



十六銀行



十六総合研究所



2022年9月30日

各位

**株式会社ロイヤル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、株式会社ロイヤル（代表取締役 中根 智大）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	100百万円
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栄二丁目11番30号セントラルビル3F
事業内容	直輸入品の卸売販売、インターネット・小売販売業、物流請負加工業
設立	1973年2月19日
資本金	100百万円

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	K P I	関連SDGs
事業を通じた環境負荷低減	<ul style="list-style-type: none"> ・ G A V I Cユニフォーム製造を通じて環境配慮に取り組む。 ・ p e a c e p a r k 野外活動を通じて、環境に配慮した商品活動・取組みを実施。 ・ 2030年までに環境配慮型の商品取扱メーカーの拡充に取り組む。 ・ 2030年までに紙の使用量を2021年度比10%削減する。 	  
本物の商品の提供を通じた経済活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売製品における取扱ブランドの拡充に向けて取り組む。 	
スポーツを通じた社会貢献活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域スポーツチームへの寄付および貢献活動の実施・継続。 ・ スポーツを通じた人材育成に取り組む。 	 
従業員の働きがい創出とガバナンスの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2030年における有給休暇取得率を50%以上とする。 ・ 従業員健康診断受診率100%とする。 ・ 2030年までに100名を雇用する（地元人材を採用し雇用の創出を行う）。 ・ 情報セキュリティの維持に引き続き努める。 	

以上

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

株式会社ロイヤル
ポジティブインパクトファイナンス評価書

2022年9月30日



十六総合研究所は、十六銀行が株式会社ロイヤル（以下、「ロイヤル」）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)ロイヤルの概要ならびに経営理念	- 3 -
(2)ロイヤルのサステナビリティ	- 5 -
2. インパクトの特定	- 6 -
(1)事業性評価	- 8 -
(2)バリューチェーン分析	- 8 -
(3)インパクトレーダーによるマッピング	- 9 -
(4)特定したインパクト	- 11 -
(5)インパクトニーズの確認	- 16 -
(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	- 17 -
3. インパクトの評価	- 18 -
4. モニタリング	- 22 -
(1)ロイヤルにおけるインパクトの管理体制と開示方法	- 22 -
(2)当社によるモニタリング	- 22 -

1. 企業概要と理念、サステナビリティ

(1)ロイヤルの概要ならびに経営理念

【会社概要】

会社名	株式会社ロイヤル
本社所在地	名古屋市中区栄二丁目 11 番 30 号 セントラルビル 3F
代表者	中根 智大
設立年月日	1973 年（昭和 48 年）2 月 19 日
資本金	1 億円
事業内容	直輸入品の卸販売 インターネット販売・小売販売 物流加工請負（3PL） 商品の企画・製造・縫製
売上高	13,134 百万円（2021 年 8 月期）
従業員数	515 名<パート・アルバイト含む>（2021 年 8 月）

【沿革】

昭和 47 年	ロイヤルサービスカンパニー 創業
昭和 48 年	株式会社ロイヤルサービスに法人成り 東京営業所 開設
昭和 49 年	大阪営業所 開設
昭和 58 年	株式会社ロイヤルに商号変更 配送センター(名古屋市)を開設
昭和 60 年	資本金を 2,400 万円に増資
昭和 61 年	東京支店・大阪支店 開設
昭和 62 年	資本金を 4,800 万円に増資 米国カリフォルニア州現地法人 NAKANE CORPORATION 設立
平成元年	福岡営業所 開設
平成 5 年	札幌営業所 開設
平成 6 年	福岡支店 開設 小牧配送センター 開設 Z-CRAFT 名古屋栄店 開店
平成 8 年	ロイヤル物流センター(藤原物流センター) 開設
平成 11 年	倉庫業許可 取得 インターネットモール Z-CRAFT 楽天店 開店 日本流通自主管理協会 入会
平成 18 年	保税蔵置場許可 取得
平成 20 年	Z-CRAFT イオンモール大高店 開店 桑名ロジスティクス 開設

