

## 事業名

催事や出前講座でのフードライブ活動の  
啓発・促進および、フードライブポータルに  
よる情報の収集・発信による  
食品ロス廃棄ゼロエリアの創出  
事業報告書

---

実施団体名：特定非営利活動法人DeepPeople

2026年1月

# 1 . 事業の目的

フードドライブの認知度はまだ低く、「どのような食品が寄付できるのか」「どこで実施されているのか」といった基本的な情報が十分に伝わっていません。まずはフードドライブとは何か、どこで何を寄付できるのかを知っていただくことが必要であることから、以下3つの事業を実施しました。

## **催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードドライブ実施**

人が多く集まる大阪市内および東大阪市内での催事にて、フードドライブを知っていただくための啓発活動と、実際に食品を集める活動を実施しました。また協力企業内にて、3週間フードドライブコーナーを設置いただきました。

## **啓発出前講座の実施**

フードドライブを楽しみながら知ることができるカードゲームを作成し、大阪府下の小学校や子ども食堂、および催事にてカードゲームを活用した啓発活動を実施しました。

## **フードドライブポータルサイトの作成**

フードドライブに関心があっても、「どこで実施されているのか」「何を寄付できるのか」といった情報を、簡単に得ることができないのが課題です。現在、一部の自治体や団体が情報をまとめていますが、全国規模で検索できる統一的なポータルサイトは存在しません。そこで、フードドライブの情報を一元化するポータルサイトを開設しました。このポータルサイトで、誰でも簡単に最寄りの回収場所や受付時間、寄付可能な食品のリストを確認できるようになります。

## 2 . 事業の内容

本事業の全体像は以下の通り(赤色枠はフードドライブの取組、青色枠は啓発活動の取組)



## 2 . 事業の内容

事業の実施エリア: 大阪市内・東大阪市内

**催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードライブ実施**  
【課題感】

・フードマルシェや食に関する展示会では、多くの食品が余り、催事終了後に大量の食品ロスが発生するケースが少なくありません。

【本事業での対応】

・上記の課題に対応するため、催事主催者と連携し、出展者がイベント終了後に余剰食品を寄付できる「フードライブ」を実施しました。回収した食品は地域の子ども食堂に届け、食支援が必要な家庭や子どもたちへ有効活用されました。

・また、ラグビー・サッカー・バスケットボールなど定期的に行われるスポーツイベントにて、フードライブコーナーとフードライブ(食品ロス削減)の啓発コーナーを設け、一般市民にも食品寄贈の機会を提供しました。

・さらに協力企業内にて、3週間フードライブコーナーを設置いただきました。

・また、今回は東大阪市内で集まった食材の回収・検品・配布は、地域の障害福祉施設に担っていただき、障害のある方々の工賃向上や社会参加を促進する仕組みを導入しました。これにより、「食品ロス削減」と「障害者の就労支援・社会参加」という2つの社会課題を同時に解決することが可能になります。

## 2 . 事業の内容

**催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施実施までのフローは以下の通り。**

実施4～6ヶ月前  
主催者との打ち合わせ

主催者と打ち合わせを行い、以下を決定した

- ・フードドライブ実施日程、場所および受取時間
- ・出展者への事前告知方法(今回は説明会での告知)
- ・告知チラシの内容

実施2～5ヶ月前  
告知チラシの作成・確認  
出展者への協力要請

告知チラシを作成し、主催者に確認をいただいた  
またそのチラシを出展者説明会にて配布または出展者へのメール連絡を行い、協力を要請した

実施1～2ヶ月前  
子ども食堂に連絡  
引き取りの協力依頼

寄贈食品の引き取り先へのアプローチ  
今回は過去に引き取り協力いただいた子ども食堂に連絡

実施3日前  
フードドライブ実施前準備

フードドライブ実施前準備

- ・フードドライブ協力依頼当日チラシの作成
- ・のぼり
- ・子ども食堂用 寄贈受取同意書
- ・秤(寄贈物品の重さを計る)

実施当日  
フードドライブ実施

イベント終了1～3時間前  
各ブースを訪問し、フードドライブ協力依頼当日チラシを配付し、協力を呼びかけた  
イベント終了後30分～45分  
イベント終了後から30分間、フードドライブを受付。寄贈食品の内容と使用期限を確認重量測定。  
イベント終了後45～60分  
引き取りに来ていただいた子ども食堂へ食品寄贈

## 2 . 事業の内容

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施  
作成ツール・使用什器



事前告知チラシ



当日告知チラシ



受取ブース



計量秤:回収した食品の重量を計測。

## 2 . 事業の内容

事業の実施エリア: 大阪市内・東大阪市内・泉大津市内

### 啓発教材の作成および出前講座の実施

フードドライブの認知度はまだ低く、「どのような食品が寄付できるのか」「どこで実施されているのか」といった基本的な情報が十分に伝わっていません。そのため、イベントや学校で活用できる啓発教材(カードゲーム)を作成し、楽しみながら学べる機会を提供しました。

