子ども食堂への寄附を拡大させるためには
ー寄附することで得られる利点ー

上條人生

1.　はじめに

本稿は、子ども食堂やフードバンクへの「寄附」に焦点を当てる。その中でも特に、寄附を行うことで得られる「a.やりがい」と「b.利益」は何かの 2 つを重点的に見ていく。私の仮説としては、a.寄附先や寄附を受け取る利用者の方々からの感謝や喜びの言葉が一番のやりがいになっているのではないか、b.寄附をすることで、販売できない食料品などを廃棄するコストの削減につながっているのではないか、である。

まずは、寄附をしている個人・企業・団体を対象に行ったアンケートから、子ども食堂に寄附をしようと思ったきっかけや続ける理由、寄附に対するやりがい、寄附を行うことで得られる利益などをグラフ化し、それらから読み取れる現状をまとめる。次に、実際に私が参加したフードパントリーでの実体験を反映させながら、私が立てた仮説の結果を論じる。さらに、今後、子ども食堂への寄附を拡大させるためにはどうしたら良いのかを探っていく。

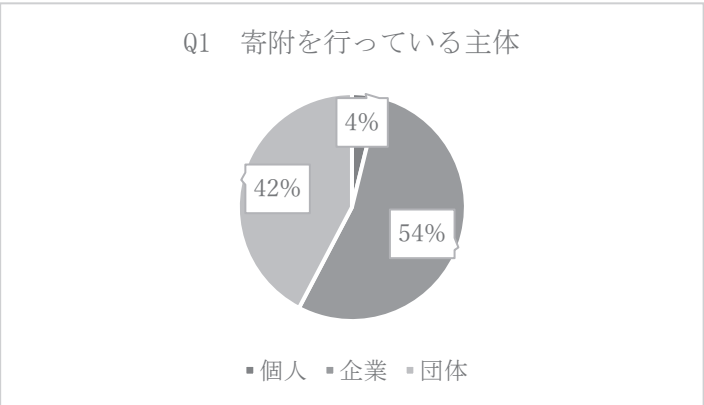
2.　調査方法

調査対象は、主に愛知県内の子ども食堂やフードバンクなどに寄付を行っている個人・企業・団体である。回答を得ることができたのは 24 件で、そのうち 2 件は匿名での回答であった。ここでは、以下の質問項目から得た回答結果を分析する。

Q1 寄附を行っているのは誰ですか。
Q4 子ども食堂に寄附をしようと思ったきっかけは何ですか。
Q5 寄附を続ける理由は何ですか。
Q8 寄附を行うことで、やりがいを感じるのは何ですか。
Q9 寄附を行うことによって得られる利益は何ですか。

3.　調査結果

3ー1. 主体



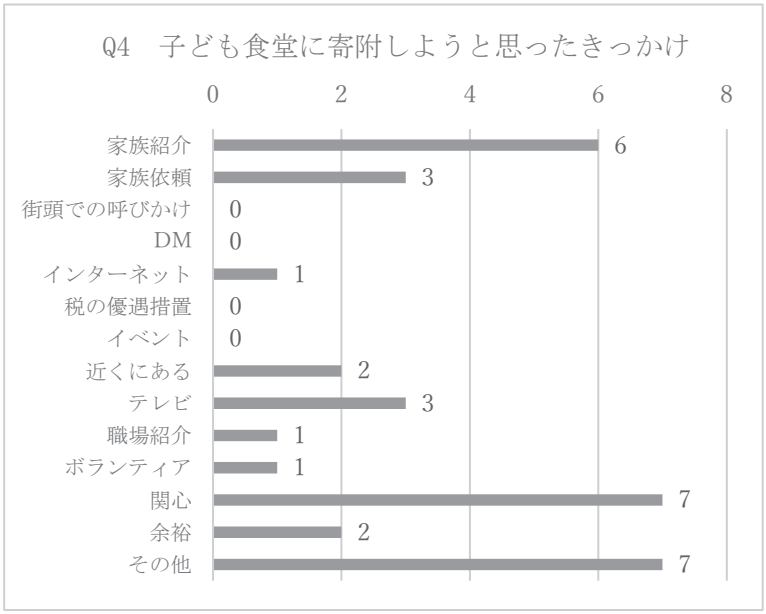
【図 1】寄附を行っている主体

まず始めに、子ども食堂に寄附を行っている人はどのような主体で行っているのかを見ていく。カテゴリーとしては、個人、企業、団体(ボランティア団体、NPO 法人、一般社団

法人、生活協同組合、寺院・神社・教会など)の 3 つで分けている。最も多かったのは企業で 54%、次に団体が 42%、個人で行っている人は 4%でわずか 1 人のみという結果だった。