平成 23 年	Z-CRAFT イオンモール伊丹昆陽店 開店
平成 24 年	化粧品製造業・化粧品製造販売業許可 取得 第一種貨物利用運送事業 登録
平成 25 年	Z-CRAFT イオンモール鶴見緑地店 開店 Z-CRAFT イオンモール盛岡南店 開店 Nachu&Diary イオンモール盛岡南店 開店 Z-CRAFT BRANCH 神戸学園都市店 開店
平成 26 年	Z-CRAFT イオンモール各務原店 開店 Z-CRAFT イオンモール堺北花田店 開店 Z-CRAFT イオンレイクタウン mori 店 開店
平成 30 年	Z-CRAFT イオンモール岡山店 開店
平成 31 年	Z-CRAFT / Z-MALL イオンモール名取店 開店
令和元年	Z-CRAFT イオンモール岡崎店 開店
令和 2 年	Z-CRAFT イオンモールナゴヤドーム前店 開店 Z-CRAFT 有明ガーデン店 開店
令和 3 年	Z-CRAFT セントシティ小倉店 開店 Z-CRAFT / Z-MALL 則武新町店 開店
令和 4 年	Z-CRAFT / Z-MALL 八幡東店 開店

同社は、経営理念「本物だけを世界から」のもと、スポーツウェア・アパレル・雑貨など幅広い独自商品を全国展開し、多様化する消費者ニーズに応えている。

商社勤務、自動車部品メーカーの海外現法立ち上げ等の経験からノウハウを得た中根 巖 氏（創業者／現 名誉会長）が、昭和 48 年にスポーツ用品等の並行輸入（後述）を主業とする株式会社ロイヤルサービスを設立。

これ以降、並行輸入業の「草分け的存在」として、「消費者の望む“本物の商品”だけを“世界から”適正な価格でタイムリーに市場に提供する」というビジネスモデルを確立し、アメリカン・カジュアルなど日本国内のファッション需要を取り込みつつ、時代の変化にいち早く対応する「インポート・トレーダー」に成長した。

創業 10 周年を機に「株式会社ロイヤル」に社名を変更して以降も、配送・物流センター設立による物流効率向上、直営のインポートセレクトショップ「Z-CRAFT」の展開、ネット販売への参入など、これらの事業・サービスを通じ、同社ならびに関係者全員の物心両面の豊かさを追求し、社会貢献に努めている。

(2)ロイヤルのサステナビリティ

上記コンセプトのもと、同社は「オリジナルブランドの充実」「海外総代理店商品の拡大」「ネット通販体制の整備」を重点施策と位置付け、これらの実現に向けて以下の取組みを行っている。

① AACD(日本流通自主管理協会)への入会

並行輸入品市場での「偽造品」や「不正商品」の流通防止と排除を目指す日本流通自主管理協会が定める協会基準に則った商品を取扱い、消費者に安心して“本物”の商品を提供している。

② 部門別商品選定会議を通じた取扱商品の検討

営業拠点、直営店のみならず、海外仕入先、欧米の主要見本市など、国内外のあらゆるネットワークを通じて得られた情報をもとに、「シューズ&バッグ」「スポーツ&アパレル」「ライフスタイル」の部門ごとの商品選定会議にフィードバックさせて、取扱商品を選定している。

③ 環境負荷低減に向けた取組み

内部帳票や請求書および領収証の電子化により使用する紙帳票を削減し、環境に与える負荷を低減している。

④ 社員旅行など各種行事の開催

年 1 回開催される社員旅行兼全体会議（経営発表会議）、社内運動会などを通じ社員の士気向上を図り、部署の枠を超えた交流機会の創出に努めている。

⑤ 「新経済連盟」への加盟

デジタル改革により環境整備に取り組む経済団体「新経済連盟」への加盟を通じ、インターネットを活用したビジネス・IT の利用促進に資する政策提言、意見表明、調査などを支援している。

