



やるぞ内水面 漁業活性化事業

事例集

ICT導入&漁場管理

魅力あふれる全国の団体のICT導入の取組や漁場
管理の未来をつくる取組をご紹介します。



はじめに

内水面は、アユ、ウナギ等和食文化と密接に関わる水産物供給の場として、釣りや自然体験活動を通じて自然と親しむ機会を国民に提供するなど、豊かな国民生活の形成に大きく寄与しています。

本事業は、令和5年度の漁業権の一斉切替えを見据え、効率的な内水面漁場の管理・活用を実現するため、先進的な取組をモデル事業として支援し、その取組を全国へ展開することを目的として、令和元年度に開始しました。

令和元年度及び令和2年度は、先進的な取組の実践、評価を行い、令和3年度以降は、前年度までに実施した取組の中から、より効果が見込める3つの取組（電子遊漁券の導入、ゾーニング管理、釣り人等と連携した漁場管理）を集中的に支援することとしました。

中でも、電子遊漁券導入の取組は、新しい漁場管理の手法として人気が高く、その波及効果もあって、今や電子遊漁券を導入した地域は、全国の内水面漁協の3割を超える程に広がってきています。

電子遊漁券の導入を一つの契機として、インターネットやSNS等を活用した情報発信が可能となり、新たな遊漁者層を獲得できた、漁協の活動を発信できた等、効果や手応えを実感しているという声も多く寄せられています。

また、ゾーニング管理や釣り人等と連携した漁場管理についても、組合員数や遊漁料収入が減少する課題に対応した取組として、新しいつながりの輪が広がっているようです。

新型コロナウイルスの蔓延により、私たちの暮らしは一変しました。対面の接触機会が制限される中、否が応でもデジタル化が進み、働き方、生活様式等の多様化が加速すると同時に、釣りを含むアウトドア活動の人気も高まりました。この流れを一過性のものにするのではなく、内水面業界にとっての追い風にしていくことが重要です。

人はよく知らないことに対して漠然とした不安を感じて躊躇してしまうものです。しかし、変化に対応しようと時代の潮流を見据えて新たな取組にチャレンジした漁協からは、「最初は不安だったがやってみて良かった」という声を多数いただいています。

そんな勇気ある先駆者たちから、本事業に応募したきっかけや事業の活用状況、取組の成果、その過程で乗り越えた試練、葛藤等リアルな声を集めて、ここに事例集としてとりまとめました。この事例集を参考に自分たちも新しいことに取り組んでみたいと思っただけの地域が一つでも多く広がり、内水面漁業の活性化につながるきっかけとなれば幸いです。

やるぞ内水面 # 踏み出そう # 一歩前へ

令和5年3月 水産庁 栽培養殖課
内水面漁業振興室長 柿沼 忠秋

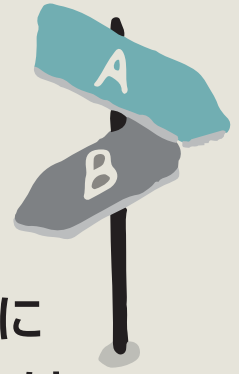
目次

やるぞ内水面に応募したきつかけ	3
事業の活用事例	
01 秋田県 米代川水系サクラマス協議会	5
02 群馬県 上野村漁業協同組合	8
03 群馬県 赤城大沼漁業協同組合	11
04 岐阜県 郡上漁業協同組合	14
05 岐阜県 益田川上流漁業協同組合	17
06 愛知県 豊川上漁業協同組合	20
07 愛知県 男川漁業協同組合	23
08 愛知県 名倉川漁業協同組合	26
09 愛知県 寒狭川中部漁業協同組合	29
10 和歌山県 和歌山県内水面漁業協同組合連合会	32
これからの内水面のために！ やってみたいこと・やってみたいこと	35
事業関係者からのことば	38
データで見る事業の効果	41

新しい活動をしたいと思っていた。

釣り人の人口は10万人程度。

アウトドアをしているキャンプ層は100倍ぐらいの数がいいて、釣りに興味が直接的にはなくても親和性がある人って必ず重なる縁があるはず。ファミリー層を取り込もうと考えたら、やってみようかなってというのが最初のきっかけです。



やるぞ内水面に 応募したきっかけ

From 岐阜県 益田川上流漁業協同組合 #05

ICTの導入については、
若者の獲得のためには必要だと思っていた。しかし当初は漁協の役員さんに話してもネットを使ってる方があまりいっしょになかったのも、理解が得られなかった。ところが最近LINEグループを作って、いろんな連絡をするようになった。これは便利だということが契機になって、オンラインで遊漁券を販売してもいいんじゃないですかという話をしたところ、それは面白そうだねとなった。

From 秋田県 米代川水系サクラマス協議会 #01

解禁日を繰り上げたことで遊漁者数が急増し、業務負担の増大が問題になっていた。

ICTを使った漁業監視システムは、
当時はまだどこもやっていなかった
ので不安もあったが、
だからこそ試してみる
意義があると思った。

From 群馬県 赤城大沼漁業協同組合 #03

最近では、電子マネーとかが増えてきたので、これに合わせてやるのが一番順当だと思った。
電子券を先に買ってきたお客さんが、現金が無くても動ける様に、それに合わせてやろうということになった。
若い組合員たちが、「これからは絶対電子券が必要だ」って言うてくれたので、導入にふみきれた。

概要

「やるぞ内水面漁業活性化事業」は全国の内水面漁業の活性化を目指す事業です。令和元年度・令和2年度は、全国の内水面漁協等のモデルとなる漁場管理や内水面漁業・養殖業活性化のための先進的な取組を支援しました。具体的には、漁場管理・監視のための効率化・省力化の取組、内水面漁協が行う事業の安定化（遊漁者の増加等）の取組、その他内水面漁業・養殖業の振興に係る取組を実施しました。令和3年度からは、効率的な内水面漁場管理を促進させるため、内水面の漁連および漁協が都道府県との連携のもと行う取組（ICT導入、ゾーニング管理、釣り人等と連携した漁場管理）を支援しています。具体的には、ICT導入は電子遊漁券システムを導入すること、ゾーニング管理は漁場を自然条件と社会条件に応じていくつかの区域（ゾーン）を分けて増殖や利用を図ること、釣り人等との連携は組合員のみ活動だけでなく釣り人等と連携して漁場管理を実施すること、です。令和元年度は12団体、令和2年度は11団体、令和3年度は41団体、令和4年度は52団体において取組を実施しています。その団体の中から、現地を訪問し事業の活用状況や現場の課題などについて実際にお話を伺ってきた内容や、報告書で寄せられた成果や意見等を事例集としてまとめました。

鮎だけでなく、ルアーだったりフ
ライであったり、そういう人口も
徐々に増えてきてるっていうのをちょっと
見聞きしてたので、最近はやっぱ**そういう**
人も取り入れて行きたいと思った。



From 岐阜県 郡上漁業協同組合 #04

新型コロナへの対策が必要 になったことが後押しとなり、 魚券の導入が決まった。

溪流魚について、**放流事業の採算性の評価**をしたところ、**もう少し頑張れば経営状況が良いステージに入る**ことがわかり、なんとかしたいと考えていた。

応募のために、まず**問題点の洗い出し**や対策案を出していった。

都市部からのアクセスも良く、初心者からお年寄りまで、誰でも釣りやすい河川なのに、組合のホームページもなく、インターネットを使った広報が手薄だった。若い人たちを取り込んでいくには、インターネットを使った広報と券の販売が有効だろうと思った。

1

秋田県 米代川

Yoneshiro River, Akita



令和元年度実施団体

米代川水系 サクラマス協議会



湊屋 啓二 会長
(秋田県内水面漁連会長
鷹巣漁協組合長)



中嶋 義孝 事務局
(比内町漁協組合長)

やるぞ！米代川水系サクラマス活性化 ICT導入3年間の成果を大公開

米代川は「きれいな川100選」にも選ばれた秋田県北部を流れる大河。アユやサクラマス釣りのメッカとしても名高く、全国から多くの釣り客が訪れています。米代川水系サクラマス協議会は、平成22年に米代川およびその支流を管轄する7つの漁業協同組合によって発足しました。秋田県知事より「サクラマス漁業」の共同漁業免許を受け、遊漁券の販売とサクラマスの増殖事業、漁場管理をおこなっています。

米代川水系サクラマス協議会の漁場管区は全長136キロ。ここ数年の釣り人の増加や釣り場の開拓によるポイントの分散から、広範囲の監視業務が大きな負担となっていました。令和元年にいち早く取り入れたICTの活用により、監視の省力化、監視費用の削減、密漁者の減少、遊漁者データの蓄積など、さまざまな効果が現れています。また、全国初の「保険付き遊漁券」の発売、「米代川サクラマスCUP」「全国サクラマスサミット」などの積極的な取り組みにも注目が集まっています。

応募のきっかけは？

うちの漁業管区は7つの漁協にまたがっていて、全長136キロもあるため、とにかく監視が大変です。以前は密漁者も多く、監視費用は毎年多くの金額がかかっていました。

また、平成27年にそれまで6月1日だった解禁日を4月1日にしたこと、令和元年度の遊漁者数は、平成25年度の3倍以上に増え、業務負担の増大も大きな問題になっていました。

そんな時に電子遊漁券システムの話を知

き、ちょうど国でもデジタル化に力を入れているタイミングだったので、じゃあ、ICTを使った漁場監視システムっていうのをやってみようということになりました。当時はまだどこもやったことがない取り組みだったので、本当にできるのか、効果があるのかという不安もありましたが、新しいことに挑戦していきたいという思いがあり、どこもやっていないからこそ試してみる意義があると思って踏み切りました。

ICTで監視時間が3割減

電子遊漁券導入のメリットのひとつは、監



監視の様子
(タブレットで遊漁者を確認)



サクラマス



釣り人とサクラマス



会長とサクラマス



初めての女性も見事に釣り上げている

視の効率化です。オンラインで遊漁券を買った人がアプリを立ち上げると、監視員のスマホやタブレットの地図に遊漁者の位置が表示されます。

うちは川幅が200メートルを超えるような場所もあって、これまでは、対岸に遊漁者を発見したら車で移動して、川の中に入って、直接券を確認しなければなりません。これが、画面だけでチェックできるようになりました。

その結果、令和元年度にはのべ626時間だった監視時間が、令和4年度には441時間と約30%減、時間にして185時間も削減することができました。監視員はやはり高齢化してきているので、川に入らないで確認できるといのは、体力的にも安全面でも画期的な改善でした。

ICTで釣り人を守る

アプリは、遊漁者のみなさんへの情報提供にも役に立っています。アプリ上では、禁漁ゾーンだけでなく、事故多発ゾーン、通行止めゾーン、駐車禁止ゾーンなども地図でわかりやすく表示されていて、入ってはいけない場所に侵入すると、アラームで通知できるようになっています。

これまでは土地勘のない人が農道に駐

車して、農家の方とトラブルになるようなこともありましたが、そういったことも少なくなりました。

安全情報の発信としては、10分間で水位が10センチ上がると「注意」、20センチ上がると「警告」といったお知らせがリアルタイムで通知できます。

また、令和4年度には、全国初の保険付き電子遊漁券の販売もスタートしました。電子遊漁券のサイトで「米代川水系サクラマス共通券」を購入すると、200万円の死亡保険が自動的に付帯されるというものです。令和5年からは、通常の販売店で購入する券にも保険を付帯できることになりました。

ICTのデータ活用

GPSで釣り人がいま、どこにいるかがわかるということは、いつ、どこで釣れているかがリアルタイムで確認できるといことです。さらに、蓄積されたデータを時系列で追うこともできます。たとえば、解禁日には下流の方に多かった釣り人が、日が経つにつれ、サクラマスを追って上流に移動していくといった様子がデータとして確認できます。いままでは感覚的にしかつかんでいなかった釣り人の動向を具体的に把握できるということには感動しま

