

株式会社常陽銀行が実施する 株式会社セイワ食品に対する 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、株式会社常陽銀行が実施する株式会社セイワ食品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30日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社セイワ食品に対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社常陽銀行

評価者：株式会社常陽産業研究所

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、常陽銀行が株式会社セイワ食品（「セイワ食品」）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、株式会社常陽産業研究所による分析・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。常陽銀行は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、常陽産業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、常陽銀行及び常陽産業研究所にそれを提示している。なお、常陽銀行は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、PIF 原則等で参照している IFC（国際金融公社）の定義に加え、中小企業基本法の定義する中小企業、会社法の定義する大会社以外の企業としている。

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

- ① SDGs の三要素のうちの経済、PIF 原則で参照するインパクトエリア/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。

常陽銀行及び常陽産業研究所は、本ファイナンスを通じ、セイワ食品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、セイワ食品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。

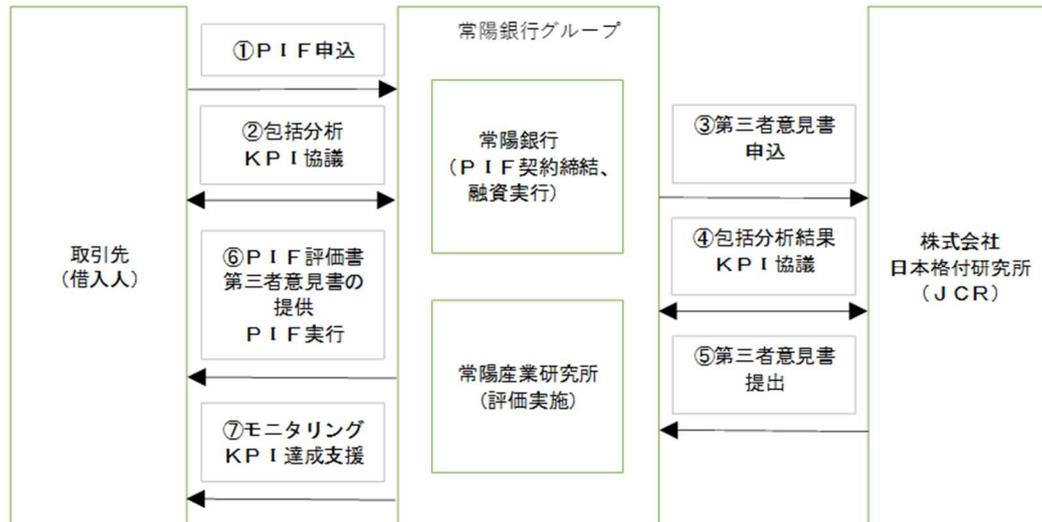
JCR は、常陽銀行が PIF を実施するために適切な実施体制とプロセス、評価方法及び評価ツールを確立したことを確認した。

- (1) 常陽銀行は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。

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。



JCR Sustainable PIF for SMEs



(出所：常陽銀行提供資料)

- (2) 実施プロセスについて、常陽銀行では社内規程を整備している。
- (3) インパクト分析・評価の方法とツール開発について、常陽銀行からの委託を受けて、常陽産業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、全て常陽産業研究所が作成した評価書を通して銀行及び一般に開示される予定であることを確認した。

PIF 原則 4 評価

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

本ファイナンスでは、常陽産業研究所が、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セイワ食品から貸付人である常陽銀行及び評価者である常陽産業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。



JCR Sustainable
PIF for SMEs

(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

新井 真太郎

新井 真太郎

担当アナリスト

間場 紗壽

間場 紗壽



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、依頼者の求めに応じ、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

株式会社セイワ食品



2024年9月30日

株式会社常陽産業研究所

目次

1. はじめに.....	1
2. 会社概要.....	2
(1)会社概要.....	2
(2)沿革.....	4
(3)組織体制.....	6
(4)企業理念.....	7
(5)業界動向.....	8
(6)事業概要.....	10
(7)環境・社会活動.....	14
3. 包括的なインパクト分析.....	16
(1)インパクトエリア/トピックの特定.....	16
(2)事業活動エリアにおけるインパクトニーズ.....	18
(3)テーマの設定.....	19
4. インパクトの評価.....	20
(1)菓子作りを通じた豊かさと幸せの提供.....	20
(2)環境に配慮した事業活動.....	25
(3)働きがいのある職場環境の整備.....	29
5. 管理体制.....	36
6. 常陽銀行によるモニタリング.....	37

1. はじめに

常陽産業研究所は、常陽銀行が株式会社セイワ食品(以下、セイワ食品)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、セイワ食品の企業活動が、社会面、社会経済面、環境面に及ぼすインパクト(ポジティブな影響およびネガティブな影響)を分析・評価した。

分析・評価にあたっては、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」および ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項(4)に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に則った上で、中小企業¹に対するファイナンスに適用している。

■本ファイナンスの概要

資金調達者の名称	株式会社セイワ食品
調達金額	300,000,000 円
調達形態	証書貸付
契約期間(モニタリング期間)	2024 年 9 月 30 日～2044 年 9 月 15 日
資金使途	設備資金

¹ IFC(国際金融公社)または中小企業基本法の定義する中小企業、会社法の定義する企業。

2. 会社概要

(1) 会社概要

セイワ食品は、茨城県筑西市に本社を置き、各種チョコレート菓子の製造加工およびスナック菓子の味付け加工業務、それに伴う包装業務等を行う企業である。関係会社として、中国青島にチョコレート製造の合弁会社がある。

チョコレート菓子の加工にあたっては、大手菓子メーカーの株式会社ロッテなど、取引先から支給を受けた原料を使用し、OEM 生産が 9 割以上を占めている。主力のチョコレート菓子はチョコボールやクランチチョコレートであり、同社ではナッツ類をコーティングする加工等を行っている。チョコレート菓子以外の事業は、スナック菓子の味や香りをつける加工、ポテトチップスの包装業務を受注している。

また、2017 年 9 月には、食品マネジメントシステムの FSSC22000 の認証を取得した他、社内に品質向上委員会を設置する等、顧客の要請や時代のニーズに対応できる体制整備を進めている。

<本社工場・つくば第一工場の写真>



本社工場



つくば第一工場

出所：セイワ食品ウェブサイト

<セイワ食品概要>

社名	株式会社セイワ食品
代表者	代表取締役社長 長津 正則
本社	〒308-0111 茨城県筑西市舟生 44-5
事業所	<p><工場></p> <p>本社工場 茨城県筑西市舟生 44-5</p> <p>つくば第一工場 茨城県筑西市舟生 1532-3</p> <p>つくば第二工場 茨城県筑西市舟生 1531-3</p> <p>関東工場 茨城県常総市大生郷町 6127-8</p> <p><店舗></p> <p>川越ショコラ Bromagee 埼玉県川越市幸町 1-9</p> <p>Bromagee グランテラス筑西店 茨城県筑西市川澄 1850</p>
創業年月	1981年10月
事業内容	各種チョコレート菓子の製造加工およびスナックの味付け加工業務、それに伴う包装業務等
資本金	15,000千円
売上高	25.7億円(2023年9月期)
従業員	177名(2024年7月時点)
認証	2001年3月 : HACCP 取得 2003年8月 : ISO9001 マネジメントシステム認証取得 2017年9月 : FSSC22000 マネジメントシステム認証取得
主要取引先	<p><主要仕入先></p> <p>株式会社宮田、芥川製菓株式会社、筑波食品株式会社、株式会社フジサニーフーズ、共立食品工業株式会社</p> <p><主要販売先></p> <p>株式会社ロッテ、株式会社宮田、芥川製菓株式会社、リスカ株式会社</p>
関係会社	青島鼎康頤食品有限公司(中国山東省青島萊西市大連路北)

