

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社トライ・インターナショナルに対する ポジティブ・インパクト・ファイナンスに係る 第三者意見

株式会社日本格付研究所は、株式会社商工組合中央金庫が実施する株式会社トライ・インターナショナルに対するポジティブ・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の策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」への適合性に対する第三者意見書を提出しました。

本件は、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」への整合性も併せて確認しています。

* 詳細な意見書の内容は次ページ以降をご参照ください。

第三者意見書

2025 年 9 月 30 日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社トライ・インターナショナルに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社商工組合中央金庫

評価者：株式会社商工中金経済研究所

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・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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、株式会社商工組合中央金庫（「商工中金」）が株式会社トライ・インターナショナル（「トライ・インターナショナル」）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、株式会社商工中金経済研究所（「商工中金経済研究所」）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「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」（モデル・フレームワーク）に適合していること、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、持続可能な開発目標（SDGs）の目標達成に向けた企業活動を、金融機関等が審査・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。

ポジティブ・インパクト金融原則は、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こと、なおかつ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。商工中金は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、商工中金経済研究所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、商工中金及び商工中金経済研究所にそれを提示している。なお、商工中金は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、中小企業基本法の定義する中小企業等(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ポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークとの適合性を確認した。

- ① SDGs の三要素のうちの経済、ポジティブ・インパクト金融原則で参照するインパクトエリア/トピックにおける社会経済に関連するインパクト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約 99.7%を占めるにもかかわらず、付加価値額では約 56.0%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. ポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークへの適合に係る意見

ポジティブ・インパクト金融原則 1 定義

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こと、なおかつ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。

商工中金及び商工中金経済研究所は、本ファイナンスを通じ、トライ・インターナショナルの持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクトエリア/トピック及び 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、トライ・インターナショナルがポジティブな成果を発現するインパクトエリア/トピックを有し、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。

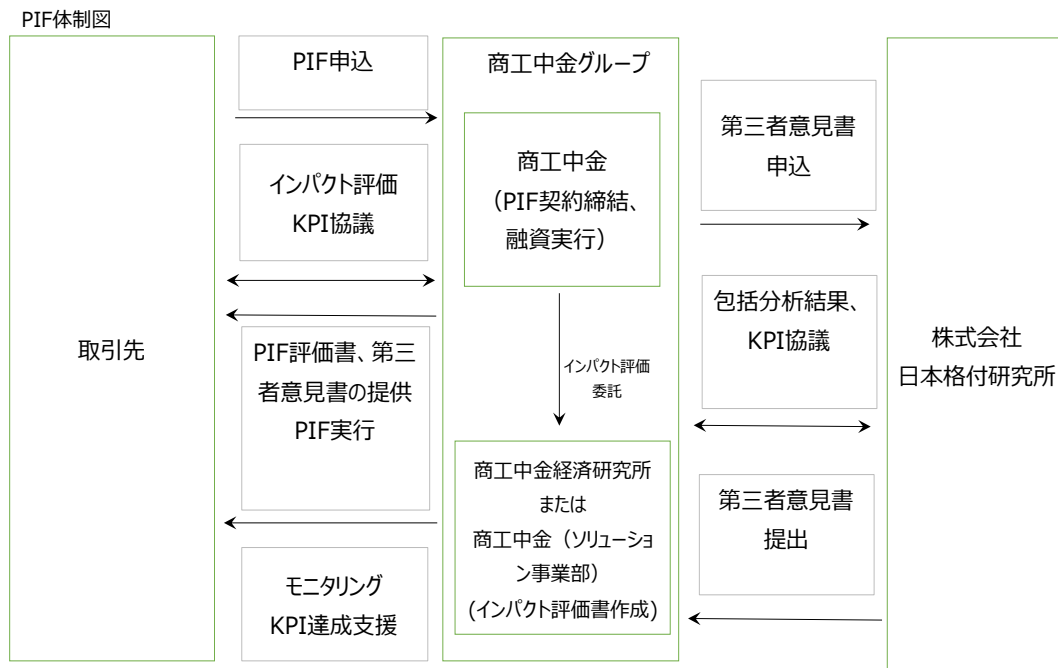
ポジティブ・インパクト金融原則 2 フレームワーク

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、商工中金が 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 令和 3 年経済センサス・活動調査。中小企業の区分は、中小企業基本法及び中小企業関連法令において中小企業または小規模企業として扱われる企業の定義を参考に算出。業種によって異なり、製造業の場合は資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下、サービス業の場合は資本金 5,000 万円以下または従業員 100 人以下などとなっている。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) 商工中金は、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：商工中金提供資料)

(2) 実施プロセスについて、商工中金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、商工中金からの委託を受けて、商工中金経済研究所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。

ポジティブ・インパクト金融原則 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

ポジティブ・インパクト金融原則 3 で求められる情報は、全て商工中金経済研究所が作成した評価書を通して商工中金及び一般に開示される予定であることを確認した。

ポジティブ・インパクト金融原則 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、商工中金経済研究所が、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トライ・インターナショナルから貸付人である商工中金及び評価者である商工中金経済研究所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・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークに適合している。

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。

(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

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当主任アナリスト

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当アナリスト

新井 真太郎

新井 真太郎



JCR Sustainable PIF for SMEs

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・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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、ポジティブ・インパクト・ファイナンス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。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」

「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」

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

本ポジティブ・インパクト・ファイナンス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

本文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んを問わず、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。本文書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本文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」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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 (気候債イニシアティブ認定検証機関)

■その他、信用格付業者としての登録状況等

- ・信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号
- ・EU Certified Credit Rating Agency
- ・NRSRO：JCR は、米国証券取引委員会の定める NRSRO（Nationally Recognized Statistical Rating Organization）の5つの信用格付クラスのうち、以下の4クラスに登録しています。(1)金融機関、ブローカー・ディーラー、(2)保険会社、(3)一般事業法人、(4)政府・地方自治体、米国証券取引委員会規則17g-7(a)項に基づく開示の対象となる場合、当該開示はJCRのホームページ(<http://www.jcr.co.jp/en/>)に掲載されるニュースリリースに添付しています。

■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

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

2025 年 9 月 30 日

株式会社商工中金経済研究所

商工中金経済研究所は株式会社商工組合中央金庫（以下、商工中金）が株式会社トライ・インターナショナル（以下、トライ・インターナショナル）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、トライ・インターナショナルの活動が、自然環境・社会・社会経済に及ぼすインパクト（ポジティブな影響及びネガティブな影響）を分析・評価しました。

分析・評価に当たっては、株式会社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」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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」に整合させた上で、中堅・中小企業¹に対するファイナンスに適用しています。

目次

1. 評価対象のファイナンスの概要
2. 企業概要・事業活動
 - 2.1 基本情報
 - 2.2 業界動向
 - 2.3 企業理念、経営方針等
 - 2.4 事業活動
3. 包括的インパクト分析
4. 本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性
5. サステナビリティ管理体制
6. モニタリング
7. 総合評価

¹ 中小企業基本法の定義する中小企業等（会社法の定義する大会社以外の企業）

1. 評価対象のファイナンスの概要

企業名	株式会社トライ・インターナショナル
借入金額	極度 200,000,000 円
資金使途	運転資金
借入期間	コミットメントライン期間 1 年（更新オプション 4 回）
モニタリング実施時期	毎年 7 月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1 ワールドビジネスガーデンマリブイースト 19 階
創業・設立	2003 年 4 月 21 日
資本金	10,000,000 円
従業員数	1,025 名 （2025 年 3 月現在）
事業内容	味噌ラーメン専門店の経営及びフランチャイズ事業 食材製造・卸売
主要取引先	一般顧客 他

【業務内容】

- トライ・インターナショナルは、味噌ラーメン専門店『麵場 田所商店』をロードサイド中心に国内直営店 49 店舗を展開する事業者である。直営店のほか、フランチャイズ（以下、FC）137 店舗に対して食材供給、店舗支援を行い、また、世界的なラーメンブームに応じてグループ会社にて、アメリカ、カナダ、ブラジル他に出店（2025 年 6 月時点 10 店舗）しており、ラーメン・味噌文化の普及に貢献している。味噌ラーメン専門店のパイオニアであり、全国の味噌蔵から様々な味噌を調達し独自に配合するなど、多種多様な嗜好に合わせた商品を展開。味噌ラーメンのカテゴリーにおいて『麵場 田所商店』のブランドは全国屈指の知名度を誇る。
- コロナ禍の 3 年間でも FC 含め 53 店舗を出店するなど、継続的に店舗展開を行っており、また「俺の空」など新ブランド開発にも注力している。店舗の 7 割以上は FC で、味噌の醸造からお客様への商品提供まで一貫した商流を把握し、味噌ラーメン専門店としてのフランチャイズパッケージを構築している。『麵場 田所商店ブランド』のコンセプトに十分に共感・賛同したオーナーに対し、出店相談から、物件情報収集、事業計画作成、研修等、手厚いサポートを行っている。
- 客層はファミリー層が中心。客単価は 1,000 円以上であり、競合店と比較するとやや高めである。商品開発の面では、管理栄養士から構成される『商品開発チーム』が、免疫力の向上や腸内環境を整える食材を開発する等、健康を意識した商品づくりを展開しており、女性からの人気も高い。

