

2023年3月31日

— 取引先の SDGs/ESG への取組みを後押し —
「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の取組みについて

西日本シティ銀行（頭取 村上 英之）は、株式会社ジー・エス・タカハシ（代表取締役 高橋 泰造）と「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」（以下「PIF」）の契約を締結しましたので、お知らせします。

PIF とは、お客さまの企業活動が環境・社会・経済に与える影響を包括的に分析し、特定されたポジティブインパクト（プラスの貢献）の向上と、ネガティブインパクト（マイナスの影響）の緩和・低減に向けて、KPI※を設定し、金融機関がモニタリングしながら KPI 達成に向けて支援する融資です。

当行は、地域金融機関として、SDGs/ESG に取組む企業を支援することで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

※ KPI とは、Key Performance Indicator の略で目標を達成する上で、その達成度合いを計測・モニタリングするための定量的な指標のことです。

記

1. PIF の契約内容

契 約 日	2023年3月31日
融 資 額	100 百万円
期 間	3 年
資 金 使 途	運転資金

2. 設定した KPI（詳細は別紙「評価書」をご参照ください）

環境面の KPI	<ul style="list-style-type: none"> 2026 年までに本社事務所における CO₂ 排出量を測定し、CO₂ 削減に向けた取り組みを進める
社会面の KPI	<ul style="list-style-type: none"> 2023 年中に企画・広報にかかる新規部署を創設し、段階的に環境に配慮した商品などの積極的提案および対外発信を強化する 2026 年までに取引先企業 100 社（3 年間累計）に対して、環境に配慮した商品などの積極的な提案を行う 2025 年までに福岡県「ふくおか健康づくり団体・事業所宣言」に申請する 2026 年までに振替休日の取得率について、現状把握し、100%を達成する 2026 年までに SNS の Instagram アカウントを作成し、フォロワー数 1,000 人を達成する
経済面の KPI	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者雇用を現状の 2 名から各年 1 名ずつ増加させ、2026 年までに 5 名の雇用を目指す ユースエール認定制度の認定取得および認定要件の維持

（注）当行は KPI のモニタリングを通じ、KPI 達成にむけて各種支援を行います。

3. 企業の概要

会社名	株式会社ジー・エス・タカハシ
所在地	福岡県福岡市中央区天神3丁目10-10
設立	1951年4月
業種	インテリアの製造卸販売業
特長	<ul style="list-style-type: none">▶ 当社は、壁装材や床材、カーテン、カーペット、建材などのインテリアメーカーおよび総合商社として、優れた商品を正確かつ迅速で安定的にお届けすることに努めています。▶ また、当社は、日々複雑化しているインテリアの嗜好、多様化するライフスタイルや本物志向に対応すべく、確かな洞察と豊かな発想力によって、より良い商品・サービスの提供を目指しています。

以上

本件に関するお問い合わせ先
法人ソリューション部 高橋・山口 TEL092-476-2741

ポジティブ・インパクト・ファイナンス
評価報告書
(株式会社ジー・エス・タカハシ)

2023年3月31日
公益財団法人 九州経済調査協会

目次

<要約>	3
1. 業界動向	9
2. サステナビリティ活動と KPI の設定	11
2-1 環境面での活動と KPI	11
2-2 社会面での活動と KPI	12
2-3 社会・経済面での活動と KPI	17
3. 包括的分析	18
3-1 UNEP FI のインパクト分析ツールを用いた分析	18
3-2 個別要因を加味したインパクト領域の特定	18
3-3 特定されたインパクト領域とサステナビリティ活動の関連性	19
3-4 インパクト領域の特定方法	19
4. 地域経済に与える波及効果の測定	20
5. マネジメント体制	21
6. モニタリングの頻度と方法	21

(公財)九州経済調査協会は、(株)西日本シティ銀行が、(株)ジー・エス・タカハシ(以下、GSタカハシ)に対してポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施するに当たって、GSタカハシの企業活動が、環境・社会・経済に及ぼすインパクト(ポジティブな影響およびネガティブな影響)を分析・評価した。

分析・評価に当たっては、(株)日本格付研究所の協力を得て、国連環境計画金融イニシアティブ(UNEP FI)が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」および ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第2項(4)に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に則った上で、中小企業¹に対するファイナンスに適用している。

<要約>

GSタカハシは、インテリア商品の卸売販売をしている事業者である。福岡市に本社を置き、創業は1940年で、今年創立83年目を迎える老舗企業だ。

事業内容は主に、インテリアメーカーから仕入れた内装資材(壁紙、カーテン、フローリング、カーペット、ふすま紙など)の提案・販売を、インテリア工事店やゼネコン、設計事務所、工務店といった内装業者に行っている。「インテリアの総合商社」として取り扱う商品のラインナップは九州トップレベルの25,000点以上を誇り、取引先は4,000~5,000社にも上る。

同社は、『我社は社員の物心両面での幸福と企業としての存在意義を追求し 健康増進に留意し、社会に貢献していきます。』という企業理念のとおり、従業員の幸せや健康を何よりも大切に、お互いに思いやりをもって働ける企業を目指している。

今後、同社では、新しい時代の要請に応じ、環境に配慮した商品の取り扱いを増やしたいと考えている。具体的には、リサイクル素材で作られた商品や、付加価値が高く、ロングライフ²な商品などの提案を、取引先に対して積極的に行う計画だ。「空間を豊かにし、人生を豊かにしてもらう」ことをテーマに、ユーザーの五感に訴えられるようなデザイン・機能をもった商品の提案を、積極的に進めていきたいと考えている。

GSタカハシのサステナビリティ活動などを分析した結果、ポジティブ面では「住居」、「健康・衛生」、「雇用」、「文化・伝統」、「包摂的で健全な経済」、「経済収束」を、ネガティブ・インパクトとして「健康・衛生」、「雇用」、「大気」、「気候」、「廃棄物」を特定し、そのうち、環境・社会・経済に対して一定の影響が想定され、GSタカハシの経営の持続可能性を高める6つの領域について、KPIが設定された。

