



# 世界水産物連盟ニュースレター 2022年10月



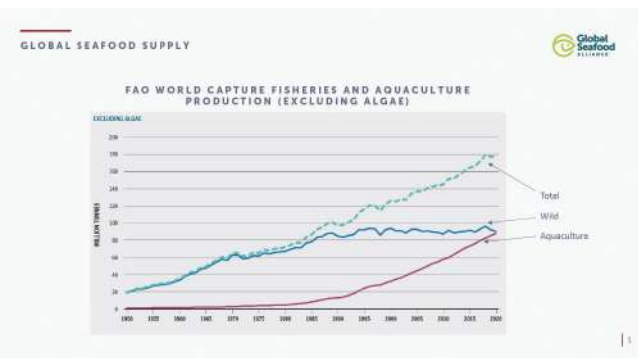
# GOALの開催

## GOALとは

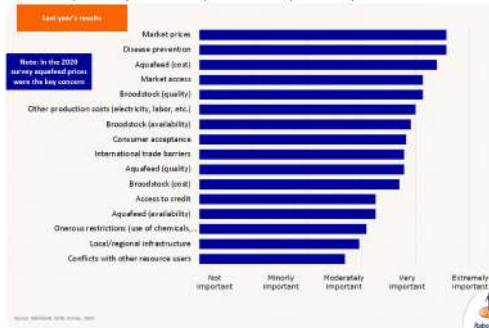
2001年から開催されているGOALは、年に一度の世界規模の養殖に関するイベントです。2022年からは養殖のみならず、天然にも範囲を拡大して開催しております。毎年のマーケットや生産現場での先進事例、生産量予測、ネットワーキングなど世界の動向を確認することができます。

以下、主なノートです。

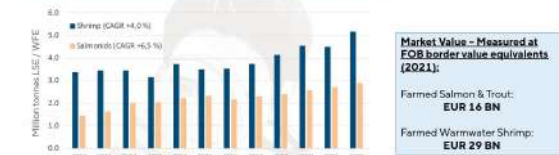
- 養殖バナメイの消費者市場はグローバルで、数量の 75%(345万トン Live Shrimp Equivalent)が輸出によって消費者に届けられている。
- 利便性が依然重視され、剥き身が主な輸出製品形態だが、HOSO+HLSOは50%以上に成長した。
- 米国が養殖バナメイの規模としては消費者市場第1位。126万トン Live Shrimp Equivalent。バナメイ年平均成長率13%で成長、主にエクアドルからの輸入に牽引される。
- 世界の養殖バナメイ市場は2018-2021年で7.6%の成長、日本はマイナス2%。
- サーモンに関して、ノルウェー政府の養殖増税案、現状の22%から40%そして62%へ？
- その他天然水産物についても情報がまとめられておりました。



Key concerns in 2021: Market prices seem to have been the key concern, as respondents speculated a possible price crash



The shrimp industry is much larger than salmonids  
And deserves better market surveillance than it has today





# TSSS2022への参加

10月19日～21日の3日間にかけて東京サステナブルシーフードサミットが開催されました。  
20日の「認証スキームオーナーによる新たな課題解決に向けた取り組み」と題したセッションへ登壇の機会を頂きました。  
弊団体からは責任ある漁船基準と加工工場基準から構成されるBSP認証について、そして第三者の漁業スキームとの協働により強固な保証を提供できることを紹介致しました。

**TSSS 東京**  
**2022 サステナブル**  
**シーフード・**  
**サミット**

10月20日(木) 15:45-16:45  
オンライン開催/参加受付中!

