

富士養鱒場だより

第217号

平成25年2月号

静岡県水産技術研究所富士養鱒場 〒418-0108 富士宮市猪之頭 579-2 TEL:0544-52-0311

FAX:0544-52-0312 E-mail suigi-fuji@pref.shizuoka.lg.jp URL http://fish-exp.pref.shizuoka.jp/fuji/

興津川のアユ遊漁者アンケート調査結果(平成 24 年度)

平成 22 年度から開始した本アンケート調査も 3 年目を迎えました。遊漁者並びに興津川漁協関係者の皆様方の御協力により、本年度は経済波及効果も算定することができました。以下に結果の概要を報告します。

方 法

5～10月に興津川で友釣りをしていた 1,200 人に官製ハガキを配布し、年代、住所、釣獲状況、期待する釣果、経費などのデータを収集しました。

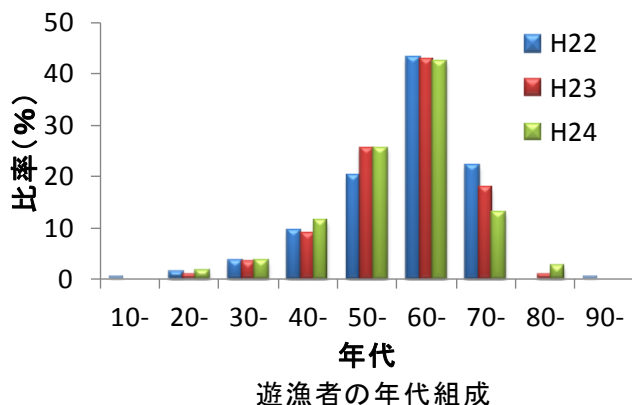
結 果

(1) 回収率

配布した 1,200 枚のうち 373 枚 (31%) が回収されました。

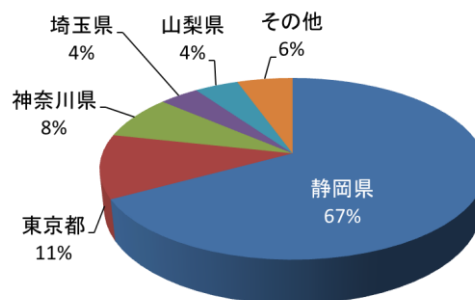
(2) 年代別遊漁者組成

3 カ年を通じて、60 代の遊漁者が 4 割強と最も多く、20～30 代は極めて少ない状況でした。

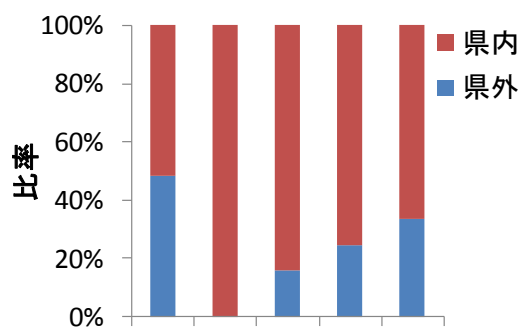


(3) 都道府県別遊漁者組成

昨年と同様に、3 人に 1 人(33%)が県外遊漁者であり、その大半は首都圏からの来客でした。また、県外遊漁者の割合は 5 月の解禁当初や 10 月に高くなっていました。なお、県内遊漁者は、興津川の近隣市町で約 7 割を占めていました。



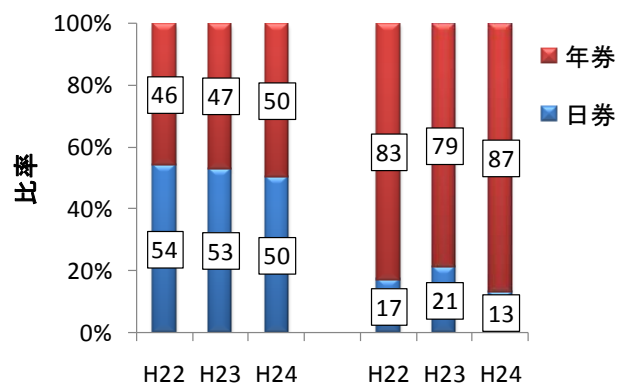
遊漁者の県別割合 (年間)



