

令和3年度神奈川県ボランティア活動補助金（新規）申請事業審査会質問照会

提案者	特定非営利活動法人神奈川フードバンク・プラス
事業名	コロナ禍で急増した食品提供量に対応できる設備整備事業
<b>質問項目</b>	
<p>(1) 基金 21 補助金への期待について</p> <p>①生活困窮者に対する食支援活動に対しては、社会的な関心が高く、民間（企業、財団、支援機関など）による支援も比較的充実している。このような状況で、あえて基金 21 の補助金応募することについて、基金 21 に対する期待はどのようなものがあるのでしょうか。</p> <p><b>【回答】</b> 基金 21 の申請フォームは、長年の積み重ねで構成内容がしっかりしている。それに従って申請書を書く事で我々の考え方もまとまって行きます。たいへん有益です。また、自己資金 50%を準備する事は、助成終了後の資金確保の仕組み作りの土台となります。</p> <p>(2) 事業規模の拡大と経費について</p> <p>①増大するニーズに対して事業規模を拡大・充実させることは理解できます。ただ、事業規模の拡大に応じて事業費（特に経常費）を増大させてしまうと、将来的な資金不足に陥る懸念があります。今回申請された事業では、これまでに計上していなかった人件費も盛り込まれています。基金 21 補助金事業の終了後、事業規模を維持するための方策はどのように考えているのでしょうか。</p> <p><b>【回答】</b> 運営を長期的に安定させるために、最も必要なのは事務所の家賃・光熱費で年間 120 万円必要。ついで人件費ですが、有償活動と無償のボランティアのバランスで決めて行きます。約年間 100 万円。計 220 万円。この費用を捻出するためのいくつかの方策を行う。幅広く市民に呼びかけて、賛助会員を募る。3 年後の助成終了時点では、年間 200 人×3000 円＝600,000 円。食品受領団体からの任意の会費を集めて目標計 500,000 円。その他の寄附 300,000 円などを想定している。この目標を達成して、認定 NPO 法人格を取得して寄附を募りやすくする事も考えている。</p> <p>②（上記に関連して）申請された事業 3 について、誰に対して、どのような活動を行い、どのような成果を期待するのでしょうか。</p> <p><b>【回答】</b> 市民を対象に、フードドライブなどのイベント実施、Town News 等の地元メディアの活用。広報紙の定期的発行（紙・E-Mail）。Twitter、Facebook などで賛助会員募集の呼びかけを継続的に行う。食品受領団体に対しては、その団体の経営状態に応じての会費を募り協力を求める。この方法は、最大手フードバンク「セントハーベストジャパン」でも取り入れている。小口の寄附を集めていく方法が、結果として組織を強くする。</p> <p>③コロナ禍での需要の急増による事業の拡大ということですが、今後コロナが収束した場合、需要も減っていくことが予想されます。そうなったとしても、現在の想定と同じだけの事業規模を保つことは可能でしょうか。可能と考える場合、その根拠を具体的に示して下さい。</p> <p><b>【回答】</b> コロナ禍が終息しても、食堂、小売業などのサービス産業が縮小し、パート労働者の就労機会が減り困難な状況は続く。また、当法人の本来の主たる活動である困窮高齢者への支援活動はますます広がりを見せていて、事業規模が縮小することはない。</p> <p>(3) 困っている人々へのリーチと配慮について</p> <p>①この支援で重要なのは、困っていても「困っている」と声をあげることでできない人につながることはないかと考えます。本当に支援が必要な、そういった層へ手を届かせるための方策をどのように考え、実行につなげるのでしょうか。</p> <p><b>【回答】</b> 日本では、本当に困っている人達を見つけて支援する事が難しい。表からは見えて来ない。我々は、そのためのノウハウを築いてきている。例えば、母子会メンバーからの友人紹介、などのルート、幼稚園の園長先生を通じてそれらしきお母さんに配布会の案内をしてもらうなどのきめ細かいやり方が必要。高齢者に対しても、県営団地や地区の自治会長、民生委員</p>	

などの協力を基に対象者を選定していくという方法をとっている。手間と時間がかかるが、効果は確実に上がって来る。

- ②食品配布についてですが、現在対象としている高齢者世帯とそれ以外の世帯では、配布に対する異なるハードルがあるのではないかと思います。例えば、子どもがいる世帯の場合、同級生やその家族に何かのきっかけで知られることを恐れ、事業を利用することをためらうことなども考えられます。その点についてはどうお考えでしょうか。また、何か対策はありますか。

**【回答】**

困窮者への食品配布には、個人情報扱いを慎重にするという原則があります。でも、対象者の家庭の状況を細かく知らないとな適切な対応ができない。この兼ね合いが難しい。しかし、本当に食に困っている人は、あえて「恥ずかしい」というようなためらいの感情は乗り越えて来られる。母子会や団地での配布会では同じ境遇の人達が集まるので悲壮感はない。ためらう人は、まだ本当に困っているとは言えないというのが経験からくる実感です。また、コロナ禍対策もあるけれど、母子会での配布は来る方は、10分刻みで予定を連絡して、顔を会わさないように配慮している。

**(4) 連携団体との関係について**

- ①生活困窮者は、現象は「生活困窮」であっても、その理由は多様であると考えられます。貴団体による食支援を契機として困窮状態を克服するための取り組みは、他団体との連携が不可欠と考えます。特に個人に対する直接支援について、他団体とどのような連携を行うのでしょうか。

**【回答】**

フードバンクは食品を提供するのが仕事ですが、それによって対象家庭の困窮状態が解消されるとは思っていません。そんな量は渡せない。他の支援団体と連携して困窮状態を解消するという、そこまでの力はありません。個人の緊急支援の依頼を受けた時に話を聞いて、例えば社協の小口融資制度を紹介するなどの便宜を図るような事は日常的にしています。横須賀市の福祉部関係部課にも案内します。しかし、食品を受領した家庭が短い時間であっても楽しい食事ができる機会を提供できれば良い、そしてその家庭の方が自分は見捨てられていない、社会と繋がっているんだと感じてもらえれば仕事の成果があったと考えています。

**(5) 中間支援機能について**

- ①個人への直接支援と、母子会や子ども食堂など支援団体への中間支援機能とのバランスは、申請された事業ではどのようにとっていくのでしょうか。限られた経営資源をどのように振り分けるのか、考える必要があると思われます。

**【回答】**

母子家庭や県営団地での高齢者への配布、子ども食堂運営者への食材提供など、計画的に行う配布活動が主な事業であり、個人支援はあくまでも緊急支援で件数は少ない。また、近年はフードバンクの数も増えてきているので、緊急の個人支援は地元の方に限定していて、遠方からの依頼は、その方の住居地近くのフードバンクを紹介したり、こちらからそのフードバンクに依頼している。以前はかなり発生した送料は、ほとんど発生しなくなっているのので資金的な影響は少ない。

