



株式会社
Tsumoru

×

M MOTTAINAI
BATON

多国籍児童への食を通じた 体験型コンテンツの創造



KIDS CURRY STAND

商品パッケージの Day.1 デザイン企画



うるマルシェでの Day.2 販売会

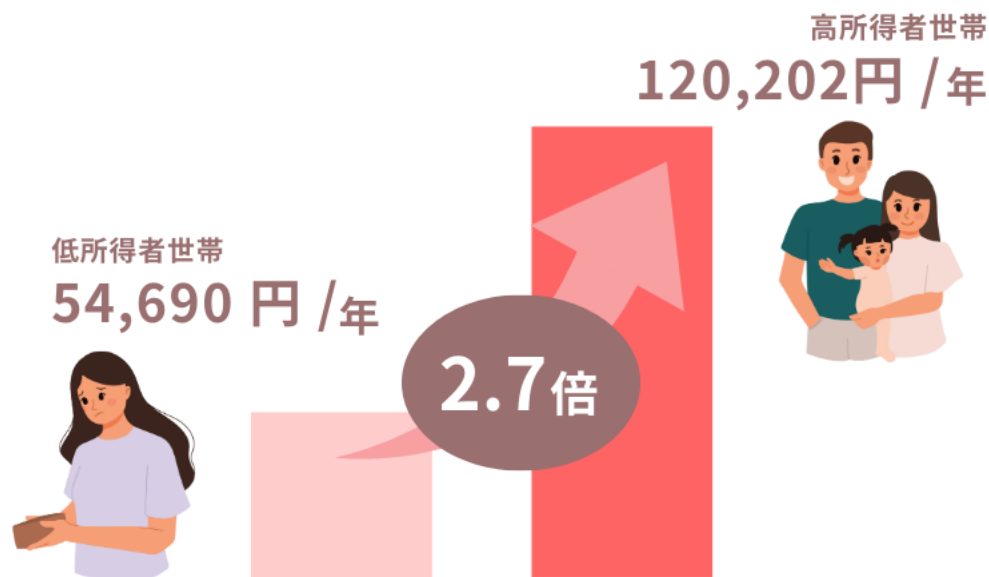
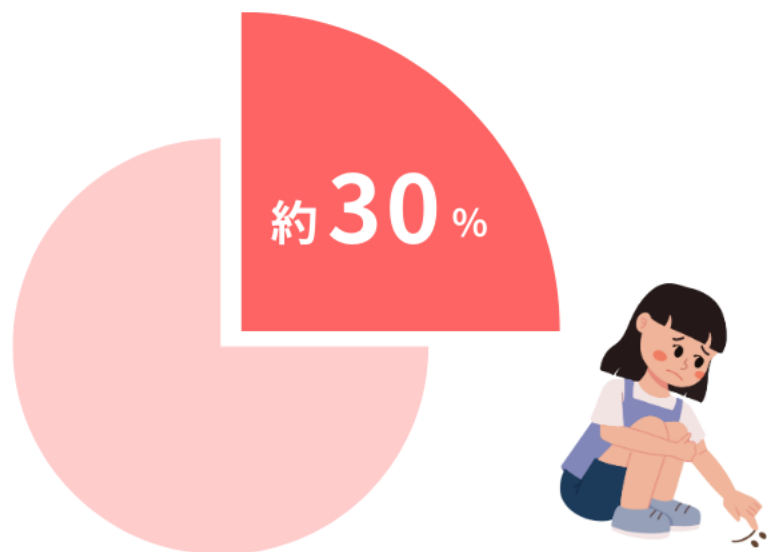




すべての子ども達に、体験を通して
一生を変える出会いのチャンス
を
国籍関係なく学び、笑い合う時間を届けたい

低所得世帯（年収300万円未満）の約30%が、
1年間で1度も学校外の体験活動に参加していない。

高所得世帯（年収600万円以上）と比較すると、
体験活動への年間支出額は約2.7倍の差がある。



経済的背景による体験機会の不平等

沖縄の子どもの貧困率は全国平均の2倍以上



約**9人に1人**の子どもが貧困



約**4人に1人**の子どもが貧困

出典：“こどもの貧困”は社会全体の問題 こどもの未来を応援するためにできること（政府広報オンライン）
沖縄県子どもの貧困実態調査及び貧困対策計画説明資料（沖縄県子ども生活福祉部 子ども未来政策室）

