマッチング  
地域ネットワークの構築  
提供側の情報提供、受取側の運営実態を把握した上でのきめ細やかなマッチング  
(提供品の性質、残存賞味期限、受け取り側の必要量、など)
2. 提供品の受け渡し  
地域ネットワークの構築  
受け取り側の保管キャパ、流通業者との連携  
流通コスト

## フードバンク活動定着への課題

1. 食品としての問題  
食品衛生法(安全性の確保が最優先)  
提供に係るコスト、労力、保管施設など
2. 社会的認知度の問題  
提供に係る費用<廃棄にかかる費用  
↓  
提供に係る費用<企業としてのメリット



<https://toyama-shokusan.com/foodbank>

ご静聴ありがとうございました。





## 子ども食堂と取り巻く環境

認定NPO法人全国子ども食堂支援センター・むすびえ

## 自己紹介



### 森谷 哲 (さとにい)

東京都葛飾区出身。  
1976年生まれ。2児の父。  
趣味はアナログゲーム。

防災士  
食品衛生管理者  
ファンドレイザー  
ワークショップデザイナー

子ども食堂「えまいまキッチン」運営者



ポケモン様

新台船様

ファミリーマート様

一風堂様

立ち上げ支援

1

## むすびえとは？

2

## 理事長

社会活動家  
東京大学先端科学技術研究センター特任教授。  
全国子ども食堂支援センター・むすびえ理事長。  
1969年東京都生まれ。東京大学法学部卒。東京大学大学院法学政治学研究科博士課程単位取得退学。1990年代よりホームレス支援に従事し、2009年から足掛け3年間に閣内閣外に就任。内閣官房社会的包摂推進室長、震災ボランティア連携室長など。法政大学教授（2014～2019年）を経て退職。政策決定の現場に携わったことで、官民協働とともに、日本社会を前に進めるために民主主義の成熟が重要と痛感する。著書に、『子どもが増えた！人口増・税収増の自治体経営』（泉屋橋・昭石市長との共著、光文社新書、2019年）『「なんとかがする」子どもの貧困』（角川新書、2017年）、『ヒーローを待っていても世界は変わらない』（朝日新聞出版、2012年）、『反貧困』（岩波新書、2008年、第8回大佛次郎論壇賞、第14回平和・協同ジャーナリスト基金賞受賞）、『貧困についてとことん考えてみた』（茂木健一と共著、NHK出版、2010年）など多数。



潮浅 誠(ゆあさ まこと)

3

## ビジョン・ミッション

### VISION

子ども食堂の支援を通じて、  
誰も取りこぼさない社会をつくる。

### MISSION

子ども食堂が全国のどこにもあり、みんなが安心して行ける場所となるよう環境を整えます。  
子ども食堂を通じて、多くの人たちが未来をつくる社会活動に参加できるようにします。

4

## 事業



地域ネットワーク支援事業

子ども食堂を支えるネットワーク団体（中間支援団体）の活動を支えます。子ども食堂の立ち上げ支援、運営者同士のネットワークづくり、行政や関係団体との連携、寄付物品の仲介、情報提供など、各地のネットワーク団体が必要と考える子ども食堂支援を行えるよう、連携していきます。



企業・団体との協働事業

子ども食堂を応援したいと考えてくれる企業・団体等と協働し、子ども食堂の安心・安全を高める活動や、子どもたちにさまざまな体験を届けられるプログラム提供などを行います。子ども食堂へのお米や食材の寄付、資金・場所・プログラムの提供、社員によるボランティア、助成事業の企画・運営などをお考えの方は、お気軽にご相談ください。



調査・研究事業

子ども食堂が社会の「あたりまえ」となり、より多くの子どもたちがアクセスできるようになるために、必要な調査・研究を行います。調査・研究の成果は、子ども食堂に対する地域・社会の理解を広げるため、また適切な制度・政策の実現のために活用します。

