

ポジティブ・インパクト・ファイナンス 評価書

評価対象兼借入人	株式会社マツザワ
貸付人	株式会社八十二長野銀行
評価書作成者	一般財団法人長野経済研究所
評価基準日	2026年8月31日

目次

I. はじめに.....	2
II. 企業概要.....	3
1. 基本情報.....	3
2. 沿革.....	4
3. 経営理念等.....	5
4. 事業.....	8
III. サステナビリティに関する活動.....	16
1. 社会面.....	16
2. 経済面.....	20
3. 環境面.....	23
4. サステナビリティ活動と特定されたインパクトエリア／トピックの関連性.....	25
IV. 包括的分析.....	25
1. UNEP FI のコーポレートインパクト分析ツールを用いた分析.....	25
2. 個別要因を加味したインパクトエリア／トピックの特定.....	26
V. KPI の設定.....	29
1. 社会面.....	29
2. 経済面.....	30
3. 環境面.....	32
VI. インパクト管理体制.....	34
VII. モニタリング方法.....	34
VIII. 総合評価.....	34

I. はじめに

一般財団法人長野経済研究所は、株式会社八十二長野銀行が株式会社マツザワ（以下、「当社」という）に対してポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施するに当たって、当社の活動が社会・経済・環境に及ぼすインパクト（ポジティブな影響およびネガティブな影響）を分析・評価した。

分析評価は、株式会社日本格付研究所の協力を得て、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）が策定した「ポジティブ・インパクト金融原則」および ESG 金融ハイレベル・パネル設置要綱第 2 項（4）に基づき設置されたポジティブ・インパクト・ファイナンスタスクフォースがまとめた「インパクトファイナンスの基本的考え方」に則っている。

本ファイナンスの概要

契約期間	2026 年 9 月 30 日～2029 年 9 月 20 日
金額	300,000,000 円
資金使途	運転資金
モニタリング期間	3 年間

Ⅱ．企業概要

1. 基本情報

所在地	長野県下伊那郡高森町下市田 3123 番地
資本金	1 億円
創業	1959 年 12 月
主な事業内容	地域食品の企画・製造・販売・青果物の調達、加工（荷姿変更）、販売、グループ管理業務
工場	【喬木工場】長野県下伊那郡喬木村 115 番地 【千葉工場】千葉県香取郡多古町多古 182 番地 1 【大利根工場】埼玉県加須市新利根 1 丁目
営業所	【大阪営業所】大阪府岸和田市小松里町 2034 番地 【東京営業所】東京都世田谷区南烏山 5 丁目 17 番地 8 号太陽生命ビル 4 F
グループ会社	【卸売事業】株式会社信州芽吹堂 ワイエムカンパニー株式会社 株式会社わかふじ 株式会社夢えちご 株式会社あいの風 株式会社天秤や 株式会社はなのき堂 株式会社つるまい本舗 株式会社ケヤキ堂 【青果事業経営】高森マツザワファーム株式会社 【道の駅】可児道の駅株式会社 【飲食店経営】イング株式会社

（当社 HP・提供資料より加工・抜粋、以下別途表記がないものについて同様）



2. 沿革

年	概要
1959	創業
1960	「(有) 松澤商店」として設立
1977	長野県下伊那郡喬木村に本社社屋完成
1983	販売部門を独立し「(株) マツザワ」を設立
1989	飲食店「そばくら」を長野県飯田市にオープン
1990	本社を長野県下伊那郡高森町に移転
1993	飲食部門を独立し、現「イング (株)」を設立
2000	ISO9001 を本社及び喬木工場が取得
2003	営業所を各県単位に法人化
2008	ISO9001 を製造部門及び卸売部門の全事業所が認証取得
2015	「りんご乙女」iTQi にてダイヤモンド味覚賞受賞（7 年連続三ツ星） 「白い針葉樹」がモンドセレクションでインターナショナルハイクオリティー賞受賞
2016	和洋菓子製造販売の老舗「(株) 鳳庵」（東京都）を子会社化
2017	マツザワホールディングス（株）を持株会社としてホールディングス体制に移行 和洋菓子製造販売の老舗「(株) 十勝たちばな」（東京都）を子会社化
2021	ISO9001 認証範囲拡大
2023	飲食部門の路面店をイング（株）へ移行
2024	（株）千勝堂と（株）菓音を（株）マツザワが吸収合併 （株）マツザワが（株）マツザワホールディングスを吸収合併
2025	農業法人高森マツザワファーム株式会社設立

3. 経営理念等

創業の精神



マツザワの創業は、戦後激動の時代に翻弄され、立ちいかなくなってきた家族の借金から、家族と社員を守りたい一心でスタートしたものだった。1959年12月の寒い日、松澤泰が34歳の時に静かに産声を上げた。

人もいない、売る商品もない、お金もない。当時あった経営資源は、唯一創業者の「守って見せる」という気概と、青雲の志だけだった。創業の精神は、何事にも前向きに挑むこと。決してあきらめられないで立ち向かうこと。この二つのみだった。

しかし、不安に襲われることもしばしばあった。眠れぬ夜には天井を見つめながら「できる・できる・必ずできる」と自分に言い聞かせて『策』を練った。

万策尽きたかにみえたが、県の奨励品の「山ごぼうの漬物」にであった。そして、山ごぼうの切れ端が捨てられていることを知った。

温泉地を中心にした観光地へ営業していた時、「そうだ、この切れ端を活用した商品を提供すれば必ず売れる!」。と、一瞬ひらめいた。天は志をもつ者には幸運を呼び寄せてくれるのである。

創業者は『箸よく盤水を回す』と、いつも語っていた。多くの経営者たちの集まりの中で、「親の借財に苦しんだ体験を持つ一人の社長」は、今でもこの言葉と創業者の生き方に励まされている。という。

案の定「山ごぼうの味噌づけ」は大ヒットした。創業者の「素材」に埋もれていた価値に光を当てる精神こそ、マツザワの歴史を遺す者として心に刻まなければならない。

マツザワは、素材を新しいカタチにしていこう「モノ・コト」づくりが大きな使命であり、飛躍の始まりとなったことを忘れてはならないのだ。

市場は激しく変化している。だが、その中でどこに仕事の機会があるかを常に発見してこそ、マツザワは前進し続けることができる。

創業者は『時代に翻弄され、立ちいかなくなってきた家族の借金から、家族と社員を守りたい一心でスタートした』。そして、その原動力が働く社員さんであると常に感謝し、『人づくり』に力を注いできたのだ。

