

各 位

2026年1月30日

株式会社北洋銀行

株式会社大東エンタープライズ様と 「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、株式会社大東エンタープライズ様(北海道札幌市、代表取締役:丹山 東吾様)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「利用者の幸福度向上と地元食材の積極活用を通じた地域活性化への貢献」と特定し、顧客ニーズを捉えたより良い商品・サービスの提供や道産食材の積極的な活用を通じて、利用者の幸福度向上と地域社会の発展に貢献することで、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いている。

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

【株式会社大東エンタープライズ様の概要】

本社所在地	北海道札幌市中央区北2条西13丁目1番1号
代 表 者	丹山 東吾 様
設 立	2011年4月
業 種	飲食業

【契約記念の様子】



左:株式会社大東エンタープライズ

代表取締役 丹山 東吾 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。

North Pacific Bank

株式会社大東エンタープライズ

ポジティブインパクトファイナンス評価書

発行日：2026年1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、株式会社大東エンタープライズ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、株式会社大東エンタープライズ(以下、「大東エンタープライズ」または「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スクワースまとめた

目次

1. 企業概要	4
A. 基本情報.....	4
B. 大東グループの理念体系	6
C. 事業概要.....	7
(1) 事業内容.....	7
(2) ビジネスマodel	11
(3) サステナビリティ経営方針と活動	12
2. インパクトの特定	17
A. バリューチェーン分析.....	17
B. インパクトレーダーによるマッピング	19
(1) 川上の事業.....	19
(2) 同社の事業.....	19
(3) 川下の事業.....	20
C. インパクトニーズの確認	22

(1) インパクトカテゴリーと SDGs の関連性	22
(2) 日本におけるインパクトニーズ	25
(3) 北海道におけるインパクトニーズ	26
D. 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	31
5. 情報開示	31

1. 企業概要

A. 基本情報

企 業 名	株式会社大東エンタープライズ	
本 社 所 在 地	〒060-0002 北海道札幌市中央区北 2 条西 13 丁目 1-1 K2 ビル 1F	
代 表 者 名	代表取締役 丹山 東吾	
設 立	2011 年 4 月	
資 本 金	3 百万円	
売 上 高	1,428 百万円 (2025 年 4 月期)	
従 業 員	65 名 (2025 年 12 月)	
事 業 内 容	① レストラン運営 <ul style="list-style-type: none"> ・ BEEF IMPACT 10 店舗 ・ FIRE BURG 5 店舗 他 ② 食肉の加工・販売 <ul style="list-style-type: none"> ・ 札幌プロセスセンター (ステーキソース等の製造) ・ 石狩工場 (自社外販商品/OEM 商品の製造) 	
グループ企業	【大東グループ】 <ul style="list-style-type: none"> ● 株式会社大東 (パチンコ事業、通信事業) ● 有限会社大東プロジェクト (不動産事業) ● 有限会社きしかわ畜産 (畜産業) 	
沿革	2011 年 4 月 · 設立 2011 年 6 月 · 札幌市清田区平岡にラーメン店開業 2013 年 8 月 · 札幌市西区にラーメン店 開業 2014 年 11 月 · 札幌市中央区にステーキ店「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」OPEN 2015 年 5 月 · 札幌市清田区平岡に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」2 号店 OPEN 2015 年 9 月 · 札幌市中央区(ル・トロワ店)「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」3 号店 OPEN 2016 年 9 月 · オータムフェスト 2016 に初出店 (2019 年まで 4 年連続) 2016 年 12 月 · 札幌市南区川沿に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」4 号店 OPEN 2017 年 7 月 · 札幌市手稲区前田に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」5 号店 OPEN 2017 年 12 月 · 札幌市北区篠路に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」6 号店	

	2018年3月	OPEN ・千歳市北栄に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」FC1号店（7店舗目）がOPEN
	2018年7月	・札幌市東区のイオン苗穂店のフードコートに「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」8号店 OPEN
	2018年8月	・江別市に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」FC2号店（9店舗目）がOPEN ・ファイヤーバーグ・ファイヤーグリル経営統合 ・松戸（千葉県）に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」FC3号店（10店舗目）がOPEN
	2018年10月	・登別市鷺別に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」11号店 OPEN ・イオンモール苫小牧に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」FC4号店（12店舗目）がOPEN ・「FIRE BURG」FC 札幌北 18条店がリニューアル OPEN ・「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」札幌市狸小路店がリニューアル OPEN
	2018年12月	・「FIRE BURG」FC 函館本通店 OPEN
	2019年4月	・函館市昭和に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」13号店 OPEN
	2019年10月	・旭川市永山に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」14号店 OPEN
	2019年11月	・札幌市白石区中央に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」15号店 OPEN
	2020年10月	・新潟県上越市に「FIRE BURG」FC 上越富岡店 OPEN
	2021年4月	・帯広市稻田町に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」16号店 OPEN
	2021年10月	・レバンガ北海道 B.LEAGUE2021-22 SEASON にて「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」通年出店
	2022年3月	・株式会社 大東フーズ 設立登記
	2022年6月	・「FIRE BURG」里塚店 OPEN
	2022年12月	・「BEEF IMPACT」伏古店 OPEN
	2023年4月	・「FIRE BURG」花川店 OPEN
	2023年8月	・無人販売所「肉ステーション」OPEN
	2023年9月	・築地銀だこイオン桑園店 FC 運営
	2024年4月	・有限会社きしかわ畜産（ファーム）を事業承継
	2024年5月	・饅の成瀬 札幌伏古店 FC 運営
	2024年6月	・札幌市中央区に「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」+店 OPEN
	2024年12月	・「FIREBURG」七重浜店 OPEN
	2025年1月	・「スキヤキ BEEFIMPACT」OPEN
	2025年2月	・「FIREBURG」石山店 OPEN

	2025年3月	・より一層の事業拡大を図るため、グループ会社である(株)大東フーズを(株)大東エンタープライズに合併
	2025年4月	・室蘭やきとり鳥辰大通店 OPEN
	2025年7月	・室蘭やきとり鳥辰狸小路店 OPEN
	2025年8月	・「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」清田店 OPEN
	2025年11月	・「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」千歳店 OPEN

B. 大東グループの理念体系

当社は、お客様をはじめとする関わるすべての人を笑顔にし、協力会社および地域に“愛される仕事”を通して成長する企業を目指している。社員一人一人が仕事を通じて成長を実感できるよう、働く環境を整備し、日々の活動において社員が目指すべき方向性を明確化している。

当社の理念は、働くすべての人が事業活動における意思決定を行う際に立ち返るべき指針となっており、日々の小さな決断が企業の成長につながっていくという考え方のもと、“お客様が喜ぶ取り組み”的推進を図っている。これらの理念は、定期的な社内会議の中で繰り返し確認する機会を設けているほか、アルバイト採用時の研修にも取り入れられ、社員のみならず当社で働くすべての人が共通の価値観を持ち、日々の活動の根拠として生かすことができる体制を構築している。

企業理念

企業から“嬉業”へ

お客様に笑顔を生み出し

協力会社に信頼され

地域に愛される仕事を通して私たちは成長します。

数字だけを追うのではなく、関わるすべての人たちを笑顔にする。

大東グループの成長はエンドユーザー、ビジネスパートナーとともにあります。

経営ビジョン

「関わるすべての人たちと共に築く、持続可能な幸福な未来」

私たちの目指す未来は、単なる経済的成功ではなく、人々の幸福と満足感を追求し、関わるすべての人々を笑顔にすることを大切にし、笑顔を通じて人々をつなぎ、社会全体の豊かさに貢献します。

