

株式会社清水銀行が実施する 株式会社エストリンクスに対する 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、株式会社清水銀行が実施する株式会社エストリンクス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スタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」への整合性も併せて確認しています。

* 詳細な意見書の内容は次ページ以降をご参照ください。

第三者意見書

2025年12月24日

株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社エストリンクスに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社清水銀行

評価者：株式会社清水地域経済研究センター

第三者意見提供者：株式会社日本格付研究所（JCR）

結論：

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

また、環境省のESG金融ハイレベル・パネル設置要綱第2項(4)に基づき設置されたポジティブインパクトファイナンス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、株式会社清水銀行（「清水銀行」）が株式会社エストリンクス（「エストリンクス」）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、株式会社清水地域経済研究センター（「清水地域経済研究センター」）による分析・評価を参考し、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スクワードがまとめた「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。清水銀行は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、清水地域経済研究センター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、清水銀行及び清水地域経済研究センターにそれを提示している。なお、清水銀行は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、ポジティブ・インパクト金融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企業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もわかるとおり、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。

清水銀行及び清水地域経済研究センターは、本ファイナンスを通じ、エストリンクスの持つうるインパクトを、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、エストリンクス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。

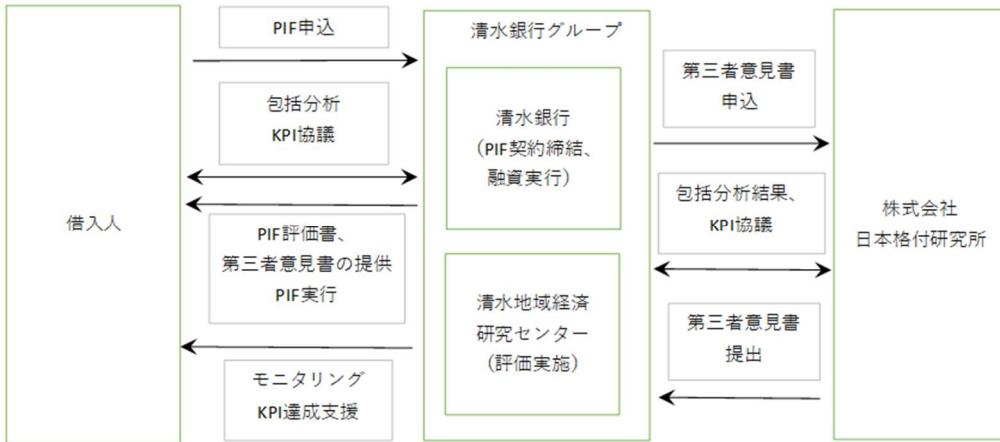
ポジティブ・インパクト金融原則 2 フレームワーク

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、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

JCR は、清水銀行が 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) 清水銀行は、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 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。



(出所：清水銀行提供資料)

- (2) 実施プロセスについて、清水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、清水銀行からの委託を受けて、清水地域経済研究センター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、全て清水地域経済研究センターが作成した評価書を通して清水銀行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、清水地域経済研究センターが、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対する整合性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エストリンクスから貸付人である清水銀行及び評価者である清水地域経済研究センター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スタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」と整合的である。



(第三者意見責任者)

株式会社日本格付研究所

サステナブル・ファイナンス評価部長

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当主任アナリスト

新井 真太郎

新井 真太郎

担当アナリスト

葛 友樹

葛 友樹

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スクォースがまとめた「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スクウォース

「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あります。ただし、当該情報には、人為的、機械的、または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、明示的であると默示的であると問わず、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つて、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はありません。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、改変等をする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るものであります。

事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。
調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

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

■その他、信用格付業者としての登録状況等

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

■本件に関するお問い合わせ先

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

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.

信用格付業者 金融庁長官（格付）第 1 号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

2025年12月24日

株式会社清水地域経済研究センター

目次

1. 評価の概要	1
(1) 企業概要	1
(2) インパクト特定.....	1
(3) KPI の決定.....	2
(4) モニタリング	2
2. PIF の概要.....	2
3. 企業概要	3
4. 包括的分析	4
(1) 基本理念	4
(2) 事業概要	4
5. インパクトの特定	7
(1) 産業分類別インパクトの状況	7
(2) デフォルトイントレーダー	8
(3) インパクトの特定分析.....	9
(4) インパクトの特定分析において追加・削除したインパクト	10
(5) インパクトトレーダーにおけるマッピング	11
6. サステナビリティ経営方針	12
(1) SDGs への取り組み	12
(2) 社会面における対応	13
(3) 社会面及び社会経済面における対応.....	17
(4) 自然環境面における対応	19
7. KPI の決定	20
(1) ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項	20
(2) ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項及びネガティブなインパクトの低減が必要となる事項.....	21
(3) ネガティブなインパクトの低減が必要となる事項	22
(4) ネガティブなインパクトとして特定しているものの KPI を設定しないもの	23
8. モニタリング	24
(1) モニタリング体制	24
(2) モニタリングの頻度と方法	24

清水地域経済研究センター（以下、当社という）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」に適合するように、また 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」に整合するように、株式会社エストリンクス（以下、同社という）の包括的なインパクト分析を行いました。

清水銀行は、本評価書で特定されたポジティブ・インパクトの拡大とネガティブ・インパクトの低減に向けた取り組みを支援するため、同社に対してポジティブ・インパクト・ファイナンス（以下、PIF という）を実行します。

1. 評価の概要

（1）企業概要

同社は、2012 年に静岡県静岡市駿河区にて創業された、Web マーケティング事業、SEO 事業、SNS マーケティング事業等を展開するデジタルプロモーション支援企業である。同社の社名は、最上級を意味する「est」と、つながりを意味する「links」を組み合わせた造語に由来しており、社名にその思想が反映されている。

地方に根ざした事業展開を基盤としながらも、「静岡からデジタルマーケティングと働き方の変革に挑戦」を掲げ、創業以来、静岡県を拠点に県外のクライアントに対しても Web マーケティング支援を提供している。地域密着型の活動と広域展開を両立させることで、上場企業、中小企業、地方公共団体、教育機関等、多様な業種・業態にわたるクライアントを有している。

同社は、単なる Web 広告代理店や制作会社の枠にとどまることなく、クライアントの集客、採用、ブランド認知向上等の事業課題に応じた、総合的かつ戦略的なマーケティング支援を提供することを特色としている。基本理念として、ミッションについては「コミュニティの共生と繁栄を支える」を、ビジョンについては「Web マーケティングで距離を超える」を、バリューについては「最上級のつながりを築く」を掲げている。

主な提供サービスには、SEO 対策、SNS 運用、Web 広告施策、ホームページ制作、インフルエンサーマーケティング、採用マーケティング、テレビ CM 制作等があり、これらを通じてクライアントの持続的な成長と価値創出に貢献している。

（2）インパクト特定

ポジティブ・インパクトとして特定した項目は「教育」「情報」「雇用」「賃金」「零細・中小企業の繁栄」とし、ネガティブ・インパクトとして特定した項目は「データプライバシー」「健康および安全性」「情報」「賃金」「社会的保護」「ジェンダー平等」「資源強度」「廃棄物」とした。

