

文京区こども宅食プロジェクト 2019年度 インパクト・レポート

2020年5月 文京区こども宅食コンソーシアム

1. 本レポートの概要

- 1-1 背景と目的
- 1-2 評価結果サマリー

2. 事業概要

- 2-1 こども宅食の仕組み
- 2-2 活動実績の概要
- 2-3 評価測定方法

3. 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性

- 3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性 (1)
(ニーズ評価)
- 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)

4. 今年度の結果（プロセス評価）

- 4-1 アウトプット

5. 今年度の成果（アウトカム評価）

- 5-1 評価範囲
- 5-2 指標と測定方法
- 5-3 評価結果サマリー
- 5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム
- 5-5 評価結果の詳細：中期アウトカム

<付属情報>

- ・「体験の機会」の提供による効果

6. 課題と事業改善に向けた取り組み

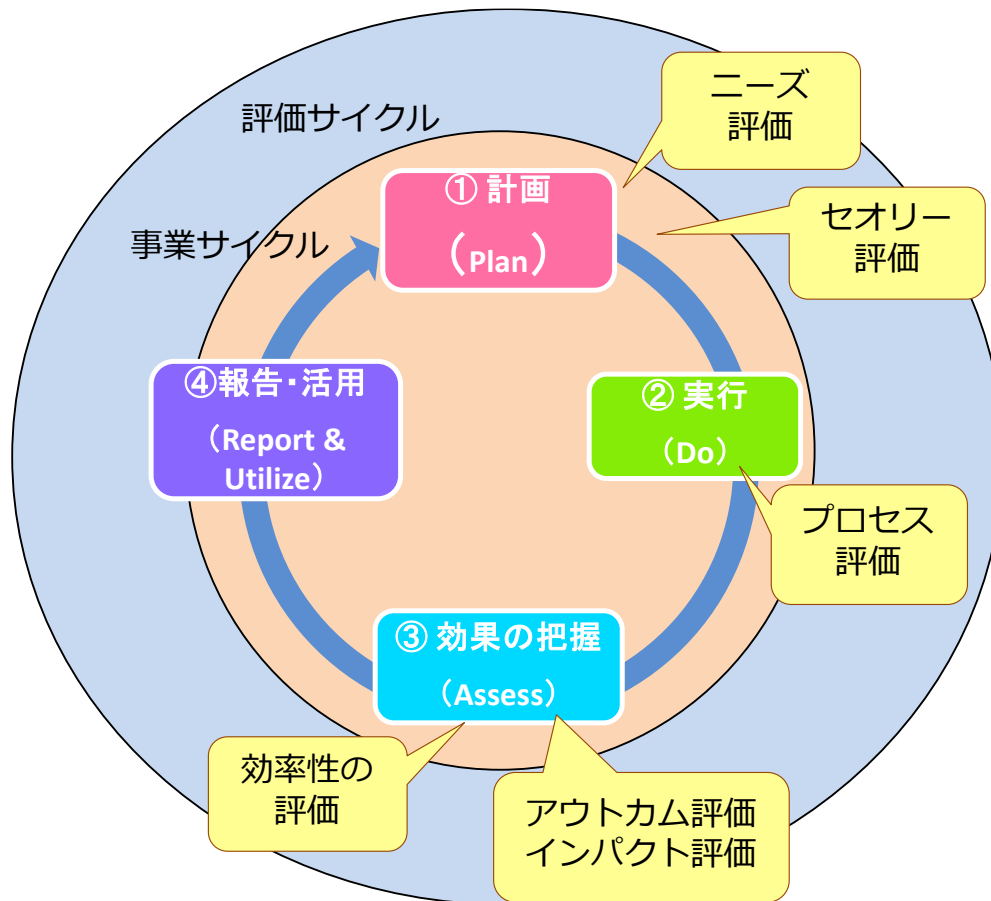
- 6-1 プロジェクトの目的の見直し
- 6-2 ロジックモデルの改善
- 6-3 評価方法、マネジメントの改善
- 6-4 総評

1. 本レポートの概要

2. 背景と目的 (1)

文京区こども宅食プロジェクトは、1) 組織文化が異なる官民組織の連携による事業運営であること、2) 食品を届けるというアウトリーチ手法により、経済的に厳しいご家庭とつながる新たな試みである。このことから、2017年開始当初より、社会的インパクト・マネジメント^(※)の考え方を導入し、以下のインパクト・マネジメント・サイクルに則った事業運営を行っている。

【インパクト・マネジメント・サイクル】



① 計画

ニーズ評価
セオリー評価

事業運営上必要な情報の収集、リサーチを行い、課題の特定と事業目的を設定。ロジックモデルを用いて事業目的を達成する上で重要となる目標、成果を設定し、事業計画および評価計画を策定する。

② 実行

プロセス評価

事業の実施と並行して、計画通りのアウトプットが生み出されているかのプロセス管理と評価指標によるモニタリングを実施する。

③ 効果の把握

アウトカム評価
インパクト評価

アンケートや配送時に収集したデータの検証・分析を行い、事業実施により実際に生じた変化、成果を確認する。

④ 報告・活用

分析結果をもとに評価報告書（インパクト・レポート）を作成。今後の事業展開に反映すべき点を関係者間で共有し、より価値を生み出す事業改善のための意思決定に活かす。取り組みの輪を広げていくために、得られた知見を内外に紹介し、今後の評価計画について検討する。

2. 背景と目的 (2)

インパクト・マネジメント・サイクルを実施することにより、以下を目指している。

- 1) 事業が生み出す「社会的価値」を「可視化」し、これを「検証」することで、寄付者等への説明責任（アカウンタビリティ）につなげていく。
- 2) 評価の実施を通して、コンソーシアム内で事業戦略と結果を共有する。評価結果をコンソーシアムの運営力強化、事業活動の改善に活用する。

また、本レポートでは、以下を目的としている。

社会的インパクト評価による本プロジェクトがもたらした成果の可視化

社会的インパクト・マネジメント※を実行する上での課題の見える化

※「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、事業運営により得られた事業の社会的な効果や価値に関する情報にもとづいた事業改善や意思決定を行い、社会的インパクトの向上を志向するマネジメントのことを指す。

1-2. 評価結果サマリー

フェーズ	評価項目	評価結果
① 計画	ニーズ評価 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・利用世帯は、一般的な子育て世帯と比較して厳しい生活状況にあり支援が必要な世帯である。 ・経済的な困窮と共に、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、体験の機会の提供もニーズに対応していると思われる。
	セオリー評価 <ul style="list-style-type: none"> ・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）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・物理的、精神的な理由により、一般的な支援につながりにくい、支援が届きにくい人が一定数いることから、「食品を送ることで、他の支援につながりにくい人、支援が届きにくい人とつながりを作り出す」というアプローチは効果的である。 ・昨年度の評価結果をもとに、ロジックモデルにおける指標、測定方法（アンケートの設問）を修正し、成果の達成に向けたアプローチの妥当性が高まった。
② 実行	プロセス評価 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 	<ul style="list-style-type: none"> ・宅食の本来活動である食品の配送と利用世帯の支援ニーズ把握は計画通り遂行されているが、相談窓口の紹介や、必要な支援の紹介実績は少ない。 ・利用世帯は増加を続けているが、食品等の寄付企業の協力により、全利用世帯に宅食を届けることができた。配送食品の量・換算額はこれまでの数値を維持している。 ・インパクト・レポート等を通して利用世帯の実態の理解度が高まった。また、「体験の機会」の寄付の種類が増加した。 ・今年度よりアンケートを紙面からオンラインの実施に移行させた。オンライン化により、利用世帯の実態・ニーズ把握を迅速に行うことができるようになった。対象数は増加しているが、目標値であった60%の回収率を超えることができた。
③ 効果の把握	アウトカム評価 <ul style="list-style-type: none"> ・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）が出たか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・顕著な変化があったのは、保護者・家庭の初期アウトカムに設定した「心理的ストレスの減少」と「可処分所得が向上する」、保護者・家庭とこどもの両方に設定した「食事内容の改善」であった。 ・中期アウトカムでは「親子関係の改善」にポジティブな変化が見られたが限定的であった。 ・評価結果を世帯状況別で分析すると、困難を抱える世帯は宅食による変化、効果の実感値が高い傾向が見られる。

2. 事業概要

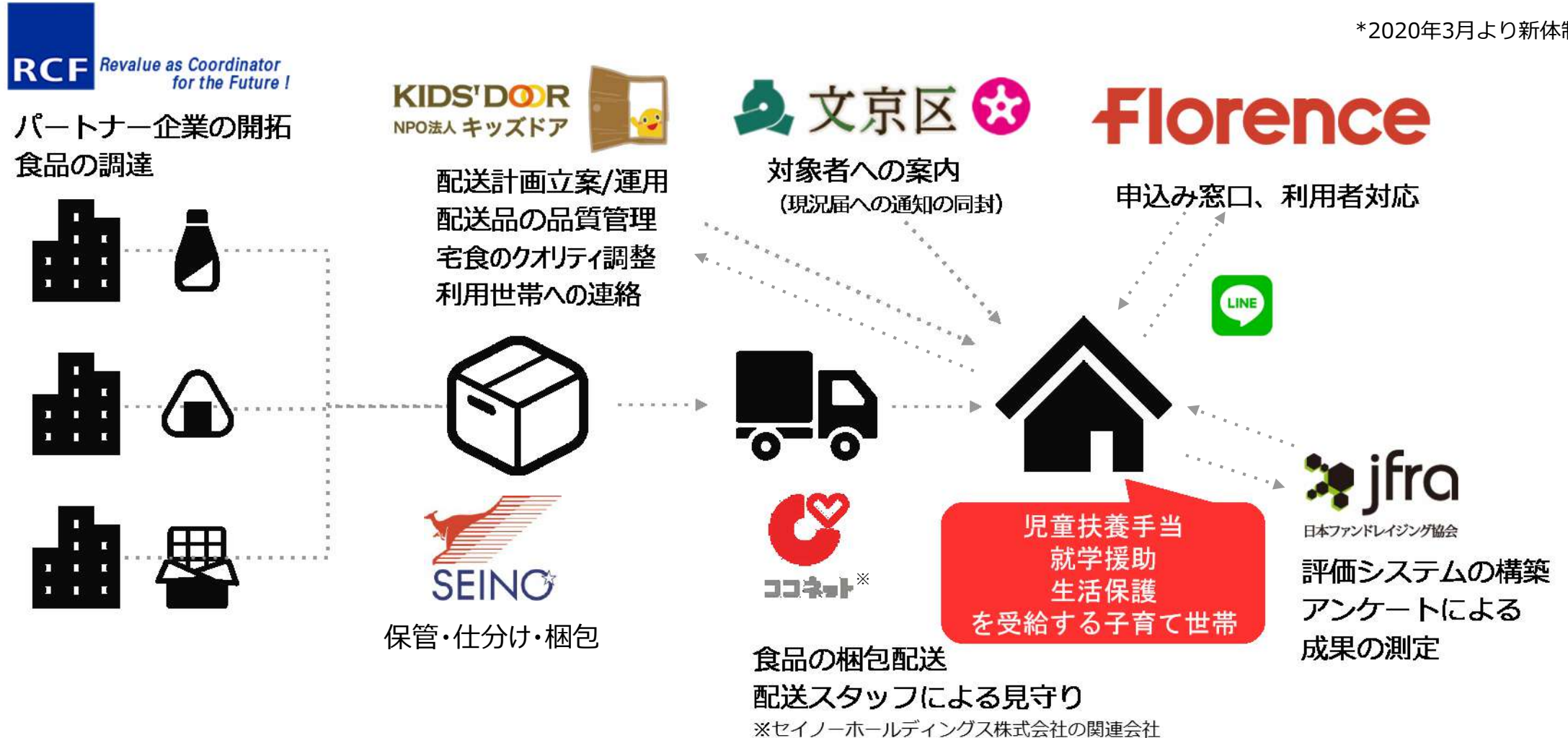
2-1 こども宅食の仕組み（1）

「こども宅食プロジェクト」は2017年に全国に先駆けて、文京区で開始された。食品を届けるというアウトリーチ手法により、経済的に厳しいご家庭とつながる新たな試みである。2019年4月に生活保護制度における取り扱いが見直されたため、2019年8月より経済的に困窮している世帯により広く支援を届けることを目的に、生活保護受給世帯も対象世帯とした。

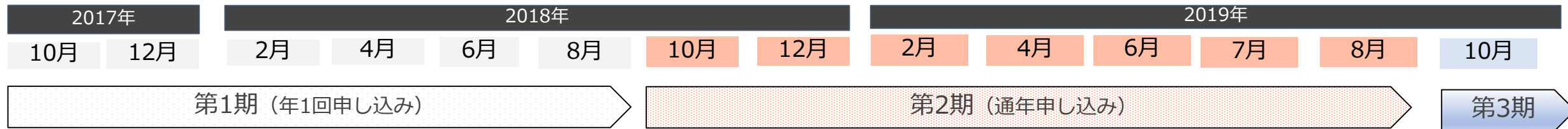
概要	コンソーシアムを形成し、文京区内の経済的に困窮する子育て世帯（児童扶養手当、就学援助、生活保護の受給世帯）のうち、希望者に対して定期的に食品を届けるとともに必要な支援につなげていく。
目的	1.食品を届けることで利用世帯とつながり、コミュニケーションがとれる関係性を構築する。 2.宅食を通じ、利用世帯と適切な社会資源を繋ぐことで高リスク層に移行することを予防する。 3.本プロジェクトを模倣可能なモデルにし、オープン化することによって全国に展開する。
対象	文京区内の児童扶養手当、就学援助または高校生世代までの子どもがいる生活保護の受給世帯（約1,000世帯）
配送開始	2017年10月
配送頻度	2ヶ月に1回（2019年度は7月に夏休み配送を実施）
配送食品	お米、レトルト食品など加工食品、調味料、お菓子、日用品など
財源	ふるさと納税（ webページ を通じて寄付を募集）
実施主体	こども宅食コンソーシアム（NPO法人フローレンス、NPO法人キッズドア、NPO法人日本ファンドレイジング協会、一般社団法人RCF、一般財団法人村上財団、セイノーホールディングス株式会社、文京区）

