

はじめに

私は2000年から日本のフードバンクを創生してきました。何年間も、私たちはこれまでとは異なる手法でフードバンクを発展させ、それが成功の秘訣ともいえます。私たちがやることの多くは常識とは反するものです。たとえば、私たちは資金集めをしません。（実際私たちは3.11以降、大きな金銭的支援の申し出のいくつかを断っています）私たちは食品の寄付を強く求めたりはしません。広報の専門家を雇った短期間を除いて、メディアで当団体の宣伝をすることもありませんし、普段はインタビューの申し入れも断っています。また行政からの助成金も求めていません。私たちの活動が食品ロス削減へどれほどの影響を与えているかも知りません。そして最後に、私たちはこの活動を“人々を助けること”と定義づけてはいません。それにも拘わらず、私たちは2000年以前には日本に存在していなかった新しい活動の先駆者として成功することができたのです。非営利団体が未発展で数もまだ少なく、一般的に非営利行為への信用も低かったのにも拘わらず成し遂げたのです。私たちの結果は自明の理といえます。私たちは純粋にフードバンク活動が好きで、この思いが私たちを前に押し進めています。

どのように活動をしているのかと質問する方がよくいますが、私はこのマニュアルに書いてある内容と同じように答えます。私は、皆さんが私たちと同じことをして、同じになることを勧めたりはしません。実際に比較して、あなた方に合う他のフードバンクの手法を見つけ、それらを例として取り入れることを勧めます。また、置かれた状況に合わせて、あなた方にとって最適の手法を見つけるように勧めています。けれど、私たちの意見は全ての基本となることであり、提言に沿っていただければ成功する可能性が高いと思います。マラソンのトレーニングのように、周囲の方と同じブランドの靴を買わなくてもいいし、同じフィットネスセンターに通う必要もありません。でも、トレーニングの計画を立てるのは大切なことだし、完走したいならそのためにはどのような栄養をとるのかを考える必要があります。

たまたま、私たちが成功した秘密は、私たちが東京にいて多くの食品会社の本社が近くにあるからだと考えの方たちもいます。あるいは私が個人的に多くの裕福な外国人と知り合いだからと考える方もいます。またグローバル・フードバンク・ネットワーク（GFN）のような国際組織が食品会社を私たちに紹介していると思う方もいます。しかし実際は、東京にいるからといって、それだけで食品会社の信頼を得られるということはほとんどありません。2000年に活動を始めた頃、私は裕福な外国人や外資系会社とのつながりはゼロでした。また、国際組織は食品会社を私たちに紹介するという役割を果たしてくれませんでした。なぜなら全ての判断は現地でされ、現地の日本人スタッフによって決められるからです。私たちの成功は、厳しい仕事の条件と、創意工夫と、学び続ける姿勢のうえに生み出されたものなのです。

私たちが達成したものは私たちに何も与えてくれません。私はこれを強調したいです。なぜなら私は、学び続ける姿勢を持ち、それぞれの経験を進んで分かち合い、そして非営利活動とは何かについて異なる視点で考え、何を人々に与えられるかを考えるようになれば、どのフードバンクもきっと成功すると思うからです。人々は概して固定概念で考えがちで、状況の変化に対応できないことが多いです。もし

はじめに

フードバンクの発展を成功させたいのなら、基本に目を向けて、それらを伸ばすようにしましょう。

最初の2年間は寄付を求めない方がいいと思います。代わりにあなたの組織の基礎を作り上げていきましょう。フードバンクを単に非営利団体としてではなく、その地域の資産と考えるべきでしょう。食品の寄付や金銭的な支援よりも、人々との繋がりやパートナーシップを探すようにしましょう。“何を”（食品をどのように集めて配るのか）ではなく、“なぜ”やるのか（核となる皆さんの価値、使命）を明確にしましょう。サイモン・シネックは“なぜ”が成功のためにはいかに重要かをTED〔*5ページの下を参照〕で語りました。参考資料10には彼のスピーチの日本語訳がありますので参照して下さい。

あなたが発展させ、守っていくべき3つの基本

1. 信頼
2. 人々
3. ネットワーク

“信頼”なくして必要な資源（食品と資金）は得られません。まず信頼を築き、その信頼関係を維持しましょう。時間をかけて築き上げ、守りましょう。人間関係（絆）はあなたの一番の財産です。有能で、協力してくれる人々を探すことはお金をを見つけるよりも難しいものです。やる気のあるボランティアやスタッフは組織に多くの良い影響を与えます。最後に、ネットワークについてです。この仕事は一人ではできません。そこには私たちの仕事を支えてくれる多くの関係者がいます。一番簡単にネットワークを築く方法は、どれだけ人の役に立てるか、どれだけお返しできるか考えることです。あなたの評判は先立つものです。そして、自分を信頼してくれる人とは働きやすいものです。あなたのネットワークを広げていきましょう。

最後に、フードバンクは絶えず革新していきます。たとえフードバンクの手法と、プロセスと、関係する人々は大きく変わっても、余剰食品を集めて必要とする人々へ届けるというフードバンクのコンセプトは50年以上変わっていません。アジアの隣国である、韓国や香港、台湾と比べても日本のフードバンクはまだ十分に発達していません。私たちはこのマニュアルがフードバンクを発展させ、日本独自の文化や状況に適した、新しいアイデアを生み出すのに役立つことを願っています。一緒にフードセーフティーネットとフードバンクのシステムを創り出し、発展させていきましょう。そして、2020年オリンピックで世界の目が私たちに向けられた時、誇りを持ってそれを見せたいと思います。

2015年9月

マクジルトン・チャールズ・アール
セカンドハーベスト・ジャパン

— 目 次 —

はじめに	1
------	---

I 総 論

1. フードバンクの歴史	9
1) アメリカ	9
2) 日本	15
3) アジア	17
2. フードバンクの定義、理念、目的	19
3. フードバンクを取り巻く社会環境	22
4. 日本のフードバンクの将来像	25

II フードバンク事例

1. セカンドハーベスト・ジャパン (2HJ)	32
2. フードバンクセカンドハーベスト沖縄	55
3. フードバンクかごしま	58
4. 認定特定非営利活動法人フードバンク関西	68

III 最重要記載項目

1. トレーサビリティと業務管理	75
1) 新管理システム (フードバンクセカンドハーベスト沖縄)	78
2) 飲食料品管理 (フードバンクかごしま)	79
3) Salesforce を活用した食品在庫管理システム (NPO 法人フードバンク岡山)	81
4) QR ラベルを使った配送記録管理 (2HJ)	85
2. 食品衛生監査	87
3. 税制について	88
1) 2HJ への食品寄贈における税務上の取り扱い	88

目 次

2) 認定 NPO について	90
3) 税制上の優遇措置（農林水産省のホームページより）	91
4. 受益者（福祉施設、各種団体、個人）にお守りいただきたいこと	95
5. 問題発生時の対応フロー（参考資料 4「利用案内書（2HJ）」より）	97

IV. 食品関連企業等の寄贈事例

1. 合同会社西友	101
2. 東京地下鉄株式会社	105
3. 株式会社ニチレイフーズ	114

V 利用者（福祉施設）事例

1. 睦母子生活支援施設	123
2. NPO 法人青少年の居場所 Kiitos	127
3. 母子生活支援施設 S	134

VI 受益者（団体、個人）、寄贈者（法人、個人）へのお願いとお知らせ

1. 受益者（団体、個人）にお守りいただきたいこと	143
2. 寄贈者（法人、個人）へのお願い	145
3. 食品寄贈をお考えの方へ FAQ	146
4. 防災備蓄品の寄贈を検討中の企業の方へ	148
5. 防災備蓄食品の寄贈をお考えの方へ FAQ	149

VII 日本のフードバンク、開拓期から未来へ

1. フードバンク開拓事例（マクジルトン・チャールズ・アール）	153
2. フードバンク今後の展望——ワークショップ概要	157

最後に	159
-----------	-----

[参考資料]

1. 関連法規	163
1) 食品衛生法	163
2) 食品表示法の概要	178
2. 衛生管理監査項目（2HJA）	179
3. 品質管理規定（フードバンク関西）	187
4. 利用案内書（2HJ）	195
5. ボランティアマニュアル（フードバンク関西）	207
6-1 寄贈品に関する合意書（2HJ）	212
6-2 防災用の寄贈品に関する合意書（2HJ）	214
7. 加盟申請書（2HJA）	215
8. 寄贈申込書（2HJ）	216
9. フードバンクガイドライン（2HJ）	217
10. Simon Sinek's TEDx Talk〔*下記参照〕	220
11. フードバンク関連の用語解説	226
12. 協力フードバンク連絡先一覧	238

*：TED（テッド）という名称は、テクノロジー、エンターテインメント、デザインが一体となって未来を形作るという考えに由来します。1984年に米国で始まり、近年は米国カリフォルニア州ロングビーチのTEDカンファレンス（春）と、英国エジンバラのTEDグローバル（夏）がTEDの2大イベントとして定着。1,400本以上のプレゼンテーションを収録した「TEDトークス」が無料公開され、「広める価値のあるアイデア」を世界中で共有しています。詳しくは下記を参照してください。

<http://www.tedxtokyo.com/about-ted/#sthash.9zKNh99F.dpuf>

*本マニュアルでは、下記のような略語を用いて表記する。

- ・セカンドハーベスト・ジャパン＝「2HJ」
- ・セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス＝「2HJA」
- ・フードバンク＝「FB」

I 総論

1. フードバンクの歴史

1) アメリカ

フードバンク 歴史と背景

1967年、ジョン・ヴァン・ヘンゲルは世界初となるフードバンク、セント・メアリーズ・フードバンクを設立した。ジョンはスープレッセン（生活困窮者のための無料食堂）でボランティアをしていたある日、自分の子どもに食べさせるため、スーパーのゴミ箱から食べものを拾っているシングルマザーと出会った。彼女の話では、そうした食品でも全く問題なく食べられ、しかも無料で手に入るのだ。ジョンは、財政難にあえいでいたスープレッセンも、この方法で食品を手に入れられるのでは、と考えた。彼はスーパーの店長とかけあい、ゴミ箱に捨てる前に食品を引き取る許可を得た。さらに調べてみると、地元の食料品店では賞味期限が迫った食品を定期的に捨てており、また果樹園や農家では収穫できなかった果物をそのまま放置していることがわかった。

牛乳を配達していた中古トラックと数人のボランティアとで、そうした食品や果物を回収し、市内の様々なスープレッセンに届ける活動を始めた。しかし、すぐにこのままでは効率が悪いことに気づき、それぞれの施設が必要とときにいつでも食品をピックアップできる拠点となる場所を探し始めた。「そこに行けば食品を寄贈することができ、必要な人はそこから食品を引き出せる、銀行のような場所があれば」と女性が話していたのを聞き、「フードバンク」という言葉が生まれた。最初の1年でジョンたちが集めて配った寄贈食品は126トンに上った。

「フードバンクの考え方はあっという間に広まった。わずか2年後の1970年、シアトルに本社があるボーイング社が段階的に社員を解雇し始め、18か月で6万人が職を失うことになった。ジョンはEcumenical Metropolitan Ministryから頼まれ、今のノースウェスト・ハーベストの前身となるフードバンクの立ち上げを手伝った」⁽¹⁾。やがてフードバンクは西海岸沿いで、そしてジョージア州アトランタでも活動を始めた。

「1976年はフードバンク業界にとっては分岐点となる年だった。米議会で税制改革法が成立し、企業が福祉目的で製品を寄贈することが税制面でも優遇されるようになった」⁽²⁾。連邦政府はフードバンクを設立するジョンの活動に着目した。ジョンは当初、規制が強まることを懸念し、連邦政府からの助成を断っていた。しかし、だれもフードバンクづくりに取り組まないのであれば、国が進出せざるを得ない、と思っていることを知り、仕方なく方針を変えたのであった。

1978年の時点で全米に18のフードバンクができ、全国組織を構築すべきという機運が高まった。1979年に法人化されたセカンドハーベストは、以下のミッションを掲げ、全国ネットワークを指導・監督することになった。

1. 全米に広がるフードバンクのネットワークを通して、市場価値のある余剰食品や農産物を回収し、公正に分配することで食べ物に困っている人たちを支援する。
2. セカンドハーベストに加盟するフードバンクを育成、認定、支援し、フードバンクを通して地方で困窮者支援を行っている非営利の福祉団体のために食品や農産物を届ける。
3. 寄贈者とフードバンクとのつなぎ役を果たす。

4. 飢餓の問題の本質を国民に正しく理解してもらい、その解決策を示す。

当初はフードバンクの数を増やすことに取り組んでいたセカンドハーベストは1984年、方針を転換し、フードバンクの各種プログラムの改善や普及、事務作業の効率化、またセカンドハーベストへの新規加盟や継続のための新たな基準づくりや最低限必要なコンプライアンス基準の制定に力を注ぐようになった。基準には常温・冷蔵・冷凍食品を保管するために最低限必要な倉庫のスペース、輸送能力、倉庫管理、職員の配置などが示された。この結果、食料を必要とする人々に、より多くの食品が届けられることになった。セカンドハーベストの営業担当者は、食品製造者にもコンタクトをとり、ラベルの貼り間違いや重量不足の製品なども寄贈してもらうことで、食品の新たな供給先を開拓した。

1996年10月1日、クリントン大統領は「善きサマリア人の法」に署名した。困っている人たちの支援に携わる寄贈者・ボランティアや非営利団体は、善意の活動で事故が起きても刑事・民事の法的責任が問われない、というものである。フードバンクを例にとると、寄贈された善意の食品が原因で食中毒が起きても、寄贈者は法的責任を問われないということである。さらに、寄贈者側の責任・義務の基準も国レベルで定められることにもなった。この法律の存在だけを理由に寄付が増えたわけではないが、この法律が寄付を促す後押しになったことは、フードバンク業界の認めるところである。

2008年、全米を不況が直撃し、支援の需要が全国で劇的に高まった。例えば、セント・メアリーズ・フードバンクでは、2007年には1万5,422トンの取り扱いだったが、2008年には3万390トンにも上った。彼らがこうした需要にこたえることができたのは、トラックや倉庫といった物的資産や、支援する仕組み、スタッフなどが揃っていたからである。

アメリカズセカンドハーベストは2008年「フィーディングアメリカ」と名を変えた。それは、「困っている人々に食べ物を」という組織の一番のミッションと、組織の名前とをわかりやすく一致させるためであった。（注：セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）は当初特定非営利活動法人フードボートエヌピーオーフードバンクジャパンという名前であったが、2004年にアメリカズセカンドハーベストと協議して現在の名前に変更した。アメリカと日本の組織は全く別であり、関連がない）

現在、フィーディングアメリカでは200を超えるフードバンクがネットワークを作っている。これらのフードバンクは全米6万1000の施設を通じ、あるいは7万を超えるプログラムを通して困っている人たちに直接食品を届けている。2014年の統計では、合計90万7000トンの食品がネットワークで分配された。困っている人たちを支援する団体を經由して食品を分配する、というのが伝統的なフードバンクであったが（B to B）、現在では、フィーディングアメリカに加盟するフードバンクの95%が、何らかの形で直接個人世帯にも支援している（B to C）。紛らわしいのは、個人に直接支援をしている教会や支援団体の多くが「フードバンク」「フードシェルフ」「フードパントリー」といった言葉を同じような意味で使っている点である。余剰食品を受け取り、困っている人たちに直接再分配する団体、あるいはその団体に食品を届ける団体、というのが、アメリカにおける「フードバンキング」の唯一の定義である。

フィーディングアメリカに加盟しているフードバンクには多様なモデルがあり、提供するプログラムも様々である。セント・メアリーズのような老舗の大きなフードバンクでは、年間3万5000トンの食品を扱い、スタッフも120人を超える。しかし、小さなフードバンクであっても、日本で最大の2HJよりもかなり規模が大きい。

以下、フィーディングアメリカ加盟のフードバンクの実態を、スタッフ／ボランティア、運営／プログラム、発展／ファンドレイジングの3つの分野に焦点をあてて紹介する。

スタッフ／ボランティア

一般的なフードバンクの代表・責任者の平均年齢は40代半ばから60代前半である。フードバンクに携わる前に、10～20年、あるいは30年も食品業界で働いた経験をもつ人が少なくない。こうした前職での経験や人脈がフードバンクにもたらす効果は明白である。寄贈者側からすれば、同じようなバックグラウンドをもち、話の通じる人を相手にした方が安心感もある。多くのフードバンクが様々なレベルで大手食品企業とたやすく交渉できているのには、こうした背景も一因だろう。もう1点、フードバンクにとっての直接的なメリットは、倉庫管理や食品衛生管理面で基準を守れることだろう。食品業界で働いていた者なら、こうした管理や規則を守ることは当たり前の規範で、自然なことだからである。

質の高い人材を確保するには、給与・報酬面も大きな要素である。非営利セクターの給与水準は、営利セクターと遜色ない。小さなフードバンクのCEOでも8万ドル、大きなフードバンクになると15万ドルもの年収が期待できる。もちろん、同じ人間が営利セクターに移ればもっと稼げるであろうことは想像できるが、彼らの報酬が平均を十分上回る水準であることは間違いない。有給のスタッフがいるフードバンクは数えるほどしかない日本とは比較の余地もないことは、言わずもがなである。

ボランティアはフードバンクの大きな労働力になっている。しかし、日本と異なり、アメリカのほとんどのフードバンクではトラックやフォークリフト、その他の重機などをボランティアが操作することを認めていない。ボランティアが従事できる仕事の種類や程度は、アメリカではしばしば厳しく制限されている。理由の1つとして、損害賠償の問題がある。もう1つの理由としては、日本よりもボランティアとスタッフ（職員）との境界線が厳格であることが挙げられる。かなりの数のボランティアがいれば、彼らがしてよいこと、してはいけないことの明快なルールが必要とされるという事情もある。典型的なフードバンクでは、倉庫内で150～200人のボランティアが箱詰め作業をすることが日常茶飯事である。フードバンクにはボランティアの作業を監督するボランティアコーディネーターたちのチームもある。企業や教会、市民団体などは、メンバーの地域でのボランティア活動先としてしばしばフードバンクを活用する。そのためにフードバンクは安全で系統だった環境を用意しているのである。

運営／プログラム

フードバンクの活動は、寄贈食品の回収・保管・分配である。寄贈される主な食品は缶詰、米、豆、小麦粉、シリアル、野菜、肉、魚、生鮮食品、惣菜、飲料、菓子類、それに家庭用品である。フードバンクは賞味期限が過ぎた商品も配る。フィーディングアメリカが定めたガイドラインには、賞味期限を過ぎてもどのくらいまでは安全に食べられるか、定められている。こうしたガイドラインは食品衛生や健康問題の専門家たちが様々な試験を繰り返して定めたものである。こうしたガイドラインがあっても、「疑わしきは食せず」という基本姿勢は守っている。

フードバンクが扱う寄贈食品は幅広い。冷蔵・冷凍システムがどれだけ整っているかによるが、レストランやパーティー、イベント会場などから調理済みの料理をピックアップすることもできる。こうした料理は、あくまでもお客さんに提供される機会がなかったもので、回収や運搬には手順が厳格に定められている。したがって、フードバンクの多くはこうした調理済みの料理を取り扱っていない。

アメリカのフードバンクは政府の「緊急食糧支援プログラム」(TEFAP)により、政府が買い上げた余剰農産物を引き取ることができる。「(TEFP)はフードバンク、パントリー、スーパークitchen、シェルターといった緊急食糧支援を行っている団体を通し、困っている人たちに当面必要な食糧を無料で提供できる連邦政府のmeans-testedプログラムである。農務省はTEFAP食糧の管理・輸送にかかる費

用も、少額ではあるが州政府に援助している。州政府が受け取る食糧や補助金の額は、その州の貧困率や失業率などに応じて割り出す計算式で決めている」（フィーディングアメリカのホームページ www.feedingamerica.org より）。例えば、セント・メアリーズ・フードバンクの場合、最大 40% もの食品がこのプログラムから来ている。政策の一環として政府機関が買い上げる余剰農産物は、フードバンクを通すことで、市場経済に悪影響を与えない形で再分配できるわけである。

食品は小売業者、卸売業者、流通、長距離トラック業者、農家、製パン業者、小売業者からも提供される。個人の寄贈者は、教会や学校、企業、イベントなどで開催されるフードドライブを通じて食品を提供する。フードバンクは、魚の加工場やパスタの製造者に対して、加工や袋詰めのための代金を払うこともある。近年、基本的食材を安定的に確保するため、食品を購入するプログラムを導入するフードバンクが増えている。バージニア州の中規模のフードバンクでも、年間 120 万ドルを食品の購入にあてている。最後に、フードバンクの中には distressed food を購入したり、余剰食品をパッケージにして支援団体に売ることを請け負ったりしているところもある。

食品を回収・保管・分配するためには車や、一定の広さをもつ倉庫、商品の流れを追跡することができる高度なロジスティックシステムが必要である。運送車には小さな配送車から長距離トレーラー（36.2 トン車）まで様々な規模がある。こうした車は温度管理が可能であることが当たり前で、ほとんどの場合、特殊な運転免許を要する。多くのフードバンクでは、流通経路をトレースしたり、最も効率のよいピックアップ・配送ルートを検索できたりするソフトウェアを使っている。倉庫自体にも常温品を保管するスペース、ウォークインできる冷凍・冷蔵庫、食品の回収・分配ができる集荷場を備えている。食品の出し入れにフォークリフトやパレットジャッキは欠かせない。アメリカのフードバンクが持つ倉庫は、企業が持つ倉庫と何ら変わりがない。

一般的に、フードバンクは「プッシュ（押し出し）モデル」か「プル（引き込み）モデル」のどちらかに力を入れている。プッシュモデルは、配達や、施設からのピックアップによって食料を「外に出す」ことを第一に考える。ドライバーは倉庫からトラック一杯に寄贈食料を積んで出発し、決められたルートに沿ってスーパーやベーカリー、市場などでさらに寄贈品をピックアップ。その後、各施設に「御用聞き」をし、残ったものをフードバンクに持ち帰る、というのがその典型例だ。施設側には持ち込まれた食べ物を受け取る義務はない。トラックのドライバーは立ち寄った先で、何を回収し、何を配ったかを記録する。ほとんどのフードバンクではデジタル化が進んでいるため、こうしたデータはすぐに本部のデータベースに集約される。プッシュモデルのもう 1 つの例は、施設側がフードバンクに来て、食品を「ショッピング」というものである。その日に提供できる食品と施設のサイズなどに合わせて、決まった量の食品を持ち帰ることができる。

一方、プルモデルは注文に応じることに力を注ぐ。施設側は、フードバンクにどのような食品があるか、といった情報を手に入れることができ、注文を出す。注文した品はドライバーが届けるか、施設側が取りに行く。プッシュモデルに比べ、プルモデルはフードバンク、施設の双方にとって事前の計画が立てやすい。しかしながら、提供される食品の性質上、フードバンクの間ではまだプッシュモデルのほうが普及している。

フードバンクは冷凍品やチルド品も保管できる。フィーディングアメリカの基準を満たすだけでなく、職場の安全環境に関するあらゆる法令を順守して活動するために、各地方の保健所からの許可も得なくてはならない。2014 年からはフィーディングアメリカに加盟するすべてのフードバンクは全米製パン協会 (AIB) の厳しい監査を 2016 年までに受けなければならなくなった。これらの厳しい基準は、フィーディングアメリカがいかに安全性を重要視しているかを示すものである。

食品を施設・団体に配る以外に、フードバンクは以下のプログラムを通して個人にも直接、食品を配っている。

- ・子ども、高齢者、家族向けのプログラム
- ・キッズ・カフェ
- ・バックパック／スクールパントリー（学校での炊き出し）
- ・移動パントリー
- ・Neighborhood Distribution
- ・Meals on Wheels
- ・TEFAP 緊急食糧援助
- ・CSFP（「60 歳以上の低所得者の健康を守るため、農務省が買い上げた栄養価の高い食品を補助するプログラム」 www.fns.usda.gov）／シルバークラウンバック
（参考資料 11「フードバンク関連の用語解説」参照）

資金調達

全米では寄付の 75% が個人によるものだと報告されている。さらに 10% は遺産の一部が非営利団体に寄付されたものだ。つまり、非営利セクターへの寄付の 85% は、個人から寄せられるものなのである。フードバンクに関しては、1 回あたりの個人の平均寄付額は 75 ドル。フードバンクを支える大きな基盤が、多数の個人による寄付であることを意味する。このことには、プラス面とマイナス面がある。まずプラス面では、ある特定の人物、団体がフードバンク全体に大きな影響を与える心配がなく、安定した収入が得られることである。フードバンクは毎年、ある一定額の寄付収入を見込むことができる。マイナス面は、新規の寄付者を常に開拓するためのコストだ。ほとんどのフードバンクはいまだにダイレクトメールという手段を活用しているが、収入を増やすためにソーシャルメディアやコース・リレーテッド・マーケティング（CRM）を取り入れるフードバンクも多い。非営利団体に潜在的な寄付者を紹介する、洗練されたソフトウェアも開発されている。例えば、郵便番号や非営利でのボランティア活動実績、responding to other communication、非営利活動に知り合いがいるかどうか、そして収入レベルからも探り出す仕組みだ。こうしたシステムにはランニングコストだけで年間 5 万ドルの経費がかかる。

フードバンクは、寄贈食品の倉庫代や配送代の一部を、「活動維持費」として施設側にも分担してもらっている。いくらまで徴収できるか、フィーディングアメリカにはガイドラインがあり、さらに連邦政府も TEFAP 農産物取り扱いに関する規則を定めている。フィーディングアメリカの加盟団体の中には維持費などは一切取らないところもある。しかし、フィーディングアメリカの大多数のフードバンクは、資金を得るためだけでなく、食品を届ける施設・団体とパートナーとしてともに活動するために維持費を徴収している。

フードバンクはファンドレイジングに際しては、「ハンガー（飢餓）撲滅」を前面に打ち出してマーケティングを行っている。ほとんどのアメリカ人は国内にも食べ物に困っている人たちがいることを認識しているので、これは有効な方法だ。さらに、フィーディングアメリカに加盟しているフードバンクは、国民から高い信頼を得ているのが強みだ。フードバンクに寄せられるお金は、困っている人たちに効率よく役立てられる、と思われているのだ。フィーディングアメリカも、加盟フードバンクも、1 ドルの寄付が困っている人の食事 5 ～ 10 食分になるという事実を宣伝している。

近年、CRM キャンペーンがアメリカの非営利団体の間で広まってきており、フードバンクもこの傾向の恩恵を受けている。CRM とは、「儲けのための」企業の努力と、非営利団体との双方に利益があるマー

ケティング手法のことである。この言葉はもっと広く、一般的な意味で使われることもあり、社会的な問題や福祉の問題に取り組むあらゆるマーケティング努力や、非営利団体内での取り組みにも使われたりする。

ここ数年、フードバンクはいろいろな相手と組んで多様な CRM キャンペーンを展開してきた。おそらく、最も知られたキャンペーンはある一定期間スーパーで行われる「飢餓を終わらせるショッピング」だろう。キャンペーンの対象商品をスーパーで買くと、売り上げのうち決まったパーセントの額が地元のフードバンクに寄付される仕組みである。キャンペーンにかかる費用はスーパーと地元フードバンクとで折半する。ほかのキャンペーンと同じように展開されるため、商品の売り上げ増加が見込め、食品企業にとっては魅力的である。実際、関心をもつ食品企業が多すぎて、キャンペーンに参加できる企業数を制限しなくてはならない都市もあるようだ。フードバンクにとっては、収入は増え、活動の認知度も高まる、と二重にうれしい話だ。

ここ数年、フィーディングアメリカは資金調達のためにソーシャルメディアの活用も始めた。キャンペーンの長さや規模にもよるが、キャンペーンのために名前を貸すことで5万ドルかそれ以上、生み出すことができる。全国規模のこうしたキャンペーンを企画する人たちは、同種の全国的なキャンペーンを実施した実績のあるプロフェッショナルで、その効果のほどは一目瞭然である。

アメリカのフードバンクの未来

フィーディングアメリカに加盟しているフードバンクの現在の課題は、「よい食品を、ちょうどよい量で」。つまり、量よりも質を重視している、ということである。フードバンクはチョコレートやキャンディー、ケーキや菓子パン類、炭酸飲料などを扱うべきか、扱うとしたらどの程度にすべきか、といった健全な議論が全国レベルで巻き起こっている。大都市のいくつかのフードバンクは「ジャンクフードお断り」宣言をしている。しかし、お菓子類などの寄贈を受け付けないと、ほかの団体が代わりに配ってしまうという指摘もある。寄贈品を失うと、関係性も失ってしまい、それはたいてい資金の寄付やボランティアにまで影響を及ぼすのである。

フードバンクはまた、「食料の砂漠地」、つまりニーズがあるところを突き止めることに関心を示している。フィーディングアメリカのフードバンクは、フードバンクの近所、あるいはフードバンクが食品を届けている施設の近くに住んでいる人だけでなく、その地域全体にサービスを提供しなくてはならない。総合的・包括的な支援アプローチである。トン単位で食品を届けることに尽力するのではなく、ニーズに合っているかどうかの方が大事なのである。フィーディングアメリカには「ハンガーネット」というオンラインサービスもある。だれが困っているのか、フードバンクが提供できるのはどんなサービスなのか、ほかにどんな支援や情報があるのか、といった様々なデータを持っている。これは、飢餓との闘いには貴重な道具である。フードバンクが誕生して50年近くになるアメリカでは、フードバンクは大きな発展を見せている。

[注]

- (1) 2015年10月15日、香港で開催されたセカンドハーベスタジアのフードバンク地域フォーラムでの Norm Gold 氏の講演より。
- (2) 同上。

2) 日本

2000年1月、東京・山谷の地域活動家・藤田寛は、山谷地区の団体や労働組合の代表、宗教関係者、それに炊き出し活動に携わっていた人たちに声をかけた。炊き出しなどに必要な米を集め、貯蔵することができないかどうか、話し合うためだった。地域の支援団体や宗教団体など、山谷で食料を配っていた団体の代表約10名が集まり、藤田とマクジルトン・チャールズ・アールが共同代表者に選ばれた。その年の終わりには、渋谷や新宿で活動していた活動家たちも加わり、湯浅誠が3人目の共同代表者に就任した。しかし、最初の2年間は、会の目的やミッション、どんな活動に従事すべきか、意見はまとまらなかった。

マクジルトンは活動に関わる人を増やし、前に動き出そうと、2000年12月から毎週、上智大学内のカトリックセンターで情報交換のミーティングを開くようになった。この中の数名の人々がフードバンクの重要性に気づき、行動を起こそうと思い立った。

2002年1月、藤田らと共に作った団体は、緩やかな連合を目指す人々と、独立したフードバンクを作ろうとする人々とで、友好的な分裂を遂げた。社会活動家、宗教関係者、地域活動家、労働組合の代表者らは「フードバンク」という名前を維持し、マクジルトンを支持する人々は「フードバンク・ジャパン」と名乗ることになった。2002年3月11日、フードバンク・ジャパンはNPO法人になることを目指して初会合をもった。この席でマクジルトンは理事長に選ばれ、日本語の団体名も「フードポート」に決まった（2004年、団体名はセカンドハーベスト・ジャパン＝2HJに改称）。最初の年に、団体は850万円を超える資金を、主に外資系の企業や個人などから集めることができた。また、主要な寄贈者（Alishan/Tengu、ナチュラルフーズ、コストコホールセールジャパン株式会社、ハインツ日本株式会社、キャンベルジャパン株式会社）と契約を結ぶこともできた。

2003年8月まで、専用の倉庫もオフィスもない状態だったが、2002年3月から2003年7月までの間に50トン超の食品を運ぶことができた。これはその日の朝にピックアップしたすべての食品を、その日の夜までに届けるという方法で成し遂げた。配り切れない残り物を絶対出さないためには、どこに配るべきか、日々、計画的に考えなければならなかった。2HJがフルタイムのスタッフを雇うことができたのは、2006年4月になってからである。理事長自身、給与を受け取ることができたのは2007年になってからで、2HJでは3人目であった。

2003年1月、関西在住の外国人が関西でもフードバンクを作りたいと、マクジルトンにコンタクトをとった。京都や大阪で何回か会合を持ったのち、グループは「フードバンク関西」を設立した。同年、2HJは名古屋と関西に定期的に食品を送るようになった。

日本のフードバンク活動における次の大きな転換期は、2007年3月27日「ガイアの夜明け」というテレビ番組で2HJの活動が全国放送されたことである。ゴールデンアワーの放送だったため、驚くほどの反響があった。多くのフードバンクが、この番組を見て触発された。さらに、ハインツ日本株式会社や株式会社ニチレイフーズの活動が紹介されたことで、食品を寄贈する会社が急増した。同年、2HJは名古屋でフードバンクを設立するため、名古屋で定期的に会合をもつようになった。

2008年夏、2HJは「フードバンク・キャラバン」を実施、全国各地を回り、フードバンクガイドラインの策定に向けた準備を始めた。その同年、初めてのフードバンクシンポジウムも開催する。翌年の夏、再びキャラバンを実施し、10月のフードバンクシンポジウムで「フードバンクガイドライン」の草案を発表した。参加者らからのフィードバックをもとに3年目のキャラバンでも全国各地を巡り、2010年10月14日、12のフードバンク団体が「フードバンクガイドライン」を調印するに至った。こ

I 総論

れが全国的なフードバンクネットワークの基礎となるはずであった。翌 2011 年 2 月 19 - 20 日、名古屋で全国ネットワーク構築に向けた全国的な話し合いが持たれた。しかし、ネットワークは時期尚早で、緩やかで非公式なつながりにしようという意見でまとまった。(巻末の提案書、参考資料 9「フードバンクガイドライン」を参照)。

同年 3 月 11 日、地震、津波、原発事故という 3 重の惨事が日本を襲い、日本のフードバンクはまた大きな転換期を迎えることになる。2HJ は地震当日、まず帰宅困難者への炊き出しを行った。3 月 13 日にはいち早く東北に人手を動員、食品を届けることができた。さらに、国内外からの大量の寄付もさばくことができた。仙台のふうどばんく東北 AGAIN は別の NPO 団体と共に、支援物資の受け入れを調整する緊急対策窓口を作った。名古屋、関西、そして沖縄のフードバンクだけでなく、海外のフードバンクからも支援が届けられた。

2013 年、公益財団法人セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス (2HJA) が設立され、フードバンクはまた大きな転換期を迎えた。加盟団体になるための要件が定められた全国ネットワークであり、フードセーフティネットの構築や、フードバンクの促進を目的にしている。現在、全国で何らかのフードバンク活動に従事している団体は約 40 であるが、そのうち 14 団体が要件を満たし、アライアンスに加わっている。

アジア各国のフードバンクに比べ、日本のフードバンクがなかなか発展しない理由は 3 つあると考える。

1 点目は、フードバンクに対する需要が十分認識されていないことである。日本国内で大量の食品が廃棄されていることは一般的に知られているが、食品を必要としている人たちがいる、とは信じられていない。政府がこれまで注目してきたのは、供給側の問題だ。今後求められるのは、必要としている人々により多くの食品をどのように届けるか、を探ることである。

2 点目は、非営利セクターの発展が遅れていることである。有給のスタッフを抱えるフードバンクは数えるほどしかなく、大多数はボランティアに頼っている。多くのフードバンクはもっと活動したいと願いながらも、資金が足りない状態だ。最も大きな課題は資金不足である、としばしば指摘されている。

最後の理由は、日本における社会起業家の不足である。社会起業家は、問題ではなく、機会に注目する。社会起業家はリスクをとることを恐れない、しかし、サービスを提供する人たちを犠牲にしない。社会起業家は自分たちのゴールに到達するために、クリエイティブに思考しようとする。社会起業家は自国以外にモデルを見つけることができ、それをどうしたら自分たちの状況に応用できるか問うことができる。社会起業家の数を増やそうという動きは今、日本でもあり、それは最終的にはフードバンクにとっても利益となると信じている。どの国においても、長期的なインパクトを与えることができるのは、クリエイティブで独創的な考え方ができる者なのである。

3) アジア

1998年の金融危機で、アジアの国々は大きな打撃を受けた。失業率が悪化し、韓国や香港などでは生活困窮者をいかに救済するか検討を始めた。どちらの国・地域でも食料支援が新たな重要性をもつようになり、この流れのなかでフードバンクが発展した。

韓国は1998年、アジアの中で最も早く定期的なフードバンク活動を始めた。同年、韓国国教会と6団体がフードバンク創設の話し合いを始めたのである。最初は政府とも協議していたが、残念ながら政府が目指していたのは排他的なシステムだった。話し合いはやがて決裂、グループは政府と手を切った。公共放送でキャンペーンをおこなったところ、かなりの寄付金が集まった。そのことを知ると、ほかの団体もグループに加わろうとしたが、結局はそれを断り、寄付金は7団体で分けることになった。最終的には、国教会だけでフードバンクを作ることになった。

韓国政府は国レベルでのフードバンクネットワークを構築しようと韓国社会福祉協議会（SSN）にコンタクトをとる。SSNは朝鮮戦争の孤児をケアするために1952年に創設された。韓国のフードバンクの歴史にSSNが果たした役割は興味深いもので、同国のフードバンクの成功におそらくどこよりも関わっているだろう。まずは4か所（ソウル、釜山、大邱、果川市）で2年間パイロットプログラムを実施した。2000年5月、健康省は地方のフードバンクをつなぐネットワークとなる中心組織の必要性を認識し、現在のシステムを創設、毎年フードバンクのための予算をつけるようになった。今では425のフードバンクやフードマーケット（パントリー）が政府の補助金で活動をしている。利点は、社会福祉の専門家たちによる安定した活動と資金である。政府にしてみれば、社会福祉予算を増やさずに支援を増やす手段がフードバンクだったわけだ。欠点は、活動の様々な制限（だれに、どのぐらい食品を提供できるか）と、ファンドレイジングができないことである。

香港における初めてのフードバンクは、2003年12月に設立されたセント・ジェームズセツルメントピープルズフードバンクだ。同フードバンクは、信仰に基づく非営利組織として1949年に設立されたセント・ジェームズセツルメントの一組織である。ピープルズフードバンクが誕生したのは、SARSによって調理ずみの食品を配布することが不可能になり、困っている人たちを支援するほかの方法が必要となったからであった。

香港ソーシャルサービス連合会（HKCSS）は、フードバンクや食料支援に携わる団体をまとめ、支援するのに重要な役割を果たしている。彼らは貧困に関する調査を実施したり、セカンドハーベスト・アジアのような外部の団体と連携してフードバンクシンポジウムを開催し、食料支援の団体が一堂に会して情報交換をする場を設けたりしている。支援団体に補助金を出すよう、政府に求めるロビー活動も行っている。香港には、520のフードバンクや食料支援団体が存在している。

シンガポールでは2003年、オーストリア人カップルがフード・フロム・ザ・ハート（FFTH）という団体を作ったのが同国での初めての食品回収プログラムになる。毎日、100か所のパン屋で50人のボランティアがパンの寄付を受け取り、150の福祉施設やグループホームなどに配るというものだ。ボランティアはいつ、どのぐらいパンを受け取り、いつ配るかをメールで知らせる。FFTHはこれにより、配送状況や量を把握することができる。さらに、寄付する側も提供できるパンがない場合は、団体にメールで知らせ、この情報はすぐにボランティアに転送される仕組みになっている。この活動で、毎月14,300家庭に28トンのパンが配られる。この活動以外に、低所得家庭を支援するため、16校の3400人の生徒に「お楽しみ袋」を配っている。袋の中身は米、油、缶詰などの補助食品だ。各学校は、困っ

ている家庭の情報を FFTH に提供している。シンガポール政府は、こうした非営利活動の重要性を認め、そのため寄付（お金、モノ）に 250% の税控除をしている。

台湾ではコロラド在住だった台湾人宣教師が台湾にフードバンクを紹介した 2011 年以降、急速にフードバンクへの関心が高まった。多くの非営利団体や宗教団体がそれぞれのフードバンクシステムを始め、年々発展を遂げた。2012 年、台湾の赤十字が動き出した。台中赤十字はその中心となり、地元の自治体と連携して、地域のフードバンク育成のための資金を得ることに成功した。2015 年には、台湾のフードバンクをまとめるネットワークを推進するための全国的な会議も開かれた。

マレーシアでは複数のグループが先頭に立ってフードバンクを進めている。グレース・コミュニティー・サービスは長年、福祉活動に取り組むキリスト教系の団体である。彼らは食品企業や卸売業者から寄贈食品を集め、それらを福祉団体や困窮家庭に配っている。ボランティアは米、パン、野菜、油その他の食品を「フードバッグ」に詰め、月に 1 回、困窮家庭に配る。1 つのフードバッグの重量は 40 キロ。世帯収入を調べたうえで、毎月約 400 家庭に提供する。ケチャラ・スーパーストックは 2006 年創設の仏教系の非営利団体である。決まった場所で毎日 180 人に温かい食事を提供しているほか、路上を回り、土曜日には 650 食、日曜日には 100 食を路上生活者に配っている。2012 年 5 月 29 日、ケチャラフードバンクが誕生し、困っている人たちに寄贈食品を配る活動も始めた。

貧困のレベルが高いにも関わらず、**フィリピン**では残念ながら近隣諸国のようにフードバンクが発展していない。2 HJ はフィリピン社会福祉・発展省（DSWD）と了解覚書をかわし、2008 年から様々なレベルで関わってきた。過去 5 年間で 500 トンの食料援助が 2 HJ から DSWD に送られてきた。2009 年には食品の寄付を促す「食品寄付条例」が制定された。しかし、残念ながらこの法律はフードバンクへの相談なしにつくられたため、フードバンク活動が促進されるわけでもなく、実際食品の寄付も増えていない。2012 年 3 月、2 HJ とセカンドハーベスト・アジアの支援でサル・サロ：フードバンクフィリピンが法人化された。残念ながら現地スタッフが法人を発展させることができずにおり、いまは休眠状態にある。

アジア各国におけるフードバンクの発展状況は、団体が属するその国の非営利セクターの発展の度合いと無縁でない。韓国では、政府がかかわることで、急速に拡大した。香港では長く豊かな歴史をもつフィランソロピーと市民活動のおかげで、食料援助に携わる団体の数（520）が相対的に多い。一方、日本では社会的なサービスを提供するのは国の責任、という意識が伝統的に強く、ほかのアジア諸国に比べ、非営利セクターの発展は大きく遅れをとっている。毎年、メディア、政府、企業、NGO など様々な機関に対する「信頼性」を調べている調査によると、日本で NGO を信頼する人は回答者の 29% しかない。同じ質問に日本以外の回答者は 67% が「信頼する」と答えている。日本には食料支援のニーズがあることが認識されていないことも、フードバンクの発展を阻害している。東京には、何らかの形で食料を支援している団体は 15 しか存在しない。ニューヨークの 1100、シカゴの 600、サンフランシスコの 250 と比べてみると、東京にはフードセーフティネットが存在せず、優先事項でもないことがわかる。

最後に、日本とアジア諸国の一番の違いは、食料支援団体の数の少なさではなく、そのような団体の必要性について議論する機会が日本にはないことである。いかなる国であっても、反貧困の運動があるところではフードセキュリティが話題になる。しかし、日本の反貧困運動では、取り組むべき課題に食料の問題が含まれることがこれまでなかった。ニーズと向き合わない限り、日本でフードバンクが劇的な発展を遂げることは、まずないだろう。

2. フードバンクの定義、理念、目的

平成 27 年 3 月時点で 14（うち 13 団体は準加盟）のフードバンク団体が調印している「フードバンクガイドライン」（公益財団法人セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス＝2HJA による管理）が、現在は国内で唯一、複数のフードバンク団体間で意見交換が行われ書面化されているフードバンク活動を定義付ける公開文書となっているため、以下、その中からフードバンクの定義、理念、目的に当たる箇所を抜粋する。

定義：

フードバンクとは、食品関連企業他より寄贈された食品等（以下、寄贈食品）を、福祉施設や生活困窮者の支援団体等に届ける活動です。寄贈食品等の食品を安全に正しく届けることができる仕組みを持った公益システムとして、様々な利用者へ新しい食品の流れを提供していくものです。

目的：

フードバンク、社会的ニーズがありながら未だ確立されていないフードバンクが、日本に必要な「新しい社会的関係性」と「新しい社会的流通」を提供できる「社会資本」のひとつとして成り得ると、信じています。

ここにこの仕組みに関わる業務基本原則を明らかにしたフードバンクガイドラインを策定し、以って私たちは、フードバンクが社会資本の一翼を担うシステムであることを表明するものであります。

理念：

- ・フードバンク団体とは、情報を収集・整理し、伝達する役割を果たす当該システムの管理者となるものです。管理者は、利用者の利用上の利害を調整し利便性向上を図ることを第一と考えます。利用者とは、食品関連企業等の寄贈者（以下、寄贈者）や福祉施設及び生活困窮者支援団体等の受贈者（以下、受贈者）、寄贈食品を最終消費する福祉施設及び生活困窮者支援団体等の支援対象者（以下、消費者）、食品を運搬する者、消費者へ直接手渡す手段を講じる者等関わる全ての者を当該システムの利用者（以下、利用者）と考え、その利用上の利害を調整し利便性向上を図ることを第一と考えます。

- ・フードバンク団体は、前項の者の意思を尊び、信頼関係とその関係継続を第一に考え、互いの役割とその組織の限界を理解した行動をいたします。

- ・フードバンク団体は、フードバンクシステムが新しい食品ロス削減策と新しい社会福祉供給策の担い手であること、食を通じた社会的セーフティーネットシステムであることを十分に認識し、その責任を負いながらシステム発展に寄与します。

- ・フードバンク団体は、以下の各項を寄贈者、受贈者及び消費者に対して本ガイドラインを通じ公約をするものであり、以って当該システムの品質を保証するものとして広く社会全体へ公表し、社会へ理解を求めるものでもあります。

また、フードバンクガイドラインにおいては以下の 17 項目が、フードバンク活動の基本方針として掲げられている。

《 1. 無償性／非営利性 》

日本のフードバンク団体は無償性を原則として寄贈者、受贈者双方にフードバンクシステム利用の対価を求めません。ただし、事業の維持継続のために不可欠な場合、会費或いは管理手数料等を利用者に求めることがあります。また、原則として寄贈品を販売等の収益目的に使用しません。提供先にも同様に指導します。ただし、事業の維持継続のために不可欠な場合で、書面等で寄贈者の明示的な同意を得ていればこの限りではありません。フードバンク団体は上記のような収益事業等を行う場合には、必ずその内容をガイドライン事務局へ事前連絡し、フードバンク活動の非営利性を損なわない適正なルールを作成・公開します。

《 2. 公益性／相互協力 》

フードバンク団体は、公の利益のために他フードバンク団体と助け合って活動し、可能であればノウハウや成功事例、食品の供給源などリソースを共有します。また、他フードバンク団体を害しフードバンク全体の社会的信用を損なう恐れのある行動を取りません。

《 3. システム利用の選択権 》

フードバンク団体としては、フードバンクシステム利用の可否を決める権利及び食品授受の決定権は、寄贈者及び受贈者が持つものと考えます。但し、システムの管理者としてフードバンク団体は、寄贈品の授受に関する双方の利害を調整し、トラブル防止等に努めます。

《 4. 利用者選定基準 》

1. フードバンク団体は、寄贈食品を、当ガイドラインの精神・規定に照らして適正利用、適正消費ができる受贈者、消費者に対してのみ提供します。
2. 特定の寄贈者と受贈者のみによる互惠取引はいたしません。

《 5. 寄贈者意思の尊重 》

フードバンク団体は、寄贈者より受領した寄贈食品が、寄贈者の大切な商品及びブランドであることを十分認識し、その意思及び個別に約した条件に従い受贈者とともに適正に寄贈食品を取り扱うことを約束します。

《 6. 受領判断基準 》

フードバンク団体は、受贈者の安全を確保するために各団体で独自に寄贈食品の受領判断基準を作成します。

《 7. 寄贈食品の管理 》

1. フードバンク団体は、食品本来の品質が保証された食品のみを取扱います。
2. フードバンク団体は、寄贈者が指定した保管等の基準を遵守し、その品質が保証された状態で消費者へ届けるための管理、工夫を受贈者とともに行うことを約束します。この管理、工夫の手段は必要に応じて公開します。
3. フードバンク団体は、寄贈食品がフードバンク食品としての特性上特別な配慮を必要とする場合はその情報を収集、整理し、受贈者が適正に利用・消費できるよう正しい情報を適切な手段で伝えます。
4. フードバンク団体は、寄贈された食品を適正に管理記録する規定を保持します。また必要に応じて寄贈者及び受贈者には、規定に基づいた食品引取、輸送、保管、届先等の情報を提供します。

《 8. 契約書の作成 》

フードバンク団体は、原則として予め、当ガイドラインの内容に準じた授受のルールを記した契

約書を寄贈者および受贈者を取り交わしたうえで寄贈品の受領、および配布を行います。

《 9. 当事者特約の尊重 》

本ガイドラインの各条項は、前項契約書内における当事者間の特約等を妨げるものではありません。

《 10. 寄贈食品の共有 》

フードバンク団体は、各団体の方針に基づいて寄贈食品を他フードバンク団体に提供することがあります。その場合提供されたフードバンク団体は、当該寄贈食品の取り扱いに関して、寄贈者と直接寄贈食品の提供を受けた団体が結んでいる契約書の内容と同様の責任を寄贈者に対して負うことを原則とします。また、提供されたフードバンク団体が、当該寄贈食品をさらに他のフードバンク団体に提供する場合は、寄贈者より直接寄贈食品の提供を受けた団体と協議し事前に許可を得る必要があります。ただし、寄贈者が明示的に他フードバンク団体への提供を禁止した場合、これに従います。

《 11. 情報管理規定 》

フードバンク団体は、寄贈者、受贈者及び消費者その他利害関係者の情報を当事者の許可なく流用、公開しません。

《 12. 法令遵守 》

フードバンク団体は、その活動に関わる法令、規則、基準等を遵守します。また、反社会的勢力とは関与しません。

《 13. 問合せ窓口 》

フードバンク団体は、取り扱う食品に関して、受贈者及び消費者、寄贈者に対して問合せ窓口及びその担当者を設置し、誠実に対応します。

《 14. 事故対応規定 》

フードバンク団体は、万一事故が発生した場合の拡大防止と被害者救済、原因究明及び迅速な公開等の規定を作成します。

《 15. 実効性の担保 》

本ガイドライン各条項の実効性を担保するものとして、各フードバンク団体は代表者を選任し、代表者は各条項の内容等を団体内従事者及び利害関係者に対して周知、指導を行うものとします。また、各条項に示された各種規定および活動報告書等を公開します。

《 16. 監査 》

フードバンク団体は、本ガイドライン管理者或は本ガイドライン管理者が指定する第三者が行うオペレーション・衛生管理及び本ガイドラインの遵守状況の監査を定期的にうけ、必要に合わせて監査結果を開示します。

《 17. 管理者・問い合わせ先 》

本ガイドラインの管理者は、公益財団法人セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス（東京都台東区浅草橋4-4-4並河ビル2階）とし、内容に関する問合せ先、事務処理等は、同団体事務局内に置くものとします。

3. フードバンクを取り巻く社会環境

《食の視点で》

- ・平成 26 年度の食料自給率は、カロリーベースでは前年度と同率で 39%
- ・食品由来の廃棄物等 2,801 万トン、うち可食分 642 万トン＝食品ロス（農林水産省 HP、2012 年度推計）

- ・「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」を設置（2012 年、農林水産省、内閣府、消費者庁、文部科学省、環境省、経済産業省）

消費者団体、食品事業者、広報関係者、学識経験者、自治体を交えて意見交換会などを行うことで、官民一体となり「食品ロス削減に向けた国民運動の展開（NO－FOODLOSS プロジェクト）を推進。「資源を無駄なく効率的に活用するフードチェーン作りを目指す。

- ・食品リサイクル法（2001.5 ～ 2015.7.31 一部改正）

目的＝食品関連事業者などから排出される食品廃棄物の発生抑制と減量化により最終処分量を減少させるとともに、肥料や飼料等としてリサイクルを図ること（経済産業省 HP）

食品リサイクル法に基づく新たな基本方針概要資料（農水 HP）を次頁に紹介する。

- ・再生利用等基準実施率

2015.07 に公表された基本方針では更に再生利用等基準実施率が更に引き上げとなっている。

基本方針の実施率目標

実施時期	これまでの目標		新たな目標 （目標年度：平成 31 年度）
食品製造業	85%	→	95%
食品卸売業	70%	→	70%
食品小売業	45%	→	55%
外食産業	40%	→	50%

（農林水産省 HP、2015.0 7 より）

食品廃棄物等の発生抑制の目標値の設定

平成 24 年 4 月に暫定的に設定をした食品廃棄物等の「発生抑制の目標値」に関して、本格展開を行うため、業種の追加等を行い、平成 26 年 4 月から 26 業種について発生抑制の目標値を設定し、さらに平成 27 年 8 月より 5 業種の目標値を追加（農林水産省 HP）

上記のような国民運動が展開する過程で、「納品期限見直しパイロットプロジェクト」が実施され、食品ロス削減には「相当の効果（飲料と賞味期限 180 日以上菓子で約 4 万トン）」があった。（農林水産庁、2014 年 12 月、食品ロス削減に向けて）「納品期限緩和の試み」、「賞味期限延長の試み」、「賞味

食品リサイクル法に基づく新たな基本方針の策定等について

- 食品リサイクル法に基づき、食品循環資源の再生利用等を総合的かつ計画的に推進するため、おおむね5年ごとに基本方針を策定。平成27年7月に新たな基本方針を策定するとともに、基本方針に基づく施策を展開するため、関係省令・告示を改正。

【新たな基本方針のポイント】

【全体の課題】

- ・食料資源の有効利用、環境への負荷を低減するという観点から、食品ロス削減、リサイクル等に取組むことが必要。

【個別の課題】

- ・食品ロスの発生の実態把握が不十分
- ・食品流通段階では、納品期限や賞味期限を必要以上に短く設定するといった商慣習など様々要因により食品ロスが発生。

- ・小規模な事業者が多数、分散して存在する食品流通の川下のリサイクルを加速化させるため、地域における食品廃棄物等の発生状況の把握が必要。
- ・食品廃棄物等の分別にコストがかかること、民間の再生利用料金が公共サービスである市町村の処理料金よりも結果として割高となっていること、再生利用施設の不足を含め需給のマッチング等がより困難であること等。
- ・登録再生利用事業者は、優良な事業者として再生利用の円滑な実施に貢献する一方、重大な生活環境保全上の支障を生じさせる等不適正な事案が発生。

1. 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向

- ・食品廃棄物等の発生抑制を優先的に取り組んだ上で、食品循環資源について再生利用等を実施。
- ・食品循環資源の再生利用手法の優先順位について、飼料化、肥料化、その他の順とすることを明確化。

2. 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標

- ・再生利用等実施率目標（平成31年度まで）
食品製造業95%、食品卸売業70%、食品小売業55%、外食産業50%

3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項

【発生抑制】

- ・国は、食品ロスの発生状況をより実態に即して把握し、食品ロスの削減にかかる取組を数値化すること等により国民に対して実施を働きかけ。
- ・フードチェーン全体で食品ロス削減国民運動を展開。

【再生利用等】

- ・食品廃棄物等多量発生事業者は国に再生利用等の実施状況を都道府県別にも報告することとし、国はこれらを整理・公表。
- ・地域における再生利用事業者の把握及び育成並びに地方公共団体を含めた関係主体の連携による計画的な食品循環資源の再生利用等を促進。
- ・関係者のマッチングの強化によるリサイクルループの形成を促進。
- ・登録再生利用事業者の食品廃棄物等の適正な処理を確保するため、登録の基準を追加するとともに、登録再生利用事業者への指導・監督を強化。

【省令改正等の概要】

〈食品関連事業者の判断の基準となるべき事項を定める省令の改正〉

- ・再生利用手法の優先順位について、飼料化、肥料化、その他の順とすることを明確化。
- ・食品関連事業者が自ら飼料を製造する際に遵守する基準として、愛がん動物用飼料の安全性の確保に関する法律に基づく基準及び規格に適合させることを追加。

〈平成24年度の食品ロスの量の公表〉

- 農林水産省が事業系の食品ロスを、環境省が家庭系の食品ロスを公表。
- ※ 事業系331万トン、家庭系312万トン
計642万トン

〈食品廃棄物等多量発生事業者の定期的報告に関する省令の改正〉

- 都道府県別の食品廃棄物等の発生量及び再生利用の実施量の報告を新たに追加するとともに、事業者の事務負担を考慮し、過去の当該報告を通じて把握が可能な項目等の合理化を実施。