(2)沿革

セイワ食品の前身である長津商店は、1968年に現代表取締役の父である長津昌治氏によって栃木県宇都宮市にて創業され、当初は事業所給食の材料問屋として味噌、油、小麦粉などの食材を卸す事業を営んでいた。その後、有限会社東京フードへの組織変更を経て、1973年に長津昌治氏の出身地である、茨城県関城町（現筑西市）にて、事業拡大の為に倉庫を新設した。当初は配送拠点としていたが、1974年に製菓用プレートチョコレートを請け負ったことに伴い、倉庫の一部を工場に改築した。

1981年に製菓大手のチョコレート菓子のOEMを受注したことを契機に有限会社セイワ食品を設立し、本格的なチョコレート生産に乗り出した。現代表取締役の長津正則氏は、設立に伴い取締役に就任し、専務取締役兼工場長を経て、1992年11月に代表取締役社長に就任した。1996年10月には、有限会社セイワ食品を株式会社セイワ食品に組織変更し、同時に有限会社東京フードの事業を継承した。

2006年9月、テーマパーク向けのOEM製品の受注を機に本社近くの関城工業団地内に新たにつくば第一工場を開設し、生産能力を大きく拡大した。2010年7月には、つくば第一工場敷地内にプレッツェルのシーズニングを行う工場を設置するなど、新製品への対応も図ってきた。2015年5月には、顧客の中国進出に合わせ、パートナー企業との合弁で青島鼎康頤食品有限公司を設立し、現地向け製品の製造・販売を開始した。また、HACCPやISO認証取得も並行して品質・衛生管理対策を徹底し、2017年9月には食品安全システムFSSC22000認証に移行している。

さらに2020年11月には、受注量に対して本社工場が手狭になり、生産性改善の面でも制約が出てきたことを受け、つくば第二工場を新設した。本社工場で行っていた製品の包装をつくば第二工場で行うことで、全体の生産能力を従来の2倍にまでに引き上げている。このようにセイワ食品は、顧客のニーズに対応する形で事業規模や事業領域を拡大してきた。

近年では自社オリジナル製品の開発にも注力し、クランチチョコレートをはじめとしたチョコレート菓子専門の直営店として2017年9月に埼玉県川越市で1号店「川越シヨコラ Bromagee」、2019年7月に道の駅グランテラス筑西内にて2号店をオープンした。

<沿革>

年月	概要
1968年10月	創業者 長津昌治が長津商店を宇都宮市平出町に開店
1972年4月	長津商店より有限会社東京フードに組織変更（資本金 100 万円）
1973年9月	事業拡大の為、茨城県真壁郡関城町（現 筑西市）に工場新設
1974年10月	製菓用プレートチョコレート加工開始
1981年10月	資本金 100 万円にて有限会社セイワ食品設立
1985年12月	資本金 300 万円に増資
1996年10月	株式会社に組織変更、資本金 1,500 万円に増資
1999年7月	藤ヶ谷工場（現つくば第一工場）操業、モールドチョコ製造開始
2001年3月	HACCP 認証取得 ISO9002 マネジメントシステム認証取得
2003年8月	ISO9001 マネジメントシステム認証取得
2006年9月	つくば関城工業団地内につくば第一工場新設（藤ヶ谷工場移転）
2009年8月	つくば関城工業団地内につくば第一工場 B 棟新設
2015年5月	青島鼎康頤食品有限公司（中国山東省青島菜西市）を設立
2017年9月	FSSC22000 マネジメントシステム認証取得 埼玉県川越市にセイワ食品直営第一号店「川越ショコラ Bromagee」開店
2018年3月	つくば関城工業団地内につくば第一工場 C 棟新設
2019年7月	道の駅 グランテラス筑西にセイワ食品直営第二号店「Bromagee」開店
2020年9月	つくば関城工業団地内につくば第二工場新設

<自社直営店>



川越ショコラ Bromagee



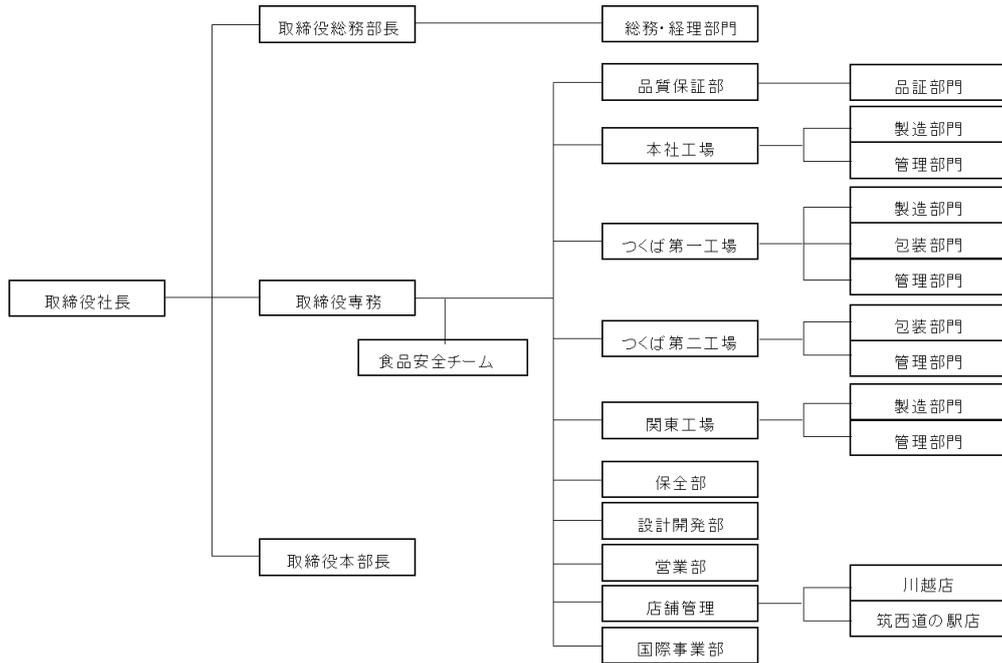
Bromagee グランテラス筑西店

出所：セイワ食品ウェブサイト

(3)組織体制

セイワ食品の組織体制は、以下の「組織図」の通りである。生産拠点として茨城県内に4つの工場と、自社製品を販売する2店舗、総務・経理部門、品質保証部、保全部、設計開発部、営業部、国際事業部がある。各生産拠点は、以下の表「各生産拠点の概要」に示す通り、それぞれ製品や加工内容等で棲み分けがされている。

<組織図>



出所：セイワ食品提供資料を基に常陽産業研究所作成

<各生産拠点の概要>

拠点	主要製品	生産量	OEM/ 自社製品比率	主な販売先
本社工場	チョコレートボール	300t/月	OEM 95% 自社製品 5%	(株)ロッテ
つくば第一工場	クランチチョコレート	100t/月	OEM 95% 自社製品 5%	芥川製菓(株)
つくば第二工場	製品の包装	500万袋/月	OEM 100%	(株)ロッテ
関東工場	スナック菓子	150万袋/月	OEM 100%	(株)宮田

出所：セイワ食品ヒアリングに基に常陽産業研究所作成

(4) 企業理念

セイワ食品は、目指すべき指針として、「私達は、心を込めて、お客様に奉仕します。」
 「私達は、物心ともに、豊かさと幸せを創造します。」 「私達は、人間完成を目指して
 勉強し実践します。」の3つを経営理念に掲げている。この経営理念には、常にお客様
 ファーストの精神で質の高い製品やサービスを提供するとともに、事業を通してお客様
 だけでなく社員にも豊かで幸せになってもらいたいという経営者の思いが込められて
 いる。

また、この経営理念のもと、3つの Commitment として、「安心安全なもの作り」「確
 実な品質管理と品質保証」「5S を基本に衛生管理」を掲げ、顧客や消費者に信頼され満
 足される安心・安全な製品を届けることを目指している。

これらの経営理念や Commitment は、社内各所に掲示されているとともに、日々の朝
 礼などで読み上げる等により、社内に浸透させている。

<セイワ食品経営理念>

経営理念	<p>私達は、心を込めて、お客様に奉仕します。</p> <p>私達は、物心ともに、豊かさと幸せを創造します。</p> <p>私達は、人間完成を目指して勉強し実践します。</p>
Commitment	<p>安心安全なもの作り</p> <p>確実な品質管理と品質保証</p> <p>5S を基本に衛生管理</p>

