



2009年5月20日

報道関係各位

ダノンウォーターズオブジャパン株式会社
財団法人 日本ユニセフ協会

アフリカの子どもたちに清潔で安全な水を Volvic – ユニセフ タイアップキャンペーン 「1ℓ for 10ℓ(ワンリッター フォー テンリッター)」プログラム、2009年(3年目)も実施 水問題に社会全体で取り組む一歩を目指して、業界を越えたコラボレーションを開始

ナチュラルミネラルウォーターブランド「Volvic(ボルヴィック、以下ボルヴィック)」を有するフランスの総合食品メーカーダングループの飲料水事業を日本で展開するダノンウォーターズオブジャパン株式会社(本社:東京都目黒区上目黒、代表取締役社長:リチャード・ホール、以下ダノンウォーターズオブジャパン)と財団法人日本ユニセフ協会(東京都港区高輪、会長:赤松 良子、以下日本ユニセフ協会)は本日、ボルヴィックとユニセフがグローバルに展開している清潔で安全な水を確保するための支援プログラム「1ℓ for 10ℓ(ワンリッター フォー テンリッター、以下 1ℓ for 10ℓ)」プログラムを、昨年に引き続き日本全国で展開することを発表します。日本における「1ℓ for 10ℓ」プログラムの実施は本年度で3年目を迎え、2009年のプログラム実施期間は6月1日(月)から9月30日(水)までの4ヶ月間です。

本年のプログラムを通じ、アフリカ・マリ共和国の子どもたちとコミュニティに今後10年間で延べ約8億リットルの清潔で安全な水を供給することを目標としています。同時に、日本におけるアフリカの水と衛生に関する問題に対する関心と理解を高めることを目指し、プログラムの告知活動や水の問題に関する啓発活動を行います。具体的には、テレビコマーシャルの放映やボルヴィックのブランド website(www.volvic.co.jp)の「1ℓ for 10ℓ」プログラムスペシャルサイト上での情報提供に加え、日本の小学生を対象とした第2回 Volvic 1ℓ for 10ℓ プログラム「みんなのみず」お絵かきコンクール(詳細は、後日ご案内させていただきます)や教材の提供等を実施します。

水に関わる事業を展開する企業との、CSR分野での異業界コラボレーション

3年目となる今年は、Volvicと同じく水に関わる事業を展開する三洋電機株式会社の賛同により、同社の、節水機能を持ち、水の大切さを発信しているドラム式洗濯乾燥機ブランド「AQUA」とボルヴィックと共同で、日本における水の大切さを啓発していく活動を開始します。また、三洋電機で洗濯機事業を手掛ける三洋アクア株式会社は「1ℓ for 10ℓ」プログラム実施期間中のAQUAの新機種の売上の一部を日本ユニセフ協会へ寄付し、同支援金は、ボルヴィック「1ℓ for 10ℓ」プログラムの支援国であるマリ共和国におけるプロジェクトの活動資金として役立てられます(詳細は別リリースをご参照ください)。世界の水の問題について共通の目標を持つ企業・団体との新たな活動へ共同で取り組むことで、現在地球が抱える水に関する問題を、社会全体で考える一助となることを目指します。

以上



1ℓ → 10ℓ



「1ℓ for 10ℓ」プログラム概要および日本で実施したキャンペーンによる支援実績:

「1ℓ for 10ℓ」プログラムは、世界の水に関わる重要課題に取り組んでいくため、ボルヴィックとユニセフが 2005 年から共同で取り組んでいるもので、ユニセフが開発途上国を中心に世界各地で実施している水と衛生に関するプロジェクトを、ダノングループがボルヴィックブランドを通じて支援するグローバルプログラムです。

日本ではアフリカ・マリ共和国を支援することを決定し、同国における清潔で安全な水の確保および現地の人々の衛生環境や生活水準の向上を支援すると同時に、日本で“アフリカの水と衛生に関する問題”に対する関心と理解を高めることを目指し、2007 年からプログラムを開始しました。

プログラム実施期間中、全てのボルヴィック製品(フルーツキスを含む)の売り上げ総量に応じて、ダノングループは売上の一部をユニセフに寄付し、ユニセフはこの支援によって、清潔で安全な水を供給するため、井戸を造り、10 年間のメンテナンスを行います。このようにして、ボルヴィック出荷量 1L につき 10L の清潔で安全な水が、支援対象国であるマリ共和国の人々に供給されることにつながります。

持続的な使用を実現させるために、ユニセフは井戸の建設や修理だけでなく、修理工や修理部品の確保、トレーニングを実施し、住民が主体となってメンテナンスを行うことで、10 年に渡る井戸の使用の実現を目指します。

2007 年および 2008 年に日本で実施したプログラムの支援実績は以下の通りです。

実施期間	支援金額	10 年間で供給される水の総量	支援対象者数	主な支援金使用用途
2007 年 7 月-9 月	約 4,200 万円	712,240,260 リットル	31,427 人*	①手押しポンプ付の深井戸 20 基を新設 ②故障していた手押しポンプ付きの深井戸 60 基を修復 ③支援地域であるモプティ地方の村にいるポンプ修理工 12 名を対象に、井戸のメンテナンスのためのトレーニングを実施 ④井戸の修理やメンテナンスに使用する工具を供給 ⑤持続的かつ衛生的に水を利用するため、新しく井戸ができた 20 の村と手押しポンプが修復された 57 の村で、地元住民による水管理委員会を設立
2008 年 6 月-10 月	約 6,700 万円	1,116,238,860 リットル	約 20,000 人	< 予定 > ①手押しポンプ付の深井戸 23 基を新設 ②手押しポンプ付の深井戸 40 基の修理を含む持続可能な水源管理体制の整備 ③手押しポンプのメンテナンスを確実に実施できる水と衛生に熟練した作業員の育成 ④コミュニティの水と衛生に関する活動の管理および住民への水と衛生に関する啓蒙活動を行うための自治体レベルの能力の強化
合計	約 1 億 900 万円	1,828,479,120 リットル	約 51,427 人	

