

国連WFPのレッドカップキャンペーンに参加しています

マルイ農協グループでは、「トリの応用でメリットをつくり社会に奉仕する」を理念としてお客様に製品をお届けしておりますが、「食」に携わる企業として、「食」を通じての社会貢献活動が何かできないかと考え、2013年春より国連WFPが主催する「レッドカップキャンペーン」へ参加しています。

本年度も引き続き当活動に参加しておりますが、昨年10月より新たに対象アイテムを増やし、世界の恵まれない子どもたちに給食を届ける取組みについての支援の輪を広げて参ります。

この活動により、弊社だけではなく、多くのお客様に弊社製品を通じて社会貢献活動に触れて頂けると信じております。

1. 対象製品:

1) 加工品

「チキン南蛮350g」(4枚入り)



「チキン南蛮415g」(5枚入り)



「チキン南蛮525g」(6枚入り)



2) 鶏肉

「南国元気鶏モモ肉400g」



「南国元気鶏ミンチ500g」



2. キャンペーン参加期間:

- | | |
|------------|------------------------|
| 1) チキン南蛮3品 | 2019年4月1日 ~ 2020年3月31日 |
| 2) 鶏肉2品 | 2019年4月1日 ~ 2020年3月31日 |

3. 内容:

キャンペーン参加期間中は、上記対象商品の売上の一部が国連WFPに寄付され、世界の子どもたちに給食と笑顔が届けられます。

マルイ食品(株)は、このキャンペーンに2013年4月より参加し、2019年3月までの6年間で11,315,868円、おおよそ377,195食の給食を提供しています。

- | | |
|------------|-----------|
| 1) チキン南蛮3品 | 1袋につき0.5円 |
| 2) 鶏肉2品 | 1袋につき1.0円 |

対象商品のパッケージ裏面のこのロゴマークが目印です ⇒



4. 学校給食製品での取り組み

弊社では、学校給食用として販売している一部の製品についても、レッドカップキャンペーンの参加対象製品としております。この活動により、日本の子どもたちが学校給食で食べる弊社製品の売上げの一部が、世界の恵まれない子どもたちへ給食を届けることに役立ちます。多くの日本の子どもたちに、弊社製品を通じて社会貢献活動に触れてもらえる機会を作り、世界の子どもたちへ給食と笑顔と希望を届けるお手伝いをしていきます。

【キャンペーン参加対象商品】

- 「ササミフライ(チーズ入り) 50g」
- 「ササミフライ(チーズ入り) 60g」
- 「チキンナゲット(卵・牛乳不使用) Fe強化 1kg」

5. 国連WFPの活動について

(1) 国連WFPについて

国連WFPは、飢餓と貧困の撲滅を使命に活動する国連唯一の食料支援機関です。自然災害や紛争の被災者、妊婦や授乳中の母親、栄養失調の子ども、遺児、病人、老人など最も貧しい暮らしを余儀なくされている人を対象に、毎年約80カ国で9,000万人に食料支援を行っています。

(2) 学校給食支援について

国連WFPの活動の柱の一つとなっているのが、飢餓に苦しむ世界中の子どもたちを栄養価の高い給食で支える「学校給食支援」です。世界には、一日に一度の食事すら満足に食べることができず、学校に通えない子どもが6,400万人います。

また、学校に通うことすらできない子どもたちも大勢います。そこで国連WFPは、途上国の子どもたちの健全な成長を促し、教育の機会を広げるため学校給食を提供しています。

2017年は、60カ国において1,830万人の子どもたちに給食を提供しました。

学校で無料の給食がでると、親が子どもたちを積極的に学校に通わせるようになり、子どもたちは空腹が満たされ、集中して勉強することができます。

学校給食支援は、読み書きのできる自立した成人を育成し、飢餓と貧困の連鎖を断ち切るための鍵となる解決策です。

(3) レッドカップキャンペーンについて (www.redcup.jp)

「学校給食支援」の輪を広めるために、2011年より始まったキャンペーンです。国連WFPが給食を入れる容器として使用している赤いカップが、キャンペーンのシンボルとなっています。

皆さんの力で、給食が届く、世界がより良くなっていく、それがレッドカップキャンペーンの願いです。



©Mayumi.Rui



©AC ジャパン

2011年にてラオスで出会った子どもたち



©M.Kuriyanagi

2016年に成長した子どもたちに再会



©WFP/Simon Perre Diouf



©WFP/Badre Bahaji