

— みんなの力で おいしいマグロを いつまでも —

発行・一般社団法人 責任あるまぐろ漁業推進機構

目次

1・2面…巻頭インタビュー
3面…IATTC年次会合、CCSBT年次会合の結果、
WTO漁業補助金禁止へ、OPRTセミナー
4面…天然・刺身マグロキャンペーン、インバウンド向けPR

対話で伝える魚の魅力

全国水産物商業協同組合連合会（全水商連） 千葉 和男 専務

街の魚屋さんの全国組織である全国水産物商業協同組合連合会（全水商連）は、OPRTが2000年に設立した当初からの会員であり、マグロ消費に関して、共に広報活動を進めてきました。マグロの魅力をもっと正しく伝えながら販売するには、対面でお客さまに販売する、鮮魚小売店の存在が不可欠です。同会事務方トップの千葉和男専務に、量販店にない魚屋の強みや、水産物消費の変化、10月10日の「まぐろの日」に合わせたキャンペーン活動などについて伺いました。

（インタビュー・黒岩裕樹）

——OPRTが10月1日～10日を中心に実施する「天然・刺身マグロキャンペーン」に、全水商連は毎年協力をしています

千葉 マグロを扱わない魚屋は、ほぼないでしょう。店主だけでなく、お客さんにとっても欠かせない存在なはず。ただ、当たり前であり過ぎるため、「今さら」とPRしにくいこともあります。

キャンペーンではOPRTから、ポスター、リーフレット、のぼり等を



来店者の目を引くキャンペーンののぼり

準備していただいています。これがお客さんの目に留まり、改めて「うちのマグロはここが凄いんだ」と対話し、アピールするきっかけになっているお店もあります。

リーフレットはマグロのことをさらに知ってもらえる内容で、プレゼントの企画もあり、店側のメリットも大きいはず。

——22回目となる今年は、全水商連に加盟する全国16の組合・101店がキャンペーンに参加しました

千葉 昨年から41店が減少し、なんとか3桁を維持できたという状況です。経営者の高齢化で店舗を維持できなくなった。あるいは「店舗があっても、組合を継続できない」という地域の脱退が減少した主な要因です。

しかし来年以降も、キャンペーンには継続参加していきたいと考えています。3年前に会員さんにアンケートをとった時にも、「全水商連として一丸となってできる唯一のイベント。続けていきたい」との回答を



いただきました。

今年は2つの組合が、新規に加わりました。引き続きキャンペーンの意義を伝えて、積極的に参加を要請していくつもりです。

——全水商連として、全国一斉の企画がほかに無かったというのは意外でした

千葉 私たちは街の魚屋さんを支援する組織であり、国の施策などを活用、橋渡しをして組合員さんを支援するための団体です。全国津々浦々で営業する魚屋さんは地域性が強い。そのため、全国で何かを統一するよりも、地元の商店街や漁港などのイベントで、活躍をしてもらっているからです。

（2面につづく）

(1面からつづく)

——街の魚屋さんが抱えている課題はどこにありますか

千葉 事業承継の難しさが、真っ先に上がります。営業スタイルはお店によって様々ですが、仕入れに行くなれば朝は早く、総じて拘束時間は長くなります。

「サラリーマンの方が就業時間も給料も安定している」という理由で、息子さんたちが魚屋を継がない。あるいは両親が継がせないことで、店主の高齢化や店舗数の減少が生じています。

かつては住宅地に必ず魚屋がありました。しかし、そこに住む昔ながらの人も少なくなっています。仕出しを頼む風習が減りましたし、そもそも高齢の店主では、対応が難しくなっているのも事実です。

新規参入をしたくても、冷蔵庫・冷凍庫の導入や水回りの整備など、ほかの業種より初期投資がかかることは、魚屋の減少を止められない理由のひとつです。

——冠婚葬祭などの仕出し需要が減ったコロナ禍のタイミングで、お店を畳んだという話しも聞きました

千葉 その半面、消費者がコロナ禍で生活スタイルを変えざるを得なくなり、「せめて気晴らしに美味しいものが食べたい」「自分の時間ができたから、魚さばきに挑戦してみよう」という機運も生まれました。

地元にある魚屋さんの情報を検索して、久しぶりに訪ねてみたら「こんな近くに、いい魚屋があったんだ」と、再認識した人も少なくないそうです。

その時のブームは落ち着きましたが、優良店の情報はSNSなどで拡散されました。コロナ禍を境に若い人が店舗へ足を運び、新たな発見があったことで支持され、人気が定着した魚屋さんもあります。

——量販店にない強みはどこにありますか

千葉 お客さんと対面で販売している点でしょう。一度に多くの人を相手にはできません。量販店の価格の方が安いこともあるでしょう。ですが品質、おいしさには皆さん自信があるはずで、その思いを直接お客さんに伝えています。

