

田んぼの生きものモニタリング項目

深堀事例 新潟県佐渡市地域 トキと共生する佐渡の里山

ブランド化

多様な主体の参画

【H23年世界農業遺産認定】

【人と生きものが共に豊かに暮らせる島づくり】生きものを育む農法を島内の水田で実施し、トキをシンボルとした豊かな生態系を維持する里山と、集落コミュニティを高める多様な農村文化を継承。

基本情報

- ・構成市町村：佐渡市
- ・主な産業・産品：農林水産業・観光



稲穂の上を舞うトキ

取組の概要

- 朱鷺と暮らす郷づくり認証制度を、農業者、行政、JAなど関係者が一体となり進めており、ブランド力向上のためのPRイベント、普及啓発活動を展開。また、米穀専門店を中心とした営業活動や、佐渡産品を取扱う「サドメシラン」の普及拡大活動を展開。
- 生きものを育む農法、生きもの調査などの取組みによりトキのエサ場となる生物多様性豊かな田んぼが維持されている。また小学生らは、子どもも参加する稲作体験や生きもの調査、他地域との交流などを通して、田で育まれる自然の恵みについて学んでいる。



「朱鷺と暮らす郷」認証米



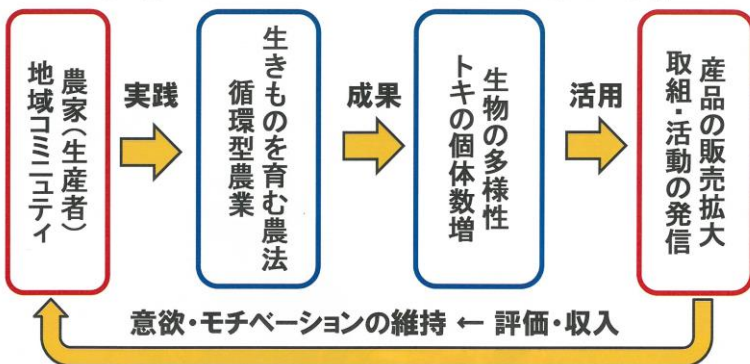
トキの餌場(江)の整備



生きもの調査

取組のスキーム図

佐渡GIAHSシステム「トキと共生する佐渡の里山」



認定による効果

- 「朱鷺と暮らす郷」認証米
農家数：256戸（H20）→336戸（R7）
面積：426ha（H20）→1,102ha（R7）
販売店：150店（H23）→225店（R7）
- 新規就農者数：
14名（H24）→延べ213名（R7）
- 佐渡市世界農業遺産ブランドマーク
申請数（延べ）：－（H23）→147件（R7）
- 田んぼアートイベント（田植等）参加
人数：－（H23）→約160人（R7）

佐渡市トキビオトープ整備事業実績

年度	19	20	21	22	23
団体数	16	21	23	20	23
ビオトープ(m ²)	140,993	272,923	345,285	352,000	315,600

年度	24	25	26	27	28
団体数	18	20	20	19	22
ビオトープ(m ²)	287,490	281,526	277,274	267,687	287,525

年度	29	30	1	2	3
団体数	23	23	22	21	20
ビオトープ(m ²)	292,637	297,756	285,213	283,253	300,210

年度	4	5	6	7
団体数	21	21	19	20
ビオトープ(m ²)	307,032	293,822	271,514	280,484

深堀事例 岐阜県長良川上中流域

清流長良川の鮎ー里川における人と鮎のつながりー【H27世界農業遺産認定】

長良川システムは、人の生活、水環境、漁業資源が相互に連環する、世界に誇るべき里川のシステムである。また、清流が保たれることにより、水と密接なつながりのある伝統産業が引き継がれ、持続的なシステムを育んでいる。

基本情報

- ・構成市町村：岐阜市、関市、美濃市、郡上市
- ・主な産業・産品：鮎、関刃物、美濃和紙、郡上本染



岐阜県長良川上中流域

取組の概要

- ブランド力の向上のため、「清流長良川の恵みの逸品」の認定など、国際水準のHACCPや水産エコラベル等の外部認証制度を活用した県産鮎の付加価値向上、長良川流域のサステナブルな魅力の発信等を実施。
- 更なる輸出拡大のため、海外旅行博への出展等による海外向けプロモーションや、外国人向け観光情報webサイトを設立するなど、世界に向けて地域の魅力を発信。