認証スキームオーナーによる  
新たな課題解決に向けた取り組み

|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>ファシリテーター<br><b>花岡和佳男</b><br>(株)シーフードレガシー<br>代表取締役社長 | <br><b>石井幸造</b><br>MSCジャパン<br>プログラム・ディレクター                     | <br><b>山本光治</b><br>水産養殖管理協議会<br>(ASCジャパン)<br>ゼネラルマネージャー        |
| <br><b>垣添直也</b><br>マリン・エコラベル・<br>ジャパン 協賛会<br>会長        | <br><b>レムコ・オスターフェルド</b><br>GLOBAL G.A.P.<br>キアアカウント<br>マネージャー | <br><b>芝井幸太</b><br>世界水産物連盟<br>マーケット<br>ディベロップメント<br>日本マーケット担当 |



# 社員食堂でのBAP認証水産物の導入

社員食堂を含めた外食では特にBAP認証がおすすめです！

- 1: 最終消費現場での加工ではCoC認証の取得が必要無し。
- 2: ロゴの使用料がかからない。
- 3: 商品に使用される水産物の一部でもBAP認証水産物があればロゴの使用は可能。

※無料のエンドーサー契約や該当水産物の明記、オペレーションにおいて認証水産物と非認証水産物が混ざらない仕組みは必要です。



# GSA25年の歩み

2022 年が GSA の設立 25 周年であることを記念して、1990 年代半ばの Global Aquaculture Alliance の結成を振り返ります。以下は、GSAの創設者兼会長であるGeorge Chamberlainが、GSAの創設の背景と過去25年間の進化について書いたメッセージです。3ページに渡ってお届けします。

GSA設立25周年を迎えるにあたり、私たちが何者で、どこへ向かっているのかをよりよく把握するために、私たちの始まりとこれまでの進化を振り返ることは適切なことだと思います。1970年代から1980年代にかけて、エビの養殖は、研究者と先駆的な商業生産者からなる小さなセクターでした。その後、急速に拡大し、マングローブ林のエビ養殖池への転換、養殖池からの栄養豊富な排水の排出、飼料への魚粉の過剰使用などが環境NGOの関心事となりました。また、同時期にアジアでホワイトスポット病、米国でタウラ症候群が発生し、多くのエビ養殖場が倒産・放棄されるという不幸な事態も発生しました。これをきっかけに、エビの養殖は本質的に持続不可能であるとの批判がかつてないほど高まりました。環境NGOのグリーンピースは、エビ養殖を「...持続不可能な産業であり、場所から場所へ移動し、生物多様性を奪われた劣化した風景と、貧困に苦しむ人々の痕跡を残していく」と表現しました。

当初、エビ養殖業者と環境保護団体は、この問題へのアプローチにおいて大きく二極化していました。環境保護団体は、人々の意識を高めるために、問題を単純化し、誇張する傾向がありました。エビ養殖が世界のマングローブの50%以上を破壊しているという主張もありました。

エビ養殖のコミュニティは非常に断片的でした。国や地域の協会は、地球環境への影響について主張することに慣れておらず、また、地球環境への影響を指摘されても、自分の地域には関係ないこととして片付けてしまう傾向がありました。

1996年、事態は危機的状況に陥りました。インドの最高裁判所が、満潮線から500m以内にあるすべてのエビ養殖場を閉鎖するという判決を下したのです。天然資源防護協議会 (Natural Resources Defense Council) などのNGOは、国連の外交特使が自国におけるエビ養殖の持続可能性を守るために「エビ法廷」を自称して開催しました。エビ養殖の拡大と資金調達のモラトリアムを呼びかける環境NGOや、消費者のボイコットを推進する環境NGOもありました。



# GSA25年の歩み

World Aquaculture Society(WAS)は議論の場として機能していましたが、その内規で問題に対して立場をとることが禁止されていました。私はWASの退任した会長として、1997年にシアトルで開催されたWAS会議でフォーラムを企画し、水産養殖の側面を伝えるために国際水産養殖業協会が必要かどうかを議論しました。十数カ国から集まった55名の参加者の間では全会一致の合意がなされました。この結果、組織委員会が設立され、1ヵ月後に会合が開かれ、グローバル・アクアカルチャー・アライアンス(GAA)という名称、ミッション、ビジョン、規約、初期の資金調達メカニズムが決められたのです。1997年4月、組織委員会はホンジュラスのテグシガルパで開催されたエビ養殖会議で、発足したばかりのGAA構想を発表しました。その結果、15社が1万ドルずつを寄付し、創設メンバーとして参加することになりました。このように業界からの賛同を得て、GAAは法人化され、1997年5月に正式に誕生しました。

