

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社 GLOBAL GROVE 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 GLOBAL GROVE 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」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6月22日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社 GLOBAL GROVE 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 GLOBAL GROVE（「GLOBAL GROVE」）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、GLOBAL GROVE 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、GLOBAL GROVE 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

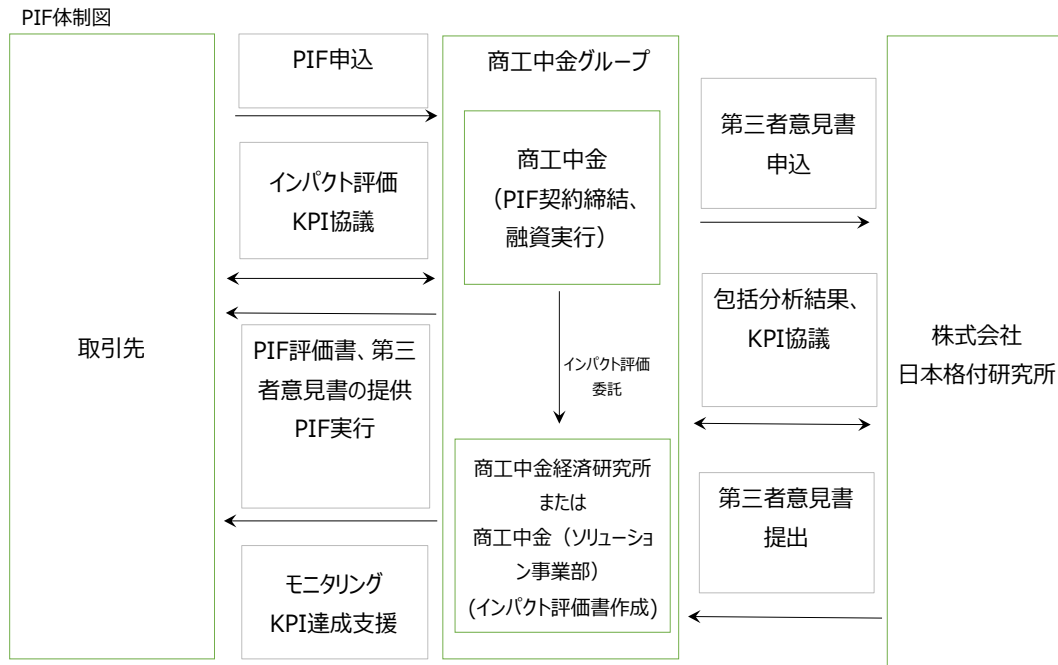
PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジェクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

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

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。

価値ツールを確立したことを確認した。

(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 GLOBAL GROVE 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

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当アナリスト

川越 広志

川越 広志



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」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行います。

■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、プロンカー・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

2026年6月22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 GLOBAL GROVE（以下、GLOBAL GROVE 及び同社）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当たって、GLOBAL GROVE 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・評価に当たっては、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」に整合させた上で、中堅・中小企業[※]に対するファイナンスに適用しています。

[※]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 ビアポン文化の形成
 - 2.3 経営理念と店舗コンセプト
 - 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 GLOBAL GROVE
借入金額	350,000,000 円 (コミット型タームローン)
資金使途	店舗出店資金
モニタリング期間	7 年
モニタリング実施時期	毎年 2 月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	東京都豊島区東池袋 4 丁目 21-1 アウルタワーオフィス 301
設立	2014 年 12 月 25 日
資本金	50,000,000 円
従業員数	338 名 (2025 年 12 月期アルバイト含む)
事業内容	1. 店舗運営事業 2. ビアポン、ダーツ、ゲーム機器レンタル事業
店舗網	東京都区内 34 店、都区外 5 店、東京都を除く関東圏 11 店、 その他 4 店 (大阪市、仙台市、福岡市 2 店) (2026 年 2 月時点直営・FC 合計)

【業務内容】

- GLOBAL GROVE は、東京都豊島区東池袋に本社を置き、アミューズメントバー事業を中心に展開する企業である。同社の小森社長は、「楽しいを思い出に！」を経営理念に掲げ、首都圏を中心に全国主要都市へ店舗網を広げ、飲食と娯楽を融合した独自のサービスを提供している。同社は 2004 年にスロットマシンレンタル業を開始し、その後アミューズメントバー事業に参入し、ダーツやビアポン（*1）、カラオケを中心とした娯楽空間を提供する店舗を首都圏で展開した。事業譲渡により一時的に規模を縮小したものの、既存店舗の収益安定化と新規出店により再び拡大基調

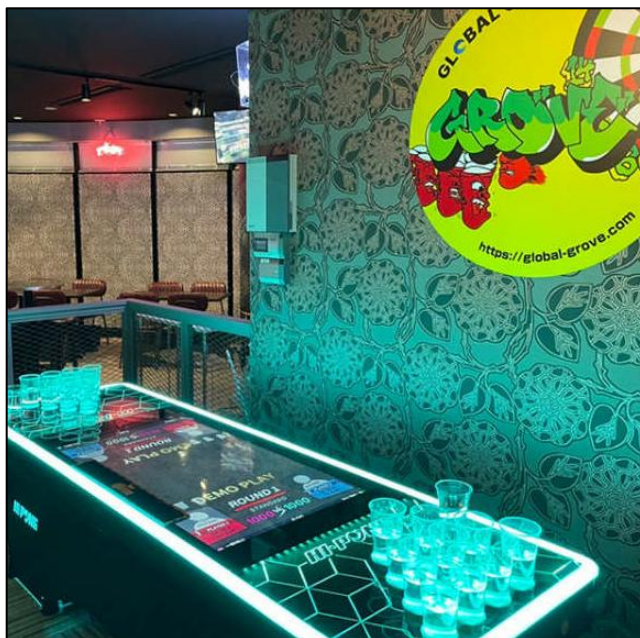


に転じている。現在は年間 5～10 店舗のペースで出店を進めており、2026 年 2 月時点の店舗数は 54 店（直営店 34 店、FC 店 20 店）に達し、全国展開を加速している。

店舗ロゴ：資料 GLOBAL GROVE 公式ウェブサイトより引用

（*1）ビアポン（Beer Pong）とは、テーブルの両端に並べた水やビール入りのカップにピンポン玉を投げ入れ、相手のカップをすべてなくすことを目指すアメリカ発祥のパーティーゲームのこと。

