

セカンドオピニオン

オイシックス・ラ・大地株式会社
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2025 年 6 月 30 日

発行者:第四北越

リサーチ&コンサルティング株式会社

本文書は、SDGsリンク・ファイナンスに関するセカンドオピニオンである。

I. 借入人の概要

(I) 事業概要

- オイシックス・ラ・大地株式会社（以下、同社）、および連結子会社 37 社、関連子会社 4 社で構成される同社グループは、食に関する社会課題をビジネスで解決することで持続可能な社会を実現することを目指し、様々な事業を展開している。
- 同社グループが展開している事業は、①BtoC サブスク事業、②BtoB サブスク事業、③社会サービス事業、④車両運行サービス事業、⑤その他事業の5つのセグメントに分類される。各事業の内容は、以下のとおりである。

【同社グループの事業内容】

セグメント	事業内容
① BtoC サブスク事業	ウェブサイトやカタログを通じて顧客より注文を受け、独自の栽培、生産基準に基づいた環境負荷の少ない高付加価値の食品（青果物・加工食品・ミールキット）、および日用品や雑貨等を宅配する事業
② BtoB サブスク事業	保育園への食材卸事業、企業・官公庁・学校・保育園等の食堂の給食および管理業務、病院の入院患者を対象とした給食や老人保健施設等の給食などの受託運営、外食産業に利用する食材販売等の事業
③ 社会サービス事業	地方自治体からの幼稚園や小中学校向けの給食、放課後児童クラブ（学童保育）・図書館・児童館等の施設管理および運営、民間企業からの各種アウトソーシングの受託
④ 車両運行サービス事業	民間企業や地方自治体からの車両運行管理業務のアウトソーシングの受託
⑤ その他事業	他社 EC 支援事業や移動スーパー事業、投資事業等

資料:オイシックス・ラ・大地の第 27 期有価証券報告書をもとに当社作成

(2) 同社の企業理念

同社は「これからの食卓、これからの畑」を企業理念として定め、食に関する社会課題をビジネスの手法で解決することをミッションとしている。

また、同社の役員および従業員の一人ひとりが、「お客様に美味しく楽しく健康的な食生活を送っていただくためにはどうすれば良いか」を考えるための指針として、「Oisix の約束：DEHECS」を制定している。

【同社の企業理念】

これからの食卓、これからの畑

より多くの方が、よい食生活を楽しめるサービスを提供します
よい食を作る人が、報われ、誇りを持てる仕組みを構築します
食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、持続可能な社会を実現します
食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

資料:オイシックス・ラ・大地の Website <https://www.oisixradaichi.co.jp/story/>

【Oisix の約束:DEHECS】

D_{elicious} おいしさ

Oisixは取り扱う全ての食材について間違いのないおいしさを提供し、さらに、思わず家族や友達にすすめたくなるほどの感動的なおいしさをお届けする。

E_{njoyable} 楽しさ

Oisixはお客様が来店して商品を購入し、調理して、召し上がるまでの全てのプロセスにおいて期待以上の発見や学びを提供し、会話や笑顔が生まれるような、食の楽しさを作り出す。

H_{ealthy} 健康

OisixはOisixのある生活をお客様が送ることで、家族や子ども・自分自身が心身の健康を獲得できるようお手伝いをする。

E_{asy} 簡単

Oisixはお客様が忙しい日々の中で豊かな食生活を簡単に実現できるよう、ストレスを感じない気が利いた商品・サービスを提供する。

C_{redible} 信頼

Oisixは「作った人が自分の子どもに食べさせることが出来る」食材のみ販売することで安全を担保し、適切な説明によって安心を提供し、安定的なサービス品質を保つことで、お客様からの継続的な信頼を勝ち取る。

