

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社コノミヤに対する 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（JCR）は、株式会社商工組合中央金庫が実施する株式会社コノミヤに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）について、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・ファイナンス原則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 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

2024年9月26日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社コノミヤ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・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、株式会社商工組合中央金庫（「商工中金」）が株式会社コノミヤ（「コノミヤ」）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 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 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 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、コノミヤ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、コノミヤ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。

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、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 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) 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。

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。



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、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コノミヤ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・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。

(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

川越 広志

川越 広志

担当アナリスト

日野 響

日野 響



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)

■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

2024年9月26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）が株式会社コノミヤ（以下、コノミヤ）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あたって、コノミヤの活動が、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・評価にあたっては、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、中堅・中小企業^{※1}に対するファイナンスに適用しています。

※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）

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 経営理念等
 - 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. 評価対象のファイナンスの概要

企業名	株式会社コノミヤ
借入金額	①1,303,000,000 円 ② 150,000,000 円
資金使途	①設備資金 ②運転資金
借入期間	①20年 ②10年
モニタリング実施時期	毎年12月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	大阪府大阪市鶴見区今津南一丁目5番32号
創業・設立	創業：1962年1月 設立：1971年12月1日
資本金	30,000,000円
従業員数	4,691名（2024年5月現在、パートを含む）
事業内容	スーパーマーケット業
主要取引先	一般顧客

【業務内容】

コノミヤは、関西及び東海地方でグループとして2024年7月現在で106店舗のスーパーマーケット（以下、スーパー）を運営しており、グループ売上高が一千億円を超える食品スーパー業者である。店舗は大阪府内が57店舗と一番多く、次いで愛知県内20店舗、岐阜県内18店舗等となっている。

・企業の特徴

コノミヤの主な特徴は以下の通りである。

① 関西、東海地域の2地域にてスーパーを展開

地方スーパーとしてはめずらしく、発祥の地である関西地区だけでなく、東海地区にも多くの店舗を出店しており、多地域に店舗展開していることが大きな特徴である。

② M&Aを活用した事業拡大の推進

企業グループの構成は(株)コノミヤホールディングスをホールディングカンパニーとし、スーパー運営は(株)コノミヤ、(株)スーパーサンエーにて行っている。2000年代以降、積極的なM&A戦略をとり、同業スーパーのトリオト商事(株)、ハローフーズ(株)、(株)フードセンター富田屋、(株)エスアンドエス、(株)スーパーおくやま、(株)スーパーサンエー等を買収し、事業を拡大してきた。スーパー以外にも2021年に香川県の畜産業者である(有)鎌田牧場のM&Aを行った。

③ 生鮮3品を中心に「新しい！旨い！安い！」を追求

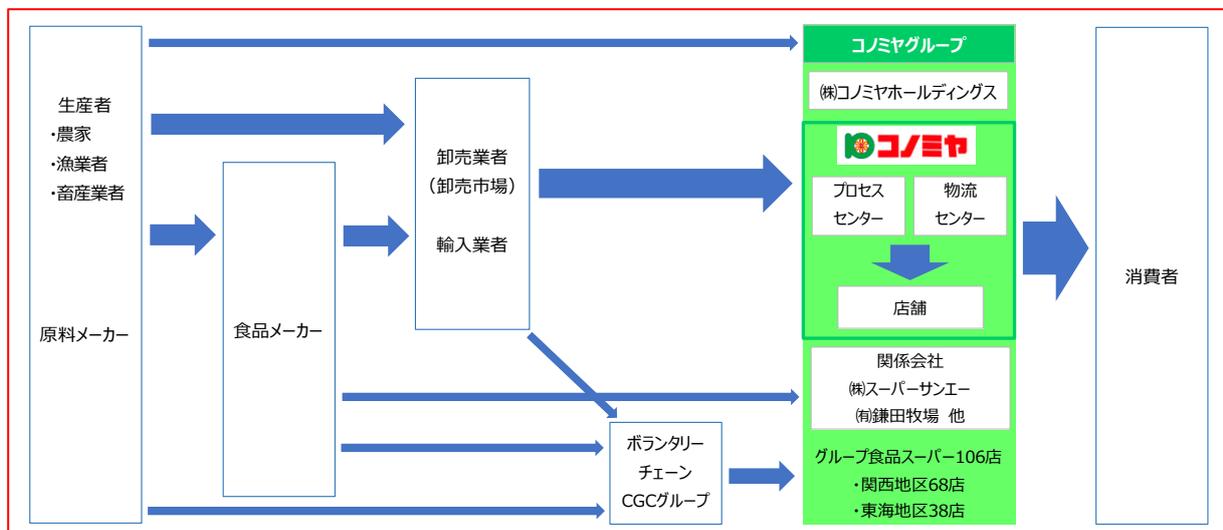
生鮮食品のカテゴリーキラーとして、青果、水産、畜産、惣菜部門に注力している。「良い品をお安くご奉仕！地域のお客様に好まれるお店」を目指し、「新しい！旨い！安い！」を追求した品揃えをしている。

④ 地場密着、地域貢献

大阪府中心に、22都市と災害時応援協定を締結している。また大阪河内長野市に本拠地を置く女子サッカーチーム「スペランツァ大阪」の運営に参画しているほか、「コノミヤテラス」「おくやまテラス」等、店舗の一面を利用して地域住民の憩いの場を提供するなど、地域社会の活性化に貢献している。

・コノミヤグループの商流

コノミヤグループの商流図は以下（図表①）の通りである。



図表① サプライチェーン図（出典：コノミヤからのヒアリングをもとに商工中金経済研究所にて作成）

【事業拠点】

拠点名	住所
大阪本社	大阪府大阪市鶴見区今津南一丁目5番32号
東海事業本部	愛知県名古屋市緑区滝ノ水三丁目301番地

【店舗】

● コノミヤ 95 店舗

大阪府 47 店舗	
大阪市	鶴橋駅前店、南住吉店、赤川店、南田辺店、緑橋店、平野西店、ピコ泉尾店、放出店、嶋野西店、嶋野店、粉浜店
堺市	堺インター店、美原店、深井店、浜寺石津店、中もず店、竹城台店、堺東店、泉ヶ丘店
泉大津市	泉大津店
高槻市	高槻西冠店、高槻店
守口市	守口店
枚方市	牧野店、枚方店、くずは店
茨木市	茨木店
八尾市	近鉄八尾駅前店
富田林市	富田林店
寝屋川市	寝屋川店
河内長野市	河内長野店、南花台店、北青葉台店
大東市	住道店
和泉市	和泉府中店
箕面市	箕面店
羽曳野市	羽曳が丘店
門真市	門真千石東店
摂津市	摂津市駅前店、摂津店
高石市	新高石店、アプラ高石店
東大阪市	若江岩田店、弥刀店、徳庵店、大蓮東店
大阪狭山市	狭山店
兵庫県 3 店舗	
神戸市	NISHIYAMA 有野店
尼崎市	尼崎店
三田市	NISHIYAMA 三田フラワータウン店
京都府 1 店舗	
福知山市	NISHIYAMA 荒河店

奈良県 6 店舗	
大和高田市	スーパーおくやま高田店
橿原市	スーパーおくやま橿原店
磯城郡	スーパーおくやま新町店、スーパーおくやま結崎店、スーパーおくやま三笠店
北葛城郡	スーパーおくやま上牧店
愛知県 20 店舗	
名古屋市	城西店、ペリーぐっど店、ハローフーズ天白店、菅田店、島田店、滝ノ水店、神の倉店、砂田橋店、中根店、東山店、日比津店、平田店
春日井市	中切店
豊田市	青木店
豊明市	ハローフーズ豊明店、ハローフーズ沓掛店
みよし市	三好店
あま市	甚目寺店
知多郡	東浦店、武豊店
岐阜県 18 店舗	
岐阜市	トミダヤ三田洞店、トミダヤ島店
大垣市	トミダヤ宿地店
瑞浪市	コノミヤ ワンダー店
羽島市	トミダヤ羽島店
美濃加茂市	美濃加茂店
各務原市	鶉沼店
可児市	可児店
瑞穂市	コノミヤ巣南店、トミダヤ岐大店
本巣市	トミダヤ本巣店
羽島郡	トミダヤ笠松店
養老郡	トミダヤ養老店
不破郡	トミダヤ垂井店
安八郡	トミダヤ結店、トミダヤ神戸店
揖斐郡	トミダヤ大野店、トミダヤ池田店

