

2025年7月31日

各位

株式会社北洋銀行

## 株式会社バーニッシュカンパニー様と 「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、株式会社バーニッシュカンパニー様(北海道札幌市、代表取締役:太田 能弘様)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「サプライチェーンの強化による衣料品等を通じた人々の幸福・経済の活性化」と特定し、衣料品及び日用雑貨の販売拡大を通じて、消費者の豊かな生活の実現や零細・中小企業を中心とする取引先を含むサプライチェーン全体に好循環の創出に取り組むことで、持続可能な社会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いています。

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

#### 【株式会社バーニッシュカンパニー様の概要】

本社所在地	札幌市中央区北6条西18丁目11-12
代表者	代表取締役 太田 能弘 様
設立	1990年8月
業種	小売業(服飾雑貨・日用雑貨等)

#### 【契約記念の様子】



左:株式会社バーニッシュカンパニー  
代表取締役 太田 能弘 様

右:北洋銀行  
札幌駅南口支店長 伊藤 嘉法

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。

株式会社バーニッシュカンパニー  
ポジティブインパクトファイナンス評価書

発行日：2025年7月31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、株式会社バーニッシュカンパニー（以下、「バーニッシュカンパニー」または「同社」）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、同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) 企業理念.....	5
(3) 事業概要.....	5
(4) サステナビリティ方針と活動.....	9
2. インパクトの特定.....	14
(1) バリューチェーン分析.....	14
(2) インパクトレーダーによるマッピング.....	16
(3) インパクトニーズの確認.....	18
(4) 北洋銀行グループが認識する社会課題との整合性.....	25
3. インパクトの評価.....	26
4. インパクトのモニタリング.....	27
5. 情報開示.....	27

## 1. 企業概要

### (1) 基本情報

名 称	株式会社バーニッシュカンパニー	
本社所在地	〒060-0006 札幌市中央区北 6 条西 18 丁目 11-12	
設 立 日	1990 年 8 月 14 日	
代 表 者	代表取締役 太田 能弘	
従 業 員	199 名(2025 年 4 月現在)	
資 本 金	10 百万円	
売 上 高	2,827 百万円 (2024 年 7 月期)	
事 業 内 容	① レディースカジュアル服・服飾雑貨・日用雑貨の小売 ② 自社ブランドやセレクトショップの直営店運営 ③ フランチャイズ店舗の運営 ④ アパレル商品の卸売 ⑤ 他ブランドの販売代行や業態開発	
沿 革	1989 年 9 月 1990 年 8 月 1994 年 6 月 1998 年 3 月 2000 年 10 月 2007 年 7 月 2011 年 1 月 2012 年 4 月 2024 年 1 月	レディースカジュアル衣料品製造・卸売・小売事業で開業 株式会社バーニッシュカンパニー設立 札幌市中央区北 6 条西 18 丁目へ移転 有限会社ガボット設立（メンズカジュアルの卸販売） 本社屋完成 本社屋増改築 株式会社 en 設立 東京事務所設立 株式会社 en と吸収合併

### ■ 本社写真



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

(2) 企業理念

バーニッシュカンパニーは、ファッションを通じて人々の暮らしを彩り、地域社会にポジティブな影響をもたらすことを目指している。

<b>企業理念（ミッション）</b>
ファッションを通じて、お客様が幸せに、素敵になっていただく

<b>経営理念（ビジョン）</b>
ここに集う仲間や出会ったすべての人達、バーニッシュカンパニーを通じてつながるみなさんが、ハッピーになること そして、地域社会に貢献できる存在でありたい

企業理念（ミッション）には、「ファッションを通じて、お客様を幸せに、素敵になっていただく」を掲げ、単なるファッションの販売ではなく、常にお客様とのコミュニケーションに尽力することで、深い満足や共感といった“心が動く体験”の提供を存在意義としている。

また、「地域社会に貢献できる存在でありたい」という経営理念（ビジョン）には、地域のニーズを理解し、それに応えるための具体的な行動を取るという覚悟と、地域住民や関係者との信頼関係を築き、持続可能な発展を推進する責任感が込められている。同社は、人々の笑顔と地域の活力が共鳴し合うことで、持続可能な社会の実現を目指している。

(3) 事業概要

A. 事業内容

バーニッシュカンパニーは札幌市に本社を構え、レディースカジュアルウェアを中心にさまざまなジャンルの衣料品・服飾雑貨の企画・販売を行っている。自社ブランド及びセレクトショップの運営、フランチャイズ、販売代行、アパレル卸など複数の事業を展開しており、商品開発から店舗運営、流通・販売支援に至るまで、アパレル業界のバリューチェーン全体に関わる一貫したビジネスモデルを有している。

“人とのつながり”を事業活動の源泉として捉え、単に商品を販売するのではなく、「この人に会いたい」、「この人から買いたい」と思っただけの愛されるスタッフを目指すことを大切にしており、顧客との信頼関係を構築することを第一に考え、温かみのある接客を心がけている。

また、顧客のニーズを捉えた最適な提案を可能とする商品知識の習得に努め、商品説明においては、メリットとデメリットを正確に伝えることを励行し、誠実で透明性の高いコミュニケーションを実現している。このような接客は、ブランドへの信頼と愛着を醸成し、他社にはない付加価値を提供している。



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

① 自社ブランドの展開と直営店舗運営

バーニッシュカンパニーは、レディースカジュアルウェアを中心とした自社ブランドを展開し、北海道を中心に直営店舗を運営している。各店舗・ブランドにおいて、店頭 POP ポスター、DM、ショウパーデザインをはじめ、イベントの企画・制作からアプリなどの促進ツールの管理をすべて自社で完結している。このように現場の力を最大限に活かし、地域密着型の店舗運営を実現している。

● URNIS（アーニス） / smooth（スムーズ）

URNIS と smooth は、カジュアルでベーシックなスタイルに程よいトレンド感や遊び心を加えた幅広いテイストの品揃えを特徴とする自社ブランド。顧客が自分らしいスタイルを見つける楽しさを提供し、日常生活に彩りを加えることをコンセプトにしている。北海道内（札幌、小樽、旭川、苫小牧、釧路）及び関東（横浜）に店舗を展開し、地域に根差した店舗運営を行っている。

日常使いのカジュアルをメインに、ナチュラル、ベーシック、アウトドア、スポーティーを軸に 80 以上のブランドやテイストを展開している。3 世代でショッピングを楽しめる店舗づくりを行っている。

● flatand（フラッターンド）

flatand は、「気分が、半音あがる毎日へ」をコンセプトに、日常生活に彩りと潤いをもたらすライフスタイルショップ。レディースウェア、アクセサリー、生活雑貨など、シンプルでありながら良質なアイテムを取り揃え、顧客の様々なニーズに応えている。

