

公共冷蔵庫を活用したフードレスキューによる
食品廃棄ゼロエリア商工会議所モデル事業

事業報告書

草加商工会議所青年部

2026年1月

1. 事業の目的

(1) 食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等に向けた現状・課題と取組状況

【草加市内における食品廃棄の現状と課題、取組状況】

全国の令和4年度の食品ロスの推計値*1では、事業系236万t（家庭系236万t）であり、これをもとに、草加市内の事業系食品廃棄物は3,488tと推計され、廃棄コストは7,325万円（※草加市の廃棄コストは10kg当たり210円（可燃ごみ）。5市1町で構成する東埼玉資源環境組合で定める）にも上る（全国の食品関連事業者数が同量の食品廃棄物を排出していると仮定）。

全国*2及び草加市*3の事業所数

産業	全国	草加市
09 食料品製造業	23,648	54
10 飲料・たばこ・飼料製造業	3,898	2
52 飲食料品卸売業	62,658	57
58 飲食料品小売業	256,890	352
76 飲食店	430,360	669
77 持ち帰り・配達飲食サービス	38,591	72
合計	816,045	1,206

草加市内ではコミュニティフリッジ草加を設置し、食品寄附に取り組んでいるものの、昨年度取扱量は12tにとどまり、**寄附による食品廃棄削減の余地は大きい。**

*1 環境省「我が国の食品ロスの発生量の推計値（令和4年度）の公表について」（2024年6月21日掲載）https://www.env.go.jp/press/press_03332.html

*2 経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」（最終更新日2024年9月25日）https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/census/r3result/r03_index.html

*3 草加市「4基幹統計調査 4.3経済センサス」（更新日：2024年4月1日）<https://www.city.soka.saitama.jp/cont/s1301/030/020/010/010/16.html>

1. 事業の目的

(1) 食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等に向けた現状・課題と取組状況

食品寄附における課題

販売期限や印字ミス、外箱の破損等により、まだ食べられるにもかかわらず、廃棄されている食品が問題となっている。その解決策として、フードバンクへの寄附が拡大しているが、物流コスト、管理コスト等の問題により、以下のような食品は取扱いが難しく、コミュニティフリッジ草加においても取扱いが課題となっていた。

- ・ ごく少量の寄附品
- ・ 賞味期限が1カ月以内と短いもの
- ・ 日配品など賞味期限が短いもの
- ・ 傷みやすい生鮮品 など

本事業では、食品の定期回収ルートを構築する等の新たな仕組みの構築により、これらの商品を寄附に回すことを可能とする

ポイント①

これまでは、食品ロスが発生する都度、寄附者側からフードバンク等へ連絡して寄附先とマッチングさせる手間が必要で、これが寄附拡大の課題となっていた。本事業では、寄附品の定期回収ルートを構築することで、マッチングの手間をかけずに寄附に回すことができる。

ポイント②

これまでは、多くの場合で寄附提供企業が物流費を負担しており、廃棄やリサイクル費用と比較して費用対効果が少ないことが寄附推進の課題となっていた。本事業では、コミュニティフリッジが食品を回収に周り、利用者が公共冷蔵庫に自ら受け取りに来る仕組みである。公共冷蔵庫自体も無人の管理が可能であり、物流費及び人件費が抑えられ、低コストで運営ができる。

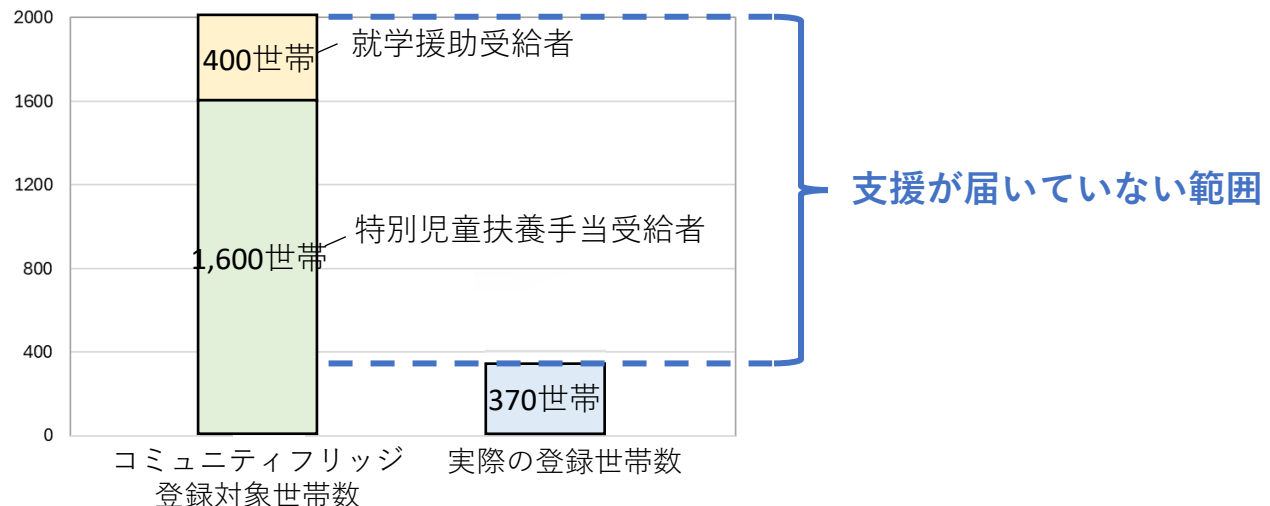
1. 事業の目的

(1) 食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等に向けた現状・課題と取組状況

【コミュニティフリッジ草加（公共冷蔵庫）の現状と課題、取組状況】

草加市における生活困窮者の現状として、特別児童扶養手当受給者が約1,600世帯、就学援助受給者が約400世帯あり、既存のコミュニティフリッジ草加では現時点で約370世帯*1が登録しているものの、まだ多くの世帯には支援が届いていない。新たに設置する公共冷蔵庫はコミュニティフリッジ草加と約5kmの距離があり、草加市の中心近くに位置していることから、新たな利用者層を支援できる。

これまでのコミュニティフリッジ草加の取組は、事業者や個人からの支援に依存しているが、本来公共冷蔵庫の運営には、食品の回収費や設備の維持管理費が必要であり、事業の拡大には事業収支を成り立たせることが課題となっている。本事業では、新たな収入源の可能性を見出し、コミュニティフリッジの運営にかかる事業収支をシミュレーションする。



*1 申請書は2022年開始～2024年3月の登録世帯数に基づき「650世帯」としていたが、2024年4月のシステム移行でリセットされ、現時点で「371世帯」が登録している。 4

1. 事業の目的

(2) 事業の目的・取組方針

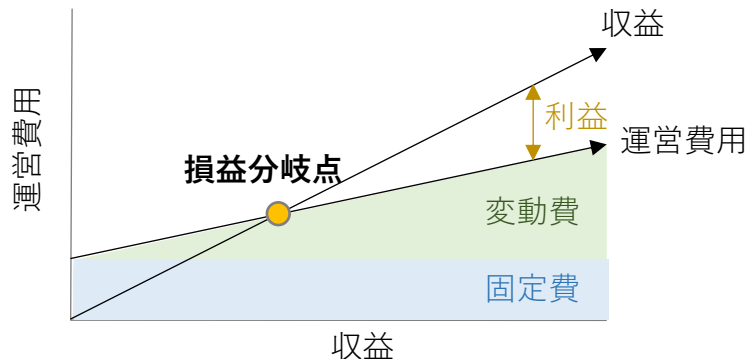
(1) の状況を踏まえ、本事業では、持続可能な「公共冷蔵庫を活用したフードレスキューによる食品廃棄ゼロエリア商工会議所モデル」の構築を目指す。

【草加市内における食品廃棄への課題への対応方針】

食品の定期回収ルート及び公共冷蔵庫を設置した寄附の仕組みを構築することにより、寄附者となる食品関連事業者の拡大や取扱い商品の拡大を図る。これにより、従来は廃棄されていた食品を効率的に回収し、生活困窮者に配布することで食品廃棄の削減を図る。

【コミュニティフリッジ草加（公共冷蔵庫）の課題への対応方針】

本事業が継続され、他の地域にも展開可能になるためには、運営費用をどのように事業内で捻出できるかがポイントとなる。したがって、本事業では、今後の事業継続に向けたスキーム検討も併せて行う。配送費と人件費を抑えることができる公共冷蔵庫の運営コストと、今後想定できる収益で損益分岐点を見極め、今後の事業計画に向けた目標設定を行う。当事業活動の成果として一定の利益を創出させ、イニシャルコストを早期に回収できるように事業計画を立てる。また、持続可能な事業とするために長期的な収益を確保し、草加市内の新たな公共冷蔵庫設置に向けた計画を検討する。



損益分岐点をもとに、以下を検討し、今後の事業計画に向けた目標設定を行う

- 参加企業の必要数
- 参加企業から徴収する会費
- 広告収入の価格
- 効率的運営のためのコスト管理

2. 事業の内容

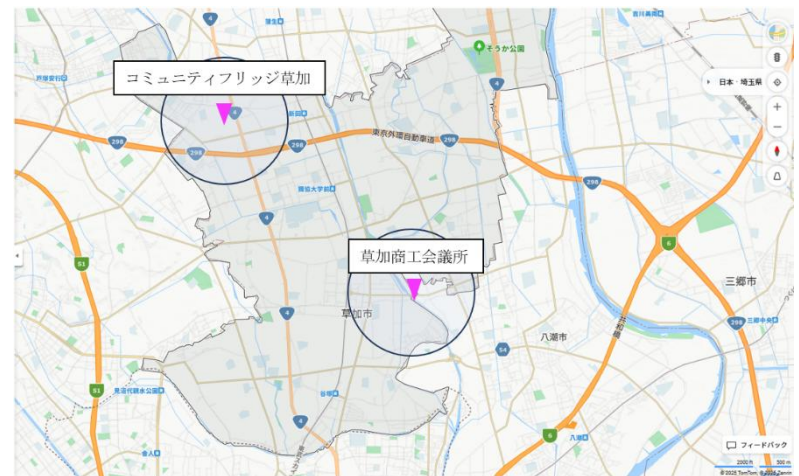
事業の実施エリア：埼玉県草加市

モデル事業は埼玉県草加市内で実施する。草加商工会議所の会員3,482社のうち食品取扱企業435社を対象に参加協力を要請するほか、事業実施期間中にも新規事業者へ呼び込みを行った。本モデル事業に参加する食品関連事業者数について、計画時点では5事業者以上の参加を目標していたが、実際には9事業者からの協力を得ることができた。これらの事業者から回収した食品を、市内に設置する公共冷蔵庫に保管及び陳列し、市内の対象者が受け取れる体制を構築した。

公共冷蔵庫の設置場所については、計画通り草加商工会議所の駐車場に設置した。以前のコミュニティフリッジ草加が設置されていた地点とは約5km離れており、徒歩圏内を1kmと仮定すると、従来の利用層とは異なる新たな利用者層が対象となると考えられる（各コミュニティフリッジ設置場所から1km圏内を下図に円で示す）。

草加市には特別児童扶養手当受給者が約1,600世帯、就学援助受給者が約400世帯存在し、コミュニティフリッジ草加では、現時点で約370世帯が登録している。本事業ではまだ登録していない世帯に訴求できると想定しており、将来的には草加市内にさらに1~2箇所のコミュニティフリッジを増設し、草加市内の生活困窮者支援を網羅的に実施したいと考えている。

なお、以前の草加コミュニティフリッジは併設していたスーパーマーケットの閉店に伴い廃止したため、実質移転したこととなった。

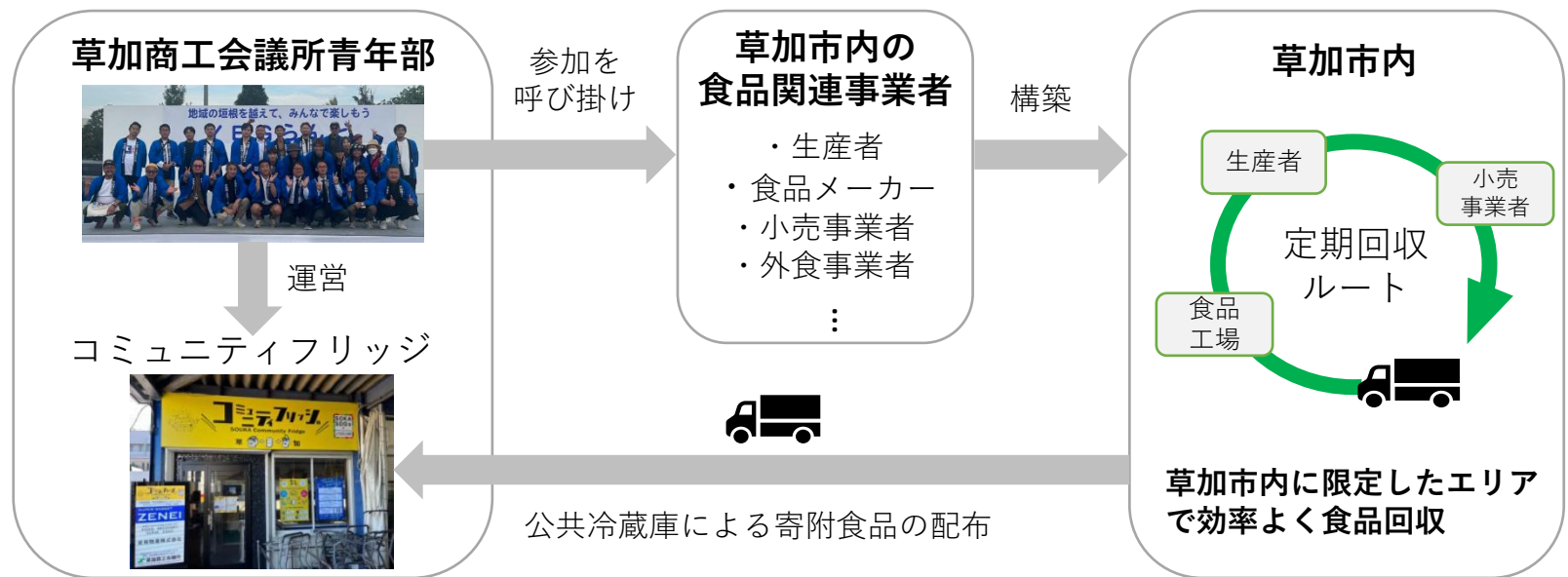


2. 事業の内容

(1) 事業の概略

本事業は、コミュニティフリッジ草加を運営する草加商工会議所青年部が、草加市内の食品関連事業者に参加を呼び掛け、食品の寄附品定期回収ルートを構築するものである。回収した寄附食品を市内に新たに設置する公共冷蔵庫を通じて生活困窮者に配布することで、草加市の食品関連事業者から排出される食品廃棄ゼロを目指す。

