

株式会社商工組合中央金庫が実施する 株式会社 Yom に対する ポジティブ・インパクト・ファイナンスに係る 第三者意見

株式会社日本格付研究所（JCR）は、株式会社商工組合中央金庫が実施する株式会社 Yom に対するポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）について、国連環境計画金融イニシアティブのポジティブ・インパクト・ファイナンス原則への適合性に対する第三者意見書を提出しました。

本件は、環境省 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」への整合性も併せて確認しています。

* 詳細な意見書の内容は次ページ以降をご参照ください。

第三者意見書

2024年5月31日
株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社 Yom に対する
ポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：株式会社商工組合中央金庫

評価者：株式会社商工中金経済研究所

第三者意見提供者：株式会社日本格付研究所（JCR）

結論：

本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト・ファイナンス原則に適合している。

また、環境省の 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」と整合的である。

I. JCR の確認事項と留意点

JCR は、株式会社商工組合中央金庫（「商工中金」）が株式会社 Yom（「Yom」）に対して実施する中小企業向けのポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）について、株式会社商工中金経済研究所（「商工中金経済研究所」）による分析・評価を参照し、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の策定した PIF 原則に適合していること、および、環境省の 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」と整合的であることを確認した。

PIF とは、SDGs の目標達成に向けた企業活動を、金融機関が審査・評価することを通じて促進し、以て持続可能な社会の実現に貢献することを狙いとして、当該企業活動が与えるポジティブなインパクトを特定・評価の上、融資等を実行し、モニタリングする運営のことをいう。

PIF 原則は、4 つの原則からなる。すなわち、第 1 原則は、SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できるかまたはネガティブな影響を特定し対処していること、第 2 原則は、PIF 実施に際し、十分なプロセス、手法、評価ツールを含む評価フレームワークを作成すること、第 3 原則は、ポジティブ・インパクトを測るプロジェクト等の詳細、評価・モニタリングプロセス、ポジティブ・インパクトについての透明性を確保すること、第 4 原則は、PIF 商品が内部組織または第三者によって評価されていることである。

UNEP FI は、ポジティブ・インパクト・ファイナンス・イニシアティブ（PIF イニシアティブ）を組成し、PIF 推進のためのモデル・フレームワーク、インパクト・レーダー、インパクト分析ツールを開発した。商工中金は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、商工中金経済研究所と共同でこれらのツールを参照した分析・評価方法とツールを開発している。ただし、PIF イニシアティブが作成したインパクト分析ツールのいくつかのステップは、国内外で大きなマーケットシェアを有し、インパクトが相対的に大きい大企業を想定した分析・評価項目として設定されている。JCR は、PIF イニシアティブ事務局と協議しながら、中小企業の包括分析・評価においては省略すべき事項を特定し、商工中金及び商工中金経済研究所にそれを提示している。なお、商工中金は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、中小企業基本法の定義する中小企業等(会社法の定義する大会社以外の企業)としている。

JCR は、中小企業のインパクト評価に際しては、以下の特性を考慮したうえで PIF 原則との適合性を確認した。

- ① SDGs の三要素のうちの経済、PIF 原則で参照するインパクト領域における「包括的で健全な経済」、「経済収れん」の観点からポジティブな成果が期待できる事業主体で

ある。ソーシャルボンドのプロジェクト分類では、雇用創出や雇用の維持を目的とした中小企業向けファイナンスそのものが社会的便益を有すると定義されている。

- ② 日本における企業数では全体の 99.7%を占めるにもかかわらず、付加価値額では 52.9%にとどまることからわかるとおり、個別の中小企業のインパクトの発現の仕方や影響度は、その事業規模に従い、大企業ほど大きくはない。¹
- ③ サステナビリティ実施体制や開示の度合いも、上場企業ほどの開示義務を有していないことなどから、大企業に比して未整備である。

II. PIF 原則への適合に係る意見

PIF 原則 1

SDGs に資する三つの柱（環境・社会・経済）に対してポジティブな成果を確認できるかまたはネガティブな影響を特定し対処していること。

SDGs に係る包括的な審査によって、PIF は SDGs に対するファイナンスが抱えている諸問題に直接対応している。

商工中金及び商工中金経済研究所は、本ファイナンスを通じ、Yom の持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクト領域および SDGs の 169 ターゲットについて包括的な分析を行った。

この結果、Yom がポジティブな成果を発現するインパクト領域を有し、ネガティブな影響を特定しその低減に努めていることを確認している。

SDGs に対する貢献内容も明らかとなっている。

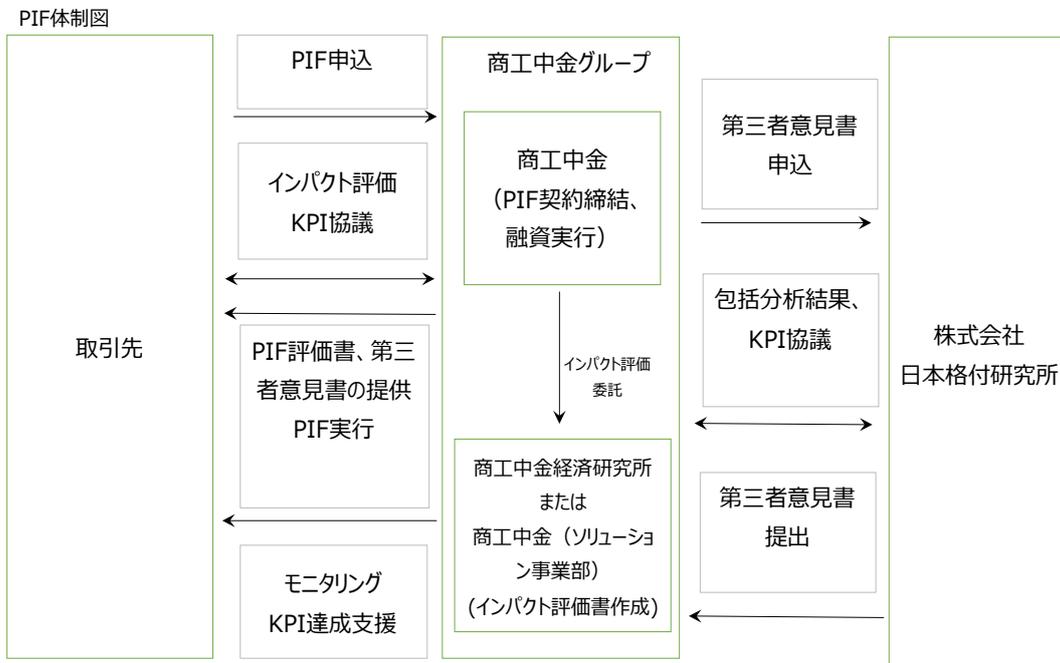
PIF 原則 2

PIF を実行するため、事業主体（銀行・投資家等）には、投融資先の事業活動・プロジェクト・プログラム・事業主体のポジティブ・インパクトを特定しモニターするための、十分なプロセス・方法・ツールが必要である。

JCR は、商工中金が PIF を実施するために適切な実施体制とプロセス、評価方法及び評価ツールを確立したことを確認した。

¹ 経済センサス活動調査（2016年）。中小企業の定義は、中小企業基本法上の定義。業種によって異なり、製造業は資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下、サービス業は資本金 5 千万円以下または従業員 100 人以下などだ。小規模事業者は製造業の場合、従業員 20 人以下の企業をさす。

(1) 商工中金は、本ファイナンス実施に際し、以下の実施体制を確立した。



(出所：商工中金提供資料)

(2) 実施プロセスについて、商工中金では社内規程を整備している。

(3) インパクト分析・評価の方法とツール開発について、商工中金からの委託を受けて、商工中金経済研究所が分析方法及び分析ツールを、UNEP FI が定めた PIF モデル・フレームワーク、インパクト分析ツールを参考に確立している。

PIF 原則 3 透明性

PIF を提供する事業主体は、以下について透明性の確保と情報開示をすべきである。

- ・本 PIF を通じて借入人が意図するポジティブ・インパクト
- ・インパクトの適格性の決定、モニター、検証するためのプロセス
- ・借入人による資金調達後のインパクトレポート

PIF 原則 3 で求められる情報は、全て商工中金経済研究所が作成した評価書を通して商工中金及び一般に開示される予定であることを確認した。



PIF 原則 4 評価

事業主体（銀行・投資家等）の提供する PIF は、実現するインパクトに基づいて内部の専門性を有した機関または外部の評価機関によって評価されていること。

本ファイナンスでは、商工中金経済研究所が、JCR の協力を得て、インパクトの包括分析、特定、評価を行った。JCR は、本ファイナンスにおけるポジティブ・ネガティブ両側面のインパクトが適切に特定され、評価されていることを第三者として確認した。

