



2023年5月25日

株式会社タム・タムとの

ポジティブ・インパクト・ファイナンスの契約締結について

岐阜信用金庫（理事長 好岡 政宏）は、持続可能な社会への貢献を共に実現するため、株式会社タム・タム（代表取締役 安藤 治）と、信用金庫業界初となる「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の契約を締結いたしましたのでお知らせします。

当金庫は、引き続き、地域金融機関としての責任を果たし、ポジティブ・インパクト・ファイナンスの普及と持続可能な社会を実現するために、お客さまの目標にあわせたサポートを行い、社会的、環境的、経済的にポジティブなインパクトの実現に積極的に取り組んでいきます。

記

【契約内容】

融 資 金 額	100 百万円
期 間	5 年
資 金 使 途	事業資金

【企業概要】

発 行 企 業 名	株式会社 タム・タム
所 在 地	愛知県名古屋市西区城町 237 番地
代 表 者	安藤 治
事 業 内 容	プラモデル等玩具小売業
資 本 金	49 百万円
設 立	平成元年 3 月 17 日
第三者評価機関	株式会社 格付投資情報センター 評価レポート： https://www.r-i.co.jp/rating/esg/index.html

以 上

株式会社タム・タム
ポジティブインパクトファイナンス評価書

2023年5月25日



岐阜信用金庫が株式会社タム・タム（以下、「当社」）に対してポジティブインパクトファイナンス（以下、「PIF」）を実施するにあたって、当社の事業活動が環境・社会・経済に及ぼすインパクト（ポジティブインパクトおよびネガティブインパクト）を分析・評価した。この分析・評価は、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）が提唱した PIF 原則および PIF 実施ガイド（モデル・フレームワーク）、ESG 金融ハイレベル・パネルにおいて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」に則ったうえで、岐阜信用金庫が開発した評価体系に基づいている。

目次

1. 事業概要	
(1)会社概況	-4-
(2)沿革	-4-
(3)経営理念	-5-
2. サステナビリティ	
(1)最適な職場環境の提供（ケイパビリティの構築）	
①CSR 経営の教育	-5-
②ビジネススキル・知識の深化	-5-
③人間性の醸成	-5-
④コミュニケーション	-5-
⑤働き易い職場の実践	-5-
(2)環境に資する取り組み	-6-
(3)その他の取り組み	-6-
3. インパクトの分析	
(1)事業内容	-7-
(2)事業のフレームワーク	-8-
(3)インパクトリーダーによるマッピング	-9-
(4)インパクトの特定	-12-
(5)サステナビリティとインパクトの関連	-15-
4. KPI の設定	-15-
5. モニタリング方法およびマネジメント体制	
(1)当社におけるインパクトの管理体制	-17-
(2)当社によるモニタリング	-17-
6. 日本のインパクトニーズとの整合性	-18-
7. 岐阜信用金庫との親和性	-19-

1. 事業概要

(1)会社概況

当社はラジコン・プラモデル・鉄道模型・ミリタリーなどを主力とした幅広い商品を扱う日本最大級の総合ホビー専門店であり、業界のトップリーダー。リサイクル品専門店を含め、実店舗を全国に 18 店舗に加え、オンラインショップ事業も展開している。

会社名	株式会社タム・タム
本社所在地	愛知県名古屋市西区域町 237
代表者	代表取締役社長 安藤 治
資本金	4,900 万円
売上高	50.2 億円（令和 4 年 5 月期）
創業年月日	1975 年 11 月
事業内容	総合ホビー小売
従業員数	役員 6 人／正社員 84 人／アルバイト・パート 122 人
関連会社等	ホビーショップタムタム、ホビーリサイクルショップクルクル、通販部

(2)沿革

1975 年 11 月	個人事業主として、岐阜市忠節にタムタム忠節店を開業
1989 年 03 月	タムタム忠節店を岐阜市神田町に移転し、有限会社タム・タムを設立
2001 年 07 月	更なる売り場面積拡張のため、店舗を岐阜市市橋より岐阜県羽島郡岐南町へ移転。同時にインターネットを利用した通信販売を開始
2002 年 08 月	売り場面積 240 坪を持つ大型店、タムタム名古屋店を西春日井郡西春町（現：愛知県北名古屋市）に新規開店
2004 年 01 月	鉄道模型・ミニカーの大型専門店として、タムタム秋葉原店（東京都）を新規開店
2004 年 07 月	総合ホビーショップとして最大級売り場面積 550 坪の超大型店、タムタム相模原店（神奈川県）を新規開店
2009 年 10 月	愛知県ファミリー・フレンドリー企業登録
2010 年 04 月	かながわ子育て応援団企業登録
2010 年 10 月	兵庫県子育て応援協定企業登録
2011 年 07 月	東日本大震災罹災 3 か月後に、仙台店復興オープン
2015 年 11 月	ホビーリサイクルショップ クルクル相模原店を新規開店
2019 年 08 月	ホビーリサイクルショップ クルクル秋葉原店を新規開店
2022 年 02 月	北海道内限定のオンラインショップを開設
2023 年 01 月	18 店舗目となるタムタム神戸三宮店（兵庫県）を新規開店

