

特定非営利活動法人 国際連合世界食糧計画 WFP 協会

2017 年度事業報告

総括

2017 年、世界の飢餓を取り巻く環境は厳しさを増してきました。2 月には 2011 年以來となる「飢きん」の宣言が南スーダンの一部に出され、9 月には過去 10 年以上減少を続けてきた世界の飢餓人口が 2016 年の統計では増加に転じた事が報告されました。当協会ではこうした事態を深刻に受け止めながら、飢餓撲滅に向けての支援の拡大に取り組んできました。

年初 1) 個人寄付増強、2) 企業・団体との更なる連携 3) スピード化と効率化を重点施策として設定し、寄付金収入目標 13 億円と設定いたしましたが、寄付金額は 11 億 6 千万円となり、昨年実績 10 億 9 千万円を上回ったものの、目標には未達となりました。

1) 個人寄付については目標 8 億 5 千万円に対して 7 億 3,600 万円（昨年実績 6 億 2 千万円）となりました。本年特に安定した寄付支援としてのマンスリー募金の呼びかけを強化してきましたが、結果年間では 2,074 件の増加、既存加入者を含めれば 13,362 人の方に継続的（毎月の）支援をいただく事となりました。

2) 企業・団体との取り組みでは、2011 年より継続しているレッドカップキャンペーンを中心とした CRM を実施し、1 億 53 万円となりました（前年 1 億 442 万円）。またコーポレートプログラムについては 2016 年の契約社 5 社より継続しての支援を獲得することができました。その他緊急支援への呼掛け、学校給食支援への呼掛け、株主優待、従業員寄付、マッチングなど様々な仕組みを提案、継続し総額 4 億 2,087 万円（昨年 4 億 8,000 万円）の寄付収入を獲得しました。

3) 広報活動では認知度拡大施策として、10 月からの食料デーキャンペーンにおける著名人からのコメントをブックとして、SNS での展開を図り、大きな「拡散」を獲得する事ができました。

4) 管理部門では 2018-2022 年中期計画策定を中心的に推進、人事制度などの整備に向けての準備を進めました。また人事面では新卒採用、育休制度の整備、経理面でも IT を活用しての業務の効率化などを推進、オフィスの環境整備にも取り組みました。

部門別報告

■事業部門

企業・団体

学校給食プログラムを支援するレッドカップキャンペーン（寄付つき商品販売）について、評議員企業及び一般協力企業からの取り組み拡大に努め、さらにターゲット企業を従来の食品関連企業中心から食品関連外企業への提案を強化しました。結果、今年度のキャンペーンに新たに賛同いただいた昭和産業（株）、イカリソース（株）、（株）伊藤園、日清冷凍食品（株）を含むキャンペーン参加企業および主な商品は次の通りです。

- ・日清食品（株）：チキンラーメン、チキンラーメンどんぶり
- ・ユニリーバ・ジャパン（株）：リプトンティー1000ml 紙パックシリーズ
- ・（株）湖池屋：ポテトチップス 5 個入り
- ・キューピー（株）：ベビーフード「かむかむ赤ちゃん」7 品他 16 品
- ・ハウス食品（株）：とんがりコーン 75g 37g 21g シリーズ
- ・（株）ロッテ：ガーナリップルチョコレート
- ・カンロ（株）：カンロ飴
- ・マルイ食品（株）：チキン南蛮シリーズ他
- ・全国農協食品（株）：国産果実、冷凍ピラフ、グラタン他
- ・日本生活協同組合連合会：COOP ノードル他
- ・（株）中村屋：技あり仕込みビーフカレー 2 種
- ・日本ハム（株）：ウイニー（50 周年商品）

- ・キャンベルジャパン（株）：キャンベルスープ7種
- ・昭和産業（株）：魔法の天ぷら粉、お好み焼き粉、ホットケーキ
- ・イカリソース（株）：ウスター、中濃、とんかつソース各種 300ml、500ml
- ・（株）伊藤園：充実野菜 PET930
- ・日清食品冷凍（株）：冷凍日清チキンラーメン金の炒飯

