

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社ネオ・エモーションに対する 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ネオ・エモーション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8月30日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社ネオ・エモーションに対する
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」）が株式会社ネオ・エモーション（「ネオ・エモーション」）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、ネオ・エモーション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、ネオ・エモーション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。

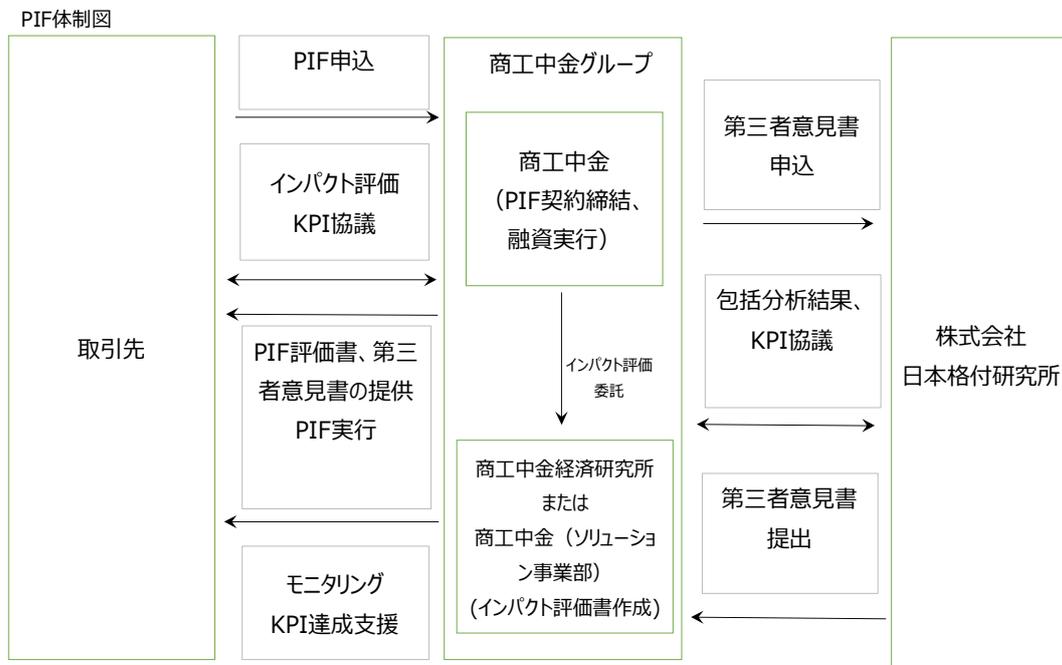
PIF 原則 2

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ネオ・エモーション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

深澤 優貴

深澤 優貴



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8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）が株式会社ネオ・エモーション（以下、ネオ・エモーション）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、ネオ・エモーションの活動が、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 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. 評価対象のファイナンスの概要

| | |
|------------|---------------|
| 企業名 | 株式会社ネオ・エモーション |
| 借入金額 | 150,000,000 円 |
| 資金使途 | 設備資金（店舗改装資金） |
| 借入期間 | 10 年 |
| モニタリング実施時期 | 毎年 11 月 |

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

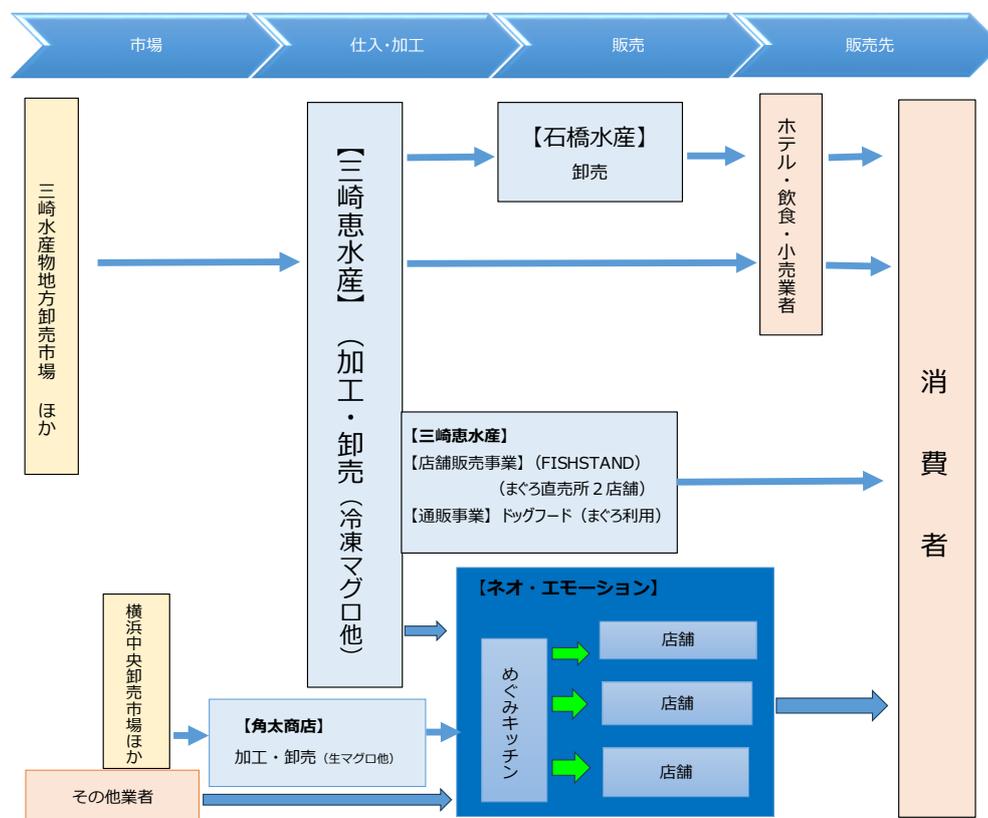
| | |
|-------|--|
| 本社所在地 | 神奈川県横浜市神奈川区山内町 1 番地中央卸売市場水産棟 411 号室 |
| 創業・設立 | 1996 年 4 月 5 日 |
| 資本金 | 47.500 千円 |
| 従業員数 | 70 名（2023 年 12 月現在） |
| 事業内容 | 主に鮮魚・海産物を中心とした飲食店の営業（グルメ回転寿司店） |
| 主要取引先 | 一般顧客 |