III. 「インパクトファイナンスの基本的考え方」との整合に係る意見

インパクトファイナンスの基本的考え方は、インパクトファイナンスを ESG 金融の発展形として環境・社会・経済へのインパクトを追求するものと位置づけ、大規模な民間資金を巻き込みインパクトファイナンスを主流化することを目的としている。当該目的のため、国内外で発展している様々な投融資におけるインパクトファイナンスの考え方を参照しながら、基本的な考え方をとりまとめているものであり、インパクトファイナンスに係る原則・ガイドライン・規制等ではないため、JCR は本基本的考え方に対する適合性の確認は行わない。ただし、国内でインパクトファイナンスを主流化するための環境省及び ESG 金融ハイレベル・パネルの重要なメッセージとして、本ファイナンス実施に際しては本基本的考え方に整合的であるか否かを確認することとした。

本基本的考え方におけるインパクトファイナンスは、以下の 4 要素を満たすものとして定義されている。本ファイナンスは、以下の 4 要素と基本的には整合している。ただし、要素③について、モニタリング結果は基本的には借入人である Yom から貸付人である商工中金及び評価者である商工中金経済研究所に対して開示がなされることとし、可能な範囲で対外公表も検討していくこととしている。

要素① 投融資時に、環境、社会、経済のいずれの側面においても重大なネガティブインパクトを適切に緩和・管理することを前提に、少なくとも一つの側面においてポジティブなインパクトを生み出す意図を持つもの

要素② インパクトの評価及びモニタリングを行うもの

要素③ インパクトの評価結果及びモニタリング結果の情報開示を行うもの

要素④ 中長期的な視点に基づき、個々の金融機関/投資家にとって適切なリスク・リターンを確保しようとするもの

また、本ファイナンスの評価・モニタリングのプロセスは、本基本的考え方で示された評価・モニタリングフローと同等のものを想定しており、特に、企業の多様なインパクトを包括的に把握するものと整合的である。



IV. 結論

以上の確認より、本ファイナンスは、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト・ファイナンス原則に適合している。

また、環境省の 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」と整合的である。

(第三者意見責任者)

株式会社日本格付研究所

サステナブル・ファイナンス評価部長

梶原 敦子

梶原 敦子

担当主任アナリスト

川越 広志

川越 広志

担当アナリスト

外窪 祐作

外窪 祐作



本第三者意見に関する重要な説明

1. JCR 第三者意見の前提・意義・限界

日本格付研究所（JCR）が提供する第三者意見は、事業主体及び調達主体の、国連環境計画金融イニシアティブの策定したポジティブ・インパクト金融(PIF)原則への適合性及び環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内に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」への整合性に関する、JCR の現時点での総合的な意見の表明であり、当該ポジティブ・インパクト金融がもたらすポジティブなインパクトの程度を完全に表示しているものではありません。

本第三者意見は、依頼者である調達主体及び事業主体から供与された情報及び JCR が独自に収集した情報に基づく現時点での計画又は状況に対する意見の表明であり、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、本第三者意見は、PIF によるポジティブな効果を定量的に証明するものではなく、その効果について責任を負うものではありません。本事業により調達される資金が同社の設定するインパクト指標の達成度について、JCR は調達主体または調達主体の依頼する第三者によって定量的・定性的に測定されていることを確認しますが、原則としてこれを直接測定することはありません。

2. 本第三者意見を作成するうえで参照した国際的なイニシアティブ、原則等

本意見作成にあたり、JCR は、以下の原則等を参照しています。

国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブ・インパクト金融原則

環境省 ESG 金融ハイレベル・パネル内ポジティブインパクトファイナンスタスクフォース
「インパクトファイナンスの基本的考え方」

3. 信用格付業にかかるとの関係

本第三者意見を提供する行為は、JCR が関連業務として行うものであり、信用格付業にかかるとは異なります。

4. 信用格付との関係

本件評価は信用格付とは異なり、また、あらかじめ定められた信用格付を提供し、または閲覧に供することを約束するものではありません。

5. JCR の第三者性

本 PIF の事業主体または調達主体と JCR との間に、利益相反を生じる可能性のある資本関係、人的関係等はありません。

■留意事項

本書に記載された情報は、JCR が、事業主体または調達主体及び正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCR は、明示的であると暗示的であると問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCR は、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCR は、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかなるものも、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であると問わず、一切責任を負いません。本第三者意見は、評価の対象であるポジティブ・インパクト・ファイナンスにかかる各種のリスク（信用リスク、価格変動リスク、市場流動性リスク、価格変動リスク等）について、何ら意見を表明するものではありません。また、本第三者意見は JCR の現時点での総合的な意見の表明であって、事実の表明ではなく、リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本第三者意見は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがあります。本書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本書の一部または全部を問わず、JCR に無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

■用語解説

第三者意見：本レポートは、依頼人の求めに応じ、独立・中立・公平な立場から、銀行等が作成したポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書の国連環境計画金融イニシアティブのポジティブ・インパクト金融原則への適合性について第三者意見を述べたものです。

事業主体：ポジティブ・インパクト・ファイナンスを実施する金融機関をいいます。

調達主体：ポジティブ・インパクト・ビジネスのためにポジティブ・インパクト・ファイナンスによって借入を行う事業会社等をいいます。

■サステナブル・ファイナンスの外部評価者としての登録状況等

- ・国連環境計画 金融イニシアティブ ポジティブインパクト作業部会メンバー
- ・環境省 グリーンボンド外部レビュー者登録
- ・ICMA (国際資本市場協会) に外部評価者としてオブザーバー登録) ソーシャルボンド原則作業部会メンバー
- ・Climate Bonds Initiative Approved Verifier (気候債イニシアティブ認定検証機関)

■本件に関するお問い合わせ先

情報サービス部 TEL : 03-3544-7013 FAX : 03-3544-7026

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.
信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座5-15-8 時事通信ビル

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

2024年5月31日

株式会社商工中金経済研究所

商工中金経済研究所は株式会社商工組合中央金庫(以下、商工中金)が株式会社 Yom(以下、Yom)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、Yom の活動が、環境・社会・経済に及ぼすインパクト(ポジティブな影響及びネガティブな影響)を分析・評価しました。

分析・評価にあたっては、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)が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」及び 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」に則った上で、中堅・中小企業[※]に対するファイナンスに適用しています。

※ 中小企業基本法の定義する中小企業等(会社法の定義する大会社以外の企業)

目次

1. 評価対象のファイナンスの概要
2. 企業概要・事業活動
 - 2.1 基本情報
 - 2.2 男女共同参画社会への貢献
 - 2.3 基本理念、Purpose・Vision・Mission・Values・Style
 - 2.4 事業活動
3. 包括的インパクト分析
4. 本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性
5. サステナビリティ管理体制
6. モニタリング
7. 総合評価

1. 評価対象のファイナンスの概要

企業名	株式会社 Yom
借入金額	300,000,000 円
資金使途	運転資金
借入期間	1 年(コミットメントライン更新オプション 4 回)
モニタリング実施時期	毎年 11 月

2. 企業概要・事業活動

2.1 基本情報

本社所在地	東京都渋谷区神宮前 2-34-17 住友不動産原宿ビル 16F
設立	2012 年 11 月 1 日
資本金	10,000,000 円
従業員数	145 名(2024 年 2 月)
事業内容	“MARLMARL”ブランドを通じて、ベビー・キッズ市場に質の高い商品・サービス・情報を提供
4 つのサービス	① ベビー・キッズギフトブランド「MARLMARL」 ② ペアレント向け雑貨ブランド「MATO by MARLMARL」 ③ ベビー・キッズフォトスタジオ「STUDIO MARLMARL」 ④ フラワー事業展開店舗「CADO MARLMARL」

【業務内容】

- Yom は、深澤 和弥氏が 2012 年にベビーとその両親に向けて「ワクワクできること」を通じて社会に貢献したい、という思いから立ち上げた企業である。自社ブランド“MARLMARL”を通じ、ベビー・キッズのギフト市場に質の高い情報・サービスを提供し、子育て世代とともに社会的価値を創出するイノベティブな企業を目指しており、中国の上海、香港に子会社を有する。
- 子育て世代が「本当にかわいいと思える商品を」とのコンセプトのもとに生まれた赤ちゃんの「まあいよだれかけ(スタイ)」に代表されるベビー・キッズギフトブランド「MARLMARL」、性別や役割といった垣根を超えて子育てに関わるすべての人が使いやすいアイテムである「ペアレンツバック」に代表されるペアレンツ向け雑貨ブランド「MATO by MARLMARL」、「一瞬の、非日常へ」をコンセプトにした、写真というモノだけにとどまらない、思い出という「コト」が親子の手元に残るベビー・キッズフォトスタジオ「STUDIO MARLMARL」、「花のあるギフト」をテーマに子どもの出産祝いやバースデーのギフトだけでなく家族にも「おめでとう」や「お疲れさま」の気持ちを贈るフラワー事業展開店舗「CADO MARLMARL」の 4 つのサービスを展開している。
- 4 つのサービスと商品

