

## 8.資料

8－1 「冷凍食品製造業での食品ロス削減対策情報交換会」

8－2 「フードバンク・こども食堂等活動の情報交換会」

8－3 「新技術を活用した食品ロス削減ビジネス交流会」

8－4 <参考資料> 市場動向

【8-1、8-2、8-3 資料掲載先】

<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>



## 8-1 <冷凍食品製造業での食品ロス削減対策情報交換会 実施報告>

○実施日：令和5年3月16日（木） 14:00～16:00

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP市ヶ谷 Cルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○参加対象者：冷凍食品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)「冷凍食品の動向」

一般社団法人日本冷凍食品協会 専務理事 木村 均 氏

2)「AI 検査による自動化とフードロス削減の取組み」

株式会社ニチレイフーズ 技術戦略部 吾郷 友亮 氏

※講演資料非公開につきホームページを参照ください [https://www.nichirei.co.jp/food\\_loss/2-1/](https://www.nichirei.co.jp/food_loss/2-1/)

○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   | 14  | 実参加者 | 11  |
| WEB 申込総数 | 140 | 実参加者 | 121 |
| 申込総数     | 154 | 実参加者 | 132 |

事務局4名含まず

### 2. アンケート集計結果（回答数：54）

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<br>食産協 | 行政 | 教育機関 | 個人 | 回答者<br>合計 |
|----|----|-----------|----|------|----|-----------|
| 50 | 2  | 0         | 0  | 1    | 1  | 54        |

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   | 26 | あまり参考にならなかった | 1 |
| やや参考になった | 20 | 参考にならなかった    | 1 |
| どちらでもない  | 6  |              |   |

Q4 「冷凍食品の動向」について

|          |    |              |   |
|----------|----|--------------|---|
| 参考になった   | 28 | あまり参考にならなかった | 2 |
| やや参考になった | 16 | 参考にならなかった    | 0 |
| どちらでもない  | 8  |              |   |

Q5 「AI 検査による自動化とフードロス削減の取組み」について

|          |     |              |   |
|----------|-----|--------------|---|
| 参考になった   | 3 1 | あまり参考にならなかった | 2 |
| やや参考になった | 1 8 | 参考にならなかった    | 1 |
| どちらでもない  | 2   |              |   |

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。

[ 1 2 名回答 ]

- ・近年の冷凍技術について知りたいと思いました。
- ・防災も念頭にするとロードストックできる冷凍食品が最強と思います。絶対冷凍にできないものってあるのでしょうか？
- ・冷凍食品協会のデータは参考になりました。ありがとうございました。
- ・ご機会をいただきありがとうございました。
- ・"様々な冷凍機、凍結方法があり、展開しておりますが、寿司のように違う食材が合わさった時や、ボリュームがあるものは、どのように解凍する事が良いのか、時短にするには良い手立て又は、現状の方法の資料等がございましたら、お教えてください。"
- ・やはり検品作業に人手がかかるので AI を活用した検査は今後の参考になりました。
- ・食品製造における小ロット・多品種生産現場での省力化・自動化・フードロス成功させた事例があれば知りたいです。
- ・"本日は、興味ある内容で大変勉強になりました。フードロス削減マルハさんとフードバンクの取組みについて、コスト面からの情報を知りたかったです。補助があって成立するのでしょうか？
- ・また、小売店の冷蔵シフトによるロス削減についての情報がありましたら教えてください。ありがとうございました。"
- ・先進的なマルハニチロやニチレイの取組み内容が聞けて参考になりました。逆に質問が出なかった同業他社がどのように受け止めているか気になりました。今後も他社から具体的な話が出てくると良いと思いました。
- ・初回の参加でしたがロス対策への取組みと企業 P R を取り違えているような感想でした。
- ・"ニチレイ様の「AI 検査による自動化とフードロス削減の取組み」につきまして、大変感動致しました。改めて、素晴らしいセミナーの開催に感謝申し上げます。
- ・安心安全な商品をお届けする考え方が、実際の行動されていることに感動致しました。
- ・是非とも、今回の「AI 検査による自動化とフードロス削減の取組み」についての取組と考え方を、弊社製造部へも強くお伝えしたく考えております。
- ・もしも可能でしたら、期間限定でも構いませんので、ニチレイ様の講習会資料をお借りすることは可能でしょうか。※守秘義務及び、活用後の資料抹消等は徹底して実施いたします。"
- ・ニチレイさんの報告は、実例に基づいてわかりやすく、興味の持てるものでした 進む方向がわかりました
- ・マルハニチロの報告は参考になりました。画面に投影した資料が小さく見にくかった、また、司会者はマスクを外して話をした方が良い。
- ・特にありません
- ・業務用の冷凍食品の市場が大きく縮小しているのには驚きました。このままでは業界の再編が必要になるのでは・・・と思いました。

(以上)

