

漁業の生産性評価をめぐる諸課題

木村聡史

(前農林水産政策研究所コンサルティングフェロー)

1. はじめに

水産政策の改革として、平成 30 年 12 月に漁業法が改正された。改革では、漁船漁業の生産性向上が 1 つのテーマとされ、漁業法そのものにも許可漁業の生産性向上が位置付けられた。水産制度での「生産性」の先駆けは水産基本法であるが、規制法たる漁業法に「生産性」が明記されたのは、漁業許可制度の歴史の中でも大きな変化であった。

近年の政策を俯瞰すると、各種制度・政府文書を問わず「生産性」が位置付けられており、多くの場面で政策的に生産性の向上を進めようとしている状況が見えてくる。水産業においても、資源変動やコスト増等がある中で、生産性の向上が必要であることに異論の余地はない。

そこで、本報告では、漁業における生産性の測定及びその向上の実現に資するため、各種産業・制度・施策における生産性の捉え方を整理した上で、漁業の生産性評価をめぐる諸課題について述べる。

2. 産業ごとの生産性

製造業は、原材料や部品を仕入れ、加工製造して製品として販売する。これには、従事者数当たりの付加価値額、といった指標値が用いられる。労働に関係させた概念は労働生産性である。

一方、サービス業では、製造して販売するという形態を持たず生産と消費の同時性があると言われ、需要変動の影響を大きく受けると言われる。このため、付加価値額ではなく 1 人当たり総利益額を活用するという考えもある。

このほか、農業では、労働生産性の考え方に加え、作付面積当たりの付加価値額を用いている。これは土地生産性と称される。

3. 制度における生産性

平成 25 年に成立した産業競争力強化法は、企業による事業再編の円滑化を図ることによって我が国産業における生産性の向上を目指すものである。生産性の向上と需給によって収益性の強化を図るとされ、「(営業利益+減価償却費+研究開発費) / 総資産の帳簿価格の 2%ポイント以上の向上」等が生産性向上の基準であり、典型的に想定される生産性(ヒト・

モノ・カネの生産性)の向上を示す客観的指標であるとされている。これに対して、農業に特化した制度として、農業競争力強化支援法が平成29年に成立している。

水産基本法では、国が「水産業の生産性の向上を促進」することとされている。当初の水産基本計画では、増殖や養殖と結びつけて「生産性」が使用されてきたが、平成24年計画以降は、漁業経営と結びつけて「生産性」が用いられ、令和4年水産基本計画ではICT等活用、先端機器導入、養殖規模拡大、高付加価値化等による生産性向上が謳われているほか、「水産資源の生産性の確保」という文言もある。また、平成30年の漁業法改正を受けては、毎年の財務諸表の報告を求めることともなっている。

4. 行政施策における生産性

農林水産省が実施する水田麦・大豆産地生産性向上事業では、産地の生産体制の強化、収益性・生産性の向上を推進するため、生産性向上の成果目標として、生産量を現状値と比較して拡大することや、作付面積の増加、単収の増加等を求めている。

水産庁が実施するもうかる漁業創設支援事業においては、新たな操業・生産体制への転換によって10%以上の生産性(収入を経費で除したもの)を向上させる操業の実証を行うことにより、償却前利益を確保できる操業・生産体制への転換を促進しようとしている。

5. 生産性の捉え方

前述のように、産業が異なれば生産性として見るべきポイントは異なり、個々の制度や施策によっても生産性の捉え方が複数存在している。

生産性というのは、労働生産性、資本生産性、全要素生産性のように一般的に類型化されている。しかし、効率と同じ概念で捉えることや、しばしば収益性と同一のものとして取り扱われるし、より効果的・効率的な取組を目指すといった意味でも使用される。いわゆる産出/投入の関係性で捉えるとしても、そこに充てる数値はバリエーションに富む。

また、生産性を比較するためには統一の物差しが必要となるが、比較したときの優劣をどのように捉えるかは慎重な検討が必要となる。当然、そのバックグラウンドが考慮されなければならない。

あるいは、ある目標に対応した生産性指標を設定し、同一の対象を複数年(あるいはそれより長期に)追いかけていく場合には、その変化や効果を可視化することにつながる。

6. 漁業における生産性

漁業は、原料を仕入れ加工し組み立てる製造業等とは異なり、自然の中から多種多様な方法で魚を獲り、市場等に水揚げしてセリ等で販売することとなる。漁業独特の生産方法であ