【業務内容】

■ 概要

- ネオ・エモーションは寿司を中心とした和食飲食店（グルメ廻転寿司）（11 店舗）を運営する事業者。「職人が握る寿司」を提供する「グルメ廻転寿司」を運営。店舗は本社のある横浜のほか首都圏に 9 店舗、沖縄県に 2 店舗を運営している。ネオ・エモーションは三崎港の冷凍まぐろ卸売業者である（株）三崎恵水産（以下、「三崎恵水産」）のグループ企業として、同社から仕入れるまぐろには定評があり、同社の流通経路・経験・知見を活用したメニュー開発を行っている。（グループ内での商流は下記図表 1 のとおり）
- グループには冷凍まぐろ等の卸売を営む「（株）石橋水産」、生まぐろを扱う「（有）角太商店」があり、まぐろ等水産物の流通を担っている。また三崎恵水産グループとしては、海外現地法人の MEGUMI F&S SINGAPORE PTE.LTD.（シンガポール）、MEGUMI SUISAN US OLDING INC.（米国）にて、国外でも寿司店経営やまぐろの卸売等、まぐろを中心とした水産物に関連する事業を世界的に展開している。
- 仕入れは主にグループ中核企業である三崎恵水産から原材料（鮮魚）等を仕入れている。加工は、一部自社のセントラルキッチン機能を担う「めぐみキッチン」にて行うが、寿司は店頭で「寿司職人」が握って提供をするスタイルで事業を行っている。店舗では、注文タッチパネルや入店案内操作システム・特急レーン等、合理化に向けた機械化投資も行っているが、提供する食材の中心となる寿司「職人が握った寿司」を堅持しており、質の高い寿司の提供を行っている。

（図表 1：グループ内での商流）

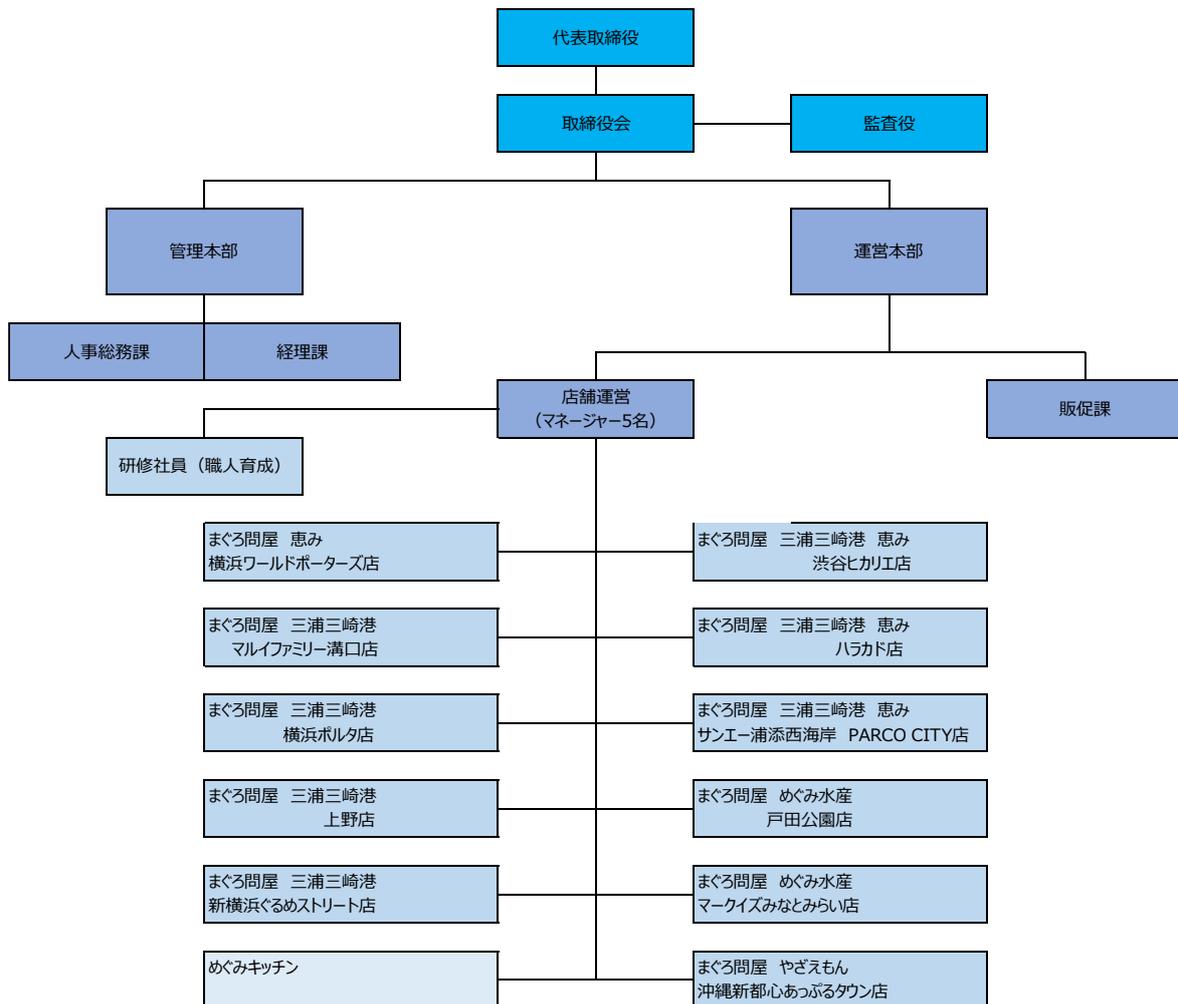


（ネオ・エモーションからのヒヤリングにより作成）

【組織図】

●ネオ・エモーションは寿司職人である店長を中心に、事業規模等に応じて各店舗に 3～10 数名の「社員（寿司職人）」を配置している。店舗にはその他、ホールスタッフをパート・アルバイト中心に配置して、運営を行っている。本部に在籍する 5 名のマネージャーが店舗の指導・管理を行うことにより店舗運営をサポートする態勢をとっている。新入社員は当社が独自に開発した寿司職人の「90 日間プログラム」に基づく研修を行い、店舗での実地研修に入る。