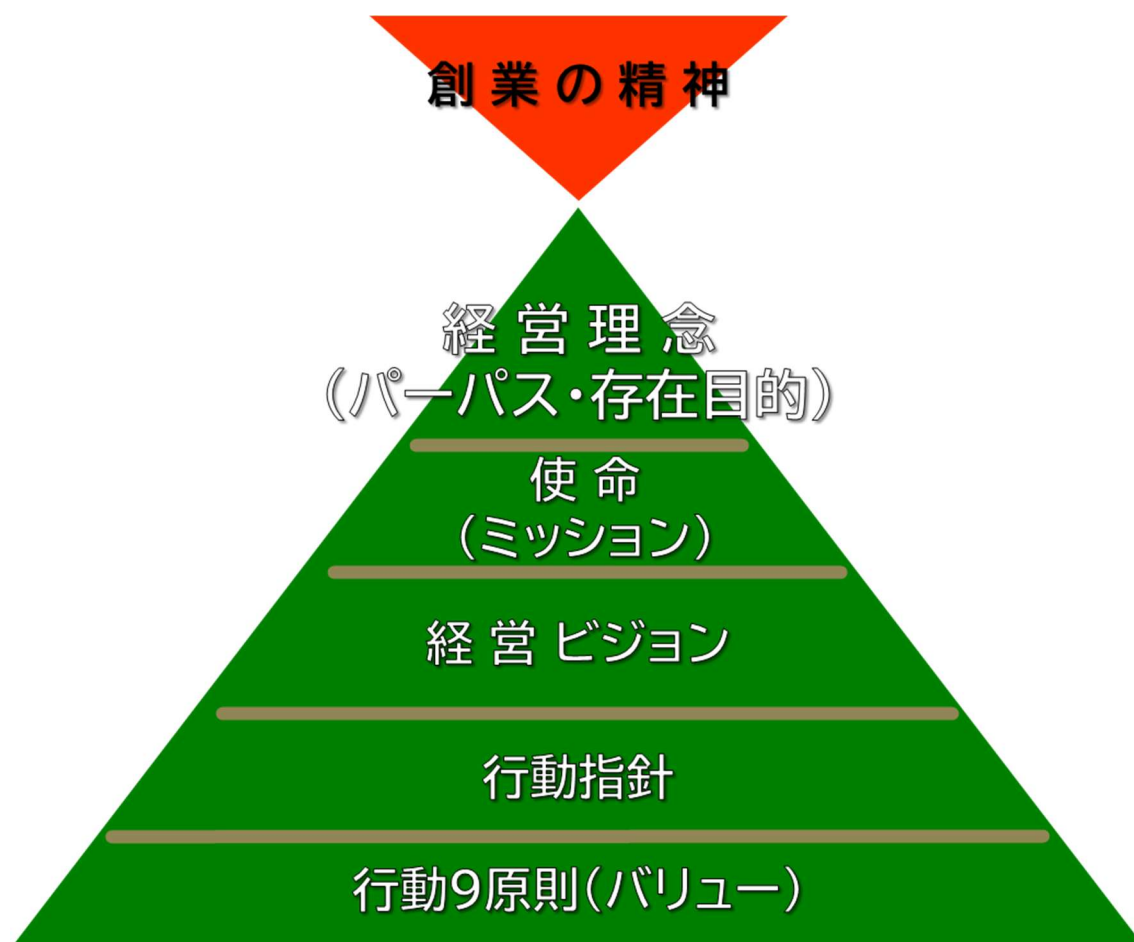
結果として、全社員がお客様に信用・信頼され、地域社会に貢献してきたからこそ、マツザワは成長・発展してきたのである。

「人を信じ人を活かす」「どんな困難でも必ず突破できる」「その地域にしかない新しい価値を生み出していく」「どんな苦境でも智慧を出せば乗り越えられる。」

人もいない、売る物もない、お金もない中から、実践を通して創業者がつかんだ境地こそ、マツザワの経営の原点である。



(理念体系)



経営理念 (パーパス・存在目的)	モノづくり 人づくり 地域づくり
使命 (ミッション)	日本の地域食・文化を、おみやげの力で届けよう
経営ビジョン	素材の価値を引き出すモノ・コトづくり
行動指針	1.お客様が喜ぶ商品を、お客様と共に創り育てよう 2.お客様の目線で考え、チーム一丸で成果を掴もう 3.常に学び、常に行動し、常に感謝しよう
行動9原則 (バリュー)	1.価値追求 2.共感 3.共育 4.仮説思考 5.挑戦 6.協働 7.継続 8.進化 9.誠実

4. 事業

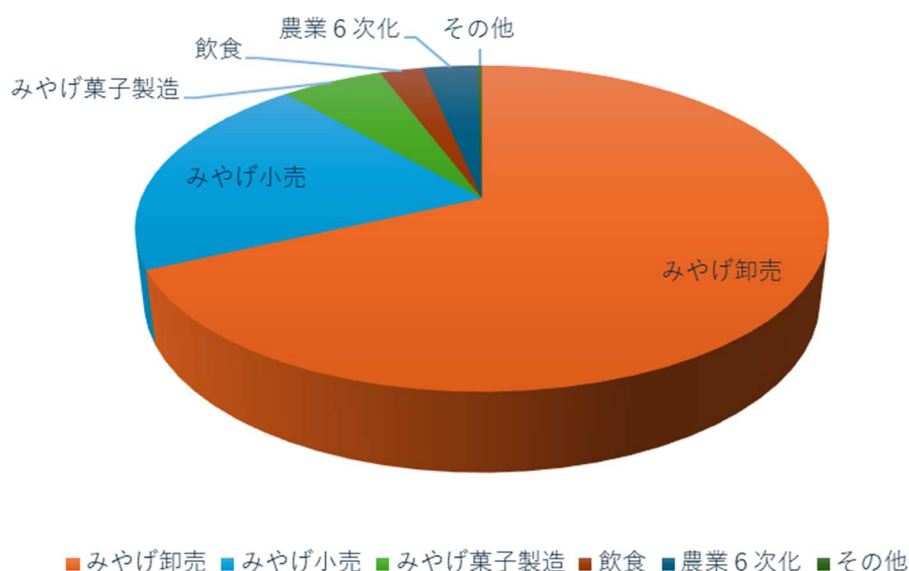
当社は、長野県下伊那郡高森町に本社を置く、土産物を中心とした地域食品の企画・製造・販売をする企業である。1959年に故松澤泰氏が創業し、翌年「(有) 松澤商店」を設立、自社製造のほか委託製造を活用しながら、関東を中心に営業所を出店し卸売業として販売網を広げていった。1989年には飲食部門に進出するほか、みやげ小売業、農業6次化を展開、現在は卸売業を中心に5つの事業部門を、グループ会社12社とともに運営している（以下、当社を含めたグループ全体を「当グループ」という）。

本評価書においては、評価対象兼借入人である当社を中心に評価を行う。ただし、当社の事業はグループ会社と一体的に展開されているため、サステナビリティ活動の実態把握にあたっては、必要に応じてグループ会社の取組みも含めて確認している。

グループ売上・従業員数

連結売上	152 億円（2026 年 2 月期）
グループ従業員数	564 名（2026 年 6 月現在）
（うち正社員）	323 名
（うちパート）	241 名

部門別売上割合（2026 年度 部門間売上修正前）

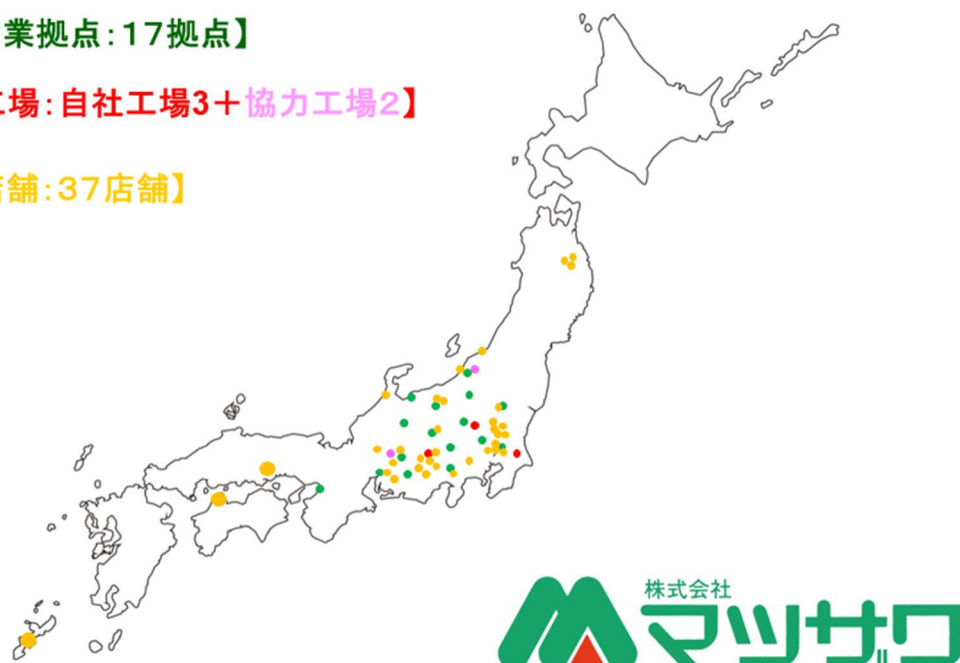


グループ事業施設

【営業拠点:17拠点】

【工場:自社工場3+協力工場2】

【店舗:37店舗】



営業拠点は、長野県をはじめ群馬、山梨、岐阜の隣県のほか東京都、大阪府といった都市部を合わせて 17 拠点。販売店舗は岩手県から沖縄県まで 37 店舗、長野県内を中心に信州そばや地域食材を味わえる飲食店の運営や、長野県・岐阜県では道の駅を運営するなど、広域・多岐にわたる事業を展開している。当社がこのような広域・多岐にわたる事業展開を行う理由として、大きく二つ挙げられる。

