

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社ヒロソフィーに対する ポジティブ・インパクト・ファイナンスに係る 第三者意見

株式会社日本格付研究所は、株式会社商工組合中央金庫が実施する株式会社ヒロソフィーに対するポジティブ・インパクト・ファイナンスについて、国連環境計画金融イニシアティブの策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」への適合性に対する第三者意見書を提出しました。

本件は、環境省の ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項 (4) に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」への整合性も併せて確認しています。

* 詳細な意見書の内容は次ページ以降をご参照ください。

第三者意見書

2026 年 7 月 31 日

株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社ヒロソフィーに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社商工組合中央金庫

評価者：株式会社商工中金経済研究所

第三者意見提供者：株式会社日本格付研究所（JCR）

結論：

本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合している。

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」）が株式会社ヒロソフィー（「ヒロソフィー」）に対して実施する中小企業向けのポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）について、株式会社商工中金経済研究所（「商工中金経済研究所」）による分析・評価を参照し、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」（モデル・フレームワーク）に適合していること、環境省の ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項（4）に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」と整合的であることを確認した。

PIF とは、持続可能な開発目標（SDGs）の目標達成に向けた企業活動を、金融機関等が審査・評価することを通じて促進し、以て持続可能な社会の実現に貢献することを狙いとして、当該企業活動が与えるポジティブなインパクトを特定・評価の上、融資等を実行し、モニタリングする運営のことをいう。

ポジティブ・インパクト金融原則は、4 つの原則からなる。すなわち、第 1 原則は、SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できること、なおかつネガティブな影響を特定し対処していること、第 2 原則は、PIF 実施に際し、十分なプロセス、手法、評価ツールを含む評価フレームワークを作成すること、第 3 原則は、ポジティブ・インパクトを測るプロジェクト等の詳細、評価・モニタリングプロセス、ポジティブ・インパクトについての透明性を確保すること、第 4 原則は、PIF 商品が内部組織または第三者によって評価されていることである。

UNEP FI は、ポジティブ・インパクト・ファイナンス・イニシアティブ（PIF イニシアティブ）を組成し、PIF 推進のためのモデル・フレームワーク、インパクト・レーダー、インパクト分析ツールを開発した。商工中金は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、商工中金経済研究所と共同でこれらのツールを参照した分析・評価方法とツールを開発している。ただし、PIF イニシアティブが作成したインパクト分析ツールのいくつかのステップは、国内外で大きなマーケットシェアを有し、インパクトが相対的に大きい大企業を想定した分析・評価項目として設定されている。JCR は、PIF イニシアティブ事務局と協議しながら、中小企業の包括分析・評価においては省略すべき事項を特定し、商工中金及び商工中金経済研究所にそれを提示している。なお、商工中金は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、中小企業基本法の定義する中小企業等(会社法の定義する大会社以外の企業)としている。

JCR は、中小企業のインパクト評価に際しては、以下の特性を考慮したうえでポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークとの適合性を確認した。

- ① SDGs の三要素のうちの経済、ポジティブ・インパクト金融原則で参照するインパクトエリア/トピックにおける社会経済に関連するインパクトの観点からポジティブな成果が期待できる事業主体である。ソーシャルボンドのプロジェクト分類では、雇用創出や雇用の維持を目的とした中小企業向けファイナンスそのものが社会的便益を有すると定義されている。
- ② 日本における企業数では全体の約 99.7%を占めるにもかかわらず、付加価値額では約 56.0%にとどまることからわかるとおり、個別の中小企業のインパクトの発現の仕方や影響度は、その事業規模に従い、大企業ほど大きくはない。¹
- ③ サステナビリティ実施体制や開示の度合いも、上場企業ほどの開示義務を有していないことなどから、大企業に比して未整備である。

II. ポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークへの適合に係る意見

ポジティブ・インパクト金融原則 1 定義

SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できること、なおかつネガティブな影響を特定し対処していること。

SDGs に係る包括的な審査によって、PIF は SDGs に対するファイナンスが抱えている諸問題に直接対応している。

商工中金及び商工中金経済研究所は、本ファイナンスを通じ、ヒロソフィーの持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクトエリア/トピック及び SDGs の 169 ターゲットについて包括的な分析を行った。

