

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

評価対象企業：株式会社ハチバン

2025 年 8 月 29 日

評価実施機関：



北陸経済研究所は、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（PIF 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、株式会社ハチバンの包括的なインパクト分析を行った。

北陸銀行は、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、株式会社ハチバンに対し、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	株式会社ハチバン
借入金の資金使途	運転資金
借入金の金額	50 百万円
モニタリング期間 （返済期限）	5 年 （2030 年 8 月末）

1. 企業の事業概要

● 基本情報

企業名	株式会社ハチバン
代表者	代表取締役社長 長丸 昌功
設立	1971 年 1 月 21 日
事業内容	・飲食店フランチャイズチェーン事業 ・飲食店の経営および運営委託業務 ・食品・食品原材料の製造加工および販売 ・食料品および調味料の輸出入および販売
資本金	15 億 1,845 万円（2025 年 3 月期）
営業収益	8,233 百万円（2025 年 3 月期）
従業員数	393 人（2025 年 3 月期） （契約社員・嘱託社員、パートタイマー含む）
本社所在地	石川県金沢市新神田一丁目 12 番 18 号

事業所	【店舗】 295店舗（国内：123店舗 海外：172店舗）（2025年3月期末） 【工場】 本社工場：石川県能美郡川北町字田子島 308 番 1 号 ハチバンフーズパーク内 ハチバンセントラルキッチン：石川県金沢市西念二丁目 20 番 1 号 【関連会社】 ・HACHIBAN TRADING (THAILAND) CO.,LTD. 2 Premier Place, 1st Floor, Soi Premier 2, Kwaeng Nongbon. Khet Prawet, Bangkok 10250 Thailand. ・DOUBLE FLOWERING CAMELLIA CO.,LTD. 30, Moo 4 Sarangphun, Wangmung, Saraburi, 18220 Thailand ・HACHIBAN BELL TRADING (VIETNAM) CO.,LTD. 292 Do Phap Thuan Street, An Phu Ward, Thu Duc City, Ho Chi Minh City, Viet Nam

● 沿革

1967 年	2 月	石川県加賀市桑原町の国道 8 号線沿いに「8 番ラーメン」1 号店を創業（2 月 11 日）
	9 月	フランチャイズシステムを導入し、加盟第 1 号店を開店
1971 年	1 月	石川県加賀市桑原町に、株式会社八番フードサービス(現当社)を設立（1 月 21 日）
1977 年	10 月	屋号を「8 番ラーメン」から「8 番らーめん」に順次変更
1984 年	4 月	居酒屋事業に進出
1986 年	10 月	創業 20 周年を迎えるにあたり、社名を「株式会社ハチバン」に変更
	12 月	8 番らーめん加盟店、直営店を合わせて 100 店舗達成
1988 年	10 月	8 番らーめんフランチャイズチェーン本部（本社機能）を石川県金沢市新神田に移転
1992 年	4 月	海外第 1 号店「8 番らーめん」シーロムコンプレックス店をタイの首都バンコクに開店
1993 年	7 月	日本証券業協会に株式を店頭登録

1996 年	3 月	石川県能美郡川北町にハチバンフーズパークを建設し、安原工場と加賀工場を統合した本社工場を新設
1999 年	4 月	プロモーションキャッチコピー「なんでやろ 8 番」を展開
	8 月	ダブル・フラワリング・カメラ株式会社（タイ）を関連会社とする
2001 年	11 月	社会貢献活動として「8 番少年野球教室」を始める
2004 年	12 月	日本証券業協会への店頭登録を取消し、株式会社ジャスダック証券取引所に株式を上場
2005 年	9 月	株式会社ハチバントレーディング（タイランド）を設立
2009 年	8 月	社会貢献活動として「ハチバン親子料理教室」を始める
	12 月	石川県金沢市西念に和食店舗向けのハチバンセントラルキッチンを新設
2011 年	10 月	8 番らーめん Facebook ページをスタート
2013 年	1 月	タイで 8 番らーめん 100 店舗達成
	4 月	8 番らーめん で初となるドライブスルー方式での販売を辰口店（石川県）で開始
2014 年	3 月	8 番らーめん全店でサイドメニューに加えて、ラーメン商品のお持ち帰り販売を開始
2016 年	8 月	8 番らーめん本店（石川県）を移転・新築開店
2017 年	2 月	8 番らーめん創業 50 年を記念し、8 番らーめん本店（石川県）跡地に「感謝の郷」を建立
	3 月	接客・調理技術の向上を目的とした研修施設「ハチバンアカデミー」を 8 番らーめん泉ヶ丘店（石川県）に併設
2018 年	2 月	「バン♪バン♪ 8 番」を制作し、北陸 3 県の幼稚園・保育園での「8 番こども応援プロジェクト」を開始
2019 年	10 月	石川「美味しいいしかわ食べきり協力店」登録
		金沢マラソンの公式スポンサーとして、ミニ野菜らーめん 1 万 500 食を提供（以降、毎回スポンサーとして協賛）
2020 年	2 月	本社工場で食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000 : 2018」認証を取得
2022 年	4 月	東証 JASDAQ から東証スタンダード市場へ移行
2023 年	2 月	8 番らーめん泉ヶ丘店で食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000 : 2018」認証取得

● 事業活動・事業概要

株式会社ハチバン（以下、ハチバン）は、飲食店のフランチャイズチェーン事業を主とし、食料品・食品の製造・加工・販売を行う会社である。

【1.外食事業】

中華生めん・ラーメンたれ・生冷凍餃子の製造、および8番らーめんフランチャイズチェーンの経営、ラーメン店・和食飲食店の経営を行っている。特に8番らーめんは、北陸地域のソウルフードとして長年親しまれており、野菜がたくさん取れる野菜ラーメンは子どもからお年寄りまで年代を問わず好評である。アレルギー・栄養成分情報を表示するのはもとより、小盛といった小さなサイズのメニューなどを選ぶこともでき、顧客の健康や食べ残しの削減にもつながっている。

<らーめん店舗>

店舗名	ブランドロゴ	店舗数	概要
8番らーめん		国内 114 タイ 169 ベトナム 3	「8番らーめん」は、北陸を中心に岡山、長野で展開する地域に根差したフランチャイズチェーン。創業時からの看板メニュー「野菜らーめん」は、ソウルフードとして地域で長年にわたり愛されている。

<和食店舗>

店舗名	ブランドロゴ	店舗数	概要
八兆屋		1	地酒と地元食材や季節の素材を活かした手造り料理がメインの、「和（Wa）ごちち」をテーマとした店。
長八		2	日本海の鮮魚を中心とする寿しや魚料理にこだわった店。
駅の蔵		3	旬の魚介類や加賀野菜などの地元食材を使用した郷土料理を中心に提供する、気軽に立ち寄れる駅ナカの店。
市の蔵		1	石川県金沢市の観光地として有名な近江町市場にある新鮮な魚介や野菜を豪快な料理にしている店。
そばと四季揚げ 八兆庵		1	毎朝店内で製麺した打ち立ての自家製そばと季節の食材を使った揚げたての四季揚げ、天ぷらを提供する店。

炭火串焼・ 鶏料理 八千屋		1	「気軽さ」「楽しさ」「馴染みやすさ」をテーマに、厳選した銘柄鶏「恵那どり」を備長炭で焼き上げる炭火串焼きや「恵那どり・八ちゃん焼き」など鶏料理を楽しめる店。
---------------------	---	---	--