出所：セイワ食品提供資料

(5) 業界動向

1) チョコレート市場規模の推移

全日本菓子協会によると、直近 10 年のチョコレートの小売金額は、コロナ禍での若干の鈍化は見られたものの、概ね右肩上がりの成長をしており、10 年間で 2 割以上増加している。生産数量は、2018 年までは増加傾向にあったが、コロナ禍以降減少傾向にある。

2014 年頃は、消費者の健康志向によるハイカカオチョコレートやプレミアムチョコレートといった高価格帯の商品が次々と開発され、商品数の増加により市場規模が拡大してきた。その後、2020 年の新型コロナウイルス拡大による「緊急事態宣言」が発令され、消費者の嗜好が大きく変化している。「新しい生活様式」の定着を目指す中で、菓ごもり需要や家庭内での手作り需要が生まれ、徳用大袋製品や板チョコの消費が活発となった。

一方、テレワーク推進や外出自粛のムードにより、オフィス需要や行楽地需要は大きく減少しており、2021 年 9 月末に全面解除されるまで、この流れは続いた。「まん延防止等重点措置」が 2022 年 3 月に終了したこともあり、2022 年小売金額はコロナ禍前の 2019 年に比べて増加しているが、生産数量は減少している。主な要因として、2022 年 2 月から始まったウクライナ問題や円安の進行によって原材料価格などが高騰し、商品の値上げが相次いだことが挙げられる。

このように、近年のチョコレート生産数量は伸び悩んでいるものの、商品価格の値上げによって小売金額が増加する傾向にあり、そのような中で自社製品を選んでもらうために更なる付加価値の向上が求められている。

<チョコレートの小売金額と生産数量の推移>



出所: 全日本菓子協会「菓子関係データ」より常陽産業研究所作成

2) 大手チョコレートメーカーのシェア・動向

全日本菓子協会が発表する 2023 年度のチョコレート小売金額(推計)は 6,040 億円で、直近 10 年での最高額となっている。また、大手チョコレート製造会社である明治ホールディングス株式会社と株式会社ロッテのウェブサイトでは、それぞれシェアが 24.7%、20.0%と発表されている。

各社の今後の戦略について、明治ホールディングス株式会社は「付加価値型チョコレートの健康価値伝達」を掲げ、独自の技術・知見を活かした価値浸透を目指している。株式会社ロッテでは、ウェルビーイングとの関係性に着目し「ちょこっと幸せ研究所」を設立し、「心の健康増進」の面から、売上伸長を目指している。その他、ESG 中期目標として「持続可能な調達」を掲げており、環境に配慮した事業運営を行っていくものと思われる。

このような大手メーカーの健康志向や環境配慮への方針に対して、取引先企業においても、今後同分野への対応が求められることが想定される。

<大手 2 社のチョコレート市場シェア>

明治ホールディングス株式会社

株式会社ロッテ



出所: 明治ホールディングス・ロッテウェブサイト、2023 年度インテージ社 SRI+

(6)事業概要

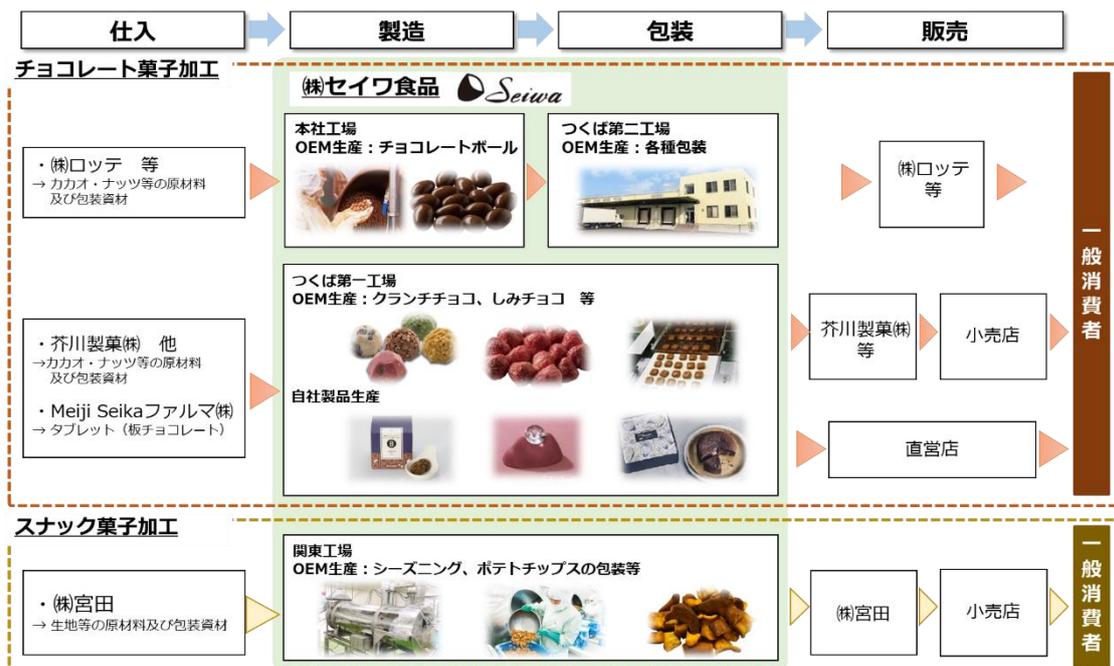
1) ビジネスモデル

セイワ食品の事業は、チョコレート菓子の加工とスナック菓子の加工に大別され、加工高ベースでは、チョコレート菓子とスナック菓子の比率は2:1程度になっている。

チョコレート菓子については、株式会社ロッテや芥川製菓株式会社の協力・契約工場として実績を築いてきた。小ロットでの対応が可能なOEM生産について、自社一貫生産に移行してからは、リスカ株式会社や共立食品工業株式会社、株式会社ギンビスなどの菓子メーカーとも新たに取引を開始した。

また、チョコレート菓子以外では、菓子の総合商社である株式会社宮田を介し、イオングループや株式会社良品計画向けにも販売されている。

<ビジネスモデル俯瞰図>



出所: セイワ食品ウェブサイト及びヒアリングに基に常陽産業研究所作成

2) 製品構成

①OEM 製品

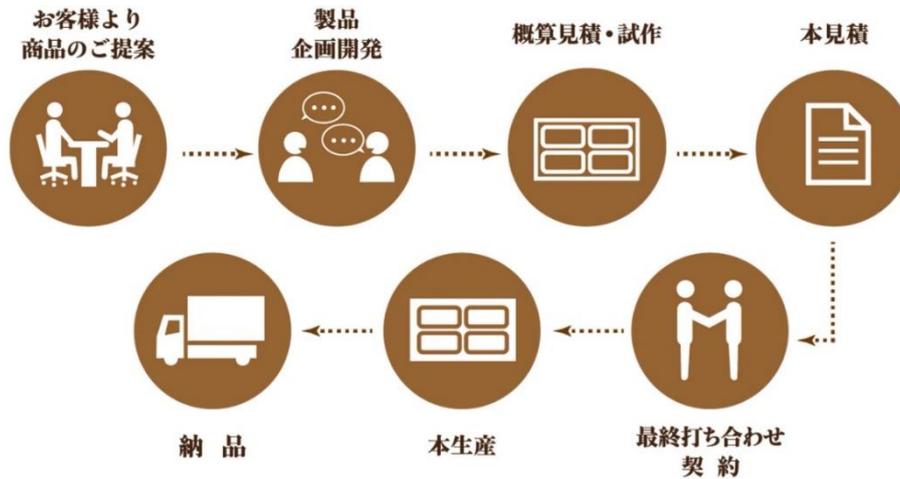
セイワ食品は OEM 製品としてチョコレート菓子やスナック菓子への加工を行っており、主な製品やその特徴は下表の通りとなっている。また、OEM 生産の対応にあたっては、顧客からの要望に応じて、製品の企画開発から生産まで一貫して対応し、多様なチョコレート製品をロット数に応じて迅速に製造・納品できる体制をとっている。

