

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

評価対象企業：株式会社 F P F

2025年2月28日

埼玉県信用金庫

埼玉縣信用金庫は、株式会社 FPF（以下、「FPF」）に対して、ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施するに当たり、FPF の活動が環境・社会・経済に及ぼすインパクト（ポジティブな影響及びネガティブな影響）を分析・評価しました。

分析にあたっては、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合させるとともに、ESG 金融ハイレベルパネル設置要綱第 2 項（4）に基づき設置された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」に整合させたうえで、中小企業（※）に対するファイナンスに適用しています。

※ 中小企業とは、会社法の定義する大会社以外の企業をいいます

目 次

1. 評価対象のファイナンスの概要
2. 企業概要・事業活動
 - 2.1 基本情報
 - 2.2 沿革
 - 2.3 事業活動
 - 2.4 業界動向
3. サステナビリティ活動
4. 包括的インパクト分析
5. 本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性
6. サステナビリティ管理体制
7. モニタリング
8. 総合評価

1. 評価対象のファイナンスの概要

企業名	株式会社 FPF
借入金額	70 百万円
資金使途	長期事業資金
モニタリング期間	5 年

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

企業名	株式会社 FPF
代表者名	代表取締役 古島 一男
本社所在地	埼玉県羽生市下羽生 1073-1
創業年・設立年	設立 2018 年 8 月
資本金	10 百万円
従業員数 (2024 年 9 月現在)	6 名 (パート社員含む)
事業内容	衣料品の企画・販売
主な取引先	一般顧客 (株)QVC ジャパン)

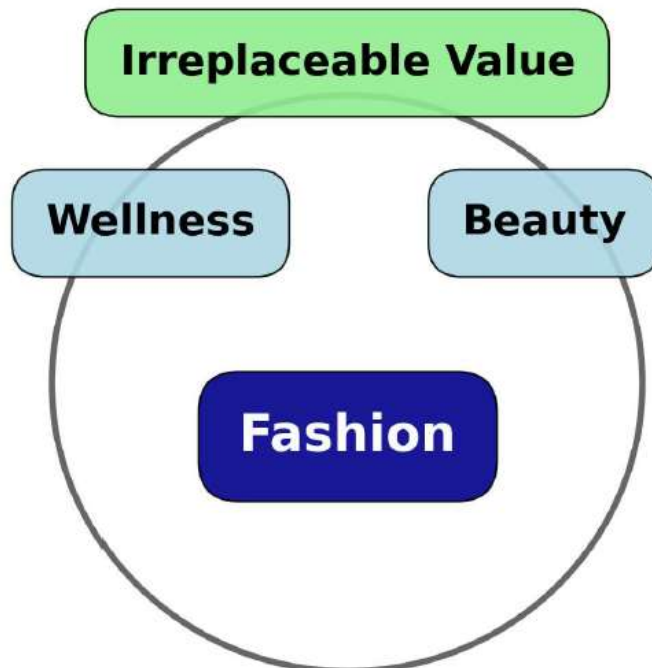
■ 事業拠点

本社	埼玉県羽生市下羽生 1073-1
東京営業所	東京都台東区上野 1-18-9 黒門平成ビル 9 階

■ グループ企業

株式会社ファッションクロスフルシマ (埼玉県羽生市)	衣料用繊維製品の検品・再販加工・縫製・生産支援事業
-------------------------------	---------------------------

■ 企業理念



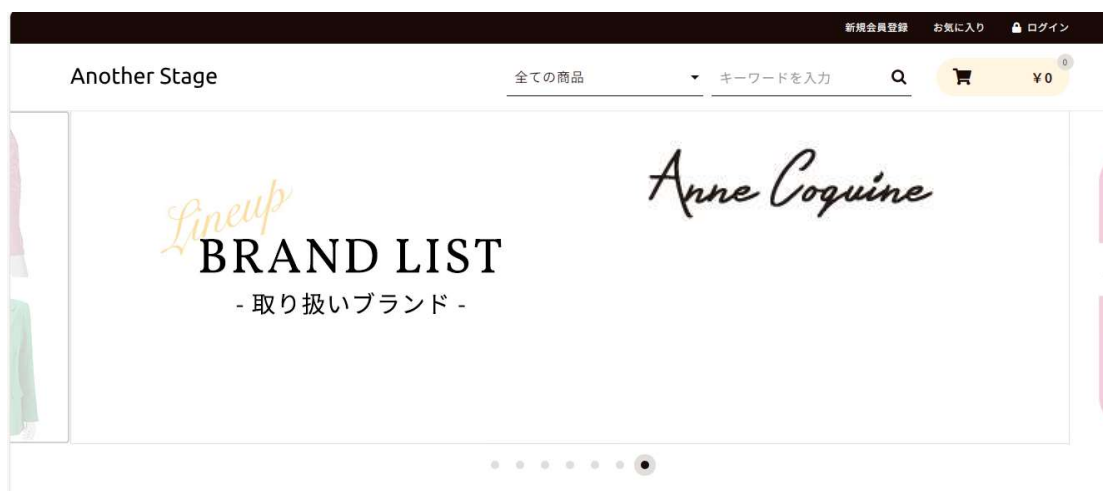
(当社作成)