今回実施予定の「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の概要

金額	100,000,000円
資金使途	運転資金
モニタリング期間	3年0カ月

¹ IFC(国際金融公社)または中小企業基本法の定義する中小企業、会社法の定義する大会社以外の企業

² ロングライフな商品とは、製品ライフサイクルが長い商品のこと

企業概要

企業名	株式会社ジー・エス・タカハシ
所在地	〒810-0001 福岡市中央区天神3-10-10
従業員数	140名
資本金	6,000万円
業種	建築材料、金物類及び配管・暖房設備器具卸売業 ※産業格付は国際標準産業分類(ISIC)による
事業内容	インテリアの製造卸販売業
沿革	<p>1940年 4 月 福岡市中央区天神3丁目14にて高橋平造氏が個人創業。</p> <p>1950年 3 月 ふすま紙「白光印」を発売開始。 ふすま分野に本格的展開を開始。</p> <p>1951年 4 月 株式会社高橋商店設立。</p> <p>1955年 4 月 壁装材「GSクロス」を発売開始。壁紙分野に進出。</p> <p>1957年 1 月 株式会社高橋平造商店と改名。</p> <p>1960年 3 月 本社を福岡市中央区天神3-4-2に新築移転。</p> <p>1968年 2 月 熊本市に熊本営業所を開設。</p> <p>1972年 3 月 資本金を1,000万円に増資。</p> <p>1973年 5 月 株式会社ジー・エス・タカハシと改名。 本社を福岡市中央区天神3-10-10に新築移転。</p> <p>1973年 5 月 第1回インテリアフェア開催。</p> <p>1975年 9 月 鹿児島市に鹿児島営業所を開設。</p> <p>1977年 3 月 北九州市に北九州営業所を開設。</p> <p>1977年 6 月 資本金を2,000万円に増資。</p> <p>1978年12月 資本金を3,000万円に増資。</p> <p>1979年 5 月 長崎市に長崎営業所を開設。</p> <p>1980年 8 月 大分市に大分営業所を開設。</p> <p>1980年12月 資本金を6,000万円に増資。</p> <p>1984年 1 月 代表取締役社長に高橋浩氏就任。</p> <p>1984年 4 月 宮崎市に宮崎出張所を開設。</p> <p>1989年 4 月 久留米市に久留米出張所を開設。 「アジア太平洋博覧会」に出展。</p> <p>1990年 4 月 創業50周年記念行事。</p> <p>1993年 2 月 旧ショールームを改築。 GSインテリアプラザオープン。</p> <p>2000年 8 月 ホームページ (GSタカハシ・インテリア・ウェブ・サイト)を開設。</p> <p>2003年11月 福岡市に福岡東営業所を開設。</p>

<p>2004年11月 下関営業所と徳山出張所を開設。 2005年 5 月 福岡市に福岡西営業所を開設。 2006年 4 月 鹿児島県鹿屋市に鹿屋出張所を開設。 2007年 1 月 福岡市に福岡南営業所を開設。 2008年 7 月 下関営業所を北九州営業所2課として新たに スタート。北九州営業所は1課となる。 2010年 4 月 創業70周年を迎える。 2012年 4 月 インテリアフェア開催40回を迎える。 2015年 1 月 宮崎営業所移転。 2015年10月 GSタカハシオリジナル開発壁紙 「エアウォッシュVol.1」単冊見本帳発売。 2017年 3 月 福岡南営業所移転。 2017年 8 月 山口市に山口営業所を開設。 2018年 7 月 北九州営業所移転。 2020年 4 月 創業80周年を迎える。 2021年 4 月 代表取締役社長に高橋泰造氏就任。</p>
--

事業概要

事業概況

【事業の特長】

GSタカハシは、インテリア商品の卸売販売をしている事業者である。福岡市に本社を置き、創業は1940年で、今年創立83年目を迎える老舗企業だ。

事業内容は主に、インテリアメーカーから仕入れた内装資材(壁紙、カーテン、フローリング、カーペット、ふすま紙など)の提案・販売を、インテリア工事店やゼネコン、設計事務所、工務店といった内装業者に行っている。顧客にとって必要な商品を、必要な時に、必要なだけ届ける、「インテリアの総合商社」である。

取り扱う商品のラインナップは九州トップレベルの25,000点以上を誇り、取引先は4,000~5,000社にも上る。インテリアメーカーと内装業者を橋渡しする形で、九州・山口の賃貸物件(マンションやアパート等)の内装工事の約3割を同社が手掛けている。また、オフィスビルや商業施設においても、2021年に天神ビッグバンの一環で、福岡市天神にオープンした「天神ビジネスセンター」や、2018年に福岡市地行浜にオープンした「MARK IS 福岡もち」の内装にも携わった。



資料)GSタカハシ HP

同社の強みの一つは、九州一円に事業拠点があることである。自社がこれまでに築いてきた取引先とのネットワークを駆使してきめ細やかなサービスを行っている。

営業拠点一覧



資料)GSタカハシ HP

【創業からの経緯】

同社の創業は戦前までさかのぼり、創業者である高橋平造氏はもともと、表具師(ふすまや障子を仕立てる職人)として、ふすまの張り替えなどを行っていた。1940年から個人事業主として事業を開始し、1951年には株式会社高橋平造商店と社名を変更した。同社では、ふすま紙「白光印」の発売を開始し、ふすま分野に本格的展開を開始した。その後、戦後復興にともなうビル建設ラッシュや、住宅の洋風化、リフォーム需要の増加など、時代の変化とともに、事業の幅を広げてきた。同社が商品の取り扱いを増やし、新しい商品を内装業者に次々と紹介したことで、九州地域のインテリア業界全体での近代化が進んだといえる。



資料)GS タカハシ HP

【PAPER ROAD】

また、和紙の専門店「PAPER ROAD(ペーパーロード)」を福岡市天神に構えている(2023年6月にリニューアルオープンの予定)。創業時にふすま紙の販売から始まったGS タカハシにとって、「PAPER ROAD」は“原点”でもある。当店では、和紙の特性を生かし、現代の「住」空間に、「和」のぬくもりを灯していきたいと考え、和紙を活用した様々なインテリアの紹介を行っている。

今後は、InstagramなどのSNSを活用し、当社の扱う和紙の商品や、日本の和紙文化について、積極的に発信していく予定だ。



資料)GS タカハシ HP

経営理念

『我社は社員の物心両面での幸福と企業としての存在意義を追求し 健康増進に留意し、社会に貢献していきます。』という企業理念に示されているとおり、従業員の幸せや健康を何よりも大切に、お互いに思いやりをもって働ける企業を目指している。

社名GSタカハシのGはGolden(金色)、SはSpark(きらめき)という意味である。同社の最初の商品であるふすま紙「白光印」のように、光沢があり金色に輝く、地域社会と経済に貢献する企業を目指している。同社は2020年には、創業80周年を迎えた。

CORPORATE PHILOSOPHY 企業理念

我社は社員の物心両面での幸福と

企業としての存在意義を追求し

健康増進に留意し、社会に貢献していきます。



資料)GSタカハシ HP

1. 業界動向

本項では、GSタカハシが事業として取り組むインテリアの卸売販売業についての業界動向をまとめた。

インテリアの卸売販売業は、インテリア商品をメーカーから仕入れ、再販業者に卸す商社機能を主として担っている。業界には、大手から中小まで様々な企業が存在し、再販業者とは一般的に、建築設計・デザイン事務所やハウスメーカー、家具専門店、ホームセンター、百貨店、通販業者などがあたる。その先のエンドユーザーには、一般消費者が存在する。

