



2008年5月27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 2008 年も実施
本年より、日本の小学生向け啓発活動を開始**

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、会長代行・副会長:東郷 良尚、以下日本ユニセフ協会)は、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、昨年より引き続き日本全国で展開することを発表しました。実施期間は、さらなる支援規模の拡大を目指し昨年より期間を1ヶ月拡大した6月1日(日)から9月30日(火)までの4ヶ月間で、これによりアフリカ・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10億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。また、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を実施していく予定です。2年目となる今年は、昨年同様テレビコマーシャルの放映による告知活動や、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「絵画コンクール」(期間:7月1日から9月30日。詳細は、後日ご案内させていただきます)や教材の提供等の啓発活動を通じて、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ます。また、ご購入いただいたボルヴィックの購入量を登録することで消費者個人の貢献規模を把握でき、さらにアフリカの水問題をクイズ形式で学習できる仕組みのモバイル企画「ケータイで1L for 10L～Volvicと一緒にアフリカの水を知ろう!～」も展開します。*

*モバイル企画「ケータイで1L for 10L～Volvicと一緒に アフリカの水を知ろう!～」

公式モバイルサイト: <http://1for10.jp>

上記の携帯サイトにアクセスしていただき、ご購入いただいたボルヴィックの購入量をご登録いただくと、ご自身の貢献規模を把握できます。また、10日に一回、「アフリカの水」に関するクイズがメールで届きます。さらに、クイズの正解レベルに応じて、デコメールがもらえるという特典が用意されています。

展開期間: 2008年6月1日～2008年9月30日

「1L for 10L」プログラム概要および昨年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、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7月2日から9月30日までプログラムを実施しました。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。

2007年日本で実施したプログラムにより、ダングループより、ユニセフへ約4,200万円が寄付され、今後10年間でアフリカのマリ共和国に住む約12,000人の人々に供給される水の総量は712,240,260リットルに達すること

となります。現在、手押しポンプ付の深井戸 20 基の建設、および故障中の手押しポンプ 60 基の修復、メンテナンスのためのトレーニングが行われており、6 月中旬までにすべて完了する予定です。

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全国民の 50% (2 人に 1 人) と世界平均より低く、特に農村部では 36% (2.7 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 180000 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をえないモプティ (Mopti) 地方とガオ (Gao) 地方を対象に実施されます。

2008 年のキャンペーンによるマリでの具体的支援活動内容:

日本での Volvic 出荷量に応じてダノングループから寄付された支援金をもとに現地でユニセフが行う具体的な支援活動としては、1) 手押しポンプ付の深井戸の建設、2) 故障して使用できない手押しポンプの修復を含む持続可能な水源管理体制の整備、3) 手押しポンプメンテナンスのためのトレーニングの実施、そして 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、が含まれます。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。2008 年プログラムに基づく、マリにおける支援事業の詳細は、プログラム期間終了後に発表予定です。

2007 年のキャンペーンによる支援を受けたコミュニティの様子:

2007 年日本で実施した「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、清潔で安全な水が供給されるようになりました。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。

 <p>2007 年プログラムを通じて設置された手押しポンプ付の深井戸で水を汲む女性 (モプティ地方ジリジャラ村)</p>	 <p>井戸の傍に作った畑へ水やりをする女性たち (モプティ地方ジリジャラ村)</p>	 <p>子どもに水浴びをさせる女性 (モプティ地方ジリジャラ村)</p>
--	---	---

「1L for 10L」プログラムの実施国が拡大:

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。今年新たにアメリカ合衆国、イギリス、オーストリア、スイス、そしてルクセンブルクもプログラム実施国に加わり、合計 8 ヶ国を中心に拡大、ボルヴィックを通じたアフリカにおける清潔で安全な水確保のための長期的な支援活動に取り組みます。



1_e → 10_e



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、世界においても成功を収めている健康食品企業のひとつです。世界中のできるだけ多くの人々に、おいしく、栄養があり、購入可能な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。現在、全世界において200の工場と約9万人の従業員を擁し、五大洲120カ国以上で事業を展開しています。2007年度売上127億ユーロを誇り、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)、および病院用栄養食の4つのコアビジネスからなる健康食品企業としての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, Stock and World, ASPI Eurozone and Ethibel Sustainability indexにリストされている。(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、156 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)