*基本的には、12,000 人の支援を目指して実施した支援でしたが、さまざまな要因により井戸の設置場所を変更したこと等もあり、受益者の数が 30,000 人を超えました。受益者が増えたのは、より多くの方に清潔で安全な水が届くことを目指した結果です。また、31,427 人には、修復した井戸の受益者の数は含んでいません。

マリ共和国における清潔で安全な水に関する問題:

マリにおいて清潔で安全な水源を利用する人々の割合は国民の 60% (1.7 人に 1 人) と世界平均より低く、特に農村部では 48% (2.1 人に 1 人) に留まっているのが現状です。農村部では手掘りの浅井戸や池等の濁った水を使用する状況が強いられ、下痢やメジナ虫病(寄生虫病)、コレラやトラコマ(慢性結膜炎)等、水と不衛生な環境が原因となる病気が多くみられます。なかでも、清潔で安全な水と衛生習慣があれば、その多くが予防できる下痢は、5 歳未満の子どもの死因の 3 番目(約 15%、約 180,000 人の死亡)に数えられます。今回のプログラムは、農村部でも特に清潔で安全な水源が確保できず、手掘りの浅井戸や池等の水を生活水として使用せざる



るをえない地域を対象に実施されます。

日本で実施したプログラムによる支援を受けたコミュニティの様子：

2007年、2008年に日本で実施した「1L for 10L」プログラムによって手押しポンプ付の深井戸建設、壊れた手押しポンプの修復が行われ、清潔で安全な水を供給するための支援が実施されています。日常的に水を使えるようになり、農作物の栽培や乳幼児を清潔に保つことができるようになる等、現地の人々の衛生環境や生活水準の向上に貢献しています。

「Volvic 1L for 10L」プログラムの実施国を拡大し、合計 9 カ国で展開：

2005年にドイツで始まった「1L for 10L」プログラムは2006年フランスでも展開され、2007年は日本でも実施されました。その後、昨年は新たにアメリカ合衆国、カナダ、イギリス、オーストリア、スイス、ルクセンブルクもプログラム実施国に加わりました。

ダノングループについて

ダノングループは、フォーチュン 500 に数えられ、世界において最も成功を収めているヘルシーな食品をお届けする企業のひとつです。世界中のできるだけ多くの人々に、おいしく、栄養があり、各市場に適した食品と飲料製品を通じて健康をお届けすることを使命に掲げています。使命を達成していくことが、ダノングループの継続的な急成長の原動力となっています。現在、全世界において五大洲 120 カ国以上で事業を展開しており、約 8 万人の従業員を擁し、約 160 の工場があります。2008 年度売上 152 億ユーロを誇り、チルド乳製品 (世界第1位)、飲料 (世界第2位)、乳幼児向け食品 (世界第2位)、および医療用栄養食の 4 つのビジネスを核としたヘルシーな食品をお届けする企業として確固たる地位を築いています。

Euronext Paris 上場企業。社会貢献活動としては、Dow Jones Sustainability Index Stoxx and World, ASPI Eurozone and Ethibel Sustainability index に入っています。(www.danone.com)

Volvic について

Volvic は、輸入ミネラルウォーターの中で売り上げ No.1*ブランド。1986 年の日本での輸入開始以来、若者層を中心に幅広く愛飲されています。水源はフランス中部・オーヴェルニュ地方に広がる火山自然公園のピュイ山脈。北端にある Volvic 村の地下深くから採水し、外気に全く触れることなく充填・キャッピングされた、まさに大自然がそのまま生きているナチュラルミネラルウォーターです。水源地の周辺環境は厳重に保護されており、約一万年前の火山活動で生まれた特別な地層が自然なフィルターとなってゆっくりとろ過されます。ヨーロッパでは珍しい「硬度 60 の軟水」で、そのすっきりとまるやかな味わいは、日本人の口にもよく合い、消費者の皆様から好評をいただいております。(www.volvic.co.jp)

日本においては、キリンMCダノンウォーターズが Volvic の輸入、マーケティングを行い、キリンビバレッジが販売を行っています。

*参考 (株)食品マーケティング研究所:リキッド飲料市場研究データブック 08 年度版 清涼飲料速報編

ユニセフについて

ユニセフ (UNICEF: 国際連合児童基金) は、世界の子どもたちの命と健やかな成長を守るために活動する国連機関です。現在、150 以上の国と地域で活動をしています。ユニセフは、子どもの権利を守る主要な機関として、保健、教育、栄養、水と衛生、保護などの支援活動を実施しています。活動資金は、すべて個人や企業・団体・各国政府からの任意拠出金でまかなわれています。

40 年以上に渡り、ユニセフは安全な水と衛生施設を必要としている人々に提供するためのプログラムを実施しており、井戸やトイレの建設や水と衛生に関する啓蒙活動を展開しています。「安全な水と衛生の確保」はユニセフが中期事業計画 (2006 年～2009 年) で掲げる 5 つの重点分野の 1 つ「子どもの生存と発達」に含まれ、様々な政府機関や NGO 等のパートナーと協力しながら活動しています。(http://www.unicef.org)

日本ユニセフ協会について

財団法人日本ユニセフ協会は、先進工業国 36 カ国にあるユニセフ国内委員会のひとつです。日本国内において民間として唯一ユニセフを代表する組織として、ユニセフ活動の広報、政策提言 (アドボカシー)、募金活動を担っています。(http://www.unicef.or.jp)