

株式会社ライフストリームホールディングス

ポジティブインパクトファイナンス評価書

2024年2月1日



大垣共立銀行とOKB総研は、株式会社ライフストリームホールディングス（以下、「同グループ」）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、同グループの事業活動が環境・社会・経済に及ぼすインパクト（ポジティブインパクト/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チブ（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、大垣共立銀行とOKB総研が開発した評価体系に基づいている。

目次

1. 企業概要と経営理念、サステナビリティ.....	1
(1) 株式会社ライフストリームホールディングスの企業概要.....	1
(2) 株式会社ライフストリームホールディングスの事業概要.....	3
(3) 経営理念.....	7
(4) サステナビリティ.....	8
2. インパクトの特定.....	10
(1) バリューチェーン分析.....	10
(2) インパクトマッピング.....	10
(3) インパクトレーダーによるマッピング.....	11
(4) 特定したインパクト.....	13
(5) インパクトニーズの確認、大垣共立銀行との方向性の確認.....	16
3. インパクトの評価.....	18
4. モニタリング.....	20
(1) ライフストリームホールディングスにおけるインパクトの管理体制.....	20
(2) 大垣共立銀行によるモニタリング.....	20

1. 企業概要と経営理念、サステナビリティ

(1) 株式会社ライフストリームホールディングスの企業概要

企業名	株式会社ライフストリームホールディングス
設立	2018年8月
代表者名	代表取締役 宮脇英雄
資本金	100万円
従業員(連結)	50人(2023年11月時点)
売上高(連結)	5.8億円(2023年7月期)
事業拠点	本社 愛知県名古屋市西区八筋町167-2
事業内容	グループ経営支援(持株会社)
関連会社	株式会社ムーブ(映像制作) 株式会社Vibrant(結婚式マネジメント)

<株式会社ムーブの企業概要>

企業名	株式会社ムーブ
設立	2002年12月26日
代表者名	代表取締役 石野浩一
資本金	1,000万円
従業員	32人(2023年11月時点)
売上高	4.2億円(2023年7月期)
事業拠点	名古屋本社 愛知県名古屋市西区八筋町167-2 大阪支店 大阪府吹田市片山町1丁目3-1 ヌロード吹田二番館302 赤城事務所 愛知県名古屋市西区赤城町135
事業内容	映像制作全般 結婚式映像製作 販売促進やリクルート映像の企画制作

<株式会社 Vibrant の企業概要>

企業名	株式会社 Vibrant
設立	2019 年 4 月 1 日
代表者名	代表取締役 宮脇英雄
資本金	1,000 万円
従業員	3 人 (2023 年 11 月時点)
売上高	5,800 万円 (2023 年 7 月期)
事業拠点	本社 愛知県名古屋市西区八筋町 167-2 シエロ・イ・マーレ沖縄 沖縄県中頭郡読谷村高志保 1020-1 シエロ宮古ガーデンヴィラ 沖縄県宮古島市下地与那覇 1052-4
事業内容	フォト・ウエディングの企画撮影 ビーチ・ウエディングの企画運営

<株式会社ライフストリームホールディングスの沿革>

2018 年 8 月	株式会社ライフストリームホールディングス設立 株式会社ムーブを子会社化
2019 年 4 月	子会社 株式会社 Vibrant (ヴィブラント) 設立

<株式会社ムーブの沿革>

2000 年 2 月	メディアプランニングムーブとして創業
2002 年 12 月	有限会社ムーブへ法人化
2007 年 8 月	株式会社ムーブへ改組
2012 年 2 月	南川事務所 (現: 赤城事務所) 開設
2013 年 11 月	テクニカル研修センター開設
2017 年 9 月	大阪支店開設
2018 年 8 月	株式会社ライフストリームホールディングスの子会社となる
2020 年 11 月	南川事務所を赤城町に移設