S_{ocial} 社会との関わり

オイシックス・ラ・大地は、地域や、農業・水産業・食品業、およびグローバルな様々な社会問題に対し、自らの行動を通して、その問題解決に積極的に寄与する。

資料:オイシックス・ラ・大地の Website <https://www.oisixradaichi.co.jp/story/>

(3) SDGs達成に向けた取り組み

同社グループは脱炭素社会の実現に向けて、2020年11月に「フードロス削減の取り組み強化」などを掲げる「グリーンシフト施策」を制定するなど、SDGs達成に積極的に取り組んでいく方針である。

【同社グループのグリーンシフト施策】

	項目	目標	現在の進捗
1	農業生産でのグリーン化の推進	当社にかかわる農業生産において、温室効果ガス排出量を、2021年度以降4年以内に半減(2019年度比)	・ サプライチェーン全体でのCO₂ 排出量可視化。スコープ3 カテゴリー1 もCO₂排出量の可視化の実施 ・ 当社独自のグリーン基準の策定と導入 ・ “バイオ炭”を活用した野菜の導入を推進し、農地でのCO₂ 貯留を拡大
2	配送車のグリーンエネルギー実証実験の開始	自社配送車のEV化による温室効果ガスの排出量の削減	・ バイオ燃料を活用した冷蔵車のテスト検証
3	商品パッケージのさらなるグリーン化	当社取扱商品の包装を2021年度以降4年以内に50%以上環境対応素材へ変更	・ Kit Oisixの外袋および中袋、青果の梱包資材にバイオマス配合資材の導入を開始 ・ Kit Oisixの外袋の肉薄化、サイズの最適化などを行いプラスチック使用量の削減 ・ ペットボトルのラベルレス化の導入 ・ 高さ可変式型段ボールを活用することで、緩衝材を1/3削減
4	フードロス削減の取り組み強化	各宅配ブランドにおけるフードロスゼロ	・ オペレーション改善による食品廃棄物の削減 ・ 余剰在庫の子ども食堂などへの商品提供 ・ 各ブランドで川上（産地）のフードロスを削減に貢献（2021年度実績310t）
5	フードロスを価値に変える	当社独自商品Upcycle by Oisixの取組開始	・ 2021年7月Upcycle by Oisixの立ち上げ ・ オリジナル商品13SKUを開発（2022年6月時点） ・ BtoBでの取り扱い開始 ・ 青稜中学校との特別授業開始

資料:オイシックス・ラ・大地の Website <https://www.oisixradaichi.co.jp/sustainability/environment/green/>

2. KPI の選定

KPI の選定は、以下の観点から適切である。

(1) KPI の概要

KPI (重要業績評価指標) は、「フードロスの削減量」および「新潟県内生産者との取引者(社)数」である。

同社では以前よりフードロスの削減に積極的に取り組んでいるが、今後その取り組みをより一層推進していく方針である。また、新潟県内の農業生産者との取引を積極的に行うことで、新潟県における農業の活性化に貢献することを目指している。

なお、「フードロスの削減量」および「新潟県内生産者との取引者(社)数」は、同社のデータベースで一元的に管理されており、定量的に把握できるものとなっている。

(2) KPI の重要性

我が国では、まだ食べることができる食品が日常的に廃棄され、大量のフードロスが発生していることなどから、「食品ロスの削減の推進に関する法律」(食品ロス削減推進法)が 2019 年 10 月に施行されている。同法の基本方針をみると、食品関連事業者等に対して、「食品廃棄物等の継続的な計量の実施等、自らの事業活動により発生している食品ロスを把握し、サプライチェーンでのコミュニケーションを強化しながら、見直しを図ることにより、日々の事業活動から排出される食品ロスの削減に努める」ことを求めている。したがって、同社が選定した KPI は、国の目指す方向性とも合致したものとなっており、有意義なものとなっている。

また、農林水産省は、2018年7月に公表した「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」(食品リサイクル法)の基本方針において、食品関連事業者から発生する事業系食品ロスを 2000年度比で2030年度までに半減させる目標を設定している。こうしたなか、2022年度の食品関連事業者から発生する事業系食品ロス量は前年度より43万トン減少し236万トンとなり、削減目標を8年前倒して達成している。このことは長年にわたり食品事業者のフードロス削減の取り組みが着実に進められてきた成果であると考えられている。

