

# セカンドオピニオン

株式会社中屋  
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2025 年 1 月 15 日

発行者:第四北越

リサーチ&コンサルティング株式会社

第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社は、貸付人である株式会社第四北越銀行が、借入人である株式会社中屋に実施する SDGs リンク・ファイナンスについて、「サステナビリティ・リンク・ローン原則」<sup>1</sup>および「グリーンローン及びサステナビリティ・リンク・ローンガイドライン」<sup>2</sup>の「サステナビリティ・リンク・ローンに期待される事項」に整合していることを確認した。以下にその評価結果を報告する。

## 1. 借入人の概要

### (1) 事業概要

- 1907 年に初代の中屋仁太郎氏が北海道でのこぎり製造業を始めたことが、株式会社中屋(以下、同社)のスタートである。その後、1961年に二代目・難波太郎氏が新潟県三条市に工場を移転させ、両刃のこぎりの生産を開始した。また、のこぎりの目立て(のこぎりの歯を作るため研削する最も重要な加工)の作業効率化に取り組んでいた難波太郎氏は、過去の研究の成果を活かして「中屋式万能刃摺機」を完成させた。このことにより、従来はヤスリによる手作業で行われていた目立てについて、機械化の第一歩を踏み出した。
- 1967 年に万能刃摺機を改良した全自動刃摺機を発表し、のこぎり業界の機械化に貢献した。同年 2 月に有限会社中屋鋸機械製作所を設立、代表取締役任に難波太郎氏、専務取締役任に難波真人氏が就任し、業容を拡大していった。
- 現在同社は 4 代目の難波真太郎氏が代表を務め、のこぎりの製造・販売、および刃物研磨機や目立機といった刃物加工機械の製造・販売を主力事業として成長を続けている。「のこぎり」という最終消費財を製造するメーカーとして、また「のこぎりを作るためのプロセス設備機械」を製造するメーカーとして、製造過程で使用する生産財から最終商品である消費財までを一貫して製造することができる日本でもほとんど見ることができないメーカーである。

<sup>1</sup> ローン・マーケット・アソシエーション(LMA)、アジア太平洋ローン・マーケット・アソシエーション(APLMA)、ローン・シンジケーション&トレーディング・アソシエーション(LSTA)が策定

<sup>2</sup> 環境省が策定

【同社の製品例(のこぎり)】

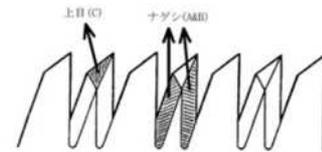


資料：中屋のWebsite [https://www.nakaya-saw.com/product/expert\\_series/](https://www.nakaya-saw.com/product/expert_series/)

【同社の製品例(鋸刃目立機)】



直刃鋸(ストレートソー)専用の目立機です。



木工用鋸刃の「ナグシ目立て」を全自動で行ないます(A・B面を研削します)。

標準タイプは400mmまでの長さの鋸刃を加工できます。

ロングタイプは660mm(26インチ)までの鋸刃を加工することができます。

資料：中屋のWebsite <https://www.nakaya-saw.co.jp/metate/>

(2)社是・コンセプト

同社は「良品を市場に 人を大切にする会社へ」を社是として掲げ、一般に公表している。

また、「のこぎりの歴史は中屋の歴史です。」の言葉のもと、「温故知新」を企業コンセプトとしている。同社は、これまでの実績の積み重ねを大切にするだけでなく、新しい歴史を切り開いてきた。自動目立機や平面研磨機、焼入鋼帯などののこぎりに関する数々の特許を取得するなど業界に新しい風を送り続けている。同社は長年にわたり、のこぎりのための技術革新や機械化に努めており、その技術は日本のみならず世界各地のユーザーからも高く評価されている。

【同社のコンセプト】

のこぎりの歴史は中屋の歴史です。

「温故知新」

資料：中屋のWebsite <https://www.nakaya-saw.com/>

### (3) SDGs 達成に向けた取り組み

同社は以下の「SDGs宣言」を制定し、持続可能な社会実現に向けて、積極的な取り組みを行っていく方針を示している。

#### 【同社の SDGs宣言】



**株式会社 中屋  
SDGs宣言**

株式会社中屋は「良品を市場に 人を大切にする会社へ」という社是のもと、のこぎり製造業者として、SDGsの理念を通じて、誰ひとり取り残さない社会の実現に努めてまいります。