一つ目は、事業を通じて「地域づくり」に貢献することである。当社は「おみやげ」のもつ 4 つの機能を以下のように定めており、「地域の活性化」をその一つとして挙げている。

おみやげの4つの機能

1. 旅の思い出としての象徴
2. 心遣いを形に表すという心の交流
3. 家族や友人同士の団欒のきっかけを作り出す
4. 地域を活性化させていく

さらに当社は、地域の生産物や文化に光を当てた地域づくりへの想いを、HP を通じて消費者を含む関係者に伝えている。「地域づくり」は経営理念（パーパス）にも掲げており、その実現に向けた積み重ねの結果が、広域・多岐にわたる事業展開となっている。

代表メッセージ

Message

「いつもありがとう」「これからもよろしく」

おみやげには贈る方と贈られた方の心のふれあい、そしておみやげづくりに関わった方々の想いが込められています。

おみやげには4つの機能があります。

1. 旅の思い出としての象徴
2. 心遣いを形に表すという心の交流
3. 家族や友人同士の団欒のきっかけを作り出す
4. 地域を活性化させていく

私たちの仕事は“地域づくり”でなくてはなりません。

地域の生産物や文化に光を当て、その土地に関わる方々の大切にしてきたモノをカタチにしてお伝えする、それにより多くの幸せをつくるお手伝いをする。

私たちマツザワグループは地域の想いを今も、そしてこれからも変わることなく作り続け、伝え続けていきます。

代表取締役社長

松澤 徹

二つ目は、ミッションに掲げられているように、日本の地域食、文化を、おみやげの力で届けるためである。日本の地域には地域独自の素材、文化が根付いており、その地域に赴かないと得られないモノ、コトが多々あることから、そういった地域独自のモノ、コトを日本国内だけではなく、世界にもおみやげにより広げていくために拠点を設け事業を展開している。

当社では、3,000 アイテム（個数違いは1 アイテムとカウント）を超える商品を扱っているが、国内外で高い評価を受けている商品を3点紹介する。

ア. 白い針葉樹

ほどけるような食感のラングドシャに、ホワイトプレートチョコを挟んだ菓子。1979年の発売以降、40年以上にわたり親しまれている人気商品。モンドセレクション特別金賞等、複数の賞を受賞。使用するホワイトプレートチョコは、オリジナルのホワイトチョコレートを採用。焼きたての生地は脆いため、一枚一枚丁寧に挟み込んでおり、食感とくちどけのバランスにこだわっている。

（主な受賞歴）

1989年モンドセレクション特別金賞受賞

2010年 iTQi※国際優秀味覚コンテスト最高3つ星受賞

2011年モンドセレクション金賞受賞



※ヨーロッパの権威あるシェフやソムリエが審査員を務めて、製品名やブランドは明かさずに1) 製品の第一印象 2) 製品の外観 3) 香り 4) 味 5) 後味（余韻）の5項目を審査する品評会。最高位に3つ星が与えられる。

イ. りんご乙女

スライスした生のりんごを生地に載せプレス焼きで仕上げた薄焼きのクッキー。紅茶や緑茶など茶系飲料のほか、白ワインや甘めのフルーティーなカクテルとの相性もよい。テレビ・新聞・雑誌等各種メディアで複数取り上げられているほか、2010年12月にシンガポール大使館で開催された「天皇誕生日祝賀レセプション」でお土産として正式採用されるなど、政府主催のイベントにおいて複数採用。ネーミングは、文豪「島崎藤村」の詩『初恋』で描かれている乙女をイメージしたもの。

(主な受賞歴)

2009年 iTQi 国際優秀味覚コンテスト最高3つ星受賞 以降、連続して最高位3つ星を受賞

2015年 TheWonder500™認定商品※

※経済産業省のクールジャパン政策の一環として実施した日本が誇るべき優れた地方産品を選定し、世界へ発信するプロジェクト



ウ. 市田柿ミルフィーユ

「市田柿」の製造方法や使用するバターにもこだわったスイーツ。干柿の自然な甘さの中にバターの濃厚で味わい深いコク、ほんのりとした塩加減がある。赤ワインとのマリアーージュや、シングルモルトウイスキーのおつまみに最適な、大人向けのスイーツ。



(主な受賞歴)

2011年 楽天新感覚スイーツ賞受賞お取り寄せグルメ決定戦スイーツ部門グランプリ

2014年 楽天冬のスイーツグランプリサプライズスイーツ部門グランプリ

2015年 経済産業省 Wonder500 認定

2016年 経済産業省 NIPPONQUEST 年間アワード特別賞（まち楽賞）受賞

(事業セグメント別概要)

(1) みやげ卸売部門

関東・中部・北陸地方を中心に、10社17拠点で物流を展開。流通の中間点にあり情報が集約される総合土産物卸売業の強みを生かし、地域性や客層を分析、顧客である販売店毎に季節の販

売データやトレンドを踏まえた売り場提案を行っている。

また、多様なニーズに対応できるような商品ラインナップを充実させると同時に、「地域づくり」の取組みの一つとして、地域に特化したブランド商品の育成に注力。単なるパッケージデザインにとどまらず、「地域と一体となった地域ブランディング発想」により、地域の活性化を目的とした商品提案を行っている。

(物流拠点)



(2) みやげ小売部門

グループ会社であるイング株式会社を中心に運営。本社所在地である長野県をはじめ、東日本を中心に 8 県の宿泊・商業施設において、土産物販売店を運営。地産地消・民芸品等、訪れた地域でしか購入できない魅力的な商品群を持って販売している。

(土産物販売店)

所在地	施設
岩手県（直営）	（花巻温泉）ホテル千秋閣、ホテル紅葉館、ホテル花巻
石川県（直営）	（片山津温泉）佳水郷
新潟県	（CoCoLo 新潟）越後酪農菓房新潟店（CoCoLo 長岡）越後酪農菓房長岡店
長野県	（JR 長野駅）信州くらうど・軽井沢メープルストック （信毎メディアガーデン）POMGE （イオン飯田店）みつばつつじ・POMGE2nd
岐阜県	（イオンモール土岐）FAVERS 土岐店
静岡県	（足柄サービスエリア下り）足柄マルシェ
愛知県	（ラグーナテンボス）蒲郡マルシェ VegeCul
沖縄県	（那覇空港新国際ターミナルビル内）甘味しゅり春秋

また、土産物製造・卸売で培った商品企画力・提案力を生かし、菓子専門店や道の駅
 内の小売店を展開。各地の特産品や季節の食材を生かした商品を提供している。

(菓子専門店)

ブランド	施設
豆吉本舗（豆菓子）	倉敷店・道後ハイカラ通り店・犬山店・飛騨高山店・川越店・ お千代保稲荷店・長浜店他 F C 店
えび伝（えびせんべい）	沼津港新鮮館
十勝甘納豆本舗（甘納豆・和菓子）	末広本店・大利根店
菓心たちばな（和菓子）	千歳烏山本店・千歳烏山南口店
GOLDWELL（チーズケーキ）	デパートリウボウ（那覇市）

(道の駅)

所在地	施設
岐阜県	道の駅可児ッテ（可児道の駅株式会社）
長野県	道の駅小坂田公園小坂田マルシェ 790

(3) みやげ菓子製造部門

顧客ニーズの多様化が進み、さまざまな商品が市場に流通する中、商品のライフサイクルは短
 期化している。当社では、喬木工場、大利根工場、千葉工場の三か所に製造拠点を有しており、
 「お客様のニーズにどうお応えするか」という観点から、多品種少量生産に取り組んでいる。

