

株式会社 I C H I C O

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

2024 年 6 月 11 日

77 R&C 七十七リサーチ&コンサルティング

地域と共に、未来をつくる

目次

はじめに	3
本評価書に関する重要な説明	4
連絡先	5
企業理念及びサステナビリティ方針	6
1. 企業概要.....	6
2. 企業理念.....	11
3. サステナビリティ	12
インパクトの特定及び評価	14
1. インパクトの特定	14
2. インパクトの評価	24
モニタリング.....	27
1. 当社のモニタリング体制	27
2. 七十七銀行によるモニタリング体制	27
結論	28
参考	29
1. ポジティブ・インパクト・ファイナンスについて.....	29
2. ポジティブ・インパクト金融原則について	29

はじめに

七十七リサーチ&コンサルティング株式会社（以下、「77R&C」）は、株式会社七十七銀行（以下、「七十七銀行」）が、株式会社 I C H I C O（以下、「当社」）に対してポジティブ・インパクト・ファイナンス（以下、「PIF」）を実施するにあたって、当社の事業活動が環境・社会・経済に及ぼすインパクト（ポジティブ・インパクト及びネガティブ・インパクト）を分析・評価し、「ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書」（以下、「本評価書」）を作成した。

本評価書における分析・評価は、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）が提唱した PIF 原則及び PIF 実施ガイド（モデル・フレームワーク）、ESG 金融ハイレベル・パネルにおいて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」に則ったうえで、七十七銀行が開発した評価体系に基づいて行っている。

なお、七十七銀行が開発した当該評価体系については、株式会社格付投資情報センター（以下、「R&I」）からファイナンスに関する第三者意見書の提供を受けている。
(https://www.r-i.co.jp/news_release_suf/2024/03/news_release_suf_20240315_jpn_1.pdf)

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書の内容は、77R&C が現時点で入手可能な公開情報、当社から提供された情報や当社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、将来における実現可能性、ポジティブな成果等を保証するものではない。
2. 77R&C が本評価に際して用いた情報は、当社がその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではない。77R&C は、これらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、及び特定目的への適合性その他一切の事項について、明示・黙示を問わず、何ら表明又は保証をするものではない。また、77R&C 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又は損害について一切責任を負わない。
3. 本評価書に関する一切の権利は 77R&C に帰属する。評価書の全部又は一部を自己使用の目的を超えての使用（複製、改変、送信、頒布、譲渡、貸与、翻訳及び翻案等を含みます）、又は使用する目的で保管することは禁止されている。

連絡先

本件に関するお問い合わせ先は、以下の通り。

七十七リサーチ&コンサルティング コンサルティング部
〒980-8777 宮城県仙台市青葉区中央三丁目 3 番 20 号

氏 名	電話番号
木村 仁寿	022-748-7730

企業理念及びサステナビリティ方針

1. 企業概要

【企業概要】

企 業 名	株式会社 I C H I C O
所 在 地	宮城県仙台市青葉区一番町 3-7-1 電力ビル 7F
代 表 者	代表取締役 尾形 雄一郎
資 本 金	30 百万円
売 上 高	2,821 百万円 (2024 年 2 月期)
従 業 員 数	32 人 (2024 年 2 月末)
事 業 内 容	1. メディア広告事業 (テレビ、新聞、ラジオ、雑誌等) 2. P R 事業 3. セールスプロモーション事業 4. クリエイティブ事業 5. デジタルコンテンツ事業 6. マーケティング事業 7. スペースデザイン事業

【企業沿革】

1994 年 3 月	「株式会社第一広告社」を現取締役相談役佐藤由三氏が創業
1999 年 3 月	仙台市青葉区大町から青葉区国分町へ本社移転
2012 年 4 月	総合住宅展示場「緑と風のガーデン」をオープン
2014 年 6 月	仙台市青葉区大町から青葉区一番町へ本社移転 (現在)
2019 年 2 月	復興庁「新しい東北」交流拡大モデル事業で総合グランプリ受賞
2021 年 5 月	東北・新潟プロモーション連携拠点「CROSS B PLUS」をオープン
2021 年 10 月	仙台市中心部初の醸造所を用いたオリジナルクラフトビールの提供開始
2024 年 3 月	「株式会社 I C H I C O」へ社名変更

【受賞歴】

第 54 回仙台広告賞プロモーション部門大賞他各賞受賞

当社は、1994年に宮城県仙台市で創業し、宮城・東北を中心に、広告を通じて地方創生の一翼を担うとともに、クライアント企業の発展と共に歩んできた宮城県を代表する総合広告会社である。

創業30周年を機に社名を変更するとともに、新たに「伝えるを、超える」を経営指針として掲げ、クライアントの事業成功・地域活性化を支援すべく、広告の枠を超えた最良のコミュニケーション戦略をプロデュースしている。

【コミュニケーションプランニング】

当社は、クライアントと生活者をつなぐコミュニケーションプラン全般の策定を行っており、チラシ、ポスターなどの企画・デザインから印刷・配布までを一気通貫で実施できる体制を備えているほか、集客力のあるイベント開催に向けた企画、プロモーション、施工・運営、効果検証も同様に行える包括的なサポート体制を整備している。

また、グラフィックや映像・デジタルコンテンツ制作など、案件に応じた提案・制作を実施し、よりPR効果の高い製品・サービスの分析・開発から、メディア向けのリリース、記者会見、効果検証といったPR活動全般まで通じた“売れる市場づくり”を目的とした戦略的PR方策の策定支援を行っており、企業の営業活動をバックアップしている。

【デジタル戦略支援】

当社は、DX化など広くオンライン上のコミュニケーション戦略の設計を支援しており、アクセス解析や顧客情報等を掛け合わせデータ分析を行い、デジタル戦略のプランニングやマーケティング情報として活用し、ウェブサイトの構築やターゲットに最適な媒体を企画、SNSへの発信戦略の策定等を行っている。