「MARLMARL」



パパやママたちの「あったらいいな」を叶えるブランドとして誕生した、ベビー・キッズ向けのギフトブランド。

写真 刺しゅうを入れたよだれかけ(スタイ)

「MATO by MARLMARL」

ペアレンツバッグのラインナップをご紹介



「家族の数だけ子育ての形がある」を実践する自分らしいスタイルを大切にする家族のためのユニセックスブランド。

写真 ペアレンツバック

「STUDIO MARLMARL」



「一瞬の、非日常へ」がコンセプトのベビー・キッズ向けフォトスタジオ。影の質感を重視した照明や、完全オリジナルデザインの衣装をレンタルラインナップする等幻想的な世界観を追求。ファッションメディアや広告業界で活躍するプロフォトグラファーが撮影。

写真 STUDIO MARLMARL 芝公園店

「CADO MARLMARL」



「花のあるギフト」をテーマにした新しいコンセプトの店舗。MARLMARLのまあるいスタイもイメージさせる円で構成され、漆喰素材等、和の要素を感じる内装のコンセプトは「包む」。

写真 CADO MARLMARL 二子玉川店

【事業拠点】

拠点名	住所
本社	東京都渋谷区神宮前 2-34-17 住友不動産原宿ビル 16F
Labor	千葉県千葉市若葉区桜木 7-3-7

【MARLMARL 店舗(直営店)】

店舗		
札幌ステラプレイス	代官山	銀座 SIX
丸の内	伊勢丹新宿	二子玉川
横浜みなとみらい	成田空港第2ターミナル	名古屋栄
京都三条通	大阪ルクア イーレ	阪急うめだ
神戸阪急	博多阪急	Online Store

札幌ステラプライス店



SUTUDIO MARLMARL 丸の内店



CADO MARLMARL 二子玉川店



商品写真、店舗写真「Yom」HPより引用

【SDGsの取り組み】

- 「私たちのサステナブルビジョン(OUR SUSTAINABLE VISION)」として①トレーサビリティの追求、透明化 ②使用素材の選択基準をアップデート ③子育てしやすい社会の実現 ④子どもたちの未来もギフトする といった4つの項目を掲げ、各項目を中心にSDGsへの取り組みに関する活動報告を【OUR SUSTAINABLE VISION】Monthly ReportとしてHP上で公開している(URL <https://www.yom.jp/news/>)。
- また、2022年3月から社員が発起人となって、SDGsや社会問題に通じた企画テーマ及びアート作品の展示等、「未来ある社会へ繋ぐアートな“学び場”」としてSDGs非営利プロジェクトCHIRUDAに取り組み、アートを通じた環境・福祉・エシカルなライフスタイルの啓蒙活動に取り組んでいる(URL <https://www.yom.jp/chiruda>)。



CHIRUDAで製作された「多様性を学ぶことができるアニメーション絵本」

資料「Yom」HPより引用

【沿革】

2012年 11月	株式会社 Yom 設立
2014年 9月	千葉オフィス(MARLMARL LABO)設立
2014年 12月	2014年ペアレンティングアワード受賞(*1)【MARLMARL】
2016年 10月	Creative Business cup Finalist(*2)選出
2017年 5月	第22回織研新聞社主催キッズファッション(*3)賞受賞
2018年 5月	第23回織研新聞社主催キッズファッション賞受賞
2019年 11月	2019年ペアレンティングアワード受賞【STUDIO MARLMARL】
2022年 3月	SDGs への取り組みを示すサイト OUR SUSTAINABLE VISION リリース SDGs 非営利プロジェクト CHIRUDA 発表 ISMS(*4)認証(ISO27001)を取得
2022年 5月	第27回織研新聞社主催 キッズファッション賞受賞
2023年 12月	「D&I AWARD(*5)2023」のベストワークプライス認定を受ける

(*1)ペアレンティングアワードとは、「子育てにまつわるトレンド(ヒト・モノ・サービス・コト)」を表彰し、その業績を讃えることで、さらなる発展を促し、日本がもっと子育てしやすい国になることを目的とした表彰制度のこと。実行委員は子育て雑誌で構成されている(<https://parentingaward.com/>より)。

(*2) Creative Business cup とは、クリエイティブで革新的なスタートアップ企業を対象とした毎年開催されるグローバルなビジネスコンペティションのこと。

(*3)織研新聞社主催キッズファッション賞とは、織研新聞社がファッション産業の発展を願って、7つの賞を表彰しているうちの一つであり、全国の有力百貨店、専門店のバイヤーが春夏と秋冬商戦の結果を踏まえてミネートした中から選ばれる(織研新聞社 HP より)。

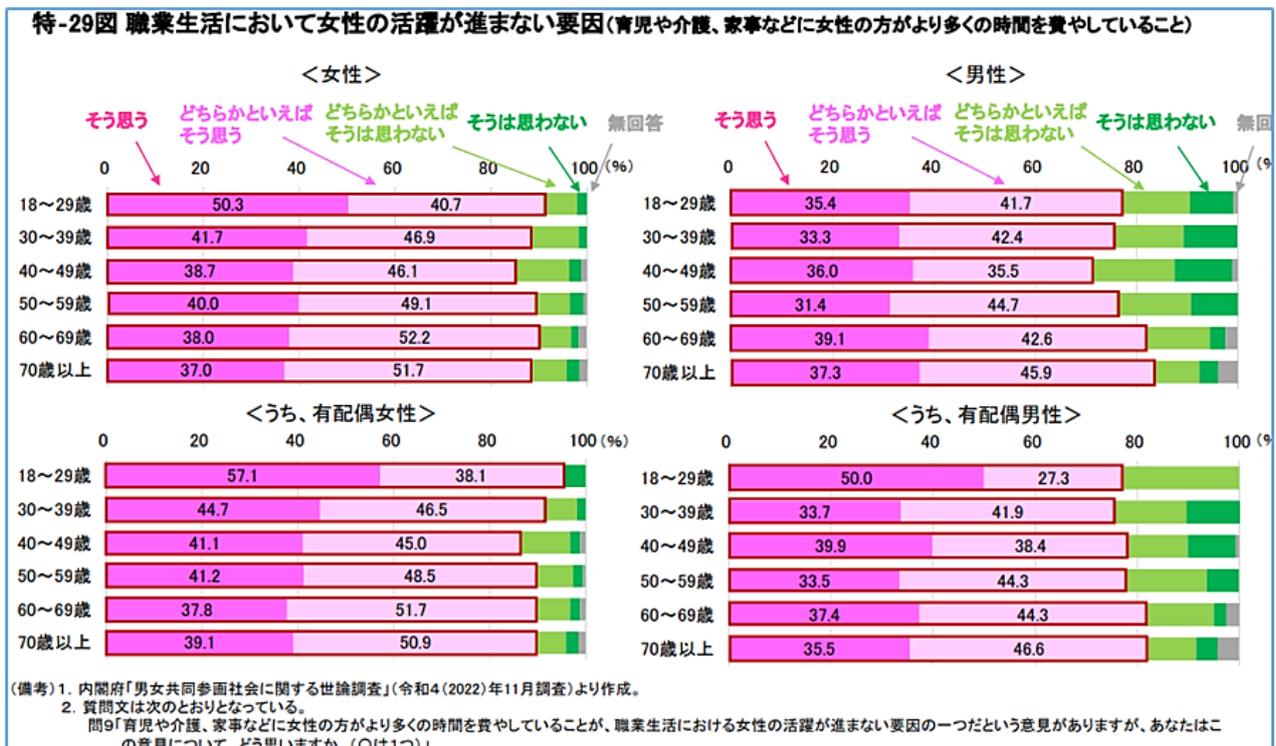
(*4)ISMS とは、情報セキュリティマネジメントシステムともいわれる、組織の機密性・完全性・可用性を維持するための仕組みのこと。

(*5)「D&I AWARD」とは、2021年度より始まった、ダイバーシティ&インクルージョン(以下 D&I)に取り組む企業の認定・表彰するアワードのこと。

2.2 男女共同参画社会への貢献

■ 働き方や就業、家事・育児等の価値観の変化

- 内閣府男女共同参画局の「令和 5 年版 男女共同参画白書」によれば、世代によって働き方や就業に関する意識、家事・育児等について育ってきた社会・経済情勢は大きく異なり、働き方や意識も影響を受けていると考えられており、年代別女性の就業継続意識では、年齢階級が高い方が「子供ができて、ずっと職業を続ける方がよい」と考える傾向がある。また同じ世代でも、年齢が上がるにつれて、そのように考える傾向が強くなる。
- 家事・育児参画については、男女とも女性に家事・育児等が集中していることが、職業生活において女性の活躍が進まない理由として考えている。ただし、子供がいる世帯では、女性は家事・育児時間を減らしたいと思ひ、男性は仕事時間を減らし、家事・育児時間を増やしたいと思う傾向にあり、若い世代でその傾向が強く、若い男性ほど自分の家事・育児スキルへの評価が高く、配偶者から見た満足度も高い。なお、家事・育児等について、女性では年代が高い方が、男性では年代が低い方が、「自分が率先してすべきことである」と回答する割合が大きく、同年代の男女で比較すると、50～60代では男女で10%ポイント以上差異があるが、年代が低くなるほど男女の差異が小さくなり、20代では、ほとんど差異が見られない(女性70.1%、男性69.8%)。