り、その特殊性をどのように反映するかが課題となる。既存の生産性指標を採用できる場合もあれば、目標に応じては単純に他産業との横並びで生産性を測ることが困難とすれば独自の指標値を設けることで漁業の生産性は整理される。

これには、水産業ないし漁業という大きな枠組における生産性と、漁業種類単位という中間的なグループにおける生産性と、個々の経営者（漁業者）単位でみる生産性といったような幅がある。また、その測定にも、いわゆる生産性として伝統的に理解されてきた、産出／投入の考え方を採用する場合、あるいは最終的には収益性に収斂するものと理解して営業利益といった経営指標を採用する場合もある。

このとき、資源管理措置、操業形態、地域・国際機関との関係など、生産性に影響を及ぼす水産独自の因子もある。

これらを踏まえた上で、どのような指標を採用し分析を行っていくか、それぞれの目的や側面から判断していく必要がある。

漁業経営の財務・生産性・効率性分析の研究動向

福釜知佳・神山龍太郎・松井隆宏
(東京海洋大学大学院／水産研究・教育機構／東京海洋大学)

1. はじめに

国際的に水産業は成長産業とされる一方で、令和 2 年の漁業経営統計調査において漁労所得は 300 万円未満とされるなど、日本の漁業は厳しい経営状況にある。漁業者の減少、近年の不漁、新型コロナウイルスの感染拡大に起因する漁獲金額の低下、国際状況の変動による資材価格の高騰など漁労経営が厳しい状況にさらされる中にも持続的に営漁するためには、漁業経営の財務状況や生産性・効率性についての定量的な分析も踏まえた漁業経営の改善が不可欠であるものの、学術的、あるいは一般的に入手可能な漁業経営に関する資料は少ないのが実情である[1]。

本報告の目的は、漁業を持続的に経営していくため、漁業の財務分析および漁業経営の生産性・効率性に関する近年の国内外の研究動向を整理するとともに、今後の検討課題を提示することである。

2. 漁業経営における財務分析及び生産性・効率性

財務分析とは、経営体毎の貸借対照表・損益計算表等の財務諸表の値から、金額ベースでの指標の大きさや指標間の比率などから経営状況の分析を行うものである。財務分析が行われた当初は投資家や金融機関による信用調査に供されていたが、研究が進むにつれ、経営者自身が事業診断や経営の方向性の検討のために利用するようになり、現在では、経営状況を把握するために、収益性・安全性・生産性・成長性・損益分岐点分析などが実施される[2]。ただし、特に個人漁業者については、貸借対照表ないし財産目録を作成しないこと、また自家労働について人件費見合いの費用を計上しないことが多いために、漁労費用と漁労生産額を利用した費用対効果分析や損益分岐点分析など、活用可能な分析手法は限られる。

生産性または効率性とは、その区別についてさらなる検討が必要ではあるが、産出物の量と、その生産物を生産するために使用された投入量との関係を測るもので、 Y は生産物の量、 X は投入物の量として、 $\text{生産性} = Y/X$ と表される。生産性は経営体単位だけでなく、産業、経済部門、あるいは国家レベルでも比較がなされている。生産性を評価する場合には最終生産物の質量や金額などに着目する一方、効率性の評価においては、生産物の量や金額のみならず、生産過程における時間や労力、費用など、投入物の大きさに着目する。

財務上では、生産物・投入物とも漁労所得や漁労支出、減価償却費といった財務指標を用いることにより計算することができる。生産性分析は労働生産性や資本生産性など、投入コ

ストあたりの産出物の比率を比較するものであり、「技術効率性」の一とも言えるが、他方、効率性分析は年間や月間など一定の期間に得られる利益と資本の比率を比較する資本回転率などにより表されることもある[2]。

3. これまでの研究動向

3-1. 海外での研究成果

諸外国においては、漁業及び養殖業について生産性分析の結果が多数報告されており、Walden *et al.*(2015)がその概論を次のようにまとめている。すなわち、生産性分析は複数の投入量と複数の産出量を統合した全要素生産性 (Total Factor Productivity: TFP) などを算出して比較することであり、算出手法は投入及び算出を貨幣的価値に集約する KLEMS-Y 方法と、距離関数によるものがある。また、これまでに発表された学術論文は、(1) 漁業の生産性の算出方法論、(2) 時間経過に伴う変化 (3) 政策変更の影響評価を調べた論文に大別される[3]。