(3) KPI の決定

ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項として、社会面において、「教育」では KPI は「ウェブ解析士、SEO 検定 3 級の新規資格取得者をそれぞれ 5 名以上」とした。「雇用」では KPI は「インターンシップ生からの正社員採用人数を毎年度 2 名以上」とした。社会面及び社会経済面において、「情報」「零細・中小企業の繁栄」では KPI は「中小企業のマーケティング支援先数を毎年 25 先以上増加」とした。ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項及びネガティブなインパクトの低減が必要となる事項として、社会面において、ポジティブなインパクトの「雇用」、ネガティブなインパクトの「ジェンダー平等」では KPI は「従業員を 35 名以上、女性従業員を 17 名以上」「女性管理職（プロジェクトマネージャー）を 2 名以上」とした。ネガティブなインパクトの低減が必要となる事項として、社会面において、「データプライバシー」では KPI は「個人情報漏洩事故発生ゼロを継続」「データセキュリティ(★★二つ星)を登録」とした。「健康および安全性」では KPI は「1 人当たりの月間平均残業時間を 15 時間以下」「1 人当たりの年間有給休暇取得日数を 15 日以上」とした。「賃金」では KPI は「ベースアップを毎年 2%以上実施」とした。

(4) モニタリング

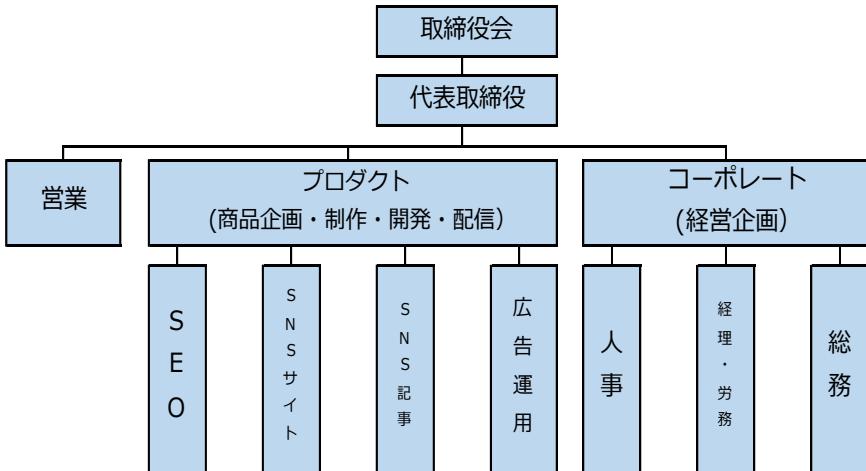
モニタリング体制として、統括責任者を安藤悟代表取締役社長、プロジェクトリーダーを吉松京介取締役とし、コーポレート部門内にプロジェクトチームを組成した。今後少なくとも年 1 回はモニタリングすることとし、進捗状況を確認する。

2. PIF の概要

今回実施予定の融資概要

契約日及び返済期限	2025 年 12 月 24 日～2035 年 12 月 20 日
金額	50,000,000 円
資金使途	運転資金
モニタリング期間	10 年

3. 企業概要

企業名	株式会社エストリンクス
事業所	静岡県静岡市葵区呉服町 1 丁目 30 番地 札の辻クロスビル 2 階 205A 号室 
	出典：同社提供
資本金	1,000 万円
従業員	28 名（役員を含む、2025 年 10 月 31 日時点）
事業内容	SEO 対策・SNS 運用・Web 広告施策・ホームページ制作・インフルエンサーマーケティング・採用マーケティング・テレビ CM 制作等
沿革	<p>2012 年 安藤悟氏が静岡県静岡市駿河区にて記事作成代行事業として個人創業</p> <p>2014 年 株式会社エストリンクスを設立し安藤悟氏が代表取締役社長に就任</p> <p>2014 年 Web マーケティング領域に事業を拡大</p> <p>2023 年 静岡県静岡市葵区に本社移転</p> <p>2024 年 SDGs 宣言</p>
本部組織図	 <pre> graph TD A[取締役会] --> B[代表取締役] B --> C[プロダクト (商品企画・制作・開発・配信)] B --> D[コーポレート (経営企画)] C --> E[営業] C --> F[S E O] C --> G[S N S サイト] C --> H[S N S 記事] C --> I[広告運用] D --> J[人事] D --> K[経理・労務] D --> L[総務] </pre>
	出典：同社資料を基に当社作成

4. 包括的分析

(1) 基本理念

同社では、以下の基本理念を定め、これらを事業活動の根幹として位置づけている。

基本理念

ミッション	=	「コミュニティの共生と繁栄を支える」
ビジョン	=	「Web マーケティングで距離を超える」
バリュー	=	「最上級のつながりを築く」

同社のミッションは「コミュニティの共生と繁栄」を実現することである。Web マーケティングを通じてクライアントの集客や採用活動を支援し、同社を真に必要とするクライアントとともに歩む姿勢を大切にしている。単に施策を提供するのではなく、同社とクライアント、そしてその先にいるエンドユーザー や地域社会を含む「関わるすべての人々の生活の繁栄」につながる価値創出を使命としている。このミッションのもと、クライアントの成長が周囲のコミュニティにも波及し、互いに支え合いながら発展していく関係性づくりを目指している。

同社のビジョンは「Web マーケティングで距離を超える」ことであり、物理的・心理的な距離による制約を取り払うことを重視している。静岡県静岡市という地方都市を拠点としながら、既に 15 都府県以上のクライアント支援を行っており、地域や規模にとらわれず日本全国へサービスを提供している。表面的な広告配信に止まらず、クライアントがどのような想いで商品・サービスを届けようとしているのかを深く理解したうえで、エンドユーザーに最適な形で届ける戦略を設計している。この取り組みにより、クライアントとエンドユーザーの間に確かなつながりを生み出し、地域企業のデジタル競争力向上にも寄与している。

同社のバリューは「最上級のつながりを築く」ことである。Web マーケティング施策を通じて、クライアントがエンドユーザー や潜在顧客と信頼関係を構築できるよう支援する。また、従業員一人ひとりが誠実に考え方、真摯に行動することで、同社とクライアントの間にも強固で長期的な関係性を築くことを重視している。技術や手法が日々進化する Web マーケティング領域において、最新の SEO、SNS 戦略、広告運用などのノウハウを取り入れつつ、クライアントごとに最適化した施策を提供し、クライアントとエンドユーザーの間に新しいコミュニケーション価値を創造することを目指している。

(2) 事業概要

同社は、①SEO¹対策、②SNS 運用、③Web 広告運用、④ホームページ制作、⑤インフルエンサー マーケティング、⑥採用マーケティングなど、多様な施策を通じてクライアントのデジタルマーケティングを総合的に支援している。特に地方のクライアントが自社のサービスや商品を全国規模で

¹SEO とは Search Engine Optimization の略。Google などの検索エンジンで特定のサイトやページを上位に表示させるための施策である。

認知・販売できるよう、オンライン広告の広域展開や全国ターゲット向けの SEO 戦略、SNS を活用したブランド発信などを組み合わせた「全国展開支援」において高い実績を有している。さらに、テレビ CM 制作にも対応しており、企画から制作、効果検証まで一貫してサポートすることで、クライアントの発信力向上を多面的に支援している。

