

日本における水産資源管理の促進にむけた
企業の社会的責任

B1EB1180 徳留 光一

目次

序章	3
1-1. はじめに	3
1-2. 研究の背	3
1-3. 研究の目的	5
1-4. 本論文の構成	5
第2章 理論編	6
2-1. 日本の漁業システム	6
2-1-1. MEY(最大持続経済生産量)の概念	6
2-1-2. TAC管理の資源管理	7
2-1-3. Input Control と Output Control の功罪	7
2-1-4. IQ制度とITQ制度	7
2-2. 日本漁業者の水産資源に対する意識	7
2-3. 諸外国での事例	9
2-3-1. ノルウェー	9
2-3-2. アメリカ	10
2-3-3. ニュージーランド	10
2-4. TAC制度と海のエコラベル	11
2-5. MSC認証の現状	12
2-6. 企業CSRとCSR調達	13
第3章 分析編	14
3-1. 日本と海外の比較	14
3-2. ケーススタディ	18
3-2-1. イオン株式	18
3-2-2. 日本マクドナルド	19
3-2-3. 海洋管理協議会	20
第4章 考察と提言	21

序章

1-1. はじめに

2011年3月11日の東日本大震災と津波により宮城県の水産関係の被害額はおよそ6680億円にも及んだ。地震に続き大津波が何度も押し寄せ、太平洋沿岸の漁港、漁村など、産業や生活の基盤に甚大な被害が発生した。地震と津波で実に9,717隻もの漁船が甚大な損傷を受けたほか、142ある全ての漁港が壊滅的な被害に襲われた。漁船や漁場、水産加工場なども大きな被害を受け、津波が去った後も海に出ることができないほどの数の湾内に沈んだ船や建物の瓦礫が見られた。震災により宮城県の水産業が甚大な被害を受ける中で、水産業従事者は更なる減少をみせ、漁獲量減少や販路喪失に伴う水産業の収益の大幅な減少が見られた。地元宮城も震災復興へと取り組む中で改めて日本における水産業の役割の大きさや水産業の抱える問題の大きさを実感し、ゼミで学習している企業の社会的責任というテーマを通してそれらの解決の糸口を探りたいと考え本研究を行った。

1-2. 研究の背景

震災によって水産業の課題が浮き彫りとなったが、震災以前にも日本の水産業は生産量の衰退や漁業従事者の衰退といった諸問題を抱えていた。戦後、日本の漁業は、沿岸から沖合へ、沖合から遠洋へと、漁場を外に向かって拡大することで漁獲量を伸ばし、発展を続け、1973年には日本の遠洋漁業の漁獲量が最高を記録した。その後1991年に200海里の排他的経済水域が設定されたことの影響も一因としては考えられるが、図より、1984年をピークとして日本の漁業・養殖生産量は減少の一途をたどっている。水産丁は各種の漁業の生産量減少の原因を以下のように考察している。

〈1〉 遠洋漁業

遠洋漁業については、昭和50年代から米国・旧ソ連等各国で排他的経済水域（EEZ*1:200海里水域）が設定されたことにより、これらの漁場からの撤退が相次いだこと等から生産量が急減しました。平成に入ってから資源状況の悪化や国際的な漁業規制の強化に伴い減少傾向が続いています。

〈2〉 沖合漁業

沖合漁業については、昭和40年代以降、マイワシ等の資源の増大に支えられ生産量が急増しました。その後マイワシの資源量が低下したことに伴い、沖合漁業の生産量は急減しました。平成14（2002）年以降は、年による変動は大きいものの、沖合漁業の生産量は、横ばい傾向で推移しています。

〈3〉 沿岸漁業

沿岸漁業については、遠洋漁業・沖合漁業に比べ生産量は安定的に推移しています。昭和60（1985）年前後には220万トンを上回る水準でしたが、その後、漁場環境の悪化や資源

状況の低迷等によって減少傾向となっています。

〈4〉海面養殖業

海面養殖業については、マダイやヒラメの人工種苗生産等の技術開発・普及により着実に発展を続け、海面養殖業の生産量は昭和 63 (1988) 年には 133 万トン記録しました。その後は、横ばいから緩やかな減少傾向にあります。

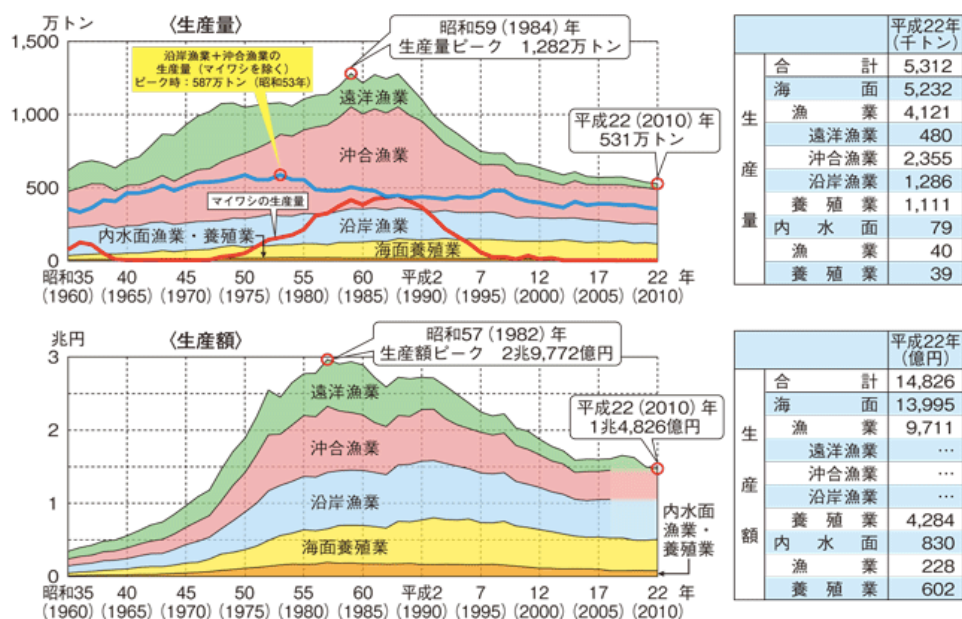
〈5〉内水面漁業・養殖業

内水面漁業・養殖業については、昭和 54 (1979) 年の 23 万トンピークに、環境の悪化、外来魚やカワウによる被害等により減少が続いています。

(出典：水産庁 http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h23_h/trend/1/t1_2_2_1_01.html)

生産量の減少の背景には排他的経済水域の設定や漁業従事者数の減少等の諸要因も一因にあるが、より大きな影響は資源の枯渇にある。(図 1) 全体として日本の漁業は生産量基準でピーク時の半分以上にまで下がっている。ここではマイワシの生産量が 1990 年代から急速に減少していることが見て取れる。これは乱獲によって枯渇状態となった典型的な例として取り上げている。乱獲による水産資源枯渇が進む現状が及ぼしている影響はそれだけに留まらない。水産総合研究センターによれば、83%の有用水産資源が過剰に捕獲等され、年々増加している。

