

# 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、借入人および発行体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」<sup>1</sup>および「サステナビリティ・リンク・ボンド原則」<sup>2</sup>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) 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鏡二丁目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鏡二丁目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

<sup>1</sup> 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・マーケット・アソシエーション(LMA)、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> 国際資本市場協会(ICMA)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、株式会社魚六を設立した。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」を新潟市内に開店した。

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月に本社機能を所在地の新潟市鏡2丁目に移転した。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、引き続き顧客に喜んでもらい、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、1) 目利きの仕入れ、2) 美味しさへのこだわり、3) プライベートブランドの充実、4) 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。

## 1) 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)などで仕入れしている。

### 【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/>

## 2) 美味しさへのこだわり

同社は顧客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。」のラベルをつけて販売している。

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/>

### 3) 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。



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

### 4) 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

---

ウオロクは  
お客様に叱られ愛され親しまれ  
誠実と挑戦を行動の基準とし  
お客様の新鮮な生活を創造しながら  
お取引先、株主、社員と共に発展します。

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ねばいけません』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。



## ウオロクグループ SDGs宣言

〈基本理念〉

ウオロクグループは、国連が提唱する持続可能な開発目標「SDGs」に賛同し、事業活動を通じて経済的発展と社会的課題の解決の両立を図り、持続可能な社会の実現に貢献します。

- ① お客様の豊かな食卓と健康を支えます。
- ② 人と環境と社会にやさしい店づくりを進めます。
- ③ ウオロクにかかわるすべての人たちの成長と幸福を追求します。
- ④ 地域のみなさまとともに歩みます。

〈重点項目〉



3 すべての人に健康と福祉を



5 ジェンダー平等を促進する



8 働きがいも経済成長も



11 住み続けられるまちづくりを



12 つくばる暮らし、きざむ資源



13 気候変動に具体的な対策を



17 パートナーシップで目標を達成しよう

2021年4月1日  
株式会社ウオロクホールディングス  
代表取締役社長 **本多伸一**

**「SDGs(エスディーゼーゼス)」とは**  
「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の総称であり、2015年9月に国連で開かれたサミットの中で世界のリーダーによって決められた、国際社会の共通目標です。「17の目標」と「169のターゲット(具体目標)」で構成されています。



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」および「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。



The graphic is a vertical document titled "環境経営方針" (Environmental Policy) for Uoroku. It features a light green background with a subtle grid pattern and illustrations of trees and the Uoroku logo at the top and bottom. The content is organized into sections: "【基本理念】" (Basic Philosophy) and "【基本方針】" (Basic Policy). The basic philosophy states a commitment to environmental activities and sustainable society. The basic policy lists seven points: selling environmentally conscious products, reducing food waste and recycling, reducing CO2 emissions, resource conservation, and environmental education. It is dated April 1, 2021, and signed by the CEO, Motohiko Honma.

 **環境経営方針**

**【基本理念】**

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。

**【基本方針】**

環境や社会に配慮した商品を積極的に販売します。

●  
食品廃棄物の削減とリサイクルに取り組みます。

●  
二酸化炭素排出量の削減を推進します。

●  
資源の節約と有効活用に努めます。

●  
環境関連の法律、規制、条例等を遵守します。

●  
環境教育を計画的に実施します。

2021年4月1日

株式会社ウオロク 代表取締役社長 **本多伸一**

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日付けて「エコアクション21」<sup>3</sup>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

### 1) 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」を受け「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糧農業大学と連携し、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。