5

## むすびえが目指す社会

あっちにも こっちにも  
子ども食堂



<https://musubie.org/about/acc-hinno/>

6

## 子ども食堂とは？

7

## こども食堂とは？

「地域食堂」「みんな食堂」などという名称に関わらず、子どもが一人でも安心して来られる無料または低額の食堂。



※2022年2月 総務省発表  
 (資料：全国の子ども食堂マップ、NPO法人1100、FPC連合会、こども食堂の未来、2021年度子ども食堂調査報告書)

8

## こども食堂＝地域交流拠点×子どもの貧困対策

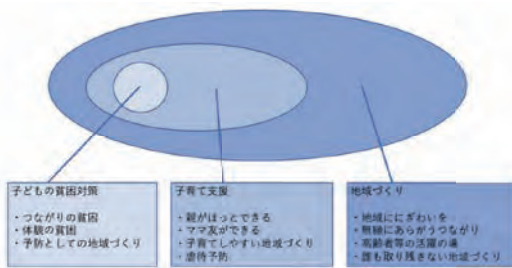


山口県宇部市・みんなの食堂

9

## 地域づくり、コミュニティづくりの場

「こども食堂」には多様な価値があり、課題を「包括的」に「予防」するポテンシャルがある。



※1日全席こども食堂実証調査  
 「資料①：子ども食堂の未来」より

10

## こども食堂の役割

11

## 東京都葛飾区



多世代  
交流



12

## 広島県広島市



異文化  
体験



13

## 宮城県仙台市



繋がり  
支援



14

## 徳島県穴喰



食育



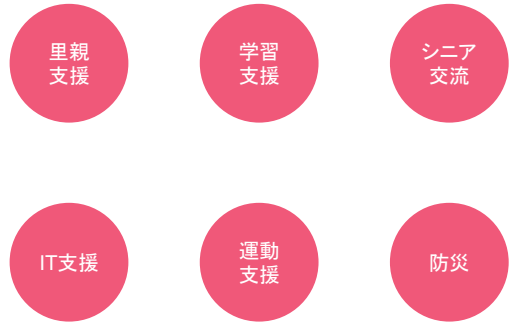
15

奈良県東吉野村



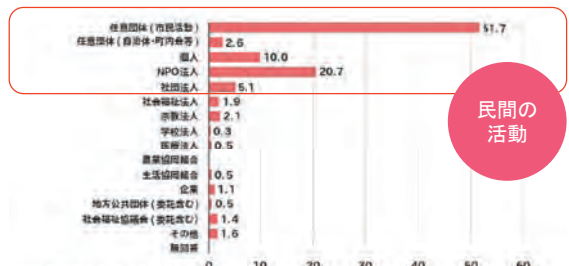
移住者  
交流

その他



データで見る子ども食堂

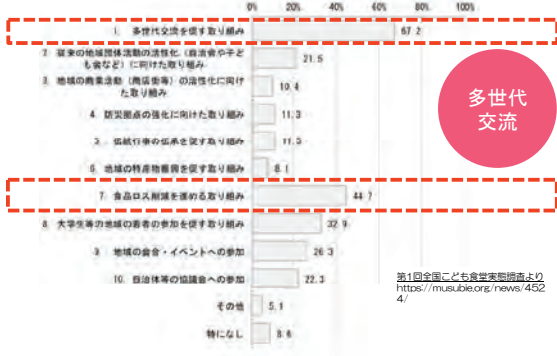
子ども食堂の運営主体



民間の  
活動

その他: 任意担兼委員、飲食業、カトリック教会内(任意団体)の任意団体、指定管理運営コミュニティスクール学校応援団、など  
子ども食堂の現状を捉えているアンケートVol.6より  
<https://musejoe.org/news/5414>

