

はじめに

本報告書は韓国ソウル市において、フードバンク団体等に訪問調査し、またシンポジウムを開催した記録である。

韓国の福祉・社会保障をめぐっては、1997年のアジア通貨危機を契機として1999年に制定された国民基礎生活保障法をはじめ、雇用保険や年金制度の整備、福祉財政支出の増大により、福祉国家としての体制を急速に整えたことが日本でも紹介され、福祉国家性格論争などが注目を集めた（金成垣（2004；2016）、武川・キム編（2005）など）。韓国の福祉・社会保障政策に関する研究や議論は生活保護や雇用保険、年金などの制度を繰り返し取り上げてきた一方で、こうした政策を補完するフードバンクの役割については、ほとんど等閑視してきた。しかし、韓国政府の強力な支援の下で、フードバンク事業は1990年代末以降急速に発展し、普及してきた。韓国のフードバンクは、生活困窮者支援の福祉事業としていかなる役割を果たしているのか。それを明らかにすることが、本報告書の課題である。

韓国のフードバンクに関してはこれまで、小林（2015）や章（2010）、三菱総合研究所（2014）、原田佳子ほか（2013）などの文献や、2013年に開催されたセカンドハーベスト・ジャパン主催の日韓フードバンクシンポジウムを通じて紹介されてきたが、これらは主に食品廃棄物削減の観点からフードバンクが論じられたものである。

日本においても2000年以降民間でフードバンク団体が相次いで誕生し、特に2015年に生活困窮者自立支援法が施行されて以降その存在意義が注目されているが、フードバンクに対する政府の支援は極めて限定的なものにとどまっている。

むろん、韓国と日本の置かれた状況や背景は異なり、韓国の経験をそのまま日本に持ち込むことは意味がないし、韓国の経験の全てがポジティブなものであるとは限らない。しかし、韓国のフードバンクの活動が日本にも何らかの示唆をもたらすのではないかと考え、関係者のご協力を得て、調査報告書を刊行することにした。

本報告書は、以下の3つの科研の共同研究の成果としてまとめられたものである。

- ・学術研究助成基金助成金 基盤研究（C）「社会的排除に対する社会的連帯経済の役割に関する日韓比較研究」（課題番号：15K03969、2015～2017年度、研究代表者：柳澤敏勝、研究分担者：小関隆志ほか）
- ・学術研究助成基金助成金 基盤研究（C）「生活困窮者支援におけるフードバンク活動の役割」（課題番号：15K03985、2015～2018年度、研究代表者：佐藤順子）
- ・科学研究費補助金 特別研究員研究奨励費「貸付と給付のリンケージ構造の研究」（課題番号：15J10975、2015～2016年度、研究代表者：角崎洋平）

この報告書は基本的に科研の研究者である佐藤順子・角崎洋平・小関隆志による合作であるが、今回の訪問調査、シンポジウムの開催および報告書発行にあたっては、多くの方々にたいへんお世話になった。

訪問調査は2016年8月30日から9月3日までの4泊5日間の日程で行い、佐藤・角崎・小関に加え、フードバンク関西理事長の浅葉めぐみ氏、立命館アジア太平洋大学国際経

営学部准教授の上原優子氏、同大学4年生の Park Joon-Young 君と Woo Jong-Boem 君の計7名が調査に参加した。浅葉氏の参加により、研究者だけでなく実務家の視点で訪問視察と交流が実現した。訪問先の各団体の方々にはお忙しいなか、長時間にわたって貴重なお話を聞かせていただき、資料を頂戴した。訪問調査計画においては、株式会社三進トラベルサービスにアレンジをしていただいた。

この訪問調査の成果報告を兼ねて、2016年11月27日に明治大学において日韓フードバンク・シンポジウムを開催した。同シンポジウムには、訪問先であった江南フードバンク・フードマーケット美所のチャン・チドク氏と、聖公会フードバンクのキム・ハンスン氏、それに訪問調査に参加したフードバンク関西の浅葉めぐみ氏をパネリストに迎え、韓国と日本におけるフードバンクの現状と課題をお話しいただいた。参加者の方々からも多くの質問が出され、盛況のうちにシンポジウムを終えることができた。遠路お越しいただいたパネリストの皆様はこの場を借りて深謝したい。

韓国のフードバンクに関する日本語文献がごく限られていることから、本報告書にはこの間の推移を示す統計データと、フードバンクに関する論文を日本語訳して掲載した。論文の掲載を快諾してくださった著者のキム・ホンズ氏とイ・ヒョンジン氏に御礼申し上げたい。

また、今回の調査にあたっては韓国語文献の翻訳と、訪問やシンポジウムの際の通訳を務めていただいた牧野美希氏、安孝淑氏、キム・ボイエ氏、朴貞仁氏の協力が大きかった。

多くの方々のご協力により本報告書を発行できることを感謝しつつ、本報告書の発行を契機として、フードバンクのあり方について活発な議論が起きることを願う。

2017年1月

明治大学 経営学部
准教授 小関 隆志

《参考文献》

- 金成垣 (2004) 「韓国福祉国家性格論争」『大原社会問題研究所雑誌』 No.552
金成垣 (2016) 『福祉国家の日韓比較：「後発国」における雇用保障・社会保障』 明石書店
小林富雄(2015) 『食品ロスと経済学』 農林統計出版
章大寧(2010) 「韓国の Food Bank 制度」『南九州大学研究報告 人文社会科学編』 40B
武川正吾・キム・ヨンミョン編 (2005) 『韓国の福祉国家・日本の福祉国家』 東信堂
三菱総合研究所(2014) 『食品産業リサイクル状況等調査委託事業 (リサイクル進捗状況に関する調査) 報告書』 (「1.8.6 韓国」 pp.234-238)
原田佳子ほか(2013) 「韓国におけるフードバンク活動運営主体者と支援者との関係性の研究」 (平成24年度広島大学大学院マネジメント研究センター研究課題最終報告)
「日韓フードバンクフォーラム」 (2013年5月14日開催、NPO法人セカンドハーベスト・ジャパン主催) <http://2hj.org/activity/report/event/934.html>

1. 韓国フードバンク訪問調査

- (1) ソウル市広域フードバンク
- (2) 江南区フードバンク・フードマーケット美所
- (3) 永登浦サランナムフードバンク・フードマーケット
- (4) 西大門フードマーケット
- (5) 聖公会フードバンク
- (6) CJ 第一製糖株式会社
- (7) 全国フードバンクの概況（統計データ）

ソウル市広域フードバンク

所在地 ソウル市道峰区マドウル路 13 キル 70

出典：ソウルフードバンク訪問時の聞き取り（斜字部分）およびパンフレット

センター長ユン・ヒョンクァン（윤형관）氏、課長キム・チュンヒョク（김준혁）氏、
課長ファン・チンホァン（황진환）氏

訪問日時 2016年8月31日（水）14：00－16：20

1. 組織

(1) 運営主体 ソウル特別市社会福祉協議会

(2) 行政・企業との関係

《ソウル市との関係》

ソウル市が監査する。事業評価について問題点があれば、市と対応を協議する。

《他の広域フードバンクとの関係》

フードマーケット S という電算システムを使って、余剰食品を他の自治体に移すことができる。ソウル広域フードバンクは商品が余っているので、地方に流すのが主な目的だ。ソウル市が先導している。広域フードバンク間の定期的な集まりもある。

《国・全国フードバンクの役割》

国は法律的な部分でかかわっている。

中央物流センターが扱う商品はフードバンク全体の 10% を占めるに過ぎず、地方のフードバンクが主体となっている。全国フードバンクは、直営のフードバンク・フードマーケットを運営しない。事業は地方自治体に移譲されている。

(3) 財源

・人件費・運営費：ソウル市 100%負担

・その他事業費：企業との提携事業により、企業から寄付金を受け取る

(4) 職員

職員は 9 名。いずれもソウル市社会福祉協議会の職員である。

(5) 地域との関係構築

《社会貢献プログラム》

優秀寄付者に対して年末に功労者表彰(市場賞、協議会長賞)を行うと同時に、社会貢献覚書の採決、寄付贈呈式、協約式、企業の職員の団体ボランティア活動などの社会貢献プログ

ラムを進めている。

年末に優秀な寄付者を選定して表彰する。市長直轄で運営。企業と個人、ボランティア、職員の中でも優秀な方を対象。基準は金額やボランティア活動など様々で、包括的に判断する。対象者の候補を基礎フードバンクが推薦し、広域フードバンクやソウル市の判断も加えて最終的に決める。評価委員会が外部の専門家に依頼して客観的な根拠をもとに評価する。

《広報活動》

- ・社会福祉情報誌『ソウル福祉マガジン』の全面広告
- ・ホームページ「美しい企業」バナー広告
- ・社会貢献企業の成功的なイメージの広報

社会貢献活動のプレスリリースをマスコミ主要3社(SBS,KBSなど)に流しているほか、ウェブサイトを通しての広報もしている。

2. 事業

(1) 事業目的

《背景》

フードバンク事業を始めた社会的環境は、食べられない、飢え死にするような現状を改善するためである。3名のうち1名の高齢者が欠食、100万人の児童の中で欠食児童が52万名といった現状が出発点となっている。

社会的な環境で浪費されている食品の問題、ミスマッチがある。流通期限、過剰生産などで社会的に15億ウォンの損失になっている。

フードバンクの始まりは、貧困層の一方で浪費という矛盾を解決することである。

《目的とビジョン》

フードバンク事業の社会的効果は福祉・環境・経済的効果の3つがある。

- 福祉：欠食児童や老人路上生活者を助ける
- 経済：食品資源を再活用できる
- 環境：食品廃棄を防止できる

ビジョン：「欠食がない食品の分け合い」「より近い食品の分け合い」(利用者を訪ねて行く)
「持続的な食品の分け合い」「よりきれいなものの食品の分け合い」

《中心目的のシフト》

環境の目的もあるが、中心的な目的は貧しい人を助けることだ。

出発点は環境問題だったが、現在の中心目的は貧しい人を助けるためなので、仮に物品の寄付がなくても事業を行う。今も購入している。

企業に対しては流通期限をもっと延ばしてくださいと提言している。フードバンクが始

まった出発点を乗り越えて、寄付物品をわざわざ生産する企業も出てきている。

フードバンク側から、必要な寄付物品を提案して作ってもらうこともあるが、企業側からの申し出もある。フードバンク側からの提案を増やしていきたい。

(2) フードバンク事業

管轄下フードバンク・フードマーケット：ソウル市事業所計 62（うち基礎フードバンク 25／フードマーケット 32／直営事業所 5）

《主な事業》

- ソウル市広域フードバンクセンター：ソウル市広域フードバンクセンターは国内最初の寄付物品の物流センターとして、寄付された物品の受領・検収・保管などの過程を経てソウル市の 25 の自治区の基礎フードバンクとフードマーケットを支援している。

300 トン以上の積載・保管が可能

広域フードバンクセンターが集めた商品を定期的に基礎フードバンク・フードマーケットに支給する。

寄付物品をソウル広域フードバンクセンターに集め、基礎フードバンクとフードマーケットに流す（各基礎フードバンクも独自に集めている）。2009 年に物流センターが設置され、企業も大量に寄付しやすくなった。フードバンクは商品を管理しやすくなり、基礎フードバンク・フードマーケットに効率的に配分でき、配分が公正・透明・安定化された。

寄付は電話・インターネットで受け付ける。量的に少ないものは基礎フードバンクが受け取り、多いものはセンターに入庫する。その後確認・分類作業に進み、寄付者には税制優遇のため領収証を発行する。

- 希望の馬車（屋台）：ソウル市内の洞住民センターなど 105 か所の拠点機関と連携して低所得の脆弱層、緊急危機家庭、被災家庭など公共サービスから疎外されている脆弱層を支援する地域密着型の社会福祉事業である。／運営回数：週 2~3 回（年間 120~130 回）
公共のサービスから疎外された脆弱層、緊急危機家庭、被災家庭
広域フードバンクの直営する「希望馬車」：ソウル市の下町、貧しい地域に行って貧しい人を見出して助けることだ。急に困って緊急支援が必要な人にも支援する。ソウル市住民センターの組織と 105 の拠点機関と連携し、国の社会福祉制度の恩恵すら受けられない貧しい人を発掘して助ける事業をしている。

《食品管理》

フードバンクが 1998 年に始まった当初、企業が期限切れ近くの食品をフードバンクに流したという問題が起きていたが、今は流通期限などを徹底的に調べているので、問題は起きていない。企業のイメージダウンもあるし、消費者も期限間近だと文句を言うてくる。

大手企業はイメージを大事にしている、社会的公益の次元で食品をフードバンクに提供している。モラルの問題を起こしてイメージを悪くしないように気をつけている。

税金のために、食品企業が期限切れ近くの食品をフードバンクに流してしまおうなどと悪用することはほとんどない。廃棄しながらでも経費で落とせるのに、わざわざフードバンクに流す必要はない。

《計画立案・促進活動》

- 基礎フードバンク・フードマーケットと協力して、事業拡大を図る。事業計画を立案総括し、3年周期で事業評価し、ソウル市に提案する。
- 寄付促進のための相談・広報、資源発掘
- 実務者の力量強化の指導

