

# セカンドオピニオン

株式会社ニットク  
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2024 年3月 29 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ニットクに実施する 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>及び「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」<sup>2</sup>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) 会社概要

#### ① 基本情報

企業名	株式会社ニットク
本社所在地	新潟県魚沼市下倉 525 番地
設立	1990 年
資本金	2,000 万円
売上高	1,786 百万円(2023 年 4 月期)
従業員数	36 名(2023 年 4 月期)
事業内容	建設機械・特殊自動車販売・修理・リース及びレンタル 建設資材の販売修理 商業用機器及び仮設用機材のリース及びレンタル 他

#### ② 沿革

1990 年、株式会社ニットクは、建設機械・特殊自動車の販売・修理・リースなどを主たる業務として創業した。その後は、建設資材の販売・修理・リース及びレンタル、スコップの販売など、建設業で必要とされる機械や資材、道具等を幅広く取り扱い、魚沼市を中心とした地元の建設業を支える存在となっている。また、魚沼市で事業を行なう企業として、雪国で暮らし、働く人たちの生活を守るために不可欠な除雪車の販売・リースなども手掛けている。

また、近年の全国各地での自然災害の多発をふまえ、被災地での仮設トイレ対策に資する「トイレカー」の製造・販売を始めるなど、事業領域を拡大している。

<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・シンジケート・アソシエーション(LSTA)が策定

<sup>2</sup> 環境省が策定

### ③主力事業

同社の主力事業は、建設機械の販売・修理・リースである。また、その周辺事業として、除雪車の販売・修理・リースや建設資材の販売・修理、損害保険代理店業務、土木工事業なども展開している。



資料:ニットの Website <https://www.nittoc.com/>

### ④特徴

同社は、日本キャタピラー合同会社のロイヤルパートナークラブの認定を受けていることや新潟いすゞ自動車株式会社の販売協力店(新潟いすゞ会)・販売協力工場であることなどを背景に、建設機械や重機に関して安定的な仕入れを行なえることが強みの一つとなっている。加えて、自社に修理工場を有していることから、建設機械や重機の修理等に関する技術やノウハウを社内に蓄積しており、顧客に対して、正確で、迅速な修理等の対応をすることができている。

### (2)企業理念

「お客様のクレームを0(ゼロ)にする」ことを企業理念に掲げている。同社が取り扱う商品は、商品そのものの耐用年数が比較的長いものや、顧客の使用年数が長いものも多く、また顧客が利用するなかで修理や点検などの依頼を受けることも多いことから、一度取引が始まると、顧客とは長期間の付き合いとなることがほとんどである。そのようななか、商品の販売やリース契約から修理・点検までを一貫して自社の責任のもとで行なうことで、顧客満足度を高水準で維持することに努めている。具体的には、顧客に満足してもらえる商品提供のために、仕入先との強い信頼関係を構築しているほか、修理工場においても高いレベルでの修理・点検作業を行なうために従業員一人ひとりの技術・技能向上に日々取り組んでいる。

### (3) SDGs 達成に向けた取り組み

同社は、ISO9001及びISO14001に基づく品質・環境マネジメントシステムを採用し、品質の維持向上及び環境保全活動の体系的、継続的な推進を図り、顧客満足の上昇ならびに環境負荷の低減を行なうこととしている。

上記を明文化したのものとして、以下のような品質方針と環境方針を掲げている。

#### 【同社の品質方針】

##### 〔基本理念〕

当社は、お客様の信頼と満足を得ることにより製品を市場に供給することを目的としお客様のニーズと要求品質を的確に把握し、迅速に対応していきます。

それが株式会社ニットクのテーマです。

- (1) 法令・規則を遵守し、顧客の要求事項を満たす製品、サービスの提供に努める。
- (2) ISO9001:2015に準拠したマネジメントシステムによる全社員参加の品質活動を推進し、マネジメントレビューを行い、継続的改善に努める。
- (3) 品質方針を全社員に周知徹底し、その適切性を定期的に検証する。
- (4) 各課毎に品質方針に基づく品質目標の作成を指示し、定期的に検証の実施をする。

#### 【同社の環境方針】

##### 〔基本理念〕

私たちは地球環境の保全を重点課題と認識し、当社の各事業分野の活動において環境負荷の継続的低減を全社一丸となって勤めます。

それが株式会社ニットクのテーマです。

##### 〔行動方針〕

当社は、人と自然に優しい環境への取り組みを最優先課題の一つとして認識し、建設機械、自動車の販売・整備・修理活動を通じて、効率的・安全・安心な商品をより良いサービスとともに提供します。

