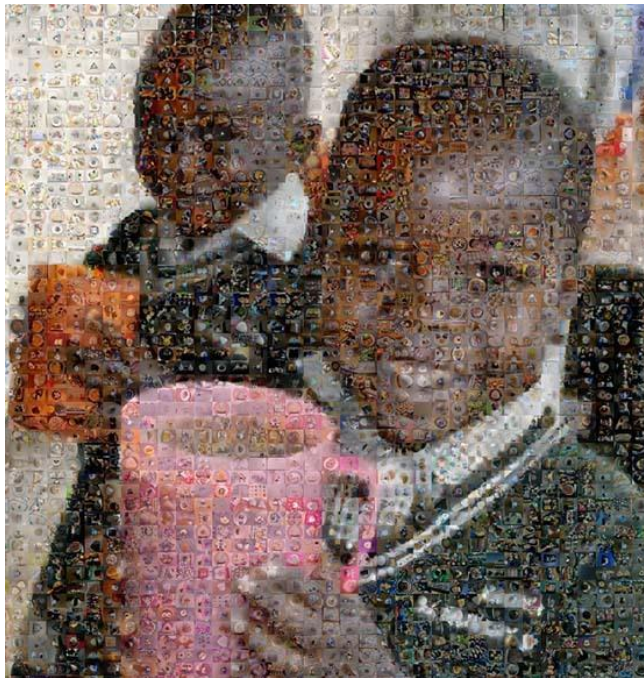


おにぎりで世界を変える「おにぎりアクション 2022」

28万枚超の写真投稿で約156万食の給食を世界の子どもたちに届ける

#OnigiriAction に願いを込めた32日間



2022

おにぎりアクション
結果発表



283,461枚



アフリカ・アジアの子どもたちに届けます



1,560,260食

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 2022」を本年10月6日（木）から11月6日（日）まで開催しました。

キャンペーン期間中に合計28万3,461枚のおにぎり写真が投稿され、およそ7,800人の子どもたちに1年分の給食（約156万食分）（注1）をアフリカ・アジアの子どもたちに届けることができていることをお知らせします。1日あたりの投稿は8,800枚以上で、過去最多となりました。（特設サイト：<https://onigiri-action.com/>）

（注1）写真1枚=5食、及び通常の倍の10食が届くプラスアクション企画を含んだ計算です。



◆遊び心ある写真投稿で楽しみながら気軽に社会貢献

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。「おにぎり」にまつわる写真であればどんなものでも可と参加基準に余白を設けており、遊び心のある写真が多数寄せられました。協賛企業・団体の商品やキャラクターも自然とモチーフになり、参加者と協賛企業・団体が力を合わせて給食を届ける一体感が生まれました。

チーズと海苔で巧みに「セブン-イレブンのおにぎり」を再現して投稿した参加者は、「娘がもともとセブン-イレブンのおにぎりのファンで、買ってきたものと作ったものと並べてどちらを先に食べ始めるか見てみました」と自分らしさを表現する写真でおにぎりアクションに参加しつつ、親子のコミュニケーションとしても楽しんでいました。



◆NPOの想いと協賛各社・団体の発信力・信頼力の連携で活動の最大化をはかる

おにぎりアクションは主催のTFTだけでなく協賛企業・団体の力が掛け合わさって実現しています。本年は、5年連続トップスポンサーの日産セレナ、コンビニ業界から初参画のセブン-イレブン・ジャパンをはじめ、オイシックス・ラ・大地、日本水産、旭化成ホームプロダクツ、たまひよ、井村屋グループ、ニコニコのり、福井県「いちほまれ」、宮城米マーケティング推進機構（初参画）など、過去最大となる38の企業・団体が協賛しました。

協賛企業・団体からはそれぞれのリソースを生かした発信が積極的に行われました。日産セレナは販売会社も巻き込み店頭でアクションを実施、セブン-イレブン・ジャパンは店頭でのポスターやPOPで呼びかけ、オイシックス・ラ・大地はおにぎりメニューが作れる寄付つき「Kit Oisix」の販売、日本水産はおにぎりアクションパッケージの「大きな大きな焼きおにぎり」の販売などを行いました。寄付原資の提供のみならず、協賛企業・団体の発信力・信頼度の高さによって参加者の裾野が広がっています。