人事理念

組織にあって“企”業人たれ

会社にあって“起”業人たれ

会社を潤す“嬉”業人たれ

組織にあっても事を企み、業を起こしてチャレンジする。

そんな心構えで仕事に臨んで欲しいと思います。

毎日少しずつ、そして1年後に成長を実感できる仕事を。

その結果は自分に、会社に、そして社会に“嬉”しさのある利益をもたらします。

C. 事業概要

(1) 事業内容

① レストラン運営

大東エンタープライズは、レストラン事業を中心とし、「炭焼ステーキ BEEF IMPACT」および手作りハンバーグ「ファイヤーバーグ」を道内外で展開している。各レストランブランドで使用する、ステーキソースやカレー等のアイテムはすべて自社工場「札幌プロセスセンター」で製造し各店舗へ配達している。

当社の製品開発では、経営企画室商品企画担当に加え、部署・年代を跨いだ社員を適宜招へいすることでお客さまや地域に喜ばれるメニュー開発を心がけている。

また、後述の石狩工場において自社製品の加工までを一貫して行うことで、製品の安定供給と高品質・低価格を維持しているほか、店舗運営においては、家族連れを中心とした幅広い層が快適に過ごせる空間づくりを重視することで、他社との差別化を図っている。

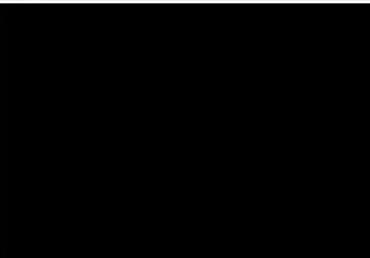
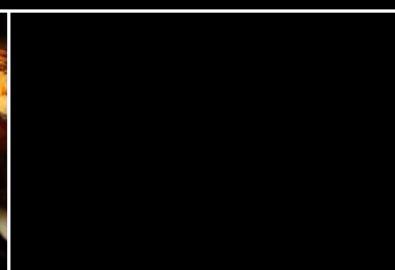


BEEF IMPACT

炭焼ステーキビーフインパクト

「食取らないガッツリステーキ」厳選したこだわりの牛をこんがりと炭火で焼き上げます！厚切りのステーキをリーズナブルに大胆にたっぷりお召し上がりください。

炭焼ステーキ
BEEFIMPACT

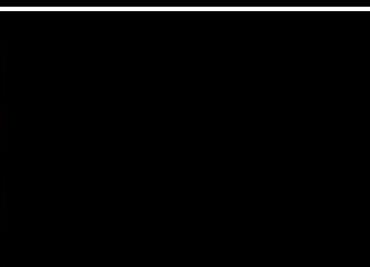


Fire Burg

ファイヤーバーグ

手作りハンバーグ&札幌サンギ専門店。この道40年のハンバーグ職人監修の元、毎日、作りたてを提供しています。

ファイヤーバーグ!



② 食肉の加工・販売事業

石狩工場では、自社製品の開発・製造（加工）を行いスーパー等の小売店に卸すほか、大手量販店等の外販商品や業務用商品等に関する食肉加工工程を受託するなど、OEM 生産も手掛けている。素材の選定から製造工程に至るまで徹底した品質管理を行い、手作りの温かみやプロフェッショナルな技術を生かした製品づくりを心がけている。多様な設備と、飲食店グループのノウハウを生かし、迅速丁寧な対応をモットーに、取引先のニーズに応えている。

【 設備一覧 】

		
フードプロセッサー 挽肉など、原材料を均一にミキシング。	真空パック機 真空にすることにより、細菌が付着することなく衛生的な保管が可能。肉などの固形物やソースなどの液体にも対応。	トレイパック包装機 食材を乗せたトレーを自動でラップ。同時に価格・原材料の表示シールを張り付け。
		
挽肉機 (ミートチョッパー) 牛肉・豚肉・鶏肉などを挽肉にする機械。粗さは細引き～超粗挽きまで調整可能。	金属探知機 製造した商品に金属などの異物が混入していないか探知。金属の混入があればブザーで知られる。	ミートスライサー 冷凍した肉を指定した厚さにスライスできる小回りの効くスライサー。とんかつ用・しゃぶしゃぶ用などのスライスに使用。
		
高速ミートスライサー (チルド用) 生肉のスライスに使用。処理速度が速く、大量にスライスできる。	高速スライサー (冷凍用) 冷凍した原料肉のスライスに使用。処理速度が速く、大量にスライスできる。	トンネルオーブン
		
