



News Release

2025年12月25日

各 位

愛媛銀行

サステナブルファイナンスの実行について (ひめぎんポジティブインパクトファイナンス)

当行(頭取 西川 義教)は、ニッシン・グルメビーフ株式会社様(大阪府大阪市 代表取締役社長 酒井 宏様)と「ひめぎんポジティブインパクトファイナンス」の契約を結びましたので、以下のとおりお知らせいたします。

1. 融資案件の概要

契 約 日	2025年12月25日(木)
融 資 金 額	200百万円
融 資 形 態	証書貸付
最終返済期日	2030年12月31日
資 金 使 途	運転資金
取 扱 店	愛媛銀行大阪支店

※当行によるインパクト評価をまとめた本件の評価書については、別紙をご参照ください。

2. 融資先の概要

企 業 名	ニッシン・グルメビーフ株式会社
代 表 者	酒井 宏
本 社 所 在 地	大阪府大阪市浪速区元町3丁目10番18号
資 本 金	45百万円
創 営 業	1959年4月
設 立	1968年4月
事 業 内 容	食肉の加工・卸売

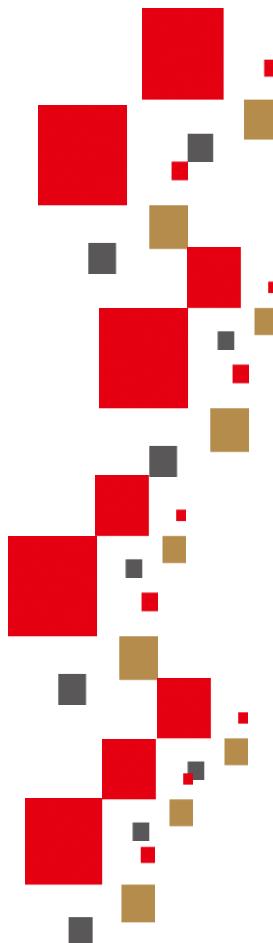
3. 備考

ポジティブインパクトファイナンスとは、企業活動が環境・社会・経済にもたらすインパクトを包括的に分析・評価し、資金調達者のポジティブな影響の増大及びネガティブな影響の低減の支援を目的とした融資商品です。当行のポジティブインパクトファイナンス実施体制は、株式会社格付投資情報センター(R&I)より、国連環境計画・金融イニシアチブが制定したポジティブインパクト金融原則への適合について、セカンドオピニオンを取得しています。

以 上

【お問い合わせ先】 愛媛銀行 企画広報部 TEL 089(933)1111

愛媛銀行



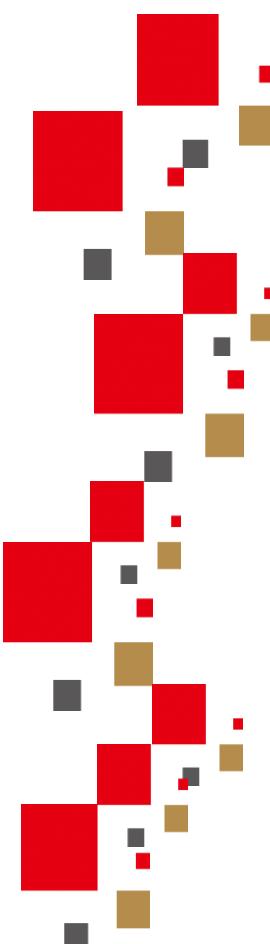
ニッシン・グルメビーフ株式会社

ポジティブインパクトファイナンス評価書

2025年12月25日

株式会社愛媛銀行
企画広報部 ひめぎん情報センター

 愛媛銀行



■ 本評価書の目的

本評価書は、株式会社愛媛銀行が、ニッシン・グルメビーフ株式会社に実施するポジティブインパクトファイナンス（以下、PIF）について、同社の事業活動が環境・社会・経済にもたらすインパクト（ポジティブインパクト及びネガティブインパクト）を包括的に分析・評価したものである。分析・評価は、国連環境計画・金融イニシアチブ（UNEP FI）が制定したポジティブインパクト金融原則（以下、PIF原則）及びPIF実施ガイド（モデル・フレームワーク）、ESG金融ハイレベル・パネルにおいてポジティブインパクトファイナンススタンダードがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に則っている。なお、当行のPIF実施体制は、株式会社格付投資情報センターより、PIF原則への適合について、第三者意見を取得している。

■ 評価対象案件の概要

借入人	ニッシン・グルメビーフ株式会社
貸付人	株式会社愛媛銀行大阪支店
融資金額	200,000,000 円
融資形態	証書貸付
資金使途	運転資金
貸付日	2025年12月25日
最終返済期日	2030年12月31日



目次

1. 借入人の概要	3
(1) 企業概要	3
(2) 事業概要	5
(3) 経営理念・経営方針	10
(4) サステナビリティ	11
2. インパクトの特定	14
(1) 事業性評価	14
(2) バリューチェーン分析	16
(3) インパクトレーダーによるマッピング	17
(4) 特定したインパクト	22
(5) インパクトニーズの確認	25
3. インパクトの評価	31
4. インパクトのモニタリング・情報開示	34
(1) モニタリング実施体制	34
(2) 情報開示	34

1. 借入人の概要

(1) 企業概要

企業名	ニッシン・グルメビーフ株式会社														
代表者名	代表取締役社長 酒井 宏														
所在地	大阪府大阪市浪速区元町 3 丁目 10 番 18 号														
創業	1959 年 4 月														
設立	1968 年 4 月														
社員数	414 名 (2025 年 3 月期)														
資本金	45 百万円														
売上高	162 億 14 百万円 (2025 年 3 月期)														
事業内容	食肉の加工・卸売														
事業所	大阪本社 : 大阪府大阪市浪速区元町 3 丁目 10 番 18 号 松山第一工場 : 愛媛県松山市勝岡町 1163 番 13 松山第二工場 : 愛媛県松山市勝岡町 262 番 砥部工場 : 愛媛県伊予郡砥部町大南 148 番地 1														
関連企業	ニッシングルメフーズ株式会社 酒井畜産荷受株式会社 酒井ビル管理株式会社 ニッシン不動産株式会社														
沿革	<p>【設立の経緯】</p> <p>1968 年 4 月、株式会社酒井精肉店の取締役・酒井忠明氏が、同社代表取締役・酒井富三郎氏の支援のもと、食肉販売業を主たる事業目的として日伸畜産株式会社を設立。設立と同時に酒井忠明氏が初代代表取締役社長に就任。</p> <table border="1"> <tr> <td>1974 年</td> <td>日伸畜産株式会社から株式会社日伸に商号変更</td> </tr> <tr> <td>1979 年</td> <td>株式会社日伸から日伸畜産荷受株式会社に商号変更</td> </tr> <tr> <td>1985 年</td> <td>日伸畜産荷受株式会社からニッシン・グルメビーフ株式会社に商号変更</td> </tr> <tr> <td>1986 年</td> <td>愛媛県松山市勝岡町 1163-13 に愛媛工場（現・松山第一工場）を開設</td> </tr> <tr> <td>1987 年</td> <td>レストラン向けなどの業務部門を分離、別途、日伸畜産荷受株式会社を設立し同社事業とする</td> </tr> <tr> <td>1990 年</td> <td>ニッシングルメフーズ株式会社を設立、業務用部門を引き継ぐ</td> </tr> </table>			1974 年	日伸畜産株式会社から株式会社日伸に商号変更	1979 年	株式会社日伸から日伸畜産荷受株式会社に商号変更	1985 年	日伸畜産荷受株式会社からニッシン・グルメビーフ株式会社に商号変更	1986 年	愛媛県松山市勝岡町 1163-13 に愛媛工場（現・松山第一工場）を開設	1987 年	レストラン向けなどの業務部門を分離、別途、日伸畜産荷受株式会社を設立し同社事業とする	1990 年	ニッシングルメフーズ株式会社を設立、業務用部門を引き継ぐ
1974 年	日伸畜産株式会社から株式会社日伸に商号変更														
1979 年	株式会社日伸から日伸畜産荷受株式会社に商号変更														
1985 年	日伸畜産荷受株式会社からニッシン・グルメビーフ株式会社に商号変更														
1986 年	愛媛県松山市勝岡町 1163-13 に愛媛工場（現・松山第一工場）を開設														
1987 年	レストラン向けなどの業務部門を分離、別途、日伸畜産荷受株式会社を設立し同社事業とする														
1990 年	ニッシングルメフーズ株式会社を設立、業務用部門を引き継ぐ														

	1996年 大阪府大阪市西成区北開 1-2-12 に支店を開設
	1997年 支店所在地を大阪府大阪市西成区北開 1-2-12 から愛媛県松山市勝岡町 1163-13 に移転
	2005年 代表取締役社長・酒井忠明氏が代表取締役会長、前取締役・酒井宏氏が代表取締役社長に就任
	2006年 松山第二工場を開設
	2009年 創業 50 周年
	2013年 砥部工場を開設
	2018年 設立 50 周年
	2022年 企業版ふるさと納税を通じて愛媛県へ寄付 SDGs 宣言
	2023年 企業版ふるさと納税を通じて愛媛県へ寄付 「環境方針」制定 「省エネルギー活動プロジェクト」設置 健康経営優良法人認定/日本健康会議
	2024年 企業版ふるさと納税を通じて愛媛県へ寄付



出所：同社ホームページ

(2) 事業概要

ニッシン・グルメビーフ株式会社は、大阪府に本社を構え、食肉加工・卸売を中心に事業を展開する事業者である。畜種別の取扱いは、牛肉（75%）、豚肉（23%）、鶏肉・その他（2%）で、主力の牛肉については、オーストラリア産（40%）、米国産（20%）、国産（20%）、ニュージーランド産（15%）、カナダ・ウルグアイ産（5%）を調達し、安定供給と品質確保を両立している。

「食卓の幸せ」をモットーに掲げ、お客様の声に寄り添いながら、安全でおいしい食肉製品を全国へ届けている。原料調達から加工・包装・出荷・品質保証に至るまでのすべての工程を一貫管理し、「お客様もありき」の発想で製品を企画・開発することを特徴としている。

加工は国内の3工場（松山第一工場、松山第二工場、砥部工場）で実施しており、鮮度を保持する「ハイテクフローズン方式」、柔らかさを実現する「インジェクション加工」、風味を引き出す「熟成旨み加工」などの独自技術を駆使している。

大阪本社と愛媛県松山市の2拠点を中心に、全国の生協および外食産業へ商品を提供し、営業・開発・生産部門が一体となってお客様との対話を重ね、潜在的なニーズを引き出し、迅速に商品開発や生産現場へフィードバックする「共創型ビジネスモデル」を展開している。

同社の根底には、「お客様もありき」の発想があり、食べる人の年齢・嗜好・シーンを思い描き、味・食感・加工方法・盛り付け・原料選定までをトータルで設計している。単なる「食肉加工業者」ではなく、食を通じて人々の健康と幸福を支える「食の創造企業」として、赤身肉の魅力を活かした新しいおいしさや、子どもの「噛む力」をはぐくむ給食向け製品など、社会的な価値創出にも積極的に取り組んでいる。

近年、高齢者や介護市場向けを意識し、栄養機能を高めた商品や「熟成旨み牛」「熟成旨み豚」などの独自ブランドを展開。お客様の声に耳を傾け、食のシーンに即した商品開発を継続することで、同社は「食卓の小さな幸せ」を提供する企業として信頼を確立している。



大阪本社の外観



松山第一工場



松山第二工場



砥部工場

① 営業部門

営業部門は、単に商品を販売するだけではなく、お客さまとの対話を重ね潜在的なニーズを掘り起こし、商品開発や生産現場にフィードバックしている。営業スタッフには傾聴力と提案力を求め、お客さまとともに、食べる方がどんな商品を望んでいるかを「想像」し、それに合わせて商品を「創造」するスタイルを重視している。

外食産業向けには、原料の調達から最終の荷姿まで一貫した商品づくりをお客さまとともに推進している。具体的には、レストランのコックや給食施設の調理師など、実際の調理現場の声を丁寧に拾い上げ、原料調達・加工・包装など各工程へ反映させることで、顧客ニーズに即した最適な商品設計を実現している。また、「肉の専門家」としての技術的知見と豊富な提案力を活かし、部位特性を踏まえた調理提案やメニュー開発支援など、外食業界のパートナー的存在としての役割を果たし、「熟成旨み加工」など長年にわたり培った技術力を背景に、看板メニューや人気献立など、高付加価値商品の提供を実現している。

一般家庭向けには、「食卓に笑顔を」という理念のもと、家庭の食シーンを豊かにする商品づくりを推進している。日々の調理にかかる時間や手間を軽減し、家族みんなで温かい食事を囲めるよう、調理・保存・収納それぞれの観点から消費者ニーズに即した商品設計を実現している。「主婦の強い味方」として、地域の家庭に安心・安全な食肉を供給し、全国レベルでの食の安定供給・健康的食生活の支援に貢献している。

また、原料調達において、品質・安全性に加えて栄養価も重視しており、オーストラリア産の牧草肥育牛（グラスフェッドビーフ）を積極的に採用している。現社長自らが現地オーストラリアを訪問し、牧場・肥育環境・飼養管理・衛生体制を直接確認したうえで信頼関係を構築し、長期的な取引体制を確立している。

グラスフェッドビーフを選定する理由は、広大な牧草地で自然環境に近い形での健全な飼育環境と、栄養バランスに優れた肉質にある。日本で一般的に流通している穀物肥育牛（グレインフェッドビーフ）は、高カロリー飼料を使用し、短期間で脂肪交雑を高めるのに対し、グラスフェッドビーフは、ミネラルを比較的多く含むマメ科牧草（例：アルファルファ等）を飼料に、のびのびとした環境で育成する。そのため、脂肪分が抑えられ、赤身中心でありながらオメガ3脂肪酸・ビタミンE・鉄分・亜鉛などの栄養素が豊富に含まれ、過剰肥育に伴う疾患リスクも低く、安全性に配慮されている。また、飼育密度が低いため、ストレスが少なく健康的な飼養が可能で、アニマルウェルフェア（動物福祉）の観点からも高く評価されている。