(3)経営理念

- 一、私たちは、新しい価値を創造し、あらゆる人々の生活・文化に貢献します。
- 一、私たちは、お客様に感謝し、「楽しい・おもしろい・ありがとう」と言って頂けるサービスを提供します。
- 一、私たちは、継続的に業績を向上させ、株主・ステークホルダーと安定的な相互繁栄を目指します。
- 一、私たちは、事業活動を通じて、全従業員の個性と創造を尊重し、1人ひとりの夢と幸せを現します。

(バリューチェーンの構築)

経営理念をモットーに、事業活動、CSR、および会社と従業員に関する行動基準を作成し、「主活動」のみならず、「支援活動」を可視化することにより、キャパシティビルディングを実施し、付加価値の向上に努めている。

2. サステナビリティ

(1)最適な職場環境の提供（ケイパビリティの構築）

経営理念実現のため、「貢献意欲」「共通目的」「コミュニケーション」を最重要課題と考え、経営者が以下のCS、ESに資する取り組みを実施し、「外発的な動機付け」でなく、「内発的な動機付け」となるよう最適な職場環境の提供に努めている。

① CSR 経営の教育

CSR 委員会を設置し、ステークホルダーの満足度を高める行動を実施するために、従業員に対し、CSR ガイドブックの配布に加え、勉強会を実施。

「人権の尊重と倫理行動の浸透」、「社会貢献と環境蘇生」に取り組んでいる。

② ビジネススキル・知識の深化

接客マナーや商品知識に関する社内基準を設定し、定期的な研修に加え、適宜テストを実施。常に高いレベルでの接客スキルを維持することで、同業他社と比較しても高い接客サービス（経路依存性）を有している。さらに認証制度（マイスター）を活用することにより、従業員の能動的なモチベーションの向上も図っている。

③ 人間性の醸成

「致知（人間学を学ぶ月刊誌）」を毎月従業員に配布および勉強会を実施し、従業員の言動に対する褒める文化を醸成している。

④ コミュニケーション

社長自らが、従業員と定期的に面談を実施。従業員 1 人ひとりの環境や課題を共有することで、経営者、企業、従業員が常に足並みを揃えて成長できるよう、個人にマッチした育成計画の策定とフォローアップを個別に実施している。

⑤ 働きやすい職場の実践

有給休暇取得率 100%、子育て支援のための育児休暇取得体制の整備と研修による啓蒙、時間

外労働時間の管理、従業員間での柔軟なシフト体制の実践等により、従業員のワークライフバランスを充実させる柔軟な働き方と最適化に努めている。

【具体的な取り組み実績・取得認証等】

「健康経営宣言」「健康経営優良法人 2023 認定」「愛知県ファミリー・フレンドリー企業登録」「かながわ子育て応援団企業登録」「兵庫県子育て応援協定企業登録」等を取得

(2)環境に資する取り組み

事業活動により排出される CO2 の削減を図るため、以下の取り組みを実施している。

① 取扱商材のリサイクル

製品ライフサイクルが比較的短い商材が多いことから、自社だけでなく、エンドユーザーが保有するプラモデルを主体とした商品の廃棄の抑制、リサイクルを推進するための買取・販売専門店を 2 店舗展開。

② 本社事務所に加え、各店舗における省エネの取り組み

- ・照明 LED 化
- ・バイオマスレジ袋の使用
- ・DX 化に伴うペーパーレス化の実践（PDF の活用等）

(3)その他の取り組み

事業上の業務を細分化したうえで、軽微な作業を抽出。川上企業と協業し、障がい者の勤労機会を創出している。（B 型就労支援の活用）

健常者と変わらない勤労のよろこびを生み出し、働き甲斐や生き甲斐ある時間を共有している。

3. インパクトの分析

(1)事業内容

当社の事業は次項の 3 部門から構成される。

① 小売店舗型ビジネス

プラモデル、ラジコン等のアセンブリが必要となる玩具、および完成品の小売業。品揃えと専門性は同業他社と比較して高い。そのため、スタッフには高い知識が必要になるが、従業員教育・指導にも注力しており、顧客に対して、最適なアドバイスができる体制を構築している。

