

お客さまのサステナビリティ経営をサポートします！

『京都中信ポジティブインパクトファイナンス』の契約締結について



2026年8月25日

京都中央信用金庫（理事長 植村 幸弘）は、お客さまのサステナビリティ経営を支援する一環として、株式会社KUOE GLOBAL（CEO/代表取締役 内村 健二、本社 京都市中京区）に「京都中信ポジティブインパクトファイナンス」を実行しましたのでお知らせいたします。

ポジティブインパクトファイナンスは、企業活動が環境・社会・経済に与える影響（インパクト）を包括的に分析・評価し、ポジティブな影響の増大とネガティブな影響の低減に向けた取組みを金融面にてサポートする金融手法です。お客さまのSDGs・ESGに関する取組みや本業との関連性等を当金庫が分析・評価し、お客さまのKPI（目標）設定やその進捗管理をサポートします。なお、個別案件毎に当金庫が実施する評価および本制度のフレームワークが国連環境計画・金融イニシアチブ（UNEP FI）※が提唱する「ポジティブ・インパクト金融原則」および「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」に適合していることについて、株式会社日本格付研究所より第三者意見を取得しています。

株式会社KUOE GLOBALは「クラシックウオッチの魅力を京都から世界へ」をコンセプトとして掲げており、本ファイナンスにおいて情報セキュリティ体制の構築・運用/個人情報保護の推進、ワークライフバランスの推進、職場におけるDE&I推進の取組み/新規雇用を通じた事業の拡大、地元事業者との「共創」を通じた地域経済の活性化、CO₂排出量の把握および削減に向けた対策など複数の取組みについてKPIを設け、持続可能な環境・社会の実現を目指します。

当金庫は、今後もお客さまのサステナビリティ経営および企業価値向上への貢献を目指すとともに、地域社会のパートナーとして、社会・環境課題の解決に資する取組みを一層推進し、持続可能な地域社会の実現に貢献してまいります。

※ 国連環境計画の資源・市場部門のグループの一つ。スイスのジュネーブに拠点を置く。

1. 京都中信ポジティブインパクトファイナンスの取組概要（敬称略）

借入人	株式会社 KUOE GLOBAL（くお ぐろーばる）
代表者	CEO/代表取締役 内村 健二（うちむら けんじ）
所在地	京都府京都市中京区丸木材木町 670-1 吉岡御池ビル 3 階
事業内容	クラシックウオッチの組立、企画、販売
資金使途	運転資金
融資金額	100 百万円
融資期間	3 年
実行日	2026 年 8 月 14 日

以上



株式会社 KUOE GLOBAL 代表取締役 内村 健二様（左）

当金庫 常務理事 志賀 紀之（右）

株式会社 KUOE GLOBAL
ポジティブインパクトファイナンス評価書

2026 年 8 月 14 日

京都中央信用金庫

京都中央信用金庫は、株式会社 KUOE GLOBAL(以下、「KUOE」)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あたり、同社の企業活動が、環境・社会・経済に及ぼすインパクト(ポジティブな影響およびネガティブな影響)を分析・評価した。

分析・評価にあたっては、株式会社日本格付研究所(JCR)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」および「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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」に整合させたうえで、中小企業※に対するファイナンスに適用している。

※ 国際金融公社または中小企業基本法の定義する中小企業ならびに会社法の定義する大会社以外の企業。

今回実施のポジティブインパクトファイナンスの概要

借入人	株式会社 KUOE GLOBAL KUOE[®] KYOTO
金額	100,000,000 円
資金用途	運転資金
モニタリング期間	3 年 0 ヶ月

目次

1. 事業概要	3
(1)企業概要.....	3
(2)沿革.....	4
(3)経営理念と組織体制	5
(4)事業内容.....	6
(5)業界動向.....	9
2. サステナビリティ活動	10
(1)社会面での活動	10
(2)社会経済面での活動	14
(3)自然環境面での活動	14
3. インパクトの特定	16
(1)UNEP FI のインパクト分析ツールおよび個別要因を踏まえたインパクトエリア/トピックの特定.....	16
(2)特定されたインパクトエリア/トピックとサステナビリティ活動の関連性	17
4. KPI の設定	19
(1)社会面	19
(2)社会経済面	20
(3)自然環境面	20
5. 管理体制およびモニタリング	22
(1)サステナビリティ管理体制	22
(2)京都中央信用金庫によるモニタリング	22

1. 事業概要

(1) 企業概要

企業名	株式会社 KUOE GLOBAL(くお ぐろーばる)
代表者名	CEO/代表取締役 内村 健二(うちむら けんじ)
ホームページ	https://www.kuoe-jp.com/
Instagram	https://www.instagram.com/kuoe_official/
所在地	京都府京都市中京区丸木材木町 670-1 吉岡御池ビル 3 階
支店・営業所	・KUOE KYOTO 本店 京都府京都市中京区寺町通三条下る永楽町 224 とーべえビル 105 ・KUOE KYOTO 表参道店(2026 年 5 月 1 日 オープン) 東京都渋谷区神宮前 4-3-17 Citta 表参道 ・KUOE KYOTO 京都三条店(2026 年 9 月 オープン予定) 京都府京都市中京区弁慶石町 55 番地
資本金	400 万円
スタッフ	56 名(2026 年 5 月現在)
事業内容	クラシックウオッチの組立、企画、販売
登録商標	KUOE/KYOTO(登録 6275761、登録日 2020 年 8 月 3 日)
所属団体	ビジネスサポート協同組合
代表的モデル	OLD SMITHシリーズ (90-001) クォーツ式  ➤ KUOEの記念すべき第1弾モデル。組合せは300種類以上 HOLBORNシリーズ (90-003) クォーツ式  ➤ やや小ぶりサイズのレディースモデル ROYAL SMITHシリーズ (90-006) 機械式  ➤ 「ワッフル文字盤」を採用したドレスウォッチ。文字盤は暗所対応で実用的 SOMBREROシリーズ (90-011) 機械式  ➤ KUOE初となる20気圧防水を搭載したダイバーズモデル (出典: KUOE のホームページを基に当金庫にて一部加工)

グループ概要図	CEO/代表取締役 内村 健二 100% ↓ (株)OCTA HOLDINGS (資産管理会社) 50% → (株)KUOE GLOBAL (時計小売り) 50% → (出典:KUOE からの提出資料を基に当金庫にて作成)																		
取引先上位 5 位 (2026 年 1 月期)	<table><tr><th>順位</th><th>仕入先</th><th>販売先</th></tr><tr><td>1</td><td>Mtech(HongKong)</td><td>国内外の個人顧客</td></tr><tr><td>2</td><td>Duprey (HongKong)</td><td>(株)NEUVE A</td></tr><tr><td>3</td><td>TMI(HongKong)</td><td>エスピービー(株)</td></tr><tr><td>4</td><td>(株)写真化学</td><td>Hilight Beautys (Korea)</td></tr><tr><td>5</td><td>京都アンプリチュード(株)</td><td></td></tr></table>	順位	仕入先	販売先	1	Mtech(HongKong)	国内外の個人顧客	2	Duprey (HongKong)	(株)NEUVE A	3	TMI(HongKong)	エスピービー(株)	4	(株)写真化学	Hilight Beautys (Korea)	5	京都アンプリチュード(株)	
順位	仕入先	販売先																	
1	Mtech(HongKong)	国内外の個人顧客																	
2	Duprey (HongKong)	(株)NEUVE A																	
3	TMI(HongKong)	エスピービー(株)																	
4	(株)写真化学	Hilight Beautys (Korea)																	
5	京都アンプリチュード(株)																		

