

**廃棄予定の「貝殻」を外壁に活用したサステナブルな店舗
“スシテナブル(寿司+サステナブル)” & テクノロジーが詰まった
“次世代のレストランモデル”として回転寿司を世界に発信！**

くら寿司史上最大の店舗 2025年 大阪・関西万博に出店！

**「回転ベルトは、世界を一つに。」をコンセプトに、
“見て”“食べて”楽しめる回転ベルトで、世界各国の食を提供**

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、「大阪・関西万博」において、「食に関わる新たな技術や文化」を来場者に実際に体験していただくため、「フューチャーライフゾーン」にてくら寿司史上最大かつ、サステナブルを強く意識した店舗を出店いたします。



※パース画像はイメージであり、変更となる可能性があります。

昨今、世界には解決が困難な様々な社会的課題があふれています。そのような中、大手回転寿司チェーンで唯一、全店、回転ベルトでお寿司を提供している当社では、「回転ベルトは、世界を一つに。」をコンセプトに、始まりも終わりのない回転ベルトで結ばれる回転寿司を通じ、万博に訪れた世界中のみなさんが笑顔になり楽しい食体験ができる場を提供したいと考えています。

当店舗には、当社史上最多となる338の座席、および約135mの当社史上最長の回転ベルトを設置。内装は、テーブルや柱に白木を、座席には畳シートを使用するなど、ジャパニーズモダンなデザインとなっていて、天井には巨大な回転ベルトと皿のグラフィックが大胆に描かれています。また、当社が長年かけて開発・進化させ、運用してきたAIやICTを活用した衛生・品質管理のシステムや、利便性・快適性を向上させるテクノロジーを活用したシステムを搭載し、回転寿司のアイデンティティーである回転ベルトでの提供にこだわった最先端の店舗となります。

一方、外観は、当社の店舗を象徴する蔵をイメージしたなまこ壁に、空気中のホコリやウイルスから寿司を守る「抗菌寿司カバー鮮度くん」に入った、お寿司のシンボルであるマグロのにぎりが大きく描かれたシンボリックなデザインになっています。そして、外壁素材には、廃棄予定の貝殻、約33.6万枚を再利用しているほか、海藻から作る糊などを使用する“人工物不使用の漆喰(しっくい)”を採用。当社初のサステナブルな店舗となっています。

また、当店舗は、お寿司をはじめ、世界の食が集結する店舗として、世界各国のシンボリックなメニューを取り揃えて提供するほか、継続的な水産資源の活用など漁業者様との取り組みにより、「お寿司で実現するサステナブル“スシテナブル”なメニューとして、低利用魚を活用した商品等の販売を予定しており、世界の人と食との出会いを通じて、新しいイノベーションが起こるきっかけとなることを目指しています。

回転寿司は1970年の大阪万博で注目を集めたことをきっかけに国内に広がったと言われています。それから50年以上を経て、当社が先頭に立って進化させてきたという自負とともに、“スシテナブル”&最先端テクノロジーが詰まった店舗を「次世代のレストランモデル」として発信することで、日本発祥の素晴らしいビジネスモデルである回転寿司が全世界へと広がることを期待します。

【本リリースに関するメディアの皆様からのお問い合わせ先】

くら寿司株式会社 広報宣伝・IR本部 広報部 TEL:072-493-6153 FAX:072-493-6154

最新のくら寿司基本素材はこちらをご参照ください <https://dentsuprc.jp/kurasozai> パスワード:kura

《店舗概要》

■外壁素材に廃棄予定の「貝殻」を再利用した

“人工物不使用の漆喰”を採用したサステナブルな店舗

くら寿司を象徴する蔵をイメージした外観は、一目で「寿司屋」だと世界中の方が分かるよう、空気中のホコリやウイルスから寿司を守る「抗菌寿司カバー鮮度くん」に入ったマグロの寿司を大きく描いたシンプルなデザインです。

この外壁素材には、廃棄予定の貝殻約 33.6 万枚を再利用し、海藻から作る糊などを使用してできる“人工物不使用の漆喰”を採用。貝殻の処理をめぐっては、海への投棄や空き地などに積載放置されることで環境汚染につながるという問題もあり、当店舗で貝殻を再利用した「貝灰漆喰」を活用することで、大阪・関西万博の目指す「持続可能な開発目標 (SDGs) 達成への貢献」の一助になればと考えています。



※パース画像はイメージであり、変更となる可能性があります。

■くら寿司史上最大の座席数と最長の回転ベルトで、

回転寿司ならではの「お寿司が回る楽しい食体験を提供

当店舗の店舗面積は 799.55 m²、座席数はくら寿司店舗で最多となる 338 席 (6 人席: 54BOX、カウンター席: 14 席)、お寿司が流れる回転ベルトも最長の約 135m と、くら寿司史上最大規模の店舗となっています。店内は、テーブルや柱に白木を、座席には畳シートを使用するジャパニーズモダンなデザインで、天井には巨大な回転ベルトと皿のグラフィックが大胆に描かれています。



