



十六銀行



十六総合研究所



2022年8月31日

各位



株式会社三晃社とのポジティブインパクトファイナンス契約の締結について

株式会社十六銀行（頭取 石黒 明秀、以下「当行」といいます。）および株式会社十六総合研究所（社長 高橋 義信、以下「当社」といいます。）は、株式会社三晃社（代表取締役 川村 晃司）とポジティブインパクトファイナンス（以下「PIF」といいます。）契約を締結いたしましたので、下記のとおりお知らせします。

PIFは、当行および当社にて、事業者さまの活動が外部（環境・社会・経済）に与えるインパクト（影響）を評価（特定・分析）し、ポジティブなインパクトの創出とネガティブなインパクトの低減に資するKPIを設定のうえ、定期的なモニタリングを通じてその達成に向けた取組みを支援していくことを目的とする資金調達手段です。

当行および当社は、PIFを通じて事業者さまと共通価値の創造をはかり、ともに持続的な成長を目指してまいります。

記

1. PIF契約概要

コース	ローンコース
融資金額	200百万円
資金使途	運転資金
期間	7年

2. 企業概要

所在地	愛知県名古屋市中区丸の内3丁目20番9号
事業内容	広告事業
設立	1949年5月2日
資本金	1億円

3. インパクト評価（要旨） ※ 詳細は後掲の「評価書」をご参照ください。

特定インパクト	KPI	関連SDGs
企業・地公体のSDGs推進支援	・2025年度末までに関西・大阪万博関連の広告・広報支援案件の獲得を目指す。	   
スポーツマーケティングへの取組み	・スポーツマーケティング案件の取扱件数拡充（毎年の取扱件数の開示）。	 
環境負荷軽減への取組み	・2022年度に本社ビル電気使用量のモニタリングを実施、2023年度期初までに電気使用量についての数値目標を策定する（以降は目標に従い、毎年モニタリングを実施する）。	 
従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営	・2030年までに女性所属長1人以上就任を目指す。	 
広告法規・倫理等の遵守	・自社制作広告について法規・倫理に関わる苦情および個人情報保護に関する事故の発生数0を維持する。	

以上

【本件ご照会先：経営企画部 広報・IR室 TEL 058-266-2511】

株式会社三晃社
ポジティブインパクトファイナンス評価書

2022年8月31日



十六総合研究所は、十六銀行が株式会社三晃社（以下、「三晃社」）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、同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およびネガティブインパクト）を分析・評価した。この分析・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 原則および 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、十六総合研究所が十六銀行と共同で開発した評価体系に基づいている。

目次

1. 企業概要と理念、サステナビリティ	- 3 -
(1)三晃社の概要ならびに経営理念	- 3 -
(2)三晃社のSDGsの取組み	- 4 -
2. インパクトの特定	- 8 -
(1)事業性評価	- 8 -
(2)バリューチェーン分析	- 9 -
(3)インパクトレーダーによるマッピング	- 10 -
(4)特定したインパクト	- 14 -
(5)インパクトニーズの確認	- 18 -
(6)ポジティブインパクトに対する追加性、十六銀行との方向性の確認	- 20 -
3. インパクトの評価	- 21 -
4. モニタリング	- 24 -
(1)三晃社におけるインパクトの管理体制と開示方法	- 24 -
(2)当社によるモニタリング	- 24 -

1. 企業概要と理念、サステナビリティ

(1)三晃社の概要ならびに経営理念

会社概要

商号	株式会社三晃社
創業年月日	昭和 19 年 11 月 3 日
法人設立	昭和 24 年 5 月 2 日
資本金	1 億円
従業員数	138 名 (2022 年 6 月 1 日現在)
所在地	本社：愛知県名古屋市中区丸の内 3-20-9 東京支社：東京都港区西新橋 1-16-3 第一東洋海事ビル 大阪支社：大阪市西区西本町 1-3-18 栄聯ビルディング 静岡支社：静岡市葵区紺屋町 12-8 静岡三晃社ビル 広島支社：広島市中区立町 2-27 メットライフ広島立町ビル
営業種目	新聞、雑誌、ラジオ、テレビ、インターネット広告、交通広告、屋外広告、サイン、展示装飾、ディスプレイ、広告・広報に関する建設工事の設計、施工、監理、マーケティング、広告表現の企画、制作、出版、印刷、折込広告、セールスプロモーション、パブリックリレーションズ、音声・映像等、ソフトウェアの企画、制作、通信・情報の処理、提供 以上に付帯する一切の業務
系列会社	名晃開発株式会社 小原カントリークラブ 株式会社 三晃社コミュニケーションデザイン ベイビーボーイズジャパン 株式会社