<GLOBAL GROVE のビアポン>



資料 GLOBAL GROVE 公式ウェブサイトより引用

- 事業は大きく二つに大別される。第一は、直営店舗における飲食及び娯楽サービスの提供である。「ビアポンバーGROVE」等として店舗展開を進め、ダーツやビアポン等のゲーム性を取り入れ、顧客に非日常体験を提供することを重視している。第二は、ダーツ機器や共同開発したビアポンマシンの

レンタル・販売事業である。これによりイベント業者や飲食店等法人顧客への BtoB 取引も手掛け
ている。ただし、法人向け取引は事業全体では限定的で、補完的な位置付けにとどまる。商標登
録により「GLOBAL GROVE」ブランドを保護し、ビアポンマシンの名称利用を独占している点が特
徴的である。









資料 GLOBAL GROVE 公式ウェブサイトより引用

- 同社の強みは、首都圏を中心とした広範な店舗網と、共同開発のビアポンマシンを活用した差別化戦略にある。ターゲットは 20～30 代の若年層で、SNS やウェブ広告を用いたプロモーションにより、高い認知度を確保している。イベント開催やキャンペーン告知を通じて話題性を創出し、リピーター獲得にも注力している。
- 今後は、関東圏におけるブランド認知度をさらに高めるとともに、地方都市への進出を加速させる方針である。特に、日本におけるビアポン文化の普及を通じて新たな顧客層を獲得し、店舗網の拡大を図る。また、従業員の処遇改善や福利厚生充実を進め、人材確保と組織体制の強化につなげ、持続的な成長の実現を目指す。さらに、サステナブル経営を重視し、ステークホルダーとの信頼関係を深めることで、日本におけるビアポンの競技文化の普及を図る。

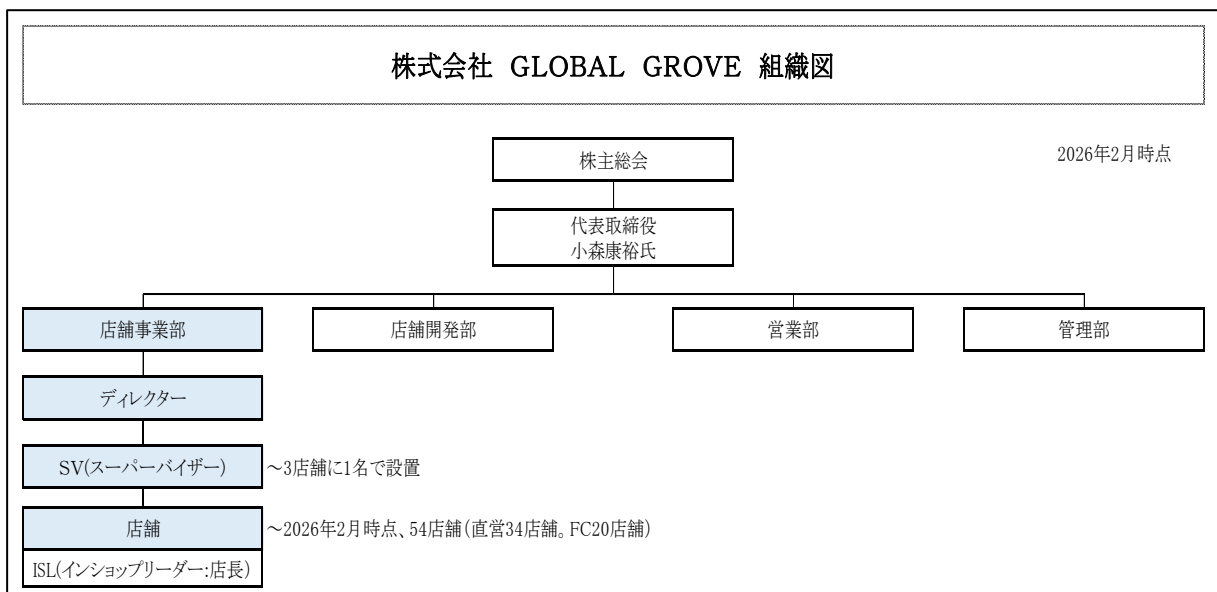
【店舗 例】

東京

 <p>ピアボンバーGROVE 神田3F店</p> <p>東京都千代田区内神田3-20-6 第108東京ビル3F TEL : 03-6206-4246</p>	 <p>THE DAY Cafe Resort 小伝馬町店</p> <p>東京都中央区日本橋小伝馬町12-5 小伝馬町KDKビル3F TEL : 03-5614-0227</p>	 <p>THE DAY Cafe 赤坂店</p> <p>東京都港区赤坂2-14-31 ウインド赤坂ビル4F TEL : 03-5544-8600</p>
 <p>Darts cafe GROVE 神田6F店</p> <p>東京都千代田区内神田3-20-6 第108東京ビル6F TEL : 03-3251-5999</p>	 <p>ピアボンバーGROVE 新宿店</p> <p>東京都新宿区歌舞伎町1-23-15 SUZUYAビル6F TEL : 03-6233-9090</p>	 <p>ピアボンバーGROVE 新宿店</p> <p>東京都港区新橋3-16-12 第一横山ビルB1F TEL : 03-6450-1848</p>

資料 GLOBAL GROVE 公式ウェブサイトより引用。店舗の詳細は、<https://global-grove.net/business/>を参照。

【組織図】



資料 GLOBAL GROVE 提供資料を商工中金経済研究所にて加筆修正

【沿革】

2004年	スロットマシンレンタル業を開始
2005年	ダーツカフェ GROVE 神田店を開店
2007年	(旧) 株式会社 GLOBALGROVE を設立 アミューズバー-GROVE 金町店 ビアポンバー-GROVE 神田店 アミューズバー-GROVE 関内店 を開店
2014年	株式会社 GDO 設立
2019年	ビアポンバー-GROVE 池袋東口店を開店
2020年	株式会社 GDO を (新) 株式会社 GLOBAL GROVE に社名変更 ビアポンバー-GROVE 池袋西口店 ビアポンバー-GROVE 横浜店 The Day Café Resort 小伝馬町店 を開店
2020年 7月	ビアポンマシン開発、レンタルスタート
2021年	The Day Café 赤坂店 ビアポンバー-GROVE 新宿店 ビアポンバー-GROVE 新橋店 ビアポンバー-GROVE 西新宿店 ビアポンバー-GROVE 六本木店
2022年	ビアポンバー-GROVE 赤羽店他、都内に 6 店舗を開店
2023年	ビアポンバー-GROVE 上野店他、都内中心に 6 店舗を開店
2024年	ビアポンバー-GROVE 大宮店他、都内や大阪、福岡等に 12 店舗を開店
2025年	ビアポンバー-GROVE 仙台店他、都内中心に 8 店舗を開店

