

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社ペー・ジェー・セー・デー・ジャパンに対する 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ペー・ジェー・セー・デー・ジャパ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9月30日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社ペー・ジェー・セー・デー・ジャパ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」）が株式会社ペー・ジェー・サー・デー・ジャパン（「ペー・ジェー・サー・デー・ジャパン」）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、ペー・ジェー・サー・デー・ジャパ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、ペー・ジェー・サー・デー・ジャパ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

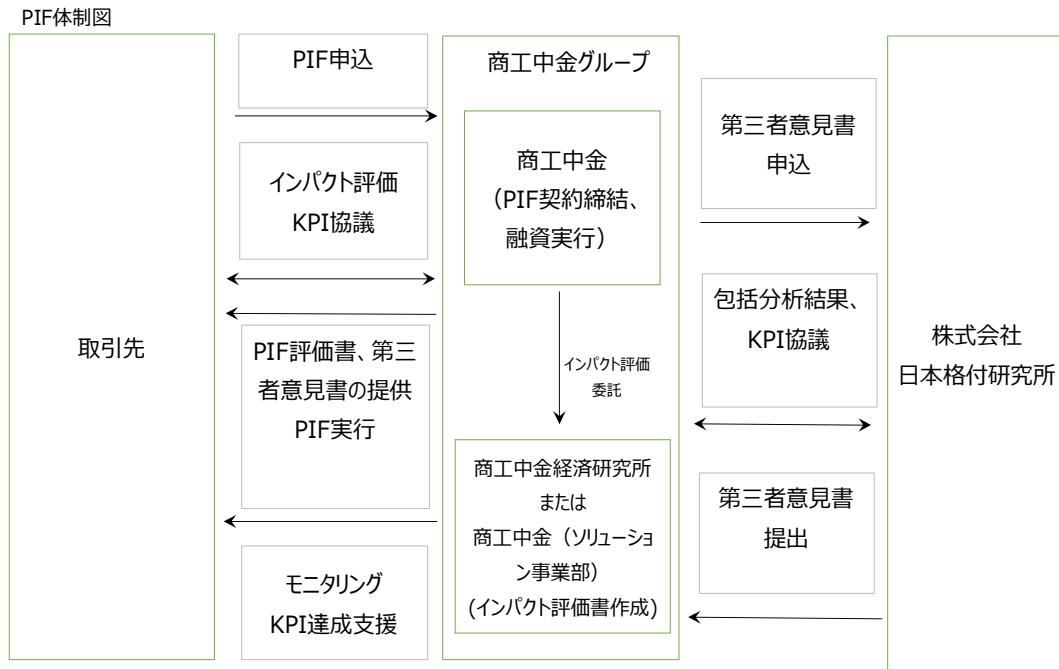
PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジェクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

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ペー・ジェー・シー・デー・ジャパ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

梶原 康佑

梶原 康佑



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9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）が株式会社ペー・ジー・セー・デー・ジャパン（以下、P.G.C.D.）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、P.G.C.D.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 PURPOSE、MISSION 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	株式会社ペー・ジェー・セー・デー・ジャパン
借入金額	150,000,000 円
資金使途	運転資金
借入期間	1年（コミットメントライン、更新オプション4回）
モニタリング実施時期	毎年7月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	東京都港区南青山7丁目4番2号
創業・設立	2010年2月9日
資本金	100,000,000 円
従業員数	29名（2024年8月現在）
事業内容	化粧品類製造業 化粧品 EC 販売事業
主要取引先	一般消費者

【業務内容】

- P.G.C.D.は自社開発した石鹸等化粧品類を提携企業が製造し、EC 販売を行っている事業者である。P.G.C.D.は、顧客の生活における付加価値の向上に焦点を当てた事業を行っている。インターネットを通じた販売という点では通販と言えるが、汎用製品を扱う化粧品通販事業と差別化を図るべく、ブランドの世界観を重視した自社製品のみを直接顧客に届ける D2C^{*1} モデルを採用している。P.G.C.D.は、顧客のフィードバックを直接収集して顧客インサイト^{*2}を導き出し、デザインとマーケティングで顧客課題を解決する価格競争力のあるブランドとサービスを開発している。

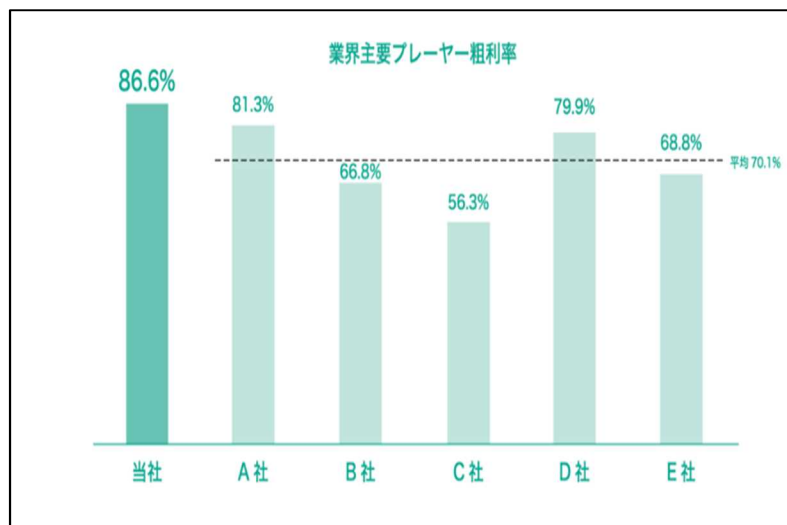
^{*1}D2C：Direct to Consumer の略で、消費者直接取引を指す。中間流通業者を通さずに、自社の EC サイトを通じて製品を顧客に直接販売すること。