このような特性を活かし、学校給食など、栄養バランスと安全性を重視する用途においては、成長期の子どもたちに適した健康的な食材として脂肪分を抑えつつ高たんぱくで栄養価の高いグラスフェッドビーフを選定するなど、幅広いニーズに対応し、社会的価値の高い商品提供をおこなっている。

<こだわり・特徴>

・ お客さまとともに創る商品開発

外食・家庭用を問わず、実際の調理現場や消費者の声を丁寧に拾い上げ、潜在ニーズを開発・生産現場へフィードバック。「想像」と「創造」を両立する共創型の商品づくりを実施。

・ 確かな技術と柔軟な提案力

独自の「熟成旨み加工」技術などの技術を軸に肉の特性を活かした高付加価値商品を提供。多様なニーズに応える商品提案を展開。

・ 全国的な商品販売網

全国の外食産業および生協へ安定供給。密な顧客関係を基盤に、日本の食卓と食文化を支える安定的な供給網を構築。

・ 食のシーンに応える調達力

給食用、外食用など目的に合わせ、グラスフェッドビーフや国産牛など最適な原料を選び抜き、幅広いニーズに対応。

■ 商品開発取組み例



流水解凍のできる深絞り包材や、
解凍をせずに調理できる画期的な商品を開発



フライパンやホットプレートの熱伝導を考え、
調理しやすい厚みやカットサイズを工夫



旬の野菜を取り入れた肉のメニューをレシピカードや
印刷包材でご提供



冷凍室内の臭いや霜がつきにくく、肉の乾燥を防ぐ、
深絞り包材を使用

■ オーストラリアでの生産者との交流・商談



② 生産部門

生産部門は、原料の仕入から加工、出荷までを一貫して担う中核部門であり、全国の外食産業・生協への安定供給を支える要である。松山第一工場・松山第二工場・砥部工場の3拠点体制を通じ、原料の特性を見極めた小割・整形処理、独自の加工技術、衛生管理を徹底し、「いつ食べてもおいしい」と感じていただける品質を追求している。

第一工場では、部位ごとの性質に応じた整形・スライス・急速冷凍を行い、効率的で高品質な製品づくりを実現。第二工場では、「独自開発の酵素」による「熟成旨み加工」技術を用いて、短時間で旨味と柔らかさを安定的に引き出している。砥部工場では、クリーンで効率的なライン運営と従業員間のイメージ共有により、均一な品質と高い生産性を両立している。

各工場がそれぞれの専門性を発揮しながら連携することで、原料調達から出荷までの完全一貫管理体制を構築している。

また、生産部門は単なる生産現場ではなく、営業・開発部門と密に連携し、「どんな調理場で、どのように使われ、どのように喜ばれるか」までを見据えた商品づくりを実践している。

<こだわり・特徴>

・原料の個性を最大限に活かす精密加工技術

部位特性を見極め、最適な厚み・カットサイズ・整形方法を選定。原料の品質を活かしながら、調理のしやすさと美味しさを両立した商品を安定的に提供。

・独自の「熟成旨み加工」技術による高付加価値創出

自社独自開発の酵素を用い、短時間で旨味と柔らかさを引き出す革新的な熟成技術を確立。「熟成旨み牛」「熟成旨み豚」など、他社にないブランド商品を生み出している。

・クリーンで持続可能な生産体制とゼロ廃棄志向

HACCP基準に準拠した衛生管理のもと、加工技術の高度化により肉の歩留まりを向上させ、原料ロスや食品廃棄を最小限に抑制。商品の小分け化、小割整形で消費段階での廃棄削減にも貢献。素材を大切にし、「すべてを使い切る」精神でフードロス対策へ取組み、環境へ配慮をしている。

■ 熟成旨み加工の仕組み



③ 管理部門

管理部門は「農場から食卓まで」一貫した安全・品質管理体制を確立し、安心・安全でおいしい食肉をお客さまへお届けするための中核部門である。原料の受入審査から加工・出荷・表示管理に至るまで、全行程において厳格なチェックを実施。特に、サルモネラ菌・O-157などの微生物検査、脂肪含量などの成分検査、柔らかさの測定・残留放射能検査などを通じ、安全性・安定性・品質のすべてにおいて高い基準を維持している。

さらに、原料や商品のすべてにバーコードを付加し、入荷から出荷までの流れを一元管理することで、完全なトレーサビリティを実現。ロット番号をもとに、使用原料の個体識別番号や飼養場所の履歴などを追跡できるシステムを導入。これにより、お客さまが製品の安全性を自ら確認できる透明性の高い仕組みを提供している。

また、法令適合性の審査、アレルギー情報の管理、加工工場の管理体制の審査、原料・製品・加工環境の品質検査、従業員教育など、品質保証への取組みを実施し、「安心・安全・信頼」のブランドを維持し、持続的な企業価値向上に寄与している。

<こだわり・特徴>

・「農場から食卓まで」の一貫品質管理

原料の受入審査から商品出荷、表示管理までを全社で一元的に管理。高水準の品質保証体制で、安心・安全な食品供給を実現。

・透明性の高いトレーサビリティシステム

全商品にロット番号を付与し、対象商品にはバーコードを付与することで、原料肉の個体識別番号や飼養・加工場所の履歴が追跡可能。お客さま自身が安全性を確認できる開かれた品質保証を構築。

・人材育成とコンプライアンス重視の体制

法令順守・衛生管理・検査精度を支える仕組みを正しく機能させるとともに、従業員教育を通じて品質への意識を定着。全員が「正しい姿勢で食品を生み出す」企業文化を醸成し、安心・安全・信頼のブランドを維持している。

■ 品質管理作業



■ ロット番号（商品記載例）



(3) 経営理念・経営方針

① 経営理念（信念）

ニッシン・グレーメビーフ株式会社は、「食卓の小さな幸せを生み出す安心かつおいしい食肉の提供」を信念として掲げている。創業の原点は、現社長の両親が営んでいた一軒の小さな精肉店であり、当時から一貫して「お客様の声に耳を傾け、その思いに応える」ことを大切にしてきた。来店されるお客様の要望に合わせたミニチの配合提案や、おすすめ商品の提案といった丁寧な対話をする姿勢は、事業規模が拡大した現在も変わらず受け継がれている。

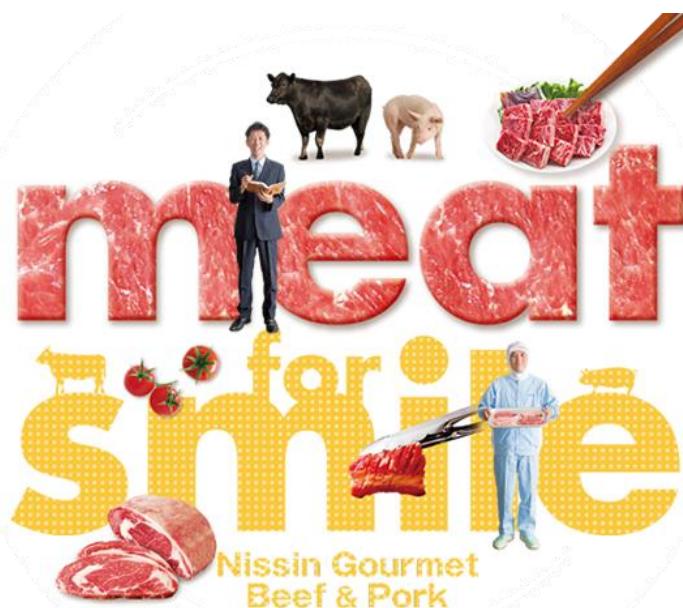
同社は、単なる商品の供給者にとどまらず、「調理をする方」「召し上がる方」それぞれの視点に立ち、最適な食肉の提供を追求している。調理目的や提供シーン、味付け特性に応じて最適な原料肉を柔軟に仕入れ、加工している。食を通じて多くの人々の人生を豊かにし、日々の食卓に笑顔があふれることこそが、同社が掲げる経営の根幹である。規模の大小に関わらず、「お客様に寄り添う姿勢」を軸に、安心・安全かつ高品質な食肉の提供を使命とする姿勢は揺るがない。

② 経営方針（方向性）

同社の事業運営においては、お客様との対話を重視し、潜在的なニーズを丁寧に拾い上げ、商品開発や生産に反映することで、より満足度の高い商品を届ける姿勢を貫いている。営業活動では、単なる販売にとどまらず、お客様とともに「想像」し「創造」するスタイルを実践しており、食卓に新たな価値を届ける基盤となっている。生産面では、独自に磨き上げた「熟成旨み加工」や急速冷凍技術などの加工技術を駆使し、素材の鮮度や旨みを最大限に引き出すことにこだわっている。さらに、加工場内の温度管理やゾーニングによる衛生管理を徹底することで、常に安定した品質を維持し、他社にはない附加価値を生み出している。

また、社会的価値の創出として、学校給食や高齢者向け商品の開発に取り組むほか、愛媛県における企業版ふるさと納税を実施し、地域の地方創生プロジェクトへの寄付を通じて社会課題の解決に貢献している。お客様の声を起点にした商品づくりは、単なるビジネス上の対応ではなく、「人々の健康や幸せに寄与したい」という企業としての想いを具体的に形にしたものである。

さらに、安定供給と持続的成長の両立に向けて、同社は積極的な設備投資や自動化を推進している。これらの取組みは生産効率の向上や安定した供給体制の確立にとどまらず、環境負荷低減と資源効率化にも資する取組みであり、次世代へ持続可能な事業基盤を引き継ぐための大きな柱となっている。こうした姿勢の根底には、食を通じて人々の生活を豊かにするという同社の考え方が常に流れおり、社会や市場の変化に柔軟に対応しながら、企業としての責任と成長の両立を目指している。



(4) サステナビリティ

同社は、事業活動を通じて SDGs の達成に貢献し、地域課題の解決及び持続可能な社会の実現に努めるべく、サステナビリティ経営を推進している。経済価値に加えて、社会価値や環境価値を向上させることで企業価値の向上と社会の持続的成長を同時に目指していくとしている。

また、同社では SDGs 宣言を策定し、重要課題（マテリアリティ）や目指す共通価値を特定している。本業における SDGs との関連性や取組状況を確認したうえで、今後、同社が SDGs のどのゴールに貢献する事業・取組みを行っていくかが明示されている。

■ 同社の SDGs 宣言



ニッシン・グルメビーフ株式会社 SDGs宣言

当社は、「食卓の小さな幸せを生み出す安心かつおいしい食肉の提供」をという信念のもと、
事業活動を通じて「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に貢献し、
地域課題の解決および、持続可能な社会の実現に努めてまいります。

2022年12月1日
ニッシン・グルメビーフ株式会社
代表取締役社長 酒井 宏



重点項目(ターゲット2030)

安心・安全な食肉の提供

当社独自の加工技術とノウハウが、肉本来のもつて
いる味わい、うま味を最大限に引き出し、安心安全な
食肉を提供します。これからも、お客様の声に耳を
傾け、品質向上に取り組みます。

【主な取り組み】

HACCP 基準に沿った衛生管理、食品安全チームの
編成、現地視察による適切な畜種・産地・部位の選定、IOF
凍結ライン(異物除去)、透通性に優れた深しづき包材、
トレーサビリティシステムの導入



環境に配慮した事業活動

エネルギー効率やCO2削減を考慮した設備投資を
通じて環境負荷の低減に努めます。また、食を取り
扱う企業として、フードロス削減にも取り組んでいます。

【主な取り組み】

省エネ設備の導入(冷却水循環装置、社用車のハイブリッド化、排水処理クリーン設備の導入、工場内照明のLED化)、
包材等の削減、フードロス削減、加工過程で出る肉片などの
有効活用、サプライヤー・協力企業へ取り組み依頼



働きやすい職場づくり

従業員一人ひとりの個性を認め合い、従業員の要望
を社内体制に反映し、だれもが働きやすい職場づくりに
努めます。従業員の心身の健康にも配慮し、ワーク
ライフバランスの向上を目指します。

【主な取り組み】

ハラスメント対応の徹底、健康づくり推進宣言、健康づくり
優良事業所認定、安全衛生委員会の設置、産業医による
職場巡回、目安箱の設置、会社負担による資格取得支援、
全国食肉学校通信教育の受講



ガバナンスの強化

企業の持続的な成長と企業価値の向上を目指し、
コンプライアンスの徹底やリスクマネジメントの強化に
努め、ガバナンスの更なる強化に取り組みます。

【主な取り組み】

コンプライアンス委員会の設置、コンプライアンス研修の実施、
BCPマニュアル策定、取引先情報管理マニュアルの策定、
公正な取引の遵守



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」とは

- 貧困、気候変動、人種・性差別、働き方などのさまざまな問題が顕在化する中、持続可能な社会をつくるために国連が定めた国際目標です。2030年までに解決すべき優先課題として、17の目標と169のターゲットが示されています。
- 目標を達成するため、国連や政府だけでなく、企業やNPO、個人等が幅広く担い手として活躍するよう期待されています。
- 企業がSDGsに取り組むことで、「気候変動をはじめ経営環境が変化していく中でも持続可能な組織である」と示すことにつながります。

社会面では、「働きやすい職場環境」を重点課題とし、社員が心身ともに健康でいきいきと働き続けられる環境づくりに取り組んでいる。「健康宣言」のもと、健康づくりに積極的に取り組む姿勢を明確にし、経済産業省および日本健康会議が主催する「健康経営優良法人（中小企業部門）」に3年連続で認定されている。同社では、定期健康診断やメンタルヘルス対策、休暇制度の適正運用などに加え、職場環境の改善を進めることで、従業員の健康保持と働きやすさの両立を図っている。

