



## 【取組内容】

- 「おにぎり」の写真をSNSまたは特設サイトで投稿すると、1枚につき給食5食がアフリカやアジアの子どもたちに届く市民参加型の「おにぎりアクション」を実施。給食費用は協賛企業・自治体が提供する仕組みを展開し、これまでの5年間で世界中から累計230万人が参加、約450万食の給食を届けた。
- 給食提供を受けた子どもたちの出席率が飛躍的に改善した地域も見られるなど教育機会に直結。
- 身近な食べ物をシンボルとした写真投稿で世界の課題解決に参加できる仕組みにしたことで、幅広い層に対し、世界の貧困・飢餓問題について学ぶ機会も提供。
- 約50の企業・自治体が協賛し、企業間の連携を支援し、SDGs達成に向けた啓発メッセージを発信。

## SDGs実施指針における実施原則 (本アワード評価基準)

普遍性：	SNSを活用し世界中の人が貢献できる取組。個人参加と企業とのパートナーシップを両輪とし、日本の食文化の発信にも貢献。
包摂性：	幅広い層の個人がSDGsについて知るきっかけを創出。給食支援を受けた子ども達の栄養状態改善と教育機会の創出。
参画型：	日米を中心に約50の企業・自治体が協賛団体として協賛。世界中から累計230万人の個人が参加。
統合性：	企業等からの協賛と個人の参画の統合的な取組。SDGsへの貢献と企業のブランディングを同時に達成。
透明性と説明責任：	活動の結果をウェブサイトや月次・年次報告書で公開するとともに、メディア取材や講演会に積極的に対応。

