

I. 令和5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 見込8,900万円 ※公益目的支出

□新型コロナウイルス感染予防・拡大防止措置と着実な事業推進を図る。

□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

□全国7ブロックでの実施

□内訳：計画148日 新規実施地の着実な拡大 ※半期の収入状況によっては167日程度へ

『上半期の減収状況から期中削減』

□予備費からの水中清掃追加実施無 ※予備費支出無

『減収状況継続から更に期中削減』

□当初予定148日→140日へ削減（削減分の次期繰越実施無）

□安全管理マニュアルの改定（新型コロナウイルスの政府の対応を踏まえて）

□霞ヶ浦・北浦清掃大作戦との連携実施（県外連携無）

【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 予算500万円 見込4,123,872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 見込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9年度目：助成団体（15団体／うち新規8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）

□助成団体活動報告会（釣りフェスティバル2024メインステージ）開催6年目

釣りフェスティバル2024メインステージ 4団体実施

□2022活動報告：2023LB委員会

7月28日第108回LB委員会内で実施

LOVE BLUE横断幕・のぼり旗の配布 ○新規助成団体へ配布済み

□横断幕1枚、のぼり旗2枚を1セットでご要望企業へ送付枠組（上限3セット）

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 6年目）予算5,450万円 見込4,903万円

新規採択3団体から2団体へ（1団体分は予備費へ半期の収入状況で水中清掃へ）

『上半期の減収状況から期中削減』（再掲）

○予備費からの水中清掃追加実施無 ※予備費支出無（再掲）

□（公社）全国豊かな海づくり推進協会との連携6年目 2023.11.8~9日実施

（公財）神奈川県栽培漁業協会「マダイ」（11年目）9万8,000尾（放流済）

「カサゴ」JAF放流式典（6年目）5,000尾（放流済）

（一財）宮崎県水産振興協会「カサゴ」（3年目）8万3,333尾（放流済）

（公社）山口県栽培漁業公社「マダイ」（3年目）6万8,000尾（放流済）

（株）長崎県漁業公社「カサゴ・クエ」（3年目）計2万5,500尾（放流済）

（一社）広島県栽培漁業協会「クロメバル」（2年目）10万尾（放流済）

（公財）宮城県水産振興協会「ヒラメ・マコガレイ」（2年目）計4万7,000尾（放流済）

（公財）秋田県栽培漁業協会「ヒラメ・マダイ・クロソイ」（2年目）計5万6,500尾（放流済）

富山県「クロダイ」（1年目）10万尾（放流予定）

クロダイ生産不調により放流予定10万尾→2万尾
(公財)和歌山県栽培漁業協会「イサキ」(1年目)7万2,000尾(放流済)

上記の他、鳥取県、香川県、北海道、茨城県と2024以降の実施に向け調整中
□内水面へラブナ放流事業 予算300万円 見込300万円 全国へら鮎放流協議会 放流実施
9月10日全日本へら鮎放流協議会 地区理事会出席

【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 2023予算 1,500万円 見込1,669万8,900円

(継続)産卵床設置・魚道整備 2023予算 200万円 見込108万3,451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)【2023 水産庁後援事業】(全国実施6年目)

予算600万円 採択2団体分 採択見送り。支出無。

□水産庁から以下の経路で『事業応募要領』を配布・周知

i)各都道府県水産担当者へ

ii)(国研)水産研究教育機構 水産技術研究所を経て各都道府県水産試験場へ

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

(※機関紙でない「2023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】5月29日、8月9日(水産庁発信)

【応募期間】6月19日～9月29日 ○応募2件

【採択検討】11月 LOVE BLUE委員会 ○2件採択見送り

【採択決定】11月 理事会 ○2件採択見送り

【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)

iv)2023新採択先と適切な契約を締結。着実に推進する。

2件採択見送りの為、契約締結無

v)釣り場拡大事業の周知広報(3月、6月、9月、12月)

6月、9月、12月、3月釣りメディアへプレスリリース実施。

【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) 予算1,500万円 見込1,591万4,457円

□マナー看板設置 予算300万円 見込217万9,320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

WIPO(28類)更新完了

マレーシア(28類)更新完了

インドネシア(28類)更新完了

台湾(28類)更新完了

(2) LOVE BLUE事業に関する広報活動の推進(選択と集中)

「基本的な考え方」(内)釣り人・釣り界+(外)一般社会へ広報展開 予算697万円 見込599万円

① つり環境ビジョンコンセプトに基づくLOVE BLUE事業 2022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

LOVE BLUE参加企業・日釣工会員企業・日釣振へ配布

(LOVE BLUE事務局版)行政・漁業者等の関係者へ配布・活用

自治体・漁協関係者・関係団体等に配布

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

LOVE BLUE 公式ホームページ改定(小幅)済

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
業界紙へ随時リリース実施

・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)からのプレスリリース

・助成団体による活動状況拡散(SNS等)