また、養殖業に関しては、Gutiérrez *et al.*(2020)により、包絡分析法 (Data Enveloped Analysis: DEA) による生産性分析について、諸外国における研究事例が整理されている[4]。

3-2. 日本国内での研究成果

漁業種類・地域を特定した形での技術効率を分析する研究は、機器の導入条件や操業回数
の選択や、兼業の効果測定など多数報告されている。

一方で、漁業者の財務状況や経営診断に関する研究は県水試の報告以外ではあまり見られない。また、公的な補助制度や政策変更が漁業者の経営に与える影響を分析する試みも少数である。これは、資源量変動による漁獲量の変動が漁業者の漁獲高に与える影響が極めて大きいため漁業経営のことに加え、秘匿性の高い個別の経営体の財務・収支データを収集することが困難であるためと考えられる。

また、日本漁業全体を研究対象とし、財務状況や漁獲量・漁獲努力量などを分析した研究例も限られる。Yagi and Managi[5]や阪井ら[6]の研究を題材に、海外の経営分析の手法として代表的な DEA や確率的フロンティア分析 (Stochastic Frontier Analysis: SFA) について紹介する。

4. 日本の養殖業を対象とした生産性分析の試行

以上で明らかにしたとおり、日本漁業を対象とした財務・生産性・効率性分析の例は少ない。そこで、本報告においては、東日本大震災からの漁業の復興のため、協業体ごとに生産経費の赤字を補助する「がんばる養殖復興支援事業」におけるギンザケ養殖業の実績データを用いて DEA を試行した事例について紹介する。

参考文献

- [1] 有路昌彦(2012)『水産業者のための会計・経営技術』、緑書房。
- [2] 古塚秀夫・高田理(2019)『現代漁業簿記会計』、農林統計出版。
- [3] Walden J., Fissel B., Squires D. and Vestergaard N. (2015) “Productivity change in commercial fisheries: An introduction to the special issue,” *Marine policy*, 62, 289-293.
- [4] Gutiérrez E., Lozano S. and Guillén J. (2020) “Efficiency data analysis in EU aquaculture production,” *Aquaculture*, 520(734962), 1-15.
- [5] Yagi M. and Managi S. (2011) “Catch limits, capacity utilization and cost reduction in Japanese fishery management,” *Agricultural Economics*, 42, 577-592.
- [6] 阪井裕太郎・森賢・八木信行(2012)「日本漁業の効率性に関する経済分析－北海道沖合底曳網漁業を事例に－」、『国際漁業研究』第11巻、pp.101-119。

水産物流通システムと電子商取引

中原 尚知
(東京海洋大学)

1. はじめに

水産物の流通においては、卸売市場を中心に形成される卸売市場流通システムがその中核になってきたが、近年では様々な主体による様々なチャンネルが形成されている。この変化を惹起した要因には技術革新があり、川上における生産技術はもとより、水産加工技術や全国を網羅したコールド・チェーンを支える要素技術、川下における商品政策の高度化など、様々な革新が進み、経済状況の変化や消費者ニーズの多様化・高度化と相まって水産物流通システムを変化させてきた。また、1990 年代からインターネットの商用利用が拡大し、それらを介しておこなう電子商取引 (Electronic Commerce, EC) も拡大を続けている。書籍や文具、デジタル商材等を筆頭に発展してきたが、その対象を食品分野にも拡大させて、新たな市場やビジネスの創造に寄与している。これは水産物においても例外ではなく、水産物を対象とした EC への取り組みが注目されている。

これまで、食品や農産物の EC については、生産者による EC の可能性の検証 (斎藤 2004) や流通システムに与える影響の考察 (河野 2004) などがおこなわれてきた。また、EC の急激な発展を見せている中国を対象とした輸出ビジネス振興や COVID-19 の影響を背景とした調査 (伊藤他 2021) もおこなわれている。翻って、水産物においては、その諸形態の網羅的な把握 (婁 2020) がなされるとともに、水産物販促という観点からの分析 (竹ノ内 2019) などの研究がおこなわれ、水産物 EC が有する可能性や有効利用のあり方が検証されてきている。本報告では、それらをふまえて、水産物流通システムという観点から EC を検討する。水産物流通システムと EC について、水産物の商品特性や取引の特徴と EC のもたらしうる影響についての整理、そして EC の普及実態や可能性に関する検討を通じ、今後の水産物流通システムにおける位置づけを展望してみたい。

