

2026.09
vol.14

Feature

その一皿を、未来へつなぐ
サステナブルな”すし”



FOOD & LIFE
COMPANIES

TERAOKA
News Letter

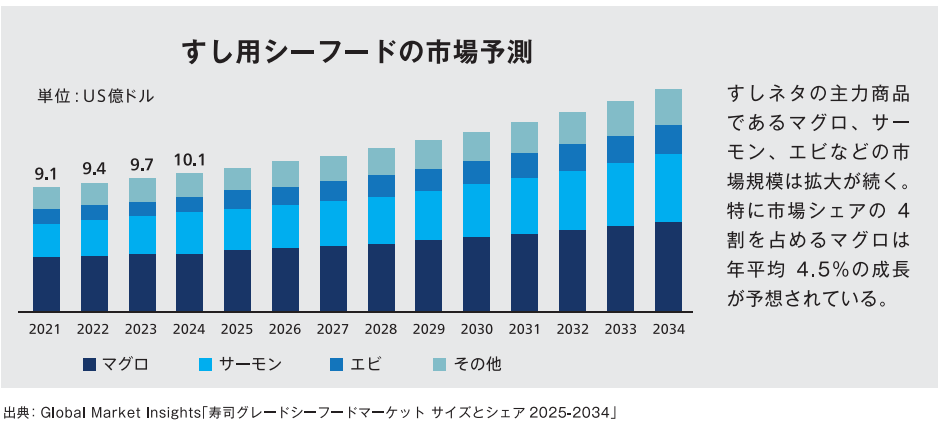
nature・humanity・solutions

グローバルで“すし”が人気の 一方で、水産資源が危険信号

世界的な日本食ブームを背景に、すしは今や”SUSHI”として世界共通の食文化となっています。健康志向や低カロリーで高タンパクな食への関心の高まりも追い風となり、欧米やアジアを中心に、すし市場は拡大を続けています。

こうした中、すし向け水産物の市場も大きく成長しています。世界のすし用のシーフード市場規模は、2024年に約10億米ドル（約1600億円）と評価され、2034年までに1.6倍へ拡大する見込みです。世界的なすし人気が、水産物需要を押し上げています。

一方で、その需要拡大を支える海では異変が起きています。国連食糧農業機関（FAO）によると、世界の水産資源の約3分の1が過剰漁獲の状態にあるとされ、海の環境や水産資源は大きな転換点を迎えています。すしを未来へつないでいくためには、「おいしく食べる」だけでなく、「持続可能に食べる」という視点がこれまで以上に重要になっています。



世界で広がるすし、 その未来をどう守る？

日本の海と漁業が迎える 転換点

日本の水産資源を巡っては、単に魚が減ったのではなく、「海そのものが変わり始めている」ことが大きな問題となっています。近年、日本近海では海水温の上昇に加え、海洋熱波の発生が顕在化しています。さらに黒潮大蛇行など海流の変化や、海の酸性化も続き、魚が生息する環境そのものが大きく変わりつつあります。その影響は、私たちになじみ深い魚種にも及んでいます。これまで当たり前だった漁場や漁獲パターンが通用しなくなりつつあるのです。

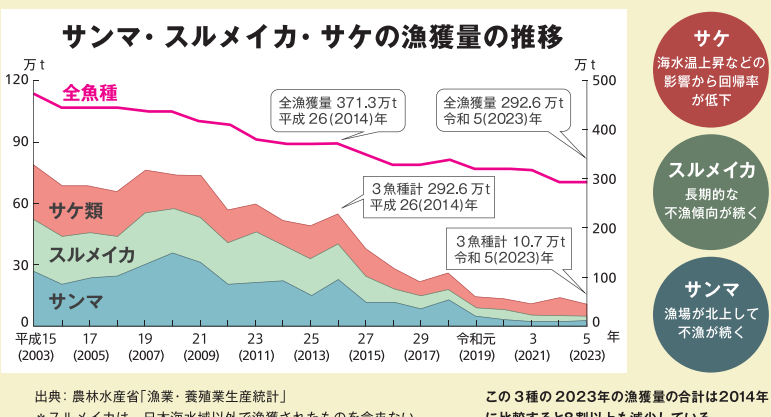
一方、日本の漁業は構造的な課題も抱えています。漁業就業者は長期的に減少傾向にあり、高齢化や後継者不足も深刻です。さらに、中東情勢などを背景に軽油価格が高騰し、燃料費や漁船の維持コストが経営を圧迫しています。気候変動による海洋環境の変化と、漁業を支える人や地域の課題が重なり合うことで、日本の漁業は大きな転換点を迎えています。