(自社工場) 左から喬木工場、大利根工場、千葉工場



喬木工場では、当社を代表する菓子「白い針葉樹」をはじめとするチョコレートをラングドシ
 ャで挟んだ菓子や各種クリーム大福、饅頭を製造している。いずれの商品も、抹茶などのベーシ
 ックな味から全国各地のフルーツや特産品といった地域の原料を生かした商品まで、バリエーシ
 ョン豊富な商品を製造しており、多品種少量生産に対応している。

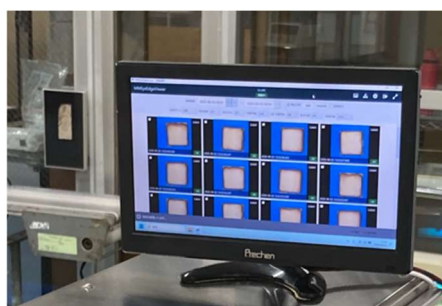
製造の過程では、人の手作業と最新の技術を取り入れた設備を上手く組み合わせることで、高
 品質な商品を効率よく提供している。

例えば、焼き上げたラングドシャは、熱いうちにチョコレートを挟む必要があるが、薄く脆い

ため機械設備のみでの対応が難しいことから、従業員が一つひとつ手作業で仕上げることで、高い品質を維持している。焼き上げ直後の作業場は冷房を導入していても高温になることから、長時間の作業が困難であり、2 時間程度で交代しながら製造している。



また、製造後の品質チェックには AI を活用しており、適合品と不適合品を瞬時に判別し、仕分けを行っている。その後の重量チェック等もオートメーション化されており、品質管理の効率化が図られている。



さらに、製造部門では、自社ブランド商品の製造に加え、当グループ内の営業部門や販売会社が企画した商品を製品化する役割も担っている。地域性や顧客ニーズを踏まえた商品企画を製造ラインに落とし込むことで、当グループ全体の商品開発力を支えている。

(4) 農業 6 次化部門

子会社である高森マツザワファーム株式会社を通じて農業 6 次化事業を展開している。自社工場及び契約工場にて製造する土産品の元となる原料青果物の安定調達のほか、南信州を中心とした旬の農産物の仕入・販売を行っている。



現在進行中の中期計画および 10 年プラン（長期計画）では、農業 6 次化事業への注力が明記されている。現在はそばの自社生産を開始しており、収穫したそばは当グループが地元で運営する和食レストランで提供している。今後は、飯田地域で生産が盛なりんご、いちご、ぶどう等の果樹・農産物の生産・加工にも参入することを計画している。

（５）飲食部門

子会社であるイング株式会社を通じて、長野県内を中心に、和食レストラン 3 店、ラーメン店 2 店、フードコート 1 店の計 6 店舗を経営。和食レストランでは、季節の食材や、地元の食材を使った料理を提供している。

（店舗）

店舗名	業態等
さすが家	飯田市の和食レストラン 喬木村の苺、千代幻豚など伊那谷の食材を使用
かなえ茶屋	飯田市の和食レストラン 長野県産そば粉・小麦粉や地元黒豚など地域食材を使用
満月や	松本市の和食レストラン 伝統料理「山賊焼き」や信州味噌を使用した料理を提供
ちゃあしゅう屋	ラーメン店 飯田市、松本市の 2 店舗を運営 使用する部位、調理方法にこだわった 3 種類の「ちゃあしゅう」を使用した、各種スープのラーメンを提供
犬山ぐーまる	愛知県犬山市のフードコート 観光客を中心にご当地料理やコーヒーを提供

(和食レストラン) 左からさすが家、かなえ茶屋、満月や



(ちゃあしゅう屋)



(犬山ぐーまる)



以上のとおり、当社は、グループ企業とともに地域の農産物、食文化、観光資源を商品・店舗・飲食サービスとして活用し、卸売を中心に、製造・小売・青果・飲食の各機能を通じて広域に展開している。この事業モデルにより、社会・経済・環境の各側面にインパクトをもたらしている。

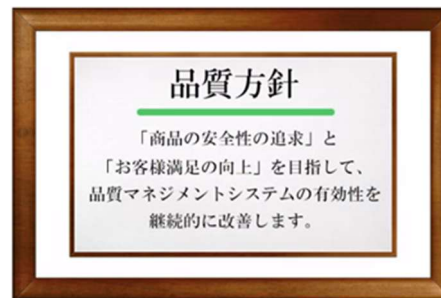
Ⅲ. サステナビリティに関する活動

当グループのサステナビリティに関する活動を、以下のとおり社会・経済・環境の各側面で確認した。なお、各活動にインパクトツールで抽出された【インパクトエリア／トピックと、ポジティブ・インパクト (P)、ネガティブ・インパクト (N)】を表示する (25 頁インパクト／トピック一覧表参照)。

1. 社会面

(1) 食の安全確保・衛生管理【食料 N】

当社では、食品の安全性に対する関心が高まる中で、「お土産を安全に美味しくお召し上がりいただきたい」という思いを大切に、品質方針を『商品の安全性の追求』と『お客様満足の向上』を目指して、品質マネジメントシステムの有効性を継続的に改善します」と定め、品質の維持・向上に努めている。



安全性の観点から、食品安全への対応を早くから進め、2000 年に品質保証の国際規格である ISO9001 を喬木工場で取得し、2008 年には製造部門及び卸売部門の全事業所が認証を取得し、今後小売部門への認証拡大を予定している。過去には、作業状況や作業日報の確認を通じてプラスチック片混入の恐れを確認したため、該当ロットの全量を破棄処分にするなど、品質管理体制の維持・向上に努めている。

(品質管理体制)



商品開発においても、当社は食の安全性を重視している。

主力商品である「市田柿ミルフィーユ」の原料となる市田柿は、一般的に製造工程において品質保持等を目的として二酸化硫黄による燻蒸処理が行われる。二酸化硫黄は食品分野で広く使用されている一方で、微量であっても健康面への影響を気にする消費者もいることから、当社では、より安心感を求める顧客ニーズに応える商品開発にも取り組んでいる。

具体的には、二酸化硫黄を使用しない市田柿の製造に挑戦し、「二酸化硫黄無添加」の市田柿の生産に成功している。無燻蒸の市田柿は、気温や湿度などの気象条件の影響を受けやすく、品質を安定させることが難しいため、大量生産には適さないという課題がある。そのため販売数量は限定的であるものの、この原料を使用した「市田柿ミルフィーユ無燻蒸タイプ」を販売している。

この取組みは、通常の商品開発にとどまらず、添加物の使用をできる限り避けたいという消費者の志向に応えるものである。生産上の難しさがある中でも、無燻蒸タイプの商品化に取り組む

姿勢は、当社の食の安全性に対する高い意識と、顧客の安心感に配慮した商品開発姿勢を示している。

（２）地元特産品の活用【食料 P 文化と伝統 P 零細・中小企業の繁栄 P 資源強度 N】

先に紹介した主力商品である「市田柿ミルフィーユ」の原料となっている市田柿は、1800 年代より南信地域で栽培された同名の柿を干柿にしたもので、地域ブランドにも認定されている。当該商品は、地元の伝統食品である市田柿を現代風にアレンジすることで、地元食文化を後世に残す役割を果たしている。

また、飲食部門では、飯田市の和食レストランのさすが家・かなえ茶屋の 2 店舗において、地元南信州の黒豚・千代幻豚を養豚場から直接仕入れを行い、一頭買いにより、全ての部位を余すことなく提供している。米や野菜、季節の果物なども地元のものを使用しており、長野県飯田市の独自の食育に関する取り組みである「域産域消の食育店」に認定されている。