札幌市内に 2 店舗（マルヤマクラス店、オーロラタウン店）を展開しており、ファッションと雑貨を通じて、顧客の生活を豊かにすることを目指している。

● Ni:SiRO（ニシロ）

Ni:SiRO は、自然の移ろいや恵みを生活に取り入れ、自分らしいライフスタイルを確立して

いる女性をターゲットとしたブランド。四季を楽しむナチュラルテイストの衣料品を中心に、クオリティの高い日本製の商品やデザインを取り扱い、食品や家具なども展開するライフスタイルショップとして、顧客に寄り添った店舗運営を行っている。

衣・食・住の中で自分を変え、楽しませてくれる「衣」を中心に、訪れる人が楽しめる、安心できる、新しい発見があるライフスタイルショップとして、地域社会とのつながりを深めることを目指している。

- Maison de Lu Clé (メゾンドルクレ)

Maison de Lu Clé は、同質化を避け、自分らしさを大切にする大人の女性をターゲットとしたセレクトショップ。ブランド名に含まれる「Clé (鍵)」は、新たな挑戦の象徴である扉を開ける幸運の鍵を意味し、人生の節目における一步を踏み出す瞬間を彩るアイテムを提案している。洗練されたデザインと高品質な素材を特徴とする商品を取り揃えており、顧客にとって「記憶に残る捨てられない一着」を提供することを目指し、個性を引き立てるスタイリングを提案している。

- aimé et noué (エメエヌエ)

aimé et noué は、「繋り」をコンセプトに、国内外のブランドを問わず、アパレルを中心として雑貨、ジュエリー、器、花など幅広いアイテムを独自の視点で、セレクトするショップ。クリエイターの個性や背景にこだわり、暮らしに彩りを添える提案を行っている。落ち着いた空間での提案型接客を重視し、入荷や季節に応じてディスプレイを変化させることで、訪れるたびに新たな発見を提供している。ブログや SNS による情報発信にも注力しており、店舗の世界観をより深く伝えている。

- antie (アンティ)

antie は、ANTIPAST や mina perhonen を中心に扱い、手刺繍や手染めによる素材感と天然素材の品質を重視するセレクトショップである。職人的な技法による温度感あるアイテムや、日常使いに適した小物を揃え、「前菜」のようにファッションの楽しみを刺激する提案を行っている。また定期的な受注会や新作発表イベントを通じて、訪れるたびにブランド世界観との特別な出会いを提供している。

- enbouquet (エンブーケ)

enbouquet は、旭川市内に展開する提案型のセレクトショップ。花束を意味する店名にちなみ、多様なブランドや年代が“花束のように”調和する空間を創出している。天然素材やクリエイター作品を扱い、上質で生活に寄り添う服や雑貨を中心に取り揃えている。定期的な受注会やポップアップイベントを開催しており、訪れるたびに新たな出会いを提供している。

● Hajouter 釧路店（アジュテ釧路店）

Hajouter 釧路店は、レディスファッションやコスメ、アクセサリ、ライフスタイル雑貨など多彩な商品を取り扱うセレクトショップである。日常使いに適した衣料品やギフト向けのブランケットやコスメなど、幅広いニーズに応えるアイテムを揃えており、世界各国から厳選したブランドをセレクトしている。自分らしいライフスタイルを楽しむ女性のためのトータルショップである。



Urnis / smooth



flatand



Ni:SiRO



Maison de LuClé



aimé et noué



antie



enbouquet



Hajouter 釧路店

【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

② 販売代行・フランチャイジー

バーニッシュカンパニーは、コンセプトに共感したパートナー企業と協力し、北海道エリアでの販売代行・フランチャイジーの店舗展開を進めている。販売代行やフランチャイズを通じて、刺激となるような目線を取り入れ、顧客層の獲得を図り、地域のファッション文化の発展に寄与している。

③ アパレル卸事業

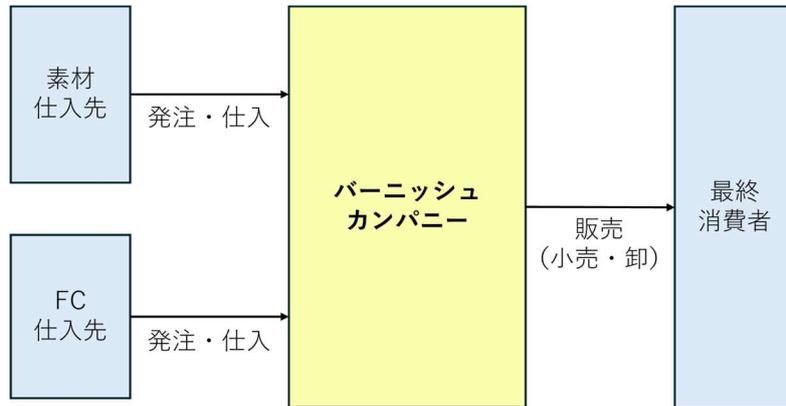
バーニッシュカンパニーは、自社で取り扱うブランド商品の卸売事業を展開している。全国のアパレル専門店や雑貨店などと積極的にコミュニケーションを図り、各ブランドのトレンドをいち早くキャッチして、その情報を活かした商品を提供している。

また近年ではアパレル専門店に限らず、書店、コンビニエンスストアなど異業種との取引も行っており、ターゲット層や商品の流通の違いなど新しい発見を得ている。

B. ビジネスモデル

バーニッシュカンパニーのビジネス俯瞰図とバリューチェーンは、以下の図で示される。

■ビジネス俯瞰図



【出所：バーニッシュカンパニーへのヒアリングにより HKP 作成】

■バリューチェーン



【出所：バーニッシュカンパニーへのヒアリングにより HKP 作成】

(4) サステナビリティ方針と活動

A. サステナビリティ方針

バーニッシュカンパニーは、「経営理念」と「経営ビジョン」に基づく企業活動を通じて、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、中長期的な企業価値の向上と持続的経営の実現を図るべく「サステナビリティ経営方針」を策定した。脱炭素社会の実現に向けた環境問題、人口減少・少子高齢化等の社会課題、企業の社会的責任に対する重要性の高まり等を踏まえ、①「心と心がつながる顧客体験の提供」②「環境配慮・エコ活動の推進」③「サステナブルな商品流通の促進」④「イキイキとした働きがいの創出」⑤「IT・DXの推進による業務効率化」⑥「リスクマネジメントの強化」の6つを重要課題とし、それに紐づく取り組み内容に目標・KPIを定め、サステナビリティ経営の実現に向けた取り組みを推進している。

# 株式会社 バーニッシュカンパニー

## サステナビリティ経営方針

私たちは、アパレル事業を通じて社会に貢献する企業として、環境に深く関わっていることを認識し、環境影響を考慮した事業活動を推進します。お客様の豊かさを通じて、私たちが豊かになり、全てのステークホルダーとの絆を深め、地域に貢献できる存在を目指します。

