

総研レポート

2014年度漁協アンケート調査結果

本報告書は、「2014年度漁協アンケート調査」の結果報告である。

農林中金総合研究所

はじめに

本レポートは、「2014年度漁協アンケート調査」の集計結果を分析したものです。農林中金総合研究所は、過去30年に渡り、漁協の信用事業の基礎資料として、主に信用事業を実施する漁協を対象にアンケート調査を定期的に行ってきました。

2014年度は、全国漁業協同組合連合会のご協力の下、会員の全漁協（広域合併漁協は支店・支所も）を対象に調査票を送付いたしました。調査内容は、地域社会での漁協の果たす役割や貢献活動の実態です。この結果、全国の600を超える組合から回答がありました。

本レポートの構成は、各章が調査票の問に対応しています。第1章は漁協の概況、第2章は地産地消の取組、第3章は組合員・地域住民等に対する活動、第4章は漁協職員の地域、組合への思いから成っています。今回は、アンケート結果だけでなく、具体的な事例もご紹介することを心掛けました。

アンケート調査では、回答をいただいた組合、プリテストに協力していただいた組合、帝京大学 加瀬和俊教授、全国漁業協同組合連合会 河村浩史氏、農林中央金庫 JF マリンバンク部、そして多くの水産関係者のご協力を賜りました。この場をかりて厚くお礼申し上げます。

平成27年6月

農林中金総合研究所

— 目次 —

調査の概要	1
1. 漁協の概況—問1	7
(1) 回答組合の構成	7
(2) 組合員、職員の状況	7
Box.1 水産業協同組合統計表との組合員数・職員数の比較	10
(3) 水揚高の状況	11
(4) 経営の状況	14
Box.2 水産業協同組合統計表との実施事業の比較	19
(5) 広域合併漁協に関する特別な対応	20
2. 漁協の地産地消の取組み—問2	22
(1) 直営レストラン・食堂、直売所の取組み状況	22
Box.3 漁協と農協による直売所・レストランの共同経営（鳥羽磯部漁協）	24
Box.4 漁業センサスとの比較「直売所」	25
(2) 定期市の取組み状況	26
Box.5 朝市部会で漁業の情報発信（長井町漁協）	28
(3) 常設の直売所と定期市の関係	29
(4) 定期市の来訪者	29
(5) 定期市の利益	30
3. 漁協の組合員・地域住民等への活動—問3	31
(1) 組合が取り組んだ活動	31
(2) 活動費、活動期間、活動の担い手について	32
(3) 活動の取組み状況について	36
Box.6 江戸時代から続く水神祭（船橋市漁協）	38
Box.7 漁業センサスとの比較「魚食普及活動」	42

Box. 8 学校給食に地元の魚を提供（平塚市漁協）	45
（4）活動の記録状況	46
（5）新規の地域住民活動計画	49
4. 漁協職員の地域、組合への思い—問3（5）、問4	53
（1）地域社会における組合の果たすべき役割・使命	53
（2）組合の魅力（自慢・誇りなど）	64
GT表（総合計）	79
集計結果	87

調査の概要

1 調査の目的

漁協の概況および地域社会における漁協の活動を明らかにすること

2 調査の内容

- (1) 漁協の概況
- (2) 地産地消の取組み
- (3) 組合員・地域住民等に対する漁協の活動
- (4) 漁協職員が考える組合の魅力

3 調査対象漁協

全国漁業協同組合連合会の会員である沿岸地区漁協に加え、一部の内水面漁協（北海道の網走湖・藻琴湖、茨城県の霞ヶ浦北浦海区、滋賀県の琵琶湖海区を管内とする漁協）を対象にしている。本年は、東日本大震災の被災県である福島県は含まれていない。なお、各地域での漁協の活動を把握するため、広域合併漁協の場合、本店・本所だけでなく、支店・支所も対象とした。そのため、調査対象数は、広域合併漁協でない漁協 932 組合、及び、広域合併漁協の 11 本店・本所、および広域合併漁協の 223 支店・支所で、合計 1166 組合（支店・支所）となる。

広域合併漁協とは、宮城県漁業協同組合、秋田県漁業協同組合、山形県漁業協同組合、石川県漁業協同組合、京都府漁業協同組合、鳥取県漁業協同組合、漁業協同組合 JF しまね、山口県漁業協同組合、佐賀玄海漁業協同組合、佐賀有明海漁業協同組合、大分県漁業協同組合の 11 組合である。

4 調査の実施方法

紙のアンケート調査票を、対象漁協に郵送で配布し、回収。

5 調査の時期

平成 26 年 8 月 18 日～9 月 30 日

6 回収率

回答組合（支店・支所）数は、広域合併漁協でない漁協 626 組合、広域合併漁協の 8 本店・本所、広域合併漁協の 140 支店・支所で、合計 774 となった。回収率は、調査対象全体（1166 組合（支店・支所））に対し、66.4%となった。

【利用上の留意点】

1 地域について

(1) 地域区分

北海道	—北海道
東北	—青森、岩手、宮城、秋田、山形
関東	—茨城、千葉、東京、神奈川
北陸	—新潟、富山、石川、福井
東海	—静岡、愛知、三重
近畿	—滋賀、京都、大阪、兵庫、和歌山
中国	—鳥取、島根、岡山、広島、山口
四国	—徳島、香川、愛媛、高知
北九州	—福岡、佐賀、長崎、熊本、大分
南九州	—宮崎、鹿児島、沖縄

2 広域合併漁協の支店・支所について

広域合併漁協には、本店・本所だけでなく、支店・支所も調査にご協力いただいた。集計において、以下のようにデータを扱った。

第1章「組合の概況」では、広域合併漁協でない組合とともに、広域合併漁協の本店・本所を対象に集計を行った（詳細は第1式）。また、問1(3)、(4)といった組合経営に関する事柄は、支店・支所には尋ねていない。そのため、これらをクロス集計の集計軸とする場合も同様である。

しかし、GT表、第2章、第3章、巻末の集計表では、広域合併漁協の本店・本所と支店・支所を同時に集計するとダブルカウントになる恐れがあることや地域の状況は支店・支所のほうが詳しいため、広域合併漁協の本店・本所を除き、支店・支所を含むベースで集計を行った（詳細は第2式）。

集計対象A = 広域合併漁協の本店・本所+広域合併漁協でない漁協・・・(第1式)

図Aの(b)と(d)

集計対象B = 広域合併漁協の支店・支所+広域合併漁協でない漁協・・・(第2式)

図Aの(c)と(d)

回収率は、集計対象Aで67.2%、集計対象Bで66.3%である。

回収率

集計対象A = (8組合+626組合) ÷ (11組合+932組合) × 100 = 67.2%

集計対象B = (140支店・支所+626組合) ÷ (223支店・支所+932組合) × 100 = 66.3%

図A 回答組合の内訳

広域合併漁協(a)	n=148
(b)広域合併漁協の本店・本所	n=8
(c)広域合併漁協の支店・支所	n=140
広域合併漁協でない漁協(d)	n=626
合計	N=774

3 用語について

- 魚食普及活動 料理教室、レシピ作成など、魚食の普及のための活動
- 交流・教育活動 遊漁・マリンスポーツを除く、出張授業、社会見学・修学旅行の受け入れ、自然体験・漁業体験など、交流や教育に関する活動
- 地域住民への声かけ・見守り
漁協本店・支店をこども 110 番の家として提供、高齢者の安否確認といった声かけ・見守り
- 地域住民の生活支援
移動車等による販売、高齢者への弁当宅配などの生活支援
- 寄付・募金・バザー
海難遺児募金などの募金や海産物を販売し、収益を寄付するなどの活動
- 福祉施設等への支援
障害者・高齢者施設等への訪問、海産物の提供などの支援活動

1. 漁協の概況—問1

(1) 回答組合の構成

本調査は、内水面漁協 18 組合を含む 634 組合から回答を得た。このうち、267 組合 (42.1%) で合併経験が「有」と回答した。なお、広域合併漁協 (全 11 組合) から 8 組合の回答があった。一方、365 組合 (57.6%) が合併経験は「無」と答えた。なお、無回答は 2 組合だった。第 1 章では、これらの 634 組合について分析を行う。

一方、第 2 章からは、広域合併漁協においては、本店・本所を除き、支店・支所を含めて、分析を行う (詳細は後述)。

(2) 組合員、職員の状況

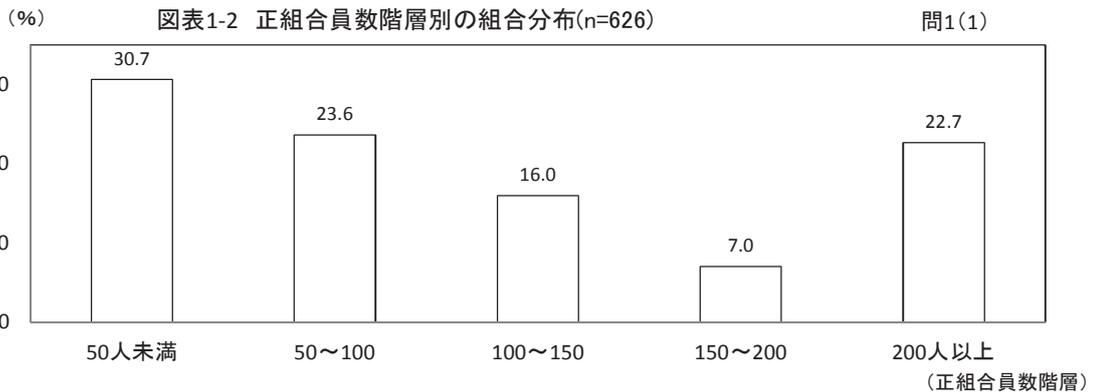
調査票に記入した組合について概況をみる。1 組合当たりの組合員数は平均 391.9 人、正組合員数は 183.0 人であり (図表 1-1)。正組合員比率は、平均で 60.4% である。

職員数は 15.0 人であり、職員一人当たりの正組合員数は 18.7 人である。

図表1-1 組合員・職員の状況

		問1(1)(2)				
		記入組合数	平均	標準偏差	最小値	最大値
組合員数	(人)	626	391.9	965.3	21	10376
うち正組合員数	(人)	626	183.0	389.4	19	4090
正組合員比率	(%)	624	60.4	26.5	4.2	100.0
職員数	(人)	621	15.0	29.8	1	392
職員一人当たりの正組合員数	(人)	617	18.7	14.9	1	127
支店・支所数	(支店・支所)	185	4.7	8.8	1	90
漁業種類別・地区別部会数(女性部・青壮年部を除く)	(部会)	243	7.3	11.8	1	152

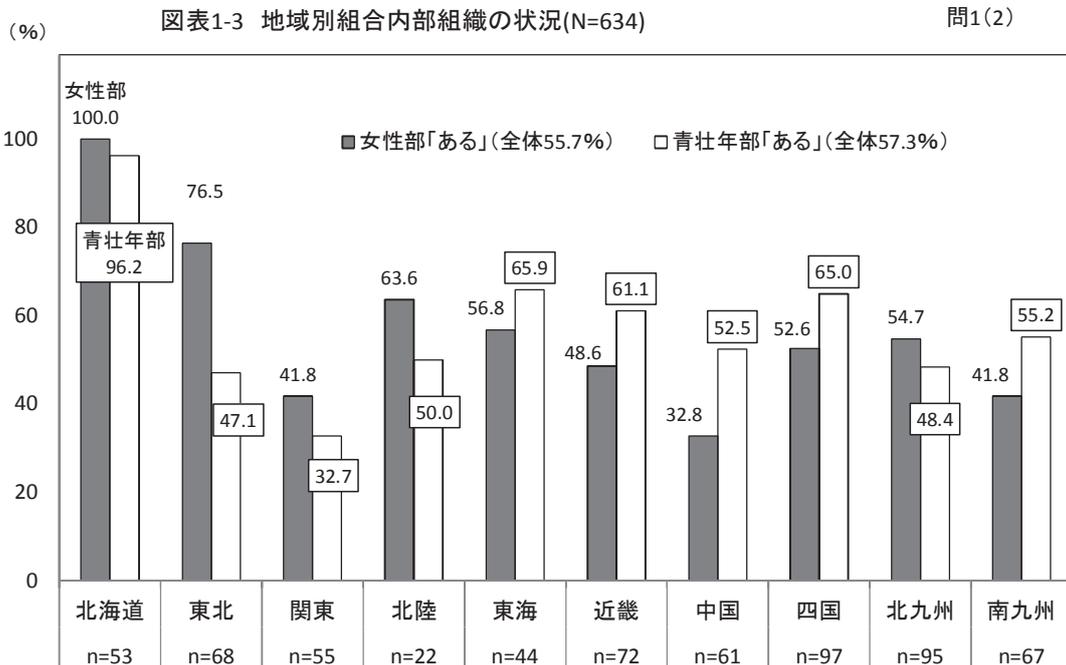
各組合の姿をより明らかにするために、正組合員数別の組合の分布をみると、「100 人未満」の層は 5 割を占め (図表 1-2)、うち「50 人未満」の組合は 30.7% を占める。一方、「200 人以上」の組合は 22.7% である。



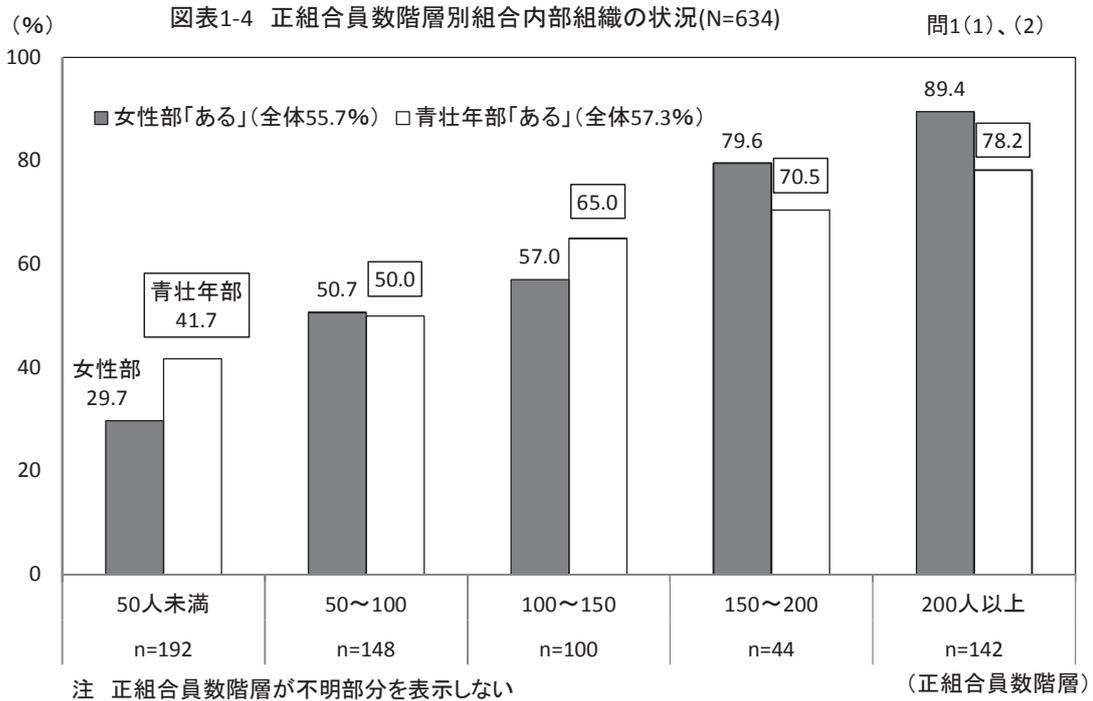
支店・支所数は、1組合あたり平均で4.7支店・支所である。ただし、支店・支所数の記入があった組合は185組合と全体の3割である(図表1-1)。

組合内部の組織について、女性部がある組合は55.7%、青壮年部がある組合は57.3%である。女性部と青壮年部がともに「ある」組合は41.5%であるのに対し、両方とも「ない」組合は27.1%である。

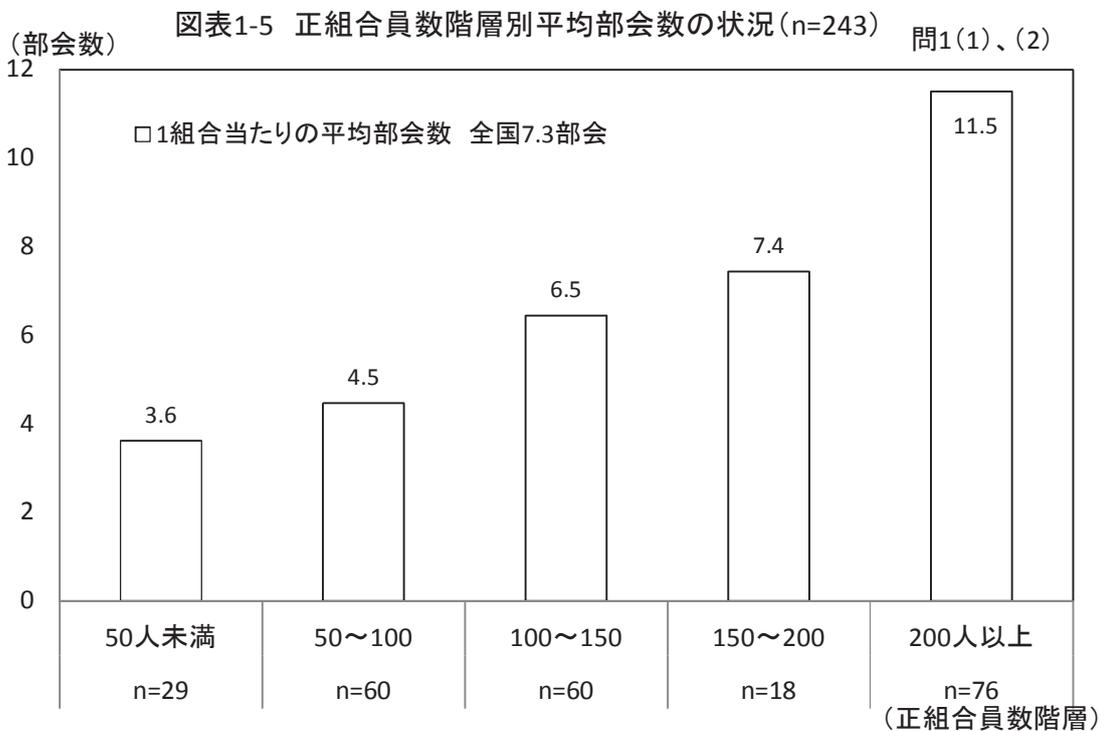
地域別には、北海道、東北で女性部が「ある」と回答した組合の割合が高い(図表1-3)。青壮年部は北海道の96.2%に続き、東海、四国、近畿の順に回答割合が高い。



正組合員数階層別には、正組合員数の多い漁協ほど、内部組織が「ある」という回答割合が高まる傾向にある(図表1-4)。



女性部・青壮年部を除く漁業種類別・地区別部会などの部会数は、部会のある組合において、1組合当たり平均で7.3部会である(図表1-1)。正組合員数の多い漁協ほど、1組合当たりの平均部会数が多い傾向がある(図表1-5)。



Box1 水産業協同組合統計表との組合員数・職員数の比較

水産庁「水産業協同組合統計表」（以下、水産統計）の「沿海地区出資漁協」（2012年度末）は977組合であった（うち、調査組合は969組合）。本調査（2014年度）に協力していただいた漁協は634組合である。以下では、本調査と水産統計のデータを比較した。

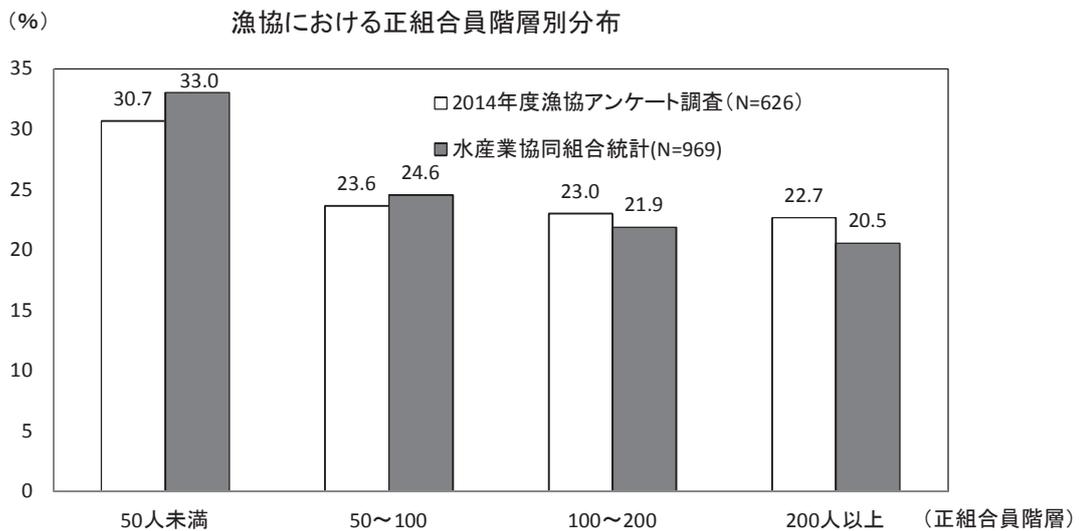
まず、1組合平均の組合員数、正組合員数、職員数を比較すると、いずれも本調査のものが大きい。

漁協の組合員数・職員数(1組合平均)

	2014年度漁協アンケート調査		水産業協同組合統計	
	記入組合	人	調査組合	人
組合員数	626	391.9	969	347.7
うち正組合員数	626	183.0	969	175.4
職員数	621	15.0	929	13.1

資料 水産庁「水産業協同組合統計表」(2012年度)

比較可能な正組合員の分布で見ると、本調査は水産統計に比べ、「100人未満」の層の割合が低く、「100人以上」の層の割合が高い。



資料 水産庁「水産業協同組合統計表」(2012年度)

(3) 水揚高の状況

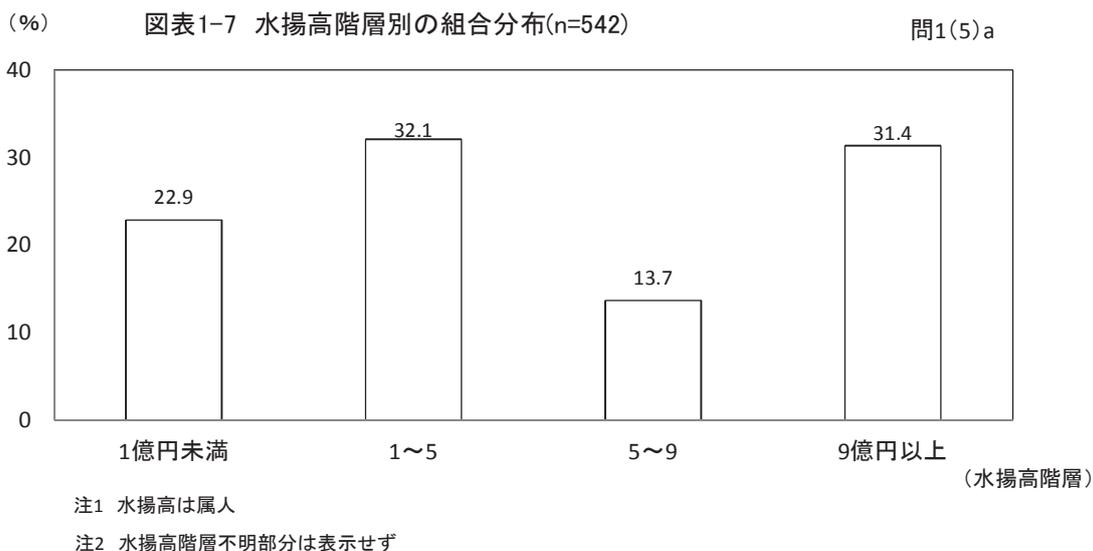
調査票に記入した組合において、1組合当たりの水揚高（属人）は、平均で1238.8百万円である（図表1-6）。

図表1-6 水揚高の状況

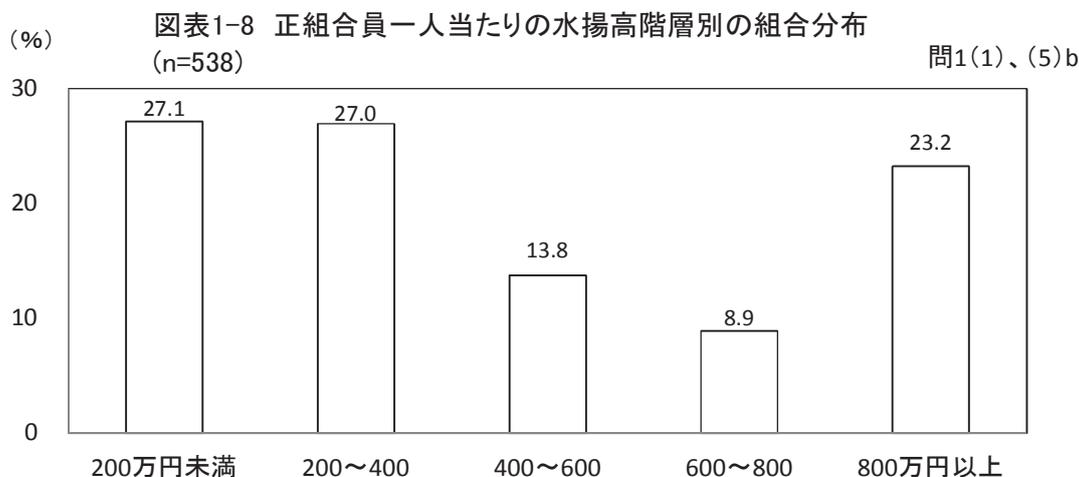
問1(1)、(5)a

	記入組合数	平均	標準偏差	最小値	最大値
水揚高(属人) (百万円)	542	1238.8	2613.0	0	37360
正組合員一人当たりの水揚高(百万円)	538	6.8	10.5	0	89

水揚高階層別では、半数の組合で水揚高は5億円未満である（図表1-7 「1億円未満」が22.9%、「1億円以上5億円未満」が32.1%）。なお、水揚高（属人）とは、魚を捕った人の所属する組合が水揚高を計上する方法である（以下、水揚高）。本調査では、全体（634組合）の中で水揚高を記入した組合は542組合である。



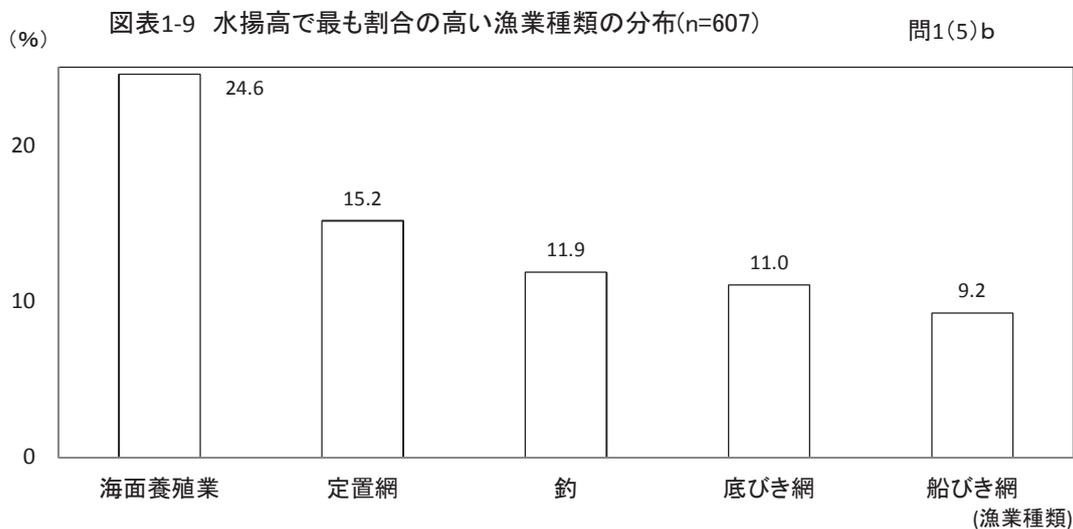
水揚高を正組合員数で割って正組合員一人当たりの水揚高を算出したところ、1組合当たり平均で684万円となる。しかし、正組合員一人当たりの水揚高の分布では、半数近くの組合が「400万円未満」である（図表1-8 「200万円未満」が27.1%、「200万円以上400万円未満」が27.0%）。その一方、2割の組合が「800万円以上」と回答した。



注1 水揚高は属人

(正組合員一人当たりの水揚高階層)

調査票に記入した組合において、水揚高のうち、最も割合が高い漁業種類を尋ねたところ、「海面養殖業」と回答した組合が2割ほどである(図表1-9)。「定置網」(15.2%)、「釣」(11.9%)、「底引き網」(11.0%)という回答も1割を超えている。



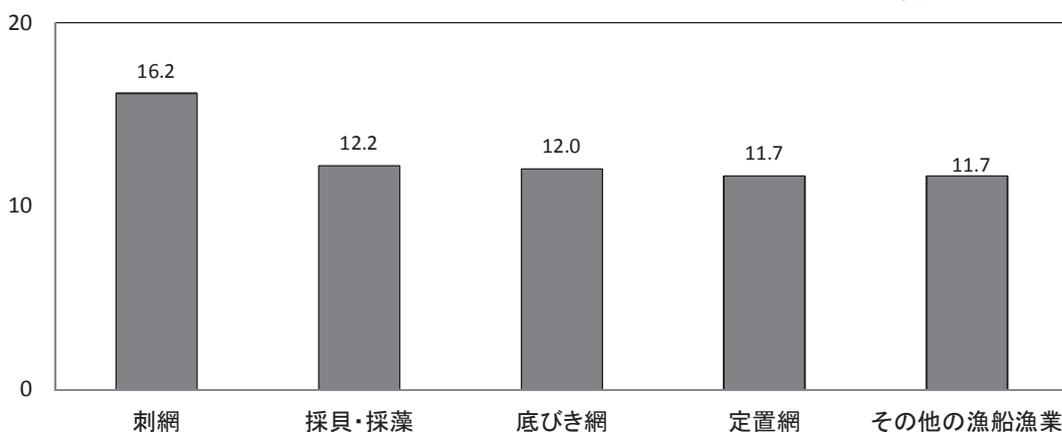
注1 上位5漁業種類を表示

注2 水揚高は属人

水揚高で2番目に割合が高い漁業種類についても質問したところ、「刺網」(16.2%)、「採貝・採藻」(12.2%)、「底引き網」(12.0%)、「定置網」(11.7%)、「その他の漁船漁業」(11.7%)が多く回答されている(図表1-10)。「定置網」と「底引き網」は、最も割合が高い漁業種類とともに、2番目に割合が高い漁業種類としても上位5種に入っている。

(%) 図表1-10 水揚高で2番目に割合の高い漁業種類の分布(n=557)

問1(5)b



注1 上位5漁業種類を表示

注2 水揚高は属人

(漁業種類)

地域別に水揚高が最も高い漁業種類をみると、東北と北陸で「定置網」、四国、北九州、南九州で「海面養殖業」の回答割合が高い（図表 1-11）。

図表1-11 地域別の水揚高が最も高い漁業種類

問1(5)b

地域	記入組合数	水揚高が最も高い漁業種類
北海道	53	定置網・海面養殖業(22.6%)、その他の漁船漁業(18.9%)、採貝・採藻(15.1%)
東北	68	定置網(33.8%)、釣・海面養殖業(20.6%)、採貝・採藻(14.7%)
関東	50	定置網(24.0%)、釣(16.0%)、刺網(12.0%)
北陸	22	定置網(50.0%)、底びき網・刺網(18.2%)
東海	44	海面養殖業(25.0%)、船びき網(22.7%)、底びき網(15.9%)、定置網(11.4%)
近畿	69	底びき網・海面養殖業(20.3%)、船びき網(14.5%)、定置網(13.0%)、刺網(11.6%)
中国	50	海面養殖業(26.0%)、採貝・採藻(20.0%)、底びき網(16.0%)
四国	91	海面養殖業(33.0%)、底びき網(18.7%)、船びき網(14.3%)
北九州	93	海面養殖業(32.3%)、釣(22.6%)
南九州	67	海面養殖業(32.8%)、釣(14.9%)、船びき網(13.4%)

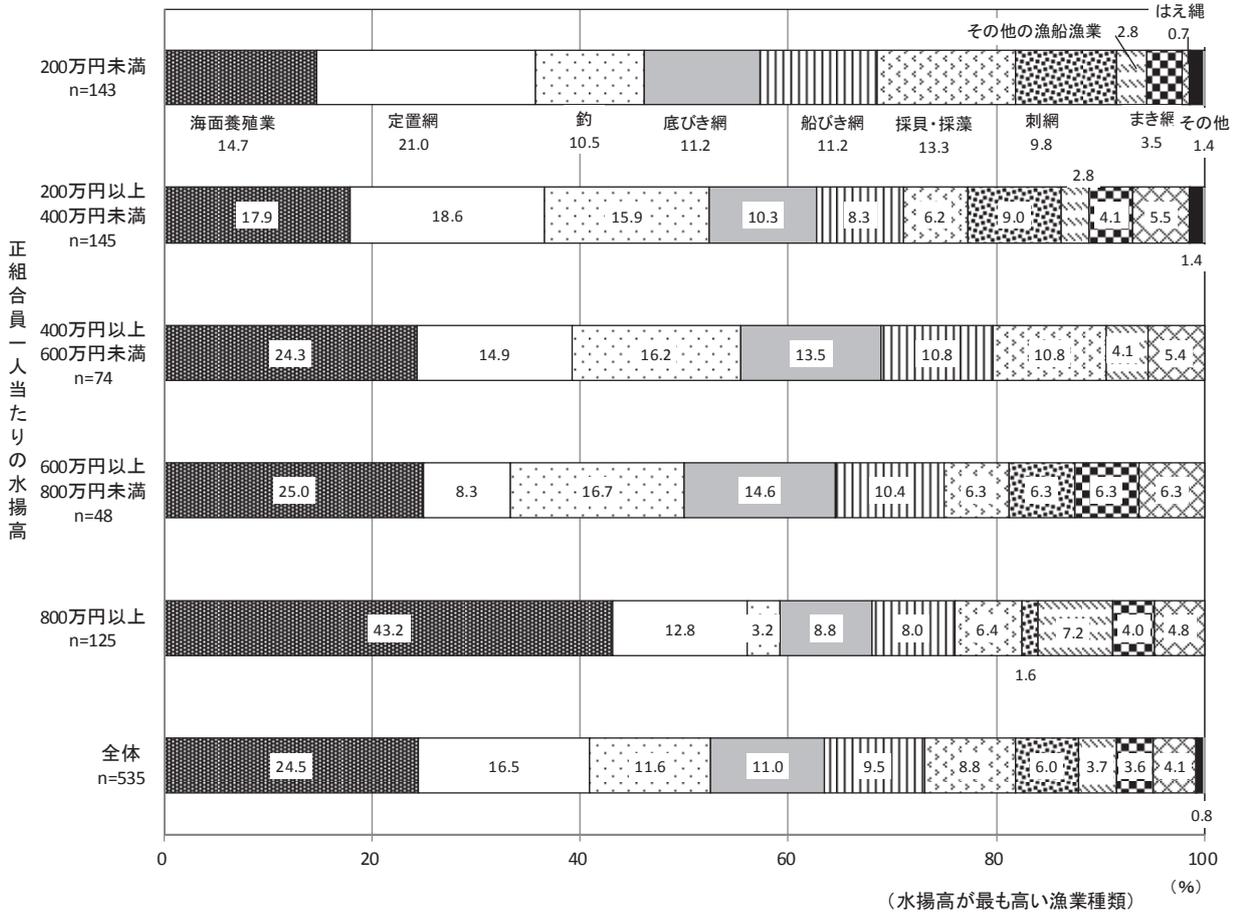
注1 水揚高は属人

注2 回答割合が10%以上の漁業種類を表示

正組合員一人当たりの水揚高階層別でも、「海面養殖業」と「定置網」の回答割合が高い（図表 1-12）。「定置網」は正組合員一人当たりの水揚高が「400万円未満」の層で2割前後を占める。一方、「海面養殖業」は正組合員一人当たりの水揚高が多いほど回答割合が高まる傾向がある。「釣」、「底びき網」は800万円未満の層で1割を占める。

図表1-12 正組合員一人当たりの水揚高階層別漁業種類の構成比

問1(1)、(5) ab

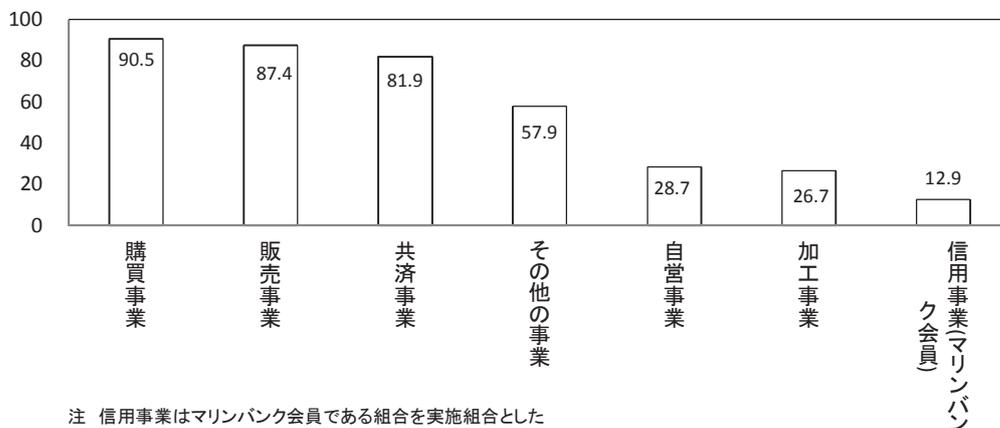


(4) 経営の状況

組合の事業で多いものは、「購買事業」、「販売事業」、「共済事業」であり、いずれも「ある」と回答した組合が8割を超える（図表1-13）。3割近くの組合が「自営事業」、「加工事業」を「ある」と回答している。信用事業を行う組合（マリンバンク会員の組合を集計、マリンバンク会員は貯金業務を行っている）は、全体の12.9%である。

図表1-13 事業の実施状況 (N=634)