充填機	成型機	X線

【出典：大東エンタープライズ提供】

【加工製品】



▲ ファイヤーバーグ！ハンバーグ



▲ BEEFIMPACT
牛 100%ハンバーグ



知る人ぞ知る名店とのコラボ！！
焼肉あぼじのホルモン（全4種類）

昭和37年にすきいに開店した「焼肉あぼじ」。
独自の味付けが人気を呼び、一世を風靡した名店のタレを使用した一
品です。なつかしの味わいを是非ご堪能ください。



▲ 札幌ザンギ



▲ 十勝豚丼



中札内鶏肉シリーズ

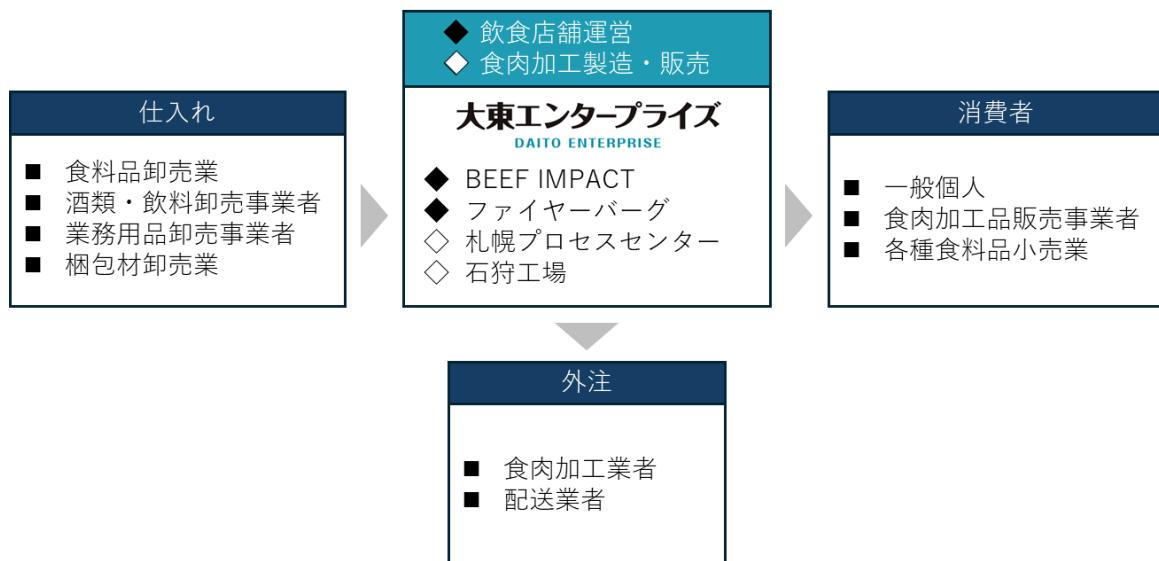
中札内田舎どりとは北海道帶広市中札内村にて生産されている美味しい銘柄鶏です。

【出典：大東エンタープライズ HP より一部抜粋】

(2) ビジネスマodel

大東エンタープライズのビジネス俯瞰図とバリューチェーンは以下の通りである。

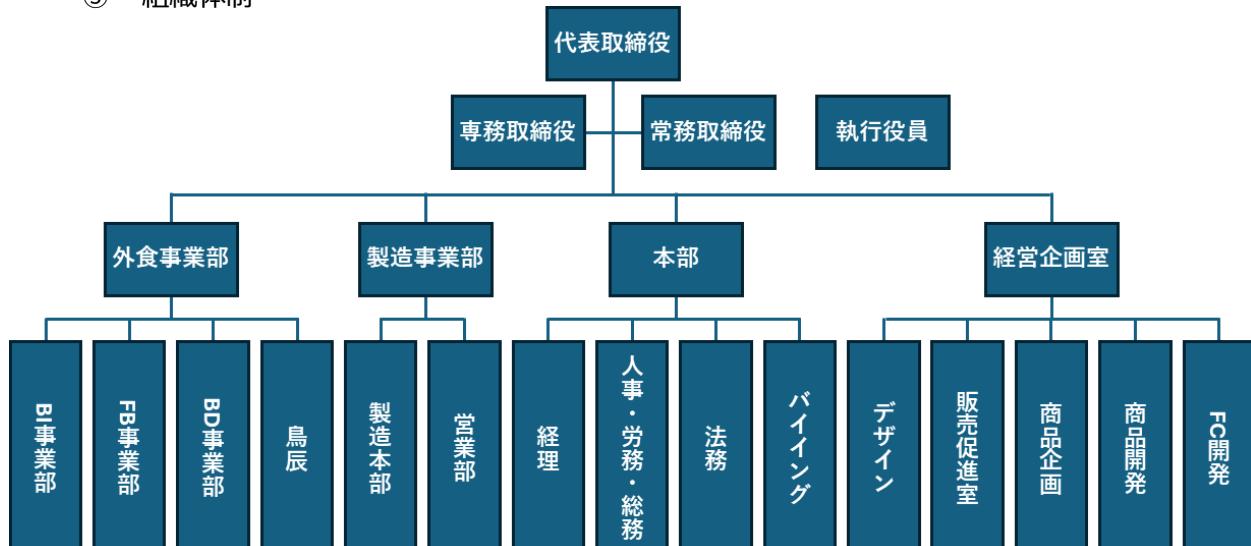
① ビジネスマodel



② バリューチェーン



③ 組織体制



【出典：大東エンタープライズへのヒアリングをもとに HKP 作成】

(3) サステナビリティ経営方針と活動

① サステナビリティ経営方針

大東エンタープライズは、「経営理念」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」を策定している。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「働きがいのある職場づくり」②「環境配慮経営の強化」③「地域社会との共生」④「生産性の向上」⑤「ガバナンス体制の強化」の5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。

【出典：大東エンタープライズ提供資料】



サステナビリティ経営への取り組み 大東エンタープライズ

DAITO ENTERPRISE

SDGs達成とマテリアリティへの取り組み

経済・ガバナンス



社会・地域



法令順守を徹底し、利益だけを追求するのではなく、商品の安心安全に配慮した持続可能な経営を行います。

【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- 経営理念やSDGsの取組みの社内共有
- コンプライアンス体制の構築
- HACCPの取得
- 事業継続力強化計画の策定
- 店舗、工場、管理のDX化
- お客様問い合わせ窓口の設置

【マテリアリティに基づく取組内容とKPI】

重要課題	取組内容	目標・KPI
生産性の向上	DX推進/業務効率化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 店舗オペレーションのDXに向け、2024年度末までにデータブルオーダー、自動会計の導入を行う 人時売上高を2020年度末までに20,000円にする 2029年度末までに管理業務を主体としたDXポイントを抽出し、2030年度末までにその課題をクリアする
ガバナンス体制の強化	BCP体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度末までにBCP計画を策定する
	お客様満足度の向上	<ul style="list-style-type: none"> 2025年度末までにアプリ機能を拡充する
	情報管理/コンプライアンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度末までに管理制度を策定する 外部講師を招いた情報管理・コンプライアンス研修を年1回実施する
	強固な経営体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> 2025年度末までにグループ経営計画を策定する 内部監査を年に1回実施する

持続可能な社会の構築と地域貢献を重視。これにより、共に豊かな未来を築く努力を続けます。また、地域に密着した経営を行います。

【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- 調理マニュアルや研修制度の整備
- 地域のコメ農家との連携
- 地元人材の積極採用、年代を問わない活躍の場創出
- 地元食材の積極的な使用
- 地域団体への協賛活動や災害時の炊き出し実施

【マテリアリティに基づく取組内容とKPI】

重要課題	取組内容	目標・KPI
働きがいのある職場づくり	従業員エンゲージメントの向上	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度上半期に従業員エンゲージメントの測定を開始する 2024年度中に人材育成制度を刷新を企画し、2025年度より運用を開始する 2024年度中に人材制度刷新し、2025年度より運用を開始する
地域社会との共生	安心・安全な商品サービスの提供を通じた社会の豊かさ創造	<ul style="list-style-type: none"> 外部講師による接客マナー研修を年1回以上実施する 2030年度末までに原材料トレーサビリティをシステム化する 2028年度末までに道産原料使用割合を30%とする 2030年度末までに仕入の一部を内製化する
	地域貢献活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度末までに地域食材を活用した新規の商品開発を3件以上とする 地元人材の採用に取組む

サステナビリティ経営への取り組み

大東エンタープライズ

DAITO ENTERPRISE

SDGs達成とマテリアリティへの取り組み

環境



当社は、環境に対する責任を重要な課題の一つとして重視し、エネルギー効率の向上、再生可能エネルギーの活用、廃棄物削減に注力。従業員と共に持続可能な未来を築くことを目指します。

【SDGs達成に向けた具体的な取り組み】

- 環境に配慮した店舗企画・運営
- 適正在庫による光熱費の削減
- 廃油の再利用
- ポイントカードのアプリ切り替えや日報の電子化
- 調理器具や冷蔵庫のエネルギー効率最適化
- ごはんお替り無料による食べ残し削減
- 肉処理技術向上への取り組みによる食品ロス削減
- 環境に配慮した資材への切り替え

【マテリアリティに基づく取組内容とKPI】

重要課題	取組内容	目標・KPI
環境配慮経営の強化	温室効果ガス排出量の削減	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度末までにCO2排出量の設定を行い、2025年度中に削減目標を設定し取り組みを推進する。 2024年度末までに省エネ診断を実施する 2024年度末までに自家消費型太陽光発電の導入を検討する
	フードロスの削減	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度中に食品ロス率を定量把握し削減に向けた目標を設定する。
	プラスチック使用量の削減	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度中にプラスチック利用量を定量把握し削減に向けた目標を設定する。