<OEM 製品の例>

製品		特徴
アーモンドチョコレート		ローストアーモンド・シロップフライアーモンドなどをセンターに、様々なチョコレートをコーティングする。仕上げはセラック（艶出し）・ココアパウダー・糖衣加工ができる。
コーヒービーンチョコレート		香ばしくローストしたコーヒービーンをセンターに、さまざまなチョコレートをコーティングする。仕上げはセラック（艶出し）・ココアパウダー・糖衣加工ができる。
クランチチョコレート		パフモールドを使用した、パフチョコレート。各種パフやシリアルを入れたチョコレートが作れる。
しみこみチョコいちご		フリーズドライ苺やスナック等にチョコレートを染み込ませ、表面のチョコレートが溶けにくい製品が作れる。
プレッツェル		プレッツェルやスナック等にチーズ、ガーリックなどの味や香りをつけ、風味豊かな製品が作れる。

出所：セイワ食品ウェブサイトより常陽産業研究所作成

<提案から納品までの流れ>



出所:セイワ食品ウェブサイト

②自社製品

同社では、OEM 生産で培ってきたノウハウを活かし、自社製品を展開している。「自分で食べても、人にあげても笑顔になれるカラフルでポップなクランチチョコを作りたい」という想いから生まれた「Bromagee (ブロマージェ)」は、クランチチョコレートをはじめ多くの製品を展開しており、直営店 2 店舗とオンラインショップにて販売している。

また、さらに製品へのこだわりを強めたハイクラスのブランドとして「Maison Bromagee (メゾンブロマージェ)」があり、専用オンラインショップにて、「フォンダンショコラ」「テリーヌショコラ」を販売している。

<自社ブランド製品>



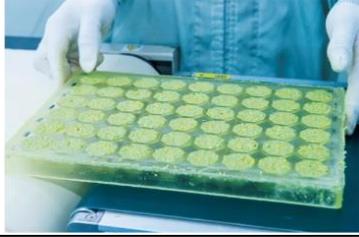
左: Bromagee クランチチョコレート、右: Maison Bromagee フォンダンショコラ・テリーヌショコラ

出所:セイワ食品ウェブサイト

3) 加工方法

セイワ食品では、チョコレート製品等に係る多様な加工ができ、顧客の様々なニーズに対応している。主な製品加工方法は下表の通りとなっている。同社は、特にパンワーキングの技術にノウハウを有しており、適切な温度・湿度管理やチョコレートの掛け方の工夫によって、均一で質の高いチョコレートのコーティングができる。

<加工方法の例>

加工方法		概要
パンワーキング (チョコ噴霧)		ナッツ等の食材をチョコボールタイプに加工する方法で、小ロットから大量生産まで対応できる。加工内容も100%カカオマス、シュガー糖衣、シェラック・ココア等、幅広いコーティングに対応できる。
モールドイング (チョコ成形)		板チョコタイプの型抜き加工で、型を作成すればオリジナルのチョコレートが作成できる(セイワ食品の汎用型も使用可能)。また、パフモールドを使用して、シリアル等を入れたチョコレートも作成できる。
エンローピング (チョコ掛け成形)		プルーンやゼリーなど柔らかな食材にチョコレートをシャワーリングする加工方法。100%カカオマスをはじめ、様々なチョコレートのコーティングができ、小ロット対応もできる。
ソーキング (チョコ含浸)		チョコレートの中心にコーンパフなど気泡の多い材料を用い、真空にすることで内部の気泡にまでチョコレートを染み込ませる加工方法。夏でも溶けにくいことが特徴となっている。
シーズニング (味付け)		ポテト、プレッツェル等のスナック菓자에チーズ、ガーリック、マスタードなどの味や香りをつける加工方法。様々な味や香りをつけることで、バリエーション豊かな製品が製造できる。

出所:セイワ食品ウェブサイトに基づき常陽産業研究所作成

(7)環境・社会活動

1) SDGs 宣言

セイワ食品では、以下の通り 2023 年 2 月に SDGs宣言を実施し、「労働環境の整備と人権尊重」「環境保全への取り組み」「品質・安全性の保証」「地域社会への貢献」の 4 つの分野で取り組みを定め、達成に向けて行動をしている。



SDGs 宣言
株式会社セイワ食品
2023年2月1日

当社は、高い品質とおいしさを誇る菓子製造業者であり、地域の様々な課題の解決を目指しています。当社の事業を通じたSDGsの達成に向け、下記の取り組みを実施していくことを宣言します。

<p>労働環境の整備と人権尊重</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人や高齢者等、多様な人材が活躍できるような労働環境の整備に努めます 外国人労働者の待遇や労働環境について適切な配慮を行います 国籍、性別、年齢等にかかわらず従業員全員が働きやすい環境を作ります <p>品質・安全性の保証</p> <ul style="list-style-type: none"> ISO9001、FSSC22000認証に基づき、食品安全に最大限配慮した経営を行います 品質のよいモノやサービスを提供するための仕組みを構築します 品質基準の策定および定期的な見直しを行い、高品質な製品を届けます 	<p>環境保全への取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 太陽光パネルや省エネ設備の利用により、CO2削減に寄与します 自社のエネルギー使用量を把握し、省エネに取り組みます 廃棄物の分別の徹底、3Rの推進を行います 従業員のSDGsの理解と意識の向上に努めます <p>地域社会への貢献</p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代を担う人材育成として、職場体験の受け入れをします 地域への寄付活動を継続します 自治体やコミュニティとの接点を深め、地域に配慮した経営を行います 地元の特産品を利用した商品の開発を行います
--	---

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGsとは、2015年に国連で採択された「持続可能な開発目標」です。17の目標と169のターゲットから構成されており、2030年の達成に向けて国・企業・個人など様々なレベルでの取組が求められています。

出所：セイワ食品ウェブサイト

2) 社会貢献

①寄付活動の実施

セイワ食品は地元のボランティア団体「木有戸の会」に参画し、活動充実の為に同団体に対して寄付を行っている。「木有戸の会」は、地域にふさわしい道づくりを進めるため、道路の清掃や除草・花壇の手入れなどを定期的に行っている。

また、それ以外にも、寄付付き私募債を通して、関係性の深い地元の医療機関や学校等への寄付活動を行っている。

<木有戸の会 支援箇所>



出所: セイワ食品提供

②工場見学の受入

地元の学校や企業等から要望を受け、年2~3回程度、工場見学の受入を行っている。身近なチョコレート製品がどのように作られているか、理解を深めてもらうとともに、次世代を担う人材の育成に貢献している。