商工会議所が主体となって取組むことで、食品メーカー、小売事業者、外食事業者を含めた地域の幅広い食品関連事業者を巻き込み、草加市内に限定したエリアで効率よく食品回収することが可能となる。なお、本事業では、食品関連事業者に加え、草加市内の生産者からも規格外野菜等の市場に流通しない農産物を回収することとしている。



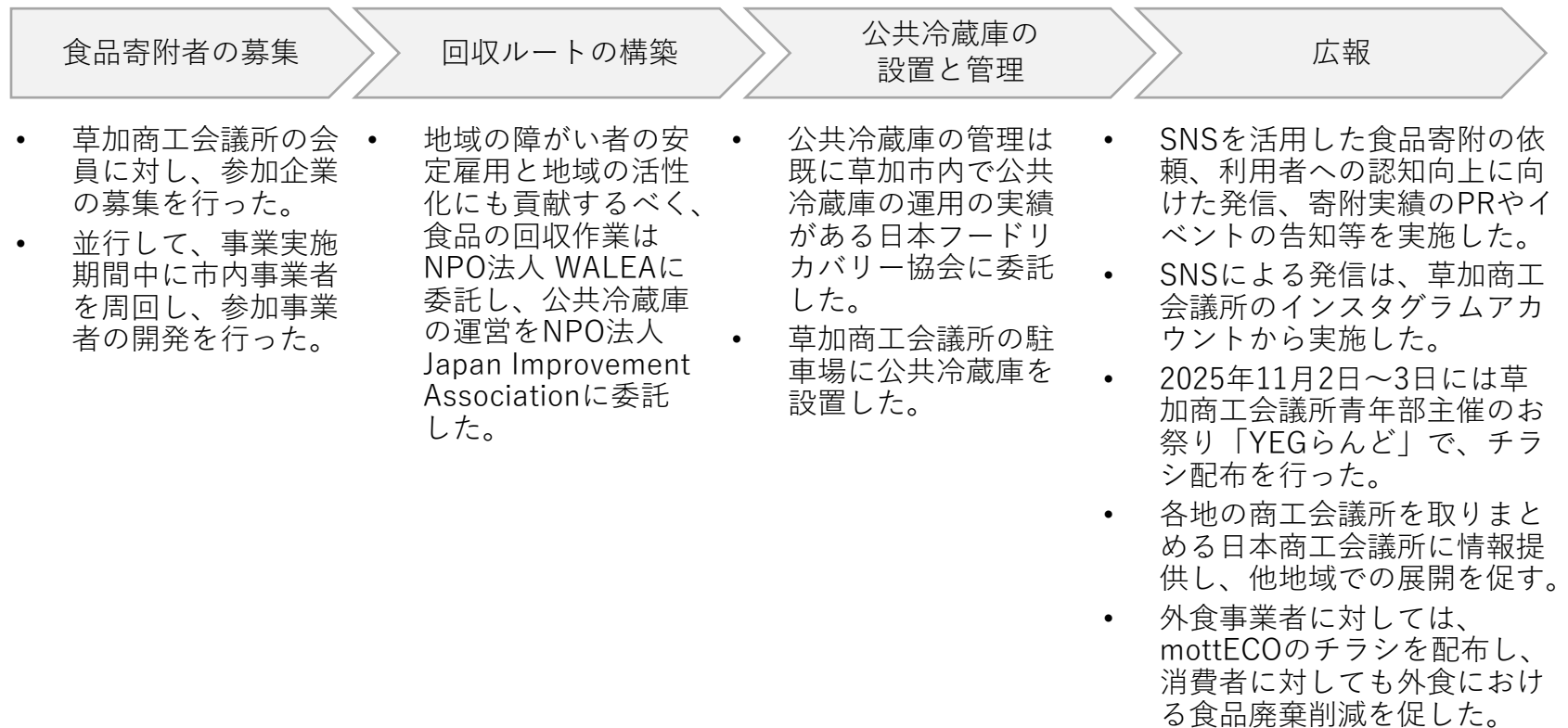
これらの取組により、草加市の食品関連事業者から排出される食品廃棄ゼロを目指す

2. 事業の内容

(2) 実施内容

本事業では、食品廃棄ゼロエリアを実現する商工会議所モデルとして、今後他の地域にも展開できるスキームの確立を目指す。

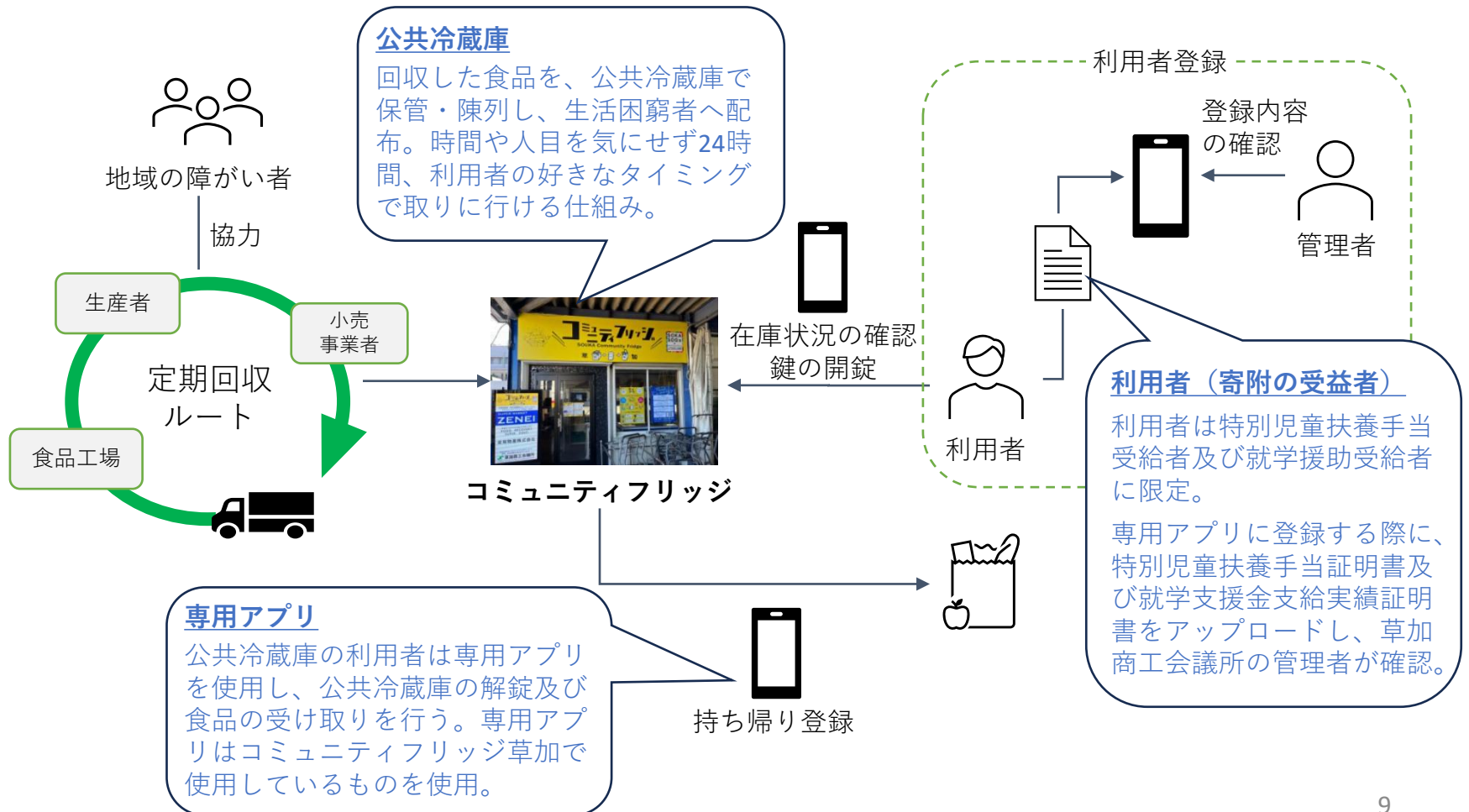
【実施事項① 食品定期回収ルート構築】



2. 事業の内容

(2) 実施内容

【実施事項② 食品寄附の仕組みの構築】



2. 事業の内容

(2) 実施内容

【実施事項③ 事業継続に向けたスキーム検討】

事業継続に向け、運用費用の捻出について以下の方策の可能性を検討した。

検討項目

ア. 参加事業者会費徴収

- 食品寄附提供事業者から会費を徴収できる可能性

イ. 参加事業者食品引取回収有償化

- 食品寄附提供事業者が、食品寄附により削減できた廃棄費用のうち一部を、食品引取回収手数料として徴収できる可能性

ウ. 広報手段における広告掲載

- 公共冷蔵庫や、SNSの広告掲載による収入を得られる可能性

エ. 受益機関の会費徴収

- 将来的に受益者をこども食堂や福祉施設に拡大した場合に、会費を徴収できる可能性

オ. ア～エの組み合わせ

参加事業者にWEBアンケートへの協力を依頼し、ア～ウについての支払意思及び支払意思額を確認

市内の福祉施設やこども食堂等に対して、アンケート調査を行い、支払意思額を確認

これらの調査結果を踏まえて、事業収支のシミュレーションを行い、損益分岐点を確認した検討会では、この結果をもとに参加事業者数の目標値や会費・広告費収入の設定金額を協議した

2. 事業の内容

(3) 事業の効果

①食品廃棄の削減

本事業では、食品関連事業者からの寄附品を定期回収することで、草加市内での食品廃棄を削減することとしており、週に約50kgの食品ロス削減を目標としていた。この削減量は、各店舗からの寄附量をもとに算出している。

食品関連事業者から回収された食品は、公共冷蔵庫を通じて生活困窮者に配布されることで、食品循環資源として再生利用される。これにより、食品が廃棄されることなく再利用される量が増加し、草加市内の地域における循環型経済の構築に貢献する。

②地域の活性化と地方創生への貢献

商工会議所を中心に、地域の食品関連企業や生産者を巻き込み、地域資源を活用した食品寄附の仕組みを構築することで、地域の活性化と安全・安心なまちづくりを促進する。事業に参加する事業者は、商工会議所のネットワークを活用し、今後も拡大することを見込んでいる。より多くの事業者が食品寄附に参加することで、地域全体の食品廃棄削減が推進される。

③生活困窮者支援の強化

新たに設置する公共冷蔵庫を通じて、寄附食品を生活困窮者に配布することで、生活に困窮する子育て世代の生活を支援し、次世代の子供達に対する貧困の連鎖の防止に繋がる。生活困窮者への支援の効果としては、コミュニティフリッジ草加では現時点で約370世帯が登録していることを参考に、今回モデル事業を実施する6カ月間で300世帯の登録を目標としていた。利用者数は、300世帯が月1回利用すると仮定して、6カ月間で延べ1,800名の利用を目標としていた。草加市には特別児童扶養手当受給者が約1,600世帯、就学援助受給者が約400世帯あり、まだ支援が届いていない世帯が多くあるため、新たに設置する公共冷蔵庫により、さらに多くの生活困窮者が支援を受けることができる。

④他地域への展開・波及

本事業は、商工会議所が主体となる取組であることから、他の地域や団体への展開が可能なスキームとなる。コミュニティフリッジの運営にかかる事業収支をシミュレーションすることで、参加企業の必要数、参加企業から徴収する会費や広告収入の適切な価格設定、効率的運営のためのコスト管理、今後の事業計画に向けた目標設定が可能となる。草加市での成功事例をもとに「持続可能な商工会議所モデル」として普及が期待される。

2. 事業の内容

(4) 事業実施期間内のゴール（目標）

【食品廃棄削減の目標】

本事業における食品廃棄削減の具体的な数値目標として、約50kg/週を掲げていた。この数値は、事業実施に際してある小売事業者にヒアリングを行い、1店舗1回当たりの寄附量が約10kgであることを確認した結果に基づき、本事業では回収先として5箇所以上、各週1回を想定して算出した数値である。ただし、寄附の受け入れ側が廃棄食品を回収しに行くというこの取組は新しい試みであるため、寄附量（食品廃棄削減量）の予測が難しい。したがって、実際にモデル事業を進めながら、事業の効果についても確認を行っていくこととしていた。

【生活困窮者支援の目標】

特別児童扶養手当受給者及び就学援助受給者への食品受け渡しによる生活困窮者支援における具体的な数値目標として、コミュニティフリッジ草加では運営開始の2022年6月から累計で650世帯が登録していることを参考に、今回モデル事業を実施する6カ月間では300世帯の登録を目標としていた。利用者数としては、300世帯が月1回利用すると仮定し、6カ月間で延べ1,800世帯利用を目標としていた。なお、コミュニティフリッジ草加では2022年6月～2023年4月の11カ月間で延べ利用者数が約3,814世帯（1回当たりの受取商品数平均5点で算出）であり、ここから平均利用頻度は2カ月に1回程度と算出される。しかし、コミュニティフリッジ開設直後（＝利用者の登録直後）は高頻度で利用されることが推測されるため、今回は月1回の利用と仮定した。このように、本事業の効果を測定及び確認することで、将来的に草加市内における食品廃棄ゼロの道筋を明確化し、さらに事業継続に向けたスキームの見通しを立てることをゴールとしている。