同社の強みとして、クライアントの Web サイトやコンテンツ、ユーザー行動を詳細に分析し、検索結果での順位向上やサイト評価の改善につなげる点が挙げられる。具体的には、キーワードの検索傾向や関連語の組み合わせ、検索結果の表示形式などを整理し、それに基づいてコンテンツ企画、ページ構成、情報設計を行っている。また、検索上位ページの構成や内容を分析し、ユーザーの関心や行動傾向を把握したうえで、どのようなページを作るべきかを判断している。

公開後も、アクセスデータや利用状況を定量的に可視化・計測し、ページ構成や文章内容の改善（ライト）を継続的に行う PDCA 型の運用を実施している。この運用は自社開発システムによって支えられており、合計クリック数、表示回数、滞在時間などの主要指標を自動集計し、コンテンツごとの成果をデータに基づいて分析できる体制を整えている。

こうしたデータ分析力とユーザー心理の理解に基づく運用により、同社は検索エンジンでの上位表示やアクセス増加、SNS との連携効果を高め、クライアントのデジタルプロモーション効果を最大化している。また、地域発クライアントの価値向上や地域経済の活性化にも寄与し、持続的な事業成長を支えながら、社会に対して多面的なポジティブな影響をもたらす企業として位置づけられる。

同社は、Web サイトの制作・運用に当たりたりレンタルサーバーを利用している。国内自社運営データセンターにおける高性能サーバー環境（NVMe SSD = 高速記憶装置、HTTP/3 対応 = 最新通信プロトコル、独自キャッシュ機構 = 応答速度最適化）を活用することで、アクセス集中時でも安定した接続を確保している。さらに、無料 SSL（通信を暗号化し安全性を確保）や WAF（Web アプリケーションへの不正アクセス防御機能）等のセキュリティ機能を標準搭載することで、安全かつ円滑な通信環境を提供し、ユーザーが安心してサービスを利用できる基盤を整えている。これらの取り組みにより、ユーザーは高速で安定した接続を享受でき、利便性の向上と持続的な利用につながっている。

①SEO 対策

創業以来、累計 300 社以上のクライアントに SEO 対策を提供しており、クライアントの約 7 割が主要キーワードで検索結果 1 ~ 10 位にランクインしている。さらに、年間 5,000 本以上の高品質なコンテンツ制作を行い、検索エンジン経由のアクセスが全体の約 4 割を占めるまでに増加しており、地域のクライアントの情報発信力向上にも貢献している。これらの取り組みにより、クライアントの EC サイトの売上向上にもつながっている。

②SNS 運用

Instagram、X（旧 Twitter）、TikTok など複数のプラットフォームにおいて、累計 50 社以上のクライアントのアカウント運用支援を行っている。具体的には、投稿企画やコンテンツ制作、ハ

ツシュタグ戦略の立案、フォロワーとの双方向コミュニケーションの強化、広告配信の最適化などを行い、情報拡散や共有を促進している。これらの取り組みにより、クライアントのブランド認知度の向上と信頼性の維持に貢献している。

③Web 広告施策

Google 広告、Yahoo!広告、各種 SNS 広告を活用し、創業以来、累計 100 社以上の運用を通じて、ターゲット層に合わせたキーワード選定、広告文や画像・動画の最適化、配信時間帯や地域の調整などを行い、効率的な広告配信と広告費の最適化を支援している。これにより、紙媒体の削減や無駄な広告費の抑制にもつながり、経済面・環境面双方で持続可能性に寄与している。

④ホームページ制作

創業以来、累計 30 サイト以上を手がけ、CMS（コンテンツ管理システム）を導入することで、クライアントが自ら情報更新できる体制を整備している。これにより、迅速な発信が可能となり、ユーザーの離脱率の低減や問い合わせ件数の増加につながり、広報力・集客力の向上に寄与している。

⑤インフルエンサーマーケティング

現在 1,000 名以上のインフルエンサーと連携し、地域産品や持続可能な消費に関する情報発信を支援している。具体的には、商品レビューや体験型コンテンツの発信、SNS キャンペーンの展開、フォロワーとの双方向コミュニケーションを通じ、認知度の拡大と購買意欲の向上を図っている。

⑥採用マーケティング

求める人材像の明確化から情報発信までを一貫して支援している。具体的には、採用専用サイトや SNS を活用した求人情報の発信、社員インタビューや職場紹介動画の制作、ターゲット層に合わせた広告配信などを行い、応募者数の増加と応募者の質の向上を実現している。これにより、地方のクライアントにおいても安定した採用活動の継続が可能となっている。

クライアントの情報発信活動事例（ホームページ）



出典：前田工業株式会社提供 (<https://shoes-recipe.jp>)