〈再生利用事業を行う者の登録に関する省令の改正〉

- 登録に当たり、これまでの再生利用製品の製造・販売の実績を考慮するよう登録基準の要件を強化。

期限の年月表示化の試み」など様々な取り組みが継続的に推進されている。

食品ロス削減の視点では官民一体の努力により、意識改革、行動改革が進みつつあるように見える。

《環境の視点で》

- ・ 3R 推進（環境省）

廃棄物の発生抑制（Reduce）、再使用（Reuse）、再生利用（Recycle）の取組を通じて循環型社会の構築を推進

- ・ 「持続可能な資源利用」に向けたモデル事業の公募（2015.07）東京都環境局 HP）
- 資源ロスの削減の促進（課題の一つとして、食品ロスの削減を含む）

上記の視点で、フードバンク活動は食品ロス発生抑制に有効な対策の一つと言える。

《福祉の視点で》

- ・ 日本の相対貧困率は、OECD の統計によれば、加盟 30 か国のうち 4 番目（約 15%）
 - ・ 厚生労働省が 2014 年 7 月にまとめた「国民生活基礎調査」によると、等価可処分所得の中央値の半分の額に当たる「貧困線」（2012 年は 122 万円）に満たない世帯の割合を示す「相対的貧困率」は 16.1%だった。これらの世帯で暮らす 18 歳未満の子どもを対象にした「子どもの貧困率」も 16.3%となり、ともに過去最悪を更新した。これは、日本人の約 6 人に 1 人が相対的な貧困層に分類されることを意味する。
 - ・ 子どもの貧困対策の大綱を閣議決定（2014 年 8 月 29 日）
 - ・ 一人親家庭の相対的貧困率は 54.6%（2012 年値、厚生労働省の「ひとりおや家庭等の現状調査、2015.04）。シングルマザーに限定すれば、さらに高いと推測できる。
 - ・ 平成 27 年 4 月から、生活困窮者自立支援法施行（2015.04.01）
- その中には「生活困窮世帯の子どもの学習支援事業」も含まれる。

「もったいない」を「ありがとう」に繋げるフードバンクの必要性が社会の中で一段と高まっている。この傾向は 2HJA がそのフードバンクガイドラインの冒頭に記載する以下の信条と合致する。

フードバンクの社会資本化を目指す者として…

私たちは、社会的ニーズがありながら未だ確立されていないフードバンクが、日本に必要な「新しい社会的関係性」と「新しい社会的流通」を提供できる「社会資本」のひとつとして成り得ると、信じています。

フードバンクにとって課題（管理体制整備、資金、人手不足、人材など）は山積しているものの、関係する全て人々の「英知」と「協力」で日本の文化の中で新しい社会システムとして確立し、大きく拡大してゆくもの考える。

4. 日本のフードバンクの将来像

* 2HJA（セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス）

平成 21 年に農林水産省からの委託事業として三菱総合研究所が行ったフードバンク活動実態調査では、フードバンクシステム全体の課題として以下の項目があげられている。

- ①認知度向上
- ②フードバンクの信頼性確保
- ③フードバンク間の連携
- ④取りまとめ組織の設置
- ⑤フードバンク保険制度の整備

これらの課題を改善するため、複数のフードバンク団体の合意のもと 2013 年に一般財団として設立され、2013 年に公益財団法人となったのがセカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス（以下 2HJA）である。今後さらに多様化、複雑化するであろうフードバンク活動において、フードバンク活動の信頼を担保するアライアンス（同盟）の組織化は、フードバンク活動の将来像のひとつとして構築されつつある。

以下、2HJA の設立趣旨と方針について、2013 年 9 月 27 日に全国のフードバンク団体に発表された文書を参考のため紹介する。

2HJA の設立目的は、日本においてフードライフラインおよびフードセーフティーネット（* 2HJ ホームページ参照）を構築し、フードバンク活動を国内に普及させる事にあります。

喜ばしいことに近年、企業の食品ロスに対する発生抑制策や福祉面での有効手段として様々なメディアでクローズアップされる機会が増え、フードバンク活動の社会的な認知度が年々高まっています。

それに伴い、フードバンク活動を行う団体も日本各地に広がり、今現在、任意／準備団体も含め少なくとも 40 の団体が様々な活動経緯、理念を基に地域色豊かなフードバンク活動を展開されていることを嬉しく感じております。

しかし一方、活動団体の増加とともに企業や社会からフードバンク活動の明確な基準や、安全性、トレーサビリティの確保、事故発生時の対応など、リスクマネジメントに対する管理が強く求められていることも事実です。

それらの要求に応えることがフードバンク活動の発展には不可欠だと考え、2HJA では一定の要件を満たしたフードバンク団体とアライアンスを結び、統一の基準（フードバンクガイドライン 2013）を遵守していくことを社会に示していきたいと思ひます。また公益事業の一環として加盟団体へはノウハウ、物資、資金等を援助することにより加盟団体全体の連携と組織力を強化し、今後起こりうる多様なリスクに対処していくことができると期待しています。

アライアンスに加盟する加盟団体には以下のようなメリットがあります。

1. フードバンク活動のノウハウを共有できる
2. 加盟団体間で物資を共有できる
3. 助成金を通じて資金援助を受けられる
4. 食品安全基準を遵守していることを証明できる

これら全てが長期的に見てより多くの食品の寄付とより大きな財政的なサポートにつながります。私たちはフードバンク活動が次のレベルへと進むことを望み、ともに活動することが最善の道だと思っています。

【アライアンス加盟要件】

法人格を有している

事業計画書を定めている

2年間のフードバンク活動実績を有する

外部専門家による諮問委員会の設置

フードバンクガイドライン 2013 に署名する

年に1度、監査を受ける（現在は2年に1度に変更となっている ※2015年8月1日時点）

*加盟を要望するが要件を満たさない団体には、加盟に向けてのアドバイス等必要な支援をしていきます。

2HJAは加盟団体の活動理念や地域性／特色を尊重します。

近い将来、多くの団体が要件を満たし加盟していただけることを強く望んでいます。自立して活動する能力をもつ団体が結束し責任をもって活動していくことではじめてフードバンク活動の公益性が社会に認められ広がっていくと考えています。皆様と共にフードバンク活動を日本に根づかせていけることを心より期待しております。

フードバンク活動において先進的な実践例を持つアメリカやヨーロッパ諸国においても、統括組織の設立はフードバンク活動が信頼出来る活動として社会に根付くターニングポイントとなっており、今後多様なステークホルダーが協力し合うベースを築き、皆で導き出した方向へ正しい軌道を描きながら上昇してゆく事が望まれる。

■ネットワークの必要性

キーワードは「ネットワーク」と「ネットワーキング」である。

先の2HJAに加え、2HJでは現在以下の2つのネットワーキングに注力している。

* FSN (FOOD SAFTY -net NETOWORK)

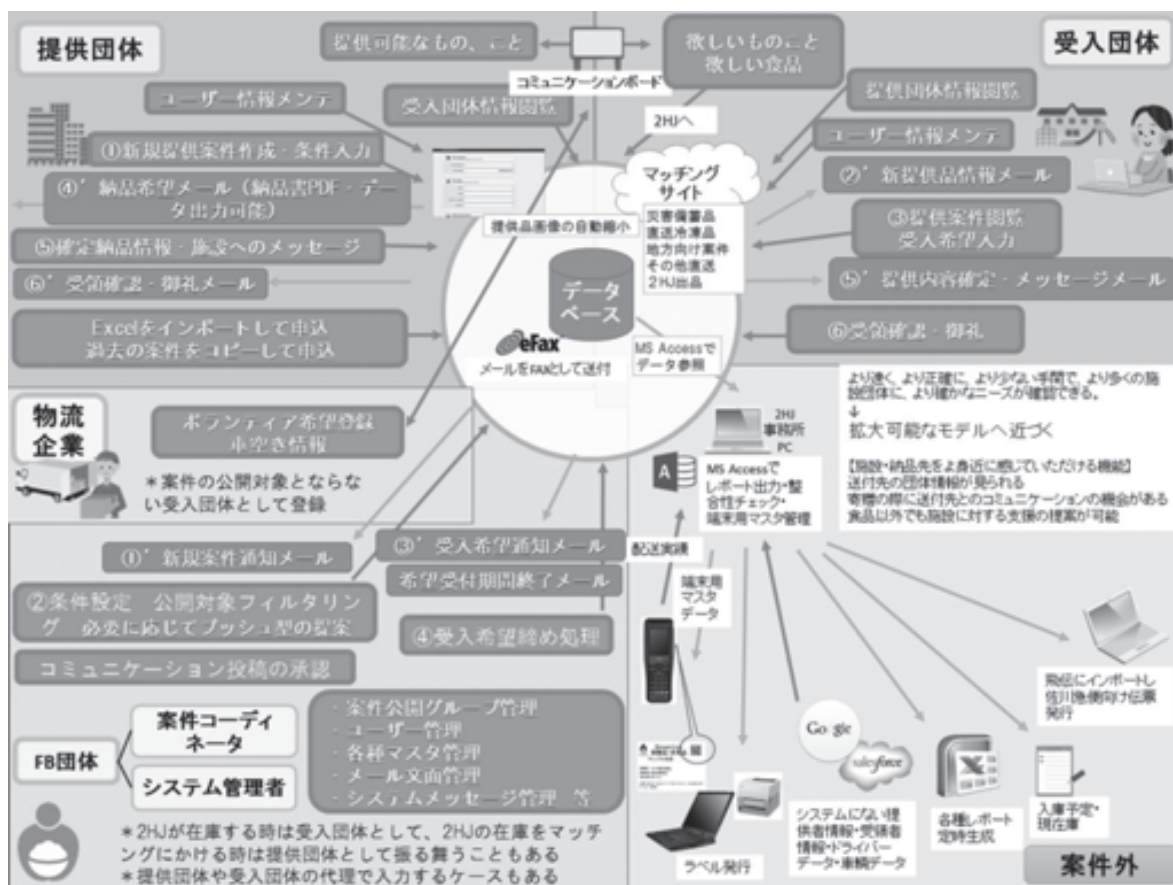
フードセーフティーネットが構築された社会とは、「すべての人が、経済レベルに関係なく、明日の食事について心配すること無く、いつでも必要なときに栄養のある食べ物を得ることができる社会」である。フードセーフティーネットは、社会保障制度（警察、病院、消防署等）の様に、基本的なセーフティーネットの一部として考えられるべきで、これを構成するものとして以下の方法が考えられる：フードバンク（施設、団体への食料支援）、パントリー（個人への食料支援）、配食サービス、フードスタンプ（アメリカの低所得者に向けた食料費補助制度）、低所得者向けの低価格スーパーマーケット、子ども向け朝食提供サービス、バックパックプログラム（学校で生徒が食料を受け取るサービス）、支援団体・NPOから本人への食品提供等がある。これら構成要素を地域の実情に合うよう勘案しつつ、他の社会資源と連携し面的に対応できる仕組みを作ることによってフードセーフティーネットを構築するものと考えている。

* オンラインマッチングシステム

現在2HJが作成中のオンラインマッチングシステムでは、食品企業など寄贈品の提供団体と、受益者である福祉施設などの受入団体、コーディネーターであるフードバンク団体がwebを通してひとつのシステムでつながります。このサイトは完全にクローズドでコーディネーターの登録した団体以外では使うことが出来ません。ECサイトをベースにしたこのシステムで、提供団体と受入団体の寄贈品のやりとりは以前よりダイレクトになり双方の顔が見えるようになります。提供団体は寄贈品を受け取る受入団体がどのような団体かを見ることが出来たり、受入団体は提供団体に受領の報告とともに御礼のメッセージなどを送ることが出来たりするようになります。さらに、食品以外でも支援の申し出・依頼が双方から行えるコミュニケーションボードを使うことで、一種のコミュニティともいえるような雰囲気を感じていただけるようになることを期待しています。また、このシステムの導入で、現在お付き合いのある提供団体、受入団体の距離を近づけるだけではなく、さらに多くの新しい団体がこのネットワークに参加できるようになるはずです。それは、寄贈品のマッチングの業務が、より早く、より正確に、より少ない手間で、より確かなニーズにもとづいて、より多くの受益者に届けられるように効率化することで私達の活動も拡大可能となり、社会的な要請すなわち需要と供給の増大に対応できるようになるからです。

*注：このシステムは提供団体様が受入団体様の指定場所に直接寄贈品を送って下さる際のマッチング業務に特にフォーカスしてデザインされており、寄贈の形態によってはご利用にならない提供団体様もいらっしゃいます。

I 総論



Ⅱ フードバンク事例

この章ではまずセカンドハーベスト・ジャパン（以下、2HJ）を例にフードバンクを取り巻く概要、日本の市場、その市場の中での立ち位置を、次に3つの大きなテーマである「ボランティア団体」、「食品寄贈社とのパートナーシップ」、「資金調達」について、いくつかの内容を紹介し、最後に2HJの具体的な事業計画（ビジネスプラン）の一部を参考に紹介します。

それに続き、2HJを含む合計4フードバンク団体の生い立ち、現在、将来が記載してあります。今回の事業に自主的に協力を申し入れて下さった方々が、自ら記事を書いて下さいました。

背景、生い立ち、目的、対象、規模など様々で多様なフードバンクが全国にはあります。今回紹介する事例だけではカバーできないことも理解しております。

「はじめに」の箇所ですら触れたように、2HJと同じことを目指して下さいとの意味ではありません。内容を読まれて、比較して、何かを感じて、捉えていただくことが目的です。

以下フードバンク4団体を履歴書風に紹介します。共通の悩み、問題、異なる経緯、異なる方向性など参考にできるはずです。

1. セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）

概要

2HJ は安全余剰食品を集め、保管保存し、社会的に受け入れられる可能な形で、必要とする人々へ届けるインフラと運営資源を提供する新しいスタイルの非営利団体です。

日本と貧困を結び付けて考える人は多くありません。ほぼあらゆる基準に照らして、日本は世界でも裕福な国の一つであるにも拘らず、2HJ の試算では 230 万にものぼる人々がフードセキュリティに欠けています。安全で栄養のある食品へのアクセスが確保されていない最大層は高齢者で、次いでシングルマザー、低所得者と続きます。一般的な見解と異なり、日本の貧困はホームレス問題ではありません。

日本の食品のセーフティーネットの現状を知ったら驚かれるでしょう。「I 総論」のアジアの項目でも述べたように、信じがたいことに東京で食料支援に携わる団体の数は 15 もありません。それにひきかえニューヨークでは 1100、シカゴは 600、サンフランシスコには 250 あります。人口 700 万人の香港でさえ 520 あります。同時に政府試算によれば食品業界は毎年、安全で充分食用に適する食品を 300 ～ 500 万トンも廃棄しています。

2HJ は 2002 年に NPO 法人化し、食品業界、産業界と福祉事務所や必要のある福祉施設とをつなぐ架け橋となってきました。独自の付加価値モデルでの試算によれば、2002 年以降食品を寄付した企業は 10 億円以上の廃棄処分コストの削減節減を果たしました。同時に 2HJ は 50 億円相当額以上の寄贈された食品を配布配給しました。

2HJ は、持続可能な成長を支える枠組みを確立しました。活動に必要なインフラの開発を通じ、個人世帯や大きな福祉事務所等に食品支援を提供できる体系的なプロセスを構築しました。

「全ての人に、食べ物を。」を活動指針として掲げ、フルタイムの職員、強力なボランティアチームにより 2HJ は大きな成果をあげています。食品を寄付する会社、支援団体、福祉機関、地域にあるフードバンクと強力なネットワークを築き、国内のフードバンク間のネットワークづくりの先駆者となりました。また、こうした活動により 2HJ はフードバンクを始めたいと希望する個人、グループを手助けする知見も得ました。寄付金 1000 円が 42.5 食に相当する有力なビジネスモデルは企業の注目も集め始めました。

このような強みを活用し、2HJ は強力な成長モデルとなることに全力を尽くしています。2015 年の具体的な目標は以下を含みます。

- より効率よく食品を集め配給するための「フードライフライン」の構築
- 緊急に食料が必要な家庭を支援するための「フードセーフティーネット」の構築
- 全国的なフードバンクネットワーク発展への援助
- 地方フードバンク支援のためのより広範な資金基盤の開拓

慈善団体及び支援を必要とする人々に信頼されるパートナーでありつつ、2HJ を長期的な成功へと導くため、豊富な寄贈食品を背景に次の次元へ飛躍展開する段階を迎えています。

市場

日本の食品廃棄

毎年、生産者、卸売業者、輸入社、小売、飲食業、農家は大量に食品を廃棄しています。処分する食品の中には消費期限前の食用可能な食品が多く含まれています。日本の消費者の求める基準は極めて高く、「完璧、新品、見栄えが良い。」という条件を満たさない食品は売れ残ってしまいます。食品業界は需要に対応するため生産者から市場に流通する食品にどんどん厳しい基準を設定しています。一例として、「1／3ルール」が挙げられます。賞味期限まで最初の1／3の期間を過ぎた食品は納品を断られ、最後の1／3を過ぎると市場から回収され廃棄処分されます。

2008年に農林水産省（MAFF）は食料自給率向上のため「食品ロス」削減に取り組みました。

2000万円の予算を計上し、余剰食品を廃棄する問題に対しフードバンクが果たす役割を研究しました。2HJはブルーリボン委員会の一員として、外部団体が政府の委託で行った調査研究を監督しました。2011年には、農水省より800万円の予算を獲得し、フードバンクに関する啓蒙活動として、一連のシンポジウム、イベント、出張調査旅行を行いました。2014年には、農水省後援による「第一回食品産業もったいない大賞」の局長賞を受賞しました。

日本では食品の廃棄は有償であり、特に企業にとって処分に係る費用は多額に上ります。専門家によれば、平均的な処分コストは1トンあたり10万円にも及び、大量の食品を扱う企業にとって大きな負担となっています。2002年以降、企業は処分費用と返品費用で合わせて10億円の経費節減を果たしました。

支援を必要とする人

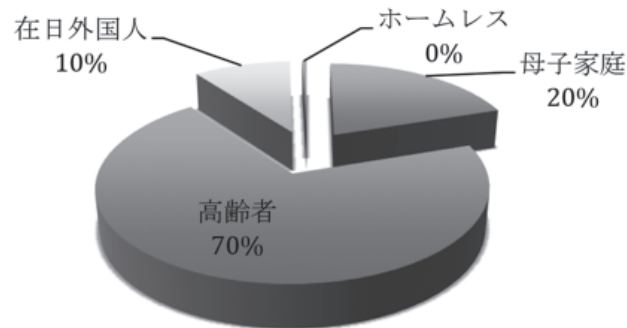
政府、OECD、研究者による報告書によれば2,000万近い人が1か月10万円以下の可処分所得で暮らしています。最低所得者層は、以下のカテゴリーのどれかにあてはまります。

- 高齢者
- 一人親家庭
- 低所得世帯
- 難民／出稼ぎ労働者
- パートタイマー

上記のカテゴリーで最も脆弱な世帯は、経済的に最下層のグループに属し、フードセキュリティが充分でなく、安全で栄養のある食品へ一般的な方法でアクセスすることができません。私たちの試算では国内で230万人がフードセキュリティに欠けています。2005年のOECDの報告書によれば日本の貧困率は15.3%とされています。昨年、第三者（独自）の研究調査で約1950万人が、1か月の可処分所得が10万円以下で暮らしていると確認されました。興味深いのは2009年秋に戦後初めて政府は同様のデータを発表したことです。多くの人は高い貧困率は最近の傾向だと考えています。再び強調しますが、貧困ライン以下で暮らす人のうち99.9%はホームレスではありません。

貧困ライン以下の全員がフードセキュリティに欠けるわけではありません。可処分所得が10万円以下（貧困ラインの基準値）であっても様々な理由でフードセキュリティが問題でない場合もあります。持ち家に住み、多額の貯蓄を持つ高齢の夫婦や実家にいるシングマザーなどの例です。こうした要因を織り込んだ上で、2HJは約230万人がフードセキュリティに欠けると試算しています。

フードセキュリティに欠ける人

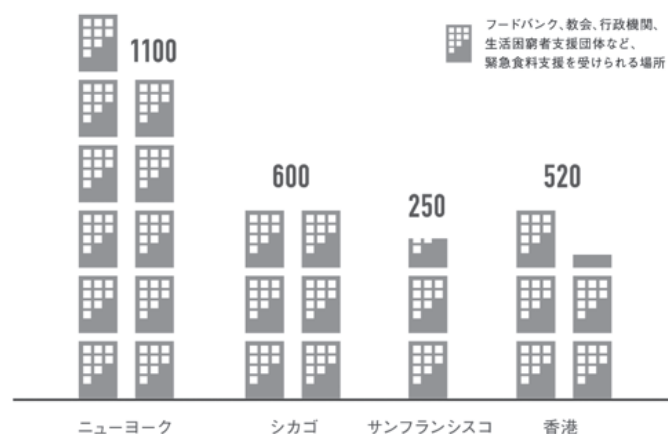


このデータは2HJ独自の調査とブルームバーグが開発したモデルに基づいています。リスクにさらされる可能性が最も高い4つのグループのみを対象としています。更に、ニーズに関しては控えめな前提をとっています。例えば、5%の高齢者のみが支援を必要としているとされていますが、高齢者夫婦の貧困率は22%です。独身の高齢女性では50%を越えています。調査はまだ端緒についたばかりといえます。

日本は裕福で対外援助も積極的に行っていますが、社会福祉の利用は容易でない場合があります。下記に事例をあげます。

• フードセーフティネット

パントリー（食料貯蔵所）とは誰もが安全で栄養のある食品を手にすることができる場所のことです。これが基本的なセーフティネットの一部であるべきだと私たちは考えています。それは例えば、地域で困った時に相談にのる交番のように、怪我や病気の際に治療が受けられる病院のように、火事の時に消火活動を行う消防署のように、いつでも住んでいる地域にて緊急食料支援を受けられる、そんな「食」



日本ではまだまだ少ない、緊急的な支援を受けられる場

上の図のように、海外では緊急的に食料を得られる「フードセーフティネット」の機能を果たす場が多く存在します。日本ではまだまだ少ないこうした場を、私たちは行政、NPO団体、お寺や教会、地方フードバンク団体などと連携して拡大していきます。

のセーフティネットを構築します。

- 2HJ は日本ではこうしたサービスを直接提供する数少ない団体です。

・フードライフライン

食品を提供する企業、受け取る施設や団体が、フードバンクをより利用しやすくなるように、フードライフラインの強化・整備をします。ガスや電気、水道といったライフラインのように、食品を供給、利用できることがフードライフラインの目指す形です。特に物流企業や食品企業などの協力を得て、ソフト・ハード面でのフードバンクのインフラを作ります。

解決策の一つがフードバンク活動

フードバンク活動は、余剰食品と必要とするニーズがある人をマッチングするひとつの解決策です。

フードバンクは、食品を集め、保管保存し、分配する機能に対する投資です。フードバンクには多くの優れた点があります。

※余剰食品は廃棄を免れ、必要のある所へ配給される。食品業界は環境に対する悪影響を削減できます。

- 企業は食品の寄付により廃棄処分コストを節減できる。
- 食品の生産者は商品の新たな販売経路を開拓できる。
- 低所得者層は寄贈配給された食品へアクセスすることにより恩恵を受ける。
- 最も危険にさらされている最低所得者層は、フードセキュリティを確保することができる。
- 低所得者など社会の様々な階層の人と、経済界、産業界が問題解決という共通の目的のために協力することができる。
- 食品の購入の代わりにフードバンクのインフラへに投資すれば、1000 円につき 42.5 食分を提供できる。

セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）

登記された特定非営利活動法人です。

役割

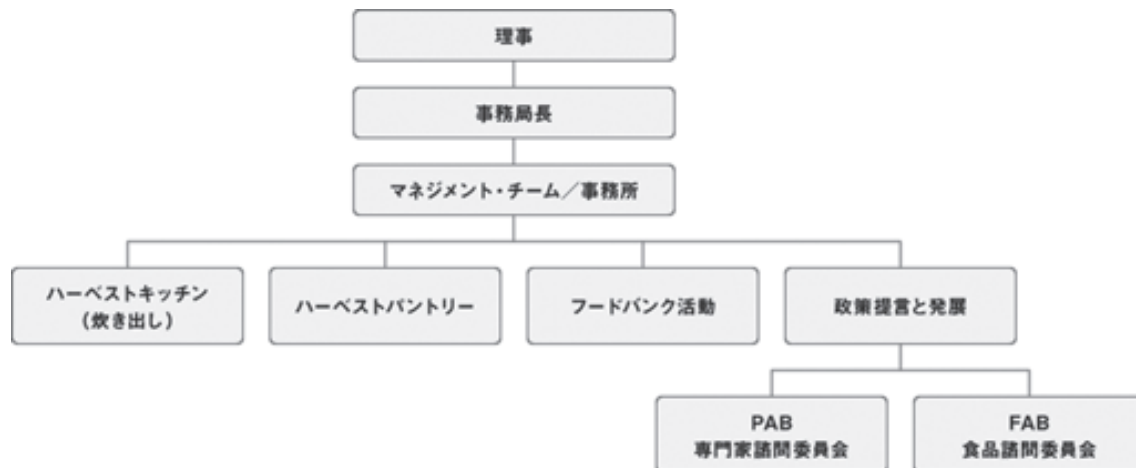
2HJ の役割は食品の生産者、卸売販売業者、輸入者、小売、農家、行政機関を含む食品の寄附者と食品を必要とする人のマッチングを行う情報センターの役割を果たします。

当団体はフードバンクの原則を忠実に実行し、提供するサービスはほぼ寄贈された食品に頼っています。

2HJ は、主に 4 つの活動を通じてサービスを提供しています。

- ハーベストキッチン：生活困窮者を対象に温かい食事を提供する活動です。
- ハーベストパントリー：生活困窮者に緊急の食料支援をする活動です。
- フードバンク：市場価値はなくなったが安全で栄養のある食品を引きとり、必要とする個人を支援をする福祉事務所や団体へ配布します。
- 政策提言と発展：日本におけるフードバンク発展のために、さまざまな場所でフードバンク活動に

II フードバンク事例



ついでの啓蒙活動、講演などを行っています。

市場ポジション

2HJの立ち位置

- 食品業界の会社にとって信頼されるパートナー
- 資金サポーターの賢明な投資先
- 有意義なボランティア活動の場
- 必要とする人々と経済界、食品業界のかけ橋
- フードバンク例のように、問題解決のためコミュニティの様々なメンバーが協力する体制の支援者

価値観と原則

2HJが追求するもの

- 全ての人に、食べ物を。社会的に受け入れ可能な形で届ける。
- 寄附者と受益者の双方に敬意を持ち、できる限り上下関係を作らない。
- 食品を日々の仕事のための必需品と位置付け、変化を起こすための必要品として提供する。
- 様々な利害関係者をつなぐかけ橋になる。
- 困窮者を励まし力づけるが、ジャッジはしない。
- 食品業界にとって価値ある信頼されるパートナーとなり、新たな配布の経路を創造し、食品の取り扱い、運営に関して最高の水準を保証する。
- 資金、サービスを提供して下さる方々にとって、賢明な団体への投資先としての規範となる。
- パートナー、寄附者のビジネスの成功に関心を持ち、応援する立場をとる。
- 常に前進、独創性、全ての人を包括することを目指し、私たちの使命を前進させるため常に新しいものを取り入れる。

動機づけ

2HJは意欲的でエネルギーに満ちている：

- 日本で新たな試みの先駆者であり、歴史を作っている。
- 新しいことをしたい、と同じ考えを持つ人との共働。

- 社会問題に対する多様なステークホルダーとの交流に参加する。
- 食品が本来の目的である、栄養と滋養を与えることに使われることを見届ける。
- しっかり関与することでコミュニティ（団体）の当事者としての自覚を養う。

環境／文化

2HJ は環境／文化の創造を目指す。

- スタッフは各々が取り組むべき課題を持つと同時に、それに圧倒されないこと。
- 革新性と創造性が養われること。
- スタッフ全員が団体のオーナーとの自覚を持つ。
- 個々人の意見が尊重される。
- 団体と強い繋がり感を持つ。
- 相互扶助が当たり前であること。
- ワークライフバランスが優先されること。
- 個人の成功よりもチームの成功が尊重されること。

事業計画業務とプログラムサービス

短期事業計画（12 ヶ月）

- 食品寄贈のオンラインマッチングシステムを確立する。
- 2010 年 10 月に、11 のフードバンク団体が 2010 Food Bank Guideline に署名した際に発足した全国フードバンク・ネットワークの発展に取り組む。
- ハーベストパントリーの業務内容を拡大し、食料援助を必要としているより多くの家庭の需要に応える。
- コーズ・マーケティング（CRM）のキャンペーンを行い、食品業界での先例を確立する。
- 保健所からの許可を受けたセントラルキッチンを開設する。

中期事業計画（12 ～ 36 ヶ月）

- 全国ネットワークに加盟しているフードバンクを 25 団体に増やす。
- リスクの高いエリアでフードセーフティーネットを確立する。
- セントラルキッチンでの調理量を増やす。
- 資金援助をして下さる企業数を増やす。
- 全国的なブランド企業や全国規模のスーパーマーケットを巻き込んで CRM コーズ・マーケティングを拡大する。

ボランティア団体

ボランティアへのコア・メッセージ

- 2HJ の業務の中心はボランティアの人々で構成されています。コーディネーター、物流管理者、倉庫管理者、パントリーの委員会メンバー、専門家諮問委員会（PAB）のメンバー、そして当団体の長期的戦略の舵取りを助けてくれる理事会メンバーなど、様々な重要な役割が献身的なボランティアの人々によって担われています。
- 2HJ は当団体に長期的にコミットしていただける方を探しています。

II フードバンク事例

- 2HJ は組織の中で革新を生み出すため、新しい人々との出会いのため、知識とノウハウを向上させるため、意思決定プロセスに参加してもらうため、全てのボランティアの方々に多様な経験の場を提供しています。
- 2HJ は団体の運営レベル向上、提供サービスレベルの改善などのために、ボランティアの方々から、提案やフィードバックを常に求め、歓迎しています。

求人について

- ボランティア基盤を作り、発展させ続けています。
- 採用はインターネット、メディア、ボランティアのドライブを通じて行います。
- 多くの日本人のボランティアを募集しています。日本語と英語を使ってボランティアをする場の提供を約束します。ボランティアセンター、ソーシャルメディア、大学、学校を通して日本人コミュニティと連絡を取り合っています。

継続できるため

- 個人的なフォローアップや、ボランティアの期待に応えること、ボランティアの方々が必要とされ、役立っていることを実感してもらう場面を通じて、ボランティア活動を継続してほしいと考えています。団体のオーナーであるとの認識、組織と活動の一貫性、定期的にボランティアからの意見を聞くことにより、ボランティア活動が継続していただけるようにしています。

パフォーマンス

- ボランティアの活動が団体にどれだけの影響を与えているのかを共に考え、ボランティアの信頼性を高めます。また実現可能な具体的な目標を立てられるよう手助けをして、彼らの主体性と責任感を促進します。ボランティア活動への参加に対し責任を持ちます。

食品寄贈者とのパートナーシップ

食品寄贈者に対してコア・メッセージ

2HJ は、食品製造業者、加工会社、卸売業者、小売業者、お店、レストランで余剰食品が効果的に管理できるために、2HJ は長期的かつシステムティックな解決を提供します。

- コスト削減：平均¥100,000/ トン
- 商品流通の拡大：新たな流通チャネル
 - ・ 製品の露出度の向上。今日の寄贈食品の受益者は明日の消費者になる。
 - ・ 受益者はその製品とブランドを認知し、信頼度を向上させる。
 - ・ 受益者にとって、寄贈食品はその施設の必要量のたった1 %かもしれない。その方々は、お金を払って購入している消費者でもある。
- 社会への貢献：「無駄が寄付になる」
- 寄付する行為と CSR の目的を関係する会社内外の関係者に示す。
- 従業員のモラルを高める。

製品管理の保証

- 寄贈食品は再び市場に戻ることはありません。

- 寄贈食品は適切かつ・安全に扱われます。

寄贈者から何か特別な指示があった場合、あるいは依頼された配送報告が希望どおりに提出されているかを保証するため、在庫管理と配送は常時モニターされています。

- 2HJ の方針に従っていないと疑われる団体や個人には一切寄贈食品製品は届けていません。
- 団体は定期的に衛生管理監査を受けています。

食品寄贈者パートナーシップに向けた重要な成功要素

- 企業はもはや慈善活動ではなく、新しい流通パートナーとして、2HJ を理解しています。
- 企業は 2HJ の方針、食品の取り扱い、再配送の手順を理解し、信頼しています。
- 企業、2HJ 間には双方向のコミュニケーションがあります。

資金調達：企業スポンサー

ポジショニング

2HJ が提供しているものは以下の通りです。

- 社会の中での信頼できる投資
- 困っている人々へのビジネスと親和性のあるパイプ
- 企業の社会的責任（CSR）への路、関係する社会への思いやりの表現

企業スポンサーへのコア・メッセージ

- 2HJ は寄贈者、行政機関、個人を含むパートナーと、安全な方法で食べ物を確保するために支援が必要な人たちの橋渡しをする役目を果たしてきました。
- 2HJ はその企業パートナーと相互に有益な関係を築いています。この付加価値のある運営モデルは 2002 年から 2014 年の間に寄贈企業の廃棄コストを 12.5 億円節約しました。
- 新しいスタイルで付加価値のある非営利団体として、2HJ は、有益な CSR 活動を望む企業にとって、ビジネスライクに代わる案、魅力的な案を提供します。2HJ は企業に関わるコミュニティで「違い（特徴）」を創出するお手伝いをします。

スポンサーの利益

- 露出度の増加
- 従業員のより高いモラル
- 大衆イメージの改善
- 会社と社会とのより大きく、はっきりとした繋がり

寄贈された資金の活用 / 提供サービス内容へのインパクト

2HJ への用途制限のない寄付は、提供中のサービスプログラム（内容）を発展し、拡大するために投資されます。追加の資金は次のような方法でサービス内容に影響を与えます。

- 食品ピックアップと配達回数の増加
- 提供する福祉施設数の増加
- お肉、調理済みの食品、生鮮食品をより多く含む食品レンジの増加
- 提供する地域の拡大

東京 2020：ハンガーフリー計画

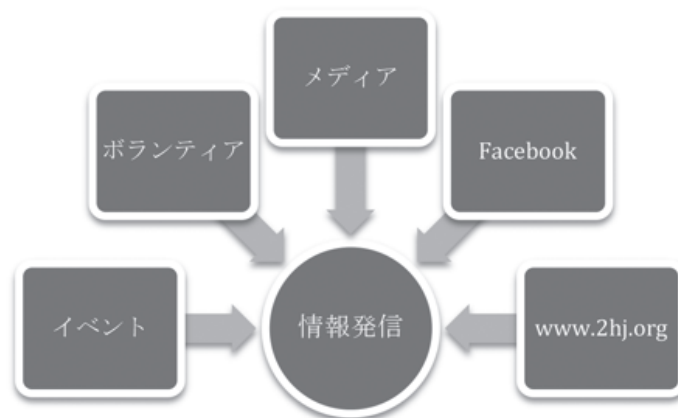
必要とする誰もが安全で栄養のある食べ物にアクセスできるよう信頼できるフードセーフティーネットワークを。



Stage I 目標：

- 主要なステークホルダー間の協力体制を作り上げる
- フードセーフティーネットワークの必要性を啓発する
- 2016年10月16日の世界食料デーに「ナショナル・フードセーフティーネットワーク・サミット」開催

2015：情報共有



イベント

- Earth Day（アースデイ）
- May Day
- World Food Day（世界食料デー）
- Trade Shows

ボランティア

- ボランティアの方々に向けて情報発信
- 「私達に何が出来るか」についてのパネルを作成中

メディア

- メディアへの露出政策を緩和
- エデルマンと協働してメディアへの露出を増やす
- 日本の貧困、とフードセキュリティーに関する記事を記者と共働して書く
- 記者会見を行う

Facebook

- 「フードセーフティーネット」に関する投稿を定期的に行う
- 「フードセーフティーネット」に関する投稿を促進する

ウェブサイト

- 「フードセキュリティー」のページを設ける

特定の機能

ハーベストキッチン

- 支援を行う対象の正確な情報
- 評価できるよう方法と手順に注目する
- 温かく栄養価の高い食事を提供する
- 衛生面と安全面のレベルを高く保つ
- スキルトレーニング
- 2HJ 窓口

ハーベストパントリー



- 支援を行う対象の正確な情報
- 評価できるようネットワーク作りに注目する
- 食べ物へのアクセスの弱点を探す:
 - －情報不足？
 - －配布場所？
 - －業務の時間帯？
 - －支援を申し込むことに対する抵抗感？

II フードバンク事例

- 革新的なモデルの構築

フードバンク

- 支援を行う対象の正確な情報
- オンライン マッチングサイト
 - －効率性向上
 - －より高いマッチング率
- サプライチェーンの構築
 - －ロジスティクスを有効活用
 - －より太いパイプライン
- 迅速な対応
- 高付加価値食品

政策提言と発展

- モデル
 - －革新的なモデルの調査、検討
 - －それらのモデルを具現化する機会を探す
 - －外部の専門家を招き、それらのモデルについて話し合う
- ネットワークの構築
 - －「フードセーフティーネット連合」を主催する
 - －横の連携を作る機会を探す
- アウトリーチ
 - －主要なステークホルダーへ向け講演
 - －関連するイベントでのブース設置
- シンポジウムへの参加
- PR
- プロモーション用資料の作成
- 記事執筆
- 専門家への助言依頼

2015 目標

ハーベストキッチン

- 新しいキッチン
- 週 600 食が調理可能
- 保健所からの許可

ハーベストパントリー

- 10 人からなる活動的なワーキンググループ
- 東京の中で支援を必要としている最大の地域を特定する
- 支援活動を行う上での最大の障害を特定する

- 2016 年に向けて革新的なモデルを特定する

フードバンク

- オンラインマッチングサイトが UP され、運用されている
- 食料貯蔵所（パントリー）開始についての情報を含む、「フードバンクマニュアル」の作成
- 神奈川県に新しく物流センター（倉庫）を設ける

政策提言と発展

- 15 メディアへの露出
- 30 「フードセーフティーネット」に関する Facebook 投稿
- 100 メディアで「フードセーフティーネット」に触れる
- 「フードセーフティーネットサミット」の結果
- 「フードセーフティーネット」の定義
- 「セーフティーネット連合」を正式に立ち上げる
- 2016 年の全国サミット成功に向けての主目標
- 10 月「フードセーフティーネットサミット」への出席者
 - － 20 企業の方
 - － 20 NPO／福祉施設
 - － 10 社協
 - － 10 行政関係者
 - － 30 関係者

2016 目標

ハーベストキッチン

- 配布ポイント 2 ヶ所（上野公園 + 1）
- 週 1000 食調理可能
- 月に一度料理教室の開催

ハーベストパントリー

- 15 人からなるのアクティブな作業グループ
- モバイルパントリーの配布ポイント 2 ヶ所（隅田川 +1）
- 革新的な事業モデルを立ち上げる

フードバンク

- オンラインマッチングサイトが、15 の企業、と 10 の福祉施設によって定期的に使用されている
- ドライバークラブの 10% 増加
- 神奈川配送拠点で配送頻度 + 20%

政策提言と発展

- 15 回のメディア露出

Ⅱ フードバンク事例

- 「フードセーフティネット」関連で45回の投稿をする
- メディアで「フードセーフティネット」について100回触れる
- 「フードセーフティサミット」の結果
 - － 「フードセーフティ連合」による第一ステージの報告
- 第二ステージ段階の目標を発表
- 第二ステージ段階の目標達成のための公約
- 「フードセーフティネットサミット」の出席者
 - － 30 企業の方
 - － 30 NPO／福祉施設
 - － 25 フードバンク
 - － 40 社協
 - － 25 行政関係者
 - － 75 関係者

《セカンドハーベスト・ジャパン》

1) フードバンク活動開始に至った経緯

(目的)

最初の会議が2000年1月に行われたとき、炊き出し活動に参加していた山谷のリーダーたちと出会いました。

簡単な提携を組んだ当初の目的は、各団体の炊き出し活動のための食品を分け合うためでした。

初めの2年（2000年1月～2002年1月）は、自分たちの使命、配給の対象者、問題の捉え方や自分たちの目指す方向性で悩まされる期間となりました。

現在、私たちは自らの活動を“食品ロス”活動や福祉運動の一部として定義づけてはいません。私たちはただ、「余剰食品を集めて、必要とする人々に届ける」というフードバンク活動が好きなのです。

“すべての人々に食べ物を”＝食べ物へのアクセスを創る。

新しい形の非営利団体となることは、これまでと違う新しいフードバンクのモデルを生み出します。また、全てのステークホルダー（食品寄贈者、スポンサー、政府、地域社会など）を新たな方法で活動に巻き込むこともできます。

《キーポイント》

- ・ はじめの2年間は悩まされましたが、そのおかげで私たちは2002年3月に法人化する際、この団体の本質と方向性を明確にすることができました。
- ・ 自らの使命と、“なぜ”この仕事に加わっているのか明確にすることは非常に重要だと思います。理由をはっきりさせることは、その組織が“何か”を問うよりも大切だと私たちは考えるからです。
- ・ 明確な「価値（バリュー）」は強く健全な組織を生み出します。その「価値」は組織を成功に導く大きな決定要因となります。

(資源)

最初の食品保管場所は表参道のアパートの一室でした。その建物は友人が所有していましたが、後に取り壊されてしまいました。実際にその場所は2001年の終わりまで使用していました。

2002年3月、2台の中古のワゴン車が寄付されました。

2003年の8月までは倉庫もオフィスもありませんでした。

2002年3月11日に法人化してから、同年の4月1日に東京ユニオン教会婦人グループから1500万円が寄付されました

《キーポイント》

- ・ あなた自身の資金を使ってください。
- ・ あなたの持っていないものに対して“貧しい物の見方”をしないでください。
- ・ 創造性をもって業務に取り組んでください。
- ・ 資金を増やそうと活動する前に、経験を積んでください。

(人)

2000年1月、最初の会議は藤田寛さんと、活動家の方々、労働組合のリーダーたち、東京の山谷で働く信仰心の高い人々によるものでした。

II フードバンク事例

この会議で藤田寛さんとマクジルトン・チャールズ・アールは共同代表者に選ばれました。

5月には渋谷と新宿からの活動家たちがこの提携に参加し、湯浅誠さんは3人目の共同代表者となりました。（藤田さんは7月に脱退）

2000年11月、ジャパン・タイムズでチャールズを見たビーコン・コミュニケーションズ社が彼と契約をしました。彼らはボランティア活動に参加してくれました。後に彼らはキューピーの広告賞を受賞してイート・マガジンに掲載されました。その後もビーコンは1回目、2回目のロゴとウェブデザイン、プロモーション資料やコマーシャルまで手がけました。

2000年12月、チャールズは上智大学のカトリックセンターで定期的に会議を行うことにしました。これにより多くの外国人が参加するようになります。

2002年1月、チャールズは団体をNPOにすることを決めました。当初、組織にいた人のほとんどが、これまで活動に参加したことのない海外の方々でした。これまでの提携に参加していた人は誰もいませんでした。

非営利の仕事に対する給与と名声の低さから、スタッフを雇っても問題がおきていました。

現在、13人の有給スタッフがいて、毎週100人以上のボランティアがいるのは本当にありがたいことです。

《キーポイント》

- ・ 設立当初の時期は何かと問題が起きたり、すべての人が組織を続けられなかったりしますが、これは団体が成長する過程で自然に起こりうることです。
- ・ 定期的に会議を行うことは、興味を持ってもらい、周囲の共感を得るうえで重要なことです。
- ・ うまく成果を出せなかったときはやり直しましょう。
- ・ あなたのビジョンに共感し好意を持ってくれる人を探しましょう。
- ・ 周囲の人々とビジョンを共有し、人々のネットワークを保つことが大切です。
- ・ 人々を納得させようとするのではなくて、ビジョンを共有しましょう。

（相談者）

マクジルトン・チャールズ・アールは2000年夏に、ミネソタのミネアポリスにあるセカンド・ハーベスト・ハートランドと、シカゴのアメリカのフードバンクネットワークを訪れた。（当時はアメリカのセカンドハーベストと呼ばれていたが、2008年にフィーディング・アメリカに改名）彼は2001年に再びシカゴへ戻り、フィーディング・アメリカとシカゴ・フードデポジトリ（シカゴ最大のフードバンク）を訪ねた。

2001年の夏にチャールズは海外のビジネスグループと会い、事業計画を作り始めた。週に1度、約2時間の話し合いが6週間続いた。この時に生み出された事業計画のプロセスが現在の計画の基盤となっている。

この事業計画を作る時間は退屈なもので、大きな価値もないように思われた。しかし、後にこれは支援（人の支援、お金の支援、食品の支援）を生み出す手法で最も効果的なものの1つとなった。

《キーポイント》

- ・ できるだけ多くの人々とのつながりを持ちましょう。誰があなたを助けてくれるか、あなたのことを紹介してくれるかわからないので。
- ・ フードバンクの学生となり、多くのことを学びましょう。フードバンクを通じ日本を超えた私たちの関係は非常に貴重なもので何年も続くでしょう。

- ・ 事業計画を書いて下さい。長たらしく思うかもしれませんが、きっと利益を生むものです。
- ・ 意義（価値）が大切です。事業計画の意義をしっかりと伝えてください。その意義は、何年間でも何が大切で、何が大切ではないのかを判断するために役立つでしょう。何か難しい問題にぶつかったときにも、私たちが解決へと導いてくれます。
- ・ メインの出資者により、社外のアドバイザーグループがいくつか設けられました。（PAB, FAB, FSN）このグループは指針を提示する時や、あなたを重要な人物に紹介する時、組織の活動を促進させる際にとても大切です。

（なぜ法人化したのか）

2002年には約1万のNPO法人がありました。

私は、必要資源を得るためにはその団体が社会政治学的に正当であること（法人化すること）が重要だと考えました。

《キーポイント》

- ・ 法的な組織になるのは想定していたよりも簡単でした。
- ・ 法的組織として、その団体のすべての資産が個人名義のものではなく、団体が所有していることを保証する必要があります。
- ・ 法的組織として、あなたたちは社会の中で高い地位につくでしょう。
- ・ 私はNPO法人の方が一般社団法人よりも上であると考えています。

（法人化までの期間）

- ・ 簡単な提携が結ばれてから法人化までに2年かかりました。
- ・ 実際に資料を集め、役員を募り、設立総会をひらくまで約6～8週間かかりました。
- ・ 設立総会は2002年3月11日に行われました。次の日に提出書類を出し、政府が承諾したのは同年の7月25日でした。

《キーポイント》

- ・ 弁護士や法律家は雇っていません。
- ・ 事務作業をやっている人のほとんどが外国人です。
- ・ NPOセンターと政府機関は両方とも当NPOのコンサルティングを受けてくれました。彼らに相談してください。
- ・ 定款は標準的な形式で書かれていますが、あなたの活動において例えば何名の役員がいて、資金がいくらかかるか等、あらゆる場面を想定し考えてください。事実に基づいて定款に実現可能な形で変更を加え、総会で提出できるようにしましょう。
- ・ 理事会を担ってくれる友人や家族をしっかり考えてください。これは簡単な選択のように見えるかもしれませんが、あらゆる面で彼らはあなたを制約すると思います。

（法人化までのプロセス）

①個々の使命の確立（準備会にて）事業計画と行動計画

- a. 2000年12月、チャールズはフードバンクへの支援と興味を生み出すため、週ごとの会議を開き始めました。
- b. 2001年夏、自国を離れた実業家たちと、事業計画を作るための会議を始めました。

II フードバンク事例

- c. 2001年の秋の間、実際にフードバンクを設立するため、提携を組んでいたメンバーたちと合意に至るよう試みました。
- d. 2002年1月では合意に達することができず、出された決断は提携を解消するものとなりました。
- e. 2002年2月、正式に法人化に向けて動き始めました。

②フードバンク活動を開始するためのチェックリスト作成

- a. ビジネスを始めるようにフードバンクの創設に着手します。
- b. 関心度を見積もるためにフードバンクに関する情報ミーティングを行います。
- c. フードバンクが地域に本当に必要とされているのかどうか調査し答えを出します。
- d. フードバンクが持続できるのか、また誰によってなのか調査します。
- e. 利害関係者の中で中心となるグループを形成します。参加範囲が広がれば広いほど、成功の機会は多くなります。
- f. フードバンクに向けた共通のビジョンを作ります。「なぜ」に答えます。(参考資料10の「Simon Sinek's TEDx Talk」の原文を参照してください。)
- g. 明快な価値基準と財政モデルをもって詳細な事業計画を書きます。
- h. 地域の中で利害関係者と関係を築きます。(福祉施設、信仰に基づく集団、役人、食品寄贈者、

公益財団法人 セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス 設立までの歩み

セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス(2HJA)は2013年11月に内閣府の認定を受け公益財団法人として歩み始めました。
2HJAの目的は、中央行政とより密接な協力関係を築き、また全国のフードバンク同士のネットワークを通じて、日本におけるフードライフラインとフードセーフティネットを構築することです。

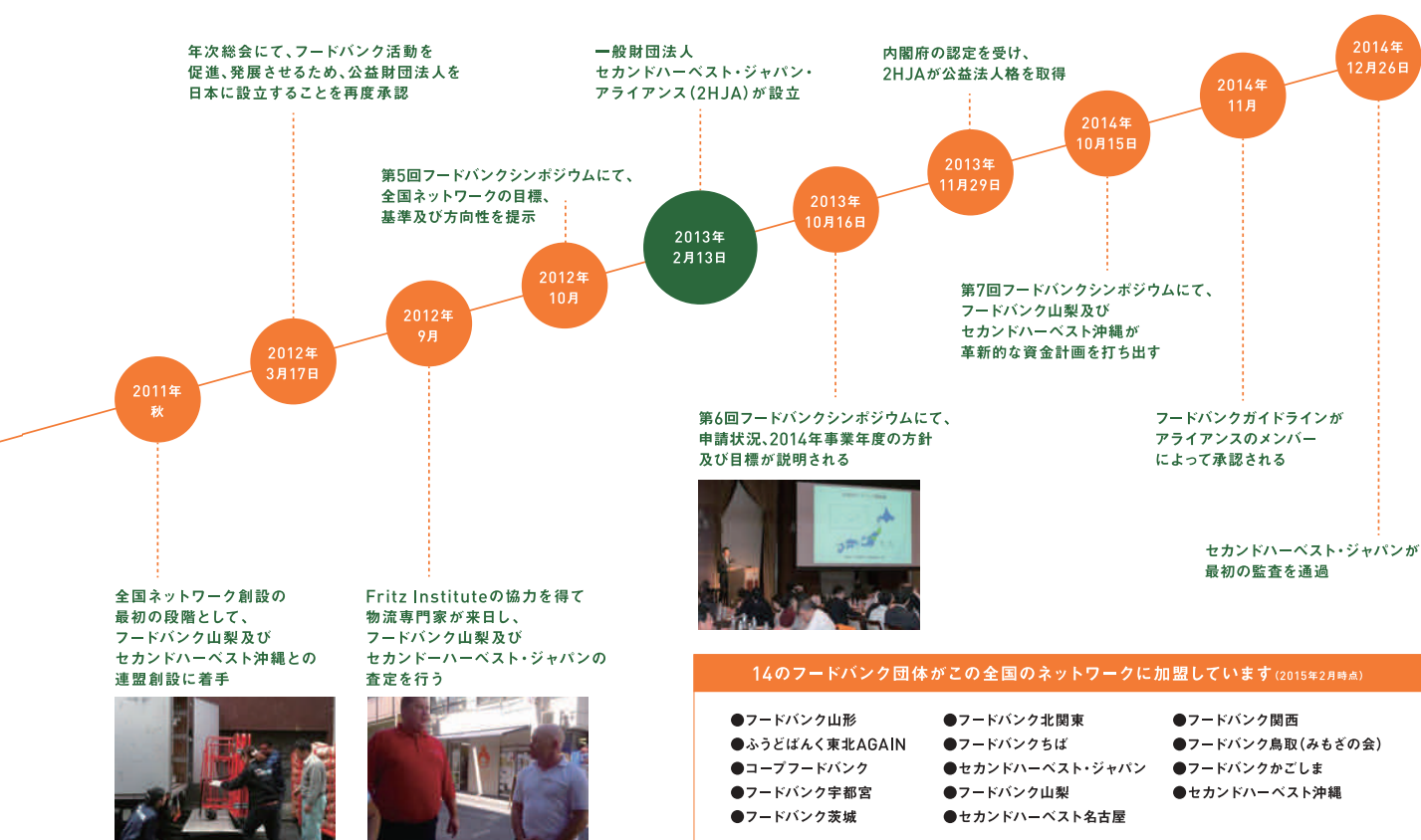


そして企業)

- i. フードドライブ、寄付食品の回収、そして配布（これはどの時点でも始めることができます）の
ようなフードバンクに関連した活動を始めます。
- j. 法人化するための意見の一致に至ります。
- k. 法人化に向けた予定表を作ります。
- l. リーダーを決めます。
- m. 設立総会を開催します。
- n. フードバンク運営を開始します。
- o. 事業計画の中で収入支出計画を実行します。
- p. 必要なときは、倉庫スペースや自動車を獲得します。
- q. もしふさわしいと考えるなら、職員を雇用します。

③フードバンク設立スケジュールの作成

- a. 必要な書類（NPO、一般社団法人）のリストを得ます。
- b. 定款を書きます。
- c. 財政計画を作成します。



II フードバンク事例

- d. 事業計画を作成します。
- e. 役員メンバーを決めます。
- f. もし必要であれば会員を集めます。
- g. 予定表を決めます。
- h. 印鑑を作ります。
- i. 設立総会に招待状を送ります。
- j. 設立総会を開きます。
- k. 銀行口座を開きます。
- l. 書類作業をファイルに閉じます。(必要な場合)

④重要な点

法人化する価値はあります。法人化するまでアライアンス（2HJA）の一員になることはできません。NPOはより広く認識されていて、より明白な報告基準があるためNPOになることをお勧めします。法人化することは思ったよりも難しくありません。

特定の事項の変更には、後で理事会か会員のどちらかからの承認が必要かもしれないため、それは総会を行うことを意味します。定款やほかの書類を書く際は詳細に気を付けてください。

法人化されなくても郵便局に募金口座を開くことは可能です。

口座を開くためには、あなたの銀行からの許可書を待たなくてはならないことを、心に留めておいて下さい。

最初の1、2年は食品寄贈者や財政出資者を得ることではなく、組織を創立することに集中してください。家を建てるようなものだと思ってください。何かを素早く建てるよりもしっかりした計画と基礎とともに良い建築家や大工がいた方がよりよいです。

2) 現在の運営状況

(資金)

①集め方

私たちは「いつかかなう」と考える夢ではなく、私たちが持っている資金と仕組みの原理に基づいて運営してきています。

私たちは寄付を懇願しません。資金集めの行事也没有ありません。

私たちは3.11のあと大きな寄付をお断りしました。そして2011年4月に入った最初の3週間、ウェブサイト上で東北支援にむけたはっきりした計画が決まるまで大きな寄付は受け入れませんということを掲載しました。

私たちは寄付の前に結びつき（関係）が第一だと信じています。つまり、結びつきは取引であるべきではないということです

意思の疎通を図る相手の言語に合わせる必要があります。金融関係の人と話すときは「寄付すること」というよりも「投資すること」を考えてください。彼らはお金を投資するための信頼できる環境を見えています。

人々は成功していて健全な団体に寄付をします。「私たちはお金が必要です。」はもっとも資金を引きつけます。

人々が記憶できる、あるいは関係する良いストーリーを持って下さい。

②計画

支出と収入を両方含む財政モデルを作成してください。

1000 円分の寄付でどのくらいの食事とサービスが提供できるのか示せるようにしてください。これはより具体的なものです。

三種類のモデル（期待する、控えめな、楽観的な）とそれぞれのシナリオを作成してみてください。

収入の主な出所はどこから来るのか考え、それに焦点を当ててください。上手くいっている非営利団体は、33%を個人から、33%を企業からそして 33%を財団から収入を得ることでリスクを分散化しています。

フードバンクにおいて、食品寄贈の価値を収入として、そしてサービス内容（プログラム）を支出として計算することは適切です。これによって組織の見え方が変わります。

収入は重要ですが、実際の資金を増やそうと活動する前に、経験を積むことが大切です。

③色々な例

資金集めの行事（コンサート、お祭り、夕食会、パーティー）は時間がかかり、必要経費を差し引いた後に多額のお金が集まるわけではありません。しかし、それらは情報交換や関係を強化すること、非営利の知名度を上げることにもつながるので、他の目的として機能します。

直接的なお金の要求はたいていうまくいきません。もし人々がその団体はお金を使い果たしてしまった信じたら、彼らはお金を寄付したくないと感じるからです。

コーズリレーティッドマーケティング（CRM）は効果的です。2011 年にブリティッシュ航空は東北の人々を支援するための CRM を用い、2,000 万円以上私たちのために調達してくれました。

政府資金（MAFF、WAM 等）は厳しく限定されていて資金はプロジェクトが終わるまで支払われません。

日本の個人寄贈者はとても少なく、新しい寄付者を確保するのも易しくはないです。

私たちは FY2014 において以下のように¥80,912,866 の財政支援を受けました。

- －会社（79%）
- －財団（9%）
- －個人（8%）
- －宗教法人／学校（2%）
- －その他（2%）

④資金集めと協力関係の構築

歴史的に私たちの資金は、勤める会社に寄付を勧めるボランティアの方々に起因します。

定期ボランティア活動は企業にとって私たちを支援しようと決める最善の方法を提供していると理解しています。

二次的な情報はプロフェッショナルアドバイザーリーボード（PAB）のメンバーを通しています。彼らは彼らのネットワークを駆使して私たちのストーリーを共有してくれます。

2HJ は関係づくりと信用の構築を第一に重視します。寄付が私たちの目標に合わない限り、そして関係が築かれない限り、その寄付は前に進めません。

2005 年に Nu Skin Japan は 2HJ に冷蔵トラック（450 万円）を購入することについて話を持ちかけ

Ⅱ フードバンク事例

てくれました。最初私たちは同意しましたが、有給職員がいなかったためそのトラックを十分に有効活用できないと分かったとき私たちはその提案を断りました。その社長は私たちの誠意に感謝し、これからも引き続き2HJを支援すると誓ってくださいました。Nu Skin Japanはその後多大な資金の提供だけでなく4トントラックと1.5トン冷蔵トラックを購入してくださいました。

2HJは私たちが必要な資金を得るための社会資本の価値を信じます。全記事はⅦ-1「フードバンク開拓事例」で見ることができます。

(食品の集め方)

①食品企業

■食品企業の信頼を得るためには

- ・2HJは寄付を懇願しません。
- ・私はミーティングで潜在的な寄贈者に伝えます。「御社の商品よりも協力関係と信頼関係を望んでいます。そのために努力します。ある会社では、最初に商談してから寄贈品を受け取るまでにわずか3週間しかかかりませんでした。別の会社の場合は5年もかかりました。私たちはどちらでもいいのです。御社のペースに合わせて商談を進めます。」

- ・信頼関係はもっとも重要な財産です。どんな犠牲を払ってもそれを守らなければいけません。あなたの行動は合意した内容と、あるいは期待させている内容とが合致していなければなりません。

・信頼関係を築く3つの方法

- 潜在的な寄贈者に彼らの食品がどこに届けられるのかを見せます。多くの食品企業は山谷や福祉施設を訪ねたことがありません。団体から寄付が何を意味するのかを最初に福祉施設から聞くことが食品企業にとっては高いモチベーションにつながります。「初めて福祉団体に訪れました。これは日本かと驚きました。ますます弊社がやるべきだと思いました。」

- 合意書を交わします。この合意書は双方がその内容について合意に至ったことということを明らかにします。会社側には「急ぐ必要はなく、時間をとって合意に達すべきである」ということをはっきりさせます。

- FABに招待します。FABに関して2つの決まりがあります。1) 寄付を懇願しないこと 2) 話した内容は外部に公表しないこと。潜在的な寄贈者がこのミーティングに出席するとき彼らは他に出席している主要な寄贈者たちを見ます。また彼らは主要な寄贈者の企業にその経験を尋ねます。同業者の食品企業から彼らの寄贈経験を話してもらうことは私たちが同じことをするよりもはるかに強力です。潜在的な食品企業はその情報を会社に持ち帰り、それは寄贈の同意書に至るまでにおいて役に立ちます。

- ・透明性：企業が要求した書類を要求されたときに提供します。透明性の高い運営を行います。もし特定の商品を扱えない場合は会社に伝えます。企業の人が見つけるより先に問題を企業に伝えます。

- ・寄贈者のニーズや関心事に耳を傾けます。フードバンクが起こす一番大きなミスは企業に食品の寄付をするように説得しようとすることです。あなたの役割は彼らの心配事や関心事を理解することです。これは話を聞き、質問をすることを意味するのであって、活動を促進することではありません。潜在的な寄贈者が彼らの食品を第三者に預けるとなると、当然ながら心配を抱きます。あるアクシデントがその会社に言い表せない多額の金銭的損失を与え、もっと重要なことはそれが原因で会社に対する世間の信頼を失墜させることです。あなたの役割は最初に彼らの心配事を学び理解することです。

・パートナーシップ 平等関係：2HJ は交渉する際に平等関係という言葉は使いませんが、それが私たちにとって一つの中心的な価値です。私たちが奉仕する方々に彼らを上から目線で接していないことを理解してもらうことが重要だと信じます。それは寄贈者とパートナーである私たちから始まります。パートナーシップにおいて両者（寄贈者とフードバンク）に利益をもたらします。

■ 食品企業が考えていること及び寄付に関する立ち位置

- ・企業は寄贈食品で誰かが健康を害した際の責任に関して懸念しています。
- ・日本は世界においてもっとも厳しい食品基準がいくつかあります。フードバンクは寄贈品を受け入れるためにそれらの基準を満たす準備をする必要があります。
- ・企業はブランドイメージに関心があります。炊き出しか、特別なイベントか、サロンかどこで寄贈品が使われるか制限を設ける企業寄贈者も存在します。
- ・企業は大概寄贈することに関心がありますが、最初にリスクマネジメント審査を実行しなければいけません。

■ 外部有識者会議（FAB）の重要性

- ・最初の FAB ミーティングは 2007 年 5 月 24 日に開催されました。
- ・FAB の目的と役割は以下の通りです。
 - 食品産業と彼らが寄贈することに対して抱く心配事を学ぶこと
 - 私たちの考えを共有しフィードバックを得ること
 - 食品会社が参加できるフードバンク制度を発展させること
- ・利点
 - 現在の寄贈者と関係性を強化します（Ⅶ－1「フードバンク開拓事例」を参照下さい）。
 - FAB メンバーが他の潜在的な寄贈者に私たちを紹介するため、フードバンクのチャンピオンになっています。これが新しい寄贈者を得るための大きな源です。
 - FAB は食品企業が集まりネットワークを広げる場所となっています。
 - FAB は Food Bank Guidelines の策定、フードバンク衛生管理監査プログラムを策定、また公益財団法人セカンドハーベストジャパンアライアンスを通して全国ネットワーク化で重要な役割を果たしました。
 - FAB のメンバーは私たちが情報を公開しないと知っているためミーティングの外で相談することができ、率直な意見を聞くことができます。さらに彼らは私たちが誰なのか、そして運営のレベルを分かっています。そのため彼らの意見は私たちが置かれている状況に一致します。もし私たちが適当に食品会社を呼んで彼らの意見や助言を求めても決してこういったことは起こらないでしょう。
 - 頻度：年に 4、5 回
 - メンバーシップ：非公式で食品産業やロジスティクス産業に関連していればどんな企業でも受け入れています。過去には政府官僚や政治家にも出席していただいたことがあります。

② 農家

農家からも寄贈品を受け入れています。
過去には落ち穂拾いも行いました。

II フードバンク事例

ビジネスにおいて企業からの農産物を受け取っています。

③個人

個人からも寄付がありますが、全体と比べると量は比較的に小さいです。

個人からの寄贈品は福祉施設では容易に使えないことが多いですが、貧困に苦しむ世帯への個人支援には適しています。

④フードドライブ

フードドライブはより人気が出てきています。

いまだに知らない人から食品を集めることを気かけ、フードドライブに参加しないという機関（学校、教会、ビジネス）もあると理解しています。しかし、国際的な機関はフードドライブをすることに何の問題もなく、私たちは定期的に学校、教会、そして企業もフードドライブに参加しているのを見してきました。

3) 5年後のありたい姿

①フードセーフティネット

食品を必要としている人たちへの直接的支援を提供する行政機関、社会福祉協議会、宗教団体、非営利、そして地域グループのネットワークを作ります。

このセーフティネットは東京にいる 100,000 人をカバーすることができます。

日本独特なものとなりその文化の最も良いところを反映します。

②フードライフライン

毎年 5,000 トンの寄贈食品を扱うためにハードウェア（トラック、倉庫スペース、他の細部計画）とソフトウェア（人々、ネットワーク、ソフトウェアシステム）の両方を機能させます。

③社会資本 / 地域

フードバンクは図書館、病院、野球場と同じように一般的になってきています。

一般の人々はフードバンクを地域にとって有用なものとして扱います。「これが私たちの地域で役立っているフードバンクです」と。

「社会資本」ですので私たちはフードバンクを図書館、病院、運動場と同じようにサポートします。

④ 2020 年オリンピック

2020 年の東京オリンピックに来る外国人観光客に日本の良さを反映するフードバンク制度を見せます。

私たちは日本らしいフードバンク制度の在り方を披露します。

フードバンクに関わる全ての関係者の尊厳と向上心を尊重し、持続的かつ包括的な方法で、余剰食品が現実的な社会ニーズに合ったシステムを構築してきたことに誇りをもちます。

2. フードバンクセカンドハーベスト沖縄

1) フードバンク活動開始に至った経緯

(目的)

食品生産者、卸業者、小売業者、個人あるいは行政組織から余剰食料を回収し、当該食料を非営利団体等や生活困窮者など当該食料を必要とするまたは活用する人々に無償で提供する事業を行うことにより食料廃棄物の削減を実現し、もって持続可能な循環型社会の実現に寄与することを目的としています。

(人)

2015 年ボランティア 20 名

(相談者)

セカンドハーベストジャパン・沖縄県労働者福祉基金協会・那覇市 NPO 活動支援センター

(何故法人化したのか?)

