

おむすび同時作成ギネス世界記録挑戦 事業計画書

主催: おむすびギネス糸島実行委員会（設立準備中） 作成日: 2026年2月
28日 版: 第2版 提出先: 糸島市・福岡県（各教育委員会を含む）、スポンサー企業

1. エグゼクティブサマリー

項目	内容
事業名	おむすび同時作成ギネス世界記録挑戦
開催日	2026年5月30日（土）
会場	糸島市運動公園 メインアリーナ（福岡県糸島市）
挑戦内容	5分間で梅干し入りおむすびを握り、「最多人数での同時おにぎり作り」の世界記録を更新
現世界記録	1,876人（2017年、川崎JC）
目標参加者数	2,500人（先着募集）
参加費	大人 ¥5,000 / 学生（小学生～大学生） ¥2,500（記念Tシャツ付き）
予算規模	収入 ¥17,400,000 / 支出 ¥17,400,000（収支均衡）
実行委員長	松田 一葉
コアメンバー	松田 一葉、石長 史康、中内 雄希

福岡県糸島市の糸島市運動公園メインアリーナに2,500人を集め、全員が同時におむすびを握ることでギネス世界記録の更新を目指す。9年間更新されていない現記録（1,876人）を大幅に上回り、糸島から日本の食文化を世界に発信するプロジェクトである。

2. 背景・目的

2.1 背景: 9年間の空白

「最多人数での同時おにぎり作り」のギネス世界記録は、2016年にわずか4ヶ月間で6回も更新される激しい競争が繰り広げられた。2017年に川崎JCが1,876人で記録を樹立して以降、9年間にわたり誰も挑戦していない。この空白を、糸島から破る。

年	記録保持者	人数
2016年7月	帯広大谷高校	845人
2016年7月	能代市（秋田）	858人
2016年10月	湯川村（福島）	976人
2016年10月	旭川市（北海道）	1,273人
2016年10月	鳥取市	1,436人
2016年11月	桑名市（三重）	1,621人
2017年11月	川崎JC（神奈川）	1,876人（現記録）

2.2 目的

- 世界記録の達成:** 現記録1,876人を大幅に上回る2,000人以上の成功
- 糸島の地域ブランド強化:** 「おむすびギネスの街・糸島」としての全国的認知の獲得
- 日本の食文化の発信:** おむすびを通じて、米食文化の価値を国内外に再発信
- 地域コミュニティの結束:** 参加者・スポンサー・ボランティア・地域住民が一つの目標に向かう体験の創出

2.3 なぜ糸島なのか

糸島は豊かな農業と海の幸に恵まれた「食の街」であり、地元産の米・梅干しでおむすびを握ることに意味がある。糸島市運動公園メインアリーナは天候リスクがなく、保健所対応も容易な屋内施設であり、2,000人以上を収容できる規模を持つ「地域から生まれるギネス世界記録」にふさわしい舞台である。

3. 事業内容

3.1 挑戦のルール

- ・ **制限時間:** 5分間
- ・ **おむすびの条件:** 梅干し1個を中に入れ、外から見えない状態に握る。
形が崩れていないこと
- ・ **審査:** ギネス公式審判員および訓練を受けた品質審査員が全数を個別検査
- ・ **判定:** 合格者数が現記録（1,876人）を超えると世界記録達成

3.2 当日プログラム

時間	内容
10:00～	受付開始（QRコード受付・Tシャツ配布・ゾーン案内）
11:30～	開会式（主催者挨拶・ギネス公式説明・ルール確認）
11:50～	最終準備（手順リマインド実演・手指衛生）
12:00～12:05	おむすび作成（5分間）
12:05～12:45	審査（審査員が全おむすびを個別検査）
12:45～	結果発表・ギネス記録達成宣言・記念撮影
13:30～	マルシェ・自由時間（出店約20台）

3.3 参加者の体験

- ・**事前:** チケット販売システムで申込 → オンライン説明会（4月・複数回・アーカイブ配信）で手順を学習 → 自宅で練習
 - ・**当日:** 記念Tシャツを着て2,500人で一斉におむすびを握る → 記録達成の瞬間を共有 → マルシェを楽しむ
 - ・**事後:** ギネス認定証の受領、参加証明書の配布
-