(左写真)
店舗内の様子



(右写真)
接客の様子



② EC サイト型ビジネス

オフラインだけでなく、オンラインでのマーケットも有しており、常に鮮度の高い最新情報を会員向けに発信している。増加する会員の個人情報の取り扱いについては、会員 1 名あたり 100 円の費用が必要となるが、別途「個人情報管理システム」を構築し、安全を担保している。

同業界は、コアマニアも多く、鮮度の高い情報発信 = 集客 = 事業拡充と考えており、引き続き、オンラインでの最新情報の発信と会員制 EC プラットフォームの強化、構築、顧客の囲い込み（会員制）を継続している。

現在は、日本国内のみでの事業展開であるが、今後、越境 EC を活用して海外への発信を計画している。

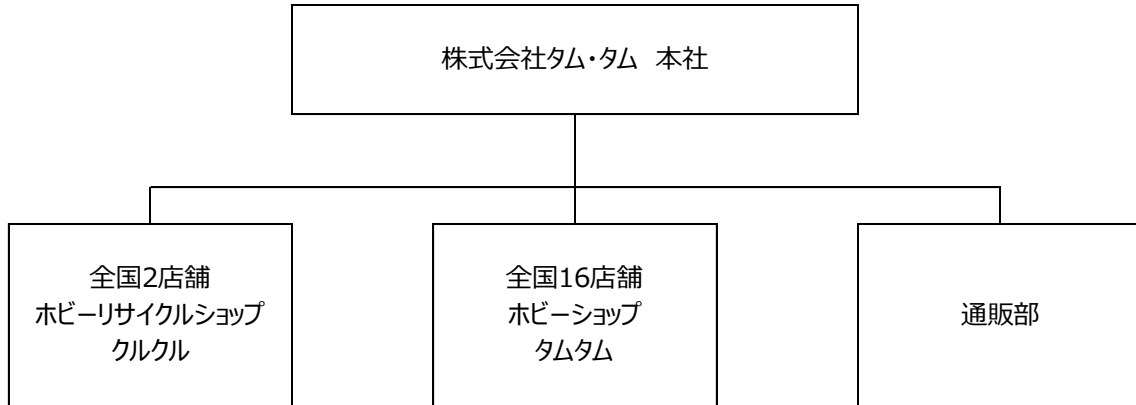


③ コミュニティ型ビジネス

顧客とのコミュニケーションを重視し、顧客とのつながりを強化することで顧客ロイヤルティを高めたビジネスモデルを展開。各種イベントの開催や SNS による発信により特定のターゲット層へのアプローチを実施している。



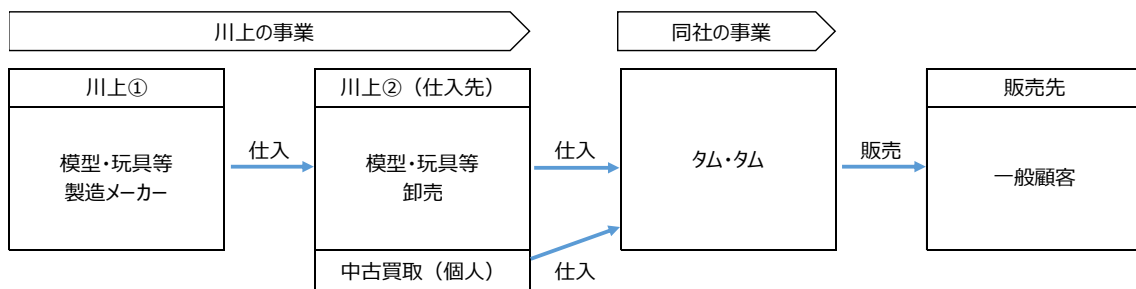
【組織図】



当社は、子供から大人まで幅広い年代が楽しめるホビー（趣味）を商品として取り扱っている。多様化する娯楽ニーズにおいて当社が取り扱う商品は、ジェンダーレスで楽しめるものであり、友だちや人の繋がりのきっかけづくり、心理的なリラックスによる平和な社会づくり、世界への日本のアニメや文化の発信と繋がりが、趣味の充実による働きがいのある生活の提供等に貢献している。

また、商品の製造過程においては、サプライチェーンを構成する企業群の製造活動を通じた産業の基盤づくりとつくる責任に大きく関連しており、当社の仕入れと販売活動は経済の活性化等にも貢献している。

(2) 事業のフレームワーク



上図は、当社の事業のフレームワークを可視化したものである。主に国内のサプライヤー（卸商社）から商品を調達し、自社店舗および EC サイトを通じてエンドユーザーへ商品を供給している。また、先述したとおり、個人消費者等から中古品を買い取り、リサイクル品として供給している。