した。

「やるぞ事業」の実施後の3年目には、4243時間の遊漁者の行動データを取ることができました。これは、1年目の4、2倍の数値です。こういったデータは、より効率的な放流や資源管理にも活用できるし、最近はこちらが釣れているという釣り人へのアドバイスにも役立っています。

電子遊漁券のこれから

この3年間はコロナ禍で、遊漁券の販売店からも、できるだけ遊漁者との直接の接触を控えたいという希望がありました。オンラインによる販売は、そんな販売店さんにも大変好評で、休業や廃業を抑えることができました。

電子遊漁券の販売金額は、事業開始当初には2年で200%という目標を立てていたのですが、結果はそれを大きく上回る、270%を達成することができました。今も、電子遊漁券の販売は右肩上がりです。

導入当初はこれまでの紙券に電子遊漁券の数が上乗せされる感じでしたが、少しずつ紙券から電子遊漁券に置き換わっているようです。今後は、電子遊漁券がメインになり、管理もしやすくなると思っています。

秋田の他の漁協も、基本的には電子遊漁券を取り入れる方向ですが、秋田は8割が山で、溪流では電波が悪いところもあるので、そのあたりはこれからの課題です。

これからの内水面

これからの内水面は、もっと「川を守る」ということにも力を入れていくべきだと考えています。実際にうちにも「環境問題の面からも、川を守ってきたい」ということで、組合員になった人が何人かいます。子供向けにつかみ取りをやったり、伝統漁法を見せたり、「米代川サクラマスCUP」を開催したりと、いろいろなアプローチで、たくさんの方に川に親しんでもらえる工夫をしています。

最近では資源の面での不安を感じています。今後は、解禁の期間を短くする、本流にも禁漁区を設ける、無制限の匹数を10尾程度にするといったことも考えています。時間はかかるかもしれませんが、「川を守る」という面から、釣り人にも理解してもらえるようになると思っています。

2

群馬県 神流川

Kannagawa River, Gunma



令和3年度実施団体

上野村漁業協同組合



松元 平吉 組合長
(群馬県漁連 会長)

トレンドに乗り遅れるな！ やるぞ1年目の苦勞と成功の秘訣

上野村漁協は昭和25年に設立された群馬県の南西端の山間部の小さな組合です。利根川水系に属する神流川は関東トップクラスの透明度を誇る清流で、上野村漁協はその最上流部1/3を管轄しています。メインはヤマメやイwanaなどの渓流釣りですが、同じ河川でアユ漁ができる珍しい川としても人気があります。また、「資源有限」の観点から、平成11年に全国に先駆けてキャッチ&リリースを始めたことでも知られ、現在は「種沢設定」「予約制毛ばり釣り専用区」「ハコスチを活用した冬季釣り場」などのゾーニングを行なっており、漁場利用の高度化を図っています。

将来を見据え、令和3年度6月から「やるぞ事業」への取り組みを始めた上野村漁協。その導入までの経緯、役員の説得、問題点の洗い出しと改良などの具体的な事例は、ICTの導入を検討している多くの漁協の参考となります。

応募のきっかけは？

上野村漁協では20年くらい前から釣り券の自動販売機を使っています。自販機的なものはわりと高齢の方でも扱いやすく、構造が簡単なのでメンテナンスもしやすいという利点があります。でも、最近はトラブルも多くなり、後継機もないため、今後はどうしようというのが常に頭にありました。

何か今時のものはないかと考えていたタイミングで、ちょうど「やるぞ内水面」のお話を聞きました。コロナ禍で「非接触」に対するニーズもあり、スマホが当たり前の時代になっていますで、これはトレンドかなと思います。ICTを活用した電子遊漁券の

導入ということで応募を決めました。

ICT導入で中心になって動いてくれたのは若い職員です。導入にあたっては、やはり消極的な意見もありました。「こうすれば、こうなるだろう」とイメージできる人は、まずやってみようという気になってくれます。でも、新しいものは面倒だという人は「そんなものはなくてもいい」という話になる。私としては、時流に乗るということを大切にしていきたいので、「無理だったらやらなくてもいいです」「慣れた人から使ってみてください」というように、取り組みを始めました。



本谷毛ばり釣り専用区（特設区）

導入の流れと改良ポイント

まず、令和3年度6月に「やるぞ」の交付を受けてから、県・漁連・漁協・電子遊漁券事業者などの関係者が一同に会して、キックオフミーティングを開催しました。

その後、漁場管内図、釣場情報、遊漁券販売所などの基盤情報の整理、組合員や遊漁券販売店に対する研修会の実施などを行なって、8月に電子遊漁券の販売を開始しました。

実際に取り組みを始めると、現実的な問題点が浮かび上がってきました。まず問題になったのは、現場売りとの兼ね合いです。監視員が来るのが見えたらその場で買えばいいという考えの人もいるので、その対策として何ができるかを検討しました。はじめは、購入と発券に時間差をつけられないかと考えたのですが、それは難しいということ、すぐにパツと買えないようなやり方になるように、工夫していただくことで解決しました。

また、スマホを川に持って行きたくないという声もありました。そこで、自分でプリントアウトして持参してもらえばOKになるように改良してもらいました。

はじめに電子遊漁券の話聞いた時は、電波が悪いところもあるから、導入は難しい

んじゃないかと思ったんです。でもこれも改良を加え、電波が届くところに戻ったときに、自動的に位置情報の履歴が記録されるようになりました。

困ったことは？

いちばん困ったのは、券を購入したら終わりだと思って、川に入る際に位置情報をオンにしない釣り人が多かったことです。オンになっていないと遠隔での確認ができません。まだ慣れていない人も多いので、これから説明をしていけば、改善していくと思っています。

ただ、本来は「無券だったら川には入らない」くらいの考えになっていくべきだと思います。来年からは、「オンにしない場合は運転免許証の不携帯と同じです」ということで、繰り返し返す人にはなんらかのペナルティを与えるといったことも考えています。

これまでの遊漁券は、監視の人にわかりやすいように、できるだけ見やすいところに着けておいてくださいとお願いしていました。でも、電子券を買ったかどうかは、ぱっと見ではわかりません。釣り人からは「無券だと疑われるんじゃないかと思って落ち着かない」という声もありました。これもやってみてわかった課題のひとつです。



特設釣り場の看板



ハコスチ



アユ

1年目の成果は？

電子遊漁券は全体の販売枚数のうち、まだ1割弱を占める程度ですが、1年目としては上出来だと思っています。

組合の役員にもはじめに、「ICTを導入したから売上が増えるというわけではない」と言いました。デジタルを使うというのは時代の流れなので、先に始めて使いこなせるようになれば、組合の認知度アップにつながる。そういうメリットもあるんだと説明しました。

今後、3割くらいになってきたら、釣り客の年齢や居住地域、どんな釣り方で、何を期待して来ているかといったデータが集まってきます。そういったデータを自分たちでいちいち集計しなくても、自動的に集積・解析ができる点も、非常に便利です。今後は、蓄積されたデータを経営にも役立てていけると考えています。

ICT導入のメリットは、釣り人にも組合の管理でも利便性を高められることと考えています。

電子券を購入している時間帯を見てみると、24時間、あらゆる時間帯で買う人がいることがわかります。これまでは、販売店が見つからなかったとか、開いていなかったから「券が買えなかった」というのが、無券の人の共通の言い訳でした。少しでも

買えない言い訳を無くしていけることも良かった点の一つです。

今後の取り組みは？

群馬県内では、現在は半分以上の漁協に電子遊漁券の導入が進んでいます。県内でデータを蓄積していったら、分析データの情報交換ができるようになれば、いろいろ役に立つと思います。

今後は、観光情報や飲食店、温泉施設などの情報発信と結びつけて、地域を活性化していければと考えています。



道の駅 上野（上野村漁協事務所も当施設に）

館内にはレストランや売店があり、地元の特産品や消耗釣具等も販売されている。

3

群馬県 赤城大沼

Akagi Onuma, Gunma



令和3年度実施団体

赤城大沼漁業協同組合



青木 泰孝 組合長



藤生 文男 理事
会計副主任



塩原 弘隆 常務理事
総務部長



藤生 真穂 常務理事
事務局長

ICT導入で2万人の釣り客の対応を！
氷上での監視の負担を減らし
地域の魅力をアピール

群馬県中央部の赤城山の山頂にある赤城大沼は、湖水面標高1345メートル、面積88ヘクタール、最大水深は17メートルのカルデラ湖です。毎年、解禁日にはテレビなどの取材が入る「ワカサギ釣りのメッカ」として知られ、関東では唯一氷上でのワカサギ釣りができる場所として、年間2万人近くの釣り客を集めています。周辺では、登山やハイキング、キャンプやボートといったレジャーも充実。都心から2時間程度というアクセスの良さから、県外の観光客も多い人気の観光エリアです。

赤城大沼漁協の監視業務は、遊漁券の確認以外に、氷上の釣り人や観光客の安全を守るという役割があります。冬場のピーク時には800人も釣り人が訪れますが、少ない時には5人で遊漁券の販売や安全監視を行なっており、遊漁券の未購入者の取り締まりには十分に手が回らない状態でした。ICT導入の工夫やメリットについて話を伺いました。

応募のきっかけは？

群馬県漁連の方から説明を受けたのがきっかけです。最近では暖冬のせいでも、氷が薄い危険箇所も増えています。とにかく安全第一なので、竹の杭を打ち込みながら、危ないところは綱を張って、看板をかけて、「気をつけてください」と声をかけながら回っています。組合員には、出られる人は毎日出てほしいということで監視に当たっていますが、土日などは700〜800人のお客さんがいらっしやるので、遊漁券の確認までは、もう手が回らないような状況です。

組合員もどんどん高齢化しているので、今後のことを考えると何かしなきゃいけないだろうということで、県の指導やアドバイスもいただきながら、うちに合うものを考えました。

最近は電子決済を使う人が増えていますが、コロナ禍でなるべく人と接触したくないというニーズもありますので、やはり電子遊漁券の導入がいちばん順当だろうということになりました。「これまでどおりでもいいんじゃないか」という話もあったん



大漁のワカサギ



本州では珍しい「アイスバブル」

ですが、若い組合員たちが、「これからは絶対電子券が必要だ」って言うてくれたので、動き出しました。

導入はスムーズにできた？

まず、理事会を兼ねたキックオフミーティングを開いて、事業内容、監視方法、券種の確認などを行い、電子遊漁券のシステムについて説明を受けました。そして、その場で実際に理事たちのスマホに監視画面を設定してもらって、自分たちで操作してみても、わからない点をレクチャーしていただきました。その後も担当の方には、何度も足を運んでいただきました。

常連の釣り客は、販売店から情報をもらうので、それぞれのお店に固定客がついています。そういう人たちにも電子券を使ってもらわなきゃいけないし、販売店の手数料もなくなすわけにはいきません。

現在使っているシステムでは、遊漁券を購入する画面で販売店を選び、そこで選んだお店に手数料がいくというシステムになっています。その結果、すべての販売店に登録してもらうことができませんでした。

電子券の効果は？

いちばんのメリットは、お店に行く必要がなくなることですね。ワカサギ釣りは場所取りがポイントなので、朝5時に来る人も多いし、前の晩に来る人もいます。遠くから来る人も、あらかじめ電子券を買っておけば、着いてすぐに中に入るができます。

電子券を購入しているのは、いまのところ新規の方がメインです。氷上のワカサギ釣りはテントを使う人もいるので、荷物を運ぶのが大変です。近くに販売店がない入場口もあるので、常連さんでもそこから入る方は電子券を利用する人が増えています。

これまではお店に券を買いに行くのがめんどろだったけど、スマホで買えるようになって楽になったという声も聞かれます。実際に監視に回っていて、無券の人が少なくなったかなとも感じています。