特-45表 生活の中の時間 増減希望

20-39歳・子供がいる		減らしたい計(%)	増やしたい計(%)	40-69歳・子供がいる		減らしたい計(%)	増やしたい計(%)
仕事時間	女性	23.2	28.6	仕事時間	女性	12.7	22.5
	男性	34.1	16.6		家事・育児時間	女性	20.2
家事・育児時間	女性	33.5	14.4	家事・育児時間		男性	7.6
	男性	14.1	27.7		家族と遊んだりくつろいだりする時間	女性	2.1
家族と遊んだりくつろいだりする時間	女性	5.0	44.1	家族と遊んだりくつろいだりする時間		男性	3.4
	男性	6.0	42.2		自分のことに使う時間	女性	2.6
自分のことに使う時間	女性	4.2	51.3	自分のことに使う時間		男性	3.8
	男性	7.3	44.4				

(備考) 1. 「令和4年度 新しいライフスタイル、新しい働き方を踏まえた男女共同参画推進に関する調査」(令和4年度内閣府委託調査)より作成。
2. 「該当なし」は除外して集計。
3. 減らしたい計は「大幅に減らしたい」「少し減らしたい」の累計値。増やしたい計は「大幅に増やしたい」「少し増やしたい」の累計値。
4. 「子供がいる」は子供がいる・子供を持たなかったことがある人。

特-73表 家事・育児スキルの自己評価と配偶者の実施する家事・育児への満足度

<家事>			<育児>					
配偶者と同居している人	【自分の家事スキル】 十分にある+どちらか といえはる計(%)	【配偶者の家事への満足度】 とても満足+ まあ満足計(%)	小学生以下の子供と同居している人	【自分の育児スキル】 十分にある+どちらか といえはる計(%)	【配偶者の育児への満足度】 とても満足+ まあ満足計(%)			
20代	女性	60.4	70.4	20代	女性	60.6	64.3	
	男性	65.0	79.8		30代	女性	60.5	60.5
30代	女性	62.1	59.1	差 21.1% ポイント		男性	55.2	85.0
	男性	60.6	80.9	差 15.7% ポイント	40代	女性	57.1	54.8
40代	女性	58.8	52.3	差 12.1% ポイント		50代	女性	58.6
	男性	51.8	81.2	差 9.7% ポイント	60代		男性	46.7
50代	女性	64.7	49.3					
	60代	女性	75.0	55.0				
男性		52.5	88.0					

(備考) 1. 「令和4年度 新しいライフスタイル、新しい働き方を踏まえた男女共同参画推進に関する調査」(令和4年度内閣府委託調査)より作成。
2. 配偶者には、事実婚・内縁の関係を含む。

特-67図 家事・育児等への考え方(自分が率先してすべきことである)

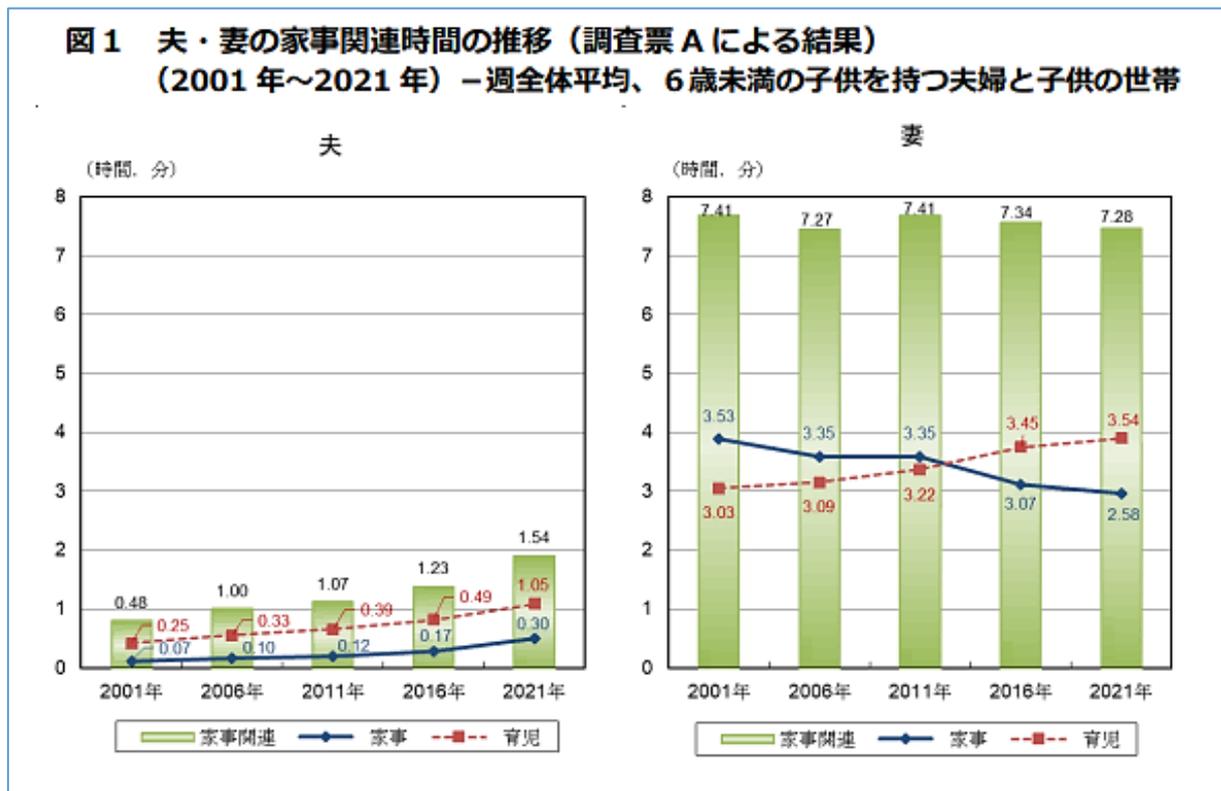


(備考) 1. 「令和4年度 新しいライフスタイル、新しい働き方を踏まえた男女共同参画推進に関する調査」(令和4年度内閣府委託調査)より作成。
2. 「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の累計値。

資料「令和5年版 男女共同参画白書」(概要)より抜粋

■ 日本における6歳未満の子どもをもつ夫の家事や育児に費やす時間

- 総務省統計局による我が国における家事関連時間の男女の差～生活時間からみたジェンダーギャップ～(「統計 Today No.190」2023年2月8日)によれば、「6歳未満の子供を持つ夫婦と子供の世帯について、夫と妻の1日当たりの家事関連時間をみると、夫は1時間54分、妻は7時間28分となっており、2016年と比べると夫は31分の増加、妻は6分の減少となっています。夫婦の差は、縮小したものの、いまだ一定の差があることが分かります。過去20年間の夫と妻の家事関連時間の内訳のうち、家事時間及び育児時間の推移をみると、夫の家事時間及び育児時間は増加傾向で推移しており、2021年はいずれの時間も大きな増加となっています。一方、妻の家事時間は減少傾向、育児時間は増加傾向で推移しており、2016年に初めて育児時間が家事時間を上回り、2021年はその差が更に拡大しています。」とあり、性別にかかわらず平等に責任や権利や機会を分かちあう姿勢は見受けられるものの、家事・育児について、ジェンダー平等には遠い状況にあることがわかる。

