

日本の魚食文化の発展を目指して
官民協働で推進する「さかなの日」
賛同メンバーにくら寿司が参画

～11/27(日)開催の「さかなの日」キックオフイベント(Fish-1グランプリ内)に協賛予定～

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、官民協働で推進する「さかなの日」の賛同メンバーとして参画いたします。また、11月27日(日)に開催される「さかなの日」のキックオフイベント(Fish-1グランプリ内)へ協賛し、今年の4月から全国の小学校で実施している出張授業「お寿司で学ぶSDGs」の特別授業を行う予定です。



近年、海外では健康志向の高まりなどにより魚食文化が広まり、魚介類の消費量が過去半世紀で約2倍に増加しています。一方で、農林水産省の調査によると、国内の1人当たりの魚介類の年間消費量は2001年度の40.2kgをピークに、2020年度の23.4kgまで減少。日本の魚食離れが問題視されています。

当社では、「全国のお客様に、国産天然魚をもっと手軽に、美味しく楽しんでいただきたい」という思いで、2010年から「天然魚プロジェクト」をスタート。現在では、全国116か所の漁港、漁協から直接買い付け、独自のルートで配送することで、新鮮な国産天然魚をより安く、より美味しい寿司ネタとして提供するとともに、子や孫の代まで日本の魚が食べられる未来のため、漁業者様との共存共栄を目指す取り組みを行っています。また、市場にあまり出回っていない低利用魚の積極的な活用も進めており、シイラやニザダイなども商品化し販売。貴重な海の資源の活用と魚食文化の推進につなげています。

そしてこの度、魚を扱う一企業として、「魚を食べてほしい」、「魚食で国産水産物の消費拡大を応援したい」という思いに共感し、官民協働で推進する「さかなの日」の賛同メンバーに参画。11月3日から7日を「いいさかなの日」として、今年の同期間をスタートとし、毎月3～7日は「さかなの日」として制定され、様々な魚食普及活動に取り組めます。また、11月27日(日)に開催される「さかなの日」のキックオフイベント(Fish-1グランプリ内)に協賛し、今年の4月から開始し既に全国の小学校25校(※2022年10月28日時点)で実施している出張授業「お寿司で学ぶSDGs」の特別授業を行う予定です。

今後も、水産庁と連携を図りながら、様々なイベントや取り組みを通じて魚食文化の普及に努めるとともに、日本の漁業活性化に繋がる活動を推進してまいります。

■「さかなの日」について

＜概要＞

「さかなの日」は、毎月 3～7 日(さかな)とし、特に 11 月 3～7 日を賛同メンバーによる水産物の消費拡大に向けた活動の強化週間(いいさかなの日)と位置付けています。「さかなの日」に賛同した企業等は、賛同メンバーとして、「さかなの日」に水産物の消費拡大に係る取組を実施していきます。

＜コンセプト「さかな×サステナ」＞

水産資源は元来持続可能な資源です。また、我が国では適切に水産資源を管理しており、養殖業においても、天然資源に負担をかけない持続可能な養殖生産を推進していることから、魚を選択し食べることは、SDGs の「持続可能な生産消費形態を確保する」(目標 12)につながる持続可能な消費行動です。「さかなの日」をきっかけに、消費者の皆様には、あらためて「魚を食べること」について考えて頂き、魚食の魅力を再発見して頂きたいと思えます。



おいしい×サステナ=いい未来

さかなの日

■第 8 回「Fish-1グランプリ」 概要

- ・日時: 11 月 27 日(日) 10 時～17 時
- ・開催場所: 日比谷公園
- ・URL: <https://www.pride-fish.jp/F1GP/>

■子どもたちの学びに貢献！出張授業「お寿司で学ぶ SDGs」

新型コロナウイルス感染拡大等により、文部科学省は、この未曾有の事態において、子どもたちが直面する課題を主体的に捉え、その解決に向けて自分で考える力を育む教育が一層重要になるとして、2020 年度に改定された学習指導要領に「持続可能な開発のための教育(ESD)」の理念が組み込まれました。以降、全ての学校で SDGs 教育の導入が推進され、学校独自の SDGs の取り組みや学習プログラムが始まっています。