2.2 事業活動

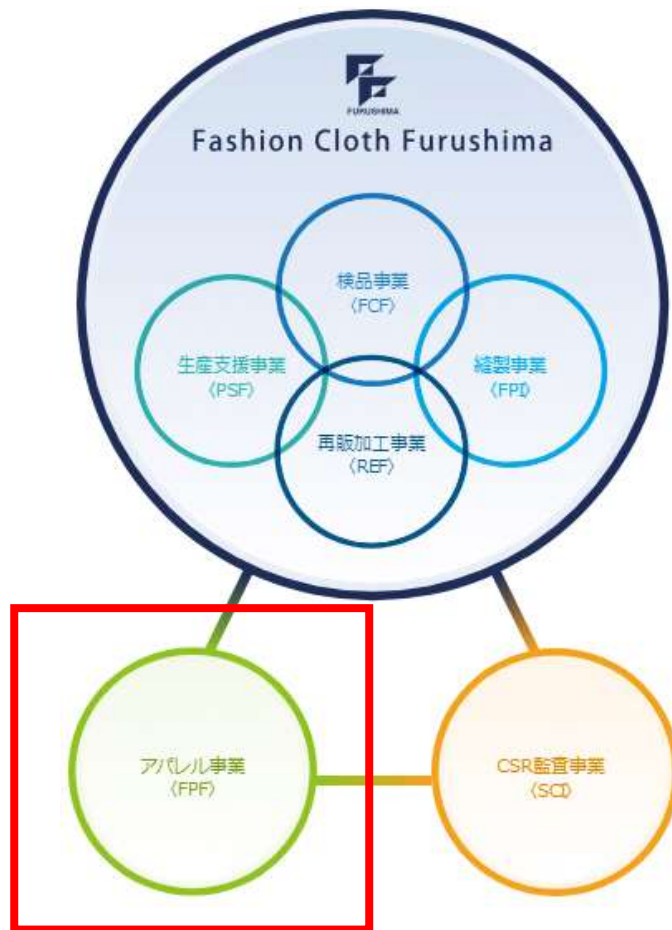
■ 事業概要

FPF はファッションクロスフルシマグループの中で、アパレル製品・ファッション雑貨の販売を行っている。国内有名ブランドのウェア・服飾雑貨などの企画・販売を手掛けている。

主な販路は株式会社 QVC ジャパンが実施しているテレビ通販および EC 販売が中心である。また、当社が独自に運営する EC サイト「Another Stage」を開設しており、一般顧客へのダイレクト販売も徐々に拡大している。



(当社運営 EC サイト「Another Stage」より)



(当社ホームページより)

- ー ファッションクロスフルシマグループの中でも、FPFはアパレル事業を担っている。

■ 主要ブランド

FPF が QVC 向けに企画、販売、流通を手掛けている主要ブランドは以下の通りである。

「PERSON'S」 (パーソズ)

デザイナーである池田ノブオ氏が手掛けるファッションブランドである。

PERSON'S

(製品例)



(ブランドライセンス元より画像提供)

「Anne Coquine」 (アンコキーヌ)

数々の有名ブランド MD を歴任した藤島彩子氏がプロデュースしている。トレンドやファッション性をすり合わせたエレガントでゴージャスな“今”のファッションを提案している。

Anne Coquine

(製品例)



(ブランドライセンス元より画像提供)

■ 製品の特長

▶ デザイン・ターゲット

FPF が手掛ける衣料品のデザインはブランド運営者側のデザイナーが行っており、当社は商品企画及びサプライチェーンにおける指示や管理等が主な役割である。テレビショッピングに出演するゲスト、デザイナー、ブランドマーチャンダイザーで綿密な打ち合わせを行い、通常は2シーズン先の衣料品の企画等を行っている（例：冬の時期であれば翌年の夏物の商品を企画）。

顧客層はブランドごとに異なるが、主なターゲットは最新のファッショントレンドを意識する女性である。

▶ 販売

既述の通り、販路は主に QVC ジャパンのテレビショッピングや通販、EC サイトを通じて販売されている。また、自社で運営している EC サイトでも販売しており、徐々に一般消費者への販売比率も高まっている。