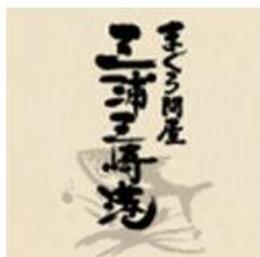
(図表 2 組織図)



(ネオ・エモーションからのヒヤリングにより作成)

【事業拠点】

| | 店舗 | 住所 |
|------------------|------------------------|--|
| まぐろ問屋 恵み | 横浜ワールドポーターズ店 | 神奈川県横浜市中区新港 2-2-1 横浜ワールドポーターズ 1階 |
| まぐろ問屋 三浦三崎港 | 新横浜ぐるめストリート店 | 神奈川県横浜市港北区篠原町 2937 キュービックプラザ新横浜 1階 |
| | 上野店 | 東京都台東区上野 6-12-14 |
| | 横浜ポルタ店 | 神奈川県横浜市西区高島 2-16 横浜ポルタ (B 1階) |
| | マルイファミリー溝口店 | 神奈川県川崎市高津区溝口 1-4-1 マルイファミリー溝口 10階 |
| まぐろ問屋 やざえもん | 沖縄新都心あっぷるタウン店 | 沖縄県那覇市おもろまち 3-3-1 あっぷるタウン 2階 |
| まぐろ問屋 三浦三崎港恵み | ハラカド店 (2024年4月出店) | 東京都渋谷区神宮前 6-31-21 東急プラザ原宿「ハラカド」5階 |
| | サンエー浦添西海岸 PARCO CITY 店 | 沖縄県浦添市西洲 3-1-1 サンエー浦添西海岸 PARCO CITY 3階 |
| | 渋谷ヒカリエ店 | 東京都渋谷区渋谷 2-21-1 渋谷ヒカリエ 6階 |
| まぐろ問屋 めぐみ水産 | マークイズみなとみらい店 | 神奈川県横浜市西区みなとみらい 3-5-1 MARK IS みなとみらい 4階 |
| | 戸田公園店 | 埼玉県戸田市本町 4-11-11 パークビル 1階 |



まぐろ問屋 三浦三崎港



まぐろ問屋 三浦三崎港 恵み



まぐろ問屋 めぐみ水産



まぐろ問屋 やざえもん



(横浜ポルタ店)



(沖縄サンエー 浦添西海岸 PARCO CITY 店)



(ハラカド店)



(新横浜ぐるめストリート店)



(上野店)

(店舗の写真等はネオ・エモーション提供のものを掲載)

【沿革】

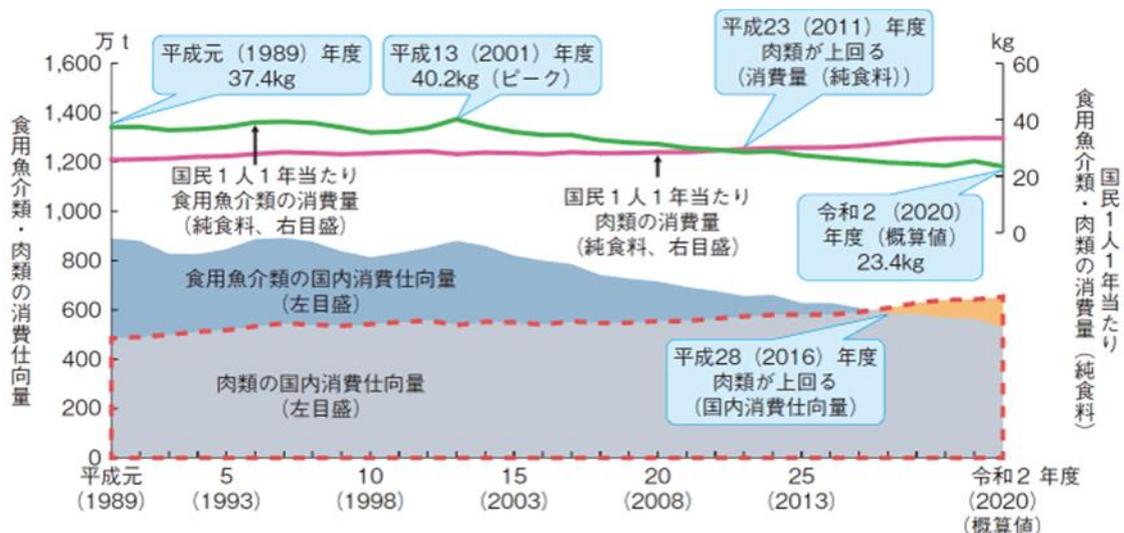
| | |
|-----------|---|
| 1996年 4月 | 当社設立 |
| 2001年 10月 | 三崎恵水産より廻転寿司 三浦三崎港ワールドポーターズ店の移譲を受け、飲食店店舗の展開を開始 社名を「(株) コーヨー通商」から現社名「(株) ネオ・エモーション」へ社名変更 |
| 2007年 1月 | 沖縄県那覇市おもろまち あっぶるタウン 2F に廻転寿司 まぐろ問屋十代目やざえもん 沖縄新都心店を出店 |
| 2007年 12月 | 東京都内 上野駅前に廻転寿司 まぐろ問屋 三浦三崎港 上野店を出店 |
| 2012年 4月 | 東京都内 渋谷ヒカリエ 6F に廻転寿司 まぐろ問屋 三浦三崎港恵み 渋谷ヒカリエ店を出店 |
| 2012年 10月 | 川崎市高津区 マルイファミリー溝口 10F に廻転寿司 まぐろ問屋 三浦三崎港マルイファミリー溝口店を出店 |
| 2013年 6月 | 横浜市西区 MARK IS みなとみらい 4F に廻転寿司 まぐろ問屋めぐみ水産 MARK IS みなとみらい店を出店 |
| 2014年 3月 | 埼玉県戸田市 戸田公園駅前に廻転寿司 まぐろ問屋めぐみ水産 戸田公園店を出店 |
| 2015年 8月 | シンガポールに MAGURO-DONYA MIURA MISAKI-KOU(Singapore)オープン |
| 2017年 2月 | シンガポールに 黒鮪 Kuro Maguro by Maguro Donya オープン |
| 2017年 6月 | 横浜駅東口「横浜ポルタ」 B1F に 廻転寿司 まぐろ問屋 三浦三崎港を出店 |
| 2019年 6月 | 沖縄県浦添市 PARCOCITY に まぐろ問屋 三浦三崎港恵み サンエー浦添西海岸パルコシティ店を出店 |
| 2022年 11月 | 横浜市内 キュービックプラザ新横浜に廻転寿司 まぐろ問屋 三浦三崎港 新横浜ぐるめストリート店を出店 |
| 2024年 4月 | 東京都内 東急プラザ原宿に まぐろ問屋 三浦三崎港恵み ハラカド店を出店 |
| 2024年 7月 | まぐろ問屋 恵み横浜ワールドポーターズ店改装オープン |

