

# News Letter

ニュースレター



2022年5月31日



## 「めいぎん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 ～お客さまのサステナブル経営をサポート～

名古屋銀行（頭取 藤原 一朗）は、株式会社ブライト（代表取締役 尾崎 浩一郎）と「めいぎんポジティブインパクトファイナンス」（以下、「本商品」）の契約を締結いたしましたのでお知らせします。

当行は、今後もグループ一体となり、銀行の既存のビジネスモデルに捉われない持続可能な収益機会の創出及び付加価値の高いサービスを提供し、さまざまなお客さまの経営課題解決を通じて地域社会とともに未来を創造してまいります。

### 記

1. 契約締結日 2022年5月31日（火）
2. 融資金額 50百万円
3. 融資期間 3年
4. 資金用途 事業資金
5. PIF 評価書 添付資料をご参照ください

※株式会社格付投資情報センター（R&I）のセカンドオピニオンは、下記 URL をご参照ください。

[https://www.ri.co.jp/news\\_release\\_suf/2022/05/news\\_release\\_suf\\_20220531\\_jpn\\_01.pdf](https://www.ri.co.jp/news_release_suf/2022/05/news_release_suf_20220531_jpn_01.pdf)

### 6. 株式会社ブライトの概要

代 表 者	尾崎 浩一郎
本社所在地	愛知県名古屋市港区小碓四丁目 340
業 種	その他小売業
設立年月日	2007年12月17日

### < 記念盾贈呈式の様子 >



左より 株式会社名古屋銀行 常務取締役 南出 政雄  
株式会社ブライト 代表取締役 尾崎 浩一郎 氏  
株式会社名古屋銀行 港エリア エリア長 兼 港支店長 金森 保憲

※写真撮影時のみマスクを外しております。

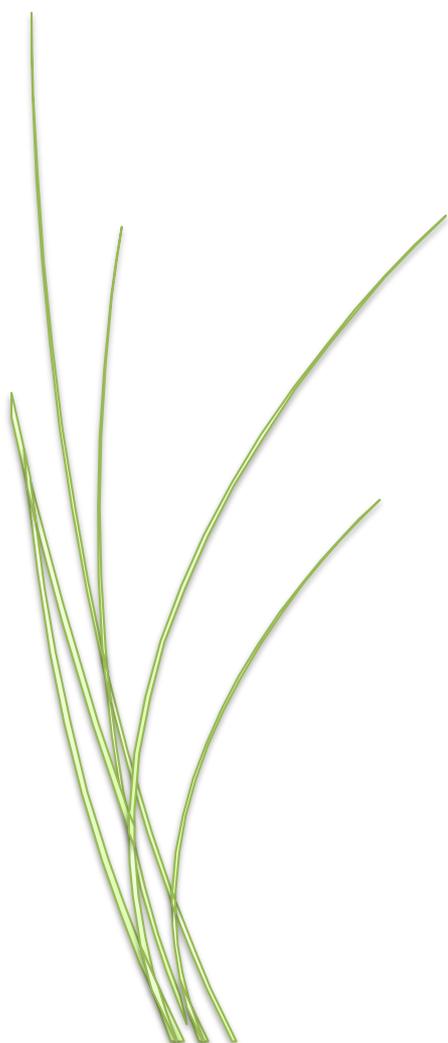
参考：「めいぎんポジティブインパクトファイナンス」の取り扱い開始について

[https://www.meigin.com/release/files/20220111meigin\\_PIF.pdf](https://www.meigin.com/release/files/20220111meigin_PIF.pdf)

以 上

# ポジティブインパクトファイナンス評価書

## ～株式会社ブライト～



2022年5月31日  
株式会社名古屋銀行  
法人営業部 法人コンサルティンググループ

## はじめに

株式会社名古屋銀行は、株式会社ブライトに対し、めいぎんポジティブインパクトファイナンス（以下、めいぎん PIF）を実行した。

本件取組にあたって、株式会社名古屋銀行は国連環境計画金融イニシアティブ（以下、UNEP FI という。）が策定した「ポジティブインパクト金融原則」及び、環境省が策定した「インパクトファイナンスの基本的考え方」に則り、株式会社ブライトの企業活動における包括的なインパクトを分析し、充実したサステナビリティ経営に向けた KPI を設定した。

