

オンラインでの体験機会提供や情報配信を強化！
こども宅食の成果を示す「インパクト・レポート」を公開

文京区内の経済的に困窮する子育て世帯へ2ヶ月に1回定期的に食品をお届けしている「こども宅食」を運営する「こども宅食コンソーシアム」(<https://kodomo-takushoku.jp/>)は、文京区内約700世帯のこども宅食利用家庭に行ったアンケート調査結果をもとに、事業が生み出した効果・成果に加え、事業の実施状況や利用家庭の実態やニーズを取りまとめた、2021年度インパクト・レポートを公開します。
インパクト・レポートは2018年度分から毎年作成しており、今回で4回目となります。

文京区こども宅食プロジェクト
第4期（2020.10～2021.9）

インパクト・レポート



2022年6月
文京区こども宅食コンソーシアム

支援を行うだけでなく、社会的な効果や価値を評価し、事業改善に活かす

文京区とNPO等、7つの組織が官民協働で行う文京区こども宅食は、経済的に困窮する子育て世帯に食品等をお届けし、困り事があった際には必要な支援等につなげる活動を行っています。

また、その活動がどのような効果や価値を生んでいるかを評価し、事業改善に活かすため、こども宅食コンソーシアムでは以下の2つの目的を持って「社会的インパクト・マネジメント」を行っています。

- ①社会的インパクト評価により、事業が生み出す社会的価値を可視化し、検証すること
- ②社会的インパクト・マネジメントを通して、こども宅食事業の運営改善をすること

インパクト・レポートでは、利用者を対象に実施したアンケート等の分析結果をもとに、ロジックモデル(事業や組織が最終的に目指す変化・効果の実現に向けた事業の設計図)を用いた事業実施によるプロセス管理や、ロジックモデル上に設定した成果の検証を行いました。

社会的インパクトマネジメントとは

「社会的インパクト」とは、短期、長期の変化を含め、当該事業や活動の結果として生じた社会的、環境的なアウトカムのことであり、「社会的インパクト・マネジメント」とは、事業や取り組みがもたらす変化や価値に関する情報を、各種の意思決定や改善に継続的に活用することにより、社会的インパクトの向上を目指す活動のことをいう。

「社会的インパクト・マネジメント・ガイドラインVer.2」(2021年社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ作成より引用)

* 調査概要

評価対象期間 2017年10月(第1期の初回配送)～2021年8月(第5期の初回配送前)

調査方法 オンラインアンケート(一部紙面にて実施)

調査実施期間 2021年9月25日から10月23日まで

調査対象総数 723世帯*

回収総数 465世帯**

回収率 64%

*評価対象期間中に文京区子ども宅食を利用したことがある世帯。なお、第5期(2021年10月)より新たに利用する108世帯を含めたアンケート調査対象総数は830世帯

**第5期から(2021年10月から)の利用世帯も含めた回収総数は542世帯

2021年度インパクト・レポートの全文(PDF/51頁)

<https://kodomo-takushoku.jp/kodomo-takushoku.jp/wp-content/uploads/2022/06/ImpactReport2021.pdf>

アンケート票

<https://kodomo-takushoku.jp/kodomo-takushoku.jp/wp-content/uploads/2022/06/questionnaire2021.pdf>

この調査では、①計画フェーズ、②実行フェーズ、③効果の把握フェーズ、の3つのフェーズごとに評価を行っています。

フェーズ	評価項目
①計画	ニーズ評価 ・利用世帯が抱える課題、求めるニーズは何か。 ・本プロジェクトがその課題解決に寄与するものとなっているか。
	セオリー評価 ・本プロジェクトのアプローチは利用者にとって効果的であるか。 ・変化をもたらすためのアプローチと成果(アウトカム)とのつながりは妥当か(ロジックモデルの検証)。
②実行	プロセス評価 ・事業は計画どおり実施されたか。 ・事業による結果(アウトプット)は達成されたか。 ・実施体制は適切か。
③効果の把握	アウトカム評価 インパクト評価 ・本事業実施により何が達成されたか。 ・どんな成果(アウトカム)が生まれたか。