5. インパクトの特定

(1) 産業分類別インパクトの状況

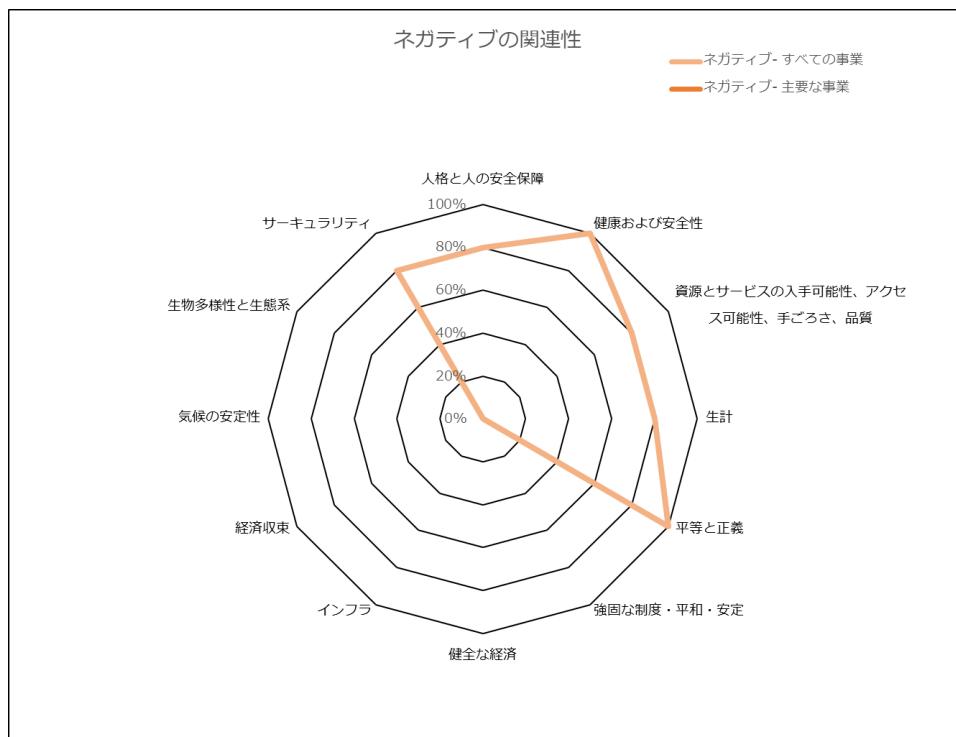
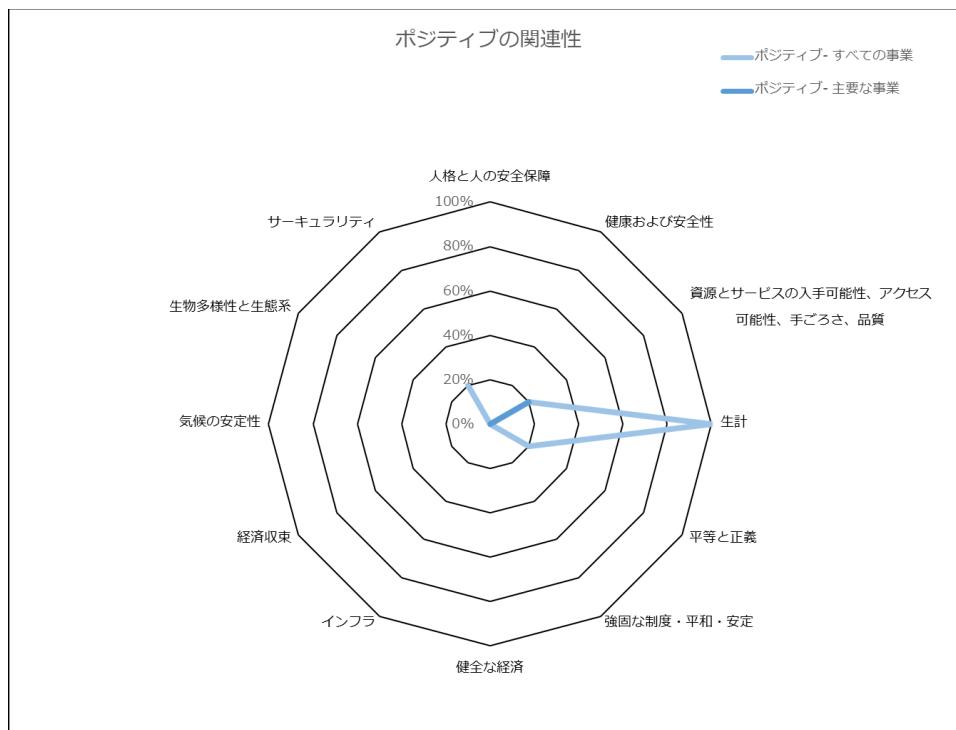
同社の事業について、SEO 対策・SNS 運用・Web 広告施策・ホームページ制作・インフルエンサー・マーケティング、採用マーケティング事業を「7310 広告」に、テレビ CM 制作を「5911 映画、ビデオ、テレビ番組の制作活動」に分類した。「7310 広告」におけるインパクトレーダーの既定値において、ポジティブなインパクトとして発現したインパクトエリアは「生計」となり、ネガティブなインパクトとして発現したインパクトエリアは「人格と人の安全保障」「健康および安全性」「資源とサービスの入手可能性、アクセス可能性、手ごろさ、品質」「生計」「平等と正義」「サーキュラリティ」となった。「5911 映画、ビデオ、テレビ番組の制作活動」におけるインパクトレーダーの既定値において、ポジティブなインパクトとして発現したインパクトエリアは「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」「生計」「平等と正義」「サーキュラリティ」となり、ネガティブなインパクトとして発現したインパクトエリアは「健康および安全性」「平等と正義」となった。各インパクトエリア内で該当したインパクトトピックは以下の通りである。

インパクト カテゴリー	インパクトエリア	インパクトトピック	7310 広告		5911 映画、ビデオ、テレビ番組の制作活動	
			P	N	P	N
社会	人格と人の安全保障 健康および安全性 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	データプライバシー		●		
		—		●		●
		教育			●	
		情報		●	●	
		コネクティビティ			●	
		文化と伝統		●	●	
	生計	雇用	●		●	
		賃金	●	●	●	
		社会的保護		●		
	平等と正義	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		●	●	●
自然環境	サーキュラリティ	廃棄物		●	●	

出典：UNEP FI 分析ツールより当社作成

(2) デフォルトイインパクトレーダー

既定値のインパクトを基に発現したインパクトトレーダーは以下の通りである。



出典：UNEP FI 分析ツールより当社作成

(3) インパクトの特定分析

UNEP FI のインパクト分析ツールにおける既定値を基に、前記の分析を踏まえ、個社別の状況を考慮して、インパクトを特定した。

インパクト カテゴリー	インパクトエリア	インパクトトピック	7310 広告		5911 映画、ビデオ、テレビ番組の制作活動		既定値		決定値	
			P	N	P	N	P	N	P	N
社会	人格と人の安全保障	紛争								
		現代奴隸								
		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								
	資源とサービスの入手可	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								
	生計	雇用	●		●		●			
		賃金	●	●	●		●	●		
		社会的保護	●					●		
	平等と正義	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	強固な制度・平和・安定	法の支配								
		市民的自由								
	健全な経済	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	生物多様性と生態系	気候の安定性	—							
		水域								
		大気								
		土壤								
		生物種								
		生息地								
	サーキュラリティ	資源強度								
		廃棄物		●	●			●	●	