以上より、事業が「社会」「環境」「経済」に与えるインパクトについて、分析を実施する。

(3) インパクトレーダーによるマッピング

当社、および当社の川上・川下の事業を国際産業標準分類 (ISIC) 上の業種カテゴリに適用させた上、UNEPFI が提供するインパクトレーダーを用いて「ポジティブインパクト」(以下 PI)と「ネガティブイ

ンパクト」(以下 NI)を想定する。川上の事業については「ゲーム及び玩具製造業 (ISIC:3240) 」を、当社の事業については「専門店によるゲーム及び玩具小売業 (同 4764) 」、「中古品小売業 (同 4774) 」、「通信販売またはインターネットによる小売業 (同 4791) 」を適用し、それぞれ検証を行った。なお、川下事業については、一般消費者を対象としていることから、本評価書での検証は省略する。

◎：主要カテゴリ ○：関連カテゴリ

国際標準産業分類 インパクトカテゴリ	川上の事業①		当社の事業①		当社の事業②		当社の事業③	
	[3240] ゲーム及び玩具製造業		[4764] 専門店によるゲーム及び 玩具小売業		[4774] 中古品小売業		[4791] 通信販売またはインター ネットによる小売業	
	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI
水								
食料								
住居								
健康・衛生	○		○					
教育								
雇用	○	○	○	○	○	○	○	○
エネルギー								
移動手段								
情報								
文化・伝統			○					
人格と人の安全保障								
正義・公正								
強固な制度、平和、安定								
水 (質)		○			○			
大気		○			○			
土壌		○			○			
生物多様性と生態系サービス					○			
資源効率・安全性		○			○			
気候		○			○			
廃棄物		○		○	○			○
包括的で健全な経済	○		○		○		○	○
経済収束								○

当社の事業① (ISIC : 4764)

PI	「健康・衛生」「雇用」「文化・伝統」「包括的で健全な経済」
NI	「雇用」「廃棄物」

◆「健康・衛生」

ストレスは健康に悪影響を及ぼす原因の一つであるが、当社が提供する商品や時間は、気分をリフレッシュさせる効果があり、ストレス解消効果 = 健康維持、健康衛生を促進している。

また、趣味を通して、創造性の向上、人間関係の広がりなど、心身ともに健やかな環境構築を実現するためのPIが発生している。

上記は、SDG3：「すべての人に健康と福祉を」に該当する。

◆「雇用」

労働による賃金の発生が、従業員の生活の充足を担保し、社会全体の持続可能な発展に貢献することが期待されるPIと、不確実性のある雇用形態（パート・アルバイト）の発生や、高いストレスやプレッ

シャーが発生する可能性がある NI が発現している。

先記は、SDG8：「働きがい経済成長も」に該当する。

「8.5：2030年までに、若者や障害者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一価値の労働についての同一賃金を達成する。」

「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、すべ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。」

◆「文化・伝統」

主力商品であるプラモデルには、「戦車」や「戦闘機」などがあり、歴史的・文化的な背景があるものも多く、老若男女問わず「歴史を知る」機会を提供している。

また、自分でパーツを組み立てることは、クリエイティブな表現活動であり、更に塗装やデカール貼り等は、新たな文化のイノベーションとなりえることから PI が発現している。

上記は、SDG4「質の高い教育をみんなに」に該当する。

「4.7：2030年までに、持続可能な開発のための教育及び持続可能なライフスタイル、人権、男女の平等、平和及び非暴力的文化の推進、グローバル・シチズンシップ、文化多様性と文化の持続可能な開発への貢献の理解の教育を通して、全ての学習者が、持続可能な開発を促進するために必要な知識及び技能を習得できるようにする。」

◆「包括的で健全な経済」

先述より、当社の事業活動は、「経済的」「社会的」「環境的」な側面に配慮した持続可能な経済発展を目指しており、包括的で健全な経済が活性化するという PI が発現する。

上記は、SDG17「パートナーシップで目標を達成しよう」に該当する。

「17.17：さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。」

当社の事業②（ISIC：4774）

PI	「雇用」「水（質）」「大気」「土壌」「生物多様性と生態系サービス」 「資源効率・安全性」「気候」「廃棄物」「包括的で健全な経済」
NI	「雇用」

◆「水（質）」「大気」「土壌」「生物多様性と生態系サービス」「気候」

中古品の買取および販売は不要な資源の使用や製造時に出る温室効果ガス等を抑え、気候変動の抑制に貢献することから PI が発現する。

上記は、SDG13「気候変動に具体的な対策を」、SDG15「陸の豊かさを守ろう」に該当する。

◆「資源効率・安全性」「廃棄物」

商品のリユースを促進し次の引き受け手へ繋ぐことで、資源効率を高め、廃棄物削減を実現できることから PI が発現する。

上記は、SDG12「つくる責任つかう責任」に該当する。

◆「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。」

◆「包括的で健全な経済」

不要になった玩具等を買取り、必要な人に届ける取組は、人と人を繋げ、流通経路を拡大させながら経済の活性化を実現するものであることからPIを発現する。

上記は、SDG17「パートナーシップで目標を達成しよう」に該当する。

当社の事業③ (ISIC : 4791)