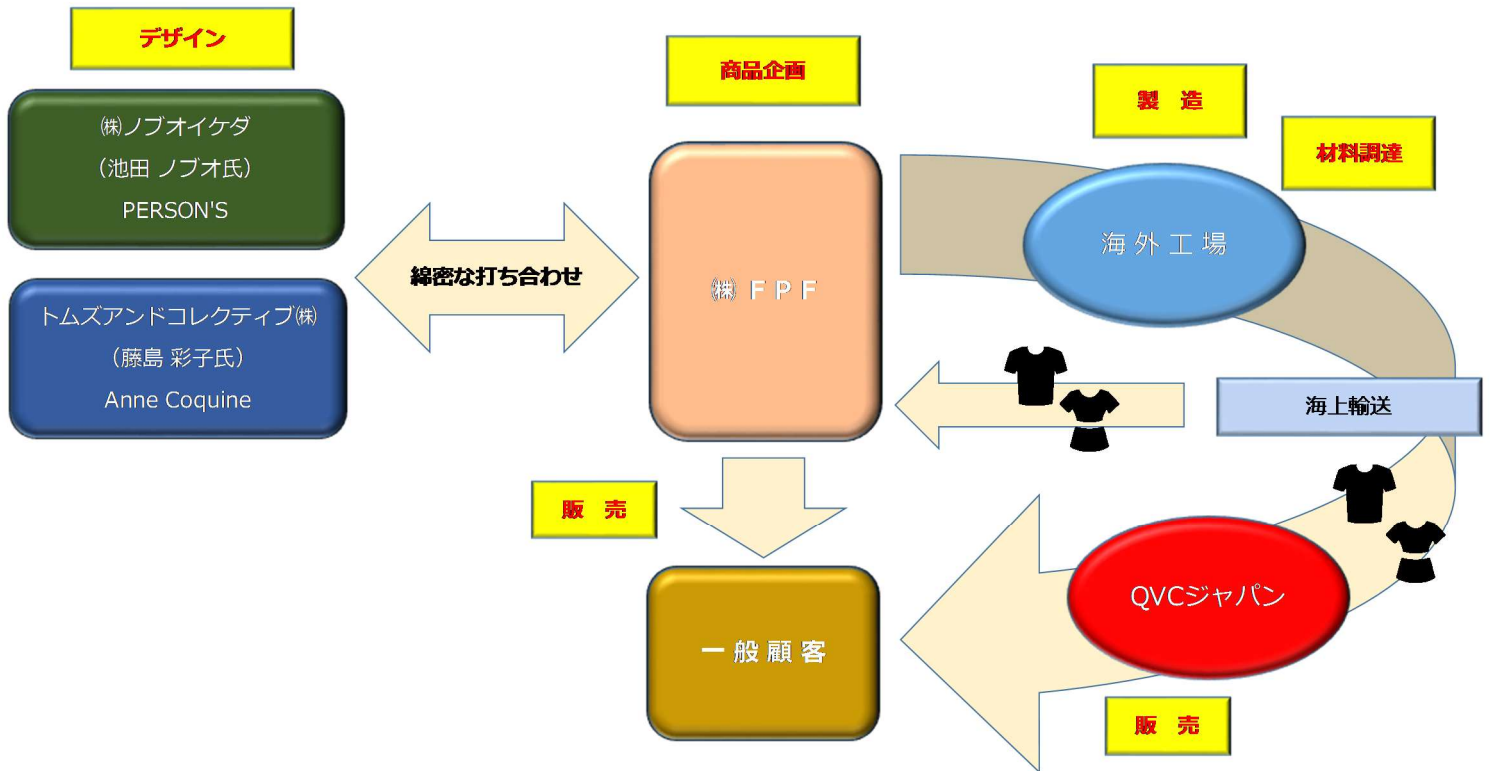
■ 将来に向けた事業方針

FPF では、衣料品の企画・販売を通じて、企業理念を実現すべく、唯一無二のアパレル企業として地位を確立していく方針である。

企業理念に込められた想いは、洗練されたファッションの提供を通じて、当社の衣料品を着用した顧客の気持ちを明るくし、「美容」や「健康」に良いインパクト与えるといった付加価値を提供したいという強い想いである。当社は事業の成長を図ることで企業理念を実現し、社会をより明るくしようと考えている。

■ サプライ・チェーン

図1 サプライ・チェーン



(当社へのヒアリングを基に埼玉縣信用金庫作成)

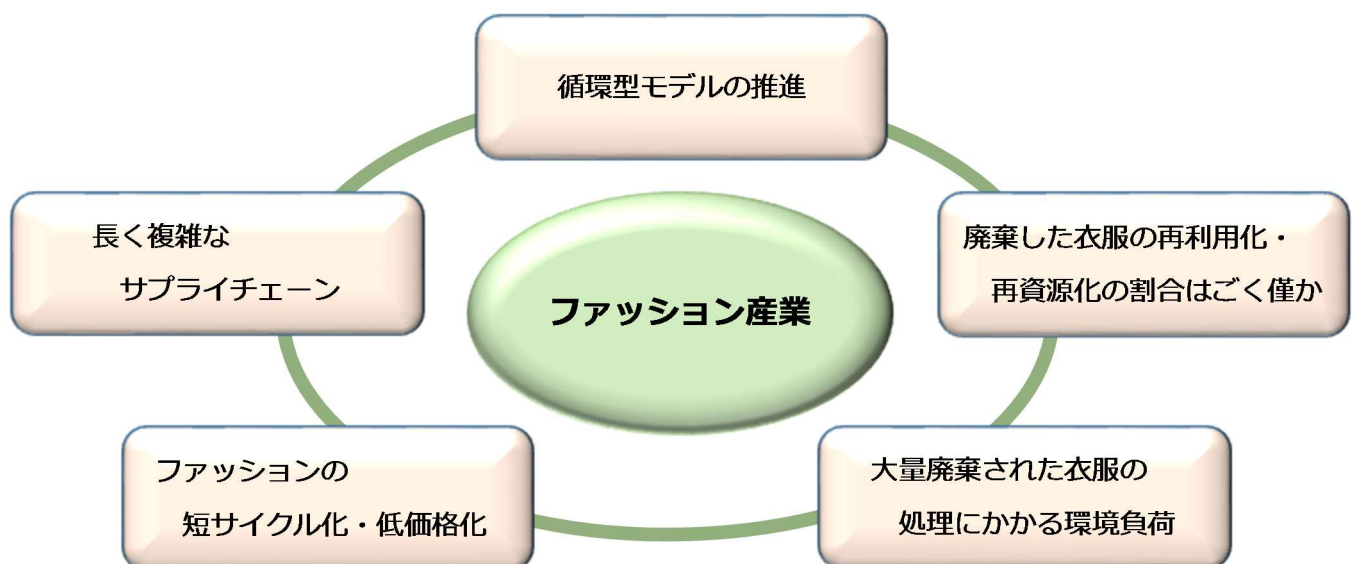
2.4 業界動向

■ ファッション産業を取り巻く状況

環境省によると、ファッション産業は、「大量生産・大量消費・大量廃棄」により製造にかかる資源やエネルギー使用の増加、ライフサイクルの短命化などから環境負荷が非常に大きい産業と指摘され、国際的な課題になっているとしている。（環境省「サステナブルファッション」サイトより引用）

持続可能なファッション（サステナブルファッション）の取組は徐々に浸透しているものの、未だ発展途上にあり、ファッション産業全体では以下のような課題がみられると環境省は整理している。

図2 ファッション産業を取り巻く持続可能性に関する課題



（環境省「サステナブルファッション」サイトを基に埼玉縣信用金庫作成）

環境省の「サステナブルファッション」サイトでは、主な課題を図の通り整理している。各課題について以下に内容を記載する。なお、記載内容は同サイトに記載されている内容をもとに埼玉縣信用金庫がまとめたものである。