② サステナビリティ活動

I. 環境面

i. フードロス削減

大東エンタープライズは、フードロス削減に向けた取り組みを進めている。仕入れ最適化及び在庫管理の徹底に加え、運営店舗においては、量を選べるメニューを展開し、多様な食事量ニーズに応えることで食べ残しを削減している。また、石狩工場では、残渣の発生しにくい加工を徹底することにより廃棄物発生を抑制している。さらに、各店舗において発生する切り落とし肉、スジ等は無駄なく回収され、適切な製品への加工・活用に取り組んでいる。月2回の商品企画会議や試作を重ねることで、フードロス削減と食品の新たな価値創出に取り組んでいる。

ii. CO2 排出量削減

大東エンタープライズでは、CO2 排出量削減に向けた取り組みを進めている。当社が運営する店舗では、LED 照明の導入や省エネ設備導入などにより、エネルギー効率を高めている。また、セントラルキッチン（石狩工場）の開設により、各拠点への配送を一括で担い、配送時におけるCO2 排出量抑制に貢献している。

今後は、2025 年度中に事業活動におけるCO2 排出量の算定を進め、2026 年度中には削減計画を策定し、以降計画に沿って削減活動を推進する方針である。

iii. プラスチック使用量削減

大東エンタープライズでは、プラスチック使用量削減のため、運営する店舗においては、テイクアウト容器・袋・店舗で使用する箸について、環境配慮資材へ切り替えを進めている。今後は製造工程において深絞り機を導入することで、作業の自動化による包装資材及びエネルギーの効率的な利用を目指す方針である。

II. 社会面

i. 働きやすい職場環境づくり

大東エンタープライズでは、社員の働きやすい職場環境の実現に向けた取り組みを進めている。2025 年 10 月から 11 月にかけては、社員およびアルバイトの賃上げを実施した。

また、2026 年春の始動に向けて社内チャットツールの導入を進めており、業務効率化と働きやすさの向上を目指している。具体的には、タブレット端末を各店舗に設置し、問合せや連絡事項に即座に対応できる体制を構築することにより、休暇中の社員が業務に追われる状況を解消する。同時に、業務用ツールとプライベート用ツールを明確に分離し、業務時間外の不必要な連絡を抑制することで、社員のプライベート時間確保につなげる。さらに、マニュアルや研修動画等の情報をツール内に集約することで、必要な情報に迅速にアクセスでき、業務効率の向上を図る方針である。

人材育成においては、業務や店舗マネジメントに関する研修を実施している。売上ののみならず、品質・衛生・安全管理および店舗におけるスタッフ教育等の人事管理に関する研修を実施することで、キャリアステップに必要な基礎能力を高めるとともに、店舗運営の標準化を図っている。

これらの従業員のモチベーション向上と生産性向上につながる取り組みを進めることで、2023年度から2025年度まで、当社の入社5年以内定着率100%を3期連続で達成している。今後は、地元スポーツチームの観戦チケットを当社で購入し従業員へ配布する施策も導入予定であり、福利厚生の更なる充実に取り組む方針である。

ii. ダイバーシティ推進・キャリア形成

大東エンタープライズは、ダイバーシティ推進に注力しており、女性管理職の登用を進めるとともに、採用活動においてもキャリア形成支援を進めている。2024年度には、女性店長を2名登用し、店舗における女性のリーダーシップ推進を図った。また、採用活動においては、社員が実際に働く現場を見学する機会を設けているほか、求職者が入社後の働き方を具体的にイメージすることができるよう女性社員が積極的にサポートしている。

iii. 健康経営に関する取り組み

大東エンタープライズは、健康経営の取り組みを強化している。特に、有給休暇取得率向上による従業員の心と体の健康維持に注力している。具体的には、個々の有給休暇取得率の目標を策定し、2024年度は前年比120%の取得を実現した。単独での有給休暇取得調整が困難である店舗に対しては、本部スタッフが介入して運用改善を促す等の対策を講じ、全社を挙げた有給休暇取得率向上に努めている。その他、自己申告表を活用した生活習慣病予防を講じており、今後はメンタルヘルスチェックの定期実施により、社員が心身ともに健康で働くことのできる職場環境の整備を強化していく方針である。

iv. DX推進

大東エンタープライズでは、発注システム及び日報・勤怠管理システムを導入することで、業務効率化を進め、生産性向上を実現している。今後は、テーブルオーダーや配膳ロボ導入を検討し、作業の自動化によるさらなる生産性の向上と、店舗スタッフの身体的負担の軽減を図る方針である。

v. 地域との連携強化

大東エンタープライズは、地元スポーツチームおよび選手とのスポンサー契約を結んでいるほか、当社が店舗を出店している地域のイベントへの積極参加や協賛を実施。企業の社会的責任を果たすとともに、地域経済活性化に貢献している。

III. 経済・ガバナンス面

i. 食品衛生管理の徹底と労働安全性の確保

大東エンタープライズ石狩工場は、北海道HACCP自主衛生管理認証制度認定を取得している。生産システムに応じた最新設備を導入するとともに、調理マニュアルを整備、加えて体系的な社員研修を実施することで、衛生・品質管理徹底と労働安全性を強化し、安定した製品・サービス提供体制を構築している。

ii. 道産食材の積極活用

大東エンタープライズでは、道産食材を積極的に活用する方針を打ち出している。当社が運営する BEEF IMPACT およびファイヤーバーグで使用する米は、北海道産米に限定し、地域農家との連携を強化している。また、道産牛フェア等を開催し、地域産品の認知度向上と消費拡大を後押ししている。

iii. 品質向上への取り組み

大東エンタープライズでは、“お客様の声”を収集し、顧客ニーズを捉えたより良い商品・サービスの提供に努めている。お客様の声を起点に、BEEFIMPACT およびファイヤーバーグにおいて、2025 年から毎月 29 日限定で食べ放題イベントを開催している。

当社が運営する BEEFIMPACT および FIRE BURG の店舗では、3 歳以下の子供へ“お子様用プレート”的無料提供を実施している。これは、働く子育て世代の支援を目的としており、“お客様の笑顔”を主眼に置いた事業を展開する当社らしい取り組みである。

iv. ガバナンス体制の強化

大東エンタープライズは、事業継続力強化計画の認定取得している。災害発生時の対応マニュアルを策定、研修を通じて社内浸透を図っており、事業の継続体制を整えている。今後は、BCP のブラッシュアップを図るとともに、安否確認システム導入を検討しており、一層ガバナンス体制を強化する方針である。

2. インパクトの特定

A. バリューチェーン分析

大東エンタープライズのインパクトを特定するために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	店舗企画・開発 営業・受注	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● LED 導入等による店舗の省エネルギー化 <p>【社会・経済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客満足度向上を目的とした店舗レイアウト
	発注・仕入 物流・原料在庫	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 適正在庫管理による食品ロス削減
	加工・調理 製品在庫	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 札幌プロセスセンターおよび石狩工場での一括加工による調理時の廃棄物削減・副産物活用 ● 調理工程・器具・冷蔵庫見直しによるエネルギー使用量削減 <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 衛生・安全教育の徹底 ● 労働環境改善 ● 加工・調理技術教育 <p>【経済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 内部監査による品質・安全体制管理
	配送・販売 サービス提供	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● テイクアウト・デリバリー容器等のプラスチック削減 ● 店舗における省エネ活動 ● 紙のポイントカード廃止（アプリへの切替） <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● スタッフの接客教育 <p>【経済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 苦情対応マニュアルの策定 ● コンプライアンス教育
	顧客サポート 廃棄・リサイクル	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● お持ち帰りの活用によるフードロス削減 ● 店舗のゴミ分別徹底 ● 廃油・缶プラのリサイクル <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● お客様の声を反映したサービスの質向上