※店舗数は、2025 年 3 月 20 日現在。ロゴマークの出所はハチバンのホームページ

【2.外販事業】

生活協同組合やスーパーマーケットなどに向けて、「圧延 6 工程」「二段熟成」等の製麺技術とラーメン開発のノウハウを生かした麺製品、冷凍ギョーザなどを販売している。

■八番麺工房

「八番麺工房」は、8 番らーめんの自家製麺を家庭用として提供するための「家庭用らーめんブランド」である。生麺はそれぞれ「太麺」「細麺」「極細麺」を取り揃え、スープは「みそ」「塩」「しょうゆ」で、各スープを麺との相性を考えてパッケージ化している。国内各地のスーパーマーケットや、生活協同組合を中心に販売している。



■宅配・8 番の餃子

8 番らーめんが提供する餃子には高い人気がある。そこで家庭でも味わえるように宅配商品として販売している。



■eSHOP（オンラインショップ）

好評を博している定番商品の 8 番餃子や季節限定の商品を、一般消費者に向け通販商品として工場から直送している。



【3.海外事業】

海外での事業として、8 番らーめんフランチャイズチェーンエリアライセンス契約による店舗展開と、エキス・調味料の輸入・販売を行っている。「おいしさは国境を越える。」の信念に立って海外に向けて積極的に事業を展開している。

■フランチャイズチェーン事業

<タイ>

1992 年 4 月、タイの首都バンコクにあるショッピングセンター内に、8 番らーめんの 1 号店「シーロムコンプレックス店」をオープン。以来、タイ全土に出店を拡大し、タイで最も人気のあるラーメンチェーン店に成長している。

2006年には、200店舗の食材が供給できる工場（セントラルキッチン）を竣工。2019年3月には、食材や備品をタイ国内の店舗へ効率よく配送するための倉庫物流機能を備えたタイ・ディストリビューションセンターが完成、稼働した。

セントラルキッチン



ディストリビューションセンター



（出所）ハチバン HP より

<ベトナム>

2019年7月、ベトナムのホーチミン市に8番らーめん1号店をオープンした。ベトナムにおいても子どもから年配者まで広く多くの方に愛される店づくりを行っている。

■エクス・調味料製造事業

日本・海外の8番らーめんチェーンのスープは、タイのダブル・フラワリング・カメリア（DFC）社が製造している。DFC社は、タイでの8番らーめんチェーン化に伴い、主にエクス・調味料の製造を目的として、1997年に設立された。DFC社の製品は、主にハチバントレーディング（タイランド）が、タイ国内外に販売している。
[DFC社の主な商品]

- ・海外の8番らーめん向けスープエクス・調味料（各種タレ）
- ・日本の8番らーめん向けスープエクス
- ・国内外の食品メーカー向けエクス

ダブル・フラワリング・カメリア工場



（出所）ハチバン HP より

■貿易事業

2005年、ハチバントレーディング（タイランド）社を設立し、DFC社製品を中心に、加工食材の輸出入業務を行っている。日本の8番らーめんのスープエクスは、すべてタイから同社を通じて輸入している。

● 経営理念、行動基準、食品安全方針

ハチバン 企業体経営理念

私達は、より多くの人々に、より良い商品をより安く、より良い環境の中でお届けし続けるよう努力します。

私達は「心」と「心」が結びついた信頼から成る運命共同体組織をつくり、常に地域社会との対話を続けます。

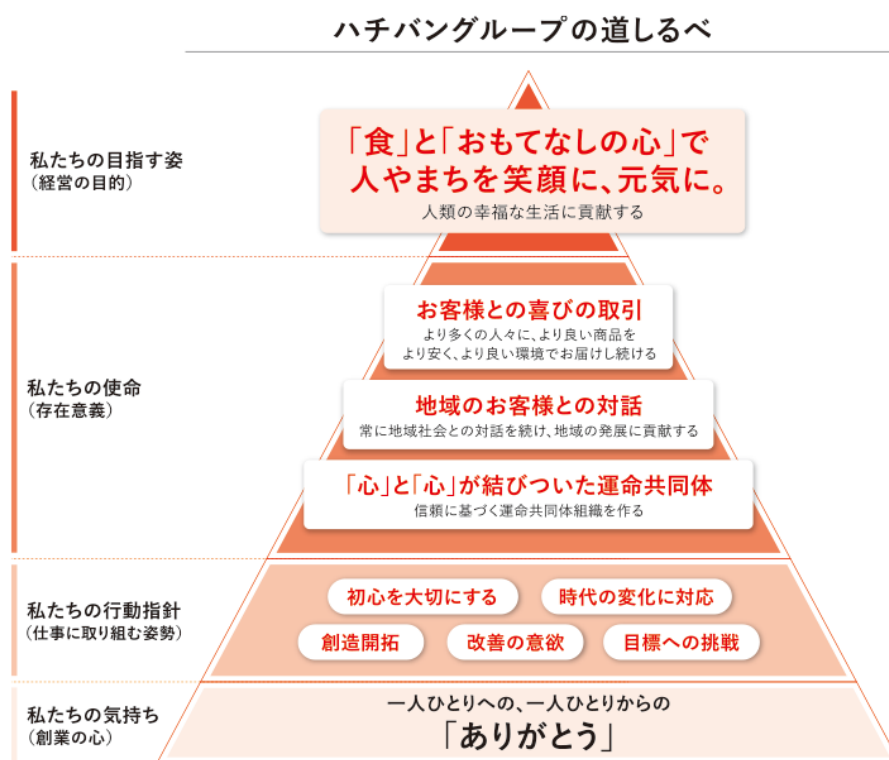
私達は、日常の仕事に改善の意欲を失わず、創造開拓を行い、時代の変化に対応した目標への挑戦を続けます。

私達はハチバン企業体によって得られた「人生の再出発」のチャンスに感謝したことを忘れず、その価値の尊さを認識して事業を進めます。

私達は、お客様との「喜びの取引」から生まれた適正利潤で安定した生活を営めることに感謝します。

「人類の幸福な生活」に貢献することが私達の目的であり、自らの生きる道標となりますように！

創業 55 周年(2022 年 2 月 11 日)を契機に、経営理念 6 カ条を「ハチバングループの道しるべ」として体系化した。創業者・後藤長司氏が経営の目的として定めた「人類の幸福な生活に貢献する」を、『食』と『おもてなしの心』で人やまちを笑顔に、元気に。」とわかりやすく表現し直し、「私たちの目指す姿」として掲げている。



2022年2月11日体系化

(出所) ハチバン HP より

ハチバン行動基準

安全・安心

私達は、仕入・製造・販売・物流などの全てにおいて品質管理を徹底し、常にお客様の視点に立った安全・安心な製品・商品の提供を行います。

人権の尊重

私達は、基本的人権の大切さを尊重し、人種、信仰、思想、性別、年齢、社会的身分、身体的障害の有無などの理由による差別や不当な扱いを行いません。

法令遵守

私達は、国内及び国際社会における各種法令、社会規範、そして社内規程を遵守し、高い倫理観を持った事業活動を行います。

また、特許・著作権などの知的財産権を尊重するとともに、お取引先様の秘密情報、お客様・役員・従業員の個人情報適切に管理し、不正に使用しません。

公平・公正、透明な関係

私達は、情報の適切な開示に努め、ハチバングループと利害関係を持つ全ての者との間で、公平公正かつ透明な関係を維持し、公正な取引を行います。

社会貢献と環境対応

私達は、社会の一員として社会貢献に努めます。

また、幅広い地域・分野を対象に、社会の発展につながる活動を支援するとともに、豊かな自然と共存し、地球環境や天然資源を守るために、環境負荷の低減に配慮した企業活動を行います。