4. ロジックモデル

本事業が生み出す変化を、インプットからインパクトまでの因果連鎖で示す。

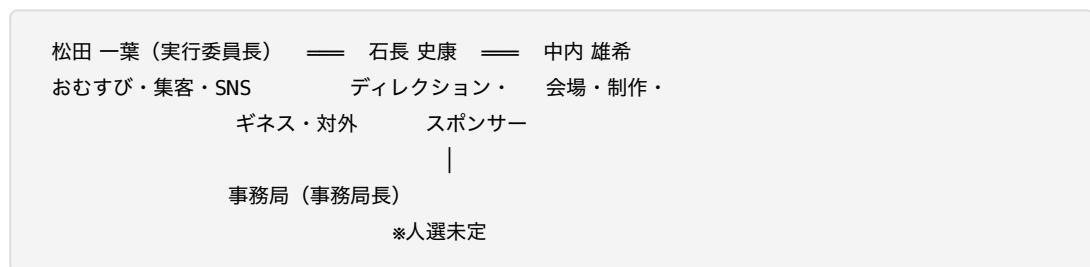
段階	内容
インプット（投入資源）	実行委員会30名、ボランティア約300名、予算¥17,400,000、会場（糸島市運動公園メインアリーナ）、地元産の米・梅干し
活動	ギネス申請、参加者2,500人の募集、オンライン説明会、スポンサー営業、当日のおむすび作成イベント運営、マルシェ開催
アウトプット（直接成果）	ギネス世界記録の達成（2,000人以上の成功）、参加者2,500人の動員、メディア露出（テレビ・新聞・SNS）
アウトカム（変化・効果）	「おむすびギネスの街・糸島」としての認知獲得、参加者の達成感・地域への帰属意識の向上、おむすび文化への関心の高まり
インパクト（長期的影響）	糸島の地域ブランド価値の向上、定例イベント化による持続的な地域活性化、日本の米食文化の国内外への発信

アウトカムの3段階

時間軸	アウトカム
短期（当日～1ヶ月）	記録達成の喜びと一体感、全国メディアでの報道、参加者全員へのギネス認定証配布
中期（3～6ヶ月）	糸島への観光客増加、地元米・農産物の販売促進、スポンサー企業のブランド露出効果
長期（1年～）	定例イベント化の検討、他地域での類似イベント誘発、食育プログラムへの展開

5. 実施体制

5.1 組織図



5.2 チャンネル別リーダー

1チャンネル1リーダー制で運営する。リーダーが全責任を持ち、情報の分散を防ぐ。

担当領域	リーダー/担当者
ギネス対応	石長さん
会場設営	中内さん
会場オペレーション	中内さん・鮫島さん
広報SNS	梅野さん
クラウドファンディング	ヨシダさん
映像記録	金丸さん
保健衛生	YUMEさん（管理栄養士）
おむすび関連（お米・食材）	ゆきこちゃん
ロゴ・グッズ制作	岡田まなみさん
出店者管理	矢野さん（リーダー）+松田さん
スポンサー	中内さん
事務局	森さん（候補）

5.3 人員体制

区分	人数	役割
実行委員会	30名	企画・運営・広報・スポンサー営業・ギネス折衝
ボランティアスタッフ	約300名	受付・配膳・誘導・審査・炊飯・安全管理
ギネス公式審判員	派遣予定	記録の公式認定
独立証人	2名以上	弁護士・公認会計士等の第三者立会い

5.4 主要メンバーの担当領域

メンバーバー	担当
松田 一葉	おむすびオペレーション（米・釜・梅干し調達）、広報SNS、Tシャツ発注・配布、クラファン/魂参加枠、スポンサー営業
石長 史康	全体ディレクション・スケジュール管理、ギネス折衝・審判員確保、映像・記録ディレクション、HP・メディア対応、後援申請
中内 雄希	会場設営・導線設計、音響・ステージ手配、当日MC・進行、安全・救護・警備、経費積算・スポンサー営業

6. 実施スケジュール

フェーズ	期間	主な活動
第1段階: 企画確定	2月下旬～3月上旬	実行委員会立ち上げ、ギネス申請（優先審査）、会場確定、スポンサー交渉開始
第2段階: 募集・広報	3月上旬～4月下旬	参加者2,500人募集（チケット販売システム）、スポンサー営業（大口10社+小口50社）、フライヤー制作、教育委員会後援申請、メディア声かけ
第3段階: 最終準備	5月上旬～下旬	ギネス承認確認、審判員トレーニング、ボランティア研修、会場設営リハーサル、最終プレスリリース
第4段階: 実行	5月30日 (土)	7:00 炊飯開始 → 10:00 受付 → 12:00 挑戦 → 12:45 結果発表 → 13:30 マルシェ