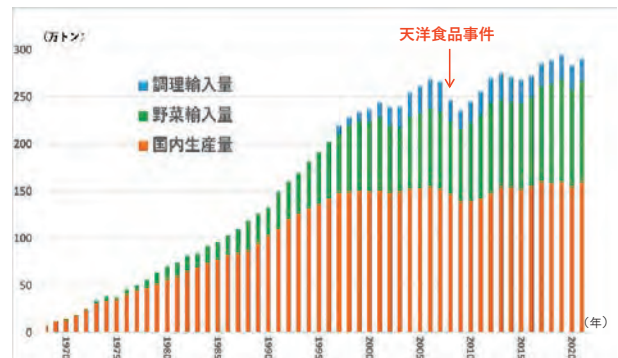
# 冷凍食品の動向について

令和 5年3月

一般社団法人 日本冷凍食品協会

## 日本の冷凍食品消費量

### 日本の冷凍食品「消費量」の推移



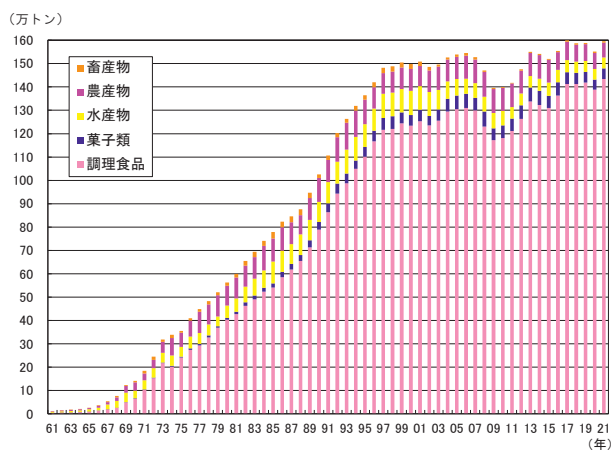
|       |       | 国内生産量 | 冷凍野菜<br>輸入量 | 調理冷凍食品<br>輸入量 | 合計(消費量) |         | 国民1人<br>当たり消費量 |
|-------|-------|-------|-------------|---------------|---------|---------|----------------|
|       |       | 万トン   | 万トン         | 万トン           | 万トン     | 対前年比(%) | kg             |
| 平成23年 | 2011年 | 141.8 | 89.9        | 24.6          | 256.4   | 104.3   | 20.1           |
| 24    | 2012  | 147.6 | 95.2        | 27.4          | 270.2   | 105.4   | 21.2           |
| 25    | 2013  | 155.0 | 92.4        | 28.3          | 275.7   | 102.0   | 21.7           |
| 26    | 2014  | 154.2 | 90.8        | 26.1          | 271.1   | 98.3    | 21.3           |
| 27    | 2015  | 152.0 | 91.2        | 25.0          | 268.2   | 98.9    | 21.1           |
| 28    | 2016  | 155.4 | 94.3        | 23.1          | 272.8   | 101.7   | 21.5           |
| 29    | 2017  | 160.0 | 100.9       | 24.6          | 285.4   | 104.6   | 22.5           |
| 30    | 2018  | 158.7 | 105.2       | 25.4          | 289.3   | 101.4   | 22.9           |
| 令和元年  | 2019  | 158.8 | 108.9       | 26.9          | 294.7   | 101.9   | 23.4           |
| 2     | 2020  | 155.1 | 103.3       | 25.5          | 283.9   | 96.3    | 22.6           |
| 3     | 2021  | 159.6 | 107.2       | 23.6          | 290.5   | 102.3   | 23.1           |

資料:「冷凍食品国内生産量」及び「調理冷凍食品輸入量」は当協会調べ。  
「冷凍野菜輸入量」は財務省「日本貿易統計」による。  
「調理冷凍食品輸入量」は協会会員のうち輸入調理冷凍食品を扱う社を対象とした調査結果。

1

## 国内生産量

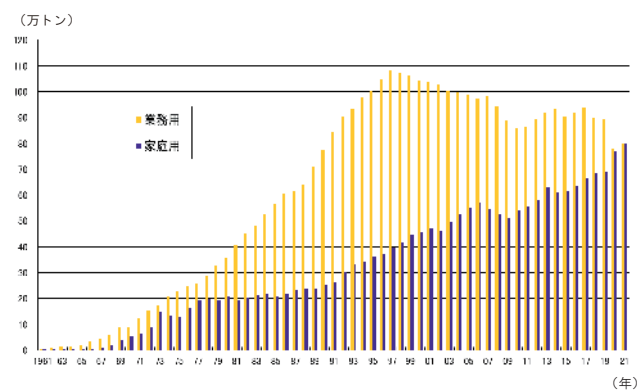
### 「品目別国内生産量」の推移



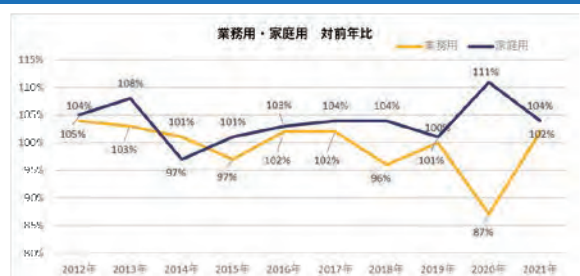
2

## 業務用・家庭用別国内生産量

### 「業務用・家庭用別生産量」の推移



### 過去10年間の前年比推移



3

## 冷凍食品国内工場数・国内生産数量・国内生産額・出荷額の推移

## 国内の「工場数」「生産量」「生産額」の推移（協会会員）

|        |       | 工場数 |        | 数量        |        | 金額    |        |
|--------|-------|-----|--------|-----------|--------|-------|--------|
|        |       |     | 対前年比   | トン        | 対前年比   | 億円    | 対前年比   |
| 平成13年  | 2001年 | 951 | 98.1%  | 1,508,102 | 100.6% | 7,352 | 99.7%  |
| 14     | 2002  | 897 | 94.3%  | 1,485,326 | 98.5%  | 7,050 | 95.9%  |
| 15     | 2003  | 840 | 93.6%  | 1,496,690 | 100.8% | 6,795 | 96.4%  |
| 16     | 2004  | 819 | 97.5%  | 1,526,625 | 102.0% | 6,730 | 99.0%  |
| 17     | 2005  | 816 | 99.6%  | 1,539,009 | 100.8% | 6,692 | 99.4%  |
| 18     | 2006  | 778 | 95.3%  | 1,545,204 | 100.4% | 6,656 | 99.5%  |
| 19     | 2007  | 746 | 95.9%  | 1,527,564 | 98.9%  | 6,662 | 100.1% |
| 20     | 2008  | 731 | 98.0%  | 1,471,396 | 96.3%  | 6,662 | 100.0% |
| 21     | 2009  | 647 | 88.5%  | 1,396,035 | 94.9%  | 6,365 | 95.5%  |
| 22     | 2010  | 599 | 92.6%  | 1,399,703 | 100.3% | 6,284 | 98.7%  |
| 23     | 2011  | 572 | 95.5%  | 1,417,907 | 101.3% | 6,300 | 100.3% |
| 24     | 2012  | 523 | 91.4%  | 1,476,368 | 104.1% | 6,433 | 102.1% |
| 25     | 2013  | 513 | 98.1%  | 1,550,085 | 105.0% | 6,774 | 105.3% |
| 26     | 2014  | 511 | 99.6%  | 1,541,891 | 99.5%  | 6,805 | 100.5% |
| 27     | 2015  | 480 | 93.9%  | 1,519,883 | 98.6%  | 6,870 | 101.0% |
| 28     | 2016  | 476 | 99.2%  | 1,554,265 | 102.3% | 6,871 | 100.0% |
| 29     | 2017  | 466 | 97.1%  | 1,600,046 | 102.9% | 7,172 | 104.4% |
| 30     | 2018  | 444 | 95.3%  | 1,587,008 | 99.2%  | 7,170 | 100.0% |
| 令和元年   | 2019  | 438 | 98.6%  | 1,588,457 | 100.1% | 6,980 | 97.3%  |
| 2      | 2020  | 442 | 100.9% | 1,551,213 | 97.7%  | 7,005 | 100.4% |
| 3      | 2021  | 432 | 97.7%  | 1,596,214 | 102.9% | 7,371 | 105.2% |
| 対20年前比 |       |     | 45.4%  |           | 105.8% |       | 100.3% |
| 対10年前比 |       |     | 75.5%  |           | 112.6% |       | 117.0% |
| 対5年前比  |       |     | 90.8%  |           | 102.7% |       | 107.3% |

