

〇〇水産(株) 御中

養殖ビジネス評価書 (例) (アユ)
(内水面養殖)

2024年〇月〇日

目次

1. 背景と目的
2. 調査プロフィール
3. 総評（エグゼクティブサマリ）
4. 評価結果の一覧
5. 詳細評価結果
6. まとめ

1. 背景と目的

[背景]

○農林水産省は、国内外の需要を見据えて戦略的養殖品目を設定し、生産から販売・輸出に至る総合戦略を立てた上で、養殖業の振興に本格的に取り組むこととし、有識者等の意見を踏まえながら、2020年(令和2年)7月に「養殖業成長産業化総合戦略」を策定し、プロダクト・アウト型から、「マーケット・イン型養殖業」に転換していく方向性を示した。戦略は海面漁業を念頭に置いて策定されたものであるが、内水面養殖においても、マーケット・イン型養殖の考え方を念頭に置きつつ、固有の事情にも配慮して、事業の持続化、安定化、成長を図っていくことが重要である。

○地域金融機関においては、養殖業を営む事業者の事業内容や成長可能性などを適切に評価（事業性評価）し、解決策を検討・提案して必要な支援・資金供給を行うことが求められている。

[目的]

○本評価により、〇〇様の養殖事業の維持・成長可能性の評価、ひいては金融機関における養殖事業の事業性評価および融資判断の一助とする。

2. 調査プロフィール

■ 取扱魚種 ： アユ

■ 評価実施日 ： 2024年〇月〇日

■ 評価に際して開示いただいた主な資料

- ・ 決算書（3期分）
- ・ 資金繰表
- ・ 作業日報
- ・ 仕入伝票
- ・ 出荷管理簿
- ・ 在庫データ

3. 総評（エグゼクティブサマリー）

総合評価結果

評価合計 **95点**（100点満点換算）

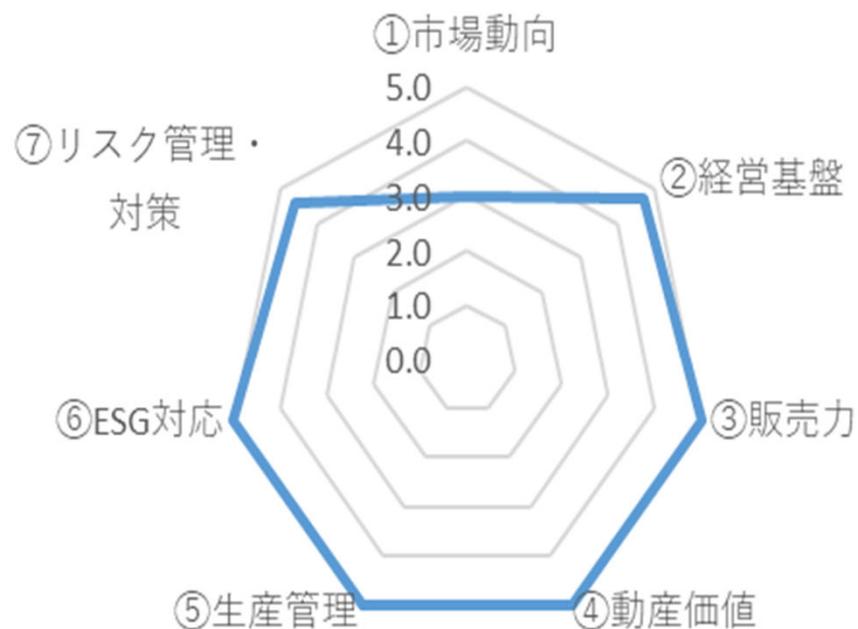
（165点中157点）

評価項目平均 **4.8点**/5点

50余年の業歴を有するアユ養殖業界の老舗。毎期生産計画に基づき、全社員が共有する社内ルールに則って生産されるアユは、豊洲市場で高いブランド力を有する。仕入先・販売先も長い取引歴があり安定的。今後は個人マーケットの拡大を志向し、商品開発にも積極的に取り組んでいる。

