

# I. 令和3年度 事業の実施状況

## 1. LOVE BLUE委員会

### (1) LOVE BLUE優先三事業の適切な推進

#### ① 着実な参加企業の増加へ

#### ② 日釣振への業務委託契約書締結 締結済

『日釣振へのLB事業の業務委託枠 上限4,000万円（出来高払い）』について

- i) (公財) 日本釣振興会に於けるLB業務委託事業については同会の機関決定を経て、優先三事業（清掃事業・放流事業・釣り場拡大事業〈釣り人拡大の趣旨を含む〉）の中で実施。  
～2019.2.14第12回報告会合意～

#### ③ 清掃事業の計画・準備・実施

##### i) 水中清掃事業の計画・準備・実施

【日釣工】プロダイバーによる水中清掃 予算9,500万円+2,200万円※2020コロナ禍中止分/公益目的支出  
『ワームの湖底海底清掃開始以来の労務単価改定・公益目的支出計画の確実な推進』

- 客観性・透明性・公平性・必要性を基に計画・実施
- 全国47都道府県・市町村・各県漁連・漁協等関係各所との信頼関係の深化
  - 知事・市長や関係機関・団体への表敬等の実施へ
  - 広尾町長から感謝状授与(2014～2020 十勝港 7年度33日間実施に対して)
- 全国7ブロックでの実施
- 内訳：計画148日+33日（※2020コロナ禍中止分） 新規実施地の着実な拡大
  - 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の為、9月30日迄自粛。10月より開始
  - 新型コロナウイルスによる影響により11日中止（三重県8日、山梨県3日）の為、実施：170日
- 安全管理マニュアルの改定・事業委託契約書締結（コロナ禍 感染防止対策版策定）
- 霞ヶ浦・北浦清掃大作戦との連携実施
- 第40回全国豊かな海づくり大会～食材大国みやぎ大会～と連携実施
  - 第40回全国豊かな海づくり大会～食材大国みやぎ大会～海上歓迎放流式典招待

【日釣振】業務委託（ボランティアダイバーによる水中清掃）

- 業務委託契約に基づき実施
- 日釣振水中清掃事業 見込み423万円

##### ii) 陸上清掃事業の計画・準備・実施（公募型を推進）

【日釣工】（独法）環境再生保全機構 地球環境基金との企業協働プロジェクト 予算1,500万円

- 地球環境基金 企業協働プロジェクト第一号「LOVE BLUE助成」  
実施7年度目：助成団体（11団体／うち新規3団体）
- 助成団体の活動を通じたLOVE BLUE事業の周知広報の推進
- LOVE BLUE助成を受けた感謝の声の更なる周知広報を推進
- 助成プロセスの習得（募集説明会・審査等への同席）
- 助成団体の活動状況の立会・取材（新規助成団体を中心に）
- 助成団体活動報告会（釣りフェスティバル2022メインステージ）開催6年目
  - 釣りフェスティバル2022online開催の為、メインステージの発表見送り
  - 2021活動報告：2022LB委員会

#### ④ 放流事業の計画・準備・実施

【日釣工】専門機関と連携した放流事業（全国実施 4年目）予算6,500万円 2022以降6,000万円

- （公社）全国豊かな海づくり推進協会との連携4年目 2022.1.26全国連絡会議での協力依頼
- （公財）神奈川県栽培漁業協会「マダイ」（9年目）9万8000尾  
「カサゴ」JAF放流式典（5年目）5000尾  
釣りフェスティバル2022online開催の為 放流式典見送り 放流は実施（大黒海づり公園）
- （公財）秋田県栽培漁業協会「マダイ・ヒラメ・クロソイ」（3年目）計7万2325尾
- （公社）大分県漁業公社「ヒラメ・イサキ」（3年目）計9万9600尾
- （公財）静岡県漁業振興基金「マダイ・ヒラメ」（3年目）計6万尾
- （公財）大阪府漁業振興基金「キジハタ」（3年目）1万尾
- （公財）滋賀県水産振興協会「ホンモロコ・ゲンゴロウブナ」（2年目）計65万尾
- （公財）くまもと里海づくり協会「カサゴ」（2年目）7万6800尾  
イサキ7万6,800尾 生産不調の為、放流中止
- （公財）新潟県水産振興協会「ヒラメ」（2年目）8万尾
- （一財）宮崎県水産振興協会「カサゴ」（1年目）8万3333尾
- （公社）山口県栽培漁業公社「マダイ」（1年目）6万8000尾
- （株）長崎県漁業公社「カサゴ・クエ」（1年目）計2万5500尾