また、地域社会の一員として、子ども食堂やフードバンク等への食肉提供を定期的に実施し、生活困窮世帯や子どもたちの健全な成長を支援している。加えて、企業版ふるさと納税制度を通じた地方創生への寄附にも継続的に取り組んでおり、自治体との連携を通じて、教育・福祉など多面的な地域課題の解決に貢献している。

環境面では、「環境に配慮した事業活動」を重点課題とし、環境方針と具体的な数値目標を掲げている。エネルギー効率を「生産性に基づくエネルギー消費量」で測定し、指標値の年間平均1%削減を目標に取り組みを継続している。2023年度には前年比2.7%の削減を達成し、2024年度以降も継続的な改善を目指している。社内には生産本部本部長をトップとする省エネルギー活動プロジェクトを設置し、専門家の助言を得ながら定期的に会合を開き、省エネ施策を推進している。現在までの具体的な施策としては、工場照明のLED化、高効率蒸気ボイラや高効率空調冷凍機の導入、KE2コントローラによるファン・デフロスト制御などを順次進めている。さらに、省エネルギー活動の啓発や、包装資材の削減などを通じ、企業全体で環境負荷の低減に努めている。

■ 同社の環境への取り組み

環境方針

ニッシン・グルメビーフは「食」にかかわる企業であり、食肉を通じて充実した人生に 関っていくとともに、「食卓の幸せ」のために、環境への取り組みも推進してまいります。

目標

ニッシン・グルメビーフでは、生産に使用するエネルギーの削減を中心に、環境負荷低減に配慮して事業を展開しています。生産性に基づくエネルギー消費量（エネルギー消費量（原油換算値）÷（生産トン数÷総労働時間））を指標として設定し、その指標値の年間平均1%を削減することを目標としています。

活動組織

社内に生産本部 本部長をトップとする、省エネルギー活動プロジェクトを設置し、2ヶ月に1回のペースで会合を重ね、生産・流通などに関連する省エネルギーへの取り組み状況の確認、次の施策の決定などを行っております。また、定期的に社外からエネルギーの専門家も招き、専門知識の更なる習得も積極的に行っております。

現在までの取り組み状況

実施年	実施場所	実施施策
2022年度	全工場	工場照明の全LED化
2023年度	松山第二工場	高効率蒸気ボイラーの導入
2024年度	松山第二工場 松山第一工場	高効率空調冷凍機の導入 KE2コントローラーの導入試験
2025年度	松山第一工場	ファン及びデフロスト制御を目的とした KE2コントローラー導入
2026年度	砥部工場	ファン及びデフロスト制御を目的とした KE2コントローラー導入（予定）
2027年度	松山第二工場	ファン及びデフロスト制御を目的とした KE2コントローラー導入（予定）

出所：同社ホームページ

Copyright.2025 EHIME BANK,LTD.

■ 健康経営優良法人認定



■ 企業版ふるさと納税



出所：同社ホームページ

■ 子ども食堂、フードバンク



出所：教会こども食堂 Facebook ページ

2. インパクトの特定

(1) 事業性評価

同社は、牛肉・豚肉などの食肉加工・卸売事業を展開している。以下のとおり、事業性の観点から、同社の強みや現状を分析した。

① 市場ポジション

同社は、食肉商品（牛肉・豚肉等）の開発・製造・販売を一貫して行う総合食肉メーカーである。原料調達から加工・流通・販売に至るまでを自社管理し、外食・量販・業務用・学校給食・業務用など幅広い販路を持つ。創業以来培ってきた食肉加工技術と品質管理体制を基盤とし、「安心・安全でおいしい肉製品」を安定的に供給している。

国内の食肉市場では、価格競争が激化する一方、高品質志向・健康志向の高まりを背景に、競合との差別化ができる技術を有する企業として確固たる地位を築き、特に「熟成旨み牛」など独自ブランドを確立している。

② 提案型営業体制

多様な販売チャネルを確立しており、お客さまニーズに応じた柔軟な商品提案を行っている。特に調理の手間を軽減する「軟化加工」、「小割整形」など、業務現場の課題に即した提案営業を展開している点が強みである。

また、長年にわたる取引実績を通じて、顧客からの信頼を獲得しており、安定的な受注基盤を形成。品質と供給体制に対する評価を背景に、学校給食などの公的機関向け案件にも対応できる営業体制を整えている。

さらに、熟成・加工技術を活かして、顧客ニーズに合わせた提案が可能で、販路拡大と顧客の定着化の両面での優位性を有する。

③ 一貫生産体制による品質保証

原料の仕入から加工、出荷に至るまで、すべての工程を自社で一貫管理する体制を構築している。国内外の仕入先との長期取引を通じて安定的に高品質原料を確保し、自社工場においてHACCP基準に準拠した衛生管理を実施。すべての原料や商品にバーコードを付加し、ロット番号をもとにトレーサビリティを可視化している。これにより、異物混入や品質ばらつきのリスクを極小化し、安定した品質での供給を実現。幅広い販路から高い評価と信頼を得ている。

④ 独自技術による高付加価値化

長年の経験で培った独自の加工技術や味覚設計力を活かし、「熟成旨み牛」、「熟成旨み豚」など独自ブランド商品で差別化を展開。熟成期間や温湿度を厳密にコントロールする独自プロセスにより、肉本来の旨味を最大限に引き出すとともに、柔らかさ・ジューシーさ・香りのバランスを最適化。これにより歩留まりが向上し、原料ロスの削減やエネルギー効率の向上にも寄与している。さらに、健康志向・高齢者食市場に対応した製品の開発にも取り組み、多様な顧客ニーズに柔軟に対応可能な技術基盤を有している。

⑤ 食の安全・健康・教育分野への社会的貢献

「安全でおいしい食を通じて人々の健康を支える」という理念のもと、学校給食や業務用分野を含む幅広い販路に対して、食感・風味・衛生性を重視した製品を安定供給している。特に「軟化加工」、「熟成旨み加工」技術を活かした商品は、子どもから高齢者まで安心して食べられる「食べやすさ」を実現している。またHACCP基準に準拠した衛生管理体制のもと、調理のしやすさや保存性にも配慮し、調理現場の作業効率化にも寄与している。

⑥ 環境負荷低減と資源効率化への取組み

製造・加工の各工程で環境に配慮した取組みをしている。生産活動全体での省エネルギー化、資源効率化に注力しており、冷凍・冷蔵設備の省エネ化やLED照明化を推進。年間電力使用量の削減とCO₂排出量の削減を進め、省エネルギーで効率的な生産体制を整備している。また、加工技術の高度化により肉の旨味と柔らかさを維

持しつつ、歩留まりを向上させることで、原料ロスや食品廃棄の削減している。食肉加工の過程で最終的に発生する動物性油脂（脂分）についても、廃棄せず石鹼やバイオディーゼル燃料として再利用をしている。また、商品の小分け、小割整形を通じて、必要量に応じた利用を促進し、流通・消費段階でのフードロス削減にも寄与している。包装資材においても環境配慮型資材へ転換することで、環境負荷低減に努め資源効率化へ取り組んでいる。

これらの強みと現状が、同社の事業の安定性や成長性を支える基盤となっている。

■ 取扱商品（一部抜粋）



牛サーロイン



牛カルビ



牛肩ロース



豚ロース

(2) バリューチェーン分析

以下のとおり、同社のバリューチェーンを可視化した。バリューチェーンをもとに、同社の事業活動から生じる重大なポジティブインパクト、ネガティブインパクトを特定した。

- 同社は、食肉の加工および卸売業を展開している。原料となる食肉の調達先の一つである酒井畜産荷受株式会社およびニッシングルメフーズ株式会社は、いずれも同社のグループ企業である。
- 取り扱う商品数は500品目を超える。畜種別の取り扱い比率は、牛肉が75%、豚肉が23%、鶏肉・ラムなどが2%である。主力である牛肉の産地別出荷重量の比率は、オーストラリア産40%、米国産20%、国産20%、ニュージーランド産15%、カナダ・ウルグアイ産5%となっている。
- 原料となる食肉は、商社、全国食肉輸出入事業協同連合会、各食肉専門卸からブロック単位で調達している。自社工場で加工した後、商社、食品メーカー、チェーンストア、外食産業向けに卸売している。
- 食肉加工は、すべて愛媛県内の自社三工場（松山第一工場、松山第二工場、砥部工場）で行っている。特に、独自技術である「インジェクション加工」などの軟化加工においては、「牛脂注入加工」や酵素を用いた「熟成旨み加工」を施すことで、「旨み」「やわらかさ」「ジューシーな食感」を引き出すことに成功している。これにより、大手商社や外食産業を中心に高い評価を得ている。
- 同社では、食肉加工後にX線検査や金属検出などの異物検査を行い、包装、急速冷凍を経て出荷している。包装工程で使用される「深絞り真空包装」は、水蒸気透過性および酸素透過性が低く、肉の乾燥や臭い移りを防止する効果がある。また、急速冷凍工程における「インピングメントフリーザー」は、食肉を入荷時と同様のフレッシュな状態に保つ効果があり、加工技術と並ぶ同社の特徴的な技術の一つとなっている。
- 同社では、入荷から出荷に至る全工程において徹底した品質・情報管理を行い、トレーサビリティシステムを構築している。これらの取組みにより高品質な商品を提供することで、得意先はもとより最終消費者からの信頼を獲得し、安定した事業基盤の形成につながっている。

■ 同社のバリューチェーン



(3) インパクトレーダーによるマッピング

(2) のバリューチェーン分析に加え、UNEP FI が提供するインパクトレーダーによるマッピングを行った。同社の事業を国際標準産業分類にて「肉の加工・保存業 (ISIC1010)」、「食料品、飲料及びたばこ卸売業 (同 4630)」と分類した。本分類を適用し、発生するインパクトの検証を行った。

なお、同社の川上事業は「食料品、飲料及びたばこ卸売業 (同 4630)」、「廃棄物・スクラップ及び他に分類されないその他の製品の卸売業 (同 4669)」、川下事業は「食料品、飲料及びたばこ卸売業 (同 4630)」、「調理食品製造業 (同 1075)」、「食料品、飲料またはたばこが主な非専門店小売業 (同 4711)」、「レストラン及び移動式飲食業 (同 5610)」と分類し、発生するインパクトの検証を行った。このうち、同社の主力事業とインパクトの関連性が高いもののみ、より詳細に発生するインパクトの検証を行った。

■ インパクトマッピング (川上の事業～川下の事業)

		川上の事業		ニッシン・グルメビーフ(株)				川下の事業							
		4630	4669	1010		4630		4630		1075		4711		5610	
国際標準産業分類		食料品、飲料及びたばこ卸売業	廃棄物・スクラップ及び他に分類されないその他の製品の卸売業	内での加工・保存業		食料品、飲料及びたばこ卸売業		食料品、飲料及びたばこ卸売業		調理食品製造業		食料品、飲料またはたばこが主な非専門店小売業		レストラン及び移動式飲食業	
PI/NI		PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI
社会	Availability - Water														
	Food	○				◎		○		○		○		○	
	Housing														
	Health & sanitation	○	○			○	◎		○		○		○		○
	Education														
	Employment	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	Energy														
	Mobility														
	Information														
	Culture & heritage					○					○			○	
環境	Integrity & security of person														
	Justice														
	Strong institutions, peace & stability														
	Quality - Water		○		○		○		○		○		○		
	Air		○		○				○		○				
	Soil														
	Biodiversity & ecosystems		○		○				○		○				
経済	Resources efficiency / security			○			○					○			
	Climate		○	○	○		○		○		○		○		
	Waste		○	○	○		○		○		○		○		○
その他	Inclusive, healthy economies					○					○		○		
	Economic convergence			○											
その他	Other														

