

2026 年 9 月 28 日

各位

株式会社富山第一銀行

株式会社ガネーシャとの
「ファースト・ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の契約を締結

株式会社富山第一銀行（頭取 野村 充）は、株式会社ガネーシャ（代表取締役 本田 大輝）を評価対象とした「ファースト・ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の契約を締結いたしましたのでお知らせします。

本サービスを通じて、取引先の企業活動における環境・社会・経済の3つの側面に対して、インパクトを包括的に特定・分析し、ポジティブインパクトが期待できる活動と、ネガティブインパクトを緩和する活動を支援いたします。

今後も、お客さまに「寄り添う」銀行として、持続可能な社会の実現に向けた企業活動を通じた SDGs の達成に寄与することで、さらなる信認につなげます。

記

1. 商品概要

本商品は、企業活動が経済・環境・社会に与えるポジティブ並びにネガティブな影響をポジティブインパクト金融原則に基づき特定し、ポジティブインパクト（プラスの影響）を拡大、ネガティブインパクト（マイナスの影響）を緩和することで SDGs 達成を目指すファイナンスの取組です。当行は、インパクトに対する企業活動の影響・取組を包括的に分析・評価を行います。これらのインパクトに対する KPI（重要業績評価指標）についてお客さまとともに設定し、達成状況や取組状況について、定期的にモニタリングし、達成に向けて支援を行ってまいります。客観性を保つため当行が実施した評価について株式会社格付投資情報センターより第三者意見を取得しています。

2. 融資概要

契 約 締 結 日	2026 年 9 月 28 日
借 入 人	株式会社ガネーシャ
融 資 金 額	100 百万円
資 金 使 途	運転資金
モニタリング期間	5 年

※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.r-i.co.jp/rating/esg/index.html>

3. 評価企業概要 株式会社ガネーシャ

代 表 者	代表取締役 本田 大輝
本 社 所 在 地	富山県富山市問屋町 1-9-7 トトン 2F
事 業 内 容	飲食事業 精肉事業 コンサル&プロデュース事業 フランチャイズ事業
設 立 年 月	1987 年 11 月

4. SDGs 達成に向けた取組事例（詳細は評価書をご参照ください）

取 組 内 容	拠点や店舗の増加を通じた食文化と健康への貢献
インパクトの種類	社会面におけるポジティブインパクトの拡大
インパクト・カテゴリ	「食糧」「健康・衛生」
関 連 S D G s	
対 応 方 針	・ 拠点や店舗数の増加にて、健康で安全・安心な食事の供給を拡大する。 ・ 魅力的な食文化の発信を行い、飲食業界への貢献を行う。
毎年モニタリングする目標とKPI	➤ 每期、直営店舗を5店舗以上新規出店する。 (2025年10月期実績：4店舗)



株式会社ガネーシャ

COO 福山 雄 氏

株式会社富山第一銀行

本店営業部副部長 本田 豊蔵

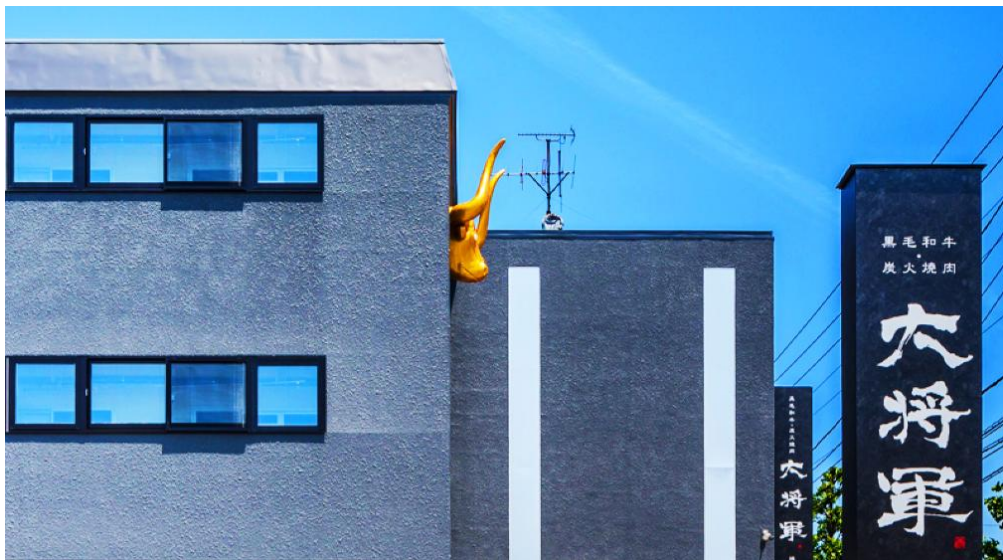
【本件に関する問い合わせ先】

法人事業部：長瀬

TEL 076-461-3871

ポジティブ・インパクト・ファイナンス評価書

評価対象企業：株式会社ガネーシャ



2026 年 9 月 28 日

株式会社富山第一銀行

1. はじめに.	2
2. 会社概要.	3
(1) 企業概要	
(2) 経営理念	
(3) 沿革	
(4) 組織図	
(5) セグメント構成	
(6) バリューチェーン	
3. 事業概要.	9
(1) 飲食事業	
(2) その他事業	
4. 品質方針・環境方針.	13
(1) 品質方針	
(2) 環境方針	
5. 職場環境.	14
(1) 教育制度	
(2) ダイバーシティ	
(3) 地域貢献活動	
(4) 企業 PR	
6. インパクトの特定.	17
(1) インパクトレーダーによるマッピング	
(2) インパクトカテゴリーに対応する SDGs ゴール	
(3) 日本におけるインパクトニーズの確認	
(4) 富山県の政策・戦略の確認 ～第 4 期富山県食育推進計画より～	
(5) インパクトの特定	
(6) 特定したインパクトと富山第一銀行との方向性の確認	
7. KPI の設定.	23
8. 管理体制とモニタリング	26
(1) インパクトの管理体制	
(2) モニタリング方法	

1. はじめに

富山第一銀行は、株式会社ガネーシャ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って、当社の企業活動が、環境・社会・経済に及ぼすインパクト（ポジティブな影響及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、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ESG金融ハイレベル・パネル設置要領第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な考え方」に則った上で、株式会社ガネーシャの企業活動における包括的なインパクトを分析した。

富山第一銀行は、本評価書で特定されたポジティブ・インパクトの拡大とネガティブ・インパクトの抑制に向けた取り組みを支援するため、株式会社ガネーシャに対しポジティブ・インパクト・ファイナンスを実行する。

