

セカンドオピニオン

白瀧酒造株式会社
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2026 年1 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

- 白瀧酒造株式会社(以下、同社)は、1855 年に初代当主である湊屋藤助によって創業された歴史ある酒造会社である。本社のある新潟県南魚沼郡湯沢町は、創業当時、江戸と越後(日本海側)をつなぐ街道の宿場町で、多くの旅人や行商人が行き交う土地であった。そうした旅人に酒を提供する「居飲み酒屋」として始めたのが同社の起源である。以降、約170 年にわたり、地元の水や米といった自然資源を活かす酒造りを続け、現在に至っている。

【白瀧酒造の歴史】



白瀧酒造の歴史



白瀧酒造の酒造りは安政2年(1855 年)、湊屋藤助により始められました。越後と江戸を結ぶ三国街道の要衝である湯沢の地で、旅人・行商人を相手に酒を提供しました。



国内には1000近くの酒蔵がある中、新潟県にはほぼ1割の100近くの酒蔵が集まっています。酒造りの長い歴史と酒造りに恵まれた自然環境のもと、良い酒を生み出し続けています。

資料:白瀧酒造の Website <https://www.jozen.co.jp/top/history.asp>

- 同社がある湯沢町は、酒造りに適した自然条件が揃っている。冬に豊富な雪に恵まれる地域で、その雪がゆっくりと地中に浸透し、長年をかけてミネラルを含んだ地下水となる。この水が同社の酒造りで「仕込み水」として使用されている。また、湯沢町周辺は日本有数の米どころとして有名であり、同社は「雪どけ水×地元米×雪国の冬の気候」を三位一体として活かした酒造りを実践している。

- 同社が醸造する日本酒の代表銘柄は、「上善如水(じょうぜんみずのごとし)」である。透明感のある水のように「キレ」と「軽快さ」、そして果実のような華やかな香りと純米ならではのやさしい旨みを併せ持っている。また、どんな料理にも合わせやすく、日本酒の初心者にも親しみやすいという特徴をもっている。
- 他の銘柄では、同社の創業者の名前を継ぐ「湊屋藤助」、酒造好適米を極限まで磨き(35%精米)、華やかな香りとまろやかなで深みある味を追求した「純米大吟醸 宣機的一本」などが有名である。

【同社が醸造する日本酒「上善如水」と「純米大吟醸 宣機的一本」】



資料:白瀧酒造の Website <https://www.jozen.co.jp/top/jozenmizunogotoshi.asp>



資料:白瀧酒造の Website <https://www.jozen.co.jp/top/takakinoippon.asp>

(2) 企業理念

2017 年に同社の未来を見据えてコーポレートロゴと企業理念をリニューアルし、企業理念は「ミズのように生きるのさ」から「ミズとともにそのさきへ」と一新した。同社では、新しい企業理念を具現化する試みの一環として、酒造りの最高責任者である杜氏に当時 27 歳の従業員を抜擢するなど、未来の白瀧酒造を見据える取り組みを行っている。

【同社のコーポレートロゴと企業理念】



資料:白瀧酒造の Website <https://www.jozen.co.jp/top/history.asp>

同社は、2025 年 6 月に新たな施設である「shop & taproom Flow」（以下、Flow）を自社敷地内にオープンした。Flow では同社製品の試飲や直売だけでなく、酒造体験・ブレンディング体験、ラウンジでの日本酒文化体験など、五感で日本酒を楽しむ「場」を提供している。また、アルコールを控える人向けに、仕込み水で入れたコーヒー・ソフトドリンクや酒粕アイスなどのノンアルコールメニューも用意するなど、幅広い層への配慮も行っている。加えて、英語での酒造ツアーやワークショップも実施しており、インバウンド需要にも対応している。

Flow を訪れる顧客は、気軽に同社の日本酒を楽しんだり、購入したりできるようになったことで、「日本酒を買う」「日本酒を学ぶ」「日本酒を体験する」のすべてを一箇所で体験できるようになった。Flow の開設は、「日本酒をただ飲む」だけから、「体験」「文化」「コミュニケーション」を含む日本酒の価値の再構築を行う戦略の象徴であり、同社は将来を見据えた上で、観光・インバウンド・地域振興の観点も含めて、日本酒を軸に据えた地域文化の発信を目指している。

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、「従業員の年次有給休暇の取得率」である。同社の 2025 年 6 月期の従業員(合計 58 名)の年次有給休暇取得率は 66.6%であり、今後、有給休暇の取得向上を通じて、より働きやすい職場づくりに取り組むことを目指している。