PI : ポジティブインパクト、NI : ネガティブインパクト

◎ : 重要な影響がある、○ : 影響がある

■ インパクトマッピング（詳細）

分野	種類	インパクトカテゴリー	内の加工・保存業		食料品、飲料及び たばこ販売業	
			PI	NI	PI	NI
本業	社会	Food (食糧)	◎		○	
		PI) 食肉の提供を通じ、消費者の手頃な価格且つ安全で栄養価の高い食糧へのアクセスに貢献	<p><主な取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では「食卓の小さな幸せを生み出す安心かつおいしい食肉の提供を」という信念のもと、最終消費者たる一般個人が手頃な価格でありながら、栄養価が高く、それでいてジューシーで美味しいと感じられる食肉を提供している。 同社の特徴的な技術として挙げられるのが食肉加工における「インジェクション加工」である。同加工では、食肉の整形過程で発生する端材（脂身）を用いる「牛脂注入加工」及び独自開発した酵素を用いる「熟成旨み加工」を行っている。これにより、栄養価の高い赤身肉に適度な「サシ」を加えることができている。 また、現在、気候変動の影響による生育不良や途上国での需要増加等により肉牛の飼料となる穀物の価格が高騰し、食肉価格についても高騰している。これに対し、同社では海外の広い農場で青々とした牧草を食べ、のびのびと育った肉牛（生育期間が短い）を原料として、手頃な価格での食肉提供を実現している。（主力の牛肉の産地別出荷重量：オーストラリア産 40%、米国産 20%、国産 20%、ニュージーランド産 15%、カナダ・ウルグアイ産 5%） このような取組みを通じ、同社では手頃な価格で栄養価が高く且つ味わい深いジューシーで美味しい商品提供が可能となっている。 さらに、同社は「独創的な開発力」「確かな技術力」「的確な提案力」を強みとしており、商品アイテム数は約 500 種に及んでいる。これにより最終消費者の同社商品へのアクセス性が向上しているといえ、一方で前述3つの強みがアクセス性向上を可能たらしめているともいえる。 			
		Health & sanitation (健康・衛生)	○	◎		○
		PI) 安全で栄養価の高い食肉の提供が、消費者の健康的な食生活に貢献	<p><主な取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、「食糧」での記載と同様、栄養価の高い赤身肉に適度な「サシ」を入れるインジェクション技術に定評がある。特に独自開発した酵素を用いる熟成旨み加工では、美しさと適度な歯ごたえを持つ赤身肉へ仕上げている。また、カロリーや栄養素も考慮した付加価値の高い商品づくりも進めている。 近年、子どもの噛む力が弱ってきていているといわれる中、同社では、給食用に歯ごたえのあるオージービーフを提供している。これは、成長途上の子どもたちに歯ごたえのある肉を確りと噛みしめて欲しいという想いが込められている。子どもの頃に噛む力を養っていれば、歯並びもよくなり、年齢を重ねても自分の歯で味わうことができる。「食は人の体をつくる」といわれるよう、美しさだけでなく、食品メーカーであるとの自負のもと、食肉の提供を通じ、消費者の豊かで充実した人生に貢献していきたいとしている。 			
		NI) 提供する食肉の品質等によって、消費者の健康に対する NI が発現しうる	<p><主な取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、入荷から出荷に至る過程を通じて徹底した品質・情報管理を行っている。具体的には、食品安全チームの設置、HACCP 基準に適合した衛生管理、現地視察による適切な畜種・産地・部位の選定、X 線異物検出・金属検出といった異物除去、深絞り真空包装（水蒸気透過性及び酸素透過性が低く、商品の劣化防止に有効）に取り組んでいる。また、トレーサビリティシステムを導入することで、原料として使用した牛の生年月日、雌雄の別、母牛の個体識別番号、種別（品種）、飼養場所を追跡可能としており、川下事業者ひいては最終消費者が安心して口にできる商品を提供している。 現在、FSSC22000 取得に向け、毎月 2 回専門家を交えた勉強会を開催中。HACCP と比較して難易度が高いため、自社で持続可能な取組みとして落とし込めるよう、じっくりと時間をかけて進めている状況。 			

			肉の加工・保存業		食料品、飲料及びたばこ卸売業	
分野	種類	インパクトカテゴリー	PI	NI	PI	NI
本業	経済	Inclusive, healthy economies (包括的で健全な経済) PI) 川上・川下企業を含めた食肉サプライチェーンの形成を通じ、健全な経済活動に貢献 <u><主な取組み></u> <ul style="list-style-type: none"> 同社は、原料肉を国内商社や専門卸から調達し、その他食肉加工原料、調味料及び包装資材等を用いて、自社で加工・包装を行い出荷している。川下の事業者（販売先）は、各生活協同組合及び大手外食産業が大部分を占めている。 このことから、同社は、川上事業者（間接的には牛生産者も含む）と川下事業者の事業活動の架け橋として機能しており、経済の活性化に対する貢献度は高い。 	○			

PI : ポジティブインパクト、NI : ネガティブインパクト

◎ : 重要な影響がある、○ : 影響がある ※関連性のないインパクトカテゴリーは省略

			肉の加工・保存業		食料品、飲料及びたばこ卸売業	
分野	種類	インパクトカテゴリー	PI	NI	PI	NI
雇用	社会	Employment (雇用) PI) 社員の生計及びその家族を含めた社会保障の確保に貢献 <u><主な取組み></u> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、社員の働きやすさ・働きがい向上に資する取組みとして、会社負担による資格取得支援、全国食肉学校通信教育の受講及び福利厚生制度を制定している。 ダイバーシティに関する取組みとして、次世代法に基づく一般事業主行動指針（計画期間：2024/4～2026/3）において、①始業・終業時刻の繰上/繰下制度の導入、②在宅勤務・テレワーク等のルール整備及び導入、③インターンシップやトライアル雇用を通じた若年者の就労推進に取り組んでいる。また、女性活躍推進法に基づく一般事業主行動指針（計画期間：2022/10～2027/3）において、①パート社員から2名を正社員へ登用、②男性社員の育児休業取得率の向上（目標30%以上）に取り組んでいる。さらに、技能実習修了者の希望に基づき、継続的な就労を支援する観点から正社員として雇用したケースもある。 同社では、これらの取組みを通じ、多様性に富み、社員一人ひとりが活き活きとした職業生活を送ることができる組織を目指している。こういった取組みは財務面での効果だけでなく、ひいては自社の財務面にポジティブなインパクトをもたらすことを企図している。 <u><その他の取組み></u> <ul style="list-style-type: none"> 「1 on 1 MTG」によるエンゲージメント向上、「1 on 1 MTG」結果に基づく対応策等を経営会議等で議論、業績評価制度、業績上位者表彰制度、社内メンター制度制定、業績向上及び労働安全衛生に資する各種資格取得支援及び資格手当支給、副業制度制定、テレワーク制度化、退職金制度、くるみん認定取得済、育児・介護休暇時間勤務・フレックス制度制定、産前・産後休業制度制定、育児・介護休業制度制定、育児・介護休業からの復職支援プログラム制定、障がい者雇用、外国人技能実習生採用、技能実習・特定技能修了者の意向に応じた正社員登用と継続的な支援、雇用延長等シニア層の活用（正社員 65 歳定年→パート・アリバイトへ移行後年齢制限なし） NI) 労働条件によって社員の健康に影響を与える <u><主な取組み></u> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、職場環境の改善及び社員の心身の健康と安全に資する取組みとして、ハラスマント対策の徹底に取り組んでいる。具体的には、該当者への懲罰レールの整備や社内での定期的なアンケートなどが挙げられる。 また、「健康づくり推進宣言」に基づく取組みを推進することで「健康づくり優良事業所認定」及び「健康経営優良法人認定（2023～2025まで継続取得中）」を取得している。 さらに、労働安全衛生法上の義務ではあるものの、社員 50 人以上の事業所において安全衛生委員会を設置し、定期的な議論及び産業医による定期巡回を適正に行っているほか、社内の目安箱設置により、より効果的な取組みを推進している。 	○	○	○	○

			肉の加工・保存業		食料品、飲料及びたばこ卸売業	
分野	種類	インパクトカテゴリー	PI	NI	PI	NI
		<p><その他の取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 半日休暇・時間単位休暇制度（パート、アルバイト含む）、ストレスチェック、産業医との面談・講習受講、衛生委員会、安全衛生管理規程制定、ハラスマント相談窓口設置、ハラスマントに関する懲戒規程制定、安全パトロール実施、安全教育実施、KY（危険予知）活動実施 				

PI : ポジティブインパクト、NI : ネガティブインパクト

◎ : 重要な影響がある、○ : 影響がある ※関連性のないインパクトカテゴリーは省略

			肉の加工・保存業		食料品、飲料及びたばこ卸売業	
分野	種類	インパクトカテゴリー	PI	NI	PI	NI
環境	環境	Quality – Water (水質)		○		○
		NI) 工場からの排水及び商品の輸送過程における汚染物質の漏出が水質汚染につながりうる				
		<主な取組み>				
		<ul style="list-style-type: none"> 同社では、排水処理クリーン設備を導入し、工場排水による水質汚染を防止している。また、冷却水循環装置の導入により、一度冷却システムで使用した水を再利用することで、使用量及び排水量を大幅に削減し、環境負荷の軽減に貢献している。 				
		Air (大気)				○
		NI) 商品の輸送過程における汚染物質の排出が大気汚染につながりうる				
		<主な取組み>				
		<ul style="list-style-type: none"> 同社では、大気汚染を防止する取組みの一環として、社用車をハイブリッド車に置き換えており。また、従来品よりも軽量化された包装資材を導入することで、輸送時の積載効率を向上させ（自社工場間輸送及び外注している販売先への輸送回数の低減効果あり）、CO₂や大気汚染物質の排出削減を行い、物流全体での環境負荷低減にも貢献している。 				
		Biodiversity & ecosystems (生物多様性と生態系サービス)				○
		NI) 商品の輸送経路において生物多様性及び種に対するNIが発現しうる				
		<主な取組み>				
		<ul style="list-style-type: none"> 同社では、基本的に商品の輸送を他社へ外注している。パートナー企業の選定にあたっては、当該企業の環境への取組みを選定基準の一つとしている。一部自社での輸送も行っているが、効率的な配送ルートを組むなどしてNIの発現を低減している。 また、同社では、紙製包装資材にFSC認証紙を利用しており、高保護価値森林（HCVF）の保護・違法伐採の防止を通じた動植物の生息地維持にも貢献している。 				
		Resources efficiency / security (資源効率・安全性)				
		NI) 工場で使用する淡水やエネルギー等の消費が資源効率の悪化を招きうる		○		
		<主な取組み>				
		<ul style="list-style-type: none"> 同社では、環境負荷低減を重視し、生産に使用するエネルギーの削減を中心に事業展開を行っている。具体的な取り組みとして以下の施策を実施している。 省エネルギー活動プロジェクトの設置：2か月に1回のペースで会合を開催し、生産・流通に関連する省エネルギーへの取り組み状況を確認し、次回施策を決定している。定期的にエネルギーの専門家を招き、専門知識の習得を図っている。 生産拠点の設備高性能化と省エネルギー化：松山第一工場、松山第二工場、砥部工場では、今後数十年の生産を見据えて設備の高性能化と省エネルギー化を進めている。具体的には、工場内の照明を全LED化する取り組みを進め、KE2コントローラー（空調の効率具合を調整する役割）、最新のボイラーやコンプレッサを導入することで、工場全体のエネルギー消費量を削減 				

			肉の加工・保存業		食料品、飲料及び たばこ卸売業	
分野	種類	インパクトカテゴリー	PI	NI	PI	NI
		<p>減している。これらの取り組みにより、環境への貢献だけでなく、エネルギーコストの削減や持続可能な経営に貢献している。</p> <ul style="list-style-type: none"> また、後述する「トレー・チャック袋の変更及び使用中止」については、化石資源の使用量削減にも貢献する取組みといえる。さらに、冷却水循環装置の導入により、水資源を効率よく利用する取組みも行っている。 加えて、紙製包装資材にFSC認証紙を利用しており、計画的伐採で長期的な森林資源の確保や端材・副産物の有効活用を通じた資源効率の向上に貢献している。 			○	○
	Climate (気候)	NI) 食肉の保存・加工及び商品の保管・輸送過程におけるCO ₂ 排出が気候に負荷をかけうる			○	○
		<p><主な取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、「環境方針」に基づき、生産に使用するエネルギーの削減を中心に、環境負荷低減に配慮して事業を展開している。その中で、生産性に基づくエネルギー消費量（エネルギー消費量（原油換算）÷（生産トン数÷総労働時間））を指標に設定し、それを年間平均1%削減することを目標としている。これまで、2022年度：90.63 lに対し、2023年度：89.55 lと前年比1.2%削減を達成。以降も前年比1%削減に向け省エネに取り組んでいる。今後は、エネルギー削減効果や環境負荷低減の実態をより精緻に把握するため、これに加えて「エネルギー消費（原油換算）÷生産トン数」をエネルギー消費量の指標として設定し、毎年1%の削減に取り組んでいく。その目標達成に向け、生産本部本部長をトップとする「省エネルギー活動プロジェクト」を設置し、2ヶ月に1回のペースで会合を重ね、生産・流通などに関連する省エネへの取組状況の確認及び今後の施策の決定などを行っている。また、定期的に社外からエネルギー分野の専門家を招聘し、更なる専門知識の習得にも積極的に取り組んでいる。 省エネの具体策としては、食肉の加工及び商品の保管時に使用する資材を改善することで、CO₂排出量の削減を実現している。具体的な取り組みとして、「トレー・チャック袋の変更及び使用中止」を推進している。この取組みにより、同社では、環境への貢献と合わせてコスト削減も実現している。 <p>2023年5月：一部商品の仮盛り発泡トレーを小型化し、3,215kg/年のCO₂排出量を削減 2024年7月：牛タン・豚タン商品の仮盛りトレーを廃止し、計量技術の改良により7,770kg/年のCO₂排出量を削減 2025年2月：厚みを44%カットしたチャック袋への変更。軽量化された袋を採用することで4,440kg/年のCO₂排出量を削減。</p> <ul style="list-style-type: none"> この他、社用車のハイブリッド化、工場内照明のLED化にも取り組んでおり、現在は松山第一工場においてPPA（PV500枚を屋根置き）を計画中で、同工場でのエネルギー使用量を大幅に削減できる見通し。同工場での導入効果を検証したうえで、松山第二工場及び西部工場への導入を検討していく。 				
	Waste (廃棄物)	NI) 食肉加工過程で発生するロスや老朽設備が廃棄物生産を助長しうる			○	○
		<p><主な取組み></p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、廃棄物削減の取組みとして、食肉加工過程で発生する肉片をインジェクション加工で用いる牛脂等に活用している。また、原料を枝肉で仕入れるのではなく、すべてブロックで仕入れることで無駄なく利用し、「食」を取り扱う企業としてフードロス削減に貢献している。 食肉加工の過程で最終的に発生する動物性油脂（脂分）についても、廃棄せず石鹼やバイオディーゼル燃料の原料として再利用をしている。 さらに、2023/5より、順次「トレー・チャック袋の変更及び使用中止」を進めている。このような包装資材に関する一連の取組みにより、2,622 kg/年の化石由来プラスチック容器の削減を実現している。 				