図 1



(出所：日本の漁業・養殖生産量の推移(水産白書 平成 23 年度))

水産資源枯渇が進行しているのは日本だけに留まらず、国際連合食糧農業機関の 2007 年のデータによると、水産資源の約三割が過剰に利用されている枯渇状態、約五割が限界まで利用されている枯渇状態手前であると指摘している。1999 年に WWF とユニリーバの共同出資により海洋管理協議会（MSC）が発足、独立し水産資源の回復と責任ある漁獲、そして漁業管理の改善と海洋環境の保護に向けた取り組みを開始した。

1-3. 研究の目的

本研究では、まず MSC の存在意義を明らかにする。日本における水産資源管理の現状や MSC（海のエコラベル）に対する日本企業と水産資源管理先進国企業の取り組みを比較した上で、MSC 普及拡大を促進するために企業が果たすべき責任と、またどのような施策を行うことができるのかについて考察する。更に MSC を管理する海洋管理協議会ないし MSC 導入企業、導入していない企業へのヒアリングを元に MSC の活動の現状とボトルネックを明らかにすることで今後普及のボトルネックを解決する為の企業が行うべき社会的責任に関して提案を行うことを目的とする。

1-4. 本論文の構成

本論文の以下の構成は次のようになっている。

第 2 章では日本の漁業制度と MSC の取り組みについて述べる。第 3 章では MSC や導入企業、更に導入経験のある多国籍企業へのインタビューを通して日本と世界での MSC 導入の現状と違いについて分析する。第 4 章では分析を踏まえて、日本の水産資源の課題を解決すべく MSC を普及させるためにどのような課題や認識の違いがあるのかを考察する。最後に第 5 章で本論文の結論を述べる。

第二章 理論編

2-1. 日本の漁業システム

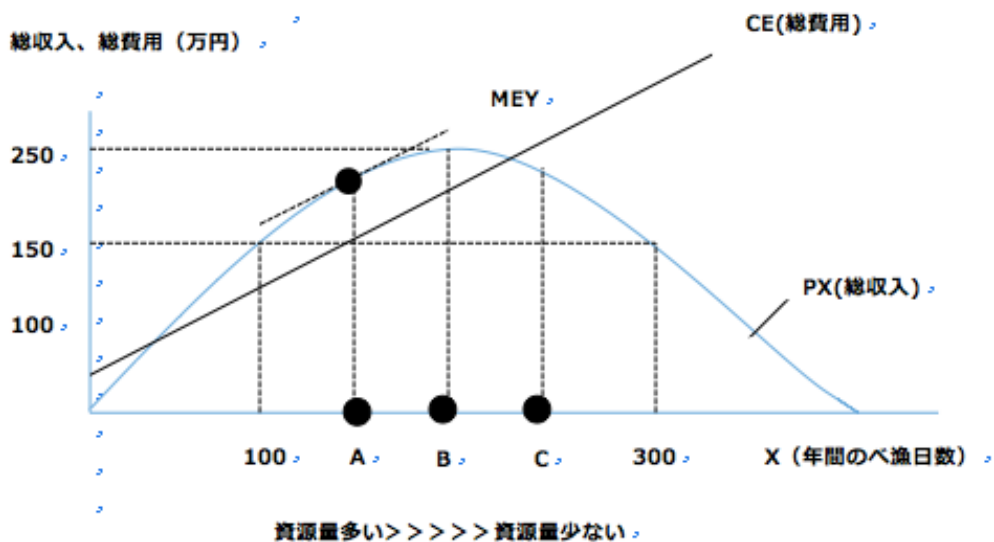
本節では現行の日本の漁業・水産資源管理システムについて論述を行う。

2-1-1. MEY(最大持続経済生産量)の概念

魚資源は毎年新しい個体が誕生する。この資源の増加分に当たる量だけを漁獲するのであれば、資源は常にもとの量を保ち、漁業者は毎年持続的に漁獲することができる。この毎年持続可能な最大の漁獲量(生産量)を、最大持続生産量Maximum Sustainable Yieldといい、MSYと略称される。これは漁業資源管理の基礎となる概念で、乱獲による資源の減少を防ぐために国連は、海洋法条約第61条で、200カイリ水域のうち排他的経済水域内における生物資源管理の目標にMSYを掲げている。

以下の図2はMEY(最大持続経済生産量)と漁獲競争の関係を示している。縦軸には漁業による総収入、総費用を、横軸には漁獲努力量を取っている。曲線が魚を販売して得られる収入、つまり総収入曲線PXで持続可能生産量に魚価を掛け合わせたものである。図2に基づいて望ましい漁獲努力量が幾らかを考えることができる。経済学では、漁業経営者が利益最大化を目指すことを前提としているので最適な漁獲努力量はPX-CEが最大となるところ、すなわち200日より左側の点Aとなる。

図2 MEY(最大持続経済生産量)と漁獲競争の関係(出所:寺西俊一、石田信隆(2011)『農林水産業の再生を考える』中央経済社)※著者により編集



2-1-2. TAC 管理の資源管理

TAC(Total Allowable Catch:漁獲可能量)とは前述した MSY を達成する水準で算出された、「年間に捕獲して良い総量」を意味する。日本では 200 種を超える魚種のうち 7 魚種のみ TAC が設定されている。自然資源であること、全国的に分布し大量に撮れる重要な魚種であること、資源調査が行われていること、他国漁業との資源の共有が少ない、等が条件であり資源量に人の手が加えられているものは MSY 理論が適応できず、TAC 対象魚種からは外れる。ノルウェーでは 24 種、ニュージーランドでは 98 種、米国では 528 種もの魚種に TAC が制定されていることから、7 種というのは世界的に見て少ないということがわかる。

2-1-3. Input Control と Output Control の功罪

漁獲努力量を規制することを Input Control と呼ぶのに対して、漁獲量を規制する TAC 管理を Output Control と呼ぶ。日本では TAC 導入以前から様々な Input Control が行われてきたが、これは漁船の性能改良や装備導入によるコストがかさもうとも、十分に魚が撮れるうちは収益を上げることができるが他の漁業者が追随すると魚が取れなくなり収益を圧迫するリスクがある。これは、図の CE の線を上方シフトさせることで表すことができる。Input Control は、漁業者の自主的取り組みとして行われる資源管理型漁業においては有益な資源管理手段であるが、競争ベースとして資源管理を採捕する枠組みの中では限界がある。一方 TAC に基づく Output Control にも①資源量を推定しなければならず、推定値の信頼性が高くないということ。②上限が設定されることにより獲り合いが生じ、競い合うオリンピック方式へと繋がってしまうということ。

