

みずほサステナビリティ・リンク・ローン PRO 評価書

評価対象：株式会社ウイルプラスホールディングス様向け

みずほサステナビリティ・リンク・ローン PRO

2023年1月31日
株式会社みずほ銀行

本評価書は、みずほサステナビリティ・リンク・ローン PRO※（以下、「みずほ SLL」という）の実施にあたり、株式会社みずほ銀行（以下、「みずほ」という）が借入人 株式会社ウイルプラスホールディングス（以下、「当社」という）とのエンゲージメントを通じ、みずほ SLL のフレームワークの適切性について、サステナビリティ・リンク・ローン原則（2021 年 5 月版※¹）および環境省によるグリーンローンおよびサステナビリティ・リンク・ローンガイドライン 2020 年度版のサステナビリティ・リンク・ローンに期待される事項に照らして評価を行った。

なお、みずほ SLL とそのフレームワークがサステナビリティ・リンク・ローン原則に適合していること、およびみずほにおけるみずほ SLL の実施体制が強固であることについて株式会社格付投資情報センターによりセカンドオピニオンを取得している。

※1 ローン・マーケット・アソシエーション（LMA）、アジア太平洋ローン・マーケット・アソシエーション

（APLMA）並びにローン・シンジケーション&トレーディング・アソシエーション（LSTA）が作成（1）KPI 選定の妥当性(取り組み背景、マテリアリティとの関係等)

1. 評価結果：SLL 原則への適合性

評価対象は、サステナビリティの促進ならびに環境・社会的インパクトにつながっていることを含め、後述の考察の通り、みずほ SLL フレームワーク上で定められた要件を充足しており、サステナビリティ・リンク・ローン原則に適合していると評価した。

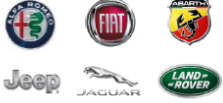
2. 株式会社ウイルプラスホールディングスの概要

（1）事業概要

- ・ 当社は 1997 年創業の輸入車販売関連事業を展開するグループの事業持株会社。連結子会社 4 社は輸入車ディーラーとして、新車および中古車販売のほか、車輛整備、損害保険代理店として各種保険の販売等も手掛けている。
- ・ 正規ディーラーとして 10 ブランドを取り扱っており、店舗数は直近決算期である 2022 年 6 月末時点で 34 店舗。2022 年 8 月に「ジープ大田」をオープンして

おり、現在の店舗数は、福岡 15、東京 11、神奈川 5、山口 2、宮城 1、福島 1 の計 35 店舗となっている。

■当社グループ概要

ウイルプラスホールディングス			
チェッカーモータース (株)	ウイルプラスモーターレン (株)	帝政オート (株)	ウイルプラスアインス (株)
インボーター Stellantis ジャパン(株) ジャガー・ランドローバー・ ジャパン(株)	インボーター ビー・エム・ ダブリュー(株)	インボーター ボルボ・カー・ ジャパン(株)	インボーター ボルシェ ジャパン(株)
店舗数 18店舗 (2022年6月末時点)	店舗数 10店舗 (2022年6月末時点)	店舗数 4店舗 (2022年6月末時点)	店舗数 2店舗 (2022年6月末時点)
取扱ブランド	取扱ブランド	取扱ブランド	取扱ブランド
			

出典：株式会社ウイルプラスホールディングス

- ・ 当社グループは中長期的な経営戦略・成長戦略として、①「マルチブランド戦略」、②「エリア・ドミナント戦略」、③「M&A戦略」を掲げており、これら3つが強みとなり、当社の事業拡大・成長を支えている。今後、自動車販売市場は、人口減少・車輛保有期間の長期化・都市部での車輛の非所有化に加え、脱炭素社会実現に向けた車輛のEV化やコネクテッド化への対応に伴う車輛整備の複雑化により、業界再編が進む可能性がある。当社は「M&A戦略」等により業界再編に柔軟に対応していくとしている。

① マルチブランド戦略

新型モデルの投入直後は販売量が急速に増加し、その後緩やかに減少することが一般的であるが、当社は複数のブランドを取り扱うことで、ブランド間の新型モデル投入時期の差異による販売サイクルへの影響を平準化。販売量の安定化を図っている。

