

セカンドオピニオン

株式会社塚田牛乳
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2025 年 9 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

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。

1. 借入人の概要

(1) 事業概要

- 株式会社塚田牛乳(以下、同社)は新潟市江南区に本社・工場を構え、牛乳や乳製品、関連食品の製造・販売を主要事業としている。同社の製品は約 100 ある販売店を経由して新潟県内の家庭に宅配されている。また、給食用として新潟市内の学校に納入されているほか、病院や老人ホーム、ホテル、洋菓子製造業者、スーパーストアなど多くの取引先に納められている。

【同社で製造されている牛乳】



資料:塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/会社概要/>

【同社の製品ラインナップ】



牛乳・乳飲料



ヨーグルト



生クリーム・バター



おやつ・デザート



加糖練乳

資料:塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/商品情報/>

- 同社の製品は、高度な品質安全管理に基づく HACCP（食品の製造から消費に至るまでの全工程において、食品の安全性を確保するための体系的な衛生管理手法）に沿った工程で製造されている。牛から搾られた生乳は厳格な規格検査が行われた後、速やかに殺菌処理され、冷却・貯乳・パック詰めされた後に出荷される。同社では、生乳の受け入れから製品の出荷にいたるまで徹底した衛生管理を実践し、安全・安心な製品を提供している。

【塚田牛乳のおいしさのポイント】

①新鮮さ	塚田牛乳の工場には、毎日近隣の酪農家から新鮮な生乳（乳牛から搾ったままの何も手を加えない乳）が運ばれてきます。品質や風味を落とすことなく、運ばれてきた生乳を製品に使用しています。
②安心・安全	塚田牛乳は検査体制が整っており、その検査結果が間違いないと認められた認定検査機関です。毎日製造する製品を様々な項目で厳しくチェックしています。
③信頼の実績	生乳の受け入れから製品の出荷にいたるまで、“徹底した総合衛生管理システム HACCP認定”を1999年に取得し、製品の安全を確保しています。長年、新潟県のような学校給食やスーパー、宅配などで塚田牛乳をご愛飲頂いています。

資料:塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/商品情報/塚田情報館/おいしい塚田牛乳ができるまで/>

- 同社が製造する「SEND 牛乳」は、安心できる生乳だけを使い、独自の製法によってつくった新潟でしか味わえない成分無調整プレミアム牛乳である。「SEND 牛乳」は 75℃で殺菌が行われているため、量産品の牛乳と比べ消費期限が短くなっている。その一方で、新鮮なままの状態であるので、生乳本来の香りと多様な栄養素が保たれており、フレッシュなおいしさを実感することができる。

【同社が製造する SEND 牛乳】



資料:塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/商品情報/塚田情報館/send牛乳おいしさのひみつ/>

(2) 経営理念、価値観

同社の経営理念は、「酪農業に貢献し、牛乳や乳製品を通じて関わる社員や顧客に健康と幸せを届けます。また、日本の酪農業に寄与できる企業を目指します。」である。この経営理念は2025年4月に新たに掲げられ、従業員一人ひとりの成長とやりがいを大切にしながら、持続可能な産業づくりに貢献することを目指している。同社は、日本の酪農業を支える一員として、酪農に携わる人々と力を合わせ、地域社会に必要とされる企業であり続けることを目指している。

加えて、この理念を具現化するために、同社役員および従業員の日常の活動の指針として、6つの価値観を制定している。価値観に沿った行動を実践することで経営理念を実現しようと努めている。

【同社の経営理念】

経営理念

酪農業に貢献し、牛乳や乳製品を通じて関わる社員や顧客に健康と幸せを届けます。
また、日本の酪農業に寄与できる企業を目指します。

資料: 塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/会社情報/>

【同社の価値観】

① 誠実、迅速な対応

優れた商品であっても、対応が誠実でなければ信頼は築けない。

相手の立場に立ち、約束を守る。トラブル時も言い訳ではなく、「できる方法」を考えて動く。これは社員としてだけでなく、人として大切にしたい姿勢です。

② 品質、サービス向上

私たちの商品は日々の健康を支えるものです。だからこそ「安心・安全」は当たり前追求し続ける必要があります。

品質やサービスに「終わり」はありません。常に改善し続けることが、私たち塚田牛乳の信頼につながります。

③ 希望と実践

「こうなりたい」「こうしたい」という希望がなければ、挑戦は生まれません。

そして希望だけでは何も変わりません。大切なのは、それを実行に移すこと。

小さな一歩でも良い。踏み出す勇気を大切にしたい。

④ 成長と発展

社員の成長なくして、会社の発展はありません。個々の力が向上すれば、できることの幅が広がり、日々の仕事に自信も生まれます。その積み重ねが、会社全体の成長につながります。

⑤ 改善

どんな小さな課題にも目を背けず、ひとつずつ改善していく。その積み重ねが、大きな変化を生み出します。「これは昔からこうだから」という思考を捨て、常により良くする意識を持つことが大切です。