2. EC の定義と概況

本報告での EC の定義は、経済産業省による「インターネット技術を用いたコンピュータネットワークシステムを介して商取引が行われ、かつ、その成約金額が捕捉されるもの」(経済産業省 2020) とする。EC の特徴としては、取引をめぐる時間と空間を圧搾することにより市場・商圈の拡大に寄与すること、流通機能の費用構造を変え、一般にコスト削減に寄与すること、情報の双方向性の獲得により、需給マッチングの精度向上に寄与すること、そして、競争力のある製品・サービスを有する企業の参入による競争促進、などが挙げられ

ている（盛田 2002）。

これらの特徴を背景に、多くの分野において EC 市場が拡大している。2013 年における BtoC の EC 市場規模は約 11 兆円であったが 2019 年には 19 兆円を超え、同期間における BtoB の EC 市場規模は約 270 兆円から約 350 兆円に拡大している。品目別に BtoC の EC 化率および市場規模をみると、2013 年の EC 化率が最も高いのは事務用品、文房具の 23.3%であり 1,354 億円であったが、2019 年には 41.8%・2,264 億円となった。一方、食品、飲料、酒類は同期間に 1.6%・9,897 億円から 2.9%・18,233 億円となっている。水産物を含む食品分野においてはその市場全体の規模の大きさがあり、EC 市場としての拡大はみられるものの、EC 化率は相対的に低い水準にある。

3. 水産物流通システムの特質と EC

水産物流通システムは、地域・数量限定的な生産者と消費者の直接取引を端緒として展開してきた。水産物をめぐる生産・流通技術の発展や経済発展に伴う市場の広域化と流通課業の分業に基づく多段階化が生じ、さらに消費地卸売市場の全国的整備に伴って広域市場を対象とした多段階流通を特徴とする卸売市場流通システムの成立をみた。ただし、1980 年代に 70%以上あった水産物の卸売市場経由率は低下を続け、近年では 50%程度となっている。その背景には川下事業者の大型化、輸入水産物や養殖物の増加といった水産物構成の変化等があり、市場外（間接）流通の増加と水産物流通チャネルの多様化が進展している。生産者による消費者への販売という直接流通の取り組みもみられるようになって久しく、現在では卸売市場流通システムを中心として、広域市場に対応できる多様な流通形態が共存しており、その中で EC を用いた取り組みがみられるようになっている。

ここで、水産物流通システムを形成している取引主体の行動を、社会的品揃え形成の一端を担う商業モードと、生産者・販売者による消費者へのブランド形成・訴求を志向したマーケティングモードの 2 極に分けて理解してみたい（田村 2019）。この 2 極の間にはグラデーションがあり、水産物の販売委託や再販売を商業モードとすれば、差別化や系列化、垂直統合をおこないつつ、また関係型取引の傾向を高めるにつれ、マーケティングモードに接近していくと考えられる。水産物 EC がどのような流通成果を指向しておこなわれているのか、あるいは機能していくのか、こういった視点から位置づけることができよう。

EC による大きな影響は情報の変化であり、そのリーチとリッチネスのトレードオフが一定程度解消される可能性が指摘されている（エバンス 2000）。水産物においてはリーチの拡大可能性は高いが、その規格性の低さや経験財としての性質からリッチネスの拡大には一定の制約がある。とくに情報と物の分離が困難な水産物における EC の効果は限定的なものとなろう。そもそも、一般に EC と適合するのは品質の差や安全性への不安が少ない規格化された商品であるとされており、生鮮魚介類を筆頭とした水産物はこれらを有しがたい。それは配送・保管における温度帯が物流コストに、消費可能期間や量的・質的な不確実性がリ

ードタイムや品揃え等に影響を与えることによって生じる。生鮮魚介類においては評価における物と情報との分離困難性も相まって EC との親和性が低くなり、冷凍物や水産加工品となると相対的に高い。