● サンエー11 店舗

大阪府 10 店舗	
大阪市	サンエー平野店、サンエー今川店
堺市	サンエー大美野店、サンエー新檜尾台店

岸和田市	サンエー久米田店、サンエーフードたなか店、サンエー山直店、サンエー上松店、サンエー東岸和田店
和泉市	サンエー光明台店
兵庫県 1 店舗	
尼崎市	サンエー杭瀬店



本社及び放出店



狭山店



アブラ高石店



富田林店



砂田橋店

写真① コノミヤの本社及び店舗（出典：コノミヤ提供）

【沿革】

1957年	日本で最初の衣料品セルフサービスの店「このみや」開店。
1961年	火災で廃業。
1962年	「スーパーグループ」を設立。大阪市城東区嶋野東においてスーパーマーケットの実務指導および商品共同仕入れ機構として発足。
1971年	法人に改組。社名「(株)スーパーグループ」に改称。
1977年	高度成長から安定成長時代への変化に即応し、企業体質の強化を図るために、「(株)スーパーグループ」と「(株)ショッパーズこのみや」の合併を推進し、「(株)ショッピングセンターこのみや」として統合。本社を大阪市鶴見区今津南（放出店）に置く。
1987年	(株)ショッピングセンターこのみやを「(株)コノミヤ」に改める。
1990年	大阪鶴見緑地で開催された「国際花と緑の博覧会」にパビリオンを出展。
1997年	芋縄純市氏が会長、芋縄隆史氏が社長に就任。24時間テレビ「愛は地球を救う」に参加。
1998年	東大阪長田西にコノミヤ物流センター新設。
2005年	TVコマーシャル開始。
2006年	書籍の販売開始。好屋書店を南花台店に開店。
2007年	茨木市にコノミヤ物流センター開設。大阪市・堺市に高規格救急車を寄付。
2008年	ボランティア団体による民間交番「南花台防犯ステーション」を設立(南花台店の店舗の一部を無償提供)。
2010年	大阪狭山市と災害発生時における応援協力に関する協定を締結。
2015年	コノミヤの子会社として(株)トミダヤ（旧(株)フードセンター富田屋）を設立。グループ売上1,000億円突破。
2016年	八尾市、東大阪市、堺市、摂津市、和泉市、門真市、大東市、八幡市、寝屋川市、枚方市と災害発生時における応援協力に関する協定を締結。
2017年	守口市、富田林市、名古屋市と災害発生時における応援協力に関する協定を締結。
2020年	(株)コノミヤホールディングスを設立。
2021年	香川県の(有)鎌田牧場をM&A。コノミヤ榎原プロセスセンター（以下、PC）を稼働。
2023年	コノミヤ可児PCを稼働。

【店舗拡大のあゆみ】

1972年	「(株)スーパーグループ」本部所在地に小売店近代化の数年来の理論の実践第一号店として「ショッパーズこのみや」を開店。生鮮食品、日配品、一般食品売場をセルフサービス方式による直営とし、衣料、日用品、家庭用品、一部加工食品をテナントコーナーとして設置。数次にわたる改装を行った結果、地域一番店として地元消費者の圧倒的サポートを受ける（現コノミヤ嶋野店）。
1976年	大阪鶴見区今津南の「主婦の店城東ショッピングセンター」を「(株)ショッパーズこのみや」に改

	称。放出地域随一の大型店として大改装を実施。生鮮食品、日配品、一般食品売場（1階）、日用品、家庭用品および総合衣料売場（2階）を直営とし、他にテナントコーナーとして医療品、生花園芸、靴履物、玩具、婦人服飾、紳士服の各売場をはじめ、加工食品、飲食喫茶コーナー、和洋菓子、ペットコーナーなどを併設。放出地域一番の繁盛店として地元の消費者ニーズに応えている（現コノミヤ放出店（本社））。
1983年	牧野店開店。
1991年	徳庵店開店。
1994年	守口店開店（ライフコーポレーションより買収）。
1997年	弥刀店開店（弥刀市場より買収）。
2000年	若江岩田店開店（サカエより買収）。
2002年	粉浜店、狭山店開店（南海西友より買収）。
2003年	赤川店開店。
2004年	アブラ高石店開店（アルファーより買収）。
2005年	トリオト商事(株)買収に伴い、南花台店、泉ヶ丘店、浜寺石津店、中もず店、堺東店、羽曳が丘店開店。高槻店開店。
2006年	深井店開店（近商より買収）。緑橋店開店。
2007年	竹城台店開店(カナエ跡に出店)。箕面店開店(旧阪急オアシス跡に出店)。美原店開店（はやしより買収）。
2008年	枚方店、摂津店、高槻西冠店開店。好屋書店「放出店」「徳庵店」開店。
2009年	住道店開店。好屋書店「弥刀店」開店。
2010年	くずは店開店（旧阪急ニッショー店舗）。
2011年	和泉府中店開店。名古屋地域におけるハローフーズ(株)25店舗をM&A。摂津市駅前店開店。
2013年	嶋野西店、門真千石東店開店。
2014年	ピコ泉尾店、北青葉台店、平野西店、大蓮東店開店。
2015年	近鉄八尾駅前店、南田辺店、寝屋川店開店。(株)フードセンター富田屋22店舗をM&A。
2016年	茨木店、砂田橋店、富田林店開店。
2017年	中切店開店。岐阜県の(株)エスアンドエス（1店舗）をM&A。
2018年	泉大津開店。
2019年	河内長野店開店。兵庫県では初出店となる尼崎店開店。
2020年	奈良県の(株)スーパーおくやま6店舗をM&A。(株)トミダヤ15店舗を合併。
2021年	南住吉店開店。
2022年	新高石店開店。(株)スーパーサンエー11店舗をM&A。
2023年	鶴橋駅前店開店。
2024年	城西店、堺インター店開店。

2.2 業界動向

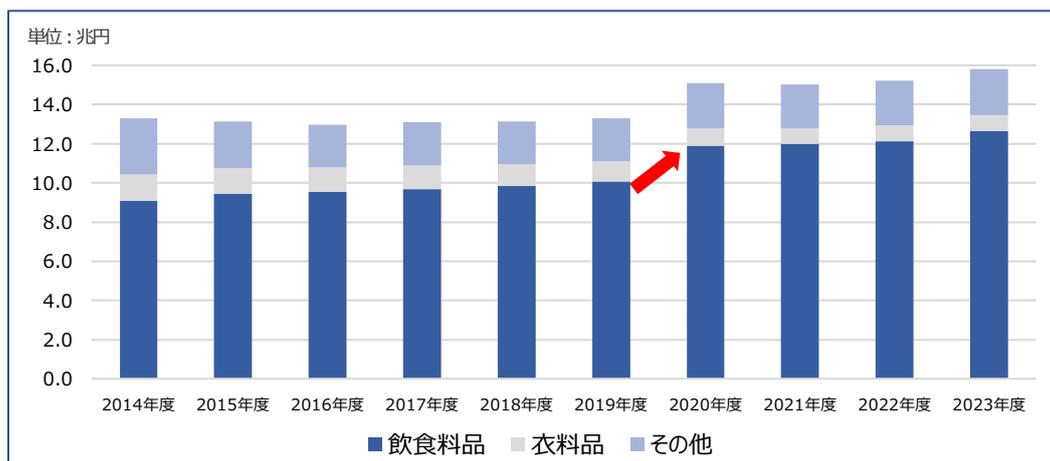
【スーパーマーケット業】

・スーパーの販売額推移

経済産業省「商業動態統計調査（スーパー商品別販売額）」によると、2023年度のスーパーの販売額は、前年比3.9%増の15兆8,162億円となった。近年のスーパーの販売額推移（図表②）をみると、2020年度に販売額が大きく増加している。コロナ感染症の拡大で外出を控えたことによる「巣ごもり消費」の影響と考えられる。その後、2021～2023年度は物価高もあり、販売額は落ち込まず横ばいから微増で推移しているが、物価高の影響を差し引いた数量面では伸び悩んでいるものとみられる。

2023年度の商品別販売額をみると、「食料品」が12兆6,425億円、「衣料品」が8,233億円、「その他」が2兆3,504億円となっている。「食料品」は2020年度に大幅増加した後も微増傾向にあるのに対し、「衣料品」は2020年度に大幅減少しその後は横ばい傾向、「その他」は2020年度に微増後は横ばい傾向にある。

共働き世帯や単身高齢者の増加に伴い、各スーパーとも惣菜・弁当部門や冷凍食品を強化している。また物価高による生活防衛意識の高まりで、売上が増加しているPB商品の取り扱いを強化している。