2.2 業界動向

■ 水産物の消費の動向（国内・国外）

我が国の魚介類の1人当たりの消費量は減少し続けている。農林水産省の「食料需給表」によれば、食用魚介類の1人1年当たりの消費量（純食料ベース）は、2001（平成13）年度の40.2kgをピークに減少傾向にあり、2020（令和2）年度には23.4kgまで、2022（令和4）年度には22.0kgまで減少している。これは、昭和30年代後半の消費量とほぼ同じ水準となっている。一方、我が国では、近年、1人当たりのたんぱく質の消費量自体も横ばいとなっている中で、肉類の消費量は増加し、1989（平成元）年度は25.8kgであった肉の消費量は、2011（平成23）年度には、魚介類を超え、2022（令和4）年度には34.0kgまで増加している。

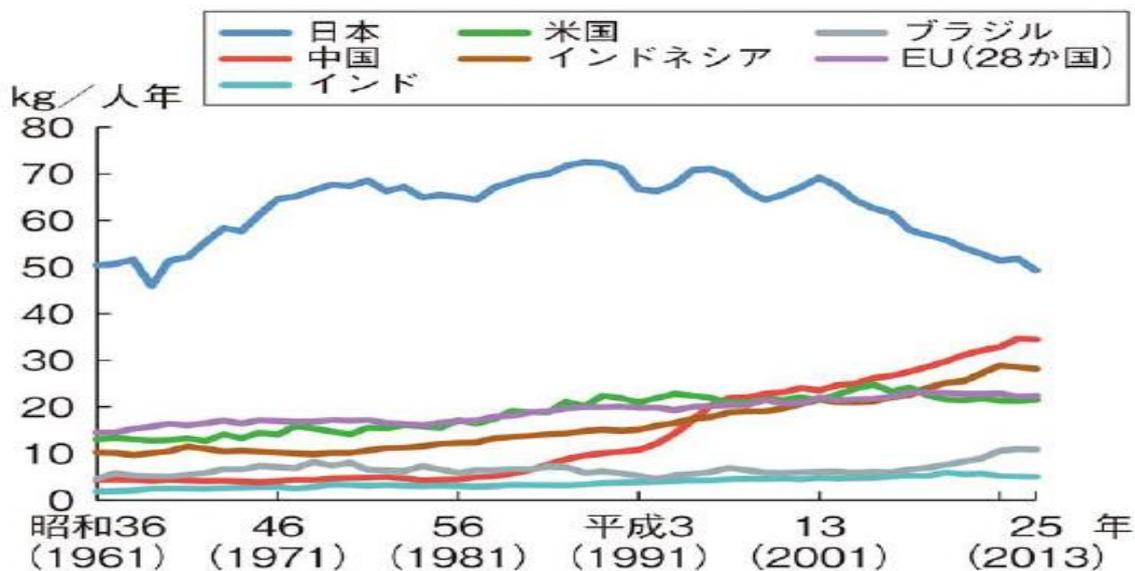
（図表3）



（水産庁 HP 水産物消費の状況より引用）

世界に目を向けると、世界での一人当たりの食用魚介類の消費量は過去の半世紀に約2倍となっている。国際連合食料農業機関（FAO）では、背景としては輸送技術等の発達により、食品流通に国際化が進展している。都市部での人口増加もあり、国際的なフードシステムとつながったスーパーマーケット等での食品購入が増えたことにより、新興国や途上国では芋類等の伝統的な主食からたんぱく質を多く含む肉・魚類等を中心とした食事へと食生活の移行が進んでいることをあげている。また「健康志向」の高まりも魚介類の消費を後押ししているものとみている。この傾向は元来より魚食習慣の強いアジア地域では生活水準の向上に伴って顕著な増加を示している。（図表4参照）

(図表 4)



資料：FAO「FAOSTAT (Food Balance sheets)」(日本以外の国) 及び農林水産省「食料需給表」(日本)
注：粗食料とは、廃棄される部分も含んだ食用魚介類の数量。

■ 水産物の漁獲・貿易の推移について

漁獲高においても、我が国の漁業・養殖業生産量（農林水産省「漁業・養殖業生産統計」参照）は1984年の1,282万tをピークに1995年頃にかけて、急速に減少。その後も緩やかながらも減少傾向は続き、2022年の国内生産量は391.6万tまで減少している。

貿易においても、緩やかな減少が続き、2021年の我が国の水産物輸入（財務省「貿易統計」参照）は輸入額1.6兆円、輸入量220万t程度となっている。

上記のとおり、水産物については、世界的な需要の高まりの中、国内では需要と供給の両面にて「魚離れ」が進んでいるといえる。その中で、のり、水産物としての寿司業界の動向については以下記載のとおりである。

