

株式会社横浜銀行が実施する 株式会社グリーンハウスに対する 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（JCR）は、株式会社横浜銀行が実施する株式会社グリーンハウス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

2023年8月31日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社グリーンハウスに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社横浜銀行

評価者：株式会社浜銀総合研究所

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、横浜銀行が株式会社グリーンハウ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、株式会社浜銀総合研究所による分析・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かまたは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。横浜銀行は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、浜銀総合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、横浜銀行及び浜銀総合研究所にそれを提示している。なお、横浜銀行は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、PIF 原則等で参照している IFC の定義に拠っている。

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領域における「包括的で健全な経済」、「経済収れん」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かまたは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。

横浜銀行及び浜銀総合研究所は、本ファイナンスを通じ、グリーンハウスの持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクト領域および 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、グリーンハウスがポジティブな成果を発現するインパクト領域を有し、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。

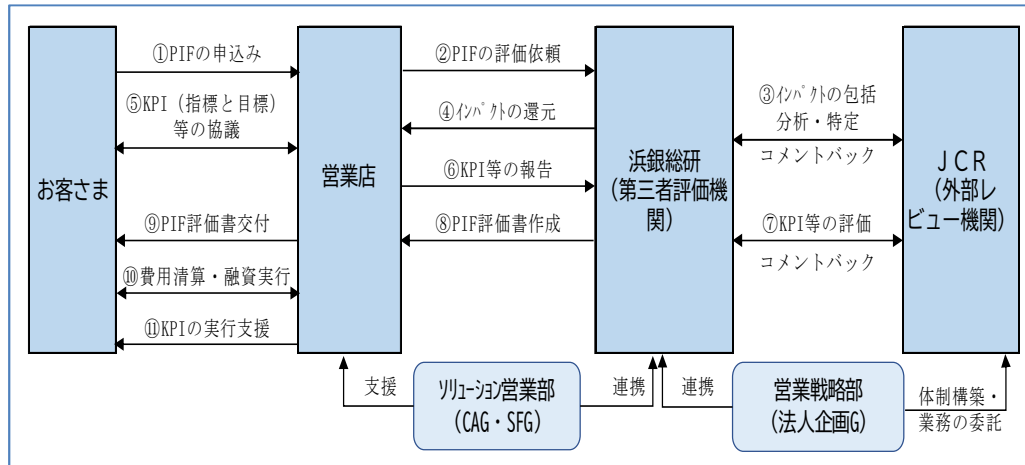
PIF 原則 2

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、横浜銀行が 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 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) 横浜銀行は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。



(出所：横浜銀行提供資料)

(2) 実施プロセスについて、横浜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、横浜銀行からの委託を受けて、浜銀総合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、全て浜銀総合研究所が作成した評価書を通して銀行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、浜銀総合研究所が、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グリーンハウスから貸付人である横浜銀行及び評価者である浜銀総合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。



JCR Sustainable PIF for SMEs

(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

梶原 敦子

梶原 敦子

担当アナリスト

丸安 洋史

丸安 洋史



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

株式会社浜銀総合研究所は、国連環境計画金融イニシアティブ(UNEP FI)が公表しているポジティブインパクトファイナンス原則に則り、株式会社グリーンハウス(以下グリーンハウス)の包括的なインパクト分析を行った。

横浜銀行は、本評価書で特定されたポジティブインパクトの向上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、グリーンハウスに対し、ポジティブインパクトファイナンスを実施する。

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに係る借入金の概要

借入人の名称	株式会社グリーンハウス
借入金の金額	500 百万円
借入金の資金使途	運転資金
モニタリング期間 (返済期限)	3年0か月 (2026年8月31日)

1. 企業の事業概要

企業名	株式会社グリーンハウス
売上高	61,442 百万円 (※2023年3月期)
主たる事業内容	コントラクトフードサービス事業
従業員数	12名
所在地	本店 東京都新宿区西新宿 3-20-2 物流センター 神奈川県横浜市都筑区池辺町 3774-2 イノベーションセンター 東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー42F
関係会社(一部抜粋)	株式会社グリーンハウスフーズ(親会社) グリーンホスピタリティフードサービス株式会社(子会社) 株式会社グリーン・フードマネジメントシステムズ(子会社) 株式会社グリーンハウスサービス(子会社) 株式会社ジーエスエフ(子会社) 株式会社 asken(子会社)

● 沿革

1947年に慶應義塾大学の食堂として創業した。現在の主たる事業であるオフィス、工場、学校、寮、保養所、病院およびシルバー施設等諸施設へのコントラクトフードサービス事業(食堂運営等を委託契約により行なう給食事業)のほか、多数の子会社を設立し、グループとしてレストラン・デリカ事業、ホテルマネジメント事業といった事業の多角化を進めてきた。

沿革は以下になる。

1947年4月	創業者 田沼文蔵が慶應義塾大学の嘱託となり、大学予科食堂を経営（川崎市登戸）
1950年1月	慶應義塾の日吉移転に伴い、大学と高校の食堂を開設
1954年3月	会社名を慶應義塾の塾生から公募し、グリーンハウスに決定し、有限会社グリーンハウスを設立
1959年2月	横浜市港北区日吉に資本金 200 万円にて株式会社グリーンハウスに改組
1960年4月	工場給食に初の進出（松下通信工業）
1962年3月	横浜市に給食センターを開設
1965年1月	業界初のカフェテリア方式を東京トヨペットに導入
1966年12月	とんかつ「さぼてん」新宿店を開店（レストラン1号店）
1967年1月	中国料理「謝朋殿」新宿店を開店
1972年7月	レストラン部門を独立させ、株式会社さぼてん（1982年2月株式会社グリーンハウスフーズに社名変更）設立
1982年5月	東京都の公立学校給食センター（7,500食/日）を民間企業として初の受託（小平市）
1990年11月	株式を店頭公開（業界初）
1991年11月	韓国四大財閥の一つである LG グループの株式会社 LG 流通（現 OUR HOME）とコントラクトフードサービスの技術提携契約を締結
1992年4月	・寮・保養所・研修所の施設運営管理会社、株式会社ジー・エイチ・サービス（2001年8月株式会社グリーンハウスサービスに社名変更）を設立 ・株式会社北海道グリーンハウスを設立
1992年8月	米国シニ・リトル インターナショナルとのライセンス契約をもとに株式会社シニリトルジャパンを設立
1993年6月	創業者 田沼文蔵の代表取締役会長就任に伴い、代表取締役社長に田沼千秋就任
1994年10月	厨房・備品と施設清掃を取り扱う専門会社、株式会社千秀を設立
1996年8月	本社を東京都新宿区「東京オペラシティタワー」へ移転
1996年10月	食品流通センターを神奈川県横浜市都筑区に竣工
1997年4月	株式会社謝朋殿を設立
1999年1月	フードサービス関連スタッフの人材派遣業務を中心とした株式会社グローバル・リソースを設立
1999年4月	病院・社会福祉関連施設のフードサービス事業拡大を図るため、株式会社グリーンヘルスケアサービスを設立
1999年6月	日産自動車グループの株式会社日産コーエーのコントラクトフードサービス事業を譲り受け、株式会社ジー・エヌ・フードサービスを設立
1999年7月	食品流通センター、ウェルネス研修所において、給食サービス業界で初めて環境保護のための国際規格 ISO14001 の認証を取得
1999年8月	沖電気グループの株式会社沖ライフサービスのフードサービス事業を譲り受け、株式会社ジー・オー・フードサービスを設立
2000年3月	・富士電機株式会社のコントラクトフードサービスを一括受託し、株式会社ジー・エフ・フードサービスを設立 ・安田信託銀行株式会社のフードサービス運営子会社の合併を目的に、株式会社ジー・ワイ・フード・サービスを設立（2002年4月地域子会社と統合）
2000年4月	・創業者 田沼文蔵が4月14日逝去 ・ホテル経営の専門会社株式会社グリーン・ホテル・マネジメントを設立（現・グリーンホスピタリティーマネジメント）
2001年4月	食品流通センターにおいて、品質保証のための国際規格 ISO9001 の認証を取得
2001年5月	株式会社東京集団給食技術研究所のコントラクトフードサービス事業を譲り受け、株式会社ジー・ティー・フードサービスを設立（2001年12月株式会社グリーンハウスに吸収合併し、運営を地域子会社に移管）
2001年9月	韓国 LG グループとの技術提携で、ソウルに「とんかつ新宿さぼてん」を出店
2002年2月	JR 北海道グループの株式会社北海道弘済サービスのフードサービス事業を、連結子会社である株式会社北海道グリーンハウスが営業譲り受け