出典：UNEP FI 分析ツールより当社作成

(4) インパクトの特定分析において追加・削除したインパクト

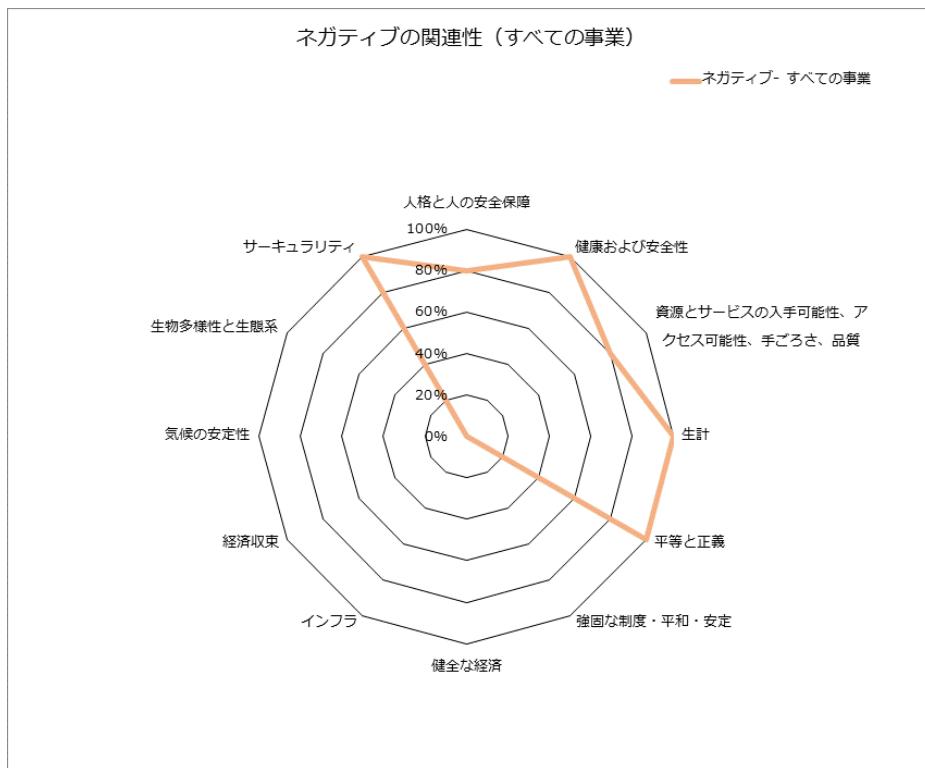
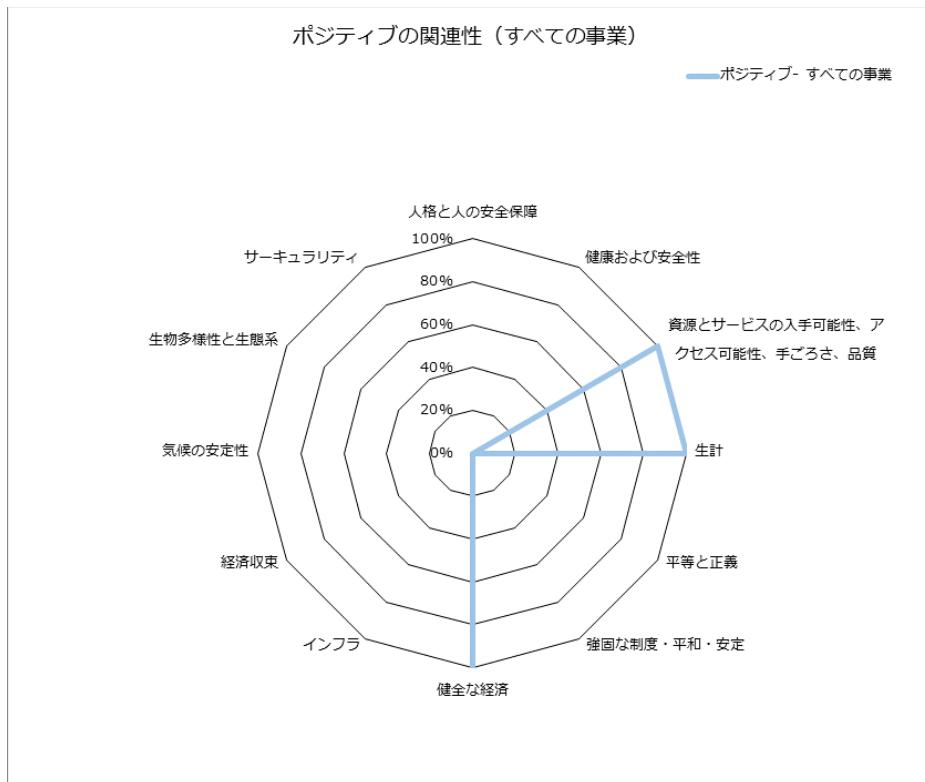
インパクトレーダーの既定値として発現した項目に、包括的分析を行った結果、追加・削除したインパクトは以下の通りである。

インパクト カテゴリー	インパクト エリア	インパクト トピック	P・N	修正内容	修正理由
社会	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	コネクティビティ 文化と伝統	P	削除	通信環境の整備やインフラ構築に資する事業は行っていないため
			P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、文化と伝統への寄与は限定的であるため
			N	削除	広告事業において、文化と伝統に対する虚偽表示につながる事象の発生はないため
	平等と正義	ジェンダー平等 民族・人種平等	P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、ジェンダー平等の促進に資する事業は行っていないため
			P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、民族・人種平等の促進に資する事業は行っていないため
		年齢差別	P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、高齢者の雇用増加に資する事業は行っていないため
			N	削除	事業の特性上、高度なデジタルスキルが求められることから、高齢者雇用を推進しない方針に差別的な意図は認められないため
	その他の社会的弱 者		P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、障がい者をはじめとする少数派の生活安定に資する事業は行っていないため
			N	削除	事業の特性上、高度なデジタルスキルが求められることから、障がい者雇用を推進しない方針に差別的な意図は認められないため
社会経済	健全な経済	零細・中小企業の 繁栄	P	追加	地元中小企業の成長に資する取り組みを行っているため
自然 環 境	サーキュラリ ティ	資源強度	N	追加	社内事務のクラウド化による紙媒体の利用削減に取り組んでいるため
		廃棄物	P	削除	映画、ビデオ、テレビ番組の制作事業において、廃棄物の削減に資する事業は行っていないため

出典：UNEP FI 分析ツールより当社作成

(5) インパクトトレーダーにおけるマッピング

特定したインパクトを基に発現したインパクトトレーダー（すべての事業）は以下の通りとなる。



出典：UNEP FI 分析ツールより当社作成

6. サステナビリティ経営方針

(1) SDGsへの取り組み

同社は、自社の中長期的な企業価値向上と持続可能な経営の実現を目指し、SDGsの達成に向けた取り組みとして、以下の項目において具体的な取り組み内容を表明している。

- ①地域貢献・社会貢献
- ②働きがいある職場
- ③公正な組織体制づくり

株式会社エストリンクス SDGs宣言

当社は国連が提唱する「SDGs(持続可能な開発目標)」に賛同し、持続可能な社会の実現に向けて取り組んでまいります。

令和6年5月22日
株式会社エストリンクス
代表取締役 安藤 悟

SDGsの達成に向けた取り組み

地域貢献・社会貢献

静岡を盛り上げるべく、地域の人材採用、地域の行事への積極的な参画など、地域貢献を通じて、持続可能な社会の実現に貢献します。

【具体的な取り組み】

- ・地元大学生のインターンを受入れ、若い世代を応援します。
- ・地域のイベントをWEBマーケティングを通じ、情報発信することで、地域事業の発展に貢献いたします。
- ・地元の大学にて、WEBマーケティングの講義を実施することで、デジタルに強い次世代を担う人材を育成します。

働きがいある職場

従業員を大切にし、従業員とともに企業も成長します。

【具体的な取り組み】

- ・適切な労働時間や休暇取得を推進し、働きやすい労働環境を提供します。
- ・資格取得のバックアップ、従業員のスキルにあった研修制度を設け、従業員が成長することで企業も成長することを目指します。
- ・育児や介護などの事情があっても、フレックスや在宅勤務制度により自身の価値観やスキルを生かす場所を提供いたします。
- ・女性や障害者等多様な人材を生かすことによりダイバーシティ経営を目指します。

公正な組織体制づくり

法令順守・経営理念に基づく行動を徹底し持続可能な社会を実現します。

【具体的な取り組み】

- ・経営理念の明確化と従業員の経営に基づいた行動の評価を実施いたします。





SDGsとは、Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)の略称で、2015年9月に国連で採択された2030年までの国際目標。持続可能な社会の実現に向けて17のゴール(目標)と169項目のターゲット(達成基準)から構成されている。

出典：同社提供

(2) 社会面における対応

＜データプライバシーに関して取り組んでいる項目、課題等＞

同社は、SEO 対策、SNS 運用、Web 広告施策、ホームページ制作、インフルエンサーマーケティング、採用マーケティング、テレビ CM 制作等を主要業務とし、Web マーケティング領域において多角的なサービスを展開している。これらの業務においては、個人情報を含む多様な情報を取り扱う機会が多く、情報漏洩や誤情報の発信が社会的に重大な影響を及ぼす可能性があることから、情報管理に対する高度な責任が求められる事業分野である。同社は、情報セキュリティ管理責任者を任命し、以下のデータプライバシー保護方針に基づく情報管理体制を整備し、社内運用を徹底している。