^{*2}顧客インサイト：顧客の行動や気持ちを洞察し根拠を掘り下げること、そこから得られる隠れた本音や動機を指す。

その結果、P.G.C.D.には 3 つの特徴がある。

1. トップクラスの高い粗利率

P.G.C.D.は、高価格な商品を提供しつつ、製造コストを低く抑えることによって、業界平均を大幅に上回る粗利率を実現している（2022 年度実績）。



(出典：P.G.C.D.)

2. 業界で圧倒的に高い LTV^{*3}

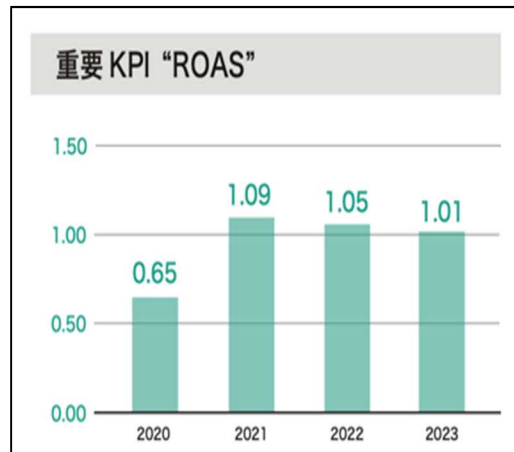
顧客の年間 LTV が他社と比べて非常に高く、特に定期会員の年間 LTV が約 9.67 万円に達している。これにより、長期間にわたって安定した収益を確保することができる。

^{*3}LTV：顧客生涯価値（Life Time Value）の略称であり、ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標である。

3. 効率的な ROAS^{*4}

広告費に対する売上高の効率が高い。高単価、高リピート率、継続率によって安定的な ROAS を実現している。

*⁴ROAS：一般的な ROAS は広告からの売上/広告費×100%の算式により算出。
当社の場合は、新規顧客が 3 回購入するまでの売上を広告費で割った数字算出。P.G.C.D. の場合、3 回目の購入はほとんど半年以内に行われている。



(出典：P.G.C.D.)

- P.G.C.D.とはフランス語で、Plus Greatest Common Divisor の略で、最大公約数を意味する。「理想の美しさに対してそれぞれの基準を持つ今の女性たちが、ただ一つ、最も共通していただく願望。すなわち最大公約数とは、素肌そのものの美しさである」。そのような経営者の思いを込めたブランド名である。また、「日本一高く、美しいブランド、組織を目指す」という思いを富士山の等高線にかさね、ロゴマークとしている。
- 創業者である野田泰平氏は 2010 年に P.G.C.D.を設立した。福岡で親子 4 代起業家の家系で育った野田泰平氏は幼少期から作法や立ち居振る舞いを教えられ、所作を重んじる日本の美的価値観が身につくとともに、父親と頻りに海外へ出かけていたことで、世界の価値基準を学んだ。そして大学在学中に起業を決意、最初の事業に化粧品を選んだ。その理由は、欧米では好まれないファンデーションを身だしなみとして愛用している日本女性の美の在り方に疑問を感じていたからである。本来、化粧品は女性を美しくするためのものなのに、素肌を隠すことが目的になっているのはおかしいと感じた。そこで、ファンデーションをはじめ、何種類もの化粧品を使わずに、素肌美を実現できるシンプルなスキンケア商品を作りたいと考え、「美くなる習慣をデザインする。そして世界のトップブランドに」との思いに至り、水分量が少なく余計なものを必要としない、ひとたび水に浸せば凝縮された成分が目覚めだし、泡を立てれば最高の状態で成分が開く「化粧品が不要になる世界をつくりたくて」メインプロダクトとして石鹸を選んだ。また、グッドデザイン賞を受賞した美容液の容器はガラス製である。それは、「自分の肌を慈しみ、美しくするための時間はその所作も美しくあってほしい」との思いを込めて、あえて繊細に扱わなければならないガラス容器を採用している。P.G.C.D.は設立当初より時代に先駆け、「シンプルケア」や「ノーファンデーション」を掲げてきた。この姿勢は今も昔も変わらず、これからも顧客の期待や信頼に応えつづけたいとの思いに繋がっている。『未来を予測する最善の方法は、それを創造することである』というドラッカーの言葉にもあるように、ただ予測するのではなく、理想の未来を自分たちで創造していく積み重ねが、ブランドの根幹となり「顧客との信頼」に繋がって

いと考えているのである。2050年には日本の人口は世界の1%以下になると言われている。新しい価値を創造し、世界が憧れるブランドを発信していく。そうすることによって、未来の世代が日本を誇りに思えるように貢献していきたいという想いを持っている。

- P.G.C.D.は、高い顧客リピート率と広告に依存しないビジネスモデルを構築することで、持続可能な事業を目指している。P.G.C.D.が高い成果を上げられているのは、3つの仕組みに支えられているからである。

仕組み1. 収益最大化のための顧客理解力

① 顧客インサイトの活用

グループインタビューやデプスインタビュー^{*5}などの顧客リサーチ手法を用いて、顧客のニーズと要求を洞察することで、差別化された高付加価値の製品やサービスの開発と実行により、強い競争力を生んでいる。

^{*5}プスインタビュー：インタビュアーと対象者の1対1の形式で行う定性調査手法。



(写真提供：P.G.C.D.)