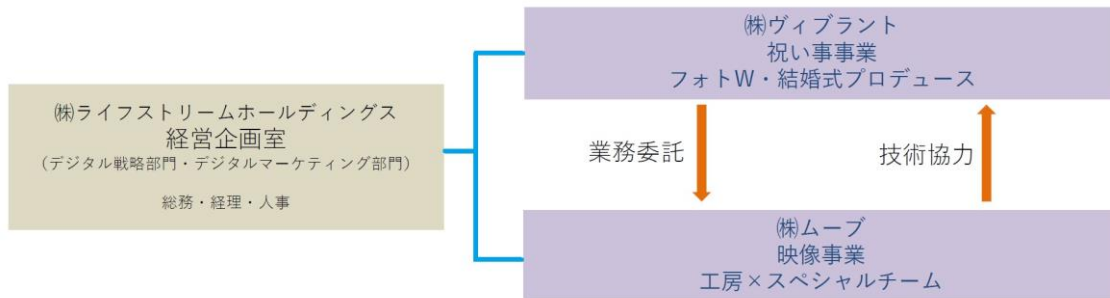
<株式会社 Vibrant の沿革>

2019 年 4 月	設立
2021 年 3 月	ビーチ・ウエディング「カーサ・アル・マーレ」開始

(2) 株式会社ライフストリームホールディングスの事業概要

ライフストリームホールディングス（以下、同グループという）は、中核企業である株式会社ムーブにて培われた結婚式における映像制作に関する技術やノウハウなどにより事業展開を目指す企業グループであり、現在は映像制作を主業とする株式会社ムーブ（以下、ムーブという）と、沖縄での結婚式マネジメントを営む株式会社 Vibrant（以下、ヴィブラントという）の2社を子会社として有する。

＜グループ体系図＞



【主要事業】

現在の同グループの事業は結婚式に関連するものが大半である。同グループの事業として製品・サービスを顧客に提供することに加え、映像制作という製品・サービスを通じて社会における結婚式への関心を高めている。

①映像制作

同グループの中核企業であるムーブの事業。

(a)ウエディング映像制作

結婚式にて放映する映像の制作・編集を行う他、結婚式の当日映像を撮景し、披露宴等で放映するエンドロール制作を特徴としている。

エンドロール制作にあたっては、ムーブには撮景から編集まで映像制作に関する技術を網羅的に有する人材が豊富である。カメラマンが編集も担うことで結婚式当日の雰囲気の色濃く反映した映像制作を可能としており、新郎新婦や結婚式場から好評を得ている。

また、後述する関連会社の結婚式事業における映像制作は主にムーブにて取り扱っており、コストの削減と相乗効果の創出に貢献している。

ウエディング映像制作はムーブの主力事業であり、売上の約95%を占める。以前は90%程度を占めており、会社方針としてはそれ以外の事業の売り上げも伸ばす方針だったが、エンドロールムービーの人气が高まり、ウエディング映像制作の売り上げが増加した。



(b)プロモーション映像制作

企業の商品紹介や販売促進の映像制作を行う。
あらゆる業種に対応する。主力のウエディング映像制作のノウハウを活かし、結婚式場の販促映像の品質は特に高い。
ムーブの売り上げの約 5%を占める。



②結婚式マネジメント

同グループのもう1社であるヴィブラントが担う事業。沖縄にて読谷村（シエロ・イ・マーレ沖縄）と宮古島（シエロ宮古ガーデンヴィラ）の2カ所にスタジオを有しており、フォト・ウエディングを中心とした結婚式の企画運営を行う。

各スタジオはゲストハウス型貸切サロンとなっており、プライベートな空間での撮影を楽しむことができる。

また、読谷村のスタジオでは「カーサ・アル・マーレ」のブランドで結婚式の企画運営を行っており、オリジナルなビーチ・ウエディングを開くことができる。



【ムーブの強み】

ムーブでは、映像制作に関する技術を撮影から編集、投影まで網羅的に有する人材を社員として雇用しており、業務の95%を自社社員で行い、外注は繁忙期のみで5%程度である。

自社社員の育成に力を入れており、社内コンテストによる技術研鑽を促すなど、高い技術力の維持に努めている。加えて、社内イントラネットにおいて日々現場で起こる様々なトラブル及びその対策を全社で共有すること

で、品質の高い接客スキルを備える人材を育てている。

また、カメラマンの約半数が女性であり、女性の目線を生かした映像制作を行っている。ウエディング・プランナーの9割が女性であることもあって、式場からのリピート率が高い。