上記の他、富山/広島/宮城/秋田（再実施）へ調整の結果、2022実施は広島/宮城/秋田。

- 【日釣振】各支部等による放流事業
- 業務委託契約に基づき実施
    - (継続) 放流事業 2021見込み 1,410万円
    - (継続) 産卵床設置・魚道整備 2021見込み 123万円
- ⑤ 釣り場拡大事業の推進
- 【日釣工】釣り場拡大事業の推進
- ・内水面の釣り場拡大事業(ワカサギ) 【2021 水産庁後援事業】 (全国実施4年目) 予算1,700万円
  - 水産庁から以下の経路で『事業応募要領』を配布・周知 ※関係団体へ協力依頼等
- i) 各都道府県水産担当者へ
- ii) (国研)中央水産研究所内水面試験センターを経て各都道府県水産試験場へ(場長会議で案内)
- iii) 全国内水面漁業協同組合を経て各都道府県内水面漁業協同組合連合会へ(※県連会長会議で案内)
- (※機関紙でない「2020年1月号」で応募方法・問合せ先・募集期間掲載)
- 【応募要領配布】4月14日(水産庁発信)
- 【応募期間】6月21日～9月30日 【応募3件・問合せ10団体】
- 【採択検討】10月・11月 LOVE BLUE委員会
- 【採択決定】11月 理事会
- 【モデル事業】事業番号001群馬県 水産試験場(鳴沢湖)  
事業番号002長野県 水産試験場(美鈴湖・小花見池)
- 【2021採択】事業番号019奈良県 津風呂湖漁業協同組合(津風呂湖)  
事業番号020大分県 日田漁業協同組合(大山ダム)  
事業番号021北海道 網走漁業協同組合(溝沸湖)
- iiii) 2021新採択先と適切な契約を締結。着実に推進する。
- 【日釣振】防波堤開放・マナー看板設置計画
- 業務委託契約に基づいて実施
  - 釣り場拡大事業(釣り人拡大の趣旨を含む) 見込1,735万円
  - マナー看板設置 見込307万円
- ⑥ 優先三事業の環境整備
- 【日釣工】商標権の適切な取得
- 海外登録の適切な管理(更新・使用実績提出・権利侵害対応)
  - 権利更新の在り方検討・実施
  - 中国(28類)商標更新登録完了
- (2) LOVE BLUE事業に関する広報活動の推進(選択と集中) 【日釣工】
- 「基本的な考え方」(内)釣り人・釣り界+(外)一般社会への広報 予算3,000万円
- ① つり環境ビジョンコンセプトに基づくLOVE BLUE事業 2020事業報告書作成  
(両団体クレジット版)参加企業各10部・日釣振130部 他 計 約2800部程度配布完了  
(LOVE BLUE事務局版)行政・漁業者等の関係者へ配布・活用 計 約7000部程度配布
- ② LOVE BLUE事業 公式Facebook 公式ホームページ等
- Facebook・Instagramを情報発信の基軸とした周知広報の充実
  - LOVE BLUE ホームページ 適切な改定・更新
- ③ 各種新聞・雑誌・メディア等
- ・優先三事業実施に合わせたプレスリリースの実施 + 一般紙を通じた社会への周知広報
  - ・実施地域地方紙/放送局へのリリース
  - ・連携団体(地球環境基金等)からの周知広報(後掲)
  - ・助成団体による活動状況拡散(SNS等)
  - ・環境系トップリーダーとの対談(コロナ延期)
- ④ 各種イベント
- ・実施地域での地方紙へのプレスリリースの実施
  - ・環境省等の公的機関主催イベントへの参加(エコライフ・フェア2021 Online他)
  - ・政府主催「海の日行事:海と日本プロジェクト」総合開会式・記念祝賀会への参加(中止)
  - ・自治体主催(例)滋賀県主催「滋賀県マザーレイクゴールズMLGs賛同団体」登録・参加
  - ・釣りフェスティバル2022へのプレミアム出典 フィッシングショーOSAKA2022(中止)
- ⑤ YouTubeCMの作成・配信/一般紙全国版一面広告(読・朝)
- 一般紙全国版一面広告 6/5(土)環境の日、7/22(木)海の日、  
1月21日(金)釣りフェスティバル初日、3月22日(火)世界水の日(年4回掲載)
- ⑥ 関係団体との連携による広報
- ・北海道漁業協同組合連合会による釣り人向け広報への連携(北海道釣り新聞2回掲載)
  - ・(独法)環境再生保全機構 地球環境基金による全国書店へのしおりの配布  
全国332書店 92,700枚配布 その他にLOVE BLUE参加企業へ配布 1社あたり100枚 26,000枚配布