# BURNISH

### 企業理念（ミッション）

ファッションを通じて、お客様が幸せに、素敵になっていただく

### 経営理念（ビジョン）

ここに集う仲間や出会ったすべての人達、バーニッシュカンパニーを通じてつながるみなさんが、ハッピーになることそして、地域社会に貢献できる存在でありたい

事業に影響を与える環境変化	重要課題（マテリアリティ）	取組内容	主なステークホルダー
<b>Environment</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素に向けた社会変化</li> <li>自然災害の激甚化</li> <li>自然保護への強化規制</li> <li>循環経済の加速</li> </ul>	1. 心と心がつながる顧客体験の提供	① 商品・スタイリング提案力の強化 ② お客様の声に基づいたサービス向上	お客様 お取引先様 従業員
<b>Social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>人口減少・少子高齢化</li> <li>価値観やライフスタイルの変化</li> <li>世帯構造・社会構造の変化</li> <li>働き方改革の進展</li> </ul>	2. 環境配慮・エコ活動の推進	① マイバッグの利用促進 ② サステナブルな資材選定 ③ 省エネ活動の実践	環境 お客様
<b>Governance</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーンの見直し</li> <li>新型コロナによる産業構造の変化</li> <li>消費者の情報収集経路及び嗜好の多様化</li> <li>サイバー攻撃の増加</li> <li>企業の社会的責任に対する重要性の高まり</li> <li>2024年問題の顕在化</li> </ul>	3. サステナブルな商品流通の促進	① 商品の長期利用促進と情報発信 ② 適正な仕入・在庫・販売の徹底	環境・地域社会 お取引先様 お客様・従業員
	4. イキイキとした働きがいの創出	① 福利厚生制度の拡充 ② 適正人員による店舗運営 ③ 従業員エンゲージメントの向上 ④ ワークライフバランスの向上	従業員
	5. IT・DXの推進による業務効率化	① 販売・営業・管理業務の効率化	従業員
	6. リスクマネジメントの強化	① 情報管理体制の強化 ② BCP対応の強化 ③ コンプライアンスの強化	従業員 お客様 お取引先様

## サステナビリティ経営への取り組み

当社は国連が提唱する「持続可能な開発目標（SDGs）」に賛同し、持続可能な社会の実現に向けた積極的な取り組みを行ってまいります。

また、環境問題、労働負荷や人権問題など企業を取り巻く社会課題のうち、当社が将来にわたって事業活動を継続するために重要な課題をマテリアリティと定め、重点テーマを設定しております。重点テーマの取り組みを通じて、経営のリスクを回避し、イノベーション創出の機会を捉えてまいります。

2025年 7月 株式会社 バーニッシュカンパニー

### SDGs達成とマテリアリティへの取り組み

### Governance

私たちは、経営の客観性・透明性を高め、コンプライアンス体制の強化・充実に推進することを通じて、企業価値の向上を目指します。

#### 【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- ・ 独自ブランド・ショップの開発
- ・ スタッフ間、部門間コミュニケーションの強化
- ・ 情報管理体制の徹底



重要課題	取組内容	KPI	目標（到達点）	
			数値	達成時期
心と心がつながる顧客体験の提供	商品・スタイリング提案力の強化	年間売上高	40億円	2030年度
		シーズン内リピーター率	60%	2026年度
	お客様の声に基づいたサービス向上	フィードバック対応件数	年12件	2026年度
IT・DXの推進による業務効率化	販売・営業・管理業務の効率化	ピックアップ項目の業務時間削減割合	50%	2029年度
リスクマネジメントの強化	情報管理体制の強化	情報漏洩件数	0件	毎年
	BCP対応の強化	社内協議数	1回	毎年
	コンプライアンスの強化	社内周知数	年3回	2026年度
		研修・会議参加率	100%	2026年度

### Social

私たちは、持続可能な世界を目指し、社会からの期待に応え、企業市民としての責任を果たすために人権を尊重し、誰もが安心して働ける環境をつくるとともに、事業を通じた社会への還元を行います。

#### 【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- ・ 定期健康診断受診率100%の達成
- ・ インターシップ・職場体験の実施
- ・ コミュニケーションUPに寄与する社内研修の実施



重要課題	取組内容	KPI	目標（到達点）	
			数値	達成時期
イキイキとした働きがいの創出	福利厚生制度の拡充	従業員周知数	2回	毎年
		福利厚生追加・見直し数	1件	毎年
	適正人員による店舗運営	人員不足店舗数	0店舗	2027年度
	従業員エンゲージメントの向上	入社1年以内定着率	90%以上	2028年度
		エンゲージメント点数	10%向上	2030年度
ワークライフバランスの向上	有給休暇取得率	80%以上	2030年度	

### Environment

私たちは地球環境問題を経営上の重要な課題の一つとして認識し、持続可能な社会の実現に向け、事業活動において環境保全および汚染予防に取り組みます。

#### 【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- ・ エコポイントの活用
- ・ 複数購入の促進による包装資材の削減
- ・ サステナブル素材を使用した衣料品の流通



重要課題	取組内容	KPI	目標（到達点）	
			数値	達成時期
環境配慮・エコ活動の推進	マイバッグの利用促進	お客様エコポイント（マイバッグ）利用率	30%	2028年度
	サステナブルな資材選定	環境配慮型ショッピングバッグ普及率	100%	2030年度
	省エネ活動の実践	GHG排出量削減率	4.2%	毎年
サステナブルな商品流通の促進	商品の長期利用促進と情報発信	SNS発信店舗数	全36店舗	2026年度
		<バーニッシュ> 格納商品原価/仕入率	3%	2026年度
	適正な仕入・在庫・販売の徹底	<エン> シーズン内消化率	95%	2026年度

【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

B. サステナビリティ活動

(a) 環境面

● マイバッグの利用促進

バーニッシュカンパニーは、環境負荷の低減を目的としてマイバッグの利用を推進している。ショッピングバッグの辞退を申し出た BURNISH MEMBERS CARD 会員に対して、10 ポイント (=10 円分) を付与する「エコポイント」を導入している。この取り組みにより、使い捨てのショッピングバッグの使用削減を図っている。



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

● 環境に配慮した素材の使用と修理対応による長期利用促進

バーニッシュカンパニーは、製品における素材選定においても環境負荷の低減を意識し、エコフレンドリーな素材（天然繊維）を積極的に取り入れている。

また、製品の長期利用を促進する取り組みとして、お客様からの依頼を受け付け、修理対応を行う体制を整備している。単に新しい商品を販売するだけでなく、ひとつの衣服を長く使い続けるための支援を行うことで、廃棄物削減と資源循環への貢献を図っている。