他にも、機材への投資を積極的に行い、品質の高い製品・サービスを提供している。

これらの社内体制、技術力、機材を駆使した、結婚式当日の雰囲気の色濃く反映したエンドロール制作では、高い品質の映像を提供し、顧客から良好な評価を得ている。

ウエディング映像制作業界の中で、東海地方では約10%程度のシェアを占め、全国ではトップ10に入ると自負している。

【今後の展開】

ライフストリームホールディングス、ムーブ、ヴィブラントそれぞれで「2030Vision」と名付けた経営ビジョンを策定した。グループ全体で社員との座談会を開き、社員と共有することで社員一人一人がこのビジョンの実現に向けて、自分が何をできるのか、何をするのかをそれぞれ考えることを促した。

今後、新子会社の設立やM&Aによって、事業の多角化を図っていく予定である。主要事業である映像制作にて培ったノウハウを活かして、地方創生支援、教育、観光、健康などへ展開し、2030年までに事業会社を5社以上、グループでの売上を20億円とし、そのうちウエディング関連の売上げを6割、その他事業を4割とすることを目指している。具体的には、ふるさと納税映像支援事業（地方創生）や映像やアプリによるスポーツ指導支援（教育）、ヴィブラントの沖縄事業を発展させた観光需要取り込みなどを計画している。

会社	2030VISION	3GOALS
LSHD	事業会社を5社以上に増やす グループ売上20億円	
MV	信用力があり、個性あふれ 利益を出せる工房カンパニーになる	①社員一人あたり売上高1000万円 ②複数の売上を持つ事業を行う 1件10万円の婚礼撮影 1件7万円の平日撮影 1件2.5万円の制作請負 ③経常利益率10%、成果配分3%、 グループ配当3%、内部留保4%
Vb	幸せ家族数2000組（年間）	①売上目標2億円 1.フォトウエディング・ビーチウエディング 2.観光 3.インバウンド ②経常利益率20% ③グループ配当10%

※LSHD…ライフストリームホールディングス、MV…ムーブ、Vb…ヴィブラント

グループ内での取引も拡大し、相乗効果を拡大することを目指している。例えば、ヴィブラントでプロデュースを行うフォト・ウエディングやビーチ・ウエディングなど祝い事事業における映像制作を、ムーブで引き受けたり、カメラマンを派遣したりしているが、こうした連携を拡大していくとともに、結婚式事業以外の事業でも連携していく。

また、海外展開も志向しており、ベトナムのウエディング市場への進出を検討中である。ベトナムにおけるウエディングに関する慣習や文化は日本と違うことから、現地の慣習や文化に沿った商品開発を行う。また、日本とベトナムで連携した事業活動も考える。日本国内だけに依存した経営体質を改善することを目的に、2024 年度にベトナム事業計画をスタートさせる。即時編集技術のコンサルティングや機材に関する研修などを日本の連携先とともに共同で行い、ベトナム国内の映像会社の技術力およびサービスを向上させることを目指す。加えて、将来的には、ベトナムで育った人材を日本にて活躍させるような構想もある。

(3) 経営理念

同グループおよびムーブ、ヴィブラントは、以下の理念を掲げて、事業活動に取り組んでいる。

会社	経営理念	ミッション
LSHD	人が輝き幸せになる事の気付きを届け 人と社会を元気にする	「心の体温を上げる」
MV	私たちは映像の持つ無限の可能性を追求し 信頼・創造・感謝の精神を以て 常にお客様に感動と満足を提供し社会に 貢献します	「IWAIGOTO など人生の節目に 映像であらゆる人、社会を笑顔にする」
Vb	心に響く感動体験をお届けし社会に貢献する	「感動分岐点を超える」

また、ライフストリームホールディングスの経営理念は以下の通り説明される。

<p>健康な人も、またそうでない人も、年収が高い人も低い人も、悩みを抱えている人も、様々な境遇の中で人は長い人生の中、どこかで必ず輝いたり、幸せを実感する瞬間がある。仕事や家事に追われる日常を過ごしていると人生を振り返り幸せを感じる事も忘れがちになるが私たちが持つ「想い（人財）と技術」をもって人の心を動かし、人をキラキラに輝かせて生きていてよかったと幸せを感じる「気づきのきっかけ」をたくさん世に送り出し、人と社会を元気にしたい。</p>
--