働きやすい環境

私達は、従業員の物心ともに豊かな生活を実現するとともに、安全で衛生的な働きやすい職場環境を作ります。

また、互いの人格・個性を尊重し、やりがいと自己成長する意欲を大切にします。

反社会的勢力への対応

私達は、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは、断固として対決します。

また、不当要求行為に対しても断固として拒否します。

海外事業活動における配慮

私達は、海外事業においても、現地の法令遵守はもとより、文化や習慣を尊重し、現地の発展に貢献する経営を行います。

飲食に携わる事業体として、食品の安全管理については格別な注意を払っている。食品安全委員会を設置してたえずチェックするとともに、本社工場ならびに 8 番らーめん泉ヶ丘店にて、食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000：2018」の認証を取得し、継続している。

食品安全方針

当社は、お客様からの信頼を最優先に、食の安全と安心をさらに徹底することに取り組むことを第一として「食品安全方針」を定めました。

- 1) 私達は、法令・規制要求事項、コンプライアンスを順守して、安全・安心な食品を安定的に提供し、お客様からの要求事項に応えていきます。
- 2) 私達は、食品安全マネジメントシステムの構築・維持・運用・改善を継続的に行い、マネジメントレビューを通じて見直しを行います。
- 3) 私達は、食品安全目標を毎年設定し、その結果について有効性の評価・判定・レビューを行う仕組みを構築します。
- 4) 私達は、食品安全方針を全従業員に周知するとともに、食品安全の意識・知識・行動を身につけるため、教育・訓練を実施します。
- 5) 私達は、お客様、お取引先様、行政機関、業界団体、全従業員とのより円滑なコミュニケーションに努めます。

株式会社ハチバン

(出所) ハチバン HP より

ハチバンでは、経営理念をベースに企業活動の指針となるコンセプトを、「食生活の味わいをネットワークするシステム産業 Tasty Innovation」としている。これは将来に向かってどのような事業領域で生存していくかを明確にしたもので、具体的には、「低価格」で「本当においしいもの」を「どの店においても常に同じ状態で提供しえる」商品をもったフランチャイズシステムの外食産業であるとともに、より多くの人々に対して「最高の味わい」を提供するために革新に挑戦していこうという意味である。マーチャンダイジング戦略、広告販促戦略などすべての企業活動をこのコンセプトを軸に展開している。

【コーポレートシンボル】

このシンボルマークは、ハチバンがヒューマンコミュニケーションで組織情報を活性化していくシステム産業であること、業務改革しつづけて変化に対応するシステム産業であること、さらに企業としての革新性と発展性を表現している。

コーポレートカラーは、企業コンセプト「Tasty Innovation」にふさわしく、革新性、発展性ととともに、親しみ、味わい、を感じさせる「ハチバンレッド」としている。



(出所) ハチバン HP より

● その他の活動

【ハチバンアカデミー】

商品の開発、調理や接客技術の向上を目指す教育施設である。2017年3月開設で、8番らーめん泉ヶ丘店に併設した。様々な教育プログラムを通じて、長年かけて積み重ねてきた商品や接客のノウハウを伝える研修が行われている。



(出所) ハチバン HP より

<トレーニングルーム>

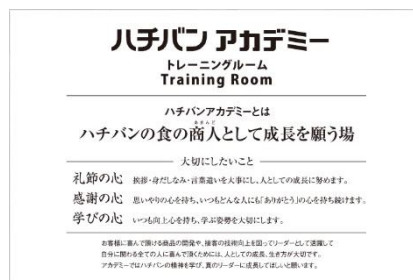
店舗と同じ設備で整えられたキッチンでは、すべての商品の品質安定、調理技術の維持を目的としたトレーニングを実施している。また、接客技術の向上を目指した設備も備えている。



(出所) ハチバン HP より

<研修ルーム>

研修ルームでは、技術の向上だけでなく、人材育成の要となるハチバンの経営理念や行動基準などの徹底を図るとともに、店舗運営に必要な知識を学ぶことができるようになっている。



(出所) ハチバン HP より

【従業員の技能アップと成長のための「8番マイスター制度」】

<フレンドシップフェスティバル接客部門>

接客技術向上のため、定期的に勉強会を開催するとともに、8番らーめんの標準接客が実践できる難関の試験に合格したスタッフを「サービスマイスター」に認定している。日頃の成果を競う接客コンテストも毎年開催しており、技術向上とともに働きがいが高めることにつなげている。



接客大会の雰囲気



ご注文伺い



タブレット操作補助



商品提供



お会計・お見送り



表彰の様子

(出所) ハチバン HP より

<フレンドシップフェスティバル調理部門>

フライパンマイスター認定制度を設けるとともに、より美味しいらーめんを作るための技術の向上を目的に、毎年1回、日頃の成果を競うコンテストを開催している。



野菜を炒める



丼にスープを注ぐ



麺を入れる



野菜を盛り付ける



審査中



受賞者

(出所) ハチバン HP より

【社会貢献活動】

地域社会と密接に関わる外食事業を担うハチバンは、地域社会の食文化や子どもの育ちを支援する教育活動に取り組んでいる。

<8番出張手洗い教室>

安全・安心は毎日の手洗いからという考えのもと、幼稚園や保育園の子どもたちに、わかりやすい紙芝居や絵を使い、手洗いの大切さを教えている。



みんなで歌って踊ろう！
応援ソング「パン♪パン♪8番」



おはなし&手洗い指導
手洗い博士の「8番手洗い劇場」



「正しい手洗い」の実践
手洗いスタンプを使ってきれいに洗おう

(出所) ハチバン HP より

<店舗にて募金活動を展開>

- ・「ジェフ愛の募金」 一般社団法人日本フードサービス協会（JF／ジェフ）が実施する「ジェフ愛の募金」活動に参加している。障がいを持つ人々の社会参加の支援、世界の食糧援助や環境保全活動を行う団体に寄付し役立てている。
- ・「東日本大震災被災地支援」 東日本大震災の支援活動の一環として、被災された方への支援や被災地の復興のための募金活動に加え、炊き出しなどさまざまな支援活動を行った。
- ・「令和6年能登半島地震支援活動」 国内のハチバングループ全店舗および全事業所に募金箱を設置し、募金活動を実施している。

● SDGs への理解と取り組み

ハチバンサステナビリティ基本方針

「『食』と『おもてなしの心』で人やまちを笑顔に、元気に。」を目指す姿として掲げ、お客様・従業員そしてすべてのステークホルダーとともに食の安全と安心をさらに徹底するとともに、より一層付加価値のある商品づくり、楽しく豊かな食空間の創造、働く人にやさしいシステムづくりにより、持続可能な社会を実現することを目指してまいります。

取り組みにあたってはハチバン行動基準に則り、日本はもとより、グローバルな視点で考え地域に根差した実践的な活動を推進します。

(出所) ハチバン HP より

事業活動による廃棄物への対処はきわめて重要である。ハチバンでは「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針」で業種別に設定されている再生利用等実施率の達成に努めている。現在は 2025 年 3 月 14 日に公表された、2029 年度までに業種全体で食品製造業は 95%、食品卸売業は 75%、食品小売業は 65%、そして外食産業は 50%の目標の必達に向けて取り組んでいるところであり、ハチバンではその経過を毎年主務大臣(農林水産大臣、環境大臣、および事業所管大臣)に提出している「食品リサイクル定期報告書」において明らかにしている。

