

解決めざす「こどもふるさと便」

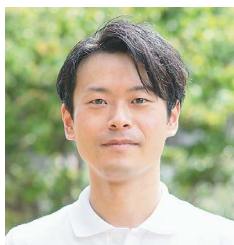
食の機会格差

フードロス

廃棄野菜、寄付金で買い取り

卸売市場からの配達担う

きっかけは22年、需給調整や規格外による野菜の廃棄に悩むJA三浦市（神奈川県）との出会いだった。ダイコンだけで年間約2千トが廃棄される一方で、フードバンクなどへの寄付実績は年間



木戸さん

東京都世田谷区

ネッスー

そこで、木戸さんが考案したのが、これまで規格外であることを理由に廃棄されていた野菜をJAが正規品と混載して中



三浦市産のダイコンを寄付先へ届ける同社スタッフ

央卸売市場へ出荷し、市場から寄付先への配達を同社などが担う仕組みだ。市場では値段のつかない寄付品は扱えないため（卸売市場法）、正規品と同程度の値段をつけて同社が買い取る。その財源や物流経費などに、企業版ふるさと納税で自治体が募った寄付金を充てる仕組みとした。

本格的な運用は23年度、三浦市、JA三浦市、首都圏や中部圏の青果物市場などの協力を得て開始。都内の企業から受けた寄付金500万円を財源とした。その結果、ダイコンなど約50トを市外のフードバンクや子ども食堂に届けることに成功。生産者からも「所得向上だけでなく、子どもたちの助けになることがやりがいにつながると好評だった。

同じく23年度、三浦市に隣接する横須賀市でも

事業を行った。同市は三浦市と比べて人口が多く、農産物の生産量は少ない。そこで、JAや食品会社などと連携し、市内外から出るフードロスを市内の子どもたちへ届ける仕組みを採用。企業版ふるさと納税による寄付金を財源に各家庭への個別配送を行うことで、ひとり親家庭約1千世帯への支援を実現した。

両市での成果を「三浦モデル」「横須賀モデル」と称し、今年から事業エリアを拡大。早速、北海道旭川市との連携が実現した。さらに、今月からは通常のふるさと納税も

みを発展させた。

ネットスーパーも

一方で「ふるさと納税などの仕組みが今後も続いていく保証はない」と木戸さん。寄付金に頼らず、自らフードバンク活動にかかる資金を稼ぎ出す取り組みも進めている。それがネットスーパー事業だ。

同事業はインターネットで当日注文した総菜などを、子どものお迎え時に保育園で受け取ることができる仕組みのもの。



寄贈商品を格納する冷蔵庫。利用者は暗証番号で解錠する



ネットスーパー事業の実証実験は盛況だった

共働き世帯も増える中で「買い物や料理にかかる時間を減らし、親子の時間を創出したい」という木戸さんの思いもあった。23年2月に世田谷区内で実証実験を行い、二

さらに「ネットスーパーの拠点で支援物資も受け取れる仕組みにすれば、物理的にも心理的にも受け取りやすくなるのでは」と期待を込める。

小売店舗の農産品、日配食品

支援物資として活用へ

小売店舗から出る「まだ食べられる農産品や日配食品」を支援物資として活用する実証実験も今月から始めている。都内などにスーパーを展開する株式会社コーポレーションと連携し、店舗敷地内に物品受け渡し用の冷蔵庫を設置。店舗が冷蔵庫に寄贈商品を格納すると、ネッスーが開発したプラットフォームに登録され、利用者側（主に個人）がそこから欲しい商品を選択することで、店舗で受け取れる仕組みだ。

木戸さんは「小売店舗から出るものは消費期限が短く活用が難しかった。また、毎日出るため月1、2回開催される子ども食堂への寄付だけでは活用が進まない。これらを解決できる新しい仕組みで、今後全国に展開できれば」と意欲を見せる。