提案者	特定非営利活動法人リンクトゥミャンマー
事業名	在日ミャンマー人のための定住支援事業と人材育成
<b>質問項目</b>	
(1) 支援のために貢献する人材育成について	
①人材育成は、i)新相談員育成は1名、ii)短期集中育成は6人のようで、人数が少ないこと(費用対効果はどうか、等)、育成プログラムは実質的にOJT方式中心のようですが(モデル化を目指して、特段に育成のための詳細なプログラム・教材作成はしないのか)等どのように知識をつけてもらい、確実に支援に生かしていくか等人材育成事業について、具体的にご説明下さい。	
<b>【回答】</b>	
令和3年度4月から、当事業で初めて、実際に人材育成事業を具体化しようと考えました。これまで体系化していなかったインターン生への教育の機会を秩序化・体系化し、定住支援	

活動の安定化を図るとともに、より多くの方々に多文化共生の知識や現場の様子を広く知ってもらうためです。

現在プログラムは計画中ですが、1) 座学、2) 現場で定住支援体験、3) 定住支援体系の文章化・発表という流れの人材育成事業を行う予定です。この1～3はこれまでインターンの方々をお迎えした際も、実際に行ってきました。

#### <具体的な人材育成事業の内容>

当会は基本的に外国人が助けを求めた際に支援が発生するため、支援内容はケースバイケースで対応に当たりますが、基金21の人材育成プログラムおよび令和3年4月からは、導入時オリエンテーションを実施し、これまでの当会の定住支援の歩みや、どういうところで外国人が支援を求めるかという学びを共有したいと計画しております。オリエンテーションの教材は、これまで横浜国際フォーラムで発表してきた定住支援の状況発表や、グループワーク用の資料、理事長著書「ミャンマーに学ぶ海外ビジネス40のルール」を使用します。

オリエンテーション後、実際に定住支援を既存支援員と行いながら、定住支援の実態を、被支援者のプライバシーが守られる範囲で、新たな人材にブログで報告してもらい、さまざまな外国人の定住の在り方を社会の人々と共有する機会を設けたいと考えております。

このブログ内容が、次回以降の短期集中育成参加者への学びの教科書となればよいと思います。

また、もしタイミングが合えば、様々な多文化共生団体が実施している外部研修参加も検討しています。

こうした人材育成事業を通じて、次年度以降はより形を成した人材育成事業が実施できるものと確信しております。

短期集中育成を6名としたのは、夏季プログラムで3名、冬季プログラムで3名の育成を計画しているからです。2020年夏に当会では初めて大学生インターンの方々3人にインターンに参加してもらいましたが、現在の団体規模では、一時期に3名の教育がきめ細やかにOJTができる人数だと思っております。

#### ②新相談員として想定しているのは、この活動に関心のある一般の人でしょうか。それとも大学生でしょうか。大学生も想定しているとしたら、やや荷が重いのではないかと感じます。

##### 【回答】

新相談員は毎週勤務が発生するため、一般の方を想定しています。しかし、やる気がある方で、確実に勤務時間を定期的に確保できるのであれば、学生も歓迎します。これまでボランティア・インターンを受け入れてきた経験として、年齢や人生経験よりも、社会に役立ちたいという意欲溢れる方が年齢問わず活躍してきたのを見てまいりました。面接をして、適任者を選びたいと思います。もし学生が新相談員として選ばれた場合は、社会制度や支援の面で不足する場面では既存相談員がきちんとフォローして事業を実行します。

#### ③日本の生活習慣などが理解できている人を前提に、入管手続きや不動産契約の知識をつけてもらい、相談支援につなげるということだと思いますが、先述した2点をはじめ、日本語を母語とする人でも複雑に感じる項目も少なくないと思います。必要ならば通訳者を入れるとありますが、それにより思いがけない誤解が生じる心配はありませんか。この点についてはどのようなお考えをお持ちか、具体的に教えて下さい。

##### 【回答】

入管手続きや不動産契約に関しては、既存相談員がメインとなり実施しつつ、新規相談員にはできる範囲を増やしてもらうことを目指します。ご指摘の通り、ビザ申請や財産形成に関しては、プロが担うべき分野です。当会では、現在も定住支援の際に、「プロが担う業務」と「新人が取り組める業務」を分配して担当しています。新相談員には、まずは「新人が取り組める業務」を行いつつ、プロが担う業務を勉強していただきたいと考えます。

通訳者に関してですが、当会通訳者は在日30年のミャンマー人です。20年ほどミャンマー人の自助団体でボランティア活動を行ってきたことがあり、外国人が遭遇する支援が必要な場面でのモデルケースがかなり頭に入っていて、通訳をしているという実態がございます。通訳者が入ることによる誤解が生まれることはないと思われまます。これまで入管、横須賀中央病院、横須賀市の警察署など公共機関から突然の電話通訳依頼があっても、対応することができています。

現在の定住支援においては、もし通訳者がわからないことがある場合は、常に理事長やほか日本人に相談の上、日本の商習慣などを在日ミャンマー人と確認したうえで、定住支援の在り方を考案し、対応しています。基金21の事業を実施する場合みにおいても、同様の対応方法で行っていきます。

- ④事業2 支援人材育成事業に関連して、2019年度に行ったよこはま夢ファンドによる組織基盤強化による事業と今回の提案とがどのように関連しているか教えてください。また、事業2を担う人たちは、事業1の担当者とどのような関係にあるのでしょうか。

【回答】

2019年度よこはま夢ファンド組織基盤強化事業は、主に団体のビジョンをボランティアの方々と共有し、組織が一方向を向いて動いていけることを目指す事業でした。ここで団体ビジョン共有に参加していただいたボランティアの方が、現在当会経理を担っており、重要な団体戦力となりました。

夢ファンド組織基盤強化事業では、ボランティア支援員の育成も行いましたが、ボランティアは不定期的ため、恒常的に発生する定住支援のニーズにこたえるのは、不十分という結果が残りました。よこはま夢ファンドで強化できたのは、まさに総務・経理・ビジョンの共有という組織基盤でした。ここで強化された組織基盤をもとに、定住支援活動も強化を目指す道筋ができました。