評価概要〈項目平均5点満点〉

- ① 市場動向 〈3.0点〉
- ② 経営基盤 〈4.7点〉
- ③ 販売力 〈5.0点〉
- ④ 動産価値 〈5.0点〉
- ⑤ 生産管理 〈5.0点〉
- ⑥ ESG対応 〈5.0点〉
- ⑦ リスク管理・対策 〈4.6点〉



4. 評価結果の一覧

No	大項目	No	中項目	配点	評価点	平均点	
1	市場動向	1-1	過去・現在・将来の動向	5	3	3.0	
		1-2	市場規模	5	3		
2	経営基盤	2-1	経営者	5	5	4.7	
		2-2	経営管理	5	5		
		2-3	事業基盤	5	5		
		2-4	営業基盤	5	5		
		2-5	人材確保・育成	5	5		
		2-6	事業の将来性	5	3		
3	販売力	3-1	販売先の確保	5	5	5.0	
		3-2	販路拡大への取組み	5	5		
		3-3	価格決定力	5	5		
4	動産価値	4-1	換金容易性	5	5	5.0	
		4-2	在庫バランス	5	5		
		4-3	物量	5	5		
		4-4	将来予想価格	5	5		
5	生産管理	5-1	生産計画	5	5	5.0	
		5-2	受注・販売管理	5	5		
		5-3	発注管理	種苗	5		5
				飼料	5		5
		5-4	在庫管理	5	5		
		5-5	生産工程管理	5	5		
		5-6	出荷時能力	5	5		
		5-7	品質管理	5	5		
		5-8	衛生管理	5	5		
5-9	認証取得等	5	5				
6	ESG対応	6-1	環境性	5	5	5.0	
		6-2	社会性	5	5		
		6-3	ガバナンス	5	5		
7	リスク管理・対策	7-1	天災回避対策	5	5	4.6	
		7-2	疾病対策	5	5		
		7-3	環境変化	5	5		
		7-4	損害保険加入有無	5	5		
		7-5	市場リスク	5	3		
合計				165	157		
				100点換算	95	4.8	

各項目において、以下のとおり評価

- 0…何もしていない 1…ほんの一部分を実施（十分ではない） 3…養殖業として基本的な取組みを実施、または問題ない状況
 5…特別に十分な取組みを実施、または良好な状況

5. 詳細評価結果 ①市場動向

評価結果

評価合計 6点/10点

評価項目平均 3.0点/5点

アユ養殖生産量は3.5千トン程度で、ピークの1/3以下に縮小。今後の趨勢は不詳ながら、消費者ニーズへの対応力が事業継続の明暗を分けるとの認識を持つ。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
1	市場動向	1-1	過去・現在・将来の動向	3	・アユの養殖生産量は1980年代の13千トンをピークに減少の一途をたどり、2022年は3.6千トンまで減少。2023年は3.5千トンを見込む。
		1-2	市場規模	3	・河川文化の衰退による消費減少から市場規模はピークの1/3以下に縮小。今後の趨勢は不詳ながら、消費者ニーズへの対応力が事業継続のカギ。

5. 詳細評価結果 ②経営基盤

評価結果

評価合計 28点/30点

評価項目平均 4.7点/5点

業歴長く、事業基盤、営業基盤の何れも確立している。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
2	経営基盤	2-1	経営者	5	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な経営戦略の下で毎期事業計画を立案し、実績や課題について全社員で共有する定例の会議を設けている。また今後個人マーケット強化の戦略を打ち出し、率先して商品開発に取り組むなど、経営手腕は高い。 ・経営理念が社内にも浸透しており、実務担当者からの経営者に対する評価も高い。
		2-2	経営管理	5	<ul style="list-style-type: none"> ・組織図により、生産、加工、営業、管理部門が明確に規程されており、特別な事情による離職者を除けば社員の定着率は高い。 ・種苗の調達は漁協のスケジュールに準じて計画。安定かつ効率的な生産量維持が図られている。 ・日報により生産費を管理しており、採算管理に対する意識が高い。
		2-3	事業基盤	5	<ul style="list-style-type: none"> ・〇〇市に養殖池を設置しており、卸売り市場への効率的な輸送ルートも確立されている。 ・豊富な地下水（伏流水）に恵まれ、20本の井戸からポンプアップしている。水温は13℃で安定し、水質変化もない。
		2-4	営業基盤	5	<ul style="list-style-type: none"> ・放流用種苗は漁協に販売しており、食用の主要販売先は豊洲市場や個人向けで安定的。主要商品は加工品で個人消費者のリピーターが多く、鮮魚は外食業者向けにブランド力を有する。
		2-5	人材確保・育成	5	<ul style="list-style-type: none"> ・豊富な経験を有する従業員が十分な人数確保され、人材確保に問題はない。但し加工分野の事業拡大にあたっては新たな人員募集が必要。人材育成はマンツーマンでのOJTが中心。
		2-6	事業の将来性	3	<ul style="list-style-type: none"> ・今後の需要は不透明だが、将来的に安定的な販路の確保が課題と認識し、十分なマーケット分析を基に消費者ニーズを捉えやすい個人向け販売のシェア拡大を志向。