もうひとつの大きなメリットは、電子券を買った人の位置が地図でわかるということです。遠くに1つテントがあるような時に、画面で券が確認できれば、わざわざそこまで行く必要がなくなつて、監視業務の負担をかなり減らすことができます。

電子券の導入が令和3年の10月からで、



ワカサギ釣りの様子



氷結後（冬期）の赤城大沼

まだまだ利用者は少ないのですが、
 うちが年に2万人近くのお客さんが
 いらっしゃるので、その人たちが利
 用するようになれば、すごい効果が
 出てくるだろうと期待しています。

意外だったのは、コイやヘラブナ
 のお客さんも電子券を買うようになっ
 ていることです。はじめはワカサギ
 だけを考えていたんですが、電子遊
 漁券が浸透していくと、また違っ
 てるのかなという気もしています。

インターネットでのPR

ワカサギ釣りは冬の風物詩です。毎
 年テレビで放送されると、全国から
 お客さんがどつというつやいます。
 最近は若い女性も増えてきました。

一般の人は、釣り具をレンタルする
 方がほとんどで、テントの貸し出し
 もしています。こういった情報を各
 媒体に積極的に流すと、新しいお客
 さんが来てくれるようになります。
 とくに若者が増えるのが嬉しいで
 すね。若い人たちは、スマホやパソ
 コンで情報を探るので、インターネッ
 トを使ったPRがとくに重要です。
 電子遊漁券のサイトに漁場の最新の
 情報を出せば、それが広告のようにな
 って、若い人が電子遊漁券を買っ
 てくれるようになると考えています。

今後の取り組み

漁協の組合員は高齢化が進んでい
 て、このままでは存続も難しくなっ
 ていきます。赤城山は観光資源も豊
 富なところなので、前橋市と協力作
 って地域の魅力をもっと伝えていき
 たいと考えています。

実際にこれまでインバウンドのお客
 さんの中にも、この雪と氷の世界
 にとっても感動したという人がいまし
 ました。赤城大沼は、氷の芸術ともいわ



ヘラブナ

れる「アイスバブル」を見ることが
 できますが、本州でこれが見られる
 ところはほとんどありません。
 また、夏でも30度になることは珍し
 いような場所なので、夏は涼しく釣
 りができるということで、ヘラブナ
 のお客さんも増えていきます。

こういったことも、うまくアピール
 して、年間を通してにぎわうよう
 にしていきたいと考えています。コ
 ロナ禍で、これまでの働き方を見直す
 人が多くなり、豊かな自然の中での
 生活に価値を見出す人も増えていま
 す。このチャンスを見逃さずに、この
 地域全体に関わる人を増やしてい
 きたいと考えています。



夏の赤城大沼（ヘラブナ・コイなどが釣れます）

4

岐阜県 長良川

Nagara River, Gifu



令和3年度実施団体

郡上漁業協同組合



村瀬 和典 参事

10年先を見据えた対策

日本一の「郡上鮎」を守るため

ICT導入で持続的な漁協経営を！

木曽三川のひとつである長良川は、岐阜県郡上市の大日ヶ岳に源を発し、美濃地方中濃地域を流れ、伊勢湾に至る総延長166キロの一級河川です。郡上漁協はその最上流域の約60キロおよび支流を管轄しています。上流域で漁獲されるアユは地域団体商標を取得した「郡上鮎」としてブランド化されています。水質の良さと豊かな生態系でも知られる清流には、アマゴ（サツキマス）、イwanaをはじめとする約30種の魚類の生息が確認されています。

郡上漁協はアユ、アマゴなどの放流や増殖を主な事業としています。また、漁場管理の一環として、川周辺の草刈りや入川口の新設、広葉樹を中心とした植樹活動など、河川環境の整備にも力を入れています。現在は、組合員の減少と高齢化が進み、年々遊漁券の取扱所も減少していることが問題になっています。「やるぞ事業」では、ICTを活用した電子遊漁券によって、遊漁者の利便性の向上や漁場監視の効率化を進め、漁協経営の安定化に取り組んでいます。

応募のきっかけは？

当組合はピーク時で8731人だった組合員が現在は5562人となり、平均年齢は70歳に迫っています。新たな組合員を増やすためには、まず遊漁者を増やす必要がありますが、遊漁者もピーク時の24万人から7万5千人まで減って、遊漁料収入もピーク時の53%にまで落ち込んでいます。

現在のところ、遊漁券の取扱所は54件ありますが、これも高齢化によって毎年1割く

らいずつ減っているという状況で、今後10年で4割程度にまで減少すると予想されています。遊漁券販売所の減少は、無券の釣り人の増加につながり、遊漁券収入のさらなる減少を招いています。

遊漁料収入は、郡上漁協の総事業収入の4割から5割を占めており、組合員の賦課金や行使料の減少と合わせ、これからの漁場管理費の確保に苦慮することが予想されています。

もうひとつの大きな問題は、監視業務の負担の増大です。現在、5名の漁場監視員によって河川の監視が行われていますが、平均年齢が74歳、最高齢が80歳ということで、川の上り下りなどが重労働となっていました。

こういった背景があり電子遊漁券の導入を検討していたところ、新型コロナウイルス感染症が発生しました。令和2年の6月は、新型コロナウイルスに対する恐怖が高まっていた時期です。郡上市にアユの解禁の話をしにいった際にも、外部から釣り客を呼び込むことに対して難色を示され、なんらかの対策が必要となりました。これが後押しとなり、非接触で遊漁券を購入できるＩＣＴの導入が決まりました。

導入にあたっては、岐阜県の水産振興室、水産研究所、岐阜県漁連の方などに、都度助言をいただき、電子遊漁券業者からの情報提供をもとに、手続きを進めていきました。

電子遊漁券システムの最適化

電子遊漁券システムは多彩な機能を備えています。はじめに提示された機能では、規模の大きい漁協には対応しきれない部分がありました。そこで、業者と相談しながら以下のようなシステム変更をしました。

- ・釣り人の端末のGPSがオフになっていると、監視員のタブレットに反応しないため、電子遊漁券の起動と同時にGPSが入るように変えた
- ・無券で入り、監視がくるとその場で買うという人がいた。川で長い時間同じ場所にいた場合、電子遊漁券を買えない仕組みにした
- ・画面メモの偽造防止のため、表示画面を静止画面から動画に変えた
- ・水難事故対策として、上流部の水位計と連動させて、15分で20センチ上がるとアラームが鳴るようにした

ＩＣＴ導入にあたっては、遊漁券取扱所の仕事を奪うことにならないかという懸念がありました。そこで、アプリの遊漁券購入画面で販売店を選んでフリックすれば、その販売店に手数料が入るという仕組みを販売店に説明し、登録をもらうようにしました。

また、電子券購入の画面の上の方に表示されるお店を選ぶ人が多く、名前が下の方にあると不公平だという意見があったので、表示の順番も変わるようにしてもらいました。

これらが、これまでの改良の主な実績です。



漁協前を流れる長良川



アユ友釣りの様子

課題は費用対効果

いちばんの課題となっているのが費用対効果です。インシャルコストを減価償却5年で計算して、維持管理費と歩合の手数料を合計すると、売上の半分以上を占める金額になります。

こういった負担はありますが、実際に夜中に電子遊漁券を購入している人も増えているため、釣り客の利便性アップという面でのメリットは実感しています。今年はまだ2年目なので、もう少し様子をみていきたいと思いますが、検討課題ではあります。

今後の展開は？

電子遊漁券のアプリを使って、釣果情報を集めて情報を共有できるようにしたいと考えています。その他、GPSを利用して、たとえば、魚道が詰まっているといったような問題を早期発見して、伝達できるようなシステムにできないか検討しています。

現在は、組合員の賦課金や行使料は対面で集金に回っています。これをアプリでできると業務の負担を減らせるのですが、漁協の執行部と一般の組合員の交流の機会でもあるので、うまく調整していきたいと考えています。



市場に出荷される「郡上鮎」

これまで育ててきた「郡上鮎」というブランドを守るためには、河川を守り、安定した漁獲を上げていく必要があります。魚が住みやすい環境づくり、漁場整備を行い、生態系に配慮した繁殖・保護を行いながら、時代にあった川づくりに取り組んでいきたいと考えています。

5

岐阜県 飛騨川

Hida River, Gifu



令和3年度実施団体

益田川上流漁業協同組合



早川 重幸 組合長



森本 常夫 常任理事

ICTの導入で無券者が大幅減少に期待 オンライン購入の半数は新規客！

益田川上流漁協は、霊峰乗鞍岳・御嶽山を源流とする飛騨川の最上流部を管轄する組合です。山深い源流域には小さな谷が無数にあり、豊かな水量と変化に富んだ漁場を有しています。深い森を流れる支流には天然の魚も多く、渓流釣りのマニアからも注目されるエリアで、遠方からも多くの釣り客を集めています。また、ミネラル豊かな水で育つ魚のおいしさには定評があり、全国清流利き鮎大会では二度の準グランプリを受賞しています。

近年は遊漁者の高齢化が進みつつあり、遊漁者数・遊漁料収入はともにピーク時の7割程度にまで落ち込んでいます。さらに、遊漁券取扱店の減少により、早朝の遊漁券購入が難しくなり、無券者の増加も懸念されていました。そこで、益田川上流漁協では、電子遊漁券システムの導入を行いました。無券者の減少だけでなく、釣り人の誘致にも手応えを感じています。

応募のきっかけ

実は、「やるぞ事業」を知る以前から、若者の遊漁者を増やすにはICTの導入が必要だと考えていました。しかし、漁協の役員にはインターネットを使ったことがない人も多く、なかなか理解が得られない状態が続いていました。そこで、漁協内でのやりとりにもLINEを使うようにしてみたと、だんだんとネットは便利だという認識が高まってきました。

そんな時に「やるぞ事業」の情報をいただきました。補助金を活用して初期費用もだいたいが抑えられるということで、応募に踏み切りました。

若い人へのアピールチャンス

電子遊漁券の販売は、情報発信もオンラインを活用する若い世代へのアピールチャンスとなります。そこで、ホームページだけでなく、FacebookやInstagramといったSNSでの情報発信をしようということになりました。遊漁券をオンライン購入できるということ、うちはどんな漁場でどんな魚が釣れるのかということ、現在の川の状況はどうかといった情報などを事務局から発信していくことにしました。はじめに導入を決めた電子遊漁券システムの業者は長年の実績があり、さまざまなICTのノウハウを持っています。SNSでの



溪流の漁場



魚のつかみ取り体験



アユ釣り



子ども釣り教室の様子

発信のやり方やコツだけでなく、ホームページのコンテンツについても、さまざまなアイデアや助言をいただけたので、たいへん参考になりました。

釣り人誘致に手ごたえあり

当漁協では、令和3年7月から電子遊漁券の販売をスタートしました。漁期途中での導入となりましたが、思っていた以上の利用があり、小さめの販売店と同じくらいの売り上げとなったので、正直びっくりしました。組合理事からも「予想以上だ」と高評価を得ることができました。

そこで、さらなる新規客の呼び込みを狙って、次の年に別の業者の電子遊漁券システムも導入しました。こちらも漁期開始より少し出遅れてしまったため、それほど枚数にはならないだろうと思いましたが、7月からはアユ釣りでの購入者がグンと増えて、最終的にかなりの売り上げとなりました。

購入者の住所を地図上に反映してみると、釣り人が利用する電子遊漁券の業者が愛知県から西側と東側では違うということがわかりました。北側の福井を中心としたエリアでは、A社が強く、静岡やもう少し西寄りの地域ではB社が多いといった具合に、棲み分けが