今回の基金21への申請は、定住支援活動の安定化および定住支援にかかる人材育成の強化を主眼に置いております。

事業1と事業2の従事者および参加者は、基本的には同じです。

事業1の定住支援事業を既存支援員が取り組みつつ、事業2の教育をつうじて新たな人材を育成し、ともに事業1の定住支援事業に参画していってもらう流れです。

(2) 終了後のモデル化と自立への展開について

- ①本プログラムは、他の外国籍の人々への支援モデルを目指すという目標について大いに歓迎するところです。そのために貴団体として本補助金制度終了(3年後)直前に報告書の作成を計画していることは望ましいことと思います。さらに、在日外国人共通の課題および支援・対応・政策等について、提言・情報発信をしていくためにも、他団体とのコンタクト、ネットワーク構築、話し合い(会議など)をどう進めていくのか、等について概ねの具体的な計画あるいはビジョンを3年間の各年度のスケジュールの中に反映・連動させた形で、3年間のスケジュールの進展・発展について(支援事業の遂行や人材育成の実施等々に伴う、事業計画への連動・進展、プランの拡大等)、さらに具体的に伺わせて下さい。

【回答】

今現在、横浜市金沢区国際交流ラウンジ、かながわすまいサポートセンター、かながわ国際交流財団、サーラーの家、フードバンクかながわ、他複数のフードバンク、医療通訳派遣ミックかながわ、複数の在日外国人コミュニティなどと交流し、必要情報を共有し、お互いに協力する場面では協力しあって団体活動を行っております。

令和2年度の実績では、横浜市金沢区国際交流ラウンジ主催の文化交流祭への参加(新型コロナウイルスの影響で中止となりましたが)、かながわすまいサポートセンターの行政機関人材向け研修への複数役員の参加などがございます。

今後3年間の多団体との交流計画ですが、これまでの多団体の交流を継続しつつ、人材育成事業において、多団体が主催するセミナーに参加し、団体としての知識の習得を図ることが考えられると思います。

多団体のセミナーや勉強会のスケジュールは、新型コロナウイルスの影響で未定ですが、スケジュールが出次第、参加計画を立てたいと考えます。

- ②継続希望調書を見ると、3年間の事業費、会費・寄付金等に変化がありません。これはなぜでしょうか。また、3年間の収支予算が不変であることについて、幹事会からの質問に対し、「爆発的に収入が増える事業ではない」という回答がありました。そのことについては理解しますが、だからといって3年とも同じ金額で良いという理由にはならないと考えます。事業の発展性や自立化のためにも、支援者を1人でも増やす努力は不可欠だと思いますが、その点についてのお考えと、方策を具体的に聞かせ下さい。(事業自立化のさらに明確な道筋、クラウドファンディング以外の資金調達手段等)。

【回答】

現在、当会では会員制度を見直しております。継続会員の増加を図るために既存会員にアンケート調査を行い、新たな会員制度で、より会費を集める仕組みを構築する予定です。

また、遺贈寄付制度を当会に設けて、一人でも多くの方から寄付を募る仕組みを構築したいと考えております。

会員増強や寄付募集は、事務局人員の強化が求められます。よって、会員を増やす活動をする際には、短期アルバイトもしくは短期ボランティアを募り、会費や寄付を増やすプロジェクトに取り組むべきと考えます。

③活動の目標として支援モデル(神奈川モデル)を目指すとしており、また「他とのネットワーク構築」に努めたいと記されて(申請書 p 8)います。この点について、できましたらもう少し詳細または具体的に思うところをお聞かせ下さい。

【回答】

当会には、日本全国からボランティアやインターン、研究目的の調査に来る方々がいます。特に若い学生の方々は、当会で多文化共生の難しさや実践を経験し、神奈川県にある当会で実施されていた外国人支援の在り方、外国人が日本人と同等の扱いを受けるべきであるという人権意識を学んでから、全国で様々な職に就きます。財団職員、児童養護施設職員、JICA 関連団体職員、地方公務員、教員、士業など当会を経由した方々のキャリアはさまざまですが、当会が重んじている「一人ひとりが尊重される多文化共生の実現を目指す」意識が、いつか彼らの中で芽生え、日本社会に広がることを大いに期待しています。

当会の定住支援の安定化と人材育成事業の実施は、神奈川県に多文化共生を学ぶ場所を発展させる意味で、意義があると思います。

多団体とのネットワーク構築については、(2) ①の回答と内容と重複します。

当会では、定住支援で新たな支援内容が発生した際に、多団体や行政、士業家などにご支援を求めることがございます。それをより深化させていきたいと思っております。

④定住支援事業で支援した在日ミャンマー人の方に対しては、どのタイミングで手を離すことになるのでしょうか。例えば、住まいと職、生活が安定したタイミングなのか、それとも長期的に薄く長く伴走するイメージでしょうか。

【回答】

その方々の状況によりケースバイケースで支援を行ったりやめたりします。元気で若く、自分で仕事を探すことができるようになり、金銭的に自立できる方は早期に支援が終わります。そのかわり、不動産の契約ができないため、不動産契約のみ当会を通じて行っているという場合もございます。早期に自立できる方は、自分ができないことのみを当会にお願いしてきます。当会では、基本的に過度な支援や介入はせず、本人が真に困っていることのみを対応するようにしています。

一方で、現在50代くらいで、何らかの障害を抱え、日本語がままならない方や、シングルマザーの方、様々な事情で転職が難しいけれども仕事などが、自立するのに時間がかかる方々へは、結果として長く継続支援することになります。

⑤この事業で支援した在日ミャンマー人の方に、将来的に支援する側として協力してもらうことなどは考えていますか。

【回答】

在日ミャンマー人には、すでに複数人が当会の役員を担っており、通訳者も在日ミャンマー人であるので、そのほかのミャンマー人が将来的に支援者となることはありうると思えます。支援者として活躍したいミャンマー人を積極的に歓迎します。

提案者	一般社団法人びじっと・離婚と子ども問題支援センター
事業名	離婚に伴う子どものための紛争解決モデル構築事業
質問項目	
<p>平成 19 年から団体を立ち上げ実績を積んできたことに敬意を表します。提案事業は、面会支援事業に加えて調停機能である ADR 事業を合わせたワンストップサービスによる新しいシステム構築を目的としています。</p> <p>①この事業で構築を目指す ADR による新しい「紛争解決モデル」作りの具体的な内容を教えて下さい。(申請書には具体的説明がとくになかったため)。</p> <p>【回答】</p> <p>「ADR による新しい紛争解決モデル作りの具体的な内容」というご質問ですが、「今回構築を目指す紛争解決モデルの具体的な業務内容」と、「紛争解決モデル構築に至るプロセスの具体的な内容」の2通りの質問可能性が考えられましたので以下のとおり2通り回答をいたします。</p> <p>なお、「ADR による新しい紛争解決モデル」自体の具体的な説明は②を参照願います。</p> <p>(1) 今回構築を目指す紛争解決モデルの具体的な業務内容</p> <p>Step1</p>	