この結果、ヒロソフィーがポジティブな成果を発現するインパクトエリア/トピックを有し、ネガティブな影響を特定しその低減に努めていることを確認している。

SDGs に対する貢献内容も明らかとなっている。

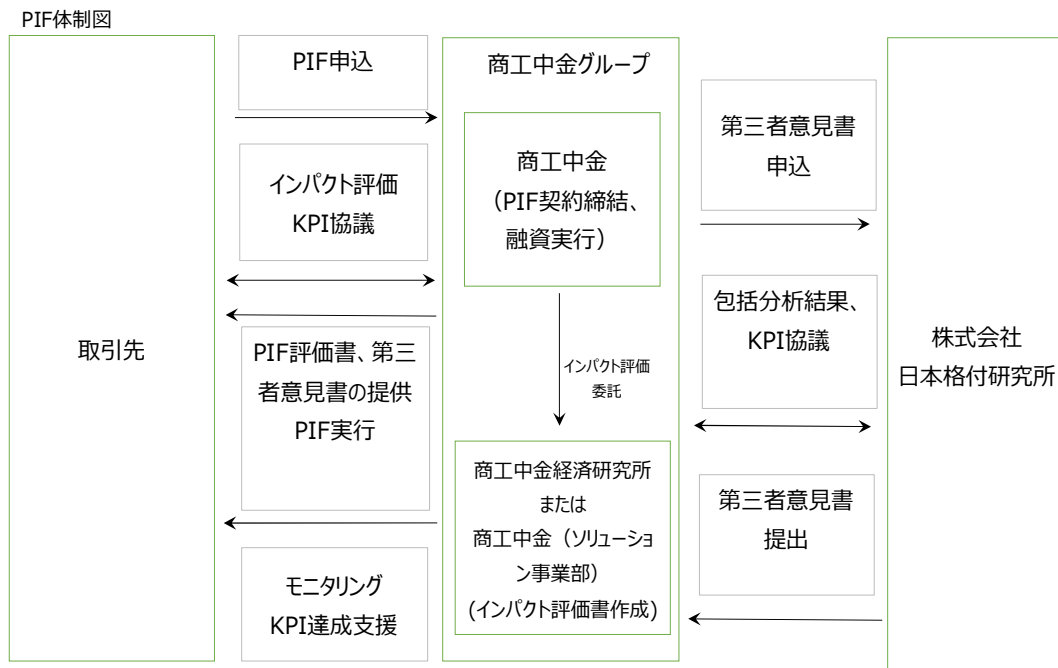
ポジティブ・インパクト金融原則 2 フレームワーク

PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジェクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

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

¹ 令和 3 年経済センサス・活動調査。中小企業の区分は、中小企業基本法及び中小企業関連法令において中小企業または小規模企業として扱われる企業の定義を参考に算出。業種によって異なり、製造業の場合は資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下、サービス業の場合は資本金 5,000 万円以下または従業員 100 人以下などとなっている。小規模事業者は製造業の場合、従業員 20 人以下の企業をさす。

(1) 商工中金は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。



(出所：商工中金提供資料)

(2) 実施プロセスについて、商工中金では社内規程を整備している。

(3) インパクト分析・評価の方法とツール開発について、商工中金からの委託を受けて、商工中金経済研究所が分析方法及び分析ツールを、UNEP FI が定めた PIF モデル・フレームワーク、インパクト分析ツールを参考に確立している。

ポジティブ・インパクト金融原則 3 透明性

PIF を提供する事業主体は、以下について透明性の確保と情報開示をすべきである。

- ・本 PIF を通じて借入人が意図するポジティブ・インパクト
- ・インパクトの適格性の決定、モニター、検証するためのプロセス
- ・借入人による資金調達後のインパクトレポート

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

ポジティブ・インパクト金融原則 4 評価

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

本ファイナンスでは、商工中金経済研究所が、JCR の協力を得て、インパクトの包括分析、特定、評価を行った。JCR は、本ファイナンスにおけるポジティブ・ネガティブ両側面のインパクトが適切に特定され、評価されていることを第三者として確認した。

III. 「インパクトファイナンスの基本的考え方」との整合に係る意見

インパクトファイナンスの基本的考え方は、インパクトファイナンスを ESG 金融の発展形として環境・社会・経済へのインパクトを追求するものと位置づけ、大規模な民間資金を巻き込みインパクトファイナンスを主流化することを目的としている。当該目的のため、国内外で発展している様々な投融資におけるインパクトファイナンスの考え方を参照しながら、基本的な考え方をとりまとめているものであり、インパクトファイナンスに係る原則・ガイドライン・規制等ではないため、JCR は本基本的考え方に対する適合性の確認は行わない。ただし、国内でインパクトファイナンスを主流化するための環境省及び ESG 金融ハイレベル・パネルの重要なメッセージとして、本ファイナンス実施に際しては本基本的考え方に整合的であるか否かを確認することとした。

本基本的考え方におけるインパクトファイナンスは、以下の 4 要素を満たすものとして定義されている。本ファイナンスは、以下の 4 要素と基本的には整合している。ただし、要素③について、モニタリング結果は基本的には借入人であるヒロソフィーから貸付人である商工中金及び評価者である商工中金経済研究所に対して開示がなされることとし、可能な範囲で対外公表も検討していくこととしている。

要素① 投融資時に、環境、社会、経済のいずれの側面においても重大なネガティブインパクトを適切に緩和・管理することを前提に、少なくとも一つの側面においてポジティブなインパクトを生み出す意図を持つもの

要素② インパクトの評価及びモニタリングを行うもの

要素③ インパクトの評価結果及びモニタリング結果の情報開示を行うもの

要素④ 中長期的な視点に基づき、個々の金融機関/投資家にとって適切なリスク・リターンを確保しようとするもの

また、本ファイナンスの評価・モニタリングのプロセスは、本基本的考え方で示された評価・モニタリングフローと同等のものを想定しており、特に、企業の多様なインパクトを包括的に把握するものと整合的である。

IV. 結論

以上の確認より、本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークに適合している。

また、環境省の ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項 (4) に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンス



JCR Sustainable
PIF for SMEs

の基本的考え方」と整合的である。

(第三者意見責任者)