この結果から、子ども食堂に寄附を行っているのは企業や団体が多いことが分かる。この理由としては、一度に大量の食料品を寄附するからだと予想される。居場所としての子ども食堂でもフードパントリーでも規模によるが、利用する人は非常に多い。そのため、必要となる食料品も多く、企業や団体などある程度の量を確保できる所が行っているわけだ。

3－2. きっかけ



【図 2】子ども食堂に寄附しようと思ったきっかけ(複数回答可)

なぜ子ども食堂に寄附をしようと思ったのか、きっかけを見てみる。Q4 では、図 2 の 14 個の項目のうち、あてはまるものすべてに回答していただいた。最も多かったのは、7 名が回答した「もともと子ども食堂に関心があったから」である。やはり、子ども食堂という存在を知っていて、興味や関心がある人は寄附への理解があると分かる。次いで、「家族や知人や団体を通じて紹介されたから」も 6 人と非常に多かった。いわゆるクチコミがきっかけで寄附を始める人も多いということであり、人脈やコミュニティ内で情報が共有されることが寄附につながると考えられる。「家族や知人や団体から頼まれた」「テレビや新聞や書籍などで寄附先の団体や活動の紹介がされていたから」といった回答も見られた。

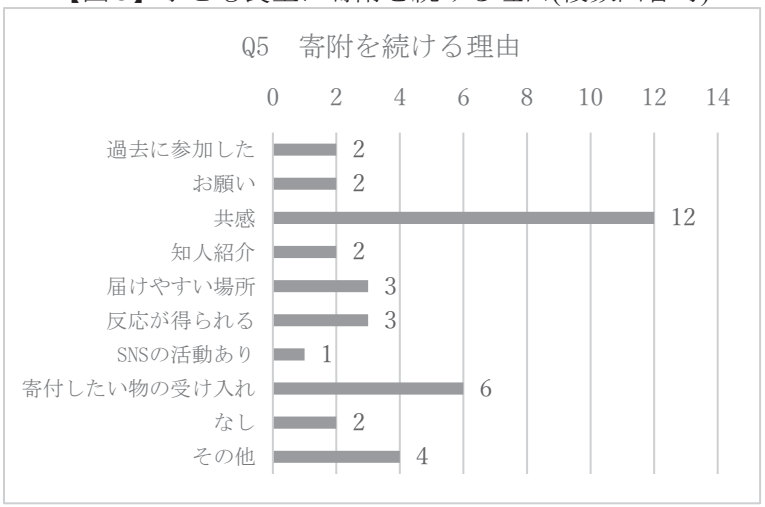
その他の回答を見てみると、会社としての社会貢献活動や地域貢献活動として始めたという回答もあり、会社全体として子ども食堂への寄附に力をいれている企業も多いと分かる。

また、「おてらおやつクラブでのマッチング」という回答が複数あった。おてらおやつクラブとは、お寺にお供えされる様々な「おそなえ」を、仏さまからの「おさがり」として頂戴し、子どもをサポートする支援団体の協力の下、経済的に困難な状況にある家庭へ「おすそわけ」する活動である。活動趣旨に賛同する全国のお寺と、子どもやひとり親家庭などを支援する各地域の団体をつなげ、お菓子や果物、食品や日用品を寄附している。この活動は、

地域内でお寺と支援団体をつなげているため、近場でやりとりができるという効率の良さと、身近な地域に支えられているという安心感もある。

3－3. 続ける理由

【図 3】子ども食堂に寄附を続ける理由(複数回答可)