## 借入人概要

借入企業	株式会社ブライト
所在地	愛知県名古屋市港区小碓四丁目 340 番地
従業員（役員含む）	18 人
売上高	7,961 百万円
事業内容	その他小売業

## 融資条件概要

融資形態	証書貸付
融資金額	50,000,000 円
資金使途	運転資金
融資・モニタリング期間	3 年

## 目次

1. 企業情報	3
①企業概要	
②沿革	
③事業概要	
④経営理念	
2. 事業内容	7
①ジャパンプランド推進事業（酒類販売事業、加工用食材及び製品販売事業）	
②EC事業（家電・家庭用電子機器販売事業）	
3. その他の活動	9
①SDGs宣言	
②CSR活動	
4. インパクトの特定	11
①インパクトマッピングによるインパクト分布	
②インパクト分布図	
③国内のインパクトニーズ	
④海外のインパクトニーズ	
5. 測定するKPI	21
①ポジティブインパクトの拡大	
②ネガティブインパクトの縮小	
6. インパクト管理体制	23
7. モニタリング方法	23
8. 総括	23

## 1. 企業情報

### ①会社概要

会社名	株式会社ブライト
創立年月	2007年12月
資本金	5,000,000円
代表	代表取締役 尾崎 浩一郎
本社	愛知県名古屋市港区小碓四丁目340番地
九州営業所	福岡県福岡市博多区吉塚三丁目4番3号
海外拠点	中国(合弁会社) 日本酒博物館 北京東方金融中心店、北京金宝汇店、深圳辉盛阁公寓店 (法人名/舒尔飲食文化(深圳)有限公司)
従業員数(役員含む)	18名
決算日	9月30日
所属・関係団体	品楽/PINOR(中国ソムリエアカデミー運営) 名古屋商工会議所 名古屋市法人会
許可・免許等	古物商許可証 福岡県公安委員会/第901021410093号 商標登録 SMART1/第5853677号 管理医療機器販売業 酒類販売業 旅行サービス手配業 魚介類販売業(包装済のみ販売) 食肉販売業(包装済のみ販売) beyond2020 プログラム認証 ※定められた研修・届出について受講、修了、届出済であり、承認済

## ②沿革

年月	概要
2007年12月	株式会社ブライト設立
2012年2月	九州営業所（福岡）開設
2018年4月	「管理医療機器販売」届出
2018年5月	「旅行サービス手配業」届出
2018年7月	「酒類販売業免許」取得
2019年4月 （～2022年3月）	「酒類販売業免許の条件緩和通知書」受領、「輸出酒類卸売業免許」、「一般酒類小売業免許」取得
2019年6月 （～2022年3月）	「Japan.Cool Japan」ロゴ使用承認
2020年1月	beyond2020 プログラム認証取得
2020年6月	日本産食材サポーター店認定
2021年1月	日本酒博物館開業
2022年4月	「魚介類販売業（包装済のみ販売）」、「食肉販売業（包装済のみ販売）」届出

### ③事業概要

株式会社ブライトは主にジャパンプランド推進事業、EC事業、経営戦略事業の3事業を展開している。特にジャパンプランド推進事業、EC事業を通じて日本ブランド（主に飲食料品）の世界進出、日本文化・伝統の継承・拡大を目指している。

#### ジャパンプランド推進事業（酒類販売事業、加工用食材及び製品販売事業）

日本産酒類を中心に日本産飲食料品の輸出、海外展開のサポートを実施。情報発信拠点として、「日本酒博物館」を中国国内3箇所で展開、様々な日本企業や自治体と共同で文化の継承と拡大に努めている。また、世界各国において食文化のイベントにパビリオンを設置し、現地の人々や小売店向けに商品紹介を行っている。

加工用食材及び製品販売事業も国内・海外展開に注力しており、ビーガンフードや日本産食品、日本の匠や伝統文化を継承した産品などの商品ラインナップも今後増加させ、酒類販売事業とのシナジーによるブランド展開を目論んでいる。



## ジャパンプランド推進事業

日本酒類をはじめとするジャパンプランドの輸出ならびに海外展開サポートを行っています。

【合併会社 / 深圳舒尔酒道実業有限公司】  
日本文化の情報発信拠点として「日本酒博物館」を中国各地で展開しております。

【提携先】  
品樂 / PINOR(中国ソムリエアカデミー運営)、深圳舒尔飲食文化有限公司と共に、日本酒を始め、日本製の優れた産品を中国はじめ海外に輸出販売すると共に、展示会やプロモーション活動を開催する等、海外との文化交流に努めています。



