

20190523_戦略経営研究会_水産ビジネス研究会_議事録

日 時：2019年5月23日（木）19:00-21:00
場 所：東京／竹橋「ちよだプラットフォームスクウェア」
テーマ：サステナブル・シーフード

～水産業の成長産業化と、豊かな魚食文化や海洋生態系を未来世代に伝承する～

発表者：村上春二さん（株式会社シーフードレガシー 取締役副社長）

参加者：10人（会社員、新聞記者、コラムニスト、コンサルタント、大学生、NPO 法人理事長、行政書士、司法書士など）

目次：

1. サステナブル・シーフードとは？
2. サステナブル・シーフードの拡がり
3. シーフードレガシーのビジネス
4. まとめ

発表：

1. サステナブル・シーフードとは？

サステナブル・シーフードとは、環境だけを守れば良いのでしょうか？ 環境を守った上で、生産・経済が成り立つようにしなければなりません。シーフードレガシーは水産資源だけでなく、経済的にも豊かな状況を次世代につなぐことをビジョンにしています。そこから何が出来るかを逆算して活動しています。活動は次の4つです。①ビジネスセクターを対象として、持続可能な水産物とは何かということについて、毎月ワークショップを開催、調達方針策定サポートや商流マッチングサービスをしています。②漁業者を対象として、対話を通して持続可能性をいかに向上させるかを進めています。③NGO を対象として、水産資源の持続をどうにかしたいが1つの団体ではできないので、多角的に協力するためのコーディネートを行っています。④行政を対象として、水産資源がより豊かになるように水面下での政策助言を行っています。

今、世界の海と漁業はどうなっているのでしょうか？ FAO は世界の水産資源の10数%しか次世代に承継できないとしています。日本の水産物消費量の半分は輸入です。たとえば、マグロです。日本の市場が選択することは世界に影響を与えます。世界に良い影響を与えるために、市場を変える必要があります。今、日本の海と漁業はどうなっているのでしょうか？ 日本の漁獲量は落ち込んでおり、就業者数も減少しています。しかも、39歳以下は17.8%しかいません（2017年）。水産資源の水準は、高位20%、中位30%、低位50%となっています。高位が20%しかないことは将来に対して不安になります。世界銀行は「今後、世界の漁業は成長し、日本漁業のみが縮小する」とレポートしました。日本の一人負けです。日本においては水産資源が減少し、後継者も少ない、すなわち漁業は衰退産業とみられています。

世界でサステナブル・シーフードの取組みが広がっています。サステナブル・シーフードについて、米国の小売業の93%、EUの小売業の81%がコミットメントしています。サステナブル・シーフードは新しいものではありません。たんばく源の確保などのための世界的潮流となっています。たとえば、2006年、ウォルマートが取組みを始めました。現在、北米市場の他の大手小売店にも広がっています。

MSC（海洋管理協議会）認証は日本でも行われています。たとえば、宮城県のビンチョウマグ

ロです。MSC 認証のほか、複数の認証、複数の認証プラットフォーム（団体が集まって組成している）があります。

国連のSDGsにも水産が入っています。このことを漁業者につなげることができます。ESG投資により投資家につなげることができます。

2. サステナブル・シーフードの拡がり

日本でもサステナブル・シーフードが拡がり始めています。近年、「持続可能」という言葉が現れ、使用が増えてきています。イオンは2020年までにCOC認証（非認証の水産物の混入を防ぐため、製品がたどってきた経路を遡ることができるようトレーサビリティを確保するしくみ）を取引先に100%取得させるとコミットしています。日本生活協同組合連合会（コープ）も2020年までにMSC認証を20%以上の取引先に取得されるとしています。米国やEUより遅れてはいますが、徐々に発展してきています。

昨年、漁業法が大幅に改正されるなど、水産政策も強くて持続可能な漁業に舵が切られました。世界に打って出て勝てる漁業にすることを目指しています。とはいえ、政策だけでは変わりません。現場に影響を与えながら変えていく必要があります。70年前はイケイケどんどんでした。今は、質の高いものを次につなげるかが大切です。

3. シーフードレガシーのビジネス

シーフードレガシーのビジネスは次のとおりです。まずは企業向けです。①東京サステナブル・シーフードシンポジウム。本年は11月7～8日開催します。潮目が変わり、国内からの登壇者が増えました。市場が何かしなくてはならないという風潮になっています。②サステナブル・シーフードプラットフォーム。毎月開催しています。③調達方針の策定サポート。調査を代行しています。④調達目標をいかに実現するかの商品のマッチング。⑤企業の調達部門、CSR部門間連携のための研修。⑥サステナブル・シーフード・サミット。世界中の団体が集まります。ワークショップを企画しています。また、世界の情勢についてのツアーも行っています。⑦トレーサビリティ。見える化と導入サポートをしています。