一般的に、住宅の建設やリフォームの際にはインテリア商品や家具の購入が伴うことから、インテリア市場は、新たな住宅建築やリフォーム需要と連動している。

GSタカハシが展開する九州地域での住宅着工件数をみると、2018年以降2020年までは減少が続いていた。特に2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、新規の住宅着工数は減少したが、2022年は約89,000戸で、回復の傾向にある。



資料)国土交通省「住宅着工統計」

また、(一社)日本インテリア協会によると、2021年度インテリア商品市場規模は5,637.9億円(卸売ベース、前年度5,364.0億円、対前年度比5.1%増)³であった。東京五輪開催もあり、新設住宅着工戸数が3年ぶりに増加した影響があった。カーテン、じゅうたんなどの国内生産量は減少したものの、卸売価格の改訂、輸入在庫品の流通が市場規模を押し上げたと分析している。

インテリア卸売業者は、顧客やエンドユーザーの求める商品を提案する力や、メーカーと再販業者(例えば施工業者)をつなげるネットワーク力によって、他社との差別化をはかっている。業界大手企業のなかには、インテリアの卸売から事業領域を広げ、商品の企画から販売・施工までの一連の流れを、自社において一気通貫で担うことで付加価値を高めている事業者もある。

また、インテリア市場のなかでも特に、GSタカハシでの取り扱いも多い、壁紙(国産)の生産・出荷量を見ると(次頁参照)、2020年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、住宅着工件数の減少に伴い落ち込んだものの、2021年度には回復の兆しを見せている。

³ (一社)日本インテリア協会 インテリア事業の概況<市場規模の策定>ニュースリリース資料

国産壁紙の生産・出荷量

壁紙の種類		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
紙系壁紙	生産量	4,214,705	4,169,588	3,880,201	3,763,537	2,654,734	2,882,540
	出荷量	4,196,939	4,114,544	3,745,248	3,871,717	2,749,567	2,833,853
繊維系壁紙	生産量	1,706,298	1,670,528	1,471,201	1,436,882	997,282	1,385,176
	出荷量	1,691,073	1,605,479	1,503,829	1,511,241	1,032,585	1,439,558
塩化ビニル樹脂系壁紙	生産量	603,711,352	625,073,188	625,463,630	614,923,744	565,445,214	601,222,614
	出荷量	611,845,492	617,799,135	619,307,519	615,541,959	566,901,302	607,683,119
プラスチック系壁紙	生産量	71,289,295	67,985,957	60,571,793	52,556,045	43,071,170	40,394,202
	出荷量	71,335,720	68,045,582	60,478,499	52,661,171	43,004,631	40,422,041
無機質系壁紙	生産量	5,068,730	2,418,684	2,397,416	2,142,239	1,751,750	1,754,946
	出荷量	5,055,017	2,427,706	2,384,525	2,139,798	1,747,923	1,771,314
その他の壁紙	生産量	607,221	566,220	559,407	554,392	378,894	303,714
	出荷量	607,622	561,125	571,362	568,732	364,694	310,717
総計	生産量	686,597,601	701,884,165	694,343,648	675,376,839	614,299,044	647,943,192
	前年度比	101.87%	102.23%	98.93%	97.27%	90.96%	105.48%
	出荷量	694,731,863	694,553,571	687,990,982	676,294,618	615,800,702	654,460,602
	前年度比	102.35%	99.97%	99.06%	98.30%	91.06%	106.28%

資料)(一社)日本壁装協会「壁紙生産出荷量統計データ」

近年インクジェットやデジタルプリントなどの技術開発が進み、壁紙市場においてもデザインが多様化してきている。さらに、消費者のエシカル志向の増加といった時代の要請に応じ、リサイクル材を活用した商品や植物性繊維を用いて環境に配慮した壁紙を開発するような企業も増えてきている。

今後も、環境保護の観点から、低炭素化や環境に配慮した商品に対する消費者ニーズの増加が予想される。また、高齢化が進む日本社会において、高齢者の住まいに適したデザインや機能など、新たな付加価値をつけた商品展開が重要となる。

2. サステナビリティ活動とKPIの設定

2-1 環境面での活動とKPI

(1) F☆☆☆☆(エフフォースター)ランクの壁紙のみの取り扱い

GSタカハシでは、JIS製品に表示することが義務付けられている、ホルムアルデヒド等級の最上位規格を示すマーク「F☆☆☆☆(エフフォースター)」の壁紙しか取り扱っていない。

このランクは、ホルムアルデヒドの発散濃度が非常に低く、建築基準法による使用の制限を受けない。このことにより、シックハウス症候群などのリスクを軽減させている。

(2) 省エネ・CO₂排出抑制に資する取り組み



現在、同社では社内・事務所の照明をLEDに切り替えている段階で、2026年までにはすべての照明にLEDを使用する予定だ。商品の配送にあたっては、同社は7割程度を外部委託しており、自社配送は全体の3割程度である。自社の営業車による配送にあたっては、CO₂や排気ガスの抑制のため、こまめにエンジンを切るように指導している。

さらに、今後CO₂削減に向けた取り組みを進める目的で、2026年までに、まずは本社事務所におけるCO₂排出量を測定する予定だ。実態を可視化した上で、削減に向けた取り組みを進める予定である。

(3) 廃棄物削減に向けた取り組み

同社では、商品の在庫自体の廃棄物はほとんど出ないが、商品のサンプルを集めた見本帳については、数年に一度、更新を行い、その都度4,000~5,000冊にも上る見本帳を印刷しているため、一定の廃棄が発生している。従来は、1ページだけでもサンプルをはがしてしまった見本帳は、廃棄することが多かった。だが今後は、必要部数だけを取引先に渡すようにし、Webカタログの利用促進を行っていく計画だ。紙の見本帳は、商品の肌ざわりや実際の色味など、現物で確認したいケースもあるため、すべてをなくすことは難しい。だが、必要十分な冊数のみを管理していくことが、環境負荷の低減にもつながる。そのうえで、見本帳の再利用率も上げていきたい考えだ。

環境面の KPI

インパクトレーダーとの関連性	気候
インパクトの別	ネガティブ・インパクトの抑制
テーマ	CO ₂ 排出の可視化・抑制
取組内容	本社事務所におけるCO ₂ 排出量の測定とCO ₂ 削減に向けた取り組み
SDGs との関連性	<p>7.3 2030年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。</p>  <p>13.2 気候変動対策を国別の政策、戦略及び計画に盛り込む。</p> 
KPI(指標と目標)	2026年までに、本社事務所におけるCO ₂ 排出量を測定し、実態を把握した上で、CO ₂ 削減に向けた取り組みを進める