この他、食品以外の売上げ連動寄付つき商品販売としては、（株）明光ネットワークジャパン（教材、ノート）、（株）グラム（ランドセル）、（株）ビバック（建設機材）、（株）ディノス・セシール（カタログ販売）、（株）ユニーク（マウス）、（株）河本総合防災（消火器）、があります。今期寄付額は1億53万円になりました。

また、民間企業とWFPが両輪となり、協働で社会における公的役割を果たすパートナーシップ「国連WFP コーポレートプログラム」は「パートナー」として（株）カネカ、（株）ファミリーマート、日清食品ホールディングス（株）の3社、「サポーター」として日本生活協同組合連合会の1社、「コントリビューター」として三菱商事（株）の1社が参加いただきました。

緊急支援については、今年2月に南スーダンで宣言された「飢きん」支援のためのDMを、5月と8月に評議員、一般協力者552社・団体へ、4月に個人既存ドナー17,700人へ、発送しました。更に8月6日中日新聞、東京新聞他地方紙朝刊（発行部数302万部）に広告掲載しました。結果24の企業・団体から1,184万円、個人からは1,855件、2,335万円の寄付をいただきました。

毎年の取組みとして10月から12月「世界食料デーキャンペーン2017 つなげよう！一杯の給食、いっぱい夢」の中で「2017年度 学校給食プログラム」に31の企業・団体から3,401万円の寄付をいただきました。

また、レッドカップキャンペーンの更なる認知拡大を図るために、2015年10月より販売のレッドカップを本年も、評議員企業、一般協力者及びグローバルフェスタ（東京都内）、横浜国際フェスタ等の複数におよぶイベントや展示会を中心に3,593個（学校給食28,774日分）を販売して支援をいただきました。発売以降の累計では13,667個（学校給食109,336日分）を販売しました。

新規獲得の為のダイレクトメールを昨年に続き9月末に、帝国データバンクを活用して今回は過去のデータと寄付が見込める属性分析をした8万件を対象に実施しました。139件で539万円の支援をいただきました。

その他、株主優待による寄付、給与天引きによる従業員寄付、各種ポイントプログラム、店頭募金箱、社内募金、専用アプリ募金、マッチング寄付など、継続的に支援していただける仕組みを継続しました。

個人

個人の皆様から初めての支援を募るために、紙媒体（カード会社レンタルリスト等）および電子媒体のダイレクトメール施策（カード会社メールリスト）に費用を投下し、寄付金収入の増強を図りました。紙媒体のダイレクトメール施策では新しい媒体に挑戦し、他媒体を上回る成果を出すことができました。またオンライン施策についても、10月から12月の世界食糧デーキャンペーンの機会を活用し、初めてアプリにおいて寄付キャンペーンを展開するなど、積極的に新しいことに挑戦し、裾野の拡大に努めました。

活動開始から2年目を迎えたFace to Face（駅前や街頭においてブース設置等を行い、個人の皆様に「WFP マンスリー募金」でのご支援を直接お願いする活動）では、年初に設定した目標獲得件数を上回り、1,500人を超える方々にマンスリー募金を始めていただくことができました。これによって「WFP マンスリー募金」は前年比18%増の13,362件となりました。

また、「遺言を通じた寄付」や「相続財産からの寄付」が社会的に注目を浴びていることを受け、当協会として初めて遺贈寄付を訴求するための広告を出稿し潜在寄付者層の開拓に努めました。

既存支援者の皆さまに対しては、昨年同様、事務処理能力の向上に努め、また積極的な情報開示やコミュニケーションを意識し、信頼関係の醸成を目指して活動を行いました。

■広報・イベント・アドボカシー

イベント、視察、出展及び講演等を通じ、国連WFPの認知度向上及び活動への理解促進を図りました。

チャリティーウォークイベント「WFP ウォーク・ザ・ワールド」を、5月14日（日）に横浜みなとみ

らいで、5月28日(日)に大阪で開催。参加者は横浜で4,439人、大阪で1,282人の計5,721人で募金額は計5,373,800円となりました。

8月6日には、飢きん緊急支援を呼び掛けるため、飢餓特集に合わせ、中日新聞、東京新聞等に広告(5段モノクロ)を出稿しました。

10月1日~12月31日の世界食料デーキャンペーンでは、ふなっしーさんやEXILE USAさんなど著名人30名の協力を得て、またSNS広告も実施し、キャンペーンの拡散に貢献しました。