② 顧客ロイヤルティの向上

優れたCRM^{*6}戦略の構築と顧客ロイヤルティ向上のため、業界トップレベルのCRMシステムを構築し、顧客のニーズを把握し、顧客エクスペリエンスの向上に努めている。

^{*6}CRM：顧客関係管理（Customer Relationship Management）の略称であり、顧客満足度と顧客ロイヤルティの向上を通して、売上の拡大と収益の向上を目指す経営戦略・手法である。

③ 顧客インサイトとデザインシンキング塾

野田泰平氏が講師を務める顧客の心に響くイノベーションを生み出すためのセミナー。顧客のニーズを深く理解し、それを基にしたデザイン思考の手法を学ぶ。参加者は、顧客の視点から問題を捉え、創造的な解決策を導き出す方法を体験し、実践的なスキルを身につける。



(写真提供：P.G.C.D.)

仕組み2. 競争力の強化と市場シェアの拡大のためのマーケティング力

① デザイン戦略

高度なデザインディレクションスキルを活かした総合的なデザイン戦略を立案し、競争力のある価格での EC 販売のための広告コミュニケーションからプロダクトまで、顧客行動心理を考慮したデザインでブランド価値の向上に注力している。



(写真提供：P.G.C.D.)

② ハイプライシング、ハイブランディング

高付加価値製品やサービスをマーケットプライスで効果的に販売する戦略を実践。トップクラスの顧客 LTV 構築と高単価商品の EC 販売実績を持ち、顧客に対するブランド価値の向上を重視している。



(写真提供：P.G.C.D.)

③ 美しく生きる習慣をデザインする

P.G.C.D.のスキンケアを通じ、いつの時代も変わらない普遍的な価値観。真実を追求する知性、倫理的な善行を導く道徳的な意志、そして美的な感性を磨き、心の豊かさを育む。

- 真** *Mix culture*
フランスと日本、2国のブランドイメージの良いところを掛け合わせたハイブリッドブランドとして世界でもdifferentを作っていく。
- 善** *Personal Discovery*
あるがままの自分で、エシカルセクシーに生きる。引き算の美学とエスプリに富んだ知性で軽やかにまわりを魅了するトライブ・メンターへ導きます。
- 美** *SENGAN-DO*
SENGAN-DOで本当の自分を知る旅を楽しもう。顧客の美しく生きる時間を最大化させ、顧客の人生のQOLを上げる。

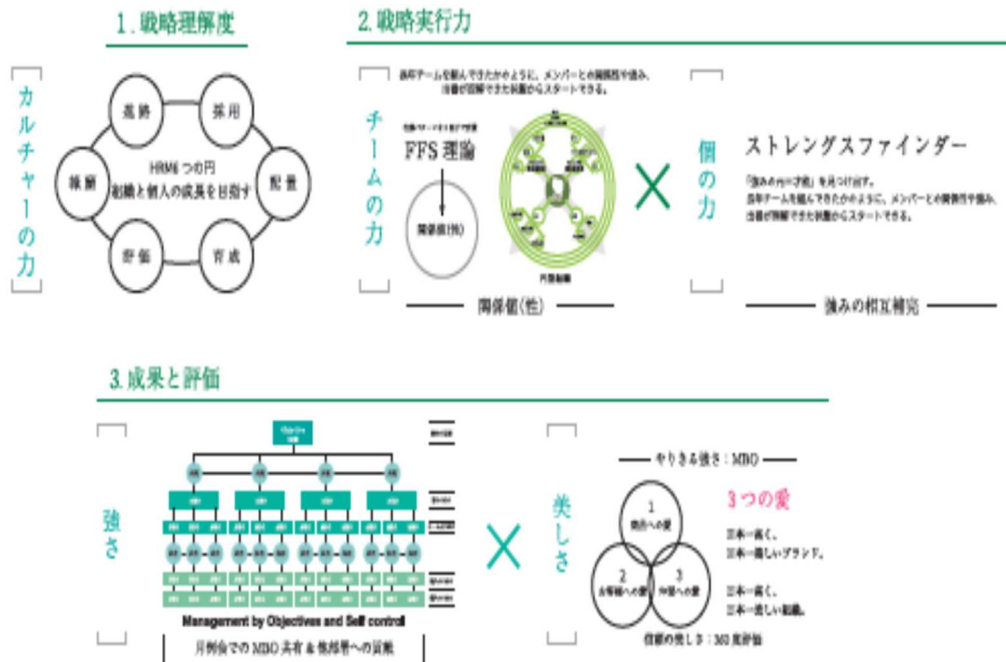
(出典：P.G.C.D.)