図表② スーパーの販売額推移（出典：経済産業省「商業動態調査」データをもとに商工中金経済研究所にて作成）

・スーパー業界の課題

スーパー業界の主な課題は以下の通りと考えられる。

① 少子高齢化による人口減少や他業態との競合への対応

食料品は必需品であり、スーパー業界全体としては、これまで比較的好不況の影響を受けず、安定成長してきたが、今後ますます日本は少子高齢化が進み、人口減少により総需要は減少する見込みである。特にその傾向が顕著な地方では、需要減下での店舗戦略や増加する高齢者への対応が大きな課題である。また他業態との競合も厳しさを増している。生鮮食料品の販売に力を入れてきたドラッグストアやコンビニが食料品の販売シェアを拡大しており、インターネットを中心とした通信販売業者も大きく販売を伸ばしている。縮小する市場の中で奪い合いがおきており、これまで地域で住み分けをしていた地域スーパー事業者も他地域への進出を志向する等、業界内外で一段の競争激化が予想される。商品戦略、立地戦略、顧客戦略に加え、ローコストオペレーションの実現等、総合的な経営力強化が必要である。

②人手不足への対応

スーパーは消費者の利用頻度が高く、店舗運営に多くの人手がかかる業界特性もあり、他業界よりも人手不足の影響が大きい。物価上昇の影響もあり最低賃金が上昇しており、スーパー業界でもパート・アルバイトの時給額増加や正社員のベースアップ等の動きがみられる。また、最低賃金の上昇は「年収の壁」問題から勤務時間を制限するパート・アルバイトの増加により、運営上の支障となっている。人手不足への対応として採用面では、リクルート活動の強化、高齢者の再雇用、パート・アルバイトの正社員化、外国人技能実習制度に代わる育成就労制度の活用や、対象拡大が検討されている特定技能制度を含めた外国人労働者活用等が考えられる。また時給の低さや正社員と非正規パートとの不公平感の是正、土日・祝日勤務の見直しやコミュニケーションの活性化等、職場環境の改善に取り組むことも重要である。

③コスト上昇への対応

ウクライナ危機後の原材料の高騰や円安の進行により、スーパーで販売される多くの商品の仕入価格が上昇している他、水道光熱費や設備・資材費、人件費、物流コストも上昇している。また近年キャッシュレス決済が急速に普及してきたが、スーパーにとっては決済手数料負担の増加要因となる。これら仕入価格や諸経費の上昇は、収益の圧迫要因となっており、コスト上昇への対応は最重要課題である。対応策として、コスト上昇分を販売価格に転嫁することが重要となるが、スーパーの取り扱い商品は毎日の生活に欠かせない生活必需品中心であり、価格に敏感な消費者も多い。価格転嫁による値上げが消費者の離反や購入量減少を招く恐れもあり、対応は簡単ではない。値ごろ感のあるPB商品の開発や地域産品等地場に密着した品揃えの充実の他、効率的な店舗運営のため、セルフ・セミセルフレジの導入、生鮮・惣菜の店内作業からPCへの移行、DX推進等を進めていくことも重要である。

④物流2024年問題への対応

ドライバーの時間外労働の上限規制等により、必要なものが必要な時に運べなくなる物流2024年問題が懸念されているが、スーパーは生鮮3品を中心に鮮度の高い商品を全国各地から仕入れており、物流問題への対応は重要な経営課題である。現在、業界大手を中心に商品の発注時間見直しや納品期限の緩和、流通BMSによる業務効率化等を進めている。共同配送等、スーパー業界単独だけでなく、食品メーカーや物流業界も含めたサプライチェーン全体での対応が必要である。

⑤環境負荷低減への対応

持続可能な社会実現のために、環境面では廃棄物削減や脱炭素化への取り組みが重要である。スーパー業界は売上規模が大きく、環境面へ与えるインパクトも大きい。食品リサイクル法による食品廃棄物抑制、容器包装リサイクル法によるプラスチック類のリサイクル推進、省エネ法による使用燃料の削減等が求められている。食品ロス削減対策として値引きによる売り切り促進、発注精度向上・需要予測型発注の導入、少量販売・小口販売促進、販売期限の見直し、フードバンクの活用等が考えられる。また店舗屋上等を利用した太陽光発電設備設置やエネルギー効率の高い冷凍・冷蔵ショーケースの導入等により、脱炭素化を進める必要がある。

コノミヤは、こうしたスーパー業界を取り巻く諸課題に積極的に取り組んでいる。全従業員で取り組む2024年の課題（テーマ）を「商中在心〜心をこめて」とし、競合環境が一層厳しくなっている中、他社よりも強く、そして深く、「お客さまを思う」会社となることを目指している。

2.3 経営理念等

【経営理念等】

創業の心
「お客様への恩返し」
企業理念
実業で社会貢献 事業を通じて社会に奉仕する
経営理念
私達が提供するものやサービスを通じて お客様の生活をより豊かにし地域社会に貢献すること
販売戦略
お客様が欲しいものを お客様が欲しい時に お客様が欲しいだけ お客様が安心して買えるように提供できる体制を作ることである。
社是
誠実と努力



図表③ コノミヤの経営理念図（出典：コノミヤウェブページ）



写真② 1961年、火災により焼けた鳴野店（出典：コノミヤウェブページ）

事業を通じて社会に奉仕し、お客様に愛され、好まれるスーパーになりたい。

（株）コノミヤは、1957年スーパーの業界としては草創期に、衣料スーパーとして誕生しました。その後、その繁盛していた衣料スーパーが、火災となりお客様に沢山の励ましを頂きました。『お客様に恩返しをしたい！』その強い思いを胸に1972年に総合スーパーとして再スタートしました。その創業の思い「事業を通じて社会に奉仕し、お客様に愛され、好まれるスーパーになりたい。」は、途中商いを行っていなかった期間があるだけに心の底から強く、固い誓いをもって再び創業しました。

私たちの社会的な使命は、地域の人々の日々の生活が、私どもの提供する商品によって、より豊かになり生活が向上することです。それに共感して頂けるお取引先様、職場を共にするスタッフが一丸となって真剣に「お客様のために・・・」を考えることが、スーパーマーケットの王道であると考えています。これからも、流通業界を大きな視野で見つめ、更に躍進してゆきたいと考えています。

【シンボルマーク】

人（お客様・従業員・お取引先様
自社・株主・携わる家族）
黄色はルール
赤は情熱を意味し
人々の活気ある秩序正しい生活を表現。

和（円満）
完全なる円は
人々をしっかりと包み込む
”和”を意味します。

柱（信頼）
太い大黒柱は、お客さまの信頼を支え
緑色は、若葉（成長）を意味します。

株式会社 **コノミヤ**
シンボルマークは
お客さまに好まれる店
コノミヤ
好屋

図表④ コノミヤのシンボルマーク（出典：コノミヤウェブページ）

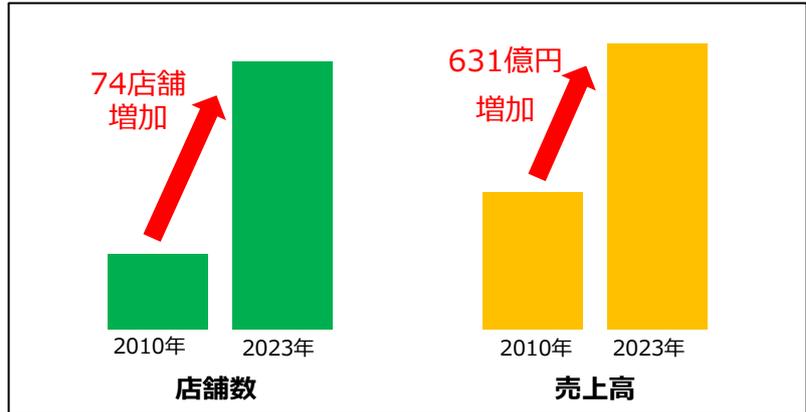
2.4 事業活動

コノミヤ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。

【食料の安定供給による地域社会への貢献】

・事業拡大による安定的な食料供給と地域雇用創出への取り組み

コノミヤは1962年創業後、大阪府を中心に店舗出店を行ってきたが、2005年にトリオト商事(株)のM&Aを行い、その後もM&Aを活用し、店舗数と売上高を増加させてきた。図表⑤は、コノミヤグループの店舗数と売上高を2010年と2023年で比較したものである。2010年と比較して店舗数は74店舗増加、売上高は631億円増加となっている。



図表⑤ コノミヤグループの店舗数・売上高推移イメージ図
(出典：コノミヤ提出資料をもとに商工中金経済研究所にて作成)

