



2026 年 9 月 30 日

各 位

株式会社北洋銀行

株式会社ハイブリッジ・ジャパン様と 「ポジティブインパクトファイナンス」の契約を締結しました

北洋銀行(取締役頭取 津山 博恒)は、株式会社ハイブリッジ・ジャパン様(北海道札幌市、代表取締役 高橋 秀一様)と「ポジティブインパクトファイナンス」(以下、本ファイナンス)の契約を締結しました。

本ファイナンスは、企業活動が環境・社会・経済にもたらすインパクトを包括的に分析・評価し、ネガティブインパクトの緩和とポジティブインパクトの拡大について目標を設定し、その実現に向けた継続的な対話や支援を重視することで SDGs 達成に貢献していく金融手法です。当行は、国連環境計画金融イニシアチブが提唱するポジティブインパクト金融原則に基づき、「ポジティブインパクトファイナンス評価書」を発行し、株式会社格付投資情報センター様から第三者評価として「セカンドオピニオン」を取得しています。

本件では、コア・インパクトを「スープカレーを日本の食文化へ」と特定し、スープカレーを世界に誇る食文化へと発展させることで、持続可能な社会の実現に向けたインパクト拡大を目指している点などを評価させていただきます。

当行は、今後もほくようサステナブルファイナンス等を通じて環境・社会課題の解決を図るお客さまやプロジェクトを積極的に支援し、脱炭素社会の実現や SDGs の達成に貢献してまいります。

※「ポジティブインパクトファイナンス評価書」および「セカンドオピニオン」は別紙をご参照ください。

記

【株式会社ハイブリッジ・ジャパン様の概要】

所 在 地	北海道札幌市中央区北 1 条西 15 丁目 1 番 3－1101 号
代 表 者	代表取締役 高橋 秀一 様
事 業 概 要	スープカレー店「SAMA」運営事業、FC事業、パートナー事業、EC事業

【契約記念の様子】



右:株式会社ハイブリッジ・ジャパン
代表取締役 高橋 秀一 様

左:北洋銀行
手稲中央支店長 吉津 健太郎

以 上

《北洋銀行グループ サステナビリティ方針》

北洋銀行グループは「経営理念」と「行動規範」に基づく企業活動を通じて、当行グループを支えていただいている全てのステークホルダーと地域社会・環境の持続的発展に貢献するとともに、当行グループの中長期的な企業価値の向上と持続的経営の実現に努めます。

株式会社ハイブリッジ・ジャパン ポジティブインパクトファイナンス評価書

発行日：2026 年 9 月 30 日



北洋銀行ならびに株式会社北海道共創パートナーズは、株式会社ハイブリッジ・ジャパン（以下、「ハイブリッジ・ジャパン」または「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/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チブ（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、北洋銀行が独自に開発した評価体系に基づいている。

目次

1. 企業概要.....	4
(1) 基本情報.....	4
(2) 経営理念.....	4
(3) 事業概要.....	6
(4) サステナビリティ活動.....	14
2. インパクトの特定.....	17
(1) バリューチェーン分析.....	17
(2) インパクトレーダーによるマッピング.....	18
(3) インパクトニーズの確認.....	21
(4) 北洋銀行グループが認識する社会課題との整合性.....	26
3. インパクトの評価.....	28
4. インパクトのモニタリング.....	30
5. 情報開示.....	30

1. 企業概要

(1) 基本情報

企 業 名	株式会社ハイブリッジ・ジャパン	
所 在 地	北海道札幌市中央区北 1 条西 15 丁目 1 番 3-1101 号	
代 表 者 名	代表取締役 高橋 秀一	
設 立 日	1999 年 4 月 2 日	
資 本 金	12,800 千円 (2026 年 3 月期)	
売 上 高	377,000 千円 (2026 年 3 月期)	
従 業 員	50 名 (2026 年 3 月期時点) (パートを含む)	
事 業 内 容	スープカレー店「SAMA」運営事業、F C 事業、パートナー事業、E C 事業	
沿 革	1999 年	有限会社ハイブリッジを設立 通信業を開始
	2004 年	飲食事業 スープカレーSAMA 北海道神宮前店開店
	2007 年	SAMA 大谷地総本店 開店
	2008 年	SAMA 帯広店 開店
	2008 年	SAMA 北大前店 開店
	2012 年	社名を株式会社ハイブリッジ・ジャパンへ変更
	2012 年	SAMA 手稲店 開店
	2014 年	SAMA 北見店 開店
	2016 年	SAMA 下北沢店 開店
	2017 年	SAMAn26 店 開店 SAMA 旭川店 開店
	2018 年	SAMA 明治神宮前店 開店
	2019 年	SAMA 神田店 開店 SAMA 千歳店 開店
	2024 年	SAMA 札幌大通店 開店

(2) 経営理念

ハイブリッジ・ジャパンは、『「食」を通じて世の中で活躍できる「人」を育てる企業』を目指し、人材こそが企業の成長を支える最も重要な財産であると考えている。社員一人ひとりを家族のように大切に、挑戦する姿勢や仲間を思いやる心、自ら行動を起こす力を育みながら、共に成長し続けている。

また、一杯のスープカレーを通じて人と人とのつながりを生み出し、お客様に笑顔と感動をお届けするとともに、北海道の食文化や生産者の想いを大切に、その魅力を日本だけではなく世界へ発信している。地域やお客様から末永く愛されるブランドを目指し、スープカレーを世界に誇る食文化へと発展させることに挑戦している。

MISSION
私達は、「食」を通じて 世の中で活躍できる「人」を育てる企業になります。

VISION
スープカレーを日本の食文化にする。

VALUE
一、苦手なことにチャレンジしよう 一、仲間を大切にしよう 一、自分から風を起こそう

(3) 事業概要

A) 事業内容

ハイブリッジ・ジャパンは、創業以来 20 年以上にわたり、幅広い世代のお客様に愛され続けているスープカレー専門店「SAMA」の直営店運営を主力事業として展開している。また、このブランド力をベースに FC 事業、パートナー事業、さらに家庭でも当社の味を楽しむことができるレトルトスープのオンラインショップ販売など、多角的な事業展開を行っている。

当社が 20 年以上の歴史の中で最も大切にしていることは、創業当時から変わらない『味・店舗演出・人』へのこだわりである。

『味・店舗演出・人』

〈味への徹底したこだわり〉

- ・ 言うまでもなく当社の核であり、年間約 6 万食もの提供を通じて、変わらぬ感動を届けている。

〈非日常と温かみが調和した店舗演出〉

- ・ 単に食事をする場所ではなく、その空間自体を楽しんでいただけるよう、ラグジュアリーな非日常空間と温かみを融合させた心からリラックスできる空間づくりを実現している。

〈「人」による温かいサービス〉

- ・ お客様に寄り添うおもてなしを徹底し、心の通うサービスを提供している。

当社は、ブランドとしての安心感を大切にしつつ、お客様に常に特別感を抱いてもらえるよう、各店舗の個性を活かした特別メニューの開発にも力を入れている。これにより、お客様に常に特別な体験を提供できるよう努めている。

こうした価値あるサービスを提供し続けるため、本部と現場の迅速な連携を重要視している。お客様からいただいた口コミやご意見は、グループ全体の情報共有手段を通じて本部がリアルタイムに把握し、店舗個別の問題として扱わず、グループ全体の課題として即座に共有し、改善につなげている。このスピード感と一体感が、当社の信頼を支える強みとなっている。

《商品（一例）》

- ・ チキン野菜カレー



- ・ 17 品目の彩り農園野菜カレー



【出典：ハイブリッジ・ジャパン提供】

■ スープカレー専門店「SAMA」運営事業

「SAMA」は 2004 年 12 月に札幌で創業したスープカレー専門店である。スープカレーとは、数種類のスパイスを調合した深みのあるスープに、大ぶりの野菜や肉などの具材がたっぷりと入った、札幌を代表するソウルフードである。北海道内のスープカレー専門店などで提供されており、それぞれが独自の味を競い合っている。

その中でハイブリッジ・ジャパンの最大の強みは、こだわり抜いた「味」にある。玉ねぎをふんだんに使用したスープは、驚くほどのコクと深み、そして濃厚でとろみのある独特の質感が特徴である。また、創業以来、お客様の多様なニーズに応えるためスープの種類を段階的に増やし、現在では 5 種類のラインナップから選べることも、多くのお客様から支持される理由の一つとなっている。