社会的な名度と信頼度を上げることを目標にしました。

(法人化までの時間)

4 か月間 (8 月～12 月)

(法人化までのプロセス)

理事を選定し、何度かの理事会を経て、さまざまな NPO 法人の定款等を参考にしながら、NPO 法人化を目指しました。

(法人化前・法人化後での違い)

法人格を取得する前から定期で食品の寄贈を受けていた食品企業もあり、法人化したという理由で、食品の寄贈が増えたという感じはありません。

2) 現在の運営状況

(資金：集め方、計画、事例、関係構築など)

助成金、会員、募金箱設置、寄付金、昨年までフリーマーケットへ参加し資金造成

(食品の集め方：「食品企業」 信頼を得るには? 食品を寄付する事の立ち位置は? F A B の必要性は? 「農家」、「個人」、「他」)

当初は、ちらしを作り、それをもってフードバンクの紹介という形で、食品関連企業を回りました。すぐに食品の寄贈が始まったのではなく、いただいた名刺の先へ広報誌や季節の便り等を送り続け、数年たってから食品の寄贈がはじまるといった企業もありました。社会的にも大きな影響があったのは、やはり地元の新聞に大きく取り上げてもらったことだと思います。信頼度はぐっとあがり、そのことが

II フードバンク事例

きっかけで企業側からの連絡も増えました。

その後は地元企業同士の紹介などにより食品の寄贈も徐々にですが、増えました。現在は、地元企業に加え、アライアンスに加盟したことで、2HJ 経由での食品の寄贈も増えています。もったいない食品を協働で生かすというスタンスで企業との関係を築いています。

個人の方からの食品の寄付に関しては、新聞の無料告知欄に食品の寄付をもとめる記事を載せてもらったり、さまざまな場所でちらしを配布して寄付を募ります。定期的に郵送で送って下さる方など遠方からも届きます。

また沖縄になる米軍関係者からも食品の寄贈も頻繁にあることも沖縄の特徴です。

その他、市役所などの行政のほか、大手企業からも備蓄品に寄贈は最近頻繁に増えてきています。備蓄品はすぐに食べられるものが多く、個人世帯への寄付に大きく貢献しています。

(フードドライブ)

当法人主催で行う場合は、講演会やスポーツイベントなど、人が集まるイベントに乗じてちらしにも掲載してもらい当日参加者に持ち込んでもらいます。

その他、福祉団体等が当団体の協力としてイベント内で行ったり、通年で寄付窓口として行っているところもあります。

また、個人も同様に結婚披露宴等個人的なイベントで、楽しみながらフードドライブを行っている人たちもいます。

(個人支援活動状況など)

活動2年目から、個人世帯への寄付を始めました。個人世帯へお渡しする際は、必ず福祉の窓口等の中間団体を経由して行っています。その際は、連携確約書を年度ごとに結び、都度食品の取り扱いについて契約を交わしています。個人世帯との面談などは窓口の職員に一任し、食品の依頼、受け取り、個人への手渡しも窓口の職員にお願いし、役割を分けています。

(食品配布・引き取り対象はどのようなところか?)

沖縄本島内市町村窓口、沖縄本島内社会福祉協議会、沖縄本島内児童養護移設、地域包括支援センター、障がい者自立支援窓口、ホームレス支援団体、NPO 法人など

(マッチング方法)

企業から提示された数量をフードバンクがそれぞれの団体に見合った数を割り当てし、fax で認証確認を行う。その他、すべての施設に準備できないものは、順番で声掛けしています。

(トレースの方法：トレーサビリティとは？ 何故必要か？、どのようにしているのか?)

食品の寄贈を行う企業へ、どの食品がどこへ寄付されたのかを記録し報告を行うことは、企業にとってもフードバンクへ安心して食品の寄贈を行うことができる。また、食品の寄付先をきちんと把握している事は、万が一問題が出た場合に、その行方をすぐに確認することが可能で、食品回収等を迅速に対応することができる。そのために記録を取ることはとても重要だと考える。また、企業の要望でバーコード番号の記録を行う場合もある。

現在の記録の方法としては、独自で作ったエクセルフォームに入力。今後は、ネット上で食品の管理

ができるシステムを構築し、移行する予定である。

（具体的な配布方法：食品の配送・配布・引き取り・直送など）

個人世帯に対しては、窓口の職員にフードバンクまで直接引き取りをお願いし、その後個人世帯へ配布いただいています。その他、施設等へは荷物が到着する時間帯に合わせて、受け取りをお願いしています。できない施設のみ配送しています。

（食品の保管方法：倉庫・冷蔵庫・冷凍庫など）

業務用冷蔵庫と冷凍庫は寄贈品でいただきました。

（保有設備について）

軽自動車バン、軽冷凍冷蔵庫。

（組織と人：組織図、責任の所在、働く人、有給・無給専従スタッフ、ボランティア、プロボノ、インターンなど）

理事 3 名、他ボランティア 20 名。

（直面する課題）

安定した運営資金の確保。人手不足。依頼に対して食品の寄贈が大幅に足りない。

（5年後のありたい姿）

運営を安定して行うためにも、全体予算の 30% を会費で賄える程度の会員数を増やすことと、他にも収益が見込める自主事業を展開していきたい。そのために、有給スタッフを 5 名置くことが目標である。スタッフの充実により、事務局運営が安定し、さらに広報にも大きく力を注ぐことが可能となり、同時に食料寄贈が増えるものとする。現在は食品の需要に対して供給量の不足が顕著であるが、安定した食品の確保と寄付を行えるようになることで、これまで以上にもったいない食品の確保と有効活用を行っていきたい。また、沖縄本島全域へ迅速に食品を届けるために、中部や北部でも食品が受け取れる場所を設置し、さらに離島にも対応できる体制を整えていくことも目標の一つである。

3. フードバンクかごしま

1) フードバンク活動開始に至った経緯

(目的)

2011年3月11日に発生した東日本大震災の被災地へ鹿児島から長期継続的に支援できることはないかと考え、家庭内で余っている食品を持ち寄って被災地へ届ける活動を開始。

被災地支援活動が続けるうちに、今後、鹿児島で災害が発生した際に公的支援が届くまでの間を共助できる支援体制をつくる必要があることに至り、フードバンクかごしまとして有事に備えた食料庫を置き、平時にはフードバンク活動を通じて食品の配送ルートや食の支援を必要とする人々、ボランティアの受け入れ体制など、災害時に備えた活動とフードバンクによる地域の食品ロスの問題と福祉の向上を目的としている。

また、フードバンクかごしまの立ち上げ時から持っているビジョンとして、企業や行政、社会福祉法人、NPO、有識者、生活者など多様な主体と協働することでフードバンクを創っていくことと、行政からの助成金や補助金に頼りすぎずに、ソーシャルビジネスの観点からファンドレイジングなどを組み合わせ、バランスをとってフードバンクを運営していくことを目的としている。

(資源)

資金、事務所、倉庫、配送車すべて無しで活動をスタート。自宅を拠点に必要なに応じてレンタカーを使用した。1年後、鹿児島市が管理するインキュベーションスペース、ソーホーかごしまに入居、鹿児島市役所内に事務所を置くことによって行政との関係構築や入居条件をクリアしたことによる社会的信頼を得ることができた。また、定期的に鹿児島市のインキュベーションマネージャーからNPOの運営に関して指導や助言、他入居企業との連携など図りながら活動に取り組んだ。





倉庫に関しては、知人の農家が鹿児島市役所の周辺に空き店舗を保有しており、入居者が決まるまでの間、食品を保管する倉庫として無償で提供してもらった（現在は入居者がいるが、ご好意で倉庫部分を利用させてもらっている）。

また、運搬用の車両についても知人の車の代替えに合わせて、無償で譲ってもらった。

（人）

人材については、立ち上げ当初から代表者1人で実質活動しており、フードバンク活動を共感させるのに難しかったが、少ない量でも食品配送を1人で行わず、他の人と一緒に行くことで、活動に対して共感する人たちを増やしていった。

Ⅱ フードバンク事例



（相談者）

立ち上げ当初、起業家育成を目的とした NPO 法人に参画し、鹿児島県の委託事業で鹿児島県内のソーシャルビジネスの従事しており、フードバンクの立ち上げや運営手法については、社内や他のソーシャルビジネスの経営者が相談者となり支えてくれた。



（法人化後、定期的に寄贈を受けるまでの時間）

立ち上げ当初は、自宅を事務所兼倉庫としていたので、活動のPRの場として、NPOと企業、行政のマッチングイベント等に参加し、フードバンクのシステムや社会に与える効果などをプレゼンテーションすることで理解を得ることに努めた。結果、鹿児島県内の食品関連企業や農家からの寄贈を受けることができた。また、他のフードバンク団体（2HJ やフードバンク九州）などとの連携によって、安定した食品の確保に繋げていった。

2）現在の運営状況

（資金：集め方、計画、事例、関係構築など）

行政からの補助金や助成金に頼りすぎずに、寄付や賛助会費、収益事業とのバランスを取りながら運

II フードバンク事例



NPO/NGOを誰でも簡単に無料で支援できる！新しいボランティアのカタチ | gooddo(グッドド) gooddoとは？ マガジン インタビュー 動画

gooddo

♡シェアで10円の支援に！
このページをシェアすると、「フードバンクかこしま」へ10円の支援金が届けられます。(5/30まで・上限1,000シェア)

ホーム 団体をさがす カテゴリをさがす 課題解決Q&A 団体名やキーワードでさがす 検索

トップ > 団体からさがす > NPO法人 フードバンクかこしま

♡今ならあの話題の商品購入で、なんと2,500円の支援金が届けられます！(6/27まで)
以下のリンクから購入すると、支援金が「フードバンクかこしま」に届けられます。

健康的に美ボディに
今話題のミネラル酵素グリーンスムージーの初回購入(送料無料で)するだけで、「フードバンクかこしま」に支援金が届けられます。

支援額 2,500円

»支援できる商品をもっと見る

※サポーター企業と団体は、直接的な関係があるわけではありません。

NPO法人 フードバンクかこしま

このページの訪問者数 6,858人

自然/環境問題 人権/命

「フードバンクかこしま」の応援ポイント
現在開催中の期間： 6月23日(月)～6月29日(日)

今週残り 3日 現在 21,050 pt ポイント順位 43位

ゴール4まで達成済！(¥2,000)
ゴール5(30,000pt=¥3,000)まで、あと 8,950pt！

応援ポイントとは？

♡毎日のクリックで応援する 20～1,000ポイント
応援する！ボタンをクリックするだけでポイントが貯まり、「フードバンクかこしま」を無料で支援することができます。(毎月最大30,000円)

本日はクリック済です。明日もお待ちしています！
さらにカテゴリページでも応援が出来ます！

♡いいね！で応援する 100ポイント 10円支援

営資金の確保を目指している。直接寄付だけでなくクラウドファンディングなどの活用や収益事業として災害用非常食の販売を行っている。また、事業計画を作成することで計画する事業規模に合わせたのファンドレイジングなどを行っている。

災害用非常食の販売については、販売による資金の確保だけでなく、賞味期限前に寄付してもらうことでの安定した食品の確保にも繋げている。

（食品の集め方：「食品企業」信頼を得るためには？ 食品を寄付することの立ち位置は？ FABの必要性は？ 「農家」、「個人」、「他」）

フードバンクかごしまは、食品企業に対して食品の寄付を呼びかける営業活動を積極的に行っていない。食品の寄付よりも企業との信頼関係の構築こそが、のちの食品寄贈に繋がると考え、アドバイザーボードへの参加やシンポジウム等へ参加してもらい信頼関係が構築されてからの食品の寄付を受け入れるようにしている。また、提供された食品については寄付された物として取り扱うのではなく、預かっている食品として扱い、提供先の福祉施設や生活困窮者支援団体に対して企業の食品に対して考える「思い」を必ず伝えるようにしている。

信頼関係構築後は、他の食品企業の紹介や食品配送の際のボランティア派遣など食品の提供以外でもフードバンク活動への参加に繋げている。



（フードドライブ）

食品提供者が特定できる、企業や商工会、学校などからのフードドライブやイベント等の参加で対面での食品提供は積極的に受け付けているが、食品提供者が特定しにくい無人対応によるフードドライブに関しては行っていない。理由としては、食品の提供だけがフードバンク参加だけでなく、フードバンクに対して理解してもらうことで社会全体を巻き込めると考えているからである。

（個人支援活動状況など）

フードバンクガイドラインの基本理念にある、「福祉施設や生活困窮者の支援団体等へ届ける活動」の通り、個人に対して、直接食品を提供するところに行っていない。個人からの問い合わせについては、生活困窮者支援団体を紹介し、その団体を通じて食品提供を行っている。

（食品配布・引き取り対象はどのようなところか？）

児童擁護福祉施設、母子寡婦生活支援施設、ホームレス支援団体に関しては、無条件で食品の提供を行っている。ひとり親世帯支援団体、高齢者生活支援団体、障がい者生活支援団体については、食品の使用方法や利用頻度などを事前に協議してから食品提供を行い、社会福祉協議会や行政に対しては、そのほかにもフードバンクを利用することで地域に与える影響や効果、社会的意義などを協議したのちに食品提供を行っている。

（マッチング方法）

電子メールなどを利用して、受け取り施設・団体へ食品情報を送り、利用者人数に応じた利用量、保管方法、賞味期限などが確認でき次第食品の提供を行っている。ただし、保管している食品の種別や量によっては一部の受け取り施設・団体のみとマッチングを行うこともある。

（トレースの方法：トレーサビリティとは？ なぜ必要か？ どのようにしているのか？）

企業などから預かっている食品をどのように、どこに、どのくらい提供したという情報を提供企業に報告することは、信頼関係の構築だけでなく、万が一に備えた管理など、食品を取り扱うフードバンクにとって最も大事なことと考えている。

立ち上げ当初は、パソコンでデータ管理だけで行っていたが、FAB などを通じてデータだけでなく受領書のやりとりでの管理も併せて必要ということになり、現在では受領書とデータでの管理を行っている。

（具体的な配布方法：食品の配送・配布・引き取り・直送など）

コストの削減のため、基本的にはフードバンクかごしまの倉庫での引き渡しを行っている。ボランティアが活用できる日に関しては、施設・団体まで食品を配送する場合もある。この場合は、単に食品を施設・団体へ届けるだけでなく、ボランティアに対して、受け取り施設・団体の現状を知ってもらうことや施設利用者とコミュニケーションが図れるようにしている。

（食品の保管方法：倉庫、冷蔵庫、冷凍庫など）

基本的には、常温で保管できる食品のみを取り扱い、冷蔵・冷凍が必要な食品については種別や量によって受け取るようにしている。また農作物に関しては、受け取る施設・団体と利用量や保管方法などマッチングできた場合に限り受け取っている。

（組織と人：組織図、責任の所在、働く人、有給・無休専従スタッフ、ボランティア、プロボノ、インターンなど）

現在、有給専従スタッフは2名、非常勤理事が4名、監事1名。

ボランティアは鹿児島県内の大学生を中心にフードバンクかごしま学生チームを設置し90名以上の学生が活動を行っている。学生を中心にボランティアを組織することで、フードバンク活動をSNSなどで拡散し、共感の連鎖に繋げ、学生以外のボランティアも増加することに繋がられている。

プロボノに関しては、IT 関連、金融機関、行政職員、有識者、食品メーカー、広報、環境関連企業などで構成される第三者諮問委員会を通じて、それぞれの立場の目線で毎月1回、フードバンクかごしま



まの現状確認と今後のあり方についてアドバイスしてもらっただけでなく、個別の案件やファンドレイジングについても積極的に協働している。

インターンについては、学生の長期休暇に合わせて活用しており、フードバンクかごしまと学生チームの調整や橋渡しの役割を行っている。

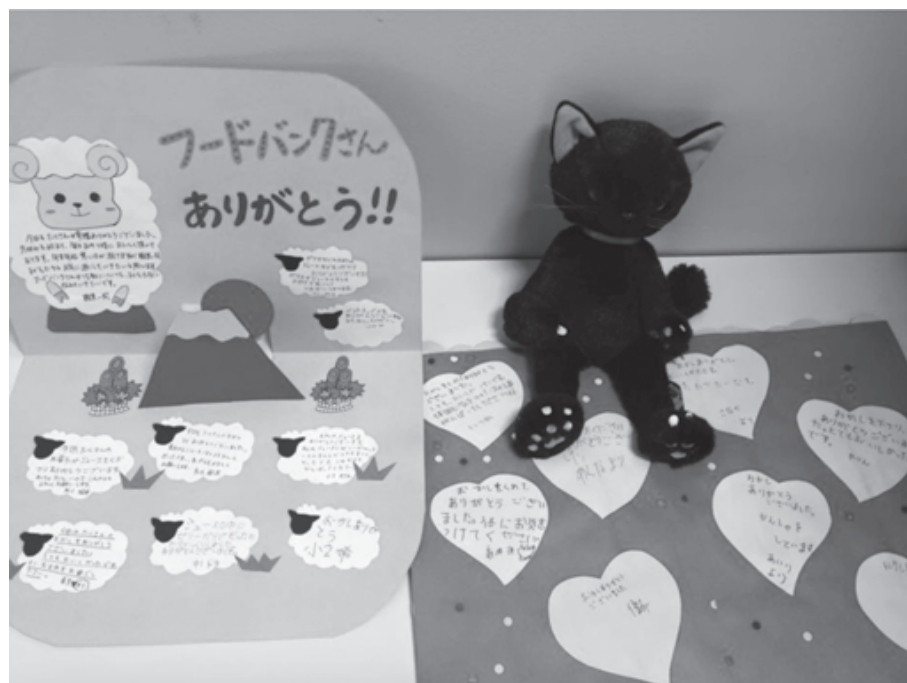
（その他）

フードバンクかごしまでは、これまでのフードバンクに対する世間のイメージである、「食品ロス削減」「貧困問題」「奉仕活動」などのネガティブな考えから、「楽しい」「面白い」「カッコいい」「若者の参加」などポジティブな印象を与え、より積極的に誰もが参加できるように取り組んでいる。

ホームページやメディアを通じての見せ方にも専門家を交えながら戦略的に考えながら取り組んでいる。

また、多様な主体が参加（食品の寄贈、時間の寄贈、お金の寄贈）しやすくなるように、フードバン

Ⅱ フードバンク事例



クを通じての環境や福祉への効果だけでなく、食育や防災、地域コミュニティの活性化などフードバンクの可能性に対しても積極的に情報発信している。

（直面する課題）

直面する課題としては、事業規模に応じた人材の確保であり、事業規模を拡大させながら必要な資金を安定して確保していかなければならないと考えている。具体的には、ファンドレイジングの拡充と行政や社会福祉協議会など各関連機関と協働によるコストの分担、企業との協働を進めている。

また、安定して食品を確保するためには、大手食品関連事業者との関係構築も必要であり、鹿児島のような地方フードバンクからどのようにアプローチしていき、信頼関係を築いていくのかも課題として挙げられる。

3) 5年後のありたい姿

5年後、まずはフードバンクかごしま自体が10年目になるので、NPO法人として長期継続して活動ができるように、人材の確保のためのファンドレイジングを含めた資金の確保。

また、離島を含めた鹿児島県内全域で活動が根付いていけるように、各関連機関との協働による食品保管場所の確保や食品受渡し拠点の拡充。

企業や行政、社会福祉協議会、NPO、大学、生活者など多様な主体と、より積極的に協働を図りながら、フードバンクが社会全体を巻き込んで活動できる体制を創ることで、食品ロスの削減や生活困窮者支援を含めた地域福祉の向上だけでなく、大災害発生時への共助としての備え、若者への食育、地域コミュニティの活性化などフードバンクの可能性についても取り組めるようにしていく。

4. 認定特定非営利活動法人フードバンク関西

1) フードバンク活動開始に至った経緯

(目的)

「食べ物は命の糧、大切にしたい。」というのがフードバンク関西の活動ミッションです。日本でおびただしい量のまだ食べられる食糧が製造、流通、外食産業、家庭で廃棄されているにもかかわらず、その一方でその日の食べ物にも事欠く人達がたくさんおられ、かつ増えている現実があります。フードバンクのボランティアがその両方を繋ぎ、企業から提供された食品を、支援を必要とする人達に届ける役目を果たせば、廃棄されるかもしれない食糧が、命を繋ぐ糧として本来の価値を全うでき、支援を必要とする人達の日々の食生活を豊かにして明日への活力とすることが出来ます。

(資源)

活動開始時はゼロスタートでした。

(人)

2003年4月当初は、3～4人のボランティアで活動を開始しました。友人、知人をボランティアに勧誘して8月には10人近くになりました。法人化するまでは、ガソリン代、高速料金全て自前でした。

(相談者)

活動開始について特に相談した人はありません。但し、2003年4月当初の任意団体フードバンク関西の設立者は米国人ブライアン・ローレンス氏で、彼はアメリカにいる間にフードバンクのボランティアをした経験があり、アメリカのフードバンクをイメージして関西地域でフードバンク団体を設立したいと考えて行動を起こしました。しかしながら、彼は5カ月後の2003年8月に仕事の関係で出国したので、その後はそれまでに関わっていた日本人のボランティアで活動を継続するかどうか議論し、継続を決め、NPO法人化のための設立総会を行いました。

(何故法人化したのか?)

2003年4月に任意団体として活動を開始しましたが、銀行口座を作って運営資金を管理したり、対外的に、特に企業との交渉をする際には、個人名では交渉相手として認知されないと考え、活動開始当初から法人化する必要があると判断し、定款等の準備は進めていました。

(法人化までの時間)

2003年8月31日 NPO 法人設立総会。

2003年10月 NPO 法人設立のための申請書類を兵庫県に提出。

2004年1月兵庫県からの認証を得て、NPO 法人登記。

(法人化までのプロセス)

兵庫県に問い合わせ、申請書類を取得し、2カ月かけて書類の準備を行いました。

（法人化後、定期的に寄贈を受けるまでの時間）

2003年4月に任意団体として活動を開始した当初から、外資系量販店から食糧の提供を日曜祝日を除く毎日受けました。その後も他の外資系企業からは法人化以前に食糧の定期的提供を受けることが出来ました。日本企業からの食品の提供を受けるのには、1年半位の時間を要しました。

（法人化前・法人化後での違い）

法人化していなければ、日本の企業とは交渉出来なかったと思います。

（何故認定を取得しようとしたのか？）

フードバンク関西は、フードバンク事業しか行っていないので事業からの収益はありません。運営資金の調達は全て活動趣旨に賛同して下さる一般市民、団体からの寄付に依存しています。認定NPO法人化を考えたのは、より多くの個人、企業からの寄付を集める必要があり、寄付を受けやすい認定NPO法人となることが必須と考えました。

（認定取得までのプロセス）

2006年7月頃、大阪国税局に事前相談に出向き、担当者から認定NPO法人格取得が可能との判断を得て、申請書類の準備に入りました。

2007年1月申請書類を提出。

2007年11月認定NPO法人格取得。12月1日から2年間の期限で認定NPO法人となりました。

2009年認定NPO法人の継続認定のための申請を行い、10月再認定を受けました。認定期間は5年間です。

2012年の法律改正により、認定NPO法人の所轄庁が国税庁から各都道府県に移管になりました。

2013年兵庫県に認定NPO法人の申請手続き書類を提出。

2013年12月27日付で兵庫県から認定NPO法人と認定を受けました。認定期間は5年間です。

（認定取得前後での違いは？）

認定NPO法人になったということで、寄付が急に増加したということはありません。しかし、寄付者が継続して寄付をするについては、認定NPO法人であることが有効に働いていると感じます。認定法人化することで期待していた企業からのお金の寄付はほとんどなかったのですが、食糧の提供申し込みを企業からしばしば受ける等、食品提供企業数は増加しました。企業との交渉時には、認定NPO法人格を取っていることで当法人に対する企業からの一定の信頼を受けることができています。

2) 現在の運営状況

（資金：集め方、計画、事例、関係構築など）

運営資金は、活動趣旨に賛同して毎年継続して寄付をして下さる賛助会員の年会費と、一般市民からの寄附、そしてそれでは不足する場合に民間福祉財団の助成金に応募しています。

（食品の集め方：「食品企業」信頼を得るには？ 食品を寄付することの立ち位置は？ FABの必要性は？ 「農家」、「個人」、「他」）

活動開始当初から外資系量販店からの食糧提供があったので、フードバンク団体としては幸運でした。

Ⅱ フードバンク事例

活動開始から2年間位は、フードバンクの先進国である外資系企業からしか食品提供を受けることが出来ませんでした。しかし日本のフードバンクとして活動していくためには、関西地域に事業所を構える日本企業からの食糧提供を受けなくては将来の発展が無いと考え、2005年から手づくりの活動趣意書を、関西地域に本社あるいは事業所を構える食品関連企業に送付する等、働きかけを始めました。

フードバンク関西では、地域内で発生する余剰食品を企業が無償提供し、地域のボランティアが作業を担って、地域で暮らす「支援を必要とする人達」に無償で分配し、その活動資金を地域の人達が寄付で支える仕組みが、地域のフードバンクとしてのあるべき姿と考えるので、地域の食品企業との交渉を大切にし、余剰食品の地産地消を目指しています。

認定NPO法人格を取得したことにより、企業が交渉のはじめの段階から、当法人への一定の信頼感を持っていて下さることは感じるので、認定NPO法人格を取得することは意味があると考えます。

当法人の地域は都市部なので、農家との接触はほとんどなく、お米の入手ルートが限られていて、常に米が不足し、困っています。

(フードドライブ)

最近になって、やっと他団体との連携の中でフードドライブを実施できるようになりました。でもまだまだ食糧の集まり方は少なく、これを食糧調達の主な手段とすることはできませんが、家庭での食品ロスが発生源としては最も多いということを考えれば、今後もっと力を入れるべきと考えています。

(個人支援活動状況など)

食糧の分配先として、困窮する個人対象の支援は、現在では2つの形で取り組んでいます。

一つは、平成24年度から始めた「食のセーフティネット」事業で、行政や社会福祉協議会と事業協定を結び、市からの支援要請を受けて、1週間分の食糧を1単位として、引き取りに来た行政担当者に手渡し、行政担当者の手を通じて食糧を対象者に届けています。事業協定書では、フードバンクが食糧を渡した後の食品が絡む事故については行政が責任を持つこと、個人情報行政レベルで管理し、当法人は関わらないこと、個人支援の報告を行政から受けることを明記しています。現時点で阪神地域の6市(2市と4社協)と事業協定を交わしていますが、個人支援要請件数は年々増加し、平成26年度は268件(6000食)を支援しました。今後も増加が予測されます。

もう一つは、「子ども元気ネットワークひょうご」と題するプロジェクトで、当法人を含む3つのNPOが連携し、それぞれのNPOが専門とする分野(女性と子供支援のNPO、衣料品のチャリティショップを運営するNPOそしてフードバンク関西)で、貧困生活を送る母子世帯への多面的支援を行うというものです。生活困窮していても、生活保護を受けない世帯がたくさんいるので、その人達を支援対象とするプロジェクトを作りたいということで立ち上げました。フードバンク関西は月1回の食糧支援を引き受けており、月1回対象世帯に食品をいっぱい詰めた段ボール箱を宅配で送っています。

(マッチング方法)

食品の需給関係に於いては、企業や個人からの提供品に偏りがあるので、調整が大変です。都市部のフードバンクなので、主食となる米の入手が少なく、常に不足状態です。もし、米の供給ルートが確保されれば、個人支援等をもっと拡大出来るのですが、米がネックになって、支援数を増やすことができません。その代わり菓子類、パン等は、提供量が多く、受取団体には過剰提供になる場合もあります。

フードバンク内では、基本的には、企業や個人から提供を受けた食品を、直ちに受取団体に分配して

いるので、受取団体が受け取りを希望するか否かの確認はしていません。しかし、年度末に1回、受取団体にアンケートを送り、年度中に受け取った食品についてもっと量が欲しかった食品、多すぎて困った食品の回答を得て、次年度の食品の仕分けの参考にしています。

（トレースの方法：トレーサビリティとは？ 何故必要か？、どのようにしているのか？）

当法人では、企業から食品の提供を受けた日時、量、状態の記録、フードバンク関西での保管状況、受取団体への食品の分配食品の提供日時、提供量の記録を作成し、それをエクセルで一括管理しています。そのデータを基に、必要があれば提供を受けた食品の種類ごとに、提供企業へ、どの施設に、いつ、どの位の量をデリバリーしたのかの分配先明細を作成し、送付することが出来ます。また、ボランティアのデリバリー記録、受取団体への分配食品の明細を記した受領書によって、企業からの引取時の食品の状態、受取団体に食品を渡した時の食品の状態を確認することが出来、また、フードバンク関西での保管状態は温度管理表から適切であったかどうかの判断が出来るようになっています。従って、万一、食品事故が発生した際の、原因追究と責任の所在を確認できる体制を維持しています。

（具体的な配布方法：食品の配送・配布・引き取り・直送など）

毎週月曜日から土曜日に外資系量販店から引き取るパン野菜果物については、デリバリー担当のボランティアが量販店に交代で引き取りに行き、そのまま直接、担当している受取団体に搬送します。従ってこれらの食品は事務所や倉庫に原則として保管しません。これらの食品は、各受け取り団体に隔週1回の頻度で届けられます。

他の企業や他のフードバンク団体から事務所に搬入される食品は、事務所で検品、保管され、各受け取り団体に仕分けされ、月1回の頻度で届けられます。

つまり、受取団体には、量販店からの食品が月2回、事務所からの食品が月1回、合計3回の食品のデリバリーがあります。

デリバリー担当のボランティアは原則として、自己所有の車両で配送し、法人車両は企業からの引き取り等、量が多い食品の搬送に主に使用されます。

（食品の保管方法：倉庫・冷蔵庫・冷凍庫など）

常温保管が出来る食品は、賞味期限まで長期間残っていれば一旦倉庫で保管しますが、先入れ先出しを原則として、倉庫から事務所に移し、受け取り団体に向けて仕分け、箱詰めして、搬出します。

倉庫は事務所向かい側の木造アパート1階1戸分を借りて、倉庫として使っています。

現在は、事務所作業場に業務用冷凍庫2基、冷蔵庫2基を設置しています。取扱食品の中で、冷凍、冷蔵品の割合が増加しているので、冷蔵、冷凍食品の提供を受ける場合、保管容量の確保が常に問題になります。

（保有設備について）

事務所兼倉庫1（賃借） 倉庫1（賃借） 業務用冷凍庫2 業務用冷蔵庫1 プレハブ式冷蔵庫1 法人車両1台

（組織と人：組織図、責任の所在、働く人、有給・無給専従スタッフ、ボランティア、プロボノ、インターンなど）

Ⅱ フードバンク事例

フードバンク関西は当初から完全なボランティア集団です。従って専従職員はいません。その理由は、全収入を寄付に依存しているので、専従職員の人件費を賄えないということにあります。団体の構成員が全員ボランティアということで、全員が全く対等で、誰もが自分の提供できる範囲で時間と持てる能力を提供し、事業を展開していることが特徴です。現在 50 人余りのボランティアが活動に参加していますが、それぞれが仕事を分担し、それに責任を持って対応しています。週に 5 日来る人から、月に 1 回来る人まで関わり方は様々です。従って組織としては、短時間にプロジェクトを展開したり、作業を超短時間でこなすは不向きですが、ボランティアが各自のペースで、できる仕事を進んで引き受ける体制ができています。その結果として、ボランティア全員が活動全体に主体的に関わる状況が生まれています。また、フードバンク関西の日常の様子や連絡事項、翌週の予定を、ボランティアのグループメールを活用して、週刊フードバンクとして毎週金曜日に配信し、情報の共有を図り、ボランティアミーティングの議事録、デリバリー予定表等は、グループメールに添付して、ボランティア全員に周知しています。

（直面する課題）

毎年決算の時期になると、その年度の収支バランスが心配になります。

食品の需給に於いては、主食、副食に活用できる食材をもっと多種類、多量に入手する必要があります。食のセーフティネット事業を充実するためには、米、缶詰類、レトルト食品をもっと多くの量を確保する必要があります。

3) 5年後のありたい姿

フードバンク関西の 5 年後、おそらく企業から提供される食品量が多くなり、活動は拡大する方向で進むと思いますが、現状からの飛躍的拡大は、運営資金の桁違いの増加を意味し、それに寄付の増加がおそらく連動しないと予測されることから、今までと同様に、食品の需給のバランス、ボランティアの数と作業量のバランス、寄付収入と運営費のバランス、を考えながら事業を少しずつ地道に大きくしてきたので、そのバランス感覚を維持しながらの活動拡大路線を外せないと考えます。

フードバンクを取り巻く環境の劇的な変化、例えば公的支援が運営費をかなり賄うことが出来る程支給されるようになる、食品ロス削減を目指す法整備が進んで、企業が食糧をどんどん出し、それをフードバンクが引き受けることが義務化される等の状況が発生した場合は、現在のボランティア団体の枠を超える必要が生じる可能性もあります。その場合はその時点で対応を考えます。しかし、あまりフードバンクを取り巻く環境の劇的な変化は起こらないのではないのでしょうか。

〔参考資料 3 「品質管理規定（フードバンク関西）」、5 「ボランティアマニュアル（フードバンク関西）」参照〕

Ⅲ 最重要記載項目

1. トレーサビリティと業務管理

トレーサビリティの確保を含む「業務管理」はフードバンクの最重点項目である。どの団体も取り組んでいる課題である。以下に4事例を紹介する。

- 1) 新管理システム（フードバンクセカンドハーベスト沖縄）
- 2) 飲食料品管理（フードバンクかごしま）
- 3) Salesforce を活用した食品在庫管理システム（NPO 法人フードバンク岡山）
- 4) QR ラベルを使った配送記録管理（2HJ）

また、「Ⅵ 受益者（団体、個人）、寄贈者（法人、個人）へのお願いとお知らせ」でも触れるが、業務・食品衛生管理のため2HJでは寄贈食品を必要としている受益者（各種福祉施設、団体等）と「利用案内書」（参考資料4参照）の記載内容の確認を行っている。また、生活困窮者支援を行う行政機関、社会福祉協議会等とも専用の「利用案内書」を用いて同様に記載内容の確認をお願いしている。合わせて定期的に次ページの「利用報告書」の提出をお願いすることで、寄贈いただいた食品が確実に、また有効に活用されていることが確認できるようにしている。これも管理を徹底するために必要である。

利用案内書別紙

利 用 報 告 書

(生活困窮者支援団体、社協、行政用)

セカンドハーベスト・ジャパン フードバンク部 行

送信先: foodbank@2hj.org または 03-5822-5372 (FAX)

報告日: 平成 年 月 日

報告者(機関・団体名を明記下さい):

ご担当者名: (所属部署:)

ご連絡先:

記

対象期間: 平成 年 月 日 ~ 平成 年 月 日

受領した食品の種類	受領した食品の数	配布数	在庫数
(例) カップめん	(例) 100 個	(例) 78 個	(例) 22 個

受益者の内訳

受益者 (同居家族 有)	片親家庭 (母子)	片親家庭 (父子)	障害者	高齢者	外国人 (無職)	外国人 (有職)	難民
世帯数							

受益者 (同居家族 有)	その他①	その他②	その他③	その他④	その他⑤	その他⑥	その他⑦
世帯数							

受益者 (単身)	生活保護 受給者	生活保護 申請者	年金 受給者	高齢者 (年金無し)	障害者	外国人 (無職)	外国人 (有職)
人数							

受益者 (単身)	難民	その他①	その他②	その他③	その他④	その他⑤	その他⑥
人数							

食品提供を受けた受益者の状況

状況	人数
定期的な収入の予定はあるが最初の支給まで食べるものがない	
定期的な収入があるが、少なすぎて食品を買うお金がない	
定期的な収入があるが、金銭管理ができないため食品を買うお金が不足している	
定期的な収入がなく、就労、収入の定期化・増加に向けて努力している	
定期的な収入がなく、病気・怪我等で一時的に仕事が出来ない	
定期的な収入がなく、病気等で慢性的に仕事が出来ない	
その他 ()	

受益者の改善状況（具体例を3件までご紹介下さい）

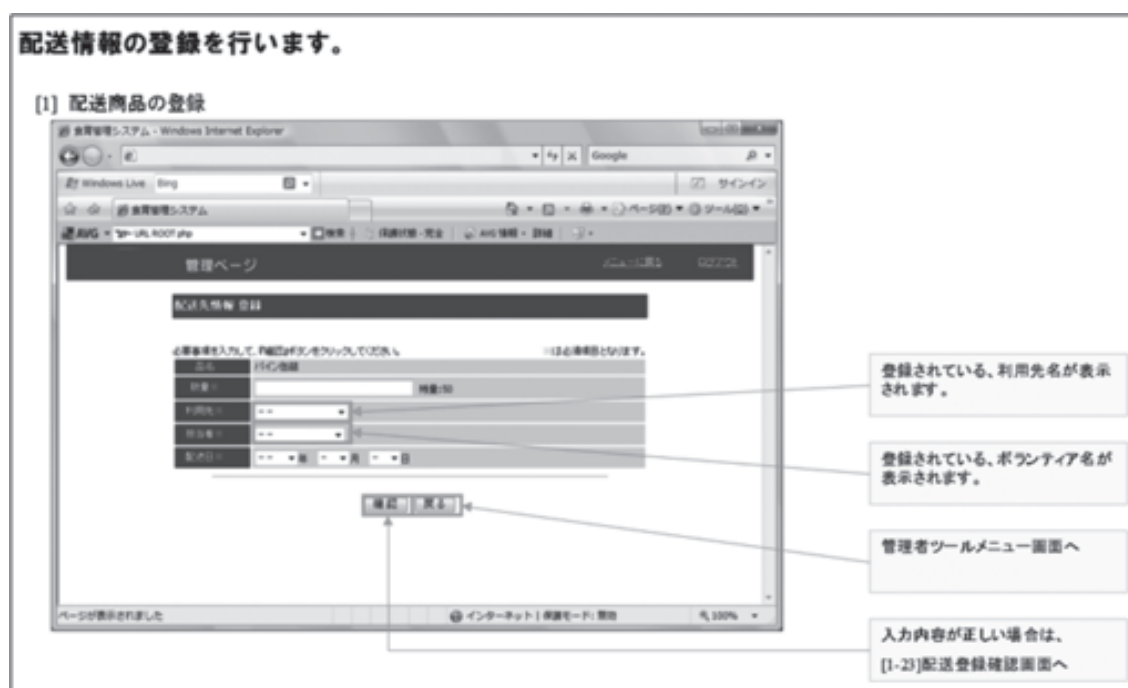
1	
2	
3	

何かお気づきの点がございましたら、下記にご自由にお書き下さい。

1) 新管理システム（フードバンクセカンドハーベスト沖縄）

現在は、エクセルフォームに記録を行っているが、昨年末にアライアンスから受けた助成金を活用し、2010年ごろに制作途中のまま止まっていた、ネット上で食品の記録管理を行えるシステムを再度構築中である。システムは、ネットがつながっている環境であれば、どこでも記録を取ることができ、企業や個人からの寄付食品の登録や配送・在庫状況の確認が行え、また施設の登録なども行うことが可能である。また、表示・非表示を選ぶことで、一般から閲覧できる情報を制限することも可能となっている。また、企業ごとにパスワードを設けることで、企業がそれぞれでログインし、フードバンクへ寄贈したい食品の入力を行ったり、閲覧や印刷を行うこともできる。

ただ、数年前に作っていたシステムのため、現在使うシステムとしては内容が古く、効率が悪い部分がある。今後は、携帯表示に対応した仕様にすることや在庫管理アプリ等を連動させ、スマホやタブレット等から入力した内容をそのまま反映できるようなシステムに改善し、更に他のフードバンク団体からの意見も取り入れながらより使いやすいシステムを作っていきたいと考えている。



（参考）作成中の食品管理システム：配送商品の登録画面

2) 飲食料品管理（フードバンクかごしま）

フードバンクかごしまの飲食料品の管理は以下の主に4つの管理表からなる。

◎飲食料品の主要管理表

- ①. 寄贈元一覧 … 飲食料品の寄贈者(法人・個人)の管理表
- ②. 提供先一覧 … 飲食料品を提供する施設(主に福祉施設等)の管理表
- ③. 飲食料品受入明細 … 飲食料品の受入に関する個別管理表
- ④. 飲食料品提供明細 … 飲食料品の提供に関する月次の個別管理表

フードバンクかごしまとしては、将来的な事業拡大および飲食料品の取扱量の増大など中長期的な観点から、データベース(以下、DB)システムの導入と移行、さらには事業における取扱明細の履歴データが蓄積されることで、巷間でよく言われるビッグデータ解析などの統計分析にも活用していく見込み。

◎寄贈元一覧

No.	経路	名称	利用者数	〒	住所	電話番号	FAX	ホームページ
1	001	株式会社						
2	002	株式会社						
3	003	株式会社						
4	004	株式会社						
5	005	株式会社						
6	006	株式会社 九州食品						
7	007	株式会社						
8	008	株式会社						
9	009	株式会社						
10	010	株式会社						
11	011	株式会社						
12	012	株式会社						
13	013	株式会社						
14	014	株式会社 鹿児島県庁						

(図1. 寄贈元一覧)

図1. に示す通り、寄贈元一覧では飲食料品を寄贈頂いた法人や個人に関するプロフィール情報(企業名や個人名、連絡先、窓口担当者など)を管理している。ほぼ一般的に台帳等で管理される内容と同じだが、特記事項としては、飲食料品が 2HJ 経由で寄贈されたものであるか? 直接フードバンクかごしまに寄贈されたものであるか? を「経由/直接」の区分にて管理している点である。

◎提供先一覧

No.	区分	名称	利用者数	住所	法人名	代表者	関係者	電話番号
1	地域活動支援	鹿児島県庁	20	鹿児島市	鹿児島県庁			
2	市庁	鹿児島市	20	鹿児島市	鹿児島市			
3	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
4	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
5	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
6	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
7	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
8	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
9	県庁	鹿児島県	10	鹿児島市	鹿児島県			
10	県庁	鹿児島県	100	鹿児島市	鹿児島県			
11	県庁	鹿児島県	40	鹿児島市	鹿児島県			
12	県庁	鹿児島県	40	鹿児島市	鹿児島県			
13	県庁	鹿児島県	60	鹿児島市	鹿児島県			
14	県庁	鹿児島県	20	鹿児島市	鹿児島県			
15	県庁	鹿児島県	40	鹿児島市	鹿児島県			
16	県庁	鹿児島県	40	鹿児島市	鹿児島県			
17	県庁	鹿児島県	14	鹿児島市	鹿児島県			
18	県庁	鹿児島県	30	鹿児島市	鹿児島県			
19	県庁	鹿児島県	30	鹿児島市	鹿児島県			
20	県庁	鹿児島県	30	鹿児島市	鹿児島県			
21	県庁	鹿児島県	90	鹿児島市	鹿児島県			

(図2. 提供先一覧)

図2. に示す通り、提供先一覧では飲食料品を提供する福祉施設等を中心とする団体に関するプロフィール情報(施設名や法人名、連絡先など)を管理している。特徴的な管理内容としては、2HJ の区分と合わせた施設種別を記載している点、また提供先において飲食料品を活用して頂いた延べ人数を把握するために利用者数を管理している点である。この飲食料品の利活用延べ人数は、寄贈元企業への報告などにおいて、企業側からみて貢献度を定量的に把握する指標の一つとして好評頂いている。

Ⅲ 最重要記載項目

◎ 飲食料品受入明細

Row No.	寄贈者 ID	寄贈者名	経路	受入品	受入日	ケース数	人数	賞味期限	商品単位(円)	ケース重量(kg)
1	1	000000株式会社	001	000000 ドーナツ(甘口)	2018/1/3	30	30	2018/3/30	80	3
2	1	000000株式会社	001	000000 ドーナツ(中華)	2018/7/3	37	30	2018/3/30	80	3
3	1	000000株式会社	001	000000 ドーナツ(中華)	2018/7/3	34	30	2018/3/30	80	3
4	17	株式会社000000	001	000000 つばね(甘口)	2018/2/20	8	34	2018/3/3	50	2
5	1	000000株式会社	001	000000 ドーナツ(甘口)	2018/2/20	40	30	2018/8/7	80	3
6	1	000000株式会社	001	000000 そろばん	2018/2/20	4	30	2018/4/21	200	13
7	12	00000	001	000000 スティック抹茶(15g×4)	2018/3/10	21	34	2018/6/3	190	1
8	12	00000	001	000000 スティックカスタード(1g×3)	2018/3/10	18	10	2018/3/31	200	1
9	12	00000	001	000000 スティック ノワール(2g×8)	2018/3/10	6	34	2018/7/31	290	1
10	12	00000	001	000000 スティック コーヒー(2g×8)	2018/3/10	6	34	2018/4/22	230	1
11	12	00000	001	000000 モカブレンド(100g)	2018/3/10	7	34	2018/7/2	780	2
12	12	00000	001	000000 エスプレッソ(200g×12)	2018/3/10	30	12	2018/6/13	480	3
13	12	00000	001	000000 インスタントコーヒー(100g)	2018/3/10	2	34	2018/3/3	330	2
14	20	000000株式会社	001	000000 000000(20g)	2018/3/18	30	12	2018/12/1	80	2
15	20	000000株式会社	001	000000 000000(111g)	2018/3/18	34	12	2018/10/30	180	2

(図3. 飲食料品受入明細)

図3. に示す通り、飲食料品受入明細では、「どこ(寄贈元)」から「なに(飲食料品)」を「どれだけ(数量)」受入れたか?を明細で管理しており、事業上重要な管理表となっている。

主な管理単位として、「寄贈元×品目×受入日×賞味期限」が異なるものを基本的に一つの明細として個別に管理している。ただし、同一品目で賞味期限が異なるものについて、日付が一定程度の日数の差異であれば、同じ明細として取扱いがスムーズになるよう工夫を行っている。

また、フードバンクかごしまとして将来的な統計解析を考え、飲食料品の重量と一般小売の金額を調査して記載しており、重量ベース・金額ベースでの定量的な把握を可能としている。

◎ 飲食料品提供明細

Row No.	提供日	Row No.	商品名	提供先 No.	提供先名	提供数量	備考
1	2018/8/12	1	00000000	3	0000000000	10	
2	2018/8/12	1	00000000	1	0000000000	18	
3	2018/8/14	1	00000000	23	0000000000	3	
4	2018/8/15	3	00000000	29	0000000000	3	
5	2018/8/15	12	00000000	11	0000000000	3	
6	2018/8/17	13	00000000	11	0000000000	1	
7	2018/8/18	1	00000000	10	0000000000	10	
8	2018/8/18	3	00000000	3	0000000000	13	
9	2018/8/20	13	00000000	3	0000000000	10	
10	2018/8/21	22	00000000	23	0000000000		
11			0000/00		0000/00		
12			0000/00		0000/00		
13			0000/00		0000/00		
14			0000/00		0000/00		
15			0000/00		0000/00		
16			0000/00		0000/00		
17			0000/00		0000/00		

(図4. 飲食料品提供明細)

図4. に示す通り、飲食料品提供明細では、「なに(品目)」を「どこ(提供先)」へ「どれくらい(数量)」提供したか?を明細で管理している。この管理表については月次締めで集計を行っており、フードバンクかごしまが管理している倉庫の入出庫を把握する元データとなっている。

フードバンクかごしまの飲食料品管理の方針として、現時点では取扱数量や事業規模などを前提に Excel と小規模プログラム(関数・マクロ等)にて擬似的な DB システムを構築して対応しているが、前述のように今後の中長期的な数量拡大や事業拡大に合わせて、スマートフォンや WEB サービスを最大限に活用し、設備投資コストを極小化して最大限の効率化を図れるよう専門家を交えて検討を進めている。

3) Salesforce を活用した食品在庫管理システム⁽¹⁾ (NPO 法人フードバンク岡山)

1. Salesforce (クラウド型アプリケーションサービス) の概要

NPO 法人フードバンク岡山⁽²⁾ (以下、FB 岡山) で使用している Salesforce (以下、SF) は、(株) セールスフォース・ドットコム が提供するクラウド型の SFA (営業支援)・CRM (顧客管理) アプリケーションである。これは営業支援やカスタマーサービスといったアプリケーションを、Web ブラウザを介してどこからでも利用できるサービスで、FB 岡山ではフードバンク食品の管理システムとしてカスタマイズしながら使用している。また、セールスフォース・ドットコム ファンデーションが、一定の基準を満たす非営利団体に対して実施する Power of Us 製品プログラムにより本クラウドサービスを寄贈及び割引提供しており、弊法人もこのサービスを利用している。

2. SF 運用体制

寄付食品は、県内 4 カ所の拠点事業実施団体⁽³⁾ で受け入れ。各団体の SF 入力研修修了スタッフ⁽⁴⁾ が、寄付食品の仕分け・計量⁽⁵⁾、入力を担当する。入力した食品は、各拠点で管轄する食品利用団体に分配⁽⁶⁾。基本的に食品の受渡は食品利用団体が最寄りの拠点に来る形で実施。また協力団体の既存の配達ルート⁽⁷⁾等を活用し拠点間での食品移動も実施している。拠点での食品配布事業とは別に、FB 岡山直営事業として岡山地域の団体が中心に生鮮野菜等受取・配布事業⁽⁸⁾を実施。また全体のデータ集計、軽度のカスタマイズ、入力研修等を、有志ボランティアメンバーが担当している。