これらの理念およびミッションを実現していくための同グループが大切にしている方針として、大きく3つが挙げられる。

i 「お客様の喜び」

創業当初から変わらず、お客様の喜びが自分たちの喜びであり、使命であると考えている。主にムーブでは、創業以来培ってきた映像技術により、幸せの瞬間を届けている。今後展開していく他事業においても、人々の輝く瞬間・幸せな瞬間を届けられるような事業展開を目指していく。

ii 「安定経営」

環境の変化に柔軟に対応しながら、働く人たちの職場が未来に渡り在り続けることを重視する。ウエディング映像制作の質を高め、式場からの信頼に応えることで、主力事業の基盤を固めるとともに、現在進行している事業の多角化により、事業セグメントの一極集中リスクを軽減していく見込みである。

iii 「チャレンジできる環境」

新しい事業領域へ拡大するためには社員自らが挑戦していくことが欠かせない。ホールディングス化は新規事業を立ち上げるためであり、新規事業に挑戦する環境を整えていく。

(4) サステナビリティ

同グループは以下の通りSDGs宣言を定め、これを指針として課題に取り組んでいる。

「サービス」

“心の体温を上げる”をミッションに掲げ、人が輝き生きていてよかったと幸せを感じる「気づき」をお届けし、“喜び”と“ワクワク”を提供いたします。

「地域貢献・社会貢献」

事業活動を通じて、地元での雇用の安定・拡大に努めるとともに次世代を担う若者との“共育”を目指し、地域社会の発展と成長に貢献してまいります。

「人権・働きがい」

“人が輝き幸せになる事の気づきを届け人と社会を元気にする”を理念に、人材が持つ想いと技術の向上に努め、仕事を通して人生を楽しめる環境づくりを実践してまいります。

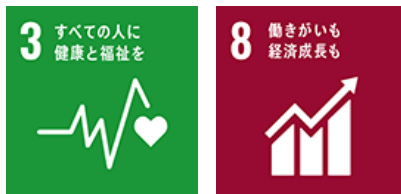
「環境」

事業活動において、当社だからこそできる積極的な環境への取り組みを通じて、環境保全に貢献してまいります。

それぞれの重点項目(マテリアリティ)において、具体的には以下のような取り組みを行っている。

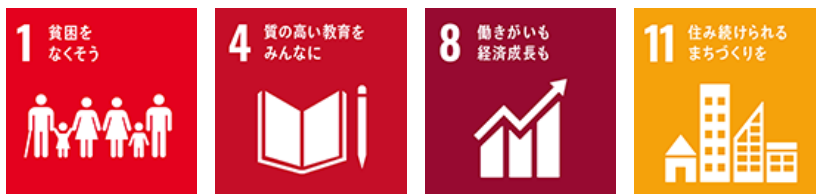
① サービス

- ・映像や写真の高い技術とサービスの提供により、お客様の感動と幸せを追求



② 地域貢献・社会貢献

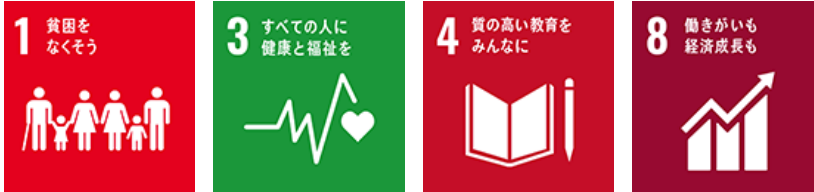
- ・地元地域での積極的な採用による雇用機会の創出
- ・若者の職業、就業体験等の実施



③ 人権・働きがい

- ・様々な研修、プロジェクトへの参画、学びの場として社内アカデミー構築への挑戦を通じた社員スキルアップやモチベーションの向上
- ・入社後は、約6カ月にわたって社内での研修を徹底して行い、その後現場での経験を積む。現場での経験を活かすため、現場での仕事の前後には必ず上司が課題などの設定やその振り返りなどを一緒に行い、きめ細かなケアを継続。