2.2 ビアポン文化の形成

- 競技化と社交の交差点としてのビアポン
 - ビアポンは、テーブル上に並べたカップへピンポン球を投げ入れるシンプルなルールを持ちながら、社交性・ゲーム性・イベント性を兼ね備えた文化へと発展してきた。発祥はアメリカの大学キャンパス文化に根差すとされ、当初は即興的で非公式な遊びだったが、次第にルールが標準化され、イベントとして定着し、商業化やデジタル化を経て、国や地域を超えて共有される「場のフォーマット」へと進化した。ビアポンの文化形成は、アルコール消費に伴うリスク認識と、遊び・競技としての健全化とのバランスを取る試行錯誤の過程でもある。
- 海外における形成：キャンパスから競技シーンへ
 - 米国では、学生のハウスパーティーやフラタニティ文化を背景にビアポンが普及した。初期は地域や家庭毎に多様なローカルルールが存在したが、繰り返し行われる中でカップ配置や投球距離等の基本要素が共通化され、公平性と再現性が高まった。なお、フラタニティ文化とは、主にアメリカの大学で見られる男子学生の社交クラブ（Fraternity）や女子学生の社交クラブ（Sorority）を中心とした文化を指す。
 - 2000年代以降、「World Series of Beer Pong」（以下、WSOBP）等の大会が創設され、賞金制度やスポンサーシップ、メディア露出の増加によって、ビアポンは余興から競技へと発展した。専用テーブルや公式ガイドラインの整備により、観戦性と参加しやすさが向上し、バーやクラブでの常設台の設置やイベント会社による企画等、商業インフラも形成された。参加層は学生に加え、社会人、旅行者、競技志向のプレーヤーへと拡大した。
 - SNS や動画配信はトリックショットやルール解説の拡散に適しており、世界的な普及を後押しした。ハッシュタグによる投稿文化はイベントの発見性とコミュニティ形成を促進した。同時に、未成年飲酒防止や衛生管理が高まり、競技団体はノンアルコールを用いる「ドライ・ビアポン」を推奨する等、飲酒とゲームを分離する動きが文化の成熟に寄与した。
- 日本国内の形成：輸入文化の適応と再文脈化
 - 日本では東京や大阪といった都市部のバーやクラブで導入が進み、訪日外国人や留学生、海外経験のある若者層を中心に普及している。渋谷や六本木等のナイトスポットでは、音楽イベントやスポーツバーと連動し、ビアポン用専用テーブルの常設やイベント化が進んでいる。大学の国際交流サークルでも、会議や打ち合わせ、研修の場で、参加者同士の緊張をほぐし、円滑なコミュニケーションを促すアイスブレイク（*2）として取り入れられている。
 - （*2）アイスブレイクとは、会議や打ち合わせ、研修等で参加者の緊張を和らげ、円滑なコミュニケーションを促すために行う短時間の活動や話題を指す。心理的な壁を取り除き、場の雰囲気をやわらげ、参加者間の距離を縮める目的で用いられる。
 - 店舗は予約制やエントリーフィーを導入して混雑時の運営を調整し、衛生管理や騒音対策を徹底している。景品提供やリーグ戦形式を活用し、常連客の定着と新規参加者獲得を両立させている。未成年飲酒防止のためには、年齢確認の徹底、飲酒基準の明確化、代替飲料の提供、安全管

理マニュアルの整備が求められる。

- 近年は健康志向の高まりからノンアルコールや水でのプレーが広がり、スポーツ性や集中力を重視する傾向が強まっている。企業イベントではハラメント防止の観点からノンアルコール版を採用する事例も増えている。
 - こうした国内での普及を支えているのが、日本ビアポン協会である。同協会はアメリカ発祥のスポーツ「ビアポン」の国内定着を目的に 2010 年に発足し、国際基準に基づく大会運営や日本代表の育成を行っている。WSOBP 世界大会への出場を目指し、ルール整備や普及活動を通じて競技環境の整備を推進している。
- アルコールに関する論点：リスク管理と文化の持続可能性
- ビアポンは「盛り上がるほど飲酒量が増える」構造を持つため、急性アルコール中毒や事故リスクへの配慮が欠かせない。運営者や参加者は、ペース配分、代替飲料の活用、休憩、水分補給、帰宅手段の確保を文化として定着させる必要がある。
 - アルコール飲料におけるハームリダクション（*3）とは、過度な飲酒による健康被害を減らすため、低アルコール製品の選択や適量飲酒の啓発を通じてリスクを最小化する取り組みを指す。この観点では、低アルコール飲料の使用、摂取量の管理、勝敗と飲酒量の分離、ノンアルコールへの切り替え、救護体制の明示が有効である。

