

(7) 持続可能な漁業の社会実装に向けたフラッグシップ種の提案

太田瞬¹・林崎健一²

¹東京大学大学院 農学生命科学研究科 (修士)、²北里大学 海洋生命科学 (研究員)

本研究は、2023年時点でTACに指定された水産資源（クロマグロを除く）を対象に、検索行動データを用いることで、水産資源に向けられた大衆関心の駆動要因を明らかにし、持続可能な漁業推進に資するフラッグシップ種の可能性を検討した。具体的には、検索行動データのほか、月次・都道府県別漁獲量、中央卸売市場価格、消費者物価指数（CPI）を統合し、STL分解により季節・トレンド・残差成分を抽出した。これらのデータにスピアマンの順位相関係数とパス解析を用いることで、関係構造を評価した。結果として、サンマは検索回数と漁獲量のピークが9-10月に明瞭に同期し、季節的な漁獲変動が関心の高まりに強く結び付くことが示された。とくに9月には一時的な漁獲増に対応して検索が残差レベルで急増する傾向が確認された。都道府県別解析では、サンマは地域の漁獲規模に偏らず全国的に検索される傾向を示し、広域的な認知基盤が示唆された。関連検索語では資源状況に関する語の割合が高く、価格・レシピ中心になりがちな他魚種と関心の質が異なる点も確認された。パス解析では、サンマのみが漁獲量の増加から検索量への直接効果を示し、ニュース報道等を通じた漁獲情報が即時的な社会的関心を喚起することが示された。以上より、サンマは①季節ピークの予測可能性、②全国的な認知基盤、③資源状況への社会的関心の高まりという三点で卓越していることが示された。

フラッグシップ種とは、従来パンダなどに代表されるカリスマ性にに基づき保全の象徴とされる種を指す言葉であった。近年その概念は「特定の保全課題への社会的な関心を喚起し、プロモーションを推進する機能を持つ種」へと拡張されている。本研究が示したサンマの3つの卓越性は、この機能的なフラッグシップ種の要件に合致する。すなわち、①季節ピークは情報発信のタイミングを戦略的に設計できることを、②全国的認知は広範な対象にメッセージを届ける基盤が既にあることを、③資源への関心の高まりは、持続可能性そのものへの関心が既に存在することを示すためである。

この機能を政策や行動変容に接続する上で、本研究の結果が重要な示唆を与える。サンマのみに見られた漁獲情報から検索量への直接効果は、漁獲状況の発信が即時的な社会的関心を喚起する強力な経路が存在することを意味する。したがって、このメカニズムを活用し、関心のピークに合わせ、サンマの厳しい資源状況とその要因、資源管理がどう機能しているのか、消費者がどう貢献できるのかといった、市民の関心に応える質の高い情報を戦略的に発信することが重要である。結論として、サンマを単なる水産資源としてだけでなく、持続可能な漁業という広範な課題への入り口となる戦略的コミュニケーションの核として位置づけることは、大衆の関心を具体的な資源管理への理解や政策支持へと接続する、有望な実装的手段である。