PI	「雇用」「包括的で健全な経済」
NI	「雇用」「廃棄物」「包括的で健全な経済」「経済収束」

◆「包括的で健全な経済」

インターネットによる販売は、地域を選ばず購入することが可能であり、経済の健全性を保つことからPIが発現している一方で、過剰な競争が起こることにより中小企業の発展を損なう可能性があるため、NIの発現もみられる。

上記はSDG11「住み続けられるまちづくりを」に該当する。

川上の事業 (ISIC : 3240)

PI	「健康・衛生」「雇用」「包括的で健全な経済」
NI	「雇用」「水(質)」「大気」「土壌」「資源効率・安全性」「気候」「廃棄物」

◆「廃棄物」

商品の処分や管理に伴うエネルギー消費は、温室効果ガスを排出し、気候変動に影響を与える可能性があり、また、廃棄物は、土壌や水源、大気汚染などの環境問題を引き起こすことも見込まれることからNIが発現する。

上記はSDG12「つくる責任つかう責任」に該当する。

◆「水(質)」「土壌」

商品を製造する過程で発生する廃棄物・排水に含まれる有害物質は、土壌汚染を引き起こす可能性があり、これにより農作物や野生生物への被害、川や地下水の汚染などが考えられることからNIが発現している。

上記はSDG6「安全な水とトイレを世界中に」、SDG14「海の豊かさを守ろう」、SDG15「陸の豊かさを守ろう」に該当する。

◆「大気」「気候」

取り扱いする商品を製造する工程で発生する温室効果ガスは、気候変動を引き起こす要因になり得るほか、それに伴い健康被害、経済的被害の発生が予想されるため、NIが発現している。

上記はSDG13「気候変動に具体的な対策を」、SDG15「すべての人に健康と福祉を」に該当する。

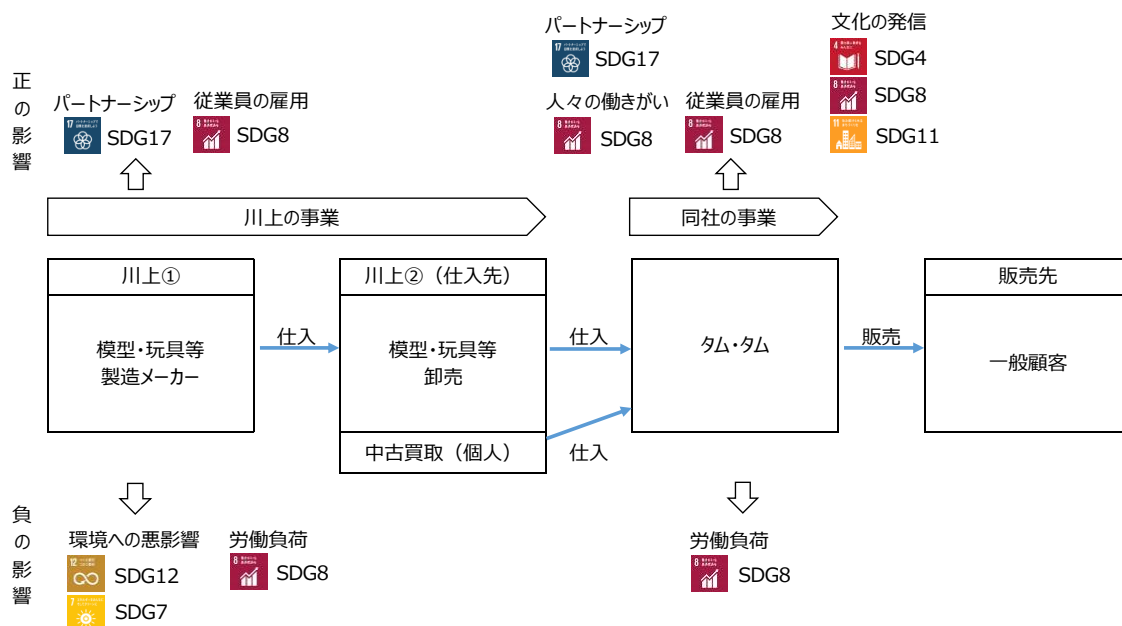
◆「資源効率・安全性」

商品の大半が化石燃料から作られているため、石油などの資源が枯渇する可能性があるほか、採掘時に土壌・水質・大気汚染が発生し、安全性が低下するリスクが発生するため、NIが発現している。

