セカンドオピニオン

株式会社ウオロクホールディングス
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2024 年 3 月 25 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、貸付人および総額引受人である株式会社第四北越銀行が、借入人および発行人である株式会社ウオロクホールディングスに実施する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。

Ⅰ.借入人(発行人)の概要

(Ⅰ)会社概要

①基本情報

株式会社ウオロクホールディングスは、食品スーパーを運営する株式会社ウオロクを傘下に持つ。ウオロクホールディングスは、購買業務、資金調達業務を行い、スーパーの店舗運営を担う株式会社ウオロクの本部機能を果たしている。

企 業 名	株式会社ウオロクホールディングス
本社所在地	新潟県新潟市中央区鐙二丁目 14 番 13 号
設　　立	2016 年1月
資 本 金	1億円
事業内容	飲食料品等卸売業

企 業 名	株式会社ウオロク
本社所在地	新潟県新潟市中央区鐙二丁目 14 番 13 号
設　　立	1953 年 5 月
資 本 金	3 億 4320 万円
売 上 高	84,485 百万円(2023 年 3 月期)
従業員数	3,816 名(パートナー・アルバイト 2,961 名/8H換算)
事業内容	食品スーパーマーケット

[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

②沿革

株式会社ウオロク（以下、同社）は、1953 年 5 月、資本金1百万円にて、株式会社魚六として設立された。1962 年 10 月に社名を株式会社スーパー魚六に変更、1962 年 11 月に同社のスーパーマーケット1号店である「中央店」を新発田市内に開店した。

その後、旧新潟市内や下越地区に続々と出店し、営業地区を拡大していった。業容の拡大に対応するため、1983 年 11 月に生鮮物流拠点として「物流センター」を新潟卸団地内に開設、1990 年 3 月に本社機能を現在地に移転した。なお、1982 年5月に社名を現在の「株式会社ウオロク」に変更している。

1998 年、中越地区初進出となる「見附店」、2003 年 10 月には長岡市への初出店となる「長岡店」をオープンさせて、営業地区はさらに拡大した。営業地区の拡大に対応し業務の効率化を図るため、2013 年 6 月に新潟市中央卸売市場内に冷凍品物流向けの「フローズンセンター」、2014 年 4 月に新潟市北区に畜肉加工センターとして「新崎センター」を開設し、2016 年 4 月に鮮魚センター、チルドセンター、ドライセンターと分散していた物流拠点を統合し「新潟総合物流センター」を新潟市江南区に新設した。

2017 年9月に魚沼市に初出店となる「魚沼店」、2023 年 10 月に上越地区に初出店となる「上越店」をオープンし、現在は営業地区を新潟県内一円に広げている。

また、2011 年 4 月に地域密着の商品づくりや、高齢化に対応した出店計画が認められ、新潟経済の振興・発展に寄与した企業団体を表彰する「新潟県経済振興賞」を、2012 年 11 月にリサイクル等に積極的に取り組み優れた成果を上げた県内事業所を表彰する「新潟県優良リサイクル事業所表彰」を、2014 年 10 月に「エコろく野菜」（「食品循環資源リサイクルループ」を描いた農産物に名付けたブランド名）の取り組みが評価されて「リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰 農林水産大臣賞」を受賞するなど、同社の取り組みは多方面から高く評価されている。

同社は「おいしく楽しい食卓と豊かな生活を提供する」ことを使命としており、引き続きお客様に喜んでもらい、役に立てる努力を続けていく覚悟である。

③主力事業

同社の主力事業は、同社が運営するスーパーマーケットでの食品全般、日用雑貨、衣料品、医薬品、酒類および住関連品の販売である。同社は新潟県内に 43 店（2023 年 3 月現在）を配し、地域密着型の展開をしている。

④特徴

同社が販売している商品の特徴として、目利きの仕入れ、美味しさへのこだわり、プライベートブランドの充実、味と素材にこだわったおいしさ自社製造商品「myUOROKU」の 4 つをあげることができる。