7. 会場計画

7.1 会場概要

項目	内容
会場名	糸島市運動公園 メインアリーナ
所在地	福岡県糸島市志摩初
形式	屋内開催
管轄	アリーナ=生涯学習課、外=都市施設課
最寄駅	糸島高校前駅（徒歩約40分）
駐車場	台数が限られているため関係者専用

7.2 会場の強み

- ・ **天候リスクなし:** 屋内開催のため、雨天・強風の心配が不要
- ・ **電気・水道完備:** 発電機・給水タンク等の設備が不要
- ・ **保健所対応が容易:** 屋内施設のため衛生管理の基準を満たしやすい
- ・ **過去のギネスも全て屋内で実施:** ギネス記録挑戦の実績に沿った形式

7.3 出店者エリア

- ・ 体育館横プロムナードにキッチンカー20店舗を配置
 - ・ 出店料を徴収する方針
-

8. 収支計画

8.1 収入の部

項目	金額	備考
参加費	¥11,100,000	大人¥5,000×1,940人 + 学生¥2,500×560人
クラファン/魂参加枠	¥3,000,000	¥10,000×300口（応援枠）
スポンサー（大口）	¥2,000,000	¥200,000×10社
スポンサー（小口）	¥1,000,000	¥20,000×50社

項目	金額	備考
出店料	¥300,000	¥15,000×20台
収入合計	¥17,400,000	

8.2 支出の部

項目	金額	備考
グッズ制作費	¥3,750,000	記念Tシャツ 2,500枚×¥1,500
人件費	¥3,360,000	実行委員会30名、3～5月の3ヶ月間
会場・設備費	¥2,000,000	テーブル約420台、音響・ステージ
ギネス関連費	¥2,750,000	優先審査¥600,000 + 審判員派遣¥2,000,000 + 証人 ¥150,000
現場運営費	¥1,050,000	食材・消耗品・衛生設備・通信機器・ガス・雑費
システム利用料	¥968,000	チケット販売プラットフォーム利用料
安全管理費	¥800,000	警備¥400,000、保険¥400,000
広報・制作費	¥650,000	HP・印刷物・映像記録・ロゴデザイン
予備費	¥2,072,000	想定外の支出に備える（会場費等の新規費目を含む）
支出行合計	¥17,400,000	

8.3 収支見通し

金額	
収入合計	¥17,400,000
支出行合計	¥17,400,000
差引	±¥0

本事業は参加費収入を基盤とした収支均衡の計画であり、公的補助金に依存しない自立した事業構造である。

9. 集客・広報計画

9.1 参加者募集

項目	内容
募集人数	2,500人（先着）
募集開始	3月上旬
プラットフォーム	チケット販売システム
参加費	大人¥5,000 / 学生¥2,500 (Tシャツ付き)

9.2 集客チャネル

オンライン:

- 公式サイト（チケット販売システムへの導線）
- Instagram（メインSNS、リール動画中心の発信）

オフライン:

- フライヤー（A4）の配布
- 学校へのチラシ配布（教育委員会の後援取得後）
- 糸島市内の各コミュニティへの案内
- 各実行委員メンバーの個人ネットワーク

9.3 メディア戦略

タイミング	内容
3月中旬	第1弾プレスリリース: 挑戦発表・参加者募集開始
4月中旬	第2弾: 進捗報告・スポンサー紹介
5月中旬	第3弾: 直前告知
当日夜～翌日	第4弾: 結果速報

テレビ局（FBS福岡放送 等）への取材依頼、当日のプレス受入体制を整備する。

10. リスク管理

リスク	影響度	対策
ギネスが5月30日に 対応できない	最大	日程をギネス側に合わせて変更（合意済み）
参加者不足（2,500 人未達）	大	早期募集開始、SNS・メディア露出、学校チラシ配布、各実行委員の個人ネットワーク活用
失格率の上昇	中	オンライン説明会で事前指導、アーカイブ動画配信、当日開始前のリマインド実演
天候（台風等）	低	屋内開催のため通常の雨天は影響なし。台風等で公共交通機関が停止する場合のみ中止を検討
設備トラブル	中	バックアップ機器の用意、前日の動作確認
交通アクセス	中	駐車場は関係者専用。公共交通機関の利用を参加者に事前周知徹底（申込時・リマインドメール・公式サイト）
法令遵守	一	食品衛生法に基づく臨時出店届出、道路使用許可、騒音規制への対応等、必要な届出・許認可を事前に取得する