▶ 長く複雑なサプライチェーン

ファッション産業では、原材料の調達、生地・衣服の製造、輸送から廃棄に至るまで、各段階で環境に影響を与えている。海外における生産段階では、数多くの工場や企業によって分業化されているため、環境負荷の実態や全容の把握が困難である。

▶ ファッションの短サイクル化・低価格化

日本における衣服の需給をみると、30年前に比べ需要は横這いであるのに対し、供給は1.8倍に増加、価格は年々安くなっている。大量生産・大量消費が拡大しているといえ、衣服のライフサイクルの短期化による大量廃棄への流れが懸念されている。

▶ 廃棄した衣服の再利用化・再資源化の割合はごく僅か

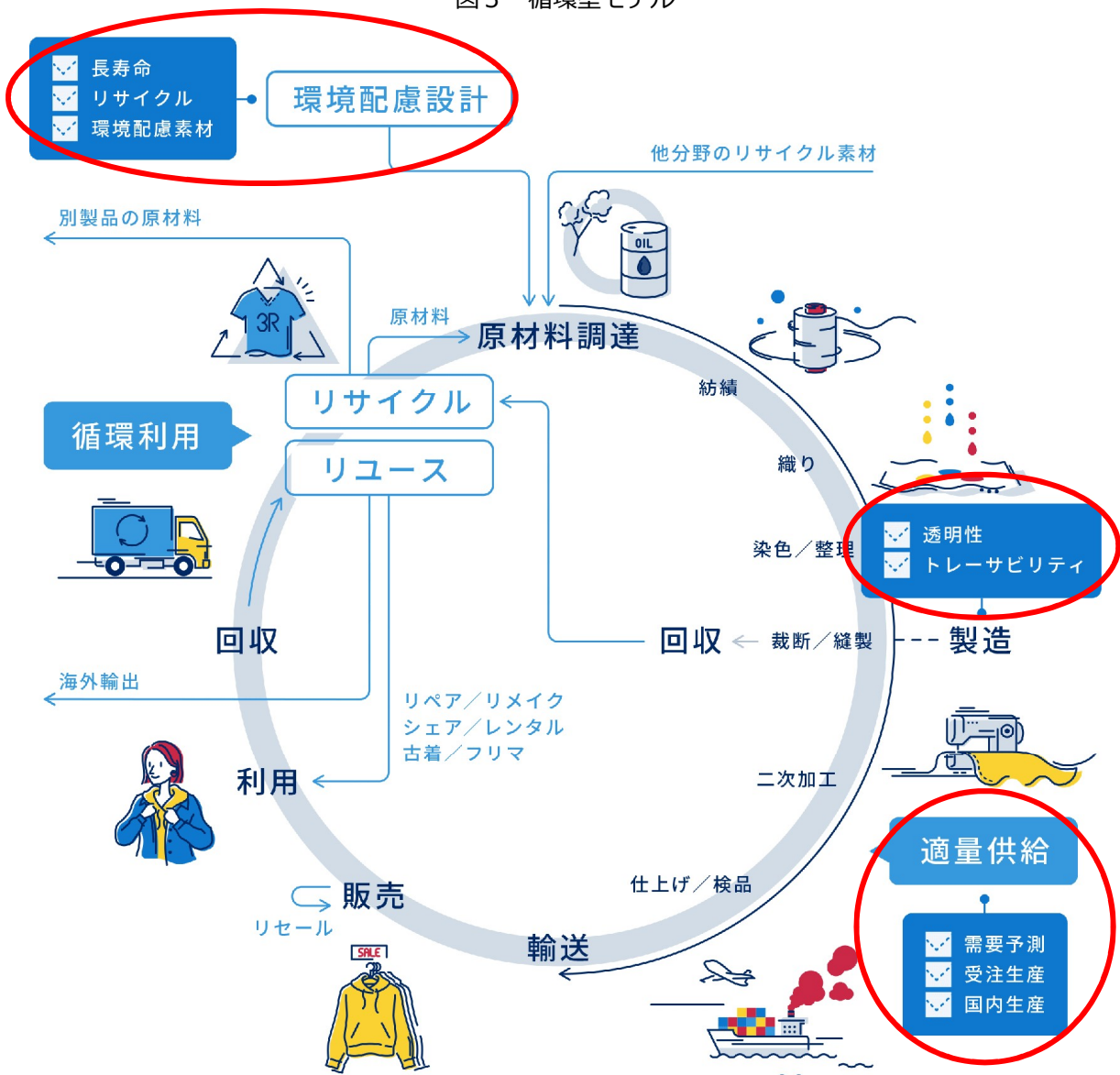
日本では、廃棄された衣服の66%がごみとして廃棄されている。理由としては「手間や労力がかからないから」が最も多い。リサイクルやリユース（海外輸出含む）といった再活用（循環）される割合は34%であり、手間や労力をかけずに消費者にもメリットがある形で再利用・資源化を促していく必要がある。

▶ 大量廃棄された衣服の処理にかかる環境負荷

衣服がごみとして出された場合、再資源化される割合は5%程で、残る95%はそのまま焼却・埋め立て処分される。その量は年間45万トンであり、大型トラック120台分を毎日焼却・埋め立てしている計算になる。

▶ 循環型モデルの推進

図3 循環型モデル



(環境省「サステナブルファッションサイト」より)

■ EC 販売

日本における電子商取引は下表の通り年々拡大の一途を辿っており、「衣類・服飾雑貨等」の BtoC-EC 市場規模や EC 化率も同様に拡大している。「衣類・服飾雑貨等」の EC 化率は 23% 程度と拡大の余地はあり、今後もさらに EC 市場規模は拡大するものとみられる。