5. 詳細評価結果 ③販売力

評価結果

評価合計 15点/15点

評価項目平均 5.0点/5点

豊洲市場、個人向けに営業基盤を確立。高いブランド力を有し、価格決定に主導的地位を占める。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
3	販売力	3-1	販売先の確保	5	・豊洲市場向け鮮魚・活魚と個人販売向け加工品が中心。何れも取引歴は長く、安定的。取引先数も多く、十分にリスクが分散されている。
		3-2	販路拡大への取組み	5	・インターネット広告なども積極的に活用し、販路拡大を図っている。
		3-3	価格決定力	5	・既存の商品のみならず、積極的に加工品の新商品開発に取り組んでいる。 ・長い歴史を有する企業であり、養殖・加工の高い技術に加え、ブランド力を有する。また、豊洲市場向けにおいて、そのブランド力を背景に価格決定に主導的地位を占める。

5. 詳細評価結果 ④ 動産価値

評価結果

評価合計 20点/20点

評価項目平均 5.0点/5点

高いブランド力も有しており、換金性は高い。販売先のニーズに対応して出荷できる他、加工品は冷凍して保管する等、在庫バランスに配慮した取組みを実施。

将来価格は需要の多寡の他、稚魚の安定的確保に拠って天然種苗変動する。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
4	動産価値	4-1	換金容易性	5	・高いブランド力を有しており、他の養殖業者に比べても養殖魚の換金性は高い。今後大きく市場が拡大する可能性は高くないと言えるが、鮮魚、加工品いずれも常に一定の需要が存在する。
		4-2	在庫バランス	5	・原則、年初に稚魚を導入し、飼養の上、夏場から年末にかけて販売するサイクルで、6月に在庫量はピークになる。販売先のニーズに対応して出荷時期を調整する他、加工品は冷凍して同時期を調整する。
		4-3	物量	5	・販売先のニーズに対応した時期、サイズ、量を出荷できる体制を構築している。
		4-4	将来予想価格	5	・販売先の需要による他、稚魚の安定的な確保の可否によって左右される。近年は稚魚の確保が間に合わず、相場は4,000円台/kgまで上昇。

5. 詳細評価結果 ⑤生産管理

評価結果

評価合計 50点/50点

評価項目平均 5.0点/5点

生産計画のもと、種苗調達から飼養、出荷までの一連の生産工程が確立され、担当者全員で共有されている。
また衛生・品質管理において、社内に所定のルールがあり、遵守されている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント	
5	生産管理	5-1	生産計画	5	・天然種苗を使用しているため、生産計画は稚魚の漁獲量の多寡に影響を受ける。販売先は安定的で、年間を通じた養殖池の利用状況（回転）は概ね決まっている。 ・複数年先までの長期的な生産計画を定め、状況に応じて随時更新しながら計画的な生産を行っている。	
		5-2	受注・販売管理	5	・販売先と頻繁にコミュニケーションを取り、出荷時期、サイズ、量を把握の上、専用帳簿、あるいは管理システムにて管理している。	
		5-3	発注管理	種苗	5	・生産計画を基に、毎年漁連に対して購入希望重量を申請して調達している。
				飼料	5	・飼料メーカーから、当社独自の配合飼料を調達。給餌内容は専用帳簿にて記録される。
		5-4	在庫管理	5	・専用帳簿にて、池ごとに尾数、給餌種類/量、斃死魚情報を毎日記録し、エクセルデータで纏めて管理される。	
		5-5	生産工程管理	5	・種苗は天然の稚魚を調達。給餌は1日1回。この際養殖池を視認し、泳ぎ方が不調な魚の有無を確認し、斃死した魚を回収。選別は頻繁に実施し、池替えも行う等、一連の生産工程が確立されている。	