三晃社は、名古屋市に本拠地を置く、国内でも数少ない戦前・戦中に創業した広告代理店。企業理念として「繁盛支援業」を掲げ、社員全員が現在の自分を「超える」集団であることを自覚するとともに、広告を中心としたコミュニケーションビジネスを通して、クライアントの繁栄・成長を支援している。

また、コミュニケーション(メディア)形態が変わるなかでも、クライアントのニーズに応えるため、柔らかな発想と豊かな創造力により、クライアントの期待・エンドユーザーの想像を「超える」ようなソリューション提案に努めている。

(2)三晃社のSDGsの取り組み

クライアントの課題解決を得意とする同社は、様々な社会課題にも目を向け、SDGs 達成につながる取り組みも始めている。同社は「広告会社だからできる SDGs への取り組み。」として以下についての活動を始めている。

・「P マーク認証取得」

個人情報認証規格「プライバシーマーク」の認証を取得。情報委員会を中心にした社内体制を整え、厳格なルールに基づいた情報管理を行っている。広告ビジネスでは、関連する法規や業界の自主規制などが多岐にわたる。特に、個人情報の取扱いには気を配り、個人情報及び、本人の権利保護に努めている。

【関連するSDGsのゴール】



・「働き方改革」

愛知県への「女性の活躍推進宣言」提出のほか、「ファミリー・フレンドリー企業」に登録されている。フレックスタイム、在宅勤務制度を導入し、性別や年代（ライフステージ）にとらわれることなく活躍できる社内制度を整備している。

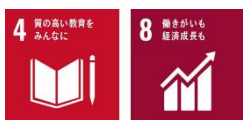
【関連するSDGsのゴール】



・「インターンシップ」

地域の中学校、専門学校、大学からの依頼を受け、インターンシップや社会見学を積極的に受け入れている。このほかにも大学講義やキャリア教育の業界説明会へ講師派遣するなど、広告ビジネスに関するキャリア教育にも積極的に取り組んでいる。

【関連するSDGsのゴール】



・「環境負荷の低減」

同社が自社ビルとして本店を置く三晃社ビル（名古屋市中区丸の内）では 2000 年の竣工時、電力会社が最新技術として推進していた、深夜電力を活用した蓄熱空調システムをいち早く導入した。（現在はさらに高効率の空調設備に更新している。）また、室内照明も竣工当時の蛍光灯から LED 化している。いずれも、国のエネルギー政策に賛同した取組みであり、補助金事業を活用しながら高エネルギー効率の最新設備に更新するなど、常に省エネルギーに対して高い意識を持ち続けている。

【関連する SDGs のゴール】



・「SDGs 情報発信」

広告会社として様々なパートナーと連携しながら SDGs に関する情報を発信し、SDGs を奨励・推進している。2021 年には企業の SDGs の取り組みを紹介するテレビ、ラジオの特別番組を企画して地域に情報発信したほか、得意先に販売するなど啓蒙活動にも注力している。

【関連する SDGs のゴール】



また、SDGs 達成に向けて、以下のような活動にも取り組む。

・「地球環境保護活動」

同社は 2003 年から名古屋市「エコ事業所」認定を取得しており、環境配慮への地道な活動と地球環境保護の啓蒙活動に努めている。その一環として、2010 年代には自社の屋上で内閣府が推進する「マルハチプロジェクト」による養蜂を実践していた。このイベントでは、たくさん子どもたちに採蜜体験をしてもらい、生物と人間との関りを学ぶ機会を提供した。

また、わが国では 2020 年 7 月からプラスチック廃棄物削減のためにレジ袋の原則有料化が始まっているが、名古屋市では、18 年遡る 2002 年、「脱レジ袋宣言」を発し、レジ袋削減の取り組みを開始している。翌年開始された「市内共通還元制度エコクーびよん」の周知と運用支援に貢献することができた。

ほかにも名古屋市主催の「環境デーなごや」など、地球環境をテーマとするイベントの運営を数多く受託している。



【マルハチプロジェクトの様子】

【出所：同社 HP】

・「シニア世代がいきいきと活動できる社会づくりにむけて」

同社はあらゆる世代が活躍できる社会の実現に向けた事業を積極的に推進している。一例として団塊世代が60歳を迎える、いわゆる「2007年問題」に着目し、セカンドライフの有意義な過ごし方やサービス、商品の提案を行う大型イベントとして「アクティブシニア・フェア 2007」を企画・開催。ナゴヤドーム（現 バンテリンドームナゴヤ）を会場に、4日間で12万人を動員した。

