

TABLE FOR TWO「おにぎりアクション」が、 アジアのマーケティング専門家が表彰する『AMF アジア・マー ケティング・エクセレンス賞』に、日本代表としてノミネート

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、アジアのマーケティングの専門家がアジアの最優秀企業を選び表彰する『AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞』に、日本代表 2 団体のうちの 1 団体としてノミネートしました。この賞は、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、TFT は、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た「おにぎりアクション 2016」のプロジェクトにおいてノミネートしました。2015 年に『AMF 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、日本の NPO 法人でノミネートしたのは、TFT が初めてです。



『AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞』は、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。3 回目となる本年は、選考会をインドネシア・バリ島で開催、現地でのプレゼンテーションを通して選考されます。TFT 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ノミネートされました。TFT は本年に受賞した人々のスピリットに訴えるアジアの次世代企業・ビジネス活動に贈られる「マーケティング 3.0 アワード」にノミネートされ、各国から集まった選考委員によって大賞が決定されます。

◆ 日本マーケティング協会 後藤 卓也会長の推薦文

アジア・マーケティング連盟（Asia Marketing Federation - AMF）は、アジア地域におけるマーケテ

ィングの普及啓発を目的とした16か国・地域のマーケティング団体を統合するネットワーク団体です。発展を続けるアジア諸国では、社会経済の安定とともにマーケティングの重要性が認識され、現代マーケティングの父として知られる経営学者フィリップ・コトラー教授はアジアで散見されるマーケティング実務をベースに『マーケティング 3.0』を提唱して、世界中でベストセラーになるなど注目を集めています。

AMF が主催となり、優れたアジアのマーケティング活動を表彰することで、世界に対してアジア発のマーケティングの底力を示し、地域においても模範となるマーケティング活動を推進するのが『アジア・マーケティング・エクセレンス・アワード』です。特に、Human Spiritに訴える次世代のマーケティング活動を表彰する『マーケティング 3.0 アワード』は、この地域ならではのユニークな視点に基づく賞として評価されています。

今回、『日本マーケティング大賞 奨励賞』を受賞した特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International の「日本の食で世界を変える”おにぎりアクション”」は、ソーシャルメディアの普及が進むアジアにおいて、その参加者数および広告効果の規模では比類をみない SNS マーケティングの成功事例です。欧米と比べアジア諸国では、未だ NPO 団体のマーケティングの成功例は圧倒的に少なく、立ち遅れた感がありました。このプロジェクトは、食糧問題に対する人々の意識を向上させ、同時に寄付活動にも繋げて実績を上げました。近い将来、これまで以上に食料問題が深刻になるアジア諸国に対して「範となる」日本発のマーケティング活動であると考え、日本マーケティング大賞実行委員会の委員を代表して『マーケティング 3.0 アワード』へのノミネートを推薦いたします。

組織の理念から SNS を使ったユーザー巻き込み型マーケティングの実践、そして実際の支援活動まで、このプロジェクトの卓越したビジネス・モデルが『アジア・マーケティング・エクセレンス・アワード』の審査員だけでなく、広くアジア全域のマーケティング関係者に理解・称賛され、TABLE FOR TWO International の活動が広がることで、より多くの地域で食料問題が改善されることを願っています。
(公益社団法人日本マーケティング協会 会長 後藤 卓也)

◆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、「いただきます!」写真(注1)を#onigiriaction を付けて SNS(Facebook, Instagram, Twitter)、またはTFTの特設サイトに投稿すると、参加者に代わり協賛企業が1枚につき100円を寄付し、アフリカ・アジアに給食5食を贈ります。(http://jp.tablefor2.org/campaign/onigiri/)

投稿方法
HOW TO



おにぎりいただきます
&
写真撮影



写真をサイトに投稿
または
#OnigiriActionを付けて
SNSで投稿



THANK YOU!
TABLE FOR TWOを通じて
アフリカ・アジアの
子どもたちに給食が届く

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、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。

(注 1) 「おにぎりアクション 2016」のおにぎり写真について

「おにぎりの写真」「おにぎりを握っている写真」「おにぎりを食べている写真」など、おにぎりに関連する写真であれば、制限を設けません。

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



◆ 「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 月から 11 月にかけて（詳細時期未定）おにぎりアクションを実施予定です。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/>）

『AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞』について

1. 賞の概要：

『AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞』は、アジア・マーケティング連盟に加盟する 16 か国・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す。本年が第 3 回目の開催となります。

第 1 回目の 2015 年は、41 企業のエントリーがあり、8 か国 8 名の審査員が選考にあたりました。厳正な審査の結果、アジアで最も優れた企業活動を行った企業におくられる「マーケティング・カンパニー・オブ・ザ・イヤー」は、フィリピンの大手食品会社「Universal Robina Corporation」が、次世代のビジネス活動におくられる「マーケティング 3.0 アワード」は、インドネシアの通信大手「Telcom Indonesia」がそれぞれ選ばれました。

第 2 回目の 2016 年は、各国の最優秀プロジェクト 2 点をエントリーする方法に変更、16 企業からエントリーがあり、8 か国 8 名による審査が行われました。「マーケティング・カンパニー・オブ・ザ・イヤー」は、フィリピンの大手食品会社「Century Pacific Food」が、「マーケティング 3.0 アワード」は、バングラデシュで女性の自立支援を行っている「Aarong」がそれぞれ選ばれました。

2. 賞の種類：

「マーケティング・カンパニー・オブ・ザ・イヤー」⇒アジアで最も優れた企業活動を行った企業

「マーケティング 3.0 アワード」⇒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

3. 対象範囲： アジアにおける企業・団体・組織のマーケティング活動

4. 対象期間： 2016 年 1 月 1 日～12 月 31 日（継続活動については同期間を含むこと）

5. 推薦資格： 各国のマーケティング団体による推薦（各賞につき 1 社ずつ、合計 2 件まで）

6. 審査方法： 各国のマーケティング団体による内部審査を経て、該当する候補をノミネート。

5 月 19 日（金）インドネシア・バリ島にて開催される選考委員会で各賞決定。

7. 審査員： 「AMF アジア・マーケティング・エクセレンス賞」選考委員会

メンバー： AMF 加盟マーケティング団体役員 10 名程度で構成

委員長： Syed Ferhat Anwar ダッカ大学教授

8. 表彰式： 2017 年 9 月 22 日（金）モンゴル・ウランバートル市内にて開催される国際マーケティング会議にて両賞贈呈

9. 主催： アジア・マーケティング連盟

● 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。

- お問い合わせ先

公益社団法人 日本マーケティング協会 担当:服部・横山

TEL: 03-5575-2101 FAX: 03-5575-0626 E-mail: hattori@jma-jp.org

- 公益社団法人 日本マーケティング協会

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。気軽に社会貢献とメタボ予防ができるという一石二鳥な取り組みが人気を呼び、約4,339万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。