PI : ポジティブインパクト、NI : ネガティブインパクト

○ : 重要な影響がある、○ : 影響がある ※関連性のないインパクトカテゴリーは省略

(4) 特定したインパクト

(1)～(3)の分析を踏まえて、同社が「環境」「社会」「経済」に与えるインパクトを以下のように特定した。

特定したインパクト	① 食卓の幸せへの貢献 ② 誰もが働きやすい職場づくり ③ 環境経営の進化
-----------	---

① 食卓の幸せへの貢献

同社は、事業活動を通じて人々の食生活の基盤を支え、安心で豊かな暮らしに貢献している。牛肉・豚肉を中心に500品目以上の商品を取り扱い、熟成旨み加工やインジェクション加工、ハイテクフローズン方式といった独自の技術を駆使することで、栄養価が高く、ジューシーで美味しいと感じられる商品を手頃な価格で安定的に供給している。その背景には、「安全性」「味わい」「生産者の理念」を重視した厳選調達の方針があり、顧客ニーズに合わせて農場ごとに最適な環境で育った原料を選び抜くことで、多くの家庭や外食産業にとって安心して選べる品質と価格を実現している。さらに、カロリーや栄養素を考慮した付加価値の高い商品づくりも進めしており、高齢者や介護施設向けには食べやすさと健康性を両立した商品を提供するなど、多様なニーズに応える姿勢を強めている。品質・安全性の確保においても、入荷から出荷に至るまで徹底した管理体制を整備している。食品安全チームの設置、HACCP基準に基づく衛生管理、現地視察による適切な畜種・産地・部位の選定を行うほか、X線異物検出機や金属検出機の導入、深絞り真空包装の実施など、多層的なリスク管理を徹底している。また、トレーサビリティシステムを導入することで、原料として使用した牛の生年月日、雌雄の別、母牛の個体識別番号、品種、飼養場所までを追跡可能としており、川下事業者や最終消費者が安心して口にできる商品を提供している。こうした体制は、消費者の「健康的で安全な食生活」を支えると同時に、お客さまとの信頼関係を強化し、経済活動の円滑な循環にもつながっている。さらに、同社は原料肉を国内商社や専門卸から調達し、自社で加工・包装を行った上で川下事業者へ供給することで、川上と川下の事業活動を結びつける役割を果たしており、食品流通全体の活性化にも寄与している。

今後は、安心・安全な食肉の安定供給をさらに拡充し、人々の健康的な食生活に一層寄与していく方針である。その実現に向けて、食肉総出荷重量や売上高の拡大、得意先の増加を目指すとともに、品質や食品安全に関する認証の取得を進めることで、持続的にポジティブなインパクトを高めていくことを掲げている。こうした取組みを重ねることで、同社は「食卓における小さな幸せ」を創り出す存在として、社会的な役割を一層強めていくことが期待される。

本インパクトは、UNEP FIのインパクトレーダーでは「食糧」「健康と衛生」に該当し、社会面のポジティブインパクトを拡大するものと考えられる。SDGsでは、2.1、3.4のターゲットに該当すると考えられる。

項目	内容
インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大
インパクトカテゴリー	「食糧」「健康と衛生」
関連する SDGs	2.1 「2030年までに、飢餓を撲滅し、全ての人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場にある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十分得られるようにする。」 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。」

② 誰もが働きやすい職場づくり

同社は、雇用を通じて社会にポジティブなインパクトをもたらしている。同社では社員一人ひとりの働きやすさ・働きがいを高めることを重視しており、会社負担による資格取得支援や全国食肉学校通信教育の受講、副業制度の制定などを進めている。これにより、従業員のスキルアップやキャリア形成を後押しし、持続的な人材育成につなげている。さらに、始業・終業時刻の繰上・繰下制度や在宅勤務・テレワーク制度の導入、インターンシップやトライアル雇用による若年層の就労支援など、多様な働き方を実現するダイバーシティの取組みを積極的に推進している。また、パート社員から正社員への登用、男性社員の育児休業取得率の向上、外国人社員の正規登用といった具体的な施策を通じ、多様な人材が活躍できる環境を整備している。こうした取組みによって、社員一人ひとりが活き活きとした職業生活を送ることができる組織づくりが進んでおり、非財務的な価値向上に加え、ひいては企業の財務面にもプラスの効果をもたらすことを企図している。また、職場環境の改善としてハラスマント防止対策を徹底しており、懲罰ルールの整備や定期的な社内アナウンスを実施することで、社員が安定して働く環境を維持している。加えて、同社は「健康づくり優良事業所認定」や「健康経営優良法人認定」を継続して取得しており、社員の健康保持と職場環境改善に向けた継続的な取組みを行っている。

今後は、心身の健康増進と多様性に富む組織づくりをさらに推進し、社員の幸福度を高めることを方針としている。具体的には、年次有給休暇取得率の向上、女性管理職比率の拡大、男性の育児休業取得率の維持、外国籍正社員の採用拡大などを通じて、多様な人材が互いに尊重され、安心して働く職場づくりを進めていく。これにより、雇用面における追加的なポジティブインパクトの発現を目指し、持続可能な事業基盤の強化につなげていく。

本インパクトは、UNEP FI のインパクトトレーダーでは「雇用」に該当し、社会面のポジティブインパクトを拡大するとともに、同じく社会面のネガティブインパクトを緩和するものと考えられる。SDGs では、5.5、8.5 のターゲットに該当すると考えられる。

項目	内容
インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大、ネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリー	「雇用」
関連する SDGs	5.5 「政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。」 8.5 「2030 年までに、若者や障害者を含む全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、並びに同一労働同一賃金を達成する。」

③ 環境経営の進化

同社は、食肉加工業における事業活動を通じて、資源効率の向上、気候変動対策、廃棄物削減の観点から環境負荷の低減に積極的に取り組んでいる。生産拠点である松山第一工場、松山第二工場、砥部工場では、省エネルギー化や設備の高性能化を進めており、工場照明のLED化、高効率ボイラやコンプレッサの導入、KE2コントローラーの設置などによりエネルギー効率を改善してきた。その結果、2023年度には前年比2.7%のエネルギー消費削減を達成している。さらに、社内に「省エネルギー活動プロジェクト」を設置し、2か月に1度の会合で取組状況を確認・検証し、専門家の助言も得ながら継続的な改善を実施している。資源効率の向上に向けては、冷却水循環装置を導入し、水資源の有効利用を図っている。また、廃棄物削減の観点では、食肉加工の過程で最終的に発生する動物性油脂（脂分）についても、廃棄せず石鹼やバイオディーゼル燃料の原料として再利用し、フードロスの低減につなげている。さらに、枝肉ではなくブロック肉を仕入れることにより、不要部分の発生を抑え、原料を効率的に活用する仕組みを構築している。包装資材についても、発泡トレーの小型化や廃止、チャック袋の軽量化を進めることで、化石由来プラスチック使用量とCO₂排出量の削減に取り組んでいる。これらの一連の取組みは、環境面でのネガティブインパクトの低減だけでなく、コスト削減や効率的な事業運営にもつながっており、持続可能な経営基盤を強化する効果をもたらしている。

今後については、省エネ・再エネ設備の導入をさらに進めることでCO₂排出量の削減により一層貢献していく方針である。具体的には、エネルギー消費量の削減を継続し、事業活動全体で環境負荷の低減を目指す。こうした取組みを通じて、同社は今後も環境負荷の低減に努め、持続可能な事業運営を進めていくとしている。

本インパクトは、UNEP FIのインパクトレーダーでは、「資源効率・安全性」「気候」に該当し、環境面のネガティブインパクトを緩和するものと考えられる。SDGsでは、7.3、12.2、12.5、13.1のターゲットに該当すると考えられる。

項目	内容
インパクトの種類	環境面におけるネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリー	「資源効率・安全性」「気候」
関連する SDGs	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。」 12.2 「2030年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。」 12.5 「2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。」 13.1 「全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靭性（レジリエンス）及び適応の能力を強化する。」

(5) インパクトニーズの確認

① 日本におけるインパクトニーズ

同社の売上は、日本国内におけるものである。以下のとおり、国内における SDG インデックス＆ダッシュボードを参照し、そのインパクトニーズと同社のインパクトとの関連性を確認した。

本ファイナンスにおいて特定されたインパクトに対する SDGs のゴールは、以下の 6 点である。

【目標 2】飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する

【目標 3】あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する

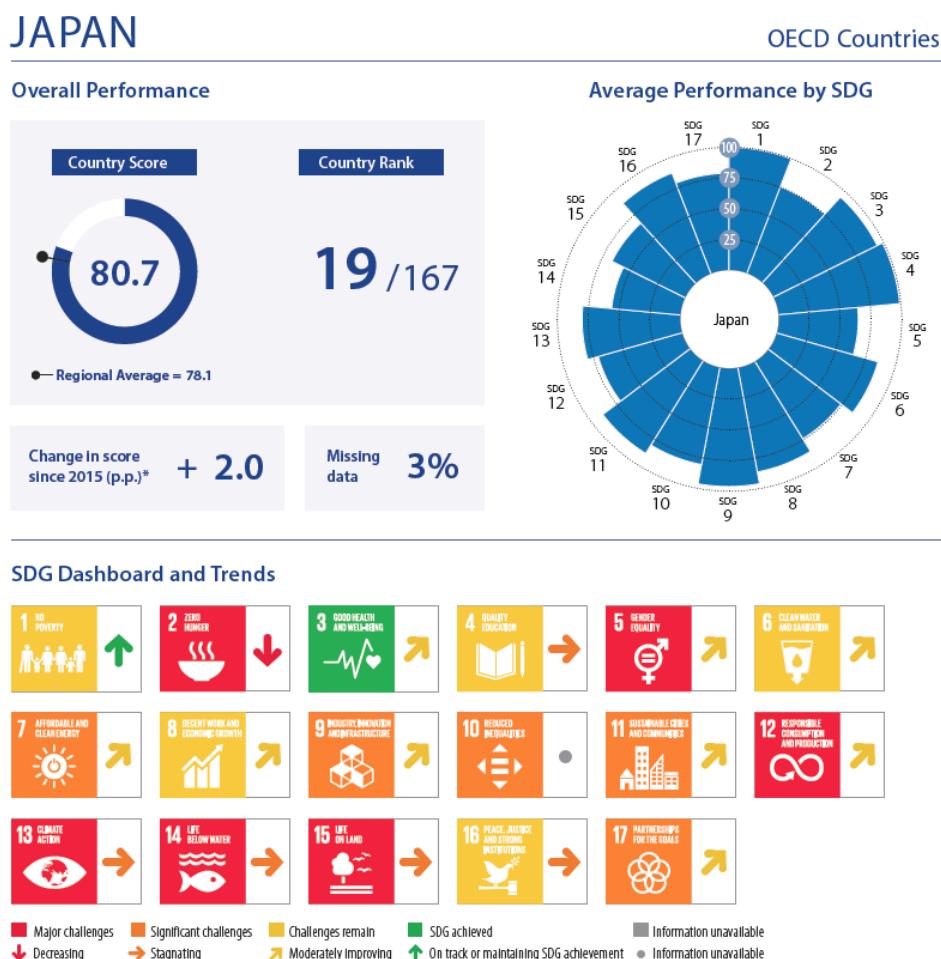
【目標 5】ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る

【目標 7】すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する

【目標 8】すべての人々のための持続的、包摶的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用及び働きがいのある人間らしい仕事（ディーセント・ワーク）を推進する

【目標 13】気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る

日本における SDG ダッシュボード上では、「目標 2」「目標 5」「目標 7」「目標 8」「目標 13」に関して「課題が残る」、「重大な課題が残っている」または「大きな課題が残っている」とされており、同社の事業活動が、国内のインパクトニーズと一定の関係性があることを確認した。



(出所：SDSN Sustainable Development Report Interactive Map)

② 愛媛県におけるインパクトニーズ

同社は、大阪府に本社を構えているが、事業の中心となる工場などの拠点が愛媛県に集中していることから、愛媛県における中長期的な課題および施策の方向性を確認した。

愛媛県では「愛媛県総合計画～未来へつなぐ えひめチャレンジプラン」(2023年6月)を策定し、今後、重点的に取り組むべき分野（9の政策・37の施策）を定めている。施策のうち、「施策4：性別に関わりなく活躍できる雇用環境の整備」、「施策5：結婚から妊娠、出産、子育てに至るまでの切れ目のない支援の充実」、「施策6：生涯を通じた健康づくりの推進」、「施策16：製造業・サービス産業の成長促進と新企業の誘致」、「施策34：公衆衛生の向上と消費者の安全確保」、「施策35：地球温暖化対策への取組み」、「施策36：循環型社会の構築と良好な生活環境の保全」については、同社の事業や今後予定している取組みと一定の関連性があることを確認した。

以上のことから、今回特定されたインパクトは、愛媛県の取組みと方向性を同じくするものであり、重要度が高いものと判断できる。

■ 愛媛県における重点的に取り組むべき分野

**施策
4**

性別に関わりなく活躍できる 雇用環境の整備

担当部局 保健福祉部、経済労働部



① 現状

本県の転出超過の大部分は20歳代が占めており、中でも、20歳～24歳の女性の転出超過が最も多くなっていますが、これは、女性が進学時や就職時に県外に転出し、そのまま戻ってきていないことを表しています。

女性の社会進出は進んでいますが、20歳後半をピークに女性の正規雇用比率が減るL字カーブは是正されておらず、また、固定的な性別役割分担意識を背景に、家庭・育児の多くの力を女性が担っている実態があります。その結果、女性が働く場において活躍することが困難になっている場合が多くなっています。

② 課題

県内企業・事業者が仕事と家庭の両立や女性活躍に向けた職場づくりなどの取組みを進めるとともに、男性だけでなく女性からも選ばれる企業となるためには、賃金水準や待遇、職種（営業職、企画職、研究職等）における性差や、固定的な性別役割分担意識の解消が必要です。

そのため、男女共同参画の視点に立った意識改革を推進するとともに、性別に関係なく仕事と家庭を両立でき、男女が対等な社会を実現できるよう、企業・県民への働き掛けや各種支援の実施に加え、ひとり親家庭の経済的自立に向けた支援が求められます。

③ 施策KGI

	基準値	目標値
一般労働者における 男性と女性の基本給与額の差	65.2千円 (令和3年)	48.2千円
【参考指標】 雇用環境と賃金に満足している 女性の割合	24.8% (令和4年)	31.6%

(施策KGIの出典)
○一般労働者における男性と女性の基本給与額の差：賃金構造基本統計(厚生労働省)
○雇用環境と賃金に満足している女性の割合：県民2,000人アンケート調査(愛媛県実施)

① 施策の方向性と主な県の取組み

1 仕事と家庭の両立支援・女性活躍の推進

- 就業継続を希望する全ての女性の出産退職ゼロや小学校低学年までの子を持つ従業員の残業制限など、仕事と家庭の両立、女性活躍等に取り組む企業・事業所を認証する「ひめボス宣言事業所」の普及
- 男性の育児休業取得率100%、女性の再雇用やスキルアップなどに取り組む事業所等へのインセンティブの整備
- 女性のキャリア形成支援
- 働き方に応じ、パートナーと協働した働き方改革に関する相談・支援体制整備
- 愛媛労働局等の関係機関と連携した働き方改革に関する相談・支援体制整備

※県組織自らも、男性の育児休業取得率100%をはじめ、仕事と育児の両立を目指し、職場の理解促進等に取り組む。

2 男女共同参画社会づくり

- 男女共同参画の視点に立った意識改革と実践に向けた普及啓発
- 県議会等や各種団体の意思決定過程における女性登用の拡大
- 県男女共同参画センターにおける男女共同参画社会実現に向けた各種事業の実施

3 ひとり親家庭の経済的自立に向けた就業支援

- ひとり親が子育てしながらでも社会・企業で活躍できるような技能・技術の習得に向けた支援



男女共同参画社会づくり推進県民大会

ひめボス宣言事業所奨励金 事業スキーム



ひめボス宣言事業所奨励金

Copyright.2025 EHIME BANK,LTD.