・「国際交流の業務」

同社は名古屋市に本拠を置く地元密着型広告代理店という定評だが、グローバルに着目した事業も数多く行っている。「自然の“叡智”」をテーマに121カ国4国際機関が参加した「愛・地球博（2005年日本国際博覧会）」では、事務局に職員を出向させるとともに展示、催事、式典の運営を受託している。また、「タイフェスティバル in 名古屋」「名古屋中国春節祭」の受託運営など世界各国との友好や文化を紹介するイベントも数多く手掛けている。

2. インパクトの特定

(1)事業性評価

地域を巻き込んだ企画力、発信力が同社の強みである。

同社が企画した名古屋の「おもてなし武将隊」が発端となり、全国 47 都道府県まで「武将隊シリーズ」は拡大し、数百億円規模にも及ぶ経済効果を生んでいる。

また、地域のランドマークとなる施設への命名権（ネーミングライツ）事業を手掛けるなど、媒体にとらわれることなく幅広く業務展開している。



【名古屋おもてなし武将隊】

【出所：同社 HP】



【徳川家康と服部半蔵忍者隊】

【出所：同社 HP】

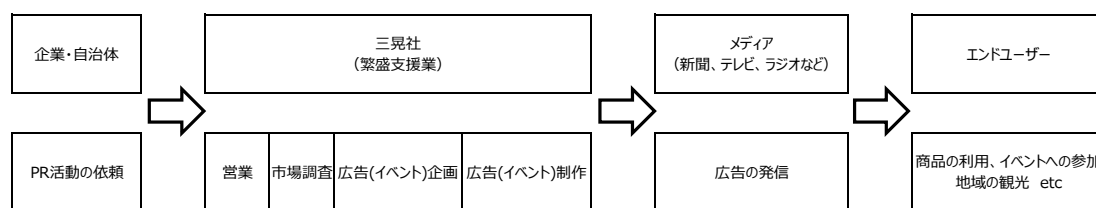
(2)バリューチェーン分析

同社は、広告業務の知見とネットワークを駆使して、クライアントのみならず、エンドユーザーにとっても Win-win な関係が構築できるソリューション提案に努めている。

例えば、今や全国都道府県で展開している「武将隊シリーズ」による地域観光 PR 事業の発祥は名古屋で、同社が先駆けて事業を開始しているものである。この事業はリーマンショックに端を発した緊急雇用対策の一環として立ち上げたもので、景気対策にも大きく貢献した。

現在同社は名古屋市より受託する「名古屋おもてなし武将隊」事業のほか、愛知県から「徳川家康と服部半蔵忍者隊」事業を受託し、愛知県・名古屋市が推し進める武将観光事業に深く関わる。このように地域の観光 PR にも貢献しており、当地区を発信地とした全国の観光消費経済効果に寄与している。

また、同社は 2022 年 6 月にコミュニケーションプランニング局内に、スポーツマーケティング部を新設した。東海圏のプロチームや実業団チームのスポーツマーケティングにより一層の力を注ぎ、地域経済の活性化に貢献していく方針である。



上述の通り、同社は老舗広告代理店として、幅広い事業者・エンドユーザーとの Win-win な関係を構築している。愛知県・名古屋市が推進する観光事業に深い関わり合いを持つことから、本評価書では愛知県・名古屋市、観光業、スポーツ業といったバリューチェーン上の業種にも注目し、分析を加えていく。

(3)インパクトレーダーによるマッピング

同社の事業、及び、先述のバリューチェーン分析により特定した同社のステークホルダーの事業について、インパクトマッピングを実施する。UNEP FI が提供するインパクトレーダーを用いて業種ごとに「ポジティブインパクト」（以下 PI）と「ネガティブインパクト」（以下 NI）を想定。それぞれ 22 のインパクトカテゴリの内、どのカテゴリにおいて発現するかを特定する。

川上の事業の名古屋市・愛知県の事業については「一般公務」を、同社のセールスプロモーション事業については「経営コンサルタント業」を、そして川下の事業の観光業については「旅行業」を類似する事業として適用している。