またそのサービスはお客様の信頼と満足を第一と考え、永続的に社会貢献できる企業、働く人達が共に成長する企業、すべてのみなさまに喜ばれる企業を目指し、以下の環境活動を推進します。

- (1) 環境関連の法律、規制及び当社が同意するその他の要求事項を順守するとともに、この環境方針に沿って、当社の環境マネジメントシステムを確立し、継続的改善に努める。
- (2) 建設機械、自動車の販売・整備・修理において、環境汚染の防止に配慮した廃棄物の処理を推進する。
- (3) 地球温暖化防止のため、電力・石油燃料の節減を推進する。
- (4) この環境方針は事務所に掲示して、当社社員及び当社事業場で従事する協力社員に周知する。
- (5) この環境方針は一般の方々の要求に応じて提供する。

同社の品質方針・環境方針に掲げられている内容を SDGs における 17 の目標に照らし合わせてみると、品質方針の内容については、目標 9「産業と技術革新の基盤をつくろう」に合致するほか、環境方針の内容については、目標 7「エネルギーをみんなに そしてクリーンに」と目標 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。

特に、環境負荷低減の取り組みに関して、同社では地球環境の保全を重点課題と認識し、同社の各事業分野の活動において環境負荷の継続的低減に注力してきた。この環境負荷低減に向けた取り組みが認められ、2010 年から 4 年連続「環境に優しい自動車関連事業場、新潟運輸支局長表彰」を受賞することができた。

また近年では、全国各地での自然災害が多発するなか、被災地において大きな問題として顕在化するトイレ問題の解決に向けて、仮設トイレと軽トラックを一体化した「トイレカー」の製造・販売を始めている。2024 年 1 月に起きた「令和 6 年能登半島地震」の被災地へも派遣し、被災地の人たちの生活・環境衛生改善に貢献している。この取り組みは、上記の品質方針の基本理念に沿った活動の一つではあるが、「トイレカー」をトイレ難民へ届けるという活動そのものは、SDGs における 17 の目標のうちの目標 6「安全な水とトイレを世界中に」にも合致する内容となっている。



資料:ニットの Website <https://www.nittoc.com/toiletcar/>

## 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「トイレカーの販売台数」である。同社は、自然災害の際などに生じる仮設トイレの不足への解決策の一つとなるほか、近年女性の進出が進む建設現場におけるトイレ問題にも対応する「トイレカーの販売台数」を目標に定める。同社は、その達成を通じて、自

然災害時においても安心して生活できる環境整備や、すべての人たちの水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保していく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


同社は、前述の品質方針の基本理念において、「当社は、お客様の信頼と満足を得ることにより製品を市場に供給することを目的としお客様のニーズと要求品質を的確に把握し、迅速に対応していきます。」と謳っている。今回の KPI に掲げるトイレカーの製造・販売に注力することは、上記の品質方針のもと、顧客からの信頼と満足を高めるための事業活動を展開するなか、自然災害時のトイレ難民の解決や、建設現場における女性専用トイレの整備などに資することから、社会的にも非常に意義のある事業といえる。

KPI として定めた「トイレカーの販売台数」を増やすことは、SDGs の 17 の目標のうち、具体的には目標 6「安全な水とトイレを世界中に」の達成に貢献することが期待される。

KPI は同社の経営会議で、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。

なお、KPI は以下の SDGs の目標に貢献すると考えられる。

### 【SDGs の目標】

SDGs の目標	ターゲット
	<p>6.2 2030 年までに、すべての人々の、適切かつ平等な下水施設・衛生施設へのアクセスを達成し、野外での排泄をなくす。女性及び女兒、ならびに脆弱な立場にある人々のニーズに特に注意を払う。</p> <p>6.b 水と衛生の管理向上における地域コミュニティの参加を支援・強化する。</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