①計画フェーズにおける評価：
周囲に知られないかたちでのアウトリーチ型支援は効果的

計画フェーズにおいては、利用世帯の約77%が生活困難層(①困窮層+②周辺層)に該当することが確認されました。経済的な困窮に加えて、子どもの生活面(所有物、体験)においても厳しい環境にある世帯が一定数おり、「体験の機会」や子ども向けの物品の提供もニーズに対応していることが示されています。また、利用世帯の中には経済面、生活面で様々な課題を抱えている世帯や物理的・精神的な理由で一般的な支援が届きにくい人が一定数いることから、「周囲に知られないかたちで食品を送り、定期的な見守りや状況に応じた必要な支援につなげる」というアプローチは効果的であることが改めて確認されました。

さらに、新型コロナウイルス感染症の流行により、経済面、生活面への影響を長期的にわたって受けている世帯や家計が急変した世帯が一定数おり、直接食品等を届けるアウトリーチ型(※)の支援がコロナ禍においてより一層有効であることが示されました。

(※アウトリーチ：福祉分野では、「支援が必要であるにもかかわらず届いていない人に対し、行政や支援機関などが積極的に働きかけて情報・支援を届けるプロセス」のこと)

3-2. 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性(2) セオリー評価

本事業のアプローチは、どのような点で効果的といえるか：利用世帯の傾向

1. 経済面、生活面で様々な課題を抱えているが、一般的な支援が届きにくい世帯が多い。
 - ・ 相談窓口や地域の支援を利用している世帯よりも、利用していない世帯が多い(約60%)。
 - ・ 支援を受けることをためらう心情をもつ人や、相談先がわからない人が一定割合いる(約20%)。
2. こども食堂やフードバンクなど食品に関する支援を利用してみたいと思っている人は一定数いる。
3. 新型コロナウイルス感染症の流行により、経済面、生活面への影響を長期的にわたって受けている世帯、家計が急変した世帯が一定数いる。



1. 周囲に知られないかたちで、食の支援を行うことができる。
2. アウトリーチ型の支援であるため、コロナ禍でも継続的な支援を行うことができる。
3. 定期的に見守りをおこなうことで、状況に応じた必要な支援につなぐことができる。
4. 利用世帯のニーズを把握した情報を配信することにより、プッシュ型通知のよさを活かした情報提供ができる。

19

②実行フェーズにおける評価：
LINEを活用した情報提供・コミュニケーションの強化、多様化する利用者への対応

実行フェーズにおいては、利用世帯の既存の支援制度・サービスの利用率があまり高くないことから、情報へのアクセスが高まるようLINEでの情報提供を積極的に実施しました。その結果、情報提供を行う中で利用世帯から相談や問い合わせなどが届くようになり、利用世帯とのコミュニケーションが取れるようになってきています。

4-2. LINEを活用した情報提供、コミュニケーションの強化

利用世帯は既存の支援制度・サービスの利用率があまり高くない*ことから、まずは情報へのアクセスが高まるよう、LINEでの情報提供は引き続き積極的に実施した。また、情報提供に関連した、利用世帯から相談や問い合わせなどが届くようになり、さらに参考になり得る情報を提供するなどし、利用世帯との双方向でのコミュニケーションが取れるようになってきている。

目的	・利用者にとって有益な情報提供を行う。 ・情報提供を通じて利用者との信頼関係を築く。
方法	月に1回～数回の頻度で、行政サービスや支援に関する情報等を、利用者にとって身近なツールであるLINEで配信する。
情報提供回数	26回（前回対象期間：11回）
主な情報提供	行政による制度の案内（住居確保給付金、就学援助、中学生学校外学習費用助成金等）、奨学金情報、学習支援情報、就労支援情報、エンタメコンテンツの案内

▼情報配信画像の一例

知っていますか？
受験生チャレンジ支援貸付事業

中学3年生
高校3年生中に
返済済みの貸付金
無利子で貸付

高校、大学等に
入学した場合
返済が免除

重要事項など
詳しくはこの画像を
タップ！

※お申し込み、ご利用の受付は、平日午前9時から午後5時まで
文京区社会福祉協議会 総務課
☎ 03-3812-3040

受験生チャレンジ支援貸付事業（2021年7月配信）



<利用者の状況を想定した情報提供事例>

夏休み後にお子さんの不登校で悩むご家庭が増えることを想定し、学校に行かない選択をした当事者、その先生・親の声や無料・匿名の相談先などがまとめられている記事の情報提供を9月に実施した。その結果、配信直後に利用者からの反応が複数あった。有益な情報の配信により、利用者との関係の構築にもつながったと考えられる。