資金調達者の名称	株式会社ガネーシャ
調達形態	証書貸付金
契約期間（モニタリング期間）	2026年9月28日から5年間
金額	100百万円
資金使途	運転資金

2. 会社概要

(1) 企業概要

社名	株式会社ガネーシャ
代表者	代表取締役 本田 大輝
本社所在地	〒930-0834 富山県富山市問屋町 1-9-7 トトン 2F
事業内容	飲食事業 精肉事業 コンサル&プロデュース事業 フランチャイズ事業
創立年月	1987 年 10 月
設立年月	1987 年 11 月
資本金	10 百万円
売上高	2,366 百万円 (2025 年 10 月期)
従業員	69 名 (2025 年 10 月末時点)
許認可	飲食店営業許可
グループ会社	株式会社 SHOGUN PIZZA

(2) 経営理念

【MISSION/私たちの役割】

出る杭であろう。

私たちは、周囲の流れにただ従うのではなく、常にひとつ先を見据え、自ら「頭を出す」存在であり続けます。

「出る杭」とは、

- ・アイデアを具現化し、誰もやらなかった／やりにくかった。を実現する。
- ・困難を恐れず、チャレンジを選び、失敗から学び、成長する。
- ・一人ひとりが主体となり、自分らしく、チームを牽引する存在となる。

私たちはこの姿勢を通じて、お客様に「食」の驚きと喜びを提供し、従業員が誇りと自己成長を感じられ、飲食業界の常識を覆し続けます。

【VISSION/私たちがともに目指す未来】

- 1：ガネーシャに関わる全ての人に多様な幸福（精神的な）と豊かさ（物理的な）を得るために、2030年までに日本国内で100店舗年商50億円（利益2.5億円）を達成。
- 2：日本一の「食のクリエイター集団」として、富山ブランドで世界へ挑戦する。
- 3：技とマネジメント、どちらの道でも20代で年収1,000万円を実現できる人材を育て、飲食業界の常識を覆す。

【VALUE/大切にしたい価値観】

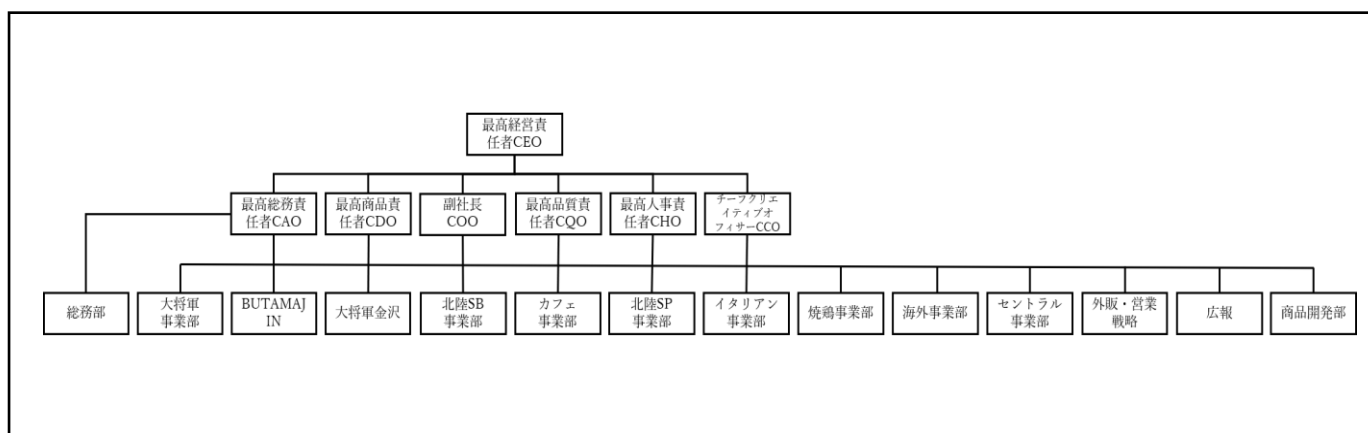
- 1：お客様目線から、熱狂を。
- 2：これはビジネスでもあり、同時に革命の戦いである。
- 3：ビジネスとは変化である。
- 4：スピードは質を凌駕する。
- 5：【最高】を捻り出す。
- 6：現場主義であれ。
- 7：仲間を輝かす。ただし、やさしさと甘さは違う。
- 8：レコードは守るためにあるものではなく、破るためにある。

(3) 沿革

年月		概要
1987 年	10 月	焼肉ハウス大將軍 富山駅前本店開業
1987 年	11 月	焼肉ハウス大將軍設立
1990 年	3 月	焼肉ハウス大將軍 大泉店開業
1998 年	12 月	焼肉ハウス大將軍 桜木町店開業
2015 年	5 月	焼肉ハウス大將軍 長野店 (FC) 開業
2015 年	12 月	焼肉ハウス大將軍 桜木町店 HANARE 開業
2017 年	4 月	SHOGUN BURGER 富山本店開業
2017 年	10 月	株式会社ガネーシャに社名変更
2018 年	4 月	焼肉ハウス大將軍 大泉店改装開業
2018 年	9 月	SHOGUN BURGER 富山本店改装開業
2018 年	10 月	SHOGUN BURGER 新宿総本店開業
2019 年	6 月	焼肉ハウス大將軍 桜木町店 HANARE 改装開業
2019 年	12 月	SHOGUN BURGER 町田店開業
2020 年	4 月	焼肉ハウス大將軍 駅前店改装開業
2020 年	11 月	SHOGUN BURGER 秋葉原店 (FC) 開業
2020 年	12 月	SHOGUN PIZZA あまよっと横丁店開業
2021 年	4 月	SHOGUN BURGER クロスゲート金沢店開業
2021 年	10 月	SHOGUN BURGER 渋谷店開業
2022 年	3 月	焼肉牛宮城プロデュース
2022 年	8 月	SHOGUN BURGER 『Japan burger Championship2022』優勝
2022 年	9 月	トトン kitchen 開業
2022 年	10 月	SHOGUN BURGER TRUCK 宮古島店開業
2022 年	11 月	SHOGUN BURGER 『World Food Championship2022』6 位入賞
2022 年	11 月	SHOGUN BURGER 流山おおたかの森店 (FC) 開業
2022 年	12 月	SHOGUN BURGER 横浜赤レンガ倉庫店 (FC) 開業
2022 年	12 月	SHOGUN BURGER 心斎橋店 (FC) 開業
2023 年	5 月	SHOGUN BURGER 池袋西口店 (FC) 開業
2023 年	6 月	dadada_開業
2023 年	11 月	SHOGUN BURGER 『World Food Championship2023』6 位入賞