また、今年も、日産セレナが主催し、家族 YouTuber 「HIMAWARI ちゃんねる」とのコラボレーションも実現。「家族の思い出づくりを応援する」というコンセプトの下、協賛自治体である福井県、宮城県をセレナで訪問し、それぞれの県の魅力を感じられる「おにぎりアクションだけの特別な旅」をプレゼントし、動画で公開をしました。



第一弾の福井県への旅では、家族 YouTuber が塩づくりから挑戦し、「究極のおにぎり」を完成。協賛企業・団体同士の連携により、「アフリカやアジアの子どもたちに学校給食を届ける」だけでなく、地方や米食の魅力も伝える企画となりました。

■動画 URL : <https://youtu.be/WZPC9ySrKBo>

※第二弾の宮城県への旅は後日公開予定です。

おにぎりアクションを盛り上げるため、SNS 上では協賛企業どうしのコラボ投稿も活発に行われました。



◆トレンド入りなど SNS 上で存在感を増した 8 年目のアクション。世界 37 か国、0 歳から 102 歳が参加。

期間中、Instagram 上に表示される

「#OnigiriAction」の累計投稿数が 76 万件を突破し、初めて「#Onigiri」(71 万件)を抜きました。また、おにぎりアクション初の Twitter 2 週連続トレンド入り(10 月 6 日、11 日)を果たすなど、SNS 上で存在感を増しています。

8 年目のおにぎりアクションはテーマを「Open Up」とし、より良い世界を願う多様な世代の「前に進む力」と

ともに作り上げることを掲げスタートしました。本年は日本全国 47 都道府県、世界 37 か国からの投稿があり、赤ちゃんから 102 歳のおばあちゃんまでご参加がありました。TFT が実施したアンケートでは、「気軽に出来る。わずかな事でも出来る。と思わせて頂けて嬉しいです」「SDGs に関心はあっても参加の仕方がわからなくてハードルが高く感じていたのですが、おにぎりアクションは誰でも気軽に参加でき、とても良い取り組みだと思います。」など、おにぎりアクションを通じて一步を踏み出したという声が寄せられました。



◆TFT 主催企画では、日常生活や興味・関心の延長線上での参加を提案

TFT では今年も多数の企画を主催。初めて実施したものとして、全国のおにぎり屋へ一斉アクションを促す「日本全国おにぎり屋ジャック」、日米大学生におにぎりを通して国際交流の機会を提供する「日米おにぎり作り対決」、協賛企業協力のもと制作、特設サイトで配布した「おにぎりアクション塗り絵」など、日常生活や興味・関心の延長線上でおにぎりアクションと接点を持てる企画を実施しました。

<企画報告記事>

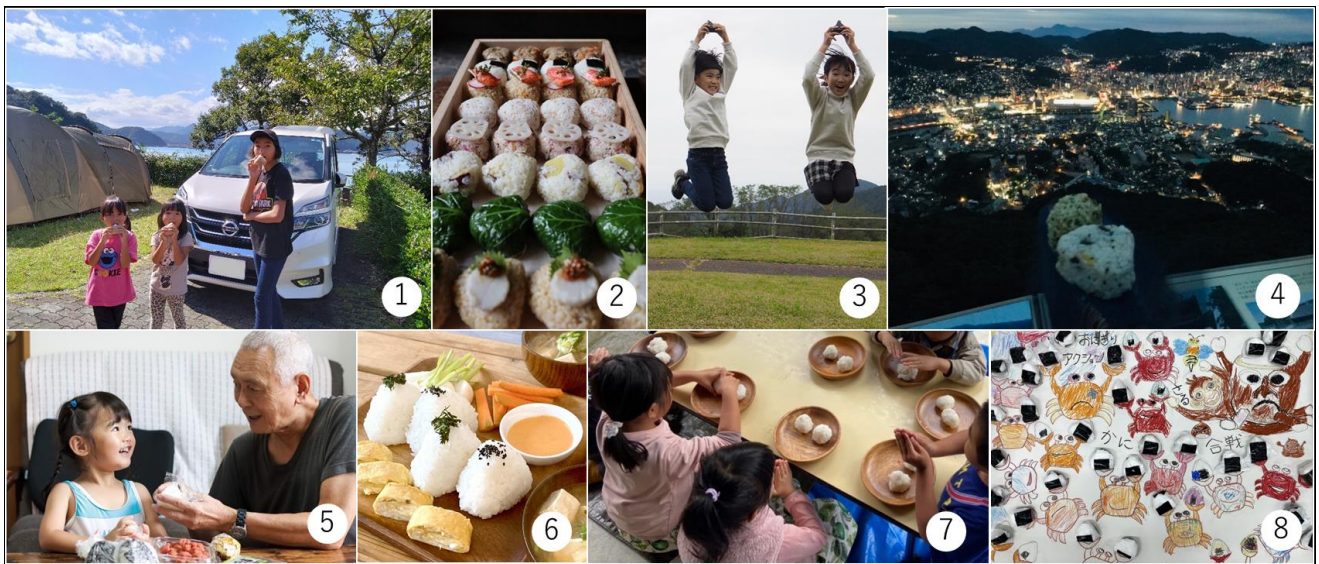
日本全国おにぎり屋ジャック：<https://note.com/tablefor2/n/nf5575cc60729>