すし文化を守る新しい選択肢

すし文化を未来へつないでいくためには、資源を安定的に確保しながら、環境負荷を抑える新たな選択肢が求められています。水産業では「獲る」ことを前提とした従来型のモデルから、「育て、守りながら利用する」方向への転換が進み始めています。

その一つが養殖技術の高度化です。近年は人工的に採卵しふ化・育成した稚魚を育てる「人工種苗」の活用が進み、天然稚魚への依存を減らしながら安定生産を目指す動きが広がっています。また、海水温上昇などの影響を受けにくい陸上養殖も注目されています。

水産物の調達先を特定地域に依存せず、新たな調達国を開拓する動きも広がっています。すしに欠かせない米についても、高温耐性を持つ品種改良への支援が進められており、気候変動時代に適応した食材調達の重要性が高まっています。



スシローが描く”すし“の未来図

株式会社 FOOD & LIFE COMPANIES

すしは今や世界で親しまれる食文化となりました。しかし、その背景では気候変動や水産資源の減少といった課題が深刻化しています。こうした時代に、回転すしチェーン「スシロー」を展開する株式会社 FOOD & LIFE COMPANIES は、国内外で事業を拡大する一方、この変化にどう向き合っているのでしょうか。同社の取り組みと展望について、専務執行役員の小河博嗣氏に話を伺いました。



創業時から一貫した 楽しくおいしいすしへの思い

FOOD & LIFE COMPANIES は、「変えよう、毎日の美味しさを。広めよう、世界に喜びを。」をビジョンに掲げています。この言葉の背景には、スシロー創業時から受け継がれる「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」というスシローの使命があります。新鮮でおいしいすしを手頃な価格で提供することを基本に、そのための技術や工夫を進化させ続けています。しかし、すしビジネスは海産物や米など自然資本に大きく依存しています。自然の恵みなくして事業は成り立ちません。気候変動などにより事業環境が大きく変化する中、品質と安定供給を維持するとともに、自然環境そのものを守ることが、事業の持続可能性につながると考えています。

「シャリと海産物で作られているのがすしで、まさに海と大地の恵みを合わせたものです。我々はサステナビリティを事業の中心に置いた経営を目指していますが、それは事業の継続性と地球環境が重なる部分に

あると思っています」と、小河氏は言います。

ビジョンは、店舗づくりにも表れています。すしのおいしさを大前提に、エンターテインメント性を加えた食事体験を提供する――それが同社の掲げる「毎日の美味しさを変える」ということです。

「すしは新鮮な方がおいしいと言われるますが、来店体験も毎回新鮮で楽しいものであるように設計しています」

このビジョンは海外店舗でも共通しており、おいしいすしと楽しい時間を世界へ広げる挑戦を続けています。

スシローならではの ”おいしい“を守る仕組み

日本近海では、海水温の上昇や黒潮大蛇行などの影響で、これまで安定して獲れていた水産物の漁獲量が減少し、調達環境は年々厳しさを増しています。同社はこうした変化に対応し、水産資源の持続可能性を高めるため、安定調達に向けたさまざまな取り組みを進めています。