貿易事業
海外展開サポート
訪日インバウンド
ジャパンプランド推進事業

#### EC事業（家電・家庭用電子機器販売事業）

主に家電・電子機器のインターネット店舗を通じた卸売・小売事業を展開。自社のインターネット店舗である SMART1 ( SMART1 ) にて商標登録を取得、楽天、amazon 等大手通販サイトへの出店を実施。大手家電メーカーから仕入れ、一般顧客への販売を主に、コロナ禍における生活様式の変容に伴う顧客ニーズに対応している。

## 🛒 EC 事業

ネットショップを通じて良質な製品・商品を皆さまにご提供いたします。

**[ SMART1<sup>®</sup> -SHOP ]** SMART1は株式会社ブライトの商標です。


ヤフーショッピング
カカドットコム
amazon
楽天市場

#### ④経営理念

株式会社ブライトは  
近江商人の心得である「商売の十訓」「三方よし」を社是として  
創業いたしました。

一般事業法人である当社は  
自己の利益や自己の事業永続性に囚われることなく  
企業が本来果たすべき社会的責任(CSR)を担うのは当然のこと  
共有価値の創造(CSV)を全うし、  
課題解決実現企業へと発展するべく  
当社をご利用・ご活用いただく  
すべての方々に信頼・信用されるよう  
社員一同「至誠通天」日々、精進して参ります

株式会社ブライト 尾崎 浩一郎  
代表取締役

上記は当社HPより抜粋した。当社の社是は自社の商取引を通じて顧客の生活水準を高め、ニーズに合わせた商品を提供することに加え、CSR、CSVに精進することを掲げている。この考え方はSDGs、「ポジティブインパクト金融原則」及び、環境省が策定した「インパクトファイナンスの基本的考え方」を基にした当行フレームワークに整合的である。

## 2. 事業内容

### ① ジャパンブランド推進事業（酒類販売事業、加工用食材及び製品販売事業）

ジャパンブランド推進事業において、当社は中国に3か所の拠点（日本酒博物館）を設置している。日本酒博物館は北京に「北京東方金融中心店」「北京金宝汇店」、深圳に「深圳福田店（深圳辉盛阁公寓店）」を構え、在中華人民共和国日本国大使館の日本を紹介する際の会場として使用されると共に、同大使館の日本国紹介SNSでも紹介されている。また、各種イベントや現地のテレビや映画撮影にも使用される等、積極的な日本文化浸透を試みている。



日本酒博物館 北京東方金融中心店

中国における事業活動は上記3店舗以外にも各地でのイベントに参加している。イベントでは日本産酒類の販売・試飲ブースに加え、愛知県産の食品も紹介し、地元食材の普及に尽力している。

また、欧州における食文化イベントにも積極的な参加をし、当社で取り扱う日本産酒類商品、特に伝統を重視した酒蔵で製造された歴史の深い商品を中心に販売を展開している。



世界各地でのイベントの様子

販売する日本産酒類は、安価なものでも1,000円程度、高いものは10,000円以上のものがあり、嗜好性の高い商品をラインナップしている。販売先は日本料理店やレストラン等が多く、海外の催事においても唎酒師（ききざけし）やソムリエが紹介している為、ターゲット層は安価さを求める顧客ではない。

海外への商品販売に留まらず国境を越えた文化交流や食文化の伝承、拡大に大きな役割を担っている。酒類販売事業の拡大は、地元愛知県と国内・国外の人、企業、商品、文化の交流が拡大することを意味

しており、当社の社是、方針と合致しており今後も注力していく事業である。

加工用食材及び製品販売事業においては、日本各地の特産品を食生活の多様性に対応させ、日本産食品の更なる可能性を国内・海外へ広げること目的としている。特にSDGsの観点から、食文化や生態系に関する多様な考え方が生まれる中で「誰一人として取り残されない健康な食生活」を、ビーガンフードの取扱拡大によってサポートしたいと考えている。

日本産食品を加工した商品の主な販売先は、各種食品製造事業者や飲食事業者向けとし、製品として加工用食品として販売し、日本産であることの安全、安心を幅広い顧客に提供する。