② エリア・ドミナント戦略

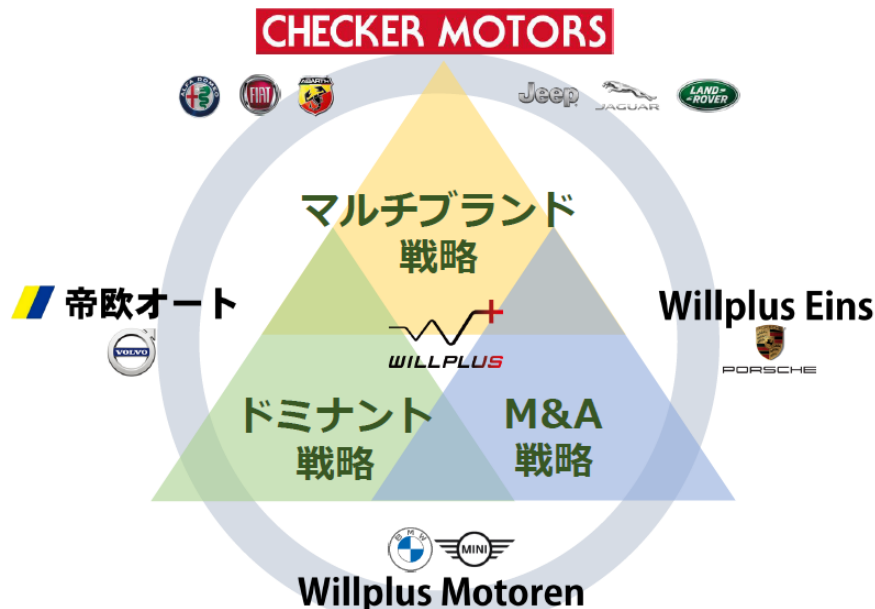
新規出店時の基本戦略として一定の地域に集中的に出店することで、同一エリアでのシェア向上と店舗間での当社グループ人員の適正配置を図っている。具体的には、人口 100 万人規模の都市とその周辺都市、40 万人以上の地域中核都市を特定都市とし、前述の出店エリアのうち東京・神奈川・福岡で集中出店を実現しており、当社グループの雇用安定化にもつながっている。

③ M&A戦略

新たな販売エリアへの進出、新たなブランドの獲得、店舗数増加による既存ブランドのシェア拡大のための重要戦略として位置付けられている。M&A後の事業再生力の高さを強みとしており、2007 年の持株会社体制移行後に

M&A を実施した 9 件は、当初の赤字・低収益から脱しすべて黒字化を果たしている。

■グループ成長戦略



出典：株式会社ウイルプラスホールディングス

(2) サステナビリティへの取り組み

- ・ 当社グループは、「輸入車のある生活を提案し、より多くの皆様と豊かさ・楽しさ・喜びを分かち合い、関わるすべての人々を温かい笑顔に変えていく挑戦を続ける」という企業理念を掲げている。その理念のもと、社会の公器として地域社会、株主、そして従業員など、すべてのステークホルダーにとって価値ある企業となることをめざしている。さらに事業活動を通じて、豊かさ・楽しさ・喜びを分かち合い、笑顔溢れる社会づくりに貢献していくことを、サステナビリティ基本方針としている。
- ・ こうした「サステナビリティ基本方針」に基づいた重要課題の解決に向けて、サステナビリティに係る年度方針・具体的な取組案の策定や、取組実施状況の確認を目的として、サステナビリティ委員会を設置している。
- ・ 中長期的には、「より多くの皆さまに輸入車のある楽しさ、豊かさ、喜び」を提供し続けるナンバーワン、オンリーワンの企業グループ、さらには輸入車販売関連事業を通じ、より多くのお客様へ「輸入車と共にある未来（=WILL）」にプラス（=PLUS）して「関わるすべての皆さまに喜びを」分かち合うことができるよう、成長