2-1-4. IQ 制度と ITQ 制度

前述した管理方法からより進んだ管理方法として、あらかじめ漁船や漁業者ごとに漁獲量を配分する IQ(Individual Quota:個別割当)という制度がある。この方法は漁業者と市場双方にとって利点をもつ。各漁業者が獲るべき量があらかじめ決まっているので、漁場での競争は回避される。漁業者は市場での供給量や価格を見ながら漁業をするので、コンスタントな市場への供給も確保できる。また、競争の必要がないことから漁業コストを下げる動きが働き、産業全体として効率的となる。しかしデメリットも考えられる。漁業者は大きいものだけを選別し小型の魚を捨ててしまうことが考えられる。サンマは一度水揚げされると生きてはいけず、浮魚となり資源量に変化するので結果として IQ も減る。また、病気や事故等で IQ を消費しきれない場合が想定される。

そこで個別の割当枠を売買することができる ITQ (I Transferable Q) 制度も諸外国では導入されている。

2-2. 日本漁業者の水産資源に対する意識

日本の漁業制度とは別の観点から現状の問題について考察する。平成 23 年に農林水産省

が漁業者と一般消費者向けに行った水産資源に関する認識調査をもとに、漁業者と一般消費者が水産資源状況に対してどのように考えているのかを示す。以下のグラフは平成 23 年度の食料・農業・農村及び水産資源の持続的利用に関する意識・意向調査の結果である。漁業者モニターの数 は 347 名であり、消費者モニター数は 1627 名である。

図 3 漁業者の資源資源への意識※著者により編集

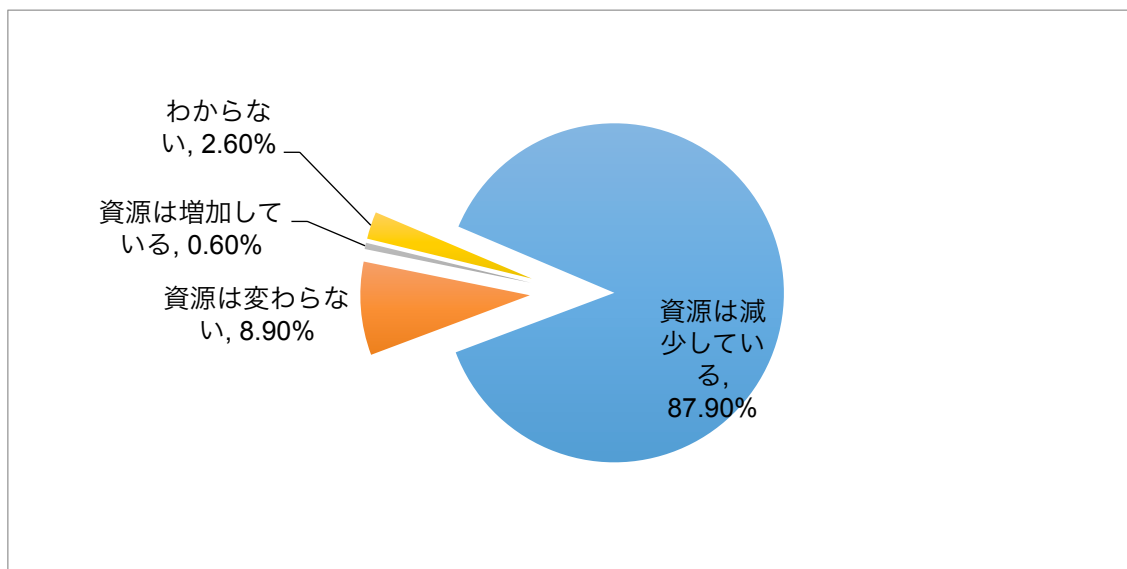
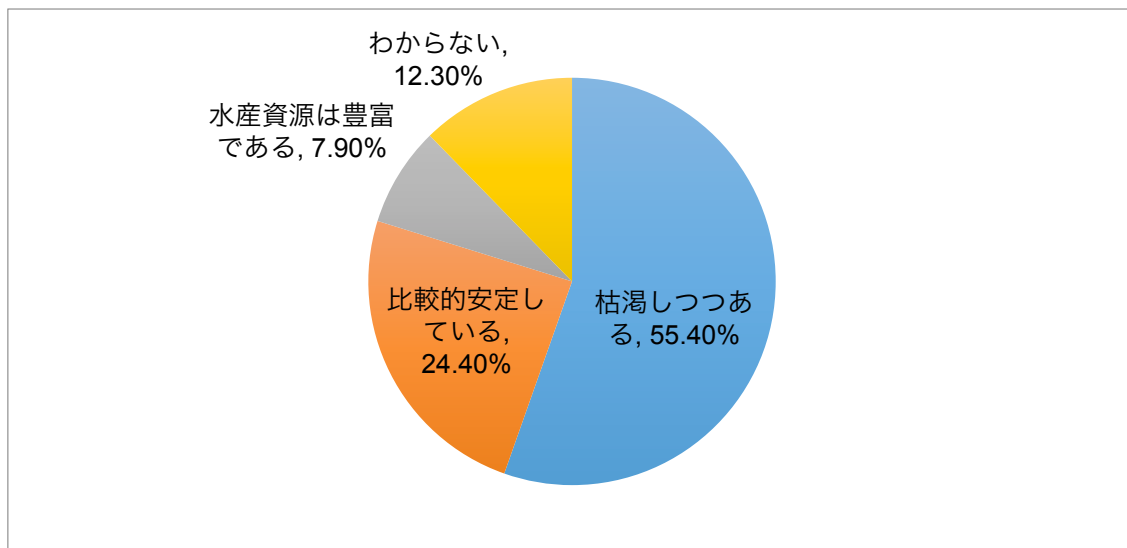


図 4 一般消費者の水産資源への意識※著者により編集



(引用:食料・農業・農村及び水産資源の持続的利用に関する調査 平成 23 年 5 月)

以上の図より、漁業者のおよそ 9 割が水産資源の減少を実感している。そして一般消費者の約半数もそれを感じ水産資源への危機感を持っているようである。これまで漁業改革に成功している国は例外なく初期の段階で漁業者は規制に反対していた。漁業者が自ら改革を起こすと