一方、同社グループが制定した「グリーンシフト施策」をみると、「フードロス削減の取り組み強化」を掲げており、同社の目指すべき方向と KPI は一致している。

もう一つの KPI である「新潟県内生産者との取引者(社)数」については、2025年3月に、持続可能な農業の実現に向け「農業経営基盤の強化の促進に関する基本方針」を新潟県が策定・公表している。本方針のなかで重点的に推進する事項の一つとして、食品産業との連携強化や高付加価値化の推進など「担い手が将来展望を持って経営できる農業の展開」を掲げている。県内の農業生産者が同社と取引を行うことにより付加価値の高い持続可能な農業を展開することが可能となることから、同社が KPI として定めた「新潟県内生産者との取引者(社)数」を増やすことは、新潟県の目指す方向性と合致しており、有意義なもの判断できる。

加えて、同社の企業理念には「よい食を作る人が、報われ、誇りを持てる仕組みを構築します」

「食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、持続可能な社会を実現します」との考えが表明されており、同社の目指すべき方向と KPI は一致している。

なお、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。

3. 年次別目標の設定

年次別の目標は、以下の観点から適切である。

(1) 年次別目標の内容

同社は、KPI である「フードロスの削減量」(目標 1)と「新潟県内生産者との取引者(社)数」(目標 2)を年次別目標に設定した。達成目標は決算期ごとに設定されており、毎年度の達成状況をみて判定する。なお、目標 1 もしくは目標 2 の片方の達成で所定の 2 分の 1、両方の達成で所定の金利を引き下げることとしている。

なお、同社は第四北越銀行の協力を得て、年次別目標を設定している。

【「フードロスの削減量」(目標 1)および「新潟県内生産者との取引(社)数」(目標 2)の年次別目標値(SPTs)(白抜きの数値)】

決算期	フードロスの削減量(単位:Kg) (目標1)	新潟県内生産者との 取引者(社)数(単位:件) (目標2)
2023 年 3 月期(実績)	482,724	32
2024 年 3 月期(実績)	506,654	35
2025 年 3 月期(実績)	525,782	38
2026 年 3 月期	500,000	39
2027 年 3 月期	510,000	40
2028 年 3 月期	520,200	41
2029 年 3 月期	530,604	42
2030 年 3 月期	541,216	43
2031 年 3 月期	552,040	44
2032 年 3 月期	563,081	45

(2) 年次別目標の適切性

① 同業他社等との比較

同社は、同社におけるフードロス量の実績や国内外のフードロスの状況を参考にして目標を

設定している。前述のとおり、わが国は食品関連事業者から発生する事業系食品ロスを 2000 年度比で 2030 年度までに半減させる目標を設定していたところ、2022 年度に前倒して目標を達成した。その後政府は、2024 年 12 月に 2030 年度までに 2000 年度比で 60%削減するという新たな目標を設定している。一方同社では、2026 年 3 月期の目標値を基準にフードロス削減量を毎年 2%ずつ増やしていくという目標を掲げている。2%という数字は、政府が掲げる 30 年で事業系食品ロスを 60%削減するという目標の 1 年あたりの数値と同一であり、同社が掲げる「フードロスの削減量」の目標は適切であると判断できる。

次に「新潟県内の生産者との取引者(社)数」の目標について、同社が展開している食品宅配サービス事業をみると、顧客の食卓に「安心・安全」を届けるため、全ての生産者と直接契約を行っており、現在約 4,000 件の生産者(社)が同社の生産者ネットワークに加わっている。同社との取引を開始するためには、厳しい生産基準を満たすこと、および高い生産技術を有していることが必要であり、そのような県内農業生産者を開拓し続けていくことは容易ではないと想定される。したがって、「新潟県内の生産者の取引者(社)数」を年々増やしていくことは難易度が高い取り組みであり、本目標についても適切であると判断できる。