びじっと面会交流支援利用者からの面会条件相談、またはホームページからの問い合わせを端緒に、利用者と「ADR くりあ」がつながります。

Step2

紛争解決の受任前に、利用者の必要に応じて「ADR くりあ」利用に関する相談に対応します。

Step3

申立て者（例えば子の父）から面会交流に関する調停依頼を受任し、相手方（例えば子の母）に調停実施を通知します。

Step4

父母と調停員（「ADR くりあ」スタッフと弁護士の2名一組）で面会交流条件等の合意に向け調停をおこないます。びじっと面会交流支援のノウハウと支援現場でつちかった利用者との信頼関係のもと、できる限り短い間隔で調停期日を持ち、早期の合意を目指します。

Step5

面会交流条件等を合意した場合、「ADR くりあ」は合意書を作成します。合意書内容にもとづき、びじっとにて面会交流支援を開始します。

(2) 紛争解決モデル構築に至るプロセスの具体的内容

この事業モデルを構築するためにびじっとでは以下の段階を計画しています。

Step1 ……②の本事業実施後(1)参照

面会交流 ADR の実績を積み重ね、ADR 機能の品質確保、プロセス改善、紛争早期解決ノウハウの蓄積をおこないます。オンラインによる調停ノウハウも蓄積します。

Step2

Step1 で蓄積したノウハウにもとづき、標準手順書、標準規定、研修プログラムを整備します。

Step3 ……②の本事業実施後(2)参照

本事業の利点、ならびに実施手法をまとめた資料を作成し、全国の他団体へ広報普及いたします。

②申請団体がこれまで行ってきた事業としての面会交流支援事業との違いはどのようなものなのでしょうか。このモデルにより、「より低廉な費用で早期に解決できる」や、「他の面会交流団体ならびに子育て支援団体等によるそれぞれの特徴を生かしたワンストップサービス」という記述があります。この事業でいう紛争解決モデルはどのようなものであり、他団体はどのようにかわるのでしょうか。

【回答】

＜面会支援の必要条件＞

びじっとはこれまで、両親だけでは子の面会交流が困難な親子のために、面会交流支援を実施してきました。面会交流支援実施のためには、面会交流条件の父母間合意が必須です。

例1 頻度：月1回 長さ：1回2時間 支援タイプ：付添い型

面会がスムーズに進むにつれ、または子供の成長につれ、条件は適宜見直されます。

例2 頻度：月3回 長さ：3時間×2回+宿泊1回 支援タイプ：受渡し型

父母間の葛藤が高く、個人間で合意形成が難しい場合は調停により合意を形成します。

＜これまでの状況＞

びじっとはこれまで調停機能を持たなかったため、個人間で面会交流条件が合意形成できない父母には「外部機関で条件合意をしてくださいます」と支援の手を離さざるをえませんでした。そのため父母は別途個人で弁護士を雇って交渉を依頼したり、家庭裁判所に調停を申立てる必要がありました。家庭裁判所の調停では父母が複数回にわたって話し合いを続け（調停期日）合意を形成します。

・家庭裁判所の調停は期日間隔が1か月～1.5か月ごととなっているため、合意形成までに3か月～1年と、長期間かかることが一般的です。

・これまでの面会状況を確認するためにあらためて家裁調査官による聞き取り調査等が必要となると、さらに時間がかかります。

・裁判所では弁護士をつけて条件を争うことも多く、多額の弁護士費用がかかります。また、依頼人の最大利益をもとめて、調停の場が厳しい条件闘争の場となるケースもあります。時として相手を非難し合う場面もあり、父母間の信頼関係悪化につながることもありました。

・面会交流の実践者ではない法律家が調停をおこなうため、面会交流現場で必要な情報が決められない場合があり、面会交流支援現場で再度条件調整が必要となる場合もありました。

＜本事業実施後(1)＞

本事業実施後は、「面会交流支援びじっと+ADR くりあ」の複合支援により、家庭裁判所を介することなく合意を形成し、スムーズに面会交流ステップアップができるようになります。

・ADR では期日間隔を自由に決められるため、家庭裁判所利用に比べて早期の合意形成が可能とな

ります。「ADR くりあ」は短間隔で調停期日を設定し、3 か月以内の解決をめざします。

- ・「ADR くりあ」は面会交流支援団体と連携した ADR 組織であるため、これまでの面会交流実態にもとづいた調停が即座に可能となります。
- ・条件闘争、勝ち負けというスタンスではなく、これまでの支援でつちかかってきた父母双方との信頼関係を活用して子どものためにより良い合意形成をはかります。弁護士を要することなく解決に至るケースがより多く発生します。
- ・子どもの成長のために父母が育児を担うという視点に立脚し、子どもおよび父母に寄り添って面会交流条件のステップアップや支援からの自立プロセス設計を目指します。

#### <本事業実施後(2)>

「面会交流支援びじっと+ADR くりあ」の複合支援を実践することで蓄積されたノウハウを整理し、びじっともその一員である一般社団法人面会交流支援全国協会を通じて、全国に 70 団体ほどある面会交流支援団体に「面会交流支援+ADR」事業形態の利点と構築運営方法の発信を計画しています。これにより、全国各地の面会交流支援団体が本事業にならい、効率的かつ利用者・子どもたちの利益となる事業運営をおこなえるようになります。

#### ③2020 年 8 月から開始されている「ADR クリア」の運営状況を確認させて下さい。新事業の中での位置付けも併せて確認させて下さい。

##### 【回答】

「ADR くりあ」は 2020 年 8 月に認証を受けましたが、新型コロナウイルス感染防止の必要性から対面調停開始を見合わせてきたため、現時点では受理件数 2 件、調停成立件数 0 件にとどまっています。

2020 年 3 月頃から新型コロナウイルスの影響で対面の調停が困難になることを予想し、一般の ADR 認証申請と並行してオンライン調停に向けた規定整備と法務省への変更認証申請に着手しました。オンライン調停のためには法務省の変更認証が必要なのですが、本件は政府の民事司法制度改革オンライン化推進と歩調を合わせる形で審査に時間がかかり、2021 年 2 月 1 日付でやっとオンライン調停の認証が決定しました。

現在はオンライン調停の実施に向けて広報活動と研修に力を注いでいます。

なお、法務省からは「現状、びじっと様の規程がオンライン調停に関しては一番精緻に作成したものととなりますので、これを参考に他の事業者についても審査等を実施して予定となります。」との言葉があり、現時点ではびじっとの規定類が高い価値を持ち、オンライン ADR を目指す団体に対して規定類作成のコンサルティングができる立場にあります。

従いまして実質的には、「ADR くりあ」は新事業の中で事業展開していく流れとなります。新事業は「面会交流支援びじっと+ADR くりあ」の複合支援を実践し、手法を確立して「面会交流支援団体+ADR」として全国に普及させてまいります。