岐阜県下でスーパー「トミダヤ」を

展開していた(株)フードセンター富田屋が経営不振に陥っていたが、2015年にコノミヤがスポンサーとなりM&Aにより事業を承継した。M&Aは同社の事業の拡大につながるだけでなく、地域住民にとってなくてはならない地場スーパーの存続・活性化効果が期待できる。今後もM&Aや新規出店により事業を拡大し、地域住民に安全安心な食料品を安定的に供給したいと考えている。またM&Aにより地域雇用を維持するとともに、新規出店で地域に新たな雇用の場を提供し、地域住民の生活を支えたい意向である。

・畜産業（鎌田牧場）への参画

2021年に鎌田牧場（香川県仲多郡まんのう町）へ出資しグループ化した。同牧場はオリーブ牛、ひまわり牛、鎌田牛などのブランドで4,000頭の肉牛を肥育する四国最大級の牧場であるが、現在牛舎を新築中であり、完成後には肥育頭数4,500頭に拡大予定である。第一次産業へ事業領域を広げることで、グループとして安定的な食料品供給体制を強化するとともに、中核のスーパー事業とのシナジーを発揮したいと考えている。



写真③ 鎌田牧場外観（出典：コノミヤ提供）

・新店舗の出店

2024年4月11日、愛知県名古屋市西区にコノミヤ城西店をグランドオープンした。店舗の概要は以下の通りである。コノミヤ城西店の出店資金として、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで調達した資金を活用する。

所在地	愛知県名古屋市西区域西町16-1
敷地面積	3,560㎡
売場面積	946㎡
営業時間	9:00～22:00
年間売上目標	13億円



写真④ コノミヤ城西店外観（出典：商工中金提供）

出店地は住宅街に位置し、近年マンション建設が進みファミリー層の流入が増えており、店舗から500m～1km内の商圈人口が多い地域となっている。店舗の売場面積は946㎡であるが、1階にはスーパー店舗の他に美容院等が入り、2階には内科や歯科等複数のクリニックが入る予定で、地域住民の新たな生活拠点となる。

コノミヤ城西店では、69名の従業員が活躍しており、地元雇用の受け皿になっている。また、冷凍食品への需要増に対応し、冷凍食品の品揃えを強化している。水産の塩干売場では、冷凍商材の比率を高めることで、作業ロスや食品ロスの削減につなげている。貯蔵ケースはエネルギー効率が高く、省エネに寄与するリーチインショーケース※2（写真⑤）を採用している。加えて、店舗屋上に太陽光発電設備を設置した。

※2 リーチインショーケース

開閉扉のあるクローズ型の冷凍・冷蔵用ショーケースで、扉があるため少ない消費電力で庫内温度を一定に保ちやすい。



写真⑤ コノミヤ城西店のリーチインショーケース（出典：コノミヤ提供）

【持続可能な地域社会実現への貢献】

・災害発生時における地域支援の取り組み

災害発生時には食料品や飲料水を含めた生活必需品の調達が困難なケースが多く、被災者にとって当面の生活維持のために、食料品等の確保は極めて重要であり、食料品全般の販売を行うスーパーの果たす役割は大きい。コノミヤは「事業を通じて社会に奉仕する」「お客様の生活をより豊かにし地域社会に貢献する」を経営理念としており、災害時の食料品を中心とした物資の供給についても、可能な限り積極的に対応する方針である。同社は下図（図表⑥）の通り、大阪府内を中心に各都市と災害時応援協定を締結している。

また、今後地域支援の取り組みを強化するためにも、2026年8月までにBCPを策定することを検討している。

都道府県	締結都市名
大阪府	大阪狭山市、高石市、東大阪市、河内長野市、八尾市、堺市、大阪市、摂津市、和泉市、門真市、大東市、寝屋川市、枚方市、守口市、富田林市
京都府	八幡市
奈良県	田原本町
愛知県	名古屋市、豊明市
岐阜県	美濃加茂市、羽島市、瑞浪市

図表⑥ 災害発生時における応援協力に関する協定締結都市一覧（出典：コノミヤ提供資料をもとに商工中金経済研究所にて作成）

・災害時ガス発電の取り組み

自然災害から店舗を守り、近隣住民の避難場所となるよう事業継続していくことが、創業時の精神や経営理念と合致すると考え、2020年に災害用ガスバルク・ガス発電機をコノミヤ滝ノ水店に設置した。LPガスの燃料備蓄を進め、災害用ガスバルクとガス発電機を活用することで、災害時に電力喪失した場合でも、最大3日間にわたり非常用電源を確保（最大出力量200kW）でき、休業せず営業することが可能である。このタイプの発電機としては国内最大級規模のもので、自治体の避難所が開設されるまでの間、滝ノ水店舗並びに駐車場に住民の一時避難所を設け、ガス供給会社から事前に提供された「炊き出しセット」を活用し、災害時に食料を提供したい意向である。なお同社では災害発生に備え、合計40店舗に非常用発電装置を設置している。

・フードバンクの取り組み

コノミヤは2020年、「NPO法人日本フードバンクシステム」を設立し、フードバンク事業を開始した。フードバンクとは本来捨てられてしまう食品を小売業者等から寄付として集め、必要としている人々に食べてもらうために届ける組織のことである。寄付される食品は賞味期限が近いものや包装の印刷ミス、規格外サイズの野菜等、食品としての品質には全く問題のないものである。

子ども食堂運営「NPO法人PASまいんど」、「夢うららほっとステーション」、「こども食堂ひまわり」、発達障がい児者支援団体「NPO法人チャイルズ」、堺市等、多数の団体へ食材提供しており、2023年は重量ベースで1.6t、金額ベースで4.5百万円の提供を行った。



図表⑦ 日本フードバンクシステムのロゴ他
（出典：コノミヤ提供）

・防犯ステーションや「コノミヤテラス」の開設

コノミヤは行政と連携し、店舗等を活用した地域社会への貢献活動に取り組んでいる。

2008年、大阪府河内長野市の「コノミヤ南花台店」の一部を無償提供する形で、民間交番「南花台防犯ステーション」が開設された（写真⑥）。南花台地区内に警察施設（交番）が設置されていない中、「自らの地域を犯罪の手から守らなければならない」との地域住民の強い思いにより、100名以上の住民のボランティアが参加し、民間交番として運営しているものである。



写真⑥ 南花台防犯ステーション
（出典：コノミヤ提供）

また、2015年には「コノミヤ南花台店」に、誰もが気軽に立ち寄れる南花台のコミュニティ拠点「コノミヤテラス」を開設した（写真⑦参照）。2018年には南花台地区のまちづくりのため、河内長野市、関西大学、コノミヤの3者で、まちづくり連携協定を締結し、産学官で連携を行っている。



写真⑦ コノミヤテラスでの活動の様子（出典：コノミヤ提供）

・「おくやまテラス」のオープン

2023年、奈良県川西町とコノミヤは「地域活性化連携協定」を締結（写真⑧）し、「スーパーおくやま結崎店」内に地域住民憩いの場、「おくやまテラス」を共同でオープンした。「おくやまテラス」のシェアスペースでは専門家の指導で健康増進を図る「eスポーツ」の体験会や、未就学児への開放、子供の遊び場としての活用等、各種イベント会場としての利用が可能である。シェアキッチンでは、既に店を開店させた人や今後飲食店を開こうとしている人がチャレンジショップやポップアップストアとして活用している。



写真⑧ 川西市との「地域活性化連携協定」
締結の様子（出典：コノミヤ提供）

・あそび場「あきち」の開設

2024年、「コノミヤ河内長野店」2階にあそび場「あきち」を開設した。「あきち」は、地域の子供たちが休日・放課後に安心して安全に遊べる場所、世代を超えて地域の方々全員がつながることができる交流の場として設置されたものである。楠小学校区の地域活動を支援する「楠小学校区つながる会」を中心に、ボランティアスタッフにて運営されている。コノミヤは河内長野店の2階スペースを提供することで、地域活動に貢献している。

・女子サッカーチーム「スペランツァ大阪」への経営参画

地域社会活性化への貢献やスポーツ振興の観点から、女子プロサッカーリーグのなでしこリーグ1部に所属する「スペランツァ大阪」の運営に携わっている。同チームは大阪府の河内長野市に本拠地を置き、運営会社の社長にはコノミヤの芋縄常務取締役が就任している。同市にあるチームの練習球技場は「コノミヤ・スペランツァ球技場」としてコノミヤの名前を冠したものとなっている。