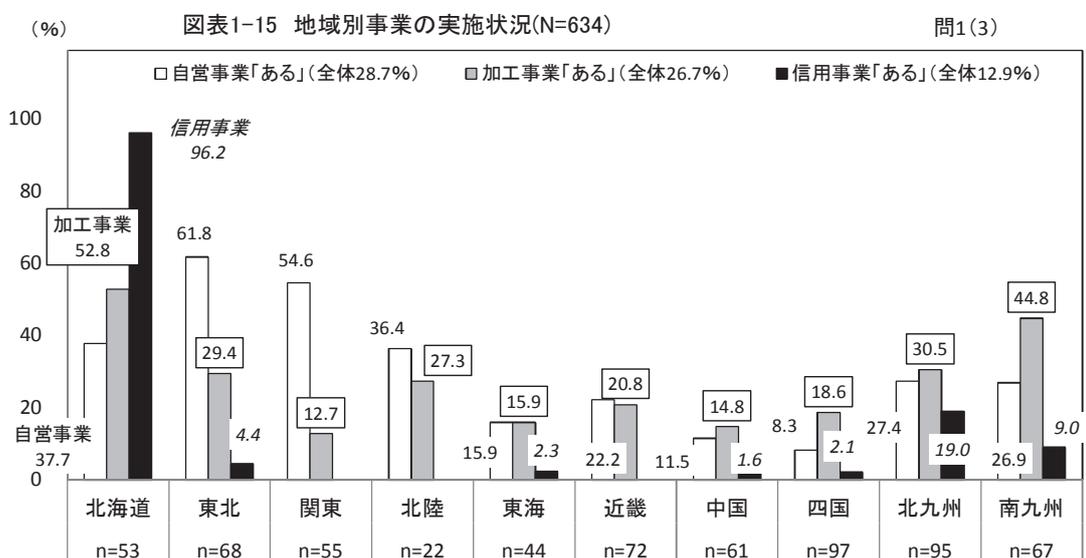
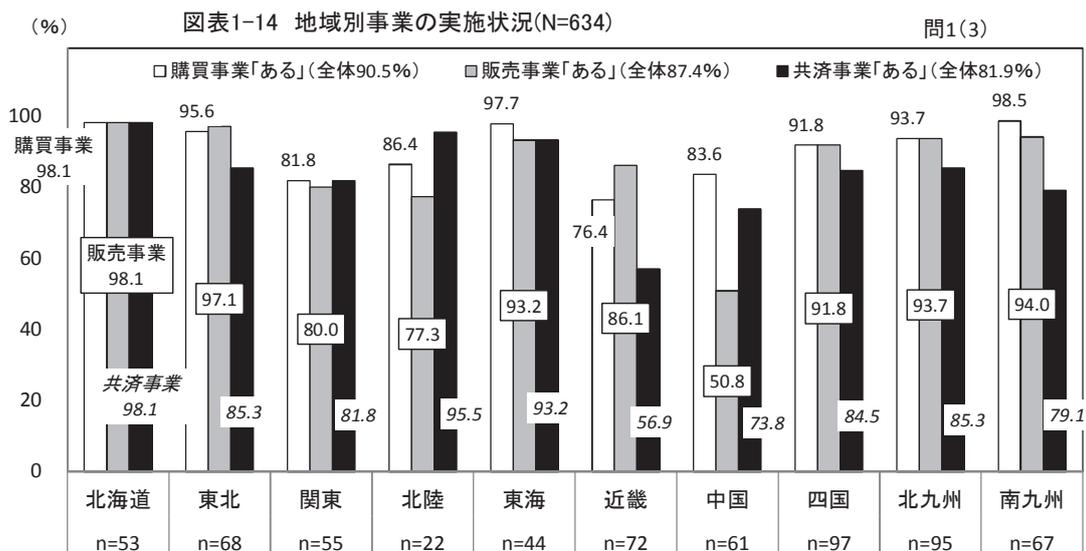
問1(3)



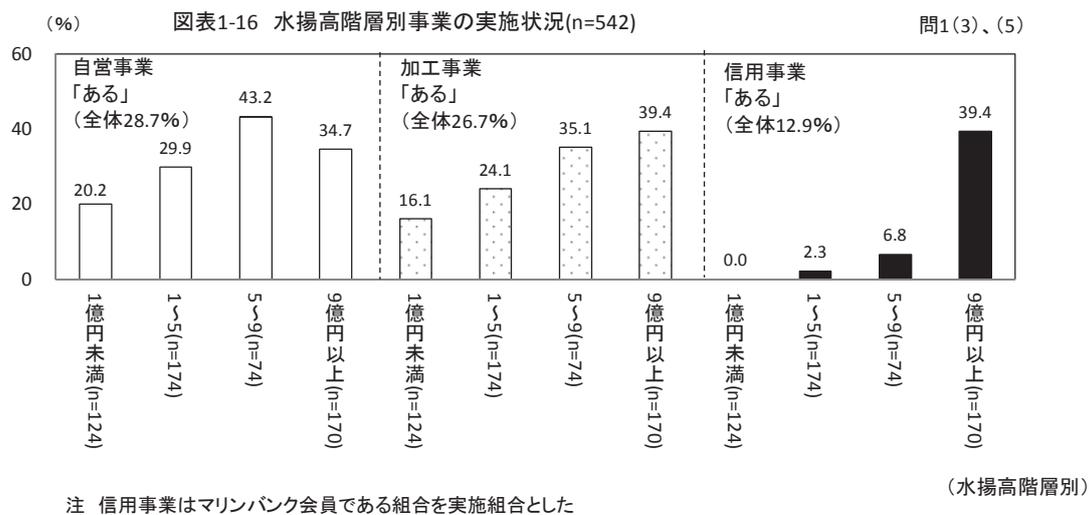
注 信用事業はマリンバンク会員である組合を実施組合とした

地域別では、北海道、東海で「購買事業」、「販売事業」、「共済事業」の3事業の実施割合がすべて9割を超えている（図表1-14）。「購買事業」は全地域で7割超である。「販売事業」は中国（50.8%）を除いた全地域で、「共済事業」は近畿（56.9%）を除いた全地域で7割超である。

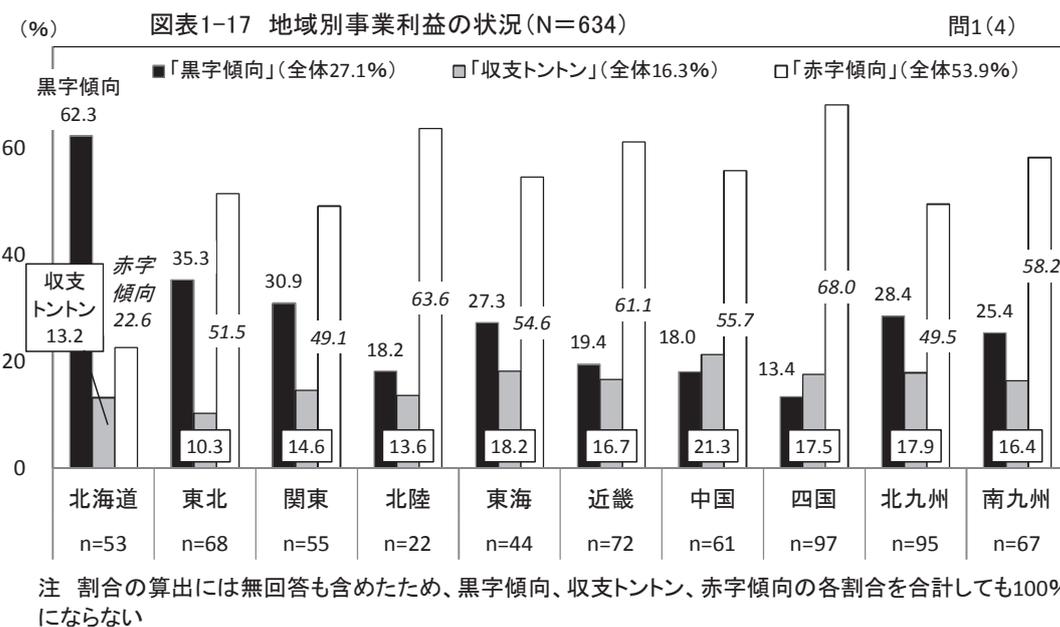
「自営事業」は、東北、関東で5割、「加工事業」は北海道、南九州で4割を超えている。「信用事業」は北海道（96.2%）が突出している（図表1-15）。



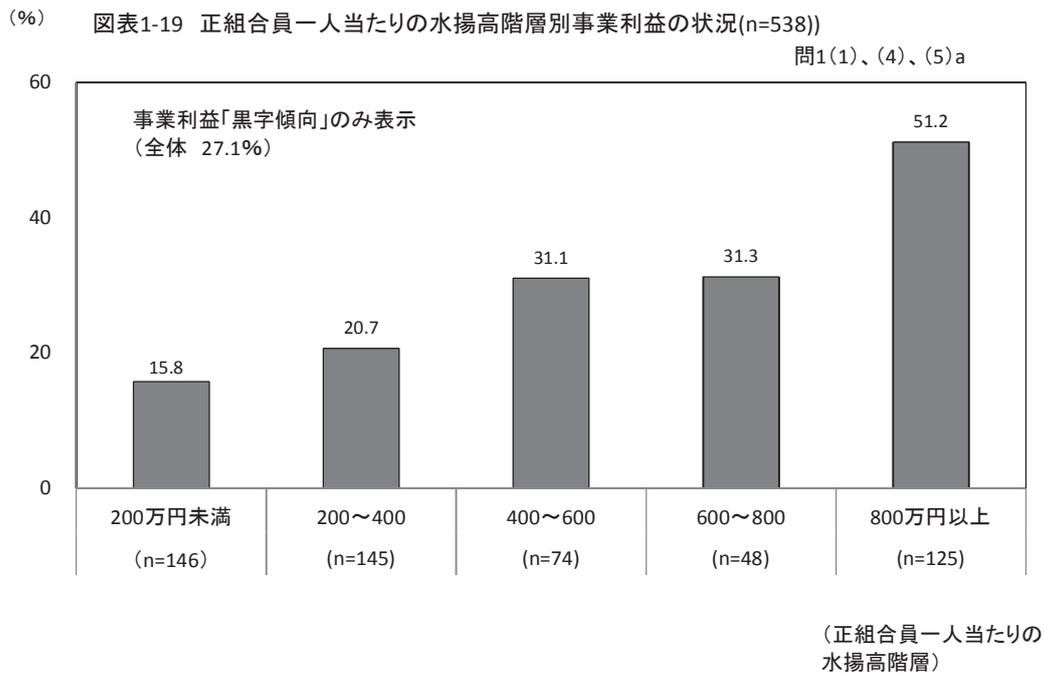
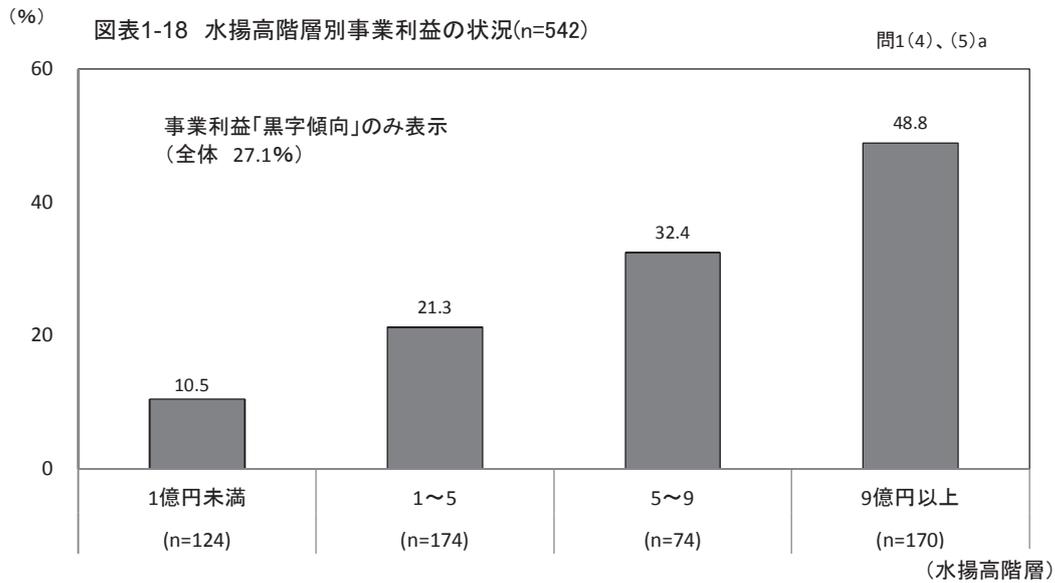
水揚高階層別にみると、「加工事業」と「信用事業」は水揚高の大きい組合ほど実施割合が高くなる傾向がみられる（図表1-16）。



過去3年間の事業利益の推移は、「黒字傾向」の組合が全体の27.1%、「収支トントン」の組合が同16.3%であるのに対し、半数の組合は「赤字傾向」である。地域別には、北海道で6割の組合が「黒字傾向」の一方、四国、北陸、近畿で6割超の組合が「赤字傾向」である(図表1-17)。



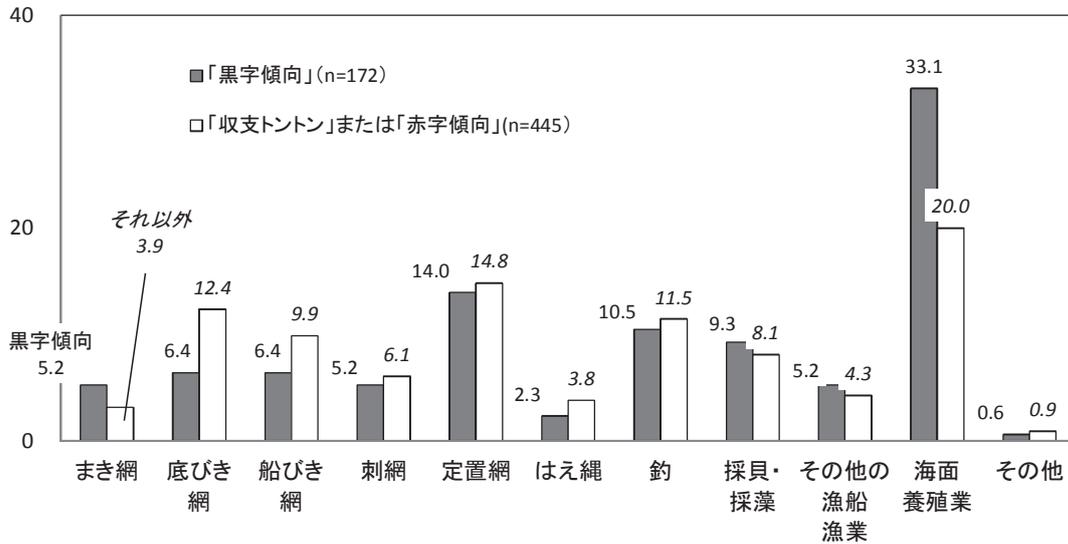
水揚高階層別には、水揚高が大きい組合ほど、「黒字傾向」の割合が高い。正組員一人当たりの水揚高についても同様の関係がある(図表1-18、図表1-19)。



水揚高が最も高い漁業種類について、事業利益が「黒字傾向」の組合と「それ以外の組合」（「収支トントン」か「赤字傾向」の組合）を比較すると、「海面養殖業」において「黒字傾向」の組合の回答割合が「それ以外の組合」の回答割合を13.1%ポイント上回っている（図表1-20）。

(%) 図表1-20 水揚げが最も高い漁業種類と事業利益

問1(5)ab

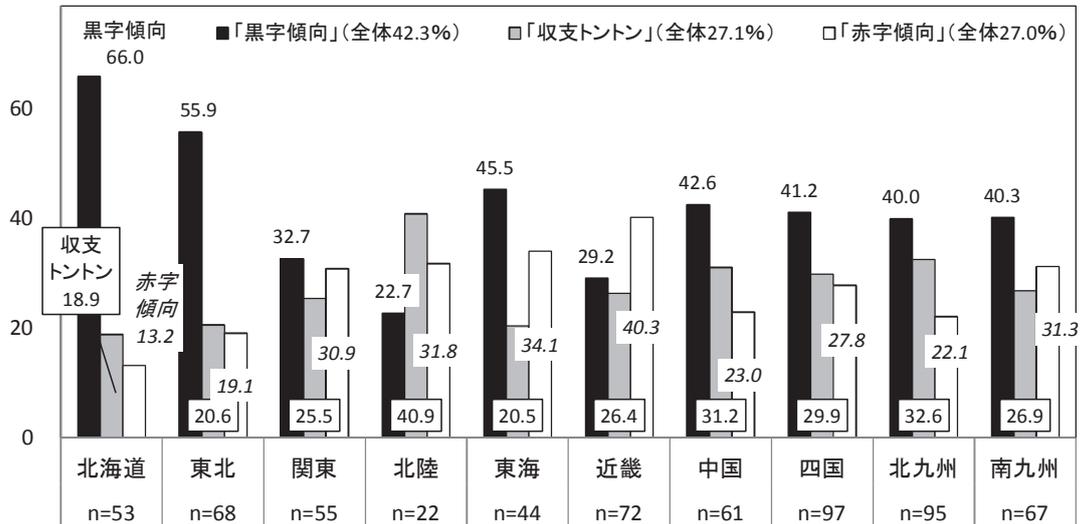


注 それ以外とは、事業利益が「収支トントン」か「赤字傾向」の組合である

事業利益に事業外収益を加え事業外費用を除いた経常利益の過去3年間の推移は42.3%の組合が「黒字傾向」と回答している。事業利益(27.1%)に比べ、経常利益は「黒字傾向」の回答割合が高い。「赤字傾向」の組合は27.0%である。地域別には、近畿で4割、関東、北陸、東海、南九州で3割を超える組合が「赤字傾向」と回答している(図表1-21)。

(%) 図表1-21 地域別経常利益の状況(N=634)

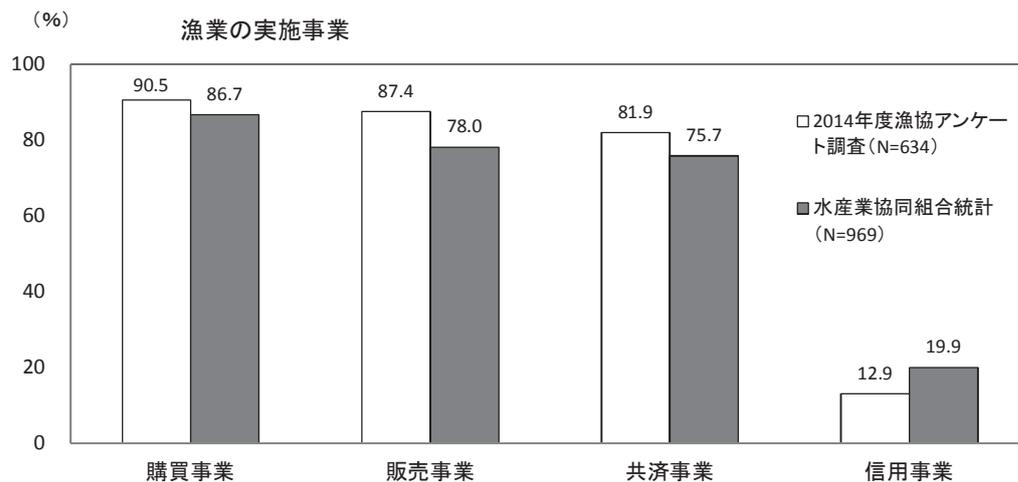
問1(4)



注 割合の算出には無回答も含めたため、黒字傾向、収支トントン、赤字傾向の各割合を合計しても100%にならない

Box2 水産業協同組合統計表との実施事業の比較

組合の実施事業について、本調査と水産統計（2012 年度末）を比較した。「購買事業」、「販売事業」、「共済事業」は本調査の数値が水産統計の数値を上回っている。これは、調査した時期が違うことに加え、本調査が水産統計に比べ、正組合員数といった面で小規模の組合のデータが含まれていないためとみられる。



注 信用事業はマリンバンク会員である組合を実施組合とした

一方、信用事業については、本調査が 12.9%であるのに対し、水産統計では 19.9%となった。これは、水産統計が信用事業について貯金業務・貸出業務・内国為替・両替・債務保証を行っているかどうかを尋ねているのに対し、本調査ではマリンバンク会員（貯金業務を行っている組合）を信用事業実施組合としたことによる。水産統計においては、信漁連の代理店等が含まれるからとみられる。

なお、水産統計によると、「2012 事業年度の事業利益」が黒字の組合は 27.5%、損失組合は 72.5%だった。一方、本調査では事業利益のトレンドである「過去 3 年間の事業利益」を尋ねているため、比較はできないものの、「黒字傾向」の組合が全体の 27.1%、「収支トントン」の組合が同 16.3%、「赤字傾向」の組合が 53.9%となり、ともに事業利益の黒字達成が難しい状況にあることが示された。

(5) 広域合併漁協に関する特別な対応

第2章からは、地域社会での漁協の果たす役割や住民等への活動に関する質問への回答を分析する。そのため、広域合併漁協については、本店・本所を含まず、支店・支所を含むベース（以下、支店・支所を含むベースという）で地域での漁協の状況を明らかにする。

具体的には、調査対象は766の組合及び支店・支所である。この内訳は内水面漁協が18組合、広域合併漁協の支店・支所が140支店・支所、広域合併漁協でない漁協が608組合である。広域合併漁協の支店・支所は、合併前の旧漁協本所である場合が多い。以下では、基本的な属性について、組合のみの集計との比較を行う。

まず、平均値では、支店・支所を含むベースにおいて組合全体ベースより値が低くなっている（図表1-22）。ただ、職員一人当たりの正組合員数は比較的近い値となっている。

図表1-22 回答組合等の属性比較-1組合等当たり平均

	組合全体		広域合併漁協の 本店・本所を除 き、支店・支所を 含むベース	
	記入組合	1組合当 たり平均	記入組 合等	1組合等 たり平均
全体 (組合等)	634		766	
組合員数 (人)	626	391.9	753	320.1
うち正組合員数 (人)	626	183.0	753	150.5
職員数 (人)	621	15.0	748	11.9
職員一人当たりの正組合員数 (人)	617	18.7	742	18.6
支店・支所数 (支店・支所)	185	4.7	249	3.5
部会数(女性部・青壮年部は除く) (部会)	243	7.3	301	6.3
水揚高(属人) (百万円)	542	1238.8	659	1014.1
正組合員一人当たりの水揚高 (百万円)	538	6.8	653	6.4

次に、各項目における組合の構成比（分布）では、支店・支所を含むベースで合併経験が「有」と回答した組合の割合が52.1%と組合全体ベースの42.1%を10%ポイント上回っている（図表1-23）。女性部や青壮年部が「ある」の割合はほぼ等しい。

正組合員数階層別、水揚高階層別、正組合員一人当たりの水揚高階層別では、規模

が小さい層で支店・支所のベースでの割合が高く、広域合併漁協の支店・支所を含んだ影響がみられた。

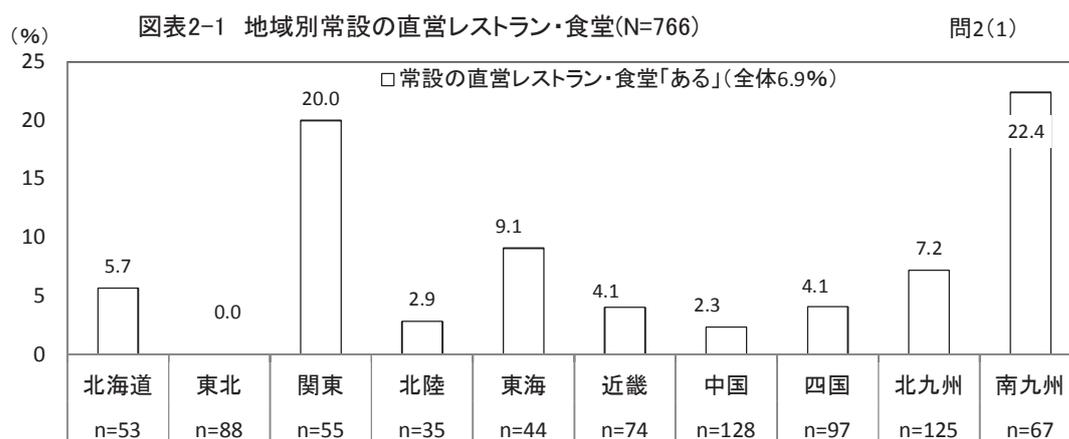
図表1-23 回答組合等の属性比較-構成比

		組合全体		広域合併漁協の本店・本所を除き、支店・支所を含むベース	
		記入組合数	割合(%)	記入組合等	割合(%)
全体		634		766	
合併経験	有	267	42.1	399	52.1
	無	365	57.6	365	47.7
女性部	ある	353	55.7	429	56.0
	ない	274	43.2	326	42.6
青壮年部	ある	363	57.3	438	57.2
	ない	248	39.1	302	39.4
正組合数別階層別	50人未満	192	30.7	239	31.2
	50人以上99人	148	23.6	186	24.3
	100人以上149人	100	16.0	111	14.5
	150人以上199人	44	7.0	60	7.8
	200人以上	142	22.7	157	20.5
水揚高階層別	1億円未満	124	19.6	161	21.0
	1億円以上5億円未満	174	27.4	222	29.0
	5億円以上9億円未満	74	11.7	86	11.2
	9億円以上	170	26.8	190	24.8
正の水揚高一階人層当たり	200万円未満	146	23.0	180	23.5
	200万円以上400万円未満	145	22.9	180	23.5
	400万円以上600万円未満	74	11.7	93	12.1
	600万円以上800万円未満	48	7.6	54	7.0
	800万円以上	125	19.7	146	19.1

2. 漁協の地産地消の取組み—問2

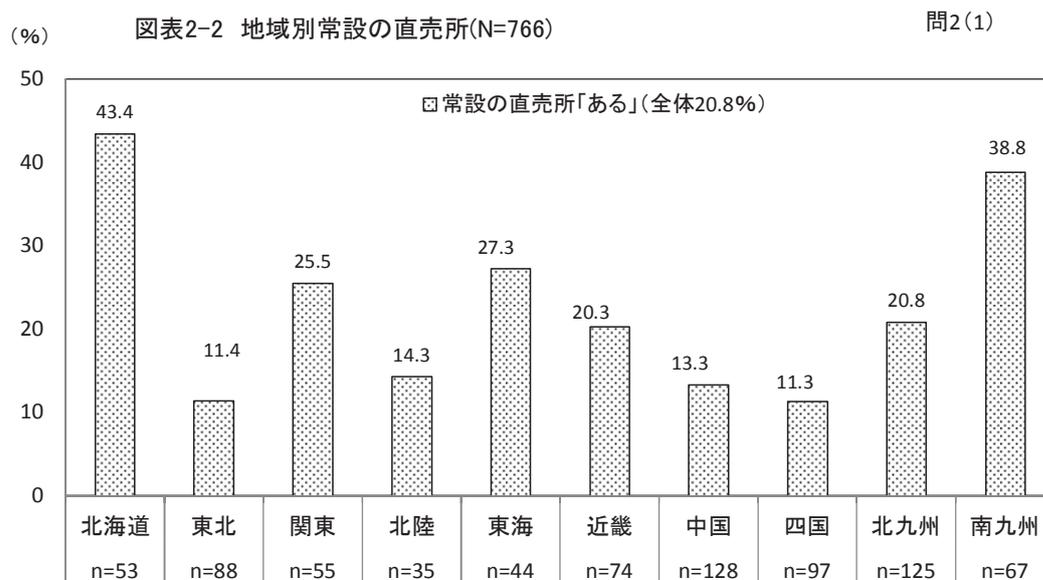
(1) 直営レストラン・食堂、直売所の取組み状況

地産地消の取組みとして、組合が運営している常設の直営レストラン・食堂があるか尋ねたところ、「ある」と回答した組合（以下では広域合併漁協の本店・本所を除き、支店・支所を含む）は6.9%である。地域別には、南九州、関東で2割と、他地域より高い（図表2-1）。



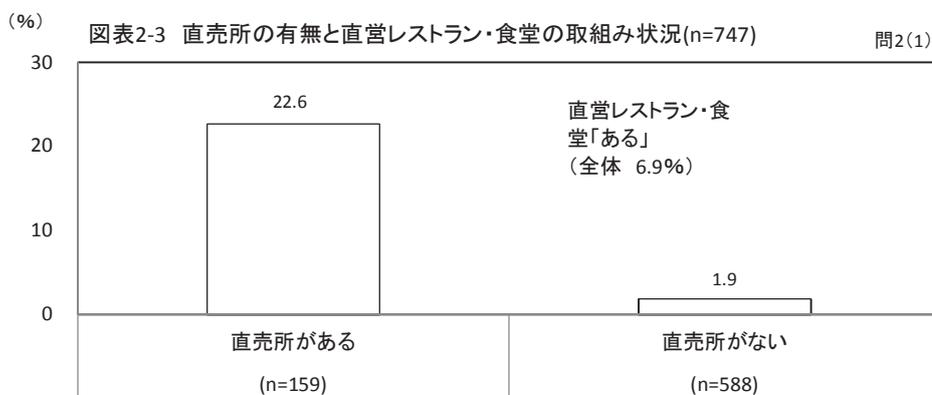
注 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

また、組合が運営している常設の直売所があるかという質問については、2割の組合が「ある」と回答している。地域別には、北海道が43.4%と最も割合が高く、南九州の38.8%が続く（図表2-2）。



注 図表2-1と同じ

直売所の有無と直営レストランの関係を見ると、直売所を運営している組合は運営していない組合に比べ、レストラン・食堂を運営している割合が高い。(図表 2-3)。

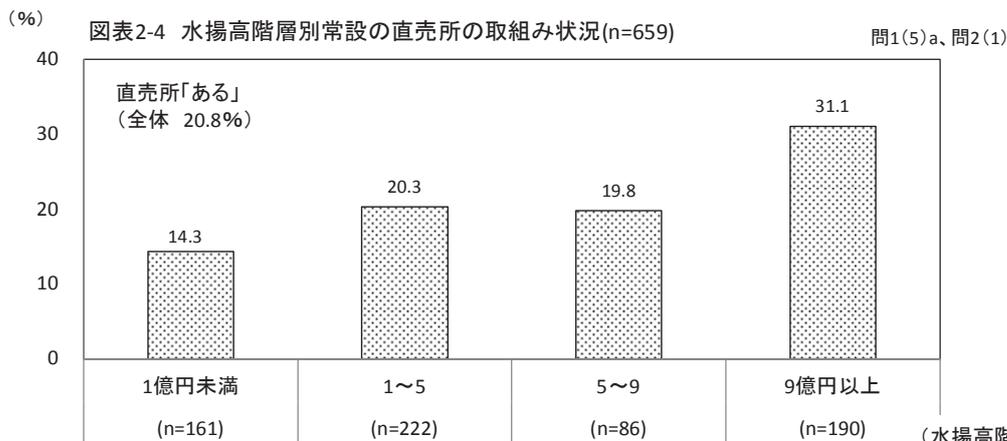


注1 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

注2 カイ2乗検定により有意水準5%で有意

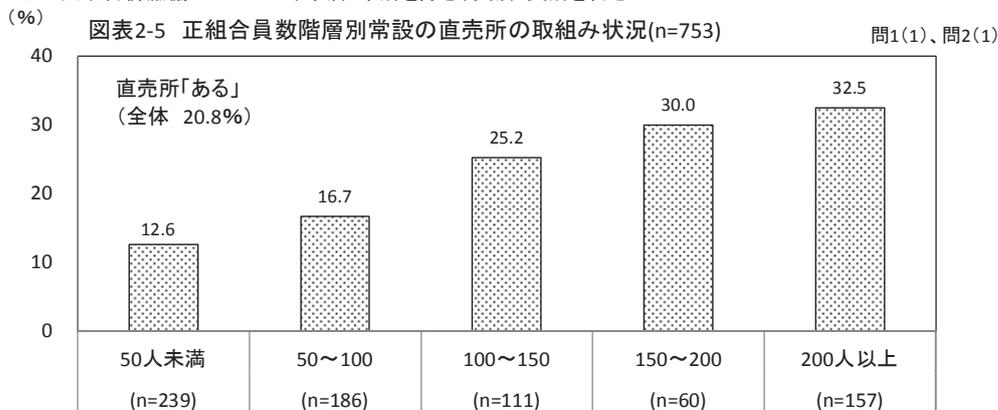
(水揚高階層)

一方、直売所は水揚高が9億円以上の層で「ある」との回答が3割を超える(図表 2-4)。また、正組員数で規模が大きい組合ほど直売所が「ある」という回答割合が高まる(図表 2-5)。なお、直売所については、「組合で運営していなくても、「農協の直売所に水産物を出荷している」という情報も寄せられた。



注 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

(水揚高階層)



注 図表2-4と同じ

(正組員数階層)

Box3 漁協と農協による直売所・レストランの共同経営(三重県 鳥羽磯部漁協)

鳥羽磯部漁協と鳥羽志摩農協が共同で運営する農水産物直売所「鳥羽マルシェ」が2014年10月14日に鳥羽駅近くの佐田浜に開店した。直売コーナー、飲食コーナー(地産地消ビッフェレストランとテイクアウト)、情報発信コーナーとバックヤードを備え、生産者の喜びや誇りを消費者に「お福分け」する場として動き出している。

両組合が打ち出した鳥羽マルシェ(以下、マルシェ)のコンセプトは、①鳥羽産②伝統③健康である。

①の鳥羽の農水産物の提供のために、両組合は出荷要領と集荷システムを構築した。出荷要領では、納品できる出荷登録者の要件として管内の第一次産業従事者であること、保健所の許可を受けていることなどを定め、審査している。現在、出荷登録者は、120人ほどである。

また、出荷登録者が直接マルシェに生産物を届けることも可能であるが、産地が離島・中山間地帯、生産者が高齢といった問題から、水産物は漁協の直販事業課が産地市場を経由したものを納品、農産物はマルシェのスタッフが集荷するシステムを整えた。

②の伝統とは、郷土料理や鳥羽の慣習・食文化を資源として生かそうとする試みであり、③の健康は旬の食材が持つ機能を消費者に伝えることを目指している。いずれも、従来の流通網では消費者までなかなか伝わらなかった情報を生産物の付加価値として創造するものである。これを支えるのが両組合の女性部のレシピであり、マルシェ参与の三重大学医学部の西村教授やレストランのレシピ監修の岩田管理栄養士の専門知識である。

鳥羽マルシェではウェブサイト(<http://tobamarche.jp/>)も開設し、利用者に生産者の思いや食文化などを積極的に発信している。



ポップなどで随所に鳥羽志摩産をアピール プロの料理人も仕入れに利用

Box4 漁業センサスとの比較「直売所」

農林水産省「漁業センサス」(5年ごとに調査、最新は2013年)に含まれる海面漁業地域調査は、2008年と2013年に直売所を運営する漁協数を調べている。そこで、漁業センサスにより、直売所(漁業センサスの定義では、地元産の生鮮魚介類や水産加工品等を定期的に消費者と直接対面で販売するための施設。屋根付きの固定された店舗で常設のものが対象。)を運営する漁協数の推移をみるとともに、本調査のデータ(比較のため、内水面漁協を除いた沿岸地区漁協分)とも比較をしてみた。

まず、直売所を運営する組合は2008年の218組合から2013年には247組合に増加した。直売所を運営する組合が全体に占める割合(以下、直売所運営割合)は20.9%から26.4%に上昇した。ただし、直売所数そのものではないことに注意が必要である。本調査では、直売所運営割合は23.9%と2013年漁業センサスより低い値である。

漁協の直売所の運営状況(内水面漁協を除く)

	2008年漁業センサス	2013年漁業センサス	2014年度漁協アンケート調査
全体 ① (組合)	1041	934	616
直売所を運営する組合 ② (組合)	218	247	147
直売所運営割合 ③=②÷①×100 (%)	20.9	26.4	23.9

資料 農林水産省「漁業センサス」(2008年、2013年)

漁業センサスにより地域別に直売所を運営する組合数をみると、2008年からの5年間において、近畿など6地域で増加している。2013年漁業センサスの直売所割合は、北海道、南九州が高く、本調査でも同様の傾向がある。

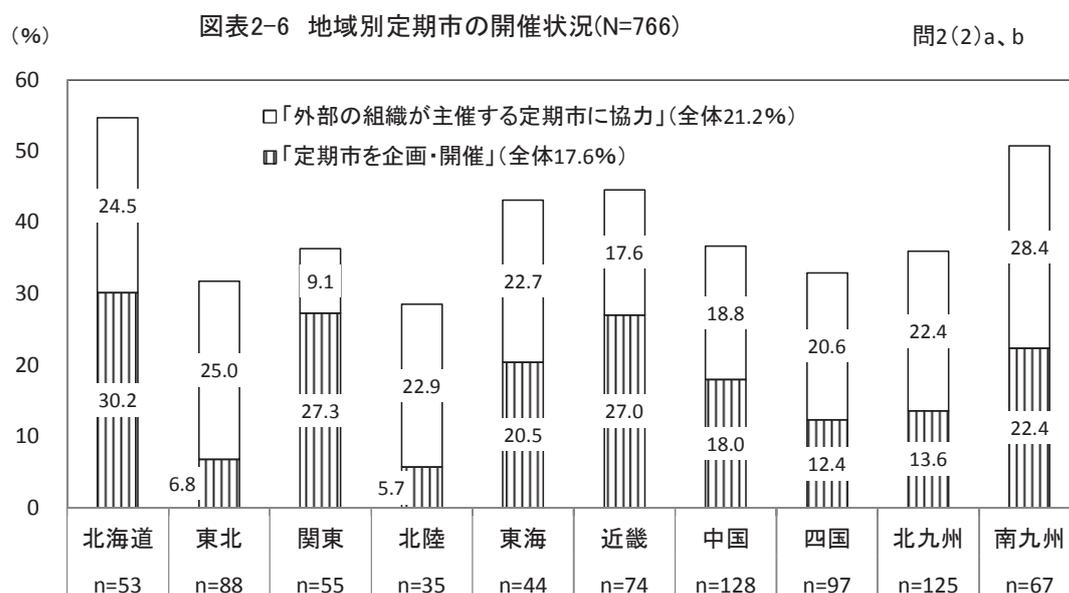
地域別直売所の運営状況(内水面漁協を除く)

