

株式会社 ぐるなび

○現在実施している又は今後実施予定の取組

■全国約 2200 店舗の飲食店における施策展開や情報発信等で貢献

「さかなの日」は「さかな×サステナ」をコンセプトとして掲げ、毎月 3～7 日（さかな）とし、11 月は全体の活動強化週間（いいさかなの日）となります。魚を選択して食べることは、SDGs の「持続可能な消費行動を確保する」（目標 12）ことにつながり、SDGs の達成に向けた消費行動であることを訴求します。

賛同メンバーとして、ぐるなびの主な取り組みは以下の通りです。

①飲食店（経営者・従業員）向けの「さかなの日」の啓発と推進

ぐるなびの飲食店ネットワークを活用して「さかなの日」賛同飲食店を募り、一部店舗へオリジナルポスターを配布します。賛同飲食店は、「さかなの日」には、限定メニューの提供、店頭販売などを通じた地域の魚介類の魅力発信や、食品ロス対策としての未利用魚を活用したメニューキャンペーンなど、店舗ごとに様々な施策を展開します。2022 年 10 月 28 日時点で賛同飲食店は全国で約 520 社 2200 店舗です。

②外食を中心にした生活者向け「さかなの日」の認知拡大と魚食振興

「さかなの日」の特設ページを開設。「さかなの日」に関する情報や賛同飲食店を紹介し、認知拡大と魚食振興に努めます。また食品メーカー等と連携した啓発活動も予定しています。

③ぐるなびメディアを活用した「さかなの日」の発信協力

飲食店経営に役立つ記事を配信するぐるなびのオウンドメディア「ぐるなび通信」等を通じて、「さかなの日」に関する情報を発信します。

ぐるなびがユーザー向けに実施した調査によると、SDGs の考え方やそれに基づいて作られた食品を外食に取り入れたい人の割合が 66%にのぼり、サステナブルを意識した食の選択に前向きな傾向がうかがえます。（※）ぐるなびは全国の飲食店等と連携して、本格的でおいしい魚メニューが食べられる店舗情報や、魚の選択がサステナブルであることの発信により魚食普及を促進します。

ぐるなびは、「食でつなぐ。人を満たす。」という存在意義（PURPOSE）や「日本の食文化を守り育てる」という創業からつなぐ想い（SPIRIT）のもと、事業を進めています。今後も食に関連する様々な社会課題に対し積極的に取り組むことで、外食産業や食文化の持続的な発展に貢献してまいります。

※ ぐるなびユーザー調査「SDGs・エシカル食材の“今”と“これから”」

回答者：20～69 歳の男女 1266 人、

調査時期：2021 年 7 月 5 日(月)～8 日(木)

取組 URL：<https://info.gnavi.co.jp/sustainability/>