仕組み3. EC 戦略の構築と改善を行うマネジメント組織

① 組織の知識とスキル

自走する組織を目指しドラッカー経営と MBA のスキルを社内に導入するマネジメント組織

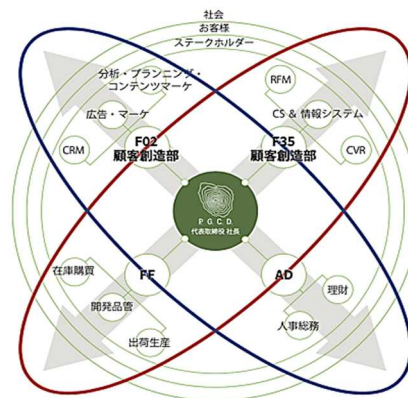
である。マーケティング、ファイナンス、組織マネジメント、フルフィルメントなど、多岐にわたる領域に精通し、事業課題に対して総合的なアプローチで対応している。



(出典: P.G.C.D.)

② クロスファンクションの統合

EC 戦略を構築・改善する際に、製造や開発、マーケティングなど異なる部門間の連携を強化すること。シームレスな組織内コミュニケーションにより、戦略の効果的な実行を実現する。

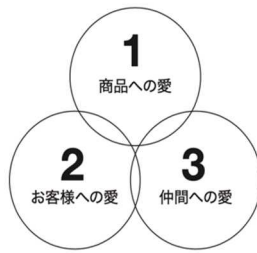


(出典: P.G.C.D.)

③ イノベーションを生むための行動規範

P.G.C.D.の行動規範は、SMILE (Sparkle、Mindful、Integrity、Lionhearted、Enjoy The Spirit) を基盤とし、商品、顧客、仲間への「3つの愛」を重視している。常に前向きでエネルギーに、誠実で協力し合い、困難に立ち向かう姿勢を大切にしている。

3つの愛



For you to become a tribe mentor

P.G.C.D.らしさを持ってお客様と仲間、そして自分や大切な人に誠実な生き方、働き方ができるように、以下の項目を大切にP.G.C.D.トライブメンターを目指しましょう。

SMILE

- Sparkle** 常に前向きで、エネルギーに満ちた輝きを広める。
- Mindful** 仲間をリスペクトし、優しさと厳しさをもって行動する。
- Integrity** 素直さと誠実さを持ち、仲間との約束を守る。
- Lionhearted** 困難な状況でも逃げずに仲間と協力し、立ち向かう。
- Enjoy The Spirit** 情熱を持ち、どんな時も夢中で楽しむ姿勢を大切に。

(出典：P.G.C.D.)

④ トライブメンター*⁷としての働き方をElevate（高める）

P.G.C.D.の社員が「3つの愛」を大切にし、SMILEの理念を体現することを目指した働き方を推奨している。

*⁷トライブメンター：顧客のメンター（助言・指導する）になれる人

<p>服装</p> <p>トライブメンターを体現するP.G.C.D.の社員としてModestを意識した服装及び髪色。</p> <p>・品があるもの ・ジャケット・高層着用 ・今後はModestの定義や、細かい調整・担当をつけて運用を行なっていく。</p> <p>水曜：トリアイナウエンスデイ 金曜：元クロスボーターフライデー</p>	<p>残業</p> <p>~8PM</p> <p>36協定を基準基本20時までルール</p> <p>※管理職/スペシャリストは対象及び、自身の業務に合わせて判断 ※繁忙期は、extrahoursなどを取って超過/AD超過対応</p>
<p>就業時間</p> <p>10:00-17:00コアタイムの自由選択制（休憩1時間）（名称仮）。勤務8時間。</p> <p>※管理職/スペシャリストも同様。上記を会社の生産性と顧客の期待のために守っているため、部属や自身の業務を円滑にするために出勤の調整を行う。</p>	<p>副業</p> <p>社員一人一人がトライブメンターになるために、新たな挑戦を応援する副業制度</p> <p>※申請制。利益相反/競合は禁止</p>
<p>リモート勤務</p> <p>4 days/month</p> <p>働き方の幅を広げるリモートワークを継続</p> <p>※月曜はオフ・ス出勤 ※まずは2024年8月まで実施 月4日使用まで</p>	<p>有給休暇</p> <p>5 days or more</p> <p>年5-10日以上消化を推奨</p>
	<p>商品使用について</p> <p>年間での商品使用状況を見て、報酬決定の最終評価のなかで考慮されることがある。 特に、特許してスモンガ商品を未購入の場合は、事前面談を行った上で最終評価がマイナス評価の可能性あり。</p> <p>※商品を使っているお客様に対して、商品を使わずにご案内や相談に対して受診していくことはお客様満足度(Engility)に繋がっていると捉えているため。 ※商品への愛・お客様への愛が体現されていないと捉えているため。</p>

(出典：P.G.C.D.)