体験格差が将来に与える影響



職業選択の
幅が狭まる



自己肯定感の
低下



学力格差



株式会社 Tsumoru の事業概要と強み

1

生活言語と学習言語を
同時に学ぶ独自教材

オリジナル
カリキュラム & 教材

生活に
必要

学習に
必要



2

日本語教育・バイリンガル教育の
知識を活かしたレッスン

専門性の高い講師陣



3

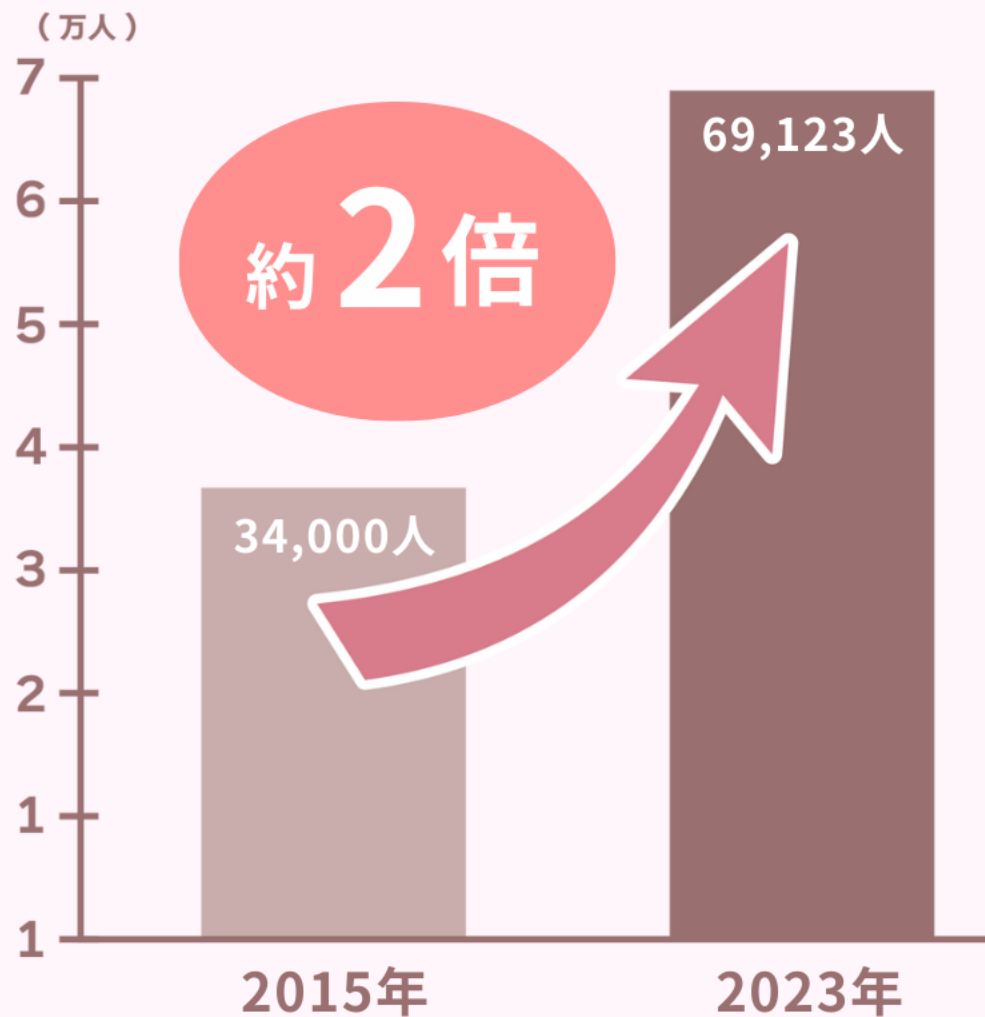
日本語を学びながら
日本の文化を学ぶアクティビティを
これまでに53回開催

実践の場の提供

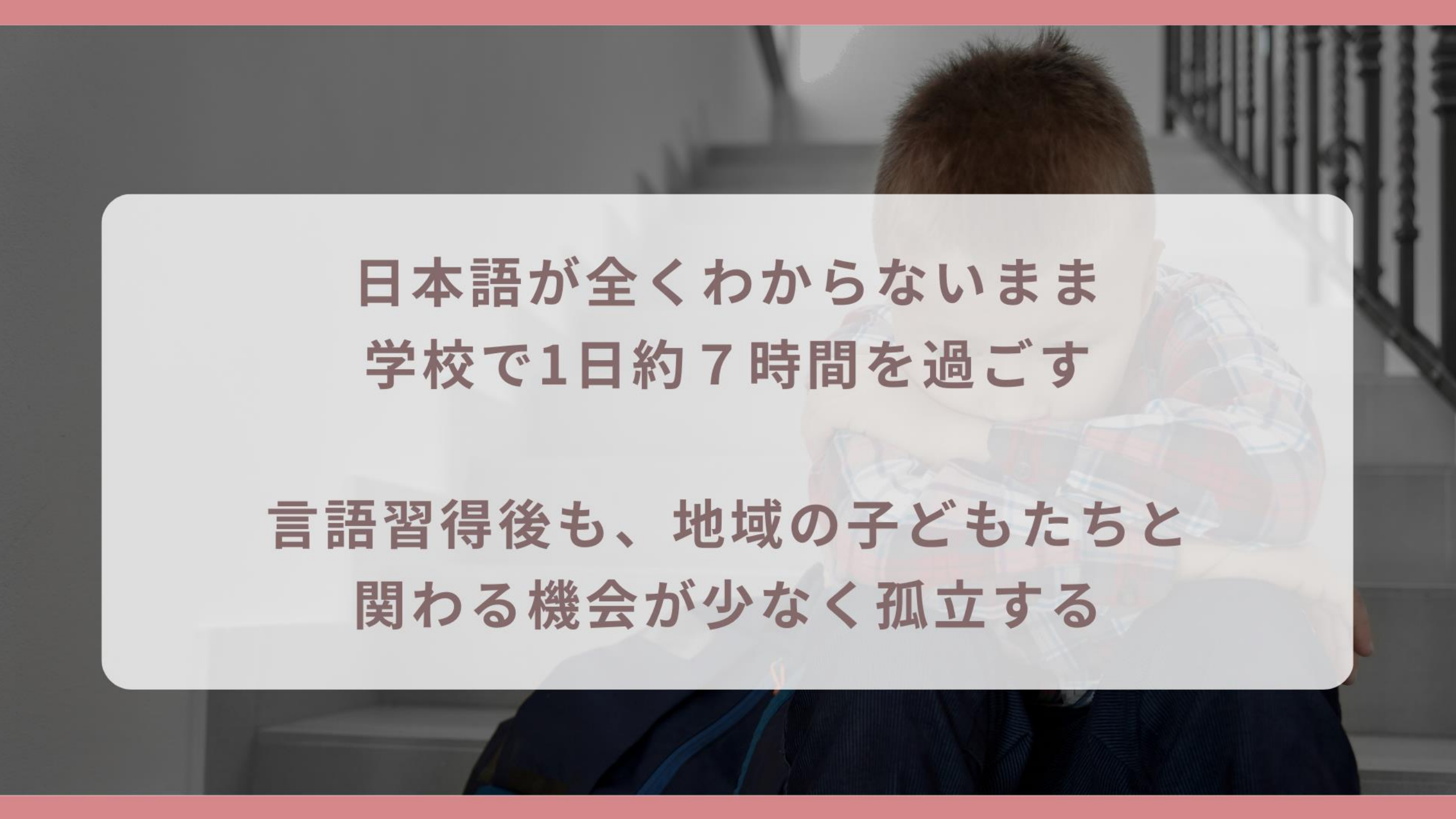


全国の日本語指導が必要な児童生徒：約69,123人

(2023年 文科省調査)



