

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）ニホンダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）アキカワタクヤゼミナール
日本大学	商学部	秋川 卓也ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）チーム フード	フリガナ）ミヤモト カズキ	6	無
チーム フード	宮本 一輝		

研究テーマ（発表タイトル）
フードバンクが身近な社会に

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

まだ食べられるのにも関わらず、様々な理由で廃棄されてしまう食品を、食に困っている方へ無償で提供するフードバンク。アメリカで発祥したこの活動は、日本で各地に増えつつあるが、認知度は低く、活動している団体が少ないのが現状である。食料支援において有効的な活動にも関わらず、なぜ増えないのだろうか。私たちは原因を追究することで、フードバンク団体を全国に増やし、食に困っている方へ支援する環境を整えたいと考えた。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

アメリカ発祥のフードバンクは、日本で約 40 団体が活動しており、現在も各地に増えつつある。フードバンクを利用することで、支援者側は廃棄コストの削減、食品ロスの削減、また利用者側からは食料の安定した確保、食費の削減のメリットがある。また、地域によって活動形態が異なるということも基礎調査から分かった。

さらにフードバンクの活動を知るべく、主要なフードバンク 6 団体に訪問調査を行った。多くの活動ノウハウを学ぶ中で、「新しいフードバンクが続かない。新規団体が何をしたら良いのか分からないまま潰れてしまう」という関係者の意見が挙げられた。その背景には、フードバンクを研究している人が少ないことや、活動の指針が定まっていないことが挙げられる。

そこで私たちは、創設されたばかりの、東京都狛江市を活動拠点とする「NPO 法人フードバンク狛江」と共に活動を行ってきた。フードバンク狛江は 2015 年 7 月に創設され、2016 年 6 月現在で、支援世帯数 53 件と、まだまだ発展の余地がとと考えられたため、寄り添い活動してきた。本年 4 月下旬から調査を始め、週 1 回の訪問及び定期的に行われる理事会に毎回参加している。そして、フードバンク狛江を更に拡大するため、フードバンク狛江と団体が位置する狛江市の福祉、この 2 つの現状を、今まで調査してきたフードバンクの知識、そして団体周辺の聞き取り調査をもとに、分析を行った。

3. 研究テーマの課題

分析から以下の問題点が考えられた。

- ① 困窮者に提供する「食品不足」
- ② 団体の活動を支えるスタッフの「成り手不足」

③ 困窮者が貧困しているということを周囲に見せないという「見えない貧困」

これら 3 点はフードバンク狛江が知られていない、また知っていても詳しい活動が理解されていない「認知度が低い」という課題が共通していた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

この課題の解決策として、以下の 3 点が挙げられる。

- ① 強制的に目に入る「ポスティング」
- ② 更なる詳細な情報を提供するための「ホームページ作成」
- ③ 食品の寄贈を呼びかける宣伝活動を通じて、認知度を高める「フードドライブ」

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

課題に対しての解決策である 3 点を実際に NPO 法人フードバンク狛江と協力し、実践した。

ポスティングは独自でデザインしたチラシを 6000 部印刷し、市役所に近い事や非就業者が多いというデータをもとに 5 つの地域を選定し自ら足を運んで実行した。次に、フードバンク狛江の情報発信媒体は Facebook のみでありホームページは作成されていなかったため、私たちは独自でドメイン取得・ロゴ作成など、1 からホームページを作成した。最後に、フードドライブである。フードドライブとは、家庭で眠っている食品を寄贈して頂き、フードバンクを通して、食に困っている方にお届けする活動のことをいう。このフードドライブは食品の寄贈を呼びかけることによって、認知度を高める働きがあると考えられる。フードドライブを実行するにあたり、フードバンク狛江に近い、地域のネットワークを駆使し、顧客とのつながりができているウルトラマン商店街に対し、独自で作成した企画書をもとに商店街に提案した。理事会の承諾を得てから、商店街に加盟している約 300 店舗、そして開催場所近辺に位置する NPO 法人福祉団体 15 団体に向けてポスター掲示やチラシ配布に協力して頂けないか、宣伝活動を行った。また、フードドライブ当日（10 月 8 日）は毎年 10 月の第 2 土曜・日曜に開催される祖師谷神明社・例大祭があり、にぎわうことが予想される。このようなお祭りなどのイベントで商店街と協力し、学生がフードドライブを行うことは全国初であり、またこのような取り組みを学生が発案することに独自性があると考えられる。



フードバンク狛江 ロゴ画像（弊チーム作成）

フードバンク狛江 トップページ（弊チーム作成）

6. 結果や今後の取り組み

フードバンク狛江と 5 か月間共に活動を行ってきたことで、以前と比べ食料支援は 3 件、食品寄贈は 10 件、ボランティアは 2 名、食料支援は 72 世帯まで伸びた。また、新規開設したホームページは、開設から 600 人を超える新規来訪があり、ポスティング以後は、1 日当たりの新規ユーザー数が増加している。このような結果から、私達の活動は課題である「認知度が低い」ことに対して有効的であると言える。しかし、「見えない貧困」は認知度を向上するだけではアプローチすることが難しい。よって、今後の取り組みとしては「見えない貧困」の課題解決に向けて、市の福祉相談課が行っている事業である学習支援からアウトリーチできないか考え、現在取り組んでいる。そして、創設を考えている、若しくは、創設したばかりのフードバンクが存続するためのマニュアルを作成し、直接、そのようなフードバンクにお会いして説明をしようと考えている。私たちは 10 月 22 日（土）に一般社団法人フ

ードバンク八王子より、私たちの活動や現在のフードバンクの現状を発表する講演会のご依頼を頂き、講演する予定である。

7. 参考文献

- ・「セーフティネット支援対策等事業費補助金」 2014 年 1 月 社会的困窮者の実態把握および支援方策検討調査報告書
- ・「単身世帯の生活最低限に関する実証的研究—一時系列および地域間の比較—」 P63~68 日本大学経済学部産業経営研究所
- ・「平成 21 年全国消費実態調査への全国単身世帯収支実態調査の統合集計の概要」 2011 年 総務省統計局
- ・ セカンドハーベスト・ジャパン活動内容・実績 <http://2hj.org/activity/result> (参照 2016.2.26)
- ・ 狛江市 生活困窮者自立支援制度 <https://www.city.komae.tokyo.jp/index.cfm/44,0,342,3084,html> (参照 2016.5.18)
- ・ 狛江市 市の人口と世帯数 <https://www.city.komae.tokyo.jp/index.cfm/47,68799,383,2258,html> (参照 2016.5.15)
- ・ 食品産業における平成 24 年度の食品廃棄物等の可食部・不可食部の量の把握調査の結果について <http://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/150630.html> (参照 2016.9.21)
- ・ セカンドハーベスト・ジャパン 食べ物の寄付 <http://2hj.org/support/food/> (参照 2016.9.21)
- ・ 農林水産省/各フードバンクの紹介 http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank/2014_shokai/ (参照 2016.9.25)

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。