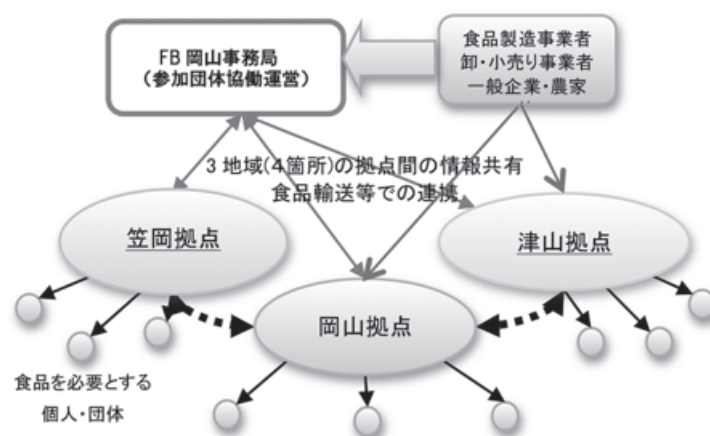


図 1 : FB 岡山運営概要イメージ

Ⅲ 最重要記載項目

入力の実際⁽⁹⁾（寄付食品登録作業）

1）各拠点団体に割り振りされたユーザー名、パスワード入力しログイン。



2）メイン画面左上の「食品取引」タブをクリックします。



3）「新規」ボタンをクリックします。



4）各項目を入力します（12項目）。※入力が終わったら「保存」ボタン



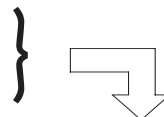
◎受付日（必須）：受付日を入力（カレンダーから選択でも可）

◎賞味期限（必須）：不明な場合は受付日より1週間程度

◎提供団体（必須）：団体の場合は団体名を選択、個人の場合は【個人からの寄付】を選択

※「提供者」の入力の前に選択すること

- ◎提供者：団体の場合は担当者、個人の場合は個人名もしくは【匿名】を選択
- ◎保管する団体名（必須）：保管する団体名を選択
- ◎寄贈理由：分かる範囲でできるだけ選択
- ◎寄贈食品名（必須）：寄贈された食品名をできるだけ具体的な名称で
- ◎提供数量（必須）：提供された食品の数量を入力
- ◎単位：提供された食品の単位を入力



※解説※
提供された食品を、受取団体に引き渡す際の最小単位での入力としてください。

例1 ジュース 1箱 25本入り 100箱 1本 100g 1箱 2.5kg 総重量 2500kg
必ず1箱単位で渡すなら 1本毎に小分けするなら
提供数量：100 提供数量：2500
単位：箱 単位：本
単位重量：2.5 単位重量：0.1

例2 米 3袋 1袋当たり 30kg 総重量 90kg
必ず1袋単位で渡すなら kg単位で渡すなら g単位で渡すなら
提供数量：3 提供数量：90 提供数量：90000
単位：袋 単位：kg 単位：g
単位重量：30 単位重量：1 単位重量：0.001

※米・野菜の場合はkg単位を推奨。
※「提供数量」×「単位重量」が「総重量(kg)」となります。

- ◎単位重量（kg/単位）：上の単位当たりの重量をkgで入力
- ◎飲料品：飲料品の場合はチェック
- ◎在庫終了・在庫数量：システムで使用

5) ログアウト

上の「各団体の名前（図では「管理者」）」をクリックし、一番下の「ログアウト」をクリックするとログアウトします。



【注】

- (1) 弊法人にて試用段階のシステム。運用上の課題も多く汎用性は高くない。参考程度のご紹介をご了承ください。
- (2) 2012年11月任意団体、2013年12月NPO法人、26年度配布食品総量：約17t、県内配布先団体数：113団体。
- (3) NPO法人、株式会社、農園等、各団体の全体事業の一事業としてFB事業を実施。FB岡山独自の車両は

Ⅲ 最重要記載項目

持たず。

- (4) フードバンク専門スタッフではなく、拠点団体業務の一部として入力管理作業や食品の受渡調整等を実施。入力支援研修会をH 27 年 1 月に実施。H25 年には、各地域拠点対象に県内 3 カ所出張研修を実施。講師はSF 担当メンバー。
- (5) 仕分け・軽量には学生やご年配のボランティアの協力を得ている団体もある。
- (6) 寄贈食品は、できる限り受取前に受取団体とニーズ調整（クロスマッチング）し、必要量のみできるだけ受取在庫を持たないようにしている。FB 岡山独自の倉庫は持たず、拠点団体の空きスペースを倉庫として活用。
- (7) 牛乳配達事業を実施している NPO 法人の既存の配達ルートを利用し拠点間流通実施。FB 岡山独自の車両は持たず、食品の運搬には食品利用団体、運搬協力団体、個人ボランティア（車両事故対応保険契約有り）所有の車両を利用。
- (8) 26 年度配布食品総量：約 17 t 中、約 15 t を直営事業の生鮮野菜等が占める。農産加工センターにて週 5 回受取。食品利用団体、個人ボランティアがローテーションで食品運搬。計量は現場で筆記。台紙を回収し入力担当が一括入力。
- (9) フードバンク岡山 マニュアル（2014 年 3 月作成）「第 3 章 セールスフォース入力支援マニュアル」より一部抜粋。

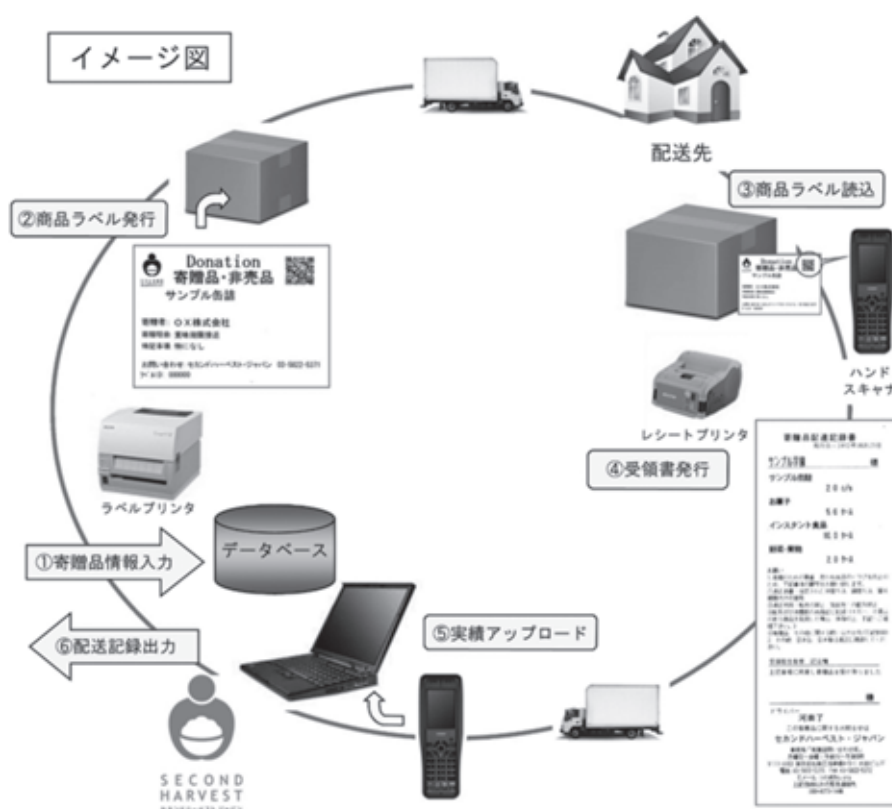
4) QR ラベルを使った配送記録管理（2HJ）

2HJ では、2012 年夏より QR コードを印刷したラベルを利用して寄贈品の配送記録の管理を行っている。

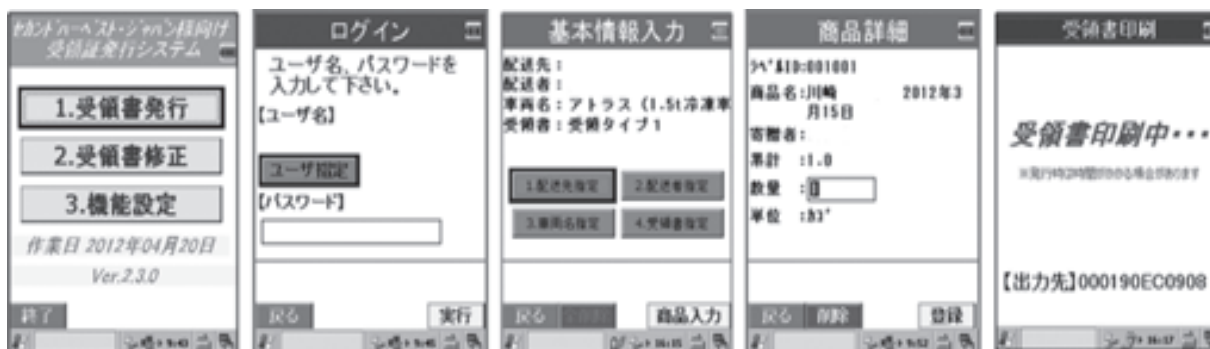
＜基本のワークフロー＞

- ①寄贈品情報入力……寄贈品の商品名や数量、受け渡し日が決まり次第、データベースに入力。
- ②商品ラベル発行・貼り付け……納品のタイミングに合わせて必要な枚数のラベルを発行し、入庫時に寄贈品のケースごとに貼り付ける。ラベルには基本的な商品情報が印字される他、非売品である事とセカンドハーベストが問い合わせ先であることが明記される。
- ③商品ラベル読込……寄贈品を受益団体に引き渡す際に、携帯情報端末でラベルについた QR コードを読み取る。同時に受益団体名、担当ドライバー、使用車輛等も端末のボタン操作で登録しておく。
- ④受領書発行……バッテリー駆動で持ち運び可能な小型プリンタから受領書を 2 枚発行する。受益団体担当者の受領サインを貰い、1 枚は控えとして渡し、1 枚を保管用に持ち帰る。
- ⑤実績アップロード……本部にもどったら携帯情報端末とコンピュータを接続し、端末内に記録されたデータをデータベースにアップロードする。
- ⑥配送記録出力……データベースの情報と結合し、いつ、どこで、何を、いくつ配ったかという配送記録を Excel 等の形式で出力する。

（＊バラの商品や直送の場合等一部ラベルを貼らない場合があります）



＜端末操作時の画面のサンプル＞



＜使用しているハードウェア＞

物流標準 PD ラベルプリンタ SATO レスプリ T408v-ex

ハンディターミナル CASIO DT-X8

モバイルプリンタ SATO プチラパン PT208e Bluetooth 仕様

配送記録のアップロードおよびデータ管理のための MSAccess の入ったノート PC Windows7

＜導入コスト＞

システム開発費用……およそ 110 万円

導入支援・通信ソフトウェア費用……およそ 20 万円

端末・モバイルプリンタ・充電器等 5 台ずつ……およそ 170 万円

PD ラベル 発行用プリンタ……0 円 開発会社より無償貸与（市価 15 万程度）

データベースの作成……0 円 2HJ のスタッフとボランティアで作成

＜ランニングコスト＞

物流 PD ラベル 6000 枚……12500 円

受領書用感熱紙（30m） 100 巻……9000 円 * 一件あたり平均 20cm x 2 枚使用

＜導入によるメリット＞

- ・ラベルにより、類似した商品でもいつどの寄贈主から受け取ったものか容易に区別が出来るようになった。
- ・記録用紙に手で細かく寄贈品の詳細を書く作業と、それをコンピュータに入力するダブルインプットがなくなり大幅に労力が削減され、レポート発行までのスピードが早まった。
- ・商品の情報がラベルによって、消費者まで伝わるようになった。
- ・一般の品物と寄贈品の区別が明確になった。
- ・寄贈品受渡担当者の在庫管理に対する意識が高まった。

＜課題＞

- ・打ち間違い、打ち忘れ等のヒューマンエラーを完全に防げるわけではないので、ズレのチェックは依然必要。
- ・データベースの管理・利用にはそれなりの知識が必要。
- ・ラベルを貼れない商品もある。
- ・バラの商品の管理は、このシステムを使っても労力的に現実的ではない。
- ・最低限必要なハードウェア導入だけでも費用が大きい。

2. 食品衛生監査

2HJA が加盟、準加盟メンバーに対して 2014 から運用を開始した「食品衛生監査」はフードバンクの食品衛生管理レベル向上のためには有効な手段である。それを導入するに至った経緯は以下である。

日本は食中毒の発生率が世界でも非常に低く、食の安全に関する大衆の意識は高い。これは、2010 年に三菱総合研究所が実施したフードバンク活動実態調査において、全国 2,000 名の一般市民を対象としたアンケート結果からも分かり、フードバンク活動への懸念や意見という項目では「安全性、品質、衛生面、食中毒等の健康被害」という回答が圧倒的に多かった。

アメリカでは全米でフードバンクネットワークを展開するフィーディング・アメリカが「フィーディング・アメリカ・ネットワーク・コンプライアンス監査」という衛生管理監査を加盟団体に対し実施している。

日本もこれに習い、公益財団法人 2HJA がフィーディングアメリカの監査項目を参考にしつつ、日本の食品企業などからの意見を集約し衛生管理監査リストを作成した。監査項目としては、敷地内の屋外状況、倉庫のメンテナンス、メンテナンス業務、保管業務（常温品）、保管業務（冷凍品）、安全規定と保安業務、衛生施設の管理、安全衛生処置に関する教育、害虫駆除、食品の受け取り業務、食品の発送業務、行政規則の遵守、などがある。

公益財団法人 2HJA による衛生管理監査は外部の専門的経験のある第三者によって 2 年に 1 度、加盟団体に対して実施される加盟条件の 1 つである。

（参考資料 2 を参照下さい。太字は重点項目を示します）

3. 税制について

日本では、食品を寄贈することに対して米国と比べ税制上大きな優遇措置がまだあるわけではない。ただフードバンクの関係者にとってまとまった情報の入手が困難な現状を考え、以下に3項目を紹介する。

1) 2HJ への食品寄贈における税務上の取り扱い

2HJ では、企業や個人から、賞味期限内の食品や防災備蓄品の寄贈を受け付けています。物品寄贈者においては、これらは会計上、当該物品の原価を寄附等として費用計上しますが、税務上は通常の売却価額により寄附金として処理します。

税務上、法人又は個人が行う、金銭その他の資産の贈与又は経済的利益の無償の供与は「寄附金」として取り扱われており、寄贈の対象により所得計算上の損金算入限度額が決められております。

1. 企業による物品等の寄贈

法人所得計算上、寄附金の損金算入は下記の通りとされています。

- ①国又は地方公共団体に対する寄附金及び指定寄付金（公益法人等に対する寄附金で、財務大臣が指定した寄附金）は、全額損金算入
- ②特定公益増進法人（独立行政法人、日本赤十字社、公益社団法人及び公益財団法人、私立学校法第3条に規定する学校法人等）に対する寄附金は、③の一般寄附金とは別枠で、支出額の合計と損金算入限度額のいずれか低い金額まで損金算入
- ③上記以外の寄附金（一般寄附金）は、支出額の合計と損金算入限度額のいずれか低い金額まで損金算入

2HJ への寄附金は、上記の一般寄附金に該当しますので、各事業年度の支出金額と、損金算入限度額（下記の算式による）のいずれか低い金額まで損金算入が認められます。

損金算入限度額算式

$(\text{所得基準額} + \text{資本基準額}) \times 50\%$

$\text{所得基準額} = \text{所得の金額} \times 5\%$

$\text{資本基準額} = \text{資本金等の額} \times (\text{当期の月数} / 12) \times 0.25\%$

会計及び税務処理例

原価 80、売却価額 100 の物品を寄贈

会計処理

寄附金 80/ 商品 80

税務処理

売上原価 80/ 商品 80

寄附金 100/ 売上高 100

2. 個人による物品等の寄贈

個人による寄附金は、国や特定公益増進法人などに対する「特定寄附金」について、下記の寄附金控除が認められております（政治活動に関する寄附金、認定 NPO 法人等に対する寄附金及び公益社団法人等に対する寄附金のうち一定のものについては税額控除も認められます）。

次のいずれか低い金額－2,000 円＝寄附金控除額

- ①その年に支出した特定寄附金の額の合計額
- ②その年の総所得金額等の 40%相当額

2HJ への寄附金は、上記の寄附金に該当しませんので、所得控除等を受けることはできません。

2) 認定 NPO について

認定特定非営利活動法人制度（認定 NPO 法人制度）は、NPO 法人への寄附を促すことにより、NPO 法人の活動を支援するために税制上の優遇措置として設けられた制度です。

以前は国税庁長官が認定を行う制度でしたが、法改正により平成 24 年 4 月 1 日から所轄庁が認定を行う新たな認定制度として創設されました。また同時に、スタートアップ支援のため、設立後 5 年以内の NPO 法人を対象とする、仮認定 NPO 法人制度も導入されました。（内閣府 NPO ホームページより抜粋）

認定 NPO の概要及び税制上の優遇措置については、内閣府 NPO ホームページ（下記）に詳細が記載されてあります。

<https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/ninteiseido>

3) 税制上の優遇措置（農林水産省のホームページより）

フードバンクへの寄附に係る税制上の取扱い（法人が支出した寄附金の損金算入等）について

税制上の措置

- ・ 法人がフードバンクに支出した寄附金については、一般の寄附金として一定の限度額までが損金に算入されます。
- ・ 認定 NPO 法人等などの特定のフードバンクに対する寄附金については、一般の寄附金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置があります。
- ・ 金銭以外の資産（食品等）を寄附した場合には、その寄附金の額は、その寄附をした時の価額（時価）によります。

1. 法人が支払った寄附金の場合：損金算入限度額の計算

① フードバンクに対する寄附金の損金算入限度額

- ・ 会社などの法人がフードバンクに対して寄附金を支出した場合の損金算入限度額は、その支出した法人の資本金等の額、所得の金額に応じて計算した金額となります。

損金算入限度額＝〔資本金等の額（※1）×0.25%＋所得の金額（※2）×2.5%〕÷4

※1 事業年度が1年未満の法人は、資本金等の額を月数割（当期の月数÷12）して計算します。

※2 所得の金額は、支出した寄附金の額を損金に算入しないものとして計算します。

② 特定のフードバンクに対する寄附金の損金算入限度額

- ・ 認定 NPO 法人等又は特定公益増進法人（※1）に該当する特定のフードバンクに対して支出した寄附金の損金算入限度額については、①の寄附金の損金算入限度額とは別枠で、次のいずれか少ない金額となります。

(1) 認定 NPO 法人等及び特定公益増進法人に対する寄附金の合計額

(2) 特別損金算入限度額＝〔資本金等の額（※2）×0.375%＋所得の金額（※3）×6.25%〕÷2

※1 特定公益増進法人とは、例えば、社会福祉法人や公益社団・公益財団法人など、教育又は科学の振興、文化の向上、社会福祉への貢献その他公益の増進に著しく寄与する法人として法人税法第37条第4項に規定する一定の法人をいいます。

※2 事業年度が1年未満の法人は、資本金等の額を月数割（当期の月数÷12）して計算します。

※3 所得の金額は、支出した寄附金の額を損金に算入しないものとして計算します。

※4 特定公益増進法人に対する寄附金のうち損金に算入されなかった金額は、①の寄附金の額に含まれます。

[設例]

資本金等の額 2,000 万円、所得の金額（寄附金支出前）1,400 万円、1 年決算法人が、特定のフードバンクに対する寄附金 50 万円を支出

① 特定公益増進法人に対する寄附金の特別損金算入限度額

○特別損金算入限度額の計算

$$[2,000 \text{ 万円} \times 12/12 \times 0.375\% + 1,400 \text{ 万円} \times 6.25\%] / 2 = 47.5 \text{ 万円}$$

○特定公益法人に対する寄附金の特別損金算入限度額

特定公益増進法人に対する寄附金	50 万円	…(a)	} いずれか 少ない金額
特別損金算入限度額	47.5 万円	…(b)	

特定公益増進法人に対する寄附金の特別損金算入限度額 47.5 万円 …(c)
 50 万円－47.5 万円(c)=2.5 万円 …(d)（特別損金算入限度額を超える額）

② 一般の寄附金の損金算入限度額

○一般の寄附金の損金算入限度額の計算

$$[2,000 \text{ 万円} \times 12/12 \times 0.25\% + 1,400 \text{ 万円} \times 2.5\%] \div 4 = 10 \text{ 万円}$$

損金算入限度額 10 万円

$$2.5 \text{ 万円} \times (d) \leq 10 \text{ 万円}$$

※ 特定公益増進法人に対する寄附金の特別損金算入限度額を超える額(d)は、一般の寄附金の額に含めます。

③ 損金算入額

設例の場合、50 万円 ((c)+(d)) 全額が損金に算入されることになります。

③ 共同募金会への指定寄附金（全額損金算入）

共同募金（赤い羽根共同募金）は、社会福祉法に基づき、都道府県の区域を単位として、社会福祉事業、更生保護事業その他の社会福祉を目的とする事業を営業者者に配分することを目的とするものです。社会福祉事業や更生保護事業に係る経常的経費等に充てるために共同募金会に対して支出された寄附金については、指定寄附金としてその全額を損金に算入することができます。

社会福祉事業として生活困窮者への支援を行っているフードバンクに対して寄附金の配分を行っている共同募金会があります。

<例>

社会福祉法人千葉県共同募金会では、生活困窮者支援を行っている「フードバンクちば」に対して寄附金の配分を行っています。（平成 25 年 10 月 1 日～平成 26 年 3 月 31 日） <http://www.akaihane-chiba.jp/contribute/method.html>

※ 共同募金会がフードバンクに対して寄附金の配分を行っているかどうかは、お住まいの各都道府県の共同募金会等にご確認下さい。

2. 個人が支払った寄附金の場合：寄附金控除

① フードバンクへの寄附に係る寄附金控除

- ・ 認定 NPO 法人等又は特定公益増進法人に該当しないフードバンクに対して支出した寄附金については、寄附金控除の適用はありません。

② 特定のフードバンクへの寄附に係る寄附金控除

- ・ 認定 NPO 法人等又は特定公益増進法人に該当する特定のフードバンクに対して支出した寄附金については、寄附金控除（所得控除）の適用があります。

寄附金控除（所得控除）は次の算式で計算します。

$$\text{寄附金控除（所得控除）} = \frac{(\text{その年中に支出した寄附金の額の合計額} - 2 \text{ 千円})}{40\%}$$

（注）寄附金の額の合計額は所得金額の 40%相当額が限度となります。

- ・ 認定 NPO 法人等又は公益社団法人若しくは公益財団法人に該当する特定のフードバンクに対して支出した寄附金については、寄附金控除（所得控除）に代えて寄附金特別控除（税額控除）を選択することができます。

寄附金特別控除（税額控除）は次の算式で計算します。

$$\text{寄附金特別控除（税額控除）} = \frac{(\text{その年中に支出した寄附金の額の合計額} - 2 \text{ 千円})}{40\%}$$

（注 1）寄附金の額の合計額は所得金額の 40%相当額が限度となります。

（注 2）控除額はその年分の所得税額の 25%相当額が限度となります。

③ 共同募金への寄附に係る寄附金控除

社会福祉事業や更生保護事業に係る経常的経費等に充てるために共同募金会に対して支出された寄附金については、指定寄附金として寄附金控除（所得控除）の適用があります。

社会福祉事業として生活困窮者への支援を行っているフードバンクに対して寄附金の配分を行っている共同募金会があります。

<例>

社会福祉法人千葉県共同募金会では、生活困窮者支援を行っている「フードバンクちば」に対して寄附金の配分を行っています。（平成 25 年 10 月 1 日～平成 26 年 3 月 31 日） <http://www.akaihane-chiba.jp/contribute/method.html>

※ 共同募金会がフードバンクに対して寄附金の配分を行っているかどうかは、お住まいの各都道府県の共同募金会等にご確認下さい。

<参考>個人住民税について

共同募金に対する寄附は、個人住民税（翌年度）の寄附金税額控除を受けることができる場合があります。

$$\text{控除額} = (A - 2,000 \text{ 円}) \times 10\% \text{（市民税 6\%、県民税 4\%）}$$

A＝寄附金の支払額もしくは総所得金額の 30%のうちいずれか小さい方の金額

3. 金銭以外の資産等（食品等）の寄附について

法人が金銭以外の資産等（食品等）を寄附した場合には、その寄附金の額は、その寄附をした時の価額（時価）によります。

認定 NPO 法人制度

NPO 法人のうち、一定の要件を満たす NPO 法人は、所轄庁（都道府県又は政令指定都市）から認定されることで、税制上の優遇措置を受けることができます。

1. 認定等（認定及び仮認定）の基準

1. パブリック・サポート・テスト(PST)に適合すること（仮認定は除きます）
2. 事業活動において、共益的な活動の占める割合が、50%未満であること
3. 運営組織及び経理が適切であること
4. 事業活動の内容が適切であること
5. 情報公開を適切に行っていること
6. 事業報告書等を所轄庁に提出していること
7. 法令違反、不正の行為、公益に反する事実がないこと
8. 設立の日から 1 年を超える期間が経過していること

認定 NPO 法人について詳しく知りたい方はこちら。

<https://www.NPO-homepage.go.jp/about/nintei.html>

2. 認定等の有効期間

認定の有効期間は、所轄庁による認定の日から起算して 5 年（仮認定は 3 年）となります。

また、有効期間の更新を受けようとする認定 NPO 法人は、有効期間の満了の日 6 ヶ月前から 3 ヶ月前までの間に有効期間の更新の申請をする必要があります。

4. 受益者（福祉施設、各種団体、個人）にお守りいただきたいこと

2HJ の例では食品企業より寄贈を受ける際、商品の扱い等に関する合意書を締結しております。企業様と約束した内容を守るため、受益者にも食品提供に先立ち「利用案内書」を提示して、確認の捺印を求めています。その中には以下の内容を含みます。

フードバンクシステム利用する全ての関係者を繋ぐのは「信頼性」です。

また、「食品アレルギーに対する注意喚起」などもこれから含めていく必要があります。

消費・賞味期限の厳守

定められた消費・賞味期限は絶対に厳守してください。

そのため、商品受領時に消費・賞味期限や商品の状態を必ずご確認ください。

消費・賞味期限が切れた場合、2HJ にご連絡いただいた上で、廃棄又は2HJ にご返却下さい。

寄贈食品利用者の限定と提供状況の記録

2HJ からの寄贈食品は原則として団体内の消費をお願いします。個人情報保護の観点から提供先個人名の提供は求めませんが、貴団体にて受け取った個人が特定可能な食品の提供記録の管理・保管をお願いします。食品リコール発生などの際には受け取られた方への連絡をお願いすることがあります。

また、貴団体がさらに他の団体へ寄贈品を提供したい場合には必ず2HJ へ事前連絡を入れ承諾をとった上で同意した手順にしたがってご提供下さい。その際は貴団体より提供先に対し、当該項目「4. お守りいただきたいこと」の内容を指導、徹底していただく必要があります。また、食品提供先名、食品名、提供した数量、提供日等を記録いただき、予め合意した形式で2HJ への定期的提示をお願い致します。フードバンク食品は寄贈主より、万一の時のためのトレーサビリティの確保を条件にご寄贈いただいておりますので、ご理解ご協力をお願い致します。

食品の寄贈理由をご理解下さい

寄贈される食品は正規の市場流通品の他、消費・賞味期限が短い、缶詰のへこみ、ラベルの印字ミス、梱包の破損、季節外れ、規格外などの理由により寄贈される非正規流通品も含まれます。提供食品の寄贈理由やその特徴について理解した上で、受取団体および利用者ご自身が食品を確認しながらご利用下さいますようお願い致します。

また、提供できる食品の種類と数量には必然的に限界があることをご理解ください。

状況に応じて企業の意向やブランド保持を目的に、次のようなお願いをする場合があります。

- ・商品の再包装
- ・利用制限（不特定多数への配布制限、商品の提供先制限など）

食品転売の禁止

提供食品の転売やバザーなど営利を目的とした転用を固くお断りいたします。

また、目的外の横流しなどが無いよう、食品の管理は貴団体の責任においてお願いいたします。

万一、不正利用などが確認された場合、以降の食品提供を中止させていただく場合があります。

ゴミの処理は確実に

イベントや炊き出しなど、特に野外で提供食品を利用もしくは配布される場合、包装資材などゴ

ミについては貴施設がその責任において対処下さい。

周辺環境にご配慮いただくとともに、ゴミの散乱により食品メーカーへのクレームなどにつながらないように十分にご注意下さい。

寄贈食品の品質に関わる責任と問い合わせ先

提供段階及び消費・賞味期限までの食品の品質については、基本的に食品メーカー及び2HJにて品質保証を行っておりますが、提供後の保管状態（必要な場合には冷蔵、冷凍することを含む）や、消費・賞味期限の遵守などについては、受取団体および利用者の責任にて管理願います。

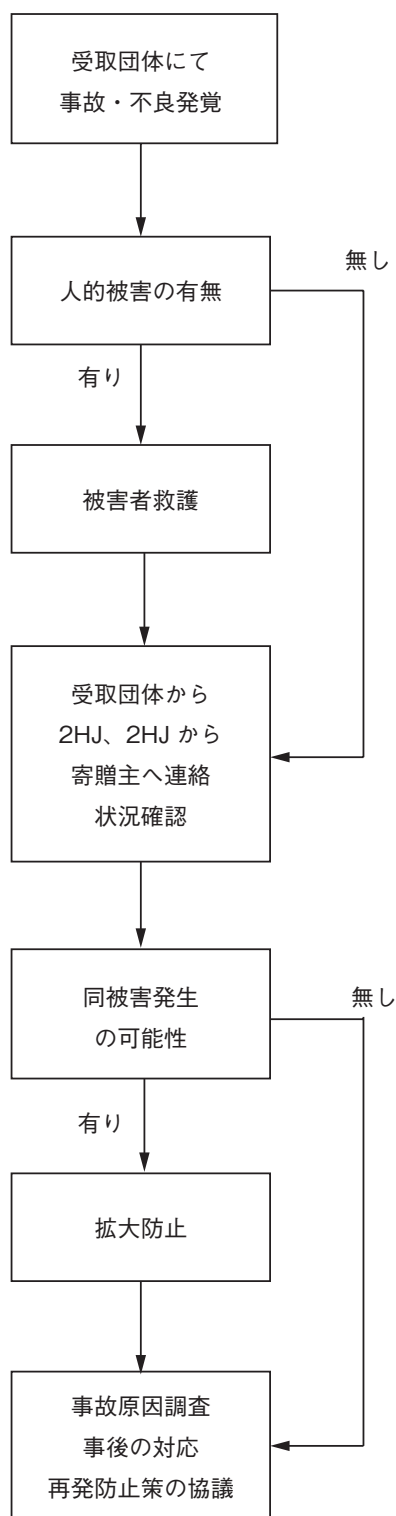
また、提供食品についてお気づきの点があれば、直接食品メーカーではなく、まず2HJへお願いいたします。当団体が提供する食品は、非正規流通品も含まれており、直接食品メーカーへ直接問い合わせた場合、出荷履歴などの照合が取れないなど混乱が予想されますので、ご協力をお願いいたします。連絡先は「6. 問い合わせ先」をご参照下さい。

情報発信に関する注意

寄贈者様の中には寄付活動の公表を希望されないところもあります。そのため、2HJから提供された食品に関しましてブログや広報誌等に記事を載せていただく場合は原則として食品メーカー様および寄贈者様の社名、ロゴ、商品名が出ないような形にさせていただきますようお願い致します。もしご希望がある場合には公表の可否を確認させていただきますのでご連絡下さい（2HJの名前を出していただくのは問題ありません）。また、貴団体がマスコミの取材などを受けられる場合にその中で寄贈食品や寄贈主、フードバンクについて取り上げられることがあるようでしたら、事前に2HJにご連絡をお願い致します。必要に応じて寄贈者様への連絡等対応を検討させていただきます。

5. 問題発生時の対応フロー（参考資料4「利用案内書（2HJ）」より）

2HJ の場合は、万が一、寄贈食品による食中毒などの食品事故が発生した場合や、寄贈食品の劣化や腐敗等（生鮮食品を除く）の不良が発見された場合には、次の対応フローにもとづき対処します。



Ⅰ：被害者救護

人的被害があった場合には、まず救護を最優先してください。必ず医療機関にて適切な処置を施してください。

（人的被害の有無にかかわらず、原因究明のため当該食品の回収・検査が必要となる場合がありますので、保管に当たり何らかの危険等が無い限り、2HJ から指示があるまで当該食品の保存をお願いします。）

Ⅱ：状況確認

出来るだけ早く2HJ に事故があった旨ご連絡をお願いします。双方が持つ情報を共有し、いつ、誰が、どこで、何を食べ、どのようなことがあったか、その時点で可能な範囲で原因を確認させていただきます。必要性・緊急度に応じて寄贈主と連絡を取りさらに原因を究明します。

Ⅲ：拡大防止

事故・不良の原因が当該寄贈食品自体にある可能性がある場合には同じ被害が他の場所で発生する可能性がありますので、各受取団体よりその食品を渡した可能性がある全ての人に状況を伝え異常がないかご確認をお願いします。状況に応じて利用者から当該寄贈食品の回収が必要となることがありますのでご協力をお願い致します。他方2HJ では当該寄贈商品を送った配送先全てに事故情報を伝達し状況を確認します。

Ⅳ：原因調査・事後の対応・再発防止策の協議

2HJ より寄贈主に対処状況を報告します。寄贈側、受取側、2HJ の三者で情報を共有しながら事故原因の調査、事後の対応、再発防止策を協議します。

*左記のフローは原則を示しており状況に応じて内容は変更されることがあります。

【参考】 また、巻末の参考資料5にある「ボランティアマニュアル（フードバンク関西）」(P. 4「11 食品による事故への対応」) にも有用な情報があります。

IV. 食品関連企業等の寄贈事例

フードバンク活動は多くの個人、団体、一般企業、食品関連企業からサポートされて成り立っています。その取り組み程度、事情、規模はまちまちです。代表的な寄贈例として、合同会社西友、東京地下鉄株式会社、株式会社ニチレイフーズの3社を紹介します。

1. 合同会社西友

1. 活動概要



西友では、事業活動を通じて出る食品廃棄物の削減とまだ食べられるもったいない食品を必要とする人に届けるという目的のもと、セカンドハーベスト・ジャパン（以下、2HJ）と協力して、食品寄付活動を行ってきました。

農林水産省の2012年の調査によれば、日本で排出される食品廃棄物は年間約1,800万トンに及び、そのうち約500万～800万トンがまだ食べられるにもかかわらず、捨てられている食品であるの見積もられています。その一方で、貧困などの要因により、食料支援を必要とする人々が現に日本国内に数多く存在しています。こうした矛盾を解消し、日本国内に存在する食糧問題を解決する手段のひとつが、フードバンク活動です。

本事業における西友のパートナーである2HJは、この課題にいち早く目をつけ、2000年に日本で初めてフードバンク活動を開始しました。フードバンク活動自体は、1967年に米国アリゾナ州で始まったといわれていますが、まだ日本では一般に広く浸透している活動であるとは言えません。

西友では、賞味期限および消費期限の管理を徹底するため、会社独自に販売期限を設定し、賞味・消費期限の到来前に食品を店頭から撤去しています。また、物流の過程で外装にダメージが生じた商品や印字ミスのある商品も、棚から撤去しています。お客様に安心・安全な商品を提供するための取組みの徹底により、まだ食べられる商品を廃棄せざるをえない状況が生まれてしまうことがあります。

こうした食品を有効活用し、食品廃棄物の発生抑制を図ることは、食品流通業を営むものにとって、事業活動に密接にかかわる環境・社会貢献活動であると言えます。

このような経緯から、西友では2009年以降、賞味・消費期限到来前の品質に問題のない食品を、2HJを通じて食料を必要としている福祉施設や貧困者に寄付するフードバンク活動に取り組んできました。

Ⅳ 食品関連企業等の寄贈事例

た。

また、後述する「バックホール方式」の導入により、取組み店舗数を飛躍的に拡大することに成功しました。フードバンク活動に多くの店舗と従業員を巻き込むことは、従業員の貢献意欲を高めることにも繋がっています。

さらに、この活動を全国約 350 店舗の店頭ポスターや HP を通じて、多くのお客様に周知することで、この課題に関する世の中への関心を高めることにつなげています。お客様が自分の決めた額を買い物の会計の際に併せて募金することができる「レジ募金」も、フードバンク活動を支える力になっています。



2. 活動実績と今後の計画

2009年に3店舗でパイロットを開始して以来、活動実施店舗と密にコミュニケーションを取りながら、各作業工程におけるノウハウを蓄積し、マニュアルを更新するなど、フードバンク活動に参加する店舗を拡大するためのベースづくりを行ってきました。

また、社内の品質管理部とともに寄付食品の安全性を確保する方法を検証したり、システム部と寄付食品のデータ管理システムを構築したりすることに加え、親会社である米国ウォルマート本社でのフードバンク活動の先行事例を参考にするなど、会社全体でフードバンク活動の取組みを進めてきました。

こうしたパイロット期間の様々な試行錯誤を経て、後述する「バックホール方式」の実用化に成功し、フードバンク活動の多店舗展開が可能となりました。

活動実施店舗は2011年に8店舗、2012年に37店舗、2013年に52店舗、2014年には81店舗にまで拡大しています。

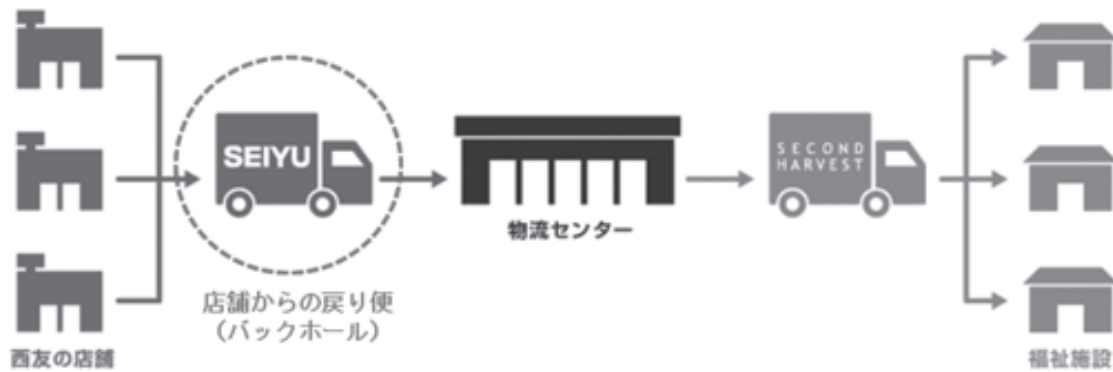
活動実施店舗の拡大とともに寄付する食品の点数も増えており、2012年には合計58,832点、2013年には74,341点、2014年には97,993点の食品の寄付を行うことができました。

今後、2016年には関東エリアの約130店舗への展開を見込んでおり、将来的には西友全店、全国約350余りの店舗での実施も視野に入れています。

さらに、店舗から出る寄付に加え、外装の破損や印字ミス等の理由で、物流センターに留まっている商品の寄付も行っています。2013年11月には、仙台物流センター（宮城県仙台市）から出た食品を、2HJを通じ、石巻市内の仮設住宅に住む方々に届けました。西友にとっては、関東地域以外で初めてのフードバンク活動となりました。

西友におけるフードバンク活動の拡大にかかる経費に関しては、ウォルマートジャパン・西友の「社

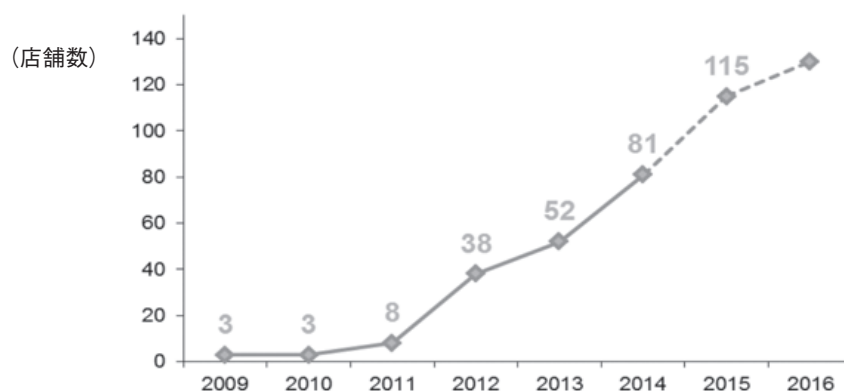
会貢献活動助成プログラム」を通じ、2HJ に助成金を拠出しています。フードバンク活動は、この助成プログラムの重点分野のひとつでもあることから、今後も助成を継続し、フードバンク活動の取組み強化と拡大を図っていく見通しです。



3. 「バックホール方式」の導入

2009年に西友3店舗でフードバンク活動のパイロットを開始した当初は、2HJの担当ドライバーが、自ら各店舗を回って寄付食品を回収していました。この方法においては、回収を行うトラックやドライバーの手配、燃料費など、2HJにかかる負担が大きく、実施店舗数を拡大することが困難であることが分かりました。

そこで、店舗に食品を配送してから物流センターに帰るトラックの「戻り便(バックホール)」を活用し、複数の店舗から集まる寄付食品を物流センターに一括集約して、2HJに引き渡す「バックホール方式」を西友独自に考案、実用化に成功しました。



(西友における食品寄付の実施店舗数の推移)

この「バックホール方式」を活用することにより、フードバンク活動のパートナーである2HJの負担を増やすことなく、寄付食品の回収効率を上げることができ、より多くの店舗がフードバンク活動に参加できるようになりました。その結果、食品の寄付先や寄付できるエリアも大きく広がりました。

Ⅳ 食品関連企業等の寄贈事例

「バックホール方式」を通じた西友独自のフードバンク活動のスキームは、まだ日本でそれほど馴染みのないこの活動を、多くのステークホルダーを巻き込みながら持続可能な形で広げていくために、試行錯誤を繰り返した結果、生まれたものです。

また、「バックホール方式」には、店舗への商品配送後、積荷のない状態で物流センターへ戻ってくるトラックを活用するという、輸送にかかる環境負荷を抑える側面もあります。

フードバンク活動が一助となり、「食品リサイクル法」に定める、西友の食品廃棄物再生利用率は2012年に77.1%に達し、食品小売業の平均である45%を上回っています。

納品期限の設定や消費期限の表示見直しなど、食品廃棄物を減らす取組みが注目を浴びる中、社会貢献にも繋がるフードバンク活動が環境改善にもたらす効果は大きく、食品を扱う企業にとっては参加の意義が十分に見込める活動です。「バックホール方式」を導入することにより、西友以外の食品流通企業においても、フードバンク活動への参加と拡大が容易になると考えています。

2. 東京地下鉄株式会社

【スライド1】東京地下鉄株式会社における社員用の非常用食品の更新時の取組みを以下に記載する。

【スライド2】社員用の非常用食品については、帰宅困難者対策条例が施行される平成25年4月以前は、事業所の出勤人員分(宿泊の伴う交代勤務であり全社員分ではない)の3日分を備蓄していた。また、宿泊勤務のある職場は、2日分の米、乾麺、調味料等を非常食の予算で購入し循環備蓄していた。帰宅困難者対策条例が施行されたことから、各職場の所属人員3日分の飲料水と食糧として備蓄した。このことにより全社員（約1万人）分の備蓄となった。

【スライド3】非常用食品の備蓄量は以下のとおり。

平成22年	1806人分	約1616kg
平成23年	6510人分	約5826kg
平成24年	1936人分	約1732kg
平成25年	10098人分	約3786kg
平成26年	10116人分	約3793kg

この数字を見てわかるように、宿泊勤務のある職場は当日の出勤者数であり3年に1回しか配備していなかったため少ない。また、平成25年から全社員分を備蓄することから、保管スペースを捻出する必要があり、重いもの、またはかさばるものなどを避けたことにより一人あたりの重量を削減しコンパクトにまとめた。また、ここで重さの数字を出したのは廃棄量をわかりやすく示すためである。これだけの量を各職場の担当者が廃棄するのだが、魚や惣菜の缶詰を分別し、それを何百缶もあることから、実施する担当者には、相当の負担があり、毎年悲鳴があがっていた。もちろん、安全・技術部にはどうかしてほしいという声が届いていた。一方では、廃棄することはもったいないという声も上がっていた。廃棄するのではなく、活用することは出来ないかという考えのもと、色々調査をしたところフードバンクという取り組みがあるとわかった。「もったいないからありがとうへ」2HJが取り組むこの考え方に非常に共感し、我々が出来ることをやっていこうと取り組むことを決めた。

【スライド4】当社では、備蓄している非常用食品に賞味期限が3年のものと5年のものが混在していた。非常用食品の更新にあたって、3年のものは賞味期限が来るものの、5年のものは賞味期限まで期間を残して廃棄してしまうことになることから、この5年のものを寄贈することにより、残りの期間を有効に活用いただけることがわかり、2HJに寄贈することにした。

【スライド5】2HJの寄贈に向けて行動を開始した。平成25年の廃棄予定の分については日勤の職場のみであった。幸いにも全てではないものの各部門で所持する業務用自動車があったことから協力をお願いをし、使用に問題ない日に各職場から本社への搬送することにした。今回の寄贈品は5年の賞味期限であるクラッカーとアルファ化米で、3年の賞味期限のものは各職場で廃棄した。

【スライド6】寄贈の際には、検品が重要と考え、本社安全・技術部で回収したクラッカーとアルファ化米を全て賞味期限・状態・数量を確認し、箱詰めをした上で社内各所の業務用自動車を活用し、2HJに搬送した。

【スライド7（省略）】平成25年度に寄贈した食品は、13の施設と聞いており、皆様に大変喜んでいただいた。

【スライド8】寄贈した企業にはどのようなメリットがあるか。1点目は「廃棄コストの削減」。食品

Ⅳ 食品関連企業等の寄贈事例

を捨てるための費用は物によってはキロ単位で 100 円以上かかる場合があるほか、リサイクルやリユースを考慮した分別の手間などもある。2 点目は「環境負荷の削減」。食品を捨てなければ、二酸化炭素を排出せず、地球温暖化の防止に貢献できる。3 点目は「社会貢献活動の実施」。企業の社会的責任（CSR）を果たす社会貢献活動の一環とみなすことができる。フードバンクへの食品提供によって信頼のできる団体に分配してもらうことができる。

【スライド 9】 今回の寄贈できた量は 245kg であった。廃棄コストを 1kg100 円とすると 24500 円のコスト削減と考えることもできる。

【スライド 10】 平成 26 年は平成 23 年に配備した全職場から回収、平成 25 年に寄贈したクラッカー、アルファ化米に加え、みそ汁とパンの缶詰が加わり 5 品目の回収となった。

【スライド 11】 今年度は全職場（約 140 か所）から回収であったが、社内の協力のおかげで無事回収することができた。一方、業務用自動車がない職場については、業務用自動車を所持している職場から派遣してもらい、比較的業務に支障のない時期に、50 か所以上の職場を 7 日間かけて回収した。検品の結果、アルファ化米、パンの缶詰、クラッカー、みそ汁の合計約 2 万食を寄贈することができた。

【スライド 12】 平成 26 年の寄贈の重さは 1581kg。廃棄コストを 1kg100 円で換算すると 158100 円のコスト削減になった。平成 27 年も寄贈を予定している。重さにして 614kg、3 年と 5 年の賞味期限が混在し、仕分け等の手間はあるものの、今後も継続して寄贈したいと考えている。

【スライド 13】 これまで、食品製造メーカーやホテルなどでは寄贈を進めた事例が多くあるものの、通常食品を扱わない鉄道事業者である我々が、非常用食品を寄贈し、「もったいないをありがとくに」変える取り組みを行ったとして、社内においても、本取組みが評価され表彰された。本取組みを社内に広める意味でも非常に意義のある表彰だったと感じている。

【スライド 14】 一方では、課題も感じている。まず、自分たちだけで寄贈を続けることの難しさである。社内で非常食を管理する立場であるものの、非常食の購入・各所への搬入に加え、寄贈に向けた回収・検品・搬送までの流れを少人数で一体管理していくことは非常に難しい。ある程度の仕組みづくり（システム化）を進めることで、この課題が解決できるようと考えていかなければならない。

また、非常食のライフサイクルの構築の必要性を感じている。備蓄の際には「もしものために」として積極的に購入するものの、賞味期限が来た際にどうするかまで、ほとんどの企業で検討していないのが実情だと思われる。「購入から廃棄」ではなく、「購入から寄贈」というサイクルを設けることで、購入した食糧を無駄にすることなく活用される仕組みになると考えている。

さらに、東京メトロだけでは小さい取り組みでしかありませんが、この仕組みは非常に多くの企業で取り組むことが可能であり、社会全体でこのような取り組みを行うことが出来れば、効果が絶大だと考えている。



非常食更新時の寄贈活動

東京地下鉄株式会社
鉄道本部 安全・技術部
課長補佐 下村 雄祐

非常用食品の備蓄状況

平成25年4月1日 東京都帰宅困難者対策条例 施行

従業員向けの備蓄の例（首都直下地震帰宅困難者等対策協議会※最終報告より抜粋）

①3日分の備蓄の量の目安

水：1人当たり1日3リットル、計9リットル 主食：1人当たり1日3食、計9食
毛布：1人当たり1枚

②備蓄品の例 水：ペットボトル入り飲料水 主食：アルファ化米、クラッカー、乾パン 等

※首都直下地震帰宅困難者等対策協議会・・・東京都及び内閣府が、国の関係省庁、首都圏の地方公共団体、民間企業等を構成員として、帰宅困難者対策について、情報を共有するとともに、横断的な課題や取組について検討を行うために設置した。

※参考 帰宅困難者対策条例リーフレット



×3日分×約10000人分
（全社員）

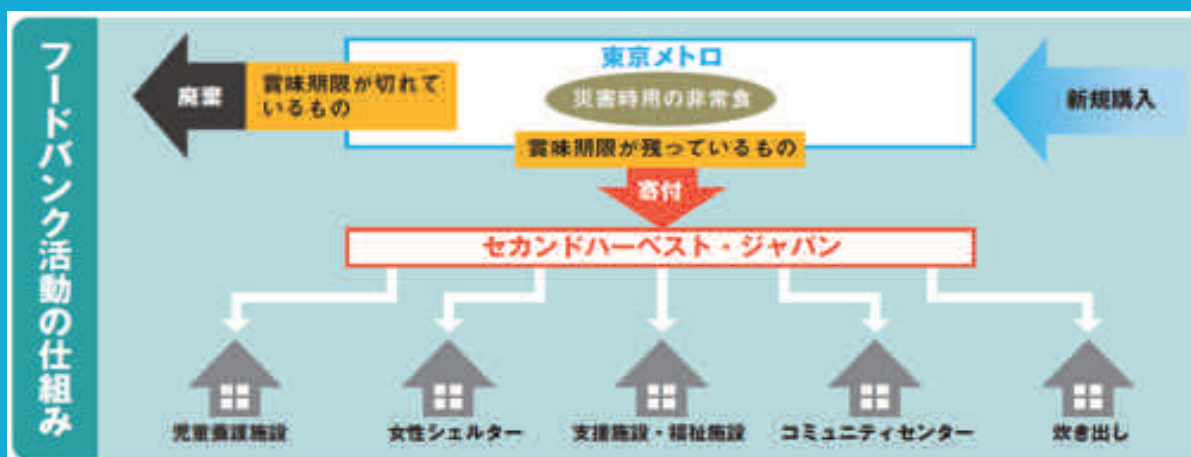
非常用食品の備蓄量

配備年	備蓄数	備蓄量	＝廃棄量
H22	1806人分	約1616kg	
H23	6510人分	約5826kg	
H24	1936人分	約1732kg	
H25	10098人分	約3786kg	
H26	10116人分	約3793kg	

※内容量ベース

7

非常用食品の寄贈



※東京地下鉄社内報 2013年9月号

9

H25. 7月 寄贈品目の回収

【協力依頼職場】

本社各部（別館含む）、お忘れ物総合取扱所、工務部各工事所

寄贈品（賞味期限 5 年）



- ・クラッカー
- ・アルファ米（五目ごはん）
- ・アルファ米（白飯）

廃棄品（賞味期限 3 年）



- ・レトルトカレー
- ・ドロップス
- ・さんま缶
- ・ひじき缶
- ・フルーツ缶
- ・パン缶

10

H25. 8月 セカンドハーベスト・ジャパンへ寄贈

回収

本社各部（別館含む）
お忘れ物総合取扱所
工務部各工事所

検品

白 飯 1032袋
五 目 1035袋
クラッカー 513缶

搬送

上野検車区の協力で
浅草橋にある2HJへ
搬送。（40箱）

東京メトロ×セカンドハーベスト・ジャパン 各部門が協力し非常用食品2,500食を寄贈！

これまで、社倉庫に保管している非常用食品を更新の際に廃棄処分していましたが、その中にはまだ賞味期限が残っている食品があり、廃棄せずに活用できないか検討してまいりました。

そこで、日本で初めてフードバンク活動を開始した、NPO法人セカンドハーベスト・ジャパンを見学させていただきました。担当者の方にお話を伺ってその活動に感銘を受け、ぜひ協力させていただきたいと思い、非常用食品の寄贈を提案、快く受け取っていただくことになりました。

今回の非常用食品更新では、アルファ米とクラッカーの賞味期限が1年以上経過していたため、本社各部門・工務部各工事所及びお忘れ物総合取扱所に協力を依頼し、2,500食以上の食品が寄贈されました。そして2013年9月8日、上野検車区の協力により寄贈する食品約40箱を搬送、セカンドハーベスト・ジャパンへ寄贈しました。

今後は、帰宅困難者対策条例の施行（2013年4月）を受けて、全社員数の3日分の非常用食品を備蓄することになりました。更新時の食品は又を譲るためにも、これからは各職場単位で最寄りの施設等へ寄贈できるような仕組みをつくるなど、社会貢献活動への取り組みを考えています。皆様のご協力をお願いします。（安全・技術部）



※東京地下鉄社内報 2013年9月号

11

企業側のメリット

1. 廃棄コストの削減

食品を捨てるための費用が発生します。物によりますが、廃棄コストはキロ単位で100円以上かかる場合があります。リサイクルやリユースを考慮した分別の手間などもあります。

2. 環境負荷の削減

食品を捨てなければ、CO₂を排出せず、地球温暖化を止めるためのCO₂削減に貢献できます。

3. 社会貢献活動の実施

企業の社会的責任(CSR)を果たす社会貢献活動の一環とみなすことができます。フードバンクへの食品提供によって信頼のできる団体に分配してもらえます。

13

非常用食品の寄贈量

配備年	備蓄数	備蓄量	寄贈量
H22	1806人分	約1616kg	245kg(H25)
H23	6510人分	約5826kg	
H24	1936人分	約1732kg	
H25	10098人分	約3786kg	
H26	10116人分	約3793kg	

※内容量ベース

14

H26. 10～11月 寄贈品目の回収 【全職場対象】

寄贈品（賞味期限 5 年）



- ・即席みそ汁
- ・パン缶
- ・クラッカー
- ・アルファ米（白飯）
- ・アルファ米（五目ごはん）

廃棄品（賞味期限 3 年）



- ・レトルトカレー
- ・ドロップス
- ・さんま缶
- ・ひじき缶
- ・フルーツ缶

15

H26. 10～12月 セカンドハーベスト・ジャパン 殿へ寄贈

回収

車両部、工務部、改良建設部、電気部の各職場⇒業務用自動車で本社へ配送依頼
営業部、運転部、鉄道統括部、人事部の各職場⇒資材センターと協力して回収

検品

アルファ米（白飯）	4557食	クラッカー	2263缶
アルファ米（五目）	4542食	即席みそ汁	4514食
パン缶	4571缶	合計	20447食



搬送

資材センター、上野検車区の協力で、浅草橋にある2HJへ搬送。（385箱）



防災備蓄品で
社会貢献！
13
「防災備蓄品」は、災害発生時に必要となる食料・飲料・日用品などを備蓄し、被災者への支援に活用されます。本社は、社会貢献の一環として、防災備蓄品をセカンドハーベスト・ジャパンへ寄贈しています。寄贈した品は、被災地へ配布されます。本社の活動にご協力いただき、社会貢献に貢献させていただきます。

※東京地下鉄社内報 2014年12月号

16

非常用食品の寄贈量

配備年	備蓄数	備蓄量	寄贈量
H22	1806人分	約1616kg	245kg(H25)
H23	6510人分	約5826kg	1581kg(H26)
H24	1936人分	約1732kg	614kg(H27)
H25	10098人分	約3786kg	約3786kg
H26	10116人分	約3793kg	約3793kg

※内容量ベース

19

メトロ社内でも評価いただきました。



H27.1.29 東京メトロ 業務改善・収益性向上発表会 優秀賞受賞

20

今思うことは...

