

地球温暖化が進むとあの寿司ネタが消滅！？
ユーグレナ社×銀座久兵衛コラボ企画「寿司が消える日」を実施、
特設 WEB サイトと Twitter キャンペーンを展開します
～SDGs 週間に合わせて開始、早ければ 2035 年に食べられなくなってしまう魚も？～

株式会社ユーグレナ

株式会社ユーグレナ（本社：東京都港区、社長：出雲充）は、東京・銀座の有名寿司店である銀座久兵衛とともに、地球温暖化の進行により魚の息が変化し、寿司ネタの消滅が起こる可能性を伝える企画「寿司が消える日」を実施します。

各寿司ネタが食べられる最後の日を公開した特設 WEB サイト (<https://euglena.jp/sushi>) と、その最後の日には銀座久兵衛を予約できる Twitter キャンペーンを、2019 年の SDGs（持続可能な開発目標）週間の初日である 2019 年 9 月 22 日(日)に開始します。



■本キャンペーン実施の背景

当社は、「人と地球を健康にする」という経営理念のもと、バイオジェット・ディーゼル燃料の開発やバンラデシュ人民共和国での栄養豊富な微細藻類ユーグレナ（和名：ミドリムシ）入りクッキーの配布など、地球環境や食料問題をはじめとする社会課題の解決を目指した事業を展開しています。そして現在、地球温暖化により海洋生態系の破壊が生じていることを受けて、当社は有識者とともに寿司屋から日本近海のネタが消滅する未来を予測し、ネタごとに「寿司が消える日」※を設定しました。

早ければ 2035 年に迫る、寿司屋で「最後の予約が取れる日」。危機意識を高めることを目的に、このたび、特設 WEB サイト上で、東京・銀座の寿司店「銀座久兵衛」にて消滅が予測される計 9 ネタの公開と、その寿司ネタが食べられる最後の日予約受付を開始します。対象となる寿司ネタの中には、さけやいくら、雲丹、平日などお馴染みのネタが含まれています。

世界に誇る日本の食文化である「寿司」が食べられなくなるような未来にしないために、本キャンペーンを通じて地球の未来について考えるきっかけの提供を行います。

※企画監修の東京大学 大気海洋研究所 伊藤進一教授によるレポートからの当社予測。



関連する SDGs 目標

■企画名、特設 WEB サイト

ユーグレナ×銀座久兵衛「寿司が消える日」 <https://euglena.jp/sushi>



特設 WEB サイトイメージ

■Twitter キャンペーン

・内容

「寿司が消える日」で設定した消滅する寿司ネタについて、各寿司ネタの銀座久兵衛での最後の予約することができる Twitter キャンペーンを実施します。

・応募期間

2019年9月22日(日)0:00～2019年10月31日(木)23:59

・応募、抽選方法

1. 株式会社ユーグレナ公式 Twitter アカウント (@euglena_jp) をフォロー
2. 期間内に「#寿司が消える日」「#最後の〇〇 (品名)」「#ユーグレナ」の3つのハッシュタグを付けて、Twitter で投稿してください。
3. 当選された場合、応募期間終了後11月1日(金)以降に、ご投稿いただいた Twitter アカウント宛に株式会社ユーグレナ公式 Twitter アカウント (@euglena_jp) より、Twitter ダイレクトメッセージ (以下 Twitter DM) にて当選通知をお送りいたします。Twitter DM に記載の URL より、賞品配送先情報をご登録いただくことで、当選確定となります。

・当選内容

各ネタ1組2名様 (計9組18名様) に、銀座久兵衛お食事券3万円分をお渡しします。

(お食事券は各ネタで設定されている最後の予約日までご使用いただけます。)

なお、賞品発送は12月頃に実施予定です。

・その他

キャンペーンや応募に関する詳細や注意事項は、特設 WEB サイトをご覧ください。

<参考：関連する当社発表資料>

- ・地球温暖化に対する小学生たちの本音をまとめた Web 動画「未来の大人たちに聞いてみた。」を公開 (2019年7月23日) <https://euglena.jp/news/20190723-2/>
- ・未来と一緒に変える18歳以下のCFO (Chief Future Officer) を募集 (2019年8月9日) <https://euglena.jp/news/20190809-2/>

<株式会社ユーグレナについて>

2005年に世界で初めて石垣島で微細藻類ユーグレナ（和名：ミドリムシ）の食用屋外大量培養技術の確立に成功。石垣島で生産した微細藻類ユーグレナ・クロレラなどを活用した機能性食品、化粧品等の開発・販売を行うほか、バイオ燃料の生産に向けた研究を行っています。また、2014年より行っている、バングラデシュの子どもたちに豊富な栄養素を持つユーグレナクッキーを届ける「ユーグレナ GENKI プログラム」の対象商品を、2019年4月より化粧品を含む全グループ商品に拡大。2012年12月東証マザーズに上場。2014年12月に東証一部市場変更。経営理念は「人と地球を健康にする」。 <https://euglena.jp>



以上