## 「出荷額」の推移（協会会員）

|       |       |       |       | (単位: 億円) |       |
|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
|       |       | 国内生産額 |       | 合計(出荷額)  |       |
|       |       | 冷凍野菜  |       | 調理冷凍食品   |       |
|       |       |       |       | 対前年比(%)  |       |
| 平成28年 | 2016年 | 6,871 | 1,701 | 8,572    | 97.4  |
| 29    | 2017  | 7,172 | 1,872 | 9,044    | 106.9 |
| 30    | 2018  | 7,170 | 1,951 | 9,121    | 101.7 |
| 令和元年  | 2019  | 6,980 | 2,009 | 8,989    | 98.8  |
| 2     | 2020  | 7,005 | 1,867 | 8,872    | 98.2  |
| 3     | 2021  | 7,371 | 2,034 | 9,405    | 104.9 |

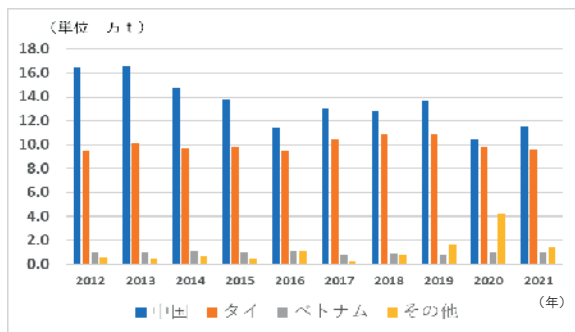
4

## (2021年) 国内生産量ベスト10

| 順位 | 2020年 | 品目       | 生産数量<br>(トン) |
|----|-------|----------|--------------|
| 1  | 1     | うどん      | 196,219      |
| 2  | 2     | コロッケ     | 163,243      |
| 3  | 3     | 炒飯       | 100,667      |
| 4  | 4     | ギョウザ     | 98,512       |
| 5  | 7     | ハンバーグ    | 64,927       |
| 6  | 5     | ラーメン類    | 62,708       |
| 7  | 6     | パスタ      | 62,446       |
| 8  | 8     | カツ       | 60,214       |
| 9  | 10    | ピラフ類     | 50,955       |
| 10 | 9     | たこ焼・お好み焼 | 49,512       |

## 調理冷凍食品の輸入数量（協会会員を対象とした調査結果）

## 国別輸入数量の推移



## 冷凍野菜の国別輸入数量・輸入金額（令和3年）

|       | 数量<br>(トン) | 金額<br>(億円) | 主要品目                                                  |
|-------|------------|------------|-------------------------------------------------------|
| 中国    | 50.2       | 986        | 豆類（えだまめ、いんげん、えんどう、その他）、ほうれん草、さといも、ブロッコリー、ポテト、混合野菜、コーン |
| アメリカ  | 29.7       | 473        | ポテト、コーン、混合野菜、豆類（いんげん、えんどう）、ほうれん草、コーン、ブロッコリー           |
| タイ    | 4.3        | 109        | 豆類（えだまめ、いんげん、えんどう、その他）、コーン、混合野菜、ほうれん草、ポテト             |
| ベルギー  | 4.1        | 54         | ポテト、混合野菜、豆類（いんげん、えんどう）、ほうれん草、コーン、ブロッコリー               |
| エクアドル | 3.0        | 75         | ブロッコリー、ほうれん草、豆類（いんげん）                                 |
| カナダ   | 3.0        | 43         | ポテト                                                   |
| 台湾    | 2.9        | 75         | 豆類（えだまめ、いんげん、その他）、ほうれん草、さといも、コーン                      |
| オランダ  | 2.7        | 32         | ポテト                                                   |
| ベトナム  | 1.9        | 51         | その他                                                   |
| その他   | 5.4        | 136.0      |                                                       |
| 合計    | 107.2      | 2,034      |                                                       |

資料：財務省「日本貿易統計」

6

## 「冷凍食品の利用状況」実態調査結果

【調査方法】インターネット調査  
 【調査対象】冷凍食品を1月1回以上利用している25歳以上の男女各625人  
 【調査期間】2022年2月19日（土）～2月20日（日）

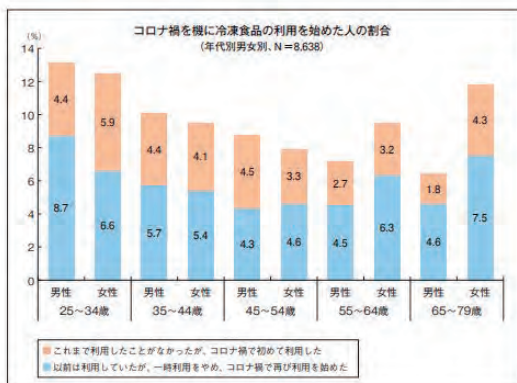
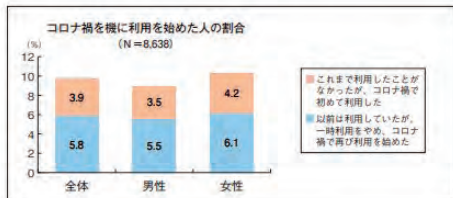
- 冷凍食品を利用している人が増加。
- コロナ禍を機に冷凍食品の利用を始めた人は約1割。
- 男女とも若い層で、ヘビーユーザーの割合が高い。
- スケリーング調査(n=10,000)によると、冷凍食品を月1回以上利用する人は、女性2018年80.5%→2022年87.7%、男性同78.7%→85.1%で、増加傾向が続く。
- 「以前は利用していたが、一時利用をやめ、コロナ禍で再び利用を始めた」や「これまで利用したことがなかったが、コロナ禍で初めて利用した」というコロナ禍を機に利用を始めた人は、合わせて約1割(8.7%)。
- 冷凍食品の利用頻度は、男女とも若い層で「毎日」と「週2～3回」を合わせた「ヘビーユーザー」の割合が高い。
- 冷凍食品を「自分で調理している」男性は増加傾向で、約3人に2人。
- 冷凍食品の購入目的は、女性で「自宅で食べる昼食」が初めて半数を超える。
- 冷凍食品を「自分で購入して、自分で調理している」男性は半数近く(47.2%)で、過去最高。「家族が購入し、自分で調理している」(18.1%)と合わせると、約3人に2人(65.3%)が「自分で調理」。特に、25～34歳男性は「自分で購入して、自分で調理している」(55.2%)が過半数で「自分で調理」が73.6%。
- 冷凍食品の購入目的は、男女とも「自宅で食べる夕食」がトップで、「自宅で食べる昼食」が続く。女性は「自宅で食べる昼食」が初めて過半数(51.0%)に。
- コロナ禍で、「買い置きができる食品の購入」が「増えた」女性は半数近く。
- 買い物方法も、料理や食材のデリバリー・配達やネットスーパーなど宅配が増加傾向。
- 今後、冷凍食品が10%未満の値上げをしても男女とも6割近くは「今まで通り購入」。
- コロナ禍による食材の買い物方法や内容の変化で、「買い置きができる食品の購入」が「増えた」(とてもやや計)「女性」は、半数近く(47.5%)。男性も約3人に1人(34.9%)。
- 買い物方法では、料理や食材のデリバリー・配達やネットスーパーなど「宅配」の利用がいずれか一つでも「増えた」が男女とも3割前後(女性31.2%、男性27.5%)。なお、冷凍食品の「宅配」利用率は横ばい。
- 今後、冷凍食品が値上げされた場合、「10%未満の値上げ」であれば男女とも6割近く(女性56.8%、男性57.6%)は「今まで通り購入する」が、10%以上になると大幅に減少すると言った。