バーニッシュカンパニーでは、製品の素材・製造・利用の各段階において環境への配慮を徹底し、持続可能な社会の実現に貢献している。

● 軽微な製造不良品やディスプレイ商品（メーカー試作品）の販売促進

バーニッシュカンパニーでは、製品の廃棄物削減と資源の有効活用を目的に、軽微な製造不良品やディスプレイ使用品、試作サンプル品などの販売促進に取り組んでいる。例えば、糸のほつれや細かな傷・汚れなど、使用に支障がない商品を適正な価格で販売することで、廃棄を回避しながらお客様にも新たな選択肢を提供している。これらの活動は、ファッション業界における過剰廃棄の課題に対する実践的なアプローチであり、環境負荷の低減と循環型社会の実現に寄与している。

(b) 社会面

● 地域特性に合わせた商品開発

バーニッシュカンパニーは、各地域の気候や生活スタイルに寄り添った商品とデザインを提供し、顧客の多様なニーズに応える取り組みを行っている。たとえば、札幌市内では、公共交通機関を利用する人々や車通勤者が多いという地域特性を踏まえ、電車やバスの乗り降りがしやすい着脱性の高いアウターや、動きやすさを重視した軽量衣類を展開している。一方、車通勤が一般的な地方店舗では、運転時の快適性を損なわない薄手で防寒性の高いアイテムや、座った際にシワになりにくい素材を使用した衣類が中心である。また、北見や釧路では、お客様

からメンズ・ユニセックスサイズの商品の要望に応え、メンズサイズコーナーを常設している。

さらに、釧路のような寒冷地では、年間を通じて寒さを感じる日が多い気候を考慮し、薄手のパーカーや軽量かつ保温性に優れたインナーを常時取り揃えている。これらの商品は地域住民にとって欠かせないアイテムとなっており、北海道店舗と本州店舗では気候の違いを踏まえ、秋物や春物の展開時期を調整するなど、タイミングにも配慮した工夫がなされている。また、気候だけでなく、地域の生活スタイルや文化的嗜好にも目を向け、寒さをしのぐ機能性だけでなく、日常のコーディネートに取り入れやすいデザイン性にも注力している。



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

このように、地域特性に応じたデザインや商品展開は単なる気候への対応にとどまらず、地域ごとのライフスタイルや顧客が本当に求めている価値を深く理解し、それを形にする取り組みの一環である。それぞれの地域で暮らす人々の日常に寄り添い、生活をより快適にする提案を行うことで、地域ごとに異なるニーズに応えると同時に、ブランド全体の信頼性と魅力を高めている。

- スタッフ間、部門間のコミュニケーション強化

バーニッシュカンパニーでは、スタッフ間および部門間の円滑なコミュニケーションを重要視しており、お花見やキャンプ・新年会といったスタッフ主体の社内イベントを通じて、店舗間や本社との距離を縮める取り組みを実施している。

イベントの企画段階でスタッフが役割を分担し、リーダーシップや調整力を発揮することで、互いの強みを理解し合う機会を増やしている。顔が見える関係性を築くことで、意見交換や情報共有が活発化し、業務効率の向上にもつながっている。このような社内イベントを通じて、組織全体の結束力を高めている。



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

- 従業員のモチベーションアップ

バーニッシュカンパニーでは、売上に関わる表彰のほか、従業員への努力や成果を正しく評価する成長賞やサポート賞といった数多くの表彰制度を設けている。本制度は、売上や業績といった数値だけでなく、日々の小さな気づきや行動、お客様との関わり方など、目に見えにくい価値ある貢献を積極的に称えるものであり、スタッフ一人ひとりの前向きな行動を後押ししている。また、店舗間での勉強会も定期的開催されており、知識や工夫の共有を通じて互いに刺激を与え合いながら成長できる風土が根付いている。このような取り組みにより、働きがいのある職場づくりと持続的なモチベーションの向上を実現している。

- 働きやすい職場環境

バーニッシュカンパニーでは、従業員の生活と仕事の両立を支えるため、幅広い福利厚生制度を整備している。社員割引制度や商品付与制度、美容・リラクゼーションの提携割引により、日常的な働きやすさと従業員満足度を高めているほか、リフレッシュ休暇制度や特別休暇、育児・介護休暇の付与により、ライフステージに応じた柔軟な働き方を実現している。さらに、正社員登用制度や研修制度、キャリア支援体制を充実させることで、従業員一人ひとりの成長を支援するとともに、安心して働ける環境づくりに取り組んでいる。

(c)経済・ガバナンス面

- 独自のブランド開発、ショップ開発

バーニッシュカンパニーは、自社独自のブランドや業態の開発を通じて、多様な顧客ニーズに応える店舗展開を行っている。各店舗では現場スタッフのアイディアや感性を生かした商品企画・販促が行われており、地域ごとの特性に合った価値提供がなされている。地域における店舗展開は地場の中小企業の事業機会の創出となり、地域経済の活性化に寄与している。

## 2. インパクトの特定

### (1) バリューチェーン分析

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。具体的な手法として、バリューチェーン(主活動・支援活動)における環境、社会、経済の側面から与える影響について、同社のサステナビリティ活動を切口に分析を行った。

#### ■ バリューチェーンと ESG 要素

活動		環境、社会、経済に与える活動
主活動	商品開発	<b>【環境】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● エシカルファッションの採用</li> <li>● お客様ニーズとサステナブルな素材のバランスを重視した開発（オーガニックコットンやリサイクル素材）</li> <li>● タグや副資材へのエコ素材の利用（今後の取り組み）</li> </ul> <b>【社会】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● デザインプロセスにおける多様性の尊重</li> <li>● 地域特性に合わせた商品開発</li> </ul> <b>【経済・ガバナンス】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 独自のブランド開発、ショップ開発</li> </ul>
	仕入	<b>【環境】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境に優しいサプライヤーの選定（今後の取り組み）</li> <li>● 環境に配慮した素材を使用した商品の仕入れ</li> <li>● 適量仕入のさらなる促進</li> <li>● 工程の見直しによる物流の最適化</li> </ul> <b>【社会】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライヤーの労働環境や人権の確認（今後の取り組み）</li> </ul>
	卸売	<b>【環境】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 物流パートナーの選定基準における持続可能性の考慮</li> <li>● 効率的な輸送手段の選定（電動車両や効率的なルート計画）</li> <li>● 工程見直しによる物流の最適化</li> <li>● 包装資材の再利用による廃棄物の抑制</li> </ul> <b>【社会】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 小規模店舗の支援</li> </ul>
	小売	<b>【環境】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社店舗の省エネルギー化</li> <li>● 包装資材の再利用による廃棄物の抑制</li> <li>● 複数購入の促進による包装資材の削減</li> <li>● 不良在庫の有効活用</li> <li>● マイバッグの利用促進</li> <li>● 環境に配慮したショッピングバッグへの切り替え（今後の取り組み）</li> <li>● 商品の長期利用促進と情報発信</li> <li>●</li> </ul>