- ・社員の健康維持、増進のための健康経営の実践
- ・健康診断受診率は 100%を達成、今後も継続
- ・メンタルヘルスに関する資格（メンタルヘルスマネジメント検定など）取得を社員に促す。
- ・グループ全体でのコンプライアンスの徹底とガバナンスの強化



④環境

- ・事務業務等で発生する紙のムダの削減、電子化によるペーパーレス化の促進
- ・雑紙やプラスチック等徹底した分別により、再資源化に貢献
- ・DVD、ブルーレイの納品ケースをプラスチック製から、再生紙利用の紙製に変更



2. インパクトの特定

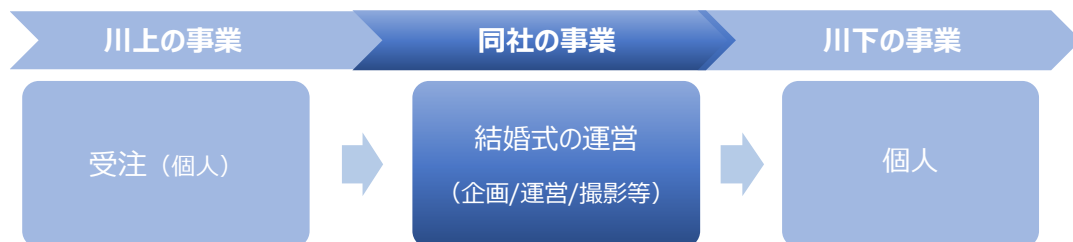
(1) バリューチェーン分析

- 同グループの主力企業である「ムーブ」は、ブライダル映像事業で売上の 95%を占めている。また、同制作技術を活かし、企業向けに販促映像の制作も手掛けている。
- 「ヴィブラント」は、結婚式マネジメント（結婚式の企画・運営、映像撮影、婚礼衣装レンタル等）を沖縄県で行っている。

●ムーブのバリューチェーン



●ヴィブラントのバリューチェーン



(2) インパクトマッピング

- 大垣共立銀行は、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。
- 川上の事業は、結婚式場や個人からの受注が大半であり、同グループが与えるインパクトが無い場合、インパクトの特定は行わない。
- 同グループの事業を、「写真業（国際標準産業分類 7420）」とする。
- 川下の事業は、エンドユーザが一般個人であるためインパクトの特定は行わない。
- 上記に基づき、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

(3) インパクトレーダーによるマッピング

バリューチェーン	同社	
	写真業 (7420)	
インパクト	Positive	Negative
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		
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		

「●●」は重要な影響があるカテゴリを示す 「●」は影響があるカテゴリを示す

発現したインパクトについて、同グループ事業について、カテゴリ毎の対応するSDGsターゲットを整理する。

同グループの事業

(i) 「雇用」

- 同グループは、入社後半年間は社内研修により、映像技術、一般教養、マナーなどを習得。その後もOJTによる現場で実践を積みながら技術力向上を図っている。また、福利厚生面の充実にも力を入れており、結婚、出産後も働ける職場環境の提供、時短勤務など柔軟な働き方ができる環境を提供しており、PI拡大に寄与している。
- 一般的にブライダル映像事業において、繁忙期（春・秋）に時間外労働が増加する。また、閑散期（夏・冬）は、新規顧客獲得工作などで時間外労働が増加するため、年間を通じて時間外労働は多く、従業員の健康に悪影響を及ぼす可能性がある。同グループでは、全ての従業員に健康診断の受診、「メンタルヘルスマネジメント検定（Ⅱ種）」の資格取得の促進など、従業員の健康面の配慮を行うことで、NI縮小に寄与している。
- SDGsでは、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 - 5.5：あらゆるレベルにおいて女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する
 - 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：すべ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

(ii) 「情報」

- ブライダル業界は、人口減少や少子高齢化によるマーケットの縮小や、未婚率増加、経済不況などから婚礼件数の減少が課題となっている。
- 同グループでは、結婚式の写真や動画を自社HPやSNSなどに掲載することで、「結婚文化」の魅力を発信している。
- 同グループは、ブライダル映像制作から始まり、少人数向けのウエディング事業やフォト・ウエディングなど、時代とともに変化していく「結婚式」のニーズに応えていくことで、ブライダル業界の発展に寄与している。これらの取り組みは、PI拡大に寄与している。
- SDGsでは、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 - 8.3 生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進する