【事業拠点】

拠点名	住所
本社	東京都港区南青山7丁目4番2号 アトリウム青山



本社外観（写真提供：P.G.C.D.）



本社地図（写真提供：P.G.C.D.）

【沿革】

2010年2月	野田泰平氏が当社を設立し、代表取締役 CEO に就任
2013年9月	朝用ソープ「サボン クレール」、夜用ソープ「サボン フォンセ」がフランス化粧品業界の最高賞ヴィクトワール ドゥ ラ ボーテを受賞
2013年11月	トリプルエッセンス美容液「ロシオン エクラ」がグッドデザイン賞金賞を受賞
2014年7月	野田泰平氏がグローバルムナイアワード（創造部門）を受賞
2015年9月	ベースメイク美容液「P.I.バースナチュレ」、ベースメイク美容液「P.I.バースブラン」、フェイスカラー美容液「P.I.ファールロゼ」がフランス化粧品業界の最高賞ヴィクトワール ドゥ ラ ボーテを受賞
2016年9月	トリートメント美容液「セロム ドール」がフランス化粧品業界の最高賞ヴィクトワール ドゥ ラ ボーテを受賞
2017年5月	育毛美容液「カンテサンス」が世界初オーガニック認証（エコサート）を取得（医薬部外品）
2019年2月	スカルプケアソープ「サボン モーヴ」、薬用育毛エッセンス「カンテサンス」がグッドデザイン賞受賞
2021年2月	トリプルエッセンス美容液「ロシオン エクラ ニュー エラ」が世界初オーガニック認証（COSMOS）を取得（薬用美白美容液）



(写真提供：P.G.C.D.)

2.2 業界動向

■ 化粧品産業市場

- 世界の化粧品化学品市場は、2021年420.3億ドルから2030年1,075.3億ドルまで、年平均11%の伸び率で成長することが予測されている。その要因として、継続的な研究開発投資、個人の可処分所得の増加と購買力の増加、天然成分を配合した化粧品の需要の増加が考えられている。日本国内の化粧品市場規模は、新型コロナウイルスの影響を受け2年連続で減少し、2021年度で1兆3,529億円となっている。また、日本からの輸出が日本への輸入を大きく上回る傾向が続いており、中国をはじめアジア圏の需要が大きく成長している。一方で、日本の主要輸出先であるアジア圏では、日本以外のアジアブランドの伸長が著しく、今後は日本製品との競合が激しくなることも予想されている。新型コロナウイルスにより国内外問わず人々の行動・生活様式が変化し、化粧品の購買行動も変化している。厳しい市場環境を勝ち抜くためには、コロナ禍で生まれた新たなニーズを取り入れた商品展開、販売方法等が市場拡大の鍵となっていくと思われる。

(出典：財務省「ファイナンス」2023年2月号)

- 経済産業省が2023年8月に発表したデータによると化粧品・医薬品の業界（化粧品業界単体でのデータがなく、医薬品業界との合算）における2022年度のEC市場規模は9,191億円であるが、EC化率は8.24%であり、全産業（物販）の9.13%と高くない。

(出典：経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査報告書」)

- 消費者が化粧品を購入する際に期待することは「その商品を使用することで自分をよりよく見せることができるか」「自分の気持ちを上げることができるか」等とP.G.C.D.⁸は考える。新型コロナウイルス感染以前はタッチアップ^{*8}や商品のテスターを通して、消費者は商品から得られる充足感を想像しやすかったが、新型コロナウイルス感染流行時は対面販売が減少した。代替チャネルとなり得るECでも対面販売と同じように消費者の購買意欲を掻き立てる必要があり、そのためにデジタルやAIを活用することが求められるとP.G.C.D.は考えている。また、新型コロナウイルス感染流行により依然としてTPOに応じてマスク着用は必要とされており、その影響により国内外でもスキンケアへの需要が高まっていると考えられる。日本のスキンケア商品は、科学的検証に基づいた高機能製品として従来から需要が高い。こうした現在の環境が生み出たニーズを取り込み、日本の強みを活かした商品を打ち出す必要がある。スキンケア商品の割合が高い点が日本市場、アジア市場で一致しているため、日本の強みを活かしやすいのはやはりアジア地域であると考えられる。人口減少により国内市場の縮小が見込まれるため、日本の優位性を活かし、低価格とは異なった差別化を図ることでアジア圏へさらに販路を広げることが重要である。

^{*8} タッチアップ：顧客の肌に直接スキンケアやメイクを行うこと。

(出典：財務省「ファイナンス」2023年2月号)

2.3PURPOSE、MISSION等

PURPOSE
人も地球も美しく
MISSION
美しく生きる習慣をデザインする 真善美 *真善美とは・・・いつの時代も変わらない普遍的な価値観。真実を追求する知性、倫理的な善行を導く道徳的な意志、そして美的な感性を通じて感じる心の豊かさを統合した、理想的な人間性の状態。
VISION
Japan beauty innovation 化粧品から健康化粧品へ
行動規範
<p>P.G.C.D.の行動規範は、SMILE（Sparkle、Mindful、Integrity、Lionhearted、Enjoy The Spirit）を基盤とし、商品、顧客、仲間への「3つの愛」を重視します。常に前向きでエネルギッシュに、誠実で協力し合い、困難に立ち向かう姿勢を大切にします。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>3つの愛</p>  </div> <div style="text-align: left;"> <p>For you to become a tribe mentor P.G.C.D.らしさを持ってお客様と仲間、そして自分や大切な人に誠実な生き方、働きができるように、以下の項目を大切にP.G.C.D.トライブメンターを目指しましょう。</p> <p>SMILE</p> <p>Sparkle 常に前向きで、エネルギーに満ちた輝きを広める。 Mindful 仲間をリスペクトし、優しさと厳しさをもって行動する。 Integrity 素直さと誠実さを持ち、仲間との約束を守る。 Lionhearted 困難な状況でも逃げずに仲間と協力し、立ち向かう。 Enjoy The Spirit 情熱を持ち、どんな時も夢中で楽しむ姿勢を大切に。</p> </div> </div>