ということではなく、国民世論こそが改革の原動力となっていたことから、一般消費者の危機感は非常に重要である。

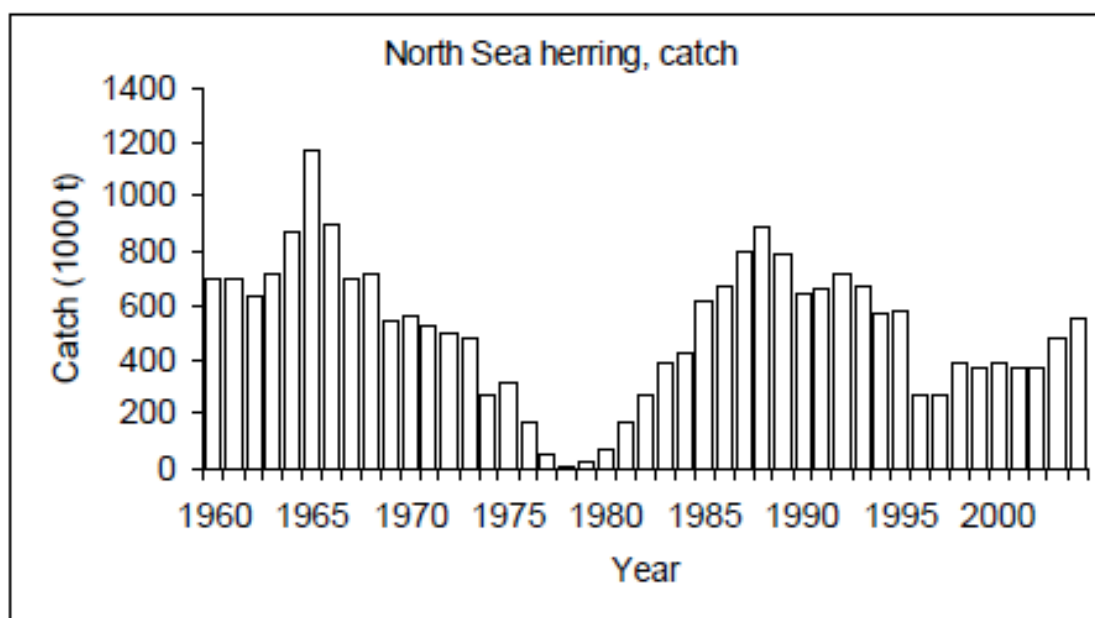
2-3. 諸外国での事例

近年欧米、中国及び発展途上国を含めた世界の水産物消費量は増加を見せている。では、実際諸外国では水産資源の枯渇を防ぐためにどのような漁業の仕組みが採用されているのか。ここでは水産資源管理先進国とされるノルウェー、アメリカ、ニュージーランドについて紹介する。

2-3-1. ノルウェー

ノルウェーでは1970年代中頃まで漁業に対し多額の補助金を投資することで政府は支援を行ってきた。しかしながら、補助金を投入することにより過剰漁獲努力へと働き資源枯渇が進むこととなり、結果として漁獲量減少へとつながる乱獲のスパイラルが生じていた。そしてそのために多くの漁業が瀕死の状態であった。中でも、North sea herring は伝統的に重要な資源であり1965年のピークにはおよそ120万トンもの水揚げがあった。しかし過剰な漁獲圧によって60年代後半から急激に漁獲量は減少した。

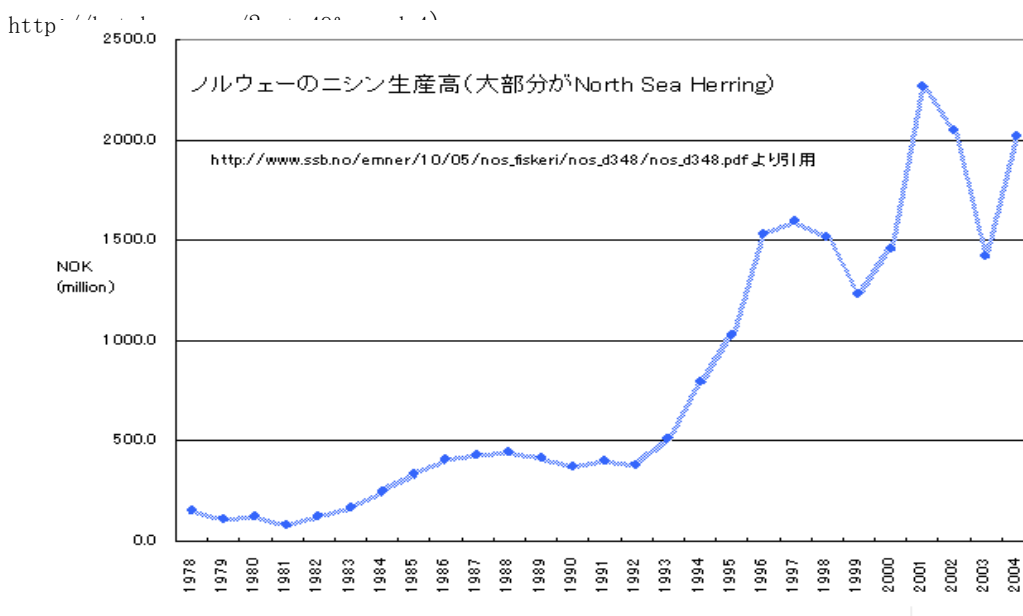
図5 ニシンの漁獲量（出所：勝川公式サイト <http://katukawa.com/?cat=49&paged=4>）



そこでノルウェー政府は70年代中頃から資源保護を最優先した漁獲量の規制を行うと共に補助金削減を開始した。その後もTACによる漁獲量を厳しく規制する政策が掲げられ、

資源状態は回復へと向かった。結果として漁獲量は抑えつつも着実に生産高を安定的に増やすことに成功した。小松正之氏によれば、ノルウェーにおいては、TACは漁船グループ別に配分され、一部の漁船グループではさらに漁船ごとに分配されるIVQ(個別漁船漁獲枠制度)方式を採用している。(小松正之(2011)「水産業の改革と海洋環境の改善」)

図6 ノルウェーのニシンの生産高推移 (出所：勝川公式サイト)



2-3-2. アメリカ

アメリカにおいては1970年代より水産資源の減少していること、漁船の過多、漁期が短いということにより漁業能率を上げる必要性がでてきた。これを受けてアメリカ政府はITQ制度を導入し、さらに1990年にはITQの変形とされるIFQ(個別漁獲割当)と呼ばれる、TACの枠内で個別の漁業者や団体等に漁獲可能量の割当を行う制度を実施した。IFQの導入によって割当量の範囲内で、年間いつでも漁を行うことが許可され、浜値が高い時期を狙って出漁することにより、効率的に収入を上げることが可能となった。(引用：日本貿易振興機構JETRO: https://www.jetro.go.jp/jfile/report/07000298/us_mizu.pdf)

2-3-3. ニュージーランド

ニュージーランドにおける水産資源管理手法は、ITQ導入の代表的な事例として挙げられる。1986年にITQ制度が導入され、現在総漁獲金額の90%以上がITQによって管理が行われており、基本的にすべての魚種にITQを導入する予定とされている。(引用：農林水産委員会調査室稲熊利和 http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2011pdf/20110114101.pdf)

図7が示す通り、1986年のITQ導入から10年間で労働生産性は約40t/人から約65t/人にまで増えており、漁業の生産額も上昇していることがわかる。

図7 労働生産性の推移 (出所：大西学(2002)『ITQ導入後のニュージーランド漁業界の変遷』

http://www.ps.ritsumei.ac.jp/assoc/policy_science/101/101_04_onishi.pdf)

年	ニュージーランド 漁業界漁獲量(t)	漁業労働者数 (人)	労働生産性 (t/人)
1986	338116	7900	42.8
1987	439190	7905	55.6
1988	539735	8691	62.1
1989	NA	8350	NA
1990	575424	8292	69.4
1991	589804	8430	70.0
1992	655969	9057	72.4
1993	592467	8939	66.3
1994	601803	9793	61.5
1995	654616	10002	65.4