2-1 こども宅食の仕組み（2）

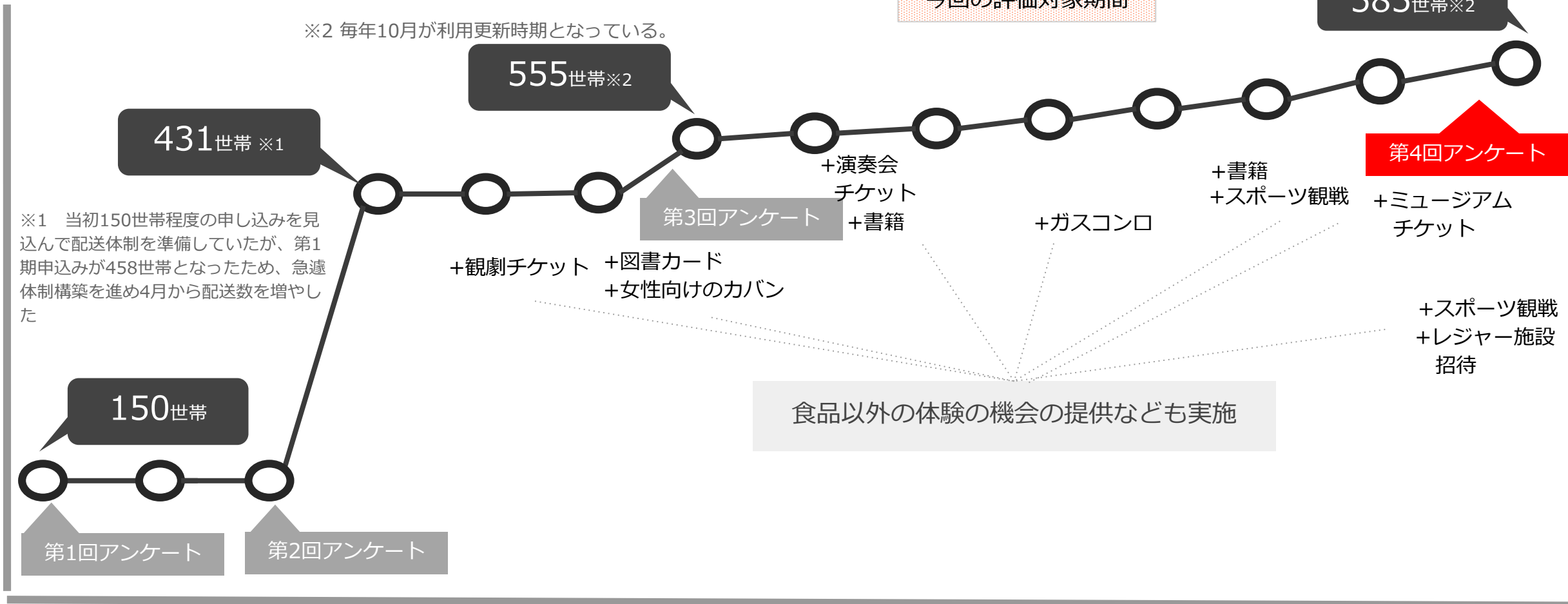
以下のような体制*で、団体ごとに役割分担をしてプロジェクトを実施している。



2-2 活動実績の概要



利用世帯数



※1 当初150世帯程度の申し込みを見込んで配送体制を準備していたが、第1期申込みが458世帯となったため、急遽体制構築を進め4月から配送数を増やした

2-3 評価測定方法

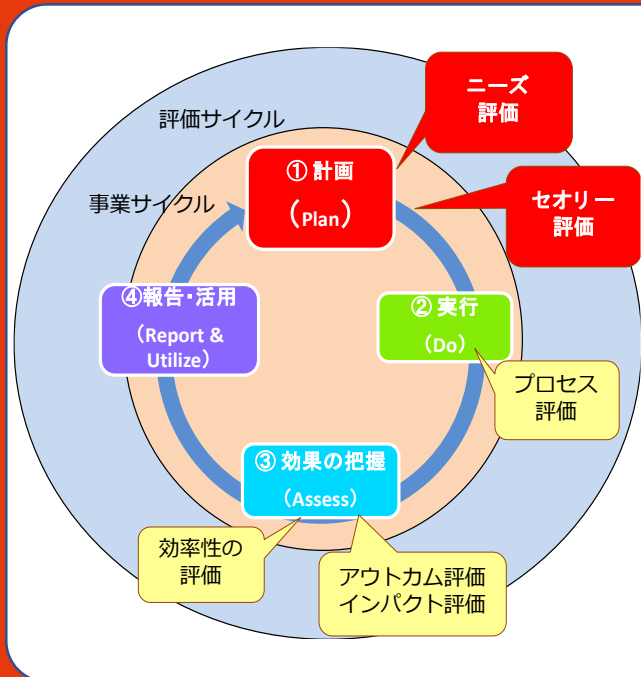
本レポートの評価測定は利用世帯のアンケート結果をもとに行なった。使用したアンケートの詳細は以下の通り。
今回より、紙面からオンラインでの実施に移行した。

測定方法	2019年10月の食品配送（第3期の初回配送）前に、メールにてアンケートへの協力を依頼し、オンラインアンケートを実施。 メールでの連絡が不可能、紙面を希望する一部の利用者へは紙面アンケートを郵送。
評価対象期間	2017年10月（第1期の初回配送）～2019年9月（第3期の初回配送前）
実施期間	2019年9月27日から10月24日まで（第4回アンケート）
調査対象総数*	552世帯
回収総数**	357世帯
回収率	64.7%
外部協力者	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） 新藤 健太氏（群馬医療福祉大学 社会福祉学部 助教）

*宅食利用継続（1年以上）及び終了（2019年8月にて）世帯。なお、本アンケートは利用者の基本情報、支援ニーズや生活課題の把握も目的としているため、第3期より利用を開始する135世帯にもアンケート回答を依頼しており、それらを含めたアンケート調査対象総数は687世帯。

**第3期からの利用世帯も含めた回収総数は431世帯

3. 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性



評価項目	評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用世帯は、一般的な子育て世帯と比較して厳しい生活状況にあり支援が必要な世帯である。 ✓ 経済的な困窮と共に、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、体験の機会の提供もニーズに対応していると思われる。
<p>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。</p>	<p>物理的、精神的な理由により、一般的な支援が届きにくい人が一定数いることから、「食品を送ることで、他の支援が届きにくい人とつながりを作り出す」というアプローチは効果的である。</p>
<p>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）。</p>	<p>昨年度の評価結果をもとに、ロジックモデルにおける指標、測定方法（アンケートの設問）を修正し、成果の達成に向けたアプローチの妥当性が高まった。</p>

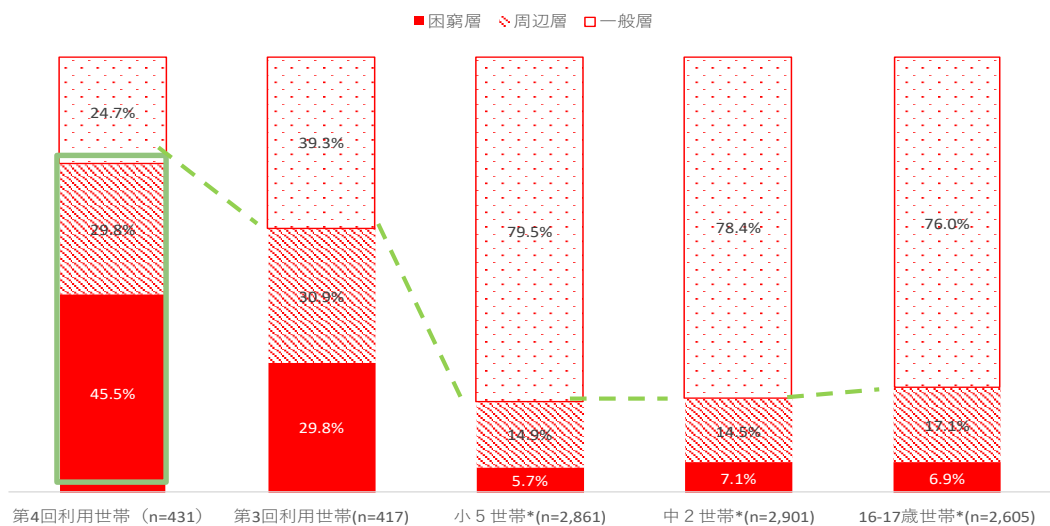
3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（1）ニーズ評価

利用世帯の生活困難度の状況

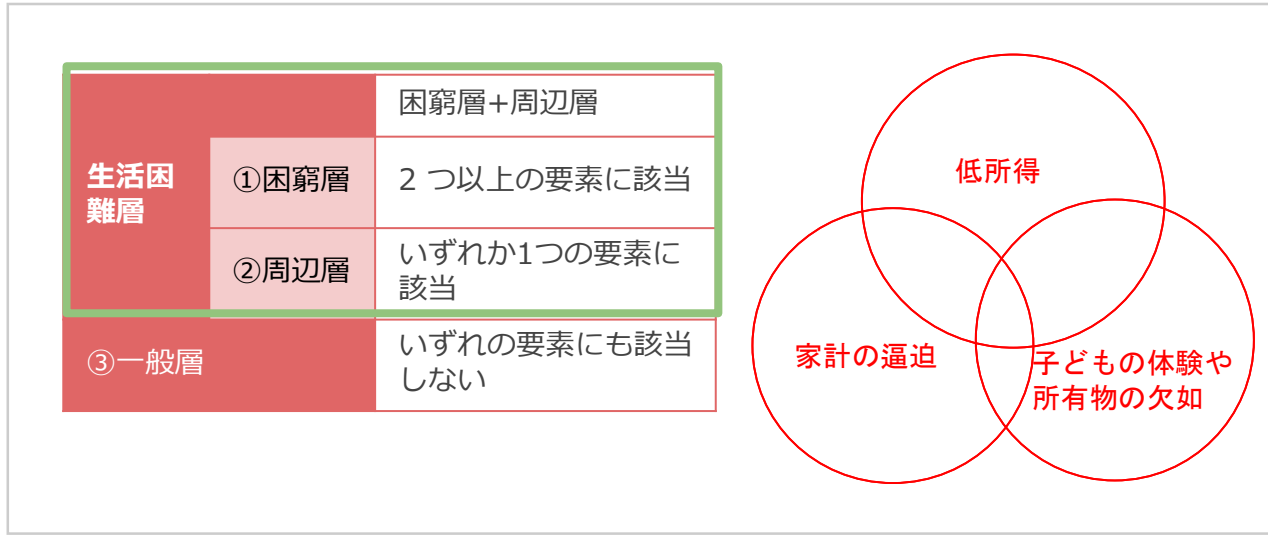
本プロジェクトでは、事業目的が利用者のニーズに対応しているかを確認するために、アンケートを通して定期的に宅食利用世帯の困難度を多角的に検証している。第4回アンケート調査に回答した全431世帯のデータを ①低所得、②家計の逼迫、③子供の体験や所有物の欠如、の3つの要素に基づき、①困窮層、②周辺層、③一般層の3つに分類した。その結果、利用世帯の約75%（未回答などの欠損値を除いた数値）が生活困難層（①困窮層+②周辺層）に該当しており、第3回アンケート時の利用世帯と比較すると、生活困難層の割合が高まった（第3回アンケート時は約55%）。

なお本プロジェクトの利用世帯の子どもは18歳未満の全年齢であるため、厳密な比較はできないが、本分類を用いてなされた「東京都子供の生活実態調査」*（2017年、以下、東京都調査）との比較からも、利用世帯は実際に厳しい生活状況にあることが分かる。本プロジェクトの対象者は、児童扶養手当、就学援助の受給世帯、生活保護受給世帯という制度上の分類で選定しているが、調査結果からより精緻に利用世帯の困難な状況を明らかにできたことで、利用世帯と支援の妥当性、適切性を確認することができた。

生活困窮層の比較



生活困難の分類方法と要素



【宅食利用世帯調査】

<東京都調査>

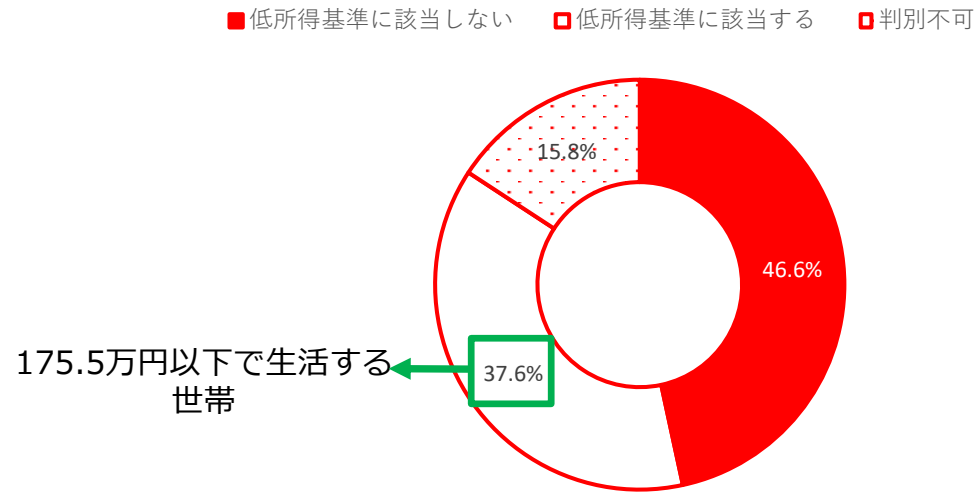
* 東京都子供の生活実態調査 <http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/joho/soshiki/syoushi/syoushi/oshirase/kodomoseikatsujittaityousakekka.html>

3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（1）ニーズ評価

生活困難度の詳細①：低所得基準に該当する世帯の数

- こども宅食の利用世帯を東京都調査で用いられている低所得*基準にて分類してみると、利用世帯の37.6%（判別不可を除くと44.6%）が等価世帯所得**が175.5万円以下の低所得基準に該当している。2019年8月より、生活保護受給世帯も対象世帯としたことが影響していることも考えられるが、前回の調査（約27%）より割合が高まっている。
- 東京都調査において低所得基準に該当する世帯は、約11%（小5世帯11.6%、中2世帯11.6%、16-17歳世帯11.0%）であることと比較しても、経済的に苦しい世帯が多いことが明らかになった。

宅食利用世帯の所得状況（n=431）



*等価世帯所得**が厚生労働省「平成30年国民生活基礎調査」から算出される基準（下記参照）未満の世帯を低所得としている（本アンケートでは2018年の等価世帯所得を聞いているため、平成31年調査を使用すべきだが、未公表のため平成30年調査を使用）。

**等価世帯所得(公的年金など社会保障給付を含めた世帯所得)を世帯人数の平方根で割って調整した所得
<基準>

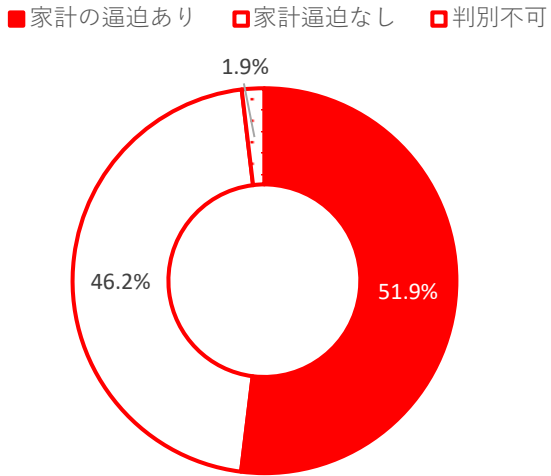
世帯所得の中央値（551.6万円）÷平均世帯人数（2.47人）の平方根×50%=175.5万円（東京都立大学 阿部教授算出）

3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（1）ニーズ評価

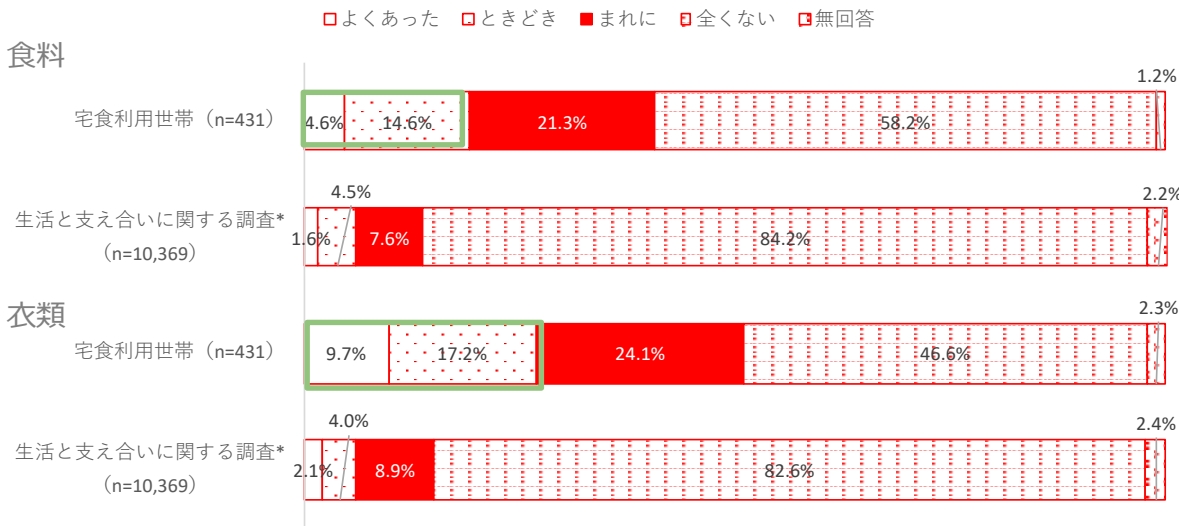
生活困難度の詳細②：家計の逼迫

- 過去1年間で、経済的な理由で公共料金（電話、電気、ガス、水道、家賃）が支払えないこと、食料、衣服が買えない経験があった世帯（家計の逼迫あり）は51.9%に上る。
- 過去1年間で経済的な理由により、19.2%が食料が買えなかった経験、26.9%が衣類が買えなかった経験がある（「よくあった」、「ときどき」の合計）。同項目での調査が実施されている「2017年 生活と支え合いに関する調査」と比較すると大きな差がある。
- 公共料金を各項目別に見ると、その他の債務（15.2%）を支払えなかった割合が最も高い。

宅食利用世帯の家計逼迫状況（n=431）



過去1年間で食料、衣類が買えなかった経験



過去1年間で公共料金が支払えないことがあった経験のある人の割合

電話	12.3%
電気	11.6%
ガス	10.4%
水道	9.1%
家賃	10.5%
住宅ローン*	2.2%
その他債務*	15.2%

* 2017年 生活と支え合いに関する調査 (<http://www.ipss.go.jp/ss-seikatsu/j/2017/seikatsu2017.asp>)