- 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
 - ・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」等
 - ・釣りフェスティバル2024・フィッシングショーOSAKA2024 出展
- ⑤ 一般紙全国版一面広告（読・朝）等
 - ・一般紙全国版一面広告 環境の日（年1回掲載）
 - 6月3日「環境の日」掲載
- ⑥ スポGOMI甲子園へ協賛
 - ゴールド協賛（地方大会832団体2496名・全国大会：40団体120名 11月12日実施）
- ⑦ 関係団体との連携による広報
- (3) マナー臨時広報（実施期間2年間限定の2年目）
 - 『減収状況継続から更に期中削減』
 - 予算5,214万円+コンサルフィー220万5,132円
 - 見込5,214万円+コンサルフィー183万7,608円
 - ・LOVE BLUE WG設置（施策チェック） 2024.3.31付 LOVE BLUE WG 終了
 - 4月26日 YouTuber釣りいろはとの「マナー啓発動画」公開
 - 6月12日 Da-iCE大野雄大氏と2023 Aアイドル西村美穂氏によるクッキングバトル掲載
 - 7月17日 豊洲ぐるりパーク・城南島海浜公園にてギョミ袋配布 第1弾
 - 10月10日 釣りマナー川柳募集開始
 - 10月12日 釣りマナー向上大使 お笑い芸人「ダイアン」就任
 - 10月28日 本牧・大黒海づり施設、豊洲ぐるりパークにギョミ袋配布 第2弾
 - 12月14日 釣りマナー向上大使「SDGs インタビュー」
 - 1月19日 釣りマナー川柳大賞発表会 応募：6,375件 ギョミ袋配布 第3弾
 - 『釣りマナー広報（2022.3~2024.3）KPI達成値 全2年間分 総括』
 - パブリシティー数：866メディア / 広告換算額：4億3,444万円
 - タイアップ記事PV数 411,498PV / 釣りマナー啓発認知率 31.9%
 - ギョミ袋配布 8,807個 / マナーポスター・ステッカー配布859店舗
 - 情報リーチ数 推計 約885万人
- (4) 推進体制の強化
 - 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
- (5) 事業資金の管理運営
 - 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2024」 in Yokohama 開催の実施
 - ① 「釣りフェスティバル2024」開催企画
 - i) ”新しい価値”を発信する「釣りフェスティバル」の構築
 - ”釣り文化”を創造し、健やかな未来を育む、の開催理念を継承し、リアル開催の価値最大化を狙う
 - 来場者：35,848名（前年比：148.5%）
 - 過去最大規模の出展申込社数（214社）を獲得
 - 来場者数の大幅増加を目標に、来場者ファーストのショーを実施
 - ・ニューコンセプトの検討／ターゲットの絞込み
 - 金曜日にプレビュータイムを設定
 - フライデーゴールドチケット（@6,000円）を新発売→503枚販売
 - 「釣種エリア」の強化、「釣りの世界観」を演出
 - 釣種別スタジアム（7釣種：船、バス、ソルト、トラウト、フライ、へら、わかさぎ）を展開し、129社の出展社を獲得
 - 物販の考え方及び規定の見直し
 - ・出展社メリットの創出
 - オリジナルグッズ販売規定の見直し、各ブースでの販売を解禁
 - 最新情報を伝えるビジネスチャンスの場を提供する
 - ・チケット販売方法の見直し
 - 電子決済&コンビニ発券、釣具店販売の復活、前売チケット販売の強化
 - 前売料金の改定、釣具店販売の復活

- ・イベント&アトラクションの見直し
 - 体験型イベントの実施、複数のステージ設置、飲食コーナーの充実など
 - 「マス釣り体験コーナー」の復活 「釣りめしスタジアム」の復活
 - 大型キャスティングエリア、共有ステージを設置 アウトドアフィールドの実施
 - 「にぎわいマルシェ」の新設 人気ゲーム機「釣りスピリッツ」を設置
 - ・SNSを中心とした広報施策の強化
 - ii) オンライン開催の見直し
 - ・リアル開催の価値最大化を狙うために休止の方向で検討
 - リアル開催に集中して実施
 - ② 安全・安心に配慮しながら盛り上がるショーを企画
 - i) 基本的感染対策は継続し、臨機応変に対応
 - ③ 事業収支改善策の検討
 - i) 来場者数の増加施策
 - ・平日料金の設定
 - 金曜日 前売：1000円、当日：1400円の新料金を設定
 - ・魅力的アトラクションの企画
 - ・見応えある釣種別スタジアムの設置
 - ii) 出展社数の増加施策
 - ・包括出展の促進
 - 幹事社（4社）との交渉で、出展協力を獲得、多くの企業が出展
 - ・出展しやすい小間の新設
 - バリュー小間を新設し、新規出展企業の獲得に成功
 - ・物販規定の見直し
 - 自社ブース内での販売を解禁
 - ii) 運営予算（開催企画、造作物など）の見直し
 - ④ 効率的で実りのある委員会活動の運営
 - i) 委員会を中心に、適宜WGを組成し具体的内容を検討
 - 選抜メンバーによる企画アトラクションWGを開催
- (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
 - ② 釣り環境の取り組み
- (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 「マス釣り体験」の機会を提供
 - ② キャンピングカーの展示等、アウトドアフィールドを展開