保険

保険種類	内容
イベント賠償責任保険	施設管理の瑕疵による第三者への賠償
飲食物危険補償特約	食中毒発生時の賠償
参加者傷害保険	参加者自身のケガ・熱中症等
興行中止保険	不可抗力による中止時の損害補填

11. 社会的インパクト・SDGs

11.1 対応するSDGs目標

SDGs目標	本事業との関連
目標2: 飢餓をゼロに	日本の米食文化の価値を再発信し、米の消費・関心を促進
目標4: 質の高い教育をみんなに	おむすび作りを通じた食育体験。子供から大人まで参加可能

SDGs目標	本事業との関連
目標8: 働きがいも経済成長も	地元スポンサー・出店者への経済効果、マルシェによる地域経済活性化
目標11: 住み続けられるまちづくりを	地域住民の結束強化、糸島の地域ブランド向上
目標12: つくる責任つかう責任	糸島産食材の活用、食品廃棄の最小化

11.2 地域への貢献

- ・ **食育**: 子供たちがおむすびを握る体験を通じて、日本の食文化に触れる機会を提供
- ・ **地域経済**: 2,500人の参加者+来訪者によるマルシェ消費、スポンサー企業60社との連携
- ・ **コミュニティ**: 糸島市民・福岡都市圏からの参加者が一つの目標に向かう一体感の醸成
- ・ **環境配慮**: 糸島産の米・梅干しの使用（フードマイレージの低減）、公共交通機関での来場推奨

12. 効果測定・KPI

12.1 定量指標

指標	目標値	測定方法
参加者数	2,500人	チケット販売システム申込数
ギネス記録達成（成功者数）	2,000人以上	審判員の判定結果
失格率	5%以下	失格数÷挑戦者数
スポンサー獲得	大口10社・小口50社	契約数
メディア掲載数	10件以上	テレビ・新聞・Web記事
SNSリーチ	100万以上	Instagram等のインプレッション
マルシェ出店数	20台	出店契約数

12.2 定性指標

指標	測定方法
参加者満足度	イベント後アンケート
メディアでの論調	報道内容の分析
地域住民の反応	糸島市内コミュニティ経由のフィードバック
スポンサー企業の評価	事後ヒアリング

12.3 事後報告

- ・イベント終了後1ヶ月以内に**事業報告書**を作成し、スポンサー企業・後援機関に提出
- ・収支決算報告を実行委員会で承認後、関係者に公開

付録

付録1. 協賛メニュー

ランク	口数	単価	主な特典
プラチナ (大口)	少数	要相談	冠スポンサー級の露出、会場最大バナー、全配布物にロゴ、SNS・HP特集
ゴールド	10社 程度	¥200,000～	リーフレット掲載、会場バナー、SNSメンション
ブロンズ (小 口)	50社 程度	¥20,000～	公式サイトへのロゴ掲載

※ 大口スポンサーは一業種一社が基本方針。大口スポンサーの独占感を出し、提案しやすくする

スポンサー企業へのリーチ:

- ・参加者2,500人への直接的なブランド露出 (Tシャツ・リーフレット・会場バナー)
- ・SNS・公式サイトでのロゴ掲載

- ・メディア報道を通じた広域露出
- ・「ギネス世界記録」という希少性の高いストーリーへの参画

付録2. 役員名簿

役職	氏名	担当領域
実行委員長	松田 一葉	おむすび・集客・SNS
副委員長	石長 史康	ディレクション・ギネス・対外
副委員長	中内 雄希	会場・制作・スポンサー
事務局長	(人選未定)	参加者管理・問い合わせ・入出金管理

付録3. 団体規約

※別紙「おむすびギネス糸島実行委員会規約」を参照

本事業計画書は2026年2月28日時点の情報に基づく第2版です。初版(2/23)からの主な変更: 会場を糸島市運動公園メインアリーナ（屋内）に変更、1チャンネル1リーダー制の導入、協賛メニューをプラチナ/ゴールド/ブロンズの3段階に変更、一業種一社の方針策定。ギネスレギュレーションの確認後、隨時更新します。