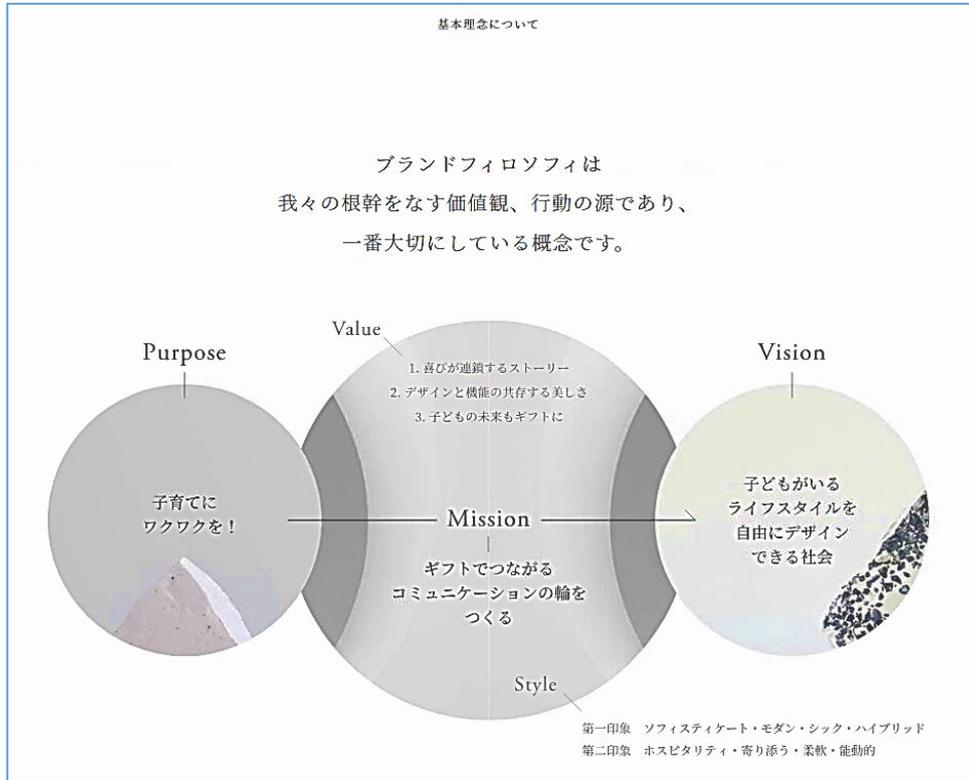


資料 総務省統計局による我が国における家事関連時間の男女の差～生活時間からみたジェンダーギャップ～
(「統計 Today No.190」2023年2月8日)より抜粋

- Yom は、両親・子どもだけでなく子育てにかかわる全ての人たちが、「ワクワクできること」を通じて、子供がいるライフスタイルを自由にデザインで出来るよう個々人のマインドセットを促し、ジェンダー平等の促進の一端を担い、男女ともに仕事と家庭生活を両立できる「男女共同参画社会」に貢献していく。

2.3 基本理念、Purpose・Vision・Mission・Values・Style

【基本理念】



資料「Yom」HPより引用

【Purpose】今、何かを選択するための行動指針

子育てにワクワクを！

今やろうとしている全ての仕事が、“ワクワクする”子育てをさらに楽しくする・ラクにする選択であるかどうかを判断の基準にします。

【Vision】目指す未来

子どもがいるライフスタイルを自由にデザインできる社会

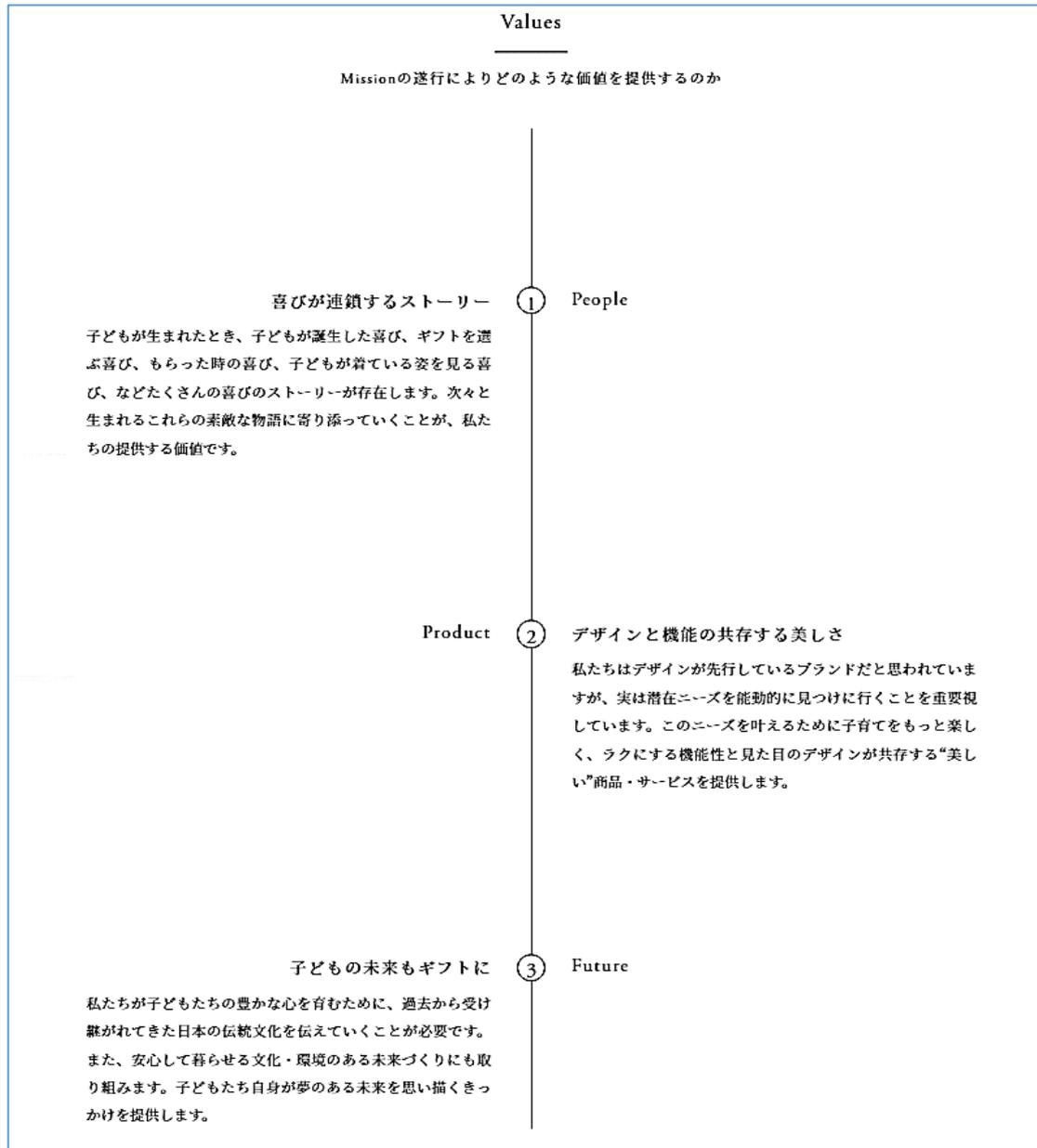
自分自身が「こう生活したい」という価値観をベースに、自分と子ども、家族との毎日をどう過ごすかを選択できる、文化的で持続可能な社会を目指します。

【Mission】目指す未来に向かうために何をするのか

ギフトでつながるコミュニケーションの輪をつくる

ギフトには、贈る人(A)、贈られる人(B)、使う人(C)の三つの立場が存在します。私たちはこの三つの立場をつなぐ、コミュニケーションのきっかけを生み出し続けます。自分の立場はその時々で入れ替わり、贈られる人(B)だったのが、次は贈る人(A)になるかもしれません。私たちは、ギフトを通じて人と人とのつながりがつくる輪=gift communication circle に寄り添うプロダクトやサービスを展開していきます。

【Values】 Mission の遂行によりどのような価値を提供するのか



資料 「Yom」 HP より引用

【Style】 どのように振る舞い、価値を提供するのか

私たちのスタイルは、外観を表す第一印象と、内面を表す第二印象という二つの概念で構成されます。第一印象は、洗練され、現代的かつシックであり、ハイブリッドされた要素を含んでいます。ハイブリッドとは意外性のある要素（古いものと新しいもの、天然物と人工物など）、全く異なる用途のモノやコトなどを組み合わせることにより、新しい価値を創ることです。内面を表す第二印象は、ホスピタリティに富み、相手に寄り添い、求められる距離感で行動することです。能動的とは積極的に自ら動くこと、柔軟とは頭が柔らかく、対応力があることを意味します。第一印象と第二印象、この二つを併せ持つこともハイブリッドであり、これが私たちのスタイルです。

2.4 事業活動

Yom は以下のような環境・社会・経済へのインパクトを生む事業活動を行っている。

【環境面】

■ 「サーキュラーエコノミー(循環経済)」の取り組み

- 「地球とこの世界に優しいフェアで安心なブランド」を目指し、環境に配慮したレザーやリサイクル可能素材等、原材料から回収リサイクルまでトレーサビリティを追求・透明化し、資源を循環させるサーキュラーエコノミーに取り組んでいる。その一つとして、素材については、化石燃料由来素材の使用削減や環境に配慮したリサイクル可能素材、自然に帰る素材、再生繊維、オーガニックコットン等への切り替えを実施している。2023 年 8 月時点でスタイでは 28%、エプロンでは 5%、「MARLMARL」全体では、24%が環境配慮型となっている。またサプライヤーへの素材や生地への供給先の見直しとして、環境負荷の少ない素材リサーチを実施している。

素材リサーチのための「Yom からのサプライヤーへの質問状」

Q1：現在、御社の、生産工程全般における、環境面（CO2、電気、水道等）の削減目標など、政府管理のJIS等の法的基準で定められている管理の状況をお知らせください。