<店舗・商品>



（出所：当社 HP）

炙りチャーシュー麺



一番人気のメニューです。丁寧に味噌を塗りこんだ味噌漬けチャーシューを直前に炙って提供します。

超バターラーメン



大判のバターを豪快に乗せた人気メニューです。北海道味噌の濃いめの味をまろやかでコクのある味わいに。

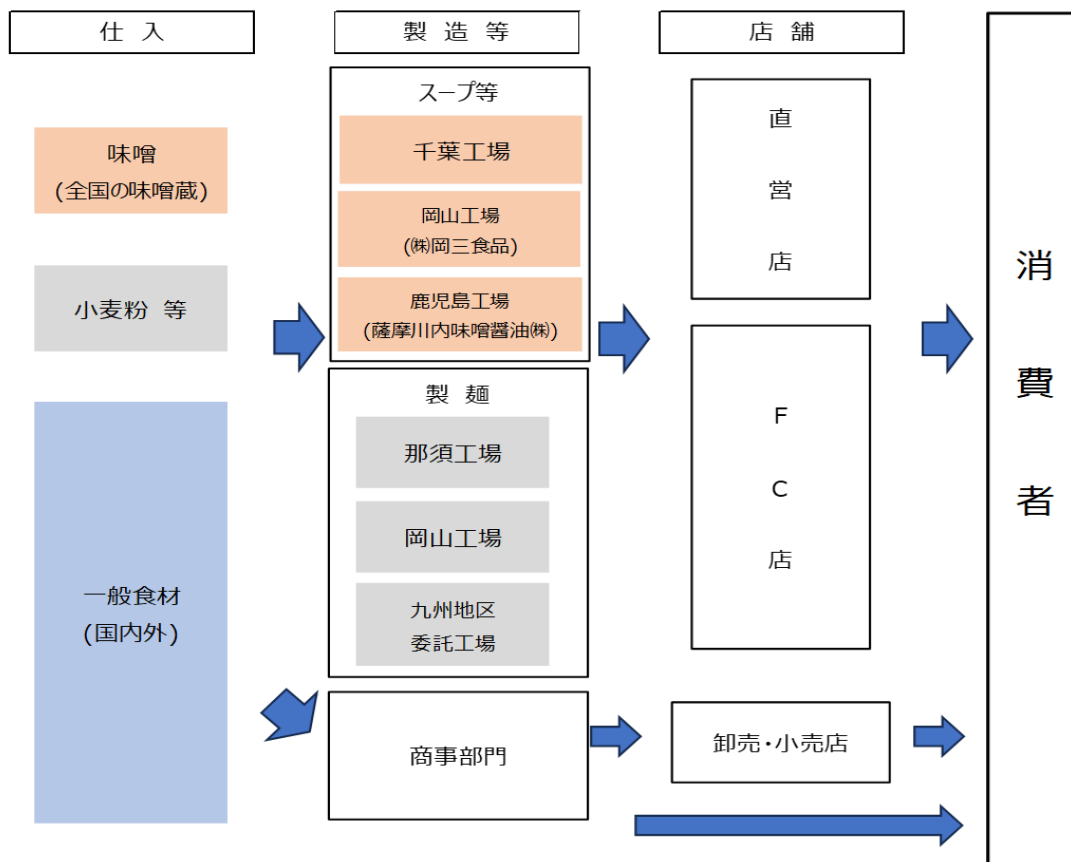
肉ネギラーメン



白髪ネギにオリジナルの辛みそを加えました。ネギと唐辛子の辛味とシャキシャキの食感が人気のメニューです。

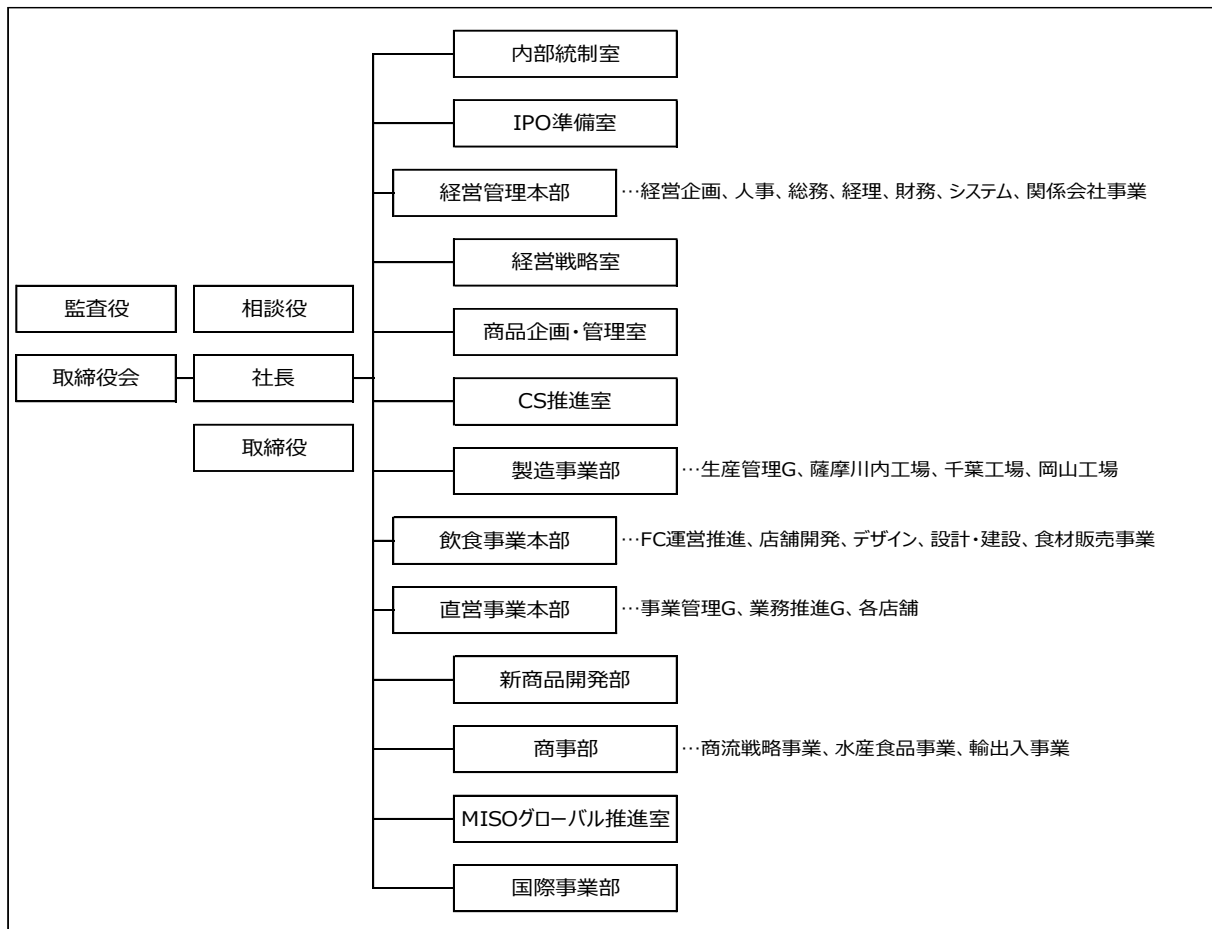
(出所：当社 HP)

● 商流概略



(商工中金経済研究所が当社ヒアリングに基づき作成)