■目利きの仕入れ

多くの食材の中から目利きのバイヤーが選んだ逸品を店頭に並べている。特に魚へのこだわりは強く、お客様にできるだけ新鮮な魚を提供するために鮮魚バイヤーが直接市場に行き、各地で水揚げされた新鮮な魚を競買（セリ）などで仕入れている。

【同社目利きの仕入れのロゴ】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/service/mekiki/

■美味しさへのこだわり

同社はお客様から美味しいと言ってもらえる商品を提供するために、特に品質にこだわっている。産地・鮮度・製法にこだわったオリジナル商品には、「旨い！これがウオロク品質。」のラベルを付けて販売している。

例えば「極うま柔らかとんかつ」は特に製法にこだわっており、新鮮な豚ロースに、一枚一枚丁寧に店舗でパン粉を付けて揚げている。衣には焙焼式のパン粉を使用し、じっくりと揚げることでサクサクとし、食感まで美味しいと好評を博している。

他にも、製法や鮮度、産地にこだわった多数の商品を開発している。

【ウオロク品質のラベル】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/service/quality/

■プライベートブランドの充実

同社は「食卓応援宣言」を掲げ、味や品質にこだわって開発したオリジナル商品を多数販売している。

【プライベートブランドのロゴ】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/service/uorokupb/

■味と素材にこだわったおいしさ自社製造商品「myUOROKU」

味と素材にこだわり、自社惣菜センターで一貫製造することで、毎日でも飽きないとの声が寄せられているような手軽に食べられる惣菜をラインナップしている。

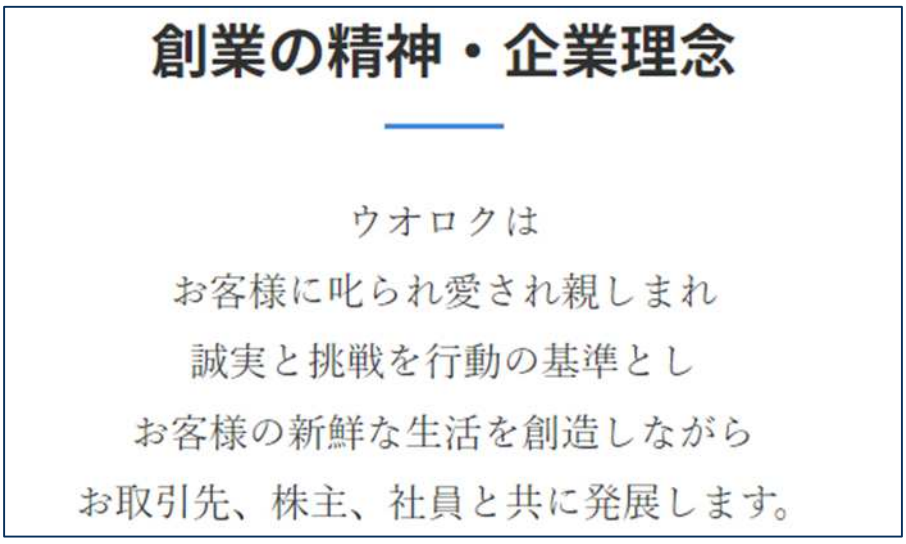
【myUOROKU のロゴ】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/service/

(2) 企業理念

同社は、「創業の精神・企業理念」として、以下のものを掲げている。

【創業の精神・企業理念】



資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/company/spirit.html

「創業の精神・企業の理念」は、『より快適な生活と心の豊かさを提供し、創造することを企業使命として、ウオロクは今後とも、お客様の新鮮な生活を創造することに努力し、社会に貢献していかなければいけません』との創業者の考えを具現化したものである。

この企業理念をもとに、「お客様に叱られ、愛され、親しまれ」ることを通じて「地域のみなさまにとってなくてはならないお店」と言ってもらえるように努力を続けている。

(3) SDGs 達成に向けた取り組み

2021 年4月、ウオロクグループは国連が提唱する「SDGs」に賛同し、経済的発展と持続可能な社会実現に向けた課題解決の両立を図るべく「SDGs宣言」を策定した。

【SDGs 宣言】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/news/social/000587.html

