

本レポートは、ワシントン条約常設委員会（1999年2月8日開催）で配布したものである。）

「JWCS レポート 日本の象牙取引と改訂された象牙取引管理制度の分析」

本レポートの目的の第1は、CITES 第10回締約国会議において、条件付きで再開が決定している、ボツワナ、ナミビア、ジンバブエの3国からの象牙輸入（以下、「3国からの輸入」という）が、日本の象牙需要及び違法取引の発生に与える影響を考察することである（第1章）。特にアジアゾウの違法取引の発生に与える影響については別章を設けて考察を加える（第2章）。第2の目的は日本における象牙の国内取引管理制度が期待される効果を発揮するかどうかを検証することである（第3章）。

象牙印鑑・印材の流通は、基本的に、製造・大卸売段階、卸売段階、小売段階に分けられる。「印

材」とは印鑑の形まで加工され、最終仕上げ（研磨済）までされたもの（通常はこのような形態で取り引きされる）や、その前段階の荒仕上げ状態（研磨されていなかったり、六角柱のもの）のもので末端頭部に極印（氏名等）が刻まれていないものを指す。印材という名称は、一般消費者には馴染みが薄いであろう。

1-1 製造・大卸段階

象牙印材の大手製造業者は、輸入業者でもあった。1975年から1979年までの間の年間300トンに及ぶ全輸入量のうち、3分の2は大手5社の輸入・製造・大卸業者によるものであった。この大卸業者らは、印鑑その他の象牙製品を製造し、百貨店や小売店に対しては印材の卸売を行い、同業者間では原材料象牙そのものを取り引きしてきた（Martin, 1985）。

現在、これらの業者は、かつて輸入した象牙あるいは同業者等から購入した象牙のストックを保有し、印材を製造し、卸売業者や小売業者に売り、業者によっては直接小売りを行っている。

製造業者は、「東京象牙美術工芸協同組合」（42名）、「大阪象牙美術工芸協同組合」（21名）を構成し、これらの団体が「日本象牙美術工芸組合連合会」という上部団体を構成している（TRAFFIC,1997）。その構成員は政府に登録された製造業者全体の30%を占める（EA/MITI,1996）。原材料象牙の価格は、この



業界団体の中枢にある一部の大手輸入・製造・大卸業者が事実上コントロールしてきた (Martin, 1985)。

1-2 卸売段階

象牙印材の卸売業者は、上記の製造・大卸業者から印材を仕入れ、小売業者に売る。卸売業者の多くは、様々な素材の印材を扱い、象牙はその一部である。

象牙印材は半加工状態で取り引きされる場合もあるようだが、多くは、すぐ小売りに出せる状態

(研磨済み)で卸すようである (JWCS, 1998)。

卸売業者の団体としては、151名からなる「全日本印判用品商工組合」が存在する。

卸売業者の中には、自ら小売りを手がける者もいる (JWCS, 1998)。

1-3 小売段階

印鑑は、印鑑専門店や文具店、百貨店等で販売されている。その数は膨大で、NTTタウンページに「印鑑店」として掲載された業者だけでも、

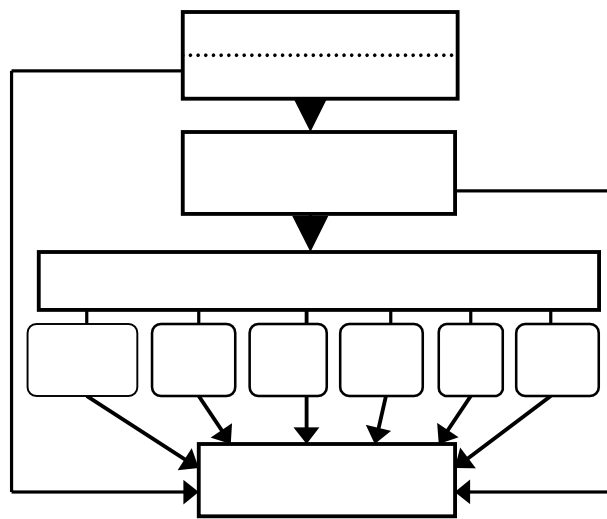
14,000 近くにもものぼる。業界雑誌によると象牙印鑑を取り扱う可能性のある文具店、通販業者、宝飾関係業者などを含めると 5 万にもものぼるといふ。(Magazine Dec 1998)

小売業者のうち、3,418 名は、「全日本印章業

組合連合会」という業界団体を構成している (Magazine, November 1998)。

<図1>

<図1 象牙印材・印鑑の流通システム>



2-1 象牙取引禁止前の取引・消費実績

この点、マーティンが貿易統計から拾い出したところによれば、1910年から1919年までの10年間に日本に輸入された象牙(未加工象牙)の量は、それに先立つ20年間と比較して3倍に増大し、年平均で50.8トンに達した。1920年代には、70.8トンに達し、その後、世界恐慌と第二次世界大戦の時期を経て、1950年代には年平均70

トン、1960年代には年平均95トン、1970年代には日本は世界最大の象牙消費国となり、年平均255トンを輸入したことになる(Martin, 1985)。さらに、1980年代(1980年~1988年)には年平均270トンを輸入した(Milliken, 1989)。

これに対して、日本の象牙輸出は、未加工象牙・加工象牙を含めても、輸入量から比較すると取るに足りない量であり、輸入象牙のほとんどが国内で消費されたと考えられている。こうした輸入象牙のうち、グロスで55%(Martin, 1985)から64%(Milliken, 1989)が印鑑として製造され、毎年200万個もの象牙印鑑が製造されていた(Martin, 1985)。

2-2 印材としての象牙の地位

日本では、象牙が最高の印材であると考えられてきたし、現在もそうである。その理由として一般的に指摘されるのは、高級、ステイタス性が高いといったイメージ、損傷に対する耐久性、朱肉ののり易さ、捺印面の美しさ、印材としての適度の重量感、手触り感の良さなどである。マーティンは、象牙の白さが日本人の感性に訴えることなども指摘している(Martin, 1985)。

重要なことは、象牙が、客観的に印材に適合する性質を有しており、さらにそれ以上の主観的イメージが付け加わることで、印材のシンボルとして、ゆるぎない地位を築いているということである。

1997年にJWCSが山梨県(印鑑業者が集中し

ている県である)で製造と卸売を手がける業者から聴取したところによれば、1989年の取引禁止直後、200種以上に及ぶ人工的な素材が開発・発売された(このような動向は、当時の新聞記事からも十分推察できる)。カゼイン・レジン(casein resin)、フェノール・レジン、セラミックス、それらと天然素材を結合させたもの等である。しかし、それらのうち、市場で認知され、現在残っているものはほんのわずかだというのである。