2. ハチバンの包括的分析

● 業種別インパクトの状況

PIF 原則及びモデル・フレームワークに基づき、北陸経済研究所が定めるインパクト評価の手続きを実施した。

まず、ハチバンの主な事業については、国際標準産業分類における「1074 マカロニ、麺類、クスクスその他これらに類するデンプン質製品の製造業」、「4630 食品、飲料、タバコの卸売業」、「5610 レストランおよびモバイルフードサービス活動」として整理された。事業別の UNEP FI の分析ツールによるポジティブ、ネガティブな項目の判定結果は、右記の通り。各インパクトエリア内で該当したインパクトピックの内訳は、別表の通り。

「産業分類別に特定したインパクト一覧」

インパクトカテゴリー	インパクトエリア	1074 マカロニ、麺類、クスクスその他これらに類するデンプン質製品の製造業		4630 食品、飲料、タバコの卸売業		5610 レストランおよびモバイルフードサービス活動	
		ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
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	●	●	●	●	●	○
	生計	●	●	●	●	●	●
	平等と正義	○	○	○	○	○	○
社会経済	強固な制度・平和・安定	○	○	○	○	○	○
	健全な経済	●	○	●	○	○	○
	インフラ	○	○	○	○	○	○
	経済収束	○	○	○	○	○	○
自然環境	気候の安定性	○	●	○	●	○	○
	生物多様性と生態系	○	●	○	●	○	○
	サーキュラリティ	○	●	○	●	○	●

(出所) UNEP 分析ツールより北陸経済研究所が作成

これらの集約結果、及びハチバンの個別要因を加味した修正結果は、以下の通り。

「インパクト一覧の修正内容」

インパクトカテゴリー	インパクトエリア	インパクトピック	全体 (デフォルト)			修正	
			ポジティブ	ネガティブ		ポジティブ	ネガティブ
社会	人格と人の安全保障	児童労働	○	●	➡	○	●
	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	食料	●	●		●	○
		教育	○	○		○	○
		文化と伝統	●	○		○	○
	生計	雇用	●	○		●	○
		賃金	●	●		●	○
		社会的保護	○	●		○	●
	平等と正義	民族・人種平等	○	○		○	●
社会経済	健全な経済	零細・中小企業の繁栄	●	○		●	○
自然環境	気候の安定性	-	○	●		○	●
	生物多様性と生態系	水域	○	●		○	○
		大気	○	●		○	○
		生物種	○	●		○	○
		生息地	○	●		○	○
		資源強度	○	●		○	○
	サーキュラリティ	廃棄物	○	●		○	●
		-	○	○		○	○

(出所) UNEP 分析ツールより北陸経済研究所が作成

まずハチバンの事業を通して、一般的にポジティブ・インパクト及びネガティブ・インパクトが発現するインパクトエリア/トピックとして「健康および安全性」、「食料」、「賃金」を、ポジティブ・インパクトとして「文化と伝統」、「雇用」、「零細・中小企業の繁栄」を、ネガティブ・インパクトとして「児童労働」、「社会的保護」、「気候の安定性」、「水域」、「大気」、「生物種」、「生息地」、「資源強度」、「廃棄物」を確認した。

一方、ハチバンの事業活動を踏まえ、以下の修正を行った。

<追加>

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	ポジティブ/ ネガティブ	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	「教育」	ポジティブ	ハチバンアカデミーを設置して従業員の教育に取り組むとともに、8番マイスター制度によって従業員の意欲の向上に努めている。また地域社会の子どもたちに向け、フランチャイズチェーン店オーナーとも協力しながら手洗いや食に関わる啓発教育に積極的に取り組んでいる。
	平等と正義	「民族・人種平等」	ネガティブ	外国人労働者の雇用と働きやすい職場づくりに努めている。

<削除>

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	ポジティブ/ ネガティブ	理由
社会	人格と人の安全保障	「児童労働」	ネガティブ	国内はもとより海外においても事業活動の中で児童を雇用したり労働を強いることはない。
	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	「食料」	ネガティブ	安全性を確保し、健康に配慮した食を提供している。またメニュー等アレルギーやカロリーを表示したり、添加物の少ない調味料を卓上に設置するなど、健康を損うことがないようさまざまな取り組みを行っている。
		「文化と伝統」	ポジティブ	伝統的な食文化の維持、保存に関わる事業を行っている。
	生計	「賃金」	ネガティブ	法令を順守し、賃金格差が生じないよう企業規模においても業種においても平均を上回る賃金を、適切に定期的に支払っている。
自然環境	生物多様性と生態系	「水域」	ネガティブ	事業に関わる排水・廃棄物については、適切な処理設備を設置し、厳格なルールに従い運用している。また食材や物品の輸送は、環境に配慮している委託先を選定し、水域汚染の低減に努めている。
		「大気」	ネガティブ	事業に関わる排気については、適切なルールを設けて運用している。また食材や物品の輸送は、環境に配慮している委託先を選定し、大気汚染の低減に努めている。
		「生物種」	ネガティブ	店舗の出店などで新たな生態系や生物種を損なうことはなく、また食材や物品の輸送は、環境に配慮している委託先を選定しており、同様に輸送中に生態系や生物種を損なうことはない。
		「生息地」	ネガティブ	店舗の出店などで生息地を新たに損なうことはなく、また食材や物品の輸送は、環境に配慮している委託先を選定しており、同様に輸送中に生息地を損なうことはない。

「ハチバンで特定したインパクト一覧」

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	ポジティブ	ネガティブ
社会	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	食料	●	○
		教育	●	○
	生計	雇用	●	○
		賃金	●	○
		社会的保護	○	●
	平等と正義	民族・人種平等	○	●
社会経済	健全な経済	零細・中小企業の繁栄	●	○
自然環境	気候の安定性	-	○	●
	サーキュラリティ	資源強度	○	●
		廃棄物	○	●

(出所) UNEP 分析ツールより北陸経済研究所が作成

● インパクトに係る戦略的意図やコミットメント

ハチバンは特定されたインパクトを踏まえ、以下のインパクトテーマを定め、各インパクトエリア/トピックにおけるポジティブ・インパクトの向上及びネガティブ・インパクトの低減に向けた取り組みを進めることとした。インパクトテーマと、PIF 原則及びモデル・フレームワークにより特定したインパクトエリア/トピックの関連は、以下の通り。

I 地域社会の食に貢献する		
	(A) 美味しく健康的な食の提供	PI : 「健康および安全性」、「食料」、「零細・中小企業の繁栄」
	(B) 地域の食文化の推進	PI : 「教育」
II 共に学び成長できる職場づくり		
	(A) 従業員の生活の向上	PI : 「雇用」、「賃金」
	(B) 誰もが働きやすい職場環境の整備	PI : 「雇用」 NI : 「健康および安全性」、「社会的保護」、「民族・人種平等」
III 脱炭素と資源の有効活用の促進		
	(A) CO ₂ 排出量の削減	NI : 「気候の安定性」
	(B) 廃棄される食材の活用	NI : 「資源強度」、「廃棄物」

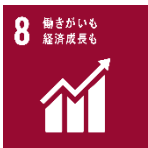
※表中ではポジティブ・インパクトを PI、ネガティブ・インパクトを NI と省略

3. ハチバン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

以下より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。なお、設定した KPI のうち目標年度に達したものについては、モニタリングにおいて再度の KPI 設定を検討する。

I. 地域社会の食に貢献する

(A) 美味しく健康的な食の提供

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブ・インパクト
インパクトエリア/ トピック	PI : 「健康および安全性」、「食料」、「零細・中小企業の繁栄」
影響を与える SDGs の目標	 
毎年モニタリングする KPI	・ 2030 年度末までに、国内外でフランチャイズチェーン店舗数を 2025 年度末比で 40%増やす。