支援活動	全般管理 (総務・財務・法務)	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 廃棄物処理の法令順守と記録管理 ● GHG 排出量の把握・削減目標達成のための取り組み推進 <p>【経済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 大東グループ全体の連携強化 ● グループ経営理念の社内浸透強化 ● サステナビリティ情報の開示 ● 中長期事業計画の策定と社内共有
	人事管理 (人事・労務)	<p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 福利厚生制度の充実 ● 勉強会実施による人事育成への取り組み強化 ● 地元人材・女性社員の積極採用 ● 年次有給休暇の取得推進 ● エンゲージメント調査の定期実施 ● DX推進による働きやすさと生産性向上の取り組み強化
	その他 (IT・研究・開発・企画)	<p>【環境】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ペーパーレス化の推進 ● LED 照明の導入 <p>【社会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域貢献活動の促進 ● 地域の農業生産者との連携強化による持続可能なサプライチェーン構築 ● お子様用プレートの無償提供による幅広い世帯への安心安全な食の提供 ● コンプライアンス・ハラスメント研修の実施 <p>【経済】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 部署・年代を横断した商品開発チームによる、お客様や地域の声を反映した製品開発

【出典：大東エンタープライズへのヒアリングをもとに HKP 作成】

B. 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の結果を踏まえ、UNEP FI が提供するインパクトレーダーを活用したインパクトのマッピングを実施した。

- まず、国際標準産業分類に従って、大東エンタープライズの川上の事業を「肉の加工・保存業（業種コード 1010）」及び「食料品・飲料及びたばこ卸売業（業種コード 4630）」、同社の事業を「レストラン及び移動式飲食業（業種コード 5610）」及び「調理食品製造業（業種コード 1075）」「食料品・飲料及びたばこ卸売業（業種コード 4630）」、同社の川下の事業を「食料品、飲料またはたばこが主な非専門店小売業（業種コード 4711）」と分類した。

さらに、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、同社のバリューチェーン分析の結果を照合してインパクトのマッピングを実施した。

(1) 川上の事業

- 肉の加工・保存業（業種コード 1010）
- 食料品・飲料及びたばこ卸売業（業種コード 4630）
 - ① 地域食材の使用率向上により、長距離輸送や国際物流への過度な依存を下げ、食料の安定供給およびコスト効率化につながることから、「食糧」PI 増大を特定した。
 - ② 当社が一部の食肉加工や配送を地元企業に外注することで、サプライチェーン全体として高付加価値市場へのアクセスを可能とすることから「零細・中小企業の繁栄」PI 増大を特定した。
 - ③ 仕入段階における包装材削減や、リサイクル材の使用により省資源化及び資源循環効率を高めることから、「資源強度」への NI 低減を特定した。
 - ④ パッケージ見直しや温度・品質管理徹底は、サプライチェーン全体で生じる廃棄物及び食品ロス抑制に寄与することから、「廃棄物」への NI を特定した。

(2) 同社の事業

- レストラン及び移動式飲食業（業種コード 5610）
- 調理食品製造業（業種コード 1075）
- 食料品・飲料及びたばこ卸売業（業種コード 4630）
 - ① 継続的な有給休暇の取得推進は、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。
 - ② 持続可能なフードサプライチェーンの構築を進めることで、地域における安定した食料提供が可能となるほか、キッズ向け（3歳以下）無料プレートの提供により、店舗利用可能性を高めるため、「食糧」への PI 増大が期待される。
 - ③ 道産食材の積極活用は、地域ブランドの向上及び地域経済の活性化に寄与するため、インパクトトピック「文化と伝統」への PI 増大が期待される。
 - ④ 物価上昇に対応したベースアップの実施および福利厚生の拡充は、離職率低下や生産性・サービスの質向上に寄与するため、インパクトトピック「賃金」「雇用」における PI 増大および NI 低減を特定した。
 - ⑤ 残業・深夜給の自動計算及び有給休暇、育児・介護休暇の制度化により、労働者の生活と事業の持続性を図ることから、「社会的保護」NI 低減を特定した。
 - ⑥ 積極的な女性社員の管理職登用は、イノベーション促進機会の創出及び公正・包摂的な

職場文化を醸成することから、インパクトマッピングで特定されていない「ジェンダー平等」PI 増大を特定した。

- ⑦ 一部の食肉加工や配送を地元企業に外注しており、サプライチェーン全体として高付加価値市場へのアクセスを可能とすることから「零細・中小企業の繁栄」を特定した。
- ⑧ 店舗における省エネルギー活動およびフードロス削減、廃食油のリサイクル、水資源の適切な利用、およびセントラルキッチンからの一括配送実施により、「廃棄物」「水域」「気候の安定性」への NI 低減が期待される。
- ⑨ 店舗および加工拠点における省エネ設備の導入や、配送ルート最適化により、GHG 排出量および大気汚染が抑制されることから、「気候の安定性」「大気」への NI 低減を特定した。
- ⑩ プロセスセンターにおける一括加工の実施や、肉の端材を活用した商品開発により、食品ロス抑制および副産物の高付加価値化を実現することから、「資源強度」「廃棄物」への NI 低減を特定した。

(3) 川下の事業

- 食料品、飲料またはたばこが主な非専門店小売業（業種コード 4711）

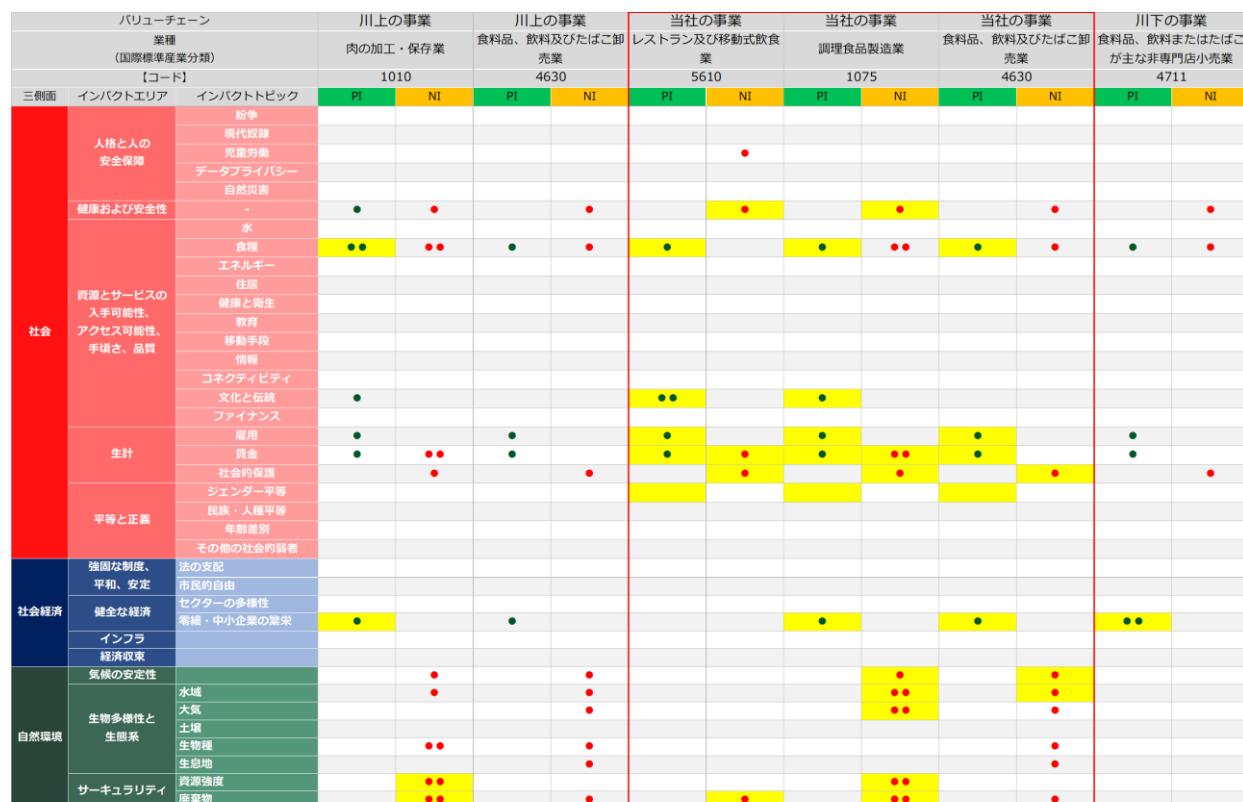
- ① HP、SNS 等を通じたブランド発信を実施し、販路を拡大することで、サプライチェーン全体の売上拡大と経営の安定化につながることから、「零細・中小企業の繁栄」への PI を特定した。