※パース画像はイメージであり、変更となる可能性があります。

■くら寿司初！世界各国のシンボリックな料理を集結させるため、

メニューを開発中

当店舗では、コンセプトである「回転ベルトは、世界を一つに。」を軸に、お寿司をはじめ、世界各国のシンボリックなメニューを集結し、それらを、回転ベルトを通じご提供することを目指しています。現在は、各国大使館をめぐり、試食と改良を繰り返しながら、メニュー開発を進めています。様々なきっかけを生み出す万博への出店となるため、世界の人と食との出会いを通じて、当店舗でも新しいイノベーションが起こるきっかけとなればと考えています。





■くら寿司を支える技術が集結！AI や ICT を活用した世界最先端の店舗

当社では、安くて美味しいお寿司の永続的な提供を目的に、長年かけて開発・進化させ、運用してきた AI や ICT など最先端の技術を活用した衛生・品質管理のシステムや、お客様の利便性・快適性を向上させるテクノロジーを活用したシステムを各店舗に搭載。こうしたシステムにより、回転寿司のアイデンティティーである回転ベルトでの提供を実現しています。

その各種システムが当店舗にも集結し、世界中の方に日本の回転寿司の“最先端の食体験”を提供します。1970 年の大阪万博をきっかけに回転寿司が国内に広がったように、今回の大阪・関西万博で、回転寿司のシステムが世界に広がることを期待しています。

■長年の漁業創生の取り組みで実現できる

「お寿司で実現するサステナブル“スシテナブル”」メニューの提供

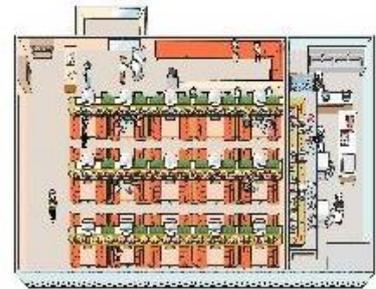
当社では、2010 年の「天然魚プロジェクト」を皮切りに、日本国内の漁師さんとともに、未来の豊かな海を守るため、海洋資源の保護と漁業の活性化に向けた様々な取り組みを行っています。これらの継続的な取り組みを通して、普段あまり目にしない低利用魚や AI を駆使した「スマート養殖」、オーガニックフィッシュ等、サステナブルな商品の提供を実現しています。当店舗でも、くら寿司だからこそ実現できる「スシテナブル」なメニューを提供する予定で、食を通じて「持続可能な開発目標 (SDGs) 達成への貢献」を目指します。

※参考資料※

■業界に先駆け、常に最先端の仕組みや技術を開発・導入

○E型レーン(1987年～)

昨今の回転寿司では当たり前に見られるようになりましたが、これを業界で初めて導入したのはくら寿司です。「カウンター席では家族が顔を合わせて食事を楽しむことができない」という思いから、多くのボックス席を配置できるようにするために導入。店員の目を気にせず、気兼ねなくゆったりと会話を楽しみながら食事をする空間を生み出すことができ、かつ、厨房と客室を分離することで衛生的な食空間を実現しています。



○「水回収システム」(1996年～)

「美味しくリーズナブルなお寿司をたくさん食べたい！でも、大量の皿を積み上げて食べるのは恥ずかしい…。」そんなお客様の声がかっかけとなり考案されたのが、「水回収システム」です。食べ終えた皿をテーブルに備え付けた皿回収ポケットへ投入すると、水流によって洗い場まで自動的に流れていく仕組みとなっています。このシステム導入により、お客様が皿を積み上げるストレスもなくなり、テーブルを広々と使うことも可能となりました。また、店舗運営面でも片付ける手間が省け、人件費の削減と席の回転率アップにつながっています。



○ICTを活用して品質・衛生管理「時間制限管理システム」(1997年～)

「抗菌寿司カバー鮮度くん」のフタにQRタグを取り付け、商品を回転ベルトに乗せた時からの時間を管理。既定の時間を超えると厨房内で自動的に蓋が開き、音と画面で正確に廃棄のタイミングを知ることができます。かつては、人の目で廃棄する商品を取り除いていましたが、よりお客様に安心安全な商品を提供するために、合理的に管理できるようにしたのがこのシステムです。新鮮で安全に、かつ美味しく食べていただくため、ICTを活用して徹底した品質、衛生管理を実施しています。

○食品ロスの削減にもつながる「製造管理システム」(1998年～)