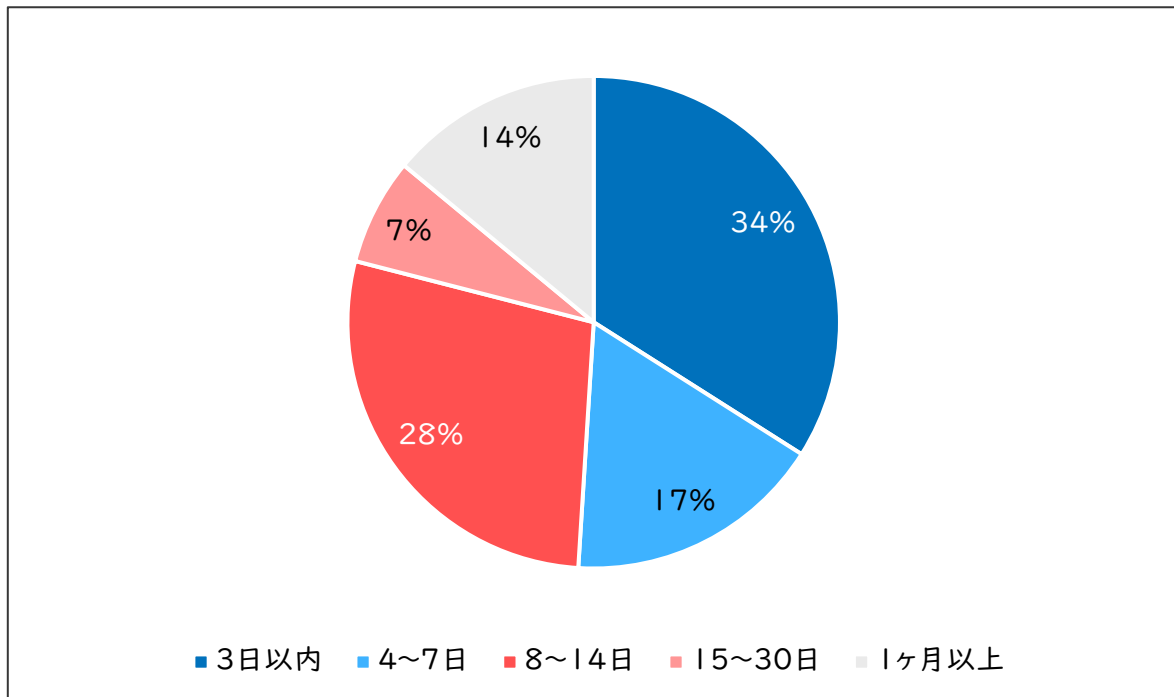
同社が KPI として定めた「トイレカーの販売台数」を増加させることは、自然災害時の迅速な仮設トイレの設置に貢献する。

内閣府「避難所におけるトイレの確保・管理ガイドライン (平成 28 年 4 月)」によると、東日本大震災の際に、仮設トイレが被災地の避難所に行き渡るまでに要した日数として、「3日以内」と回答した自治体の割合は34%、「4~7日」が17%、「8~14日」が28%、「15~30日」が7%、「1ヶ月以上」が14%となっており、1週間超(「8~14日」~「1ヶ月以上」の合計)の割合がほぼ5割(49%)となっている。この結果をふまえると、自然災害などの有事の際に、すべての被災地に仮設トイレを迅速に整備することは、想像以上に困難であると推測される。同社の製造・販売するトイレカーが普及することで、仮設トイレを必要とする所に迅速にかつ、安全で衛生的なトイレを届けることが可能となり、社会問題の解決に寄与するものであり、有意義であるといえる。

また、同社のトイレカーは自走して、トイレが必要な所に出動させることが可能であることから、建設工事の現場はもちろんのこと、屋外のイベント会場などでも有用とみられる。特に、人手不足が深刻化するなか、建設工事の現場では女性や高齢者の積極的な活用などが求められており、女性や高齢者が使いやすいトイレを建設現場に設置することは人手不足の緩和や解消にもつながるとみられる。

なお、「トイレカーの販売台数」は、定量的に確認できるものである。

### 【東日本大震災の際に仮設トイレが被災地の避難所に行き渡るまでに要した日数】



資料:内閣府「避難所におけるトイレの確保・管理ガイドライン(平成28年4月)」

## 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「トイレカーの販売台数」の決算期ごとの目標を SPTs に設定した。2023年4月期の実績である29件を基準として、2031年4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。

【トイレカーの販売台数の目標値(SPTs) (白抜きの数値)】

決算期	販売台数 (年間)	2023年4月期比
2022年4月期	7台	-
2023年4月期	29台	-
2024年4月期(見込み)	37台	128%
2025年4月期	80台	276%
2026年4月期	120台	414%
2027年4月期	160台	552%
2028年4月期	200台	690%
2029年4月期	250台	862%
2030年4月期	300台	1,034%
2031年4月期	350台	1,207%