(iii) 「廃棄物」

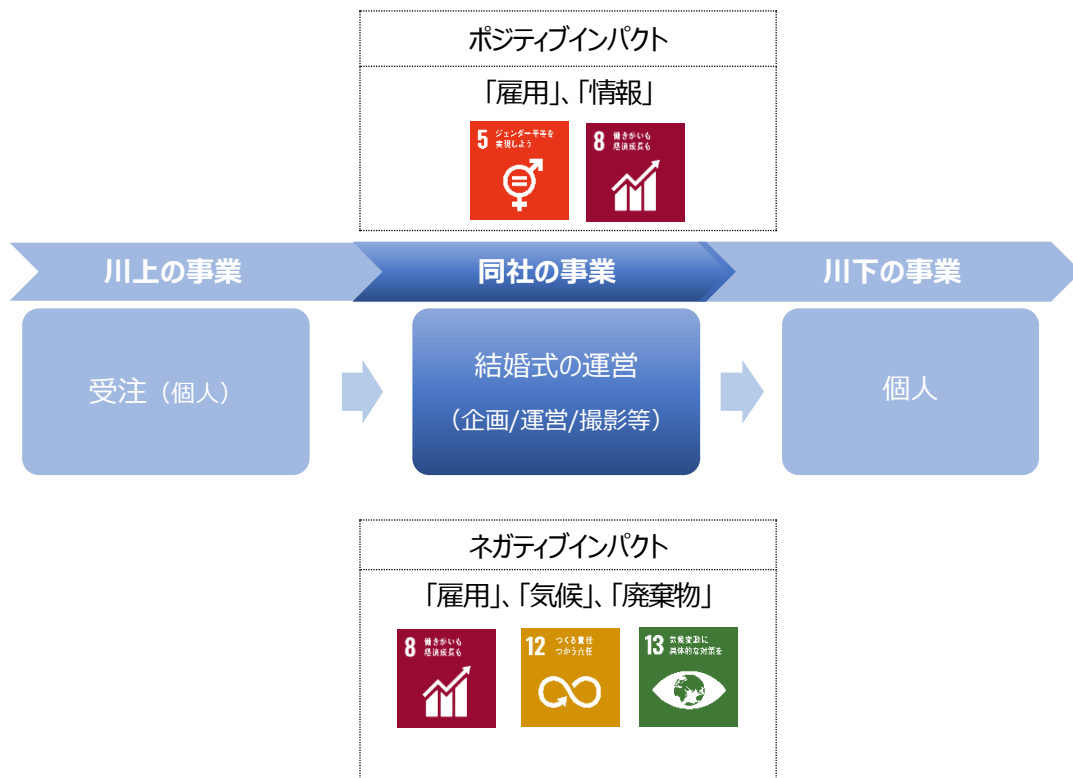
- 同グループは、DVD や Blu-ray のケースを再生紙利用のものを使用しており、プラスチック利用削減や、ペーパーレス化の推進による紙の削減に取り組んでいる。
- 今後は、自社から排出される廃棄物削減だけでなく、結婚式で使用されたアクセサリーや装飾物のリサイクル事業を開始する予定であり、NI の縮小に寄与している。
- SDGs では、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 3.9 : 有害化学物質ならびに大気、水質及び土壌の汚染による死亡及び疾病の件数を大幅に減少させる
 12.5 : 廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する

(iv) 「気候」

- インパクトマッピング上では発現しなかったが、同グループは、本件を機に CO2 排出量の算定、電気自動車への切り替えなど、環境面に配慮した取り組みを強化していく方針であり、NI 縮小に寄与していく。
- SDGs では、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 13.1 : 気候関連災害や自然災害に対する強靱性と適応能力を強化する

