

日本初の大賞受賞！

TABLE FOR TWO「おにぎりアクション」が、 「アジア・マーケティング 3.0 アワード」大賞を受賞 ～アジア 6 カ国 19 団体から大賞を受賞～

日本発、世界の食料問題の解決に取り組む NPO 法人 TABLE FOR TWO International（東京都港区、代表小暮真久、以下 TFT）は、この度、アジアの優れたマーケティング活動を表彰する『アジア・マーケティング・エクセレンス賞』のプロジェクトにて、人々のスピリットに訴えるアジアの次世代企業・ビジネス活動を表彰する『マーケティング 3.0 アワード』の大賞を受賞しました。この賞は、アジア 16 カ国が加盟するマーケティング連盟がアジアの優れたマーケティング活動を表彰するもので、TFT は日本の食で世界を変える「おにぎりアクション 2016」の企画において、6 カ国 19 団体の候補の中から大賞として選出されました。9 月 22 日（金）にモンゴルにて表彰式が行われ、企画責任者の大宮が出席し賞を授与されました。本アクションは「アジアが誇れるマーケティング事例」であるとして、アジア諸国のマーケティングリーダーより高い評価を受けました。



「おにぎりアクション」は、日本のソウルフード「おにぎり」にちなんだ写真を投稿すると、アフリカ・アジアの給食寄付になる取り組みで、2016 年は開催期間 51 日間でのべ 36 万人が参加し、85 万食の給食を開発途上国の子どもたちに届けることができました。『アジア・マーケティング・エクセレンス賞』が創設されて以来、日本からの大賞受賞は初めてです。

◆ おにぎりアクション 2016 とは

「日本の食を通じて、世界の子どもたちに食を届ける」というコンセプトの元、国連が定めた 10 月 16 日「世界食料デー」（世界中の人が食べ物や食料問題について考える日）を記念して、2016 年 10 月 11 日から 11 月 31 日まで TFT が実施したグローバルキャンペーン。

全国各地、世界各地でおにぎりを作り、または購入し、その写真とハッシュタグ #OnigiriAction を付けて SNS (Facebook, Instagram, Twitter)、または TFT の特設サイトへの投稿を呼びかけました。参加

者に代わり協賛企業が写真1枚につき給食5食分に相当する100円を寄付し、アフリカ・アジアに給食を贈る仕組みになっています。(http://jp.tablefor2.org/campaign/onigiri/)



このアクションは「日本の身近な食を通じて世界を変える取り組み」として SNS 上で共感の輪が広がり、Twitter, Instagram を中心に広く拡散されました。51 日間のキャンペーン期間中に、世界各国からのべ 36 万人の参加による約 11 万件のおにぎり写真の投稿が集まり、企業協賛・商品寄付（日米 21 社）と個人からの寄付により 85 万食の給食をアフリカ・アジアに届けました。

特設サイトに投稿された写真のグローバルマップ



2016 年協賛企業



◆ 『AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞』受賞の経緯

アジア・マーケティング連盟に加盟する 16 カ国・地域のマーケティング団体が協力して、アジアの優れた企業を表彰するプロジェクトで、第 1 回は 2015 年より実施されました。TFT が実施した「おにぎりアクション」は、公益社団法人日本マーケティング協会が主催する「第 9 回日本マーケティング大賞」において「奨励賞」を受賞し、日本マーケティング協会の内部審査を経て本賞にノミネートされました。選考会は 5 月 19 日にインドネシアで開催され、各国から集まった選考委員によって大賞が決定しました。TFT は、人々のスピリットに訴えるアジアの次世代企業・ビジネス活動を表彰する『マーケティング

『アジア・マーケティングエグゼレンスアワード2017』にて、6カ国19団体のノミネートの中から大賞として選出されました。日本からの大賞受賞は初めてで、日本初の快挙となりました。



TABLE FOR TWO International おにぎりアクション企画責任者 大宮 千絵コメント

この度、“日本の食を通じて世界を変える”本取り組みが、世界的に認められたことをとても嬉しく思います。アジア各国のマーケティング関係者の皆様から、「おにぎりアクション」は圧倒的な支持をいただき、日本・アジアが誇れる企画として、高い評価と賛辞をいただきました。日本のソウルフードおにぎりで、日本人の力を通じて世界を良くできることを、アジアの皆様を知っていただき評価いただいたことを、1人の日本人として大変嬉しく誇りに思います。