(2)沿革

2010 年	デザイナー兼ブランド創設者(現 CEO/代表取締役)の内村 健二氏(以下、内村代表)が大学在学中、英国ロンドンに語学留学した折にアンティークウオッチに出会う
2013 年	内村代表が京都に移り住み、ウオッチ業界に勤務
2020 年 4 月	内村代表が個人事業主として京都市にアンティーク調クラシックウオッチブランド「KUOE KYOTO」を設立し事業をスタート
	KUOE 設立と同時に、日本語オンラインショップを開設。同年夏に実施したクラウドファンディングで 1,310 万円を調達
	第 1 弾モデル OLD SMITH 90-001 の販売開始
2021 年 3 月	法人成りし、株式会社 KUOE GLOBAL を設立。海外オンラインショップを開設し、海外マーケットへ本格的に進出
2022 年	ショールーム開設に向けた 2 度目のクラウドファンディングで 480 万円を調達
2023 年	社内にショールームを開設し、オフラインでの販売を開始
2024 年 5 月	同社初となる実店舗を開設し、販売を開始
2025 年	韓国企業との正規販売代理店契約を締結し、韓国内に 4 店舗を開設
2026 年 5 月	東京に実店舗第 2 号となる KUOE KYOTO 表参道店を開設
2026 年 9 月	京都市内に 2 カ店目となる実店舗・KUOE KYOTO 京都三条店を開設(予定)

(出典:KUOE のホームページ、提出資料を基に当金庫にて作成)

(3)経営理念と組織体制

①経営理念

内村代表は「顧客に優れたサービスを提供し、スタッフに優れた給与を提供する」を経営理念とし、会社に関わるすべての人に利益が生まれる経営を目指している(【次図】)。KUOE は、「クラシックウォッチの魅力を京都から世界へ」とのコンセプトから誕生した京都発の独立系腕時計ブランド(マイクロブランド)であり、「日本製の高品質なクラシックウォッチを世界中の人に楽しんでもらいたい」という内村代表の想いが込められている。クラシック＝普遍的なものと考えた同社が目指すのは、一人でも多くの人に商品を手にとってもらい、クラシックデザインの素晴らしさを感じてもらうことであり、日本の古都・京都を拠点に、伝統と革新を融合させた古くて新しい「クラシックウォッチ(※)」の世界を開拓している。

※ 製造から相当の時間が経過した機械式腕時計をアンティークウォッチとするところ、同社ではクォーツ式も含めた腕時計を製造・販売しているため、時計の直径が 35 mm、かつ、フラットではないドーム状のガラスを採用しているものを独自にクラシックウォッチと定義している。なお、ヴィンテージウォッチは一般的にアンティークウォッチよりもやや新しい世代のものを指すとされる。



“顧客に優れたサービスを提供し、
スタッフに優れた給与を提供する”

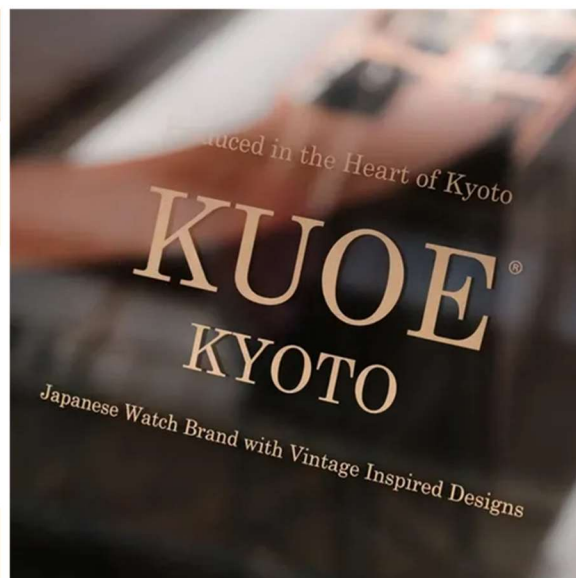


“クラシックウォッチの魅力を
京都から世界へ”

そこにあるのは、日本製の高品質なクラシックウォッチを世界中の人に楽しんでもらいたいという純粋な思い。

クラシックとは、長い時間を経ても人々に愛される、普遍的なもの。

目指すのは一人でも多くの人にKUOEの商品を手にとってもらい、クラシックデザインの素晴らしさを感じてもらうこと。



(出典: KUOE のホームページを基に当金庫にて作成)

同社では実店舗は単なる「モノ消費」ではなく、クラシックウォッチを体感する「コト体験」の場と捉え、京都でなければ買えないということにこだわらず、京都ブランドを世界に広げることをコンセプトとし、今後も国内に限らず広いエリアに実店舗を展開していく予定である。同社は「自社のブランドを多くの人に知ってもらいたい」「ネットでは伝わらない部分を伝えていきたい」という想いからクラフツマンシップを大事にしており、アフターコロナではこれまでの越境 EC(電子商取引)一辺倒を抜け出すべく実際にウォッチの製作現場を見ることができるショールームの開設に始まり、実際に同社の実店舗を訪れる顧客の大部分が訪日外国人観光客であることから、実体験を通じてブランドアイデンティティを確立している。

②組織体制

KUOE の組織体制(概要)は、【次図】の通り。内村代表を頂点とし、実店舗の京都店・表参道店、ウオッチの製造チーム、顧客からの問合せに対応するカスタマーサポートチーム、事務手続きを行うセールスブランディングチーム、越境 EC 担当の SHIPPING チームの各組織がそれぞれフラットな並びとなっている。



(出典: KUOE からの提出資料を基に当金庫にて作成)

(4)事業内容

KUOE は、内村代表により 2020 年 4 月に京都市で設立されたアンティーク調クラシックウオッチの企画・組立・販売会社である。英国へ語学留学中にヴィンテージウオッチにインスパイアされた内村社長が「クラシックウオッチの魅力を京都から世界へ」のコンセプトを体現する同名のウオッチブランドを展開し、英国軍用時計をベースにデザインされた第 1 弾モデル「OLD SMITH 90-001」をはじめ、多数の商品ラインナップを取り揃えている。