【事業継続に向けたスキーム検討の目標】

事業継続に向けたスキームの検討においては、新たに得る収入と運営コストで損益分岐点を確認し、事業収支のシミュレーションを行った。また、今後コミュニティフリッジの増設を検討するに当たりイニシャルコストを考慮した将来キャッシュフローを見積もった。持続可能な商工会議所モデルとして、他の商工会議所への展開ができるように示すことをゴールとしている。

2. 事業の内容

(5) 実施スケジュール

実施項目		令和7年																		令和8年								
		6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月		
		上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下			
食品定期回収ルートの構築	食品寄附者の募集																											
	回収ルートの構築																											
	公共冷蔵庫の設置と管理																											
	SNSによる広報																											
	11/2～3草加市お祭りでの広報(準備含む)																											
食品の寄附の仕組みの構築	公共冷蔵庫、専用アプリ、利用者に関する調整等																											
事業継続に向けたスキーム検討	参加事業者向けアンケート項目の検討																											
	参加事業者へのWEBアンケート実施																											
	福祉施設やこども食堂等向けアンケート項目の検討																											
	福祉施設やこども食堂等へのアンケート実施																											
	事業収支のシミュレーション																											
	コンポストの設置																											
事業の効果検証	回収した食品重量(個数)の記録																											
	回収先事業者における食品廃棄量の事業実施前との比較																											
	mottECOの効果確認(Webアンケート)																											
	事業期間中の回収先事業者及び登録世帯数の算出																											
事業報告書の作成	中間報告書の作成(報告:9～10月頃)																											
	最終報告書の作成(報告:1～2月頃)																											
検討会	月次・Web開催																											

3. 事業の実施体制

実施主体である草加商工会議所青年部コミュニティフリッジ委員会が事業全体のとりまとめを行う。なお、コミュニティフリッジ委員会が主体となって本事業の方向性を検討するものの、本事業の実施は草加商工会議所青年部全体で取組む。

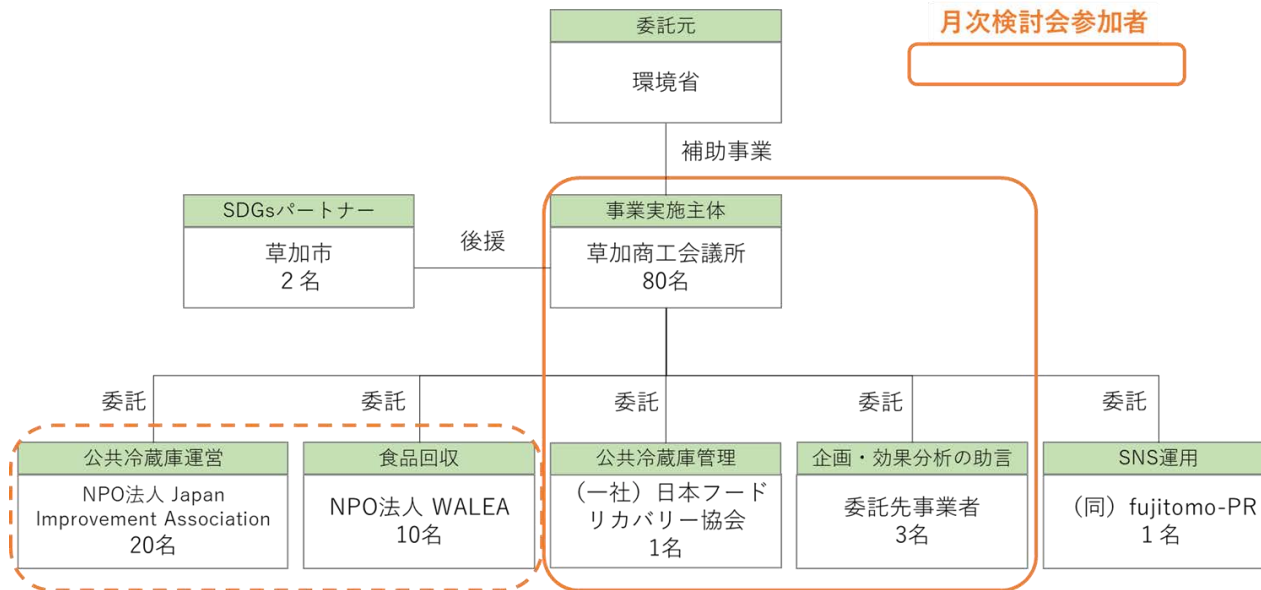
コミュニティフリッジ委員会メンバー（14名）

委員会役職	氏名	所属事業所・役職
コミュニティフリッジ顧問	植田 全紀	(株)アスク フードリカバリー研究室 室長
専務理事	吉田 泰之	タイセイ織工(株)・代表取締役
委員長	高橋 思歩	(一社)ベジモア食育協会・代表理事
副委員長	松本 純	ハウスクリーニング匠・代表
委員	木村 秀平	(株)ジェイコム埼玉・東日本 草加局
委員	益田 哲慎	(株)アイデア・専務取締役
委員	高橋 広樹	(有)高橋園芸センター・代表取締役
委員	加来 武宜	加来たけよし法律事務所・代表弁護士
委員	渋谷 拓己	(有)渋谷商事・取締役
委員	中沢 成一	Lea Reve (株)・代表取締役
委員	堀切 里紗	(一社)キャリカ・管理者/サービス管理責任者
賛助	村木 龍男	(株)村木建設・代表取締役
賛助	齊藤 一成	(株)トップワン・代表
監事	小林 朝	(株)メタルコア・取締役

3. 事業の実施体制

【関係各社の役割】

- ・ 草加市：児童扶養手当受給者・就学援助受給者が対象の通達に紹介を組込む等の協力を依頼
- ・ 一般社団法人日本フードリカバリー協会：公共冷蔵庫、利用者等の管理を委託
- ・ NPO法人Japan Improvement Association：寄附食品の陳列やPOP作成等の運營業務を委託
- ・ NPO法人 WALEA：余剰品の回収を行うフードレスキューを委託
- ・ fujitomo-PR：草加商工会議所のインスタグラムアカウントを活用したSNS運用を委託
- ・ 委託先事業者：本実証の企画及び効果分析に関する助言を委託



モデル事業実施に関する協議の場として、月次で検討会を開催した。検討会には、草加商工会議所青年部の担当者のほか、日本フードリカバリー協会、企画・効果分析の助言に関する委託先事業者が参加した。

4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

①食品廃棄の削減

- 本事業で回収した食品重量をカテゴリー別、事業者別に記録した。
- また、事業実施前後の食品廃棄量について、回収先に情報共有を要請して比較を行うべく、WEBアンケートを食品関連企業、こども食堂に配布し、回答を呼びかけた。
- 飲食店へのmottECOのチラシ配布及び食べ残し持ち帰りの啓発による効果もWEBアンケートで確認した。

「食品ロス削減・寄付に関するアンケート」

(コミュニティフリッジ草加へのご協力をお願い)

このアンケートは、地域の食品ロス削減と食品寄付の推進を目的として実施しています。皆様のご協力により、コミュニティフリッジ草加を通じて、地域の子ども食堂や福祉団体などへ食品を届ける取り組みが広がります。なお、アンケート結果は統計的に取りまとめ、国や関係機関への報告、および今後の取り組みの参考にさせていただきます。10の質問になっており、食品製造業、卸、小売店の方は基本情報+①~⑩、飲食店の方は基本情報+①~⑬、こども食堂（他支援団体）の方は基本情報+⑩⑪の記入をお願いします。

ご協力のほど、よろしくお願いいたします。

Google にログインすると作業内容を保存できます。詳細

* 必須の質問です

<https://forms.gle/gdpNnb5KEDkmjXE6>

4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

①食品廃棄の削減

- 食品提供事業者を増やすべく、広告協賛の募集チラシと合わせて広報誌「CCI SOKA」で配布した。

令和7年6月吉日

各位

草加商工会議所青年部
会長 岩永 将直

コミュニティフリッジ事業への食料品等支援について（ご依頼）

時下 ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。
さて、当青年部ではコミュニティフリッジ草加の運営・PRに努めております。
本事業開始から約3年を迎えた現在の利用登録数は、約650世帯ございます。
市内の生活困窮者は、約2,000世帯と言われており、今後も登録数が増加していくと予想されます。（登録は市外も対象となります）
つきましては、食料品等支援を下記のとおりご依頼申し上げます。

記

1. 依頼内容

(1) 食品等の寄付、備蓄品の入れ替え時の備蓄食品等の寄付

【食品】

- ・レトルト食品 ・お菓子 ・食卓調味料、料理調味料、食用油
- ・缶詰（お肉、お魚、フルーツ、豆など） ・お米（精米済みのもの）、パン
- ・うどん、パスタなどの乾麺、飲料、野菜（土などを落としたもの）
- ・贈答品（ハム、海苔など）

※すべて未開封・未使用で使用期限内賞味期限2週間以上のものに限りませう。
※冷凍食品、要冷蔵品、アルコールは対象外となります。

【日用品】

- ・石鹸、洗剤など ・シャンプー、リンスなどのヘアケア用品
- ・ティッシュペーパー、トイレトペーパー ・マスク、衛生用品

※すべて未開封・未使用のものに限りませう。

(2) 企業内フードドライブ

それぞれの企業様内で、寄付対象食品等があれば、集めていただき草加商工会議所までお届けください。社員の皆様に、寄付いただけるようにお声がけをお願いします。

2. 受付方法 会議所窓口にて申し受けませう。
(平日 午前8時30分～午後5時15分)

3. 問合せ先 草加商工会議所 担当 岡野（電話 928-8111）

66

令和7年6月吉日

各位

草加商工会議所青年部
会長 岩永 将直

コミュニティフリッジ事業への広告協賛について（ご依頼）

時下 ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。
さて、当青年部ではコミュニティフリッジ草加の運営・PRに努めております。
本事業は新聞やテレビ等のメディアでの紹介も数多く、SDGsに取り組む市内事業所の更なる意識向上にもつながっております。
つきましては、改めて今年度の広告協賛を下記のとおりご依頼申し上げます。
引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

記

1. 依頼内容 広告協賛

2. 協賛金額 **★20,000円から**（令和8年3月31日迄分）

3. 広告内容 ・コミュニティフリッジ草加前デジタルサイネージ（電子看板）
（草加市清門2-42-14生鮮スーパーゼンエーbyミヨコ内）
※事業所ロゴの紹介となります。
・HP掲載 URL: <https://cf-soka.com/>

4. 納入方法 会議所窓口にて申し受けませう。
(平日 午前8時30分～午後5時15分)

5. 問合せ先 草加商工会議所 担当 岡野（電話 928-8111）

広告協賛申込書

草加商工会議所 FAX048-928-8125（岡野）行き
広告協賛を申し込みませう。

事業所名 _____ 申込金額 _____
ご氏名 _____ 連絡先 _____

65

4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

②地域の活性化と地方創生への貢献

- ・ コミュニティフリッジに関する市民の認知度やイメージを、11/2~11/3に開催した草加商工会議所青年部主催のお祭り「YEGらんど」において、アンケートで検証した。

■市民向けアンケートの質問項目

- ① コミュニティフリッジを知っていましたか？
 - 知っている
 - 名前だけ聞いたことがある
 - 知らなかった
- ② コミュニティフリッジ草加のイメージで近いものを選んでください。
 - 食品ロス削減への取組
 - 貧困世帯への支援の取組
 - 豊かな郷土を作るための取組
- ③ 地域の食品ロス削減や困窮者支援活動に参加してみたいと思いますか？
 - どちらも参加してみたい
 - 食品ロス削減活動に参加してみたい
 - 困窮者支援活動に参加してみたい
 - わからない

※ボードにシールを貼って回答する形式

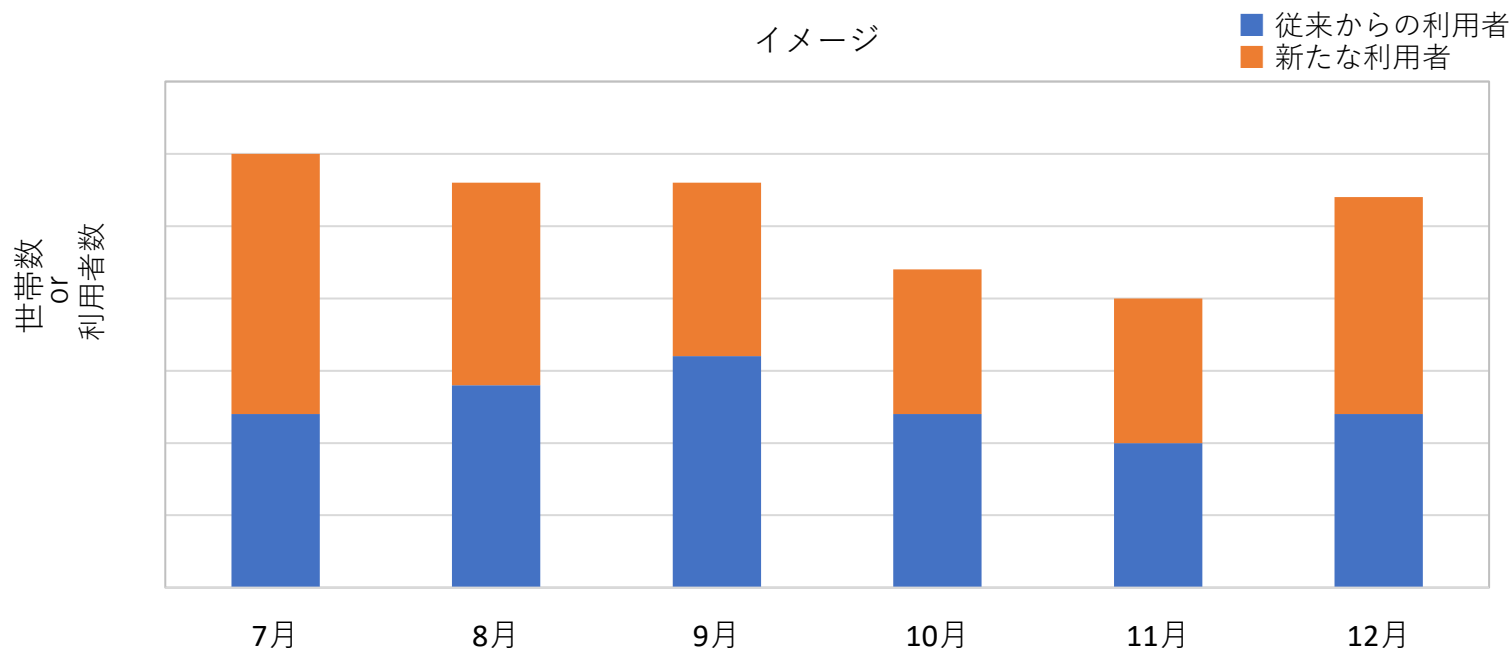
コミュニティフリッジを知っていましたか？		
知っている	名前だけ聞いたことがある	知らなかった