(3) フードバンク事業提供サービス

- フードバンク事業：食品、生活用品などの寄付を受けて独居老人、少年・少女家長などの苦しい家庭や、無料給食などの社会福祉施設や団体を支援する社会福祉事業である。ソウル市内 25 か所(自治区内に 1 か所ずつ) ソウル市内の社会福祉施設・団体を対象。
- フードマーケット：コンビニ形式の売場に利用者が直接訪問し、必要な食品や生活用品などを持って行くことができる利用者中心の常設無料マーケットという社会福祉事業である。ソウル市内 32 か所(25 の自治区内に 1 か所以上) 基礎受給者及び受給脱落者、次上位層などを対象。
- 移動フードマーケット：障がい者、超高齢者のように体を動かすことが困難であったり、地理的にフードマーケットを利用するのが困難な市民を対象に、社会貢献企業と連携・職員の参加を得て、低所得層が密集している地域を直接訪問し、食品・生活用品などを支援する事業である。ソウル市内 7~8 回(自治区を巡回) 基礎受給脱落者、障がい者、独居老人、欠食児童などを対象。
移動フードマーケット：トラックの中に売場を作っている。フードマーケットを利用できない貧困の密集地域に自ら出かけて行って寄付物品を支援する。この事業は大企業の社員がボランティアとして参加し、企業が後援している。

(5) 寄付実績

- 寄付額・寄付会員（企業）数
 - 2012 年度 288 億ウォン
 - 2013 年度 364 億ウォン
 - 2014 年度 390 億ウォン

2015年度 426億ウォン 3168社

2016年度目標 430億ウォン 3400社

《寄付額の算出方法》

寄付金額は帳簿上の数字だが、製造原価なので、消費者に対しては2倍以上の利益となる。

生産価格が食品価格として評価される。評価価格を正確に確認できる方法はないので、企業の示した価格で処理するが、社会通念上おかしいものに対しては課税される。

税金優遇策については、最も優遇されるのは食品で、帳簿価格そのまま経費として落とせる。生活用品は、それぞれ法律で細かく決められており、部分的に優遇される商品もある。法人の場合は100%損金算入され（損金算入の限度額は売り上げの10%）、翌年度以降5年間に繰り越しできる。他方、個人が寄付した場合は、領収書があればその金額のまま認め、領収書がなければそれと同等の商品価格を調べて、その額を所得から控除（所得の30%を上限）して課税する。

(6) 配分実績

・2015年実績 34万世帯、1515か所

・2016年目標 35万世帯、1550か所

フードバンク：ソウル市内の社会福祉施設・団体 約1600か所(約20万人)

フードマーケット：基礎受給者及び受給脱落者、次上位層など年間32万世帯

(7) 収益事業

・フードナムム（分け合い）カフェ：カフェとフードマーケットが結びついた形態で、コーヒーを販売し発生する収益金で次上位層及び緊急危機家庭に食品、生活用品、文化公演などを支援する社会福祉事業である。／設置状況：2か所

1号店 - ウンピョン区地下鉄3, 6号線、ブルグァン駅2, 3番出口駅舎内

2号店 - ノウォン区地下鉄6, 7号線 テルン入り口駅6, 7番出口駅舎内

・ナムン（分け合う）事業：フードマーケットとカフェの役割を兼ねている。収益事業として行い、利益をフードマーケットに還流している。人々の出入りが多い場所にカフェを開いた。地下鉄公社が駅構内の一番良い場所を無料で提供した。カフェ利用者は安い価格でコーヒーを楽しめるし、コーヒー代金がフードマーケットを通じて人助けになることを理解しているので、順調に行っている。人件費・運営費はソウル市が負担。食品は寄付品を使うが、足りない分はソウル市からの運営費で買う。

ソウル市広域フードバンク 外観



広域フードバンクセンター内倉庫



企業からの寄付食品を展示



センター長 ユン・ヒョンクアン氏

寄付企業リスト



課長キム・チュンヒョク氏



聞き取りの様子



江南区フードバンク・フードマーケット美所

旧 HP(江南区基礎フードバンク) : <http://www.gnfoodbank.or.kr/code/>

新 HP(江南フードバンク・マーケット「ミソ」) : <http://www.gnmiso.org/>

所在地

・フードバンク/フードマーケット 1 号店 : ソウル市江南区開浦路 605 江南障がい者福祉館地下1階

・フードマーケット デチ店 : ソウル市江南区サムソン路 72 番通り 7

出典 : 江南区フードバンク・フードマーケット美所訪問時の聞き取り (斜字部分) および提供資料

局長チョ・ピョンイン (조병인) 氏、所長クオン・ソヒュン (권소현) 氏、チーム長キム・スンミ (김성미) 氏、チーム員チャン・チドク (장지덕) 氏からの聞き取り

訪問日時 2016年9月1日 (木) 10:00-12:00

1. 組織

(1) 沿革

2015. 1 ソウル市江南区基礎フードバンク、江南フードマーケット統合

2011. 4 江南フードマーケット デチ店開所

2009. 2 江南フードマーケット 1号店開所

2003. 5 全国で最初にフードバンク事業 生産物賠償責任保険へ自主加入

全国で初めて生産物賠償責任保険 (民間の保険会社) に加入した。

※現在、全国のフードバンクとフードマーケットは保険に加入する義務がある。

2003. 4 区費支給の専任職員及び衛生士を採用(全国初)

2002. 10 江南区基礎フードバンクが正式に発足

《表彰》

2015. 11 ソウル市、保健福祉部の評価 優秀フードバンク/マーケット

2013. 11 ソウル市 フードバンク・マーケット評価 優秀フードバンク・マーケット

2013. 2 保健福祉部 フードバンク・マーケット評価 最上等級

2012. 12 ソウル市 優秀フードマーケット (ソウル市社会福祉協議会)

ソウル市フードバンク・マーケット評価 2位 (2009~2011)

2012. 7 ソウル市フードバンク評価 最優秀機関 (ソウル市社会福祉協議会)

2011. 12 ソウル市フードバンク・マーケット評価 最優秀機関

2011. 9 ソウル地域基礎フードバンク 寄付実績 1位

2009. 12 ソウル市フードバンク評価 最優秀フードバンク・マーケット

ソウル市 総合評価 1位

- 2008. 1 ソウル市フードバンク評価 優秀フードバンク (ソウル市社会福祉協議会)
- 2007. 11 ソウル市フードバンク評価 優秀フードバンク (ソウル市社会福祉協議会)
- 2006. 12 基礎フードバンク運営評価 最優秀フードバンク (ソウル市)
- 2005. 12 ソウル市フードバンク評価 優秀フードバンク (ソウル市社会福祉協議会)

・2015年に、基礎フードバンクとフードマーケット美所が統合した。

江南区(区長 新年会)は新年、分け合い文化の社会的な拡散のため、地域内で運営中のフードバンクとフードマーケットを「江南区フードバンク・マーケット」へ統合、常時運営する。

2002年から「江南区基礎フードバンク」事業を開始し、2008年には必要な食品を選択できるマッチング型のサービスを提供している「江南フードマーケット 1号店」、2011年には全国最初の自立型フードマーケットである「江南フードマーケット「ミソ」デチ店と、移動型フードマーケットである「愛の分け合い移動式フードマーケット」を追加し、計4か所の寄付食品提供事業を運営した。

区は区民、企業、団体からの寄付を受け、地域内の社会福祉施設や支援を必要としている家庭に提供していた△江南区基礎フードバンク▲江南フードバンクマーケット「ミソ(美所)」イルオン店、デチ店等3か所が昨年12月で委託期間が終了したことに伴い、今後統合管理方式へ変更・運営するという方針だ。

統合管理に移行すると、食品の流通期限(賞味・消費期限)、物品の種類、伝達の方式、寄付先などに寄付された物品に対する一元化された情報管理を一目で見ることができ、サービスも改善され利用者の満足度向上や運営費の節減にもなり、一石二鳥の効果となることを期待している。

(出典：2015年1月8日、アジア経済インターネット記事「江南区フードバンク・マーケットへ統合、年中常時運営」<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2015010806580244770>)

(2) 運営主体

江南フードバンクは、江南障がい人福祉会が直接運営している。設立母体は社会福祉法人ハサン福祉財団。法人はカソリックで、「ハサン」はキリスト教の聖人名。

(3) 財源

人件費・運営費：ソウル市15%、区役所85%負担

(4) 店舗・設備

- ・事務室兼売場 2か所／物流倉庫 2か所
- ・組立式冷蔵庫・冷凍庫 1台／売場冷蔵庫 2台／売場冷凍庫 2台
- ・1トン冷凍トラック 4台

(5) 職員・ボランティア

《職員》

- ・バンク・マーケット長 1名

- ・バンク・マーケット所長 1名
 - ・バンク・マーケットチーム長 1名
 - ・フードバンク 社会福祉士 2名
 - ・フードマーケット 1号店 社会福祉士 2名・衛生士 1名
 - ・フードマーケット デチ店 社会福祉士 2名
- このほか公益勤務者 9名、区からの派遣 3名
職員の中で1名は衛生士の資格を持っており、衛生面の管理を徹底している。

《ボランティア》

ボランティアは個人または団体で活動することができる。ボランティアを申請するとフードバンクやフードマーケットへつなぐ。ボランティア活動を通して地域社会で苦しんでいる隣人を助ける喜びを経験してほしい。

- 車両ボランティア：寄付物品を受領し食糧を運送
- 分類・再包装：寄付された物品を社会福祉施設や低所得層に配分するため、分類し包装する。
- 物品配達：寄付された食べ物を支援を苦しんでいる隣人の家庭に直接渡しに行く。
- 行政業務補助：寄付の電話案内、寄付活動の資料整理、郵便物の発送などの行政業務を行う。
- 寄付の広報：フードバンク事業についての広報活動及びイベントの手伝いをする。

(出典 江南基礎フードバンク・フードマーケット ウェブサイト)

登録された定期的なボランティアはいない。企業のボランティア活動や、青少年の義務的な社会奉仕活動、青少年クラブによるボランティア活動がある。

(6) 地域との関係構築

《イベントなどの広報活動》

- ・寄付食品提供事業の広報、潜在寄付者の発掘および低所得層・疎外層の物品支援など、持続的な分け合い文化の拡散のための食品分け合いの日の行事

《食品企業との提携》

- ・地域社会の福祉資源の開発と寄付食品提供事業のより積極的な広報のための企業連携イベントの運営
- ・持続的な寄付の手引及び管理のための寄付業者訪問と、より効率的な事業運営のための寄付協約式

2. 事業

(1) フードバンク事業

- ・9時～18時(土日祝日 休館)
- ・社会福祉施設中心:大量に寄付を受けた物品をフードバンクに登録されている社会福祉施

設(福祉館、生活施設、無料給食所、各種センターなど)に配送し、施設を利用する対象者が物品を受け取れるよう支援

- ・低所得層の支援：社会福祉施設を利用する利用者(緊急支援、次上位、国民基礎生活受給者)を対象に1年で約4,800世帯へ物品を配達

- ・国家および自治体から補助金などの支給を受けている社会福祉施設、利用者から費用・実費をもらっている介護施設などには原則的に提供禁止

利用施設の訪問では、毎月交替で様々なところに訪問し、寄付物品が使われているかを確認するとともに、相談を受け付ける。利用施設の担当者との懇談会では、衛生教育も行う。

(2) フードマーケット事業

- ・事務所 9時～18時(土日祝日 休館)／売場 10時～17時

- ・個人利用者中心：利用者が月1回売場を直接訪問し、欲しい食品や生活用品を選んで無料で持って行くことができる

- ・低所得層の支援：独居老人、障がい者、次上位層、基礎生活受給者、緊急救護家庭などを発掘し、1年で約1,500世帯を支援

- ・訪問サービス：利用対象者のうち、挙動が不自由で売場に来ることができない利用者に限り担当者が月1回直接訪問し、必要な物品を配達するサービス

(3) フードマーケット利用者

《利用資格》

利用1位：緊急支援対象者

利用2位：次上位層

利用3位：受給脱落者および基礎生活受給者など

社会福祉施設の利用者、緊急支援対象者、基礎生活受給基準より低い所得水準で極めて貧しいが、対象になれない人、基礎生活受給者などを対象(国所有による永久賃貸マンションに住む極貧層は基礎生活受給者だが、それでも生活が成り立たないので住民はフードマーケットを利用している。それは江南区だけの独特の施策)。

国の方針で配分の優先順位が決まっている。基礎生活受給者は優先順位が低い、基礎生活受給者への支給が法的に禁止されているわけではない。

《新規利用申請手続き》

最初は区役所への申請から始まる。ただし、緊急を要する状況は常に発生するので、その都度に要請を受けて話し合い、物品を提供するシステムができています。

利用者リストは区役所から送ってもらう。社会福祉士の役割は、フィルタリング。リストの中で、再申請者が重なっていないかをチェックする。優先順位に従って利用者の順位を決める。利用者が、優先順位のどれにあたるかを判断する。限られている資源の中で、優先順

位の高い人から利用できる。

優先順位（出典：パンフレット）

- 1 65歳以上の一人暮らし及び障がい者
- 2 重症障がい者世帯
- 3 祖父母と孫による世帯
- 4 65歳以上の老人夫婦世帯および老人がいる世帯
- 5 障がい者が2人以上いる世帯

《利用期間・更新》

フードマーケット利用者は、毎年7月に利用資格審査を経て変更される（既存の利用者は1年～2年待機し、再び利用）

利用期間は1年間。毎年7月に資格を審査し、利用できる人を決める。

区役所の担当者と、所長・チーム長・担当者が話し合い、貧困層の状況などを見て、7月の審査の前に、優先順位の方針を変えることもあるので、基準は不変ではない。

順番待ちが多いので、現在の利用者は更新できない。利用契約は1年間で終わるが、1年休んでから翌々年に再申請し、審査で通過すれば再度利用できる。

1年休んでいる期間内は、フードバンクから福祉施設に流れている食料を利用することはできる。個人がどこか福祉施設に行けばそこで支援を受けられる。

《利用者の属性》

	0～ 19歳	20～ 29歳	30～ 39歳	40～ 49歳	50～ 59歳	60～ 69歳	70～ 79歳	80歳 以上
利用者数	7	5	52	155	193	307	370	167