2023 年	11 月	SHOGUN BURGER 高崎店 (FC) 開業
2023 年	11 月	SHOGUN BURGER 麻布代ヒルズ店開業
2024 年	2 月	焼肉ハウス大將軍 金沢店開業
2024 年	3 月	焼肉ホルモン酒場マーシー家 プロデュース
2024 年	4 月	SHOGUN BURGER 浅草店 (FC) 開業
2024 年	5 月	ONE MEAT FES2024 開催
2024 年	6 月	SHOGUN BURGER TOKYU KABUKICHO TOWER 店開業
2024 年	7 月	SHOGUN BURGER 恩納村店開業
2024 年	9 月	SHOGUN BURGER すすきの店 (FC) 開業
2024 年	9 月	SHOGUN BURGER 上海店 (FC) 開業
2024 年	9 月	寿司劇場とつととやれや開業
2024 年	9 月	焼鳥とり藤 富山店開業
2024 年	9 月	冷やしたぬき天国 富山店開業
2024 年	11 月	SHOGUN BURGER 『World Food Championship2024』 出場
2024 年	11 月	焼肉たむらプロデュース
2025 年	2 月	SHOGUN BURGER 新宿総本店リニューアルオープン
2025 年	3 月	BUTAMAJIN 開業
2025 年	5 月	SHOGUN BURGER 祇園四条店開業
2025 年	5 月	ONE MEAT FES2025 開催
2025 年	6 月	元祖浅草からあげからにし 富山総曲輪店開業
2025 年	6 月	噴水テラス開業
2025 年	8 月	SHOGUN BURGER 金沢ひがし茶屋街店開業
2025 年	8 月	SHOGUN BURGER バンコク (FC) 開業
2025 年	9 月	SHOGUN BURGER 杭州店 (FC) 開業
2025 年	10 月	SHOGUN BURGER 重慶店 (FC) 開業
2025 年	11 月	数奇やとつととやれや開業
2025 年	11 月	足軽おにぎり開業
2026 年	4 月	BUTAMAJIN 富山総曲輪店開業
2026 年	5 月	SHOGUN BURGER+FACTORY 開業
2026 年	7 月	足軽おにぎり 金沢店開業
2026 年	9 月	焼鳥とり藤 総曲輪店開業

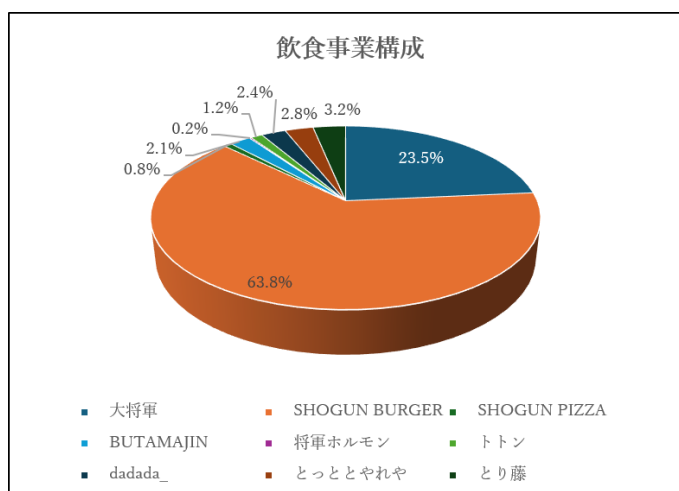
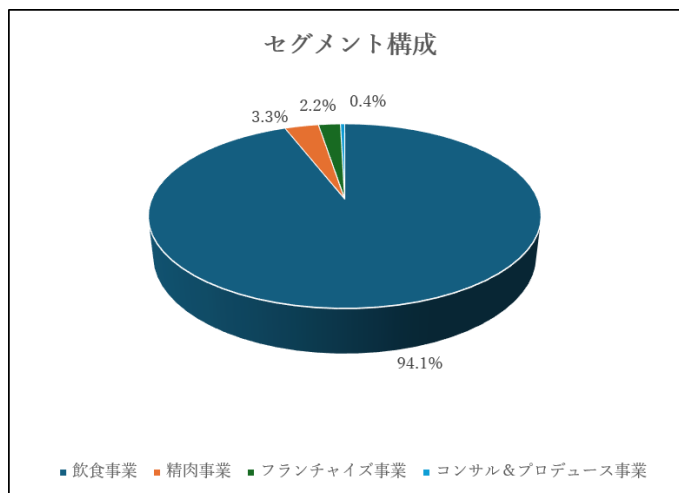
(4) 組織図



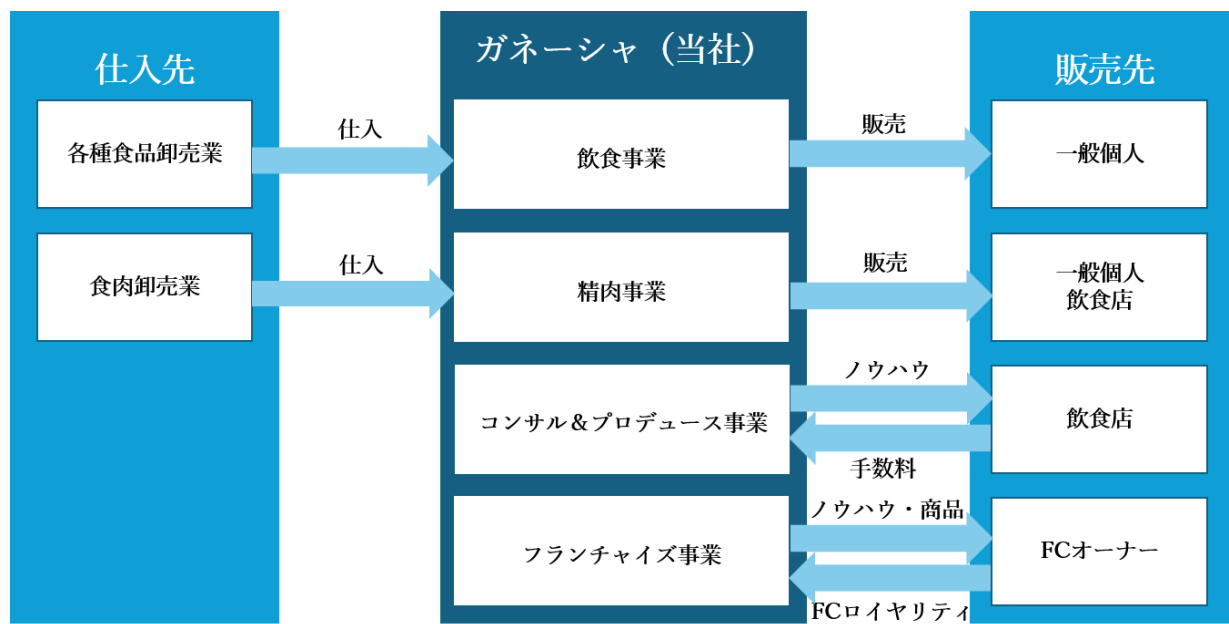
(5) セグメント構成

飲食事業を中心に展開し、特に SHOGUN BURGER が主力の売上を占める。

事業内容	売上割合
飲食事業	94.1%
大將軍	22.1%
SHOGUN BURGER	60.0%
SHOGUN PIZZA	0.7%
BUTAMAJIN	2.0%
將軍ホルモン	0.2%
トトンCAFE	1.1%
dadada_	2.3%
とっととやれや	2.7%
焼鳥とり藤	3.0%
精肉事業	3.3%
フランチャイズ事業	2.2%
コンサル&プロデュース事業	0.4%
合計	100%