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）
 - 釣糸JAFS基準会員内外へ案内
 - 普及啓発用新規ポスター作成
 - 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
 - 8月2日こども霞が関見学デー（消費者庁開催分）にてライフジャケットの普及啓発実施
 - ・信頼あるライフジャケット普及啓発ポスター 又は改定別版活用（予定）
 - ・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・活用
 - ・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
 - 10月27日ウォーターセーフティーガイド「遊泳編」意見交換会 参画
 - 海保HPウォーターセーフティーガイド「釣り編（更新予定）」の策定協力・普及啓発
 - ・国交省・海保等共催 Japan Boating & Water Safety Summit 2023参画予定
 - 6月9日～10日Japan Boating & Water Safety Summit 2023参画
 - ・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三連出展（海レ協・マ事協）
 - ・「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）
 - 釣りフェス2024で「自主点検講習会」開催
 - ・メインステージイベント 日釣工によるライフジャケット講習会

釣りフェス2024メインステージにてLJWGによる普及啓発実施
・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
日釣工HP、釣りフェスHPへ案内掲載

- 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
 - ⑧ 欧州PFAS規制の状況把握と会内への適切な情報提供
（常任理事会・理事会・規格安全委員会へ詳細説明）
- (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
 - 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27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
 - ii) 会員企業トップに向けた「事前依頼文」の送付を継続実施
 - 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
トレンド調査では、「わかさぎ」「ソルトルアー市場」を継続調査
 - ii) 社会情勢を見極めた推測値を検討
 - 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
グーグルフォームによるアンケートを実施
 - 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) 2022年の釣用品国内出荷規模は、1,686億2,000万円 対前年比94.2%のマイナス成長
・11年ぶりのマイナス成長だが、コロナ前の2019年との比較では約20%高い水準を維持している
 - ii) 2023年の釣用品国内出荷規模は、1,492億6,000万円 対前年比88.5%と引き続きマイナス
・2023年の出荷見込値は「2023年9月までの各社の業績と市況感」に基づいたものであり、それ以降の市況が厳しい状況を鑑みると下方修正の可能性が高い

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 「あした、釣りいこ！通信」の再構築を検討
 - ② 編集会議を隔月で開催し、記事内容を検討
- (2) 次年度の「あした、釣りいこ！通信」の休止を決定
- (3) 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 アウトドア業界関連イベントとのコラボレーション
 - i) OUTDOOR PARK と連携したブース出展を実施（回数・場所の見直し）
 - ・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）
集客の見込める関東3会場に絞り込んで実施
- 10月28-29日 東京都 昭和記念公園
11月12-13日 埼玉県 国営武蔵丘陵森林公園
3月23-24日 東京都 新宿中央公園
- (4) 次年度のOUTDOOR PARKと連携したブース出展を休止
- (5) (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
日釣工HPのリニューアル（2024年1月9日オープン）
 - ② 外部向け広報活動の管理

- ・ロイヤルアングラ賞候補者の検討
ミュージシャンの宮沢和史氏を選出、釣りフェスティバル2024で授賞式を実施

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 JAFTMA NEWS 毎号案内
 - 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の拡大 毎月1回開催予定
 - 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
3月25日 第2回釣用品の国内需要動向調査報告書に関するセミナー開催
 - 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
 - ・小グループ懇談会：四半期に1回程度開催予定
4月12日第5回、10月30日第6回開催

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
 - ・メディア情報収集ツールとしてGoogleアラート活用継続 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
 - iii) 収集情報の内容により、関連他委員会への迅速な共有化を推進。
 - iv) 特に、マナー広報拡大事業、広報拡大事業での共有強化を図る。
 - PFAS関連情報もフィルターをかけながらの情報提供を開始
 - 上記により、理事会メンバー全体への情報共有化拡大