また、通販事業における商品のリブランディングやECサイト構築、プロモーションまでの支援も実施。これまでの当社が培った豊富な分析・提案・検証データを基に、ウェブ広告のプランニングから運用・効果検証の最適提案を実施しており、魅力ある商品・商材を日本全国や世界へ発信するサポートも行っている。

【地域振興支援】

当社は、地域のヒト、コト、モノが活性化する企画・アイデアを提供し、自治体や地域企業とともに地域の魅力創出、課題解決に取り組んでいる。地域資源の効果的発信・プロモーション、観光コンテンツの開発や移住・定住促進・地域ブランディングを実践し、地域の「ありたい姿」実現に向けた施策の企画を提案するなど、クライアントに寄り添った提案を行っている。イベント企画・運営やグッズ・レシピ開発など地域活性化に資する

コト、モノを生み出し、生産者と消費者、地域内外、ヒトとヒトを繋げる戦略を立案し実践している。これらにより地域のポテンシャルを引き上げることがクライアントとともに目指している。

【マーケティング支援】

当社は、市場調査や価値設計、ターゲットの精緻化などマーケティング戦略の設計を支援している。「自社商品・サービスの強みや独自の価値が商品に体现できていない企業・自治体」、「広告効果が落ちてきたが、次の打ち手が分からない企業」、「マーケティングの思考を社内に定着させたいがリソースがない企業」、「新規事業の戦略構築方法や推進するためのプロセスがわからない企業」などを課題としているクライアントに商品・サービスの価値設計から現状分析・課題解決戦略の立案までソリューション提供を行っている。

【東北プロモーション連携拠点事業 芭蕉の辻プロジェクト「CROSS B PLUS」】

当社は株式会社仙台ビルディングおよび株式会社河北新報社と協同し、東北の情報発信とまちのにぎわい創出を目的に、飲食を兼ね備えた複合プロモーション施設「CROSS B PLUS」を開設。「芭蕉の辻に、人生、文化、地域、時代、あらゆるものが出会い、クロスする」をキャッチフレーズに多種多様なイベントを開催。記者発表会やシンポジウム、地域食材フェアやオリジナルビール製造など、自治体や企業・団体の情報発信とまちのにぎわい創出を積極的にサポートしている。



【「CROSS B PLUS」外観】

当社HPより

【地方創生プロモーション取組事例】

「新しい東北」

当社は、国内外の外国人が東北を訪れる旅行商品を企画し、実際にプロモーション・販売することで市場評価を通じた実証を行い、持続的な東北への外国人交流人口の拡大を図る取組みを実践している。

「伝統文化の衰退」、「担い手不足」などの解決に資するインバウンドコンテンツのアイデアから販売までのアクションプランを策定し、「モニター調査」、「モニターツアー」、「海外旅行コンダクター等とのヒアリング」を実施、ターゲット市場ニーズを分析し、コンテンツ造成やプロモーションに活用している。

外国人自らが「神輿担ぎ」、「なまはげになる」等といった体験をメインとした新コンテンツを制作し、多言語化による受入体制も整備。また、プロモーションツールとして、ウェブサイトやパンフレット、ポスター、ムービーも多言語化に対応。海外では海外旅行会社宛訪問し、商談を実施。旅行博にも出展し、BtoB、BtoCプロモーションを実施している。2018年度、2019年度と計1,000名超に及ぶインバウンド効果を東北にもたらし、復興庁から「平成30年度『新しい東北』交流拡大モデル事業（広域型）総合グランプリ」を受賞している。



【新庄市「わら細工」体験の様子】
当社HPより



【南三陸町「キリコ」体験の様子】
当社HPより

「東北のものづくり」

当社は、東北地域で育まれてきた工芸品の高度な技術や魅力を発信するとともに地域団体商標の取得事例を紹介する冊子を制作。ブランド価値の向上や商品開発、知的財産制度の普及を図り、新たな地域ブランドの創出を促進している。

事業の背景、目的、課題を整理し、ターゲットとコンセプトを策定。「デザイン」、「取材」、「撮影」の企画を立案し、東北6県の工芸品や工房を調査のうえ、企画の意図に合う「レア感」、「ストーリー性」を有する取材先を選定することで、東北のものづくりのPRを実現。地方における伝統文化の認知に大きく貢献している。



【「TOHOKU CRAFT STORY」】

東北経済産業局HPより



【「TOHOKU CRAFT STORY」】

東北経済産業局HPより

2. 企業理念

当社の企業理念では、本拠地である東北の地域発展に貢献していくことを念頭に掲げており、創業時から積み重ねてきた経験・ノウハウにより、日々変化する生活スタイルや消費行動に対し、最適なソリューションで応えていくとしている。

当社は、“5つ”のキーワードを掲げている。

「情熱・熱意」

お取引先企業や地域の発展を心から願い、その一助となることに情熱を注ぐ。

「成長志向」

自責の念と当事者意識を持ち、自身の成長を促すことでプロフェッショナルを目指す。

「開拓精神」

前例にとらわれず、先導者となるためのアイデア出し・チャレンジを怠らない。

「変化・革新」

時代の変化に柔軟に対応し、常に最新のソリューションを兼ね備える。

「他愛の念」

仲間と共に仕事を楽しみながら切磋琢磨し、他愛の精神で支え合う。



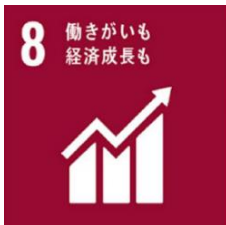
3. サステナビリティ

当社の目指す広告を通じた地域経済の発展は、2015年に国連で採択されたSDGsとも関係性が深く、地方自治体と連携した観光資源の維持や、地域地場企業の発展に大きく関与している。こういった社会問題に目を向け、SDGsとの直接的な関わり、間接的な関わりを通じて、持続可能な社会の実現に向けた取組みを実践している。