(6) バリューチェーン



3. 事業概要

(1) 飲食事業

当社は、富山県富山市を拠点とし、飲食事業を中心に事業展開している。「大將軍」や「SHOGUN BARGER」などの様々な飲食ブランドを展開しており、「食」を通じて人々に驚きや喜びを提供することを目指し、富山発の食文化を国内外へ発信している。

① 焼肉ハウス大將軍

- ・富山で38年以上の歴史を誇る地域に根差した焼肉店。
 - ・長年共に歩んできた和牛職人の確かな目利きによって選び抜かれた和牛のみを使用。
- <店舗>大泉店、駅前店、桜木町店、金沢店

黒毛和牛・炭火焼肉
大將軍
焼肉ハウス



② SHOGUN BURGER

- ・現在の代表が5年の年月をかけて形にした日本初・世界基準の和牛バーガー。
- ・精肉部門で毎日成型するパティと、認められた職人のみによって焼き上げられたバンズと、オリジナルソースを使用。

<店舗>

富山店、金沢クロスゲート店、新宿総本店、渋谷店、麻布台ヒルズ店、浅草店、TOKYU KABUKICHO TOWER 店、恩納村店、祇園四条店、ひがし茶屋街店、SHOGUN BURGER+FACTORY、宮古島店

<FC 店>

町田店、流山おおたかの森店、横浜赤レンガ倉庫店、心斎橋店、池袋西口店、高崎店、SUSUKINO 店、上海店、BANGKOK、重慶店、杭州来福士店



③ SHOGUN FRIED

- ・ウーバーイーツに特化した激辛フライドチキン専門店。



④ SHOGUN PIZZA

- ・直径 13 cmの食べやすさと日本食材にこだわった「ジャパニーズピザ」を楽しめる。
- <店舗>総曲輪店、渋谷店



⑤ トトン CAFE

- ・親子や仲間が地元食材を使った食事を楽しめる居場所となっている。
- ・家具の循環をテーマにしており、地元事業者の家具を利用した内装も見どころ。



⑥ dadada_

- ・ピザ窯と古書に囲まれた新しいスタイルのイタリアンレストラン。
- ・内装やインテリアに古紙や紙管をアップサイクルした素材を活用している。



⑦ とつとつやれや

- ・「寿司といえば、富山」である富山県の本格握りと創作料理を堪能できる寿司酒場。
 - ・店内には DJ ブースが設置されており日本の伝統と音楽が融合する劇場空間。
- <店舗>パークサイド店、総曲輪店



⑧ 焼鳥とり藤

- ・大阪府と福島県で人気の焼鳥店「とり藤」の富山店。
 - ・炭火でじっくり燻製にした焼き鳥を本場仕込みの焼き師が 1 本 1 本仕上げる。
- <店舗>パークサイド店、総曲輪店



⑨ 噴水テラス

- ・とっととやれや・焼鳥とり藤パークサイド店にある屋外スペース。
- ・焼肉ハウス大將軍で提供される肉を使った BBQ を楽しむことができる。



⑩ 蕎麦天国

- ・焼鳥とり藤パークサイド店にて、ランチタイム限定で営業する蕎麦屋。
- ・岐阜発祥の「冷やしたぬきそば」や、富山名物の鱈寿司を販売する。



⑪ BUTAMAJIN

- ・サムギョプサルやタッカンマリなどの韓国料理と地場ドリンクを楽しめる韓国酒場。
- <店舗> 総曲輪店、富山駅前店



⑫ からにし

- ・浅草発の唐揚げ専門店。プレーン、ニンニク、甘から醤油、マヨガーリックなど多彩な味を楽しめる。



⑬ 足軽おにぎり

- ・炊き立ての富山米に手仕込みの具材を握ったおにぎり屋。
- <店舗> 富山店、金沢店



(2) その他事業

当社は飲食事業以外にも精肉事業、フランチャイズ事業、コンサル&プロデュース事業を営んでいる。

① 精肉事業

精肉事業では、精肉加工・販売を行っている。全国の新鮮な肉を厳選し、安心・安全な製品作りに注力している。品質管理を徹底し、衛生面にも十分配慮した加工環境を整えることで、焼肉店などの飲食事業者から信頼を獲得している。

また、地域のニーズに応じた多様な商品ラインナップを揃え、家庭用から業務用まで幅広く対応している。



② フランチャイズ事業

フランチャイズ事業は、飲食業界における独立開業希望者や事業者向けの支援を主軸としている。当社は複数の飲食ブランドを直営およびフランチャイズ方式で運営しており、そのノウハウやブランド力を活かし、新規加盟店の開業から運営まで包括的にサポートしている。

具体的な支援内容はハンバーガー店の場合、バンズ、パティ、ソースなどは本部より供給され、季節メニューやコラボメニューも提供される。さらにメニューの開発や品質管理、コスト管理、店舗スタッフ・オーナーの教育・人材育成、衛生管理の徹底なども含まれる。これらの支援により、加盟店は高い品質基準を維持しつつ、安定した店舗運営ができる体制を整えている。また、フランチャイズ加盟にあたっては、契約上の条件や運営ルールが明確に定められており、事業の透明性を確保している。



③ コンサル&プロデュース事業

コンサル&プロデュース事業では、多店舗展開で培ったノウハウを活かし、飲食店や食品関連企業を対象に、開業支援から店舗運営改善、経営戦略の立案など幅広くサポートしている。現場スタッフの派遣サポートや、動画教材やオンラインコミュニティの活用による伴走支援を行い、“超現場主義”の飲食コンサルティングを提供している。

4. 品質方針・環境方針

(1) 品質方針

HACCPとは、食品の安全を確保するための国際的な衛生管理手法であり、日本語では「危害分析重要管理点」と訳される。HACCPの考え方を取り入れた衛生管理とは、食中毒予防の三原則（つけない、増やさない、やっつける）を基本に、現在取り組んでいる衛生管理とメニューに応じた注意点をあらかじめ衛生管理計画として明確にし、実施し、記録する、この一連の作業を通じて、衛生管理を「見える化」することである。