きているんです。それぞれの会社に得意な地域があるようなので、導入の際にはそのあたりも考慮するといいかもしれません。

これまでの年券の購入者は地元の人が多かったと、遠くても名古屋くらいまでに限定されていました。オンライン販売では、まだ数としては少ないのですが、東京や大阪からの購入も出てきています。令和3年はまだオンラインで遊漁券を販売しているところが少なかったため、遠方からは、電子遊漁券の販売サイトで益田川上流漁協を見つけて来てくれたのかと推測しています。

なかには、日券を複数日購入して、合計金額が年券以上になっている方もいました。試しに来てみたら、思いのほか気に入ったということでしょうか。令和3年に日券を購入して、翌年は年券を買ってくれた人もいます。新たなリーダーになってくれたということであれしく思いました。

オンライン化のメリット

理事のみなさんは、オンラインでの遊漁券販売に対して、はじめはいろいろな面で半信半疑だったようです。そのため、トータルの取り扱い手数料が増えることについてのご理解をいただく

のも大変でした。

取り扱い手数料の数字だけを見ると、たしかに若干の増加となります。ただ、これまでの紙の遊漁券は、印刷の手間がかかるだけでなく、とにかく管理に手間がかかりました。遊漁券の管理は非常に厳格に行っています。検査では残りの枚数などのチェックも行われるため、とても時間がかかります。紙の遊漁券の整理は、組合の事務員にかなりの負担となっていました。オンラインではそういった手間がかなり軽減されました。

このような事務的な負担の軽減というのが、オンラインの大きなメリットのひとつです。

これまでの無券者も電子遊漁券を購入

はじめは販売店の売り上げが落ちてしまっているという心配もありました。しかし、すでに電子遊漁券を導入していた他の漁協の話を聞くと、もともと無券で入っていた人が、新規の購入者として電子遊漁券を買うようになったとのことでした。

実際に、オンライン販売分の半分は新規の方、もう半分はこれまで販売店で購入していた方という結果となり、販売店の売り上げが大きく落ちた感じは

なかったのが安心しました。管内には地図に描かれていない細かい沢もたくさんあり、漁場の面積は100万平方メートルに及びます。すべての監視は現実的に難しいこともあり、無券の方も3割以上いるだろうと推定していました。この新規の購入者というのは、主にこれまで無券で渓流釣りをされていた方々なのではないかと思っています。電子遊漁券の導入で、遊漁券が買い求めやすくなり、購入につながったのではないかと思われます。

今後の取り組みは？

現在はインターネットで遊漁情報を得る人が増えています。他の漁協をみると、組合員や釣り人からの情報発信もポイントになっているようです。今後は組合員や釣り人にも協力していただいて、発信力をアップしたいと考えています。SNSではインスタグラムも始めましたが、まだTwitterが手薄な状態なので、今後はもっと力を入れていく予定です。

6

愛知県 豊川

Toyogawa River, Aichi



令和3年度実施団体

豊川上漁業協同組合



市野 和夫 組合長



瀧川 恭司 副組合長

ICTで漁協の広報・情報発信

若い世代を狙って

新規釣り客にもアピール！

豊川上漁協は、愛知県東部の豊川から三河湾に注ぐ中流域の16キロ付近から40キロ付近および支流の黄柳川・宇利川などを管轄しています。三河湾から25キロ地点の堰までは遡上を妨げる構造物がないため、アユやウナギの天然遡上が多く、ウグイ、ボラ、スズキ、ハゼ類、テナガエビ、モクズガニも回遊し、ナマズ、コイ、フナ、オイカワ、カワムツなども普通にみられる豊かな生物相が保たれています。天然資源の保全の観点から、アユ産卵保護区を設定して漁期と漁法に制限をかけており、平成30年以降の流下仔魚および天然アユの遡上はともに増加しています。

現在の最も大きな問題は深刻な人手不足です。多い時には1400人を超えた組合員は、300人を割り込み、組織の維持も危ぶまれている状況です。そのため、漁協からの発信・広報が非常に弱く、新規の遊漁者へのアプローチもできない状況が続いていました。

応募のきっかけは？

豊川上漁協では組合員の減少が続いて、もう組織を維持できるかどうかギリギリのレベルになっています。専任の職員も雇えず、非常勤の方にお願しているような状況です。新しい遊漁者にアプローチするためには、インターネットを利用したPRが絶対に必要だと思いつつも、その人手もないため、組合にはホームページもありませんでした。どうすればいいのか考えている時に、「やるぞ事業」の募集案内を見させていただきました。

その頃、漁協ではアユのルアーを導入するための遊漁規則の変更に取り組んでいました。とにかく釣り客が激減してしまっただけで、おとりアユ販売店も商売にならないというところで廃業してしまいました。しばらくは漁協で独自にやっていましたが、財政的に成り立たないということで、それもやめました。漁協の収入も組合員も減る一方で、なんとかしなくてはいけない。どうにか釣りのおとりを自分で調達できるような工夫をしなければいけないという状況でした。そこで、延べ竿でやる釣りと同じような方式で釣るルアー（友ルアー）をとりあえず解禁しようということになったん

です。その取り組みを始める中で、漁協からの発信や広報が非常に弱いということが大きな問題として浮き彫りになってきました。

電子遊漁券システムのサイトには、漁協の紹介や釣り場MAP、遊漁者へのお知らせなどを掲載するページがあります。つまり、「やるぞ事業」で電子遊漁券を導入すれば、インターネットでの情報発信ができるようになるということです。釣り人の利便性上がるのはもちろん、インターネット上に漁協のページができるため、さまざまな情報を発信していきます。そういうことで、とにかくやってみようと思いました。

電子遊漁券のメリット

電子遊漁券の導入にあたっては、まず7月に電子遊漁券システムの担当の方を現地に案内して、ウェブサイトのコンテンツ作成に必要な情報取材していただきました。遊漁規則、釣り場、専用区、禁漁区、産卵保護区などです。こちらからは基本的に情報提供をする程度ですんだので、大変ありがたかったです。

その他にも、電子遊漁券の販売サイトには、鮎友ルアー教室開催のお知らせ、イベント風景、釣果情報、道の駅や駐車場といった周辺施設など、さまざま



友ルアー教室の様子

な情報を掲載しています。

すでに中部地方には電子遊漁券を導入している漁協が多くあります。今後、こういったサイトを通じて当組合を知る人はかなりの数になっていくだろうと考えています。

導入の効果は？

これまで、遊漁券は主に漁協の事務所と釣具店で販売していました。しかし、釣具店の数が少なく、さらにコンビニへの販売委託が難しくなっていたので、

とくに早朝から漁場に出たいという遊漁者にとっては不便な状態が続いていました。そのため、きちんと遊漁券を購入したいという気持ちがあっても、購入できないまま入川していた遊漁者もいたようです。電子遊漁券の導入で、いつでも買えるようになって助かったという声もいただいていますし、漁協の業務削減という点でも助かっています。

初年度の電子遊漁券の売上枚数としては、当初の想定には届いていないのが現状です。事業が動き始めたのは、令和3年度の7月からで、アユの時期がほぼ半分以上終わっていたことが大きいと思います。ただ割合としては、アユの電子遊漁券の日券は全体の40.9%、雑魚の日券は全体の15.4%を占める結果となりました。

そこで、令和4年度に期待していたのですが、この年は河川や天候の条件が非常に悪かった。6月まではまずまずだったんですが、7月はまったく川に入らず、8月後半から9月にはいつても同じような状況が続きました。とりあえずもう2、3年は様子を見る時間が欲しいなと思っています。

こういった状態だったのですが、電子遊漁券の導入はやって良かったと思っています。令和4年度は、キャスト

ングで釣るルアーでアユ釣りができるような仕組みと区間を決めて試していたんですが、若年層からかなりの反応があり、お問合せもいただきました。やはり、遠くからの釣り客には、電子遊漁券システムのサイトが広報の土台になっています。とくに、スマホを使えるような若い世代の方が少し増えてきている感触があります。今後、もう少し川の状況、天候の状況が良くなれば、成績も上がってくるだろうと期待しています。

今後の取り組み

若い世代をルアー釣り世代と捉えているんですが、今後はこの世代を積極的に呼び込んで、川釣りを楽しむ人口を増やしていきたいと考えています。どうしても生きたおとりアユは大変なので、若い人たちはやりたがりませんが、ルアーは竿一本あれば簡単に始められます。しかも、つけるものを換えれば、サツキマス、ウグイ、ニゴイ、スズキ、ナマズといったものがなんでも狙えます。こういった魚をすべてルアー釣り対象魚種にしていますが、この辺でそんなことをしているのはうちだけです。もちろん年配の方々には、昔ながらの釣りを楽しんでいる人もいます。コイ、フナ、オイカワなどをエサ釣りや



生息魚類調査の風景
(漁協と市民による川の生態系保全の取り組み)



アユの産卵床整備の様子



豊川のアユ

ている方もいますので、そういうところにも目配りを忘れずにやっていこうと思っています。

こういった多様性のある川をこれからも維持していくことが、私たちの大きな課題です。数十年前から水源開発が活発に行われたため、上流からの土砂供給が極めて衰えています。上流から砂はある程度流れてきますが、礫の供給がないので河床がどんどん低下しています。ここはアユの天然遡上が多いのに対して、砂利が少ないため餌が足りない。もう石がツルツルに磨かれていくのです。河川の状態に合わせて、増殖方法を変えるといったような対応も必要なのではないかと考えています。

7

愛知県 乙川・男川

Otogawa River, Aichi



令和3年度実施団体

男川漁業協同組合



鈴木 敏樹 組合長



星野 副組合長



萩原 昇 理事
(会計担当)



宇津野 敏彦 理事
(河合地区長)

ホームページとSNSで広報にテコ入れ
—ICTで「やむを得ず無券」を無くしたい！—

男川漁協は、愛知県岡崎市を流れる矢作川水系の支流で乙川・男川の上流部、およそ84キロメートルの漁場を管理しています。指定を得ている魚種はアユ、アマゴ、コイ、フナ、ウナギ、オイカワで、漁場の下流部はアユ、上流部はアユ・アマゴを主体としています。アユの種苗放流は、令和3年度の実績で1400キロ、さらに遡上アユの汲み上げ放流で93キロのおよそ1500キロ。アマゴは成魚130キロ、発眼卵1万粒、ウナギは20キロを放流し、釣れる川づくりに取り組んでいます。

アユ釣りを楽しむ遊漁者の高齢化や若年層の新規参入の減少が続く、組合経営も難しくなっています。また、組合役員も高齢化しているということもあり、組合独自のホームページもなく、インターネットを使った広報が手薄になっていました。電子遊漁券の導入により、男川漁協の魅力などをPRして若い世代の釣り客を増やし、無券者を減少させることで、売上増加を狙います。

応募のきっかけは？

岡崎市の東部に位置する男川漁協は、新東名高速の岡崎東インターから5分、東名高速の岡崎・音羽蒲郡の各インターから20分というとてもアクセスがよい場所にあります。多くの釣り場が道路沿いに点在しており、川も適度な変化に富んでいて、川幅や水量からしても初心者からお年寄りまで、誰にでも釣りやすい河川となっています。

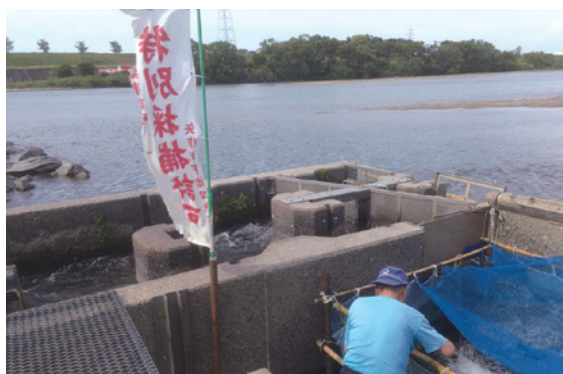
近隣には人口が多い岡崎市、豊橋市、名古屋市などがありますが、ホームページやSNSといったインターネットを