し続ける企業グループをめざしている。これと同時に、脱炭素社会実現に貢献し、社会的責任を果たす輸入車正規ディーラーとして、「社会的価値向上」と「企業価値向上」の両立をめざすとともに、気候変動問題解決に資する GHG 排出量削減の観点からのリーディングカンパニーをめざすことをグループ方針としている。また、その実現のためのグループ目標として、以下を掲げている。

2030 年度 ・ Scope1+Scope2

GHG 排出量を 2021 年度比較で 50%削減（年率 5.5%の削減）

・社用車（試乗車を含む）の低炭素自動車（※）比率 80%以上

（※）EV（電気自動車）および PHV（プラグインハイブリッド車）

2025 年度 ・再生可能エネルギー導入率 全店舗導入

- ・ 店舗エリアにおける EV 普及促進に対応した設備投資等を実施することにより、輸入車ディーラーとして、いち早く店舗のグリーン化を推進し、自動車産業の脱炭素化に貢献している（※以下、2022 年 9 月期末ベース）。

○低炭素自動車（EV/PHV）比率

■新車販売 3.7%（1Q）※国内市場（国内新規登録台数/乗用車）3.5%

■新車受注 2022 年 9 月期受注残 6.3% 7-9 月受注 6.2%

■社用車 9.0%（9 月末）

○EV 充電器 59 台/（35 店舗）※うち急速充電器 10 台

○再生可能エネルギー導入店舗数 20 店舗/（35 店舗）

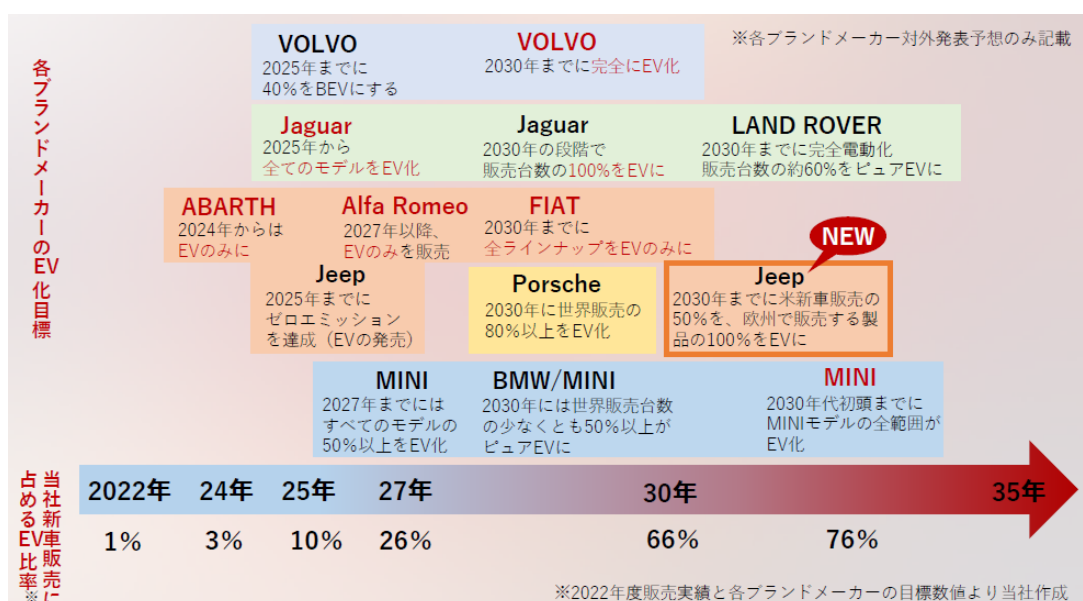
- ・ また、後継者問題や脆弱な資本、収益性等を背景とした課題を持つディーラーに対して、当社は M&A を実施している。当社がオーナーとなることで、買収先のディーラーでは対応できていなかった気候変動問題への設備投資や店舗のグリーン化を推進することにつながっている。このような当社の M&A 施策を通して、気候変動問題（CO2 排出量削減）等の社会問題の解決に貢献している。

- ・ 世界規模で加速する脱炭素化の潮流において、日本も、2030 年に向けて、CO2 排出量 2013 年比 46%削減を表明し、海外自動車メーカーの EV 化も加速する中、当社においては、新車販売に占める EV 比率を、2022 年の 1%から、2030 年までに 60%まで引き上げることを目標としている。