遊漁者の県内外別割合の月変化

(4) 年券遊漁者の割合

3 カ年を通じて、県外遊漁者の約半数、県内遊漁者の約 8 割が年券を購入していました。

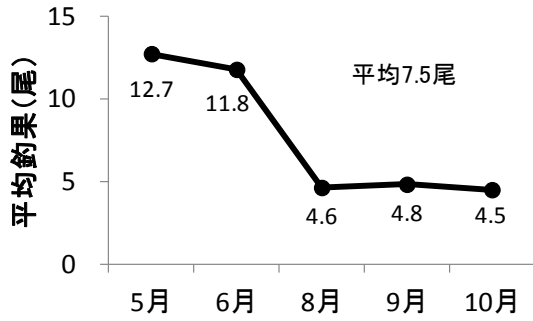


年券と日券の購入割合 (県外県内)

(5) 釣果と満足度

5 月の遊漁者 1 人当たりの釣果は 13 尾でしたが、漁期後半はその半分以下にまで落ち込み、平均釣

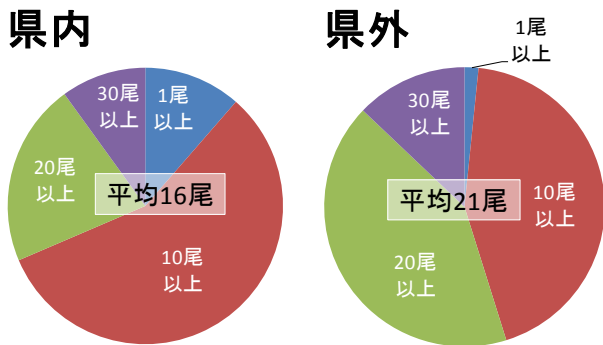
果は一昨年や昨年の結果（約 11 尾）を大きく下回る 7.5 尾でした。また、全体の 8 割以上が、釣果に不満足という回答でした。



遊漁者 1 人当たりの平均釣果の推移

(6) 期待する釣果

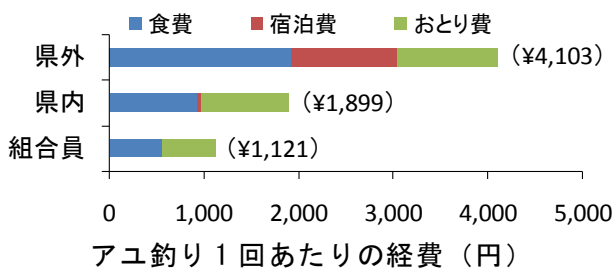
県内遊漁者が期待する（また来たいと思う）釣果は、10 尾以上が最も多く、平均 16 尾でした。一方、県外遊漁者については 10 尾以上または 20 尾以上が大多数であり、平均 21 尾でした。



期待する釣果 (県内県外別)

(7) アユ釣り 1 回あたりの経費

遊漁者 1 人のアユ釣り 1 回あたりの経費（食費、宿泊費、おとり費の合計額）は、県外遊漁者は 4,103 円で県内遊漁者の 2 倍以上でした。項目別には回費に差はなかったものの、食費と宿泊費については 2 倍以上の差がありました。



アユ釣り 1 回あたりの経費 (円)

(8) アユ釣りによる経済波及効果

アユ釣りによる経済波及効果とは、アユ遊漁者の食事や宿泊が、興津川流域の経済全体に及ぼす

影響を金額で表したものです。

アユ釣り 1 回あたりの経費と、興津川の年間遊漁者数（約 7 万人）から試算した、興津川流域の経済波及効果は年間約 3 億でした。また、これを県内全河川に引き延ばすと、約 35 億円に及ぶことから、アユ遊漁は中山間地域の活性化に大きく貢献していると考えられました。

なお、波及効果はアユ釣り 1 回あたりの経費が大きいほど増加するため、多くの経費をかける県外遊漁者の誘客は、中山間地域の活性化に極めて有効であるといえます。

人工系種苗の放流指針の策定

これまで紹介してきたアンケート調査は、平成 22 年度に開始した人工系種苗の効果的な利用方法に関する研究の中で実施したものです。従来の研究は、“アユ”という自然科学に特化したものでしたが、本研究では“遊漁者”という社会科学も融合させたことで大きな成果が得られました。現在、研究の集大成として、遊漁者数や経済波及効果を増加させるための「人工系種苗の放流指針」の策定作業を行っています。この指針を県内河川漁協に広く普及させることで、多くの遊漁者を呼び戻し、中山間地域の活性化に貢献していきたいと考えます。