計 1,256名

・男性 40%/女性 60%

(4) フードマーケット提供サービス

月1回訪問し、自分の好きな食品・生活用品を5品目まで無料で持ち出すことができる。

一人暮らし老人や障がい者、貧しい人、基礎生活受給者、緊急を要する家庭を発掘し、年間1500世帯を支援する。利用者が身動きできずフードマーケットを訪問できない人には職員が自宅訪問する。

このフードマーケットでもサービス品を扱っており、野菜や果物、牛乳など日持ちのしない食品は当日中にサービス品として配分することとしている。肉は冷凍品のみ。魚は管理の都合上取り扱わない。職員が企業に食品などを取りに行く。

江南フードマーケットにも個人や企業が衣服を寄付するが、中古品を引き受けない。

商品にシールが貼ってあるのは利用者が無料で持ち帰れるが、シールが貼っていない商

品は販売している。これは寄付者が再販売を許可しているためである。この販売価格は市価より安く設定されており、一般人も買いに来ることはできる。一般人は、フードマーケットで買うことによって寄付につながると考えている。

(5) 寄付実績

	食品製造 加工業	直接販売加工 業（パンなど）	食品卸・ 小売業	食品接客業 （外食産業）	一般家 庭	その 他	計
寄付者数	20	48	24	3	17	33	124

《寄付額推移》

(単位：千ウォン)

	フードバンク	フードマーケット1号店	フードマーケット デチ店
2002年	14,412		
2003年	445,903		
2004年	138,572		
2005年	487,145		
2006年	439,503		
2007年	501,984		
2008年	614,521		
2009年	716,117	49,711	
2010年	748,954	353,847	
2011年	1,001,008	1,615,654	349,896
2012年	927,757	1,231,473	152,418
2013年	959,557	672,409	774,342
2014年	1,168,280	1,067,740	1,396,753
2015年	106,407	813,017	731,677
2016年	769,240	303,954	85,213

《寄付額の算出方法》

寄付額は、江南フードバンク・フードマーケットが直接受け取ったもののみ計上しており、広域フードバンクから受け取ったものは除外している。

個人や企業の寄付に対して、フードバンクが寄付額を算定して領収書を出す。寄付者がその寄付品の領収書を示せば、その額で領収書を書ける。寄付者が領収書を示せない場合は情報価格確認書を出してもらって、さらにフードバンクはその価格が適正かどうかを調べて、判断する。評価額は製造業・流通業いずれも、卸値までを認めている。

(6) 配分実績

- ・配分団体 計 44 か所 (社会福祉館 11 / 無料給食所 2 / 在宅福祉センター11 / 地域児童センター3 / その他利用施設 15 / 保育施設 1 / 女性施設 1)
- ・フードバンクは1年に4800世帯を支援する。
- ・利用者登録数：1号店約1000名、2号店約500名

配分額推移

(単位：千ウォン)

	フードバンク	フードマーケット 1号店	フードマーケット デチ店
2002年	23,155		
2003年	335,991		
2004年	248,751		
2005年	319,268		
2006年	471,227		
2007年	724,147		
2008年	668,222		
2009年	617,625	1,759	
2010年	633,556	4,655	
2011年	809,920	22,140	
2012年	997,909	730,754	
2013年	931,944	324,824	964,621
2014年	1,076,127	817,245	614,794
2015年	903,602	1,146,626	949,861
2016年	467,395	654,571	657,350

江南フードバンク・フードマーケット外観



フードマーケット店内



生活用品棚



衣類棚



有料商品棚 (提供した寄付者から、廉価での再販売を許可されたもの)



5 品目セット箱 (実際には 5 品目より多くの商品がセットされているお得な商品パッケージ。企業から寄付された)。箱の内容は、主食・調味料とと生活雑貨の詰め合わせ



表彰状



フードバンク統一デザインの配達トラック



ハサン福祉財団の運営する高齢者施設（江南フードバンクの食料配分団体）



近隣の高層アパート（ここに貧困層が居住しているという）



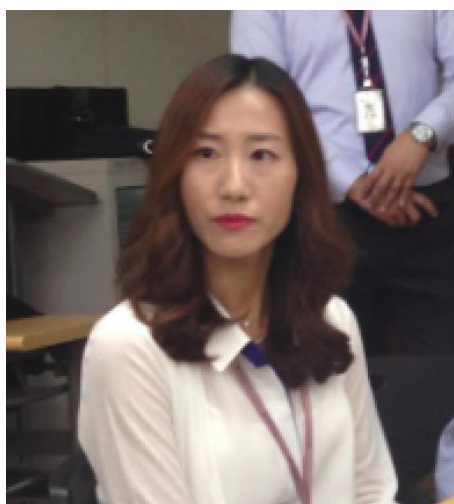
局長 チョ・ピョンイン氏



所長 クォン・ソヒョン氏



チーム長 キム・スンミ氏



チーム員 チャン・チドク氏



聞き取りの様子



ヨンドゥンポ

永登浦サランナムフードバンク・フードマーケット

(基礎フードバンク・フードマーケット)

- ▶ フードバンク ソウル市永登浦区ドリム路 61 番通 7(デリム 3 洞 750-21) 1 階
- ▶ フードマーケット 1 号店：永登浦区ドシン路 183(シングル洞)テグアンビル 1 階
- ▶ フードマーケット 2 号店：永登浦区ソニユ洞 1 路 80(ダンサン洞 3 番街 560) 永登浦区役所別館
- ▶ フードマーケット 1 号分店：永登浦区ドリム路 61 番通 7(デリム 3 洞 750-21) 1 階

出典：永登浦サランナムフードバンク・フードマーケット訪問時の聞き取り（斜字部分）

および提供資料

事務局長シン・グンジャ（신 금자）氏、フードバンク所長イム・ペンゲン（임 병근）氏、フードマーケット 1 号店店長ハン・ヨンフン（한 용훈）氏、フードマーケット 2 号店店長パル・ムンス（박 문수）氏からの聞き取り

訪問日時 2016 年 8 月 31 日（水）10：00－12：00

1. 組織

(1) 沿革

- ・2005 年 12 月 1 号店開店
- ・2007 年 3 月 2 号店開店
- ・2013 年 3 月 1 号店分店開店

(2) 運営主体

- ・運営主体：永登浦区社会福祉協議会

永登浦区社会福祉協議会のオフィス（フードバンクと同じ建物内）とは、事務・職員は完全に別になっている。

- ・事業委託期間 2015 年 7 月～2018 年 7 月（最初 2007. 7.10）

《フードバンク・フードマーケットの運営主体》

麻浦区のような場合、3 号店は麻浦区社会福祉協議会で運営しており、マーケットのみを運営していてバンクは他の運用主体で運営している。西大門区もバンクとマーケットを異なる運営主体が運営しており、城北区も同様のケースである。

(3) 行政・企業との関係

《機能・役割》

- ・政府：システムの運営(フードマーケット S)及び教育(職務、衛生)、その他の行事
- ・永登浦区役所：フードバンクの管理・点検／予算措置

- ・フードバンク：フードバンクの運営、各種行事の実施、相談の実施、寄託元の開発
- ・企業：物品連携、季節性の行事(キムジャン(キムチを漬ける日)、名節の物品分け合い支援)

《政府の支援に対する評価》

- 良い点
 - ・税制上の優遇を法制度化し、寄付に対する信頼性を与えた点
 - ・車両イメージを一元化し、可視効果を与えた点
 - ・全国の電話番号を使用し、寄付の連結が容易である点
- 悪い点
 - ・年末に行事が集中している

(4) 財源

- ・人件費：ソウル市 50%、永登浦区 50%の割合で負担
- ・事務所運営費：永登浦区が全て負担
- ・年間予算：フードバンクは 4000 万ウォン、フードマーケットは 2 億 5000 万ウォン

(5) 店舗

- ・1号店 面積 159.145 m² 購入額 5 億 5000 万ウォン
- ・2号店 面積 360 m²
- ・1号店分店 面積 68.5 m² 賃貸保証金 1000 万ウォン/家賃 70 万ウォン/月

このフードバンク・マーケット(=1号店分店)の建物は全体で100坪超、うち倉庫が70坪、フードマーケットが20坪、ほか事務所などがある。かつて、このフードバンクは狭い事務所で貧しかったが、3回引っ越して現在この場所に移った。この倉庫は多くの団体が利用を希望していたが、現区長の決断によりフードバンクが使えることとなり、かつての倉庫をリニューアルし、無償で利用できている。

倉庫の一角に業務用の洗濯機を置いてあり、利用者の衣類を洗濯している(作業を請け負っているのは自活階層)。

(6) 職員・ボランティア

- 職員の資格：社会福祉士資格、運転免許の所持者で運転可能な者
- フードバンク職員数：職員 1 名、公共勤労 1 名、社会服務要員 2 名、障がい者雇用枠(発達障害者)1 名 計 5 名
- フードマーケット職員数
 - ・1号店：職員 2 名、社会服務要員 2 名、障がい者 1 名、ボランティア 2 名
 - ・2号店：職員 2 名、社会服務要員 2 名、障がい者 1 名、ボランティア 3 名
 - ・1号分店：社会服務要員 2 名、障がい者 1 名、ボランティア 2 名

フードバンク（兼フードマーケット3号店）1人、フードマーケット4人（1号店と2号店各2名）、計5人。いずれも正職員（ただし1年更新の職員）で、社会福祉士の有資格者。この他に公益勤務者を3店舗計6名、自活者9名（洗濯場で働いている）を雇用している。

➤ ボランティアの登録と管理

《ボランティア団体との連携》

- ✓ 「良き隣人たち」：寄付者、利用者を発掘し連携
 - ✓ ボランティアセンター：人的支援
- 「良き隣人たち」と諸機関・団体、個人に向けてボランティアを募集。

《募集と管理》

約1000名登録しており、うち300～500名が定期的に活動している。

ボランティアを集めるのはたいへんだ。各洞に住民センターに住民自治委員会があり、個人の紹介で参加する個人や団体を教えてもらう。一人が参加して良い経験になり、他の人を紹介してもらうという形でボランティアを集めている。

社会福祉士協会の代表が先頭に立って親睦会を開き、ボランティアのケアを行う。誕生会をやったり、コミュニティを作り、ボランティアを確保する。ここのボランティア活動に感動して、この団体に参加したいと思うようになる。ボランティアの管理は大変だが、ボランティアがいないと活動が続かない。

定期的にボランティアの集まりを開いている。年度初めに10名のボランティアを集める目標を立てる。現在は26期生までいる。同期生が毎月約1回集まり、山登りやハイキングなど親睦を深めたり、教育も兼ねて行う。

《活動内容》

体の不自由でマーケットの利用ができない方々に代わって物をとってくる宅配ボランティア、マーケットを訪問してのマーケットの整理及び物品の再包装ボランティア等

(7) 地域との関係構築

➤ 広報・寄付促進活動

- ✓ 季刊誌(自主発行)を通じて広報 4回/年
- ✓ 地域の新聞社にイベント記事の広報
- ✓ 地域放送での広報
- ✓ ハジエ情報誌を通じた広報
- ✓ 基盤事業を通じた寄付者及び利用者の発掘
- ✓ 移動マーケット
- ✓ 区役所から永登浦管内の企業リストの提供をうけ連絡後に訪問

- ✓ 年末に行う後援感謝の夕べに招待し、寄付者及び潜在寄付者の督励
- ✓ 子ども分け合い教育

➤ 寄付教育活動（子ども分け合い教育）

本日（※編者注：訪問日）は幼稚園の日となっていて、近くの幼稚園から約10名の子どもたちが来訪する。幼稚園生のためにフードマーケットの入口近くの棚を空けてあって、幼稚園生が銘々持って来た寄付品を棚に並べ、利用者に供することになっている。フードマーケットに幼稚園生を招くのは寄付教育の一環という位置づけであるが、子どもたちはフードマーケットの視察後、奥の部屋で折り紙を折って楽しむ予定。

➤ 信頼構築のための努力

- ✓ 提供する物品に対する信頼性をもたせるため、アンケートを通じて趣向を反映
- ✓ 名節(正月、中秋の名月)及び父母の日にプレゼントを提供
- ✓ 父母の日の敬老の宴会及び夏の戌の日(季節性：日本の土用丑の日のような日)に食べ物を提供
- ✓ 利用者の利便性のため、居住地を訪問して物品を提供
- ✓ 体が不自由なお年寄りに弁当の提供

➤ 地域資源の活用

- ✓ 一社一村(企業と農漁村)運動による物品支援(ジャガイモ、にんにく、マクワウリなど)
- ✓ 企業と連携し独居老人の慰労訪問
- ✓ 地域の新聞社にイベントの記事を広報
- ✓ 「良き隣人たち」(ボランティア団体)を通して福祉の疎外者の発掘を支援
- ✓ 基盤事業を通して寄付者及び利用者の発掘

➤ 地域住民・生産者の参加を促す努力

- ✓ 移動フードマーケットを公的施設(区役所、住民センター)と共に行い、寄付者を発掘
- ✓ 地域の分け合い行事及び祭り(春の花祭り)などに積極的に参加し広報

2. 事業

(1) 事業目的

物品を必要としている低所得層や社会福祉施設などに無償で、持続的かつ安全に支援することによる健康な地域共同体の形成と、食品寄贈業者・個人と低所得層との連携を通じた、共に生きる社会福祉共同体の達成