そのうえで、ニーズに合わせて下拵

えもします。鮮魚として仕入れた魚を煮て、焼いて販売する店もあり、立ち寄ってパッと自分好みの買い物ができる。常連さんの嗜好を把握して、おすすめ商品を提案してくれることも、対面販売だからできる魚屋さんの強みではないでしょうか。

——こうした点をどう伝え、新しい人を呼び込むかが課題です

千葉 魚の需要は絶対にあり続けるはずですが、こうした声を増やしていくためのキーワードは、魚食普及だと考えます。特に、子供の頃から魚を食べてもらいたい。

保育施設等へ納める魚屋さんの中には、施設の栄養士からのアドバイスを受け、調理法を店で提案する人もいます。自身が子育てをした経験から、若いお母さんに対し、子供の年齢にあった魚の種類や食べ方を伝えている人もいます。こうした努力の積み重ねが今後、地域内でますます支持されていくでしょう。

——マグロの売れ行きはいかがでしょう

千葉 「東日本はメバチが強い」「名古屋はキハダが売れる」「九州はマグロ文化が薄い」などの傾向はあ



マグロを看板商品と位置付ける鮮魚小売り店は多い

ります。これから秋の時期は宮城・塩釜のブランド生鮮メバチ「三陸塩竈ひがしもの」が全国的に広く流通し、店頭に並びます。

冒頭に申した通り、マグロは魚屋にとって欠かせない商材です。それでも、「あって当たり前」になっている感は否めません。その先をどう切り開くか。

また、「マグロは高い魚」の偏見や先入観にとらわれている人もいます。かといって、過度な安売りをすることには反対です。

——消費を拡大するには、何が必要でしょうか

千葉 大手水産会社などでは、魚の栄養や機能性に注目して商品を開



お客さんからもマグロの支持率は高い

発し、情報も発信しています。マグロの赤身には、万病の元とされる活性酸素を除去する機能が確認された「セレノネイン」が、ほかの食品と比較にならないほど多いと報道されています。最近では鯨肉に含まれるバレニンの摂取が、健康長寿につながるという研究成果も発表されています。

魚がおいしいことは、皆さん分かっています。今年はサンマの漁獲量が上向きになったことについて、テレビで何度も放映されたことから、「サンマを食べたい」と来店するお客さんも増えたそうです。

こうした機運を維持していくためにも、ぼんやりと認識されている「魚を食べると体に良い」という点を明確にして発信することも、魚への関心を高める重要な要素になっていくのかと思っています。

その結果、街の魚屋さんに足を運んでいただく人が増えれば、お店も継続でき、品数も増やせる。好循環を期待したいです。

——OPRTに期待することは

千葉 OPRTと共催して行う「天然・刺身マグロキャンペーン」は、全水商連が「街の魚屋。として、マグロの資源や漁業の大切さと、若い世代を含めた一般消費者の方々にマグロをもっと身近な存在として感じ、おいしさを楽しんで頂くことを目標としています。引き続き継続していきたいと思っています。



2025年のキャンペーンポスター

IATTC 年次会合の結果

まき網マグロ規制を緩和

東部太平洋のマグロ類を管理するIATTC（全米熱帯まぐろ類委員会）の第103回年次会合が、パナマ市で9月1日から5日まで開催され、まき網漁業の熱帯マグロ類（メバチ・キハダ・カツオ）管理措置について、現行で72日間の全面禁漁期間を、2026年は8日少ない64日とする規制緩和に合意した。

まき網漁業の熱帯マグロ管理措置はさらに、漁獲量の多い船に対する延長措置も見直された。前年のメバチ漁獲量が1,200トン以上だった船は、

82日間の禁漁期間を74日とする。1,500トン以上の船は85日間から77日、1,800トン以上の船は88日間から80日へ、それぞれ8日間短縮する。集魚装置（FADs）の使用数は、1隻あたり340個以下を継続する。

最新の調査結果で、メバチ資源は「過剰漁獲でも乱獲状態でもない」と評価された。禁漁期間の設定により漁獲量の削減が図られたうえ、IATTC事務局がまき網船の漁獲物組成や年齢などを確認する管理プロジェクトも功を奏したとみられる。科学委員会は26年の単年措置において、「最大10日間の禁漁期間短縮ができる」と勧告していた。