Yahoo!ニュース特集記事「学校行かないとダメですか？」配信画像（2021年9月配信）

* p.45掲載のアンケート調査結果参照



ひとり親家庭子育て訪問支援券（2021年9月配信）

27

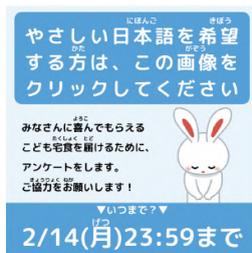
日本語を不自由とする利用者に配慮した対応も進んでいます。

4-3. 多様化する利用者への対応

文京区には、10,000人を超える外国人が居住している（令和4年5月1日現在の文京区人口統計）。文京区こども宅食でも、日本語を不自由とする利用者に配慮するため、やさしい日本語に対応した情報案内や、必要な世帯への個別の多言語対応を行っている。

▼具体的に行ったこと

- ・お申し込み方法についてやさしい日本語※1で案内するHPの作成、改善
- ・年に2回程実施している利用者向けのアンケートにおいて、通常版に加え、やさしい日本語版の作成を検討
- ・利用者からの希望を受け、日本語以外の言語での個別のLINE、メール対応
- ・2022年度利用申し込みに向けて、利用申し込みチラシに一部をふるることの検討



利用者向けアンケートについての情報配信画像



お申し込み方法をやさしい日本語で案内したHP



2022年度利用申し込みチラシ内のお申し込み票

※1 普通の日本語よりも簡単で、外国人にもわかりやすい日本語のこと

28

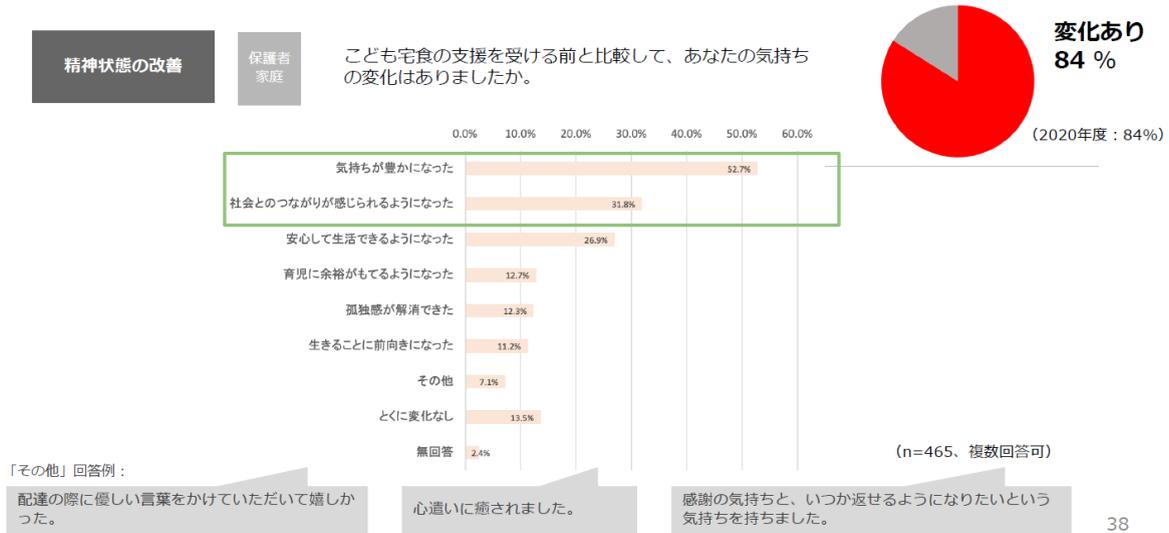
③効果の把握フェーズにおける評価:

「心理的ストレスの減少」に引き続き大きく寄与、社会資源の認知・利用、よりよい家族関係にもつながる

事業の効果(アウトカム)については、保護者・家庭の「食事内容の改善」、「心理的ストレスの減少」、「余剰時間の増加」、「食費負担の軽減」の4項目において顕著な結果が見られました。特に、「心理的ストレスの減少」においては、保護者の84%にポジティブな変化が見られ、「気持ちが豊かになった」「社会とのつながりが感じられるようになった」との回答が多く、あらためて、こども宅食の主要な成果であることが確認できました。