2-4. TAC 制度と海のエコラベル

本章でこれまで見てきたように、水産資源管理先進国では TAC や ITQ 等が数多くの魚種について導入されてきた。日本の水産資源枯渇が進む中で、現行の日本の水産資源管理のあり方には限界が生じると考える。そこで日本に於いても水産資源管理の方法のあり方について、先進諸国の管理法の適応ができるのではないと考えられる。しかしながら政府主導で水産資源管理を行うなかで、民間企業が担うことができる役割としてはなにがあるのだろうか。企業の社会的責任という視点から、水産資源管理の改善に関して民間企業が行っていることの一つに『海のエコラベルの認証・普及』がある。海のエコラベルとは MSC 認証を受けた水産商品に付加されるマークのことであり、MSC 認証とは、持続可能で適切に資源管理され、環境に配慮した漁業を認証する制度のことである。MSC 認証は、イギリスに本部のある「海洋管理協議会(MSC: Marine Stewardship Council)」が定める、「持続可能な漁業のための原則と基準」に基づき、第三者認証機関が審査する。

WWF ジャパンによれば、MSC の認証規準は 1. 持続可能な漁業資源、2. 漁業が生態系に与える影響の最小化、3. 有効な漁業管理が挙げられる。MSC 認証を受けると、その認証ラベル(海のエコラベル)を取得することができる MSC には、漁業者が取得する MSC 認証の他に、MSC 認証を受けた水産物を流通・加工する業者が取得しなければならない「CoC 認証」という認証も存在する。これは、MSC 認証を受けた水産物を非認証水産物と混ざることなく消費者に

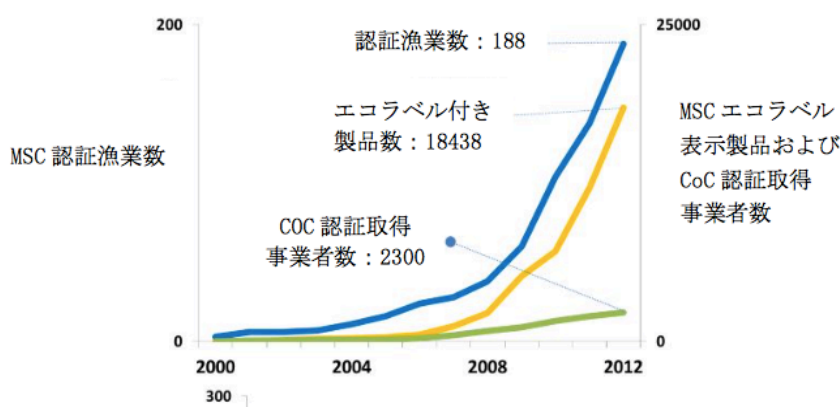
届けるための認証であり、トレーサビリティの確保にもつながるとされている。CoC 認証が必要なのは、水産物の水揚げ後、消費者販売向けの最終パッケージ段階にいたるまでの当該水産物の所有権を持つすべての関係者となる。MSC 及び CoC の認証プロセスは、以下の通りである。

- a) 事業所内でのトレーサビリティ確保のためのシステムについての説明。
 - b) 入荷した MSC 認証漁業製品の量、魚種、入荷時期、納入業者、貯蔵先の照合。
 - c) 出荷した MSC 認証漁業製品の量、および出荷先。
 - d) 入荷、加工、包装、貯蔵、出荷の過程において、MSC 認証水産物と非認証水産物が混ざったり、取り違えられたりしないことを実証。
通常これは明確なラベリングによってなされる。
 - e) 扱った魚種とその時期、数量、処理について完全な記録をとっていること。
- 要する期間は事業規模や事業所数、事業内容によって異なる。認証の有効期間は3年であり認証期間が年に一回査察を行う。CoC の場合、ラベル使用の為のライセンス契約を結ぶ。
(引用：MSC 日本事務所 (2011))

2-5. MSC 認証の現状

「海洋管理協議会 (MSC : Marine Stewardship Council)」は 1999 年に WWF とユニリーバの共同出資から設立されイギリスに本部を置く国際 NGO である。図 8 が示す通り、MSC 認証は年々増加し続け、2012 年度には認証漁業数は世界で 188、エコラベル付き製品数は 18438 品、CoC 認証取得事業者数は 2300 に及ぶ。現在もその数は年々増え続けており、2014 年度時点では世界 36 カ国で 256 の MSC 認証漁業とおおよそ 3100 社にも及ぶ CoC 認証事業者が存在する。日本に於いては 2015 年現在 2 件の MSC 認証と 74 社の CoC 認証が存在している。

図 8 世界における MSC 認証数と CoC 認証数の推移



(出所：2013 年 海洋管理協議会 (MSC) 認証の環境インパクト報告書要旨抜粋)

2-6. 企業 CSR と CSR 調達

前節で現在 MSC を認証を受けている漁業数と CoC 認証を受けている企業数について述べたが、企業がこの CoC 認証を受ける背景には、企業 CSR の存在を切り離すことはできない。

CSR とは何であるのか。CSR は Corporate Social Responsibility の略であり、日本語では企業の社会的責任と訳される。日本では、およそ 50 年前の高度経済成長期以降に顕在化した環境問題により企業が環境への意識の高まりを見せ環境問題に対応を進める中で使われ時始めた。使われるようになり、その CSR の定義そのものは非常に曖昧なものであり、歴史・文化・経済的背景によって具体的内容や解釈が異なり現在まで様々な定義がなされてきており、絶対的の一つの定義はない。今回本論文では CSR の定義に関して、梅田徹氏の提唱する考え方を参考にしたい。梅田氏は『企業倫理をどう問うか(2006)』の中で CSR について述べている。梅田氏によれば、CSR の定義の共通要素とは「トリプルボトムライン」と「ステークホルダー」であり、社会的正義のもとでコミュニケーションというプロセスを持ってそれらが経営理念、経営戦略の中で統合され実践に結びつくことが CSR である。また、企業の行う原料調達に関して、藤井敏彦、海野みづえは著書の中で企業の CSR 調達の重要性を訴えている。

自然資源の供給が限りある中で資源の争奪が厳しさを増している。そのため自然資源を適切に使用し確保していかなければ未来の経済活動が先細りとなり事業を存続できないことになる。原材料調達での CSR 要因は、将来の経営戦略のうえで大きなリスクにもなりうるのである。持続可能な漁業とは、環境保護のためだけではなく、今後の供給そのものを続けていくうえで、今すぐ取り組まなければならないものである※

(引用：藤井敏彦/海野みづえ(2006)『グローバル CSR 調達-サプライチェーンマネジメントと企業の社会的責任』)

上記より、企業は CSR 活動の一環として CoC 認証を取得し資源管理された水産物を取り扱い提供する動きを進めている。企業の CSR と活動して海のエコラベルを採用、普及させていくことの必要性を確認したうえで、次章では実際に企業がどのような活動を行っているのかについて見ていきたい。