【SDGs 経営方針】

当社における環境面の取組みは、当社策定 Vision に基づき、SDGs を支援しクライアントと地域の未来に持続可能な成長と感動を提供することを掲げている。

当社 Vision に基づくアクションプランは、以下のとおりである。



当社は、経済成長と雇用創出を掲げており、包摂的かつ持続可能な経済成長およびすべての人々の完全かつ生産的な雇用や働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進するとしている。都市部とは異なるアイデアとアプローチで東北地域の活性化に寄与し、都市部と地方の格差を是正する取組みを実践している。



レジリエント（強靱）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進およびイノベーションの推進を図ることで、平等に情報と知識の共有を創出するとともにデジタル格差を解消し、2030年までにイノベーションを促進させるとしている。スタートアップ企業の支援やデジタルリテラシーの習得、デジタルツールを活用した地域イノベーション支援を実践している。



不平等是正を掲げており、首都圏と地方（東北）の格差を是正するとしている。上記同様、都市部とは異なるアイデアとアプローチで東北地域の活性化に寄与し、都市部と地方の格差是正を目指している。



包摂的で安全かつレジリエント（強靱）で持続可能な都市および人間居住を実現し、郷土愛からのボトムアップで安心なまちをつくるとしている。地域に暮らす生活者として、地域企業のコミュニケーションパートナーとなり、経済活性化に取り組んでおり、地域住民の CIVIC PRIDE（住民としての誇り）創出に努め、地域住民自らが地域のために行動する仕掛けをつくり、フォローアップする。



持続可能な消費生産形態を確保し、リサイクル技術で循環型経済へシフトさせていくとしている。企業市民として、責任のあるクリエイティブ活動を行い、制作物に各自が責任を持ち、環境に配慮し、無駄をなくす取り組みを実践している。生活者として、つかう責任を考え、「mottainai」を常に意識し、働きやすい環境の整備、環境負荷軽減を実行している。



持続可能な開発のために、海洋資源を保全し、持続可能な形で利用するとしている。持続的に東北の海の豊かさを守り、自然豊かな東北において、環境に配慮しながら、海と陸の魅力を最大限に活用し、コンテンツ造成とプロモーションを展開している。



陸域生態系の保護・回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処ならびに土地の劣化阻止・回復および生物多様性の損失を阻止するとしている。持続的に東北の陸の豊かさを守り、自然豊かな東北において、環境に配慮しながら、海と陸の魅力を最大限に活用したコンテンツ造成とプロモーションを展開している。



持続的な開発に向け実施手段を強化しグローバル・パートナーシップを活性化している。様々な垣根を取払い、様々な経験や資源戦略を基に効果的なパートナーシップを奨励・推進・活性化させている。地域・クライアント・生活者を結び、デジタル分野の企業やその技術と官民をつなぎパートナーシップを推進するとともに県市町村の垣根を越えた連携のハブとなり東北の課題解決に尽力している。

インパクトの特定及び評価

1. インパクトの特定

七十七銀行および77R&Cは所定の「インパクトファイナンス実施体系」に定める包括的分析により、インパクトの特定手続を実施した。なお、特定にあたっての重要な要素に関しては、その裏付けとなる内部資料等の確認および企業との対話の実施により手続を補完することとしている。

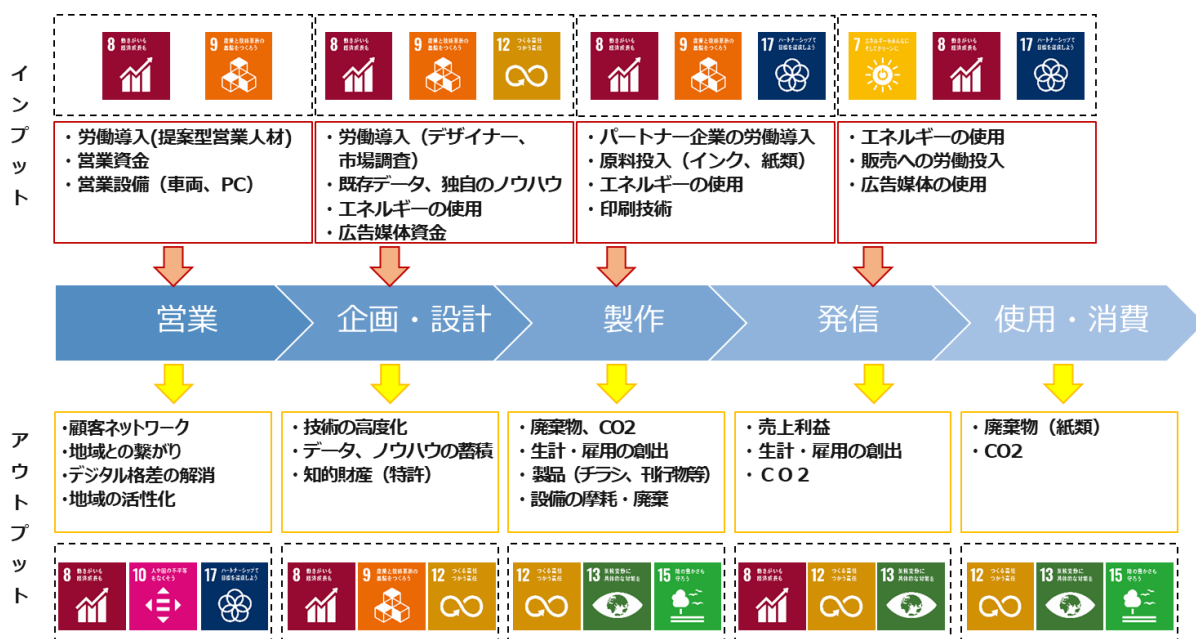
(1) バリューチェーン分析

事業性評価および当社との対話をもとに、バリューチェーン分析を行うことで、事業活動におけるインプット（投入物）とアウトプット（成果物）を以下の通り可視化し、各活動が貢献するSDGsのゴールとターゲットとの関連付けを行った。

