

主 催：愛媛県信用漁業協同組合連合会

第8回「えひめ水産業WEBセミナー」

日 時：令和4年8月23日（火）15：00～16：30

次 第

1. 開会

2. 講演「漁場計画策定のプロセスについて（事業計画）」

中小企業診断士 岡本 悠己 氏

3. 閉会

第8回「えひめ水産業WEBセミナー」

留意事項

1. 受講中は、「カメラ OFF、マイク OFF」にして頂きますようお願い致します。
2. 通信環境によっては、映像及び音声途切れる場合があります。
3. 受講後は、アンケートにご協力願います。

※当会ホームページ（オンラインセミナー）に、アンケートの入力ボタンをご準備しております。

4. 本セミナーの受講内容は録画しており、見逃した方に向けて、後日当会ホームページにて配信する予定ですので、ご了承願います。

（主催：愛媛県信用漁業協同組合連合会）

漁場計画策定のプロセスについて（事業計画）

令和4年8月23日

愛媛県中小企業診断士協会
中小企業診断士 岡本 悠己

自己紹介

岡本悠己（おかもと ゆうき）

1981年（昭和56年）出身地：愛媛県松山市

中小企業診断士

得意分野：財務会計、補助金作成代行

本日の内容

- I. 事業計画はなぜ必要か？
- II. 事業計画の作り方
- III. 事業計画の具体例
- IV. 事業計画の活用例
金融機関への融資依頼、補助金への活用、経営革新計画

I . 事業計画はなぜ必要か？

自分が見るため

他人が見るため

大きな視点：「自分が見るため」その1

1. 事業内容を明確にするため

- ・自身の頭の中で描いている構想を整理し、目標や事業内容を具体化する

2. 計画した事業の進捗管理や経営における意思決定の拠り所として活用するため

- ・事業を進めていく中で、事業計画を使って上手くいっているか、チェックしていく

大きな視点：「自分が見るため」その2

3. 事業予算を明確にするため

- ・事業開始前にかかる費用を計算しておく

4. リスク対策を検討しておくため

- ・事業を進めていく中で、起こりうるリスクを想定してその対策を練っておくため

大きな視点：「他人が見るため」

1. 事業に取り組む従業員や仲間を集めるため
事業の魅力や将来性などをストーリー性を持たせて説明して共有するため
2. 金融機関から開業資金の融資を受けるため
事業の実現性と、返済能力

Ⅱ. 事業計画の作り方

記載する項目

I .事業概要

1.会社概要

2.事業コンセプト

3.事業ドメイン

4.事業ビジョン

II .事業内容

1.市場規模

2.市場動向

3.経営分析（SWOT分析）

4.事業戦略（クロスSWOT分析）

5.事業展開スケジュール

6.実施体制・人員計画

7.事業の将来性・発展性

III .数値計画

1.投資・調達計画

2.損益計画

I. 事業概要

1. 会社概要

名称	岡本悠己中小企業診断士事務所 (認定経営革新等支援機関)
代表者	岡本 悠己
住所	〒790-0011 愛媛県松山市千舟町5丁目3番17号4階マツヤマンスペース
電話番号	TEL:090-8058-0052
E-mail	okamoto425@me.com
営業時間	月～金曜日 9時～18時 なお、平日18時以降・土曜日もご相談を受け付けております。
アクセス	松山市駅から徒歩30秒 松山市駅前のアパマンショップの角を千舟通り側（北）に曲がったところ 来所して頂いて相談・打ち合わせできます。
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・補助金作成サポート・各種コンサルティング
所属団体	一般社団法人 愛媛県中小企業診断士協会 登録番号 421351号