● 組織図

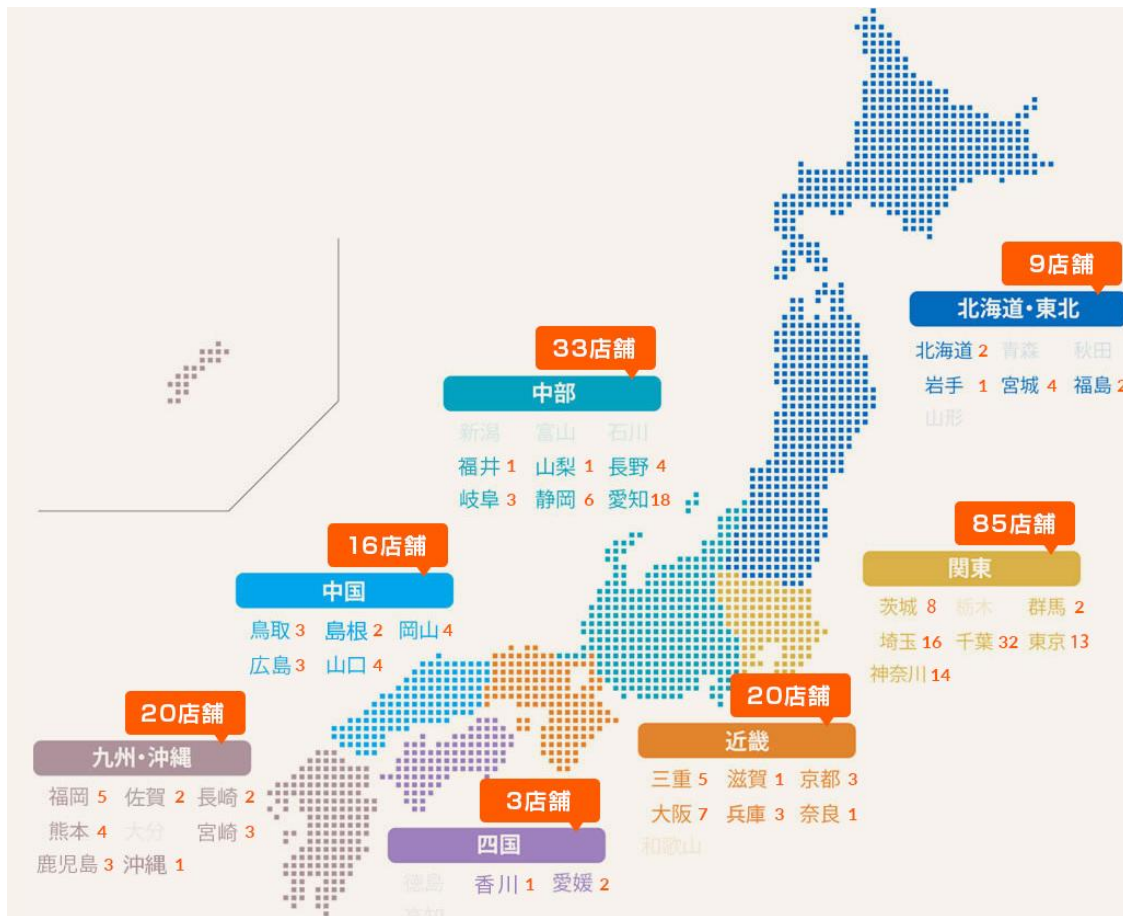


(商工中金経済研究所が当社資料に基づき作成)

【事業拠点】

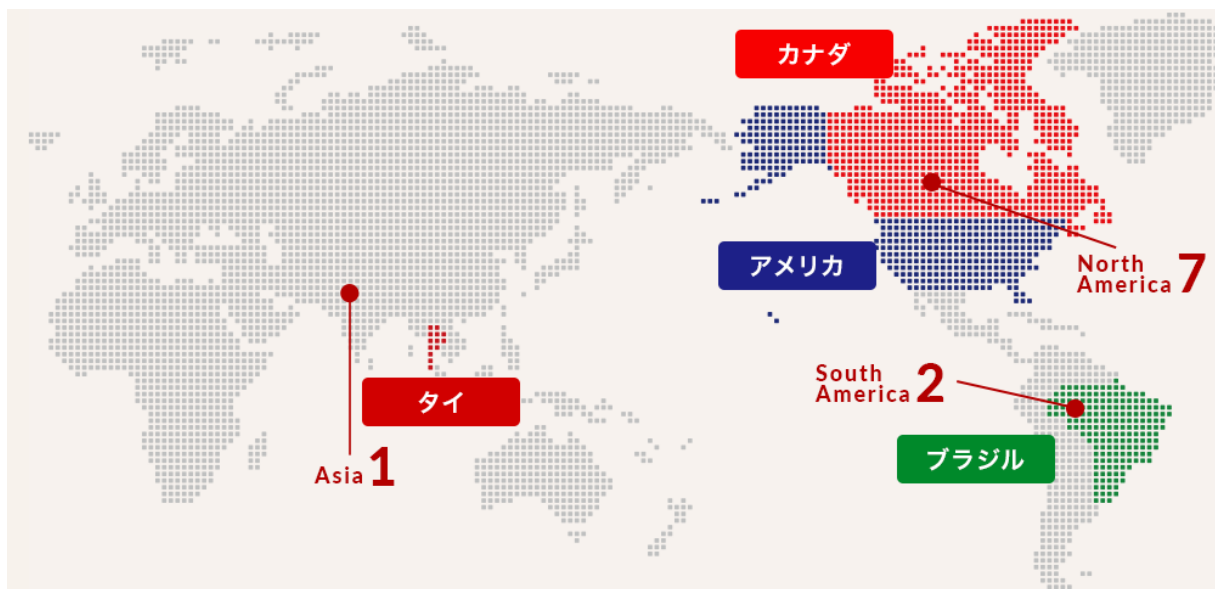
拠点名	住所	特徴
千葉本社	千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1 ワールドビジネスガーデンマリブイースト 19 階	経営管理部門
東京本社	東京都千代田区丸の内 3-4-1 新国際ビル 9 階	営業部門
千葉工場	千葉県千葉市若葉区殿台町 137-1	味噌加工、年間 84.3 トン
鹿児島工場	鹿児島県薩摩川内市樋脇町市比野 141-1	関係会社、味噌・醤油の製造
MISOYA VIETNAM CO.,LTD.	Factory K3-8,Tan Kim Industrial Park Expansion, Can Giuoc Town,Can Giuoc District,Long An Province,Vietnam.	現地法人、製麺業、 年間 140 万食
TRY INTERNATIONAL TRADING CO.,LTD	B305,Jamona Heights,210 Bui Van Ba Street,Tan Thuan Dong Ward,District 7,Ho Chi Ninh City, Vietnam.	食料品輸出入
店舗	日本国内 186 店舗、海外 10 店舗 (2025 年 7 月現在)	ラーメン店

[国内出店状況]



(出所：当社 HP)

[海外出店状況]



(出所：当社 HP)

【沿革】

2003 年	有限会社トライ設立、味噌ラーメン専門店を開店
2004 年	味噌・醤油製造業 認可取得。FC 展開スタート。
2005 年	蔵出し味噌 麺場 田所商店 行徳店 開店
2007 年	株式会社トライへ商号変更、本社を千葉県市若葉区貝塚町へ移転
2008 年	ブラジル サンパウロに海外 1 号店を開店
2009 年	蔵出し味噌 麺場 田所商店 本店 開店
2010 年	台湾 台北店を開店
2011 年	アメリカ シリコンバレー店及びニューヨーク店を開店
2012 年	カナダ モントリオール店、タイ バンコク店を開店 株式会社トライ・インターナショナルへ社名変更、本社を千葉県美浜区中瀬へ移転
2013 年	アメリカ シカゴ店を開店
2014 年	ベトナム ビンズオン店を開店 株式会社トライ・インターナショナルベトナムを設立 株式会社トライ・インターナショナル北海道を設立 味噌は日本人の宝物株式会社を設立
2015 年	食品工場 ミソヤ・ベトナム有限会社を設立 アメリカ シカゴ 2 号店、タイ バンコク店を開店
2016 年	ベトナム レタントン店、イタリア ミラノ店、タイ チットロム店を開店
2017 年	スリランカ コロンボ店、ブラジル サンパウロ パウリスタ店を開店
2018 年	カナダ トロント店を開店
2019 年	カナダ エドモントン店・モントリオール 2 号店・マーカム店を開店 薩摩川内味噌醤油株式会社をグループ会社とする
2020 年	株式会社トライ・インターナショナル北海道を合併する 味噌は日本人の宝物株式会社が中古厨房機器販売事業『ちゅうぼうランド』を開始
2021 年	ブラジル サンパウロにアウグスタ店を開店
2022 年	営業本部を移転し、東京本社とする
2023 年	株式会社ファミリーフーズ（冷凍食品製造業）をグループ会社とする
2024 年	株式会社俺の空（ラーメン店）をグループ会社とする 食品・食材等の貿易商社トライ・インターナショナルトレーディング有限会社をベトナムに設立