1) 細部目標 1. 低所得層の物品購買の支援体系の整備

- 下位目標 1. 訪問相談を通じた対象者・機関の来歴の入力

- 下位目標 2. 住民センターとの連携による対象者の情報共有
- 下位目標 3. 必要物品に対するニーズを把握とサービス計画の樹立

2) 細部目標 2. 地域社会の資源ネットワーク(公共機関、寄託者)の構築を通じた、安定した日常生活の営みの企図

- 下位目標 1. 地域の資源(公共機関、寄託者)の連携の方法の模索
- 下位目標 2. 地域内における寄託元の寄付文化活性化の企図
- 下位目標 3. ボランティアの自発的な活動参加への誘導

《今後の事業目標》

- ・永登浦における地域社会の隣人救済事業のハブとしての役割
- ・永登浦における地域社会の寄付者と利用者の連携の求心点の役割
- ・フードバンク及び移動フードマーケット事業を併行、社会福祉施設および低所得層(次上位層)の物品貯蔵所の役割
- ・生活必需品の定期的支援先のロードマップの構築を通じた配分の安定化
- ・弁当分け合い事業の拡大と欠食独居老人の最小化
- ・2017年までに基礎受給脱落者と次上位層、低所得層 3000世帯(利用人数)の支援を目標
——地域社会の持続的な援助
- ・食品支援から衣・住サービスまでへの拡大 ——寝具洗濯サービス(常時運営/持続的な拡大)
- ・フードマーケット・フードバンクが地域社会の分け合い運動の拠点的な機能を遂行するようなシステムの構築 ——受益の重複、漏落予防のための必須要素
- ・子どもへの分け合い教育を通じて、分け合いを日常化する未来世代の育成
——2016年の教育目標：80か所の拠点/1600名(1か所平均20名)

(2) フードバンク事業

《配分団体》

自治体の支援が不十分な無料給食所、地域児童センター、その他の社会福祉施設

《流通》

- ・地域の特産品だけではなく、大量の物品(大企業の寄託品)の場合には、全国フードバンクのウェブサイトを通じてメールの情報を共有し、配分処理
- ・配達：ボランティアが全て自己負担で、自分の自動車・自転車で配達している。宅配のボランティアの懇談会が上半期・下半期に年2回あり、宅配の問題を話し合っ改善したり、衛生教育で衛生面を徹底したりする。ボランティアへの慰労も兼ねている。
- ・食品の搬入：企業が直接行う。大企業はソウル市と契約して、大きな倉庫に納入する。中小企業は独自にフードバンクに直接納入する。

《食品管理》

- ・管理システム：物品は **FMS(寄付物品管理システム)** を利用し出入庫の登録管理
食品の内容や賞味期限を確認し、**PC** に入力して管理。
- ・安全対策：寄付食品の衛生管理要領(冊子)に基づき既定の水準の寄付食品の募集
自治体で年 3 回の集合教育(全国 1 回、ソウル市 2 回)
自治体で年 2 回の指導監督
- ・フードバンクで食品衛生上の問題が発生した場合の対処：写真を撮影し内部報告及び **FMS** へ資料入力、廃棄処理を行う（※これまでに問題は発生していない）
- ・フードマーケットで消費／賞味期限をむかえた食品：一括廃棄処分する。しかし消費／賞味期限が過ぎないように事前に分配するので、処分率はほぼ無いと考えて良い。
- ・フードマーケットの利用者に必要な物品以外の物は丁重にお断りする。
工場生産の食品については賞味期限を守る。国が賞味期限の基準を決めたルールがあり、企業もフードバンク側も守る。生もの、鮮度を維持する食品は鮮度をチェックして配布している。
個人経営者のパンなどはすぐに消費するので、4 品目に含めずにその日に配布してしまう。賞味期限が切れそうな食品は 4 品目に入れなくてサービスするためほとんど残らない。
「今日、パンがサービスになる」といったことは、個人に対していちいち紹介しにくい。そのためフードバンクとフードマーケットが連携し、施設に一括して渡してしまう。消費者の立場では、期限ぎりぎりだと気持ちが悪くないので、気を使っている。

(3) フードマーケット事業

- ・対象者の選定・管理（対象者（機関）の選定／対象者への広報／対象者の管理
- ・地域資源の活用（ボランティアの管理／寄託元の開発／後援者の管理／後援者のタベ
- ・フードバンクの運営（フードバンクの管理／移動フードマーケット行事／食品寄付箱の管理、温かい越冬行事／正月行事／中秋節行事／弁当分け合い事業（詳細は別紙）
- ・政府支援が不十分な社会福祉施設の受付管理

(4) フードマーケット利用者

《利用資格》

緊急支援が必要な者、次上位層、基礎受給脱落者、その他低所得対象者

2013 年 1 月から、制度改正により基礎生活受給者はフードバンク・フードマーケットを利用できないことになった。

《利用登録の手続き》

- ・区役所及び各洞の住民センターを通じた対象者の新規申請書(公文)の受付

- ・訪問相談を通じた対象者の来歴の入力、新規相談の実施

新規相談の場合、住民は区役所か住民センターに行き、フードマーケットを使える資格があるかどうか聞く。区でないと資産や所得が分からない。基礎生活受給者はフードマーケットをえない。利用資格のある人のリストは永登浦区役所が作ってフードマーケットに送る。区が許可すれば、フードマーケットを必ず利用できる。

《利用期間と更新》

利用者間の公平性を考慮して期間を設定し、利用権を付与(6 か月間、9 か月間、12 か月間のいずれか)。最大1年単位で行うが、状況によっては柔軟な設定

フードマーケットは希望者を面接し、質問事項を聞いて、フードマーケットをどのくらい利用できる人か(1年か3か月か)を判断する。基礎生活受給者以外は、生涯保障ではないが、契約更新となる。

たとえば6か月間のカードを発行すると、6か月経ったら自然に期限が切れる。開始して3か月経つと、残り期間を告知し、利用者にはそろそろ切れるということを意識させる。必要な場合は利用者が再申請を求めてくる。新規の資格審査は区が行うが、契約更新はフードマーケットが行う。利用者の財産情報などは区に手配して問い合わせることができる。

《利用者の属性・特徴》

フードバンクの利用者は大部分が基礎年金受給者(国民基礎生活保障者)。極めて一部が緊急救護対象者。年齢、性別、就業状態などは、個人情報保護法の関係で把握が困難。

(5) フードマーケット 提供サービス

- ・運営時間：毎週 月~金/午前9時~午後6時

《食品分配》

フードマーケットは月に1回の利用が可能で、4品目に制限される。

利用者はフードマーケットの受付で利用証(カード)を発行してもらい、月1回、4品目まで自由に商品を選んで持ち帰ることができる。野菜など日持ちしない食品や、期限が近づいた食品が入荷した日には、上記の4品目にカウントせずに、「プラスアルファ」として適宜持ち帰らせている。利用者が持ち帰った商品は受付で記録する。

利用者にとってどうしても不足しているものを4品目でもらうが、サービス品をほぼ毎日入手できる。

《利用者の要望・ニーズ》

「こういうものが食べたい」などの希望を要求する人はほとんどない。会員を対象にアンケートを取って物品を用意する。「おむつがほしい」と言われたら、その場合は買って用意する。「牛肉を食べたい」などの要求は容れられない。

寄付者からもらう物品の中で、身体によくないものは断る場合もあるし、利用者が糖尿病の場合、他の食品に変えたりしている。

《給食配達》

厨房にて、ボランティアが貧しい人たちのために食事を作っている。1か月に300食を作り、配達したり業者に渡したりしている。

《他の福祉事業との関連》

他の福祉サービス（生活相談、生活保護の申請、就業支援など）との関連の有無：一般的に他の福祉サービスとは関連なく支援を行っている。

就職支援などは雇用センターなどで受け付ける。しかし就職難である。

(6) 寄付実績

《フードバンク寄付額》

- ・2013年度 1,115千ウォン
- ・2014年度 953千ウォン（前年度比-15%）
- ・2015年度 1,225千ウォン（前年度比+29%）
- ・2016年度 1,400千ウォン（前年度比+15%）

《フードマーケット寄付額》

- ・2015年度 635,502千ウォン

《寄付額の算出方法》

- ・現物寄付は、帳簿価額で換価額の策定(寄付者提出)を行い、無い場合は市中価格で策定管理。
- ・税制優遇に対する意見：現在は食品に限り、帳簿価額の全額損金または必要経費に認定されている。生活用品は一部分に限り適用されているが、日常生活用品全体への適用が必要である。

寄付品の金額価値換算は、メーカーから納品された際の領収書の額に一定の割合をかけた額を、製造原価として算出している。

《地域の寄託品の特性》

- ・ソウルと首都圏：輸入物品(農産物、肉類加工品)及び加工食品(飲料水、食材)、生活用品（ソウル・首都圏で52%占有）
- ・地方：現地の農水産物品及び生活用品、その他

(7) 配分実績

《フードバンク配分先》

計 61 か所へ提供：無料給食所(5 か所)、生活施設(3 か所)、地域児童センター(18 か所)、その他の社会福祉施設(35 か所)

フードバンクは 60 施設に支援している。無料給食所 5 か所、地域児童センター 18 か所、そのほか生活施設（路上生活者保護施設など）。

《フードバンク配分額》

- ・ 2013 年度 1077 千ウォン
- ・ 2014 年度 1100 千ウォン（対前年比+3%）
- ・ 2015 年度 1329 千ウォン（対前年比+21%）
- ・ 2016 年度 1400 千ウォン（対前年比+15%）

《フードマーケット配分額・利用者数》

- ・ 2015 年度配分額 654,921 千ウォン
- ・ 2015 年度延べ実利用者数 15,767 名
- ・ 2015 年度会員登録 2,770 名（うち基礎生活受給者 1,273、次上位層 930、その他低所得（受給脱落、緊急支援など） 567）

この区内には約 3000 名の利用者が登録されており、フードマーケットが 3 店舗あるので、1 店舗平均約 1000 名が毎月訪れる計算になる。

永登浦サランナムフードバンク・フードマーケット 外観



フードマーケット受付・会計



冷蔵食品棚



生活用品棚



常温食品棚



冷凍庫



衣類棚



倉庫



厨房



食堂 (ボランティアが弁当を作るなど。壁の写真は活動の様子)



幼稚園児が訪問し、自身の品を寄付



ボランティア用ユニフォーム



事務局長 シン・グンジャ氏



フードバンク所長 イム・ペンゲン氏



フードマーケット1号店店長ハン・ヨンフン氏



フードマーケット2号店店長パル・ムンス氏



聞き取りの様子



ソデムン 西大門フードマーケット

<http://happylog.naver.com/sdmfood.do>.

所在地 1号店 ソウル西大門区ネンチョン洞 31-2

2号店 ソウル西大門区ホンジェ 3洞 279-41

出典：西大門フードマーケット 2号店訪問時の聞き取り（斜字部分）および提供資料

キム・ミラ（김 미라）氏、キム・スクチン（김 숙진）氏からの聞き取り

訪問日時 2016年8月30日（火）14：50－16：30

1. 組織

(1) 沿革

- ◆ 2005年11月 1号店開所
- ◆ 2009年11月 2号店開所(在大韓救世軍有志財団法人運営)
- ◆ 2011年 2月 救世軍フードマーケット、パク・ソネ担当官赴任
- ◆ 2012年12月 在大韓救世軍有志財団法人再委託・運営 2013~2018年)
- ◆ 2013年 5月 救世軍支援 民俗村ピクニック
- ◆ 2013年12月 ソウル市基礎フードマーケット 評価インセンティブ(海外旅行)
- ◆ 2014年 3月 ナヌムカフェ 再オープン
- ◆ 2014年 4月 社会福祉共同募金会 幸せ分け合い株式取引所の事例に選定
- ◆ 2014年11月 ソウル社会福祉協議会 後援者の夕べで表彰状を授与
- ◆ 2016年 5月 2016全国金属労組連合 車両寄贈(スパーク)

(2) 運営主体

救世軍の下にある「維持財団法人」。フードマーケットはこの法人の支部という位置づけ。救世軍は他に社会福祉財団も運営している。

現在、区内の他のフードバンク団体と統合の途中。西大門区内にフードバンク1団体、フードマーケット2団体、計3団体あり、運営主体はそれぞれ異なる。統合すると運営主体が1つになる。運営拠点はフードバンクとフードマーケット一つずつになる。どちらのフードマーケットが、フードバンクと統合されるのか、まだ決まっていない。

(3) 財源

- ・人件費：補助金 ソウル市50%、西大門区50%の割合で負担
- ・事務所運営費：補助金 西大門区が100%負担（地方では、道と市が分担）
- ・冷凍車：自治体の補助金で購入した。
- ・民間財源：救世軍から支援金、物品や食品を受け取る。個人寄付者も開拓する。

(4) 店舗

・フードマーケット2号店（訪問先）

建物は区の所有。1階部分に、食品・雑貨コーナー、衣類コーナー（全て市民からの寄付）、カフェがあり、2階部分にもカフェがある。カフェでは一般市民も利用できる。2回のカフェでは文化講座を開く。

(5) 職員・ボランティア

・雇用条件：職員は社会福祉士の資格を持っており準公務員。財団の職員という身分。費用として最もかかるのは人件費だが、給料は、一般公務員に比べれば安い。自治体の福祉施設の中で、フードバンク・フードマーケットの職員の給料が一番低い。1年の契約更新で、自治体が勝手に解雇できるというわけではないが、100%雇用が安定という保証はなく、正規の公務員のように終身雇用が保証されていない。年俸制だが、契約更新によって条件が徐々に向上することはある。