■ 外食産業としての寿司業界の動向

我が国内での外食産業としての「寿司店」の市場規模はおよそ、1.3兆円程度と推計されている。

（（一社）日本フードサービス協会の外食産業市場規模推計（令和5年3月）参照）

コロナ禍による急速な需要の落ち込みにより、外食産業全体の動向と同様に、寿司店においても縮小傾向はみられたが、他業態に比べれば、まだ落ち込み幅は少なく、「寿司」に関してはテイクアウトでの対応もあり、比較的根強い需要がみられたとみられる。（図表5参照）

コロナ禍に対する政府の施策については、2023年4月に外国人旅行者の入国規制など水際対策を終了、5月の国内での感染症法上の位置づけの5類移行等の要因により、2023年の外食産業全体での売上高は前年対比114.1%増、2019年対比でも107.7%増と需要の回復がみられた。（（一社）フードサービス協会「外食産業市場動向調査 2023年年間結果報告（2024年1月25日）参照）

寿司業界においても 近時の円安等によるインバウンド需要の増加もあり、大手回転寿司チェーンや都心の高級店を中心に需要は回復しているものと見込まれる。

一方、寿司業界の「業者数」の推移では業界の「大半を占める個人経営等による小規模寿司店（従業員数 1～4 名）」は上記のような一部事業者を除き、状況は厳しく、廃業等も増加しており、今後も業界では上記小規模事業者数の減少が継続しているものと見込まれる。（図表 6 参照）

（図表 5）

外食産業市場規模推計値（2019年～2021年）（単位 百万円）

| | ①2019年 | ②2020年 | ③2021年 | ③／① |
|---------------|---------|---------|---------|---------------|
| 外食産業全体 | 262,687 | 182,122 | 168,494 | -35.9% |
| 飲食店全体 | 145,776 | 109,780 | 104,018 | -28.6% |
| すし店 | 15,466 | 12,639 | 12,179 | -21.3% |
| 料亭・バー等 | 28,227 | 12,123 | 8,196 | -71.0% |
| 料理品小売業 | 77,594 | 75,023 | 75,357 | -2.9% |

（「（一社）日本フードサービス協会 調査（2023年3月）」より引用）

（図表 6）

「すし店」の事業所数、従業者数の推移（単位 事業所数：拠点数、従業者数：人）

| | ①2012年 | ②2014年 | ③2016年 | ④2021年 | ④／① |
|------------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 事業所数 | 25,536 | 24,069 | 22,557 | 17,388 | -31.9% |
| 従業者数 | 241,342 | 250,822 | 255,323 | 211,651 | -12.3% |
| 1事業所あたり従業者 | 9.5 | 10.4 | 11.3 | 12.2 | |

（「総務省 経済センサス基礎調査」より加工し作成）

このような業界の動きの中でも、海外での和食ブームによる需要の増加も相俟って、寿司職人の需要は旺盛であり、寿司職人の有効求人倍率は 2.81 と全国平均の 1.29 を上回っている。

（厚生労働省 職業情報提供サイト「job-tag」参照）

同業の各社でも「早期養成プログラム」等を用意するなど、「寿司職人」に対して積極的な採用・育成活動を展開している。また、調理系の専門学校でも「速修プログラム」を設置し、「寿司職人」の養成態勢を拡充するなど、「寿司職人」は近時注目され、採用環境や人材確保が厳しい職種となっている。

2.3 企業理念、経営方針等

ネオ・エモーションの掲げる企業理念、経営方針等は以下のとおりである。

【企業理念】

| 企業理念 |
|---|
| <p style="text-align: center;">横浜から食文化を世界へ</p> <p>世界を知る窓口、横浜で生まれた企業だからこそ大切な日本のフードカルチャーを世界へ発信出来る「技術研鑽」「織人文化」を 50 年先の未来へ</p> |

【経営方針】

| 【MISSION】 |
|---|
| <p style="text-align: center;">織人 syokunin を育成できる企業へ</p> <p>「寿」「寿司」「鮓」色々な文字で表される寿司は多くのシーンで求められるからこそ、その用途を変え、多くの場所へ提供されてきた食べ物だ。それらを提供してきたのはすべて「職人」であり、これからはより世界へ文化を織りなす人を育成していく企業で有りたい。</p> |
| 【VISION】 |
| <p style="text-align: center;">魚に関することはすべてやりたい</p> <p>まぐろにこだわり、魚を考え、海に感謝する。魚をすべての人に知ってもらうために魚に関することはすべて行動に移したい。小売、飲食、資源保護まで日々、食について考え続ける。</p> |
| 【Value】 |
| <p style="text-align: center;">温故知新</p> <p>どうなるかを知りたいければどうあったかを考えなければならない。日本の食文化を学び、新しい可能性へと進化させる。日本の良さをより世界と融合した形で届けたい</p> |

【サステナビリティへの取り組み】

ネオ・エモーションでは「素材への想い（三崎港のまぐろ問屋から直送された新鮮な素材）」、育成された寿司職人等を中心に「和食文化の創造を担う」等の事業コンセプトに加え、「感動追求企業」として「人を大切にする取組」にも注力している。

また、サステナビリティ推進にあたって「地球に負担をかけてはいけぬ。一方、環境は経済性も伴うものである必要があると考える。50 年後も美味しいまぐろを届けていきたい。魚を食べる文化を広げていかなければいけない。その事業を続けるためにもサステナブルへの対応は重要であり、同時に、環境は経済性と両立させることが必要である」との考えのもと事業の展開を行っている。

2.4 事業活動

ネオ・エモーションでは上記の「業界動向」「企業理念・経営方針」を踏まえ、以下に掲げるような自然環境・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】

ネオ・エモーションが運営する店舗は、テナント出店が中心であるため、設備面で独自の CO2 削減を展開していくことに関しては一定の限界があるものの、以下の取り組みにより、自然環境負荷の軽減に取り組んでいる。