概して外食は、高脂肪・高糖質・高カロリーで、栄養のバランスも十分ではないと言われることが多い。しかしハチバンでは、創業以来、健康に不可欠な野菜を豊富に取ることができる「野菜らーめん」を主力メニューとして事業を拡大してきた。野菜不足が大きな課題となっている今日、社会の人々の健康に貢献するものと言える。さらに健康に気を使う顧客向けには、麺の量を 1/2 にした「小さな野菜らーめん」や「麺なし野菜らーめん（野菜スープ）」を提供している。アレルギーやカロリー表示はもとより、卓上には可能な限り添加物等を含まない調味料を設置するなど、健康に配慮した取り組みを継続的に行っている。もとよりハチバンでは、安全・安心の徹底を図りつつ美味しく健康的な食の提供に努めている。アルコールやタバコの取り扱いについては法令を遵守、徹底しており、衛生管理を含む食品安全管理については、食品安全マネジメントシステムの国際規格「ISO22000：2018」認証を取得している。

またフランチャイズチェーンを展開するにあたって、ハチバンでは創業以来、可能な限り夫婦とともに働ける店舗運営を目指してきた。家族が力を合わせて現場で調理や配膳などにあたることで、安全・安心な食を顧客に提供するという自覚を育むとともに、経営の安定につながるの考えに立っている。さまざまなフランチャイズに加盟して多店舗を経営するメガフランチャイジーもあるが、今日なお 1 店舗 1 オーナーあるいは 2 店舗 1 オーナーを大切にしている。こうした店舗展開を進めていくことは、零細・中小企業の経営支援や地域経済の維持発展にも資する。

そこでハチバンでは、2030 年度末までに、国内外でフランチャイズチェーン店舗数を 2025 年度末比で 40%増やすことにした。これによってさらに広く多くの人々にハチバンの食とサービスを提供することができるようになる。(2021 年 3 月期から 2025 年 3 月期のフランチャイズ店舗数は非公表だが、関係当事者間にて確認済み)

また、ハチバンの餃子を食いたいという顧客の要望に応えるため、24 時間購入可能な自動販売機を設置している。これによって店舗に行くことができない、通販が苦手などの顧客にも、手軽に美味しい餃子を食べることができるようになった。今後もこれに限らず利便性を高める方策を検討し、取り組みたいとしている。

(B) 地域の食文化の推進

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブ・インパクト
インパクトエリア/ トピック	PI : 「教育」
影響を与える SDGs の目標	
毎年モニタリングする KPI	・ 食の衛生・健康を守るため、手洗いと野菜の大切さを学ぶ子ども向けの教室を 2030 年度末までに、年間 15 回以上開催する。

感染症や食中毒の原因となる病原性微生物を除去する衛生的手洗いは、食品を扱う業務従事者が日々実践すべき衛生管理の基本である。また、食材の仕入れから調理、提供まで異物が混入しないことはもとより、施設や設備、調理器具等の衛生管理、従業員の健康管理も決して疎かにできない。ハチバンでは、従業員全員に徹底した衛生管理教育を行っている。

一方、広く社会に目をやると、コロナウイルス感染症等によりマスクや消毒などがある程度定着したものの、時間の経過とともに関心が薄れ、疎かになりつつある。当たり前の習慣ではあるが、健康を損ないかねない要因の一つを取り除くという観点から、手洗いの習慣の定着を図ることには意義がある。特に抵抗力が弱く汚れた手を口に持っていきがちな子どもにとっては、ノロウイルスをはじめとした病原菌等の感染症予防につながり、一旦その習慣を身に付けることができれば生涯にわたって健康維持に好ましい効果が期待できる。

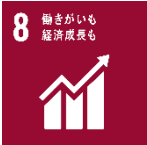
また、厚生労働省では、「21 世紀において日本に住む一人ひとりの健康を実現するための、新しい考え方による国民健康づくり運動」として健康日本 21 を推進している。生活習慣病の予防や健康寿命の延伸を掲げ、「健康日本 21 目標値一覧」(厚生労働省)として明示されているところによれば、成人の 1 日当たりの野菜の摂取量の目安は 350g となっている。しかし「令和 5 年 国民健康・栄養調査の結果」(厚生労働省)によれば、20 歳以上の野菜摂取量の平均値は 256.0g/日で、男女とも有意に減少し続けていることがわかっている。健康の維持・増進のためには、しっかりと野菜をとることの大切さを学び、積極的に摂取する意識が求められる。

こうしたことからハチバンでは、事業活動に関連する手洗いの仕方と野菜を摂ることの大切さを学ぶ教室を、フランチャイズチェーンのオーナーの協力を得つつ保育園や幼稚園などで実施している。そしてこの取り組みを継続、促進して衛生管理や健康を守ることに貢献するべく、新たに手洗いと野菜の大切さを学ぶ子ども向けの教室を 2030 年度末までに、年間 15 回以上開催することを目標に掲げることにした。

(開催回数実績 : 2019 年度以降コロナの影響で中止、2023 年 14 回、2024 年 8 回)

Ⅱ. 共に学び成長できる職場づくり

(A) 従業員の生活の向上

項目	内容
インパクトの種類	ポジティブ・インパクト
インパクトエリア/ トピック	PI : 「雇用」、「賃金」
影響を与える SDGs の目標	
毎年モニタリングする KPI	・ 毎年、中途・パートを含め従業員を 10 人以上採用する。 ・ 毎年、飲食事業分野の全国平均を上回る賃金の改定を実施する。

地域の雇用を増やすことは、人々の生活の安定や地域経済の維持・向上においてきわめて重要である。また地域の実情や働く人のニーズに応じ、新規学卒者に限らず中途やパートなど、柔軟な採用を進めることも地域社会から求められている。そこでハチバンでは、地域に根差した魅力の発信や企業風土のアピールを行うとともに、社員紹介制度やインターンシップなどの対策を通じて、毎年、中途・パートを含め従業員を 10 人以上採用することを目標にした。

(新規学卒者採用実績：2022 年度 3 人、2023 年度 7 人、2024 年度 7 人。ただし、2024 年度は専門領域（海外、商品開発、IT など）の人的資本拡充と、将来の人材不足への対応の布石として合計 24 人となる中途採用者を採用している。)

しかし、求人を進めてもなかなか応募がなく、飲食業界は慢性的な人手不足という一面もある。こうした問題にどう対処するべきかに関し、厚生労働省の「令和 6 年版 労働経済の分析 ―人手不足への対応―」には、「小売・サービス分野における人手不足の緩和には賃上げや時間外労働の削減等が重要」で、「有給休暇の取得、研修や労働環境の整備、給与制度などの労働条件の整備も人手不足緩和に効果がある」という指摘がなされている。

そこでハチバンでは、時間外労働時間の削減、年次有給休暇の取得の推進などに努め、また店舗ではタブレットを使った来店客による直接注文への切り替え、配膳ロボットの導入など、従業員の労働負担の低減を図り、さらに地域の実情に応じた賃上げを推し進めることで、従業員の働きやすさと働く意欲の向上に取り組んでいる。

わが国では、経済の活性化はもとより、人材の確保・定着や従業員のモチベーションアップ、生活水準の維持・向上のため、業種業態を問わず賃金アップが強く求められている。特に近年の物価の値上がりが家計を圧迫していることもあり、刻々と変化する社会状況に応じて賃金の改善が期待されている。

「令和 6 年賃金構造基本統計調査の概況」（厚生労働省）の所定内給与額の平均額を見ると、ハチバンが属する「宿泊業、飲食サービス業」では 269.5 千円、本社がある石川県は 308.4 千円であった。また、「令和 6 年賃金引上げ等の実態に関する調査の概況」（厚生労働省）によれば、定期昇給、ベースアップ、諸手当を