家計の逼迫：「経済的な理由で公共料金や家賃の支払えなかった経験」、「食料・衣類を買えなかった経験」など7項目のうち、1つ以上該当する世帯

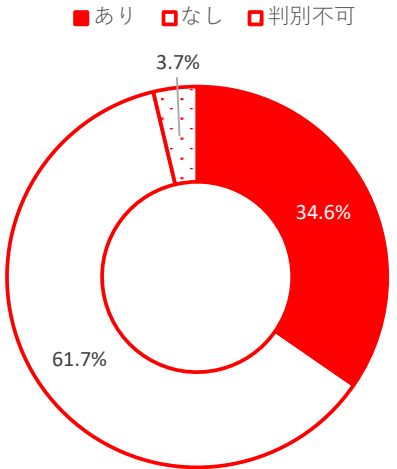
*家計の逼迫の指標には含まれていない。

3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（1）ニーズ評価

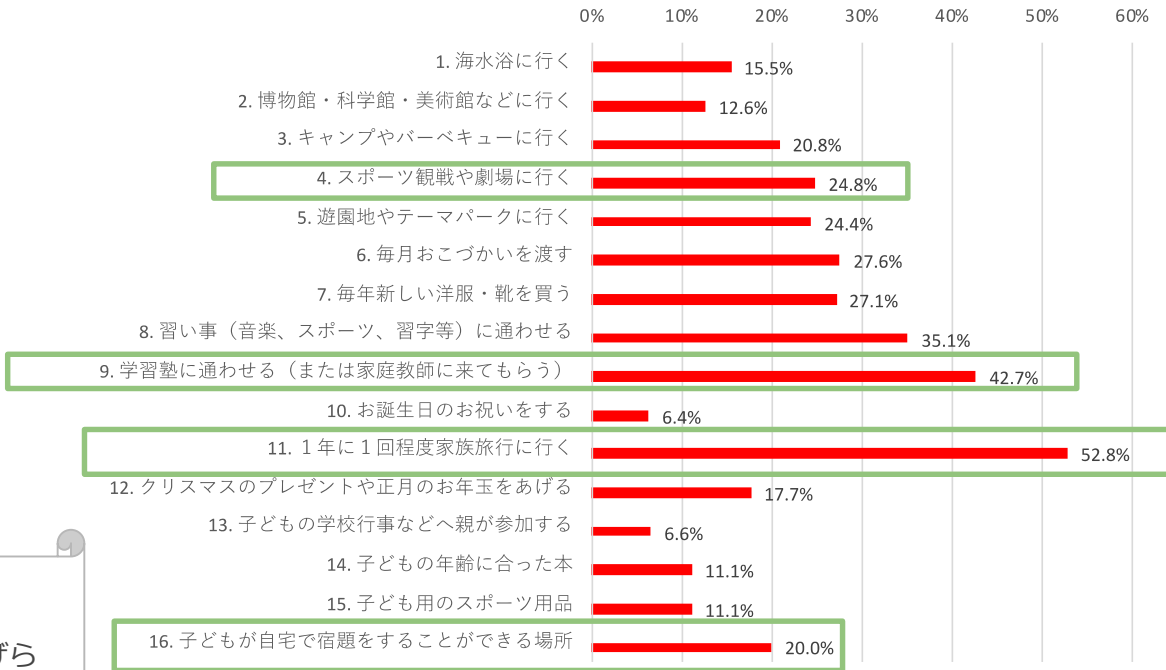
生活困難度の詳細③：子どもの体験や所有物の欠如

- 経済的な理由により、利用世帯の34.6%に、子どもの体験や所有物に欠如*がある。
- 体験（項目1~5）においては「スポーツ観戦や劇場に行く」が「ない」世帯が最も多く、24.8%に上る。
- 経済的にできない子どものための支出（項目6~12）においては「学習塾に通わせる」「1年に1回程度家族旅行に行く」ことができない世帯が多い。
- 所有物（項目14~16）においては「子どもが自宅で宿題をすることができる場所」が「ない」世帯が最も多く、20.0%に上る。

子どもの体験や所有物の欠如の有無（n=431）



経済的な理由により「ない」、「できない」と回答した割合*



*項目1-5 n=427、項目6-13 n=424、項目14-16 n=405

アンケートの自由記述より抜粋
 「住んでいるアパートは小さすぎるので、困ってます。子供が勉強するテーブルもない」「習いごとや、旅行、テーマパークには行かせてあげられてない。色々な経験もさせてあげられなくて、勉強面もこれから不安でしかないです。」

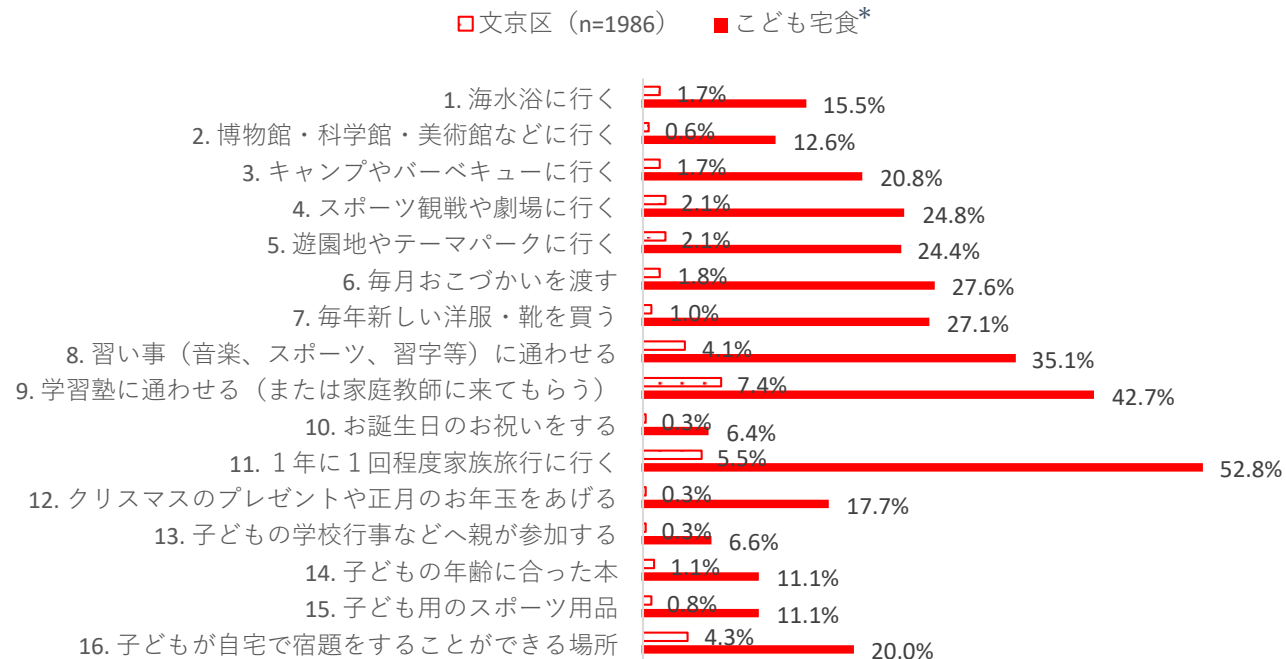
※子供の体験や所有物の欠如：上記の横棒グラフの項目のうち、「13. 子どもの学校行事などへ親が参加する」を除いた子供の体験や所有物などの15項目のうち、経済的な理由で欠如している項目が3つ以上該当する世帯

3-1 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（1）ニーズ評価

生活困難度の詳細③：子どもの体験や所有物の欠如（文京区世帯調査との比較）

文京区では、「平成30年（2018）年度子育て支援に関するニーズ調査」において、区内に居住する子育て世帯に対し、前述の子どもの体験や所有物の欠如の指標に関する調査を行っている。就学前から中学生の子どもを持つ世帯の数値をこども宅食利用世帯と比較すると、利用世帯の欠如の割合はかなり高いことがわかり、困窮している世帯に支援を届けられていることがわかる。

経済的な理由により「ない」、「できない」と回答した割合



*こども宅食のn数：1.-5.=427、6.-13.=424、14.-16.=405

文京区の数値の算出方法について：「平成30（2018）年度文京区子育て支援に関するニーズ調査報告書」にて回答した就学前、小学生、中学生の数値の合計を回答者数で割ったもの。

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

こども宅食の利用世帯には、一般的な支援が届きにくい人が含まれている

調査結果① 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

調査結果② 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。

多くの項目においては、複数の生活課題を抱える世帯でよりその割合が高い。

一方で、「こども食堂やフードバンクなど食品に関する支援は積極的に利用したい」という考えを持つ人の割合が半数を超える（56%）（調査結果③）



こども宅食のアプローチは、

「食品を送ることで、他の支援が届きにくい人とつながりを作り出すことができている」点で効果的である。

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

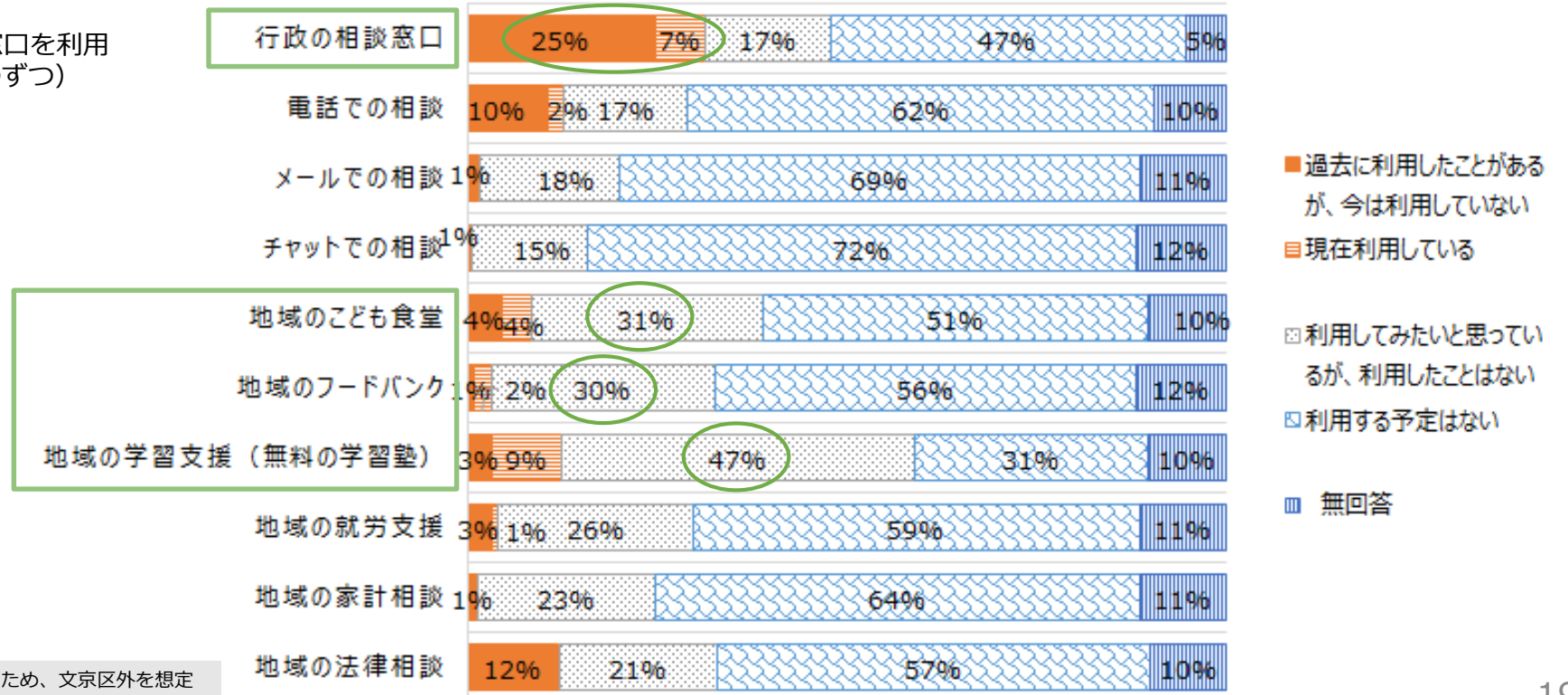
本事業のアプローチは、どのような点で効果的といえるか 詳細①

調査結果① 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

- 「過去に利用したことがある」「現在利用している」割合は、最も高い「行政の相談窓口」でも合わせて3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。
- 一方、「利用してみたいと思っているが、利用したことはない」割合は、「地域の学習支援（47%）」「地域のこども食堂（31%）」「地域のフードバンク（30%）」の順で多くなっている。

Q：あなたはこれまでに以下のサービスや窓口を利用したことはありますか。（それぞれ1つずつ）

(N=431)



回答者には特に「地域」の範囲を限定せずに聞いているため、文京区外を想定した回答が含まれている可能性がある。

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 詳細②

調査結果② 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。多くの項目においては、複数の生活課題を抱える世帯でよりその割合が高い。

Q：以下に挙げる考えのうち、ご自身の考えにあてはまるものをお選びください。（それぞれ1つずつ）

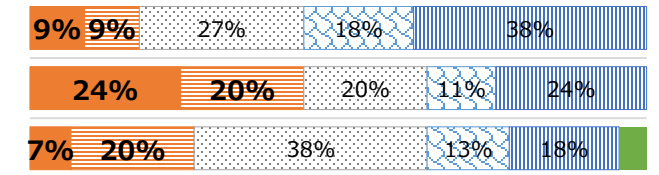
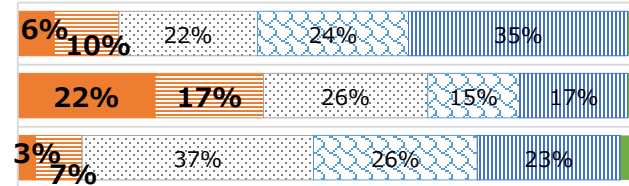
【全体】N=431

【課題重複世帯】n=45 ※

■とてもあてはまる ■あてはまる ■どちらともいえない ■あてはまらない ■全くあてはまらない ■無回答

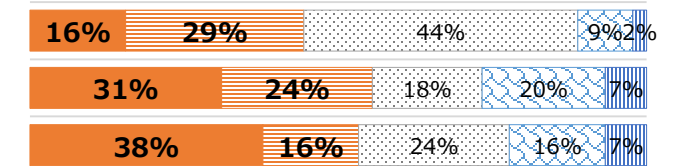
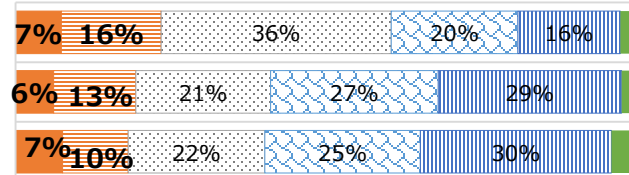
・支援を受けることに対するネガティブな気持ち

- 子どもや家族に、こども宅食を利用していることを知られたくない
- 家族以外の他人に、こども宅食を利用していることを知られたくない
- 悩みを人に相談するのは恥ずかしいことだと思う



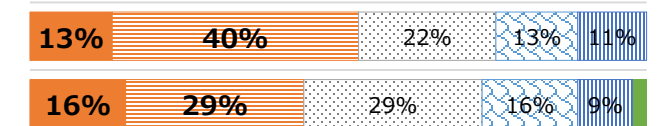
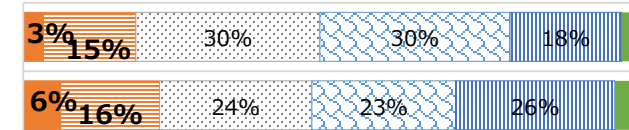
・支援に対する期待の度合い

- 人に相談してもどうせ解決しない、わかってもらえないと思う
- 過去に支援機関に相談し、期待する支援を受けられなかったことがある
- 過去に支援機関に相談し、嫌な思いをしたことがある



・支援に辿り着くまでのハードル

- 困ったとき、悩んでいるときの相談相手や場所がわからない
- 手続きややりとりが面倒で、福祉サービスの利用を諦めたことがある



※ 課題重複世帯：こども宅食独自の指標である、①家計の状況、②生活困難の状況、③「病気・病歴・障害・介護」の有無、④ こどもの体験機会の欠如、⑤精神的なストレスの度合い、⑥相談相手の有無、の内で3個以上に該当している世帯で、生活困難度が悪化するリスクが高いと判断した家庭を指す。