日本語指導が必要な 児童生徒の増加



日本語が全くわからないまま
学校で1日約7時間を過ごす

言語習得後も、地域の子どもたちと
関わる機会が少なく孤立する

MOTTAINAIBATONとは？

食品ロス
まだ注目されていない食材など



“もったいない食材”のカレー化で地域の課題を解消する会社

込められた意味

MOTTAINAI 本来の価値が発揮されていないもの→カレーの力で解決

BATON バトンの輪を広げ、未来を創る架け橋になる

MOTTAINAIBATONとは？

カレーの持つ力は無限大で可能性しかない！

特徴 1

**大人から
子どもまで
楽しめる**

カレーが嫌いな人はいない！？幅広い世代の方に楽しんでもらえる食べ物です。

特徴 2

**どの食材とも
相性が良い**

肉、魚、野菜、果物、お菓子などの食材をはじめ地域の特産品もカレーに活用できます。

特徴 3

**世界共通で
食べられている**

日本だけでなく世界中で愛されている食べ物。言語不要で楽しめます。

どうしてレトルトなのか？

- 01 賞味期限が約2年。在庫を長く持つことができる。
- 02 常温で保存可能。冷蔵・冷凍品と比べて管理がしやすい。
- 03 防災備蓄品にも活用できる。災害時は温かい食べ物が心も温める。

「食」を通じた体験型コンテンツ

プログラムの流れ

01.フードロスを学ぶ

02.商品開発を体験する

03.パッケージデザインを考える

04.実際に販売する

Day1

01.フードロスと地域の農家さんの想いを学ぶ

02.パッケージのアイディアを出し合う

03.デザイン案を完成させる



まずはお友達と
交流を深めます



農家さんの話を聞いたり
質問をしたりしています



実際に販売する
カレーをみんなで試食中



パッケージデザインの
アイディアを思考



自分のパッケージデザイン案
をみんなに提案します

Day2

01.レトルトカレーの箱詰め

02.チラシの配布やポスター貼りをして集客

03.レジに立ちお客さんに販売



箱にレトルトカレーを
丁寧に詰めていきます



箱詰めもそろそろ完成



チラシを手に
集客を頑張る子どもたち



お金をいただくという
貴重な体験の瞬間



初めての接客も
笑顔で乗り切りました

子どもの変容

Before



After



子どもが自ら
英語や体験を通した
学びを望むように

お母さんに行ってって
言われたから来ただけ。
英語は別に好きじゃない。

もっと英語が上手になりたい！
どうやったらなれる？

Voice



集客の大変さに気づき
ママの仕事ってすごいねと
言ってくれました

パイナップルが
鳥に食べられない方法を
自宅でも調べていました

覚えた英語を
さっそく
使っていました

人見知りの子なのに
いらっしゃいませ〜と
大きな声で言っていたので驚きました

販売会のためにポスターを
一生懸命描いていました

英語/日本語で地域と関わり
貢献できたことへの
満足度が高かった

海外の子と仲良くなって
名前を呼びあっていた姿が
嬉しかったです

沖縄の人たちと関わっている
息子を見て感動しました

本プロジェクトのために超えてきた壁

イベント会場の確保



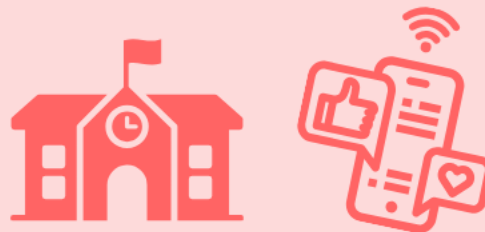
販売スペースが
なかなか見つからず、
自治体や商業施設に
直接交渉して実施可能な
場所を確保。



集客の難しさ



SNS活用＋学校と連携し
直前に参加者が増加。



マネタイズの課題



企業とのコラボを視野に
CSRやSDGs研修プログラム
としての活用を提案。
持続可能なモデルを模索中。



収益モデル・今後の展開

持続可能な収益モデル



企業の
CSR・SDGs研修プログラム
として展開



オリジナル体験型教材を
教育機関に導入



オリジナル商品販売
による企業PR



こんな方とお話をしたい



事業会社

沖縄の子どもたちの未来を支える
CSR・SDGs活動として
本プロジェクトを活用しませんか？



教育機関や自治体

多文化理解・キャリア教育・SDGs学習で
子どもたちに実践的な学びの場を
提供しませんか？



国際交流関係の団体

異文化理解を深める教育プログラムや
地域と外国籍児童をつなぐ活動を
共に企画しませんか？



ブランド価値を高めたい企業

企業のブランド認知向上や、
社会的意義のある取り組みとして
親子で楽しめる教育・体験型イベントを
共創しませんか？



子どもたちの未来が広がる
学びの場を共に創りませんか？