株式会社日本格付研究所

サステナブル・ファイナンス評価部長

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当主任アナリスト

川越 広志

川越 広志

担当アナリスト

神田 美咲

神田 美咲

本第三者意見に関する重要な説明

1. JCR 第三者意見の前提・意義・限界

日本格付研究所（JCR）が提供する第三者意見は、事業主体及び調達主体の、国連環境計画金融イニシアティブの策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」への適合性及び環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内に設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」への整合性に関する、JCR の現時点での総合的な意見の表明であり、当該ポジティブ・インパクト金融がもたらすポジティブなインパクトの程度を完全に表示しているものではありません。

本第三者意見は、依頼者である調達主体及び事業主体から供与された情報及び JCR が独自に収集した情報に基づく現時点での計画又は状況に対する意見の表明であり、将来におけるポジティブな成果を保証するものではありません。また、本第三者意見は、ポジティブ・インパクト・ファイナンスによるポジティブな効果を定量的に証明するものではなく、その効果について責任を負うものではありません。調達される資金が同社の設定するインパクト指標の達成度について、JCR は調達主体または調達主体の依頼する第三者によって定量的・定性的に測定されていることを確認しますが、原則としてこれを直接測定することはありません。

2. 本第三者意見を作成するうえで参照した国際的なイニシアティブ、原則等

本意見作成にあたり、JCR は、以下の原則等を参照しています。

国連環境計画金融イニシアティブ

「ポジティブ・インパクト金融原則」

「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」

環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内ポジティブインパクトファイナンスタスクフォース

「インパクトファイナンスの基本的考え方」

3. 信用格付業にかかる行為との関係

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行為とは異なります。

4. 信用格付との関係

本件評価は信用格付とは異なり、また、あらかじめ定められた信用格付を提供し、または閲覧に供することを約束するものではありません。

5. JCR の第三者性

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスの事業主体または調達主体と JCR との間に、利益相反を生じる可能性のある資本関係、人的関係等はありません。

■留意事項

本文書に記載された情報は、JCR が、事業主体または調達主体及び正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報は、人為的・機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCR は、明示的であると暗示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCR は、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCR は、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかんを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。本第三者意見は、評価の対象であるポジティブ・インパクト・ファイナンスにかかる各種のリスク（信用リスク、価格変動リスク、市場流動性リスク、価格変動リスク等）について、何ら意見を表明するものではありません。また、本第三者意見は JCR の現時点での総合的な意見の表明であって、事実の表明ではなく、リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本第三者意見は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがあります。本文書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本文書の一部または全部を問わず、JCR に無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

■用語解説

第三者意見：本レポートは、依頼人の求めに応じ、独立・中立・公平な立場から、銀行等が作成したポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書の国連環境計画金融イニシアティブの「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」への適合性について第三者意見を述べたものです。
事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。
調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

- ・国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブインパクト作業部会メンバー
- ・環境省 グリーンボンド外部レビュー者登録
- ・ICMA (国際資本市場協会) に外部評価者としてオブザーバー登録) ソーシャルボンド原則作業部会メンバー
- ・Climate Bonds Initiative Approved Verifier (気候債イニシアティブ認定検証機関)

■その他、信用格付業者としての登録状況等

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

■本件に関するお問い合わせ先

情報サービス部 TEL：03-3544-7013 FAX：03-3544-7026

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.
信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

2026 年 7 月 31 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)が株式会社ヒロソフィー(以下、ヒロソフィーまたは当社)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、ヒロソフィーの活動が、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「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合させるとともに、ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第2項(4)に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に整合させた上で、中堅・中小企業^{※1}に対するファイナンスに適用しています。

※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 企業のテーマ
 - 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	株式会社ヒロソフィー
借入金額	250,000,000 円
資金使途	運転資金
モニタリング期間	5 年
モニタリング実施時期	毎年 6 月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	東京都港区芝四丁目 6 番 4 号 ヒロソフィー三田ビル
設立	2003 年 6 月
資本金	30,000,000 円
従業員数	355 名(2026 年 3 月現在、パート含む)
事業内容	化粧品、サプリメント、美容機器などの開発・販売
主要取引先	株式会社ケイセイ、株式会社サンドラッグほか

【業務内容】

ヒロソフィーは、化粧品、サプリメント、美容機器の開発・販売を中心に、トータルビューティー事業を展開する企業である。当社のブランドは、1975 年に学研が開発したドクターズコスメ「アールボーテ」シリーズに遡り、同シリーズを引き継ぐ形で独立して以降、美と健康を軸に事業を発展させてきた。

事業の中核は、天然植物由来の成分と最新技術を組み合わせた高付加価値化粧品であり、キャビアシリーズ、サクラシリーズなどの高級化粧品を展開している。製品開発においては、高価かつ希少な成分を積極的に活用するとともに、不要な成分を極力排除する方針を採用している。また、宣伝費や流通費、人件費を抑制し、製品そのものにコストを集中させる点に特徴がある。

販売面では、大手ドラッグストアやディスカウントストア、専門店での対面販売に加え、自社のサイト及び美容、健康関連事業者を通じたショッピングサイトでのオンライン販売などを行っている。店舗販売では、高い専門性を有する販売員を配置し、顧客ニーズを的確に把握したフィードバックを製品開発に反映する体制を整備している。女性活躍を推進するとともに、多様性を重視しており、外国人従業員を含め働きやすい環境を整備することで、企業の持続的成長を目指している。