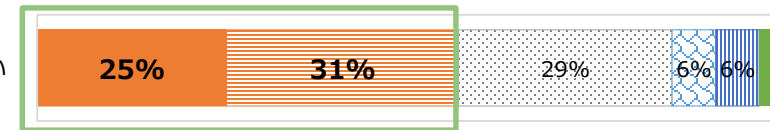
3-2 利用世帯の実態と取り組みの妥当性・適切性（2）セオリー評価

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 詳細③

調査結果③ 「こども食堂やフードバンクなど食品に関する支援は積極的に利用したい」という考えを持つ人が半数を超える。

■とてもあてはまる ■あてはまる ■どちらともいえない ■あてはまらない ■全くあてはまらない ■無回答

こども食堂やフードバンクといった食品に関する支援は積極的に利用したい



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

ロジックモデル

ロジックモデルの設計と位置付け

本プロジェクトでは、ロジックモデルを用いて事業目的を達成する上で重要となる目標、成果を設定し、事業計画および評価計画を策定している。加えて、社会的インパクト・マネジメントを実施する過程（p.4）でロジックモデルの妥当性を検証し、必要に応じてロジックモデルを改訂し事業の方向性や改善に向けた意思決定に活かしている。

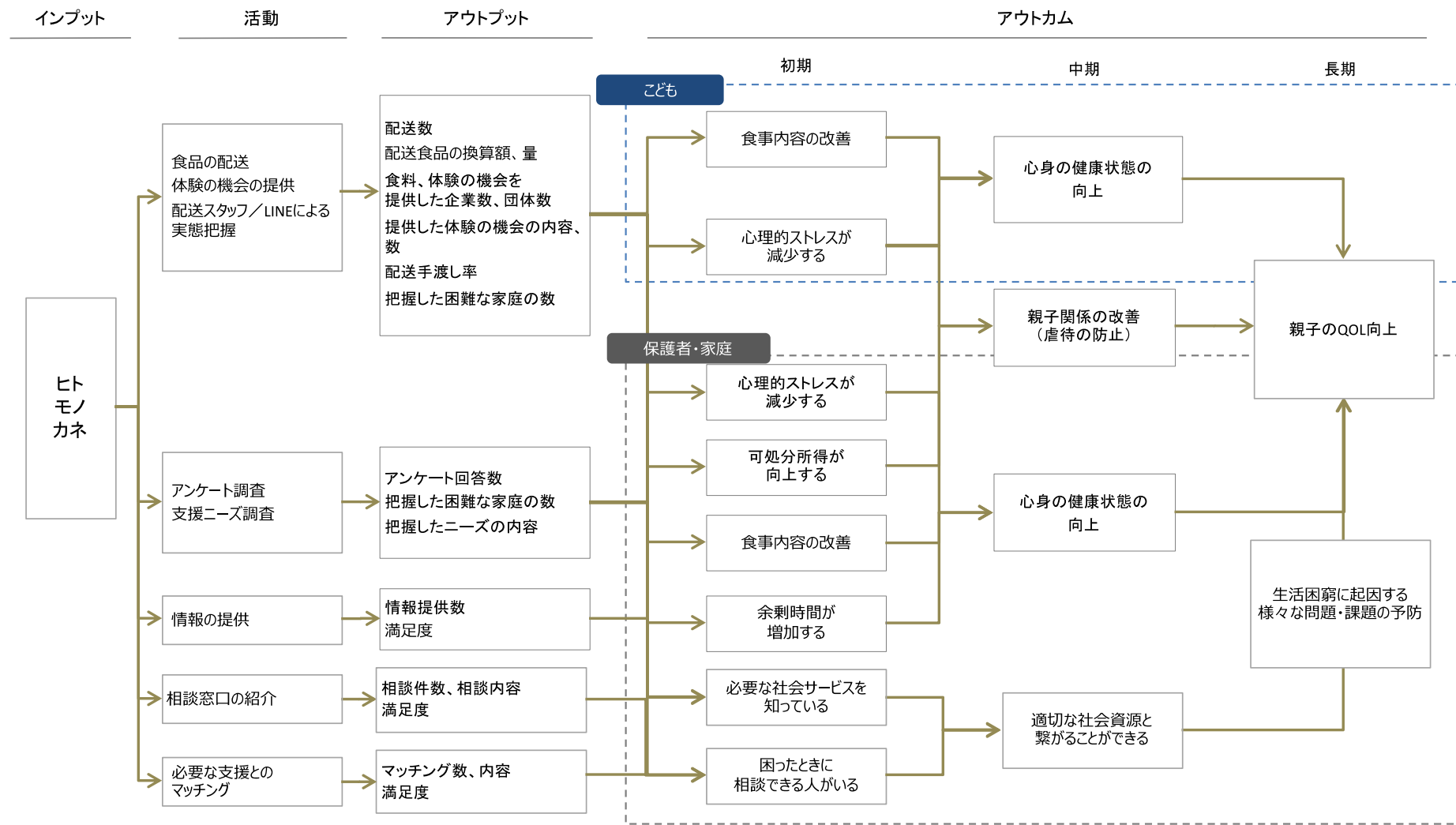
今年度は第2期ロジックモデルをもとに評価を行ったが、昨年度の評価結果を受けて主に以下の点を変更した。また、指標、設問もより妥当性を高めるために、一部変更した（詳細は p.27を参照）。

主な変更点

- こども、保護者・家庭の両方の初期アウトカムとして設定していた「食生活が豊かになる」は、指標と同一の「食事内容の改善」に変更した。また、設問は、1) 宅食の利用による食事内容の変化、2) 家庭での食事における摂取品目および摂取していない品目と未摂取の理由、とした。
- こども、保護者・家庭の両方の中期アウトカムとして設定していた「心身の健康状態の向上」の指標は「精神状態の改善」のみとした。現状の宅食の配送頻度、提供食品では健康状態に変化を与えるまでは至らないことから、「健康状態の改善」は指標、設問から削除した。

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

第2期ロジックモデル（ver.2）

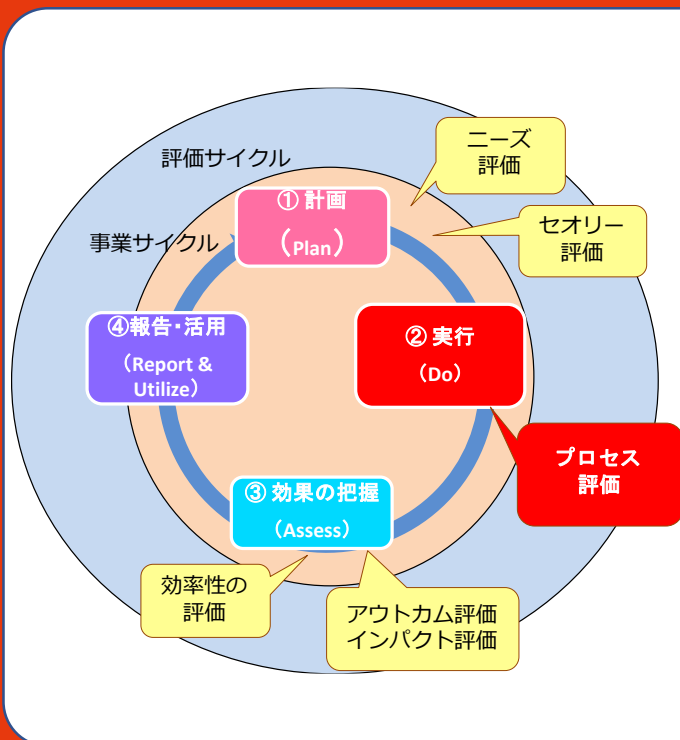


アウトプット：組織や事業の活動がもたらす製品、サービスを含む直接の結果。

アウトカム：事業や取り組みのアウトプットがもたらす変化、便益。本プロジェクトにおける初期および中期アウトカムとは介入直後からおよそ一年での出現が想定される変化、成果を指す。

【社会的インパクト・マネジメント・ガイドラインVer.1】（2018年社会的インパクト評価イニシアチブ作成 より引用）

4. 今年度の結果（プロセス評価）



評価項目	評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宅食の本来活動である食品の配送と利用世帯の支援ニーズ把握は計画通り遂行されているが、相談窓口の紹介や、必要な支援の紹介実績は少ない。 ✓ 利用世帯は増加を続けているが、食品等の寄付企業の協力により、全利用世帯に宅食を届けることができた。配送食品の量・換算額はこれまでの数値を維持している。 ✓ インパクト・レポート等を通して利用世帯の実態の理解度が高まった。また、「体験の機会」の寄付の種類が増加した。 ✓ 今年度よりアンケートを紙面からオンラインの実施に移行させた。オンライン化により、利用世帯の実態・ニーズ把握を迅速に行うことができるようになった。対象数は増加しているが、目標値であった60%の回収率を超えることができた。

4-1. アウトプット（2018年10月～2019年8月）

配送世帯数は増加を続けているが、食品等の寄付企業の増加に努めたことにより、希望する全世帯に宅食を届けることができた。配送食品の量・換算額はこれまでの数値を維持している。

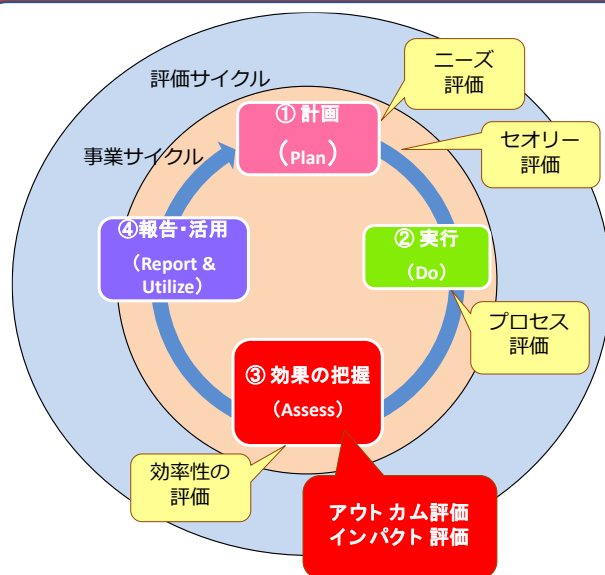
本プロジェクトの認知度が高まり、利用世帯の実態についての理解度が高まった。また、「体験の機会」の寄付の種類が増加した。

指標	測定値
配送世帯数（2019年8月時点）	579世帯↑（前年：419世帯）
延べ配送世帯数（2018年10月～2019年8月までの配送世帯数の合計）	3,978世帯↑（前年：1,716世帯） ※今期は夏休み配送により前期よりも配送回数も増加
配送手渡し率（平均）	55%↑（前年：54%）
配送食品の量（一世帯当たり、平均）	7.0kg ↓（前年：7.2kg）
配送食品の換算額（一世帯当たり、平均）	6,240円↑（前年：6,100円）
把握した困難な家庭の数*	45世帯↑（前年：40世帯）
食品等の寄付、体験の機会を提供している企業、団体、個人数 （2018年10月～2019年8月までの間）	30 ↓（前年：40）
提供した体験の機会の内容	スポーツ観戦、演奏会、ミュージアムチケット等
アンケート回収数（回収率）	第4回**：357（67%） ↓（前回：157/72%）

*第3期の新規世帯で該当する家庭も含めた数。こども宅食独自の指標である、①家計の状況、②生活困難の状況、③「病気・病歴・障害・介護」の有無、④ こどもの体験機会の欠如、⑤精神的なストレスの度合い、⑥相談相手の有無、の内で3個以上に該当している世帯で、生活困難度が悪化するリスクが高いと判断した家庭を指す。

** 新規世帯を含めた回収数は431（63%）

5. 今年度の成果（アウトカム評価）



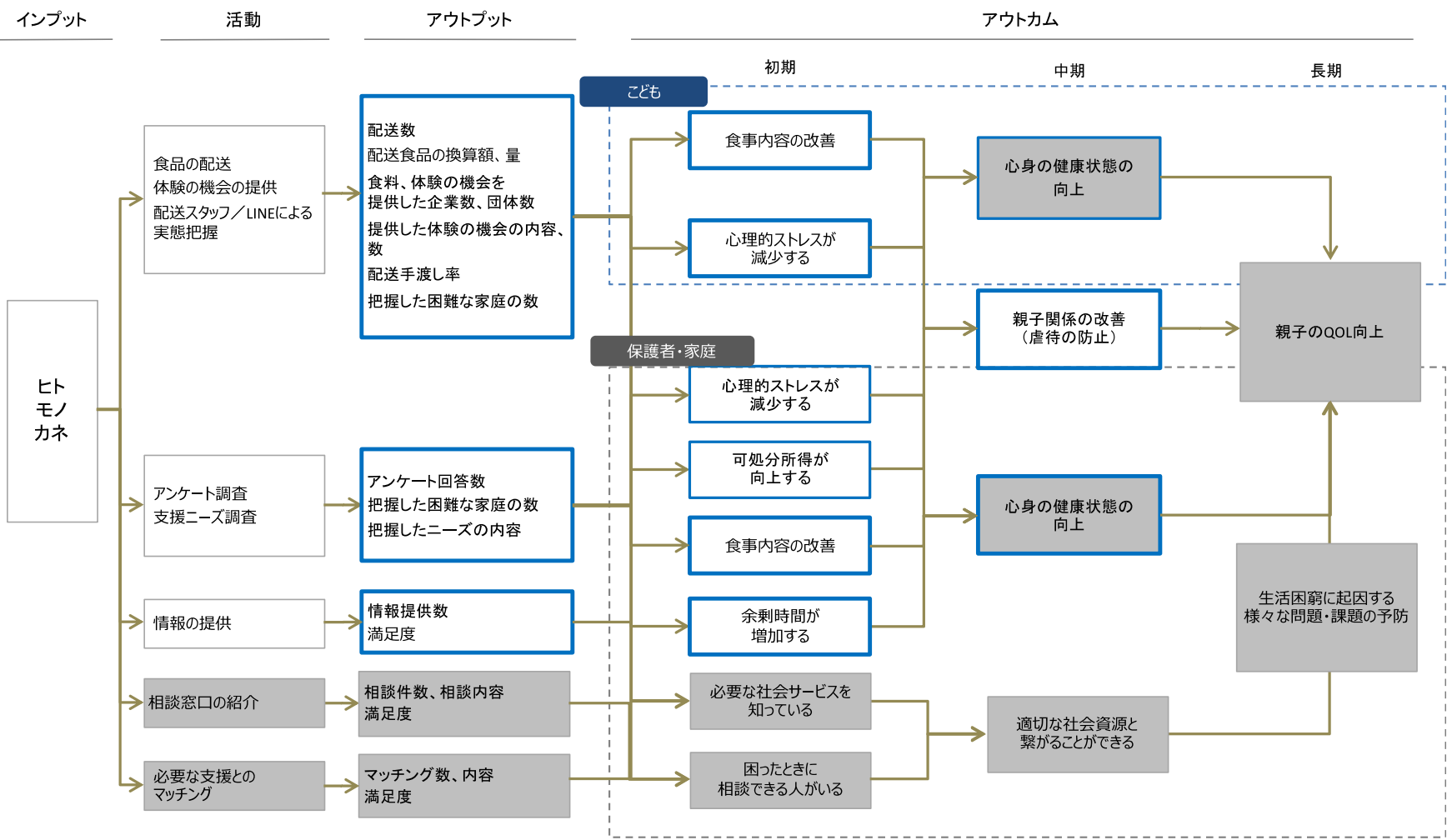
評価項目	評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本事業実施により何が達成されたか。 ✓ どんな成果（アウトカム）が出たか。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顕著な変化があったのは、保護者・家庭の初期アウトカムに設定した「心理的ストレスの減少」と「可処分所得が向上する」、保護者・家庭とこどもの両方に設定した「食事内容の改善」であった。 ✓ 中期アウトカムでは「親子関係の改善」にポジティブな変化が見られたが限定的であった。 ✓ 評価結果を世帯状況別で分析すると、困難を抱える世帯は宅食による変化、効果の実感値が高い傾向が見られる。

5-1 評価範囲

今回の分析の評価範囲は以下の青色（太枠）で囲んだ部分である。

なお、灰色部分（網かけ）は活動が十分に実施できておらず、現時点で測定できるまでの十分なデータが収集できなかったため、評価範囲から除外した項目になる。

「心身の健康状態の向上」に関しては精神状態の改善のみを指標としたため、部分的な評価となった。



5-2 指標と測定方法 (1)