4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

③生活困窮者支援の強化

- モデル事業を実施する6カ月間を通して登録された世帯数及び利用者数を算出した。
- 以前のコミュニティフリッジ草加の利用者との重複についても確認し、新たな利用層を取り込んでいるかを検証することとしていたが、システムでは利用者の登録日データを記録しておらず、詳細に利用者を解析するにはシステム改修が必要となるため、次年度以降の検討事項とする。
- そのため、本事業における利用実績については、在庫登録をもとに配布個数と利用重量を算出し、1回当たりの受取商品数を平均5点として、利用者数を取りまとめた。



4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

④他地域への展開・波及

- 「食品ロス削減・寄附に関するアンケート」の中で、参加事業者会費、参加事業者食品引取回収手数料等に関する調査を行い、将来回収可能な金額を算出した。
- 本実証における事業費をイニシャルコストとランニングコストに分解した上で、固定費と変動費に分けた必要費用を算出した。
- 上記で算出した収入と費用で損益分岐点を確認し、将来の事業運営に係る収支のシミュレーションを行った。

「食品ロス削減・寄付に関するアンケート」

(コミュニティフリッジ草加へのご協力をお願い)

このアンケートは、地域の食品ロス削減と食品寄附の推進を目的として実施しています。皆様のご協力により、コミュニティフリッジ草加を通じて、地域の子ども食堂や福祉団体などへ食品を届ける取り組みが広がります。なお、アンケート結果は統計的に取りまとめ、国や関係機関への報告、および今後の取り組みの参考にさせていただきます。

10の質問になっており、
食品製造業、卸、小売店の方は基本情報+①~⑩
飲食店の方は基本情報+①~④
こども食堂（他支援団体）の方は基本情報+⑩⑪
の記入をお願いします。

ご協力のほど、よろしく申し上げます。

[Google にログインすると作業内容を保存できます。詳細](#)

* 必須の質問です

<https://forms.gle/gdpNnb5KEDkmjXJE6>

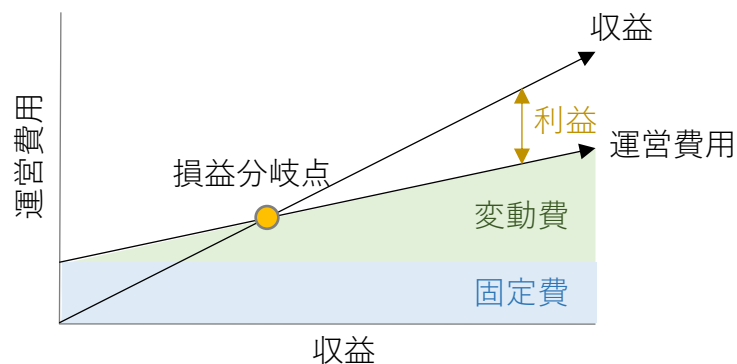
■ 関連する設問項目

設問② 食品廃棄にどれくらいコストがかかっていますか？

設問⑩ 資金提供する場合、いくらまで提供可能ですか？

- ・ 10,000円/年間
- ・ 30,000円/年間
- ・ 50,000円/年間
- ・ その他（自由記述）

収支シミュレーションの実施



4. 事業の成果

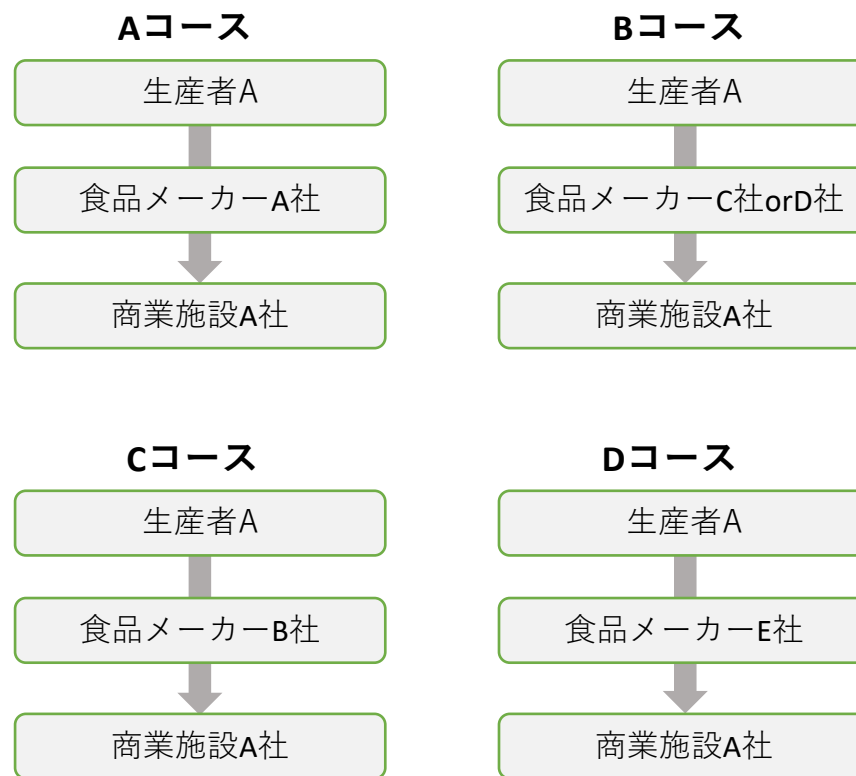
(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

- 19回の回収スケジュール及び4パターンのコースについて、計画通り定期回収を実施した。
- 定期回収以外に、食品メーカーF社、G社は、11月21日と12月28日に2回臨時回収を実施した。

■回収スケジュール

回数	日程	コース
1	8月1日	A
2	8月8日	B
3	8月22日	C
4	8月29日	D
5	9月5日	A
6	9月12日	B
7	9月19日	C
8	9月26日	D
9	10月3日	A
10	10月10日	B
11	10月17日	C
12	10月24日	D
13	10月31日	A
14	11月7日	B
15	11月14日	C
16	11月21日	D
17	11月28日	A
18	12月5日	B
19	12月12日	C



※食品メーカーC社、D社、E社は、
10月10日以降の実施

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

- 19回の定期回収 + 2回の臨時回収を行い、合計651.3kgの食品を回収した。

■回収実績

回数	日程	回収先①			回収先②			回収先③			合計 回収量/週
		対象	商品名	回収量	対象	商品名	回収量	対象	商品名	回収量	
1	8月1日	生産者A	じゃがいも・きゅうり・ナス・枝豆	25kg	食品メーカーA社	チョコレート	70kg	商業施設A社	食品	0kg	95kg
2	8月8日	生産者A	きゅうり・ナス・枝豆・麺・缶詰・調味料	15kg				商業施設A社	菓子類	1kg	16kg
3	8月22日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーB社	煎餅	25kg	商業施設A社	菓子類	3kg	28kg
4	8月29日	生産者A	ナス・冬瓜・オクラ	8kg				商業施設A社	菓子類	3kg	10kg
5	9月5日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーA社	チョコレート	54kg	商業施設A社	菓子類	2kg	56kg
6	9月12日	生産者A	なす・甘酒・油	4kg				商業施設A社	菓子類	4kg	7kg
7	9月19日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーB社	煎餅	30kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	30kg
8	9月26日	生産者A	回収物無し	0kg				商業施設A社	回収物無し	0kg	0kg
9	10月3日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーA社	チョコレート	45kg	商業施設A社	菓子類	5kg	50kg
10	10月10日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーE社	煎餅	4kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	4kg
11	10月17日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーB社	煎餅	8kg	商業施設A社	菓子類	5kg	13kg
12	10月24日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーE社	煎餅	8kg	商業施設A社	菓子類	0kg	9kg
13	10月31日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーA社	チョコレート	13kg	商業施設A社	菓子類	2kg	15kg
14	11月7日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーD社	煎餅	5kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	5kg
15	11月14日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーB社	煎餅	5kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	5kg
16	11月21日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーE社	煎餅	8kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	8kg
17	11月28日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーA社	チョコレート	20kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	20kg
18	12月5日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーG社	鈴カステラ	18kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	18kg
19	12月12日	生産者A	回収物無し	0kg	食品メーカーB社	煎餅	4kg	商業施設A社	回収物無し	0kg	4kg
臨時	11月21日	食品メーカーF社	もち	10kg	食品メーカーG社	あんみつ寒天	50kg				60kg
臨時	12月28日	食品メーカーF社	もち	100kg	食品メーカーG社	あんみつ寒天	100kg				200kg

事業実施期間内のゴール（目標）：50kg/週

⇒達成した週、未達成の週があるものの、平均約31.0kg/週となった。

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

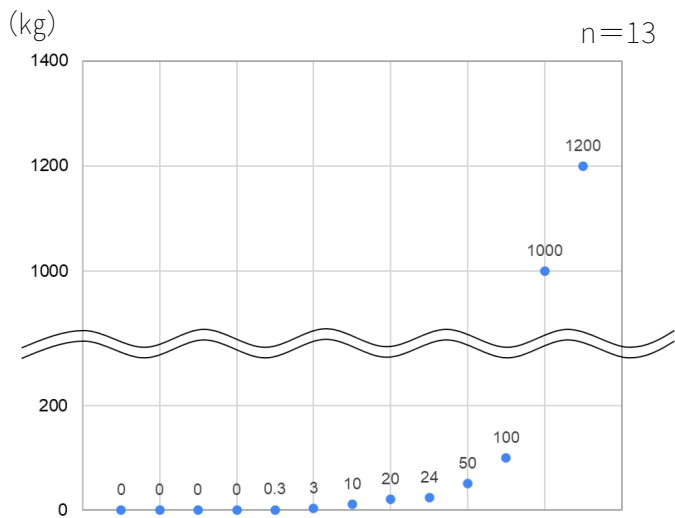
①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果>

配布数	221 (草加市内の食品関連事業者)
配布方法	Webアンケート
回答数	33*1
回答期間	2025年7月～2025年12月

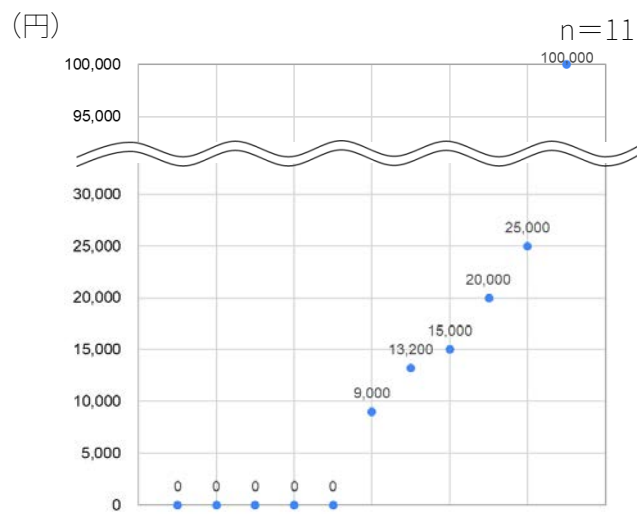
1. 月間の食品廃棄量 (例〇〇kg)

「0kg」という回答が5件、食品廃棄があり100kg以下であるという回答が8件、1,000kg以上であるという回答が2件であった。バラつきはあるものの、100kg以下が多いことがわかった。

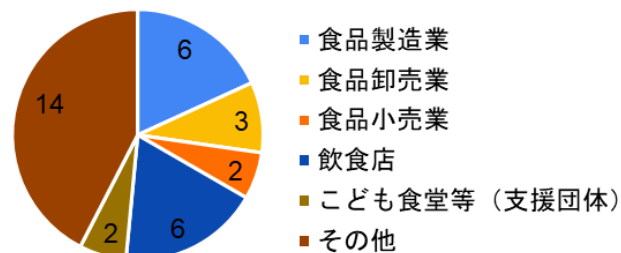


2. 月間の食品廃棄にかかるコスト*2

0円という回答が5件、9,000円～25,000円であるという回答が5件、100,000円という回答が1件であった。バラつきはあるものの、25,000円以下が多いことがわかった。



