

セカンドオピニオン

株式会社えびすや
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2025年1月31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えびすやに実施する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」¹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」²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

- 株式会社えびすや(以下、同社)は、木製建具や家具の製造および施工を中心に、室内空間デザインの企画提案などの事業を展開している。

【同社の施工事例(木製建具)】



資料:えびすやのWebsite <https://etos-wood.jp/product/door/>

- 同社は、「SOPIA」という独自ブランドを立ち上げ、ブランド商品の開発・販売を行っている。「SOPIA」というブランド名は、「Solid(重厚感)」と「Pure(純粹無垢)」を掛け合わせたものである。無垢材へのこだわり、木材へのこだわり、材料へのこだわり、質感へのこだわり、健康へのこだわり、快適へのこだわり、安全へのこだわり、コストへのこだわりなど、様々なこだわりの思いを込めたブランドである。

¹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

²環境省が策定

【「SOPIA」シリーズのラインアップ】



SOPIA COLOR
[ソピアカラー]



SOPIA なごみ



GRAND SOPIA
[グランドソピア]

SOPIAシリーズの名前の由来

Solid (重厚感)& Pure(純粋無垢)を略した言葉

Solid

×

Pure

資料:えびすやの Website <https://etos-wood.jp/product/>

- 同社は建具メーカーとして充実した機械設備を備えており、材料仕入から加工・組立・仕上げまで完結できる自社一貫生産体制を実現している。また、新潟県内で唯一の天然木のショールームを展開し、木製建具のほか、壁紙や床材といった生活空間に関わるすべての内装工事をトータルで提案できる体制を整えている。ショールームは天然木のぬくもりや肌触りなどを実際に体感できるスペースとなっており、地域のふれあい拠点としての役割も果たしている。

【同社のショールームの様子】

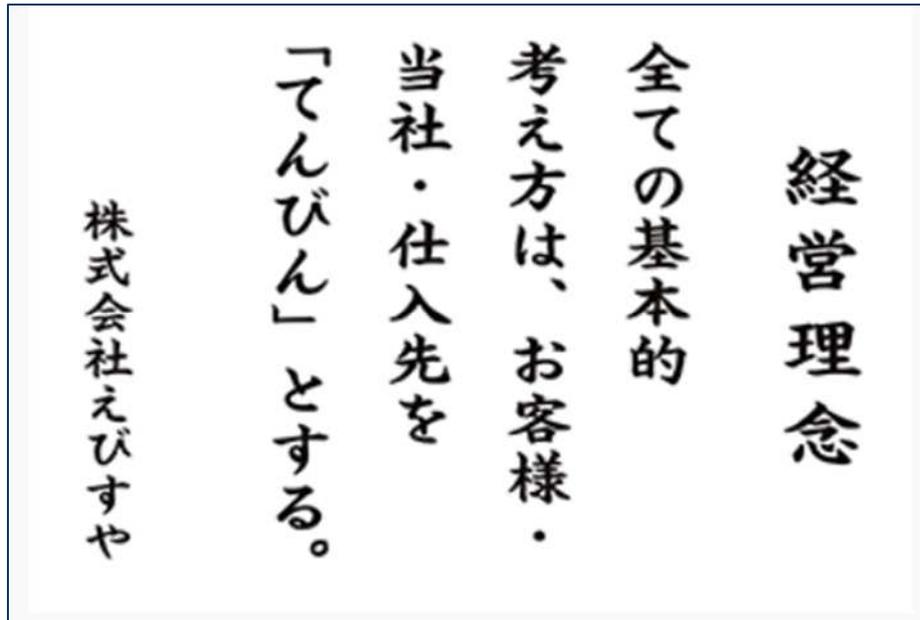


資料:えびすやの Website <https://etos-wood.jp/showroom/>

(2) 経営理念・経営方針

同社は、以下の経営理念を掲げ、一般に公表している。経営理念に示されている「てんびん」には、お客様・同社・仕入先の皆が均等に、満足・発展することを目指す意味を込めている。