5. 詳細評価結果 ⑤生産管理

評価結果

評価合計 50点/50点

評価項目平均 5.0点/5点

生産計画のもと、種苗調達から飼養、出荷までの一連の生産工程が確立され、担当者全員で共有されている。
また衛生・品質管理において、社内に所定のルールがあり、遵守されている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
5	生産管理	5-6	出荷時能力	5	・販売先のニーズに応じて所定の輸送手段で出荷する体制を構築しており、高い鮮度の商品を出荷している。
		5-7	品質管理	5	・鮮魚出荷は氷詰め、加工用は専用冷凍庫で保管されるなど、品質管理のルールが存在しマニュアル化され、従業員に徹底されている。
		5-8	衛生管理	5	・養殖池の排水口は朝晩の2回、加工場は定期的に清掃するルールが存在し、徹底されている。
		5-9	認証取得等	5	・日本食育者協会による養殖エコラベル（AEL）を取得。

5. 詳細評価結果 ⑥ ESG

評価結果

評価合計 15点/15点

評価項目平均 5.0点/5点

県や組合が中心となり、アユ資源の維持/確保のための諸施策やPR活動が実施されている。
全社員参加の会議が定期的開催され、労働環境や法令順守に係る課題や対応策について情報共有されている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
6	ESG対応	6-1	環境性	5	・排水対策としてトラップを設けるなど、環境に配慮した排水を行っている。
		6-2	社会性	5	・組合でアユ養殖に係るPRビデオを作成して広報活動を展開している他、学校給食への提供も行うなど、積極期に社会貢献の取組を行っている。
		6-3	ガバナンス	5	・生産・加工・営業の各組織で、責任者が中心となって労働環境に係る実態把握や改善要望に係る情報収集を実施。経営者を含めた定例会議で全社共有され、改善策が検討される。また同会議において、法令順守に係る啓蒙活動が併せて実施されている。

5. 詳細評価結果 ⑦リスク管理・対策

評価結果

評価合計 23点/25点

評価項目平均 4.6点/5点

起こり得る天災や生産工程における疾病、環境変化、市場リスクについて十分に認識しており、対応可能な対策も講じられている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
7	リスク管理・対策	7-1	天災回避対策	5	<ul style="list-style-type: none"> ・立地上、これまで台風や集中豪雨の被害は少ないが、停電発生時に備えて自家発電を整備するなどの対策が図られている。 ・また、水量・水温変動時のバックアップ設備は有していないが、取水は安定している。
		7-2	疾病対策	5	<ul style="list-style-type: none"> ・養殖池の毎日のモニタリング結果や斃死した魚の取扱い、投薬につき社内ルールがあり、専用帳簿に記録の上管理される。また、異常時には速やかな情報伝達が可能となるよう、県の水産試験場との連携体制が構築されている。
		7-3	環境変化	5	<ul style="list-style-type: none"> ・用水は水温、水量ともに安定しており、外部環境の変化に懸念は少ない。 ・河川文化や食文化の変化に係る理解度は高く、安定的な販路の拡大を志向する等、今後の経営戦略に活かしている。
		7-4	損害保険加入有無	5	<ul style="list-style-type: none"> ・内水面養殖事業者向けの損害保険に加入済。
		7-5	市場リスク	3	<ul style="list-style-type: none"> ・種苗は天然であるが故の調達リスクを十分に認識。また市場価格変動については、高いブランド力を背景に価格決定に主導権地位を占めており、懸念は小さい。