バリューチェーンによるインプットとアウトプットの可視化

バリューチェーン分析

広告企画・製作事業



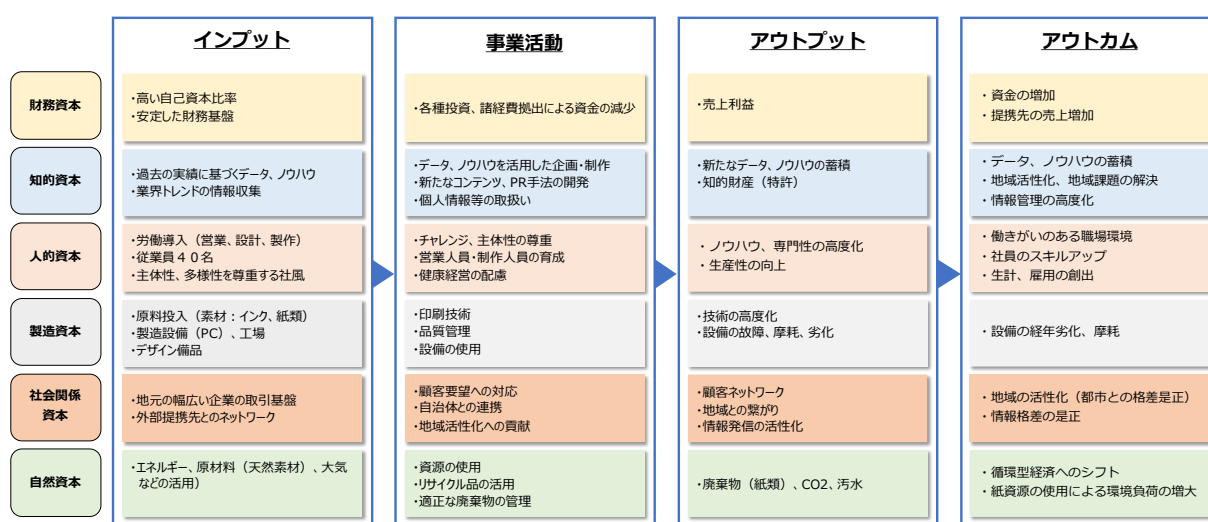
(2) ロジックモデルの作成

バリューチェーン分析を踏まえ、ロジックモデルを作成しインパクトを特定する。なお、ロジックモデルとは、投入（インプット）した資本から製品、サービス、副産物、廃棄物を産出（アウトプット）し、利益の蓄積、顧客からの信用向上、地域の活性化などの成果（アウトカム）をもたらすシステム（ビジネスモデル）における、各種資本の変遷（増減・変換）を可視化したものである。

七十七銀行および77R&Cでは、アウトカムが環境・社会・経済に与える影響や変化をインパクトと位置付け、正の変化をポジティブ・インパクト、負の変化をネガティブ・インパクトとして特定する。

当社のロジックモデルは以下の通りである。

ロジックモデル



ロジックモデルにより導き出した当社の主要なインパクトは以下の通りである。

長い業歴と豊富な実績に裏付けされたデータやノウハウの蓄積といった知的資本の増大により、人的資本や社会・関係資本に好影響を与えている。さらに、自治体や地域企業との連携、新たな事業領域への拡大が生産的・活発な経済活動に影響を与えており、雇用を創出するとともに地域の活性化や地域課題の解決を実現させている。当社は、社員一人ひとりが営業から企画・制作までを担える自立型人材の育成を目指し、高いエンゲージメントをもって働ける環境を整えている。従業員の主体的なチャレンジを尊重しており、知的資本や人的資本の増加の好循環をもたらしている。

また、事業活動における廃棄物の削減に向けて、リサイクルインクの利用やコピー印刷量の削減など、環境を意識した事業運営により、自然資本への負荷を軽減している。

以下は、それぞれのインパクトにおけるポジティブ・インパクト（PI）とネガティブ・インパクト（NI）の区分のほか、UNEP FI のインパクトレーダーにて該当するインパクトエリア・インパクトトピックを示したものである。

特定したインパクトの整理

PI・NI 区分	アウトカム	インパクト (環境・社会・経済に与える影響)	UNEP FIのインパクトトピック
PIの増大	都市との格差是正 地域活性化 生計・雇用の創出	地域社会との共存共栄	＜社会＞ 情報、コネクティビティ、文化・伝統、 生計、雇用、社会的保護 ＜経済＞ 零細・中小企業の繁栄、インフラ
PIの増大	働きがいのある職場 健康面に配慮した労働 情報格差の是正 社員のスキルアップ	ディーセントワークの推進・ 人材の高度化	＜社会＞ 健康および安全性、教育、雇用、賃金、 ジェンダー平等
NIの抑制、管理	循環型経済へのシフト 環境負荷の増大	環境配慮への取組み	＜環境＞ 気候の安定性、資源強度、廃棄物
NIの抑制、管理	データ・ノウハウの蓄積 情報管理の高度化	コンプライアンスの遵守	＜社会＞ データプライバシー、ジェンダー平等、 その他の社会的弱者