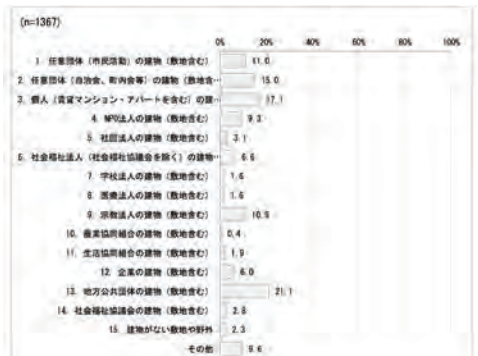
地域交流拠点としての子ども食堂



多世代  
交流

第1回全国子ども食堂実態調査より  
<https://musejoe.org/news/4524/>

開催場所について

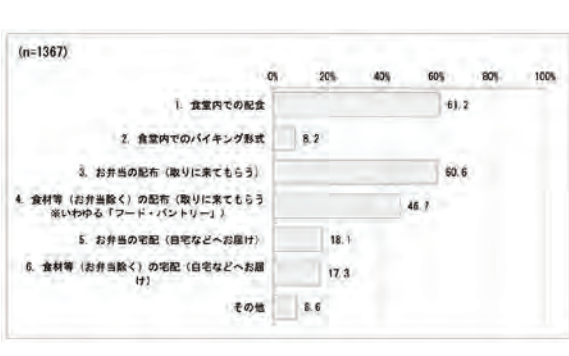


子ども食堂の参加条件



誰でも  
どうぞ

食事の提供方式(2022年1月現在)



## そこにある社会課題とは？

24

## 子どもの貧困

7人に一人は「子どもの貧困」と言われる日本で、  
こどもが一人でも行くことができ、無料または低額  
で食を提供することも食堂の支援を通じ、貧困状態  
にあるこどものサポートを行うことに寄与するこ  
とができます。  
また、様々な人が集う「地域の交流拠点」でもある  
こども食堂では、機会や経験が乏しくなってい  
がちな子どもに、様々な大人たちとの遊びや関わり  
を持つことを通じて、広い視野をもつきっかけを屈  
けることができます。  
さらに、手洗いの習慣、歯磨きの習慣など、基礎的  
な生活習慣についても学ぶ機会を屈けることができ  
ます。

13.9%

日本の子どもの貧困率は13.9%。  
一人あたり122万円/年で暮らす生活。  
OECD34カ国調査では、子どもの貧困率  
の平均は13.3%。（厚労省「国民生活基礎  
調査」より）

25

## 子ども・子育て・高齢者等の孤立

地域の子どもや大人たちと食事をする場であるこ  
ども食堂は、共働き家族の増加、ひとり親世帯の増加  
による子どもの孤立・孤食に対し、子育てしやすい  
社会づくりに貢献するだけでなく、「みんなでご飯  
を食べる」経験を屈けることができます。また、高  
齢者のみの世帯も増加し、社会問題化する中で、地  
域のこどもと食事、交流をするきっかけを提供する  
ことができ、「顔見知り」が地域にいる状態を生み  
出すことで、安全な地域づくりにも資することが  
できます。

22.1%

週2・3回以上夕食を家族と食べていない  
子の割合（農水省H28「食育白書」よ  
り）

26

## こども食堂の魅力



インクルーシブな社会の実現

27

## 地域ネットワーク団体とは？

28

## 地域ネットワーク団体（都道府県）



29

## 「地域ネットワーク団体」について

運営者同士のネットワークづくり、勉強会の開催（関係性）

企業、個人からの寄付物品の窓口、仲介

行政や関係団体との連携、情報のシェア

こども食堂の立ち上げ支援、相談窓口

30

## 「地域ネットワーク団体」の種類

行政委託型（社協運営）

行政委託型（NPO団体）

行政直接運営型

民間運営型（こども食堂運営者など）

31

## 企業とこども食堂

32

## 応援してくださっている企業、団体のみなさま



33

## むすびえとのパートナーシップ

協働の内容に応じて、HPでのロゴ掲載や当団体メディアを通じた広報をさせていただきます。

### ご寄付

むすびえへの「ご寄付」を通して、全国のこども食堂への支援活動につなげます。10万円からの企業スポンサーシップ制度もあります。また、寄付つき自動販売機の設置、社費資金と同額を企業が寄付するマッチング寄付やポイントによる寄付、古本寄付などが可能です。