#### ④費用の面で、この事業の活用を躊躇してしまうような人たちへの支援は、考えられているでしょうか。

##### 【回答】

ADR 利用の経済的ハードルを下げる目的で、本年 2 月 1 日からびじっとの面会交流支援利用者について申立事務手数料と相手方事務手数料の半額免除を開始しました。父母双方がびじっとの利用者である場合、調停の応諾率（申立てに対して相手方が応じてくれる割合）および合意成立率が高くなるため、経営的に成り立つと想定しています。

一般の方にも費用助成を広げたいところですが、財源確保が難しいのが現状です。財源が確保できれば、一般の方にも費用助成を広げていきたいです。東京都港区のように、行政からの ADR 利用助成があれば、利用者の助けになると考えています。

#### ⑤本事業の実施体制について貴団体内の人材だけでなく、県の所轄課や外部団体、専門家を含めたプロジェクトとしての構想の有無についてお聞かせ下さい。（構想をお持ちの場合、メンバーの人選や関わりの頻度、役割等についてお聞かせ下さい）

##### 【回答】

現時点では、以下の構想をもっております。

外部専門家との連携

- ・ADR 調停は提携弁護士と ADR くりあスタッフが協力してあたります。

県をはじめとする行政との連携

- ・本事業を必要とする人への情報提供として、以下の連携を模索中です。
  - ≫離婚家庭親支援個別相談の実施
  - ≫離婚前後親支援講座の開催
  - ≫戸籍・住民担当部署からの住民向け情報提供支援

≫経済的に苦しい利用者へ、利用料金の補助

≫面会交流支援の受託

他の面会交流支援団体との連携

・既に定期的に情報交換を行っている他の面会交流支援団体へ、本事業の成果物を共有します。

全国の自治体の親支援事業を参考にして、基金事業課と相談を重ねながら進めていく予定です。

全国の自治体の親支援事業

・東京都ひとり親家庭支援センターはあと面会交流支援事業

・東京都港区：離婚前後の親支援推進助成金（ADR・養育費保証利用助成）

・東京都世田谷区、品川区 家庭相談

・千葉県面会交流支援事業

・明石市：離婚等のこども養育支援・親子交流サポート事業、面会交流コーディネーター事業

・福岡県北九州市面会交流支援事業

⑥本事業の予算書を見ると、ワンストップ支援による収入は1件当たり95,000円程度となっています。一方、本事業終了後の姿としてセミナーの開催やアドバイザー料等を収入源として継続する旨の記載がありますが、ワンストップサービスによる支援事業の維持のための専属スタッフ等の経費を考えると、ワンストップ支援事業の年間の支援件数やスタッフ数、確立された支援事業の維持、拡大のための事業計画や収支をどのように考えているのかお知らせ下さい。

【回答】

ワンストップ支援事業としてのADR年間利用数は、びじっと面会交流支援チームの5%および一般の方の申立て年間10件を想定しています。

びじっと面会交流支援チームは現時点130チームであり、年に7%ずつ利用チームが増加すると仮定して本事業終了後の令和6年度160チームで試算すると、調停実施は8件+10件=18件の想定です。また、一般のADR利用者は面会条件合意後びじっとの面会交流支援を利用することが想定されますので、面会交流支援チームの増加につながる事が期待できます。

スタッフ数は、本事業終了後は1名に減らします。

調停員は育成をして増員していきますが固定費はかかりません。

ワンストップ支援だけでも以下のとおり維持できます。

<収入>ADR利用18件による収入は1,630,000円。

<支出>固定費（事務局1名+地代家賃）+調停員報酬=合計1,484,070円。

さらに、広報普及によるセミナー開催やアドバイザー事業の展開があります。こちらが拡大のための事業計画です。

②の本支援事業実施後(2)にあるとおり、全国に70団体ほどある面会交流支援団体にむけて「面会交流支援+ADR」事業形態の利点と構築運営方法の発信を行います。

年間100万円以上の事業収入と相応の利益がでるようセミナーやアドバイザー料、規定類提供等の具体的な方法と金額を検討中です。

⑦調停員人材の現状での確保状況と、研修による育成計画を具体的に確認したいです。

【回答】

法的な視点を持つ第一調停員と面会交流実務者の第二調停員の組み合わせの2名体制で調停を実施いたします。

第一調停人は、弁護士で現在2名が登録されています。第二調停人は、びじっとの面会交流支援を3年以上おこなっている者として2名が登録されています。第二調停人は本事業3年目までに登録者を4名まで増員する計画です。

調停人には以下の研修を行います。

・理論研修 対話調停の理論を学習する研修

・実技研修 対話調停を実践するためのロールプレイその他調停技法の習得に必要な研修

・法令研修 調停者として求められる倫理、必要な法令、ADRくりあの調停手続に関する各種の規則、規程等を習得する研修

・心理学研修 家族心理学の理論および実践の研修

直近の外部研修受講実績・予定は以下の通りです。

JAA（日本仲裁人協会）調停人養成講座 <https://arbitrators.jp/190>

調停人養成講座基礎編 2021年1月16日、1月23日

リフレクティングの思想と方法 2021年3月14日



⑧補助金終了後の事業自立化の道筋を確認させて下さい。その際、離婚後の養育費や面会交流等に関する取り決めおよび養育費の確保を支援するための養育費保証契約促進事業等の活用検討については、どのように考えていますでしょうか。

**【回答】**

昨今の人口動態統計からみた子どものいる離婚件数の増加、子どもの人権及び面会交流への意識の高まり、裁判所判断の面会交流実施への流れ、共同養育まで視野に入れた法務省の近年の動きを見ると、面会交流支援ニーズの高まりは間違いがないこととみています。

本事業が立ち上がれば、⑥で回答したとおり経済的な事業自立化の道筋は立っております。さらに重要なことは支援を必要としている人々に確実に支援を届けることです。具体的には支援情報を適時に提供することと、現状の利用料金では経済的に支援利用が困難な層に支援を届ける工夫をすることが、事業基盤の強化につながります。

さらに「面会交流支援団体+ADR」の事業形態を全国に普及させることで、神奈川だけでなく全国規模でセミナーやアドバイザー料の収入を得、事業の経済的基盤を固めます。

なお、利用者のニーズの所在を考えると、養育費相談事業の組み込みは必要だと考えております。⑤でご質問いただいた外部専門家や行政との連携プロジェクト構想の一環として、養育費保証契約促進事業等の活用を積極的に検討してまいりたいと考えております。