(4) 特定したインパクト

バリューチェーン分析、およびインパクトマッピングを踏まえ、同グループのバリューチェーンが与えるインパクトと SDGs の対応状況を以下の通り、整理する。



以上を踏まえて、同グループのインパクトを、環境と社会の側面から特定した。

環境（Environment）

環境に配慮した経営および地域貢献

- 同グループは、事業活動で発生する「紙」や「プラスチック」の削減に取り組んでいる。具体的な取り組みとしては、帳票の電子化によるペーパーレスの推進、利用客に提供する DVD や Blu-ray ケースは、再生紙利用のケースを使用している。
- 本件取り組みを機に、CO2 排出量の算定、電気自動車への切り替えなど、環境面に配慮した取り組みを強化していく方針である。
- さらに同グループでは、ブライダル業界全体の「廃棄物削減」を課題と認識し、結婚式で使用されるアクセサリーや装飾品、ブーケなどの花き類は廃棄されるケースがほとんどであるが、これらを再利用や別のアクセサリーに生まれ変わらせる取り組みを行っていく予定である。この取り組みは、同グループの近隣エリアに在住する結婚や出産を機に退職した女性を採用する方針であり、新たな雇用機会を創出する。また、育児等で悩む親同士のコミュニケーションの場を提供することになり、地域貢献にも繋がる。
- このインパクトは「雇用」、「気候」、「廃棄物」のカテゴリに該当し、環境面において NI を縮小、社会面において PI を拡大すると考えられる。
- SDGs では、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 - 5.5 : あらゆるレベルにおいて女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する
 - 12.5 : 廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する
 - 13.1 : 気候関連災害や自然災害に対する強靱性と適応能力を強化する

社会（Social）

ブライダル業界への貢献、事業の拡大による雇用の創出

- ① 「結婚式」の魅力の発信
 - 「結婚式」は、人生の通過儀礼として日本古来より人間としての成長を促す大切な機会である。新郎新婦が「結婚式」というイベントを作り上げていく工程で、価値観の相違をすり合わせていく作業を通じて、双方の価値観の理解や問題解決の手法を学ぶ大切な時間である。
 - しかし、前述の通り、ブライダル業界は、人口減少や少子高齢化によるマーケットの縮小や、未婚率増加、経済不況などから婚礼件数の減少が課題となっている。
 - 同グループでは、その魅力を多くの人に発信していくことで、ブライダル業界の発展に貢献していく。
- ② 事業エリアの拡大
 - ムーブは、東海地方（愛知、岐阜、三重、静岡）を中心に事業を行っているが、今後は関東、関西へ営業エリアを拡大して行く方針である。現地採用による新たな雇用機会の創出、ブライダル関連人材の育成、また全国の結婚式回数の増加等により、ブライダル業界の発展に貢献していく。

③ ブライダル人材の育成

- ブライダル業界は女性の割合が非常に高く、結婚や出産を機に退職するケースが多い。同グループでは、結婚や育児が落ち着いた後に職場復帰ができるよう、映像制作に関する技術教育などを行う取り組みを開始する予定である。

④ ベトナムでのウエディング事業の取り組み

- 国内人口減少による国内のブライダル市場が縮小していくことから、日本に比べて平均年齢が若く、市場が拡大していく可能性が大きいベトナムでのウエディング事業を開始するため準備を進めている。日本とベトナムでは結婚式文化が異なるため、現在は現地に出張して情報収集を行っている段階であるが、今後は国内でベトナム人を採用し、映像技術の習得や、ベトナム文化を取り入れたブライダルサービスの開発を行い、更には現地で人材を育成し、日本で雇用することなどを構想している。
- 上記取り組みは、日本国内に依存した経営体質からの脱却による既存事業のリスク分散、カメラマンが動画編集を行うスキルなどをベトナム国内に広めることで、同国での映像技術の向上に貢献することが想定される。
- このインパクトは「雇用」、「情報」に該当し、社会面の PI を拡大すると考えられる。
- SDGs では、以下のターゲットに該当すると考えられる。
 - 5.5:あらゆるレベルにおいて女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する
 - 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:すべ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