当社は、加速する EV 化での先行者利得を追求するため、EV 化に向けた設備投資を積極的に行い、具体的には、全店舗に最新の充電器の設置を推進（全店舗の 84%に設置済、加えて急速充電器を順次設置中）、またいち早く、EV の試乗体験を提供するために、EV のデモカー導入も推進している。

さらには、EV の先にある潮流「CASE」（※「Connected／コネクテッド」、「Autonomous／自動運転」、「Shared & Service／シェアリングとサービス」、「Electric／電動化」の頭文字を取ったもの）において、将来的に、コネクテッド化に対応するための車輛整備が重要かつ複雑化する中、正規ディーラーでのみ行える修理が増えているため、正規ディーラーの重要性が高まっている。このことから、当社では、販売だけではなく、整備面でも人材育成に取り組む方針である。

■海外メーカーのEV化目標



出典：株式会社ウイルプラスホールディングス

3. 本みずほ SLL の位置付け

みずほ SLL は、事業性資金とする以外に資金用途を特定せず、当社自身のサステナビリティ向上につながる KPI を事前に定め、野心性のある SPT 目標を達成することで、社会への貢献をめざすことを企図している。

4. KPI 選定

評価対象の「KPI の選定」は以下の観点からサステナビリティ・リンク・ローン原則に適合している。

(1) KPI の概要

- ・ KPI は、「CDP 気候変動スコア」である。

(2) KPI の重要性

- ・ 2021 年 12 月に、ESG に則った形で当社グループにおける重要課題（マテリアリティ）を以下の通り開示している。当社事業において、「CDP 気候変動スコア」を KPI として設定することは、現在および中長期的な将来に亘って当社の戦略として大きな意義があるといえる。

重要課題

環境	EV 販売促進による CO2 の削減、4R(※)推進による循環型社会の形成
社会	お客様との適切かつ安心な取引、従業員の働きがい醸成、人材育成
ガバナンス	コンプライアンス、リスク管理体制の強化

※4R…Refuse（リフューズ）、Reduce（リデュース）、Reuse（リユース）、Recycle（リサイクル）の総称

- ・ CDP スコアは、環境スチュワードシップへの取組状況に応じて、情報開示（D、D-）、認識（C、C-）、マネジメント（B、B-）、リーダーシップ（A、A-）の4つのレベルに分類されている。マネジメントレベルとは、「どのように環境問題によるリスクや影響を管理しているか」を主旨とする質問を通して、環境リスクやその影響に対するアクションをとっていることを示し、環境リスクやその影響をトラッキングし、緩和したりなくしたりしようとしているレベルにあることを意味している。リーダーシップレベルとは、「環境問題をどのように解決しようとしているか」を主旨とする質問を通して、環境問題の管理においてベストプラクティスを行っていることを示し、環境問題について自社の事業に沿った理解をしており、その認識や実行したアクションについて説明できているレベルにあることを意味している。
- ・ このようなより高いレベルをめざす当社としては、社用車（試乗車を含む）の低炭素自動車比率の向上や再生可能エネルギーの全店舗導入等の GHG 排出量削減に向けた取り組みによって、自動車産業の脱炭素化に貢献し、気候変動問題解決のリーディングカンパニーとなることをグループ方針として掲げている。当社が、CDP 気候変動スコアを KPI として設定することにより、環境における重要課題の解決、即ち CO2 の削減にも大きく貢献するものとして、その重要性は高いものといえる。
- ・ 脱炭素化社会に向けた電動化、自動運転、コネクテッド化等の技術改革を軸とした大変革期を迎える中、当社グループとしては、こうした環境変化に対応しながら、持続的に成長していくために、2022 年 6 月期の有価証券報告書の中で優先的に対処