基本的な衛生管理項目の記録を日々実施し、記録を残すことで、保健所への説明責任も果たし、結果として消費者に安全な食品を提供し、信頼を得ることがHACCPの最大の目的となっている。

当社では、衛生管理記録として、原材料の受け入れ確認、冷蔵・冷凍庫の温度管理、交差汚染・二次汚染の防止、器具等の洗浄・消毒・殺菌、トイレの洗浄・消毒、従業員の健康管理、手洗いの実施の確認を毎日行っている。

また、メニューにおいては、非加熱のもの、加熱するもの、加熱した後に高温保管するもの、加熱後冷却し再加熱するもの、加熱後冷却するものに分け、調理方法と提供方法に合わせた食品のチェックを行っている。

毎日の報告書はシステム化されており、本部と現場の情報共有を密にしている。食品衛生や安全上の問題を早期に把握し速やかな対策実行を図っている。

(2) 環境方針

飲食業の3大基本要素「クオリティ（品質）」「サービス（接客）」「クリーンネス（清潔さ）」を重要視し、より高いレベルへ改善を続けている。

当社では、「クリーンネス」を守るために服装規定や頭髮規定を設けている。従業員の服装や身だしなみが衛生面に直結する。これらの規定は、清潔な制服着用を行うことで細菌や異物混入を防ぎ、食品の安全を守っている。また、お客様へ安心感や信頼感を与えることにも繋がると同時に、作業時の衣服の引っ掛かりなどによる事故を未然に防止する役目を果たしている。

さらに、職場環境においては「整理」「整頓」「清潔」「衛生」規定を設け、安全で衛生的な職場環境づくりを行っている。

「整理」…不要物を排除し作業スペースを確保することで効率性向上と事故防止を図る。

「整頓」…必要物を分かりやすく配置し、使いやすい状態を維持。

「清潔」…日常的な掃除を徹底し、汚れやゴミを取り除き綺麗な店舗を維持。

「衛生」…手洗いや消毒、食品取り扱いルールの遵守にて細菌やウイルスの繁殖を防止。

これらの取り組みを通じて、お客様が安心して食事を楽しめる店舗づくりを行っている。

5. 職場環境

(1) 教育制度

当社では、共に挑戦し、学び合いながら成長できる環境を整備している。

① 社員研修

社員研修は、毎月第4週目に実施。経営理念の共有・浸透や、衛生面の指導、社内ルール指導、サービス講習などを行っている。

② 店長研修・店長合宿

店長研修は、毎月第3週目に実施。売上・費用・利益などの確認や、店舗の集客方法、部下の指導・育成などの研修や、事例共有を行う。

店長合宿は年に1回、1泊2日で実施し、経営理念や代表者の想いの共有、従業員とのコミュニケーションにおけるフィードバックの仕方や目標設定の方法などについて学ぶ。

③ 新人研修

新人研修は年2回実施し、経営理念の浸透、経営計画の説明、外部 CHO（最高人事責任者）による声の出し方講習、目標設定方法など、会社の基本的事項と接客スキルを中心に研修を行っている。

④ 講習会

社内研修の他に外部講師による講習会を年に1回～2回実施している。時勢に合ったテーマや事柄を学ぶ機会としており、具体例としては、包丁研ぎ研修、健康研修、モチベーション研修など幅広く業務に関わる項目を学ぶことができる。

⑤ 経営計画発表会

東京・富山にて年2回実施。直営店、FC店を含む全店舗が参加し、経営計画を発表している。優秀店舗の表彰や、各店舗の取り組み好事例を共有し、組織の一体感や店舗毎の結束に繋げている。



経営計画発表会の様子

⑥ SHOGUN BURGER 全国大会

2025年11月に「SHOGUN BURGER CHAMPIONSHIP」を開催し、全国の直営店とFC店を対象とし、創作バーガーコンテストと、サービスコンテストを実施し、互いに刺激し合い、切磋琢磨する機会を設けている。最優秀バーガーは店舗販売することが約束されている。

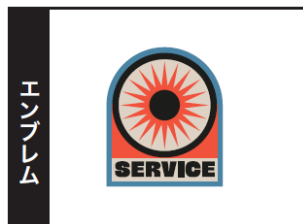
⑦ エンブレム・サービスマスター制度の導入

当社では SHOGUN BURGER エンブレム制度を導入している。技術・サービスのスキルアップを目指し、お客様に高品質のサービスや商品を提供することを目的としている。エンブレムは「焼き師」と「サービスマスター」の2種類があり、当社で誇りと向上心を持って働けるよう導入された。

「焼き師」及び「サービスマスター」においてそれぞれレベルが設定されており、ランクに応じてエンブレムを付与。一般の従業員と異なる専用の制服を支給している。

エンブレム			
レベル	STANDARD ★ ブランドが求める基準を満たすハンバーガーを作れる	EXECUTIVE ★★ 自らも美味しいハンバーガーを作りつつ、人を育てるリーダー	MASTER ★★★ 「感動的な」味を実現できる最上位レベル

「焼き師」エンブレム



「サービスマスター」エンブレム

⑧ 人事制度

当社は、2025 年 10 月期現在、69 名の従業員と、401 名のパートナー（アルバイト）が働いており、全国に当社が考える食文化を広めるために人材を確保すること、また、現在の従業員が働き甲斐を持って働くために人事制度を整えている。

人事制度では、一般、マネジメント、本部と階層を分け、それぞれに必要な知識・スキルを示している。半年毎に目標設定し、店長と部下が 2 ヶ月に 1 回面談することで目標の進捗を確認し、公平な評価と人材育成を図っている。

⑨ 農家研修

当社で仕入れしている米農家にて、当社従業員が田植え、雑草刈り、稲刈りなどを行っている。農業体験により、食材への感謝する気持ちを育むと共に、自社の川上事業を知る機会となっている。



田植えの様子

(2) ダイバーシティ

当社は、性別、年齢、国籍に関係なく多様な人材が活躍できる職場環境の整備を重要視している。一人ひとりの個性と能力に合った活躍の場を提供し、希望する働き方を尊重している。

取り組み項目	内容
キャリア形成支援	技能実習生が 3 名在籍している。店長業務を行う技能実習生もあり、国籍に関わらずキャリア形成できるよう支援を行っている。
子育て支援	育児休業取得者は 2025 年で 2 名、2026 年で 3 名と、育児休業制度が活用されている。期限などの制限はなく、女性・男性に関わらず取得できる体制が整っている。
社員寮	従業員が安心して働ける環境構築のため、本社である富山市内に社員寮を設けている。遠方からの転勤者や、若年層、技能実習生など多様な人材が働く環境を整えている。