環境負荷低減の観点からも物流の効率化を重要施策と位置付け、効率的な製品供給を目的として、2025 年 6 月に既存の約 6 倍の保管・処理能力を有する新配送拠点に移転した。業務の自動化により配送効率を高め、不要な輸送や手作業、二重作業を削減することで、事業の持続可能性の向上と環境負荷低減の両立を図る方針である。

(出典:当社ホームページ)



【当社の商品シリーズ】(出典:当社ホームページ)

CAVIAR series



キャビアシリーズ
“細胞の活性化”をテーマに、細胞(セル)を輝かせる(ブライト)ためのラグジュアリースキンケアシリーズ

SAKURA series



桜シリーズ
ひとつひとつ手摘みした日本産の桜の花から抽出した希少なエキス配合のエイジングケアシリーズ

SAKURA KOMEKOJI series



桜米麹シリーズ
日本産の桜の花エキスと米麹を配合した日焼けによるシミ、ソバカスを防ぐスキンケアシリーズ

STOCK SOLUTION series



原液シリーズ
厳選された美容成分を高濃度で配合成分の魅力をそのまま届ける原液美容液シリーズ

nmncell Aurora series



OTHER SKIN CARE series
MEN'S COSME



その他スキンケアシリーズ
気になる箇所の日々のお手入れに
メンズコスメ
お肌の乾燥・テカリ・匂いなど、男性のお肌のお悩みに

SUPPLEMENT series



サプリメントシリーズ
“美”の土台を支える健康的な身体づくりのための贅を極めたアクティブインナーケアシリーズ

【事業拠点】(出典:当社ホームページ及び提供資料)

拠点名	住所、特徴など
本社	(住所) 東京都港区芝四丁目 6 番 4 号 ヒロソフィー三田ビル (外観) (出典:当社ホームページ)  (業務内容) ・経営企画・事業戦略立案、人事・採用・労務管理、財務・経理・法務、情報システム・社内管理などの本社管理部門業務 ・化粧品・美容関連商品、健康食品・サプリメントの企画・開発 ・商品販売・流通管理(国内外) ・マーケティング・ブランド管理 ・不動産関連事業 ・海外事業、新規事業の開発
大阪事業所	(住所) 大阪府大阪市中央区南久宝寺町 4-5-6 ヴェルテックス本町ビル 8、9 階 (業務内容) 営業事務業務及び販売スタッフの運営管理
千葉配送センター	(住所) 千葉県茂原市中の島 948

	(業務内容) 化粧品・サプリメントの物流・加工・出荷を担う基幹物流拠点として、以下の業務を行っている。 ・商品の包装・表示・加工業務、入荷管理・在庫管理 ・全国の販売店舗・代理店・海外向けの出荷・配送業務
主な関係会社	住所、特徴など
Hirosophy Shanghai Co., Ltd	(住所) 中国上海市 (特徴) 設立：2019 年 4 月 代表者：古岡 正成(ヒロソフィーの代表取締役) 事業内容：中国の現地法人。日用品、化粧品、美容サロン用品、家庭用品などの販売、広告制作・発行、製品デザイン、栄養・健康コンサルティング、輸出入業務などを行っている。
HIROSOPHY (THAILAND) CO., LTD.	(住所) 312/2 Soi Pracha Santi, Huai Khwang, Bangkok 10310, Thailand (特徴) 設立：2019 年 5 月 代表者：古岡 正成(ヒロソフィーの代表取締役) 事業内容：タイの現地法人。東南アジア拠点として、化粧品・美容関連製品に関するコンサルティング・アドバイザリー業務及び事業運営・商品展開に関する経営・管理支援などを行っている。

【沿革】(出典:当社提供資料及びホームページ)

2003 年 6 月	学研ホールディングスの化粧品部門から独立し、当社設立
2003 年 8 月	美容・健康関連商品の販売開始
2007 年 5 月	自社ブランド「HIROSOPHY(ヒロソフィー)」を展開
2011 年 9 月	GMP 認定国内工場での製造開始
2014 年 11 月	海外輸出事業を本格化、アジア市場へ進出
2018 年 6 月	高機能ドリンク「CLÉ DE PEAU COLLAGEN」発売
2019 年 4 月	中国の上海市に現地法人 Hirosophy Shanghai Co., Ltd を設立
2019 年 5 月	タイ王国のバンコクに HIROSOPHY (THAILAND) CO., LTD. を設立
2020 年 3 月	「CAVIAR MASK(キャビアマスク)」の商標を登録
2021 年 9 月	サプリメント「GOD VICTORY EX」シリーズ発売
2021 年 12 月	健康飲料「WHITE CURMIN BIO+」発売
2025 年 4 月	8 種類のビタミン C をバランスよく組み合わせたサプリメント「8VC」の商標登録出願
2025 年 6 月	物流中枢機能の拡張・高度化のため千葉工場を茂原市にリニューアル移転 2030 年を目標達成予定とする 100 億宣言 ^{※2} を実施
2025 年 10 月	美容クリニック「CLINIC 9ru」との共同開発である集中エイジングケアクリームを発表 
2026 年 1 月	「8VC 2200mg」及び「グルコサミン 2200 + MSM」が KITASATO Premium Award ^{※3} 金賞を受賞 