この他に、代表者の職歴・業務経験や、業務提携先の概要があってもよい。

I. 事業概要

2. 事業コンセプト

- コンセプトとは提供価値のこと
- キーワードは3つくらいに絞る

具体例

瀬戸内海で獲れる天然魚を全国又は世界に向けて提供する。

キーワード 瀬戸内海 天然魚 全国・世界

南予で育成した養殖魚を全国又は世界に向けて提供する。

キーワード 南予（八幡浜市・西予市・宇和島市・愛南町） 養殖魚 全国・世界

I. 事業概要

3. 事業ドメイン

1. 地理的な範囲

日本全国か、愛媛県内か、市内のみか。

2. 業界・業種の範囲

扱う魚の種類や、販売先

3. どこで、誰に、何を売るのか。

具体例：南予で育成した養殖真鯛を、愛媛県内の各スーパーに切り身にして販売する。

セブンイレブンの例：「便利を提供すること」を設定

I. 事業概要

4. 事業ビジョンその1

企業活動におけるビジョンは、「実現したい未来」

自分たちの企業は将来どのようにありたいのか（あり方）、

そして世の中に対してどのような価値発揮で貢献したいのか
（世の中との接点）

を絡めたビジョンにすることが望ましい

I. 事業概要

4. 事業ビジョンその2

具体例：Googleでは、
「世界中の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにすること」
を、事業ビジョンにしている。

日本全国に安全でおいしい魚を提供して食べてもらい喜んでもらうこと

Ⅱ. 事業内容

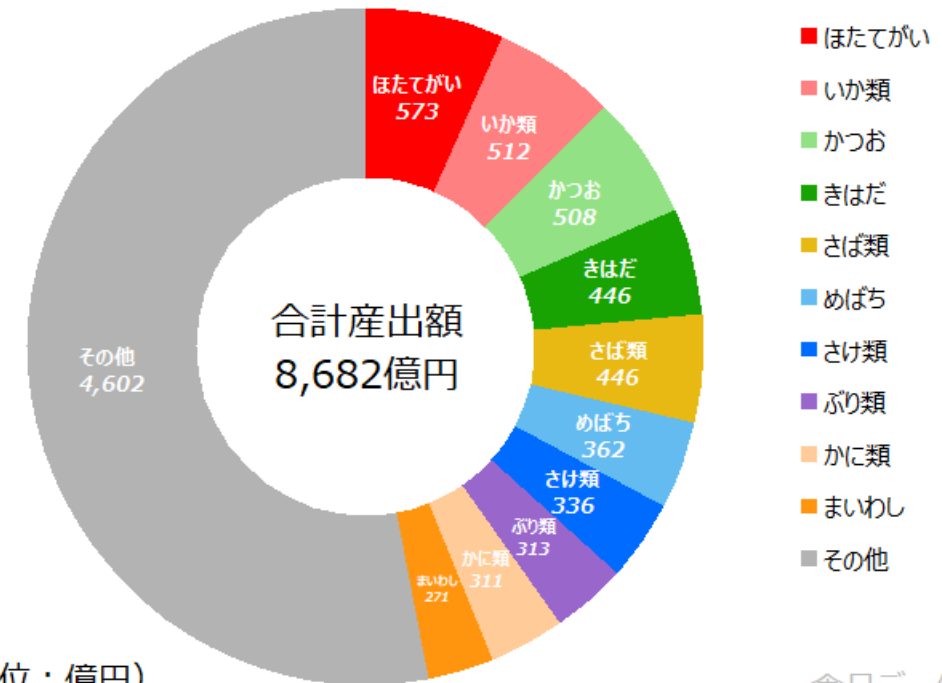
1. 市場規模

ネット上で見つかる場合が多い

グラフなどが分かりやすい

必ず出典情報を載せる

日本の海面漁業の品目別産出額（2019年）



食品データ館

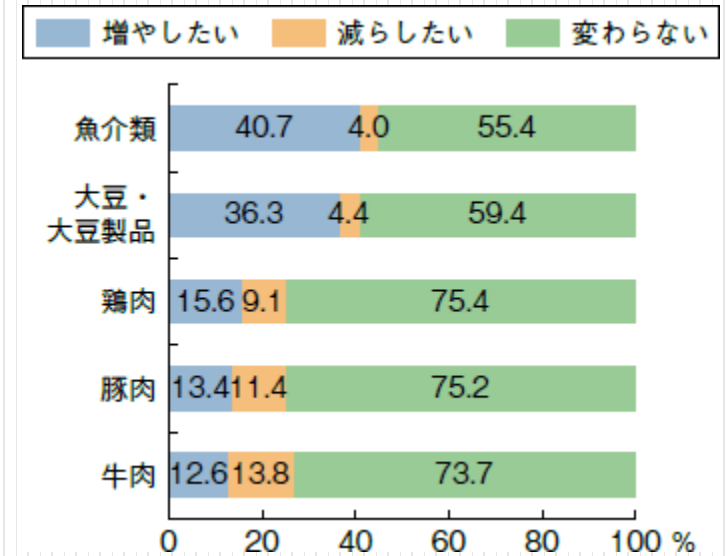
出典元：食品データ館 <https://urahyoji.com/added-value-of-fishery/>