7



## コロナ禍を機に冷凍食品の利用を始めた人の内訳

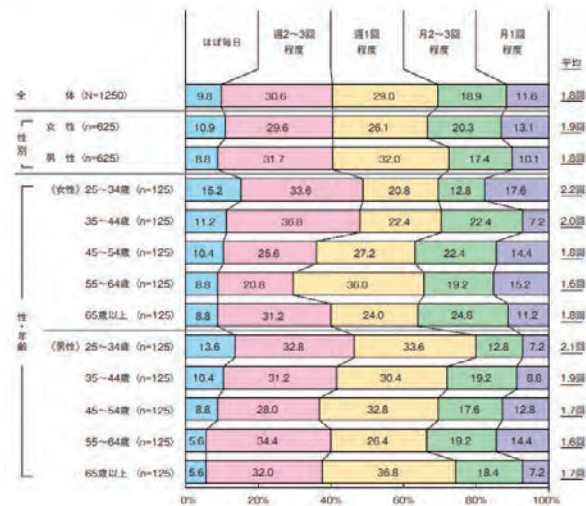
■前述のように、コロナ禍を機に冷凍食品の利用を始めた人が男女とも1割前後だったが、そのうち、初めて利用した人が約4割、利用再開の人が約6割。また、男性では若い人ほど利用を始めた割合が高かったが、女性では、若い人と年齢が高い人の割合が高かった。



8

## 冷凍食品を利用する頻度

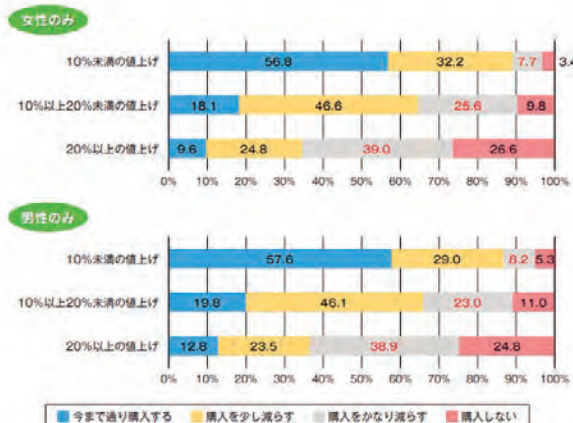
■《女性》は「週2~3回程度」(29.6%)、「週1回程度」(26.1%)がともに3割弱で、以下「月2~3回程度」(20.3%)、「月1回程度」(13.1%)の順で、平均は週に「1.9回」。  
■《男性》も「週2~3回程度」(31.7%)、「週1回程度」(32.0%)が多く、平均は週に「1.8回」。  
■男女とも、若い層でヘビーユーザーの割合が高い。



9

## 今後、冷凍食品が値上げされた場合、購入するか

■《女性》  
【10%未満の値上げ】の場合は「今まで通り購入する」(56.8%)が最も多い。  
【10~20%未満の値上げ】では、「購入を少し減らす」(46.6%)。  
【20%以上の値上げ】になると、「今まで通り購入する」(9.6%)は1割を下回り、「購入をかなり減らす」(39.0%)が最も多くなり、値上げ幅の影響は大きい。  
■《男性》でも、  
【10%未満の値上げ】の場合は「今まで通り購入する」(57.6%)が最も多い。  
【10~20%未満の値上げ】では、「購入を少し減らす」(46.1%)。  
【20%以上の値上げ】になると、「購入をかなり減らす」(38.9%)が最も多くなり、《女性》とほぼ同様の結果。  
■年齢別では、男女ともいずれの値上げ幅の場合でも、「今まで通り購入する」の割合は、年齢が上がるほど高い傾向で、年齢とともに値上げへの許容度が上がる。



10

## 新商品の動向①

コロナ禍以降家庭用冷凍食品市場が拡大する中、ニーズはより多様化し、会員メーカー各社はそれらに対応した新商品を発表しています。

キーワードとしては、「食卓惣菜」、「個食化」、「健康志向」、「環境対応」が挙げられます。

### 【食卓惣菜】

外食自粛やテレワークなどで冷凍食品の価値が再認識され脇役から主役へ、主菜としての需要に対応

### マルハニチロ

BIG DELiciousほうれん草とチーズのささみかつ4個入り(168g)



お弁当品として大人気メニューが食卓惣菜向けに進化して登場!コクのあるほうれん草入りチーズソースと国産ささみの組み合わせが満足な1品です。

電子レンジ

### ニチレイフーズ

若鶏電田揚げ(320g)



こだわりの自家製和風だしを使用した、若鶏の電田揚げです。食べごたえのある大きさと、食卓でもご満足いただけます。

電子レンジ

### 味の素冷凍食品

「ザ★シユマイ」9個入り(288g)



ひとくち噛むと肉汁が口の中でジュワッとひろがる、肉のうま味がたまらない大ぶりの焼売です。袋ごとはもちろん、小分け調理時にもラップなしで電子レンジ調理できます。

電子レンジ 蒸し器

### 味の素冷凍食品

黒豚大餃子 20個入り(620g)



ご家庭の食卓で満足感や特別感を味わいたい時に「食卓のメイン料理」として。満足感のある味とボリュームを実現しました。

フライパン 煮る 揚げる

11

## 新商品の動向②

一般社団法人日本冷凍食品協会

### 【個食化】

1人前規格（パーソナルユース）需要の増加に対応

#### ニチレイフーズ

冷やし中華  
1人前(360g)



水を使用した独自の加熱で、電子レンジで温めても冷たく仕上げるができる冷やし中華です。簡便調理可能なトレイ入り1人前商品です。

電子レンジ

#### ニッポン

よくばりメシ  
トルコライス (380g)



主食と主菜の人気のメニューをバランスよく食べられる、1食完結型のeco 紙トレイ入り「よくばり」シリーズ

電子レンジ

#### ニッスイ

まんぞくプレート  
ふっくらごはん  
豚肉生姜焼き  
(330g)



ふっくらおいしい白飯と、豚肉生姜焼きをセットにしました。トレイの10%に植物由来素材を使用しています。外装のインキの10%に植物由来原料を使用しています。

電子レンジ

#### マルハニチロ

WILDishエビピラフ  
250g



エビやカニの海鮮の旨みとバター風味が特長のエビピラフです。お皿のいらない「スタンディングパッケージ」を使用しています。

電子レンジ

#### テーブルマーク

お皿がいらない  
明太クリームうどん  
1人前(270g)