提案者	特定非営利活動法人報徳食品支援センター
事業名	コロナ禍で支援を要する「ひとり親家庭」への安定した食品支援のための食品寄贈企業開拓の仕組み作り
<b>質問項目</b>	
<p>(1) 現在の事業の状況について</p> <p>①現在の食料支援の仕組み全体（集荷体制⇒保管場所・方法⇒仕分け・配布体制等）をお教え下さい。</p> <p><b>【回答】</b></p> <p>●集荷体制（定期的なもの）</p> <p>(1) センターから車で10分のCOOP鴨宮センターに軽バンで月2回受け取りに行く                  (2) センターから車で30分のCOOP平塚センターに軽バンで月1回受け取りに行く                  (3) 調味料メーカーから年4回程度、4トントラックで販売期限を迎えたギフト商品が届く                  (4) スナック菓子メーカーから年6回程度、小型トラックで見本商品などが届く                  (5) キャラクター商品メーカーから年4～5回程度、4トントラックで販売期限を迎えた商品が届く                  (6) 業務用冷凍食品メーカーから年4～5回程度、4トントラックで冷凍食品が届く</p> <p>●保管方法                  常温品は建屋内に積み上げ。冷凍食品は、建屋内のパネル式冷凍庫、冷凍ストッカーに保管。入りきれない冷凍食品は、当センターから車で5分程度の共同冷蔵に一時保管。</p> <p>●仕分け・配布体制                  食品配布会の前日に、ボランティア4～6名程度で、食品受取人数分の段ボール箱に仕分け。配布会当日も、同じくボランティア4～6名程度で、食品受け取り者に渡す。</p> <p>以上を、統括責任者（副理事長：本岡）、監督者（理事：千葉）の2名で運営。</p> <p>②年間事業収支をお教え頂きたいのですが、令和2年度の決算は、申請書に記載頂いた令和2年度収支予算どおりとなる見込みでしょうか。大きく異なるようであれば、現時点での見込みをお教え下さい。</p> <p><b>【回答】</b>                  活動予算と実績を比較して大きく異なる部分を列記します。</p> <p>1：受取助成金                  予算0→実績約550万円（不確定要素だったためゼロで立案していた）</p> <p>2：事業収益</p>	

予算15万円→実績0（事業準備中のため）

3：その他経費

予算約37万円→実績約430万円（助成金での事業展開による備品購入等）

4：次期繰越金

予算約5万5000円→実績約160万円（助成金受取額と事業経費の差額）

(2) 他団体との関係について

- ①「報徳食品支援センター」の副理事長さんは、「神奈川フードバンク・プラス」の理事長さんと同じ方ようですが、これら2団体の間に事業面での関係性はあるのでしょうか。あれば関係をお教え下さい。

【回答】

食品配布会（事業）を合同開催のように関連付けて実施していません。食品を融通することはありますが、当センターでは近隣のフードバンクなどとも食品の融通をし合っているのので、その融通先のひとつといった位置づけです。

(3) 令和3年度事業について

- ①食品業界では既に食品ロス削減の情報や意識が浸透していると考えますが、なぜ貴団体独自で啓蒙活動のために冊子の作成が必要だと考えている理由について教えてください。また、貴団体が食品ロスについてどのように分析し課題は何だと考えていますか。

【回答】

「食品ロス削減の情報や意識が浸透していると考え」書かれる根拠は何でしょうか？少なくとも私どもでは、そうは考えていません。

農水省や環境省などの統計によれば、日本の食品ロスは年間600万トンとも言われていますが、その半分300万トンは家庭から出る廃棄食品や、畜産のエサにするような残飯で、残りの半分300万トンが販売できる商品の状態と言われています。

また、日本のフードバンクは200か所程度で、1か所あたりの食品配布能力は平均すると年20～30トン程度と推測されます。（当センターで年40トン程度）仮に年25トンとすると、日本のフードバンクの食品配布能力は、年5000トン程度となります。

フードバンクで扱える状態の食品ロス300万トンに対する扱い実量5000トンということは、0.2%程度がフードバンクに提供されている量と見ることができます。つまり、99.8%の食品は相変わらず廃棄されていると考えられますので、食品ロス削減の情報や意識があったとしても、食品ロス削減の行動は伴っていないと考えています。

当センターでは、食品ロスの99.8%が廃棄されている現状を見るにつけ、食品ロス削減の活動が結実しているとは考えていません。東京の本社でのデスクワークがメインで食品生産工場や食品流通の現場で出ている食品ロスの現状を毎日見ていない食品メーカートップや広報（CSR担当、SDGs担当）が大半なのです。現場の状況を見ていない食品メーカートップやスタッフへの啓蒙・啓発活動を行い、「フードバンクへの食品寄付」を実行してもらう必要性を感じています。

当センターは、理事長が名誉会長をつとめるスーパーマーケットに隣接していますが、年間40トンを無料配布しても、そのスーパーマーケットの売上が落ちたという話は聞きません。また、無料配布をしている食品メーカーのブランドを毀損したというクレームもありません。

しかしながら、フードバンクに食品寄贈をしていない多くの食品メーカーは、賞味期限切れが近い食品を無料配布するとブランド価値に傷がつくと考え、踏み切れないでいます。

そこで、現状でフードバンクへ食品寄贈をしている食品メーカーのインタビュー記事や消費者の声をまとめて届けることで、フードバンクへの食品提供がCSR・SDGsを実践することになり、税制上も廃棄するよりも節税になる、ということに気づいてほしいと考えています。

また、課題としては、食品ロスの処理費用が企業の決算書（バランスシート）に織り込まれていて、そこにメスを入れることに躊躇している企業風土があると考えています。

- ②啓蒙活動として毎月10社（年間120社）へ広報誌など送付し、食品寄贈先企業を開拓すると記載がありますが、具体的なアプローチ候補先企業及び食品供給獲得目標について教えてください。

【回答】

<アプローチ候補先企業（120社）>

J A、アサヒ飲料、味の素、アートコーヒー、伊藤製パン、伊藤ハム、米久、いなば食品、井村屋グループ、C G C、伊藤忠商事、味の素冷凍食品、江崎グリコ、エースコック、エスビー食品、越後製菓、エバラ食品工業、大塚食品、おやつカンパニー、カゴメ、亀屋万年堂、キッコーマン、紀文食品、木村屋總本店、ギャバン、キューサイ、崎陽軒、協同乳業、キリンホールディングス、キリンビバレッジ、ケンコーマヨネーズ、ケンミン食品、湖池屋、神戸屋、ポッカサッポロフード・ビバレッジ、サントリーホールディングス、日本サブウェイ、ジャパンビバレッジ、サンマルクカフェ、サンヨー食品、J-オイルミルズ、敷島製パン、シマダヤ、シヤトレゼ、どさん子、相模ハム、大山ハム、正田醤油、昭和産業、第一屋製パン、ゼンショー、ダイドードリンコ、アンデルセン、宝酒造、滝沢ハム、タケヤみそ、ダノンジャパン、東ハト、東洋水産、トオカツフーズ、ドンク、永谷園、中村屋、なとり、ニチレイ、日清オイログループ、日清食品、明星食品、カバヤ食品、オハヨー乳業、日本水産、日本製粉、テーブルマーク、サンジェルマン、日本ハム、日本デルモンテ、ネスレ日本、ハウス食品、はごろもフーズ、ハナマルキ、サーティワン アイスクリーム、ピエトロ、風月堂、フジッコ、あけぼのパン、プリマハム、ブルドックソース、ブルボン、文明堂、ポンパドウル、マエダ、丸大食品、マルハニチロ、丸美屋、マロニー、ミツカン、メルシャン、もち吉、桃屋、モランボン、森永製菓、森永乳業、モロゾフ、ヤクルト、やずや、山崎製パン、ヴィ・ド・フランス、不二家、山本海苔店、やまや、雪国まいたけ、雪印メグミルク、UCC 上島珈琲、UHA 味覚糖、ユーハイム、ヨックモック、理研ビタミン、リスカ、ロッテ、ロッテリア、わかさ生活