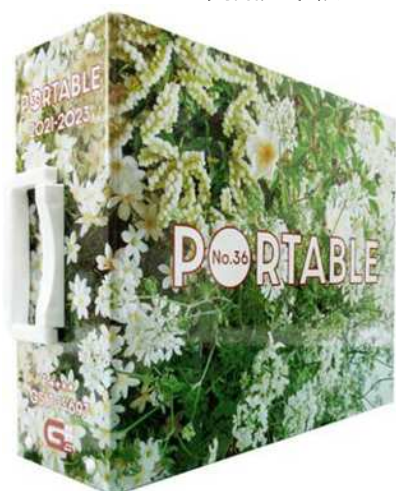
2-2 社会面での活動とKPI

(1) 質の高い住居づくりに貢献

GSタカハシの特徴の一つは、取扱商品数が多いことにある。商品点数は25,000点にも上り、九州トップクラスの品揃えである。扱っている商品は、壁紙、カーテン、フローリング、カーペット、ふすま紙から、内装工事の職人が使うカッターなどに至るまで、幅広い。マンションや戸建て住宅、商業施設などの内装・インテリア施工の現場で使われる商品を多く取り揃えている。

同社では、自社オリジナル商品として企画・開発した、「エアウォッシュ」という壁紙を取り扱っている。この商品は、消臭分解機能・抗菌機能に優れた商品で、「セラピー627」と呼ばれる遠赤外線放射物の水溶液を添加した業界初の製品である。消臭効果に関するエビデンスも取得しており、商品を使用した自宅で家族の介護をしているユーザーからは、快適な住まい環境になったなどの高い評価が寄せられている。

GS タカハシの商品見本帳



エアウォッシュの紹介



資料)GS タカハシ HP

今後、同社では、新しい時代の要請とともに、環境に配慮した商品の取り扱いを増やしたいと考えている。具体的には、リサイクル素材で作られた商品や、付加価値が高くロングライフな商品の提案を積極的に行っていく。また、環境面だけではなく、高齢者や認知症の人々にとって、暮らしやすい空間を作るための提案なども、今後事業者ヒアリングを通じたニーズ調査を行い、積極的にメーカーや施工業者と連携しながら行っていきたいと考えている。

内装・インテリア業界において、特に壁紙は、機能面ではなく価格面や施工業者の張り替える際の手間や工期などが重視される傾向があり、これらの手間が要らない白い色の壁紙がユーザー(施主)に提案されることも多い。だが本来、壁紙には様々な商品があり、壁紙の持つ意匠性(デザイン)や機能性などが十分に一般消費者に伝えられてこなかった。そこで、今後は取引先に対し、積極的に、消費者のニーズに沿った商品を提案していきたいと考えている。「空間を豊かにし、人生を豊かにしてもらう」ことをテーマに、ユーザーの五感に訴えられるようなデザイン・機能をもった商品の提案を、今後積極的に進めていく予定である。

本事業を展開するため、同社では、企画・広報にかかる新規部署を創設し、環境に配慮した商品などの積極的提案および対外発信を強化する計画だ。具体的には2026年までに、ハウスメーカーなど施主の元請けとなる取引先企業100社(3年間での累計)に対して、新規事業の提案を行う予定である。この取り組みは、ひいては一般消費者が安全で質の高い住居環境にアクセスできるようになることに寄与するものである。

また、SNSなどを活用した広報発信を積極的に行い、エンドユーザーにも様々な商品の良さを伝えていく方針だ。

(2)社員の心と体の健康を促進

『我社は社員の物心両面での幸福と企業としての存在意義を追求し 健康増進に留意し、社会に貢献していきます。』と経営理念にもあるように、同社は従業員の幸せや健康を何よりも大切に、お互いに思いやりをもって働ける企業を目指している。

日々の健康維持のためには、栄養のとることのできる食事を行うことが重要である。そこで、特徴的な取り組みとして、同社では社員の昼食代の補助を行っている。一人当たり月額3,000円まで、同社の提携する弁当屋で従業員が昼食を購入した場合の半額を、会社が負担している。

また、“社員の物心両面での幸福”を追求する目的で、従業員が自身の誕生日にケーキを購入した場合、2,000円までは会社負担で補助を出している。

加えて、インフルエンザ予防接種は会社で全額を負担しているほか、三大疾病の保険に、社員全員分、会社負担で加入している。また、社員の健康面での意識を向上させる目的で、健康に関する知識が深まる記事を外部から寄稿してもらい、社内報(メール)において全社員に共有している。

今後は、同社が健康経営を行っていることを、積極的に内外に発信する目的も兼ねて、福岡県「ふくおか健康づくり団体・事業所宣言」への登録申請なども行っていく予定だ。

(3)社員の働きやすい職場環境の実現

同社の主な納品先となる建設業の施工現場は、土日も含めて稼働していることも多いことから、以前は同社の従業員も休日出勤をするケースが多くあった。だが、同社では現在、基本的に土日出勤は認めておらず、2022年末以降、休日出勤をする場合には、振替での休日申請を行うことを前提としている。今後は、振替休日の取得率100%となるよう、取り組みを進めていく予定である。

加えて同社では、外部からかかってくる電話の受付時間を、従来は17時30分までとしていたが、17時まで30分繰り上げた。このことで、終業時間間際に突発的な対応をすることが減り、導入後3年で時間外労働の時間数を半減させることに成功した。

今後は、さらに、事務作業におけるAIを活用したRPA⁴(ロボティックプロセスオートメーション)の利用促進や、手書きの字をデータで読み取れるOCR⁵(オプティカルキャラクターリーダー)の導入を進めていく予定である。

また、従来は各従業員との人事面談を、年2回、上半期・下半期の終わりに人事評価の結果を伝える場として実施してきたことに加えて、今後は、社員とのコミュニケーションのさらなる活性化をはかる目的で、次の期でどのように成長するかを前向きに協議する面談の場を新たに1回、設定する予定にしている。

同社では、「人」が非常に重要であると考えており、社員の「人間力育成」を目的に、社内木鶏会と呼ばれる研修を行っている。これは、4人一組で、お互いの意見を傾聴しあい、建設的な意見交換をするためのものである。通常は、同社の所長レベルに対して行っているが、全社研修でも行った実績もある。

⁴ RPA とは、定型の事務作業をコンピューターで自動化すること

⁵ OCRとは、印字や手書きの文字を電子テキストデータに変換する技術

(4)和紙の文化・伝統を伝える


同社では、前述のとおり、和紙の専門店「PAPER ROAD(ペーパーロード)」を福岡市天神に構えている(2023年6月にリニューアルオープンの予定)。当店では、和紙の特性を生かし、現代の「住」空間に、「和」のぬくもりを灯していきたいと考え、和紙を活用した様々なインテリアの紹介を行っている。千代紙などの販売も行っており、30代~50代の女性を中心に、人気がある。