今後はビーガンフードの拡大に加え、日本の農業、漁業、畜産業の生産品も今後商品ラインナップする予定である。



ビーガンフード商品・調理例

## ②EC事業（家電・家庭用電子機器販売事業）

EC事業は家電・家庭用電子機器を中心に扱う。コロナ禍での巣ごもり需要や生活習慣の変化に対応した商品をラインナップしている。

商品の配送は大型商品以外は自社の配送車で対応しており、配送ルートの特効率化にも注力する。

EC事業による家電・家庭用電子機器販売は当社創業時からの事業であり、前述の社是のもと、卸売りを通じて様々な季節的要因・商流を把握することに努めてきた。その上で、メーカーや小売店、一般顧客のニーズをいち早く掴み、ビジネスに反映させられることを重要視した。その結果、人材の登用やメーカーとのコネクションを獲得することに成功し、ビジネス拡大の大きな要因となった背景がある。EC事業は当社の描く「日本文化・伝統を世界へ」というイメージとも相互性があり、今後も事業の底支え・根幹を担うものである。

PC・デジカメ・家電・オフィス用品など

**総アイテム数30000点以上！**

スマートワンは創業7年、卸売を行っている会社です。  
日本全国から厳選した商品を業務価格で一般の方でも  
購入頂けるようになりました。



**SMART1** の通販サイト

### 3. その他の活動

#### ①SDGs宣言

株式会社ブライスはSDGs達成へ向けた方針を「SDGs宣言」として下記のように定めている。

## 株式会社ブライト SDGs宣言

当社は国連が提唱する「持続可能な開発目標(SDGs)」に賛同し、SDGsの達成に向けた取組みを行っていく事を宣言します。

2020年12月15日

株式会社ブライト 代表取締役 尾崎 浩一郎

### — SDGsの達成に向けた取組み —

#### 従業員を大切に

全従業員が働きやすく・レベルアップできる環境を整備していくとともに、全従業員の幸福実現のために事業発展に取組んでまいります。

《具体的な取組み:時差勤務制度の導入、定時退社推奨、業務勉強会の定例実施》



#### 誰でもチャレンジできる社会を

多種多様な人材が活躍できる会社をつくっていくとともに次世代を担う人材の育成支援にも努めてまいります。

《具体的な取組み:人種、年齢等を問わない採用、若手の積極的な管理職登用、若手アーティストの活躍支援》



#### 環境に配慮を

事業活動において環境に優しい社会を目指して環境対策を積極的に行なってまいります。

《具体的な取組み:店舗でのフードロス削減を実施、再生可能な資源の使用、エコドライブの実施》



#### 日本の文化を世界に届け、世界の幸せを

日本文化を海外に発信し続けていく中で世界全体の幸せの実現に貢献してまいります。

《具体的な取組み:ジャパンプランド(日本酒類等)、ジャパnEnterテイメントの発信、食のバリアフリー化の実現》



当社の事業と相関性のある日本文化の拡大に加え、従業員の多様性や環境への配慮を柱として、具体的な指針を公表している。今般のめいぎんポジティブインパクトファイナンスについても、インパクト分析を踏まえ、SDGs宣言と共通した分野でのKPIを設定する。

#### ②CSR活動

当社は資金調達の際に寄贈型私募債を発行し、名古屋市のこども支援に寄贈を実施している。加えて、コロナ禍で疲弊する自治体に対し、マスク寄贈を実施している。

※マスク寄贈先、実績(時系列順)

福岡県: ディスポーザブルマスク 10,000枚

名古屋市（児童福祉施設等）：10,000 枚

名古屋市港区：10,000 枚

名古屋交通労働局：15,000 枚

愛知県：30,000 枚

山口県：30,000 枚

熊本市：21,000 枚

鹿児島市：21,000 枚

その他の団体：104,200 枚

日本産酒類関係機関等：16,200 枚

当社は今後も、社是・企業方針のもとで上記の社会貢献活動を実施していく方針である。

#### 4. インパクトの特定

##### ①インパクトマッピングによるインパクト分布

名古屋銀行は事業性評価におけるビジネスモデル（非開示）により株式会社ブライトの主要、関連業種を特定し、UNEP FI が推奨するインパクトマッピングからポジティブインパクト及びネガティブインパクトの分布を調査した。株式会社ブライトの業種カテゴリは複数に渡る為、分布図は主要業種の掲載に限定する。