2002年4月	株式会社フードサービスかながわを株式会社グリーンハウスに吸収合併
2002年6月	食品流通センターに「食材安全管理室」を設置
2002年7月	・三菱自動車工業株式会社のコントラクトフードサービスを一括受託し、運営会社として株式会社ジー・ディー・フードサービスを設立 ・日産ディーゼルグループの株式会社日弘のフードサービス事業、売店および外販事業を譲り受け（運営は株式会社関東グリーンハウス）
2002年9月	ホーワス・アジア・パシフィック社（現ホーワス・HTL）とのライセンス契約を締結
2002年11月	・ホーワス・アジア・パシフィック, ジャパンとして、ホテル経営コンサルティング業務をスタート ・研修センター「エキスパート・ビジュアル・トレーニングセンター」を開設
2003年4月	社会貢献活動として第1回グリーンハウス[ホスピタリティデー]を開催
2003年10月	株式会社グリーンハウスフーズの「とんかつ新宿さぼてん」全店にて、ISO14001の認証を取得
2004年2月	社団法人日本給食サービス協会の協力企業として、業界初の「食品トレーサビリティシステム開発・実証試験」を実施
2004年3月	大栄興産株式会社のコントラクトフードサービス事業を譲り受け、運営を地域子会社に移管
2004年4月	・川崎重工業グループのコントラクトフードサービス、外販事業を譲り受け、コーベフーズ株式会社を設立 ・創業者 田沼文蔵の故郷、福島県南会津郡下郷町により、「グリーンプラザ 田沼文蔵記念館」が竣工
2004年6月	「第12回優良フードサービス事業者等表彰」の[優しい食事空間提供]部門において農林水産大臣賞を受賞
2004年12月	「とんかつ新宿さぼてん」初の現地法人による台湾進出第1号店を出店
2005年1月	ホテルコンサルティング事業分野への進出を目的に、株式会社ホーワス・アジア・パシフィック, ジャパンを設立
2005年2月	株式会社さかしょくの給食および外販事業を譲り受け、同年4月に運営を株式会社コーベフーズに移管
2005年5月	株式会社ロマーナフードサービスより、イタリアンレストランなど洋食業態5店舗を譲り受け
2005年6月	株式会社伯養軒のフードサービス事業を譲り受け、新会社ウェルネス伯養軒として運営開始
2005年10月	サクサ株式会社より福利厚生サービス事業、商品斡旋販売事業を譲り受け、新会社 株式会社ジー・エス・プロアシストが運営を開始
2005年11月	台湾の上場企業「大成長城集団」と合弁事業契約を締結
2006年2月	株式会社グリーンハウスと株式会社グリーンハウスフーズの株式交換契約を締結
2006年3月	JASDAQ 証券取引所 上場廃止
2006年8月	欧州のコントラクトフードサービス企業であるアルブロン社、DSR社とのアライアンス契約を締結
2006年10月	株式会社グリーンホスピタリティーマネジメントを設立
2006年11月	食品流通センター内に「精米品質管理室」を設定
2007年4月	日本初出店の「四川豆花飯荘」東京店を新丸の内ビルディングに出店
2007年7月	コントラクトフードサービスにおける中国進出を目的に、北京振達餐飲有限公司との合弁事業契約を締結
2007年8月	食品流通センター内にある「精米プラント」をリニューアル
2007年10月	・創業60周年を機にコーポレートマークを一新 ・株式会社ウィットを設立し、栄養管理の専門的アドバイスプログラム「あすけん」を開発
2007年11月	ヤマハグループのフードサービスおよび売店事業を譲り受け、株式会社ジー・ワイ・フードサービスを設立
2008年3月	タイ企業プレジデントベーカリー、双日タイ会社との3社による合弁事業契約を締結

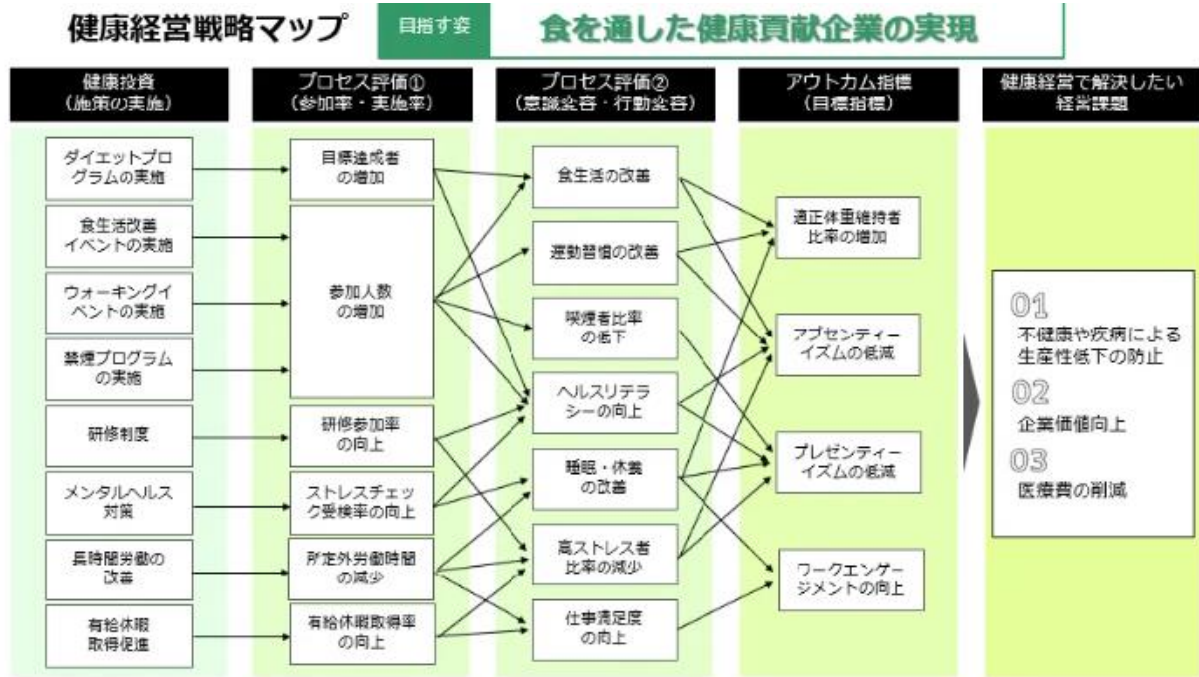
2008年4月	欧州コントラクトフードサービス企業とのアライアンスにフィンランドのFazer Amica社が加盟
2008年12月	タイ・バンコクに「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2009年1月	女子栄養大学と産学連携協定を締結
2010年1月	グリーンホスピタリティフードサービス株式会社を設立し、各地域子会社（関東、中部地区）におけるコントラクトフードサービス及び関連する業務を集約
2010年4月	シンガポールに「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2010年7月	・中国・天津に天津緑膳餐飲管理服務有限公司を設立 ・株式会社グローバル・リソーシスと株式会社千秀の事業を統合再編し、株式会社千秀グローバルを設立
2010年10月	香港のホテル・外食大手「美麗華集團」と合弁事業契約を締結
2011年1月	・中国・無錫に緑屋（無錫）餐飲管理服務有限公司を設立 ・中国・広州に広州緑屋餐飲管理服務有限公司を設立
2011年5月	香港に「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2011年7月	グリーンホスピタリティフードマネジメント株式会社設立し、地域子会社（東日本、西日本地区）におけるコントラクトフードサービス及び関連する業務を集約
2012年1月	・中国・大連に大連緑屋餐飲管理服務有限公司を設立 ・カナダ・バンクーバーに「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2012年10月	グリーンハウスの本社にテストキッチン「Green's Kitchen Studio」を開設
2013年3月	・中国・北京に「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店 ・三井不動産株式会社が保有する株式会社キャニーの全株式を取得
2013年5月	フィリピン・マニラに「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2014年2月	株式会社グリーンハウスフーズ、株式会社キャニー本社が東京オペラシティタワーに移転
2014年4月	初の自社ブランドホテルを京都に開業（現・ホテルグランバツハ京都セレクト）
2014年7月	中国・上海に「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2014年12月	公共の宿泊施設を運営する株式会社グリーンパブリックサービスマネジメントを設立
2015年2月	マカオに「とんかつ新宿さぼてん」1号店を出店
2017年4月	・グリーンハウス70周年 グリーンハウスフーズ50周年 ・ベトナム・ハノイにG.H.V Co., Ltdを設立 ・東京・新宿に「GHG Kitchen Academy」を開設
2018年3月	長野・軽井沢にGHG国際研修センター竣工
2019年3月	山和食品株式会社の全株式を取得
2019年12月	シンガポールのコントラクトフードサービス企業The Wok People Pte., Ltd.の全株式を取得
2021年11月	「ホテルグランバツハ東京銀座」開業
2022年4月	東京オペラシティ42階にイノベーションセンター「GreeneX Plus」設立
2022年10月	3 Embers Culinary Craft Pte., Ltd.の株式を取得