同社が推進している「SDGs 達成に向けた取り組み」は多岐にわたるものであるが、「環境に配慮した取り組み」「社会に配慮した取り組み」「従業員に配慮した取り組み」の 3 つに大きく分けられる。

①環境に配慮した取り組み

同社は下記の環境経営方針を定め、基本理念および基本方針のもと、持続可能な社会の実現に貢献することを目指している。

【環境経営方針】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/activities/environmental.html

上記基本理念および基本方針に則する活動を実践するため、2020 年度からの中期環境目標を定め、毎期ごとに達成状況を確認している。

【同社が定めている中期環境目標の項目】

- 売り場面積当たり電力使用量
- 売上高当たり水道使用量
- 地場産直野菜販売額
- コピー用紙使用量
- 廃棄ロス率の改善
- 食品リサイクル法の再生利用率
- コジカカードホルダーの拡大
- 営業車の燃費改善

ちなみに、2021 年度の計画の達成状況については下記のように総括されている。

> 21 年度の単年度目標を達成した「電力使用量の削減」「水道使用量の削減」「廃棄ロス率」「食品リサイクル率」については、それぞれ「空調自動制御システムの追加導入」「鮮魚作業室床のドライ化」「発注支援システムの導入拡大」「廃棄物計量器の導入拡大」などハード面への投資が大きな効果を発揮した。他方、基本事項の徹底、店舗オペレーションの見直し、仕事のやり方の工夫など、各自が意識をもって取り組むことで改善できる余地がまだ多く残っているので、みんなで知恵を出し合い、大きな結果につなげていきたい。

資料:ウオロク「2021 年度 環境経営レポート」 https://www.uoroku.co.jp/activities/docs/kankyokeiei.2021.pdf

なお同社は、2012 年 7 月 5 日付けで「エコアクション 21」[3]の認証・登録を受けており、Plan（計画の策定）、Do（実行）、Check（取組状況の確認）、Action（取組の評価と見直し）を基礎とするパフォーマンスを継続的に改善する手法である「PDCA サイクル」に基づいて環境経営を実践している。

②社会に配慮した取り組み

■食育活動

同社が取り組んでいる食育活動が評価され、2019 年 6 月に農林水産省より、食育推進活動を行っている団体の中で特に優れた食育活動を行っている団体を表彰する「食育活動表彰」において「消費・安全局長賞」を受賞した。

食育活動の具体的な例として中条店での取り組みをあげることができる。中条店では、より地域に密着した店舗づくりの一環として新潟食料農業大学と連携し、学内で農産物を生産している「6 次産業化クラブ」の農産物を店舗で販売している。学生が他の生産者の出荷したものと味や品質を比べながら自ら価格を設定するなど、学びの場にもなっている。

[3]環境省が定めた環境経営システムに関する第三者認証・登録制度

加えて、プロの講師による「料理教室」や同社スタッフによる「お魚料理教室」の開催、新発田農業高等学校の生徒が考えた「若者が食べたくなるおむすび」の商品化と販売、高校生が新潟の食材を使ったレシピで競い合う「お好み焼き甲子園 in 新潟」の開催など様々な食育活動に取り組んでいる。

■社会貢献活動

「スポーツを通じた地域貢献」として、アルビレックス新潟と「オフィシャルクラブパートナー」の契約を締結、WE リーグに所属するアルビレックス新潟レディースとスポンサー契約を締結するなど新潟のスポーツ界を支える役割を果たしている。

また「子どもたちの成長を応援する」取り組みとして、社会科見学や職場体験の受け入れを積極的に行っており、2022 年 4 月～12 月の9カ月間で、小学生から高校生まで延べ約 2,500 人の児童・生徒の受け入れを行っている。さらに「BSN キッズフェスティバル 2022」への出展や各地区の「子育て支援カード」の取り扱いなどを実施している。

一方、「障がい者の自立支援」のための活動も行っている。特別支援学校の生徒に対する職業意識の醸成と自立支援を目的とした「職業技能検定（流通部門）」の監修および特別審査員を務めている。また、不要となった電子機器を障がい者就労施設に売却するなどの活動を行っている。