水産物流通システムの主な取引局面における EC の導入余地をみると、社会的品揃えの中核を担う卸売市場流通においては、場内取引段階までは特定業者間の情報交換に基づく取引による大規模・広域流通が確立しており、時空圧搾効果は相対的に小さく、生鮮魚を中心に情報と物の一致が必要とされることから EC の導入余地は小さい。一方で生産者による直販や場内業者による場外への販売、生産者および場外流通業者による取引においては、情報と物の一致を必ずしも必要としない水産物を対象に EC を導入する余地があるが、量・品質等における不確実性の高い水産物においては一定の制約がある。そしていずれの EC 活用にしても、それが社会的品揃え形成の一端を担うのか、マーケティング活動の一環なのか、という方向性によって流通システムの中に位置づけられることとなる。

現在の水産物 EC としては、生産者、中間流通業者、需要家、プラットフォーマー、消費者によって形成される 7 つの形態が整理されている（婁 2020）。以下では、水産物流通システムの基本的形態といえる卸売市場流通システムに注目し、産地流通の担い手としての漁協、消費地流通の基盤となる消費地卸売市場をめぐる水産物 EC の実態を整理する。

4. 産地と消費地における水産物 EC

水産物の産地においては、漁業者や漁協・漁連による産直が取り組まれるようになって久しい。EC の活用による既存産直事業における情報流の改善や市場拡大、新たな産直事業への取り組みの推進などが期待されるが、その実態は必ずしも明らかになっていない。そこで、漁協による EC 事業への取り組みについての網羅的な把握を試みた。2020 年時点において、約 10% の漁協が EC サイトを保有しての消費者への販売をおこなっていた。品揃えとしては、干物や惣菜といった加工品の取り扱いが多い一方で、地元産の生鮮・冷凍魚介類の取り扱いもみられた。EC サイト保有漁協の特徴として、漁協職員数や販売事業取扱高は EC サイトを保有しない漁協よりも規模が大きく、直売所を運営している傾向があること等が確認できた。

漁協による消費者向け EC は地元産水産物のマーケティングを指向した取り組みに位置づけられるものの、必ずしも広く普及しているわけではなかった。一般にコスト削減と市場拡大への貢献が期待される EC ではあるが、その運営においては一定の経営資源が必要であることが普及の制約となっていることが考えられる。安定的な品揃えが可能な水産加工品の取り扱いや品揃えの柔軟性を確保できるお任せセットなどの対応がみられるが、多くの漁協において EC 事業は販売事業の柱としての位置づけには至っていないものと判断できる。漁協は EC 事業の実施により情報のリーチこそ獲得できるものの、そのリッチネスや買い手からの信頼、そしてそこから生じる取引を成立させるための商流・物流における対応が

必要となり、多くの漁協においてはその対応が困難であることが示唆される。

そこで検討されるのが、プラットフォーム型の EC である。大手プラットフォームサイトに出品している産地も確認できるが、川上主体の対応として JF 全漁連が 2020 年から運営する EC サイト「ギョギョいち」がある（中原 2022）。漁連および県一漁協が会員として登録し、商品情報が EC サイトに掲載される。出品側の役割は、商品の生産・在庫と出荷・発送であり、JF 全漁連が商品の企画や EC サイトに掲載する情報の作成、クレームを含む問い合わせへの対応、在庫管理、受発注・決済を担う。産地段階では作業負担を削減しつつ、情報のリーチや顧客の信頼を獲得できる取り組みとして注目されるが、産地間の競争も促進され、産地としてのマーケティング対応は変わらず求められることとなる。

消費地卸売市場に関連した EC への取り組みには、卸売業者や仲卸業者単体による EC サイト運営の他、場内業者の組合や開設主体、そしてそれらと EC 事業者との提携等によるものなどがみられるが、現時点において中央卸売市場関連による活発な取り組みは多くない。そもそも、消費地卸売市場が社会的品揃えのほぼ最終段階という位置づけにあることや、開設区域の需要に沿った全国からの品揃えをおこなっているという性質がある。ただ、近隣産地との関係からなる品揃えの特性や消費地卸売市場としての集荷・評価機能に裏打ちされた品揃えによる訴求には BtoB と BtoC の双方において可能性がある。