当社では、2021 年 4 月より、株式会社学研プラスと「持続可能な開発のための教育(ESD)」向け教材の共同開発をはじめ、お寿司という身近な題材から、水産業や食をめぐる課題の解決方法を考える「お寿司で学ぶ SDGs」の出張授業プロジェクトを 2022 年 4 月に発足。授業内容は「低利用魚の活用」や、ICT(情報通信技術)を活用した「製造管理システム」の導入による食品ロス削減など、実際に当社が行っている SDGs の取り組みを例にしており、魚やお寿司の模型を使ったお寿司屋さんゲームなどを通して楽しく学ぶことができます。今年度は全国約 50 校での実施を予定しており、既に 120 以上の学校からお申込みいただいております。



■(参考)漁業創生の取り組み

○天然魚プロジェクト(2010年～)と一船買い(2015年～)

子や孫の代まで、日本の魚が食べられる未来のために漁業者様との共存共栄を目指す当プロジェクトでは、全国 116 か所の漁港・漁協様と直接取引し、新鮮な魚を仕入れています。2015 年には定置網にかかった魚を丸ごと買い取る「一船買い」を開始。定置網で獲れた魚を重量に応じて年間契約で決めた価格で買い取るため、漁師さんは市場価格に左右されずに、また、あまり流通していない市場価値の低い魚でも引き取ってもらえるメリットがあります。一方、当社は豊富な魚種を安定して仕入れることができます。漁師さんに対して、収入の安定という形で還元できる仕入れ方法といえます。また、美味しいにも関わらず、あまり市場に出回っていない低利用魚の活用も進めています。例えば、ハワイでは「マヒマヒ」と呼ばれる「シイラ」や汽水域等に生息する「ボラ」などです。当社の充実した加工体制や商品開発のノウハウを生かし、商品化できたことで、それまであまり値が付かなかった魚の付加価値が高まり、漁師さんに還元することができています。



○さかな 100%プロジェクト(「循環フィッシュ」の販売)(2018年～)

国産天然魚のどうしても商品にできない部位を魚粉にし、養殖魚のエサの一部に活用。このエサに柑橘類のオイルや皮などを混ぜて養殖し、「みかんぶり」や「みかんサーモン」などの「フルーティーフィッシュ」として販売しています。価格高騰が続く、生産者の方々の負担にもなっている養殖用エサのコストダウンにも成功。また、仕入れた魚をすべて丸ごと使い切ることで、貴重な海洋資源の保全、SDGs の達成にもつながります。

○天然魚魚育(うおい)プロジェクト(2019年～)

市場に出荷しても値が付にくい定置網にかかったハマチやタイの未成魚を、養殖用の生けすで寿司ネタにできるサイズにまで畜養。また、「磯焼け」の原因となり、駆除対象となっているニザダイは、定置網にかかることが多い一方で、その独特のにおいから食用としては敬遠され、市場にほぼ出回っていない魚ですが、一定期間エサとしてキャベツを与えることで、においが薄まることが分かり、商品化に成功しました。

限りある海洋資源の保全と、商品の高付加価値化による漁師さんへの還元につながる取り組みです。

○「KURA おさかなファーム」設立(2021年11月)—中長期契約による全量買取の委託養殖など

漁業の持続可能な発展と魚の安定供給を図るため、くら寿司の子会社として設立。主な事業内容は、国際的基準を満たしたオーガニック水産物として日本で初めて認証取得した「オーガニックはまち」の生産と卸売、そして、人手不足と労働環境改善を目指した、AIやIoTを活用した「スマート養殖」です。スマート養殖では、外部の生産者の方々へ養殖を委託し、同社が中長期契約で全量買い取りすることで、生産者の方々の収入安定化を図ります。これらを通じ、グループ内で生産から販売まで一気通貫の体制を構築し、安定した供給量確保とコスト管理を実現することで、お客様により高品質でリーズナブルなお寿司の提供を目指します。また、生産者の方々や漁協とも連携し、収益機会の提供と労働効率の改善を通じて、「若者の漁業就業」や「地方創生」への貢献にも取り組みます。