	直売所を運営する組合数(組合)			直売所運営割合(%)		
	2008年漁業センサス N=1041	2013年漁業センサス N=934	2014年度漁協アンケート調査 N=616	2008年漁業センサス N=1041	2013年漁業センサス N=934	2014年度漁協アンケート調査 N=616
全体	218	247	147	20.9	26.4	23.9
北海道	29	37	23	40.3	52.9	44.2
東北	12	11	9	13.0	12.8	13.2
関東	31	28	14	33.0	31.1	26.4
北陸	6	8	5	14.0	20.5	22.7
東海	17	16	12	17.5	26.7	27.3
近畿	17	26	14	16.0	29.5	24.6
中国	19	23	10	17.4	22.3	16.4
四国	16	15	11	10.0	10.3	11.3
北九州	34	41	23	20.9	27.3	24.2
南九州	34	42	26	32.4	40.8	38.8

資料 農林水産省「漁業センサス」(2008年、2013年)

(2) 定期市の取組み状況

消費者と直接対面して販売する機会の一つである定期市（朝市、日曜日など定期的に年2回以上開催）について尋ねた。まず、組合（広域合併漁協の場合は、本店・本所を除き支店・支所を含む）が中心となって管内の定期市を企画・開催しているかという問いに対し、「はい」という回答が17.6%である（図表2-6）。地域別では、北海道が最も高く30.2%である。消費地を控えた関東、近畿も3割近い組合が定期市を企画・開催している。

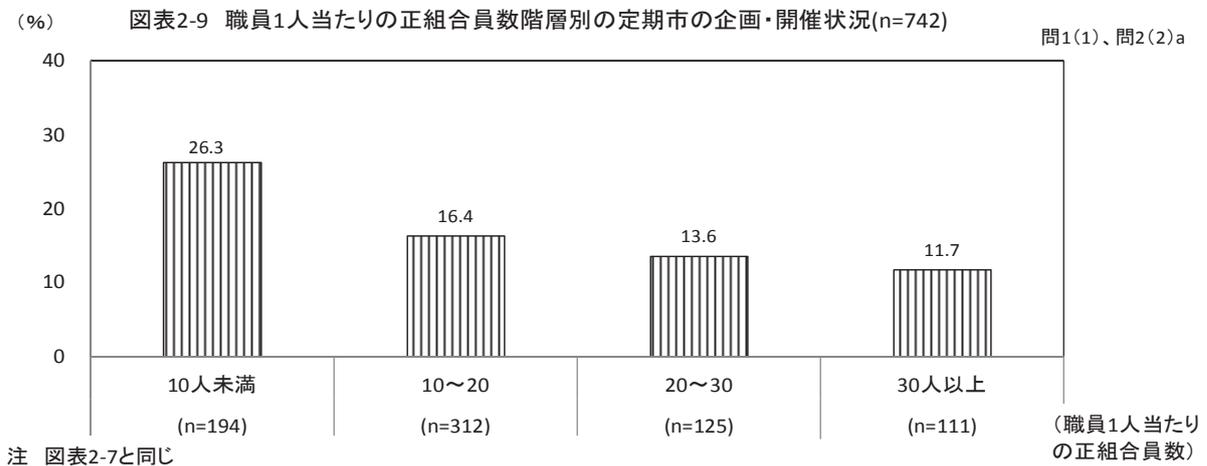
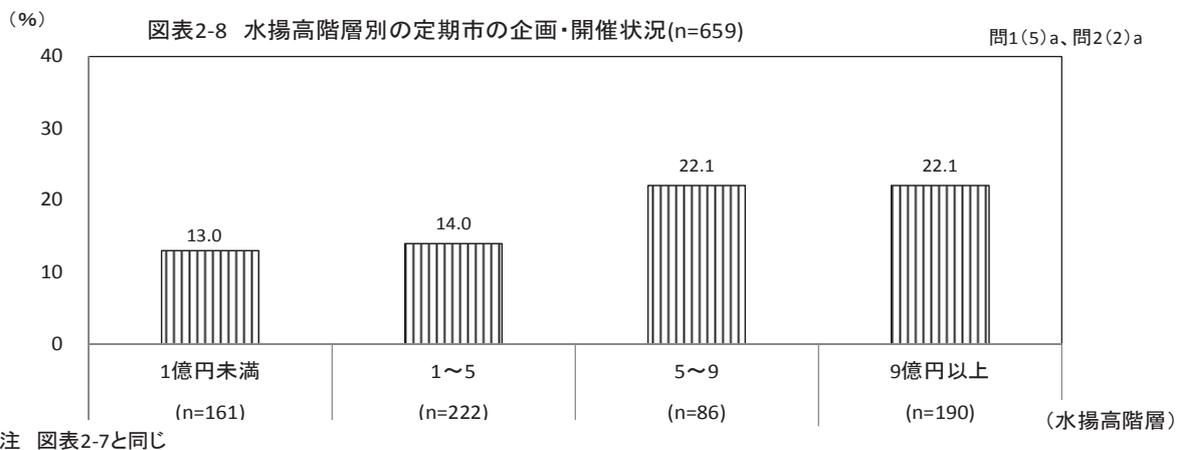
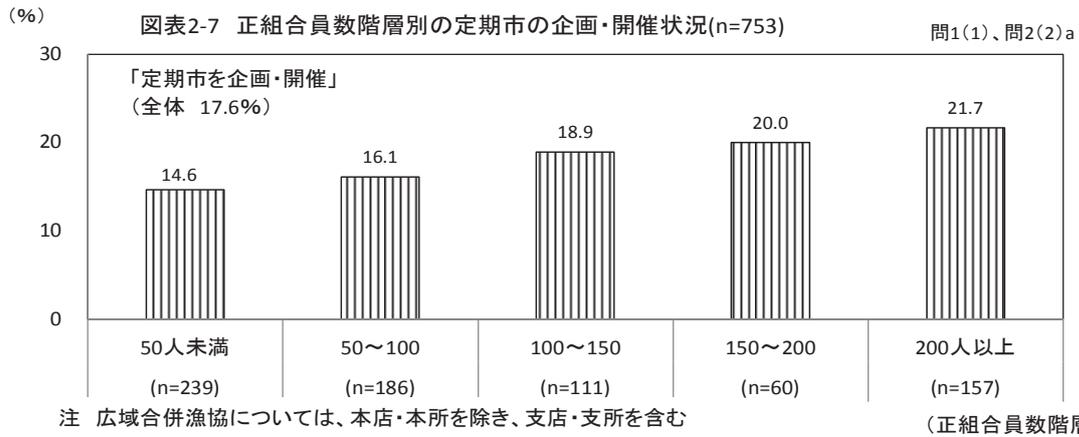


注 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

定期市の企画・開催をしていないものの、外部の組織が主催する定期市に協力している組合は21.2%である。地域別では南九州が28.4%と最も高い。

組合が定期市を企画・開催する、あるいは、外部の組織が主催する定期市に協力することで定期市の開催に関与した組合は297組合で全体の38.8%である。地域別には、北海道、南九州で半数を超える組合が定期市の開催に関与している。

定期市を企画・開催する組合について正組合員数階層別にみると、正組合員数が150人以上の階層で定期市を企画・開催する組合の割合が2割を超える（図表2-7）。水揚高階層別には、5億円以上の階層で2割を超える（図表2-8）。また、職員1人当たりの正組合員数階層別には、職員1人当たりの正組合員数が多いほど、定期市を企画・開催する組合の割合が低くなる。これは、職員が少なく配置され業務に余裕がない場合は、定期市の企画・開催といった役割を担えないことを示唆している可能性がある（図表2-9）。



定期市の開催に関して、「定置網の漁業者が行っている」など組合員が行っている事例も寄せられた。また、「組合が定期市を開催。外部組織が主催する定期市にも協力。」と積極的に定期市にかかわる組合もあった。

Box 5 朝市部会で漁業の情報発信（神奈川県 長井町漁協）

長井町漁協は2009年から毎月第2土曜日の朝9時から横須賀市長井魚市場で朝市を開催している。その日の朝に獲れた海産物を漁業者が販売し、好評となっている。この朝市を企画・運営するのが、朝市部会である。朝市はもともと青年部が中心となっていたことから、朝市部会の部員は若い漁業者である。なお、朝市の広報担当者（1人）、駐車場の案内・整理担当者（2人）として、協力者の応援をお願いしている。これらの協力者は、漁業者の友人で、朝市への興味から当初は無償で手伝いをしていたが、現在では組合がパートタイマーとして雇用する形態をとっている。

朝市部会部員と朝市の広報担当者は、毎月第1金曜日の午後5時から組合に集まり、「朝市会議」を行っている。部員は忙しい仕事の合間を縫って会議に駆けつける。朝市の広報担当者が、議題を黒板に書いて提示する。また、直近2か月の朝市の来客数の推移を過去と比べて示し、次回予想される来訪者数を伝える。漁業者は、それぞれ漁獲が期待される鮮魚の情報を伝える。このようにアピールするポイントを出し合い、朝市のウェブサイト（2009年開設 <http://sea.ap.teacup.com/nagai/3.html>）に広報担当者が掲載する。また、会議では、来訪者の動線や今後の運営の在り方などが協議される。

このような活動実績の振り返りを通じて、「大抽選会」といった新たな試みが追加されている。「大抽選会」とは、朝市に参加する漁業者が自慢の一品を抽選で来訪者にプレゼントするものである。（入場）整理券と抽選券は当日の朝6時半から先着順に配られる。また、アンケート調査も行い、来訪者のニーズの把握にも努めている。この結果、来訪者は、埼玉県、東京都、千葉県など管外の住民が多く、リピーターも増えていることがわかった。部員の「新鮮で美味しいものを食べて欲しい」という熱意が組合内外の人々をひきつけ、朝市は活気を増している。

Handwritten table on a chalkboard showing visitor numbers (来客数) for the morning market. The table compares data for 2015, 2014, and 2013 across the months of March, April, and May. The numbers show a general increase in visitors over time, with a notable spike in May 2015.

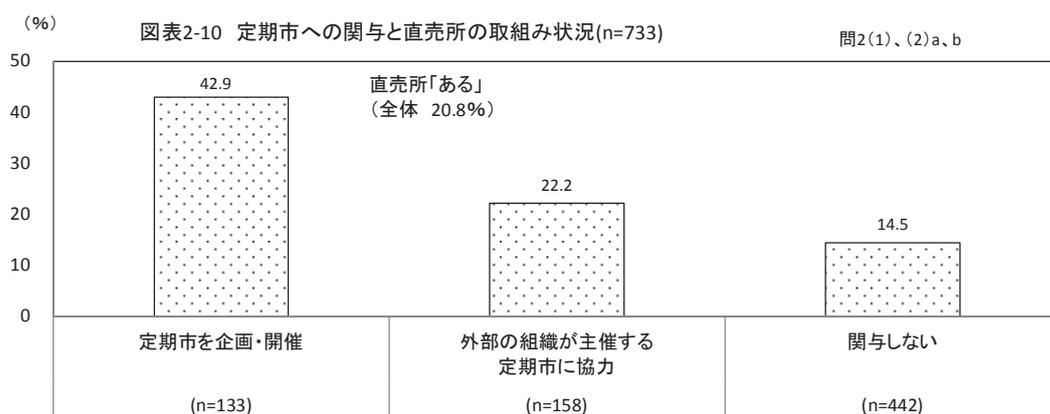
	2015	2014	2013
3月	345	272	250
4月	226	262	223
5月		256	132

晴れ

緻密な分析により、常に朝市をブラッシュアップ

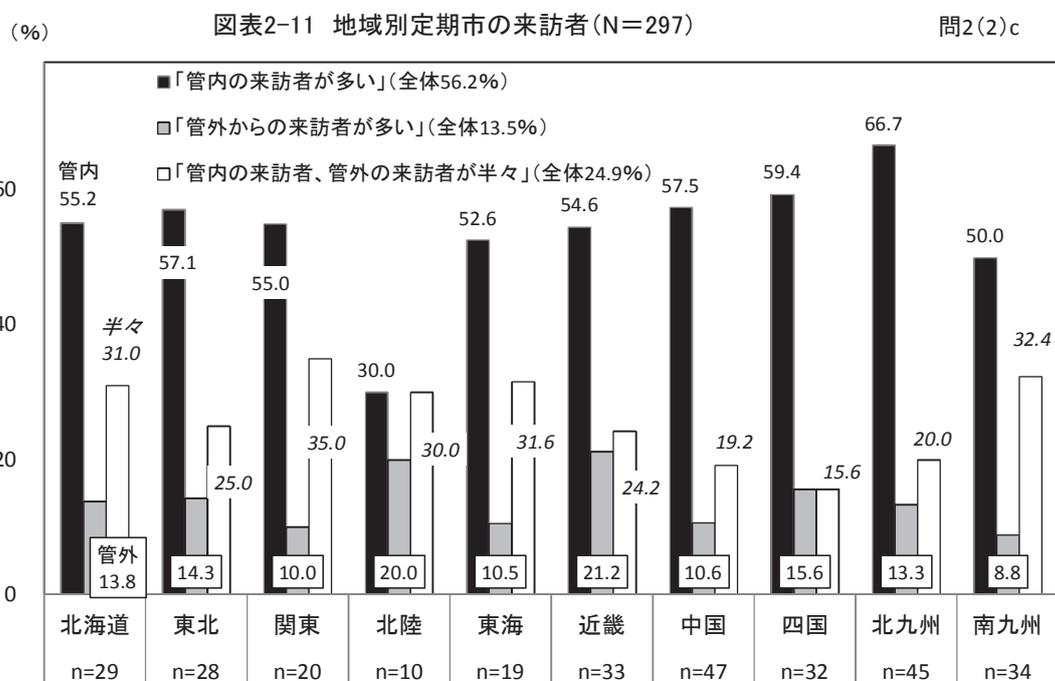
(3) 常設の直売所と定期市の関係

常設の直売所と定期市の関係の関係をみると、定期市への関与が強まるほど、直売所を運営している割合も高くなる（図表2-10）。なお、定期市を企画・開催する組合の割合は、直売所を運営する組合で36.3%の一方、運営していない組合は13.1%である。定期市の経験が直売所運営につながっているのか、直売所がある（直販事業体制が確立している）から定期市の企画・開催が可能なのかは、定かではないが、定期市の企画・開催と直売所の運営には密接な関係がある。



(4) 定期市の来訪者

定期市を企画・開催する、あるいは、外部の組織が主催する定期市に協力する組合



注1 割合の算出には無回答も含めたため、黒字傾向、収支トントン、赤字傾向の各割合を合計しても100%にならない

注2 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

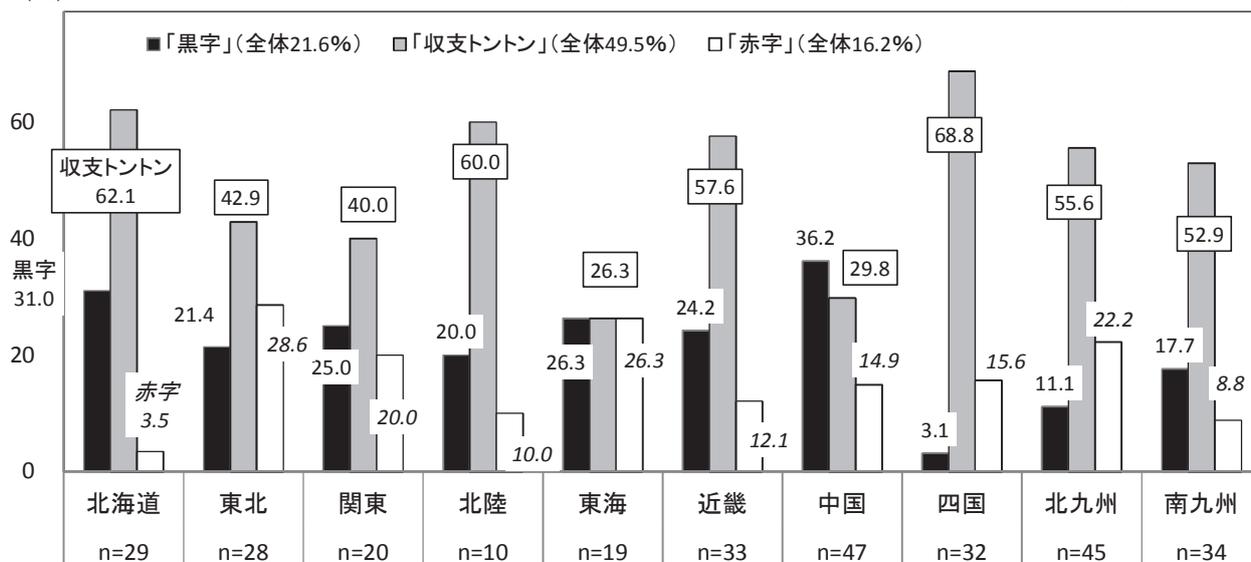
等（以下、定期市に参与する組合）に定期市の来訪者の属性について尋ねたところ、「管内の来訪者が多い」という回答は56.2%である。「管内の来訪者、管外からの来訪者が半々」は24.9%、「管外からの来訪者が多い」は13.5%である。北陸を除くいずれの地域でも、「管内の来訪者が多い」という回答が50%を超える（図表2-11）。

（5）定期市の利益

定期市に参与する組合に定期市の利益（企画・開催の場合は定期市全体の利益、出店のみの場合は販売利益）を質問した。最も回答割合が高かったのは「収支トントン」の49.5%であり、続いて「黒字」（21.6%）である。

地域別には、「黒字」の回答割合が最も高かったのは中国で36.2%である。「収支トントン」は、四国（68.8%）、北海道（62.1%）、北海道（62.1%）、北陸（60.0%）が6割を超える（図表2-12）。単発的な販売イベントではなく、定期的に行われる販売であるため、収支が均衡、もしくは、黒字を確保していることがうかがわれた。

図表2-12 地域別定期市の利益(N=297) 問2(2)d



注 割合の算出には無回答も含めたため、黒字傾向、収支トントン、赤字傾向の各割合を合計しても100%にならない

以上、地元消費者との接点づくりをみてきたが、少なからぬ組合が定期市にかかわっており、収支面からは今後も継続が可能な状況にあることがわかった。また、直売所や直営レストラン・食堂を運営する漁協もあった。このように従来の販売事業にとどまらず、漁協が地元の消費者との接点づくりを行う要因の1つとして、魚価の低迷を受け、地元販路を拡大する必要に迫られたことが挙げられる。しかし、それだけでなく、地域の食文化を残したい、海と地域とをつなぎたいという使命感も原動力となっている。「朝市を開催することにより地域住民（特に高齢者）の交流の場になっており新鮮な魚を提供していく地区内で唯一の場所になっている」という意見もあった。

3. 漁協の組合員・地域住民等への活動—問3

(1) 組合が取り組んだ活動

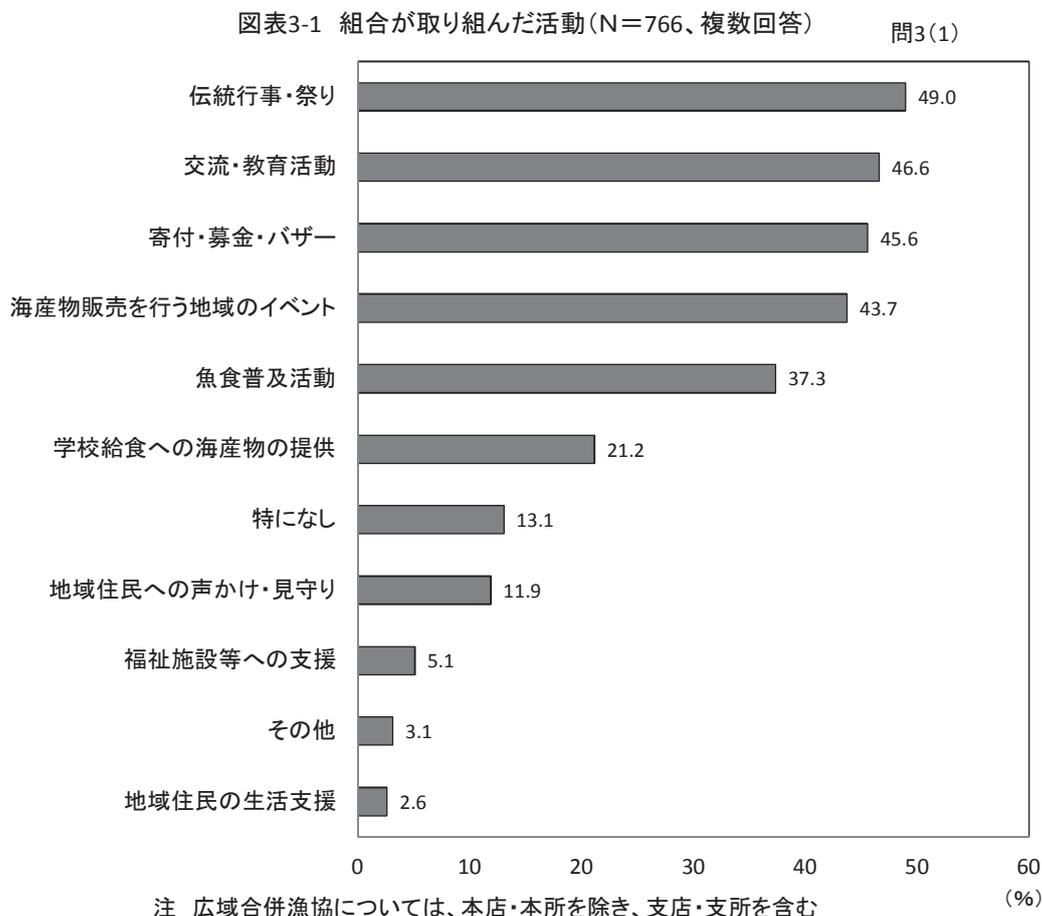
平成25事業年度に組合が組合員・地域住民等に対して取り組んだ活動として、以下に挙げる①～⑩の活動（以下、地域住民活動）に、「⑪特になし」を加えた11の選択肢から当てはまるものすべてに回答をお願いした。

①伝統行事・祭り、②海産物販売を行う地域のイベント、③魚食普及活動、④交流・教育活動、⑤地域住民への声かけ・見守り、⑥地域住民の生活支援、⑦寄付・募金・バザー、⑧学校給食への海産物の提供、⑨福祉施設等への支援、⑩その他、⑪特になし

この結果、「⑪特になし」と回答した100組合と全ての選択肢に無回答の15組合を除く、651組合（全体の85.0%）がなんらかの地域住民活動を行ったことがわかった。

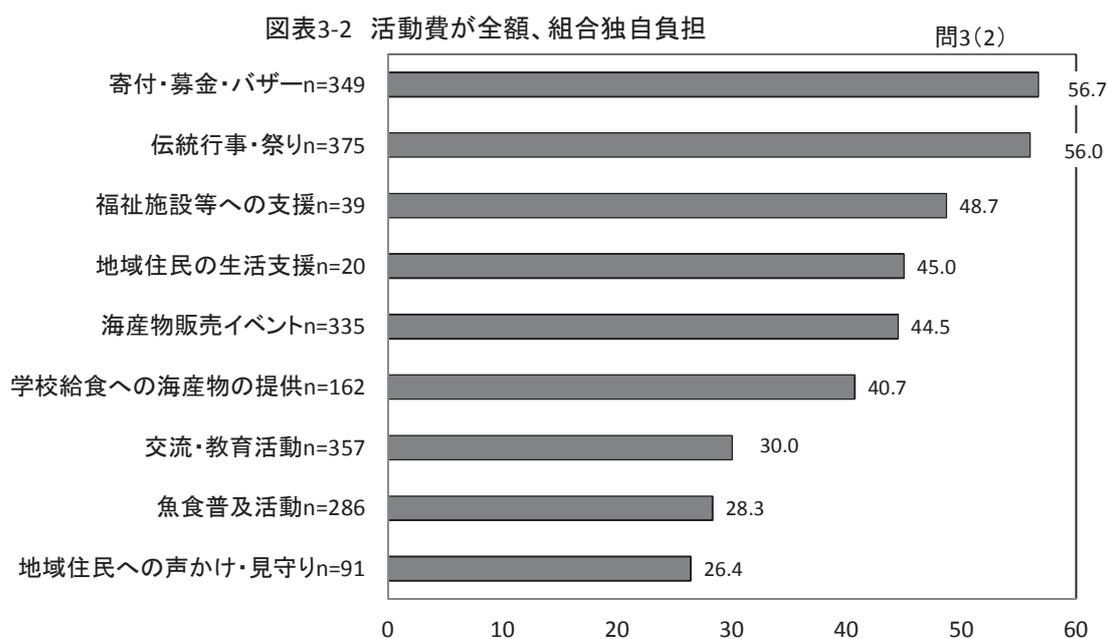
また、「伝統行事・祭り」（49.0%）、「交流・教育活動（遊漁・マリンスポーツを除く）」（46.6%）、「寄付・募金・バザー」（45.6%）、「海産物販売を行う地域のイベント（定期市と伝統行事・祭りを除く）」（43.7%）の回答割合が4割を超える（図表3-1）。

「その他」として、海岸清掃、ほたて町民無料配布、ボランティア団体等の現地での支援（岩手県）、海岸線一帯の監視活動、独居老人会食会などが挙げられた。



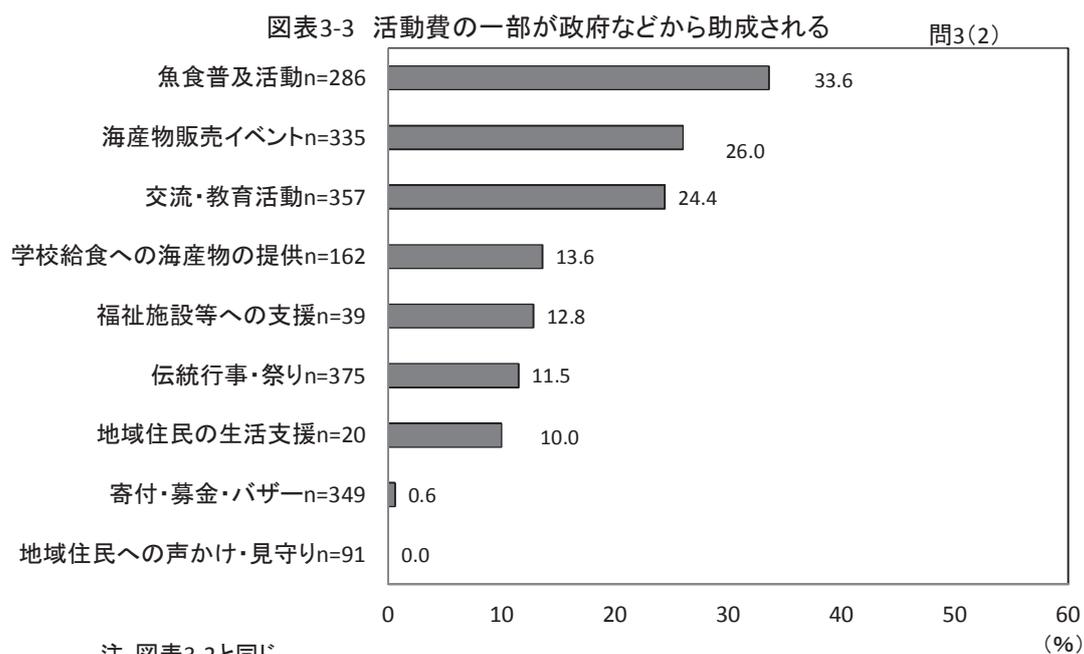
(2) 活動費、活動期間、活動の担い手について

地域住民活動に取り組んだ651組合に、活動の詳細を尋ねた。なお、活動の中に複数の事例が当てはまる場合は、代表的なものについて回答をお願いした。まず、「活動費が全額、組合（又は組合員・内部組織）独自負担である」ものとして、「寄付・募金・バザー」（56.7%）、「伝統行事・祭り」（56.0%）が5割を超える（図表3-2）。なお、



注1 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

注2 活動の中に複数の事例がある場合（例えば、伝統行事・祭りに分類されるものが複数ある）、代表的なもの1つに対して回答

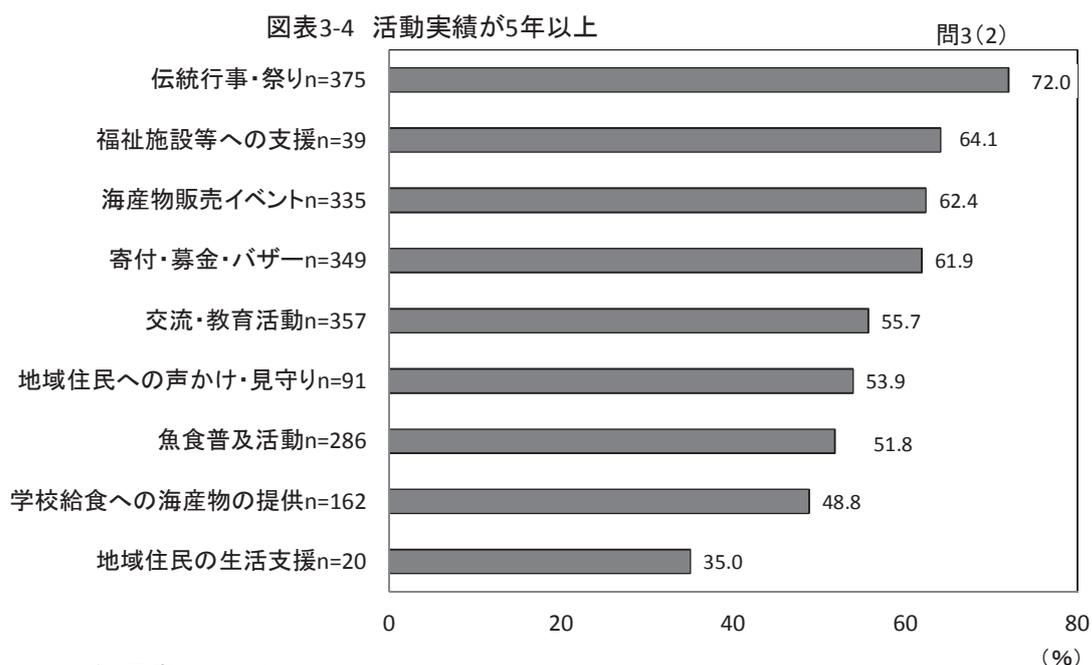


注 図表3-2と同じ

以下では「海産物販売を行う地域のイベント」を「海産物販売イベント」とする。

次に、「活動費の一部を政府などから助成を受けている」ものとしては、「魚食普及活動」が最も高く、33.6%である（図表 3-3）。「海産物販売イベント」と「交流・教育活動」も回答割合が2割を超える。

「活動実績が5年以上」のものは、「伝統行事・祭り」が最も高く72.0%である（図表 3-4）。「福祉施設等への支援」、「海産物販売イベント」、「寄付・募金・バザー」も6割を超える。



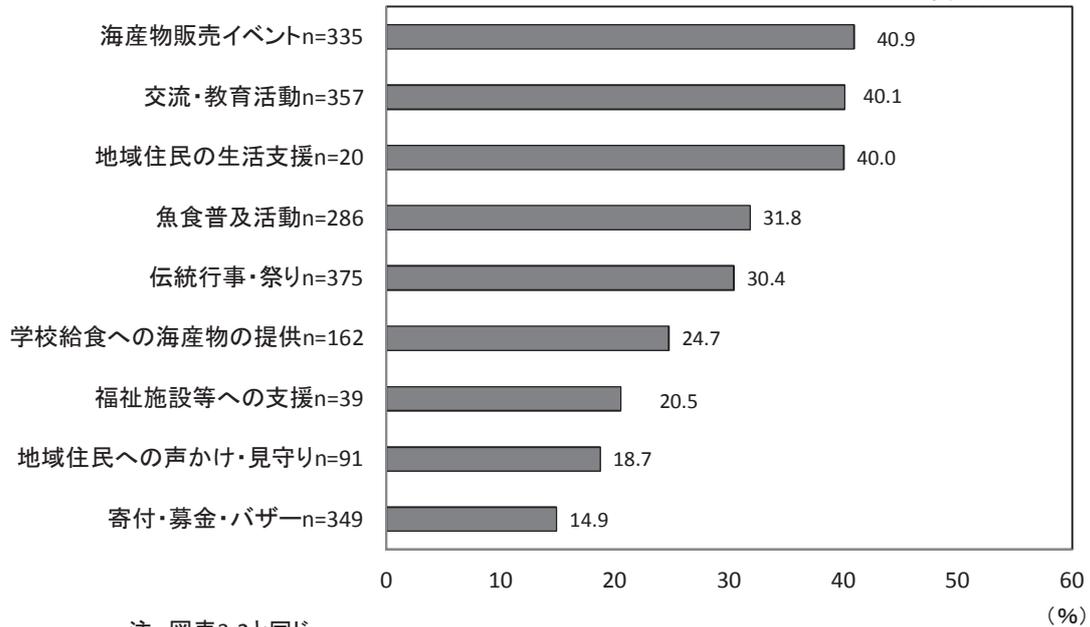
地域住民活動と外部の組織、個人との関係について尋ねた。まず、外部の組織（地方公共団体など）や地域住民から活動継続の要望が強い活動は、「海産物販売イベント」、「交流・教育活動」、「地域住民の生活支援」が4割を超える（図表 3-5）。

次に組合から主に組合外の人々に積極的にPRした活動は、「海産物販売イベント」（48.4%）が最も高い（図表 3-6）。一方、「寄付・募金・バザー」や「伝統行事」を行う組合が多いが、外部の組織や個人へのPRはせず、善意で行っていることがうかがえる。

「海産物販売イベント」は、外部の人々からの要望も強く、組合も積極的にPRしている活動といえる。

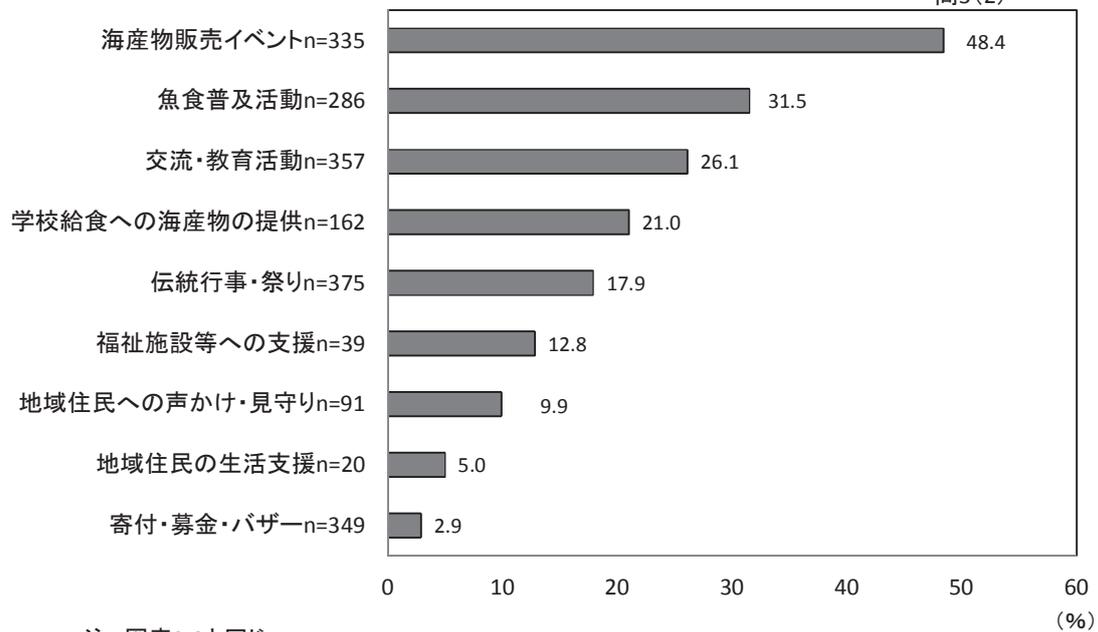
図表3-5 外部の組織や地域住民から活動継続の要望が強い

問3(2)



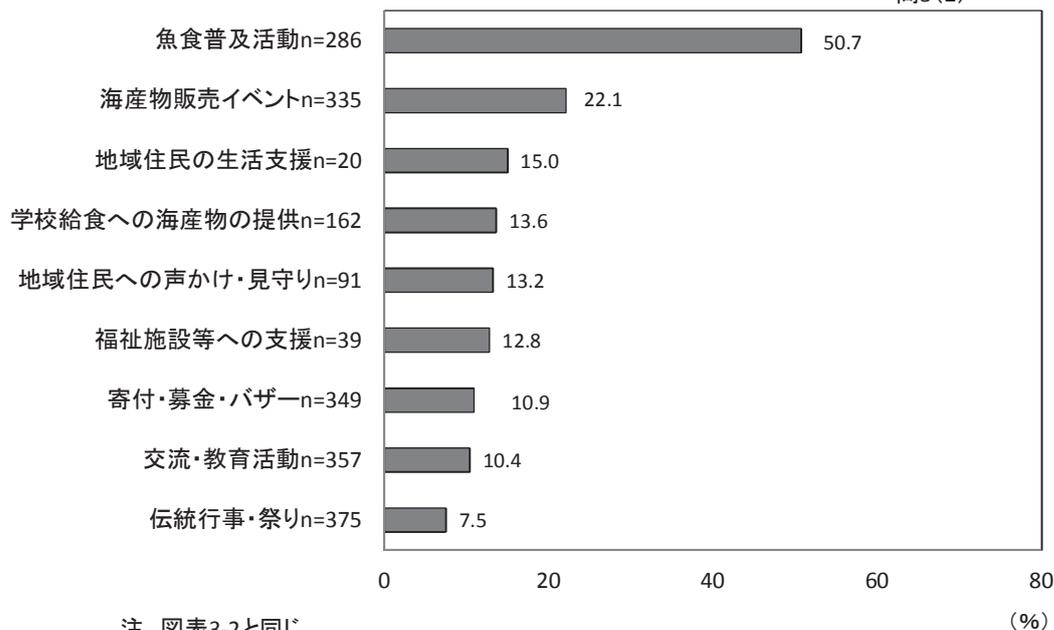
図表3-6 主に組合外の人々に積極的にPRする

問3(2)