<工場見学の様子>

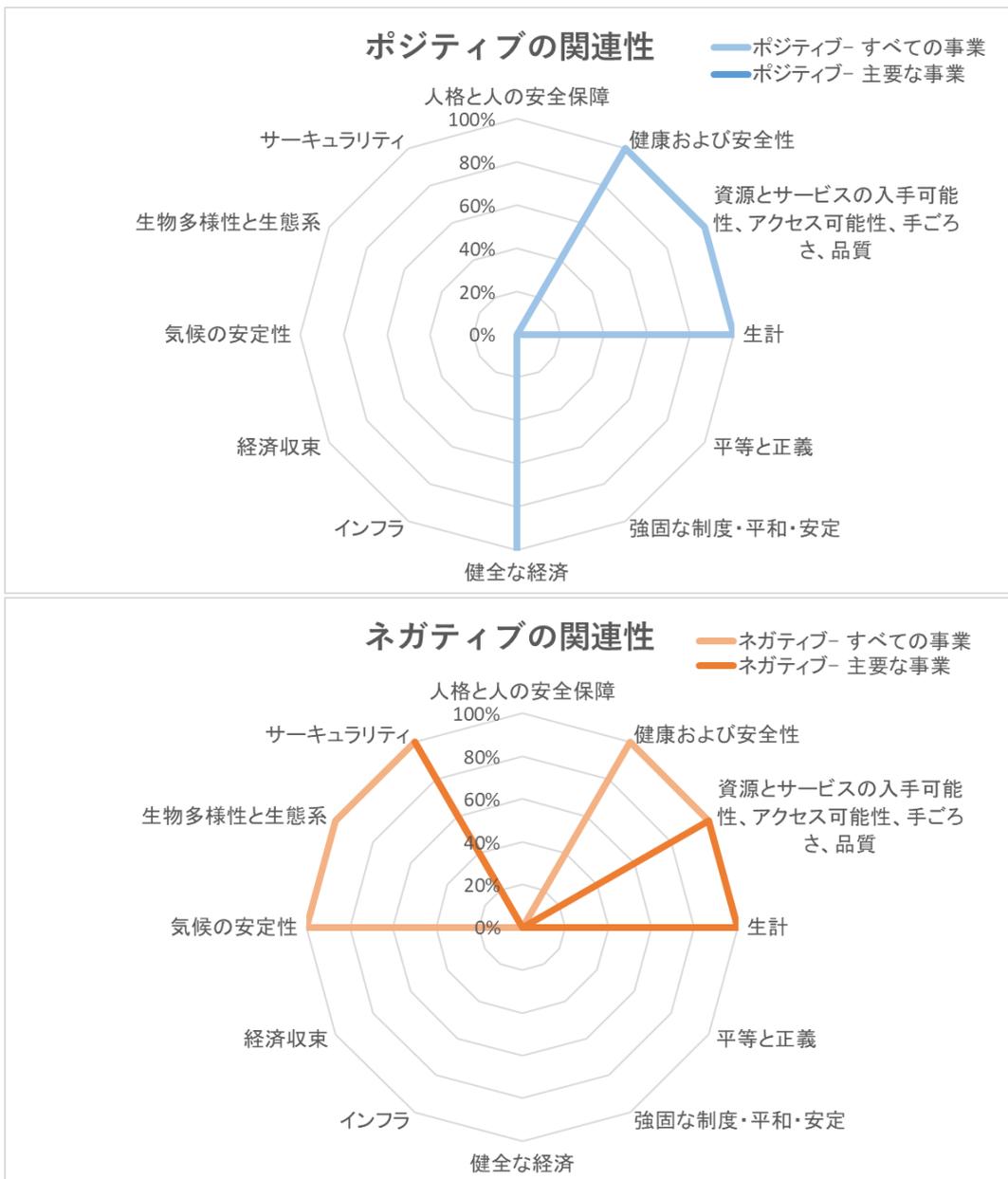


出所: セイワ食品提供

3. 包括的なインパクト分析

(1) インパクトエリア/トピックの特定

UNEP FI が提供するインパクトレーダーを用いて、セイワ食品の属する業種のポジティブインパクト(以下、PI)とネガティブインパクト(以下、NI)が社会面、社会経済面、環境面の 12 のインパクトエリア並びに 34 のインパクトトピックのうち、どのインパクトエリア/トピックに発現するか、包括的なインパクト分析を実施した。なお、同社の事業は国際標準産業分類の「1073 ココア、チョコレート及び砂糖菓子の製造業」としている。



同社の属する業種のインパクト分析結果(既定値)に加え、同社の事業活動(社員の能力開発支援やダイバーシティの推進の取組みの実施)を鑑み、教育【PI】、ジェンダー平等【NI】、民族・人種平等【NI】、年齢差別【NI】、その他の社会的弱者【NI】を追加した。文化と伝統【PI】については、PIにつながる事業活動が確認できないため削除した。同社の最終的なインパクトエリア/トピックは、以下の通りである。

【UNEP FI のインパクト分析ツールを用いたインパクト分析結果】 PI:○ NI:●

カテゴリ	エリア	トピック	関連SDGs	既定値	修正値
社会面	人格と人の安全保障	紛争	16		
		現代奴隷	8,16		
		児童労働	8,16		
		データプライバシー	16		
		自然災害	11,13		
	健康および安全性	-	3	○●	○●
	資源とサービスの入手可能性、アクセス可能性、手ごろさ、品質	水	6		
		食料	2	●	●
		エネルギー	7		
		住居	11		
		健康と衛生	3,6		
		教育	4		○
		移動手段	9,11		
		情報	16		
		コネクティビティ	9		
		文化と伝統	11	○	
		ファイナンス	8,9		
	生計	雇用	1,8	○	○
		賃金	1,8	○●	○●
		社会的保護	1,10	●	●
平等と正義	ジェンダー平等	5		●	
	民族・人種平等	10		●	
	年齢差別	10		●	
	その他の社会的弱者	10		●	
社会経済面	強固な制度・平和・安定	法の支配	16		
		市民的自由	16		
	健全な経済	セクターの多様性	8,9		
		零細・中小企業の繁栄	8	○	○
	インフラ	-	9		
経済収束	-	10,17			
環境面	気候の安定性	-	13	●	●
	生物多様性と生態系	水域	6,14	●	●
		大気	11,12		
		土壌	15,12		
		生物種	14,15		
		生息地	14,15		
	サーキュラリティ	資源強度	12	●	●
		廃棄物	11,12	●	●

(2) 事業活動エリアにおけるインパクトニーズ

特定したインパクトエリア/トピックに関して、その重要性を判断するにあたり、セーフ食品の事業活動エリアにおけるインパクトニーズとの関連性について検証する。

茨城県は、2022年度からの県政運営の基本方針「第2次茨城県総合計画」において、「活力があり、県民が日本一幸せな県」を基本理念とし、「Ⅰ 新しい豊かさ」「Ⅱ 新しい安心安全」「Ⅲ 新しい人財育成」「Ⅳ 新しい夢・希望」の4つのチャレンジを柱にした政策・施策を展開している。

「新しい豊かさ」では、サステナブルな社会づくりに取り組んでいる。同社の温室効果ガスの排出量抑制や、資源の効率的な利用に向けた取組みは、茨城県の施策と合致している。

「新しい人財育成」では、働きがいを実感できる環境の実現に取り組んでいる。同社の社員への能力開発支援や、多様な働き方ができる職場環境の整備の取組みは、茨城県の施策と合致している。

「新しい夢・希望」では、「茨城の魅力」発信戦略に取り組んでいる。同社の地域資源を活かした製品開発の取組みは、茨城県の施策と合致している。

以上のことから、同社のインパクトは地域のニーズと整合していると考えられる。

<第2次茨城県総合計画における施策体系>



出所：茨城県「第2次茨城県総合計画」

(3) テーマの設定

特定したインパクトエリア/トピックのうち、PI を拡大し、NI を緩和することが想定され、セイワ食品の経営の持続可能性を高めるテーマとして、「菓子作りを通した豊かさと幸せの提供」「環境に配慮した事業活動」「働きがいのある職場環境の整備」の3つを設定した。

設定したテーマと取組み内容、対応するインパクトエリア/トピックとの対応は下表の通りである。

テーマ	取組み内容	対応するインパクトエリア/トピック
菓子作りを通した豊かさと幸せの提供	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食べた人を幸せにする製品の提供 ・ 地域経済の活性化への貢献 	健康および安全性【PI】、食料【NI】、零細・中小企業の繁栄【PI】
環境に配慮した事業活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 温室効果ガスの排出量抑制 ・ 資源の効率的な利用 ・ 汚染物質・廃棄物の適正処理 	気候の安定性【NI】、水域【NI】、資源強度【NI】、廃棄物【NI】
働きがいのある職場環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 労働環境の整備と福利厚生 ・ 社員の能力開発支援 ・ ダイバーシティの推進 	健康および安全性【NI】、教育【PI】、雇用【PI】、賃金【PI】【NI】、社会的保護【NI】、ジェンダー平等【NI】、民族・人種平等【NI】、年齢差別【NI】、その他の社会的弱者【NI】