使った広報が手薄で、十分にPRできているとは言えない状態でした。

ここ数年はコロナ禍で、釣りに注目する人も増えています。そういった若い人たちを取り込んでいくためには、インターネットを使った遊漁券の販売が必要だと思っていたのですが、組合員も高齢化しているのです、なかなか対応できないといったところに、「やるぞ事業」の話を聞き、だったら電子遊漁券にチャレンジしてみようということになりました。



アユ釣りの様子



矢作川で遡上アユの採捕



小学生の体験放流



導入の流れは？

まず、令和3年度7月に愛知県の農林水産事務所や内水面漁業研究所など、各方面の方々に参加していただいて検討会を開催しました。アマゴ・雑魚券を中心に、電子遊漁券での売上増加を狙うこと、看板・チラシ・インターネットなどを使って広報を展開することなどについて助言をいただきました。

そして、電子遊漁券の導入に必要な漁場情報、PR画像、販売店・駐車場・トイレ・入川口などの周辺情報をまとめていきました。実際に電子遊漁券の販売が始まったのは9月からです。

電子遊漁券システムでの情報提供

電子遊漁券の販売がスタートする前から、電子遊漁券システムの通知機能を利用して「お知らせ」や「釣果情報」を月3回以上投稿して、電子遊漁券の取り扱い開始をお伝えしました。

また、入川口などにも看板を設定したり、ポスターやパンフレットを近隣の店舗などに置かせてもらったりして、地方からいらっした方に、24時間どこでも遊漁券を購入できるということとをアピールしました。都市部からのアクセスも良い男川を釣り対象河川として認知してもらい、新規の釣り客を

増やしたいという狙いです。

「やるぞ事業」の取り組みで、Facebookページも活性化させました。釣果や漁場の案内をしています。それを見て来たというパターンも結構増えてきたように思います。

電子遊漁券導入の成果は？

実質的に電子遊漁券の販売が始まったのは9月です。アユの解禁は6月第3週の土曜日、アマゴは3月から始めて9月いっぱいまで終わりなので、1年目の枚数はそれほど伸びませんでした。アユは販売店に行っておとりアユを買う必要があります。初めての人も販売店に行けば、いろいろなアドバイスももらえます。だから、導入にあたって、アユの券はそれほど増えると思っていませんでした。

電子遊漁券を買っていたのは、やはり若い人たちです。雑魚の方は初心者でも比較的手軽にできるので、こちらに期待していたのですが、思ったとおりの結果が出ました。アマゴと雑魚の日券の販売枚数は、電子遊漁券入前と比べ、トータルで倍近くになりました。

令和4年度は、アマゴの日券は昨年度

の47%増、雑魚は昨年度の75%増となっており、「昨年比5%増」という目標を大きく上回る結果となりました。アユの日券や年券を含めると、当初の目標には届かなかったのですが、昨年度の導入が9月だったこと、アユの生育状況は年によって大きく異なることなどを考えると、正しい効果判定には数年かける必要があると考えています。

「24時間どこでも」の効果

電子遊漁券の売上枚数の約半分が、釣りの前日またはそれ以前に購入されています。また、夜20時〜朝7時の間の購入が多いというデータも出ています。現在、8ヶ所の販売店のうち朝早くから営業しているのは2店だけで、釣り客から「早朝だと券が買えない」という声がありました。実際に夜中にも券があったということで、非常に有効だと感じています。

遊漁券を購入しない人のうち、「販売店が開いていなかった」「販売店が見つからなかった」といった理由で、「やむを得ず無券」という人が半分以上いるかと思われます。電子遊漁券の導入によって、こういった無券者を減らせるようになり、その分の遊漁料の増

収を見込むことができます。

購入者の年齢別では、40代までの若年層が7割以上を占めています。これからFacebookなどしっかり活用して、若い人たちへの発信を続けていくことで、新規釣り客の獲得と売上増加につながるだろうと期待感をもっています。

今後の取り組み

「やるぞ事業」を実施して、これまで男川漁協を知らなかった方にも来ていただけるようになりました。これまでは「川釣りといえばアユ」というイメージがあり、漁協でもアユが主体と考えていたのですが、実は溪流魚といわれるアマゴやイワナも人気がある。とくに、若い釣り客を増やしていくには、溪流魚がポイントになります。これからはアマゴや雑魚にも力を入れて、ゾーニングなどを行っていきたいと考えています。

8

愛知県 段戸川

Dando River, Aichi



令和元年度実施団体

名倉川漁業協同組合



松井 弘光 氏
(事務局)



田中 五月 氏
(組合員)

釣り人との連携が内水面を救う！

段戸川倶楽部の釣り人監視と

ファミリー・女性層の取り込み

名倉川漁協は愛知県東部を流れる矢作川水系の上流部を管轄しています。主な管轄河川は、根羽川、名倉川、段戸川等で、アユやアマゴがメインです。岐阜県や長野県の県境に近い山深いエリアですが、名古屋市内から約1時間というアクセスの良さと、漁協の依頼で立ち上げた釣り人組織のコミュニティ活動で、全国の釣り人や漁協からも注目を集めています。

愛知県で初めてキャッチ&リリース区間を設定したものの、組合員の減少や高齢化から、十分な監視ができなくなっていた漁協のピンチを救ったのは「段戸川倶楽部」という釣り人組織でした。「釣りを楽しみながら監視に協力」というスタンスで、年間のべ170回以上の監視を実現しています。漁協と釣り人の協力のポイントやファミリー層・女性客を増やす取り組みをご紹介します。

応募のきっかけは？

名倉川漁協は、夏場のアユのひっかけや子供の川遊びといった楽しみが主な地元中心の組合でした。近年は、組合員が高齢化して、人数が減っていく中で、監視などの組合の活動も思うようにできなくなり、財政的にも厳しく、何か新しいことをしなければ存続も危ういという状況になっていました。

そこで、平成29年からキャッチ&リリース区間の設置準備を始め、平成31年に愛知県で第一号のキャッチ&リリースの許可を獲得しました。これとタイミングを合わせて

スタートしたのが釣り人組織「段戸川倶楽部」です。「やるぞ事業」のおかげで、新しい活動を始めることができ、うまく勢いがついた感じです。

倶楽部の基地を設置

キャッチ&リリース区間を作って釣れるようにになれば、もちろん釣り人を増やすことができます。でも、それだけだと他の漁協と釣り人を取り合うことになってしまします。だから、もっと違うところをターゲットにして、釣り人自体を増やしたいと考



講習会の集合写真（毎回大人数）



発眼卵から育てた稚魚を倶楽部メンバーで放流

えました。たとえば、釣り人口が10万人くらいだしたら、バーベキューやキャンプを楽しむようなアウトドア人口は、その100倍くらいいるでしょう。そういう人たちは釣りに興味があるはずなので、こちらに流し込むための工夫を考えました。

そこで最初に取り組んだのがトレーラーハウス「danbo」の設置です。簡易ハウスですが、とてもスタイリッシュで女性からも好感触を得ていました。しかし、トイレがないというのがネックになって、当初狙っていたようなファミリー層にはうまく利用してもらえませんでした。

トレーラーハウスはコミュニティの運営にはとても役立ちました。テンカラ講習会やルアーガイドといったイベントや、発眼卵放流や稚魚放流の際の拠点となっただけでなく、倶楽部のメンバーが納会やミーティングをして、その後にごはんを食べたり、そのまま泊まったりと、基地のような場所になったおかげで、「コミュニティがぐっと強化されたと思います。当初の目的とは違いましたが、「川に集まれる場所がある」というのはとても重要で、段戸川倶楽部の精神的支柱になっています。

段戸川倶楽部メンバーはネット公募

段戸川倶楽部は令和元年（平成31年）からスタートしました。漁協側が監視活動に協力してくれる釣り人を正式に募集してきた組織です。組合員が朝から夕暮れまで監視するのは大変です。釣り人に釣りを楽しみながら、ついでに監視を手伝ってもらえればという考えから始まりました。メンバーはネットで募集ですが、どんどん増えて3年目には50人以上になりました。ある程度に調整した方が活動しやすいということで、令和5年シーズンは定員35人に絞ることにしました。

メンバーには「テンカラ大王」の名で知られる石垣先生をはじめ、ルアーやフライのスペシャリストもいます。監視員として見回りをしながら、初心者に指導をすることもあり、女性や子供連れの方々にも好評です。

友達の輪で情報拡散

漁協の広報は人数も少ないし、うまくPRをし続けていくのは、すごく難しいと思います。段戸川倶楽部のメンバーは、「ホームリバーに來たよ」「最後のシーズン楽しみました」と自発的に情報をSNSにアップしてくれます。お仲間の釣り人や有名なユーチューバーを連れてきた人もいて、そうすると情報が一気に拡散していきます。



テンカラ講習会の様子

その代わりに、倶楽部のメンバーに楽しんでもらえるようなイベントを企画するような努力は常に続けています。

こういった活動ができるようになったのは、組合長たちが地元の方々を大事に、さまざまな調整や説明をしてくれたおかげです。地元の方に受け入れてもらえなければ、外部の人はなにもできません。これが段戸川倶楽部の成功の大きなポイントだったと思います。

マニュアル公開で他の地域の 内水面も活性化

監視の効率化は、どこの漁協でも大きな課題です。名倉川漁協では、段戸川倶楽部の運営のポイントや運営に必要なドキュメントをまとめて、お問い合わせいただいた漁業に共有しています。SNSで相談をしてくる組合員さんもいます。令和3年には寒狭川中部漁協で「塩瀬B A S E寒狭巴川キャッチ&リリース区間」がスタートしました。この取り組みがさらに広がっていくことを願っています。

<https://www.dandoriver.com/manual>

今後の取り込み

今後は、ファミリー層や女性客を取り込んでいきたいです。「dandob」自体はすごく好評なのですが、やはりトイレが欲しいという声が多くて、これがなかなか難しい。管理や費用の問題もありますが、基本的にはバイオ式トイレが精一杯だと考えています。今後の検討課題です。

それから、釣りプラスアルファの楽しさを作れればと思っています。たとえば地元の人と協力して、小さなキャンプ場を作ったり、古民家を改修したりできれば、お父さんが釣りをしている間に、家族は違う楽しみ方ができる。釣り以外のアクティビティで引きつけて、結果として釣り人が増えるような取り組みもしていきたい。それも地元の協力なしにはありえないので、これからも良い関係を作っていきたいと思っています。

あとは情報交換の方法ですね。これまでは事務局からメンバーにメールで連絡がいく形だったんですが、これだと一方通行にしかありません。SNSをうまく使って、気軽に雑談ができるような工夫をして、いろいろなアイデアが出るようにしていきたいと考えています。



段戸川のアマゴ

9

愛知県 豊川（寒狭川）

Kansa River, Aichi



令和3年度実施団体

寒狭川中部漁業協同組合



河合 良昭 組合長



八鍬 亨 代表幹事



竹川 民夫 理事

**釣り人組織の立ち上げで漁協をサポート
情報発信と24時間ライブカメラで川の状況を公開
ホームページの充実度も必見！**

寒狭川中部漁協は、愛知県東部の新城市を流れる一級河川・豊川の中流域の26kmほどを管轄しています。名古屋から高速で1時間半程度。周辺は紅葉のメッカとしても知られる渓谷です。組合のもつ漁業権はアユ、アマゴ、コイ、ウナギ、オイカワの5種。実際の収入はアユとアマゴの遊漁券がほとんどです。アユは稚魚を購入して放流、アマゴも解禁当初は成魚を放流しないと釣れない川になっており、放流事業にかかる費用が組合の経営を圧迫しています。

「やるぞ事業」では、アマゴの漁場の収益改善を目指し、ゾーニング管理に取り組みました。2ヶ所に設置されたライブカメラは、釣り人への情報発信や漁協の密漁対策に役立てられています。公募でメンバーを集めて立ち上げた釣り人組織「塩瀬ベース倶楽部」は、釣り人と連携してキャッチ&リリース区間の監視、漁場でのマナー教育、イベントの運営サポートなどの活動を行う漁場管理の大きな力となっています。

