

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：金鶴食品製菓株式会社



2025年3月28日

埼玉県信用金庫

地域創生部

埼玉縣信用金庫は、金鶴食品製菓株式会社（以下、「金鶴食品製菓」）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、金鶴食品製菓の活動が環境・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」に整合させたくうえで、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 組織体制
 - 2.4 経営理念・方針
 - 2.5 事業活動
 - 2.6 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	金鶴食品製菓株式会社
借入金額	100 百万円
資金使途	長期事業資金
モニタリング実施時期	5 年

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

企業名	金鶴食品製菓株式会社
代表者名	代表取締役 金鶴 友昇
本社所在地	東京都足立区島根 2-11-11
創業年・設立年	創業 1945 年 設立 1963 年
資本金	30 百万円
従業員数 (2024 年 12 月末現在)	214 名 (非正規社員含む)
事業内容	ナッツ、ドライフルーツ加工品の製造・販売
加入団体	日本ナッツ協会
主要取引先	<販売先> 株式会社エコライフフーズ 株式会社デルタインターナショナル 株式会社なとり 株式会社丸味食品 他 <仕入先> 大信実業株式会社 神栄株式会社 株式会社デルタインターナショナル 富永貿易株式会社 他

事業拠点	本社 (東京都足立区島根 2-11-11) 八潮工場 (埼玉県八潮市浮塚 923-1) 八潮第二工場 (埼玉県八潮市大曾根 1553-1) 直営店 K-nuts (埼玉県八潮市大瀬 6-1-6 BiVi 八潮 1F) クリーンリフレ工場 (埼玉県八潮市浮塚 590-1)
グループ会社	株式会社金鶴ホールディングス (埼玉県八潮市浮塚 923-1) 事業内容：持株会社
	株式会社サークルメイト (埼玉県八潮市浮塚 923-1) 事業内容：人材派遣

八潮工場



八潮第二工場



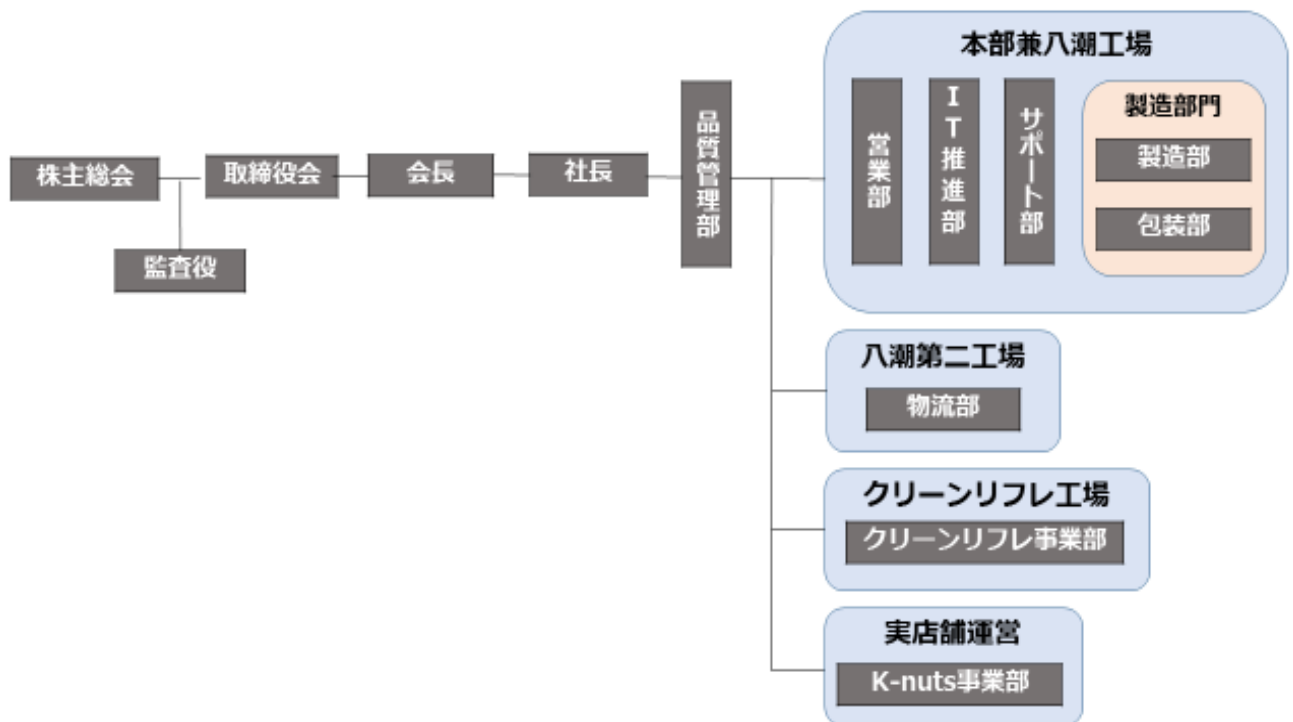
2.2 沿革

1945年	創業者である金鶴吉次氏が東京都足立区千住東町に於いて、主に煎餅の製造業を開始。 戦後の映画ブームに乗り、劇場・映画館等の売店に納入を任せられ、菓子類・ピーナッツの販売を開始。
1956年	米菓子の製造を開始。東京都荒川区尾久に米菓工場として第二工場を設ける。
1959年	販売先の拡大、取扱い商品の増加にともない、工場を集約し東京都足立区へ移転。
1963年	金鶴食品製菓株式会社として株式組織に変更。
1965年	卸売業者や珍味問屋などへ販売拡大にともない、米菓子・砂糖菓子製造部門を、カシューナッツ・アーモンド・ピスタチオなどの木の実加工品の製造に転換。
1975年	菓子・食品・飲料品・生鮮品・日用品の卸売業を開始。
1988年	金鶴一男氏が代表取締役に就任。
2012年	金鶴友昇氏が代表取締役に就任。 新工場建設のため、埼玉県八潮市浮塚に工場用地取得。
2013年	新工場建設開始。
2014年	八潮工場稼働開始。
2017年	八潮第二工場建設のため、埼玉県八潮市大曾根に工場用地取得。 八潮第二工場建設開始。
2018年	八潮第二工場稼働開始。
2019年	(一財) 食品安全マネジメント協会 JFS-B 規格適合証明取得、運用開始 (HACCP 対応工場)。
2020年	クリーンリフレ事業を開始。
2021年	埼玉県八潮市にナッツ・ドライフルーツの直営店「K-nuts」オープン。
2022年	(独)情報処理推進機構よりDX認定事業者として認定を受ける。
2023年	八潮第三工場建設のため、埼玉県八潮市浮塚に工場用地取得。

2.3 組織体制

金鶴食品製菓の組織体制は、以下の「組織図」の通りである。製品の品質管理を行う「品質管理部」は、社長直轄の部署としている。本部兼八潮工場には、顧客との窓口として営業を行う「営業部」、社内改善やDX化推進を行う「IT推進部」、受発注、バックオフィス業務、人事・総務業務を行う「サポート部」、製造部門として商品を製造する「製造部」と商品を梱包する「包装部」がある。また、八潮第二工場にて商品出荷業務を行う「物流部」、クリーンリフレ工場にて次亜塩素酸水を生産する「クリーンリフレ事業部」、直営店運営を行う「K-nuts 事業部」がある。

<図 1 組織図>



(出所：同社資料を基に埼玉縣信用金庫作成)

