

おにぎりで世界を変える「おにぎりアクション 2021」

1ヶ月で27万超の写真、約140万食の給食を世界の子どもたちに届ける

#OnigiriAction 1日平均8,500枚以上の投稿 SNSで広がる共感の輪

日本発、世界の食料問題の解決に取り組む、特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International（以下、TFT）は、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、「おにぎりアクション2021」を本年10月5日（火）から11月5日（金）まで開催しました。

キャンペーン期間中に合計27万3,876枚、1日あたり約8,500枚以上のおにぎりの写真が投稿され、その結果およそ7,000人の子どもたちに1年分の給食（合計約140万食分）をアフリカ・アジアの子どもたちに届けることができるとお知らせします。SDGs達成に向けた社会全体の機運の高まりもあり、届けられる食数は昨年のアクションに比べて1.5倍以上となりました。（特設サイト：<https://onigiri-action.com/>）



47都道府県 35ヶ国から寄せられたおにぎりアクション参加写真

◆国内47都道府県・世界35ヶ国から、1日平均8,500枚以上の写真投稿が集まる

本アクションは、日本のソウルフードである「おにぎり」をシンボルとし、おにぎりにまつわる写真に#OnigiriActionを付けてSNSまたは特設サイトに投稿すると、協賛企業が寄付し、TFTを通じてアフリカ・アジアの子どもたちに給食5食が届く企画です。



今年は、全国47都道府県・世界35ヶ国から、1日平均8,500枚（昨年比1.55倍）の創意工夫溢れる温かい写真が集まり、飢餓の解消を目指す社会貢献キャンペーンに留まらず、Twitterでトレンド入りをするなど、人と人をつなぐ大きなムーブメントとなりました。参加者からは「自分や家族のお腹を満たしながら世界の誰かのお役に立てる」「大きな事はできなくても出来ることからちゃんと形に出来る」、お米農家さんからは「お米の1番美味しいこの季節におにぎりをたくさん見られて幸せで米が喜んでいる」といった声が届きました。また、「この期間中は苦手な朝でもがんばっておにぎりを握ることができる」「食品ロスについて気をつけるようになった」「小中学生の子どもたちも世界や環境について考えるようになった」など、おにぎりアクションを通して参加者の意識や生活習慣にも変化が生まれたとの声も寄せられました。

◆コロナ禍で高まる社会的連携の意義。過去最大の31企業・団体が参画。

コロナ禍という未曾有の事態が続く中、社会が連携し業種や業界の垣根を超えて課題解決に取り組む意義がより高まりました。今年は、トップスポンサーを務める日産セレナをはじめ、オイシックス・ラ・大地、日本水産(初参加)、フジッコ(初参加)、旭化成ホームプロダクツ、はくばく(初参加)、ベネッセコーポレーション、井村屋グループ(初参加)、ニコニコのり、象印マホービン、福井県など過去最大となる国内31(昨年比12社増)の企業・自治体・学校がおにぎりアクションの趣旨に賛同し、参画しました。



◆NPO・企業・自治体・学校が連携し、食や社会貢献を考える機会を創出

本取り組みでは、協賛企業の担当者と共にアイデア会議を複数回実施し、「おにぎり」という日常生活の中で身近で温かい食べ物をシンボルに、NPO・企業・自治体・学校が連携し、異なる強みを生かしながら、食や社会貢献を考える機会を創出しました。

日本の食をめぐる動画シリーズ

トップスポンサーである日産セレナの呼びかけのもと、今年のおにぎりアクションのテーマ「手触り感のある人間の暮らし」に沿って、「セレナでめぐる日本の食」動画シリーズを発信しました。



ニッスイ編:<https://youtu.be/i9qXOgGmeEU> (日産自動車提供)

はくばく編:https://youtu.be/HPa_25mtB0k (日産自動車提供)

オイシックス編:<https://youtu.be/ABTsyGw7e6o> (日産自動車提供)

自治体(福井県)と連携した米食啓発セミナーの実施(身体の内側からもっと元気に！やっぱりお米は最強だった)

福井県と TFT の共催により、一般社団法人日本健康食育協会代表理事で管理栄養士の柏原ゆきよさんを講師にお迎えして、お米の炊き方や栄養について実践を交えて楽しみながら学ぶオンラインセミナーを実施しました。本セミナーには協賛企業担当者も登壇し、参加者からは「日本人の食生活におけるお米の大切さが分かりました」「おにぎりアクションに参加する意義がより高まりました」という声が届きました。米離れも課題となっている日本において、おにぎりアクションを通じて米食や和食文化の良さを再認識する機会となりました。



人と人、課題と課題をつなぐオンラインイベントの実施

おにぎりアクションは、特設サイトや SNS を通じて、どなたでも、どこからでも参加できるソーシャルアクションです。コロナ禍以降、デジタルでのコミュニケーションが新しい生活様式となった今だからこそ、今年は「手触り感のある人間の暮らし」をテーマに掲げ、参加者の皆さんにオンライン上でそれぞれの“その先の暮らし”を感じていただける企画を呼びかけ、開催してまいりました。また、2030 年の SDGs ゴール達成に向けて、1 つ 1 つの課題を繋げながら拡張して解決していく意義が高まっており、他セクターとの連携セミナーも実施しました。