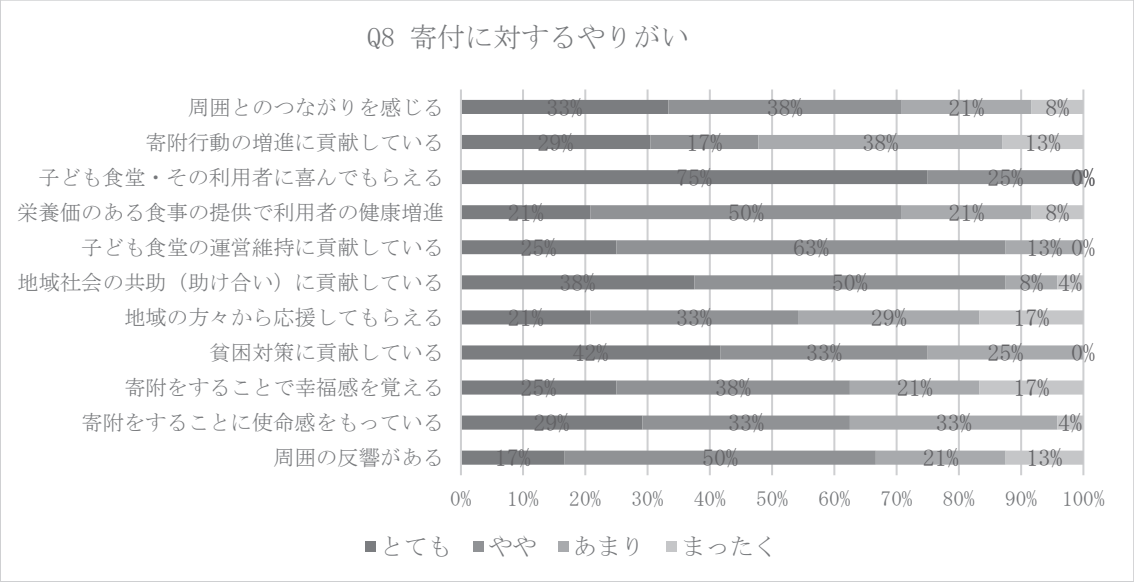


続いて Q5 では、寄附者が子ども食堂に寄附を続ける理由を図 3 にある 10 個項目にあてはまるものすべてに回答していただいた。この中で最も多かった回答は、「寄附先の活動に共感が持てたから」だった。24 名中 12 名と、半数の方が回答して下さった。この結果から寄附を行う側としては、寄附先の団体がどのような活動をしていて、どのような思いで活動しているのかというところに重きを置いているのだと分かる。寄附をしようと思っている時点で、子ども食堂やフードパントリーなどに関心があることは確かだが、寄附先はどこでも良いといったことでは無いということだ。寄附する側も本当に必要な人に届けて欲しいと思っている方が多いため、より共感できる活動を行っている寄附先に寄附をしたいと考えていることが分かった。

2 番目に多かった回答は「寄附したいものを受け入れてくれるから」である。一見、子ども食堂やフードバンクだったら寄附物は何でも受け入れてくれるのではないかと思うが、そうではない。中には受け取ることが難しい寄附物もあるのだ。その例が、生ものである。子ども食堂やフードバンクでは、寄附して頂いたものをフードパントリーで配布するまでの間、保存しておく必要がある。そのため、ケーキや惣菜などといった賞味期限や消費期限が早い生ものは、フードパントリーで配布するまで新鮮な状態で保存しておくことが難しいのである。逆に、お米や野菜、お菓子や缶詰など保存期間がある程度長い食料品はフードパントリーで配布されやすい。

また、保管場所の有無も関係してくる。寄附する側が「これだけ寄附します！」と大量の寄附物を持ってきても、子ども食堂でそれだけの量を保管できる場所が無いといったこともある。このように寄附先が寄附したいものを受け入れてくれるかどうかといった点も、寄附をする側にとっては重要だと分かる。

3－4. やりがい



【図 4】寄附を行うことで感じるやりがい

Q8 では、寄附を行うことで、やりがいを感じるのは何か質問した。図 4 にある 11 個の項目について、それぞれ『とてもそう感じる』『ややそう感じる』『あまりそう感じない』『まったくそう感じない』の 4 つのうち最も近いものに○を付けていただいた。

ここでは、はじめに重点的に見ていくと記した「a.やりがい」についての調査結果を図 4 にある全ての項目を上から順にひとつひとつ詳しく見ていきたいと思う。

・「周囲とのつながりを感じる」に『とてもそう感じる』『ややそう感じる』と回答した方は合わせて 71%だった。寄附を行うことで、寄附先やその利用者、その他の寄附を行っている方などといった周囲とのつながりが感じやすく、それが寄付に対するやりがいにもつながっていると分かった。

・「寄附行動の増進に貢献している」については、『とてもそう感じる』『ややそう感じる』という肯定的な回答が 49%、『あまりそう感じない』『まったくそう感じない』という否定的な回答が 51%とほぼ同数であった。図 3 を見ても分かるように、11 個の中でこの項目がやりがいと感じている方が最も少なかった。自分たちが寄附を行っているからといって、それが「寄附行動の増進に貢献している」と感じる方は半数程度だと分かった。