上記は SDG9「産業と技術革新の基盤をつくろう」に該当するが、当社は川上事業者の取り組みをサポートするため、積極的に「エコラベル商品」の取り扱いを行っている。

(4)インパクトの特定

発生したインパクトを分類し、当社の事業フレームワークに合わせて配置したうえで、下記の3つにインパクトを特定した。



① 従業員の働き甲斐創出およびガバナンスの整備

・従業員のスキルアップのための研修

従業員が商品に関する知識やスキルを習得し、お客さまに的確なアドバイスが提供できるよう育成（適宜、テストの実施）することで、自己実現感や職場での自信を高めることを実践している。

・モチベーションの向上のための制度整備

従業員が意欲的に仕事に取り組めるよう CSR ガイドブックや人間学を学ぶ月刊誌を従業員に配布するなど、人間形成の育成に注力している。

また、前述したスキルアップに応じた昇進制度なども整備し、従業員のモチベーション向上につなげている。

・コミュニケーションの改善

従業員同士や上司とのコミュニケーションが円滑であることを重視し、社長自ら従業員との定期的な個別ミーティングを実施。従業員一人ひとりの意見や考えを現場にフィードバックするため、常にコミュニケーションの改善を図っている。

・意見や提案を積極的に取り入れる文化の醸成

前述に加え、従業員が自分の意見や提案を積極的に発信しやすい雰囲気醸成し、従業員の

やりがいや自己実現感が高まるよう取り組んでいる。

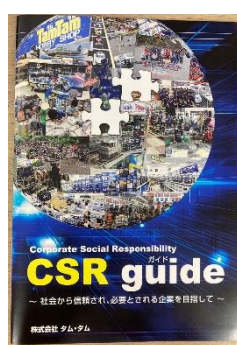
・コンプライアンスの徹底（CSR 体制の取組み）

企業のカバナンスは、コンプライアンスの徹底が不可欠であり、全従業員に対して、適切なマナーやルールを守ることの重要性を教育し、社会的な責任を果たすことを徹底している。

これらの方法を実践することで、プラモデル小売店は従業員の働き甲斐創出やカバナンスの整備を図り、より持続可能なビジネスを展開することが可能となるものと思料する。

このインパクトは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「雇用」のカテゴリに該当し、社会的側面のPI を拡大し、社会的側面のNI を緩和すると考えられる。

(左写真)
研修に使用する
CSR ガイドブック
(右写真)
社員研修の様子



② 商品および趣味の提供を通じた経済の活性化

・オンラインストア

オンラインストアで商品の販売を行うことで、地理的な制限を超えて多くの人々に商品を提供している。

・イベントの開催

展示会や各種イベントを開催することで、愛好家の交流の場を提供すると同時に、イベントの参加者に対して、限定商品や特典を提供することで、商品の販売促進や新しい顧客の取り込みを行っている。

・リピート率の向上

従業員教育を徹底し、商品知識に加えマナー等を徹底することにより、顧客サービスを向上させ、顧客満足度を高めてリピート率を向上させている。

・店舗の拡充

業界のトップリーダーとして、引き続き、店舗の拡充を図っていくと同時に、お客さまの「欲しい商品を・欲しい時に・欲しいだけ」提供することによる物理的な満足だけでなく、「娯楽性・体験性・物語性」を提供することによる精神的満足の提供に取り組むことにより、地域社会発展のみならず、日本特有のアニメや文化の保存に繋げている。

これらの方法を活用することで、プラモデル等玩具小売店は商品提供を通じて経済の活性化を図り、持続可能なビジネスを展開することができる。

このインパクトは、UNEP FI のインパクトレーダーでは「包括的で健全な経済」のカテゴリに該当し、経済的側面の PI を拡大すると考えられる。

③ 事業を通じた環境負荷の低減

・環境に配慮したバッグの使用

購入した商品を持ち帰るために使用する袋には、環境にやさしいバイオマス素材の買い物袋や再利用可能なバックを提供し、環境に配慮した取り組みを行っている。

・商品のリサイクル

不要になったプラモデル等を買取り、リサイクル販売するビジネスを構築し、専門店を2店舗展開している。プラモデル等が不必要に廃棄されることを防ぎ、リサイクルされた商品を再利用する環境・文化を整備している。