- 自分たちだけで寄贈を続けることへの限界感
- 非常食ライフサイクルの構築の必要性
- 社会全体での取り組みによる効果が絶大

3. 株式会社ニチレイフーズ

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

(株)ニチレイフーズのセカンドハーベストとの 取組について

2010年10月22日
(株)ニチレイフーズ

1

参加の動機 2005年

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。 

・輸入製品の流通過程では、一部ブローケンと呼ばれる箱潰れ商品が発生することがあり、通常商品としては流通できない。
・ただ、製品の品質、味は問題ない。賞味期限にも問題ない。

もったいない…



何か方法はないだろうか

セカンドハーベスト ジャパンの取組を知り、その活動理念に共感

2

ブローケン商品とは

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。



角が潰れている



ダンボールの表面に穴が開いている

3

主な活動経緯

「おいしさ」と「新鮮」をネットワークする。



2005年6月 取組について検討を始める

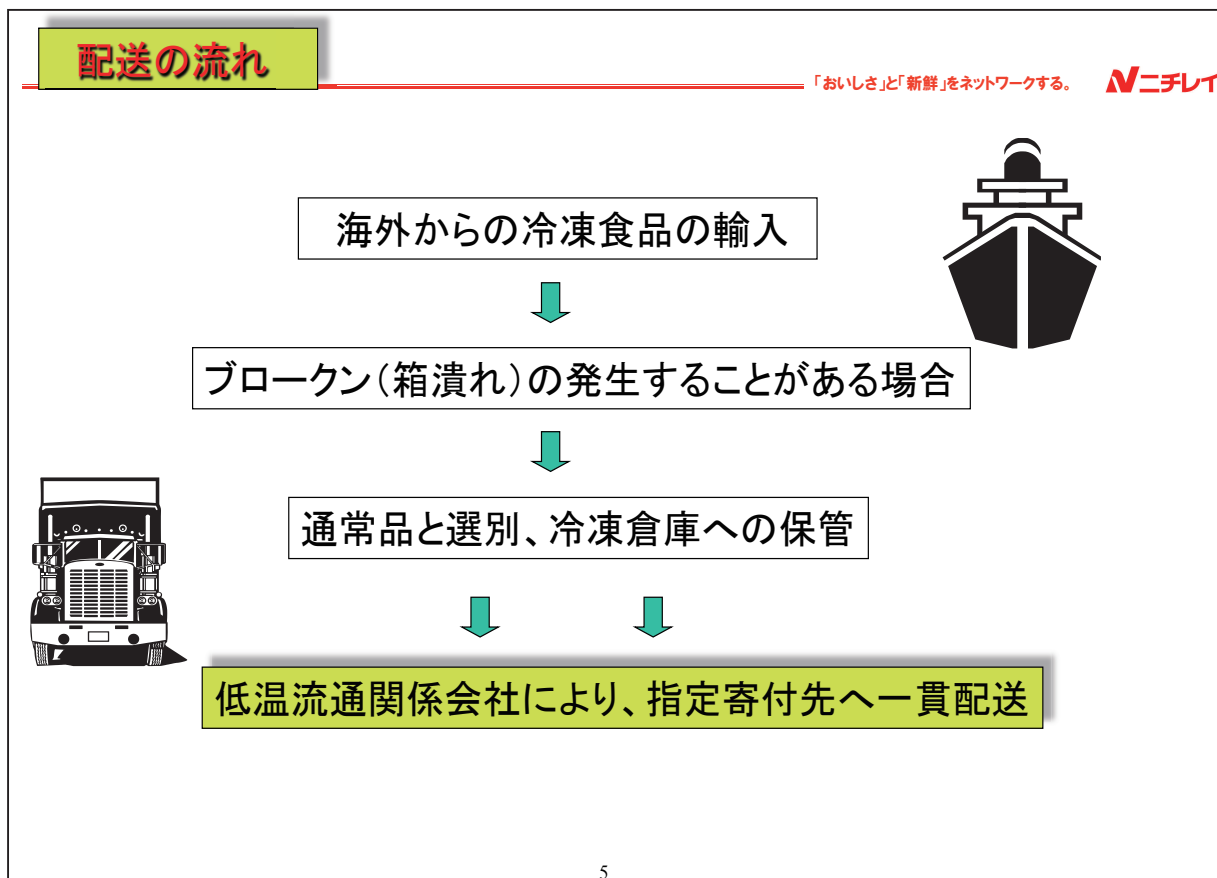
2005年7月 出荷スタート（船橋工場から）

2007年2月 取り扱い数量が増加し、2HJのみの配送が困難になる。
ニチレイグループの低温物流会社<ニチレイロジネット>の
協力を得、冷凍倉庫から寄付先施設まで一貫した配送体制に。

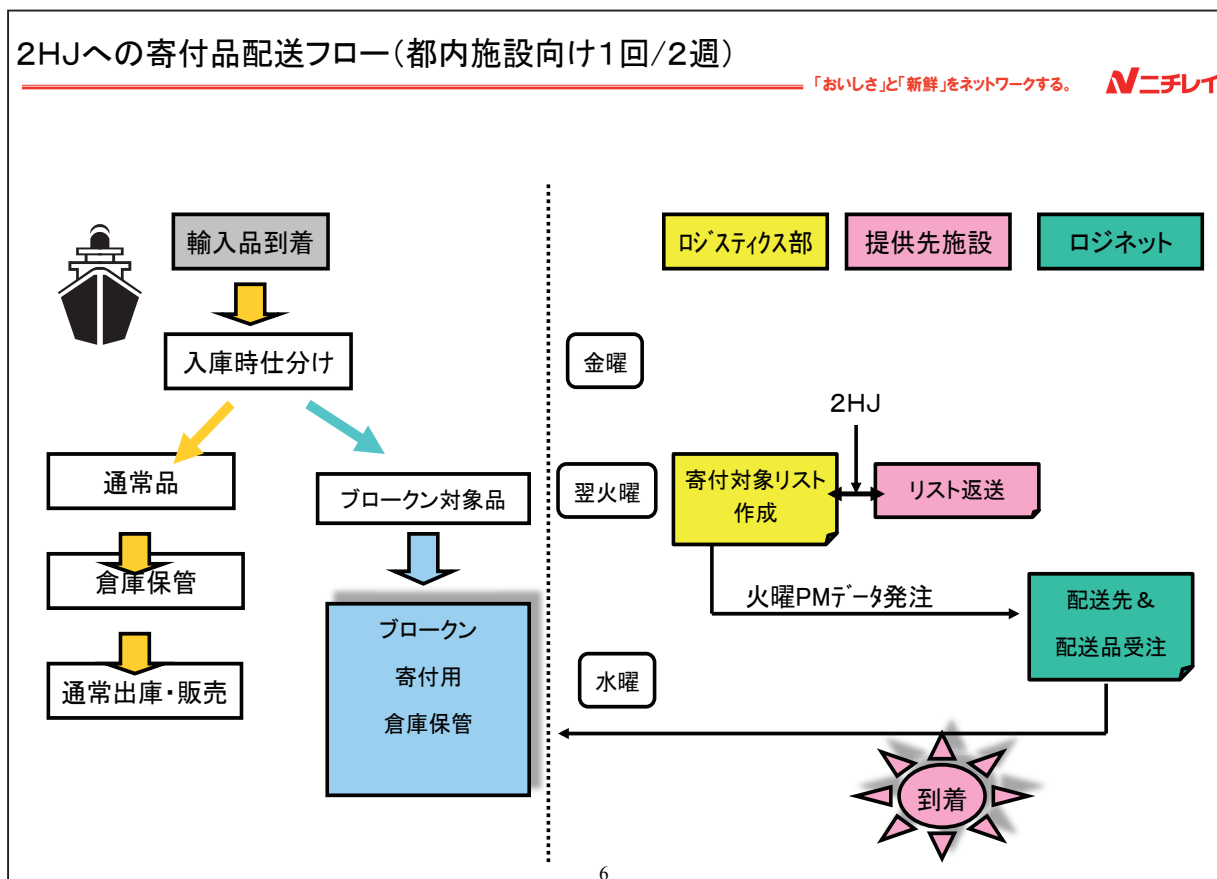
2007年6月 関西地区への配送検討、配送開始

現在に至る

4



2HJへの寄付品配送フロー（都内施設向け1回/2週）



FAQ・・・これまで各社様からいただいたご質問から

◎フードバンク活動参画まで

●どのような問題意識があったか

＜もったいない＞が根底にありました。

大量生産、大量消費とその側面にある、廃棄という現実を少しでも解消したい。

過剰と欠如の間にある矛盾・・・企業としての役割

●仮に反対意見があった場合それをどのようにブレイクスルーしてきたか

品質保証関係がやはり慎重でした。それについては

配送方法、配送先を明確にすること・・・冷凍食品として温度管理が出来る事の確認、また、念書をかわすことでクリアになりました。

●転売などのリスク

セカンドハーベストが認定した団体にのみ提供します。

参画後の実態

●寄贈の頻度

関東地域 1回/2週 関西地域 都度

●寄贈先

児童養護施設中心

●転売や品質保証の問題

寄贈先の指定化、念書での明文化（前出）

●顧客、社内への反響

メディアに取り上げられたことで社内外の認知度が上がり、

共感を持って受け入れられています。また、他企業様や大学からの問合せも増えています

今後の展開

● 対象商品

海外輸入品のうち、検疫検査使用後商品および冷凍野菜主体

ブローケンに限定しており、今後も同様の方針です。

発生頻度の増減はありますが、今後も継続して取組めます。

セカンドハーベットの成り立ちと取組についての参考図書
 <フードバンクという挑戦・貧困と飽食のあいだで>
 岩波書店：大原悦子 著

活動の意義

▶ CSR(企業の社会的責任)の視点

本業を通じて、社会貢献活動に寄与できること

▶ 社員の視点

社員が感じている<もったいない>をこの活動を通じて
 納得の行く方法で実践していること・・・共感

▶ 企業グループとしての視点

流通の機能をもったグループ会社が連携している
 こと



まとめ

フードバンク活動参画企業が外資系中心であった中で
弊社が名乗りを上げてから5年近く経ちます。

弊社は低温物流部門の協力を得ながら、一貫配送により
冷凍食品を提供し、グループの強みを改めて再認識しました。

今後とも、2HJの基本理念を大切にしながら、信頼できる食品
企業を目指し、支援をして行きたいと考えています。

ご静聴ありがとうございました。

V 利用者（福祉施設）事例

寄贈された食品はフードバンク団体から直接受益者である各種福祉施設、生活困窮者及びその家族へ、あるいは各地の社会福祉協議会、各種個人支援団体を経由して個人支援に活用されています。

以下に2HJと密な関係を構築してきている睦母子生活支援施設、Kiitos、母子生活支援施設Sの3福祉施設の事例を紹介します。当然ではありますが事前に2HJとの間には「利用案内書」（参考資料4）記載内容に含まれる「お守りいただきたいこと」の確認が行われています。

1. 睦母子生活支援施設

命を繋ぐ食育



社会福祉法人 たすけあいゆい
睦母子生活支援施設

母子生活支援施設とは

- 母親と子どもが共に生活し支援を受ける事ができる唯一の児童福祉施設です。
- 対象：未婚・離婚・死別などの配偶者のない女性の他にDV児童虐待・夫からの遺棄・行方不明・拘置等一緒に住むことができない事情にある女性で養育すべき児童を有している世帯であります。

食べ物は心のケアにもつながります

- ・DV被害の影響は心身に及びます。
- ・突然今までの生活からの転居（喪失体験）等強いストレスが母子の心身に影響しています。
- ・漠然とした将来の不安にたち向かう応援の一つが食べ物でできることはとてもありがたいことです。

寄付品の活用例

- ・母子生活支援施設のお母様、お子様達は、皆様から頂いた寄付品（冷凍食品・調味料・飲み物）を用いてお弁当や食事作りに活用しています。

アレンジの例

鶏のから揚げがパンプキンシチューになったり、ミックスベジタブルをスープの材料としてアレンジしました。

子ども達はじぶんで考えてアレンジを楽しめるようになってきました。

子どもたちの食育

子ども達の昼食作り



子ども達によるお弁当作り



子ども達が生きていくために自分で作る
経験になっています



寄付食品の活用を通じて

- 調理を通じて子ども達の生活習慣を身に付けていくことの大切さ、子どもの自立につながる地道な活動が子どもやシングルマザーの問題を解決する第一歩につながることでしょう。

2. NPO 法人青少年の居場所 Kiitos

NPO 法人青少年の居場所 Kiitos は東京都調布市で、中学生から 30 歳までの若者なら誰でも自由に安心して訪れることのできる居場所を無料で開放しています。

Kiitos を訪れる利用者はそれぞれに生きづらい事情を抱えています。

不登校、引きこもり、養護施設出身、養育困難家庭（保護者の精神疾患、ネグレクト等）、ひとり親家庭、知的・発達障害、精神疾患等を抱え、コミュニケーション能力が乏しく家庭や社会に居場所を見いだせない若者達です。

私たちの活動は「あなたはここにいていいんだよ」と安心していただける居場所の提供。

家族、保護者の精神疾患や養育拒否により食事を満足に摂れない利用者への、昼・夕食の無料提供。

利用者本人、保護者、または関係者（学校や親せきの方たち）の相談やカウンセリング。

相談の内容によって関係機関との連携を密にとること（医療機関や障害者関係施設など）。

その他、市の子ども家庭支援センター、教育委員会教育コーディネーター室 SSW、母子自立支援課、民間の関連機関等とも連携をとりながら一人ひとりを見守っています。

また、社会への巣立ちの一助として学習支援・就労支援も行っています。

活動の中でも一番大切にしているのが食事支援です。

利用者個々の家庭の背景や事情により食事を満足に摂ることのできない子ども・若者にコンビニのお弁当やジャンクフードではなく、暖かいご飯とみそ汁、バランスのとれた食事を、家庭と同じようにボランティアスタッフが毎日手作りで提供しています。

居場所開設以来 5 年になりますが、利用者の数は残念ながら増加の一途をたどっています。

この活動は支援者の皆さまからの寄付と助成金等によって支えられています。

増え続ける利用者への食事提供は、家計をやり繰りするのと同じように工夫をしなければ厳しい状況でした。

そんな時、2HJ さんとのご縁ができ、大変ありがたく思っています。

経済的にとても助かっていることはもちろんですが、食材の種類が増えて、よりバランスの摂れた食事が提供できるようになったこと、時にはぜいたくなデザートもいただけるようになり、利用者の笑顔がたくさん見られるようになったこと。

食の充実はエネルギーを取り戻し、生きづらさを抱えた子ども・若者が顔を上げ、前を向き自分を取り戻すための大きな力になっています。

2HJ さんから定期的に食材をいただけることに本当に感謝しています。

そして、これからも Kiitos に集う子ども・若者を一緒に見守り続けていただきたいと願っています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。



特定非営利活動法人

青少年の居場所 Kiitos

Kiitosって何？

Kiitosは10代20代ならだれでも利用できる施設です。
学校の帰りに寄り道して、一人でのんびりするのいいかもしれません。
悩みがあるときにちょっと話しに来るのいいかもしれません。
集まった仲間と一緒にご飯を作って食べるのいいかもしれません。
気の合う仲間と何か企画するのもいいでしょう。
Kiitos（キートス）は、子どもたちの「とまり木」のような存在でありたいと思っています。
少し疲れた羽を休めて、再び飛び立てるように。



1

Kiitosの事業

青少年の 居場所づくり 及び支援事業

- 自分の居場所を求める青少年（中学生から20代）が心身ともに安心して、ゆっくり自由に過ごせる居場所づくりと、仲間や大人と出会いひとりではないことを実感できるよう、昼食、お茶の時間、誕生会、季節のイベントなどの提供と支援を行っています。

利用者の カウンセリング 及び相談事業

- 利用者一人ひとりと、ていねいな面談を継続し、添いながら、自分と向き合い、一歩踏み出すためのカウンセリング及び支援を行っています。

利用者の自立支援事業 及び連携団体との ネットワーク構築事業

- 利用者が抱えている生きづらさや、不登校、ひきこもり、ニートなどの状況から、自立に向け一歩踏み出すために、個別に必要な支援（生活習慣の見直し、食習慣の見直し、学習支援、就労支援、料理、手芸、音楽などの講習会）。総合的な支援のため関連団体とのネットワーク構築。

青少年の保護者の 相談事業

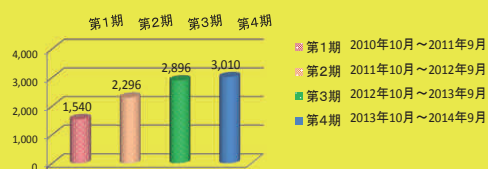
- 利用者の保護者及び問題を抱えている青少年の保護者の相談及び支援を行っています。

2

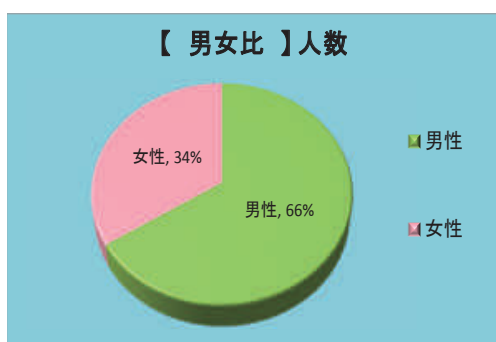
キートスに集う子ども・若者たち

- 登録人数・・・208名
- 1日平均利用人数・・・12名
- ボランティアスタッフ総数・・・25名
(2014年9月末現在)

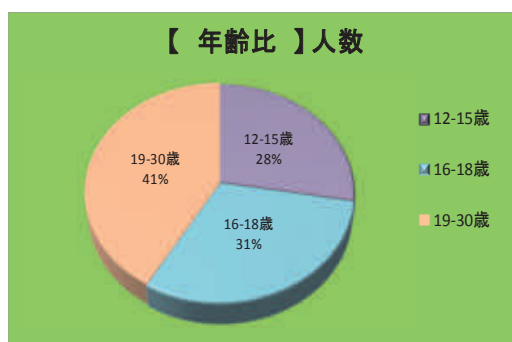
★ 延来室利用者数 ★ 人数



【 男女比 】人数

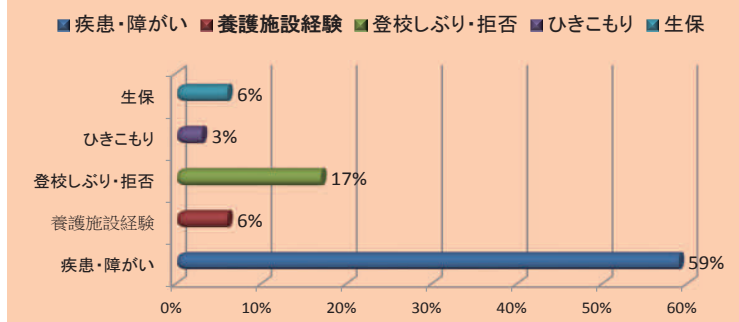


【 年齢比 】人数

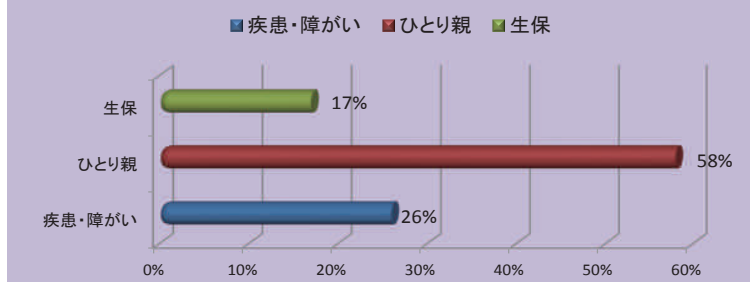


3

【 本人背景・状況 】(2014年9月情報)



【 家族・家庭背景・状況 】(2014年9月情報)



4

<食へのこだわり>

生活習慣の見直し



- ・三食（朝・昼・晩）食べる
- ・バランスのとれた食事



食の充実による心身の変化



- ・元気なカラダと前向きなココロ
- ・五感が正常に働くようになる

生きるエネルギー



5

<食習慣の見直し>

食卓を囲む大切さ

利用者全員で食事をとる

（ひとりで食べない）

温かい食事の提供

（ボランティアスタッフによる調理）

孤食、ジャンクフードの回避

（栄養バランスの良い食事）

6

調理例	献立	フードバンク食品
	・竜田揚げ ・大根の煮物 ・キュウリの漬物	・冷凍竜田揚げ ・キャベツ ・大根 ・キュウリの漬物 ・ブロッコリー
	・チャーハン ・ポテトサラダ ・みそ汁 ・キュウリの漬物	・コンビーフ/コーン缶 ・キャベツ ・キュウリの漬物 ・たまごのスプレッド ・ペンネ
	・ホットケーキ	・ホットケーキミックス ・冷凍生クリーム

7

調理例	献立	フードバンク食品
	・ハンバーグ ・パスタサラダ ・みそ汁 ・ご飯	・デミグラスソース缶 ・ペンネ、ブロッコリー ・コーン缶、グラタンソース ・キャベツ ・米
	・煮物	・だし巻風たまご天
	・ミートソースペンネ	・デミグラスソース缶 ・ペンネ ・グラタンソース

8

調理例	献立	フードバンク食品
	おやつ ・フルーツゼリー	・フルーツゼリー
	★持ち帰り用 ・ドライカレー ・お茶 など	・アルファ米ドライカレー (防災備蓄食品) ・お茶

9

◆ 1食あたりのコストの変化 （月平均）			
	食材費	提供数	1食あたりのコスト
支援前	21,900円	150食	146円
支援後	28,700円	253食	113円
増減	31%増	68%増	23%削減

33円
削減

10

メニューがたくさんあってうれしい！

できたての揚げ物っておいしい！

今日はなんだろう？楽しみだな～

おいしい(贅沢な)おやつが食べられる！

- ・食事を楽しみにするようになった。
- ・多種多様な食材提供によって、メニューが豊富になった。
- ・食事の量を増やせるようになり、お腹が満たされるようになった。 など

11

ご清聴ありがとうございました。

Kiitos

【青少年の居場所】
特定非営利活動法人

Kiitos（キートス）は、
子どもたちの「とまり木」のような
存在でありたいと思っています。
少し疲れた羽を休めて、
再び飛び立てるように。

新住所 〒182-0022
東京都調布市国領町 6-10-3
大住ビル301号室

TEL/FAX: 042-444-0749
U R L : <http://www.kiitos.org>
E-Mail : info@kiitos.org

3. 母子生活支援施設 S

母子生活支援施設での フードバンク食品の活用事例

母子生活支援施設 S

平成27年 8月18日(火)

1. 母子生活支援施設とは
2. Sとはこんな施設です
3. 私たち2HJに助けられています！
4. 行事でも大活躍！2HJの食品
5. 施設利用者みなさんの「声」



1. 母子生活支援施設とは

○**児童福祉法に基づく児童福祉施設（児童福祉法第38条）**です。
母子生活支援施設は、「配偶者のない女子又はこれに準ずる事情にある女子及びその者の監護すべき児童を保護するとともに、自立の促進のためにその生活を支援し、あわせて退所したものについて相談その他の援助を行う」施設です。

○**全国に247カ所、3,542世帯、9,385人の母と子が生活しています。**
（平成26年度厚生労働省調査）

○**ODV被害や児童虐待、さらに何らかの障がいのある母子の利用が増加。**通常の社会生活を営む上で困難を伴う場合が多く、専門的なケアを提供できる、家族を対象とした唯一の児童福祉施設です。

○**母子家庭の相対的貧困率・・・54.6%**（平成25年度厚生労働省発表）
近年の経済情勢・雇用情勢は、弱い立場にある母子世帯をいっそう厳しい状況に追いやっています。

2. こんな施設です

施設名： 社会福祉法人 S

定 員： 20世帯
緊急一時保護2世帯

職員体制： 施設長1、母子支援員3、少年指導員2、調理員等1、保育士1、臨床心理士3（非常勤）、嘱託医（内科・精神科各1）等

設 備： 居室（1DK×12、2DK×8）、緊急一時保護室（1DK×2）、学習・遊戯室、保育室、医務室、宿直室、集会室、面談室、警備員室

業務内容： 母と子に対する生活支援・自立支援、心理的ケア、施設内保育事業、緊急一時保護事業、地域交流事業等



2. こんな施設です

○就労支援・養育支援 ～施設内保育事業「Dほいく」

地域の認可保育園に入園できるまでの間、0～6歳児の日中保育を実施。

- ・異年齢保育ならではの縦のつながり
- ・個々の欲求や発達課題を正確に受け止め、愛着形成と情緒の安定を図ることのできる「だいすきなばしょ」
- ・季節感にあふれた行事・給食・おやつ



みんなで食べるとたのしいよ



豆まきで鬼さんと記念撮影

2. こんな施設です

○地域に根差した施設を目指して ～地域乳幼児交流事業

近隣の乳幼児世帯を対象として、
保育機能の提供を行っています。

- ・子育て講座、育児相談
- ・季節にちなんだ工作教室
- ・リトミック教室・・・など



お庭で焼き芋会



小麦粉ねんどで遊ぼう会



クリスマス会



水遊び会

学童交流行事「Sクラブ」の開催や、地域のサークルへの施設スペースの貸し出し、地域行事への参画なども行っています。

3. 私たち2HJに助けられています！

月に3回ほど「マーケット」を開催

簡単レシピを付けてお渡ししています。

マイバッグを持って、毎回行列ができます。

3. 私たち2HJに助けられています！

仕分け作業も、和気あいあいとしています。

今日のおやつはパウンドケーキ！やったぜー！

ゼリーだいすき！

今日もこんなに頂きました！

3. 私たち2HJに助けられています！



あっ今回はパンだ！
育ちざかりの息子のおやつにさせていただきます。

防災備蓄品
はアレンジ
しておやつ
に食べます

リッツにマシュマ
ロを挟んで、電子
レンジでチンしま
す。



缶詰パン・ビスコ・おでん・アル
ファ米は、種類も豊富で帰宅が遅
くなった時には助かっています。

4. 行事でも大活躍！2HJの食品

その①夏休み学童昼食会「流しそうめん」

メニュー『流しそうめん＆野菜のかき揚げ』

≪2HJの食材≫

- ・ そうめん
- ・ めんつゆ
- ・ フルーツ缶詰
- ・ キャンーラ油



4. 行事でも大活躍！2HJの食品

その②ホワイトデーおやつづくり

メニュー 『バニラクッキー・ココアクッキー・ロシアンクッキー』



《2HJの食材》

- ・ ホットケーキミックス
- ・ ネスクイック
（ココアパウダー）
- ・ キャンディー

4. 行事でも大活躍！2HJの食品

その③「年末のつどい」

メニュー 『すきやき』



《2HJの食材》

- ・ 白菜
- ・ マロニー
- ・ 醤油、砂糖、みりん
- ・ 枝豆
- ・ 杏仁豆腐&マンゴープリン
- ・ ジュース数種類

4. 行事でも大活躍！2HJの食品

その④「ハロウィンパーティ」

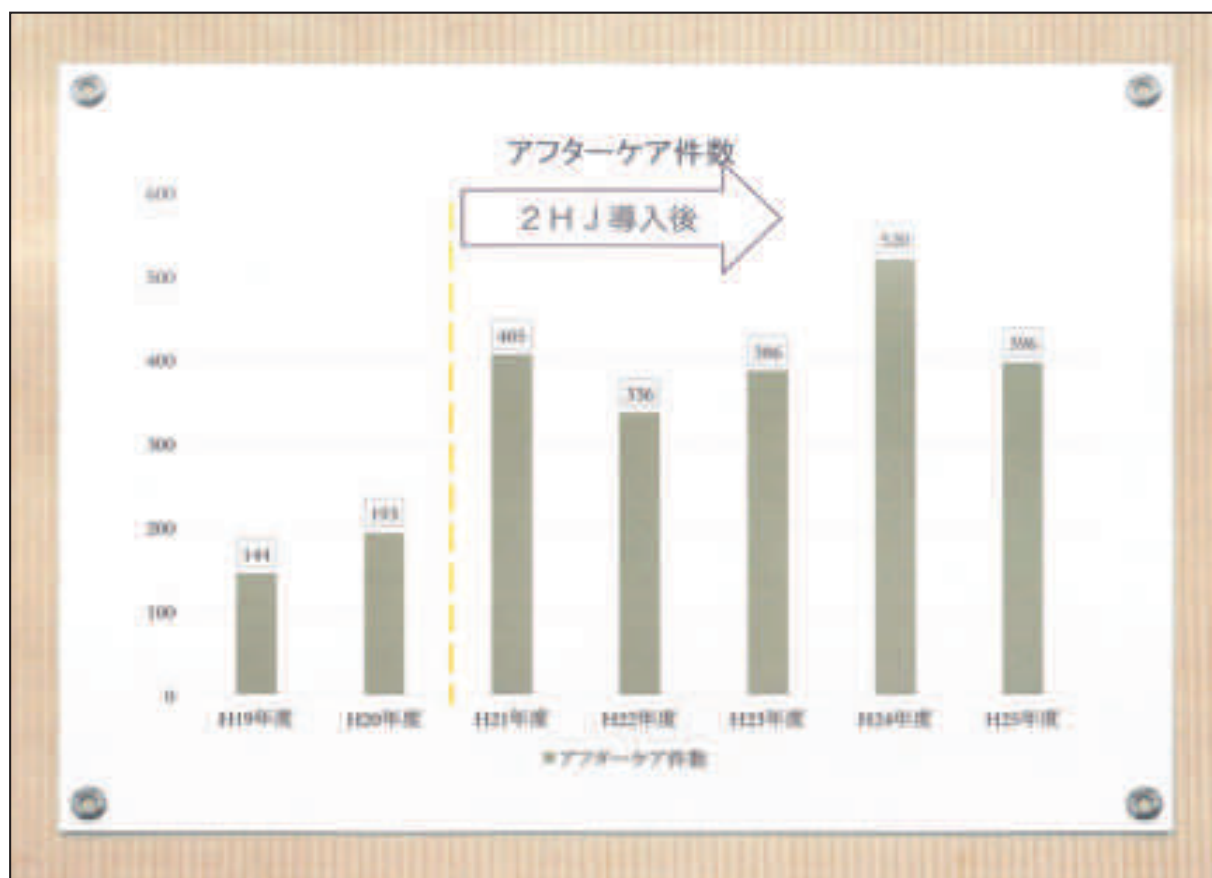
メニュー 『カップケーキ』など




≪2HJの食材≫

- ・ホットケーキミックス
- ・たまご
- ・牛乳
- ・お菓子いろいろ





VI 受益者(団体、個人)、寄贈者(法人、個人)への お願いとお知らせ

1. 受益者（団体、個人）にお守りいただきたいこと

2HJ の例では寄贈開始に先立ち確認をいただく利用案内書で以下のことを約束していただいています。いずれも寄贈をいただくにあたり 2HJ が企業へ約束した内容です。寄贈食品は市場で販売している食品と異なる特徴がありますので以下を関係者へ周知徹底していただく必要があります。

2HJ では食品関連企業より寄贈を受ける際、商品の扱い等に関する合意書を締結しております。そのため、食品受領にあたっては次のことを必ずお守りください。

1. 消費・賞味期限の厳守

定められた消費・賞味期限は絶対に厳守してください。

そのため、商品受領時に消費・賞味期限や商品の状態を必ずご確認願います。

消費・賞味期限が切れた場合、2HJ にご連絡いただいた上で、廃棄又は 2HJ にご返却下さい。

2. 寄贈食品利用者の限定と提供状況の記録

2HJ からの寄贈食品は原則として団体内の消費をお願いします。個人情報保護の観点から提供先個人名の提供は求めませんが、貴団体にて受け取った個人が特定可能な食品の提供記録の管理・保管をお願いします。食品リコール発生などの際には受け取られた方への連絡をお願いすることがあります。

また、貴団体がさらに他の団体へ寄贈品を提供したい場合には必ず 2HJ へ事前連絡を入れ承諾をとった上で同意した手順にしたがってご提供下さい。その際は貴団体より提供先に対し、当該項目「4. お守りいただきたいこと」の内容を指導、徹底していただく必要があります。また、食品提供先名、食品名、提供した数量、提供日等を記録いただき、予め合意した形式で 2HJ への定期的提示をお願い致します。フードバンク食品は寄贈主より、万一の時のためのトレーサビリティの確保を条件にご寄贈いただいておりますので、ご理解ご協力をお願い致します。

3. 食品の寄贈理由をご理解下さい

寄贈される食品は正規の市場流通品の他、消費・賞味期限が短い、缶詰のへこみ、ラベルの印字ミス、梱包の破損、季節外れ、規格外などの理由により寄贈される非正規流通品も含まれます。提供食品の寄贈理由やその特徴について理解した上で、受取団体および利用者ご自身が食品を確認しながらご利用下さいようお願い致します。

また、提供できる食品の種類と数量には必然的に限界があることをご理解ください。

状況に応じて企業の意向やブランド保持を目的に、次のようなお願いをする場合があります。

- ・商品の再包装
- ・利用制限（不特定多数への配布制限、商品の提供先制限など）

4. 転売禁止

提供食品の転売やバザーなど営利を目的とした転用を固くお断りいたします。

また、目的外の横流しなどが無いよう、食品の管理は貴団体の責任においてお願いいたします。

Ⅵ 受益者（団体、個人）、寄贈者（法人、個人）へのお願いとお知らせ

万一、不正利用などが確認された場合、以降の食品提供を中止させていただく場合があります。
ご不明な点があれば、お問い合わせ下さい。

5. ゴミの処理は確実に

イベントや炊き出しなど、特に野外で提供食品を利用もしくは配布される場合、包装資材などのゴミについては貴施設がその責任において対処下さい。

周辺環境にご配慮いただくとともに、ゴミの散乱により食品メーカーへのクレームなどにつながらないよう十分にご注意下さい。

6. 寄贈食品の品質に関わる責任と問い合わせ先

提供段階及び消費・賞味期限までの食品の品質については、基本的に食品メーカー及び2HJにて品質保証を行っておりますが、提供後の保管状態（必要な場合には冷蔵、冷凍することを含む）や、消費・賞味期限の遵守などについては、受取団体および利用者の責任にて管理願います。

また、提供食品についてお気づきの点があれば、直接食品メーカーではなく、まず2HJへお願いいたします。当団体が提供する食品は、非正規流通品も含まれており、直接食品メーカーへ直接問い合わせた場合、出荷履歴などの照合が取れないなど混乱が予想されますので、ご協力をお願いいたします。

7. 情報発信に関する注意

寄贈者様の中には寄付活動の公表を希望されないところもあります。そのため、2HJから提供された食品に関しましてブログや広報誌等に記事を載せていただく場合は原則として食品メーカー様および寄贈者様の社名、ロゴ、商品名が出ないような形にさせていただきますようお願い致します。もしご希望がある場合には公表の可否を確認させていただきますのでご連絡下さい（2HJの名前を出していただくのは問題ありません）。また、貴団体がマスコミの取材などを受けられる場合にその中で寄贈食品や寄贈主、フードバンクについて取り上げられることがあるようでしたら、事前に2HJにご連絡をお願い致します。必要に応じて寄贈者様への連絡等対応を検討させていただきます。

2. 寄贈者（法人、個人）へのお願い

食品関連企業、農業経営者の方

さまざまな理由で販売が難しくなってしまったけれど、まだ充分食べられるといった食品を食品関連企業の皆さま、農業経営者の皆さまから、2000年の2HJ活動開始以来、ご寄贈いただけてきました。

食べ物の寄贈を検討されている方へ寄贈までの流れを説明します。



〔寄贈者様から2HJへ〕

商品の種類や量、賞味期限といった基本情報だけではなく、寄付にいたった経緯などを寄贈者様よりご連絡いただき、2HJ側で内容を確認します。

詳細を寄贈申込書フォーム（参考資料8参照）にご記入の上
info@2hj.org までメールにてお送りください。



〔2HJから寄贈者様へ〕

ご寄贈品の適切な取り扱いのお約束と、寄贈者様と2HJとの両者合意の下ご寄贈が行われたことを明確にするため「合意書」の締結をお願いしております。

合意書の内容は参考資料6－1を参照ください。

※備蓄されている防災食品についての合意書、およびご案内は次項にて説明します。



〔寄贈者様から2HJへ〕

原則、寄贈者様から2HJ事務所へ配送をお願いしております。

食品の量や保管場所によっては2HJ事務所以外の指定の場所へご配送をお願いする場合もございますのでご了承ください。



〔2HJから各施設等へ〕

寄贈者様から受け取った食品は、2HJのスタッフが責任を持って適切な配布先を選定し、各施設等に食品を再配分、あるいは当団体倉庫にて必要とされる団体、施設に引取りしていただきます。

3. 食品寄贈をお考えの方へ FAQ

食品寄贈をご検討されている皆さまからよく頂戴する質問をこちらにまとめました。

【活動資金について】

Q 2HJ は国からの資金援助はあるのですか？

A 2010 年度に一度、補助金を受けたことはありますが、今回のフードバンクマニュアル普及事業を除いてはいただいております。

【寄贈者側の負担に関して】

Q 寄贈者側としてどのようなコストが発生しますか？

A 寄贈品を納品していただく際に掛かる輸送コストのみ負担していただいております。

Q 保管場所までの引取りはしてもらえるのですか？

A 基本的に、引取は行なっておりません。

【取り扱う食品の温度帯に関して】

Q 常温のみの取り扱いでしょうか？冷蔵・冷凍食品は扱っていますか？

A 常温・冷蔵・冷凍、全ての食品を扱っております。

当団体の事務所には業務用冷蔵・冷凍庫を保有しております。それとは別に民間の冷凍倉庫も借りております。

また保冷車を 3 台保有しておりますので、適切な温度管理のもとで各施設へ配送することが可能です。

【食品に関するトラブル】

Q これまで施設に提供した食品でトラブルはありましたか？もし、発生した場合の対処はどうするのでしょうか？

A 現在までに、食品事故及び食中毒などのトラブルは起きたことがありません。しかし、過去に施設へ提供した寄贈品（缶詰）の中で、ヘコミの損傷が激しく蓋が僅かに空いていたため、中身が腐敗していた商品が混じっており、施設から報告を受けたケースはあります。その際は、全ての配布先に直ちに連絡・安全確認を行い、寄贈側へ詳細を報告し、相談の上で今後の対策を講じました。

詳しい対処方法は、利用案内書（提供先の確認書）に記載しております。

【寄贈品の量に関して】

Q 寄贈するにあたっての最低及び最大数量はございますか？

A 最低数量は、1 箱から承っております。最大数量に関しては、品目や残りの賞味期限、ご負担いただく配送費の限度等にもよりますが、多い場合ですと数千ケースを受け入れることは可能です。

【納品場所に関して】

VI 受益者（団体、個人）、寄贈者（法人、個人）へのお願いとお知らせ

Q 納品場所は、どちらになりますか？

A ご寄贈側の保管場所が東京近郊の場合、基本的に、当団体の事務所（台東区）、神奈川倉庫（大和市）及び近郊の指定倉庫に納品をしていただいております。

Q 首都圏以外の全国各拠点で寄贈品が発生した場合は、2HJ 宛にすべて直送が必要でしょうか？

A フードバンク活動をしております団体が他の地域にもありますので、2HJ を通じて近隣エリアの団体に直送をしていただくことが可能ですので、その分輸送コストを抑えていただけます。

【消費・賞味期限に関して】

Q 賞味期限が残り1ヶ月以内の商品は受け取れますか？

A 基本的には、受け取っておりません。ただし、少量（数十箱）や品目によって、賞味期限が1ヶ月以内でも充分消費しきれると判断できる場合は、受けとる場合もあります。

Q 2HJ は、消費・賞味期限の切れた食品の寄付を受取りますか？

A お断りさせていただいております。

お願いしたいこと

- ・賞味期限まで一日でも長い食品の寄贈をお願いします。
- ・荷物送り状などは販売品と同程度正確なものを準備して下さい。

4. 防災備蓄品の寄贈を検討中の企業の方へ

「食品関連企業ではないが、防災備蓄品を抱えていて寄贈を検討している」といった皆さまからお問い合わせを多数いただいています。

こちらではご寄贈までの流れと、防災備蓄品寄贈に関してよくある質問を掲載していますのでご覧ください。

防災備蓄品の寄贈を検討中の企業の方向け ご寄贈までの流れ

1. 商品の確認 [寄贈者様から 2HJ へ]

商品の種類や量、賞味期限といった基本情報だけではなく、寄付にいたった経緯などを寄贈者様よりご連絡いただき、2HJ 側で内容を確認します。

詳細を寄贈申込書フォーム（参考資料 8 参照）にご記入の上 info@2hj.org までメールにてお送りください。

2. 合意書の締結 [2HJ から寄贈者様へ]

ご寄贈品の適切な取り扱いのお約束と、寄贈者様と 2HJ との両者合意の下ご寄贈が行われたことを明確にするため「防災用の寄贈に関する合意書」の締結をお願いしております。

合意書の内容は参考資料 6 - 2 を参照ください。

3. 食品の受け取り [寄贈者様から 2HJ へ]

原則、寄贈者様から 2HJ 事務所へ配送をお願いしております。

食品の量や保管場所によっては 2HJ 事務所以外の指定の場所へご配送をお願いする場合もございますのでご了承ください。

4. 各施設に再配布 [2HJ から各施設等へ]

寄贈者様から受け取った食品は、2HJ のスタッフが責任を持って適切な配布先を選定し、各施設等に食品を再配分、あるいは当団体倉庫にて必要とされる団体、施設に引取りしていただきます。



5. 防災備蓄食品の寄贈をお考えの方へ FAQ

Q 1 どのような食品を寄贈できますか。

A アルファ米、缶詰パン、レトルトや缶詰のおかずや味噌汁、フリーズドライのスープなどを主に受け入れております。上記以外でも受け入れ可否を検討しますので、遠慮なくご相談ください。

Q 2 飲料水を寄贈できますか。

A 少量（10 ケース以下）の場合は当団体事務所での受け取りが可能です。多量の場合は震災支援活動に充てるため、福島県内の指定場所への直送にて承ります。尚、配送料は寄贈者様のご負担をお願いしております。

Q 3 送付先はどこですか。

A 基本的には当団体事務所（東京都台東区）へのご配達となります。品目や量、賞味期限によっては当団体神奈川倉庫（大和市）あるいは外部倉庫（東京近郊）に納品していただくこともあります。尚、保管場所が関東以外である場合は、全国各地にある最寄のフードバンク団体での受け入れを調整することも可能です。

Q 4 備蓄品の保管場所まで2HJ の便で引き取れますか。

A 原則、寄贈者様による指定場所への配送をお願いしております。

Q 5 寄贈するには、どのような情報が必要でしょうか。

A 寄贈申込書にご記入のうえ（品名、数量、賞味期限等）、メール（foodbank@2hj.org）添付でお問い合わせください。

Q 6 賞味期限がどのくらい残っているものを寄贈できますか。

A 原則、賞味期限まで3カ月以上あるものを受け入れております。その場合も品目、数量によっては全数の受け入れが難しいことがあります。一方、缶詰等扱いやすいものは少量であれば1カ月程度でも受け入れ可能となることもありますので、ご相談ください。尚、賞味期限が過ぎたものは一切取扱いしておりません。

Q 7 どのような方々に備蓄品を提供しますか。

A 主に関東の福祉施設（生活困窮者支援施設、障害者施設、母子支援施設、シェルター、児童養護施設、外国人支援施設、学校外学習支援施設 等）、社会福祉協議会及び個人世帯へ提供しております。一部の備蓄品は、調理できない方々、火が使えない方々にとって特に重宝されます。

Q 8 寄贈した備蓄品の提供先を知ることはできますか。

A 当団体では、寄贈品にQRコードが印字されたラベルを貼り、配送時にスキャンすることでトレーサビリティを確保しています。ご要望があれば、個人情報を含まない範囲での配送記録を提出すること

Ⅵ 受益者（団体、個人）、寄贈者（法人、個人）へのお願いとお知らせ

ができます。

Q 9 備蓄品の品質保証について寄贈者にはどのような責任が発生しますか。

A 備蓄品の所有者である事業者様は、基本的には製造者ではございませんので、製造物責任は問いません。但し、所有者として寄贈品が適切に保管管理されていたものであることを保証いただきます。管理方法は、備蓄品のメーカー及び販売者や製品自体に記載してある保管方法をご確認ください。

お願いしたいこと

- ・賞味期限まで一日でも長い食品の寄贈をお願いします。
- ・荷物送り状などは販売品と同程度正確なものを準備して下さい。

VII 日本のフードバンク、開拓期から未来へ

1. フードバンク開拓事例（マクジルトン・チャールズ・アール）

あらゆる事業も、始まったばかりの頃には、十分なリソースが無いという共通の課題に直面する。私たちも、2002年3月11日に日本初のフードバンクを設立したときに同じ課題を抱えていた。私たちには、三つの大きな困難があった。一つ目は、日本ではそれまで誰も試したことのない完全に新しいモデルを開拓しているということ。二つ目は、日本のNPOセクターは当時も今も小さく、未発達であるということ。2002年の時点でNPO法は成立から4年が経過していたが、NPO法人は2万程度しかなかった。さらに、有給スタッフのいるNPOは20%以下で、フルタイムスタッフの平均数も1.5人にとどまった。最大の要因は、NPOセクターには資金があまり入ってこないことだった。世帯あたりの年間寄付額がアメリカでは1300ドルなのに対し、日本では35ドル程度である。そして三つ目の困難は、私たちの中心活動であるフードバンク活動の成功が、食品業界と深い協力関係を築けるかにかかっていたことである。行政と営利セクターが密接に協力していた中、NPOセクターについては、同じようなことが言える状況ではなかった。NPOは素人や善意の人達の集まりであると取られ、営利セクターには、NPOセクターに対する深い不信感があった。

大きな困難をより深く理解するには、私たちが接している文化を見る必要がある。日本は、リスク回避型の社会だと考えられている。日本人はリスクを抑えるためには、あらゆることをする。この良いところは、安全でスムーズに運営される社会であると言えるだろう。この悪いところは、起業家的努力はあまり奨励されず、リスクをとっても報われることがないことだ。日本の食品業界は、このアプローチを積極的に取っている。たとえを用いるなら、ベルトだけでなくサスペンダーも着用し、その上で予備のスーツも念のために持って行くような様子である。製品が完璧、無傷でないなら、もしくは客に提供できないような状態であるなら、市場には出されない。そして、これは最終製品そのものだけでなく、輸送に使われるケースなどにも適用される考え方である。このことは、日本においてなぜ毎年3～500万トンもの全く安全で賞味期限も切れていない食品が廃棄されているのかの説明に役立つ。

私がこうしたことを詳細に述べるのは、2002年に私たちが直面した大きな困難を説明するためである。私たちの主要パートナーは、非常にリスク回避型で、NPOを信用しない業界にいる。私たちのモデルは、支援を必要とする人達に提供するために、この業界から利用可能な食品を受け取ることに依存している。こうした困難にも拘わらず、私たちは過去12年に渡り大きな成長を遂げてきた。これまでに890万ドルの寄付を受け、4500万ドル相当の食品寄贈を受けてきた。さらに、企業が1500万ドルもの廃棄コストを削減するのに貢献してきた。しかし、私たちには、私たち自身を日本内外の他のフードバンクとは異なるものにする驚くべき特徴がある。私たちはファンドレイジングをやらない。食品企業に飛び込み的な営業もかけない。その他寄贈の勧誘も行わない。さらに、私たちは寄付金や食品寄贈を断ることで知られてもいる。

私たちの成功には多くの要因があるが、これまでのところ一番大きなものは社会資本だと思っている。

フランシス・フクヤマは、彼の独創性に富んだ1999年の「社会資本と市民社会」というエッセイの中で、社会資本の定義を「具体的な例により裏付けられた、二人以上の個人の間におけるインフォーマルな規範」としている⁽¹⁾。彼のエッセイに基づき、私は社会資本を3つの属性に分解してみた。すなわち、信頼、近接性、相互性である。本稿では、これらの3属性を育てることがいかに私たちの社会資本を増やし、私たちを成功に導いてきたかを検討する。

信頼

食品企業が食品寄贈について交渉に来る際には、私はかならずどこかの時点で「あなたの寄贈食品に興味があるわけではない。相互に利益のある信頼関係・関係性に興味があるのです。そうした関係性を築けるように、あなたたちのペースに合わせます。」と言う。こうした文句は日本語の方がよりよく聞こえるのだが、何を言いたいのか、何が一番大事なことであるかはわかると思う。信頼である。私の発言に対して、相手方の食品企業は「しかし、あなたはうちの食品が欲しいと思ったんですが」と言う。確かにそれはその通りで、食品は欲しい。しかし、私は他のことも知っている。

信頼に関しては、企業も人と同じである。例えば、Aさんに会った時に、最初から信頼できると感じるかもしれない。Bさんに会った時には、最初は距離を感じるが、時とともに信頼を持てるかもしれない。一方、Cさんに会った時には、何度会っても信頼を感じることはできない。こうしたことが企業との関係でも変わらないのである。

信頼を築くにあたって、私たちはいくつかのツールを持っている。一つ目は、各企業との間で権利、義務、相互の期待などを記載した同意書を交わすことである。企業によっては、内部コンセンサスを得るのに時間がかかることも理解している。私は食品企業との最初のミーティングでは、ある大企業は三週間で決断を下した一方で、5年かかった企業もあることを説明する。どれぐらいかかってもいいのである。その企業の事情に合わせるのである。このやり方により、第一に企業の担当者は私たちが無理強いをしているわけではないことを知り、安心できる。そして第二に、信頼が自然に育つスペースを作ることができるのである。

もう一つの私たちのツールは、食品企業担当者に福祉施設への食品配送に同行してもらうのである。やってみてわかったことは、この同行が企業担当者達に深く影響を与え、彼らは自社に戻った時に是非寄贈を進めようと押してくれるのである。彼らがやる気になってくれる理由の一つは、これまで福祉施設などには足を踏み入れたことがないというのがあるだろう。また、同じく重要なのは、訪問することで誰が自社の食品を消費するのか具体的な顔が見えてくるということである。

最後に、私たちは、2007年に設立したFood Advisory Board (FAB)を運営している。これは、食品業界や物流業界のプロフェッショナルで構成される学習グループである。年に数回会合を持ち、フードバンク活動に関する率直な議論を交わす。既存の寄贈企業と寄贈を考えている企業が来る。この場で、寄贈を募ったことは一度もないし、議論の内容は全てオフレコにしている。この環境が、私たちの寄贈者との関係を重視し、寄贈者の懸念に耳を傾け、あわてて寄贈を求めないという姿勢を強くしてくれた。さらに、このFABは私たちにとり、かけがえのないリソースとなり、寄贈を検討している企業が既存の寄贈企業と会話する場になってくれる。

互惠性

商談に入るときには、私はいつも相手方に対して私たちはソリューションを提供しているのだということを心に置いている。これにより、商談のトーンを固め、自分たちが何者であるかを明確にできる。私たちは、ただリソースを探しているNPOというわけではなく、同時に潜在的なパートナーに対して価値ある何かを提供しているのである。食品業界の誰も、食品廃棄に喜びを感じる者はいない。しかし、廃棄以外の方法を考える時、リスク管理も考慮にいれないといけない。寄贈企業との関係を対等なものとして位置づけることで、より深くお互いに関係を結ぶことができる。一方がこの関係からは得るものがあると感じれば、関係を継続したいと思うからである。

先に触れたように、食品企業はこれまで見たことが無い日本の一部を見る機会を得ることができる。児童擁護施設に足を踏み入れたことがある人がいるとはあまり思えない。しかし私たちを通じて今回、彼らは支援を必要とする子ども達が自社の食品を食べるのを思い描くことができるようになるのである。しかし、これは食品寄贈者に限ったことではない。他の業界の多くの企業とも同じような経験をしてきた。そうした企業は、いつも信頼できる社会貢献パートナーを探している。彼らは、社会貢献が社員の意識を高め、自社の価値観との結びつきをより強くするものだということを理解しているのである。これが、そうした企業に私たちが提供できるものなのである。

ひとつ具体的な例を挙げよう。ハーゲンダッツ社は、私たちの長期にわたるサポーターである。私たちがハーゲンダッツ社を訪問したときに、先方の担当者は社長を連れてきて、彼にこう言った。「社長、セカンドハーベスト・ジャパン（以下、2HJ）を何年も支援してきていますが、我が社の商品が2HJの支援するホスピスにも行っているのをご存じでしたか？これはご存じなかったかもしれませんが、死期が迫っている患者の方は、食べるということもとても大変だそうです。そうした場合、ホスピスでは我が社のアイスクリームを出すそうです。」社長は、目に見えて感動した。私の思うところでは、どんな顧客リサーチも、この話の情緒的インパクトを越えることはないのではないか。

親密性

日本のような人口高密度の国にあっては、逆説的かもしれないが、日本人は親密性を育てるのに一生懸命だ。これは、家族で一緒に寝たり、お風呂に一緒に入ったりすることから、会社での朝礼、勤務後の飲み会など多岐にわたる。

企業社会で親密性が築かれる一つの方法は、「形式的な訪問」を通じてである。年始に企業が業務再開する頃、企業人のグループが企業から企業へと自社のカレンダーを持参してこの「形式的訪問」をするのが見られる。この訪問は、非常に筋書きに基づいた会話で、ほとんどの場合15分以下である。具体的な商談はなされず、純粋にお互いの関係を再確認するための機会となっている。大事な得意先を訪問しないというのは、とんでもないことなのである。そしてこの形式性にも関わらず、ある種の親密性が生まれ、新しい年におけるお互いの関係に前向きな方向付けが生まれる。

しかし、「形式的訪問」は年始に限ったことではない。訪問が必要な機会がこれ以外にもある。数年前、ある制作会社が全国テレビ放送番組のために2ヶ月かけて私たち取材した。この番組では、私たちが生で出る部分も予定されていた。放送の約一週間前、制作会社が私たちの信頼を損ねることをしたことがわかったので、この番組には出ないことにした。これは、容易な決断ではなかったのと、制作会社側は私たちに再考を求めてきた。しかし私は自分の決断に執着した。一週間後、プロデューサーから会って一緒に飲めないかという連絡が来た。私は、お酒を飲まないのと、失敗をしたのは彼らであって私には彼に会う義理は無かったのだが、私は会うことに同意した。会合は20分ほどで終わった。何が起こったとしても、このプロデューサーにとって私たちとの親密性を確保することは大事なことだったのだ。私にとっても、少しの時間の投資だった。

前述の通り、私たちはFABを開催し、既存の食品寄贈者及び寄贈を考えている企業との親密性を育み、維持している。2004年には、自己の専門知識やネットワークを活かして私たちの成長を手助けしたいという海外からの駐在員でProfessional Advisory Board (PAB)を組織した。このグループは、FABよりも頻繁に会合し、招待制にしている。私たちにとって有益なのが、メンバーが積極的に私たちの組織に関わっていると感ずることができ、さらに私たちのニーズを理解してくれることにある。このことが、さらに資金サポートにもつながる。

結論

社会資本は、私たちにとっていろいろな役割を果たしてくれる。社会資本は、物品寄贈と寄付金の両方につながる。上記の三属性のどれが欠けているかを考えることで、特定の企業との協力関係をどうやったら効果的に上げていけるかが見えてくるのである。しかし、より重要なのは、社会資本の考え方が、迷ったときに頼れる保険の役割を果たしてくれることである。

3. 11 の震災の直後、支援企業の多くが連絡をよこし、どんな資金サポートが必要かを訊いてきた。それぞれに対して、私はまずは様子を見て事態がどういう風に展開していくかを見定める必要があると伝えた。そして 2011 年の 4 月には 3 週間に渡って、ウェブサイト上で自分たちの本当のニーズを把握するまでは高額な寄付金は受け付けないと発表した。実は、2011 年 2 月の時点では、支出の方が収入よりも大きく、6 ヶ月以内に活動が行き詰まるかもしれないという問題を抱えていた。それにも関わらず、3. 11 の直後には、私たちには社会資本が充分にあることがわかっていたが、実際どれぐらいかまではわからなかった。しかし、すぐに寄付の申し出を断ることで、逆に私も予測しなかった形で社会資本が増加したのだ。2011 年の終わりには、2010 年の 5 倍の収入があった。

社会資本は、リソース確保のための万能薬ではない。健全な計画、良い人材、そして計画を実行できる能力が必要になる。しかし、社会資本の属性を理解していることで、第三者とのつながりから、なぜ期待したような結果が生まれてこないのかを分析できるようになる。また、大事な利害関係者とどういった社会資本を築いていったらいいかという戦略づくりにも役立つのである。

[注]

- (1) “Social Capital and Civil Society” Francis Fukuyama, The Institute of Public Policy George Mason University October 1, 1999. Prepared for delivery at the IMF Conference on Second Generation Reforms

2. フードバンク今後の展望——ワークショップ概要

セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス（以下、2HJA）の主催により、フードバンク 25 団体が全国から集結しフードバンクの未来像を探求するワークショップが開催された。参加者は5つのグループに分かれ、様々な視点でディスカッションが行われた。

ワークショップの目的

- ーフードバンクの未来像を探求する
- ー直面している変化やチャレンジを理解する
- ーフードバンクマニュアルへの評価を得る

参加団体（略称によるアイウエオ順）

AGAIN、青森社協、コープフードバンク、高知あいあいねっと、三松会、静岡 Popolo、広島あいあいねっと、フードバンク茨城、フードバンク宇都宮、フードバンク大阪、フードバンク岡山、フードバンクかごしま、フードバンクかすがい、フードバンク川崎、フードバンク関西、フードバンク京都、フードバンク埼玉、フードバンク栃木、フードバンク名古屋、フードバンク山形、フードバンク山梨、2HJ、2HJA

場所

東京都秋葉原 UDX ビル

日程

平成 27 年 7 月 24 日 午後 1 時～6 時

Agenda

ワークショップ概要

エグザクティブ・サマリー

I. 未来のフードバンク

II. 未来にむけて、5つのテーマ

III. フードバンクマニュアルへの評価

エグザクティブ・サマリー

全国のフードバンクの代表によって導きだされた未来のフードバンクは、社会に於いて「人と人を繋げる」役割を担い、多様性や地域性を尊重しつつ、機能的な部分で一本化されたフードバンク。

エグザクティブ・サマリー

そこには、フードバンクの未来を発展させるために様々なフードバンクがお互いに「共有できるシステム」の構築が必要であり、このシステムによって、全国の様々なフードバンクがコミュニケーション

Ⅶ. 日本のフードバンク、開拓期から未来へ

を活発に行うこと、食品を扱うノウハウや、必要な所に必要な食品が届くことが可能になる未来が想像された。

エグザクティブ・サマリー

一方で、全国の大小様々な全国のフードバンクには、それぞれの思いや地域性があり、それぞれの地域の特性に合った多様性を生かしたフードバンクの姿。地域に根ざすことで深く、細かいニーズに応えるフードバンクが、未来を考える上で重要と感じられていた。