図 4 BtoC - EC 市場規模の経年推移

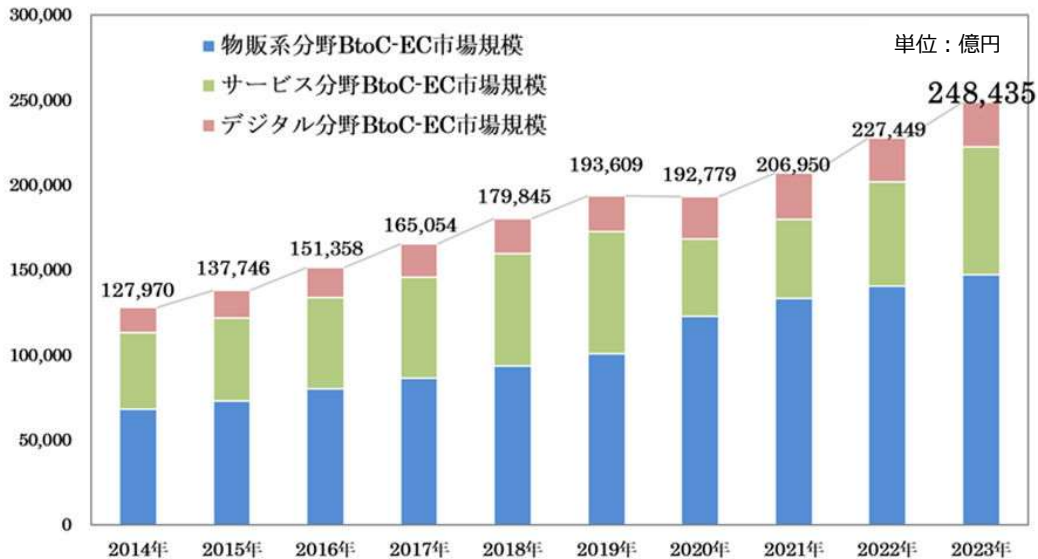


図 5 物販系分野の BtoC-EC 市場規模

分類	2022年		2023年	
	市場規模 (億円) <small>(前年比)</small>	EC化率	市場規模 (億円) <small>(前年比)</small>	EC化率
① 食品、飲料、酒類	27,505 (9.15%増)	4.16%	29,299 (6.52%増)	4.29%
② 生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	25,528 (3.84%増)	42.01%	26,838 (5.13%増)	42.88%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	18,222 (4.02%増)	52.16%	18,867 (3.54%増)	53.45%
④ 化粧品、医薬品	9,191 (7.48%増)	8.24%	9,709 (5.64%増)	8.57%
⑤ 生活雑貨、家具、インテリア	23,541 (3.47%増)	29.59%	24,721 (5.01%増)	31.54%
⑥ 衣類・服装雑貨等	25,499 (5.02%増)	21.56%	26,712 (4.76%増)	22.88%
⑦ 自動車、自動二輪車、パーツ等	3,183 (5.55%増)	3.98%	3,223 (1.26%増)	3.64%
⑧ その他	7,327 (5.22%増)	1.89%	7,391 (0.87%増)	1.91%
合計	139,997 (5.87%増)	9.13%	146,760 (4.83%増)	9.38%

(図 4、5 とともに経済産業省「令和 5 年度電子商取引に関する市場調査」より)

3. サステナビリティ活動

FPF では、SDGs の達成に貢献すべく様々な取組を行っている。ファッション業界は SDGs への取組が他産業と比べ遅れていると指摘されており、「エシカル（倫理的）かつサステナブル（持続可能なファッション）」への転換及び着実な浸透が必要不可欠である。

当社は自社の取組を通じて、顧客に対して価値あるファッションの提供を行っているほか、持続可能なファッション産業の実現を図っている。

【環境面】

■ 環境に配慮した素材の採用

FPF は衣料品の商品企画の際に、環境に配慮した素材を採用している。

現在は「SOLOTEX」（帝人フロンティア商標登録素材）を使用した商品企画を行っているが、SOLOTEX は構成するポリマーの一部に植物由来原料を使用しており、その割合は全ポリマーの 37% に及ぶ。これにより新たな化石資源の消費を抑え、温室効果ガスの低減にも貢献するなど、環境にやさしい素材である。

また、SOLOTEX はシワになりにくく型崩れに強い、という特性を持っている。洗濯やタンブラー乾燥を繰り返しても伸び縮みが少なく、寸法安定性に優れており、消費者が長く着られる“長寿命”という特長がある。

図 3 「循環型モデル」で環境省から指摘されている通り、今後ファッションのサーキュラリティを高めるためにも、環境配慮素材の使用や、長寿命といった“環境に配慮した設計”は重要な要素となる。当社は SOLOTEX を自社商品に採用することにより環境にやさしい服作りを図っている。

▶ SOLOTEX の特長

SOLOTEX は従来の素材であるポリエステルやナイロンでは表現できなかった、ソフトな風合いやストレッチ、発色の良さ等が実現できる素材である。SOLOTEX は以下の 7 つの大きな特長がある。これは、繊維がらせん状の特異な分子構造から生み出されている。SOLOTEX は、あらゆるものの着心地や使い心地を快適にする、無限の可能性を秘めた繊維であるとしている。

（帝人フロンティア、SOLOTEX サイトより）

- ① Soft & Smooth きわだつソフト感と、心地よいなめらかさ
- ② Form Stability いつまでも続く、美しいシルエット
- ③ Comfortable Stretch 快適なストレッチ性でストレスフリー
- ④ Harmonize 他の繊維と調和しやすく、広がる可能性
- ⑤ Rebound ふんわり弾む、最高のクッション性
- ⑥ Deep & Rich Color 深みのある鮮やかな色彩が長持ち
- ⑦ Ecology 植物由来の原料で、環境にもやさしく