・LED 照明の使用

店舗内の照明に、エネルギー消費量の少ない LED 照明を使用することで、電力消費量を削減している。

・エコラベル商品の取り扱い

環境に優しい素材を使用したエコラベル商品を積極的に取り扱うことで、環境負荷を低減した取り組みを実施している。

・低炭素輸送手段の採用

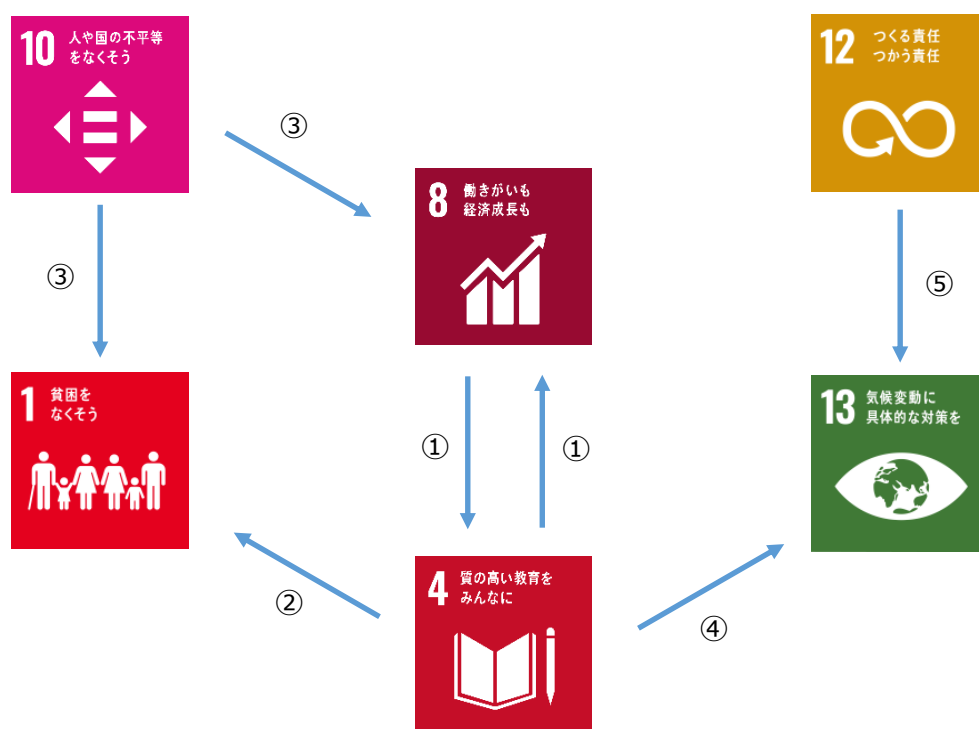
営業活動に利用する車両を、環境負荷の低いハイブリッド車や自転車などを利用することで、二酸化炭素排出量の削減に努めている。



環境に配慮した製品に与えられるエコメダル
(株バンダイ HP より)

これらの取り組みを実践することで、環境に優しいビジネスを実現し、UNEP FI のインパクトレーダーにおける「大気」「気候」「廃棄物」のカテゴリにおいて、川上で発生するものも含めた環境的側面の NI を抑制・緩和し、PI を促進するものと考えられる。

(5)サステナビリティとインパクトの関連



- ① 従業員教育は、商品知識や接客についてはもちろんのこと、CSR や人間学についても積極的に実施している。一人ひとりと向き合い、さらに人材育成を深めることで人づくりを通じて社会に貢献することができる。
- ② ホビー、アニメを中心に日本文化を世界に発信することで、メーカーのみならず、観光客およびインバウンドが増加し、地域の経済活性化にも繋がる。
- ③ 雇用については年齢や性別に関わりなく、そして準健常者への委託業務を増加させることで、働きがいに溢れ、活気のある社会が生まれる。この良い循環により、貧困層の縮小に貢献できる。
- ④ 環境意識を高める教育を今後強化することで、従業員一人ひとりの行動を変革することが可能となる。ペーパーレス化、バイオマス素材のレジ袋等もこうした従業員教育の結果として実現を目指す。
- ⑤ 現在、リサイクルショップを2店舗展開しているが、今後の環境社会へ向けた必要性から店舗の拡大を検討する必要がある。また、バイオマス素材商品の積極的な取り扱いを進める等、気候変動への対策も可能である。

4. KPI の設定

ここでは、特定したインパクトの発現状況を今後も測定可能なものにするため、先に特定したインパクトに対し、それぞれに KPI を設定する。

■ 従業員の働き甲斐創出およびガバナンスの整備



項目	内容
インパクトの種類	社会的側面においてポジティブインパクトを拡大 社会的側面においてネガティブインパクトを緩和
インパクト・カテゴリ	「雇用」「包括的で健全な経済」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・平等で生き生きとした働きやすい労働環境 ・人材育成 ・準健常者との協業
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・希望する従業員の育児休暇や有休休暇等の取得率 100% ⇒対象者が全員取得した場合に達成率 100% ・従業員への CSR ガイドブックの配布および教育の継続 ⇒配布率 100%、毎月の定例研修の実施 ・マイスター制導入による ES の向上 ⇒マイスター制の実施につき、達成率 100% ・川上事業者と連携した障がい者雇用の取組みの継続 ⇒障がい者就労支援の取組み実施につき、達成率 100%