※2 100億宣言:「100億宣言」とは、中小企業が飛躍的成長を遂げるために、自ら「売上高100億円」という経営者にとって野心的な目標を掲げ、その実現に向けた取組を行うことを宣言するものであり、日本経済を牽引する中堅・中小企業の創出を目的として、中小企業庁と中小機構が推進するプロジェクトである。

(出典:独立行政法人 中小企業基盤整備機構ホームページ)

100億宣言
株式会社ヒロソフィー（卸売業、小売業）



HIROSOPHY



本社ビルと主力商品
(キャビアシリーズ、サクラシリーズ)

○本社所在地：東京都港区芝四丁目6番4号
ヒロソフィー三田ビル

○事業概要：高級化粧品・サプリメント・美容機器などの開発・販売。

○常時使用する従業員：239名
(2025年3月時点)

○現在の売上高：42.6億円
(2025年3月期)

○法人番号：5010901021717

○Web：https://hirosophy.co.jp/index.html

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



輝く人生 いつまでも若く美しく元気に楽しく

代表取締役
古岡 正成

ヒロソフィーは、美と健康を通じて、すべての人々に「輝く人生」を提供することを目指します。化粧品や健康食品の開発において、高スキルな販売員が顧客のニーズを察知し、製品に反映することで、顧客の生活を向上させます。また、物流効率化や新倉庫の建設を通じて迅速な製品供給を実現し、事業の持続可能性を高めることで、持続可能な成長を支える環境を構築します。さらに、社員を重要な資産と捉え、誰もが働きやすい環境を整えながら、企業としてのビジョンを実現していきます。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標	課題
2030年売上高達成に向け、年率21%程度の成長率を目指し、インバウンド富裕層向けの高品質な日本製品を提供しブランド力を強化する。そのために、新配送拠点建設と物流効率化を推進し、国内外市場で販路拡大を図る。このことにより、配送能力を既存の6倍に向上させ、効率的な配送業務を実現する。これにより、販路拡大のボトルネックを解消し、多くの顧客ニーズに迅速に対応できる体制を整備する。	販路拡大が進む中で、配送キャパシティの限界がボトルネックとなり、さらなる成長を阻害している。現在、手作業によるピッキングや配送手続きが非効率であり、販売店舗への供給スピードが追いつかない状況である。これらの課題を解消することで目標達成を図る。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段	実施体制
- 新配送拠点建設による物流能力の強化及び物流キャパシティの拡大による売上増加 - 配送業務自動化機器の導入による業務効率化 - 当社商品取扱店舗の拡大 - 各業務を担うコア人材の育成	社内外のリソース確保 販路拡大に必要な、販売人員、営業人員、商品製造拠点、配送拠点等の必要な社内リソース確保に向けて、全社・全部門で取組していく。 プロジェクトマネジメントの強化 新配送拠点建設プロジェクトでは、プロジェクトマネージャーが中心となり、計画の進捗管理を行います。導入業者の選定や自動化プラットフォームの実装を含め、効率的な運営体制を構築します。

※本宣言は企業自身がその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

※3 KITASATO Premium Award: 北里柴三郎の理念を受け継ぎ、専門家が品質・安全性・表示内容を審査・認証する制度であり、日本品質評価機構が運営している。健康や生活の質の向上に寄与する優れた製品やサービスのブランディングを支援している。

2.2 業界動向

日本の化粧品市場は、コロナ禍による需要低迷期を脱し、2023～2025 年にかけて本格的な回復と構造変化を示している。特に、市場規模の拡大・消費構造の二極化・インバウンド需要の急回復が業界を牽引する三大トレンドとなっている。また、世界の化粧品市場についても、セルフケア意識の高まり、オーガニック・クリーンビューティーの台頭、デジタル化とインフルエンサーマーケティング、アジア太平洋地域の成長、男性用化粧品市場の拡大などを成長ドライバーとして、引き続き堅調な拡大基調を示している。市場規模については、調査機関によって異なるが、世界の化粧品市場は 2030 年代まで強固な成長を続けるという点で一致している。

国内化粧品市場規模は、矢野経済研究所によれば、2024 年度は外出機会の増加やプレミアム製品の人気、インバウンド回復によって堅調に拡大し、2 兆 5,800 億円(前年比 104.1%)と報告されている。2025 年度は 2 兆 6,500 億円(前年比 102.7%)へ拡大すると予測されている。また、富士経済の調査では、2024 年の市場は 3 兆 2,246 億円と報告されており(定義の違いによる数値差あり)、コロナ前の 2019 年を上回ったとされている。このように、調査機関によって算出方法に若干の差はあるものの、日本の化粧品市場は確実に拡大基調にある点で共通している。

市場拡大を支える主要因は以下の通りである。

① 外出機会の増加による需要回復

マスク着用機会の減少によりメイクアップ需要が回復し、特にベースメイクでは高機能商品の投入が増え、市場回復を後押しした。

② プレミアム製品への投資意欲

「戦略的支出」という消費行動が浸透しており、消費者は「価値がある」と判断した製品には高価格帯であっても積極的に投資する傾向が強まっている。百貨店チャネルでは、高級美容液やスキンケアが特に好調である。

③ インバウンド需要の本格回復

2024～2025 年にかけて訪日外国人が急増し、化粧品購買は 2019 年比 110%に達したカテゴリーもある。高価格帯商品(美容液・UV ケア)とドラッグストアの低価格帯アイテム(韓国コスメ・シートマスク)の双方で需要が伸びる「二極化」が特徴である。