● 経営理念(グループ)

グリーンハウスは、「人に喜ばれてこそ会社は発展する」という社是を会社創業の原点としている。

顧客との接点を最も大切に、美味しく、健康的で、温かみのある、安全な食とホスピタリティの取り組みを推進することで、利用者に対する喜びを世界に広げる「食を通じた健康貢献企業」として成長しているような経営に努めている。また、近年では健康経営にも注力しており、グループで「ウェルネスプログラムの推進」を活動方針として掲げ取り組みを進めている(図1)。

図 1:健康経営戦略マップ

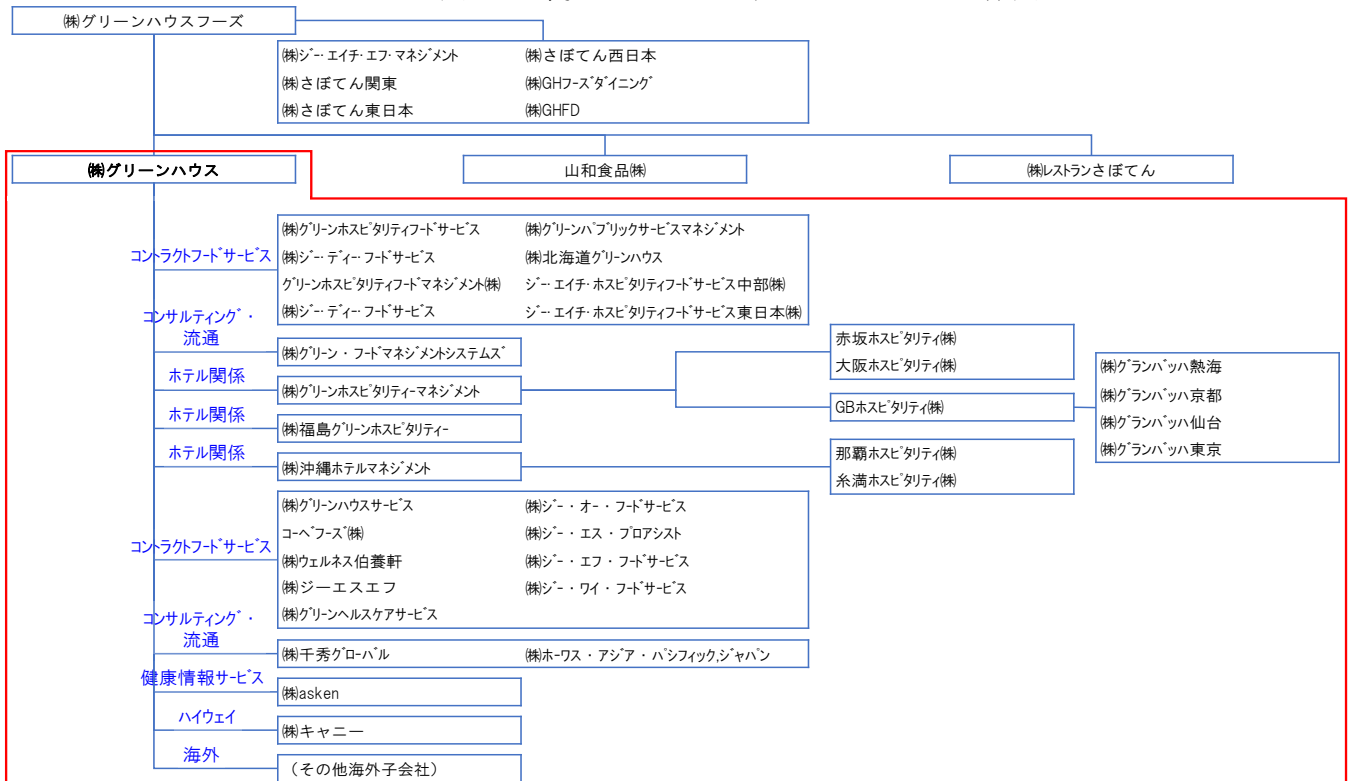


(出所) グリーンハウス HP より引用

● 事業概要(広義のグリーンハウスグループ)

下記図 2 ではグリーンハウスのグループ図の概要を記載している。本評価書では、グリーンハウスとその子会社を対象としている(下記赤枠内を「グリーンハウスグループ」と称す)。また、親会社である株式会社グリーンハウスフーズおよび同社関係子会社等を含めたグループ全体を「広義のグリーンハウスグループ」と称す。広義のグリーンハウスグループの事業内容は、図 3 のとおりである。

図 2: 広義のグリーンハウスグループの全体図



(出所) グリーンハウス提供資料より浜銀総合研究所作成

図 3: 広義のグリーンハウスグループの事業内容
グループ事業

グループならではの総合力と各事業の専門性を最大限に活かし、健やかな食事、まめ細やかなサービスをご提供しています。



契約フードサービス事業
B&I (ビジネス&インダストリー) 部門

契約フードサービス事業
学校給食部門

契約フードサービス事業
ヘルスケア部門

レストラン・デリカ事業

ホテル・マネジメント事業

海外事業

コンサルティング事業

ファシリティマネジメント事業

食品・資材流通事業

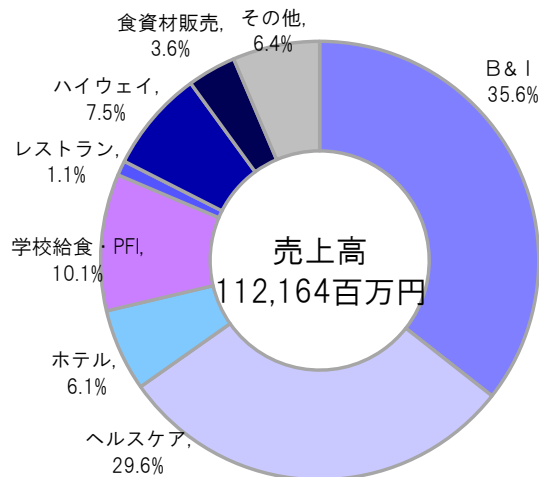
(出所) グリーンハウス HP より引用

グリーンハウスグループの連結での売上構成は図 4 のとおりである。主たる事業は、契約フードサービス事業であり、中でも B&I (Business & Industry) とヘルスケアの割合が高く、合計で 65% を超える水準となっている。また、小規模であるもののハイウェイ事業やホテル事業等も営んでいる。

なお、2023 年 3 月期のグリーンハウスグループにおける売上高は 112,164 百万円、営業所数は国内 1,926 カ所、海外 99 カ所、従業員は 5,327 名、臨時従業員 10,042 名となっている。

また、グリーンハウス単体の事業は、子会社とのグループ内取引等を除くと、ほぼ契約フードサービス事業のみとなっている。

図 4: グリーンハウスグループの売上構成比 (連結ベース)



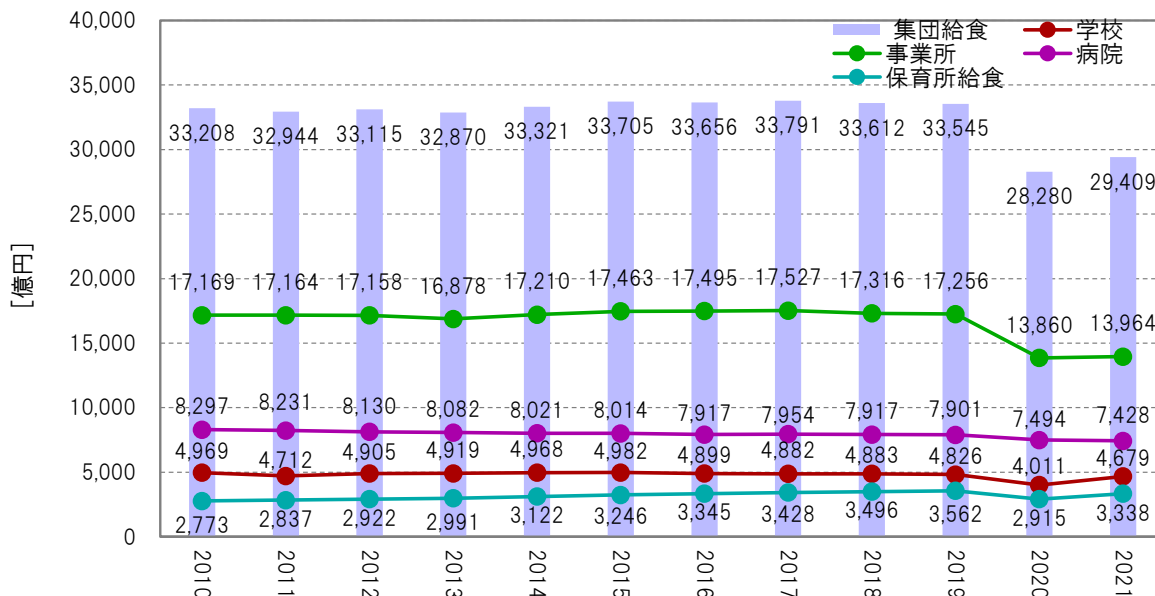
(出所) グリーンハウス提供資料より浜銀総合研究所作成

● 外部・内部環境(広義のグリーンハウスグループ)