（*3）アルコール飲料におけるハームリダクション（Harm Reduction）とは、飲酒による健康被害や社会的リスクを完全にゼロにするのではなく、現実的な範囲でその害を減らすことを目的とした取り組みや考え方を指す。
 - 衛生面では、カップの清潔保持や球の洗浄用水の分離が重要である。また、飲酒しない選択を尊重する設計も不可欠であり、罰ゲームや飲酒強制を排して誰もが参加しやすい環境を整えることが望ましい。
 - ビアポンは即興性と戦略性を兼ね備え、初心者でも参加しやすく、協調や技術向上を促す点でコミュニティ形成に寄与する。一方で、未成年飲酒の防止、過度な飲酒や騒音の抑制、衛生・安全管理、包摂性の確保といった課題がある。今後は、ノンアルコール大会や地域イベント、安全講習、企業のウェルビーイング施策との連携を通じて、「責任ある楽しみ」として文化定着させることが期待される。
- 【日本ビアポン協会でのアルコール飲料におけるハームリダクション事例】
- ・タイムリミット制導入：1 ターン 45 秒、延長 15 秒等、集中飲酒による過剰摂取の防止
 - ・飲酒強制回避：WSOBP ルールでは、すべてのカップには水を使用するとされている。また、ゲーム内でのいかなる場面においても、飲用を強制・奨励してはならないとされており、ビアポンに関するすべての地域法を遵守しなければならないとしている。日本ビアポン協会の公式ウェブサイトでは、「現在では衛生上や法令の理由で、カップに飲み物を入れることを禁止しております」と記載されている。
 - ビアポン文化は、海外では大学発の草の根的な広がりから競技化・商業化・デジタル拡散へと展開し、日本では都市ナイトライフとサービス品質の文脈に適應しながら、徐々にノンアルコール化やライト化の潮流を取り込んできた。鍵となるのは、アルコールとゲームの切り分け、ハームリダクションの規範化、イ

ンクルーシブな空間づくりである。これらを設計に反映させることで、ビアポンは単なる飲酒ゲームではなく、安心・安全で創造的な社交文化として持続的に発展し得る。

2.3 経営理念と店舗コンセプト

「人と人のコミュニケーションを大切にし、その時の楽しさが思い出になるようなお店作りをしていく」
<p>同社は「楽しいを思い出に！」を掲げ、利益を優先するあまり楽しさを削るのではなく、スタッフが安心して笑顔で働ける環境を整え、来店客が「楽しかった」と記憶に残す店づくりを重視している。代表の小森康裕氏は、学卒後からアミューズメント業界に携わり、2004年のスロットマシンレンタル事業を起点に現場経験とネットワークを築いてきた。その歩みに基づき、同社は飲食に娯楽を掛け合わせるだけでなく、人と人が自然に交流し、心地よくつながれる場の創出を最も大切にしている。ビアポンやダーツ等コミュニケーション性の高い体験を提供し、都市部の若年層が気軽に集い、会話が生まれ、関係が育まれる空間の実現を目指している。また、従業員や関係者とのコミュニケーションの質向上も経営の重要な柱と位置づけ、待遇改善や人材育成を通じて、安心して働ける環境と「人とつながる価値」を未来へ継続する姿勢を明確にしている。</p>
店舗コンセプト
<ul style="list-style-type: none"> ・様々なコンテンツと接客を駆使してお客様に最大限の楽しいを提供する。 ・接客、コンテンツを利用しお客様同士のマッチングによりコミュニティを上げる。 ・お客様に楽しいを提供するには、従業員が楽しく仕事をしていなければならない。楽しく仕事ができる環境を作る。

＜小森社長のメッセージ＞

私たちGLOBAL GROVEは、2014年の設立以来、アミューズメントを通じて「記憶に残る楽しさ」を提供することを使命に歩んできました。経営において私が大切にしているのは、「経営を一つの“芸事”として捉え、楽しみながら挑戦する」という考え方です。利益を優先するあまり楽しさを削るのではなく、働くスタッフが安心して笑顔で働ける環境を整え、そしてお客様が「楽しかった」と思い出として記憶に残せるお店をつくること。その両方を大切にすることが、事業を続けていく上での原点であり、私の使命でもあります。今後はさらに、ビアポン・ダーツ・カラオケ・ビリヤードをはじめとするアミューズメントを軸に、首都圏を中心とした出店を加速し、地域に新しいコミュニケーションの場を広げていきます。

「楽しいを思い出に！」

その思いを胸に、GLOBAL GROVEはこれからも挑戦を続けます。

株式会社 GLOBAL GROVE

代表

小森 康裕

資料 GLOBAL GROVE 公式ウェブサイトより引用

2.4 事業活動

GLOBAL GROVE 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。

【自然環境面】

■ 「店舗における省エネ他」の取り組み

- 同社の事業活動に伴い発生する環境負荷の相当部分は、店舗における照明や空調設備等の電力使用に起因する。同社は、こうした電力消費を抑制するため、店舗の照明を LED 電球へ計画的に切り替えるとともに、省エネルギー性能の高い空調設備への更新を進めている。これらの取り組みにより、直営店舗全体のエネルギー効率を高め、事業活動が環境に与える負荷の一層の低減を図っている。
- 同社の店舗から排出される廃棄物は、飲食提供に伴う食材や食べ残し等の一般廃棄物が大半を占めている。同社においては、食材の余剰在庫や使用期限切れの発生防止、店舗運営における廃棄物発生状況の把握等、運営管理の範囲における対応を通じて廃棄物発生量の最小化を図っている。これらは通常の事業運営に付随する管理対応であることからネガティブ・インパクトとしては特定しない。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「気候の安定性」「資源強度」（店舗における省エネ他）

【社会面】

■ 「社員への福利厚生充実」の取り組み

- 同社は、全社員に法定福利厚生を提供するとともに、福利厚生の充実策の一つとして、企業が導入する確定給付企業年金制度である「福祉はぐみ企業年金基金」（*4）に加入している。同基金では、従業員が給与の一部を掛金として積み立て、将来の老齢給付金や退職一時金として受け取る。会社は全社員に対し、追加で一律月 5,000 円を負担している。また、会社負担により、全社員が生命保険や就業時間外でも適用される医療保険制度にも加入し、福利厚生の充実を図っている。

（*4）「福祉はぐみ企業年金基金」とは、厚生労働大臣の認可を受けた制度で、元本が原則保証され、大手保険会社による運用が行われるため、従業員は運用の手間なく安定した資産形成が可能である。また、掛金が社会保険料の対象外となることで節税効果も期待できる制度である。

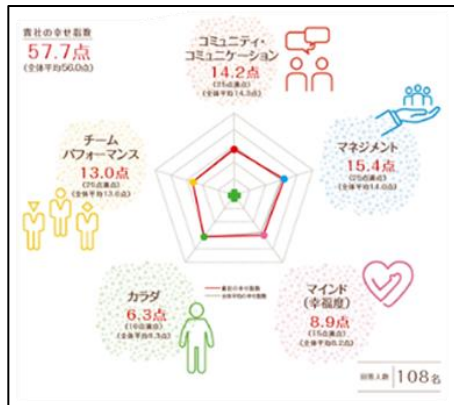
- 加えて、従業員の健康管理をより一層充実させるため、医療法人社団との提携を通じ、ストレスチェックの導入を含む健康診断の充実を検討している。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「健康および安全性」「社会的保護」（社員への福利厚生充実）