設立当初は自社電子商取引(EC)経由のみの販売だったところ、より多くの顧客との出会いを大切にしたいとの考えから、直近では 2024 年 5 月に同社初となる実店舗の開設を皮切りに、2026 年 5 月には東京・表参道にも 2 号店(【右写真】)を開設したほか、今後も訪日外国人観光客の需要が取り込める他エリアへの実店舗進出を企画するなど、現在はネット空間とリアル空間の融合を積極的に図っている(OMO 戦略; One line Merges with Offline)。実店舗の開設は京都というブランドイメージを体感するハコモノであることにとどまらず、実店舗があることでシームレスな購買体験を提供するとともに、顧客からの信頼性を獲得する(=ネット販売のみの企業への不安を払拭し、ブランドの「聖地」化)ことにも繋がっている。



(出典: KUOE のホームページ)

2020 年に内村代表が自社ウオッチの開発・製作に乗り出した時期と前後して、同じ関西を地盤とする独立系マイクロブランドが幾つか誕生した。同社と競合他社のビジネスモデルの違いは、競合他社がウオッチ製作を外注しているのに対して、同社は設立当初こそ外注していたものの現在では 20 名からなる専属のウオッチメーカーが全て自社工場で一から手作りしている点にある。同社は「クラシックウオッチの魅力を京都から世界へ」とのコンセプトに沿ったブランドアイデンティティーを確たるものとするべく自社内に製造チームを配置し、今日に至るまで「メイド・イン・京都」を守り、実践している。

同社はソーシャルネットワークサービス（SNS）を中心として積極的な広告宣伝を展開しており、海外を中心に知名度が高くなっている（参考：2026 年 4 月時点の同社公式インスタグラムのフォロワー数は約 17 万人に上る）のが特徴的である。店舗を訪れた顧客による SNS や口コミでの発信を促進するユーザー生成コンテンツ（UGC；User Generated Contents）の活用にも熱心であり、同社の腕時計を通じた「コト消費」をストーリー化することで集客装置として機能している。内村代表自らが出向先を選定のうえ、直近ではネット空間に偏っていた広告宣伝をリアル空間にも拡大し、京都駅や空港のデジタルサイネージやタクシーの車内モニターを活用した動画広告など、京都を訪れる訪日外国人観光客の目に留まりやすい媒体への露出も徐々に増やしている。



（出典：KUOE、表参道駅ジャックの様子）

同社は国内外に販売代理店ネットワークを持ち、基本的にはリクエストがあれば応じるスタンスであるものの、実際の業者選定に当たっては「日本のブランドを広げていきたい」・「同社のブランド価値を毀損させない」体制を整備・運用していることを前提条件としている。世界 11 か国に展開しており、販売代理店のない国や地域については小売店へ販売している。実店舗展開についてはショッピングモールからの出店の引合いもあるが、開店時間や営業日等が運営側に沿ったものとなり、同社の経営自由度が制限されるため基本的には受けないこととしている。

同社は自社で企画から生産、販売まですべてを一貫して管理し、顧客まで直接的に商品を提供する D2C（Direct to (2) Consumer）方式を採用することで外注費や中間マージンを可能な限り削減し、「京都ブランド＋自社製造」という付加価値をつけて商品を販売することが可能となった結果、価格競争から脱却することができている。同社のウオッチはアンティーク調の風合いを出すべく細部に至るまでこだわって作りこんでおり、男女・年代を問わず幅広い顧客層が使いやすいデザインとなっている。

品質についても、競合他社との差別化のため、同社では部品を国内外から仕入れた後、組立ての工程は同社独自の徹底した品質管理のもと、すべて京都の自社工房で専門教育を受けた専属のウオッチメーカーが一つずつ手作業で行っており、「メイド・イン・京都」の付加価値を持たせることに成功している。時計本体にはステンレスを採用することで金属アレルギーの顧客にも配慮した作りとなっており、錆や変色にも強い仕上がりとなっているほか、心臓部となるムーブメントには世界中で修理対応が可能な日本製の汎用ムーブメント（SEIKO・CITIZEN¹）を採用することで、顧客がグローバルで均一な



（出典：KUOE のホームページ）

¹ 主な汎用ムーブメントは、下表のとおり。

メーカー名	国名	傘下グループ	特徴
ETA(エタ)	スイス	スウォッチグループ	業界最大手。長年にわたり多くのブランドに供給してきた実績と信頼性がある。

アフターサービスを受けられるようになっている(【右写真】)。また、同社のウオッチは二次流通(中古)市場においても値崩れすることなく安定した価格を維持しているため、購入者からは一定の資産的価値を有するマイクロブランドとして認知されており、中には複数本購入するファンもいる。

一般的なクラシックウオッチの平均価格帯は1本あたり10万円超に設定されているところ、同社では顧客の手が届きやすいようエントリーモデルでは4万円台からの価格設定(上位のハイエンドモデルについては25万円まで)としている。時計本体と付属のベルトを別売りとすることで、顧客がその日の気分に合わせて自由なコーディネートが可能な作りとなっている。また、地元・京都の伝統工芸である漆や箔などといった他の事業者とコラボレーションした商品(詳細は後述)を共同開発する機会を増やすことで競合他社との差別化に成功し、今後も持続的な協業関係を構築することで地域産業を振興することとともに、京都発のマイクロブランドを世界へとアピールすることも企図している。

同社では今後も現在のウオッチ販売事業をメインに据えつつも、様々なことにチャレンジし、会社の持続的成長を目指していくこととしている。

同社では会計ソフトがAPI連携に対応しており、売上実績はリアルタイムで自動集計され、把握ができています。同社の腕時計の良さを実感してもらったうえで顧客に購入・永く使ってほしいとの内村代表の想いから、販売スタッフには売上至上主義に走らず顧客とのコミュニケーションを重視するように指示している。そのため、スタッフ個人に対するノルマは特段設定しておらず、実店舗のマネージャーやサブマネージャーには前年度との比較を示すことはあるものの情報連携にとどまり、年度ごとの明確な予算案も策定していない。

同社は設立から内村代表が一貫して率いており、現状、具体的な後継者育成計画(サクセッションプラン)は設けていないものの、将来的に社内外から経営に参画する人材を育成・招聘することも検討している。

【参考:KUOEの売上高構成比(2026年1月期)】

セグメント・部門	売上高(単位:百万円)	構成割合(単位:%)
実店舗	786	28.0
EC	1,852	66.0
その他	168	6.0
合計	2,806	100.0

(出典:KUOEからの提出資料を基に当金庫にて作成)

Sellita(セリタ)	スイス	独立系	特許の切れたムーブメントの互換品(クローン)を製造し、急成長。
MIYOTA(ミヨタ)	日本	シチズングループ	高い信頼性とコストパフォーマンスを両立。世界中のマイクロブランドや中価格帯ブランドで広く採用。
Seiko	日本	セイコーグループ	他社製品だけでなく、外部供給用のムーブメントも製造。