その一つが養殖です。天然資源への依存を減らし、良質な水産物を安定的に供給するため、養殖事業者との連携を進めています。例えばブリ（ハマチ）では、2024年に人工ふ化した稚魚を使った生産テストに成功し、完全養殖の実現へ前進しました。実際に2025年の大阪・関西万博「スシロー未来型万博店」では、養殖魚のみでメニューを提供しました。

「顧客評価は好評で、我々が想像しうる未来を、お客様にも食べることを通じて体験していただけたと思います」と小河氏は手応えを語ります。今後は養殖魚の使用比率を段階的に高め、将来的には天然魚と養殖魚がおおむね半々となることを理想としています。

ウニではスタートアップのウニノミクスなどと連携し、独自の陸上畜養技術を活用した高品質なウニの開発を進めています。気候変動の影響により、増えすぎて磯焼けの原因となっている身入りの悪い天然ウニを2〜3カ月陸上で育成し、短期間で商品価値の高い品質へ育てる取り組みです。

さらに、餌は養殖業者にとって最大のコストであり、いかに質の高い餌を適量与え生産効率を高めるかが大きな課題となっていることから、種苗（人工ふ化で育てた稚魚）とともに稚魚用人工飼料の販売を行っています。ほかに、養殖事業者の労働力を省力化することにつながる自動給餌システムなど、さまざまな企業と共に、生産性向上に向けた取り組みにも力を入れています。こうした養殖技術の開発では、担当部署が全国の大学や研究機関へ直接働きかけ、共同研究先を開拓してきました。

「資金や設備面で支援しながら長期的な協力関係を築き、一緒にゴールを目指しています。そして、そこで生まれたソリューションを広く養殖業者へ展開していきたいと考えています」



サプライチェーン全体で 食品ロスを減らす

外食産業では食品ロス削減が大きな課題となっています。スシローでは、店舗だけでなくサプライチェーン全体でロスを減らすさまざまな仕組みづくりを進めています。その代表例が、完全オーダー制への移行です。スシローは「回転すし」として親しまれていますが、現在はレーンですしを回す提供方法を廃止しました。これにより、一定の時間を過ぎた商品の廃棄は実質ゼロとなり、大幅な食品ロス削減につながっています。

また、重要なのは調達の最適化です。小河氏は「季節性や直近の売れ行き、販売パターンなどをAIで分析し、買い付けの段階から仕入れを最適化しています。また、店舗ごとに最適な量を供給することで、食品ロスの最小化を図っています」と説明します。さらに、魚を一匹丸ごと無駄なく活用する工夫も進めています。すしに使った後のアラはだしに、骨は骨せんべいに、切り落としはフライとして活用するなど、スシローだけでなく居酒屋チェーン「杉玉」を含むグループ全体で食材を無駄なく活用しています。

DXが変える回転すし

DX（デジタル化）は、スシローの店舗運営や顧客体験に大きな変化をもたらしています。

「販売状況を分析して仕入れや提供に役立てることはもちろん、従業員の作業効率化やお客様の会計時間の短縮など、DXの効果はさまざまな場面に及んでいます」

その基盤となっているのが、POSシステムや各種ソフトウェアです。

以前はすし皿の裏に付いたICタグを読み取っていましたが、現在は「画像認識エッジAIカメラ」が皿の色や枚数を判定し、自動会計を実現しています。これにより、会計時の待ち時間短縮と従業員の業務負担軽減につながっています。

また、大型タッチディスプレイ「デジロー」は、デジタル上で回転レーンを再現し、注文メニューや販促情報、ゲームなど多くの情報を盛り込むことで、顧客の体験価値を高めています。「実際、デジローを導入した店舗では、導入前より購入皿数が増えています」と小河氏は説明します。

環境学習の 身近な発信地として

スシローは、店舗を身近な環境コミュニケーションの場としても活用しています。

「デジローを活用して、養殖の取り組みや私たちが目指す世界観を、お客様に伝えていけるのではないかと考えています」

デジローには、提供する海産物の情報やクイズなども盛り込まれています。直接的な行動変容を促すのではなく、まずは環境変化や海産物への関心や理解を深めてもらうことを重視しています。