- (3) 推進体制の強化【日釣工】
  - ① 日釣工内LOVE BLUE事務局体制の充実
    - ・業務拡大・各事業全国展開に伴う人員増員（当初2名計画）
    - ・業務分掌の適正化
- (4) 事業資金の管理運営【日釣工】
  - ① 商標使用報告の一元管理
  - ② 資金管理の会計監査

## 2. JAF実行委員会

- (1) 「釣りフェスティバル2022」 オンライン開催の実施
  - ① 「釣りフェスティバル2022」 オンライン開催の結果
 

世界91か国から視聴をいただき、ユーザー数243,772、PV数2,733,147、直帰率4.65%という結果となり、2年連続で約25万人の訪問をいただく事ができました。特に出展社のご協力によって、新製品を中心とした各社一押しの商品に関する情報を提供することができ、視聴者の満足を得る事ができた。
  - ② 「釣りフェスティバル2022」 オンライン開催検討会の組成
    - i) リーダー荒井常任理事、副リーダー河原理事他6名で検討会メンバーを組成
  - ③ 新型コロナウイルス感染防止対策を徹底した安全・安心な運営
    - i) パシフィコ横浜のガイドラインを遵守し、基本的感染症対策の徹底
      - ・3密状態（密閉、密集、密接）を回避した企画・運営
  - ④ 出展企業の最新情報を伝えるコンテンツの充実
    - i) 出展社ブース、ピックアップ新製品ページの充実
      - ・出展一覧にキーワード検索を追加
      - ・出展社ブースにカテゴリ別検索を追加
    - ii) 英語表記の充実を図り海外からの視聴者拡大
      - ・トップページの英語切り替えを分かりやすい表記に変えた
    - iii) 釣りビジョンによる出展メーカー新製品&オンライン開催を紹介する特番放映を実施
  - ⑤ 視聴者参加型企画を検討
    - i) キャスティングライブ、トーク&ライブ視聴者参加型企画
      - ・キャスティングライブではハッシュタグキャンペーンを実施。
      - ・トーク&ライブではWebチャット機能を使って視聴者の声を受け付け参加意識を高めた。
  - ⑥ 次世代釣りファン育成に繋がる釣りの楽しさや魅力の発信
    - i) 釣りへの関心が高い”潜在層”の視聴拡大施策
      - ・潜在層向け「釣りの学校」コンテンツを展開
        - これから釣りを始めたい方に「ちょい投げ」「サビキ釣り」「トラウト釣り」の動画配信
        - 釣り始め方ガイドブックの紹介（「すきすきフィッシング」「はじめての釣りガイドブック」）
        - 「新しい釣りにチャレンジ」のページでは出展メーカー潜在層向け動画にリンク
    - ii) アウトドア（屋外の遊び）のコンテンツ強化
      - ・「釣りキャンプ特集」を展開し、釣りとともに楽しむアウトドアライフを提案
        - Hinataとのコラボ記事4本を連載、CAMPHACKに記事広告を企画実施
  - ⑦ その他コンテンツ
    - i) 「日本の釣り」の文化、釣具の進化を伝える動画配信（テンカラ釣り、エギング）
    - ii) 「あなたの町の釣具店」（申し込みのあった全国625店舗を紹介）
    - iii) 「釣りめしスタジアム」Webコンテンツリンク集
    - iv) クールアングラアワードは女優の前田敦子様が受賞
    - v) 第13代アングラズアイドルは神野梓（じんの あずさ）様が選ばれた
    - vi) ロイヤルアングラ賞2022レーシングカーデザイナー由良拓也（ゆら たくや）様の紹介
  - ⑧ ターゲット別広報施策の検討
    - i) インフルエンサーによる広報施策
      - ・アンバサダーを起用し、出演者（インフルエンサー）によるコメントリレー実施（出演者数：30名）
      - ・「集まれ、釣りキッズ！」子ども釣りフォト対象2022を実施（応募店数：243点）