⑥ 各種社会貢献活動

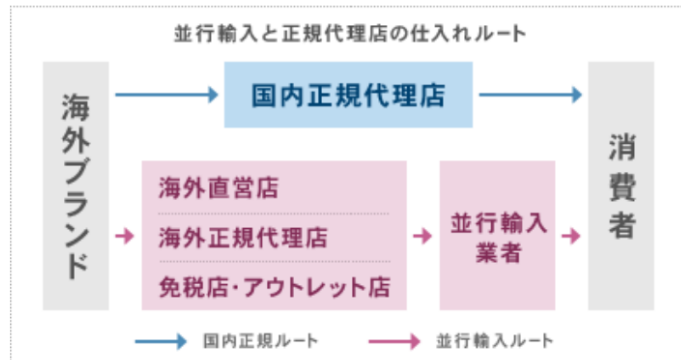
名古屋大学への寄付、日本対ガン協会が主催するピンクリボンキャンペーン(乳ガン撲滅運動)への参加、「24 時間テレビ」の応援（寄付箱設置）など、本業の傍ら各種社会貢献活動に取り組んでいる。

2. インパクトの特定

同社の強みは、国内正規代理店とは異なるルートから真正(正規)品を仕入れる並行輸入により、安価な水準で、消費者に商品を提供できる点である。

同社は、並行輸入が解禁となった昭和 48 年以降、バイヤーが海外で直接買付けできるネットワークを構築し価格競争力を背景に、着実に事業を拡大してきた。

現在は、並行輸入業に加え「総代理店業」「卸売業」「物流加工請負業」「直営小売(通販含む)業」などハイブリッドな輸入販売業務を展開し、消費者の支持を獲得している。



■出所：Z-CRAFT 楽天市場店 HP

本評価書では、同社が注力している3事業である「ネット販売を中心とした小売業」「オリジナルブランドや海外総代理店商品を中心とした卸売業」「顧客ニーズにお応えする物流加工請負業」について検討を加えていく。

① ネット販売を中心とした小売業

人気のファッションブランドを低価格で提供する同社直営のインポートセレクトショップZ-CRAFT（ゼットクラフト）は、アンテナショップ・アウトレットショップとしての位置付けで展開。

Z-CRAFTに加え、スポーツ・アウトドアに注力したZ-SPORTS（ゼットスポーツ）、キッチン雑貨・小物・マスクを中心としたZ-MALL（ゼットモール）、食品・飲料を取り扱うZ-FOODS（ゼットフーズ）、靴の専門店くつコレ、ファッションアクセサリーを中心としたVIA TORINO（ヴィアトリノ）など、枠にとらわれないトータルファッションストアとしてスクラップ&ビルドを重ね、2022年9月現在、全国に21の実店舗を有している。

ネット販売については、1997年と早い段階から参入。自社ECサイトほか、楽天市場、Yahoo!ショッピングなど国内大手のショッピングモールへ出店し、30～40代の消費者を中心に高い評価を得ている。



■ Z-CRAFT 名古屋栄店
出所：同社 HP



■ 自社 EC サイト
出所：同社 HP

② オリジナルブランドや海外総代理店商品を中心とした卸売業

同社は、卸部門の営業拠点を5か所所有し、国内全域に販売ネットワークと顧客基盤を有する。また、自社ブランド「Z-CRAFT」を中心にアンテナショップを展開し、世界各国で開催される見本市にも多数参加し国内外の市場動向を分析。大手スポーツ用品店など法人顧客に独自の商品を販売している。

これまでマーケット動向や顧客趣向に即した商材を選定し、時には購買のニーズ喚起を狙う戦略的なマーケティングを仕掛けてきた。また、総代理店として新たな商材やブランドを国内市場に紹介することで、マーケットの活性化に大きく貢献してきた実績を誇る。



■ 出所：同社 HP

③ 顧客ニーズにお応えする物流加工請負業

同社は、「いち早く商品をお届けすること」「より適正な価格で商品をご提供すること」を実現するため、物流も重要な部門と位置付けている。

平成8年には、365日24時間稼働可能な自動倉庫を導入。全国各地への翌日配送を実現する「ロイヤル物流センター」を三重県いなべ市に設置するなど、他社に先駆けロジスティック戦略に取り組んできた。

また「保税蔵置場許可」を取得し、保税倉庫機能の強化、輸入業務の円滑化、商品在庫管理の効率化を推進するほか、取引先の事情に応じたシステムをカスタムするため、物流現場に自社SEを配置している。

近年は、他社の物流コスト削減を支援する「物流加工請負業務」にも取り組む。平成 18 年より新たに三重県桑名市多度町に「桑名ロジスティクス」を設置し、全国のインターネット通販の拡充にも貢献している。