清流長良川の鮎



「清流長良川の恵みの逸品」のロゴマーク



海外旅行博への出展
(於：マレーシア)

取組のスキーム図

岐阜県

連携

輸出拡大

ブランド力の向上

国際水準の外部認証制度を活用した県産鮎の付加価値向上

長良川流域のサステナブルな魅力の発信

鮎養殖業者
漁業協同組合
岐阜県魚苗センター

県産鮎の生産、販売、輸出事業者

現地メディア
観光業界等

県産鮎の海外輸出促進

海外旅行博への出展等による海外向けプロモーション

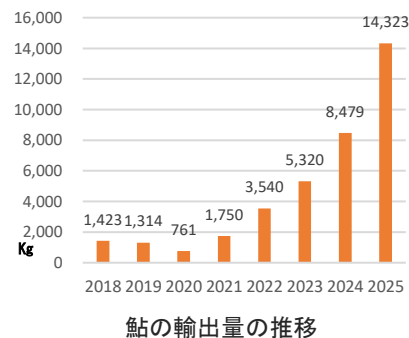
外国人向け観光情報webサイトの設立

海外に向けたブランド力の向上及び更なる輸出拡大に向けた取組

※岐阜県長良川上中流域 世界農業遺産保全計画(第3期)に基づき東海農政局において作成

認定による効果

- 海外旅行博に出店するなど、輸出拡大に向けた取組により、令和7年の鮎輸出量が14,323kg（平成30年の約10倍）に増加。
- 「岐阜鮎海外推奨店認定制度」により、海外の日本料理店を計15店舗を認定。（ベトナム7店舗、タイ7店舗、マレーシア1店舗）



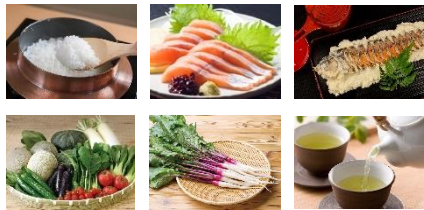
深堀事例 滋賀県琵琶湖地域

森・里・湖(うみ)に育まれる漁業と農業が織りなす琵琶湖システム

水田営農との深い関わりの中で発展してきた伝統的な琵琶湖漁業を中心としたシステム。“里湖(さとうみ)”の循環型システムであり、千年の歴史を有するエリ漁や水産資源に寄与する水田営農、滋賀独特の食文化を継承。

基本情報

- ・構成市町村：
滋賀県内全19市町
- ・主な産業・産品：
農林水産業（近江米、湖魚、近江の野菜、ふなずし他）



滋賀県主な産品

取組の概要

- 滋賀県では森・里・湖を体感する独自の学習プログラムである森林環境学習「やまのこ」、農業体験学習「たんぼのこ」、船舶での宿泊体験学習「うみのこ」により、子どもの頃から自然や農林水産業に触れ合う機会を創出。
- 子ども・若者を中心に、小中学校、大学や各種団体等へ「琵琶湖システム」が持つ伝統的な仕組みや意義を伝えるための出前講座を実施。出前講座では、県職員や広報大使のほか、生産者による講義も実施。
- 魚のゆりかご水田では、地域内外の親子が参加できる「生きもの観察会」などを開催。田んぼ周辺に生息する生物の多様さや、田んぼと琵琶湖のつながりを体感。
- 学校給食への湖魚の提供など、子どもの頃から湖魚に慣れ親しむ取組や、食文化の継承につながる「ふなずし講習会」などを開催。



小学校への出前講座



生きもの観察会



湖魚を使った学校給食

取組のスキーム図

出前講座・魚のゆりかご水田プロジェクトの実施

魚のゆりかご水田プロジェクト：
琵琶湖周辺には、フナ等の湖魚が遡上・産卵し稚魚が育つ「魚のゆりかご水田」があり、ほ場整備により遡上が困難となった田んぼには魚道等を整備して遡上を補助

R4 農業遺産認定
今までの取組に加えて、それらを総括する
琵琶湖システムの出前講座を実施

参加者の増加

体験学習イベントの継続

H18
プロジェクト開始
体験学習の実施

認定を契機として、県職員や広報大使が中心となり、県内各地で出前講座を実施。生産者による講義も実施。
琵琶湖システムを次世代へ継承するため、子ども・若者を中心として琵琶湖システム保全の機運を醸成。