・職員数：1号店 5名（職員2名、社会福祉士2名、補助人材1名）

2号店 5名（施設長1名、職員2名、社会福祉士1名、補助人材1名）

・ボランティア：完璧なボランティア（学生や主婦の団体、会社員）も参加しているし、若干の給料をもらえる公共勤労者（失業者などに自治体が若干の給与を支払う）もいる。軍隊の代わりに自治体などで働く「公益勤務」の一つにもなっている。定期的に手伝っている人は20名くらい。生徒は学校の社会福祉活動を義務としているので、一回限りで参加する。

2. 事業

(1) 事業目的

・食品を寄付してもらい、生活が苦しい隣人と共に分け合う愛の分け合い市場として、食品支援の必要な低所得層が直接訪問して欲しい食品を選ぶ利用者中心の常設無料マーケット。

・低所得層の生活安定に寄与し、共に生きる福祉共同体を具現することを目指している。

ビジョン：空腹の無い世界、心の貧しくない世界

ミッション：寄付食品に誠意あふれる心をこめる西大門親密で身近なフードマーケット

(2) フードマーケット事業

➤ 寄付食品の募集・管理および寄託者の発掘(年中)

・カイオクス西大門店へ募金箱の設置

・S-oil 文化村給油所 給油券譲渡式

・サンジン福祉財団 米の寄贈

➤ 食品提供事業(年中)

・開設 月～金 10:00～17:00

- ・食品提供事業
- ・名節の贈り物の提供
- 特別食品分け合い事業(年2回、旧正月、中秋の名月)
- 食品分け合いの日キャンペーン(毎月12日)
 - ・火曜・木曜日及び食品分け合いキャンペーン
 - ・無料コーヒーの提供
- 訪問フードマーケット(月1回) (ホンウン2洞、ヨニ洞、シンチョン洞、ナムガジャ1、2洞、ブクカジャ1、2洞の住民センターを訪問)
- 宅配サービス(月1回)

(3) フードマーケット利用者

《利用資格》

- ・西大門区に居住している基礎生活受給者脱落者、独居老人、片親家庭、障害者家庭、少年少女家長など
- ・管轄の住民センターの推薦で選定された方

※基礎生活受給者脱落者：微妙なところで基礎生活受給者の条件に満たない人のこと。自分名義の不動産があっても所得がない場合など。基礎生活受給者は30-40万ウォンをもっている(それでも生活には足りない)が、それさえもらえない人をフードマーケットで対象にしている。

《利用可否の判断》

このフードマーケットは会員制となっているが、区役所からフードマーケット利用対象者のリストが送られてくる。リスト上にある人が、住民の身分登録証を見せると利用できる。

生活に困っていて、このフードマーケットにあるものをほしいと言ってくる人はいるが、勝手な判断で渡せない。洞の役所に行かせて、区役所で利用資格の判断を下してもらう。当方では具体的な条件を知らない。

《利用期間》

かつては利用者の状況に応じて1年、9か月、6か月と区別するという方式だったが、現在は会員になったら1年間有効である。1年経ったら更新する。

《利用者の属性・特徴》

- ・利用者の属性：大概は一人暮らしの老人や障害者、片親しかない貧しい家庭だ。子どものいる家庭は5%以内で少ない。
- ・利用者は恥ずかしがることなく堂々と利用する。2000名以上の利用者が訪れるが、寄付者も来所するので、誰が寄付者で誰が利用者であるか、外目からは見分けがつかない。

(4) フードマーケット 提供サービス

1 家庭あたり月 1 回、4 品目が利用可能(無料)

- ・前月に利用できなかった場合、残余品目は繰り越されない。
- ・代理で受領する場合、代理者の住民登録証を持参しなければならない。
- ・時には、2 点で 1 品目というお得なセールもある。
- ・冷蔵品、冷凍品、食品以外の雑貨もある。

《他の福祉事業との関連》

失業者対策などの制度は国がいろいろやっており、フードバンクでやる仕事ではない。高齢者や障害者は仕事ができないので、彼らには食品を配るしかない。区役所は、自力で生活できない人を選びだし、フードマーケットを紹介する。

(5) 寄付実績

- ・寄付金 2016 年 5 月末現在 個人支援者 148 名・団体支援者 2 か所
- ・食品支援者(業者) 2016 年 5 月末現在 44 社
- ・寄付額 1 号店 262,253,783 ウォン/2 号店 195,559,231 ウォン (目標額年間 9 億ウォン)

(6) 配分実績 '16 年 05 月 31 日基準

1 号店 登録 930 家庭/利用 月平均 772 家庭
配分額 228,751,792 ウォン(45,750 ウォン/人)

2 号店 登録 1,060 家庭/利用 月平均 773 家庭
配分額 188,675,517 ウォン(37,735 ウォン/人)

(7) 収益事業

- ・リサイクル品店(「分け合いの店」): 企業や個人が貧しい隣人のために寄贈して下さった生活用品、図書、衣類などを低価格で販売する店舗
- ・ナムムカフェ: リサイクル品売り場とあわせて、shop in shop で香り高いコーヒーと一緒に読書を楽しめると同時に、様々な文化講座(「分け合いの庭」)と通じて住民と体験し通じあう事ができる文化空間

食品を配るのがフードマーケットの一般的な仕事の内容。他には収益事業がある。衣料のリサイクルショップとカフェ事業で利益を稼いでいる。カフェは一般人を対象とした収益事業で、この収益はみなし寄付としてフードマーケットの費用にあてる。カフェのコーヒーの値段は顧客が自分の好きな金額を払う。

会員(貧しい利用者)は無料でフードマーケットの 2 階のカフェで文化体験ができる。他方、一般人は若干の参加費を払って参加する。分かち合い文化の事業は広報の対象ともなる。

西大門フードマーケット 外観



常温食品棚

冷蔵庫



冷凍庫

生活用品棚



1階 リサイクル品店（「分け合いの店」）



1階 ナヌムカフェ



2階 カフェ （文化講座（「分け合いの庭」）開催の会場）

聞き取りの様子：（向かって右から）キム・ミラ氏、キム・スクチン氏



聖公会フードバンク

<http://www.sfb.or.kr/>

- 本部：ソウル市中区世宗大路 21 キル 15 大韓聖公会ソウル大聖堂
- 冠岳(グアナク)支部：ソウル市冠岳区シンリム路 58 キル 13

出典：聖公会フードバンク訪問時の聞き取り（斜字部分）およびウェブサイト

代表キム・ハンスン（김한승）神父、冠岳支部代表チョン・ウオング（전원구）氏、室長（フードバンク責任者）アン・スンウ（안승우）氏、管理チーム長（フードマーケット責任者）チェ・ウリョン（최우령）氏からの聞き取り

訪問日時 2016年9月2日（金）10：00－16：30

1. 組織

(1) 沿革

1998年5月6日に初めて設立された聖公会フードバンクは、国内の民間団体としては初の専門的なフードバンク運動を始めた機関である。

その年のIMFの状況下で失業したホームレスや低所得層の福祉対策の一環として聖公会が汎民間(民衆に広くいきわたるという意味)次元での食料分配運動の必要性を保健福祉部に提案し、その提案が受け入れられ保健福祉部から冷凍車(1t)4台と運転手の人件費や車両の運営費、そして最小限の事業費の支援を受けフードバンク事業を始めることになった。現在は冷凍トラック13台とボンゴ車3台で運営中である。

このように始まった聖公会フードバンクは、ソウル^{チュン}中^{チョンドン}区貞洞に事務局を設置し、ソウルを4つの区域に分けて^{ノクサン}芦原支部、^{ソンブク}城北支部、南部支部(冠岳区)、^{グアナク}永登浦支部を運営している。また98年10月には^{テジョン}大田、^{チョナン}天安、^{オニヤン}温陽フードバンクが設立された。

聖公会冠岳支部が韓国で最初にフードバンクという名前で始めた。政府と関係なく、チョン所長(聖公会の信者)を中心に事業を立ち上げた。冠岳支部は7年前(2009年)から、区の委託を受けてフードマーケットを運営している。

(2) 運営主体

設立母体：大韓聖公会

聖公会はイギリス国家の正式な教えなので、政治以外の社会問題に直接関わり、解決するという姿勢を持っている。1890年、韓国に入ってきた聖公会の宣教師は進歩的な人だったことから、今でもその気性があり、フードバンクにも積極的に取り組んでいる。

(3) 行政・企業との関係

《唯一の民間フードバンクとなった背景》

聖公会フードバンクが政府と袂を分かって純粋に民間のフードバンクとなったのは、官主導で法律に従うことに賛同できなかつたためだ。聖公会の理想と、政府とのズレが大きか

った。法律を作る段階で、聖公会フードバンクも参加したが、理念の違いがあり分かれた。

聖公会はIMF危機以前からフードバンクを始めていたのに、後から始めた政府主導のフードバンクに参加する必要はないと考えた。

聖公会が韓国唯一の民間フードバンクで、他に民間フードバンクができなかったのはなぜかという、フードバンクを運営するには食品安全面のややこしい法規定に従わなければならないことと、寄付者が税制優遇を受けるために、寄付先として認定登録される必要があること、ほかの宗教団体では教会に来た人に食事を振るまえばよいので、あえてフードバンクを設立して食事を配ろうとする方針はないことが、その理由として考えられる。

政府とは別に独立的に聖公会がフードバンクをしているのは、政府主導のフードバンクでは行き届かないところを支援するためである。

通貨危機を受けて政府は、急激に増えた困窮者への対策を実施するためにフードバンク事業を展開した。当時、食べることができない人で溢れていた。しかし、韓国には朝鮮時代から貧しい人に食べ物をわたすという風習はあるし、田舎などでは、おいしいものを得たときにそれを分け合う風習もある。また、教会やさまざまな財団など、フードバンク事業は民間レベルですでに存在したものでもある。しかし政府は走り過ぎ、法整備がされることで一部の民間で行われていた食べ物を分かち合う行為が違法なものになってしまう可能性が出てきた。官僚主導で制度が構築された場合、硬直化して融通が利かない面がでてきた。また、保健福祉部の官僚が退職後関連機関に天下りすることも考えられる。そういう意味で聖公会の理念と政府主導のフードバンクが一致しない面がでてきたので、やはり独自でやることになった。(※CJ 第一製糖取材時：2016年9月1日(木) 15:00-17:00)

《冠岳支部による受託》

冠岳支部はフードバンクを約15年前(1998年)に始め、調理食品を扱っていたが、それ以外の品物も配らなければならないと悩んでいた。ちょうどその時に、区役所からフードマーケット委託の話が来たので、委託を受けることにした。

22支部のうち冠岳支部だけが政府系フードバンクを受託しており、聖公会独自のフードバンクと併存している。区役所のリストから漏れた人も独自のフードバンクの対象にしている。最近始めたばかりだ。聖公会から政府に積極的に働きかけてはいないが、もし政府からの要請があれば、審査のうえ可否を判断する。

(4) 財源

- ・個人寄付者(定期的な寄付者1200名) 20%
- ・企業寄付(個人食堂経営者から大企業まで) 40%
- ・収益事業 20%
- ・寄付物品 20%

(5) ボランティア

ボランティアのグループが 20 ある。本部だけで 200 名のボランティアが登録している。あるボランティアは 12 年間活動を続けているという。企業からのボランティアも参加し、保温箱にお弁当を積み込む作業をしている。

2. 事業

(1) 事業構想・計画

今は宗教法人の一機関としてやっているが、2016 年秋は独立して社団法人を設立する。外からの支援も引き出して、新しい事業を立ち上げる計画である。

ソウル市フードバンクの倉庫は常温と冷蔵庫・冷凍庫、キムチ冷蔵庫 (1℃)、乾燥庫を備えている。聖公会は、プラスアルファとして調理施設をつくる。数千万食の材料を作れる調理施設を 2 階建てで作る計画である。ソウル、テジョン、ヨンナム、コナンなどの地域に物流センター+調理施設を作り、そこから 1 時間以内の距離にある地域に配達する予定だ。新鮮な食材を恒常的に供給する広域物流センターを、全国で 4 つ作る必要がある。

全国の在家福祉施設 (職員が各家庭を訪問する) に、聖公会がコメ、キムチ、食材、菓子、新鮮な果物、野菜などの“聖公会パッケージ”を与えて、その記録をデータベースに入力する。このデータベースを構築することで、たとえば子どものいる家庭には、洗わずにすぐ調理できる米を渡せるように配達品を調整できる。

また、本当に必要な食材を農村で作って供給するために、農村に出向く。企業からの余剰食品に依存するだけでなく、必要なものを農村で生産して、調達する態勢にしたい。東南アジアなどの後進国に指導し、後進国から食品を購入することもできる。

最低限 10 億ウォン必要と見込んでおり、資金調達が課題だが、クラウドファンディング方式で資金を確保したい。

(2) フードバンク事業

《無料給食》

大量に発生した失業者、景気沈滞の長期化、これに伴う失業したホームレスの急増、家庭の解体と貧困層の生活の困窮化など、様々な理由で私たちの周辺にはまともに食事をとれない隣人がたくさんいる。このような困難にみまわれている隣人のため、聖公会フードバンクでは地域に無料給食所を運営しており、2000 年下半期から無料給食車両も運営する計画がある。

またフードバンクが運営している給食所以外に、地域単位の無料給食所にも食料を支援している。無料給食所を利用する対象は、失業したホームレスや一人暮らしのお年寄り、そして障がい者などであり、欠食児童(食事をとれていない子ども)たちには、心に傷を負わないよう、地域の学習室を運営し、各種プログラムとともに給食を提供する。