また、河内長野市はスペランツァ大阪のホームタウンとして同チームを応援するとともに、チームと連携したまちづくりを進めている。同市は2026年の完成を目標にスペランツァ大阪の本拠地となる新サッカースタジアムの建設をふるさと納税制度も活用しながら南花台中央公園に行く意向である。



写真⑨ スペランツァ大阪のチームメンバー（出典：コノミヤ提供）

・募金活動や寄付による貢献

コノミヤは社会貢献のため、募金活動や寄付にも積極的に取り組んでいる。

1997年より24時間テレビ「愛は地球を救う」の募金活動に参加している。長年多くの店舗を募金会場として提供することで、募金活動を支えてきた。

2007年には大阪市と堺市に高規格救急車を寄付した（写真⑩参照）。2018年5月には団体として「紺綬褒状」を授与された。泉佐野市が進めている「スケートリンクを核とした豊かな緑と賑わいあふれる公園的空間のまちづくり」に共感し、多額の寄付をしたことが評価されたものである。

能登半島地震の被災者を支援するため、2024年1月に2L飲料水5,760本を被災地に寄付した。加えて同地震の被災者の生活・復興を支援するため、義援金活動「能登半島地震救援募金」に参加しており、各店舗のサービスカウンター等に募金箱を設置している。

その他にも2021年には花王と共同で「環境保全寄付企画」を実施し、対象商品の販売金額の一部を河内長野市に寄付を実施、2022年にはウクライナ子ども義援金募金活動に参加している。



写真⑩ 高規格救急車寄付の様子
（出典：コノミヤ提供）

【環境負荷低減に向けた取り組み】

・店頭を中心とした電力使用量削減の取り組み

コノミヤはグループとして100店強の店舗を展開するスーパーであり、省エネ法に基づく「特定事業者」に該当するが、使用エネルギーは店舗における電力が中心である。同社は省エネ対策として、改装等にあわせ順次LED照明への切り替えを行っており、LED化率は現状約7割である。店舗閉店後はオープンショーケース開口部にナイトカバーを装着することで冷氣漏れを防止し節電している（写真⑩参照）。またリーチインショーケース等、省エネ効果の高い冷凍・冷蔵ショーケースを順次導入している。空調（冷暖房）についても設定温度に配慮しており、店舗の営業時間も全店一律とするのではなく、地域の実情にあわせ営業時間を設定することで、省エネに取り組んでいる。

上記取り組み等により、これまで原単位ベースで概ね毎期1%程度のエネルギー使用量を削減しており、今後も抑制に取り組む意向である。



写真⑩ ナイトカバー装着の様子
（出典：コノミヤ提供）

・店舗への太陽光発電設備の設置

店舗での再生可能エネルギーの創出にも取り組んでいる。下図（図表⑧）はコノミヤグループにおける過去1年間の太陽光発電設備の設置店舗数と発電量を示したものである。設置店舗割合は38%となっており、総発電量は約4百万kWh強となっている。今後も新店出店や改装等にあわせ、太陽光発電設置店舗を増やしていく意向である。

設置店舗数（設置割合）	40店（38%）
発電量	4,147,796kWh
（うち自己消費）	3,335,316kWh
（うち売電）	812,480kWh

図表⑧ 太陽光発電の概要

（出典：コノミヤ提供資料をもとに商工中金経済研究所にて作成）



写真⑫ 店舗屋上に設置された太陽光発電設備（出典：コノミヤ提供）

・バイオマスレジ袋の導入

2020年7月からプラスチック製レジ袋（買物袋）の原則有料化が実施されているが、コノミヤでは環境負荷低減への取り組みと顧客の利便性を両立するため、レジ袋を有料化の例外対象となるバイオマスプラスチック製のものとし、顧客希望があれば無料で買物客へ配布している。

バイオマスというのは生物由来の有機性資源のことで、バイオマスプラスチックは原料にバイオマスが含まれたプラスチックをいう。バイオマスプラスチック製のレジ袋は従来の石油由来プラスチック製のものと比較して、製造・廃棄における環境負荷が少なく、CO₂の排出量も削減できる。従来のプラスチック製より製造コストは高くなるが、環境負荷低減への取り組みの一環として続けていく方針である。



写真⑬ コノミヤのバイオマスレジ袋
（出典：コノミヤ提供）

・ノンフロン冷凍・冷蔵ショーケースの導入

食品スーパーでは食品を適切な温度で管理するため、多くの冷凍・冷蔵ショーケースを設置しているが、冷媒として地球温暖化に影響を与えるフロン類が多く利用されており、ショーケース使用時にフロン類が排出される懸念がある。コノミヤでは地球環境に配慮し、冷凍・冷蔵ショーケースを順次ノンフロンショーケースに切り替えている（写真⑭参照）。今後も新規出店や改装、什器の更新時にあわせ、ノンフロンタイプのショーケース導入を進めていく意向である。



写真⑭ ノンフロン冷凍ショーケース
（出典：コノミヤ提供）

・食品廃棄物の発生抑制への取り組み

食品リサイクル法では、食品製造等で生じる加工残渣や、食品の流通・消費過程等で生じる売れ残りや食べ残し等の「発生抑制」を行い、発生した食品廃棄物等については、飼料や肥料として「再生利用」に取り組むことで、廃棄処分を減らすとともに、環境負荷の少ない循環型社会の構築を目指している。この中で、「食品廃棄物等の発生抑制」は、最優先事項であり、食品小売業では売れ残りを減らす等の工夫が求められる。

農林水産省は「各種食料品小売業」について、2024～2028年度の食品廃棄物の原単位当たり発生量の目標値^{※3}を41.0kg/百万円としているが、コノミヤの2022年度実績値は22.2kg/百万円となっており、廃棄物の発生抑制が進んでいる。同社は売れ残りを防ぐため、賞味期限・消費期限が近づいた商品の購入を促すことを目的に、他社と比べ早めの値引き販売を実施している。消費者にとっても早めの値引きにより、お得感を得ることができる。また需要予測の精緻化による商品の適量発注にも注力しており、こうした取り組みが廃棄物の発生抑制につながっている。

※3 原単位当たり発生量の目標値

売上高（百万円）当たりの食品廃棄物等の発生量（kg）を原単位としている。

食品廃棄物等のリサイクルについても2022年度実績で、飼料や油脂・油脂製品としての再生利用を469t実施した。今後も肥料や飼料としての再生利用を中心にリサイクル量を拡大したい意向である。

・容器包装等のリサイクルへの取り組み

ペットボトル、牛乳パック、発泡スチロールトレイ等について、各店に回収ボックスを設置し、店頭回収を行っており、回収した容器は専門業者に委託してリサイクルしている。商品配送等に使用する段ボールや発泡スチロールも分別回収の上、専門業者に委託してリサイクルをしている。

また、容器包装リサイクル法に基づく特定事業者として、ガラス製容器、PETボトル、紙製容器包装、プラスチック製容器包装については、（公財）日本容器包装リサイクル協会に対し、リサイクル義務を履行するため、再商品化実施委託料金を納めることで対応している。

【労働環境改善や従業員エンゲージメント向上への取り組み】

・7時間勤務の導入

長時間労働を是正し、従業員が子育てや介護、地域活動など年齢やライフイベントに応じた、充実した生活を営むことを後押しするため、働き方改革に積極的に取り組んでいる。

1日の法定労働時間が原則8時間であるのに対し、コノミヤでは1日の所定勤務時間を原則7時間としている。8時～22時の間で実働7時間のフレックスタイム制としており、店や部門毎の繁閑にあわせ、メリハリをつけた勤務を行うことで、7時間勤務を実現した。この取り組みをさらに前に進めるため、現在は勤務時間6時間50分にチャレンジしている。

・時間外労働の削減と有給休暇取得の推進

原則、時間外労働は行わない運用を行っている。経営層から時間外労働時間「ゼロ」を目標に業務を実施していくことを繰り返しメッセージとして発信している。時間外労働削減のためには店舗・部署毎に労働生産性向上が欠かせないが、同社ではPCの開設、自動発注システムやRPAの導入により、対応を進めている。こうした取り組みにより、正社員の平均時間外労働時間は2023年で月1時間以下となっており、事業所規模30人以上の全国平均12.2時間（出典：厚生労働省「令和5年度毎月勤労調査」による常用労働者平均値）よりも大幅に少なくなっている。

また、半年に1回、3～6日の連続した休暇「リフレッシュ休暇」の取得を推奨しており、休日や有給休暇と組み合わせで長期休暇を取得できる。2023年の正社員平均有給休暇取得率は78%であり、全国企業平均62.1%（出典：厚生労働省「令和5年就労条件総合調査」による労働者1人あたり取得率）よりも高い。