実際、大阪府印章業協同組合という小売業者の団体が大阪市経済局等と協力して行った「印章に関する消費者の意識と実態調査」(1995~1996)によれば、実印の印材として象牙を選んだ者が52.6%にもものぼっており、この結果について、ある印鑑業界雑誌では、ワシントン条約で取引禁止となったにもかかわらず、「印材には象牙」という根強い日本人の好みが見れている、と分析している(Magazine, July 1996)。

2-3 結論

以上指摘したところから、次の2点が明らかとなった。

- ・象牙取引禁止前、特に戦後の1950年代以降の取引・消費実績は膨大なもので取引禁止まで、一貫して高い水準で継続していた。
- ・消費者の意識において印材としての象牙の地位はゆるぎない。

これらの事実が意味することは、象牙印鑑に対

する需要は、現在でも相当な規模で、潜在的に存在するということである。その潜在的規模はどの程度であろうか。

現在、日本は長期的な不況下にあり、後述のように、消費者の購買力は落ちているので、バブル景気が日本全土を席卷した 1980 年代象牙の需要（年間 275 トンの未加工象牙が輸入された）の規模にまでは及ばないであろう。しかし、その一方で印鑑の大手量販店はそのフランチャイズ店 310 店で年間 60 億円を売り上げ、年間 90 店の割合で店舗を増やしているという。これらの店ではトップクラスの低価格で象牙印鑑が販売されている(Magazine January1999)。この例のように需要回復を促す動きも確実に存在するのである。さらに、日本が独自に全ての象牙輸入を停止した 1989 年 6 月以来、9 年に渡って正規の原材料象牙の供給が断たれ、需給バランス上の問題が続いてきたことも考慮に入れられるべきである。

こうした状況と日本の過去の象牙消費実績とを合わせ考えると、少なくとも輸入量百数十 t 以上に相当する潜在的需要が存在すると考えておくべきであろう。

3-1 取引量

国際取引禁止以降の一般的傾向

1989 年 6 月からの取引禁止以降、一貫して国

内取引全般が減少していることは明白である。

1993 年当時の輸入業者団体の報告によると、59 業者の原材料象牙の国内販売量は、1989 年 181.3 トン、1990 年 82.5 トン、1991 年 69.9 トンと減少を続けていた (TRAFFIC, 1997)。

また、ある卸売業者は、象牙の輸入が禁止になってから消費者の象牙離れが激しく象牙印材が売れなくなった、と指摘し (JWCS, 1998)、他の山梨県のある製造・卸売業者は、現在印材の供給が落ち込んでいること、この業者自身、国際取引禁止前は月産 1 トンだったものが現在 300 kg まで落ち込んでいることを指摘している (JWCS 聴取調査, 1998)。

小売段階を見ても、ある小売業者の「象牙の輸入禁止の時から、価格が高くなり小売で売れなくなった。」(JWCS, 1998) という意見に現況がよく反映されているようである。

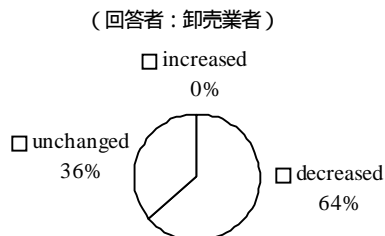
1996 会計年度 (1996 年 4 月から 1997 年 3 月) と 1997 会計年度 (1997 年 4 月から 1998 年 3 月) の間の 1 年間における変化

JWCS は、1998 年 11 から 12 月にかけて、最近の 1 年間の変化を調査した (JWCS, 1998)。4 月から 3 月までを単位としたのは、会計年度を念頭においたからである。その結果は次のとおりである。

(a) 卸売業者が、製造・大卸業者から仕入れる量の変化

仕入れ量の変化は、図2のとおりになる（JWCS, 1998）。

<図2 卸売業者の象牙印材仕入れ量の変化>

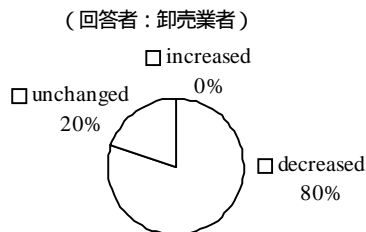


(b)卸売業者から小売業者へ卸す量の変化

この点については、卸売業者からの回答と小売業者からの回答の2つのデータがある。

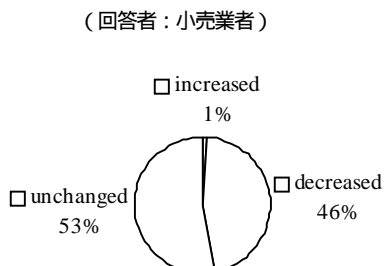
卸売業者の回答は、図3のとおりである（JWCS, 1998）。

<図3 卸売業者の小売業者に対する象牙印材の卸売量の変化>



小売業者の回答は、図4のとおりである（JWCS, 1998）。

<図4 卸売業者の小売業者に対する象牙印材の卸売量の変化>

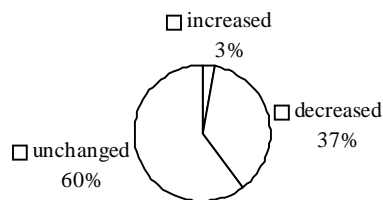


変化無しとした者の中には、1996年4月以前に既に販売量は落ち込んでおり、その状態が続いているとの注釈がつけられているものが少なくない。

(c)小売量の変化

小売量の変化は図5のとおりである（JWCS, 1998）。

c <図5 象牙印鑑の小売量の変化>



変化無しとした者の中には、1996年4月以前に販売量は落ち込んでおり、その状態が続いているとの注釈がつけられているものが少なくない。

以上の結果を見ると、最近の1年間だけでも、取引量が減少傾向にあることがうかがわれる。

3-2 取引価格

象牙ないし象牙印材・印鑑の価格には、次のような段階のものがある。

- ・原材料象牙の輸入価格（現在は、正規の輸入価格というものは存在しない。）
- ・製造業者（同時に輸入業者、大卸売業者でもある）どうしの間、原材料象牙の取引価格
- ・製造・大卸業者の卸売業者に対する、象牙印材の卸売価格
- ・卸売業者の小売業者に対する、象牙印材の卸売価格
- ・象牙印鑑の小売価格

製造・大卸業者どうしの際の原材料象牙の取引価格について

既に述べた、東京と大阪に存在する2つの製造業者団体は、年に一度、象牙交換会と呼ばれる合同の競市を開催している。この交換会での競売価格が、事実上、原材料象牙の価格全般と、印材の卸売価格を規定することになる（Magazine, August 1997, Martin, 1985 など）