すべき課題を示している。その中でも特にサステナビリティに関しては、以下の課題を掲げている。

- ① 自動車産業の脱炭素化への貢献
EV、PHV等の低炭素自動車の販売比率を高めるとともに、店舗の再生エネルギー等、店舗のグリーン化を加速し、店舗エリアにおける充電スポットとしての役割も果たすため、各店舗に充電器・急速充電器の設置を進めている。
 - ② 人材の確保と育成・定着率向上
店舗数が着実に増加するのに伴い、人員の確保が必要となり、さらには、変化に柔軟に対応できる人材の育成や、その定着率を向上させていく。
 - ③ 従業員の働きやすい環境の提供
従業員一人ひとりがその能力を十分に発揮できるよう、「働きやすい環境」の提供と、「働き甲斐のある職場づくり」をめざしている。
- ・ 当社が重要課題として掲げる「EV販売促進」は、Scope3におけるCO2削減につながり、またグループ目標においても、「Scope1+Scope2におけるGHG排出量を2021年度比較で50%削減」と掲げている。いずれの取り組みとも、当社のブランド力向上に寄与し、当社の競争力を高めることから、KPIをCDP気候変動スコアとすることで、気候変動の課題解決と当社の中長期的な収益機会の両立を図ることが期待される。
 - ・ CDPは企業の気候変動対応やGHG排出量削減等の取り組みを評価し、情報開示を通じて更なる取り組みを促進させることを目的としている。当社が掲げているグループ方針「輸入車正規ディーラーとして、気候変動問題解決のリーディングカンパニーを目指す」と整合的である。
 - ・ なお、当社は、該当の項目を含め、サステナビリティの考え方、サステナビリティ方針、マテリアリティの設定（含む「CDP気候変動スコアに関する目標設定」）をすべてウェブサイト上で開示している。

5. SPTの設定

(1) SPTの概要

- ・ SPTは、当社の2025年6月期に基づき2026年12月に取得するCDP気候変動スコアにおいて、「A-」以上の取得を目標とする（2022年12月時点「B」）。みずほSLL契約書(2023年1月26日調印)にもSPT目標として記載されている。

(2) SPT の野心性

- ・ 前述の通り、CDP スコアは、環境スチュワードシップへの取組状況に応じて、情報開示 (D、D-)、認識 (C、C-)、マネジメント (B、B-)、リーダーシップ (A、A-) の4つのレベルに分類されている中、2022 年において、当社は、マネジメントレベルの B を取得しており、環境リスクやその影響をトラッキングし、緩和したりなくしたりしようとしているレベルにあるといえる。
- ・ 今次 SPT として設定する A- のリーダーシップレベルとは、「環境問題をどのように解決しようとしているか」というさらに成熟した対応が必要である。具体的には、環境問題の管理においてベストプラクティスを行っていることを示し、環境問題について自社の事業に沿った理解のうえで、その認識や実行したアクションについて説明できているレベルに 2026 年にも到達するというコミットメントであり、後述にある SPT 達成に向けて取り組むべき内容を踏まえても野心性があるといえる。

(※CDP からのプライム市場上場企業全 1,841 社への質問書送付の結果、自動車小売業 27 社の CDP 気候変動スコアは、B : 1 社 (当社のみ)、C : 2 社、他 (無回答等) : 24 社)。

① 市場成長や過去の販売実績からみた SPT 目標の水準感

- ・ CDP は、CO2 排出量や気候変動への各企業の取り組みに関する情報を収集・開示し、自身の環境影響を認識し、真に持続可能な経済を実現すべく行動を起こすよう促している。
- ・ 当社は、CDP 気候変動スコアにおいて、マネジメントレベルで求められる取組水準はクリアしているものの、リーダーシップレベルとなる A リスト要件のうち、「Scope 1 および 2 総排出量のそれぞれ、また Scope 3 の少なくとも一つのカテゴリの排出量について 70% 以上の第三者検証を受けている」を充足していないため (※いずれも第三者検証を受けていないとの回答)、2022 年スコアは「B」に留まっているもの。
- ・ また、CDP が開示する評価基準に照らせば、当社は、Scope 1 および 2 を対象とした目標は設定しているため、マネジメントレベル (スコア B) の評価につながっているものの、Scope 3 に関しては目標を設定していないため、リーダーシップレベル (スコア A) での評価を受けられなかったことも、スコア B に留まっている要因の一つと考えられる。