今回の評価範囲におけるアウトカム、指標、アンケートの設問は以下の表の通り。

アウトカムの種類	アウトカム	指標	ステークホルダー	設問内容	2018年度からの主な変更点
初期アウトカム	食事内容の改善	食事内容の改善	子ども、保護者・家庭	こども宅食の利用前と現在を比較して、ご家庭の食事内容に変化はありましたか。※選択肢を追加	朝食として活用できる食品の提供が少なく、本プロジェクトにより変化を生み出すことは難しいことから、朝食の摂取率は設問内容から削除した。
				あなたとお子さんはふだんの朝食・夕食で次の食品を少なくとも1日に1回（給食を除く）は食べていますか。食べているものをあなたとお子さんでそれぞれ全てお答えください。※設問設定を変更	
				あなたとお子さんが次の食品を1日に1回以上、食べていない理由をお答えください。※新設設問	
	心理的ストレスが減少する	精神状態の改善*	保護者・家庭	K6指標**【設問内容は第4回アンケート問17を参照】	-
				こども宅食の支援を受ける前と比較して、あなたの気持ちの変化はありましたか。	-
		精神状態の改善*	子ども	こども宅食の利用前と比較して、お子さんの態度に変化はありましたか。	-
可処分所得が向上する	節約できた金額/追加で出来たこと	保護者・家庭	こども宅食を利用したことにより、一か月に節約できた金額（食費や買い物に行く交通費など）がある場合は教えてください。特に変化がない場合は、0円とお答えください。 (1) 節約したお金でどのようなことができましたか。 (2) (1)のご回答について具体的にどのようなことが変わったか、自由にご記入ください。	-	
余剰時間が増加する	節約できた時間/追加でできたこと	保護者・家庭	こども宅食を利用したことにより、これまで買い物や調理に使っていた時間が減るなどし、一か月のあいだに自由な時間は増えましたか。増えた場合はどれくらいになりますか。特に変化のない場合は、0分とお答えください。 (1) その時間を利用して何かしたこと、できたことはありますか。	-	
中期アウトカム	心身の健康状態の向上	精神状態の改善*	保護者・家庭	K6指標**【設問内容は第4回アンケート問17を参照】	現状の宅食の配送頻度、提供食品では健康状態に変化を与えらるまでは至らないことから、「健康状態の改善」は指標、設問から削除した。
				こども宅食の支援を受ける前と比較して、あなたの気持ちの変化はありましたか。	
	親子関係の改善	親子関係の変化 家族との関係	保護者・家庭	こども宅食の利用前と比較して、お子さんの態度に変化はありましたか。	-
				あなたのご家庭では、お子さんと次のようなことをすることがありますか。 こども宅食利用前と現在を比較して、あなたと家族（こどもやパートナーなど）の関係に変化はありましたか？	-

2018年度の評価結果から本プロジェクトによる直接的な変化が見込めない設問は修正または削除した。

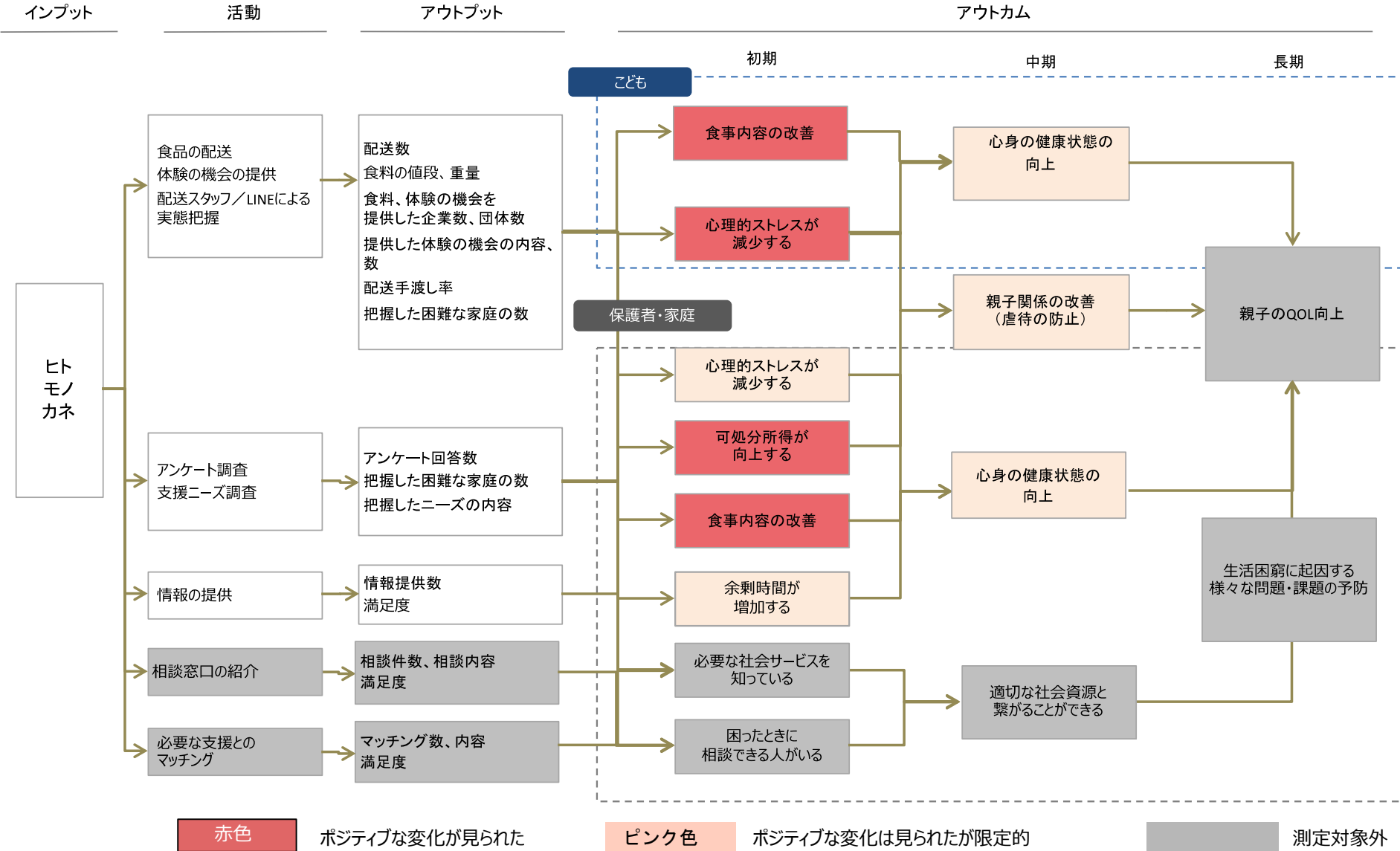
5-3 評価結果サマリー (1)

指標ごとに設定した設問のうち、変化が見られたのは赤色とピンク色の設問であった。

アウトカムの種類	アウトカム	指標	ステークホルダー	結果	詳細ページ
初期アウトカム	食事内容の改善	食事内容の改善	子ども、保護者・家庭	・食事内容に改善が見られたのは全体の71%である。前回同様、「間食ができるようになった」を挙げる人が最も多い。 ・生活に課題を抱える世帯は各項目において、変化の実感値が全体と比べて高い傾向にある。第1子が小学生の世帯では「間食ができるようになった」が46%で高い傾向にある。 摂食品目については、設問設定を変更したため、変化を測定できていない。	pp.31-32
				—	
	心理的ストレスが減少する	精神状態の改善*	保護者・家庭	・保護者の82%にポジティブな変化が見られ、前回同様、「気持ち豊かになった」「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。 ・病気・病歴等がある世帯、家計の逼迫がある世帯は「社会とのつながり」を強く感じている傾向が見られる。 ・ひとり親世帯においては「安心して生活できるようになった」、「孤独感の解消ができた」の実感が高い。 相談相手がいらない世帯においては、「孤独感の解消ができた」、「生きることに前向きになった」の実感が高い。 K6（抑うつ傾向）の経年変化については、ポジティブな変化は見られなかった。	pp.33-34
				—	
		精神状態の改善*	子ども	・51%に変化あり。変化の内容としては「笑顔が増えた」、「会話が増えた」への回答が多い。 ・課題を抱える世帯は全体的に変化量が多い傾向が見られる。第1子が小学生の世帯で「笑顔が増えた」「より前向きになった」、中学生の世帯で「会話が増えた」の変化が比較的高く出ている。	pp.35-36
可処分所得が向上する	節約できた金額/追加で出来たこと	保護者・家庭	・62%が節約できたと回答。1ヶ月に節約できた金額の平均は2600円であり、食費の負担軽減に貢献したといえる。 ・第1子が小学生の世帯では平均が3000円を超えている ・節約できた金額は他の食品や生活必需品に充てられている。	pp.37-39	
余剰時間が増加する	節約できた時間/追加でできたこと	保護者・家庭	・31%が増えたと回答。増えた自由な時間は平均で23分であり、宅食が余剰時間の増加に一定程度貢献したといえる。 ・余剰時間が「増加した」と回答した人の多くが、その時間を「子どもと過ごす時間」に使っている。	pp.40-41	
中期アウトカム	心身の健康状態の向上	精神状態の改善*	保護者・家庭	・保護者の82%にポジティブな変化が見られ、前回同様、「気持ち豊かになった」「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。 ・病気・病歴等がある世帯、家計の逼迫がある世帯は「社会とのつながり」を強く感じている傾向が見られる。 ・ひとり親世帯においては「安心して生活できるようになった」、「孤独感の解消ができた」の実感が高い。 相談相手がいらない世帯においては、「孤独感の解消ができた」、「生きることに前向きになった」の実感が高い。 K6（抑うつ傾向）の経年変化については、ポジティブな変化は見られなかった。	pp.33-34
				—	
		精神状態の改善*	子ども	・51%に変化あり。変化の内容としては「笑顔が増えた」、「会話が増えた」への回答が多い。 ・課題を抱える世帯は全体的に変化量が多い傾向が見られる。長子が小学生の世帯で「笑顔が増えた」「より前向きになった」、長子が中学生の世帯で「会話が増えた」の変化が比較的高く出ている	pp.35-36
親子関係の改善	親子関係の変化	保護者・家庭	親子で過ごす時間の分析からは改善の変化は確認されなかった。	—	
	家族との関係		子ども宅食利用前と比較して「家族との関係」が良くなったと回答したのは42%。親の気持ち、子どもの態度の変化が影響していると考えられる。	p.42	

5-3 評価結果サマリー (2)

ロジックモデル上で設定したアウトカムのうち、ポジティブな変化が見られたのは、赤色、ピンク色のアウトカムである。



5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（1） 食事内容の改善

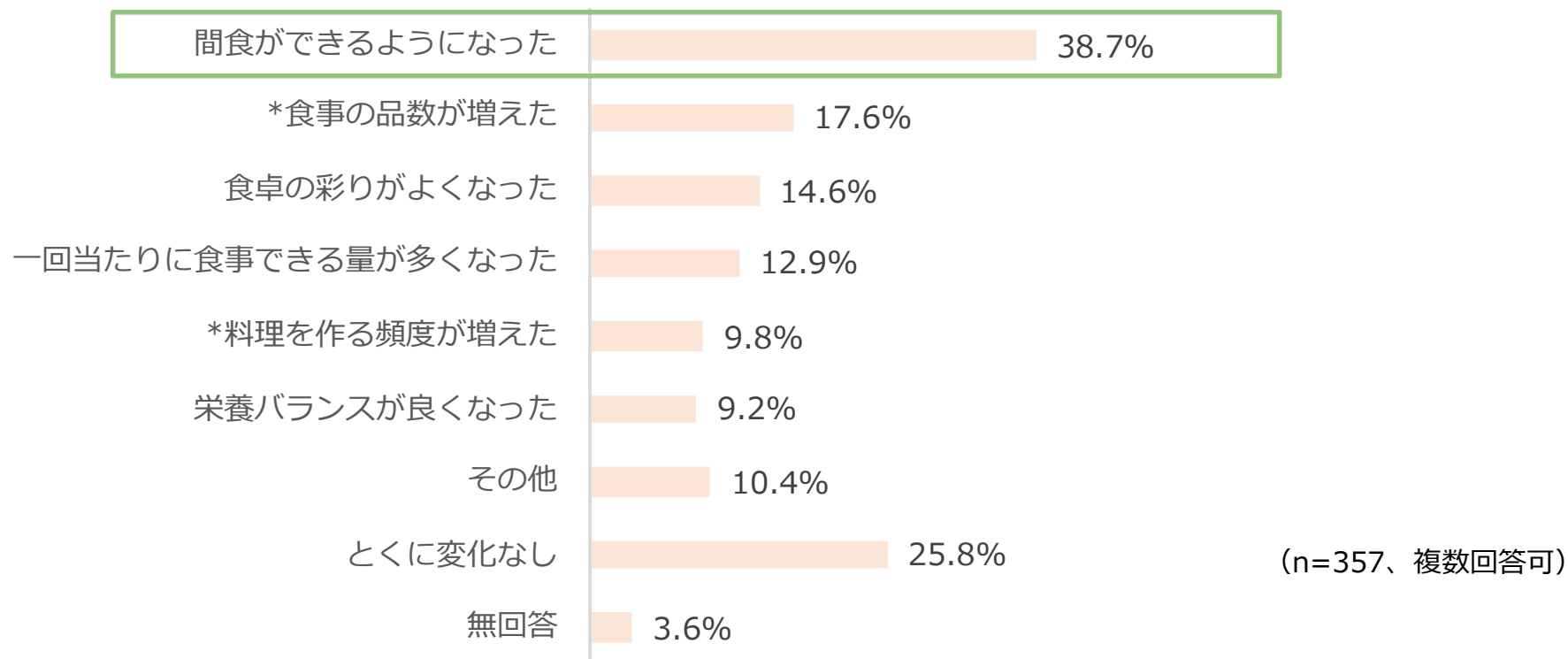
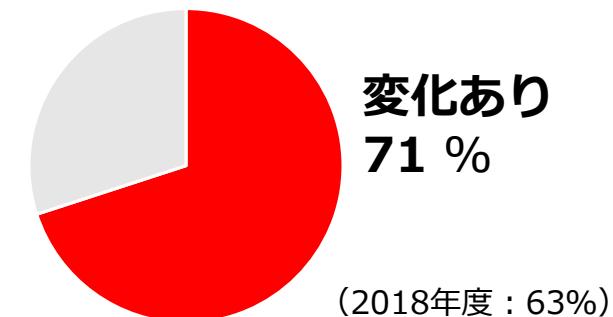
食事内容に改善が見られたのは全体の71%である。前回同様「間食ができるようになった」を挙げる人が最も多い。

食事内容の改善

保護者
家庭

こども

こども宅食の利用前と現在を比較して、ご家庭の食事内容に変化はありましたか。



*第4回のアンケートより追加した選択肢

5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（1） 食事内容の改善（詳細分析）

生活に課題を抱える世帯は各項目において、変化の実感値が全体と比べて高い傾向にある。
 第1子が小学生の世帯では「間食ができるようになった」が46%で高い傾向にある。