6. まとめ

- 本養殖事業については、今後の需要の見極めが難しく、いかに安定的な仕入先、販売先を確保しているかが事業継続のポイントとなる。

(凡例) セグメント

- I 強みを活かして機会を勝ち取るためには？
- II 弱みを改善して機会を獲得するための施策とは？
- III 強みを活かして、脅威を機会に変える施策とは？
- IV 弱みから最悪のシナリオを避けるためには？



〇〇水産(株) 御中

養殖ビジネス評価書 (例) (サケ・マス)
(内水面養殖)

2024年〇月〇日

目次

1. 背景と目的
2. 調査プロフィール
3. 総評（エグゼクティブサマリ）
4. 評価結果の一覧
5. 詳細評価結果
6. まとめ

1. 背景と目的

[背景]

○農林水産省は、国内外の需要を見据えて戦略的養殖品目を設定し、生産から販売・輸出に至る総合戦略を立てた上で、養殖業の振興に本格的に取り組むこととし、有識者等の意見を踏まえながら、2020年(令和2年)7月に「養殖業成長産業化総合戦略」を策定し、プロダクト・アウト型から、「マーケット・イン型養殖業」に転換していく方向性を示した。戦略は海面漁業を念頭に置いて策定されたものであるが、内水面養殖においても、マーケット・イン型養殖の考え方を念頭に置きつつ、固有の事情にも配慮して、事業の持続化、安定化、成長を図っていくことが重要である。

○地域金融機関においては、養殖業を営む事業者の事業内容や成長可能性などを適切に評価（事業性評価）し、解決策を検討・提案して必要な支援・資金供給を行うことが求められている。

[目的]