また 2023 年 2 月より、新発田市内の緑店・東新町店・住吉店・コモ店・小舟店の 5 店舗において、「てまえどり運動」（食品ロスの削減に向けて小売店舗が消費者に対し商品棚の手前にある商品を選ぶ「てまえどり」を呼びかける取り組み）の実効性を高めるために、消費期限・賞味期限が近い商品についている「ハピタベシール」を使用した「ハピタベ」という活動を開始している。なお、この活動が評価され、2024 年 1 月に「新潟 SDGsアワード」の経済部門において優秀賞を受賞している。

【「ハピタベ」の活動内容】

資料:ウオロクのホームページ https://www.uoroku.co.jp/activities/hapitabe.html

③従業員に配慮した取り組み

■人材育成

従業員の仕事への意欲を高めるための取り組みの一環として、若手従業員が店舗で取り組んだ改善事例を発表し、社内で共有する機会を設けている。従業員は上記のような発表会に参加することで、自分の仕事ぶりや周囲の状況を見直す機会にもなり、より一層仕事へのモチベーションを高めている

■健康経営

同社は従業員の健康経営に配慮した様々な活動を行っている。その一環として、新潟県が従業員等の健康づくりに積極的に取り組む企業等を登録する「にいがた健康経営推進企業」に登録されたほか、新潟市が健康経営に取り組む事業を認定する「新潟市健康経営認定制度」に登録し、シルバークラスの認定を受けている。

■福利厚生制度

働く従業員のため、以下のような永年勤続表彰制度、結婚・出産祝い金を設けるなど、様々な福利厚生制度を定めている。これらの制度により、同社の従業員が安心して働くことができる環境が整えられている。

【同社の福利厚生制度】

資料：ウオロク「EcoPlus2023」 https://www.uoroku.co.jp/activities/

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

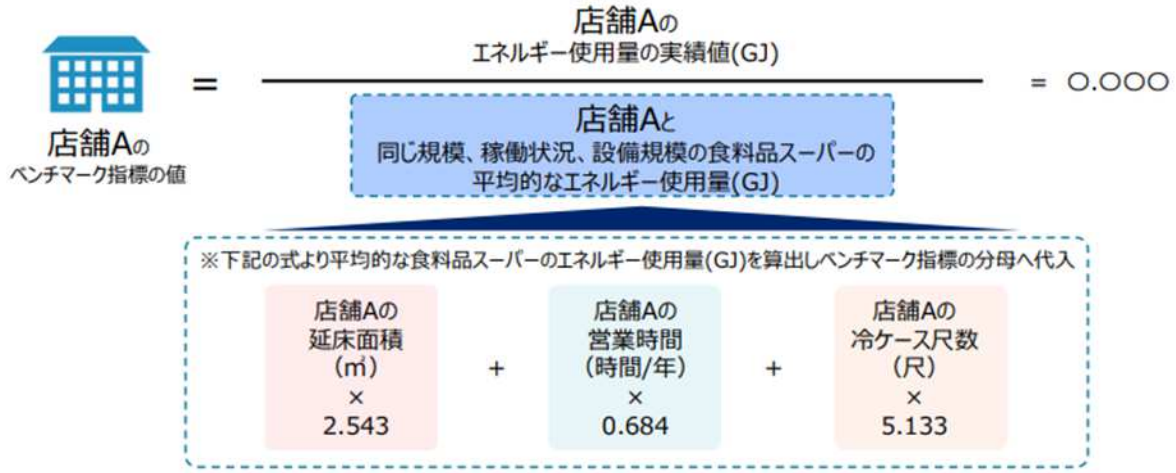
KPI（重要業績評価指標）は、資源エネルギー庁が制定している評価制度である「ベンチマーク制度に基づく食料品スーパー業のベンチマーク指標」および「 CO2 排出の原単位（「CO2 排出量（t-CO2）」÷「延床面積（㎡）」） の2つである。

ベンチマーク制度とは、事業者の省エネ状況を業種共通の指標を用いて評価し、各事業者が目標（目指すべき水準）の達成を目指し、省エネの取り組みを促進する制度である。業種共通の指標を用いて評価するため、事業者の省エネの取組状況を客観的に判断することができる。