【受賞等】

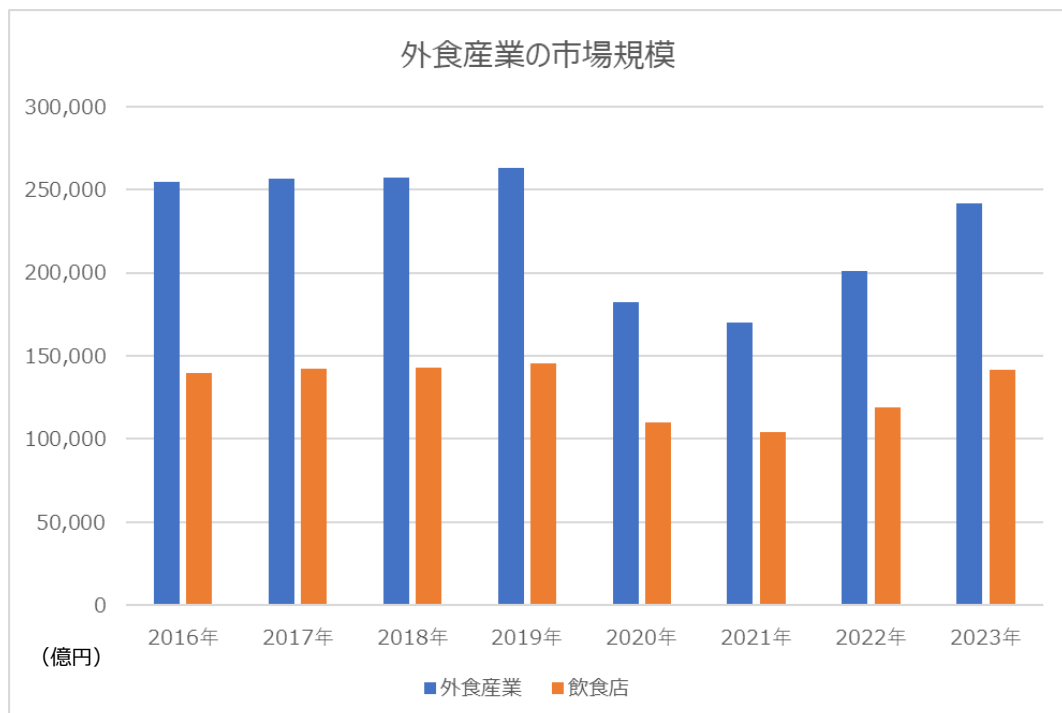
2019 年、千葉県優秀企業経営者表彰「優秀社長賞」

2019 年、千葉県経営革新優秀企業表彰「優秀企業賞」

2.2 業界動向

■ 外食産業とラーメン店の市場動向

- 一般社団法人日本フードサービス協会によれば、2023 年はコロナによる行動制限が解除され人流が回復したこと、物価高を背景にメニューの価格改定が継続したこと、また 4 月に入国規制などの水際対策が終了し、インバウンド需要が回復したこと等から、外食産業の市場規模は 2 年連続して前年を上回り、20.2%増加、24 兆 1,512 億円と推計されている。コロナ禍以前の市場規模や、インバウンド需要の伸びを考えると、今後もこの傾向が続くものと予想される。



(出所：一般社団法人日本フードサービス協会のデータに基づき商工中金経済研究所が作成)

- ラーメン店の市場規模について、富士経済の調査によれば、2023 年は 4,600 億円（2022 年比 112.5%）、2024 年見込 4,870 億円（2023 年比 105.9%）としている。人流回復や、インバウンド需要の拡大等が要因であり、引き続き市場は拡大する見込み。

■ 日本食レストラン、ラーメン店の海外展開

- 日本の農林水産物・食品のさらなる輸出拡大に政府を挙げて取り組んでいる中、海外における日本食レストランの店舗数は年々、増加傾向にある。農林水産省の資料によれば、2023 年の海外における日本食レストランは、2021 年の約 15.9 万店から約 2 割増の約 18.7 万店。地域別ではアジア約 2.1 万店増、中南米約 0.7 万店増、欧州約 0.3 万店増、北米約 0.3 万店減となっている。日本食レストラン数上位の国・地域は、中国、米国、韓国、台湾、メキシコと続く。

【各地域における増減（2 年前対比）要因】

アジア	約 2 割増 ↑	コロナ禍後の規制解除、日本食人気の高まり、チェーン展開する企業の進出等により増加
北米	約 1 割減 ↓	コロナ禍の影響等により減少
中南米	約 2 倍 ↑	日本のアニメ等の影響による日本食需要の増加、調査方法の変更（より多くの店を検索可能になったこと）等により増加
欧州	約 2 割増 ↑	日本食人気の高まり、チェーン展開数企業の進出等により増加

（出所：農林水産省「海外における日本食レストラン数の調査結果（令和 5 年）の公表について」に基づき商工中金経済研究所が作成）

- 訪日外国人への調査によれば、ラーメンは「自国で知られている日本料理」の 2 位（1 位は寿司）、「自国で最も人気がある日本の料理」の 3 位となっており、人気の高さがうかがえる。（2023 年 4 月、「訪日外国人からみた日本の“食”に関する調査」農林中央金庫）海外での人気がますます高まる中、国内ラーメンチェーンの一部も、積極的に海外進出を行っており、国内店舗数以上に outlet しているケースもある。

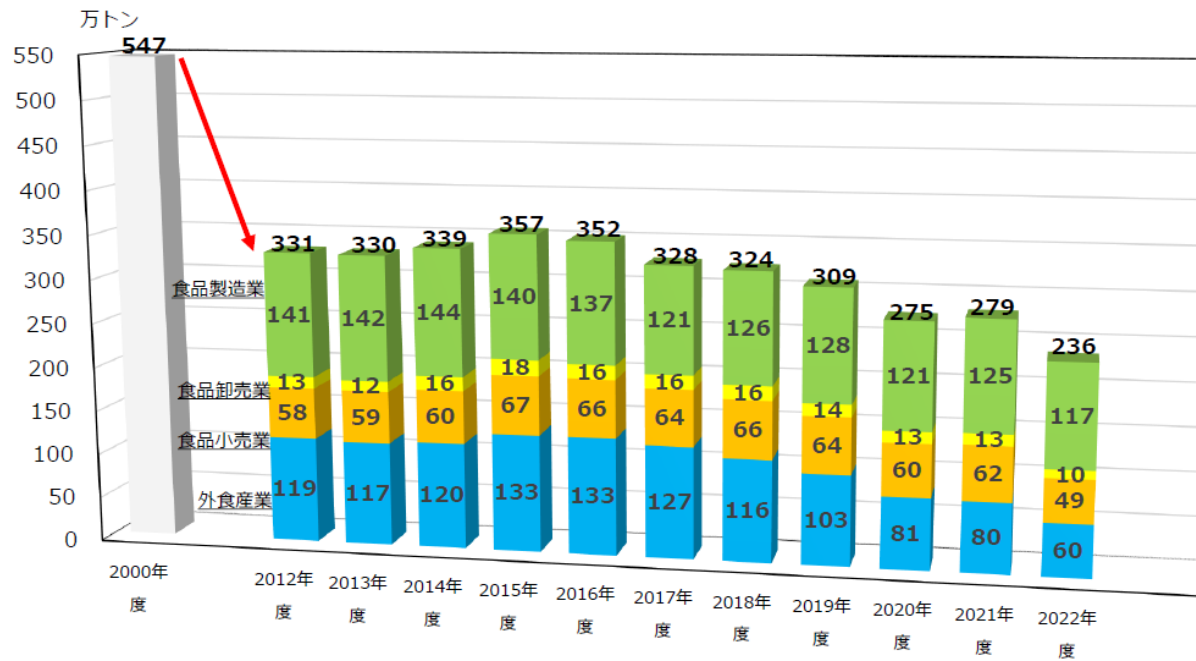
■ 外食産業の食品ロス

- 家庭系の食品ロスの発生原因が、作りすぎや賞味期限切れによる廃棄などであるのに対し、事業系の食品ロスは、いわゆる 3 分の 1 ルール²等の商慣習や消費者の過度な鮮度志向などが挙げられる。食品ロス削減に向けて、製配販（製造・配送・販売）の連携や消費者の理解の促進などフードチェーン全体での取り組みが必要である。
- 外食産業の食品ロスは、事業系の 25%を占め、2019 年 103 万トンから 2022 年 60 万トンへ約 4 割と着実に削減している。主な食品ロスの発生要因は、消費者の食べ残しなどで、対策としては、注文受付時の配慮（小盛サービスの提供、食べ残しの持ち帰りの提供（消費者の自己責任）、消費者への啓発などが挙げられる。
- ラーメン店での取り組みとしては、「小盛、ハーフサイズメニュー等の提供」「ばら売り、量り売り又は少量パックによる食料品販売」「食べ残した料理の持ち帰り希望者への対応」「3010 運動」³「フードバンク等への寄付」などの事例が見られる。
- なお、事業系の廃食用油は、有価物として取引されることも多く、そのほとんどが飼料用（約 70%）へリサイクルされており、特に、外食産業にとって重要なリサイクル手法である。