5-4. 評価結果の詳細：初期アウトカム（2） 心理的ストレスが減少する

保護者の84%にポジティブな変化が見られ、「気持ちが豊かになった」「社会とのつながりが感じられるようになった」との回答が多い。



また、回答世帯の約30%に子どもの体験や所有物の欠如があることから、こども宅食では親子で過ごす体験の時間につながるよう、様々な「体験の機会」の提供を行っています。新型コロナウイルス感染症の流行により行動制限が続いていること、また経済的・時間的制約により習い事を諦めている家庭も一定数いることから、新たな取り組みとして、オンラインでの継続的なダンスレッスンの提供も行いました。参加者の感想からは、ダンスレッスンの機会が子どものみならず親の気持ちの変化にもつながっていることがうかがえました。

5-4. 評価結果の詳細：初期アウトカム（3） 余剰時間が増加する

コロナ禍でも楽しむことのできる体験の機会を提供することで、「体験の時間の増加」に寄与したと考えられる。「体験の時間の増加」は子どものみならず、親の気持ちに変化にもつながっていることが伺える。

体験の時間の増加 保護者 家庭 こども

前掲（p.16参照）のとおり、子どもの体験や所有物において、利用世帯の約52%に欠如がみられる。

本プロジェクトでは、宅食の利用によって生まれた余剰時間が、親子で過ごす体験の時間につながるよう、様々な「体験の機会」の提供を行っている。新型コロナウイルス感染症の流行により行動制限が続いていること、また経済的・時間的制約により、習い事を諦めている家庭も一定数いることから、今年度は、タイドードリンコ株式会社との協力のもと、新たな取り組みとして、オンラインでの継続的なダンスレッスンの提供を行った。

レッスン参加者からは、子どもの「自信になった」、「前向きになった」といった声が聞かれたのに加え、保護者からも「親子間の会話が増えた」、「心にゆとりが生まれたと感じる」との回答があり、子どものみならず、親の気持ちの変化にもつながっていることが伺えた。

利用者の感想 ※一部抜粋

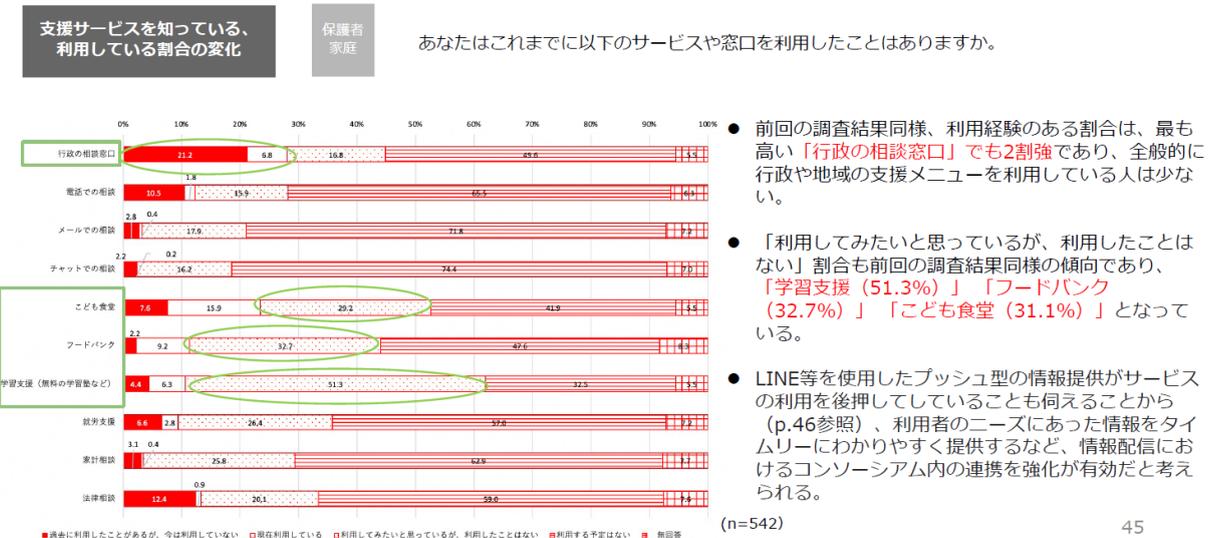
- 先生が楽しめるように工夫して下さりとても楽しかったです！子どもはダンスが更に好きになり褒めてもらい嬉しそうに自信につながっていました。
- 本来やりたい事は出来ない現状です。コロナ禍でなにかと不自由な中、このような機会をいただき嬉しい限りです。画面に向かってですが、いきいきとした子どもの姿を見て感謝です。

42

さらに、こども宅食事務局からのLINEでの情報配信を受けて、約70%が情報へのアクセスや制度の利用などの行動につながっていることがうかがえました。特に学習・教育支援に関する情報へのアクセス率が高まっており、「制度を利用した」といった声も寄せられるようになっています。