なお同制度で設定している目標（目指すべき水準）は、各業界で全体の約 1～2割の事業者が満たすことができる水準で設定されており、食料品スーパーにおけるベンチマークの概要は以下のとおりある。

【食料品スーパーにおけるベンチマークの概要】

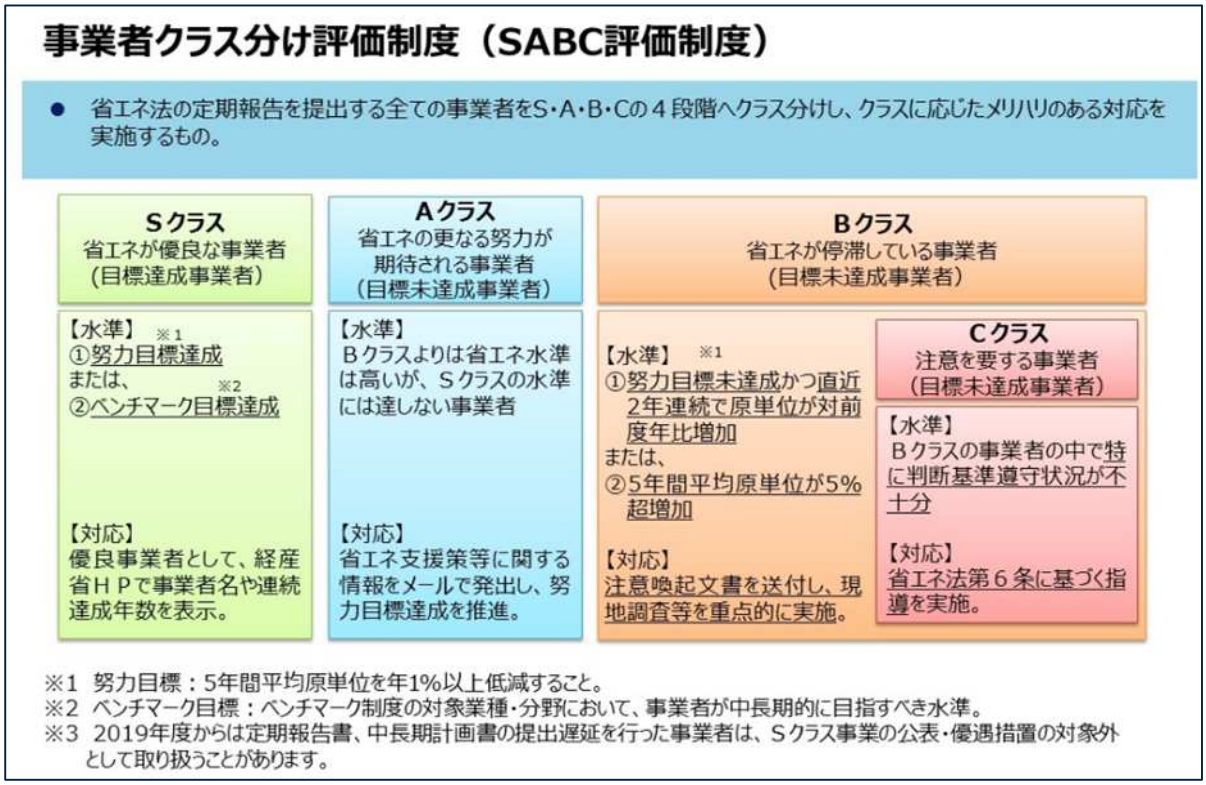
ベンチマーク指標	目指すべき水準
当該事業を行っている店舗におけるエネルギー使用量（単位 ギガジュール）を①から③の合計量（単位 ギガジュール）にて除した値を、店舗ごとのエネルギー使用量により加重平均した値 ① 延床面積（単位 平方メートル）に 2.543 を乗じた値 ② 年間営業時間（単位 時間）に 0.684 を乗じた値 ③ 店舗に設置されている冷蔵用又は冷凍用のショーケースの外形寸法の幅の合計（単位尺）に 5.133 を乗じた値	0.799 以下