（長野県飯田市 HP より抜粋）

「域産域消」は、「地域で生産された農産物を地域で消費しようとする『地産地消』の考えを発展させ、地域にある資源を多くの人々のつながりによって循環させていく」という取り組みであり、経営理念である「地域づくり」にも寄与するものとなっている。

このように、当グループでは地元特産品を活用しつつ顧客ニーズを満たすことで、事業成長と地域価値向上の両立を図る商品開発を行っている。

（３）働きやすい職場づくり・人材育成・人事制度改革【健康および安全性 N 雇用 P】

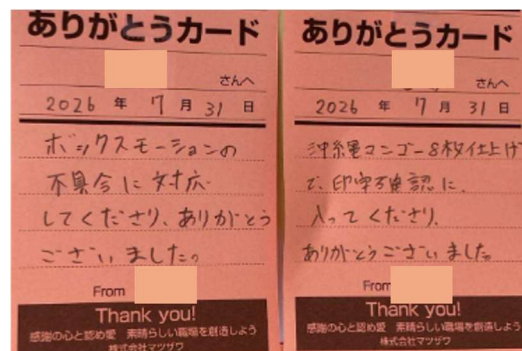
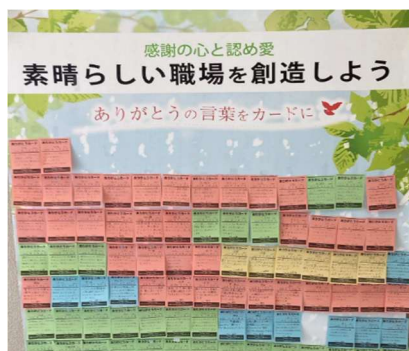
経営理念の一つである「人づくり」の実践として注力していることに、30 年ほど前から続く、毎朝 15 分程度の朝礼がある。営業所毎で行われているが、本部では約 50 名の従業員が 6、7 名程度のグループで対話を実施。日々、メンバーを変えることで部門を超えた交流や相互理解が促されている。

対話の内容は、働き方にまつわるテーマをもとに行う。ある従業員が自身の行動とその想いを話すと、他の従業員がその行動や想いに対する意見を述べる。このようなやり取りは、従業員自

身の行動を振り返りながら、職場で求められる行動を考える機会となる。また、朝礼ではその日の業務の優先順位を確認しスケジュール化することで、効率化や主体的な行動・判断力の育成につながっている。

朝礼の最後には「ありがとうカード」を使い、従業員同士で感謝を伝え合う時間がある。口にしづらい感謝を自然に伝えることで、職場内の良好なコミュニケーションが醸成されている。

これらの取り組みは、従業員間の相互理解や感謝を伝え合う風土の醸成を通じて、互いに認め合い働きやすい職場環境づくりに寄与していると考えられる。



また、当社では、今後の人材確保・育成に向けて、抜本的な人事制度改正の準備を進めている。近年、人事制度の大幅な見直しを行っていなかったことに加え、従業員の平均年齢が上昇する中で、若年層の採用・定着を強化する必要性が高まっていることが背景にある。

具体的には、実質的な賃上げを含む処遇改善に加え、従業員が自身の将来像を描きやすくなるためのキャリアパスの整備を進めている。これにより、従業員が自らのキャリアプランを立てやすい環境を整え、仕事への意欲や成長機会の向上につなげていく方針である。

さらに、当社では、これまでも人材育成に注力しており、現在も年間 2,000 万円程度の研修費を投じている。今後も、従業員の能力開発や次世代人材の育成に向けた取り組みを継続し、従業員一人ひとりが成長を実感できる職場づくりを進めていく。

製造現場では、従業員から安全に関する改善提案を募り、現場の安全性向上に役立てている。2025 年度には、右記の「改善提案書」により 566 件の提案が寄せられており、こうした取り組みを通じて、従業員の安全意識の向上と継続的な職場改善を図っている。

見本

改善提案書

改善提案の内容

改善提案の提出者： 改善提案の承認者： 改善提案の実行担当者： 改善提案の実行完了日： 改善提案の実行状況： 改善提案の実行結果： 改善提案の実行評価： 改善提案の実行コメント： 改善提案の実行結果： 改善提案の実行評価： 改善提案の実行コメント：

改善提案の承認者： 改善提案の実行担当者： 改善提案の実行完了日： 改善提案の実行状況： 改善提案の実行結果： 改善提案の実行評価： 改善提案の実行コメント：

改善提案の承認者： 改善提案の実行担当者： 改善提案の実行完了日： 改善提案の実行状況： 改善提案の実行結果： 改善提案の実行評価： 改善提案の実行コメント：

2. 経済面

（１）地域資源を生かした新商品の開発【食料 P 文化と伝統 P 零細・中小企業の繁栄 P】

経営理念の一つ「モノづくり」について、当社がこれまで手掛けてきた商品アイテム数は 3,000 点（個数違いは 1 アイテムとしてカウント）に上るが、その商品開発の根幹は現場発の“全員野球”による商品づくりにある。

商品開発にあたっては、地域の農産物や特産品を積極的に活用するとともに、地域の生産者や事業者と連携し、各地域の食文化や特色を生かした商品の開発を進めている。「商品の企画開発は従業員全員の責務」と定め、全国の営業所を含む全事業所、全従業員が商品企画・開発に関わり、日常業務の中で新商品を考える体制を整えている。例えば、現場に密着している営業担当者が地域や季節、顧客の要望に応じて商品を発案することで、顧客の期待に沿った商品となる可能性が高く、実効性のある開発につながる。仮に開発が失敗に終わっても、担当者にペナルティはないため積極的な企画・提案が行われている。

立ち上げられた企画に対しては、月に一度、製造部門や事務部門等の他部門の従業員を交えた商品企画ミーティングが行われる。同時に、職場のあちこちで当該企画に対する意見交換が行われるようになり、商品のみならず装飾や陳列方法といった売場企画も同時に進められ、商品価値の向上に取り組んでいる。

以上のような開発モデルは、売上増加に寄与すると同時に従業員の働きがいの創出にもつながっている。様々な立場で関わりをもった従業員に、自らの仕事が会社全体に貢献しているという実感をもたらし、また、自らの企画が採用された商品が顧客の手にとられれば、大きな達成感につながる。実際に、社内では、各地の店頭で自社商品が販売されている様子を共有する機会もあり、新卒者から「自分のアイデアを商品にできる環境に魅力を感じた」という声も多く聞かれる。

（社内食堂で店頭の様子を紹介）



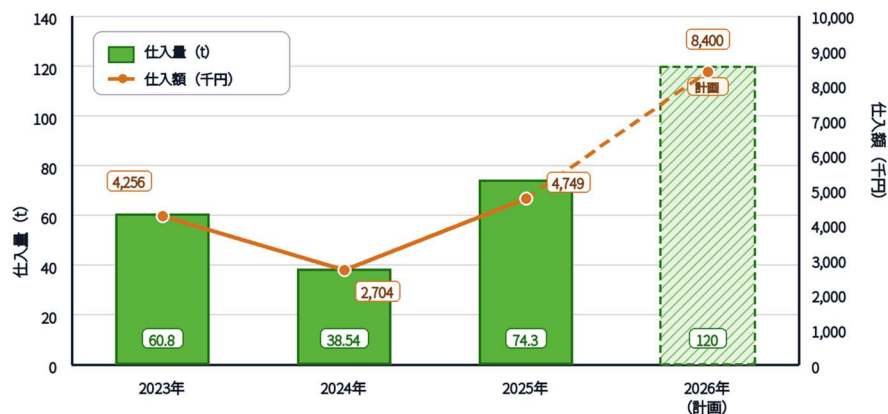
このような商品開発体制は、従業員が自らの仕事の意義を実感する機会となっており、働きがいの向上にも寄与していると考えられる。