² 3 分の 1 ルール～食品小売業界において、賞味期限の 1/3 を超えたものを入荷しない、2/3 を超えたものを販売しない、といった商慣習があるとされている。

³ 3010 運動～宴会や会食で、最初の 30 分間は席を立たずに料理を楽しみましょう、最後の 10 分間は自分の席に戻って再度料理を楽しみましょう、と呼びかけて、食品ロスを削減する運動。

(事業系食品ロスの発生量の推移)



(出所：環境省「我が国の食品ロスの発生量の推計値（令和4年度）」)

2.3 企業理念、経営方針等

【企業理念】

使 命
世界へ「健康」を広めることが私達の使命 加盟店を含む全従業員の物心両面の幸福を追求し国際社会の進歩発展に貢献する
メッセージ
— 半 健 半 商 — 半分は「健康」のお手伝いを、半分は「商い」をさせていただける企業でありたいと考えています。
企業理念
01 お客様第一主義を貫く 私たちは商品の品質、価格、サービス等、全てに亘って、お客様に満足し喜んでいただけることを基本とし、そのための努力を惜しみません。 02 心をベースとして会社を経営する 私たちは社会とお客様の信頼を応えるために一人一人が精一杯努力をし、経営者は命をかけて全従業員の信頼に応えていきます。 それによって心がひとつになり、相互に信じ合える仲間、信じ合える集団をつくるのが会社の将来の発展に必ずやつながるものと信じています。 03 原理原則を大切にする 私たちはお客様と社会から信頼していただくために、いかなる時も「人間として正しいものは何か」という原理原則に従って物事を判断して活動して行きます。
社 是
一人のお客様の喜びのために誠実を尽くし、 一人のお客様の生活を守る為、利害をも忘れる。 その人としての姿こそを、我々、株式会社トライ・インターナショナルのあるべき姿としたい

【品質方針】

麺場 田所商店 6 つのこだわり（ブランドポリシー）		
日本古来の食文化『味噌』にこだわり抜いて、全国各地に伝承されるさまざまな味噌を使用し、味噌ラーメンのみを提供する、『味噌ラーメン』専門店です。味噌の豊かな味わいと素材由来の健康効能を、国内はもとより世界に向けて発信しております。		
1	味噌屋が作る本物	味噌屋の息子がはじめた『味噌ラーメン専門店』。タンパク質、必須アミノ酸・ミネラル・ビタミンをはじめ、様々な栄養素が豊富に含まれています。この日本古来の健康食である味噌を食べる機会を提供することで、一人でも多くの方に健康な毎日を送っていただきたい。そんな想いでつくった、味噌ラーメンの専門店です。チャーシューや玉子も味噌漬けにし、徹底した味噌へのこだわり。さらに手間ひまかけて仕込む本格スープと全国各地の手前味噌を使った独自のおいしさは、味噌屋ならではの味わい。
2	技術と時間をかける	田所商店が大切にしているのは『味噌』をはじめ、全ての食材にこだわり、おいしくてからだに良い商品作りに技術と時間をかけること。しっかりと技術や知識を積んだスタッフが、心を込めて作っています。スープ1つをとっても、数種の素材を手間ひまかけて仕込んでいます。本物を提供するという信念を持って、日本が誇る健康食『味噌』を使った田所商店の『本物の味』を提供いたします。
3	全国各地の味噌	北海道味噌・信州味噌・九州味噌・江戸前味噌・伊勢味噌など、日本各地の味噌の中からそれぞれの店舗に合った三種類を基本とし、辛口、甘口、濃口などバラエティーあふれる味噌味をご提供。ラーメンには各地方の特産品をトッピング。それぞれの味噌味に対して『肉ネギラーメン』『野菜ラーメン』『味噌漬け炙りチャーシュー麺』などをご用意。心とからだを幸せにする『味噌ラーメン』で、幅広い地域のお客様、また老若男女問わず多くの世代の方に親しまれるお店です。
4	世界が認め続ける	健康食・味噌を世界に広めていくため『味噌ラーメン専門店』を海外にも『Misoya』の名前で展開しております。現在、日本、ブラジル、アメリカ、タイ、カナダにて『麺場 田所商店ブランド』を出店中。海外でも日本古来の食文化である『味噌』に注目が集まっております。ニューヨーク店では2013年から5年連続ミシュランガイドに掲載されました。
5	大切な人と一緒に	お一人のお客様はもちろん、友人知人のグループ、親子三代、孫の世代まで親しまれる、世代を超えた『ハレの日の食事が出来るラーメン屋』が当店の特長です。従来のラーメン店とは一線を画すお店作りで、温もりのある店内照明、落ち着いた色調の店内装飾。そんな居心地の良い空間で、味噌ラーメンを、大切な人と一緒に。

6	美と健康 にこだわる	味噌にはじつにたくさんの栄養素が含まれています。また、その栄養のため味噌はがんの予防、老化防止、美白効果、放射性物質の排せつ促進など、様々な効果があると言われ人気が高まっています。そんな『味噌』から始まった味噌ラーメン専門店『麺場 田所商店』では、常に美味しく『食べて、健康』をモットーとしております。近年では『乳酸菌』に注目し、味噌ラーメンにお好みに『乳酸菌』をプラスするトッピングや糖質を大幅にカットした低糖質麺も一部店舗にて取り扱いをはじめました。美味しいだけではなく健康も考えた商品づくりを大切にしています。
---	---------------	--

2.4 事業活動

トライ・インターナショナルは以下のような自然環境・社会・社会経済へのインパクトを生む事業活動を行っている。

【自然環境面】

■ 適切な排水処理の実施

- 店舗等で排出する水については、グリストラップに油分分離機を導入しており、放流する水質保全に努めている。
- 店舗等で排出される廃油については、専門業者に依頼し、無料又は有料で引き取ってもらっており、適切に処理している。

■ 大気への影響抑制

- フロンガスの環境への影響を考慮し、新店舗においてはノンフロン冷蔵庫の導入を進めている。既存店においても機器代替えの際に、随時ノンフロン冷蔵庫に変更を検討している。

■ CO2 排出量抑制

- 現在、店舗においてはスープを作るため、寸胴鍋を使用し具材を長時間、ガスコンロで炊いている。今後は、味噌スープ製造・保存を機械化し、スープの蒸発を防ぎ歩留りを改善することでガスの使用量を抑制する方向である。

■ 省エネの取り組み

- 電気使用量については、部門ごとに月次で把握しており随時、削減に努めている。
- 一部店舗においては再生可能エネルギー事業者の電気を活用している。今後、安定的な電力供給を確認の上でさらなる活用も検討していく。
- 店舗照明はすべて LED を導入済。店舗等における調理部門はこまめにガス等の調理器や照明のオンオフを心掛け、エネルギー使用量の抑制に努めている。

■ 食品ロス削減の取り組み

- 仕入食材については、先入れ先出しの使用を徹底している。また、スープの量やトッピングのグラム数をレシピで規定し、現場でのオーバーポーション防止を図っている。これらの取り組みにより、食材廃棄ロス削減に努めている。
- さらに、今後、自社工場で生産する各種調味料の規格を少量化し、店舗における調味料の無駄を削減する予定である。環境省が推奨する食品ロス削減アクションである「mottECO」⁴についても、

⁴ mottECO～飲食店などで食べきれなかった料理を、お客様が自己責任で持ち帰ることを推奨する、環境省が提唱する食品ロス削減のための取り組み。

今後取り組みを研究している。

- 現在、ブロックごとのセントラルキッチン導入を計画中であり、効率性を高め食品ロスを削減するとともに、労働時間短縮にもつなげる予定である。

【社会面】

■ 食品の安全性確保

- 各製造拠点が最寄りの保健所の指導を受けつつ、HACCP に準拠した製造体制を構築している。
- 食材の安全・衛生管理を徹底するため、工場及び店舗において、衛生チェック表、衛生管理表、従業員健康管理表、工場用の交差汚染防止就業ルール等を活用し、随時チェックを行う体制を確保している。