新たな研究へ

来年度からは、アユ遊漁に関する新たな研究がスタートします。主役は、人工系種苗から天然系種苗に変わります。県外遊漁者の重要性は先に述べた通りであり、県外遊漁者のニーズは天然アユが多いことにありました（本誌 209 号）。したがって、天然アユを増やすことが最も重要ですが、資源を増やすのが容易でないことも事実です。

そこで、来年度からの研究では、“海産蓄養種苗”の利用に焦点を当てました。この種苗は、冬季に駿河湾内で採捕された後に、陸上で蓄養された天然系の放流種苗です。蓄養することで、放流時の大きさを天然遡上魚よりも大きくすることが可能であり、上手に活用することで県外遊漁者の誘客に繋がるに違いありません。また、最終年度には、これまでの知見や研究を総括し、総合的な放流指針を完成させる予定です。当場の研究成果に御期待ください。（鈴木勇己・鈴木邦弘）

「ニジマス PR 大使創出作戦」の成果と今後の課題

作戦の概要

普及重点課題として取り組んでいる「ニジマス PR 大使創出作戦」について報告します。

当场には、学校の社会科見学等で、毎年1千名を超える児童が訪れます。もしも、彼らが家庭内でニジマスを宣伝してくれたら、子育て世代にニジマスを広く浸透させることができます。一方、富士宮市内におけるニジマスの販売や消費の実態、あるいは消費者のニーズは明らかになっていません。消費量の増大のためには、消費者ニーズを的確に把握し、購入意欲を刺激することが重要です。

そこで、当场に視察見学に訪れる富士宮市内の児童を「ニジマス PR 大使」と位置付け、大使を通して、ニジマスの PR と消費実態の把握を兼ねた家庭向けのアンケートを行いました。なお、可能な限りアンケートの配布枚数を増やすことが重要であることから、富士宮市学校長会などで学校側の全面的な協力をお願いしました。報告にあたり、御協力を頂きました先生並びに保護者の皆様に感謝申し上げます。

結果 1（見学実績とアンケート配布枚数）

毎年、見学が多いのは小学3年生であり、今年度も同様でした。昨年度と今年度の見学実績を比較すると、校数で4校、人数で273名増加し、人数では市内小学3年生の全児童の80%に達しました（表）。

各家庭へのアンケートは、当场のリーフレットを添えて、学校を通じて見学前に配布しました。中学校分も加えた配布枚数は1,565枚に達し、市内の多くの子育て世代にニジマスを PR できたと考えられました。

表 富士宮市内小学校の見学実績

	H23	H24	増減
校数	8校	12校	+4校
人数	753名	1,026名	+273名
(割合※)	(58.3%)	(80.0%)	(+21.7%)

※小学3年生の児童数に対する割合

結果 2（アンケート結果）

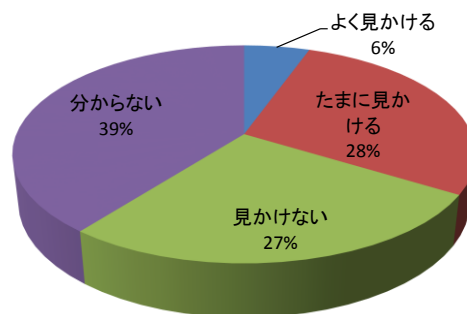
アンケートの回収も学校にお願いし、見学当日、記入済みのアンケート用紙を先生に持参して頂きました。回収率は74%（N=1,153）であり、見学前に学校を通じてアンケートを実施したことが高い回収率に繋がったものと思われました。アンケートの設問と結果の概要は以下の通りでした。

Q1 鮮魚を購入する店舗はどこですか？

ここでは具体的な店舗名は記載しませんが、スーパーマーケット（大手や地元のチェーン店）での鮮魚購入が大半を占めていました。

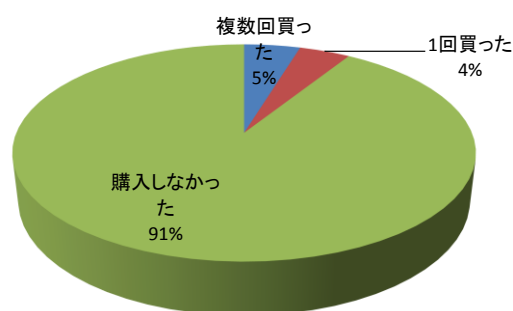
Q2 その店舗で、最近1年間、ニジマスを販売しているのを見かけましたか？

「見かける」が33%、「見かけない」が27%、「分からない」が39%でした。ただし、同一店舗でも、「よく見かける」と「見かけない」の回答が混在していたことから、回答者によりニジマスへの認知度の差が大きいことや、曜日により販売状況が違うことなどが推察されました。