含む賃金の1人当たりの平均賃金改定率は、2023年度4.4%、2024年度3.7%となっている。企業規模でみると「300～999人」では、2023年度は3.2%、2024年度は3.8%だった。「宿泊業、飲食サービス業」では、2023年度は3.7%、2024年度は4.4%となっている。

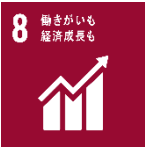
ハチバンは、所定内賃金額の月当たりの平均額は業種別、地域別のいずれにおいても上回っているが、さらにその水準を維持し、従業員の生活の安定を図るため引き続き地域の実情を鑑みつつ賃金を高めていくことにしている。そこで生産性向上につながるDX投資と成果に応じた評価制度を推進することで、飲食事業分野の全国平均を上回る賃金の改定を目標に掲げることにした。

(賃金改定率実績：2022年度1.6%、2023年4.36%、2024年5.0%)

※「1人平均賃金」：所定内賃金（諸手当等を含むが、時間外・休日手当や深夜手当等の割増手当、慶弔手当等の特別手当を含まない）の1カ月1人当たりの平均額をいう。

※「1人平均賃金の改定率」：1人平均賃金の改定額の改定前1人平均賃金に対する割合をいう。

(B) 誰もが働きやすい職場環境の整備

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
インパクトエリア/ トピック	PI：「雇用」 NI：「健康および安全性」、「社会的保護」、「民族・人種平等」
影響を与えるSDGs の目標	  
毎年モニタリングする KPI	・外国人の正社員を2030年度末までに10人以上に増やす。 ・平均月間時間外労働時間を2030年度までに15時間以下に削減する。 ・平均年次有給休暇取得率を2030年度までに70%以上に高める。 ・全従業員の育児休業取得率を2030年度までに100%に高める。

ハチバンでは、海外での事業展開に向けた人材育成の一環として外国人を正社員として採用している。また採用するだけでなく、外国人にとって働きやすい職場づくりも欠かせない。現在、採用した外国人が読めるよう英語やタイ語、ベトナム語などによるマニュアルづくり、動画作成に取り組んでおり、これからも必要に応じて言語を増やしていくことにしている。

こうした改善や取り組みを行いつつハチバンでは、特定技能制度を積極的に活用しながら外国人の正社員を2030年度までに10人以上に増やすことを目標として掲げた。

(外国人正社員数実績：2022年度7人、2023年度4人、2024年度5人)

誰もが健康で働きやすい職場づくりを目指し、ハチバンは人権の尊重、法令遵守、安全で衛生的な職場環境などを重視し、社内制度の整備と教育に努めている。

例えば労働災害については、店舗では調理業務中に火傷・切り傷が、また工場では通路や作業エリアで障害物に足を引っかけて転倒するなどのケースが発生している。これについては、安全衛生委員会の定期的な開催により労働者の危険や健康障害を防ぐための基本的な対策を協議し、現場の実態に即した改善策として、①ヒヤリ・ハット事例の共有（ラーメン事業、和食事業）による注意喚起と作業マニュアルの再徹底、②安全手順の定期的な再確認と研修の実施、③工場においては 5S 活動（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の強化や定期巡回とチェックリストによる障害物の確認、転倒防止研修の実施と事例共有による意識向上などに取り組み、改善を図り続けている。（労働災害発生件数：2022 年度 14 件、2023 年度 16 件、2024 年度 17 件）

またワークライフバランスがとれた働き方を実現するため、時間外労働時間については法令を遵守するだけでなく、さらなる削減に注力している。

「毎月勤労統計調査 令和 6 年分結果確報」（厚生労働省）によれば、月間平均時間外労働時間は、事業所規模 5 人以上の「飲食サービス業等」でパートタイム労働者を除く一般労働者は 15.5 時間であった。事業所規模 30 人以上になると、パートタイム労働者を除く一般労働者は 14.6 時間であった。

ハチバンでは、業務プロセスの見直しと DX ツールの導入で効率化、ノー残業デーの増加、人員配置の最適化を促進することによって、所定外労働時間を 2030 年度までに 15 時間以下に削減する目標を掲げた。

（月間平均時間外労働時間実績：2022 年度 31.20 時間、2023 年度 26.97 時間、2024 年度 24.35 時間）

さらに従業員の心身の健康のためには、年次有給休暇を柔軟に取得できることも求められる。

「令和 6 年就労条件総合調査 結果の概況」（厚生労働省）によれば、年次有給休暇の平均取得率は、ハチバンが属する「300～999 人」規模の事業所では 66.6%であった。「宿泊業、飲食サービス業」においては 51.0%だった。ハチバンでは取得計画の義務化や業務効率化の推進、代替要員の確保による取得しやすい体制を整備することによって、年次有給休暇の取得率を 2030 年度までに 70%以上に高めることを目標とした。（年次有給休暇取得率実績 2022 年度 52.86%、2023 年度 42.00%、2024 年度 57.50%）

特に少子化が大きな問題となっている今日、従業員のための育児支援策は決して疎かにできない。女性の活躍が求められている点からも、適切な対応を取ることが必要になっている。

「令和 5 年度雇用均等基本調査」（厚生労働省）によれば、育児休業取得率は全体で女性が 84.1%、男性は 30.1%だった。「宿泊業、飲食サービス業」で見ると女性が 69.1%、男性は 21.1%、事業所規模でみると「100～499 人」の女性が 95.5%、男性は 31.1%となっている。

ハチバンでもその重要性は認識しているものの、男性従業員が育児のために取得した休暇を手続きが簡便な年次有給休暇で処理してしまうため、男性従業員の育児休業取得率はゼロになっている。今後は、こうした点も改善しつつ、全従業員の育児休業取得率を 2030 年度までに 100%に高めることにした。

（育児休業取得率実績：2022 年度 66.6%（女性従業員 100%、男性従業員 0%）、2023 年度 83.3%（女性従業員 100%、男性従業員 0%）、2024 年度 50.0%（女性従業員 100%、男性従業員 0%））

Ⅲ. 脱炭素と資源の有効活用の促進

（A）CO₂ 排出量の削減

項目	内容
インパクトの種類	ネガティブ・インパクト
インパクトエリア/ トピック	NI：「気候の安定性」
影響を与える SDGs の目標	
毎年モニタリングする KPI	Scope1,2 による CO₂ 排出量を、2030 年度末までに 2013 年度比 42% 以上削減する。

環境省の「地球温暖化対策計画（令和 7 年 2 月 18 日閣議決定）」によれば、わが国は 2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロ(ネット・ゼロ)の実現を目指している。またそのために 2030 年度で 2013 年度比 46%、2035 年度で 60%、2040 年度には 73%を削減するという目標を掲げている。

ハチバンはこうしたわが国の基本方針に応じ、目標の達成に向けて取り組んでいる。現在、新店オープン時、改装時には高効率機器を積極的に採用するトップランナー方式を用いており、また機器の交換のタイミングに合わせて LED 化を進めるなどの削減策を推進している。こうした取り組みを継続することで、ハチバンでは Scope1,2 による CO₂ 排出量について、2030 年度末までに 2013 年度比 42%以上削減することを目標に掲げた。もとより国の目標とする 46%の削減に向けさらなる工夫を重ねていくことにしている。