今後は、同社の扱う和紙の商品や日本の和紙の文化や伝統について、InstagramなどのSNSを活用して発信していく予定だ。2026年までの3年間で、海外からも含めて1,000人のフォロワーを獲得することを目指す。また、今後、拡大が予想されるインバウンド観光客の需要を取り込む目的で、英語のハッシュタグをつけるなどし、海外から来た方にも関心を持ってもらえるような取り組みを進めていく予定である。SNSによる発信を通じ、同社の扱う和紙の商品の良さや日本の和紙文化について、国内外の消費者に訴求していく考えだ。





資料)GS タカハシ HP

社会面の KPI

インパクトレーダーとの関連性	住居
インパクトの別	ポジティブ・インパクトの増大
テーマ	商品提案力・発信力の強化
取組内容	企画・広報にかかる部署を創設し、環境に配慮した商品などの積極的な提案を取引先に対して行う
SDGs との関連性	<p>11.1 2030年までに、すべての人々の、適切、安全かつ安価な住宅及び基本的サービスへのアクセスを確保し、スラムを改善する。</p> 
KPI(指標と目標)	<p>①企画・広報にかかる新規部署を2023年中に創設し、2～3名を配置。部署設立後、段階的に環境に配慮した商品などの積極的提案および対外発信を強化する</p> <p>②2026年までに、ハウスメーカーなど施主の元請けとなる取引先企業100社(3年間での累計)に対して、環境に配慮した商品などの積極的な提案を行う</p>

インパクトレーダーとの関連性	健康・衛生
インパクトの別	ネガティブ・インパクトの抑制
テーマ	健康経営の推進
取組内容	福岡県の「福岡健康づくり団体・事業所宣言」に登録申請
SDGs との関連性	<p>3.4 2030年までに、非感染性疾患による若年死亡率を、予防や治療を通じて3分の1減少させ、精神保健及び福祉を促進する。</p> 
KPI(指標と目標)	福岡県「ふくおか健康づくり団体・事業所宣言」に2025年までに申請する

インパクトレーダーとの関連性	雇用
インパクトの別	ネガティブ・インパクトの抑制
テーマ	従業員の働きやすい環境の実現
取組内容	振替休日の取得率を100%とする
SDGs との関連性	<p>8.5 2030年までに、若者や障害者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一価値の労働についての同一賃金を達成する。</p>  <p>8.8 移住労働者、特に女性の移住労働者や不安定な雇用状態にある労働者など、すべての労働者の権利を保護し、安全・安心な労働環境を促進する。</p>
KPI(指標と目標)	振替休日の取得率について、現状を把握し、2026年までに100%を達成する

インパクトレーダーとの関連性	文化・伝統
インパクトの別	ポジティブ・インパクトの増大
テーマ	日本の和紙文化の発信・継承
取組内容	Paper Road事業を通じた和紙文化の積極的な情報発信
SDGs との関連性	<p>11.4 世界の文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力を強化する。</p> 
KPI(指標と目標)	2026年までにSNS(Instagram)のアカウントを作成し、フォロワー数1,000人を達成する

2-3 社会・経済面での活動とKPI

(1) 地域経済・社会との密接なかかわり

GSタカハシは、1940年の創業以来、80年を超えて、地域経済・社会に貢献してきた。同社が新しいインテリア商品を取り入れ、工務店に紹介していったことで、戦後九州における内装・インテリアは近代化・西洋化を遂げた。同社が仕入れた商品を卸す先は、中小企業・零細企業も合わせると、4000社～5000社にも達する。これらの取引先の事業成長にも、同社は関わっている。



また、同社はインテリア商品(例えば壁紙など)を工務店に卸すだけでなく、さらに、その商品の設置・施工に必要な職人を現場に紹介するなど、長年で積み重ねてきたネットワークも駆使している点も特徴的である。

近年、同社が内装を手掛けるのは、九州・山口の賃貸物件(マンションやアパートなど)の約3割にも上る。また、オフィスビルや商業施設においても、2021年に天神ビッグバンの一環で、福岡市天神にオープンした「天神ビジネスセンター」や、2018年に福岡市地行浜にオープンした「MARK IS 福岡もち」の内装にも携わった。

(2) 多様な人材の活躍

同社では今後、様々な人材が活躍できる職場環境をさらに整えていきたいと考えている。障がい者雇用においては、現在2名が在籍しているが、今後は法定雇用率2.3%を超えて、2026年までに毎年1名ずつ増加させ、合計5名を雇用したいと考えている。

また、同社では近年、新卒採用による若手従業員の雇用にも力を入れている。20代・30代の若手社員がキャリアを重ね、長く活躍してもらえるよう、働きやすい環境づくりを進めていく予定だ。それに伴い、厚生労働省のユースエール⁶の認定および同認定要件の維持を目指した取り組みを今後進める予定だ。

インパクトリーダーとの関連性	雇用、包摂的で健全な経済
インパクトの別	ポジティブ・インパクトの増大
テーマ	多様な人材の活躍
取組内容	①障がい者雇用の積極的な採用 ②若者の積極的な採用に向けたユースエール認定の取得
SDGs との関連性	<p>4.4 2030年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。</p>  <p>8.5 2030年までに、若者や障害者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一価値の労働についての同一賃金を達成する。</p> 
KPI(指標と目標)	①障がい者雇用を現状の2名から各年1名ずつ増加させ、2026年までに5名の雇用を目指す ②ユースエール認定制度の認定取得および認定要件の維持

⁶ 厚生労働大臣が若者の採用・育成に積極的で、若者の雇用管理の状況などが優良な中小企業を認定する制度

3. 包括的分析

3-1 UNEP FIのインパクト分析ツールを用いた分析

UNEP FIのインパクト分析ツールを用いて、網羅的なインパクト分析を実施した。その結果、ポジティブ・インパクトとして「住居」、「健康・衛生」、「雇用」、「エネルギー」が、ネガティブ・インパクトとして「雇用」、「水(質)」、「大気」、「生物多様性と生態系サービス」、「気候」、「廃棄物」、「経済収束」が特定された。

3-2 個別要因を加味したインパクト領域の特定

GSタカハシの個別要因を加味して、同社のインパクト領域を特定した。その結果、同社のサステナビリティ活動に関連のあるポジティブ・インパクトとして「文化・伝統」、「包摂的で健全な経済」、「経済収束」を、ネガティブ・インパクトとして「健康・衛生」を追加した。また、ポジティブ・インパクトの「エネルギー」については、社会面に与える影響は限定的であることから削除した。合わせて、ネガティブ・インパクトの「水(質)」は、同社で製造を行っていないため汚水が発生しないこと、また水を製造時に使用する「和紙」の取り扱いと同社の商品の構成比において限定的であることから削除した。また、「生物多様性と生態系サービス」について、事業とのかかわりがないことから削除した。また、「経済収束」においても、不当なサプライチェーンとの取引がないことを確認したので、削除した。