当社は現在、大谷地総本店と札幌大通店の二店舗を直営で運営しており、それぞれの店舗が地域の特性や顧客のニーズに応じたメニューを取り揃えている。2026 年 11 月には新たに SAMA 羽田空港店をオープン予定であり、北海道内だけではなく、東京や関西エリアなど全国的に店舗展開を進める。当社は今後も、スープカレーを地域住民や国内外の観光客に提供することで、その美味しさと魅力を世界へ発信していく。

《メニュー例（大谷地総本店）》

SAMA OHYACHI SOUHOTEN SOUP CURRY MENU
すべてライス付き

1. CURRY 左側からカレーの種類を選択!

2. SOUP お好きなスープを選択!

3. SPICE お好きな辛さを選択!

4. RICE & SOUP ご飯の量やスープの量を選択!

5. TOPPING

ホルモンチーズ納豆カレー ¥1,600

チキン野菜カレー ¥1,650

17品目の彩り農園野菜カレー ¥1,650

パリチキとチーズのカレー ¥1,600

ハンバーグ野菜カレー ¥1,650

ポーク野菜カレー ¥1,700

シーフードカレー ¥2,250

チキンカレー ¥1,450

ハンバーグカレー ¥1,450

ポークカレー ¥1,500

キーマ納豆カレー ¥1,300

ベジタブルカレー ¥1,300

お子専用 キッズカレー ¥900

1. CURRY 左側からカレーの種類を選択!

2. SOUP お好きなスープを選択!

3. SPICE お好きな辛さを選択!

4. RICE & SOUP ご飯の量やスープの量を選択!

5. TOPPING

DRINK MENU は裏面にございます!

【出所：ハイブリッジ・ジャパン提供】

《店舗》

・大谷地総本店

「南の島の水上レストラン」をテーマに木と光の温もりと緑の癒しを感じることのできる店舗。スタッフによる店の雰囲気にならせたオリジナルの手書き POP や MAP を作成するなど、細部まで工夫を凝らし、お客様に心地よい空間を提供している。



・札幌大通店

「南の島の水上レストラン」をテーマに、店内を温かみのある木の家具や雑貨で表現。バリ島のラグジュアリーな雰囲気とスープカレーで大切な時間を楽しむことができる。



・羽田空港店イメージ（2026 年 11 月オープン予定）

「北海道の太陽を感じるアーバンレストラン」をコンセプトに、シックなグレーを基調とした洗練された空間を表現。店内の随所に配された鮮やかなイエローオレンジが、まるで札幌の空に昇る温かな太陽のように、これから旅立つ人々の心を優しく照らし出す。従来のどこかホッとする温かみを受け継ぎながらも、空港という特別な場所にふさわしいスタイリッシュで上質なデザインとなっている。



【出典：ハイブリッジ・ジャパン提供】

■ FC 事業

ハイブリッジ・ジャパンは、ブランド力とノウハウを活かして FC 事業を展開している。現在、北海道を中心に関東エリアも含めて、計 11 店舗運営している。加盟店向けには、食材の卸売りや研修、マニュアル提供、店舗運営支援など充実したバックアップ体制を整備し、ブランドの統一とサービス品質の維持に努めている。

今後は、国内店舗数を増やしてだけでなく、海外展開にも積極的に取り組んでいくことを目指している。そのためにも、SAMA でスープカレーの魅力に触れた外国人観光客を増やし、「自国でこの味を提供したい」「自らこの事業を手掛けたい」という想いを持ってもらうことで、FC 展開へとつなげていきたいと考えている。当社は世界各地に店舗を広げることで、スープカレーの美味しさと魅力を世界へ発信していく。

《店舗（一例）》

・ SAMA n26 店

古民家の古材とアイアン素材でリノベーションしたお洒落な店舗。手作りアクセサリを販売するなど、カフェ感覚で楽しむこともできる。



・ SAMA 北見店

アジアンテイストな中に店舗のフォルムや暖簾など【和】の癒しを感じる店舗。ボックス席や広々した駐車場があり、お子様連れでも気軽に来店いただけるつくりとなっている。



・ SAMA 明治神宮前店

アジアン風の隠れ家のイメージで、とてもホッと落ち着ける店舗。



【出所：ハイブリッジ・ジャパン提供】

■ パートナー事業

ハイブリッジ・ジャパンは、開業準備から運営のコツまで必要なノウハウの提供や研修を一貫してサポートするパートナー事業を展開している。スープカレーの激戦区である札幌で20年以上にわたり培ってきた確かな実績をベースに、オーナー様に寄り添う「伴走者」として、初めての飲食店経営でも安心して挑戦できるよう支援し、「地域一番店」を共に目指している。

【サポートの特徴】

- ・ 初期費用を抑えた無理のないスタート
加盟金0円のプランを導入し、開業時の経済的負担を軽減している。また、これまでの出店経験から「必要なものと不要なもの」を逆算し、無駄な出費を抑えたスマートな立ち上げをバックアップできる。さらに、型にはまらない多様な出店スタイルを採用しており、街やオーナー様の個性を活かした自由度の高い店舗運営を可能としている。
- ・ 未経験でも安心のシンプルなオペレーション
調理や仕込みを徹底的に簡略化し、飲食業界未経験の方でも迷わず運営できる仕組みを確立している。全国の店舗からの事例共有や洗練された基本オペレーションにより、スムーズな店作りと心にゆとりを持った経営を可能にしている。
- ・ 伴走型の一貫したフォローアップ体制
開業前の準備に加え、開業前後の研修やフォローアップ体制を確立。実践的なノウハウの提供を通じて、オーナー様とスタッフの成長を長期的にサポートしている。

《パートナー事業の流れ》



【出典：ハイブリッジ・ジャパン提供】

■ E C事業

ハイブリッジ・ジャパンは、札幌のソウルフードであるスープカレーのレトルトスープを自社のオンラインショップで販売している。家庭でお好みの野菜をトッピングするだけで、手軽に本格的なスープカレーを全国の食卓で味わうことができる。また、お歳暮・お中元・結婚祝いなどの贈答用に最適なギフトセットも取り揃えており、大切な人への贈り物としても利用できる。店舗に加えて、オンライン販売を通じて全国の家庭にスープカレーの美味しさを広く提供している。

《商品（一例）》

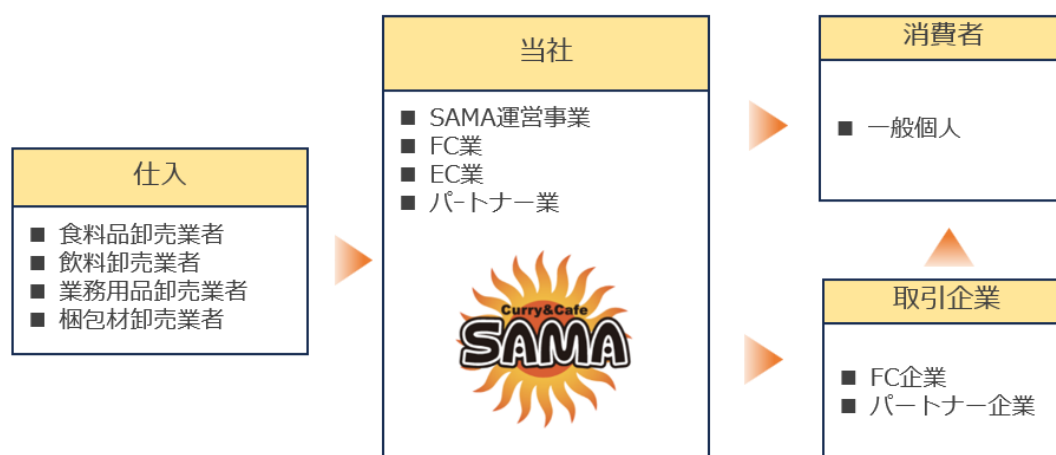


【出典：ハイブリッジ・ジャパン提供】

B) ビジネスモデル

ハイブリッジ・ジャパンのビジネスモデル・バリューチェーンは以下の通り。

【ビジネス俯瞰図】

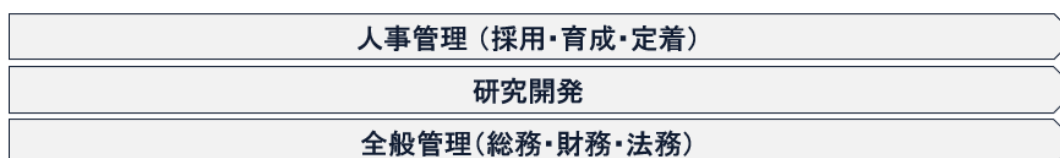


【バリューチェーン】

◆ 主活動



◆ 支援活動



【出所：当社へのヒアリングにより HKP 作成】

(4) サステナビリティ活動

① 社会面

● 人材育成

ハイブリッジ・ジャパンは、「人を育て、人が輝く組織へ」を掲げ、「スキル×マインド＝パフォーマンス」という考えに基づき、持続可能な成長を支える人材育成に注力している。単なる業務知識の習得にとどまらず、社会人としての「人間力（マインド）」と、現場を牽引する「専門力・リーダーシップ（スキル）」を共に高めるため、多様な教育・研修制度を運用している。