		<p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社の直営店による、質の高いサービスの提供</li> <li>● お客様の声に基づいたサービス向上</li> <li>● 地元コミュニティとの連携</li> </ul> <p>【経済・ガバナンス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 販路拡大（EC・インバウンド）</li> <li>● 販売力・接客力の強化</li> <li>● 商品・スタイリング提案力の向上</li> </ul>
	アフターサービス	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 返品処理における環境への配慮（再利用・リサイクル）</li> <li>● 修理業者との連携強化による、商品の長期利用促進</li> </ul> <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客の興味や嗜好を把握した商品提案</li> <li>● 顧客からのフィードバックを重視した製品・サービスの改善</li> <li>● 倫理的な広告戦略を活用した消費者への正しい情報提供</li> </ul>
支援活動	<p>全般管理 人事管理 その他</p>	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 請求書を含むペーパーレス化の進展</li> <li>● 省エネの取り組み（LED化・節電等）</li> </ul> <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な働き方を推進する制度改正</li> <li>● 採用間口の拡大</li> <li>● 従業員表彰制度の導入（永年勤続表彰・個人売上賞・新人賞・成長賞他）</li> <li>● スタッフ（地元人材）の積極採用</li> <li>● 介護、育児休暇の取得促進</li> <li>● 健康相談、メンタルヘルス環境の充実化</li> <li>● 女性社員の積極採用、管理職登用</li> <li>● 有給休暇・長期休暇の取得率向上</li> <li>● 外部講師活用による効果的な研修の実施</li> <li>● 社員が参加する地域のボランティア活動の企画</li> <li>● 商業施設におけるSDGsの取り組みへの積極的な参加</li> <li>● スタッフ間・部門間コミュニケーションの強化</li> <li>● 人事評価制度、育成制度のブラッシュアップ（今後の取り組み）</li> <li>● 勤怠管理システム導入による労働時間管理の徹底（今後の取り組み）</li> <li>● 福利厚生の実施とHP刷新による社内外へのPR（今後の取り組み）</li> <li>● 資格取得推奨制度の整備（今後の取り組み）</li> </ul> <p>【経済・ガバナンス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報漏洩リスクに対する予防</li> <li>● コンプライアンス・情報管理体制の強化</li> <li>● ハラスメントの撲滅</li> <li>● 顧客管理業務におけるIT化・DXの推進</li> <li>● ESG経営、非財務情報開示の強化（今後の取り組み）</li> <li>● BCP対応（計画策定、安否確認アプリの導入等）（今後の取り組み）</li> </ul>

【出所：バーニッシュカンパニー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。

バリューチェーンにおける事業を国際標準産業分類にて、同社の事業を「専門店による衣料、履物及び革製品小売業(業種コード：4771)」、「織物、衣料及び履物卸売業(業種コード：4641)」、川上の事業を「衣服製造業(業種コード：1410)」、川下の事業を「専門店による衣料、履物及び革製品小売業(業種コード：4771)」と特定した。

マッピング手法は、UNEP FI のインパクトレーダーによるポジティブインパクト(PI)及びネガティブインパクト(NI)とバリューチェーン分析の結果により整理していく。

### A. 川上の事業(衣服製造業)

バーニッシュカンパニーは、環境配慮型の素材選定を通して、衣服の製造工程の環境負荷低減に貢献していることから「気候の安定性」のNI低減を特定した。

### B. 同社の事業(専門店による衣料、履物及び革製品小売業、織物、衣料及び履物卸売業)

- 従業員の健康相談やメンタルヘルス環境の充実化をはじめとし、有給休暇・長期休暇の取得率向上にも努めていることから「健康および安全性」のNI低減を特定した。
- 地元人材・女性社員の積極採用や女性管理職の登用、成果や貢献度を適正に評価する表彰制度を数多く設けていることから「雇用」「賃金」のPI増大を特定した。
- 独自のブランド開発やショップ開発、さらには地域特性に合わせた商品開発を行っている。このような拡販を通じて、関連企業の繁栄につながることから「零細・中小企業の繁栄」のPI増大を特定した。
- 直営店舗の照明LED化や卸売りにおけるルートの最適化、環境配慮型の物流パートナーの選定を行っていることから「気候の安定性」のNIの低減を特定した。
- 環境配慮型の素材選定や適量仕入れなど、自社での取り組みに加え、マイバッグ利用の推進を通じて消費者を巻き込みながら環境負荷の低減に貢献している。さらに修理対応による商品の長期利用の促進や、再利用・リサイクルを推進していることから「廃棄物」のNI低減を特定した。
- なお、インパクトレーダーでは「健康および安全性」へのPIと、「社会的保護」、「水域」、「大気」、「生物種」、「生息地」へのNIがマッピングされているが、同社の事業とは関連性が薄く、インパクトとして特定していない。

### C. 川下の事業(専門店による衣料、履物及び革製品小売業)

川下の事業におけるインパクトについては、同社の事業が与える影響が僅少であり、特定していない。

<同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		当社の事業		川下の事業	
業種 (国際標準産業分類)			衣服製造業		専門店による衣料、履物及び皮革製品小売業		繊維物、衣料及び履物卸売業		専門店による衣料、履物及び皮革製品小売業	
【コード】			1410		4771		4641		4771	
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
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								
		-	●	●●	●	●	●	●	●	●
	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	水			●●					
		食糧								
		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										
経済収束										
自然環境	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			●●		●		●		●	

●●：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。

(a) サプライチェーンでのマッピング



(b) 管理部門でのマッピング



(c) バーニッシュカンパニーのインパクト

以下ロジックモデルを基に、バーニッシュカンパニーのインパクトを整理する。六つの資本(①財務、②製造、③知的、④人的、⑤社会・関係、⑥自然)の投下により事業を行い、アウトプットとして①サプライチェーン全体の売上向上、店舗数拡大②資源使用料の抑制③定着率・有休取得率の向上④多様な人材の活躍等が創造され、アウトカムとして①サプライチェーン全体の安定・拡大②環境負荷の低減とコスト最適化③従業員の働き甲斐・満足度向上④生産性の向上、健康維持、採用力強化、インパクトとして①サプライチェーンの強化による衣料品等を通じた人々の幸福・経済の活性化への貢献②環境配慮・エコ活動の推進③生き生きとした職場づくりの推進がもたらされる。ここで言及するインパクトとは、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する。なお、特定されたインパクトは重要課題と整合している。

また、インパクトのうち、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、より重要なものとしてコア・インパクトを特定する。

