

**「僕のルール」**

**寄付は自分へのご褒美」**

[http://www.jcv-jp.org/family/wada\\_tsuyoshi/](http://www.jcv-jp.org/family/wada_tsuyoshi/)

10月17日産経新聞の記事に掲載されていました。(下記、記事を抜粋です)

皆さんもご存知かもしれませんが、ご紹介いたします。

1球投げるごとにワクチン10本。福岡ソフトバンクホークスの和田毅投手が投球数に応じて途上国の子供に感染症予防のワクチンを贈る「僕のルール」が大きな共感呼び、全国に活動の輪が広がっている。自分の励みや楽しみとして実践する新しい寄付活動について、専門家は「寄付がおしゃれでカッコいい自己実現の手段に変わりつつある」と期待する。(中曽根聖子)

「僕のルール」は和田投手が平成17年から始めた。

「プロ野球選手になったら社会貢献がしたいと思い、投手としての結果がワクチンの数を増やす仕組みを考えた」と投球1球ごとに10本、1勝で同20本などのルールを決め、3年間で約15万本を贈った。活動はテレビCMで大きな反響を呼び、JCV(NPO法人世界の子供にワクチンを)には問い合わせが殺到。寄付件数はこの3年間で2倍に急増し、去年は約4500件に達した。

総務省によると、日本の1世帯当たりの平均寄付額は年間約2600円。米国では約16万円と60倍以上の開きがある。

だがNPO法人「シーズ・市民活動を支える制度をつくる会」事務局長の松原さんは「横並び傾向が強〈匿名で行うのが美德とされていた日本人の寄付意識はここ2、3年で急速に変わりつつある〉と指摘する。きっかけは、スマトラ島沖地震で、ハリウッド俳優やサッカー選手ら世界中の著名人が堂々と多額の寄付を表明したことだ。また有名ブランドのチャリティー商品や寄付つき商品が次々と登場し、関心が高まっていることも背景にある

松原さんは「特に若い世代にとって寄付はおしゃれでカッコいい行為、頑張った自分へのご褒美に、スマートに自己実現する手段として注目を集めている」と説明。

「井戸作りやワクチンなど効果や使い道が明確な活動に資金が集まる傾向にある」と話している。

**<コメント>**

**「1リッター for 10リッター」**

**このCMは最高ですね！まさにエクセレントです。**

**我々がミネラル水を1リッター購入すれば、アフリカで10リッター寄付することになれる！**

**何か社会貢献したような感じがしますね。確かにこのCMで通常より数倍も売れるそうです。**

**ここに21世紀のビジネスのヒントがあるような気がします。**

**CSR(企業の社会的貢献)・・・貴方の企業、組織はどんなことをやっていますか？**

ボルヴィックは、ボルヴィックの売り上げの一部で、ユニセフの活動を支援しています。

それはアフリカで飲料水を確保するための井戸づくり、及び10年間に渡るメンテナンスを行うこと、お客様のお買い上げ1リットルあたり、10リットルの水がアフリカの井戸から生まれるのです。

あなたがボルヴィックを飲むたびに、アフリカで笑顔がまたひとつ増えています。( [ボルヴィックCMサイトより](#) )