良好なコミュニケーションと一体感を生み出す「活力朝礼」では、日々の学びの共有や『職場の教養』の読み合わせを通じて人間力を磨き、一日のスタートを前向きに迎える組織風土を築いている。さらに、社内勉強会「理念と経営 勉強会」や、外部の「経営モーニングセミナー」、各種「自己啓発研修」を組み合わせることで、経営者視点や人としての在り方を学び、主体的なリーダーシップを養っている。

《人材育成の様子》

・活力朝礼



・経営モーニングセミナー（外部）



【出典：ハイブリッジ・ジャパン提供】

● ワークライフバランスの推進

ハイブリッジ・ジャパンは、従業員一人ひとりが長く働き続けられるよう、ワークライフバランスの推進に努めている。具体的には、育児と仕事の両立がしやすい環境を整えていることで、男性従業員も1カ月間の育児休暇を取得した実績がある。

また、個々の都合や予定に合わせて柔軟に休みが調整できるよう、半日単位で休暇を取得できる半休制度を導入している。今後はさらなる働きやすさの向上を目指し、有給休暇の取得率向上に取り組んでいく。

● 風通しの良い組織風土の醸成

ハイブリッジ・ジャパンは、組織の持続可能な成長と従業員のエンゲージメント向上を目指し、風通しの良い職場環境づくりに取り組んでいる。国籍や役職の垣根を越えた良好な人間関係を構築するため、さまざまな種類の親睦イベント（レクリエーション）を積極的に実施している。具体的には、海や山でのアウトドア活動、ゴルフ、ゲームなどを親睦イベントとして開催している。

また、ビアガーデンでの親睦会や歓迎会といった、店舗ごとに自主的に企画されるイベントも支援している。これらの取り組みにより、互いを尊重し助け合えるチームづくりを推進している。

《レクリエーションの様子》



【出所：ハイブリッジ・ジャパン提供】

● 処遇改善に向けた取り組み

ハイブリッジ・ジャパンは、従業員を持続可能な成長を支える最大の財産と位置づけ、安心して長期的に活躍できる労働環境の整備と処遇改善に努めている。日々の貢献に応えるため、年1万円のベースアップの実施や、そのほか成果に応じた昇格・昇給を実施している。さらに、年2回の賞与に加え、3月には業績に応じた決算賞与を支給し、従業員の生活基盤の安定とモチベーション向上に努めている。

また、経済的な自立と将来の資産形成を支援するため、取引金融機関と連携し、従業員向けのNISA勉強会を定期的を開催するなど、適切な金融知識を身につける機会を提供している。

② 環境面

● GHG 排出量の削減

ハイブリッジ・ジャパンは、直営店舗におけるLED照明の導入や、セントラルキッチンを効果的に活用することで、運営プロセス全体における省エネルギー化とGHG排出量の削減に取り組んでいる。各店舗の照明を消費電力の少ないLEDへ切り替えることで、直接的な電気使用量を抑制している。また、スープの製造をセントラルキッチンに集約することで、エネルギーの消費を抑制している。

● DXの推進

ハイブリッジ・ジャパンは、DXを推進することで環境負荷の低減と、お客様の利便性向上および従業員の業務効率化を両立している。店舗では、QRコードを活用したセルフ注文・決済システムや各種キャッシュレス決済を導入し、スムーズな決済を可能にしている。

また、社内におけるペーパーレス化を徹底し、給与明細のデジタル化をはじめ各種手続きの電子化を実施している。バックオフィスから店舗に至るまで、ペーパーレス化に取り組んでいる。

- フードロスの削減

ハイブリッジ・ジャパンは、地球環境への配慮と持続可能な資源循環を目指しフードロス削減に取り組んでいる。調達と製造の段階においては、セントラルキッチンを活用した効率的な食材管理を徹底するとともに、過去の実績データを分析して仕入れ精度の最適化を図ることで、過剰な在庫や余剰食材の発生を未然に抑制している。

また、店舗や製造工程で発生する、規格外や見栄えなどの理由でお客様に提供できない野菜、および余剰となったスープについては、従業員の賄いとして活用している。当社は、食材を無駄なく最後まで使い切る仕組みを構築することで廃棄物の削減に努めている。

③ 経済面

- 地域の食文化普及への貢献

ハイブリッジ・ジャパンは、札幌のソウルフードであるスープカレーを店舗で提供するとともに、レトルトスープをオンラインショップで販売している。地域住民や国内観光客だけではなく、近年はインバウンド増加に伴う国外観光客が増加しており、スープカレーの提供を通じて北海道の豊かな食文化を世界へ広く普及させている。地域に根ざした食文化を多くの人々に届けることで、地域社会の活性化と食文化の振興に貢献している。

- 商品・サービス品質の向上

ハイブリッジ・ジャパンは、すべてのお客様にいつでも高品質な商品とサービスを提供するため、品質管理の徹底とサービス品質の向上に努めている。具体的には、スープはセントラルキッチンで一括製造し、品質の均一化を図るためにマニュアルを活用することで、常に安定した品質の提供を実現している。

また、増加する外国人観光客の多様なニーズに対応するため、多言語対応メニューの提供や、スマートフォンを活用したモバイルオーダーシステムの整備を進めている。さらに、複数の言語に対応可能な人材を採用し、国籍や言語の壁を越えてすべてのお客様が安心して食事を楽しめるサービス体制を構築している。

2. インパクトの特定

(1) バリューチェーン分析

ハイブリッジ・ジャパンのインパクトの特定のためバリューチェーン分析を行った。具体的には、バリューチェーン(主活動及び支援活動)に含まれる同社のサステナビリティ活動について、影響を与える側面（環境・社会・経済）毎に分類した。

■ バリューチェーンにおける環境・社会・経済との関連性

バリューチェーン		環境、社会、経済に影響を与えるサステナビリティ活動
主活動	企画	【社会】 ● 札幌のソウルフードであるスープカレー文化を国内外へ発信
	発注・仕入	【環境】 ● データ予測による適正仕入で、余剰在庫を防止 【経済】 ● 道産食材（たまねぎ）の利用
	生産・加工	【経済】 ● セントラルキッチンで一括調理を実施し、品質を均一化
	提供	【環境】 ● 店舗における LED 照明の導入 【社会】 ● 多言語対応のメニュー表やモバイルオーダーシステムの導入によるサービス品質の向上
	販売	【経済】 ● QR コード注文やキャッシュレス決済の導入による従業員の業務効率化
支援活動	全般管理 人事管理 労務管理	【環境】 ● 給与明細の電子化や社内手続きの DX でペーパーレス化 【社会】 ● 多様な研修や柔軟な勤務制度の構築による働きやすい職場づくり ● 適正な報酬で従業員の生活を支援

【 出所：ハイブリッジ・ジャパンへのヒアリングにより HKP 作成 】

(2) インパクトレーダーによるマッピング

バリューチェーン分析に基づき特定したインパクトを整理することに加え、UNEP FI が提供するインパクトレーダーによるマッピングを行う。

まず、当社の事業を国際標準産業分類に則り以下の通り整理した。

■ 川上の事業

- ・ 野菜及びメロン、根菜及び茎塊の栽培（業種コード：0113）
- ・ 農産品原料及び生き物卸売業（業種コード：4620）
- ・ 食料品、飲料及びたばこ卸売業（業種コード：4630）

■ 当社の事業

- ・ レストラン及び移動式飲食業（業種コード：5610）
- ・ 食料品、飲料及びたばこ卸売業（業種コード：4630）
- ・ 調理食品製造業（業種コード：1075）

■ 川下の事業

- ・ レストラン及び移動式飲食業（業種コード：5610）

続いて、UNEP FI のインパクトレーダーが示したポジティブインパクト（PI）及びネガティブインパクト（NI）に対し、バリューチェーン分析の結果を照合して整理した。