■ 適量供給に向けた取組

FPF は正確な受注予測に基づき商品の生産量を決定している。「大量生産・大量消費・大量廃棄」といった現状のファッション産業の課題とは一線を画しており、「適量生産・適量消費」を実現している。

しかしながら当社商品のうち一定数が販売できず、在庫となる商品が存在するが、当社は在庫として保有する商品を廃棄処分することはせず、販売先での季節末の割引販売や、福袋等での販売、グループ会社含めファミリーセールを年数回開催するなど、創意工夫を心掛けており、**“廃棄ゼロ”を実現**している。

廃棄ゼロを実現できる要因は、**“正確な受注予測”** 及び **“創意工夫した販売”** によるものであるが、受注予測については、これまで蓄積されてきた受注データや色・サイズ別の販売数量データ等を基に予測している。予測の精度は徐々に向上しており、廃棄を減らすことは当社の業績にもプラスであることから、引き続き受注予測の精度向上を図るとともに、廃棄のない衣料品販売を推進している。

■ 再販加工の取組

FPF は販売した商品が返品された際、グループ企業であるファッションクロスフルシマに再販加工を依頼している。再販加工とは、返品された商品を再度 A 品（品質条件を満たしている正規の商品）として再販売できるよう、衣料品を再生させる加工をいう。当社では返品された商品を再販加工することで、廃棄することなく販売に回すことができ、結果的に廃棄物削減に繋げている。

■ 不良品の取扱い

FPF は上述の通り受注予測に基づいた適量生産を行い、“廃棄ゼロ”を実現しているが、少量ではあるものの不良品が検品時の見逃し等で混入する場合がある。通常不良品は販売することができないため、死蔵在庫となる（現状では不良品を在庫として保管しており廃棄はしていない）が、当社では不良品を活用する形で、地域社会に貢献する施策や仕組みを検討している。

【社会面】

■ 顧客データの取り扱い

FPF の主な販路は QVC ジャパンを通じたテレビ通販、EC 販売であるが、自社独自の EC サイト「Another Stage」を運営している。当 EC サイトでは顧客情報を多く取り扱うことから、情報の取り扱いには特に注意している。

当社は個人情報の取り扱いについて社内外に示すため、また、社員の個人情報の取り扱いに関する意識向上を図るため、一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）が実施するプライバシーマーク（※）を取得している。当該マークは「個人情報を適切に管理している」と評価された事業者が使用できるものであり、日々、個人情報の保護・管理に取り組んでいることを示すものである。当社は顧客データは十分注意して取り扱うよう徹底している。

※プライバシーマーク制度

プライバシーマーク制度は、日本産業規格「JIS Q 15001 個人情報保護マネジメントシステム—要求事項」に準拠した「プライバシーマークにおける個人情報保護マネジメントシステム構築・運用指針」に基づいて、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を評価して、その旨を示すプライバシーマークを付与し、事業活動に関してプライバシーマークの使用を認める制度



■ 健康経営の取組

FPF では、少数精鋭の会社運営を実践しており、一番の強みは何よりも人（社員）である。社員が能動的かつ積極的に事業に関与し、やりがいや幸福感を感じつつ活躍できるよう、健康経営への取組を進めている。

当社では産前産後休暇や育児休暇は制度として規定されており、既に利用実績もある。また、家庭の事情等がある場合は労働時間の短縮や、休暇の取得がしやすい社内風土となっており、社員個々の事情に合わせた柔軟な働き方が実現されている。

▶ 時間外労働

FPF では少数精鋭による会社運営のため、直近 1 年間における正社員の時間外労働は月平均で 20 時間である。当社事業が着実に成長・拡大してきたため、社員一人あたりの業務負担が徐々に増加していたことから、時間外労働は業種平均より多くなっているが、今後は業務効率化を進めることで、事業の成長を図りつつ時間外労働の抑制を図る方針である。

時間外労働（正社員・月平均） 2024 年 1 月 ～2024 年 12 月	20 時間	業種平均(※) 11.4 時間
---	--------------	--------------------

※ 厚生労働省「毎月勤労統計調査」（令和 5 年度分確報）卸売業、小売業 - 一般労働者

▶ 有給休暇の取得推進

直近 1 年間における年間有給休暇取得率は 40%と、少数精鋭の運営でということもあり、現状では法定の有給休暇取得程度に留まっている。今後も事業の成長・拡大に伴い、社員一人ひとりの業務負担は増加が見込まれるが、人員の増加や業務効率化により、有給休暇を少しでも多く取ることができるよう図っていく方針である。

有給休暇取得率（正社員 1 人あたり平均） 2024 年 1 月 ～2024 年 12 月	40%	業種平均(※) 55.5%
--	------------	------------------

※ 厚生労働省「令和 5 年就労条件総合調査」卸売業、小売業

【経済面】

■ 他企業と連携した事業成長

FPFは図1「サプライ・チェーン」で示した通り、様々な企業と連携しつつ顧客に衣料品の提供を行っている。企画・生産・販売の各段階において、他企業との連携は必要不可欠であり、“共栄”を基本とした事業運営を行っている。

当社の事業は着実に成長しており、今後も協力会社など他企業と連携を取りながら、自社商品の販売拡大や事業のさらなる成長を企図している。当社の成長は、当社のステークホルダーにも好影響を与えられ、また、将来的には当社における雇用機会や賃金増加にも貢献するとみられる。

4. 包括的インパクト分析

埼玉縣信用金庫は、所定の手続きに従い、FPFのインパクトを分析・評価するにあたり、第一に UNEP FI のインパクトレーダーによりインパクトエリア及びトピックを確認した。