その考え方は店舗の外にも広がっています。同社では、社員が学校へ出向いて行

持続可能なすし文化を

日本から世界へ

海外展開が進むほど、持続可能な調達の重要性は高まります。

「基本戦略は日本と同じです。現地の規制に応じて調達しながら、味付けやトッピングは最小限のローカライズにとどめ、本物のすし体験を提供していきたいと考えています」

商品開発では各国の担当者や日本からの出向者が連携しながら、それぞれの市場に合わせた商品づくりを進めています。

同社は2026年6月時点で海外300店舗超を展開し、海外売上高比率も3割を超えています。年内には北米への進出も予定しており、グローバル展開を加速させています。その先に見据えるのは、すし文化を世界に広げ、未来へつないでいくことです。

飲食店のDXを 支える製品3選



「わくわくオーダー」

29インチの高解像度ワイドタッチパネルで、注文を「感動」に変えるセルフオーダーシステム。



「GoEat!Order」

スマホからWebブラウザ経由で注文でき、店内機器とも連携するモバイルオーダーシステム。



「IPT2000」

多彩なキャッシュレス決済とオーダースタイルに対応する、コンパクトでローコストなセルフレジ。



株式会社 FOOD & LIFE COMPANIES
大阪府吹田市江坂町 1丁目 22番 2号
<https://food-and-life.co.jp/>

回転すしチェーン「スシロー」を中核に、京樽や杉玉などのブランドを展開する外食企業グループ。国内外で約1,200店舗を運営し、品質と価格の両立を追求した商品提供を強みとする。日本発のすし文化を世界へ広げることを目指し、海外展開にも力を入れている。



子どもから大人まで楽しめる大型タッチディスプレイ「デジロー」。デジローによる発信のほかにも、「スシローの日」や季節ごとの企画などを催し、食事そのものを楽しい体験へと広げ、来店するたびに新しい発見や楽しさを提供している。

食育活動や、店舗・養殖場での体験から経営陣への提案まで行う、高校生を対象とした半年間の探究プログラムなど、幅広い環境教育にも取り組んでいます。今後は、多くの生物の産卵・生育の場となる海藻、アマモ場の再生活動も取り入れていく考えです。

TERAOKA Up-To-Date topics

資源回収の次の一步

アルミ缶回収機「アルミスカッシュ」

小売店や公共施設で、消費者が投入した飲料用アルミ缶を減容回収する「アルミスカッシュ」が新登場。スチール缶、スプレー缶などの異物の混入を避け、きれいなアルミ缶のみを 1/2～1/3 へ圧縮して、庫内に回収します。

ペットボトル回収機「ボトルスカッシュ」とならび、誰もが参加しやすい身近なエコアクションとしてリサイクルの習慣化を支援します。



セルフ量り売りの運用負担を減らす

ソフトバッグディスペンサー「EcoPlus」

商品の充填されたソフトバッグをそのまま装着できる、新型ディスペンサー「EcoPlus」。納品されたバッグをセットするだけで補充が完了し、商品の移し替えや洗浄の作業負担を軽減します。

7月 24日からは、京都のゼロ・ウェイストスーパー「斗々屋」で実証実験が始まりました。店舗・食品メーカー・消費者それぞれにもたらす効果を検証し、セルフ量り売りのさらなる普及を目指します。



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

TERAOKAでは、世界が掲げるSDGs(持続可能な開発目標)の実現事業として、ペットボトル回収機、安心安全な純水の給水機、廃棄物管理システム、フードロス対策、衛生管理システムなどの関連事業を展開しています。

TERAOKA

株式会社 寺岡精工 www.teraokaseiko.com



ミックス
紙 | 責任ある森林
管理を支えています
FSC® C022524

170830140
A20260817