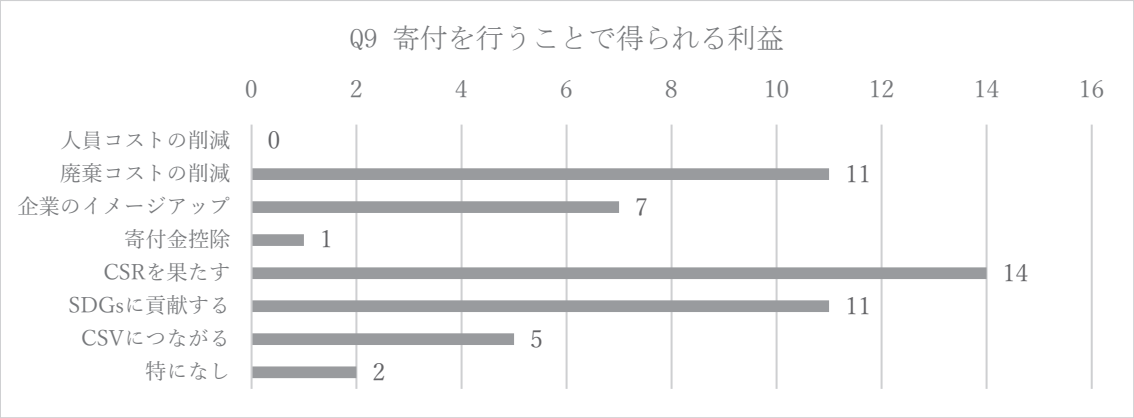
・「子ども食堂・その利用者に喜んでもらえる」に『とてもそう感じる』と回答した方は 75%、『ややそう感じる』と回答した方は 25%で、回答して下さった全員が「子ども食堂・その利用者に喜んでもらえる」ことが寄附を行うことに対してのやりがいだと感じている。この結果から、誰かのために役に立ちたいという思いで寄附を行っている方たちにとって、寄附を受け取った方たちに喜んでもらえることが 1 番のやりがいにつながっていると分かった。

・「栄養価のある食事の提供で利用者の健康増進」については、7 割の方がやりがいを感じている。この結果から、子どもが喜ぶお菓子やジュースを寄附している方もいる中、お米や野菜など栄養価の高い食料品を寄附している方はこの項目についてやりがいを感じていると予想できる。これは、食料品を受け取る利用者の親御さんにとっても、子どもにはなるべく栄養のあるものを食べて欲しいと思っているため、利用者側も栄養価のある食料品を受

け取ることで健康増進になると考えている人も多いと考える。
・「子ども食堂の運営維持に貢献している」に『とてもそう感じる』『ややそう感じる』と回答した方は合わせて 88%だった。約 9 割の方が寄附によって運営の維持に貢献していることがやりがいに感じている。「1. はじめに」でも述べたように、子ども食堂やフードパントリーを開催するにあたり、配布する食料品は最も必要である。そのことを寄附を行う側も理解しているため、この結果は妥当だと言えるだろう。むしろ私は、寄附を行うことは子ども食堂の運営維持に必ず貢献していると考えている。そのため、残りの 13%の方が『あまりそう感じない』と回答したという結果は、少し驚いたのと同時に、当たり前だがやりがい。感じることは人それぞれなのだと改めて感じた。
・「地域社会の共助(助け合い)に貢献している」については、『とてもそう感じる』が 38%、『ややそう感じる』が 50%で合わせて 88%だった。施設を建てたりイベントを開催したりといった目に見える直接的なものではなく、子ども食堂に食料品を寄附するという間接的な形でも地域社会の助け合いに貢献できる点も、多くの方がやりがいに感じていると分かった。
・「地域の方々から応援してもらえる」にやりがいを感じている方は 54%、感じない方は 46%と約半数で分かれた。この結果から、寄附を行うことで地域の方々から必ずしも応援してもらえるわけではないと分かる。地域の方々からの声が届きにくいということも、やりがいにつながっていない理由だと予想する。
・「貧困対策に貢献している」にやりがいを感じていると回答した方は 75%、4 分の 3 割だった。寄附は主に貧困対策に当てられるということは前提であり、この結果も妥当である。しかし、子ども食堂やフードバンクなどに食料品を寄附することで、実際に困窮者を救えているのかどうかというのは、寄附する側からは少し分かり辛いのではないかと考える。
・「寄附をすることで幸福感を覚える」に『とてもそう感じる』と回答したのは 25%、『ややそう感じる』と回答したのは 38%で合わせて 63%だった。寄附を受け取る側だけでなく、行う側も幸福感を覚えていることは良いことである。「寄附」でお互いに幸せになる、ウィン・ウィンの関係は理想的だと考える。「寄附をすることで幸福感を覚える」方がさらに増加して欲しい。
・「寄附をすることに使命感をもっている」にやりがいを感じていると回答した方は 62%だった。この項目にやりがいを感じているということは、使命感と言うのはポジティブな印象があるため、寄附を前向きに捉えている証拠だと考えた。もちろん、その他の方が後ろ向きだということでは決してない。
・「周囲の反響がある」については、約 7 割の方がやりがいを感じていると回答した。最初の項目の「周囲とのつながりを感じる」にやりがいを感じると回答した方も約 7 割だったことから、寄附を行うことは周囲との関わりが多くなることだと分かる。そこから新たな出会いにつながる場合もあるため、そういった点も子ども食堂などに寄附することの利点だと考える。
以上、寄附を行うことで感じるやりがいについて、ひとつひとつ詳しく見てきたが、寄附を行っている方は、様々なやりがいを感じていると分かった。11 個の項目全体で『とてもそう感じる』『ややそう感じる』と回答した方の平均は 63%だった。この項目は調査を行った私たちが考えた、寄附をすることで感じるであろうやりがいであるため、この他にも多くの