・健康診断、ストレスチェックの実施

従業員の健康促進にも取り組んでいる。定期健康診断について、本社や店舗等への出張診断を依頼する等の工夫を行っており、多くの従業員を抱えているが、健康診断受診率は100%を達成している。またストレスチェックも実施しており、従業員の心身両面の健康維持をサポートしている。

・労災事故削減への取り組み

過去2期における4日以上 の休業を伴う労災事故件数は図表⑨の通りである。多くの従業員を抱え、一定数の事故が発生している。同社の2023年8月期死傷年千人率^{※4}は概算約3.0と全産業の2.359（出典：厚生労働省「令和5年の労働災害発生状況」）よりやや高い。内容は「転倒（つまずき、すべり）」「切れ・こすれ」「動作の反動・無理な動作（腰痛など）」等である。安全確保のため、社内マニュアルづくりや安全委員会でのミーティング（再発防止策の検討及び周知徹底）を実施し、今後一層の抑制に努める意向である。

※4 死傷年千人率

1年間の労働者1,000人当たり発生した死傷者数の割合を示すもので、（1年間の死傷者数）÷（1年間の平均労働者数）×1000人で算出される。厚生労働省が公表しているデータは死傷者数を休業4日以上 の労災事故としている。

	2022年8月期	2023年8月期
4日以上 の休業を伴う労災事故件数	12件	14件

図表⑨ 労災事故発生件数（出典：コノミヤ提供資料をもとに商工中金経済研究所にて作成）

・採用・離職状況

採用・離職状況は図表⑩の通りである（パートを除く）。開店、閉店等のタイミングもあり、期によってばらつきがあるが、2023年8月期は子会社合併の影響もあり、採用者数を大幅に増やしている。

	2022年8月期	2023年8月期
採用者数	67人	108人
離職者数	89人	97人

図表⑩ 採用・離職状況

（出典：コノミヤ提供資料をもとに商工中金経済研究所にて作成）

・賃金アップの取り組み

2024年に正社員給与平均4.5%ベースアップとパート時給平均39円の引き上げを行った。業界水準比、正社員、パートとも遜色ない賃金水準と考えており、今後も他社動向を踏まえ、賃上げに対応する意向である。

・副業制度の導入

コノミヤでは7時間勤務や「残業ゼロ」目標とあわせ、勤務時間外の副業を認めており、経験や趣味を生かした生き方や働き方を選択することができる。人生の目標に向かって、豊かで充実した社会人生活を送ってもらうことが目的であり、活用者は2024年6月末時点で52名となっており、活用が進んでいる。

・福利厚生制度充実への取り組み

福利厚生面では、家族手当、住宅手当、通勤手当、役職手当があり、慶弔見舞金制度、出産祝い制度等がある。社会保険は完備しており、退職金制度や確定拠出型年金加入制度も導入している。同社独自の制度として従業員買物払戻制度があり、パートを含めた従業員について、自社スーパーでの商品購入について割引を行っている。自社商品を購入することで、自社店舗への気付きや愛着を高めることも期待できる。

・教育体制の充実

人材教育を重点課題として取り組んでおり、新入社員に対しては入社後に6カ月の新人教育を実施している。はじめは講義とテキストで流通の基礎をマスターし、その後7部門（青果・鮮魚・精肉・惣菜・日配グロスリー・衣料・レジ）を約4週間毎に一巡する。一店舗の部門だけでなく、いくつかの店舗を回り、レジで接客を学ぶローテーションも組まれている。実際に売場で業務に携わることによって、知識や技術を体で覚え、コノミヤの事業全体と各部門の大まかな内容や流れをつかむことが可能である。こうした新入社員の教育はもちろん、教える側の教育に対する深度を高める取り組みを今後行っていく予定である。社内検定制度（資格取得推奨と取得費用の会社負担を実施）として、第二種衛生管理者、酒類販売管理者、防火管理者等を定めている。

・コミュニケーション活性化に向けた取り組み

コノミヤには、従業員がどんなことでも自由に書いて社長に提出する「ホウレンソウ（報連相）ノート」がある。芋縄社長が社員の生の声を聞きたいとの思いから始めたもので、提出したメッセージには社長が全て答えている。普段顔を合わせる機会がなくても、思いを伝えることができるノートとして、毎回楽しみにしている従業員がたくさんおり、顧客意見や仕事上の相談、個人的な質問・意見等、さまざまな意見交換が行われている。従業員一人ひとりに目を配り、ともに働く仲間を大切にしたい会社として、エンゲージメント向上に役立っている。

【ダイバーシティ推進への取り組み】

・女性活躍推進への取り組み

コノミヤでは多くの女性が活躍している。パートタイマー中心に女性が多い職場であり、従業員の女性比率は67.6%（2024年5月現在）と高い。また、レジチーフはほぼ女性であり、店長や副店長も増加している。さらに女性が明るく元気に仕事に取り組み、能力の開発を促進し、管理職として活躍する雇用環境を整備するため、以下の通り（図表⑩）2021年に行動計画を策定し、実現に向け取り組んでいる。

計画期間	2021年4月1日～2026年3月31日
当社の課題	管理・監督職に占める女性の割合が低い。
目 標	<p>①管理職（チーフ以上）に占める女性の割合を14%以上から16%以上とし、将来のリーダーとして育成する。</p> <p>②時間当たりの労働生産性を向上することで、時間外労働「ゼロ」を達成する。</p>
取組内容	<p>目標①：管理職として活躍する女性を社内報で紹介する。 女性がより活躍できる職場への積極的な人事配置を実施する。 女性の活躍を支援することが当然と考える社内風土を醸成する。</p> <p>目標②：店舗組織・部署毎の労働生産性を向上する。 社長から時間外労働時間「ゼロ」について繰り返しメッセージを発信する。 副業の推進など柔軟な働き方を推進する。</p>

図表⑩ 株式会社コノミヤ行動計画（出典：コノミヤウェブページ）

また、従業員が仕事と両立し、安心して次世代の育成に取り組めるよう、以下の行動計画を策定している。なお、2023年の育児休業取得者は、女性が14名（取得率100%）、男性が2名（取得率16.7%）となっている。

計画期間	2024年5月1日～2029年4月30日
目 標	<p>①子育てに配慮した職場環境の整備</p> <p>②男性の育児休業取得にむけた取り組み</p>
取組内容	<p><u>実施済のもの</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・育児休業後の短時間勤務制度の周知徹底と時間単位での有給休暇の取得に向けた就業規則及び社内規定の整備。 ・男性の育児休業規定についての周知徹底。 ・個人情報保護に配慮した相談しやすい体制の整備。 <p><u>今後の取り組み</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・定期的に発行をしている「社内報」で「産後パパ育休制度」を従業員に継続的に周知し、社内での認知度向上、浸透を図る。 ・従業員から出生届の提出時、男性の育児休業取得事例の収集と阻害要因をヒアリングし、相談窓口として社内における取得しやすい雰囲気作りに努める。 ・雇用保険の育児給付制度等、周知すべき事項と休業の意向確認を実施する。

図表⑪ 次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画（出典：コノミヤウェブページ）

・外国人労働者活躍推進への取り組み

2024年5月現在、54人の外国人労働者が働いており、多様な人材が働ける場を提供している。厚生労働省「外国人雇用の状況（2023年10月末時点）」によれば、外国人労働者数は約204.9万人であり、同時点における全就業者数に占める外国人労働者の割合は約3.0%となっている。コノミヤの同割合は約1.2%と平均値より低いが、今後、外国人技能実習制度に代わる育成就労制度や、対象拡大が検討されている特定技能制度の活用を含め、外国人労働者の活用拡大を検討する予定である。

・高齢者活躍推進への取り組み

高齢者に活躍の場を広げる取り組みも進めている。定年は65歳となっており、かつ72歳まで再雇用が可能としており、高齢者が活躍できる環境を提供している。

総務省「労働力調査（2023年平均値）」によると、就業者数に占める65歳の割合は13.6%であるが、同社では2024年5月現在、650人の高齢者が働いており、高齢者の就業割合は16.2%と高齢者が活躍している。今後も健康状態に応じて高齢者がいきいきと働ける職場を提供したいと考えている。

・障がい者雇用推進への取り組み

障がい者雇用にも積極的に取り組んでいる。障害者雇用促進法に定められた法定障害者雇用率は2024年度が2.5%であるが、同社の雇用率は2023年8月期現在で3.0%となっており、法定以上の雇用を実現している。