Q2：現在、生産工程において、産出する「端切等の廃棄物」は、どのように管理されていますか？廃棄物のリサイクルなどは実施されていますか？

Q3：上記、Q1, Q2 の担当者または、管理部署は設置されておりますか？

Q4：Supply Chain において、SDGs、GHGに準ずる「入手ルート」の管理基準などのお考えをお聞かせください。

Q5：上記、Q4 の「取引先」における、CO2排出量削減などの取り組みは、どの程度把握されているでしょうか？

Q6：御社の現在の「廃棄物処分方法」「排水基準管理」について、開示いただけることを希望します。開示頂ける場合、記入してください。

Q7：今後の持続的なお取引が継続できるように、弊社で、御社の事業における「環境保全管理業務」に関して、課題、問題などがございましたらお知らせください。

資料「Yom」HPより引用

- 長く着ることができないという印象の子ども服に「子ども服でも長く大切にすることができる」という価値をプラスし、ワンシーズンでサイズアウトしない工夫を散りばめたロングユースアイテムの展開や、二次利用可能なラッピングを提供している。



「ロングユース商品例」

ベビーの時期はベアトップのワンピースとして着用、3歳前後になったら、取り外しできる肩ひものリボンをウエストに付け替え、ふんわりキュートなチュールスカートとして着用できる。

資料「MARLMARL」HPより引用

- 輸配送パッケージの簡素化や緩衝素材のエコ化に取り組んでいる。従来は、年間 1.4t の輸配送用のプラスチックパッケージが廃棄されていたが、2022 年 4 月より簡易的な個配送に変更したことで、輸配送用のプラスチックパッケージの廃棄ロスが無くなった。緩衝素材については、プラスチック素材の緩衝材を 100%利用していたが、2021 年 12 月より順次、紙素材に変更し、2024 年 2 月時点では、プラスチック素材の利用は 1%以下にまで減少している。2023 年 9 月にはスタイの納品形態を見直し、不要なパッケージの廃棄を無くす取り組みを実施したことで、年間 67,680 枚のパッケージ廃棄削減につながった。今後は、さらに商材の強度を含めデザインから見直しすることで、過剰な緩衝材を減らしていく。
- 出荷前の検品で発覚する初期不良品については、廃棄するといった選択から、工場に戻して良品と同じ品質に修理する仕組みを確立したことで、初期不良品の 9 割の修正が可能になり廃棄物が削減された。手直しができない不良品、廃番商品や商品サンプルの工場に戻せないパーツについては、繊維リサイクル製品製造業者にリサイクル軍手等の素材として引き取って貰うことに取り組み、2022 年度の再生素材として引き取ってもらった不良品や廃番商品は 750kg となっている。
- 店舗では、2022 年 3 月から衣料品のブランドを問わず、子ども服から大人服、布製の衣料品全般、タオルについて店頭回収を実施し、提携企業に再生繊維や什器・建材に使用するリサイクルボードの素材として提供することに取り組んでいる。また、POP や店内装飾に使用しているスチレンボードを、使用済みパネルや容器を生産する過程で出る端材を原料とした完全リサイクル・環境配慮型のパネルである Reco ボードに切り替えたり、名前刺しゅうの販売後の店舗控えとして都度印刷していた顧客伝票の印刷を廃止し、レシートへ必要事項を記載したりする取り組みを実施した。



「Reco ボードを使用した POP」

Reco ボードは、全て同一素材で紙や粘着剤を一切使用せず、サイクルの妨げにならないインクで印刷しており分別・加工なしで完全リサイクルが可能である。店舗では、POP 等で Reco ボードの納期が間に合わない場合以外では、Reco ボードを使用している。

資料 「Yom」 HP より引用

- 2022 年には社内の情報システムを刷新し、データドリブンマーケティング（*6）を実現するためデータ分析プラットフォーム「Yom ポータル」を構築した。今後は、AI の利用やオペレーションの見直しにより「Yom ポータル」を発展させ、発注精度の向上を図り、廃番商品の在庫削減につなげることで、より一層の廃棄物削減を図っていく。

（*6）データドリブンマーケティングとは、売上データやマーケティングデータ、WEB 解析データ等、データに基づいてビジネスや経営上の意思決定を行うこと。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「資源効率・安全性」（サーキュラーエコノミー 素材の配慮）、「資源効率・安全性」「廃棄物」（サーキュラーエコノミー ロングユースアイテムの展開等）、ネガティブ・インパクト「資源効率・安全性」「廃棄物」（サーキュラーエコノミー 輸配送パッケージの簡素化等、出荷前不良品の修理やリサイクル、Reco ボードの使用等）、「廃棄物」（サーキュラーエコノミー 廃棄物削減）

■ 「再生可能エネルギー由来の電力利用等」の取り組み

- 店舗で使用する電力を、再生可能エネルギー由来とする「みんな電力」に変更した。また、店舗の照明は、テナントの関係から LED 化できない代官山店、京都三条通店を除き LED 化している。

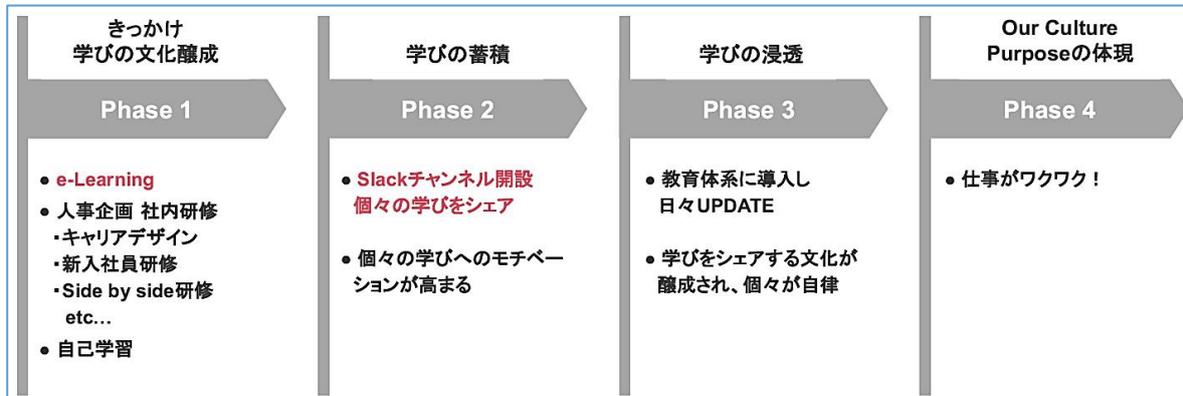
【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「気候」（再生可能エネルギー由来の電力利用等）

【社会面】

■ 「職場内教育制度や研修」の取り組み

- 2023 年より「組織力強化」を目的に、「個々がワクワクしながら自分自身を UPDATE し続ける状態を促す」ことを目標に、人事の等級制度に則って教育体系を整備した教育研修制度を導入した。厚生労働省の「人材開発支援助成金」を活用し、e ラーニングでチャットができるネットの双方向性を活用したオンライン学習コミュニティ「Schoo(スクー)」を導入、必須講座と任意講座を設定する等を実施し、教育制度の充実とともに「学びの文化醸成」に取り組んだ。
- 他に、社長を始めとした社内各分野の社員、時には外部から講師を招き、「契約基礎講座」「戦略思考基礎講座」等、経営やキャリアプランに関する勉強会「ワクワク学ぼう会」を月 1 回開催している。また毎週 1 回、業務委託しているアメリカ人スタッフを講師に英会話も含め、英語での企画等に関する勉強会も実施している。

- 今後、ビジネス用のメッセージアプリ Slack を使用し、個々の学びをシェアし、「学びの蓄積」として個々の学びへのモチベーションが高まるよう取り組んでいく。



資料 「Yom」より提供

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「教育」(職場内教育制度や研修)

■ 「組織診断サーベイを活用した従業員幸福度の向上」の取り組み

- 組織の問題点や課題の解決、従業員のモチベーションやエンゲージメント等組織状況の把握のため 2020 年より組織診断サーベイに取り組んだ。2022 年 7 月からは HRBrain 社の組織診断サーベイを、年 2 回の定期実施の他スポットで 2 回、合計年 4 回実施している。サーベイの中で出た、部署間の協働関係の向上に関する意見では、社内のグーグルドライブの仕様ルール設計見直しに取り組む等、サーベイでの意見を全社で共有した上、改善のための具体的なアクションを実施している。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「雇用」(組織診断サーベイ)