### 作成教材

この教材は「なにどこフードドライブ」カードゲームという名前で、フードドライブがどこで出来て、何を寄付できるのかを楽しみながら学ぶことができる教材です。多くの方が遊び方を知っている「ババ抜き」のルールで、遊びながら学んでいただきます。



## 2. 事業の内容

### 啓発教材の作成

<対象>

小学3年生以上

<作成教材 = カード>

・カード(4種類)

1,フードドライブができる食品カード 8種類×4枚=32枚

2,フードドライブできない食品カード 3種類×4枚=12枚

3,フードドライブができる場所カード 3種類×4枚=12枚

4,シャッフルカード 1枚:このカードを引くと手持ちの手札を全てシャッフルされる

・ジョーカー 1枚

食品ロスモンスターをジョーカーとして使用

<ルール>

1、全てのカードをよくきる。

2、みんなで輪になり、1のトランプをみんなに配る(みんなが均等な枚数にならなくても、なくなるまでトランプを分ける)。

3、それぞれ自分が持っているカードの中で、同じ絵柄のものを2枚1組にして輪の中央に置く。それぞれ同じ絵柄のカードがなくなったらゲーム開始!

4、ジャンケンし、勝った人から時計回りに順番に、隣の人を1枚引いていく。

5、自分が持っているカードのなかに、引いたカードと同じ絵柄ものがあったら、2枚1組にして輪の中央に出す。

6、4~5を繰り返し、カードが先になくなった人が勝ち!

最後にババを持っていた人の負け。



## 2. 事業の内容

事業の実施エリア: 大阪市内・東大阪市内・泉大津市内

### 啓発教材の作成および出前講座の実施

フードドライブの認知度はまだ低く、「どのような食品が寄付できるのか」「どこで実施されているのか」といった基本的な情報が十分に伝わっていません。そのため、イベントや学校で活用できる啓発教材(カードゲーム)を作成し、楽しみながら学べる機会を提供しました。

#### < 授業モデル >

10分  
食品ロスについて

食品ロスの量や発生源などをクイズ形式で学ぶ

5分  
カードゲーム前: セルフチェック

フードドライブカードゲームを実施する前に、自分がフードドライブについてどれほど知っているかをセルフチェックする

< セルフチェック項目 >

以下の項目について思いつく限り、30秒で書き出す

・フードドライブできるものは? ・フードドライブできないものは? ・フードドライブできる場所は?

15分  
カードゲーム実施

4人~6人が1グループとなり、フードドライブカードゲームを実施



5分  
カードゲーム後: セルフチェック

フードドライブカードゲームを実施後に、実施前にセルフチェック項目と同じ3項目について、思いつく限り、30秒で書き出す

10分  
まとめ・アンケート回答

まとめ: フードドライブの仕組み紹介、食品ロス削減のためにできることを伝える

フードドライブ できるものを思い つくり書いてください	書けた数: _____個	書けた数: _____個
フードドライブ できないものを 思いつき書いて ください	書けた数: _____個	書けた数: _____個
フードドライブ している場所を 思いつき書いて ください	書けた数: _____個	書けた数: _____個

セルフチェックシート

## 2 . 事業の内容

事業の実施エリア: 全国

### フードドライブポータルサイトの作成

フードドライブに関心があっても、「どこで実施されているのか」「何を寄付できるのか」といった情報を、簡単に得ることができないのが課題です。現在、一部の自治体や団体が情報をまとめていますが、全国規模で検索できる統一的なポータルサイトは存在しません。そこで、フードドライブの情報を一元化するポータルサイトを開設しました。このポータルサイトで誰でも簡単に最寄りの回収場所や受付時間、寄付可能な食品のリストを確認できます。

<https://food-drive.deeppeople.jp>



ポータルサイトトップページ



トップページ: フードドライブ拠点検索マップ



トップページ: フードドライブイベントカレンダー

## 2. 事業の内容

### フードドライブポータル機能

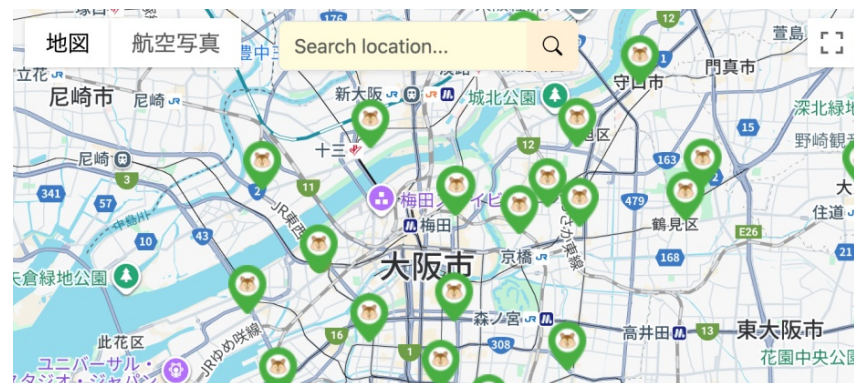
#### 1、マップでフードドライブ拠点検索

Googleマップ上にフードドライブ拠点を掲載し、利用者が自宅や勤務先など生活圏内における最寄りのフードドライブ拠点を容易に把握できる仕組みを構築している。各拠点のピンを選択することで、所在地、実施日程、寄贈可能な物品等の詳細情報を確認することが可能です。