■ 当社の事業

- ・ 継続的な有給休暇取得の推進は、ワークライフバランス向上につながることから「健康および安全性」の NI 低減を特定した。
- ・ 札幌のソウルフードであるスープカレーを店舗や EC を通じて販売することは、地域食文化の普及に貢献していることから「食糧」「文化と伝統」の PI 増大を特定した。
- ・ 多様な研修や柔軟な勤務制度の構築、定期的なベースアップの実施を行っている。また、外国人材の在籍数増加といった多様性の推進も行っており、これらの取り組みは働きやすい職場づくりに寄与していることから、「雇用」「賃金」の PI 増大を特定した。
- ・ 有給休暇や、男性の育児休暇の取得を推奨することは、誰もが働きやすい職場を構築することに繋がることから、「社会的保護」の NI 低減を特定した。
- ・ 地元食材を利用していることから、「零細・中小企業の繁栄」の P I 増大を特定した。
- ・ 店舗照明の LED 化の実現をするなど省エネルギーの取り組みを推進し、G H G 排出量の削減に取り組んでいることから、「気候の安定性」「資源強度」「大気」の NI 低減を特定した。
- ・ セントラルキッチンを活用による効率的な食材管理や、お客様に提供できない野菜や余剰スープの賄い（まかない）への活用、前年度実績データなどを参考にした仕入れ精度の最適化などの食品ロス削減に向けた取組を実施していることから、「廃棄物」の NI 低減を特定した。

なお、インパクトマッピングでは、「児童労働」「食糧」「賃金」「水域」「生物種」「生息地」への NI が特定されているが、ハイブリッジ・ジャパンの事業により与える影響は限定的であるため特定していない。

■ 川上の事業

- ・ 川上の事業について、ハイブリッジ・ジャパンの事業が PI の増大または NI の低減に与える影響が少ないため、特定していない。

■ 川下の事業

- ・ 川下の事業について、ハイブリッジ・ジャパンの事業が PI の増大または NI の低減に与える影響が少ないため、特定していない。

A) 当社の事業が与えるインパクトのマッピング(UNEP FI インパクトレーダー)

下図によりマッピング内容を可視化した。インパクトカテゴリーのうち、黄色塗りされた箇所はバリューチェーン分析により特定されたカテゴリーである。また、各事業において想定される PI 及び NI をインパクトレーダーから抽出している。

バリューチェーン			川上の事業						当社の事業						川下の事業	
業種 (国際標準産業分類)			野菜及びメロン、根菜及び塊茎の栽培		農産品原料及び生き物卸売業		食料品、飲料及びたばこ卸売業		レストラン及び移動式飲食業		食料品、飲料及びたばこ卸売業		調理食品製造業		レストラン及び移動式飲食業	
【コード】			113		4620		4630		5610		4630		1075		5610	
三側面	インパクトエリア	インパクトトピック	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI
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														
	健康および安全性	自然災害		●●												
		-	●●	●●		●		●		●		●		●		●
		水		●●												
		食糧	●●	●		●	●	●	●			●	●●	●●	●	
	資源とサービスの入手可能性、アクセス可能性、手頃さ、品質	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	●●				●		●				●		●	
	生計	賃金	●	●●			●		●	●		●	●	●●	●	●
		社会的保護		●●		●		●		●		●		●		●
		ジェンダー平等		●●												
		民族・人種平等		●●												
	平等と正義	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	●				●						●			
自然環境	インフラ	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		●●		●		●				●				
		資源強度		●●										●●		
	サーキュラリティ	廃棄物		●●		●		●		●		●		●●		●

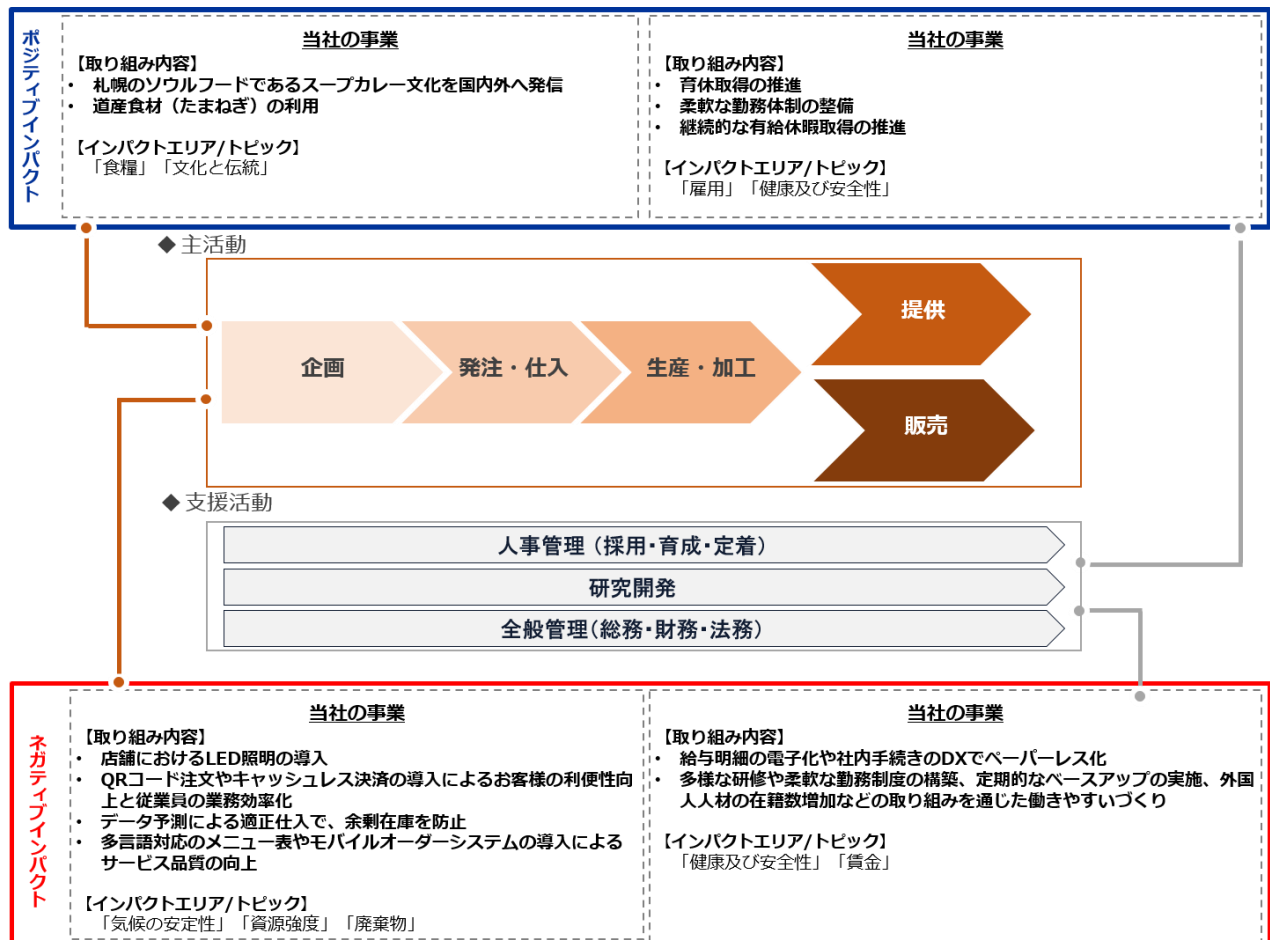
●●：主要なカテゴリ、●：関連のあるカテゴリ
■：PIの増大またはNIの低減に係る箇所

(3) インパクトニーズの確認

A) インパクトカテゴリーとSDGs(およびサステナビリティ方針)の関連性

下図によりインパクトカテゴリーとSDGsの関連性を以下の通り可視化した。バリューチェーン分析(サプライチェーン及び管理部門)とインパクトレーダーによるマッピングを通じ、取り組み内容を網羅的に整理している。