やりがいがあると考える。
それぞれやりがいを感じることは違うが、唯一「子ども食堂・その利用者に喜んでもらえる」という項目は全員がやりがいを感じると回答した。利用者に喜んでもらえるということは、子ども食堂やフードパントリーにおいて、寄附を行う方だけではなく運営者やボランティアなどの全員が最もやりがいに感じていることだと考える。
続いての、3－5 ではもう 1 つ重点をおいている「b.利益」について詳しく見ていく。

3－5. 利益



【図 5】寄附を行うことで得られる利益(複数回答可)

Q9 では、寄附を行うことによって得られる利益について「人員コストの削減」「廃棄コストの削減」「企業のイメージアップ」「寄附金控除」「CSR(企業の社会的責任)を果たす」「SDGs(持続可能な開発目標)に貢献する」「CSV(社会価値と経済価値の両方を創造する次世代の経営モデル)につながる」「特になし」の 8 つの項目にあてはまるものすべてに回答していただいた。

最も回答が多かった利益は「CSR を果たす」だった。回答者 24 名中 14 名と、半分以上の方が寄附を行うことで得られる利益であると回答した。CSR とは、「Corporate Social Responsibility」の頭文字で、企業が倫理的観点から事業活動を通じて、自主的（ボランタリー）に社会に貢献する責任のことである。自社製品の食料品などを寄附することで、子ども食堂やフードバンクなどを通して、困窮者の方々への支援になる。こういった観点から子ども食堂に寄附を行うことで社会的責任を果たしていると考える企業が多い。確かに、子ども食堂への食料品の寄附というのは、自社で食料品を扱っている企業ならではの CSR であり、自社の強みを活かしていると考える。

また、CSR とも関連してくる項目である「SDGs に貢献する」と回答した方は 11 名だった。SDGs とは、「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称である。SDGs では 17 の大きな目標と、それらを達成するための具体的な 169 のターゲットで構成されている。具体的には、「質の高い教育をみんなに」「すべての人に健康と福祉を」といった教育や健康に対しての支援や「働きがいも経済成長も」「産業と技術革新の基盤をつくろう」など経済や産業といった目標が掲げられている。子ども食堂への寄附はこれら 17 の目標のうち、「貧困をなくそう」と「飢餓をゼロに」の 2 つの目標に対しての活動だと考えられる。では、企業はどのような活動を行っているのか。ここでは、コカ・コーラボトラーズジャパ

ン株式会社の活動を例にとって見ていく。コカ・コーラボトラーズジャパンでは「フードバンクを通じた製品寄贈」と題して、2016 年から日本初のフードバンク団体であるセカンドハーベスト・ジャパン（公益財団法人日本フードバンク連盟加盟）や一般社団法人全国フードバンク推進協議会など 22 団体とパートナーシップを結び、各地域のフードバンク団体を通じて、子ども食堂ならびに各種福祉施設などに、定期的な飲料製品の寄贈を行っている。具体的には、埼玉県および、社会福祉法人埼玉県社会福祉協議会との間で「子ども食堂等子供の居場所を支援するための協働に関する協定」を締結し、「こども食堂応援自販機」という自動販売機を設置した。そして、「こども食堂応援自販機」の売上の一部を、埼玉県社協「こども食堂応援基金」へ寄付し、こどもの居場所をつくりたい人の支援に活用しているそうだ。

続いて、同じく 11 名が回答した「廃棄コストの削減」についてである。食料品を扱っている企業では、売れ残った商品や包装ミスなどで販売できなくなった商品などを廃棄するためのコストがかかってしまう。しかし、子ども食堂やフードバンクなどにそれらの食料品を寄附することで廃棄コストが削減できる。では、なぜ廃棄コストが削減できるのか解説する。

2018 年 12 月 19 日、国税庁と農林水産省より、フードバンクなどの組織へ食料品を寄贈・提供した場合の法人税法上の取り扱いについて、「一定の条件のもと、経費として全額損金算入を認める旨」が発表された。これまで、食料品を廃棄していた企業は、寄附を行い経費として全額算入できることで廃棄コストが削減できる。その結果、企業にとって経済上のメリットがあるというわけだ。