2.4 経営理念・方針

■ 経営理念・七精神

金鶴食品製菓の理念は、社会における役割や存在意義を定義する「経営理念」と当社の社員が、日常の業務を実践していく上での心構えを示した「七精神」がある。「経営理念」と「七精神」を社内全体で共有し、太陽と大地の恵みをお届けすることで顧客や社員とその家族、地域社会、企業活動に関わる全ての人を笑顔にすることを目指している。

— 経営理念 —

- お客様のご要望をより良い商品に
- お客様の笑顔を大切に
- 常にお客様の心に応える行動に徹し、社会に貢献する（※）

※社会に貢献するとは、社員のみなさんが豊かになり、家族も豊かになり、そのまわりの人々も段々と良くなって社会を明るくする

<p>七. 人材育成の精神 後継者をそだてよう</p> <p>六. 可能性追求の精神 とどまることは退歩である</p> <p>五. 変化対応の精神 お客様市場のニーズを知ろう</p> <p>四. 喜びの取引の精神 利益は喜ばれた結果</p> <p>三. ファミリーの精神 運命共同体でゆこう</p> <p>二. メイアイヘルプユアの精神 多角的にお役にたとう</p> <p>一. 脱皮の精神 一日一日生まれ変わろう</p>	<p>— 七精神 —</p>
---	----------------

■ 行動規範

経営理念の実現を図るために、社員に対して以下の行動規範を策定している。

— 行動規範 —	
1.	本気 目の前のことに全力でぶつかろう
2.	素直 いったん全てを受け止めよう
3.	勉強好き 一生勉強、一生成長
4.	プラス発想 前向きに捉えよう
5.	長所伸展 長所を見つけ、褒め、伸ばそう
6.	責任感 自分がやらずに誰がやる
7.	恥ずかしいと思うことをしない 愚痴・陰口を言わない、嘘をつかない、言い訳をしない
8.	思いやり 他人の喜び、悲しみを自分のことのように感じ取ろう
9.	感謝 生かされて生きてきた、生かされて生きている、生かされて生きていく
10.	夢と理想を持つ 夢を夢のまま終わらせない

■ 食品安全に関する方針

食品メーカーとして、経営理念を基に以下のとおり食品安全に関する方針を定めている。

— 食品安全に関する方針 —	
1.	基本 (1) 私たちは、お客様の豊かな食生活と健康増進に貢献できる「安心」「安全」な商品を提供します。
1.	行動 (1) 当社は、お客様に「安心」「安全」な製品を提供するために、食品安全マネジメントシステムを構築し、継続的な運用、改善を行います。 (2) 当社は、食品安全に関する法令・規則を遵守します。 (3) 当社は、常にお客様、お取引先、業界団体、行政機関、及び全従業員との円滑なコミュニケーションを図ります。 (4) 当社は、食品安全方針を全従業員に周知し、食品安全への取組を推進する。

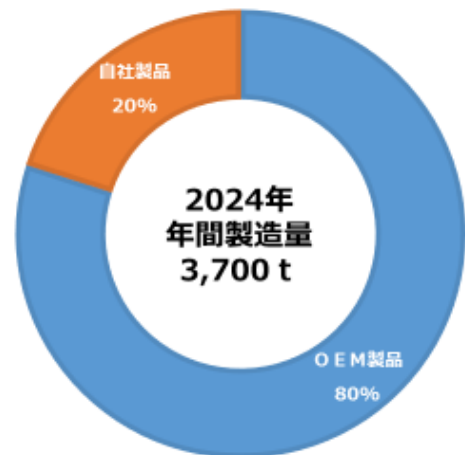
2.5 事業活動

■ ナッツ・ドライフルーツ加工・販売事業

金鶴食品製菓の主要事業である。1945年に落花生の製造業者として創業、戦後の映画ブームにより映画館や劇場などの売店を中心に商品を納入することで事業を徐々に拡大し、ナッツ類加工品の製造品目を増加させてきた。現在ではナッツ類に加え、ドライフルーツ加工品も製造し、約1,800種類以上の商品を取扱う。同社の強みは企画から製造、販売までをすべて自社で完結できる一貫体制を有していることである。この強みにより生産調整を行い食品鮮度を最善に保てるほか、小ロット生産など顧客の要望に対し迅速な対応が可能となる。

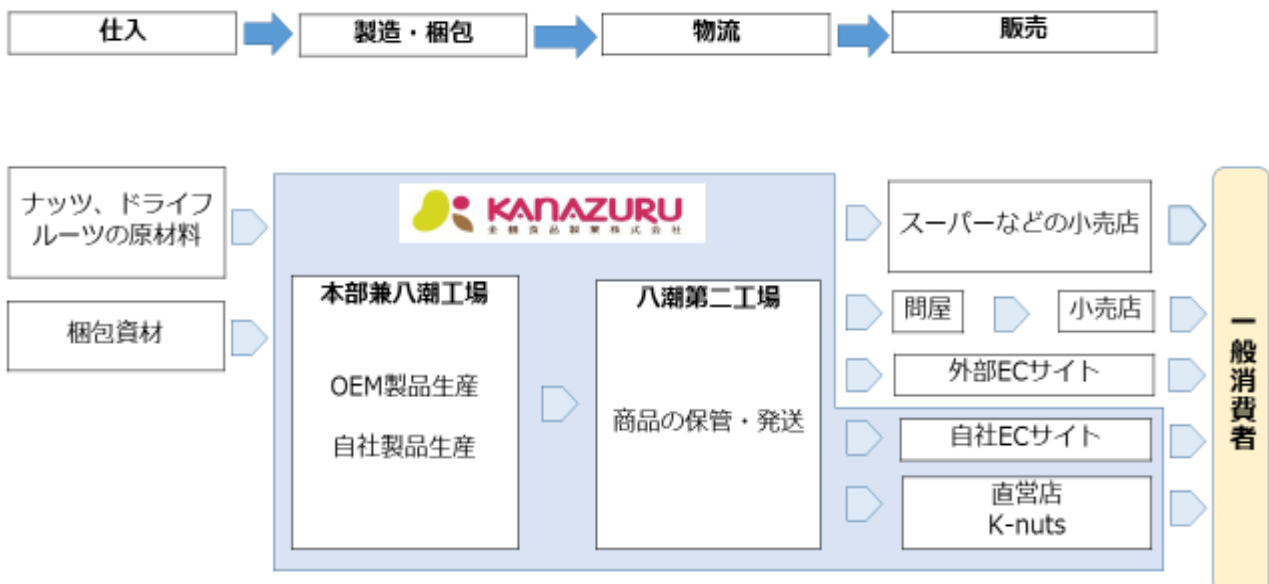
主要な取引先はスーパーマーケットや卸売業者であり、自社製品はもちろんだが、幅広い商品のOEM製造に対応している。自社製品よりも顧客の要望に沿った商品を世に出すことを大切にしており、単純なOEM（受託製造）だけでなく企画・開発から製造、製品包装、出荷までサポートするODM（設計製造）も対応できる生産ラインを確立している。また、自社製品をECサイトを通じて販売するほか、直営店の運営も手掛け、一般消費者のニーズも満たしている。

<図2 製造割合>



(出所：同社資料を基に埼玉縣信用金庫作成)

<図3 サプライチェーン俯瞰図>



(出所：同社資料を基に埼玉縣信用金庫作成)