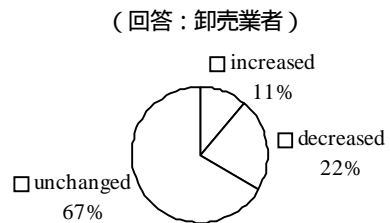
1997年に開催された象牙交換会では、競売に出される量が例年より減少した。また、競売価格は、1994年当時までの1kg当たり5万円から、1kg当たり7万円ないし10万円にまで高騰していたということであり、その理由として原材料象牙の不足があげられている（Magazine, August 1997）。もちろん、個別の取引には交渉の余地があるので、上記の交換会の価格より低い価格で原材料象牙を取り引きしている例もある。1997年当時、上記団体に属さないと考えられる製造業者によれば、他の製造業者から買い付ける原材料象牙の価格は1kg当たり6万円、他の製造業者によれば、5万5千円と（JWCS 聴取調査, 1998）、交換会での競売価格より安値で取り引きしている者もいる。

製造・大卸業者から卸売業者に対する象牙印材の卸売価格について

製造・大卸業者が、原材料象牙を印材に製造した上で、卸売業者に卸す場合の価格である。

1997年6月のCITES第10回締約国会議の直後、製造業者はほぼ一斉に30%~40%の値上げを発表しているがこれは、前述の象牙交換会での価格高騰を受けてのものである（Journal, August 1997）。一方 JWCS 調査によれば、卸売価格の変化は、図6のとおりである（JWCS, 1998）

<図6 製造・大卸業者からの象牙印材仕入れ価格>



なお、JWCS 調査によると、卸売業者が製造・大卸業者から仕入れた象牙印材の価格としては、次のような例があった（複数の卸売業者の回答から。JWCS, 1998）

サイズ(直径×長さ)	品質のランク	価格
15 mm × 60 mm	並	4,200 円
15 mm × 60 mm	上	13,000 円
12 mm × 60 mm	並	3,500 円
12 mm × 60 mm	上	6,500 円

卸売業者から小売業者に対する象牙印材の卸売価格について

製造業者による値上げ発表直後の1997年7月、東日本の卸売業者の団体である「東日本印判用品

「商工組合」が主催した印鑑の展示会においても、通常商品は高額な価格がついている。この展示会で最も価格が低い特価品の印材でも、1本 4,600円(15×60mm、並材)であったという(Magazine, September 1997)。

JWCS 調査による卸売業者の小売業者に対する卸売価格(1998年11月時点。複数の卸売業者回答から。)と、業界雑誌に掲載されたある卸売業者の卸売価格(1997年7月時点。Magazine, August 1997)を以下に示す。

JWCS 調査によれば、卸売業者は、概ね2割から4割の利益を見込んでいるようである。

サイズ (直径×長さ)	品質のランク	価格 (JWCS)	価格 (業界雑誌)
15 mm × 60 mm	並	5,000 円	5,850 円
15 mm × 60 mm	上	18,000 円	9,750 円
(サヤ付 16,250 円)			
12 mm × 60 mm	並	4,000 円	3,965 円
12 mm × 60 mm	上	7,500 円	6,630 円

象牙印鑑の小売価格について

JWCS 調査によると、象牙印鑑の小売価格としては、次のような例があった(複数の業者回答から)。卸売業者からの仕入れ値に対し、並材で2倍から3倍、上材で4倍から6倍程度の価格をつけているようである。この差額は利益と、極印

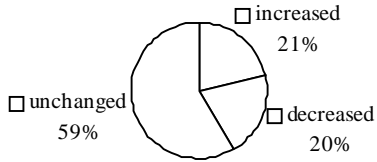
の彫刻コスト等を含む。

サイズ (直径×長さ)	品質のランク	価 格
15 mm × 60 mm	並	11,000 円、20,000 円 30,000 円
15 mm × 60 mm	上	50,000 円、60,000 円 80,000 円
12 mm × 60 mm	並	13,000 円、15,000 円
12 mm × 60 mm	上	25,000 円、35,000 円

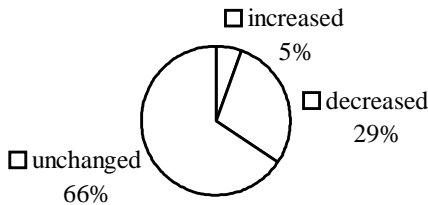
また、前述のフランチャイズ方式の量販店では、象牙印鑑が15mm×60mmのサイズで11,000円、15mm、13.5mm、10.5mm 径のサイズの3本セットで28,800円など、トップクラスの低価格商品が販売されている。その商品広告のチラシには、「80%OFF」などとうたわれ、消費者の購買意欲を刺激するものとなっている。

さらに、JWCS 調査結果から、卸売業者の小売業者に対する卸売価格<図7>及び小売価格<図8>の、1996年度(1996年4月から1997年3月)から1997年度(1997年4月から1998年3月)の間の1年間における変化を比較してみる(JWCS, 1998)。

<図7 卸売業者の小売業者に対する
象牙印材の卸売価格>
(回答者：小売業者)



<図8 象牙印鑑の小売価格>



この結果を見ると、最近の1年間で、仕入れ価格が余り変化していないにもかかわらず、小売価格を下げざるを得ない状況が見て取れる。

この点、最大手の象牙印材製造業者は、直営の印鑑小売店において、15 mm×60 mm(並)を8,000円という極めて低い価格をつけ、「メーカーなので材料が豊富だとはいえるが、現在、東京で象牙を小売りしようと思えばこの価格でないと売れないと判断した。利益率を考えれば販売店でもこのくらいの値段をつけられるはず。」と語っている(Magazine, April 1997)

価格の傾向のまとめ

製造・大卸業者どうし間の原材料象牙の取引

価格は最近高騰しているようである。一方、少なくとも、1996年から1997年の期間においては、製造・大卸業者の卸売業者に対する印材の卸売価格や、卸売業者の小売業者に対する卸売価格に対する、全般的な価格の高騰傾向を裏付けるデータは得られなかった(JWCS, 1998)

製造・卸売業者(卸売業者)としては、原材料象牙の不足のためなんとか値上げしたいが、値上げをしてしまうと、卸売業者(小売業者)が現実的に象牙印材を扱えなくなってしまうので、値上げを控えるのであろう。

また、一般に考えられているのとは異なり、小売価格は下落する傾向にある(JWCS, 1998)。その理由は、小売店は、消費者の実際の購買力に比べざるを得ないことにあるのであろう。

ある小売業者が、「小売は高値。大いに輸入し、その単価を下げる方向に行けばよい」と述べているように(JWCS, 1998) 製造・大卸業者も、卸売業者も、小売業者も、低価格の印材の供給を、まさに渴望している状況といえよう。