●データプライバシー保護方針

1. 業務に必要な最小限に個人情報をのみを収集し、不要な情報は取得しない
2. 社内システムへのアクセス権限を最小化し、パスワード管理及び 2 段階の本人確認を導入する
3. 従業員・顧客から情報を取得する際は、利用目的を明示し同意を得た上で利用する
4. 外部委託先との契約においては守秘義務条項を設け、第三者提供のガバナンスを確保する

さらに、同社は IPA（独立行政法人情報処理推進機構）が推進する中小企業向け情報セキュリティ対策認証制度「SECURITY ACTION（★一つ星）」を自己宣言しており、これに基づく「情報セキュリティ 5 か条」を社内において実践している。

●情報セキュリティ 5 か条（IPA が定める基本対策）

1. OS やソフトウェアの最新化
セキュリティ更新プログラムを適用し、脆弱性を放置しない体制を整備
2. ウイルス対策の徹底
ウイルス対策ソフトを導入し、最新の定義ファイルを維持しマルウェア感染を防止
3. パスワードの強化
複雑で推測されにくいパスワードを設定し、定期的に変更するルールを運用
4. 共有設定の見直し
ファイルやフォルダのアクセス権限を適切に管理し、不要な共有を排除
5. 脅威や攻撃手口の理解
フィッキングや標的型攻撃などの最新手口を理解し、従業員教育を実施

これらの取り組みにより、同社は、不正アクセス、情報漏洩、滅失、毀損等のリスクに対して組織的かつ継続的な対策を講じており、個人情報の適切な取り扱いを確保する体制を構築している。創業以来、個人情報漏洩事故の発生はなく、適正な管理が維持されている。

また、部門横断的なリスク共有及び事例検討の場として社内勉強会を継続的に開催し、全社的なリスク意識の統一と定着を図っている。

将来的には、情報セキュリティ対策の一層の強化を目的として、「SECURITY ACTION（★一つ星）」の実施内容の確認及び報告書作成を進めたうえで、「SECURITY ACTION（★★二つ星）」の登録を予定している。これにより、クライアントや関係機関に対し、同社の情報セキュリティに対する姿勢と具体的な取り組みをより明確に示すことができ、対外的な信頼性の一段の向上が見込まれる。

同社はこれまで取り組んできた情報セキュリティ意識の醸成と対策の定着を基盤として、今後も継続的に体制の強化を推進していく方針である。

＜健康および安全性、社会的保護に関して取り組んでいる項目、課題等＞

同社の事業はオフィスワーク中心であり、比較的労働災害リスクが低い環境にある。具体的には、オフィス内設備や什器の定期点検（転倒・故障防止）、勤怠システムによる労働管理と過重労働防止、定期健康診断の実施、婦人科検診の受診促進、予防接種費用及びがん保険の保険料全額の会社負担に加え、健康上の理由による休職時の保護制度（同社独自の見舞金）など、危険防止と保健衛生のための取り組みを継続している。創業以来、軽微なものを含め労働災害事故の発生はなく、安全管理に対する高い意識と体制が維持され、既に労働災害事故発生ゼロは定着している。同社の2024年度（2025年2月期）における従業員1人当たりの月間平均残業時間は22.4時間、年間平均有給休暇取得日数は7.9日であった。残業については、働き方改革の一環として2020年12月よりクラウド勤怠管理システムを導入し、労働時間の管理体制を強化してきた。勤務状況のリアルタイム記録や自動アラート通知、月次レポートの集計・分析機能を活用することで、時間外労働の早期把握と是正、業務負荷の均等化を図っている。今後は、月間平均残業時間の削減をKPIとして設定し、労働時間の適正管理を徹底するとともに、長時間労働の抑制を目指す方針である。

有給休暇については、取得促進のため勤怠管理システムを活用した計画的な取得管理を行っている。従業員はシステム上で有給休暇の申請・取得計画を登録し、各部署の取得状況は総務担当が定期的にモニタリングしている。特定の従業員や部門に取得の偏りが生じないよう、管理職がシステムのデータを基にフォローアップを行い、従業員の事情に応じた柔軟な体制を整えながら、計画的な休暇取得を促進している。今後は、年間平均有給休暇取得日数の増加をKPIとして設定し、システムを活用した計画と実績の管理をさらに徹底していく方針である。

＜教育、社会的保護に関して取り組んでいる項目、課題等＞

同社は、全従業員を対象とした四半期ごとの全社ミーティングを定期的に開催し、経営方針や重要事項の共有を図っている。組織変更や人事関連の情報は社内チャットツールで随時発信し、迅速かつ的確な情報伝達体制を構築している。新入社員に対しては、入社直後に1週間の集中研修

を実施し、基本理念や基礎的な業務知識に加え、情報セキュリティ及びコンプライアンス教育を体系的に行うことで、早期の業務定着と組織文化の理解促進を図っている。

リーダー職及びその候補者に対しては、月1回の社内研修に加え、年間を通じた外部研修制度（例：コミュニケーション研修、リーダーシップ研修等）を設けており、マネジメントスキル、業界知識、人材育成、組織運営など多岐にわたるテーマへの理解を深める機会を提供している。2023年度以降は毎年5名以上が受講しており、次世代人材の計画的な育成が継続的に推進されている。

同社は、従業員の専門知識習得を支援するため、社外セミナー受講や資格取得に対する費用補助制度を導入している。推奨資格として「ウェブ解析士」²や「SEO検定」³を指定しており、資格取得支援を通じて専門スキルの向上を促進している。

「ウェブ解析士」は、アクセス解析やWebサイトの改善提案に必要なスキルを評価する資格で、データに基づくマーケティング施策立案の場面で活用される。「SEO検定」は、検索エンジンの最適化に関する基礎から応用までの知識を評価する資格で、クライアントサイトの検索順位改善・集客戦略策定に活用される。

これにより、変化の激しいデジタルマーケティング業界において、従業員が最新知識を継続的に習得し、クライアントや地域社会への価値提供力の強化につながっている。

また、これらの教育施策を昇格・評価制度と連動させることで、学習成果を組織全体の成長に結びつけています。加えて、外部研修参加者が社内で学びを共有する仕組みを整備し、獲得した知識やスキルが組織全体へ波及する環境を構築している。こうした教育体制は、学習文化の醸成、従業員のモチベーション維持、離職防止にも資するものであり、同社の安定的かつ持続的な成長を支える重要な基盤となっている。同社は今後も、推奨資格の取得者数の増加を図る方針である。同社の資格取得状況は以下の通りである。

資格別取得者状況（2025年10月31日時点）（単位：名）

資格名	取得者数
上級ウェブ解析士	3
ウェブ解析士	7
SEO検定1級	1
SEO検定3級	5
累計資格取得者数	16

² ウェブ解析士は一般社団法人ウェブ解析士協会が実施する認定資格で、アクセス解析、データ分析、改善提案などの基礎・実務能力が評価される。上位資格として上級ウェブ解析士があり、プロジェクトマネジメントやコンサルティング能力も評価対象となる。

³ SEO検定は一般社団法人全日本SEO協会が運営する資格試験で、3級から1級までのレベルが設定されている。検索エンジン最適化に関する基礎・実務能力が評価される。

同社は、静岡県内の3つの大学などの教育機関において、経営・Webマーケティング・起業に関する、本業で培った専門知識を活かした講義を実施している。2019年の講義開始以来、延べ510名の学生に対して実務的な知識提供やキャリア形成に関する助言を行ってきた。これにより、学生が地域産業やビジネスの実態を理解し、将来の進路選択や職業観の形成に役立つ学習機会を得ることにつながっている。