(3) 地域貢献活動

当社は地域社会の維持・発展に貢献するため、地域との繋がりを重要視している。

① 高校生ゴルフスポンサー

当社は、富山未来高校ゴルフ部のメインスポンサーとなっている。部活動支援を通じて、青少年の健全な成長を支援し、学校や地域の活性化に貢献している。

② 古紙回収事業者と協働し古紙リサイクルを促進

古紙回収リサイクル事業者とのコラボレストラン「dadada_」を経営している。店内は古紙と約 4,000 冊の古本が壁に並び、紙を巻く筒をインテリアにアップサイクルするなどの仕掛けを施す。古紙リサイクルの重要性も感じ取ることができる。



③ 被災地支援活動の取り組み

2024 年の能登半島地震発生時に、SHOGUN BURGER ステッカーを販売し売上金額の全額寄付や炊き出しを実施した。2026 年の熊本地震発生時は、GANESHA グループ全店で【食べて応援プロジェクト】を実施し、ハンバーガー1 個の注文につき 50 円を、その他の各ブランド店では 1 組来店につき 100 円の寄付を行い、被災地支援に取り組んでいる。



(4) 企業 PR

地域との関連性を深めると共に、地域での存在感を高め、社員がいきいきと働ける企業を目指し、積極的に企業情報を公開している。



6. インパクトの特定

(1) インパクトレーダーによるマッピング

当社の事業内容やバリューチェーン分析等の結果をもとに、主要・関連業務を特定し、UNEP FIが推奨するインパクトマッピングを実施し、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。

当社の主要事業は国際産業標準分類に則り、「レストラン及び移動式飲食業（5610）」、「食料品、飲料及びたばこ卸売業（4630）」、「経営相談・その他の経営管理コンサルティング活動（7020）」を適用した。但し、精肉事業が該当する「食料品、飲料及びたばこ卸売業（4630）」は当社売上に占める割合が極めて小さいことから、分析対象外とした。また、川上・川下の事業は分析対象が多岐に渡り、当社事業への影響も小さいと判断し、分析を省略している。

分布図中の「◆◆」は重要な影響があるカテゴリー、「◆」は影響があるカテゴリーを示しており、当社の事業活動における「◆◆」「◆」の影響を検討する。

		当社の事業			
	国際産業標準分類	【5610】 レストラン及び 移動式飲食業		【7020】 経営相談・その他の経営管理 コンサルティング活動	
	インパクトカテゴリー	Positive	Negative	Positive	Negative
社会	水（入手）				
	食糧	◆			
	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				
	強固な精度・平和・安定				
環境	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		◆		◆
経済	包括的で健全な経済			◆	
	経済収束				◆

■インパクトの検証

インパクトマッピングにおいて、当社事業に重要な影響があるインパクトカテゴリーとして、ポジティブで「文化・伝統」「雇用」が挙げられる。影響があると考えられるインパクトカテゴリーとして、ポジティブで「食糧」「健康・衛生」「包括的で健全な経済」が挙げられ、ネガティブで「雇用」「廃棄物」「経済収束」が挙げられた。当社事業と特に関連の大きいカテゴリーを中心に検証を行う。

【社会・経済面】

「文化・伝統」「包括的で健全な経済」

当社では、地元で生産された食材の利用や富山の食文化を尊重し、富山の伝統的な食文化の継承・発展、それらの発信に貢献している。富山県産の新鮮な魚介類や食肉、野菜、干物、昆布などを積極的に使用し、地域の食文化を活かしたメニューを提供している。食文化の継承だけでなく、新たな「食」の在り方も提案しており、世界を基準とした和牛のハンバーガーや見た目と食べやすさにこだわった従来よりも小ぶりの大きさのピザ、寿司と音楽が融合した劇場型の店舗など新たな食文化の提案にチャレンジしている。特に和牛ハンバーガーを提供する SHOGUN BURGER は富山県や石川県だけでなく、東京都や沖縄県、中国、タイなどグローバルな店舗展開を進めており、世界基準で評価されていると言える。

また、当社が取り扱う和牛の品質の高さについても国内外から高く評価されており、素材の魅力を最大限に引き出すため、目利き力や調理法の工夫を追求している。日本に留まらず世界への発信力も増しており、今後も和牛とハンバーガーを中心に様々なブランドや形態で飲食業界における存在感を高めていく方針である。

地域の伝統的な食文化を守りながらも、グローバルな視点で革新的な体験を提供し、食文化や地域経済の発展に貢献している。今後も日本の食文化の魅力を世界へ積極的に発信し、より多くの人々に当社の「食」を届けることを重要な使命と捉えており、「文化・伝統」におけるポジティブインパクトの拡大に貢献していく方針である。

当社のフランチャイズ事業を通じた飲食業界での独立・開業の拡大や飲食事業者向けのコンサルティングによる業界の発展は「包括的で健全な経済」におけるポジティブインパクトを拡大に貢献している。フランチャイズ事業では、FC 店への月 1 回の定期訪問を通じてきめ細やかな品質指導を行い、サービスや商品のクオリティ維持・向上を図っている。当社で経験を積み独立した起業家も多く存在し、飲食業界の活性化に貢献している。コンサルティング事業では、著名な店舗の売上増加や利益増加、メニュー開発支援を通じて飲食事業者の経営基盤強化に寄与している。

「食糧」「健康・衛生」

飲食業は食へのアクセスという観点からポジティブインパクトが指摘され、その食事を通じた顧客の健康、安全衛生にもポジティブなインパクトが存在する。当社は店舗や拠点、ブランドの増強を通じた食のアクセスにおけるインパクト拡大に加え、健康を考慮した食事、安心安全な食事により、「健康・衛生」におけるインパクトの拡大にも寄与している。食品衛生法で定められた HACCP に基づく食品衛生管理基準の品質管理や自社独自のクレンリネスチェックを行い、安心・安全な食品を提供している。

当社は朝食の提供を行う店舗も複数展開している。現代人は朝食を抜く傾向・疎かにする傾向があり、体調不良や生活習慣病などのリスク増加に繋がることが指摘されている。忙しいビジネスマンや地域住民に手軽に栄養が取れる食事を提供することは、地域住民の健康維持と生活習慣改善にも寄与している。

「雇用」

従業員の収入・家計というポジティブなインパクトと、労働環境によっては従業員の健康状態が害されるというネガティブなインパクトの両面が指摘されている。

当社は拠点の拡大を通じて地域雇用を創出するとともに、様々な人材育成の取り組みにて、従業員がいきいきと働くことのできる職場環境、モチベーションをもって長く働ける環境づくりに注力している。また、少子化が大きな問題となっている社会環境下で、従業員のために育児支援を行っており、当社の女性・男性従業員の育児休暇取得率はともに100%となっている。これらは「雇用」に関するポジティブインパクト拡大に寄与する。一方で、ネガティブインパクトも懸念されるが、厳格な労働時間やシフト体制の管理、休暇取得の促進などにてネガティブインパクトの抑制に努めている。