かねふくの明太子を使用した特製ソースに、ほうれん草と、テーブルマークの製麺技術で作ったもちもち食感のうどんを合わせた明太クリームうどんです。1食完結型

電子レンジ

12

## 新商品の動向③

一般社団法人日本冷凍食品協会

### 【健康志向】

食物アレルギー、減塩、カロリーオフ、高たんぱく質

#### 味の素冷凍食品

五目炒飯  
(400g)



焼豚、野菜の6種具材と鶏だしのうま味が染みわたる減塩の五目炒飯です。鶏だしをきかせ、おいしさはそのまま塩分40%カット※になりました。※当社標準品比

電子レンジ

#### ニッスイ

今日のおかず  
おばんざい  
コロコロっと  
ひじきの煮つけ  
(180g)



赤田産のだし・しいたけのだしの旨み豊かな優しい味付けにしました。塩分を30%カットしています（当社「6種の和惣菜のひじきの煮つけ」）。環境に配慮してプラスチックトレーを使用していません。

電子レンジ  
自然解凍

#### 味の素冷凍食品

やわらか若鶏から揚げ  
ボリュームパック  
(270g)



大ぶりのお肉を生醤油油に漬け込み、お肉をやわらかく、香ばしく、やわらかさとおいしさを追求した特製二段仕込みで仕上げています。「小麦・卵・乳」を使用しておりません。

電子レンジ

#### テーブルマーク

国産小麦減塩だけど  
おいしいうどん3食  
(540g)



香り高い国産小麦粉を使用し、強いコシとなめらかな食感はそのままだに、塩分を約5.0%オフ。ちょっと健康が気になる方に最適です。

電子レンジ  
鍋調理

#### ニチレイフーズ

むねから®  
(400g)



米粉入り衣でカラッと揚げた鶏むね肉の唐揚げです。特製だれで漬込み、しっとりやわらかな食感に仕上げています。  
\*カロリー30%オフ  
\*脂質45%オフ  
\*たんぱく質15%

電子レンジ

13

## 新商品の動向④

一般社団法人日本冷凍食品協会

### 【環境対応】

サステナビリティの実現に向けた対応（プラスチック削減など）

#### ニッスイ

【リニューアル】  
オムライス(230g)



トレイをバイオマストレイに変更。コクのある味わいに仕上げたチキンライスを、ふんわりたまごで包み、トレイの10%に植物由来素材を使用しています。外装のインキの一部に植物由来原料を使用しています。

電子レンジ

#### 味の素冷凍食品

地鶏釜めし  
(350g)



徳島県産阿波尾鶏やだしのうま味をしっかりと、お塩は控えめです（塩分40%※カット）。※当社標準品比パッケージ材質の一部に紙を使用することで、プラスチック使用量を削減しました。

電子レンジ

#### マルハニチロ

BIG DELICIOUS  
白身魚のタルタル  
ソース  
4個入り (158g)



アラスカ産白身魚(すけとうだら)に、コクのあるタルタルソースをのせて、サクッと軽い衣で包みました。MSC認証※を取得したアラスカ産のスケトウダラを使用しています。

電子レンジ

※MSC認証とは、環境にやさしい持続可能な漁業で獲られた水産物に認められる証です

#### ニッスイ

ふっくらあじフライ  
(176g)



漁業管理が行われているニュージーランド産のアジを使用。時間が経ってもサクサクとした食感が楽しめます。環境に配慮して紙素材のトレイを使用しています。

電子レンジ

14

## （参考）冷凍食品業界における廃棄物再資源化率

| 廃棄物の種類  | 再資源化率(%) |       |       |
|---------|----------|-------|-------|
|         | 1997年    | 2020年 | 2021年 |
| 食品廃棄物   | 43.6     | 89.1  | 90.3  |
| 汚泥      | 40.3     | 86.9  | 90.4  |
| 食用廃油    | 53.3     | 95.9  | 93.3  |
| 廃プラスチック | 1.0      | 63.8  | 65.5  |
| 紙くず     | 62.0     | 89.1  | 87.8  |
| 木くず     | 41.6     | 97.5  | 99.4  |
| 金属くず    | 75.4     | 95.8  | 96.7  |
| 合 計     | 43.6     | 86.7  | 88.6  |

（資料）日本冷凍食品協会「冷凍食品業界における第二次環境自主行動計画」  
2021年度フォローアップ調査結果

## （参考）第二次環境自主行動計画(令和4年改正版)

（以下、抜粋）

### （3）廃棄物の再資源化と発生抑制

冷凍食品業界における廃棄物全体の再資源化率は、第一次計画の基準年である1997年では43.6%であったが、2020年には86.7%と大幅に向上しており、多くの企業では、廃棄物をゴミではなく資源として位置づけ、ゼロエミッションを目指してきた結果と考えられる。

今後とも、再資源化率の向上に努めるとともに、廃棄物の発生抑制に努める。

15

## 8-2 <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<br>食産協 | 行政 | 教育機関 | 報道 | 回答者<br>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 「全国こ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こ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うように感じておりますが、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)

一般社団法人  
**全国フードバンク推進協議会**

## 95



## 食品ロス削減推進法の成立 2019年5月24日



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

|                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| ロビイング期間            | 2018年5月～2019年5月 |
| 議員会館訪問回数           | 延べ30日           |
| 事務室訪問、<br>国会議員面談回数 | 278回            |
| 国会議員本人との<br>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            |



8

## 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

9

## 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

10

## 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/jn/99\\_suga/actions/202102/25forum.html](https://www.kantei.go.jp/jn/99_suga/actions/202102/25forum.html)

11

## 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団体でそれぞれ連携し開催。  
多くの方にご協力いただきました。



12

## フードバンクこども応援全国プロジェクトの実施

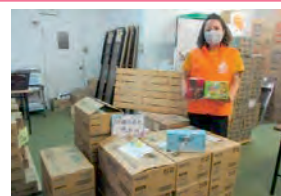
給食のない夏休み、冬休み期間中に子どもいる  
困窮世帯への食料支援を全国的に拡大するため  
に、全国各地の加盟フードバンク団体と協力して  
「フードバンクこども応援全国プロジェクト」を実  
施。