26 / 35

ポジティブインパクトファイナンス評価書

施策
5

結婚から妊娠、出産、子育てに至るまでの切れ目のない支援の充実

担当部局 保健福祉部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

① 現状

人口減少の核心は出生数の減少であり、その出生数減少には、婚姻件数の減少が大きく影響しています。

合計特殊出生率は、昭和46年～49年の第2次ベビーブームの頃に2.0を超えて以降、次第に減少し、2000年には1.45、2020年には1.40となっています。また、平均初婚年齢が上昇しており、男性の4割強・女性の3割が35歳時点未婚、さらに男性の4人に1人、女性の2割弱が50歳時に未婚である状況となっています。

さらに、安心して産み育てることができる充実した子育て環境が整っている必要があるため、医療費無料化や本県独自の官民連携による取組みが進められています。

② 課題

結婚は個人の意思に基づくものであることを前提に、結婚を希望される方に対して、良きパートナーとの出会いの機会を提供するとともに、身近なサポートセンター・保健所で出産や子育て等に関する様々な不安や心配などを解消するなど、保健・福祉・医療等が連携し適切な支援体制の下、安心して産み育てることができる環境整備を進めます。

また、県・市町が連携し、結婚から妊娠・出産・子育てに至るまで、地域の実情に応じた切れ目のない支援を行い、社会全体で子育てを支援する気運を高め、子育てに対する不安解消のほか、心の豊かさを育み、子育てに希望が持てる地域づくりを推進します。

施策
6

生涯を通じた健康づくりの推進

担当部局 保健福祉部、観光スポーツ文化部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

① 現状

衛生状態の改善や医療提供体制の整備等により、平均寿命、健康寿命はともに伸びているものの、本県民の健康寿命は男女とも大きく全国平均を下回っています。また、介護をする状態にある高齢者は、年々増加する傾向にあります。

② 課題

運動不足等に起因する生活習慣病を防ぐためにも、子どもから高齢者、障がい者まで、県民誰もが年齢や身体状況に応じ、生涯にわたって身近にスポーツに親しむことができる環境を整えるとともに、障がい者に対しては、障がい者スポーツの魅力度向上による裾野拡大からトップパラアスリートの育成まで幅広く取り組み、障がいの垣根なく競りあえるeスポーツの推進にも力を入れています。

また、県民の主体的な健康づくりを推進するため、健康づくりの目標を設定とともに、心身ともに健康でいきいきと暮らすための食育や歯科口腔保健の推進のほか、健診・医療・介護等のビッグデータを活用した生活習慣病の予防に取り組むなど、県民自らが行う健康管理をサポートする社会環境づくりを進めます。

また、生活習慣病と関係が深い「がん」の、早期発見・早期治療を目的とするがん検診の受診率向上などにも努め、心身の健全な発達、健康の保持・増進や生きがいづくりを推進し、健康寿命の延伸を図ります。

③ 施策KGI

	基準値	目標値
成人の週1日以上のスポーツ実施率	56.3% (令和4年度)	67.1%
健康診断（特定健診等）受診率	71.8% (令和4年)	75.0%

(施策KGIの出典)

○成人の週1日以上のスポーツ実施率：県民のスポーツに関する意識調査（愛媛県実施）

○健康診断（特定健診等）受診率：県民2,000人アンケート調査（愛媛県実施）

④ 施策KGI

	基準値	目標値
出生数【再掲】	8,011人 (令和3年)	8,500人
婚姻件数	4,571件 (令和3年)	5,500件
【参考指標】合計特殊出生率	1.40 (令和3年)	1.62

(施策KGIの出典)

○出生数、婚姻件数：人口動態統計（確定数）（厚生労働省）

○合計特殊出生率：人口動態統計（確定数）（厚生労働省）

⑤ 施策の方向性と主な県の取組み

1 結婚の希望を叶えるための支援

- 経済的理由で結婚をためらう低所得者や若年層を対象とした経済的支援（各市町におけるえひめ人口減少対策総合交付金の活用）
- えひめ結婚支援センターや民間企業等との連携による独身男女への出会いの機会の提供や婚活支援
- 県内企業等と連携した、若手従業員を対象にライフプランをテーマとする研修の開催

2 妊娠・出産支援

- 妊娠・出産に関する正しい知識の普及啓発や健康意識を高める取組みの推進
- 不妊治療や妊娠・出産の相談支援・経済的支援（えひめ人口減少対策総合交付金の活用）
- 妊娠・出産・子育て（仕事）のワントップ相談体制の運用
- ハイリスク妊娠婦への支援や医療的ケア児の在宅への移行支援など周産期医療体制の強化

3 子育て支援の充実

- 子育てや家庭教育の相談、学習を支援する機能・取組みの強化
- 県内紙おむつメーカーと市町と連携した紙おむつ購入支援
- 官民協働の「子どもの愛育応援ファンド」による総合的な支援
- 若年・多子世帯への経済的支援（えひめ人口減少対策総合交付金の活用）
- こども家庭センターの設置促進
- 県内市町の子ども医療費無料化の取組みの底上げ
- 地域の実情及び子育て家庭のニーズに応じた教育・保育サービスの拡充
- 障がいの有無にかかわらず安心して子育てができる支援
- 隣接するとべ動物園や県総合運動公園等と連携した、えひめこどもの城の魅力向上

⑥ 施策の方向性と主な県の取組み

1 生涯スポーツの推進

- ウォーキング等を通じて県民誰もが気軽にスポーツを「する」環境の整備
- 愛媛スポーツ・レクリエーション祭の開催など、幅広い年齢層のスポーツ参加機会の創出
- 自身に適したスポーツ種目の提案によるスポーツ習慣の定着
- 「生涯スポーツ・体力つくり全国会議2024」の開催

2 障がい者に対するスポーツの振興

- 愛媛県障がい者スポーツ大会の開催
- 年齢・性別・障がいの垣根なく楽しむことができるeスポーツの普及促進
- 障がい者スポーツの魅力度向上やバラアスリートへの支援

3 生涯を通じた健康づくりの推進

- ビッグデータを活用した健康づくりの推進
- 多様な主体との連携による食育や歯科口腔保健などの健康づくりの推進
- デジタル技術を活用した効果的な健康づくり事業の展開促進

4 がんや心疾患の死亡率軽減に向けた取組み

- がんの検診受診率向上や医療体制機能強化等による総合的ながん対策の推進
- 生活習慣病の予防推進や関係機関の連携強化に向けた総合的な心疾患対策の推進



施策
16

製造業・サービス産業の成長促進と新企業の誘致

担当部局 経済労働部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

①現状

近年の県内経済を取り巻く環境は、力強さに欠け、人口減少も相まって、人手不足や国内需要の減少、事業者の淘汰が懸念されるとともに、コロナ禍で更に加速したデジタル化の進展など社会・経済活動の変化への対応、ウクライナ情勢などを背景とした世界経済の不安定さなどにより、厳しい状況が続いている。

②課題

県内経済が将来にわたり持続していくためには、県内企業がデジタルトランスフォーメーション（DX）に向けた取組みを推進し、デジタル化による省効率化のみならず、組織や企业文化・風土までを変革し、競争上の優位性を確立していく必要があります。県内企業におけるデジタル技術の活用に当たっては、企業や事業者が求めるデジタル人材の育成・確保が課題にになっているほか、中小企業・小規模事業者においては、経営者の高齢化による事業承継や自然災害等への事前の備えとしての事業継続計画（BCP）作成、ボストコロナに対応した事業転換などが課題となっており、企業のニーズに応じた支援も求められています。

また、新たな産業の育成や産業構造の強化も必要であり、引き続き、市町や金融機関等と連携した「オール愛媛」体制で、新産業の創出や県経済をけん引する企業誘致・留置に取り組むとともに、フォローアップを通じた企業のビジネスチャンスの創出・拡大と県内定着を支援し、県内事業者・企業の持続的な“稼ぐ力”の向上につなげていきます。

③施策KGI

	基準値	目標値
雇用者報酬及び企業所得の県内総額	3,441,824百万円 (令和元年度)	3,649,760百万円

（施策KGIの出典）
○雇用者報酬及び企業所得の県内総額：毎月労働統計（厚生労働省）より算出

施策
34

公衆衛生の向上と消費者の安全確保

担当部局 県民環境部、保健福祉部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

①現状

デジタル化の進展により、商品の購入方法が多様化し生活の利便性が高まる一方、高齢化の進行や成年年齢の引下げなどの社会情勢の変化により、高齢者や若者などが巻き込まれる消費者トラブルの増加が懸念されています。

また、若年層をターゲットとした大麻などの薬物使用への誘引等事案や、毒物・劇物の漏洩等事案が散見されるほか、食中毒や食品への異物混入、食品偽装表示など、食品安全・安心を脅かす事案が相次いで発生しています。

加えて、新型コロナウィルス対策としても有効な衛生水準の維持・向上への取組みが見直されているほか、本県では、犬猫の殺処分率が全国上位であることに加え、動物取扱業者による不適正な飼養の実態も確認されています。

②課題

県民が安全に暮らすため、全ての世代に切れ目ない消費者教育を推進するとともに、消費生活相談体制を充実・強化する必要があるほか、食にまつわる健康被害を防止するため、食品衛生水準の向上や衛生管理の適正化を図ることが求められます。

また、日常生活に密着した理美容所・公衆浴場など生活衛生施設の衛生水準の維持・向上のため監視指導に努めるとともに、薬物の乱用や毒劇物等の事故防止に向けた取組みが必要となるほか、犬猫の殺処分率が全国上位である状況を改善するため、動物の愛護・保護の精神を醸成するとともに、動物取扱業の業務の適正化を図る取組みを推進しなければなりません。

③施策KGI

	基準値	目標値
人口10万人当たりの食中毒患者数 (令和4年から8年までの5年間県平均値)	19.3人 ※平成27年から令和元年までの5年間県平均値	全国平均値
〔参考指標〕県の公衆衛生対策が機能し、衛生環境が保たれていると感じる県民の割合	36.3% (令和4年)	39.1%

④施策の方向性と主な県の取組み

1 産業人材力の強化

- ・製造業をはじめとした地域の基幹産業を支える人材育成
- ・DXを支えるデジタル人材の育成・誘致
- ・多様な人材の活躍支援

2 地域産業の振興・維持

- ・企業の経営革新、中小企業の事業継続計画の策定支援による企業力の向上支援
- ・中小企業の資金調達の円滑化、事業承継及びボストコロナに対応した事業転換の推進等に向けた支援
- ・小規模事業者等の経営基盤強化及び経営発達の支援
- ・中心市街地・商店街の活性化

3 新産業の創出と企業誘致・留置の推進

- ・「愛媛グローカル・フロンティア・プログラム（EGF）」の推進による新ビジネスの創出
- ・東予はものづくり産業、中予は情報通信関連産業、南予は食品関連産業など、地域特性に応じた業種をターゲットとした積極的な企業誘致活動やトップセールスの実施
- ・東・中・南予の産業集積や特性的柄にとらわれない成長関連産業（機能性食品、高機能素材、ヘルスケア、AI、IoT等）の創出・集積
- ・サテライトオフィスを契機とした本社機能等の誘致
- ・集客・交流に優れ、中四国における本県の拠点性向上につながる産業・施設の立地促進



愛媛県デジタル人材の育成・確保に向けた連携・協力に関する覚書締結式 (R4.12.19)



久米原5Gラボ



CONNECTえひめ開所式 (R4.5.27)



柳大阪ソーダと県・松山市の立地に関する協定締結 (R5.2.1)

30.9% (令和4年) 34.1%

〔参考指標〕消費者の安全が確保されていると感じる県民の割合(再掲)

(施策KGIの出典)

○人口10万人当たりの食中毒患者数：愛媛県調べ

○県の公衆衛生対策が機能し、衛生環境が保たれていると感じる県民の割合：県民2,000人アンケート調査 (愛媛県実施)

○消費者の安全が確保されていると感じる県民の割合：県民2,000人アンケート調査 (愛媛県実施)