現在は大阪府と連携し、175拠点を登録していますが、今後は関西圏の他府県、さらには全国への拠点登録拡大を目指しています。

#### 2、カレンダーでフードドライブ検索

単発イベント等においてフードドライブを実施する場合には、カレンダー形式でイベント情報を登録・公開することができ、実施時期に応じた検索・参加促進を可能としています。



フードドライブ拠点検索：詳細画面

2026年1月

日	月	火	水	木	金	土
28日	29日	30日	31日	1日	2日	3日
4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日
11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日
18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日
25日	26日	27日	28日	29日	30日	31日

フードドライブカレンダー：詳細画面

あつめて、つなげて、笑顔の輪  
みんなのフードドライブラボ

フードドライブとは マップ カレンダー 掲載希望の方 お問い合わせ

大阪市浪速区役所

【フードドライブ場所】  
556-0012  
大阪市浪速区敷津東1-4-20  
大阪市浪速区役所  
1階フロア  
06-6647-9986  
[GoogleMapで見る](#)

【フードドライブ受付時間】  
平日 9時から17時30分

【対象食品】  
未開封で賞味期限が一定期間以上残っている常温保存可能な食品（例：お米、お菓子、乾麺、インスタント食品、缶詰、調味料など）

【登録者】  
サイト管理者：特定非営利活動法人 Deep People

フードドライブカレンダー：詳細画面

## 2. 事業の内容

### フードドライブポータルサイトの作成

告知のためのチラシを作成し、食に関する企業・行政へのご案内や、展示会にて配付しました。

フードスマイリングプロジェクト

カレンダー&マップで簡単検索！  
フードドライブを見つける新しいポータルサイト

# みんなの フードドライブハブ

ポータルサイトがオープンしました！

あなたの街の  
フードドライブ拠点を  
探そう！

Food Drive Calendar  
フードドライブカレンダー

Food Drive Map  
フードドライブ拠点の検索マップ

ポータルサイト

「みんなのフードドライブハブ」とは

あなたの家に寄付できる食べ物があれば、それを必要とする人に届けることができるのがフードドライブです。このサイトではフードドライブの情報をひとつにまとめました。フードドライブとは何かはもちろん、どこでいつフードドライブをしているのかを、イベントカレンダーやマップで確認することができます。あなたの近くでもフードドライブを実施しているところがあるかもしれません。ぜひ探してみ、寄付できる食材があれば寄贈ください。

詳しくは裏面をCheck▶

## 「みんなのフードドライブハブ」でできること

カレンダー機能で  
開催日をチェック！

マップ機能で  
拠点・開催場所を検索！

フードドライブは区役所やスーパー・コンビニなどでフードドライブボックスを設置して集めています。またイベントなどでも実施されています。「みんなのフードドライブハブ」では、どこで・いつフードドライブをしているのかをイベントカレンダーやマップで知ることができます。

「フードドライブハブ」って何？

たくさん買って余ってしまったもの、もらったけど食べないものなど、食べられるのに食べずに残っている食べ物はありますか？そんな食べ物を必要な人に届けることができるのが「フードドライブ」です。

どんなものが寄付できるの？

フードドライブ実施団体によって受け付けているものが異なります。寄付する前に何が寄付できるのかを確認しましょう。下記が寄付できるもの・できないものの一例です。

寄付できるもの(例)	寄付できないもの(例)
飲料、米や餅、パスタやうどんなどの乾麺、缶詰、インスタント食品やレトルト食品、調味料、菓子類、防災・備蓄非常食など ※賞味期限が1ヶ月以上あるもの	開封されているもの、冷凍食品、冷蔵食品 ※賞味期限が到着日よりのもの