なお、インパクトレーダーが示したその他のインパクトトピックに関する PI または NI は、同社の事業との関連が限定的であるため、マッピングから除外した。

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

下図の通りマッピング内容を可視化した。各インパクトトピックに係る PI または NI のうち、同社のバリューチェーン分析により関連付けられるものを黄色でハイライトした。

【インパクトマップ】



●● : 主要なカテゴリ、● : 関連のあるカテゴリ

■ : PIの増大またはNIの緩和に係る箇所

C. インパクトニーズの確認

(1) インパクトカテゴリとSDGs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)とインパクトトレーダーによるマッピングを通じ、取組内容を網羅的に整理している。

■サプライチェーンにおけるマッピング

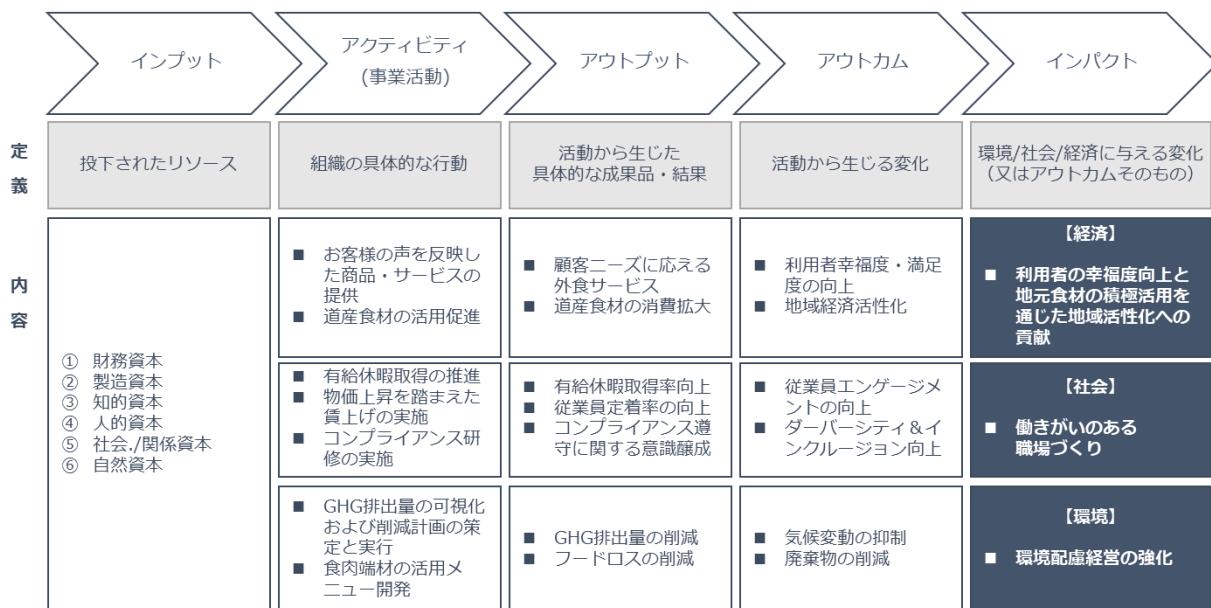


<大東エンタープライズのインパクト>

ロジックモデルをもとに、大東エンタープライズ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・経済に与える変化またはアウトカムそのものと定義した。

また、同社の事業別売上構成比及びビジネスモデル及び上記のマッピング結果等をもとに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>



■ インプット

① 財務資本

- 安定したキャッシュフローの創出と経営資源への分配

② 製造資本

- 店舗インフラ（飲食店舗/厨房機器）
- 生産施設（石狩工場/札幌プロセスセンター）

③ 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力

④ 人的資本

- 高い調理スキルを有する従業員
- 接客力の高い店舗スタッフ

⑤ 社会/関係資本

- 大東グループ会社
- 生産者（食材提供者）との長期的なパートナーシップ

⑥ 自然資本

- 自然環境・エネルギー

<インパクトの整理>

■ 利用者の幸福度向上と地元食材の積極活用を通じた地域活性化への貢献：コア・インパクト

大東エンタープライズは、経営ビジョンに基づき、食の提供を通じて人々の幸福と満足感を追求、利用者を笑顔にすることで、社会全体のウェルビーイング向上に貢献することを目指している。また、道産食材の活用を推進することで道内一次産業の発展や地域経済の活性化を実現し、利用者・地域・取引先にとっての多面的な価値向上を図ることを目指している。以上より、コア・インパクトとして特定した。

■ 環境配慮経営の強化

大東エンタープライズは食を提供する企業として、気候変動を経営上の重要課題として捉えている。セントラルキッチンを活用した一括加工のみならず、肉の端材を活用した商品の開発・提供を通じた食品廃棄物の削減や、脱プラに向けた包装資材の見直し等の省資源化への取り組みを進めている。今後においても、CO₂ 排出量および食品廃棄物の削減の取り組みをより一層強化し、環境負荷の低減に貢献するとしている。以上より、同社のインパクトとして特定した。

■ 働きがいのある職場づくり

大東エンタープライズは、関わるすべての人を幸福にするというビジョンのもと、社員のエンゲージメント向上に向けた取り組みを進めている。ワークライフバランス向上に寄与する福利厚生制度の充実や、ダイバーシティ推進、有給休暇取得推進やメンタルヘルスチェック等の健康経営推進に取り組んでいる。今後も、エンゲージメント向上に資する取り組みをさらに強化し、働きがいのある職場環境を通じて人材の定着を図る方針であることから、同社のインパクトとして特定した。

(2) 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 2025」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。

大東エンタープライズのインパクトに関するSDGsの目標は「2,3,8,9,12,13」であるところ、「3」を除いては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「2,9,12,13」は「重要な」または「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。