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



13

## 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



セカンドハーベスト京都



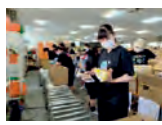
フードバンク大泉



フードバンク山梨



フードバンク八上上げお



セカンドハーベスト京都



フードバンク徳島



フードバンク山口



フードバンクてしお

14

## 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



15

## 協力食品企業様（一部抜粋）

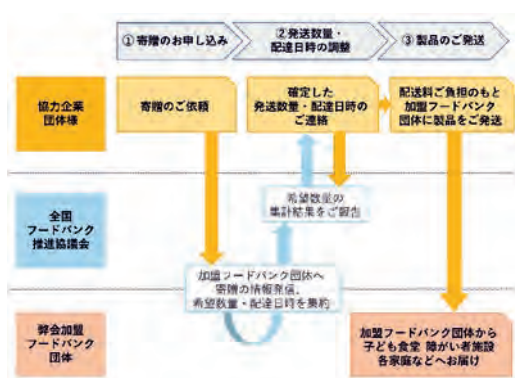


## 食品寄贈受入実績

◆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<br>(前年比)   | 2021年度実績<br>(前年比)  |
|------------------------------|----------|---------------------|--------------------|
| 延べ寄贈企業数                      | 64社      | 122社<br>(1.91倍)     | 167社<br>(1.37倍)    |
| 合計寄贈重量                       | 120.25トン | 272.82トン<br>(2.27倍) | 327.3トン<br>(1.20倍) |
| 延べ提供先フードバンク<br>団体数           | 494団体    | 1,125団体<br>(2.28倍)  | 1,296団体<br>(1.15倍) |
| 食品寄贈1回あたりの<br>平均寄贈重量         | 1.88トン   | 2.26トン<br>(1.20倍)   | 1.96トン<br>(0.87倍)  |
| 食品寄贈1回あたりの平均<br>提供先フードバンク団体数 | 7.72団体   | 9.22団体<br>(1.19倍)   | 7.76団体<br>(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     | 令和2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 乳幼児世帯 | ⑤ 大学生支援 | ⑥ 留學生支援 | ⑦ 留學生支援 | ⑧ 乳幼児世帯 | ⑨ 留學生支援 | ⑩ 留學生支援 | ⑪ 留學生支援 | ⑫ 失業世帯 | ⑬ 失業世帯 |
| 709      | 56       | 752      | 118     | 82      |         |         | 181     | 39      | 137     | 94      | 109    | 281    |
|          |          |          |         |         |         |         |         |         |         |         |        | 108    |
|          |          |          |         |         |         |         |         |         |         |         |        | 850    |
|          |          |          |         |         |         |         |         |         |         |         |        | 75     |
|          |          |          |         |         |         |         |         |         |         |         |        | 120    |

コロナ禍緊急食料支援

3,711件

通常支援

6,882件

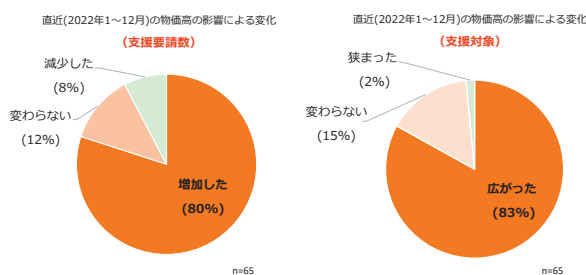
10,593件

昨年の

2.1倍

## 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HP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）

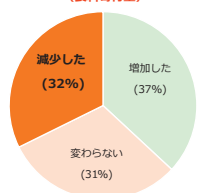


8割の団体で支援要請数と支援対象が広がっている

## 物価高騰の影響（食品寄付・資金的寄付）

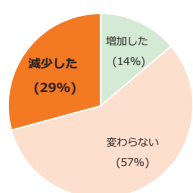
直近(2022年1～12月)の物価高の影響による変化

(食料寄付量)



直近(2022年1～12月)の物価高の影響による変化

(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割の団体で食料寄付量と寄付金額が減っている

寄付が減った理由（企業）：物価高騰後の消費の落ち込みを見越して生産量を抑えた。結果として食品メーカーが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のにもかかわらず、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と結ばなくても良い
- ・ 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」**

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



1/27

## 本日の内容



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、想いを共有す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

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

財団イベントへの従業員参加  
(助成授与式交流会)

那覇営業所長からの  
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。感謝されたとしたら「そのおばん、いてまうぞ」と自分に対して言うほど、いろいろな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

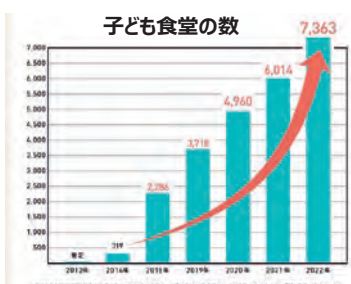


経済的貧困  
↓  
交流・体験の貧困

- 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）と一緒に夕飯をこどもで食べる。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。家にいて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

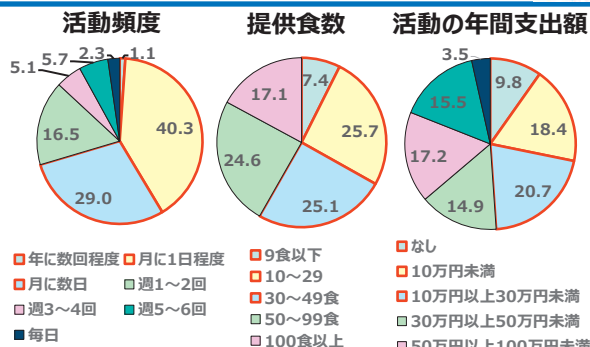
・(参考)むすびえのこども食堂の定義は「こども食堂・地域食堂・みんなの食堂などの名称にかかわらず、子どもが一人でも来られる無料または低額の食堂」。

(注意点)

- ・調査期間は都道府県ごとに異なる。
- ・休止中のこども食堂も「正式に解散・廃止」していないかぎり、箇所数に含む。
- ・「こども食堂」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



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所 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 | 必要な食材・食品の寄付がない（少ない） | 保管スペースがない（足りない） | 冷凍・冷蔵設備がない（容量不足） | 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所 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か

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怪しまれない食堂」
- 2013年～2016年くらい  
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
- 現在  
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。独居高齢者のための居場所だったが、子ども受け入れよう。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・冷凍食品 | 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所 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、シェルタ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

→クローズ型で狭いが、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：猪爪まき様)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

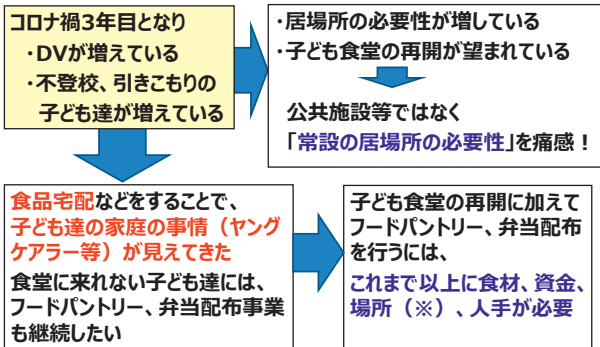
助成実績

年度を選択： 2023年度 ▼ 148団体



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)



※新型コロナの感染状況により使用が左右される公共施設の一次借りでなく、常設  
の居場所必要→空き家の無償及び低家賃提供を求める団体が増加 21/27

### 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？

- ①生活困窮者を支援している子ども食堂は？ 届け先住所は？
- ②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。
- ③寄付したい商品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しても、その効果は？ リスクは？

- ④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？
- ⑤温度管理の不備で、品質に問題は出ないか？
- ⑥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？
- ⑦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？
- ⑧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)