■ 「幸せデザインサーベイ（*5）を活用した従業員幸福度の向上等」の取り組み

- 同社は、従業員が意欲を持って業務に取り組める環境づくりが顧客への提供価値の向上につながるとの考えの下、職場環境の把握と改善に向けた仕組みの強化を進めている。その一環として、商工中金が提供する「幸せデザインサーベイ」を 2026 年 12 月期までに導入し、従業員の

働きがい、心理的安全性、組織内コミュニケーション等を多面的に把握する予定である。サーベイ結果が得られた後には、経営陣と社員代表が協議の場を設け、課題と改善方針を整理した上で社内に共有するプロセスを構築する方針である。これにより、従業員が安心して働ける環境の整備を進め、店舗コンセプトである「従業員が楽しく働ける環境づくり」を組織的に推進する基盤を整える。



(*5) 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)。

資料 商工中金より提供

- また、社員のモチベーション向上のため、QSCA (*6) に基づく上長の現場指導やチェックの実践状況进行评估し、優れた取り組みを行った社員を対象に表彰する取り組みを、年1回全社員が参加する新年会等で実施している。

GROVE QSCAリスト	
1. Quality (商品・提供物の質)	
・ドリンク: お店の清潔さにバラつき、氷の量、飲み物の温度	4
・フード・量・提供: スピードは標準化されているか	4
・提供スピード: ファーストドリンクが二分以内に出せているか	5
・アミューズメント: ビアポン台・ダーツ台・カラオケ機器に不具合がないか	4
・在庫管理: ドリンク・フードの欠品がないか	2
	19
2. Service (接客・対応)	
・入店時: 20秒未満の入店禁止検認として身分符を提示しているか	5
・接客店番: 料金・システム・遊び方を分かりやすく説明しているか・5つ全て案内しているか	2
・接客: 疑問点を的確に回答しているか	2
・提供: ドラッグの置き、量などに気を付けているか	4
・会計: 明確・迅速で、トラブルが起きにくい運用(ショット・アミューズメントの内訳)になっているか	4
	17
3. Cleanliness (清潔さ)	
・フロア: 床・テーブル・椅子に汚れやベタつきがないか	4
・カウンター・シンク: 調理器具が洗われているか、食料が置かれていないか	2
・トイレ: 匂い・ペーパー類・清掃頻度は十分か。一時間ごとに清掃しチェックシートに記入出来ているか	2
・機材: ダーツ機・ビアポン台・カラオケリモコンの汚れや破損がないか	4
・ガラス・食器: 洗浄不足や欠けがないか(リップ・匂い)	4
・スタッフ: 身だしなみ(ユニフォーム・髪・爪・アクセサリー)は清潔感があるか	5
	21
4. Atmosphere (雰囲気・環境)	
・音: 時限音・音量・混雑具合に合わせた選曲、音楽になっているか	2
・盛り上がり: 店全体に活気があり、一体感を生んでいるか(お客様の輪)	2
・スタッフ: 元気さ・チーム感が出ているか(テンションのばらつき・声掛け・連携)	2
・POP・装飾: 破損・色あせ・期限外のものが見逃されていないか	4
	10
備考	67/100
[Redacted]	
担当者	[Redacted]
評価日	2025/11/15

(*6) QSCA (Quality/Service/Cleanliness/Atmosphere) とは、主に外食産業やサービス業で用いられる店舗評価の指標で、Quality (品質) /Service (接客) /Cleanliness (清潔さ) /Atmosphere (雰囲気) のこと。

資料 「QSCA チェックシート」GLOBAL GROVE より提供

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「健康および安全性」(幸せデザインサーベイを活用した従業員幸福度の向上等)

■ 「ワーク・ライフ・バランスの推進」の取り組み

- 同社は、全社員に法定福利厚生を提供するとともに、健康と働きやすさを重視した施策を通じて、ワーク・ライフ・バランスの向上に継続的に取り組んでいる。時間外労働については関係法令を順守しており、基本的に時間外労働は発生していない。2024年9月に導入した勤怠クラウドツール「KING of TIME」を活用した有給休暇の申請・承認プロセスの効率化と、勤怠情報の共有強化等により有給休暇取得の推進を図っていく。
- また、「KING of TIME」を用いた勤怠データおよび休暇管理の集計業務の自動化を一層推進し、管理部門の業務負担を軽減することで、有給休暇取得を促す運用体制を強化していく。これらの取り組みにより、従業員の休暇取得を支援する仕組みづくりを継続し、人的資本の充実に取り組む。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「健康および安全性」(ワーク・ライフ・バランスの推進)

■ 「アルコール飲料におけるハームリダクションへの対応」の取り組み

- 同社は、アルコール提供に伴い生じ得る影響として、20歳未満の者の飲酒による健康被害や飲酒事故、過度な飲酒に起因する急性アルコール中毒、飲酒を契機としたトラブルの発生等を重要な社会的リスクとして認識している。とりわけ、20歳未満の飲酒防止を最重要の管理課題の一つと位置付け、既に具体的な管理体制を整備し、運用している。年齢確認については、未成年者への酒類提供を実効的に防止できるかという観点から、プロセス管理の実効性を重視した運用がなされている。具体的には、「年齢確認・酒類提供運用マニュアル」及び「年齢確認現場マニュアル」を策定し、見た目による判断を排した声掛け基準、顔写真付き身分証明書（原本）による確認、生年月日の確認方法、不携帯・提示拒否時の入店拒否等を明確に定め、全店舗で標準運用として実施している。また、年齢確認に不確実性が生じた場合には必ず確認を実施すること、トラブル発生時には従業員個人の判断に委ねることなく、速やかに責任者へ報告することをルール化するなど、未成年者への酒類提供を防止するための組織的な対応プロセスを構築しており、実際の店舗運営において機能している。さらに、運用の形骸化を防止し実効性を担保するため、年齢確認実施中である旨の掲示や生年月日早見表の活用に加え、前述の「QSCA チェックシート」を用いた実施状況の点検を半年に一度行い、年齢確認を含む酒類提供ルールの遵守状況を定期的に確認・評価しており、年齢確認体制が継続的に有効に機能する仕組みが整備されている。