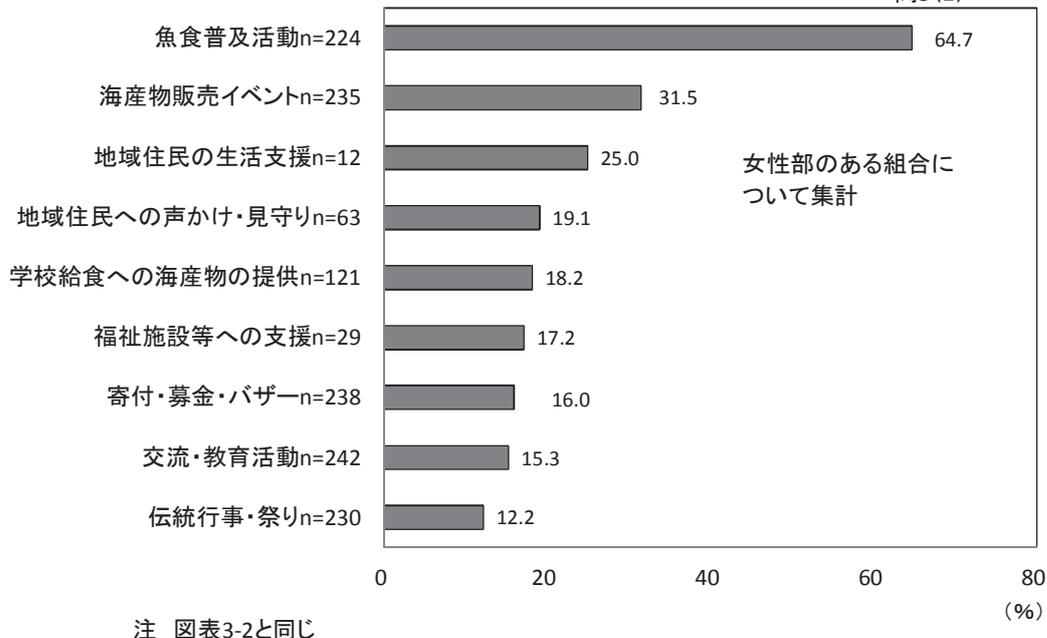


「女性部（女性部グループ）が活動の担い手」であるものとして、「魚食普及活動」の回答割合の高さ（50.7%）が目立った（図表3-7）。女性部が存在する組合のみを対象に集計すると、「魚食普及活動」の回答割合は64.7%となる（図表3-8）。魚食普及活動は、1970年代から女性部が自主的に取り組んできた活動であり、組合にもその取り組みが評価されていることがうかがえる。

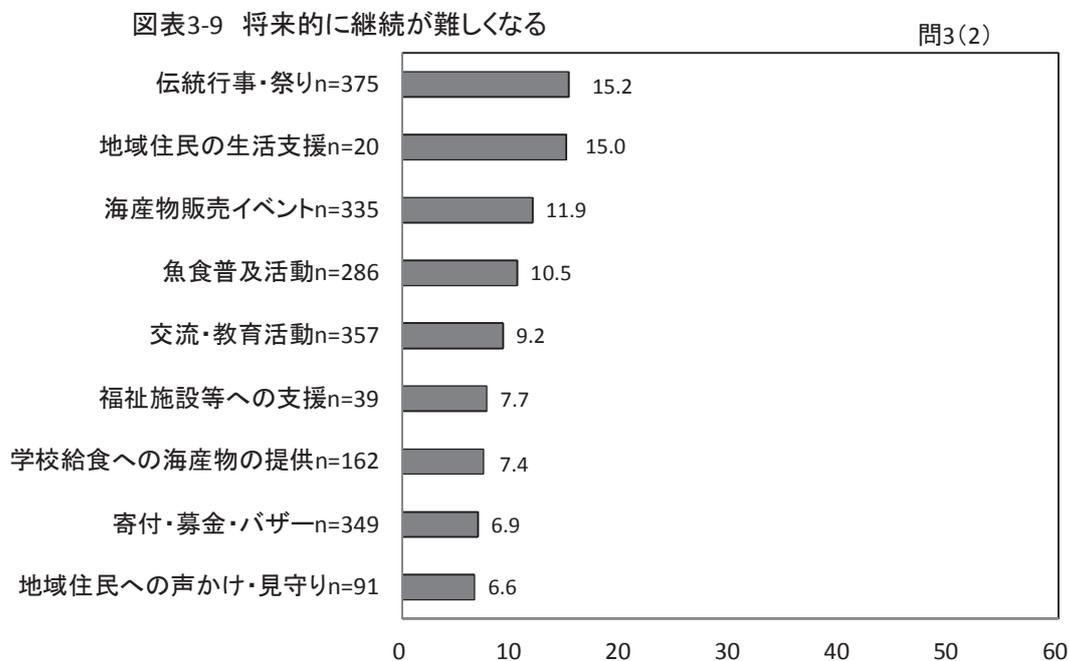
図表3-7 女性部(女性グループ)が活動の担い手である 問3(2)



図表3-8 女性部(女性グループ)が活動の担い手である 問3(2)



「将来的に継続が難しくなると思われる」ものを尋ねると、「伝統行事・祭り」(15.2%)、「地域住民の生活支援」(15.0%)、「海産物販売イベント」(11.9%)、「魚食普及活動」(10.5%)が1割を超える(図表3-9)。



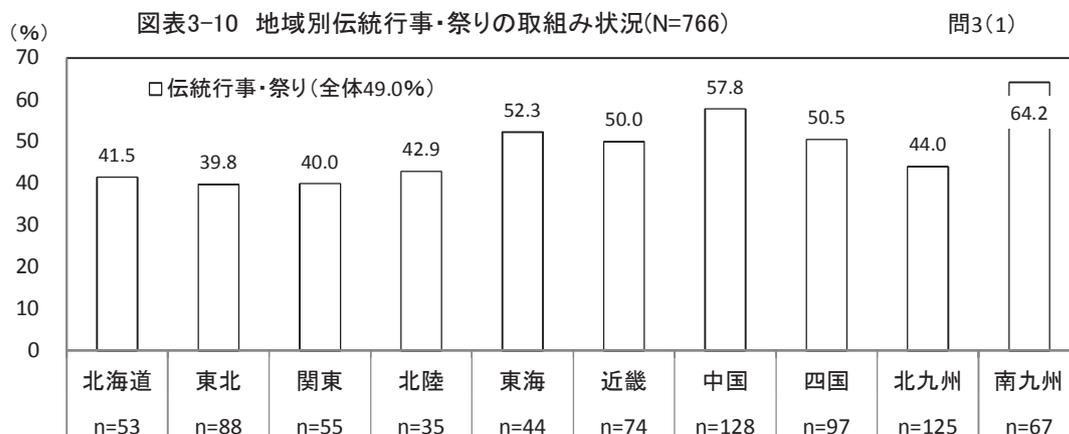
注 図表3-2と同じ

(%)

(3) 活動の取組み状況について

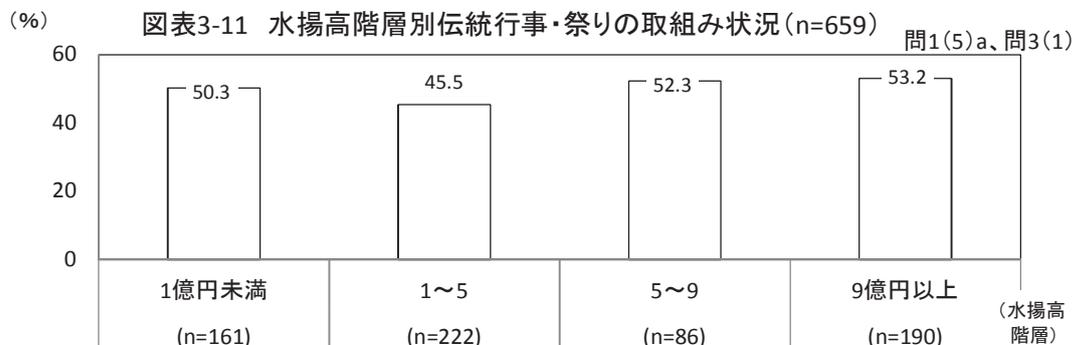
以下では、地域住民活動のうち回答割合が2割を超えた活動である「伝統行事・祭り」、「交流・教育活動」、「寄付・募金・バザー」、「海産物販売イベント」、「魚食普及活動」、「学校給食への海産物の提供」について、取組み状況の詳細をみていく。

伝統行事・祭りの取組み状況を地域別にみると、南九州が64.2%と最も高く、中国

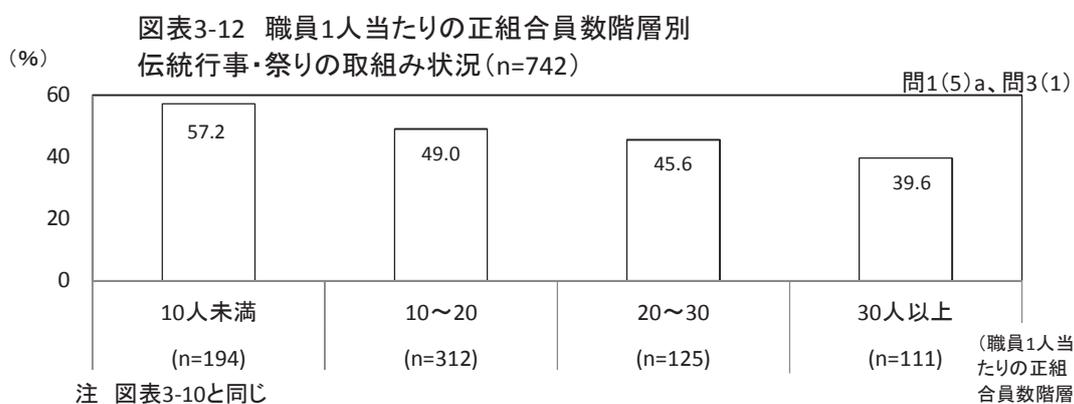


注 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

(57.8%)、東海 (52.3%) と続く (図表 3-10)。なお、漁協が主体となって取り組んでいないものの、「職員が休みをとって参加している」、「多くの組合員が取り組んでいる」という回答も寄せられた。



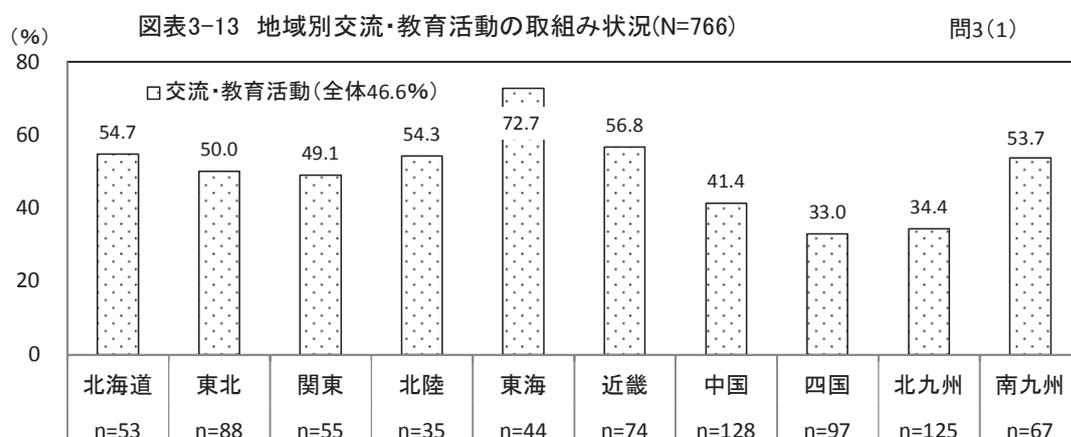
注 図表3-10と同じ



注 図表3-10と同じ

水揚高階層別にみると、規模にかかわらず、5割前後の組合が伝統行事・祭りを行っている (図表 3-11)。一方、職員1人に対する正組合員数が多いほど、伝統行事・祭りに取り組む割合が低い傾向にある (図表 3-12)。

交流・教育活動の取り組み状況は、東海で最も高く、7割を超える (図表 3-13)。



注 図表3-10と同じ

Box 6 江戸時代から続く水神祭(千葉県 船橋市漁協)

船橋市漁協は、毎年4月3日に海上の安全と豊漁を祈願して、江戸時代から続く水神祭を船橋漁港で行っている。水神祭は、船橋大神宮の神官による神事の後に①雅楽の奏上、②神楽、③餅まき、④海への奉納が捧げられる。これらの儀式は、組合員をはじめ、船橋市、千葉県、水産関係者が見守るなか、船橋漁港にて組合の漁船の上で行われる。

②の神楽は、巫女舞、猿田舞、恵比寿舞、山神舞の4つの舞から成り、祭の見どころとなっている。

③の餅まきが終わると、大漁旗を揚げた漁船が大漁と五穀豊穰を願い、神前に奉納した米・麦・粟・ひえ・大豆を海に撒く。祭当日は、組合員の漁船が大漁旗を掲げ、神楽の舞台となる漁船の周りを囲み、勇壮かつ華やかな景色となる。組合員は、開催できることに感謝するとともに、誇らしい気持ちで祈りを捧げる。また、このような祭を通じて、近隣の住民が漁業に関心を持ち、魚食普及の一助になればと考えている。

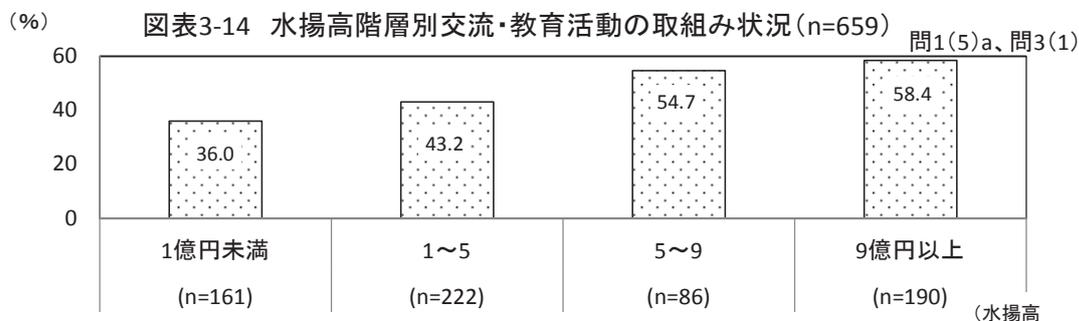
近年は、船橋市観光協会の「ふるさと案内マイスター」が観光客を連れてくるというように、祭の文化的価値に注目した動きがある。祭の後には、組合直売所「三番瀬」や組合の移動販売車が特産品のスズキやホンビノスを使った料理を見物客に販売する。

なお、船橋市漁協は、毎年2月28日に津波の犠牲者(1746年)と漁場争いの犠牲者(1824年)を供養する大仏追善供養も行っている。歴史ある漁業の魅力を地域住民や消費者に伝えようと、ウェブサイト (<http://www.funabashi-gyokyou.jp/>) を使って積極的に情報発信している。

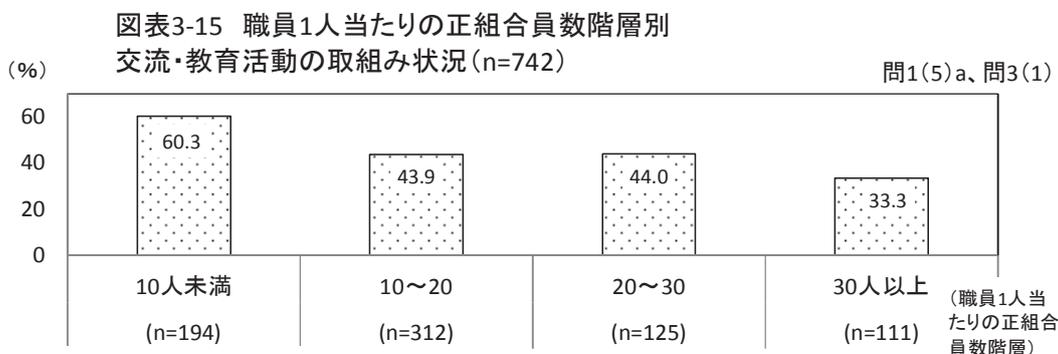


水神祭を告知する船橋市漁協のサイト 水神祭

水揚高階層別には、水揚高が大きいほど、交流・教育活動に取り組んでいる割合が高い（図表 3-14）。職員 1 人当たりの正組合員数が 10 人未満の階層では、交流・教育活動に取り組む割合が 6 割を超える（図表 3-15）。

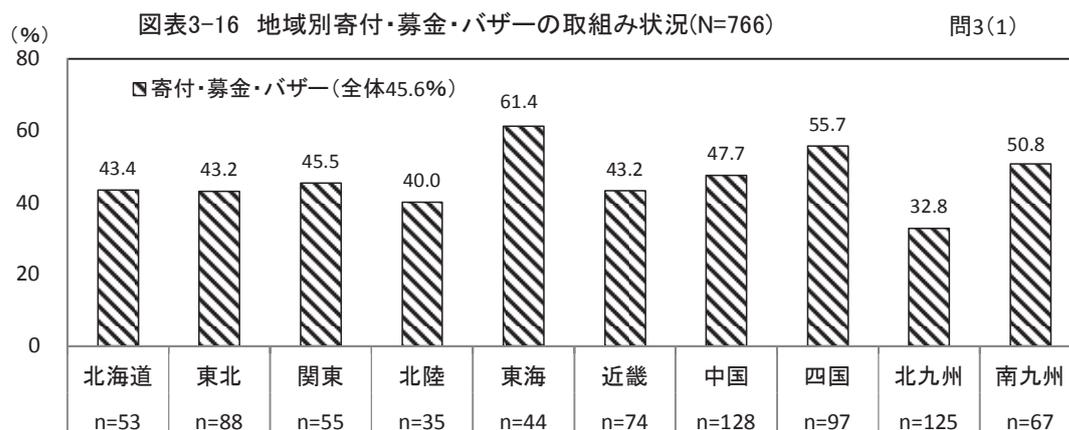


注 図表3-10と同じ



注 図表3-10と同じ

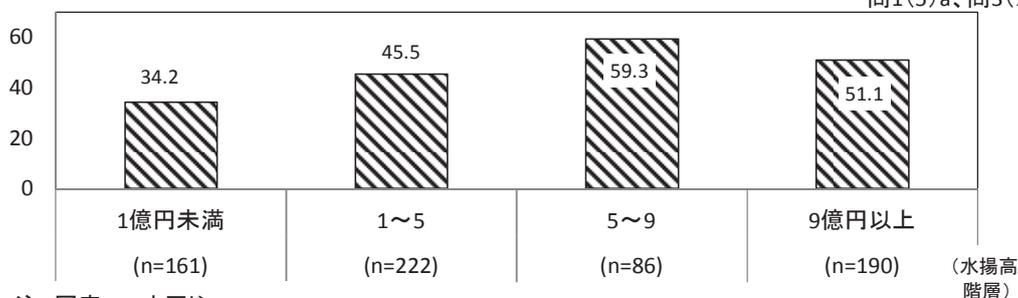
寄付・募金・バザーの取組みは、東海（61.4%）が最も高く、四国、南九州も 5 割を超える（図表 3-16）。



注 図表3-10と同じ

水揚高が5億円以上の階層で、寄付・募金・バザーの取組みの回答割合が5割を超える（図表3-17）。職員1人当たりの正組合員数が多いほど、寄付・募金・バザーの取組みへの回答割合が低い傾向がある（図表3-18）。

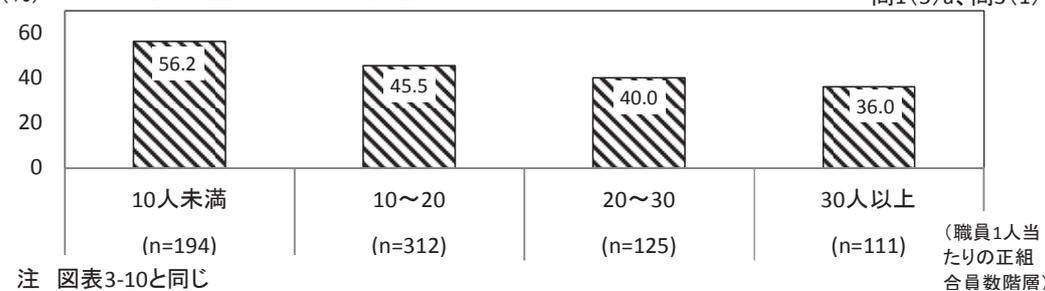
(%) 図表3-17 水揚高階層別寄付・募金・バザーの取組み状況(n=659) 問1(5)a、問3(1)



注 図表3-10と同じ

図表3-18 職員1人当たりの正組合員数階層別

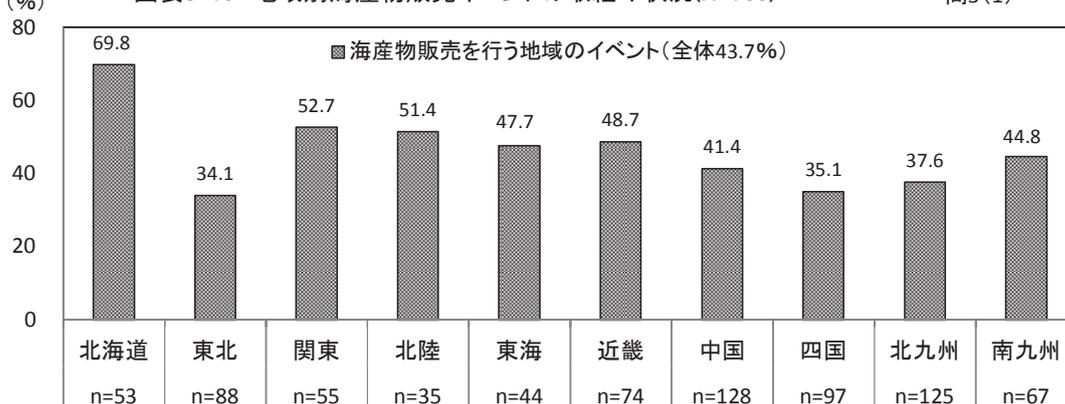
(%) 寄付・募金・バザーの取組み状況(n=742) 問1(5)a、問3(1)



注 図表3-10と同じ

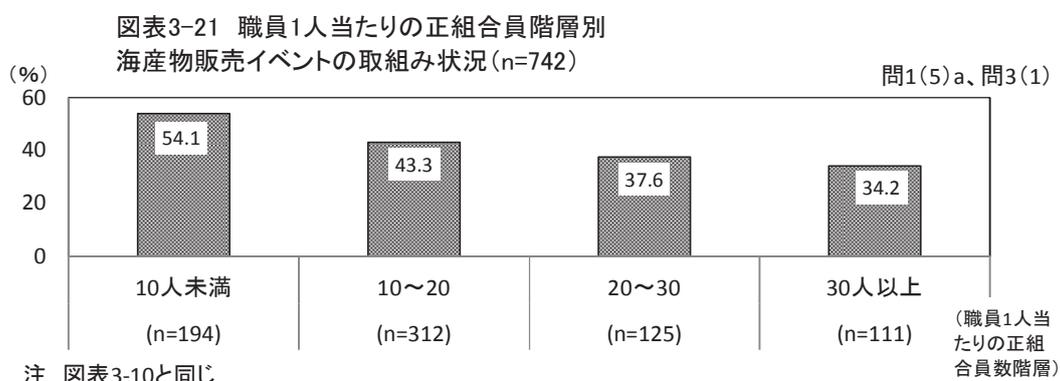
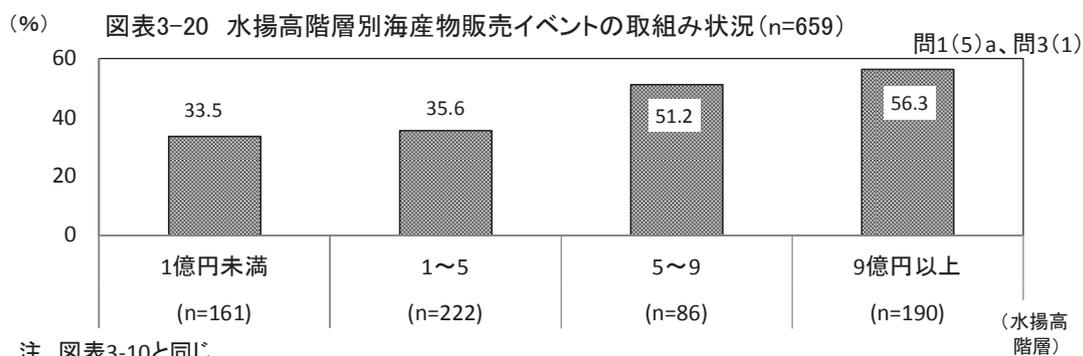
海産物販売イベントは、北海道が最も高く、69.8%である。関東(52.7%)、北陸(51.4%)も5割を超える組合が取り組んでいる（図表3-19）。

(%) 図表3-19 地域別海産物販売イベントの取組み状況(N=766) 問3(1)

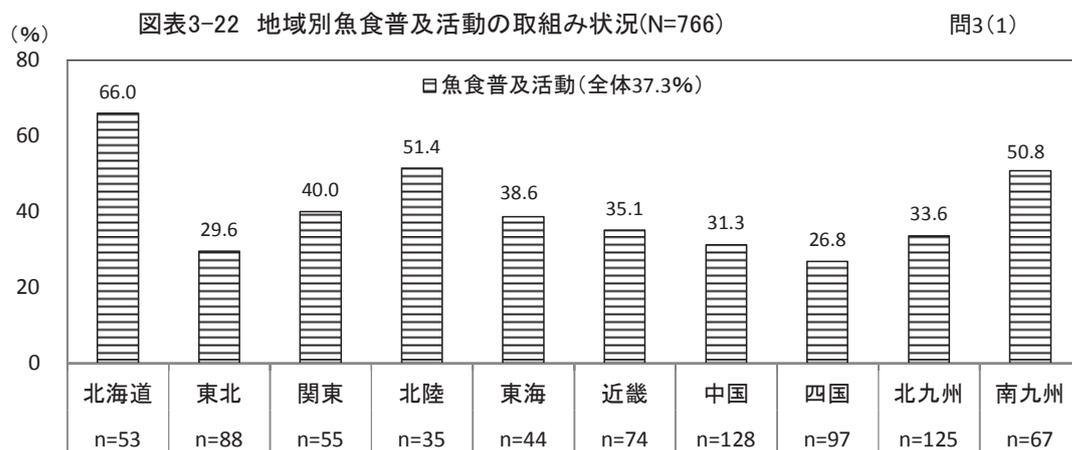


注 図表3-10と同じ

水揚高階層別には、水揚高が大きいほど、海産物販売イベントに取り組む割合が高い（図表3-20）。一方、職員1人当たりの正組合員数が多いほど、回答割合が低い傾向がある（図表3-21）。



魚食普及活動は、北海道（66.0%）で最も高く、北陸（51.4%）や南九州（50.8%）で5割を超える（図表3-22）。



Box 7 漁業センサスとの比較「魚食普及活動」

2008年と2013年の「漁業センサス」により魚食普及活動を行う漁協数の推移をみるとともに、本調査の沿岸地区漁協分のデータと比較を行った。

魚食普及活動を行った漁協数は、2008年の271組合から2013年には310組合に増加した。魚食普及活動を行った組合が全体に占める割合（以下、魚食普及活動割合）は、2008年の26.0%から2013年には33.2%へと上昇した。これに対し、本調査（2014年度漁協アンケート）では、魚食普及活動割合は37.3%である。

漁協の魚食普及活動取組み状況（内水面漁協を除く）

		2008年漁業センサス	2013年漁業センサス	2014年度漁協アンケート調査
全体	① (組合)	1041	934	616
魚食普及活動を行った組合	② (組合)	271	310	230
魚食普及活動割合	③=②÷①×100 (%)	26.0	33.2	37.3

2013年漁協センサスと本調査の違いは、①沿岸地区漁協のカバー率に加え、②魚食普及活動の定義があると思われる。漁業センサスでは魚食普及活動を「水産物の消費拡大と漁業への理解を深めてもらうことを目的として、魚の調理法の講習や料理実習、地域行事での魚料理出展やパネル展示等のイベントの実施、健康食品としてのPR等の活動をいう」としている。これに対し、本調査では、「料理教室、海産物のレシピ作成など、魚食の普及のための活動」と定義し、より広範囲に活動を捉えている。

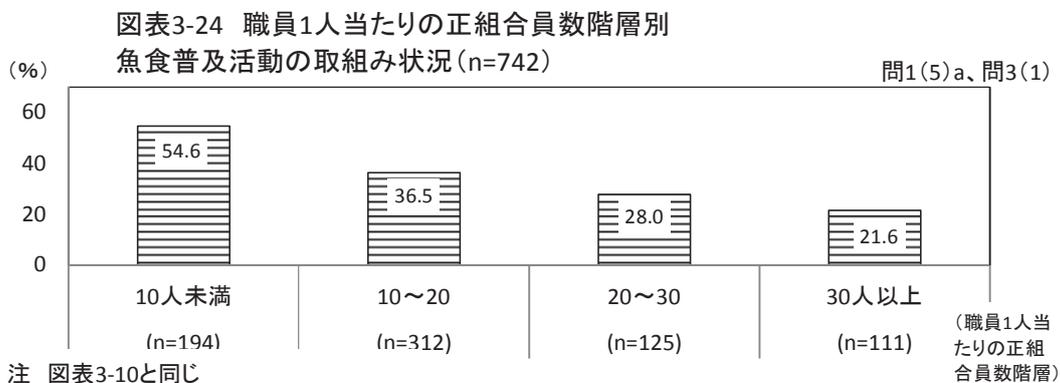
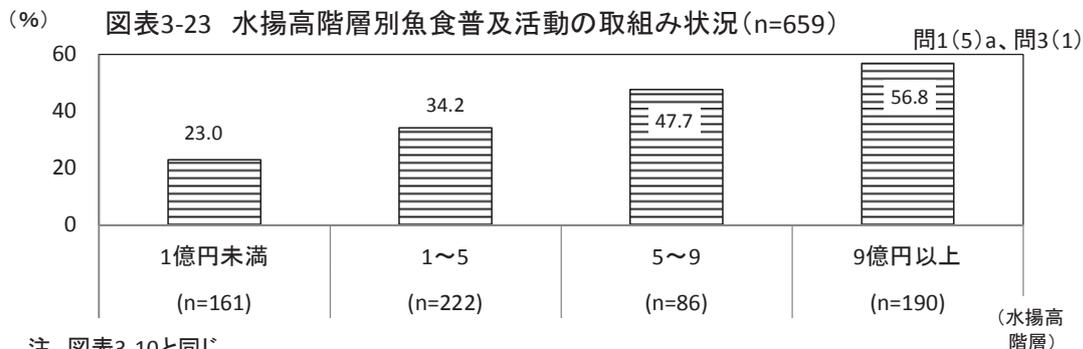
地域別魚食普及活動割合では、北海道と北陸で本調査の数値が2013年漁業センサスの数値を20%ポイントも上回っている。

地域別魚食普及活動の取組み状況（内水面漁協を除く）

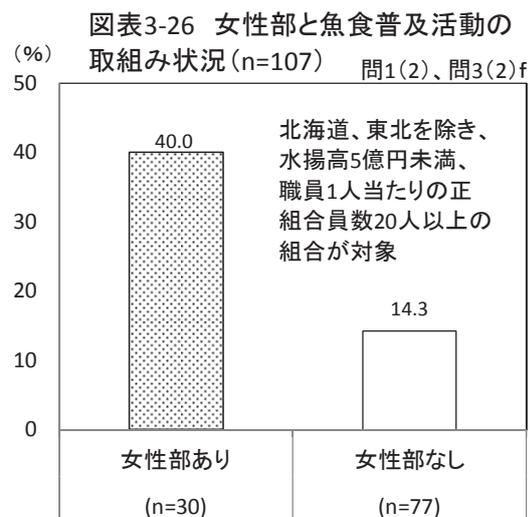
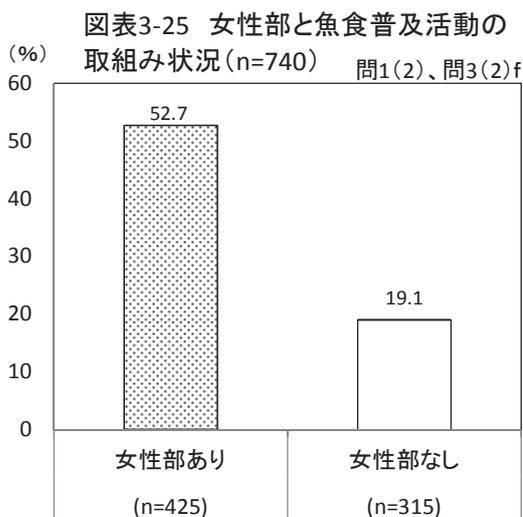
	魚食普及活動を行った組合数（組合）			魚食普及活動割合（%）		
	2008年漁業センサス N=1041	2013年漁業センサス N=934	2014年度漁協アンケート調査 N=616	2008年漁業センサス N=1041	2013年漁業センサス N=934	2014年度漁協アンケート調査 N=616
全体	271	310	230	26.0	33.2	37.3
北海道	29	30	35	40.3	42.9	67.3
東北	15	15	20	16.3	17.4	29.4
関東	25	34	21	26.6	37.8	39.6
北陸	12	17	14	27.9	43.6	63.6
東海	27	26	17	27.8	43.3	38.6
近畿	33	40	23	31.1	45.5	40.4
中国	26	36	14	23.9	35.0	23.0
四国	40	29	26	25.0	20.0	26.8
北九州	26	35	26	16.0	23.3	27.4
南九州	36	48	34	34.3	46.6	50.7

注 2008年漁業センサスでは地域別の合計が全国計と一致しない

魚食普及活動に取り組む割合は、水揚高が大きいほど高まる（図表 3-23）一方、職員 1 人当たりの正組員数が増えるほど低下する傾向がある（図表 3-24）。



魚食普及活動は前述したように女性部が取り組んできた活動である。そこで、女性部の有無と活動の関係をみたのが、図表 3-25 である。魚食普及活動に取り組んでいる組合が全体に占める割合は、女性部がある組合で 52.7%であるのに対し、女性部のない組合では 19.1%だった。さらに、女性部の組織率が高い北海道、東北を除いた地域

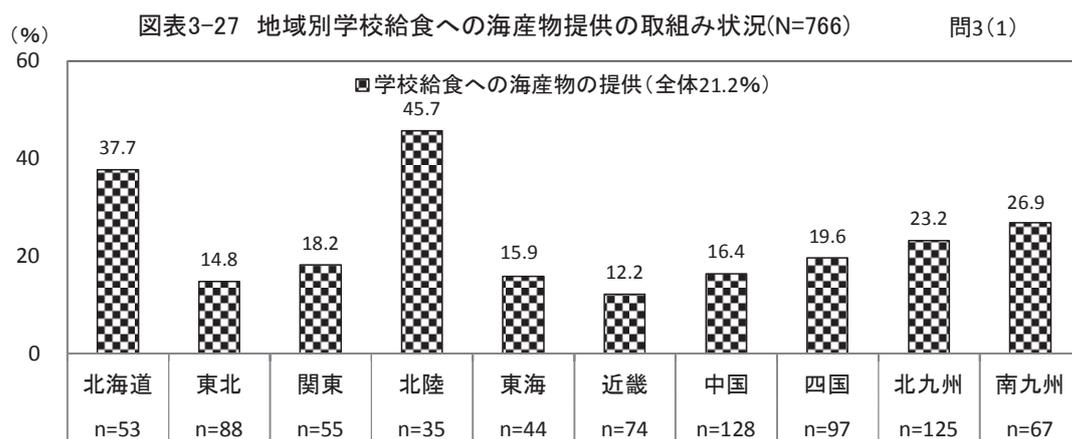


注1 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

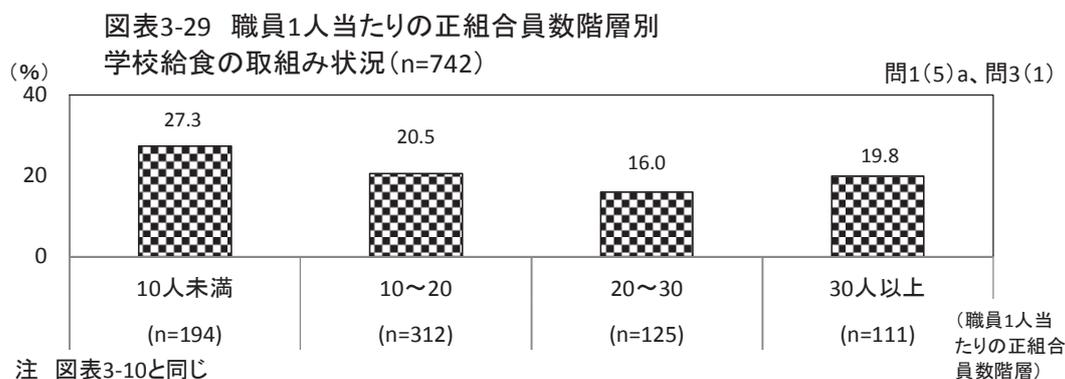
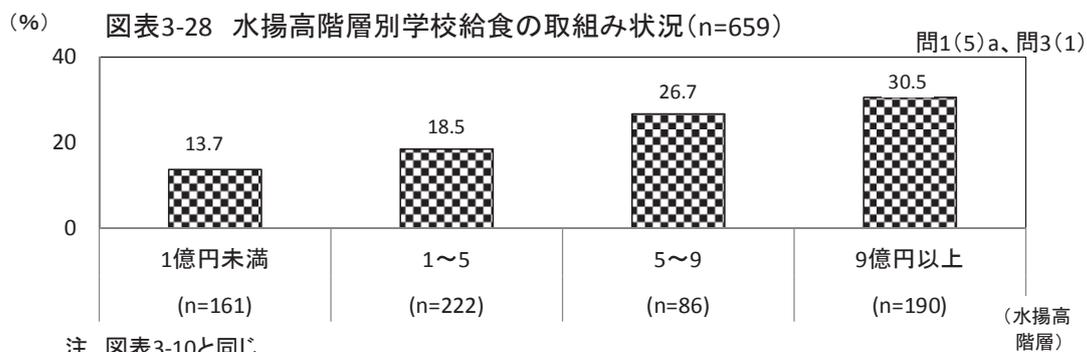
注2 図表3-25、図表3-26ともに、カイ2乗検定により有意水準5%で有意