■ロイヤル物流センター(三重県いなべ市)
出所：同社 HP



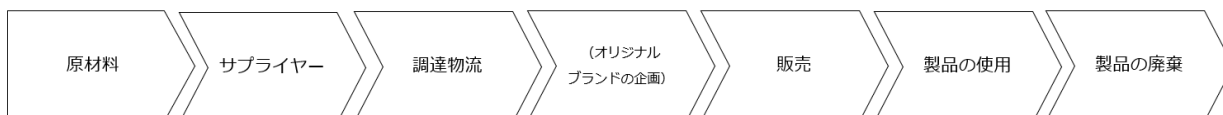
■桑名ロジスティクス(三重県桑名市)
出所：同社 HP

(1)事業性評価

同社は、経営理念「本物だけを世界から」のもと、小売業・卸売業・物流業の 3 つの事業を柱に、スポーツウェア・アパレル・輸入雑貨など幅広い商品を独自ブランドとして全国展開し、多様化する消費者ニーズに応えている。

商社出身である創業者のノウハウを礎に、「海外総代理店」として、日本市場で紹介の少ない海外ブランドを広めるほか、「物流・倉庫業」、「直営小売・通販業」を組み合わせた輸入販売業務に専念し多くの消費者の支持を得ている。

(2)バリューチェーン分析



上図は、同社のバリューチェーンを可視化したものである。主に海外のサプライヤーから商品を調達後、国内で卸売または自社店舗で小売して、消費者へ商品を供給する流れとなっている。

以上をもとに、同社の事業が「社会」「環境」「経済」に与えるインパクトについて、分析を行う。

(3)インパクトレーダーによるマッピング

先述のバリューチェーン分析の結果をもとに、インパクトマッピングを実施する。同社の事業を国際産業標準分類上の業種カテゴリに適応させた上、UNEP FI が提供するインパクトレーダーを用いて「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）を想定する。

○：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						川下の事業	
	【1410】 衣服製造業		【1520】 履物製造業		【3230】 スポーツ用品製造業		【4641】 織物、衣料及び履物 卸売業		【4771】 専門店による衣料、履物 及び皮革製品小売業		【4791】 通信販売またはインター ネットによる小売業		【4763】 専門店によるスポーツ用品 小売業	
	PI	NI	PI	NI	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												○		

インパクトマッピングでは「健康・衛生」「雇用」「包括的で健全な経済」のカテゴリにて PI が、「水」「雇用」「人格と人の安全保障」「水（質）」「大気」「資源効率・安全性」「気候」「廃棄物」のカテゴリにて NI が発現すると考えられる。それぞれのカテゴリについて、検討を加えていく。

「水」の NI については、サプライヤーによる衣服の製造により、水資源が脅かされるという NI が発生する。SDGs では、「6.4:水の利用効率を大幅に改善し、水不足に悩む人々の数を大幅に減少させる」のターゲットに該当すると考えられる。

「雇用」のカテゴリにおいては、労働によって従業員の生活が支えられる PI と、労働環境によっては従業員の健康状態が脅かされるという NI が発現する。SDGs では、「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」のターゲットに該当すると考えられる。

「エネルギー」のカテゴリにおいては、エネルギーの供給に寄与するという PI が発現する。SDGs では、「7.1:安価かつ信頼できる現代的エネルギーサービスへの普遍的アクセスを確保する」「9.4:資源利用

効率の向上とクリーン技術及び環境に配慮した技術・産業プロセスの導入拡大を通じたインフラ改良や産業改善により、持続可能性を向上させる」のターゲットに該当すると考えられる。