(3) インパクトレーダー等の活用

ロジックモデルにより特定したインパクトに関して、UNEP FI が提供するインパクトレーダーとの整合性を確認する。当社の事業活動に該当している3業種を特定してインパクトマッピングを実施した。なお、当社は自治体や民間企業まで幅広い業種の取引先を有しており、ステークホルダー（川上・川下）の特定が困難であるため、当社の事業から発生するインパクトに焦点を当て分析を行う。

下図は、関連する3つの業種のポジティブインパクト（PI）とネガティブインパクト（NI）が、インパクトレーダーではどのインパクトトピックにおいて発現すると考えられるかを示したものである。一方で12のインパクトエリア、38のインパクトトピックのうち、赤枠で囲っているものがロジックモデルで特定したものである。

ロジックモデルにより特定したインパクトは、インパクトレーダーで示されたものにほぼ該当していることから、客観的にも妥当性を有していると判断できる。また、当社事業と関連のないインパクトエリア・インパクトトピックについては分析対象外とする。

インパクトマッピングによる特定

●●…主要カテゴリ ●…関連カテゴリ

バリューチェーン区分		当社の事業					
国際標準産業分類 【コード】		広告業 【7310】		映画、ビデオ及び テレビ番組制作業 【5911】		管理コンサル業 【7020】	
インパクトエリア	インパクトトピック	PI	NI	PI	NI	PI	NI
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		●				
健康および安全性	自然災害						
	健康および安全性		●		●		●
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						
	食糧						
	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・伝統		●	●●			
生計	ファイナンス						
	雇用	●●		●		●●	
	賃金	●●	●	●		●●	●
	社会的保護	●●	●			●●	●
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	インフラ						
経済収束	経済収束						
気候の安定性	気候の安定性						
生物多様性と生態系	水域						
	大気						
	土壌						
	生物種						
	生態系						
サーキュラリティ	資源強度						
	廃棄物		●	●			●

（４）特定したインパクト

以上を踏まえて、当社のインパクトを以下のように特定した。

【地域社会との共存共栄】

当社は、長年に亘り地域に深く根差した事業実績を背景として広域な地域ネットワークや深い知識・多様なノウハウを有している。地元の有力企業と協同で東北プロモーション連携拠点事業である芭蕉の辻プロジェクト「CROSS B PLUS」を運営するなど、地域一体を盛り上げる活動を行っている。

これらは生計・雇用の創出にも持続的な効果が期待できることから、経済面だけでなく社会面への貢献も大きい。

このインパクトはUNEP FIのインパクトレーダーでは「情報」、「コネクティビティ」、「文化・伝統」、「生計」、「雇用」、「社会的保護」、「零細・中小企業の繁栄」、「インフラ」のカテゴリに該当し、経済面と社会面のポジティブ・インパクトの拡大に該当すると考えられる。

SDGsでは「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。」、「8.5 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。」、「8.9 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行する。」、「17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。」等のターゲットに該当すると考えられる。

【ディーセントワークの推進・人材の高度化】

当社は、人口減少・少子高齢化・デジタル化などの生活者を取り巻く環境の変化とともに、広告会社求められる役割も変化していくものと捉えており、時代の変化に対応する柔軟かつ斬新な発想力が必要であると考えている。

社員に対しても、横断的な業務遂行を旨としながら、多様なアイデアを紡ぎだすプロフェッショナルとして、クライアントへ最適なソリューションを提供できるよう教育を行っている。また、地元採用を中心とした雇用を行っており、郷土愛を大切にしながら地域企業のコミュニケーションパートナーとなるべく指導を行っている。

資格取得や研修受講への助成金や従業員の健康促進を目的とした有給休暇の取得促進等にも力を注いでおり、生産的な雇用と働きがいのある職場の醸成につなげている。これらは、社会面のポジティブ・インパクトの拡大に寄与すると考えられる。このインパ

クトは UNEP FI のインパクトレーダーでは「健康および安全性」、「教育」、「雇用」、「賃金」、「ジェンダー平等」のカテゴリに該当し、社会面のポジティブ・インパクトの拡大に該当すると考えられる。

SDGs では「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。」、「5.5 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。」、「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。」等のターゲットに該当すると考えられる。

【環境配慮への取組み】

当社の事業活動によって、廃棄物や CO2 の排出が環境に負の影響を及ぼす可能性がある。事業活動によって生じる廃棄物や CO2 の排出について、当社は SDGs 宣言で、環境に配慮し、無駄をなくす。「mottainai」を常に意識する。環境に配慮しながら海と陸の魅力を最大限に活用し、コンテンツ造成とプロモーションを展開するとしている。

近年では、照明の LED 化や効率的な時間管理による業務時間の削減を実施したことにより電力消費量の削減に成功している。

また、当社が営業を行っている住宅展示場「緑と風のガーデン」では、「サステナブル、はじめよう。」をスローガンに掲げ、量り売りマルシェや環境に配慮したイベントの企画・運営を行っている。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは「気候の安定性」、「資源強度」「廃棄物」のカテゴリに該当し、環境面のネガティブ・インパクト抑制、管理に該当すると考えられる。

SDGs では「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）及び適応の能力を強化する。」等のターゲットに該当すると考えられる。

【コンプライアンスの遵守】

当社は広告代理業務を主として広く事業展開を行っており、業務上において様々な情報を取り扱っている。個人情報の流出や誤った情報の発信等により、社会に負の影響を与える可能性が高い事業のため、情報の厳格な管理が社会的な責任として求められている。当社では、取得した情報の取扱いを徹底するため、プライバシーポリシーを規定し、取得した情報を安全かつ正確に管理し、これに対する不正アクセス、漏えい、滅失、毀損の防止に全社を挙げて取り組んでおり、個人情報を適切に取り扱っている

法人として認定される「プライバシーマーク」を(財)日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)から取得している。