事業や拠点の拡大には人材が必要不可欠なこともあり、今後も積極的な人材採用、人材育成プログラムの展開、働きがいのある職場環境の構築に注力し、ポジティブインパクトの拡大・ネガティブインパクトの抑制に取り組んでいく方針である。

【環境面】

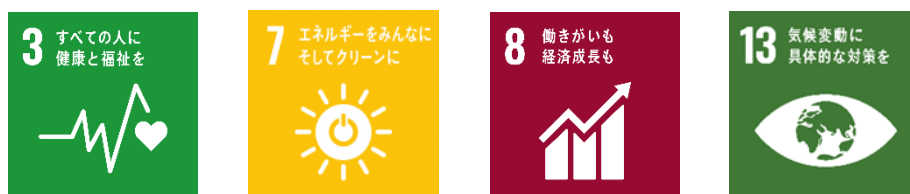
「廃棄物」

飲食業においては食品を中心とした廃棄物によるネガティブインパクトが指摘されている。当社では2ヶ所あるセントラルキッチンを最大限活用し、あらかじめ加工・調理した食材を事前に準備することで店舗における食品ロス削減に努めている。仕入についてもセントラルキッチン経由で一括して行うことで、無駄やロスを最小限に留めている。セントラルキッチン体制では、分量や調理法が標準化されるため、各店舗での食品ロスも発生しづらい体制が実現できる。また、会社全体での廃棄物の種類や量を管理・把握することが容易で、廃棄物の適切な処理、改善に向けた取り組みが実施しやすくなっている。店舗での食べ残し等のやむを得ず発生する廃棄物については、適切に管理・処理することで、ネガティブインパクトを抑制している。

また、本業と直接関与しないものの、廃棄物によるネガティブインパクトを抑制する取り組みの一環として、古紙回収リサイクル事業者とのコラボレーションレストラン「dadada_」を経営。店内には約4,000冊の古本が壁一面に並び、古紙を巻く筒をインテリアとしてアップサイクルしている。この取り組みは、廃棄物の再利用を促進し、紙資源の循環を促すとともに、利用者に対して古紙リサイクルの重要性を直感的に伝えることで、ネガティブインパクトの抑制に貢献している。

(2) インパクトカテゴリーに対応する SDGs ゴール

当社の売上高は日本国内から生じるものがほとんどあり、日本の SDGs ダッシュボードから当社のインパクトとの関係性について確認する。一部海外店舗の FC 事業収入があるが、売上割合は 2%未満と大きくないため加味しない。今回特定したインパクトと関連の高い SDGs のゴールは下記となる。



(3) 日本におけるインパクトニーズの確認

持続可能な開発ソリューションネットワーク (SDSN) に掲載されている日本のダッシュボードによると、大きな課題が残る項目が「赤色」、重要な課題が残る項目が「橙色」、課題が残る項目が「黄色」、目標達成が「緑色」となる。

今回特定したインパクトと対応する SDGs のゴール 4 項目のうち、大きな課題が残る項目が 1 項目、重要な課題が残る項目が 1 項目、課題が残る項目が 2 項目である。日本に課題が残る項目が 4 項目全て該当していることから、日本における当社のインパクトは重要度が高いと判断できる。



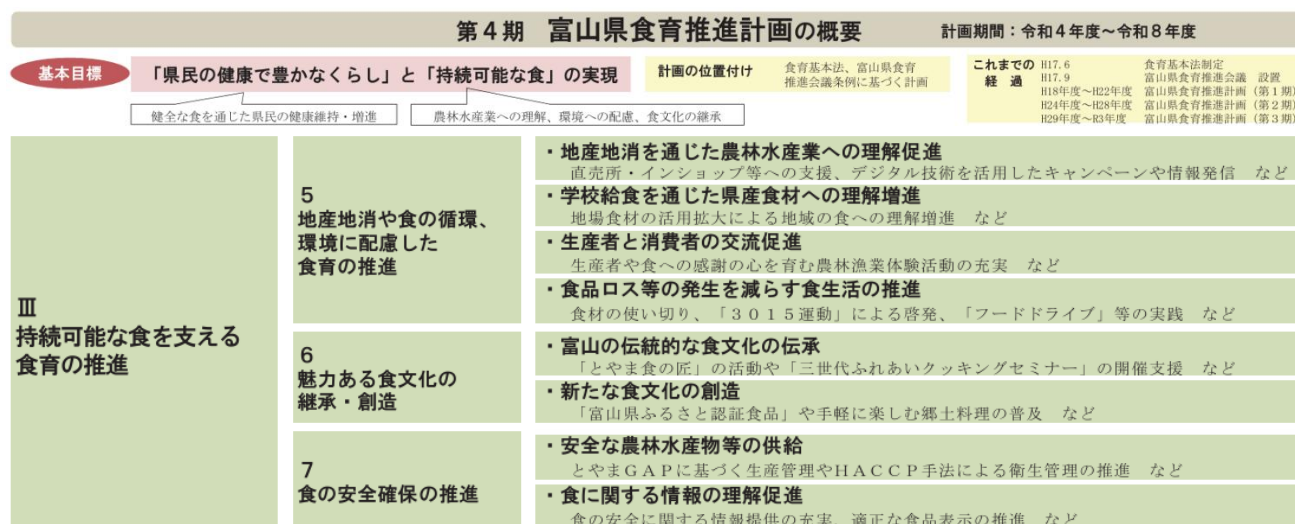
(出所) SDGs ダッシュボード

（４）富山県の政策・戦略の確認 ～第４期富山県食育推進計画より～

富山県では全国に先駆けて富山県食育推進会議を設置し、2006年8月に「富山県食育推進計画」を策定し、2022年3月には第４期「富山県食育推進計画」を公表している。第４期富山県食育推進計画では、Ⅰ.多様なライフスタイルに対応した食育県民運動の展開、Ⅱ.生活のあらゆる場面で心身の健康を支える食育の推進、Ⅲ.持続可能な食を支える食育の推進、という３つの柱を定め、健康で豊かな暮らしと持続可能な食の実現を推進している。

Ⅲ.持続可能な食を支える食育の推進の「5.地産地消や食の循環・環境に配慮した食育の推進」では、県産食材の積極的な活用や農林漁業体験活動といった生産者と消費者の交流の促進、食品ロス等の発生抑制を掲げている。

当社の地元食材の活用は地産地消の推進、ひいては地域の一次産業者の安定した供給先として、富山県の食文化を下支えしている。また、従業員の農業体験を通じて、生産者や食への感謝を育くむきっかけづくりに貢献している。食品ロスにおいては、富山県内で排出される食品ロスのうち40%が食品関連事業者から排出されているデータが示されている。当社ではセントラルキッチンでの食材の一括管理を行い、食品ロス削減の取り組みを推進しており、県の推進計画と合致している。