4. インパクトの評価

ここでは、先に設定した3つのテーマに対して、SDGs17のゴールと169のターゲットのいずれに該当するのかを明示するとともに、具体的な取組み内容について記載する。

また、3つのテーマにおけるインパクトの発現状況を今後も測定可能なものとするため、それぞれについてKPIを設定する。なお、KPIの期限は最長で2029年9月末としているが、モニタリング期間中は期限到来後も再度KPIを設定し、測定していく。

(1)菓子作りを通じた豊かさと幸せの提供

項目	内容
インパクトエリア /トピック	健康および安全性【PI】、食料【NI】、零細・中小企業の繁栄【PI】
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。  8.9 2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。  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。
取組み内容	①食べた人を幸せにする製品の提供 - 健康および安全性【PI】、食料【NI】 - ・ セイワ食品は、質の高いチョコレート菓子や健康に配慮した自社の開発や提供を通して、消費者に幸福を提供している。 A) 安心・安全な製品の提供 ・ 同社は、食品を製造するにあたっての基本的な考え方として、「顧客に信頼され満足される安心・安全な製品を作ろう」を食品安全目標に掲げ、国際食品安全イニシアチブ(GFSI)が制定した世界的な

項目	内容
	<p>食品安全ベンチマーク認証規格である「FSSC22000」の管理手法のもと、安全・安心なもの作りに取り組んでいる。</p> <p>B) 自社製品ブランド「Bromagee」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社では OEM 生産で培ってきたノウハウを活かし、自社ブランド「Bromagee(ブロマージェ)」を展開している。 ・ 「自分で食べても、人にあげても笑顔になれるカラフルでポップなクランチチョコを作りたい」という思いから生まれたブランドであり、クランチチョコレートをはじめ多くの製品を直営店やオンラインショップで販売している。 ・ 同ブランドはハンドメイドにこだわりを持っており、鮮度の高い食材を使用し、多種多様なフレーバーの製品を開発している。 <p>＜クランチチョコレート＞</p>  <p>出所: Bromagee オンラインショップ</p> <p>C) 自社製品ブランド「Maison Bromagee」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社では、さらに製品へのこだわりを強めたハイクラスの自社製品ブランドとして、「Maison Bromagee(メゾンブロマージェ)」を展開している。 ・ 同社は、ベトナムにカカオ農園を保有し、カカオ豆の栽培から製造販売まで一貫して取り組んでいる。その中で、チョコレートの「香り」と「味」を最大限に堪能できる製品をつくりたいとの思いから生まれたのが、Maison Bromagee である。 ・ 具体的には Maison Bromagee の専用オンラインショップにて、「フォンダンショコラ」「テリーヌショコラ」を販売しており、「“禁断の幸せ”を感じる、やめられないチョコレート体験」を提供している。

項目	内容
	<p data-bbox="470 324 1197 358"><禁断の幸せセット(フォンダンショコラ・テリーヌショコラ)></p>  <p data-bbox="470 896 949 929">出所: Maison Bromagee オンラインショップ</p> <p data-bbox="470 996 885 1030">D)健康へ配慮した製品への対応</p> <ul data-bbox="470 1041 1356 1310" style="list-style-type: none"> ・ 近年、消費者の健康志向ニーズの高まりを受けて、低糖質やハイカカオのチョコレート製品が増えており、セイワ食品においても加工に対応している。 ・ また、同社は普段からよく運動する人が気軽にたんぱく質をとれるようなチョコレートを自社で作りたいとの思いから、自社製品としてプロテインバーの「マッチョコ」を開発した。 <p data-bbox="470 1377 646 1411"><マッチョコ></p>  <p data-bbox="470 1904 718 1937">出所: セイワ食品提供</p>

項目	内容
	<p>②地域経済の活性化への貢献</p> <p>- 零細・中小企業の繁栄【PI】 -</p> <ul style="list-style-type: none"> セイワ食品は、地域資源を活用した製品開発により、地域ブランドの向上に寄与するとともに、地元企業との取引を継続している。 <p>A)地域資源を活用した製品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 同社は、様々な地元の観光資源や食材を活用し、自社製品の開発にあたっている。 地元の観光資源を活用した例として、筑波山をモチーフにした「Diamond Tsukuba Chocolate」を開発している。筑波山では、年に二度ほど男体山と女体山の間から朝日が登る“ダイヤモンド筑波”を見ることができ、その様子がチョコレートによって表現されている。 <p><Diamond Tsukuba Chocolate></p>  <p>出所:セイワ食品ウェブサイト</p> <ul style="list-style-type: none"> また、地元食材の活用例として、つくば市の唐辛子や柚子、守谷市の福来みかん、アンテナショップのある川越市の芋や醤油等、様々な当地食材を使用し、クランチチョコレートをはじめ自社製品の材料として使用している。 <p><Bromagee 川越店限定クランチチョコレート(芋けんぴ・お醤油)></p>  <p>出所:Bromagee オンラインショップ</p>

項目	内容
	<p>B)地域事業者との協業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、長年にわたる事業活動により、古くから続く地域事業者とのつながりを大事にし、取引を継続している。 ・ 前述の通り、自社製品の中には、地域資源を活用した製品も多く、原材料を地域事業者から仕入れており、地元食材の消費拡大に貢献している。その他、自社製品以外でも、チョコレート菓子に使用するクッキーやパフ、キャンディー、ドライフルーツ等を中小事業者から仕入れている。 ・ 原材料以外でも、包装材や消毒用アルコール等の消耗品や、オフィスで使用する備品の調達、設備の修繕や害虫駆除の委託等、地域事業者を積極的に活用している。
目標と KPI	自社製品の取扱店舗数 2 店(2023 年 9 月期)⇒4 店(2029 年 9 月期)
	地元観光資源・食材を活用した自社製品数 5 製品(2023 年 9 月期)⇒10 製品(2029 年 9 月期)
	中小企業との取引数(仕入先) 39 社(2023 年 9 月期)⇒45 社(2029 年 9 月期)

(2)環境に配慮した事業活動

項目	内容
インパクトエリア /トピック	気候の安定性【NI】、水域【NI】、資源強度【NI】、廃棄物【NI】
関連する SDGs	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: flex-start;"> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p>6.3 2030年までに、汚染の減少、投棄廃絶と有害な化学物質や物質の放出の最小化、未処理の排水の割合半減及び再生利用と安全な再利用の世界的規模での大幅な増加させることにより、水質を改善する。</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p>11.6 2030年までに、大気の状態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。</p> </div> <div style="margin-bottom: 10px;">  <p>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。</p> </div> <div>  <p>13.1 すべての国々において、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。</p> </div> </div>
取組み内容	<p>①温室効果ガスの排出量抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> - 気候の安定性【NI】、資源強度【NI】 - ・ セイワ食品では、太陽光発電設備や環境配慮車両の導入、省エネ設備の利用によって温室効果ガスの排出量抑制に努めている。 <p>A)温室効果ガス排出量の算定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、環境への取組みの成果を可視化するため、エネルギーの使用量や温室効果ガス排出量(スコープ1・スコープ2)算定の仕組み導入を検討している。 ・ 算定ツールを導入し体制を整備することによって、2025年9月期からの測定開始を目指す。稼働後は、測定データを踏まえて、削減目標を明確にし、温室効果ガスの排出用抑制策を推進する。 <p>B)太陽光発電設備の導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、温室効果ガスの削減等を目的として、自社工場の屋根に太陽光パネルを設置している。

項目	内容
	<ul style="list-style-type: none"> つくば第一工場の屋根には 100kW、つくば第二工場の屋根には 220kW の太陽光パネルが設置されており、それぞれの工場で使用 する電力の 2 割弱を賄っている。 <p>＜太陽光発電設備の様子(つくば第二工場)＞</p>  <p>出所:セイワ食品提供</p> <p>C)次世代自動車の導入</p> <ul style="list-style-type: none"> 同社は、温室効果ガスの削減や化石燃料の使用量削減等を目的として、次世代自動車²の導入を進めている。 具体的には、2024 年 3 月に「ぐんぎん SLL」の枠組みの中で、SPTs³に「毎期次世代自動車を1台以上導入し、保有車両に占める次世代自動車の割合を 2027/9 月期までに 50%以上とする。」ことを、取組目標として掲げている。 同社が保有する 20 台の車両の内、6 台が次世代自動車となっており、今後も導入を進めることで、目標の達成を目指す。