- ・ 近時、SDGs や気候変動の領域においては、Scope3 への取り組みが課題となっており、時流を捉え、2023 年の CDP 質問書においても、Scope3 がより重要視された内容となる予定である。Scope3 の削減のためには、サプライチェーンを巻き込んだ取り組みが必要であり、自動車小売業界 No.1 企業ではない当社が、サプライチェーンに対して主導的に取り組むことは、非常に高いハードルといえる。当社は、現時点において Scope3 の削減目標は設定していないものの、販売車の EV 化（2030 年までに 60%）の目標を掲げており、気候変動への意識が高く、取り組みが先行している欧米自動車メーカーが掲げる意欲的・野心的な目標と整合している。
- ・ 世界規模では、調査対象約 44,500 社のうち、29,500 社（66%）以上が、開示要請に未対応ないし回答に十分な情報提供の未実施を理由として、スコア F となっている。また環境問題の解決には、透明性を高め、アクションを促進する必要があるものの、多くの企業はスコアが停滞したままであり、2021 年に D- から A- であった企業の 66%は、2022 年においてもスコアが改善できていない現状である。
- ・ このように、未だに多くの企業において、十分な取り組みや情報開示が実施されていない中、当社にとって初となる CDP 気候変動スコアにおいて、B を取得したことは、GHG 排出量削減に向けた意欲的な取り組みを高く評価されたことを意味している。さらに当社は、4 年後（2026 年）の目標として、スコア A- へのステップアップを掲げている。2022 年に A- を取得している企業群は、時価総額（2022 年 12 月末現在）29 兆円をはじめとして 1 兆円を超える企業が数多いこと（※当社時価総額は 105 億円）、プライム市場上場企業全 1,841 社のうち、A- は 129 社（全体の 7.0%）に過ぎないこと、さらに 2021 年にスコア B であった 134 社のうち、6 割近い企業（58.2%）が、2022 年においてもスコア B 以下に留まっており、A- 以上へのステップアップが容易ではないこと等から、本目標は十分に野心性があるものである。気候変動問題の解決や脱炭素化社会の実現への貢献という点からみても有意義な内容と考えられる。

② SPT 目標の達成手段と不確実性要素

- ・ 世界的な新型コロナウイルス感染症の拡大やウクライナ危機、大規模な自然災害等、エネルギー政策や事業において想定される様々なリスクや影響を考慮していかなければならない。

- ・ また、世界的な環境問題への懸念がますます高まるに連れて、CDP 気候変動スコアへの注目度や、その重要性がさらに高まっている。2022 年、CDP は 1.5°C に沿った気候移行計画の導入等に関する、新しい分野も含めた、より厳しいスコアリング基準を導入した。そのため、企業が現在のスコアを維持し続けるだけでも、活動のレベルを継続的に引き上げる必要があるといえる。即ち、従来と同様の取り組みを継続しているだけでは、スコアの維持も容易ではないことを意味している。
- ・ このように想定される様々なリスク・影響に対し、当社は、2021 年 12 月に、「リスクマネジメント委員会」を設置した。気候関連課題を含む当社が直面するリスクに対して、企業価値の損失を最小限に抑制しつつ、適切かつ迅速に対応する体制を整備している。また、当社代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」のもと、2（2）に記載しているサステナビリティに係る取り組みの実施状況を確認しながら、重要課題の解決に取り組んでいく方針を掲げている。このような気候変動問題の解決に向けた組織的な取り組みが進捗すれば、SPT 目標達成は期待できる見込み。

③ インパクト評価

- ・ みずほは、本ローンで定められた SPT が野心的かつ有意義なものであることに加え、当社の環境・社会においてポジティブなインパクトの最大化およびネガティブなインパクトの回避・管理・低減の度合いを確認するため、当社の事業を展開する国、主要事業の業種、企業固有の要素の観点から、企業が環境や社会にもたらしうるポジティブ/ネガティブインパクトを SDGs や国連環境計画が策定したポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）原則の第 4 原則で例示されているインパクト評価基準の 5 要素（多様性、有効性、効率性、倍率性、追加性）に沿って、SPT の影響度（インパクトの度合い）を検討した。