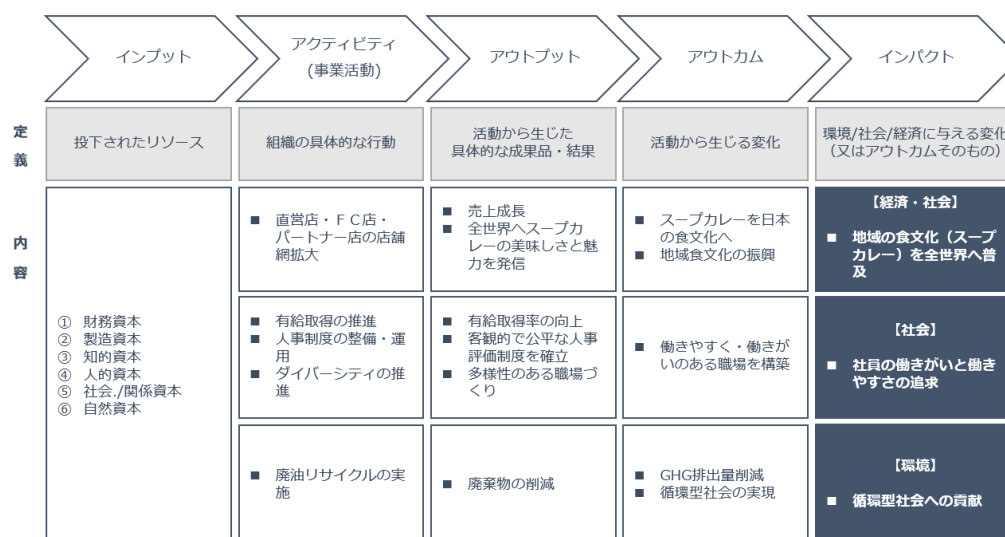
< サプライチェーンでのマッピング >



① ハイブリッジ・ジャパンのインパクト

以下ロジックモデルをもとに、ハイブリッジ・ジャパンのインパクトを特定した。ここで、インパクトとは、環境/社会/経済に与える変化もしくはアウトカムそのものと定義した。また、同社の事業別の売上構成、ビジネスモデル及びインパクトレーダーによるマッピング結果から、特に重要なインパクトをコア・インパクトとして特定した。

< ロジックモデルによる整理 >



② インプットの内容

- ・ 財務資本：安定したキャッシュフロー創出による経営資源への分配
- ・ 製造資本：店舗インフラ（飲食店舗・厨房機器）
- ・ 知的資本：製造技術・ノウハウ、品質管理方針・マニュアル、知名度の高いブランドカ
- ・ 人的資本：高い調理スキルを有する従業員、接客力が高い店舗スタッフ
- ・ 社会/関係資本：ビジネスパートナー
- ・ 自然資本：エネルギー・自然環境

B) インパクトの整理

■ スープカレーを日本の食文化へ：コア・インパクト

ハイブリッジ・ジャパンは、「スープカレーを日本の食文化にする。」というビジョンの実現に向け、直営・FC・パートナー店の店舗拡大を通じた売上成長とグローバル発信に挑戦し、世界に誇る食文化へと発展させていく方針であることから、コア・インパクトとして特定した。

■ 循環型社会への貢献

ハイブリッジ・ジャパンは、廃棄物を単に捨てるのではなく、再利用可能な資源として循環させる取り組みを推進する方針であることから、インパクトとして特定した。

■ 従業員の働きがいと働きやすさの追求

ハイブリッジ・ジャパンは、従業員の働きやすさと働きがいの両立に積極的に取り組む方針であることから、インパクトとして特定した。

C) 日本におけるインパクトニーズ

下図は SDGs に含まれる 17 の各目標について、日本における達成度を示した「SDGs インデックス&ダッシュボード 2026」である。各目標の達成度はそれぞれの色で示されており、具体的には緑は「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」と定義づけられている。

ハイブリッジ・ジャパンのインパクトに関連する SDGs の目標は「2,8,11,12」であるところ、いずれの目標も未だ日本では達成されておらず、とりわけ「2,11,12」は「主要な課題が残っている」。したがって、特定した同社のインパクトはいずれも有意義である。



D) 北海道におけるインパクトニーズ

ハイブリッジ・ジャパンの主な事業エリアである北海道は、「北海道 SDGs 未来都市計画」を策定しており、SDGs のゴールとそれに紐づく KPI を設定している。

(社会)

～i あらゆる人々が将来の安全・安心を実感できる社会の形成～

ゴール、 ターゲット番号	KPI (目標年次が 2030 年でないものについては総合計画等から引用)
1. 3	指標: 北海道福祉人材センターの支援による介護職の就業人数
1. 4	現在(2022 年度): 234人 2032 年度: 263人
3. 8	指標: 全道の医療施設に従事する医師数(人口 10 万人当たり)
	現在(2022 年): 254.0人 (全国平均値 262.1人) 2028 年: 全国平均値
5. 1	指標: 保育所入所待機児童数
	現在(2024 年): 28人 2028 年: 0人
8. 5	指標: 年間総労働時間(フルタイム労働者)
8. 6	現在(2023 年): 1,929時間 2032 年: 1,923時間
10. 2	指標: 就業率
	現在(2023 年): 57.6% 2032 年: 各年において前年よりも上昇
11. b	指標: 女性(25～34歳)の就業率
	現在(2023 年): 78.9% (全国平均値 82.5%) 2028 年: 82.5%
13. 1	指標: 高齢者(65歳以上)の就業率
	現在(2023 年): 23.3% (全国平均値 25.2%) 2033 年: 全国平均値以上
	指標: 障がい者の実雇用率
	現在(2023 年): 2.58% 2033 年: 法定雇用率以上
	指標: 自主防災組織活動カバー率
	現在(2023 年度): 75.6% 2030 年度: 87.1%以上
	指標: 避難情報の具体的な発生基準の策定状況
	現在(2023 年度): (水害)88.8% (土砂災害)88.6% (高潮災害)100% (津波災害)100% 2029 年度: 100%
	指標: 洪水ハザードマップを作成した市町村の割合
	現在(2023 年度): 97.2% 2029 年度: 100%

(経済)

～北海道の価値と強みを活かした持続可能な経済成長～

ゴール、 ターゲット番号	KPI (目標年次が 2030 年でないものについては総合計画等から引用)
2. 3	指標: 農業産出額 現在(2022 年): 12,919億円 2030 年: 13,600億円
8. 1	指標: 漁業生産額(漁業従業者 1 人当たり)
8. 2	現在(2022 年): 1,479万円※ 2032 年: 1,370万円
8. 9	※2022 年は目標を達成しているが、2019～21 年の平均は 990 万円であり、安定的な生産額の増加を目指している。
9. 1	指標: 漁業生産量
9. 4	現在(2022 年): 120万トン 2032 年: 150万トン
12. b	指標: 道産木材の利用量
	現在(2022 年度): 445万 m ³ 2032 年度: 502万 m ³
14. 4	指標: 森林面積(育成複層林)
	現在(2022 年度): 777千 ha 2032 年度: 854千 ha
15. 1	指標: 観光消費額(道内容、道外客、外国人それぞれ1人当たり)
	現在(2022 年度): (道内容) 12,972円 (道外客) 81,182円 (外国人) ー 円 2032 年度: (道内容) 15,000円以上 (道外客) 88,000円以上 (外国人) 210,000円以上
	指標: 道外からの観光入込客数(うち外国人)
	現在(2023 年度): (道外客) 739万人 (うち外国人) 234万人 2032 年度: (道外客) 944万人以上 (うち外国人) 244万人以上
	指標: 道内空港の国際線利用者数
	現在(2022 年度): 93万人 2032 年度: 410万人以上
	指標: デジタル関連企業の立地件数
	現在(2023 年度): 27件 2023～32 年度累計: 260件

～ii 未来を担う人づくり～

ゴール、 ターゲット番号	KPI (目標年次が 2030 年でないものについては総合計画等から引用)
4. 6	指標: 全国学力・学習状況調査における小・中学校の国語、算数、数学の平均正答率が全国以上の教科数
4. 7	現在(2024 年度): 0 2030 年度: 4以上
	指標: 児童生徒の体力・運動能力の状況(全国平均値を 50 とした場合の数値)
	現在(2023 年度): (小学男子) 49.6 (小学女子) 49.4 ※小学校5年生 (中学男子) 48.2 (中学女子) 47.0 ※中学校2年生 2029 年度: 全国平均値以上(50以上)

～iii 持続可能で個性あふれる地域づくり～

ゴール、 ターゲット番号	KPI (目標年次が 2030 年でないものについては総合計画等から引用)
5. 5	指標: 広域連携制度活用地域数 現在(2025 年): 16地域 2029 年度: 22地域
8. 9	指標: 「男は仕事、女は家庭」という考え方に同感しない人の割合
10. 2	現在(2024 年度): 58.7% 2027 年度: 70.0%
	指標: 道外からの観光入込客数(うち外国人)
11. 3	現在(2023 年度): (道外客) 739万人 (うち外国人) 234万人 2032 年度: (道外客) 944万人以上 (うち外国人) 244万人以上
11. 4	指標: 「アイヌ民族が先住民族であること」の認知度
17.17	現在(2024 年度): 86.5% 2033 年度: 100%

(環境)