全額損金算入が認められるためのポイントは、次の 2 つ。1. フードバンクへ寄附した食品が、「食品ロス削減のためである」ということ。社内ルールに従って、廃棄予定の食品をフードバンクに提供するもの。２. 社外から見て、提供した食品が目的以外に使われないことが担保されること。これはこういう理由で廃棄する相当のもので、合意書内できちんとルール化されていること。

さらに、これらの食料品を寄附をすることで食品ロスにもつながる。日本では廃棄物の処理に多額のコストを投入しており、市町村及び特別地方公共団体が一般廃棄物の処理に要する経費は約２兆円/年（環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等について」）である。

また、日本では１年間に約 643 万トン（2018 年度推計値）もの食料が捨てられており、これは日本人１人当たり、お茶碗１杯分のごはんの量が毎日捨てられている計算になる。その中でも、スーパーやコンビニなどで廃棄する事業系食品ロスは 352 万トン、家での食べ残しや賞味期限切れで廃棄する家庭系食品ロスは 291 万トンである。

これらのことから、子ども食堂やフードバンクに寄附を行うことで廃棄コストが削減できている企業が多いと考えられる。

以上、寄附を行うことでのやりがいや利益などを見てきたが、次の章では私が実際に参加した 2 つのフードパントリーの報告書をまとめる。さらに、食料品を配布するボランティア側としてどのようなやりがいを感じたのかも述べていく。

4.　フードパントリーに参加して

ここでは私が実際に参加した 2 つのフードパントリーについてまとめる。

4−1.【フードバンク愛知 報告書】

開催地：豊田市福祉センター 駐車場
開催日：2020 年 8 月 22 日(土)
開催日時：13:00〜15:30
開催者：フードバンク愛知
開催内容：予約制のフードパントリー
定員：16 団体、計 490 人分
協賛企業：全国食支援活動協力会、イケア・ジャパン株式会社、株式会社バローホールディングス

8 月 22 日にフードバンク愛知さんが開催したフードパントリーに参加した。今回初めて豊田市でフードパントリーが開催された。コロナ禍により密を避けるため、予約制であり受け取る時間をずらすといった対策が取られていた。参加した団体は、豊田市の子ども食堂や学習支援を行っている方など 16 団体で、受け取る人数は約 490 人。参加された中にはわざわざ岐阜県から来られた方もいた。

また、フードパントリーには成先生が要請された中日新聞の記者や豊田市社協の方、その他多くの人がいて、想像していたよりも大規模なフードパントリーだった。

私たち学生は、取りに来られた車の誘導と食材の積み下ろしの二手に分かれ手伝った。私は安松くんと食材の積み下ろし作業を担当した。受け取りの予約時間が 10 分おきだったため、なるべくスムーズに積み下ろしをしなければならなかった。配布人数が 10 名分の団体から 100 名分の団体まであり、食材が多いところは予め積みやすいように分けておき、効率よく作業ができるような工夫もした。

当日は晴れていて気温が高かったため、フードバンク愛知さんから頂いたうちわを扇いだり、こまめに水分補給を取ったりという熱中症対策も行った。

さらに、食材を配布するだけでなく、ゼミで作成した「サンクスカード」も配布した。食材を受け取った子どもや親御さんからの声や、子ども食堂や学習支援を行っているスタッフからの声を集めるためのものである。サンクスカードは自分たちで一から文章やデザインを考えた。実際にどれくらい返ってくるかは分からないが、なるべく多くの方からの声が集まると良いと思う。

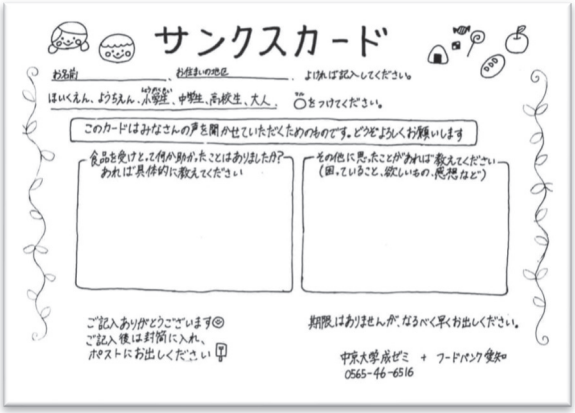
今回、食材を配布する側としてフードパントリーに参加したことで、新たな発見があった。まずは、受け取りに来た方からの感謝の言葉や笑顔を見ることができ、私も嬉しく参加して良かったと思った。子ども食堂を運営している人は、子どもや親御さんから同じように感謝の言葉をもらったり、笑顔を見ることがやりがいになっていると以前のレポートでも記述したが、今回は自ら経験したことで改めて感じた。