食事内容の改善

保護者
家庭

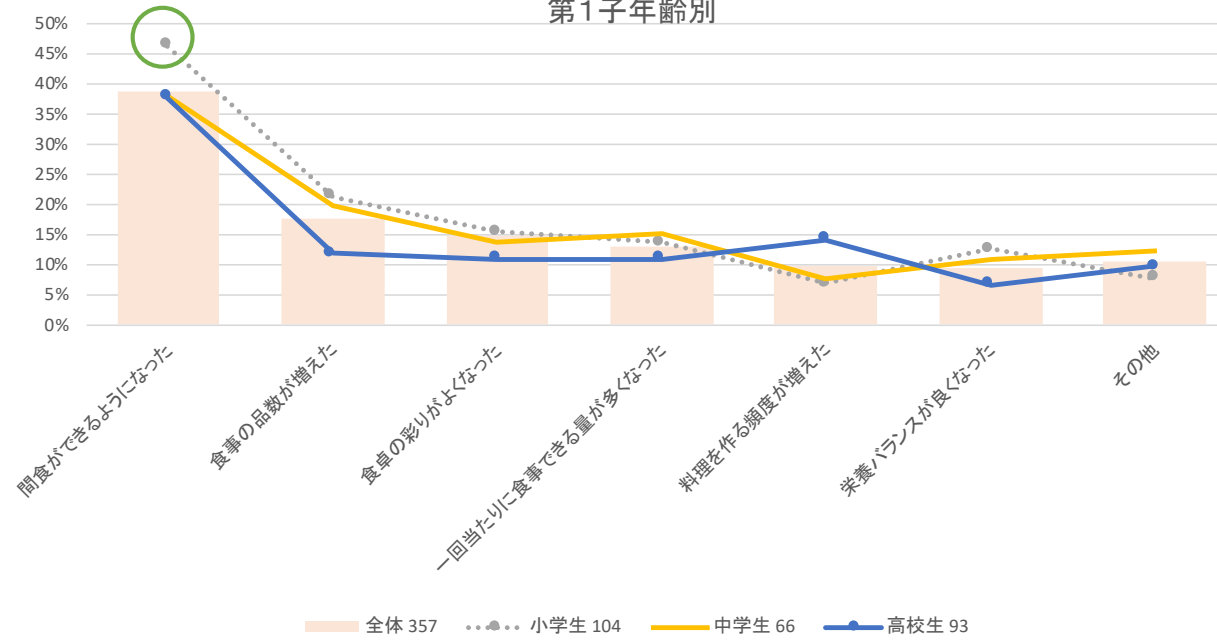
こども

こども宅食の利用前と現在を比較して、ご家庭の食事内容に変化はありましたか。

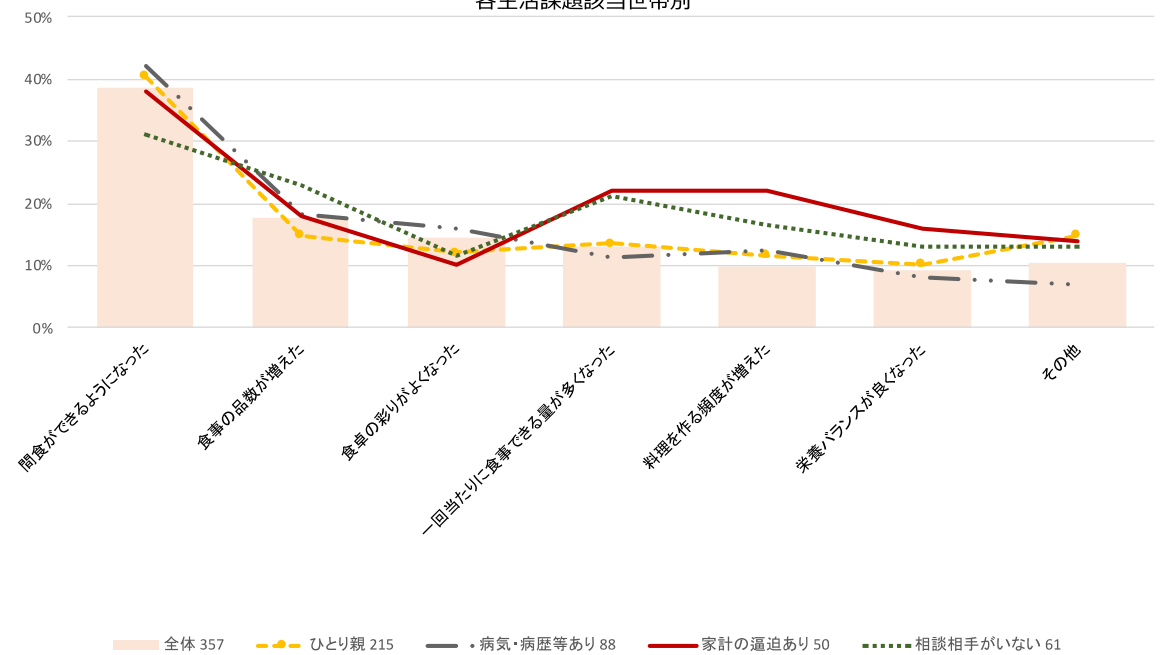


変化あり
71%
(n=357)

第1子年齢別



各生活課題該当世帯別



※凡例について（以降のページも同様）
 ・病気・病歴等あり：「病気・病歴・障害・介護を必要とする家族がいる」と回答している世帯
 ・家計の逼迫あり：「赤字であり、借金をして生活している」と回答している世帯
 ・相談相手がない：「相談相手（場所）がおらず欲しい」と回答している世帯

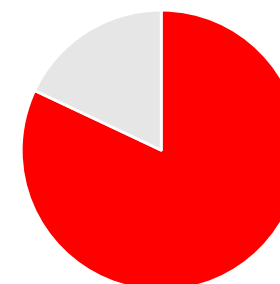
5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（2） 心理的ストレスが減少する

保護者の82%にポジティブな変化が見られ、前回同様、「気持ち豊かになった」「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。

精神状態の改善

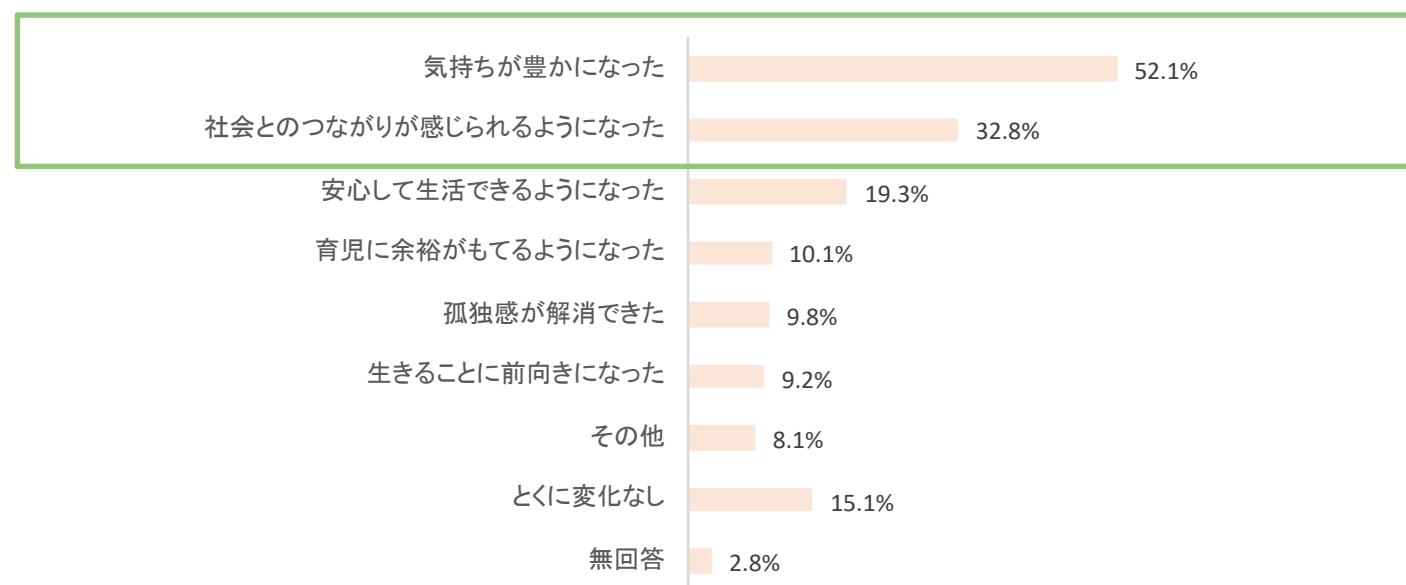
保護者
家庭

こども宅食の支援を受ける前と比較して、あなたの気持ちの変化はありましたか。



変化あり
82%

(2018年度：85%)



(n=357、複数回答可)

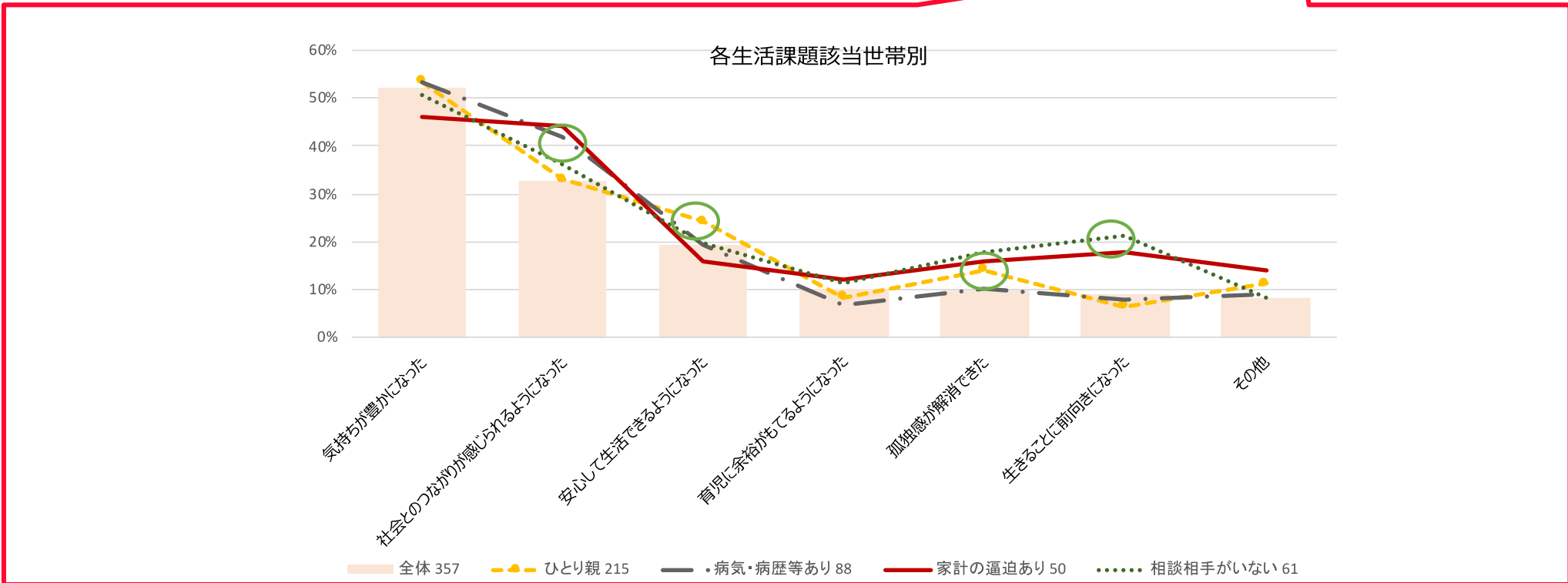
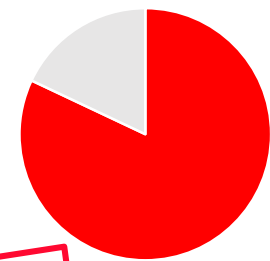
5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（2） 心理的ストレスが減少する（詳細分析）

病気・病歴等がある世帯、家計の逼迫がある世帯は「社会とのつながり」を強く感じている傾向が見られる。ひとり親世帯においては「安心して生活できるようになった」、「孤独感の解消ができた」の実感が高い。相談相手がない世帯においては、「孤独感の解消ができた」、「生きること以前向きになった」の実感が高い。

精神状態の改善

保護者
家庭

こども宅食の支援を受ける前と比較して、あなたの気持ちの変化はありましたか。



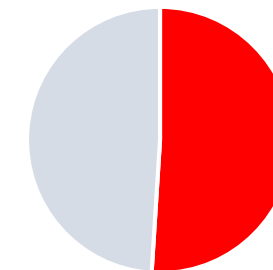
5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（3） 心理的ストレスが改善する

51%に変化あり。変化の内容としては「笑顔が増えた」、「会話が増えた」への回答が多い。

精神状態の改善

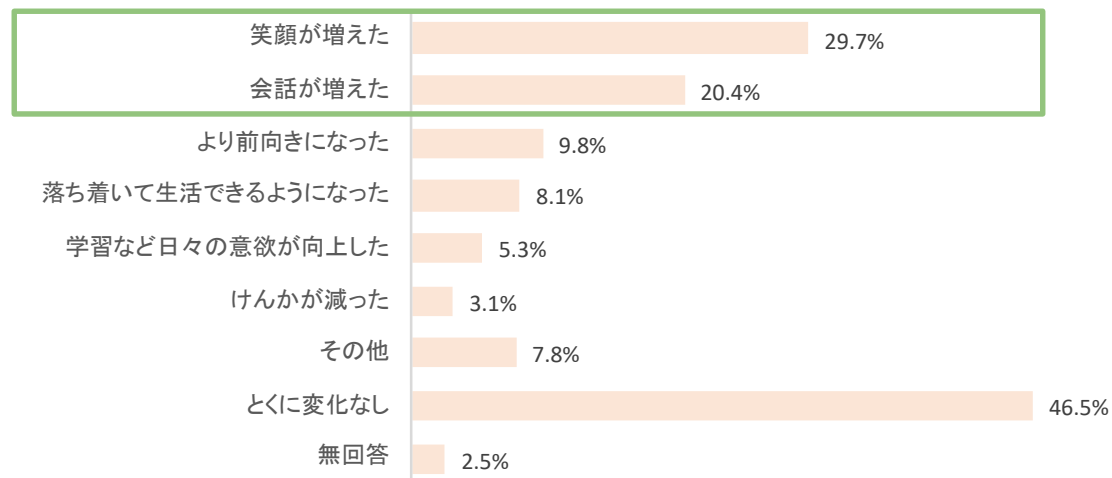
こども

こども宅食の利用前と現在を比較して、お子さんの態度に変化はありましたか。



変化あり
51%

(2018年度：45%)



(n=357、複数回答可)

*前回までは、子どもが複数いる場合は各子どもごとに回答してもらったが、今回はお子さん全体として回答してもらった。

5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（3） 心理的ストレスが改善する（詳細分析）

課題を抱える世帯は全体的に変化量が多い傾向が見られる。
 第1子が小学生の世帯で「笑顔が増えた」「より前向きになった」、中学生の世帯で「会話が増えた」の変化が比較的高く出ている。

精神状態の改善

いじも

こども宅食の利用前と現在を比較して、お子さんの態度に変化はありましたか。

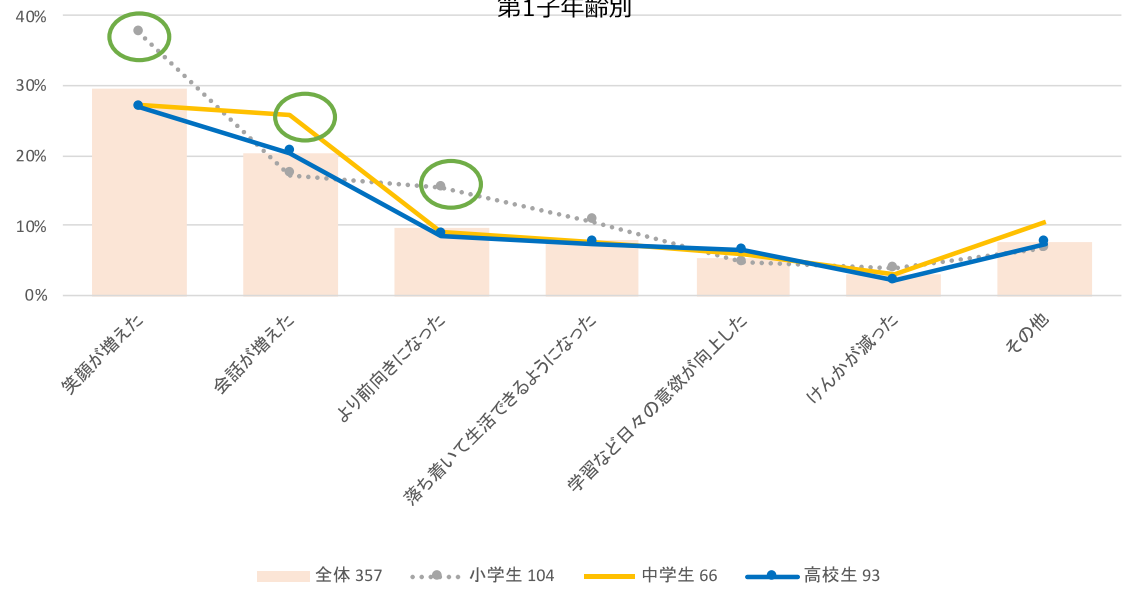


変化あり
 51%
 (n=357)

