

特定非営利活動法人 国際連合世界食糧計画 WFP 協会

2016 年度 事業報告

1 総括

2016 年は 1) 認知度の向上、2) 寄付の増強、3) パートナーシップの開拓と進化、4) ボランティア組織の拡大、の 4 つの基本方針に基づき活動してまいりました。

結果としては、寄付金合計が約 10 億 9 千万円となり、目標額の 13 億円に対して約 2 億 1 千万、過去最高を記録した昨年実績に対しても約 1 億 1 千万下回る結果となりました。

この要因としては、自然災害等の緊急支援へのアピール発信 2 回を想定しての目標予算設定に対して、適切な発信機会を得ず、また通常の支援募金活動によって相当額を獲得できなかったことが考えられます。

1) 認知度の向上

本年 4 月のネット調査では WFP の認知度は 33.9%と 2011 年実施の調査から 10%以上の伸長を見せております。これは、これまでの地道な広報活動が結実したものと考えています。今期も広報イベント「WFP ウォーク・ザ・ワールド」「エッセイコンテスト」親善大使による現地視察報告会および映像の TV 番組化に取り組みました。三浦雄一郎親善大使のラオス視察は、これまでにない取り組みとして朝日新聞での記事体広告掲載も行いました。

2) 寄付の増強

評議員企業を中心とした企業・団体からの寄付は 4 億 7 千万円と目標を達成することができました。特に本年 5 周年を迎えたレッドカップキャンペーンは企業の CRM 活動としても定着することができております。個人からの寄付は約 6 億 2 千万円と目標を大きく下回る結果となりましたが、本年重点施策としたマンスリー募金については件数、金額ともに前年比 10%を超える伸長となり、今後とも注力に値すると考えられます。

3) パートナーシップの開拓と深化

評議員企業各社をはじめとして企業・団体の CSR 部門との協働を本年も継続し、社内イベントへのブース出展などを通して、WFP への理解促進を図ることが出来ました。また初開催となる「WFP ウォーク・ザ・ワールド大阪」を通して関西方面での協力企業開拓を進めることができた事も大きな成果と言えます。

2014 年より推進しているコーポレートプログラムについては、本年は 5 社に参加いただき当協会と各社の CSR 活動との戦略的協業を進めてまいりました。

4) ボランティア組織の拡大

講演会、イベントなどを契機としてボランティアの呼びかけを行い特に若年層の新規ボランティアの獲得に注力いたしました。「WFP ウォーク・ザ・ワールド大阪」を通して関西方面でも WFP のボランティア体験を広める好機となりました。

2 部門別報告

2-2 事業部門

2-2-1 企業・団体

2011年11月にスタートしたレッドカップキャンペーン（寄付つき商品販売）が2016年に5周年を迎え、評議員企業及び協力企業からの支援拡大に努め、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日本ハム（株）、キャンベルジャパン（株）、（株）ミスターマックス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。

- プリマハム（株）：直火焼きデミグラスハンバーグ
- 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1000m 1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
- 日本KFC（株）：スマイルセット
- ハウス食品（株）：とんがりコーン37gシリーズ
- ロッテ（株）：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ヌードル他
- 中村屋（株）：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

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）、河本総合防災（消火器）、（株）ミスターマックス（Tシャツ）があります。今期寄付額は5,880万円になります。

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4月14日の「熊本地震」、16日の「エクアドル地震」を合わせて、5月に評議員、一般協力者565社・団体と個人既存ドナー12,000人にDMを発送した結果、「熊本地震」には36の企業・団体から3,694万円、「エクアドル地震」には、14の企業・団体から917万円の寄付をいただきました。

昨年からの取組みとして10月から12月の「世界食料デーキャンペーン2016 わたしがつなぐ“赤いカップ”と子どもたちの未来 ～1万人に1年間、学ぶ喜びを～」の中で「2016年度 学校給食プログラム」に29の企業・団体から3,848万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6,130個（学校給食49,040日分）を販売して支援をいただきました。

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のデータを活用して25万件を実施し、286件で1,025万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。

2-2-2 個人

個人の皆様から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。またオンライン施策についても、ランディングページを整備するなど、より費用対効果を意識した広告出稿を心掛けました。通常の広告出稿に加え、キャンペーン等のオンライン施策についても展開し、積極的に新しい手法を用いることで裾野の拡大に努めて参りました。

上記施策に加え、4月より 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」での支援を直接お願いする）の取り組みを関東、関西地区で始めました。また、長期的に国連 WFP の活動に参加いただけるよう、支援者に対するサポートを始めました。

既存支援者の皆様に対しては、より深い信頼関係が構築できるよう、積極的な情報開示やコミュニケーション、および事務処理能力の向上に努めました。

また、社会貢献や国際貢献に興味を持つ若年層への新規寄付者獲得の為に寄付アプリ「FOODeliver」を7月より導入しました。「WFP マンスリー募金」については、1年間で9,745件から11,288件となり、昨年に引き続き増加基調を維持しました。

2-2-3 広報・イベント・アドボカシー

イベント、視察、出展及び講演、他団体とのコラボレーションを通じ、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。

3月11日の通常評議会後、知花くから国連 WFP 日本大使のトークショーを開催。キルギス視察およびヨルダンの難民キャンプ訪問の様子、支援に対する思いを語っていただき、評議員の皆様にも継続的な支援を呼びかけていただきました。

5月15日（日）には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、横浜みなとみらいで開催、また5月29日（日）には初めて大阪でも開催しました。参加者は横浜で4,658人（過去最多）と大阪で1,263人の計5,921人で募金額は計5,575,400円となり、およそ18万5千人の子どもたちに学校給食を届けることができました。横浜会場のゲスト・浜口京子さん（アテネ五輪・北京五輪女子レスリング銅メダリスト）、大阪会場のゲスト・関本賢太郎さん（元阪神タイガース 野球解説者/スポーツキャスター）にも歩いて頂きました。

