

最後の未出店エリアへ進出！ついに全47都道府県の出店達成

くら寿司 北海道1号店「ラソラ札幌店」

—2021年7月15日(木)オープン！—

2021年9月に2号店「札幌八軒店」もオープン予定

回転寿司チェーン「くら寿司」を運営するくら寿司株式会社(代表取締役社長:田中邦彦、所在地:大阪府堺市)は、全国で最後の未出店エリアだった北海道に「ラソラ札幌店」を7月15日(木)オープンします。これにより、全国47都道府県の出店を達成します(2021年5月末時点 482店舗)。



当社は、まぐろの熟成や、すし酢の製造など、味へのこだわりになる加工・製造を自社セントラルキッチンで行っているため、物流などの関係から、これまで北海道への出店を慎重に検討してまいりました。しかしこの度、複数店舗の出店と、集客が見込める札幌市内でオープンできる目途が立ったことから、ついに北海道への進出を果たし、全国での店舗展開を実現することができました。北海道は全国的に見てもお寿司屋さんの多い都道府県ではありますが、お寿司だけではなく、こだわりのサイドメニューなど多彩な商品に加え、「食のエンターテイメント」と言える「ビックらポン」や「スマホ de くら」など、くら寿司独自のサービスをご提供することによって、北海道の皆様にも親しんでいただけたと考えております。オープンを記念して、限定メニューの販売も予定しております。また、2021年9月には北海道2号店となる「札幌八軒店」のオープンも予定しており、今後も順次出店を拡大していきます。

また、くら寿司では、入店から退店まで店員と対面せずに、お客様へのサービス提供が可能となる、「非接触型サービス」を標準装備した「スマートくら寿司」の出店や、空気中の菌やウイルスからお寿司を守る「抗菌寿司カバー」の導入など、新型コロナウイルス感染症の拡大防止を目的とした様々な対策に取り組んでいます。このように「with コロナ」時代のニーズをいち早く捉えた取り組みが高く評価され、2020年度の「顧客体験価値(CX)ランキング™」*では、第2位に選ばれました(第1位はディズニー。外食業界ではくら寿司がトップ)。これからもお客様と従業員にとって安心安全な環境作りに努め、おいしいお寿司をご提供していければと考えています。

*ブランディング事業を手掛ける(株)インターブランドジャパンのグループである「C Space Japan」の調査結果(2020年11月)

詳細はこちら(<https://www.kurasushi.co.jp/topic/002198.html>)



■店舗概要

<北海道1号店>

・店舗名:「ラソラ札幌店」

・住所 :〒003-0003

北海道札幌市白石区東札幌3条1丁目1-1-2階

・座席数:198席

<北海道2号店>

・店舗名:「札幌八軒店」

・住所 :〒063-0846

北海道札幌市西区八軒6条西10丁目453-4

・座席数:199席

■非接触型サービス「スマートくら寿司」 入店から退店までの流れ(イメージ)

※「コンタクトレス」:店員を介さない / 「タッチレス」:機器に触れない



①セルフ案内
(コンタクトレス/タッチレス)



②座席間の背もたれの高さを確保
(コンタクトレス)



③スマホで注文
※自身のスマホと連動して注文可能
(タッチレス)



④触れずに開閉できる「抗菌寿司カバー」
(タッチレス)



⑤レーンに取り付けた小型 AI カメラが
お皿を自動的にカウントするセルフチェック
(コンタクトレス)



⑥セルフレジ
(コンタクトレス/タッチレス)

■くら寿司“初”年表(※一部抜粋)

1977年 現代表取締役社長の田中邦彦が大阪・堺に「お持ち帰り寿司専門店」を創業

世界初

1987年 E型レーン&ボックス席導入

ボックス席をより多く確保でき、客席と調理場を分ける店舗設計を考案。家族連れのお客様が、人目を気にせず、楽しく食事ができる空間を生み出しました。



1995年 株式会社くらコーポレーション設立
四大添加物無添加実現のための、セントラルキッチンが完成

世界初

1996年 水回収システム導入

お皿をテーブル上に積み重ねるのが恥ずかしいという、女性のお客様の声から生まれたシステム。テーブルの皿回収ポケットに寿司皿を投入すると、水流により皿が洗い場まで自動で運ばれます。



世界初

1997年 時間制限管理システム導入 & 1998年 製造管理システム導入

寿司カバーに取り付けたICタグなどによって、レーン上の商品の時間を管理。また、お客様の滞在時間によって変化する消費皿数(食べる量)を予測。係数化した「顧客係数」を厨房に表示し、レーンに流す皿数を最適化、廃棄ロスを軽減。



世界初

2000年 ビックラポン導入

水回収システムと連動し、5皿に1回抽選ゲームができる。「当たり」が出たらオリジナルの景品をプレゼントする、お子様に大人気のシステムです。



2002年 携帯予約システムの導入(業界初)
2008年 直前わさび導入(業界初)
2009年 米国1号店「アーバイン店」オープン
2011年 寿司カバー「鮮度くん」導入(世界初)

業界初

2013年 「熟成まぐろ」販売

自社セントラルキッチンで加工する「まぐろ」としてご提供していた商品を、加工法を見直すことで「熟成まぐろ」としてリニューアル。売上が1.5倍に急伸するなど年間7,000万皿を販売する人気商品に。さらに、美味しいまぐろを追求するため、2019年には東京大学大学院との共同分析を行い、熟成時間を変更することで、さらに旨味を引き出した「極み熟成 まぐろ」として販売しています。



2014年 台湾1号店「松江南京店」オープン

業界初

2016年 貝塚センター開業

他の回転寿司チェーンでは例を見ない、原魚を捌く加工センター「貝塚センター」の完成により、産地直送の国産天然魚を、より安定的に、新鮮でおいしく提供することが可能になりました。



2019年 Kura Sushi USA, Inc.が米国ナスダック市場上場(日本初)
2020年 Kura Sushi Asia Co.,Ltd.がタイバイエクスチェンジ上場(日本初)