かつ、魚食普及活動が活発な傾向のある組合（水揚高が高く、職員1人当たりの正組合員数が少ない組合）を除いて、魚食普及活動の取組み状況をみた。この場合でも、図表 3-26 に示すように女性部がある組合は女性部がない組合より魚食普及活動に取り組んでいる割合が高く、女性部が影響を及ぼしている可能性が示された。

学校給食への海産物の提供は、北陸（45.7%）、北海道（37.7%）が他地域を大きく上回る（図表 3-27）。



水揚高階層別には、水揚高が大きいほど、学校給食への海産物の提供に取り組んでいる割合が高い（図表 3-28）。職員1人当たりの正組合数階層別には、10人未満の階層で27.3%である（図表 3-29）。



Box 8 学校給食に地元の魚を提供(神奈川県 平塚市漁協)

平塚市漁協は、正組合員 44 人に対し職員 2 名の組合であり、業務運営に余裕があるとはいえないなかで、2010 年から学校給食にかかわってきた。このきっかけは平塚市の学校給食課（以下、給食課）からの協力依頼である。教師からの「市内に産業として漁業があるのだから、児童にもっと知ってほしい」という意見を受け、市は「ふれあい給食」という行事（地元の生産者から講義を受けた後、地元の食材を使った給食を食べる行事）に漁業を取り入れることにした。

給食課の打診を受けた組合は、販売事業をしておらず、学校へ直接に納入できない。また、学校給食に対応できるだけの量の確保が問題だった。しかし、平塚市水産物地方公設卸売市場である（株）魚市場に相談すると、サバであれば急速冷凍して切り身を用意できるとの回答があった。また、講義については、組合の職員か、漁業者達が行うこととした。ある漁業者が急な仕事で対応できない場合のために、他の漁業者にあらかじめ代役をお願いするといった工夫もした。給食課からの「平塚の魚について説明してほしい」「魚をさばくところを見せてほしい」といった具体的な要望に基づき、講義を組み立てている。

その後、地元の干物加工業者も学校給食に業者登録し、現在、平塚市内の全小学校（28 校）に、頻度は多くはないが、平塚漁港に揚がった魚を供給できている。組合には、子供達から「(漁業者が) 午前 2 時から働いているのがわかりびっくりしました」など、感想文が送られてくる。ふれあい給食を行った日は、魚の食べ残しが目にみえて少ないようである。組合が新たな魚種について提案し、それを給食課が市内の栄養士に伝えるなど緊密な協力関係のもと、子供達への食育が進められている。



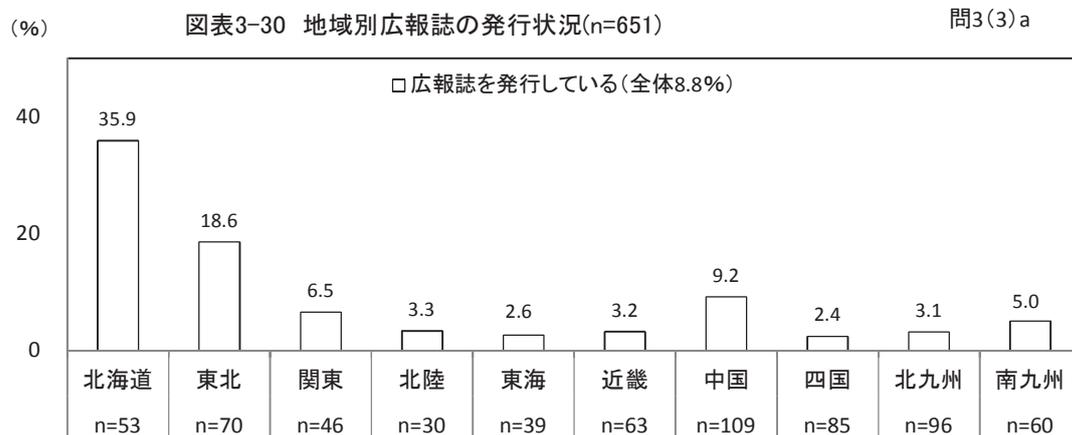
子供達は漁業者の説明に興味津々

(4) 活動の記録状況

前述したとおり、全体の85.0%の組合(651組合)が平成25事業年度になんらかの地域住民活動を行ったことがわかった。このように多くの組合が地域住民活動を行っているが、活動が継続し発展するためには、活動における工夫やアイデアを(1)記録し(2)成功事例のエッセンスをルール化し(3)漁協職員・組合員や地域社会に向けて普及や啓発を行うことが重要と思われる。そこで、活動の実績についての記録状況を尋ねた。

活動を記録し、周知するための媒体として、広報誌、ウェブサイトの状況については、広報誌を発行している組合は全体の8.8%、ウェブサイトを開発している組合は同26.9%だった。

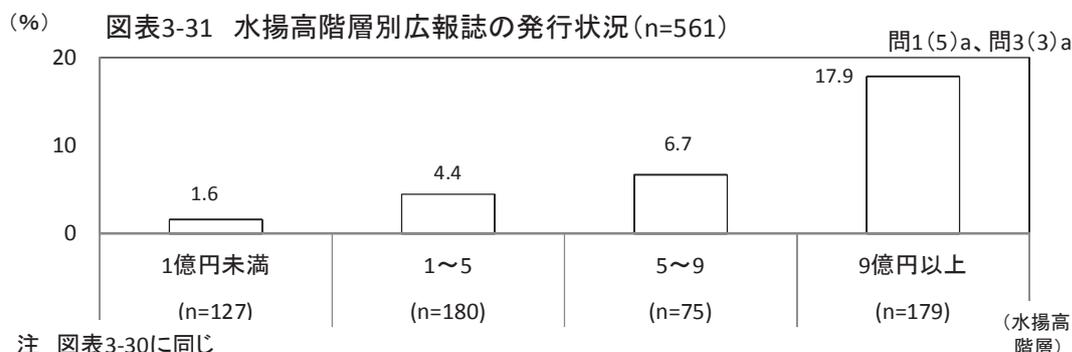
広報誌について地域別に発行状況をみると、北海道(35.9%)が最も高く、東北(18.6%)、中国(9.2%)と続く(図表3-30)。



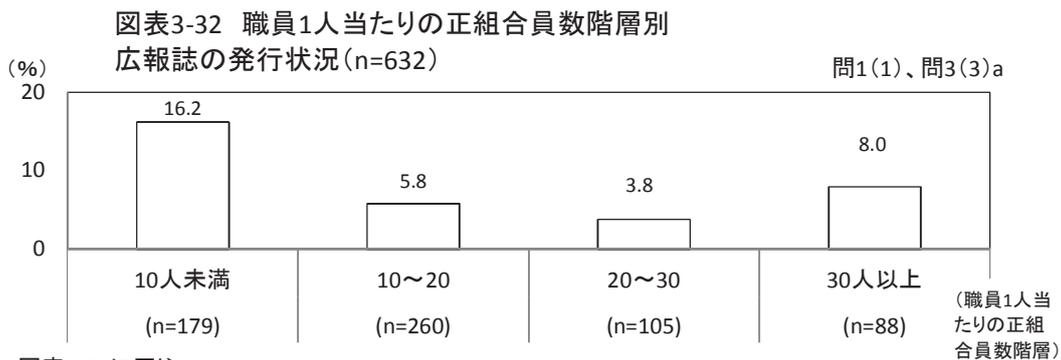
注1 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

注2 なんらかの地域住民活動をした組合のみ対象

水揚高階層別には、水揚高が大きいほど、広報誌を発行している割合が高い(図表3-31)。職員1人当たりの正組合数階層別には、10人未満の階層で16.2%と最も高い(図表3-32)。

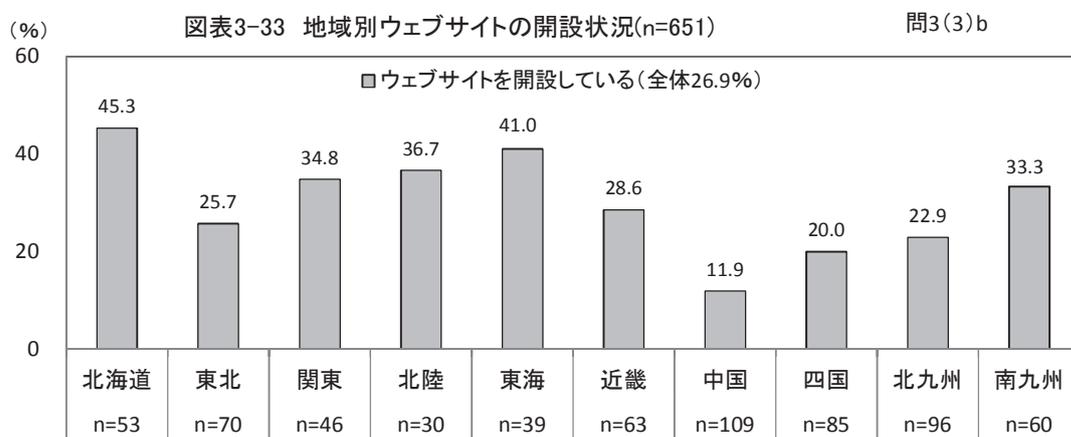


注 図表3-30に同じ



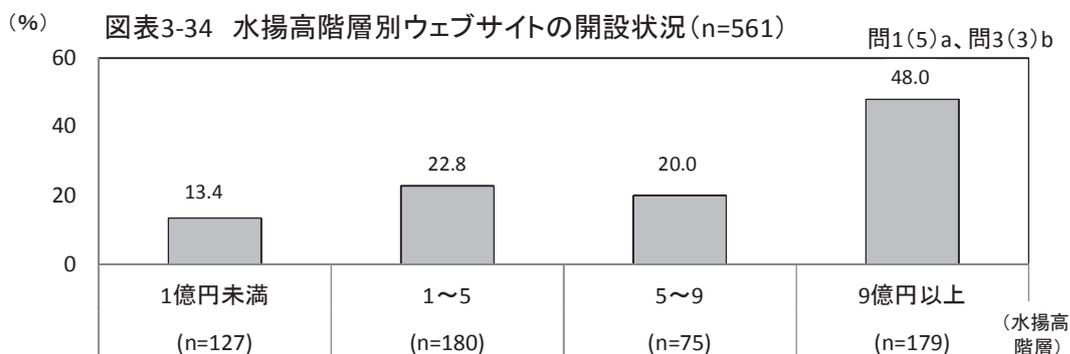
注 図表3-30に同じ

ウェブサイトの開設状況を地域別にみると、北海道、東海の回答割合が4割を超える(図表3-33)。

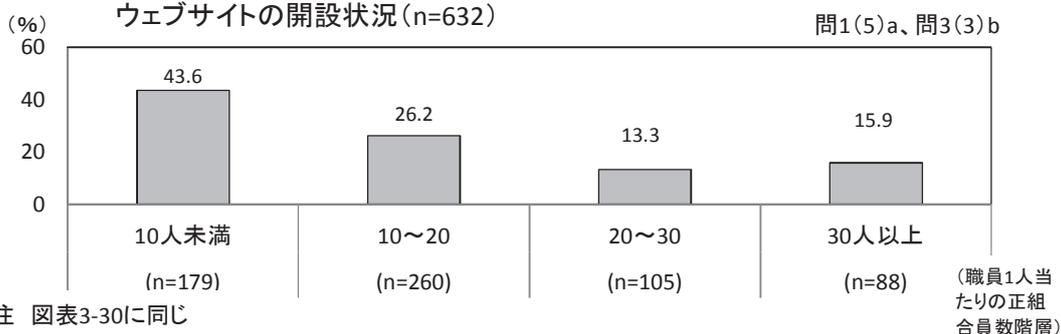


注 図表3-30に同じ

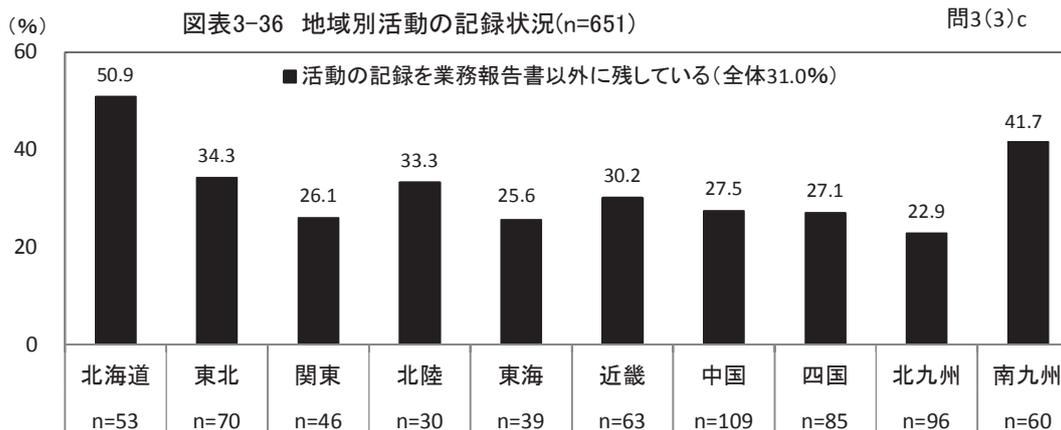
水揚高階層別には、9億円以上の層で48.0%と他の階層を大きく上回る(図表3-34)。職員1人当たりの正組合数階層別には、10人未満の階層で43.6%である(図表3-35)。



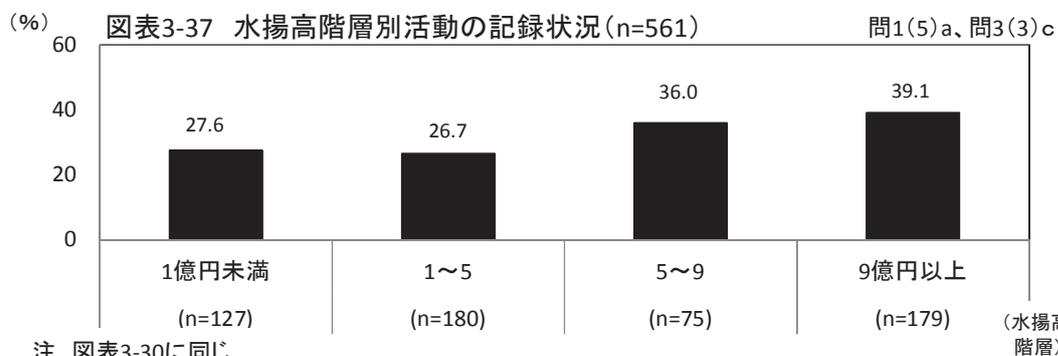
図表3-35 職員1人当たりの正組合員数階層別
ウェブサイトの開設状況(n=632)

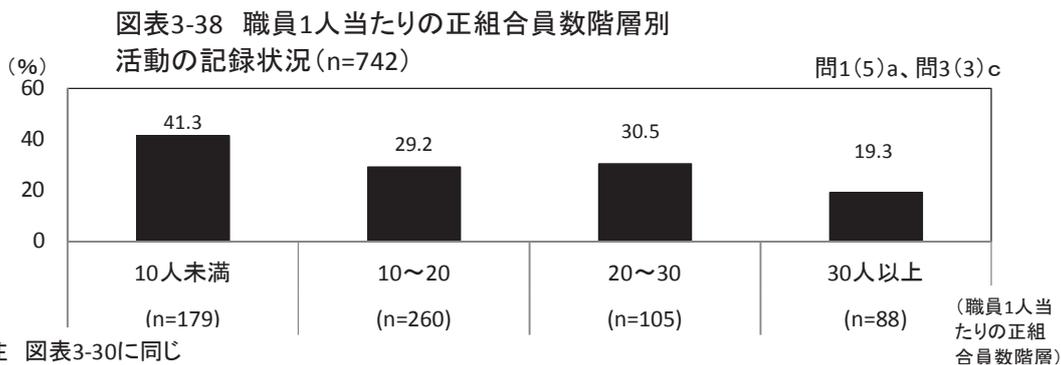


地域住民活動の記録を業務報告書以外に残しているかという問いに対し、31.0%の組合が「残している」と回答した。地域別には、最も回答割合が高いのは北海道(50.9%)で、その次に南九州(41.7%)が続く(図表3-36)。



水揚高階層別には、5億円以上の階層で3割台後半となっている(図表3-37)。職員1人当たりの正組合員数階層別には、10人未満の階層で41.3%である(図表3-38)。





地域住民活動は多くの組合が取り組んでいるが、活動の実績を記録する組合は3割にとどまる。地元の市町村の広報誌の掲載に協力することで活動実績を発信するなど工夫をしている組合はあるが、組合として活動を組員や組合外部の人々に伝える媒体を整備している組合は多くない。水揚高が少ない、正組員数に比べ職員の配置が少ないという組合では特にその傾向がある。

(5) 新規の地域住民活動計画

新規の地域住民活動を行う計画について尋ねたところ、「ある」と回答したのは74組合であるのに対し、「ない」との回答は648組合となった。なお、無回答は44組合である。

「ある」と回答した組合に具体的内容を尋ねたところ、69組合から回答が寄せられた。魚食普及活動、イベント等への開催参加、学校給食などが挙げられた。「移動販売車」や「直売所を利用した生活支援」という回答もあり、買い物難民の支援をも視野に入れた活動の広がりが想定される。

【新規の地域住民活動の具体的内容】

問3(4)b

①魚食普及活動 (14 組合回答)

- 魚食普及活動に力を入れたい (但し人材が不足である)
- 魚食普及活動及び学校給食への海産物の提供
- 魚食普及施設 (食堂) 料理教室、学校給食への水産物の提供
- 地域交流活動、料理体験プログラム
- キリン「絆」プロジェクトを活用し、魚食普及活動を行う (東日本大震災被災地)
- アサリの種苗採捕から育成及びヒロメの育成を行い地元地域活性グループと連携し販売し漁業の活性、食の普及を考えている
- 魚食普及活動
- 魚食普及活動、学校給食への海産物の提供
- 鹿児島市が建設中の都市農村交流センターに鮮魚を出荷し魚介普及活動に取り組む

みたい

魚食普及活動、海産物を使った料理コンテスト。大手スーパーでの店頭販売
地産物の普及に力を入れたい。

②イベント等への開催参加（11 組合回答）

震災前に行っていたサケ祭りを復活させて、サケ消費の普及活動をしたい。（東日本大震災被災地）

販売イベント

独自ブランド品の勉強会を兼ねた試食会及び販路拡大 PR

加工品製造販売を年内に実施。鮮魚、加工品（干物）販売イベントを定期的に開催
予定

海産物販売イベント等

地域のイベントに参加し、海産物加工品を販売する
イベント等の開催

海産物販売イベント

海産物（アサリ）販売イベント

地域のイベントに参加する

③交流・教育活動（10 組合回答）

地曳網復活と漁業体験会

観光地曳網

漁業体験 9～11 月 海苔体験 1 月

小・中・高校生を対象に野外学習・民泊の受け入れ

職場体験（漁業体験）の受け入れ

漁協船を使用して漁業体験（観潮船）を行う予定

海苔の体験（できるまで）、漁業の体験

小学生を対象とした地曳網体験

かつお水揚風景見学施設（見る市場）、水産物加工見学施設（見る加工場）など観光と水産業を兼ね備えた、衛生管理対応水産加工流通施設の計画

④学校給食（7 組合）

学校給食（東日本大震災被災地）

学校給食への海産物（めざし）の提供

学校給食への海産物の提供

地域の伝統行事、祭りへの参加。学校給食への取組

女性部による学校給食への食材提供について検討中

学校給食への海産物の提供

⑤検討中（5 組合）

具体的計画は出ていないが、浜の活力再生策定事業で、行政と検討中。

現在、手続き中である

具体的には決まってはいるが、その予定をしている。

思案中

県、市と計画をたてる

⑥その他

桜えびかき揚げ、生しらす丼を現在年1度開催しているが、将来は常時開催予定
日本一である近海カツオ一本釣の販売、全国へのPRの為のホームページ等の開設
を行いたい

ホームページ開設準備中

ウェブサイト、東京市場、県漁協の「おらほのかき市場」、M マート、ギフト、の
他各地のイベント参加を行う。（東日本大震災被災地）

販売促進等

グルナビでの販売促進

福祉施設等への海産物の提供を考えたい

学校、福祉施設への水産物の提供

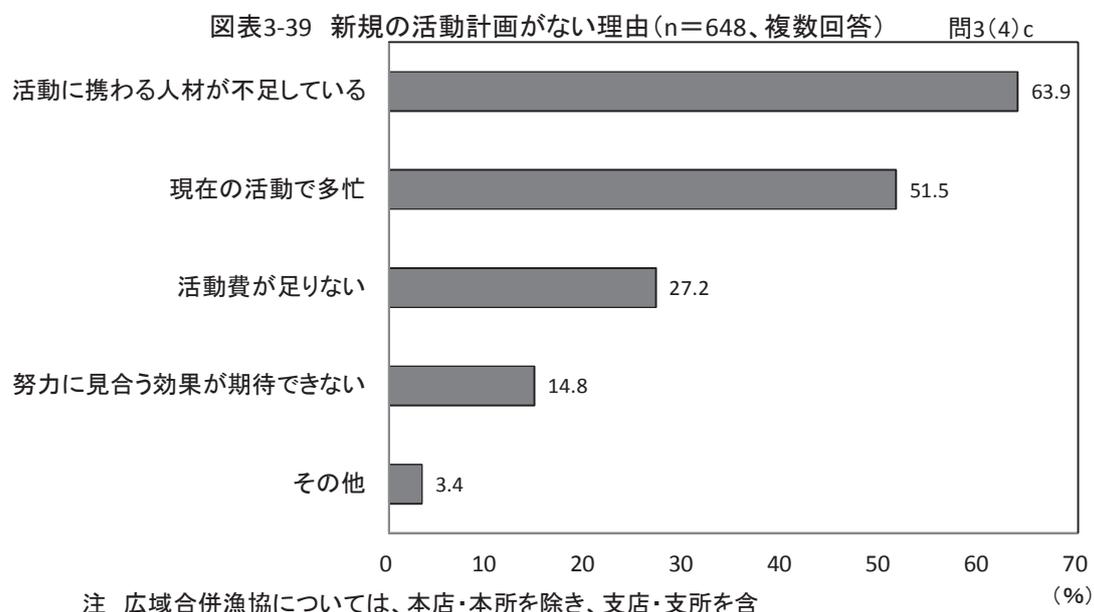
直売所があるので、地域住民への生活支援を考えている

注1 複数の組合が同じ回答の場合は、1つのみを掲載

注2 回答が複数ある場合は、それぞれの活動ごとにカウントした

注3 広域合併漁協については、本店・本所を除き、支店・支所を含む

新規の地域住民活動が「ない」648組合にその理由を尋ねたところ、「活動に携わる人材が不足している」(63.9%)、「現在の活動で多忙」(51.5%)が5割を超えた(図表3-39)。



新規の地域住民活動が「ない」理由の「その他」として、「小規模組合の為人手不足になる」「組合員の高齢化」「漁業が全体的に衰退傾向にある中で、経営リソースを上手に配分する事に現在力点を置いている。いずれは地域にもう少し寄与できる組合運営を考えている」「組合単独での活動に限界がある」などの意見があった。いずれも高齢化、人口減少など組合が構造的に抱える問題を反映している。また、東日本大震災の被災地では、「復興途中であるので、復旧が最優先」「震災復興で多忙」「いずれ震災前同様地域のイベント等に参加予定だが現段階では時期的に未定である」「震災前は魚食普及活動、地域のイベント、漁業体験、学校給食への海産物の提供を実施していたが震災後は、補助事業等多忙で、実施は現在していない」と復旧・復興により組合員・職員ともに多忙を極めている様子が見えてくる。

4. 漁協職員の地域、組合への思い—問3(5)、問4

(1) 地域社会における組合の果たすべき役割・使命

自由記入をお願いしたところ、211組合（広域合併漁協の支店・支所を含む）から回答を得た。水産物の供給・普及、地域活性化・貢献など、多種多様な回答が寄せられた。いずれも漁協職員の思いが反映されている。

【組合の果たすべき役割・使命の具体的内容】

問3(5)

①水産物の供給・普及
安心安全な魚を供給するとともに安価な魚を大量に消費（食して）してもらいたい 安心、安全な水産物の供給 水産資源沿岸の環境保全など。
本町の基幹産業である漁業を維持し、新鮮で安心安全な水産物を町民を始め、国内に供給する事が使命、役割と考える。
海産物の普及など
消費者への魚介類の安心、安全を第一とした供給
生産地としては品質の良いものを安定的に供給する努力が必要と考えます。
食料供給の担い手として、安全安心な水産物を提供する事が使命と思っています。
魚離れが進んでいるので、食育活動、魚食普及が大切。消費者に安心、安全な魚介類の供給
安全・安心な地元水産物の供給 環境美化活動の推進（東日本大震災被災地）
地魚料理教室の開催等による魚食の啓蒙普及、消費の拡大・無公害石鹸の推奨や豊かな森づくり運動の支援による海の環境づくり・移動販売車「海丸」による県内一円での鮮魚販売による地産地消の推進・海難救助活動を行う「水難救済会」の活動紹介と事故防止の啓蒙普及
漁協は魚の安定供給を果たすという大切な任務を負っているが、地域社会の中で魚食普及等を通じて貢献していかななくてはならない。
健康面に対する魚（国産）の栄養価値、沿岸漁業の大切さ
漁業を通して安値・安定した魚価にて魚貝類を供給する。食堂部門（子会社）を通しての魚食普及、魚価経済の安定と組合員の生活向上の為努力する
食品偽装や産地偽証等により食の安全が脅かされている昨今、市民の皆様へ安全で新鮮な水産物を提供し、それを維持すべく、水産資源の管理により後世に遺すこと
直売所やその他イベントなどで魚食普及に力を入れ、魚価の高値を維持する。
食文化がある意味乱れたり、疑惑をもつ食材が出回っている時代に安全・安心で新鮮な魚介類を市民に提供。
食の提供と海の安全

たんぱく資源の地域社会への供給
魚の普及
魚食普及運動と新鮮な食材の提供
地産地消で住民・観光客にアピールしたい
地産地消、港の活性化、組合員の所得向上
生鮮魚の供給・加工原魚の供給
新鮮な魚の提供
衛生管理型荷捌施設により消費者に安全、安心な魚介類を提供し、魚食普及に努める。
当組合内で水揚げされた魚を地域の人々に安価に提供する
安価な琵琶湖魚の提供に務める
市民に対し、魚の文化をもっと知って頂く活動をしたい。
地元住民に魚を安価で供給し魚離れを無くしたい
食の安心、安全です。
魚食普及活動
安定的な水産物の提供。
当組合は、全国有数の観光地である那智勝浦町の中心に位置しているため、観光客に多大な人気がある生マグロ魚市場を観光スポットとして開放することにより、生産者と消費者を直接結びつけ、観光振興とともに国内水産物の安全・安心への信頼感が増すよう努めることを地域社会における役割であり使命と考えている。
魚のおいしさ、等を知らせたい。
地元住民への鮮魚販売
地産地消で地域の方に新鮮なものを提供したいですが何しろ不漁です。できればそうしたいです。
地域住民から喜ばれる海産物を提供したい。例（ワカメ、アサリ、魚類）
消費者と生産者を結び付ける「地産地消」への期待に応える使命があると思っています。
魚食普及の推進などPR
朝市を開催することにより地域住民（特に高齢者）の交流の場になっており新鮮な魚を提供していく地区内で唯一の場所になっている
水産物の普及活動
組合員の減少が続いている中、これからも瀬戸内の新鮮な小魚を提供していきたい
若い世代で魚離れが進んでいる中、今後は可能な限り、イベント等を行ない、啓発活動をして魚離れを加速させない様にしたい。
今後とも安心安全新鮮をモットーに鮮魚介類の提供を行うこと。

安全・安心な海産物の安定的な提供及び漁村文化の継承
より良い魚介類の供給
漁業の継承。水産物の供給、資源管理、漁業権管理
本組合の主漁業はバッチ網漁業（ちりめんじゃこを漁獲する漁業）で、これは11加工場で製品化されたものを京阪神地区中心に出荷している。しかしそれぞれの加工場では、地域の人たちからの購入希望が多いので小売を行っており、少しではあるが貢献しているものと思料される。
安心、安全な魚を安定的に供給していくこと
地産の鮮魚の供給
子供たちに魚の素晴らしさ、美味しさを知ってもらい、親や地域の人々を取り込んで、普及し、付加価値を上げたい。
海産物の推進
海産物に対して、食しやすく、良いイメージを与えて、もっと身近な物として、扱ってもらえるように。
直売店を運営しており地元地域の方々へも海産物を提供、又、観光客へも地元の魚を提供し喜ばれています。
水産業の発展、魚食の普及などに取り組みながら、地域の漁業者と共に地産地消にも力を入れ、魚介類を通し人々を結びつける役割を考えます。
就業の確保及び地産地消の普及により、水産業の発展を目指し、漁業者並びに役職員の育成を促し、地域に貢献していくこと
魚食普及、町おこし
地域食文化維持のため、水産物の安定確保 漁業認知度の向上・魚食普及のアピール継続取り組みで、担い手の確保を図る。漁家収入の底上げにより、地域の経済活性化を図る。（東日本大震災被災地）
安全な食品の提供と、雇用の確保。また、漁業収入が向上する事で、地元地域の活性化に繋がると考えています。
安心で安全な食材の供給が水産業の最大な役割であり、又、密入国や不審者等を水際で防止する使命を受けていることが地域社会に貢献していることである
社会に信頼され、活力があり、親しまれる、組合が、あるべき姿とする。また、新鮮な魚を提供している。
地域の基幹産業である「漁業」の復興を通じて、雇用の確保、消費者への「安全・安心」な水産物の提供。組合員そして組合の安定経営を目指し、地域の人口流出に歯止めをかける。（東日本大震災被災地）
市の基幹産業として、市の活性化に向けて共に努力して行かなければならないと感じている。又、一次産業として国民へ安心安全な魚介類が提供出来る様努力すると

共に、PR 活動にも力を入れて行きたい。
漁家経営の安定と魚食普及（東日本大震災被災地）
1,100名の組合員の管理はもちろん、地域水産物をブランド化、6次化を行い積極的にアピールしていきたい。（東日本大震災被災地）
漁家の経営安定と地産地消の観点からの消費拡大への取り組み
魚食普及、漁民の所得向上に努めなくてはいけないと思う。
地域で漁獲される魚種の積極的PRを通じ、消費者へ「戸井ブランド」の意識を高めるとともに、価格の安定を図る。
地元水産物の普及活動による魚価の上昇と町の活性化
②地域活性化・貢献
活力ある町にするためには安定した生産ができる漁協の態勢にしなければならない
水産物普及、漁業体験、漁協のイベントを通じ地域の活性化に寄与している
地域貢献
地域に対し組合の事業活動による経済波及効果によって地域の活性化に貢献し、豊かな地域社会の創造に寄与すべく役割を果たしていく。
人材育成、地域活性化が必要
地域活性化のため、アイデアを提供、実践していくべきと思う
気仙沼市魚市場卸売業者として、全国の漁船を誘致し、地元中心の仲買業者への卸売り販売を通じて、地域の活性化に寄与する。（東日本大震災被災地）
漁村地域の活性化
経済の基本でもあるので、観光と連携を更に深めて地域に貢献する。
地域の活性、振興
地域の活性化を積極的に進める
過疎地域になりつつあるので管外からの来訪者をより一層招き入れたい。
過疎化をくい止める。
地域振興・活性化の活動に参画、貢献している
地域の諸行事に積極的に参加、応援する
漁協が主体となる活動はないが、地域のイベント等には必ず、助成、支援を行っている。これからもそういう位置で地域を助けていきたい。
現在の状況を継続する。人と金が続くかぎり。
浜に活力を与える事
漁村の活性化
地域のイベントに協力する
地域社会を活性化させると共に、組合も発展、元気になるべきだと思っています

地域社会に貢献できることがあれば協力するようにしています。
漁協が設立されて以降、行政と漁協が2本柱として地域の振興の為にハード整備、ソフト充実を図ってきた。以前程の支援は出来ないものの今後も地域発展の為に支援・協力は続けていきたい。
6次産業に少しずつ力を入れ、地域の振興に努力したい。漁場環境の改善に力を入れ、海を守る活動を推進する
活力向上
高齢化が顕著であるので地域の活性化
地域活性化を目標とし、地域と一体化した、販売、加工、観光と同時に豊かな町作りをしたい。
就業の確保及び地産地消の普及により、水産業の発展を目指し、漁業者並びに役職員の育成を促し、地域に貢献していくこと
魚食普及、町おこし
地域食文化維持のため、水産物の安定確保 漁業認知度の向上・魚食普及のアピール継続取り組みで、担い手の確保を図る。漁家収入の底上げにより、地域の経済活性化を図る。（東日本大震災被災地）
安全な食品の提供と、雇用の確保。また、漁業収入が向上する事で、地元地域の活性化に繋がると考えています。
水産業は地域の基幹産業であり、雇用の維持はもちろんの事、資源管理、新鮮で安心安全な魚介類を供給し、地域への貢献が必要であると思われます。
漁業の発展が地域活性化につながる
地域社会において、組合員の生活向上のために努力したい。各地域の行事にも協力して地域全体を盛りあげていきたい。（東日本大震災被災地）
地域の活性化に寄与しながら組合員の漁業経営に対して安定した経営を行うことを指導しながら、漁協自からの経営も安定させる
地域を支える中核組織として自治体等と連携し、地域の活性化等の1役を担う
地元水産物の普及活動による魚価の上昇と町の活性化
③地域を支える産業としての自覚・決意
水産業は地域の基幹産業であり、雇用の維持はもちろんの事、資源管理、新鮮で安心安全な魚介類を供給し、地域への貢献が必要であると思われます。
地域の基幹産業として寄与している。
当地区の基幹産業である漁業の恒久的継続・漁業の安定的経継は、町の存続そのものに関係する
昆布、シシャモ漁業の陸廻りアルバイトや、自営定置、加工事業で従業員を雇用する等、地域住民の雇用の場となっている。また、地元水産物の地産地消、町外への

PR 活動の中心となっている。
自然の恩恵に感謝し、資源の維持、培養に努め、漁業の伸長により水産加工場の雇用、運輸、商工等への波及効果に寄与しています。
地域の中心的な役割をなす組織であることを自覚し、知恵を出し合いながら、何事にも積極的に取り組んで行かなければならない。（東日本大震災被災地）
志賀町内において組合の役割は非常に重要である。組合よりいろんな面でリードし、行動を移すことにより、町が活気づく。そのことにより、組合員、組合、地域が豊かになる。
新荷捌施設の開設にともない、海からの情報発信基地になるべく努めたい
漁業者の為の組合ではなく地域の核としての漁業組合であるべきと考える
漁業が盛んでないと、町自体に活気がなくなり、行事などにも支障をきたしている。組合員、組合が元気でないと町が死んでしまいます
地域の景色の中の一部としての、漁業のあり方を考える
かき養殖業者の経営安定により、地域活性、広島かきの普及へとつなげていきたい。また、年1回行われる「かきまつり」においても、県内トップクラスの品質と売上高を今後も維持できるよう努めたい。
組合員や人口の少ない地域なので全てにおいて先頭に立たなくてはいけない
全ての情報発信源として、地域のリーダーたるべく使命を感じている。
組合員の減少・高齢のなか地域の中で魚、海をイメージさせるのは漁協である島であるがゆえの不便さがあります。この組合はそういう所に着目し計画、行動する事により中心的な地位を確保出来ると思います。
漁業経営の安定確立なくして、地域社会の持続、発展はなく、その漁業経営を守り育てる要の役割、使命は組合の原点である
地域社会のうち、漁村における中核拠点として、物資両面において可能な範囲で協力を行いたい
組合員の生活の向上を目指すことで地域の生活の向上に寄与する。
当地区水産業の安定と発展及び組合員の生活向上に資する。
すくも湾漁業協同組合行動指針。すくも湾漁協は、宿毛市、大月町の発展に貢献します。
地域の基盤は漁業なので中心的役割を担っている。漁業の発展が地域発展と自負している。
水産業の発展に貢献する中核組織として様々な環境変化に的確に対応出来る組織基盤の確立が急務となっている
当地域は典型的な漁村であり、漁業の盛衰が他の地域産業（商業・鉄工所）等へ与える影響は多大であり、その存続に努める。

水産業界にとって、現状は大変きびしい状況ですが、昔から地域に根ざし、漁協が関わってきた事は大きいと思います。これからも、地域とともに活気あふれる町にしていく事だと思います。
地元の地場産業である漁業の認識を後進に残して行く為に魚食普及は元より地元小中学校への教育活動に進んで協力して行きたい。
安全な食品の提供と、雇用の確保。また、漁業収入が向上する事で、地元地域の活性化に繋がると考えています。
水産業は地域の基幹産業であり、雇用の維持はもちろんの事、資源管理、新鮮で安心安全な魚介類を供給し、地域への貢献が必要であると思われます。
地域の基幹産業である「漁業」の復興を通じて、雇用の確保、消費者への「安全・安心」な水産物の提供。組合員そして組合の安定経営を目指し、地域の人口流出に歯止めをかける。（東日本大震災被災地）
市の基幹産業として、市の活性化に向けて共に努力して行かなければならないと感じている。又、一次産業として国民へ安心安全な魚介類が提供出来る様努力すると共に、PR活動にも力を入れて行きたい。
地域を支える中核組織として自治体等と連携し、地域の活性化等の1役を担う
④組合員への支援
組合員が不便を感じない集いの場・組合員一人々の状況を把握し適切なアドバイス、指導をする。（東日本大震災被災地）
販売促進等力を入れ組合事業を行っていきたい。販売で組合員が潤えば購買、信用、共済、全てに繋がります。東電の風評被害等有りますが頑張ります。（東日本大震災被災地）
組合員の方々の事業再開・継続や所得の安定・工場などにかかる支援、また、公的支援活用等による漁業者サポートの復旧、復興までの受け皿及び肩代わりとしての漁協。（東日本大震災被災地）
漁業者のための活動支援
第一次産業に関わる者として、生産者の生計安定を計り、後継者の育成を行う事で漁村を守る。
漁業者が安心して操業できる環境を整えること。
組合員の経営安定が優先と考える
水産資源の維持管理、漁業経営の改善、後継者の育成確保等
やはり組合員の経営安定を図る為に対策や使命について考えていかなければならない
漁民の生活の安定のために、漁協が中心となって、それを支えなければならない。
漁業経営が継続出来る環境作り