3-3 取引量、取引価格の現在の傾向をもたらし、象牙印鑑・印材の流通を阻害している原因

卸売業者、小売業者の意見

この点については、JWCS調査(JWCS, 1998)において、卸売業者、小売業者から多くの意見が得られている。

「象牙の輸入が禁止になってから消費者の象牙離れ

が激しく象牙印材が売れなくなった。象牙印材は価格が高すぎる。」(卸売業者)

「景気の低迷もあり高級品の象牙の需要は減っているようで、象牙印材の注文も価格の低いものに集中する傾向がある。」(卸売業者)

「製造業者も高級品の在庫は十分あるようだが、低級品(並ランクくらい)の在庫が不足してきている。」(卸売業者)

「ワシントン条約で新聞にだいぶ報道された結果、当方のユーザーで象牙から黒水牛に変更注文が増えた。その後の情勢が詳しく報道されていないため、象牙の注文は今のところ出てきていない。」(小売業者)

「象牙の輸入禁止の時から、価格が高くなり小売で売れなくなった。」(小売業者)

「小売りは高値。大いに輸入しその単価を下げる方向に行けばよい。」(小売業者)

「輸入再開されて、景気が良くなれば扱い量も増えると思う。」(小売業者)

「お客様が象牙は市場にないものと思っている。」(小売業者)

「象牙材の卸売値が高くなっている。」(小売業者)

「象牙は高いもの、無いものという既成観念から、客からの注文はほとんどない。」(小売業者)

「今日の不景気下で象牙印鑑の販売は非常に低下しており、安い材料での彫刻(印材の頭に氏名を彫刻すること:著者柱)が多くなっている。」(小売業者)

また、山梨県(印鑑製造・販売の拠点のひとつである)のある製造・卸売業者は、現在、小売業者への印材の供給が落ち込んでいること、この業者自身、国際取引禁止前は月産1トンだったものが、現在300kgまで落ち込んでいること、不況も売れない理由になっていること等を指摘している(JWCS聴取調査,1998)。

業界雑誌においても、「『並』象牙の品不足は深刻化している。『並』不足は安売り印鑑店には、特に大打撃となりそうである」(Magazine, February 1997)、「国内の象牙印材市場は条約以前のストック材によってまかなわれているが既に9年目を迎えてストック在庫も底をついたといわれ、値上がり傾向が現れている」(Magazine, May 1997)などの指摘がされている。

なお、消費者の購買力を調査したものとして、前述の大阪の小売業者の団体が行ったアンケート調査では、実印の希望購入額は平均約17,000円から約32,000円までとなっている(Magazine, July 1996)。日本では1996年以降、不況は益々進んでおり、消費者の購買力は一般的に落ちているから、これらの数字はさらに下方修正されるべきだろう。いずれにせよ、この金額は象牙印鑑であれば並材製しか買えない数字である。

象牙印鑑・印材の流通を阻害している原因の分析

以上の情報に基づくと、現在の象牙印鑑・印材の流通を阻害している原因は、次の3点に整理できよう。

- (a)国際取引禁止が原因となって、特に価格の低い印材（並ランク）の原材料象牙が枯渇し、その価格が高騰していること
- (b)消費者の購買力が低下しているため、高価格（上）よりも、低価格（並）の象牙印鑑に需要が集中していること
- (c)国際取引禁止が原因となって、象牙印鑑は買えないと認識している消費者が少なくないこと

以上により、次の点が明確になった。

- ・象牙印材・印鑑の潜在的需要は巨大である
 - ・象牙取引は、現在不調であり、その原因は次のとおりである
- (a)国際取引禁止が原因となって、特に価格の低い印材（並ランク）の原材料象牙が枯渇し、その価格が高騰していること
 - (b)消費者の購買力が低下しているため、高価格（上）よりも、低価格（並）の象牙印鑑に需要が集中していること
 - (c)国際取引禁止が原因となって、象牙印鑑は買えないと認識している消費者が少なくないこと
- そうだとすると、3国からの輸入解禁は、象牙

印材・印鑑流通阻害の原因を取り除き、正常な流通の回復を促進するであろう。即ち、既に紹介した、ある小売業者は、「小売りは高値。大いに輸入しその単価を下げる方向に行けばよい」という小売業者からの指摘や（JWCS、1998）、3国からの輸入が解禁されれば、現在の在庫が安くなってしまおうという、山梨県の大手製造・卸売業者の指摘（JWCS 聴取調査、1998）に表れているように、3国からの輸入がなされることで、低価格（並ランク）の印材が大量に供給され、現在よりも低い価格で象牙印鑑が消費者に届けられれば、上記の原因のa、bは除去されてしまう。

さらに、3国からの輸入の解禁は、それが一部の解禁であったにせよ、象牙が適法に輸入されるものだという事を消費者にアピールし、第3の流通阻害要因を、解決してしまうであろう（上記c）。結論はこうである。

今回の3国からの輸入の解禁は、現に存在する巨大な潜在的需要を顕在化させる危険が高い。

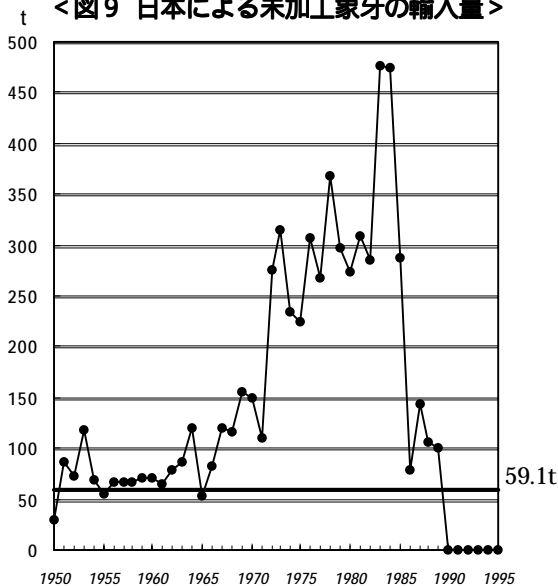
その一方で、3国からの輸入量は59.1トンと、顕在化した需要全体（既に述べたように、少なくとも百数十トンの象牙輸入に相当する規模を想定すべきである）を満たすことはできない。〈図9〉

そのため、さらなる象牙の供給が求められ、一層違法取引を招くことになるであろう。

そうなれば、今度こそ、日本の象牙消費がアフリカゾウにとどめを刺すことにもなりかねない。仮に3国からの輸入を解禁しつつ、こうした結果

を回避しようとするのであれば、第 10 回締約国会議における決定 10.1 の条件は、極めて厳格にとらえられなければならない。その中でも、日本の象牙国内取引管理制度に課された責任は大きい。次章では、3 国からの輸入がアジアゾウの違法取引に与える影響を特に取り上げて考察した後、次々章で 1998 年に改善された管理制度が、その大きな責任に応えうるものであるかどうかを検証する。