～環境・エネルギー先進地「北海道」の実現～

ゴール、 ターゲット番号	KPI (目標年次が 2030 年でないものについては総合計画等から引用)
6. 3	指標: 環境基準達成率(水質汚濁) 現在(2023 年度): 90.5% 2029 年度: 100%
7. 2	指標: 環境基準達成率(大気汚染)
	現在(2022 年度): 100% 2028 年度: 100%
11. 6	指標: 再生可能エネルギー導入量
12. 5	現在(2022 年度): (発電分野(設備容量)) 463.2万kW (発電分野(発電電力量)) 11,907百万kWh 2030 年度: (発電分野(設備容量)) 824万kW (発電分野(発電電力量)) 20,455百万kWh
13. 3	(熱利用分野(熱量)) 15,426TJ (熱利用分野(熱量)) 20,960TJ
14. 2	指標: 温室効果ガス実質排出量
15. 1	現在(2021 年度): 4,881万 t-CO ₂ 2030 年度: 3,788万 t-CO ₂
	指標: 漁業生産量
	現在(2022 年): 120万トン 2032 年: 150万トン
	指標: 森林面積(育成複層林)
	現在(2022 年度): 777千 ha 2032 年度: 854千 ha

【出典：北海道「北海道 SDGs 未来都市計画(2025～2027)」】

北海道 SDGs 未来都市計画において、「2030 年のあるべき姿」の実現に向けた、特に優先的に取り組むべき課題が共有されている。加えて北海道総合政策部計画局推進課による「北海道 SDGs 推進ビジョン」においても北海道の課題が整理されている。今回特定したインパクトに対する SDGs のゴールは、これらとも概ね整合しており、北海道においても重要度が高いものと判断できる。

【2030 年のあるべき姿】

「世界の中で輝きつづける北海道」

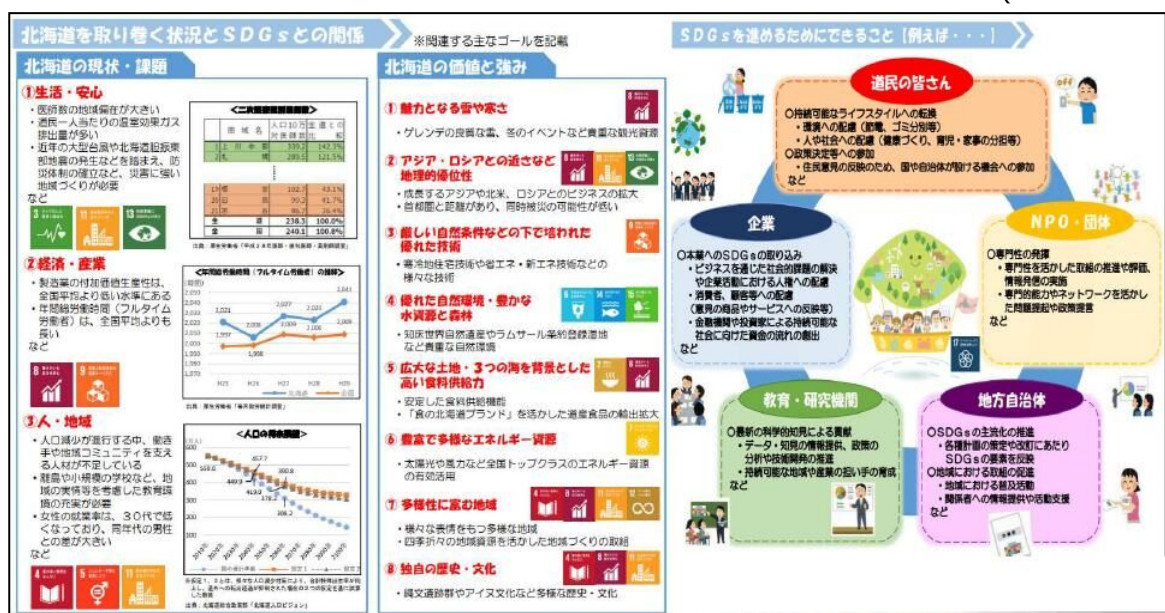
～ 世界に誇れる北海道の魅力を磨き、育て、様々な強みを活かし、SDGs の推進に積極的に取り組むことによって、「世界の中の北海道」としての存在感を高めながら、誰一人取り残さない、将来にわたって安心して心豊かに住み続けることができる地域社会を形成していく ～

＜北海道の優先課題＞

「2030 年のあるべき姿」の実現に向け、企業や団体、自治体など様々な主体が本道の課題や強みなどの実情に即して、特に優先的に取り組むべき課題を共有することが必要であるため、本計画においては、SDGs のゴール、ターゲットや国の SDGs 実施指針などを踏まえ、道として以下の「優先課題」を提示する。

- (経済) 北海道の価値と強みを活かした持続可能な経済成長
- (社会) あらゆる人々が将来の安全・安心を実感できる社会の形成
未来を担う人づくり
持続可能で個性あふれる地域づくり
- (環境) 環境・エネルギー先進地「北海道」の実現

【出典：北海道「北海道 SDGs 未来都市計画(2025～2027)」】



【出典：北海道総合政策部計画局推進課「北海道 SDGs 推進ビジョン」】

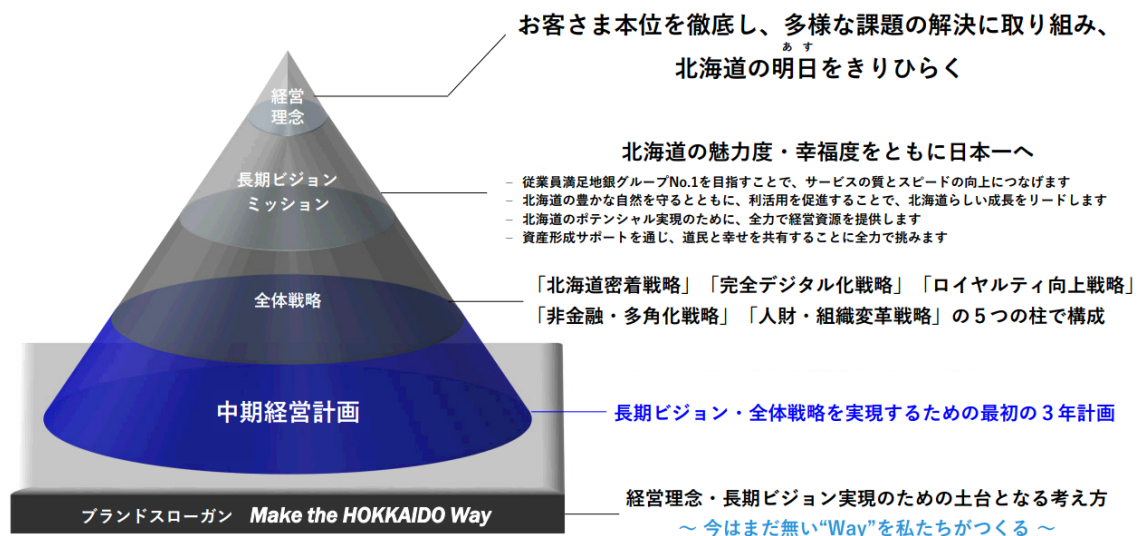
(4) 北洋銀行グループが認識する社会課題との整合性

当行グループは、10年後の2035年に目指す姿として「北海道の魅力度・幸福度をともに日本一へ」とする長期ビジョンと4つのミッションを策定している。これらの実現のために、グループ一丸となり地域とともに明るい未来を創っていくという思いを込めて、2025年12月に公表したブランドスローガンと5つの全体戦略に基づき、2026年度からの新中期経営計画「Make the HOKKAIDO Way 1ststage ～今はまだ無い“Way”を私たちがつくる～」を策定した。

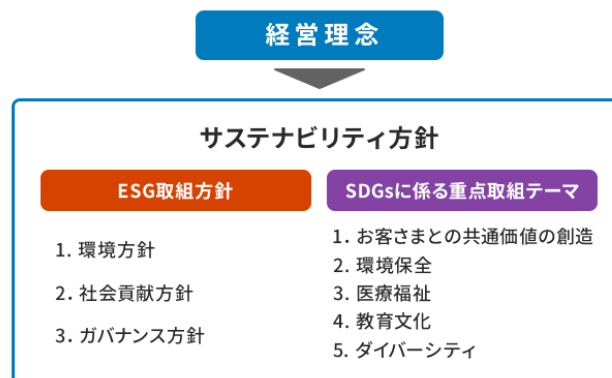
また、地域社会・環境の持続的発展と当行グループの中長期的な企業価値の向上と持続的経営を実現するためサステナビリティ方針を掲げ、サステナビリティに関するマテリアリティ(重要課題)を特定している。