<p>組合員が安定した生計をたてるために何か果すべきことがあるのであろうが難しい現状にある。魚価を上げるために販路を拡大したい。</p>
<p>漁業者のために必要な手立てを講じることが、組合の役割、使命と考える。地域社会においては、安心安全な水産物を供給すること。</p>
<p>漁業者（正組合員）の経営安定化、雇用継続</p>
<p>漁家経営の安定と魚食普及（東日本大震災被災地）</p>
<p>1,100名の組合員の管理はもちろん、地域水産物をブランド化、6次化を行い積極的にアピールしていきたい。（東日本大震災被災地）</p>
<p>漁家の経営安定と地産地消の観点からの消費拡大への取り組み</p>
<p>魚食普及、漁民の所得向上に努めなくてはいけないと思う。</p>
<p>組合員の皆様の経済的、社会的地位の向上をはかるとともに漁業、地域社会を守り発展させる。</p>
<p>地域社会において、組合員の生活向上のために努力したい。各地域の行事にも協力して地域全体を盛りあげていきたい。（東日本大震災被災地）</p>
<p>地域の活性化に寄与しながら組合員の漁業経営に対して安定した経営を行うことを指導しながら、漁協自からの経営も安定させる</p>
<p>⑤地域住民サービス</p>
<p>へき地における金融機関として当然高齢化が進む地域住民に対するサービスをより充実しなければならないが、独居老人や認知症の利用者が増加するなか、地域性を生かしてきた対応の継続に懸念が生じられる。</p>
<p>地域住民の支援、福祉施設への支援を考えているが人材が不足している。</p>
<p>当組合は、組合員と非組合員の差が多く（≒ 9：1）ほぼ地域の中のコミュニティーを掌る位置付けとなっています。本来組合員の為の組織であっても、小さな集落の中でいずれ全体を手当てしていく存在になるのかと思っています。</p>
<p>漁協は漁村社会の役所のような位置付けにあると思います。全ての面で、組合員から信頼される組織を目指すことであり、特に重要なことは指導事業の充実を図ることだと思います</p>
<p>地域住民の生活の基盤となる。</p>
<p>地域において協同組合としての役割をはたす。営利目的でなく、社会貢献の高い事、地域文化や災害時等の貢献</p>
<p>市町村合併で地域色が薄れて行く中、組合が中心となりその地域の文化・特色を維持・発信して行かなければならない。</p>
<p>離島では、当組合以外に他の店舗等は一切なく、地域に果たすべく役割、責任感は非常に重要なものとする。防災、高齢者の安否確認、生活用品の宅配（灯油など）など組合員、員外者問わず、すべての方々の要望に応えられるよう組合活動を実施</p>

<p>していきたい。</p>
<p>当地区では高齢化が進み衰退減少が目に見えている。ただし、高齢者にとっては金融や物資の購入を組合へ依存している面もあるが、業務（信用業務）について制限もあるのでニーズに答えられないが出来る限り地域貢献を意識して行きたい。</p>
<p>当支店は離島に有り、人口100人足らずの地域です。昔から漁協が自治会の役割をはたしており、島民の生活をより良くするようになってます。これは今後も変わる事は無いと思います</p>
<p>高齢化により、人口の過疎が進み、雑貨店の廃業や公共施設の撤退があり、不便になっている。今後は悩める人の相談窓口となり漁協は組合員を中心に地域も含めて、色々な面で貢献したい。</p>
<p>特に地域も高齢化しているので、その部分のフォローができたらと思う。</p>
<p>離島であるため救急船が不在の場合、漁協の所有船で急病人等を市内まで運んでいる。今後高齢者が増え、救急船の存続も危ぶまれなか、漁協の支援はさらに必要とされると思われる。</p>
<p>離島なので、毎日、当直がおって、島の安全を見守っている。</p>
<p>高齢者世帯が増加しており、又、船員の高齢化が進んでいる。訪問等による見守り、漁業就業者の為に収入増加等</p>
<p>⑥水産業振興</p>
<p>水産業は町の産業の柱であり、漁業振興と漁協が果たす役割としてその使命は、町の振興施策の中でも重要なものと認識しております</p>
<p>水産食料基地として北海道の漁業が果たすべき役割が高まっている中で、安心・安全な水産物の安定供給体制の構築と地域における組織の多面的機能の発揮に努め、漁業の持続的発展を目指すこと。</p>
<p>震災後の漁業振興（東日本大震災被災地）</p>
<p>資源増加、漁業者育成</p>
<p>海から食料源を確保すること。国民の財産である海を利用させてもらっているの で、海や魚を通し地域に活力と良き影響を与えるよう活動、事業をすすめること。 それらが魚価向上、漁業所得向上につながるよう努力する事</p>
<p>水産業、漁村の活性化</p>
<p>水産業の発展、魚食の普及などに取り組みながら、地域の漁業者と共に地産地消にも力を入れ、魚介類を通し人々を結びつける役割を考えます。</p>
<p>漁業の発展が地域活性化につながる</p>
<p>組合員の皆様の経済的、社会的地位の向上をはかるとともに漁業、地域社会を守り 発展させる。</p>
<p>⑦その他</p>

水産の町なので漁業関連に従事する人が多い。
組合離れが見受けられる中で、どう維持して行くかが問題です。(東日本大震災 被災地)
地域に植ざした、組合ならではの特性を生かし継続していきたい
北浦という湖の重要性を、子供達や近辺の住民達の方々にPRしていきます(川魚のおいしさ、安全性)
ホテル等にもっと安く海産物を提供し、観光客に食べてもらいたい。しかし現在の組合の経営状態でもむずかしい。
海を題材としたイベント等の協力。
豊かな水産資源と美しい海洋環境を維持すること。
地域において伝統魚食を継承する
内水面の保全に関して、各関係省庁に提言し、実状を踏まえ、将来変革の可能性としての視点より行動し、保全を計る
琵琶湖に生息する魚を人のため、社会のために有益に利用したい
TV、雑誌等マスコミには積極的に協力している
高齢化が進み、後継者が農業と同様減少している。料理してまで食べない、地産地消をどう取組むか、現在の施設をどう生かすことが出来るか。
海、川の事を一番良く知っているのは漁業者であることから、国、府、市、地域と連携していきたい。
ライフジャケット、浮環を20数個常時陳列保管しています(玄関)。大きな津波等の変事に際に地域の方々のお役に立てれば、の用意です
地元の方とのつながりを大切にし、地元になくってはならない組合にしていくこと。
漁協合併以前は、地区自治会、住民と積極的にかかわっていたが、施設の移転、合併を機に地元職員も少なくなり、しだいに距離があいてしまった。村の行事を始め、困ったらまず「組合」へといった昔の姿が大切だと思う
当組合は、地域の人の交流で学校行事につぼ網体験やのりすき体験などに組合員が準備やお手伝いなどをして子供達に漁業や海の事を知ってもらうように活動しています。
地域の子供達の海に対して考えている事を話し合う機会を作っている
高齢化に伴い老人との交流を大切にする後継者の育成を重視
現状のままで良いと思う
安心安全な水産物の提供を行うと共に、伝統的な行事や食文化を絶やさない為にも次世代へ伝えていくことが必要と思われる。漁村社会は高齢化が進んでおり、後継者の育成が課題である。
水産資源や沿岸域の保全・交流の場の提供

<p>地域において漁協の果たす役割は極めて重要であると考えますが、近年では、魚価安、及び、漁獲量の減少、さらには後継者不足と、漁村の衰退に歯止めが掛からない状態です。何か良い案があればと思います。</p>
<p>地域住民、組合員共に高齢化のため、現状を維持しているだけでせいっぱいです 伝統行事の継承</p>
<p>地元の農林水産業を維持、継続していく為には、何らかの施策の取組みが重要と考える。</p>
<p>船舶については現在未建造であるが、国、市等の補助事業を活用して将来的に運営していきたい。</p>
<p>中土佐町の基幹産業でもあるので、後世に残る様、担い手の確保が喫緊の課題</p>
<p>水揚高は20年前から比べて4分の1以下に落ち込み、組合員数も3分の1位に減少している。平均年齢も65才近くで、後継者もまったくいない。このままいけば、自然消滅するのは、明白である。原因は遠賀川河口堰の建設による処が大きいと漁民の大半は言っている。やはり、自然を壊したらむくいをうけると思います。</p>
<p>地産地消、地域特産品としてブランド化したい考えがあるが、全量出荷の契約で共販体制化されており、拘束されている。</p>
<p>日本本来の魚食文化を取り戻し、欧米化した食文化によると思われる疾病を減少させ、健康長寿で人情味溢れる本来の漁村の形成に努力すべきである。</p>
<p>雇用機会の維持・創出、海岸清掃や藻食動物の駆除等による水産資源や沿岸域の環境保全、海難救助、交流の場の提供などを取りくんでいく</p>
<p>漁村に残る伝統行事の承継と交流、教育活動</p>
<p>漁協が地域の中で果たすべき役割については理解しているが、人力的（本所、支所とも職員各1人）にも、財政的にも余裕がない。</p>
<p>組合員の高齢化や資源の減少などで生産活動が低下して、組合の存在価値が問われる状況にある。</p>
<p>漁業の魅力を子どもに伝えていく</p>
<p>後世に渡し、水産業の重要性を知っていただく</p>
<p>海をいい状態で残すこと</p>
<p>漁業者の確保</p>
<p>海と地域とをつなぐこと</p>
<p>災害等において、行政で対応できない面のフォロー</p>
<p>少子高齢化、過疎化に対して船舶等の入港促進に伴う地域経済への波及効果及び、雇用促進、漁業を通じた交流人口の促進</p>
<p>長島町の主力産業である水産業（特に魚類養殖）の安定した継続に努めること。また、豊かな自然を後世に残す為の環境に配慮した事業推進。</p>

藻場、干潟の再生、汐干狩などの計画
次世代を担う人材の育成、確保（文化、伝統の継承） 水産物を観光の一環としてPRしていきたい
安心で安全な食材の供給が水産業の最大な役割であり、又、密入国や不審者等を水際で防止する使命を受けていることが地域社会に貢献していることである
地域との密着により、漁協の存続を図る
社会に信頼され、活力があり、親しまれる、組合が、あるべき姿とする。また、新鮮な魚を提供している。

注 複数の組合が同じ回答の場合は、1つのみを掲載。また、当てはまる項目については重複して掲載。

（２）組合の魅力（自慢・誇りなど）

自由記入をお願いしたところ、208 組合（広域合併漁協の支店・支所を含む）から回答を得た。水産物や組合員を組合の魅力として挙げる組合が多かった。

【組合の魅力（自慢・誇りなど）の具体的内容】

問 4

①水産物
函館市中心部に位置する漁協であり、主漁業のいかに水揚げの産地でもあり、活イカで食せる所でもある。全国各地でも獲れるするめいかであるが、津軽海峡（潮の速い）で獲れたイカが旨いと自負している
新鮮・安心安全な漁獲物の販売。
多種漁業があるので、いろいろな海産物が味わえる町なので、一年通しておいしい海産物がたべられる。
全国に誇れる大型のシャコ
多種多様な魚介類が水揚げされます。
別紙パンフレット参照願います。（以下、パンフレットから）羽幌沖の武蔵堆で獲れる甘えびは、質と漁獲量とも日本一を誇ります。今後は、イメージキャラクターを中心に「羽幌町甘えびまつり」をはじめ、斬新なプロモーション活動や積極的な商品開発を推進し、全国に誇れる「はぼろの甘えび」拡大の推進、羽幌町の魅力発信と地域活性化となるよう努力して参ります。
当地区の主要魚種であるホタテ貝は味、大きさともに他には無いものであり、それをイベント、料理教室、生協への販売等により付加価値をつけている
知床半島とオホーツクの自然に囲まれた漁場から水揚げされる、サケ・イカ・ホッケ・メンメ（キンキ）・ウニ・昆布と多種多様な水産資源に合わせ、羅臼ブランド（さけ：羅王・羅臼昆布等々）を持つ日本屈指の漁協と自負しております。
100 t 越の船で操業する沖合底曳網漁業から、昆布漁業まで幅広い階層で年間を通じて多種の魚介類が水揚げされる。特に、秋さけは銀毛で見た目も味も高品質であ

<p>る事と、約 50 隻で操業するシシヤモの水揚げ量は道内トップ級である。</p>
<p>漁業資源が豊富であり、特に、サケ、帆立は有数の産地のひとつであり、安全安心な海産物を提供しています。</p>
<p>毛がに漁獲量が日本一 加工場で製造しているほたて玉冷は「マルエダ」ブランドとして高い評価を得ています。</p>
<p>定置漁業が 8 割を占め、特に鮭のブランド「特銀」鮭児の販売を、消費地市場へ直送し、認知度を高める。更に活メめんめ（きちじ）等の販売や知床幻のモズクや春ふのりの販売を直販店をメインに行っている。又、世界自然遺産の地であり観光客への販売も実施。</p>
<p>安全安心な魚介類を提供し、メバルは「海峡メバル」というブランド化が進んでいる</p>
<p>ウニの身が大きい。(東日本大震災被災地)</p>
<p>養殖わかめは外海での養殖であり、最高の品質であると思う。震災後、まだ復旧途中であり、地域社会への活動が充分に行えていない。(東日本大震災被災地)</p>
<p>豊穡なる三陸漁場を目前にし、季節ごとに多種多様な魚種が水揚される。(東日本大震災被災地)</p>
<p>男鹿半島の先なので、魚種が多い。</p>
<p>秋田県魚のハタハタが多くとれる</p>
<p>小規模組合ながら、県内一のひらめの水揚げ高を誇る等、特徴がある組合である。また、県内唯一のかつお一本釣り船の入港基地でもあり、特徴ある漁港となっている。</p>
<p>東京湾の入口に位置する関係で、海水の汚れもなく、太平洋を回遊してきた魚や根魚などが豊富に獲れる漁場となっています。本当に取れ立ての新鮮な魚を食べたいと思ったら、当組合のあるエリアまで来て下さい。新鮮な魚は少しも生ぐさくありませんよ。</p>
<p>当漁協では多種多様な漁業が営まれており地元船の水揚げが主であるので他港船の水揚げはほとんどない 自営で行っている定置漁業では、特定魚種に活きメを施し専用タグを付けブランド化を図っている</p>
<p>「海松」を毎年宮内庁に献上している。新嘗祭に使用されるもので、全国で小坪だけだそうです。鎌倉時代に源頼朝が他の海産物とともに献上したのが起源と言われている。</p>
<p>古くから沖合に張り出した砂泥質の好漁場の大陸棚で底曳網漁業が盛んに営まれ、加能ガニ（ズワイガニの雄）や香箱ガニ（ズワイガニの雌）、甘エビ（ホッコウアカエビ）、赤カレイなどを漁獲している。</p>
<p>のと寒ぶり</p>
<p>他にない独自のオリジナル的な資源 etc.</p>
<p>「桜えび」は全国で駿河湾の由比・大井川で水揚されています。静岡県特産の「桜</p>

えび」を全面的にPRしていきたい。組合員が協力的である。
桜えびを筆頭に、鮮度・質にこだわった海産物の提供。より地域を結びつける活動をしていく。
当組合魚市場で水揚げされるマサバは、昔から塩蔵加工され関西方面に出荷され、現在でも「焼津さば」として販売されている。鮮魚に向かないとされる小型のゴマサバは、地域の加工業者により「さば節」に加工され地域水産業の発展に大きく寄与してきた。
新鮮なしらす
安曇川の築でとれる鮎は絶品です！！
旬の魚、環境でのおいしい魚
スーパー等の店頭においてブランド品室津の魚として取扱われている。養殖カキは地元だけでなく、築地市場においても室津かきとしてブランド化されている。養殖あさりも身入が大きく姫路・神戸・明石で室津のあさりとして高値で扱われている。カキ以外の鮮魚は量的に少なく、底曳網漁業の活躍に期待している
明石市は、明石鯛、明石たことして有名ですが、特にこの江井ヶ島漁協沖で取れる、鯛、たこは、仲買人からも評価がたかいです
加太沖で水揚げされた天然でかつ生きの良い「加太のマダイ」が有名でありますので、お客様にはぜひとも食べて頂きたいと思っています。
他の港より海水がきれいで、藻・貝類は特にくさみがなく、おいしいと言われていきます。組合事業で行っている養殖ワカメは回覧板等でご注文いただき食べていただいておりますが歯ごたえがありとてもおいしいと評判で、注文のリピーターが多いです。
漁師が品質にこだわった漁業を営んでおり、特に底びき網の松葉がに、赤がれい（あじろがれい）は地元の名産品となっている
沿岸・沖底魚のブランド品を開発し、県内外のイベント等で魚食普及に取り組んでおります。また、境港市は観光にも力を入れているので、皆様に愛されていると思っております。
鳥取県でいちばん、サザエ、アワビの漁獲高が高いこと。また京都市場でのアワビの評価が高いこと。
瀬戸内のすべての魚種（多い、少ないはあるが）が水揚げされる。
最近ほうなぎも穴子も不漁続き。うなぎは全国的に有名な青うなぎですがあまり獲れないので生活するには大変です。穴子も児島湾産はどこで食べてもこれ以上のものはありません。
広島県内一番の海苔生産量があり春期定置網も伝統的に半世紀以上に渡って続いている。
三原市沖で漁獲されたタコを「三原やっさタコ」と商標登録して、県内、県外の皆

様に、三原のタコのおいしさを知ってもらえるように、PR しています
豊島太刀魚として、ブランド化しつつある
当支店では有志でかき養殖をして、地域のブランドとして活動している。しかし、若年者の減少と取り組みがない下で、継続がむずかしい
当支店は半農半漁（特に農業が主）で、船数も少なく細々としている支店ではありますが、今の所、海苔の種付け事業で成り立っております。去年は組合事業で生のりを出荷しましたが、とても状態が良く好評でした。今年もうまくいく事を願います。
豊かな水産資源及び人材
黒のり、スジ青のりの品質には、自信があります。
当組合は一本釣り漁業を主とする規模の小さい組合であるが、一本釣りで水揚げされる魚は表面に傷がなく、鮮度も良く身が締まった美味しいブランド魚（うず華）である。
生産している若布は世界一であると自負しています
組合員が個々にカキ養殖を行っており、「白方かき」という商標登録を取得している事
芦屋町で獲れるヤリイカを「あしやんいか」と名づけブランド化して12年経過した。岡垣町波津地区では、バフンウニのアルコール漬けが大変美味で毎年1万本以上が飛ぶように売り切れてしまいます。しかし、今年は全くウニがいなく、はじまって以来、磯の解禁を取りやめました。
沖合いの一本釣り漁から、沿岸の定置網漁やイワシ引網漁、または素潜り漁。波穏やかな湾奥部では真珠養殖業など、6つの地区を有する肥前統括支所では多種多様な漁業が営まれ、季節の移り変わりとともに豊富な種類の魚介類が水揚げされます
当支所は海苔生産に携わり佐賀県でも屈指の高品質の海苔を生産し販売単価も県下1、2位を争う支所です。
厳しい水揚状況ではあるものの、多種多様の魚が獲れ、しかも新鮮でおいしい魚が水揚げされます。
管内3地域の各地先に敷設している定置網漁業による水揚により、常時新鮮な漁獲物を提供できる。
魚種多様
魚の新鮮さ安さはすごいです。よくTV番組で魚をPRしている時がありますが茂木の魚が1番だと思えます。なかなか事業にはつながりません。（魚が安く、油代などが高いため）
新鮮なまま、提供する事ができる。
現在、漁業状況が悪化しており、年々組合員数も減少している中、当支店としても活性化する為に漁業資源は少ないが、ブランド化に取り組み対応している。（ガザ

ミ⇒岬ガザミとして)
昨年～今年は、たこつぼ漁が豊漁 くにさき近海でとれるたこは「姫たこ」の名で知られ美味で噛めば噛むほど味が良い。後は、ここ数年不漁のたちうおが採れるようになることを期待している。「くにさき銀たら」を売り出しているが近年不漁で赤字の原因となっている。
地元の基幹産業はまき網漁業を主力にした漁業である。地元の漁船が自前の漁場で漁獲した魚をどこにも負けないより新鮮な状態で朝一から食することができること。
鹿屋カンパチ ブリ ヒラマサ 養殖、底引き（エビ） 1本釣（アジ タイ）
ぶりの品質には、誇りをもっております。
ハモの魚食普及を行い、それが市の特産物になった。
鮮度面は自信
・魚の鮮度が抜群 ・魚の種類が豊富 ・もずくの品質が良
もずくの生産量が日本一である事
・多種多様な漁業種類 ・鮮度が良い定置網の魚
当漁協管内においては、トビウオの機船船曳き網漁が盛んであり、水揚された小トビウオを原材料とした、粉末だしパックをはじめとする小トビウオの関連の水産加工品は、生産量、販売量ともに全国的に大きなシェアを占めている。
本組合所属の11加工場で製品化される「宮崎ちりめん」は無添加で競り行為がないので新鮮なまま加工されるので安心・安全な面もあり、関西・関東市場で高い評価を受けている。又、最後は必ず天日乾燥で仕上げるので、旨み成分も多く、自信を持って販売しています。
沖縄県本島では「カツオといえどもとぶ」と言われる程、カツオ漁が盛ん。日帰り操業により、新鮮なカツオが町内で味わえる。濃厚な出汁が出る「削り節」も製造しており、町内飲食店を影から支えている。「なまり節」は数量は少ないが、愛好者も増えている。
山口県の県一漁協として、日本海と瀬戸内海という異なる海に三方を囲まれて、多種多様な魚が水揚げされている。
波静かな錦江湾、垂涎（スイゼン）の海 浅海から深海までの魚種が多い。一本釣には適した場所（遊魚関係）
・魚種が多く、新鮮な魚を提供出来る ・後継者が多い
小規模な組合なので、組合員の高齢化も進み、経営状況も赤字傾向ですが、かき業者（3社）の努力により、他漁協よりも、高品質なかきを提供できている。また、繁殖保護事業にも積極的に取り組み、資源管理の成果を少しずつ得られている。資金不足だが、組合員さんの努力、ボランティア精神、一丸となる結束力が誇りです。
日本一のブリ産地であり、その為に様々な取組みを行っている ○海外輸出 ○EU

<p>ハサップ加工場 ○「鱈王」独自ブランド ○品質管理の徹底（品質管理設置、独自のトレーサシステム開発） ○オリジナル飼料開発及び販売 ○養殖漁家の経営管理・指導 ○放養尾数の管理（生産調整） など組合が一体となって取組んでおり、ほぼ 100%の共販体制（組合員自主）が確立出来ている。</p>
<p>組合員の生産する養殖若布を全量買取し、自営加工場での一貫した加工処理により、均一な製品「真崎若布」として販売している。過去に2度、そして今回の大津波被害を受けた組合員の多くが漁業を再開し、元気に生産活動を行っている事は何より誇りに思う。（東日本大震災被災地）</p>
<p>紀州日高漁業協同組合は、和歌山県の西海岸のほぼ中央に位置し、日ノ岬を境に瀬戸内海と外洋に別れ、シラスからマグロまで多種多様漁獲される事が大きな特徴です。獲れる魚種が多ければ当然獲る漁法も多く、その数は県下でも有数を誇っています。その特徴を生かし、四季を通して新鮮な魚介類をお届けしています。それが私達 JF 紀州日高です</p>
<p>漁獲量は減少傾向にありますが、年中新鮮で安い魚が手に入ります。また夏にはちりめん、かまあげ、冬はグチやキスの干物を販売する組合員さん達もいます。組合員数も少なくなってきましたが、頑張っています。</p>
<p>②組合員</p>
<p>最新鋭の設備をしている、いか釣漁船が数隻いること。又、昆布養殖漁業に従事している後継者いること。</p>
<p>全組合員が組合に対して協力的で、ほとんどの漁獲物で一元出荷がなされている</p>
<p>近隣の漁協組合員より若手が多い。平均年齢 46 歳 清掃活動多し</p>
<p>県内では組合員が一番多い（地場産業） 他地域より、若手漁業者が多い</p>
<p>少人数の組合員が力を合わせ、自分たちの地域を活性化しようと努力する傾向にある。</p>
<p>結束が強い</p>
<p>少ないけれど、後継者が出来ている</p>
<p>団結力があり、スピードがあるので物事がスピーディーに進みます</p>
<p>組合敷地内の倉庫を利用して、漁師の奥さんたちで、御主人の漁獲してきた、キズ物、半パな魚等を販売している。地元のテレビ番組などで”魚屋かあちゃん”の店として、時々、紹介されている。</p>
<p>若い世代が、他漁協と比較して多いと思うので、今後の漁法の変化や、イベント企画に対して前向きに取りくめると思うので、漁協として進化していきやすいと思う。</p>
<p>東日本大震災から立ち上がり、地域一番のスピードで復旧をとげた団結力 他地区とちかい産直や6次化等は支所が行なうものと組合員は考えている。水揚物も支所にまかせれば大丈夫との信頼がある（東日本大震災被災地）</p>

漁業者の方との距離が近い事
地域住民とのつながりが強く、漁業者以外とも、拘わりが深く、地域にはなくてはならない事業所である。また、漁業者間、漁業者と漁協職員の関係も良く、職場は和気あいあいとした雰囲気である。
組織力、団結力、行動力が伝統。港は整備され、県外のイカ釣船からは、港、サービス等は、日本一と云われる。組合員の人柄人間性が優れている。
職員が組合員と身近に接し、できる限りのサービスを提供していること。
組合員及び地域住民が豊かに安心して暮らすことのできる地域づくりに貢献している。
組合員のまとまりがある。
組合員（漁業者）がいつでも事務所に入って、話しのできる雰囲気である。
離島である為他の産業がないことから職業の選択があまり出来ない事から組合員の漁業に対する情熱が誇りである。
当組合は、組合員全員が地域の行事、イベントなどに積極的に参加して下さって、漁業のアピールをしている所が魅力に感じています。
現在、本組合として、販売事業等行っていません。但し、指定市場として今日迄組合員全員漁獲物を水揚げしていた処、各魚種の漁獲物に対し、単価が、この地区で1番安く、指定市場外に水揚している現状、組合員は、とつても組合を大切に、水揚の仕切書を持って、手数料を入れてくださり感謝です。
人口250名程度の離島であり、大人から子供まで、知らない人のいない地域です。漁協は、島のなんでも屋さんの状況です。これからも、地域のお助けマンになれるべく職員一丸となってがんばっていきたいと思います。
皆が（生産者）協働の意識が高い。
当地区は人口が少ないけれど、その中で、女性部、青年部があり、この人達は本土の行事等にも、又地区内においても活動が多く、他の地区にはこのような団体が無いと思います。当地区の自慢、誇りは、この2団体の存在だと思います
漁協に海、浜の力を総結集し、相互の協調、連帯による組合運営により、漁村社会の支えたる現状を自負している 総合協力による生産ブランド化の確立と、一元化、体制を誇りにしている。支え合う原点を重視し生き残りを懸けている。
地域一帯となり、高齢者・子供に声をかけている
自然環境がとつてもいいところ 地域住民と組合が一丸となり何事にも協力しあつて活動をしている 組合員さんの相談役として、日々努力している
小さな組合ですが、物事を決めたり、したりする時は、みんながまとまり行動にうつすことができ、よい組合と思っています。
地域全体がお互いに顔見知りであるので、秩序が守られている。又、事が起これば、すぐに噂になり、物事の伝達が速い。

多くの港を抱える漁協ですが、全体的に仲が良い組合です。
一本釣り、ヨコワ、タチ、イサキ、クエ、アカハタなどそれぞれの組合員さんがつねに努力している！
海苔生産者全員熱意を持って漁業を行っている
小さい組合なりに小回りがきくこと
組合員が元気である
協力的であり一步ずつ前進しています。現在6次産業活動中。
・魚種が多く、新鮮な魚を提供出来る　・後継者が多い
小規模な組合なので、組合員の高齢化も進み、経営状況も赤字傾向ですが、かき業者（3社）の努力により、他漁協よりも、高品質なかきを提供できている。また、繁殖保護事業にも積極的に取り組み、資源管理の成果を少しずつ得られている。資金不足だが、組合員さんの努力、ボランティア精神、一丸となる結束力が誇りです。自然環境に恵まれた広大な干潟を擁し、続く沖合まで春夏秋冬さまざまな漁業・漁法が入替り多種の魚類が水揚げされる。厳しい漁業環境であるが、女性部が中心となった加工品の開発、販売等の魚食普及活動は目見張るものがある。
アサリ貝は手掘りの為砂をかんでいません。女性部会はないが、組合員の7割が女性である。又、女性の理事を通して協力要請することにより、諸活動もうまく運営できる。
組合員の生産する養殖若布を全量買取し、自営加工場での一貫した加工処理により、均一な製品「真崎若布」として販売している。過去に2度、そして今回の大津波被害を受けた組合員の多くが漁業を再開し、元気に生産活動を行っている事は何より誇りに思う。（東日本大震災被災地）
③地理的条件
当組合周辺には、落石岬やユルリ、モユルリ島など自然に囲まれた環境を生かした観光にも力を入れています。
資源豊富な金華山漁場を有している。（東日本大震災被災地）
ロケーションの良さ
組合から見る景色が、まあまあ良いという事ぐらいでしょうか。
漁船漁業は減少してしまったが、漁場には全国でも珍しいトンボロ干潟があり、潮干狩りには3月～8月に多い時には10万人の観光客が訪れます。また前島と沖島と2つの島があり海と山にかこまれた良い所です。
淡路島の南端にあり温暖な気候で冬は魚がおいしく、水仙郷もあり自慢の観光地である。
あさりでは百島漁場が天然のサイクルで動いている日本でも数少ないあさり漁場を持っている

かき養殖漁場に最適な海域である。
一本釣りや採介藻漁業は高齢化の影響で最盛期（平成10年頃まで）の見る影もないが、海（日本海）に沈む夕陽の美しさは全国一と思う。
好漁場が多く、魚種が豊富
海洋環境に優れている。市民の憩いの場としてレジャー施設も整っていて利用客も多い（海釣り公園、海水浴場）
漁場が玄海国定公園内に位置し、風光明媚である事。
「魚（いお）湧く海」と言われている水俣の海の美しさと豊かさ
山口県の県一漁協として、日本海と瀬戸内海という異なる海に三方を囲まれて、多種多様な魚が水揚げされている。
波静かな錦江湾、垂涎（スイゼン）の海 浅海から深海までの魚種が多い。一本釣りには適した場所（遊魚関係）
自然環境に恵まれた広大な干潟を擁し、続く沖合まで春夏秋冬さまざまな漁業・漁法が入替り多種の魚類が水揚げされる。厳しい漁業環境であるが、女性部が中心となった加工品の開発、販売等の魚食普及活動は目見張るものがある。
④資源管理・環境美化
ほっき貝の操業体制では共同操業を実施している さけ資源の増大及び回帰率の向上のため、海のサケを提供する為、協議会を設立させている。
ナマコ資源の増加、加工品生産体制の向上に努めており、高い品質を保っていると自負しております。
700年の歴史をもち、安心安全な水産物の提供をつづけている。後世に残すべく資源管理にも積極的に取り組んでいる。
昭和63年に地元7漁協と1連合会が合併し、年間市場取扱い量は1万5千t前後で推移し、日本海側有数の生産流通拠点となっている。又、稚魚の放流等による作り育てる漁業の推進や青年部を中心として漁場環境保全活動にも力を入れて来ている。
平均的な漁協より指導事業に含まれる「山と海との連携」（植樹活動、環境生態系活動）を積極的に行っている。
セタシジミを守りたい
海域美化のとりくみを積極に行っています。
海をきれいにしようの一環として毎年地域全体で月1回の海浜清掃を第3土曜日に実施しており、平成24年に全国漁港漁場協会より表彰を受けました。今後も地域の方々と一丸となり継続したいと思います。
閉鎖的な漁場であることを自覚し、漁場負荷が高い魚類養殖は設立以来行わず。真珠養殖を中心とした養殖ひと筋に歩んでいる

漁港周辺の清掃等（女性部活動）環境整備の推進

小規模な組合なので、組合員の高齢化も進み、経営状況も赤字傾向ですが、かき業者（3社）の努力により、他漁協よりも、高品質なかきを提供できている。また、繁殖保護事業にも積極的に取り組み、資源管理の成果を少しずつ得られている。資金不足だが、組合員さんの努力、ボランティア精神、一丸となる結束力が誇りです。

⑤生産・出荷・販売体制

ほっき貝の操業体制では共同操業を実施している さけ資源の増大及び回帰率の向上のため、海のサケを提供する為、協議会を設立させている。

ナマコ資源の増加、加工品生産体制の向上に努めており、高い品質を保っていると自負しております。

トレーサビリティを取り入れた「ほたてガイ」の生産履歴等を閲覧できる。「ほたて マナコ生産出荷管理情報システム」を導入し、消費者に安全、安心につながる情報の提供を行っております。

明石浦漁協ホームページをご覧ください。魚に対する愛情がお分かりになります。（サイトから）「明石では『明石鯛』や『明石ダコ』以外に四季折々に約100種類もの魚が水揚げされています。明石の魚が美味しいと評判を得ているのは、豊富なエサ、環境のよい漁場、腕のいい漁師など幾つもの条件から成り立っています。そして、24時間活魚水槽に海水とエアを流すなど、魚の鮮度を保つ秘訣、魚を扱う技に工夫を重ねています」

・新荷捌施設の建設 ・マグロ養殖事業の推進

1. 「認定漁協」として補助事業の優先採択を得やすい。2. 八戸漁協として①分散する市場機能の集約を進めている。（3ヶ所を1ヶ所へ）②高度な衛生管理が出来る荷さばき所、陸揚げ施設の整備を進めている。

独自のセリ魚市場がある

共同出荷に取り組んできたこと。しかし10年先はどうなっているか…。

魚の鮮度保持については自信がある

・蓄養、直売事業により、漁協が入札し、浜価格の下支えをしている。・アワビの輪採漁場サイクルを確立し、効率よく毎年一定の水揚を確保している。

日本一のブリ産地であり、その為に様々な取り組みを行っている ○海外輸出 ○EUハサップ加工場 ○「鯛王」独自ブランド ○品質管理の徹底（品質管理設置、独自のトレーサシステム開発） ○オリジナル飼料開発及び販売 ○養殖漁家の経営管理・指導 ○放養尾数の管理（生産調整） など組合が一体となって取り組んでおり、ほぼ100%の共販体制（組合員自主）が確立出来ている。

⑥その他

歴史ある漁業の発展を目指す組織であり、第一次産業としての食の安心・安全の根幹を担っていること。

<p>オホーツク海の豊かな環境が育くむ水産資源を捕獲・採取・供給する事によって古来からの日本に於ける漁貝類を多く食する食文化を維持しつつ日本人の健康増進に貢献する為に地方から日本全国に海産物を提供している。</p>
<p>震災後、組合員各位のご協力により、単年度毎（3年間）剰余金黒字計上している。 （東日本大震災被災地）</p>
<p>当組合は、わずか100km余りの庄内浜を管轄とし、昭和40年7月に全国初の一県一漁協として誕生し、漁連・信漁連を持たない特異な組織形態で運営を続けている。</p>
<p>70～90才までの漁師の方々ががんばって漁をしています。残念なことに東電の関係で一部規制されていたり風評被害があったりしています</p>
<p>昭和30年頃盛況であった帆引漁業を現在市より委託され観光事業として実施しているが（9月～12月）この運航は、風が無くても又風が強くても運航できないのでむずかしいです。わかさぎ、しらうお漁です。秋の夕日に映える白帆の勇姿をカメラに納めるお客が、多方より集り盛況です。帆引船の回りを随判船で回遊するのでカメラマンに人気です。</p>
<p>食堂事業による魚食普及、定置網見学等により、地場産業の発展及び地域内外を問わず広め、漁業とは、何ぞやと人々にアピールする。</p>
<p>当組合は「道の駅富楽里とみやま」内において、直営食堂「網納屋」と直営直売所「大漁市場」を経営し、組合の主力事業となっている。</p>
<p>・水揚げ高、魚価の低迷する中、漁業者が安心して（少しでも）生活出来る様あらゆる情報収集に努め、漁業者の利益となる様、指導分野にも力を入れている（補助事業など） ・勝浦産水産物のPRを行う為、採算を度外視して、市や県の枠を超えた場所へも出向いている</p>
<p>首都近郊の漁協であることをメリットと考え、やれる可能性のある取り組みを1つづつすすめることができる。定置しらす漁、遊漁などバランスを保ちつつ、前へ進めることができる。</p>
<p>社会見学等の要望に対して、極力受け入れる様努力しています</p>
<p>特別に費用対効果にこだわらない点。</p>
<p>「金沢港金石地区船だまり」（1/2の岸壁をプレジャーボートの係船岸壁にしている）の石川県の指定管理者になっている。</p>
<p>海岸（砂浜）で車の通ることのできる千里浜なぎさドライブウェイでの観光地曳網で支所の活性化につながればと思います。</p>
<p>できることなら前向きに実行する</p>
<p>合併2年目を向かえ職員・漁業者の交流を深め県下で手本となる組合にしたい。</p>
<p>工業都市に立地する組合であるが、事業内容もよい。6年前に直販所を拡大移転して、前浜物を中心に売上も順調に推移している</p>
<p>弱小規模の組合であるが故に、少数の行動、考察にて瞬時に活動が出来る事、では</p>