④施策の方向性と主な県の取組み

1 消費者の安全確保

- ・ライフステージや対象者の特性に応じた消費者教育の実施
- ・高齢者等の見守り体制の構築・強化
- ・デジタル化の進展等に起因するトラブルに応対するための消費生活相談体制の充実・強化
- ・法令に基づく適正な消費者取引・商品選択の機会の確保
- ・食品、飲料水、医薬品、家庭用品などの試験検査を行う衛生環境研究所の機能の充実

2 食にまつわる健康被害の防止

- ・食品製造事業者等に対する監視指導、食品等の収去検査の実施
- ・食品衛生法等における営業許可取消し等の適切な運用
- ・自主回収告示制度の適正な運用
- ・食の安全・安心に関する正確で分かりやすい情報の提供
- ・輸入食品の適正な検査の実施



表示に関する講習会

3 生活衛生施設における衛生水準の維持・向上

- ・生活衛生施設への監視指導・各種資格試験の適切な実施
- ・生活衛生関連事業者の事業承継・後継者育成及び経営の健全化

4 薬物・毒劇物等事故防止対策の推進

- ・薬物乱用の防止に向けた啓発活動の実施
- ・危険ドラッグ、麻薬や毒劇物の事故防止対策の推進

5 人と動物が共生する豊かな地域社会の実現

- ・動物愛護センターの機能強化
- ・動物との共生に向けた県民の動物愛護精神の醸成
- ・飼い主や動物取扱業者の社会的責任の周知徹底に向けた啓発
- ・国内への侵入が危惧される狂犬病等の動物由来感染症の発生防止



施策
35

地球温暖化対策への取組み

担当部局 県民環境部、土木部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

①現状

近年では、地球温暖化の進行により、地球全体の自然環境に大きな変化が生じることが予想されるとともに、自然災害の頻発化や激甚化が進むと想定され、県民の生命・財産・生活に危害が及ぶリスクが高まっています。

地球温暖化の防止に向けては、全世界的に対策が進められているところであり、我が国も2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにするとの目標を立て、国を挙げてカーボンニュートラルの実現、さらには、脱炭素社会の実現に向けた取組みを通じた経済社会システム全体の変革（GX：グリーントランسفォーメーション）に取り組んでいます。

本県も、温室効果ガスの排出を削減する緩和策と被害を回避・軽減する適応策を両輪として、脱炭素社会の実現に向けた取組みを更に加速させていくことが何よりも大切です。

②課題

脱炭素社会及びGXの実現に向けて、行政・事業者・県民等が地球温暖化への意識を高め、それぞれの役割のもと一丸となり、オール愛媛体制で脱炭素に取り組んでいく必要があります。

③施策KGI

	基準値	目標値
温室効果ガス排出量※ ※森林吸収分を差し引いた 排出量	16,644千t-CO ₂ (令和元年度)	14,859千t-CO ₂

（指掌KGIの出典）
○温室効果ガス排出量：温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（環境省）に示された手法を基本に愛媛県において算出

④施策の方向性と主な県の取組み

1 公共インフラの脱炭素に向けた率先的な行動の実施

- 県管理ダムにおける水力発電の運営や県営住宅における共用部電灯のLED化推進など、県有施設における省エネの徹底、再生可能エネルギーの最大限導入及び公車の電動化の促進
- 港湾地域における脱炭素を目指すカーボンニュートラルポートの形成
- 「とべもりゼロカーボン夢プロジェクト」など、地域のゼロカーボン達成に向けた先行的な取組みの推進と横展開

2 民間ににおける再生可能エネルギーの利活用促進

- 徹底した省エネによる低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルへの転換
- 太陽光発電、風力発電、小水力発電及び木質バイオマスなど、地域の実情に即した多様な再生可能エネルギーの導入促進
- 水素エネルギーの普及拡大に向けた燃料電池等の積極的な導入及び地域循環モデルの構築
- EV（電気自動車）等の電動車の普及拡大
- GXの実現に向けた中小事業者等の取組みの支援

3 地球温暖化対策・脱炭素に向けた啓発の実施

- 2050年脱炭素社会・アクション宣言登録事業者等による自主的な取組みの促進
- 気候変動の影響による被害の回避・軽減対策の推進
- 県民総ぐるみでの温室効果ガス排出削減に向けた取組みの促進

施策
36循環型社会の構築と
良好な生活環境の保全

担当部局 県民環境部



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

①現状

累次のえひめ循環型社会推進計画やSDGsへの取組みの進展などにより、廃棄物の排出抑制や減量化、リサイクル等が促進された結果、廃棄物の排出量や最終処分量は減少傾向にあります。

また、大気や水質、土壤、騒音等の環境基準は、近年、高水準で達成しており、生活環境の改善が図られているものの、引き続き、PM2.5（微小粒子状物質）や光化学オキシダントが人の健康に影響を及ぼす可能性があります。

②課題

循環型社会の構築のためには、リデュースやリユースにより廃棄物の排出量を減少させるとともに、リサイクルにより最終処分量を減少させた上で適正処理することが必要です。

また、県民一人ひとりが、大量生産・大量消費型がフランエイ型のライフスタイルから、循環を基調とした生活の豊かさと環境の保全を両立させたライフスタイルへの転換を図るとともに、循環型社会ビジネスの振興に積極的に取り組むほか、災害廃棄物を適正かつ円滑・迅速に処理できる万全な体制を構築する必要があります。

さらに、安全で良好な生活環境を保全するため、今後も大気や水質、土壤、騒音等に係る監視・測定体制の整備や事業者指導の徹底等を行い、環境基準の早期達成等に努めるとともに、県民一人ひとりが正しい理解に基づき環境に配慮した行動を取ることが求められます。

③施策KGI

④施策の方向性と主な県の取組み

1 廃棄物の更なる削減

	基準値	目標値
一般廃棄物の 1人1日当たり排出量	886g/人・日 (令和2年)	861g/人・日
産業廃棄物不適正処理 事業改善率	92.9% (令和4年)	93.5%
大気・水質 環境基準達成率	86.3% (令和3年)	100%
【参考指標】 海洋ごみの回収量	412t (令和3年度)	600t

（指掌KGIの出典）

○一般廃棄物：1人1日当たり排出量：一般廃棄物処理事業実態調査結果（環境省）

○産業廃棄物不適正処理事業改善率：不法投棄等実態調査等（愛媛県）

○大気・水質環境基準達成率：愛媛県調べ　○海洋ごみの回収量：愛媛県調べ

（指掌KGIの出典）

2 廃棄物の適正処理の推進

3 環境基準の維持に向けた大気・水・土壤環境の保全

- 工場・事業所の大気・水質汚染物質の排出基準を達成するための取組促進
- 工事等の土壤汚染対策の徹底
- 瀬戸内海の水質の保全
- 水道の適切な水質管理
- 水道施設の適切な維持管理の促進
- 公共下水道や合併処理浄化槽などの整備促進

4 環境教育・学習の充実と環境保全活動の促進

- 県民の環境教育・学習の機会創出と支援
- 多様な主体による環境保全活動の促進

（出所：愛媛県総合計画～未来へつなぐ えひめチャレンジプラン）

③ ポジティブインパクトに対する追加性、愛媛銀行との方向性の確認

特定されたポジティブインパクトについて、追加性があること、愛媛銀行のサステナビリティ・SDGsの取組みと方向性が同じであることを確認した。本ファイナンスで特定されたポジティブインパクトは、「食卓の幸せへの貢献」及び「誰もが働きやすい職場づくり」である。

「食卓の幸せへの貢献」では、追加的なインパクトの発現に向けて、今後、同社は「食肉総出荷重量の増加」「FSSC22000の取得」に注力していくとしている。これらの取り組みにより、より多くの人々に安全で高品質な食肉を安定的に届けることが可能となり、食の安心・満足が広がることで、消費者の健康的な食生活の支援につながる。同社は、こうした活動を通じて、食の安心・安全を守りながら、持続可能で豊かな食生活の実現に貢献することを目指している。

「誰もが働きやすい職場づくり」では、追加的なインパクトの発現に向けて、「年次有給休暇取得率の向上」「社員向け資産形成セミナーの開催」「女性管理職比率の向上」「男性育児休業等取得率の向上」に注力していくとしている。これらの取り組みは、社員一人ひとりの心身の健康やキャリア形成、多様性の尊重を支える環境づくりを目的としており、働きがいの向上や職場への定着率の改善につながる。同社は、こうした施策を通じて、多様な人材が安心して能力を発揮できる職場を実現し、社員の幸福度を高めることで、持続可能な組織づくりと社会へのポジティブな影響の拡大を目指している。

以上から、本ポジティブインパクトは、SDGsを達成するために効果が期待できる取組みであり、追加性があるものと評価できる。

愛媛銀行では、経営理念のもと「サステナビリティ方針」を掲げ、金融サービス業の本業においては「愛媛銀行 SDGs 宣言」を、社会貢献活動として「愛媛銀行 CSR 宣言」を、消費者志向経営の高度化に向けて「消費者志向自主宣言」をそれぞれ行っている。「サステナビリティ方針」の中で、「(前略)、地域社会や企業が持続的に成長していくには、持続可能な環境・社会・経済の統合的向上を図る取組みが不可欠であり、持続可能性の向上を図る経営（サステナビリティ経営）を通じて、組織として継続して取り組んでまいります。」としている。また、「愛媛銀行 SDGs 宣言」の中で、地域の共通価値創造、社会的課題の解決に向けて、「社会的インパクト創出を意識した融資」、「ESG 要素を考慮した事業性融資」、「地域特性に応じた適切な知見の提供、必要な支援」を実施するとしている。本ファイナンスで特定されたポジティブインパクトは、これらと方向性が一致するものである。

以上から、本ファイナンスは、追加性のあるポジティブインパクトの創出支援を行うものであり、その目的との合致を確認したうえで、SDGs達成に向けた資金需要と資金供給とのギャップを埋めることを目指すものである。

3. インパクトの評価

インパクトの実現を測定可能なものにするために、以下のとおり、特定されたインパクトに対し、インパクトの種類（ポジティブインパクトの創出可能性、ネガティブインパクトの抑制・管理）、インパクトカテゴリー、関連する SDGs、内容・対応方針及び目標と KPI を整理する。

① 食卓の幸せへの貢献

項目	内容
インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大
インパクトカテゴリー	「食糧」「健康と衛生」
関連する SDGs	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>2 飢餓を ゼロに</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>3 すべての人に 健康と福祉を</p> </div> </div>
内容・対応方針	1. 安心・安全な食肉の安定供給を通じて人々の健康的な食生活に貢献する。
目標と KPI	<p>1-1. 2030 年 3 月期までに食肉総出荷重量を 10% 増加させる。 (2025 年 3 月期 : 5,015 トン)</p> <p>1-2. 2030 年 3 月期までに「FSSC2200」を取得する。 (2025 年 3 月期 : 未取得)</p>

(2) 誰もが働きやすい職場づくり

項目	内容
インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大 社会面におけるネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリー	「雇用」
関連する SDGs	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>8 働きがいも経済成長も</p>  </div> </div>
内容・対応方針	<p>1. 心身の健康増進及び多様性に富む組織づくりを通じ、社員の幸福度を高める。</p>
目標とKPI	<p>1-1. 2030年3月期までに年次有給休暇取得率を75%とする。 (2025年3月期: 67.5%)</p> <p>1-2. 社員のファイナンシャル・ウェルネス向上に資する資産形成セミナーを毎年1回以上開催する。 (2023年3月期: 0回、2024年3月期: 1回、2025年3月期: 1回)</p> <p>1-3. 2030年3月期までに女性管理職比率を30%とする。 (2025年3月期: 6.2% 女性管理職者数1名／管理職者全体16名)</p> <p>1-4. 男性育児休業等取得率※100%を維持する。 (2025年3月期: 100%)</p>

※育児休業等：育児・介護休業法第2条第1号、第23条第2項、第24条第1項で規定する育児休業及び企業独自の育児目的休暇

(3) 環境経営の進化

項目	内容
インパクトの種類	環境面におけるネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリー	「資源効率・安全性」「気候」
関連する SDGs	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>13 気候変動に 具体的な対策を</p>  </div> </div>
内容・対応方針	<p>1. 省エネ・再エネ設備の導入によるエネルギー効率の向上を通じ、CO₂排出量の削減に貢献する。</p>
目標と KPI	<p>1-1. 2027年6月までにCO₂排出量削減目標（Scope1、2）を設定し、以後目標に沿った削減を進める。</p> <p>1-2. 2030年3月期までにエネルギー消費量（エネルギー消費量（原油換算値）÷生産トン数）を毎年1%以上削減する。 (2023年3月期：154.670 ℥、2024年3月期：152.477 ℥、 2025年3月期：152.028 ℥)</p>

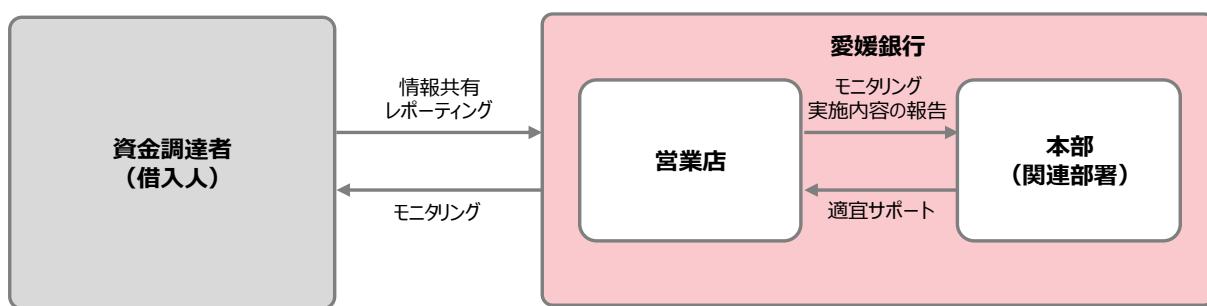
4. インパクトのモニタリング・情報開示

(1) モニタリング実施体制

ファイナンス実施後のモニタリング実施体制は下図のとおりである。

本ファイナンスに取り組むにあたり、同社では、代表取締役社長を中心に自社業務の棚卸を行い、インパクトの特定、取組内容、対応方針及びKPIの策定を行った。本件で設定したKPIについては、代表取締役社長を統括責任者として、取組みの推進及び進捗状況の管理を行っていく方針である。