また、フードパントリーを開催することは多くの人の支援や協力を得ていると再確認した。今回のフードパントリーで配布した食材はイケアやバロー、海外の食品会社などから寄

付して頂いたものであった。それを配布するフードバンク愛知さんの準備や開催する場所を確保することなど、しなければならないことは多いと分かった。

私たちは当日のみの参加だったが、竹中くんは代表として、数日前からフードバンク愛知さんとの話し合いやトラックに食材を積む作業などをしてくれていて凄く助かった。当日も中日新聞の記者からインタビューされていて頼もしかった。

今回のフードパントリーに参加したことやサンクスカードを作成したことは今までとは少し違った活動だったため、良い経験になった。



サンクスカード

お名前＿＿＿＿＿＿、お住まいの地区＿＿＿＿＿＿、よければ記入してください。

ほいくえん、ようちえん、小学生、中学生、高校生、大人、○をつけてください。

このカードはみなさんの声を聞かせていただくためのものです。どうぞよろしくお願いします

食品を受けとって何か助かったことはありましたか？
あれば具体的に教えてください

その他に思ったことがあれば教えてください
（困っていること、欲しいもの、感想など）

ご記入ありがとうございます◎
ご記入後は封筒に入れ、
ポストにお出しください

期限はありませんが、なるべく早くお出しください。

中京大学成ゼミ ＋ フードバンク愛知
0565-46-6516

4－2.【日進絆子ども食堂 報告書】

開催地：にぎわい交流館駐車場
開催日：2021 年 1 月 10 日(日)
開催日時：10:00～11:00
開催者：NPO 絆
開催内容：フードパントリー
定員：先着 30 家族
配布食材：お米 1 キロ・そば・レトルトカレー・馬鈴薯・玉葱・お菓子・缶詰・リポビタン D キッズ・エナジードリンク・その他、小口寄付の数々の食材
寄付者：大成製薬・JA 尾東・平松様・絆子ども食堂ファーム・ファミリーマート三本木町店の皆様・その他ご寄付の皆様

今回は、初めて日進絆子ども食堂のフードパントリーに参加した。日進絆子ども食堂は、にぎわい交流館でご飯を提供していたが、新型コロナウイルスの影響により交流館が使用できなくなった。そのため、2020 年 3 月以降はフードパントリーに切り替え、食材を配布している。今のところ、居場所としての子ども食堂の再開の目処はたっていないそうだ。

フードパントリーはドライブスルー式で行われた。配布食材はお米や野菜、レトルト食品やお菓子などと多くのものが配布された。野菜が入った袋、その他の食材が入った袋、お菓子の箱の 3 つに分けられていて、ドライブスルー式ならではと言っても良いほどの重さと多種類だった。先着順のため、開始時間の 10:00 より前から多くの車が並んで待っていた。中には「列が交差点まで連なっているため、車をどこに停めたらいいか」と聞きに来る子どももいて、多くの人が待ち遠しにしていたのだと感じた。

コロナ対策としては、ドライブスルー式で、受け取りに来た人は車から出ずに受け取ることができるため安心して来ることができる。配布側は必要最低限のスタッフとボランティア、且つ屋外開催のため密を避けることができており、対策はできていた。

フードパントリー終了後、主催者の山崎さんに日進絆子ども食堂についてのお話を伺った。日進絆子ども食堂は多くの方から食材を寄付してもらっており、神戸物産や流通関係を始めとする企業や知り合いからの寄付で成り立っているそうだ。
また、山崎さんはコンビニの廃棄という食品ロスの多さに目を付けた。「ロスがどのようにすれば笑顔に変えられるか」と考えた結果、近くのファミリーマートと連携した。さらに、ファミリーマートでは個人からの寄付の受け取りと保管をしてくれているという。個人の寄付者は持って行先が分からない人が多い。その問題をコンビニで受け取るということで解消している。実際に、ファミリーマートで受け取る寄付は全体の寄付の半数を占めている。

企業からの子ども食堂への支援は、寄付という物の支援だけではない。例えば、日進絆子ども食堂は 350 坪の畑を所有しているが、その畑を耕すために、デンソーが 10 人ほどボランティアとしてスタッフを派遣をしてくれるという。その他の企業からも子ども食堂のホームページの作成に協力してもらうなどの支援を受けている。山崎さんは、これらの寄付以外の支援も非常に助かっていると仰っていた。そして、これらの活動は企業の社会貢献や