分布図中の「★★」は重要な影響があるカテゴリ、「★」は影響があるカテゴリを示す。株式会社ブライトの事業活動については「★★」「★」の影響をすべて検討する。川上・川下の事業活動については株式会社ブライトが直接関与できないため次の事項を検討する。ポジティブ面では川上・川下の事業でポジティブな影響の促進やネガティブな影響の緩和に株式会社ブライトの事業が貢献できることがないか検討する。ネガティブ面では川上・川下の事業において重要な影響があるか影響が及ぶ地域での対応のニーズが強いカテゴリについて、取引関係の管理などを通じて緩和に貢献できるか検討する。

分析の対象となる事業活動がインパクトマッピングの業種分類に含まれる特定の事業の場合、当該事業とは無関係なインパクトカテゴリについては検討しない。

「雇用」に関しては多くの事業においてポジティブ・ネガティブの両面の影響がある。全社的な人事戦略・雇用管理などの横断的な対応について別途検討する。

②インパクト分布図（掲載は主要業種のみ）

- ・ジャパンブランド推進事業（加工用食材及び製品販売事業）

インパクトカテゴリ	川上の事業													
	【1050】 酪農製品製造業		【1062】 澱粉・澱粉製品製造業		【1072】 砂糖製造業		【1073】 ココア・チョコレート及び砂糖菓子製造業		【1074】 マカロニ、麺類、クスクス及び類似の穀粉製品製造業		【1075】 調理食品製造業		【1079】 他に分類されないその他の食料品製造業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）														
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														
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														

川上の企業におけるインパクトは上記の通りであり、食料、経済におけるポジティブと、環境におけるネガティブが散見される。当社の食品事業において、川上の企業への能動的なアクションは取扱商品の生産時における環境負荷を考慮することだと考えられる。当社は取扱う食品においてはビーガン食品をはじめとしたフードロスにも貢献度が高い為、取扱い商品について KPI を設定する。

インパクトカテゴリ	当社の事業									
	【4610】 手数料制または契約 制による卸売業		【4630】 食料品、飲料及びた ばこ卸売業		【4711】 食料品、飲料または たばこが主な非専門 店小売業		【4721】 専門店による食料品 小売業		【4791】 通信販売またはイン ターネットによる小 売業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）										
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										
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		★								★

食品販売における当社の事業においては上記の通りである。経済面でのネガティブインパクトは、「大規模多国籍企業による経済収束の阻害」であり、当社における事業でのネガティブインパクトには該当しない。また、健康・衛生面におけるネガティブインパクトは酒類、タバコによる健康被害である為、加工用食材及び製品販売事業でのネガティブインパクトには該当しない。

加工用食材及び製品販売事業ではビーガンフードを取り扱うことで食習慣の多様化に対応する。すべての人にとっての健康的な食生活の実現に寄与する取り組みである。また日本産食品の取扱拡大により、地産地消を目的とした国内でのブランド力向上を足掛かりとし、海外への展開も想定する。

商品の包装や輸送等に伴う環境面のネガティブな影響への配慮が必要となる。

KPI としてビーガンフードの売上や日本産食品の取扱品目数を設定する。

インパクトカテゴリ	川下の事業													
	【4711】 食品、飲料または たばこが主な非専門 店小売業		【4721】 専門店による食品 小売業		【4912】 貨物鉄道運送業		【4923】 道路貨物運送業		【5012】 海洋・沿海貨物海運 業		【5120】 航空貨物運送業		【5210】 倉庫・保管業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）														
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														
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														

川下の事業においては、主に小売店及び運送業、倉庫業が該当する。当社が取組可能な範囲としてはEC事業における小売業が該当する。前述の当社の加工用食材及び製品販売事業で大よそ網羅されており、食料、文化・伝統のポジティブインパクトを拡大するKPIを設定する。

また、運送業における環境面のネガティブインパクトにおいては、後述の酒類販売事業、家電・家庭用品販売事業においても同様の影響がある為、環境面のネガティブインパクト縮小を全事業共通のKPIとして設定する。

## ・ ジャパンブランド推進事業（酒類販売事業）

インパクトカテゴリ	川上の事業		当社の事業							
	【1101】 酒類の蒸留、精留及 び混合業		【4610】 手数料制または契約 制による卸売業		【4630】 食料品、飲料及びた ばこ卸売業		【4711】 食料品、飲料または たばこが主な非専門 店小売業		【4721】 専門店による食料品 小売業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）		★★								
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										
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				★						