### 商品サービス

全国のこども食堂へ希望を募り、貴社の商品提供の機運を行います。また、子どもに向けた歯磨き指導などのプログラムといった本業を生かしたサービスのご提供も可能です。会議室やイベント会場のご提供、アプリ開発などサービスでのご支援も可能です。

### ボランティアプロボノ

ご寄付や商品支援のみならず、ボランティアでのご協力も募集しています。こども食堂と一緒に食事をするだけでその場の空気を共有し、様々な大人との接点を子どもに提供することができます。また、むすびえでプロボノを行うことを通じて、全国のこども食堂の支援につながります。

こども食堂への商品寄付の仲介や企画立案協力については、原則として企画支援費・事務手数料等をお願いしています。弊団体は、公的な行政機関ではなく、民間団体としてこども食堂とともに活動をしており、ご理解いただけますと幸いです。

34

## こども食堂とSDGs



誰一人、取り残さない世界の実現

SDGsで掲げられている17の目標のうち、主に6つに貢献します。



(ご参考) 滝沢誠「孤立する人のいない“にぎわい”をつくるこども食堂とSDGs」  
<https://news.yahoo.co.jp/byline/yuasamakoto/20190409-00121364/>

35

## 【ご寄付】寄付つき自動販売機設置

自動販売機を寄付つき自動販売機にいただくことで、寄付と合わせて社員の皆様に対して、自社の社会貢献活動を啓発することも可能です。  
 ※詳細ご説明しますのでお問い合わせください。



36

## 【ご寄付】店頭募金(お客様参加型)

店頭や事業所で募金活動を実施。集まった資金をもとに基金を立ち上げ、こども食堂への助成事業を企画、運営支援いたします。  
 店頭募金の金額にあわせて、企業様からも資金を捻出して頂いております。



イオン「全国こども食堂応援募金」

37

## 【物資支援】食品・物資のご提供

こども食堂に対して食材や物品など、こども食堂が必要としているものを仲介しています。特に、2020年3月からは、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、こども食堂が抱える課題解決に向け、物資支援の呼びかけを強化し、多くの企業より食材・物資のご支援をいただいております。2020年度の物資支援金額(売価換算)は約3億円にのぼり、物資支援先団体数9,000箇所(のべ数)に多くの食材・物資が提供されました。本プロジェクトは、食材・物資を必要とするこども食堂と物資提供する企業の想いをつなぎ、できるだけスムーズな物資仲介ができるよう、むすびえがコーディネートしています。



38

## 【協働事例】熊谷組様

2019年～ ボランティア参加+ご寄付



39

【協働事例】ライオン様

2020年～ 「おうちからだプロジェクト」



40

【協働事例】スターバックスコーヒージャパン様

2020年～ フードロス対策×こども食堂支援



41

【協働事例】ハイセンスジャパン様

2020年～ こども食堂支援



42

【協働事例】ファミリーマート様

2019年3月～ ファミマこども食堂

※コロナ禍で中止に

2021年4月～ ファミマフードドライブ

1800箇所実施中!

2021年9月～店頭募金 「基金」

1団体8万円×95団体



43

## フードバンクとこども食堂

44

こども食堂は食材に困っている(ところも多い)

- 時間がない
- 場所がない
- お金がない
- クルマがない

45

「こども食堂」での利用はNGという場合もある

こども食堂

フードパントリー(食材配布)



誰でもどうぞ



対象が限定されている

46

こども食堂特化のフードバンクもある



千葉県東葛地区(7市合同)

47

だいたいボランティアさんのクルマで運ぶ・備蓄する



配送中（東京都）



コープさんを間借り（宮城県）

48

さらなる協働が進むと  
嬉しいです。

49

ご清聴ありがとうございました。

50



認定NPO法人 全国こども食堂支援センター・むすびえ



お問い合わせ：moriya@musubie.org

※全ての画像・情報は著作権で保護されております。無断利用は出来ませんので、ご注意ください。

51