■ UNEP FI のインパクトレーダーにより特定したインパクト

国際標準産業分類	通信販売またはインターネットによる小売販売
----------	-----------------------

	インパクトエリア	インパクトトピック		
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	自然災害	
	健康および安全性			
	資源とサービスの 入手可能性、 アクセス可能性、 手ごろさ、品質	水	食糧	住居
		健康と衛生	教育	エネルギー
		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	市民的自由	法の支配	
	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			
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		

(黄：ポジティブ増大 青：ネガティブ緩和 緑：ポジティブ/ネガティブ双方 のインパクトエリア/トピックを表示)

次に FPF の事業活動及び個別要因を加味し、インパクトの除外・追加を実施した。

■ FPF の事業活動及び個別要因を加味したインパクトの特定

「零細・中小企業の繁栄」

中小企業の発展を損なう可能性があることからネガティブ・インパクトが抽出されているが、ファッション産業において通信販売やインターネット販売（EC）は拡大傾向にあり、多くの企業が手掛けていることから、他の中小企業の発展を阻害するものではないといえるため、ネガティブを削除する。

「社会的保護」

FPF は、社会保険や労働保険に適正に加入していること、また、通勤手当も支給しているほか、制度として産前産後休暇や育児休暇を規定し利用実績もあること、かつ社員を一番に考え、社員の働きやすさや幸福感を追求していくことに取り組んでおり、十分にネガティブ・インパクトの抑制が図られていることからネガティブを削除する。

「賃金」

FPF では、社員に対する適正な賃金の設定や安定した収入確保に取り組んでいることから、ポジティブを削除する。

「資源強度」

FPF は、限りある資源の利用について、アパレル企業として事業との関連性が深いことから、ネガティブを追加する。

「資源強度」、「廃棄物」

FPF は、環境に配慮した素材を採用した衣料品の企画や販売を行っており、一般的な衣料品と比べ長寿命の衣料品販売を通じて、当社の顧客にとって衣料品のライフサイクルの長期化に貢献することから、「資源強度」及び「廃棄物」のポジティブを追加する。

■ UNEP FI のインパクトレーダー及び FPF の事業活動、個別要因を加味して特定したインパクト一覧

インパクトエリア / トピック	ポジティブ・インパクト (ポジティブ増大)	ネガティブ・インパクト (ネガティブ緩和)
データプライバシー		●
健康および安全性		●
雇用	●	
零細・中小企業の繁栄	●	
資源強度	●	●
廃棄物	●	●

■ インパクトエリア／トピックに対し貢献する取組

各インパクトエリア／トピックに対して、ポジティブ・インパクトの増大や、ネガティブ・インパクトの低減に貢献する当社の取組内容は以下の通りである。取組 No.①～④については KPI を設定する。なお、取組 No.⑤については KPI を設定しないが、その理由については後述する。

No.	取組内容	特定したインパクトの項目
①	環境に配慮した素材の採用率向上	ポジティブ・インパクト「資源強度」 「廃棄物」 ネガティブ・インパクト「資源強度」
②	プライバシーマークの取得維持	ネガティブ・インパクト「データプライバシー」
③	働きやすい雇用環境の整備	ネガティブ・インパクト「健康および安全性」
④	事業の成長及び雇用の確保	ポジティブ・インパクト「雇用」 「零細・中小企業の繁栄」
⑤	廃棄ゼロの実現	ネガティブ・インパクト「廃棄物」

5. 本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性

①環境に配慮した素材の採用率向上

項目	内容
インパクトの種類及び インパクトエリア/トピック	ポジティブ・インパクト「資源強度」「廃棄物」 ネガティブ・インパクト「資源強度」
取組の方針及び内容	・環境に配慮した素材である「SOLOTEX」について、当社商品への採用率をさらに増加させる。
設定する KPI（経営目標）	・ SOLOTEX の当社商品採用率（2030 年） 20%

FPF では、衣料品の生産にあたり、限りある資源の使用抑制を図り、環境面への影響を減らすべく、環境に配慮した素材である「SOLOTEX」の採用を積極的に進めていく方針である。

SOLOTEX は限りある資源の消費を抑えるほか、シワになりにくく型崩れに強いという特性から“長寿命”という特長がある。以上より、資源の使用量の抑制・廃棄物の削減に貢献すると考えられる。


現状では SOLOTEX の採用率は全体の 6%であるが、2030 年には 20%への採用率増加を企図している。

【SOLO TEX 採用率】

年度	2024 年 実績	2025 年 目標	2026 年 目標	2027 年 目標	2030 年 目標
採用率	6%	10%	12%	15%	20%

※ 採用率は、当社の衣料品全体の売上のうち、SOLO TEX を使用した衣料品の売上の割合で算出


▶ 関連する SDGs の 17 のゴールと 169 のターゲット

関連する SDGs	ターゲット	内容
	12.5	2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

②プライバシーマークの取得維持

項目	内容
インパクトの種類及びインパクトエリア/トピック	ネガティブ・インパクト「データプライバシー」
取組の方針及び内容	・プライバシーマークを取得することで、顧客データの取り扱いについてきちんとしていることを社内外に示すとともに、社員に意識付けを行っているが、当該プライバシーマークは2年ごとに更新が必要であり、 <u>プライバシーマークの取得を維持</u> する。
設定する KPI（経営目標）	・ <u>プライバシーマークの取得維持</u>

▶ 関連する SDGs の 17 のゴールと 169 のターゲット

関連する SDGs	ターゲット	内容
	16.10	国内法規及び国際協定に従い、情報への公共アクセスを確保し、基本的自由を保障する。

③働きやすい雇用環境の整備

項目	内容
インパクトの種類及びインパクトエリア/トピック	ネガティブ・インパクト「健康および安全性」
取組の方針及び内容	・業務内容見直しや、業務効率化を図り、 時間外労働を抑制 するとともに、 有給休暇の取得率を向上 させる。
設定する KPI（経営目標）	・ 2030 年における社員一人当たりの月平均時間外労働 15 時間未満 ・ 2030 年における社員一人当たりの有給休暇取得率 50%以上