【各種管理・チェック表】

帳票類	チェック事項等
衛生チェック表 (月 1 回以上)	・手洗い設備、従業員 ・保管庫、厨房設備、冷蔵庫・冷凍庫 ・厨房、食材管理、器具類 ・トイレ、外観、玄関、ホール
衛生管理表 (週 1 回以上)	・材料の受け入れ ・冷蔵・冷凍庫の温度確認 ・交差汚染・二次汚染防止 ・器具の洗浄・消毒・殺菌、スポンジ、たわしの洗浄・消毒・殺菌 ・トイレの洗浄・消毒 ・従業員の健康管理、手洗いの実施
従業員健康管理表 (入店時)	ユニフォーム、手指・顔、下痢・嘔吐・腹痛・発熱、咳・のどの痛み、爪、指輪・ピアス・ネイル、手洗い、トイレ、三角巾・タオル、検便、体温
交差汚染防止就業ルール	・大きなやけどや大きな怪我 ・手指に怪我、切り傷、あかざれ等 ・重度のラテックスアレルギー、ゴムアレルギー、手袋による手荒れ ・インフルエンザに感染した場合 ・感染性胃腸炎（ノロウイルス）に感染した場合 ・家族がインフルエンザや感染性胃腸炎に感染した場合 ・その他

(商工中金経済研究所が当社資料に基づき作成)

■ 健康を意識した商品づくり

- 管理栄養士からなる『商品開発チーム』により、発酵をテーマに、乳酸菌やオリゴ糖、穀物酢、果実

酢などを素材に加え、免疫力の向上や腸内環境を整える商品を開発。他にも低糖質麺やサラシア⁵等を取り入れて、親子三世代の健康を意識した、様々な健康への効能を考えた商品づくりを展開している。

【商品開発チームの概要】

開発メンバー	3名（うち管理栄養士1名）
商品企画会議	月2回開催（他部署も参加し店舗にかかわるメニューや物販商品の企画戦略等を検討している）
開発方法	店舗のコンセプトに合わせたメニューの考案や、季節や料理コンセプトに合わせた食材を検討することにより商品化
成果	・ 他部署との連携により、商品アイデアや食材の紹介、購入を依頼し、開発メンバーだけでは思いつかないような商品を検討。 ・ また、店舗担当からお客様のニーズや各地域の情報を入手し商品化することで、少ない人数でも幅広い情報を得られ、その結果、満足度の高い商品開発につなげている。

■ 食料の安定供給

- 過去、自然災害の影響で麺の供給に支障が出たことを機に、製麺工場の分散化を検討してきた。また、物流コスト低減等も課題となっていた。そこで2024年、自社製麺工場を東日本（栃木県那須市）、西日本（岡山県岡山市）に新たに設置。製麺工程の内製化及び分散化により、供給の安定化と効率的な配送を実現した。今後、材料原価・物流コスト低減が見込まれている。将来的には、餃子等の他の食材の製造も視野に入れ、引き続き食料の安定供給を進めたいと考えている。

■ 味噌文化の維持・発展

- 客単価はやや高めであるが、顧客は全国各地の味噌を選べる楽しさ、美味しさを味わえる。北海道味噌（約6割）、信州味噌（約2割）、九州麦味噌（約1割）、江戸前味噌、伊勢味噌をはじめ全国各地に伝承される様々な味噌から、辛口、甘口、濃口など地域性などを考慮して、店舗ごとにスープの品揃えを変えている。また、季節に合わせた『期間限定の商品』や各味噌に合わせた独自のトッピングなど、顧客の好みに応じて多様なメニューを提供することで、幅広い客層から高い支持を得ている。
- 「味噌は日本人の宝物」という考えのもと、日本古来の食文化『味噌』にこだわり抜いて、全国各地に伝承されるさまざまな味噌を使用。味噌ラーメンとして販売するだけでなく、味噌そのものの卸売・小売（店頭販売等）も展開している。

⁵ サラシア〜スリランカやインドなどの熱帯地域に広く自生する植物。インドでは伝統的な医学療法にも用いられてきた。副作用のない天然素材で、糖の吸収抑制、腸内環境改善的作用があり、食後の血糖値上昇を緩やかにするとの研究報告もある。

- 千葉県が主催する「ちばのキラリ商品支援事業 2025」において、発酵をテーマとした商品開発事業に参画している。具体的にはトライ・インターナショナルが中核企業となり、県内食材を活用した新しい味噌ラーメンの開発・商品化を行っている。また、千葉県内を中心に、各地の食に関するイベントの際にキッチンカー等により出店し、味噌のPRを行うなどイベントを盛り上げている。
- 味噌の豊かな味わいと素材由来の健康効能を、国内はもとより世界に向けて発信している。日本のみならず世界でも健康面から味噌は注目され、アメリカをはじめカナダ、ブラジルと世界各地に味噌ラーメン店を展開中。主要食材の現地製造能力の増強、商社機能の拡充、多店舗展開により、各地で製販一貫体制を整備して行く予定である。

■ 従業員の処遇改善

- 社員の平均給与月額「宿泊業、飲食サービス業」の平均値を上回る水準である。また、社員の定着化を目的として、直近2年連続でベースアップを実施済である。
- 評価制度の透明性確保（目標設定→評価→フィードバックの明確化）や、業績や行動への適正な報酬、昇給・昇格制度の納得感ある運用を行っており、随時、見直しを行っている。

■ 労働災害の抑制・安全衛生への取り組み

- 職場の安全確保のため、安全衛生教育の実施やヒヤリ・ハット事例の共有等を通じて作業者の意識向上を図っている。その結果、労災発生は低水準に抑えられており、重大な災害は発生していない。引き続き災害発生を抑制し、重大な労災をゼロとするために安全対策を実施していく。
- 安全衛生については、安全衛生委員会を適切に運営すること等を通じて、安全意識のばらつきや人手不足による安全管理の低下、設備の老朽化等の課題を解消していく予定。また、職員の健康や安全を守るための施策を着実に実行し、安全衛生基準を高いレベルで維持・改善することを目的に「安全衛生優良企業認定」取得を目指している。

【安全対策等の取り組み状況・現状の課題】

主な取り組み状況
・ 安全衛生教育の実施（入社時教育・定期教育） ・ ヒヤリ・ハット事例の共有による注意喚起 ・ フォークリフト（工場）、包丁（店舗）、熱源機器等の操作教育 ・ 床の滑り止め措置（転倒防止） ・ 衛生・健康管理の強化（暑熱対策・熱中症予防の実施、過重労働対策（シフト調整・適正人員配置）） ・ 体調申告制度やメンタルヘルス対策 ・ その他

■ 人材教育・働きやすい職場づくり

- 新入社員については、入社初日～3ヶ月のフォロー体制（育成担当者の配置、定期面談）や、

業務マニュアル・OJT の整備、目標設定とフィードバックの仕組みを通じて育成を図っている。

- キャリア形成については、資格取得支援や、階層別・職種別研修制度の導入、定期的なキャリア面談により、本人のやる気や希望に極力、応じることが可能な体制を整えている。
- 働きやすい職場づくりには、何より社内コミュニケーションの促進が重要である、との考えから、1on1 ミーティングや、チームビルディング活動（懇親会等）、メンタルヘルス対策（相談窓口設置）を実施している。
- ワークライフバランスの観点から、労働時間や休日管理を徹底している。また、シフト制・リモートワーク・フレックスタイムを導入しており、柔軟な勤務制度となっている。さらに住宅手当、家族手当、育児・介護休暇などにより福利厚生も充実させている。
- 平均月間残業時間は、全業種の平均時間（毎月勤労統計調査令和 6 年度結果確報における一般労働者の所定外労働時間）を上回っている。間接部門については、業務の効率化や定時退社日を設定することで残業時間の短縮化を図る方向である。店舗においてはセルフレジやオーダーシステムのさらなる導入、配膳ロボットの導入、店舗形態によっては水のセルフ化等により労働時間の削減を図る予定である。
- 休日・休暇について、店舗総合職の場合は週休 2 日制（月 6 日以上/シフト制）、本社総合職の場合は土曜・日曜・祝日と定めており、その他に共通して有給休暇・慶弔休暇が取得できる制度となっている。有給休暇については、定期的な休暇取得の呼びかけ等の取り組みによりパートを除き着実に改善しており、政府目標である 70% 以上の実績になっている。今後もさらなる改善を進める予定である。店舗総合職については、社員間の公平な休暇取得を目的に、ジョブローテーションによる業務の平準化を図り、さらなる休暇取得率の向上を目指している。