注)上記は汎用ムーブメントの一例を示したものであり、同社の商品において使用する汎用ムーブメントは全て国産となっている。

(出典:KUOEからの提出資料を基に当金庫にて一部加工)

(5)業界動向

2025 年の国内ウォッチ(腕時計)完成品の市場規模(推計値)は、数量が前年比 9%減の 17.7 百万個、金額が同 1%減の 1 兆 2,919 億円となった(一般社団法人日本時計協会調べ、【次表】)。内訳は、輸入品が同 16%減の 11.4 百万個、金額も 2%減の 1 兆 1,196 億円とともに減少した一方で、KUOE が属する国内メーカー品が同 7%増となる 6.3 百万個、金額が同 2%増の 1,723 億円と増加傾向にある(同)。

【2025 年の国内ウォッチ市場】

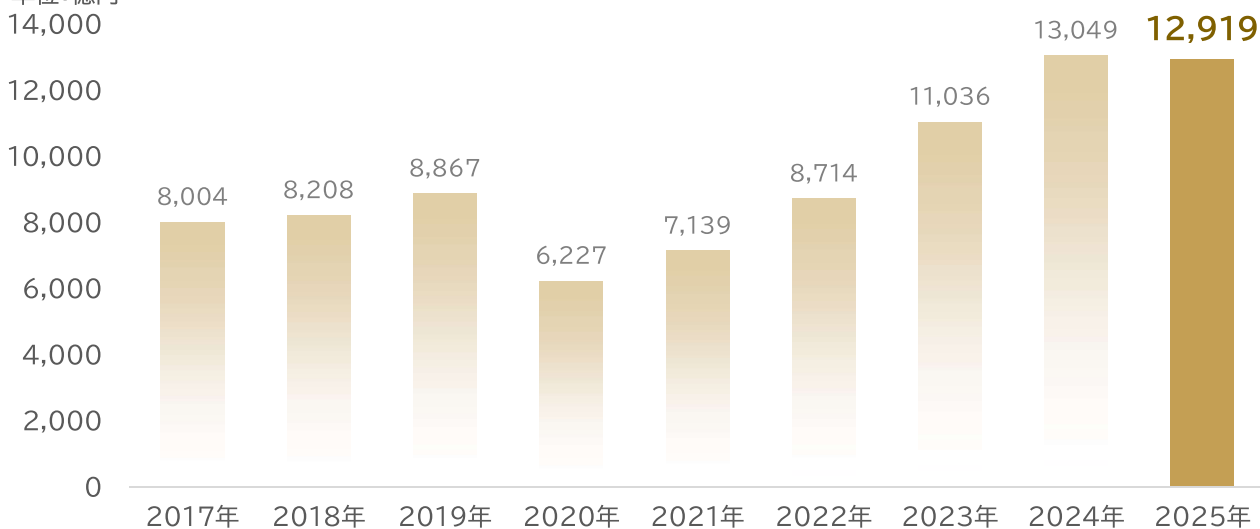
	数量(百万個)			金額(億円)		
		前年比	構成比		前年比	構成比
国内メーカー品	6.3	+7%	36%	1,723	+2%	13%
輸入品	11.4	-16%	64%	11,196	-2%	87%
合計	17.7	-9%	100%	12,919	-1%	100%

国内ウォッチ市場は、円安を背景とした訪日外国人観光客消費や輸入品を中心に実物の「投資資産」としての高級時計ブームも相まって急激な拡大基調を続けていたものの、2025 年は原材料費や人件費、輸送コスト等の高騰による販売価格引上げの影響もあり前年比でやや落ち着く形で着地した(【次グラフ】)。若い世代の中では時刻表示に加えて健康管理機能などが搭載されたスマートウォッチの人気の高まりつつあるが、SDGs の観点から電池や充電不要な機械式時計が環境配慮型商品として再評価されるなど、ウォッチ業界にも新たなムーブメントが起きている。特に機械式時計では、KUOE をはじめとする汎用ムーブメントを採用した低価格で高品質な商品を展開する独立系マイクロブランドが多数生まれ、一部の消費者の需要を獲得している。

スマホユーザーによるウォッチ離れの動きが一部あるものの、国内市場における根強い需要もあることから、今後も長期に渡って継続的に成長する可能性が高いものと推測される。

国内ウォッチ市場の推移

単位:億円



(出典:一般社団法人日本時計協会の公表データ等を基に当金庫にて作成)

2. サステナビリティ活動



(出典: KUOE のホームページ)

KUOE は 2020 年 4 月に京都市で設立されたアンティーク調クラシックウオッチの企画・組立・販売会社であり、国内におけるマイクロブランドの先駆けの一つとされる。会社設立から間もなくはウオッチの製作を外注していたが、現在では 20 名の専属のウオッチメーカーを抱え、全ての組み立て工程を自社で内製化することで競合他社と差別化している。同社では「顧客に優れたサービスを提供し、スタッフに優れた給与を提供する」という経営理念および「クラシックウオッチの魅力を京都から世界へ」とのコンセプトに則り、日本製の高品質なクラシックウオッチを世界中の人に楽しんでもらえるブランドとなることを目指している。

(1) 社会面での活動

■ 働き方改革・ワークライフバランス推進の取り組み

● 有給休暇取得、残業時間の状況

KUOE では有給休暇取得のための会社への申請を排除し、スタッフが取得したいときに自由に取得可能なフロー(スケジュールに名前と休む旨を記入)を構築している。積極的な有給休暇取得促進により、同社の年平均有給休暇取得率は 98.9%、同取得日数は 12.36 日(2026 年 1 月期)となっている。

同社は原則として時間外労働を禁じているところ、一部スタッフにおいて通勤ダイヤの都合上午前 10 時の開店前に出勤する関係で早朝残業が生じている。同社のスタッフ一人当たりの月平均残業時間は 5 時間 49 分(2026 年 1 月期)であるが、管理職(同社におけるサブマネージャー以上)では一般スタッフに比べて残業が多くなる傾向が見られるため、今後は業務の分散等によって平準化していくことも視野に検討している。現状を鑑み、同社ではスタッフのクオリティ・オブ・ライフの更なる向上に資するべく、2029 年 1 月期までに 2026 年 1 月期比でスタッフ一人当たりの月平均残業時間を 2 割減とし、同平均有給休暇取得率 90%以上を維持することとしている。

なお、同社の残業時間および有給休暇の取得に際しては、労働基準法をはじめとした関係諸法令を遵守

していることを確認した。

■ 健康経営への取り組み

KUOE では年に 1 回(10 月)の定期的な健康診断を実施し、スタッフの健康状態を把握することで病気の早期発見・治療に繋げている。同社は経済産業省と日本健康会議が共同で認定・顕彰する健康経営優良法人の認定は受けていないものの、スタッフとその家族を含めたインフルエンザワクチン・新型コロナウイルスワクチンの各種費用負担や年 2 回までの歯科検診費用の会社負担(但し、齲蝕の治療費は自己負担)、身体・心の健康にかかわる費用全般のヘルスサポート補助(月額 15,000 円を上限)などを整備し、スタッフの健康意識の向上を促している。今後はスタッフの更なる健康増進を図るべく、例えば人間ドックの受診費用等を会社で補助することも検討している。