【特定されたインパクト領域】

	UNEP FI のインパクト分析ツール により抽出されたインパクト領域		個別要因を加味し 特定されたインパクト領域	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
入手可能性、アクセス可能性、手ごろさ、品質 (一連の固有の特徴がニーズを満たす程度)				
水	○	○	○	○
食糧	○	○	○	○
住居	●	○	●	○
健康・衛生	●	○	●	●
教育	○	○	○	○
雇用	●	●	●	●
エネルギー	●	○	○	○
移動手段 (モビリティ)	○	○	○	○
情報	○	○	○	○
文化・伝統	○	○	●	○
人格と人の安全保障	○	○	○	○
正義・公正	○	○	○	○
強固な制度・平和・安定	○	○	○	○
質 (物理的・化学的構成・性質) と有効利用				
水	○	●	○	○
大気	○	●	○	●
土壌	○	○	○	○
生物多様性と生態系サービス	○	●	○	○
資源効率・安全性	○	○	○	○
気候	○	●	○	●
廃棄物	○	●	○	●
人と社会のための経済的価値創造				
包摂的で健全な経済	○	○	●	○
経済収束	○	●	●	○

3-3 特定されたインパクト領域とサステナビリティ活動の関連性

GSタカハシのサステナビリティ活動のうち、ポジティブ面のインパクト領域としては、質の高い住居づくりに貢献する取り組みが「住居」、「健康・衛生」、多様な人材の活躍が「雇用」、「包摂的で健全な経済」、和紙の文化・伝統を伝えるPAPER ROADの取り組みが「文化・伝統」、地域経済・社会との密接なかかわりが「経済収束」に資する取り組みと評価される。

一方、ネガティブ面において、社員の心と体の健康を促進が「健康・衛生」、社員の働きやすい職場環境の実現が「雇用」、壁紙におけるF☆☆☆☆(エフフォースター)ランクの壁紙のみの取り扱いが「大気」、省エネ・CO₂排出抑制に資する取り組みが「気候」、廃棄物削減に向けた取り組みが「廃棄物」に該当する。

3-4 インパクト領域の特定方法

UNEP FI のインパクト評価ツールを用いたインパクト分析結果を参考に、GSタカハシのサステナビリティに関する活動を同社のHP、提供資料、ヒアリングなどから網羅的に分析するとともに、同社を取り巻く外部環境を勘案し、同社が環境・社会・経済に対して最も強いインパクトを与える活動について検討した。そして、同社の活動が、対象とするエリアやサプライチェーンにおける環境・社会・経済に対して、ポジティブ・インパクトの増大やネガティブ・インパクトの低減に最も貢献すべき活動を、インパクト領域として特定した。

4. 地域経済に与える波及効果の測定

GSタカハシが本ポジティブ・インパクト・ファイナンスのKPIを達成することによって、現在の売上高74億円を、3年後に売上高80億円とすることを目標とする。

このような同社の事業による地域経済への効果を、「福岡県産業連関表」を用いて試算すると、現在の売上高(74億円)によっても、雇用増や所得創出による消費増なども含め、計108.47億円の経済波及効果があるものと試算される。

さらに、上記の売上高80億円の目標を実現した場合、年間117.27億円の経済波及効果を福岡県内に生み出す企業となるものと見込まれる。このうち、9.38億円が付加価値として同社に帰属する効果であるが、107.89億円(=117.27億円-9.38億円)は社外への経済波及効果である。

なお、この117.27億円の経済波及効果(生産誘発額)は、50.99億円の付加価値を生み、そのうち29.09億円は雇用者への所得となる。このようなメカニズムによって、地域内に各種需要が喚起され、その経済効果は幅広い産業へ及ぶこととなる。

(百万円)

	生産誘発額	うち粗付加価値誘発額	
		うち雇用者所得誘発額	うち雇用者所得誘発額
第1次波及効果	10,497	4,290	2,610
第2次波及効果	1,230	808	299
合計	11,727	5,099	2,909

第一次波及効果は同社の売上と同社の生産増に必要な原材料やサービス需要による効果

第二次波及効果は、第一次波及効果で誘発される生産増に伴い増加する雇用者所得がもたらす消費需要による効果

波及効果の倍率 **1.47** 倍

※波及効果の倍率は、生産誘発額の合計/同社の売上

産業別にみた経済波及効果は、同社の取り扱う商品自体の産業(「プラスチック製品」)が大きい。その他、「商業」、「その他の対事業所サービス」、「道路輸送(自家輸送を除く)」、「電力」など、同社がもたらす生産と需要が広く波及するものとみられる。

順位	産業部門	金額 (百万円)	順位	産業部門	金額 (百万円)
1	プラスチック製品	7,763	6	金融・保険	157
2	商業	1,329	7	自動車整備・機械修理	110
3	その他の対事業所サービス	323	8	道路輸送(自家輸送を除く。)	105
4	電力	261	9	通信	101
5	住宅賃貸料(帰属家賃)	212	10	不動産仲介及び賃貸	98

5. マネジメント体制

GSタカハシでは、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに取り組むにあたり、プロジェクトチームを結成した。最高責任者として高橋 泰造 代表取締役社長を中心に、自社の事業活動とインパクトとの関連性、KPIの設定などについて検討を重ねた。

本ポジティブ・インパクト・ファイナンス実行後においても、高橋 泰造 代表取締役社長を最高責任者とし、谷村 彰彦 取締役営業部長を実行責任者とした営業部内に設置されたプロジェクトチームを中心として、全従業員が一丸となり、KPIの達成に向けた活動を実施していく。

最高責任者	高橋 泰造 代表取締役社長
実行責任者	谷村 彰彦 取締役営業部長
担当部署	営業部

6. モニタリングの頻度と方法

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで設定した KPI の達成および進捗状況については、西日本シティ銀行とGSタカハシの担当者が定期的に会合の場を設け、共有する。会合は少なくとも年に1回実施するほか、日頃の情報交換や営業活動の場などを通じて実施する。

西日本シティ銀行は、KPI達成に必要な資金およびその他ノウハウの提供、あるいは西日本シティ銀行の持つネットワークから外部資源とマッチングすることで、KPI達成をサポートする。

モニタリング期間中に達成したKPIに関しては、達成後もその水準を維持していることを確認する。なお、経営環境の変化などによりKPIを変更する必要がある場合は、西日本シティ銀行とGSタカハシが協議の上、再設定を検討する。

以上

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、九州経済調査協会が、西日本シティ銀行から委託を受けて実施したもので、九州経済調査協会が西日本シティ銀行に対して提出するものです。
2. 九州経済調査協会は、依頼者である西日本シティ銀行および西日本シティ銀行がポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する GS タカハシから供与された情報と、九州経済調査協会が独自に収集した情報に基づく、現時点での計画または状況に対する評価で、将来におけるポジティブな評価を保証するものではありません。
3. 本評価を実施するにあたっては、国連環境計画金融イニシアティブ(UNEP FI)が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」に適合させるとともに、ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項(4)に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に整合させながら実施しています。なお、日本格付研究所から、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに関する第三者意見書の提供を受けています。