● アジア・マーケティング連盟 (Asia Marketing Federation) とは：

1991年、当時のJMA会長鳥井道夫氏の提唱により設立。2007年現在の組織に改編。アジアの16か国・地域のマーケティング団体が加盟し、表彰制度、資格認定制度、国際会議などを行なっている。2010年5月より2016年9月まで後藤卓也 JMA 会長が AMF 会長を兼務。加盟国・地域はインドネシア、カンボジア、韓国、シンガポール、スリランカ、タイ、台湾、中国、日本、バングラデシュ、フィリピン、ベトナム、香港、マレーシア、ミャンマー、モンゴル。

● 公益社団法人 日本マーケティング協会 とは：

1957年10月設立。産学協同の下にマーケティングの理論と技法の研究、教育、普及に努め、経営の近代化と産業の発展に力を注いでいます。会員企業数は500社、会長は後藤卓也 花王(株)元会長、理事長は嶋口充輝 慶応義塾大学名誉教授。

NPO 法人 TABLE FOR TWO International について (<http://jp.tablefor2.org/>)

2007年10月設立。“TABLE FOR TWO”を直訳すると「二人のための食卓」。先進国の私たちと開発途上国の子どもたちが食事を分かち合うというコンセプトの下、社員食堂や店舗でTFTヘルシーメニューを購入すると、代金の内20円が寄付となり、飢えに苦しむ世界の子どもに給食1食分をプレゼントできる。これまで企業や官公庁、大学、病院など約650団体が参加し、約5,111万食をアフリカのウガンダ、ルワンダ、エチオピア、タンザニア、ケニア、アジアのミャンマー、フィリピンに届けた。

◆ 「おにぎりアクション2017」、協賛企業募集中

TFTは2017年も、10月16日「世界食料デー」を記念し、10月5日(木)～11月15日(水)におにぎりア

クション 2017 を実施します。企画に協賛いただける企業・団体を募集しておりますので、ご検討いただける場合には、こちらからお問い合わせください。(<https://partner.tablefor2.org/contact/>)

TABLE FOR TWO Receives Asia Marketing Excellence Awards for Marketing 3.0

TABLE FOR TWO, a social initiative that aims to tackle global obesity and hunger issues simultaneously, received the Marketing 3.0 Award at the 3rd Asia Marketing Excellence Awards (AMEA) by the Asia Marketing Federation (AMF), one of Asia's foremost governing bodies in marketing. TABLE FOR TWO's "Onigiri (rice ball) Action" received the Marketing 3.0 Award for being a socially responsive marketing organization in mind, heart, and spirit. Chie Omiya, Chief Marketing Officer of TABLE FOR TWO International, participated in the ceremony in Mongolia on 22 September 2017.

During "Onigiri Action" campaign period (from 16 October through 30 November 2016), TFT asked for supporters from all over the world to submit photos of their own Onigiri (rice ball) to the campaign site or via social media tagged with #OnigiriAction. Sponsor companies donated five meals per photo submitted. In total, the campaign generated 108,8150 Onigiri photos from all over the world and TFT provided 850,000 warm school meals which are enough to support 4,000 children in need for one school year.

Takuya Goto, President of Japan Marketing Association (JMA), said "TFT's 'Onigiri Action' is one of the most successful SNS marketing cases in terms of the number of participants and effectiveness in promotion. I believe TFT's initiative will be an excellent marketing model and a case example in Asia where food related issues will become serious in the near future" in the recommendation letter.

About Asia Marketing Federation (<http://asiamarketingfederation.org>):

Asia Marketing Federation (AMF) is a collaboration platform for all the marketing associations in Asia. Originally founded in 1991 as Asia Pacific Marketing Federation (APMF), it evolved into AMF in 2007. AMF's critical mission is to effectively promote the interests of marketing in Asia in general and strengthening the Asian marketing fraternity. Further details about Asia Marketing Excellence Awards are available at: <http://asiamarketingfederation.org/marketing-excellence-award/>

About TABLE FOR TWO (<http://www.tablefor2.org/>):

TABLE FOR TWO (TFT) is a social initiative that aims to tackle global obesity and hunger issues simultaneously. Since its beginning in 2007, TFT has served over 50 million meals to schoolchildren mainly in East Africa and Southeast Asia, with over 700 partnering institutions throughout the world.

◆ *Looking for sponsors for "Onigiri Action 2017"* ◆

TFT's "Onigiri Action" will be back in autumn 2017. We are looking for corporate sponsors to make this year's campaign even more successful. Please contact the team for further details.