23/27

### 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

#### プログラムA

～食育活動支援～

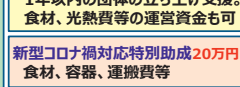
【助成内容】上限100万円  
食育活動としての講座、  
イベント、研究に関わる経費  
(食材費、会場費、講師代、  
旅費交通費等)



#### プログラム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



#### 物品（食品）助成

～自社商品の寄贈～

【対象】  
食を通じた子どもの居場所  
(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

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)

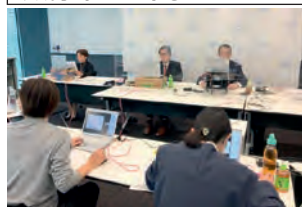
※2023年度の3年継続助成 2 団体を含め

2022年度  
物品寄贈計画  
1,000万円

18/27

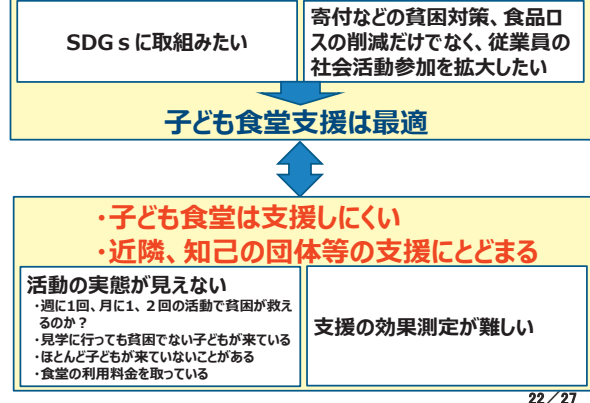
### 3. みらいたまご財団の助成事業や活動③ 居場所づくりサミットの開催

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



20/27

### 4. 企業における子ども食堂支援①



22/27

### 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・ホイールズ・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。



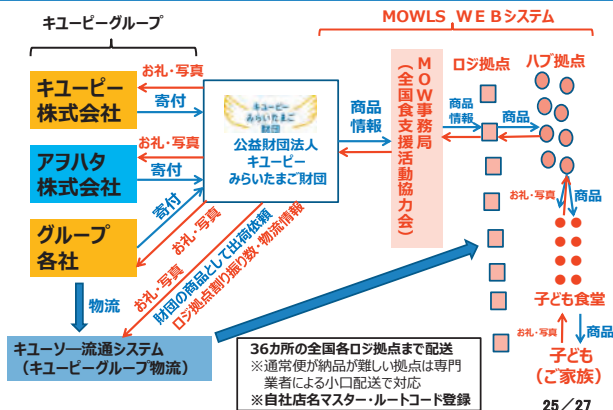
ミールズ・オン・ホイールズ ロジシステム (MOWLS) とは  
子どもから高齢者まで、全国の子ども食堂等「居場所」に集うすべての人が  
食事を得られる環境づくり。寄贈食品を全国に届けるため、各地の活動  
団体・行政・社協・企業等と連携しながら、配送（物流）、保管  
（ストック）、分配（シェア）の整備に取り組んでいます。  
QRコードリンク先: <https://www.mow.jp/mow-ls/index.html>



24/27



【参考】MOWLSの特徴と仕組み①



【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)



【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、「キュービーあえるバスターソース」72,000個を全国の子ども食堂 1,905か所にお届け



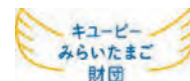
2021年12月、キュービーハーフ、バスターソース、冷凍いちご・冷凍りんごなど約12万個を全国の子ども食堂約1,800か所にお届け

**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

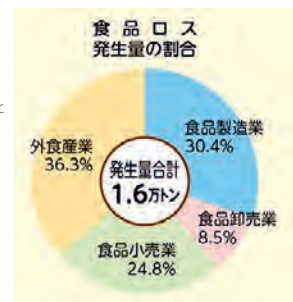
フードバンク活動コーディネーターを配置

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ない。

## 食品提供企業からの意見

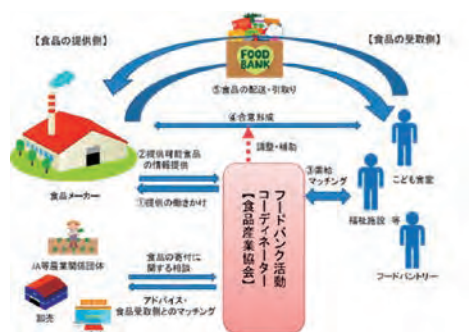


- ・提供品がない。  
今のところ困っていない

### 【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**

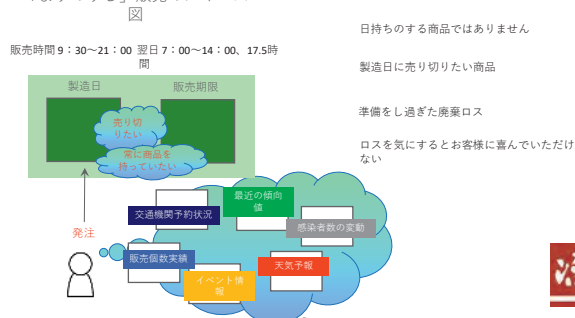
- ・短時間での情報交換、提供品の受け渡しが必要

**対応方法**

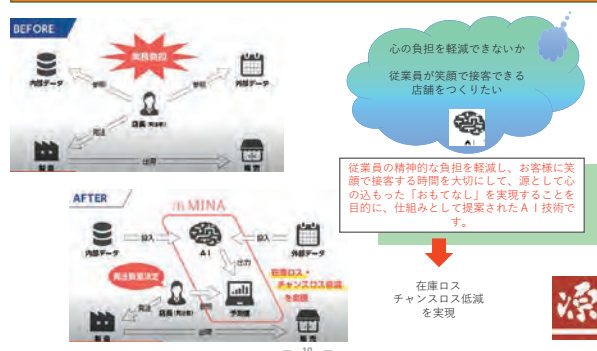
- ・AI導入による迅速な提供品情報の管理
- ・SNS活用による迅速な情報提供
- ・地域連携による効率的な受け渡し