同社は過去、特定非営利活動法人大阪障害者雇用支援ネットワークから2011年度「実習生協力大賞」を受賞しているが、インターンシップ協力事業所として多くの障がいのある人を実習生として受け入れ、実習経験を通していろいろなことを学び、その後の就職活動につなげていることが評価されたものである。

同社では現在も学校やNPO法人と連携し、常に雇用募集をしており、希望者がいれば仕事を体験してもらうことで、雇用につなげている。今後も引き続き障がい者雇用を積極的に行う予定である。

【生産性向上への取り組み】

・セミセルフレジの導入

コノミヤでは、レジ待ち混雑の解消や従業員の作業負担軽減、レジ締め作業の効率化のため、ほぼ全店でセミセルフレジ^{※5}を導入している。また、セルフレジについても導入に向けて準備を進めている。

※5 セミセルフレジ

従業員が商品情報をレジに登録（スキャン）し顧客自身が精算機で決済するタイプのレジ。品数が多いスーパーでは、顧客がバーコードをスキャンする手間が多いため、フルセルフレジよりもセミセルフレジが向いていると言われている。

・プロセスセンター（PC）の導入

人手不足に対応し加工作業の効率化を進めるため、PC導入を推進している。関西エリアではグループ化した「スーパーおくやま」の精肉PCを改装、高速スライサーを導入し、2021年6月に稼働させた（橿原PC）。その後ラインを追加し、豚肉については関西地区全店に配送する体制を整えた。牛肉の加工もスタートさせており、今後は牛肉・豚肉・鶏肉の加工まで拡大する計画である。



写真⑮ 橿原 PC の外観（出典：コノミヤ提供）

また、東海地区でも精肉PC導入に取り組んでいる。2023年9月に「コノミヤ可児店」に畜産センターを設置した。フル稼働すれば牛肉・豚肉・鶏肉を東海エリアほぼ全店に供給することが可能となる。関西・東海両エリアでPC導入をさらに推進していく予定であり、畜産だけでなく、水産や惣菜などの加工に取り組むことも検討している。PC導入により各店で実施していた加工業務を集約化することで、少ない人手で効率よく加工を行っていく。



写真⑯ PC での加工の様子（出典：コノミヤ提供）

・母店子店システム

一部の精肉や鮮魚・惣菜・青果について、店舗ブロック内の大型店でまとめて加工し、小型店に供給する「母店子店方式」を採用している。取り扱い量が多いものは、PCでの加工とし、それ以外のものは母店子店方式で対応することで、一層の作業効率化を進めていく意向である。

・自動発注システムの構築

過去、(財)日本気象協会関西本部からの提案で、地域気象観測網（アメダス）の局地気象情報を使った来客数予測システム「キャクダス」を共同開発した。その後「キャクダス」の来店予測をもとに発注数を予測する「シナダス」、ハンディターミナルを使った棚卸・棚割システム「タナダス」を独自開発した。こうしたシステム開発により、現在では、棚ごとの商品名、個数、売価を管理でき、欠品と過剰在庫を防止する自動発注システムを構築し、作業効率の大幅アップにつなげている。また、RPA導入により帳票類を電子化し、効率化を実現している。

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領域を表示）

【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	食料品・飲料またはたばこが主な非専門店小売業
ポジティブ・インパクト	食料、雇用、賃金、零細・中小企業の繁栄
ネガティブ・インパクト	健康および安全性、食料、社会的保護

【当社の事業活動を踏まえ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
自然災害、食料	➢ 災害発生時における地域支援の取り組み（災害時応援協定の維持・拡大）
食料、雇用、零細・中小企業の繁栄	➢ 事業拡大による安定的な食料供給と地域雇用創出への取り組み

■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
自然災害	災害発生時における地域支援の取り組み（BCP策定）
健康および安全性	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 7時間勤務の導入 ➢ 時間外労働の削減と有給休暇取得の推進 ➢ 労災事故削減への取り組み
社会的保護	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 福利厚生制度充実への取り組み
気候の安定性	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 店頭を中心とした電力使用量削減の取り組み ➢ 店舗への太陽光発電設備の設置 ➢ バイオマスレジ袋の導入 ➢ ノンフロン冷凍・冷蔵ショーケースの導入
資源強度、廃棄物	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 食品廃棄物の発生抑制への取り組み ➢ 容器包装等のリサイクルへの取り組み

■ポジティブ・インパクトとネガティブ・インパクトの双方

インパクト	取組内容
（ポジティブ）食料 （ネガティブ）廃棄物	<ul style="list-style-type: none"> ➢ フードバンクの取り組み
（ポジティブ）教育 （ネガティブ）社会的保護	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 教育体制の充実
（ポジティブ）雇用 （ネガティブ）ジェンダー平等	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 女性活躍推進への取り組み
（ポジティブ）雇用 （ネガティブ）民族・人種平等	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 外国人労働者活躍推進への取り組み
（ポジティブ）雇用 （ネガティブ）年齢差別	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 高齢者活躍推進への取り組み
（ポジティブ）雇用 （ネガティブ）その他の社会的弱者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 障がい者雇用推進への取り組み

UNEP FI のインパクト分析で発出された「賃金」は、同社の賃金水準は概ね業界水準と遜色ないものであり、今後も他社動向も踏まえ賃上げに対応する予定であることから、ポジティブ・インパクトに特定していない。

また「食料」は、同社の販売は一部でたばこも含まれるが、生鮮3品や惣菜、一般食品が中心であり、不健康の一因となるような食品提供の懸念は少ないことから、ネガティブ・インパクトとして特定していない。

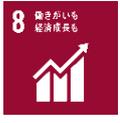
4.本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定したKPI及びSDGsとの関係性

コノミヤ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 のうち目標年度に達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	自然災害、食料		
取組内容（インパクト内容）	災害発生時における地域支援の取り組み（災害時応援協定の維持・拡大）		
KPI	● 市町村との災害時応援協定を今後も維持・拡大する。		
KPI達成に向けた取り組み	➤ 自治体と連携を取りながら、食料供給を中心とした災害時復旧支援を行う。		
貢献するSDGsターゲット	9.1	全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために、地域・越境インフラを含む質の高い、信頼でき、持続可能かつ強靱（レジリエント）なインフラを開発する。	
	11.5	2030年までに、貧困層及び脆弱な立場にある人々の保護に焦点をあてながら、水関連災害などの災害による死者や被災者数を大幅に削減し、世界の国内総生産比で直接的経済損失を大幅に減らす。	
	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靱性（レジリエンス）及び適応の能力を強化する。	
	17.17	さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。	

特定したインパクト	食料、雇用、零細・中小企業の繁栄
取組内容（インパクト内容）	事業拡大による安定的な食料供給と地域雇用創出への取り組み
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年8月までに店舗数を5店舗以上増やす（2024年7月現在当社単体95店舗）。 ● 2030年8月までに従業員数を150名以上増やす（2024年5月現在4,691名）。 <p>以上につき、以降の目標はその時点で再設定する。</p>

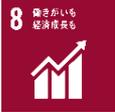
<p>KPI達成に向けた取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関西地区、東海地区中心に毎年数店舗の新規出店を行う。またM&Aを活用し、店舗数や売上高を増やす。 ➤ 店舗数や売上高の増加により、サプライヤーである零細・中小事業者（農業従事者、畜産業者、食品加工業者等）の売上増加にも貢献する。 ➤ 新規出店に伴い、地元雇用中心に採用活動を行う。またM&Aにより、地域の雇用維持に努める。 ➤ 既存店舗を活性化させるために、計画的にリニューアルを行う。 ➤ 地域顧客に好まれる店となるために、「商中在心〜心をこめて」を全従業員に浸透させ、地域密着の店舗運営を行うとともに、引き続き地域コミュニティへの貢献活動や、募金、寄付活動を行う。 		
<p>貢献するSDGsターゲット</p>	<p>2.1</p>	<p>2030年までに、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。</p>	
	<p>8.3</p>	<p>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。</p>	
	<p>8.5</p>	<p>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。</p>	

【ネガティブ・インパクト（緩和の取り組み）】

特定したインパクト	自然災害		
取組内容（インパクト内容）	災害発生時における地域支援の取り組み（BCP策定）		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2026年8月までにBCPを策定する。また、策定後は2年毎を目途に内容の見直しを行う。 		
KPI達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 災害発生時に地域住民へ迅速な支援を行うためには、自社店舗がいち早く事業復旧・事業継続する必要があり、自社内で災害発生時の対応を整備しておくことが重要である。本部と各店舗、サプライヤーとの連携を検討し、専門家の意見も参考にしながら、BCP策定に取り組む。 		
貢献するSDGsターゲット	9.1	全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために、地域・越境インフラを含む質の高い、信頼でき、持続可能かつ強靱（レジリエント）なインフラを開発する。	
	11.5	2030年までに、貧困層及び脆弱な立場にある人々の保護に焦点をあてながら、水関連災害などの災害による死者や被災者数を大幅に削減し、世界の国内総生産比で直接的経済損失を大幅に減らす。	
	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靱性（レジリエンス）及び適応の能力を強化する。	