さらに無料給食車両は街頭での給食(ソウル駅などホームレスが多く集まる所)や、各種の社会保障提供の際に現場に派遣され、無料給食の活動を行う予定である。

プライドを傷つけないように、都心部では聖公会のバスの中で食べさせる。

《弁当配達》

「愛の弁当分け合い活動」は、欠食家庭への支援を希望する支援者や支援食堂などから弁当を提供してもらったり、学校や企業などの団体給食所から余った食べ物を譲り受け弁当にした後、支援を必要とする家庭へ分け与えるプログラムである。(余りの食べ物が足りなかったり団体給食が無い祝日などには、直接弁当を作ることもある。)

また、ボランティアがそれぞれの家庭を訪問し、弁当とともに作り置きのおかずを渡したり、体の不自由な障がい者には家事援助(洗濯、掃除)、一人暮らしのお年寄りには話し相手、欠食児童には学習指導や遊びの指導なども併行して行っている。フードバンクに関連した福祉施設が足りていない韓国の実情に鑑みても、一次的な支援機関といえるような無料給食所や福祉施設が無い地域であったり、事実上関連施設を利用することが困難な地域の欠食家庭、なかでも状況が深刻であるにもかかわらず政府の支援からも疎外されている家庭を対象に、「愛の弁当分け合い活動」を実施している。

毎週火曜日・金曜日に、全国にある 22 の聖公会支部がお弁当を作り、一人暮らし高齢者などに配る。本部内にあるクッパ・レストランでは、ソウル市内に配布する 270 食分を作り、市内の拠点に届ける。ソウル市内の他の支部は、独自に弁当を届けているところもある。

毎週金曜日には 70 食分の食事をバスに積み込んで、近隣のチョッパン(狭い家)に住む貧しい高齢者や、路上生活者に届けている。

チョッパンという極めて小さな部屋に住む老人の家庭を訪問して、1週間分のおかずを渡しているところもある。何年間も面倒を見ている。

クッパ・レストランで弁当を作っているスタッフのうち半分は聖公会の職員で、もう半分はボランティアである。弁当は、ごはん 1 パック、おかず(3品) 1 パック、のりの 3 点セット。スープは、持ち運びがたいへんなので、提供しない。

《政府系との相違点》

政府主導は冷凍冷蔵不要の常温食品が中心。聖公会は材料を保管できる倉庫を持っているので、ここで材料を調理できる。いまは政府も次第にそうしたやり方を取り入れているが、いずれにせよ聖公会が先に走ってやっていることは確かだ。

食事文化の違い。アメリカは工場生産品を消費するファストフード文化だが、韓国はお母さんが作った昔ながらの食べ物を喜ぶ文化だ。韓国の文化的な事情を考えると、工場生産物ではなく自分で作って食べる材料を提供したほうが、韓国人に受け入れられやすい。韓国には当初、元祖アメリカ方式のフードバンクが導入されたが、アメリカは工場製品であるのに対し、韓国は調理文化なので合わなかった。そのため聖公会は調理食品を扱う。他方、フー

ドマーケットはドイツから入ってきた方法である。

政府系フードバンクは工場で作られた食品の余剰を扱っているが、聖公会フードバンクはコメ・みそなどの食材を扱い、提携農場から届いた野菜や肉などを買い、調理して人々に提供しているので、そもそも扱う食料が違う。そのため政府系フードバンクに食料が集中してしまうといった心配はしていない。

聖公会のフードバンクは政府系と異なり、食品を福祉施設だけに提供するのではなく、個人にも直接提供している。個人・施設関係なく利用できる。

当初は子どもを支援していたが、子どもが弁当をもらうところを周りで見られるといじめの対象となってしまうため、いまは子どもではなく高齢者を対象としている。

調理された食品を配るとき、老人にとってはお弁当のほうが楽で適しているが、子どものいる家庭ではプライドを傷つけるので、プラス効果にならない。自炊で調理できる食品をパッケージ化して配布したほうがよい。

週 2 回、聖公会フードバンクから食料が送られてくると、配分拠点に来れる人は食料を分け合って持ち帰り、傷病や障害によって配分拠点に来れない人には、職員が食料を自宅まで届ける。

《政府主導のメリット・デメリット》

メリットとしてはフードバンク支援に提供される資金量が多くなったということがある。また法やプロセスも整備されて民間企業も食品提供しやすくなったという点がある。デメリットとしては過剰な「結果」重視の姿勢や、政府主導では本当に支援が必要のところまで支援を行き届かせることができないという問題がある。(※CJ 第一製糖取材時：2016年9月1日(木) 15:00-17:00)

《その他の事業》

- ・結縁事業(被支援者と後援者の結び付け、一人暮らしの高齢者と社会の連携強化)
- ・グリーン事業(ごみ削減運動、主に生ごみの削減)
- ・キャンペーン事業(給食が無くなる夏休み、冬休みの食事支援)

(3) フードマーケット利用者

2001年に基礎生活受給法ができて、国が受給条件を決めた。政府は本人の財産状況のデータをもとに判断している。財産や家族、子どもなどの条件に引っかかれば受給できない。たとえば農村部に農地を持っていても、売れないし、高齢で働けないのに、財産があるから受給できない。また、子どもが親の面倒を見なくても、子どもがいるというだけで受給できない。これは国の財政の要因が大きい。政府系フードバンクは政府が経費を出してくれる半面、政府の認めた福祉基準を守らなければならない。

他方、法の死角を見つけ出して支援するのが聖公会の役割である。聖公会の各支部は、地

域で一番貧しいと言われるところで数十年布教活動をして、家庭訪問もしてきているので、行政系職員よりも詳しい。聖公会は貧困者を助ける活動をしているので、支部の活動家は、どういう人を助ける必要があるかを知っており、こちらから積極的にアプローチし、自ら行って助ける。フードバンクを利用するにあたって登録は不要だ。基礎生活受給を受けられない人もいる。事情を知っている支部の判断に任せている。

以前、このような例があった。聖公会の信者が子どもを交通事故で亡くし、その後、養子縁組をしたり、身寄りのない高齢者を引き取ったりして、大家族をなした。その信者は政府に対して補助を求めたが、政府は拒否した。子どもは児童施設、高齢者は高齢者施設にそれぞれ行かないと補助はできないという。すでに家族として共に暮らしている実態があったので、聖公会がこの信者の家族を援助した。

《冠岳支部によるフードバンクの独自運営と、フードマーケットの受託運営》

冠岳支部は 7 年前から、区の委託を受けてフードマーケットを運営しているが、利用者のリストは行政から送られてくる。利用者は月 1 回、5 品目まで持ち帰ることができる。月 5 万ウォン相当のものがもらえる。

聖公会が独自に行っているフードバンクは、週 1-2 回（聖公会が利用者の状況を判断して利用の可否と回数を独自に決める；水・金曜日）配達する。

(5) 他の福祉事業との関連

聖公会で支援を受けているのはさみしい一人暮らしの高齢者・障がい者などだ。食品などの物理的なサービスだけでなく、生きがいを与えるような精神的なケアが重要である。

現在 2 か所の福祉施設で試験的に精神的ケアを展開している。

サービスを受けている高齢者は、世話になっているだけなので自信を失っている。こうした高齢者に、「自分にも社会のために何かができる」と思わせるようにする。

それぞれの高齢者に、何ができるかを聞きだすが、例えば体が不自由であっても、豊かな人生経験をもとに、助言ができるだろうし、語学を活かすこともできる。

それぞれの人が、自分の時間を他人のために使うと、その時間を「貯金」でき、ほかのところでその「貯金」を使うことができる。こうした「タイムダラー」（時間通貨）の試みは、これまでのところ順調に進んでいる。クミ病院で導入したら好評で職員も会員になった。全身まひの患者は生きる意味に自信を失っていた。英語が得意で、時間通貨を貯めて看護を受けて自信になっている。

フードバンクはソウル市内 37 か所で運営中である。募金活動や老人支援、ボランティア活動なども主催している。フードマーケット以外の様々な活動は 2007 年から始まった。

冠岳支部は、健康増進を図るための活動として「利用者の集い」、「ウンピッサラ」（直訳すると「シルバーの光」）、「サラン（愛）の活動」などを行い、単に食品を配給する次元を超えて、利用者の生きがいを与える取り組みをしている。利用者間の親睦を図ったり、運動

したり、ボランティア活動にも参加したりして、人生のやりがいを感じる部分も大事だ。今後はもっと発展的にやっていきたい。冠岳支部は、利用者が社会的弱者ではなく社会の主体者になり、生きがいを感じられることを目指している。

職員はそれぞれの拠点で活動しているので、貧しい人の事情をよく知っている。

聖公会の他の支部は、必ずしも同じ事業を行っているわけではなく、支部ごとに独自性を発揮している。

冠岳支部のある配分拠点は、正しくは「分かち合う家」という名前の礼拝堂であるが、フードバンク以外に識字教室、地域自活センター、子どもの家など様々な事業を行っている。子どもの家は、放課後に子どもたちが安心して過ごせる場所である。

孤児の世話をする事業もある。思想犯で逮捕歴のある人を世話したこともある。

(6) 寄付実績 (年度不明)

- ・ 寄託業者 691 (うちソウル 108、京畿道・仁川地域 61)
- ・ 勤務者 222 (うち常勤 36 名・非常勤 25・ボランティア 132・公共勤労 29)
- ・ 常勤 36 (うちソウル 6、京畿道・仁川地域 8)

2015 年 1 月～3 月 寄付金額

- ・ CMS 寄付金 (27 支部) 38,215,909 ウォン
- ・ 団体支援金 (中央) 12,462,000 ウォン
- ・ 一般支援金 (中央) 1,735,000 ウォン
- ・ ソウル地方弁護士会 (奨学金) 12,190,000 ウォン 合計 64,602,909 ウォン

聖公会で扱っている食品のうち、現物で寄付された食品が 7 割、寄付金で購入した食品が 3 割である。

学校給食や、食堂で発生する食料の余剰 (配り残しなど) を集めている。すぐに集めて分配し、処理しないといけないので大変な作業だ。

(7) 配分実績 (年度不明)

- ・ 利用人員 21,514 名 3,595 名/日 年間利用者数 775,304 名
(うちソウル 利用人員 8,756 名 1,620 名/日 年間利用者数 349,920 名)
(うち京畿道・仁川地域 利用人数 686 名 192 名/日 年間利用者数 41,472 名)
- ・ 利用施設数 286/家庭 1,100/個人 1,284/その他 13

(8) 収益事業

《社会的企業による収益事業の背景》

アメリカは多国籍企業が多く余剰食品がある。不法移民者が多い。国家が先だって社会福

社をやっていない。ヨーロッパはアメリカと異なり、国家が責任をもって福祉をしている。

他方、東アジアは企業が先だって支援するというよりも、地域で助け合う文化がある。韓国は社会的企業を地域のコミュニケーションの場としても活用できる。利用者は、社会的企業の収益が社会的な意義に使われることを認識している。このほうが韓国には合う。

《コンサートによる募金活動》

ソウル駅周辺の浮浪者に給食を運ぶために毎日 800 食分を毎日作った。寄付金も使ったが、足りなかったので募金活動の一環としてコンサートを開いた。

「おにぎりコンサート」と題し、聖公会の教会裏で毎週水曜日の昼に開催した。5年間にわたり、開催回数は計 420 回にのぼる。年間 4.5 億ウォンの寄付が集まった。

有名現職歌手やバンド、アイドルなどに、無償で来てもらう。神父が弘益大学周辺に赴いて、歌手に出演要請した。次第に大物が参加するようになった。中にはこのコンサートでデビューし、トップクラスの大物歌手になった人もある。

参加者には昼食代 (1食 7000 ウォン+任意の寄付金) を寄付してもらって、おにぎり (40種類を用意) を提供する。最も多く集まった時は 3000 名。

来年 (2017 年) にコンサートを再開する予定である。

《食堂事業》

2008 年末、鳥インフルエンザの影響で、イベントを開いて大勢の人々を集めることが法律で禁止され、翌年ノムヒョン大統領の自殺、さらにサーズがあり、コンサート自粛の流れとなった。こうしたことが 2-3 年続き、コンサートでの募金活動ができなくなったため、資金集めに困った。そこで 4 年前に、社会的企業としてクッパ・レストランを開いた。

食堂 (クッパ・レストラン) は、本部に 1 号店、鍾路 (ジョンノ) に 2 号店がある。食堂では一般の客が来て食事をする。他の店と同様の価格で、おいしく、かつ社会貢献ができる。

クッパ・レストランの厨房の手前側は収益事業、奥側は福祉事業用と分けられている。昼間は一般の客のために昼食を出し、フードバンクの収益の一部としている。

食堂 1 号店は、クラウドファンディングで 580 名から 9000 万ウォンを集め、厨房のインテリアを変えてレストランにした。クラウドファンディングは 2 つの方法を用意した。1 つは対価なしの寄付 (領収書のみ)、もう 1 つは 1 年分のクーポンを与えた。2 号店は、一般の人から集めるのはたいへんなので、ハナ銀行 (従業員約 1 万人) でマッチングファンドを行い、従業員と企業から同額ずつ、計 1 億ウォンを集めた。