【川上の事業・同社の事業について】

◎：主要カテゴリ ○：関連カテゴリ

国際産業標準分類 インパクトカテゴリ	川上の事業		同社の事業			
	【8411】 一般公務		【7310】 広告業		【7020】 経営コンサルタント業	
	PI	NI	PI	NI	PI	NI
水						
食料						
住居						
健康・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	○	○				
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		○		○		○
包括的で健全な経済	○				○	
経済収束				○		○

同社は愛知県・名古屋市などの自治体や、地元企業などから各種 PR 活動・広告・セールスプロモーションなど幅広い案件を受注し、地域経済の活性化に取り組む。

川上の事業で発生するインパクトについては、「包括的で健全な経済」のカテゴリで発生する PI が特に同社との関連性が強い。同社の企業活動によって、地域のサービス・製品・商品等が幅広くエンドユーザーに PR され、地域経済が活性化すると考えられる。

同社の事業では、「雇用」「包括的で健全な経済」のカテゴリにおいて、PI が発生すると考えられる。雇用の創出・経済活動の活性化といった PI であり、SDGs では、「8.1:一人当たりの経済成長率を持続させる」「8.5:雇用と働きがいのある仕事、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。

一方で、同社の事業からは「健康・衛生」「雇用」「情報」「文化・伝統」「廃棄物」「経済収束」のカテゴリにおいて、NI が発現すると考えられる。ここで「経済収束」の NI については、UNEP FI のインパクトリーダー上においては、「大企業を集中的に支援することにより、経済格差がより拡大する」と定義される。同社は地域密着型広告代理店であるため、本インパクトとの関係性が希薄と判断し、本評価書での検証は省略。

「健康・衛生」については、広告によるメンタルヘルスへの負の影響であると考えられる。例えば、過剰にダイエットや美容を煽る広告については、メンタルヘルスに悪影響を及ぼす可能性がある。

「雇用」については、労働者への負の影響であると考えられる。労働状況によっては、従業員の健康やジェンダー平等の達成等に悪影響を及ぼす可能性がある。

「情報」「文化・伝統」については、個人情報の流出や誤った情報の発信等によって、社会に負の影響を与える可能性がある。同社は、広告関連法規や自主規制の徹底により、負の影響の最小化に努める。

「廃棄物」については、事業活動によって生じる廃棄物が環境にネガティブな影響を及ぼす可能性が考えられる。同社は事業活動によって生じる廃棄物について、分別・リサイクル等の適切な処理を施している。

上記の「健康・衛生」「雇用」「廃棄物」のカテゴリにおける NI については、SDGs では「3.4:非感染症疾患による若年死亡率を減少させ、精神保健・福祉を促進する」「5.5:政治、経済、公共分野での意思決定において、女性の参画と平等なリーダーシップの機会を確保する」「8.8:労働者の権利を保護し、安全・安心に働けるようにする」「12.5:廃棄物の発生を減らす」等のターゲットに該当すると考えられる。

また、インパクトリーダー上では発現していないものの、「人格と人の安全保障」「資源効率・安全性」「気候」のカテゴリについても同社事業との関係性が強いと考えられる。

P マーク取得や、個人情報の管理徹底などの同社取組みにより、個人の権利が守られ、「人格と人の安全保障」における負の影響が緩和されている。また、先述の環境負荷低減の取組みにより「資源効率・安全性」「気候」のカテゴリにおける、エネルギーの利用、GHG の排出といった NI が緩和されていると考えられる。

【川下の事業について】

◎：主要カテゴリ ○：関連カテゴリ

国際産業標準分類 インパクトカテゴリ	川下の事業①						川下の事業②			
	【5813】 新聞、雑誌及び定期刊 行物出版業		【6020】 テレビ番組編成・放送業		【6010】 ラジオ放送業		【7912】 旅行業		【9319】 その他のスポーツ サービス業	
	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI	PI	NI
水										
食料										
住居										
健康・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	○		○	○	○	○				
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								○		○
包括的で健全な経済										
経済収束								○		

川下の事業で発現するインパクトは UNEP FI が提供するインパクトレーダー上では、上記の通り。同社のステークホルダーは多岐にわたり、全てのインパクトを特定することが困難であるため、上記の中から、特に関連性が高いと考えられるインパクトをピックアップして、検討を加える。

「情報」「文化・伝統」のカテゴリの PI が、同社と関連性が強いと考えられる。

同社は企業・地公体向け SDGs 推進の PR 支援にも力を入れる。様々なパートナーと連携しながら SDGs に関する情報を発信し、SDGs を推奨・推進している。同社の支援によって、SDGs についての情報が世間に広く知れ渡ること、取引先企業は自社の魅力を PR することができることから、「情報」のカテゴリにて PI が発現すると考えられる。