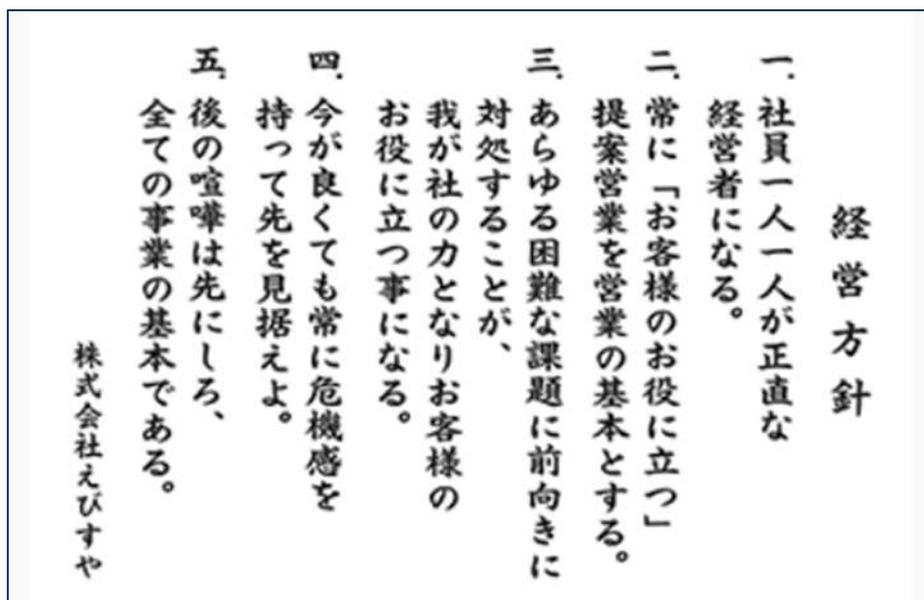
【同社の経営理念】



資料:えびすやの Website <https://etos-wood.jp/company/>

また、上記の経営理念の実現に向けた行動指針として、以下の経営方針を定めている。

【同社の経営方針】



資料:えびすやの Website <https://etos-wood.jp/company/>

(3) SDGs 達成に向けた取り組み

同社は、太陽光発電設備を導入し再生可能エネルギーを活用しているほか、CO₂排出量の可視化ツールを導入して事業活動で生じる温室効果ガスの排出量を把握するとともに、その削減に努めている。このような取り組みは、SDGsの17の目標のなかの「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」や「13. 気候変動に具体的な対策を」に合致する内容となっている。

また同社では、建具製作時の廃材を有効活用している。具体的には、同社の建具製造職人が廃材を利用して、オリジナルの木製小物や家具などを手作りで製作している。それらは他では買えないオンリーワンアイテムとして、同社のショールームの専用コーナーで展示・販売している。このような取り組みは、SDGsの17の目標のなかの「12. つくる責任つかう責任」に合致する内容となっている。

【オリジナル商品販売コーナーの様子】



資料:えびすやの Website <https://etos-wood.jp/showroom/>

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 CO₂ 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 2³を算定し、2026 年 1 月期以降の排出量原単位である「売上あたり CO₂ 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 CO₂ 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 CO₂ 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 Website https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/

³Scope 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 CO₂ 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、主要排出国を含むすべ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、同社は経営理念の中でお客様・同社・仕入先の均等な満足・発展を目指すことを掲げており、同社の成長と脱炭素に向けた取り組みの両方のバランスをとって今後も事業を進めていく方針である。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 CO₂ 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 CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を SPTs に設定した。

排出量 (単位: t-CO₂) 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 CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を指標として使用し、2024 年 1 月期の排出量原単位を基準として、2031 年 1 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 CO₂ 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 CO ₂ 排出量 (Scope 1・2) (単位: t-CO ₂)	2024 年 1 月期比 削減率
2024 年 1 月期 (実績)	7.393	—
2026 年 1 月期	6.772	8.4%
2027 年 1 月期	6.462	12.6%
2028 年 1 月期	6.151	16.8%
2029 年 1 月期	5.841	21.0%
2030 年 1 月期	5.530	25.2%
2031 年 1 月期	5.220	29.4%

(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⁴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 1 月期を基準として 2031 年 1 月期までの 7 年間に排出量原単位ベースで 29.4%を削減するとして算定した「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を定めており、2031 年 1 月期までの目標値を SPTs に設定している。売上あたりの基準ではあるものの、2031 年 1 月期までの 7 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 の水準と同水準であり、同社の SPTs は野心性があると判断できる。

⁴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	Scope 1,2,3排出量 ただし、Scope 3がScope 1~3の合計の40%を超えない場合には、Scope 3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 ■ Scope 1,2 少なくとも年4.2%削減 (1.5℃目標と整合性をとる) ■ Scope 3 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 CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を把握するために、CO₂ 排出量 (Scope 1・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で省エネに努めるとともに、使用するエネルギー源の見直しの検討を開始する予定である。

一方、受注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る。このような状況のなか、同社では省エネ性能の高い機械設備への入替・更新を計画するなど、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「ローンの特徴」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. レポートリング

評価対象の「レポートリング」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 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、現時点での状況进行评估したものであり、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。