応募のきっかけは？

機関誌「ぜんない」に、溪流魚の放流事業の採算性の評価について書かれている記事があり、この漁協の状況を当てはめてみたところ、もう少し頑張れば経営状況が良いというステージに入ることが分かりました。それで、なんとかしたいと考えていたときに、「やるぞ事業」のお話を教えてもらいました。

応募のために、まず問題点の洗い出しや対策案を考えました。まず、ホームページを作りたい、アマゴのゾーニング管理を進め

たい、すぐに動いてくれるボランティアを集めたいということで、「やるぞ事業」を実施しました。

ホームページの使い方

これまではホームページもなく、イベントを開催するときなども十分なPRができていませんでした。集客のためには、まず情報発信が欠かせません。そこで、まず業者に委託してホームページを作ることになりました。



「塩瀬ベース倶楽部」第一期集合写真



フライスクールの様子

ホームページでは漁場マップ、遊漁規則、釣り教室などのお知らせといった基本的な情報だけでなく、遊漁マナーのご案内もしています。今は、マナーを教える人がいなくなっているのが、キャッチ&リリースの「20秒ルール」や「フンドライルール」「シングルフック・バンプレスを使う」を知らない人も多くいます。釣り教室を開催して、アドバイザーの方々に教育していただくだけでなく、ホームページでもこういったマナーを案内しています。ホームページのブログは、FacebookやInstagramともリンクさせています。記事によっては3000くらいのアクセスがあります。解禁直

前や放流日直前は情報を探している方が多くなるため、幅広い年代からのアクセスがあり、とくに毛バリ釣りをする方からの閲覧が多いようです。頻繁にブログをアップするとアクセス数が伸びて、コメントがついたり、他のページも読んでもらえるようになるので、頑張っている。

釣り人組織「塩瀬ベース倶楽部」

巴川キャッチ&リリース区間はかなり人気が高く、土日・平日に関係なく釣り人が来てくれています。しかし、釣った魚を全部もって帰ってしまう人もい

るし、無券の釣り客も目立つようになってきたため、早朝や夕暮れ時を含めた監視体制の強化が必要になっていました。どうかできないかと考えていたところ、新城市役所観光課から県内の名倉川漁協が釣り人と一緒に漁場管理に取り組んでいる釣り人組織「段戸川倶楽部」という事例があると紹介してもらいました。そして実際に話をお伺いして、段戸川倶楽部の運営をしている田中五月氏にサポートをお願いすることになりました。

組織の立ち上げについては、令和3年7月から話し合いを重ね、ホームページでメンバーを公募することにしました。最終的に29名の倶楽部員を決定して、1月30日にキックオフミーティングを開催し、倶楽部名を「塩瀬ベース倶楽部」と命名しました。

塩瀬ベースは、いつもアマゴが見える川づくりを合言葉に、釣りをしながらの監視を基本として活動しています。29人が入れ替わり立ち替わり、川にいるということの効果は大きいと思います。地元の高齢の方からも、いつも川に釣り人がいると思うと、万が一の時にも助けを呼んでもらえるだろうという安心感があるとの声がありました。活動は、事務方を漁協内におき、連絡はメーリングリストを使っています。

また、倶楽部員全員には「準監視員証」を発行してお渡ししています。現在は、漁場でのマナー教育や入漁証の確認だけでなく、放流作業や大会の受け付け、スクール開催時のサポートなど、さまざまな形でご協力をいただいています。また、塩瀬ベースでは、オリジナルのワッペンとステッカーも作成しました。メンバーはステッカーを車に貼ったり、ワッペンを釣りベストに縫い付けたりしています。仲間意識を高めるとともに、「倶楽部メンバーが来て、監視しているぞ」と他の釣り客に知らせる役割も果たしています。

ゾーニング管理

ゾーニングについては、これまでフライ、テンカラ、ルアーが混在していたのですが、トラブル回避のためにエサ釣り、毛バリ、ルアーに区間を分けました。お持ち帰り可能区間のぼり旗を立てて「おひとり10匹まで」としました。種苗の費用や資源保護の観点から、理解してもらるように説明していきたいと思っています。実際にやってみて分かったこともあるし、反省点もあります。今後も、禁漁区の拡大を含め、ゾーニングの見直しをしていく必要を感じています。



ゾーニング管理（エリアごとにのぼり旗で周知）



漁場の様子（この日は雨の影響でにごってしまった）



こぼき堰堤



キャッチ & リリース区間の看板

監視・情報カメラの設置

寒狭巴川には2ヶ所のライブカメラを設置していて、1時間おきに撮影した画像をホームページ上で表示しています。システムは、釣り人への情報発信用と、漁協向けの監視用の2つで作成し、監視用はAIで人や車を自動検知する仕組みになっています。

リアルタイムの川の映像だけでなく、7時間前までの水位や濁り、直近2日分のタイムラプス動画もチェックできます。釣り人から川の状態の問い合わせがあると、「ホームページで確認して、自分で判断してください」と言えるようになり、対応にかかっていた業務を軽減することができました。

今後の取り組み

豊川の天然遡上のアユのブランド化に取り組みたいと思っています。まずは利き鮎会に出して、こんないいアユがこんな山の中で釣れているということをPRしたい。地元の活性化も含めて、産業として育てていく手立てを考えています。

また、アマゴ発眼卵放流の追跡調査や生育調査をして、寒狭川をいつもアマゴが見える川づくりのモデル河川にしたいと思っています。

10

和歌山県
貴志川・七川・玉川・日置川

Kishigawa, Shichikawa,
Tamagawa, Hikigawa,
Wakayama



令和元～3年度実施団体

和歌山県内水面 漁業協同組合連合会

和歌山県内水面漁連
佐古 充 総務主任

貴志川漁協
木元 敦子 事務局

キーパーソンは貴志川のマドンナ キャッチ&リリース1年目で売上2.5倍 4漁協が参加した和歌山県の取り組み

和歌山県内水面漁業協同組合連合会は13河川の漁協で構成される団体で、主な事業の一つとして会員漁協の河川に放流する稚アユの中間養成を行っています。「アユの国」として知られる和歌山県は、県全体でアユ釣りを対象にさまざまなキャンペーンを行ってきましたが、令和元年度から実施した「やるぞ事業」では、アマゴを対象とした取り組みを展開しています。

1年目は貴志川をモデル河川として、県内初のアマゴのキャッチ&リリース区間を設置。その結果、アマゴ遊漁券の売上高は前年比2.5倍、のべ遊漁者数は4倍に増加しました。これを受け、2年目からは七川漁協、3年目には日置川漁協と玉川漁協が次々と「やるぞ事業」に参画。釣り人と連携した釣り場づくり、ゾーニングによる漁場管理、各種イベントの開催などに取り組んでいます。今回は貴志川漁協の取り組みを中心に紹介します。

釣り人・行政・漁協 3者連携の溪流漁場づくり

アユ釣りの年齢層は60代以上が全体の6割を占めている状況です。その人たちが高齢になると釣りをやめてしまったため、釣り人口の減少を止めるのは難しいのが現状です。これに対して、アマゴ釣りは年齢層に大きな偏りがなく、とくに若い人ではアユ釣りよりもアマゴ釣りをされる方が多くなっています。

実は、和歌山県には、アマゴが自然繁殖する川があります。とてもよい釣り場ですが、アピール不足もあって、県外の利用者がと

ても少ないことが気になっていました。しかし溪流漁場づくりは漁協だけで決めることではないと考え、「やるぞ事業」の最初の取り組みとして、釣り人、行政、漁協関係者で「アマゴゾーニング管理協議会」を設置することにしました。釣り人の意見や要望に応じて始めたのが、キャッチ&リリース区の設置や無料の釣り教室、釣具レンタルなどです。



貴志川 キャッチ&リリース区



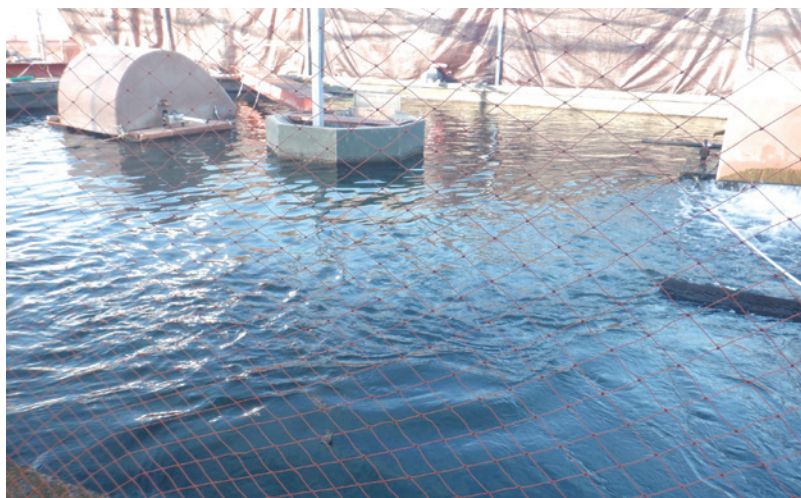
日置川 キャッチ&リリース区



タイイング教室



フライフィッシング教室



漁連の養魚池

キーパーソンは貴志川のマドンナ

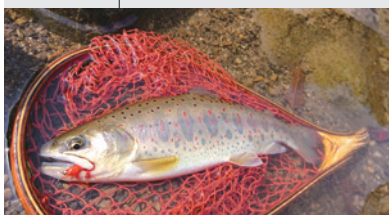
「やるぞ事業」の応募にあたり、まず全ての漁協さんに声をかけましたが、まったく反応がありませんでした。そんな中で唯一手を挙げてくれたのが貴志川漁協で、キーパーソンとなったのが、貴志川漁協事務局の木元さんです。ご本人は「予算がもらえてPRをしたり、看板を作ったりできるなんてありがたいと思った。こんなにいい話なのにどうして他の漁協はやらないんだろうと思った」と言っていますが、新しいことを始めるには、だれか引っ張ってくれる人というのが必要です。木元さんがいなかったら、この話は進まなかっただろうと思います。

1年で遊漁券売上数が25倍に

貴志川漁協では、令和元年度に県内初となるキャッチ&リリース区を設置しました。せっかく漁業権をいただいているのに売上や顧客数が本当に少なかったのもっとアマゴのお客さんを増やしたいと思っていたところに、「やるぞ事業」のお話をいただいたんです。その予算で3年間、継続して解禁前の2〜3月にアマゴの放流を行いました。SNSでの発信や釣り雑誌での広告掲載など、PRにも力を入れたところ、令和2年は前年に比べて遊漁券の売上枚数が約2.5倍、のべ入川者数は約4倍に跳ね上がりました。

和歌山県 内水面漁業協同組合連合会 やるぞ事業のあゆみ

- 2019** ● アマゴゾーニング管理協議会の設置。
- モデル河川として貴志川の約7kmの区間を試験的にC&R区に設定。
- 無料フライフィッシング教室、釣具レンタル用のフライフィッシング入門セット購入。
- 釣場案内立て看板作成。
- SNSの発信、釣り雑誌広告掲載。ホームページによるアンケートを実施。
- C&R区におけるアマゴ生息及び繁殖状況を調査。
- 2020** ● 成魚アマゴをC&R区に解禁前(2～3月)に放流。
- 2020** ● 七川漁協ではアマゴ漁期(3～9月)通してのC&R区設置とルアー・フライ釣り教室開催。
- 2020** ● 貴志川においては冬季釣場づくりの声も高まり11月から県知事の特別採捕許可を受け冬季釣場試験を行うことになる。
- 2020** ● 新型コロナウイルス感染拡大を受けて、アマゴ漁期最盛期(4～5月)は、県外からの釣人に来川自粛を依頼し、釣人への情報発信も中止。
- 2021** ● 玉川漁協と日置川漁協でもC&Rの試験区設置を進めるなど県内においてアマゴ釣場のゾーニング管理と釣人誘致を進める意識が高まる。