<図9 日本による未加工象牙の輸入量>



2

1

工業製品の素材としては、象牙は概ね 3 つのタイプに分けられる。ハード・アイボリー、ソフト・アイボリー、そしてアジアゾウの象牙である。

アフリカゾウの 1 亜種であるマルミミゾウ (*Loxodonta africana cyclotis*) からの象牙は、密度が高く、「ハード・アイボリー」と呼ばれる (Milliken, 1989)。これに対し、サバンナに生息するアフリカゾウ (*Loxodonta africana africana*) の象牙はソフト・アイボリーと呼ばれる (Milliken, 1989)。ボツワナ、ナミビア、ジンバブエのゾウの象牙はこのソフト・アイボリーである。

アジアゾウ (*Elephas maximus*) の象牙は、業者の間で「唐方 (とうがた)」と呼ばれることもある (JWCS 聴取調査, 1998)。「インド」 (Martin, 1985) という呼称は、ハード・アイボリーをさすようである (JWCS 聴取調査, 1999)。

あるレポートは、マルミミゾウ同様、アジアゾウの象牙もハード・アイボリーと呼ばれるとするが (Milliken, 1989) 誤りだと思われる。製造・大卸業者たちの説明に基づく限り、アジアゾウの象牙は、ハード・アイボリーと区別されなければならない (JWCS 聴取調査, 1998)。

特に、第一次世界大戦前に日本に輸入された象牙のほとんどすべては、インド、ベトナム及びタイからのものであった。1890 年代及び 1900 年から 1910 年までの原材料象牙の輸入量は年間 18.2 トンであり、その大部分はインドからのものである。日本人は、アジアゾウの象牙がハード・アイボリーよりも質において優れていると考えて

いたのである (Martin, 1985)

しかし、1920年代には直接アフリカ大陸から象牙を輸入し、アフリカゾウの輸入を大幅に増やしていった。それは、インド、タイ、ベトナムなどのアジアゾウの象牙が日本の需要を量的に賄いきれなくなったからに過ぎない (Martin, 1985)。この時期に輸入されたアフリカゾウの象牙は主にハード・アイボリーである。日本では、伝統的にハード・アイボリーが好まれ、高級印鑑、古典楽器の部品、特殊な象牙彫刻に加工する上で、優れた材料としてハード・アイボリーがソフト・アイボリーよりも好まれていた (Milliken, 1989)。

1980年代には、マルミミゾウの生息地である熱帯アフリカ諸国からの象牙輸入が厳しく制限されていった。同時に、東アフリカなどのサバンナ地域で密猟が集中したために、国内市場でソフト・アイボリーが供給過剰となった。日本の輸入も、ソフト・アイボリーの増加を反映し、製造業者は必要に迫られた結果、ソフト・アイボリーを大きな割合で使用するようになった (Milliken, 1989)。印鑑も同様だったと考えられる。

ソフト・アイボリーの方が、ハード・アイボリーよりも表面のきめが細かく、外観ではより優れているといわれているにもかかわらず (JWCS 聴取調査, 1998) ハード・アイボリーで製造された印鑑の方がソフト・アイボリー製のものよりも高級品だと考えられている。その理由は、ハード・アイボリーがソフト・アイボリーと異なり、肌

接して汗を吸い込んだ時に、褐色や灰色に変色しにくい性質を持っているからである (Martin, 1985)。

ある大手製造・大卸業者によると、アジアゾウの象牙は、ハードとソフトのそれぞれ優れた点を備えるという (JWCS 聴取調査, 1998)。量的に日本の需要を支えられないようになるまでは、アジアゾウの象牙が好んで輸入されていたことも、日本人がアジアゾウの象牙が最高であるとみなしていたことを証明するものであろう。 (Martin, 1985) ただし、象牙素材の質は、ハードかソフトかだけで決まるものではない。象牙は、牙の芯に近ければ近いほどきめが細くなり、素材の品質も良くなるといわれている。ところが、アジアゾウやマルミミゾウの牙は、総じてサバンナのアフリカゾウよりも小さいことが多いので、一本の象牙から芯に近い部分の印材を多くは採れない。このような理由で、ハード・アイボリーの芯に近い部分から製造された「上」とか「特上」と呼ばれるランクの印鑑は相対的に希少なのである。

このように上質のアジアゾウ象牙製印鑑は、最も高い価値をもっているのである。

JWCS の調査によれば、質問に答えた小売業者の10%は、アジアゾウの象牙印鑑を扱っていると回答している (JWCS, 1998)。業者の中には、アジアゾウを高い割合で使う者もいる (JWCS,

1998)

この点、小売業者がアジアゾウの印鑑とアフリカゾウの印鑑とをどの程度区別しているかは明らかではない。しかし、ここで重要なのは、これらの業者が、自らアジアゾウの象牙印材を扱っていると認識していることである。このことは、1980年以來輸入が禁止されたはずのアジアゾウの象牙印材が、今なお、小売市場において、商品としての一定の地位を与えられていることを意味する。

もっとも、右調査において、卸売業者でアジアゾウの印材を取り扱うと回答した者はいなかった。この結果はどのように理解すべきか。アジアゾウは日本が CITES を批准した 1980 年当初から国際取引が禁止されている。印鑑のみを扱うとは限らない小売業者と比較し、一般に象牙に対してより強い関心を抱く卸売業者はそのことをよく承知しているはずである。そのため、卸売業者はアジアゾウの象牙取り扱いについての質問に対して慎重な態度を採ったものと理解できる。実際、他の質問に回答しつつ、この問いについては無回答だった者もいる。

アジアゾウ象牙の印鑑とアフリカゾウ象牙の印鑑の小売価格を比較するとどのような結果が得られるであろうか。

JWCS 調査によると、アジアゾウの方が高いとした者が 21%、アフリカゾウの方が高いとしたものが 43%であった (JWCS, 1998)。この

結果は、既に述べた、アジアゾウの象牙から製造された印鑑がもっとも高級品とみなされてきたという事実と矛盾しているように見える。この点、既に述べたようにアジアゾウの象牙をアフリカのソフト・アイボリーと比較した場合の特徴として、いわゆる「上」や「特上」といったランクの高い印材が希少であることに留意しなければならない。もし、店にある印鑑をランクを無視して比較すればアフリカのソフト・アイボリー製の印鑑の方が高くなることはありうる。そうだとすれば上記の結果は、アジアゾウの象牙がアフリカのそれより高い価値であることと何ら矛盾するものではない。素材のランク毎に価格の比較をすれば、おそらく、異なった結論が得られるであろう。