一般社団法人日本フードサービス協会の調査によると、国内の集団給食市場(学校、事業所、病院、保育所)の市場規模は 2021 年時点で 2.9 兆円となっている(図 5)。新型コロナウイルス感染症の影響に伴い 2020 年には大幅に市場が縮小したものの、足元では回復基調となっていることが確認できる。近年の国内における共働き世帯増加に伴う保育所の利用ニーズ拡大、高齢化に伴う高齢者福祉施設の増加等、コロナ

禍以前より施設内給食の需要の高まりに関する潮流もある程度見込まれていることから、市場規模は今後も徐々に回復しながら堅調に推移していくものと思料される。

図 5: 国内の集団給食市場規模の推移



(出所) 一般社団法人日本フードサービス協会資料より 浜銀総合研究所作成

広義のグリーンハウスグループは 2023 年 3 月現在、国内に 2,639 店の店舗、15 軒のホテル、17 のレストランブランドおよび 615 店のレストラン店舗を有しており、売上規模も同業界で国内 3 位と非常に強い競争力を有している。

前述したヘルスケア分野においても保育所、高齢者福祉施設ともに取引を拡大しており、国内市場の回復を牽引しているといえる。

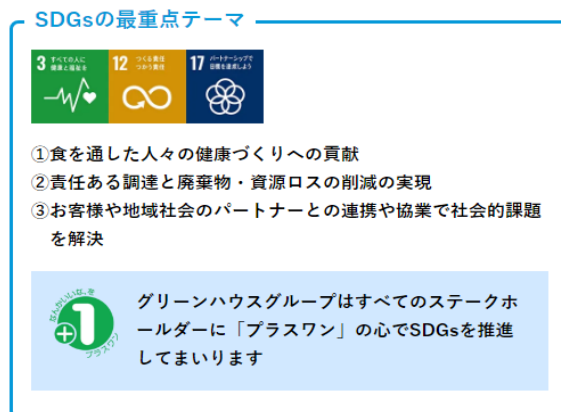
また、グリーンハウスグループは、海外進出にも積極的に取り組んでおり、15 の国と地域の展開先で、201 店の店舗を出店しているほか、複数の海外子会社を保有している。

例えば、コントラクトフードサービスの技術指導を行った韓国四大財閥の一つ LG(金星)グループの OUR HOME 社が同業界における同国内 1 位の企業に成長している等、実績も残している。蓄積されたノウハウを活用し海外需要も取り込んでいくことで、日本国内の情勢に依存しない安定的な経営基盤が構築されている。

● SDGs への理解と取り組み(グループ)

グリーンハウスグループは、SDGs の最重点テーマとして、以下(図 6)を掲げている。

図 6: SDGs の最重点テーマ



(出所) グリーンハウス HP より引用

また、グリーンハウスグループでは、その環境方針において、基本理念を以下のように掲げている。

グリーンハウスグループは社会に有益な事業を営み、地域社会の発展、健康の増進、豊かな生活環境の実現に努めるとともに、食を通してお客様や従業員の健康を支える「健康貢献企業」を目指します。事業活動において、地球環境に優しい研究開発を強化し、資源の節約と再利用を通じて環境改善活動を実践します。

横浜・食品流通センターに加え、グリーンハウス本社、その他事務所においてもグループとして環境マネジメントシステム「ISO14001」を取得している。

さらに、環境教育・啓発活動も積極的に展開しており、年に1回「イノベーションプラスワンコンテスト」を開催し、「事例共有」に努めている。具体的には、日々の改善提案活動の中から、特に優秀な事例を共有する場としてコンテストを開催しており、顧客に価値あるニーズを提供できるよう新たなチャレンジを行い、グリーンハウスグループの「イノベーション」の実現に繋げていくため、グループ全社で好事例を広く共有し、日々の業務に生かしている。

同様に、グリーンハウスグループ環境委員会を開催している。これは、グリーンハウスグループの環境保全活動の進捗状況や問題点などを広く共有することを目的として、全国から代表が集まり「グリーンハウスグループ全国環境会議」を定期的で開催しているものである(図 7)。

図 7: グリーンハウスグループ全国環境会議の様子



(出所) グリーンハウス HP より引用

他にも、グリーンハウスグループ内での環境教育のツールとして、全店に配布している「eco book」や隔月発行している「エコタウン」を、従業員の環境に対する意識向上や教育に活用している(図 8)。

図 8: 「eco book」と「エコタウン」



(出所) グリーンハウス HP より引用

このように、基本理念にあるような「健康貢献企業」を目指しており、グリーンハウスグループ全体としてSDGsの取り組みを通じた社会的課題の解決を図ることにより、持続可能な経営の実現に取り組んでいる。

2. グリーンハウスの包括的分析

● 業種別インパクトの状況

PIF 原則およびモデル・フレームワークに基づき、浜銀総合研究所が定め、所定のインパクト評価の手続きを実施した。

まず、UNEP FI の定めたインパクト評価ツールを用い、ポジティブ・インパクトおよびネガティブ・インパクトが発現するインパクト・カテゴリーとして、「食糧」、「健康・衛生」、「雇用」、「廃棄物」を確認している(図 9)。そして UNEP 分析ツールによりポジティブ、ネガティブな項目を判定したものが以下である(図 10)。

図 9：確認したインパクト一覧

	【5629 その他の飲食業】	
	ポジティブ	ネガティブ
01.入手可能性：水	○	○
02.食糧	●	○
03.住居	○	○
04.健康・衛生	●	○
05.教育	○	○
06.雇用	●	●
07.エネルギー	○	○
08.移動手段	○	○
09.情報	○	○
10.文化・伝統	○	○
11.人格と人の安全保障	○	○
12.正義	○	○
13.強固な制度・平和・安定	○	○
14.質の有効利用：水	○	○
15.大気	○	○
16.土壌	○	○
17.生物多様性と生態系サービス	○	○
18.資源効率・安全性	○	○
19.気候	○	○
20.廃棄物	○	●
21.包括的で健全な経済	○	○
22.経済収束	○	○
23.その他	○	○

(出所) UNEP 分析ツールより浜銀総合研究所作成

図 10：特定したインパクト一覧

項目	ポジティブ	ネガティブ
食糧	●	
健康・衛生	●	
雇用	●	●
廃棄物		●

(出所) UNEP 分析ツールより浜銀総合研究所作成

各インパクト・カテゴリーに対して、ネガティブ・インパクトとその低減策、ポジティブ・インパクトとその向上に資するグリーンハウスの活動をプロットし、さらに SDGs のゴールおよびターゲットへの対応関係についても評価した。

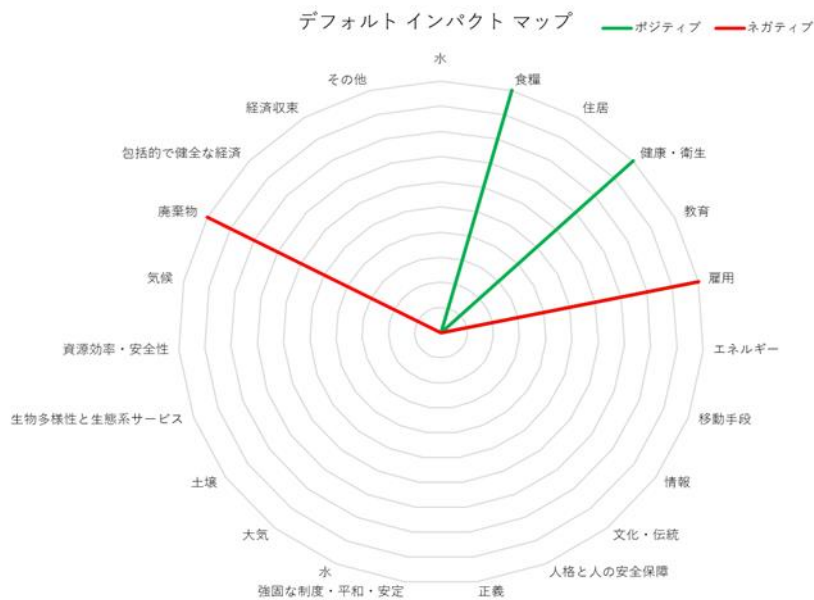
● **インパクトに係る戦略的意図やコミットメント**

インパクトと PIF 原則およびモデル・フレームワークにより特定したインパクトの項目の関連は以下になる。

また、特定したインパクトレーダーは図 11 のとおりである。

	インパクト	特定したインパクトの項目
①	【フードサービスのプロフェッショナルとして、食とホスピタリティを提案】	「食糧」「健康・衛生」
②	【人々の明日を今日より健康にする食と健康に関するサービスを提供】	「健康・衛生」
③	【従業員の働きやすさを実現し、安心して活躍できる雇用環境を実現】	「雇用」
④	【食の観点から環境に配慮する廃棄物の削減と資源循環サイクルの促進】	「廃棄物」