ただし当該海域のキハダとカツオ

は、漁獲量が高水準で推移しており、両資源とも「過剰漁獲でも乱獲状態でもない」と評価されているが、将来に懸念を示す意見もあり8日間の短縮となった。

日本のまき網船はIATTC水域では操業しておらず、はえ縄漁船のメバチ漁獲上限は、年間3万2,372トン継続する。

太平洋クロマグロについては、7月の中西部太平洋まぐろ類委員会（WCPFC）北小委員会との合同作業部会で、新たな管理方式に合意が得られておらず、引き続き関係国間で協議し、来年の合同作業部会での合意を目指すことが確認された。

CCSBT 年次会合の結果

27～29年TAC決定は見送り

CCSBT（みなみまぐろ保存委員会）の第32回年次会合が、インドネシアのバリで10月6日から9日までに開催された。2027年から3年間の総漁獲可能量（TAC）について、科学委員会は現行（24～26年）の2万647トンから、3,000トンの増加を勧告した。ただし、国別配分にコンセンサスを得られず、決定は26年の会合へ持ち越すことになった。

国別配分については、これまでもインドネシアから配分比率の見直しを要望されていた。今会合は自国開催ということもあってか、「もっと

平等に、沿岸・途上国に配慮した配分を」など、強く主張したという。

現行の管理期間に同国は年1,315トンの枠が配分されている。TACの約6%に当たる。そこへ日本から21トン、豪州から7トンの移譲で計1,343トンに積み上がっている。27年からは「配分比率を15%に。もしくは配分枠を3,000トンまで引き上げて欲しい」と要望した。

しかし、参加各国との間で妥協点を見いだせず、全体で増枠が提示されながらも、来年10月にベルギー・ブリュッセルで開催される年次会合で議論を継続することになった。

26年の管理措置については、2万647トンのTACを維持することに合意した。国別配分も現行から変わらず、

日本の枠は7,295トンとする。ここからインドネシアに21トン、南アフリカ共和国に27トンの移譲も変わりはない。

2024～26年の各国の割当(トン)		
総漁獲可能量(TAC)		20,647
国別枠など	日本	※7,295
	豪州	※7,295
	韓国	1,468
	台湾	1,468
	インドネシア	1,315
	ニュージーランド	1,288
	南アフリカ	500
	EU	13
調査漁獲枠		6

※日本からインドネシアに21トン、南アフリカに27トンが毎年移譲される。
※豪州から7トンがインドネシアに毎年移譲される

WTO

乱獲助長の漁業補助金禁止へ

協定発効で資源保護目指す

世界貿易機関(WTO)は9月15日、違法・無報告・無規制(IUU)漁業や海洋資源の乱獲を助長する有害な補助金を禁止する漁業補助金協定

が発効したと発表した。

数十億ドル（数千億円）規模の補助金が削減の対象となる見通し。漁業資源の回復や漁業に依存する地域社会の生計保護につなげる狙いだ。

この日、ブラジルやベトナムなどが正式に批准したことで、協定発効に必要な加盟国の3分の2の支持を達

成。批准国では今後、IUU漁業や乱獲された魚群の漁獲、規制のない公海での漁業に結び付く補助金が禁じられる。

同協定は2022年6月17日にWTO閣僚会議で採択され、日本は同年6月9日に国会承認され、7月3日に受諾書をWTO事務局長へ寄託していた。

OPRTセミナー

水産資源学習会

持続可能な利用と産業へ

OPRTは「まぐろの日」の10月10日に、水産資源学習会をOPRT会員である全国消費者団体連絡会の傘下会員を主な参加対象として、都内でオンライン視聴を併用し開催した。

最初に登壇した水産庁加工流通課の吉川千景課長補佐は、海洋環境の

変化が著しい中でも資源を持続的に利用し、今後も漁業と関連産業の経営を成り立たせるため、「特定の魚種に偏るのではなく、今獲れている多様な魚を食べて欲しい」と訴えた。

吉川課長補佐は黒潮大蛇行や地球温暖化に代表される海洋環境の変化で、適水温を求めて日本近海から離れた魚があること。餌となるプランクトンなどの分布も変わっていることを解説した。

アンケートを行えば「魚が好き」

と答える人は圧倒的に多い。ただし調理や食べる時の面倒さが勝り、海洋環境の変化などからサケやサンマ、スルメイカなど、なじみ深い魚介類の漁獲量が減少傾向にあることも、この問題に拍車を掛けている。

一方で資源が増えて漁獲が増えている魚種もある。クロマグロもその1つだ。日本に配分された漁獲可能量の範囲に収まるよう、漁業だけでなく遊漁者の釣獲量も含めて、厳し

（4面につづく）

(3面からつづく)

く漁獲量管理をしていることを伝えた。

マグロは切り身やサクだけでなく、中骨に付いた身をこそげ落として食べると、おいしくてエンタメ性にも富む。遠洋マグロ漁船が陸揚げする時に見える「マグロツリー」の迫力や、超低温冷蔵庫内の世界、日本が誇る目利きの力にも人を引き付けられる力がある。