資料:資源エネルギー庁「食料品スーパー業のベンチマーク制度の概要」

https://www.meti.go.jp/shingikai/enecho/shoene_shinene/sho_energy/kojo_handan/pdf/2017_001_04_02.pdf

資源エネルギー庁は上記計算方法で算出された数値を基に事業者を S、A、B、C の4段階のクラスに分けている。1）目標とすべき水準である 0.799 以下を達成（ベンチマーク目標達成）、または、2）エネルギー使用量を 5 年平均で毎年1%以上の削減を達成（努力目標達成）のどちらかを達成することでＳランクとなる。なお、同社はすでに努力目標を達成しており、Ｓランクに位置付けられている。



資料:資源エネルギー庁 https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/enterprise/overview/institution/

(2)KPI の重要性

①サステナビリティ方針

前述したとおり、同社は「環境経営方針」を定め、様々な観点から環境改善に資する取り組みを行ってきている。また、その基本理念で、「私たちは、地域社会の一員として環境保全活動に取り組むとともに、環境経営を継続的に発展させ、持続可能な社会の実現に貢献します。」と謳っており、その理念のもとに取り組む基本方針において、「二酸化炭素排出量の削減を推進します。」と掲げている。したがって、同社の「環境経営方針」と本ローンの KPI は目指すべき方向性が一致している。

そして、同社が KPI に定めた内容に取り組むことは、エネルギー使用効率の改善につながり、SDGs の目標7「エネルギーをみんなに そしてクリーンに」に貢献すると考えられる。

なお、KPI は同社および株式会社ウオロクホールディングスの取締役会で、達成状況を定期的に確認・協議する。

【SDGs の目標】

SDGs の目標	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。 7.3　2030 年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。

資料:環境省「すべての企業が持続的に発展するために―持続可能な開発目標（SDGs）活用ガイド―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/

②KPI の有意義性

同社が KPI として定めた内容に取り組むことは、温室効果ガスの排出削減につながる。

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ており、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。

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中、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政府の目指す脱炭素社会づくりに寄与するものであり、有意義であると言える。また、同社による長期目標へのコミットは、同業他社の参考になり得るものであり、脱炭素経営を促す波及効果も期待できる。

なお、KPI については同社のデータベースで一元的に管理されていることから、定量的に確認できるものとなっている。

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)SPTSs の内容

同社は、KPI である「ベンチマーク制度に基づく食料品スーパー業のベンチマーク指標（以下、SPT1）」および「CO2 排出原単位（以下、SPT2）」の事業年度ごとの目標値を SPTs に設定した。

SPT1はベンチマーク値において 2031 年 3 月期までに 0.779 を達成するという目標である。0.779 という値は、前述したとおり、事業者クラス分け制度において最高ランクの S を達成す

る基準値である 0.799 をさらに下回るものである。

SPT2は、政府が掲げる「2030 年までに CO2 排出量を 2013 年比 46%減にする」という目標（2031 年 3 月期の同社の原単位ベースで 0.0101661）を下回る数値である 0.01012 を 2031 年 3 月期までに達成するというものである。

【SPT1および SPT2の目標値（白抜きの数値）】

	実績値		
決算期	2021／3期	2022／3 期	2023／3 期
ベンチマーク指標（SPT1）	0.862	0.838	0.775
CO2 排出原単位（SPT2）	0.01710	0.01510	0.01450

	SPTs					目標値		
決算期	2024／3 期	2025／3 期	2026／3 期	2027／3 期	2028／3 期	2029／3期	2030／3 期	2031／3 期
ベンチマーク指標（SPT1）	0.817	0.812	0.808	0.803	0.798	0.792	0.786	0.779
CO2 排出原単位（SPT2）	0.01410	0.01380	0.01340	0.01310	0.01150	0.01100	0.01060	0.01012

※各事業年度（4 月～3月）の実績値は、翌年度 7 月までに集計される予定

(2)SPTsの野心性

①同業他社等との比較

SPT1で目標としているベンチマーク指標については2023年3月期実績が0.775と2031年 3 月期の目標である 0.779 を下回っており、事業者分けクラス制度でも最高ランクの S を獲得している。今後は、各決算期の目標数値をクリアすることはもちろんのこと、最高ランク S を継続して維持する必要がある。また SPT2 で目標としている CO2 排出の原単位ベースの削減は、2030 年の CO2 排出量を 2013 年比 46%減にするという政府の目標を超す水準に定めている。