また、2024年には、市民大学講師として「企業のデジタルマーケティング戦略と成功要因」と題した地域住民向けの講座も開講し、幅広い年代に対する継続的な学びの機会を創出している。さらに、学生向けのキャリア支援イベントやトークセッションへの参画を通じて、働き方や業界構造に対する理解を深め、地域社会における人材育成と学習文化の醸成にも寄与している。

これらの活動は、年齢や属性を問わず学習機会を提供することで地域の教育基盤を強化し、将来の人材育成及びキャリア形成を支援する取り組みとして評価できる。

＜雇用、ジェンダー平等に関して取り組んでいる項目、課題等＞

同社では、女性役員・女性管理職の登用実績はまだないものの、女性従業員比率は42.8%を占めている。女性従業員には営業、制作、マーケティング戦略、人事など幅広い職域で活躍の機会を提供し、研修やセミナーを通じてマネジメントスキル向上を支援している。また、結婚・出産・育児などのライフイベントを経てもキャリアを継続できるよう、在宅勤務や時短勤務制度など柔軟な働き方を整備している。さらに、インターンシップ制度を通じて若年層との接点を強化し、地域における雇用創出にも取り組んでいる。短期・長期インターンシップ制度を導入し、過去6年間(2019年～2024年)に常時5名前後のインターンシップ生を受け入れており、2025年10月31日現在では8名が在籍している。

同社は、2025年10月31日時点で、過去2年間に4名のインターンシップ生を正社員として採用しており、2026年卒業予定者からも2名の採用を予定している。今後もインターンシップ生からの正社員採用を継続し、業務適性や意欲を確認した上で雇用を通じて、地域人材の定着と安定的な雇用確保に寄与していく考えである。

同社は今後も、積極的な受注拡大を目指し、従業員数の増加や女性従業員比率の向上、女性管理職の登用促進などを図り、地域社会における持続的な雇用創出に取り組む方針である。

同社の2025年10月31時点における役員を含む従業員の職務別状況は以下の通りである。

従業員の内訳 (単位:名)

種類	男性	女性	合計
役員	3	0	3
従業員	13	12	25
└ 管理職（プロジェクトマネージャー）	4	0	4
合計	16	12	28
アルバイト・パート	1	10	11
インターンシップ生	2	6	8
合計	3	16	19

＜賃金に関して取り組んでいる項目・課題等＞

同社の従業員は平均年齢 30.6 歳であり、同業種（令和 6 年賃金構造基本統計調査：インターネット付随サービス業、平均年齢 39.4 歳）の平均賃金と比較すると低い水準となっている。これは従業員の若さや経験段階を反映したものである。

同社は、従業員個人の業務成果とチームでの協働の双方を総合的に評価する制度を整備している。年 2 回の人事評価において、業務成果、勤務態度、スキル習得、創意工夫、チーム貢献を評価指標とし、昇給・賞与・昇格に反映している。評価は自己評価、上長評価、役員評価の三段階で実施され、公平性及び透明性の確保に努めるとともに、数値目標に加え質的指標も重視している。

加えて同社は、専門性向上に取り組む従業員を支援するため、推奨資格としている「ウェブ解析士」や「SEO 検定」の資格保有者に対し、毎月、基本給とは別に資格手当を支給している。これにより、学習意欲の促進と専門人材の育成を図っている。

同社は 2022 年度から 3 年連続で、従業員のモチベーション向上を目的に各年度 2% のベースアップを実施してきた。今後も従業員の公正な処遇と成長を支えるため、賃金ベースアップに関する KPI を設定し、段階的な改善を図る方針である。

（3）社会面及び社会経済面における対応

＜情報、零細・中小企業の繁栄に関して取り組んでいる項目、課題等＞

同社は、検索エンジンの仕組みを綿密に研究し、その成果を生かして検索上位に表示される多数の Web メディアを運営している。近年、インターネット上で購買行動が拡大する中、エンドユーザーが必要な情報へたどり着きにくいことや、クライアントの情報が十分に届かないといった課題が存在する。同社の Web メディアは、類似製品・サービスの比較情報を提供し、エンドユーザーが自身のニーズに合ったサービスへ自然に到達できるよう設計されている。これにより、エンドユーザーは必要な情報を円滑に取得でき、クライアントは届けたい情報を効果的に発信できる。こうした取り組みは、情報アクセス性の向上を通じて社会にポジティブなインパクトをもたらしている。

さらに同社は、誤解を招く情報発信の防止を重要な責務と位置付け、広告表現や比較情報の妥当性に関する方針およびルールを社内規程として整備している。「不当景品類及び不当表示防止法」をはじめとした関連法令の遵守を徹底するため、コンテンツ制作・公開の各工程でチェック体制を設けるほか、従業員への定期的な教育を実施することで、正確性と透明性を担保した情報提供を行っている。

静岡県内の履物製造企業や茶製造企業に対して実施した電子商取引のサイト構築・運営支援では、月間売上高を平均 1.5 倍に増加させ、県外消費者へのアプローチやブランド認知の向上に貢献した。また、販売戦略の立案支援やデジタルマーケティング施策を通じて、従来の販路の制約や認知不足の解消を図り、クライアントが効率的に情報を発信・収集できる基盤整備に寄与している。

同社は今後も、地元企業の成長支援を目的としたマーケティング支援を通じて、地域産業の発展に継続的に取り組む方針である。

同社は、上場企業、中小企業、自治体、教育機関など約300社のクライアントを有しており、特に地域に根ざした零細・中小企業の支援に注力している。そのうち中小企業は280社にのぼる。デジタル社会における企業の持続的成長を支援するため、Webマーケティングを通じて経営基盤の強化に貢献している。具体的には、SEO対策、SNS運用、Web広告施策、ホームページ制作、インフルエンサーマーケティング、採用マーケティング、テレビCM制作を一体的に提供し、限られた予算でも効果的な集客・採用活動を可能としている。これにより、零細・中小企業も大企業と同等の情報発信力を確保し、販路拡大や人材確保を実現できる。同社の支援体制は、社内複数部門が連携し、戦略立案から制作・配信・分析まで一気通貫で対応する構造となっている。

Webプロモーション事業フロー



区分	担当	主な役割・内容
1.クライアント	営業	クライアントからの受注
2.企画	プランニング	戦略立案、ターゲット分析
3.制作	デザイン	LP・バナー・動画などの制作
4.開発	Web制作／開発	CMS構築、SEO対策、タグ設置
5.配信	広告運用	SNS・リスティング広告、インフルエンサー活用
6.エンドユーザー	—	アクセス数・購買量の増加
7.購買行動分析・改善提案	アナリスト／企画	購買データ分析、改善施策立案、PDCAへのフィードバック

このような社内完結型の体制により、マーケティング支援の質とスピードを両立し、零細・中小企業の多様なニーズに柔軟かつ的確に対応することが可能となっている。特に静岡県内においては、地場の中小企業との取引実績が多数あり、地域経済の活性化に寄与している。