年齢確認・酒類提供運用マニュアル

第1条 目的

「二十歳未満者ノ飲酒ノ禁止ニ関スル法律」などを遵守し、店舗における年齢確認体制および運用ルールを標準化し、20歳未満の飲酒と喫煙を未然に防ぐとともに、不適切な提供による店舗の営業停止や罰則から店を守ることを目的とする。

第2条 基本方針

- 1 法令・行政指導を遵守し、顧客に対し適切な年齢確認を実施する
- 2 不確実な場合は必ず身分証明書により確認する
- 3 従業員教育、点検、改善を継続的にを行い、実効性のある体制を維持する。
- 4 管理者および従業員は本マニュアルを遵守し、証跡を確実に残す

第3条 年齢確認の実施基準

- 1 見た目だけで判断せず、以下の基準で声掛けを行う
 - ① 対象者：40歳未満に見える方、学生と思われるグループ、幼く見える方。
 - ② タイミング：入店時
 - ③ 確認物：以下の顔写真付き身分証明書（原本）を原則とする。
運転免許証、マイナンバーカード、パスポート、在留カード、学生証（写真付）。
スマホ画面の画像やコピーは、偽造の恐れがあるため不可。
 - ④ 行政重点指導期間中は全員に声をかける

第4条 接客・オペレーション・フロー

- 1 お声かけ
生年月日の確認、西暦・和暦を確認し、本日の日付時点で20歳に達しているか確認する。
- 2 20歳未満ではない確認が取れた場合、速やかに店内へ誘導
- 3 NG（20歳未満）または不携帯・拒否の場合は、入店を固くお断りする

第5条 拒否対応ルール

- 1 年齢が確認できない場合
- 2 顧客が身分証明書を拒否
- 3 不自然な点があり合理的な疑いがある場合

4 強引な要求やトラブル時

第6条 店内環境の整備

- 1 入口に「20歳未満への入店禁止」「年齢確認実施中」のPOPを掲示する。
- 2 レジ横などに「生年月日早見表」を貼り、確認ミスを防止する。
- 3 「年齢確認現場マニュアル」による対応環境の維持

第7条 従業員教育

- 1 新入者への入店時研修（年齢確認・拒否ルール）の実施
- 2 身分証の確認実技
- 3 拒否対応のロールプレイ
- 4 理解度チェック
- 5 定期研修の実施（年1回以上）

第8条 運用状況の定期チェック

- 1 各店舗掲示されているか、SVは定期輪読の際確認を取る
- 2 年2回のSVとディレクターによる店舗QSCA評価において運用確認をおこなう

第9条 トラブル・違反発生時の対応プロセス

- 1 初動対応としてISLへ即時報告を行う
- 2 当日中にSVへ報告をおこないディレクターと情報共有を確実に行う
- 3 ISLとSVは原因分析を行いディレクターへ

第10条 マニュアル更新プロセス

- 1 法令改正や行政指導及び社内体制の改正が発生した場合、速やかにマニュアルへ反映し周知徹底をおこなう

第11条 責任と管理体制

- 1 役割分担

ISL	：	日常の運用管理
SV	：	統制と点検
ディレクター	：	ルール策定と教育体系

年齢確認現場マニュアル

1 年齢確認の実施

見た目だけで判断せず、以下の基準で声掛けを行う

- ・ 対象者：40歳未満に見える方、学生と思われるグループ、幼く見える方。
- ・ タイミング：入店時
- ・ 確認物：以下の顔写真付き身分証明書（原本）を原則とする。

運転免許証、マイナンバーカード、パスポート、在留カード、学生証（写真付）。
※スマホ画面の画像やコピーは、偽造の恐れがあるため不可。

2 接客・オペレーション

- 1 お声かけ
「恐れ入ります。当店では法律に基づき、お客様に年齢確認をお願いしております。身分証を拝見してもよろしいでしょうか？」
- 2 生年月日の確認
西暦・和暦を確認し、本日の日付時点で20歳に達しているか指差し確認する。
- 3 OKの場合
「ご協力ありがとうございました。ご来店ありがとうございます」
- 4 NG(20歳未満)または不携帯・拒否の場合
「申し訳ございませんが、証明書で確認が取れない(または20歳未満の場合)は、入店を固くお断りしております。」

3 拒否対応ルール

- 1 年齢が確認できない場合
- 2 顧客が身分証明書を拒否
- 3 不自然な点があり合理的な疑いがある場合
- 4 強引な要求やトラブル時
トラブルが発生した場合、従業員一人で抱え込まず、速やかにISLまたは責任者に報告し、組織としてお断りする。



資料 「年齢確認・酒類提供運用マニュアル」等 GLOBAL GROVE より提供

- さらに、今後、過度な飲酒に起因する急性アルコール中毒等への対応についても、従業員の理解向上がリスク低減に資するとの認識の下、適正飲酒に関する外部セミナーや専門家講義を活用し、アルコールの作用や健康への影響、接客時の留意点等を学ぶ研修を実施する予定である。これにより、より一層の安全な飲酒環境を維持するための体制整備を進める。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「健康および安全性」（アルコール飲料におけるハームリダクションへの対応）

■ 「衛生的な店舗の運営」の取り組み

- 同社は現在、店舗の店内、厨房、外観、設備を清潔・衛生的な状態に保つ Cleanliness の一環として、QSCA に基づく上長の現場指導やチェックを通じ、店舗の整理整頓に取り組んでいる。
- さらに、衛生的な店舗運営を確保するため、今後、より一層の店舗の衛生管理体制の整備を進める方針である。特に、ピアポン提供に際しては、カップの清潔保持や球の洗浄用水の分離管理を徹底し、交差汚染の防止を図る。また、飲食を扱う事業者として、食中毒発生リスクを踏まえた衛生管理手順の強化を進め、安全性向上に資する運営体制の構築を目指している。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「健康および安全性」（衛生的な店舗の運営）