<ロジックモデルによる整理>

	インプット	アクティビティ (事業活動)	アウトプット	アウトカム	インパクト
定義	投下されたリソース	組織の具体的な行動	活動から生じた 具体的な成果品・結果	活動から生じる変化	環境/社会/経済に与える変化 (又はアウトカムそのもの)
内容	① 財務資本 ② 製造資本 ③ 知的資本 ④ 人的資本 ⑤ 社会・関係資本 ⑥ 自然資本	① 衣料品・日用雑貨の 販売 ② 環境配慮型の素材を 使用した商品開発 ③ 廃棄物抑制に向けた 取り組み ④ 多様な働き方の推進 ⑤ 福利厚生充実	① サプライチェーン全 体の売上向上、店舗 数拡大 ② 資源使用量の抑制 ③ 定着率・有休取得率 の向上 ④ 多様な人材の活躍	① サプライチェーン全 体の安定・拡大 ② 環境負荷の低減とコ スト最適化 ③ 従業員の働き甲斐・ 満足度向上 ④ 生産性の向上、健康 維持、採用力強化	① サプライチェーンの 強化による衣料品等 を通じた人々の幸 福・経済の活性化へ の貢献 ② 環境配慮・エコ活 動の推進 ③ 生き生きとした職 場づくりの推進

・インプットの内容(六つの資本)の概要

- ① 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
- ② 製造資本：直営店及びフランチャイズ店舗
- ③ 知的資本：業務開発や販促設計、SNS 運営、ブランド戦略
- ④ 人的資本：業務開発、販促設計、店長、ブランド戦略など豊富な経験を持つ人材
- ⑤ 社会・関係資本：販売代行、フランチャイズ、卸先とのネットワーク、取引基盤
- ⑥ 自然資本：事業活動を通じた地球環境との共生

<インパクトの整理>

- サプライチェーンの強化による衣料品等を通じた人々の幸福・経済の活性化への貢献  
：コア・インパクト

バーニッシュカンパニーは、衣料品及び日用雑貨の販売拡大を通じて、サプライチェーン全体の経済活性化に寄与している。製品の製造を委託している縫製業者や加工業者に対して、安定的な発注を通じて売上向上に貢献しており、継続的な取引関係の構築にもつながっている。また、全国的な卸先小売店や異業種との協業による販路拡大により、卸売先にとっても販売機会の増加と収益基盤の強化が期待される。こうした活動を通じて、地域のコミュニティや働く人々の幸福度向上にも寄与しており、自社だけでなく、零細・中小企業を中心とする取引先を含むサプライチェーン全体に好循環を生み出していることからコア・インパクトに特定する。

- 環境配慮・エコ活動の推進

バーニッシュカンパニーでは、マイバッグ持参者へのエコポイント付与により、店舗でのショッピングバッグの使用削減取り組んでいる。お客様のマイバッグ利用率が高まることで、店舗の使い捨てショッピングバッグの使用量が削減され、資材の廃棄を抑制することが可能となる。また全店舗で使用するショッピングバッグについては、古紙や植物性インキを使用した環境配慮型製品の導入を進めている。現時点では導入店舗は一部に限られており、導入済みの店舗でも通常サイズのみでの取り扱いとなっているが、今後は全サイズへの対応と全店舗への段階的な導入を計画している。こうした行動変容の積み重ねは、事業活動に伴う廃棄物の総量削減だけでなく、原材料使用や輸送にかかる環境負荷の低減にもつながる。これらことから、インパクトとして特定する。



【出所：バーニッシュカンパニー提供資料】

- 生き生きとした職場づくりの推進

バーニッシュカンパニーでは、すべての従業員が自分らしく働き続けられる職場づくりに力を入れている。多様なライフスタイルに対応できる柔軟な勤務制度や、介護・育児との両立支援に加え、心身の健康を支えるための健康相談体制やメンタルヘルス支援などの福利厚生充実を進めている。有給休暇の取得率については、全国の卸売・小売業全体が約60.6%である中、同社ではこれを上回る80%以上の取得を目標としており、その実現に向けて、店舗間で柔軟にシフト調整ができる仕組みづくりに取り組んでいく方針である。また、入社1年以内の定着率向上を目指し、スタッフ一人ひとりの気配りや日々の努力にし

っかりと目を向け、「見えるかたちで認める」風土の醸成を図っていく。これらの取り組みは従業員の心身の健康、組織の生産性、企業の持続成長を実現するためには不可欠であることから、インパクトとして特定する。

第5表 労働者1人平均年次有給休暇の取得状況

企業規模・産業・年	(単位：日)		(単位：%)
	労働者1人 平均付与日数 <sup>1)</sup>	労働者1人 平均取得日数 <sup>2)</sup>	労働者1人 平均取得率 <sup>3)</sup>
令和6年調査計	16.9	11.0	65.3
1,000人以上	17.1	11.5	67.0
300～999人	17.3	11.5	66.6
100～299人	16.5	10.4	62.8
30～99人	16.6	10.6	63.7
鉱業、採石業、砂利採取業	17.8	12.7	71.5
建設業	17.8	10.8	60.7
製造業	18.3	12.9	70.4
電気・ガス・熱供給・水道業	18.7	13.2	70.7
情報通信業	18.7	12.5	67.1
運輸業、郵便業	17.8	11.1	62.2
卸売業、小売業	16.7	10.1	60.6
金融業、保険業	15.1	9.9	65.4
不動産業、物品賃貸業	16.9	10.6	62.4
学術研究、専門・技術サービス業	18.6	12.2	65.7
宿泊業、飲食サービス業	11.6	5.9	51.0
生活関連サービス業、娯楽業	13.9	8.8	63.2
教育、学習支援業	17.7	10.1	56.9
医療、福祉	16.4	11.0	66.8
複合サービス事業	19.7	10.8	55.0
サービス業（他に分類されないもの）	15.1	10.7	71.1
令和5年調査計	17.6	10.9	62.1

注：1)「付与日数」は、繰越日数を除く。  
 2)「取得日数」は、令和5年(又は令和4会計年度)1年間に実際に取得した日数である。  
 3)「取得率」は、取得日数計/付与日数計×100(%)である。

【出所：厚生労働省 「令和6年就労条件総合調査」】

B. 日本におけるインパクトニーズ

下図は、「SDGs インデックス&ダッシュボード 2025」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。

バーニッシュカンパニーのインパクトに対する SDGs のゴールは「3,8,9,12」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できる。とりわけ「12」は主要な課題が残っているもの、「9」は重要な課題が残っているもの、「8」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。



○ : バーニッシュカンパニーのインパクトに関連するゴール

【出所：SDSN】

C. 北海道におけるインパクトニーズ

バーニッシュカンパニー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。

(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(漁業就業者1人当たり)
8.2	現在(2022年)：1,479万円※
8.9	2032年：1,370万円
9.1	※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。
9.4	指標：漁業生産量
9.5	現在(2022年)：120万トン
12.b	2032年：150万トン
14.4	指標：道産木材の利用量 現在(2022年度)：445万㎡ 2032年度：502万㎡
16.1	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
	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

(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～

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者数 現在(2022年度)：234人 2032年度：263人
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)
5.1	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	2028年：0人
8.6	指標：年間総労働時間(フルタイム労働者)
8.8	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%)
13.1	2028年：82.5%
	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令基準の策定状況 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%

～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 現在(2024年度)：0 2030年度：4以上
4.7	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 2029年度：全国平均値以上(50以上) ※中学校2年生