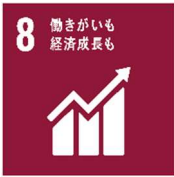
【社員一人当たり月平均時間外労働の計画値】

年度	2024 年 実績	2025 年 目標	2026 年 目標	2027 年 目標	2030 年 目標
月平均 時間外労働	20 時間	19 時間未満	18 時間未満	17 時間未満	15 時間未満

【社員一人当たり年間有給休暇取得率の計画値】

	2023 年 実績	2024 年 見込	2025 年 目標	2026 年 目標	2030 年 目標
有給休暇 取得率	40%	42%	44%	46%	50%

▶ 関連する SDGs の 17 のゴールと 169 のターゲット

関連する SDGs	ターゲット	内容
 <p>3 すべての人に健康と福祉を</p>	3.4	2030 年までに、非感染性疾患による若年性死亡率を、予防や治療を通じて 3 分の 1 減少させ、精神保健及び福祉を促進する。
 <p>8 働きがいも経済成長も</p>	8.5	2030 年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。

④事業の成長及び雇用の確保

項目	内容
インパクトの種類及びインパクトエリア/トピック	ポジティブ・インパクト「雇用」 「零細・中小企業の繁栄」
取組の方針及び内容	<ul style="list-style-type: none"> ・協力会社と連携しながら、さらなる事業の成長を図り、当社の商品を広めていく。 ・事業の成長を図るためには人材を増やしていく必要があるため、毎年1名以上新規に雇用する。
設定する KPI（経営目標）	・2030年まで、毎年の新規採用者数1名以上


FPF は、設立してから6年が経過したところであり、現在成長段階にある。これまでは少数精鋭の人員にて経営を行ってきたが、今後さらなる事業の成長を図る方針である。当社の事業が成長することで、当社社員にも賃金をはじめとするプラスの影響があるのは勿論のこと、これまで連携してきた協力会社にも直接的にプラスの影響が出るものと思われる。

当社では、さらなる成長を図るため、人員の確保が重要だと考えており、以下の通り KPI を設定する。

【雇用者数の計画値】

年度	2025年 雇用目標	2026年 雇用目標	2027年 雇用目標	2030年 雇用目標
新規雇用者数	1名以上	1名以上	1名以上	1名以上

▶ 関連する SDGs の 17 のゴールと 169 のターゲット

関連する SDGs	ターゲット	内容
	8.3	生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。
	8.6	2020年までに、就労、就学及び職業訓練のいずれも行っていない若者の割合を大幅に減らす。

なお、以下の取組は、インパクトとして特定しているが、下記理由から KPI は設定していない。

No.	取組内容	インパクト	KPI を設定しない理由
⑤	廃棄ゼロの実現	NI「廃棄物」	様々な施策やイベント開催を通じて、在庫の廃棄ゼロを実現しているほか、不良品についても廃棄しないよう施策の企画・検討を行うなど、着実に取り組んでいるため。

※ PI : ポジティブ・インパクト NI : ネガティブ・インパクト

6. サステナビリティ管理体制

FPF では、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに取り組むにあたり、代表取締役 古島 一男氏を最高責任者として、自社の事業活動とインパクトリーダー、SDGs における貢献などとの関連性について検討した。ポジティブ・インパクト・ファイナンス実行後も、FPF は以下の通りの管理体制にて、全従業員が一丸となって KPI の達成に向けた活動を進めていく。

【サステナビリティ管理体制】

(最高責任者) 代表取締役 古島 一男
 (プロジェクトリーダー) 同上

7. モニタリング

ポジティブ・インパクト・ファイナンスに取り組むにあたり設定した KPI の進捗状況は、FPF と埼玉縣信用金庫が年 1 回以上の頻度で話し合う場を設け、その進捗状況を確認する。モニタリング期間中は、埼玉縣信用金庫は KPI 達成のため適宜サポートを行う予定であり、事業環境の変化等により KPI を見直す必要がある場合は、FPF と埼玉縣信用金庫による協議のうえ、再設定を検討する。

8. 総合評価

本件は UNEP FI の「ポジティブ・インパクト金融原則」に準拠した融資である。FPF は、上記の結果、本件モニタリング期間を通じてポジティブ・インパクトの発現とネガティブ・インパクトの低減に努めることを確認した。また、埼玉縣信用金庫は年に 1 回以上その成果を確認する。

本評価書に関する重要な説明

- ・本評価書は、FPF から供与された情報と、埼玉縣信用金庫が独自に収集した情報に基づく現時点での計画または状況に対する評価で、将来におけるポジティブな成果を保証するものではありません。また、埼玉縣信用金庫は本評価書を利用したことにより発生するいかなる費用または損害について一切責任を負いません。
- ・本評価を実施するにあたっては、国連環境計画・金融イニシアティブ（UNEP FI）が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」および「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合させるとともに、ESG 金融ハイレベルパネル設置要綱第2項（4）に基づき設置された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」に整合させながら実施しています。なお、株式会社日本格付研究所から、ポジティブ・インパクト・ファイナンスに関する第三者意見書の提供を受けています。

<評価書作成者及び本件に関するお問い合わせ先>

埼玉縣信用金庫

地域創生部 事業ソリューショングループ

主任推進役 田口 和彦

〒 330-0061

埼玉県さいたま市浦和区常盤 5-15-15

TEL : 048 - 526 - 1111 (代)

FAX : 048 - 711 - 8130