令和5年8月1日  
株式会社 中屋  
代表取締役 難波 眞太郎

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

|                      |              |                   |                 |                      |                 |
|----------------------|--------------|-------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| 1 貧困をなくそう            | 2 飢餓をゼロに     | 3 すべての人に健康と福祉を    | 4 質の高い教育をみんなに   | 5 ジェンダー平等を実現しよう      | 6 安全な水とトイレを世界中に |
| 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに | 8 働きがいも経済成長も | 9 産業と技術革新の基盤をつくろう | 10 人や国の不平等をなくそう | 11 住み続けられるまちづくりを     | 12 つくる責任 つかう責任  |
| 13 気候変動に具体的な対策を      | 14 海の豊かさを守ろう | 15 陸の豊かさを守ろう      | 16 平和と公正をすべての人に | 17 パートナリシップで目標を達成しよう |                 |

持続可能な開発目標 (SDGs) とは、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標で、17の目標と169のターゲットが定められています。

**NAKAYA**

資料：中屋のWebsite <https://www.nakaya-saw.com/resources/images/sdgs.pdf>

【同社の SDGs への取り組み】



# SDGs への取り組み

## 誰もが活躍できる職場環境の実現



- ・ 資格取得サポートなど誰もが能力を発揮できる職場環境の整備
- ・ 業務効率化による残業の少ない職場づくりとワークライフバランス尊重への取り組み
- ・ 全社員の心身の健康維持およびあらゆるハラスメント防止への取り組み
- ・ 女性管理職の登用や同一労働同一賃金の徹底などジェンダーギャップ解消への取り組み

## 豊かな地域社会への貢献



- ・ 積極的な地域人材の雇用と地元企業との取引推進による地域経済活性化への取り組み
- ・ BCP 策定および災害対策シミュレーション等の実施による持続可能な経営への取り組み
- ・ 地場の伝統文化を活かした高品質製品の提供による文化継承等社会課題解決への取り組み

## 持続可能な地球環境への貢献



- ・ 限りある資源をリサイクル活用し地球環境に配慮した企業活動と環境保全への取り組み
- ・ 電力の見える化による温室効果ガス排出量削減のための取り組み
- ・ プラスチックから紙へ資材の見直しや環境配慮型へ切り替えによる環境負担の軽減
- ・ 相手先の環境への取り組みを考慮した原材料の調達や取引先の選定
- ・ 自社周辺の美化活動による持続可能な地域環境への取り組み

## 2. KPI の選定

評価対象の「KPI の選定」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

### (1) KPI の概要

KPI(重要業績評価指標)は、「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」である。同社は自社の温室効果ガスの Scope 1 と Scope 2<sup>3</sup> を算定し、2025 年 7 月期以降の排出量原単位である「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」の数値目標を定め、その達成を通じて企業として地球温暖化の抑制に貢献することを目指すこととする。

### (2) KPI の重要性

#### ① サステナビリティ方針

今後数十年の間に CO<sub>2</sub> およびその他の温室効果ガスの排出が大幅に減少しない限り、21 世紀中に、地球温暖化は 2℃ を超えると予測されており、温室効果ガスの排出を削減することは環境を保全するための最優先課題である。

KPI として定めた「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」を削減することは、SDGs の 17 の目標のうち、具体的には「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」のターゲット「7.2 2030 年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。」や、「13. 気候変動に具体的な対策を」のターゲット「13.1 すべての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性 (レジリエンス) 及び適応の能力を強化する。」の達成に貢献することが期待される。

#### 【SDGs の目標】

| SDGs の目標  | ターゲット   |
|---|---|
|  <p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p> | 7.2 2030 年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。      |
|  <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>      | 13.1 すべての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性 (レジリエンス) 及び適応の能力を強化する。 |

資料: 環境省「すべての企業が持続的に発展するためにー持続可能な開発目標 (SDGs) 活用ガイドー資料編 [第2版]」  
 国連広報センターのウェブサイト [https://www.unic.or.jp/activities/economic\\_social\\_development/sustainable\\_development/2030agenda/sdgs\\_logo/](https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/)

<sup>3</sup> Scope 1: 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出 (燃料の使用、工業プロセス)  
 Scope 2: 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用による間接排出

KPI は同社の取締役会で、その達成状況を定期的に確認・協議するなど、経営陣が適切に管理していく方針にある。

## ②KPIの有意義性

同社が KPI として定めた「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」の削減は、地球温暖化の抑制に貢献する。

地球温暖化は大気中の温室効果ガスの濃度上昇が原因であり、温室効果ガスの排出削減に取り組むことは世界的な課題となっている。2015 年に開催された国連気候変動枠組条約締約国会議 (COP21) では、温室効果ガスの削減に関する国際的な枠組みであるパリ協定が採択され、主要排出国を含む全ての国が排出削減に取り組むことが合意された。