図 11：特定したインパクトレーダー




(出所) UNEP 分析ツールより浜銀総合研究所作成

3. グリーンハウスに係る本ポジティブインパクトファイナンスにおける KPI の決定

以下に、特定したポジティブインパクトとネガティブインパクトの内容を記載する。

● フードサービスのプロフェッショナルとして、食とホスピタリティを提案

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブインパクト
インパクト・カテゴリ	ポジティブインパクト「食糧」「健康・衛生」
影響を与える SDGs の目標	
内容・対応方針	食とホスピタリティを通して人びとの豊かな暮らしと健康を実現する取り組み
毎年モニタリングする目標と KPI	(目標) スマートミール提供認証の強化 SDGs メニューのメニュー開発と提供数の増加 (KPI) スマートミール提供店舗数の増加(2026年3月期延べ店舗数 50 店舗、2027年3月期延べ店舗数 55 店舗) SDGs メニューの提供店舗数の増加(2026年3月期 300 店舗、2027年3月期 350 店舗)

グリーンハウスグループが提供する「からだ喜ぶ、なんかいいな弁当」(図 12)は、スマートミールの基準(図 13)を満たしたテイクアウト弁当で、基準に沿った栄養バランスでありながら、彩りが良く食べごたえがあることが特長である。この弁当は、グリーンハウスグループの管理栄養士が監修し、開発したものである。

環境に配慮し、紙素材容器を使用しているほか、購入者特典として、グリーンハウスグループの管理栄養士によるミニ健康情報 TV にアクセスできる二次元バーコードがついており、動画で簡単に栄養情報について知ることができる。

図 12: 「からだ喜ぶ、なんかいいな弁当」



(出所) グリーンハウス HP より引用

図 13：スマートミール（ちゃんど）の基準

- ✓ 栄養バランスを考慮して「ちゃんど」食べたい女性や中高年男性の方向け(450～650kcal 未満)
- ✓ 主食(飯、パン、めん類) (飯の場合 150～180g (目安))
- ✓ 主菜(魚、肉、卵、大豆製品) 60～120g (目安)
- ✓ 副菜(野菜、きのこ、海藻、いも) 140g 以上
- ✓ 食塩相当量 3.0g 未満

(出所) グリーンハウス HP より引用

スマートミールとは、健康に資する栄養バランスの取れた食事、および「健康な食事」に関する認証制度の通称である。この制度は「健康な食事・食環境」コンソーシアム事務局が運営、審査を行っており、認証への適合が認められれば、スマートミールを提供する店舗であることをロゴなどを用いてアピールすることができる。

発端は、厚生労働省が健康寿命の延伸を目的とし、生活習慣病への予防として行っている「健康日本 21 (第二次) 政策」で主食・主菜・副菜を組み合わせた食事を 1 日に 2 回以上摂取するなどの目標を掲げているが、外食や中食を定期的に利用する人は、それ以外の人に比べ、目標達成の割合が少ないことが危惧されており、その環境整備のため 2018 年にスマートミール認証制度を発足させたものである。

飲食関連企業は、認定を公表することにより、栄養バランスの取れた食事を提供していることを対外的にアピールできるため、適合のために費やした企業努力を社会的に認知させることが可能となる。また、認証が普及することにより、日本国内全域でスマートミールによる食事を可能にしている。

認定を受けるためには、主食、主菜、副菜、食塩相当量について、厚生労働省の「生活習慣病予防その他の健康増進を目的として提供する食事の目安」や「食事摂取量基準」を基に定められた基準をクリアすることに加えて、スマートミール作成時に栄養士が関与すること、栄養素情報の表示、外食や給食においては店内禁煙であることなどの必須項目を満たす必要がある。必須項目を満たした場合には一つ星、オプション項目を満たした数に応じて、二つ星から三つ星までの星数が認定される。

そして、認定事業者は「健康な食事・食環境」認証制度のウェブサイトにて公表される。認証の有効期限は 2 年間であり、継続して表示する場合には更新審査が必要となる。

グリーンハウスグループでは、社員食堂という場でのフードサービスから「ビジネスランチ」全体へのフィールドへと広げる取り組みを本格化させており、今後も新メニュー開発や提供・運営の検討を進め、健康や、おいしさ、温かさといった社員食堂の良さをさまざまなかたちで多くの顧客に伝えていきたいと考えている。2023 年 3 月時点でスマートミール提供店舗数は、38 店舗の実績がある。

また、グリーンハウスグループでは、2022 年度からオリジナルの「SDGs メニュー」企画の展開を開始した。昨年度は「畜産由来の温室効果ガス排出削減」「水資源の節約」「食料問題の解決策」をテーマに、プラントベースフード(動物性原材料ではなく、植物由来の原材料を使用した食品のこと)を取り入れたメニューを提供した。2023 年 3 月時点で SDGs メニュー提供店舗数は、150 店舗の実績がある。

2023 年度は「まるっと SDGs メシ」と題し、新たに旬の野菜を丸ごと使用することで、食材の廃棄量を減少させるメニューを提案している(図 14)。昨年度に SDGs メニューを実施した店舗は元より、その他店舗において広く着実な展開を図り、2027 年 3 月期に 350 店で実施できるように推進していく。推進に当たっては、各営業所において野菜を丸ごと調理することで生産性向上を図ることや、管轄する部門では推進のための POP 作成や、食を通じた SDGs の取り組みについて認知、浸透を図るためのサポートを行っている。

図 14：「まるっと SDGs メシ」2023 年度展開メニュー(2024 年 1 月まで分)


✓	4, 5 月	焼キャベツ&タンドリーチキンクリームソース
✓	6, 7 月	丸ごとピーマンの彩りミートライス
✓	8, 9 月	丸ごとゴーヤ&辛口チキンの衣揚
✓	10, 11 月	皮まで丸ごと蓮根ハンバーグ
✓	12, 1 月	丸ごと大根プレート

(出所)グリーンハウス提供資料より浜銀総合研究所作成

このような、食とホスピタリティを通して人びとの豊かな暮らしと健康を実現することに取り組むことで、すべての人の健康水準の向上に繋がり、企業価値向上への貢献度も高いものとなっている。推進体制は、グリーンホスピタリティフードサービス株式会社の全国 B&I 推進部が中心となり取り組む。

これは、安全かつ栄養価の高い食品の提供により、活動的で健康な生活の実現に貢献しており、この取り組みは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「食糧」に該当し、SDGs の 17 目標 169 ターゲットでは「3.4」のゴールに貢献すると考えられる。

● 人々の明日を今日より健康にする食と健康に関するサービスを提供

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブインパクト
インパクト・カテゴリ	ポジティブインパクト「健康・衛生」
影響を与える SDGs の目標	
内容・対応方針	健康支援アプリの利用者や栄養セミナーの受講者の健康づくりをサポートする取り組み
毎年モニタリングする目標と KPI	(目標) 「あすけん」ユーザーの拡大 健康推進活動の強化 (KPI) 「あすけん」登録ユーザー数の増加(2026年3月期 1,150万人、2027年3月期 1,300万人) 栄養セミナーの実施数(または動画等の視聴回数)の増加(2026年3月期 125件相当、2027年3月期 130件相当)

グリーンハウスグループは、「SDGsの最重点テーマ」として「食を通じた人々の健康づくりへの貢献」をその一つに掲げており、開発した健康メニューの実食提供以外にも、食事を管理するアプリ「あすけん」の提供や栄養学の分かりやすい教育機会の提供といった施策に取り組んでいる。