第三章 分析編

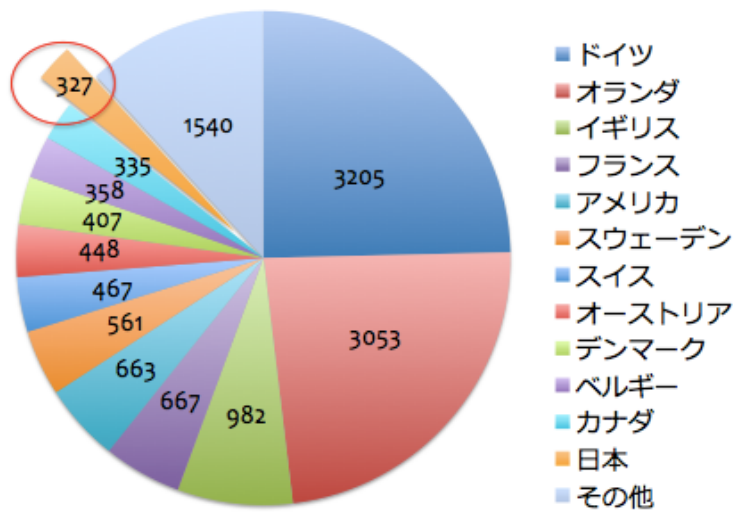
3-1. 日本と海外の比較

日本と海外諸国の企業の MSC 認証の取り組みについて分析する。

まず、日本と海外先進国に関して、どれくらい MSC 認証の取り組みが進んでいるのだろうか。国内で MSC 認証登録され流通している商品の数を比較してみる。

図9 世界国別 MSC 認証商品数

国	MSC 認証商品数
ドイツ	3205
オランダ	3053
イギリス	982
フランス	667
アメリカ	663
スウェーデン	561
スイス	467
オーストリア	448
デンマーク	407
ベルギー	358
カナダ	335
日本	327
その他	1540



(出所：海洋管理協議会のHPより) ※筆者により編集

また MSC が 2014 年 4 月に行った海のエコラベルに関する消費者アンケートの結果は以下の通りである。他の欧米諸国と比較すると、マークそのものの認知度が低いことがわかる。

<消費者アンケート>

- ・ 実施：2014 年 4 月
- ・ 対象：水産物を 2 ヶ月に 1 回以上購入する人
- ・ インターネットにて無作為に選出
- ・ 回答人数：900 人

図 10. 日本と海外における消費者の『海のエコラベル』認知度

国	認知度 (%)
日本	24
ドイツ	58
スイス	56
イギリス	50.8

(出典：海洋管理協議会ヒアリングより)

また、日本においてマークの意味を理解している消費者の割合は 24%中わずか 8%であった。

MSC 認証商品数、消費者の認知度共に日本は欧米諸国に比べて低いことがわかる。低い理由が環境に対する消費者の意識の差に起因するのか、検証する。下記の図は日本と海外における国民の環境意識の高さと実際に行動に取り組むこととの間にある差の大きさを示している。

図 11. 環境に対する意識と対価

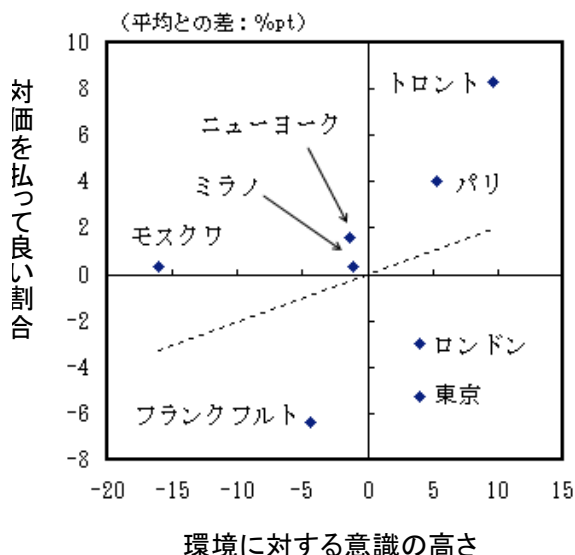
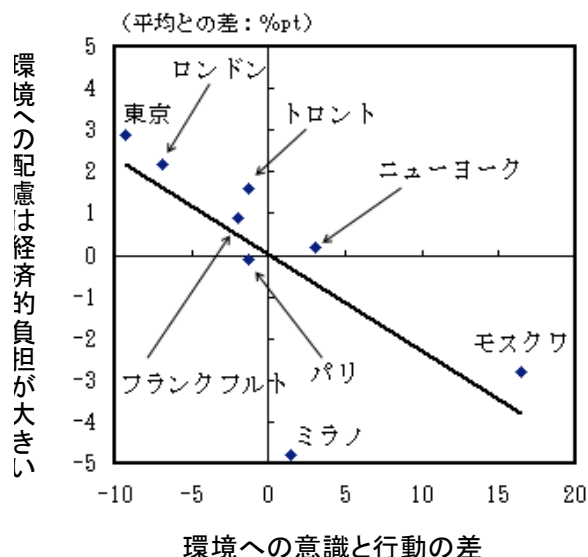


図 12. 環境に対する意識と行動の差を生む要因



出典：博報堂生活総合研究所『世界8都市・環境生活調査』

(備考)

1. 2008年3月時点で、東京、ロンドン、トロント、フランクフルト、パリ、ミラノ、モスクワの8都市の生活者 1600人を対象に実施
2. 各項目は以下の質問項目の回答割合を利用。
 - 1) 環境に対する意識の高さ：自分には地球環境を守る責任があると思う。
 - 2) 対価を払っていい割合：地球環境に配慮した商品やサービスには余分なお金を払っても良い。
 - 3) 環境への意識と行動の差：2)から1)を引いたもの。
 - 4) 環境への配慮は経済的負担が大きい：「地球環境に配慮した生活」は自分には経済的負担が大きい。

図 11 と図 12 のグラフから、MSC の普及が比較的進んでいる欧米諸国に比べて日本に於いては、環境に対する意識高いと考える人多いものの、実際に対価を払い環境の為に行動に移す人々の割合、つまり実際の環境に対する関心は低いと考えられる。MSC の進む欧米諸国は日本に比べて国民の環境への意識が進んでいるのである。

続いて、第三審査機関から、MSC 認定商品を流通・加工する資格を有するにふさわしいと認定された企業に与えられる CoC 認証を取得している企業数に関して、水産資源先進国との比較を行う。欧米諸国においては CoC 企業認証数が比較的多く、且つ欧米諸国の多国籍企

業は中国に加工工場を持つため、結果として中国における CoC 認証企業数が多くなっている。海洋管理協議会によれば、CoC 認証企業が 100 社を超えることが望ましいと考えており、日本においても 100 社以上を目指すとしている。

図 13. 国別 CoC 認証企業数

United States	381
Germany	303
China	243
United Kingdom	228
Netherlands	226
Canada	195
Norway	174
Denmark	146
France	135
Iceland	126
Sweden	110
Spain	87
Poland	79
Japan	76
Switzerland	76
Vietnam	67
Russian Federation	47
Australia	38
Belgium	34
Austria	30