<p>ありますが、弱小な故にその影響力に問題が有り、結果が伴わない 趣味を生かす為の漁業組合となっており、組合維持が困難。県発注の琵琶湖水草の刈取工事を受注し組合経費に当てている。</p>
<p>古来より、漁業、海運業などに携わってきた土地柄で、また周囲を海に囲まれていることから、島民のほとんどが漁業に関わっており、地域の根幹をなすものである外に向かって自慢できるものは特にはないが、島内の組合のほとんどが赤字続きであるのに、当組合は過去10年間ほぼ黒字できていることぐらいです。</p>
<p>自らの漁業権で生産したカキを漁協自らが販売している。</p>
<p>黒字経営</p>
<p>毎年五月に行われる観光鯛網では400年の伝統漁法を再現し、伝承している。又、魚類の行商形式での販売など港町の景観にとけ込んだ漁業を続けている。</p>
<p>広島大学が近いので研究等に協力が出来る 広報紙を楽しみにしている人がいるので、苦労しながら作ってます。</p>
<p>組合員、地域の為になりそうな事には積極的に取り組んでやってみる事 自慢はありませんが毎日毎日休みなしで働いていることが誇りです</p>
<p>朝市が長い間続いて地域に貢献してきた。組合員加入が寛容で他地区からや、定年退職者等も積極的に受け入れている</p>
<p>単独漁協である為、自由がききます。この様な、組合の特色を生かして今後の事業計画をしようと思います</p>
<p>海面養殖業（魚類・真珠養殖）をメインとし、漁船漁業も多種にわたり操業している。</p>
<p>「前進」</p>
<p>青柳祐介さんの「土佐の一本釣り」のマンガのもとになった地域・漁師です。</p>
<p>今年度26年度4月より合併して宗像漁協になる（宗像漁協・鐘崎漁協）</p>
<p>特産品開発に今後努力して行きたい。今後合併を機に発展していきたい。</p>
<p>かつては日本一の販価を数年間、維持した経歴があるが、共販により組合として独自の販路開拓や六次産業化は不可。従前通りの運営に従う。</p>
<p>地域産業の一翼を担っている。</p>
<p>当漁協館内の加部島沖が、国の海洋再生可能エネルギー「実証フィールド」に7月15日付で指定されました。その名も、浮体式潮流・風力ハイブリッド発電「スクイッド」と呼びます。世界初の地球力発電に期待しながらこの事業を推進していきたい。</p>
<p>風光明媚な良港で新鮮で豊富な魚介類があり、水産業又、漁村の活性化に組合が寄与している事</p>
<p>長崎市内でも有数のリゾート地となっている、伊王島はリゾート展開企業がその経</p>

<p>営理念のもと、従業員の地元地域からの雇用、地元漁協からの魚の買取り等、企業と地域の連携、協調が上手くいっていると言える。</p>
<p>地域振興の為に漁協に寄せられている期待は大きい。物販でも水産物が人気が高く、学校教育においても、食育歴史などは漁協でなければ図れないものも多い</p>
<p>小さな漁協ではありますが、合併を視野に入れながらではありますが、独自の経営方針でやっております。組合員の減少、高齢化など問題は山積しておりますが、黒字経営を続けております。</p>
<p>シジミ採り</p>
<p>漁具の販売店は漁協だけで、灯油を含む石油関係も漁協しか販売していない。金融機関も郵便局と漁協だけで、漁協は組合員だけでなく島民の生活を支えている。</p>
<p>水揚高の減少により昔と大きく変わりましたが、少ない職員で、一生懸命仕事をしています。「漁協の職員」と胸を張って言えるようがんばって行きたいと思えます。</p>
<p>魚食普及活動において、8年前から小学生を対象として「ぎょしょく」を行っている①魚触…早朝より市場に来てもらい、直接魚に触れる②魚職…水揚された魚がどのようにしてスーパーの店頭まで並ぶか、また水産加工施設の見学等③魚食…自分たちで捌いて食べる。この3つをひっくるめた「ぎょしょく」を行っている。現在は市内外また中学校、高校と参加している</p>
<p>地域スーパー等の減少により当組合経営の港の駅（めいつ）の売店が住民に貢献している</p>
<p>行政、漁業、水産加工業、近隣漁協とのイベント参加及び協力体制</p>
<p>毎年1回、船主会で先進地視察研修を実施している</p>
<p>小さくても単独で運営していこうとする活力がある。養殖業を中心として、各事業部門がほぼ黒字である。単年度黒字で、早期の繰欠解消を目指したい。</p>
<p>物産館を直営している為毎年地区の老人ホームにバショウカジキを提供し、皆さんに喜んでもらっている。</p>
<p>沖縄県内で一番の大型定置を自営しており、体験漁業又定置で捕獲された、ジンベエザメを生簀にて飼育し観光客や地元の方々へ見学させている。</p>
<p>当支店の市場は、小さな市場だが、仲買人が競り落とした後に一般消費者がすぐに買えるので地域住民が毎朝多く来場して賑わっている。</p>
<p>主たる漁業は、小型底曳網漁業であるが、その他まき網、一本釣、定置網漁業等漁業種類も多く、多種多様な魚種が水揚されること。</p>
<p>県生産量の50%以上を占めるブリ養殖</p>
<p>喜入特産品として青のりの生産に力をいれている</p>
<p>組合員の高齢化、減少により、生産力は落ち込んでいるが、当組合が有する冷凍加工施設の有効活用により、生産から加工までの独自性を発揮し特色ある組合として行きたい。</p>

一本釣、えそ漁での、ちくわ加工販売

のり養殖のみ

石巻漁港、三陸、金華山沖の好漁場を前にして、地元、県外問わず、船舶が入港しています。当組合では、製氷事業を再開。潤沢な氷の供給があることにより、船舶が安心して水揚が出来ることで、多くの水産物が水揚されることにより、周辺加工場の稼働や雇用の安定に繋がっていると、その一助になっていると確信。又、使命感をもって行っています。尚、当組合は、漁船漁業の船主の組合（20t～350 t）遠洋、沖合、近海漁業が中心で問に対する十分な回答が出来ないことご理解願います。

（東日本大震災被災地）

当組合は、明治時代には棒受網によるサンマ漁で日本一であり、また、マグロ漁の前はカツオ漁も盛んに行われていた。その後、マグロ漁へ移行し全国屈指の生マグロの水揚港として、全国の多くの延縄マグロ漁船の信頼を得ています。また、観光産業への期待も大きいため、町観光協会、商工会と連携し全国各地へまぐろの出前解体を主とした観光PRや町域での誘客イベントに積極的に参加し、那智勝浦町の基幹産業として存在感を高めています。

注 複数の組合が同じ回答の場合は、1つのみを掲載。また、当てはまる項目については重複して掲載。

— G T 表（総合計） —

2014年度漁協アンケート調査票

(平成26年8月実施 農林中央金庫 J F マリンバンク部・農林中金総合研究所)

合併経験の有無 N=766 (注1) (1.有 52.1% 2.無 47.7%) NA (無回答) 0.3%

合併経験有の場合、最終合併年 (昭和・平成 年)

n = 399 構成比 (%)

昭和35年以前=5.0	昭和36年～40年=5.0	昭和41年～45年=5.3
昭和46年～50年=3.3	昭和51年～55年=1.8	昭和56年～60年=1.3
昭和60年～平成2年=1.5	平成3年～ 7年=4.0	平成8年～ 12年=5.3
平成13年～17年=32.3		
平成18年=11.3	平成19年=9.0	平成20年=1.8
平成21年=2.3		
平成22年=4.0	平成23年=2.3	平成24年=2.3
平成25年=0.8		

沿岸・内水面別 N=766 (1.沿岸漁協 97.7% 2.内水面漁協 2.4%)

※支店・支所の方は、エリア内についてご記入ください。問1の(3)と(4)は除きます。

(注1) 本調査は、全漁連の会員である漁協を対象にしている。広域合併漁協の場合、支店もしくは支所も対象としている。N=766の内訳は、広域合併漁協でない漁協626組合、及び、広域合併漁協の140支店・支所である。

問1 貴組合の概況についてうかがいます。

(1) 平成26年3月末または直近決算時の組合員数、職員数、支所数をご記入ください。N=766

平均

組合員数 NA1.7%	うち 正組合員 NA1.7%	職員数 n=748	支店・支所 (出張所)数 n=249
320.1人	150.5人	11.9人	3.5

(2) 貴組合内の組織についてご記入ください。 N=766

女性部 (1.ある 56.0% 2.ない 42.6%) NA 1.4%

青壮年部 (1.ある 57.2% 2.ない 39.4%) NA 3.4%

漁業種類別・地区別部会などの部会数(女性部・青壮年部を除く)

(平均 6.3部会) n=301

(3) 貴組合の事業について該当するものに○をしてください (各項目 1つに○)。

N=634 (注2)

信用事業	共済事業	購買事業	販売事業	加工事業	自営事業	その他
ある 12.9%	ある 81.9%	ある 90.5%	ある 87.4%	ある 26.7%	ある 28.7%	ある 57.9%
ない 87.1%	ない 13.3%	ない 5.8%	ない 8.4%	ない 61.2%	ない 58.5%	ない 23.7%

(注2) N=634の内訳は、広域合併漁協でない漁協626組合、及び、広域合併漁協の8組合である。

- (4) 過去3年の事業利益と経常利益の傾向をお答えください（各項目1つに○）。N=634
事業利益 [1. 黒字傾向 27.1% 2. 収支トントン 16.3% 3. 赤字傾向 53.9%] NA2.7%
経常利益 [1. 黒字傾向 42.3% 2. 収支トントン 27.1% 3. 赤字傾向 27.0%] NA3.6%

(5) 水揚高（属人）を記入してください（平成25事業年度または直近決算の金額）。N=766

a. 水揚高（属人）：平均 1,014.06 百万円 NA14.0%

b. 水揚高（属人）のうち、最も割合の高いものと2番目に高い漁業種類を以下の選択肢から選びご記入ください。

最も割合の高いもの N=766

1. まき網 4.8% 2. 底びき網 12.0% 3. 船びき網 8.2% 4. 刺網 6.4%
 5. 定置網 13.3% 6. はえ縄 3.4% 7. 釣 12.1% 8. 採貝・採藻 8.4%
 9. その他の漁船漁業 4.1% 10. 海面養殖業 22.6% 11. その他 0.8% NA3.9%

2番目に高いもの N=766

1. まき網 2.7% 2. 底びき網 9.5% 3. 船びき網 5.2% 4. 刺網 14.1%
 5. 定置網 10.3% 6. はえ縄 5.7% 7. 釣 11.1% 8. 採貝・採藻 12.4%
 9. その他の漁船漁業 10.6% 10. 海面養殖業 5.7% 11. その他 1.3% NA11.2%

問2 地産地消の取組みについてうかがいます。N=766

(1) 貴組合が運営している以下の取組みがあるかお答えください。

- 常設の直営レストラン・食堂 1. ある 6.9% 2. ない 89.0% NA4.1%
 常設の直売所 1. ある 20.8% 2. ない 76.8% NA2.5%

(2) 管内の定期市（朝市、日曜日など定期的に年2回以上開催）についてうかがいます。

a. 貴組合が中心となって管内における定期市を企画・開催していますか。

1. はい（⇒cへ）17.6% 2. いいえ（⇒bへ）80.3% NA2.1%

b. 以下では前出のa.で「2. いいえ」と回答した組合にお聞きします。地方公共団体、卸売業者など外部の組織が主催する定期市に貴組合が協力していますか。n=615

1. はい（⇒cへ）26.3% 2. いいえ（⇒問3へ）72.7% NA1.0%

c. 定期市の来訪者についてあてはまるもの1つに○をしてください。n=297

1. 管内の来訪者が多い 56.2% 2. 管外からの来訪者が多い 13.5%
 3. 管内の来訪者、管外からの来訪者が半々 24.9% NA5.4%

d. 定期市の利益（貴組合が企画・開催の場合は定期市全体の利益、出店のみの場合は販売利益）についてあてはまるもの1つに○をしてください。n=297

1. 黒字である 21.6% 2. 収支トントン 49.5% 3. 赤字である 16.2% NA12.8%

問3 組合員・地域住民等に対する貴組合の活動についてうかがいます。N=766

(1) 貴組合が、平成25事業年度に取り組んだ活動すべてに○をしてください。

(活動の内容・事例) ※次問(2)の選択肢と同じです。

1. 伝統行事・祭り	49.0%
2. 海産物販売を行う地域のイベント(定期市と伝統行事・祭りを除く)	43.7%
3. 魚食普及活動(料理教室、海産物のレシピ作成など)	37.3%
4. 交流・教育活動(出張授業、社会見学・修学旅行の受け入れ、自然体験・漁業体験など (遊漁・マリンスポーツを除く))	46.6%
5. 地域住民への声かけ・見守り(漁協本店・支所のこども110番の家の提供、高齢者 の安否確認など)	11.9%
6. 地域住民の生活支援(移動車等による販売、高齢者への弁当宅配など)	2.6%
7. 寄付・募金(海難遺児募金など)・バザー(海産物を販売し、収益を寄付)	45.6%
8. 学校給食への海産物の提供	21.2%
9. 福祉施設等への支援(障害者・高齢者施設等の訪問・海産物の提供など)	5.1%
10. その他()	3.1%
11. 特にない(1~10に○がつかない)(⇒(4)へ)	13.1%
	NA2.0%

(2) 問3 (1) で1. ～10. を回答した組合にうかがいます。(1) で○をつけた活動の中で、以下a～fに対し、あてはまるものすべてについて以下の回答欄に○をしてください。各選択肢の中に複数の事例がある場合（例えば、伝統行事・祭りに分類されるものが複数ある）、代表的なもの1つについてお答えください。

(回答欄)

	選択肢 ((1)と同じ、表記は短縮)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	伝統行事・祭り	海産物販売イベント	魚食普及活動	交流・教育活動	地域住民への声かけ・見守り	地域住民の生活支援	寄付・募金・バザー	学校給食	福祉施設等への支援	その他
	n=375	n=335	n=286	n=357	n=91	n=20	n=349	n=162	n=39	n=24
a 活動費が全額、組合（又は組合員・内部組織）独自負担である	56.0%	44.5%	28.3%	30.0%	26.4%	45.0%	56.7%	40.7%	48.7%	41.7%
b 活動費の一部を政府などから助成を受けている	11.5%	26.0%	33.6%	24.4%	0.0%	10.0%	0.6%	13.6%	12.8%	20.8%
c 活動実績が5年以上になる	72.0%	62.4%	51.8%	55.7%	53.9%	35.0%	61.9%	48.8%	64.1%	45.8%
d 外部の組織（地方公共団体など）や地域住民から活動継続の要望の強い	30.4%	40.9%	31.8%	40.1%	18.7%	40.0%	14.9%	24.7%	20.5%	16.7%
e 主に組合外の人々に積極的にPRする	17.9%	48.4%	31.5%	26.1%	9.9%	5.0%	2.9%	21.0%	12.8%	25.0%
f 女性部（女性グループ）が活動の担い手である	7.5% 12.2% (注3)	22.1% 31.5%	50.7% 64.7%	10.4% 15.3%	13.2% 19.1%	15.0% 25.0%	10.9% 16.0%	13.6% 18.2%	12.8% 17.2%	12.5% 18.8%
g 将来的に継続が難しくなると思われる	15.2%	11.9%	10.5%	9.2%	6.6%	15.0%	6.9%	7.4%	7.7%	16.7%

(注3) 斜字は、女性部が存在する組合（広域合併漁協は支店・支所）のみを集計対象にしている。

(3) 問3 (1) でご回答いただいた貴組合の活動について記録状況をうかがいます。n=651

a. 貴組合は広報誌を発行していますか。

1. 発行している 8.8% 2. 発行していない 88.9% NA2.3%

b. 貴組合はウェブサイトを開発していますか。

1. 開設している 26.9% 2. 開設していない 70.2% NA2.9%

c. 貴組合は活動の記録を業務報告書以外に残していますか。

1. 残している 31.0% 2. 残していない 64.4% NA4.6%

(4) 今後の活動計画についてうかがいます。N=766

a. 貴組合では、問3 (1) の選択肢1～9の中にあるような活動を新規に行う計画はありますか。

1. ある 9.7% 2. ない 84.6% NA5.7%

b. 前出のa. で「1. ある」と回答した組合にうかがいます。具体的な計画をお書きください。n=74

c. 前出のa. で「2. ない」と回答した組合にうかがいます。新規の活動計画がない理由についてあてはまるものすべてに○をしてください。n=648

1. 現在の活動で多忙 51.5% 2. 活動費が足りない 27.2%
3. 活動に携わる人材が不足している 63.9%
4. 努力に見合う効果が期待できない 14.8%
5. その他() 3.4% NA3.4%

(5) 地域社会の中における貴組合の果たすべき役割・使命についてご自由にお書きください。

211組合 (広域合併漁協の支店・支所含む)

問4 貴組合の魅力 (自慢・誇りなど) をご自由にお書きください。

208組合 (広域合併漁協の支店・支所含む)

～ご協力ありがとうございました～

— 集計結果 —

(単位:%)

表1.組合の概況

	回答組合(支所・支店)数	合併経験			沿岸・内水面別			女性部			青壮年部		
		ある	ない	NA	沿岸漁協	内水面漁協	NA	ある	ない	NA	ある	ない	NA
全体	766	52.1	47.7	0.3	97.7	2.4	0.0	56.0	42.6	1.4	57.2	39.4	3.4
北海道	53	41.5	58.5	0.0	98.1	1.9	0.0	100.0	0.0	0.0	96.2	1.9	1.9
東北	88	44.3	55.7	0.0	100.0	0.0	0.0	75.0	23.9	1.1	56.8	37.5	5.7
関東	55	45.5	54.6	0.0	96.4	3.6	0.0	41.8	58.2	0.0	32.7	58.2	9.1
北陸	35	88.6	11.4	0.0	100.0	0.0	0.0	60.0	37.1	2.9	45.7	48.6	5.7
東海	44	59.1	40.9	0.0	100.0	0.0	0.0	56.8	40.9	2.3	65.9	31.8	2.3
近畿	74	37.8	59.5	2.7	79.7	20.3	0.0	46.0	51.4	2.7	58.1	39.2	2.7
中国	128	71.9	28.1	0.0	100.0	0.0	0.0	43.0	54.7	2.3	48.4	48.4	3.1
四国	97	32.0	68.0	0.0	100.0	0.0	0.0	52.6	46.4	1.0	65.0	33.0	2.1
北九州	125	67.2	32.8	0.0	100.0	0.0	0.0	58.4	40.8	0.8	55.2	43.2	1.6
南九州	67	31.3	68.7	0.0	100.0	0.0	0.0	41.8	56.7	1.5	55.2	41.8	3.0
有	399	-	-	-	98.3	1.8	0.0	62.2	35.8	2.0	60.9	35.1	4.0
無	365	-	-	-	97.5	2.5	0.0	49.6	49.6	0.8	53.4	43.8	2.7
50人未満	239	37.7	61.5	0.8	94.2	5.9	0.0	31.8	66.1	2.1	41.8	53.6	4.6
50人以上100人未満	186	49.5	50.5	0.0	98.4	1.6	0.0	54.8	44.6	0.5	52.2	46.2	1.6
100人以上150人未満	111	52.3	47.8	0.0	99.1	0.9	0.0	57.7	41.4	0.9	67.6	30.6	1.8
150人以上200人未満	60	61.7	38.3	0.0	100.0	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0	70.0	25.0	5.0
200人以上	157	72.0	28.0	0.0	100.0	0.0	0.0	86.6	13.4	0.0	77.1	21.0	1.9
1億円未満	161	39.8	59.0	1.2	91.9	8.1	0.0	26.7	72.1	1.2	32.9	65.8	1.2
1億円以上5億円未満	222	49.6	50.5	0.0	99.6	0.5	0.0	54.5	44.1	1.4	57.7	38.7	3.6
5億円以上9億円未満	86	57.0	43.0	0.0	100.0	0.0	0.0	72.1	27.9	0.0	67.4	29.1	3.5
9億円以上	190	63.2	36.8	0.0	99.5	0.5	0.0	89.5	10.0	0.5	78.4	19.5	2.1
200万円未満	180	43.3	55.6	1.1	92.8	7.2	0.0	34.4	64.4	1.1	38.9	59.4	1.7
200万円以上400万円未満	180	56.1	43.9	0.0	99.5	0.6	0.0	59.4	38.9	1.7	55.6	41.7	2.8
400万円以上600万円未満	93	55.9	44.1	0.0	100.0	0.0	0.0	67.7	32.3	0.0	72.0	25.8	2.2
600万円以上800万円未満	54	51.9	48.2	0.0	100.0	0.0	0.0	75.9	24.1	0.0	63.0	29.6	7.4
800万円以上	146	54.8	45.2	0.0	99.3	0.7	0.0	82.2	17.1	0.7	78.1	19.9	2.1

表1.組合の概況(平均)

(単位:人、支店・支所(出張所)数、部会数、百万円)

	回答組合(支店)数	組合員数		職員数	うち正組合員数		職員1人当たりの正組合員数		支店・支所(出張所)数		部会数(女性部・青壮年部を除く)		水揚高	
		組合員数	記入組合等数		職員数	記入組合等数	支店・支所(出張所)数	記入組合等数	部会数(女性部・青壮年部を除く)	記入組合等数	水揚高	記入組合等数		
全体	766	320.1	753	11.9	748	18.6	742	3.5	249	6.3	301	1,014.1	659	
北海道	53	249.7	53	30.0	53	8.8	53	3.5	15	16.2	38	4276.7	49	
東北	88	334.5	88	12.0	87	22.6	87	2.5	26	5.9	48	761.5	80	
関東	55	346.3	55	12.8	53	19.9	54	2.5	21	4.8	23	691.0	46	
北陸	35	502.6	34	11.4	34	20.1	34	2.5	18	5.5	11	830.5	33	
東海	44	953.3	43	19.4	44	19.3	44	9.3	13	4.9	16	1086.7	41	
近畿	74	195.6	71	8.1	67	20.7	66	3.7	15	5.9	21	611.6	61	
中国	128	184.3	123	5.9	125	19.4	123	3.2	41	4.4	33	404.7	90	
四国	97	286.4	96	8.7	96	20.9	94	4.5	22	4.3	38	813.3	80	
北九州	125	334.2	125	11.1	123	18.3	123	3.5	61	4.7	49	746.3	115	
南九州	67	236.6	65	13.0	66	12.9	64	1.9	17	3.1	24	1084.5	64	
有	399	456.3	389	14.4	390	17.6	386	3.7	222	6.5	176	1059.5	343	
無	365	175.1	362	9.1	358	19.8	356	1.5	27	5.9	125	970.6	314	
50人未満	239	84.3	238	3.0	228	17.6	229	1.6	35	3.2	42	121.6	182	
50人以上100人未満	186	163.4	186	6.8	186	17.9	186	1.8	57	4.1	80	532.3	168	
100人以上150人未満	111	257.5	110	12.2	111	18.8	111	2.5	42	6.4	69	858.0	101	
150人以上200人未満	60	345.7	60	15.5	59	19.8	59	2.8	27	6.7	28	1519.4	54	
200人以上	157	897.8	157	29.4	157	20.4	157	6.1	87	9.7	82	2541.7	148	
1億円未満	161	118.0	160	3.2	154	20.8	153	1.7	31	3.1	36	40.5	161	
1億円以上5億円未満	222	200.9	219	6.2	220	18.5	217	2.2	74	4.3	87	253.6	222	
5億円以上9億円未満	86	348.0	86	11.7	86	17.4	86	3.1	32	5.6	49	685.9	86	
9億円以上	190	599.3	189	26.4	190	13.8	188	4.9	88	9.1	112	2876.1	190	
200万円未満	180	219.1	180	5.1	173	24.8	173	2.3	47	3.9	56	114.1	180	
200万円以上400万円未満	180	413.5	179	11.8	179	17.9	179	3.9	73	4.8	72	492.9	180	
400万円以上600万円未満	93	385.9	93	14.2	93	15.6	93	4.1	35	6.0	44	820.6	93	
600万円以上800万円未満	54	302.0	54	13.1	54	14.9	54	3.4	21	5.8	28	1092.8	54	
800万円以上	146	273.2	146	19.3	145	10.6	145	2.8	48	9.3	84	2820.8	146	

(単位:%)

表1.組合の概況

	回答組合(支所・支店)数	信用事業(マリンバンク会員)			共済事業			購買事業			販売事業		
		ある	ない	NA	ある	ない	NA	ある	ない	NA	ある	ない	NA
全体	634	12.9	87.1	0.0	81.9	13.3	4.9	90.5	5.8	3.6	87.4	8.4	4.3
北海道	53	96.2	3.8	0.0	98.1	0.0	1.9	98.1	0.0	1.9	98.1	0.0	1.9
東北	68	4.4	95.6	0.0	85.3	13.2	1.5	95.6	1.5	2.9	97.1	1.5	1.5
関東	55	0.0	100.0	0.0	81.8	14.6	3.6	81.8	14.6	3.6	80.0	14.6	5.5
北陸	22	0.0	100.0	0.0	95.5	0.0	4.6	86.4	9.1	4.6	77.3	18.2	4.6
東海	44	2.3	97.7	0.0	93.2	4.6	2.3	97.7	0.0	2.3	93.2	4.6	2.3
近畿	72	0.0	100.0	0.0	56.9	30.6	12.5	76.4	18.1	5.6	86.1	9.7	4.2
中国	61	1.6	98.4	0.0	73.8	14.8	11.5	83.6	8.2	8.2	50.8	32.8	16.4
四国	97	2.1	97.9	0.0	84.5	12.4	3.1	91.8	5.2	3.1	91.8	6.2	2.1
北九州	95	19.0	81.1	0.0	85.3	10.5	4.2	93.7	2.1	4.2	93.7	1.1	5.3
南九州	67	9.0	91.0	0.0	79.1	17.9	3.0	98.5	1.5	0.0	94.0	6.0	0.0
有	267	17.6	82.4	0.0	86.5	7.9	5.6	91.0	4.9	4.1	89.1	6.4	4.5
無	365	9.6	90.4	0.0	78.9	17.0	4.1	90.7	6.3	3.0	86.0	9.9	4.1
50人未満	192	0.0	100.0	0.0	63.0	28.1	8.9	79.2	13.5	7.3	74.5	17.7	7.8
50人以上100人未満	148	8.8	91.2	0.0	82.4	12.8	4.7	91.9	5.4	2.7	87.2	8.8	4.1
100人以上150人未満	100	16.0	84.0	0.0	92.0	6.0	2.0	96.0	2.0	2.0	96.0	3.0	1.0
150人以上200人未満	44	20.5	79.6	0.0	93.2	6.8	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
200人以上	142	30.3	69.7	0.0	97.2	0.7	2.1	97.2	0.7	2.1	95.8	1.4	2.8
1億円未満	124	0.0	100.0	0.0	62.9	30.7	6.5	83.1	12.1	4.8	82.3	14.5	3.2
1億円以上5億円未満	174	2.3	97.7	0.0	85.6	10.9	3.5	95.4	2.9	1.7	93.7	4.0	2.3
5億円以上9億円未満	74	6.8	93.2	0.0	89.2	8.1	2.7	96.0	1.4	2.7	96.0	1.4	2.7
9億円以上	170	39.4	60.6	0.0	97.1	1.2	1.8	97.1	1.2	1.8	98.2	0.0	1.8
200万円未満	146	1.4	98.6	0.0	69.9	24.7	5.5	85.6	10.3	4.1	84.9	12.3	2.7
200万円以上400万円未満	145	4.1	95.9	0.0	88.3	9.7	2.1	97.2	2.1	0.7	94.5	3.5	2.1
400万円以上600万円未満	74	4.1	96.0	0.0	83.8	12.2	4.1	91.9	5.4	2.7	93.2	4.1	2.7
600万円以上800万円未満	48	25.0	75.0	0.0	93.8	2.1	4.2	95.8	0.0	4.2	95.8	0.0	4.2
800万円以上	125	41.6	58.4	0.0	94.4	3.2	2.4	96.8	0.8	2.4	98.4	0.0	1.6

(単位：%)

表1.組合の概況

	回答組合(支所・支店)数	加工事業			自営事業			その他の事業		
		ある	ない	NA	ある	ない	NA	ある	ない	NA
全体	634	26.7	61.2	12.2	28.7	58.5	12.8	57.9	23.7	18.5
地域										
北海道	53	52.8	39.6	7.6	37.7	49.1	13.2	75.5	9.4	15.1
東北	68	29.4	61.8	8.8	61.8	33.8	4.4	67.7	14.7	17.7
関東	55	12.7	72.7	14.6	54.6	40.0	5.5	61.8	25.5	12.7
北陸	22	27.3	63.6	9.1	36.4	54.6	9.1	63.6	18.2	18.2
東海	44	15.9	70.5	13.6	15.9	68.2	15.9	68.2	18.2	13.6
近畿	72	20.8	61.1	18.1	22.2	56.9	20.8	40.3	31.9	27.8
中国	61	14.8	63.9	21.3	11.5	63.9	24.6	41.0	29.5	29.5
四国	97	18.6	71.1	10.3	8.3	82.5	9.3	50.5	36.1	13.4
北九州	95	30.5	57.9	11.6	27.4	56.8	15.8	67.4	16.8	15.8
南九州	67	44.8	49.3	6.0	26.9	65.7	7.5	53.7	25.4	20.9
経合	267	31.5	57.3	11.2	29.6	56.6	13.9	65.9	17.6	16.5
験併	365	23.3	64.1	12.6	28.2	60.3	11.5	52.3	28.2	19.5
正	192	16.2	68.2	15.6	17.7	65.1	17.2	37.0	39.1	24.0
組	148	20.3	66.9	12.8	28.4	61.5	10.1	57.4	23.7	18.9
層	100	29.0	63.0	8.0	24.0	66.0	10.0	73.0	14.0	13.0
別	44	31.8	56.8	11.4	45.5	43.2	11.4	70.5	18.2	11.4
員	142	45.1	45.8	9.2	43.7	45.1	11.3	72.5	10.6	16.9
数										
水	124	16.1	73.4	10.5	20.2	67.7	12.1	39.5	39.5	21.0
揚	174	24.1	63.8	12.1	29.9	60.3	9.8	60.3	21.3	18.4
高	74	35.1	55.4	9.5	43.2	47.3	9.5	75.7	13.5	10.8
階	170	39.4	52.9	7.7	34.7	55.9	9.4	72.9	13.5	13.5
層										
層	146	18.5	70.6	11.0	26.7	61.6	11.6	53.4	30.1	16.4
た	145	36.6	54.5	9.0	36.6	55.2	8.3	60.7	22.8	16.6
正	74	23.0	64.9	12.2	31.1	59.5	9.5	63.5	14.9	21.6
組	48	18.8	72.9	8.3	27.1	60.4	12.5	58.3	22.9	18.8
の	125	38.4	52.0	9.6	32.0	57.6	10.4	72.0	15.2	12.8
合										
員										
一										
人										
階										
当										

(単位: %)

表1.組合の概況

	回答組合(支所・支店)数	事業利益				経常利益			
		黒字傾向	収支トントン	赤字傾向	NA	黒字傾向	収支トントン	赤字傾向	NA
全体	634	27.1	16.3	53.9	2.7	42.3	27.1	27.0	3.6
地域									
北海道	53	62.3	13.2	22.6	1.9	66.0	18.9	13.2	1.9
東北	68	35.3	10.3	51.5	2.9	55.9	20.6	19.1	4.4
関東	55	30.9	14.6	49.1	5.5	32.7	25.5	30.9	10.9
北陸	22	18.2	13.6	63.6	4.6	22.7	40.9	31.8	4.6
東海	44	27.3	18.2	54.6	0.0	45.5	20.5	34.1	0.0
近畿	72	19.4	16.7	61.1	2.8	29.2	26.4	40.3	4.2
中国	61	18.0	21.3	55.7	4.9	42.6	31.2	23.0	3.3
四国	97	13.4	17.5	68.0	1.0	41.2	29.9	27.8	1.0
北九州	95	28.4	17.9	49.5	4.2	40.0	32.6	22.1	5.3
南九州	67	25.4	16.4	58.2	0.0	40.3	26.9	31.3	1.5
経合	267	26.6	16.1	54.3	3.0	44.2	28.1	23.2	4.5
験併	365	27.7	16.2	53.7	2.5	41.1	26.6	29.3	3.0
正	192	15.1	22.9	58.3	3.7	29.7	34.4	31.8	4.2
組	148	23.0	13.5	61.5	2.0	36.5	29.1	31.1	3.4
層	100	30.0	15.0	52.0	3.0	40.0	27.0	27.0	6.0
別	44	47.7	9.1	40.9	2.3	63.6	9.1	25.0	2.3
員	142	39.4	13.4	45.1	2.1	58.5	21.8	17.6	2.1
数									
1億円未満	124	10.5	16.9	70.2	2.4	25.0	36.3	36.3	2.4
1億円以上5億円未満	174	21.3	14.4	63.8	0.6	35.1	24.7	36.8	3.5
5億円以上9億円未満	74	32.4	16.2	48.7	2.7	50.0	23.0	24.3	2.7
9億円以上	170	48.8	15.3	34.7	1.2	61.8	22.4	14.1	1.8
水	146	15.8	15.8	65.1	3.4	26.7	32.9	37.0	3.4
揚	145	20.7	11.7	67.6	0.0	42.1	22.1	33.1	2.8
高	74	31.1	14.9	52.7	1.4	44.6	24.3	28.4	2.7
別	48	31.3	18.8	47.9	2.1	41.7	33.3	22.9	2.1
階	125	51.2	18.4	29.6	0.8	62.4	22.4	13.6	1.6
層									
200万円未満									
200万円以上400万円未満									
400万円以上600万円未満									
600万円以上800万円未満									
800万円以上									

(単位: %)

表1.組合の概況

	回啓組 合(支 所・支 店)数	水揚げのうち、最も高い漁業種類											
		まき網	底びき網	船びき網	刺網	定置網	はえ縄	釣	採貝・採藻	その他の 漁船漁業	海面養殖業	その他	NA
全体	766	4.8	12.0	8.2	6.4	13.3	3.4	12.1	8.4	4.1	22.6	0.8	3.9
地域													
北海道	53	0.0	5.7	3.8	3.8	22.6	1.9	5.7	15.1	18.9	22.6	0.0	0.0
東北	88	1.1	8.0	1.1	0.0	27.3	2.3	15.9	13.6	0.0	30.7	0.0	0.0
関東	55	7.3	9.1	9.1	10.9	21.8	5.5	14.6	5.5	1.8	5.5	0.0	9.1
北陸	35	2.9	28.6	2.9	20.0	34.3	0.0	5.7	2.9	0.0	0.0	2.9	0.0
東海	44	4.6	15.9	22.7	2.3	11.4	2.3	2.3	6.8	6.8	25.0	0.0	0.0
近畿	74	5.4	18.9	13.5	10.8	13.5	2.7	2.7	4.1	2.7	18.9	1.4	5.4
中国	128	6.3	15.6	5.5	8.6	4.7	2.3	18.0	14.1	3.9	11.7	0.0	9.4
四国	97	1.0	17.5	13.4	3.1	9.3	2.1	6.2	8.3	1.0	30.9	1.0	6.2
北九州	125	9.6	5.6	4.0	6.4	7.2	4.8	19.2	6.4	2.4	31.2	0.8	2.4
南九州	67	6.0	3.0	13.4	4.5	4.5	9.0	14.9	0.0	9.0	32.8	3.0	0.0
有	399	7.5	14.0	6.8	8.0	12.3	3.0	12.0	7.0	2.5	22.6	0.8	3.5
無	365	1.9	9.6	9.9	4.7	14.5	3.8	12.3	9.9	5.8	22.7	0.8	4.1
正 階 層 別 員 数													
50人未満	239	1.3	10.9	9.6	10.9	8.8	3.4	12.1	13.0	3.8	18.8	0.8	6.7
50人以上100人未満	186	4.3	15.6	8.6	3.8	12.9	4.3	12.4	7.0	3.8	23.1	0.5	3.8
100人以上150人未満	111	3.6	12.6	7.2	2.7	14.4	4.5	11.7	5.4	5.4	28.8	1.8	1.8
150人以上200人未満	60	8.3	11.7	1.7	6.7	23.3	1.7	10.0	5.0	3.3	25.0	0.0	3.3
200人以上	157	10.2	10.2	8.3	5.1	15.9	2.6	12.1	7.0	4.5	22.3	0.6	1.3
水 揚 高 階 層 別													
1億円未満	161	0.0	11.8	11.2	13.7	12.4	1.9	14.3	13.7	3.1	14.3	1.9	1.9
1億円以上5億円未満	222	4.1	13.5	9.5	5.0	17.1	4.5	12.6	8.1	2.7	22.5	0.5	0.0
5億円以上9億円未満	86	4.7	14.0	7.0	3.5	17.4	3.5	15.1	4.7	2.3	27.9	0.0	0.0
9億円以上	190	10.5	12.1	6.8	3.7	12.6	3.2	9.5	5.8	5.3	29.5	0.5	0.5
正 階 層 別 の 水 揚 高 階 層													
200万円未満	180	1.1	11.1	10.0	10.6	18.9	2.8	12.8	12.8	3.3	13.3	1.7	1.7
200万円以上400万円未満	180	5.6	13.3	7.2	9.4	16.7	3.9	16.1	7.2	2.8	16.7	1.1	0.0
400万円以上600万円未満	93	8.6	18.3	10.8	1.1	11.8	0.0	15.1	8.6	3.2	22.6	0.0	0.0
600万円以上800万円未満	54	7.4	14.8	11.1	5.6	9.3	5.6	14.8	5.6	0.0	25.9	0.0	0.0
800万円以上	146	6.2	10.3	6.9	2.1	11.0	4.8	4.1	5.5	6.2	42.5	0.0	0.7

表2.地産地消の取組み

(単位:%)