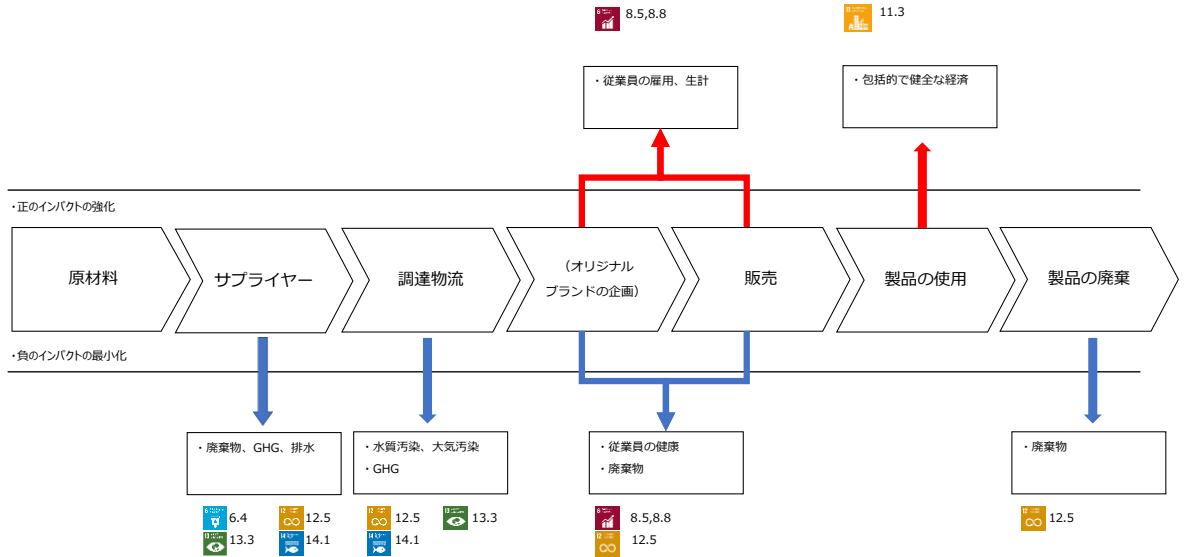
「水（質）」「大気」「生物多様性と生態系サービス」「気候」のカテゴリにおいては、①環境汚染の一因となる可能性がある、②範囲と場所によっては、生物多様性や生態系の保全に悪影響を与える可能性がある、③温室効果ガスの排出により地球温暖化のリスクが高まるという NI が発現する。これらのカテゴリにおける SDGs では「13.3: 気候変動の緩和、適応、影響軽減及び早期警戒に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する」「14.1: 海洋汚染を防止し、大幅に削減する」のターゲットに該当すると考えられる。

「廃棄物」のカテゴリにおいては、事業活動によって生じる廃棄物による NI が発現する。SDGs では、「12.5: 廃棄物の発生を減らす」というターゲットに該当すると考えられる。

「包括的で健全な経済」のカテゴリにおいては、事業活動を通じて人々の豊かな生活に寄与するという PI が発生する。SDGs では、「4.a: 子ども、障害及びジェンダーに配慮した教育施設を構築・改良し、すべての人々に安全で非暴力的、包摂的、効果的な学習環境を提供できるようにする」「11.3: 包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する」という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。

- 事業を通じた環境負荷低減
- 本物の商品の提供を通じた経済活性化
- スポーツを通じた社会貢献活動
- 従業員の働きがい創出とガバナンスの整備

■ 事業を通じた環境負荷低減

同社は、自然に配慮した事業活動に注力しており、環境的側面において負の影響を低減している。具体的な取り組みとしては、同社のオリジナルブランド「GAViC」によるユニフォーム製造が挙げられる。ユニフォームには焼却時における CO2 排出を約 60%削減可能な番号・ロゴ転写シートを採用しており、業界初となる。このユニフォームの処分時に環境に与える影響を低減している。

また、同社のアウトドアブランド「peace park」の活動として、名古屋 YMCA の野外活動に参加し、自然の大切さ、思いやりの気持ちを学びながら、環境に配慮した商品開発を行っている。加えて、社内事務において帳簿類の電子化により使用する紙帳票を削減するなど、あらゆる場面で環境への配慮を講じている。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは、「水（質）」「大気」「生物多様性と生態系サービス」「気候」「廃棄物」のカテゴリに該当し、環境的側面において NI を緩和すると考えられる。

SDGs では、「12.5:廃棄物の発生を減らす」「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」「14.1:海洋汚染を防止し、大幅に削減する」等のターゲットに該当すると考えられる。