本評価書で特定した当社のインパクトは、北洋銀行のサステナビリティ方針と全体的に整合的である。とりわけ、マテリアリティの「北海道の成長ドライバーである食や観光のブランド力強化に向けた支援」「ダイバーシティの推進」「脱炭素化社会の実現」「新産業創出や既存産業の活性を通じて道外・海外から就業・就労化を呼び込むとともに、地域を支える産業の担い手育成への貢献」に整合している。

【経営理念・長期ビジョン等】



【サステナビリティ方針】



【出典：北洋銀行 提供】

【マテリアリティ(重要課題)】

マテリアリティ	主な取組み	関連ゴール
北海道の成長ドライバーである食や観光のブランド力強化に向けた支援	- 食関連事業者の販路拡大、商談機会の提供 - 地域の観光施策立案サポート	  
半導体・GX など成長分野に対するサポート	- 半導体関連事業者のサプライチェーン構築支援 - 洋上風力発電事業者と当行取引先のマッチング支援	   
地域企業の持続的成長に向けたサポート	- 事業承継プランニング等のソリューション提供 - 商談会等による販路拡大支援	 
人生 100 年時代へのサポート	- ライフステージに応じた商品とサービスの提供 - 金融経済教育への取組み	 
ダイバーシティの推進	- 女性管理職比率の向上 - 有給休暇取得平均日数の向上 - 人的資本経営コンサルティングサービスの提供	
脱炭素化社会の実現	- サステナブルファイナンスの推進 - お客様の脱炭素化社会への移行支援	   
北海道のネイチャーポジティブへの貢献	- 北海道の生物多様性保全・回復に向けた取組み - シナリオ分析対象業種の拡大	     
DX 活用による北海道の生産性向上への支援	- お客様のデジタル化支援	 
新産業創出や既存産業の活性を通じて道外・海外から就業・就労化を呼び込むとともに、地域を支える産業の担い手育成への貢献	- 北海道の人手不足への対応 - 外国人人材の確保・育成	    
職員が働きがいを感じる職場の実現	- 処遇の納得性向上 - 自律的なキャリアの選択と成長機会の提供 - 従業員エンゲージメントの向上	 

【出典：北洋銀行 提供】

3. インパクトの評価

特定されたインパクトに対し、インパクトの種類(PI(ポジティブインパクト)の創出可能性、NI(ネガティブインパクト)の低減・管理)、インパクトカテゴリー、関連する SDGs、内容・対応方針及び目標と KPI を整理する。

■ スープカレーを日本の食文化へ：コア・インパクト

インパクトの種類	社会面における PI 増大
インパクトエリア (インパクトトピック)	PI：「食糧」「文化と伝統」
関連する SDGs	 
取り組み内容	① 店舗網の拡大を通じて、札幌のソウルフードであるスープカレーを普及
目標・KPI	① 2030 年度までに、売上高を 7 億円とする <実績> 2025 年度：3 億 7,000 万円 ② 2030 年度までに、直営店・F C 店・パートナー店を合計 50 店舗に拡大する <実績> 2025 年度：31 店舗

■ 循環型社会への貢献

インパクトの種類	環境面における NI 低減
インパクトエリア (インパクトトピック)	NI：「廃棄物」
関連する SDGs	
取り組み内容	① 直営全店舗における廃油リサイクル機器の導入
目標・KPI	① 2030 年度までに、全店舗における廃油のリサイクル率を 50%以上にする <実績> 2025 年度：0%

■ 従業員の働きがいと働きやすさの追求

インパクトの種類	社会面におけるPI増大およびNI低減
インパクトエリア (インパクトトピック)	PI:「雇用」 NI:「健康および安全性」
関連するSDGs	
取り組み内容	① シフト相互サポート体制の整備を通じた有給取得率の向上 ② 人事制度の整備・運用 ③ ダイバーシティの推進
目標・KPI	① 2030年度までに、有給取得率を70%以上とする ＜実績＞ 2025年度: 12.7% ② 2028年度までに、評価基準を言語化した「客観的で公平な人事評価制度」を整備し運用を開始する ③ 2030年度までに、外国人人材の社員数を8名以上にする（年度末基準） ＜実績＞ 2025年度: 3名

4. インパクトのモニタリング

ハイブリッジ・ジャパンは、代表取締役を最高責任者として主要事業の棚卸を行い、インパクトの特定、取り組み内容・対応方針や目標・KPI を設定した。

本件で設定した目標・KPI の進捗状況については、ハイブリッジ・ジャパンと北洋銀行及び株式会社北海道共創パートナーズが少なくとも年に 1 回は定期的に情報共有を行い、北洋銀行がその達成状況や課題をモニタリングするとともに、必要に応じて課題解決に向けた提案を行う。

5. 情報開示

モニタリング関連の情報開示は、北洋銀行および株式会社北海道共創パートナーズが定める「コミュニケーションサポートシート」もしくはその内容に準拠するものを活用し、北洋銀行または株式会社北海道共創パートナーズのホームページにて行うこととする。

留意事項

1. 本評価書の内容は、北洋銀行ならびに株式会社北海道共創パートナーズが現時点で入手可能な公開情報に加え、ハイブリッジ・ジャパンから提供された情報や当社への事業に関するヒアリングを通じて収集した情報に基づいて、現時点での状況を評価したものであり、将来における実現可能性、ポジティブ要素の成果及びネガティブ要素の抑制等を保証するものではありません。
2. 本評価を作成するために活用した情報は、北洋銀行ならびに株式会社北海道共創パートナーズがその裁量により信頼できると判断したものであるものの、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。北洋銀行ならびに株式会社北海道共創パートナーズは、これらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・黙示を問わず、何ら表明または保証するものではありません。
3. 本評価書に関する一切の権利は北洋銀行ならびに株式会社北海道共創パートナーズに帰属します。評価書の全部または一部を自己使用の目的を超えての使用（複製、改変、翻案等を含む）は禁止されています。



セカンドオピニオン

北洋銀行 ポジティブインパクトファイナンス 株式会社ハイブリッジ・ジャパン

2026年9月30日

サステナブルファイナンス本部
担当アナリスト：田中 麻実

格付投資情報センター(R&I)は北洋銀行がハイブリッジ・ジャパンに対して実施するポジティブインパクトファイナンスについて国連環境計画・金融イニシアティブ(UNEP FI)が制定したポジティブインパクト金融原則(PIF 原則)に適合していることを確認した。

R&I は別途、北洋銀行のポジティブインパクトファイナンス実施体制が PIF 原則に適合していることを確認している¹。今回のファイナンスに関して北洋銀行および北海道共創パートナーズの調査資料の閲覧と担当者への質問を実施し、実施体制の業務プロセスが本件に適用されていることを確認した。

北洋銀行が実施するインパクトファイナンスの概要は以下のとおり。

(1) 対象先

社名	株式会社ハイブリッジ・ジャパン
所在地	北海道札幌市
設立	1999年4月
資本金	12,800千円
事業内容	スーパカレー店「SAMA」運営事業、FC事業、パートナー事業、EC事業
売上高	377,000千円(2026年3月期)
社員数	50名(2026年3月時点)(パートを含む)

(2) インパクトの特定

北洋銀行および北海道共創パートナーズは対象先の事業内容や活動地域等についてヒアリングを行い、バリューチェーンの各段階において発現するインパクトを分析し、特定したインパクトカテゴリをSDGsに対応させてインパクトニーズを確認した。また、当社の事業活動が影響を与える地域におけるインパクトニーズとの整合性について、持続可能な開発ソリューションネットワーク(SDSN)が提供するSDGダッシュボードなどを参照し確認した。

(3) インパクトの評価

北洋銀行および北海道共創パートナーズは特定したインパクトの実現を測定できるようインパクトの内容を整理してKPIを設定した。ポジティブインパクトはSDGs達成に寄与する取り組みとして追加性があると判断した。また、北洋銀行が掲げる重点課題(マテリアリティ)と方向性が一致することを確認した。

¹2022年9月28日付セカンドオピニオン「北洋銀行 ポジティブインパクトファイナンス実施体制」
https://www.r-i.co.jp/news_release_suf/2022/09/news_release_suf_20220928_jpn_3.pdf

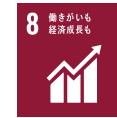
① スーパカレーを日本の食文化へ

インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクト増大
インパクトエリア	「食糧」「文化と伝統」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	① 店舗網の拡大を通じて、札幌のソウルフードであるスーパカレーを普及
目標と KPI	① 2030 年度までに売上高を 7 億円とする <実績>2025 年度:3 億 7,000 万円 ② 2030 年度までに、直営店・FC 店・パートナー店を合計 50 店舗に拡大する <実績>2025 年度:31 店舗