3国からの輸入再開の影響を考える上で重要なのは、

- ・第 1 にアジアゾウの象牙印材が、今なお、小売市場において商品としての一定の地位を与えられていること
- ・第 2 に、上質のアジアゾウの象牙印鑑は全ての象牙印鑑の中で最高の価値を持つことである。結論は、こうである。

不況が続く限りソフト・アイボリーを中心とした低価格品が主流を占めるとはいうものの、印鑑以外のあらゆる商品についてもそうであるように、

潜在的な象牙需要が全体に顕在化する過程では、需要の志向が2極化し、高級印材を求める層も確立されていくであろう。

そうなると、象牙印鑑の頂点として、ランクの高い素材のアジアゾウの印材が求められる可能性がある。そうした人々の需要だけでも、35,000頭とアフリカゾウの個体数の1/16に過ぎないアジアゾウの生存を危うくするには十分かもしれない。

3

1988年4月28日、「絶滅のおそれのある野生動植物の種の保存に関する法律」(以下、「種の保存法」という)施行令が改訂された。施行は、1999年3月18日(モラトリウム満了時)である。

この改訂は、第10回締約国会議で決定された3国からの象牙取引再開の条件(決定10.1、パートA, a)を充足すべく、アフリカゾウ専門家パネルが指摘していた点に対応したものである。ワシントン条約では、アフリカゾウの付属書格下提案があると、アフリカゾウ専門家パネルが編成され、格下提案について生態学的側面、密猟規制、取引規制の各側面からの評価を行うことになっている(ワシントン条約決議7.9)。

第1節では、パネルが調査の対象とした1997年当時の制度を概観し、第2節では、パネルが指

摘した制度的不備(要改善点)の内容を紹介し、第3節では、その指摘に対応して改訂された制度(以下、「本制度」という)を概観するとともに、本制度がパネルが指摘した不備を改善できたかどうかを検証する。

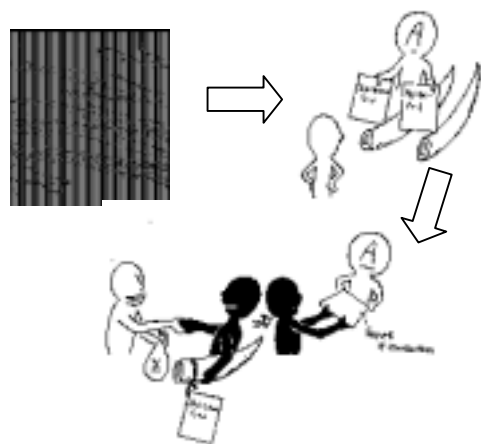
1

全形保持した牙(ホール・タスク)とそれ以外の切断された牙であるカット・ピースとは取引管理のシステムは全く異なる。

ホール・タスク

当局に対し、個別に登録しない限り、取引は禁止される。登録済みのホール・タスクを取り引きする際は、登録票とともにしなければならない。

<図10>



摘した制度的不備(要改善点)の内容を紹介し、第3節では、その指摘に対応して改訂された制度(以下、「本制度」という)を概観するとともに、本制度がパネルが指摘した不備を改善できたかどうかを検証する。

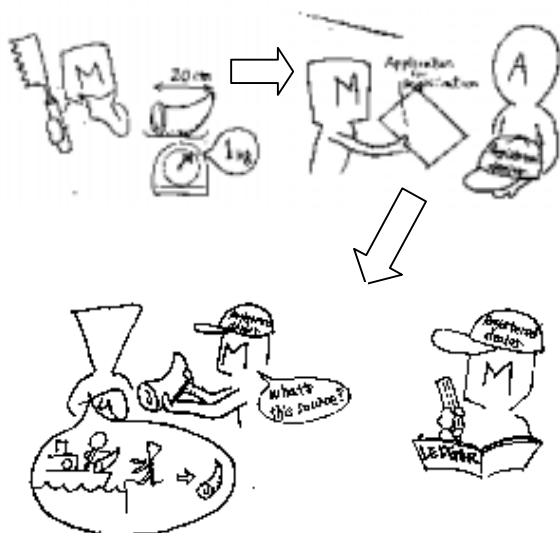
それ以外の牙（カット・ピース）

カット・ピースは、登録の対象にならず、取引も禁止されない。ただし、重量が1キログラム以上、最大寸法が20センチメートル以上であり、かつ加工品でないものを扱う者、要するに、一定のサイズ以上のカット・ピースを扱う製造業者は以下の義務を負い、義務違反には罰則もある。また、政府による立ち入り検査の対象となる。

- ・業者の届出義務(氏名、住所、譲渡施設の名称・所在地を届け出る)
- ・個々の取引の際に入手先を聴取する義務
- ・取引台帳に取引経過を記録し保存する義務

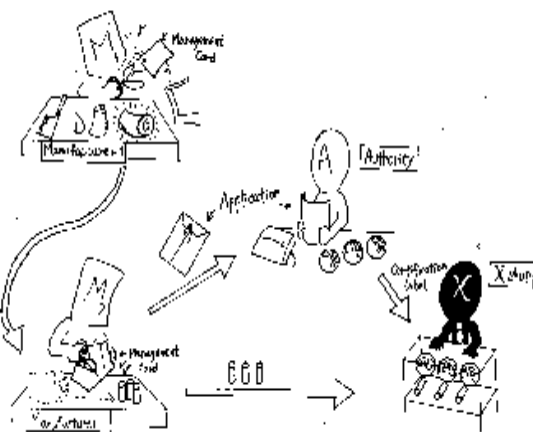
卸売業者と小売業者は規制の対象とされていない。

<図11>



業者が任意に行う取引管理制度

製造業者が、象牙を分割・加工した際に。入手先や取引先を明示した「管理票」を自主的に作成することができる。この管理票付きの原材料象牙から製造された製品については、当局の認定を受けて、標章（認定シール）を発行してもらうことができる。認定シールは、当該製品がCITESに適合した原材料から製造されたことを示すものである。当局としてはこのようなシールは消費者を魅了するはずであり、従って小売業者は管理票のついた原材料からできた製品を選択するはずであり、そのような小売業者が増えれば、製造業者も自主的に管理票を作成することになるだろうと期待する。「アメ」を与えて事業者による自主的な取引管理を誘導しようとするシステムである。しかし、実際にはシールを添付する小売業者は少なかった（TRAFFIC, 1997）。<図12>



アフリカゾウ専門家パネルのコメント

アフリカゾウ専門家パネルは、当時の制度に対し、次のようにコメントを示した（Panel, 1997）。特に重要と思われる部分は次のとおりである。

「小売取引の規制は、適法に取得された象牙から製造された製品を、適法なものから製造されたものと区別する上で適切でない。現行のシステムでは、半加工象牙（例えば印材）の輸入が確かに見抜かれる見込みはない。在庫の物理的なチェックを含め、更に多くの立ち入り検査が必要である。」