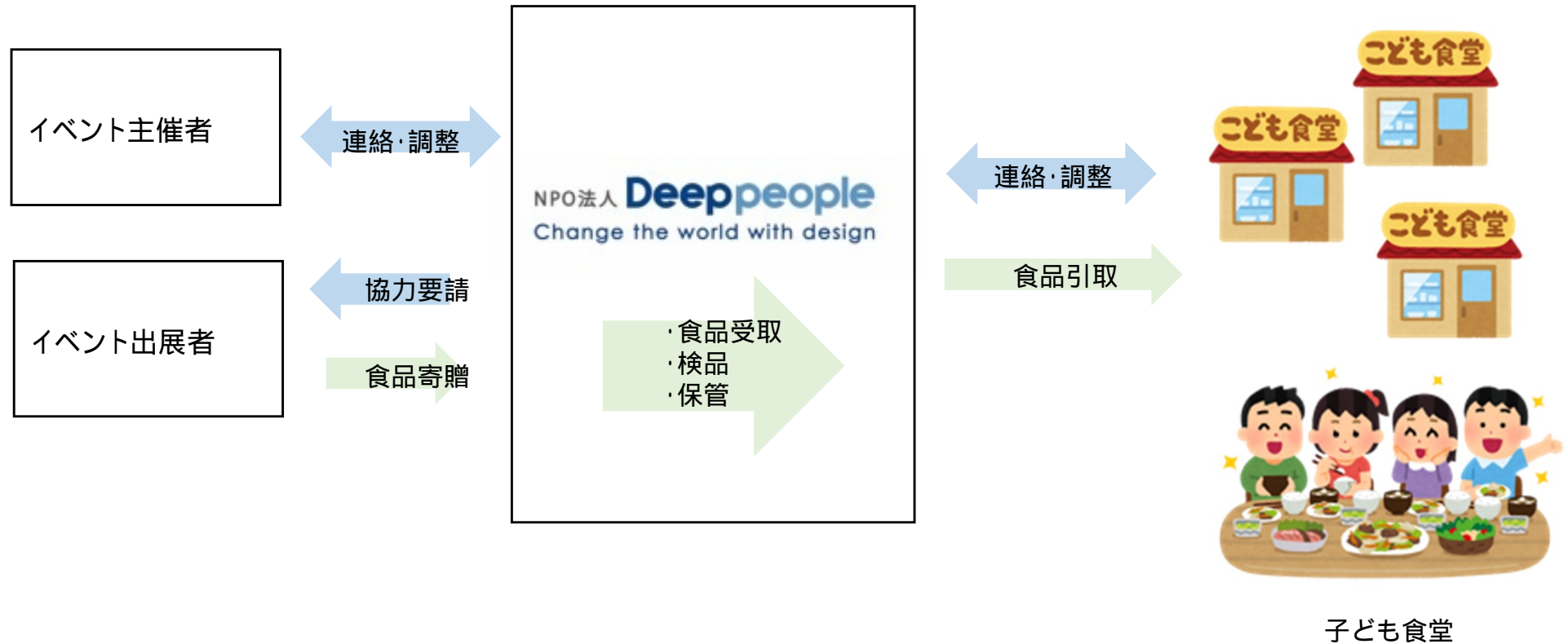
掲載希望の方へ

フードドライブを実施される団体(企業、NPO、行政等)の方は、本サイトにメンバー登録いただくことで、無料でマップやカレンダーに掲載することができます。詳しくはサイトをご確認ください。

みんなのフードドライブハブ運営団体  
特定非営利活動法人 DeepPeople  
大阪市東区京町堀 3-5-16 4F かつらビル 2階  
<https://food-drive.deepeople.jp>

### 3 . 事業の実施体制 : 当団体での単独実施の場合

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードライブ実施  
当団体が食品を一元的に管理して実施する場合のスキームは以下の通り。



### 3 . 事業の実施体制：福祉事業所との連携モデル

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードドライブ実施  
食品管理について福祉事業所と連携する場合のスキームは以下の通り。



## 4 . 事業の成果

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードドライブ実施



催事型フードドライブの実施

日程	イベント概要	回収量(kg)	寄贈団体	寄贈先
11/16 フードマルシェ	<p>催事名: Welcoming アベノ・天王寺 おおさかもん祭り</p> <p>概要: 地場産品の飲食、物販、体験等を通じ、脱炭素社会をめざす行動を推進するイベント</p> <p>飲食販売ブース・キッチンカー: 計26</p> <p>対応スタッフ: 2名</p>	<p>オーツミルク: 3本(3.2kg)</p> <p>ポタージュ(冷凍): 20.5kg</p> <p>合計重量 23.2kg</p>	2団体	<p>大阪市・桜井市で活動する子ども食堂3団体</p> <p>(当日引き取り)</p>
1/29 食の展示会	<p>催事名: FOOD STYLE JAPAN&lt;関西&gt;</p> <p>概要: 全国規模の食品・食業界向けの商談展示会</p> <p>出展者: 950社</p> <p>対応スタッフ: 11名</p>	<p>冷凍: 魚、冷凍加工食品(コロッケ、グラタンなど)、アイスクリーム</p> <p>冷蔵: 食肉加工品、洋生菓子(プリンなど)、生産野菜</p> <p>常温: 飲料、お菓子、調味料など</p> <p>299.5kg</p>	34社	<p>大阪市内で活動する子ども食堂4団体</p> <p>(当日引き取り)</p>


**合計322.7kgの食品を回収**

## 4 . 事業の成果

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施  
 スポーツイベントでのフードドライブの実施(NTTドコモ関西支社・ドコモCS関西と連携)

日程	イベント概要	回収量(kg)	寄贈者数	寄贈先	寄贈物品
11/24	FC大阪(サッカー)ホームゲームにてスタジアム内にフードドライブコーナーを設置	29.7kg	関係者1組	東大阪市内の子ども食堂および大阪市内のひとり親世帯	
11/17	レッドハリケーンズ大阪(ラグビー)ホストゲームにてスタジアム内にフードドライブコーナーを設置	2.32kg	関係者3組	大阪市内のひとり親世帯	