GAAの最初の目的は、エビ養殖場によるマングローブの破壊に関する事実を収集することでした。国際的なマングローブの専門家グループに依頼し、バンコクで会合を開き、報告書を作成しました。その結果、エビ養殖場に転換されたマングローブの面積は、世界の5%以下であると結論づけられました。そして、マングローブの保全のためのベストプラクティスを提言しました。これが1999年に発表されたGAA「責任あるエビ養殖のための行動規範」の核心部分となったのです。

早速、GAAメンバーは、中南米、米国、アジアでの会議で、GAAの存在を広め始めました。会員数が増えるにつれ、Global Aquaculture Advocate(現在のResponsible Seafood Advocate)と呼ばれる白黒8ページの隔月刊のニュースレターを通じたコミュニケーションが行われるようになりました。1999年には、80ページのカラー雑誌にアップグレードされました。第1回GAA理事会は、米国ラスベガスで開催されたAquaculture '98で開催され、FAOローマ事務所のRolf Wilman氏をゲストスピーカーとして迎え、バンコク技術協議の総括が行われました。



GAA設立に関する初期の議論についてのニュースです。  
写真はGAAの創設者で現会長のGeorge Chamberlain。



Peder Jacobson, George Chamberlain, Brad Price, Paul Hitchens, Claude Boyd

# GSA25年の歩み

2000年になると、この若い組織はGeorge家の居間を離れ、セントルイスのドミノ・ピザと酒屋の裏にある質素な場所に最初の事務所を移しました。わずか3人の常勤スタッフで、会員数と雑誌の購読者数を増やし続け、GAAウェブサイトを開設し、2001年には水産物のバイヤーや生産者を対象とした初の年次会議(現在のGOAL)を立ち上げたのです。

2003年には、GAA認証委員会が、定性的な「責任あるエビ養殖のための行動規範」から定量的な自己評価調査、そして第三者認証基準である「ベスト・アクアカルチャー・プラクティス(BAP)」に発展させたことも大きな出来事となりました。2006年、エビの養殖場と加工工場を対象としたBAP基準がウォルマートとダーデンレストランに採用され、認証プログラムは、より多くの水産物のバイヤーが賛同して急速に成長し始めました。2007年、Wally StevensがGAAのCEOに就任し、現在はBrian Perkinsの指揮のもと、堅実で安定したビジネス的な成長をしております。

WallyがGAAのCEOに就任して最初に行ったことのひとつが、環境NGO、学术界、産業界からバランスよく代表者を集めた基準監視委員会の設立でした。やがて基準監視委員会は、ほぼすべての養殖種を対象としたBAP認証基準一式を着実に整備していきました。また、分散していたGAAの事務所を、NH州ポーツマスに一本化しました。2009年、GAAは独立した非営利団体「The Center for Responsible Seafood」を設立し、研究、教育、協力に力を注いでいます。2021年、GAAはその使命を天然水産物に広げ、グローバル・シーフード・アライアンス(GSA)と改名し、完全なリブランディングを開始、BSP(Best Seafood Practices)認証プログラムを開始するとともに完了させました。

この25年間は、水産養殖セクターが閉鎖される寸前から、持続可能性における積極的なリーダーシップのイメージとともに、食品生産において最も急成長しているセクターとなるまでの目覚ましい進化を目撃しました。刺激的で波乱に満ちた旅となりました。水産養殖が、健全で責任を持って生産された食品を世界に供給するというその潜在能力を最大限に発揮できるようにするには、まだまだ長い道のりが必要ですが、最初の25年間は、その上に築き上げるための強力な基盤を提供してくれています。