この指摘の中に示されている要改善点で特に重要なのは、

- ・小売市場の各製品について、その原材料となった象牙が適法に取得（輸入）されたものであるかどうかを判断できなければならない（そのためには、小売市場の製品から、卸売、製造段階を経て輸入段階に至るまでの過去の取引経路をたどれることが不可欠ということになる）
- ・立入検査を効果的方法でかつ相当な頻度で行い、立入検査現場に存在する製品の現物を確認する際に、違法に取引された印材などの半加工象牙を見抜けなければならない。

専門家パネルによって示唆された、あるべきシステム

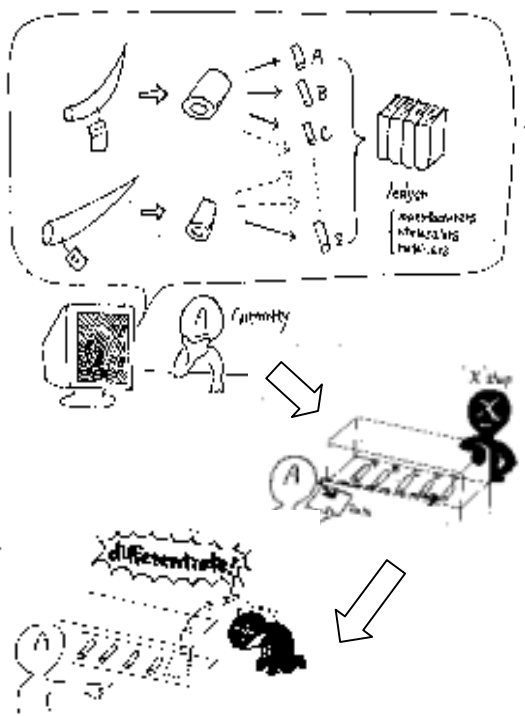
専門家パネルが念頭に置いていたシステム、すなわち上記 2 つの要改善点を充足するシステムのエッセンスは次のようになる。

- ・現実に小売販売されている製品と、記録上の製品との同一性を関係当局が確認できること
- ・各製品からその原材料の起源まで、取引経過を辿れること

このようなシステムを実現するためには、現行の種の保存法及びその施行のための法令に次のメカニズムを組み込まなければならない。

- (a) 全ての取引業者に対し、個々の象牙製品等を関係当局に登録するよう義務づけるか、あるいは業者が現に保有する象牙製品等と記録上のそれとを区別しておくよう義務づけること（違反に対する罰則を設けることも必要である）
- (b) 当局が立入検査に先立って、立入先の業者が保有しているはずの在庫製品それぞれについて、その原材料の起源を把握しておけるようにするため（つまり、各製品からその原材料象牙までの取引経過を把握しておけるようにするため）取引経過を取引毎に当局に報告するように義務づけること。
- (c) 立入検査に先立って上記のデータが容易かつ効率よく分析できるようなデータ管理のメカニズムが、コンピューター・データベースを含めて確立されること。

(d)立入検査の際、現場にあるものをチェックし、
当局が保有するデータに無いものが発見された
場合には、それを違法に入手された原材料から
製造されたものとみなし、流通から排除できる
ようにすること。<図13>



3

日本政府は上記パネルの指摘を受けて象牙の国内取引管理制度を改訂した（本制度）

すなわち、1で述べた製造業者に対する規制業の届出義務、入手先聴取義務、取引台帳への記録・保存義務）を受ける事業者の範囲が、次のとおり拡大された。

- ・製造業者は、全て規制の対象となった。
- ・象牙印鑑・印材を扱う者に限り、卸売業者・

小売業者も規制の対象となった。

4

4-1 新制度の下では、立入検査の現場で在庫をチェックする際、違法な象牙製品を見抜くことは全く不可能であること

メカニズム a（象牙製品等の同一性確認）の欠落

改訂制度上、各象牙製品等を登録するメカニズムは存在しない。また、本制度の取引台帳システムは、取り引きされる象牙（カットピース、印材）のひとつひとつを特定して取引管理を行うものではない。カットピースの取引は、製造業者用の台帳上、主として重量単位で特定されるだけであるし、印材の取引は、卸売業者・製造業者用の台帳上は、主として数量単位で特定されるだけである。それにもかかわらず、取引業者に現に販売している物と、（台帳等に）記録されている物との同一性確認を義務づけるメカニズムすら存在しない。

従って、台帳上取引の対象になっている製品と、立入検査現場に存在する在庫製品の同一性を確認する術はない。

メカニズム b（象牙製品等の個々の取引の報告）の欠落

種の保存法（その施行のための法令を含む）には、象牙製品等の個々の取引を当局に報告する義務は規定されていない。

日本政府によれば、取引業者から、年1回、台帳を提出させるというに過ぎない。（JWCS

Interview with EA, November 1998) こうした措置は、個々の取引の報告とはほど遠く、改訂制度下では、当局が適時的確な取引経過の把握することは不可能というべきである。

メカニズムc (取引経過に関するデータの容易かつ効率的な管理)の欠落

後述するように、取引経過に関するデータは膨大かつ散在しているため、その容易かつ効率的な管理のためには、製造業者から小売業者に至るまでの取引台帳にあらわれたデータを全体的に把握して各製品の取引経路を明らかにするようなデータベースが必要である。

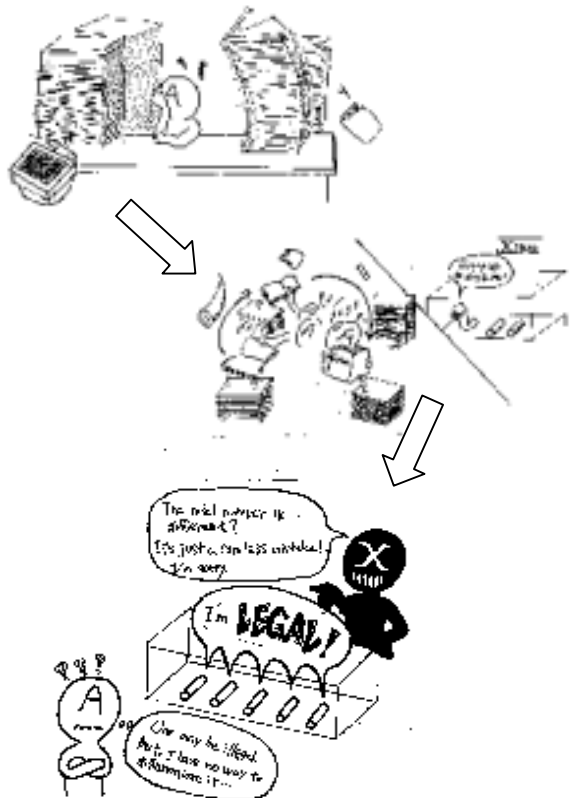
しかし、改訂制度化では、そのようなデータベースを整備することが全く予定されていない。