■ 労働安全の取り組み

KUOE において、過去 3 年間の業務上および通勤途上における労働災害事故は発生していない。同社では 2025 年 6 月の労働安全衛生規則改正により全企業に義務付けられた熱中症対策として、自社工房内で働くウオッチメーカーや屋内スタッフに対しても社内イントラネットや声がけで継続的に注意喚起を行うとともに、社内冷房を適宜行うなど、スタッフの健康と安全を最優先に取り組んでいる。同社では自動車・バイク・自転車での通勤は認めていないが 2026 年 4 月の道路交通法改正を受けて、スタッフ向けに主な改正点などを周知のうえ、オン・オフを問わず安全運転への意識啓発を促している。また、スタッフが働きやすい職場環境に向けて、2026 年 10 月より施行される改正労働施策総合推進法や改正男女雇用機会均等法についても適時適切に対応していく予定である。

■ 人材育成の取り組み

● 教育研修

【研修体系・研修内容】

KUOE における人材獲得では内村代表自らが書類審査・面接のうえ採用しており、人材育成は現場での OJT を基本としている。同社や時計のことを何も知らずに申し込む入社希望者が多いため、3 か月の新人研修期間中は各店舗マネージャーやサブマネージャーがトレーニングリスト(例: 時計の基礎知識)に基づいて行い、経営理念等を新任スタッフに浸透させるべく内村代表がその想いを説いている。また、毎年秋口に開催される海外ウオッチフェアに同社はテナントとして出展しており、スタッフも同行することでバイヤーの声を聴く良い機会となっている。



(出典: KUOE)

【スタッフの資格保有状況】

同社に所属する 20 名の専属ウォッチメーカーのうち半分が時計修理技能士であり、1 名はウォッチコーディネーター(CWC)資格を保有するなど、「メイド・イン・京都」のウォッチの安定的な生産を技術面から支えている。同社ではスタッフが業務関連資格を取得する際の費用を会社負担とするなど、自己啓発を後押ししている。

同社は今後の実店舗の拡大を見据えて商品・サービスの質を維持するべく、実店舗の出店増に伴い、売上高を 2026 年 1 月期の 2,806 百万円から 2029 年 1 月期までに 6,000 百万円へと増加させるとともに、総スタッフ数を 2026 年 5 月末時点の 56 名から 2029 年 1 月期までに 80 名へと増加することとしている。

■ DE&I 推進の取り組み

● 女性活躍の取り組み

KUOE では女性スタッフを積極的に採用しており、ワークライフバランスの充実化および長く働き続けるための職場環境の向上への取り組みとして、子供 1 人につき月額 1 万円の育児手当の支給や子育てをするスタッフに対しては、子供の成長に合わせて時短勤務や時差出勤、フレックス勤務を認めている。同社では 2026 年 5 月時点の女性管理職比率は 80%と既に十分女性活躍に積極的に取り組んでいる。

● 外国人雇用の取り組み

KUOE では同社の商品購入者の大半が米国やヨーロッパ等の訪日外国人観光客であることを鑑み、2026 年 5 月時点で外国人スタッフを 18 名採用するなどダイバーシティ経営を推進しており、今後も訪日外国人観光客需要の高まり・実店舗の拡大に合わせて柔軟に採用していく方針である。同社では社内公用語は日本語ではあるものの、外国人スタッフが働きやすい職場環境を構築するとともに、人事評価に際しては公平を期するために日本人スタッフと同様の取扱いとしている。



(出典: KUOE)

● 障がい者雇用の取り組み

KUOE は 2026 年 5 月時点で障がい者を 1 名スタッフとして雇用しており、障害者雇用促進法が求める法定雇用率を満たしている。同社は同法の立法趣旨については深く賛同しており、ダイバーシティ経営の推進に不可欠との理解から、今後も政府が定める障がい者雇用率を達成・維持することとしている。

● 高齢者雇用の取り組み

KUOE は会社創設から歴史が浅く、2026 年 5 月時点の平均年齢が 32.3 歳と若いスタッフが多い環境で近く定年となるシニア世代の社員がいないこともあり、シニア世代の活用について現時点で特に取り組んでいることはない。一方で、多様な世代が共生する職場を作るとは持続可能な経営に不可欠であるとの考えから、今後定年の対象となるスタッフが出てきた場合には、勤務意欲や能力等状況に応じて個別に対応していくこと

としている。

- 人権保護の取り組み

KUOE では 2026 年 5 月時点で外国人スタッフを 18 名採用していることなどから、多様なバックグラウンドを有するスタッフが安心できる職場環境づくりを心がけており、社内イントラネットを通じて各種ハラスメントに関する注意喚起・周知を行っている。また、原材料の調達にあってはサプライヤーが人権侵害等に関わっていないかどうかを事前にヒアリングやホームページで確認することで、意図しないレピュテーションリスクの発生を回避している。

■ スタッフの処遇改善への取り組み

- 賃金等支給の取り組み

KUOE では定時昇給制度に関する明確な基準を特段有していないものの、2025 年度はスタッフに平均 5%のベースアップを行った。なお、同社の賃金は製造業界の水準以上であり、今後も業績や物価高といった社会情勢等を勘案のうえ、適宜昇給を実施していく予定である。

- 福利厚生の取り組み

KUOE では、法令に則って労働時間に準じた各種割増手当（時間外労働、休日労働、深夜労働）に加えて、同社独自に役職手当（サブマネージャー以上）や通勤手当、家族手当、育児手当、住宅補助（月額 1 万円まで。本人が契約する賃貸物件に限る）等を支給している。また、各種保険制度に加えて、スタッフのモチベーションアップに向け、引越し費用（最大 10 万円）の負担や出産祝い金制度（男性スタッフも対象）、自社商品を割安で購入することができる社員割引制度等を設けており、福利厚生の継続的な改善に取り組んでいる。

■ 情報セキュリティへの取り組み

- 顧客情報保護の取り組み

KUOE では社内で行き扱う資料やデータの処理について、不要となった紙資料はシュレッダーによる裁断処理を徹底し、電子データについても必要に応じてアクセス可能なスタッフを限定したうえで適切に管理している。顧客情報を大量に保有するため、セキュリティ確保のため 2 段階パスワードを設定するとともに、外部からの不正アクセスに備えて定期的にスタッフへ注意喚起を行い、社内を使用するパソコンやタブレットといった電子端末には専用のウイルス対策ソフトをインストールするなど、情報漏洩防止に向けた取組みを継続的に行っている。