<評価書作成者および本件問い合わせ先>

公益財団法人 九州経済調査協会
調査研究部 研究主査 平松朋子

〒810-0004

福岡市中央区渡辺通2-1-82電気ビル共創館5階
TEL 092-721-4905 FAX 092-721-4904



第三者意見書

2023年3月31日

株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社ジー・エス・タカハシに対する
ポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社西日本シティ銀行

評価者：公益財団法人九州経済調査協会

第三者意見提供者：株式会社日本格付研究所（JCR）

結論：

本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト・ファイナンス原則に適合している。

また、環境省のESG金融ハイレベル・パネル設置要綱第2項（4）に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」と整合的である。

I. JCR の確認事項と留意点

JCR は、株式会社西日本シティ銀行（「西日本シティ銀行」）が株式会社ジー・エス・タカハシ（「GS タカハシ」）に対して実施する中小企業向けのポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）について、公益財団法人九州経済調査協会（「九州経済調査協会」）による分析・評価を参照し、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の策定した PIF 原則に適合していること、および、環境省の ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項（4）に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」と整合的であることを確認した。

PIF とは、SDGs の目標達成に向けた企業活動を、金融機関が審査・評価することを通じて促進し、以て持続可能な社会の実現に貢献することを狙いとして、当該企業活動が与えるポジティブなインパクトを特定・評価の上、融資等を実行し、モニタリングする運営のことをいう。

PIF 原則は、4 つの原則からなる。すなわち、第 1 原則は、SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できるかまたはネガティブな影響を特定し対処していること、第 2 原則は、PIF 実施に際し、十分なプロセス、手法、評価ツールを含む評価フレームワークを作成すること、第 3 原則は、ポジティブ・インパクトを測るプロジェクト等の詳細、評価・モニタリングプロセス、ポジティブ・インパクトについての透明性を確保すること、第 4 原則は、PIF 商品が内部組織または第三者によって評価されていることである。

UNEP FI は、ポジティブ・インパクト・ファイナンス・イニシアティブ（PIF イニシアティブ）を組成し、PIF 推進のためのモデル・フレームワーク、インパクト・レーダー、インパクト分析ツールを開発した。西日本シティ銀行は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、九州経済調査協会と共同でこれらのツールを参照した分析・評価方法とツールを開発している。ただし、PIF イニシアティブが作成したインパクト分析ツールのいくつかのステップは、国内外で大きなマーケットシェアを有し、インパクトが相対的に大きい大企業を想定した分析・評価項目として設定されている。JCR は、PIF イニシアティブ事務局と協議しながら、中小企業の包括分析・評価においては省略すべき事項を特定し、西日本シティ銀行及び九州経済調査協会にそれを提示している。なお、西日本シティ銀行は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、IFC（国際金融公社）または中小企業基本法の定義する中小企業、会社法の定義する大会社以外の企業としている。

JCR は、中小企業のインパクト評価に際しては、以下の特性を考慮したうえで PIF 原則との適合性を確認した。

- ① SDGs の三要素のうちの経済、PIF 原則で参照するインパクト領域における「包括的で健全な経済」、「経済収れん」の観点からポジティブな成果が期待できる事業主体で

- ある。ソーシャルボンドのプロジェクト分類では、雇用創出や雇用の維持を目的とした中小企業向けファイナンスそのものが社会的便益を有すると定義されている。
- ② 日本における企業数では全体の 99.7%を占めるにもかかわらず、付加価値額では 52.9%にとどまることからわかるとおり、個別の中小企業のインパクトの発現の仕方や影響度は、その事業規模に従い、大企業ほど大きくはない。¹
 - ③ サステナビリティ実施体制や開示の度合いも、上場企業ほどの開示義務を有していないことなどから、大企業に比して未整備である。

II. PIF 原則への適合に係る意見

PIF 原則 1

SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できるかまたはネガティブな影響を特定し対処していること。

SDGs に係る包括的な審査によって、PIF は SDGs に対するファイナンスが抱えている諸問題に直接対応している。

西日本シティ銀行及び九州経済調査協会は、本ファイナンスを通じ、GS タカハシの持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクト領域および SDGs の 169 ターゲットについて包括的な分析を行った。

この結果、GS タカハシがポジティブな成果を発現するインパクト領域を有し、ネガティブな影響を特定しその低減に努めていることを確認している。

SDGs に対する貢献内容も明らかとなっている。

PIF 原則 2

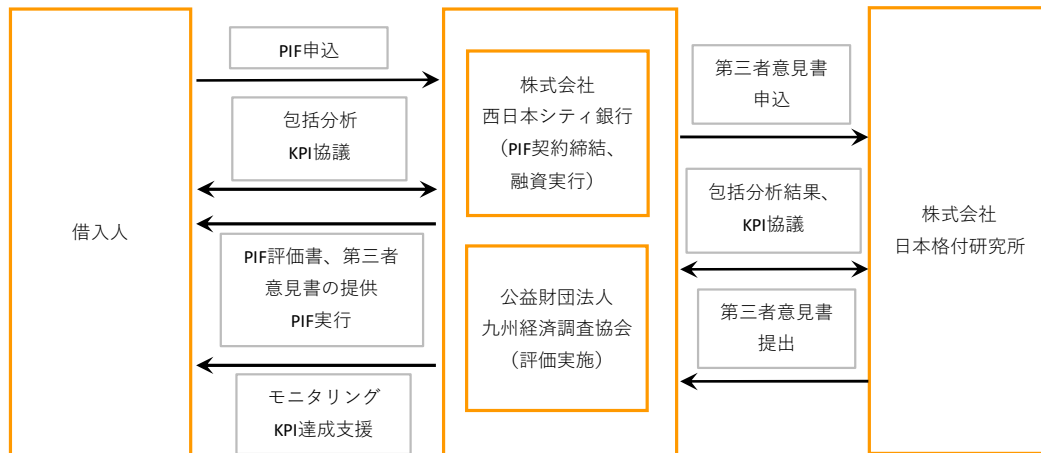
PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジェクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

JCR は、西日本シティ銀行が PIF を実施するために適切な実施体制とプロセス、評価方法及び評価ツールを確立したことを確認した。

¹ 経済センサス活動調査（2016年）。中小企業の定義は、中小企業基本法上の定義。業種によって異なり、製造業は資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下、サービス業は資本金 5 千万円以下または従業員 100 人以下などだ。小規模事業者は製造業の場合、従業員 20 人以下の企業をさす。



(1) 西日本シティ銀行は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。



(出所：西日本シティ銀行提供資料)