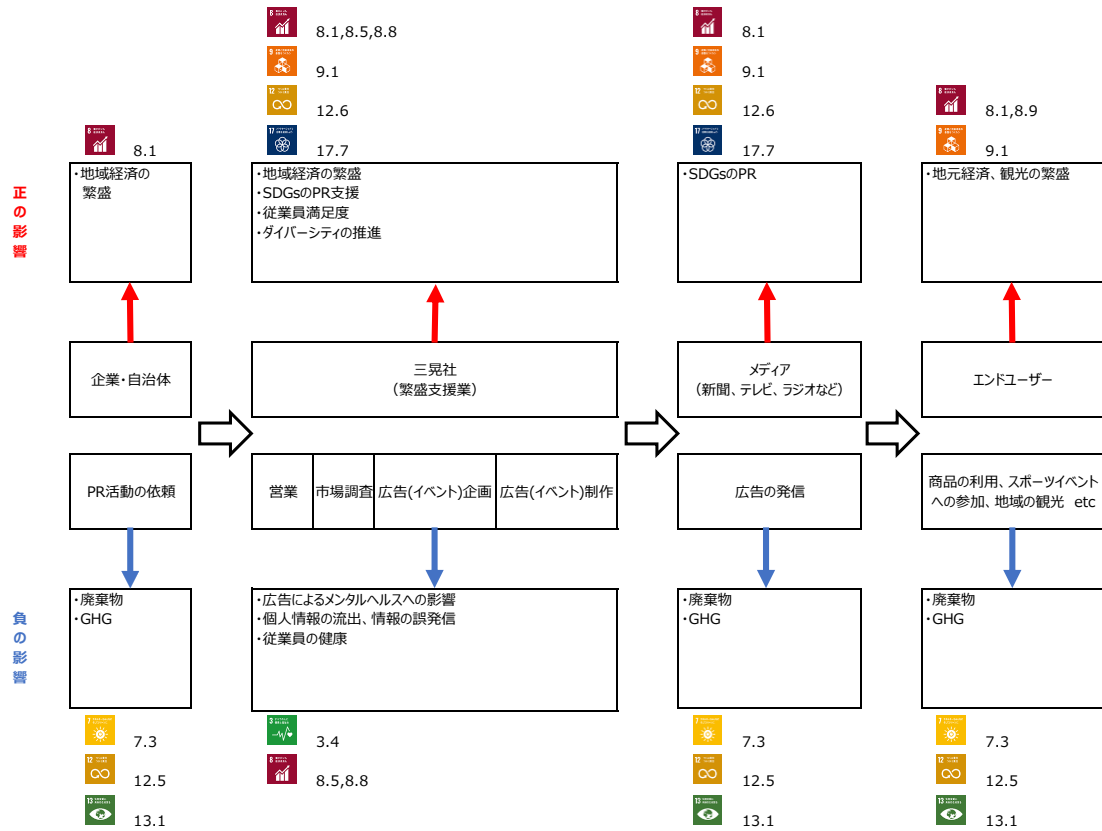
同社の「おもてなし武将隊」によって、「文化・伝統」の面でポジティブな影響がもたらされる。地元名古屋の魅力が全国に発信されることによって、名古屋の文化や伝統の継承の一助となるとともに、名古屋の観光業の発展にも貢献している。

また、インパクトレーダー上では発現が確認されていないものの、同社の事業活動によって地域経済の活性化が期待でき、川下の事業においても「包括的で健全な経済」のカテゴリにて PI が発現すると考えられる。

上記の「情報」「包括的で健全な経済」「文化・伝統」のカテゴリにおける PI については、SDGs では「8.1:一人当たりの経済成長率を持続させる」「8.9:持続可能な観光業を促進する」「9.1:経済発展と福祉を支える持続可能で強靱なインフラを開発する」「12.6:企業に持続可能性に関する情報を定期報告に盛り込むよう奨励する」「17.7:効果的な公的・官民・市民社会のパートナーシップを推進する」等のターゲットに該当すると考えられる。

(4)特定したインパクト

下図は「バリューチェーン分析」「インパクトマッピング」の結果を踏まえて、同社のバリューチェーンが与えるインパクトを可視化したものである。



以上を踏まえて同社のインパクトを下記のように特定した。

- 企業・地公体の SDG s 推進支援
- スポーツマーケティングへの取組み
- 環境負荷軽減への取組み
- 従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営
- 広告法規・倫理等の遵守