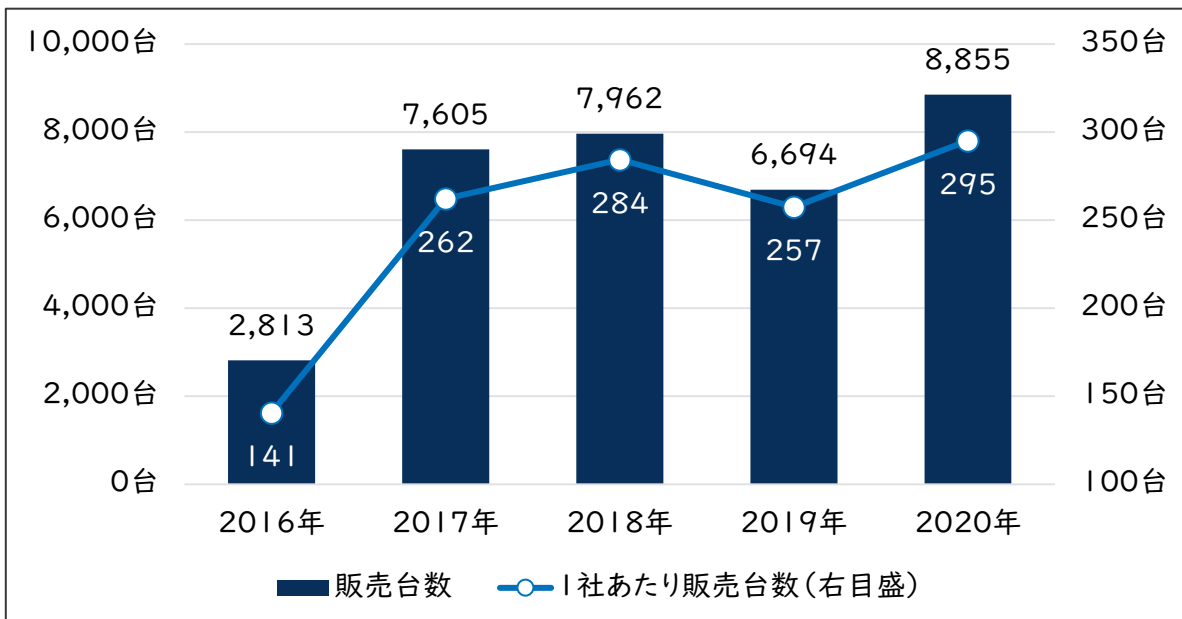
## (2)SPTsの野心性

### ①長期的なパフォーマンス(過去の実績)等との比較

トイレカーの製造・販売を始めた2022年4月期から2024年4月期(見込み)までの同社の年間販売台数の平均は24台となっている。同期間における年間販売台数は年々増加しており、2024年4月期(見込み)は37台と、2022年4月期に比べて5倍を超える販売台数となっている。

一方、特定非営利活動法人日本トイレ研究所「快適トイレの生産台数及び販売台数に関する調査」をもとに、災害時や建設工事現場、屋外イベントなどで利用される「快適トイレ」(男女

【快適トイレの販売台数】



資料:特定非営利活動法人日本トイレ研究所「快適トイレの生産台数および販売台数に関する調査」

ともに快適に使用できる仮設トイレ)の販売台数をみると、2016年の2,813台から2020年には8,855台へと3倍を超える増加となっている。これを生産・販売社数1社あたりで見ると、2016年の141台から2020年には295台と2倍程度の増加となっている。

そのなかで同社が設定したSPTsとしては、判定期の1年目となる2025年4月期には直近の見込みである37台の2倍超となる80台、その後は2028年4月期まで前期の販売台数を40台ずつ上積みした販売台数を目標とし、2029年4月期には250台、2030年4月期には300台を販売することとしている。今回のSPTsを達成するためには、今後の仮設トイレ需要を的確に捉えながら、同社の受注に結びつけていくことが強く求められるものであり、過去の実績ならびに業界全体のうごきと比較しても野心性があると判断できる。

## ②達成方法と不確実性要因

同社は、過去3年間で、トイレカーの受注拡大に向け、増産体制に向けた生産体制の整備を進めるとともに、建設業を中心としたニーズのある業界への提案活動を精力的に行ってきた。実際、既に建設現場や災害地での需要に応え、提案件数や実際の販売台数の増加にもつなげている。

現在は、建設現場における人手不足などを受け、女性や高齢者などを積極的に採用するための手段の一つとして、誰もが働きやすい職場環境の整備に積極的な企業が多くなっている。その一方で、景気要因による建設市場の縮小やトイレカーの需要の一巡などにより、一時的に受注の減少を余儀なくされることも想定されうる。このようななか、同社では、自治体や企業における災害発生時の備えをはじめとした中長期的なトイレカー市場の拡大を見据え、迅速かつ機動的な意思決定を重視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。

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. レポートティング

評価対象の「レポートティング」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。

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、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」、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、第四北越銀行及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。