②達成方法と不確実性要因

同社では、川上にあたる生産地や製造元において、従来の小売流通の概念にとらわれない多彩な規格外食材を流通させる「ふ、ぞろい Radidh」というフードロス削減と生産者支援を目的としと取り組みを行っている。また、「Upcycle by Oisix」というブランドを展開し、これまで捨てられていた食材に付加価値を付け、新しい商品にアップグレードして開発・販売するという取り組みを進めている。加えて川中にあたる流通過程では、AIを活用し生産と顧客の需給マッチングを行うことでフードロスの削減に努めるとともに、川下にあたる家庭においても調理に必要な食材を必要な分だけ集めて届けることで食品廃棄量を大幅に削減するなど、川上から川下までサプライチェーン全体でフードロスの削減に取り組むことにより、「フードロスの削減量」の目標達成を目指している。

また同社では、「新潟県内生産者との取引者(社)数」を増やしていくために、同社が構築している生産者ネットワークを活用して情報収集を行うとともに、実際に現地を訪問し生産者と面談を重ねた上で、同社の基準に適合した食材を生産可能かどうかを判断することとしている。このような地道な取り組みを通じて、県内の取引者(社)数を増やすこととしている。

一方同社の事業が拡大していくことで、予想通りにフードロスの削減などが進まないなどといったリスクもあるが、同社の根本にある企業理念や「Oisix の約束:DEHECS」に立ち戻り、持続可能な社会の実現に向けて愚直に事業を遂行することで、取り組みの精度を維持・向上させていく方針である。

③SDGsへの貢献

KPIとして定めた「フードロスの削減量」を増やしていくことは、SDGsの17の目標のうち、具体的には「2.飢餓をゼロに」のターゲット「2.1 2030年までに、飢餓をなくし、すべての人々、特に貧困層や乳幼児を含む状況の変化の影響を受けやすい人々が、安全で栄養のある十分な

食料を一年を通して得られるようにする。」や「12. つくる責任つかう責任」のターゲット「12.3 2030年までに、小売・消費者レベルにおける世界全体の一人あたり食品廃棄を半分にし、収穫後の損失を含めて生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減らす。」の達成に貢献することが期待される。

また、「新潟県内生産者との取引者(社)数」を増やしていくことは、SDGsの17の目標のうち、「8. 働きがいも経済成長も」のターゲット「8.2 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化や技術向上、イノベーションを通じて、より高いレベルの経済生産性を達成する。」の達成に貢献することが期待される。

【SDGsの目標】

SDGsの目標	ターゲット
 2 飢餓をゼロに	2.1 2030年までに、飢餓をなくし、すべての人々、特に貧困層や乳幼児を含む状況の変化の影響を受けやすい人々が、安全で栄養のある十分な食料を一年を通して得られるようにする。
 8 働きがいも経済成長も	8.2 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化や技術向上、イノベーションを通じて、より高いレベルの経済生産性を達成する。
 12 つくる責任 つかう責任	12.3 2030年までに、小売・消費者レベルにおける世界全体の一人あたり食品廃棄を半分にし、収穫後の損失を含めて生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減らす。

資料:「SDGsとターゲット新訳」制作委員会「SDGsとターゲット新訳 Ver.1.2」

https://xsdg.jp/pdf/SDGs169TARGETS_ver1.2.pdf

4. ローンの特性

ローン特性は、以下の観点から適切である。

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。同社は年次別目標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、借入条件と同社の年次別目標に対するパフォーマンスは連動しており、年次別目標達成の動機付けとなっている。

5.レポーティング

レポーティングは、以下の観点から適切である。

同社は年次別目標の達成状況について、目標達成状況に関する報告書を報告期限までに第四北越銀行に対し、年に1回提出することになっている。

第四北越銀行は、これにより年次別目標の達成状況に関する最新の情報を入手できるとともに、目標達成状況に関する報告書の内容から年次別目標の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、設定する目標や取り組み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本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およ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。