■ 企業・地公体のSDGs推進支援

同社は本年3月に、2025年大阪・関西万博「TEAM EXPO 2025」プログラム／共創パートナーに、東海地方に本社のある企業・団体として初めて登録された。

「TEAM EXPO 2025」プログラムとは、大阪・関西万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」を実現し、SDGsの達成に貢献するために、国内外において多様な参加者が主体となり、理想としたい未来社会を共に創り上げていくことを目指すプログラムである。

同社はテレビ・新聞・ラジオをはじめとする媒体や当社オリジナルメディアを通して、各団体・企業の取り組み内容に応じたSDGsに関する情報を独自の目線で日本・世界中に発信。既にSDGsに取り組んでいる団体・企業に関する情報発信のサポートとして、SDGsを「よく知らない。」「何から始めたら良いかわからない。」「もっと様々な取り組みをしてみたい。」といった方々へ情報を届け、SDGsの輪を広げていく。

このインパクトはUNEP FIのインパクトリーダーでは「情報」「包括的で健全な経済」のカテゴリに該当し、社会的・経済的側面のPIを拡大すると考えられる。SDGsでは「8.1:一人当たりの経済成長率を持続させる」「9.1:経済発展と福祉を支える持続可能で強靱なインフラを開発する」「12.6:企業に持続可能性に関する情報を定期報告に盛り込むよう奨励する」「17.7:効果的な公的・官民・市民社会のパートナーシップを推進する」等のターゲットに該当すると考えられる。

■ スポーツマーケティングへの取り組み

同社はスポーツマーケティングを通じて、地域経済の発展に貢献していく方針である。

東海圏を中心に、野球、サッカー、ハンドボール、バレーボール、バスケットボールなど幅広いプロスポーツや実業団スポーツに対して、スタジアムのネーミングライツ案件、スタジアム内看板案件、パートナー案件、ファンクラブ事務局運営等を通じて、支援している。（具体的なチーム名や企業名は、同社及び同社クライアントの意向により非開示）

チームにスポンサーをつけることにより、幅広い意味でチームと選手を育成し、地域社会・経済に寄与していく。また、先述の通り、本年6月にはコミュニケーションプランニング局内にスポーツマーケティング部を新設。今後は、スポーツマーケティングに注力していく方針である。

このインパクトはUNEP FIのインパクトリーダーでは「情報」「包括的で健全な経済」のカテゴリに該当し、社会的・経済的側面のPIを拡大すると考えられる。SDGsでは「8.1:一人当たりの経済成長率を持続させる」「9.1:経済発展と福祉を支える持続可能で強靱なインフラを開発する」等のターゲットに該当すると考えられる。

■ 環境負荷軽減への取組み

先述の通り、同社は環境負荷低減への取組みに力を入れる。

最近では空調システム設備の更新により、電力消費量の大きな削減を実現した。今後についても、毎年の電力消費量のモニタリングを行うことにより、環境負荷軽減への取組みを持続可能なものにしていく方針であることを、同社よりヒアリングしている。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは「資源効率・安全性」「気候」のカテゴリに該当し、環境的側面の NI を緩和すると考えられる。SDGs では「7.3: エネルギー効率の改善率を増やす」「13.1: 気候関連災害や自然災害に対する強靱性と適応能力を強化する」等のターゲットに該当すると考えられる。

■ 従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営

同社はダイバーシティ経営にも取組み、従業員満足度の向上を目指す。

同社の取組みは外部からも高く評価されており、2011 年から愛知県ファミリー・フレンドリー企業（※1）に登録・認可されている。また、障がい者雇用にも取組み、従業員の多様性にも目を向けた経営を行っている。

同社はダイバーシティ経営への取組みを、今後さらに発展させていく。

最近 5 年の新卒採用については男女比（6：7）と、実力本位で女性を多く採用している。同社の歴史の中で、女性局次長の就任はあるものの、女性「局長」の就任は未だかつてない。2030 年までに女性所属長 1 人以上の登用を目指し、女性がより一層働きやすい職場づくりを目指していく。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは「雇用」のカテゴリに該当し、社会的側面の PI を拡大し、社会的側面の NI を緩和すると考えられる。SDGs では「5.5: 政治、経済、公共分野での意思決定において、女性の参画と平等なリーダーシップの機会を確保する」「8.5: 雇用と働きがいのある仕事、同一労働同一賃金を達成する」「8.8: 労働者の権利を保護し、安全・安心に働けるようにする」等のターゲットに該当すると考えられる。