商品カテゴリーとしては、スキンケアのシェアが依然として圧倒的であり、成分訴求型や高機能製品が市場を牽引している。さらに、クリーンビューティー^{※4}、OMO^{※5}、AI 活用など構造的な変革が進行中であり、企業にはこれらを前提とした新たな価値提供が求められている。

※4 クリーンビューティー：人や環境に有害な成分を避け、透明性の高い製造過程、サステナビリティ、倫理的調達(フェアトレード)、動物実験の廃止(クルエルティフリー)を追求する美容製品の考え方である。

※5 OMO(Online Merges with Offline)：インターネット上のサービスや情報をきっかけに、顧客を実際の店舗などオフラインの場へ誘導する仕組みや施策のことを指す。

2.3 企業のテーマ

当社は、以下のテーマの下、本当に自分が使いたいもの、顧客に心から喜んでもらえるものだけを、という考えで事業に取り組んでいる。

輝く人生 いつまでも若く美しく元気に楽しく

また、当社は美と健康のトータルカンパニーとして、ヒロソフィーの世界観をさらに進化・深化させ、国内外のプレスステージ市場で指名買いされる存在を目指しており、以下をブランドカルチャーとして取り組んでいる。

傾聴	人間味	寛容さ
ヒロソフィーの商品コンセプトや価値を押し付けるだけではなく、お客様や街の方のお声に耳を傾け、本当に求められているものは何かを把握、理解する	一人一人が個性と想像力を発揮し、「無機質な精錬された接客」「画一的な丁寧さ」とはかけ離れた、機械的ではない人間味がにじみ出る場の提供を意識する	お客様、街の方や取引先、とは単なる需要と供給にとどまらず、既存の考えや枠組みを超えた関係性構築を目指す

2.4 事業活動

ヒロソフィー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。

●環境負荷低減のための取り組み

当社は配送について、自社配送は行わず、外部の大手流通業者に委託しているが、委託先は、大気汚染や CO2 排出抑制を始めとして、環境負荷に配慮した輸送を行っている。当社は、物流の効率化を重要施策と位置付けており、効率的な製品供給を目的として、2025 年 6 月に既存の約 6 倍の保管・処理能力を有する新配送センターに移設した。業務の自動化により配送効率を向上させ、不要な輸送を削減することで環境負荷を軽減している。また、自社拠点の照明についても LED 照明を 100%導入するなど、省エネルギーと CO2 排出抑制に努めており、今後は 2030 年度までに、社用車を全て低公害車に代替する方針である。

事業活動から発生する、段ボールなどの梱包材については、分別の上、専門業者によって、適切にリサイクルまたは最終処分されているが、今後は、DX の推進により、帳票など社内で利用している紙の利用量の削減に努め、2030 年度までに 2024 年度実績比で 10%削減する方針である。

●多様な人材の活用による雇用拡大の取り組み

当社は近年著しい成長を背景に、従業員数が大幅に増加している。2025 年度は 100 名以上の従業員が増加し、2026 年 3 月現在の従業員数(パートを含む)は、355 名(うち女性は 301 名)となっている。女性従業員比率は 84.8%で、営業、企画、デザインなど様々な職域で活躍している。女性管理職の登用も積極的に行っており、管理職 18 名中 10 名が女性である。今後も、女性従業員の活躍を推進することで、女性従業員の比率は現状程度が維持される見通しである。また、多様な人材を活用するため、早くから外国人従業員の採用を積極的に進めており、海外のエージェントの活用のほか、日本語学校との連携による採用なども行ってきた。外国人従業員は 252 名(うち、女性は 221 名)で、外国人従業員比率は 71.0%となっている。今後も、事業規模と販路拡大のために、営業、企画、開発、管理部門など様々な職域で積極的に多様な人材の採用を進める方針であり、2030 年度までに、100 名以上従業員を増加する予定で、このうち 50 名以上は外国人従業員とする方針である。

●働きがいのある職場づくりへの取り組み

当社は、多様な人材が活躍できるように、部署の垣根を越えたフラットな組織風土の下、従業員が不安なことをいつでも気兼ねなく相談できる、コミュニケーションの取りやすい雰囲気づくりに努めている。また、一人一人が個性と想像力を発揮し、積極的にチャレンジや意見提案・改善行動を実施できる「出る杭は歓迎する」風土づくりを進めている。

従業員の健康と安全の維持・向上のため、産業医と連携し、毎年の健康診断やストレスチェックを適切に実施するほか、定期的に従業員アンケートを実施するなど、職場環境の改善に努めている。今後は更にエンゲージメント向上を図るために、当社で定める従業員満足度アンケートを実施し、初回のアンケートの実施結果内容に応じて、改善する項目などを特定した上で、3 年のタームを目標にポイントアップを目指すこととしている。

2025 年度は多数の新入社員が入社したことや、パートの比率が高いこともあり、2026 年 3 月期の 1 人当たり平均有給休暇取得日数は 7 日程度となっているが、法令は遵守されており、人員政策も含め有給休暇を取得しやすい環境を整備している。また、時間外労働時間については、正社員のみで 1 時間程度となっている。

