

セカンドオピニオン

株式会社コラボショップ
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2025 年 9 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。

1. 借入人の概要

(1) 事業概要

- 株式会社コラボショップ（以下、同社）の始まりは、2002 年に上越市の中心市街地活性化事業の一部として行われたチャレンジショップ事業に挑戦したことにある。「オリジナルのプリントTシャツが作れるお店」として応募し採用され、同年 10 月に上越市高田・本町商店街にオープンしたチャレンジショップ「CEN—VAN」に出店した。その後、2003 年にチャレンジショップを卒業、独立した店舗を構えた後、2008 年に法人化している。
- その後もプリント加工工場を新設するなど、業績を順調に伸ばしてきた。現在は、B to C 分野では学校の体育祭や文化祭、部活動などで使用されるクラス T シャツを中心としたオリジナル衣料品を受注・作成する「オリジナル T シャツ作成事業」を展開している。また、自社ブランドとして企画・制作した T シャツなどを EC サイトなどで販売する「自社ブランド事業」にも進出している。加えて、B to B 分野でプリント加工を受託する「プリント加工事業」を推進しており、同社の主力事業の一つとなっている。

【同社の商品例(①)】



資料:コラボショップ提供

【同社の商品例②】



資料:コラボショップ提供

- 同社の強みは、「高い技術力」と「丁寧な顧客対応」により製品のクオリティーの高さを実現していることである。デザインの作成からプリント加工までを一貫して自社で行うことで経験やスキルを獲得・蓄積し、顧客の期待に込めている。また、来店する顧客に対しては、貸出試着サンプルを試してもらい着心地を確認してもらうなど、より顧客のニーズに合わせた商品を提供することに努めている。
- 同社では衣料等にプリントする際に、「シルクスクリーンプリント」という技法を使用している。シルクスクリーンプリントとは、版を作成して衣料にインキを落として乗せていく方法であり、プリント面に厚みがあるといった特徴がある。画像やイラストをダイレクトにプリントする「インクジェットプリント」と比較して手間がかかる方法であるが、色あせしにくく、簡単にはがれないなど耐久性に優れている。また、本体に直接インキを乗せる印刷方法のため、下地の色の影響を受けにくく、はっきりとした発色を表現できるため、仕上がりの色彩が鮮やかになるという特徴を持っている。この耐久性と発色の良さも同社が選ばれる要因となっている。

(2) 経営理念

同社の経営のモットーは「個々が学ぶことで組織が日々変化し、よりよい未来を実現する」である。従業員一人ひとりの成長が組織の発展につながり、ひいてはよりよい社会の実現につながることを示している。

【同社の経営理念】

個々が学ぶことで組織が日々変化し、
よりよい未来を実現する

資料:コラボショップ提供

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 1・2)」である。同社は自社の温室効果ガスの Scope 1 と Scope 2^(注1) を算定し、2025 年 12 月期以降の排出量原単位である「売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・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 1・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 1・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、前掲した経営の経営理念において「よりよい未来を実現する」と謳っている。持続可能な社会を実現するためには、脱炭素の取り組みを推進していくことが急務である。したがって、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 は同社の取締役会で、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 1: 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)」を年次別目標に設定した。

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、2024 年 12 月期の排出量原単位を基準として、2031 年 12 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。

【売上あたり CO₂ 排出量 (Scope 1・2) の年次別目標値 (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)	2025 年 2 月期比 削減率
2024 年 12 月期 (実績)	0.496	—
2025 年 12 月期	0.475	4.2%
2026 年 12 月期	0.454	8.4%
2027 年 12 月期	0.433	12.6%
2028 年 12 月期	0.413	16.8%
2029 年 12 月期	0.392	21.0%
2030 年 12 月期	0.371	25.2%
2031 年 12 月期	0.350	29.4%

(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、2024 年 12 月期を基準として 2031 年 12 月期までの 7 年間に排出量原単位ベースで 29.4%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。売上あたりの基準ではあるものの、2031 年 12 月期までの 7 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、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、受注の増加にともない、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、さらなる省エネに努めるとともに、エネルギー源の転換や高効率な設備の導入・更新を実施していくことを検討している。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。

^(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。

③SDGsへの貢献

KPIとして定めた「売上あたりCO₂排出量（Scope1・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
	7.3 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。
	13.1 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。