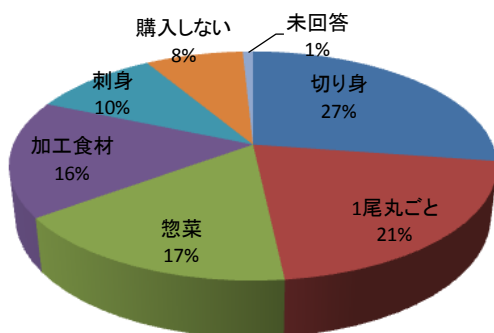
Q3 その店舗で、最近1年間、ニジマスを購入しましたか？

「購入」が9%であり、見かけているにもかかわらず購入されていない実態が伺われました。



Q4 今後、どのような形態で販売されていれば購入したいと思いますか？（複数回答可）

「切り身」が27%と最も多く、「1尾丸ごと」「惣菜」「加工食材」が続きました。一昔前までは、1尾丸ごとの塩焼きのイメージが定着していましたが、現在の子育て世代は、調理の手間の少ない形態の要望が高いことが分かりました。また、「購入しない」は僅か8%であり、ニジマスの消費量の増大は十分に可能であると思われました。



Q5 「にじます」について、ご意見があれば何でもお書き下さい

レシピを知りたいとの意見が数多く聞かれました。また、子供達にせがまれてニジマスを購入する、子供達にニジマスの話を聞いたので食べてみたくなったなどの意見もあり、PR大使の活躍が垣間見られました。一方、泥臭い、生臭いなどの悪いイメージの意見も聞かれました。

今後の課題

PR活動では、市内の多くの子育て世代にPRできたものの、見学が小学3年生に偏っていたことから、全家庭へのPRは未だ不十分です。引き続き活動を継続し、PR大使に活躍して貰う必要があります。

家庭へのアンケートでは、ニジマスに対する購入意欲がある一方で、現状ではそのニーズに対応出来ていないことが明らかになりました。今後は、販売方法や料理レシピの添付など、売り方を検討していくことが重要と考えられたため、この点については別課題で取り組みを進めています。
(鈴木邦弘・松山創)

トピックス

平成24年度養鱒研修会を開催しました

当场では、養鱒技術の高度化や養魚経営の安定化に資するために、富士養鱒漁協組合員を対象とした研修会を毎年開催しています。今年度は、「しずおか農林水産物認証制度について（講師：県マーケティング推進課山家一哲主任）」と「養鱒業界の現状と課題（講師：全国養鱒協会小堀彰彦会長）」の2つのテーマで、平成24年11月30日に富士養鱒漁協で開催しました。

認証制度は、静岡県版地域GAPであり、水産分野では養鱒業で取得が進んでいます。富士養鱒漁協においても、今年度から取得のための取り組みを始めており（本誌215号）、今回の研修では制度の目的や他業界での取得状況、取得の効果等を御説明いただきました。

養鱒業界の現状と課題については、世界のサケマス類の生産状況や魚粉価格の推移等を御説明い

ただきました。今後の課題としては、生残率の悪さ、生産技術レベルの低下、指導機関の指導力不足、危機意識の欠如、食育等々が列挙され、早急な意識改革が不可欠だと感じました。

お忙しい中、講師をお引き受け頂いた両先生に感謝いたします。
(鈴木邦弘)



漁業者交流大会で天竜川漁協の谷高弘記氏が県知事賞を受賞！

平成 24 年 12 月 7 日、静岡市駿河区にある静岡県コンベンションアーツセンター（グランシップ）において、第 18 回静岡県青年・女性漁業者交流大会が開催されました。今回の大会では、当场が発表支援をした天竜川漁協の谷高弘記氏が、県知事賞を受賞しましたので、以下に報告します。

今年は、実績活動発表が 1 題、漁協による事例紹介が 2 題、水産高校の研究発表、女性部による活動状況報告がありました。このうち、実績活動発表において、「蘇れ、アユ踊る天竜川一人の取り組みから漁協の取り組みへ」と題して谷高氏が発表しました。堂々とした態度で発表され、その後の質疑応答にも明快に受け答えされていたのが印象的でした。個人として始めた取り組みが組織としての大きな動きとなった点、長期的なスタンスで地道なモニタリングを続けている点などが高く評価され、見事、県知事賞を受賞され、