「プライバシーマーク」を維持するためには、外部機関による2年毎の審査を受けて更新する必要があるため、当社は定期的に社内教育や内部監査等を適切に実施している。

これらの取組みにより、広告から発生するあらゆる差別等の価値観の拡大やメンタルヘルス等の負の影響の抑制、個人情報流出・誤情報発信の防止等が図られるため、社会面のネガティブ・インパクトの抑制に該当すると考えられる。

このインパクトはUNEP FIのインパクトレーダーでは「データプライバシー」、「ジェンダー平等」、「その他の社会的弱者」のカテゴリに該当し、社会面のネガティブ・インパクトの抑制、管理に該当すると考えられる。

SDGsでは「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。」、「5.1 あらゆる場所におけるすべての女性及び女児に対するあらゆる形態の差別を撤廃する」等のターゲットに該当すると考えられる。

(5) インパクトニーズとの関係性

①国内におけるインパクトニーズ

- ・「SDGs インデックス&ダッシュボード」を参照し、国内のインパクトニーズと当社のインパクトを確認する。
- ・当社のインパクトに対するSDGsは、「3,4,5,7,8,13,17」に対して、国内におけるSDGsダッシュボードでは、「5,13」において大きな課題が残る、「3,7,8,17」において課題が残る、または重要な課題が残るとなっており、国内のインパクトニーズと当社のインパクトが一定の関係性があることを確認した。



【出典】:「SDSN」

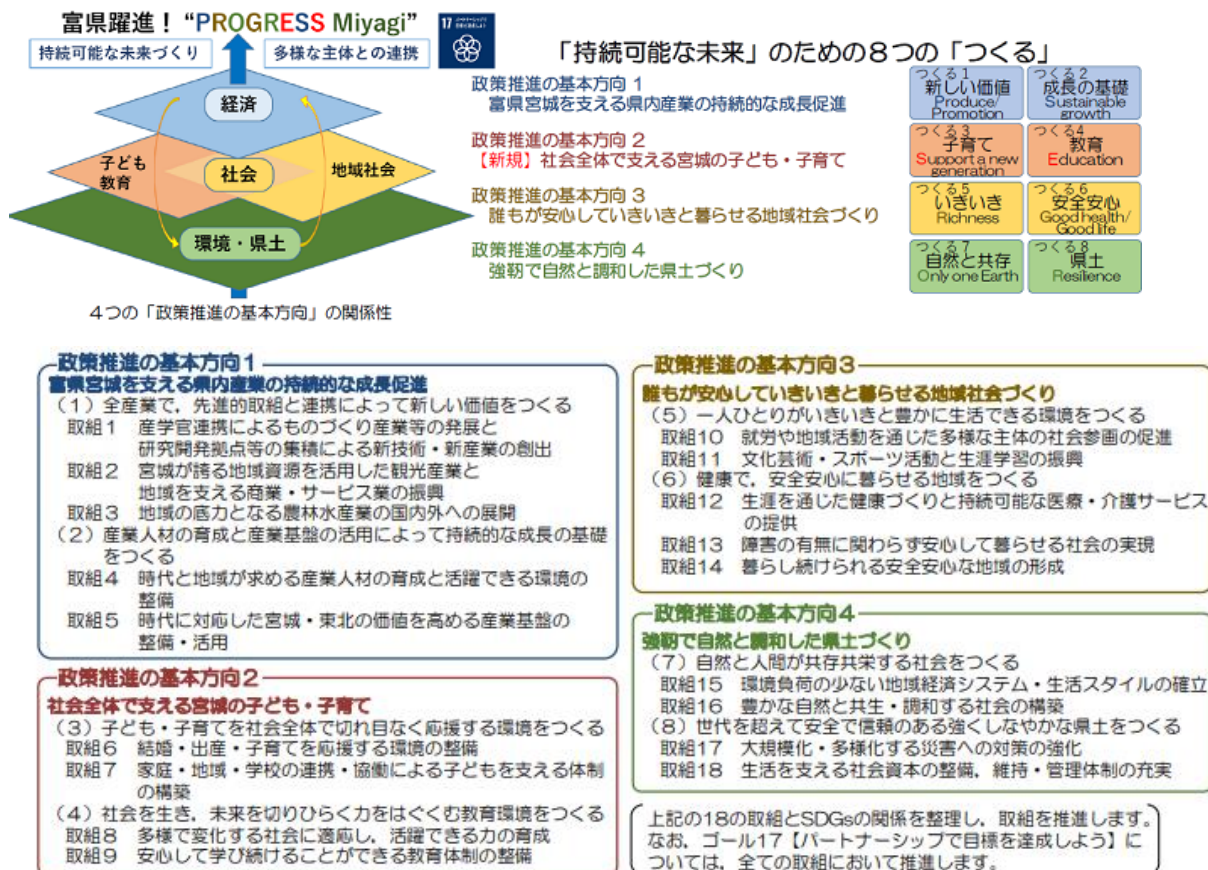
②宮城県におけるインパクトニーズ

当社の主な事業エリアである宮城県は、「新・みやぎの将来ビジョン」を策定しており、SDGs の取組みにかかる基本方針を設定している。

政策推進の基本方向

政策推進の基本方向「宮城の未来をつくる4本の柱」に基づき、取組を推進していきます。「環境・県土」を基盤とし、その上に成り立つ「社会」と「経済」を柱とした枠組みとしており、さらに「子ども・教育」分野については、社会を構成する重要な要素として独立させ、新たに柱立てしています。また、その基本方向に沿った「持続可能な未来」のための8つの「つくる」と、18の取組を推進します。