■ 「社員の教育」の取り組み

- 同社は、人材育成のため、社員の階層毎（新人社員期、中堅社員期、店長候補期）の育成プログラムとその目的を明文化し、役職の役割も明確化することで社員の成長を促している。また、階層毎に年 1 回、外部講師を招いた講演会を実施し、外部の知見を取り入れる機会を設けていくほか、学習意欲の向上を図っていく。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「教育」（社員の教育）

■ 「賃金の引上げ」の取り組み

- 同社は、共同開発したピアポンマシンを活用した差別化戦略を推進し、主要顧客層である 20～30 代に向けて SNS やウェブ広告を通じた効果的な情報発信を行うことで高い認知度を確立している。これらの施策は来店需要の拡大と収益力の向上に寄与しており、得られた成果を従業員処遇の改善に反映している。2025 年 12 月期には平均 7.9%の賃金引上げを実施しており、同社の従業員年収水準は、国税庁「令和 6 年分 民間給与実態調査」における宿泊業・飲食サービス業平均水準を上回っている。
- 今後も、事業成長と利益配分の適正化を両立し、持続的な賃上げを可能とする運営体制の構築を目指している。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「賃金」（賃金の引上げ）

【社会経済面】

■ 「店舗網拡大とピアポン文化の普及による雇用機会の提供等」の取り組み

- 同社は、創業当初から娯楽要素を組み合わせたサービス提供を追求し、飲食とエンターテインメントを融合させた業態を確立してきた。ダーツ、ピアポン、カラオケ等を組み合わせた店舗運営を進めることで事業基盤を拡大とともに、来店客が楽しさや一体感を共有できる空間を提供することで、心身の充足感や幸福感の向上に寄与している。また、来店客の交流を促す運営方針の下、

誰もが参加しやすい汎用的な機器や一般的なルールを大切にしながら、体験の幅を広げる工夫の一環として共同開発機器の導入や各種イベントの開催を通じて利用価値を高め、ビアポンを含む関連文化の普及に寄与している。さらに、店舗数の増加に伴い新たな雇用を創出することで地域経済への貢献を図りつつ、直営店とフランチャイズを適切に組み合わせた店舗網の構築を推進している。2026年2月時点では54店舗を展開し、全国規模でのネットワーク形成を進めている。

- 仕入面では、酒類をはじめとする主要物資について、ほぼ100%中小企業者からの調達している。また、全国規模でのネットワーク拡大に伴う店舗展開に際しては、元請事業者を通じて各地域の地場の零細・中小事業者を活用している。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「健康および安全性（社会面）」「文化と伝統（社会面）」「雇用（社会面）」「零細・中小企業の繁栄」（店舗網拡大とビアポン文化の普及による雇用機会の提供等）

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等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	他に分類されないその他の娯楽・レクリエーション活動
ポジティブ・インパクト	健康および安全性、雇用、賃金
ネガティブ・インパクト	健康および安全性、賃金、社会的保護、廃棄物

【当社の事業活動等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	取組内容
健康および安全性、文化と伝統、雇用、零細・中小企業の繁栄	➢ 店舗網拡大とピアボン文化の普及による雇用機会の提供等
教育	➢ 社員の教育
賃金	➢ 賃金の引上げ

■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
健康および安全性、社会的保護	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 社員への福利厚生充実
健康および安全性	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 幸せデザインサーベイを活用した従業員幸福度の向上等 ➢ ワーク・ライフ・バランスの推進 ➢ アルコール飲料におけるハームリダクションへの対応 ➢ 衛生的な店舗の運営
気候の安定性、資源強度性	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 店舗における省エネ他

■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
なし	<ul style="list-style-type: none"> ➢


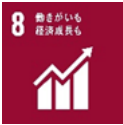
<ネガティブ・インパクト>

インパクト	特定しない理由
賃金	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 同社の賃金水準は、業界の平均以上で、不十分な賃金でないことからネガティブ・インパクト「賃金」は特定しない。
廃棄物	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 同社の店舗から排出される廃棄物は、飲食提供に伴う食材や食べ残し等の一般廃棄物が大半を占めている。同社においては、食材の余剰在庫や使用期限切れの発生を防止等、店舗運営における廃棄物の発生状況の把握等、日常的な運営管理を通じて廃棄物発生量の最小化に取り組んでいる。これらは通常の事業運営に付随する管理対応であることから廃棄物についてはネガティブ・インパクトとしては特定しないと判断している。


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

GLOBAL GROVE 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、文化と伝統、雇用、零細・中小企業の繁栄		
取組内容（インパクト内容）	・店舗網拡大とビアポン文化の普及による雇用機会の提供等		
KPI	● 2031年12月期までに直営・FC店舗の合計数を101店舗以上、正社員数を200名以上とする。		
KPI 達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「様々なコンテンツと接客を駆使して顧客に最大限の楽しさを提供する」「接客やコンテンツを利用し、顧客同士のマッチングによりコミュニティを形成する」といった店舗コンセプトのもと、顧客の幸福度の向上とビアポン文化の普及を図る。 ➢ そのため、共同開発のビアポンマシンを活用した差別化戦略や店舗毎の各種イベントを実施する。これらの取り組みにより直営店舗とFC店舗の割合を2対1程度としながら店舗網を拡大する。 ➢ また、店舗拡大に伴い企業規模が拡大する中で、各店舗の人員増強に加え、エリアマネジメント、人材育成、オペレーション管理等の中核機能を中心とした組織体制の再編・強化を進める必要があることから、正社員数（2025年12月期106名）の増加に取り組む。 		
貢献する SDGs ターゲット	4.7	2030年までに、持続可能な開発のための教育及び持続可能なライフスタイル、人権、男女の平等、平和及び非暴力的文化の推進、グローバル・シチズンシップ、文化多様性と文化の持続可能な開発への貢献の理解の教育を通して、全ての学習者が、持続可能な開発を促進するために必要な知識及び技能を習得できるようにする。	
	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。	

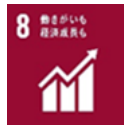
	8.5	2030年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。	
--	-----	---	--