## 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

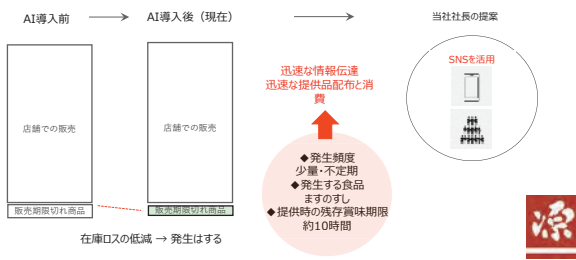


## 従業員の心と時間の負担を軽減する自動発注システムの導入





残存賞味期限の短い商品の提供

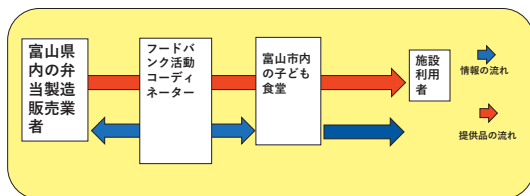


- 11 -



- 12 -

情報・食品の流れ



今後の課題

- ・情報ネットワークの整備 (提供側、受け取り側) → SNSの活用
- ・提供品の配送 (提供側からの受取、受取団体からの配送) → 地域連携体制の確立

【事例2】 中村海産の取組み

水産加工業者「冷凍、干物」

提供品の特徴

- ・流通条件：冷凍
- ・提供時の残存賞味期限 約2ヶ月
- ・発生頻度：大量・不定期

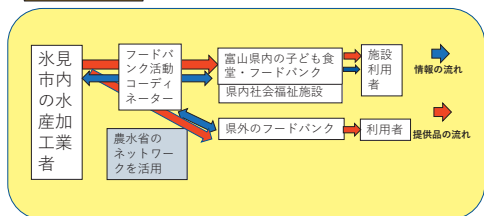
問題点

- ・冷凍保管・流通が問題
- ・食品衛生法に準じた取り扱いが必要。

対応方法

- ・宅配便(冷凍便)を活用 → きめ細やかな情報の伝達(配送日時、場所、大きさ)
- ・配送コスト (現段階では、協会が支援)
- ・地域連携による効率的な受け渡し

情報・食品の流れ



今後の課題

- ・配送コスト(近距離でも食品衛生上の取り扱いが必要) → 税制優遇措置(配送費を損失決算に含む)
- ・受け入れ先のキャパ(受入用の冷凍庫が少ない) → 県外の対応可能なフードバンクへの提供

【事例3】 (株)ボンリプランの取組み

「和洋菓子」

提供品の特徴

- ・流通条件：常温
- ・提供時の残存賞味期限：1から4週間
- ・発生頻度：少量、不定期

問題点

- ・賞味期限と受け取り側の提供日が合わない。
- ・提供場所と受取団体の受け渡し場所が離れている。

対応方法

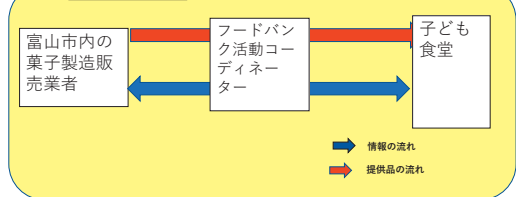
- ・受取団体の情報の把握とネットワークの形成
- ・提供側の配送を活用(無料)、県内全域にある各店舗での受取

【その他事例】

- ・パン屋 近所の子ども食堂 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

情報・食品の流れ



今後の課題

- ・多くの場所への配送が必要となる。 配送の拠点化 → 流通関連業者との連携、提供側の連携システムの構築

## 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。



## 自己紹介

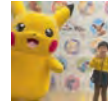


### 森谷 哲（さとにい）

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  
フードレイザー  
ワークショップデザイナー

こども食堂「えまいきッチン」運営者



ポケモン様



熊谷組様



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。  
全国こ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年間に閣府参事に就任。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）を経て現職。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）『「なんとかなる」子どもの貧困』（角川新書、2017年）、『ヒーローを待っている世界は変わらない』（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』（茂木健一郎と共著、NHK出版、2010年）など多数。



湯浅 誠（ゆあさ まこと）

3

## ビジョン・ミッション

**VISION**  
こ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**  
こども食堂が全国のどこにでもあり、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。  
こども食堂を通じて、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



こども食堂を支えるネットワーク団体（中間支援団体）の活動を支援します。こ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こども食堂支援を行えるよう、連携していきます。



こ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、こども食堂の安心・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。こ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。



こども食堂が社会の「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、こ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



<https://musubie.org/about/acc.html>

6

## こども食堂とは？

7





## 奈良県東吉野村



移住者  
交流



16

## その他

里親  
支援

学習  
支援

シニア  
交流

IT支援

運動  
支援

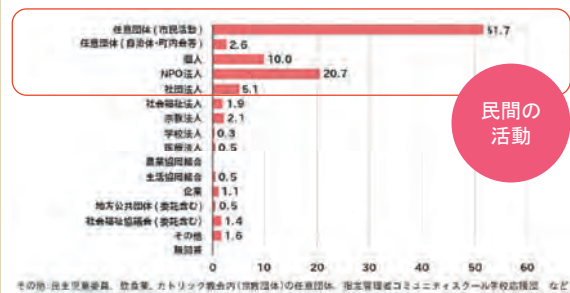
防災

17

## データで見る子ども食堂

18

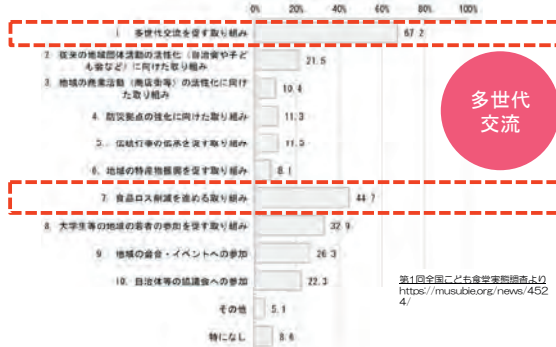
## 子ども食堂の運営主体



民間の  
活動

19

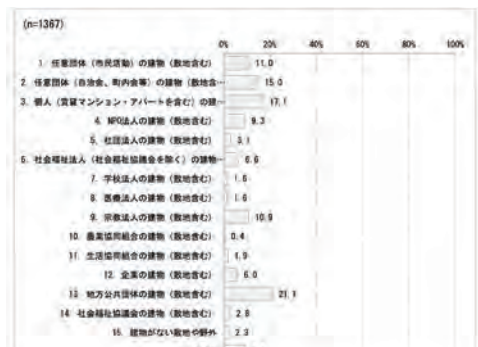
## 地域交流拠点としての子ども食堂



多世代  
交流

20

## 開催場所について



21

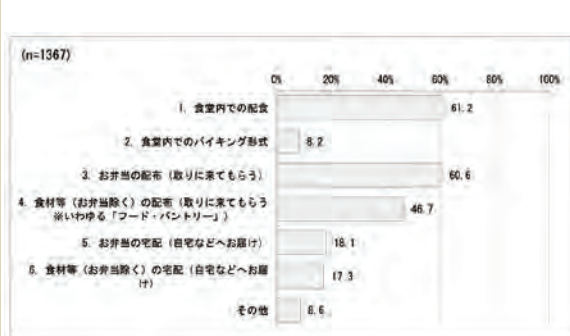
## 子ども食堂の参加条件



誰でも  
どうぞ

22

## 食事の提供方式 (2022年1月現在)



23

## そこにある社会課題とは？

24

## 子どもの貧困

7人に一人は「こどもの貧困」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しまうがちな子どもに、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届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届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」経験を届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ます。「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・2018「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





37



38



39



【協働事例】ライオン様

2020年～ 「おく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箇所で開催中！

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び・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