また、今後、同社と愛媛銀行は、定期的に会合の場を設け、本件で設定したKPIの達成や進捗状況などの情報共有を行う。日々の情報交換のほか、少なくとも年に1回は定期的に情報共有を行い、愛媛銀行がその達成状況や課題をモニタリングするとともに、必要に応じて課題解決に向けた提案を行っていく予定である。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、同社と愛媛銀行が協議のうえ再設定を検討する。



(2) 情報開示

モニタリング関連の情報開示については、同社のホームページにて行う予定である。

■ ご留意事項

- (1) 本資料は、評価対象案件について、ポジティブインパクトファイナンスとしての適格性を評価することを目的としています。本資料及び本資料に係る追加資料等により、愛媛銀行が参加金融機関に対して本取引への参加を斡旋、推奨、勧誘または助言するものではありません。参加金融機関は、自らの情報に基づき、自らの責任において分析・検討し、本取引への参加判断を行ってください。
- (2) 本資料は、借入人から提供された情報及び一般に入手可能な公開情報ほか、愛媛銀行が信頼できると判断した情報をもとに作成されていますが、愛媛銀行はその内容・記述について、真実性、正確性、完全性及び網羅性を保証するものではなく、本資料はいかなる意味においても法的拘束力をを持つものではありません。また、愛媛銀行は状況の変化等に応じて、愛媛銀行の判断でポジティブインパクトファイナンス評価を変更・保留したり、取り下げたりすることがございます。愛媛銀行は、本資料の誤りや変更・保留、取り下げ等に関連して発生するいかなる損害や損失についても一切の責任を負いません。
- (3) 愛媛銀行は、本取引以外の取引において同社に関する情報を保有または今後取得する可能性がございますが、これらの情報を開示する義務を負うものではございません。
- (4) 同社と愛媛銀行との間に、利益相反が生じると考えられる人的関係はございません。
- (5) 本資料の著作権は、愛媛銀行に帰属します。愛媛銀行による事前承諾を受けた場合を除き、本資料に記載された情報の一部あるいは全部について、複製、転載、または配布、印刷等、第三者の利用に供することを禁じます。

愛媛銀行 ポジティブインパクトファイナンス ニッシン・グルメビーフ株式会社

2025年12月25日

サステナブルファイナンス本部
担当アナリスト：田中 麻実

格付投資情報センター（R&I）は愛媛銀行がニッシン・グルメビーフに対して実施するポジティブインパクトファイナンスについて国連環境計画・金融イニシアティブ（UNEP FI）が制定したポジティブインパクト金融原則（PIF 原則）に適合していることを確認した。

R&I は別途、愛媛銀行のポジティブインパクトファイナンス実施体制が PIF 原則に適合していることを確認している¹。今回のファイナンスに関して愛媛銀行の調査資料の閲覧と担当者への質問を実施し、実施体制が本件に適用されていることを確認した。

愛媛銀行が実施するインパクトファイナンスの概要は以下のとおり。

（1）対象先

社名	ニッシン・グルメビーフ株式会社
所在地	大阪府大阪市
創立	1968年4月
資本金	45百万円
事業内容	食肉の加工・卸売
売上高	162億14百万円（2025年3月期）
従業員数	414名（2025年3月期）

（2）インパクトの特定

愛媛銀行は対象先の事業内容や活動地域等についてヒアリングを行い、バリューチェーンの各段階において発現するインパクトを分析し、特定したインパクトカテゴリを SDGs に対応させてインパクトニーズを確認した。また、当社の事業活動が影響を与える地域におけるインパクトニーズとの整合性について、持続可能な開発ソリューションネットワーク（SDSN）が提供する SDG ダッシュボードなどを参照し確認した。

（3）インパクトの評価

愛媛銀行は特定したインパクトの実現を測定できるようインパクトの内容を整理して KPI を設定した。ポジティブインパクトは SDGs 達成に寄与する取り組みとして追加性があると判断した。また、愛媛銀行が掲げる重点課題（マテリアリティ）と方向性が一致することを確認した。

¹ 2023年6月9日付セカンドオピニオン「愛媛銀行 ひめぎんポジティブインパクトファイナンス実施体制」
https://www.r-i.co.jp/news_release_suf/2023/06/news_release_suf_20230609_jpn.pdf

① 食卓の幸せへの貢献

インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大
インパクトカテゴリ	「食糧」「健康と衛生」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	1. 安心・安全な食肉の安定供給を通じて人々の健康的な食生活に貢献する
KPI・目標	1-1. 2030 年 3 月期までに食肉総出荷重量を 10% 増加させる (2025 年 3 月期: 5,015 トン) 1-2. 2030 年 3 月期までに「FSSC2200」を取得する (2025 年 3 月期: 未取得)

② 誰もが働きやすい職場づくり

インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大 社会面におけるネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリ	「雇用」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	1. 心身の健康増進及び多様性に富む組織づくりを通じ、社員の幸福度を高める
KPI・目標	1-1. 2030 年 3 月期までに年次有給休暇取得率を 75% とする (2025 年 3 月期: 67.5%) 1-2. 社員のファイナンシャル・ウェルネス向上に資する資産形成セミナーを毎年 1 回以上開催する (2023 年 3 月期: 0 回、2024 年 3 月期: 1 回、2025 年 3 月期: 1 回) 1-3. 2030 年 3 月期までに女性管理職比率を 30% とする (2025 年 3 月期: 6.2% 女性管理職者数 1 名 / 管理職者全体 16 名) 1-4. 男性育児休業等取得率 100% を維持する (2025 年 3 月期: 100%) ※ 育児休業等: 育児・介護休業法第 2 条第 1 号、第 23 条第 2 項、 第 24 条第 1 項で規定する育児休業及び企業独自の育児目的休暇

(3) 環境経営の進化

インパクトの種類	環境面におけるネガティブインパクトの緩和
インパクトカテゴリ	「資源効率・安全性」「気候」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	1. 省エネ・再エネ設備の導入によるエネルギー効率の向上を通じ、CO ₂ 排出量の削減に貢献する
KPI・目標	1-1. 2027 年 6 月までに CO ₂ 排出量削減目標(Scope1、2)を設定し、以後目標に沿った削減を進める 1-2. 2030 年 3 月期までエネルギー消費量(エネルギー消費量(原油換算値) ÷ (生産トン数))を毎年 1%以上削減する (2023 年 3 月期:154.670t、2024 年 3 月期:152.477t、2025 年 3 月期:152.028t)

(4) モニタリング

愛媛銀行は対象先の担当者との会合を少なくとも年に 1 回実施し、本 PIF で設定した KPI の進捗状況について共有する。日々の営業活動を通じた情報交換も行い対象先のインパクト実現に向けた支援を実施する。

以 上

【留意事項】

本資料に関する一切の権利・利益（著作権その他の知的財産権及びノウハウを含みます）は、特段の記載がない限り、R&Iに帰属します。R&Iの事前の書面による承諾無く、本資料の全部又は一部を使用（複製、改変、送信、頒布、譲渡、貸与、翻訳及び翻案等を含みます）することは認められません。

R&Iは、本資料及び本資料の作成に際して利用した情報について、その正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・默示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

また、本資料に記載された情報の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報の使用に関連して発生する全ての損害、損失又は費用について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負いません。

セカンドオピニオンは、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定される関連業務（信用格付業以外の業務であって、信用格付行為に関連する業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置と、信用格付と誤認されることを防止するための措置が法令上要請されています。

セカンドオピニオンは、企業等が環境保全及び社会貢献等を目的とする資金調達のために策定するフレームワークについての公的機関又は民間団体等が策定する当該資金調達に関連する原則等との評価時点における適合性に対するR&Iの意見です。R&Iはセカンドオピニオンによって、適合性以外の事柄（債券発行がフレームワークに従っていること、資金調達の目的となるプロジェクトの実施状況等を含みます）について、何ら意見を表明するものではありません。また、セカンドオピニオンは資金調達の目的となるプロジェクトを実施することによる成果等を証明するものではなく、成果等について責任を負うものではありません。セカンドオピニオンは、いかなる意味においても、現在・過去・将来の事実の表明ではなく、またそのように解されてはならないものであるとともに、投資判断や財務に関する助言を構成するものでも、特定の証券の取得、売却又は保有等を推奨するものではありません。セカンドオピニオンは、特定の投資家のために投資の適切性について述べるものではありません。R&Iはセカンドオピニオンを行うに際し、各投資家において、取得、売却又は保有等の対象となる各証券について自ら調査し、これを評価していただくことを前提としております。投資判断は、各投資家の自己責任の下に行われなければなりません。

R&Iがセカンドオピニオンを行なうに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。R&Iは、セカンドオピニオン及びこれらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・默示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

R&Iは、R&Iがセカンドオピニオンを行なうに際して用いた情報、セカンドオピニオンの意見の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報やセカンドオピニオンの使用に起因又は関連して発生する全ての損害、損失又は費用（損害の性質如何を問わず、直接損害、間接損害、通常損害、特別損害、結果損害、補填損害、付随損害、逸失利益、非金銭的損害その他一切の損害を含むとともに、弁護士その他の専門家の費用を含むものとします）について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負わないものとします。セカンドオピニオンに関する一切の権利・利益（特許権、著作権その他の知的財産権及びノウハウを含みます）は、R&Iに帰属します。R&Iの事前の書面による許諾無く、評価方法の全部又は一部を自己使用の目的を超えて使用（複製、改変、送信、頒布、譲渡、貸与、翻訳及び翻案等を含みます）し、又は使用する目的で保管することは禁止されています。

セカンドオピニオンは、原則として発行体から対価を受領して実施したものです。

R&IのR&Iグリーンボンドアセスメントは、グリーンボンドで調達された資金が、環境問題の解決に資する事業に投資される程度に対するR&Iの意見です。R&Iグリーンボンドアセスメントでは、グリーンボンドフレームワークに関してのセカンドオピニオンを付随的に提供する場合があります。対象事業の環境効果等を証明するものではなく、環境効果等について責任を負うものではありません。R&Iグリーンボンドアセスメントは、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定される関連業務（信用格付業以外の業務であって、信用格付行為に関連する業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置と、信用格付と誤認されることを防止するための措置が法令上要請されています。

R&Iグリーンボンドアセスメントは、いかなる意味においても、現在・過去・将来の事実の表明ではなく、またそのように解されてはならないものであるとともに、投資判断や財務に関する助言を構成するものでも、特定の証券の取得、売却又は保有等を推奨するものではありません。R&Iグリーンボンドアセスメントは、特定の投資家のために投資の適切性について述べるものではありません。R&IはR&Iグリーンボンドアセスメントを行なうに際し、各投資家において、取得、売却又は保有等の対象となる各証券について自ら調査し、これを評価していただくことを前提としております。投資判断は、各投資家の自己責任の下に行われなければなりません。

R&IがR&Iグリーンボンドアセスメントを行なうに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。R&Iは、これらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・默示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

R&Iは、資料・情報の不足や、その他の状況により、R&Iの判断でR&Iグリーンボンドアセスメントを保留したり、取り下げたりすることがあります。

R&Iは、R&IがR&Iグリーンボンドアセスメントを行なうに際して用いた情報、R&IのR&Iグリーンボンドアセスメントその他の意見の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報やR&Iグリーンボンドアセスメントの使用、あるいはR&Iグリーンボンドアセスメントの変更・保留・取り下げ等に起因又は関連して発生する全ての損害、損失又は費用（損害の性質如何を問わず、直接損害、間接損害、通常損害、特別損害、結果損害、補填損害、付随損害、逸失利益、非金銭的損害その他一切の損害を含むとともに、弁護士その他の専門家の費用を含むものとします）について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負わないものとします。

R&Iグリーンボンドアセスメントは、原則として申込者から対価を受領して実施したものです。

【専門性・第三者性】

R&Iは2016年にR&Iグリーンボンドアセスメント業務を開始して以来、多数の評価実績から得られた知見を蓄積しています。2017年からICMA（国際資本市場協会）に事務局を置くグリーンボンド原則／ソーシャルボンド原則にオブザーバーとして加入しています。2018年から環境省のグリーンボンド等の発行促進体制整備支援事業の発行支援者（外部レビュー部門）に登録しています。また、2022年から経済産業省の温暖化対策促進事業におけるトランジション・ファイナンスの指定外部評価機関に採択されています。

R&Iの評価方法、評価実績等についてはR&Iのウェブサイト(<https://www.r-i.co.jp/rating/esg/index.html>)に開示しています。

R&Iは2022年12月、金融庁が公表した「ESG評価・データ提供機関に係る行動規範」（以下、「行動規範」という。）の趣旨に賛同し、これを受け入れる旨を表明しました。行動規範の6つの原則とその実践のための指針へのR&Iの対応状況についてはR&Iのウェブサイト(<https://www.r-i.co.jp/rating/products/esg/index.html>)に開示しています（以下、「対応状況の開示」という。）。

R&Iと資金提供者及び資金調達者との間に利益相反が生じると考えられる資本関係及び個人の関係はありません。

なお、R&IはESGファイナンスによる資金提供あるいは資金調達を行う金融機関との間で、金融機関の顧客にR&IのESGファイナンス評価を紹介する契約を締結することができますが、R&Iは、独立性を確保する措置を講じています。詳細は対応状況の開示をご覧ください。