酒類販売事業における川上、当社の事業は上記の通りである。健康・衛生におけるネガティブインパクトは酒類の製造・販売によるアルコール依存症の助長が健康面に害を及ぼす可能性を示している。

一方で、当社は日本産酒類の海外向け販売を通じ「文化・伝統」の面でポジティブな影響を与えることが可能である。ジャパンブランド推進事業と位置付け、海外の日本食レストランへの商品提供や催事でのプロモーション活動を行い、日本独自の食文化の発信に貢献する。また、消費者ニーズを踏まえた商品の提供を通じ、生産者と消費者を繋ぐことで経済活性化に寄与することが可能である。

上記のアルコール商品の販売に伴う健康面のネガティブな影響や、商品の包装・輸送等に係る環境面のネガティブな影響への配慮が必要となり、ネガティブ縮小のKPIを設定する。「経済収束」のカテゴリでは、大規模多国籍企業による経済収束の阻害がネガティブインパクトとされているが、当社の規模では該当しない。川下の事業は前述の加工用食材及び製品販売事業と重複する為省略する。

## ・家電・家庭用品販売事業

インパクトカテゴリ	川上の事業													
	【2610】 電子部品及び基盤製造業		【2620】 コンピュータ及び周辺装置製造業		【2630】 通信装置製造業		【2640】 家庭用電子機器製造業		【2740】 電気照明器具製造業		【4741】 専門店によるコンピュータ、周辺装置、ソフトウェア及び電気通信機器小売業		【4759】 専門店による家庭用電気製品、家具、照明器具及びその他の家庭用品小売業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）														
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														
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														

川上の事業は電化製品や電子機器の製造において居住、健康・衛生、情報にポジティブインパクトが見られる。当社はEC業務を通じてより良い生活水準を提供することを目的としており、取扱う商品についても品質や価格など適性なものをラインナップしていく。

ネガティブインパクトは環境面に多く見られ、プラスチックや希少金属を原料とした商品が多いことによる環境破壊が主な理由であるが、商品改良、商品開発といった能動的なアクションが困難であることを考慮し、取扱う商品において環境負荷の少ない商品をラインナップすることで環境破壊に配慮していく。

インパクトカテゴリ	当社の事業											
	【4610】 手数料制または契約 制による卸売業		【4649】 その他の家庭用品卸 売業		【4651】 コンピュータ、コン ピュータ周辺装置及びソ フトウェア卸売業		【4741】 専門店によるコンピュ ータ、周辺装置、ソフト ウェア及び電気通信機器 小売業		【4759】 専門店による家庭用電気製 品、家具、照明器具及びそ の他の家庭用品小売業		【4791】 通信販売またはイン ターネットによる小 売業	
	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
水（入手）												
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												
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		★										★

当社の家電・家庭用品販売事業においても川上の事業と同様のインパクト分布が見られる。家電・家庭用品の販売事業を通じて快適な住環境の整備に貢献することを主軸とし、コロナ禍における働き方や生活様式の変容に伴う消費者ニーズに対応し、足元では PC・スマートフォン関連製品を中心とした商品を提供していく。

#### ・インパクト分布のまとめ

主要業種の分析結果として「加工用食材及び製品販売事業」「酒類販売事業」に「文化・伝統」、「食料」のポジティブインパクトが期待できる。日本文化の発信・継承は当社が SDGs 宣言で掲げる重要方針であり、消費者ニーズを捉え対応する両事業は成長分野として位置付けられる。

これらを推進しつつ上記分布にある事業活動が及ぼすネガティブな影響への配慮が必要である。全社横断的には労務慣行においてネガティブな影響に配慮しつつ多様性や男女雇用機会均等といったポジティブな効果を狙った施策に加え、アルコール依存症対策にも注力していく。