（※1）社員が仕事と生活の調和を図ることができるよう積極的に取り組んでいるとして、愛知県より認可された企業。



【愛知県ファミリー・フレンドリー・マーク】

■ 広告法規・倫理等の遵守

個人情報保護法（プライバシーマーク認証）を含めた広告関連法規、自主規制（日本広告業協会ほか）等の遵守を徹底する。

景品表示法関係については、公正取引委員会や広告業協会からの注意文書の都度、全従業員に対して所幹部から注意喚起を実施する。

また、個人情報取り扱いに関しては細心の注意を払う。自社構築したマネジメントシステムにより、組織的な教育・監査を継続していく。

新入社員に対しても、広告法規・倫理の遵守を徹底させる。日本広告業協会および名古屋広告業協会主催の新入社員教育セミナーには、新入社員を毎年参加させ、業界独自のコンプライアンスについて知識を習得させている。

上記の取組みにより、広告から発生するメンタルヘルスへの負の影響の最小化や、個人情報の流出・誤情報発信の防止等が期待できる。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは「健康・衛生」「情報」「文化・伝統」「人格と人の安全保障」のカテゴリに該当し、社会的側面の NI を緩和すると考えられる。SDGs では「3.4:非感染性疾患による若年死亡率を減少させ、精神保健・福祉を促進する」のターゲットに該当すると考えられる。

(5)インパクトニーズの確認

① 日本におけるインパクトニーズ

同社の売上高の大半が日本国内におけるものである。国内における SDG インデックス&ダッシュボードを参照し、そのインパクトニーズと同社のインパクトとの関係性を確認した。

本評価書で特定したインパクトに対する SDGs のゴールは、「3:あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する」「5:ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う」「7:すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する」「8:包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と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」「9:強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る」「12:持続可能な生産消費形態を確保する」「13:気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる」「17: 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する」の 8 点である。

国内におけるダッシュボード上では、「13」については「重要な課題が残る」、「5」「7」「17」については「課題が残る」と位置付けられていることが確認できるため、日本における同社のインパクトは重要度が高いと判断できる。



【出所：SDSN】

② 愛知県におけるインパクトニーズ

また、同社が地元愛知県に深く根付いている企業であることから、「愛知県 SDGs 未来都市計画（第2期）」を参照し、愛知県内における SDGs 達成に向けての課題を確認した。下記のとおり、特定したインパクトに対する SDGs のゴール「3」「5」「7」「8」「9」「12」「13」「17」は、愛知県の SDGs 課題達成に向けて、重要度が高いものであると判断できる。

「愛知県 SDGs 未来都市計画（第2期）」より今後取り組む課題を抜粋

（経済面）

○ デジタル化の急速な進展に伴って、産業構造の大きな変化が見込まれる中、自動車産業を始め、あらゆる産業において、イノベーションを巻き起こす力強い産業づくりの推進が必要。

（社会面）

○ 今後、人口減少局面に転じるとともに、急速に高齢者が増加。すべての人が参画し、生涯にわたって活躍できる社会を築いていくことが課題。

○ 若年女性の東京圏への流出超過が拡大する中で、持続的な発展のためには、若年女性の流入・定着が重要で、企業等で女性が活躍できる環境をつくっていくことが課題。

（環境面）

○ 都市化や産業活動により失われた各地域の生態系を再生・回復、維持していくためには、多様な主体が連携して生態系を守っていくことが課題。また、我が国随一の産業県として、企業等と連携しながらカーボンニュートラルの実現にも取り組んでいくことが重要。

(6)ポジティブインパクトに対する追加性、十六銀行との方向性の確認

本 PIF で特定した PI は、「企業・地公体の SDGs 推進支援」「スポーツマーケティングへの取組み」「従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営」の 3 点である。

「企業・地公体の SDGs 推進支援」では、企業・地公体の SDGs の取組みを幅広く世間に PR していくことにより、SDGs 達成に向けた支援を行う。

「スポーツマーケティングへの取組み」では、地元のプロスポーツ・実業団スポーツを盛り上げることによって、地域社会・経済の発展に貢献する。

「従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営」では、女性が活躍するための環境を整備していく。

上記 3 つの PI については、SDGs 達成のための追加性が期待できる取組みである。

十六フィナンシャルグループでは、「十六フィナンシャルグループ SDGs 宣言」の中で「地域社会の活性化」「地域社会の持続的発展」「多様な人材の活躍推進」「環境保全と気候変動対策」「ガバナンスの高度化」の 5 つを SDGs 達成に向けた重点課題（マテリアリティ）としている。