○本評価により、〇〇様の養殖事業の維持・成長可能性の評価、ひいては金融機関における養殖事業の事業性評価および融資判断の一助とする。

2. 調査プロフィール

■ 取扱魚種 ： サケ・マス

■ 評価実施日 ： 2024年〇月〇日

■ 評価に際して開示いただいた主な資料

- ・ 決算書（3期分）
- ・ 資金繰表
- ・ 作業日報
- ・ 仕入伝票
- ・ 出荷管理簿
- ・ 在庫データ

3. 総評（エグゼクティブサマリー）

総合評価結果

評価合計 **85点**（100点満点換算）

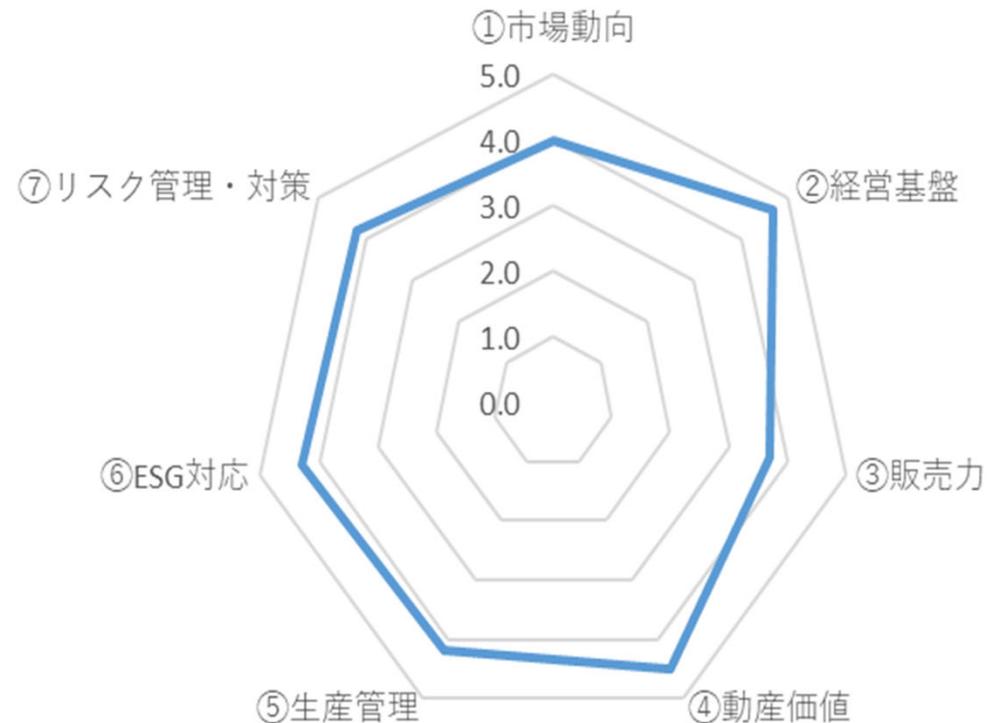
（165点中141点）

評価項目平均 **4.3点**/5点

イワナを主体に自家採卵から養殖まで一括で取り組んでいる。放流用は漁協向けだが、スペシャルトラウトは地域の飲食店に安定的な販路を確保しており、足許では品薄の状態にある。生産管理について、常に最適解を求める努力を欠かさず、水産試験場とも強い連携がある。先代からの引継ぎもスムーズに行われ、業績も安定的である。

評価概要〈項目平均5点満点〉

- ① 市場動向 〈4.0点〉
- ② 経営基盤 〈4.7点〉
- ③ 販売力 〈3.7点〉
- ④ 動産価値 〈4.5点〉
- ⑤ 生産管理 〈4.2点〉
- ⑥ ESG対応 〈4.3点〉
- ⑦ リスク管理・対策 〈4.2点〉



4. 評価結果の一覧

No	大項目	No	中項目	配点	評価点	平均点	
1	市場動向	1-1	過去・現在・将来の動向	5	5	4.0	
		1-2	市場規模	5	3		
2	経営基盤	2-1	経営者	5	5	4.7	
		2-2	経営管理	5	5		
		2-3	事業基盤	5	5		
		2-4	営業基盤	5	5		
		2-5	人材確保・育成	5	3		
		2-6	事業の将来性	5	5		
3	販売力	3-1	販売先の確保	5	5	3.7	
		3-2	販路拡大への取組み	5	3		
		3-3	価格決定力	5	3		
4	動産価値	4-1	換金容易性	5	5	4.5	
		4-2	在庫バランス	5	5		
		4-3	物量	5	5		
		4-4	将来予想価格	5	3		
5	生産管理	5-1	生産計画	5	5	4.2	
		5-2	受注・販売管理	5	3		
		5-3	発注管理	種苗	5		3
				飼料	5		3
		5-4	在庫管理	5	5		
		5-5	生産工程管理	5	5		
		5-6	出荷時能力	5	5		
		5-7	品質管理	5	5		
		5-8	衛生管理	5	5		
5-9	認証取得等	5	3				
6	ESG対応	6-1	環境性	5	5	4.3	
		6-2	社会性	5	3		
		6-3	ガバナンス	5	5		
7	リスク管理・対策	7-1	天災回避対策	5	5	4.2	
		7-2	疾病対策	5	5		
		7-3	環境変化	5	5		
		7-4	損害保険加入有無	5	1		
		7-5	市場リスク	5	5		
				165	141	4.3	

100点換算

85

各項目において、以下のとおり評価

- 0…何もしていない 1…ほんの一部分を実施（十分ではない） 3…養殖業として基本的な取組みを実施、または問題ない状況
 5…特別に十分な取組みを実施、または良好な状況

5. 詳細評価結果 ①市場動向

評価結果

評価合計 8点/10点

評価項目平均 4.0点/5点

内水面養殖の市場は魚種、出荷の形態ごとに細分化されているが、当社の主力商品はイワナであり、安定した需要が確保できている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
1	市場動向	1-1	過去・現在・将来の動向	5	ニジマスの場合は活魚での出荷が一般的であり、河川への放流用の需要は急激に減少することはないと思われる。在来マス（ヤマメ・アマゴ・イワナ）は養殖できる環境が限られており、全国的に品薄の状況が続いている。 また信州サーモンに代表されるスペシャルトラウトは、コロナの収束に伴い急激に需要が回復しており、円安の影響もあり輸入サーモンとの価格差も縮小。インバウンド需要が期待できる地域によっては需要拡大が見込まれる。
		1-2	市場規模	3	出荷形態が活魚出荷の場合、稚魚・放流用ごとに一定の市場が形成されている。また、鮮魚出荷の場合では特にスペシャルトラウトについては輸入サーモンの輸入量・価格に左右される。近年増加しているご当地ブランドのスペシャルトラウトは、観光地での認知・需要は高まってきているものの、消費地市場では「〇〇県産」として一括りに取扱われる場合が多く、ブランド力が確立されていない。一方で、信州サーモンのように、品質基準を定めて地域団体商標を登録し、販売ルートを限定することなどの取組によってブランドを確立し、独自の市場を形成している例もある。