（２）摘果りんごの活用による地域農家との連携【食料 P 零細・中小企業の繁栄 P 資源強度 P 廃棄物 P】

先に紹介した当社の代表的な商品である「りんご乙女」は、生食用りんごの育成途中で間引きされ、十分に活用されていなかった地元の「摘果りんご」を主原料としている。

摘果りんごは、これまでジュースやジャムといった加工用原材料として一部流通するものの、多くは使用されず、販売価格も20円～30円/kg程度と安価で取引されることが一般的であった。それらを当社では50円～70円/kgで主原料として買い取っている。その量は年間70tを超えており、2026年度には120tの集荷を目標としている。これらの活動は、農業者の収入機会創出、廃棄物の削減、地域資源循環に貢献している。

摘果りんごの仕入量・仕入額の推移



注：2026年は計画値のため、棒グラフを薄い緑色・斜線・点線枠で表示。
2025年から2026年の仕入額は点線で表示。
2026年の仕入額は、 $120t \times 1,000kg/t \times 70円/kg = 8,400千円$ として算出。

ただし、従来の生食用りんごの栽培における農薬散布スケジュールでは、摘果りんごを食品原料として利用するうえで、残留農薬の面から課題があった。そのため、地元 JA や生産者の協力を得て農薬の散布計画を見直してもらい、摘果りんごを原料として利用できる仕組みを整えた。現在は、毎年地元の生産者を集めた勉強会を実施するなど、地元農家と連携して安全な製品出荷ができる体制を構築している。

（3）農業 6 次化による地域農産物の高付加価値化【食料 P 文化と伝統 P 零細・中小企業の 繁栄 P 資源強度 N】

当グループでは、高森マツザワファーム株式会社を通じて農業 6 次化事業を展開している。同社は、自社工場および契約工場で製造する土産品の原料となる青果物の調達に加え、南信州を中心とした旬の農産物の仕入・販売を行っている。

当グループにとって農業 6 次化事業は、原料青果物を安定的に確保するための機能にとどまらない。地域農産物を生産・調達し、製造、小売、飲食、卸売の各機能と連携させることで、地域資源を商品・サービスとして消費者に届ける重要な取り組みである。地域の農産物を土産品や飲食メニューに活用することは、生産者の販路拡大、地域農業の維持、地域食文化の発信にもつなが

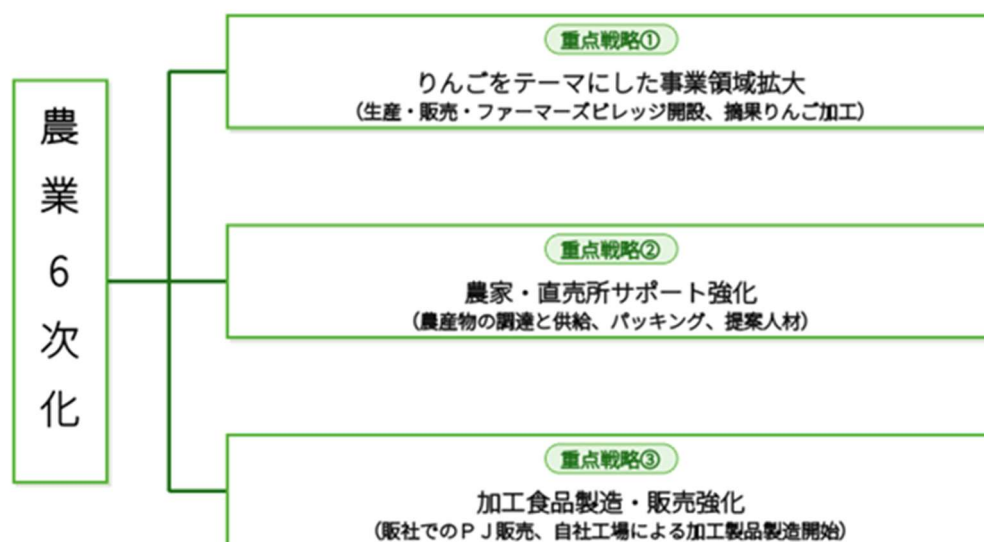
る。

現在進行中の中期経営計画においても、農業 6 次化事業への注力が明記されている。現在は、そばの自社生産を開始しており、収穫したそばは、当グループが地元で運営する和食レストランにおいて提供している。これにより、地域で生産された農産物を、地域の飲食サービスを通じて消費者に届ける仕組みづくりを進めている。

今後は、耕作放棄地を活用しながら、飯田地域で生産が盛なりんご、いちご、ぶどう等の果樹・農産物の生産・加工にも参入することを計画している。現在進行中の中期経営計画（2027 年 2 月期～2029 年 2 月期）では、農業 6 次化事業の売上高を 2025 年 2 月期の 355 百万円から、2029 年 2 月期には 1,000 百万円へ拡大する計画が示されている。生産、仕入、加工、販売、飲食提供を一体的に展開することで、農産物の高付加価値化を図るとともに、地域農業と当グループの製造・販売機能との連携を強化していく方針である。

このような取組みは、農業者にとって新たな販売機会を生み出すとともに、雇用の創出、未利用資源の有効活用、地域資源循環の促進につながるものである。今後、農業 6 次化事業を拡大することで、地域農産物の付加価値向上、地域食文化の継承、地域経済循環の促進といった効果が期待される。

（中期経営計画より）



3. 環境面

(1) 未利用資源の有効活用【文化と伝統 P 零細・中小企業の繁栄 P 資源強度 N 廃棄物 N】

当社には創業当初から未利用資源を有効活用する文化が根付いている。売上が少なかった創業当初、創業者である松澤泰氏は地元下伊那地方の特産品である「山ごぼうの漬物」を製造する際に捨てられていた切れ端を使用して「山ごぼうの味噌漬け」を製造し、創業初期の業績拡大に貢献した実績がある。

このような経緯から、当グループでは現在もアップサイクルの観点による商品開発が行われている。

代表的な商品として、先に紹介した「りんご乙女」がある。「りんご乙女」は、国際的な品評会で継続的に高い評価を受けている商品であるが、生食用りんごの育成途中で間引きされ農業残渣として使用されずにいた「摘果りんご」を主原料としている。



そのほかにも、山梨県のワイエムカンパニー（株）が取り扱っている「山梨ワインショコラガレット」は、地元産のワインに加え、ワイン製造の過程で残るぶどうの皮や種（ワインパミス）を使用して製造することで、ワインの渋みとホワイトショコラの甘味のコントラストが楽しめる大人向けのスイーツとなっている。



静岡県の（株）わかふじでは、食品以外の商品も取り扱っている。静岡県田方郡函南町の丹那地区は 130 年以上の歴史をもつブランド牛乳「丹那牛乳」の生産地。生乳は栄養分が高いため時間とともに細菌が増え劣化していくが、当地は酪農地と工場が近接していることから、劣化する前に加工され、良質な生乳を活用できる体制となっている。



その生乳を使用したチーズを生産する過程で発生する

「ホエイ」という白い液体は、栄養分が豊富であるものの、食品用途として活用しにくい部分があり、月間 200 kg を処分していた。そこで、ホエイの高い保湿成分に着目し、地域産業を応援する目的から地元 JA との共同開発で「ミルクの湯」という入浴剤を開発・販売している。

以上の取組みは、地域の未利用資源を有効活用することで、廃棄物の削減、地域資源循環に貢献している。

（２）省資源・廃棄物の削減【資源強度N 廃棄物N】

当社では、製造過程で発生する規格外品について、可能なものは廃棄せず、規格外品として廉価販売している。また、商品として販売することが難しいものについても、地元業者と連携し、家畜用飼料として活用することを検討している。併せて、食品廃棄物の発生状況を把握するため、廃棄対象となる規格外品の重量算定を開始するなど、食品廃棄物の削減に向けた取組みを進めている。

冷蔵・冷凍設備については、輸出入用の中古コンテナを改造して活用することで、既存資源の有効活用を図っている。現在は４基が稼働しており、今後も必要に応じて増設を検討している。

さらに、使用済み容器等の廃棄物についても資源として分別し、段ボール、PET、スチール、アルミ、ステンレス等を専門業者へ持ち込むことで、資源リサイクルを実施している。