エグザクティブ・サマリー

地域性と多様性を持続しつつ、画一的な全国ネットワークと繋がる姿を想像し、変革の必要性を感じながらも、現在ではまだその方法や方向性が明確ではなく、ジレンマやフラストレーションを抱えている団体が見受けられた。現在二つの全国ネットのフードバンクがあることに対しては、混乱や懸念を感じているフードバンクもあり、今後はフードバンク全体の明確なビジョンの共有が必要と感じられた。

エグザクティブ・サマリー

フードバンクを発展させ、社会に広く浸透させて行くためにはフードバンク全体として1つの目標を共有し、それぞれのフードバンクが役割を持ち、特徴や地域性を生かしつつ、目標のもとで一つに繋がることが重要なのではないかと感じられた。最後に、現在開発段階のフードバンクのマニュアルは、全国のフードバンク団体が協力者を得たり、行政に対してフードバンクを紹介する上で、役立つツールになると考えられている。フードバンクの業務マニュアルとしての要素をどこまで反映していくのかが、今後への課題と感じられた。

最後に

フードバンク運営マニュアルをまとめるにあたり、さまざまな事例や資料からその現状と課題が浮かびあがってきた。そのひとつが、フードバンク運営の基本であるトレーサビリティと管理（在庫、事務、衛生など）である。異なる試みが沖縄、鹿児島、岡山、東京、また仙台でも平行して進められている。容易には外部に見えてこないが、他の重要課題も同様に各地で様々なチャレンジがされているはずである。

農村部と都市部、同じ行政機関の防災部門と福祉部門、食品関連企業とフードバンクという関係、また受益者の「需要」と食品関連企業からの寄贈を源とする「供給」という関係、もの＝食品をうまくマッチングさせることによって、フードバンクの機能がより拡充するだろう。

同様に、空いている時間をボランティアとして社会貢献に生かしたいという個人の「意思」や「時間」、寄付を通して社会貢献したいという企業の「意思」や「資金」も、フードバンクにおけるマッチングの重要な要素である。これら社会にある「意思、人、食品、時間、資金」を必要としている受益者に再分配する機能が、フードバンクに期待されるマッチングである。

これらを実現するためには各フードバンクが地域の中で全てのステークホルダーと相互信頼関係を築いた上で、地域に適した形で発展していくことが不可欠と考える。同様に全国を跨ぐフードバンクのネット化も不可欠と考える。ネットワークで繋ぎ、情報、英知、寄贈食品をお互いに出し合いフードバンク全体として成長していく姿が望まれる。

それができて初めてフードバンクが社会資本として認められることが現実味をおびる。

[参考資料]

1. 関連法規

1) 食品衛生法

(昭和二十二年十二月二十四日)

(法律第二百三十三号)

第一回特別国会

片山内閣

食品衛生法をここに公布する。

食品衛生法目次

- 第一章 総則
- 第二章 食品及び添加物
- 第三章 器具及び容器包装
- 第四章 表示及び広告
- 第五章 食品添加物公定書
- 第六章 監視指導指針及び計画
- 第七章 検査
- 第八章 登録検査機関
- 第九章 営業
- 第十章 雑則
- 第十一章 罰則
- 附則

食品衛生法

第一章 総則

第一条 この法律は、食品の安全性の確保のために公衆衛生の見地から必要な規制その他の措置を講ずることにより、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、もつて国民の健康の保護を図ることを目的とする。

(平一五法五五・一部改正)

第二条 国、都道府県、地域保健法（昭和二十二年法律第百一号）第五条第一項の規定に基づく政令で定める市（以下「保健所を設置する市」という。）及び特別区は、教育活動及び広報活動を通じた食品衛生に関する正しい知識の普及、食品衛生に関する情報の収集、整理、分析及び提供、食品衛生に関する研究の推進、食品衛生に関する検査の能力の向上並びに食品衛生の向上にかかわる人材の養成及び資質の向上を図るために必要な措置を講じなければならない。

② 国、都道府県、保健所を設置する市及び特別区は、食品衛生に関する施策が総合的かつ迅速に実施されるよう、相互に連携を図らなければならない。

③ 国は、食品衛生に関する情報の収集、整理、分析及び提供並びに研究並びに輸入される食品、添加物、器具及び容器包装についての食品衛生に関する検査の実施を図るための体制を整備し、国際的な連携を確保するために必要な措置を講ずるとともに、都道府県、保健所を設置する市及び特別区（以下「都道府県等」という。）に対し前二項の責務が十分に果たされるように必要な技術的援助を与えるものとする。

(平一五法五五・追加・旧第一条の二繰下)

第三条 食品等事業者（食品若しくは添加物を採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、

若しくは販売すること若しくは器具若しくは容器包装を製造し、輸入し、若しくは販売することを営む人若しくは法人又は学校、病院その他の施設において継続的に不特定若しくは多数の者に食品を供与する人若しくは法人をいう。以下同じ。）は、その採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、販売し、不特定若しくは多数の者に授与し、又は営業上使用する食品、添加物、器具又は容器包装（以下「販売食品等」という。）について、自らの責任においてそれらの安全性を確保するため、販売食品等の安全性の確保に係る知識及び技術の習得、販売食品等の原材料の安全性の確保、販売食品等の自主検査の実施その他の必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

- ② 食品等事業者は、販売食品等に起因する食品衛生上の危害の発生の防止に必要な限度において、当該食品等事業者に対して販売食品等又はその原材料の販売を行つた者の名称その他必要な情報に関する記録を作成し、これを保存するよう努めなければならない。
- ③ 食品等事業者は、販売食品等に起因する食品衛生上の危害の発生を防止するため、前項に規定する記録の国、都道府県等への提供、食品衛生上の危害の原因となつた販売食品等の廃棄その他の必要な措置を適確かつ迅速に講ずるよう努めなければならない。

（平一五法五五・追加・旧第一条の三繰下）

第四条 この法律で食品とは、全ての飲食物をいう。ただし、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和三十五年法律第百四十五号）に規定する医薬品、医薬部外品及び再生医療等製品は、これを含まない。

- ② この法律で添加物とは、食品の製造の過程において又は食品の加工若しくは保存の目的で、食品に添加、混和、浸潤その他の方法によつて使用する物をいう。
- ③ この法律で天然香料とは、動植物から得られた物又はその混合物で、食品の着香の目的で使用される添加物をいう。
- ④ この法律で器具とは、飲食器、割ぼう具その他食品又は添加物の採取、製造、加工、調理、貯蔵、運搬、陳列、授受又は摂取の用に供され、かつ、食品又は添加物に直接接触する機械、器具その他の物をいう。ただし、農業及び水産業における食品の採取の用に供される機械、器具その他の物は、これを含まない。
- ⑤ この法律で容器包装とは、食品又は添加物を入れ、又は包んでいる物で、食品又は添加物を授受する場合そのままで引き渡すものをいう。
- ⑥ この法律で食品衛生とは、食品、添加物、器具及び容器包装を対象とする飲食に関する衛生をいう。
- ⑦ この法律で営業とは、業として、食品若しくは添加物を採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、若しくは販売すること又は器具若しくは容器包装を製造し、輸入し、若しくは販売することをいう。ただし、農業及び水産業における食品の採取業は、これを含まない。
- ⑧ この法律で営業者とは、営業を営む人又は法人をいう。
- ⑨ この法律で登録検査機関とは、第三十三条第一項の規定により厚生労働大臣の登録を受けた法人をいう。

（昭二八法一一三・昭三二法一七五・昭三五法一四五・昭四七法一〇八・平七法一〇一・平一一法一六〇・平一四法一五二・一部改正、平一五法五五・旧第二条繰下・一部改正、平二五法八四・一部改正）

第二章 食品及び添加物

第五条 販売（不特定又は多数の者に対する販売以外の授与を含む。以下同じ。）の用に供する食品又は添加物の採取、製造、加工、使用、調理、貯蔵、運搬、陳列及び授受は、清潔で衛生的に行われな

ければならない。

(平一五法五五・旧第三条繰下)

第六条 次に掲げる食品又は添加物は、これを販売し（不特定又は多数の者に授与する販売以外の場合を含む。以下同じ。）、又は販売の用に供するために、採取し、製造し、輸入し、加工し、使用し、調理し、貯蔵し、若しくは陳列してはならない。

- 一 腐敗し、若しくは変敗したもの又は未熟であるもの。ただし、一般に人の健康を損なうおそれがなく飲食に適すると認められているものは、この限りでない。
- 二 有毒な、若しくは有害な物質が含まれ、若しくは付着し、又はこれらの疑いがあるもの。ただし、人の健康を損なうおそれがない場合として厚生労働大臣が定める場合においては、この限りでない。
- 三 病原微生物により汚染され、又はその疑いがあり、人の健康を損なうおそれがあるもの。
- 四 不潔、異物の混入又は添加その他の事由により、人の健康を損なうおそれがあるもの。

(昭二八法一一三・昭四七法一〇八・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第四条繰下・一部改正)

第七条 厚生労働大臣は、一般に飲食に供されることがなかつた物であつて人の健康を損なうおそれがない旨の確証がないもの又はこれを含む物が新たに食品として販売され、又は販売されることとなつた場合において、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、それらの物を食品として販売することを禁止することができる。

- ② 厚生労働大臣は、一般に食品として飲食に供されている物であつて当該物の通常の方法と著しく異なる方法により飲食に供されているものについて、人の健康を損なうおそれがない旨の確証がなく、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、その物を食品として販売することを禁止することができる。
- ③ 厚生労働大臣は、食品によるものと疑われる人の健康に係る重大な被害が生じた場合において、当該被害の態様からみて当該食品に当該被害を生ずるおそれのある一般に飲食に供されることがなかつた物が含まれていることが疑われる場合において、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、その食品を販売することを禁止することができる。
- ④ 厚生労働大臣は、前三項の規定による販売の禁止をした場合において、厚生労働省令で定めるところにより、当該禁止に関し利害関係を有する者の申請に基づき、又は必要に応じ、当該禁止に係る物又は食品に起因する食品衛生上の危害が発生するおそれがないと認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、当該禁止の全部又は一部を解除するものとする。
- ⑤ 厚生労働大臣は、第一項から第三項までの規定による販売の禁止をしたとき、又は前項の規定による禁止の全部若しくは一部の解除をしたときは、官報で告示するものとする。

(昭四七法一〇八・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第四条の二繰下・一部改正)

第八条 厚生労働大臣は、特定の国若しくは地域において採取され、製造され、加工され、調理され、若しくは貯蔵され、又は特定の者により採取され、製造され、加工され、調理され、若しくは貯蔵される特定の食品又は添加物について、第二十六条第一項から第三項まで又は第二十八条第一項の規定による検査の結果次に掲げる食品又は添加物に該当するものが相当数発見されたこと、生産地における食品衛生上の管理の状況その他の厚生労働省令で定める事由からみて次に掲げる食品又は添加物に該当するものが相当程度含まれるおそれがあると認められる場合において、人の健康を損なうおそれの程度その他の厚生労働省令で定める事項を勘案して、当該特定の食品又は添加物に起因する食品衛

生上の危害の発生を防止するため特に必要があると認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、当該特定の食品又は添加物を販売し、又は販売の用に供するために、採取し、製造し、輸入し、加工し、使用し、若しくは調理することを禁止することができる。

一 第六条各号に掲げる食品又は添加物

二 第十条に規定する食品

三 第十一条第一項の規定により定められた規格に合わない食品又は添加物

四 第十一条第一項の規定により定められた基準に合わない方法により添加物を使用した食品

五 第十一条第三項に規定する食品

② 厚生労働大臣は、前項の規定による禁止をしようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議しなければならない。

③ 厚生労働大臣は、第一項の規定による禁止をした場合において、当該禁止に関し利害関係を有する者の申請に基づき、又は必要に応じ、厚生労働省令で定めるところにより、当該禁止に係る特定の食品又は添加物に起因する食品衛生上の危害が発生するおそれがないと認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、当該禁止の全部又は一部を解除するものとする。

④ 厚生労働大臣は、第一項の規定による禁止をしたとき、又は前項の規定による禁止の全部若しくは一部の解除をしたときは、官報で告示するものとする。

(平一四法一〇四・追加、平一五法五五・旧第四条の三繰下・一部改正)

第九条 第一号若しくは第三号に掲げる疾病にかかり、若しくはその疑いがあり、第一号若しくは第三号に掲げる異常があり、又はへい死した獣畜（と畜場法（昭和二十八年法律第百十四号）第三条第一項に規定する獣畜及び厚生労働省令で定めるその他の物をいう。以下同じ。）の肉、骨、乳、臓器及び血液又は第二号若しくは第三号に掲げる疾病にかかり、若しくはその疑いがあり、第二号若しくは第三号に掲げる異常があり、又はへい死した家きん（食鳥処理の事業の規制及び食鳥検査に関する法律（平成二年法律第七十号）第二条第一号に規定する食鳥及び厚生労働省令で定めるその他の物をいう。以下同じ。）の肉、骨及び臓器は、厚生労働省令で定める場合を除き、これを食品として販売し、又は食品として販売の用に供するために、採取し、加工し、使用し、調理し、貯蔵し、若しくは陳列してはならない。ただし、へい死した獣畜又は家きんの肉、骨及び臓器であつて、当該職員が、人の健康を損なうおそれがなく飲食に適すると認めたものは、この限りでない。

一 と畜場法第十四条第六項各号に掲げる疾病又は異常

二 食鳥処理の事業の規制及び食鳥検査に関する法律第十五条第四項各号に掲げる疾病又は異常

三 前二号に掲げる疾病又は異常以外の疾病又は異常であつて厚生労働省令で定めるもの

② 獣畜及び家きんの肉及び臓器並びに厚生労働省令で定めるこれらの製品（以下この項において「獣畜の肉等」という。）は、輸出国の政府機関によつて発行され、かつ、前項各号に掲げる疾病にかかり、若しくはその疑いがあり、同項各号に掲げる異常があり、又はへい死した獣畜又は家きんの肉若しくは臓器又はこれらの製品でない旨その他厚生労働省令で定める事項（以下この項において「衛生事項」という。）を記載した証明書又はその写しを添付したものでなければ、これを食品として販売の用に供するために輸入してはならない。ただし、厚生労働省令で定める国から輸入する獣畜の肉等であつて、当該獣畜の肉等に係る衛生事項が当該国の政府機関から電気通信回線を通じて、厚生労働省の使用に係る電子計算機（入出力装置を含む。）に送信され、当該電子計算機に備えられたファイルに記録されたものについては、この限りでない。

(昭二八法一一三・昭三二法一七五・昭四七法一〇八・平二法七〇・平七法一〇一・平一一法

一六〇・平一四法一五二・一部改正、平一五法五五・旧第五条繰下・一部改正)

第十条 人の健康を損なうおそれのない場合として厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて定める場合を除いては、添加物（天然香料及び一般に食品として飲食に供されている物であつて添加物として使用されるものを除く。）並びにこれを含む製剤及び食品は、これを販売し、又は販売の用に供するために、製造し、輸入し、加工し、使用し、貯蔵し、若しくは陳列してはならない。

（昭二八法一一三・昭四七法一〇八・平七法一〇一・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第六条繰下）

第十一条 厚生労働大臣は、公衆衛生の見地から、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、販売の用に供する食品若しくは添加物の製造、加工、使用、調理若しくは保存の方法につき基準を定め、又は販売の用に供する食品若しくは添加物の成分につき規格を定めることができる。

② 前項の規定により基準又は規格が定められたときは、その基準に合わない方法により食品若しくは添加物を製造し、加工し、使用し、調理し、若しくは保存し、その基準に合わない方法による食品若しくは添加物を販売し、若しくは輸入し、又はその規格に合わない食品若しくは添加物を製造し、輸入し、加工し、使用し、調理し、保存し、若しくは販売してはならない。

③ 農薬（農薬取締法（昭和二十三年法律第八十二号）第一条の二第一項に規定する農薬をいう。次条において同じ。）、飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律（昭和二十八年法律第三十五号）第二条第三項の規定に基づく農林水産省令で定める用途に供することを目的として飼料（同条第二項に規定する飼料をいう。）に添加、混和、浸潤その他の方法によつて用いられる物及び医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第二条第一項に規定する医薬品であつて動物のために使用されることが目的とされているものの成分である物質（その物質が化学的に変化して生成した物質を含み、人の健康を損なうおそれのないことが明らかであるものとして厚生労働大臣が定める物質を除く。）が、人の健康を損なうおそれのない量として厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて定める量を超えて残留する食品は、これを販売の用に供するために製造し、輸入し、加工し、使用し、調理し、保存し、又は販売してはならない。ただし、当該物質の当該食品に残留する量の限度について第一項の食品の成分に係る規格が定められている場合については、この限りでない。

（昭二八法一一三・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第七条繰下・一部改正、平二五法八四・一部改正）

第十二条 厚生労働大臣は、前条第一項の食品の成分に係る規格として、食品に残留する農薬、飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律第二条第三項に規定する飼料添加物又は医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第二条第一項に規定する医薬品であつて専ら動物のために使用されることが目的とされているもの（以下この条において「農薬等」という。）の成分である物質（その物質が化学的に変化して生成した物質を含む。）の量の限度を定めるとき、同法第二条第九項に規定する再生医療等製品であつて専ら動物のために使用されることが目的とされているもの（以下この条において「動物用再生医療等製品」という。）が使用された対象動物（同法第八十三条第一項の規定により読み替えられた同法第十四条第二項第三号ロに規定する対象動物をいう。）の肉、乳その他の生産物について食用に供することができる範囲を定めるときその他必要があると認めるときは、農林水産大臣に対し、農薬等の成分又は動物用再生医療等製品の構成細胞、導入遺伝子その他厚生労働省令で定めるものに関する資料の提供その他必要な協力を求めることができる。

(平七法一〇一・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第七条の二繰下・一部改正、平二五法八四・一部改正)

第十三条 厚生労働大臣は、第十一条第一項の規定により製造又は加工の方法の基準が定められた食品であつて政令で定めるものにつき、総合衛生管理製造過程（製造又は加工の方法及びその衛生管理の方法につき食品衛生上の危害の発生を防止するための措置が総合的に講じられた製造又は加工の過程をいう。以下同じ。）を経てこれを製造し、又は加工しようとする者（外国において製造し、又は加工しようとする者を含む。）から申請があつたときは、製造し、又は加工しようとする食品の種類及び製造又は加工の施設ごとに、その総合衛生管理製造過程を経て製造し、又は加工することについての承認を与えることができる。

② 厚生労働大臣は、前項の申請に係る総合衛生管理製造過程の製造又は加工の方法及びその衛生管理の方法が、厚生労働省令で定める基準に適合しないときは、同項の承認を与えない。

③ 第一項の承認を受けようとする者は、厚生労働省令で定めるところにより、申請書に当該総合衛生管理製造過程を経て製造し、又は加工した食品の試験の成績に関する資料その他の資料を添付して申請しなければならない。

④ 第一項の承認を受けた者（次項において「承認取得者」という。）は、当該承認に係る総合衛生管理製造過程の一部を変更しようとするときは、その変更についての承認を求めることができる。この場合においては、前二項の規定を準用する。

⑤ 厚生労働大臣は、次の各号のいずれかに該当する場合においては、承認取得者が受けた第一項の承認の全部又は一部を取り消すことができる。

一 当該承認に係る総合衛生管理製造過程の製造又は加工の方法及びその衛生管理の方法が、第二項の厚生労働省令で定める基準に適合しなくなつたとき。

二 承認取得者が、当該承認に係る総合衛生管理製造過程の一部を前項の承認を受けずに変更したとき。

三 厚生労働大臣が、必要があると認めて、外国において当該承認に係る総合衛生管理製造過程を経て食品の製造又は加工を行う承認取得者（次号において「外国製造承認取得者」という。）に対し、必要な報告を求めた場合において、その報告がされず、又は虚偽の報告がされたとき。

四 厚生労働大臣が、必要があると認めて、その職員に、外国製造承認取得者の製造又は加工の施設、事務所、倉庫その他の場所において食品、帳簿書類その他の物件についての検査をさせようとした場合において、その検査が拒まれ、妨げられ、又は忌避されたとき。

⑥ 第一項の承認に係る総合衛生管理製造過程を経た食品の製造又は加工については、第十一条第一項の基準に適合した方法による食品の製造又は加工とみなして、この法律又はこの法律に基づく命令の規定を適用する。

⑦ 第一項の承認又は第四項の変更の承認を受けようとする者は、審査に要する実費の額を考慮して政令で定める額の手数料を納めなければならない。

(平七法一〇一・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第七条の三繰下・一部改正)

第十四条 前条第一項の承認は、三年を下らない政令で定める期間（以下この条において「有効期間」という。）ごとにその更新を受けなければ、その期間の経過によつて、その効力を失う。

② 前条第二項及び第三項の規定は、前項の更新について準用する。

③ 第一項の更新の申請があつた場合において、有効期間の満了の日までにその申請に対する処分がされないときは、従前の承認は、有効期間の満了後もその処分がされるまでの間は、なおその効力を有

する。

- ④ 前項の場合において、承認の更新がされたときは、その承認の有効期間は、従前の承認の有効期間の満了の日の翌日から起算するものとする。
- ⑤ 第一項の承認の更新を受けようとする者は、審査に要する実費の額を考慮して政令で定める額の手数料を納めなければならない。

(平一五法五五・追加)

第三章 器具及び容器包装

第十五条 営業上使用する器具及び容器包装は、清潔で衛生的でなければならない。

(平一五法五五・旧第八条繰下)

第十六条 有毒な、若しくは有害な物質が含まれ、若しくは付着して人の健康を損なうおそれがある器具若しくは容器包装又は食品若しくは添加物に接触してこれらに有害な影響を与えることにより人の健康を損なうおそれがある器具若しくは容器包装は、これを販売し、販売の用に供するために製造し、若しくは輸入し、又は営業上使用してはならない。

(昭二八法一一三・昭三二法一七五・一部改正、平一五法五五・旧第九条繰下・一部改正)

第十七条 厚生労働大臣は、特定の国若しくは地域において製造され、又は特定の者により製造される特定の器具又は容器包装について、第二十六条第一項から第三項まで又は第二十八条第一項の規定による検査の結果次に掲げる器具又は容器包装に該当するものが相当数発見されたこと、製造地における食品衛生上の管理の状況その他の厚生労働省令で定める事由からみて次に掲げる器具又は容器包装に該当するものが相当程度含まれるおそれがあると認められる場合において、人の健康を損なうおそれの程度その他の厚生労働省令で定める事項を勘案して、当該特定の器具又は容器包装に起因する食品衛生上の危害の発生を防止するため特に必要があると認めるときは、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、当該特定の器具又は容器包装を販売し、販売の用に供するために製造し、若しくは輸入し、又は営業上使用することを禁止することができる。

一 前条に規定する器具又は容器包装

二 次条第一項の規定により定められた規格に合わない器具又は容器包装

- ② 厚生労働大臣は、前項の規定による禁止をしようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議しなければならない。
- ③ 第八条第三項及び第四項の規定は、第一項の規定による禁止が行われた場合について準用する。この場合において、同条第三項中「食品又は添加物」とあるのは、「器具又は容器包装」と読み替えるものとする。

(平一四法一〇四・追加、平一五法五五・旧第九条の二繰下・一部改正)

第十八条 厚生労働大臣は、公衆衛生の見地から、薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて、販売の用に供し、若しくは営業上使用する器具若しくは容器包装若しくはこれらの原材料につき規格を定め、又はこれらの製造方法につき基準を定めることができる。

- ② 前項の規定により規格又は基準が定められたときは、その規格に合わない器具若しくは容器包装を販売し、販売の用に供するために製造し、若しくは輸入し、若しくは営業上使用し、その規格に合わない原材料を使用し、又はその基準に合わない方法により器具若しくは容器包装を製造してはならない。

(昭二八法一一三・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十条繰下)

第四章 表示及び広告

(昭四七法一〇八・改称)

第十九条 内閣総理大臣は、一般消費者に対する器具又は容器包装に関する公衆衛生上必要な情報の正確な伝達の見地から、消費者委員会の意見を聴いて、前条第一項の規定により規格又は基準が定められた器具又は容器包装に関する表示につき、必要な基準を定めることができる。

② 前項の規定により表示につき基準が定められた器具又は容器包装は、その基準に合う表示がなければ、これを販売し、販売の用に供するために陳列し、又は営業上使用してはならない。

③ 販売の用に供する食品及び添加物に関する表示の基準については、食品表示法（平成二十五年法律第七十号）で定めるところによる。

(昭三二法一七五・全改、昭四七法一〇八・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十一条繰下、平二一法四九・平二五法七〇・一部改正)

第二十条 食品、添加物、器具又は容器包装に関しては、公衆衛生に危害を及ぼすおそれがある虚偽の又は誇大な表示又は広告をしてはならない。

(昭四七法一〇八・一部改正、平一五法五五・旧第十二条繰下・一部改正)

第五章 食品添加物公定書

(昭三二法一七五・章名追加、平一五法五五・旧第四章の二繰下)

第二十一条 厚生労働大臣及び内閣総理大臣は、食品添加物公定書を作成し、第十一条第一項の規定により基準又は規格が定められた添加物及び食品表示法第四条第一項の規定により基準が定められた添加物につき当該基準及び規格を収載するものとする。

(昭三二法一七五・全改、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十三条繰下・一部改正、平二一法四九・平二五法七〇・一部改正)

第六章 監視指導指針及び計画

(平一五法五五・追加・旧第四章の三繰下)

第二十二条 厚生労働大臣及び内閣総理大臣は、国及び都道府県等が行う食品衛生に関する監視又は指導（以下「監視指導」という。）の実施に関する指針（以下「指針」という。）を定めるものとする。

② 指針は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 監視指導の実施に関する基本的な方向
- 二 重点的に監視指導を実施すべき項目に関する事項
- 三 監視指導の実施体制に関する事項
- 四 その他監視指導の実施に関する重要事項

③ 厚生労働大臣及び内閣総理大臣は、指針を定め、又はこれを変更したときは、遅滞なく、これを公表するとともに、都道府県知事、保健所を設置する市の市長又は特別区の区長（以下「都道府県知事等」という。）に通知しなければならない。

(平一五法五五・追加・旧第十三条の二繰下、平二一法四九・平二五法四四・一部改正)

第二十三条 厚生労働大臣は、指針に基づき、毎年度、翌年度の食品、添加物、器具及び容器包装の輸入について国が行う監視指導の実施に関する計画（以下「輸入食品監視指導計画」という。）を定めるものとする。

② 輸入食品監視指導計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 生産地の事情その他の事情からみて重点的に監視指導を実施すべき項目に関する事項
- 二 輸入を行う営業者に対する自主的な衛生管理の実施に係る指導に関する事項
- 三 その他監視指導の実施のために必要な事項

③ 厚生労働大臣は、輸入食品監視指導計画を定め、又はこれを変更したときは、遅滞なく、これを公表するものとする。

④ 厚生労働大臣は、輸入食品監視指導計画の実施の状況について、公表するものとする。

(平一五法五五・追加・旧第十三条の三繰下)

第二十四条 都道府県知事等は、指針に基づき、毎年度、翌年度の当該都道府県等が行う監視指導の実施に関する計画（以下「都道府県等食品衛生監視指導計画」という。）を定めなければならない。

② 都道府県等食品衛生監視指導計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 重点的に監視指導を実施すべき項目に関する事項
- 二 食品等事業者に対する自主的な衛生管理の実施に係る指導に関する事項
- 三 当該都道府県等と隣接する都道府県等その他関係行政機関との連携の確保に関する事項
- 四 その他監視指導の実施のために必要な事項

③ 都道府県等食品衛生監視指導計画は、当該都道府県等の区域における食品等事業者の施設の設置の状況、食品衛生上の危害の発生の状況その他の地域の実情を勘案して定められなければならない。

④ 都道府県知事等は、都道府県等食品衛生監視指導計画を定め、又はこれを変更したときは、遅滞なく、これを公表するとともに、厚生労働省令・内閣府令で定めるところにより、厚生労働大臣及び内閣総理大臣に報告しなければならない。

⑤ 都道府県知事等は、都道府県等食品衛生監視指導計画の実施の状況について、厚生労働省令・内閣府令で定めるところにより、公表しなければならない。

(平一五法五五・追加・旧第十三条の四繰下、平二一法四九・平二五法四四・一部改正)

第七章 検査

(平一五法五五・旧第五章繰下)

第二十五条 第十一条第一項の規定により規格が定められた食品若しくは添加物又は第十八条第一項の規定により規格が定められた器具若しくは容器包装であつて政令で定めるものは、政令で定める区分に従い厚生労働大臣若しくは都道府県知事又は登録検査機関の行う検査を受け、これに合格したものととして厚生労働省令で定める表示が付されたものでなければ、販売し、販売の用に供するために陳列し、又は営業上使用してはならない。

② 前項の規定による厚生労働大臣又は登録検査機関の行う検査を受けようとする者は、検査に要する実費の額を考慮して、厚生労働大臣の行う検査にあつては厚生労働大臣が定める額の、登録検査機関の行う検査にあつては当該登録検査機関が厚生労働大臣の認可を受けて定める額の手数料を納めなければならない。

③ 前項の手数料は、厚生労働大臣の行う検査を受けようとする者の納付するものについては国庫の、登録検査機関の行う検査を受けようとする者の納付するものについては当該登録検査機関の収入とする。

④ 前三項に定めるもののほか、第一項の検査及び当該検査に合格した場合の措置に関し必要な事項は、政令で定める。

⑤ 第一項の検査の結果については、行政不服審査法（昭和三十七年法律第百六十号）による不服申立てをすることができない。

(昭四七法一〇八・全改、平七法一〇一・平一一法八七・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十四条繰下・一部改正)

第二十六条 都道府県知事は、次の各号に掲げる食品、添加物、器具又は容器包装を発見した場合にお

いて、これらを製造し、又は加工した者の検査の能力等からみて、その者が製造し、又は加工する食品、添加物、器具又は容器包装がその後引き続き当該各号に掲げる食品、添加物、器具又は容器包装に該当するおそれがあり、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、政令で定める要件及び手続に従い、その者に対し、当該食品、添加物、器具又は容器包装について、当該都道府県知事又は登録検査機関の行う検査を受けるべきことを命ずることができる。

一 第六条第二号又は第三号に掲げる食品又は添加物

二 第十一条第一項の規定により定められた規格に合わない食品又は添加物

三 第十一条第一項の規定により定められた基準に合わない方法により添加物を使用した食品

四 第十一条第三項に規定する食品

五 第十六条に規定する器具又は容器包装

六 第十八条第一項の規定により定められた規格に合わない器具又は容器包装

② 厚生労働大臣は、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、前項各号に掲げる食品、添加物、器具若しくは容器包装又は第十条に規定する食品を製造し、又は加工した者が製造し、又は加工した同種の食品、添加物、器具又は容器包装を輸入する者に対し、当該食品、添加物、器具又は容器包装について、厚生労働大臣又は登録検査機関の行う検査を受けるべきことを命ずることができる。

③ 厚生労働大臣は、食品衛生上の危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、生産地の事情その他の事情からみて第一項各号に掲げる食品、添加物、器具若しくは容器包装又は第十条に規定する食品に該当するおそれがあると認められる食品、添加物、器具又は容器包装を輸入する者に対し、当該食品、添加物、器具又は容器包装について、厚生労働大臣又は登録検査機関の行う検査を受けるべきことを命ずることができる。

④ 前三項の命令を受けた者は、当該検査を受け、その結果についての通知を受けた後でなければ、当該食品、添加物、器具又は容器包装を販売し、販売の用に供するために陳列し、又は営業上使用してはならない。

⑤ 前項の通知であつて登録検査機関がするものは、当該検査を受けるべきことを命じた都道府県知事又は厚生労働大臣を経由してするものとする。

⑥ 第一項から第三項までの規定による厚生労働大臣又は登録検査機関の行う検査を受けようとする者は、検査に要する実費の額を考慮して、厚生労働大臣の行う検査にあつては厚生労働大臣が定める額の、登録検査機関の行う検査にあつては当該登録検査機関が厚生労働大臣の認可を受けて定める額の手数料を納めなければならない。

⑦ 前条第三項から第五項までの規定は、第一項から第三項までの検査について準用する。

(昭四七法一〇八・全改、平七法一〇一・平一一法八七・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十五条繰下・一部改正)

第二十七条 販売の用に供し、又は営業上使用する食品、添加物、器具又は容器包装を輸入しようとする者は、厚生労働省令で定めるところにより、その都度厚生労働大臣に届け出なければならない。

(昭三二法一七五・追加、昭四七法一〇八・旧第十六条の二繰上、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十六条繰下・一部改正)

第二十八条 厚生労働大臣、内閣総理大臣又は都道府県知事等は、必要があると認めるときは、営業者その他の関係者から必要な報告を求め、当該職員に営業の場所、事務所、倉庫その他の場所に臨検し、販売の用に供し、若しくは営業上使用する食品、添加物、器具若しくは容器包装、営業の施設、帳簿

書類その他の物件を検査させ、又は試験の用に供するのに必要な限度において、販売の用に供し、若しくは営業上使用する食品、添加物、器具若しくは容器包装を無償で収去させることができる。

- ② 前項の規定により当該職員に臨検検査又は収去をさせる場合においては、これにその身分を示す証票を携帯させ、かつ、関係者の請求があるときは、これを提示させなければならない。
- ③ 第一項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。
- ④ 厚生労働大臣、内閣総理大臣又は都道府県知事等は、第一項の規定により収去した食品、添加物、器具又は容器包装の試験に関する事務を登録検査機関に委託することができる。

(昭二五法二六・平六法八四・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十七条繰下・一部改正、平一八法五三・平二一法四九・一部改正)

第二十九条 国及び都道府県は、第二十五条第一項又は第二十六条第一項から第三項までの検査（以下「製品検査」という。）及び前条第一項の規定により収去した食品、添加物、器具又は容器包装の試験に関する事務を行わせるために、必要な検査施設を設けなければならない。

- ② 保健所を設置する市及び特別区は、前条第一項の規定により収去した食品、添加物、器具又は容器包装の試験に関する事務を行わせるために、必要な検査施設を設けなければならない。
- ③ 都道府県等の食品衛生検査施設に関し必要な事項は、政令で定める。

(昭二五法二六・昭二八法二一三・昭三二法一七五・昭四七法一〇八・平六法八四・平七法一〇一・一部改正、平一五法五五・旧第十八条繰下・一部改正)

第三十条 第二十八条第一項に規定する当該職員の職権及び食品衛生に関する指導の職務を行わせるために、厚生労働大臣、内閣総理大臣又は都道府県知事等は、その職員のうちから食品衛生監視員を命ずるものとする。

- ② 都道府県知事等は、都道府県等食品衛生監視指導計画の定めるところにより、その命じた食品衛生監視員に監視指導を行わせなければならない。
- ③ 内閣総理大臣は、指針に従い、その命じた食品衛生監視員に食品、添加物、器具及び容器包装の表示又は広告に係る監視指導を行わせるものとする。
- ④ 厚生労働大臣は、輸入食品監視指導計画の定めるところにより、その命じた食品衛生監視員に食品、添加物、器具及び容器包装の輸入に係る監視指導を行わせるものとする。
- ⑤ 前各項に定めるもののほか、食品衛生監視員の資格その他食品衛生監視員に関し必要な事項は、政令で定める。

(昭二五法二六・昭二八法二一三・昭三二法一七五・平六法八四・平一一法八七・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条繰下・一部改正、平一八法五三・平二一法四九・一部改正)

第八章 登録検査機関

(昭四七法一〇八・追加、平一五法五五・旧第五章の二繰下・改称)

第三十一条 登録検査機関の登録を受けようとする者は、厚生労働省令で定めるところにより、実費を勘案して政令で定める額の手数料を納付して、厚生労働大臣に登録の申請をしなければならない。

(平一五法五五・追加)

第三十二条 次の各号のいずれかに該当する法人は、登録検査機関の登録を受けることができない。

- 一 その法人又はその業務を行う役員がこの法律又はこの法律に基づく処分に違反し、罰金以上の刑に処せられ、その執行を終わり、又は執行を受けることがなくなつた日から二年を経過しないもの
- 二 第四十三条の規定により登録を取り消され、その取消しの日から二年を経過しない法人

- 三 第四十三条の規定による登録の取消しの日前三十日以内にその取消しに係る法人の業務を行う役員であつた者でその取消しの日から二年を経過しないものがその業務を行う役員となつて法人（昭四七法一〇八・追加、平七法一〇一・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の三繰下・一部改正）

第三十三条 厚生労働大臣は、第三十一条の規定により登録を申請した者（以下この項において「登録申請者」という。）が次に掲げる要件のすべてに適合しているときは、その登録をしなければならない。この場合において、登録に関して必要な手続は、厚生労働省令で定める。

- 一 別表の第一欄に掲げる製品検査の種類ごとに、それぞれ同表の第二欄に掲げる機械器具その他の設備を有し、かつ、製品検査は同表の第三欄に掲げる条件に適合する知識経験を有する者が実施し、その人数が同表の第四欄に掲げる数以上であること。

- 二 次に掲げる製品検査の信頼性の確保のための措置が執られていること。

イ 検査を行う部門に製品検査の種類ごとにそれぞれ専任の管理者を置くこと。

ロ 製品検査の業務の管理及び精度の確保に関する文書が作成されていること。

ハ ロに掲げる文書に記載されたところに従い製品検査の業務の管理及び精度の確保を行う専任の部門を置くこと。

- 三 登録申請者が、第二十五条第一項又は第二十六条第一項から第三項までの規定により製品検査を受けなければならないこととされる食品、添加物、器具又は容器包装を販売し、販売の用に供するために製造し、輸入し、加工し、若しくは陳列し、又は営業上使用する営業者（以下この号及び第三十九条第二項において「受検営業者」という。）に支配されているものとして次のいずれかに該当するものでないこと。

イ 登録申請者が株式会社である場合にあつては、受検営業者がその親法人（会社法（平成十七年法律第八十六号）第八百七十九条第一項に規定する親法人をいう。）であること。

ロ 登録申請者の役員（持分会社（会社法第五百七十五条第一項に規定する持分会社をいう。）にあつては、業務を執行する社員）に占める受検営業者の役員又は職員（過去二年間に当該受検営業者の役員又は職員であつた者を含む。）の割合が二分の一を超えていること。

ハ 登録申請者の代表権を有する役員が、受検営業者の役員又は職員（過去二年間に当該受検営業者の役員又は職員であつた者を含む。）であること。

- ② 登録は、次に掲げる事項を登録台帳に記帳して行う。

一 登録年月日及び登録番号

二 登録検査機関の名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地

三 登録検査機関が行う製品検査の種類

四 登録検査機関が製品検査を行う事業所の名称及び所在地

（平一五法五五・追加、平一七法八七・一部改正）

第三十四条 登録検査機関の登録は、三年を下らない政令で定める期間ごとにその更新を受けなければ、その期間の経過によつて、その効力を失う。

- ② 第三十一条から前条までの規定は、前項の登録の更新について準用する。

（平一五法五五・追加）

第三十五条 登録検査機関は、製品検査を行うべきことを求められたときは、正当な理由がある場合を除き、遅滞なく、製品検査を行わなければならない。

- ② 登録検査機関は、公正に、かつ、厚生労働省令で定める技術上の基準に適合する方法により製品検査を行わなければならない。

(平一五法五五・追加)

第三十六条 登録検査機関は、製品検査を行う事業所を新たに設置し、廃止し、又はその所在地を変更しようとするときは、その設置し、廃止し、又は変更しようとする日の一月前までに、厚生労働大臣に届け出なければならない。

② 登録検査機関は、第三十三条第二項第二号及び第四号（事業所の名称に係る部分に限る。）に掲げる事項に変更があつたときは、遅滞なく、同項第三号に掲げる事項を変更しようとするときは、変更しようとする日の一月前までに、その旨を厚生労働大臣に届け出なければならない。

(昭四七法一〇八・追加、平七法一〇一・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の五繰下・一部改正)

第三十七条 登録検査機関は、製品検査の業務に関する規程（以下「業務規程」という。）を定め、製品検査の業務の開始前に、厚生労働大臣の認可を受けなければならない。これを変更しようとするときも、同様とする。

② 業務規程には、製品検査の実施方法、製品検査に関する手数料その他の厚生労働省令で定める事項を定めておかなければならない。

③ 厚生労働大臣は、第一項の認可をした業務規程が製品検査の公正な実施上不適當となつたと認めるときは、その業務規程を変更すべきことを命ずることができる。

(昭四七法一〇八・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の六繰下・一部改正)

第三十八条 登録検査機関は、厚生労働大臣の許可を受けなければ、製品検査の業務の全部又は一部を休止し、又は廃止してはならない。

(昭四七法一〇八・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の七繰下・一部改正)

第三十九条 登録検査機関は、毎事業年度経過後三月以内に、その事業年度の財産目録、貸借対照表及び損益計算書又は収支計算書並びに事業報告書（その作成に代えて電磁的記録（電子的方式、磁気的方式その他の人の知覚によつては認識することができない方式で作られる記録であつて、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。以下この条において同じ。）の作成がされている場合における当該電磁的記録を含む。次項及び第七十九条において「財務諸表等」という。）を作成し、五年間事業所に備えて置かなければならない。

② 受検営業者その他の利害関係人は、登録検査機関の業務時間内は、いつでも、次に掲げる請求をすることができる。ただし、第二号又は第四号の請求をするには、登録検査機関の定めた費用を支払わなければならない。

一 財務諸表等が書面をもつて作成されているときは、当該書面の閲覧又は謄写の請求

二 前号の書面の謄本又は抄本の請求

三 財務諸表等が電磁的記録をもつて作成されているときは、当該電磁的記録に記録された事項を厚生労働省令で定める方法により表示したものの閲覧又は謄写の請求

四 前号の電磁的記録に記録された事項を電磁的方法であつて厚生労働省令で定めるものにより提供することの請求又は当該事項を記載した書面の交付の請求

(平一五法五五・追加、平一七法八七・一部改正)

第四十条 登録検査機関の役員若しくは職員又はこれらの職にあつた者は、その製品検査の業務又は第二十八条第四項の規定により委託を受けた事務（次項において「委託事務」という。）に関して知り

得た秘密を漏らしてはならない。

- ② 製品検査の業務又は委託事務に従事する登録検査機関の役員又は職員は、刑法（明治四十年法律第四十五号）その他の罰則の適用については、法令により公務に従事する職員とみなす。

（昭四七法一〇八・追加、平一五法五五・旧第十九条の十一繰下・一部改正）

第四十一条 厚生労働大臣は、登録検査機関が第三十三条第一項各号のいずれかに適合しなくなつたと認めるときは、その登録検査機関に対し、これらの規定に適合するため必要な措置を執るべきことを命ずることができる。

（昭四七法一〇八・追加、平七法一〇一・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の十二繰下・一部改正）

第四十二条 厚生労働大臣は、登録検査機関が第三十五条の規定に違反していると認めるとき、又は登録検査機関が行う製品検査若しくは第二十五条第一項の規定による表示若しくは第二十六条第四項の規定による通知の記載が適当でないと認めるときは、当該登録検査機関に対し、製品検査を行うべきこと又は製品検査の方法その他の業務の方法の改善に必要な措置を執るべきことを命ずることができる。

（平一五法五五・追加）

第四十三条 厚生労働大臣は、登録検査機関が次の各号のいずれかに該当するときは、その登録を取り消し、又は期間を定めて製品検査の業務の全部若しくは一部の停止を命ずることができる。

- 一 この章の規定に違反したとき。
- 二 第三十二条第一号又は第三号に該当するに至つたとき。
- 三 第三十七条第一項の認可を受けた業務規程によらないで製品検査を行つたとき。
- 四 第三十七条第三項又は前二条の規定による命令に違反したとき。
- 五 正当な理由がないのに第三十九条第二項各号の規定による請求を拒んだとき。
- 六 不正の手段により第三十三条第一項の登録を受けたとき。

（昭四七法一〇八・追加、平七法一〇一・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の十三繰下・一部改正）

第四十四条 登録検査機関は、厚生労働省令で定めるところにより、帳簿を備え、製品検査に関し厚生労働省令で定める事項を記載し、これを保存しなければならない。

（昭四七法一〇八・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の十四繰下・一部改正）

第四十五条 厚生労働大臣は、次の場合には、その旨を官報に公示しなければならない。

- 一 第三十三条第一項の登録をしたとき。
- 二 第三十四条第一項の規定により登録検査機関の登録が効力を失つたとき。
- 三 第三十六条第一項又は第二項の規定による届出があつたとき。
- 四 第三十八条の許可をしたとき。
- 五 第四十三条の規定により登録を取り消し、又は製品検査の業務の停止を命じたとき。

（昭四七法一〇八・追加、平七法一〇一・平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の十五繰下・一部改正）

第四十六条 登録検査機関以外の者は、その行う業務が製品検査であると人を誤認させるような表示、広告その他の行為をしてはならない。

- ② 厚生労働大臣は、登録検査機関以外の者に対し、その行う業務が製品検査であると人を誤認させな

いようにするための措置を執るべきことを命ずることができる。

(平一五法五五・追加)

第四十七条 厚生労働大臣は、この法律の施行に必要な限度において、登録検査機関に対し、その業務若しくは経理の状況に関し報告をさせ、又は当該職員に、登録検査機関の事務所若しくは事業所に立ち入り、業務の状況若しくは帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

② 第二十八条第二項及び第三項の規定は、前項の場合に準用する。

(昭四七法一〇八・追加、平一一法一六〇・一部改正、平一五法五五・旧第十九条の十六繰下・一部改正)

第九章 営業

(平一五法五五・旧第六章繰下)

第四十八条 乳製品、第十条の規定により厚生労働大臣が定めた添加物その他製造又は加工の過程において特に衛生上の考慮を必要とする食品又は添加物であつて政令で定めるものの製造又は加工を行う営業者は、その製造又は加工を衛生的に管理させるため、その施設ごとに、専任の食品衛生管理者を置かなければならない。ただし、営業者が自ら食品衛生管理者となつて管理する施設については、この限りでない。

② 営業者が、前項の規定により食品衛生管理者を置かなければならない製造業又は加工業を二以上の施設で行う場合において、その施設が隣接しているときは、食品衛生管理者は、同項の規定にかかわらず、その二以上の施設を通じて一人で足りる。

③ 食品衛生管理者は、当該施設においてその管理に係る食品又は添加物に関してこの法律又はこの法律に基づく命令若しくは処分に係る違反が行われないように、その食品又は添加物の製造又は加工に従事する者を監督しなければならない。

④ 食品衛生管理者は、前項に定めるもののほか、当該施設においてその管理に係る食品又は添加物に関してこの法律又はこの法律に基づく命令若しくは処分に係る違反の防止及び食品衛生上の危害の発生の防止のため、当該施設における衛生管理の方法その他の食品衛生に関する事項につき、必要な注意をするとともに、営業者に対し必要な意見を述べなければならない。

⑤ 営業者は、その施設に食品衛生管理者を置いたときは、前項の規定による食品衛生管理者の意見を尊重しなければならない。

⑥ 次の各号のいずれかに該当する者でなければ、食品衛生管理者となることができない。

一 医師、歯科医師、薬剤師又は獣医師

二 学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）に基づく大学、旧大学令（大正七年勅令第三百八十八号）に基づく大学又は旧専門学校令（明治三十六年勅令第六十一号）に基づく専門学校において医学、歯学、薬学、獣医学、畜産学、水産学又は農芸化学の課程を修めて卒業した者

三 都道府県知事の登録を受けた食品衛生管理者の養成施設において所定の課程を修了した者

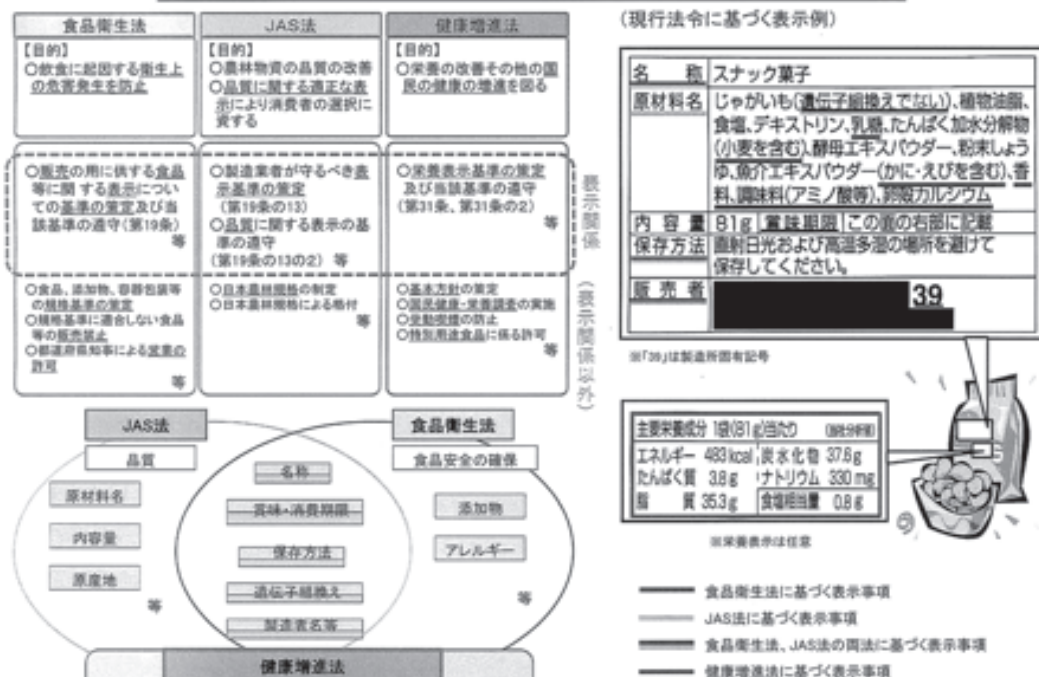
四 学校教育法に基づく高等学校若しくは中等教育学校若しくは旧中等学校令（昭和十八年勅令第三十六号）に基づく中等学校を卒業した者又は厚生労働省令で定めるところによりこれらの者と同等以上の学力があると認められる者で、第一項の規定により食品衛生管理者を置かなければならない製造業又は加工業において食品又は添加物の製造又は加工の衛生管理の業務に三年以上従事し、かつ、都道府県知事の登録を受けた講習会の課程を修了した者

2) 食品表示法の概要



(参考)現行の食品表示に関する法律

平成25年6月
消費者庁



2. 衛生管理監査項目（2HJA）



セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス・メンバー衛生管理監査

衛生管理評価

メンバー情報

メンバー名:

県:

市区
町村:

代表者名

記入者名:

肩書:

監査情報

監査実施日:

フードバンクの要件

1. 全てのステークホルダーの立場を理解し、緊急時も含め常時対応できる担当者が複数名いるか。
2. トレーサビリティの仕組みがあるか。
3. 賞味期限内で消費をさせる仕組み（施設等への徹底）があるか。

☐ はい ☐ いいえ

☐ はい ☐ いいえ

☐ はい ☐ いいえ

衛生管理評価		検査項目	
敷地内の屋外状況			
1.	建物から少なくとも 60cm 以内の雑草や芝生は短く刈られているか。	☐ はい	☐ いいえ
2.	敷地の外にゴミや壊れたパレット等が野ざらしに置きっ放しになっていないか。	☐ はい	☐ いいえ
3.	ゴミ箱はしっかりと閉められ、定期的の中身を捨て清潔に保っているか。	☐ はい	☐ いいえ
4.	敷地の外に水たまりはできていないか。	☐ はい	☐ いいえ
5.	排水路と下水設備は機能しているか。	☐ はい	☐ いいえ
6.	建物の外構と基礎にネズミや虫の侵入を許す亀裂や割れ目はないか。	☐ はい	☐ いいえ
7.	外壁にネズミの巣穴や虫やクモの巣の形跡はないか。	☐ はい	☐ いいえ
8.	食品の汚染を防ぐため、道路や庭、食品の梱包エリアでは大量に埃が発生しない状態が保たれているか。	☐ はい	☐ いいえ
9.	建物は鳥のねぐらになっていないか。	☐ はい	☐ いいえ
10.	屋外の毒餌箱（もしあれば）	☐ はい	☐ いいえ
a.	閉まっている	☐ はい	☐ いいえ
b.	鍵がかけられている	☐ はい	☐ いいえ
c.	不正開封防止になっている	☐ はい	☐ いいえ
11.	搬入・搬出エリアは清潔か（ドックの金属板の下やエレベーターもチェック）	☐ はい	☐ いいえ
12.	関連施設・建物は食品を汚染する恐れのある大気・水質・土壌汚染等の産業公害から十分に離れているか。	☐ はい	☐ いいえ

衛生管理評価

検査項目

倉庫のメンテナンス

- | | | |
|--|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 壁、天井、窓台、配管場所にヒビや裂け目がないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 換気に使われている全ての窓、通気口には網がついているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. 搬入・搬出口のドアは未使用時にはきちんと閉められているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 床に虫などの発生を招くヒビ割れなどがないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 建物内のパイプ等からの水漏れや、結露が食品を汚染するリスクが全くない状況であるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 6. 屋根からの水漏れはないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 7. ドアや窓はしっかりとしまるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 8. 倉庫内温度および湿度を毎日定時にチェック、記録し、温度湿度を年間を通じ、保管する食品に応じた適正な範囲に保っているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 9. 飲食、ガム、喫煙は決められた場所のみで行うことを全職員・ボランティアに告知する掲示があるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 10. 従業員・ボランティアには仕事に戻る前に手洗いをを行うよう喚起する掲示が、トイレ、食品回収場所、食事場所、ロッカールーム、食品を扱う場所などの適切な場所にあるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 11. 倉庫内の禁煙は守られているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 12. 食品加工エリアの照明は飛散防止の対策がされているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 13. 全ての作業場の照明の明るさは適切か（200ルクス以上）。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

メンテナンス業務

- | | | |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 日毎、週毎、月毎に清掃スケジュールを文書化しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 食品漏れが起きた場合、すぐに片付けているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. テープ留された袋破れのうち漏れたものや汚染食品は除去され廃棄されているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 幹部が定期的に倉庫を検査しているか（毎週実施を推奨）。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 冷凍庫および冷蔵庫設備を定期的に決められた頻度で掃除しているか（毎月または必要に応じてそれよりも頻繁に）。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 6. 冷凍庫および冷蔵庫設備のドアのシーリングを定期的に清掃しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 7. 冷凍庫および冷蔵庫設備には結露の排水機能はあるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 8. 冷凍庫および冷蔵庫設備の排水部分を定期的に掃除しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 9. 冷凍庫および冷蔵庫設備は漏れの原因となる穴や割れ目、裂け目、もしくは絶縁材から食品汚染を招く可能性がない状態か。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

10. 動物（盲導犬等は除く）は施設内のどのエリアにも入ってはいけない決まりが、厳しく守られているか。 ☐ はい ☐ いいえ

衛生管理評価		検査項目	
保管業務：常温品			
1.	食品は床に直置きせず、パレットか棚の上に置かれているか。	☐ はい	☐ いいえ
2.	目視検査及び破損が生じた際にテーピングができるよう全てのパレット間に十分な間隔を空けているか。	☐ はい	☐ いいえ
3.	パレットは全て壁から最低 15 センチ離して置いているか（壁から該当距離に白いラインを引くことを推奨）。	☐ はい	☐ いいえ
4.	食品をヒーター、扇風機、換気扇、水漏れが起きているパイプ、階段、雨漏りがする天窓などから離して保管しているか。	☐ はい	☐ いいえ
5.	食品以外のものを食品と離れたところに保管しているか。	☐ はい	☐ いいえ
6.	食品は賞味期限が早いものから先に出すように並べられているか。	☐ はい	☐ いいえ
7.	「賞味期限」が切れないように適切に管理されているか。	☐ はい	☐ いいえ
8.	有毒物は食品や人が使用するものから離して保管しているか。	☐ はい	☐ いいえ
9.	ペットフードは人用の食品とは明確に分けて保管しているか。	☐ はい	☐ いいえ
10.	汚れた、または汚染されたパレットは清潔なパレットとは別に保管されているか。	☐ はい	☐ いいえ
11.	壊れたパレットを廃棄しているか、または即座に修理しているか。	☐ はい	☐ いいえ

衛生管理評価	検査項目
--------	------

保管業務：冷凍・冷蔵品

- | | | |
|--|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 冷凍庫は食品を-18度またはそれ以下の温度に保つことができるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 冷蔵庫は食品を10度に保つことができるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. 冷凍庫、冷蔵庫内に温度計が設置されているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 温度測定器を使って、冷凍庫、冷蔵庫内に設置されている温度計が正確であることを定期的に検証しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 少なくとも活動日に温度の確認と記録がなされているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 6. 冷凍庫、冷蔵庫が置かれている場所の天井やパイプから水漏れが起こるようなことはないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 7. 冷凍庫・冷蔵庫内の食品に冷気が十分に循環できるように食品が積まれているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 8. 冷凍庫や冷蔵庫内の温度があらかじめ設定した温度を越えた場合にわかるような管理システムを活用しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

安全規定と保安業務

- | | | |
|--|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 火災、救急、警察、保健所などの緊急連絡先を掲示しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 緊急事態発生に備え、最寄りの病院情報が即座に得られる状態になっているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. 避難口は全て明示されているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 十分な数の消火器があるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 消火器は以下のような状態であるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| a. 満タンになっているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| b. 定期点検をおこなっているか（シール破れや使用期限等）。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 7. 応急処置キットはすべて揃っているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 8. 応急処置ができるスタッフはいるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 9. AED等の機器を操作するスタッフは十分なトレーニングを受けているか。設置場所を把握しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

