

中・高価格帯のメニューを主体とする回転ずしチェーンが連携する。

回転ずし、月内に業界団体

地産地消・職人研修で連携

中・高価格帯のメニューを主体とする回転ずしチェーンが連携する。月内に業界団体を設立。1皿100円前後の均一価格チェーンとの比較でサービスやメニュー内容の差異について協力して広報するほか、漁業で地産地消を進める行政と連携し、食料情報の収集に積極的に取り組む。活動を通じ、多店舗化し売り上げ規模の大きい低価格チェーンに対抗する基盤を築く。



産地にもこだわる回転ずし店を共同でアピールしていく(東京都江戸川区の鮎子丸の店舗)

回転寿司協会の発起人企業

地盤	企業名	主な店名
北海道	三ツ屋レストランシステム	なごやか亭
東北	アミノ	うまい鮎勘
	田清	回転鮎清次郎
関東	アールディーシー	がってん寿司
	鮎子丸	すし鮎子丸
	ネオ・エモーション	三浦三崎港
東海	沓間水産	沼津魚がし鮎
北陸・信越	ウエノフーズサービス	もりもり寿し
	エムアンドケイ	金沢まいもん寿司
	堀口商店	ことぶき寿司
関西地区	音羽	とれとれ屋
中国・四国	上十産業	すし丸
	すし弁慶	すし弁慶
九州	大臣	すし大臣

「すし鮎子丸」の鮎子丸、「がってん寿司」の「アールディーシー(埼玉県熊谷市)」といった大手から中小チェーンまで14社が集まり、11月上旬に発起人総会を開いた。月内に「回転寿司協会」として一般社団法人の登記をし、来春をめどに設立総会を開く。会長には金沢まいもん寿司を運営するエムアンドケイ(金沢市)の木下孝治社長が就く。低価格均一チェーンを除く回転ずし店に加盟を呼びかけ、500社程度の組織にする。回転寿司協会は、1皿

100円前後の低価格チェーンと異なり、店によっては高級魚を使用していたり、その地域でしか食べられない魚を食材として使う点を共同で消費者に訴える。農林水産省などの連携を目指し、地産地消の運動に協力すること、中小チェーン

が独自には得にくい食材の情報を収集する。2011年11月には全国から回転ずし店が集まる「回転寿司フェア」の開催を計画している。各地でその土地ならではのネタを提供する「ご当地寿司」を消費者にアピール。全国チェーンにはな

い地域特有の店舗のよさを伝え、旅行や出張時に回転ずし店に来てもらえようとする。研修事業でも協力する。握りの技能のほか、接客などサービスの技能を見る「回転寿司マイスター制度」を創設し、資格取得者と店舗にはパッ

といる。新卒者を採用した従業員10人以上の企業を対象に今年6月の賃金を調査し、約1万3000社が

0(999人)の大卒初任給はともに1.0%減ったのに対し、小企業(同10(999人))は1.7%増加した。

低価格チェーンに対抗

回転寿司協会の設立関係者の推計によると、全国に回転ずし店は4000店超がある。そのうち今回参加する14社の運営店舗数は約500店。主に均一価格を取らない形態で、回転ずし業界では「グルメ回転寿司」と呼ばれている。

回転ずしの市場をけん引するのはカップ・クリエイト(店名・かっぱ寿司)やあきんどスシロー(同・スシロー)、くらこーポレーション(同・無添くら寿司)といった1皿100円前後の低価格チェーン。消費者の節

これに比べて、場合によっては1皿500円を超えるようなグルメ回転

ずし店は中小規模のチェーンが多く知名度は高くはない。食材や職人の技術へのこだわりなど独特のサービスが消費者に伝わりにくいというところがある。

回転寿司協会として共同で広報活動を展開することで消費者の関心を喚起し、低価格店と差異化して特徴をアピールする狙いがある。