食事管理アプリ「あすけん」(図15)とは、ダイエットや健康に関心を持つユーザー(2023年3月時点で会員数840万人)に向けた国内最大級の食事管理アプリである。特徴としては、10万以上のメニューからの食事登録や、写真を撮って画像解析によるメニュー登録をすることが可能で、カロリーだけでなく14種類の栄養素バランスも瞬時に表示することができる。これまでの食事の写真を撮るだけで食事記録ができる機能に加え、市販食品のバーコードを読み取るだけで記録ができる機能も加わり、利便性を高めることで、さらなるユーザーの拡大に繋げる。

また、体重・体脂肪率・睡眠時間・歩数などの運動の記録も入力可能で、それらをグラフで表示することができる上、栄養士からの食事内容や食生活のアドバイスも毎日見ることができ、次の食事で何を食べればよいのかがわかるため、食事の選択力が身につく食生活の改善に役立つものとなっている。

図15：食事管理アプリ「あすけん」



(出所)株式会社 askenHP より引用

「あすけん」が誕生する以前は、一人ひとりのアナログな対面指導であった栄養指導が、このアプリを通じて、多くの人々に同時に、毎日、毎食という高頻度なアドバイスを行うことが可能となった。なお、「あすけん」の肝となるアルゴリズムには、グリーンハウスグループに多数在籍している経験豊富な管理栄養士のノウハウが生かされている。今後もさまざまな実証実験などを通じ、多くのユーザーが利用できるよう最適化を図り、「あすけん」登録ユーザー数を2027年3月期に1,300万人に増加することを目指す。

また、栄養学の分かりやすい教育機会の場として、「栄養セミナー」を実施している(図16)。栄養セミナーでは、「食を通じた免疫機能」「賢い食の選び方」などのウェルネスセミナーや、クイズ形式で楽しみながら参加できるセミナーなど、顧客企業の担当者や健康推進室、健保組合などからのニーズに合わせてセミナーを企画段階から検討し、グリーンハウスグループの各拠点や営業所で実施している。セミナー実施にあたっては、グリーンハウスグループに在籍する管理栄養士、栄養士が講師となって展開し、顧客企業の健康経営を側面支援する。2023年3月期の栄養セミナー実施実績は、113件である。

なお、今後については、リアルでのセミナーの開催から、動画やWebコンテンツ等の活用により、対面セミナーと同等の効果でより広く展開することを企画準備中である。その場合は、動画等の視聴回数を実質的な(リアル)セミナー実施数に換算して把握するものとする。

図16：栄養セミナーの開催風景





(出所) グリーンハウス HP より引用

こういった、健康支援アプリや栄養セミナーで市民の健康づくりをサポートすることに取り組むことは、すべての人の健康・衛生基準の向上に繋がっている。推進体制は、「あすけん」ユーザーの拡大については株式会社 asken が、健康推進活動の強化についてはグリーンホスピタリティフードサービス株式会社の全国B&I推進部が、中心となり取り組む。

これは、身体的、精神的および社会的福祉の状態の健康的な生活環境実現に貢献しており、この取り組みは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「健康・衛生」に該当し、SDGs の17目標169ターゲットでは「3.4」のゴールに貢献すると考えられる。

● 従業員の働きやすさを実現し、安心して活躍できる雇用環境を実現

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブインパクト・ネガティブインパクト
インパクト・カテゴリ	ポジティブインパクト「雇用」 ネガティブインパクト「雇用」
影響を与える SDGs の目標	 
内容・対応方針	従業員が健康を維持し、働きがいを出し創出する取り組み
毎年モニタリングする目標と KPI	(目標) ワーク・エンゲージメントの向上(P) 年次有給休暇の取得推進(正社員)(P) アブセンティーズムの低減(N) プレゼンティーズムの向上(P) (KPI) ワーク・エンゲージメントの平均得点の向上(2026年3月期3.2点以上、2027年3月期3.5点以上)(P) 平均年次有給休暇取得率の向上(2026年3月期58.5%以上、2027年3月期59.0%以上)(P) 病気による休職制度の利用日数の低減(2026年3月期2.2日以下、2027年3月期2.0日以下)(N) WLQ 調査票によるパフォーマンス指標の向上(2026年3月期94.0%以上、2027年3月期94.3%以上)(P)

※ポジティブインパクトをP、ネガティブインパクトをNと表記

2018年2月、グリーンハウスグループは、「グリーンハウスグループ働き方改革企業宣言(ウェルネスプログラム)」を制定し、従業員が健康を維持し、増進を図るための「ウェルネスプログラム」(図17)に全社で取り組んでいる。

ウェルネスプログラムを全社で推進するため、グリーンハウスの田沼社長を委員長とするウェルネスプログラム推進委員会(図18)を立ち上げ、具体的な活動を進めている。実行性ある取り組みとするため、各職場において「健康推進責任者」「健康推進担当者」を組織し、ウェルネスプログラムの実践を通して、楽しく働く職場づくりに繋げ、従業員のエンゲージメントを高めることを目指している。

以上の取り組みについて、オリジナル指標を用い数値化した『GHG健康経営度ランキング』を活動組織別に社内公表し、ウェルネスプログラムの推進を図っている。

図17: ウェルネスプログラム(スローガン)

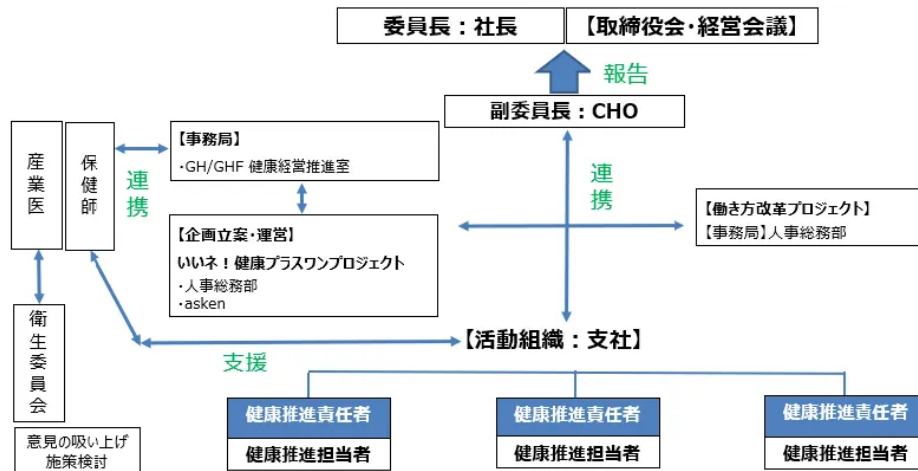
<p>みんな元気で 気持ちよく すすめよう Wellness Being</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 共に働く従業員全員が、身体的健康管理に励み、 ✓ ストレスの少ない精神的健康状態にあり、 ✓ お互いに気持ちよく仕事に専念できる ✓ 職場環境づくりを目指す!

(出所) グリーンハウス HP より引用

具体的には、専門性を活かした従業員の健康づくりの取り組みとして、2,000人以上在籍の管理栄養士・栄養士のノウハウを活用した国内最大級のダイエットサイト・食事管理アプリ「あすけん」を活用したイベント「チャレンジ健康プログラム」や「歩いて健康プラスワン!」など、グリーンハウスグループの従業員が楽しみながら参加できる健康イベント、セミナーを実施している。

また、それらのイベント実施に加え、残業削減、有給休暇の取得推進や健康診断の受診の奨励、健康増進の習慣化をグリーンハウスグループの経営トップの方針として実施している。

図 18：ウェルネスプログラム委員会



(出所) グリーンハウス HP より引用

今回、目標として掲げた、①ワーク・エンゲージメントの向上、②年次有給休暇の取得推進(正社員)、③アブセンティーズムの低減、および④プレゼンティーズムの向上について説明する。

ワーク・エンゲージメントとは、ユトレヒト大学の教授などが提唱した概念で、従業員のメンタル面での健康度を示すものとして、「仕事から活力を得ていきいきとしている」(活力)、「仕事に誇りとやりがいを感じている」(熱意)、「仕事に熱心に取り組んでいる」(没頭)の3つが満たされている心理状態として定義されている。

グリーンハウスグループでは、健康経営の強化・推進、健康増進の取り組み強化、睡眠改善(WEB 社内報による健康セミナーの配信)、長時間労働の改善、有給休暇取得促進などにより、従業員のメンタル面での健康度を向上させていく。

その効果の測定方法はいくつかあるが、グリーンハウスグループでは、ユトレヒト・ワーク・エンゲージメント尺度短縮版9問をベースとしたオリジナルアンケートによる測定方法を採用し、2023年3月期は、平均得点が2.6点の実績であったが、2027年3月期は、平均得点3.5点以上を目指す。

年次有給休暇の取得推進(正社員)のため、グリーンハウスグループでは、年間5日以上取得義務者の取得計画を上長が人事に提出の上、全従業員の有休取得状況を管理職層に人事総務部から毎月配信し、もれなく取得できるように、年間5日以上取得義務者本人に取得勧奨通知を行うなど、きめ細かく管理を行っている。