上記を踏まえ KPI の設定を実施する。

尚、特に重要なインパクトカテゴリと対応するSDGsのゴールは、下記の通りである。

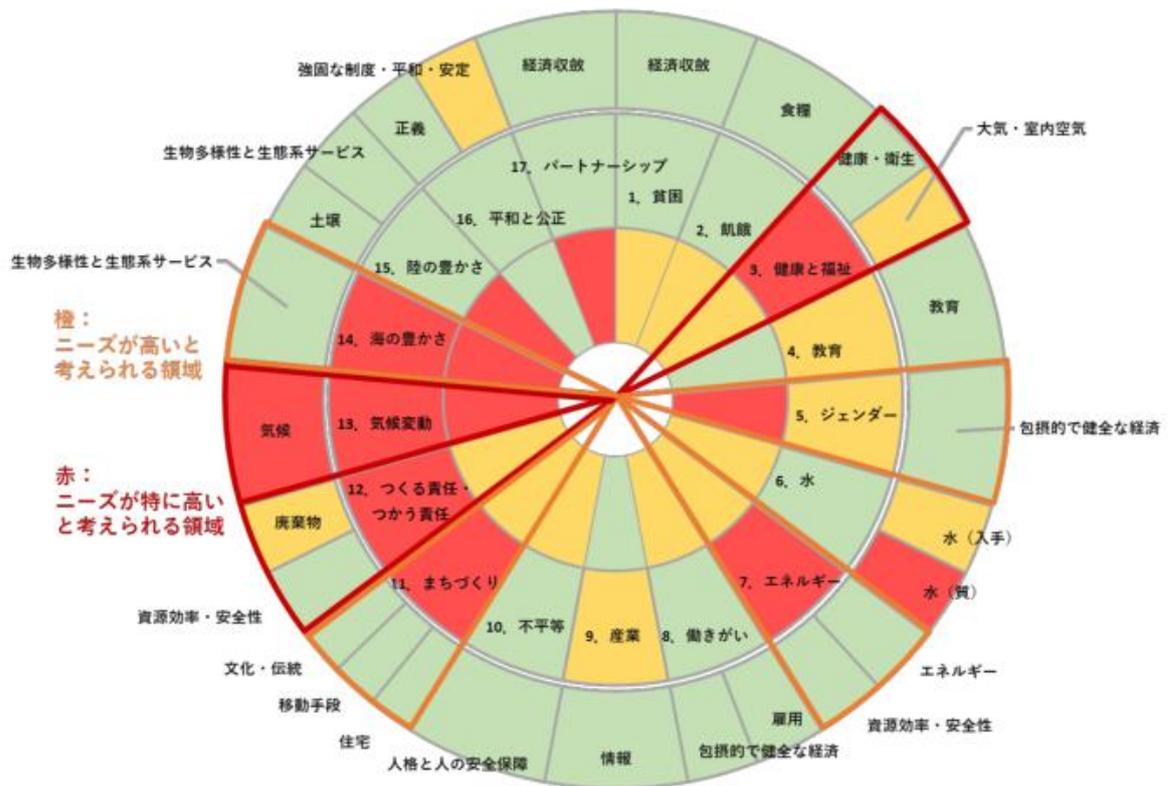
※対応するSDGsのゴール



### ③国内、県内のインパクトニーズ

環境省が策定した「インパクトファイナンスの基本的考え方」における国内のインパクトニーズは下記の図によって表される。特に取り組むべきSDGsを赤色、取り組むべきであるが不十分なSDGsを黄色、その他を緑色としているものである。

名古屋銀行が特定した株式会社ブライトのインパクトと対応するSDGsのゴール「1、3、8、9、10、11、12、13、15、17」に対して、全て赤色もしくは黄色のゴールに該当するものとなっており、国内のインパクトニーズとの整合的である。また、愛知県内における食品製造販売、食文化の拡大ニーズは大きく、地産商品の他県、海外展開は数多くみられる。



#### ④海外のインパクトニーズ

株式会社ブライトは主要な業種において海外との連携やビジネスパートナーを有するため、海外のインパクトニーズについても整合性を分析する。特に関連度の高い国は株式会社ブライトが日本酒博物館を手掛ける中国、パビリオン等の展示会を実施する国々である。下記に示したのは、上記国々のSDGsインデックス&ダッシュボード2021を参照したものである。緑で配色されたゴール以外は、色が薄い順に「課題がある」、「重要な課題がある」、「多大な課題がある」となっている。

特定したインパクトに対応するSDGsのゴールは、それぞれの国々においても重要度が高いことが確認出来る。

#### ※各国のインパクトニーズ



## Romania

Eastern Europe and Central Asia



OVERVIEW INDICATORS



### SDG Dashboards and Trends

Click on a goal to view more information.