同社の顧客は欧米を中心にグローバルに跨っており、越境 EC 事業者として欧州連合 (EU) 域内や米国カリフォルニア州に居住する顧客情報も取り扱うため、当該顧客情報について EU 一般データ保護規則 (GDPR) および米国カリフォルニア州消費者プライバシー法 (CCPA) におおむね準拠した対応がなされていることを確認した。

また、同社では個人情報の取扱いを定めたプライバシーポリシーを設定・運用しているところ、更なる事業

展開・拡大にあたっては顧客からの更なる信頼性向上に不可欠であるとの認識のもと、2029 年 1 月期までに個人情報適切な管理体制を整備している事業者に対して一般財団法人日本情報経済社会推進協会が付与する「プライバシーマーク(通称:P マーク)」を取得することとしている。

■ BCP への取り組み

KUOE では事業継続計画(BCP)を明文化していないものの、自社でウオッチを製作するにあたって必要な原材料を確保するべく供給先の確保・分散化に努めてきた。これまでに供給困難となった事例はないものの、安全かつ安定的な原材料の調達に向けて今後ともサプライヤーとは密に連携していく予定である。

■ 社会貢献の取り組み

● 地域の SDGs 推進への取り組み

一般的にウオッチメーカーは雇用が不安定で低賃金とされているところ、KUOE では近隣県の時計専門学校を卒業したウオッチメーカーを専属の正規スタッフとして積極的に採用し、地域社会で安定的な雇用を創出している。

(2)社会経済面での活動

■ 事業を通じた経済貢献の取り組み

KUOE は京都の伝統産業が縮小していく中で、地元企業と積極的にコラボレーション(共創)することで漆や箔といった各種素材を時計の文字盤に活用(SOMBRERO 90-011/漆-Limited Edition(※)、【右写真】)したり、店舗の内装に竹材の採用を検討したりすることで本社を構える京都の産業を守り、伝統産業の美しさを世界に発信していくことで、地域産業活性化の一助を担っている。同社では今後も地域産業を振興することとともに京都発のマイクロブランドを世界へ積極的にアピールするべく、2029 年 1 月期までに地元中小企業とのコラボレーション(商品である時計にとどまらず、実店舗の設えやキャンペーン等を同社と共同で作業や創作を行うことをいう)を 3 件企画・実施することとしている。



(出典:KUOE のホームページ)

※ 京都・宇治の漆職人が 1 枚 1 枚手塗りで製造した特別な漆文字盤を採用した表参道店オープンを記念して発売された限定モデル「刷毛(Hake)」・「罫(Hibi)」(現在は取扱終了)。

(3)自然環境面での活動

■ 環境負荷軽減への取り組み

- 省エネルギーへの取り組み

KUOE は現時点で具体的な二酸化炭素(CO₂)排出量削減の数値目標は策定していないが、事業活動における環境負荷の低減を目的として、本社や実店舗における一部電灯の LED への切り替えにはじまり、スタッフにおけるクールビズやウォームビズの実施や節電、商品の送付に当たって CO₂ 排出量を直接削減(インセット)できる輸送サービス(独 DHL 社の「Go Green Plus」)を利用している。同社では業界動向や社会的要請を踏まえ、2028 年 1 月期までに、自社の CO₂排出量の定量的評価(スコープ 1・2 の算定)を開始のうえ、2029 年 1 月期までに、本社で使用する電力の 10%を再生可能エネルギー由来のものに切り替えていく方針である。

- 水、大気、土壌、生態系への影響

KUOE では、省エネの観点から本社・実店舗での節水を周知・徹底している。また、ウォッチ製作に当たって大気汚染や土壌汚染等に繋がる化学物質は使用していないものの、漏洩すると環境汚染のあるものについては使用者をウォッチメーカーに限定し、使用場所を限定(自社工房)のうえ、油漏れや汚水漏れがないように置き場所を指定するなどの対策をとっている。

- 廃棄物削減、資源循環への取り組み

KUOE から出るごみは事務所で使用する紙、商品出荷時の段ボールや緩衝材の端材が主であり、いわゆる事業系産業廃棄物は排出していない。同社ではリサイクルし易いように資材や資源の分別を徹底し、事務所においてもペーパーレスの観点から業務の DX 化に取り組み、紙やプラスチックの使用削減に努めるなど、日常的に廃棄物削減への高い環境意識をもって取り組んでいる。業務で出たステンレスやスプレー缶は専門のリサイクル業者へ回収・処分を依頼している。ウォッチ購入後のアフターケアについても、全てのウォッチについて不具合に係る保証期間を設けている(但し、付属のベルトは対象外)ことに加えて、メンテナンスや修理などのサポートも同社で行っており、永く使い続けられるクラシックウォッチメーカーを実践している。併せて、同社では自社の商品を海外に発送するにあたってエコ対応に優れている業者を優先して活用するなど、廃棄物の削減および循環型社会の推進に向けた取組みを進めている。

3. インパクトの特定

(1) UNEP FI のインパクト分析ツールおよび個別要因を踏まえたインパクトエリア/トピックの特定

KUOE が行う事業活動について UNEP FI のインパクト分析ツールを用いて分析を行い、同社事業について「時計製造業 (ISIC: 2652)」、「その他専門店における新品商品の小売販売業 (ISIC: 4773)」、「通信販売会社またはインターネットによる小売販売業 (ISIC: 4791)」を適用し、ポジティブ・インパクトおよびネガティブ・インパクトについて抽出した。

また、上記のインパクト分析に加えて、同社のホームページ、同社からの資料提供および同社へのヒアリング等からグループ会社含めたサステナビリティに関する取り組みを分析するとともに、地域特性や業界・市場動向等の個別要因を勘案し、以下のとおりインパクトエリア/トピックを追加、削除した。

【追加・削除したインパクトエリア/トピックとその理由】

	インパクトエリア/トピック	PI/NI	理由
追加	民族・人種平等	NI	同社はダイバーシティ経営を推進するべく 2026 年 5 月時点で外国人スタッフを 18 名採用し、他の日本人スタッフと同様に公平な対応・評価がなされており、今後も訪日外国人観光客需要の高まりに合わせて柔軟に採用していく方針を確認したため
	その他の社会的弱者	NI	同社では 2026 年 4 月時点で障がい者のスタッフを 1 名雇用しており、今後も政府が求める障がい者雇用率を達成・維持することとしているため
削除	現代奴隷	NI	同社の現場におけるスタッフの強制労働や人権侵害がないため
	児童労働	NI	同社はスタッフに未成年を雇用していないため
	賃金	NI	同社の賃金水準は同業他社・同業規模他社と比較して高水準にあり、かつ不規則な収入となっていないため
	零細・中小企業の繁栄	NI	腕時計の電子商取引(EC)は他の零細・中小企業の発展を阻害するものではないため
	水域	NI	同社の事業活動に起因する水質汚濁や枯渇、大気汚染は発生していないため
	大気		