なお、8つの「つくる」の英語の頭文字を合わせて「PROGRESS」と表し、震災を乗り越え、躍進する宮城を世界に発信していきます。



【出典】：宮城県「新・みやぎの将来ビジョン」

上記のように「新・みやぎの将来ビジョン」において、宮城県の「2030年のあるべき姿」の実現に向けた、取り組むべき課題と政策推進の基本方針が公表されている。

今回特定した当社のインパクトに対するSDGsのゴールは、「新・みやぎの将来ビジョン」とも概ね整合しており、当社の取組みは宮城県においても重要度が高いものと判断できる。

③当行が認識する社会課題との整合性

七十七グループは、創業より受け継がれる「地域の繁栄を願い、地域社会に奉仕する」という行是の理念に則り、「1. 宮城・東北の活性化」、「2. 地域のお客さまの課題解決」、「3. ステークホルダーへの還元」、「4. 気候変動・災害への対応」、「5. 信頼性の高い金融サービスの提供」、「6. 生き生きと働ける職場環境の創出」の6つを重要課題（マテリアリティ）とし、グループ全体で解決に取り組むことで、持続可能な社会の実現を目指している。

当社の特定したインパクトにおいて、「地域社会との共存共栄」は、七十七グループの上記「1,6」と方向性が一致する。

「ディーセントワークの推進・人材の高度化」は、七十七グループの上記「1,3,6」と方向性が一致する。

「環境配慮への取組み」は、七十七グループの上記「4」と方向性が一致する。

「コンプライアンスの遵守」は、七十七グループの上記「2,6」と方向性が一致する。

以上のように、七十七銀行は、本 PIF の取組みが、SDGs の達成および貢献に向けた資金需要と資金供給のギャップを埋めることにつながることを目指している。

サステナビリティへの取組み

「七十七グループのマテリアリティ」の特定

七十七グループはサステナビリティへの取組みを強化する観点から、行内アンケートの実施やサステナビリティ委員会での議論、社外取締役等との意見交換等を踏まえ、マテリアリティを特定いたしました。



「SDGs実践計画」にかかるKPIの進捗状況

KPI項目	2022年度実績	2030年度目標
(1) 創業期の事業者に対する成長支援件数(単年度)	1,761件	3,000件
(2) 宮城県経済成長率向上	—	国の成長率+0.1pt
(3) 新事業・新分野のプロジェクト立上げ件数(累計)	5件	10件('23年度まで)
(4) 金融教育提供者数(累計)	22,332名	70,000名
(5) SDGsに関するセミナー開催回数／参加人数(累計)	30回／1,794名	100回／5,000名
(6) サステナブルファイナンス累計実行額 ^{※1}	4,257億円	1.2兆円
(7) CO ₂ 排出量(2013年度比削減割合)	9,264t-CO ₂ (44.8%)	0t-CO ₂ (100.0%) ^{※2}
(8) 管理職に占める女性割合	16.0%	30.0%

※1. 地域活性化や持続可能な社会の実現に資する投資の累計実行額（環境、医療、創業・事業承継等SDGsへの取組支援・促進にかかる投資額）

※2. 七十七グループは「Vision 2030」および「SDGs実践計画」において、KPIとしていた「CO₂排出量(2013年度比削減割合)」の2030年度目標に関して、従来の目標「9,069t-CO₂(46%削減)」を見直し、「2030年度までのカーボンニュートラル実現」を目指します。

【出典】：七十七銀行「ミニディスクロージャー誌 2023」

2. インパクトの評価

特定したインパクトの発現状況をファイナンス後に測定可能なものとするため、ポジティブ・インパクトの拡大、ネガティブ・インパクトの緩和・管理が適切になされるかを事前に評価する。加えて、先に特定したインパクトに対してそれぞれ KPI・目標を設定する。なお、特定したインパクトおよび設定する KPI・目標については、追加性（PIF に取り組むことで新たに発生する影響等）があることを確認している。

地域社会との共存共栄

項 目	内 容
インパクトの種類	社会・経済面においてPIを拡大
UNEP FIの インパクトトピック	<社会> 情報、コネクティビティ、文化・伝統、 生計、雇用、社会的保護 <経済> 零細・中小企業の繁栄、インフラ
関連するSDGs	 
取組内容・対応方針	・地域のまちづくり、地域経済活性化に貢献する ・地元雇用を促進する
目標・KPI	①目標：地元企業および自治体の成長支援としてのマーケティング支援件数の増加 KPI：2024年度3件、2025年度4件、2026年度以降5件以上 ②目標：地元企業および自治体の成長支援として、CROSS B PLUSを活用したPRイベントの実施件数の増加 KPI：年間20件以上 ③目標：東北・北海道出身者の採用人数の維持（中途を含む） KPI：年間2名以上（2023年度3名） ④目標：インターンシップ等を活用した職場体験の受入人数の維持 KPI：年間5名以上（2023年度5名）

ディーセントワークの推進・人材の高度化

項 目	内 容
インパクトの種類	社会面においてPIを拡大
UNEP FIのインパクトトピック	<社会> 健康および安全性、教育、雇用、賃金、ジェンダー平等
関連するSDGs	  
取組内容・対応方針	・従業員のスキルアップを支援する。 ・従業員の休暇取得や健康を促進し、従業員が安心して働ける環境の整備に取り組む ・社内レクリエーション活動の支援やストレスチェックの実施等心身ケア施策の充実
目標・KPI	①目標：研修・資格取得予算の新設、100%消化 KPI：年度予算1,000千円 ②目標：有給休暇取得率の向上 KPI：2024年度50%、2025年度以降60%以上（2023年度31.8%）

環境配慮への取組み

項 目	内 容
インパクトの種類	環境面のNI抑制、管理
UNEP FIのインパクトトピック	<環境> 気候の安定性、資源強度、廃棄物
関連するSDGs	 
取組内容・対応方針	・資源の効率的な使用 ・廃棄物の削減に取り組む
目標・KPI	目標：コピーおよびプリンターでの利用枚数削減 KPI：年間3%（基準：2023年度224,163枚）