日米おにぎり作り対決：https://www.instagram.com/p/CkNK_KkStH0/?utm_source=ig_web_copy_link

おにぎりアクション塗り絵：<https://note.com/tablefor2/n/n7be588883b3a>

◆おにぎりフォトグランプリ 2022 の結果発表

「おにぎりアクション 2022」に合わせておにぎりフォトグランプリを実施し、以下8つの賞が選定されました。創意工夫と温かなエピソードに溢れるフォトグランプリは本企画の見どころの一つです。各写真の講評はおにぎりアクション特設サイトでご覧いただけます。（特設サイト <https://onigiri-action.com/>）



- ①「家族で思い出をよくばろう賞 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「子どもおにぎり大賞 supported by 日本水産」④「こんなところで撮ったで賞」⑤「初めて〇〇したで賞」⑥「おいしくいただきます賞」⑦「エピソード大賞」⑧「あげずにはいられないで賞」

2022 年ご協賛企業一覧

トップ / オフィシャルパートナー

コーポレート / 自治体パートナー

NISSAN
SERENA
日産セレナ

nissui

AsahiKASEI
旭化成ホームプロダクツ

たまごクラブ
ひよこクラブ

セブン-イレブン Oisix ra daichi

おいしいの笑顔をつくる
insarayo group 井村屋グループ

笑顔の食卓文化
ココニコのり

ZEAN
Zensho Employees Association Network

福井県産
いちほまれ
ichihomare

みやぎのお米
宮城米マーケティング推進機構

サポーターパートナー



トップスポンサー：日産セレナ

オフィシャルパートナー：セブン・イレブン・ジャパン、オイシックス・ラ・大地

コーポレートパートナー：日本水産、旭化成ホームプロダクツ、たまごクラブひよこクラブ、井村屋グループ、ニコニコのり、ゼンショー従業員組合会 ZEAN

自治体パートナー：福井県「いちほまれ」、宮城米マーケティング推進機構

サポーターパートナー：東京エレクトロン、丸紅、象印マホービン、アサヒパック、新和工業、東三温室園芸農業協同組合、井上金庫グループ、三菱ケミカルグループ、花王ハートポケット倶楽部、リコー社会貢献クラブ・FreeWill、日本ガイシ、ますやみそ、サンゲツ、ニッコトラスト、豊田通商、三菱重工業、双日、住友ファーマ、GMO インターネットグループ、丸東、LEOC、住友電気工業、システム情報、Mother、福井県あわら市、フーディーテーブル、デリッシュキッチン

ご取材頂けます

- ◆ 「おにぎりアクション」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

おにぎりアクションについて

(<https://onigiri-action.com/>)

おにぎりアクションは、日本の代表的な食である「おにぎり」をシンボルに、「おにぎり」の写真を SNS (Facebook, Instagram, Twitter)、またはおにぎりアクションの特設サイトに投稿すると、1枚の写真投稿につき給食 5 食分に相当する寄付 (100 円) を協賛企業が提供し、アフリカ・アジアの子どもたちに給食をプレゼントできる取り組みです。

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 700 団体にご参加いただき、東アフリカと東南アジアの 5 カ国 (ケニア、タンザニア、ルワンダ、ウガンダ、フィリピン) を中心に、学校給食の提供、そして菜園・生産性向上プログラムの支援を実施しています。累計支援給食数は 9,000 万食にのぼります。