以前、試験的にキャッチ&リリース区間を設けた漁協さんがあつて、「広いところで放流したので釣果につながらなかった」「PRもあまりしなかった」といった話も聞いていたので、1年目には立て看板を36枚、のぼり10枚を作成して案内をしたり、川にはここから下りられます、車はここに停められますといった情報を盛り込んだ手書きの地図を作ったりと、いろいろな工夫もしました。

うちの漁協はホームページがないのですが、漁連のホームページや口コミなどでキャッチ&リリース区間があるということが広がって、全国から釣人がきてくれるようになりました。

アマゴが再生する川へ

やるぞ事業では、キャッチ&リリース区間にアマゴの成魚を放流しました。

すると、2年目の6月のアユ釣りの時に、3cmくらいの小さいアマゴがかかったんです。最初の年に放流したアマゴが生き残って、12月に卵を産んで、それが孵化していったんですね。令和4年の3月には40センチクラスのアマゴが釣れたんですが、これは令和3年の放流の生き残りです。放流されたアマゴが、どれだけ再生するのかということにも興味が出ました。

今回の事業では、「冬季釣場試験」もありましたが、やはり川を休める時期があるのかもしれないと思いました。

その他にも、アマゴの繁殖を調査したり、釣り教室をやったりして、いろいろな勉強をさせてもらいました。普段はどうしても数字ばかりを追いかけてみましたが、キャッチ&リリース区間をやってみただけで知識も広がって、川や自然に対する考え方が変わりました。良かったなあと思っています。

さらに3漁協が参加

令和2年度には七川漁協、令和3年度には日置川漁協と玉川漁協がキャッチ&リリース区を設置し、最終的に4漁協でキャッチ&リリース区の取り組みが行われました。

基本的にキャッチ&リリース区への放流魚は10センチくらいの魚を購入して、漁連で成魚にしてから放流しています。ただ、七川については自然産卵もある自然が豊かな川なので、成魚放流は行っていないせん。

大きな魚を釣りたいという人もいますし、きれいな魚がいいという人もいます。透き通るようなきれいな水に大きな成魚は不自然だという声もあります。この河川では大きい魚が釣れる、あちらでは天然に近い魚が釣れるといったように、それぞれの川の特性を生かしたゾーニングを考えていきたいと思っています。

効果的な情報発信法

初心者の方々に気軽にルアーやフライを楽しんでいただけるように、無料の釣り教室や釣具のレンタルも行っています。釣具のレンタルは、釣場近くの売店で1日レンタル以外に、釣り教室に参加いただいた方を対象に1シーズン3ヶ月間の長期レンタルも行いました。利用客の9割以上から「今後も釣りを続けたい」との反応がありました。

これらの情報発信は、漁連のホームページやSNS、釣り情報雑誌への広告など、さまざまな方法でアピールするように努力しました。その中で特に効果的だったのが、地方新聞への掲載です。とくに釣り教室などはホームページよりも、地方新聞からの問い合わせが多く、ターゲットによって、情報発信の方法を変える必要があると感じました。

これからの内水面のために！

やってみたこと・やってみたいこと

実施団体から、現地訪問時やフォローアップ調査時にお伺いした、やってみたこと・やってみたいことをまとめました。全国の特徴のある活動は、今後の取り組みの参考になります。

1 ホームページで「20秒ルール」や

「ノン・ドライルール」などの

基本的マナーを紹介している。

釣り教室を開催したときに、アドバイザーの方々にもマナー教育をお願いしている。

2 「お持ち帰り、おひとり10匹まで」と

のぼり旗を立てた。

反対意見も出たが、アマゴの仕入れは1匹150円なので、理解していただくように努めている。

3 ライブカメラで川の状態を

リアルタイムで確認できるようにした。問い合わせに対して

「ホームページで確認してください」と案内している。

4 「川釣りといえばアユ」

というイメージがあるが、実はアマゴやイwanaも人気がある。

5 Facebookのページを活性化させ、

釣果や漁場の案内を始めた。

それを見て来たという

パターンも結構増えている。

6 入川口に看板を立てたり、

近隣の店舗にポスターや

パンフレットを置いて、

24時間どこでも電子遊漁券を購入できるということアピール。

7 ルアー釣りをする若い世代を

積極的に呼びこんで、

川釣りを楽しむ人口を増やしていきたい。

8 年配の方々には、昔ながらの

釣りを楽しんでいる人もいる。

そういうところにも目配りを忘れずにやっていきたい。

9 釣り人組織のメンバーとの情報交換は、

気軽に雑談ができるような工夫が必要。

うまくSNSを使って、

アイデアを引き出したい。

10 釣り以外のアクティビティでファミリー層を

引きつけて、結果として釣り人が増えるような

取り組みをしたい。地元の協力が必要なので、これからの良い関係を作っていきたい。



11 釣り人組織のメンバーは、自発的に釣果などをSNSにアップしてくれる。

有名ユーチューバーを連れてきた人もいて、情報が一気に拡散された。

12 釣り人組織の成功は、組合長たちが

地元の方々との調整をしてくれたおかげ。外部の人だけではなにもできない。

13 ホームページだけでなく、

FacebookやInstagramといったSNSを使つての情報発信を始めました。

14 電子遊漁券システムを2社導入しました。

それぞれに得意な地域があつて、2社で購入者の棲み分けができています。

15 魚が住みやすい環境づくりや

漁場整備を行い、

生態系に配慮した

繁殖・保護を行いながら、

時代にあつた川づくりに取り組んでいきたい。

16 電子遊漁券を購入していても

スマホの位置情報を

「オン」にしていない人は

運転免許証の不携帯と同じということで、繰り返し返す人にはペナルティも必要かもしれない。

17 釣り客の年齢や居住地域、

どんな釣り方で、何を期待して来ているかといったデータを蓄積して、

経営にも役立てていきたい。

18 観光情報や飲食店、

温泉施設などの情報発信と結びつけて、地域活性化につなげていければと考えている。

19 最近は、釣りガールみたいな

若い女性も増えてきました。

釣り場にいるベテランが教えたりなど、交流を楽しんでもらっている。

20 やっぱりマスコミへの売り込みは大事。

媒体を使つて、情報を積極的に流すと、新しいお客さんが来てくれる。

21 コロナの影響で、自然の中での

生活に価値を見出す人も増えた。この機会に、この地域全体に関わる人を増やしていきたい。

22 遊漁者の行動データを、

より効率的な放流や資源管理に活用し、釣り人へのアドバイスにも役立てている。

23 全国初の保険付き遊漁券の

販売もスタートした。今後は補償の対象範囲を広げて行きたい。

- 24 これからの内水面は、もっと「川を守る」ということにも力を入れていくべき。いろいろなアプローチで、たくさんの人に川に親しんでもらう工夫をしている。
- 25 釣り人、行政、漁協関係者で「アマゴゾーンニング管理協議会」を設置した。
- 26 釣り人の意見や要望に応えて、モデル河川でキヤッチ&リリース区の設置、無料の釣り教室、釣具レンタルを行なった。
- 27 立て看板36枚、のぼり10枚、入川口や駐車場情報を盛り込んだ手書きの地図を作成するなど案内の工夫をした。
- 28 SNSでの発信や釣り雑誌での広告掲載などのPRにも力を入れた。
- 29 それぞれの川の特性を生かしたゾーンニングを考えていきたいと思っている。
- 30 釣り教室に参加いただいた方を対象に、釣具の1シーズン3ヶ月間の長期レンタルを行った。
- 31 PRで効果的だったのが、地方新聞への掲載。とくに釣り教室などはホームページよりも、地方新聞からの問い合わせや申し込みが多かった。
- 32 ホームページの更新回数を増やす。情報を常に発信。
- 33 釣場の環境に目を向けた駐車場、漁場の入口、河川の草刈り作業等開放的釣場に意識をむける。
- 34 ホームページを作つて遊漁者からの意見を聞く場を設けた。釣り場の周知にもなった。
- 35 渓流魚の成魚放流で、従来の重点放流に加え、間引きして放流する分散放流を行った。釣りのスタイルによる漁場の使い分けができた。
- 36 電子遊漁券の約6割が早朝購入で、販売所の負担軽減になった。釣り人も釣り場に直行できるようになった。
- 37 一部を「管理釣り場」的に利用して、年間を通して釣りができるようにするのが長期的な夢。
- 38 ICT導入で、販売店の場所を説明する必要がなくなり、対応業務の手間が減った。
- 39 簡易トイレを2基設置して、毎月清掃活動を行なったところ、女性客が増加した。
- 40 釣り大会の申し込みにICTを活用した。現場での金銭の授受もなく、効率的な運営ができた。
- 41 これまで現金のみだった正組合員の賦課金の徴収に、モバイルでの納付を取り入れた。
- 42 ゾーニング管理区域の看板の設置で、遊漁者にヤマメ保全活動を周知することができた。
- 43 ゾーニング管理によって、組合員のヤマメ保全に対する意識改革につながった。
- 44 Facebookと連携し、電子遊漁券アプリで釣った魚の大きさを競う釣りダービーを開催した。
- 45 電子遊漁券の購入者が地域のコンビニ、飲食店、日帰り温泉などを利用したことで、客が増えたとの声がある。
- 46 電子遊漁券提示者に日帰り温泉入浴の利用料金の割引や利用時間の延長などのサービスを行なった。
- 47 宿泊業や飲食業などと協力して、漁場や地域の付加価値を高めていきたい。
- 48 子ども向けの釣りスクールや釣り大会を行い、河川を身近に楽しんでもらう機会を増やしていきたい。

事業関係者からのことば

令和4年度やるぞ内水面事業の内水面漁場管理検討協会の検討委員からの講評のことばです。

「活性化」とは、

1. 特定の機能が活発になること、2. 組織などの活動が活発になることと国語辞典では定義されています。この報告集を見ると、やるぞ内水面漁業活性化事業の取り組みによって内水面漁協の活動が活性化して漁場管理などの機能が高まっていることがわかります。まず、やるぞ事業に応募するにあたって、漁協のメンバー個々が日頃感じていることをざっくりばらんに意見交換することで人間関係が活性化しています。この人と人の結びつきの強さが内水面漁協の活動の原動力になります。そして電子遊漁券の導入、釣り人との連携、ゾーニング管理等をみんなで取り組み、そしてその効果・課題について共通認識が生まれると一体感が高まり、さらに活動が活性化していきます。今後はデータの蓄積や釣り人との関係構築を活かして効果的効率的な漁場管理が実現されていくでしょう。またICTをさらに活用すれば情報発信や観光との連携を通して地域社会・経済の活性化にも結びついていくことになります。内水面漁協には地域を活性化する力があります。これからも内水面漁協の活躍を期待しています。

工藤 貴史 氏

国立大学法人東京海洋大学
学術研究院 海洋政策
文化学部門 教授

体力的な衰えから

年齢80歳を超えると釣りを止められる方が多いようです。団塊の世代が80代となる今後10年で、高齢化による遊漁者や組合員の減少は一段と加速し、遊漁料や賦課金など収入の急速な減少により、多くの漁業協同組合が経営難に陥るおそれがあります。日本の河川や湖沼の環境を守ってきたのは漁協であり、その解散は河川や湖沼の荒廃に直結する大きな問題です。今からでも遅くはないので関係者が一丸となって、新たな遊漁者の確保や漁協業務の効率化など漁協の経営改善に取り組む必要があります。やるぞ内水面漁業活性化事業では、現在までに漁協経営の立て直しに資する様々な取り組みが検討されてきました。令和4年度重点的に取り組まれた電子遊漁券もその1つで、遊漁料収入増加などの効果が表れ始めていることは本事業の大きな成果であると思います。しかし、電子遊漁券の導入だけでは問題解決に至りません。各組合の漁場環境や経営環境に応じて、組合ごとに経営改善の最適解を見つけて頂かなければなりません。経営改善に悩んでおられる漁協は是非過去分も含めてやるぞ事業の報告書を再読いただき、自身の漁場に合った経営改善策のヒントを見つけて頂きたいと思います。