5. 詳細評価結果 ②経営基盤

評価結果

評価合計 28点/30点

評価項目平均 4.7点/5点

先代から代表を引き継いだタイミングで自社の事業基盤・営業基盤に最適な経営にシフトしてきており、業績も安定してきている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
2	経営基盤	2-1	経営者	5	・経営理念が社内にも浸透しており、実務担当者からの経営者に対する評価も高い。 ・具体的な経営戦略に基づいて事業計画が立てられており、高い経営手腕を有する。
		2-2	経営管理	5	・家族経営であるが池の効率的運用に優れており、計画的な種苗導入を行い、年間〇トン以上の生産規模を続けている。
		2-3	事業基盤	5	・用水は河川利用であるが、漁場環境に恵まれ、養殖池〇〇面のレイアウトも工夫の跡が見られる。
		2-4	営業基盤	5	・種苗調達には自家採卵が主体。河川放流用は大半が漁協であり、生産余剰分も全国から引き合いがある。
		2-5	人材確保・育成	3	・後継者として子息が就業。毎日OJTで指導育成している。
		2-6	事業の将来性	5	・イワナの大敵であるせっそう病も近年は発生しておらず、安定生産できており将来性はある。当面は現在のビジネスモデルが有効である。

5. 詳細評価結果 ③販売力

評価結果

評価合計 11点/15点

評価項目平均 3.7点/5点

需要の多い魚種の養殖にシフトしており、出荷先は漁協が主体であるが、リスク分散は出来ている。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
3	販売力	3-1	販売先の確保	5	・稚魚は河川放流用として漁協への出荷が主体であるが、余剰生産分の販売先が全国にあり安定している。
		3-2	販路拡大への取組み	3	・生産しているスペシャルトラウトは地域の飲食店等に安定的な販路があり、今は品薄で販路拡大を抑制している。
		3-3	価格決定力	3	・イワナは需要が多く相対取引は価格決定権を持つが、長年の取引先が多く、自由に価格を上げられない状況。

5. 詳細評価結果 ④動産価値

評価結果

評価合計 18点/20点

評価項目平均 4.5点/5点

換金性の高い魚種を生産しているが、飼育のサイクルは1年ごとで、地域漁業との関係もあり思うように販路を拡げることはできていない。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
4	動産価値	4-1	換金容易性	5	・放流用のイワナについては、漁協に納める尾数の余剰分は全国からの需要があり換金性は高い。
		4-2	在庫バランス	5	・イワナは孵化から餌付けまでの1ヶ月の飼育が難しいが、飼育が安定した後は在庫をコントロールしながら出荷を行っている。
		4-3	物量	5	・年間〇tの生産力があり、池単位の出荷に対応できるため、出荷先のニーズに応えることができる。限られた池の中でどれだけうまく運用できるかが課題。
		4-4	将来予想価格	3	・イワナは年々生産者が減っており品薄状態は続くと思われるが、生産コスト増をカバーできるほど単価の引き上げは期待できない。