衛生管理評価	検査項目
--------	------

衛生施設の管理

- | | | |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| 1. トイレは清潔か。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 手洗いにはペーパータオルまたは故障などがなく作動するハンドドライヤーが置いてあるか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. 手洗い洗剤が備え付けられているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 手洗いには「職場に戻る前に手洗いを」と掲示しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 手洗い内のごみ箱はふたが閉まるようになっているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

安全・衛生処置に関する教育

- | | | |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 倉庫業務従事者は倉庫作業の衛生、安全を適切な水準に保つための教育（例：倉庫管理主任者研修等）を受けているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 倉庫業務従事者が倉庫の衛生・安全を継続的に維持できるよう適切な掲示があるか（例：「喫煙、飲食禁止」「手洗い実施」など）。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

害虫駆除

- | | | |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| 1. 防虫・防鼠専門サービスを利用しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 2. 倉庫に害虫・害獣が寄生している形跡はないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 3. 害虫・害獣寄生の形跡を即座に取り除いているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 4. 寄生が見つかった場合、即座に倉庫の監督を行う職員に報告をしているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 5. 食品に悪影響を及ぼす恐れがある殺虫剤またはネズミ駆除剤を使用していないか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 6. 倉庫内の監視装置（ネズミ捕り等）の位置の調整、掃除、検査が少なくとも毎日行われているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 7. 害虫駆除の記録が保管されているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |
| 8. 害虫寄生が起きているかどうか、穀物が入った袋やペットフードを定期的に検査しているか。 | ☐ はい | ☐ いいえ |

衛生管理評価	検査項目
食品の受け取り業務	
1. 受け取った食品に関して、例えば腐敗、悪臭、容器の破損、害虫、ネズミ、高熱、冷凍、水などによるダメージ、カビ、食品の容器漏れなどがないかどうか検査を行っているか。	☐ はい ☐ いいえ
a. 検査の際食品受領検査のチェックリストを使っているか。	☐ はい ☐ いいえ
b. チェックリストには検査を行った人のサインがあるか。	☐ はい ☐ いいえ
2. 冷凍・冷蔵食品を受領する際、温度を確認し記録しているか。	☐ はい ☐ いいえ
3. 農産物やパン等の食品は受け取ってすぐに状態の確認を行い、確認後すぐに適切な環境で保管しているか。	☐ はい ☐ いいえ
4. 汚染、害虫寄生またはカビが確認された食品を即座に処分・隔離等の処置をとっているか。	☐ はい ☐ いいえ
a. ダメージを受けた食品は検査が行われるまで所定の保管エリアに隔離し保管しているか。	☐ はい ☐ いいえ
b. 上記のような食品には他食品と区別がつくような表示を付けているか（例：「検査用の保存」「使用不可」）。	☐ はい ☐ いいえ
c. 検査を行う者は適切な指導を受けているか。	☐ はい ☐ いいえ
5. 冷凍、または冷蔵食品は積荷場に到着してからすみやかに冷凍、または冷蔵室に移しているか。	☐ はい ☐ いいえ
6. パレットで食品を受け取った場合はパレットの状態を確認しているか。	☐ はい ☐ いいえ
食品の発送業務	
1. 配送車両は清潔に保たれているか。	☐ はい ☐ いいえ
2. 冷凍または冷蔵食品は適切な温度で搬送されているか。	☐ はい ☐ いいえ
3. この団体では冷凍または冷蔵設備が付いた運搬車両を利用できるか。	☐ はい ☐ いいえ
a. もしそうでなければ、食品を冷凍・冷蔵した状態で輸送できるよう、食品を入れる保冷ボックスがあるか。	☐ はい ☐ いいえ
b. 冷蔵保管機器は清潔に保たれているか。	☐ はい ☐ いいえ
c. 冷凍・冷蔵食品を輸送する間、温度計が備わっているか。	☐ はい ☐ いいえ
4. 移動中の積荷の移動による食品へのダメージが最小限に抑えられるようドライバーへ指示・教育を行っているか。	☐ はい ☐ いいえ
行政規則の順守	
1. この団体は必ず1人以上食品衛生責任者を置いているか。	☐ はい ☐ いいえ

改善されるべき項目

検査日:

検査官の名前:

3. 品質管理規定（フードバンク関西）



文 書 番 号	F B K 規 定 1
タ イ ト ル	品 質 管 理 規 定
制 定 日	2012 年 6 月 16 日
改 定 日	年 月 日

品質管理規定

－ 安全な食品の取扱いのために－

特定非営利活動法人
フードバンク関西

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定	文書番号	FBK規定1
		改定番号	
標 題	目 次	頁	①

《頁》

目次及び改訂履歴・・・・・・・・・・・・・・ ①

1. フロー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

2. 食品提供企業、フードバンク、食品受取団体の役割、責任・・・・・・・・ 2

3. 食品の取り扱いの原則・・・・・・・・・・・・・・ 4

4. 食品の安全管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

5. 事故への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

6. 作業工程表 常温品・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5

7. 作業工程表 冷凍冷蔵品・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

〔改定履歴〕

改定 番号	頁	項	年月日	改定内容	作成	承認
1	全	全	2012 年 7 月 14 日	制定	2012/6/16 小島秀元	2012/7/14 理事会

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定	文書番号	F B K 規定 1
		改定番号	1
標 題	1. フロー	頁	1 / 6

1. フロー

【食品提供企業】

品質に問題のない
食品の提供

【フードバンク】

品質維持
トレーサビリティ
情報収集と提供
記録の保存

【食品受取団体】

支援を必要とする人
達を支える非営利福
祉団体や施設

〔食品の流れ〕

〔情報の流れ〕

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定		文書番号	F B K 規定 1
			改定番号	1
標 題	2. 食品提供企業、フードバンク、食品受取団体の役割、責任		頁	2 / 6
2. 食品提供企業、フードバンク関西、食品受取団体の役割、責任				
	食品提供企業	フードバンク関西	食品受取団体	
品質保持の原則	提供される食品は、食品として品質に問題のない健全かつ安全なものでなければならない。	提供された食品の品質を確認し、受領する。必要な品質を確保し、利用団体に提供する。	提供される食品の品質を確認して受領し、適正に食品を活用する。品質確認の証として受領時にデリバリー記録及び受領書に署名する。	
品質管理の責任	提供した食品の、当法人受け入れ以前の原因による健康被害を生ずるような品質不良、変質、その他の瑕疵がある場合を除き、一切の責任を負わない。 当法人と「食糧等の引き取りについての確認書」を交換し、そこに明記された責任を負う。	食品提供企業とは「食糧等の引き取りについての確認書」を、受取団体とは、「食糧等の受け渡しについての確認書」を交換し、そこに明記された食品取扱についての条項を遵守する。 食品を適正に保管あるいは配送し、品質の保持を図る。	当法人と「食糧等の受け渡しについての確認書」の交換を行い、それに明記された条項を遵守して、 食品を利用者に提供する。 当法人からの取扱注意事項や保管条件の指示に従って、食品を活用する。	
食品情報の取扱	規格外となった理由、提供する食品の特性や、品質確保上特別な留意点などの情報を当法人に提供する。	企業から規格外となった理由、取扱注意事項等について情報を受け取り、必要であれば受取団体に情報提供する。 必要に応じて受取団体から取扱についての報告を求める事が出来る。	受領した食品の情報は当法人を通じて受け取る。 食品についての品質確認や説明を求める場合は、当法人を通じて行い、直接に提供企業と交渉しない。	
経済的側面分離の原則	食品は無償で提供する。	提供を受けた食品は、利用団体に無償で分配し、金銭的对価を要求しない。	提供を受けた食品を第3者に譲渡あるいは有償で提供しない。 利用者に対し、金銭的对価を要求しない。 当法人に無断で他施設の利用者に分配しない。 原則として施設内で利用する。	
評価額	提供食品等の評価額を当法人に明示する事により、評価額を記載した「寄贈物品受領書」の発行を求める事が出来る。	企業からの要請があれば、評価額を記載した「寄贈物品受領書」を発行する。		

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定	文書番号	F B K 規定 1
		改定番号	1
標 題	3. 食品取扱の原則 4. 食品の安全管理	頁	3 / 6
3. 食品の取り扱いの原則 (1) 取扱食品の種類 取扱食品は、原則として福祉施設や団体で活用できる食品に限る。 (2) 食品の分配先の条件 食品は、要支援生活者を支える非営利団体に分配する。 ②提供する食品が、受取団体の収益事業の食材として全量が使用される場合は提供しない。 ③提供食品が不定期に、製菓あるいはバザー等で、受取団体が加工後販売活動を行う食材として活用する場合は、その収益が施設利用者に還元される事を条件として容認する。 (3) トレーサビリティの確保 食品の入荷、在庫、出荷の記録を作成し、保持する。 ②事務所に搬入される食品は、品質確認後、種類、量、品質確認結果を事務所日誌に記録する。 ③事務所から各受取団体に分配される食品は、受領書に明細を記録し、食品受け渡し時に受取団体から目視による品質確認と受領の署名を受ける。 ④パン野菜果物等の日配品は、提供事業所で目視での品質確認後、担当者がデリバリー記録に品質確認結果と引き取り重量を記録する。 ⑤パン野菜果物等の日配品は、原則として事務所に保管せず、即日を受取団体へ配送し、食品の受け渡し時に、デリバリー記録に受取団体の目視での品質確認と受領の署名を受ける。 ⑤当法人が取り扱った食品は、入荷日、入荷先、入荷食品の種類と量、出荷日、出荷先、出荷食品の種類と量が追跡できるよう、すべての情報を入在庫元帳で管理し、その証票としてのデリバリー記録、受領書、事務所日誌を、原則として3年間保存する。 ⑥食品提供企業に対し、入荷食品明細、分配先明細票等を必要に応じて作成し、送付する。 関連文書：（デリバリー記録、受領書、事務所日誌、入在庫管理元帳） 4. 食品の安全管理 (1) 取扱食品 原則として賞味、消費期限以内で、野菜果物を除き、未開封の食品に限る。 (2) 温度管理 食品は、食品寄贈者の指示に従い、常温、冷蔵、冷凍保管を行う。 ②事務所に設置した冷凍庫、冷蔵庫の効果確認のため、1日2度庫内温度を確認し記録する。 ③食品搬送時、食品を適切な状態を保つよう努める。夏季には、保冷箱、保冷材を使用する。 必要に応じて、搬送時の食品の保冷状態を確認するため、温度測定を行う。 (3) 食品の品質確認 デリバリー記録、受領書、事務所日誌には品質確認のチェック欄があるので、食品引取時、受取団体への分配時に目視で品質確認を行い記入する。 (4) 在庫食品の品質保持 在庫食品の虫等による被害を防止するため、事務所内の整理整頓清掃に努め、清潔な状態を維持し、それらを習慣化する。 関連文書：（受領書、事務所冷蔵設備温度管理記録）			
特定非営利活動法人	品質管理規定	文書番号	F B K 規定 1

フードバンク関西		改定番号	1
標 題	5. 事故対応	頁	4 / 6
5. 食品による事故への対応 (1) 当法人の食品引取以前の原因による品質不良、変質への対応 ①当法人によって確認された場合 受取団体への分配を停止し、原因の究明と以後の対応を企業に求め、文書での回答を要請する。 ②受取団体からの指摘で問題食品の発生が確認された場合の措置 1 問題食品を直ちに回収すると共に利用者の健康被害の発生状況を聞き取り調査する。 2 他団体への分配状況を確認し、他団体への連絡と問題食品の回収を直ちにを行うと同時に、他団体の利用者に健康被害が発生しているか否かを調査する。 3 問題食品の、受取団体での保管と使用状況、当事務所での保管状態、配送状況を調査する。 4 3の調査の結果、当法人、受取団体に事故の原因がない場合は、回収された食品を提供企業に持ち込み、原因の究明と以後の対応を依頼し、その結果の報告を要請する。 (2) 当法人の保管状態や取扱に原因があった場合の対応 1 問題食品の回収を直に行い、受取団体利用者に健康被害の発生の有無を調べる。 2 他の受取団体へ情報を提供し、問題食品の回収と、利用者の健康被害の有無を調べる。 3 必要があれば、問題食品の調査機関への持ち込み等により変質の原因を究明し、以後の善処を図る。 4 利用者に健康被害がある場合は、出来る範囲で道義的責任を果たす。 ボランティア共済保険の対象となるかを調べる。 (3) 受取団体の保管状態、調理の方法に原因があった場合の対応 1 受取団体から、原因とその対応の報告を得る。 2 食品提供開始時の施設訪問の際、調理設備等を視察し、設備が十分でない場合は、提供食品の種類を考え、傷みやすい物は提供しない。			

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定	文書番号 改定番号	FBK規定1
標題	6 作業工程表 常温品	頁	5/6

【作業工程表・常温品】

プロセス	作業	作業の内容	帳票
① 入庫	検品	■賞味期限について、既に切れているもの、残日数のチェック ・既に切れているものについては、出荷するか、ボランティアで消費するか、などの判断はその食品の特性により判断する。 ・出荷する場合でも、必ず出荷先の了解を得る。 ・先入れ先出しが出来るよう、期限が間近なものから手前・上になるよう保管する。	
		■種類と数量の記録 ・提供企業別に、入荷日、品目、数量を記録する。	入出庫元帳 事務所日誌



② 在庫	仕分け	■入荷した食品の出荷先を決定する ・各受け取り団体のニーズは、年1回実施するアンケートにより把握する。 ・出荷先は、各団体のニーズ、残日数を考慮して決定する。	
		■保管 ・受け取り団体の引き取り日を考慮して、仕分けし箱詰めして、出荷先別に分けて、保管する。 ・識別は、出荷先の名前を書いた紙を食品に貼る。	
		■記録 ・出荷先別に納品が決定した食品を記録する。	受領書



③ 出庫	スケジュール策定	■納品スケジュール ・約1ヵ月毎に事務局で策定し、定例ボランティアミーティングで各担当ボランティアに通知する。 ・予定の変更は、事務局で調整する。	デリバリー予定表
	納品または引取り	・各担当ボランティアは、「デリバリー予定表」「受領書」に基づき、納品を行う。 ・納品時、「受領書」「デリバリー記録」にサインをもらい、事務局に提出する。 ・納品ではなく引取りに来られる受取り団体もある。その場合でも「受領書」には必ずサインをもらう。	デリバリー予定表 受領書 デリバリー記録



④ 記録	整理	・戻ってきた「受領書」の内容は入出庫元帳に転記する。 ・どの提供企業の食品が、どの受取り団体に納品されたか、明確にする。	入出庫元帳 分配先明細表
------	----	---	-----------------

特定非営利活動法人 フードバンク関西	品質管理規定	文書番号	FBK規定1
		改定番号	
標 題	7 作業工程表 冷凍冷蔵品	頁	6/6頁

【作業工程表・冷凍冷蔵】

※冷凍冷蔵品は鶏肉加工品、チーズ、サラダ等。

※コストコから提供されているパン類は、基本的に回収当日の納品（引取り）であり、原則として在庫は行わない。

プロセス	作業	作業の内容		帳票
① 入庫	検品	■種類別に冷凍冷蔵庫に保管	〔鶏肉加工品〕 ・小箱ごとに入庫日スタンプを押す。 ・冷蔵にする基準は、味の濃いタレ付きなど保存性に優れていると判断されるもの、としている。 ・賞味期限は1年の設定となっており、輸入直後の入荷であるため、残日数のチェックは行わない。 ※在庫日数 冷蔵→2週間以内 〔チーズ、サラダ〕 ・箱ごとに入庫日スタンプを押す。 ・チーズはケース毎に賞味期限の設定が異なるため、期限までの日数が短いものから先に出しやすいように冷蔵庫に保管する。 ・サラダは品目別に保管する。 ※在庫日数 最大賞味期限まで	
		■種類と数量の記録	・入荷日、品目、数量を記録する。	入出庫元帳



② 在庫	仕分け	■入荷した食品の出荷先を決定する	・各受け取り団体のニーズは、年1回実施するアンケートにより把握する。 ・出荷先は、各団体のニーズ、残日数を考慮して決定する。	
		■保管	・識別は、出荷先の名前を書いた紙を食品に貼る等で実施する。	
		■記録	・出荷先別に納品が決定した食品を記録する。	受領書



③ 出庫	スケジュール策定	■納品スケジュール	・定例ミーティング毎に事務局で策定し、各担当ボランティアに通知する。 ・予定の変更は、事務局で調整する。	デリバリー予定表
	納品または引取り		・各担当ボランティアは、「デリバリー予定表」「受領書」に基づき、納品を行う。 ・納品時、「受領書」にサインをもらい、事務局に提出する。 ・納品ではなく引取りに来る受取り団体もある。その場合でも「受領書」には必ずサインをもらう。	デリバリー予定表 受領書 デリバリー記録



④ 記録	整理		・戻ってきた「受領書」の内容は入出庫元帳に転記する。 ・どの提供企業の食品が、どの受取り団体に納品されたか、明確にする。 ・必要があれば食品毎あるいは企業毎の分配先明細表を作成し、提供企業に送付する。	食品分配先明細 入出庫元帳
------	----	--	--	------------------

4. 利用案内書（2HJ）

セカンドハーベスト・ジャパン ～利用案内書～



SECOND
HARVEST
セカンドハーベスト ジャパン

すべての人に、食べ物を

「もったいない」食品を、「ありがとう」の食品に

目次：

1. セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）のご紹介
 - 1－1：設立趣意書
 - 1－2：2HJのご紹介
 - 1－3：2HJの歴史
 - 1－4：組織図
 - 1－5：支援対象
2. フードバンクシステムの概要
3. 食品提供の流れ
4. お守りいただきたいこと
 - 4－1：消費・賞味期限の厳守
 - 4－2：寄贈食品利用者の限定と提供状況の記録
 - 4－3：食品の寄贈理由をご理解下さい
 - 4－4：転売禁止
 - 4－5：ゴミの処理は確実に
 - 4－6：寄贈食品の品質に関わる責任と問い合わせ先
5. 問題発生時の対応フロー
6. 問い合わせ先
7. よくあるお問合せ（FAQ）

1. セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）のご紹介

1-1：設立趣意書

2HJ は、日本でのフードセーフティネットの構築を目的とし、児童養護・母子支援・障がい者支援等の福祉施設や生活困窮者などに食品の提供を行っています。フードセキュリティ*を欠く人々に十分な食べ物を提供するため、2HJ は食品企業などと連絡を取り合い、食を通じた新しい社会作りを目指しています。

* フードセキュリティ：日常生活を送るために、安全且つ栄養のある十分な食べ物を適切な手段により得られること。

1-2：2HJ のご紹介

私たちの活動は、フードバンク活動と呼ばれアメリカでは45年以上にわたって行われてきている活動です。2HJ は2002年にNPO法人格を取得した日本初のフードバンクです。日本でも包装のわずかな不備や印字ミスなどさまざまな事情から、まだ充分食べられるにも拘わらず廃棄される食品が数多く発生しています。2HJ では、そういった食料品を企業等から寄付してもらい、それを児童養護施設や女性シェルター、老人福祉施設や路上生活者支援団体などに無償で提供しています。企業は、廃棄にかかるコストを削減し、またせっかく作った食品を無駄にしないというメリットがある一方で、日々の食事に困っている方々に食品を提供することによりその生活の一部を支えています。

1-3：2HJ の歴史

2HJ は、2000年に炊出しのために食材を集める連帯活動から始まりました。2002年には、特定非営利活動法人となりフードポート（Food Bank Japan）として活動を開始し、2004年には、現在の名称である2HJ（セカンドハーベスト・ジャパン）に名称変更を行いました。

セカンドハーベストとは、「2度目の収穫」という意味です。1度目の収穫（通常の市場）からもれてしまったもの、しかしまだ十分に安全に食べられる食品をもう一度収穫し、捨てられてしまう食品に命を与えようという意味です。

2000年の活動開始から、食品を提供してくれる企業や農家、個人の数が増え、同時に食品を有効に使ってくれる福祉団体・施設の数も順調に増えてきました。

2011年の東日本大震災以降は東北被災地への支援も継続的に行っており、日本社会の中で課せられる期待と責任がますます大きくなっています。

この素晴らしいシステムが日本全国に広がっていくよう、皆様も2HJの活動に参加してください。

セカンドハーベスト・ジャパンの歴史

すべての人に、食べ物を「もったいない」を「ありがとう」へ。
食卓のフードバンクとして食の平価面を見つめてきた
セカンドハーベスト・ジャパンの歩みを振り返ります。
この先の一歩一歩に、皆様との協力を開きの笑顔へとつなげてゆけるよう、
私どもは努めています。

復興支援のための 復興活動からスタート

震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)



復興

フードバンク Food Bank Japan! という 名前で活動の広がり

震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)



復興

FAIRの活動が広がる

FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動

復興

復興・復興支援活動

震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)
震災被災地「セカンドハーベスト」(2011年10月)



復興

セカンドハーベスト・ジャパン に名前変更

セカンドハーベスト・ジャパンに名前変更
セカンドハーベスト・ジャパンに名前変更
セカンドハーベスト・ジャパンに名前変更



復興

テレビ東京「かえり」で放映

テレビ東京「かえり」で放映
テレビ東京「かえり」で放映
テレビ東京「かえり」で放映

復興

FAIRの活動が広がる

FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動

復興

復興にフードバンクが紹介される

復興にフードバンクが紹介される
復興にフードバンクが紹介される
復興にフードバンクが紹介される

セカンドハーベスト・ジャパン設立

セカンドハーベスト・ジャパン設立
セカンドハーベスト・ジャパン設立
セカンドハーベスト・ジャパン設立



復興

食卓のフードバンク活動 (FAIRの活動が広がる)

食卓のフードバンク活動
(FAIRの活動が広がる)
食卓のフードバンク活動
(FAIRの活動が広がる)



食卓のフードバンク活動 (FAIRの活動が広がる)

食卓のフードバンク活動
(FAIRの活動が広がる)
食卓のフードバンク活動
(FAIRの活動が広がる)



復興

FAIRの活動が広がる

FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動



フードバンクの活動 (FAIRの活動が広がる)

フードバンクの活動 (FAIRの活動が広がる)
フードバンクの活動 (FAIRの活動が広がる)
フードバンクの活動 (FAIRの活動が広がる)



復興

復興支援活動 フードバンク活動 (FAIRの活動が広がる)

復興支援活動
フードバンク活動 (FAIRの活動が広がる)
復興支援活動
フードバンク活動 (FAIRの活動が広がる)



FAIRの活動が広がる

FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動
FAIR (Fairness, Access, Responsibility) の活動



復興

テレビ東京「かえり」で放映

テレビ東京「かえり」で放映
テレビ東京「かえり」で放映
テレビ東京「かえり」で放映



セカンドハーベスト・ジャパン

セカンドハーベスト・ジャパン
セカンドハーベスト・ジャパン
セカンドハーベスト・ジャパン

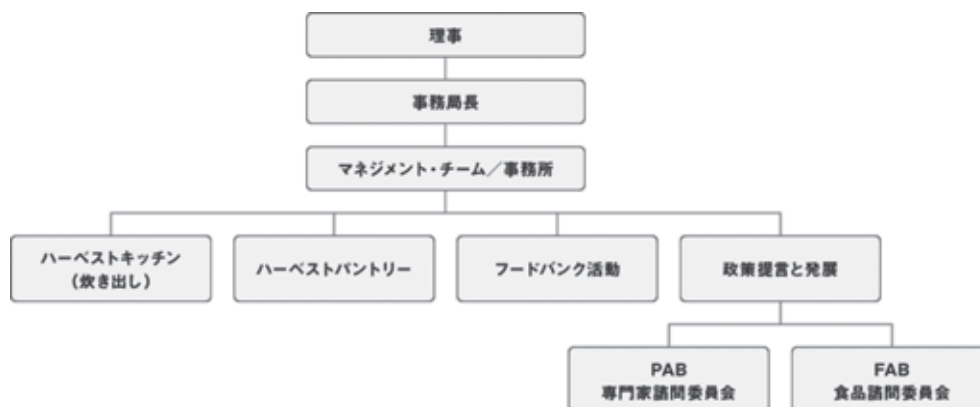
食卓のフードバンク活動

食卓のフードバンク活動
食卓のフードバンク活動
食卓のフードバンク活動



1－4：組織図

2HJ の組織概要は次のとおりです。



ハーベストキッチン：

食べものを必要とする個人の方たちに直接食事を提供するため、上野公園を中心に路上生活者を対象にした炊き出しを毎週行っております。

ハーベストパントリー：

生活に困窮している個人の方たちに直接食品を提供するため、浅草橋の事務所での食品の配布、また郵送による緊急食糧支援を行っております。

フードバンク活動：

食品メーカーや農家、個人などから、まだ充分食べられるにも拘わらずさまざまな理由で商品価値を失った食品を受け取り、それらを児童養護施設の子供たちや DV 被害者のためのシェルター、社会福祉協議会・行政を通して生活に困窮した人々のもとに届けています。

政策提言と発展：

日本におけるフードバンクの発展のために、さまざまな場所で 2HJ の活動についての啓蒙活動、講演などを行っています。

FAB (FOOD ADVISORY BOARD)；

食品関連企業と 2HJ で、より良いフードバンクシステムを目指して定期的を開催されます。

PAB (PROFESSIONAL ADVISORY BOARD)；

スポンサー企業と 2HJ 理事にて、2HJ の進むべき方向性や活動がより公益に即したのかどうか検討する場として随時開催されます。

1－5：食品提供先組織・団体

2HJ が主に支援しているのは、次にあげるような施設、団体及び行政機関及び社会福祉協議会等です。いずれの場合も、利用者の自立支援策をサポートするツールとして利用いただきます。

・社会福祉法人等

フードバンク活動を推進するために、寄贈された食品を有効活用するパートナーと位置づけ、施設利用者の食を通じた生活の質の向上を目指します。

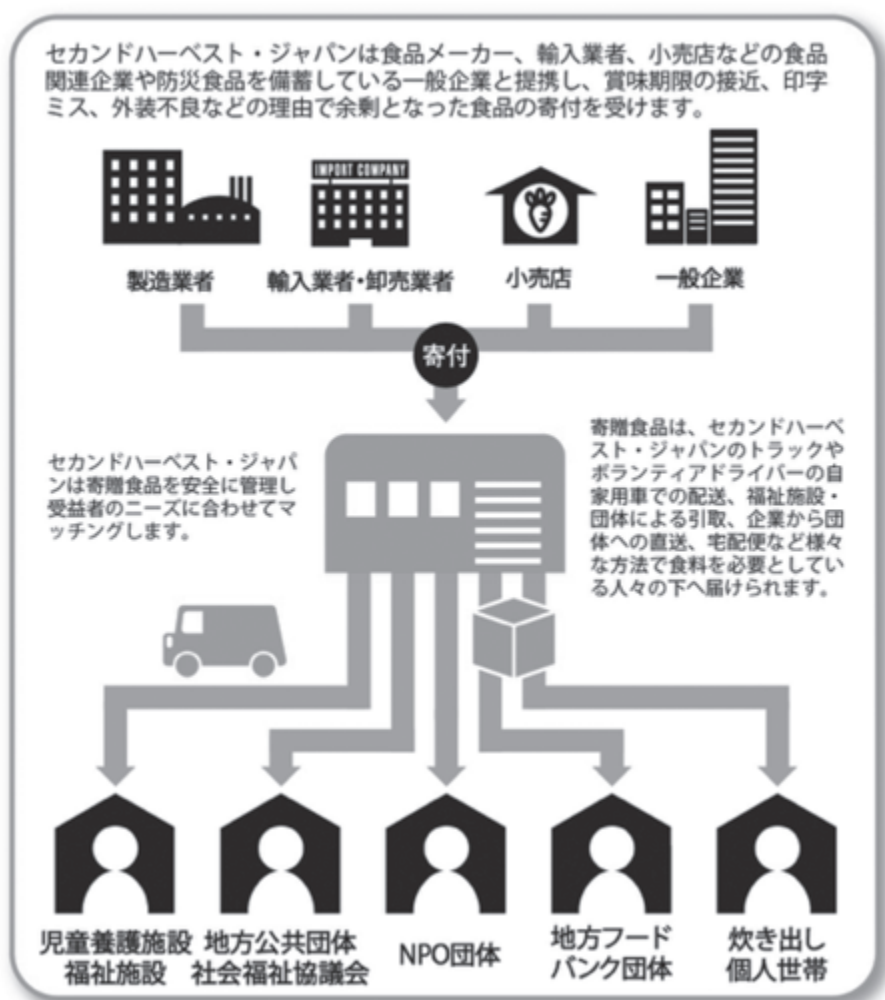
・NPO 団体、任意団体等

生活困窮者が「生きていくこと」そのものを支えるために活動している団体に対して、支援に必要な食品、食材を提供します。現在は東北で被災された方の生活の負担を少しでも軽減するために、物資配布等の被災地への支援活動をしている団体に対しても食品を提供しています。

・行政機関（市区町村の役所、ハローワーク等）、社会福祉協議会等

行政機関や社会福祉協議会の窓口で生活支援の相談に来られた方々のうち、緊急で食糧支援を必要とされている方をサポートするお手伝いをしています。

2. フードバンクシステムの概要



3. 食品提供の流れ

食品提供の流れは以下のようになります。

1. 受取団体から2HJ への本利用案内書添付（最終ページ）の確認書の提出
2. 受取団体から希望の品目、数量、賞味期限、提供頻度等を2HJ へ提示
3. 2HJ は寄贈品の受け入れ状況等諸条件を勘案し、提供見込みの寄贈品の内容及び受け渡し方法、連絡手段等を受取団体へ提案
4. 必要に応じて協議の上、両者で合意
5. 2HJ から寄贈品を提供（フードバンク活動の性質上、提供内容に変更が生じる場合は都度協議）

・上に挙げたフローは原則を示しており状況に応じて内容は変更されることがあります。

4. お守りいただきたいこと

2HJ では食品企業より寄贈を受ける際、商品の扱い等に関する合意書を締結しております。そのため、食品受領にあたっては次のことを必ずお守りください。

4－1：消費・賞味期限の厳守

定められた消費・賞味期限は絶対に厳守してください。

そのため、商品受領時に消費・賞味期限や商品の状態を必ずご確認願います。

消費・賞味期限が切れた場合、2HJ にご連絡いただいた上で、廃棄又は2HJ にご返却下さい。

4－2：寄贈食品利用者の限定と提供状況の記録

2HJ からの寄贈食品は原則として団体内の消費をお願いします。個人情報保護の観点から提供先個人名の提供は求めませんが、貴団体にて受け取った個人が特定可能な食品の提供記録の管理・保管をお願いします。食品リコール発生などの際には受け取られた方への連絡をお願いすることがあります。

また、貴団体がさらに他の団体へ寄贈品を提供したい場合には必ず2HJ へ事前連絡を入れ承諾をとった上で同意した手順にしたがってご提供下さい。その際は貴団体より提供先に対し、当該項目「4. お守りいただきたいこと」の内容を指導、徹底していただく必要があります。また、食品提供先名、食品名、提供した数量、提供日等を記録いただき、予め合意した形式で2HJ への定期的提示をお願い致します。フードバンク食品は寄贈主より、万一の時のためのトレーサビリティの確保を条件にご寄贈いただいておりますので、ご理解ご協力をお願い致します。

4－3：食品の寄贈理由をご理解下さい

寄贈される食品は正規の市場流通品の他、消費・賞味期限が短い、缶詰のへこみ、ラベルの印字ミス、梱包の破損、季節外れ、規格外などの理由により寄贈される非正規流通品も含まれます。提供食品の寄贈理由やその特徴について理解した上で、受取団体および利用者ご自身が食品を確認しながらご利用下さいますようお願い致します。

また、提供できる食品の種類と数量には必然的に限界があることをご理解ください。

状況に応じて企業の意向やブランド保持を目的に、次のようなお願いをする場合があります。

- ・商品の再包装
- ・利用制限（不特定多数への配布制限、商品の提供先制限など）

4－4：転売禁止

提供食品の転売やバザーなど営利を目的とした転用を固くお断りいたします。

また、目的外の横流しなどが無いよう、食品の管理は貴団体の責任においてお願いいたします。

万一、不正利用などが確認された場合、以降の食品提供を中止させていただく場合があります。

ご不明な点があれば、お問い合わせ下さい。

4－5：ゴミの処理は確実に

イベントや炊き出しなど、特に野外で提供食品を利用もしくは配布される場合、包装資材などのゴミについては貴施設がその責任において対処下さい。

周辺環境にご配慮いただくとともに、ゴミの散乱により食品メーカーへのクレームなどにつながらないよう十分にご注意下さい。

4－6：寄贈食品の品質に関わる責任と問い合わせ先

提供段階及び消費・賞味期限までの食品の品質については、基本的に食品メーカー及び2HJにて品質保証を行っておりますが、提供後の保管状態（必要な場合には冷蔵、冷凍することを含む）や、消費・賞味期限の遵守などについては、受取団体および利用者の責任にて管理願います。

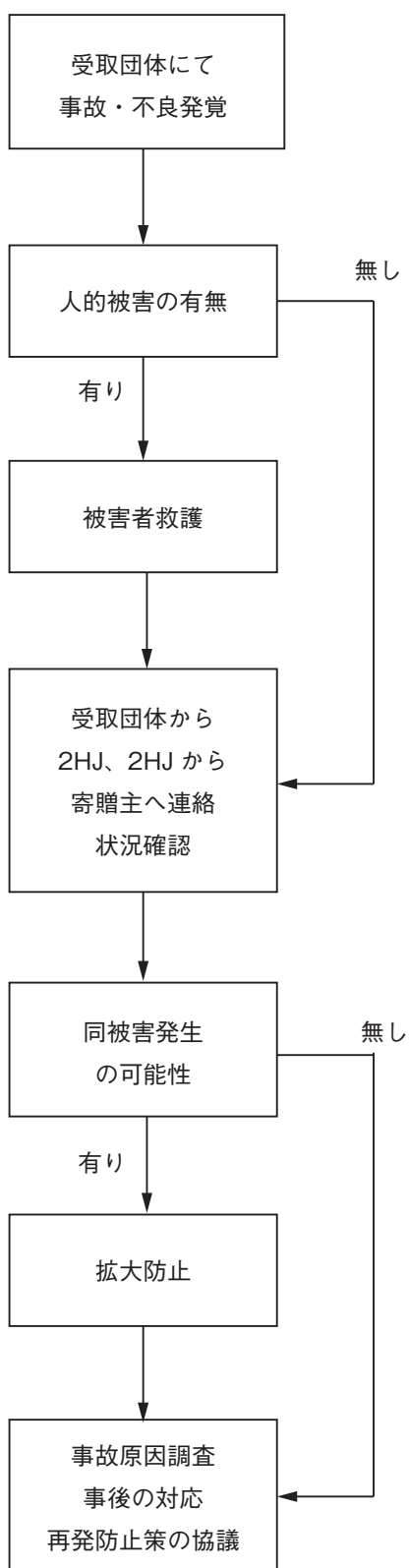
また、提供食品についてお気づきの点があれば、直接食品メーカーではなく、まず2HJへお願いいたします。当団体が提供する食品は、非正規流通品も含まれており、直接食品メーカーへ直接問い合わせた場合、出荷履歴などの照合が取れないなど混乱が予想されますので、ご協力をお願いいたします。連絡先は「6. お問い合わせ先」をご参照下さい。

4－7：情報発信に関する注意

寄贈者様の中には寄付活動の公表を希望されないところもあります。そのため、2HJから提供された食品に関しましてブログや広報誌等に記事を載せていただく場合は原則として食品メーカー様および寄贈者様の社名、ロゴ、商品名が出ないような形にさせていただきますようお願い致します。もしご希望がある場合には公表の可否を確認させていただきますのでご連絡下さい（2HJの名前を出していただくのは問題ありません）。また、貴団体がマスコミの取材などを受けられる場合にその中で寄贈食品や寄贈主、フードバンクについて取り上げられることがあるようでしたら、事前に2HJにご連絡をお願い致します。必要に応じて寄贈者様への連絡等対応を検討させていただきます。

5. 問題発生時の対応フロー

万が一、寄贈食品による食中毒などの食品事故が発生した場合や、寄贈食品の劣化や腐敗等（生鮮食品を除く）の不良が発見された場合には、次の対応フローにもとづき対処いたします。ご確認いただくとともにご協力をよろしくお願い致します。



I：被害者救護

人的被害があった場合には、まず救護を最優先してください。必ず医療機関にて適切な処置を施してください。

(人的被害の有無にかかわらず、原因究明のため当該食品の回収・検査が必要となる場合がありますので、保管に当たり何らかの危険等が無い限り、2HJ から指示があるまで当該食品の保存をお願いします)

II：状況確認

出来るだけ早く 2HJ に事故があった旨ご連絡をお願いします。双方が持つ情報を共有し、いつ、誰が、どこで、何を食べ、どのようなことがあったか、その時点で可能な範囲で原因を確認させていただきます。必要性・緊急度に応じて寄贈主と連絡を取りさらに原因を究明します。

III：拡大防止

事故・不良の原因が当該寄贈食品自体にある可能性がある場合には同じ被害が他の場所で発生する可能性がありますので、各受取団体よりその食品を渡した可能性がある全ての人に状況を伝え異常がないかご確認をお願いします。状況に応じて利用者から当該寄贈食品の回収が必要となる場合がありますのでご協力をお願い致します。他方 2HJ では当該寄贈商品を送った配送先全てに事故情報を伝達し状況を確認します。

IV：原因調査・事後の対応・再発防止策の協議

2HJ より寄贈主に対処状況を報告します。寄贈側、受取側、2HJ の三者で情報を共有しながら事故原因の調査、事後の対応、再発防止策を協議します。

* このフローは原則を示しており状況に応じて内容は変更されることがあります。

6. 問い合わせ先

連絡先:

セカンドハーベスト・ジャパン（2HJ）

〒111-0053

東京都台東区浅草橋 4-5-1 水田ビル 1F

電話：03-5822-5375

FAX：03-5822-5372

E-mail：foodbank@2hj.org

フードバンク部：黒澤、河田、伊藤

祝日、夜間など緊急連絡先（24 時間対応）：080-4077-1446（黒澤）／080-4420-3827（河田）

7. よくあるお問合せ（FAQ）

Q1, 2HJ の活動資金はどのようにしていますか？

A1, ほぼ全額企業や個人からの寄付金でまかなわれています。

Q2, 提供される食品の種類はどのようなものがありますか？

A2, お米、野菜、パン、飲料、調味料、缶詰、おかし、冷凍食品など様々ですが、上記「4－3：食品の寄贈理由をご理解下さい」に記すような食品の特徴があることはご了解下さい。

Q3, 食品の提供を受けたい場合どのような手続きが必要ですか？

A3, 状況に応じて対応が異なりますのでまずはお問合せ下さい。なお、食品提供にあたり、事前に確認のため受取希望団体を訪問させていただくことがあります。

Q4, 提供食品のリクエストは可能ですか？

A4, フードバンク食品はその時々により種類が異なりますので、基本的にはリクエスト通りのものを提供することはできません。しかし、事前に要望等を伺い極力それに近い食品を提供できるよう努力いたしております。

Q5, 賞味・消費期限のきれた食品は取り扱っていますか？

A5, いいえ、取り扱っておりません。

Q6, 使用せずに消費・賞味期限がきれた食品はどのようにすればいいですか？

A6, 2HJ にご連絡いただいた上で、貴団体にて廃棄、又は2HJ にご返却下さい。できるだけ食品が無駄にならないよう、使用見込みのない食品が出た場合は期限前に余裕を持ってお知らせ下さい。

Q7, 消費・賞味期限内ですが、使用予定のなくなった（余剰の）食品はどのようにすればよいですか？

A7, 状況次第で対応が異なりますので2HJ へご連絡ください。

Q8, 2HJ に寄付したいのですがどのようにすればいいですか？

A8, ありがとうございます。当団体ホームページより「お金の寄付」のページをご覧ください。

<http://2hj.org/support/donate/>

Q9, 提供された食品を他の施設や団体へ分配することは可能ですか？

A9, 必ず事前に2HJ にご連絡いただき承諾を得た上で、合意した手順にしたがって提供して下さい。その際は貴団体より提供先に対し、上記「4. お守りいただきたいこと」の内容を指導、徹底していただく必要があります。

Q10, メディアからフードバンクや寄贈食品について取材を受けてもよいのでしょうか？

A10, 食品を提供いただいた企業等の事前了解が必要な場合があります。必ず事前に2HJ にご連絡・ご確認下さい。

Q11, 2HJ からメディア取材への協力を依頼された場合、受けなければいけないのでしょうか？

A11, 受取団体の事情により問題がある場合には勿論お断りいただいて結構です。もし場所や人物の撮影に制限等が出来ればご協力可能であれば、多くの場合は対応できますのでご相談下さい。

Q12, 2HJ が取り扱う食品の安全性はどのようになっていますか？

A12, 寄贈品は人による使用に適しており適用のある関係法令に従っていない旨を寄贈者より同意を得たうえで、寄贈品を受け取っています。

Q13, 2HJ でボランティアをしたいのですが、どうしたらよいですか？

A13, ありがとうございます。当団体のホームページより「時間の寄付」のページをご覧ください。

<http://2hj.org/support/time/>

利用案内書改訂履歴；

- | | | |
|-------|------------------|------------------|
| 1 版 | 2012 年 7 月 23 日 | 初版発行 |
| 1.1 版 | 2012 年 9 月 24 日 | 改訂履歴書式変更、緊急連絡先変更 |
| 1.2 版 | 2014 年 3 月 10 日 | 連絡先変更、確認書記入欄変更 |
| 2.0 版 | 2014 年 11 月 27 日 | 全面改訂 |

セカンドハーベスト・ジャパン 殿

「利用案内書（2.0 版）」に関する確認書

セカンドハーベスト・ジャパンの発行する「利用案内書」に関し、次のことを確認しました。

- ① 「利用案内書」の内容を理解した上で、定められたルールに従います。
- ② 「利用案内書」を受領し、関係者が閲覧できるように保管・管理します。
- ③ 「利用案内書」の内容について担当以外の関係者に対しても周知させます。
- ④ セカンドハーベスト・ジャパンが提唱するフードバンク活動について支持し好意的に関わります。

受領日 : (西暦) 年 月 日

団体名 : _____

代表者署名 : _____

⑨

5. ボランティアマニュアル（フードバンク関西）



文書番号	FBK規定2
文書名	ボランティアマニュアル
制定日	2012年2月18日
改訂日	2012年6月16日

フードバンク関西ボランティアマニュアル

内容の目次	ページ
1 活動趣旨	2
2 食品の取り扱いの原則	2
3 企業との契約、受け取り団体との契約	2
4 食品の安全管理	2
5 食品の引き取り	3
6 デリバリー	3
7 コストコでの引き取りの詳細について	3
8 食品を活用して下さる福祉団体への受け渡し	3
9 事務所での作業	4
10 ボランティアの作業時の事故への対応	4
11 食品による事故への対応	4

特定非営利活動法人

フードバンク関西

フードバンク関西ボランティアマニュアル

1 活動趣旨

フードバンク関西は、食べ物を命の糧と考え、食べられるのに廃棄される多量の「もったいない」食品を、企業や個人から無償で引き取り、支援を必要とする人達を支える福祉団体に運んで、無償で分配する。即ち、食品物流の末端に、ボランティアによる、要支援生活者を支えるための、金銭の介在しない、余剰食品再分配システムを社会に創り出す。

これにより、余剰として廃棄される食品を、食べ物として最善の形で活かし、さらに支援を必要とする人達の食生活を少し豊かにし、お互いに支え合う社会の実現に寄与する。

その趣旨に則り、私達特定非営利活動法人フードバンク関西のボランティアは活動する。

2 食品の取り扱いの原則

- ① 取扱食品は、福祉施設や団体で普通の調理設備で活用できる食品に限る。
- ② 食品は支援を必要としない一般市民団体、あるいはその行事等のためには分配しない。
- ③ 要支援者施設においても、法人の収益事業の食材として全量が使用される場合は提供しない。
- ④ 不定期に、製菓あるいはパザー等で、加工後販売活動を行う食材として、受け取り団体が活用する場合は、その収益が、施設利用者に還元される事を条件として容認する。
- ⑤ 提供された食品の種類、入庫日、入庫量、受け取り団体への出庫日、出庫量を記録し、食品のトレーサビリティを確保する。提供企業の求めに応じ、速やかに情報提供できるよう記録を残す。

3 企業との契約、受け取り団体との契約

企業との契約

- ① 複数回にわたり企業から食品寄贈を受ける場合は、食品が安全であることが引き取り条件として明記してある、「食糧等の引き取りについての確認書」を交換する。
- ② この確認書の中で、フードバンク関西及び受け取り団体は、食品を適切に扱う事、換金、その他サービスの対価として使用しない事を確約している。
- ③ この確認書の中で、企業はフードバンク関西に食品を渡す以前の原因による、健康被害を生じるような品質不良、変質、その他瑕疵ある場合は提供者としての責任を持つ事が明記されている。

受け取り団体との契約

- ① フードバンク関西から食品を受け取り活用する福祉団体とは、安全管理、取扱の注意事項、利用方法についての確約事項を明記した「食糧等の受け渡しについての確認書」を交わす。
- ② 受取団体に食糧の分配を開始する前に、当法人ボランティアが団体施設を見学し、活動の実態、調理設備等を視察し、その施設内で適切に食糧が活用できる状態である事を確認する。

4 食品の安全管理

- ① 取扱食品は、原則として賞味期限、消費期限以内で、野菜果物を除き、未開封の食品に限る。
- ② 食品は、食品寄贈者の指示に従い、常温、冷蔵、冷凍保管をする。搬送時も適切な状態を保つよう努める。特に夏季には、保冷箱、保冷材を使用する等、細心の注意を払う。必要に応じ食品の保冷状態を確認するため、温度測定を行う。
- ③ 事務所スタッフは、冷蔵庫、冷凍庫の効果確認のため1日2回庫内温度を確認し、記録する。
- ④ デリバリー記録と受領書には安全確認のためのチェック欄があるので、引取時にはボランティアが、受け渡し時にはボランティアと受取団体の2者で、目視での品質確認を行い、記入する。
- ⑤ 事務所に在庫する食品の、虫や鼠による被害や汚染を予防するため、事務所内の整理整頓、清掃に努め、清潔な状態を維持し、それらを習慣化する。

フードバンク関西ボランティアマニュアル

5 食品の引き取り

- ① 企業から食品を引き取る際は、ボランティアの目視で食品の状態を判断し、賞味・消費期限切れ、包装破損による食品の露出、破損、品質不良、変質等がない事を確認する。フードバンク関西が取り扱う食品としてその安全性に信頼が置けないと判断される場合は、引き取りを行わない。
- ② 企業からの食品引き取りの際は、窓口担当者からの情報収集、あるいは他企業の事業などの情報発信などを慎む。交渉が必要な場合は、事務局を通じて責任ある立場の人と行う。
- ③ 食品寄贈がなければ事業は展開できない。担当者に「ありがとう」の感謝の気持ちを表したい。

6 デリバリー

- ① 原則として自己所有の車輛を使って、企業からの食品の回収や福祉団体への搬送を行う。
- ② デリバリー後、デリバリー記録をファックスで事務所に送る、あるいは事務所に届ける。
事務所はファックスあるいは直接デリバリー記録を受け取り、その日の担当者が作業を無事に完了した事を確認している。
- ③ デリバリー記録の原本は受取団体の受領サインがあるので、ミーティング時に持参し、事務局に提出する。事務局は企業との確認書に従い、それを記録として3年間保管する義務を負う。
- ④ 福祉団体に食品を仕分けする際は、団体の活用方法（給食やおやつ）、利用者の人数、年齢層を考慮し、なるべく利用者が活用しやすい、喜ばれる食品を届けるよう、配慮する。
- ⑤ デリバリーの際は、なるべく一般道を使用し、運営費の節約に協力する。ただし遠距離、長時間の作業、効率の著しい低下がある時は、高速道路の使用もやむを得ない。
- ⑥ 車の走行距離、高速料金はデリバリー記録の所定の欄に必ず記入する。

7 パン野菜果物等、日配品の引き取りの詳細について

- ① ボランティアが提供企業荷捌場①に集まる時、先に着いた人が受け取り量明細の用紙に年月日を記入し、倉庫内に入り、用紙を荷受カウンターに提出し、外来者記録簿への署名と入庫時間、フードバンクファイルに署名をする。署名をしていないボランティアは倉庫内に入りしめない。
- ② 食品がスロープに出されたら、その日の受け取り団体に適切な食品の種類と量を配慮して分け、各ボランティアの車に積む。荷積み作業後、署名した人が再度倉庫内に入り、カウンターで受取量明細の用紙を受け取り、外来者記録簿に退出時間を記入し、退出する。
- ③ デリバリー記録には受け取り量明細の用紙を受け取った人が量を転記する。
- ③ 傷んだ野菜果物は、引き取らない。夏場はベビーリーフ、もやし、カット野菜は受け取らない。
- ④ クリーム系ケーキ、乳製品は受け取らない。店員が誤って引取食品として出しても持ち出さない。
- ⑤ カウンター担当者とは、不必要な会話を避ける。
- ⑥ 多量過ぎて積み残す場合、受け取り量明細の数値を目算で積んだ量に訂正する。
- ⑦ 雨天時のみ倉庫のシャッター内で仕分け作業が出来る。他の場合はスロープでの作業になる。

8 食品を活用して下さる福祉団体への受け渡し

- ① パン野菜果物のみのデリバリーの際は、デリバリー記録へ品質確認と受領署名をしてもらう。
- ② 月1回の事務所からの搬出食品をデリバリーする際は、受領書への品質確認と受領署名を受け取り、それをデリバリー記録と共に、終了後ファックス又は直接に事務所に届ける。
原本はミーティング時に持参し、事務局に提出する。これらは、食品入出庫台帳を作成する重要なデータであり、食品のトレーサビリティはこれで記録保管される。
当法人は企業との確認書により、これを3年間保管する義務を負う。

フードバンク関西ボランティアマニュアル

- ③ 食品の受け取り団体は、余剰食品を活用するこの事業の協働者なので、協力に感謝しお互いに「ありがとう」を分かち合う気持ちで食品を届ける。
- ④ 施設では個人情報流出を警戒し、利用者との接触を避けるので、内部事情には立ち入らない。職員からの食品の活用法や要望、施設の利用者数の変化等の情報は得てほしい。
- ⑤ 母子支援施設、児童養護施設等では、入居者の気持ちを配慮した言動を心がける。

9 事務所での作業

- ① 事務所スタッフは事務所を9時半に開け、午後3時半まで作業に従事し、3時半に閉所する。
- ② 企業からの食品の搬入後、直ちに検品し、数量のケース数、個数、重量を事務所日誌に記録する。
- ③ 企業の中の数社は、受領書、受領明細、確認書(ネスレ書式)の作成と送付が必要。
冷凍鶏肉加工品は、引き取り時に伝票を受取り、伝票の記載重量を合計して日誌に記入する。
- ④ 月1回事務所から福祉団体に搬出する食品を、事務所からの搬出日程に沿って、各施設の状況を配慮して、適切な食材と量になるよう、施設の情報ファイルを確認して箱詰めする。
- ⑤ 事務所に引き取りに来る団体に対して、他の食品と共に、冷蔵品、冷凍品も受領書に記録し渡す。
- ⑥ 受領書に、品質確認後、引き取りに来た受け取り団体のスタッフの受領サインを受ける。
- ⑦ 企業からの要請があれば、バーコード抹消の作業を行う。
- ⑧ 企業からの申し入れにより食品を渡す受け取り団体に条件が付く場合、それを順守する。
- ⑨ デリバリー記録、受領書を基に、食品の出入庫台帳をパソコンで記録する。
企業からの要請があれば、分配先明細表を作成し、企業に送付又は保管する。

10 ボランティアの作業時の事故への対応

- ① 当法人で活動するボランティアは全員、兵庫県ボランティア共済保険に加入するものとし、作業時に事故が発生した場合は、必要な医療処置を行い、その経費はボランティア共済保険の対象として、当法人と事故当事者が直接芦屋市社会福祉協議会に手続きをして請求する。
- ② デリバリー時の交通事故については、ボランティア共済では事故相手への賠償が補償されないので、デリバリー担当者には使用する車の任意保険加入を確認するための参加同意書の提出を求める。
- ③ 食品搬送時に交通事故が発生した場合は、原則として任意保険による補償を受ける事とする。一般の交通事故と同様な対応を、運転者自らが行う。任意保険で補償が得られない部分があれば、ボランティア共済の対象となるか否かを芦屋市社会福祉協議会に問い合わせ、対処する。

11 食品による事故への対応

- [1] 当法人の食品引取以前の原因による品質不良、変質への対応
 - ① 当法人によって確認された場合の措置
受取団体への分配を停止し、原因の究明と以後の対応を企業に求め、文書での回答を要請する。
 - ② 受取団体からの指摘で問題食品の発生が確認された場合の措置
 - 1 問題食品を直ちに回収すると共に利用者の健康被害の発生状況を聞き取り調査する。
 - 2 他団体への分配状況を確認し、他団体への連絡と問題食品の回収を直に行うと同時に、他団体の利用者に健康被害が発生しているか否かを調査する。
 - 3 問題食品の、受取団体での保管と使用状況、当事務所での保管状態、配送状況を調査する。
 - 4 3の調査の結果、当法人、受取団体に事故の原因がない場合は、回収された食品を提供企業

フードバンク関西ボランティアマニュアル

に持ち込み、原因の究明と以後の対応を依頼し、その結果の報告を要請する。

[2] 当法人の保管状態や取扱に原因があった場合の対応

- 1 問題食品の回収を直ちに行い、受取団体に利用者の健康被害の有無を確認する。
- 2 他の受取団体へ情報を提供し、問題食品の回収と、利用者の健康被害の有無を調べる。
- 3 必要があれば、問題食品の調査機関への持ち込み等により変質の原因を究明し、以後の善処を図る。

[3] 受取団体の保管状態、調理の方法に原因があった場合の対応

受取団体から、原因とその対応の報告を得る。

6-1 寄贈品に関する合意書（2HJ）

セカンドハーベスト・ジャパン（以下「2HJ」といいます。）と寄贈者は、2HJ が寄贈者から寄贈される食料品及び生活用品（以下「寄贈品」といいます。）を受領、管理、使用及び配布するにあたり、以下のとおり合意します。

1.（転売等の禁止）

2HJ は、寄贈品を転売せず、金銭その他の有価物、役務と交換しません。

2.（使用範囲について）

2HJ は、寄贈品を 2HJ の非営利目的事業に関してのみ使用し、その他の目的のために使用しません。

3.（受益者）

2HJ は、高齢者、失業者、貧困生活者、ホームレス、母子家庭、DV 被害者、難民、児童、被災者その他生活の困窮等により支援を必要とする人々（以下「受益者」といいます。）の援助のため、社会福祉法人、特定非営利活動法人、行政その他受益者の支援を目的とする団体（以下「支援団体」といいます。）を通じて、または直接受益者個人に対して寄贈品を提供します。

4.（寄贈品の品質）

寄贈者は、2HJ に対し、食品衛生法その他適用される法令に適合する（賞味期限または消費期限内であることを含みます。）寄贈品を寄贈します。

5.（寄贈品の取扱い）

2HJ は、食品衛生法その他適用される法令に従って寄贈品を適切に取り扱い、また、寄贈品の配布先である支援団体に対して適用される法令に従って寄贈品を適切に取り扱うよう指導します。

6.（寄贈品に関する記録）

2HJ は、寄贈品に関する適切な記録を保持し、寄贈者が希望する場合、寄贈者に対し、寄贈品の使用状況について報告します。

7.（事故発生時の対応）

2HJ と寄贈者は、寄贈品に関して事故が発生した場合、2HJ、寄贈者及び関係する第三者によって行われる調査の結果に基づいて、適用される法令に従い、別途誠実に協議するものとします。

8.（期 間）

本合意書の有効期間は、下記日付から満 1 年間とします。

期間満了の 1 ヶ月前までに、当事者のいずれからも書面による契約終了の意思表示がない場合には、同一条件で期間を 1 年間更新するものとし、以降も同様とします。

本合意の証として、本合意書 2 通を作成し、双方記名押印の上各 1 通を保有するものとします。

年 月 日

(2HJ)

東京都台東区浅草橋四丁目5番1号水田ビル1F

セカンドハーベスト・ジャパン

理事 マクジルトン・チャールズ・アール

印

(寄贈者)

事業者名

署名

印

6-2 防災用の寄贈品に関する合意書（2HJ）

セカンドハーベスト・ジャパン（以下「2HJ」といいます。）と寄贈者は、2HJ が寄贈者から寄贈される食料品及び生活用品（以下「寄贈品」といいます。）を受領、管理、使用及び配布するにあたり、以下のとおり合意します。

（転売等の禁止）

2HJ は、寄贈品を転売せず、金銭その他の有価物、役務と交換しません。

（使用範囲について）

2HJ は、寄贈品を 2HJ の非営利目的事業に関してのみ使用し、その他の目的のために使用しません。

（受益者）

2HJ は、高齢者、失業者、貧困生活者、ホームレス、母子家庭、DV 被害者、難民、児童、被災者その他生活の困窮等により支援を必要とする人々（以下「受益者」といいます。）の援助のため、社会福祉法人、特定非営利活動法人、行政その他受益者の支援を目的とする団体（以下「支援団体」といいます。）を通じて、または直接受益者個人に対して寄贈品を提供します。