    - ii) 業界外への広報施策
      - ・KADOKAWA TVアニメ「スロループ」の連携企画を実施
    - iii) 海外向け広報施策
      - ・Tackle Trede World誌広告出稿
- (2) 釣りの社会的地位向上に繋がる取り組み
  - ① 釣りの安全・安心・マナー啓発活動の取り組み
    - i) 「あした、釣りにこ！通信」監修”はじめての釣りガイドブック”を掲載
  - ② 釣り環境の取り組み
    - i) 国土交通省、海上保安庁、水産庁、（独法）環境保全機構各HPへのリンク
- (3) 「公益目的事業」である「フィッシング フェスティバル」の開催
  - ① 「初心者親子釣り体験教室」の開催→コロナ感染の終息が見えない為中止
    - i) 新型コロナウイルス感染の終息が見えない中、安全・安心を鑑み中止

### 3. 規格・安全委員会

- (1) 釣用品に関する日釣工規格（JAFS基準）の制定推進
  - ① 日釣工規格（JAFS基準）の標準化に関する基本的な考え方の整理
  - ② 釣糸WG JAFS基準・遵守商品の一元管理と遵守企業会員内外拡大（WG年1～2回）
    - ・第16回釣糸WG 11月11日（木）オンライン会議システムZoomにて開催
  - ③ 釣用加工餌ガイドラインの普及
  - ④ JCI性能鑑定適合品レジャー用LJ（固型式）の一層の普及啓発（国交省型式承認品と共に）
    - 釣用品業界・一般ユーザーへの普及啓発並びに
    - 関係省庁（国交省・海上保安庁・水産庁・消費者庁等）との連携強化
    - ・信頼あるライフジャケット普及啓発ポスター 又は改定別版 計3500部程度作成・配布・掲示
    - ・国交省型式承認品/JCI性能鑑定適合品レジャー用ライフジャケット（固型式）推奨表普及ポスター3500部程度作成・配布・掲示
    - ・海保主催 各種マリンレジャー等の安全装備に関する意見交換会 参画
      - 海保HPウォーターセーフティガイド「釣り編（更新予定）」の策定協力・普及啓発へ国と連携
      - 海上保安庁 新型コロナウイルスによる出勤削減に伴い延期
    - ・国交省・海保等共催 6th. Annual Japan Boating & Water Safety Summit Online開催参画
    - ・各種釣り雑誌等へのリリース実施
      - 釣りフェス2022 関係省庁等からの開会式典列席並びに四連出展（JCI・海レ協・マ事協）
      - 釣りフェスティバル2022online開催の為、開会式典・四連出展無し。
    - ・「自主点検講習会」の釣りフェスでの継続開催+地方開催（計画中）
      - 自主点検講習会+主管庁による法令最新情報オンラインセミナー開催（12月7日）
      - 80社 216名参加
    - ・メインステージイベント 第三管区海上保安本部によるライフジャケット講習会（中止）
    - ・海レ協による小型船舶・遊漁船業務主任者講習を会場内で連携実施（中止）
    - ・海保地方管区との連携深化「ブルーフェスタ：第八管区海上保安本部主催」等 コロナ禍、開催無し。
  - ⑤ 電動リールJAFS基準のより良い標準化
  - ⑥ 日釣工規格（JAFS基準）管理台帳の適切な改訂
  - ⑦ 規格・安全分野の専門家等の委員会などへの招聘
- (2) 「公益目的事業」関係分野
  - ① 釣用品の安全対策事業
    - 釣用品の安全表示に関するガイドラインの見直し
  - ② 模倣品の消費者への啓発事業の実施
  - ③ 環境保全eマーク事業の実施（含む釣りフェスOnline周知広報）
  - ④ ライフジャケットの安全使用に関する消費者への啓発推進（再掲）
  - ⑤ 釣用加工餌ガイドラインの普及（再掲）
- (3) 釣用品業界内の喫緊の課題・新たな課題の検討・対応
  - ① 必要な新ワーキンググループの設置等