コンサートのほうが収入は良かった。店は商売だ。

1 号店の運営では、セウォル号事故で人が来なくなり、経営がたいへんな時期を過ごした。

2 号店は開店翌日にサーズの問題が起きて、ビジネスはたいへんだった。

聖公会はソウル市より先にフードバンクを整備した。ソウル市は土地が高いので、洞の空き地を借りて物流センターを作った (4 年前に閉鎖)。

聖公会ソウル主教 大聖堂



大聖堂内 キム・ハンスン神父



聖公会フードバンク本部事務所



クッパ・レストラン内で弁当づくり



野宿者無料給食サービス



本部隣にあるクッパ・レストラン入口



給食をバスに載せて出発



クッパ・レストラン壁に貼ってある 2012 年の寄付者一覧



レストラン卓上 POP。1食 8000₩。他のレストランと変わらない価格。価格の一部分が寄付に使われる、と卓上 POP に明記されている 「おいしい寄付」



キム神父と訪問団（聖公会冠岳支部にて）



聖公会フードバンク冠岳支部代表
チョン・ウォング氏



聖公会フードバンク冠岳支部管理チーム長（フ
ードマーケット責任者）チェ・ウリョン氏



聖公会フードバンク冠岳支部にて 聞き取りの様子



冠岳支部フードマーケット店内



弁当の配達先 冠岳支部管轄内の貧困地区

弁当の配達先の活動拠点（事務所）



トラックから食品を搬入



CJ 第一製糖株式会社

<http://www.CJ.co.kr/CJ-kr/>

所在地 ソウル市中区東湖路 330

出典：CJ 第一製糖本社訪問時の聞き取り

Yoon, Soo Chan 氏 (CJ 第一製糖 CMV チーム シニアスペシャリスト：チームのリーダー)、Im, Suk Hwan 氏 (同 シニアマネージャー：企画担当)、Kim, Do Im 氏 (同 シニアアナリスト：実務担当)、Kim Han-Seung 神父 (聖公会フードバンク) からの聞き取り

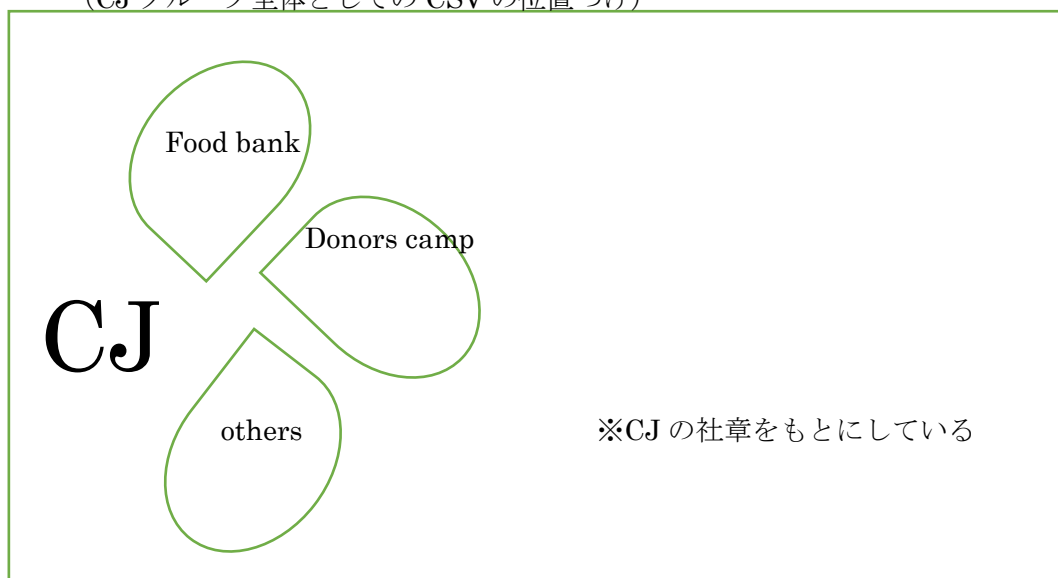
訪問日時 2016年9月1日(木) 15:00~17:00

1. CSV の戦略

CSV は「CJ's Social value」である。それは①「創造経営」②「相生」(共生・共存)③「分かち合い」の活動の三つで構成される。①②はビジネスの世界のものである。③「分かち合い」は社会貢献である。この「分かち合い」部門の実務担当は6名。ただし間接的にグループ全体で関わっている人数は100名を超える。

①の「創造経営」とは、例えば、パックのご飯の開発や、不良が集まるイメージがあった映画館を、家族が一緒に行って見るようなイメージへの改善、昔は高級なイメージがあったトンカツを一般的に食せるようなものにするなど。三流といわれるものを一流にするようなビジネス上の取り組みも含まれる。②の「相生」は企業間の話である。大手企業と中小企業が一緒に協力しながら共存共栄をめざすもの。利害関係者との利害調整にとどまらず協力して新たな価値をつくることを目的としている(新価値創造。そこで生まれた利益を互いに分け合う)。

(CJ グループ全体としての CSV の位置づけ)



「CSV（Creating Social Value）マネジメントチーム」：ビジネスの中で社会的価値を追求、分かち合う経営をテーマ。社会貢献できる経営を目指している。

2. フードバンク以外の社会活動——ドナーズキャンプ

CJ独自の事業として「ドナーズキャンプ（Donors' camp）事業」がある。この事業の目的の一つは貧困の連鎖を断ち切ること。そのためには、ただお金を与えるだけではダメで教育に力を入れなければならないと考えている。そのためにこのドナーズキャンプを運営し、具体的には、各地方の児童センターの勉強部屋のようなところなどを支援している。

他にも従業員のボランティア参加など（他の企業も一般的に授業院のボランティア参加は行っているが）も行っているが、CJが力を入れてやっているのはフードバンク事業とこのドナーズキャンプ事業。

（ドナーズキャンプは子どもたちへの）寄付教育を目的とした事業ではない。企業がもうけたお金を寄付するというものではなく、みんなが寄付をすることができる「プラットフォーム」を作る、というもの。その寄付の仕組みをインターネット上で構築している。このキャンペーンに賛同する人は、CJ職員だけでなく一般の人でも、会員になって1000ウォンでも1万ウォンでも自分の気持ちとして寄付して、キャンペーンを後援することができる。CJは寄付者と寄付を必要とする事業とのつながりの場を作ることで後援することになる。各地方自治体にある児童センター約2000か所をこのプラットフォームを通じて支援している。

分かち合い財団（ドナーズキャンプ）を増加させ、自分の才能とマッチングした形式で、ボランティアが企画参加できるものに積極的に取り組んでゆきたい。

3. フードバンク支援活動

(1) 理念

1950年の朝鮮戦争後の貧しい状況の中で勃興した韓国の企業は、社会貢献を積極的に考えなければならない。この企業の社会貢献は一般的に三つに分けられる。第1に国家への愛（愛国心）、第2に自然への愛、第3は人間への愛。例えばある企業は、存在する地域に住む人々と触れ合っていくか、自然環境の保護をどうするかなど、いろいろなテーマで社会貢献について考えている。CJの場合は、出発点が食品企業であるため、生産して余ったものを用いてどう社会貢献するかということが課題となった。これがフードバンクの事業と合致し、フードバンクを支援するきっかけとなった。

（フードバンク支援活動は）会社の理念と関係している。CJはフードバンク事業を積極的に行った最初の企業であり、寄付金額においても業界最大の位置を占めている。この状態について今後も維持していきたい。フードバンクといえば、他のどの企業でもなくCJだ、ということ浸透させたい。

(2) 支援活動

(具体的なフードバンク支援活動は) 二つある。まずは余剰生産品の寄付。出庫できなかった食品を寄付する。しかしこのような活動は他の企業も行っているので、CJとしてはさらに他のことをしたいと考えた。そこで実際開始しているのが、「企画生産品」の寄付である。CJでは受けてのニーズを知るため、企画生産を実施する前にアンケートを行った。その結果を受けて5種類の品目を選んで箱詰めしてフードバンクに提供している。この箱詰めセットを「希望を分かち合うお土産セット」と呼んでいる。CJの社員もこの箱詰め作業にボランティアとして参加している。現在は年間で2万セットを作って、フードバンクに提供している。全国フードバンクが管理する中央物流センターを通じて全国に配布している。

企画生産については開始して間もないということもあり、年間で約2億ウォン。余剰の分で40億から50億ウォンである。

CJとしては食品寄付について今後も増やしていく予定。他の企業もマネとまでゆかなくても、自らのイメージアップのためにこのような活動を増やしていこうという気運がある。韓国の全国経済連盟で毎年報告書(白書)を作成しているが、そこで各企業の食品寄付活動の状況が報告されている。各企業ともそうした報告で他者の動向を見ながら寄付活動を進めている。

企業としては損失を減らさなければならないため、余剰生産を減らさなければならない。その部分はこの活動を考える上では悩むところでもある。従って企画生産を増やしていく、ということになる。また現在提供しているのは冷蔵・冷凍しなくてもよい常温の商品であるが、フードバンク側が冷蔵・冷凍の施設を持つようになれば、冷蔵・冷凍を要する食品も提供することができる。そうした設備を設置するという行為を、企業側で負担すべきかフードバンク側で設けるべきかについては今後の検討課題となるだろう。

企画生産のためのアンケートは、フードバンクとCJと共同で実施した。対象としたのはフードバンクの恩恵を受けている方々。ただ、対象者の数などは正確な数値は今データを持っていないのでわからない。またアンケートをしたのは現状では2011年の1回のみ。あとはフードバンクで食品が提供されている現場をみることで、企画生産する食品のラインナップを変更したりしている。

(5種類の品目は) 砂糖、小麦粉、コチュジャン、みそ、食用油。これを1箱に3か月使える量を入れている。このような企画生産して活動したのはCJがはじめて。現在も本格的に年間を通じて継続的に企画生産しているのはCJだけ。ただし、ほかの企業で年末など一時的に時折実施しているものはあるが。

(企画生産のラインナップを変更しているが) お土産セットの5品目には変更はない。年間2万セットのお土産セット以外の形で企画生産食品を提供している。

(3) 価値評価

CJ第一製糖における価値評価方法は生産原価。その製品を生産するにかかった費用(製

造原価と出庫する前の人件費および流通等の Utility の費用が入る) が寄付金額になる。

寄付される食品も含めて生産物については、会社できちんと電算管理しており、管理された金額に基づいて寄付食品の評価額が決定されている。そのため不正などがおこる可能性は低い。

(キム・ハンスン神父による解説)

韓国の場合、食品寄付活性化に関する法律を作るとき、問題になったのが、寄付の「価値」をどう測るかということ。日本やアメリカの例を見ても、一度にすべてを重さ(トン)では測りきれない。例えば液体などはリッターで測ることになる。結局、税金対応しなければいけないということもあり、正確に測るために韓国では「金額」で評価するということになった。アメリカもその方向になるのではないか。

食品活性化に関する法律を定める際に関わる法律として、「食品衛生法」と「税法」があり、これらはセットで検討しなければならない。そのため税法改革が必要であった。製品の価値の基準は「原価」「卸値」「小売値」の3つに分けられる。法人の場合、寄付金額は損金算入できる。個人の場合は寄付した金額を必要経費として所得控除できる。

一般的に寄付したものが損金算入や所得控除されるのは、以下の三種類の団体に寄付する場合のみ。第1に「法定寄付金団体」。赤十字など。この種の団体への寄付は、いくら寄付してもすべて損金算入などの対象となる。第2に企画財政部(日本の財務省)が指定した「指定寄付金団体」。第3に「包括的寄付団体」、一言でいえば非営利事業を営んでいるところ(学校や宗教法人)などである。聖公会は宗教団体なので聖公会への寄付は損金算入などされる。行政のフードバンクは「指定寄付金団体」。それ以外の個人などに寄付しても損金算入などされない。

フードバンク事業に一番関心を持っていた政府機関は保健福祉部である。保健福祉部は、食品寄付を活性化させるためには税金面での対応が必要だと考えた。しかし法人税と所得税を改正しなければならないが、企画財政部(日本で言えば財務省)がこの改正に抵抗した。そこで特別法を制定した。この特別法は1年ごとの時限立法。ここれが2011年によく時限立法ではなく、正式な法律として制定された。

(4) 寄付の社会的インパクト評価

ESG (Environment Social Governance) の観点を重視している。投資から見て、企業のガバナンスがしっかりしているかどうかの評価を得る。ただし、このような社会的インパクトの評価は非常に難しい。現在はグローバル的な評価機関がいくつかある。CJからは「持続可能評価報告書」を定期的に出しており、そう世界的な評価機関から評価されている。例えばDJSI (Dow Johns Sustainability Index) では上位で評価されている食品関連企業がアジアでは二つしかない。味の素とCJである。

一般的に企業は、財務状態だけで評価されるが、DJSIでは社会貢献や環境汚染への対

応など他の要素を諸々含めて評価している。このような評価指標はいくつかあるが、D J S I では世界で約 2,500 社を評価している。2,500 社の中で上位 20%に入る会社が「ワールドクラス」になり、トップ 600 社に入ると非常に優秀な企業とされ、アジアの食品関連会社では味の素と CJ だけである。

(※Yoon 氏がホワイトボードに書いたもの)

DJSI (Dow Johns Sustainability Indices)

Code of Conduct

Social value

Environment

Other Social value (water, GMO...)

Supplier value

...