回答者の事業形態



*1 設問は全て任意回答としており、各設問の回答者数についてはバラつきが生じている。

*2 アンケートでは「1kgあたりに係るコスト」を確認していたが、月間でのコストを回答した企業が多かったため、月間でとりまとめた。

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果 続き>

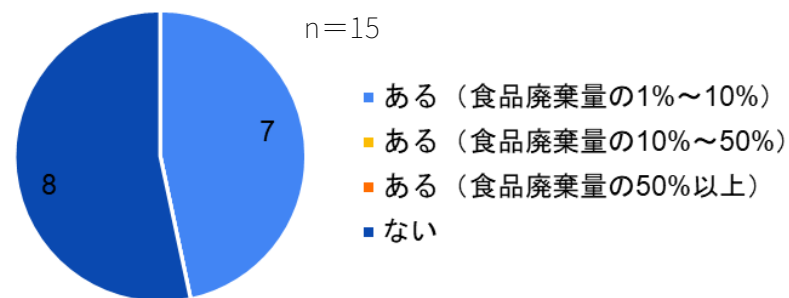
3. 食品廃棄が発生する主な理由（複数回答可）

「返品、不良品」という回答が最も多く6件であった。納品期限切れ、販売期限切れの商品については寄附の対象となり得るものであり、寄附拡大の余地があることが示唆された。



4. 廃棄予定の食品の中に、未開封かつ賞味期限内の食品があるか？

「ある（食品廃棄量の1%~10%）」という回答が7件、「ない」という回答が8件であり、その他の回答はなかった。未開封かつ賞味期限内の食品は寄附の対象となり得るものであり、寄附拡大の余地があることが示唆された。



4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

< アンケート回答結果 続き >

5. まだ食べられる食品で廃棄されることの多いカテゴリ（複数選択可）

「菓子類」との回答が最も多く、3件あった。次いで「レトルト食品」「調味料」「食品以外の商品」との回答が多く、それぞれ2件あった。

賞味期限が比較的長い食品での廃棄が多いことは予想外であった。賞味期限が長い食品は寄附としても取り扱いやすい傾向があり、寄附拡大の余地があることが示唆された。



4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

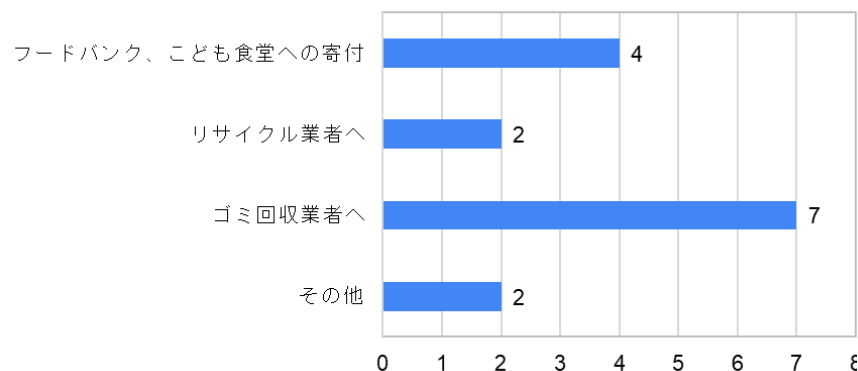
①食品廃棄の削減

< アンケート回答結果 続き >

6. 廃棄予定食品の処理方法（複数回答可）

「ゴミ回収業者へ」という回答が最も多く7件であった。
現状では廃棄しているケースが多く、今後、寄附やリサイクルを拡大させていく必要があることが示唆された。

n=14



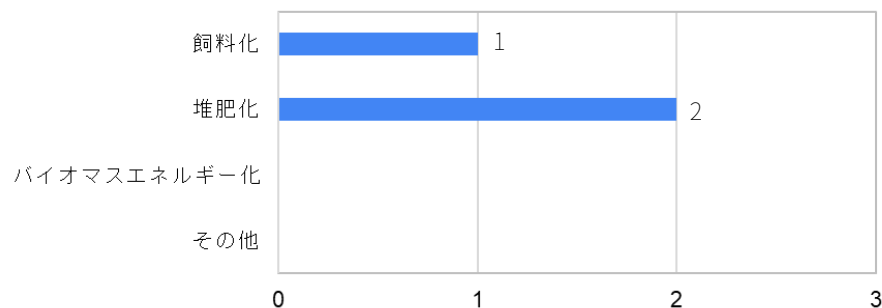
「その他」では「アウトレット販売」「社員等に配布する」
との回答があった

7. 【6でリサイクル業者へと回答した方のみ】

具体的なリサイクル方法について（複数選択可）

「堆肥化」という回答が最も多く2件であった。
バイオマスエネルギー化よりも低コストで実施できる
堆肥化、飼料化を行うケースが多いことがわかった。

n=2



4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

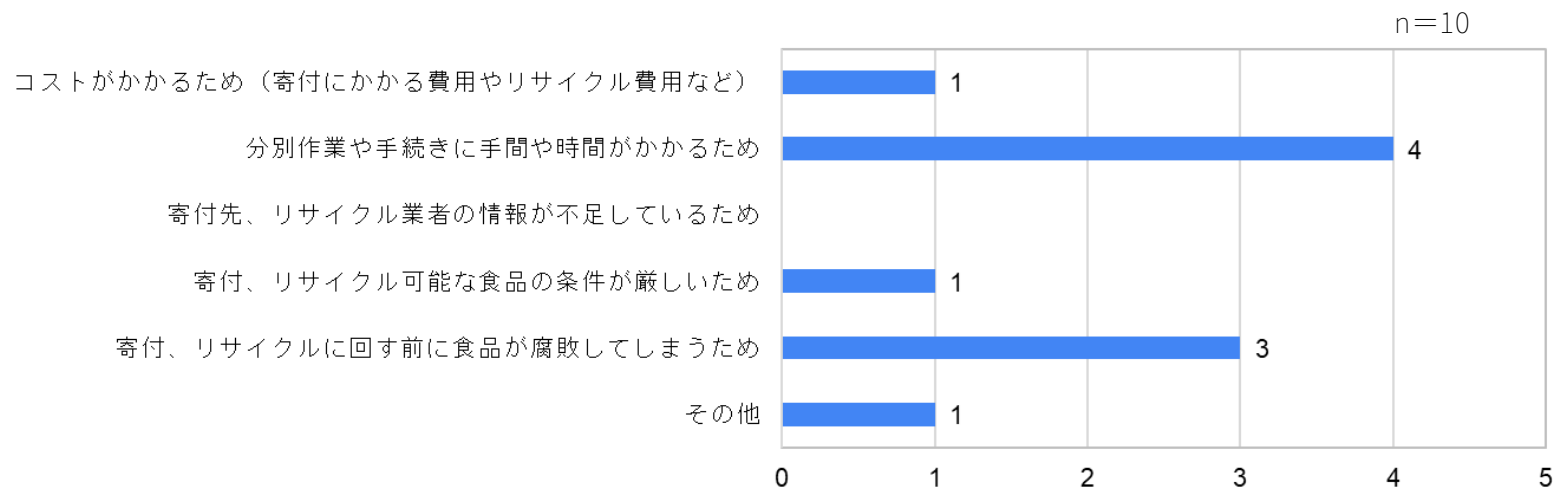
①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果 続き>

8. 【6でゴミ回収業者へと回答した方のみ】 食品寄附・リサイクルができない主な理由（複数回答可）

「分別作業や手続きに手間や時間がかかるため」という回答が最も多く4件あった。

食品寄附やリサイクルの実施にあたって、新たに発生する作業工数が課題であることが示唆された。



「その他」では「食べられないため」との回答があった

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

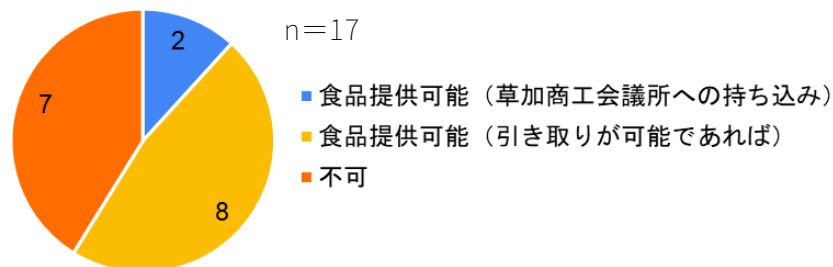
①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果 続き>

9. コミュニティフリッジ草加への食品寄附の可否

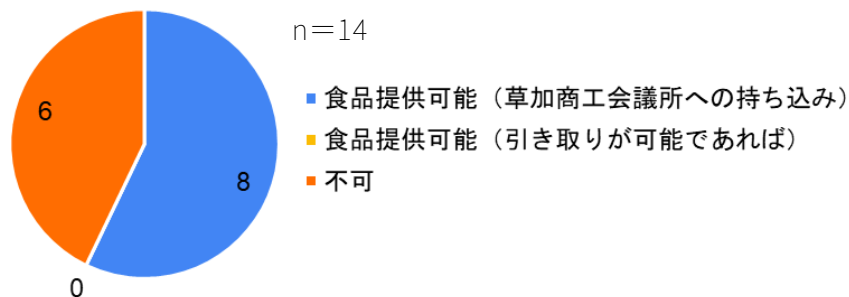
(食品関連企業のみで集計)

「引き取りが可能であれば食品提供可能」という回答が最も多く8件であった。回収することで寄附量が増えることが示唆された。



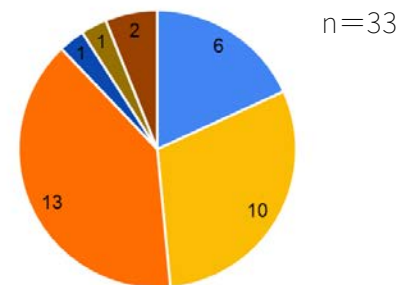
(食品関連企業以外で集計)

「食品提供可能」という回答が最も多く8件であった。各社がフードドライブ等の取組を行うことで、食品を回収できることが示唆された。



10. コミュニティフリッジでの食品寄附の経費の集め方

「地域の企業からの広告協賛費を集める」という回答が最も多く13件であった。会費や回収費用を徴収するよりも、インセンティブを設けて経費を集める方法が良いことが示唆された。



- 食品提供企業から会費の徴収
- 食品回収の有償化 (食品寄附で削減できた廃棄費用のうち一部を食品引取回収手数料として徴収する)
- 地域の企業からの広告協賛費を集める (デジタルサイネージに会社名を掲載)
- 子ども食堂や、食品寄付を行う団体が負担する
- 食品を受け取る困窮者が負担する
- その他

「その他」では
「国からの補助金を受ける」
「草加商工会議所の会員から集める」
との回答があった

4. 事業の成果

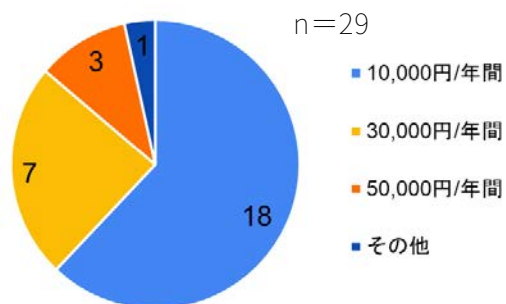
(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果 続き>

11. 資金提供をする場合、いくらまでなら提供可能か

「10,000円/年間」という回答が最も多く18件あった。
負担にならない金額の目安が10,000円/年間であることが示唆された。



「その他」では
「0円」との回答があった

4. 事業の成果

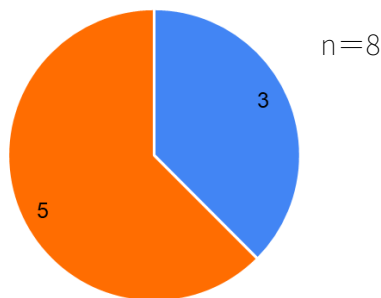
(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

<アンケート回答結果 続き>

12. 【飲食店の方のみ】 mottECOを知っているか

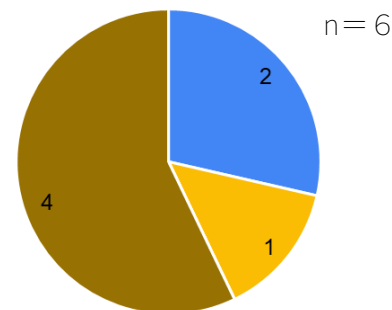
「知らなかった」という回答が最も多く5件であった。現状ではmottECOを知らない事業者の方が多く、今後、認知度を向上させていく必要があることが示唆された。



- すでにmottECO（食べ残しの持ち帰り活動）を行っている
- mottECO（食べ残しの持ち帰り活動）は知っているが、持ち帰りは禁止している
- mottECOを知らなかった

13. 【飲食店の方のみ】 mottECOにどのような印象があるか

「食べ残しを持ち帰ってもらうことは、食べ物が無駄にならず、とてもいいことだ」という回答が最も多く2件であった。mottECOを好意的に捉えている一方で、導入が進まない状況となっており、意識と行動に乖離があることがわかった。



- 食べ残しを持ち帰ってもらうことは、食べ物が無駄にならず、とてもいいことだ
- 持ち帰った後の、食中毒等のリスクがあるので、お店では導入しない
- 持ち帰りのBOXを用意したり、お客様に説明するのが面倒なので導入しない。
- 持ち帰ることを、お客様が望んでいない
- その他

「その他」では

- ・持ち帰りしたい方のみに行っているが、梅雨や夏はお断りしている
- ・食べ残しはほぼない
- ・持ち帰りの用意はあるがリスクもコストも係るため促進はしていない
- ・持ち帰りのみなので当てはまらない

との回答があった

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

■食品提供企業及び広告協賛募集のチラシ配布状況

- 草加商工会議所から郵送している会報誌に同封し、会員3,482社（草加市外の事業者も含む）に配布した。

■mottECOのチラシ配布状況

- 草加商工会議所の会員3,482社のうち、「食品ロス削減・寄附に関するアンケート」と同様配布先 221社に配布し、食べ残しを持ち帰ることについての啓発を行った。

■コンポスト

- コミュニティフリッジにおける食品廃棄をゼロにするべく、配布できなかった食品があった場合にはコンポストで処理する予定であったが、廃棄はほぼ発生しておらず、コンポストも使用していない。