5. 詳細評価結果 ⑤生産管理

評価結果

評価合計 42点/50点

評価項目平均 4.2点/5点

養殖場の環境の中で、常に最適解を求めて努力を続けており、地域の水産試験場との強い連携のもと家族経営ながら生産管理全般において十分な取組を実施している。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント	
5	生産管理	5-1	生産計画	5	・イワナは需要が堅調であり、採卵―孵化―餌付けの段階が順調に行けば年間の生産量が決まり、生産サイクル（1年）の中で、養殖池をいかに回転させるかが鍵となる。本事業者は2、3年単位の事業計画の下、効率的な生産を行っている。	
		5-2	受注・販売管理	3	・放流用のイワナは大半が地域の漁協向けで、毎年の出荷数量に大きな変動はないが、数量、金額ともに安定しており、必要な時期に必要な量を供給することが出来ている。	
		5-3	発注管理	種苗	3	・スペシャルトラウトの全雌卵の動向については注意している。
				飼料	3	・発育状況に応じた飼料を使用しており、給餌状況は毎日記録されている。
		5-4	在庫管理	5	・イワナは池ごとの出荷が可能なので換金の容易性はあるが、孵化から餌付けが終わるまでは池の底におり尾数の把握は困難。	
		5-5	生産工程管理	5	・スペシャルトラウト以外は自家採卵。水温・水量・酸素量は毎日チェックし特に夏場は温度管理、冬場は水量管理に留意している。	

5. 詳細評価結果 ⑤生産管理

評価結果

評価合計 42点/50点

評価項目平均 4.2点/5点

養殖場の環境の中で、常に最適解を求めて努力を続けており、地域の水産試験場との強い連携のもと家族経営ながら生産管理全般において十分な取組を実施している。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
5	生産管理	5-6	出荷時能力	5	・活魚出荷が多いので、出荷前にサイズ分けしそのまま自社の活魚トラックで漁協等に運んでいる。
		5-7	品質管理	5	・活魚出荷が多いので人の手が直接触れないよう手順を決めている。
		5-8	衛生管理	5	・衛生管理の観点もあり加工は専門業者に任せている。加工施設は有していない。
		5-9	認証取得等	3	・特に取得していないが、自家採卵・飼育管理に関しては極めて高いスキルを保持している。

5. 詳細評価結果 ⑥ ESG

評価結果

評価合計 13点/15点

評価項目平均 4.3点/5点

イワナの採卵・孵化技術の向上、河川の汚濁を防ぐため釣堀をルアーフィッシングに切り替える等、自社で出来る事には積極的に取り組んでいる。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
6	ESG対応	6-1	環境性	5	・排水対策として上流の池から下流の池に流す途中にトラップを設けるなど、環境に配慮した排水を行っている。 ・3倍体魚を生産していることから、十分な逸出防止策が講じられている。
		6-2	社会性	3	・県の地産地消月間に、養殖漁業組合を通じてニジマスを提供。地域へ貢献として原価割れでも協力を続けている。
		6-3	ガバナンス	5	・後継者の為に、職場環境の改善を図ると共に、労働時間短縮・休暇取得促進に取り組んでいる。

5. 詳細評価結果 ⑦リスク管理・対策

評価結果

評価合計 21点/25点

評価項目平均 4.2点/5点

自然災害への対策は優れている。行なっているが、燃料・配合飼料価格高騰対策としての漁業経営セーフティーネット以外は保険の加入はない。

No	大項目	No	中項目	得点	コメント
7	リスク管理・対策	7-1	天災回避対策	5	・上流のダムにより水量がコントロールされているため、台風や集中豪雨でも水量は安定。河川はポンプアップの必要はなく、停電でも大きなリスクとはならないため自家発電設備で対応できる。
		7-2	疾病対策	5	・ニジマスのIHN病はこの地域では採卵時の消毒だけで大きな発生はない。又イワナのせっそう病も近年は発生していない。
		7-3	環境変化	5	・温暖化により水温は上昇傾向にあるが、夏場は水量が多くかけ流しであり、池のレイアウトの工夫で対応している。
		7-4	損害保険加入有無	1	・配合飼料価格高騰対策としての漁業経営セーフティーネット以外は保険の加入はない。
		7-5	市場リスク	5	・価格変動には常に留意しているが、漁協への放流用の販売が主であるため価格変動は少ない。種苗の調達も自家採卵が主で安定確保が図れている。

6. まとめ

- ・ 主力のイワナに対する需要は多く、生産に支障がなければ業績は安定的に推移する見込み。
- ・ 一方、共済制度はなく、損害保険にも未加入のため、当面は財務基盤の強化が求められる。

(凡例) セグメント

- I 強みを活かして機会を勝ち取るためには？
- II 弱みを改善して機会を獲得するための施策とは？
- III 強みを活かして、脅威を機会に変える施策とは？
- IV 弱みから最悪のシナリオを避けるためには？