■ 商品および趣味の提供を通じた経済活性化

項目	内容
インパクトの種類	経済的側面においてポジティブインパクトを拡大
インパクト・カテゴリ	「包括的で健全な経済」
関連する SDGs	
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の更なる販路拡大および生産性の向上 ・地域社会発展に向けた取組み
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・3年以内に越境 EC の取組みによる日本文化の海外発信 ⇒事業開始につき達成率 100%（進捗具合を勘案し評価） ・各店舗のイベント開催による裾野の拡大（最低年 1 回以上） ⇒全店舗開催につき、達成率 100%（店舗割合に準じ評価）

	<ul style="list-style-type: none"> ・リサイクル店舗の継続および新規出店の取組み ⇒リサイクル店舗数 2 店舗以上につき、達成率 100% ・実店舗(リサイクル店舗のぞく)の拡充 ⇒16 店舗以上で 100% (分母 16 店舗にて算出) ・2020 年 5 月期決算売上高 100%超の確保 ⇒分母 2020 営業年度売上高として算出
--	--

■ 事業を通じた環境負荷低減

項目	内容
インパクトの種類	環境的側面においてネガティブインパクトの緩和
インパクト・カテゴリ	「大気」「気候」「廃棄物」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・バイオマス素材の積極的使用 ・省エネ電気設備の設置 ・リサイクル商品の取扱量増加
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・バイオマス素材の買い物袋 100%利用 ⇒100%の利用で達成率 100% ・新店舗の開設時は LED 化の実施 ⇒新店舗開設につき、LED 化が取り組めた場合は達成率 100% (原単位を出店舗数として達成率を算出)

5. モニタリング方法およびマネジメント体制

(1)当社におけるインパクトの管理体制

当社では、代表取締役社長の安藤治氏を中心に自社業務の棚卸を行い、本 PIF におけるインパクトの特定並びに KPI の策定を行った。

今後についても、安藤治氏を中心に総合支援部の協力を仰ぎながら SDGs の推進、並びに、本 PIF で策定した KPI の管理を行っていく方針である。

【モニタリング体制】

統括責任者	代表取締役社長 安藤 治
プロジェクトリーダー	取締役 総合支援部長 山本 哲司

(2) 当社によるモニタリング

本 PIF で設定した KPI および進捗状況については、当社と岐阜信用金庫が定期的な場を設けて情報共有する。少なくとも年に 1 回実施するほか、日々の情報交換や営業活動を通じて実施する。

6. 日本のインパクトニーズとの整合性

下図は、「SDGs インデックス & ダッシュボード 2022」を参照したものであり、SDGs の 17 の目標別に日本の達成度を表している。

「緑は目標達成」、「黄は課題が残っている」、「橙は重要な課題が残っている」、「赤は主要な課題が残っている」としている。

当社のインパクトに対する SDGs のゴールは「3、4、8、11、12、13、17」であり、日本のインパクトニーズに概ね整合していると判断している。とりわけ、「3、4、8、11、12、13、17」は、課題が残っているものであり、特定されたインパクトは有意義であると判断できる。



(出店：SDSN)

7. 岐阜信用金庫との親和性

◆「ぎふしん SDGs 宣言」

以下の 3 項目を SDGs 達成に向けた重点課題としている。

- (1) 持続可能な地域の経済成長のための活動
- (2) 持続可能な地域産業の基盤構築のための活動
- (3) 持続可能なまちづくりのための活動

◆親和性の確認

本件 PIF の取り組みに際し特定した当社のインパクトである「事業を通じた環境負荷の低減」

および「商品および趣味の提供を通じた経済の活性化」は、「ぎふしん SDGs 宣言」の(1)、(2)と、「従業員の働きがい創出とガバナンスの整備」については、「ぎふしん SDGs 宣言」の(3)と強い親和性があり、相互に協力しあうことで、「経済」「社会」「環境」の3つの側面に渡り、持続可能な開発に関する枠組みとして、良質な効果が発生するものと思われる。

以上から、本 PIF の取組みは追加性のある PI 創出支援を行うものであり、その本源的目的との合致を確認したうえで SDGs 達成に向けた資金需要と資金供給とのギャップを埋めることを目指すものである。