（寄贈品の管理）

寄贈者は、寄贈品が 2HJ に寄贈されるまでの間、寄贈品の保管方法に従い適切に管理されていたことを保証します。なお、寄贈者は、賞味期限内の食品を寄贈します。

（寄贈者の保護）

2HJ は、寄贈品の寄贈後の保管管理について全責任を負い、万一寄贈品に関して事故やクレームが発生した場合は寄贈者にその責任を問いません。

（期 間）

本合意書の有効期間は、下記日付から満 1 年間とします。

期間満了の 1 ヶ月前までに、当事者のいずれからも書面による契約終了の意思表示がない場合には、同一条件で期間を 1 年間更新するものとし、以降も同様とします。

本合意の証として、本合意書 2 通を作成し、双方記名押印の上各 1 通を保有するものとします。

年 月 日

（2HJ）

東京都台東区浅草橋四丁目 5 番 1 号水田ビル 1F

セカンドハーベスト・ジャパン

理事 マクジルトン・チャールズ・アール

㊞

（寄贈者）

事業者名

部署・氏名

㊞

7. 加盟申請書（2HJA）

2015 年 8 月現在

公益財団法人 セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス 加盟申請書

セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンスへ加盟を希望する団体は下記質問に回答
いただき代表者の署名捺印の上、返送願います。

1. 法人格の有無 ☐有 ☐無 ☐申請予定
有にチェックした団体は法人格の種類を記入してください、申請予定の団体は、
その法人格と法人格取得予定を年月でお知らせ下さい。
()
2. 事業計画書の有無 ☐有 ☐無
※事業計画書の内容については別紙 1-A を参照ください
3. 2 年以上の活動実績の有無 ☐有 ☐無
※団体の設立総会から起算して継続的な活動が 2 年以上必要
設立総会日 (年 月)
4. FAB/PAB 等の有無 ☐有 ☐無 ☐実施予定
※FAB/PAB の解説は別紙 1-B を参照ください
実施予定の団体は、その実施予定時期と、その枠組みを完結に記入して下さい。
()
5. フードバンクガイドライン遵守の意思
※ガイドラインについては別紙 1-C を参照ください
☐有 ☐無 ☐未定
6. 2 年に 1 度、監査を受ける意思 ☐有 ☐無
※監査の具体的な内容は別紙 1-D を参照ください

____ 年 月 日

法人名 _____

代表理事 _____ ⑩

返送先住所：〒111-0053 東京都台東区浅草橋 4-4-4 並河ビル 2 階
公益財団法人 セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス

8. 寄贈申込書（2HJ）

寄贈申込書

セカンドハーベスト・ジャパン

寄贈品共通情報

ご入力日	
御社名	〇〇株式会社
ご担当者名	CSR推進室 〇〇
ご住所	〇〇〇〇
お電話番号	〇〇〇〇
寄贈品保管場所(倉庫)	神奈川県川崎市川崎区東扇島
寄贈予定時期	2016年3月上旬
受け渡し方法	2HJ指定場所へ納入
備考	
※その他詳細情報、写真等ありましたら、こちらに貼付をお願いいたします。	

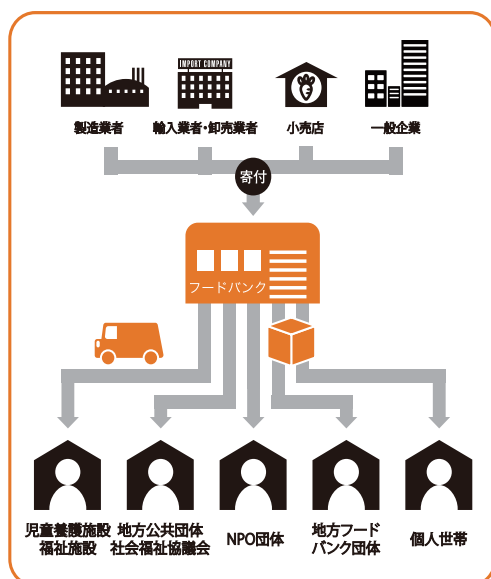
寄贈品商品別情報

商品名	ケース数	1ケースあたり入数	規格(kg)	総重量(kg)	パレット数	賞味期限	寄贈理由	特記事項	温度管理 (常温・冷蔵・冷凍)	ケース外寸
〇〇〇〇	400 ケース	6	1.5 kg	3600 kg	5	2016/10/25	印字ミス		冷凍	18 × 26 × 32cm
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						
	ケース		kg	kg						

※このフォームは2HJ の HP からダウンロードできます。

9. フードバンクガイドライン（2HJ）

FOODBANK GUIDE LINE



フードバンクの社会資本化を目指す者として…

私たちは、社会的ニーズがありながら未だ確立されていないフードバンクが、日本に必要な「新しい社会的関係性」と「新しい社会的流通」を提供できる「社会資本」のひとつとして成り得ると、信じています。

ここにこの仕組みに関わる業務基本原則を明らかにしたフードバンクガイドラインを策定し、以って私たちは、フードバンクが社会資本の一翼を担うシステムであることを表明するものであります。

ガイドライン管理者 セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス

基本理念

1. フードバンクとは、食品関連企業他より寄贈された食品等（以下、寄贈食品）を、福祉施設や生活困窮者の支援団体等に届ける活動です。寄贈食品等の食品を安全に正しく届けることができる仕組みを持った公益システムとして、様々な利用者へ新しい食品の流れを提供していくものです。
2. フードバンク団体とは、情報を収集・整理し、伝達する役割を果たす当該システムの管理者となるものです。管理者は、利用者の利用上の利害を調整し利便性向上を図ることを第一と考えます。利用者とは、食品関連企業等の寄贈者（以下、寄贈者）や福祉施設及び生活困窮者支援団体等の受贈者（以下、受贈者）、寄贈食品を最終消費する福祉施設及び生活困窮者支援団体等の支援対象者（以下、消費者）、食品を運搬する者、消費者へ直接手渡す手段を講じる者等関わる全ての者を当該システムの利用者（以下、利用者）と考え、その利用上の利害を調整し利便性向上を図ることを第一と考えます。
3. フードバンク団体は、前項の者の意思を尊び、信頼関係とその関係継続を第一に考え、互いの役割とその組織の限界を理解した行動をいたします。
4. フードバンク団体は、フードバンクシステムが新しい食品ロス削減策と新しい社会福祉供給策の担い手であること、食を通じた社会的セーフティーネットシステムであることを十分に認識し、その責任を負いながらシステム発展に寄与します。
5. フードバンク団体は、以下の各項を寄贈者、受贈者及び消費者に対して本ガイドラインを通じ公約をするものであり、以って当該システムの品質を保証するものとして広く社会全体へ公表し、社会へ理解を求めるものでもあります。

フードバンクガイドライン 全 17 条

《 1. 無償性 / 非営利性 》

日本のフードバンク団体は無償性を原則として寄贈者、受贈者双方にフードバンクシステム利用の対価を求めません。ただし、事業の維持継続のために不可欠な場合、会費或いは管理手数料等を利用者に求めることがあります。また、原則として寄贈品を販売等の収益目的に使用しません。提供先にも同様に指導します。ただし、事業の維持継続のために不可欠な場合で、書面等で寄贈者の明示的な同意を得ていればこの限りではありません。フードバンク団体は上記のような収益事業等を行う場合には、必ずその内容をガイドライン事務局へ事前連絡し、フードバンク活動の非営利性を損なわない適正なルールを作成・公開します。

《 2. 公益性 / 相互協力 》

フードバンク団体は、公の利益のために他フードバンク団体と助け合って活動し、可能であればノウハウや成功事例、食品の供給源などリソースを共有します。また、他フードバンク団体を書しフードバンク全体の社会的信用を損なう恐れのある行動を取りません。

《 3. システム利用の選択権 》

フードバンク団体としては、フードバンクシステム利用の可否を決める権利及び食品授受の決定権は、寄贈者及び受贈者が持つものと考えます。但し、システムの管理者としてフードバンク団体は、寄贈品の授受に関する双方の利害を調整し、トラブル防止等に努めます。

《 4. 利用者選定基準 》

1. フードバンク団体は、寄贈食品を、当ガイドラインの精神・規定に照らして適正利用、適正消費ができる受贈者、消費者に対してのみ提供します。
2. 特定の寄贈者と受贈者のみによる互惠取引はいたしません。

《 5. 寄贈者意思の尊重 》

フードバンク団体は、寄贈者より受領した寄贈食品が、寄贈者の大切な商品及びブランドであることを十分認識し、その意思及び個別に約した条件に従い受贈者とともに適正に寄贈食品を取り扱うことを約束します。

《 6. 受領判断基準 》

フードバンク団体は、受贈者の安全を確保するために各団体で独自に寄贈食品の受領判断基準を作成します。

《 7. 寄贈食品の管理 》

1. フードバンク団体は、食品本来の品質が保証された食品のみを取扱います。
2. フードバンク団体は、寄贈者が指定した保管等の基準を遵守し、その品質が保証された状態で消費者へ届けるための管理、工夫を受贈者とともに行うことを約束します。この管理、工夫の手段は必要に応じて公開します。
3. フードバンク団体は、寄贈食品がフードバンク食品としての特性上特別な配慮を必要とする場合はその情報を収集、整理し、受贈者が適正に利用・消費できるよう正しい情報を適切な手段で伝えます。
4. フードバンク団体は、寄贈された食品を適正に管理記録する規定を保持します。また必要に応じ寄贈者及び受贈者には、規定に基づいた食品引取、輸送、保管、届先等の情報を提供します。

《 8. 契約書の作成 》

フードバンク団体は、原則として予め、当ガイドラインの内容に準じた授受のルールを記した契約書を寄贈者および受贈者と取り交わしたうえで寄贈品の受領、および配布を行います。

《 9. 当事者特約の尊重 》

本ガイドラインの各条項は、前項契約書内における当事者間の特約等を妨げるものではありません。

《 10. 寄贈食品の共有 》

フードバンク団体は、各団体の方針に基づいて寄贈食品を他フードバンク団体に提供することがあります。その場合提供されたフードバンク団体は、当該寄贈食品の取り扱いに関して、寄贈者と直接寄贈食品の提供を受けた団体が結んでいる契約書の内容と同様の責任を寄贈者に対して負うことを原則とします。また、提供されたフードバンク団体が、当該寄贈食品をさらに他のフードバンク団体に提供する場合は、寄贈者より直接寄贈食品の提供を受けた団体と協議し事前に許可を得る必要があります。ただし、寄贈者が明示的に他フードバンク団体への提供を禁止した場合、これに従います。

《 11. 情報管理規定 》

フードバンク団体は、寄贈者、受贈者及び消費者その他利害関係者の情報を当事者の許可なく流用、公開しません。

《 12. 法令遵守 》

フードバンク団体は、その活動に関わる法令、規則、基準等を遵守します。また、反社会的勢力とは関与しません。

《 13. 問合せ窓口 》

フードバンク団体は、取り扱う食品に関して、受贈者及び消費者、寄贈者に対して問合せ窓口及びその担当者を設置し、誠実に対応します。

《 14. 事故対応規定 》

フードバンク団体は、万一事故が発生した場合の拡大防止と被害者救済、原因究明及び迅速な公開等の規定を作成します。

《 15. 実効性の担保 》

本ガイドライン各条項の実効性を担保するものとして、各フードバンク団体は代表者を選任し、代表者は各条項の内容等を団体内従事者及び利害関係者に対して周知、指導を行うものとします。また、各条項に示された各種規定および活動報告書等を公開します。

《 16. 監査 》

フードバンク団体は、本ガイドライン管理者或は本ガイドライン管理者が指定する第三者が行うオペレーション・衛生管理及び本ガイドラインの遵守状況の監査を定期的にうけ、必要に合わせて監査結果を開示します。

《 17. 管理者・問い合わせ先 》

本ガイドラインの管理者は、公益財団法人セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス（東京都台東区浅草橋4-4-4 並河ビル2階）とし、内容に関する問合せ先、事務処理等は、同団体事務局内に置くものとします。

管理者及び問合せ先

セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス内 ガイドライン事務局

〒111-0053 東京都台東区浅草橋 4-4-4 並河ビル 2F

電話 03-5825-4051 FAX 03-5825-4074

2009 版：施行：2009 年 10 月 15 日

改正 2010 版：施行：2010 年 10 月 14 日

改正 2014 版：施行：2014 年 10 月 30 日

*改正に関する手続き、各委員会設置等については、事案発生の都度、本ガイドライン管理者は各会議体を編成し事案にあたることとします。

10. Simon Sinek's TEDx Talk

Simon Sinek: How great leaders inspire action | Talk Video | TED.com

6/15/14, 4:52 PM



Simon Sinek:

How great leaders inspire action

TEDxPuget Sound · 18:04 · Filmed Sep 2009

Subtitles available in 42 languages

 [View interactive transcript](#)

[< Return to talk](#)

Transcript

Select language

Japanese



Translated by [Natsuhiko Mizutani](#)

Reviewed by [Yasushi Aoki](#)



Simon Sinek

How great leaders inspire action

17M views • May 2010

Inspiring, Persuasive

物事がうまく行かなかったときに それをどう説明しますか?あるいは常識を全てひっくり返すようなことを 誰かが成し遂げたときに それをどう説明しますか?例えば どうしてアップルはあれほど革新的なのか 毎年毎年 他の競合のどこよりも 革新的であり続けています でもコンピュータの会社には変わりありません 他の会社と似たようなものです 同じような人材を同じように集め 同じような代理店やコンサルタントやメディアを使っています ではなぜアップルには他と違う何かが あるように見えるのか なぜマーチン ルーサー キングが 市民権運動を指導できたのか 市民権運動以前のアメリカで 苦しんでいたのは彼だけではありません 彼だけが優れた演説家だったわけでもありません なぜキング師だったのでしょうか ライト兄弟が有人動力飛行を 実現できたのはなぜでしょう 人材を揃えて資金も潤沢な ー 他のグループでも 有人動力飛行を実現することはできず ライト兄弟に負けてしまいました 何か別な要因が働いています

三年半前のことです 私は発見しました この発見によって世界がどう動いているのか 見方がすっかり変わりました そればかりか 世界に対する接し方も すっかり変わりました 明らかになったことは あるパターンです わかったのは 偉大で人を動かす 指導者や組織は全て アップルでも マーチン ルーサー キングでも ライト兄弟でも 考え 行動し 伝える仕方が まったく同じなのです そしてそのやり方は 他の人達とは正反対なのです 私はそれを定式化しました 世界でもっとも単純なアイデアかも しれません 私はこれをゴールデンサークルと呼んでいます

なぜ? どうやって? 何を? この小さなアイデアで ある組織やリーダーが なぜ 他にはない力を得るのか説明できます 用語を簡単に定義しておきます 世の中の誰にせよ どの組織にせよ 自分たちが何をしている

かは わかっています 100% 誰でも どうやるかをわかっている人もいます それは差別化する価値提案とか 固有プロセスとか 独自のセールスポイントと呼ばれるかもしれませんが でも「なぜやっているのか」がわかっている人や組織は 非常に少ないのです 「利益」は「なぜ」の答えではありません それは結果です いつでも結果です 「なぜ」というときには 目的を問うています 何のために？ 何を信じているのか？ その組織の存在する理由は何か？ 何のために朝起きるのか？ なぜそれが大事なのか？ 実際のところ私達が考え 行動し 伝えるやり方は 外から中へです それはそうでしょう 明確なものから曖昧なものへ向かうのです でも飛び抜けたリーダーや 飛び抜けた組織は その大きさや業界にかかわらず 考え 行動し 伝える時に 中から外へと向かいます

例を示しましょう 私がアップル製品を使っている理由は分かりやすく 誰でも理解できるから アップルが他の会社と同じだったら こんな CM を作るでしょう 「我々のコンピュータは素晴らしく 美しいデザインで簡単に使え ユーザフレンドリー ひとついかがですか？」 いりません 我々のほとんどはこんなふうに伝えます マーケティングや売り込みもそう 我々の対話のほとんどが そんなふうに行われます 何をして どう違おうと優れているかを述べ 相手に何か行動を期待します 購入とか 投票とか のたぐいですが 私たちは新しい法律事務所を開所しました 最高の弁護士たちと大手のクライアントを抱えています 私たちは常にクライアント第一で行動します これが私達の車のニューモデルです 低燃費で シートは総革張り いかがですか？ これでは心を動かされません

アップルならこんな風に伝えます 「我々のすることはすべて 世界を変えるという信念で行っています 違う考え方に価値があると信じています 私たちが世界を変える手段は 美しくデザインされ 簡単に使えて 親しみやすい製品です こうして素晴らしいコンピュータができてきました」 一つ欲しくありませんか？ 全然違うでしょう？ 買いたくなりますよね？ 今したのは 情報の順番を逆にすることでした これが示すのは 人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるということです 人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです

だからこの場にいる人はだれもが 安心してアップルから コンピュータを買っているのです そしてまた MP3 プレイヤーやスマートフォンや ビデオレコーダーも 安心してアップルから買えるのです でもアップルは単なるコンピュータ会社です アップルと他社とで 何か仕組みが違うわけではありません 競合会社にだって同様の製品を作る力があります 実際 挑んだこともあります 数年前にはゲートウェイが平面テレビを出しました ゲートウェイにはそのための卓越した技術があります PC用の平面モニタを何年も作ってきたのです しかし全然売れませんでした デルは MP3 プレイヤーと PDA を発売しました 非常に高品質な製品です デザインも申し分ありません でも全然売れませんでした 実際 今となっては デルの MP3 プレイヤーを買うなんて 想像すらできませんよね コンピュータ会社の MP3 プレイヤーなんて誰が？ でもみんなアップルからは買うのです 人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです 自分が提供するものを必要とする人と ビジネスするのではなく 自分の信じることを信じる人と ビジネスするのを 目標とすべきなのです 一番肝心なのは

私がお話していることは私の意見ではなく 全ては生物学の原理に基づいていることです 心理学ではなく 生物学です ヒトの脳の断面を上から見ると 脳は3つの主要な部位に 分かれているのがわかります それはゴールデンサークルと対応しています 一番新しい ホモ サピエンスの脳は 大脳新皮質であり 「何を」のレベルに対応します 新皮質は合理的 分析的な思考と 言語とを 司ります 内側の二つは大脳辺縁系に対応し これは感情、信頼、忠誠心などを 司ります またヒトの行動を司り 全ての意思決定を行います 言語能力はありません

言い換えれば 外から中へのコミュニケーションを行っているとき 確かに大量の複雑な情報を理解できます 機能やメリットや事実や数値などです しかし行動につながりません 中から外へのコミュニケーションを行っているときには 行動を制御する 脳の部分と直接コミュニケーションすることが出来ます 言葉や行為によって 理由付けは後からすることができます 直感的な決定はここから生まれます 時には誰かに あらゆる事実やデータを伝えても 「細かい事実は分かったけど どうも納得感が得られない」と言われることがあります どうしてここで「感」なんですか 理由は脳の意思決定をする部位は 言葉を扱えないからです せいぜい「分からないけど納得“感”がない」という言葉なのです 時には胸の内一つとか 魂の導きに従ってとも言いますが でも別に頭以外の部分で 意志決定するわけではありません すべては大脳辺縁系で起きています 辺縁系は意思決定を司り 言語は担当しません

人々は「なぜやっているのか」に反応するのに なぜやっているのか 自分でわかっていなければ 投票してもらうにせよ 何か買ってもらうにせよ みんなを引き付けられるわけがない さらには あなたがしていることに忠誠心を持って 加わりたいなどと 思わせられるわけがない 自分の商品を必要とする人に売るのではなく 自分が信じるものを信じてくれる人に売ることを目指すべきです 単に仕事を求めている人を雇うのではなく 自分の信念を信じてくれる人を雇うことを目指すべきです 私がいつも言っていることです が 仕事ができるというだけの理由で採用した人は お金のために働くでしょう しかしあなたの信念を信じてくれる人を雇えば その人は血と汗と涙を流して働くのです このことを示す例としてライト兄弟ほど ふさわしいものは 他にありません

サミュエル ピエールポント ラングレーについては知らない方が多いでしょう 20世紀の初頭には 有人動力飛行の追求は 今日のドットコムのようなもので 誰もが試みていました そしてサミュエルは成功のレシピと言えるものを 備えていたのです 誰かに聞いたとしましょう 「製品や会社が失敗した理由は何ですか？」 返ってくる答えはいつも 同じ3つの項目です 資金不足 人材不足 市場環境の悪化 いつもこの3点です 詳しく見てみましょう サミュエル ピエールポント ラングレーは 5万ドルの資金を陸軍省から与えられ 飛行機械を開発していました 資金は問題無し ハーバード大に在籍し スミソニアン博物館で働いていた彼は 人脈豊富です 当時の頭脳たちと通じていました 金にもものを言わせて最高の 人材を集めました 市場の環境は絶好 ニューヨークタイムズは彼を追いつけ回し みんなラングレーを応援していました ではどうして皆さんはサミュエル ラングレーのことを聞いたことが無いのでしょうか

そこから数百マイル離れたオハイオ州デイトンにいた ライト兄弟のオーヴィルとウィルバーは 成功のレシピとは まるで無縁でした お金がなく 夢に挑む資金は自分たちの自転車店から持ち出しで ライト兄弟のチームの誰ひとりとして 大学を出てはいませんでした オーヴィルとウィルバーも違いました そしてニュー YORKタイムズに追いつけ回されたりもしません 違っていたことは オーヴィルとウィルバーが大義と 理想と信念に動かされていたということです 彼らはもしこの飛行機械を 作り上げることができたら それは世界を変えることになると思っていた サミュエル ラングレーは違ってました 彼が求めているのは富と名声です それによって得られるものが目的であり 富を追求していたのです そして どうなったのでしょうか ライト兄弟の夢を信じた人々は 血と汗と涙を流して共に働きました もう一方のチームはただ給与のために働きます ライト兄弟は外へテストに出かけるたびに 部品は5セットずつ持って行ったと言います 夕食に帰るまでには 5回ぐらい 壊れるようなものだったからです

そしてついに 1903 年の12月17日のこと ライト兄弟は初飛行に成功 それをその場で目撃した者もいませんでした そのことが広く伝えられたのは数日経った後です そしてラングレーの動機が適切でなかった ことを示すさらなる証拠には ライト兄弟が飛行した日に 彼は諦めたのです 彼はこうも言えたはずでした

「連中はよくやった 我々の手でもっと改良してやろうじゃないか」 でもそうはせず 一番になれず 金持ちになれず 有名にもなれなかったの 彼は諦めました

人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです そして自分が信じていることについて語れば そのことを信じてくれる人たちを惹きつけるでしょう ではなぜ自分の信念を信じてくれる人を引き付けることが重要なのでしょうか 「イノベーションの普及の法則」と呼ばれるものがあります もしも知らないなら言葉を覚えてください 人口の2.5%は イノベーターです 13.5%はアーリー アダプターと 呼ばれる人たちです 34%はアーリー マジョリティー レイトマジョリティーに ラガードと続きます この人達がプッシュホンを 買う理由は ダイアル式が買えなくなったからに他なりません

(笑)

人はみんな この軸上のいろいろな時点に位置づけられます イノベーションの普及の法則が教えるところは マスマーケットで成功したいなら あるいはアイデアを幅広く受け入れて欲しいなら そのためには 臨界点である 15から18パーセントの市場浸透率が必要ということです そこまで行くと 状況が一変します 私は「新しいビジネスのコンバージョンはどれくらい?」とよく聞きます 相手は「10%です」と自慢げに 教えてくれます ええ 10パーセントの顧客を得るところまでは行けます 自分から飛びついてくれる人が 10%程いるのです そうとしか言えないのですが 彼らは直感で ただ飛びついてきます 問題は 売り込まなくとも飛びつく人と 食いついてこない人の違いです ここにある小さなギャップを どう埋めるかが問題になります ジェフリー ムーアのいわゆる「キャズムを越える」ということです なぜかという アーリーマジョリティーが 試そうという気になるのは だれか他の人が 先にトライした後だからです イノベーターとアーリーアダプターは 自分の直感に従って決める人達です 彼らは世界に対して信じることに基づいて 直感的に判断するのを好みます 入手が難しくとも問題にしません

iPhone が登場した日に 6時間並んで買う人達です 次の週になれば 歩いて店まで入って行って すぐその場で買えるというのに この人たちが最初の薄型テレビに 400万円払うのです その技術がまだ標準になっていなくともお構いなしです ちなみに彼らがそうするのは 技術がすごいのが理由ではなく 自分たちのためです 一番乗りをしたいのです 人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです そして信じることをただ 行動で示すのです 人は自らの信じることを 示すために行動します iPhone を買うために 6 時間も列に並んで 立ちっぱなしで過ごすわけは 彼らが世界について信じていることのためです 他の人にもその思いを見せたいのです 自分が 1 番だったと 人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです

ここで有名な例を紹介します イノベーションの普及の法則に関する 有名な失敗例と 有名な成功例です まず有名な失敗例ですが これは商品の例です ほんの少し前にも言いましたが 成功のレシピは金と人材と市場環境です これがそろえば成功します TiVo を見てください TiVo が登場したのは 今から8-9 年前で 市場に投入されている唯一の高品質製品でした 断然 間違いなし 資金調達も極めて順調でした 市場の状況もすばらしかった TiVo は動詞になりました 私はいつも「スゴ録」で TiVo ってるよ

でも商業的には失敗でした お金を生み出せなかったのです 株式公開をしたときの株価は 30-40ドルでしたが それから急落して10ドル以上で取引されることはありませんでした 実際 何回かの単発的な上げを別にすると 6ドル以上で取引されることさえなかったと思います お分かりのように TiVo が製品を投入したときには 彼らはそれが「何か」を説明しました 「生放送を一時停止したりCMをスキップしたり 巻き戻して見たりできるテレビです どんな番組が好きかを 頼まなくとも記憶してくれます」 疑い深い大衆は思

います「信じられないね そんなのいない 気に入らない そっとしない製品だ」 もしTiVoがこんな風に言っていたら? 「自分の生活のあらゆる側面を 自分でコントロールしたいという方には ぴったりの製品がここにあります 生放送を一時停止したり CM をスキップしたり 好みの番組を記憶します などなど」人は「何を」ではなく「なぜ」に動かされるのです 何をするかは 信じることを 示す限りにおいて意味を持つのです

今度は イノベーションの普及の法則が うまく行った例を見てみましょう 1963 年の夏のこと 25万人もの人が集まって ワシントンの通りを埋め尽くし キング師の演説に耳を傾けました 招待状が送られたわけではなく 日にちを告知するウェブサイトもなく どうやったのでしょうか キング師だけが偉大な 演説家というわけではありませんでした 市民権運動以前のアメリカで彼だけが 苦しんでいたわけではありませんでした 実際 彼のアイデアのなかにはひどいものもありました でも彼には才能がありました 彼はアメリカを変えるために何が必要かなどを説かず 彼は自分が信じることを語ったのです 「私は信じている 信じている 信じている」と語りました 彼が信じることを信じた人々が 彼の動機を自らの動機とし 他の人にも伝えたのです さらに多くの人々に伝えるため 組織を作った人もいました そして なんとまあ 25万人が集まったのです その日 その時に 彼の話聴くために

その中でキング師のために集まった人は何人いたでしょう ゼロです みんな自分自身のために集まったのです 彼ら自身がアメリカに対して信じることにするために 8時間バスに揺られてやってきて 8月のワシントンの炎天の下に集まったのです 自分が信じることにするためです 白人と黒人の対立ではありません 聴衆の 25パーセントは 白人だったのです キング師は この世界には 2種類の法があると信じていました 神によって作られた法と 人によって作られた法です そして人が作った法がすべて 神の法と整合するまでは 世が公正になることはないと信じていました 市民権運動はたまたま 彼の人生の目的を果たす上で 完璧な追い風でした 人々がついて行ったのは彼のためではなく自分自身のためでした その中で「私には夢がある」という演説をしたのです 「私にはプランがある」という演説ではありません

(笑)

現代の政治家の12項目の総合計画と比べてください 誰かを動かすものではありません リーダーと 導く人は違います リーダーというのは 権威や権力の座にある人です でも導く人というのは 皆を動かすのです 個人であれ組織であれ 我々が導く人に従うのは そうしなければならないからではなく そうしたいからです 導く人に従うのは 彼らのためではなく 自分自身のためです そして「なぜ」から始める人が 周りの人を動かし さらに周りを動かす人を見出せる 力を持つのです

どうもありがとうございました

(拍手)



Programs & initiatives

11. フードバンク関連の用語解説

食料再分配のさまざまな活動

・フードバンキング

寄贈食品を受け取り、それを必要としている人々に直接届けたり、社会奉仕活動を行っている団体に再分配したりするプロセスのこと。「フードバンク」という言葉は、フードバンク活動の生みの親であるジョン・ヴァン・ヘンゲルに、ある女性が「人々が食べ物を寄付し、それを別の人が受け取ることができる、食べ物の銀行（バンク）のような場が必要だ」と言ったことから生まれた。フードバンクは1967年にアメリカで始まり、1984年にヨーロッパ、そして1998年にアジアへと広がった。

・フードレスキュー

スーパーマーケット、レストラン、宴会場、食堂、生鮮市場、パン屋、そしてイベント会場などから調理済み食品を集めること。これらの食べ物は傷みやすく、収集、配送、分配の際により多くの注意が必要である。

・グリーンング（落穂拾い）

収穫の際に採り残された農作物などを収集すること。旧約聖書に、古代の文化でもこのシステムを使って貧困者への支援を行っていたことが記されている。現在では定期的にグリーンングを行っているグループがあり、どのような作物がいつまでに収穫が必要か、農家から連絡を受けている。フードバンクなどの支援団体にとっては栄養価の高い食物を受け取れることができ、一方、農家にとっては作物が埋もれたままになったり、肥料にしたりする必要がなくなる、というメリットがある。

団体の種類

・フードバンク

食料の寄付を集め、それを分配する団体のこと。さまざまな形態があり、他の福祉団体のみに分配するタイプ（B 2 B）、食料支援を必要としている家庭のみに届けるタイプ（B 2 C）、または福祉団体と家庭の両方への分配を行う混合タイプなどがある。国、地域によってもフードバンクの形態はさまざまである。例えば、イギリスのフードバンクは昔からB 2 Cのタイプが多く、フランスでは逆にB 2 Bのタイプが主流だ。香港では「フードバンク」という名称を使うことが許可されている団体は1つのみで、他の団体は漢字で「食料銀行」と表記している。アメリカでは、フードバンクという言葉は他の福祉団体へも支援をしているような大きな団体から、生活困窮者への食料配給を行っている小さな団体まで全てを指す。日本ではフードバンクという言葉は比較的新しく、ほとんどの団体が福祉団体や、支援を行っている行政機関への食料分配のみを行っている。生活困窮者への直接的な支援を行っている団体は少数にとどまる。

・フードシェルフ（食品棚）

教会、非営利団体や公民館などにあり、必要とする人々に分配するための保存食品を保管する場所のこと。通常、渡しやすいう食品はあらかじめ箱詰めされている。開所時間はおおむね短い。

・パントリー（フードバンク）

生活困窮家庭への配給のみを行う団体のこと。豊富な種類の生鮮食品や保存食品、冷凍食品やチルド食品を保管することができる。いくつかの団体では、利用者に自由に「ショッピング」させている。選択できる食品の量は家庭ごとに定められている。ほとんど全ての団体では利用者にあらかじめ登録してもらい、食料を受け取れる頻度を定めている。アメリカではフードスタンプ申請手続きの手伝いや法律相談、就職の斡旋や子育て支援なども行っている。

・モバイル・パントリー

より多くの、食べ物を必要とする人々に食料を届けるため、特定の地域に決められた曜日に配送する活動。通常、教会や非営利団体、コミュニティセンターなどの駐車場に出向く。人々がパントリーやフードバンクまで直接受け取りに行く必要がなく、受け取る側のグループも、配給後、食品を保管する必要がないという利点がある。アメリカのモバイル・パントリーは非常に高度なシステムをもち、特別な車両を使い、さまざまな食品を配るだけでなく、活動を円滑に進めるために必要なテーブル、テント、利用者の登録や管理を行うためのパソコンなども備えている。

アメリカの国家プログラム

SNAP - 補助的栄養支援プログラム（フードスタンプ）

低所得家庭に向けた食費補助政策として、1939年に始まった USDA（米国農務省）によるプログラムである。連邦プログラムであり、それぞれの州で運営されている。対象となるかどうかは、世帯の規模と収入に基づいて判断される。また、フードスタンプで購入できるものについても制限が設けられている。援助が必要と認められた家庭は、上限額があらかじめ決められているデビットカードを受け取る。このデビットカードはほとんどのスーパーマーケットのほか、一部農家による直売所やレストランなどでも使うことができる。会計時にカードを提示し、購入対象商品であればカードから金額が引き落とされる。対象外の商品は、自分でお金を払わなくてはならない。このシステムにはいくつか利点がある。1つ目は、利用者が普段の食生活に合わせて食べ物を店で購入できる点だ。あらかじめパッケージされて配達される食品だと、結局は食べずに捨てられてしまうものもあり、こうした無駄を減らすことができる。2つ目は、地域に直接的な経済効果があるという点である。フードスタンプを10ドル支給するごとに、18ドルの経済効果が生み出される。その根本的な理由として、低所得家庭はフードスタンプがなければ、たとえ必要なものでも全てを買わない（買えない）という点がある。SNAPは対象となる家族だけでなく、その家族が暮らすコミュニティをも助けることになる。

SUPPLEMENTAL NUTRITION ASSISTANCE PROGRAM					
(Data as of July 10, 2015)					
Fiscal	PARTICIPATION		BENEFIT	AVERAGE MONTHLY BENEFIT	
Year	Persons	Households	COSTS	Per Person	Per Household
ANNUAL SUMMARY					
FY					
2015	45,972,533	22,599,398	40,964,889,016	127.30	258.95
FY					
2014	46,535,888	22,699,534	69,999,805,422	125.35	256.98
FY 2013	47,636,090	23,052,396	76,066,318,500	133.07	274.98
FY 2012	46,609,072	22,329,713	74,619,344,626	133.41	278.48

女性、乳幼児向け特別栄養支援プログラム（WIC）

このプログラムは 1974 年からある。これは、栄養不足が見つかった低所得層の妊婦や授乳中の母親、授乳していない産後の女性、栄養不良の危機にある 5 歳以下の乳幼児に向け、連邦予算で、それぞれの州に栄養補助食品、健康管理、健康について学ぶ機会を与えるプログラムである。受給対象となるのは世帯収入がアメリカの貧困収入ガイドラインの 185% 以下となる家族。他の支援プログラムを受けていたり、家族の誰かが SNAP、メディケード、貧困家庭への一時的扶助（TANF）をすでに受けていれば、自動的にこのプログラムの対象条件を満たす。この支援は補助的栄養支援プログラム（SNAP）とは関連していない。現在、WIC はアメリカで生まれた乳児の 53% を援助している。

（出典 www.fns.usda.gov/wic/women-infants-and-children-wic）

	FY 2010	FY 2011	FY 2012	FY 2013	FY 2014
TOTAL	4,561,818,147	5,020,242,504	4,809,896,581	4,497,128,171	4,325,709,688

WIC PROGRAM: TOTAL PARTICIPATION					
(Data as of July 10, 2015)					
	FY 2010	FY 2011	FY 2012	FY 2013	FY 2014
TOTAL	9,175,042	8,960,593	8,907,840	8,662,805	8,258,476

WIC PROGRAM: AVERAGE MONTHLY BENEFIT PER PERSON					
(Data as of July 10, 2015)					
	FY 2010	FY 2011	FY 2012	FY 2013	FY 2014
TOTAL	41.43	46.69	45.00	43.26	43.65

専門プログラム

・キッズカフェ（アメリカ）

1989年、ジョージ州サバンナで始まったプログラム。幼い二人の兄弟が団地のコミュニティセンターのキッチンで深夜、食べ物を探していたところを発見されたのがきっかけだ。子どもの飢え、という見過ごすことのできない事態に対応し、Coastal Georgiaのセカンドハーベストが最初にキッズカフェを開設した。1993年にはフィーディングアメリカも全国的なキッズ・カフェの取り組みを始めた。

キッズカフェプログラムは少年・少女クラブ、YMCA、教会、また公立学校など放課後、子どもが集まる様々な公共の場を通して、低所得世帯の子どもたちに無料の食事とお菓子を提供する。食事だけでなく、安全な場所も提供している。信頼できる職員の監督のもと、子どもたちはここで教育的、娯乐的、社会的なさまざまな活動に参加できるのだ。キッズカフェは、学年を通して食育も提供している。昨年、キッズカフェプログラムは約155,000人の子どもたちに1450万食を届けた。

・バックパック / スクールパントリー

学校現場に存在するプログラム。週末に食べられる食料を児童・生徒に提供する。その名の通り、先生たちは毎週金曜日、一般的なサイズのリュックサックに入るだけの食べ物を生徒に渡す。缶詰の食品、お菓子、またインスタント食品などである。このプログラムの対象者は学校が決めている。スクールパントリーも前述のパントリーと同じように運営されているが、食品を受け取りに来るのは親か保護者であることを学校は求めている。

・お楽しみ袋（シンガポール）

フードフロム・ザ・ハート（FFTH）は、2リットルの食用油、10キロの米、1キロの砂糖、シリアル、缶詰食品、ビスケット、インスタント麺、ミロのような補助食品が入っているお楽しみ袋を配給している。1000人の生徒の家族を含めた4200人を対象とするため21以上の学校で活動を行っている。このプログラムの対象となる生徒には、出席日数と良い成績の維持、学校で問題を起こさないことが求められる。食品は月1回の面談を通して親か保護者に渡される。

(http://foodheart.org/food_goodie_bag)

・日用品補助食品プログラム CSFP/ シニアブラウンバッグ

米国農務省が実施しているプログラム。低所得者層のうち60歳以上の高齢者に米国農務省が購入した栄養食品を補助し、食生活を改善してもらうことを目的としている。CSFPを通して、米国農務省は参加している州とネイティブインディアンの団体（ITOs）に食品と資金の両方を配給している。この食品パッケージは完全な食事を提供するものではなく、むしろ対象世代の食事において、典型的に不足しがちな栄養素を補う内容となっている。パッケージには脱脂肪乳、超高温殺菌牛乳、ジュース、粉末状のオート麦、シリアル、米、パスタ、ピーナッツバター、乾燥豆、缶詰食品、鶏肉、または魚、そして缶詰のフルーツと野菜などさまざまな食品が含まれる。2014年には平均して573,000人以上の人たちが毎月このプログラムに参加していた。2015年の予算は21140万ドルである。(www.fns.usda.gov)

コモディティプログラム

・緊急食料援助プログラム（TEFAP） - アメリカ

米国農務省が行っているプログラム。無料で栄養補助食品や非常食を提供することで高齢者を含めた

低所得層のアメリカ人の食事を補っている。食品と運営資金が州政府に助成される。米国農務省は食品を購入し、その加工・包装も行い、各州に輸送する。各州が受け取る量は、低所得者と失業者の人口によって変わる。運営や配給は州政府に任される。州政府は、困窮世帯に直接食品を配ったり、提供したりしている地域の団体に委託したり、同様な機能が果たせる他の地域の組織に委託したりしている。TEFAPのもと米国農務省は州が政府の食品を利用できるようにした。州は選定・委託した機関（フードバンクであることが多い）に食品を提供し、その食品は直接住民に届くフードパントリーや炊き出しに提供される。家庭で消費するための食品を受け取れるのはどのような家庭なのかに関しては州ごとに基準が設けられている。収入による線引きは、州政府の裁量にもよるが、収入に基づいて判断されるほかの既存の連邦、州、地方自治体の食料、健康、福祉政策に合わせている。州政府は最も食品を必要としている世帯だけに確実に援助がいくよう収入基準を調整することができる。しかし、そもそもスープキッチンなどを利用している人は「最も食品を必要としている人」と見なされ、収入調査などは行っていない。2014年、米議会は31815万ドルをTEFAPに当てた。26875万ドルを食品の購入に使い、4940.1万ドルを州と地方機関への補助金とした。米国農務省がTEFAPのために購入する食品は州ごとの要望や農業市場によって変わる。2014年には栄養価が高く、高品質な食料約90品目が供給された。

- ・缶詰のフルーツ
- ・缶詰の野菜
- ・フルーツジュース
- ・乾燥卵混合物
- ・肉／魚
- ・乾燥豆
- ・パスタ製品
- ・牛乳
- ・米／粗挽き穀物／シリアル
- ・スープ

(www.fns.usda.gov)

・欧州困窮者食料援助（PEAD）

PEADとは、最も困窮した人へのヨーロッパ食品支援プログラムのことだが、2013年12月31日をもって終了した。貧困問題はEUとしてではなく、各国の問題として解決されるべきとの意見が終了の理由としてある。DG アグリカルチャーによって運営された現在のPEADのプログラムは金銭に換算すると500M€（≒600億円）／年の価値になる。20カ国18,000,000人がPEADのプログラムから恩恵を受けている。

FEBA（欧州フードバンク連合）によって集配された食品の約5割はPEADから受け取っていた。2014年1月1日からPEADはFEAD（欧州貧困援助基金、Fond Européenne D'aide aux Plus Démunis）に刷新され、2014年以降はEUの同基金から拠出されている。

・カリタスマーケット（スイス）

カリタスマーケットの創業は1992年。カリタスマーケットとは生活困窮者（経済的弱者）のためのスーパーマーケットで2013年現在スイス国内に23店舗を運営している。通常のスーパーと同様、生鮮食品や日用品、化粧品など、ありとあらゆるものが置かれ、市場価格よりも圧倒的に安く（3割～7割引）

購入することができる。そのため経済的に苦しい人でも、このスーパーを利用することにより経済的自由を得ることができ、映画館へ行ったり、旅行に行ったりと人間らしい生活を送る手助けになっている。また第二の労働市場としてカリタスマーケットで職業訓練を受けることにより就労支援としての役割も果たしている。



カリタスマーケットを利用するには登録カードが必要。このカードは行政または地域のカリタス機関により経済状況が困難と判断した人によりのみ発行している。



ポスターに写っているのが登録カード

カリタスマーケットで扱われる特定の製品約 15 品目（主に主食となるもの）は、企業にスポンサーになってもらい品揃えの拡充に努めている（フルーツ、野菜、米、ミルク、バター、小麦、食用油、パスタ、砂糖、ヨーグルトなど）。製品スポンサーになれば決まった製品を 12 ヶ月間、割引価格でカリタスマーケットに販売することになる（例：市場価格が 100 円の商品をカリタスマーケットに 30 円で卸し、カリタスマーケットは 50 円で売れば、カリタスマーケットにも製品あたり 20 円の利益が入り、マーケットの利用者は市場価格の半額で購入することが出来る）。スポンサー企業にとっては「社会的責任を果たしている」と社会にアピールできると同時に、税金の控除も可能になる。季節商品や過剰在庫、梱包の不具合などが理由でカリタスマーケットへ無償提供されるケースもあるが、以前に比べて現在は購入している食品も多くなっている。冷凍、冷蔵品に関しては物流会社の協力もあり、大型の冷凍庫／冷蔵庫を使うことが出来るため大量に扱うことが可能となった。直接的な国の支援はないため、寄付金や企業のスポンサーシップ、店舗の収益により運営されている。



豊富な品ぞろえ



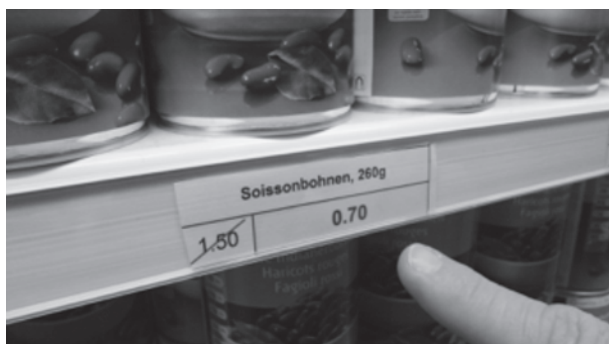
チルド品



フルーツ



野菜



驚くべきはその価格（半額以下）



季節商品に至っては 80% オフ

<成功の要因>

スイスでカリタスマーケットが成功した1つの要因として、スイス人の国民性が挙げられる。スイス人は無償でモノをもらうことに慣れていないため、無償で施しを受けることは自尊心を傷つけられる、ととらえる傾向がある。このことは日本人にも共通する特徴だと考えられる。2HJで行われているパントリーの直接ピックアップがその最たる例で、利用者の8割は外国人である。多少でもお金を払って購入するという行為が、当事者の尊厳を保つことになる。また無償で提供し続けることは利用者を依存体質にしてしまい自立の妨げになるが、購入することで経済活動に参加でき、自立の妨げにはならず、より早期の社会復帰を可能とする。



23 のカリタスマーケットを管轄する
ルツェルンの倉庫



商品には 23 店舗の行き先が明記

<スイスの現状>

スイスでは 10 人に 1 人が貧困線の下で生活している。年間 4 万人が利用するカリタスマーケットの利用者内訳は 5 割がスイス人で、残り 5 割は移住者である。

<実績 / 効果>

年間 15,000 パレット分の食料や日用品を扱う。そのうち 12,000 パレットは倉庫に入らず直接ストアへ届けられる。

7 年前までは赤字経営だったが、コンサルタントとして Rolf さんが入ってから毎年 150,000,000 円の黒字になった。

2012 年の売上高は過去最高の 10 億円を突破。

生鮮食品の取扱量を増やすことにより利用者の健康増進に繋がっている。

・フードコープ（アメリカ）

「アーバンレシピ」はジョージア州アトランタでフードコーププログラムを運営している団体である。フードコーププログラムでは、利用者が少額の料金（1 回 4 ドル、1 年間で 25 回）を払うことでアトランタコミュニティフードバンクから 100 ドル以上の価値がある食品を受け取ることができる。このプログラムは 8 つのフードコープで構成されており、それぞれのコープに 50 人のメンバーがいる。各コープはメンバーによって民主的に運営されている。このフードコーププログラムが特別である点は、利用者の尊厳を尊重するそのシステムにある。通常のフードパントリーと違って、メンバーはパントリーから単に食品を受け取るだけでなく、他のメンバーと共にコミュニティ形成に貢献する。さらにメンバーはどんな食品を受け取るかの意思決定を任されている（通常のフードパントリーは職員やボランティアによって管理されている）。このタイプのプログラムはアメリカでは珍しく、セカンドハーベスト・アジアは、この方式はアジアの食料援助に向いているのではないかと考えている。アジアの人々のほうがプライド、面目、世間体といったことに関してより敏感だからである（セカンドハーベスト・アジア報告 2014 年 5 月）。

・セントラルキッチン

調理された食品を大量に生み出すフードバンクやフードレスキュープログラムによって運営されている施設。

St. James' Settlement Food Bank HongKong と Food Angel は香港でセントラルキッチンを運営し

ている。彼らは毎日3か所で4500食を調理し、提供している。Food Angelは市場から売れ残りの製品を使うことに力を入れ、使用する食品のうち90%は寄贈されたものであると報告している。両団体とも商業的なキッチンとして営業するための認可を受けている。

・ミールズ・オン・ウィールズ

この活動は戦時中にイギリスで、家を失くし自ら調理ができなくなった人々のために始まった。1952年にはオーストラリアで、1954年にはアメリカで活動が始まり、1963年にはカナダにも広がった。このプログラムでは、外出できない人や食べ物が足りないと思われる家庭へ食事を届けている。アメリカのフードバンクは、食材を提供するだけでなく、食事と一緒に届ける日用品を提供することでこの活動を支えている。

・スープキッチン/フィーディングプログラム

これらのプログラムは、多くの人々が集まり、レストランのように同時に食事提供ができる教会で伝統的に行われてきた。これとは対照的に、日本の炊き出しでは、食事の配給が公園で行われている。食事を受け取る人々はその場に立ちながら、もしくはしゃがみこみながら食事をとり、その間も受け取った食料と自分の荷物を持っていないといけない。室内で食事を取ればより多くの種類と量を摂取することができ、暑さや寒さといった気候からも守られる。人々が集える施設を持っていれば食品を貯蔵することもでき、食事の提供間際になってメニューに何か1品追加することもできよう。サンドイッチや菓子類、宴会場などで提供されなかった食品も生かすことができる。

日本のケース

・プロフェッショナル・アドバイザー・ボード

この集まりは、日本で生活する外国人駐在員が集まり、彼らのネットワークやビジネス上の経験を駆使して、ビジネスの手法に沿った2HJの成長を手助けするものである。外部者による客観的な評価を得るだけでなく、2HJのマネジメントと発展を促進するアドバイスも得られる。

・フード・アドバイザー・ボード

食品企業や関連企業の担当者が集まり、フードバンクや食品業界に関するアイデアを共有する場。この集まりは、2HJの新しい取り組みについて有益なフィードバックを出すだけでなく、寄付を検討している新規企業にとって2HJの活動を知る最初の入り口にもなっている。

・フードセーフティネット

誰もが安全で栄養のある食品を手にすることができる。これが基本的なセーフティネットの一部であるべきだと私たちは考える。例えば、地域で困った時に相談にのる交番、怪我や病気の際に治療が受けられる病院、火事の時に消火活動を行う消防署といったように、いつでも住んでいる地域にて緊急食料支援を受けられる、そんな「食」のセーフティネットを構築する。



・フードライフライン

食品を提供してくれる企業と、食品を受け取る施設・団体がフードバンクをより利用しやすくなるよう、様々な取り組みを行う。特に重要視しているのは、流通や食品企業などの協力を得ながら、フードバンクのインフラを整備すること。地域流通は、主に地方のフードバンク団体や流通企業に担ってもらい、2HJは全国的な供給システムを計画している。



ネットワーク

・公益財団法人セカンドハーベスト・ジャパン・アライнс（2HJA）

中央行政とより密接な協力関係を築き、全国にフードバンク活動を普及させるために内閣府が認定した公益財団法人。その使命は、全国フードバンクネットワークを通じて、フードセーフティネットとフードライフラインを構築することである。

加盟団体になるには、以下の要件を満たす必要がある。

- 1) 法人格を有している
- 2) 事業計画書を定めている
- 3) 2年間のフードバンク活動実績を有する
- 4) 外部専門家による諮問委員会の設置
- 5) 2014 フードバンクガイドラインを遵守する
- 6) 2年に一度、監査を受ける

・フード・ドナー・アライアンス（FDA）

食品関連企業が食品廃棄の代わりに食品寄付を行うことを促進し、その基準を設けるため創設された。加盟メンバーは次の活動内容により、フードバンクが余剰食品と需要の適合という社会的価値のある役割を果たせるよう協力する。

- 1) フードバンクロゴを使いフードバンクの認知度を向上、促進
- 2) フードバンクの発展をサポート
- 3) 「食品寄贈ガイドライン」に署名



・フィーディングアメリカ

アメリカのフードバンク団体の全国ネットワーク。1976年に法人化してから2008年までアメリカズ・セカンド・ハーベストと呼ばれていた。このネットワークには200以上のフードバンクが加盟している。フィーディングアメリカはメンバーシップとなるための基準を設け、全国レベルの食品の寄付の調整や管理をしている。さらに、さまざまなプログラムと国レベルの政策提言活動を行い、飢餓撲滅にも貢献しています。より詳しい歴史とその発展については「フードバンクの歴史と背景」を参照のこと。

・欧州フードバンク連合（FEBA：Federation of European Food Banks）

設立は1986年。ユーロ加盟27カ国のうち21カ国248フードバンクが加盟している。年間予算は約1,200

万円で8人のボランティアメンバーで運営している。ボランティアはみな社会経験豊富なベテラン（大学教授など）で、人脈や経験／知識／スキルが豊富なため、フードバンクの認知度の向上や資金集め、税制上の優遇措置などに関して EU や加盟各国への働きかけ（ロビー活動）に力を入れている。

< FEBA の活動背景 >

ヨーロッパでは8000万人（16%）が貧困線の下で生活をしており、そのうち3000万人は栄養不良に陥っている。地球上で人が食べるために生産された食料の1/3が無駄にされており、その量は13億トンにのぼる。これはヨーロッパにおいては1人あたり年間280kgを無駄にしていることになる。

Vision：ヨーロッパの人々に十分に栄養バランスの取れた食事を提供し、食品ロス削減に取り組み連帯を求める。

< FEBA の FB モデル >

食品の無償回収、選別後、安全基準や、衛生基準にしたがって倉庫に保管し、無償で福祉施設等へ再分配する。

< FEBA に加盟する FB の特徴 >

- ・原則、食品の購入をしない。
- ・宗教や政治とは関わらない。
- ・食料援助に特化している。
- ・食料を必要としている個人に直接配送することはない。
- ・コスト削減のためボランティアを活用する。

< ルール >

生産者、加工業者、小売業者の対等なパートナーとしてフードバンクの以下の点を十分に理解する。

- ・一般の市場とバッティングしない安全な市場をつくり余剰食品を有効活用する。
- ・食品安全や製造物責任などの懸念を十分に理解する。
- ・年中余剰食品を回収する。
- ・食品廃棄をしなければ（フードバンクへ寄付をすれば）自社の廃棄量が削減するという考えを提案する。（ソリューションの提案）
- ・貧困対策への実証されたアプローチ（支援）方法を提案する。

非食品企業のパートナーとして、フードバンクは

- ・win-win-win（企業、フードバンク、社会的弱者）のCSRプロジェクトの機会を提供する。
- ・ひと目で分かる投資プロジェクト：食品 pick-up/ 配達トラック、教育、栄養や廃棄についての教育的なPRキャンペーン、等々の提供。
- ・企業ボランティアプログラム（トレーニング、専門性）の提供。
- ・従業員のフードドライブの実施。

< 活動実績 >

2011年の取扱高：430,000 トン

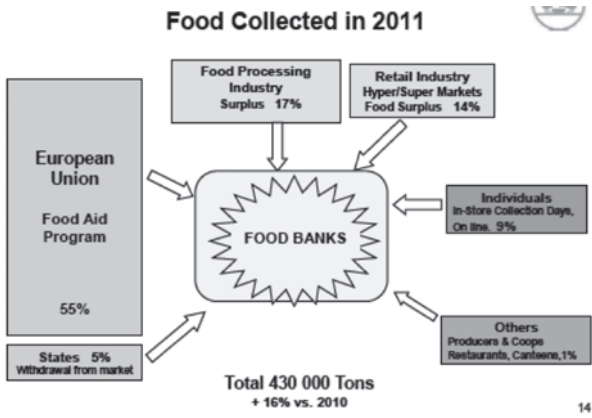
およそ12,000種類の食品

- ・EU加盟国の事業系廃棄物の量は46,000,000 トン ※2006年の数値
- ・（内訳：製造業32,000,000 トン 卸業&飲食業14,000,000 トン）
- ・家庭系廃棄物の量は38,000,000 トン
- ・2012年にFEBAは388,000トンの食品を32,000箇所の慈善団体や社会奉仕団体を通じて約540万人に提供。食数にすると776,000,000食を提供したことになる。

ボランティアの数は 12,000 人以上。

・ グローバルフードバンキングネットワーク (GFN)

アメリカの非営利団体で、国外のフードバンクを発展させるために、アメリカズ・セカンド・ハーベスト（現；フィーディングアメリカ）の前最高経営責任者により 2006 年に法人化された。本部はシカゴにある。2 HJ は、2007 年 6 月からネットワーク脱会を決めた 2013 年 2 月まで、GFN のメンバーだった。GFN は各国 1 つのフードバンク、もしくは 1 つのネットワークとだけ連携するという方針。GFN 自身はフードバンク活動を行うことがなく、各国での活動を統制する力も持っていない。GFN は、フードバンク団体とネットワークの緩やかな連合と言える。



・ アジア・フードバンク連合

アジア地域におけるフードバンクのネットワーク。共に活動し、その成果を共有し、互いに食料を寄贈したり、自然災害時の援助をしたりすることを目的とする。

亜州食物銀行連合会 Association of Asian Foodbanks				
	Name	Country	Category	Year
1	Second Harvest Asia	US	Associate	2014
2	Second Harvest Japan	Japan	Full	2014
3	Second Harvest Japan Alliance	Japan	Associate	2014
4	Anglican Food Bank of Korea	Korea	Full	2014
5	Food from the Heart	Singapore	Full	2014
6	Taichung Food Bank	Taiwan	Full	2014
7	St. James' Settlement Food Bank Hong	Hong Kong	Full	2014
8	Korea National Council on Social Welfare	Korea	Associate	2014
9	Hong Kong Council of Social Services	Hong Kong	Associate	2015
10	Caritas Manila	Philippines	Full	2015

12. 協力フードバンク連絡先一覧

マニュアル作成に協力いただいた団体の問い合わせ先は下記のとおりです。(西から)

団体名	URL	e-mail
フードバンクセカンドハーベスト沖縄	http://2h-okinawa.org/	info@2h-okinawa.org
フードバンクかごしま	http://ksnk.org/	HP お問い合わせフォーム
特定非営利活動法人フードバンク岡山	http://www.fb-okayama.com/	info@fbokayama.com
認定特定非営利活動法人フードバンク関西	http://foodbankkansai.org/	foodbank05@yahoo.co.jp
認定特定非営利活動法人セカンドハーベスト名古屋	www.2h-nagoya.org/	info@2h-nagoya.org
セカンドハーベスト・ジャパン・アライアンス	http://2hja.org/	info@2hja.org
ふうどばんく東北 AGAIN	https://www.facebook.com/foodbank.tohoku.again	

[平成 27 年度農山漁村 6 次産業化対策事業の補助事業]

フードバンク運営マニュアル

2015 年 9 月



〒 111-0053

東京都台東区浅草橋 4 - 5 - 1 水田ビル 1 F

TEL: 03-5822-5371 FAX: 03-5822-5372

e-mail : info@2hj.org

URL: <http://www.2hj.org>