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）	7時間勤務の導入や時間外労働の削減、有給休暇取得の推進		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 今後も時間外労働月平均1時間以下を継続する（2023年実績1時間以下）。 ● 2030年までに有給休暇取得率を80%以上にする（2023年実績78%）。 <p>以上につき、以降の目標はその時点で再設定する。</p>		
KPI達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 従業員の充実した生活を後押しするため、引き続き7時間以内勤務を継続する。 ➢ 時間外労働時間「ゼロ」を経営層が繰り返し発信し、PC（プロセスセンター）の機能拡大やRPAの導入により労働生産性を向上させ、時間外労働削減を実現する。 		

	<p>➤ リフレッシュ休暇制度を継続し、上長から声掛けすることで有給休暇が取得しやすい環境を整備し、取得率をアップさせる。</p>	
貢献するSDGsターゲット	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。
	8.8	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）	労災事故削減への取り組み	
KPI	<p>● 2030年8月までに死傷年千人率を2.3以下にする（2023年8月期実績3.0）。以降の目標はその時点で再設定する。</p>	
KPI達成に向けた取り組み	<p>➤ 安全確保のため、社内マニュアルづくりや見直しを行う。</p> <p>➤ 安全委員会で定期的にミーティングを行い、再発防止策の検討と従業員への周知徹底を実施する。</p>	
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。
	8.5	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。
	8.8	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	ジェンダー平等	
取組内容（インパクト内容）	女性活躍推進への取り組み	
KPI	<p>● 2030年8月までに管理職（チーフ以上）に占める女性の割合を25%以上にする（2024年5月現在21.4%）。以降の目標はその時点で再設定する。</p>	

KPI達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 管理職として活躍する女性を社内報で紹介する。また女性の活躍を支援することが当然と考える社内風土を醸成する。 ➤ 女性がより活躍できる職場への積極的な人事配置を実施する。 ➤ 店舗組織・部署毎の労働生産性を向上する。経営層から時間外労働時間「ゼロ」について繰り返しメッセージを発信する。 ➤ 副業の推進など柔軟な働き方を推進する。 		
貢献するSDGsターゲット	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。	
	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	気候の安定性		
取組内容（インパクト内容）	店頭を中心とした電力使用量削減の取り組み		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年8月までにLED化率を90%以上とする（2024年6月現在約70%）。以降の目標はその時点で再設定する。 ● 電力使用量を原単位^{※6}ベースで每期1%以上削減する。 ※6 原単位=電力使用量(kWh)÷売上高(百万円)にて算出 		
KPI達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 店舗リニューアル時には原則LED照明に切り替えることで、LED化率をアップさせる。 ➤ ナイトカバーの装着や省エネ効果の高い冷凍・冷蔵ショーケースや空調の導入により、原単位ベース年1%以上のエネルギー使用量削減を実現する。 		
貢献するSDGsターゲット	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。	

特定したインパクト	気候の安定性	
取組内容（インパクト内容）	店舗への太陽光発電設備の設置	

KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年8月までに太陽光発電設備の設置店舗を5店舗以上増加させる（2024年6月現在40店舗）。 ● 2030年までに太陽光発電の合計発電量を500,000kWh以上増加させる（過去1年間実績4,147,796kWh）。 <p>以上につき、以降の目標はその時点で再設定する。</p>		
KPI達成に向けた取り組み	<p>➤ 新店出店や既存店のリニューアル工事にあわせ、太陽光発電設備の設置を検討し、計画的に設置店舗を増やす。</p>		
貢献するSDGsターゲット	7.2	2030年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。	
	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。	
	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。	

特定したインパクト	気候の安定性		
取組内容（インパクト内容）	ノンフロン冷凍・冷蔵ショーケースの導入		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年8月までに、ノンフロン冷媒の冷凍・冷蔵ショーケースの導入店舗を5店舗増やす（2024年6月現在11店）。以降の目標はその時点で再設定する。 		
KPI達成に向けた取り組み	<p>➤ 地球環境に配慮し、新店出店や既存店のリニューアル工事にあわせ、順次ノンフロン冷媒の冷凍・冷蔵ショーケースを計画的に導入する。</p>		
貢献するSDGsターゲット	11.6	2030年までに、大気質及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。	
	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。	

特定したインパクト	資源強度、廃棄物
取組内容（インパクト内容）	食品廃棄物の発生抑制への取り組み

KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年8月までに原単位^{※7}当たりの食品廃棄物排出量を20.0kg/百万円以下にする（2022年8月期実績22.2kg/百万円）。以降の目標はその時点で再設定する。 <p>※7 原単位=食品廃棄物排出量（kg）÷売上高（百万円）にて算出</p>		
KPI達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 既に政府目標41.0kg/百万円を十分達成しているが、引き続き売れ残りを防ぐため、見切り商品の値引き販売と需要予測の精緻化による適正な商品発注を実施し、食品廃棄物の発生を抑制する。 		
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。	

【ポジティブ・インパクト、ネガティブ・インパクトの双方】

特定したインパクト	(ポジティブ) 食料 (ネガティブ) 廃棄物		
取組内容 (インパクト内容)	フードバンクの取り組み		
KPI	● 2030年8月までにフードバンクを通じた食材提供を重量ベースで3.0t、金額ベースで8百万円とする(2023年実績:重量ベースで1.6t、金額ベース4.5百万円)。以降の目標はその時点で再設定する。		
KPI達成に向けた取り組み	➤ 食材提供企業・団体を増やすべく、行政とも連携してPR活動を行う。また行政やNPO法人と連携して、食材の提供が必要な施設や団体を把握し、ニーズに応じていく。		
貢献するSDGsターゲット	2.1	2030年までに、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。	
	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。	

特定したインパクト	(ポジティブ) 雇用 (ネガティブ) 民族・人種平等		
取組内容 (インパクト内容)	外国人労働者活躍推進の取り組み		
KPI	● 2030年8月までに外国人労働者を5名以上増やす(2024年5月現在54名)。以降の目標はその時点で再設定する。		
KPI達成に向けた取り組み	➤ 外国人技能実習制度に代わる育成就労制度や、対象拡大が検討されている特定技能制度の活用により、外国人労働者の雇用を拡大する。		
貢献するSDGsターゲット	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。	
	10.2	2030年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人々の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。	

以下の取り組みはインパクトとして特定しているものの、下記理由からKPIは設定していない。

- 教育体制の充実
「教育」「社会的保護」のインパクトとして特定しているが、既に資格取得費用の会社負担を実施しており、今後も同様の取り組みを継続する予定のため。
- 福利厚生制度充実の取り組み
「社会的保護」のインパクトとして特定しているが、現状でも従業員買物払戻制度導入等、十分に配慮した制度となっているため。
- バイオマスレジ袋導入の取り組み
「気候の安定性」のインパクトとして特定しているが、すでに同社で配布しているレジ袋は、原則全てバイオマスレジ袋であり、環境負荷抑制につながっているため。
- 容器包装等のリサイクルへの取り組み
「資源強度」「廃棄物」のインパクトとして特定しているが、現状でも店舗に回収ボックスを設置し、ペットボトル、牛乳パック、発泡スチロールトレイ等を回収しており、特定事業者として（公財）日本容器包装リサイクル協会への委託により、適正にリサイクル義務を果たしているため。
- 高齢者活躍推進への取り組み
「雇用」「年齢差別」のインパクトとして特定しているが、現状でも高齢者雇用割合が高く、高齢者雇用の取り組みが十分進んでいるため。
- 障がい者雇用推進への取り組み
「雇用」「その他社会的弱者」のインパクトとして特定しているが、現状でも法定雇用率を超える高い障がい者雇用を実施しているため。

5.サステナビリティ管理体制

コノミヤでは、本ファイナンスに取り組むにあたり、芋縄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における貢献などと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、芋縄社長を最高責任者とし、鈴木取締役をプロジェクト・リーダー、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	芋縄隆史
(プロジェクト・リーダー)	取締役	鈴木良子
(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、コノミヤ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、コノミヤ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。コノミヤは、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、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 浜崎 治

〒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