【出典：Sustainable Development Solutions Network（SDSN）より】

(3) 北海道におけるインパクトニーズ

大東エンタープライズの事業エリアである北海道は「北海道 SDGs 未来都市計画（2025～2027）」を策定し、「2030 年のあるべき姿」への実現に向け「北海道の優先課題」を掲げている。また、同計画では各優先課題について関連する SDGs を定義し、各目標を達成するための取組内容について KPI (Key Performance Indicator, 重要業績評価指標) を設定している。

特定した同社のインパクトとそれに関連する SDGs は、北海道が示すビジョンや計画と全体的に整合している。とりわけ、道は「持続可能で個性あふれる地域づくり」に向けて「持続可能な地域交通や効率的な物流の確保」が重要であるとしたうえで、具体的な取り組みとして「輸送の共同化・効率化の促進、本道物流の維持に向けた運輸人材不足への対応の推進」が必要であるとしており、同社のインパクト内容と整合する。したがって、同社のインパクトは北海道のニーズとも合致している。

【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。

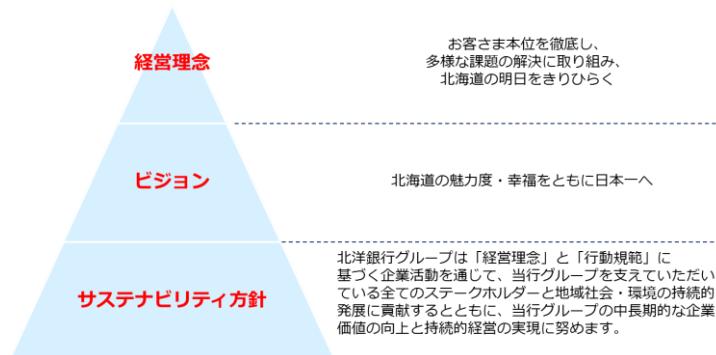
- | | |
|------|---|
| (経済) | 北海道の価値と強みを活かした持続可能な経済成長 |
| (社会) | あらゆる人々が将来の安全・安心を実感できる社会の形成
未来を担う人づくり
持続可能で個性あふれる地域づくり |
| (環境) | 環境・エネルギー先進地「北海道」の実現 |

【出典：北海道「北海道 SDGs 未来都市計画(2025～2027)】】

D. 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。

大東エンタープライズのインパクトは、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. お客様との共通価値の創造」、「2. 環境保全」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。したがって、同社のインパクトは当行グループが認識する社会課題と整合している。



環境・社会に配慮した投融資方針

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

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。

- ・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
- ・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）
- ・医療・福祉・教育・ダイバーシティの充実

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

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。

- ・石炭火力発電・石炭探掘事業
- ・森林伐採事業・バーム油農園開発事業
- ・非人道兵器製造
- ・人権侵害・強制労働等

北洋銀行グループ人権方針

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。

※以下の項目を設定

- 1.国際規範の尊重
- 2.適用範囲
- 3.人権尊重に対するコミットメント
- 4.救済措置
- 5.啓発活動・教育
- 6.管理体制

サステナビリティ方針

ESG取組方針

1. 環境方針

2. 社会貢献方針

3. ガバナンス方針

SDGsに係る重点取組テーマ

1. お客様との共通価値の創造
2. 環境保全
3. 医療福祉
4. 教育文化
5. ダイバーシティ

【出典：北洋銀行提供資料】

3. インパクトの評価

特定した各インパクトに対し、インパクトの種類(PI の増大、NI の低減)及びインパクトトピック、関連する SDGs、取り組み内容、目標・KPI を整理した。

利用者の幸福度向上と地元食材の積極活用を通じた地域活性化への貢献：コア・インパクト

インパクトの種類	社会・経済面において PI を増大
インパクトトピック	PI：「食糧」「零細・中小企業の繁栄」
関連する SDGs	  
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ① 安心・安全な食材（ステーキ肉等）の提供を通じたウェルビーイング向上 ② 地元食材の活用による地産地消への貢献
目標と KPI	<ul style="list-style-type: none"> ① 2030 年度までに売上高 5,000 百万円とする ※実績 2024 年度 : 1,427 百万円 ② 2028 年度までに、道産以外の原料使用量を減らすことなく道産原料使用割合を 30% とする ※実績 2024 年度 : 21.04%

大東エンタープライズは、食の提供を通じて、利用者の幸福度向上と地域社会の発展に貢献することを使命としている。当社が売上拡大に向けて取り組むことで、より多くの人に食を提供する機会が生まれ、店舗や食卓において、利用者に満足感を届けることができる。また、安定した収益の確保は、食材の品質・サービスの質向上やメニュー開発への再投資を可能とし、食を通じた幸福の好循環を生むものである。

さらに、北海道が地産地消促進計画として位置づける「北海道食の安全・安心基本計画」においては、道内で生産された農林水産物及び加工品の地産地消推進、消費者と生産者等との相互理解の促進、地域資源の活用や観光との連携による道産食品の消費・販売の拡大を目指すこととしている。道産原料の積極的な活用は、地域の生産者との継続的な取引を通じて、農林水産業の安定や雇用創出につながり、地域経済の活性化に寄与する取り組みとなっている。

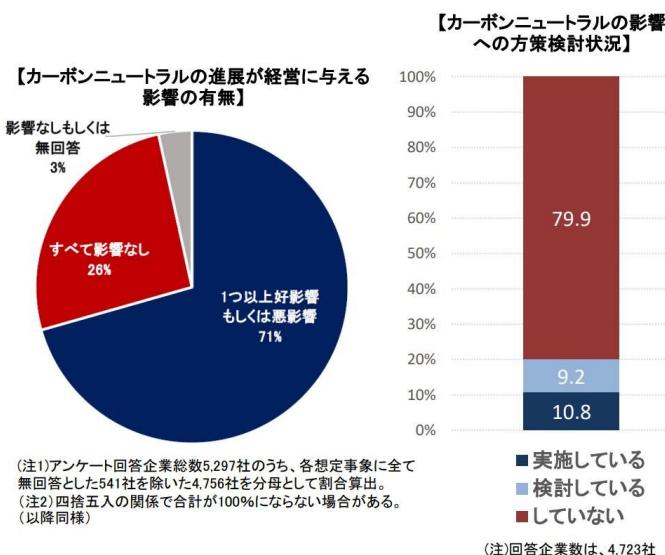
利用者の幸福度向上と地域社会の発展に資する商品・サービスの提供拡大を目指す目標は、当社の競争力を強化するとともに、道産食材の消費・販売の拡大を目指す道の方針にも整合することから、有意義なものであると言える。

環境配慮経営の強化

インパクトの種類	環境面において NI を低減
インパクトトピック	NI : 「気候の安定性」「廃棄物」
関連する SDGs	12 つくる責任 つかう責任  13 気候変動に 適応的な対策を 
取組内容	① 省エネ機器の導入等を通じた温室効果ガス排出量の削減 ② 事業を通じたフードロス削減
目標と KPI	① 2025 年度中に CO2 排出量の算定、2026 年度中に削減計画を策定し、以降計画に沿って削減する ② 2030 年度までに売上高当たりの食品廃棄物を 2024 年度比 10% 削減する ※実績 2024 年度: 26.548kg/百万円