<GAViC ユニフォーム製造>



出所：同社パンフレット

<peace park 野外活動>



出所：同社パンフレット

■ 本物の商品の提供を通じた経済活性化

同社は衣料の販売を通じた経済活性化に取り組み、社会・経済的側面において正の影響を与えている。

具体的には、消費者に安心して本物の商品を届けるため、商品の現地確認や出所証明書を取り扱うほか、並行輸入品市場での偽装品や不正商品の流通防止と排除を目指す日本流通自主管理協会が定める協会基準に則して商品を取り扱っている。

また、ライフスタイルの多様化、消費者の価値観の変化など、移り変わるニーズに対応するため、並行輸入業に加えて「総代理店」としての活動にも取り組み、これまで日本市場に紹介される機会の少なかったブランドの普及に注力している。

このインパクトは UNEP FI のインパクトレーダーでは、「包括的で健全な経済」のカテゴリに該当し、経済・社会的側面において PI を拡大すると考えられる。

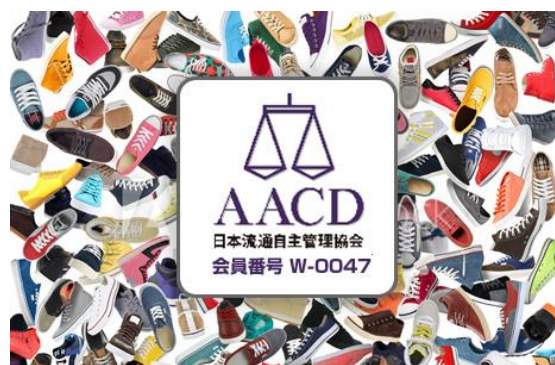
SDGs では、「11.3: 包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する」というターゲットに該当すると考えられる。

<同社セレクトショップ「Z-CRAFT」>



【出所：同社 HP】

<日本流通自主管理協会>



【出所：同社 HP】

■ スポーツを通じた社会貢献活動

同社は、スポーツを通じた社会貢献活動により、社会面で正の影響を与えている。

具体的な取り組みとしては、サッカー用品を中心に扱う当社のオリジナルブランド「GAViC」が、以下の3点の取り組みによりスポーツ振興に貢献する役割を担っている。内容としては①プロサッカークラブのスポンサー、②市原スポレクパーク（千葉県）でのサッカーアカデミー開講、③フットサル全国大会の主催が挙げられる。

今後も、地域スポーツチームへの寄付および貢献活動の実施を継続することに加えて、スポーツを通じた人材育成に取り組んでいく方針である。

このインパクトはUNEP FIのインパクトレーダーでは、「教育」「包括的で健全な経済」のカテゴリに該当し、経済・社会的側面においてPIを拡大すると考えられる。

SDGsでは、「4.a：子ども、障害及びジェンダーに配慮した教育施設を構築・改良し、すべての人々に安全で非暴力的、包摂的、効果的な学習環境を提供できるようにする」「11.3：包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する」というターゲットに該当すると考えられる。

<GAViC プレゼンツ 市原スポレクパーク サッカーアカデミー>



【出所：同社パンフレット】

■ 従業員の働きがい創出とガバナンスの整備

同社は、従業員の働きがい創出とガバナンスの整備に取組み、社会面で正の影響を与えている。

具体的には、従業員の有給休暇取得や健康管理に努め、従業員が安心して働けるような環境の整備に取り組んでいる。人材採用の面では、地元人材を中心に採用していく方針であり、地域での雇用創出に寄与していく見込みである。また、ガバナンスの面では、社内外における情報の取り扱いに留意するなど情報セキュリティの維持に引き続き取組み、情報ガバナンスの整備に努めていく方針である。

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、社会的側面において PI を拡大すると考えられる。

SDGs では、「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」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

同社の売上高のほとんどが日本国内におけるものである。国内における SDGs 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 PIF において特定したインパクトに対応する SDGs のゴールは、「4:質の高い教育をみんなに」「6:すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」「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を促進する」「9: 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及びイノベーションの推進を図る」「11: 包摂的で安全かつ強靱で持続可能な都市及び人間居住を実現する」「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」「14: 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の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する」の9点である。