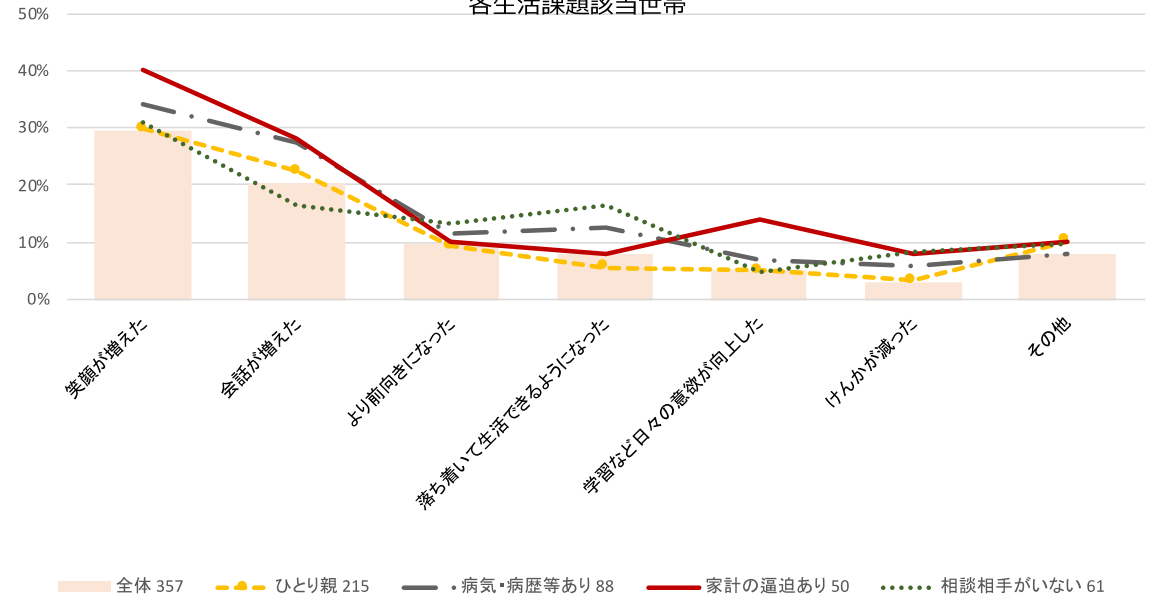
自由記述回答から、お菓子を中心とした食品の配送を楽しみにしている気持ちや届いたときの嬉しさから「笑顔」、「会話」につながっていると想定される。

- 届くととてもうれしそうに笑顔が増えます。食べたことがないものも食べようとしている。【ひとり親、小学生】
- 人に物をもらうことがあまりないので、くるのを楽しみにしている。【ひとり親、高校生以上】
- 食べたことがないものがあるって、興味がわいて食べたら美味しくて、笑顔がみれたり、会話が弾んだりします。【ひとり親】
- 利用している事は話していませんが、お友だちが遊びに来たときお菓子を出してあげると喜んでいきます。【ふたり親、中学生】

第1子年齢別



各生活課題該当世帯



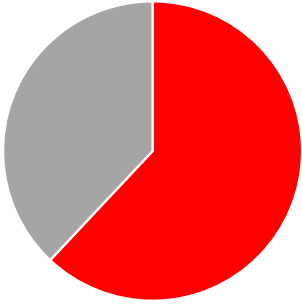
5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（4） 可処分所得が向上する

62%が節約できたと回答。1ヶ月に節約できた金額の平均は2600円であり、食費の負担軽減に貢献したといえる。

節約できた金額

保護者
家庭

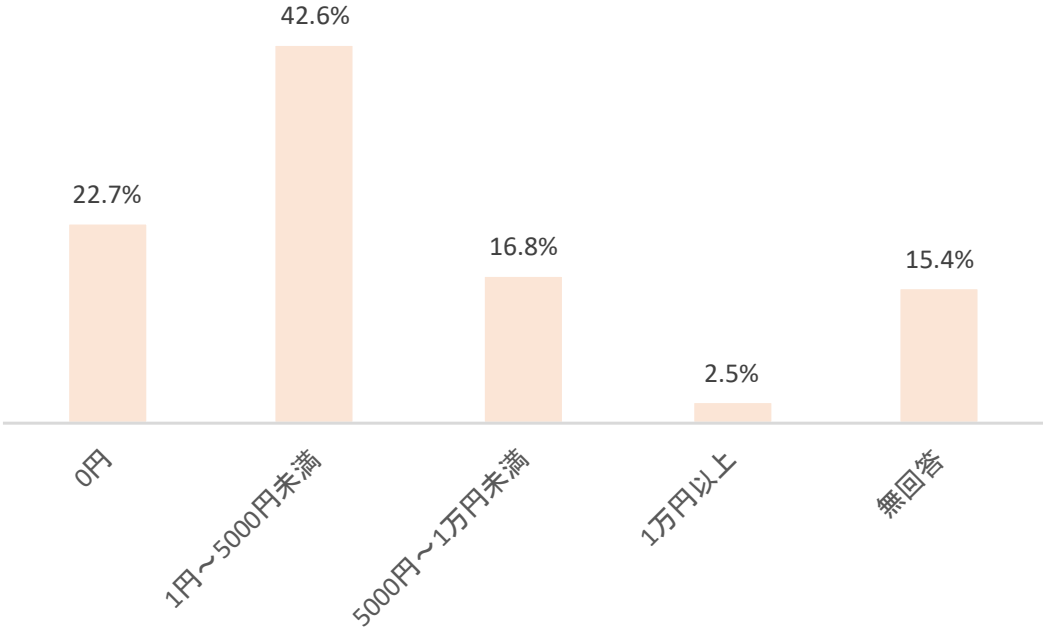
こども宅食を利用したことにより、一か月に節約できた金額（食費や買い物に行く交通費など）がある場合は教えてください。



節約できた*
62%

(2018年度：96%)

(n=357)

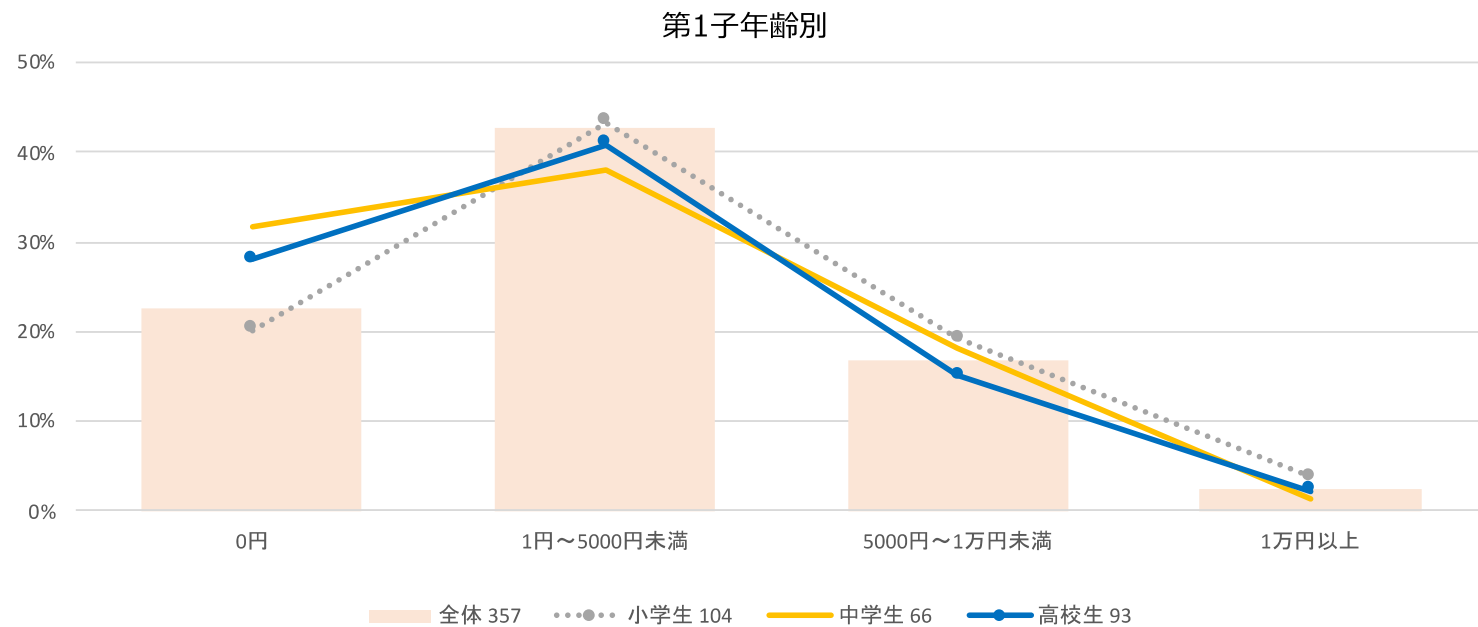


*本プロジェクトでは食費負担の軽減をもって可処分所得の向上と評価している。

*「0円」、「無回答」の人以外

5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（4） 可処分所得が向上する（詳細分析）

第1子が小学生の世帯では平均が3000円を超えている。



カテゴリ別の
1ヶ月で節約できた金額の平均値

(単位：円)

カテゴリ	平均値 (円)	
全体	2,599	
世帯属性	ひとり親	2,668
	ふたり親	2,492
第1子の年齢	小学生	3,028
	中学生	2,263
	高校生	2,288
生活課題	病気・病歴あり	2,264
	病気・病歴なし	2,691
	家計の逼迫あり	2,638
	家計の逼迫なし	2,605
	相談相手がいる	2,594
相談相手がいない	2,682	

5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（4） 可処分所得が向上する

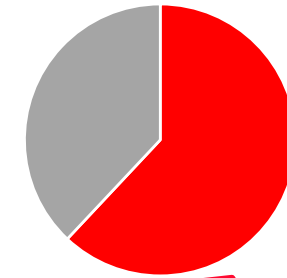
節約できた金額は他の食品や生活必需品に充てられている。

追加でできたこと

保護者
家庭

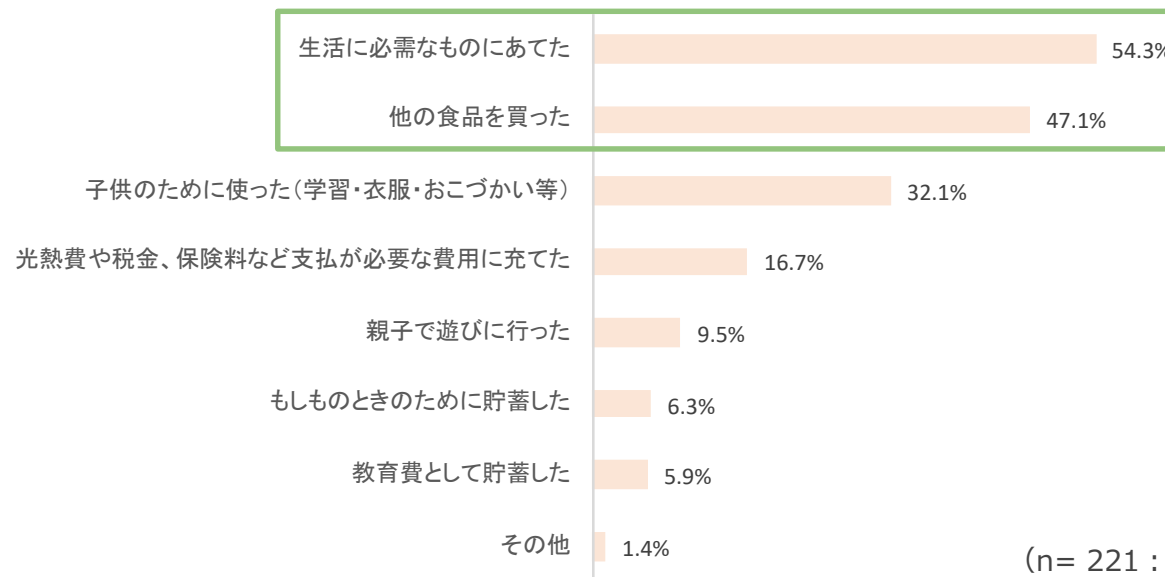
節約できた（62%）の方への質問

節約したお金でどのようなことができましたか。



節約できた
62%

(n=357)



(n= 221 : 「0円」、「無回答」を除いた数)

「その他」回答例：

お米やパスタなどの炭水化物（主食）がいただけるので、主菜にあたる肉などを以前より多めに購入できるようになった。

節約のためで、買ってあげられなかったかわいい文房具を買って上げられたり、子どもの友人の誕生日会にプレゼントを持参して参加ができた。

受験生なので、何とかギリギリで、塾に通わせてあげられるようになった。

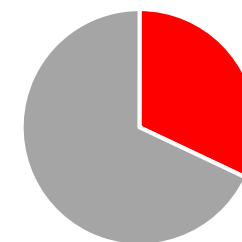
5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（5） 余剰時間が増加する

31%が増えたと回答。増えた自由な時間は平均23分であり、宅食が余剰時間の増加に一定程度貢献したといえる。

増えた時間

保護者
家庭

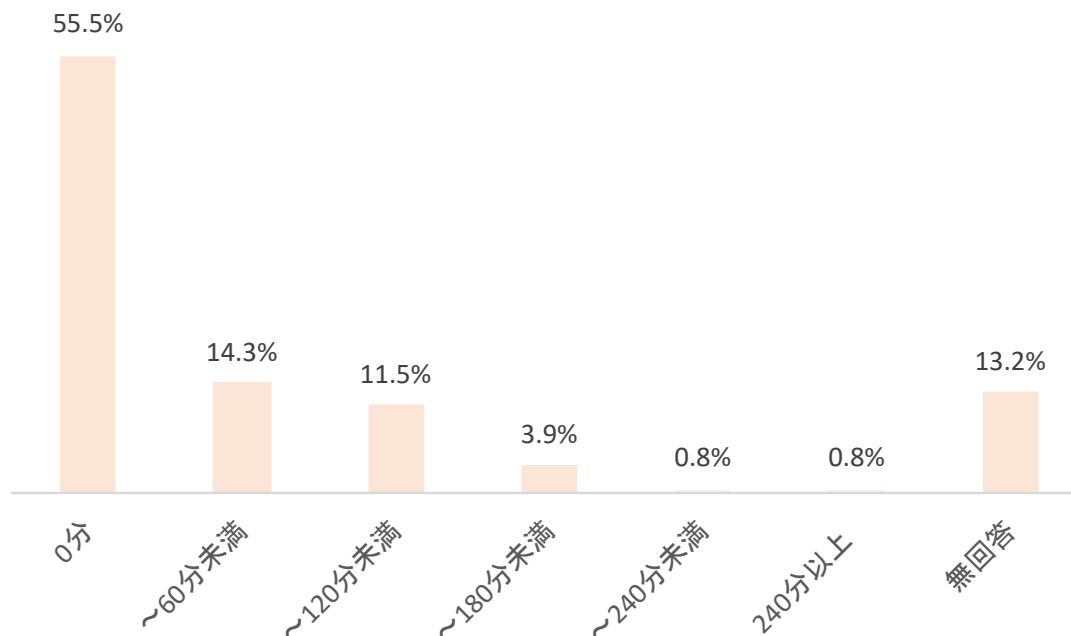
こども宅食を利用したことにより、これまで買い物や調理に使っていた時間が減るなどして一か月のあいだに自由な時間は増えましたか。増えた場合はどれくらいになりますか。



増えた*
31%

(2018年度：33%)

(n=357)



*「0分」、「無回答」の人以外

5-4 評価結果の詳細：初期アウトカム（5） 余剰時間が増加する

余剰時間が「増加した」と回答した人のほとんどが、その時間を「子どもと過ごす時間」に使っている。

追加でできたこと

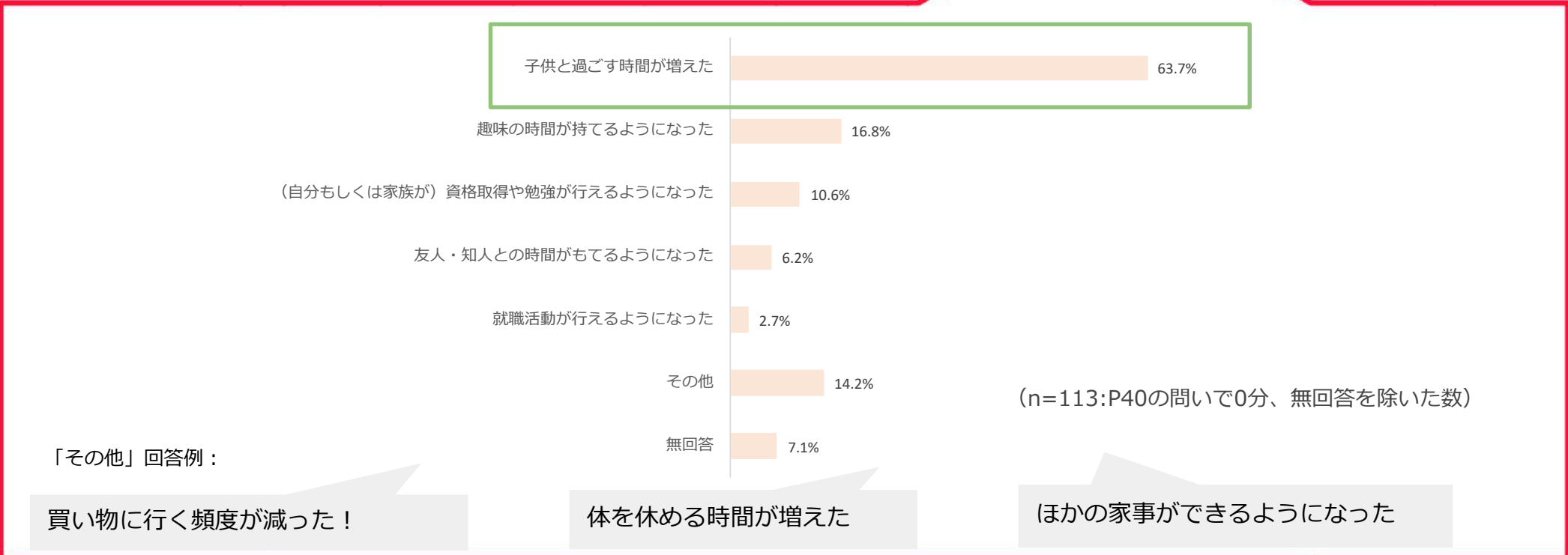
保護者
家庭

余剰時間が増えた（31%）の方への質問
その時間を利用して、何かしたことはありますか。



増えた
31%

(n=357)