スポーツイベントでのフードドライブの実施(ヒューマンプランニング株式会社と連携)

12/6	大阪エヴェッサ(バスケットボール)ホームゲームにてスタジアム内にフードドライブコーナーを設置	13.7kg	一般 4組 関係者 3組	大阪市内のひとり親世帯	
------	--	--------	-----------------	-------------	---

合計45.72kgの食品を回収

## 4 . 事業の成果

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施  
企業内でのフードドライブの実施

日程	概要	回収量(kg)	寄贈者数	寄贈先	寄贈物品
1/5- 1/23	ドコモCS関西にて3週間フードドライブコーナーを設置。従業員の方に未利用食品を持ちより、寄贈いただいた。また食品の他、子ども服も集め、寄贈いただいた。	24.8kg	ドコモCS関西のみ なさま	大阪市内のひとり親世帯	

## 4 . 事業の成果

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施  
催事型フードドライブの実施の様子      企業内フードドライブの様子



スポーツイベントでのフードドライブの実施の様子



## 4 . 事業の成果

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)でのフードドライブ実施  
 フードドライブで集まった食材の寄贈

子ども食堂へ寄贈

ひとり親世帯へ配布

・11/27

・12/7:19世帯

・1/29

・12/21:16世帯

・1/10:15世帯



寄贈食品受取者へのアンケート結果(n=40)

### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	8	20.0%
見たことや聞いたことはあったが、 どういうものかは知らなかった	6	15.0%
どういうものかは知っていたが、 フードドライブをしたことはなかった	23	57.5%
どういうものか知っており、フード ドライブをしたことがある	3	7.5%

### フードドライブで集まった食品を受け取ることに 抵抗感がありますか

回答内容	人数	割合
とても抵抗感がある	0	0.0%
やや抵抗感がある	10	25.0%
抵抗感はない	30	75.0%

### フードドライブの食品は受け取りたいですか

回答内容	人数	割合
受け取りたい	32	80.0%
受け取りたくない	0	0.0%
わからない	3	7.5%
場合による	5	12.5%

### 提供される食品の質や衛生面に不安がありますか

回答内容	人数	割合
とても不安がある	0	0.0%
やや不安がある	13	32.5%
不安はない	27	67.5%

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施

日程	対象	人数	実施形態	実施場所	アンケート実施
10/10	高校2年生	25名	講座(30分)	貸し会議室	
12/1	小学5年生	16名	授業	小学校	×
12/6	一般市民	3組 8名	スポーツイベントでのブース実施	大阪エヴェッサ(バスケ)、ホームゲームのスタジアム内のブース	×
1/9	小学生	30名	ワークショップ	堺市内の子ども食堂	×
1/21	企業研修	22名	社員研修(60分)	企業内研修室	
1/22	小学5年生 3クラス	60名	授業(45分)	小学校	
1/29	一般市民	17名	セミナー(30分)	食の展示会「FOOD STYLE JAPAN<関西>」での食品ロス削減啓発セミナールーム	

合計178名

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施結果

日時: 2025年10月10日(金)

対象: 高校2年生 25名



### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	10	約40%
見たことや聞いたことはあったが、どういうものかは知らなかった	4	約15%
どういうものかは知っていたが、フードドライブをしたことはなかった	11	約45%

### 理解の深まり(自己評価)

回答	人数	割合
よくわかった	16	約64%
わかった	9	約36%
それ以下	0	0%

### 行動意欲(複数回答)

行動内容	回答人数(のべ)
家族や友達に伝えたい	13
実施しているお店等を探したい	9
学校などでやってみたい	3
寄付してみたい	3
特にない	1

### 自由記述の傾向

カテゴリ	代表的な意見・特徴
楽しさ・手軽さ	「ババ抜きのように簡単」「誰でもできる」「遊びながら学べた」
理解促進	「できる / できない食品がわかった」「具体的に覚えられた」
学びの驚き	「こんなに多くの食品が対象とは知らなかった」

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施結果

日時: 2026年1月21日(水)

対象: 会社員 22名

(20代1名、40代5名、50代13名、60代3名)



### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	2	9.1%
見たことや聞いたことはあったが、 どういうものかは知らなかった	7	31.8%
どういうものかは知っていたが、 フードドライブをしたことはなかった	11	50.0%
どういうものか知っており、フード ドライブをしたことがある	2	9.1%

### 理解の深まり(自己評価)

回答	人数	割合
よくわかった	20	90.9%
わかった	2	9.1%

### 行動意欲(複数回答)

行動内容	回答人数(の べ)
家族や友達に伝えたい	18
実施しているお店等を探したい	13
寄付してみようと思った	18
買い物をする時に本当に使い切れるか考えるよう にしたい	1