-George Chamberlain、GSA創設者兼会長



設立初期の基準監視委員会



GSAスタッフの一部  
米国ニューハンプシャー州ポーツマス2022年夏

# BAP認証 北米市場での消費者向けキャンペーン

GSAの消費者向けマーケティング・キャンペーン「Healthy Fish Healthy Planet Healthy You!」は、10月中、BAP認証に焦点を当てた小売店や外食産業のプロモーションと消費者とのコミュニケーションを兼ねております。このキャンペーンは、10月の全米シーフード月間に合わせ、GSAのサポーターや主要な小売店や外食産業が参加することによって、獲得した情報やソーシャルメディアを使って消費者を啓蒙します。

このキャンペーンは、BAP認証の認知度を高め、責任を持って生産・調達された水産物の販売を促進するために作成されました。参加した小売店や外食産業は以下の通りです。Cub、Giant Eagle、Iberostar Hotels、Hannaford、Lidl、Publix、Secret Island Salmon、WinCo Foodsなどです。キャンペーンパートナーには、BAP認証について、また、なぜBAP認証を調達方針の一部に選んだのかを簡単に伝えることができるよう、印刷物やデジタルを含むBAP認証推進ツールキットが配布されました。

BAP認証キャンペーンは、Changing Tastes社が実施した調査を活用しており、BAPなどの認証が消費者の水産物嗜好に大きな役割を果たし、BAP認証が小売業者やレストランに対する消費者の印象にプラスの影響を与えることが明らかにされています。

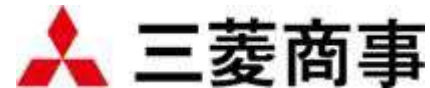
GSAの最高営業・マーケティング責任者であるアリソン・ハリスは、「これらの重要な賛同者がBAP認証とそれがいかに責任ある養殖に取り組んでいるかについての認識を高めるための全米シーフード月間キャンペーンに参加してくれたことを嬉しく思っています」と述べています。「彼らの協力により、BAP認証ラベルの裏側にある保証と、食料品店やレストランが調達を決定する際にいかにBAP認証を活用しているかについて、消費者を啓蒙することができます。

今年初め、BAP認証に関する情報、レシピ、栄養情報などを掲載した消費者向けウェブサイトを立ち上げました。GSAは、この最初のキャンペーンの結果を評価し、BAP認証の消費者向けキャンペーンを他の市場に拡大したり、天然水産物の認証プログラムであるBest Seafood Practices (BSP) のキャンペーンを作成するために活用することを期待しています。