Ⅱ. 事業内容

2. 市場動向

ネットで見つけることが多い

魚介類の摂取を増やしたい人は40.7%、肉類を増やしたい人15%前後と大幅に魚介類を増やしたい人の方が多いことが分かる。



出典元：（株）日本政策金融公庫「平成28年度上半期消費者動向調査」（平成28（2016）年7月1日～7月12日実施、インターネットによるアンケート調査、全国の20～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人））

Ⅱ. 事業内容

3. 経営分析 (SWOT分析) その1

- Strength = 強み
- Weakness = 弱み
- Opportunity = 機会
- Threat = 脅威

Ⅱ.事業内容

3.経営分析（SWOT分析）その2

内部環境が、Strength = 強み Weakness = 弱み
組織や個々の社員が持っている資源の事

強みとは

製品やサービスを利用してくれるユーザーが自社を選んだ理由
自社の製品やサービスを売り込む際に活用しているセールストーク

弱みとは

自社が苦手としていること 設備が不十分など
競合他社に備わっていて、自社にないもの

Ⅱ. 事業内容

3. 経営分析（SWOT分析） その3

- 外部環境が Opportunity = 機会 Threat = 脅威
自分の力では変えられないもの
- 機会とは
自社にとってビジネスチャンスと考えられる環境の変化
環境変化に対する競合他社の動き
- 脅威とは
自社の強みを打ち消してしまうような危険性のある大きな環境変化
自社の製品やサービスと競合する製品やサービスを扱う他社の動向

Ⅱ.事業内容

3.経営分析（SWOT分析）その4

具体例

水産仲卸業 具体例

内部環境	外部環境
強み 1.活魚、鮮魚について取り扱う種類が多い 2.養殖業者や漁協関係者との信頼関係の構築 3.魚に対する高い目利き力 4.多様な顧客ニーズへの対応力 5.全国にある営業所での営業活動	機会 A.インターネットを利用した顧客開拓 B.円安や海外の物価高を追い風とした輸出販売の増加 C.加工サービスへの需要拡大 D.安心・安全のトレーサビリティ機能に対する市場ニーズ
弱み 1.人材確保が困難 2.情報発信機能が不十分 3.加工場を持っていない 4.輸出販売のノウハウ不足	脅威 A.若年層を中心とした魚食離れ B.少子高齢化に伴う国内消費量の減少 C.物価高騰による海外輸出入のコスト高 D.コロナ禍による外食産業の売上減少

Ⅱ. 事業内容

4. 事業戦略 (クロスSWOT分析) その1

		内部環境		
		強み	弱み	
		1. 活魚、鮮魚について取り扱う種類が多い 2. 養殖業者や漁協関係者との信頼関係の構築 3. 魚に対する高い目利き力 4. 多様な顧客ニーズへの対応力 5. 全国にある営業所での営業活動	1. 人材確保が困難 2. 情報発信機能が不十分 3. 加工場を持っていない 4. 輸出販売のノウハウ不足	
外部環境	機会	A. インターネットを利用した顧客開拓	【強み1×機会A】 取り扱う種類の多さを訴求したネットでの販路開拓	【弱み2×機会A】 インスタグラムなどを活用し、ネット上で訴求する
		B. 円安や海外の物価高を追い風とした輸出販売の増加	【強み1, 2, 3×機会B】 種類の豊富さ、目利き力、仕入れ力を活かした輸出	【弱み3×機会C】 加工サービスのニーズに合わせた加工場の設置
		C. 加工サービスへの需要拡大	【強み1, 4, 5×機会C】 全国の加工サービスへの市場ニーズに対応していく	【弱み4×機会B】 補助金などを使って輸出専門コンサルへ依頼する
		D. 安心・安全のトレーサビリティ機能に対する市場ニーズ	【強み4, 5×機会D】 トレーサビリティ機能への設備投資	
	脅威	A. 若年層を中心とした魚食離れ	【強み4×脅威A】 多様な顧客ニーズへの対応力を活かした魚食普及	【弱み4×脅威C】 輸出のノウハウを学び輸出売上を増加させる
		B. 少子高齢化に伴う国内消費量の減少	【強み4×脅威B】 顧客ニーズに対応した付加価値の高い商品の開発	【弱み3×脅威D】 外食産業のニーズに合致した加工場を設置する
		C. 物価高騰による海外輸出入のコスト高		
		D. コロナ禍による外食産業の売上減少		