（出所）富山県 第４期富山県食育推進計画より

（５）インパクトの特定

これまでの分析や検討を踏まえ、飲食業界の発展や事業活動における環境負荷の軽減、人材確保・育成、職場環境の改善などの観点から、下記のようにインパクトを特定した。

- 拠点や店舗の増加を通じた食文化と健康への貢献
- 環境負荷軽減に向けた取り組みの強化
- 働きがいのある職場環境づくり

（６）特定したインパクトと富山第一銀行との方向性の確認

当社のバリューチェーン分析、インパクトマッピング、日本におけるニーズや富山県の第４期富山県食育推進計画のニーズや方向性等を踏まえて、当社と特に関連性の高いインパクトを整理した。特定したインパクトと富山第一銀行のサステナビリティ方針と方向性が同じであることを確認する。

今回特定したインパクトは「拠点や店舗の増加を通じた食文化と健康への貢献」「環境負荷軽減に向けた取り組みの強化」「働きがいのある職場環境づくり」である。

富山第一銀行では、サステナビリティ方針のなかで、「1.地域経済の持続的な成長」「2.地域社会の持続的な発展」「3.環境保全」「4.健全な企業経営」の４点を、サステナビリティを巡るマテリアリティ（重点課題）としている。

「拠点や店舗の増加を通じた食文化と健康への貢献」では「1.地域社会の持続的な成長」「2.地域社会の持続的な発展」という観点で、「環境負荷軽減に向けた取り組みの強化」では「3.環境保全」という観点で、「働きがいのある職場環境づくり」では「4.健全な企業経営」の観点で方向性が一致する。

以上より、本ポジティブ・インパクト・ファイナンスに取り組むことで、環境問題や地域社会・経済を取り巻く課題に対して持続可能な社会の実現に貢献し得る資金の提供が可能となり、本ファイナンスを通じて SDGs 達成に向けた取り組みの支援を目指す。

7. KPI の設定

● 拠点や店舗の増加を通じた食文化と健康への貢献

当社の主力事業である飲食事業の拡大を通じて、社会面のポジティブインパクト拡大を図る。当社は13の多彩なブランド、約40の店舗にて、日本の豊かな食文化を発信している。当社独自の伝統と革新性を融合した食の魅力をさらに広げるために、直営店舗の新規出店を進めていく。

項目	内容
インパクトの種類	社会面のポジティブインパクトの拡大
インパクトカテゴリー	「食糧」「健康・衛生」
対応する SDGs	
対応方針	・拠点や店舗数の増加にて、健康で安全・安心な食事の供給を拡大する。 ・魅力的な食文化の発信を行い、飲食業界への貢献を行う。
KPI	・每期、直営店舗を5店舗以上新規出店する。 (2025年10月期実績：4店舗)

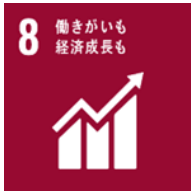
● 環境負荷軽減に向けた取り組みの強化

当社の事業が拡大する一方、GHG 排出によって環境面ではネガティブなインパクトを与える可能性がある。当社は環境面への配慮と持続可能性の高い事業展開を重要な経営課題と位置付けており、GHG 排出量削減に向けた取り組みを進めていく方針である。

項目	内容
インパクトの種類	環境面のネガティブインパクトの抑制
インパクトカテゴリー	「気候」
対応する SDGs	 
対応方針	・ GHG 排出量の可視化体制を構築し、GHG 排出量削減を図る。 ・ 中長期的な削減計画では再生エネルギーの活用や設備の更新を通じて、GHG 排出量の総量削減を図る。
KPI	・ 2027 年 10 月期までに、全社での GHG 排出量の可視化体制を構築し、GHG 排出量の削減計画を策定する。以降、策定した計画に基づき每期前期比 3%削減する。

● 働きがいのある職場環境づくり

当社が提供する商品・サービスの品質は、人材の高い専門性とスキルによって、顧客より高い満足度を得てきた。今後も多くの人々に当社の食を提供し、飲食業界の更なる発展に貢献していくことを使命とし、人材の採用・育成に注力していく。

項目	内容
インパクトの種類	社会面のポジティブインパクトの拡大 社会面のネガティブインパクトの抑制
インパクトカテゴリー	「雇用」
対応する SDGs	
対応方針	・教育・育成制度の充実を図り、従業員が長く、モチベーションを持って働ける環境を整える。 ・性別・年齢・国籍に関係なく多様な人材が働きやすく、魅力的な職場づくりを行う。
KPI	・每期、従業員を 15 名以上純増させる。 (2025 年 10 月期実績：12 名増加) ・每期、全国の飲食業平均を上回る賃金の改定を実施する。 (参考基準：厚生労働省の R7 年度賃金引上げ等の実態に関する調査 宿泊業、飲食サービス業の賃金改定率 3.6%) ・2027 年 10 月期までに従業員を対象とした外部のエンゲージメント調査を新たに開始し、以降は每期前期以上のスコアを達成する。

8. 管理体制とモニタリング

(1) インパクトの管理体制

当社は、代表取締役の本田様を中心にサステナビリティに関する方針・施策の決定や、重要課題（マテリアリティ）の検討、推進、進捗状況のレビューなどを行っている。

本件におけるインパクトについては、取締役の江口様が中心となり、管理・KPI 達成に向けた施策を実施する。

最高責任者	代表取締役 本田 大輝
管理責任者	取締役 江口 学
管理部署	管理本部

(2) モニタリング方法

本ポジティブ・インパクト・ファイナンスで設定した KPI の達成及び進捗状況については、富山第一銀行と当社とで定期的に面談の場を設け共有する。本面談は少なくとも年 1 回実施するほか、日頃の情報交換や営業活動の場等を通じて実施する。

富山第一銀行からは、KPI 達成に必要な資金及びその他ノウハウの提供あるいは富山第一銀行の持つネットワークから外部資源とマッチングすることで、KPI 達成をサポートする。

モニタリング期間中に達成した KPI に関しては、達成後もその水準を維持していることを確認する。なお、経営環境の変化などにより、KPI を変更する必要がある場合は、富山第一銀行と当社が協議の上、再設定を検討する。

注意事項・免責事項

1. 本評価書は、富山第一銀行が株式会社ガネーシャから提供された情報や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。
2. 富山第一銀行は、本評価書を利用したことにより発生するいかなる費用または損害について、一切責任を負いません。

● 本件に関するお問い合わせ先

株式会社富山第一銀行

法人事業部 コンサルティングチーム

〒930-8630

富山市西町5番1号（TOYAMA キラリ 7F）

TEL (076) 461-3871