（３）省エネルギー・省電力への取組み【気候の安定性N】

省エネルギーの取組みとして、低CO₂排出型ボイラーへの入替えや、乗用タイプ営業車のハイブリッド車への切り替えを進めている。また、移動に伴う燃料使用量の削減を図るため、オンライン会議・オンライン商談を積極的に活用している。

省電力の取組みとしては、以前から太陽光発電を活用しており、本社社屋では約2,700㎡に太陽光発電設備を設置し、年間約56万kWhを発電している。また、LED照明の利用、インバーターエアコンの導入等を進めている。これらの取組みにより、事業活動に伴うエネルギー使用量の抑制と、CO₂排出量の削減に努めている。

4. サステナビリティ活動と特定されたインパクトエリア／トピックの関連性

当グループのサステナビリティ活動とインパクトトピックとの関連を以下のとおり確認した。

(インパクト／トピック一覧表)

活動	側面	インパクトエリア／トピック	ポジティブ ネガティブ
食の安全確保・衛生管理	社会	食料	ネガティブの低減
地元特産品の活用	社会	食料	ポジティブの増大
	社会	文化と伝統	ポジティブの増大
	経済	零細・中小企業の繁栄	ポジティブの増大
	環境	資源強度	ネガティブの低減
働きやすい職場づくり・人材育成・人事制度改革	社会	健康および安全性	ネガティブの低減
	社会	雇用	ポジティブの増大
地域資源を生かした新商品の開発	社会	食料	ポジティブの増大
	社会	文化と伝統	ポジティブの増大
	経済	零細・中小企業の繁栄	ポジティブの増大
摘果りんごの活用による地域農家との連携	社会	食料	ポジティブの増大
	経済	零細・中小企業の繁栄	ポジティブの増大
	環境	資源強度	ポジティブの増大
	環境	廃棄物	ポジティブの増大
農業6次化による地域農産物の高付加価値化	社会	食料	ポジティブの増大
	社会	文化と伝統	ポジティブの増大
	経済	零細・中小企業の繁栄	ポジティブの増大
	環境	資源強度	ネガティブの低減
未利用資源の有効活用	社会	文化と伝統	ポジティブの増大
	経済	零細・中小企業の繁栄	ポジティブの増大
	環境	資源強度	ネガティブの低減
	環境	廃棄物	ネガティブの低減
省資源・廃棄物の削減	環境	資源強度	ネガティブの低減
	環境	廃棄物	ネガティブの低減
省エネルギー・省電力への取組み	環境	気候の安定性	ネガティブの低減

IV. 包括的分析

1. UNEP FI のコーポレートインパクト分析ツールを用いた分析

(1) 当社の事業は、国際標準産業分類 (ISIC: International Standard Industrial Classification

of All Economic Activities) における「4721：専門店における食品小売業」「1073：ココア、チョコレート及び砂糖菓子製造業」「4630：食料品、飲料及びたばこ卸売業」に分類され、かかる前提に基づき「UNEP FI のコーポレートインパクト分析ツール」を用いて、当社の事業について網羅的なインパクト分析を実施した。

(2) その結果、ポジティブ・インパクトとして「健康および安全性」「食料」「文化と伝統」「雇用」「賃金」「零細・中小企業の繁栄」が、ネガティブ・インパクトとして「健康および安全性」「食料」「賃金」「社会的保護」「気候の安定性」「水域」「大気」「生物種」「生息地」「資源強度」「廃棄物」が抽出された。

2. 個別要因を加味したインパクトエリア／トピックの特定

(1) 上記 1. で抽出されたインパクト分析結果を参考に、当グループのサステナビリティに関する活動を当グループの公開情報、提供資料、ヒアリングなどから網羅的に分析するとともに、当グループを取り巻く外部環境等を勘案して当グループが社会・経済・環境に対して最も強いインパクトを与える活動について検討した。そして、当グループの活動が、対象とするエリアやサプライチェーン・製品のライフサイクルにおける社会・経済・環境に対してポジティブ・インパクトの増大やネガティブ・インパクトの低減に最も貢献すべき活動をインパクトエリア／トピックとした。

(2) 以上、当グループの個別要因を加味し、以下の追加・削除を行い、当グループのインパクトエリア／トピックを特定した。

インパクト エリア	インパクト トピック	ポジティブ ネガティブ	追加 削除	追加または削除する理由
健康および 安全性		ポジティブ	削除	消費者や従業員の健康状態を積極的に向上させる商品・取組は限定的である。
生計	賃金	ポジティブ	削除	人事制度改正に伴う処遇改善を検討しているものの、賃金引上げの対象、時期および水準等が具体化されていない。
		ネガティブ	削除	公正な制度により、十分な賃金が支払われている。
	社会的保護	ネガティブ	削除	従業員に対する一定の福利厚生・支援制度が整備されている。

インパクト エリア	インパクト トピック	ポジティブ ネガティブ	追加 削除	追加または削除する理由
生物多様性 と生態系	水域	ネガティブ	削除	水質汚濁や大気汚染を引き起こすような 排出物はない／ごく微量でありかつ管理 が徹底されている。
	大気	ネガティブ	削除	
	生物種	ネガティブ	削除	生物多様性と生態系に悪影響を及ぼすよ うな業務は行っていない。
	生息地	ネガティブ	削除	
サーキュラ リティ	資源強度	ポジティブ	追加	他社の廃棄物削減・資源の有効活用に寄 与している。
	廃棄物	ポジティブ	追加	

インパクトエリア・トピック特定一覧表

		分析ツールにより抽出された インパクトエリア・トピック		個別要因を加味した インパクトエリア・トピック	
インパクトエリア	インパクトトピック	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
人格と人の安全保障	紛争				
	現代奴隷				
	児童労働				
	データプライバシー				
	自然災害				
健康および安全性		●	●	【削除】	●
資源とサービスの入手 可能性、アクセス可能 性、手ごろさ、品質	水				
	食料	●	●	●	●
	エネルギー				
	住居				
	健康と衛生				
	教育				
	移動手段				
	情報				
	コネクティビティ				
	文化と伝統	●		●	
	ファイナンス				
生計	雇用	●		●	
	賃金	●	●	【削除】	【削除】
	社会的保護		●		【削除】
平等と正義	ジェンダー平等				
	民族・人種平等				
	年齢差別				
	その他の社会的弱者				
強固な制度・平和・安定	法の支配				
	市民的自由				
健全な経済	セクターの多様性				
	零細・中小企業の繁栄	●		●	
インフラ					
経済収束					
気候の安定性			●		●
生物多様性と生態系	水域		●		【削除】
	大気		●		【削除】
	土壌				
	生物種		●		【削除】
	生息地		●		【削除】
サーキュラリティ	資源強度		●	【追加】	●
	廃棄物		●	【追加】	●

：追加・削除したインパクトエリア・トピック

V. KPI の設定

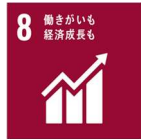
特定されたインパクトエリア／トピックのうち、社会・経済・環境面において一定の影響が想定され、当グループの経営の持続可能性を高める項目について、本ページ以下のとおり KPI を設定する。

なお、モニタリング期間内に KPI の設定年度が到来するものについては、その年度において新たに KPI を設定し、取組みをモニタリングしていく。

1. 社会面

No.	1
インパクトエリア／トピック	食料 N
目的・テーマ	食品安全・品質管理体制の維持・向上
取組内容	ISO9001 を基盤とした品質管理を継続し、製造・卸売部門に加え、小売部門への認証範囲拡大を進める。
KPI	・当社における外部公表を伴う重大な食品事故発生件数：モニタリング期間中 0 件 ・2026 年度中に ISO9001 の当社小売部門への認証範囲拡大を実施し、以後認証を維持。
対応する SDGs (ターゲット)	3.4 2030 年までに、非感染性疾患による若年死亡率を、予防や治療を通じて 3 分の 1 減少させ、精神保健及び福祉を促進する。 