東京都中央卸売市場豊洲市場では、いくつかの EC 事業がおこなわれており、そのひとつに 2016 年に開設された「いなせり」がある。EC 事業者と東京魚市場卸協同組合の提携により実施されている BtoB の EC サイトであり、豊洲市場の仲卸業者が出品できるプラットフォームとなっている。仲卸業者は商品情報をサイトに掲載することで出品する。16:00 までに掲載された商品への、飲食事業者による 2:00 までの注文は、京 23 区内であれば当日中の配達が可能である。仲卸業者は各種業務の削減と情報のリーチを獲得でき、最短当日配達を可能とする配送サービスも活用できることとなる。

仲卸業者と飲食事業者との間にプラットフォームが入ることにより、流通段階が増えていが、EC による商圏・市場の拡大が期待できる。実際、本事業は既存買出人の利便性向上を狙った取り組みとして開始したが、現在の顧客の多くは東京 23 区外の飲食事業者となっており、新たな販売チャネルの開拓につながっている。仲卸業者によるマーケティングというよりも豊洲ブランドを活用した商業モードにおける販路拡大と位置づけられよう。ただ、登録している仲卸業者は 60 社程度であり、いなせりとしての販売金額も横ばい傾向にある。また、場外における複数の EC 事業者の取り組みとも顧客をめぐる競合があり、豊洲市場の、あるいは仲卸業者の事業としても現状ではサブ的な位置づけにあるといえる。

5. おわりに

日本の水産物流通システムは、漁業生産や消費文化の特質に対応しながら卸売市場流通システムとして結実し、さらに多様な流通形態が生成されながら重層的な構造となってきた

ている。そこに新たな要素として EC が組み込まれ、また新たなシステムを生み出そうとしている。ただし、EC を導入する余地やとるべき方策は、水産物の商品形態や流通形態、取引の性質、そして指向する流通成果によって異なっている。水産物の EC においては、情報のリーチ拡大が流通成果の向上に寄与するが、それに対応した情報のリッチネスの保持・向上、なによりそこから得られる新たな機会に整合的な物流、すなわち需要に応える品揃え・調達と顧客への配送条件の整備が、指向する流通成果がマーケティング的か商業的かを問わず必須となる。また、それらを支える仕組みとしての EC プラットフォームが展開していることやその課題も確認できた。

いずれにせよ現段階において、水産物をめぐる EC 事業への参画は、とりわけ水産物流通システムの形成において重要な役割を果たす小規模事業者にとって容易ではなく、EC の導入によって形成される新たな流通システムは、既存の流通システムと併存しつつ、代替する領域を模索していくこととなろう。社会的品揃えの一端を担うという位置づけにおいては、規格性の高い水産物や小ロット・低認知度の水産物などに、マーケティングを指向した活動においては、情報のリッチネス向上を伴った差別化戦略の推進において機能する余地があり、生産者・流通業者間、そして EC 事業者を含めた連携が模索されていくことになると考えられる。

参考文献

- [1] 伊藤紀子・井上荘太郎・樋口倫生・石田貴士・小林弘明・森路未央(2021)「中国の電子商取引 (E-commerce) 市場における日本産食品の購入に関する調査: 購入経験者の特徴に注目して」、『農林水産政策研究』、34、pp.41-63。
- [2] フィリップ・エバンス・トーマス・S・ウースター(1999)『ネット資本主義の企業戦略』、ダイヤモンド社。
- [3] 経済産業省(2020)『令和 2 年度産業経済研究委託事業 (電子商取引に関する市場調査) 報告書』、経済産業省商務情報政策局情報経済課。
- [4] 河野敏明(2004)「農産物・食品の電子商取引: 流通システム変革の論理と EC」、『流通経済大学論集』、38(3)、pp.15-33。
- [5] 斎藤順・平泉光一(2004)「米の BtoC インターネット販売における競争関係」、『農業経済研究』、76(3)、pp.169-179。
- [6] 竹ノ内徳人(2019)「消費サイドにおける水産物販売促進の展望」、『地域漁業研究』、59(1)、pp.10-19。
- [7] 田村正紀(2019)『流通モード進化論』、千倉書房。
- [8] 中原尚知(2022)「水産物流通の伝統と革新」、『食品と容器』 63、pp.281-289。
- [9] 盛田清秀(2002)「電子商取引の展開とフードシステム」、『農と食とフードシステム』農林統計協会、pp.277-289。
- [10] 婁小波(2020)「水産物電子商取引の可能性と課題 (1) 電子商取引の動向」、『アクアネット』 23(6)、pp. 48-54。

世界のフードシステムとの接続 ーエコラベルの諸問題ー

大石太郎
(東京海洋大学)