桑田 知宣 氏

岐阜県 農政部里川振興課
水産振興室 室長

釣り場の未来を描くために

「やるぞ内水面活性化事業」は4年目を迎え、漁協や水産行政に関わる人たちが以外に對する認知度も高まってきました。ICTの導入は、これからの釣り場と釣り場の関係性を考えるうえで欠かせない手法です。電子遊漁券は釣り人の利便性を高める役割だけでなく、効率的な釣り場管理のツールとしても活躍してくれます。多様なデータ収集が可能になり有益な情報もたらされることで、地域社会の発展に寄与することも期待できます。また、ゾーニングによる釣り場作りは、在来魚の資源管理だけでなく、釣り人のニーズに応じた集客にも役立ちます。さらにインターネット社会においては、SNSによる情報発信を急ぐと次世代を担う若者たちに見向きもされないかもしれません。こうした社会風潮には誰もが気づいているはずですが、各地の川を歩いたり、地元の実態を見ると、各機関がそれぞれに思考停止に陥っている状態を感じます。これは多くの問題点を先送りしてきた代償です。これまでの概念や行動様式で10年、20年先の未来を描くことができるでしょうか。日本の川をより良い状態で未来へ受け渡すには、漁協の皆さんを中心とした内水面漁業関係者の頑張りが必要なのだと、切に感じる次第です。

佐藤 成史 氏

フィッシングジャーナリスト、
群馬県内水面漁場管理
委員会 委員

渓流釣り、アユ釣りに関して

遊漁者を増やす方法として、私が何より1番に言いたいことは、釣り人目線で考えていただきたいと言う事です。まず漁業権漁場の整備です。言うまでもないと思いますが、漁場入口の看板や入川道の整備、草刈り、そして何より大事なものは駐車場です。特に、現在アユ釣りは高齢者が多くなり、できる限り漁場に近い駐車場が必要で、駐車場が少なれば行きたくても行けません。また最近では女性の釣り人も増えてきていますので、漁場に近い所に簡易トイレの設置も必要です。そして今述べた釣り人を受け入れる態勢ができれば、次は解禁日に向けての取り組みです。私は放流量と釣り人の数は比例すると思っています。アユ釣りは渓流魚と違い、キャッチ&リリースが難しいと思うので、できる限り放流量を増やしていただきたい。渓流魚の場合はリリースサイズを大きくして尾数制限をしてもいいと思います。ICT導入に関しては各組合の事情もあると思いますが、釣り人との対面での話し合いは大事です。ICT導入で組合の監視体制（声かけ）がおろそかにならないようお願いしたい。最後に、やるぞ内水面に参加されている組合にお願いしたい事は、現在行っている事業を継続していただきたい。特に釣り教室は釣り人増に繋がりますので、釣りは楽しいな、始めたいな、と思ってもらえる教室をお願いします。

佐野 昇 氏

全国内水面漁業協同組合連合会 理事、滋賀県
河川漁業協同組合連合会 代表理事会長



まずもって、この事業に応募し

採択されて取り組みをされた前向きな漁協のみなさまに敬意を表します。とても素晴らしい成果を上げられ、感動しています。

今回漁協さんが取り組まれたICT導入やゾーンング管理、釣り人等と連携した漁場管理のほかにも、漁協さんが行えば内水面の漁業や遊漁、漁協が活性化したり、漁協の収入が増えるようなことがたくさんあります。例えば、パソコンやスマホで「水産庁 内水面に関する情報」と検索すると「内水面に関する情報」「水産庁」という文字が出てきます。それをクリックして出てきたページの少し下に「各種パンフレット等」という項目があり、そこに新しい増殖方法や漁場管理の方法が解説されたパンフレットがPDFファイルの形式でたくさんアップされています。また、「東京水産振興会 内水面における遊漁の振興について」と検索すると、「内水面における遊漁の振興について」という文字が出てきます。それをクリックすると、遊漁者を増やす方法が解説された提案書がPDFファイルの形式でアップされています。

漁協のみなさまにおかれましては、それらも漁協の活動の参考にしていただければ幸いです。

中村 智幸 氏

国立研究開発法人水産
研究・教育機構 水産技
術研究所 環境・応用部
門 沿岸生態システム部
副部長

このたび

本事業の活用事例集が取りまとめられたことは喜ばしいことであり、また、事業の目的である内水面漁業の活性化に向けて確実に前進している手応えを感じました。

事例の背景にあるものは、漁協組合員の高齢化や減少に伴う地域の過疎化です。このような中、遊漁券販売システムの改善は、遊漁者を誘致したい漁協にとって大きな課題です。課題解決のための手段として、多くの漁協がICT導入を指向していることがわかります。導入のメリットとして、いつでも、どこでも遊漁券を発券できるといった遊漁者目線に立ったサービスの提供をあげることができます。今後は、電子遊漁券を販売することから派生する遊漁者のデータを活用したサービス向上や漁場管理の効率化を期待したいところです。また、漁場管理では遊漁者と連携して漁場監視やゾーンング管理を取り入れた漁場づくりの事例が紹介されています。遊漁者との話し合いの中から合意形成に至るまでには紆余曲折を経たことがうかがえます。

10事例を読み終えてピンときたことがあります。ICT導入による遊漁者と漁協との繋がりをきっかけに、漁場管理の場面において遊漁者との連携に発展する可能性は大きいにあるのでは。それには、双方で話し合って知恵を絞り、現場にあった創意工夫が重要になってくるだろうと。内水面漁業が活性化するには、漁協と遊漁者の連携がポイントのひとつなのだろうと考えるようになりました。

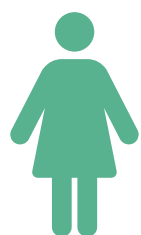
皆川 雄二 氏

全国内水面漁業協同組
合連合会 理事、新潟県
内水面漁業協同組合
連合会 代表理事会長

データで見る事業の効果

～令和3年にやるぞ内水面事業を実施した団体の成果をデータ化しました～

令和3年度に電子遊漁券を導入した団体のうち、14団体の令和4年度の購入者属性をグラフで表しています。



令和4年度女性電子遊漁券購入者

173人

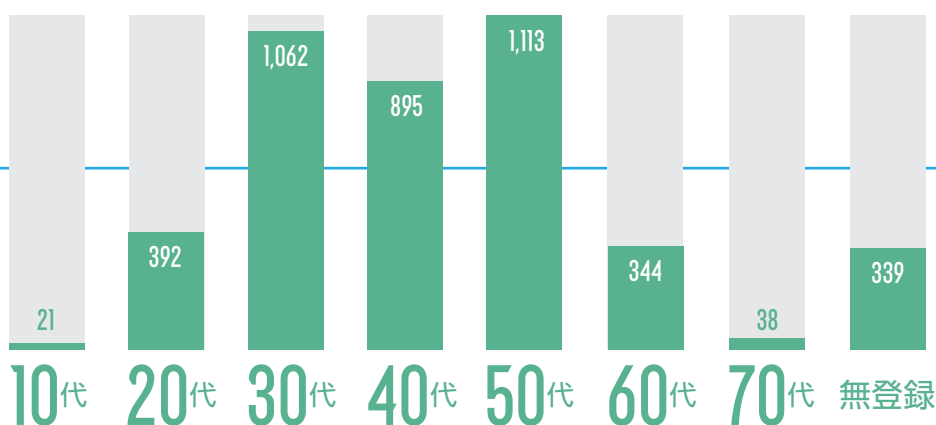


令和4年度男性電子遊漁券購入者

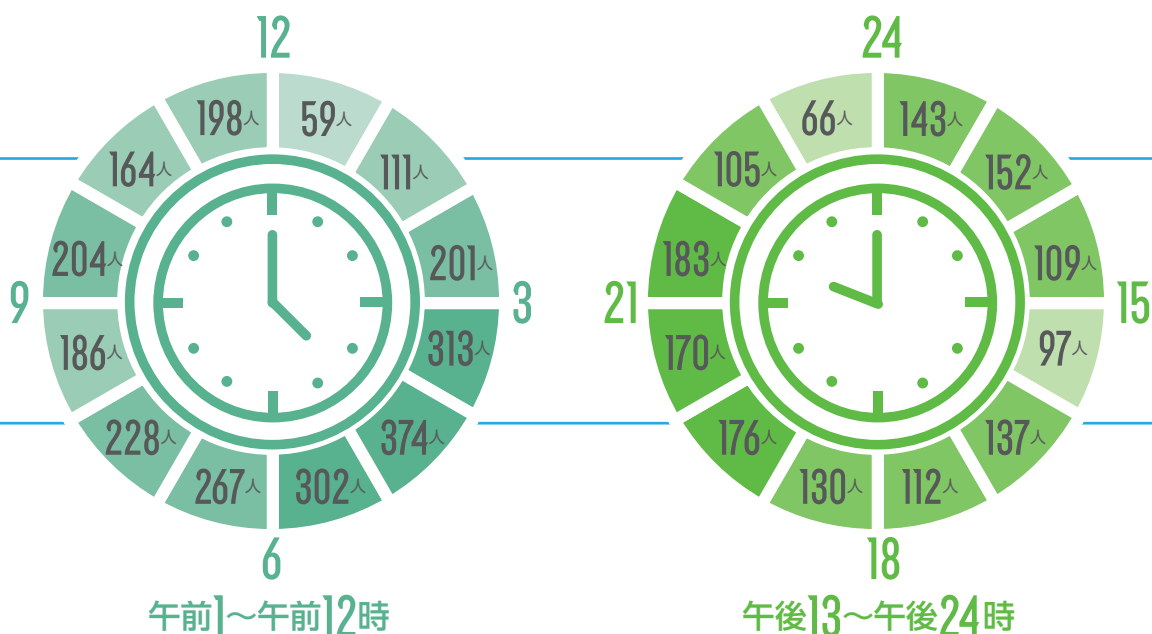
3,755人

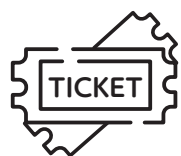
未入力270人

令和4年度電子遊漁券購入者年齢別(人)



令和4年度電子遊漁券購入時間(人)





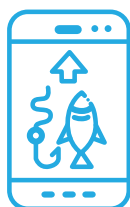
令和2年度遊漁券販売総数(事業実施前)

139,684枚

令和3年度に事業を実施(ICT導入・漁場管理)した団体のうち、39団体の遊漁券販売枚数の合計を比較しています。

令和4年度遊漁券販売総数(事業実施後)

146,554枚



令和3年度電子遊漁券販売総数

821枚 電子券
割合平均
8.9%

令和3年度に電子遊漁券を導入した団体のうち、36団体の電子券の増加を表しています。

令和4年度電子遊漁券販売総数

6,848枚 電子券
割合平均
17.1%

電子遊漁券を
導入した次の年には

8.3
倍増加



令和5年1月現在

遊漁券の販売数は、その年の天候や災害、遡上等の影響を大きく受けますが、事業実施前と比べると、数を増やしました。また、各券種の販売枚数に対する電子券の割合について、単純平均では8.9%から17.1%になり、利便性の向上につながっていると考えられます。



令和4年度水産庁補助事業 やるぞ内水面漁業活性化事業

令和5年3月発行

発行・編集

全国内水面漁業協同組合連合会

公益社団法人日本水産資源保護協会

<https://www.fish-jfrca.jp/yaruzo.html>

制作・印刷

株式会社博秀工芸