### 4. 市場調査委員会

- (1) 第25回釣用品の国内需要動向調査報告書の発刊
  - ① 回答率アップの検討
    - i) アンケート依頼先の見直し
      - ・会員企業、非会員企業のアンケート依頼先の見直しを実施
    - ii) 会員企業代表に向けた「事前依頼文」の送付を実施
  - ② 需要動向調査報告書の精度を高める検討・実施。
    - i) 市場動向にあった”品目”の見直し
      - ・今回の報告書では見直す品目は無かった
  - ③ 小売企業への動向調査の実施を検討
    - i) 市場動向の変化に応じた調査
      - ・コロナ下における小売市場動向のアンケートを実施
        - 全国24社に依頼して16社の回答を得られた
      - ・2022年メーカー出荷規模と小売規模の乖離について検討
  - ④ 迅速な情報発信
    - i) 日釣工公式ホームページ・業界紙への迅速な対応
  - ⑤ 調査の結果
    - i) 2020年の釣用品国内出荷規模は対前年比110.7%のプラス成長
      - ・2020年の釣用品国内出荷金額は、対前年比110.7%の1,547億円となった。新型コロナウイルス感染拡大の影響で屋外型レジャーで所謂「三密」に該当しない釣りに注目が集まり新規参入者や休眠層の復帰（暫く釣りから遠ざかっていたリタイア層が再び釣りを始めた）が増加したこと、またコロナ前から釣りを楽しんできた既存層も、在宅勤務やリモートワークの普及によって用品需要も活性化したことがプラス成長の主要因である。
    - ii) 2021年の釣用品国内出荷規模は対前年比112.0%と引き続いての二桁台プラス成長見込
      - ・2021年の国内釣用品国内出荷金額は、前年比112.0%の1,733億3,000万円と前年に引き続き二桁台でのプラス成長が見込まれる。