# 国内BAPエンドーサー企業一覧



大林組

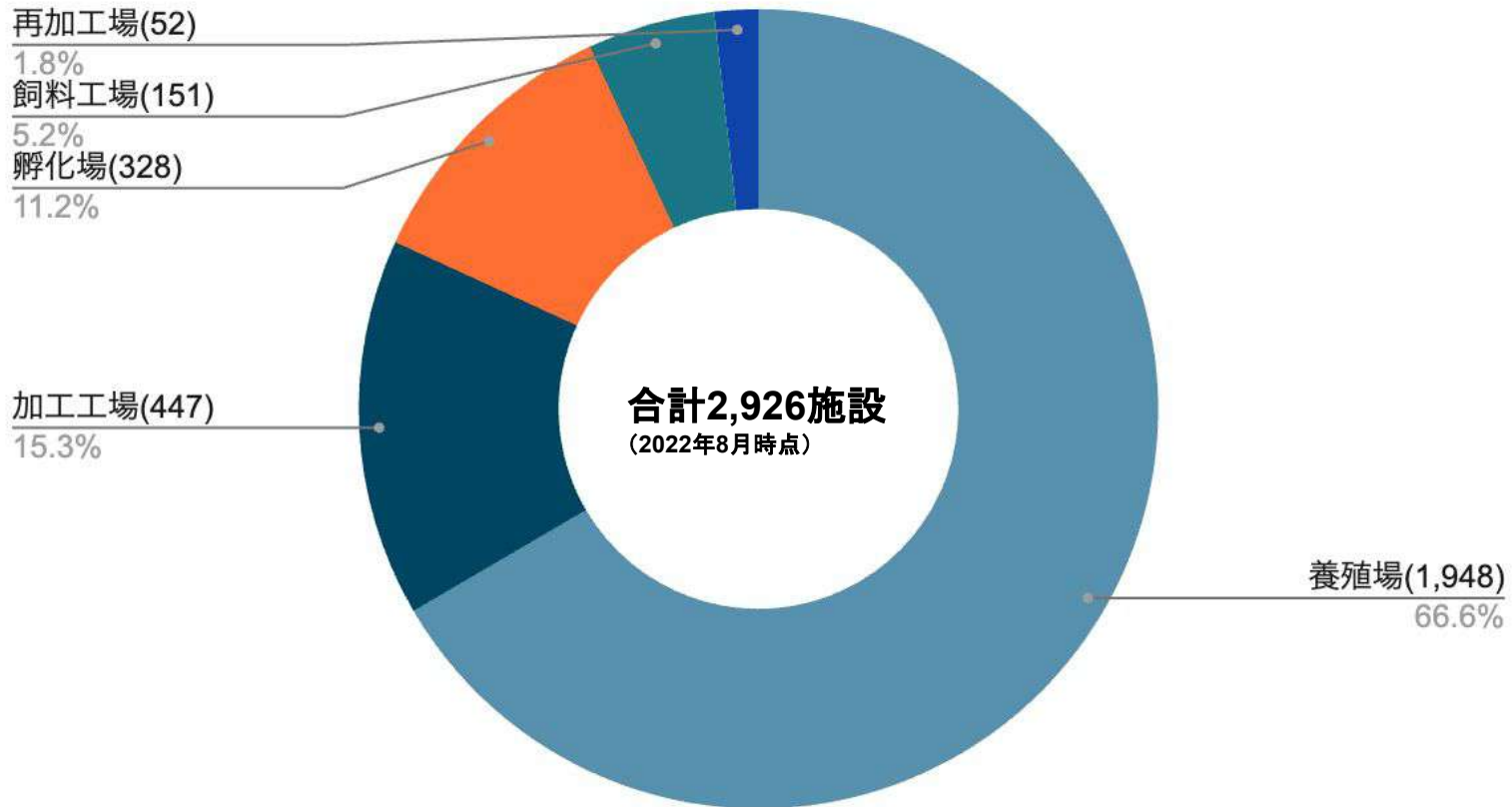
AUDACE



※全28社のうち、23社を掲載

# 世界でのBAP認証施設数

## 世界でのBAP認証施設数(2022年8月時点)



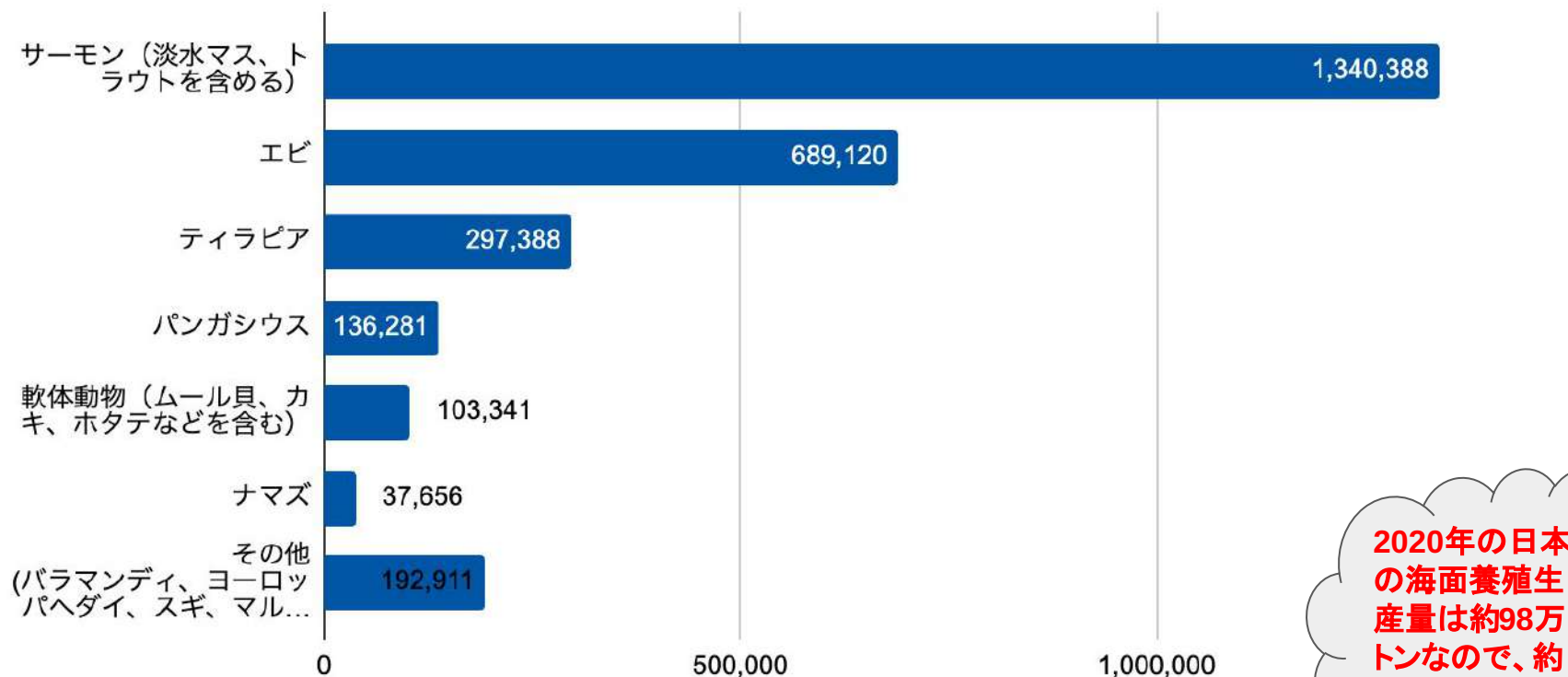
2022年8月時点のBAP認証施設数は2,926件です。

※こちらの数字は各施設の直近の監査結果より集約されております。

現時点での日本での取得施設は無し。

# 魚種別のBAP認証生産量

2022年8月時点 (単位：トン)



2020年の日本の海面養殖生産量は約98万トンなので、約2.85倍！

2022年8月時点、BAP認証水産物の世界合計は279万7085トンです。  
36カ国で29魚種を認証済み。

※こちらはBAP認証を取得している全養殖場の直近の監査結果からの数字です。



# BAP認証フェアの企画大募集中です！

BAP認証を運営するGSAではマーケティングサポートも積極的に行っております。  
共同でのイベントをご希望の方は日本マーケット担当芝井までご連絡下さいませ。  
それぞれのイベントのご要望に合わせて打ち合わせをさせて頂き、必要に応じてポスター、ポップ、  
その他ビデオ、ステッカー等々を 無料にてデザイン、納品致します。  
※必要枚数の印刷に関しては各企業様でご負担を頂けますようお願い致します。



マーケティングサポート用にご用意ができる資料は以下をご参照下さいませ。

<https://drive.google.com/file/d/1COWGrAKVCVoEldZzmsOcSIXJZHcQ5-5h/view?usp=sharing>

# マーケットとして導入しやすいBAP認証

ふ化場、飼料工場、養殖場、加工工場はBAP認証の対象になり、年に一度の監査が必要になります。  
商品の加工が発生しないサプライヤー、小売、社員食堂やレストランなどのフードサービスはエンドーサー合意書の締結のみで、無料でBAPロゴの使用やリリース、レポート等での発信が可能になります。

**特例1:** 個別包装された商品を開封、再梱包またはラベルの張り替えをせず、商品の梱包やラベルをそのままの状態でピッキング流通する場合について。その施設は加工工場認証の取得対象外になり、エンドーサー合意書の締結のみ必要となりBAPロゴ付き商品として、そのまま販売して頂けます。