(出典：海洋管理協議会へのヒアリングより筆者が作成)

以上より、欧米諸国では日本に比べ MSC 認証商品数、CoC 認証企業数が共に高く、水産資源管理へ企業の取り組みが進んでいると考えられる。また、環境に対する国民の実質的な関心が高く、環境保全への行動に対する対価を払うことに対する抵抗は低い為、MSC 認証へ行動に移す企業や導入による消費者の反応が大きいと考えられる。

3-2. ケーススタディ

本節では海のエコラベルの導入に関して企業側がどのような課題を抱えているのか、実際に導入をした効果やまた導入に対する企業の姿勢について、実際に日本でエコラベルを導入している日経企業と、多国籍企業で現在日本では導入をしていない企業をケースとして取り扱い比較をしながら海のエコラベルの導入に関する現状を分析する。

3-2-1. イオン株式会社

日本国内外に 600 以上の総合スーパーを展開する、営業収益日本小売業 No. 1 である大手小売企業イオン株式会社は 2006 年 11 月に MSC のエコラベルがついた製品の取り扱いを開始した。それ以来いち早く持続可能な漁業の普及への積極的な姿勢を示してきた。2010 年国際生物多様性の日である 5 月 22 日に全国の総合スーパー、食品スーパー合わせて約 1200 店舗で、日系スーパーとして初めて海のエコラベル認証付きの製品の取り扱いを拡大する動きを開始した。イオンのプライベートブランドである「トップバリュ」製品として海のエコラベルが付いた計 7 品目 17 種の製品を販売している。イオン株式会社グループ改革責任者の近澤靖英執行役によれば、「同社はオーガニック食品とは違って MSC 認証を商品の付加価値にしようとは思っていない。まずは、海のエコラベルの認知度を上げ、インフラ整備をするのが目的」と考えている。」グループ会社のイオンリテールの土谷氏は、「調達先を限定することに対して取り扱い開始当初は日本における MSC 認証の認知度が低いため消費者に受け入れてもらえるかという点で不安を抱えたスタートだったが、多くのお客様から質問があり、皆様間に水産物のサステナビリティについて関心が高まっていることを感じた」と、消費者の反応に手応えを感じたと述べている。



(出典: ソーシャル・イノベーション・マガジン! alterna <http://www.alterna.co.jp/851/ジャスコ品川シーサイド店鮮魚売り場-3>)

この動きによって、総合スーパーに商品を流通させている卸業者にも、MSCの流通・加工認証（COC認証）を取得する動きが広がっている。

一方で、イオン広報担当の田辺兼人氏によれば、「日本のスーパーでは欧米に比べて店頭には並ぶ水産物の種類が多く、ラベル付きの商品があっても埋没して目立ちにくい。また、消費者の間での知名度が低いことが課題であり、まずは認知を拡大する必要がある」と述べている。

ジャスコ品川シーザイド店では特設販売ブースを設け、海のエコラベルの消費者への認知拡大を図る催しを行った。

3-2-2. 日本マクドナルド

McDonald'sは、アメリカ合衆国に本社を置く世界最大のファーストフードチェーン店で全世界に約3万5000店舗を展開している。日本マクドナルドは日本における店舗および運営を行う企業である。McDonald'sは欧州40カ国、米国、カナダ、ブラジルの店舗ではフィレオフィッシュ等いくつかの商品に海のエコラベルを使用している。ラテンアメリカ最大のマクドナルド店舗の運営会社、アルコス・ドラドス社のサプライチェーン・ディレクター、セルソ・クルズ氏は次のように述べている。「私たちの環境的、社会的取り組みは、この認証によって更に強化されることとなります。私たちは、お客様に提供する製品の品質を維持し、透明で、そしてあらゆるプロセスにおいて持続可能であることを目指して常に改善に取り組んでいます」。

McDonald'sは2003年に「グローバル持続的漁業方針」を開発し、2011年には欧州39カ国の7千店舗でMSCのCoC認証（加工・流通過程の認証）を取得している。



（出典：The Japan Times NEWS：

<http://www.japantimes.co.jp/news/2014/02/09/national/eco-labels-urged-to-save-endangered-marine-life/#.VnO4LISQt-U>）

今回、筆者は日本マクドナルドに対して海のエコラベルの導入に関してインタビューを行った。日本マクドナルドPR担当の古川氏へのインタビューによれば、日本マクドナルドでの海のエコラベル導入について、「日本を始めマクドナルドはグローバル基準にて原材料

の持続的可能な調達に取り組んできた。欧米ではエコラベルに対する認知が高いことから、過去からエコラベルで MSC 認証を告知してきたが、日本ではエコラベルへの消費者の認知が低く、日本は現在エコラベルの告知について予定はない。」と回答している。

現状日本においても海のエコラベルは環境への配慮や調達資源への関心を向けている企業は多く、大手小売業を中心に海のエコラベル導入に向けて動き出している。しかしながら消費者への認知度が低いことや、海のエコラベルそのものが商品の品質や味で認定外商品と比べて優れているということを意味するものではないことから今の段階では導入企業は認証そのものに対する金銭的メリットや差別化・商品優位性の発揮は求めているわけではない。あくまで環境への配慮という CSR 的考えに基づいて行っている。しかしそれだけで終わるとは考えておらず、同時に今後は徐々に商品の認知を広げつつ今後それが商品の差別化・販売促進要因となる強みとするという意味で未来への投資と捉えている。導入をしない企業のネックとして一番に考えられるのが金銭的メリットが薄く、採算が合わないことであろう。現段階では日本においては認知が低く消費者が認識をしないため、たとえ認証マークを付けられる条件を満たしていたとしても、その認証にかかる費用や認証マークを維持する費用、そして認証にかかる手間などから、それらデメリットを上回るメリットを感じないため認証へと動かないということが見出せる。

3-2-3. 海洋管理協議会

海洋管理協議会は Marine Stewardship Council (MSC) の日本における名称であり、日本事務所が 2007 年 5 月から国内で活動を行っている。海洋管理協議会は日本での MSC 認証および CoC 認証漁業・企業数を増やす為に活動を行っている。現在海のエコラベル普及に向けて、メディアとコラボした定期的なキャンペーンを打つことや昨年から年に一回「サステイナブル・シーフード・ウィーク」や「ビジネスフォーラム」を開催し、未導入企業を誘致し MSC および CoC 導入企業の事例紹介を通して導入の意義や魅力について発信を行っている。海洋管理協議会シニア・コマーシャル・マネージャーの相川氏によれば、「海のエコラベルは商品が美味しいことや安いことを意味することではない為、現在消費者が商品を選ぶ基準からすると普及が難しいのが現状である。しかし、近年のオリンピックでは水産物を含む緑陵調達基準が発表されたことや、大会開催期間中は MSC 認証を取得した水産物を積極的に提供すること、ということが発表された。2020 年にオリンピックを控える日本にとって MSC 認証および CoC 認証を広めることは、オリンピック期間に外国人に対して日本の水産物を用いて日本の伝統的な魚介料理を提供できるかを左右することであり、その為 2020 年に向けて MSC 認証および CoC 認証の更なる促進が求められるだろう。」と述べ、エコラベル普及の為には単にエコラベルの存在を PR するだけではなく消費者の意識を変えていかなければならないことを示唆している。