▶ 取扱い商品一例

<ナッツ類一例>			
			
アーモンド	ピスタチオ	カシューナッツ	くるみ

<ドライフルーツ類一例>			
			
プルーン	パインアップル	マンゴー	ブルーベリー
			
トマト	いちじく	キウイフルーツ	バナナチップス

(出所：同社ウェブサイト)

▶ OEM 製品

金鶴食品製菓の OEM 生産の特長は以下の通りとなっている。顧客からの要望に応じて、製品企画開発から生産まで一貫して対応し、多種多様な製品を小ロットから受注、製造、納品できる体制をとっている。

<p>小ロット対応</p>	<p>卸売業界では、ある程度まとまった量での取引が主流となっているが、同社では 100 個からの小ロット受注に対応している。小ロット生産は、過剰在庫のリスクを抑えつつ顧客ニーズの変化に柔軟に対応できるなど、発注者にとってメリットが多い。その分コスト高になりやすいが、同社では原料の育成状況を常に把握し、適正な時期に原料を大量に仕入れすることで、原料仕入コスト削減に努めており、安定した価格での供給が可能となる。</p> <div data-bbox="616 801 1326 1048" data-label="Diagram"> </div> <p>(出所：同社ウェブサイト)</p>
---------------	--

<p>多種多様な商品</p>	<p>同社ではナッツ、ドライフルーツを各種取り揃えており、取扱い商品数は業界トップクラスである。定番品だけではなく、市場では多く流通していない珍しい商品も取り揃えている。</p> <div data-bbox="592 1317 1254 1832" data-label="Image"> </div> <p>(出所：同社ウェブサイト)</p>
----------------	---

フレキシブル対応

商品を梱包するパッケージについて素材・形・大きさ・紙の種類など、各種取り揃えている。顧客に組み合わせを選んで頂くセミオーダー制とすることで一から作成するよりも低コストでオリジナルパッケージの作成が可能となる。また、商品リニューアル時のパッケージの変更についても比較的 low コストで対応できる。



(出所：同社ウェブサイト)

▶ 自社製品

同社では、OEM 製品で培ってきたノウハウを活かし、自社製品を展開している。自社製品については EC サイトによる販売だけでなく、直営店「K-nuts」でも多くの商品を販売している。実際に販売を行う小売業者として消費者からの直接的な意見を取り入れることで、新商品の開発だけでなく、既存商品の改良にも役立てており、2023 年 6 月には「素焼き贅沢ナッツ」「男のミックснаッツ」がジャパン・フード・セレクション（※）の第 64 回食品・飲料部門グランプリを受賞した。

※フードアナリスト正会員 23,000 人が「消費者目線の評価」「食の専門家の評価」の 2 つを軸に内部的要因、外部的要因、マーケット要因、マネジメント要因、ブランディング要因等の 100 のチェック項目を元に評価する食品・食材の審査・認定制度。

<自社製品一例>



K-nuts 塩トマト 140g



K-nuts ラトビア産クランベリー 90g



K-nuts トルコ産白いちじく 120g



K-nuts メロン 120g



K-nuts 塩麩ミックスナッツ 100g



K-nuts ラズベリーカシューナッツ



K-nuts キャラメルアーモンド 120g



K-nuts スモークミックスナッツ 100g

(出所：同社 EC サイト)


<ジャパン・フード・セレクショングランプリ受賞商品・賞状>

素焼き贅沢ナッツ
 金剛食品製菓株式会社

 第64回 食品・飲料部門 グランプリ受賞
 (2023年6月)



男のミックснаッツ
 金剛食品製菓株式会社



 第64回 食品・飲料部門 グランプリ受賞
 (2023年6月)








(出所：同社資料)


(出所：ジャパン・フード・セレクションウェブサイト)


▶ 製造工程


① 衛生管理	
<p>工場内に入るには、クリーン服を着用、クリーンルームによるエアシャワー処理、粘着ローラーによる全身の埃取り、手洗い消毒、その間に2度履物を履き替えるなど、衛生管理を徹底している。クリーン服の着用方法や持込禁止リスト、粘着ローラーのかけ方、エアシャワーの浴び方、手洗い消毒方法など、工場入室手順は細かくマニュアル化されている。</p>	<p style="text-align: center;"><工場入室前の様子> <エアシャワー></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

② 原料の選別	
<p>原料のナッツ類は海外からの輸入原料が主である。輸入原料については、現地農園の産地サプライヤーによって選別後、アメリカについては、USDA（アメリカ合衆国農務省）の規格に基づき、農薬・カビ・菌類の検査をしている。更に同社では入荷の際、粒のそろい、色、ツヤ、虫食い、異物混入などのチェックを同社熟練の社員が目視で行い、合格した原料のみを使用している。</p>	<p style="text-align: center;"><選別の様子></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

③-ア 焙煎	③-イ フライ
<p>密封したオーブンのような窯で、ナッツに最適な温度管理を段階的に行い焼き上げることで、ナッツの風味を逃さず、香ばしく仕上げることができる。また、大小3台のロースターにより、顧客の要望に合わせて小ロット受注や焼き加減を細かく調整することができる。</p>	<p>コンピューター自動制御の大型フライヤーを有し、1日約4tの生産が可能である。フライオイルは、自動濾過装置で常にサラサラの油で揚げたナッツを遠心分離機に投入し、余分な油を落とすことにより軽い仕上がりとなる。</p>
<p style="text-align: center;"><ロースター></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>	<p style="text-align: center;"><フライヤー></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

④味付け	
<p>回転ドラムを利用することにより、ムラなく均等な味付けが可能となる。使用する塩にもこだわり、塩と油でナッツ本来の風味を引き立てる味付けを行う。</p>	<p style="text-align: center;"><味付の様子></p>  <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

⑤包装・品質管理	
<p>コンピューター制御の自動包装機により、一定した混合量、計量、袋詰め、窒素ガス充填、オートチェッカーといった一貫した作業を素早く正確に行う。ベルトコンベアー上の自動計量機により誤差が生じた場合は、自動的にベルトコンベアーから排除される。また、小ロットに関しては手作業でひとつひとつ計量し丁寧に袋詰めしている。</p> <p>異物除去に関しては、風力選別機、金属探知機、自動割れ選別機に加え、袋詰め前の目視により最終チェックを行い品質管理を徹底している。</p>	<p style="text-align: center;"><包装機></p>  <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p> <p style="text-align: center;"><手作業による計量・自動計量機></p>  <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

⑥保管・出荷	
<p>八潮第二工場を中心に商品の保管、配送を行っている。自社倉庫を保有していることから適正な在庫の確保が可能であり、顧客の要望に迅速かつ柔軟に対応することができる。</p>	<p style="text-align: center;"><倉庫内></p>  <p style="text-align: center;">(出所：同社資料)</p>

■ EC 事業

金鶴食品製菓では、インターネットを通じた商品販売を行っている。国内 EC サイトへの出店や、自社 EC サイトの企画・運営も行っている。また、埼玉県八潮市のふるさと納税返礼品としても出品している。

<同社 EC サイト>



(出所：同社 EC サイト)

<八潮市ふるさと納税返礼品>



(出所：ふるさと納税ガイドウェブサイト)