<食品供給獲得目標>

1社あたり月500kg（年6トン）ずつ

この啓発活動で、新規の食品寄贈が決まり始めたら、おそらく1社あたり年6トンを大きく上回る量を扱うことになると考えています。その前提で言えば、この広報誌によるプレゼンテーション企画は私どもだけでなく、同様の規模感のフードバンクにとっても有効なはずで、食品メーカー開拓ノウハウを共有したり、当方で獲得した食品を積極的に他のフードバンクへ配分（メーカー倉庫から直送を含む）して、在庫の大量放出に対応したいと考えています。

③こういった支援事業は、「本当に困っているが、『困っている』と声をあげることができない人」にどうつながるかが最大のポイントだと考えます。そういった人たちをどう見つけ、つながっていくか、またどうやって情報を届けるかについての考えをお聞かせください。

【回答】

コロナ禍で生活困窮に直面している人の多くは、スーパーのレジ、ファミレスのフロア、工場のラインなど、「単純労働」に従事していた人です。失職や時短によって、家賃、携帯代、光熱費を支払うと手持ちがなくなる低所得の一人親が多く、そうした人を探すには、幼稚園の園長、小学校・中学校の校長、高校の学年主任などに協力依頼をして、探し出します。当センター理事の千葉は、長年PTA会長などの経験があり、個人情報扱いに注意しながら、生活困窮者を探し出すノウハウを持っています。

冊子をコンビニやスーパーマーケット、ドラッグストア、金融機関のATMまわりなどに配置しますが、そうした人の多くは、日常生活で情報を選び取る余裕がない生活状況にあるため、子どもの学校の生活相談や進路相談のタイミングや、社会福祉協議会での融資相談のタイミングなどで、相談先からの情報提供も強化します。

(4) 令和3年度収支予算について

①令和3年度の収支予算書における支出において、外注費の占める割合が高くなっていますが、情報編集外注先、インターネット情報配信外注先として想定している事業者があれば、お教え下さい。また将来的に外注費を軽減し、貴団体で行えるようにするため、団体内にノウハウを蓄積していく計画などはありますでしょうか。

【回答】

外注先として、在宅フリーランスを活用してコストダウンを考えています。具体的な事業者としては、ランサーズ、クラウドワークスといったクラウドソーシング会社を利用します。当センター内で編集をするために編集スキルを持った人材を確保できるようになれば、いずれ内製したいです。

②ネット配信や冊子送付に年間約160万円の経費をかけ、新規に獲得する食品寄贈先が4社というのは、やや費用対効果が低く感じられますが、冊子1万部を年4回送付する方式を、主食や主菜の寄贈に応じてくれそうな先により絞り込んで直接的に働きかける方式に見直すなど、費用対効果を高めることは考えられないでしょうか。また、「寄贈企業開拓」という同

様の問題を抱える県内の他のフードバンクとの連携協力なども考えられるのではないのでしょうか。

**【回答】**

ご指摘のとおり、開拓先企業の見直しと、県内の他フードバンクとの連携協力は、投資費用対効果の改善率が高いと考えます。県内6～7社のフードバンクと連携協力するなどし、新規獲得食品寄贈社を10社程度に増やしていきたいと思っております。

この企画は私共だけのために展開するものではなく、食品提供の獲得ができた場合には、県内のフードバンク全体に行き渡るように配送を依頼したいと考えています。

※県内のフードバンクは、①フードバンクひらつか、②フードバンクかわさき、③ワンエイド、④Heart34（フードバンクあつぎ）、⑤もったいないジャパン、⑥神奈川フードバンクプラス など（+フードパントリー数か所）があります。

**③事業1の具体的な費用・発注先などの詳細な内訳について教えてください。**

**【回答】**

●制作物＝A5判4色32ページ（表紙回り含む）

1号あたり15万円の情報編集外注費×年4回＝600,000円

<1号あたり製作費15万円の内訳>

企画取材費用2000円×32ページ

原稿執筆費用1000円×32ページ

デザイン費用1700円×32ページ

※各制作の依頼先は、クラウドソーシング（ランサーズ、クラウドワークス）を使ってフリーランスに依頼。

●外注費（ネット配信）

SNS、メールマガジンなどインターネット情報配信外注費

（SNS発信@500円、メールマガジン発信@500円）×20日×12か月＝240,000円

※各作業の依頼先は、クラウドソーシング（ランサーズ、クラウドワークス）を使ってフリーランスに依頼。

●印刷費（東京カラー印刷）

A5判4色32ページ（表紙含む）

冊子1部15円×1万部×年4回＝60万円

●通信費（送料）

主要食品メーカー（SDGs担当に送付）300社×120円×年4回＝144,000円

**(5) 開拓先企業の選定について**

①すでに回答をいただいている中では、対象とする企業を「食品販売を全国展開していること」としてあります。が、現在でもそうであるように、全国展開している企業は、より規模の大きいフードバンクを対象として支援し、そこからさらに地域に密着して活動している団体に支援を行きとどかせる、といった重層的なネットワークを構築しているように思われます。その意味で、地域密着型の活動を行っている団体として、より地域に根差した食品流通のネットワークを作るような意識で、地元の企業に対してアプローチする構想はないでしょうか。

**【回答】**

「全国展開している企業は、より規模の大きいフードバンクを対象として支援」と書かれていますが、その根拠は何でしょうか？ 規模の大きいフードバンクというと、関東では「セカンドハーベストジャパン」「フードバンクかながわ」などがあると思っておりますが、その在庫から、ナショナルブランドの食品が安定供給されたことはありません。ナショナルブランド企業の社内にある「災害備蓄品（缶パンなど）」が期限切れ間近で寄贈されることはありますが、食品ロス削減を目的として大手食品メーカーの自社商品が寄贈されているのは、少なくともこの1年で1度も見たことがないのです。