(JWCS Interview with EA, November 1998)

ここで、メカニズムb及びメカニズムcが不可欠であることにつき詳しく説明しておく。まず、頻繁な立入検査に先立ち、立入先の業者が保有しているはずの在庫製品それぞれについて、その原材料象牙が適法に取得されているかどうか(つまり、製品から原材料までの取引経過)を把握するためには、データが、定期的に、当局に集中され、更新され、しかも常に分析が容易な状態に管理されていることが必要である。

そして、改訂制度下の台帳システムを前提とすると、全ての台帳が頻繁に定期的に当局に集中され、それが逐次データベースに入力され、一括管理されなければならない。しかし、それらの台帳

は、各取引段階の事業者の取引台帳上にバラバラに存在する。ひとつの小売業者が保有する在庫製品について原材料までの取引経過をたどるためだけでさえ、当該小売業者の台帳、卸売業者の台帳、製造業者の台帳を集め、そこにあらわれた各段階のデータを突き合わせる作業を行わなければならない。データベースを活用するにしても、入力等の初期作業は膨大である。ある小売業者が複数の卸売業者から仕入れている場合は、一小売業者の在庫製品のためだけに、いくつもの台帳を集めて、突き合わせ作業なり入力作業を行わなければならない。そのような煩雑な作業を、立入検査の前にやっていたのでは、機動的な検査ができるはずがない。<図14>



日本の象牙取引の具体的な事業形態を考慮に入れば、「容易かつ効率的な管理」の難しさがさらに明確になる。

すなわち、第1章で指摘したように、象牙は、製造業者による取引から小売に至るまでの段階で、生牙、カットピース、印材（印鑑）と形態を変化させる（カットピースと印材の間に、半加工印材の形態で取り引きされることすらある）従って、その取引を追う際には、取り引きされる商品の数量の特定の仕方を変えざるを得ず、台帳の内容・種類が取引段階ごとに変わらざるを得なくなる（現に、改訂制度では製造業者用の台帳とそれ以外の事業者用の台帳とでは別のフォーマットを予定している。例えば、取り引きされる象牙の数量は、製造業者については主として重量で、卸売業者や小売業者については主として数量で特定されることになっている（JWCS Interview with EA, November 1998）。

さらに、日本の象牙産業は、製造業者が卸売、さらには小売も行っていたり、卸売業者が小売も行っていたりと、非常に複雑な事業形態を持っている（第1章参照）。

また、小売業者の下数は、少なくとも14,000、おそらく5万に達するとみられ（1-3参照）、かつ日本全体に散らばっている。しかも、その相当部分は零細な業者であり、取引台帳の記載においては諸々の不備が発生しうる。このようなデータをいちいち分析していくことは客観的に極めて難しい。

以上の問題点を前提に、台帳システムで象牙製

品の起源を把握するための取引データを「容易かつ効率的に管理」するためには、車の両輪のごとく、メカニズムb及びcが必要になってくるのである。

メカニズムd（適法な起源を証明できない象牙製品等の取引禁止）の欠落

改訂制度下では、仮に違法に入手された象牙から製造された製品であることが明らかになっても、その販売自体は禁止されない（種の保存法12条）。

当局は、必要な事項について指示をしたり、その指示にも違反した場合は3ヶ月以内の業務の停止を命じることができるが、個別の製品についての販売を一般的に禁止することはできない。これも、無視できない制度的不備である。パネルは、適法な起源を証明できない製品を、違法なものとして流通から排除することを念頭に置いていたはずである。

結論

結論として、改訂制度下では、パネルが指摘した要改善点、すなわち立入調査を活用して違法な象牙製品を見分け、それを流通から排除することは不可能である。さらに言えば、客観的な制度の内容から判断して、元々そうした効果を果たすことを所期した制度といえないものである。

なぜ、改訂制度は台帳への記録の義務づけ等にとどまったのであろうか。

それは、象牙取引管理のために本来政府が負う

べき役割を免れるためだったと考えられる。データ・ベースを整え、業者からの報告を受けてそのデータを適正に管理・活用し、効果的な立入検査を行って違法品を摘発していく、そういった役割を放棄したということである。

取引経路を把握し、立ち入り調査を活用して違法な象牙製品を見分けるシステムを整備する（既に述べたメカニズム a,b,c,d を整備する）のであれば、例えば、製造段階から小売り段階に至るまで管理票の発行を事業者に義務づけ、その発行状況を短期毎に定期報告させる義務を負わせ、そこで得られたデータを小刻みにデータ・ベースに入力しておき立入検査時に整理されたデータをもって事業所に赴き、管理票の付されていない、あるいは報告されていない番号の管理票が付された製品を違法なものとして見分けていくこと等、取引台帳システムとは全く異なるシステムが採用されなければならない。

4-2 印材・印鑑以外の象牙製品の規制の必要性

なお、本制度は象牙印鑑・印材についてのみ、卸売業者と製造業者を規制の対象としている。その理由は、原材料象牙の相当部分が印鑑として加工され、またアフリカゾウ専門家パネルも特に印材について言及していたためであろう。

印鑑・印材について特に周知な規制を行うべきことは当然である。しかし、それ以外の象牙製品

については全く新たな措置を講じなかった点は問題である。1970年代当時、象牙業者が、磨き牙に対する需要を作り出そうとしたように、業者は様々な製品需要を産み出そうとするのである（Martin, 1985）。また例えば、1980年頃には、象牙アクセサリーの需要が増加傾向にあったのであり（Martin, 1985）アクセサリーの生産は象牙印鑑の副産物としての側面があったとしても、アクセサリーに主眼をおいた需要開拓が起こらないとも限らない。

従って、印鑑以外の象牙製品に目を向けておくことも必要である。

結論と勧告

日本における象牙の国内取引管理制度は、アフリカゾウ専門家パネルが指摘した不備を克服していない。JWCS は、常設委員会及び日本政府に対して、次の通り勧告する。

- ・常設委員会は、日本政府による象牙の国内管理制度が、第10回締約国会議で決定された3国からの象牙取引再開の条件（決定10.1、パートA,a）を満たしていないと判断し、3国からの象牙輸入禁止の経緯を確認すること。
- ・日本政府は、違法に入手された象牙を国内市場から放逐すべく、抜本的な制度改善を行うこと。

以上

（JWCS 事務局長 / 弁護士）