2.4 事業活動

P.G.C.D.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・社会面】

■ 石鹼へのこだわり（健康および安全性、廃棄物の削減）

- 石鹼は、水分量が少ないため、保存料などの肌負担につながる余計な成分を必要としないことから安全性も高く肌にやさしい。また、生分解性が高く使った後の排水も短時間で分解されるので、環境にもやさしい。P.G.C.D.では、蓄積した皮脂を落とし日中ダメージに負けない肌にするための朝用と汚れを取り去り肌本来の力をフルに機能させるための夜用の2つのスキンケアソープから始まり、常に最高の石鹼にこだわって開発をしてきた。特にスカルプケアソープの開発は、ポンプ式の液体シャンプーが主流の現代において、大きな挑戦でもあった。それでも最初の想いを貫き続け、今のP.G.C.D.がある。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ エコサート認証商品（健康および安全性、廃棄物の削減）

- 医薬部外品の育毛美容液「カンテサンス」は、世界最大規模のオーガニック認証機関エコサート（ECOCERT）認証をクリアした商品である。エコサートは、フランスのトゥールーズに本拠地を置くオーガニック認証機関で、農産物、加工食品からコスメ、エコプロダクツまで様々な分野で認定を行っている。コスメ分野では、95%以上が天然原料であり、そのうち植物原料の95%がオーガニック原料であることその他、製造工程や容器に至るまで地球環境に負荷をかけないなど、厳格な基準が設けられている。認定後も年に1度監査を受ける必要があり、国際的な有機認定マークのひとつとして高い評判と信頼を得ている。頭皮への「やさしさ」と「手応え」の両立を目指した結果、「カンテサンス」は世界で初めて^{*9}、エコサート認証をクリアした医薬部外品である。

^{*9} 世界で初めて：株式会社日本能率協会総合研究所調べ。同所による調査の結果、対象となる全37社においてエコサート認証を取得した育毛剤の展開は確認されなかった。したがって、P.G.C.D.が展開する医薬部外品育毛剤（美容液）「カンテサンス」は世界初の『エコサート認証取得済医薬部外品育毛剤』であることが立証されている。



(写真提供：P.G.C.D.)

【自然環境面】

■ ノーフアンデーション、ノーリンス活動（廃棄物の削減）

- P.G.C.D.が「ノーフアンデーション」「ノーリンス」を掲げ、つくる商品のアイテム数が極端に少ないのは、顧客にシンプルなケアを届けたいという思いに加え、「何のためにつくるのか。それはほんとうに必要なのか。」その問いに答えられる商品をつくりたいと心がけているからである。ものをつくる以上は、つくる側に大きな責任がある。そして無駄を削ぎ落とすということは、無駄なものをつくらない、捨てないことで環境負荷をかけないことにも繋がる。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ 詰め替え式容器のプロダクト

- 先進国ではリサイクルやエコの意識が年々高まっている一方で、海洋プラスチックによる海洋汚染は地球規模で広がっている。中でも化粧品に使われているマイクロプラスチック^{*10}は、海洋生物や人間への影響が懸念されている。そんな自然環境に対して P.G.C.D.ができる取り組みの一つとして、トリプルエッセンス美容液「ロシオン エクラ」と、育毛美容液「カンテサンス」の容器は、石鹸と同じく無駄を出さないことを目指し、環境にやさしい詰め替え方式を採用している。その結果、レフィル^{*11}だけを詰め替え、ボトルや本体のカバーは何度でも使えるカタチにたどり着いた（特許取得済）。環境にまで配慮したエコでサステナブルな容器は、国内でも高い評価を受けており、「ロシオン エクラ」は 2013 年グッドデザイン金賞を受賞した。表面的な美しさだけでなく、風化されることのない価値

を研ぎ澄ましたもので、それが P.G.C.D. の求めるシンプルである。

*¹⁰ マイクロプラスチック：大きさが 5mm 以下のプラスチック片。現在 51 兆個ものマイクロプラスチックが世界の海を漂っていると言われており、2018 年の G7 で取り上げられるなど、世界的に生態系への影響が懸念されている。

*¹¹ レフィル：詰め替え用品



エコ、サステナブルを美しく表現したボトル。



いつもクリーンに使えるレフィル交換式。

(写真提供：P.G.C.D.)

■ 地球を救う「水 100t チャレンジ」

- 「人も地球も美しく」を社会的責任目標として掲げる P.G.C.D. では、子どもたちの未来のために、顧客が石鹸を 1 個購入する毎に、ウォーターエイドジャパンを通じて、安全な水が手に入れない子どもたちへ水 30 リットル分の寄付を行っている。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ 無店舗販売によるエネルギー消費の抑制と紙資源の廃棄ゼロ目標

- P.G.C.D.は、インターネットや電話などを通じた通信販売によって、顧客へ商品やサービスを提供している。いつでもどこでも手軽に注文できるという通販の利点に加え、店舗を持たないことにより店舗運営に伴うエネルギー消費の抑制にも繋がっている。
- P.G.C.D.は、製造、配送・輸送、倉庫保管はアウトソーシングしている。なお、紙資源の削減活動の一環として、石鹼のパッケージには簡易包装を採用している。また包装や梱包材、ダイレクトメールや商品に同梱されるリーフレット等、販促ツールを含めた紙資材の発注や在庫管理を見直し、紙資源の廃棄ゼロを目標に掲げ取り組んでいる。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ マダガスカルの子どもたちへの手洗い啓蒙支援

- 手洗いなどの衛生習慣は、子どもたちの健康被害を防ぐ予防策となる。P.G.C.D.では、アフリカのマダガスカルにて、子どもたちが手洗いなどのきちんとした衛生管理の習慣を身に着けるための啓蒙活動の支援を行っている。



(写真提供：P.G.C.D.)