■ 直営店事業

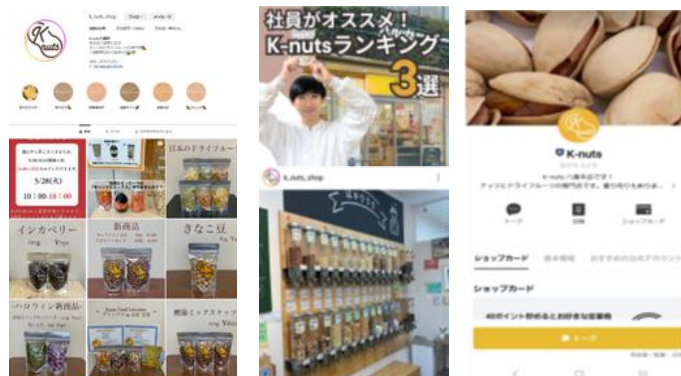
金鶴食品製菓は、同社のビジョンやメッセージを直接消費者へ伝えるため、2021年に直営店「K-nuts」を埼玉県八潮市に開店した。工場から出来立てを直送することで新鮮な商品を提供している。直営店の広告には、積極的に SNS を有効に活用することで認知度やブランディング、ロイヤリティ向上を図っている。80種類以上の自社製品の販売や、ナッツの量り売り、訳あり商品の販売、工場から2時間以内に製造された商品を予約できるなど消費者のニーズに応えるため、様々な商品やサービスを提供している。今後は直営店を増やしていく方針である。

<直営店 K-nuts>



(出所：同社資料)

<SNS の活用>



(出所：同社公式Instagram、公式LINE)

■ クリーン・リフレ（次亜塩素酸水）事業

クリーン・リフレ（次亜塩素酸水）とは、水と食塩を電気分解して生成される電解除菌水であり、安全性の高さが特徴である。金鶴食品製菓では、「社員の安心・安全がお客様へつながる」との考えから、工場内の新型コロナウイルス感染症予防対策として2020年1月にいち早く工場内のクリーン・リフレ（次亜塩素酸水）による除菌を開始した。安全性の高いクリーン・リフレ（次亜塩素酸水）は、食品を扱う同社にとって感染防止対策として適しており、新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行後も工場内の感染症対策として継続利用している。同社では、2020年7月よりクリーン・リフレ（次亜塩素酸水）を事業として開始、同社クリーンリフレ事業部を中心に埼玉県越谷工場にてクリーン・リフレ（次亜塩素酸水）を製造し、正規販売店として販売を行う。

<図4 クルーン・リフレについて>



利用シーン

【オフィスの除菌に】



【ご家庭の除菌に】



【外出先での除菌に】



(出所：同社資料)

■ DX 戦略

金鶴食品製菓が生産する製品は、自社製品よりも OEM 製品の比重が大きく、顧客から細かいオーダーを元に製造することが多い。オーダーは 180 種類以上のパターンがあるため、複雑かつリアルタイムで商品在庫の調整が必要になる。多様化する顧客ニーズや社会環境の変化に対応するため、2015 年から DX 化を進め、2021 年には IT 推進部を発足し本格的に DX を経営戦略と結びつけた。その結果、2022 年 6 月「DX 認定事業者」として認定を受けている。DX 取組み事例は、以下の通りである。

<図 5 DX 認定制度ロゴマーク>



(出所：経済産業省ウェブサイト)

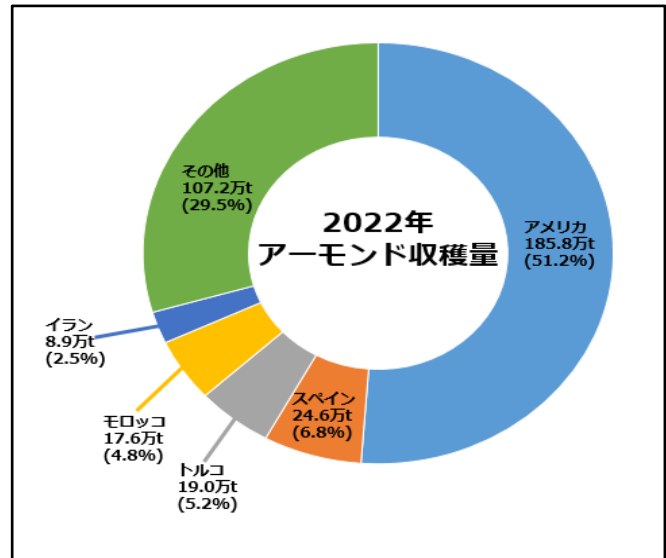
取組	効果
スマートフォン、タブレットの導入	コミュニケーションツールとしてチャットの導入することで、情報共有のスピードが上がったことに加え、社員間の「聞いていない」といった行き違いがなくなり、社員の心理的安全性が高くなった。
Chrome book の導入	Google ドライブ、Gmail、Google カレンダーなどがシームレスに連携し、作業効率向上。Google Workspace と統合されているため、管理者のデバイス管理も容易となる。
プライオ 10 の導入	インターネット回線から専用回線へ変更。通信速度の安定による業務の円滑化とセキュリティ向上。
Docu Works、オートメール名人の導入	FAX の排出を紙からデジタルに変更、手書きを廃止して電子スタンプによる処理で業務効率化、ペーパーレス化。Mail で届く Excel データを自動で読取り業務効率化。
BtoB 専用 EC サイトの運用	FAX、電話で受付けた受注を手作業で処理していたものを、専用 EC サイトに移行。受注は自動で基幹システムと連動し、業務効率化、ペーパーレス化。
BI ツールの活用	リアルタイムまたは定期的なデータ更新が行われ、最新の情報から適切かつ迅速な意思決定ができる。データ操作が容易なため、全社員が意思決定に貢献できる。
新人即戦力パッケージの導入	新入社員の業務が見える化し、進捗管理や成果報告を社内全体で共有。新入社員の成長や悩みを共有することで、適切な評価や指導につながり定着率向上。

同社は、専門チームによる情報セキュリティ会議を隔月開催し、今後もビジネスプロセスの最適化や情報セキュリティの取組みを強化、DX 推進を企業文化として構築していく方針である。

2.6 業界動向

ナッツは固い殻に包まれた果実の総称で、アーモンドやカシューナッツ、クルミなどがあげられる。ナッツの主な生産地は海外であり、代表的なアーモンドの収穫量は図6の通りアメリカやスペイン、トルコの順になっている。特にアメリカは全収穫量の50%以上を占めており、世界を代表するアーモンド産地となっている。アーモンドは乾燥する温暖な気候条件を好むことから、夏に雨が少なく乾燥しているアメリカのカリフォルニアや地中海沿岸部の収穫量が多い。このことから、日本に流通しているナッツ製品の原料は海外産の輸入品が多いことがわかる。