～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 現在(2024年度)：58.7% 2027年度：70.0%
10.2	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
11.3	現在(2023年度)：(道外客)739万人 (うち外国人)234万人
11.4	2032年度：(道外客)944万人以上 (うち外国人)244万人以上
17.17	指標：「アイヌ民族が先住民族であること」の認知度 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 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 (熱利用分野(熱量))15,426TJ 20,960TJ
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 (熱利用分野(熱量))15,426TJ
13.3	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 (熱利用分野(熱量))20,960TJ
14.2	指標：温室効果ガス実質排出量 現在(2021年度)：4,881万t-CO <sub>2</sub> 2030年度：3,788万t-CO <sub>2</sub>
15.1	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

【出所：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**

【出所：北海道「北海道 SDGs 未来都市計画(2025～2027)」】

**北海道を取り巻く状況とSDGsとの関係**

※関連する主なゴールを記載

**SDGsを進めるためにできること【例えば・・・】**

**北海道の現状・課題**

**1 生活・安心**

- 医師数の地域偏在が大きい
- 高齢一人当たりでの遊楽娯楽が乏しい
- 近年の大型台風や北海道胆振東部地震の発生など各指針を、防災体制の確立など、災害に強い地域づくりが必要

**2 経済・産業**

- 製造業の付加価値生産性は、全国平均より低い水準にある
- 年間労働時間（フルタイム労働者）は、全国平均よりも長い

**3 人・地域**

- 人口減少が進行する中、働き手や地域コミュニティを支える人材が不足している
- 教育や小・中学校など、地域の教育力を考慮した教育環境の充実が急務
- 女性の就業率は、30代でピークとなり、若年層の減少が懸念

**北海道の価値と強み**

**1 魅力と豊かな自然**

- グリーンテの良質な空、冬のイベントなど貴重な観光資源

**2 アジア・ロシアとの道と近き地理的優位性**

- 成長するアジアや北米、ロシアとのビジネスの拡大
- 自給産と距離が近い、再始発の可能性が高い

**3 美しい自然条件などによって培われた優れた技術**

- 畜産技術や加工技術、新工機技術などの様々な技術

**4 優れた自然環境・豊かな水資源と森林**

- 知床世界自然遺産やラムサール条約登録地など貴重な自然環境

**5 広大な土地・3つの海を背景とした高い食料供給力**

- 安定した食料供給機能
- 「食の北海道ブランド」を活かした道産食品の輸出拡大

**6 豊富で多様なエネルギー資源**

- 太陽光や風力など全国トップクラスのエネルギー資源の活用

**7 多様性に富む地域**

- 様々な表情をもつ多様な地域
- 四季折々の地域資源を活かした地域づくりの取組

**8 独自の歴史・文化**

- 縄文遺跡群やアイヌ文化など多様な歴史・文化

**SDGsを進めるためにできること【例えば・・・】**

**道民の皆さん**

- 持続可能なライフスタイルへの転換
- 環境への配慮（節電、ゴミ分別等）
- 人権社会への配慮（働き方、育児・家事の分担等）
- 政策決定者への参加
- 住民意見の反映のため、国や自治体が取組む機会への参加

**企業**

- 本業へのSDGsの取り込み
- ビジネスを通じた社会的課題の解決や企業活動における人権への配慮
- 消費者、顧客への配慮（意見の収集やサービスへの反映等）
- 金融機関や投資家による持続可能な社会に向けた資金の流れの創出

**NPO・団体**

- 専門性の発揮
- 専門性を活かした取組の推進や評価、情報発信の実施
- 専門的スキルやネットワークを活かした問題解決や政策提言

**教育・研究機関**

- 最先端の科学的知見による貢献
- データ・知見の提供、政策の分析や政策提言の推進
- 持続可能な地域や産業の担い手の育成

**地方自治体**

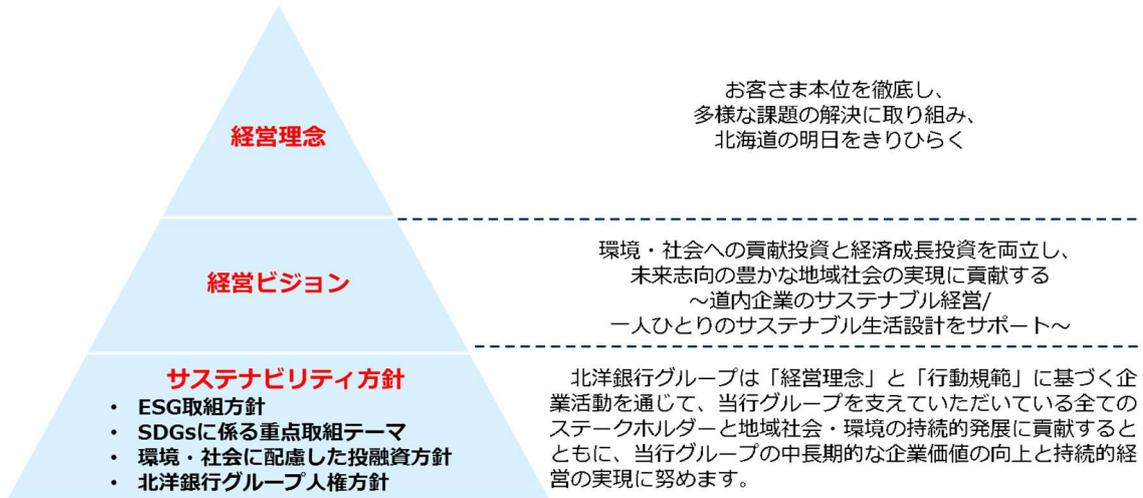
- OSDGsの主流化の推進
- 各種計画の策定や改訂に当たりSDGsの要素を反映
- 地域における取組の促進
- 地域に即した取組
- 関係者への情報提供や活動支援

【出所：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

北洋銀行グループは、「お客さま本位を徹底し、多様な課題の解決に取り組み、北海道の明日をきりひらく」という経営理念と行動規範に基づく企業活動を通じて、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ることをサステナビリティ方針として掲げている。

本評価書で特定したバーニッシュカンパニーのインパクトは、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、ESG 取組方針の「1. 環境方針」「2. 社会貢献方針」、SDGs に係る重点テーマの「1. お客さまとの共通価値の創造」「2. 環境保全」「5. ダイバーシティ」及び環境・社会に配慮した投融資方針の「1. 環境・社会にポジティブな影響を与えると考えられる事業に対する取組方針」に整合している。