■ 「職場環境改善」の取り組み

- 2020 年には人事評価制度を整備した。目標管理制度や行動指針に紐づく行動評価、及びフィードバックの年 2 回の実施や上長との月 1 回の 1on1 により、社員のモチベーションアップを図っている。2024 年には昇給テーブルの見直しも実施する予定であり、待遇の向上を図る。
- 本社と千葉倉庫スタッフは、就業開始時間を 8:00、9:00、10:00 の 3 つから選択することや、子供がいるスタッフの店舗勤務では土曜日・日曜日を勤務不可とする勤務形態の選択を認めているほか、会社全体では就業時間 6 時間での時短勤務の選択を可能としている。
- 社内の情報システムの刷新や柔軟な勤務体制、部署や店舗毎の管理職による労働時間の管理の徹底により、正社員における 2022 年度の月平均の時間外労働時間は 16 時間となっている。有給休暇については、半年に一度、有給休暇取得促進のアナウンスの実施や 1 週間以上の連続休暇取得も可能としていること等により取得促進が図られており、年間の有給休暇平均取得日数は 13.7 日である(厚生労働省の令和 5 年の勤労統計調査による一般労働者の所定外労働時間は月平均 13.7 時間、令和 5 年就労条件総合調査による企業規模 100～299 人の年間有給休暇平均取得日数は 10.5 日となっている)。
- 副業を通して自己実現やスキルアップを図り、本業に活かすことを目的に「自律的なキャリア形

成」を支援するための取り組みとして、副業を認める運用ルールを 2022 年 12 月に制定した。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「雇用」(職場環境改善)

■ 「ISMS 認証取得」の取り組み

- 情報セキュリティマネジメントの継続的な運用・改善・向上に努め顧客の信頼をより一層高めることができるよう、情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) の国際規格である「ISO/IEC27001:2013(JISQ27001:2014)」を 2022 年 3 月に取得した(認証番号 MSA-IS-554)。

【特定したインパクト】ネガティブ・インパクト「人と人格の安全保障」(ISMS 認証取得)

【経済面】

■ 「ジェンダー平等の促進」の取り組み

- 全社研修で、外部講師を招き LGBTQ(*7)に関するガイダンスを実施した。その後、多様な個を尊重する接客 & 売り場体験向上プログラム「GENDER INCLUSIVE STORE by REING」に参加、店舗限定で外部組織による覆面調査とガイダンス参加者のフィードバック研修、ロールプレイング研修を実施し、ジェンダー領域の接客における問題点の洗い出しを行うとともに、ジェンダー平等の意識醸成に取り組んでいる。また、ジェンダーに関する企業としての考え方についてのガイドラインを策定するための研修会を月次で全 6 回開催した。2022 年 8 月には D&I の観点から企業・社内環境のガイドラインを考えるプロジェクト「SIDE by SIDE」を立ち上げ、株式会社 JobRainbow の D & I 検定にも取り組み 2 名が合格、2023 年 12 月には「D & I AWARD2023」のベストワークプレイス認定を受けた。

(*7)LGBTQ とは、「Lesbian」「Gay」「Bisexual」「Transgender」「Queer/Questionig」の頭文字を組み合わせた頭字語で、幅広い性のあり方を総称する言葉のこと。

- 「MARLMARL」では、ジェンダーレスなデザインを意識し、男の子だからブルー・女の子だからピンク等といった固定概念を持たず、多様性のある趣味嗜好に訴求するデザインを強く意識している。
- 「MATO by MARLMARL」では、販売をスタートした「マザーズバック」を、2023 年 1 月より「ペアレンツ = 子育てに携わるすべての人」と定義し、「ペアレンツバック」として更新、子育てはママがするものと思わせる固定概念の変更に取り組んでいる。
- 2024 年 2 月時点の社員総数 145 名のうち、女性社員は 132 名と 9 割超を占め、マネージャー以上の管理職は 9 名のうち、女性管理職が 4 名となっている。間接部門の他、各店舗での販売業務、倉庫での梱包作業等、様々な部署で女性社員が活躍している。
- 越境 EC も含めた海外への販売拡大を念頭に、日本人と違った海外の人達の視点や発想を取り入れた商品製作に取り組んでおり、2024 年 2 月時点で中国人 2 名(内、アルバイト 1 名)、韓国人 3 名(内、アルバイト 1 名)が在籍している。他にスタッフとして、アメリカ人 1 名に業務委託している。
- 育児休暇制度については、2021 年度、2022 年度と取得率 100%(取得対象者 女性 12 名、男性 1 名)、平均取得日数は、女性 624 日、男性 3 日である。2023 年度には、男性育児休暇制度対象者は 2 名、内 1 名は約 1 カ月取得済、もう 1 名も約 1 カ月の取得予定とな

っている。

【特定したインパクト】ポジティブ・インパクト「雇用(社会面)」「包摂的で健全な経済」(多様な人材活用)、「包摂的で健全な経済」(ジェンダー平等の促進)

3.包括的インパクト分析

UNEP FI のインパクトレーダー及び事業活動等を踏まえて特定したインパクト

入手可能性、アクセス可能性、手ごろさ、品質(一定の固有の特徴がニーズを満たす程度)		
水(アクセス)	食糧	住居
保健・衛生	教育	雇用
エネルギー	移動手段	情報
文化・伝統	人格と人の安全保障	正義・公正
強固な制度・平和・安定		
質(物理的・科学的構成・性質)の有効利用		
水(質)	大気	土壌
生物多様性と生態系サービス	資源効率・安全性	気候
廃棄物		
人と社会のための経済的価値創造		
包摂的で健全な経済	経済収束	

(黄：ポジティブ増大 青：ネガティブ緩和 緑：ポジティブ/ネガティブ双方のインパクト領域を表示)

【UNEP FI のインパクト分析ツールを用いた結果】

国際標準産業分類	専門店による衣料、履物及び皮革製品小売業
ポジティブ・インパクト	保健・衛生、雇用、包摂的で健全な経済
ネガティブ・インパクト	雇用、廃棄物

なお、写真業も行っているが、ごわずかで有り、インパクトの分析は行わない。

【当社の事業活動を踏まえ特定したインパクト】

■ポジティブ・インパクト

インパクト	取組内容
教育	➢ 職場内教育制度や研修
雇用	➢ 組織診断サーベイ
雇用、包摂的で健全な経済	➢ 多様な人材活用
資源効率・安全性	➢ サーキュラーエコミー 素材の配慮
資源効率・安全性、廃棄物	➢ サーキュラーエコミー ロングユースアイテムの展開等
包摂的で健全な経済	➢ ジェンダー平等の促進

■ネガティブ・インパクト(緩和の取り組み)

インパクト	取組内容
雇用	➤ 職場環境改善
人格と人の安全保障	➤ ISMS 認証取得
資源効率・安全性、廃棄物	➤ サーキュラーエコミー 輸配送パッケージの簡素化等、出荷前不良品の修理やリサイクル、Reco ボードの使用等
気候	➤ 再生可能エネルギー由来の電力利用等
廃棄物	➤ サーキュラーエコミー 廃棄物削減

同社事業では、UNEP FI のインパクト分析ツールで発出された「保健・衛生」は、ポジティブ・インパクトに資する事業を展開していないことからポジティブ・インパクトとして特定していない。

4.本ファイナンスの実行にあたり特定したインパクトと設定した KPI 及び SDGs との関係性

Yom は商工中金と共同し、本ファイナンスにおける重要な以下の管理指標（以下 KPI という）を設定した。設定した KPI のうち目標年に達したものについては、再度の目標設定等を検討する。

【ポジティブ・インパクト】

特定したインパクト	雇用		
取組内容(インパクト内容)	・組織診断サーベイ スコアの向上による従業員幸福度の向上		
KPI	● HRBrain 社の組織診断サーベイの「協働関係」サーベイ項目の期待値と実績のギャップを 2023 年 7 月のマイナス 1.8 ポイントから、2027 年度までにマイナス 0.9 ポイントとする。		
KPI 達成に向けた取り組み	<p>➢ 組織の問題点や課題の解決、従業員のモチベーションやエンゲージメント等組織状況の把握のため 2020 年より組織診断サーベイに取り組んだ。2022 年 7 月からは HRBrain 社の組織診断サーベイを、年 2 回の定期実施の他スポットで 2 回、合計年 4 回実施している。サーベイの中で出た、部署間の協働関係の向上に関する意見では、社内のグーグルドライブの仕様ルール設計見直しに取り組む等、サーベイでの意見を全社で共有した上、改善のための具体的なアクションを実施している。</p> <p>➢ (1)情報伝達の速度、(2)円滑な意思決定、(3)部署間の連携、(4)業務支援、(5)組織運営の納得感で構成される「協働関係」のサーベイ項目で想定している企業側の期待値と従業員側の実績とのギャップを埋めていくことで、チームでの成果につなげ、社員の自己肯定感や成長実感の向上を図る。</p>		
貢献する SDGs ターゲット	8.5	2030 年までに、若者や障害者を含む全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、並びに同一労働同一賃金を達成する。	
	10.2	2030 年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人々の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。	

特定したインパクト	雇用、包摂的で健全な経済
取組内容(インパクト内容)	・多様な人材活用 外国人スタッフの採用等
KPI	● 外国人スタッフを 2023 年度から 2027 年度までに 6 名採用