Dashboards: ● SDG achieved ● Challenges remain ● Significant challenges remain ● Major challenges remain ● Information unavailable  
Trends: ↑ On track or maintaining SDG achievement ↗ Moderately improving → Stagnating ↓ Decreasing → Trend information unavailable

## India

East and South Asia



OVERVIEW INDICATORS POLICY EFFORTS



### SDG Dashboards and Trends

Click on a goal to view more information.



Dashboards: ● SDG achieved ● Challenges remain ● Significant challenges remain ● Major challenges remain ● Information unavailable  
Trends: ↑ On track or maintaining SDG achievement ↗ Moderately improving → Stagnating ↓ Decreasing → Trend information unavailable

## 5. 測定するKPI

### ①食文化の発展、多様性への対応（ポジティブ拡大）

項目	内容
インパクトの種類	社会面・経済面でポジティブインパクトを拡大
インパクトカテゴリ	「文化・伝統」「食料」「包括的で健全な経済」
関連するSDGs	   
対応方針	食習慣の多様化への対応、日本の食文化の普及促進、海外への展開
KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビーガンフードの売上を2024年9月期決算までに20百万円にする（実績開示）</li> <li>・日本産食品の取扱品目数を2024年9月期決算までに10品以上にする（実績開示）</li> <li>・ジャパンプランド推進事業の一環として海外向けの商品販売額を2024年9月期決算までに100百万円にする（実績開示）</li> </ul>

### ②多様な人材の登用、従業員のQOLの向上（ポジティブ拡大）

項目	内容
インパクトの種類	社会面で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	  
対応方針	国籍や性別を問わない多様な人材の登用
KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国籍の従業員を2024年9月期決算までに10人にする（実績開示）</li> <li>・従業員及び役員における女性比率を2024年9月期決算までに全体の20%以上にする（実績開示）</li> </ul>

### ③運送手段における脱炭素化への対応（ネガティブ縮小）

項目	内容
インパクトの種類	環境面でネガティブインパクトを縮小
インパクトカテゴリ	「大気」「気候」
関連するSDGs	 
対応方針	運送業務におけるCO2排出量削減に向けた取組を実施
KPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2024年9月期決算までに配送車両、営業車両のEV化（ハイブリッド車含む）を進める（実績開示）</li> <li>・年1回以上、定期的な配送ルートの見直しを実施し、走行距離の短縮を目指す（取組開示）</li> </ul>

④アルコール依存症対策の取組（ネガティブ縮小）

項目	内容
インパクトの種類	社会面でネガティブインパクトを縮小
インパクトカテゴリ	「健康・衛生」
関連するSDGs	
対応方針	日本産酒類の文化の浸透、海外展開におけるアルコール依存症対策への支援活動
KPI	・アルコール依存症対策の為の取組（寄付、セミナー開催等）を年1回以上実施する（取組開示）

## 6. インパクトの管理体制

株式会社ブライトは尾崎社長を中心としてサステナビリティ経営充実の為の施策を各事業部及び管理本部が連携してSDGsの施策を検討・実施・検証する体制が整っている。

めいぎん PIF におけるインパクトについては、尾崎社長と管理本部が中心となり、管理・達成へ向けた施策を実施する。

インパクト管理者

最高責任者	代表取締役 尾崎 浩一郎
-------	--------------

## 7. モニタリング方法

株式会社ブライトに対するめいぎん PIF のモニタリングは、最高責任者と名古屋銀行の担当者（法人営業部サステナビリティ推進担当及び営業店担当者）により年 1 回以上の協議を通して実施する。年 1 回以上の協議は、下記のプロセスで行われる。

項目	内容
1. 内容報告・実績開示	設定した KPI の達成度を確認する。
2. 検証・精査	達成度について開示された情報を名古屋銀行が確認する。
3. 修正の検討	達成度・進捗度を検証し KPI の修正を検討する。
4. 追加の検討	形骸化を防ぐ為、KPI の追加や削除を検討する。

名古屋銀行は上記のプロセスにおいて、自行のサポート及びアドバイスを実施する。また、モニタリング実施状況については、株式会社格付投資情報センターに対し、包括的な年次レビューを受ける。

## 8. 総括

株式会社ブライトの事業内容及びインパクト調査の結果、手がける事業それぞれにポジティブ及びネガティブな影響を確認した。株式会社ブライトが KPI 達成を目指すことで社内、地域社会、商取引をする国々への大きな貢献が想定され、UNEP FI の「ポジティブインパクト金融原則」、ESG及びSDGsの観点からも十分な適合性を確認した。