水産物エコラベル制度は、水産資源の持続可能性を担保しつつ水産業の成長産業化を実現するうえで有効なツールとして着目されている。現在、日本には、天然漁獲物のエコラベル制度として、英国発の MSC と日本独自の MEL が存在している。しかし、それらのエコラベル制度で認証された漁業は、少なくとも現時点では日本全体の漁業に占める割合は高いとは言えず、世界へのフードシステムの接続の観点から再検討の余地がある。そこで、本報告では、そうした問題点から日本の水産物エコラベルの諸問題を検討し、今後のあるべき姿を模索する。

世界には様々な種類の水産物エコラベル制度が存在するが、近年それらは国際標準 (FAO ガイドラインに沿った GSSI 承認) に向かう傾向にある。こうした動きは消費者の選択を自由な市場に委ねるのではなく、環境 (水産資源や海洋生態系) の持続可能性が担保された水産物からの消費選択に限定する方向に向かっていることを意味する。持続可能性における 3 つの柱とされる環境・経済・社会のうち経済と社会に対する消費者の意思決定を市場に反映することが考慮されていないため、消費者による持続可能性の評価が狭められ偏ったものになる可能性がある (大石(2020))。市場ベースのアプローチの利点 (特定の価値判断を持ち込まず、個人の意思決定のもとで何がどれだけ評価されるかが決まる) が十分に生かされておらず、貿易障壁や一部のビジネスを利するものになりかねない。実際に、水産以外の多くの分野で国際標準はビジネスツールとして用いられている (原田(2008))。環境の持続可能性に関する情報の信頼性を高める点で国際標準化は有益な側面があるものの、国際標準以外のエコラベルが市場から排除されることが望ましいかどうかについては検討の余地が残されている。

また、国際標準の水産物エコラベルは、環境情報の中でも、水産資源や海洋生態系に関する環境情報に関する標準である。現実の環境問題では、水産物の輸送時に生じる CO₂ 排出等を始め、製品ライフサイクル全体を考慮する必要がある。そうした環境側面の評価に取り組んでいるエコラベルとして、スウェーデンの KRAV 認証がある (Thrane (2009))。国際標準ではない新たなエコラベルの可能性を模索する場合、そうした視点も参考になりうる。

他方、MEL と MSC は、いずれも国際標準のエコラベルとなっているが、筆者らの調査によると、MEL の国際標準取得後においても、それらのエコラベルを取得している認証漁業の間には、漁船数、漁船規模 (大規模か小規模か) や漁法 (積極漁法か消極漁法か) についての違いが存在した (Oishi and Iwata (2022))。MEL は、国際標準後も MSC と差別化されたエコラベルとなっており、消費者に選択肢を与えている点で意義があると考えられ

る。ただし、国内の認証漁船数は MEL は MSC よりも多い一方、海外の小売業者への販路の観点では CoC 認証の取得数や知名度から MSC に比べて MEL は有利とは言えず、輸出ツールとしてはいずれのラベルにも課題がある。特に、MEL においては、水産物エコラベル制度が輸出障壁になっていない国々に（CoC 認証を要さない）最終商品として輸出することを通じて普及を図る等といったことが必要になる。

MSC と MEL の 2 種類のラベルの効果的な使い分けと多様な持続可能性の評価の可能性の模索と同時に、それらを機能させるための十分な消費者教育と情報提供が世界のフードシステムとの接続にとって求められるのではないだろうか。

参考文献

- [1] Oishi, T. and H. Iwata (2022) "Changes in Marine Eco-Label Japan (MEL) through International Standardization and Comparison with MSC: Focusing on Vessel Size and Fishing Gears in Certified Fisheries," International Institute of Fisheries Economics & Trade (IIFET) 20th International Conference in Spain.
- [2] Thrane, M., F. Ziegler and U. Sonesson (2009) "Eco-Labeling of Wild-Caught Seafood Products," *Journal of Cleaner Production*, 17, pp.416-423.
- [3] 原田節雄 (2008) 『世界市場を制覇する国際標準化戦略：二十一世紀のビジネススタンダード』、東京電機大学出版局。
- [4] 大石太郎 (2020) 「日本独自の水産物エコラベル制度の国際標準化と持続可能な発展」『国際漁業研究』、Vol.18、pp.53-68.