## 5. 広報・組織委員会 / 広報拡大WG

- (1) 「あした、釣りいこ！通信」のコンテンツ強化
  - ① コロナ禍による追加情報の検討
    - i) 初心者向けジャンル、釣り場、マナーなどを紹介した「はじめての釣りガイドブック」を掲載
    - ii) アングラーズアイドルを起用した記事を展開
- (2) 釣り人口拡大に向けた業界内外とのコミュニケーションアップ
  - ① アウトドア業界とのコラボレーション
    - i) OUTDOOR PARK に「あした、釣りいこ！通信」ブース出展（全国6か所）
      - ・ 釣りスクラリーの実施（釣りに興味を持ってもらう参加型WS）
      - ・ キャッチ&イートの実施（自分で釣った魚をその場で食べる）
    - 5/29（土）・30（日）宮城県 国営みちのくの杜湖畔公園（来場者：12,072名）  
（釣りスクラリー73組、キャッチ&イート258組の参加）
    - 9/25（土）・26（日）福岡県 国営海の中道海浜公園（コロナ感染拡大の影響を受け開催中止）
    - 10/2（土）・3（日）長野県 国営アルプスあづみの公園（コロナ感染拡大の影響を受け開催中止）
    - 10/9（土）・10（日）香川県 国営讃岐まんのう公園（来場者：11,077名）  
（釣りスクラリー37組、キャッチ&イートは魚の入手が困難なため実施できなかった）
    - 11/13（土）・14（日）埼玉県 国営武蔵丘陵森林公園（来場者：18,379名）  
（釣りスクラリー107組、キャッチ&イート190組の参加）
    - 3/26（土）・27（日） TOKYO outside Festival(新宿中央公園）（来場者：34,000名）  
（釣りスクラリー70組、キャッチ&イート291組の参加）
- (3) （一社）日本釣用品工業会現行広報活動の棚卸しと改革・管理
  - ① HP、JAFTMAニュース、ブランディング等の改革・管理
    - i) 日釣工HPの現状共有をおこなった
  - ② 外部向け広報活動の管理
    - i) ロイヤルアングラ賞候補者検討
      - ・ レーシングカードデザイナー由良拓也（ゆら たくや）様を推薦

## 6. 広報・組織委員会 / 組織強化WG

- (1) （一社）日本釣用品工業会会員企業様の経営基盤強化に向けたサポート
  - ① 前組織(企画PJ)からの継承事業の強化
    - i) 法務サポート(初回相談無料)の広報拡充
    - ii) リクルート支援の具体化
  - ② その他、新たな経営基盤強化に向けた具体的サポート策の実施
- (2) 現会員企業様、新たな会員企業候補様への組織的魅力的拡大 毎月1回開催（計10回/年度）
  - ① 対象企業様（釣具製造業）向け有用情報発信
    - i) 生・販・在・知財に関わるセミナー開催等
      - ・ 7/7（水）消費税インボイス制度に関する説明会実施  
10社 13名参加
  - ② 組織の活性化へ会員企業様の参加・参画、新たな会員企業候補様からの参加の検討
    - ・ 8/25（水）第1回小グループ懇談会実施
    - ・ 11/15（月）第2回小グループ懇談会実施

## 7. 情報収集分析プロジェクト

- (1) 釣り業界向けネガティブ・ポジティブ情報の収集
  - ① 業界向け主にネガティブそしてポジティブ情報の収集
    - i) 釣り人・釣り具への社会的評価・批判、釣り場の解放・閉鎖等
    - ii) 情報源は、市場現場、マスメディア、ソーシャルメディアを主とする
      - ・ 会員内からの情報収集定型フォームのPJメンバー外での活用拡大検証
      - ・ メディア情報収集ツールとしてGoogleアラート活用 PJメンバー内から外での共有拡大
  - ② 的確な情報の分析と組織内共有
    - i) メンバー間での意見・情報交換
    - ii) 組織向け情報発信の方法・内容検討、発信
      - ・ リスク予防(同じことが起きないように)という観点での情報発信とする