### 自由記述の傾向

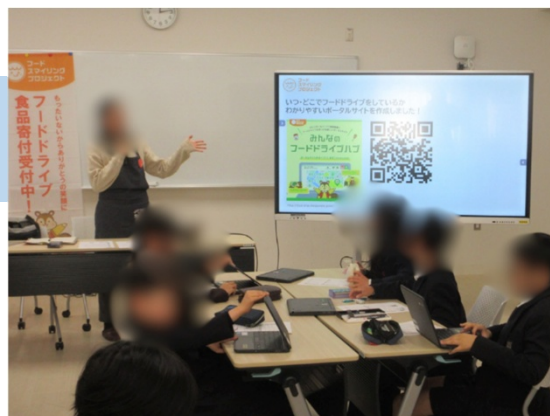
カテゴリ	代表的な意見・特徴
楽しさ・手軽さ	「楽しく学べた」「ゲームが楽しい」「懐かしいトランプ遊び」
理解促進	「非常に分かりやすい」「自然に理解が深まった」
コミュニケーション	「みんなで話すことで理解が深まった」
行動変容	「子どもたちにも伝えたい」「フードドライブのきっかけになる」

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施結果

日時: 2026年1月22日(木)

対象: 小学5年生 64名



### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	19	29.7%
見たことや聞いたことはあったが、 どういうものかは知らなかった	14	21.9%
どういうものかは知っていたが、 フードドライブをしたことはなかった	27	42.2%
どういうものか知っており、フード ドライブをしたことがある	4	6.2%

### 理解の深まり(自己評価)

回答	人数	割合
よくわかった	34	53.1%
わかった	21	32.8%
よくわからない	5	7.8%
わからない	4	6.3%

### 行動意欲(複数回答)

行動内容	回答人数(の べ)
家族や友達に伝えたい	43
実施しているお店等を探したい	38
寄付してみようと思った	45
フードドライブを学校等でやってみようと思った	28
やってみたいことは特に無い	9

### 自由記述の傾向

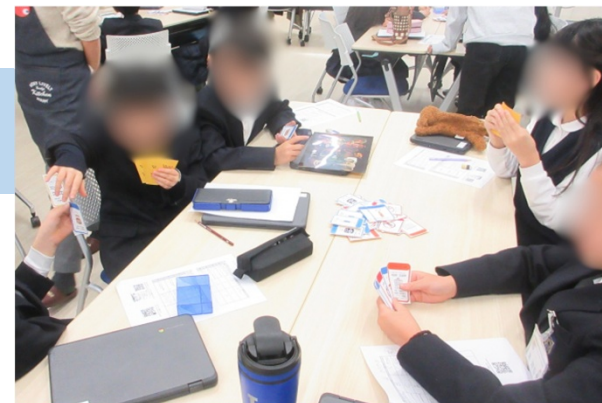
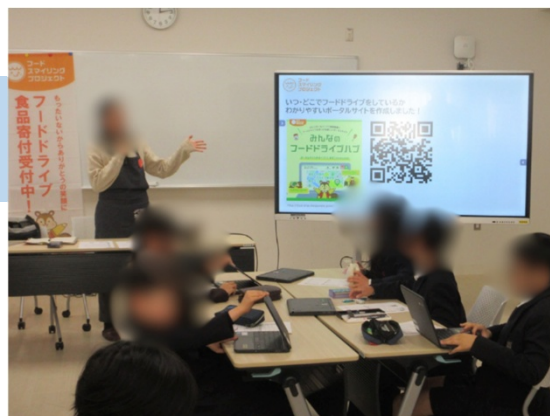
カテゴリ	代表的な意見・特徴
楽しさ・手軽さ	「楽しかった」「面白すぎた」「またやりたい」
理解促進	「知らなかったことを知れた」「何が寄付できるのか分かった」「場所(市役所・お店・企業など)を知れて驚いた」
行動変容	「家族に伝えたい」「実際にやってみたい」「学校で提案したい」

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施結果

日時: 2026年1月22日(木)

対象: 小学5年生 64名



### フードドライブなにご30秒アタックの結果

回答内容	ゲーム前	ゲーム後	考察
フードドライブできるものを思いつくだけ書いてみよう	平均2.4つ	平均5.8つ	「寄付できる食品」に関する理解が大きく向上した。ゲーム後は回答数が大幅に増加し、具体的な食品名を複数挙げられる参加者が増えたことから、食品ロス削減行動に直結する実践的な知識が定着したと考えられる。
フードドライブできないものを思いつくだけ書いてみよう	平均2.6つ	平均4.0つ	ゲーム後に回答数が増加し、寄付不可条件への理解が進んだ。特に、誤って寄付しやすい食品への認識が高まり、適切な寄贈判断を行うための基礎的な判断力が養われたことがうかがえる。
フードドライブをしている場所を思いつくだけ書いてみよう	平均2.1つ	平均5.0つ	ゲーム前後で大きく増加した。市役所やスーパー、学校など複数の選択肢が挙げられるようになり、参加者が「どこで行動できるか」を具体的にイメージできる状態へと変化したことが確認された。