A) 多様性：多様なポジティブインパクトがもたらされているか

本ローンの直接的なインパクト領域は、SLL の特性上、主に GHG 排出量削減を通じた気候変動領域ではあるものの、次の通り、多様な効果が期待できる。

当社が取り組んでいる GHG 排出量削減に向けた各種のアクションは、脱炭素社会への貢献だけでなく、そうした社会の到来に備えた EV 充電器の設置によるレジリエント（強靱）なインフラの整備や、店舗数や人員の増加に伴う人材育成と働き甲斐のある職場づくりの実現にも寄与している。また、EV 化設備投資の拡大によ

	り、関連企業への需要増大の他、M&A 戦略の加速により、気候変動問題への対応が困難なディーラーの後継者問題の解決や店舗のグリーン化促進等、当社の取り組みが多様なステークホルダーに伝播し、さらに促進されることを狙いとしている。
B) 有効性：大きなインパクトがもたらされているか	
	本ローンは、以下の観点から輸入自動車ディーラー業界だけでなく、中長期的な EV 化が至上命題とされる自動車産業全般に対しても、大きなインパクトを有すると考えられる。 海外メーカーの輸入車ブランド別国内販売シェアにおいて、合計 4 割以上を占める人気車種 10 ブランドを当社は取り扱っており、当該 10 ブランドすべてが、中長期的な EV 転換を標榜している。海外メーカーも含めた EV 化の促進や、その先にある「CASE」という潮流を見据え、当社は、輸入車販売は元より、コネクテッド化への対応という観点から正規ディーラーに集約されてくる輸入車の整備事業にも注力している。このような取り組みを実践し、より高い CDP 気候変動スコアの取得をめざす企業は、非常に限定的であり、野心度は高いといえる。輸入自動車正規ディーラーである当社が宣言することは、将来的な EV 化推進を加速する自動車業界での取り組みを今後活性化させる契機に成り得る点で非常に意義深く、大きなインパクトが期待される。
C) 効率性：投資資本に対し相対的に大きいインパクトが得られているか	
	本ローンは、次の通り、投下資本に対して効率性の高く大きな効果を得るための事業計画を後押ししていると考えられる。 GHG 排出量削減をめざした、低炭素自動車の取扱比率向上、EV 充電器の拡充、M&A 戦略も含めた店舗グリーン化等、これら一連の取組計画は、当社事業の最大化、ひいては中長期的な当社の企業価値向上に貢献する取り組みであることから、投下資本に対して大きなインパクトが期待されるものである。
D) 倍率性：公的資金または寄付に対する民間資金活用の度合い	
	本件は、公的資金を活用せず、民間資金を活用した取り組みを想定。
E) 追加性：追加的なインパクトがもたらされているか	
	当社の各マテリアリティにおいて SPT が関係している気候変動・脱炭素へ向けた取り組みでは、次の SDGs 項目に追加的な便益がもたらされることが期待される。 目標 7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに

7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 	ターゲット 7.1：2030 年までに、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
	ターゲット 7.2：2030 年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生エネルギーの割合を大幅に拡大させる
	ターゲット 7.3：2030 年までに、世界のエネルギー効率の改善率を倍増させる
目標 13 気候変動に具体的な対策を	
13 気候変動に 具体的な対策を 	ターゲット 13.2：気候変動対策を国別の政策、戦略及び計画に盛り込む
	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

(3) SPT の妥当性

- ・ SPT の適切性は独立した第三者である株式会社格付投資情報センターからセカンドオピニオンを取得したみずほ SLL のフレームワークに則り検証する。また、今回設定する KPI は、脱炭素化社会の実現に向けて GHG 排出量削減等に取り組む当社において、CDP からの気候変動に関する質問書に当社が回答し、その取組水準に応じて、CDP 気候変動スコアを付与するものである。スコア A- の取得をもって、目標達成とする。
- ・ CDP 気候変動スコアの取得には、CDP からの質問書への十分な回答が必要とされており、回答内容は確認可能。取得したスコアについても、定量的なものであり、外部からの検証が可能なものでもあり、指標として妥当なものである。
- ・ また、みずほ SLL の評価を担うみずほ銀行 コーポレートソリューション部 コーポレートファイナンス室 インパクト評価・業務チームは、営業部門とは独立して設置されている部署であり、非財務面の評価知見に加え、サステナブル・ファイナンス関連の基本的な知見を有している。