CO₂ 排出量実績 = 売上 1 百万円あたりの CO₂ 排出量（トン）

2022 年度：Scope1:0.246t+Scope2:0.802t=1.048t

2023 年度：Scope1:0.226t+Scope2:0.692t=0.918t

2024 年度：Scope1:0.198t+Scope2:0.690t=0.888t

※基準となる 2013 年度は、Scope1:0.363t+Scope2:1.180t=1.543t

(B) 廃棄される食材の活用

項目	内容
インパクトの種類	ネガティブ・インパクト
インパクトエリア/ トピック	NI : 「資源強度」、「廃棄物」
影響を与える SDGs の目標	 
毎年モニタリングする KPI	・ 再生利用等実施率 90%以上を 2025 年度に達成し、以後それを維持する。

わが国では大量の食品の売れ残りや食べ残しが発生している。製造過程からも多くの残渣が廃棄されている。農林水産省ではこうした問題を解消するため、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律(食品リサイクル法)」(平成 13 年 5 月 1 日施行)を設け、食品廃棄物の発生抑制と減量化を進め、最終的に処分される量を減少させるのみならず、それらを飼料や肥料等の原材料として再生利用する取り組みを推進している。特に食品関連事業者(製造・流通・外食など)に対しては食品廃棄量の目標を定めており、(発生抑制量+再生利用量+熱回収量×0.95+減量量)÷(発生抑制量+発生量)によって算定される再生利用等実施率が一つの目安となっている。外食産業における再生利用等実施率は 50%、食品製造業では 95%が目標とされる。

(「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針 令和 7 年 3 月 14 日策定」(農林水産省))

ハチバンは、食品リサイクル法に基づく大量排出事業主(加盟店を含む特定連鎖化事業主)に指定されており、2007 年から再生利用などの実施率向上に取り組んでいる。

2015 年度時点のハチバンの再生利用等実施率は 57.8%。その内訳は、発生抑制が 60.6%、再生利用が 28.4%(うち飼料化 5.4%、肥料化 22.2%、油脂・油脂製品化 0%、メタン化 0.8%、その他 0%)、熱回収が 0%、減量が 11.0%だった。(「外食産業における食品リサイクルマニュアル」(一般社団法人日本フードサービス協会)より)

以後、ハチバンでは様々な対策を行ってきた。店舗で発生する廃食油はほぼ全店でリサイクルを実施している。店舗の食品残渣については、ダストボックスで水切りをすることで減量を図っている。また野菜のカットを自社工場(2021 年 4 月からは委託先工場)に集約し、店舗での野菜くずの発生を抑制しており、食品製造部門では発生する動植物性残渣は 100%リサイクルしている。キャベツの上半分の柔らかい部分は野菜ラーメンのカット野菜と

して使い、下半分の堅い部分は工場で一元的に微塵加工することで餃子の餡として最大限に活用して未使用食材部分を少なくして、全体としての発生抑制にもつなげている。さらにセントラルキッチン・本社工場の食品残渣は、再生利用事業者を通じ、メタン発酵によりバイオガスエネルギーや肥料化することでリサイクルしている。

加えてハチバンでは、「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ概要」（令和5年12月22日 消費者庁、農林水産省、環境省、こども家庭庁、法務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省）に示された、「食べ残しの持ち帰り促進」という方針にのっとった取り組みも行っている。

たとえば、季節限定メニュー（数量限定）は、原料調達で予め必要な数量が判っているため、品質の良い物を必要な時に必要なだけ計画的に仕入れることで食材のロスを抑えている。また、食べきれぬ少量メニューを設けることで食べ残しを減らすことにも取り組んでいる。

飲食店の再生利用などの実施率でみれば、政府目標の50%をハチバンはすでに大きく上回っている。事実、大きなコスト上昇を伴う取り組み（店舗の生ごみのリサイクル）以外はやり尽くした状況にあり、これ以上高めることは難しい。だが、なおカットキャベツの導入店舗を増やしたり、営業店舗での脱水方法の見直しを徹底することに取り組むことで、ハチバンでは再生利用等実施率90%以上を2025年度に達成し、以後それを維持することを目標に掲げることにした。

（再生利用等実施率実績 2022年度86.8%、2023年度88.6%、2024年度89.2%）

キャベツの芯部位の活用と野菜屑の減量

②本社工場における歩留まり改善の取組

※カット野菜の導入（店舗カットから本社工場一括カットへ）

※芯部位の餃子等への利活用することで、本社工場から発生する野菜屑の減量に取り組む



（出所）「外食産業における食品リサイクルマニュアル」
（一般社団法人日本フードサービス協会）より

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

ハチバンの事業活動は、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。

I. 地域社会の食に貢献する

	ターゲット	内容
 2 飢餓をゼロに	2.1	2030 年までに、飢餓を撲滅し、全ての人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場にある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十分得られるようにする。
	4.2	2030 年までに、全ての子供が男女の区別なく、質の高い乳幼児の発達・ケア及び就学前教育にアクセスすることにより、初等教育を受ける準備が整うようにする。
	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。

期待されるターゲットの影響としては、地域の伝統的食文化の維持や食へのアクセスの向上に貢献している。また、適切な健康・衛生の管理につながる幼児教育にも寄与している。

II. 共に学び成長できる職場づくり

	ターゲット	内容
 3 すべての人に健康と福祉を	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。
	8.5	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。

期待されるターゲットの影響としては、就労機会の提供や職場環境の改善・整備によって、男女、外国人の別なく働きやすさの向上、生活の安定に貢献する。

Ⅲ. 脱炭素と資源の有効活用の促進

  	ターゲット	内容
	11.6	2030 年までに、大気の水質及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。
	12.2	2030 年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。
	12.3	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、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。
	13.1	全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性（レジリエンス）及び適応の能力を強化する。

期待されるターゲットの影響としては、温暖化ガス排出量の削減や資源の有効活用等により、地球環境の維持に寄与する。

● 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

ハチバン本社の所在地である石川県では、「石川県環境総合計画」を「食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第 19 号）第 12 条第 1 項に規定する都道府県食品ロス削減推進計画」に位置付け、食品ロス削減を推進している。

ハチバンは石川県が推進する「美味しいしかわ食べきり協力店」に各店舗が登録しており、小盛りメニューの導入など料理の提供量の調節や、使っているアレルギー食材をメニューに表記するなどにより、食べ残しを減らす工夫や、食べ残し・調理くずの堆肥化を通じて、食品廃棄物のリサイクルに努めている。

食べきり協力店の取り組み事例 ①

8番らーめん

野菜の葉脈やかたい中心部を活用し、少量メニューも開発

石川、そして北陸で広く愛される8番らーめん。県内全51店舗が「美味しいしかわ食べきり協力店」に登録されており、単独ブランドの飲食店としては最多の登録数です。

8番らーめんでは食品ロスの懸念が叫ばれる10年以上前から、その取り組みが進められています。看板メニューの「野菜らーめん」で使う野菜は県内の本社工場ではプレカット（一次加工）され、各店に必要な分が届けられることでロスが削減されています。葉脈や中心部はおいしさを無駄なく生かせるよう餃子にフル活用され、芯や外葉などの廃棄部分は堆肥化・飼料化されることで資源の有効活用、循環ループが構築されています。

また、食事も食品ロス削減のために少量メニューが開発されており、女性や高齢の方はもちろん、いろんな料理を楽しみたい方にも好評で、食べ残しも激減したといえます。さらに季節ごとに限定メニューが用意される際は食数を限り、必要な量を計画的に仕入れることでロスを防げるなど、ただおいしい食事を提供するだけでなく、時代の変化に対応した取り組みが進められています。