「企業・地公体の SDGs 推進支援」「スポーツマーケティングへの取組み」については「地域社会の活性化」「地域社会の持続的発展」と、「従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営」については「多様な人材の活躍推進」とそれぞれ方向性が一致する。

以上から、本 PIF の取組みは追加性のある PI 創出支援を行うものであり、その本源的目的との合致を確認したうえで SDGs 達成に向けた資金需要と資金供給とのギャップを埋めることを目指すものである。

3. インパクトの評価

■ 企業・地公体のSDGs推進支援

項目	内容
インパクトの種類	社会的側面においてポジティブインパクトを拡大 経済的側面においてポジティブインパクトを拡大
インパクト・カテゴリ	「情報」「包括的で健全な経済」
関連するSDGs	   
内容・対応方針	企業・自治体のSDGsの取組みを、メディアを通じ、広く発信する。
KPI	2025年度末までに関西・大阪万博関連の広告・広報支援案件の獲得を目指す。

■ スポーツマーケティングへの取組み

項目	内容
インパクトの種類	経済的側面においてポジティブインパクトを拡大
インパクト・カテゴリ	「包括的で健全な経済」
関連するSDGs	 
内容・対応方針	地元プロスポーツチーム、実業団チームのマーケティングを幅広く支援し、地域経済の活性化に貢献する。
KPI	スポーツマーケティング案件の取扱件数拡充。(毎年取扱件数の開示)


■ 環境負荷軽減への取組み

項目	内容
インパクトの種類	環境的側面においてネガティブインパクトを緩和
インパクト・カテゴリ	「資源効率・安全性」「気候」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	電気使用量のモニタリング、高エネルギー効率の最新設備への更新等により、電気使用量の削減を目指す。
KPI	2022 年度に本社ビル電気使用量のモニタリングを実施、2023 年度期初までに電気使用量についての数値目標を策定する。 以降は目標に従い、毎年モニタリングを実施する。

■ 従業員満足度の向上・ダイバーシティ経営

項目	内容
インパクトの種類	社会的側面においてポジティブインパクトを拡大 社会的側面においてネガティブインパクトを緩和
インパクト・カテゴリ	「雇用」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	性別や年代（ライフステージ）にとらわれず活躍できる社内制度を運用し、ダイバーシティ経営を推進する。
KPI	2030 年までに女性所属長 1 人以上就任を目指す。

■ 広告法規・倫理等の遵守

項目	内容
インパクトの種類	社会的側面においてネガティブインパクトを緩和
インパクト・カテゴリ	「健康・衛生」「情報」「文化・伝統」「人格と人の安全保障」
関連する SDGs	
内容・対応方針	個人情報保護法（プライバシーマーク認証）を含めた広告関連法規、自主規制（日本広告業協会ほか）等を遵守する。
KPI	自社制作広告について法規・倫理に関わる苦情および個人情報保護に関する事故の発生数 0 を維持する。

4. モニタリング

(1)三晃社におけるインパクトの管理体制と開示方法

同社では、本 PIF 組成にあたり、川村社長を統括責任者とする横断的なプロジェクトチームを組成。人事総務局が中心となり、経営方針、中期経営計画、同社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 の策定を行った。

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予定である。

【モニタリング体制】

統括責任者	代表取締役 川村 晃司
プロジェクトリーダー	専務取締役 現業統括 取締役 CFO
プロジェクトチーム	営業本部長 人事総務局長 業務推進局長

(2)当社によるモニタリング

本 PIF で設定した KPI および進捗状況については、同社と十六銀行、十六総合研究所の担当者が定期的な場を設けて情報共有する。少なくとも年に 1 回実施するほか、日々の情報交換や営業活動を通じて実施する。

【留意事項】

1. 本評価書の内容は、十六総合研究所が現時点で入手可能な公開情報、三晃社から提供された情報や同社へのインタビューなどで収集した情報に基づいて、現時点での状況の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ありません。
2. 十六総合研究所が本評価に際して用いた情報は、十六総合研究所がその裁量により信頼できると判断したものであるものの、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ありません。十六総合研究所は、これらの情報の正確性、適時性、網羅性、完全性、およ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、何ら表明または保証をするものではありません。
3. 本評価書に関する一切の権利は十六総合研究所に帰属します。評価書の全部また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）、または使用する目的で保管することは禁止されています。