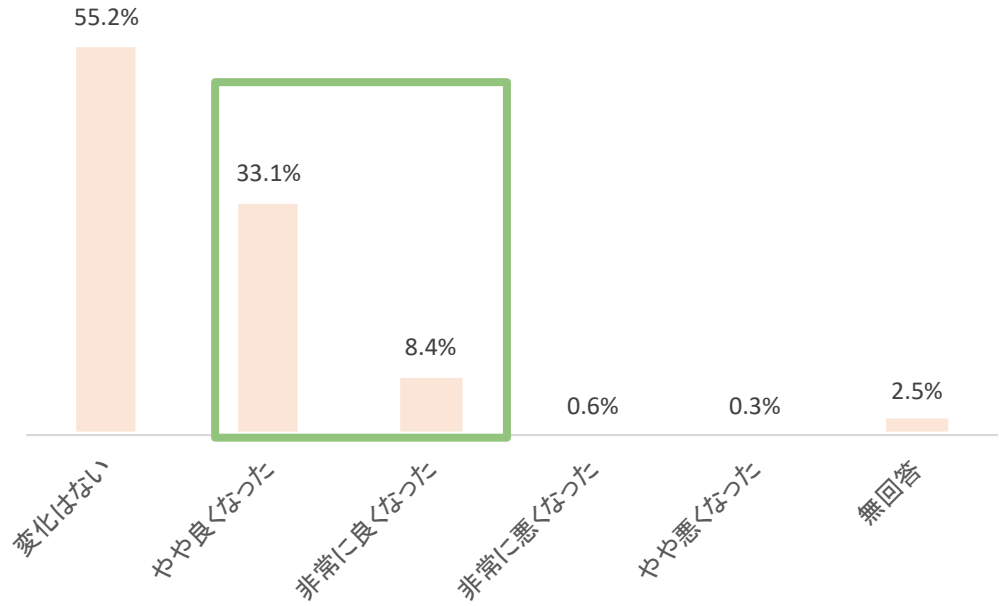
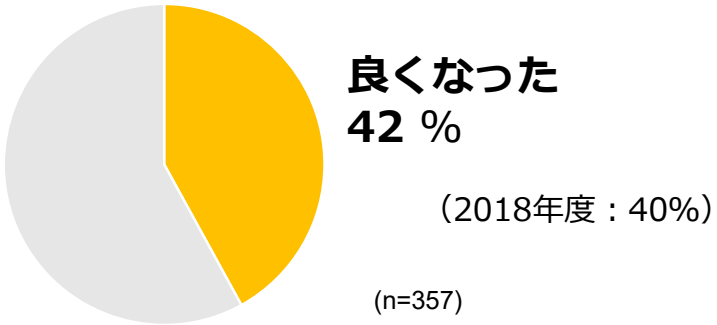
5-5 評価結果の詳細：中期アウトカム（1） 親子関係の改善

こども宅食利用前と比較して「家族との関係」が良くなったと回答したのは42%。親の気持ち、子どもの態度の変化が影響していると考えられる。

家族との関係

保護者
家庭

こども宅食利用前と現在を比較して、あなたと家族（こどもやパートナーなど）の関係に変化はありましたか。



「体験の機会」の提供による効果

生活困難度調査（pp.13-16）において示した様に、利用世帯には子どもの体験や所有物の欠如が見られる。2018年度のインパクト・レポートにてこの実態を報告したことにより、食品に留まらず、体験の機会や物品の寄付の種類が増えている（p.10参照）。

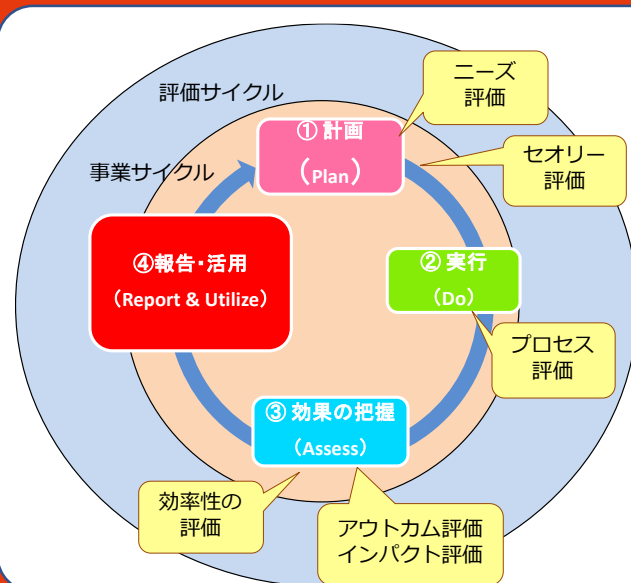
現時点では全利用世帯への提供は難しく、抽選による一部の利用世帯のみへの提供となっているが、「家族の良い思い出になった」、「心の支援になっている」といった感想も寄せられており、体験の機会や物品の提供が親子で過ごす時間の創出や、母子共に心のゆとりの創出につながり、本プロジェクトのアウトカムである「心理的ストレスが減少する」、「親子関係の改善に」に寄与しているのではないかと考える。

利用者の感想

- なかなか色々なところに連れて行ってあげられないので、招待していただいてとても感謝しています。夏休みの素敵な思い出をありがとうございました。【ミュージアムチケット当選者・親】
- ひとりきりで子育てして日常に忙殺される中、非日常のひとときが持てることは、とても幸運なことです。【スポーツ観戦チケット当選者・親】
- ひとつひとつのプレーの完成度が高くて見応えがあり、短い時間でしたが、観戦できて本当に参考になりました。【スポーツ観戦チケット当選者・こども】

※一部抜粋

6. 課題と事業改善に向けた取り組み



- ✓ 評価結果とプロジェクト目的の見直しのもと、ロジックモデルの改訂、それに伴う指標・設問内容の見直しを行う。
- ✓ 評価方法についても、よりの確な利用世帯の実態把握につなげるため、回答者の負担を考慮しながら測定方法と頻度を見直す。
- ✓ ロジックモデルのアウトカムとそれらを達成するために行うべき活動との紐付けをより明確に行い、アウトカムの達成に向けた活動の的確な実施とモニタリングを行う。モニタリング結果をもとに、マネジメントの改善をよりの確かつ迅速に行っていける組織体制を構築していく。

6-1 プロジェクトの目的の見直し

本プロジェクトでは、3年毎にプロジェクト全体の見直しを行っている。2020年には本プロジェクトが3年目に入るにあたり、プロジェクトの目的を以下に改訂し、より予防に重点をおいた事業展開を行っていくこととした。

■ プロジェクトの目的

【ビジョン（目指すべき方向）】

経済的に困窮する子育て世帯へのリスクに食品配送等を通して気付き、予防的にアプローチし、課題の重篤化を防いでいく。

【ミッション（解決すべき社会問題）】

1. 利用世帯が経済的理由で孤立し、困難に陥っても、社会がすぐに気づくことができない問題を改善する。
2. 利用世帯のうち支援が届きにくい家庭に対し、必要な支援につながらない問題を改善する。

【対象世帯】

次のいずれかの制度を利用する子育て世帯

1. 就学援助制度
2. 児童扶養手当
3. 生活保護制度

ただし、同様の経済状況にある家庭への事業周知方法等が確立でき次第、意思決定会議での承認を得て順次対象世帯を追加していく。

【バリュー（ミッション達成のために実現すべきこと）】

1. 利用世帯の課題やニーズに応じた食品、情報を届けるとともに、物品、体験、支援などを提供できる機会を確保する。
2. 必要な支援につながらない問題を分析し、地域の支援関係者で共有し、支援が届く環境を作る。

6-2 ロジックモデルの改善（1）

今回の評価結果とプロジェクトの目的の見直し（p.45）をもとに、主に以下の点においてロジックモデルの改善を行った。

アウトプット

活動内容の変更に伴い、アウトプットの項目、指標を変更していく必要がある。プロセス評価をより適切に行うための、今後はロジックモデルとは別にアウトプットの指標を設定、確認していく。

アウトカム

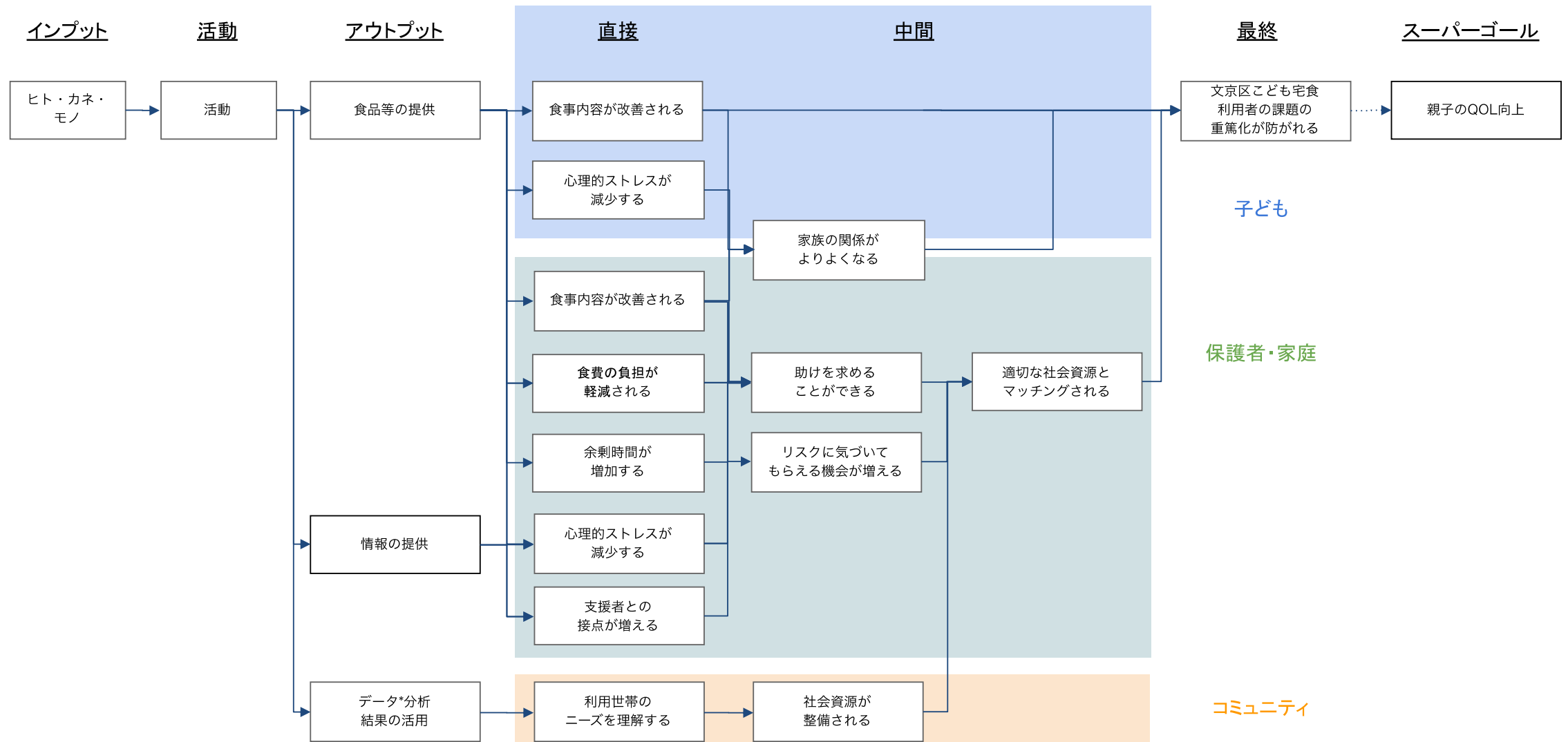
- アウトカム出現の流れを、初期・中期・長期という時間軸でなく、因果関係を重視した直接、中間、最終で考える。
- プロジェクトの目的に沿って、最終アウトカムを変更。
- 「親子のQOLの向上」は本プロジェクト単独では測定が難しいため、評価範囲の対象外とするが、本プロジェクトの最終目標（スーパーゴール）として設定する。

ステークホルダー

ステークホルダー（受益者）として、新たにコミュニティを加えた。アンケートで得られたデータの分析結果をコンソーシアムに留まらず、文京区の関係機関に共有することで、利用世帯の実態やニーズを把握し、利用世帯がより支援につながりやすい環境、コミュニティの形成を目指す。

6-2 ロジックモデルの改善 (2)

第3期ロジックモデル



* 利用者へのアンケート調査等を分析したデータのこと

6-2 評価方法、マネジメントの改善

評価方法

<実施形式>

今回、評価（アンケート）対象者数が増加したこともあり、アンケートを紙面からオンラインの実施に変更した。回収率はこれまでの紙面実施時と大差ない回収率となった。オンラインは迅速にアンケート結果の把握が可能となるため、今後もユーザビリティの向上に努めつつオンラインでアンケートを実施し、必要に応じて紙面アンケートでの補完等を行う。また、下記のとおり、実態把握に関するアンケートの測定方法を検討することで、よりの確な把握と把握率の向上を目指す。

<測定方法・頻度>

現在、利用者の実態把握と本プロジェクトによる変化、成果を確認することを目的に、アンケートの実施は年1回としているが、実態把握は配送時での確認やLINEなど、より利用者の負担が少なくかつ頻度を高めた定期的な把握方法を検討する。

<指標・設問内容>

改訂したロジックモデルを元に、指標と設問内容を再考する。また、より変化を捉え易い、感度の高い指標の設定を検討する。

マネジメント

今後、前掲のロジックモデルのアウトカムとそれらを達成するために行うべき活動との紐付けをより明確に行い、モニタリングを行う。アウトカムの達成が見込めない場合は、活動の実施が不十分であるのか、もしくはアウトカムと活動との紐付けに理論的な間違いがあるのかを見極め、マネジメントの改善をよりの確かつ迅速に行っていける組織体制を構築していく。

6-3 総評

阿部 彩

東京都立大学 人文社会学部 教授／子ども・若者貧困研究センター長

本プロジェクトも3年目に入り、インパクト・レポートもますます精錬化されてきたように思います。利用者の生活の実態を明らかにし、プロジェクトがどのような変化を彼女／彼らにもたらしているのかを「見える化」することによって、プロジェクトの目指すべき方向性が明らかになってきたように見えます。

今回の結果は、前回同様、こども宅食が食の支援だけではない、さまざまな便益をもたらしていることがデータで示されました。数字は無機質ですが、その一つ一つの数字の後ろには、たくさんの笑顔があります。

一方で、本プロジェクトがまだ達成できていない課題も明らかになってきました。利用者の多くの方がこども宅食以外の支援に繋がっていないのです。このような人々と宅食を通じて繋がることができたことは素晴らしいことです。しかし、宅食以外の支援にどうやって繋げていくのか。本プロジェクトの次に掲げるこのミッションは、官民を問わず関連機関がつながったコンソーシアムだからこそ達成できるものです。

最後に、今回一番衝撃的であったのが、前回アンケートにも増して生活困難層が増えていたことです。今回のアンケートは2019年10月に実施されており、まだ景気もよかった頃にデータが取られていますが、その時でさえ利用者の75%が生活困難層でした。今、新型コロナウイルスの影響で未曾有の世界的経済危機が起こりつつあります。こども宅食を必要とする人も激増するでしょう。今こそ、こども宅食がその力を発揮する時です。

■参考資料：

・利用世帯への第4回アンケート票