## 4 . 事業の成果

### 出前講座の実施結果

日時: 2026年1月29日(木)

対象: 一般市民 17名

アンケート回答者: 13名



### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	1	7.7%
見たことや聞いたことはあったが、 どういうものかは知らなかった	4	30.8%
どういうものかは知っていたが、 フードドライブをしたことはなかった	6	46.2%
どういうものか知っており、フード ドライブをしたことがある	2	15.4%

### 理解の深まり(自己評価)

回答	人数	割合
よくわかった	10	76.9%
わかった	3	23.1%

### 行動意欲(複数回答)

行動内容	回答人数(の べ)
家族や友達に伝えたい	12
実施しているお店等を探したい	7
寄付してみようと思った	4
フードドライブを学校等でやってみようと思った	1

## 4 . 事業の成果

社内フードドライブ実施後アンケート  
 実施期間: 2026年1月5日～1月23日(3週間)  
 回答数: 21



### フードドライブの事前認知

回答内容	人数	割合
見たことや聞いたことがなかった	12	57.1%
見たことや聞いたことはあったが、どういうものかは知らなかった	4	23.8%
どういうものかは知っていたが、フードドライブをしたことはなかった	5	23.8%

### 実施期間(3週間)の評価

回答	人数	割合
ちょうどよい	17	81.0%
長い	3	14.3%
短い	1	4.8%

### 実際の寄贈状況

行動内容	回答人	割合
寄贈した	7	33.3%
寄贈していない	14	66.7%

### 寄贈した理由(複数回答/n=7)

行動内容	回答人数(のべ)	割合
困っている方の助けになりたかったから	7	100%
食品ロス削減に貢献したかったから	5	71.4%
同僚が取り組んでいたから	3	42.9%
会社での実施がきっかけになったから	2	28.6%
その他(家にあって捨てるのがもったいなかった等)	1	14.3%

### 寄贈しなかった理由(複数回答/n=14)

行動内容	回答人数(のべ)	割合
家に寄贈できる食品がなかった	8	57.1%
出社のタイミングがなかった	7	50.0%
同僚が取り組んでいたから	3	42.9%
持ち運ぶのが手間であった	4	28.6%
何を持っていけばよいかわからない	2	14.3%

## 4 . 事業の成果

フードドライブポータル作成

1、ビュー数 2,334 (12/16公開～1/30まで)