<sup>3</sup>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。

## 2) 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】

**ウオロク**

**ハピタベ**

ハピタベシールは、消費期限・賞味期限が近い商品についています。このシールの商品を選んでハピタベに参加する方法はA・Bの2つ！

**A. ガチャを回す**

台紙にシールを10枚集めてガチャを回す！

**環境啓発**

シールを集め、みんなで楽しみながら「食べる」こと「食品ロス」のことなど【環境】について、考えたり話したりする。そんなきっかけになると嬉しいです。

**B. ポスターに貼る**

店内の寄付ポスターに貼って地域に寄付をする！

**社会貢献**

シール1枚=1円としてウオロクが地域のフードバンクやこども食堂などに寄付します。あなたの1枚がだれかの笑顔につながります。

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

#### 1) 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

#### 2) 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。

#### 3) 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】

福利厚生	
働く社員のための制度です。	髪色制限の撤廃 多様性を尊重し、髪色の制限を撤廃しました。
<b>永年勤続表彰制度</b> 正社員は勤続30年・40年、パートナー社員は20年・30年に特別休暇と旅行券を支給しています。	<b>結婚・出産祝い金</b> 社員本人の結婚・出産にお祝い金を支給しています。
<b>LTD制度</b> 長期間働けなくなった時のための、収入保障制度があります。	<b>財形貯蓄制度</b> 給与天引きで1,000円単位で積み立てができます。
<b>住宅購入補助制度</b> 新築、建売購入、住宅リフォームをする社員及びその家族に対し、費用の割引を受けることができます。	<b>帰省旅費補助</b> 借上げ社宅を利用している社員に対し、月4回まで帰省するための交通費を支給しています。
<b>社員社宅制度</b> 自宅から40km以上離れた勤務地に配属されると、通える距離の場所に社宅を用意してもらえます。(一部負担あり)	<b>施設利用の推進</b> フィットネスクラブ「JOYFIT」、カルチャー&スパ+スポーツ「エンジョイライフクラブ」を社員価格で利用できます。
<b>バースデー休暇制度</b> 社員本人の誕生日に年次有給休暇を取得できます。	<b>リフレッシュ休暇制度</b> 年次有給休暇を活用し、年2回、まとまった休暇を取得することができます。(最大6連休)
※当社では、短時間勤務社員をパートナー社員と呼んでいます。	

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・ローン原則およびサステナビリティ・リンク・ボンド原則に整合している。

### (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(m<sup>2</sup>)」)で、延床面積当たりの CO2 発生量」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](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。

事業者クラス分け評価制度 (SABC評価制度)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>省エネ法の定期報告を提出する全ての事業者をS・A・B・Cの4段階へクラス分けし、クラスに応じたメリハリのある対応を実施するもの。</li> </ul>			
<p><b>Sクラス</b> 省エネが優良な事業者 (目標達成事業者)</p>	<p><b>Aクラス</b> 省エネの更なる努力が 期待される事業者 (目標未達成事業者)</p>	<p><b>Bクラス</b> 省エネが停滞している事業者 (目標未達成事業者)</p>	
<p>【水準】 ※1 ①努力目標達成 または、 ※2 ②ベンチマーク目標達成</p>	<p>【水準】 Bクラスよりは省エネ水準 は高いが、Sクラスの水準 には達しない事業者</p>	<p>【水準】 ※1 ①努力目標未達成かつ直近 2年連続で原単位が対前 年度年比増加 または、 ②5年間平均原単位が5% 超増加</p>	<p><b>Cクラス</b> 注意を要する事業者 (目標未達成事業者)</p>
<p>【対応】 優良事業者として、経産 省HPで事業者名や連続 達成年数を表示。</p>	<p>【対応】 省エネ支援策等に関する 情報をメールで発出し、努 力目標達成を推進。</p>	<p>【対応】 注意喚起文書を送付し、現 地調査等を重点的に実施。</p>	<p>【水準】 Bクラスの事業者の中で特 に判断基準遵守状況が不 十分</p> <p>【対応】 省エネ法第6条に基づく指 導を実施。</p>
<p>※1 努力目標：5年間平均原単位を年1%以上低減すること。                  ※2 ベンチマーク目標：ベンチマーク制度の対象業種・分野において、事業者が中長期的に目指すべき水準。                  ※3 2019年度からは定期報告書、中長期計画書の提出遅延を行った事業者は、Sクラス事業の公表・優遇措置の対象外として取り扱うことがあります。</p>			