コンプライアンスの遵守

項 目	内 容
インパクトの種類	社会面のNI抑制
UNEP FIのインパクトトピック	＜社会＞ データプライバシー、ジェンダー平等、その他の社会的弱者
関連するSDGs	 
取組内容・対応方針	個人情報保護法などの広告関連法規、自主規制等を遵守
目標・KPI	目標：法規・規制に関する苦情や個人情報関連事故の絶無 KPI：年間0件

モニタリング

1. 当社のモニタリング体制

当社は、本 PIF に取組むにあたり、代表取締役を最高責任者とし経営企画室が中心となり会社指針、経営計画、経営課題・事業内容の棚卸を行い、本 PIF のインパクトの特定および目標と KPI の策定を実施した。

本 PIF 実行後においては、各部門での主体的な管理・推進体制を強化していくことに加え、各 KPI の達成状況について定期的に取り締役会において確認を行っていく。

なお、七十七銀行に対しては決算期末より 3 か月以内に報告する予定である。

2. 七十七銀行によるモニタリング体制

七十七銀行は、PIF の契約期間中に当社の事業活動から意図したポジティブ・インパクトが継続して生じていること、重大なネガティブ・インパクトが適切に緩和・管理されていることを継続的にモニタリングする。

モニタリングは少なくとも年に 1 回行うことを契約事項に組み込んでおり、公開情報での確認や日々の対話によって達成状況をフォローアップする体制を構築している。また、このフォローアップは単なる進捗確認ではなく、必要に応じてインパクト実現に向けた対応策等の提案を含めたものである。

結論

当社は、経営理念に基づき、「サステナブル経営」の実現を重要な経営課題としている。七十七銀行および77R&Cは、当社が事業活動を通じて創出するインパクトを特定し、いずれも妥当であることを評価した。今後は、ポジティブ・インパクトの拡大及びネガティブ・インパクトの緩和への取組みを、モニタリングによって支援していく。

以上

1. ポジティブ・インパクト・ファイナンスについて

昨今、年金基金、保険会社、投資運用機関などの機関投資家において、ESG（環境、社会、ガバナンス）情報を考慮した投資が重視され、拡大している。

投資家は企業価値を判断する際、財務情報はもちろん、非財務情報である ESG 側面の取組にも着目し、企業の環境や社会に対する取組姿勢、ガバナンスのあり方、中長期的な経営戦略といった情報の開示を求めつつある。また、国連「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に、投資を通じていかに貢献し得るかという関心も高めている。

2015 年 10 月、国連環境計画金融イニシアティブ（UNEP FI）の銀行及び投資メンバーは、新たな資金調達パラダイムを呼びかけて、ポジティブ・インパクト宣言を行った。宣言では、持続可能な開発と SDGs 達成間のギャップを埋めるためには、持続可能な開発の 3 つの側面の総合的な検討に基づいて、新たなインパクトにもとづいたアプローチが必要であるとしている。

同宣言は、銀行及び投資家が経済、社会、環境面でのプラスの影響を増大する努力を導くための金融における一連の共通原則として、ポジティブ・インパクト金融原則をそのロードマップの中心的要素に据えている。金融業界及びより幅広いステークホルダーに共通言語を提供することで、SDGs に向けた取組の中からビジネス機会を引き出し、持続可能な開発における資金調達のギャップを埋める重要なステップになると期待されている。

2. ポジティブ・インパクト金融原則について

ポジティブ・インパクト金融原則では、ポートフォリオ全体にわたって、ポジティブ・インパクト投融資を、特定・推進し、伝達することを金融機関に求めている。また、企業及びその他の経済的なステークホルダーが、SDGs に焦点をあてたビジネス機会、ビジネスモデルを構築し、その努力に見合う金融機関を見出すことを意図している。

原則は、持続可能な開発の三つの側面を総合的に考慮し、プラス面とマイナス面両方の影響評価にもとづいた、持続可能性の課題に総合的なアプローチを提案している。

ポジティブ・インパクト金融原則の概要

原則 1（定義）

ポジティブ・インパクト金融はポジティブ・インパクト・ビジネスのための金融である。

持続可能な開発の 3 つの側面（経済、環境、社会）のいずれかにおいて潜在的なマイナスの影響が適切に特定され緩和され、なおかつ少なくともそれらの一つの面でプラスの貢献をもたらすこと。

ポジティブ・インパクト金融は、このように持続可能性の課題を総合的に評価することから、持続可能な開発目標（SDGs）における資金面での課題に対する直接的な対応策の一つとなる。

原則 2（枠組み）

ポジティブ・インパクト金融を実行するには、事業主体（銀行、投資家など）が、それらの事業活動、プロジェクト、プログラム、及び／又は投融資先の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。

原則 3（透明性）

ポジティブ・インパクト金融を提供する主体（銀行、投資家など）は以下のような点について透明性の確保と情報開示が求められる。

- ・ポジティブ・インパクトとして資金調達した活動、プロジェクト、プログラム、及び／又は投融資先の事業主体の意図したポジティブ・インパクトについて（原則 1 に関連）。
- ・適格性を判断し、影響をモニターし検証するために確立されたプロセスについて（原則 2 に関連）。
- ・資金調達した活動、プロジェクト、プログラム、及び／又は投融資先の事業主体が達成したインパクトについて（原則 4 に関連）。

原則 4（評価）

事業主体（銀行、投資家など）が提供するポジティブ・インパクト金融は、意図するインパクトの実現度合いによって評価されなければならない。

出所：UNEPFI「ポジティブ・インパクト金融原則」