■ CO2 削減に対する取り組み

- 店舗では省エネ型冷凍冷蔵庫や LED 照明への取替を随時実施している。2024 年度は「マークイズみなとみらい店」にて、店内の冷凍冷蔵庫 8 台を省エネ型に切り替え、店内照明の LED への交換を実施している。
- 当社では、冷凍商材の配送にあたりグループ企業である三崎恵水産で開発した発泡スチロールと同等の保冷性能を実現した次世代の保冷箱「tunagu cool box(ツナグクールボックス)」を採用している。この保冷箱は、外側に段ボールを利用、その内側にコーンスターチとポリプロピレンと水から生まれた新素材を使用している。この新素材はバイオマス原料を 50%以上使用しているため、従来の物流の梱包材を「tunagu cool box」に代替していくことにより CO2 排出量を 50%削減することにつながる。またこの商品は保冷性能に優れた省スペースの梱包材として物流の改善への寄与や、冷凍食材の梱包材にリサイクル可能な段ボールを利用することにより、店舗での廃棄コストも約 50%削減できるなど、経済性にも寄与する新素材である。当社では 2025 年度以降の本格導入に向けて、「新横浜ぐるめストリート店」及び遠隔地である沖縄の店舗（2 店舗）で実証実験中である。



(tunagu cool box : 大きさは 15kg と 20 kg サイズの 2 種類)

■ 海洋資源の有効活用への取り組み（まぐろの未利用部位の有効活用）

- グループ会社である三崎恵水産がまぐろの卸問屋である強みを活かし、まぐろの骨についた身である「中落」をそぎ落として、手ごろな価格でまぐろが味わえる「まぐろトロひっかき」等のメニューを開発・提供し人気を博しているなど、市場ではあまり活用されていないまぐろの未利用部位をメニューとして提供し、貴重な海洋資源である魚類の未利用部位を活用したメニュー開発に取り組んでいる。



（まぐろトロひっかき）



（まぐろ ゴロゴロ玉ねぎひっかき手巻き）

- 上記等により未利用部位を活用しても、なおまぐろには、骨・皮・血合い肉など、人が食するには適さない部位が 20%程残るといわれているが、三崎恵水産ではその部位もドッグフードとして商品化（商品名 FISH DOG）しており、当社店舗の店頭でも販売を行っている。



（写真 まぐろ未利用部位から誕生したドッグフード「FISH DOG」）

【社会面】

■ 寿司職人育成への取り組み

- ネオ・エモーションでは、「人ができるものは、人が行う」というコンセプトのもと、寿司の握り・調理は人の手で行い、和食文化の維持・創造を担っていく方針としている。その担い手となる寿司職人は、現在当社に 70 名在籍している。機械による握り寿司の提供の増加、「街のお寿司屋さん」と呼ばれる個人小規模事業者が減少している環境の中で、「職人の手で握る寿司」の提供を続けるべく、職人の育成には力を入れている。従来、寿司職人の修行は、「飯炊き 3 年、握り 8 年」といわれる程、長期間を要するものであったが、ネオ・エモーションでは「未経験でも 3 年で一人前の職人を育成する」という目標のもと、寿司職人に必要な技能を細

分化し、未経験者でも基礎から学べる「90 日間プログラム（＊）」からスタートし、店舗での一定期間の実務経験を経験させたうえで、飲食店業務の運営に必要なスキルである「調理師免許」「防火管理者」「食品衛生責任者」などの資格取得費用を全額サポートする「資格支援取得制度」等も用意して、和食文化の創造を担う寿司職人の育成をしている。加えて、グループ会社である三崎恵水産での「まぐろ研修制度」を通じ、魚の競り（仕入れ）や加工までも学べる体系を整備し、寿司職人を育成するシステムを採用している。採用には、新卒者の他、女性・未経験の中高年の採用や外国人の採用など多様な人材の育成にも注力している。

また育成にあたっては「ルーキー」から「店長・副店長」クラスまで寿司職人を、技能、経験により6段階に分け、習得状況を確認・管理して職人を育成している。評価にあたっては、その達成状況を評価の基準に用い、社員の「能力（技能）×時間」に応じて適正な評価を行うシステムを整えている。一方福利厚生面でも「高品質の寿司屋のまかない食を手軽な負担で利用できる制度」や、通常の慶弔費支給に加え、社員に「お年玉」を配布する制度、地方出身者の住居負担を緩和する「寮費補助制度」等も用意するなど、人を大切にする経営を行っている。

大手回転寿司チェーンが積極的に店舗を展開し、「街のお寿司屋さん」が減少している寿司業界の中で、確かな技術を持ち、幅広い視野を持って接客ができる寿司職人の育成に注力している。

（＊）寿司職人に対し、基本行動から接客・衛生管理、実技（にぎり、軍艦、巻物、卵焼き）等の分野について必要な知識・技能を細かく標準化。それを各分野に熟練した指導員が集中的に指導することにより、寿司職人としての基本が早期に身に着けられる当社独自の教育プログラム。



このような寿司職人の育成体制の整備により、業界団体である（一社）日本回転寿司協会が主催する「全日本回転寿司MVP選手権」において、当社から毎年入賞者を輩出している。



(一社) 日本回転寿司協会主催の第 9 回全日本回転寿司 MVP 選手権 (2024 年 5 月 29 日開催) にて、当社社員が入賞・審査員特別賞を受賞。



同選手権では過去にも、当社社員が多数受賞 (左側 第 5 回最優秀賞、右側 第 8 回最優秀賞)
(写真はネオ・エモーションから提供されたものを掲載)

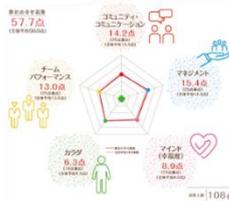
■ 雇用・ダイバーシティへの取り組み

- 雇用管理・労働安全衛生管理：従業員の残業、有給休暇を含むシフト管理、及び社員の労働安全衛生に関する事例還元・注意喚起等を含む管理については店長の他に、本部スタッフが中心となって管理しており、社員の労働環境・安全衛生の維持向上に努めている。
- 女性活躍推進：従来は「男性の職業」というイメージがある「寿司職人 (板前)」の分野への女性の進出に対しても当社は積極的に取り組んでいる。2024 年 6 月時点では、当社では、女性の寿司職人が 5 名、女性管理職 1 名が活躍している。
- 次世代育成支援：育児休業制度へも適切に取り組んでおり、前年度は取得率 100%である。
- 高齢者の雇用：現状、当社の定年は 60 歳であるが、「高齢者再雇用制度」を設けており、高齢者雇用に対応。特に寿司職人については、年齢を問わず、働ける限りは雇用する (していく) 方針である。
(2024 年 6 月時点での 65 歳以上の従業員は 14 名)
- 外国人の雇用：外国人雇用についても積極的に取り組んでおり、2024 年 6 月時点では、技能実習として