「WFP エッセイコンテスト 2017」を「おなかいっぱい幸せごはん」というテーマで開催。過去最多19,075通の作品が寄せられ、応募1作品につき給食4日分(120円)が計4社の寄付協力企業より贈呈され、寄付金額は過去最高の2,289,000円となりました。広瀬すずさん、竹下景子親善大使、三浦雄一郎親善大使等には審査員としてご協力頂き、10月13日には表彰式も行いました。

10月14日~21日に竹下景子親善大使がスーダンを視察。その素材を活用し、11月5日発行の朝日新聞「GLOBE」のSDGs特集に合わせ、「飢餓と貧困」をテーマにスーダン視察報告の記事広告(全面4頁カラー)を出稿。また11月10日にはオンラインメディア「ハフポスト」に学校給食支援の記事も出稿し、バナーやリターゲティングタグも導入することで、食料デーキャンペーンLPへの誘導も行いました。さらに12月11日には、ピースリー事務局長の来日に合わせて「国連WFP事務局長×竹下景子『紛争と飢餓 ~スーダンと支援の現場から~』」を開催し、視察ビデオの上映、竹下大使のトークショー、竹下大使とピースリー事務局長の対談を実施しました。当日は145名の参加がありました。開催後実施したアンケートでは、「とても勉強になりました。すばらしい取り組みに感動しました。」等の声をいただきました。また、朝日新聞、日テレNEWS24、時事通信等、多くのメディアで紹介されました。

12月4日~10日には、国連WFPおよびSDGsとの繋がりを紹介する30秒動画を東急電鉄の車内動画広告に出稿しました。

12月27日には、主に学生や第二新卒を対象に、国連WFPスーダン事務所の日本人職員による現地報告会を東京大学駒場キャンパスで開催。43名が参加しました。さらにボランティア増のため、「レッドカップカフェ」を、3月、11月の計2回週末に開催。結果7名の方にボランティア登録していただきました。

その他、グローバルフェスタ、横浜国際フェスタ等のイベント計12件への出展、小・中・高校・大学での講演計25件を行い、国連WFPの認知向上に努めました。

■管理部門

ファンドレイジングおよび情報発信活動をバックオフィス業務から推進する為、以下を実施しました。

組織運営については、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社のプロボノでの協力のもと、前年度に実施した基本戦略策定に向けた現状分析を受けて、中期5か年計画を策定いたしました。事務局長、マネジャーによる週に一度の定例ミーティング、職員への報告会も実施し、計画策定に至ることができました。

人事面では、7名の職員を採用し(マネジャー候補1名、スタッフ3名、アルバイト1名、派遣2名)、ファンドレイジングのためヒューマンリソースの拡充を行いました。今後の人材構成や組織運営を踏まえ、また大学生からのお問合せもあったことから、これまでは行っていなかった新卒採用も実施し、若年層の国連WFP協会への就業の機会を拡げました。最終的には採用へは至りませんでした。説明会、適性試験、集団面接など新卒採用のノウハウを得ることができました。さらに、これまで明確に定められていなかった職員の等級や評価基準を、厚生労働省の職業能力評価基準などを参照し、策定いたしました。同じく厚生労働省の育休復帰支援プランを利用して、従業員の円滑な育児休業取得から職場復帰までを支援するプランを策定・実施し、その結果、助成金も得ることができました。

経理面では、現金による清算をほぼなくし、清算手続きにおける事務処理を簡素化しました。また、会計システムの変更・導入に伴い、厚生労働省の「IT導入支援事業費補助金」を得ることができ、振込手数料を削減することもできました。

総務面では、3月に通常評議会、2・6・9・12月に理事会を開催しました。国連WFP協会のPRにご協力をいただくための理事・監事・顧問の名刺裏面をデザイン名刺にしました。また、これまでの社会保険関係書類の整理、オフィスレイアウト変更、防火防災責任者の選任による防火防災体制の強化など、労務環境を整えました。さらに複合機入れ替えに伴い、業務の能率を下げることなく30%コスト

削減ができました。

以上