コミュニティフリッジに設置しているコンポスト



配布した「mottECO」のチラシ*1



*1 環境省「「mottECO」ダウンロードページ」<https://www.env.go.jp/recycle/food/motteco.html> より引用

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

①食品廃棄の削減

■食品提供企業へのヒアリング結果

- 食品ロス削減に繋がった・繋がらなかったという両方の意見があった。また、食品ロス削減にはなっていないものの作業負担の軽減になるという意見もあった。
- 寄附については、引き取ってもらえれば可能であるという意見が多かった。

事業者	ヒアリング結果	食品ロス削減	地域貢献	コスト削減
生産者A	軒先販売で売れ残った野菜は畑に埋めるしかないため、食べてもらった方が嬉しい	○	○	
食品メーカーA社	工場での余剰はどうしても出るので、通常であれば食品ロスになるものを寄附した食品企業としても、捨てるよりは、地域の子供たちに配る方が気持ちがいい。ただ寄附品の配送はできない。	○	○	
食品メーカーB社	割れせんべいが多く出た時は売り切れないこともあるが、大体は売り切れる。食品ロス削減というより、地域の子供たちのために、今後も出したい。配達途中で持って行くこともできるが、引き取りに来てもらえると助かる。	—	○	○
食品メーカーC社	フードバンクまで持って行くと従業員の人件費や物流費などのコストがかかるので年に数回にしているが引き取りに来てもらえるのであれば助かる。	—		○
食品メーカーD社	持って行くことは難しいが、引き取りに来てもらえるなら続けられる。	—		○
食品メーカーE社	事業期間中には販売可能な商品しか在庫がなく、食品ロスの削減には繋がらなかった。通常は、廃棄する商品があるため、寄附することにより食品ロスの削減に繋がると考えられる。	△	○	
食品メーカーF社	1kgに満たない餅は販売できないため、普段は餅の袋をばらして再成型しているが、捨てるわけではないものの手間のかかる作業であり、寄附できるのであればそれがいと思った。	×		○
食品メーカーG社	みつ豆は崩れた時点で商品として提供できず再加工もできないので、通常は廃棄している。今回は寄附することができたため、食品ロス削減に繋がった。	○		
商業施設A社	通常であれば捨てていたものなので、食品ロス削減になった。	○		

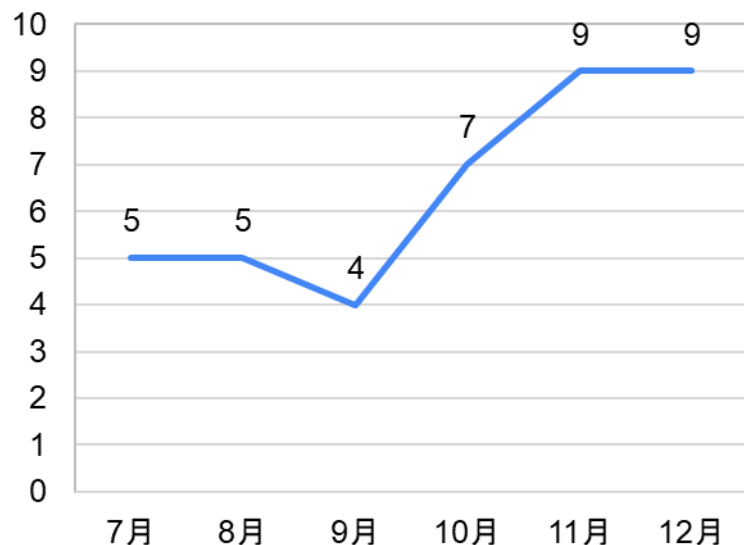
4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

②地域の活性化と地方創生への貢献

- モデル事業に参加する事業者（回収先）について、草加市内の20事業者に参加依頼を行った。
- 本事業開始時は、5事業者からの回収でスタートし、9月に1事業者の辞退があったものの、最終的には生産者、食品メーカー、小売事業者の合計9事業者から回収を行うことができた。

(事業者数) 参加事業者数の推移



参加事業者一覧

事業者	事業内容
生産者A	野菜の生産
食品メーカーA社	チョコレート工場
食品メーカーB社	せんべいの製造・販売
食品メーカーC社	クラッカー、鈴カステラ等の製造・販売
食品メーカーD社	せんべいの製造・販売
食品メーカーE社	せんべいの製造・販売
食品メーカーF社	切りもちの製造・販売
食品メーカーG社	あんみつ等の製造・販売
商業施設A社	複数テナントによる商業・サービス施設

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

②地域の活性化と地方創生への貢献

- SNSを活用した広報については、fujimoto-PRの監修のもと7月13日に初回配信を行い、以後継続してインスタグラムでの配信を行った。



■主な配信内容

- ✓ 活動報告
- ✓ 寄贈・サポートのお礼
- ✓ メンバーやお客様の声
- ✓ イベント告知
- ✓ ふるさとチョイス ガバメントクラウドファンディングの呼びかけ

配信実績

	配信回数
7月 (7月13日以降)	11回
8月	15回
9月	17回
10月	21回
11月	26回
12月	23回

4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

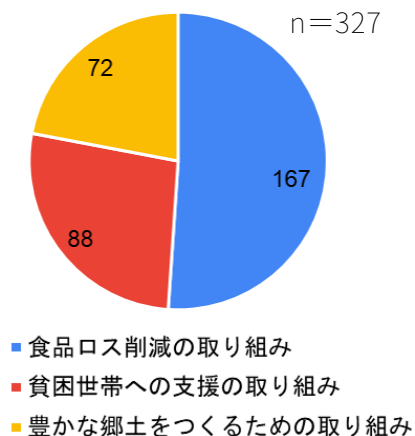
②地域の活性化と地方創生への貢献

<市民向けアンケート回答結果>

回答方法	草加市内のお祭り「YEGらんど」で参加者にお声がけを行い、ボードにシールを貼ってもらうことで回答を収集
回答者数	327*1
回答期間	2025年11月2日～2025年11月3日

2. コミュニティフリッジ草加のイメージで近いものを選んでください。

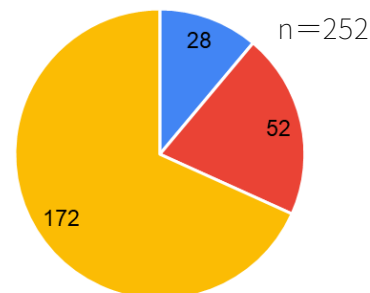
「食品ロス削減の取組」という回答が最も多く167件であった。コミュニティフリッジの取組は様々な側面を持つ一方で、食品ロス削減の側面が指示されていることが示唆された。



*1 設問は全て任意回答としており、最も回答の多かった②の回答数を回答者の数とした。

1. コミュニティフリッジを知っていましたか？

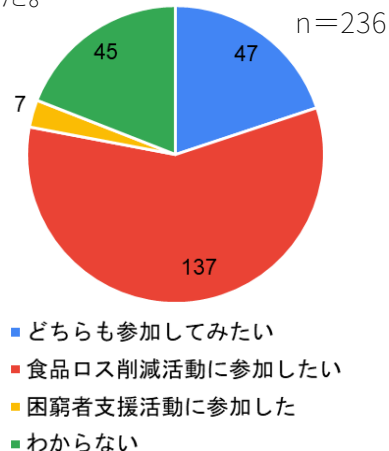
「知らない」という回答が最も多く172件であった。現状ではコミュニティフリッジを知らない人の方が多く、今認知度を向上させていく必要があることが示唆された。



■ 知っている ■ 名前だけ知っている ■ 知らない

3. 地域の食品ロス削減や困窮者支援活動に参加してみたいですか？

「食品ロス削減活動に参加したい」という回答が最も多く137件であった。食品ロス削減の側面が指示されていることが示唆された。



4. 事業の成果

(1) 事業の効果検証の方法

②地域の活性化と地方創生への貢献

(参考) 実際の様子

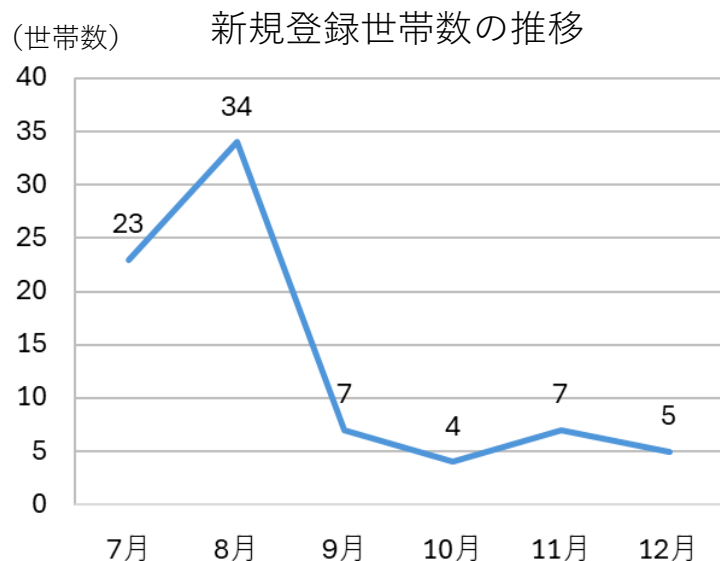


4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

③生活困窮者支援の強化

- 草加商工会議所内の公共冷蔵庫設置以降、既存の登録者 371世帯に加えて、新たに登録された世帯数は80世帯であった。



6カ月間の総登録世帯数：80世帯

7月、8月に登録が多かった理由として、児童扶養手当の更新が毎月8月であることが関係していると考えられる。市役所では更新手続の窓口コミュニティフリッジのチラシを設置しているほか、更新時期に郵送する書類にチラシを同封しており、これらの取組による効果と考えられる。

11月に登録が僅かに多かった理由として、草加市内のお祭り「YEGらんど」での告知が関係していると考えられる。

事業実施期間内のゴール（目標）：6カ月間で300世帯の登録

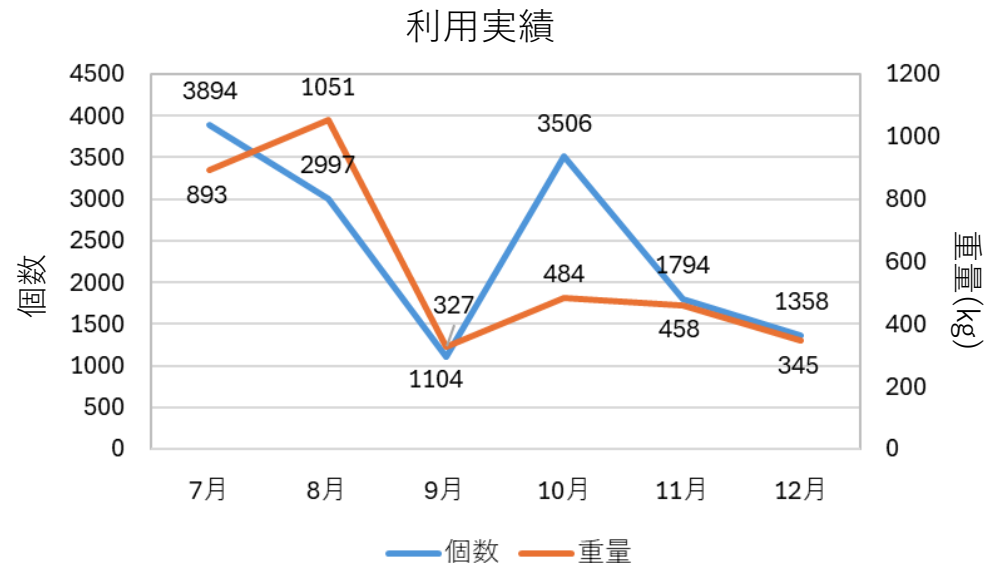
⇒6カ月間の総登録世帯数：80世帯となり、目標には及ばない結果となった。

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

③生活困窮者支援の強化

- 草加商工会議所内の公共冷蔵庫設置以降、利用実績は以下のように推移している。
- コミュニティフリッジでは、本事業で定期回収しているもの以外に、持ち込み等による寄附食品も配布しており、以下の利用実績では回収したものの以外の食品も含んでいる。



6カ月間の配布総数：14,653個
6カ月の総利用重量：3,558kg

既存の草加コミュニティフリッジは併設していたスーパーマーケットの閉店に伴い廃止したため、実質移転したこととなったものの、草加市の中心近くに位置していることから、新たな利用者を取り込んでいると考えられる。

事業実施期間内のゴール（目標）：6カ月間で延べ1,800世帯利用

⇒6カ月で2,930世帯利用（1回当たりの受取商品数平均5点で算出）となり、目標達成した。

前頁の通り、新規登録世帯数については目標を達成しなかったものの、利用実績については目標達成となり、既存の利用者が継続して利用していたことがわかった。コミュニティフリッジ草加は既存の利用者にとって必要不可欠なインフラとなっていることが示唆された。

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

④他地域への展開・波及

■事業収支シミュレーション

(イニシャルコスト) **初年度**

項目	単価	最低限のコスト*2
システム設定費	150,000円	150,000円
電子ロック	50,000円	50,000円
エアコン	150,000円	0円
冷蔵庫	250,000円	0円
冷凍庫	200,000円	0円
棚	200,000円	0円
防犯カメラ	180,000円	0円
看板	150,000円	150,000円
合計	1,330,000円	350,000円

(ランニングコスト)

変動費	単価	年間コスト
電気代	14,000円/月	168,000円
作業人件費	50,000円/月	600,000円
固定費	単価	年間コスト
家賃*3	0円/月	0円
システム利用料	12,000円/月	144,000円
消耗品費	4,500円/月	54,000円
Wi-Fi	5,000円/月	60,000円
保険料	1,000円/月	12,000円
合計		1,038,000円

※前提条件

システム：フードロスマッチングシステム*1を想定

作業人件費：週2回の作業を想定

広さ：約10㎡（3坪程度）

次年度以降

(ランニングコスト)