当社は、様々な雇用形態に対応しており、販売員については勤務地の選択が可能であり、シフト制の導入により、自身に適した時間帯や勤務時間を選択できる体制を有するほか、W ワークも可能な制度を整備するなど、ワークライフバランスを実現に向けた多様な働き方ができる環境を提供している。

当社は原則、年 1 回定期昇給を実施しているほか、会社の業績に応じて年 2 回の賞与を支給している。また、販売員については売上に応じて 6%以上のインセンティブを支給しており、賃金水準は、国税庁の民間給与実態統計調査における同規模企業と比較して高い水準にある。今後も可能な範囲で定期昇給を継続し、同規模企業の平均以上の賃金水準を維持していく方針である。

福利厚生としては、各種社会保険や厚生年金、交通費手当、入社年数に応じた永年勤続手当などに加え、入社時の自社製品プレゼントや自社製品を割引価格で購入できる社員割引制度なども有しており、全従業員に対して平等に適用している。

●従業員の能力開発のための取り組み

当社では、早期に業務に必要な知識やスキルなどを身に着けることで、未経験者でもスムーズに仕事を始められるように、入社時に自社商品に関する知識や接客マナーなど充実した研修を行っている。さらに、販売員については、3 ヶ月毎に商品研修を実施し、新しい商品知識や販売スキルの向上に努めている。また、売上高 100 億円の実現に向けて、各業務を担うコア人材の育成に努めており、課長以上の役職については、2 日間の役職員研修を実施するなど、能力開発とともにマネジメント能力の向上にも積極的に取り組んでいる。現在、会社が費用を負担する研修を中心に従業員の能力開発を進めているが、今後は業務上有益な公的資格を中心に外部資格の取得を推進する取り組みとして、2030 年度までに、会社で取得を推奨する資格を 2 種類以上選定し、その資格取得に応じて毎月の手当を支給する制度を創設する方針である。

●心と体の健康への貢献とサプライチェーン上の中小企業の振興

当社は、美と健康を軸に事業を発展させてきた。主力製品であるスキンケアは、天然植物由来の成分や希少な動物性成分と最新技術を組み合わせた高付加価値商品であり、肌の健康やエイジングケアに高い効果を発揮する。また、サプリメントは、美の土台を支える健康的な体づくりを通じて、利用者の QOL(Quality of Life)の向上に貢献している。当社は、国内で GMP 認定を有する工場を始めとする信頼できるメーカーに製造を委託しており、利用者にとって安全で安心な製品を提供している。また、販売については、大手ドラッグストア、ディスカウントストア、専門店などでの対面販売、自社公式サイトによるネット販売のほか、美容・健康関連業者を通じたショッピングサイトなどでも販売されている。自社公式サイトによるネット販売については、公表されたプライバシーポリシーに従い、顧客データの取り扱いを行うとともに、適切な安全管理を行っている。当社の事業が拡大することによって、国内の仕入先であるメーカーや当社商品の販売に携わるサプライチェーン上の中小企業の成長にも大きく貢献している。当社は、2025 年 6 月に 100 億宣言を行っており、2030 年の売上高達成に向け、年率 21%程度の成長率を目指している。新配送拠点建設による物流能力の強化及び物流キャパシテ

ィの拡大により、販路拡大のボトルネックを解消し、当社の商品の取り扱い店舗を拡大し、多くの顧客ニーズに迅速に対応できる体制を整備することとしている。今後も国内の OEM メーカーや医療関連事業者などと連携して、QOL の向上に資する商品開発を行い、2030 年を目標に売上 100 億円を達成することで、さらに利用者の美と健康に貢献するとともに、サプライチェーン上の中小企業の振興を図っていく方針である。

3.包括的インパクト分析

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

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

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

【UNEP FI のインパクト分析ツールを用いた結果】

国際標準産業分類	その他家庭用品卸売業、専門店における医薬品・医療品、化粧品等の小売販売業、通信販売会社またはインターネットによる小売販売業
ポジティブ・インパクト	健康および安全性、健康と衛生、雇用、賃金、零細・中小企業の繁栄
ネガティブ・インパクト	データプライバシー、健康および安全性、社会的保護、零細・中小企業の繁栄、気候の安定性、水域、大気、生物種、生息地、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】

■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
気候の安定性、資源強度、廃棄物	➤ 環境負荷低減のための取り組み

■ ポジティブ・インパクトとネガティブ・インパクト(緩和の取り組み)の両方

インパクト	取組内容
(ポジティブ)健康および安全性、零細・中小企業の繁栄 (ネガティブ)データプライバシー	➤ 心と体の健康への貢献とサプライチェーン上の中小企業の振興
(ポジティブ)賃金 (ネガティブ)健康および安全性、社会的保護	➤ 働きがいのある職場づくりへの取り組み
(ポジティブ)教育、賃金 (ネガティブ)社会的保護	➤ 従業員の能力開発のための取り組み
(ポジティブ)雇用 (ネガティブ)民族・人種平等	➤ 多様な人材の活用による雇用拡大の取り組み