日本国内においても、2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにするカーボンニュートラルと脱炭素社会の実現を目指すことを 2020 年 10 月に政府が宣言している。

温室効果ガスは個人の日常生活や企業の経済活動に伴って排出されるため、あらゆる人々や企業が主体的に取り組む必要があるなか、企業として温室効果ガスの排出削減に積極的に取り組むことは国の目指す脱炭素社会づくりに寄与するものであり、有意義であるといえる。

また同社は、SDGs宣言の中で「持続可能な地域環境への貢献」を掲げており、温室効果ガス排出量削減への取り組みを進めるとしている。このことから同社が目指すべき方向と KPI の内容は合致しており、有意義なものとなっている。

なお、「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」は、定量的に確認できるものである。

## 3. SPTs の設定

評価対象の「SPTs の設定」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

### (1) SPTs の内容

同社は、KPI である「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」の決算期ごとの目標を SPTs に設定した。排出量 (単位: t-CO<sub>2</sub>) を年間売上高 (単位: 百万円) で除した排出量原単位である「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」を指標として使用し、2024 年 7 月期の排出量原単位を基準として、2030 年 7 月期までの以下の目標を設定している。達成目標は決算期 (年度) ごとに設定されており、毎年度の達成状況を見て判定する。

なお、同社は第四北越銀行の協力を得て、SPTs を設定している。

【売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2) の目標値 (SPTs) (白抜きの数値)】

| 決算期              | 売上あたり<br>CO <sub>2</sub> 排出量<br>(Scope 1・2) | 2024 年<br>7 月期比<br>削減率 |
|------------------|---|------------------------|
| 2024 年 7 月期 (実績) | 31.101                                      | —                      |
| 2025 年 7 月期      | 29.795                                      | 4.2%                   |
| 2026 年 7 月期      | 28.489                                      | 8.4%                   |
| 2027 年 7 月期      | 27.182                                      | 12.6%                  |
| 2028 年 7 月期      | 25.876                                      | 16.8%                  |
| 2029 年 7 月期      | 24.570                                      | 21.0%                  |
| 2030 年 7 月期      | 23.264                                      | 25.2%                  |

(2) SPTs の野心性

① 同業他社等との比較

同社は SPTs の設定において温室効果ガスの排出削減に取り組む国際的な枠組みである SBT (Science Based Targets) の認定基準をベンチマークとした削減率をもとに目標を定めている。

SBT は近年、企業が高いレベルで温室効果ガスの排出削減に取り組んでいることを対外的に示す国際スタンダードとなっており、国内でも大企業等を中心に参加する企業が増加している。参加を希望する企業は、自社の削減目標を定めて SBT 事務局より認定を受ける仕組みとなっている。認定の要件は厳しく、自社の直接の排出量 (Scope 1 と Scope 2) では、パリ協定が目指す 1.5°C 目標<sup>4</sup>と整合的な年 4.2%以上の削減の継続が求められる。

同社は自社の排出する温室効果ガス (Scope 1 と Scope 2) について、2024 年 7 月期を基準として 2030 年 7 月期までの 6 年間で 25.2%を削減するとして算定した「年間 CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope 1・2)」を SPTs に設定している。売上あたりの基準ではあるものの、2030 年 7 月期までの 6 年間で年平均 4.2%の削減継続は国際的に高いレベルとされている SBT の水準 (年 4.2%) を同水準であり、同社の SPTs は野心性があると判断できる。

<sup>4</sup>世界が取り組むべき温暖化対策の国際的な枠組みであるパリ協定で合意された産業革命以来の平均気温 2°Cよりも十分低く保ち、1.5°Cに抑えることを目指す目標。

【SBT の要件】

|        |   |
|--------|---|
| 目標年    | 申請時から5年以上先、10年以内の任意年  |
| 基準年    | 2015年以降、最新のデータが得られる年での設定を推奨   |
| 削減対象範囲 | Scope1,2,3排出量<br>ただし、Scope3がScope1~3の合計の40%を超えない場合には、Scope3目標設定の必要は無し   |
| 目標レベル  | 下記水準を超える削減目標を任意に設定<br>■Scope1,2<br>少なくとも年4.2%削減(1.5℃目標と整合性をとる)<br>■Scope3<br>少なくとも年2.5%削減(2℃を十分に下回る目標と整合性をとる) |