変動費	単価	年間コスト
電気代	14,000円/月	168,000円
作業人件費	50,000円/月	600,000円
固定費	単価	年間コスト
家賃*1	0円/月	0円
システム利用料	12,000円/月	144,000円
消耗品費	4,500円/月	54,000円
Wi-Fi	5,000円/月	60,000円
保険料	1,000円/月	12,000円
合計		1,038,000円

*1 食品ロス支援につなぐプラットフォーム「フードロスマッチングシステム」<https://foodmatching.jp/>

*2 寄附等を活用した場合を想定した際の最低限のコストであり、コミュニティフリッジを開設する際に最低限必要となる金額は350,000円と見積もった。

*3 既存の建物内や駐車場を使用する想定であり、0円としている。

4. 事業の成果

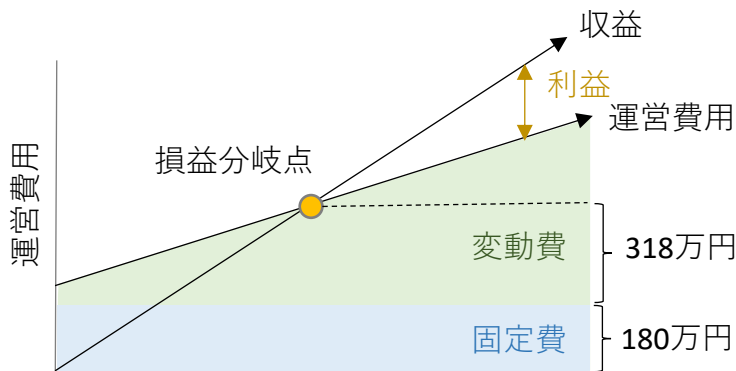
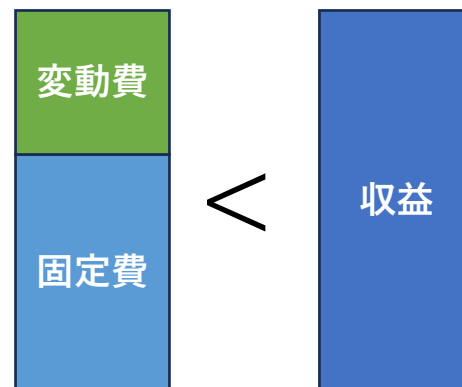
(2) 効果検証の結果

④他地域への展開・波及

■事業収支シミュレーション

- 持続的に運用していくためには、収益が変動費 + 固定費を上回っている必要がある。

変動費	単価	年間コスト
電気代	14,000円/月	168,000円
作業人件費	50,000円/月	600,000円
固定費	単価	年間コスト
家賃	0円/月	0円
システム利用料	12,000円/月	144,000円
消耗品費	4,500円/月	54,000円
Wi-Fi	5,000円/月	60,000円
保険料	1,000円/月	12,000円
合計		1,038,000円



損益分岐点：変動費 + 固定費
= 1,038,000円
1,038,000円以上の収益が必要

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

④他地域への展開・波及

■事業収支シミュレーション

- ・ 収益の手段については、以下2つを想定し、シミュレーションを行う

①広告協賛金の回収

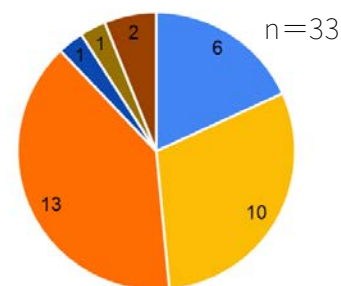
コミュニティフリッジにデジタルサイネージを設置して広告を掲載することで、食品提供企業から広告協賛金を回収する

②廃棄費用削減分の一部を回収

食品提供企業が、食品寄附で削減できた廃棄費用のうち一部を「食品引取回収手数料」もしくは「システム利用料」等の名目で徴収する

(再掲) アンケート回答結果

10. コミュニティフリッジでの食品寄附の経費の集め方



- 食品提供企業から会費の徴収
- 食品回収の有償化 (食品寄附で削減できた廃棄費用のうち一部を食品引取回収手数料として徴収する)
- 地域の企業からの広告協賛金を集める (デジタルサイネージに会社名を掲載)
- 子ども食堂や、食品寄付を行う団体が負担する
- 食品を受け取る困窮者が負担する
- その他

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

④他地域への展開・波及

■事業収支シミュレーション

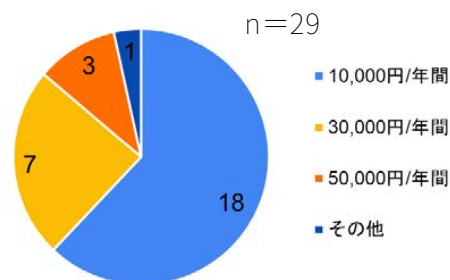
①広告協賛金の回収

- 草加商工会議所会員3,482社のうち食品関連企業：435社
- デジタルサイネージでは30ページまで作成可能であり、1ページ当たり10社程度を掲載可能
→最大300社
- アンケートで最も回答が多かった「10,000円/年間」を回収する想定



50社の場合	500,000円
100社の場合	1,000,000円
200社の場合	2,000,000円
300社の場合	3,000,000円

(再掲) アンケート回答結果
11. 資金提供をする場合、いくらまでなら提供可能か



**変動費 + 固定費 = 1,038,000円以上の収益が必要であるが、
104社から「10,000円/年間」を回収できれば1,040,000円となり、採算が合う見込み**

4. 事業の成果

(2) 効果検証の結果

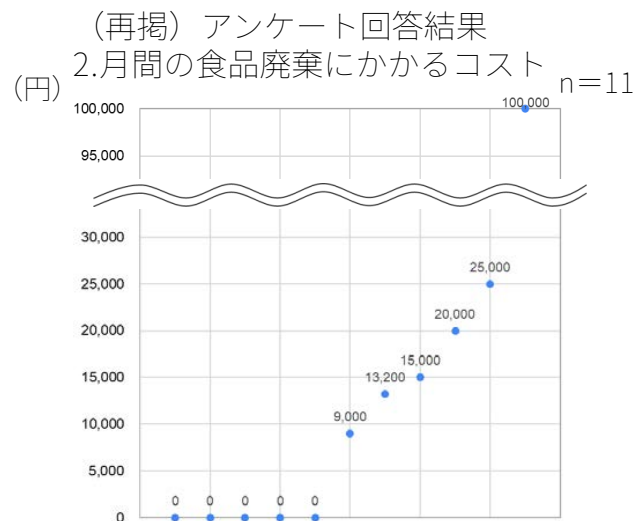
④他地域への展開・波及

■事業収支シミュレーション

②廃棄費用削減分の一部を回収

- 草加商工会議所会員3,482社のうち食品関連企業：435社
- アンケートの回答結果から、廃棄にかかる費用は1kg当たり689円*1と算出
- 廃棄費用の10%（68.9円/kg）、30%（206.7円/kg）、50%（344.5円/kg）の3パターンで試算

金額	68.9円/kg	206.7円/kg	344.5円/kg
取扱重量 10tの場合	689,000円	2,067,000円	3,445,000円
取扱重量 20tの場合	1,378,000円	4,134,000円	6,890,000円
取扱重量 30tの場合	2,067,000円	6,201,000円	10,335,000円
令和6年度 取扱実績 12t	826,800円	2,480,400円	4,134,000円



**変動費 + 固定費 = 1,038,000円以上の収益が必要であるが、
取扱重量を約15tに拡大すれば、廃棄費用の10%（68.9円/kg）でも採算が合う見込み
（ただし、取扱重量を拡大する場合には変動費も大きくなる）**

*1 「食品ロス削減・寄附に関するアンケート」における「食品廃棄1kg当たりに係るコスト」の回答結果から平均値で算出。
廃棄に係る分別作業等の人件費コスト等も含む。

4. 事業の成果

(3) 委託先団体へのヒアリング結果

①公共冷蔵庫運営 委託先：NPO法人 Japan Improvement Association

- 本事業への取組を振り返って、どのように感じたか？
→現場作業を通じ「食品ロス削減」と「生活支援」を実践している意義のある取組に参加できてとても勉強になりました。また、無人であるが故の在庫管理の難しさも感じました。
- この仕事を継続することは可能か？
→継続的な実施は十分に可能だと思います。
これからも引き続きお手伝いさせていただきたいです。

②回収業務 委託先：NPO法人 WALEA

- 本事業への取組を振り返って、どのように感じたか？
→食品回収では食品ロスを減らすという点、ひとり親家庭への手助けとなる点においてとても良いプロジェクトに参加させていただけたと感謝しております。
- この仕事を継続することは可能か？
→社会参加の観点では日頃、人からお世話をしてもらうことが多い利用者様達が人のために役立つ事ができた事、納品時に利用されている方からのお礼のお言葉も嬉しかったです。今後も引き続き継続できれば参加したいと思っております。



2 団体とも本事業への参加を、食品ロス削減と困窮者支援の観点から好意的に考えており、引き続き継続いただける見込み

4. 事業の成果

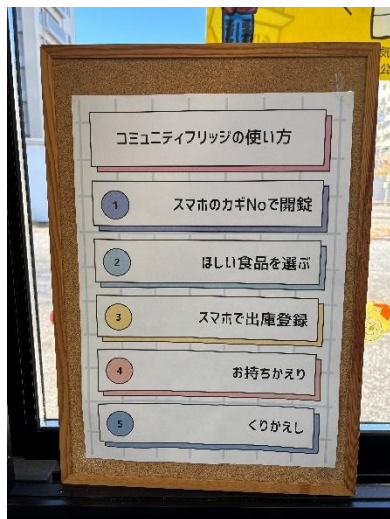
(参考) 実際のコミュニティフリッジの様子



コミュニティフリッジ外観



コミュニティフリッジ内 冷蔵庫



使い方の案内



利用者への案内



利用者からの声

5. 今後の検討課題

(1) 小売事業者との連携

【課題① 小売事業者からの協力が得られにくい】

- 特に大手においては、本部の承認を得ることが必要で店舗だけの判断では寄附ができないことや、担当者が不在であることを理由に断れることが多い。事業者としての規模が大きいが故に内部での調整が難しく、店舗単位での意思決定権が無いことがハードルになっている。
- 上記のような理由により、小売事業者では一つの小さなコミュニティフリッジと直接契約することが難しい場合も多い。
- また、廃棄事業者と定額で廃棄の契約をしている場合もあり、廃棄の一部を寄附しても廃棄コストの削減にならないケースもある。

本事業において草加市内の企業に寄附を依頼した結果

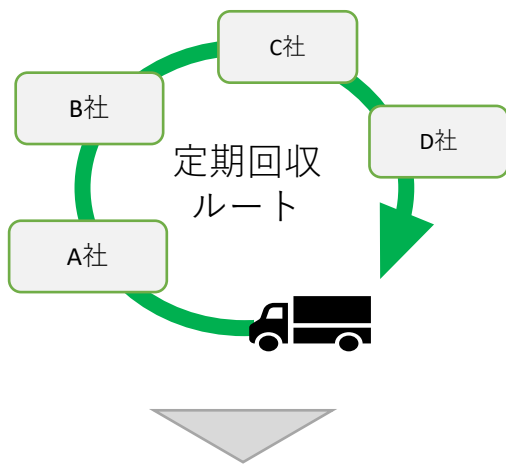
事業形態	依頼企業・団体数	参加企業・団体数
食品メーカー	12	7
小売事業者	7	0
農家	1	1
ショッピングセンター	1	1

5. 今後の検討課題

(2) 運営コスト

【課題② 回収ルート構築と運営コストの問題】

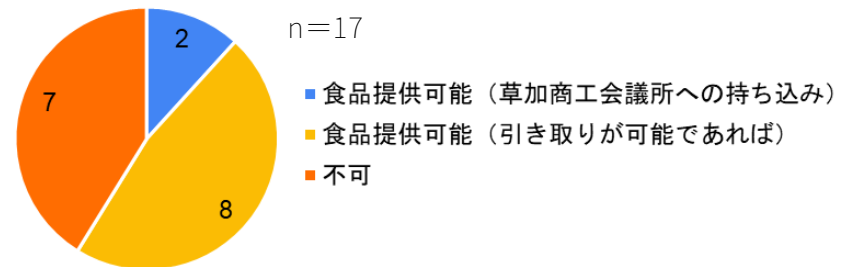
- 「回収してくれるのであれば寄附できる」という意見が多く、回収することで寄附量が増えていることは確かである。
- 一方で、多くの寄附者が集まった場合には、回収ルートの構築、食品回収にかかる人件費や燃料費等のコストを賄えるかが課題である。



1件当たりの回収に
1～2時間程度を要するため、
1日に回れる件数は4件程度である

(再掲) アンケート結果
9. コミュニティフリッジ草加への食品寄附の可否

(食品関連企業のみで集計)