(2) 実施プロセスについて、西日本シティ銀行では社内規程を整備している。

(3) インパクト分析・評価の方法とツール開発について、西日本シティ銀行からの委託を受けて、九州経済調査協会が分析方法及び分析ツールを、UNEP FI が定めた PIF モデル・フレームワーク、インパクト分析ツールを参考に確立している。

PIF 原則 3 透明性

PIF を提供する事業主体は、以下について透明性の確保と情報開示をすべきである。

- ・本 PIF を通じて借入人が意図するポジティブ・インパクト
- ・インパクトの適格性の決定、モニター、検証するためのプロセス
- ・借入人による資金調達後のインパクトレポート

PIF 原則 3 で求められる情報は、全て九州経済調査協会が作成した評価書を通して西日本シティ銀行及び一般に開示される予定であることを確認した。

PIF 原則 4 評価

事業主体（銀行・投資家等）の提供する PIF は、実現するインパクトに基づいて内部の専門性を有した機関または外部の評価機関によって評価されていること。

本ファイナンスでは、九州経済調査協会が、JCR の協力を得て、インパクトの包括分析、特定、評価を行った。JCR は、本ファイナンスにおけるポジティブ・ネガティブ両側面のインパクトが適切に特定され、評価されていることを第三者として確認した。

III. 「インパクトファイナンスの基本的考え方」との整合に係る意見

インパクトファイナンスの基本的考え方は、インパクトファイナンスを ESG 金融の発展形として環境・社会・経済へのインパクトを追求するものと位置づけ、大規模な民間資金を巻き込みインパクトファイナンスを主流化することを目的としている。当該目的のため、国内外で発展している様々な投融資におけるインパクトファイナンスの考え方を参照しながら、基本的な考え方をとりまとめているものであり、インパクトファイナンスに係る原則・ガイドライン・規制等ではないため、JCR は本基本的考え方に対する適合性の確認は行わない。ただし、国内でインパクトファイナンスを主流化するための環境省及び ESG 金融ハイレベル・パネルの重要なメッセージとして、本ファイナンス実施に際しては本基本的考え方に整合的であるか否かを確認することとした。

本基本的考え方におけるインパクトファイナンスは、以下の 4 要素を満たすものとして定義されている。本ファイナンスは、以下の 4 要素と基本的には整合している。ただし、要素③について、モニタリング結果は基本的には借入人である GS タカハシから貸付人である西日本シティ銀行及び評価者である九州経済調査協会に対して開示がなされることとし、可能な範囲で対外公表も検討していくこととしている。

要素① 投融資時に、環境、社会、経済のいずれの側面においても重大なネガティブインパクトを適切に緩和・管理することを前提に、少なくとも一つの側面においてポジティブなインパクトを生み出す意図を持つもの

要素② インパクトの評価及びモニタリングを行うもの

要素③ インパクトの評価結果及びモニタリング結果の情報開示を行うもの

要素④ 中長期的な視点に基づき、個々の金融機関/投資家にとって適切なリスク・リターンを確保しようとするもの

また、本ファイナンスの評価・モニタリングのプロセスは、本基本的考え方で示された評価・モニタリングフローと同等のものを想定しており、特に、企業の多様なインパクトを包括的に把握するものと整合的である。

IV. 結論

以上の確認より、本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト・ファイナンス原則に適合している。

また、環境省の ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項 (4) に基づき設置された



JCR Sustainable PIF for SMEs

ポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」と整合的である。

(第三者意見責任者)

株式会社日本格付研究所

サステナブル・ファイナンス評価部長

梶原 敦子

梶原 敦子

担当主任アナリスト

梶原 敦子

梶原 敦子

担当アナリスト

望月 幸美

望月 幸美



本第三者意見に関する重要な説明

1. JCR 第三者意見の前提・意義・限界

日本格付研究所（JCR）が提供する第三者意見は、事業主体及び調達主体の、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト金融(PIF)原則への適合性及び環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内に設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」への整合性に関する、JCR の現時点での総合的な意見の表明であり、当該ポジティブ・インパクト金融がもたらすポジティブなインパクトの程度を完全に表示しているものではありません。

本第三者意見は、依頼者である調達主体及び事業主体から供与された情報及び JCR が独自に収集した情報に基づく現時点での計画又は状況に対する意見の表明であり、将来におけるポジティブな成果を保証するものではありません。また、本第三者意見は、PIF によるポジティブな効果を定量的に証明するものではなく、その効果について責任を負うものではありません。本事業により調達される資金が同社の設定するインパクト指標の達成度について、JCR は調達主体または調達主体の依頼する第三者によって定量的・定性的に測定されていることを確認しますが、原則としてこれを直接測定することはありません。

2. 本第三者意見を作成するうえで参照した国際的なイニシアティブ、原則等

本意見作成にあたり、JCR は、以下の原則等を参照しています。

国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブ・インパクト金融原則

環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内ポジティブインパクトファイナンスタスクフォース
「インパクトファイナンスの基本的考え方」

3. 信用格付業にかかるとの関係

本第三者意見を提供する行為は、JCR が関連業務として行うものであり、信用格付業にかかるとは異なります。

4. 信用格付との関係

本件評価は信用格付とは異なり、また、あらかじめ定められた信用格付を提供し、または閲覧に供することを約束するものではありません。

5. JCR の第三者性

本 PIF の事業主体または調達主体と JCR との間に、利益相反を生じる可能性のある資本関係、人的関係等はありません。

■留意事項

本書に記載された情報は、JCR が、事業主体または調達主体及び正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCR は、明示的であると暗示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCR は、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCR は、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかなるものを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。本第三者意見は、評価の対象であるポジティブ・インパクト・ファイナンスにかかる各種のリスク（信用リスク、価格変動リスク、市場流動性リスク、価格変動リスク等）について、何ら意見を表明するものではありません。また、本第三者意見は JCR の現時点での総合的な意見の表明であって、事実の表明ではなく、リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本第三者意見は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがあります。本書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本書の一部または全部を問わず、JCR に無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

■用語解説

第三者意見：本レポートは、依頼人の求めに応じ、独立・中立・公平な立場から、銀行等が作成したポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書の国連環境計画金融イニシアティブのポジティブ・インパクト金融原則への適合性について第三者意見を述べたものです。

事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。

調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

- ・国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブインパクト作業部会メンバー
- ・環境省 グリーンボンド外部レビュー者登録
- ・ICMA (国際資本市場協会) に外部評価者としてオブザーバー登録) ソーシャルボンド原則作業部会メンバー
- ・Climate Bonds Initiative Approved Verifier (気候変動イニシアティブ認定検証機関)

■本件に関するお問い合わせ先

情報サービス部 TEL : 03-3544-7013 FAX : 03-3544-7026

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.

信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座5-15-8 時事通信ビル