資料: 資源エネルギー庁 [https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving\\_and\\_new/saving/enterprise/overview/institution/](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、その基本方針で、「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に寄与します」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
 <p>7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに</p>	<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> <p>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。</p>

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/)

### 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、有意義であるといえる。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・ローン原則およびサステナビリティ・リンク・ボンド原則に整合している。

### (1)SPTs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)】

決算期	実績値		
	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

決算期	SPTs					目標値		
	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**

**太陽光パネルの設置**  
脱炭素社会の構築に貢献するために、店舗およびセンターの屋根上に太陽光パネルの設置を進めています。現在までに12店舗と2つのセンターで計5.5MWの太陽光発電設備の導入を完了しています。また、大規模災害時にも地域インフラとしてのスーパーマーケットの使命を果たすべく、店舗BCP(事業継続計画)対策の一環として太陽光発電を電源とした蓄電池の導入も進めています。

**省エネ設備**

- ① LED照明  
天井照明およびスポットライト、冷蔵ケース照明について、LED照明への切替を順次実施し、使用電力量を大幅に削減しています。
- ② 冷蔵・冷凍機器  
一部店舗においてはフロン漏えい検知システムを導入し、オゾン層の破壊の原因となるフロン類の排出を抑制しています。また、冷凍食品およびアイスクリームの売場に冷気を逃がしにくい扉付きの冷凍ケースの導入をすすめています。使用している高効率冷凍機(R290)はオゾン層の破壊や地球温暖化の原因となるフロン類ではなく、環境に非常にやさしい冷媒です。
- ③ 空調機器  
空調機器の新設および更新の際は、業界トップクラスの省エネ性能を持つ機器を導入しています。また、一部の店舗では空調自動制御システム「エナッジAIR」を導入し、刻々と変化する店内環境に応じたリアルタイムな空調操作をAIにより自動化しています。これにより、さらに一歩進んだ省エネルギー化を実現できるシステムになっています。

**電力使用量の管理**

**デマンド監視装置の導入**  
本社および各店舗に「エナッジ」を導入し、現在の電力需要と昨年対比の消費電力量を専用タブレットに常時表示しています。またAIによる予測を用いて省エネにつながる行動を画面に表示させることで、従業員のタイムリーな省エネ活動を促しています。

**「J-クレジットによるカーボン・オフセット付きリース」を契約**  
大学前店開店の際に新規導入した什器・備品に対し、みずほリース(株)が発売する「J-クレジットによるカーボン・オフセット付きリース」を契約しました。これは、通常のリース料にJ-クレジットの購入金額を上乗せするもので、今回は5t-CO<sub>2</sub>のJ-クレジットを活用してウオロク本社のCO<sub>2</sub>排出量の一部をカーボン・オフセットします。これは、ウオロク本社ビル1ヶ月分のCO<sub>2</sub>排出量に相当します。

**節水の取組**

- ① 節水バルブの設置  
店舗の加工室の蛇口に節水バルブを取り付けています。店舗によっては使用量の1割以上の削減効果が見られます。
- ② 鮮魚作業室床ドライ化  
床に洗い水を流しながら作業するのが常識であった鮮魚の加工作業ですが、シンクに水返しを取付けることによって床が濡れるのを最小限に抑えています。この「床ドライ化」運用によって節水に大きく貢献するだけでなく、床の雑菌繁殖が抑えられて作業環境を衛生的に保ちます。

※「エナッジ」「エナッジAIR」は株式会社アイ・エナジックソリューションズの登録商標です。

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(債券)の特性

評価対象の「ローンの特性」「債券の特性」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則(サステナビリティ・リンク・ボンド原則)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(発行条件)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【SPT1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)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(発行条件)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・ローン原則およびサステナビリティ・リンク・ボンド原則に整合している。

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・ローン原則およびサステナビリティ・リンク・ボンド原則に整合している。

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、サステナビリティ・リンク・ファイナンスについて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・マーケット・アソシエーション(LMA)、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」およびサステナビリティ・リンク・ボンドについて国際資本市場協会(ICMA)「サステナビリティ・リンク・ボンド原則」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及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。