² ここでの次世代自動車は、燃料自動車、電気自動車、天然ガス自動車、ハイブリッド自動車、プラグインハイブリッド自動車、クリーンディーゼル車を対象としている。

³ サステナビリティ・パフォーマンス・ターゲットの略称で、社会の持続可能性に対する貢献度合いを測るための目標。

項目	内容
	<p>②資源の効率的な利用</p> <p>- 資源強度【NI】、廃棄物【NI】 -</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ セイワ食品では、3R 等の取組みによって資源の効率的な利用を図っている。 <p>A)資源の使用量や廃棄物の発生量の抑制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、資源の使用量や廃棄物の発生量を減らす取組みとして、製品不良発生を減らし、歩留まりを向上させる活動をしている。具体的には FSSC22000 の管理手法を徹底して実行し品質の安定化を図るとともに、不良発生時のデータを分析し改善策を立案するといった取組みを継続的に実施している。 ・ また、実質的な品質には問題ないものの、見栄えが劣るといった理由で、通常の販路では販売できない B 級品については、本社工場敷地内に直売所を設け販売しており、廃棄品の削減を図っている。 <p><工場直売所の様子></p>  <p>出所:セイワ食品提供</p> <p>B)原料や資材リサイクルの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、リサイクルの取組みとして、加工機械内に残ったチョコレートを、濾過等の処理をして再度原料として使用しており、廃棄物の削減や原料の節約につなげている。 ・ また、製品の輸送の際に荷崩れ防止用にラップを使用しているが、使用済みのものを再生事業者へ持ち込み、リサイクルしている。

項目	内容
	<p>③汚染物質・廃棄物の適正処理</p> <p>- 水域【NI】、廃棄物【NI】 -</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ セイワ食品は、事業活動によって発生する排水や廃棄物が、環境へ悪影響を及ぼさないよう対策を講じている。 ・ 工場では毎日大量の排水が発生するが、浄化槽によって適正に処理し、法令に則った環境基準を満たした上で、排出している。 ・ また、その他の産業廃棄物についても、廃棄物の種類・量の把握をし、マニフェストを作成の上、産業廃棄物処理事業者を通して適切に処理を行っている。
目標と KPI	温室効果ガス排出量の可視化 2025 年 9 月期より「スコープ 1」「スコープ 2」の測定の開始 ※稼働後は測定されたデータを踏まえ、削減目標の設定を検討
	次世代自動車の導入率 30% (2024 年 7 月時点) ⇒ 50% (2027 年 9 月時点)
	歩留まり率 (加工・包装の平均) 85% (2023 年 9 月期) ⇒ 90% (2029 年 9 月期)

(3)働きがいのある職場環境の整備

項目	内容
インパクトエリア /トピック	健康および安全性【NI】、教育【PI】、雇用【PI】、賃金【PI】【NI】、社会的保護【NI】、ジェンダー平等【NI】、民族・人種平等【NI】、年齢差別【NI】、その他の社会的弱者【NI】
関連する SDGs	 1.2 2030年までに、各国定義によるあらゆる次元の貧困状態にある、すべての年齢の男性、女性、子供の割合を半減させる。  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。  4.4 2030年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。  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すべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一価値の労働についての同一賃金を達成する。  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、すべ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。
取組み内容	<p>①労働環境の整備と福利厚生</p> <ul style="list-style-type: none"> - 健康および安全性【NI】、賃金【PI】【NI】、社会的保護【NI】 - ・ セイワ食品は、社員が安心して働き続けることができるよう、働きやすい職場環境づくりのため様々な施策を行っている。 <p>A)労働安全管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、安全・安心な製品を提供するだけでなく、働く社員の安全も保たれるよう、安全教育や 5S 活動の推進、設備の定期的な保守点検等が行われている。

項目	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安全教育としては、社内各所にて啓発するポスターを掲示しているとともに、月初めに安全方針の読み合わせ等を行っている。 ・ 2023年9月期の労働災害事故は、5件(うち重大災害は0件)発生しており、今後も事故防止に向けて、安全対策を徹底する。 <p>B)長時間労働の抑制・休暇の取得促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ セイワ食品では、社員の健康とワークライフバランスの向上を図るため、行動計画の策定、長時間労働の抑制や休暇の取得促進に取り組んでいる。 ・ 同社では、従業員が仕事と子育てを両立することができ、従業員全員が働きやすい環境を作ることによって、全ての従業員がその能力を発揮できるようにするために行動計画を策定している。 ・ 継続的に制度の周知活動を続けることで、現在5名が産休の取得中、5名が育休の取得中、1名が取得後現場に復帰している。 <p><行動計画></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>計画期間：2019年1月1日～2027年3月31日</p> <p>目標： 1. 育児休業期間中の代替要員の確保や業務内容、業務体制の見直し</p> <p style="padding-left: 20px;">2. 労働者が子どもの看護のための休暇について、時間単位で取得できる等より利用しやすい制度の導入</p> <p style="padding-left: 20px;">3. 出産や子育てによる退職者についての再雇用制度の実施</p> <p><対策></p> <p>2019年1月～ 従業員の具体的なニーズ調査、制度の詳細に関する検討開始する。</p> <p>2019年7月～ 仕事と子育ての両立支援のため子どもの看護休暇利用制度を従業員に周知する。</p> <p>2020年4月～ 代替要員の確保のため業務内容や業務体制の見直しを図る。</p> <p>2021年4月～ 出産や子育てによる退職者についての再雇用制度の導入に向けての検討を開始する。</p> </div> <p>出所:セイワ食品ウェブサイト</p>

項目	内容
	<ul style="list-style-type: none"> 勤務時間については、時間外労働が一定時間を超えないよう、管理者がシステムによって勤務時間を管理し、長時間化している社員がいれば状況を確認した上で対策を講じている。現状の平均時間外労働時間は月 15.5 時間であり、今後も抑制を図っていく。 休暇の取得についても、取得状況を管理しており、必要に応じて社員へ取得するようアナウンスしている。それにより、有給休暇の年間取得日数は平均で 15 日となっており、有給休暇付与日数の 8 割程度が取得できている。 <p>C) 給与手当・福利厚生 の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> セイワ食品では、社員が安心して生活を送れるように各種給与手当や福利厚生の充実を図っている。 同社は、毎年 6 月に社員の生活水準の維持向上に向け、ベースアップおよび定期昇給を継続的に実施している。 業務の負担に応じて管理職に支給する職務手当や、社員の生活水準維持を目的とした家族手当等を支給している。また、社員の働きに報いる形で、会社の業績に応じて売上手当を支給している。 社員の健康管理として、35 歳以上の社員は病院で、それ以外の社員も検診車での健康診断を、会社負担で毎年受診させている。 ストレスチェックも定期的に会社負担で受けさせており、希望者は産業医に相談できる体制をとっている。 <p>D) 社内設備・クラブ活動・イベント等の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> セイワ食品は、社員の健康増進を目的として、つくば第二工場に多目的室を設け、社員が各種トレーニングマシンやシミュレーションゴルフを利用できるようにしている。 <p><多目的室の設備(トレーニングマシン、シミュレーションゴルフ)></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>出所: セイワ食品提供</p>

