

おにぎりコラボ

団体名：おかわり
ノートルダム清心女子大学
豊田ゼミ

課題・目的・背景

岡山の米消費低迷とその背景

岡山市の1世帯あたりの米購入量は政令指定都市中
ワースト**5位**

(「総務省統計局 家計調査(2022年～2024年)」)

背景：食文化の多様化、ライフスタイルの変化

本活動の目的：

- ①岡山県産米・農産物の消費促進
- ②地域文化との接点を創出し、魅力を発信



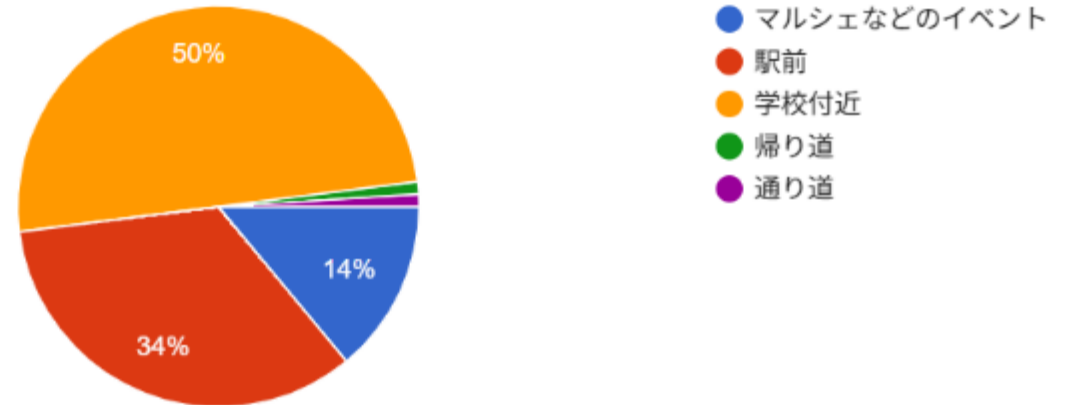
おにぎり専門店に関するアンケート結果

【対象者】

ノートルダム清心女子大学生徒100人

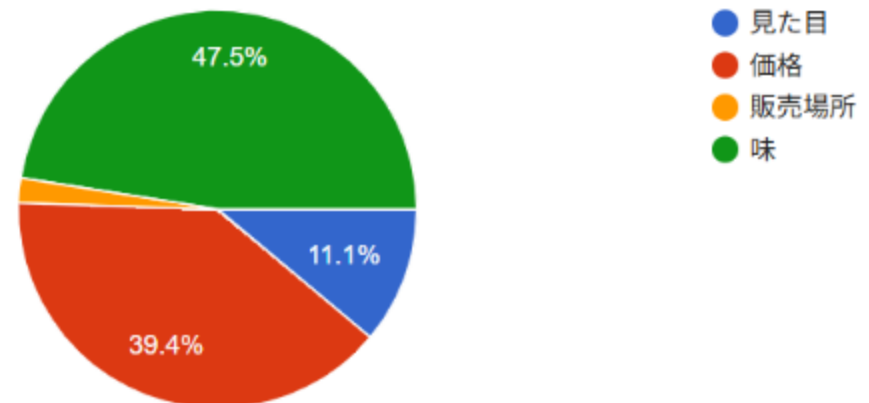
どこにあれば行きたいと思いますか？

100 件の回答



おにぎりを買う上で最も優先するのは何ですか？

99 件の回答



活動内容

■ 具体的な活動内容

1. 地元の食材を取り入れたおにぎり企画・制作
2. 備前焼・和紙をモチーフにしたパッケージデザイン
3. 販売ブースでのクイズ・豆知識カードを配布
4. SNSでの情報発信
5. アンケートによるフィールドバック収集と今後への活用

米屋のにぎりめし 山田村 様

手作りにこだわるおにぎり専門店。

岡山県産の厳選米を使用し、毎日精米をして鮮度を保ち、ふんわり柔らかくおにぎりを握るのがこだわり。

瀬戸内産の香り高い海苔を使用しており、豊富な具材で味わいを提供。



商品概要

■ 5種類の手毬おにぎりセット

わかめちりめん・梅野沢菜・豆ごはん

→山田村さんの既存商品

えびめし・たこやき（岡山県産の青のり使用）

→コラボ商品



○明太マヨ唐揚げおにぎり



○チーズ塩昆布おにぎり



〇煮卵と大葉のおにぎり



〇そばろと黄ニラおにぎり



スケジュール

5月～6月	企画・コラボ先訪問・挨拶
7月～10月	商品開発・イベント申し込み・広報活動
11月23日 11月16日	大学祭出店 地産地消マルシェで販売

- SNSや広報は定期的に実施
- 販売後のデータ分析と次年度への展望も計画中

活動に期待される効果

- ・ 地産地消マルシェや大学祭で、**岡山産食材に触れる機会**を提供
- ・ SNSや販売ブースで、**楽しく学べる参加型の仕掛け**を用意
(例：クイズカード)
- ・ アンケートを活用し、**消費者ニーズに合った商品開発**に反映
- ・ 地元農産物への関心・継続的な購入意欲の向上が期待される

活動の今後の展望 (継続性・将来性)

- 「食べる体験」 + 「知る」の組み合わせで、岡山の米や農産物への理解と愛着が深まる(例：おにぎり＋クイズ)
- 「もう一度食べたい」「どこで買えるの？」という声が、**購入・ブランド認知**に繋がる
- クイズなどが記憶に残ることで、**継続的に購入してくれるファン層の獲得**が期待できる