また、地元の企業へのアプローチも計画しており、実際に食品提供を下さるようになった有難い企業もあります。地元企業の食品もコロナ禍の生活困窮に直面していなければ悪くないと思うものの、長引くコロナ禍と今後10年以上続くと思われる（2021年4月以降の

ファミレスや居酒屋チェーン700店以上の閉店などに端を発する)リーマンショック以上の不景気を想像すると、生活困窮家庭の食卓に山盛りになった小田原名産の「かまぼこ」を提供して、当面はこれで我慢してほしいとはいにくいのも事実です。と言うのも、生活困窮家庭は複数の子持ちの母子家庭が多く、しかも食費に回せるお金が月5000円もない、というのが現状です。つまり、小田原「かまぼこ」を毎日お腹いっぱい食べるよりも、「ご飯」「野菜」「おかず」「牛乳」といったバランスの良い食事を必要としている家庭が多いのが実情なのです。

こうした現実をフードバンク活動の現場で目の当たりにしているので、相当量の食品ロスを出している全国販売食品メーカーへのアプローチを考えています。参考までに、下に当センターへ食品寄贈をして下さっている食品メーカー等のベスト20を列記します。(約半年間の流通量順)

1: フードバンクかながわ	7,167(単位 kg)
2: 味の素AGF株式会社	6,026
3: 株式会社サンリオ	4,015
4: ハウス食品株式会社	1,261
5: カゴメ株式会社	1,200
6: キューピー株式会社	718
7: 株式会社シジシージャパン	552
8: 新世紀商事株式会社	520
9: 株式会社伊藤園	384
10: 五十嵐冷蔵株式会社	374
11: ポーションズジャパン	360
12: 味の素冷凍食品株式会社	263
13: 加藤靖司(玉葱農家)	250
14: キリン	246
15: スターバックスコーヒー	234
16: カルビー株式会社	203
17: マルコメ味噌	180
18: 東京めいらく株式会社	120
19: 日本非常食推進機構	111
20: 株式会社タキモト	90

※上記内のナショナルブランド食品メーカーの大半は、当センターで個別契約をしている企業で、大規模フードバンク経由の寄贈ではありません。

#### (6) 補助金終了後の展開について

①補助金終了後の安定的事業継続には、活動資金を確保する具体的な道筋が描かれていることが必要ですが、補助期間3年間の間、年間40万円を見込んでいた広告収入について、これまでの実績と、令和3年度に40万円をいかなる先から獲得するのかの具体的な計画をお教え下さい。

##### 【回答】

2020年の法人会員の獲得実績は11社です。

2021年には、その11社に加えて29社を開拓し、合計40社法人会員を獲得し、40社から合計40万円の広告出稿を狙います。29社を開拓は、具体的には小田原市内10社、箱根町内10社、南足柄・開成・真鶴・湯河原・山北・中井・松田・大井の8自治体内で9社の計画です。すでに開拓のための営業活動は飲食店を中心に松田町と開成町で進めています(まずは関係性を持つ段階)。今後は、毎週5社のアポイントメント獲得を継続して行います。

下記が、32ページの構成例です。

- 01: 表紙1
- 02: 表紙2 (広告)
- 03: 目次
- 04: メイン特集「もったいない! フードロス削減の工夫を聞く」
- 05: メイン特集・食品メーカー紹介1 (広告2社掲載)
- 06: メイン特集・食品メーカー紹介2 (広告2社掲載)
- 07: メイン特集・食品メーカー紹介3 (広告2社掲載)
- 08: メイン特集・食品メーカー紹介4 (広告2社掲載)
- 09: メイン特集・食品メーカー紹介5 (広告2社掲載)

- 10：メイン特集・食品メーカー紹介6（広告2社掲載）
- 11：サブ特集「コロナ禍で活用！補助金、助成金、支援金」
- 12：サブ特集・補助金情報1（社労士事務所広告掲載）
- 13：サブ特集・補助金情報2（社労士事務所広告掲載）
- 14：サブ特集・助成金情報1（社労士事務所広告掲載）
- 15：サブ特集・助成金情報2（社労士事務所広告掲載）
- 16：サブ特集・支援金情報1（社労士事務所広告掲載）
- 17：サブ特集・支援金情報2（社労士事務所広告掲載）
- 18：健康特集・テレワークと健康1（フィットネスジム広告掲載）
- 19：健康特集・テレワークと健康2（フィットネスジム広告掲載）
- 20：食育特集・地域の人気飲食店おすすめ食材1（広告2社掲載）
- 21：食育特集・地域の人気飲食店おすすめ食材2（広告2社掲載）
- 22：食育特集・地域の人気飲食店おすすめ食材3（広告2社掲載）
- 23：食育特集・地域の人気飲食店おすすめ食材4（広告2社掲載）
- 24：ヘルシーコラム・インスタント食品の偏食を防ぐには？（広告2社掲載）
- 25：暮らし・1食150円ファミリーレシピ1（広告2社掲載）
- 26：暮らし・1食150円ファミリーレシピ2（広告2社掲載）
- 27：マネー・生命保険を見直して家計改善1（FP事務所広告掲載）
- 28：マネー・カーライフを見直して家計改善（企業広告掲載）
- 29：しごと・この会社の仕事ってどんな仕事？（求人広告掲載）
- 30：奥付・読者プレゼント（広告2社掲載）
- 31：表紙3（広告）
- 32：表紙4（広告）

②補助金終了後の活動原資 200 万円確保に向けた会員数の増加、寄付金の増加、食品メーカーからの支援の具体的な数値計画をお教え下さい。

【回答】

活動原資200万円は、個人会員300人（90万円）、法人会員100社（100万円）、寄付金50万円／年、事業収益200万円（2021年4月開始予定の高齢者の買物代行事業）などから予算化する計画です。

③自立して持続的な活動を行うための運営資金の獲得方法と計画（現状の活動及び今後の具体的な道筋（金額、日程、見込み等含む）について教えて下さい。

【回答】

現状の活動での運営資金の獲得方法は、①個人会員の会費（3000円）、②法人会員の会費（1万円）、③寄付金（年30万円ほど）が主たる物となっています。

今後の具体的な筋道としては、上記の会費・寄付金収入以外に、新たに展開する「高齢者の買物代行事業」からの会費収入が見込まれます。2021年4月以降に開始予定の事業で、依頼者からの会費収入が毎月1人あたり500円見込まれます。2022年3月の時点で、1000人の会員獲得を目指しており、月会費収入50万円の獲得を目指しています。2023年3月には会員数2000人、月会費収入100万円の獲得を目指しています。