認定による効果

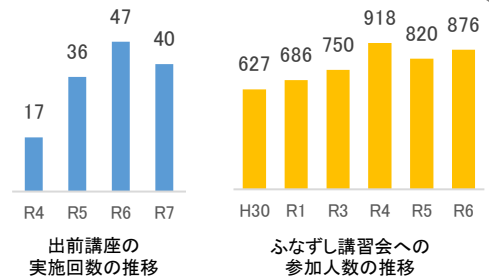
○出前講座（琵琶湖システム）の実施回数

17回（R4）→ 40回（R7）

○生きもの観察会への参加人数
各地区とも100～200人/回

○ふなずし講習会への参加人数
年間600～900人

→地域住民や子どもたちが湖魚に触れ、琵琶湖と田んぼの繋がりを体感することで、システムに対する理解が深まり、保全への機運が高まった。



※R2はコロナの影響で大幅に減少したためグラフから除外

深堀事例 徳島県にし阿波地域 にし阿波の傾斜地農耕システム

住民の理解醸成

ブランド化

【H29日本農業遺産認定】 【H30世界農業遺産認定】

にし阿波地域の急傾斜地の集落では、段々畑を作らず傾斜地のまま、トンガ・サラエと言った独特な農具を用い農耕し、干したカヤをすき込むなど耕土の流出を防止、雑穀やソバ・イモなどの伝統的な作物を栽培。これら独自の技と知恵によって、独自の景観や食文化、生態系、伝統行事などが守られ、400年以上にわたり継承。

【傾斜地農耕システムのブランド化による所得向上と担い手育成】

基本情報

- ・構成市町村：
美馬市、三好市、
つるぎ町、東みよし町
- ・主な産業・産品：
農林業、「にし阿波の傾斜地農耕システム」ブランド認証品 等

タカキビ
と
そば米雑炊



取組の概要

- 「にし阿波の傾斜地農耕システム」で生産された農産物とその加工品を認証し、ブランド化による農家の所得向上や傾斜地農法の継承を図っている。
【ブランド認証件数：115件（R1開始、R7.12月時点）】
- 「にし阿波の傾斜地農耕システム」を体系的に地域の学校で教えることにより、地域に愛着と誇りを持った次代を担う人材を育成している。
【出前授業等の件数（年間）：11件（R1）→43件（R6）】
- 農泊施設を対象に、本地域ならではの農業遺産体験メニューの開発や宿泊サービス向上に向けた受入体制を支援し、都市住民との交流拡大と農業遺産の付加価値向上を図っている。
【体験型教育旅行（年間）：3,319人泊（R1）→6,343人泊（R6）】

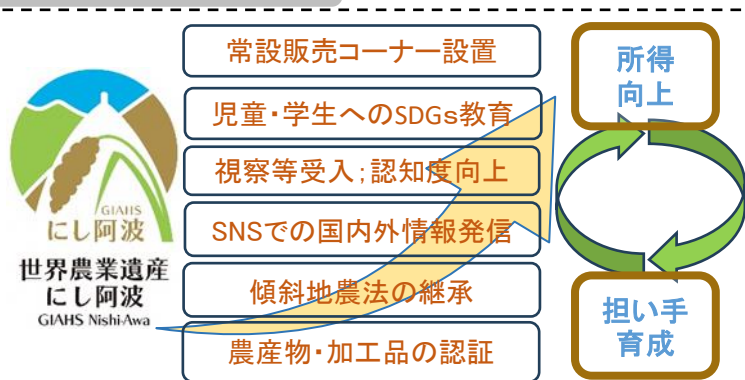


道の駅での常設販売コーナー



桃源郷のような別世界（落合集落）

取組のスキーム図



認定による効果

○農産物のブランド化によって一部商品は高値で取引され、また、インターネット販売の参入支援により販売拡大が図られている。
主な出荷先である地域内の産直市の売り上げは、H29：9.74億円/年から、コロナ渦の落ち込みはあるものの、その後回復し、R6：9.96億円/年に伸びている。
（※数値はブランド認証品以外の商品も含んだ産直市11ヵ所の売上である。）