■ 雇用の機会創出・ダイバーシティへの取り組み

- 雇用の機会については、新規出店に伴う人員増を予定している。既存部門については、従業員の能力向上を図ることで労働生産性を上げていく方向である。
- 雇用については、ターゲット人材の定義（スキル・経験・価値観など）を明確にし、他社の雇用条件・訴求ポイント等の競合分析を行ったうえで取り組んでいく。雇用に当たっては、求人媒体の適切な選定や、リファラル採用（従業員紹介制度の活用）、SNS・自社サイトによるブランディング採用、インターンシップ、会社説明会の実施等、多様な手法を活用する。
- 従業員数は、2025 年 3 月末時点で社員 251 名、パート 774 名、計 1,025 名。うち女性が 564 名在籍しており、男女比率は男性 45%、女性 55%で女性の従業員が多い。店舗接客、工場勤務、商品開発等、幅広い業務に女性が配属され活躍している。人員配置は実力主義の方針であり、管理職や課長層にも女性が登用されている。
- 現場勤務等の人員確保に対応するため、2025 年 3 月末時点で 122 名の外国人を採用している。従業員のうち外国人比率は 12%である。外国人向けに従業員寮を確保するなど、福利厚生面にも配慮している。
- 就業規則では定年は 60 歳であり、以降は 65 歳まで再雇用としている。来年度から 65 歳定年、

70 歳までの再雇用を予定している。定年前までの担当業務を活かせることを前提とした配置及び業務範囲としている。2025 年 3 月末時点で 65 歳以上の高齢者を 9 名採用している。

【社会経済面】

■ 多店舗展開の強化

- コロナ禍で同業他社が出店中止・撤退する中で、より多くのお客様に味噌ラーメンを届けたい、という思いから、撤退する他社チェーン等の物件等を含めて、直営店・FC 店両方で出店を継続し、現状 36 都道府県 186 店舗まで拡大。足元で消費需要の先行きの不透明感が増していることを踏まえ、変化に強い企業体質を構築しつつ 200 店舗を目指して新規出店に取り組んでいる。
- 地域戦略としては、西日本地区の出店を強化する方向である。また、都市型店舗を増やすことにより、ラーメンを好む外国人観光客の需要も取り込む。
- 「フランチャイザーとフランチャイジーは運命共同体」であるとして、共に成長し共に繁栄することを掲げて FC 出店に取り組んでいる。『麺場 田所商店』のブランド力を高めながら FC 店のポテンシャルを最大限に引き出し、成功へと導くビジネスモデルをフランチャイジーに対して提案している。ロイヤリティ（加盟店手数料）の負担が無いこと、また他のラーメン店にはない独自の味噌、ブランド力、フランチャイザーのバックアップ等が評価され、店舗数の約 7 割が FC 店であり、複数出店しているフランチャイザーも多数存在している。
- 多店舗展開の取り組みは、地域事業者の活性化や工事請負等の協力業者の収益機会拡大、地元従業員の雇用拡大につながり、「零細・中小企業の繁栄」にポジティブな影響を与えている。

■ 全国の味噌の取り扱い拡大

- 味噌ラーメン専門店として、全国各地の約 60 社の中小企業である味噌蔵と取引を行い、多種多様な味噌を仕入れており、卸売りも展開。うち 36 社（北海道・東北 6 社、関東 2 社、中部 21 社、西日本 7 社）については自社のホームページで紹介しリンクを張るなど、連携を強化している。
- 中小の味噌蔵は、国内市場の縮小等により経営環境が厳しくなっている。特に、大豆価格の高騰の影響が大きいことから、当社の商社機能を発揮して、海外を含めて良質で安価な原料を安定的に仕入・納入する仕組みを構築する方向である。
- 日本の味噌需要は食生活の多様化や大豆等の原材料の高騰などにより減少傾向にある。味噌ラーメンの供給拡大により国内需要を盛り上げるとともに、海外の食品見本市・展示会への積極的な参加や店舗展開等を通じて、海外への味噌・味噌関連商品の輸出を拡大する方針である。

3.包括的インパクト分析

UNEP FI のインパクトレーダー及び事業活動などを踏まえて特定したインパクト

社会（個人のニーズ）		
紛 争	現代奴隷	児童労働
データプライバシー	自然災害	健康および安全性
水	食 料	エネルギー
住 居	健康と衛生	教 育
移動手段	情 報	コネクティビティ
文化と伝統	ファイナンス	雇 用
賃 金	社会的保護	ジェンダー平等
民族・人種平等	年齢差別	その他の社会的弱者
社会経済（人間の集団的ニーズ）		
法の支配	市民的自由	セクターの多様性
零細・中小企業の繁栄	インフラ	経済収束
自然環境（プラネタリーバウンダリー）		
気候の安定性	水 域	大 気
土 壌	生物種	生息地
資源強度	廃棄物	

（黄：ポジティブ増大 青：ネガティブ緩和 緑：ポジティブ/ネガティブ双方 のインパクトを表示）

【UNEP FI のインパクト分析ツールを用いた結果】

国際標準産業分類	レストランおよびモバイルフードサービス活動、マカロニ・麺類・クスクスその他これらに類するデンプン質製品の製造業、食品・飲料・タバコの卸売業
ポジティブ・インパクト	健康および安全性、食料、文化と伝統、雇用、賃金、零細・中小企業の繁栄
ネガティブ・インパクト	児童労働、健康および安全性、食料、賃金、社会的保護、気候の安定性、水域、大気、生物種、生息地、資源強度、廃棄物

【当社の事業活動などを踏まえて特定したインパクト】

■ポジティブ・インパクト

インパクト	取組内容
健康および安全性	➤ 健康を意識した商品づくり
食料	➤ 食料の安定供給

雇用、賃金	➤ 従業員の処遇改善
文化と伝統、零細・中小企業の繁栄	➤ 味噌文化の維持・発展 ➤ 全国の味噌の取り扱い拡大
零細・中小企業の繁栄	➤ 多店舗展開の強化

■ネガティブ・インパクト（緩和の取り組み）

インパクト	取組内容
健康および安全性	➤ 労働災害の抑制・安全衛生へ取り組み
ジェンダー平等、民族・人種平等、年齢差別	➤ 雇用の機会創出・ダイバーシティへの取り組み
水域	➤ 適切な排水処理の実施
大気	➤ 大気への影響抑制
気候の安定性	➤ CO2 排出量抑制
気候の安定性、資源強度	➤ 省エネの取り組み
資源強度、廃棄物	➤ 食品ロス削減の取り組み

■ポジティブ・インパクトとネガティブ・インパクト（緩和の取り組み）の両方

インパクト	取組内容
健康および安全性、教育、社会的保護	➤ 人材教育・働きやすい職場づくり

■UNEP FI 分析ツールで発出されたものの、インパクト特定しないもの

<ネガティブ・インパクト>

インパクト	特定しない理由
児童労働	➤ 当社では法令に沿った雇用をしており、ネガティブ・インパクトとして特定しない。
食料	➤ ラーメンについては、使用する食材の衛生管理を徹底していること、過剰な食品添加物を使用していないなど、安全・健康面でのネガティブ要素を低減していることから特定しない。
賃金	➤ 賃金は、業界平均を上回る水準かつ 2 年連続でベースアップを実施しており、引き続きこの水準を維持する方針であることから、ネガティブ・インパクトとして特定しない。
生物種、生息地	➤ 当社の事業活動において輸送中に生態系や生物種に悪影響を及ぼす可能性は低いと判断しているため、ネガティブ・インパクトとして特定しない。

4.本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性

トライ・インターナショナルは商工中金と共同し、本ファイナンスにおける重要な以下の管理指標（以下、KPI という）を設定した。設定した KPI のうち、目標年度までに達成したものについては、再度の目標設定等を検討する。

【ポジティブ・インパクト】

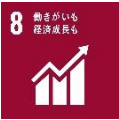
特定したインパクト	健康および安全性		
取組内容（インパクト内容）	健康を意識した商品づくり		
KPI	● 健康を意識した新商品の開発を毎年 80 件、行う。2024 年度実績 99 件		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 管理栄養士を含む商品開発チームを中心に、発酵食品である味噌の特色を生かすことなどを通じて、お客様の健康に資する商品を開発する。なお、「健康を意識した商品」とは、「味噌」を中心とした発酵食品を使用した商品、または、従来品よりもカロリーオフを実現した商品、特定の食習慣に対応した商品（ヴィーガン対応商品、グルテンフリー商品）等をいう。 ➢ 引き続き他部署との連携により、開発メンバーだけでは思いつかないうような商品や、身体に良い食材の利用等により取り組みを進める。		
貢献する SDGs ターゲット	2.1	2030 年までに、飢餓をなくし、すべての人々、特に貧困層や乳幼児を含む状況の変化の影響を受けやすい人々が、安全で栄養のある十分な食料を一年を通して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。	

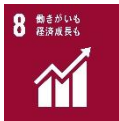
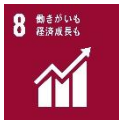
特定したインパクト	食料
取組内容（インパクト内容）	食料の安定供給
KPI	● 2025 年度から 2028 年度までに自社工場による生産数量を毎年 20%増加させる。2024 年度実績は 1,150 トン、2025 年度見込みは 1,265 トン
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 2024 年、自社製麺工場を東日本、西日本に新たに設置。製麺工程の内製化及び分散化を図った。引き続き食材の内製化を進