また、独自の制度として記念日休暇制度と節目休暇制度を設けている。

記念日休暇制度は、本人および配偶者の誕生日や子供の誕生日、本人の結婚記念日等、毎年度1回、個人の有給休暇の範囲内で取得できる制度である。なお、記念日当日に限定せず、事前登録により公休日(土・日・祝祭日)と組み合わせて連休とする柔軟な運用が可能となっている。

また、節目休暇制度は、年次有給休暇の取得推進には直接繋がらないが、勤続年数の節目に特別休暇を付与するもので、勤続10年で3日、勤続20年・30年・40年でそれぞれ5日を付与するものとなっている。

2023年1月時点では、平均年次有給休暇取得率57.3%であったが、2027年3月期は、平均年次有給休暇取得率59.0%以上を目指す。

アブセンティーズムとプレゼンティーズムとは、WHO(世界保健機関)によって提唱された健康問題に起因したパフォーマンスの損失を表す指標である。一般的に、プレゼンティーズムとは、欠勤にはいたっておらず勤怠管理上は表に出てこないが、健康問題が理由で生産性が低下している状態を意味し、アブセンティーズムは健康問題による仕事の欠勤(病欠)を意味している。

グリーンハウスグループでは、アブセンティーズムを病気による休職制度の利用日数をアンケートにて聴取し把握しており、2023年3月期は、2.5日の実績であったが、2027年3月期は、2.0日に低減することを目指す。具体策としては、健康経営の強化策として、特定保健指導受診率や精密検査等受診率の向上を推進し、また、研修による予防策の展開として、WEB社内報による健康セミナーの配信などを考えている。

また、プレゼンティーズムについては、WLQ(Work Limitations Questionnaire)調査票によるパフォーマンス指標にて把握しており、2023年3月期は、93.5%の実績であったが、2027年3月期は、94.3%以上に向上することを目指す。

なお、WLQ調査票は、タフツ大学で開発された、健康問題による仕事上の制約の状況や生産性低下率を測るものである。


具体策としては、他の取り組みと重なる部分もあるが、健康経営の強化・推進、長時間労働の改善、有給休暇取得促進といったことを行っていく。

また、目標設定はしていないが、所定外労働時間削減に向けた取り組みを実施している。具体策としては、管理職の評価指標に長時間残業時間が発生した場合の減点項目を設定するとともに、60時間/月の残業が発生した者に対して本社に具体的改善の報告書を提出させて、改善状況の進捗を発生部署と本社双方で確認するなど、残業時間の削減、意識の向上を図っている。その他にも、所定外労働時間削減に向けた改善施策については、コントラクトフードサービスは業務環境が多様な営業拠点が全国にあることも鑑み、各支社で実効性のあるシフト制度の実現などの検討を行っている。2023年3月時点では、平均月間所定外労働時間(年平均)は15.7時間であった。

これら施策は、従業員のエンゲージメント向上と従業員と家族の充実感と幸せに大きく寄与するものであり、同時に優秀な人材の確保や企業のイメージ向上にも繋がり、持続可能な経営への貢献度も高いといえる。推進体制は、ワーク・エンゲージメントの向上とアブセンティーズムの低減についてはグリーンハウスの健康経営推進室が中心となり取り組む。また、年次有給休暇の取得推進(正社員)とプレゼンティーズムの向上についてはグリーンハウスの人事総務部が中心となり取り組む。

これは、公正な雇用と職場の安全性、家族のためにも働きがいのある組織経営実現に貢献しており、この取り組みは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「雇用」に該当し、SDGs の17目標169ターゲットでは「3.4」「8.8」のゴールに貢献すると考えられる。

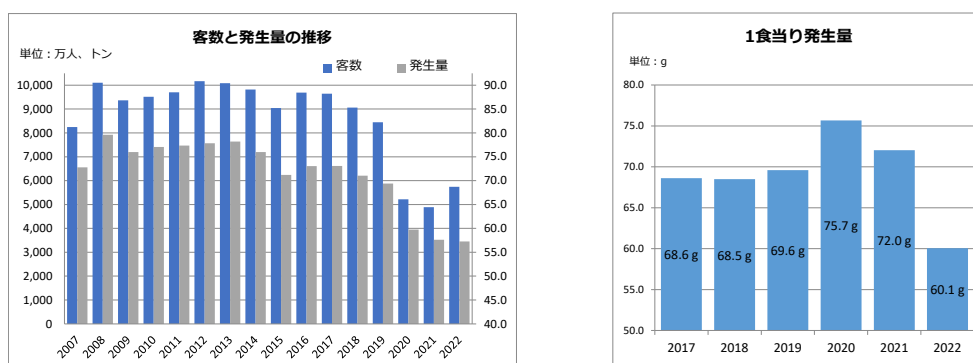
● 食の観点から環境に配慮する廃棄物の削減と資源循環サイクルの促進

項目	内容
インパクトの種類	ネガティブインパクト
インパクト・カテゴリ	ネガティブインパクト「廃棄物」
影響を与えるSDGsの目標	
内容・対応方針	廃棄物削減の取り組みと再生利用促進の取り組み
毎年モニタリングする目標とKPI	(目標) 食品ロス削減と廃棄物対策 再生利用(飼料、肥料等)の増強 (KPI) 顧客一人当たりの生ごみ発生量の削減(2026年3月期 56.3g以下、2027年3月期 55.5g以下) 再生利用等実施率の向上(2026年3月期 43.3%以上、2027年3月期 44.5%以上)

グリーンハウスグループは、その企業活動が地球資源を利用して成立していることに鑑み、地球を守る活動が企業の責務となっていることを常に意識し、環境負荷低減活動に積極的に取り組んでいる。特に、環境負荷を軽減するため、廃棄物の発生メカニズムを徹底的に分析することで、廃棄物排出量の削減を進めている。

環境への影響をできるだけ減少させるために、廃棄物の削減(図 19)に対し、各営業所でさまざまな取り組みを行っている。例えば、生ゴミ削減の取り組みとして、①生ゴミ排出量の計量・記録の実践による抑制、②カット野菜の導入、③徹底した食数管理によるロス管理、④食事の提供時に食べられるだけのごはんを盛る、などである。

図 19：客数と生ごみ発生量の推移および1食当り生ごみ発生量の推移



(出所) グリーンハウス提供資料より引用

また、食品ロス削減メニューとして、野菜の切れ端や芯、皮など、廃棄されやすいものを使って「牛すじカレー」と「ベジブロススープ」のセット、栄養価の高いベジブロスを使用した「野菜のポタージュライス」を提供するなど、さまざまな工夫を行っている(ベジブロスとは、ベジタブル(野菜)+ブロス(出汁)の略語で、野菜でつくる出汁のことを指す。)

これからも、①食品廃棄物の計量記録の継続と可食部と非可食部の発生状況の把握、②食品廃棄物の計量記録のIoT化の検討、③出数管理による準備数精度向上、などを推進し、食品ロス削減と廃棄物対策を

進めていく。2023年3月期は、顧客一人当たりの生ごみ発生量 60.1g の実績であったが、2027年3月期は、顧客一人当たりの生ごみ発生量 55.5g 以下を目指す。なお、算定にあたっては、社内イントラの廃棄物計量入力システムにて集計し算出する。

また、再生利用(飼料、肥料等)の増強(図 20)にも取り組んでおり、例えば、使用済み食用油リサイクルの取り組みとして、各店舗で使用した食用油は、専門業者によってリサイクルしている。

引き取られた油脂は、飼料・肥料、バイオディーゼル燃料(BDF)、塗料やインク等々にリサイクルしている。

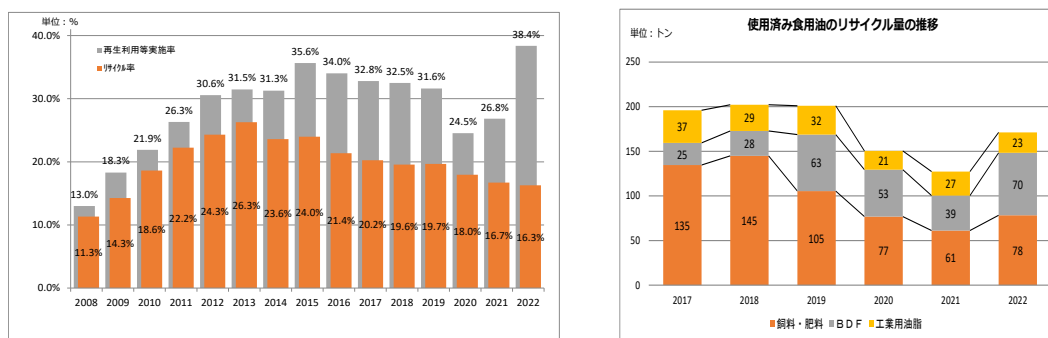
これからも、①地域特性に合わせた食品リサイクルの推進、②バイオガス発電へ利用拡大(再生可能エネルギーへの転換)、③使用済み食用油のリサイクルの拡大などを進めていく。2023年3月期は、再生利用等実施率 38.4% の実績であったが、2027年3月期は、再生利用等実施率 44.5% 以上を目指す。なお、算定にあたっては、以下の方法で算出する。

$$\text{再生利用等実施率} = (\text{発生抑制量} + \text{再生利用量} + \text{熱回収量} \times 0.95 + \text{減少量}) \div (\text{発生抑制量} + \text{発生量})$$

$$\text{発生抑制量} = (\text{基準発生原単位} \times \text{客数(年間)}) - (\text{当年発生原単位} \times \text{客数(年間)})$$