厨房に設置されたパネル画面には、お客様の滞在時間を3段階で分け、時間の経過ごとに消費される皿数(食べる量)を予想し、係数化した数値が表示されています。当社ではこれを「顧客係数」と呼び、いわば、時間の経過とともに変化する「おなかのすき具合」を数値に置き換え、見える化しています。これにより、「いつ」「なにを」「どれぐらい」作ればいいのかなど、スタッフが次に行うべきことを判断しやすくなり、さまざまな無駄を省くことはもちろん、店長などスタッフの育成の簡易化につながり、出店強化にも貢献しています。

かつては店長の経験や感覚を頼りに、提供するお寿司の種類や量を決めていましたが、個人差があり、精度にばらつきがありました。今では他社も導入するこの予測精度を上げるシステムをいち早く導入した当社ですが、現在では、この「顧客係数」に「抗菌寿司カバー鮮度くん」に付けたQRタグから読み取るお寿司の消費情報と合わせて判断することで、必要なタイミングに適切な種類と量のお寿司を提供できるようになり、商品の回転率向上に寄与しています。



○オーダーレーン&回転レーンでの「二刀流レーン」による商品提供(2009年～)

くら寿司では、タッチパネルでご注文いただいた商品を素早くお客様にお届けするオーダーレーンを2009年に導入。注文商品を迅速かつ確実に届け、見た目も楽しんでいただけます。また、当社独自の「抗菌寿司カバー」があるからこそ可能な回転レーンでの安全・安心な商品のご提供も行っており、パレードのようにお寿司が続々と流れてくる、回転寿司ならではのワクワク感も大切にしています。全店でオーダーレーンと回転レーンの両方を活用する「二刀流レーン」で商品をご提供しているのは今や業界で唯一となっており、お客様の様々なニーズにお応えできるようしております。



○鮮度と安全安心を守る「抗菌寿司カバー鮮度くん」(2011年～)

回転ベルトを流れるお寿司を空中に浮遊するホコリやウイルス、飛沫から守ることを第一の目的として導入しましたが、そのカバーの効果により、物理的な商品の乾燥による品質劣化の低減を可能にしています。ベルトに流れるお寿司は常に風にさらされている状態で、ICT管理により適切なタイミングで提供する仕組みと合わせ、回転ベルトを流れるお寿司が乾いているというイメージは、カバーが無い時代のものになりました。



○非接触型サービス「スマートくら寿司」(2021年～)

外食業界の長年の課題である人手不足の解消と省力化、および、お客様の利便性向上を図るために導入した、入店から退店まで従業員と接することなくお食事いただける業界初のシステム。入店時は自動受付機が席をご案内し、着席後は、席上のタッチパネルやご自身のスマートフォンから商品の注文が可能。勘定時はセルフチェックシステムにより、回転レーン上のAIカメラが食べたお皿の正確な枚数を自動でチェック。注文商品のデータと合わせ、皿回収ポケットに投入された皿の枚数と照合させることで、従業員が皿の枚数を確認することなく勘定し、会計はセルフレジで行います。従業員を介さず会計金額の確認が可能になることで、食事後すぐに会計ができ、待ち時間の短縮にもつながるほか、皿の枚数の確認作業が減ることで、従業員の業務負担が低減したことで、これまで以上に接客へ注力することが可能となりました。



■漁師さんとの共存共栄を図り、未来の海を守る「漁業創生の取り組み」

○「一船買い」と低利用魚の積極的活用(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、全国約120か所の漁港・漁協様と直接取引し、新鮮な魚を仕入れていきます。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、当社にとっては、



豊富な魚種を安定して仕入れることができるとともに、漁師さんには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。価格高騰が続き、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し、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きにくい定置網にかかったハマチやタイの未成年魚を、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、定置網にかかるとは多い一方で、その独特な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、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。



○国内初「オーガニックはまち」の自社養殖とAIを活用した「スマート養殖」(2021 年～)

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した「KURA おさかなファーム」では、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、AI を活用することで、人手不足と労働環境改善、給餌の最適化による経営効率の向上を図る「スマート養殖」を進めています。主にタイやハマチを養殖しており、くら寿司で扱う量のそれぞれ約 3 分の 1 をスマート養殖で賄っています。これらを通じ、グループ内で生産から販売まで一貫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。



○地魚地食の取り組み(2023 年～)

地域の漁港で水揚げされた旬の地魚を使ったメニューを該当エリアの店舗限定で販売する、全国チェーンでは異例ともいえる取り組みです。全国の漁業者様とのネットワークを生かし、地域の漁業者様、地域の水産会社様、地域の店舗とが連携し、各地域の漁港で水揚げされた魚を、各拠点となる水産加工場で加工し、グループ内の店舗に送っています。地域の方が地域で獲れた“地魚”を食べることにより、魚食の推進や地域水産市場の活性化にもつながります。