同社は今後もこの方針を継続し、マーケティング支援先数の拡大を通じて、地域中小企業の競争力向上と持続的な繁栄に貢献していく方針である。

(4) 自然環境面における対応

<資源強度、廃棄物に関して取り組んでいる項目>

同社は、契約書、請求書、勤怠管理、社内稟議などの業務の電子化を進め、クラウドベースのシステムにより効率的に管理している。具体的には、電子契約システムの導入により契約書や請求書を電子送付に切り替え、クラウド勤怠管理システムの導入により紙のタイムカードや休暇申請書を廃止するなどして、紙資源の消費削減を徹底している。さらに、Web マーケティング事業におけるクライアントへの提案や説明資料も PC やタブレットを活用しており、紙の印刷物は使用していない。同社における紙の年間使用枚数は A4 判換算で 2024 年度は 5,662 枚であり、過去 5 年間で約 30% 削減している。また、廃棄物の分別・リサイクルも徹底して実施されている。

これらの状況から、同社では紙使用量は少なく管理も十分に行われている。今後もコピー機やプリンターでの紙使用抑制など、日常的な管理を継続していく方針である。

7. KPI の決定

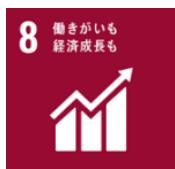
(1) ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項

①社会面

テーマ	資格取得者の増加
インパクトエリア/ トピック	教育
取組内容	資格取得支援による従業員の専門スキル向上
SDGs との関連性 	<p>4.3 : 2030 年までに、全ての人々が男女の区別なく、手の届く質の高い技術教育・職業教育及び大学を含む高等教育への平等なアクセスを得られるようにする。</p> <p>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。</p>
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・2030 年度までにウェブ解析士、SEO 検定 3 級の新規資格取得者をそれぞれ 5 名以上とする <p>※2031 年度以降の目標は改めて設定する</p>

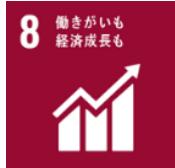
テーマ	地域人材の定着と安定雇用の推進
インパクトエリア/ トピック	雇用
取組内容	インターンシップ制度を通じた安定的な雇用確保
SDGs との関連性 	<p>8.5 : 2030 年までに、若者や障害者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一価値の労働についての同一賃金を達成する。</p>
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップ生からの正社員採用人数を毎年度 2 名以上とする

②社会面及び社会経済面

テーマ	サプライチェーンの発展・拡大
インパクトエリア/ トピック	情報、零細・中小企業の繁栄
取組内容	マーケティング支援実施による中小企業の競争力向上と持続的な繁栄
SDGs との関連性 	8.2 : 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化、技術向上及びイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する。 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。
KPI	・中小企業のマーケティング支援先数を毎年 25 先以上増加させる

(2) ポジティブなインパクトの成果が期待できる事項及びネガティブなインパクトの低減が必要となる事項

①社会面

テーマ	ダイバーシティ経営の推進
インパクトエリア/ トピック	ポジティブ：雇用 ネガティブ：ジェンダー平等
取組内容	ダイバーシティ経営の推進による雇用増加と女性の社会進出支援
SDGs との関連性   	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、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。
KPI	・2034 年度までに従業員を 35 名以上、女性従業員を 17 名以上とする ・2034 年度までに女性管理職（プロジェクトマネージャー）を 2 名以上とする

(3) ネガティブなインパクトの低減が必要となる事項

①社会面

テーマ	個人情報保護法などの広告関連法規、自主規制等の順守
インパクトエリア/ トピック	データプライバシー
取組内容	個人情報漏洩事故発生ゼロの継続とデータセキュリティ(★★二つ星)の登録
SDGsとの関連性 	16.10：国内法規及び国際協定に従い、情報への公共アクセスを確保し、基本的自由を保障する。
KPI	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報漏洩事故発生ゼロを継続する 2027年度までにデータセキュリティ(★★二つ星)を登録する

テーマ	従業員の健康と職場の安全性の確保
インパクトエリア/ トピック	健康および安全性
取組内容	残業時間削減、有給休暇取得促進による従業員の健康と職場の安全性の充実
SDGsとの関連性  	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
KPI	<ul style="list-style-type: none"> 2028 年度までに 1 人当たりの月間平均残業時間を 15 時間以下とする 2028 年度までに 1 人当たりの年間有給休暇取得日数を 15 日以上とする <p>※2029 年度以降の目標は改めて設定する</p>
テーマ	従業員のモチベーションの向上と採用における競争力の強化

インパクトエリア/ トピック	賃金
取組内容	ベースアップ実施
SDGs との関連性 	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。
KPI	・ベースアップを毎年 2%以上実施する

(4) ネガティブなインパクトとして特定しているものの KPI を設定しないもの

インパクトエリア/ トピック	設定しない理由
社会的保護	福利厚生制度が整備されており、社会的保護の観点から十分な取り組みが実現しているため。
資源強度、廃棄物	業務の電子化やクラウド勤怠管理システムの活用により紙資源の使用を削減し、廃棄物の分別・リサイクルも徹底されているため。

8. モニタリング

(1) モニタリング体制

同社では、本 PIF の組成に当たり、統括責任者を安藤悟代表取締役社長、プロジェクトリーダーを吉松京介取締役とし、コーポレート部門内にプロジェクトチームを組成した。同社の経営理念を基に、事業実績、企業活動等の棚卸しを行い、本 PIF のインパクトの特定及び目標と KPI の策定を行った。

本 PIF 実行後においては、決定したインパクトの内容や KPI を全体会議等で従業員へ周知し、関連するサプライチェーンへも通達し、達成に向けた連携を図り、同社全体で KPI の達成に向けた推進体制を構築していく。

統括責任者

代表取締役社長 安藤 悟氏

プロジェクトリーダー

取締役 吉松 京介氏

プロジェクトチーム

コーポレート部門 総務担当

(2) モニタリングの頻度と方法

本 PIF で設定した KPI 及び進捗状況については、同社と清水銀行及び当社の担当者が定期的な場を設け、共有する。会合は少なくとも年に 1 回は実施するほか、日頃の情報交換や営業活動の場等を通じて実施する。清水銀行は、KPI 達成に必要な資金及びその他ノウハウを提供することで、KPI 達成をサポートする。また、モニタリングの結果、当初想定と異なる点があった場合には、清水銀行は、同社に対して適切な助言・サポートを行う。

本評価に関する説明

1. 本評価書は、清水地域経済研究センターが、清水銀行から委託を受けて作成したもので、清水地域経済研究センターが清水銀行に対して提出するものです。
2. 清水地域経済研究センターは、依頼者である清水銀行及び清水銀行がポジティブ・インパクト・ファイナンスを実行するエストリンクスから供与された情報やエストリンクスのインタビュー等で収集した情報に基づいて、現時点での状況を評価したものであり、将来における実現可能性、ポジティブな成果・見通し等を保証するものではありません。
3. 清水地域経済研究センターが本評価に用いた情報は、信頼できるものと判断したものではあるものの、その正確性等について独自に検証しているわけではありません。清水地域経済研究センターはこれらの情報の正確性、適時性、完全性、適合性その他一切の事項について、何ら表明または保証するものではありません。
4. 本評価は、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」に則って行っております。

〈評価書作成者〉

〒424-0941

静岡市清水区富士見町 2 番 1 号

株式会社清水地域経済研究センター

築地 弘隆

Tel 054-355-5510、Fax 054-353-6011