## 8. 海外戦略プロジェクト

- (1) 日本基点の釣り用品の海外市場でのバリュー(魅力)とシェアアップ
  - ① (一社)日本釣用品工業会会員企業ブランドの海外市場での拡販支援
    - i) 海外国別釣具市場分析・調査(既存データからの把握)
      - ・メキシコ、UAEの釣具市場セミナー実施(4/16(株)国際協力銀行との連携)
      - ・国別市場分析シート基本フォームの作成(日本語版・英語版)
      - ・米国、ニュージーランド、インドネシア、マレーシア、タイの試作実施
      - ・Tackle Trade World誌より主要26ヶ国市場情報入手、会員向けHP掲載
      - ・米国市場分析での外部情報入手の検討
    - ii) 海外ショー分析・調査(コンシューマー・トレード)
      - ・海外ショー分析シート基本フォームの作成(日本語版)
      - ・23ヶ国41ショーの情報記載
    - iii) 国内外関連機関との連携(経産省・JETRO・ASA・EFTTA等)
      - ・会員企業様向けアンケート(実施済み)に基づいたアクションプランをベースとした活動の強化
      - ・アンケートによるニーズの高い、海外国別市場分析、海外ショー分析の着実な推進
      - ・上記分析における多様な分析手法・方策の立案と実施。
      - ・経産省、(株)国際協力銀行、JETROとの情報共有、連携強化
      - ・(株)国際協力銀行、JETROとの連携、4/16 会員向け 海外ビジネス支援セミナー開催
  - ② 情報共有活動を通じて(一社)日本釣用品工業会会員組織の強化と拡充を図る
    - i) 海外ビジネス拡大とリスクに関わる情報提供
    - ii) Tackle Trade World誌等有用誌との連携強化および情報の会員向け共有
      - ・国内関連機関と協働での海外ビジネス拡大とリスクに関わるセミナー等開催による情報供与
      - ・Tackle Trade World誌との連携強化(海外市場情報の入手、釣りフェス海外広報での活用)

## 9. 内外関係機関等との交流及び協力

- (1) 内外主要団体との交流、情報の収集
  - ① 経産省、JETRO、ASA、EFTTA等との交流・親交拡大
    - ・海外戦略プロジェクトによるより実務レベルでの交流・情報交換を促進
    - ・(株)国際協力銀行、JETROとの連携、4/16 会員向け 海外ビジネス支援セミナー開催
- (2) 欧米市場、東南アジア市場での会員企業事業拡大に向けての支援検討
  - ① 標的市場内でのショー実態調査と効果把握
  - ② グローバルビジネス拡大に向けての情報発信・共有推進
    - ・海外戦略プロジェクトによる、会員向け有用情報の収集・分析の推進と共有開始
    - ・米国、ニュージーランド、インドネシア、マレーシア、タイの国別市場分析試作実施
    - ・海外ショー分析シートの作成、23ヶ国41ショーの情報記載
- (3) 各委員会活動を通じての行政機関・自治体との関係拡大
- (4) 全国釣竿公正取引協議会運営の活動強化

## 10. その他の事業

- (1) 広報活動の推進
  - ① 日釣工ホームページの活用
    - ・広報拡大WG主導型の日釣工ホームページ改革への着手
  - ② 製造業としての会員企業のビジネス拡大に向けた有用情報の提供と機会拡大戦略立案
    - ・組織強化WGおよび海外戦略プロジェクトによる有用情報の具体的提供拡大を図る
    - ・(株)国際協力銀行、JETROとの連携、海外ビジネス支援セミナー開催(4/16 海外戦略PJ)
    - ・財務省支援 消費税インボイス制度セミナーの実施(7/7 組織強化WG)
- (2) 日釣工グループ共済制度
  - ① 日釣工賠償責任保険(団体PL保険)制度の継続、中身の再検討
    - ・海外PL事故対応商品の検討
- (3) 職員の育成・動機付け
  - ① 通信教育受講補助制度
  - ② 職員のOFF JT講習検討
- (4) 会計管理のシステム化促進継続
  - ① 記帳代行による会計根幹業務改善の遂行
  - ② 事業別収支会計のシステム化およびタイムリーな会計管理制度の導入
    - ・正味財産増減計算書内訳表作成のプロセス半自動化進展
  - ③ 公益目的支出計画の効率かつ有効的推進の継続的検討