	回啓組 合(支 所・支 店)数	常設の直営レストラン・食堂			常設の直売所			定期市を企画・開催		
		ある	ない	NA	ある	ない	NA	はい	いいえ	NA
全体	766	6.9	89.0	4.1	20.8	76.8	2.5	17.6	80.3	2.1
地域										
北海道	53	5.7	84.9	9.4	43.4	56.6	0.0	30.2	69.8	0.0
東北	88	0.0	97.7	2.3	11.4	87.5	1.1	6.8	90.9	2.3
関東	55	20.0	76.4	3.6	25.5	70.9	3.6	27.3	72.7	0.0
北陸	35	2.9	91.4	5.7	14.3	82.9	2.9	5.7	91.4	2.9
東海	44	9.1	88.6	2.3	27.3	70.5	2.3	20.5	77.3	2.3
近畿	74	4.1	94.6	1.4	20.3	77.0	2.7	27.0	73.0	0.0
中国	128	2.3	91.4	6.3	13.3	82.0	4.7	18.0	77.3	4.7
四国	97	4.1	94.9	1.0	11.3	87.6	1.0	12.4	85.6	2.1
北九州	125	7.2	88.8	4.0	20.8	76.8	2.4	13.6	84.0	2.4
南九州	67	22.4	71.6	6.0	38.8	58.2	3.0	22.4	76.1	1.5
経合 験併										
有	399	6.5	89.5	4.0	19.8	77.7	2.5	18.6	79.7	1.8
無	365	7.4	88.5	4.1	21.9	75.6	2.5	16.7	80.8	2.5
正 階 層 別 員 数										
50人未満	239	3.4	91.6	5.0	12.6	84.1	3.4	14.6	82.0	3.4
50人以上100人未満	186	10.2	88.2	1.6	16.7	81.2	2.2	16.1	82.3	1.6
100人以上150人未満	111	3.6	91.9	4.5	25.2	73.0	1.8	18.9	79.3	1.8
150人以上200人未満	60	10.0	83.3	6.7	30.0	68.3	1.7	20.0	80.0	0.0
200人以上	157	10.2	86.0	3.8	32.5	65.6	1.9	21.7	76.4	1.9
水 揚 高 階 層										
1億円未満	161	4.4	92.6	3.1	14.3	82.0	3.7	13.0	84.5	2.5
1億円以上5億円未満	222	8.1	87.8	4.1	20.3	77.9	1.8	14.0	82.9	3.2
5億円以上9億円未満	86	8.1	89.5	2.3	19.8	80.2	0.0	22.1	77.9	0.0
9億円以上	190	9.0	86.3	4.7	31.1	67.4	1.6	22.1	75.8	2.1
層た り組 の合 員一 揚高 階当										
200万円未満	180	5.0	90.6	4.4	17.2	79.4	3.3	15.0	82.2	2.8
200万円以上400万円未満	180	8.3	89.4	2.2	26.7	72.2	1.1	13.9	84.4	1.7
400万円以上600万円未満	93	11.8	86.0	2.2	17.2	81.7	1.1	17.2	79.6	3.2
600万円以上800万円未満	54	5.6	88.9	5.6	18.5	79.6	1.9	14.8	83.3	1.9
800万円以上	146	7.5	87.0	5.5	26.7	71.2	2.1	24.7	73.3	2.1

表2.地産地消の取組み

(単位: %)

	回啓組 合(支 所・支 店)数	外部の組織が主催する定期市に協 力		
		はい	いいえ	NA
全体	615	26.3	72.7	1.0
地域				
北海道	37	35.1	64.9	0.0
東北	80	27.5	72.5	0.0
関東	40	12.5	85.0	2.5
北陸	32	25.0	75.0	0.0
東海	34	29.4	70.6	0.0
近畿	54	24.1	72.2	3.7
中国	99	24.2	74.8	1.0
四国	83	24.1	75.9	0.0
北九州	105	26.7	71.4	1.9
南九州	51	37.3	62.8	0.0
合併 経験				
有	318	25.2	73.6	1.3
無	295	27.8	71.9	0.3
正 階組合員 階別員数				
50人未満	196	18.4	80.6	1.0
50人以上100人未満	153	30.7	68.6	0.7
100人以上150人未満	88	26.1	72.7	1.1
150人以上200人未満	48	31.3	66.7	2.1
200人以上	120	31.7	68.3	0.0
水 揚高階 別階層				
1億円未満	136	26.5	71.3	2.2
1億円以上5億円未満	184	22.3	77.2	0.5
5億円以上9億円未満	67	26.9	73.1	0.0
9億円以上	144	29.9	69.4	0.7
層た正 り組合 の組合 水揚高 階一人 階当				
200万円未満	148	28.4	69.6	2.0
200万円以上400万円未満	152	23.0	77.0	0.0
400万円以上600万円未満	74	28.4	70.3	1.4
600万円以上800万円未満	45	26.7	73.3	0.0
800万円以上	107	24.3	75.7	0.0

表2.地産地消の取組み

(単位:%)

	回啓組 合(支 所・支 店)数	定期市の来訪者			定期市の利益				
		管内の来 訪者	管外の来 訪者	半々	NA	黒字	収支トントン	赤字	NA
全体	297	56.2	13.5	24.9	5.4	21.6	49.5	16.2	12.8
地域									
北海道	29	55.2	13.8	31.0	0.0	31.0	62.1	3.5	3.5
東北	28	57.1	14.3	25.0	3.6	21.4	42.9	28.6	7.1
関東	20	55.0	10.0	35.0	0.0	25.0	40.0	20.0	15.0
北陸	10	30.0	20.0	30.0	20.0	20.0	60.0	10.0	10.0
東海	19	52.6	10.5	31.6	5.3	26.3	26.3	26.3	21.1
近畿	33	54.6	21.2	24.2	0.0	24.2	57.6	12.1	6.1
中国	47	57.5	10.6	19.2	12.8	36.2	29.8	14.9	19.2
四国	32	59.4	15.6	15.6	9.4	3.1	68.8	15.6	12.5
北九州	45	66.7	13.3	20.0	0.0	11.1	55.6	22.2	11.1
南九州	34	50.0	8.8	32.4	8.8	17.7	52.9	8.8	20.6
有	154	53.9	13.6	28.6	3.9	22.1	46.8	17.5	13.6
無	143	58.7	13.3	21.0	7.0	21.0	52.5	14.7	11.9
正 階 層 別 員 数									
50人未満	71	57.8	11.3	18.3	12.7	21.1	46.5	12.7	19.7
50人以上100人未満	77	62.3	9.1	28.6	0.0	27.3	50.7	14.3	7.8
100人以上150人未満	44	56.8	13.6	25.0	4.6	15.9	47.7	18.2	18.2
150人以上200人未満	27	55.6	11.1	29.6	3.7	22.2	37.0	22.2	18.5
200人以上	72	47.2	20.8	27.8	4.2	16.7	58.3	19.4	5.6
水 揚 高 階 層 別									
1億円未満	57	66.7	7.0	21.1	5.3	24.6	43.9	19.3	12.3
1億円以上5億円未満	72	50.0	11.1	36.1	2.8	25.0	48.6	12.5	13.9
5億円以上9億円未満	37	64.9	16.2	16.2	2.7	13.5	54.1	18.9	13.5
9億円以上	85	47.1	21.2	28.2	3.5	16.5	60.0	15.3	8.2
層 た り 組 の 水 揚 高 階 層 別									
200万円未満	69	62.3	4.4	29.0	4.4	18.8	49.3	20.3	11.6
200万円以上400万円未満	60	56.7	15.0	26.7	1.7	26.7	48.3	15.0	10.0
400万円以上600万円未満	37	35.1	21.6	37.8	5.4	18.9	51.4	16.2	13.5
600万円以上800万円未満	20	80.0	5.0	5.0	10.0	15.0	45.0	25.0	15.0
800万円以上	62	48.4	22.6	27.4	1.6	17.7	61.3	9.7	11.3

(単位:%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	伝統行事・祭り	海産物販売を行う地域のイベント	魚食普及活動	交流・教育活動	地域住民への声かけ・見守り	地域住民の生活支援	寄付・募金・バザー	学校給食への海産物の提供	福祉施設等への支援	その他	特になし	NA
全体	766	49.0	43.7	37.3	46.6	11.9	2.6	45.6	21.2	5.1	3.1	13.1	2.0
北海道	53	41.5	69.8	66.0	54.7	5.7	0.0	43.4	37.7	20.8	9.4	0.0	0.0
東北	88	39.8	34.1	29.6	50.0	13.6	1.1	43.2	14.8	4.6	6.8	15.9	4.6
関東	55	40.0	52.7	40.0	49.1	14.6	5.5	45.5	18.2	3.6	1.8	12.7	3.6
北陸	35	42.9	51.4	51.4	54.3	5.7	5.7	40.0	45.7	0.0	2.9	11.4	2.9
東海	44	52.3	47.7	38.6	72.7	4.6	4.6	61.4	15.9	0.0	2.3	9.1	2.3
近畿	74	50.0	48.7	35.1	56.8	1.4	2.7	43.2	12.2	2.7	2.7	14.9	0.0
中国	128	57.8	41.4	31.3	41.4	22.7	4.7	47.7	16.4	3.9	3.1	12.5	2.3
四国	97	50.5	35.1	26.8	33.0	15.5	0.0	55.7	19.6	4.1	2.1	12.4	0.0
北九州	125	44.0	37.6	33.6	34.4	8.8	0.8	32.8	23.2	4.0	1.6	20.8	2.4
南九州	67	64.2	44.8	50.8	53.7	11.9	4.5	50.8	26.9	9.0	0.0	9.0	1.5
有	399	46.9	46.1	43.9	49.9	12.0	2.8	46.9	21.1	4.3	3.3	13.0	1.8
無	365	51.5	41.4	30.1	43.3	11.8	2.5	44.4	21.4	6.0	3.0	12.9	2.2
階正 層組 別 合 員 数	239	46.9	34.3	18.8	36.0	13.0	1.3	37.7	14.6	4.2	2.1	19.7	2.1
50人未満	186	48.4	38.7	39.3	47.3	15.1	4.3	48.4	20.4	3.8	2.7	11.8	2.2
50人以上100人未満	111	49.6	47.8	39.6	42.3	4.5	1.8	44.1	19.8	2.7	3.6	17.1	2.7
100人以上150人未満	60	46.7	63.3	55.0	58.3	11.7	1.7	58.3	40.0	8.3	3.3	5.0	1.7
150人以上200人未満	157	54.1	52.9	54.1	59.2	12.1	3.8	49.7	26.8	8.3	5.1	4.5	1.3
200人以上	161	50.3	33.5	23.0	36.0	13.7	2.5	34.2	13.7	3.7	3.7	19.3	1.9
水 揚 別 階 層	222	45.5	35.6	34.2	43.2	10.4	4.5	45.5	18.5	1.8	1.4	16.7	2.3
1億円未満	86	52.3	51.2	47.7	54.7	14.0	1.2	59.3	26.7	1.2	3.5	11.6	1.2
1億円以上5億円未満	190	53.2	56.3	56.8	58.4	13.2	2.6	51.1	30.5	11.6	5.3	3.7	2.1
5億円以上9億円未満	180	47.2	35.6	25.0	38.9	12.2	2.8	34.4	15.0	1.7	2.8	16.7	1.7
9億円以上	180	53.9	42.2	40.6	47.8	14.4	4.4	51.1	19.4	4.4	2.8	13.9	1.7
200万円未満	93	43.0	38.7	48.4	54.8	14.0	2.2	49.5	29.0	5.4	2.2	12.9	2.2
200万円以上400万円未満	54	48.2	53.7	38.9	50.0	11.1	3.7	48.2	20.4	3.7	1.9	14.8	1.9
400万円以上600万円未満	146	52.7	51.4	50.7	50.7	9.6	2.1	50.0	29.5	10.3	6.2	6.9	2.7
600万円以上800万円未満													
800万円以上													

(単位：%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	伝統行事・祭り						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性が活動の担い手	継続が難しい
全体	375	56.0	11.5	72.0	30.4	17.9	7.5	15.2
地域								
北海道	22	54.6	13.6	86.4	40.9	31.8	22.7	4.6
東北	35	48.6	17.1	77.1	40.0	40.0	22.9	8.6
関東	22	68.2	4.6	77.3	31.8	9.1	4.6	4.6
北陸	15	33.3	6.7	66.7	40.0	20.0	6.7	13.3
東海	23	34.8	30.4	73.9	34.8	26.1	8.7	0.0
近畿	37	59.5	8.1	75.7	32.4	10.8	2.7	18.9
中国	74	67.6	6.8	70.3	24.3	18.9	5.4	28.4
四国	49	59.2	8.2	73.5	22.5	4.1	4.1	14.3
北九州	55	60.0	12.7	60.0	29.1	9.1	3.6	20.0
南九州	43	44.2	14.0	72.1	30.2	23.3	4.7	9.3
有	187	59.4	9.6	66.3	29.4	16.6	7.5	17.7
無	188	52.7	13.3	77.7	31.4	19.2	7.5	12.8
階正層別								
50人未満	112	58.9	11.6	65.2	31.3	16.1	6.3	22.3
50人以上100人未満	90	55.6	10.0	73.3	23.3	13.3	5.6	12.2
100人以上150人未満	55	58.2	18.2	81.8	29.1	18.2	10.9	9.1
150人以上200人未満	28	46.4	14.3	75.0	35.7	14.3	3.6	17.9
200人以上	85	54.1	8.2	76.5	37.7	25.9	10.6	11.8
水揚高階層別								
1億円未満	81	54.3	16.1	64.2	30.9	16.1	3.7	21.0
1億円以上5億円未満	101	59.4	5.9	72.3	19.8	9.9	4.0	17.8
5億円以上9億円未満	45	57.8	20.0	82.2	40.0	31.1	17.8	11.1
9億円以上	101	52.5	8.9	74.3	33.7	19.8	7.9	9.9
層正層別								
200万円未満	85	56.5	14.1	69.4	28.2	14.1	5.9	20.0
200万円以上400万円未満	97	61.9	5.2	77.3	25.8	18.6	4.1	16.5
400万円以上600万円未満	40	45.0	17.5	62.5	35.0	15.0	12.5	15.0
600万円以上800万円未満	26	53.9	19.2	69.2	30.8	19.2	11.5	15.4
800万円以上	77	54.6	10.4	77.9	33.8	20.8	7.8	7.8

(単位：%)

表3.組合員・地域住民等への活動

		海産物販売を行う地域のイベント						
	回答組合(支所・支店)数	活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
		全体	335	44.5	26.0	62.4	40.9	48.4
地域								
	北海道	64.9	18.9	86.5	67.6	46.0	18.9	5.4
	東北	46.7	23.3	63.3	33.3	53.3	43.3	3.3
	関東	31.0	24.1	55.2	27.6	62.1	10.3	3.5
	北陸	22.2	38.9	77.8	55.6	33.3	22.2	16.7
	東海	42.9	28.6	71.4	52.4	66.7	19.1	9.5
	近畿	33.3	36.1	58.3	44.4	63.9	19.4	11.1
	中国	45.3	17.0	64.2	35.9	41.5	20.8	18.9
	四国	41.2	32.4	44.1	26.5	26.5	20.6	11.8
	北九州	55.3	23.4	46.8	36.2	48.9	27.7	14.9
	南九州	43.3	30.0	70.0	40.0	46.7	16.7	20.0
経合	有	45.1	23.9	58.7	43.5	49.5	22.3	13.0
験併	無	43.7	28.5	66.9	37.8	47.0	21.9	10.6
階正	50人未満	43.9	28.1	64.6	39.0	47.6	18.3	18.3
層組	50人以上100人未満	43.1	25.0	58.3	37.5	45.8	26.4	8.3
別員	100人以上150人未満	47.2	30.2	69.8	39.6	47.2	22.6	11.3
数	150人以上200人未満	50.0	21.1	73.7	50.0	42.1	21.1	15.8
	200人以上	44.6	22.9	54.2	43.4	53.0	24.1	8.4
水	1億円未満	46.3	22.2	59.3	33.3	38.9	20.4	16.7
揚高	1億円以上5億円未満	40.5	24.1	55.7	32.9	45.6	21.5	17.7
階層	5億円以上9億円未満	54.6	27.3	63.6	47.7	50.0	40.9	13.6
	9億円以上	43.0	28.0	70.1	48.6	54.2	18.7	6.5
層	200万円未満	48.4	17.2	54.7	34.4	40.6	17.2	14.1
別	200万円以上400万円未満	42.1	22.4	60.5	36.8	44.7	34.2	21.1
の	400万円以上600万円未満	36.1	38.9	66.7	30.6	52.8	25.0	11.1
水	600万円以上800万円未満	41.4	31.0	55.2	51.7	31.0	34.5	10.3
揚高	800万円以上	52.0	26.7	74.7	54.7	61.3	13.3	5.3
階								

(単位: %)

表3. 組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	魚食普及活動						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	286	28.3	33.6	51.8	31.8	31.5	50.7	10.5
北海道	35	40.0	20.0	48.6	31.4	37.1	74.3	0.0
東北	26	42.3	23.1	38.5	34.6	19.2	61.5	3.9
関東	22	22.7	18.2	63.6	31.8	45.5	59.1	22.7
北陸	18	22.2	27.8	61.1	38.9	22.2	55.6	5.6
東海	17	23.5	35.3	58.8	35.3	29.4	35.3	5.9
近畿	26	23.1	46.2	57.7	50.0	46.2	53.9	15.4
中国	40	35.0	27.5	60.0	32.5	30.0	47.5	17.5
四国	26	38.5	30.8	30.8	19.2	30.8	50.0	11.5
北九州	42	14.3	54.8	52.4	26.2	28.6	45.2	11.9
南九州	34	20.6	41.2	50.0	26.5	26.5	26.5	8.8
有	175	24.6	34.9	52.6	32.0	34.3	57.1	13.1
無	110	34.6	31.8	50.9	30.9	27.3	40.9	6.4
階正層別	45	26.7	40.0	44.4	42.2	33.3	35.6	11.1
50人未満	73	35.6	23.3	53.4	28.8	23.3	45.2	11.0
50人以上100人未満	44	27.3	36.4	52.3	34.1	31.8	40.9	15.9
100人以上150人未満	33	33.3	33.3	57.6	33.3	30.3	51.5	9.1
150人以上200人未満	85	22.4	36.5	52.9	29.4	37.7	71.8	8.2
200人以上	37	21.6	40.5	40.5	40.5	24.3	35.1	13.5
1億円未満	76	32.9	30.3	48.7	21.1	17.1	34.2	9.2
1億円以上5億円未満	41	36.6	29.3	56.1	41.5	31.7	56.1	17.1
5億円以上9億円未満	108	21.3	36.1	55.6	32.4	42.6	67.6	7.4
9億円以上	45	24.4	35.6	42.2	31.1	15.6	31.1	11.1
200万円未満	73	30.1	35.6	54.8	31.5	24.7	50.7	13.7
200万円以上400万円未満	45	22.2	33.3	48.9	28.9	28.9	60.0	13.3
400万円以上600万円未満	21	28.6	33.3	47.6	38.1	38.1	52.4	9.5
600万円以上800万円未満	74	29.7	29.7	56.8	33.8	44.6	62.2	5.4
800万円以上								

(単位：%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	交流・教育活動						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	357	30.0	24.4	55.7	40.1	26.1	10.4	9.2
地域								
北海道	29	37.9	13.8	48.3	58.6	27.6	24.1	3.5
東北	44	31.8	15.9	59.1	38.6	18.2	13.6	6.8
関東	27	37.0	29.6	55.6	40.7	29.6	3.7	3.7
北陸	19	15.8	36.8	63.2	52.6	21.1	10.5	10.5
東海	32	18.8	21.9	59.4	37.5	31.3	6.3	0.0
近畿	42	31.0	23.8	54.8	42.9	28.6	11.9	7.1
中国	53	35.9	26.4	62.3	37.7	22.6	9.4	17.0
四国	32	34.4	28.1	53.1	34.4	15.6	12.5	28.1
北九州	43	23.3	27.9	55.8	37.2	37.2	7.0	7.0
南九州	36	27.8	25.0	44.4	30.6	27.8	5.6	5.6
有	199	23.6	28.1	55.8	42.2	28.1	9.1	10.6
無	158	38.0	19.6	55.7	37.3	23.4	12.0	7.6
階層別								
50人未満	86	33.7	26.7	48.8	37.2	18.6	3.5	15.1
50人以上100人未満	88	38.6	14.8	59.1	34.1	21.6	10.2	9.1
100人以上150人未満	47	19.2	36.2	59.6	42.6	42.6	6.4	10.6
150人以上200人未満	35	25.7	31.4	45.7	45.7	31.4	17.1	5.7
200人以上	93	28.0	22.6	59.1	46.2	25.8	17.2	4.3
水揚高階層別								
1億円未満	58	27.6	29.3	58.6	44.8	25.9	3.5	19.0
1億円以上5億円未満	96	36.5	19.8	47.9	22.9	22.9	11.5	8.3
5億円以上9億円未満	47	27.7	25.5	59.6	46.8	31.9	10.6	6.4
9億円以上	111	27.0	24.3	64.0	46.9	29.7	17.1	5.4
階層別								
200万円未満	70	25.7	28.6	54.3	41.4	28.6	7.1	18.6
200万円以上400万円未満	86	32.6	24.4	61.6	33.7	22.1	11.6	7.0
400万円以上600万円未満	51	37.3	21.6	56.9	33.3	25.5	7.8	3.9
600万円以上800万円未満	27	22.2	25.9	48.2	33.3	22.2	11.1	14.8
800万円以上	74	31.1	18.9	59.5	50.0	33.8	20.3	4.1

(単位: %)

表3. 組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	地域住民への声かけ・見守り						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	91	26.4	0.0	53.9	18.7	9.9	13.2	6.6
地域								
北海道	3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
東北	12	16.7	0.0	58.3	16.7	16.7	16.7	0.0
関東	8	37.5	0.0	50.0	50.0	12.5	12.5	0.0
北陸	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
東海	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
近畿	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中国	29	34.5	0.0	69.0	13.8	10.3	17.2	13.8
四国	15	33.3	0.0	40.0	13.3	0.0	20.0	6.7
北九州	11	18.2	0.0	45.5	18.2	18.2	0.0	0.0
南九州	8	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	12.5
有	48	31.3	0.0	54.2	18.8	10.4	12.5	12.5
無	43	20.9	0.0	53.5	18.6	9.3	14.0	0.0
階層別								
50人未満	31	25.8	0.0	61.3	16.1	12.9	12.9	12.9
50人以上100人未満	28	32.1	0.0	46.4	10.7	10.7	14.3	7.1
100人以上150人未満	5	20.0	0.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0
150人以上200人未満	7	14.3	0.0	42.9	42.9	14.3	14.3	0.0
200人以上	19	26.3	0.0	63.2	21.1	5.3	15.8	0.0
水揚高階層別								
1億円未満	22	27.3	0.0	40.9	9.1	9.1	22.7	13.6
1億円以上5億円未満	23	30.4	0.0	60.9	13.0	13.0	13.0	8.7
5億円以上9億円未満	12	41.7	0.0	33.3	25.0	8.3	8.3	8.3
9億円以上	25	12.0	0.0	64.0	32.0	4.0	12.0	0.0
階層別								
200万円未満	22	31.8	0.0	36.4	9.1	9.1	22.7	13.6
200万円以上400万円未満	26	38.5	0.0	57.7	15.4	7.7	19.2	7.7
400万円以上600万円未満	13	7.7	0.0	69.2	7.7	7.7	0.0	0.0
600万円以上800万円未満	6	33.3	0.0	33.3	50.0	33.3	0.0	16.7
800万円以上	14	7.1	0.0	57.1	42.9	0.0	14.3	0.0

(単位: %)

表3. 組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	地域住民の生活支援						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	20	45.0	10.0	35.0	40.0	5.0	15.0	15.0
北海道	0	-	-	-	-	-	-	-
東北	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
関東	3	33.3	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
北陸	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
東海	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
近畿	2	100.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0
中国	6	16.7	0.0	33.3	50.0	0.0	33.3	33.3
四国	0	-	-	-	-	-	-	-
北九州	1	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	100.0
南九州	3	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
有	11	54.6	9.1	27.3	54.6	9.1	18.2	27.3
無	9	33.3	11.1	44.4	22.2	0.0	11.1	0.0
階正層別	3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0
50人以上100人未満	8	37.5	0.0	50.0	37.5	0.0	25.0	25.0
100人以上150人未満	2	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
150人以上200人未満	1	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
200人以上	6	50.0	33.3	16.7	50.0	16.7	0.0	16.7
水揚高階別	4	75.0	0.0	50.0	75.0	25.0	25.0	25.0
1億円以上5億円未満	10	30.0	0.0	30.0	20.0	0.0	20.0	20.0
5億円以上9億円未満	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
9億円以上	5	40.0	40.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0
正組合員	5	80.0	0.0	40.0	60.0	20.0	20.0	20.0
200万円以上400万円未満	8	50.0	0.0	25.0	37.5	0.0	0.0	12.5
400万円以上600万円未満	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0
600万円以上800万円未満	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
800万円以上	3	33.3	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0

(単位:%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	寄付・募金・バザー						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	349	56.7	0.6	61.9	14.9	2.9	10.9	6.9
地域								
北海道	23	56.5	0.0	65.2	13.0	4.4	8.7	0.0
東北	38	39.5	0.0	71.1	21.1	0.0	10.5	0.0
関東	25	56.0	0.0	60.0	32.0	4.0	8.0	0.0
北陸	14	28.6	0.0	64.3	7.1	0.0	0.0	7.1
東海	27	51.9	0.0	40.7	11.1	0.0	11.1	0.0
近畿	32	84.4	0.0	62.5	25.0	0.0	6.3	6.3
中国	61	55.7	0.0	77.1	21.3	4.9	23.0	11.5
四国	54	64.8	1.9	53.7	7.4	0.0	7.4	9.3
北九州	41	41.5	0.0	56.1	2.4	4.9	9.8	9.8
南九州	34	73.5	2.9	58.8	8.8	8.8	8.8	14.7
経合	187	55.1	0.0	60.4	16.6	3.7	15.0	8.0
験併	162	58.6	1.2	63.6	13.0	1.9	6.2	5.6
階正	90	62.2	1.1	62.2	20.0	3.3	11.1	10.0
層組	90	60.0	0.0	65.6	10.0	3.3	12.2	8.9
別	49	59.2	2.0	55.1	12.2	2.0	8.2	6.1
員数	35	54.3	0.0	62.9	22.9	0.0	14.3	2.9
	78	46.2	0.0	61.5	14.1	3.9	9.0	2.6
水	55	61.8	0.0	70.9	16.4	3.6	12.7	9.1
揚	101	58.4	1.0	59.4	11.9	1.0	7.9	10.9
高	51	52.9	0.0	56.9	17.7	7.8	9.8	9.8
階	97	52.6	0.0	63.9	13.4	2.1	14.4	2.1
層								
層別	62	56.5	0.0	66.1	11.3	1.6	12.9	12.9
た	92	63.0	0.0	64.1	18.5	4.4	7.6	6.5
正	46	45.7	0.0	56.5	13.0	2.2	13.0	4.4
組	26	50.0	3.9	50.0	3.9	3.9	15.4	15.4
の	73	56.2	0.0	67.1	16.4	2.7	11.0	2.7
合								
員								
一人								
当								

(単位:%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	学校給食への海産物の提供						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	162	40.7	13.6	48.8	24.7	21.0	13.6	7.4
地域								
北海道	20	55.0	25.0	75.0	30.0	5.0	5.0	0.0
東北	13	38.5	0.0	38.5	7.7	23.1	30.8	0.0
関東	10	30.0	0.0	30.0	30.0	20.0	30.0	0.0
北陸	16	31.3	12.5	50.0	25.0	18.8	18.8	18.8
東海	7	28.6	14.3	42.9	14.3	28.6	0.0	14.3
近畿	9	44.4	33.3	55.6	22.2	66.7	0.0	0.0
中国	21	23.8	9.5	42.9	23.8	33.3	14.3	23.8
四国	19	31.6	10.5	26.3	36.8	5.3	10.5	0.0
北九州	29	55.2	17.2	55.2	17.2	31.0	17.2	6.9
南九州	18	50.0	11.1	55.6	33.3	0.0	5.6	5.6
有	84	33.3	15.5	44.1	23.8	23.8	15.5	10.7
無	78	48.7	11.5	53.9	25.6	18.0	11.5	3.9
階層別								
50人未満	35	54.3	5.7	42.9	22.9	31.4	11.4	8.6
50人以上100人未満	38	29.0	7.9	63.2	23.7	15.8	15.8	13.2
100人以上150人未満	22	59.1	13.6	45.5	36.4	22.7	4.6	4.6
150人以上200人未満	24	20.8	25.0	29.2	12.5	20.8	25.0	8.3
200人以上	42	42.9	16.7	52.4	26.2	16.7	11.9	2.4
水揚げ階層別								
1億円未満	22	50.0	13.6	40.9	22.7	18.2	9.1	9.1
1億円以上5億円未満	41	36.6	12.2	46.3	24.4	22.0	17.1	9.8
5億円以上9億円未満	23	39.1	4.4	39.1	39.1	30.4	30.4	8.7
9億円以上	58	44.8	20.7	60.3	24.1	17.2	8.6	5.2
階層別								
200万円未満	27	33.3	14.8	37.0	18.5	11.1	14.8	7.4
200万円以上400万円未満	35	42.9	11.4	48.6	34.3	22.9	14.3	8.6
400万円以上600万円未満	27	37.0	11.1	40.7	25.9	22.2	25.9	11.1
600万円以上800万円未満	11	27.3	9.1	45.5	36.4	27.3	9.1	9.1
800万円以上	43	55.8	18.6	65.1	20.9	23.3	9.3	4.7

(単位:%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	福祉施設等への支援						
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい
全体	39	48.7	12.8	64.1	20.5	12.8	12.8	7.7
地域								
北海道	11	45.5	27.3	63.6	9.1	9.1	18.2	0.0
東北	4	75.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0
関東	2	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
北陸	0	-	-	-	-	-	-	-
東海	0	-	-	-	-	-	-	-
近畿	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
中国	5	40.0	20.0	80.0	20.0	20.0	20.0	40.0
四国	4	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	25.0
北九州	5	40.0	0.0	60.0	60.0	20.0	20.0	0.0
南九州	6	66.7	0.0	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0
有	17	52.9	11.8	70.6	35.3	11.8	11.8	11.8
無	22	45.5	13.6	59.1	9.1	13.6	13.6	4.6
階層別								
50人未満	10	40.0	20.0	60.0	20.0	0.0	10.0	20.0
50人以上100人未満	7	57.1	14.3	42.9	0.0	14.3	0.0	0.0
100人以上150人未満	3	0.0	33.3	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0
150人以上200人未満	5	40.0	20.0	40.0	0.0	40.0	40.0	0.0
200人以上	13	69.2	0.0	76.9	30.8	15.4	15.4	7.7
水揚高階層別								
1億円未満	6	33.3	16.7	66.7	33.3	0.0	16.7	16.7
1億円以上5億円未満	4	50.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0
5億円以上9億円未満	1	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
9億円以上	22	54.6	13.6	63.6	18.2	22.7	18.2	4.6
正組合員別								
200万円未満	3	33.3	33.3	100.0	100.0	0.0	33.3	33.3
200万円以上400万円未満	8	62.5	0.0	50.0	12.5	12.5	12.5	0.0
400万円以上600万円未満	5	40.0	0.0	60.0	40.0	20.0	0.0	20.0
600万円以上800万円未満	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0
800万円以上	15	60.0	20.0	66.7	6.7	20.0	20.0	0.0

(単位：%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	その他									
		活動費が全額、組合独自負担である	活動費の一部助成されている	活動実績が5年以上	組合外から活動継続の要望が強い	主に組合外の人々にPRする	女性部が活動の担い手	継続が難しい			
	24	41.7	20.8	45.8	16.7	25.0	12.5	16.7		16.7	
地域											
北海道	5	20.0	40.0	80.0	40.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	
東北	6	66.7	33.3	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	33.3	33.3	
関東	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
北陸	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
東海	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
近畿	2	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	
中国	4	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	
四国	2	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
北九州	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
南九州	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
経合	13	46.2	7.7	38.5	15.4	23.1	0.0	15.4	0.0	0.0	
併	11	36.4	36.4	54.6	18.2	27.3	27.3	18.2	27.3	36.4	
階正	5	60.0	40.0	60.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0	40.0	
層組	5	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
別員	4	75.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	
数	2	50.0	50.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	
	8	25.0	12.5	62.5	12.5	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	
水	6	50.0	33.3	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	16.7	
揚	3	66.7	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	
高	3	66.7	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	
階	10	30.0	20.0	60.0	30.0	10.0	20.0	30.0	20.0	10.0	
層											
層た	5	40.0	40.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	20.0	
正	5	100.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
組	2	50.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	
の	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	
水	9	11.1	22.2	55.6	33.3	22.2	22.2	33.3	22.2	11.1	
揚											
高											
階											
当											

(単位：%)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	広報誌を発行している		ウェブサイトを開設している		活動の記録を残している				
		発行している	発行していない	NA	開設している	開設していない	NA	残している	残していない	NA
全体	651	8.8	88.9	2.3	26.9	70.2	2.9	31.0	64.4	4.6
北海道	53	35.9	64.2	0.0	45.3	52.8	1.9	50.9	47.2	1.9
東北	70	18.6	80.0	1.4	25.7	74.3	0.0	34.3	65.7	0.0
関東	46	6.5	91.3	2.2	34.8	60.9	4.4	26.1	69.6	4.4
北陸	30	3.3	96.7	0.0	36.7	60.0	3.3	33.3	63.3	3.3
東海	39	2.6	97.4	0.0	41.0	59.0	0.0	25.6	71.8	2.6
近畿	63	3.2	93.7	3.2	28.6	66.7	4.8	30.2	63.5	6.4
中国	109	9.2	86.2	4.6	11.9	82.6	5.5	27.5	64.2	8.3
四国	85	2.4	96.5	1.2	20.0	78.8	1.2	27.1	71.8	1.2
北九州	96	3.1	93.8	3.1	22.9	74.0	3.1	22.9	67.7	9.4
南九州	60	5.0	91.7	3.3	33.3	63.3	3.3	41.7	55.0	3.3
有	340	8.2	89.7	2.1	27.4	70.3	2.4	29.7	65.3	5.0
無	310	9.4	88.1	2.6	26.5	70.0	3.6	32.3	63.6	4.2
正組 50人未満	187	2.7	94.1	3.2	11.2	84.5	4.3	28.9	65.2	5.9
50人以上100人未満	160	4.4	94.4	1.3	25.6	73.1	1.3	28.1	68.1	3.8
100人以上150人未満	89	6.7	92.1	1.1	34.8	64.0	1.1	39.3	59.6	1.1
150人以上200人未満	56	23.2	75.0	1.8	26.8	66.1	7.1	35.7	55.4	8.9
200人以上	148	16.9	81.1	2.0	44.6	54.1	1.4	31.1	66.2	2.7
水揚 1億円未満	127	1.6	96.1	2.4	13.4	84.3	2.4	27.6	67.7	4.7
1億円以上5億円未満	180	4.4	92.2	3.3	22.8	72.8	4.4	26.7	67.2	6.1
5億円以上9億円未満	75	6.7	92.0	1.3	20.0	76.0	4.0	36.0	60.0	4.0
9億円以上	179	17.9	80.5	1.7	48.0	50.3	1.7	39.1	58.7	2.2
正組 200万円未満	147	4.1	93.2	2.7	19.1	77.6	3.4	25.9	68.0	6.1
200万円以上400万円未満	152	6.6	92.1	1.3	27.0	71.7	1.3	28.3	69.1	2.6
400万円以上600万円未満	79	8.9	91.1	0.0	29.1	69.6	1.3	39.2	58.2	2.5
600万円以上800万円未満	45	4.4	91.1	4.4	33.3	62.2	4.4	31.1	64.4	4.4
800万円以上	132	16.7	81.1	2.3	39.4	56.8	3.8	39.4	56.8	3.8

表3.組合員・地域住民等への活動 (単位:%)

	回答組合(支所・支店)数	新規の活動計画		
		ある	ない	NA
全体	766	9.7	84.6	5.7
地域				
北海道	53	13.2	86.8	0.0
東北	88	9.1	87.5	3.4
関東	55	9.1	87.3	3.6
北陸	35	11.4	88.6	0.0
東海	44	11.4	86.4	2.3
近畿	74	13.5	78.4	8.1
中国	128	5.5	83.6	10.9
四国	97	8.3	85.6	6.2
北九州	125	8.8	84.8	6.4
南九州	67	13.4	80.6	6.0
経合	399	10.3	83.7	6.0
験併	365	9.0	85.5	5.5
正組	239	9.6	81.6	8.8
員数	186	8.1	90.3	1.6
別	111	13.5	82.0	4.5
	60	5.0	88.3	6.7
	157	10.8	85.4	3.8
水	161	8.7	85.7	5.6
揚	222	6.3	88.7	5.0
高	86	14.0	80.2	5.8
階	190	12.1	83.7	4.2
層	180	8.3	86.7	5.0
り	180	9.4	86.7	3.9
の組	93	7.5	87.1	5.4
水	54	11.1	83.3	5.6
員	146	11.6	83.6	4.8
一				
人				
高				
階				
当				
た				

(単位: %)

表3.組合員・地域住民等への活動

	回答組合(支所・支店)数	新規の活動計画がない理由						NA
		現在の活動で多忙	活動費が足りない	活動に携わる人材が不足している	努力に見合う効果が期待できない	その他		
全体	648	51.5	27.2	63.9	14.8	3.4	3.4	
北海道	46	65.2	13.0	41.3	6.5	4.4	4.3	
東北	77	64.9	19.5	64.9	6.5	6.5	1.3	
関東	48	60.4	20.8	56.3	8.3	4.2	4.2	
北陸	31	58.1	38.7	77.4	9.7	6.5	3.2	
東海	38	50.0	31.6	60.5	18.4	0.0	5.3	
近畿	58	37.9	31.0	60.3	22.4	1.7	6.9	
中国	107	41.1	31.8	77.6	19.6	3.7	2.8	
四国	83	43.4	30.1	61.5	21.7	4.8	3.6	
北九州	106	50.9	25.5	60.4	16.0	0.9	1.9	
南九州	54	59.3	31.5	70.4	9.3	1.9	3.7	
有	334	52.1	29.3	68.3	13.2	3.6	3.0	
無	312	51.3	24.7	59.3	16.7	3.2	3.8	
正組合員数別								
50人未満	195	40.5	27.2	69.7	20.0	3.6	3.1	
50人以上100人未満	168	48.2	34.5	69.6	13.7	3.0	3.6	
100人以上150人未満	91	50.6	29.7	60.4	13.2	3.3	4.4	
150人以上200人未満	53	79.3	22.6	47.2	15.1	0.0	5.7	
200人以上	134	60.5	15.7	56.7	9.7	5.2	2.2	
水揚高階層別								
1億円未満	138	39.9	28.3	73.9	18.8	2.9	3.1	
1億円以上5億円未満	197	47.7	30.5	67.5	15.7	2.0	3.6	
5億円以上9億円未満	69	66.7	29.0	55.1	7.3	4.4	4.1	
9億円以上	159	62.9	13.8	50.9	10.1	4.4	4.6	
正組の水揚高階層別								
200万円未満	156	42.3	28.9	70.5	16.0	2.6	5.1	
200万円以上400万円未満	156	53.2	25.0	67.3	17.3	3.2	3.8	
400万円以上600万円未満	81	54.3	25.9	65.4	6.2	2.5	4.9	
600万円以上800万円未満	45	57.8	28.9	55.6	13.3	2.2	0.0	
800万円以上	122	61.5	17.2	48.4	11.5	4.9	1.6	

総研レポート 27基礎研No. 3

発行 株農林中金総合研究所 基礎研究部

〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12

電話 03-3233-7725
