

おにぎりアクション 2017、SNS上にお〜いお茶とおにぎりの写真があふれる

写真投稿は合計 16 万枚を超え、5 分の 1 がお〜いお茶と一緒に投稿

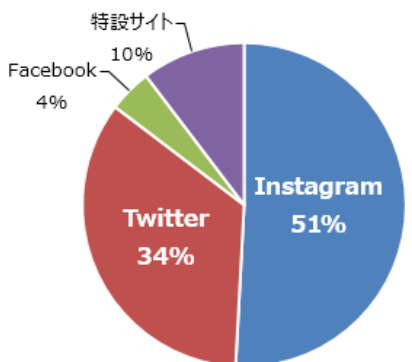
日本発、世界の食料問題の解決に取り組む特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International (東京都港区、代表小暮真久/以下、TFT) は、「おにぎりアクション 2017」を本年 10 月 5 日から 11 月 15 日まで実施いたしました。このアクションは、おにぎりの写真を SNS または特設サイトで投稿すると、参加者に代わり賛同企業が 1 枚につき 100 円を寄付し、アフリカ・アジアの子どもたちに給食 5 食を贈るという取り組みです。

本年は、伊藤園の商品「お〜いお茶」とおにぎりを一緒に投稿すると、2 倍の給食 (10 食分) が届くタイアップ企画を実施したところ、SNS 上に「お〜いお茶」とおにぎりの写真があふれ、投稿全体のうち約 5 分の 1 が「お〜いお茶」とおにぎりと一緒に撮影される結果となりました。おにぎりと一緒に食す機会の多い緑茶商品とのタイアップにより、おにぎりだけでなく、緑茶商品が広く発信される機会となりました。



■世界 33 カ国以上からのべ 50 万人が参加。16 万枚のうち 5 割が Instagram からの投稿

本アクションへの写真投稿は、日本だけでなく世界 33 カ国以上から寄せられ、のべ 50 万人にご参加いただきました。その結果、1 日平均 3,800 枚の写真投稿があり、42 日間のアクション期間で合計 16 万枚を超える写真が集まりました。これは、昨年のアクションにおける投稿数 (1 日平均 2,000 枚) と比較すると、約 2 倍となる結果です。



SNS の投稿比率 (Source: tagboard)

投稿された写真は、Instagram からの投稿が 51%、Twitter が 34% と、約 8 割が Instagram および Twitter からの投稿で占められていました。5 万人以上のフォロワーを持つインスタグラマーや著名人を始め、発信力のある Instagram、Twitter ユーザーがおにぎりアクションについて発信したことで、SNS 上で広く拡散しました。特に Instagram 上では、共感の輪が広がり、#OnigiriAction をつけたユーザー同士の交流が生まれました。相互にいいね！やコメントを付け合うなどコミュニティが形成されたことで、アクションへのリピート参加が促進されました。結果として、SNS 投稿に対する「いいね！」数は、合計 2,200 万を超えました。

また、「おにぎり」が、盛り付けやデコレーション、写真の撮り方などで多様なアレンジをすることができる食べ物で、「インスタ映え」「SNS 映え」する写真を撮影しやすいことも、アクション

が拡大した大きな要因の1つです。アクション期間中に消費されたおにぎりの数は推計 66 万個(注)、お米の消費量に換算すると 66 トンとなりました。本アクションは、アフリカ・アジアの子どもたちへの給食支援にとどまらず、お米の消費拡大にも繋がりました。

■おにぎりとお〜いお茶を一緒に撮った写真・動画が約 3 万 5 千枚投稿され、伊藤園が 35 万食分を寄付

アクションの一環として、伊藤園では、「お〜いお茶」とおにぎりを一緒に撮影した写真または動画を特設サイトもしくはハッシュタグ (#OnigiaiAction #お〜いお茶) をつけて SNS に投稿すると、給食 10 食分を寄付する取り組みを行いました。伊藤園は 25 万食(写真投稿 2 万 5 千枚分)を寄付の上限として投稿を募集したところ、広く参加者の共感を呼び、想定より早いペースで多くの投稿が寄せられました。結果として、想定を上回る 3 万 5 千の投稿をいただいたことから、投稿分に当たる 35 万食を伊藤園からご寄付いただきました。



期間中は、国内だけでなく海外からも多くの投稿があり、世界でも広くお〜いお茶とおにぎりで世界を変える本取り組みが広がりました。また、本取り組みに対しては、参加者からの称賛・応援のコメントも多数寄せられ、日本の食「おにぎりとお茶」が国内外問わず広く発信される取り組みとなりました。



ミシガン州の公立高校で



株式会社伊藤園 マーケティング一部 大楽泰督(だいらくよしまさ)氏コメント

皆様の「アフリカ・アジアの子どもたちを想う気持ち」が大きな反響を呼び、想定を大きく上回る投稿数となり、昨年度の 3.5 倍の給食をお届けできることになりました。ご投稿いただいた写真、動画は皆様のあたたかい気持ちが伝わってくるものばかりで、投稿をみていて私自身、心があたたかくなりました。

「日本のお茶とおにぎりは 誰かと誰かをむすぶ 日本の宝もの。」
今後も日本のお茶とおにぎり(和食)を通じて誰かと誰かをむすび、「ありがとう」が増える活動をしていきたいと思えます。たくさんのご投稿・ご参加、誠にありがとうございました。

■日本から 16 社が賛同し寄付。アクションで合計約 100 万食の給食を届ける

賛同企業として、日本から 16 社(旭化成ホームプロダクツ、イオンリテール、伊藤園、Oisix、日本航空、福井県あわら市、FINC、若菜(西友子会社)、丸紅、ますやみそ、良品計画、海苔で健康

推進委員会、USEN、SCREEN ホールディングス、シチズン時計、日本ガイシ)、米国に拠点を置く企業 19 社の計 35 社が参加しました。期間中に 16 万枚の写真投稿があったことから、合計約 100 万食の給食をアフリカ・アジアの子どもたちに届ける結果となりました。

TABLE FOR TWO International おにぎりアクション企画責任者 大宮 千絵コメント

「日本の食を通じて世界を変えたい」という想いからスタートした本企画に、本年もたくさんの方々にご参加いただきましたこと、大変嬉しく思います。大切な誰かのために握る「おにぎり」をシンボルフードに選んだのは、おにぎりが日本の代表的な食であり、かつ親から子へなど、大切な誰かのために愛を込めてにぎられる愛情のこもった象徴的な食べ物であると考えたためです。同様に、日本の代表的な飲み物である「緑茶」とおにぎりを一緒に投稿するという仕組みも広くご賛同いただき、SNS 上におにぎりとお〜いお茶の写真があふれる結果となりました。皆さまのおかげで合計約 100 万食もの給食を届けることができ、大変嬉しく思います。

注) 投稿された写真に写っているおにぎりの平均個数から推定

上記以外にも、以下をご取材頂けます
◆ TFT 事務局長 安東迪子またはキャンペーン責任者へのご取材
◆ 参加企業の店舗や社員食堂、大学食堂、ご担当者へのご取材

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 5,300 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。