Employee



全国フードバンクの現況 (2015年)

フードバンク団体数

全国フードバンク	中央物流センター	広域フードバンク	フードバンク	フードマーケット	計
1	1	17	291	127	437

寄付実績の現況 (2015年度)

単位：100万ウォン

1. ソウル：40,833	2. 京畿：34,810	3. 仁川：6,968	4. 釜山：6,915
---------------	--------------	-------------	-------------

運営実績 (2015年)

・食品寄付実績	・利用対象者
募集総額： 1,609億ウォン	個人： 322,259名
寄付件数： 724,383件	団体： 14,264か所

1. 一般の現況(開所数、現在基準)

※年度記載なし

地域別	計	法人	団体	利用施設	生活施設	奉仕センター	市・郡・区	その他
全体	446	165	83	143	22	7	7	19
中央	1	1	0	0	0	0	0	0
ソウル	60	38	0	18	0	0	2	2
釜山	31	6	2	19	2	0	1	1
大邱	21	6	0	14	1	0	0	0
仁川	26	10	2	12	0	0	1	1
光州	20	8	0	11	0	0	0	1
大田	18	5	5	4	3	0	0	1
蔚山	10	4	1	0	0	5	0	0
京畿	75	25	27	18	1	0	0	4
江原	21	11	6	3	1	0	0	0
忠北	29	11	11	4	0	0	0	3
忠南	27	11	9	6	0	0	0	1
全北	21	4	4	7	4	0	1	1
全南	29	9	8	9	2	0	0	1
慶北	23	4	4	9	4	0	0	2
慶南	24	5	2	8	4	2	2	1
済州	6	3	2	1	0	0	0	0
世宗	3	3	0	0	0	0	0	0
中央物流	1	1	0	0	0	0	0	0

2. 寄付食品 寄付の統計

2015年1月1日～2015年12月31日

(単位：100万ウォン)

地域別	計	食品		生活用品	
		フードマーケット	フードバンク	フードマーケット	フードバンク
全体	160,768	22,667	116,613	10,217	11,271
中央	24,489	-	21,703	-	2,786
ソウル	40,833	8,833	19,051	7,919	5,030
釜山	6,899	1,232	5,046	531	90
大邱	4,110	911	3,019	62	119
仁川	6,968	1,711	4,465	230	562
光州	4,100	195	3,717	46	141
大田	4,561	1,715	2,388	434	24
蔚山	2,566	215	2,078	28	245
京畿	34,788	4,242	28,630	559	1,358
江原	2,307	173	2,056	40	39
慶北	3,643	166	3,253	101	122
慶南	3,409	253	3,054	32	70
全北	5,427	1,382	3,900	121	24
全南	2,466	176	2,020	7	263
忠北	6,141	318	5,624	3	196
忠南	6,118	584	5,346	39	150
済州	1,706	334	1,258	66	49
世宗	237	226	7	0	3

3. 寄付食品 提供の統計

2015年1月1日～2015年12月31日

(単位：100万ウォン)

地域別	計	緊急支援 対象者	次上位層	基礎生活保 障受給者	低所得層	施設、団体
全体	152,067	10,655	16,315	28,290	11,836	84,971
中央	347	0	-	-	-	347
ソウル	40,548	922	3,306	7,952	1,125	27,242
釜山	8,141	448	603	1,602	725	4,763
大邱	5,503	213	353	786	201	3,950
仁川	9,540	693	1,786	2,172	574	4,314
光州	5,333	444	756	1,632	459	2,043
大田	5,750	183	727	1,041	227	3,572
蔚山	2,620	186	250	580	335	1,269
京畿	36,660	4,792	4,785	7,256	4,132	15,695
江原	3,613	255	683	651	442	1,582
慶北	4,048	296	355	257	379	2,760
慶南	3,958	192	210	479	177	2,900
全北	5,398	370	545	444	485	3,555
全南	3,202	218	326	721	281	1,657
忠北	7,248	1,001	840	853	1,487	3,067
忠南	7,970	366	453	1,381	676	5,094
済州	1,708	71	319	443	78	797
世宗	479	4	17	41	52	365

4. 寄付者別 寄付の統計

2015年1月1日～2015年12月31日

(単位：100万ウォン)

地域別	計	食品製造・加工	即席販売・製造	食品卸・小売	食品接客業	集団給食所	一般家庭	その他
全体	160,768	79,601	15,006	31,421	1,988	4,208	886	27,658
中央	24,489	18,857	48	3,244	-	-	-	2,340
ソウル	40,833	17,278	4,796	6,832	521	416	204	10,786
釜山	6,899	2,388	1,780	1,594	81	30	20	1,006
大邱	4,110	1,898	301	908	110	18	12	864
仁川	6,968	2,903	501	1,006	103	598	25	1,832
光州	4,100	2,380	481	644	165	208	28	195
大田	4,561	1,175	696	1,484	61	45	58	1,041
蔚山	2,566	992	111	181	15	245	1	1,021
京畿	34,788	15,713	3,026	8,389	624	2,248	47	4,742
江原	2,307	1,304	238	390	51	170	14	140
慶北	3,643	1,658	407	604	18	53	9	892
慶南	3,409	1,647	405	817	37	29	24	450
全北	5,427	2,611	1,162	961	10	22	182	479
全南	2,466	787	294	524	87	58	90	626
忠北	6,141	3,634	383	1,431	40	-	114	538
忠南	6,118	3,095	216	2,152	48	67	48	491
済州	1,706	1,099	133	252	16	1	9	194
世宗	237	181	26	6	1	-	-	22

5. 寄付者の現況

2016年1月1日～2016年10月19日

(単位：寄付者数、登録日基準)

地域別	計	食品製造・加工	即席販売・製造	食品卸・小売	食品接客業	集団給食所	一般家庭	その他
全体	4,833	2,177	255	862	96	29	458	956
中央	42	28	-	13	-	-	-	1
ソウル	1,308	560	53	124	25	4	133	409
釜山	345	124	3	44	1	1	142	30
大邱	131	73	4	16	6	-	6	26
仁川	247	101	19	74	15	2	9	27
光州	160	69	15	47	3	3	8	15
大田	239	77	10	42	2	-	36	72
蔚山	119	70	3	7	2	-	1	36
京畿	1,061	528	54	274	16	15	25	149
江原	125	47	9	21	1	2	29	16
慶北	169	114	2	23	3	-	6	21
慶南	179	62	15	59	5	-	4	34
全北	179	73	22	31	6	1	19	27
全南	121	58	12	15	5	1	13	17
忠北	125	73	8	18	2	-	6	18
忠南	192	74	19	42	1	-	19	37
済州	71	34	7	10	3	-	2	15
世宗	20	12	-	2	-	-	-	6

6. 利用団体の現況

2016年1月1日～2016年10月19日

(単位：開所数、名、登録日基準)

地域別	総計		利用施設		生活施設		その他の施設	
	開所数	人数	開所数	人数	開所数	人数	開所数	人数
全体	1,757	77,801	1,259	35,165	227	4,611	271	38,025
中央	31	0	27	0	4	0	-	-
ソウル	141	4,474	123	3,380	6	74	12	1,020
釜山	64	3,812	49	1,705	4	128	11	1,979
大邱	95	1,248	82	1,188	7	0	6	60
仁川	78	3,306	63	2,870	11	213	4	223
光州	47	1,366	33	1,146	8	79	6	141
大田	88	1,478	57	1,299	21	149	10	30
蔚山	122	3,948	95	2,274	17	304	10	1,370
京畿	254	8,384	215	7,417	17	372	22	595
江原	77	2,055	62	1,605	11	215	4	235
慶北	106	1,660	63	1,007	16	209	27	444
慶南	96	1,981	79	1,378	7	116	10	487
全北	168	1,733	88	1,301	11	170	69	262
全南	140	2,517	90	2,147	21	332	29	38
忠北	72	1,594	47	700	7	168	18	726
忠南	84	31,501	44	1,112	16	228	24	30,161
済州	72	6,117	27	4,239	43	1,854	2	24
世宗	22	627	15	397	-	-	7	230

7. 利用者別 提供の統計

2015年1月1日～2015年12月31日

(単位：100万ウォン)

地域別	計	欠食児童	独居老人	障害者	少年家長	片親家庭	低所得家庭	施設団体(その他)
全体	152,067	3,961	19,304	7,103	157	5,596	16,930	14,042
中央	347	0	-	-	-	-	-	-
ソウル	40,548	533	4,715	1,529	13	1,094	2,397	3,026
釜山	8,141	135	987	445	24	477	831	480
大邱	5,503	122	501	121	7	160	189	453
仁川	9,540	424	1,263	560	13	679	902	1,383
光州	5,333	142	606	294	5	236	1,025	982
大田	5,750	54	551	320	6	311	659	276
蔚山	2,620	80	408	123	6	101	278	356
京畿	36,660	1,564	4,818	2,390	34	1,609	6,650	3,900
江原	3,613	69	742	231	7	143	483	357
慶北	4,048	70	507	87	3	77	219	325
慶南	3,958	88	326	88	3	62	300	191
全北	5,398	62	675	146	2	98	443	416
全南	3,202	71	508	157	16	118	412	264
忠北	7,248	322	1,269	291	7	209	1,270	814
忠南	7,970	146	1,062	189	9	155	641	674
済州	1,708	79	300	117	1	62	212	140
世宗	479	1	64	16	-	8	20	5

7. 利用者別 提供の統計 (前ページの続き)

2015年1月1日～2015年12月31日

(単位：100万ウォン)

地域別	老人夫婦世帯	未分類	未婚母父世帯	夫婦中心世帯	脱北者世帯	青壮年(20～30代)一人世帯
全体	14,500	32,693	5,154	5,449	13,420	13,758
中央	-	339	7	-	0	1
ソウル	2,194	11,375	1,965	1,354	6,057	4,296
釜山	954	1,634	406	447	657	665
大邱	699	542	323	281	316	1,791
仁川	1,003	1,210	242	377	631	852
光州	888	511	163	92	195	195
大田	573	1,302	345	127	355	870
蔚山	91	892	26	25	172	63
京畿	3,062	5,681	667	909	2,407	2,970
江原	242	690	91	72	277	210
慶北	429	1,284	152	352	336	206
慶南	908	936	180	178	353	345
全北	926	1,220	175	656	325	254
全南	339	779	96	154	236	54
忠北	679	1,733	85	123	342	104
忠南	1,092	2,135	217	266	574	810
済州	357	347	9	18	1	66
世宗	63	84	6	20	186	6

8. 在宅利用対象者の現況(利用者区分)

2016年1月1日～2016年10月19日

(単位：利用者数、登録基準)

地域別	計	緊急支援 対象者	次上位層	基礎生活保障 受給者	低所得層	基礎生活保障 受給脱落者
全体	70,750	16,306	16,674	23,080	13,228	1,462
ソウル	13,143	2,513	3,953	4,964	1,633	80
釜山	6,665	1,408	1,518	2,678	978	83
大邱	3,723	812	873	1,790	158	90
仁川	5,897	978	1,960	2,041	741	177
光州	2,116	374	595	705	417	25
大田	3,187	176	1,007	1,672	238	94
蔚山	1,501	321	241	551	373	15
京畿	12,032	3,806	2,414	3,577	2,087	148
江原	2,335	470	448	416	946	55
慶北	1,496	124	294	242	772	64
慶南	2,642	802	468	340	976	56
全北	3,014	984	657	692	671	10
全南	3,794	1,438	455	851	949	101
忠北	4,047	927	712	734	1,537	137
忠南	3,523	1,091	522	1,129	614	167
済州	1,496	49	540	665	94	148
世宗	139	33	17	33	44	12

9. 在宅利用対象者の現況(利用者分類)

2016年1月1日～2016年10月19日

(単位：利用者数、登録基準)

地域別	計	欠食児童	独居老人	障害者	少年家長	片親家庭	低所得家庭
全体	70,750	6,241	17,552	5,920	122	6,757	18,104
ソウル	13,143	1,480	2,605	1,126	8	887	2,817
釜山	6,665	662	2,261	899	30	1,049	1,185
大邱	3,723	460	1,122	333	6	513	448
仁川	5,897	190	1,428	579	10	910	1,629
光州	2,116	135	227	117	5	299	513
大田	3,187	128	769	438	2	520	829
蔚山	1,501	212	272	86	3	105	240
京畿	12,032	1,160	2,302	965	11	884	4,287
江原	2,335	160	741	179	3	138	883
慶北	1,496	113	609	143	-	45	345
慶南	2,642	178	713	166	11	196	925
全北	3,014	413	915	153	3	329	500
全南	3,794	104	1,392	167	6	241	1,034
忠北	4,047	211	952	172	13	193	1,217
忠南	3,523	607	746	182	4	187	772
済州	1,496	24	413	207	5	253	363
世宗	139	4	85	8	2	8	27

9. 在宅利用対象者の現況(利用者分類) (前ページの続き)

2016年1月1日～2016年10月19日

(単位：利用者数、登録基準)

地域別	その他	共同体 世帯	老人夫婦 世帯	未婚母 父世帯	夫婦中心 世帯	脱北者世 帯	青壮年一 人世帯
全体	14,878	4	330	5	373	31	523
ソウル	4,025	-	50	-	48	1	96
釜山	576	-	1	-	1	-	1
大邱	663	-	44	-	92	-	42
仁川	1,099	1	18	2	14	3	14
光州	802	-	2	-	1	-	15
大田	369	-	21	-	25	-	86
蔚山	555	-	9	-	4	2	13
京畿	2,176	2	51	-	47	6	141
江原	203	-	12	1	4	4	7
慶北	229	-	2	-	2	-	8
慶南	391	-	23	-	13	2	24
全北	542	-	41	-	84	-	34
全南	783	-	14	1	22	-	30
忠北	1,244	1	15	1	11	12	5
忠南	1,006	-	7	-	5	1	6
済州	211	-	19	-	-	-	1
世宗	4	-	1	-	-	-	-

出典：全国フードバンク ウェブサイト閲覧日：2016年10月20日

https://www.foodbank1377.org/statistics/give2.jsp?menuId=4_01