		<p>する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 融資期間中、育児休暇取得率 100%を維持する。 	
KPI 達成に向けた取り組み		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 越境 EC も含めた海外への販売拡大を念頭に、日本人と違った海外の人達の視点や発想を取り入れた商品製作に取り組んでおり、2024 年 2 月時点で中国人 2 名(内、アルバイト 1 名)、韓国人 3 名(内、アルバイト 1 名)の計 5 名、社員全体の 3%となっている。他に、スタッフとしてアメリカ人 1 名に業務委託している。 ➢ 2027 年度まで外国人スタッフを 6 名採用し、外国人スタッフを社員全体の 10%前後とする。 ➢ D&I の観点から企業・社内環境のガイドラインを考えるプロジェクト「SIDE by SIDE」を立ち上げ、取り組みを HP 上で公開している。外国人スタッフの共感を得る取り組みを実施し、定着化を図るとともに、文化服飾学院と提携しており、文化服飾学院の留学生や、外部の人材サービスの活用、代表者の中国人人脈を生かし正社員・高度人材を中心に採用していく。 ➢ 育児休暇制度については、2021 年度、2022 年度と取得率 100%(取得対象者 女性 12 名、男性 1 名)、平均取得日数は、女性 624 日、男性 3 日である。2023 年度には、男性育児休暇制度対象者は 2 名、内 1 名は約 1 カ月取得済、もう 1 名も約 1 カ月の取得予定となっている。 	
貢献する SDGs ターゲット	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、全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。	
	10.2	2030 年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人々の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。	

特定したインパクト	資源効率・安全性
取組内容(インパクト内容)	・サーキュラーエコノミー 素材の配慮
KPI	● 環境配慮型商品の種類を 2022 年度の 24%から 2027 年度には 30%に増加させる。
KPI 達成に向けた取り組み	➢ 環境に配慮したレザーやリサイクル可能素材等、原材料から回収リサイクルまでトレーサビリティを追求、透明化し、資源を循環させるサーキュラーエコノミーに取り組んでいる。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 素材については、化石燃料由来素材の使用削減、環境に配慮したりサイクル可能素材、自然に帰る素材、再生繊維、オーガニックコットン等へ素材の切り替えを実施している。2023年8月時点でスタイでは、商品数の28%、エプロンでは5%、「MARLMARL」全体では、24%が環境配慮型となっている。 ➤ 新商品について、意識的に再生原料を素材とした商品製作に取り組むとともに、引き続き、サプライヤーに対し環境負荷の少ない素材リサーチを実施し、サプライヤーを巻き込んで再生原料を使用した商品等の環境配慮型商品の増加を図る。 		
貢献するSDGsターゲット	12.2	2030年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。	
	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。	

特定したインパクト	包摂的で健全な経済		
取組内容(インパクト内容)	・ジェンダー平等の促進 「MATO by MARLMARL」の販売拡大		
KPI	● 「MATO by MARLMARL」の売上を2022年度の57百万円から2027年度には250百万円とする。		
KPI 達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「MATO by MARLMARL」で販売をスタートした「マザーズバック」を、2023年1月より「ペアレンツ＝子育てに携わるすべての人」と定義し、性別や役割といった垣根を超え「ペアレンツバック」として更新、子育てはママがするものと思わせる固定概念の変更に取り組んでいる。 ➤ 越境ECも含めた海外への販売拡大を念頭に、日本人と違った海外の人達の視点や発想を取り入れた商品製作に取り組んでおり、ECサイトの拡大等により販売拡大を図る。 		
貢献するSDGsターゲット	10.2	2030年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、全ての人々の能力強化及び社会的、経済的及び政治的な包含を促進する。	

【ネガティブ・インパクト】

特定したインパクト	廃棄物
取組内容(インパクト内容)	・廃棄物削減
KPI	● 廃棄物を2022年度の280kgから2027年度には10kgと

	する。		
KPI 達成に向けた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ▶ データドリブンマーケティングを実現するためデータ分析プラットフォーム「Yom ポータル」を構築した。今後は、AI の利用やオペレーションの見直しにより「Yom ポータル」を発展させ、発注精度の向上を図り、廃番商品の在庫削減につなげることで、より一層の廃棄物削減を図っていく。 		
貢献する SDGs ターゲット	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。	

なお、「雇用」(職場環境の改善)の取り組みは、ネガティブ・インパクトとして特定しているものの、社内の情報システムの刷新や柔軟な勤務体制、部署や店舗毎の管理職による労働時間の管理の徹底により、正社員における 2022 年度の所定外の月平均労働時間は 16 時間、有給休暇については、半年に一度の有給休暇取得促進のアナウンスの実施や、1 週間以上の連続取得も可能としていること等から年間の有給休暇平均取得日数は 13.7 日であり十分にネガティブ緩和がなされているため、KPI は設定していない。「人格と人の安全保障」(ISMS 認証取得) の取り組みは、ネガティブ・インパクトとして特定しているものの ISMS 認証を取得済で、情報システムの継続的な運用・改善・向上に努め、顧客の信頼をより一層高めることに取り組んでおりネガティブ・インパクトが十分に緩和されていることから KPI は設定していない。「資源効率・安全性」「廃棄物」(サーキュラーエコミー 輸配送パッケージの簡素化等、出荷前不良品の修理やリサイクル、Reco ボードの使用等)の取り組みは、ネガティブ・インパクトとして特定しているものの、輸配送パッケージの簡素化や緩衝素材のエコ化に取り組み簡易的な個配送に変更したことで、輸配送用のプラスチックパッケージの廃棄ロスが無くなったこと、緩衝素材については、紙素材に変更したことでプラスチック素材の緩衝材利用は 1%以下にまで減少したこと、スタいの納品形態の見直しにより年間 67,680 枚のパッケージ廃棄削減されたこと、また出荷前の検品で発覚する初期不良品は、工場に戻して良品と同じ品質に修理する仕組みを確立したことで、初期不良品の 9 割の修正が可能になり廃棄物が削減されたこと、手直しができない不良品、廃番商品や商品サンプルの工場に戻せないパーツについては、繊維リサイクル製品製造業者にリサイクル軍手等の素材として引き取って貰っていること、店舗においては、POP や店内装飾に使用しているスチレンボードを、使用済みパネルや容器を生産する過程で出る端材を原料とした完全リサイクル・環境配慮型のパネルである Reco ボードに切り替えたこと、及び名前刺しゅうの販売後の店舗控えとして都度印刷していた顧客伝票の印刷を廃止し、レシートへ必要事項を記載したりする取り組みを実施したことでネガティブ・インパクトが十分に緩和されていることから KPI は設定していない。「気候」(再生可能エネルギー由来の電力利用等)の取り組みは、ネガティブ・インパクトとして特定しているものの、店舗で使用する電力を再生可能エネルギー由来とする「みんな電力」に変更し、店舗の照明は、テナントの関係から LED 化できない代官山店、京都三条通店を除き LED 化する等、ネガティブ・インパクトが十分に緩和されていることから KPI は設定していない。

5.サステナビリティ管理体制

Yom では、本ファイナンスに取り組むにあたり、深澤社長を最高責任者として、自社の事業活動とインパクトリーダー、SDGs における貢献等との関連性について検討を行った。本ファイナンス実行後も、深澤社長を最高責任者とし、社内でプロジェクト・リーダーを任命し、プロジェクト・リーダーを中心として、全従業員が一丸となって KPI の達成に向けた活動を推進していく。

(最高責任者)	代表取締役	深澤 和弥
(プロジェクト・リーダー)		社員 1 名を任命

6.モニタリング

本ファイナンスに取り組むにあたり設定した KPI の進捗状況は、Yom と商工中金並びに商工中金経済研究所が年 1 回以上の頻度で話し合う場を設け、その進捗状況を確認する。モニタリング期間中は、商工中金は KPI の達成のため適宜サポートを行う予定であり、事業環境の変化等により当初設定した KPI が実状にそぐわなくなった場合は、Yom と協議して再設定を検討する。

7.総合評価

本件は UNEP FI の「ポジティブ・インパクト金融原則」に準拠した融資である。Yom は、上記の結果、本件融資期間を通じてポジティブな成果の発現とネガティブな影響の低減に努めることを確認した。また、商工中金は年に 1 回以上その成果を確認する。

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、商工中金経済研究所が商工中金から委託を受けて作成したもので、商工中金経済研究所が商工中金に対して提出するものです。
2. 本評価書の評価は、依頼者である商工中金及び申込者から供与された情報と商工中金経済研究所が独自に収集した情報に基づく、現時点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、商工中金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。
3. 本評価を実施するに当たっては、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）が提唱した「ポジティブ・インパクト金融原則」に適合させるとともに、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」に整合させながら実施しています。なお、株式会社日本格付研究所から、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに関する第三者意見書の提供を受けています。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社商工中金経済研究所

主任コンサルタント 加藤 栄嗣

〒105-0012

東京都港区芝大門 2 丁目 12 番 18 号 共生ビル

TEL: 03-3437-0182 FAX: 03-3437-0190