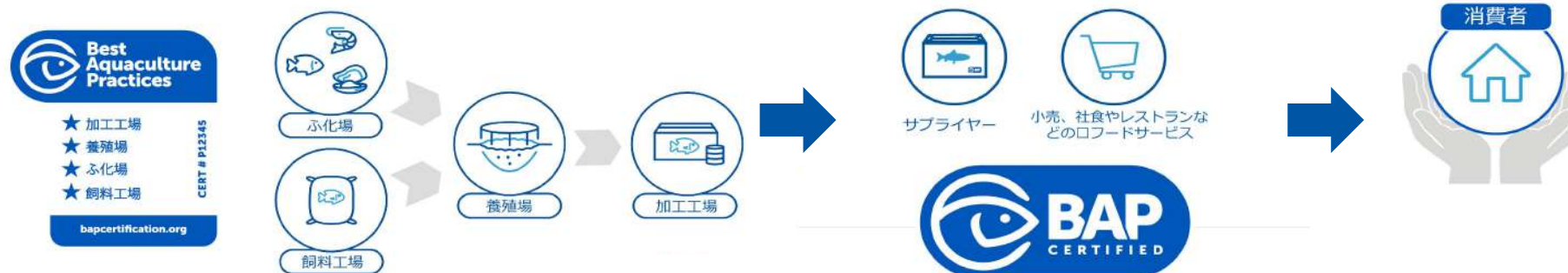
**特例2:** 最終消費現場での商品の加工、調理、再包装、またラベル張り替えをする場合は加工工場認証の対象外となり、エンドーサー合意書の締結のみでロゴを使用いただけます。(スーパーのバックヤード加工、飲食店・レストラン・ホテルの調理場加工など。)

また、複数の水産物を使用した製品に関して、使用された一部の水産物がBAP認証であればロゴマークを使用することができます。可能な限りどの水産物がBAP認証なのかを明記してください。

詳しくは[こちら](#)よりBAP認証ロゴガイドラインをご参照ください。

ふ化場、飼料工場、養殖場、加工工場はBAP認証の対象となります。

BAP認証水産物を販売促進または購買支援する企業はエンドーサー契約の対象となります。



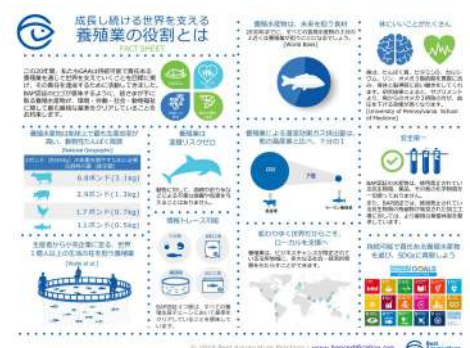
# BAP認証の日本語版の各種資料について

BAP認証に関する日本語の三つ折りパンフレットや、各種資料を以下のリンク先より無料ダウンロードすることができます。是非ご活用下さいませ。

<https://info.globalseafood.org/ja-jp/bap>



GSAとBAP認証のご案内



養殖漁業ファクトシート



BAP認証ロゴマーク使用ガイドライン



2020年次レポート



# BAP認証の日本語ロゴについて

BAP認証の日本語版ロゴを用意しております。  
利用をご希望の方は芝井までお問い合わせください。  
[kota.shibai@globalseafood.org](mailto:kota.shibai@globalseafood.org)



魚と人の  
未来のために



責任ある  
養殖水産物の  
国際基準



国際基準を満たした環境で  
養殖されています



海と魚を守る安心の  
BAPマーク



きれいな海で獲れた健康な  
魚介類の証





ニュースレターに関するお問い合わせは以下までお願い致します。  
※二次利用をご希望の方はお問い合わせ下さいませ。

世界水産物連盟 日本マーケット担当  
芝井 幸太

メールアドレス：  
[kota.shibai@globalseafood.org](mailto:kota.shibai@globalseafood.org)

電話番号：  
080-2167-0086

BAP認証ウェブサイト  
<https://japan.bapcertification.org/>

※配信停止をご希望の方は、こちらまで「配信停止」とご連絡くださいませ。