4名の外国人を雇用している他、寿司職人として外食業としての特定技能実習生を2名雇用している。外国籍の寿司職人の育成にも努めている。

■従業員とのコミュニケーションの拡充

- 今後は会社の発展と社員の幸福を追求しながら、個人の幸福度と組織のパフォーマンスを両立させる目的で商工中金が提供する「幸せデザインサーベイ」に取り組むとしている。



※幸せデザインサーベイ

幸せデザインサーベイは、従業員アンケートの実施により中小企業の幸せを可視化するサービス。会社の幸せを、組織としての「コミュニティ・コミュニケーション」、「チームパフォーマンス」、「マネジメント」と、個々の従業員の「カラダ」、「マインド（幸福度）」の5つの要素から構成。総合点を幸せ指数として算定する（100点満点）

【社会経済面】

■地域製品の紹介への取り組み

- 企業理念である「横浜から食文化を世界へ」の元、地元商材（横浜・野毛の地元有名肉屋さんの「から揚げ」、鎌倉の建長寺が発祥といわれる「けんちん汁」など）を全国の店舗でメニュー化している。また、神奈川県内に限らず、グループ中核会社での商流・知見を活かした、地方の漁港の特産を活かしたメニュー開発やフェア開催を行っている。これらの活動によりメニューの中心となるまぐろの消費拡大と併せ、寿司を通して低下しつつある日本の水産物消費の拡大、水産業の振興に寄与していく。

■海外進出（和食文化の創造）への取り組み

- 「和食文化の創造」として海外進出も積極的に展開。現在、三崎恵水産の経営によりシンガポールに2店舗出店している。当社でも、寿司職人の育成・派遣により継続的に海外での事業展開を支援していく予定である。

■地元スポーツ事業への支援

- 当社は、地元横浜のアイスホッケーチーム「横浜 GRITS」やバスケットボールチーム「横浜 B-CORSAIRS」へのサブスポンサーとして地域のスポーツ振興に向けた貢献活動も行っている。

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 |
| ポジティブ・インパクト | 食料、文化と伝統、雇用、賃金 |
| ネガティブ・インパクト | 児童労働、健康および安全性、賃金、社会的保護、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 | 取り組み内容 |
|----------------|---|
| 食料、教育、文化と伝統、雇用 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 未経験者からの寿司職人の育成システムを構築。 ➢ 上記システムにより優秀な職人を育成。 |
| 食料、文化と伝統 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ まぐろの本来廃棄する部分の有効活用。 ➢ グループでの寿司店の海外進出を支援。 ➢ 「従来廃棄されていたまぐろの未利用部位の有効活用」や「地域の特産」を活かした新しい取り組み、メニュー、商品の開発。 |

| | |
|------------|--|
| 零細・中小企業の繁栄 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 寿司を中心とした和食飲食店（グルメ廻転寿司）（11 店舗）を運営し、加えて「まぐろをはじめとした天然素材の有効活用」「地域の特産」等新しい取組みも行うなど、各地の漁港をはじめとした日本の水産業全体の活性化に引き続き貢献。 |
|------------|--|

■ ネガティブ・インパクト（緩和の取組み）

| インパクト | 取組内容 |
|----------|---|
| 健康および安全性 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 法令に即した労働安全衛生への取組。 ➢ 「幸せデザインサーベイ」等による従業員満足度の定点観測、従業員との対話の実施の開始。 |
| 気候の安定性 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 厨房機器（省エネ型冷凍冷蔵庫）や店舗照明の LED 化等の省エネ機器への代替。 |
| 廃棄物、資源強度 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ tunagu cool box を効果検証の上、順次首都圏店舗にも導入 ➢ まぐろの未利用部位の活用。 ➢ まぐろの廃棄部分を活用したドッグフード（商品名 FISH DOG）の店頭販売。 |
| 社会的保護 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 従業員の人材育成として各種資格取得制度、福利厚生として地方出身者の住居負担を緩和する寮費補助制度等を備えている。 <p>* なお、本項目については、現状、既に取り組み済みの状態であり、KPI を設定した取組は行わない。</p> |

■ ポジティブ・インパクト、ネガティブ・インパクトの両方に該当するもの

| | |
|--|---|
| (ポジティブ・インパクト) 雇用 (ネガティブ・インパクト) ジェンダー平等、民族・人種平等、年齢差別 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ ダイバーシティへ取組みとして女性活躍推進、次世代育成支援、高齢者の雇用、外国人の雇用の実施。 <p>* なお、本項目については取組みを継続的に進めていくが、人事に関わる事項であり、現時点では KPI を設定した対応は行わない。</p> |
|--|---|

■ 特定しないインパクトとその理由

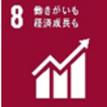
| 特定しないインパクト | 特定しない理由 |
|------------|---|
| 児童労働 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ ネオ・エモーションでは、店舗で高校生等の学生アルバイトの雇用もあるが、法令に沿った雇用であり、「深夜業を含む法定労働時間外の労働」も行っていないためネガティブ・インパクトとして特定しない。 |
| 賃金 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 処遇に関する方針として「同業他社並み以上の給与水準の確保」「技能・実績を適切に評価した処遇の実施」「物価水準の変動に合わせた適切な給与制度の見直し」を実施していることから、ネガティブ・インパクトとしての特定は行っていない。 |

