シンポジウム記録 水産資源管理の国際協力

Ⅳ-1. マーケットの視点を取り入れた 水産資源管理

綿貫尚彦

OAFIC 株式会社

Ⅳ-1. Fisheries resource management from the viewpoint of marketing

NAOHICO WATANUKI

OAFIC Co., Ltd., Chiyoda, Tokyo 101-0048, Japan

1. 水産資源管理協力の変遷

1990年代から2000年代初頭までは、調査船による水産資源調査の協力が中心であったが、2003年以降は水産資源管理の生物学的側面、社会的側面、経済的側面、人間的側面のバランスに配慮した住民参加型の資源管理に関する協力が行われるようになった。住民だけではなく、行政・研究機関さらには産業界が参画する「共同管理」も実施されている。また、併せて水産資源管理による減収をカバーするための代替収入源創出も行われている。水産資源管理に関する日本の国際協力は、その現場力、発想力、実行力が高く評価される一方で、ともすれば川上（生産者側）にのみスポットが当てられているとの指摘もある。それに応えるべく、2014年頃より、川下（流通・消費者側）、つまりマーケットの視点を取り入れた水産資源管理の試みが始まっている。

2. マーケットの視点が重要な理由

主な理由を4つ挙げる。(1)水産資源管理にマーケットを巻き込まないと、乱獲や違法操業がなくなる傾向がある。例えば法令で禁漁や未成熟個体の捕獲禁止を定めても、マーケットが魚を求める限り、漁民は魚を獲り続ける。(2)マーケットが持続可能な漁業で獲られた水産物にこだわれば、漁民は資源管理に参加せざるを得なくなる。(3)マーケットに対する水産物の安定供給を図るためには、魚を減らさない努力が求められる。(4)マーケットが求める水産物の品質・衛生管理に対応できれば、付加価値向上（魚価アップ）が期待できる。水産資

源管理が厳しくなればなるほど、漁民の収入が減る。そうならないように、マーケットと手を携えて、水産物の価値をアップさせることが必要である。

3. マーケットを念頭に置いた水産資源管理

セネガルのマダコ漁業を例として取り上げる。川上発想の水産資源管理を改めて、川下を含めた全体として見ていく試みである。プロジェクト（実施中）の目指すところは、セネガル産マダコの対日輸出をインセンティブとした資源管理の促進である。資源管理強化の前に行うべきことはマダコの品質管理であるというスタンスである。第一に、輸出先となる日本市場ニーズ（高品質、低価格、安定供給、小型サイズ）の把握を行った。第二に、水産資源管理に積極的に取り組んでいる複数の漁村においてマダコの品質管理指導を行い、さらに現地の水産会社と連携し、商品サンプルを日本に輸出した。第三に、シーフードショー東京・大阪などのイベントにおいてセネガル産マダコをPRするとともに、バイヤー（インポーター、卸、小売）へのアンケート調査を実施した。第四に、セネガル企業と日本企業の双方に対し、良い品質のマダコと悪い品質のマダコで価格差をつけるよう働きかけた。第五に、マダコ資源管理を促進するために、(1)バイヤーへの働きかけ（体重350g未満の個体の輸入自主規制）、(2)大手スーパーの環境月間への参加に関する協議（セネガル産マダコフェア）、(3)セネガル政府への働きかけ（現在の資源管理方策「禁漁期」「産卵用たこつば設置」「体重制限」の修正・強化）、(4)マダコ資源管理を支援しているEUプロジェクトとの連携・調整、(5)国際マダコ会議の開催（資源管理に豊富な経験を持つモロッコ及びモーリタニアとの連携後押し）を行った。

セネガル産マダコの高品質化はさほど難しくなく、日本市場における評価も高かったが、魚価は期待ほど上がらなかった。マダコを少しでも高く買わないことには、漁民の行動は変わらず、良質なマダコの安定した輸出は実現しない。マーケット側の意識・行動変革を促すことも重要であると考えられた。