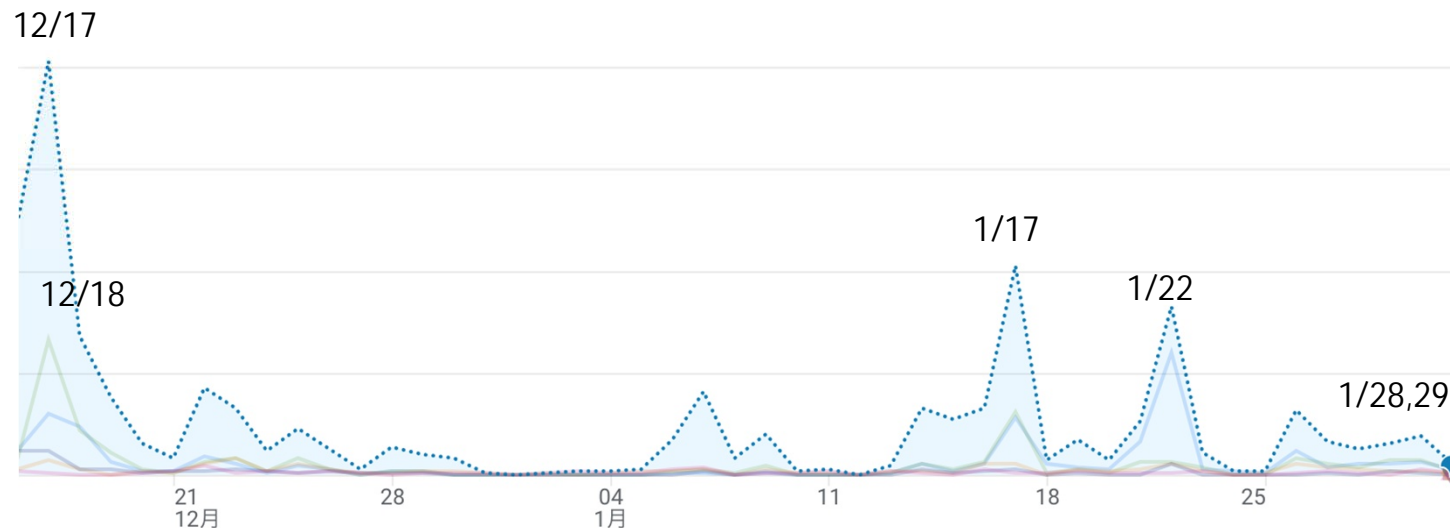
12/17:公開後に関係者への連絡

12:18:テレビ放送

1/17:スポーツイベントでの啓発活動

1/22:小学校での出前講座

1/28,29:展示会出展



2、アカウント登録者数

1団体

3、告知

ポータルサイトの作成やスポーツイベントでのフードドライブ活動に注目いただき、関西テレビの「やさしいニュース」で取り上げられ12/18に放送されました。

## 5 . 今後の検討課題・事業終了後の展開

催事(フードマルシェ、展示会、スポーツイベントなど)や企業内でのフードライブ実施

### <今後の検討課題>

フードマルシェにおける課題

- ・マルシェの出展内容によっては、寄贈しやすい食品(賞味期限や消費期限が短いものなど)と寄贈しにくい食品(賞味期限が長いもの・高価なものなど)が存在することが分かりました。
- ・フードライブを実施したマルシェでは出店者の多くが近隣で事業を行っており、売れ残った食品を持ち帰っても食品ロスにならない状況であったため、寄贈に至らないケースが見受けられました。

スポーツイベントにおける課題と可能性

- ・来場者からの寄贈を促進するためには、事前の周知および継続的な実施が不可欠であることが分かりました。
- ・一方で、1日で多くの来場者にフードライブの存在を知ってもらえる点において、啓発の場として非常に有効であり、今後も活用すべき機会であると考えられます。

### <今後の展開>

以上のことから、フードライブは単発ではなく、継続的に実施していくことが重要です。そのため、現在連携しているスポーツチームと引き続き協力し、来場者への事前周知を含めた継続的なフードライブの実施を行っていきます。

また、今回新たに企画・実施した社内フードライブについては、社内研修、フードライブの実施、寄贈体験までを一体的に行うプログラムとして整理・パッケージ化し、社会課題への理解促進や社員の行動変容を促す取り組みとして、他企業への展開を目指します。

## 5 . 今後の検討課題・事業終了後の展開

啓発教材の作成および出前講座の実施

### <今後の検討課題>

- ・小学生、高校生、社会人を対象に出前講座を実施し、年代を問わずカードゲームを活用することで、食品ロスやフードドライブへの理解が深まることが確認できました。
- ・一方で、アンケートを実施できた回数が4回にとどまっており、現時点では十分なデータが蓄積されていません。

### <今後の展開>

- ・今後は実施回数を増やし、継続的に効果測定を行うことで、教材および講座内容の有効性を検証していく必要がある。
- ・さらに、カードゲームや出前講座の内容・実施方法が一定程度確立した段階で、教材および実施手順をウェブサイト上で公開し、地域や立場を問わず、誰もが講座を実施できる仕組みづくりを進めます。

フードドライブポータルサイトの運営・拡充

### <今後の検討課題・展開>

- ・大阪府内にとどまらず、他府県への展開を進め、掲載箇所を増やしていく必要があります。
- ・アカウント登録者数を増加させることで、情報発信力および掲載拠点数の拡充を図る必要があります。
- ・利用者および実施団体双方にとって使いやすいポータルとなるよう、運用面・周知面の改善を継続的に行っていくことが求められます。

## 7. 横展開へのポイント

他団体が本事業と類似した取組を実施する場合に想定される取組のポイント

### 実施場所・対象に応じた設計

催事の種類(マルシェ、スポーツイベント、社内実施等)によって、寄贈が集まりやすい条件が異なるため、対象者や来場者の特性を踏まえた実施設計が必要です。

### 事前周知および継続実施の重要性

フードドライブは突発的な実施では寄贈が集まりにくいいため、事前告知と継続的な実施により認知を高めることが重要。

### 啓発と実践を組み合わせた設計

単なる寄贈受付にとどまらず、食品ロスや社会課題に関する説明、こども向けのゲーム実施などを組み合わせることで、参加者の理解や行動変容につながりやすくなります。

### 運営負担への配慮

食品の受け取り基準、保管、仕分け、寄贈先との調整など、運営側の負担が大きくなるため、役割分担の明確化や連携体制の整備が課題となります。

### 人員の確保

スポーツイベントでの啓発フードドライブは2名程度で実施が可能ですが、出展者が300を超えるような大規模な催事では、寄贈食品も多いため、引き取り・仕分けに人員が必要です。今回は食品ロス削減の取り組みをしている大学サークルの学生ボランティアやボランティア制度を設けている企業に依頼し、人員を確保しました。

### 事業の経済性

フードドライブ活動のみでは経済性を担保することは厳しいため、下記に記述する横展開での社内研修等で企業から費用をいただけるモデル化を検討中。

## 7 . 横展開へのポイント

横展開のために実施している(または実施予定の)取組について

### 社内フードドライブのモデル化

社内研修、フードドライブの実施、寄贈体験を一体化したプログラムとして整理し、他企業が導入しやすいモデルとして展開することを目指しています。

### 啓発教材・出前講座の標準化

カードゲームや出前講座について、実施内容や進行方法を整理・標準化し、誰でも実施可能な教材としてウェブサイト等で公開する予定です。