(2)特定されたインパクトエリア/トピックとサステナビリティ活動の関連性

UNEP FI のインパクト分析ツールを用いた分析および個別要因を加味したインパクトエリア/トピックの特定を通じて、インパクトエリア/トピックとサステナビリティ活動の関連性は以下のとおりとなった。

インパクト カテゴリー	インパクトエリア/トピック	インパクト分析		個別要因加味後	
		PI	NI	PI	NI
社会	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		●		●
	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				
	雇用	●		●	
	賃金	●	●	●	
	社会的保護		●		●
	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				●
社会経済	法の支配				
	市民的自由				
	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				
自然環境	気候の安定性		●		●
	水域		●		
	大気		●		
	土壌				
	生物種				
	生息地				
	資源強度		●		●
	廃棄物		●		●

【サステナビリティ活動とインパクトエリア/トピックの関連】

サステナビリティ活動	インパクトエリア/トピック	関連するSDGs 項目
・情報セキュリティへの取り組み	NI:「データプライバシー」	
・働き方改革、ワークライフバランス推進の取り組み、健康経営への取り組み、労働安全の取り組み	NI:「健康および安全性」	 
・DE&I 推進の取り組み	PI/NI:「雇用」 NI:「社会的保護」「民族・人種平等」「その他の社会的弱者」	  
・スタッフの処遇改善への取り組み	PI:「賃金」	
・事業を通じた経済貢献の取り組み	PI:「零細・中小企業の繁栄」	
・環境負荷軽減への取り組み	PI/NI:「気候の安定性」「資源強度」 NI:「廃棄物」	 

4. KPI の設定

KUOE と京都中央信用金庫は、ポジティブインパクトファイナンスにおける KPI(重要な管理指標)について以下のとおり設定した。

(1)社会面

インパクトエリア/トピック	データプライバシー(NI)
取り組み内容	情報セキュリティ体制の構築・運用 個人情報保護の推進
設定した KPI	・2029 年 1 月期までに個人情報の適切な管理体制を整備している事業者に対して一般財団法人日本情報経済社会推進協会が付与する「プライバシーマーク(通称:P マーク)」を取得する
関連する SDGs ターゲット	ターゲット 16.10 国内法規及び国際協定に従い、情報への公共アクセスを確保し、基本的自由を保障する。 

インパクトエリア/トピック	健康および安全性(NI)
取り組み内容	ワークライフバランスの推進
設定した KPI	・2029 年 1 月期までに 2026 年 1 月期比でスタッフ一人当たりの月平均残業時間を 2 割減とし、同平均有給休暇取得率 90%以上を維持する
関連する SDGs ターゲット	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。 

インパクトエリア/トピック	雇用(PI)、社会的保護(NI)、その他の社会的弱者(NI)
取り組み内容	職場における DE&I 推進の取り組み 新規雇用を通じた事業の拡大
設定した KPI	・実店舗の出店増に伴い、売上高を 2026 年 1 月期の 2,806 百万円から 2029 年 1 月期までに 6,000 百万円へと増加させるとともに、総スタッフ数を 2026 年 5 月末時点の 56 名から 2029 年 1 月期までに 80 名へと増加する ・今後も政府が定める障がい者雇用率を達成・維持する
関連する SDGs ターゲット	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女性と男性にとって、完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい仕事(ディーセント・ワーク)を実現し、同一労働同一賃金を達成する。 

(2)社会経済面

インパクトエリア/トピック	零細・中小企業の繁栄 (PI)
取り組み内容	地元事業者との「共創」を通じた地域経済の活性化
設定した KPI	・2029 年 1 月期までに地元中小企業とのコラボレーション(商品である時計にとどまらず、実店舗の設えやキャンペーン等を同社と共同で作業や創作を行うことをいう)を 3 件企画・実施する
関連する SDGs ターゲット	ターゲット 8.3 生産的な活動、働きがいのある人間らしい職の創出、起業家精神、創造性やイノベーションを支援する開発重視型の政策を推進し、金融サービスの利用などを通じて中小零細企業の設立や成長を促す。 

(3)自然環境面

インパクトエリア/トピック	気候の安定性 (NI)
取り組み内容	CO ₂ 排出量の把握および削減に向けた対策
設定した KPI	・2028 年 1 月期までに、自社の CO ₂ 排出量の定量的評価(スコープ 1・2 の算定)を開始する ・2029 年 1 月期までに、本社で使用する電力の 10%を再生可能エネルギー由来のものに切り替える
関連する SDGs ターゲット	ターゲット 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。  ターゲット 13.1 全ての国々において、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。  ターゲット 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。

以下の各項目についてはインパクトを特定しているが、それぞれに十分な取り組みを行っているため KPI を設定しない。

インパクト	KPI を設定しない理由
賃金 (PI)	KUOE では業界水準を上回る賃金を支給しており、今後も社会情勢や物価動向(インフレーション)に合わせて引続き業界水準を上回る水準で賃上げを実施していく方針であることから、KPI は設定しない。

インパクト	KPIを設定しない理由
民族・人種平等(NI)	KUOE では 2026 年 5 月時点で外国人スタッフを 18 名採用し、他の日本人スタッフと同様に公平な対応・評価がなされており、性別や門地のみならず民族や人種を含めて十分に組織のダイバーシティを尊重していることから、KPI は設定しない。
資源強度(NI)	KUOE では事業活動において大量のエネルギーや水を使用していないことから、KPI は設定しない。
廃棄物(NI)	KUOE で排出するごみはリサイクルし易いように資材や資源の分別を徹底し、事務所においてもペーパーレスの観点から紙やプラスチックの削減に努めるなど、日常的に廃棄物削減への環境意識を高く持って十分にに取り組んでおり、引続きその取組みを継続していくことから、KPI は設定しない。

5. 管理体制およびモニタリング

(1)サステナビリティ管理体制

KUOE が本ファイナンスに取り組むにあたり、CEO/代表取締役の内村 健二氏が最高責任者となり、製造チーム ソブザック 紫織氏および製造チームを中心として自社の事業活動とインパクトレーダーやSDGsとの関連性について検討したうえで KPI を設定した。

本ファイナンスの実行後も、以下の管理体制に基づき KPI の進捗管理を行うとともに、全従業員が一丸となって KPI 達成に向けた活動を行っていく。

最高責任者	CEO/代表取締役 内村 健二氏
管理責任者	製造チーム ソブザック 紫織氏
担当部署	製造チーム

(2)京都中央信用金庫によるモニタリング

本ファイナンスで設定した KPI の達成および進捗状況については、KUOE と京都中央信用金庫が定期的に会合の場を設けて情報共有する。情報共有については少なくとも年に 1 回実施するほか、日ごろの情報交換や営業活動を通じて実施する。

京都中央信用金庫は、KPI の達成に必要な資金およびその他ノウハウの提供、あるいは京都中央信用金庫が持つネットワークから外部の資源とマッチングすることで KPI の達成をサポートする。事業環境の変化等により当初設定した KPI を見直す必要がある場合は、同社と協議して再設定を検討する。