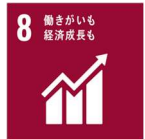
No.	2
インパクトエリア／トピック	健康および安全性 N
目的・テーマ	従業員の安全意識向上と労働災害防止
取組内容	製造現場で従業員から安全に関する「改善提案書」による改善提案を随時集め、現場起点の安全改善を進める。
KPI	当社製造現場における労働災害（休業 1 日以上）：0 件 （2024 年 1 件、2025 年 0 件、2026 年 1 件）

対応する SDGs (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男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一労働同一賃金を達成する。 8.8 移住労働者、特に女性の移住労働者や不安定な雇用状態にある労働者など、すべての労働者の権利を保護し、安全・安心な労働環境を促進する。	
----------------------	--	---

No.	3	
インパクトエリア ／トピック	健康および安全性 N、雇用 P	
目的・テーマ	人事制度改革、人材育成投資、採用強化による人材確保・育成・定着の推進	
取組内容	当社では、今後の人材確保・育成に向けた人事制度改革の準備を進めており、実質的な賃上げを含む処遇改善に加え、従業員が自身の将来像を描きやすくするためのキャリアパスの整備を進める。 また、これまででも人材育成に注力しており、今後も、従業員の能力開発や次世代人材の育成に向けた取組みを継続する。	
KPI	・当社新人事制度の運用開始に合わせ、従業員のキャリア形成を支援するキャリアパスを整備：2027 年 2 月まで ・当社採用正社員人数：毎年度、新卒採用 10 人以上（2026 年 4 月実績：新卒 7 人）	
対応する SDGs (ターゲット)	4.4 2030 年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。 8.5 2030 年までに、若者や障害者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一労働同一賃金を達成する。	 

2. 経済面

No.	4	
インパクトエリア ／トピック	食料 P、文化と伝統 P、雇用 P、零細・中小企業の繁栄 P	
目的・テーマ	地域資源を生かした新商品開発の推進	

取組内容	全従業員が商品企画・開発に関わる体制を活用し、地域や季節、顧客ニーズに応じた新商品を開発する。	
KPI	当社における地域資源を活用した新商品開発件数：年間 20 件以上（同一商品で容量または入数のみが異なるものは、合計して 1 件と数える）	
対応する SDGs (ターゲット)	2.1 2030 年までに、飢餓を撲滅し、すべての人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場にある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十分得られるようにする。 8.3 生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。 8.9 2030 年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。	 

No.	5	
インパクトエリア ／トピック	食料 P、零細・中小企業の繁栄 P、資源強度 P、廃棄物 P	
目的・テーマ	摘果りんごの有効活用による地域農家の収入機会創出と資源循環	
取組内容	生食用りんごの育成途中で間引きされた摘果りんごを、「りんご乙女」等、商品の主原料として活用する。	
KPI	摘果りんご仕入量：2026 年度目標 120t、以後天候・収穫状況を踏まえつつ年間 100t 以上を継続	
対応する SDGs (ターゲット)	2.3 2030 年までに、土地、その他の生産資源や、投入財、知識、金融サービス、市場及び高付加価値化や非農業雇用の機会への確実かつ平等なアクセスの確保などを通じて、女性、先住民、家族農家、牧畜民及び漁業者をはじめとする小規模食料生産者の農業生産性及び所得を倍増させる。 8.3 生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。	  

	12.3 2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。	
--	---	--

No.	6	
インパクトエリア ／トピック	食料 P、文化と伝統 P、零細・中小企業の繁栄 P	
目的・テーマ	農業 6 次化による地域農産物の高付加価値化	
取組内容	青果物の原料としての調達、仕入・販売に加え、果実の自社生産・加工参入を進める。	
KPI	高森マツザワファーム株式会社における農業 6 次化事業売上高：2029 年 2 月期 1,000 百万円	
対応する SDGs (ターゲット)	2.1 2030 年までに、飢餓を撲滅し、すべての人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場にある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十分得られるようにする。 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、技術向上及びイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する。	 

3. 環境面

No.	7	
インパクトエリア ／トピック	資源強度 N、廃棄物 N	
目的・テーマ	食品廃棄物削減	
取組内容	自社工場から発生する規格外品について、可能なものは規格外品として廉価販売し、販売が難しいものは家畜用飼料として活用することで、食品廃棄物を削減する。	
KPI	当社における飼料活用体制の構築：2028 年 2 月期	
対応する SDGs (ターゲット)	12.3 2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。	

	12.5 2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。	
--	---	--

No.	8	
インパクトエリア ／トピック	気候の安定性 N	
目的・テーマ	脱炭素経営の基盤整備	
取組内容	省エネルギー・省電力の効果を可視化するため CO ₂ 排出量算定体制を整備する。	
KPI	・当社単体の Scope1・Scope2 CO₂排出量算定体制の整備：2028 年 2 月期 ・当社単体の削減目標を策定：2029 年 2 月期 ・当社単体の削減に向けた取組み開始：2029 年 3 月	
対応する SDGs (ターゲット)	13.1 すべての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性（レジリエンス）及び適応力を強化する。 13.3 気候変動の緩和、適応、影響軽減及び早期警戒に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する。	

Ⅵ. インパクト管理体制

当社では、本ファイナンスに取り組むにあたり、松澤徹代表取締役社長が陣頭指揮を執り、経営企画室が中心となって、社内制度・計画・日々の業務や諸活動等を棚卸しすることで、社内の事業活動とインパクトレーダーやSDGsとの関連性、KPIの設定について検討を重ねた。

本ファイナンス実行後においても、松澤徹社長を最高責任者とし、経営企画室が中心となり、KPI達成に向けて役員会議をはじめとした諸会議・ミーティングで社内浸透させることで各部署へ施策を展開する。

最高責任者	代表取締役社長 松澤 徹
担当部署	経営企画室

Ⅶ. モニタリング方法

本ファイナンスの実行にあたり設定したKPIについては、当社と（株）八十二長野銀行ならびに（一財）長野経済研究所が少なくとも年に1回の頻度でその進捗状況および達成状況を確認・共有する。

（株）八十二長野銀行は、自行が持つノウハウやネットワークを活用し、当社のKPIの達成を適宜サポートする予定である。

モニタリング期間中に一度達成したKPIについては、その後も引き続き達成水準を維持していることを確認する。なお、当社の事業環境の変化等により設定したKPIが実情にそぐわなくなった場合には、当社と（株）八十二長野銀行ならびに（一財）長野経済研究所が協議し、再設定を検討する。

Ⅷ. 総合評価

本評価書の記載のとおり、当社の企業活動は、社会・経済・環境に対するポジティブな成果の伸長とネガティブな影響の緩和・軽減に寄与するものであり、これらを支援するためのサステナビリティ推進およびモニタリング体制についても十分であると、（一財）長野経済研究所では判断する。

なお、本評価書の十分性を含め、ファイナンス全体に係るUNEP FIの「ポジティブ・インパクト金融原則」等への準拠性については、別途、（株）日本格付研究所の第三者意見書により確認を受けるものである。

以上

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、(一財)長野経済研究所が株式会社マツザワから委託を受けて作成したもので、(一財)長野経済研究所が株式会社マツザワに対して提出するものです。
2. 本評価書の評価は、依頼者である株式会社マツザワから供与された情報と、(一財)長野経済研究所が独自に収集した情報に基づく基準日現在での計画または状況に対する評価で、将来におけるポジティブな成果を保証するものではありません。また、(一財)長野経済研究所は本評価書を利用したことにより発生するいかなる費用または損害について一切責任を負いません。

＜本評価書に関するお問い合わせ先＞

〒380-0936 長野市岡田 178-13 八十二別館 3 階

一般財団法人長野経済研究所

経営相談部 コンサルティンググループ

上席コンサルタント 西山 正彦

上席コンサルタント 清水 崇

Tel : 026-224-0501 Fax : 026-224-6233