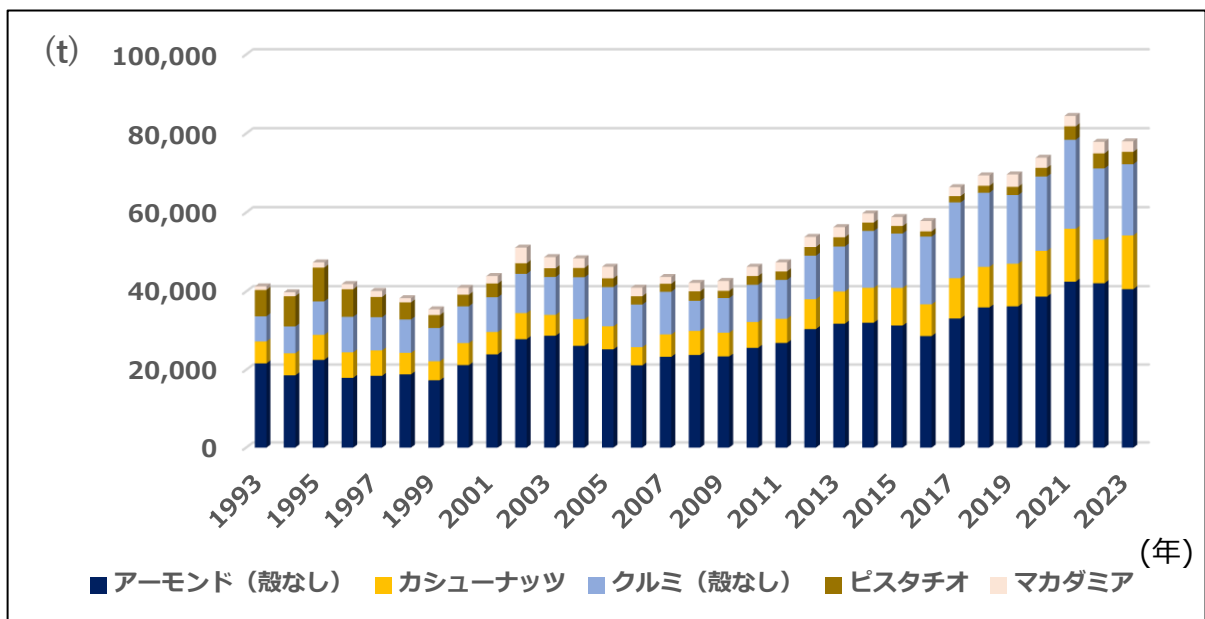
<図6 アーモンド収穫量>



(出所：OREGON CHERRY GROWERS アーモンド統計情報 (FAO 統計) を基に埼玉縣信用金庫作成)

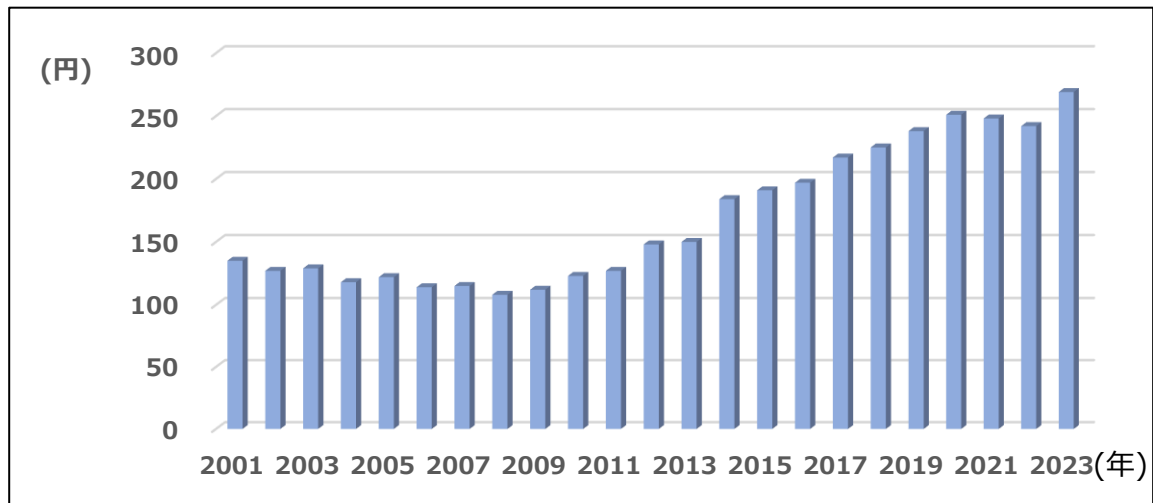
国内の主要ナッツ輸入量は図7の通り、2021年には84,423tと1993年と比べて約2倍となっている。これは2010年代以降、日本国内においても消費者の健康意識の高まりから、ナッツ類の豊富な栄養素が注目され、健康食品として購入する消費者が増加したことが大きな要因である。ナッツの国内の消費量についても図8の通り、輸入量に比例して増加している。「総務省統計局 家計調査 収支項目分類一覧 (令和2年 (2020年) 1月改定)」によると図8の「果物加工品」には「アーモンド、カシューナッツなどの木の実」の他、「乾燥バナナ、干あんず、干ぶどう、干し柿」も含まれていることから、ドライフルーツについても国内消費量は増加していることがわかる。また、新型コロナ禍においても、巣ごもり需要の拡大から、輸入量、消費量ともに大きな影響はなかった。

<図7 主要ナッツの輸入量>



(出所：日本ナッツ協会 輸入統計を基に埼玉縣信用金庫作成)

<図8 1世帯あたり1ヶ月間の果物加工品の支出>



(出所：総務省 家計調査 家計収支編 第1表 1世代あたり1ヶ月間の収入と支出を基に埼玉縣信用金庫作成)

3. サステナビリティ活動

【社会面・経済面】

■ 安心・安全・健康を配慮した製品の提供

金鶴食品製菓は、2019年に本社工場の各製造工程において、JFS-B規格（※1）に適合していることが証明されている。同社では「品質管理運営に関する方針」を定めており、各部門でHACCP（※2）チームメンバーを結成し、JFS-B規格の取組みを全社員に理解してもらえるよう情報発信している。HACCPチームは毎年再編され、会社全体で安全な食品を製造するための取組を向上させている。同社の製品を同業他社へOEM製品として提供することは、業界全体の発展にも貢献している。

また、近年の消費者の健康志向ニーズの高まりを受けて、素焼きナッツなど添加物フリーの商品を提供している。消費者個人では輸入できない栄養価の高い海外産ナッツを提供することは、消費者の健康に配慮した製品を流通させていく役割も担っている。

※1 一般財団法人食品安全マネジメント協会が開発・運営する食品安全マネジメントシステム。

※2 食品製造事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危険要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。

<図9 JFS-B 適合証明書>



(出所：同社資料)

<図10 HACCP イメージ>



(出所：厚生労働省ウェブサイト)

<図11 JFS規格イメージ>



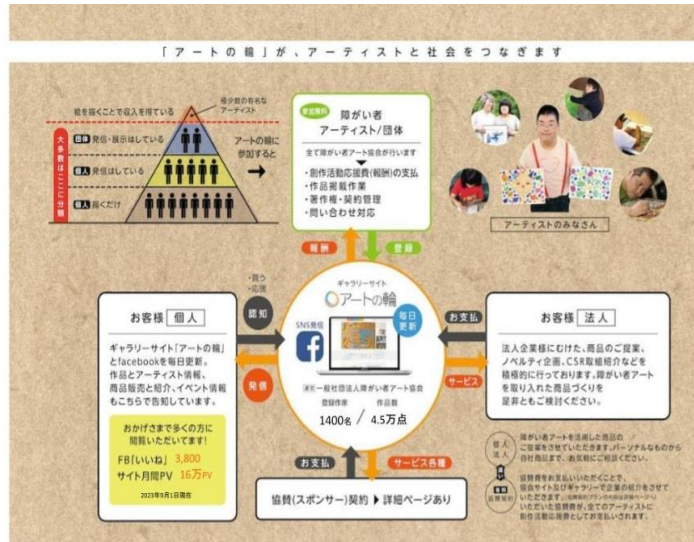
(出所：(一財) 食品安全マネジメント協会ウェブサイト)