Ⅱ.事業内容

4.事業戦略（クロスSWOT分析）その2

クロスSWOT分析をもとに、二つの戦略

(1)自社で魚の加工場を作る (2)魚の輸出に関して販路拡大を図る

今回は(1)を採用する

全国にある営業所から得られる市場ニーズに合致した魚の加工品を製造できる加工場を作る。

自社の商品の強み・特長、
販売ターゲット、販売戦略、
生産方法、仕入先などを記載していく

Ⅱ.事業内容

5.事業展開スケジュール

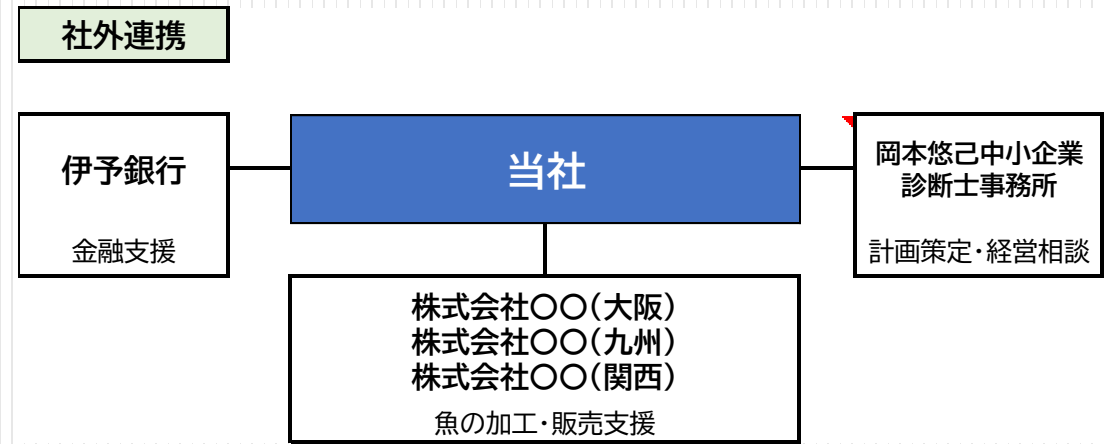
- スケジュールの具体例

	設備投資関連			業務・総務	マーケティングその他		
2022年9月							
2022年10月				銀行からの融資決定			
2022年11月	改装工事開始	〇〇発注	〇〇発注	▽			
2022年12月	▽	▽	▽	▽			
2023年1月	▽	▽	▽	商品開発開始			
2023年2月	▽	▽	▽	▽	ホームページ制作準備	Instagram準備	
2023年3月	改装工事完了	〇〇設置完了	〇〇設置完了	▽	ホームページ制作開始	Instagram開始	
2023年4月				加工場オープン	ホームページ制作完了	▽	問い合わせ受付開始
2023年5月				▽	▽	▽	▽

Ⅱ.事業内容

6.実施体制・人員計画

実施体制や社内の体制は、
右のように記載すると分かりやすい。



事業実施のための社内の体制

社内体制	氏名	部署/役職	経験(在任)年数
統括管理責任者	〇〇	社長	35年
仕入管理責任者	〇〇	管理部部長	25年
営業部門責任者	〇〇	営業部長	20年
財務部門責任者	〇〇	経理部長	30年

Ⅱ.事業内容

7.事業の将来性・発展性

- 今後の展望
- (1)〇〇部門は、販路を拡大していき、3年後には売上〇〇円を目指す
- (2)〇〇部門については、認知が広がるまで売上は低迷するが、その後・・・

Ⅲ. 数値計画

1. 投資・調達計画

右のように表にすると
分かりやすい。

本事業にかかる全体の費用

費用の内容	詳細	数量等	金額(税抜)
加工場改装	〇〇	1式	10,000,000
設備導入	〇〇	1台	3,000,000
設備導入	〇〇	1台	2,000,000
		合計(税抜)	15,000,000
		合計(税込)	16,500,000
自己資金			6,500,000
資金調達	銀行融資		10,000,000
		合計	16,500,000