なお、有給休暇取得日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

2018年に働き方改革関連法が成立し、改正後の労働基準法が2019年4月から順次施行されている。有給休暇の取得についても年 10 日以上(2024年4月以降)の年次有給休暇が付与される労働者(管理監督者を含む)に対して、年次有給休暇の日数のうち年5日については、使用者が時季を指定して取得させることが義務付けられることになった。政府は働き方改革を進める中で、労働者の有給休暇の取得を促進させる方向にある。

なお、厚生労働省がまとめた2024 年の就労条件総合調査によると、労働者の年次有給休暇の取得率は65.3%となり、2019年(52.4%)から10ポイント以上上昇している。また、厚生労働省「過労死等の防止のための対策に関する大綱」(2024年8月2日閣議決定)において、政府は2028年までに「年次有給休暇の取得率を70%以上」へとさらに上昇させることを目標として掲げている。こうした中、同社が従業員の有給休暇の取得率を引き上げていこうとする取り組みは、政府の目指す方向とも合致しており、有意義であるといえる。

加えて、同社の企業理念である「ミズとともにそのさきへ」を具現化する、すなわち同社が持続可能な企業であり続けるためには、実際に業務を行う従業員一人ひとりが意欲や活力を高めていくことが肝要である。そのためには、健康的で働きやすい職場環境を整備していくことが不可欠であり、その一環として年次有給休暇の取得率を引き上げていくことが重要であることから、同社が目指すべき方向と KPI は一致しており、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。

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「従業員の年次有給休暇の取得率」の年次別目標を設定した。達成目標は判定期ごとに設定されており、毎判定期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。

【従業員の年次有給休暇の取得率の年次別目標値（白抜きの数値）】

判定期	有給休暇の取得率
2025 年 6 月期（実績）	66.6%
2026 年 6 月期	68.0%
2027 年 6 月期	69.0%
2028 年 6 月期	70.0%
2029 年 6 月期	71.0%
2030 年 6 月期	72.0%
2031 年 6 月期	73.0%
2032 年 6 月期	74.0%

(2) 年次別目標の適切性

① 同業他社等との比較

厚生労働省がまとめた2024 年の就労条件総合調査によると、労働者1人あたりの年次有給休暇の平均取得率は前述のとおり 65.3%となっている。これに対して、同社の有給休暇取得率は 2025 年 6 月期の実績で 66.6%となっており、全国平均を 1.3 ポイント上回っている。今後同社は、有給休暇取得率の引き上げに取り組み、2028 年 6 月期に 70.0%、2032 年 6 月期には 74.0%に到達させることを目指している。これは政府目標（2028 年の有給休暇平均取得率 70%）を同時期に達成するものであるとともに、2029 年以降もさらなる引き上げを図っていくものである。したがって、同社が掲げる年次別目標は適切であると判断できる。

② 達成方法と不確実性要因

有給休暇を取得することによって心身の疲労回復やリフレッシュ効果など、従業員にとって大きなメリットがあるほか、企業にとっても従業員のモチベーションや生産性の向上、さらに人材の定着率向上も期待できるなどのメリットがある。

一方、厚生労働省の調査により、「みんなに迷惑がかかる」「後で多忙になる」「仕事の調整が

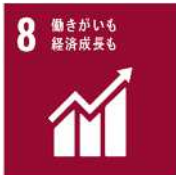
手間」「職場の雰囲気取得しづらい」などの理由で有給休暇取得へためらいを感じる従業員も依然多いことが指摘されている。同社では、従業員教育を強化することで仕事の互換性を高め、業務の効率化を進めるとともに、ワーク・ライフ・バランスをより進めるための福利厚生制度の導入などの取り組みを通じて、有給休暇の取得を促していく方針である。

③SDGsへの貢献

KPIとして定めた「従業員の年次有給休暇の取得率」を引き上げていくことは、SDGs17の目標のうち、具体的には「8.働きがいも経済成長も」のターゲット「8.5 2030年までに、若者や障害者を含むすべての女性と男性にとって、完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい仕事（ディーセント・ワーク）を実現し、同一労働同一賃金を達成する。」の実現に貢献することが期待される。

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
	8.5 2030年までに、若者や障害者を含むすべての女性と男性にとって、完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい仕事（ディーセント・ワーク）を実現し、同一労働同一賃金を達成する。

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。