【社会面】

■ 一般社団法人障がい者アート協会への協賛

一般社団法人障がい者アート協会とは、障がいのある方が「自身の作品を発信できる場所」と創作活動を通して「経済的対価を得ることで社会に認知できる仕組み」を提供し、作品を見てもらえる喜び、経済的対価が得られる喜びをひとりでも多くの障がいのある方に届けることを目的としている。金鶴食品製菓は2015年の同協会設立時より、「障がい者と社会の架け橋になる」という活動の趣旨に賛同し、社会貢献活動の一環として同協会のスポンサーを引き受けている。

<図 12 障がい者アート協会の仕組み>



(出所：(一社)障がい者アート協会ウェブサイト)

来客時のノベルティとして付箋セットやマスクケース、ECサイトで同社商品購入した際のプレゼントとしてラバーコースターを同協会に製作を依頼している。また、同協会の展示品を同社建物エントランスやエレベーター前に展示、企業活動を通して多くの方に同協会の主旨を周知している。

<同社建物内展示品>



(出所：同社資料)

<マスクケース>



(出所：同社資料)

■ ダイバーシティ経営への取組

▶ 障がい者の雇用機会拡大

金鶴食品製菓は障がい者の経済的な自立支援を目的に障がい者を戦力として雇用している。2024年4月の民間企業における障がい者の法定雇用率は2.5%であり、今後は2026年7月に2.7%に引き上げられる予定である。同社の「障がい者雇用率」は0.9%（2024年12月末現在）に留まっており、今後は求職者向けの職場見学を増加させることで法定雇用率以上の達成を図る方針である。

障がい者従事者数（非正規社員含む） 2024年12月末時点	2名 (0.9%)	業種平均(※) 2.32%
----------------------------------	----------------------------	------------------

※ 厚生労働省「令和5年障害者雇用状況の集計結果」製造業

▶ 外国人の雇用機会拡大

金鶴食品製菓は全社員214名（非正規社員含む）内60名が外国人であり、その比率は28.0%と約4人に1人以上となる。こうした外国人社員が働きやすい職場環境にするため、社宅の提供や公共施設、病院へ同社の日本人社員が付きそうなど生活支援を実施している。また、通訳可能な外国人社員が在籍しているため、日本語が難しい外国人社員も安心して社内コミュニケーションがとれる。評価に関しても国籍による差別はなく、実力、成果、意欲などを基準に、能力に応じて行うことで、外国人社員のモチベーション向上につながっている。

外国人社員の雇用は異国の文化、習慣、考え方など日本人とは違う新しいアイデアの創出など一緒に働く同社の日本人社員にとっても良い影響を与えている。

外国人従事者数（非正規社員含む） 2024年12月末時点	60名 (28.0%)
---------------------------------	------------------------------

▶ 女性活躍の推進

金鶴食品製菓は、性別関係なく活躍できる体制・制度を整備し女性活躍を促進している。産休や育休、時短勤務だけではなく、子供が熱を出した際にリモートワークを許可するなど、会社全体でサポート体制が構築されている。管理職の増加にも力を入れており、更なる女性活躍の機運を醸成し、女性の活躍できる環境を整えていく考えである。

女性従事者数（非正規社員含む） 2024年12月時点	117名 (54.6%)	業種平均(※1) 30.0%
課長相当職以上（役員を含む）に占める女性の割合 2024年12月時点	8名 (8.9%)	業界平均(※2) 8.5%

※1 総務省「労働力総合調査（2023年度）」表Ⅱ-5[産業、職業別就業者数] 製造業

※2 厚生労働省「雇用均等基本調査（令和5年度）」第7表[役職別女性管理職等割合] 製造業

▶ 積極的な新規学卒者採用

金鶴食品製菓では、中途採用にて即戦力となる人材の確保を行う一方、長期的な視点で地域に貢献できる人材の育成を図るため、特に新規学卒者の採用に注力している。採用活動においては積極的に SNS を活用している。近年、若年層の情報収集源は検索エンジンから SNS を用いた情報収集に変化しており、就職活動においても SNS が利用される傾向にある。文章では伝えられない同社の魅力をよりダイレクトに求職者へ発信することができる。職場内の雰囲気やイベント、社員インタビューなどを発信することにより、求職者との入社後のギャップが生じにくくしている。雇用の場を安定的に供給していくことで、地域経済に貢献している。

<新卒採用者の推移>

年 度	2021 年 採用実績	2022 年 採用実績	2023 年 採用実績	2024 年 採用実績	2025 年 採用内定
新卒採用者数	3 名	3 名	7 名	3 名	10 名

<SNS の活用>



(出所：K-nuts 公式Instagram)

■ 働きやすい労働環境への取組

▶ 時間外労働時間の削減、有給休暇の取得推進

金鶴食品製菓では、サポート部にて月次で管理を行っており、時間外労働や有給休暇取得について適切に運用されているかチェックしている。直近1年間における有給取得率は79.5%と業界平均と比べて高くなっているが、時間外労働時間や有給休暇取得日数は業界平均と比べやや劣る。今後、業務のDX化を推進すること業務効率化による時間外労働の削減や有給取得日数の増加を図る方針である。

時間外労働時間（正社員・月平均） 2024年1月～2024年12月	15.0時間	業種平均(※1) 14.7時間
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	79.5%	業種平均(※2) 65.8%
有給休暇取得日数（正社員1人あたり平均） 2024年1月～2024年12月	9.2日	業種平均(※3) 12.3日

※1 厚生労働省「毎月勤労統計調査」（令和5年度分確報）製造業 - 一般労働者

※2,3 厚生労働省「令和5年就労条件総合調査」製造業

▶ 産前産後休暇・育児休暇の取得推進

金鶴食品製菓では、産前産後休暇・育児休暇の取得を積極的に推奨している。産前産後・育児休暇中の業務をスムーズに引き継げるよう業務内容のマニュアル化、従業員へ育児休暇制度の説明、周知をすることで育児と仕事を両立しやすい職場環境を整えている。女性社員の取得だけではなく、育児休暇を取得した男性社員の事例を社内に共有することで、性別に関係なく産前産後休暇・育児休暇を取得しやすい雰囲気を作っている。また、育児休暇後もリモートワークや時短勤務といった柔軟な働き方を導入している。

女性社員の産前産後休暇・育児休暇取得率 2024年1月～2024年12月	100%	平均(※1) 84.1%
男性社員の育児休暇取得率 2024年1月～2024年12月	100%	平均(※1) 30.1%

※1 厚生労働省「令和5年度育児休業取得率の調査結果公表、改正育児・介護休業法等の概要について」

■ 社員教育の取組

▶ 社員に対する適正な教育・評価

金鶴食品製菓では、社員一人ひとりに対し適正な評価やフィードバックを通して、人材育成に努めている。同社では作業項目を全てチェックリスト化し、教育計画の作成、進捗管理、成果の見える化、進捗を社内共有している。社内共有することで他部門を含めた社員の成長度合いを把握し、会社全体として適切な指導につなげている。ベテラン社員にとっても業務や指導スキルの平準化といったメリットもある。新入社員を対象に代表者を交えた成果報告会を実施し、代表者自ら社員を評価してコミュニケーションをとることで、社員のモチベーション向上、更なる成長へつなげている。

<成果報告会の様子>



(出所：同社資料)

▶ 充実した社員教育制度

金鶴食品製菓では、「自社に都合のいい人は育てない」の考えから外部講師を招き、ビジネススキルからマネジメントまで幅広い研修を実施している。以下、特徴的な研修を記載する。

