ソーシャルアクションアカデミー2022 ソーシャルリサーチ学科
調査報告資料について

本資料は、 NPO・プロボノワーカー・学術研究者の三者による協働のプログラム「ソーシャルアクションアカデミー／ソーシャルリサーチ学科」（認定NPO法人サービスグラント主催）で行った、**プロボノによる調査資料**です。
2022年度は、子どもや若者をめぐる課題の連鎖を断ち切り、希望をもたらす取り組みとして、
「フードバンク」「養育困難家庭の訪問型支援」「面会交流」の３テーマをめぐる６件の社会調査を行いました。

本資料を引用される際は、出典について、以下の例を参考に記載いただきますようお願いします。

1. 資料のフッタにコピーライトを表示
【記載例】
©ソーシャルアクションアカデミー
©Social Action Academy

2. 引用箇所の末尾等に資料の出所を表示
【記載例】
資料：ソーシャルアクションアカデミー
資料：ソーシャルアクションアカデミー 2022年度調査報告書より
資料：認定NPO法人サービスグラント『ソーシャルアクションアカデミー』2022年度調査報告書より

※本調査報告は、多様な主体のネットワークのハブとなる学際的・横断的な研究プロジェクトを推進する実験的な取組「ソーシャルアクションタンク」に成果として蓄積・公開しています。そのため、一部の報告書は、「ソーシャルアクションタンク」のひな型を利用しています。

お問い合わせ

認定NPO法人 サービスグラント（担当：小林・岡本）
SAA@servicegrant.or.jp
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-2-10
〒541-0047 大阪市中央区淡路町2-5-16 淡路町ビル8階
https://www.servicegrant.or.jp/

©Service Grant Japan.

2023年春

物価高の影響も含めた
フードバンク団体の最新実態
および
補助金・助成金申請やウェブサイトの改善のための各種調査レポート

ソーシャルアクションアカデミー　リサーチ学科
フードバンク・システムチーム
ももさん、こーぞー、さとみ

第１章　フードバンクの運営について
第２章　補助金・助成金に関する改善について
第３章　フードバンクのウェブサイトの改善について

まとめと提言集

第１章　フードバンクの運営について：まとめと提言

- フードバンクの運営力を構成する要素は**「ストック型指標」**と**「フロー型指標」**の2種類に分類できる。
  - **ストック型指標**：基本的に時間の経過とともにノウハウや経験が蓄積していく指標。活動年数と共に目標とする水準に着実に近づく傾向。**「人的資本」「設備・機器」「外部とのネットワーク」**がストック型指標に該当する。
  - **フロー型指標**：フードバンク活動を行う上で使用・分配するため、常に新たに獲得し続ける必要がある指標。活動年数を経るごとに目標水準を達成する団体と低い目標達成度の水準のままの団体の差が広がっていく。**「収入（会費、寄付金、補助金・助成金）」「食料寄付」**がフロー型指標に該当する。
- **2022年の物価高の影響**により、多くのフードバンク団体が**食料支援に対するニーズや対象の拡大**を認識している一方、**「食品寄付量」および「寄付金額」の変化**について、これらの指標の**目標達成度が高い団体は物価高の中でも増加し、目標達成度が低い団体は減少**する傾向がみられた。

ますます広がりを見せる食料支援のニーズや対象の拡大に応えるため、フードバンク団体は「フロー型指標」に該当する運営力を強化することが求められる。その中でも、コツを掴めば比較的獲得しやすい収入源である「補助金・助成金」 の改善方法について、第2章で検討・考察する。

- **現在最も注力している広報ツールとして、若年世代中心の団体では「SNS」、シニア世代中心の団体では「ウェブサイト」**が最も多く挙げられた。一方、収入・寄付を含む全ての「運営力」指標の目標達成度は平均的にはシニア世代の方が高い結果となった。

「収入・食品寄付の獲得」を広報活動の目的とする場合、過去の実績に関する情報を蓄積・掲載し続けることができるウェブサイトが、入会・寄付を検討している個人・組織や補助金・助成金の審査員の判断材料となる情報を**より効果的に発信できる**と考えられる。**「収入・寄付の獲得」や「支援者の獲得」につながりやすいウェブサイトについては、第3章で検討・考察する。**

第２章　補助金・助成金に関する改善について：まとめと提言

アンケート結果のまとめ

- **76団体（89%）が申請**を行い、**平均採択率は83%**を実現しているものの、収入の達成度は、**57団体（67%）**が**獲得額が十分ではない**、**27団体（32%）**が**著しく不足**と感じている。
- 申請しない・できない理由は、**時間が無い**、または、**目的に合う助成が無い**
- 必要な支援として、**作成支援ボランティア・採択された申請書の共有**への要望が強く、専門家からのアドバイスを上回る
- ほとんどの団体が「**他団体や全国フードバンク推進協議会**からの紹介」や「**自治体や国からの広報**」から情報を得ている（それぞれ71%、60%）。

ヒアリングのまとめ・提言

- **申請書の作成に関して**：**団体ごとの目標や過去の活動実績を反映させた申請と、情報発信を**
- **団体に向けて**：**ニーズ・ディテールに基づき、開かれた団体活動を**
  - 支援の「ディテール」（誰に・どのように支援するか）を把握し、地域市民・自治体・福祉団体・他フードバンク団体等との「ネットワーク」を構築
  - 身の丈にあった予算計画や実現可能で、持続可能な事業計画の策定
  - 過去の助成実績、ウェブサイトやSNSの更新頻度や内容、事業報告書や決算書の作成・公開が、「信頼性」を獲得
- **助成実施団体にむけて**：**人やノウハウが育つ仕組みを**

第３章　フードバンクのウェブサイトの改善について：まとめと提言

補助金・助成金の採択率を高めるためや、**支援者の増加と収入・寄付の獲得**を目的とした広報活動には、**ウェブサイトを改善・強化**することが有効である

しかし…

ウェブサイト担当者の34%（29団体）がボランティアスタッフで最多、6割を超える団体が有給の専任担当を雇う資金が不足しているという厳しい状況

■TOPページの改善案：ユーザーの行動（寄付など）を促すカギ

ビジュアル	活動内容・支援対象をわかりやすく伝える写真を掲載する
キーメッセージ	支援対象に対して何を求めているか伝わる強いメッセージを掲載する（寄付ページへの導線改善も）

■フードバンク団体の現状

ウェブサイト担当者	● 34%（29団体）がボランティアスタッフで最多（専任の有給スタッフは3団体のみ） ● 保有スキルは特になしが39団体で最多、40%（34団体）が更新業務の対応で特に苦慮。更新頻度は1回/二か月以上・作業時間は30分～1時間が最多と、更新頻度が低いにも関わらず作業時間が短いことから、更新内容が充実している可能性が低いと推察 ● 6割を超える50団体が解析ツール未導入。閲覧ページやユーザー行動の分析ができず、ウェブサイトの改善・強化ができない状況であると推察
求める支援	有給の専任担当を雇えるような助成金・補助金制度や寄付金がほしいという要望は合計で55団体（65%）。上記同様、ウェブサイトの改善・強化ができない厳しい状況であると推察