【社会面】

■ 顧客情報保護への取り組み

- 顧客情報については、社内規定に「情報セキュリティ関連規程」を設けるとともに、VPN^{*12}経由でしか接続できず、業務用 PC においては画面動作やログを監視、管理する仕組みを導入している。定期的なデータの削除の点検や、セキュリティ管理のソリューションでのチェック、個人情報に該当するファイルを検索する仕組み等の技術的対策を行っている。

^{*12}VPN : Virtual Private Network の略で、仮想専用網という意味である。ある拠点間の接続をひとつの仮想的な専用ネットワークとして使えるため、安全に通信ができるといわれている。VPN を通してやり取りする通信は暗号化され、第三者からは解読出来ないようにデータを保護できる。

- また、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が、安全・安心な IT 社会を実現するために創設した中小企業自らが情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度である「SECURITY ACTION」の趣旨に賛同し、P.G.C.D.は「★★二つ星」を宣言している。その他、委託先とは個人情報関連の取り決めを誓約で執り行い、取引先が認定・認証を取得していることを確認している。

■ 大切な仲間である社員が活躍できる職場環境作り

- 「商品への愛」「お客様への愛」「仲間への愛」から成り立つ『3つの愛』をバリューとして掲げる P.G.C.D.では、大切な「仲間」である社員が活躍できる環境作りに取り組んでいる。29 人（2024 年 8 月現在）の社員のうち女性が 23 名、管理職 7 名についても女性が 4 名と、女性が活躍できる職場となっている。2024 年 1 月より、就業時間の自由度を高めたコアタイム制の勤務体制を導入した（8 時間の勤務中 10 時～17 時をコアタイムとして、前後 2 時間を従業員が選択できる（例：8：00 始業～17：00 終業）。これは従業員に選択権があり申請すれば認められる）。同じく 2024 年 1 月より、「20 時までには帰ろう」という運動を開始。その結果、2023 年と 2024 年を比較すると、平均有給休暇取得日数は 7.2 日から 10.9 日、有給休暇取得率は 47.2%から 70.2%、育児休暇取得率は男女ともに 100%、平均月残業時間は 28.1 時間から 21.8 時間と年々改善しており、労働環境の改善と健康増進にも寄与している。また健康診断受診は義務化、再検査費用を含め会社負担で対応している。



（出典：P.G.C.D.）

- 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、eNPS^{*13}に取り組んでいる。コアタイム制の導入や 20 時までに帰ろう運動は eNPS の結果を踏まえての改善活動の一例である。

^{*13}eNPS：社員満足度調査（Employee Net Promoter Score）の略称で「親しい知人や友人にあなたの職場をどれくらい勧めたいか」を尋ね、「職場の推奨度」を数値化したものである。他人への推奨度から、会社への評価やエンゲージメント、職場に対する満足度を測る指標として使われている。

- 賃金水準については、P.G.C.D.でもっとも低い新卒社員は、1,438 円と東京都の最低賃金（時給）1,163 円を上回っている。ここ 3 期の昇給率実績は、2021 年 2.86%（経団連公表中小企業総平均 1.72%）、2022 年 0.92%（同 1.97%）、2023 年 2.98%（同 2.94%）、3 期平均では 6.89%（同 6.77%）と上回っている。今後も中小企業総平均を上回る昇給率を目指してゆく。

【社会経済面】

■ JBIG meets art gallery

- コロナ禍で苦しむ社会で、P.G.C.D.としてできる貢献とは何か考え、オンライン、オフラインを活用した新たな貢献の形として生まれたのが「JBIG meets art gallery」である。京都芸術大学生、卒業生をはじめ、若手の現代アート作品を展示してアートに触れる機会を作り上げ、アート作品の購入を通じて、P.G.C.D.が顧客と一緒に社会を応援し、日本の現代アート文化に貢献できる仕組みである。



（写真提供：P.G.C.D.）

■ 洗顔エステサロン

- 洗顔エステサロンは、肌を育てるスキンケア「肌育」を提唱する P.G.C.D.が泡立てから洗顔や保湿まで、素肌美を手に入れるスキンケアをフルコースで紹介するイベントである。ファンデのいない素肌づくりに役立つように、実際に濃密泡で洗顔を体験できる洗顔エステプログラムを実施している。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ お茶会

- P.G.C.D.では季節ごとにお茶会を行っている。茶道では、手間と時間をかけて 1 杯のお茶を点てるように、P.G.C.D.ではスキンケアも、手間をかけることで肌が育つと考えている。P.G.C.D.では、この「手間」にこそ価値があり「文化」となりうる美しい習慣だと考えている。移ろいゆく日本の四季に合わせて、茶道という日本文化に親しみを感じて欲しいとの思いを込めて、椅子に座りながらお茶を頂く「立礼式（りゅうれいしき）」のお茶会を催している。



(写真提供：P.G.C.D.)