TOC 研修	イスラエルの物理学者エリヤフ・ゴールドラット氏の著書「ザ・ゴール」に基づいた経営改善のための研修。
マルコポーロ研修	アセスメントツール「MARCOPOLO」を活用して、人材の特性や活躍可能性を分析し、組織の課題解決に役立てる方法を学ぶための研修。
マネジメントゲーム研修	経営シミュレーションゲームを用いた研修。経営者視点で経営を疑似体験することで、マネジメントの基礎である会計や財務を学ぶ研修。
EG 研修	脳神経科学や心理学、統計学などの研究を基に開発された「エマジエネティックス」を活用した研修。

▶ 資格取得支援制度

金鶴食品製菓では、円滑な業務遂行の観点から、各種公的資格の取得奨励を行っている。特に「食品表示検定」は重要視しており、早期の取得を奨励しているとともに、保有者に資格手当として月額 3 千円を支給している。

■ 適正な情報管理

金鶴食品製菓は、「情報セキュリティに関する方針」、「IT 設備に関する方針」を策定し、適切な個人情報の管理を徹底している。個人情報を取扱う全ての社員に対して、プライバシー保護の重要性や適切な管理方法の教育、定期的な研修を実施している。情報セキュリティに関しては、2022 年 1 月「SECURITY ACTION (※)」の「★★二つ星」を宣言し、顧客や社会の信頼に応えるべく、全社で情報セキュリティに取り組んでいる。

※独立行政法人情報書影推進機構（IPA）が創設した中小企業自らが、情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度。取り組み目標に応じて「★一つ星」「★★二つ星」がある。

<図 13 SECURITY ACTION マーク>



(出所：同社資料)

【環境面】

■ 環境負荷軽減・廃棄物削減への取組

▶ フードロス削減への取組

金鶴食品製菓は、自社倉庫保有による在庫管理の徹底、DX 化による生産体制の見直しにより、歩留まり率を向上させている。作業工程のマニュアル化や新入社員の入社後の業務内容を全てチェックリストで管理することで業務標準化、入社間もない社員でも作業の漏れなどのヒューマンエラーを削減している。また、味や品質には問題がないが傷や破損のある訳あり商品を EC サイトや直営店で販売することにより、異物混入による不良品を除けば廃棄する製品はゼロであり、フードロスの削減に貢献している。

<図 14 訳あり商品イメージ>



(出所：同社資料)

▶ ペーパーレス化・再利用

金鶴食品製菓は DX 化推進により、ペーパーレス化に取り組んでいる。「Docu Works」の導入により、これまで手書きによる紙ベースで申請していた業務を電子申請に切替えた。また、全社的にタブレットを導入することにより製造日報の電子化を実施した。電子による処理で業務効率化、ペーパーレス化に貢献している。また、不要になった紙は適正に処分、分別後に製紙業者へ引き渡し、トイレットペーパーの原料として再利用されている。

紙の使用枚数 (発注ベース)	2023 年 12 月期	2024 年 12 月期	減少幅
		約 580,000 枚	約 262,500 枚

▶ 廃油の削減・再利用

金鶴食品製菓の製造に使用するフライヤーには、自動濾過装置が内蔵されてため、製品品質の向上だけでなく、長期間の油の品質維持につながり、廃油の削減に貢献している。また、廃油については産業廃棄物処理業者を通して適切に処理を行い、石鹼やインキ、接着剤などに再利用されている。

▶ 包装材・梱包材使用量の削減

金鶴食品製菓は、包装材や梱包材の再利用による廃棄物削減に取り組んでる。O E M 製品については、顧客指定により細かく規格が決まっているため、商品内容に変更があった場合、事前に作成した包装材は廃棄となる。同社では、廃棄予定である包装材や梱包材を自社製品に再利用して、廃棄物削減に貢献している。

▶ 使用電力の削減

金鶴食品製菓は、使用電力の削減に取り組んでいる。電力量監視システム「E-E Navi (※)」を導入し、消費電力量可視化による削減目標の設定や一定の使用電力量を超過した際のアラーム機能など活用している。これにより、適切なエアコン温度の使用や使用していない照明のこまめな消灯、製造効率の改善など社員が一丸となって自発的に活動している。また、全ての工場では照明の LED 化、フォークリフトの電動化を実施している。

※事業所の消費電力量を集録し、データセンターに蓄積した測定結果を専用アプリや web ブラウザから監視するシステム

【その他】

■ 地域貢献活動

金鶴食品製菓は、埼玉県八潮市のふるさと納税返礼品として同社製品を出品するだけでなく、「八潮花火大会」や「こども未来フェスタ in やしお」といった地域イベントにも出店している。出店を通して、地域住民とつながり、地域社会との共存を目的に参加し、地域社会貢献活動を行っている。

<こども未来フェスタ in やしお出店時の様子>



(出所：同社資料)

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、金鶴食品製菓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。なお、クリーンリフレ事業については、同社売上の約 0.7% であり、事業規模を勘案し検証しないものとする。

■ 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	<p>他に該当しないその他の食品の製造 (ISIC : 1079)</p> <p>専門店における食品の小売販売 (ISIC : 4721)</p> <p>通信販売またはインターネットによる小売販売 (ISIC : 4791)</p>
----------	--

	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	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	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)

次に金鶴食品製菓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。インパクトを除外・追加した項目とその理由は以下の通りである。

■ 金鶴食品製菓の事業活動及び個別要因を加味したインパクトの特定

「健康および安全性」

金鶴食品製菓は、JFS-B 認定継続による安心・安全な製品を提供していることから、ポジティブを追加する。

「食糧」

金鶴食品製菓は、消費者の健康に配慮した栄養価の高い製品を提供しており、不健康な食生活に関連はないことから、ネガティブを削除する。

「教育」

金鶴食品製菓は、社員の積極的な資格取得の推進や充実した研修、適正な評価制度を通して社員教育に取り組んでいることから、ポジティブを追加する。

「文化と伝統」

金鶴食品製菓の製品は、食の文化遺産や伝統食品に該当しないため、ポジティブを削除する。

「賃金」

金鶴食品製菓は、不当な賃金格差や低収入、不規則収入といったネガティブな事由はなく、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、ネガティブを削除する。

「ジェンダー平等」「民族・人種平等」

金鶴食品製菓は、ダイバーシティ経営を推進していることから、ネガティブ緩和を追加する。

「その他の社会的弱者」

金鶴食品製菓は、障がい者を雇用していること、一般社団法人障がい者アート協会に賛同、ノベルティの依頼をしていることから、ネガティブ緩和を追加する。

「零細・中小企業の繁栄」

金鶴食品製菓における EC 事業の展開は、自社製品のみでの取扱いであり、中小企業の展開を阻害するものではないことから、ネガティブを削除する。

「水域」

金鶴食品製菓の製造工程において、水域に悪影響を与えるものはなく、主に社員の生活水のみの利用であることから、ネガティブを削除する。

■ UNEP FI のインパクトレーダー及び金鶴食品製菓の事業活動、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	●	●
食糧	●	
教育	●	
雇用	●	
賃金	●	
社会的保護		●
ジェンダー平等		●
民族・人種平等		●
その他の社会的弱者		●
零細・中小企業の繁栄	●	
気候の安定性		●
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同社の取組内容は以下の通りである。