5月23日～28日に竹下景子親善大使がスリランカに WFP の支援現場を視察訪問しました。6月24日には WFP 日本事務所と共に国連大学にて視察報告会を開催し、視察ビデオの上映、竹下大使のトークショー、竹下大使と知花くから日本大使の対談を実施しました。当日は290名（一般147名）の参加者があり、37,506円の寄付を頂きました。開催後実施したアンケートでは、「国連 WFP の活動の理解促進に繋がった、2人の話に感動した」等の声を頂きました。またテレビ放映番組「食が救う子どもたちの未来 ～竹下景子のスリランカ訪問～」を制作し、7月31日（日）にBS朝日で放映しました。さらに12月14日～29日には、視察にボランティアで参加下さったフォトグラファーマゆみ瑠衣さん撮影のスリランカ視察を記録した写真展をニコンプラザ仙台にて開催しました。

10月1日～12月31日には世界食料デーキャンペーン2016「わたしがつなぐ“赤いカップ”と子どもたちの未来」に合わせ、Yahoo! JAPAN ウェブサイトにて、竹下景子親善大使および三浦雄一郎親善大使の学校給食支援に関するインタビュー記事広告、およびブランドパネルの出稿を実施しました。またヤフー株式会社とジャパンラグビー・トップリーグの協力を得て、10月2日～16日まで、チャリティーオークションを開催。オークションには、リーチ・マイケル選手等、著名選手6名のレアグッズ等が出品され、落札額のうち手数料等を除く973,950円の寄付を頂きました。

10月30日～11月5日には三浦雄一郎親善大使がラオスを視察しました。12月8日の朝日新聞全

国朝刊にラオスでの学校給食支援の報告と広告を初めて出稿しました。さらにテレビ放映番組「三浦雄一郎が見たラオスの光と影 食が支える子どもたちの未来 (仮)」を制作し、12月25日(日)にBS朝日で放映しました。また12月9日には支援企業・団体を対象に国連大学で視察報告会を開催し、視察ビデオの上映、三浦親善大使のトークショーを実施しました。

「レッドカップキャンペーン」が、この度5周年を迎えたことを記念して、11月1日から、5周年の特設ウェブサイトを開示し、壁紙プレゼントの提供等を行いました。

「WFP エッセイコンテスト2016」を「ぼくの私のちからメシ」というテーマで開催しました。全国から14,659通の作品が寄せられ、応募1作品につき給食4日分(120円)が昨年より1社増の計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1,759,080円(1社あたり439,770円)となり、およそ58,636人の子どもたちに給食を届けることができました。審査員には竹下景子親善大使、三浦雄一郎親善大使他の協力を頂きました。10月14日には表彰式を行い、竹下大使、三浦大使も参加頂き、最優秀賞であるWFP賞の受賞作品は竹下大使が会場で朗読しました。

また国連WFPへの一般の方々の理解を促進し、支援の輪を広げるための新たな試みとして、WFPの現場経験のある2名の国連WFP職員の協力を得て、一般の方を対象に現地報告会を2月20日(土)と27日(土)に開催しました。両回、40名弱の方々が参加くださり、多くの方に満足いただくことができました。さらにボランティア増のため、一般の方々が飢餓問題やWFPを知りまた参加者同士が交流できる場「レッドカップカフェ」を、4月、9月、12月の計3回週末に開催。毎回20名前後の方に参加いただき、結果18名の方にはボランティア登録して頂くことが出来ました。

その他、広報媒体もより見やすくするため、ニュースレター及びA5ハンドアウトの改訂等を行いました。

2-3 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。

遺贈・相続財産からの寄付を促進するため、「必要な情報を漏れなく、分かりやすく伝えられるツール」のコンセプトのもと、既存の遺贈パンフレットを大幅に刷新しました。パンフレットには、不動産や株式などの財産の寄付も受け入れること、遺贈についてのQ&Aや遺言公正証書のサンプルも掲載しました。また、顧問弁護士・税理士のご協力のもと、一般の方向けに遺贈寄付セミナーを実施しました。セミナーでは、遺贈・相続財産からの寄付についての法制・税制面での説明に加え、忍足謙朗国連WFP協会理事からWFPの支援現場での活動についてスライドを交えて話してもらいました。

人事面では、2名の事務局正職員採用人事(スタッフ1名、アシスタントマネジャー1名)に加え、年に1名1週間程度であったインターンシップを拡充し、6か月の中期インターンシップ1名も加えて受け入れ、若年層の国連WFP協会への就業の機会を上げました。

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、認知度調査と中期基本戦略策定に向けた現状分析を実施いたしました。4月から8月までの約半年間、メンバーでのディスカッション、ステークホルダーへのヒアリング、合宿による使命・活動の柱に関する認識合せや中期ビジョンの検討等を行い、その結果判明した課題を踏まえ、来期は中期計画策定と人事制度構築に取り組みます。

クラウドサービスの給与システムを導入し、給与明細等をPCで閲覧できるようにしてペーパーレス化を進めました。

3月に通常評議会、2・5・9・12月に理事会を開催しました。

団体内部での起案、各種申請をオンラインで行えるようにクラウド版ワークフロー・システムを導入し、ペーパーレス化を進めました。

また、これまでの協会内の保存書類を担当部署ごとに保存期間や方法で分類して仕分けし、可能な

ものは電子化保存してペーパーレス化、不要なものは廃棄しオフィススペースの確保を図りました。
さらに、購入後5年目となったPCと複合機を入れ替え、IT環境を整えました。

以上