⑥ チームワークと協力

塚田牛乳は、管理、製造、配送、営業まで多くの部署と人が関わっています。

一人ではできないことには限界がありますが、チームで動けば大きな力になります。

お互いの役割を尊重し、助け合いながら成果を出しています。

1つの商品に関わる全ての人の協力があるからこそ成り立っているという意識が大切です。

資料: 塚田牛乳の Website <https://www.tsukadamilk.com/会社情報/>

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、「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope I・2)」である。同社は自社の温室効果ガスの Scope I と Scope 2^(注1)を算定し、2026 年 2 月期以降の排出量原単位である「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope I・2)」の数値目標を定め、その達成を通じて企業として地球温暖化の抑制に貢献することを目指すこととする。

なお、「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope I・2)」は、定量的に確認できるものである。

(2) KPI の重要性

同社が KPI として定めた「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope I・2)」の削減は、地球温暖化の抑制に貢献する。

地球温暖化は大気中の温室効果ガスの濃度上昇が原因であり、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。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た。

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国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。

また同社は、前掲した経営理念において「牛乳や乳製品を通じて関わる社員や顧客に健康と幸せを届けます。」と謳っている。健康と幸せを届けることができる安全・安心で高品質な製品を今後も生産していくためには、地球温暖化に歯止めをかけ、安定した気候を維持する必要がある。そのためには脱炭素社会の実現が重要であることから、同社が目指すべき方向と KPI の内容は合致しており、有意義なものとなっている。

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。

(注1) Scope I: 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出 (燃料の使用、工業プロセス)

Scope 2: 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用による間接排出

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「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」の年次別目標を設定した。

排出量 (単位: t-CO₂) を年間売上高 (単位: 百万円) で除した排出量原単位である「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を指標として使用し、2025 年 2 月期の排出量原単位を基準として、2028 年 2 月期までの以下の目標を設定している。達成目標は年度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、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。

【年次別目標値 (白抜きの数値)】

判定期	売上あたり CO ₂ 排出量 (Scope 1・2) (単位: t-CO ₂)	削減率
2025 年 2 月期 (実績)	0.847	—
2026 年 2 月期	0.811	4.2%
2027 年 2 月期	0.776	8.4%
2028 年 2 月期	0.740	12.6%

(2) 年次別目標の適切性

① 同業他社等との比較

同社は温室効果ガスの排出削減に取り組む国際的な枠組みである SBT (Science Based Targets) の認定基準をベンチマークとした削減率をもとに年次別目標を定めている。

SBT は近年、企業が高いレベルで温室効果ガスの排出削減に取り組んでいることを対外的に示す国際スタンダードとなっており、国内でも大企業等を中心に参加する企業が増加している。参加を希望する企業は、自社の削減目標を定めて SBT 事務局より認定を受ける仕組みとなっている。認定の要件は厳しく、自社の直接の排出量 (Scope 1 と Scope 2) では、パリ協定が目指す 1.5℃目標^(注2)と整合的な年 4.2%以上の削減の継続が求められる。

同社は自社の排出する温室効果ガス (Scope 1 と Scope 2) について、2025 年 2 月期を基準として 2028 年 2 月期までの 3 年間に排出量原単位ベースで 12.6%を削減するとして算定した「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を定めており、年次別目標に設定している。売上あ

^(注2) 世界が取り組むべき温暖化対策の国際的な枠組みであるパリ協定で合意された産業革命以来の平均気温 2℃よりも十分低く保ち、1.5℃に抑えることを目指す目標。

たりの基準ではあるものの、2028 年 2 月期までの 3 年間で年平均 4.2%の削減継続は国際的に高いレベルとされている SBT の水準と同水準であり、同社の年次別目標は適切であると判断できる。

【SBT の要件】

目標年	申請時から5年以上先、10年以内の任意年
基準年	2015年以降、最新のデータが得られる年での設定を推奨
削減対象範囲	Scope 1,2,3排出量 ただし、Scope 3がScope 1～3の合計の40%を超えない場合には、Scope 3目標設定の必要は無し
目標レベル	下記水準を超える削減目標を任意に設定 ■ Scope 1,2 少なくとも年4.2%削減 (1.5℃目標と整合性をとる) ■ Scope 3 少なくとも年2.5%削減 (2℃を十分に下回る目標と整合性をとる)

資料:環境省「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」発表の資料をもとに当社作成

②達成方法と不確実性要因

同社では、今回の KPI である「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を把握するために、CO₂ 排出量 (Scope 1・2) を自社で計測している。また、無駄な電力使用を抑え省エネに努めるなどして、エネルギー使用料を低減し CO₂排出量を削減するように努めている。

一方、生産量の増加にともない、今後同社のエネルギー使用量が増加することも想定される。同社では、さらなる省電力に努めるとともに、エネルギー効率に優れた設備の導入・更新を検討している。今後も先を見据えた迅速な意思決定を重視し、不確実な要因に対して対処していく方針である。

③SDGsへの貢献

KPIとして定めた「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2)」を削減することは、SDGs の 17 の目標のうち、具体的には「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」のターゲット「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。」や、「13. 気候変動に具体的な対策を」のターゲット「13.1 すべての国々で、気候関連の災害や自然災害に対するレジリエンスと適応力を強化する。」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
 7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	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。
 13 気候変動に 具体的な対策を	13.1 すべての国々で、気候関連の災害や自然災害に対するレジリエンスと適応力を強化する。

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. ローンの特徴

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。