■ UNEP FI 分析ツールで発出されたものの、インパクト特定しないもの

<ポジティブ・インパクト>

インパクト	特定しない理由
健康と衛生	➤ 医療用品、医薬品などの商品の販売は行っていないため

<ネガティブ・インパクト>

インパクト	特定しない理由
零細・中小企業の繁栄	➤ 当社の行っているネット販売は自社商品の販売のみであり、他の中小企業の発展を阻害する可能性はないため
水域、大気、生物種、生息地	➤ 配送は外部の流通業者に委託しているが、委託先は、環境負荷に配慮した輸送を行っており、商品輸送において大気、水域を汚染する可能性は低く、また生物種、生息地に悪影響を与える可能性も低い

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

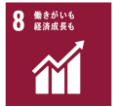
ヒロソフィーは商工中金と共同し、本ファイナンスにおける重要な以下の管理指標(以下、KPI という)を設定した。設定した KPI のうち、目標年度までに達成したものについては、再度の目標設定等を検討する。

【ポジティブ・インパクト】

特定したインパクト	健康および安全性、零細・中小企業の繁栄		
取組内容(インパクト内容)	心と体の健康への貢献とサプライチェーン上の中小企業の振興		
KPI	● 2030 年度を目標に売上 100 億円を達成する。		
KPI 達成に向けた取り組み	➤ 今後も、さらに QOL の向上に資する商品開発を行い、配送施設の拡充に合わせた販売ルートと販売拠点の拡大を通じて、売上の増加を目指し、利用者の美と健康に貢献するとともに、サプライチェーン上の中小企業の振興を図っていく。		
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。	

【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)	働きがいのある職場づくりへの取り組み		
KPI	● 2027 年度までに当社で定める従業員満足度アンケートを実施し、初回のアンケートの実施結果内容に応じて、改善する項目などを特定し対策を進めることで、3 年のタームを目途に前回比でポイントアップする。		
KPI 達成に向けた取り組み	➤ 働きやすい職場環境を整備し、従業員のエンゲージメント向上を図るため、社内で定める定量的に評価可能な従業員満足度アンケートを実施する。アンケートの結果内容に応じて改善すべき項目などを特定し、3 年を目途に前回を上回るポイントとなるように改善のための対策を進める。		

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。	
	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。	

特定したインパクト	気候の安定性、資源強度、廃棄物		
取組内容(インパクト内容)	環境負荷低減のための取り組み		
KPI	● 2030 年度までに、社用車を全て低公害車に代替する。 ● 社内で利用している紙の利用量を 2030 年度までに 2025 年度実績比で 10%削減する。		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 社有車の代替時期に合わせ、EV やハイブリッド車など現社有車よりも、環境負荷の低い低公害車に順次代替を進めることで、CO2 の排出量削減に貢献する。 ➢ 配送業務を含め、社内で利用している帳票類について、電子化を進めることで、売上が拡大する図の中でも紙の利用量削減を図っていく。		
貢献する SDGs ターゲット	12.2	2030 年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。	
	12.5	2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。	
	13.1	全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性(レジリエンス)及び適応の能力を強化する。	

	13.3	気候変動の緩和、適応、影響軽減及び早期警戒に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する。	
--	------	---	---

【ポジティブ・インパクト】【ネガティブ・インパクト】

特定したインパクト	(ポジティブ) 教育、賃金 (ネガティブ) 社会的保護		
取組内容(インパクト内容)	従業員の能力開発のための取り組み		
KPI	● 2028 年度までに、推奨する資格を 2 種類以上選定し、その資格取得に応じて毎月の手当を支給する制度を 2030 年度まで創設する。		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 化粧品やサプリメントなど商品に関する資格のほか、様々な職域で業務を進める上で有益な資格を中心に、会社で取得を推奨する資格を選定し、該当する資格の取得者に毎月資格手当を支給する制度を創設する。		
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。	
	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。	

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)	多様な人材の活用による雇用拡大の取り組み		
KPI	● 2030 年度までに、従業員を 100 名以上増加し、うち 50 名以上は外国人従業員とする。		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 100 億円の売上達成に向けた販路拡大のために、営業、企画、開発、管理部門など様々な職域で積極的に多様な人材の採用を進める。引き続き女性の活躍の推進を図るとともに、インバウンド需要を含む国内外市場での販路拡大に合わせ、増加予定の従業員		

	の半数程度を外国人従業員とする。		
	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。	
	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。	

なお、データプライバシーをネガティブ・インパクトとして特定しているが、自社公式サイトによるネット販売については、今後も公表されたプライバシーポリシーに従い、適切に顧客データの安全管理を行っていくことから KPI は設定していない。

5.サステナビリティ管理体制

ヒロソフィーでは、本ファイナンスに取り組むにあたり、代表取締役 古岡 正成氏と経営企画室 室長の森村氏が中心となり、当社の事業活動とインパクトリーダー、SDGs における貢献などの関連性について検討を行った。本ファイナンス実行後も、代表取締役 古岡 正成氏が最高責任者、経営企画室 室長の森村氏が管理責任者となり各部と連携をとりながら KPI の達成に向けた取り組みを管理、推進していく。

(最高責任者) 代表取締役 古岡 正成氏

(管理責任者) 経営企画室 室長 森村氏

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、ヒロソフィー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、ヒロソフィー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。ヒロソフィーは、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」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合させるとともに、ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項（4）に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に整合させながら実施しています。なお、株式会社日本格付研究所から、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに関する第三者意見書の提供を受けています。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社商工中金経済研究所

主任コンサルタント 波多野 美樹

〒104-0028

東京都中央区八重洲 2 丁目 10 番 17 号

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