全国大会への推薦を受けられました。

全国大会は、平成 25 年 2 月 28 日～3 月 1 日に東京で開催されます。内水面漁業に関する発表は極めて稀であり、成果を広く普及するにも良い機会です。農林水産大臣賞を目指して、練習に励む日々が続きます。

(鈴木邦弘・鈴木勇己)



県知事賞の賞状と共に
発表者の谷高氏(右)と発表補助者の杉田氏(左)

GAP 視察研修会を開催しました

昨年 7 月以降、「しずおか農林水産物認証取得に関する推進委員会」の定例会議を毎月開催しています。昨年 12 月の会議（平成 24 年 12 月 19 日）では、県水産資源課の協力のもと、県認証取得済みの「京丸うなぎ株式会社 吉田養鰻場（松本和美場長）」を訪問し、実際の取り組み状況や取得後の効果などについて説明を受けました。

吉田養鰻場は 11 面（1,100 坪）の池で年間 30 トンのウナギを生産していますが、その作業全てを松本場長御一人でされているとのことでした。そのため、省力化が大きな課題であり、機械化を進めると共に、作業記録の電子化を徹底したとのことでした。施設については、書類が整理整頓され、ゴミの分別の徹底や床掃除も綺麗にされていたことで、非常に好感がもたれました。

生産管理記録に関しては、県認証のほか、養殖 JAS、東京都生産情報提供食品事業者登

録も取得されており、生産に関する決め事が事細かにマニュアル化されていました。また、県認証取得のメリットとしては、“企業としての姿勢が明確になった”、“製品の差別化ができた”の 2 点を挙げられ、上手に情報公開しながら活用していけば効果が大きいとの助言を頂きました。

普段、養鰻業のみを見て議論をしていますが、他業種の取り組みも知ることができ、大変有意義な視察研修となりました。お忙しい中、御対応頂いた松本場長様に感謝致します。

(鈴木邦弘)



富士養鱒場の降水量と湧水量

月	降水量(降水日数) : mm (日)		湧水量 : 万 t/日	
	今年	過去平均*	今年	過去平均*
11	174 (7)	152 (6)	5.14	5.98
12	132 (10)	73 (5)	4.49	5.12
1	35 (4)	72 (6)	4.04	3.61

* 前年以前の20年間平均値

日誌

11月	12月	1月
2日 経営支援力向上セミナー(県庁) 4日 水産マネジメント研修(静岡) 7日 6次産業化打合せ 8日 水産増養殖関係研究開発推進会議「養殖産業部会」(三重) 13~14日 東海・北陸内水面地域合同検討会(富山) 15日 ニジマス海面養殖打合せ 19日 経営支援力向上セミナー 20日 出先機関幹部職員会議・科長交流会(沼津) 21日 養鱒漁協GAP推進委員会(市内) 22日 普及月例会(焼津) 29~30日 魚病症例検討会(三重) 30日 養鱒研修会	5~6日 内水面関係研究開発推進会議(栃木) 5~14日 養殖衛生管理技術者養成研修3年次(東京) 7日 漁業者交流大会県大会(静岡) 11日 ニジマス海面養殖開始(第1回) 12日 養鱒漁協全員協議会(市内) 18日 ニジマス海面養殖開始(第2回) 19日 養鱒漁協GAP推進委員会(吉田) 20日 普及月例会(焼津) 20日 養殖衛生管理技術者養成特別コース研修(東京)	15日 食の都大路づくり商談会セミナー(静岡) 17日 にじます祭実行委員会(市内) 18日 水産マネジメント研修(静岡) 19日 ニジマス中型魚販売開始 23日 養鱒技術協議会委員会(東京) 23日 養鱒漁協GAP推進委員会(市内) 24日 普及月例会(焼津) 24~25日 アユ疾病研究部会(富山) 29日 県かん水協会役員会(沼津) 31日 養殖衛生研究成果報告会(東京)
<視察見学対応> 1日 第二中学校(1名) 8日 山宮小学校(37名) 9日 神奈川県内水面養殖業者協議会(10名) 15日 シンガポールテマセク工業技術専門校 27日 NHK虹の里取材 29日 貴船小学校(100名)	<視察見学対応> 13日 井の頭小学校(5名)	<視察見学対応> 11日 黒田小学校(146名) 17日 富士地区農業委員会協議会(67名)

富士養鱒場のマスコット
「マスオ君」