第四章. 考察と提言

以上の結果を踏まえて、本章では現在海のエコラベルの普及のネックとなっていることと、それに対してどのような策を講じることができるのかということについて考察を行う。

普及のネックに関して導入企業および導入していない企業、さらに海洋管理協議会という異なる視点から、ヒアリングの結果わかったことをもとに下記にまとめる。

1. 認知度

海のエコラベル導入の企業にとっての最大のネックとなっていることの一つとして、消費者にあまり知られていないことが挙げられる。知られていない為に海のエコラベル導入のメリットを感じない企業が多く、普及のネックとなっている。

2. 一般消費者（国民）の意識

第3章でも述べた通り、日本においては水産資源管理先進国と比べると環境に対する意識と行動の差が大きく実質的な環境保全に関する知識や意識の遅れがあると考えられる。ヨーロッパやアメリカ諸国では「環境」に関する授業が学校で行われていることなどから環境教育の差があり、それもあってか欧米諸国では国民全体の関心が高いと考えられる。教育に起因する国民一人一人の知識や意識の差が環境保全への対価を払うことに対する姿勢の差につながり、海のエコラベルを普及することを阻害する一因になっていると考えられる。

3. 費用

MSC 認証にかかるコストは漁業の規模によって異なるが、数百万~数千万円と額が大きく、通常漁業組合がこの費用を支払うのが一般的である。日本は海外と比較すると一つ一つの漁業集団が小さくその為金銭的な負担が大きくなってしまふ。企業の CoC 認証費用は年間 10 万~20 万円であるが、それとは別にライセンス料が 2 万 5 千~20 万円かかる。CoC 認証を取得の為には取り扱う魚が MSC 認証を受けていなければならない為企業が仕入れ先の認証費用を負担するケースもある。その為 CoC 認証普及の為には国内においても MSC 認証数が普及することが求められるが、それにかかるコストが大きいことが大きなネックとして考えられる。これに対して、海洋管理協議会はコスト面のサポートを目的に、財団や政府からのバックアップを得る為に活動している。

以上から、現状海洋管理協議会は日本における海のエコラベルの普及の為に認証費用を大きな課題だとして中心に取り組んでおり実際に資金を得ること及び政府や企業同士の架け橋としての存在感を発揮している。しかしながら、消費者の関心の低さや認識率の低さ、並び環境へ対価を払う姿勢の弱さが顕著に見られることから、消費者に対しての取り組みは現状では十分に機能できていない、十分に消費者にアプローチができていないと考える。特に、企業が導入しない最大

の理由として、消費者への認知度の低さや効果を期待できないことを挙げている現状においては、特に消費者意識を改革する為の取り組みに対して注力することが必要である。

より具体的に述べると、小・中学校までの義務教育課程のなかで、環境ないし水産資源についてより直接触れ、資源枯渇及び環境へ一人一人が当事者意識や関心をもった消費者となるための教育を行うことが必要であると考えられる。現在はあまり多くの学校で行われていないが漁業の場、なかでも6次産業化などに踏み切り変化に向けた取り組みをしている漁業者及び漁港に行き体験学習や環境について学ぶ課外授業などの取り組みを学校で行うことができれば幼少のころから環境への意識や関心を高めることができ、エコラベルの認識率が上がるだろう。それにより企業側も水産資源管理への取り組み、海のエコラベルの導入に関しても軽視することのできない重要事項となり結果として日本における水産資源管理の発達、海のエコラベルの普及が進むと考えられる。

日本において水産資源の枯渇に対して危機感を抱いている人は少ない。日本は水産資源の豊かな国として成長を続けてきた過去があり、そして現在も水産資源が日本経済に与える影響は大きなものである。しかしそんな日本においても実は水産資源の減少はすでに始まっており、将来その水産資源に対して安心しきっているわけにはいなくなる未来が来るであろう。日本の豊かな水産資源を守り、これからも水産資源の豊かな日本でいつづけるために、消費者、企業が危機感を持ち欧米に遅れをとっている現状から抜けだし水産資源保全にむけた活動に関心を持つ必要があるのである。

第2章でも述べたように、消費者意識を高めることや企業が水産資源保護へ関心に向ける姿勢を見せることが、日本の漁業システムを見直す上でも大きな役割を果たすことだろう。

最後に、本論文を執筆するにあたりご指導いただいた担当教官である高浦康有准教授、インタビューにご協力いただいた海洋管理協議会のシニア・コマーシャル・マネージャーの相川氏、日本マクドナルドPR担当の古川貴洋氏にこの場で深く御礼申し上げたい

・参考資料

寺西俊一、石田信隆（2011）『農林水産業の再生を考える』中央経済社

黒川保美、赤羽慎太郎（2009）『CSRブランド戦略』白桃書房

梅田徹（2006）『企業倫理をどう問うか』日本放送出版協会

藤井敏彦（2005）『ヨーロッパのCSRと日本のCSR-何が違い、何を学ぶのか-』日科技連出版所

藤井敏彦/海野みづえ（2006）『グローバルCSR調達-サプライチェーンマネジメントと企業の社会的責任-』日科技連出版所

・参考ホームページ

マクドナルド社リリース「ヨーロッパ39カ国でMSC認証製品の提供を決定」

https://www.msc.org/newsroom-ja/news/partner-release-mcdonald2019s-to-bring-sustainable-fish-to-millions-in-europe?set_language=ja

ソーシャル・イノベーション・マガジン! alterna 「イオン、全国で『海のエコラベル』商品を拡大」

<http://www.alterna.co.jp/851>

WWF 公式 HP

<http://www.wwf.or.jp/activities/nature/cat1136/>

<http://www.wwf.or.jp/activities/2006/09/636721.html>

ダイヤモンドフリードマン社オンライン

<http://www.dfonline.jp/articles/-/10833>

<http://www.dfonline.jp/articles/-/10570>

<http://www.dfonline.jp/articles/-/10569?page=4>

季報 第95号 海のエコラベル MSC認証 -資源と環境に優しい京都底曳網漁業-

<http://www.pref.kyoto.jp/kaiyo/documents/kihou95.pdf>

日本能率協会総合研究所 HP

<https://www.jmar.co.jp/eco/mdb/ecolabel.html>

日本漁業の驚愕的な凋落の現状(その2)

http://harumi-sushi.sakura.ne.jp/zoho_sonogo/sonogo_36.html

独立行政法人 経済産業研究所

<http://www.rieti.go.jp/jp/publications/nts/10e023.html>

エコロジー関連情報サイト 環境 info

<http://www.kankyo-info.net/kankyo-houkoku/eco20061228.php>

農林水産省 6次産業化等の推進 輸出促進をはじめとする国内外の需要拡大等

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/dai7/siryoul-1.pdf>