6. ローンの特性

(1) SPT と融資条件連動

評価対象の「ローンの特性」は以下の観点からサステナビリティ・リンク・ローン原則に適合している。

- ・ 当社とみずほの間で協議のうえ、ローン条件を決めている。2023 年から 2033 年の融資期間のうち、2025 年 6 月期から 2030 年 6 月期の SPT 目標の達成状況をみて、達成の場合に適用金利が優遇される内容で設計されており、ローン条件と当社の SPT に対するパフォーマンスが連動しており、SPT の目標達成のインセンティブになっている。なお、優遇される金利幅のみの開示で、基準金利は公表されない。
- ・ 具体的には以下の内容となっている。

CDP 気候変動スコア A- 以上取得	借入人の 2025 年 6 月期以降の CDP 気候変動スコアの達成につき、スプレッドを 0.05% 引き下げる（累積最大 0.05%）。 なお、2024 年 6 月期までに、CDP 気候変動スコアを達成した場合、前倒しでスプレッドを 0.05% 引き下げる（累積最大 0.05%）。
---------------------	--

7. レポーティング

評価対象の「レポーティング」は以下の観点からサステナビリティ・リンク・ローン原則に適合している。

- ・ 本ローンは当社のローン契約遵守事項として、貸付人に対する年 1 回 SPT の進捗の開示を義務付けている。毎年 12 月末までに対象年度の CDP 気候変動スコアおよび CDP に提出済の回答資料を書面にて貸付人に通知する。貸付人はこれにより SPT の達成状況に関する最新の情報を入手できる。

- ・ 当社は今回の資金調達がサステナビリティ・リンク・ローン原則に基づくものであることを表明することを企図している。SPT である CDP 気候変動スコア A- 以上取得に向けた実績進捗はみずほへ開示することにより、透明性の確保に努める方針である。

8. 検証

評価対象の「レポーティング」は以下の観点からサステナビリティ・リンク・ローン原則に適合している。

- ・ SPT の達成状況は、みずほに、書面で報告する予定としている。CDP 気候変動スコアについては、CDP のウェブサイトにて開示されており、今後も開示される予定であること、質問事項や質問に対する点数基準、点数に対するレベル基準等も開示されており、透明性・信頼性が高いことから、第三者機関による検証は不要と考えている。
- ・ CDP 気候変更スコアが開示されなくなった場合には、貸付人と借入人で協議を行う。
- ・ 上述の検証報告する書面や認証機関の公表は、ローン契約の一部に含まれる。みずほは報告書の内容から SPT 達成の判定について評価し、達成の場合は金利変動の通知を当社に連絡する。

以上

■重要事項の説明

1. みずほサステナビリティ・リンク・ローン評価書は、評価対象についてみずほが策定したみずほサステナビリティ・リンク・ローンのフレームワーク（以下、「本フレームワーク」という）の要件充足の確認により、サステナビリティ・リンク・ローン原則に適合しているかを評価することを目的としている。
2. 本文書に記載された情報は、みずほが、発行体および正確で信頼すべき情報源から入手したものの。ただし、当該情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性がある。したがって、みずほは、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なく、また、みずほは、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、一切責任を負わない。
3. みずほは、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかなを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるところを問わず、一切責任を負わない。
4. 本評価書は、評価の対象であるサステナビリティ・リンク・ローンに係る各種のリスク（信用リスク、価格変動リスク、市場流動性リスク等）について、何ら意見を表明するものではない。また、本評価書はみずほ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するものでもない。本評価書は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがある。
5. 本文書に係る一切の権利は、みずほに帰属します。みずほによる事前承諾を受けた場合を除き、本文書の一部または全部を問わず、みずほに無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じる。

■本件に関するお問い合わせ先

コーポレートソリューション部 コーポレートファイナンス室
インパクト評価・業務チーム
sdgs.hyokasyoukai@mizuho-bk.co.jp