大東エンタープライズは、2025 年度中に自社の GHG 排出量算定を行い、算定結果をもとに全社横断的に GHG 排出量削減に取り組む体制を整えるとともに、従業員向けの環境教育等を実施し、組織全体の環境意識を高め、省エネ行動を推進していく。なお、進捗状況に応じて取り組み内容と目標も適宜見直し、脱炭素社会への貢献を強化していく意向である。

経済産業省が実施したアンケート結果によると、中小企業においては、カーボンニュートラルの進展が経営に何らかの影響があると感じつつも、約 8 割の中小企業は具体的な方策を検討していない状況にある。KPI はカーボンニュートラルに向けて、GHG 排出量の削減を進める有意義な目標である。



【出典：経済産業省 中小企業のカーボンニュートラル施策について】

また、政府は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づき、2030 年度までに 2000 年度比で食品ロス量を半減させる目標を掲げている（年率 1.66%）。同方針では、食品関連事業者及び外食事業者に求められる行動として、製造時に生じる食品の端材や形崩れ品等有効活用、消費者が食べきれる量を選択できる仕組み導入が挙げられている。大東エンタープライズは、一部商品においてセントラルキッチンの活用による一括加工を実施するほか、肉の端材を活用したメニュー開発による新たな価値への転換にも取り組んでいる。運営店舗においては、自由に量を選べるメニューを開発し、消費者の“おいしい食べきり”を後押ししている。

今般のフードロス削減目標は、食品ロス量を削減による環境負荷低減を目指す国の方針に整合し、当社の食材効率改善及び廃棄コスト削減につながる取り組みであること、水準としても国目標と合致することから有意義であると言える。

働きがいのある職場づくり

インパクトの種類	社会面において PI を増大
インパクトトピック	PI：「雇用」
関連する SDGs	
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ① 女性管理職比率の向上 ② エンゲージメント向上による人材定着の安定化
目標と KPI	<ul style="list-style-type: none"> ① 2030 年度までに、女性管理職（店長・課長代理以上）比率を 30% 以上とする ※実績 2024 年度 13% ② 2030 年度まで、全社員定着率 95% 以上を維持する ※実績 定義：定着率 = {1 - (年度内離職者数 / 期末従業員数)} × 100 <ul style="list-style-type: none"> ・2022 年度 73.4% ・2023 年度 84.6% ・2024 年度 97.1% … 3 年度平均 85.1%

政府が定める「女性活躍・男女共同参画の重点方針 2025」によると、主な先進国において、管理職（管理的職業従事者）に占める女性の割合がおおむね 30% 以上となっている一方、日本国内における役員や管理職等の意思決定過程への女性の登用は十分でなく、国際的に見てもいまだ遅れている。このような状況を踏まえ、政府は女性管理職比率の情報公表の義務化やプライム市場上場企業における女性役員登用の加速化に取り組み、企業における女性活躍の推進を更に強化することとしている。

大東エンタープライズが進める女性の積極雇用、働きやすい職場環境整備、キャリア形成支援を通じた女性管理職比率の向上は、女性が活躍できる社会の実現のみならず、多様な視点を経営に取り入れることによる顧客ニーズへの対応力強化につながる。

また、社員のエンゲージメント向上に向けては、働きやすさと働きがいの両立、及び多様性を重視した職場環境の整備に取り組んでいる。今後は、現在の取り組みに加えて匿名でのエンゲージメント調査を定期的に実施する方針であり、この取り組みは断続的な取り組みにとどまらず、結果を踏まえた改善策の打ち出しと検証を可能にし、組織改善に向けた PDCA サイクルを確立するものである。

これらの取り組みにより、大東エンタープライズの社員定着率（2022 年から 2024 年までの 3 年度

平均) は 85.1%と、厚生労働省「令和 6 年 雇用動向調査」における飲食サービス業の定着率 81.9%¹を上回る水準を確保している。2024 年度単年における定着率は目標数値を上回っているものの、人材不足の深刻化や、転職志向の高まり、多様化する働き方・価値観の中で、定着率 95%の水準を維持することは、相応の努力を必要とする。

今後は、福利厚生の拡充やキャリア設計支援の強化を図ることで、より一層、従業員が安心して長く働くことのできる職場環境整備に取り組む方針である。これらの取り組みを通じたウェルビーイングの向上は、社員のモチベーションや生産性向上につながり、結果として組織全体のパフォーマンス向上と採用・育成コストの削減を通じて、組織の競争力強化に寄与する。

以上より、女性管理職比率の向上及びエンゲージメント向上による人材定着の安定化を図る目標は、企業競争力の持続的な向上、ひいてはコア・インパクトの増大につながる有意義なものである。

4. インパクトのモニタリング

大東エンタープライズは、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、取組内容・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、同社と北洋銀行営業店及びソリューション部が少なくとも年に 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。

以上

¹ 定着率 81.9% = (1 - 公表離職率 18.1%)

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、大東エンタープライズ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はあるものの、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・默示を問わず、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。

北洋銀行 ポジティブインパクトファイナンス

株式会社大東エンタープライズ

2026年1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）は北洋銀行が大東エンタープライズ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	株式会社大東エンタープライズ
所在地	北海道札幌市
設立	2011年4月
資本金	3百万円
事業内容	レストラン運営、食肉の加工・販売
売上高	1,428百万円（2025年4月期）
社員数	65名（2025年12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 利用者の幸福度向上と地元食材の積極活用を通じた地域活性化への貢献

インパクトの種類	社会・経済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	「食糧」「零細・中小企業の繁栄」		
関連する SDGs	  		
内容・対応方針	① 安心・安全な食材(ステーキ肉等)の提供を通じたウェルビーイング向上 ② 地元食材の活用による地産地消への貢献		
目標とKPI	① 2030 年度までに売上高 5,000 百万円とする ※実績 2024 年度:1,427 百万円 ② 2028 年度までに、道産以外の原料使用量を減らすことなく道産原料使用割合を 30%とする ※実績 2024 年度:21.04%		

② 環境配慮経営の強化

インパクトの種類	環境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	「廃棄物」「気候の安定性」		
関連する SDGs	 		
内容・対応方針	① 省エネ機器の導入等を通じた温室効果ガス排出量の削減 ② 事業を通じたフードロス削減		
目標とKPI	① 2025 年度中に CO ₂ 排出量の算定、2026 年度中に削減計画を策定し、以降計画に沿って削減する ② 2030 年度までに売上高当たりの食品廃棄物を 2024 年度比 10% 削減する ※実績 2024 年度:26.548kg/百万円		

③ 働きがいのある職場づくり

インパクトの種類	社会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	「雇用」		
関連する SDGs			
内容・対応方針	① 女性管理職比率の向上 ② エンゲージメント向上による人材定着の安定化		
目標とKPI	① 2030 年度までに、女性管理職(店長・課長代理以上)比率を 30% 以上とする ※実績 2024 年度:13% ② 2030 年度まで、社員定着率 95% 以上を維持する (定義)定着率 = {1 - (年度内離職者数 / 期末従業員数)} × 100 ※実績 2022 年度:73.4% 2023 年度:84.6% 2024 年度:97.1% ··· 3 年度平均:85.1%		

(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・默示を問わず、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はありません。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はありません。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・默示を問わず、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許諾無く、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はありません。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はありません。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・默示を問わず、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できますが、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。