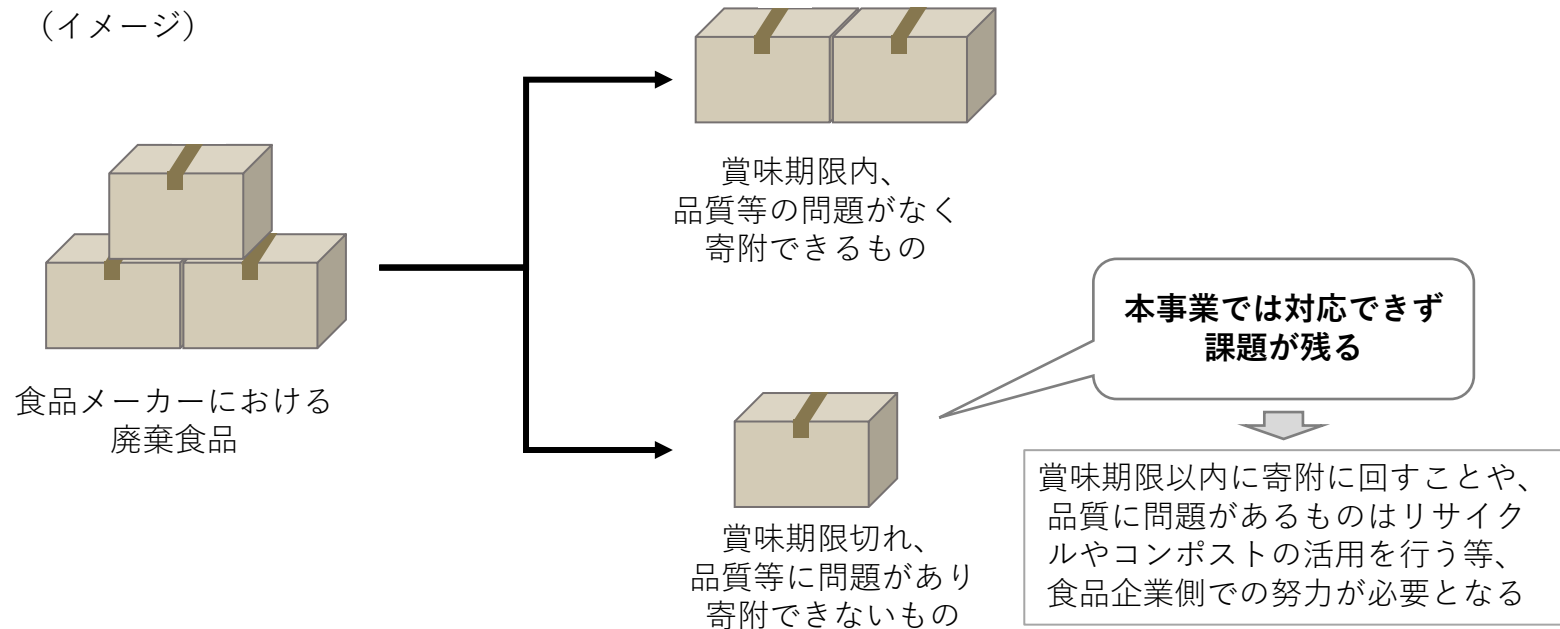
5. 今後の検討課題

(3) 食品廃棄ゼロエリアの実現

【課題③ 食品廃棄ゼロエリアを実現するための課題】

- 草加市全域で食品廃棄ゼロを実現にするためには、寄附品として取扱えない食品廃棄についても回収を行い、コンポスト等での処理を実施することを計画していた。
- しかし、一般事業者が廃棄物を回収することができないという草加市の制約があったため、コンポストは設置したものの、利用はコミュニティフリッジ内で発生する廃棄物処理に限定し、廃棄物の回収は見送ることとなった。廃棄物自体をコミュニティフリッジが回収することは今後もできないと想定されるため、行政との連携と事業者の廃棄ルールを把握する必要がある。事業者で発生する食品廃棄物を減らす方法を引き続き検討したい。

(イメージ)



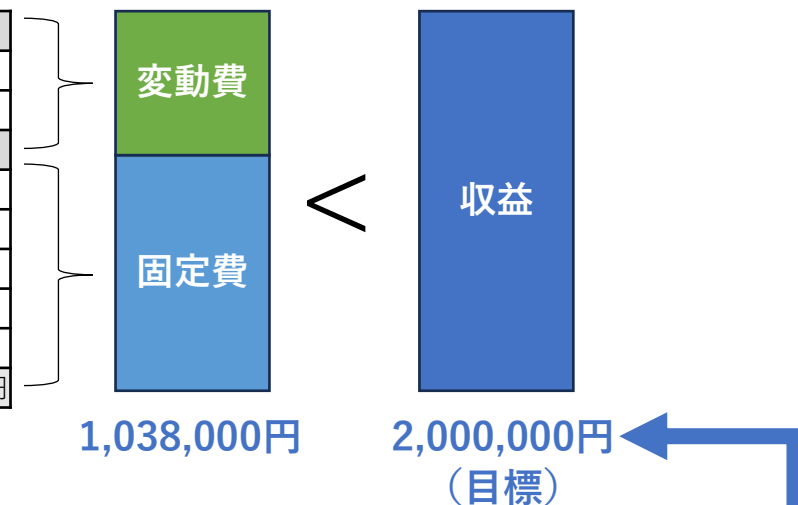
6. 事業終了後の展開

(1) 事業継続の方針

→継続する

■事業収支シミュレーションの結果

変動費	単価	年間コスト
電気代	14,000円/月	168,000円
作業人件費	50,000円/月	600,000円
固定費	単価	年間コスト
家賃	0円/月	0円
システム利用料	12,000円/月	144,000円
消耗品費	4,500円/月	54,000円
Wi-Fi	5,000円/月	60,000円
保険料	1,000円/月	12,000円
合計		1,038,000円



①広告協賛金の回収

➤ 200社を目標に、アンケートで最も回答が多かった「10,000円/年間」の回収を目指す

②廃棄費用削減分の一部を回収

➤ 適正な回収金額及び食品提供企業の意思を確認する

6. 事業終了後の展開

(2) 取扱重量の拡大

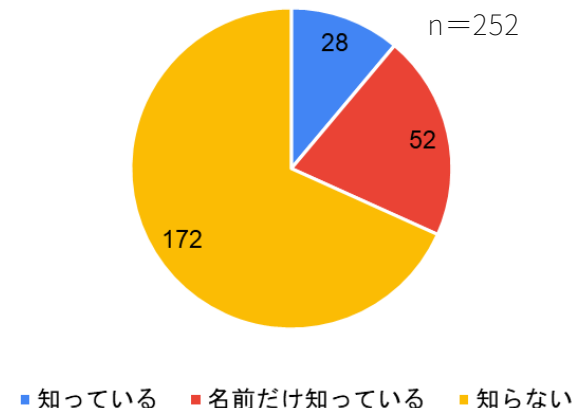
■食品寄附量の拡大

- コミュニティフリッジの認知度がフードバンクと比べて低く、食品関連企業が寄附先を検討する際に、コミュニティフリッジではなくフードバンクが選定されてしまうと考えられる。
- 寄附量の拡大には、コミュニティフリッジからの直接的な働きかけや、イベント及びSNS等での発信を通じて、取組自体の認知度を向上させていく必要がある。
- 小売事業者からの寄附についても拡大させていく必要があり、次頁で記載している食品寄附マッチングプラットフォームを活用することで、小売事業者にとっても寄附がしやすい環境を構築し、実現していく。
- 全国17つのコミュニティフリッジが「コミュニティフリッジネットワーク」（一般社団法人北長瀬エリアマネジメントが管轄している）に属しており、本ネットワークを活用することで、全国規模の大手食品企業等との連携も模索する。

■利用者への認知向上

- 食品寄附量の拡大には利用者の拡大も必然的に伴うものであるが、市民アンケートでは、コミュニティフリッジを「知らない」と回答した人の割合が約7割を占めており、利用者への認知度を向上させる必要がある。

(再掲) 市民アンケート回答結果
①コミュニティフリッジを知っていましたか？



6. 事業終了後の展開

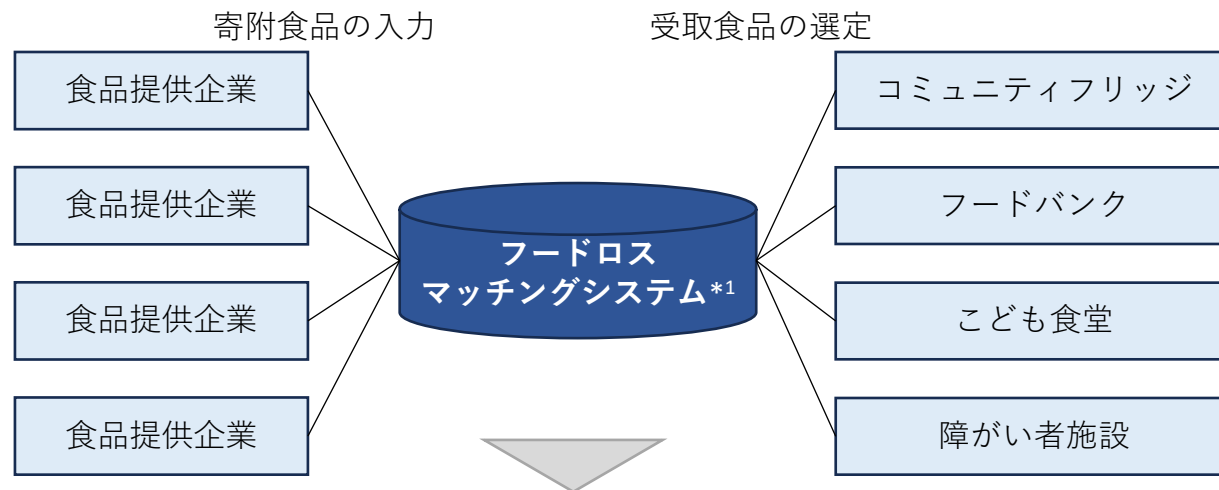
(3) 次年度の事業計画

■概要

- 公共冷蔵庫とデジタルマッチングを融合させ、再現性・持続性・波及性を備えた食品廃棄ゼロエリアモデルを確立する。
- マッチングシステム×コミュニティフリッジの草加商工会議所青年部オリジナルモデルとして、全国の商工会議所が取組める仕組み構築を目指す。

■取組む上でのポイント

- ①フードロスマッチングシステムの導入
- ②引き取り主体の多様化（フードバンク、子ども食堂、障がい者施設等）
- ③公共冷蔵庫を地域循環のハブとして活用



食品提供企業⇄受取団体間でマッチングを行うことで、
両者とも効率的に寄附ができる仕組み

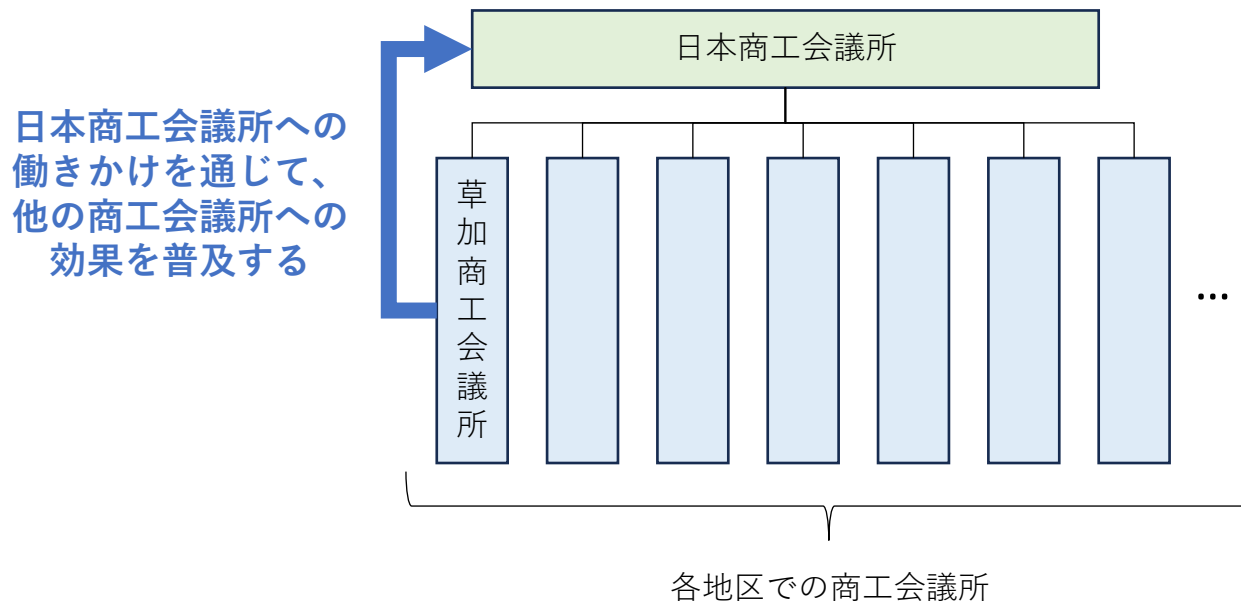
*1 食品ロスを支援につなぐプラットフォーム「フードロスマッチングシステム」<https://foodmatching.jp/>

7. 横展開へのポイント

(1) 横展開の方針

■商工会議所のネットワークを生かした横展開

- 草加商工会議所を含む各地区での商工会議所をとりまとめている日本商工会議所に働きかけ、全国規模での普及啓発を行う。
- まずは、日本商工会議所の会員約35,000企業が閲覧する商工会議所の会報誌及びウェブサイトの記事への掲載を打診する。



7. 横展開へのポイント

(2) 他団体が取組む上でのポイント

■設置場所の確保

- 本事業では草加商工会議所の駐車場にコミュニティフリッジを設置していた。
- 運営団体である草加商工会議所から程近いことから管理がしやすく、円滑な運営に繋がったと考えている。
- また、住宅地から近く多くの人々が利用しやすいこと、徒歩や自転車でのアクセスのしやすさもポイントである。

■回収ルート of 検討

- 寄附食品が出る度に引き取りに行くのでは、都度配送手配等の調整が必要となり非効率であるため、定期回収で予めルートを決めておくことが重要である。
- ルートの検討では、一度に回る範囲を絞り、できるだけ移動を減らすような回収ルートを設計することがポイントである。

■コスト削減

- コミュニティフリッジの運営や回収作業を地域の障がい者施設に委託することにより、人件費コストを削減しながら地域の障がい者の安定雇用と地域活性化にもつなげることができる。
- コミュニティフリッジ用のプレハブを購入するには数百万円かかるため、ショッピングモール等の既存の施設内の一角にパーテーションを立て、コミュニティフリッジのエリアを設けることを推奨する。
- これにより、初期設備に係るエアコンや防犯カメラ等の設置費用も省くことが可能となる。