5-4. 評価結果の詳細：初期アウトカム（5） 社会資源を知っている、利用している

総体的には利用しているサービス、利用経験の割合に変化は見られなかった。関心の高いサービスに関する情報配信を継続的に行っていくことが重要と考える。



- 前回の調査結果同様、利用経験のある割合は、最も高い「行政の相談窓口」でも2割強であり、全般的に行政や地域の支援メニューを利用している人は少ない。
- 「利用してみたいと思っているが、利用したことはない」割合も前回の調査結果同様の傾向であり、「学習支援（51.3%）」「フードバンク（32.7%）」「こども食堂（31.1%）」となっている。
- LINE等を使用したプッシュ型の情報提供がサービスの利用を後押ししていることも伺えることから（p.46参照）、利用者のニーズにあった情報をタイムリーにわかりやすく提供するなど、情報配信におけるコンソーシアム内の連携を強化が有効だと考えられる。

子ども・若者貧困研究センター長 阿部 彩 氏の総評

文京区こども宅食の開始時からアドバイザーを務めていただいている東京都立大学教授／子ども・若者貧困研究センター長の阿部 彩 氏からは、以下のような総評を頂きました。

阿部 彩 氏（本プロジェクトアドバイザー／東京都立大学 人文社会学部人間社会学科 教授 兼 子ども・若者貧困研究センター長）

*アドバイザー・阿部 彩 氏コメント

さまざまな統計調査によると、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は2020年は想定していたよりも小さいことがわかっています。しかし、より懸念されるのが、2021年、2022年の状況です。2021-22年は、政府からの支援も少なくなり、また、緊急事態宣言の度重なる発令や感染拡大による学級閉鎖など子どもの生活が脅かされる状況が長く続きました。学級閉鎖など子どもの生活の変化は、学力低下のみならず、体力低下や心理不安定など子どものさまざまな側面に影響しており、その影響はより経済状況が厳しく、また、ひとり親世帯の子どもにおいて大きいことが私たちの研究でもわかっています。すなわち、コロナ禍の影響は、経済面や食だけに留まらないのです。

こども宅食は、利用者のご家庭のさまざまなニーズに臨機応変に対応しています。LINEを活用した情報提供も前期の2倍以上となり、それらが具体的なサービス利用に繋がっていることもきちんと把握している点が素晴らしいです。多言語での対応も早く行政サービスが見習うべき点です。また、子どもの体験が不足していることに対し、コロナ禍でもできることを模索し、オンラインのレッスンの提供を行ったことは本事業の創意工夫が垣間見えます。食の支援から始まりながらも、支援モデルが次々と展開し、成長していることがわかります。今後の発展が楽しみです。

2022年度、文京区子ども宅食事業が目指すもの

私たちは、今回のデータをもとに、引き続き食品のお届けをきっかけにつながりをつくり、見守りながら、必要に応じて地域の社会資源にもつなぐことを目指して、事業の改善・進化に努めてまいります。

2022年度も、ふるさと納税の仕組みを使って文京区子ども宅食の運営資金を募っています。ご支援のほど、よろしくお願いたします。

文京区「子ども宅食」で親子の笑顔を守りたい。つながり、見守り、支えていく。

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/1630>

あなたのふるさと納税が 親子を支える

ふるさと納税型クラウドファンディングに
ご支援ください



【文京区子ども宅食】

経済的に困窮する子育て家庭を対象に、2ヶ月に1度食品等を直接配送し必要な支援に繋げる取り組みで、2017年10月に開始しました。ふるさと納税による寄附を原資に、返礼品は用意せず、全額を事業運営に充てるもので、自治体・NPO等がコンソーシアムを形成して事業展開をしています。2022年6月現在、文京区内の児童扶養手当受給世帯など約700世帯が利用しています。



【子ども宅食コンソーシアム】

構成団体：認定NPO法人フローレンス、一般社団法人RCF、認定NPO法人キッズドア、認定NPO法人日本ファンドレイジング協会、一般社団法人村上財団、ココネット株式会社(セイノーグループ)、文京区

設立：2017年10月

事業内容：官民協働の取り組みで、文京区内の18歳以下の子どもがいる生活困窮世帯(児童扶養手当受給世帯、就学援助利用世帯など)のうち、希望する世帯に食品等を配送する。

URL：<https://kodomo-takushoku.jp/>

※子ども宅食は登録商標です