本評価書に関する重要な説明

1. 本評価書は、京都中央信用金庫が KUOE から依頼を受けて実施したものです。
2. 京都中央信用金庫は、KUOE から供与された情報と、京都中央信用金庫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。
3. 本評価を実施するにあたっては、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」および「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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＞

京都中央信用金庫

総合企画部 担当 尾野光

京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町 91

TEL 075-223-8385



第三者意見書

2026 年 8 月 14 日

株式会社 日本格付研究所

評価対象：

株式会社 KUOE GLOBAL に対するポジティブ・インパクト・ファイナンス

貸付人：京都中央信用金庫

評価者：京都中央信用金庫

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・インパクト金融原則」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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、京都中央信用金庫が株式会社 KUOE GLOBAL（「KUOE GLOBAL」）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、京都中央信用金庫による分析・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「ポジティブ・インパクト金融原則」及び「資金用途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」（モデル・フレームワーク）に適合していること、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、持続可能な開発目標（SDGs）の目標達成に向けた企業活動を、金融機関等が審査・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。

ポジティブ・インパクト金融原則は、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こと、なおかつ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。京都中央信用金庫は、中小企業向けの PIF の実施体制整備に際し、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、京都中央信用金庫にそれを提示している。なお、京都中央信用金庫は、本ファイナンス実施に際し、中小企業の定義を、ポジティブ・インパクト金融原則等で参照している IFC（国際金融公社）の定義に加え、中小企業基本法の定義する中小企業、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ポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークとの適合性を確認した。

- ① SDGs の三要素のうちの経済、ポジティブ・インパクト金融原則で参照するインパクトエリア/トピックにおける社会経済に関連するインパクト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約 99.7%を占めるにもかかわらず、付加価値額では約 56.0%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. ポジティブ・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークへの適合に係る意見

ポジティブ・インパクト金融原則 1 定義

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こと、なおかつ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。

京都中央信用金庫は、本ファイナンスを通じ、KUOE GLOBAL の持ちうるインパクトを、UNEP FI の定めるインパクトエリア/トピック及び 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、KUOE GLOBAL がポジティブな成果を発現するインパクトエリア/トピックを有し、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。

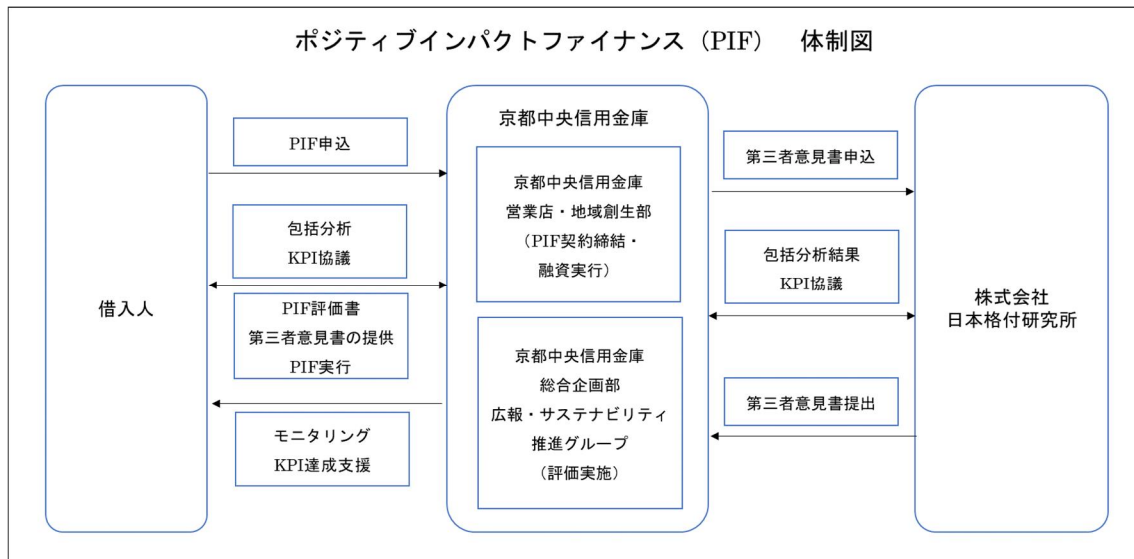
ポジティブ・インパクト金融原則 2 フレームワーク

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、京都中央信用金庫が 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 令和 3 年経済センサス・活動調査。中小企業の区分は、中小企業基本法及び中小企業関連法令において中小企業または小規模企業として扱われる企業の定義を参考に算出。業種によって異なり、製造業の場合は資本金 3 億円以下または従業員 300 人以下、サービス業の場合は資本金 5,000 万円以下または従業員 100 人以下などとなっている。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) 京都中央信用金庫は、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：京都中央信用金庫提供資料)

(2) 実施プロセスについて、京都中央信用金庫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、京都中央信用金庫内部の専門部署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。

ポジティブ・インパクト金融原則 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

ポジティブ・インパクト金融原則 3 で求められる情報は、全て京都中央信用金庫が作成した評価書を通して京都中央信用金庫及び一般に開示される予定であることを確認した。

ポジティブ・インパクト金融原則 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、京都中央信用金庫が、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 KUOE GLOBAL から貸付人・評価者である京都中央信用金庫に対して開示がなされることとし、可能な範囲で对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・インパクト金融原則及びモデル・フレームワークに適合している。

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

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当主任アナリスト

菊池 理恵子

菊池 理恵子

担当アナリスト

佐藤 大介

佐藤 大介

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・インパクト金融原則」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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、ポジティブ・インパクト・ファイナンス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。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」

「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」

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行為との関係

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行為とは異なります。

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

本ポジティブ・インパクト・ファイナンス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

本文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、当該情報は、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りや不正確性が存在する可能性があります。したがって、JCR は、明示的であると黙示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果的正確性、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ありません。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、損害、付随的損害、派生的損害、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他の責任原因評価の対象であるポジティブ・インパクト・ファイナンスに関する見聞可能なリスク（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しません。本文書に係る一切の権利は、JCR が保有しています。本文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、依頼者の求めに応じ、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」及び「資金使途を限定しない事業会社向け金融商品のモデル・フレームワーク」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 (気候債券イニシアティブ認定検証機関)

■その他、信用格付業者としての登録状況等

- ・信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号
- ・EU Certified Credit Rating Agency
- ・NRSRO：JCR は、米国証券取引委員会の定める NRSRO (Nationally Recognized Statistical Rating Organization) の5つの信用格付クラスのうち、以下の4クラスに登録しています。(1)金融機関、ブローカー・ディーラー、(2)保険会社、(3)一般事業法人、(4)政府・地方自治体、米国証券取引委員会規則17g-7(a)項に基づく開示の対象となる場合、当該開示はJCRのホームページ (<http://www.jcr.co.jp/en/>) に掲載されるニュースリリースに添付しています。

■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