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)
 - ・PJメンバー(NEWメンバー含む)企業の海外事業所・代理店からの情報収集
これは、国別市場分析シート基本フォーム英語版の活用がベースとなる。
 - ・米国Soutwick社(調査会社)からの2回目米国データ入手と分析
初回2020年データ入手(分析済)に続きアップデートデータ入手しアフターコロナ市場分析
 - 最新版 2022 U.S. Fishing Market Size Estimates 入手
 - マクロ的指標のアップデート化および入手した最新データでの釣具市場分析実施
 - ・海外現地の生情報提供も活用した海外国別市場分析の紹介セミナー開催
『米国釣り具市場を語る会』(セミナー)の開催(8月予定)
 - 8月22日『米国釣り具市場を語る会』(オンラインセミナー)の実施
会員限定 申込者数 82名 43社 事後アンケート結果 有意義度4.6点(5点満点中)
 - ii) 海外ショー分析・調査(コンシューマー・トレード)
 - ・PJメンバー(NEWメンバー含む)企業の海外事業所・代理店からの情報収集
これは、海外ショー分析シート基本フォーム英語版の活用がベースとなる。
 - ・アフターコロナでの現実的な海外ショー分析を進める(コロナ禍前との変化大と想定)
 - iii) 国内外関連機関との連携(経産省・JETRO・ASA・EFTTA等)
 - ・経産省、(株)国際協力銀行、JETROとの情報共有、連携強化
 - ・アフターコロナでのASA・EFTTAとの交流再強化検討
 - ASA Glenn会長からICASTへのインビテーションレター受領により交流再開
 - ASA ICAST 2023へPJメンバー3名訪問、情報収集実施
 - EFTTA 新組織(本部ベルギー)の組織・活動状況の情報収集実施
 - EFTTA EFFTEX2023(ブダペスト)へPJメンバー1名訪問、情報収集実施
 - JETRO デジタル貿易・新産業部とのEC・流通ビジネス情報交換、交流開始
 - 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
 - ・ 会員企業での海外ビジネス担当者の登録化と組織化での有用情報の適時適切な提供
 - ・ 日釣工HP内での海外ビジネス情報ページの作成 海外向け有用情報の共有機会の質的拡大
 - ・ 海外ビジネスでの機会拡大・リスク減少に向けた有用情報を提供（セミナー・HP内）
 - 日釣工HP内 海外ビジネス情報 専用サイトでの情報アップデート
 - （海外主要市場・ショー情報、JETRO情報、TTW誌記事情報）
 - 海外ビジネスリスク情報の共有（PL保険の継続案内）
 - 釣りフェスティバルの海外広報支援
 - 日釣工HPの英語版拡充検討（まずは会長挨拶による会の紹介）
 - 新たに購入した 2022 U.S. Fishing Market Size Estimates を専用サイトに公開
 - 『米国釣具市場を語る会』セミナー用 米国市場分析シートを専用サイトに公開
 - 継続して、JETRO情報、TTW誌情報、市場分析情報をメール配信実施
 - リニューアル日釣工HPでの会長挨拶の英文化支援

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・情報交換を促進する
 - ・ 特にコロナ禍で組織環境も変わったASA、EFTTAの関係再構築を図る
 - ASA フィッシングショー大阪来場のASA役員と面談 Glenn会長との親交要望
 - ASA Glenn会長からICASTへのインビテーションレター受領により交流再開
 - ASA ICAST 2023へPJメンバー3名訪問、情報収集実施
 - EFTTA 新組織（本部ベルギー）の組織・活動状況の情報収集実施
 - EFTTA EFFTEX2023(ブダペスト)へPJメンバー1名訪問、情報収集実施
- (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
 - 8月22日 会員限定『米国釣り具市場を語る会』（オンラインセミナー）の実施
 - 新たに購入した 2022 U.S. Fishing Market Size Estimates を専用サイトに公開
 - 『米国釣具市場を語る会』セミナー用 米国市場分析シートを専用サイトに公開
- (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
 - 1月9日(2024年)リニューアルホームページの完成 公開開始
 - 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
 - 8月22日 会員限定『米国釣り具市場を語る会』（オンラインセミナー）の実施
 - 継続して、JETRO情報、TTW誌情報、市場分析情報を海外情報登録者あて配信実施
- (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
 - 前期51社、今期50社の加入
 - ・ 海外PL事故対応商品の案内
 - 海外ビジネスでのPL訴訟リスクに関わる動画作成、案内(海外ビジネスサイトにて)
- (3) 各法制度改正への適合化
 - ① 消費税インボイス制度の実務的適合化
 - 2023年10月1日 開始の消費税インボイス制度の実務的適合化実施済み
 - ② 改正電子帳簿保存法への適合化
 - 2024年1月1日 施行の改正電子帳簿保存法へ向け事務処理規程整備予定
- (4) 会計管理のシステム化促進継続 各法制度改正への適合化
 - ① 記帳代行による会計根幹業務改善と内部業務簡素化推進
 - 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
 - ③ 正味財産増減計算書内訳表作成のプロセス完全自動化推進
 - ④ 公益目的支出計画の効率かつ有効的推進の継続的検討