② 循環型社会への貢献

インパクトの種類	環境面におけるネガティブインパクト低減
インパクトエリア	「廃棄物」
関連する SDGs	
内容・対応方針	① 直営全店舗における廃油リサイクル機器の導入
目標と KPI	① 2030 年度までに、全店舗における廃油のリサイクル率を 50%以上にする <実績>2025 年度:0%

③ 従業員の働きがいと働きやすさの追求

インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクト増大 社会面におけるネガティブインパクト低減
インパクトエリア	「雇用」「健康および安全性」
関連する SDGs	
内容・対応方針	① シフト相互サポート体制の整備を通じた有給取得率の向上 ② 人事制度の整備・運用 ③ ダイバーシティの推進
目標と KPI	① 2030 年度までに、有給取得率を 70%以上とする <実績>2025 年度:12.7% ② 2028 年度までに、評価基準を言語化した「客観的で公平な人事評価制度」を整備し、運用を開始する ③ 2030 年度までに、外国人人材の社員数を 8 名以上にする(年度末基準) <実績>2025 年度:3 名

(4) モニタリング

北洋銀行は対象先の担当者との会合を少なくとも年に 1 回実施し、本 PIF で設定した KPI の進捗状況について共有する。日々の営業活動を通じた情報交換も行い対象先のインパクト実現に向けた支援を実施する。

以 上

【留意事項】

本資料に関する一切の権利・利益（著作権その他の知的財産権及びノウハウを含みます）は、特段の記載がない限り、R&Iに帰属します。R&Iの事前の書面による承諾無く、本資料の全部又は一部を使用（複製、改変、送信、頒布、譲渡、貸与、翻訳及び翻案等を含みます）することは認められません。

R&Iは、本資料及び本資料の作成に際して利用した情報について、その正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・黙示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

また、本資料に記載された情報の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報の使用に関連して発生する全ての損害、損失又は費用について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負いません。

セカンドオピニオンは、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定される関連業務（信用格付業以外の業務であって、信用格付行為に関連する業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置と、信用格付と誤認されることを防止するための措置が法令上要請されています。

セカンドオピニオンは、企業等が環境保全及び社会貢献等を目的とする資金調達のために策定するフレームワークについての公的機関又は民間団体等が策定する当該資金調達に関連する原則等との評価時点における適合性に対するR&Iの意見です。R&Iはセカンドオピニオンによって、適合性以外の事柄（債券発行がフレームワークに従っていること、資金調達の目的となるプロジェクトの実施状況等を含みます）について、何ら意見を表明するものではありません。また、セカンドオピニオンは資金調達の目的となるプロジェクトを実施することによる成果等を証明するものではなく、成果等について責任を負うものではありません。セカンドオピニオンは、いかなる意味においても、現在・過去・将来の事実の表明ではなく、またそのように解されてはならないものであるとともに、投資判断や財務に関する助言を構成するものでも、特定の証券の取得、売却又は保有等を推奨するものでもありません。セカンドオピニオンは、特定の投資家のために投資の適切性について述べるものでもありません。R&Iはセカンドオピニオンを行うに際し、各投資家において、取得、売却又は保有等の対象となる各証券について自ら調査し、これを評価していただくことを前提としております。投資判断は、各投資家の自己責任の下に行われなければなりません。

R&Iがセカンドオピニオンを行うに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。R&Iは、セカンドオピニオン及びこれらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・黙示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

R&Iは、R&Iがセカンドオピニオンを行うに際して用いた情報、セカンドオピニオンの意見の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報やセカンドオピニオンの使用に起因又は関連して発生する全ての損害、損失又は費用（損害の性質如何を問わず、直接損害、間接損害、通常損害、特別損害、結果損害、補填損害、付随損害、逸失利益、非金銭的損害その他一切の損害を含むとともに、弁護士その他の専門家の費用を含むものとします）について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負わないものとします。セカンドオピニオンに関する一切の権利・利益（特許権、著作権その他の知的財産権及びノウハウを含みます）は、R&Iに帰属します。R&Iの事前の書面による承諾無く、評価方法の全部又は一部を自己使用の目的を超えて使用（複製、改変、送信、頒布、譲渡、貸与、翻訳及び翻案等を含みます）し、又は使用する目的で保管することは禁止されています。

セカンドオピニオンは、原則として発行体から対価を受領して実施したものです。

R&IのR&Iグリーンボンドアセスメントは、グリーンボンドで調達された資金が、環境問題の解決に資する事業に投資される程度に対するR&Iの意見です。R&Iグリーンボンドアセスメントでは、グリーンボンドフレームワークに関してのセカンドオピニオンを付随的に提供する場合があります。対象事業の環境効果等を証明するものではなく、環境効果等について責任を負うものではありません。R&Iグリーンボンドアセスメントは、信用格付業ではなく、金融商品取引業等に関する内閣府令第299条第1項第28号に規定される関連業務（信用格付業以外の業務であって、信用格付行為に関連する業務）です。当該業務に関しては、信用格付行為に不当な影響を及ぼさないための措置と、信用格付と誤認されることを防止するための措置が法令上要請されています。

R&Iグリーンボンドアセスメントは、いかなる意味においても、現在・過去・将来の事実の表明ではなく、またそのように解されてはならないものであるとともに、投資判断や財務に関する助言を構成するものでも、特定の証券の取得、売却又は保有等を推奨するものでもありません。R&Iグリーンボンドアセスメントは、特定の投資家のために投資の適切性について述べるものでもありません。R&IはR&Iグリーンボンドアセスメントを行うに際し、各投資家において、取得、売却又は保有等の対象となる各証券について自ら調査し、これを評価していただくことを前提としております。投資判断は、各投資家の自己責任の下に行われなければなりません。

R&IがR&Iグリーンボンドアセスメントを行うに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。R&Iは、これらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、商品性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・黙示を問わず、何ら表明又は保証をするものではありません。

R&Iは、資料・情報の不足や、その他の状況により、R&Iの判断でR&Iグリーンボンドアセスメントを保留したり、取り下げたりすることがあります。

R&Iは、R&IがR&Iグリーンボンドアセスメントを行うに際して用いた情報、R&IのR&Iグリーンボンドアセスメントその他の意見の誤り、脱漏、不適切性若しくは不十分性、又はこれらの情報やR&Iグリーンボンドアセスメントの使用、あるいはR&Iグリーンボンドアセスメントの変更・保留・取り下げ等に起因又は関連して発生する全ての損害、損失又は費用（損害の性質如何を問わず、直接損害、間接損害、通常損害、特別損害、結果損害、補填損害、付随損害、逸失利益、非金銭的損害その他一切の損害を含むとともに、弁護士その他の専門家の費用を含むものとします）について、債務不履行、不法行為又は不当利得その他請求原因の如何やR&Iの帰責性を問わず、いかなる者に対しても何ら義務又は責任を負わないものとします。

R&Iグリーンボンドアセスメントは、原則として申込者から対価を受領して実施したものです。

【専門性・第三者性】

R&Iは2016年にR&Iグリーンボンドアセスメント業務を開始して以来、多数の評価実績から得られた知見を蓄積しています。2017年からICMA（国際資本市場協会）に事務局を置くグリーンボンド原則／ソーシャルボンド原則にオブザーバーとして加入しています。2018年から環境省のグリーンボンド等の発行促進体制整備支援事業の発行支援者（外部レビュー部門）に登録しています。また、2022年から経済産業省の温暖化対策促進事業におけるトランジション・ファイナンスの指定外部評価機関に採択されています。

R&Iの評価方法、評価実績等についてはR&Iのウェブサイト（<https://www.r-i.co.jp/rating/esg/index.html>）に開示しています。

R&Iは2022年12月、金融庁が公表した「ESG評価・データ提供機関に係る行動規範」（以下、「行動規範」という。）の趣旨に賛同し、これを受け入れる旨を表明しました。行動規範の6つの原則とその実践のための指針へのR&Iの対応状況についてはR&Iのウェブサイト（<https://www.r-i.co.jp/rating/products/esg/index.html>）に開示しています（以下、「対応状況の開示」という。）。

R&Iと資金提供者及び資金調達者との間に利益相反が生じると考えられる資本関係及び人的関係はありません。

なお、R&IはESGファイナンスによる資金提供あるいは資金調達を行う金融機関との間で、金融機関の顧客にR&IのESGファイナンス評価を紹介する契約を締結することがありますが、R&Iは、独立性を確保する措置を講じています。詳細は対応状況の開示をご覧ください。