

## 海洋保全の推進を目指して

# 大阪初の“ビーチの国際認証”「ブルーフラッグ」を取得した 「二色の浜海水浴場」の持続可能な発展を応援

### — 「2024二色の浜ブルーフラッグ シルバーパートナー」として協賛 —

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、国際 NGO の FEE(国際環境教育基金)が認証する「ブルーフラッグ」を大阪で初めて取得した「二色の浜海水浴場」(大阪府貝塚市)の持続可能な発展のために、「2024 二色の浜ブルーフラッグ シルバーパートナー」として協賛することとなりました。



ブルーフラッグとは、ビーチやマリーナ等における持続可能な発展を目指して、1985年にフランスで誕生した世界で最も歴史ある国際環境認証制度で、51か国、5,121か所で認証を取得しています(※1)。

ブルーフラッグ認証プログラムでは、SDGsの17の目標すべてに関連した認証基準である、水質や環境マネジメント、環境教育と情報、安全性とサービスといった分野において、毎年審査を受けて認証を更新する必要がありますが、本認証の取得を通じ、地域が一体となった継続的な海洋環境の保全やブランディングによる地域経済の活性化、地元の人々に対する愛着や誇りの醸成など、環境と経済の2つの側面を両立させながら持続可能な発展が期待できます。

日本国内では、14か所のビーチやマリーナが認証を取得しており(※2)、このうち、二色の浜海水浴場は大阪府で初めて今年5月に認証を取得しました。二色の浜海水浴場は、1994年に65万人いた利用者がレジャーの多様化などにより年々減少。海水浴場の利用料が無料であることもあり、持続的な運営が困難な状況にあるという課題を抱えていました。そこで、二色の浜海水浴場の魅力向上と持続可能な発展を目指し、地元住民や関係団体など地域で連携を図りながら、認証を取得しました。

こうした二色の浜海水浴場での取り組みが、多くの水産物を扱う企業として、海を守り、育てていくために2010年より推進している当社の「漁業創生の取り組み」の理念と合致していること、また、当社本部を同じ貝塚市に構えていることから、地元の人々の持続可能な発展に微力でも貢献できればと考え、この度、協賛することと致しました。協賛金は、ビーチの整備や運用、バリアフリー化に伴う備品購入、環境学習やクリーン活動などに役立てられます。

未来の海を守る活動への支援をはじめ、漁業創生の取り組みをより一層推進してまいります。

(※1) 2024年5月26日時点 (※2) 2024年5月1日時点

#### 【概要】

協賛: 2024 二色の浜海水浴場ブルーフラッグ シルバーパートナー

期間: 2024年8月25日まで

ブルーフラッグについて: <https://blueflag-japan.org/blueflag/>

#### 【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

## (参考)くら寿司の漁業創生の取り組み

### ○「天然魚プロジェクト」と一船買い、低利用魚の活用



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、漁業者様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、漁業者様へ収入面で還元できる仕入れ方法といえます。一方、当社は豊富な魚種を安定して仕入れることができ、お客様に魅力ある商品としてお届けすることができます。

### ○国産天然魚を無駄なく活用する「さかな 100%プロジェクト」

海の資源を余すところなくお客様に提供したいという思いから、国産天然魚で寿司ネタとして使用できない部位も全て活用しています。国産天然魚用自社加工施設「貝塚センター」に集まる天然魚の寿司ネタとして使用できない骨の周りの身などはすり身にしてコロッケにしたり、海鮮丼の具材として活用。さらに、骨やアラなどの商品にできない部位については魚粉にし、くら寿司で販売する養殖魚のエサの一部として活用することで、貴重な海洋資源の保全や SDGs の達成につながるだけでなく、価格高騰が続く、生産者様の経営的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ています。



### ○付加価値の高い魚へ「天然魚魚育(うおい)プロジェクト」



市場に出荷しても値が付きにくいハマチやタイなどの未成魚を、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。

### ○AIを活用した「スマート養殖」

養殖業界の深刻な課題である「人手不足」と「労働環境の厳しさ」をテクノロジーの活用により緩和することを目的とした「スマート養殖」。AI や ICT 技術を活用したスマート給餌機を活用し、養殖で最も手間がかかる人の手を介したエサやりを無くすだけでなく、必要なエサを的確なタイミングで与えることで、価格高騰が続くエサのロス削減を図ることができ、経営の効率化に加え、海洋環境の保全にもつながります。



### ○全国チェーンでは類を見ない「地魚地食」



各地域で水揚げされた地魚を使ったメニューを、各地域内の店舗にて販売。それぞれの地域の旬の地魚をお楽しみいただける、地産地消ならぬ「地魚地食(じざかなじしょく)」の取り組みです。全国の漁業者様とのネットワークも生かし、地域の漁業者様、地域の水産会社様、地域の店舗が連携するシステムを構築。各地域の漁港で水揚げされた水産物を、それぞれ拠点となる全国各地の協力先の水産加工場で加工し、地域内の店舗に送ります。地域における地魚の消費を促すことで、地域の漁業者様を支えることにもつながります。