SDGs の一環として行われているため、双方がプラスになっていると言える。

また、山崎さんは「子ども食堂と市や社会福祉協議会などが協力して後方支援をしていくことが大事。本当に必要としている人たちに届けることが一番。」と仰っており、改めて本当に必要としている人たちへ届けることの大切さと難しさを感じた。

山崎さんの奥様は、「現在はコロナにより場所が使えずフードパントリーのみの開催だが、食材を受け取った人たちからの"ありがとう"の声がやりがいになっている。」と仰っていた。利用者の中には、子どもの写真付きで感謝のメッセージを渡して下さる方もいた。

配布食材

車の窓から食材を渡している様子

5. おわりに

本稿では、子ども食堂やフードバンクへの「寄附」に焦点を当て、寄附をしている方を対象に行った調査結果をまとめてきた。その中でも重点を置いた、寄附を行うことで得られる「a.やりがい」と「b.利益」の 2 つの分析から、私が立てた仮説の結果を見ていく。

「a.寄附先や寄附を受け取る利用者の方々からの感謝や喜びの言葉が 1 番のやりがいになっているのではないか」は立証された。図 4 から、「子ども食堂・その利用者に喜んでもらえる」にやりがいを感じている方が最も多かった。『とてもそう感じる』と回答した方は 75%、『ややそう感じる』と回答した方は 25%で、全員がやりがいを感じていると分かる。これは、寄附を行う企業や団体だけではなく、子ども食堂の運営者やボランティアも同じ気持ちである。私もボランティアとして実際に参加した子ども食堂やフードパントリーで、利用者の方から「ありがとうございます。」「こんなにたくさんもらえて嬉しいです。」など感謝の言葉や喜びの言葉をかけて頂いた時は非常に嬉しかったし、やりがいを感じた。子ども食堂に寄附することで、こうした利用者とのつながりを感じられる点が、その他の寄附よりもやりがいに感じられる良いところだと言えるだろう。

「b.寄附をすることで、販売できない食料品などを廃棄するコストの削減につながっているのではないか」は立証された。図 5 の寄附を行うことで得られる利益で、「廃棄コストの削減」と回答した方は 24 名中 11 名と約半数近くだった。さらに国として、子ども食堂やフ

ードバンクに寄贈・提供した食料品は全額損金算入可能にするなどの政策をとっていることも立証できる理由である。だが、フードバンクなどに寄附されるお金や日用品など食料品以外のものは経費として全額損金算入を認められていないため、国としての政策をさらに拡大してもらいたい。

以上のことから、子ども食堂への寄附を拡大させるためには、食料品を扱っている企業に寄附を行うことで得られるメリットを提示し、少しでも多くの方に子ども食堂やフードバンクという存在とフードパントリーという活動を知ってもらうことが大切だと考える。

私が考える具体的な案として、愛知県内で大規模なフードパントリーを開催し、多くの方に利用してもらう。コロナ禍ということもあり、1 つの場所にあまり集まらないようにしたり、より多くの方に利用してもらうために数箇所で同時に開催する。そのために、愛知県内の多くの子ども食堂やフードバンクが協力することが必要になってくる。また、企業にも協賛してもらい CM を流すことでより注目が高まる。

また、今回の調査では約 100 件の調査を依頼したが 24 件のみの回答でありサンプルが少なかったことが課題として残った。対象が企業や団体であり返信率は低いと予想していたが、もう少し多くのサンプルがあればより確証のある結果が得られたと感じた。

しかし、今回行った調査を通して、子ども食堂やフードバンクに寄附を行っている方々の思いを知り、新たな発見や改めて感じるものがたくさんあった。全員に共通して言えることは、少しでも人の役に立ちたい、本当に必要としている方に届いて欲しいという思いがあることである。課題としても企業や団体だけでなく私たち学生や一般の方が子ども食堂に関わることで、より多くの日本国民に関心を持ってもらうことにつながり、今後の子ども食堂への寄附も拡大していくと考える。

【参考文献・引用文献】

・井出留美,2019,「『寄付より廃棄』の選択肢が変わる 国税庁・農林水産省がフードバンク等への寄贈食品の全額損金算入を認可」2020 年 2 月 4 日アクセス
・コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社,2020,「『地域社会』への取り組み」2020 年 2 月 1 日アクセス
・コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社 2020,「こどもの居場所を自動販売機で支援！『こども食堂応援自販機』の設置に関する協定締結式を実施」2020 年 2 月 1 日アクセス
・朝日新聞 コトバンク, 2020 年, 『フードパントリーとは』2020 年 1 月 31 日アクセス
・消費者庁,2020,「食品ロス削減関係参考資料（令和 2 年 3 月 31 日版）」2020 年 2 月 4 日アクセス