食料品スーパーにとって、使用エネルギーの大半は照明や空調、冷凍・冷蔵用ショーケースで使用する電気であり、同社はこれまでに店舗照明の LED 化を全店舗で完了させているほか、太陽光パネルの設置や冷凍・冷蔵機器や空調機器を更新する際には省エネ性能を持つ機器を導入するなど各種の対策を行なってきている。

上記のような状況で同社が 2031 年 3 月期での目標を達成するためには、従来どおりの環境対策で目標を達成する余地は大きくなく、省エネ・創エネの両面の活動でさらなる創意工夫や先進的な取り組みを実施する必要があることから、同社が設定する SPTs は十分に野心性があるものと言える。

なお SPT1および SPT2として設定している目標値は、同社が 2022 年にサステナビリティ・リンク・ボンド（SLB）を発行する際に設けた 2023 年3月期から 2026 年 3 月期までの SPTs を使用している。今までの同社の目標達成への向けての活動の連続性を維持するために、今回のリンク・ローンおよびリンク・ボンドの SPTsにも上記の SPTsを踏襲することする。

②達成方法と不確実性要因

同社は、前に述べたとおり「環境経営方針」を制定し、その基本方針の一つとして CO2排出量を削減することを掲げている。同社は CO2排出量を削減するための具体的施策として、以下の取り組みを実施している。

【二酸化炭素排出量削減の取り組み】

資料:ウオロク「EcoPlus2024」 https://www.uoroku.co.jp/activities/

ただし、CO2 排出量の削減を短期間で実行でき、かつ削減効果も非常に大きい既存店舗での自家消費型太陽光発電設備の導入は 2023 年度の8店舗をもって一巡する予定であるため、同手段による CO2 削減は今後足踏みが予想される。CO2 排出量の削減に向けた同社の取り組みの手段の選択肢は狭まっており、2031 年 3 月期の目標達成に向けて新しい取り組みの推進が必要となる。今後は新規出店する店舗において ZEB（Net Zero Energy Building、快適な室内環境を実現しながら、建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロにすることを目指した建物）の実現を計画している。また電力の調達先の分散化にもすでに着手しており、より環境負荷の少ないエネ

ルギーを使用することを意図し、クリーンなエネルギーを調達できるように検討を進めているところである。

一方、そのような取り組みを行っていても排出量の削減が計画に満たない場合は、カーボンクレジットの購入で対応する予定ではあるが、今後クレジット価格が高騰し、SPTsの達成が困難になる状況も想定される。しかしながらその場合においても、同社では既存店舗の建て替えや新店舗建設の際に ZEB 化を図るとともに省エネ性能に優れた最新の冷蔵冷凍設備を導入するなどして、SPTsを達成できるよう努めていく予定である。

(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. ローンの特性（私募債の特性）

評価対象の「ローンの特性」および「私募債の特性」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。

株式会社ウオロクホールディングスは第四北越銀行との間で協議の上、借入条件（保証条件）を決めている。株式会社ウオロクホールディングスは 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（SPT I と SPT2の両方）を達成したことが確認できれば、借入期間（残存期間）中に適用される金利（保証料率）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（保証条件）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.レポーティング

評価対象の「レポーティング」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。

株式会社ウオロクホールディングスは 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。

また、株式会社ウオロクホールディングスは今回の資金調達がサステナビリティ・リンク・ローンおよびサステナビリティ・リンク・ボンドに基づくものであることをウェブサイトに掲載する予定である。SPTs に関する情報を一般に開示することにより、透明性確保に努める方針である。

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、株式会社ウオロクホールディングスは年に 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（保証料率）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、人財育成支援事業
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（総額引受人）が、借入人（発行人）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（発行人）から提供された情報や借入人（発行人）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、一切責任は負いません。

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様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、お客様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（発行人）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、頒布等をすることは禁止されています。