(※基準発生原単位は 2007 年度発生原単位)

図 20：再生利用等実施率とリサイクル率の推移および使用済み食用油のリサイクル量の推移(内訳)



(出所) グリーンハウス提供資料より引用


こういった食の観点から、廃棄物の削減や再生利用等を進めることで、環境負荷を低減することに繋がっており、企業価値向上に対する貢献度も高いものとなっている。推進体制については、グリーンハウスの商品本部が中心となり取り組む。

これは、生産・回収・廃棄物処理の管理、工程内再生利用・リサイクルによる廃棄物の削減に貢献しており、この取り組みは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「廃棄物」に該当し、SDGs の 17 目標 169 ターゲットでは「12.3」「12.5」のゴールに貢献すると考えられる。

4. 本ファイナンスで KPI を設定したインパクトの種類、SDGs 貢献分類、影響を及ぼす範囲


グリーンハウスの事業活動は、SDGs の 17 のゴールと 169 のターゲットに以下のように関連している。

● フードサービスのプロフェッショナルとして、食とホスピタリティを提案

	ターゲット	内容
	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。


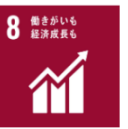
期待されるターゲットの影響としては、食とホスピタリティを通して人びとの栄養面、健康面のあらゆる豊かな生活に繋がる提案に取り組むことで、すべての人の生活水準の向上に繋がり、また持続的な経営の実現にも貢献する。

● 人々の明日を今日より健康にする食と健康に関するサービスを提供

	ターゲット	内容
	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。



期待されるターゲットの影響としては、人々の健康づくりをサポートすることに繋がるサービスの拡大に取り組むことで、すべての人の健康・衛生基準の向上に繋がり、ひいては企業価値向上の実現に貢献する。

● 従業員の働きやすさを実現し、安心して活躍できる雇用環境を実現

	ターゲット	内容
	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。
	8.8	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。

期待されるターゲットの影響としては、従業員がより働きやすい環境を整備することで、従業員と家族が安心して幸せに生活することに繋がり、企業のステータスの向上、さらには持続可能な経営の実現に貢献する。

● 食の観点から環境に配慮する廃棄物の削減と資源循環サイクルの促進

	ターゲット	内容
	12.3	2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。
	12.5	2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用および再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

期待されるターゲットの影響としては、食の観点から廃棄物の削減や再生利用等を進めることに取り組むことで、環境保全と資源の効率的利用実現に寄与する。

● 企業の所在地において認識される社会的課題・環境問題への貢献

グリーンハウスグループは、2023年5月、創業者の故田沼文蔵の出生地である福島県南会津郡下郷町にある施設「グリーンプラザ田沼文蔵記念館」に「食と健康」に関する書籍を100冊寄贈した。

同施設は、1992年、福島県南会津郡下郷町より「第1号名誉町民」の称号を贈呈された創業者である田沼文蔵の遺徳を永く町民の記憶に遺すべく、2004年に同町に設立され、近隣の各小学校の校外学習の場となるなど、「食文化の発信基地」として多くの町民の方々に親しまれている。グリーンハウスは、同施設に毎年関連書籍を寄贈しており、今回累計で約2,000冊となる。

また、2023年6月には、福島県南会津郡下郷町立江川小学校の6年生7名が修学旅行の旅程において、グリーンハウス本社に会社見学を目的に来社した。同校の修学旅行での当社への訪問は、昨年につき2回目となる。

当日は、同校児童は、東京オペラシティタワー42Fのイノベーションセンター「GreeneX Plus」のアーカイブエリアで当社の事業や歴史などに触れた後、AI食事管理アプリ「あすけん」やAI顔認証ソフトウェアによる笑顔度数のチェックなど、いろいろなデジタルツールを体験した。

その後、これまで当社と下郷町が取り組んできた地域と連携したボランティア活動やさまざまな繋がりについて説明し、児童にグリーンハウスグループについての理解を深めてもらっている。

江川小学校の皆さんからは、授業で取り組まれている下郷町の「町おこし活動」について、児童たちが作成した発表資料を使い発表した。

このようなやり取りを通じて、次代を担う小学生にグリーンハウスグループのことを身近に感じ下郷町とグリーンハウスグループの繋がりがさらに深まる貴重な機会となる(図21)。

図 21：江川小学校の児童たちの会社見学の様子



(出所) グリーンハウス HP より引用

この他にも、株式会社 asken が自治体連携の一つとして埼玉県深谷市の「健康支援アプリを活用した健康教育事業」に係る業務を受託したり、株式会社ジーエスエフと日揮ホールディングス株式会社が主導で進めるプロジェクト「Fry to Fly Project」(企業が持続可能な航空燃料の原料となる、家庭や飲食店などから排出される廃食用油の提供を行うもの)に参画し、資源循環の促進に直接貢献するなど、グループ各社がそれぞれの所在地において食育活動や地域清掃等 CSR 活動などを行っている。

グリーンハウスグループは、SDGs の最重点テーマの一つとして「お客様や地域社会のパートナーとの連携や協業で社会的課題を解決」を掲げている。これからも顧客や地域社会のパートナーとの連携や協業で、地域へのこれら活動などを通じた SDGs への貢献に努めていく。

5. グリーンハウスのサステナビリティ経営体制(推進体制、管理体制、実績)

グリーンハウスは、田沼社長を最高責任者とし、事業活動とインパクトリーダー、SDGs との関連性について検討を重ね、取り組み内容の抽出を行っている。取り組み施策等は前段に記載した内容である。本ポジティブ・インパクト・ファイナンス実行後においても、田沼社長を最高責任者として全従業員が一丸となり KPI の達成に向けた活動を実施し、社会的な課題の解決への貢献とともに持続的な経営を実現し、中期経営計画の達成を目指していく。各 KPI は前述の推進体制に基づき各部門が中心となって取り組み、株式会社グリーンハウスの経理部、財務部が統括し、達成度合いをモニタリングしていく。

このような推進体制を構築することで、地域における社会的課題や環境問題にも積極的に取り組み、全国をリードしていく企業を目指す。

商流の観点からは、環境汚染や人権問題等に配慮された調達・製造・販売・処分をすることが責務であるとの認識のもと、事業における環境・健康配慮のほか、廃棄物の処分における環境・社会配慮を行っている。

【グリーンハウス】の責任者	田沼社長
【グリーンハウス】のモニタリング担当部(担当者)	株式会社グリーンハウス 経理部、財務部
銀行に対する報告担当部	株式会社グリーンハウス 経理部、財務部

6. 横浜銀行によるモニタリングの頻度と方法

上記目標をモニタリングするタイミング、モニタリングする方法は以下のとおりである。

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで設定した KPI の達成および進捗状況については、横浜銀行とグリーンハウスグループの担当者が定期的に会合の場を設け、共有する。会合は少なくとも年に1回実施するほか、日頃の情報交換や営業活動の場等を通じて実施する。具体的には、決算が3月であり、その後グリーンハウスグループ全体の取りまとめに日数を要することから、同年8月に関連する資料を横浜銀行が受領し、モニタリングとなる指標についてフィードバック等のやりとりを行う。

横浜銀行は、KPI 達成に必要な資金およびその他ノウハウの提供、あるいは横浜銀行の持つネットワークから外部資源とマッチングすることで、KPI 達成をサポートする。

モニタリング方法	対面、テレビ会議等の指定はない。 定例訪問等を通じて情報交換を行う。
モニタリングの実施時期、頻度	年1回程度実施する。
モニタリングした結果のフィードバック方法	KPI 等の指標の進捗状況を確認しあい、必要に応じて 対応策および外部資源とのマッチングを検討する。

以上