・TFT による月1インスタライブ

https://www.instagram.com/tablefor2_official/channel/

・学びのきっかけ格差解消を目指すオンラインイベント

<https://www.facebook.com/tft.jp/posts/4821343514594638>

・マルチステークホルダーで栄養改善に向けた協力のヒントを探るオンラインセミナー

<https://www.facebook.com/tft.jp/posts/4842487985813524>

◆著名人やスポーツ選手もアクションを応援

SNS を通じておにぎりアクションの輪が広がり、社会の注目を集める中、著名人の皆さんからも写真投稿が寄せられました。

- ・田村淳さん : <https://twitter.com/atsushilonboo/status/1448130574170812426>
- ・松崎しげるさん : https://twitter.com/shigeru_mats/status/1448836006682054656
- ・安藤サクラさん : https://twitter.com/sakura_ando/status/1449201343822848004
- ・石井正則さん : <https://twitter.com/masanoriishii/status/1456637642108399623>
- ・羽野晶紀さん : <https://twitter.com/HANOpya/status/1446747310776471553>
- ・藤巻亮太さん : https://twitter.com/Ryota_Fujimaki/status/1452832473352572931
- ・奈緒さん : <https://twitter.com/naotubu/status/1456169444305084416>

また、協賛各社の呼びかけから、企画にご賛同いただいたスポーツ選手の皆さまにもアクションに参加していただきました。日産セレナの特別企画「車内もしくは車外にて撮影したおにぎり写真に『#OnigiriAction』『#思い出をよくぼう』を付けて投稿すると、給食 10 食を日産セレナが協賛」には、横浜マリノスの選手の皆さんが参加。旭化成に所属する柔道部や陸上部の皆さんや、はくばくが応援するスポーツチームの皆さん、井村屋グループが応援するスポーツ選手も、おにぎりアクションに参加されました。



◆SNS 上の企業間コラボレーション

期間中 SNS や実店舗などで、おにぎりアクションを通じた企業間連携も数多く生まれました。お互いの商品を使ったレシピなど、よりおにぎりアクションを楽しめる発信は参加者からも好評でした。

・Twitter での協賛企業各社投稿: <https://twitter.com/i/events/1431199689135640580>



◆参加者から寄せられた声と来年度への期待

飢餓の解消は世界全体で解決すべき大きな課題ですが、物理的にも心理的にも開発途上国と距離のある日本人にとっては馴染みが浅く、「関わり方がわからない」「金銭的な寄付は躊躇する」と感じる方が多い現状です。おにぎりアクションは日常生活の中で気軽に参画できることが特徴で、「ずっと続けてほしいです。この時期、もはやハロウィンと同じくらい楽しいイベントです。」「援助や支援を個人的にやるのは難しいけれど、個人のささやかな気持ちを、楽しみながら参加できる企画で支援に繋げられる活動に大変感謝します。」「世界の食糧問題のこと、暮らしの食のこと、色々考えるきっかけになりました。これからも考えて行動します。」「まとまった金額の募金などは、関心はあってもハードルが高いですが、おにぎりアクションは気軽に参加出来るのが何よりありがたいと思います。協賛企業さんのご協力があってこそですが、微力でも誰かの役に立てるのが嬉しいです。また来年も参加させていただきたいと思います。」「個人の代わりに寄付してくださる協賛企業さんは素晴らしいです。」「所属を超えて、お祭りのような気分でした。」「協賛企業がもっとたくさん増えると、その商品を買っておにぎりの写真を撮る楽しみが増えると思います。」といった声が寄せられました。

◆おにぎりフォトグランプリ 2021 の結果発表

「おにぎりアクション 2021」に合わせて、おにぎりフォトグランプリを実施し、6つの賞に計8写真が選定されました。おにぎりアクションでは、寄付対象となる写真を「おにぎりにまつわる写真の投稿であれば何でもOK」として参加基準に余白を設けています。そのため、おにぎりフォトグランプリへの応募写真やSNS上に投稿された写真は創意工夫に溢れ、「他の人の投稿を見るだけでも面白い」「自分もやってみたい」「人にも伝えたい」と参加者の楽しみにも繋がり、今年もアクションの輪が広がりました。



①「思い出をよくぼう賞 supported by 日産セレナ」②「生産者にありがとう賞 supported by オイシックス・ラ・大地」③「クリエイティブおにぎり賞」④「家族で賞」⑤「子どもおにぎり大賞 supported by 日本水産」⑥「エピソード大賞」⑦⑧「あげずにはいられないで賞」

2021 年ご協賛企業一覧

Top Sponsor

NISSAN
SERENA
日産セレナ

Corporate Partners



Supporting Partners / 自治体・学校Partners



上記以外にも、以下をご取材頂けます

- ◆ TFT 企画担当者へのご取材
- ◆ 協賛企業・自治体 担当者へのご取材
- ◆ SNS で企画に参加している参加者へのご取材

(注 1) 写真1枚=5食、及び10食企画を含んだ計算です。

特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International について(<https://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」。先進国の私達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もと、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食分をプレゼントすることができます。企業や官公庁、大学、病院など約650団体にご参加いただき、約8,300万食をアフリカのウガンダ、ルワンダ、タンザニア、ケニア、アジアのフィリピンに届けてきました。