■ 表参道の清掃活動

- P.G.C.D. ブランドの創立記念日である 7 月 22 日に創業以来毎年、表参道の清掃活動を行っている。この活動は、社員、顧客、取引先、その家族含め、年齢性別を問わず、100 人以上が参加する恒例イベントとなっている。



(写真提供：P.G.C.D.)

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	石けん、洗剤、クリーニング・つや出し剤、香水及び化粧品類製造業 通信販売またはインターネットによる小売販売
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、賃金、社会的保護、零細・中小企業の繁栄、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

【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	取組内容
健康および安全性	➤ 顧客の素肌美を作り出す商品購入数量の増加

雇用	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 継続的な雇用の維持 ➤ 全社員の正規雇用の維持
賃金	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 中小企業の平均以上の賃金昇給率

■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
データプライバシー	➤ 個人情報の保護
健康および安全性	➤ 社員のエンゲージメント率の向上
廃棄物	➤ 容器包装でのプラスチック削減

なお、ポジティブ・インパクトおよびネガティブ・インパクトで抽出されている零細・中小企業の繁栄については、P.G.C.D.の顧客は全て個人であることから、インパクトに特定しない。ポジティブ・インパクトに抽出されている健康と衛生については、美容事業がメインであり消毒を目的とする製品がメインではないこと、また、ネガティブ・インパクトで抽出されている賃金については新卒水準が東京都最低賃金を上回っていること、社会的保護については、育休取得率 100%等環境を整えていること、気候の安定性、水域、大気、土壌、生物種、生息地、資源強度については、P.G.C.D.は自社で製造を行っていないことから、インパクトに特定しない。


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

P.G.C.D.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。


【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	
取組内容（インパクト内容）	顧客の素肌美を作り出す商品購入数量の増加	
KPI	● 2029 年までに定期便会員数を 15,000 人まで増やす（2023 年実績 10,850 人）。	
KPI 達成に向けた取り組み	➤ 定期便化を見据えた新規会員獲得により定期便申込者数を増やし、顧客に寄り添った提案により定期便解約率を下げることで、定期便会員数の増加を図る。	
貢献する SDGs ターゲット	9.1	<p>全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために、地域・越境インフラを含む質の高い、信頼でき、持続可能かつ強靱（レジリエント）なインフラを開発する。</p> 

特定したインパクト	賃金
-----------	----

取組内容（インパクト内容）	中小企業の平均以上の賃金昇給率	
KPI	● 毎年中小企業の平均以上の昇給率を目指す。	
KPI 達成に向けた取り組み	▶ ここ3期の昇給率実績は、2021年2.86%（経団連公表中小企業総平均1.72%）、2022年0.92%（同1.97%）、2023年2.98%（同2.94%）、3期平均では6.89%（同6.77%）と上回っている。今後も中小企業総平均を上回る昇給率を目指してゆく。	
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）	社員のエンゲージメント率の向上	
KPI	● 2029年までにeNPSの指数の10ポイントアップを目標とする（2022年実績マイナス68.00、2023年実績マイナス66.67）。	
KPI 達成に向けた取り組み	▶ 自走する組織を目指しドラッカー経営とMBAのスキルを社内を導入する。勤務時間の選択制などにより、社員個々人の状況に合わせた働きやすく効率的な業務が可能な労働環境の提供や20時までに帰ろう運動などにより健康増進を推進する。今後もeNPSを実施し、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。 ▶ eNPS指数については、直近の改善幅を踏まえ、毎年2ポイントずつの改善を目標とする。	
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。 

なお、ポジティブ・インパクトに特定している雇用については、P.G.C.D.の採用方針は有能な人材の採用が前提であり必ずしも増員を前提しているものではないこと、および社員は全員正規雇用方針であることから、KPIは設定していない。また、ネガティブ・インパクトとして特定しているデータプライバシーについては、IPAが創設した「SECURITY ACTION」の「★★二つ星」を宣言し、社内セキュリティ体制を整備するなどの十分な対策に取

り組んでいること、廃棄物については、エコサート認証商品の販売、容器包装でのプラスチック削減を目的とした詰替え方式の採用など P.G.C.D. が現状できる取り組みは十分におこなっていることから、KPI は設定していない。

5.サステナビリティ管理体制

P.G.C.D.では、本ファイナンスに取り組むにあたり、野田泰平代表取締役 CEO を最高責任者・プロジェクトリーダー、江上直子管理部マネージャーを事務局、設定した KPI ごとに選任したリーダーを KPI 推進リーダーとして、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、野田泰平代表取締役 CEO を最高責任者・プロジェクトリーダー、江上直子管理部マネージャーを事務局、設定した KPI ごとに選任したリーダーを KPI 推進リーダーとし、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・プロジェクトリーダー)	代表取締役 CEO	野田泰平
(事務局)	管理部マネージャー	江上直子
(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あたり設定した KPI の進捗状況は、P.G.C.D.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、P.G.C.D.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。P.G.C.D.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 小山 貴規晃

〒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