Ⅲ. 数値計画

2. 損益計画

		年度別 損益計算書									
		初年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
収 益	売上高										
	受取手数料										
	報酬										
	合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		初年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
販 売 ・ 管 理 費	人件費										
	地家賃										
	水道光熱費										
	仕入原価										
	支払利息										
	租税公課										
	減価償却費										
	保険料										
	その他										
合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		初年度	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度
税引前当期利益		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
前期繰越利益											
課税対象利益		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
法人税等充当額											
未処理分利益		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Ⅲ. 事業計画の具体例

<https://www.shoeisha.co.jp/book/detail/9784798137438>

からダウンロード（会員登録必要）

IV. 事業計画の活用例

IV. 事業計画の活用例 銀行への融資依頼

決算書の3期分求められて格付けをされる。

これ以外にも新規で始める場合などに事業計画が必要となる

- (1)内容の正確性
- (2)実現可能性
- (3)理解しやすいか
- (4)経営者の熱意

IV. 事業計画の活用例

経営革新計画

各都道府県に提出する

承認されると様々なメリットがある

その中の一つ

ものづくり補助金における加点・優遇措置

IV. 事業計画の活用例

小規模事業者持続化補助金

対象者

系統出荷のみの個人農林漁業者は使用できない

商業・サービス業（宿泊・ 娯楽業除く）	常時使用する従業員の数 5人以下
サービス業のうち宿泊業・ 娯楽業	常時使用する従業員の数 20人以下
製造業その他	常時使用する従業員の数 20人以下

補助率 3分の2

上限50万円

販路開拓などに使える

事業再構築補助金 具体例1

その1.有限会社マリンライナー

年間100万匹の出荷数を誇る、高知の真鯛養殖業者

自社養殖魚を**輸出用として**鮮魚のまま冷凍し商品開発を行う。

原料大量仕入れ、庫内管理、長期保存、品質管理が必要となる。

現状の冷凍設備では輸出用に対応せず、**鮮度保持、環境保全の為、大型冷凍機の増設改修工事**を行う。

事業再構築補助金 具体例2

株式会社西田水産
岡山県の水産会社

瀬戸内海で漁獲し下津井港で水揚げした鮮魚、
瀬戸内海で養殖加工した海苔等を素材にしたメニューを提供する
アンテナショップ（飲食・テイクアウト）を開店し、
弊社としての新たな事業展開を行う。

事業再構築補助金 具体例3

株式会社土佐洋

鮪延縄漁業経営 飲食店経営の高知県の会社

コロナ禍における飲食業者からの需要が激減しマグロ類の魚価が低迷し、
自社直営飲食店の売上減少を受けた。

自社の強みを生かした新事業として、**自社漁獲生鮮マグロを活用したネギトロ・ツナマヨ等マグロ加工品製造事業**を行う

事業再構築補助金 具体例4

株式会社田辺真珠養殖場
三重県の真珠養殖業者

コロナで大打撃を受けた志摩の真珠養殖業と観光業。
この事態を解決すべく、**宿泊施設や遊漁船業者など地元観光関連企業が協力し、真珠工場見学と高品質な伊勢志摩観光をセット**にして
アフターコロナを見据えた**富裕層向けツアー商品**を販売します。

事業再構築補助金 具体例 5

田尻漁業協同組合 大阪府の漁業協同組合

田尻漁港では日曜朝市、漁業体験、釣堀、バーベキューを楽しむことができる。

コロナ禍で痛打を受けた**観光漁業から水産加工業への軸足を移す**。
わかめ養殖等自前の生産物を活用し、条件や品質要求は厳しいが
安定需要のある業務分野への供給に取り組むため、
その必須要件とも言える**超冷凍庫の導入を図る**。

**マグロなどは、-60℃という超低温で保管することにより鮮度を落とすことなく
輸送することができる**。それを可能にするのが**超低温冷凍庫**。

第8回「えひめ水産業WEBセミナー」

セミナー閉会

本日は、ご参加・ご視聴頂きまして誠にありがとうございました。

次回セミナーのご案内 日 時：令和4年9月13日（火）15：00～16：30

テーマ：「相続について」

講 師：松下法務合同事務所 司法書士 末松 英之 氏

セミナーは、愛媛県信漁連ホームページ（オンラインセミナー）からお申込み頂けます。

皆様のご参加をお待ちしております。

（主催：愛媛県信用漁業協同組合連合会）