資料:環境省「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」発表の資料をもとに当社作成

②達成方法と不確実性要因

同社では、今回の KPI である「売上あたり CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope1・2)」を把握するために CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope1・2) を自社で計測し、SPTs の達成に向けて、太陽光発電設備の導入など使用するエネルギー源の見直しを検討している。また冬場の暖房に使用する灯油使用量の増加が同社の課題となっているため、電気を使用する暖房設備への入替なども併せて検討している。

一方、生産および販売の拡大を目指すなかで、電力を始めとするエネルギー使用量が増加することも想定されているため、省エネ性能の高い機器への入替・更新などでエネルギー使用量を抑制する予定である。今後も先を見据えた迅速な意思決定を重視しながら、不確実な要因に対して対処していく方針である。

(3) KPI・SPTs の適切性

KPI と SPTs の適切性については、第三者機関である第四北越リサーチ&コンサルティングからセカンドオピニオンを取得している。

## 4. ローンの特徴

評価対象の「ローン特性」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

同社は第四北越銀行との間で協議の上、借入条件を決めている。同社は SPTs の達成状況について、報告期限までに第四北越銀行に対し書面にて報告し、目標数値を達成したことが確認できれば、借入期間中に適用される金利が引き下げられることとなっている。

したがって、借入条件と同社の SPTs に対するパフォーマンスは連動しており、SPTs 達成の動機付けとなっている。

## 5. レポートニング

評価対象の「レポートニング」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

同社は SPTs の達成状況を第四北越銀行に対し、年に1回報告することとなっている。SPTs の報告期限までに独立した第三者である第四北越リサーチ&コンサルティングによる検証を受けた上で、SPTs の達成状況が確認できる資料を書面にて第四北越銀行に提出することとなっている。第四北越銀行は、これにより SPTs の達成状況に関する最新の情報を入手できる。

## 6. 検証

評価対象の「検証」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

SPTs の達成状況について、同社は年に1回、第四北越リサーチ&コンサルティングによる検証を受け、その結果を第四北越銀行に書面で報告することとなっている。

第四北越銀行は報告書面の内容から SPTs 達成の判定について評価し、達成した際には金利を引き下げる。

以上

## 第四北越リサーチ&コンサルティング 会社概要

|      |  |
|------|--|
| 社名   | 第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社                  |
| 代表者  | 代表取締役 柴山圭一                             |
| 所在地  | 〒950-0087<br>新潟市中央区東大通2丁目1番18号 だいし海上ビル |
| 業務内容 | 経営コンサルティング事業、経済調査・研究事業、人材育成支援事業        |
| 電話   | 025-256-8110                           |
| FAX  | 025-256-8102                           |

## 留意事項

### 1. 第四北越リサーチ&コンサルティングの第三者意見について

本文書については貸付人が、借入人に対して実施する SDGs リンク・ファイナンスについて、ローン・マーケット・アソシエーション(LMA)、アジア太平洋ローン・マーケット・アソシエーション(APLMA)、ローン・シンジケーション&トレーディング・アソシエーション(LSTA)「サステナビリティ・リンク・ローン原則」、環境省「グリーンローン及びサステナビリティ・リンク・ローンガイドライン」への整合性、準拠性、設定する目標の合理性に対する第三者意見を述べたものです。

その内容は現時点で入手可能な公開情報、借入人から提供された情報や借入人へのインタビューなどで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、当該情報の正確性、実現可能性、将来における状況への評価を保証するものではありません。

第四北越リサーチ&コンサルティングは当文書のあらゆる使用から生じる直接的、間接的損失や派生的損害については、一切責任を負いません。

### 2. 第四北越銀行との関係、独立性

第四北越リサーチ&コンサルティングは第四北越フィナンシャルグループに属しており、第四北越銀行および第四北越フィナンシャルグループとの間および第四北越フィナンシャルグループのお客さま相互の間における利益相反のおそれのある取引等に関して、法令等に従い、お客さまの利益が不当に害されることのないように、適切に業務を遂行いたします。

また、本文書にかかる調査、分析、コンサルティング業務は第四北越銀行とは独立して行われるものであり、第四北越銀行からの融資に関する助言を構成するものでも、資金調達を保証するものでもありません。

### 3. 第四北越リサーチ&コンサルティングの第三者性

借入人と第四北越リサーチ&コンサルティングとの間に利益相反が生じるような、資本関係、人的関係などの特別な利害関係はございません。

### 4. 本文書の著作権

本文書に関する一切の権利は第四北越リサーチ&コンサルティングが保有しています。本文書の全部または一部を自己使用の目的を超えて、複製、改変、翻案、頒布等を行うことは禁止されています。