

2019年度 ドコモ市民活動団体助成事業 活動成果報告書

2020/9/30

団体名		NPO法人フードバンク山梨	活動タイトル	地域と連携する困窮世帯の乳幼児応援プロジェクト		
望ましい社会状況および団体のビジョン（社会的役割と活動基盤）				■活動風景		
●地域の望ましい社会状況(ビジョン)	望ましい社会とは、妊娠期から子どもの小学校入学までの期間、生活に困窮する家庭であっても安心して必需品を確保し、乳幼児が健やかに暮らしていける社会である。複数の要因が絡まり困窮する世帯では、複数の問題を抱えながら生活している。非正規雇用による低収入、私たちは、無償の食料支援を基盤にすると、効果的な困窮者支援が可能になると確信している。			2019年10月19日、フェスタ会場にて、ミルクおむつを受け取る親子		
●団体の社会的役割(ミッション)	食品ロスを活用し、地域福祉や子供の貧困対策の推進に貢献することが社会的役割である。乳幼児を抱え今日食べるものが無いほど困窮する親からは、ミルクを薄めたりおむつの回数を減らすといった声が聴こえてくる。この声に応えようと、2018年秋から「乳幼児応援プロジェクト」をスタートした。物品支援（食品・ミルク・おむつ）とお困りごと相談や歯科衛生のブースを設けた結果、第1回目のフェスタには15世帯44人が参加し、学用品が買えない、納付金未払い、親身に頼れる人いない等の切実な現状が明らかになった。今回は、新規に「ミルク&おむつキャラバン」と「キックオフイベント」による活動の拡大周知を図り、潜在する多くの困窮世帯へ支援の手を差し伸べたい。食品・ミルク・おむつの配布と各種相談支援活動を広く推進し社会に発信し続けることが、山梨県内に見えにくい乳幼児期の子どもの貧困を可視化し、安心して子育てができる環境改善の一助になると確信している。					
●団体の活動基盤	現在活動するスタッフの平均年齢は45歳となっている。(20代は3名)若い世代に事業継承を推進する。中間管理職の育成に努める。業務フローを構築し、分かりやすい運営を進める。リソース確保や活動資金は、このフードバンク活動をより多くの市民、企業、団体に訴えかけ、(企業訪問や講演会、視察の受け入れ、HP、SNSなど) 食品のご寄付、運営費のご寄付を広める。活動を継続発展させ、地域の中で心の通い合う助け合いの輪を広め、生活貧困世帯が安心して暮らせる町づくりをめざす。					
■活動報告		■1年間の目標に対する達成状況(まとめ)		2020年4月28日 食品を詰め込む様子		
新型コロナウイルス感染症が拡大する中での活動となった。感染防止のため利用者が集まる形式の活動を1月までとし、2月に体制を整え、3～6月に方法を変更して実施した。対象は過去の利用者で、特に臨時休校の延長による栄養不足や自宅待機・休業による収入減となる乳幼児・子どもがいる困窮世帯に積極的に声掛けを行った。また、1箱あたりの食品重量を1kg増加するとともに、幅広い世帯への支援を目指した。一方で、作業人員の確保に苦労した。外出自粛や3密を避けるため、市民ボランティアの受け入れを4月～6月中旬まで中止し、平常時に比べ3割減の人数（スタッフ・理事数人）で活動した。 コロナ禍前後で世帯の収入を比較すると、2020年4月の世帯全体の月収の月収が減少した世帯は78%で、4万円以上減少した世帯が47%と深刻である。食料支援利用者の声を見ると、精神的支えとなっている面が大きいことがわかる。「精神的に本当に救われました。今までなら、オムツ等のストックもできていたのですが、それもできずぎりぎりの状態で生活。オムツや食料を送ってくださり、生きる！って前向きにもなれました。」のように、自尊心の回復につながる活動となっている。		①フードバンクすくすくベビーフェスタ、ミルク・おむつキャラバン 目標 24世帯(81人) / 結果 24世帯81人（子ども52人） ②乳幼児応援プロジェクト 緊急食料支援 目標 80世帯 / 結果 118世帯 内訳 81世帯（5/22）、37世帯（6/19） ③新型コロナウイルス感染症対策緊急食料支援 目標 750世帯（1箱あたり13kg/ 結果 957世帯 ※内訳：56世帯（3/24・25）、149世帯（3/31）、752世帯（4/20～4/28） ④活動基盤強化 目標 企業訪問2社、研修参加1回、寄付者数100人、 結果 企業訪問2社、研修参加1回、寄付者数1111人（2020年4～8月延べ数）				
■事業を通じて得られたノウハウ		■望ましい社会状況を達成するための課題		■活動成果のアピールポイント（自由記入）		
●掲げたミッションを変えることなく、社会状況の変化に応じて臨機応変に対応していくことが大切である。 ①支援する側とされる側に分けるのではなく、利用者とともに活動を継続することが信頼関係の構築につながる。 ●人員不足により、これまで必ず実施していた寄贈食品の賞味期限チェックを省略し、アレルギー対応も難しい旨のお知らせを同封。更に電話掛けや担当者に連絡等によりご本人の理解を得た。支援を利用する方にも率直に状況を伝え、ともに歩む姿勢が大切である。 ●新たにドライブスルー方式での手渡しを試行した。短時間での受け渡しを実現するため、スケジュール管理を徹底した。配送と違い、トイレトペーパーや洗剤などのかさばるものも手渡しで渡せるため、生活状況の聞き取りが可能となる点は良かったが、その一方で、対象者が自動車所有者や開催時間に来れる人に限定される点は課題である。今後は、冷凍食品の取扱い等、ニーズに合った支援に近づけていきたい。		「必要な人に必要な時に支援する」ためには、継続的な地域社会の理解と協力が必要である。コロナ禍以降、食品を無償で集める取組み（2020年夏フードドライブ）結果は、件数が横這いで重量が昨年比60%減であった。また、定期的に食料支援を必要とする世帯は、2020年3月比190%増であった。 このような状況下で支援の機会を新たに5回追加し、今後も2回の追加（留学生、大学生支援）を予定しているが、食品在庫量は約4トン（平常時20トン）と大きく不足している現状である。活動の状況を定期的に地域に発信し、賛同者を増やす活動に如何に注力するかが課題の一つである。 また、今後コロナ禍で生活に困窮する世帯（準要保護世帯、児童扶養手当受給世帯、その他自治体が必要と認めた世帯）に対して広く食料支援を実施する必要がある。支援が必要な世帯を把握し支援につなげるために、これまで連携のあった10自治体に加えて県内全域の自治体と協定を締結できるかが主要な課題である。		この1年間の活動を通じて	目標を上回る延べ1111人の寄付者が現れ、延べ1099世帯への食料・日用品支援が可能となった結果、利用者の自尊心の回復	を達成しました。
					■受益者の具体的な変化（効果測定結果等）	
				食料支援利用後の家庭の変化（利用者からの記述回答） 休校、休園になり、送っていただけたとき毎回涙が出ます。私たちのことを気にしてくれている方がいる。支援してくれる方がいると「1人ではないんだよ」って言ってもらえるように私は思えて、日々嬉しすぎて、ごく感じがなく、フードバンクさんから送られてくる時に、本当に私を「1人じゃない」と思わせてもらってます。 (原文ママ)		