サステナビリティ方針

<p style="text-align: center;"><b>ESG取組方針</b></p> <p>1. 環境方針</p> <p>2. 社会貢献方針</p> <p>3. ガバナンス方針</p>	<p style="text-align: center;"><b>SDGsに係る重点取組テーマ</b></p> <p>1. お客さまとの共通価値の創造</p> <p>2. 環境保全</p> <p>3. 医療福祉</p> <p>4. 教育文化</p> <p>5. ダイバーシティ</p>
<p style="text-align: center;"><b>環境・社会に配慮した投融資方針</b></p> <p>1. 環境・社会にポジティブな影響を与えると考えられる事業に対する取組方針</p> <p>以下に例示する事業等に対しては、北海道経済の成長・発展に結びつくよう積極的に投融資してまいります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 環境保全や気候変動対応など環境課題の解決に資する事業</li> <li>・ 地域経済の持続的発展に資する事業（起業・創業・イノベーション創出・事業承継等）</li> <li>・ 医療・福祉・教育・ダイバーシティの充実</li> </ul> <p>2. 環境・社会にネガティブな影響を与えると考えられる事業等に対する取組方針</p> <p>以下に例示するような環境・社会に負の影響がある特定の事業等への投融資については慎重に判断します。ただし、脱炭素社会実現に向けた移行期間（トランジション期間）の対応等については、積極的に投融資してまいります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 石炭火力発電・石炭探採事業</li> <li>・ 森林伐採事業・パーム油農園開発事業</li> <li>・ 非人道兵器製造</li> <li>・ 人権侵害・強制労働等</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>北洋銀行グループ人権方針</b></p> <p>北洋銀行グループ人権方針は、「サステナビリティ方針」を踏まえ、企業活動を通じて人権の尊重に取組んでいくことをお約束するものです。</p> <p>※以下の項目を設定</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.国際規範の尊重</li> <li>2.適用範囲</li> <li>3.人権尊重に対するコミットメント</li> <li>4.救済措置</li> <li>5.啓発活動・教育</li> <li>6.管理体制</li> </ol>

【出所：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、関連する SDGs、内容・対応方針及び目標と KPI を整理する。

- ① サプライチェーンの強化による衣料品等を通じた人々の幸福・経済の活性化への貢献  
：コア・インパクト

インパクトの種類	社会的側面、経済的側面において PI を増大
インパクトエリア (インパクトトピック)	PI：健康及び安全性、健全な経済（零細・中小企業の繁栄）
関連する SDGs	 
取り組み内容	① 地域特性に合わせ、生活をより快適にする商品（衣料品・日用雑貨）の企画・販売拡大を通じた、零細・中小企業を中心とするサプライチェーンの強化
目標・KPI	① 2030 年度までに年間売上高を 4,000 百万円とする (2024 年 7 月期実績：2,827 百万円)

- ② 環境配慮・エコ活動の推進

インパクトの種類	環境的側面において NI を低減
インパクトエリア (インパクトトピック)	NI：サーキュラリティ（廃棄物）
関連する SDGs	
取り組み内容	① 古紙や植物性インキ等を使用した環境配慮型ショッピングバッグへの積極切替 ② マイバッグ持参者へのエコポイント付与等を通じたマイバッグの利用促進
目標・KPI	① 2030 年度までに全店舗で使用するショッピングバッグを環境に配慮した素材へ切り替える（2024 年度実績：0 店舗） ② 2028 年度までにエコポイント利用率（マイバッグ利用率）を 30% 以上にする (2024 年度実績：14.9%)(2029 年度以降の目標は改めて設定する)

③ 生き生きとした職場づくりの推進

インパクトの種類	社会的側面において PI を増大、NI を低減
インパクトエリア (インパクトトピック)	PI：生計（雇用） NI：健康および安全性
関連する SDGs	
取り組み内容	① 人事評価制度、育成制度のブラッシュアップ等を通じた従業員エンゲージメントの向上 ② 適正人員による店舗運営とシフト協力体制によるワークライフバランスの充実
目標・KPI	① 2028 年度までに入社 1 年以内の定着率を 90%以上とする (2024 年度実績：69%)(2029 年度以降の目標は改めて設定する) ② 2030 年度までに有給休暇の平均取得率を 80%以上とする (2024 年度実績：36%)

#### 4. インパクトのモニタリング

バーニッシュカンパニーは、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、バーニッシュカンパニー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、バーニッシュカンパニーから提供された情報や同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

2025年7月31日

## 株式会社バーニッシュカンパニー

サステナブルファイナンス本部  
担当アナリスト：左近充 直人

格付投資情報センター(R&I)は北洋銀行がバーニッシュカンパニー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<sup>1</sup>。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 PIF 原則に準拠して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	株式会社バーニッシュカンパニー
所在地	北海道札幌市
設立	1990年8月
資本金	10百万円
事業内容	① レディースカジュアル服・服飾雑貨・日用雑貨の小売 ② 自社ブランドやセレクトショップの直営店運営 ③ フランチャイズ店舗の運営 ④ アパレル商品の卸売 ⑤ 他ブランドの販売代行や業態開発
売上高	2,827百万円(2024年7月期)
社員数	199名(2025年4月時点)

### (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に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。

<sup>1</sup>2022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](https://www.r-i.co.jp/news_release_suf/2022/09/news_release_suf_20220928_jpn_3.pdf)

## ① サプライチェーンの強化による衣料品等を通じた人々の幸福・経済の活性化への貢献

インパクトの種類	社会的側面、経済的側面においてポジティブインパクトを増大
インパクトエリア	「健康および安全性」「健全な経済(零細・中小企業の繁栄)」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	① 地域特性に合わせ、生活をより快適にする商品(衣料品・日用雑貨)の企画・販売拡大を通じた、零細・中小企業を中心とするサプライチェーンの強化
目標と KPI	① 2030 年度までに年間売上高を 4,000 百万円とする (2024 年 7 月期実績:2,827 百万円)

## ② 環境配慮・エコ活動の推進

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を低減
インパクトエリア	「サーキュラリティ(廃棄物)」
関連する SDGs	
内容・対応方針	① 古紙や植物性インキ等を使用した環境配慮型ショッピングバッグへの積極切替 ② マイバッグ持参者へのエコポイント付与等を通じたマイバッグの利用促進
目標と KPI	① 2030 年度までに全店舗で使用するショッピングバッグを環境に配慮した素材へ切り替える(2024 年度実績:0 店舗) ② 2028 年度までにエコポイント利用率(マイバッグ利用率)を 30%以上にする (2024 年度実績:14.9%)(2029 年度以降の目標は改めて設定する)

## ③ 生き生きとした職場づくりの推進

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増大、ネガティブインパクトを低減
インパクトエリア	「生計(雇用)」「健康および安全性」
関連する SDGs	
内容・対応方針	① 人事評価制度、育成制度のブラッシュアップ等を通じた従業員エンゲージメントの向上 ② 適正人員による店舗運営とシフト協力体制によるワークライフバランスの充実
目標と KPI	① 2028 年度までに入社 1 年以内の定着率を 90%以上とする (2024 年度実績:69%)(2029 年度以降の目標は改めて設定する) ② 2030 年度までに有給休暇の平均取得率を 80%以上とする (2024 年度実績:36%)

## (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。