国内における SDG ダッシュボード上では、「7」「11」「12」「13」「14」に関しては「課題が残っている」とされており、国内のインパクトニーズと同社のインパクトが一定の関係性があることを確認した。



【出所：SDSN】

(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、「本物の商品の提供を通じた経済活性化」「スポーツを通じた社会貢献活動」「従業員の働きがい創出とガバナンスの整備」の 3 点である。

「本物の商品の提供を通じた経済活性化」では、日本流通自管理協会が定める協会基準に則して消費者に安心して本物の商品を提供するほか、消費者ニーズに対応するため取扱ブランドの拡充に向けて取組んでいく。

「スポーツを通じた社会貢献活動」では、地域スポーツチームへの寄付および貢献活動の実施を継続することに加えて、スポーツを通じた人材育成に取組んでいく方針である。

「従業員の働きがい創出とガバナンスの整備」では、従業員の有給休暇取得や健康管理に努めるほか、地域での雇用創出に努める。また、情報セキュリティの維持に引き続き努めていく。

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。

また、上記 3 つの PI が、十六フィナンシャルグループの SDGs の取組みと方向性が一致することを確認する。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。




本 PIF で特定したインパクトは、特に、「本物の商品の提供を通じた経済活性化」「スポーツを通じた社会貢献活動」については「地域社会の活性化」「地域社会の持続的発展」、「従業員の働きがい創出とガバナンスの整備」では「多様な人材の活躍推進」「ガバナンスの高度化」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

ここでは、特定したインパクトの発現状況を今後も測定可能なものにするため、先に特定したインパクトに対し、それぞれに KPI を設定する。

■ 事業を通じた環境負荷低減

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	「水（質）」「大気」「生物多様性と生態系サービス」 「気候」「廃棄物」
関連する SDGs	  
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルブランド「GAViC」により、環境に優しいユニフォームの製造に取り組む ・アウトドアブランド「peace park」の活動として、名古屋 YMCA の野外活動に参加し、環境に配慮した商品開発・取組みを行う ・リサイクル素材や天然素材を使用した商品取扱メーカーの拡充に取り組む ・帳簿類の電子化により使用する紙帳票を削減する
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・GAViC ユニフォーム製造を通じて環境配慮に取り組む ・peace park 野外活動を通じて、環境に配慮した商品活動・取組みを実施 ・2030 年までに環境配慮型の商品取扱メーカーの拡充に取り組む ・2030 年までに紙の使用量を 2021 年度比 10%削減する

■ 本物の商品の提供を通じた経済活性化

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	「包括的で健全な経済」
関連する SDGs	
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイルの多様化に伴った消費者の価値観の変化等に対応するため、これまで日本市場に紹介される機会の少なかったブランドの普及に注力する
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・販売製品における取扱ブランドの拡充に向けて取組む

■ スポーツを通じた社会貢献活動

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
インパクト・カテゴリ	「教育」「包括的で健全な経済」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・GAViCにより、プロサッカークラブのスポンサーを引き続き務めていくとともに、サッカーアカデミーの開講により、人材育成に取り組んでいく
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・地域スポーツチームへの寄付および貢献活動の実施・継続 ・スポーツを通じた人材育成に取り組む

■ 従業員の働きがい創出とガバナンスの整備

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
インパクト・カテゴリ	「雇用」
関連する SDGs	
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員の有給休暇取得や健康管理に努め、従業員が安心して働けるような環境の整備に取り組む ・地元人材を中心に採用を実施し、地域での雇用創出に寄与する ・社内外における情報の取り扱いに留意し、情報ガバナンスの整備に努める
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・2030 年における有給休暇取得率を 50%以上とする ・従業員健康診断受診率 100%とする ・2030 年までに 100 名を雇用する（地元人材を採用し雇用の創出を行う） ・情報セキュリティの維持に引き続き努める

4. モニタリング

(1)ロイヤルにおけるインパクトの管理体制

【モニタリング体制】

統括責任者	代表取締役 中根 智大
プロジェクトリーダー	取締役 岡田 高志
プロジェクトチーム	管理本部 財務経理チーム 部長 柘植 厚志 管理本部 総務チーム 次長 渡辺 泰之

(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、ロイヤル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、現時点での状況进行评估したものであり、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。