熱烈的ファンが多い「野菜トマトらーめん」など限定メニューは数量が決められ、高品質な食材が確実に確保されています



工場でのプレカットの様子。店舗にとっては必要な分だけを仕入れられるので、鮮度のよい野菜が提供されています

（出所）「令和 2 年版石川県環境白書」（石川県）HP より

また石川県では、食品リサイクル法に基づき、食品関連事業者に関する食品循環資源の再生利用等を促進しており、毎年「食品リサイクル及び農産物等循環型社会形成推進知事表彰」を行っている。ハチバンは平成 29 年度に受賞し、食品残渣をリサイクルする取り組みが石川県や農林水産省のホームページで紹介されるなど、高く評価されている。

公益財団法人食品等流通合理化促進機構主催、農林水産省協賛による「第

6 回食品産業もったいない大賞 受賞者」（平成 31 年 1 月）では、「食品産業もったいない大賞審査委員会委員長賞」を受賞している。



（出所）「ハチバングループ 食品リサイクルへの取組み」（石川県）HP より

5. ハチバンのサステナビリティ経営体制（推進体制、管理体制、実績）

ハチバンは、代表取締役社長 長丸 昌功氏を最高責任者とし、事業活動とインパクトレーダー、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、代表取締役社長 長丸 昌功氏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、社会的な課題解決への貢献とともに持続的な経営を実現していく。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、総合企画部が統括し、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、地域をリードしていく企業を目指す。

ハチバンの責任者	代表取締役社長 長丸 昌功
ハチバンのモニタリング担当部	総合企画部
銀行に対する報告担当部	総合企画部

6. 北陸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通りである。

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで設定した KPI の達成及び進捗状況については、北陸銀行とハチバンの担当者が定期的に会合の場を設け、共有する。会合は年に 1 回以上実施するほか、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、決算後 5 カ月以内に関連する資料を北陸銀行が受領し、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。

北陸銀行は、KPI 達成に必要な資金及びその他ノウハウの提供、あるいは北陸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。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、北陸銀行は、同社に対して適切な助言・サポートを行う。

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 回以上実施する。
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及び外部資源とのマッチングを検討する。

以 上

【別表】

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	1074 マカロニ、麺類、クスクス その他これらに類するデンプン質 製品の製造業		4630 食品、飲料、タバコの 卸売業		5610 レストランおよびモバイル フードサービス活動	
			ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
社会	人格と人の安全保障	紛争	○	○	○	○	○	○
		現代奴隷	○	○	○	○	○	○
		児童労働	○	○	○	○	○	●
		データプライバシー	○	○	○	○	○	○
		自然災害	○	○	○	○	○	○
		-	●	●	○	●	○	●
	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	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	○	○	○	○	○	○
	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	-	○	○	○	○	○	○
自然環境	経済収束	-	○	○	○	○	○	○
	気候の安定性	-	○	●	○	●	○	○
	生物多様性と生態系	水域	○	●	○	●	○	○
		大気	○	○	○	○	○	○
		土壌	○	○	○	○	○	○
		生物種	○	○	○	●	○	○
		生息地	○	○	○	●	○	○
	サーキュラリティ	資源強度	○	●	○	○	○	○
		廃棄物	○	●	○	●	○	●

第三者意見書

2025 年 8 月 29 日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社ハチバンに対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社北陸銀行

評価者：一般財団法人北陸経済研究所

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、株式会社北陸銀行（「北陸銀行」）が株式会社ハチバン（「ハチバン」）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、一般財団法人北陸経済研究所（「北陸経済研究所」）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。北陸銀行は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、北陸経済研究所・株式会社道銀地域総合研究所・株式会社浜銀総合研究所・株式会社北海道銀行サステナビリティ推進室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、北陸銀行及び北陸経済研究所にそれを提示している。なお、北陸銀行は、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。

北陸銀行及び北陸経済研究所は、本ファイナンスを通じ、ハチバ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、ハチバ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。

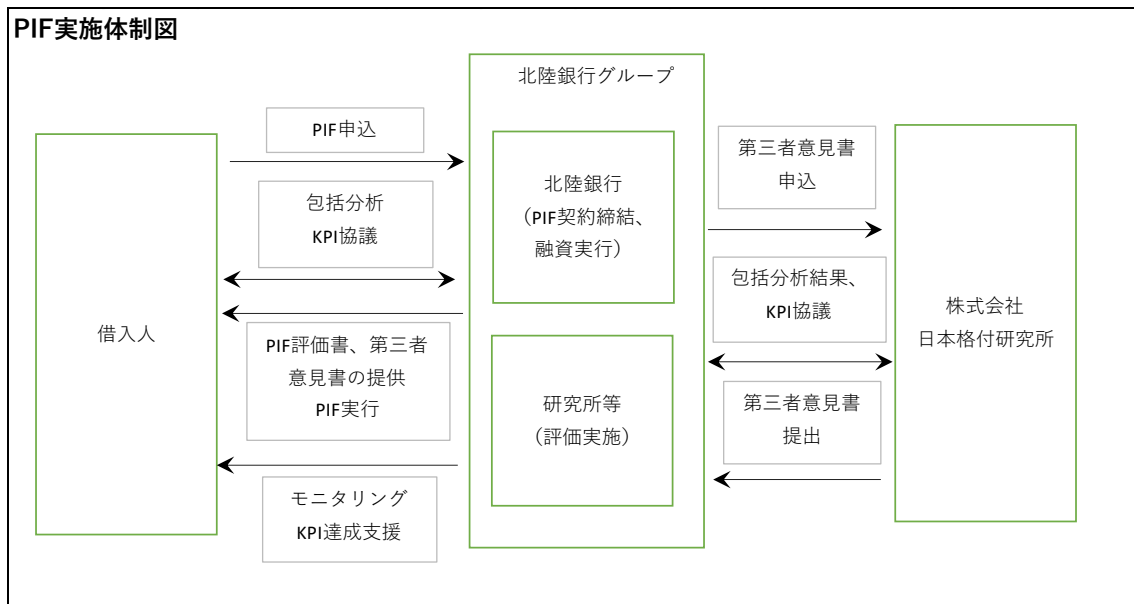
ポジティブ・インパクト金融原則 2 フレームワーク

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

(1) 北陸銀行は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。



※研究所等：北陸経済研究所・道銀地域総合研究所・浜銀総合研究所・北陸銀行サステナビリティ推進グループ・北海道銀行サステナビリティ推進室

(出所：北陸銀行提供資料)

(2) 実施プロセスについて、北陸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、北陸銀行からの委託を受けて、北陸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、全て北陸経済研究所が作成した評価書を通して北陸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、北陸経済研究所が、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ハチバンから貸付人である北陸銀行及び評価者である北陸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



JCR Sustainable

PIF for SMEs

本第三者意見に関する重要な説明

1. JCR 第三者意見の前提・意義・限界

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

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

2. 本第三者意見を作成するうえで参照した国際的なイニシアティブ、原則等

本意見作成にあたり、JCR は、以下の原則等を参照しています。

国連環境計画金融イニシアティブ

「ポジティブ・インパクト金融原則」

「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」

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

「インパクトファイナンスの基本的考え方」

3. 信用格付業にかかる行為との関係

本第三者意見を提供する行為は、JCR が関連業務として行うものであり、信用格付業にかかる行為とは異なります。

4. 信用格付との関係

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

5. JCR の第三者性

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

■留意事項

本文書に記載された情報は、JCR が、事業主体または調達主体及び正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報には、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、依頼者の求めに応じ、独立・中立・公平な立場から、銀行等が作成したポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書の国連環境計画金融イニシアティブの「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」への適合性について第三者意見を述べたものです。
事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。
調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

- ・国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブインパクト作業部会メンバー
- ・環境省 グリーンボンド外部レビュー者登録
- ・ICMA (国際資本市場協会) 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