消費者に魚を選んでもらうきっかけの1つとして、こうした楽しさも重要な要素であり「食と体験をパッケージで提供しては」と、消費拡大に向けた提案をした。

そのうえで、水産庁は毎月3～7日を「さかなの日」に制定したことを紹介。1,000を超える「さかなの日」賛同メンバーとは、魚に合う調味料の開発などにも取り組んでいる。既存の食べ方にとらわれない食べ方に



水産庁の取り組みも交え
講演した吉川課長補佐

挑戦中であり、一般の消費者にも「いろんな魚を選んで食べて欲しい」と呼び掛けた。

■「極上ミックス」で食べ比べ

自営する鮮魚店「泉銀」（千葉・浦安市）からリモートで講演した森田釣竿氏も「一魚種に偏るのではなく、いろんな魚を味わうことが楽しくておいしい」と主張した。

初めての魚には手を出しづらい人も多いが「一人一人に、本気でぶつかっている」と小売店の特徴を生かし、対話を通じて魚の魅力を伝えているという。

同店を創業した祖父の代から推しているミナミマグロは、あえてクロマグロも混ぜたブツを「極上ミックス」として販売を始めた。食べ比べると両者の特徴を理解しやすく、好評だという。マグロは「ハレの日の商材」というイメージが強すぎて、食べる機会を逃しがちだが「食べたい時に食べて欲しい」と提唱した。



千葉・浦安市の「泉銀」
森田釣竿氏

天然・刺身マグロキャンペーン

OPRT、全水商連

OPRTと全国水産物商業協同組合連合会（全水商連）は今年も10月10日の「まぐろの日」に合わせ、10月1日～10日を中心に「第22回天然・刺身マグロキャンペーン」を開催した（2ページにポスター）。全水商連に加盟する全国の鮮魚小売店16組合・101店や、全国のマグロ組合のイベ

ントや漁業者の直売所も参加した。

22回目の今年も、「10月10日はまぐろの日」を標語にした。店頭配布リーフレットは、魚価急落が課題のミナミマグロにも関心を持ってもらおうと、解説ページを設けた。

ただ、ミナミマグロの扱いがない鮮魚小売店も少なくない。そのためプレゼント企画では、これまで恒例だったメバチのサクに代わり、新たにミナミマグロ食べ比べセット（中

トロ、赤身、タタキ各200g）を採用し、ミナミマグロを食べる機会をつくった。

OPRTの伊佐広己専務は、世界でマグロ資源が回復傾向にあるものの、生産者の持続可能な経営には「健全な市場の育成が欠かせない」と強調する。そのためにも一般消費者と直接ふれあい、魅力を紹介できるキャンペーンが重要な役割を担うと、趣旨を述べた。

インバウンドに刺身マグロPR

消費促す4言語ポスター作成

OPRTは刺身マグロ市場の拡大に向けて、訪日外国人観光客（インバウンド）消費の底上げを図るポスターを作成した。英語版は新交通ゆりかもめの（豊洲）市場前駅のデジタルサイネージでも掲示を始めている。生産者の持続可能な経営に向けて、健全なマーケットの育成に取り組む。

訪日外国人観光客の中でも豊洲市場を往訪する、魚に関心がある層を対象とし、アピールすることで、寿司や刺身グレードのマグロの消費を促す。豊洲市場協会の協力も得て市

場内のPRコーナーにも、英語版、中国語版（簡体字と繁体字）、韓国語版のポスターを掲示した。

ポスターでは10月10日が「マグロの日」であることを伝える。寿司・刺身グレードのマグロを「MAGURO」と表記することで差別化を図り、新たに作成した共通ロゴで、日本における高品質な刺身マグロを印象付ける狙い。日本国内での一次消費だけでなく、帰国後の口コミによるPRにも期待を込めた。

販促素材を共有

韓国語も合わせた4言語のポスターは、寿司や刺身マグロの販促用として、利用希望者にPDFデータを送付している。

データ提供を希望する場合は、専用フォーマット (<https://forms.gle/Vr3Gao5y2MNAeHPE7>) から申し込む。



英字版ポスター

編集後記

今年の天然・刺身マグロキャンペーンも盛大に行われました。巻頭インタビューの全水商連千葉専務を始め、全国の魚屋さん、まぐろ漁業関係者、全国消費者団体連絡会、そして今年は豊洲市場協会にも多大なご協力を頂きました。全関係者の皆様に感謝申し上げます。また、11月下旬に都内で開催予定の日本かつお・まぐろ漁協主催のマグロイベントにもOPRTは全面協力いたします。（伊佐）