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

ネオ・エモーション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。なお設定した KPI のうち目標年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 | 「食料」「文化と伝統」「雇用」「教育」 | |
| 取組内容（インパクト内容） | 寿司職人の育成による「和食文化」の維持への貢献と展開 | |
| KPI | ● 2027 年度までに現状 70 名の寿司職人を、自社内で 20 名育成する。 | |
| KPI 達成に向けた取り組み | ➢ 多様な人材を採用し、「90 日間育成プログラム」を起点とする当社オリジナルの総合的な寿司職人育成プログラムにより寿司職人を育成する。 | |
| 貢献する SDGs ターゲット | 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。  |

| | | |
|----------------|--|--|
| 特定したインパクト | 「食料」「雇用」 | |
| 取組内容（インパクト内容） | 育成した寿司職人により、「職人の手で握る寿司店」として「和食文化」を維持・継承しながら、店舗の拡大を図り飲食業を拡大していく。 | |
| KPI | ● 「人の手で握ったグルメ回転寿司」との店舗コンセプトを維持しつつ、既存店で 10%売上増加、新店舗 3 店舗開設により、売上高 3,280 百万円（2023 年実績対比+48%増）、雇用を正社員 102 名（2023 年実績対比+45%増）を目指す。 | |
| KPI 達成に向けた取り組み | ➢ 的確な出店マーケティングを行っていく。 ➢ 寿司職人を中心とする店舗運営管理体制を拡充していく。 | |
| | 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。  |

| | | | |
|-----------------|---|--|---|
| 特定したインパクト | 「文化と伝統」「食料」 | | |
| 取組内容（インパクト内容） | 「海洋資源の有効活用」や「和食の創造」につながる新たな取組、新メニュー・新商品開発を行っていく。 | | |
| KPI | <ul style="list-style-type: none"> ● 「まぐろ」等の海洋資源の有効活用を意図した取組・新メニュー・新商品の開発を年間 10 件実施する。 ● 「地域の特産の活用」「和食の創造」を意図した取組・新メニュー・新商品の開発を年間 25 件実施する。 | | |
| KPI 達成に向けた取り組み | <ul style="list-style-type: none"> ➢ まぐろ卸問屋のグループ企業である当社の特性を活かし、「水産資源の有効活用」や「日本全国の地域の特産を活用」による新たな取組、及び新製品・新メニューの開発を継続的に行っていく。 | | |
| 貢献する SDGs ターゲット | 14.2 | 2020 年までに、海洋及び沿岸の生態系に関する重大な悪影響を回避するため、強靱性（レジリエンス）の強化などによる持続的な管理と保護を行い、健全で生産的な海洋を実現するため、海洋及び沿岸の生態系の回復のための取組を行う。 |  |

【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） | 社員の心身の安全の管理に対する取り組み | | |
| KPI | <ul style="list-style-type: none"> ● 労働災害発生件数を 0 とする。 ● 従業員の離職率を 10%以下にする (2023 年度 8 月期実績は 15.1%) | | |
| KPI 達成に向けた取り組み | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 店舗、本部スタッフが一体となって、「発生した労働災害」「K Y 活動」「ヒヤリハット運動」等から「リスクの高い場所・事象」を特定し、そのリスクに関して、抑制策や注意喚起を実施することにより、労働災害の発生を防止する。 ➢ 店舗・職場の 5 S 活動（環境整備）を行う。 ➢ カスタマーズハラズメントに対する対応方針・体制を定めていく ➢ 従業員の休暇や残業時間を適切に管理し、法令に即した対応を行っていく。 ➢ 定期健康診断の受診率を維持する。 | | |
| 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。 |  |

| | | | |
|--|-----|---|---|
| | 8.3 | 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。 |  |
|--|-----|---|---|

| | | | |
|-----------------|---|--|--|
| 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） | CO2 の削減に取り組む。 | | |
| KPI | ● 厨房機器・店舗照明の省エネ機器への代替を 2027 年までに 2 店舗で実施する。 | | |
| KPI 達成に向けた取り組み | ➢ 厨房機器・店舗照明等の省エネ機器への代替を検討する。 | | |
| 貢献する SDGs ターゲット | 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。 |  |

| | | | |
|-----------------|---|--|---|
| 特定したインパクト | 「廃棄物」「資源強度」 | | |
| 取組内容（インパクト内容） | CO2 の削減、廃棄物の削減に取り組む。 | | |
| KPI | ● tunagu cool box による仕入商品の搬入を 2027 年までに全店舗で実施する。 | | |
| KPI 達成に向けた取り組み | ➢ Tunagu cool box の効果検証の上、順次、店舗配送に投入し、物流での廃棄物削減や CO2 排出削減を図る。 | | |
| 貢献する SDGs ターゲット | 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。 |  |

| | | | |
|---------------|--|--|--|
| 特定したインパクト | 「健康及び安全性」 | | |
| 取組内容（インパクト内容） | 幸せデザインサーベイを活用し、従業員の意識調査を行いながら従業員幸福度の向上を図る。 | | |
| KPI | ● 2025 年 8 月期中に「幸せデザインサーベイ」を導入する。 (今後の具体的な取組内容・KPI については、次年度以降、初回の結果を踏まえて検討することとするが、定時的な「サーベイ」を実施し、従業員の意識の把握した経営を行う。) | | |

| | | | |
|-------------------------------|---|--|---|
| <p>KPI 達成に向けた取り組み</p> | <p>➤ 「幸せデザインサーベイ」を導入し、その結果を経営陣と従業員が対話の上、社員にとって満足度の高い、働きがいのある企業を目指す。</p> | | |
| <p>貢献する SDGs ターゲット</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> |  |
| | <p>10.2</p> | <p>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</p> |  |

5.サステナビリティ管理体制

ネオ・エモーションでは、本ファイナンスに取り組むにあたり、石橋代表取締役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、石橋代表取締役を最高責任者とし、プロジェクト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 | 石橋 匡光 |
| (プロジェクトリーダー) | 常務執行役員 | 青山 和夫 |
| (事務局) | 管理部次長 | 川辺 直人 |

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、ネオ・エモーション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、ネオ・エモーション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。ネオ・エモーションは、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」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

主任コンサルタント 岩本 任史

〒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