	めること等により、食料の安定供給に取り組む。	
貢献する SDGs ターゲット	2.1	2030 年までに、飢餓をなくし、すべての人々、特に貧困層や乳幼児を含む状況の変化の影響を受けやすい人々が、安全で栄養のある十分な食料を一年を通して得られるようにする。



特定したインパクト	文化と伝統、零細・中小企業の繁栄
取組内容（インパクト内容）	味噌文化の維持・発展、全国の味噌の取り扱い拡大
KPI	● 2025 年 7 月末 186 店舗から 2028 年 3 月末 212 店舗へ店舗数を増やす ● 味噌の仕入量を 2024 年度 41 トンから 2028 年度 66 トンに増やす ● 2028 年度までに、味噌蔵への大豆販売を開始する。現状実績なし ● 海外向け味噌製品の販売額を 2024 年度から 2028 年度までに 45%増加させる。2024 年度実績 11 百万円
KPI 達成に向けた取り組み	➢ より多くの顧客に味噌ラーメンを届けるため、直営店・FC 店両方で出店を継続する。なお、出店の割合は現状と同程度（直営店約 3 割、FC 店約 7 割）を想定している。 ➢ 地域戦略としては、西日本地区の出店を強化する方向である。また、都市型店舗を増やすことにより、ラーメンを好む外国人観光客の需要も取り込む。 ➢ 現在、全国各地の約 60 社の中小企業である味噌蔵と取引を行い、多種多様な味噌を仕入れており、卸売りも展開。味噌ラーメンの供給拡大により国内外の需要を盛り上げることで、味噌の仕入先・仕入量の拡大を図る。 ➢ 当社の商社機能を発揮して、海外を含めて良質で安価な原料を安定的に仕入・納入する仕組みを構築する。 ➢ 味噌の豊かな味わいと素材由来の健康効能を、国内はもとより世界に向けて発信し、海外の食品見本市・展示会への積極的な参加や店舗展開等を行う。

貢献する SDGs ターゲット	2.2	5 歳未満の子どもの発育阻害や消耗性疾患について国際的に合意されたターゲットを 2025 年までに達成するなど、2030 年までにあらゆる形態の栄養不良を解消し、若年女子、妊婦・授乳婦及び高齢者の栄養ニーズへの対処を行う。	
	8.3	生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。	
	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。	

特定したインパクト	零細・中小企業の繁栄		
取組内容（インパクト内容）	多店舗展開の強化		
KPI	● フランチャイジーを 2025 年 3 月末 57 先から 2028 年 3 月末 66 先に増やす		
KPI 達成に向けた取り組み	➤ フランチャイザーとフランチャイジーは運命共同体であり、共に成長し共に繁栄することを掲げて FC 出店に取り組んでいる。 ➤ 多店舗展開の取り組みは、地域事業者の活性化や工事請負等の協力業者の収益機会拡大、地元従業員の雇用拡大につながる。		
貢献する SDGs ターゲット	8.3	生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。	
	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。	

	8.6	2020 年までに、就労、就学及び職業訓練のいずれも行っていない若者の割合を大幅に減らす。	
--	-----	---	---

【ネガティブ・インパクト】

特定したインパクト	健康および安全性		
取組内容（インパクト内容）	労働災害の抑制		
KPI	● 重大な労災（死亡、または負傷・疾病の程度が重症である労働災害）ゼロを継続する。前期・前々期実績ゼロ		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 店舗、工場において、引き続き、安全衛生教育の実施やヒヤリ・ハット事例の共有等を通じて作業者の意識向上を図り、軽微な労災を含めて災害発生を防ぐ。特に、労働者が業務上の事由により重傷を負う災害は発生させない。		
貢献する SDGs ターゲット	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。	
	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、全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。	

特定したインパクト	健康および安全性		
取組内容（インパクト内容）	人材育成・働きやすい職場づくり		
KPI	● 平均残業時間を 2023 年 33 時間から 2028 年 30 時間へ削減する		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 引き続き、労働時間や休日管理を徹底し、各部門でそれぞれ効率化を図り労働時間の削減を図る。		
貢献する SDGs ターゲット	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。	

	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、全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。	
--	-----	--	---

特定したインパクト	廃棄物		
取組内容（インパクト内容）	食品ロス削減の取り組み		
KPI	● 食材ロス率（購買部門の仕入額に対するロス率）について、 2024 年度 0.3%を 2028 年度までに 0.15%に削減する		
KPI 達成に向けた取り組み	➤ 引き続き、店舗・工場において先入れ先出しの徹底、スープ・トッピングの量の明確化等により、食材廃棄ロス削減を図る。 ➤ さらに、店舗においては各種調味料の規格の少量化や、環境省が推奨する食品ロス削減アクションである「mottECO」への取り組み、ブロックごとのセントラルキッチン導入等により、食品ロス削減を図る。		
貢献する SDGs ターゲット	12.3	2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。	
	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。	

■ ネガティブ・インパクト（緩和の取り組み）として特定しているものの、KPI を設定しないもの

インパクト	取組内容	設定しない理由
健康および安全性、食料	食品の安全性確保	既に食材の安全・衛生管理を徹底しており、食品事故も発生していない。ネガティブが十分に緩和されていることから KPI を設定しない。
社会的保護	人材教育・働きやすい職場づくり	柔軟な勤務制度を採用。さらに住宅手当、家族手当、育児・介護休暇等、福利厚生も充実させており、ネガティブが十分に緩和されていることから KPI を設定しない。
ジェンダー平等	雇用の機会創出・ダイバーシティへの取り組み	既に女性を相当数雇用しており、今後とも維持していく。ネガティブが十分に緩和されている

		ことから KPI を設定しない。
民族・人種平等	雇用の機会創出・ダイバーシティへの取り組み	既に外国人を相当数雇用しており、今後とも維持していく。福利厚生面にも配慮しており、ネガティブが十分に緩和されていることから KPI を設定しない。
年齢差別	雇用の機会創出・ダイバーシティへの取り組み	定年 65 歳制で、以降の再雇用制度も採用しており、ネガティブが十分に緩和されていることから KPI を設定しない。
水域	適切な排水処理の実施	排水については、法令を順守した処理等を行っており、ネガティブは緩和されていることから KPI を設定しない。
大気	大気への影響抑制	排ガスについては、法令を順守した処理等を行っており、ネガティブは緩和されていることから KPI を設定しない。
資源強度	省エネの取り組み	既に店舗等における省エネに取り組んでおり、ネガティブが十分に緩和されていることから KPI を設定しない。

5.サステナビリティ管理体制

トライ・インターナショナルでは、本ファイナンスに取り組むにあたり、田所史之社長を最高責任者として、自社の事業活動とインパクトリーダー、SDGs における貢献などの関連性について検討を行った。本ファイナンス実行後も、田所史之社長を最高責任者、鈕持浩一氏をプロジェクト・リーダーとし、KPI 毎に選任されたリーダーを中心として、全従業員が一丸となって KPI の達成に向けた活動を推進していく。

(最高責任者)	代表取締役社長 田所 史之
(プロジェクト・リーダー)	執行役員 鈕持 浩一
(KPI 推進リーダー)	設定した KPI ごとにリーダーを選任

6.モニタリング

本ファイナンスに取り組むにあたり設定した KPI の進捗状況は、トライ・インターナショナルと商工中金並びに商工中金経済研究所が年 1 回以上の頻度で話し合う場を設け、その進捗状況を確認する。モニタリング期間中は、商工中金は KPI の達成のため適宜サポートを行う予定であり、事業環境の変化等により当初設定した KPI が実状にそぐわなくなった場合は、トライ・インターナショナルと協議して再設定を検討する。

7.総合評価

本件は UNEP FI の「ポジティブ・インパクト金融原則」に準拠した融資である。トライ・インターナショナルは、上記の結果、本件融資期間を通じてポジティブな成果の発現とネガティブな影響の低減に努めることを確認した。また、商工中金は年に 1 回以上その成果を確認する。

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、商工中金経済研究所が商工中金から委託を受けて作成したもので、商工中金経済研究所が商工中金に対して提出するものです。
2. 本評価書の評価は、依頼者である商工中金及び申込者から供与された情報と商工中金経済研究所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成果を保証するものではありません。また、商工中金経済研究所は本評価書を利用したことにより発生するいかなる費用または損害について一切責任を負いません。
3. 本評価を実施するに当たっては、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」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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、株式会社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。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社商工中金経済研究所

執行役員 久我 司

〒105-0012

東京都港区芝大門 2 丁目 12 番 18 号 共生ビル

TEL: 03-3437-0182 FAX: 03-3437-0190