No.	取組内容	特定したインパクトの項目	KPIの設定
①	安心・安全・健康を配慮した製品の提供	ポジティブ・インパクト 「健康および安全性」 「食糧」 「零細・中小企業の繁栄」	あり
②	ダイバーシティ経営の取組	ポジティブ・インパクト 「雇用」 ネガティブ・インパクト 「ジェンダー平等」 「民族・人種平等」 「その他の社会的弱者」	
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	環境負荷軽減・廃棄物削減への取組	ネガティブ・インパクト 「気候の安定性」 「資源強度」 「廃棄物」	
⑤	障がい者アートへの賛同	ネガティブ・インパクト 「その他の社会的弱者」	なし
⑥	人材育成に向けた取組	ポジティブ・インパクト 「教育」 「賃金」 ネガティブ・インパクト 「社会的保護」	
⑦	適切な個人情報の取扱い	ネガティブ・インパクト 「データプライバシー」	

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 との関連性

特定したインパクトの状況を今後も継続的に測定可能なものとするため、先に特定したインパクトに対し、インパクト種類、インパクトカテゴリ、関連する SDGs、内容・対応方針および目標と KPI を整理、設定する。

① 安心・安全・健康を配慮した製品の提供

インパクトエリア/ トピック	ポジティブ：健康および安全性、食糧、零細・中小企業の繁栄	
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・直営店を増やし、栄養価の高い同社製品を幅広い消費者へ提供する。 ・JFS-B 認定継続による安心・安全な製品を提供する。 	
SDGs との関連性		2.1：2030 年までに、飢餓を撲滅し、全ての 人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場に ある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十 分得られるようにする。
		3.4：2030 年までに、非感染性疾患による若年 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。
		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。
KPI と方針	直営店の店舗数	2030 年：3 店舗 (2024 年 12 月時点：1 店舗)
	JFS-B 認定	引続き継続

金鶴食品製菓の安心・安全な製品を同業他社へ OEM 製品として提供することは、業界全体の発展に貢献しており、零細・中小企業の繁栄について十分にポジティブ・インパクトを促進する取組が行われている。今後も継続して同業他社へ OEM 製品を提供する方針であるため、KPI は設定しない。

② ダイバーシティ経営の取組

インパクトエリア/ トピック	ポジティブ：雇用 ネガティブ：ジェンダー平等、民族・人種平等、その他の社会的弱者	
取組内容	障がい者や新卒者の採用を増やし、多様な人材が活躍できる職場環境の整備に取組む。	
SDGs との関連性		5.5：政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。
		8.8：移住労働者、特に女性の移住労働者や不安定な雇用状態にある労働者など、全ての労働者の権利を保護し、安心・安全な労働環境を促進する。
		10.2：2030年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人々の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。
KPI と方針	障がい者雇用率	2030年：3.0%以上 (2024年12月時点：0.9%)
	新卒採用者数	2030年：20人以上 (2024年採用実績：3人)

【障がい者雇用率の計画値】

年度	2025年 12月期 目標	2026年 12月期 目標	2027年 12月期 目標	2028年 12月期 目標	2029年 12月期 目標	2030年 12月期 目標
障がい者 雇用率	0.9% 以上	1.0% 以上	1.5% 以上	2.0% 以上	2.5% 以上	3.0% 以上

【新卒採用者数の計画値】

年度	2025年 予定者	2026年 目標	2027年 目標	2028年 目標	2029年 目標	2030年 目標
新卒 採用者数	10名 以上	10名 以上	12名 以上	15名 以上	17名 以上	20名 以上

③ 働きやすい職場環境の整備

インパクトエリア/ トピック	ネガティブ：健康および安全性	
取組内容	時間外労働の削減、有給取得促進により、ワークライフバランスに配慮した職場環境の整備に取り組む。	
SDGs との関連性		8.5：2030年までに、若者や障害者を含む全ての、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価値の労働についての同一賃金を達成する。
KPI と方針	時間外労働時間 (一人あたりの月平均)	2030年：一人あたり年間13時間以下 (2024年1月～2024年12月：15.0時間)
	有給取得日数 (一人あたり年間平均)	2030年：13.0日以上 (2024年1月～2024年12月：9.2日)

【社員一人あたり月平均時間外労働時間の計画値】

年度	2025年 12月期 目標	2026年 12月期 目標	2027年 12月期 目標	2028年 12月期 目標	2029年 12月期 目標	2030年 12月期 目標
時間外労働時間	15.0時間 以下	14.5時間 以下	14.5時間 以下	14.0時間 以下	13.5時間 以下	13時間 以下

【社員一人あたり年間平均有給取得日数の計画値】

年度	2025年 12月期 目標	2026年 12月期 目標	2027年 12月期 目標	2028年 12月期 目標	2029年 12月期 目標	2030年 12月期 目標
有給取得日数	9.2日 以上	9.5日 以上	10.0日 以上	11.0日 以上	12.0日 以上	13.0日 以上

④ 環境負荷軽減・廃棄物削減の取組

インパクトエリア/ トピック	ネガティブ：気候の安定性、資源強度、廃棄物	
取組内容	フードロスゼロの継続、ペーパーレス促進による廃棄物削減、環境負荷軽減に取組む。	
SDGs との関連性		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。
		12.3：2030年までに、小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。 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。
KPI と方針	紙の使用量削減 (発注ベース)	2030年：170,000枚 (2024年1月～2024年12月：262,500枚)

金鶴食品製菓は、異物混入による不良品を除けば廃棄する製品はゼロであり、今後も継続してフードロスの削減に取組むため、KPIは設定しない。

また、同社は、電力量監視システムの導入や全ての工場内のLED化、フォークリフトの電動化を実施しており、気候の安定性についても十分にネガティブ・インパクトを抑制する取組が行われている。今後も継続して使用電力削減に取り組んでいく方針であることからKPIは設定しない。

【紙の使用量の計画値】

年度	2025年 12月期 目標	2026年 12月期 目標	2027年 12月期 目標	2028年 12月期 目標	2029年 12月期 目標	2030年 12月期 目標
紙使用量	200,000枚	190,000枚	185,000枚	180,000枚	175,000枚	170,000枚

なお、取組内容のうち、KPI を設定しなかった項目（⑤、⑥、⑦）と、その理由は以下の通りである。

No.	取組内容	KPI を設定しなかった理由
⑤	障がい者アートへの賛同	金鶴食品製菓では、障がい者協会に賛同し、来客時のノベルティなど同協会へ製作を依頼する取組を今後も継続して取組んでいくため、KPI は設定しない。
⑥	人材育成に向けた取組	金鶴食品製菓では、手当支給による資格取得支援や研修による社員教育を今後も継続して取組んでいくため、KPI は設定しない。
⑦	適切な個人情報の取扱い	金鶴食品製菓では、「SECURITY ACTION」を宣言し、全社で情報セキュリティに取り組んでいる。また、個人情報を取扱う全ての社員に対して、プライバシー保護の重要性や適切な管理方法の教育、定期的な研修を今後も継続して取組んでいくため、KPI は設定しない。

6. サステナビリティ管理体制

金鶴食品製菓では、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、代表取締役社長金鶴友昇氏を最高責任者として、自社の事業活動とインパクトレーダー、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、金鶴食品製菓は以下の通りの管理体制にて、全社員が一丸となって 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）	代表取締役社長	金鶴 友昇
（プロジェクトリーダー）	サポート部 部長	杉山 仁美

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、金鶴食品製菓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、金鶴食品製菓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。金鶴食品製菓は、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、金鶴食品製菓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」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。

<評価書作成者およ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

代理 佐々木 勇治

〒 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