項目	内容								
	<ul style="list-style-type: none"> また、社内のクラブ活動も充実しており、月曜日はヨガ、火曜日はアームレスリング競技部、水曜日はエアロビクス、木曜日はゴルフ部など、曜日によって多様な活動を行っている。これ以外にも、季節によってツーリング、スノーボード、サーフボード等の活動も行っている。 同社では社員への慰労として、会社が費用補助を行い、国内・海外への社員旅行、ディズニーランド・ディズニーシーへの日帰り旅行を定期的実施している他、新入社員歓迎会を兼ねたバーベキュー、ボーリング大会等の社内イベントも定期的実施している。 <p><クラブ活動の様子(ヨガ、エアロビクス)></p>  <p>出所:セイワ食品提供</p>								
	<p>②社員の能力開発支援</p> <p>- 教育【PI】、社会的保護【NI】 -</p> <ul style="list-style-type: none"> セイワ食品は、社員が能力を発揮できるよう、社員の教育や、資格の取得支援に力を入れている。 新入社員に対しては、社会人としての基本マナー等について外部研修を実施するとともに、前年に入った先輩社員が 1 ヶ月間マンツーマンで指導を行いスムーズな業務習得を図っている。 また、業務に係る資格(食品衛生管理者、フォークリフト運転技能講習、大型一種免許等)については、費用を会社が全額負担し、取得を支援している。 <p><業務に係る主な資格の取得状況></p> <table border="1" data-bbox="469 1765 1353 1962"> <thead> <tr> <th>資格名</th> <th>取得者数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食品衛生管理者</td> <td>7名</td> </tr> <tr> <td>フォークリフト運転免許</td> <td>38名</td> </tr> <tr> <td>大型一種免許</td> <td>5名</td> </tr> </tbody> </table> <p>出所:セイワ食品提供資料</p>	資格名	取得者数	食品衛生管理者	7名	フォークリフト運転免許	38名	大型一種免許	5名
資格名	取得者数								
食品衛生管理者	7名								
フォークリフト運転免許	38名								
大型一種免許	5名								

項目	内容
	<p>③ダイバーシティの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> - 雇用【PI】、ジェンダー平等【NI】、民族・人種平等【NI】、年齢差別【NI】、その他の社会的弱者【NI】 - ・ セイワ食品は、性別、国籍、年齢、障がいの有無といった違いを受け入れ、誰もが能力を最大限発揮できる職場づくりに取り組んでいる。 <p>A)女性活躍推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、女性の求人応募及び採用を増やし、男女とも長く勤められる職場環境を作るために、行動計画を策定し、「採用における競争倍率に占める女性労働者の割合を 30%以上にする」といった目標を掲げている。 ・ 現状、122名の女性社員が在籍(全社員の69%)しており、今後も、行動計画にある情報の収集・分析や、高校、専門学校等へのアプローチを行うことで、積極的な採用を継続する。 <p><行動計画></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>計画期間： 2022年4月1日～2027年3月31日</p> <p>目標： 1. 採用における競争倍率に占める女性労働者の割合を30%以上にする。</p> <p><対策></p> <p>2022年4月～ 過去3年の男女別の採用における競争倍率を確認する。</p> <p>2022年7月～ 各事業所管轄内の職安及びその他の求人サイト等の求人募集情報を収集し、女性の求人応募につながるための分析を行う。</p> <p>2023年1月～ 高校、専門学校等の就職相談担当者への訪問及び就職ガイダンス等の申し込みを行う。</p> <p>2023年5月～ 今年度の採用における競争倍率に占める女性労働者の割合を算出し、今後の検討を行う。</p> </div> <p>出所:セイワ食品ウェブサイト</p>

項目	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ また、「筑波サステナビリティ・リンク・ローン」の枠組みの中で、女性の「働きがい」「やる気」の促進を目的として、「女性管理職割合の増加」を KPI に掲げている。 ・ 今後も、性別にかかわらず管理職への登用を行うとともに、現役の女性管理者が部下に対し管理職の仕事について情報発信することで、女性社員にも管理職に興味関心を持ってもらう。 ・ また、工場の作業の中で、重量のある荷物の積み降ろし作業が女性や高齢の従業員にとって負担になっており、ロボットアームを導入して自動化することで、負担の軽減を図っている。 <p><積み降ろし作業を行うロボットアーム></p>  <p>出所: セイワ食品提供</p> <p>B) 外国人材の活躍推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 同社は、42名の外国籍の社員が在籍している。 ・ 日本語が十分に修得できていない者でも働きやすいよう、社内の掲示物は、英語、スペイン語、中国語等でも掲示している。特に注意喚起に関する掲示は、全社員が読めるよう必要な言語全てで記載している。 ・ また、一定の専門性・技能を有する特定技能生に対しては、住まいを安心して確保できるよう、家賃補助を行っている。

項目	内容
	<p>C)高年齢社員の活躍推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 同社では、高齢者でもやりがいをもって働けるよう、65歳まで定年が延長されているとともに、定年後も本人が希望すれば、再雇用により70歳まで働くことができる。 また、本人の体力等も踏まえて、勤務時間等についても、個々に合わせた柔軟な働き方ができるようにしている。 <p>D)障がい者の活躍推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 同社は、ハローワークの開催する面談会に定期的に参加し、障がいのある方の採用活動を行っており、3名の障がい者社員が在籍している。 「静かな環境が良い」「人との接触が少ない方が良い」など、本人の特性に合った環境で業務を行えるよう配慮している。
目標と KPI	<p>平均勤続年数 9.3年(2023年9月期)⇒12年(2029年9月期)</p> <p>平均時間外労働時間 15.5時間/年(2023年9月期)⇒12時間/年(2029年9月期)</p> <p>会社指定保有資格数 (対象資格:食品衛生管理者、フォークリフト運転免許、大型一種免許) 延べ50名(2024年7月時点)⇒延べ60名(2029年9月時点)</p> <p>女性管理職割合 20%(2023年7月時点)⇒30%以上(2029年9月時点)</p> <p>障がい者社員雇用率 雇用率1.7%(2024年7月時点)⇒法定雇用率達成(2029年9月時点)</p>

5. 管理体制

セイワ食品は、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに取り組むにあたり、総務・経理部門を中心とした組織横断的なプロジェクトチームを結成した。長津 正則代表取締役社長が陣頭指揮を執り、社内の制度や計画、日々の業務や諸活動等を棚卸しすることで、自社の事業活動とインパクトリーダーやSDGsとの関連性について検討を重ねた。

本ポジティブ・インパクト・ファイナンス実行後においても、長津 正則代表取締役社長を最高責任者、長津 健太郎取締役を実行責任者とし、総務・経理部門内に設置されたプロジェクトチームを中心に、全従業員が一丸となって、KPIの達成に向けた活動を実施する。

最高責任者	代表取締役社長 長津 正則
実行責任者 ⁴	取締役 長津 健太郎
担当部署	総務・経理部門

⁴ 実行責任者はモニタリング担当者、金融機関に対する報告担当者を兼ねる。

6. 常陽銀行によるモニタリング

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで設定した KPI の達成および進捗状況については、セイワ食品と常陽銀行の担当者が定期的に会合の場を設け、共有する。会合は少なくとも年に1回実施するほか、日頃の情報交換や営業活動の場等を通じて実施する。具体的には、セイワ食品の決算が9月のため、1月に関連する資料を常陽銀行が受領し、モニタリングとなる指標についてフィードバック等のやりとりを行う。

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

モニタリング期間中に達成した KPI に関しては、達成後もその水準を維持していることを確認する。なお、経営環境の変化等により KPI を変更する必要がある場合は、セイワ食品と常陽銀行が協議の上、再設定を検討する。

以上

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、常陽産業研究所が、常陽銀行から委託を受けて作成したもので、常陽産業研究所が常陽銀行に対して提出するものです。
2. 常陽産業研究所は、依頼主である常陽銀行および常陽銀行がポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施するセイワ食品から提供された情報と、常陽産業研究所が独自に収集した情報に基づき、現時点での計画または状況に対して評価を実施しており、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。
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きます。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。

<本件問合せ先>

株式会社常陽産業研究所

地域コンサルティング部 杉田 健

〒310-0011

茨城県水戸市三の丸1丁目5番18号

TEL:029-233-6734 FAX:029-233-6724