ついで漁業者向けです。①MSC・ASC認証取得のためのコンサルティング。②MSC・ASC認証取得までのギャップを埋めるコンサルティング。たとえば、ウォルマートは過去に取引先に対してMSC認証100%をコミットしたことがあります。ぜんぜん認証取得魚種がなく目標を達成できませんでした。そこで、ギャップを埋めようとして漁業改善プロジェクトを始めました。事前審査→活動計画→実施のサポートなどです。③漁業者向け勉強会。漁業者の情報量不足に対応します。④サステナブル・シーフード漁業ツアー。⑤トレーサビリティ、IT導入のサポート。

漁業・養殖業改善プロジェクト（FIP・AIP）についてさらに説明します。現状から少しずつ良くしていき、MSC・ASC認証取得レベルまで向上することをサポートします。プロセスが大事なので、いつまでに、だれが、何をやるのかを把握します。たとえば、ウォルマートは2014年意向、FIPの導入数が3倍になりました。また、米国市場の9割を占める小売業25社の70%がFIPを調達方針に導入しています。プロセスの情報を公開することで信頼性を担保します。

なぜ、FIPが必要なのでしょうか？。MSC認証は、資源の持続性、漁業が生態系に与える影響、管理などを審査します。一つでも赤点だと認証取得ができなくなります。たとえば、生態系に与える影響のルール付けは漁業者でもできます。それ以外の漁業者にとり不得手な分野を管理

機関などと調整しサポートします。対象となる地域の複雑性を理解して、マッチングしていきます。FIP のメリットは、漁業者ががんばっていることをみんなに知ってもらえることです。企業がサポートすれば、その企業のブランディングになります。また、市場の差別化につながりますし、安定的な経営ができるようになります。経営のために必要な雇用数、漁獲量もわかります。さらに、2020 年東京オリンピック・パラリンピックの調達基準を満たすことにつながります

FIP の具体的事例をご紹介します。①東京湾スズキ FIP。東京湾がスズキの漁獲量日本一です。過去、重油の流出があり、死滅が危惧されました。長い年月をかけて、漁業者は復活させてきました。とはいえ、マコガレイなど他の主要魚種資源が枯渇し、今ではスズキしかなくなっています。中型巻き網船を使います。巻き網は資源維持のためにはあまり良くないとされていますが、管理がしっかりしていれば、良い漁法となります。漁獲情報の収集が法律上義務付けられていませんが、リリース、混獲などの情報も自主的に収集しています。絶滅危惧保護種の対応を取決めています。報告書を作成し、公表しています。トレーサビリティの審査もしています。東京湾の水産資源を考える会を発足しました。漁業者に何ができるかを話し合う機会です。他に先駆けて、デジタル漁獲記録システムの導入を行いました。今後、水産庁も進めたいとしています。プレスリリースをかけるとマスコミに取り上げてもらえます。このような評価を受けると漁業者はもっとがんばります。なお、現状、長期的な管理目標の設定と漁獲方策が不足しています。

②那智勝浦ピンチョウマグロはえ縄 FIP。那智勝浦港にはマグロ漁業者はいません。水揚げしたものを売るだけになっています。ですので、マグロの水揚げがなくなるとたいへん困るといふ地域です。マグロはどんどん減っているのを実感しており、何かしなくてはと痛感しています。そこで、FIP の導入となりました。現在、西友から買付けが行われています。また、西友での FIP 商品の取り扱い店舗が 50 店舗から 80 店舗に増え、今では FIP 漁船の約 10%が新しい販路に売られています。FIP による社会的・環境的インパクトの必要性に気付いてくれました。はえ縄は混獲が多い漁法です。たとえば、この地域で、サメを混獲すると、ヒレだけとってあとは捨てていました。このようなことが起こらないようなルールを決めてプロセスを進めています。報告書の公表をしますので、FIP 実施により改善していることが見える化できています。

③宮城・女川銀鮭 FIP。銀鮭の競争力を高めるとともに、自分たちの活動を世界に発信していきたいという思いから始まりました。養殖飼料の影響含めて漁業が生態系にどのような影響を与えているかを把握しています。西友などが買い付けてくれています。

④北海道・苫前ミズダコ樽流し FIP。そのためには、資源量の把握が必要です。FIP はまちづくりにもつながります。

4. まとめ

漁業を知り、考え、行動すること、漁業のビジョン、プランニングが大切になっています。たとえば、沿岸漁業はもっと改善すれば強くなると思います。資源状態について知り、資源状態に合わせた管理を導入するなど現実的な改善を実施していくべきです。そのために、漁獲データの収集を行うとともに、市場価格も把握します。そのデータを資源評価に活用します。環境の上に、社会、経済が成り立っています。環境の改善により、地域社会もより長く存続することができます。これらのことをみんなで考え、行動していきます。

以上