特定したインパクト	賃金		
取組内容（インパクト内容）	・賃金の引上げ		
KPI	● 社員の平均給与を2031年12月期までに2025年12月期と比して25%以上引き上げる。		
KPI達成に向けた取り組み	➢ 関東圏におけるブランド確立を進めるとともに地方展開を加速し、ビアポン文化の普及と新規顧客層の開拓を図ることで店舗網を拡大し、これによる収益基盤の強化を通じて、従業員処遇の継続的な向上につなげる。		
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。	


【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）	・幸せデザインサーベイを活用した従業員幸福度の向上等		
KPI	● 2026年12月期までに「幸せデザインサーベイ」を実施し、以降は定期的（1年または2年に1度）に実施する。フィードバック後に、経営陣と社員代表が年1回対話を行い、その内容・評点を社内で公表し、モニタリング最終時期には、当初の評点以上とする。		
KPI達成に向けた取り組み	➢ 「楽しいを思い出に！」の理念のもと、人と人が自然につながり、笑顔が生まれる場づくりを重視している。こうした価値観をより深めるため、「幸せデザインサーベイ」を実施し、結果を経営陣と従業員が対話を通じて共有し、働きやすさや満足度の向上に取り組む。		
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	健康および安全性		
取組内容（インパクト内容）	・ワーク・ライフ・バランスの推進		
KPI	● 2027年12月期までに、全社員が年次有給休暇の取得義務を遵守した上で、年次有給休暇の平均取得率を50%以上とする。		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 2024年9月に導入した「KING of TIME」による有給休暇の申請・承認の効率化や勤怠情報共有の強化、ならびに「KING of TIME」を活用した勤怠・休暇管理業務の自動化を通じて、有給休暇取得を促進し、働きやすい職場環境の整備と人的資本の充実に取り組む。		
貢献するSDGsターゲット	8.8	移住労働者、特に女性の移住労働者や不安定な雇用状態にある労働者など、全ての労働者の権利を保護し、安全・安心な労働環境を促進する。	

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）	・アルコール飲料におけるハームリダクションへの対応		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 2026年12月期以降、アルコール摂取に伴うリスクに関する社内研修を、年1回以上実施する。 ● 2025年12月期以降も、店舗におけるアルコール摂取リスクに関する事象の発生状況について、継続的な把握を行う。 ● 2025年12月期以降も、店舗における未成年のアルコール飲酒に関する事象を発生させない。 		
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 酒類提供に伴う社会的リスクとして、20歳未満の飲酒、過度な飲酒による健康被害や事故、トラブルの発生を認識している。とりわけ20歳未満の飲酒防止を最重要の管理課題と位置付け、年齢確認に関する各種マニュアルを整備し、全店舗で標準運用している。顔写真付き身分証明書による確認や提示拒否時の入店拒否、責任者への報告を徹底し、点検・評価を通じて運用の実効性を確保し、アルコール飲料におけるネガティブな面を抑制できてい		

		<p>る。</p> <p>➤ 今後、さらに社員に対し、過度な飲酒に起因する有害摂取リスクへの理解を深めるとともに、アルコール飲料に関する適切な知識と責任ある提供の重要性についての教育・啓蒙を図っていく。そのため、ビールメーカー等が実施する適正飲酒セミナーや外部専門家による講義を活用し、アルコールの作用、急性アルコール中毒等のリスク、接客時の留意点等を体系的に学ぶ研修を年1回以上実施し、従業員の理解向上を通じた知識水準の底上げに取り組む。</p>	
貢献する SDGs ターゲット	3.5	麻薬・薬物乱用や有害なアルコール摂取の防止や治療を強化する。	

特定したインパクト	健康および安全性		
取組内容（インパクト内容）	・衛生的な店舗の運営		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● これまで食中毒を発生させていない実績を踏まえ、2029年12月期までに、全店舗において HACCP 基準（*）に沿った衛生管理を実施する。 ● 2025年12月期以降も、全店舗で食中毒を発生させない。 <p>（*）HACCPとは、危険要因を分析し重要工程を管理する国際的な食品衛生管理手法のこと</p>		
KPI 達成に向けた取り組み	<p>➤ ビアポンにおけるカップの清潔保持や球の洗浄用水の分離、店舗での食中毒発生リスクを低減するため、現行の運用状況を踏まえた衛生管理体制の見直しを進める。</p> <p>➤ その上で、厚生労働省の HACCP に基づく衛生管理手法を参考にし、HACCP の 7 原則 12 手順に準拠した店舗用衛生管理マニュアルを新たに作成し、実効性のある衛生管理に取り組む。</p>		
貢献する SDGs ターゲット	3.4	2030年までに、非感染性疾患による若年死亡率を、予防や治療を通じて3分の1減少させ、精神保健及び福祉を促進する。	

特定したインパクト	気候の安定性、資源強度		
取組内容（インパクト内容）	・店舗における省エネ他		
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ● 直営店舗について、2030年までに1店舗当たりの年間電力量を、2025年12月期実績比で10%削減する。 <p>（*）1店舗当たりの年間電力量は、決算期間において1年間稼働した直営店舗の年間電力量の合計を、当該期間に稼働した直営店舗数で除</p>		

	して算出する。	
KPI 達成に向けた取り組み	▶ 同社の事業活動に伴う環境負荷の相当部分は、店舗における照明や空調設備等の電力使用に起因していることから、直営全店舗の照明の LED 化およびエアコンの省エネ型への更新を進め、電力量削減に取り組む。	
貢献する SDGs ターゲット	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。
		

■ネガティブ・インパクト（緩和の取り組み）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	取組内容	設定しない理由
社会的保護	社員への福利厚生充実	全社員に法定福利厚生を提供するとともに、福利厚生の充実策を実施し、ネガティブが十分に緩和されていることから KPI としては設定しない。

5.サステナビリティ管理体制

GLOBAL GROVE では、本ファイナンスに取り組むに当たり、小森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 における貢献等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、小森代表取締役を最高責任者とし、KPI 毎に選任されたリーダーを中心として、全従業員が一丸となって KPI の達成に向けた活動を推進していく。

(最高責任者)	代表取締役	小森 康裕
(KPI 推進リーダー)	設定した KPI ごとにリーダーを選任	

6.モニタリング

本ファイナンスに取り組むに当たり設定した KPI の進捗状況は、GLOBAL GROVE 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、GLOBAL GROVE 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。GLOBAL GROVE 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」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 加藤 栄嗣

〒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