働きがいのある職場環境の構築

- 同グループでは、自社で研修センターを保有し、撮影から編集、投影までを一貫して対応できるよう人材育成を行っている。また、OJT や、様々なプロジェクトに参画することで、従業員のスキルアップを行っている。
- 健康経営にも積極的に取り組んでおり、全ての従業員に健康診断を受診させている。また、メンタルヘルスの資格取得を促進している。今後は「健康経営優良法人」の認定を取得できるよう、時間外労働の削減などを含めた社内体制を整備していく。
- また、同グループは、女性が働きやすい環境づくりを強化していく方針である。具体的には、産休・育休、産後復帰のサポートの制度の充実、女性管理職の拡充などを検討している。
- ムーブは、毎年従業員が制作した映像を外部審査員が評価する「映像アワード」を実施し、従業員を表彰することで、従業員のスキル向上やモチベーション向上に繋がっている。今後は、公的資格取得のサポートや人事制度、研修制度の構築を行っていく。
- このインパクトは、「雇用」のカテゴリに該当し、社会面の PI を拡大、NI を縮小すると考えられる。
- SDGs では以下のターゲットに該当すると考えられる。
 - 5.5 : あらゆるレベルにおいて女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する
 - 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 : すべ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

企業統治 (Governance)

法令遵守の徹底

- 同グループでは、就業規則に法令遵守条項を組み入れ、毎期、トップメッセージで注意喚起を行っている。今後は、経営層向けのコンプライアンス研修の実施などを検討し、社内のコンプライアンス体制の構築を図っていく。
- このインパクトは、「雇用」のカテゴリに該当し、NIを縮小すると考えられる。
- SDGs では、以下のターゲットに該当すると考えられる。
8.8 : すべ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

(5) インパクトニーズの確認、大垣共立銀行との方向性の確認

①国内におけるインパクトニーズ

- 国内における「SDGs インデックス&ダッシュボード」を参照し、国内のインパクトニーズと同グループのインパクトを確認する。
- 上記工程を経て特定した、同グループのインパクトに対する SDGs は、「5. ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う」、「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ディーセント・ワークを促進する」、「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」である。
- 国内における SDGs ダッシュボードでは、「5、12、13」において大きな課題が残る。「8」において重要な課題が残るとなっており、国内のインパクトニーズと同グループのインパクトが一定の関係性があることを確認した。

日本

OECD加盟国



戻る 概要 指標 ファクトシート 政策への取り組み



SDG ダッシュボードとトレンド

目標をクリックすると、詳細情報が表示されます。



ダッシュボード: ●SDG達成 ●課題は残る ●重大な課題が残っている ●大きな課題が残っている ●情報が入手できない

トレンド: ▲SDG達成が軌道に乗っているか、維持している ●やや改善中 → 停滞している ▼減少中 **トレンド情報が入手できない

②海外におけるインパクトニーズ

- 同社は、今後ベトナムへの進出を予定しているため、海外のインパクトニーズについても整合性を分析する。
- 特定したインパクトに対する SDGs のゴールがベトナムにおいても重要度が高いことが確認できる。



③大垣共立銀行が認識する社会課題との整合性




- 大垣共立銀行は、「サステナビリティ基本方針」において「地域経済の持続的成長」「地域のイノベーション支援」「多様な人材の活躍推進」「気候変動対応、環境保全」「地域資源の活用」「コーポレートガバナンスの高度化」の6つを重点課題（マテリアリティ）としている。
- 同グループの特定したインパクトにおいて、「環境に配慮した経営」は、大垣共立銀行の「気候変動対応、環境保全」と方向性が一致する。
- 「ブライダル業界への貢献」は、大垣共立銀行の「地域経済の持続的成長」と方向性が一致する。
- 「働きがいのある職場環境の構築」、「法令遵守の徹底」は、大垣共立銀行の「地域経済の持続的成長」、「多様な人材の活躍推進」、「コーポレートガバナンスの高度化」と方向性が一致する。

以上のように、大垣共立銀行は本件の取組みが、SDGs の達成および貢献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につながることを目指している。

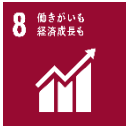
3. インパクトの評価

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、PI の拡大、NI の緩和・管理が適切になされるかを評価し、特定したインパクトに対し、それぞれに KPI を設定する

環境に配慮した経営および地域貢献


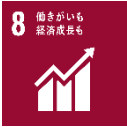
項目	内容
インパクトの種類	環境的側面において NI を縮小 社会的側面において PI を拡大
カテゴリ	「雇用」、「気候」、「廃棄物」
関連する SDGs	  
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 温室効果ガス排出量削減に向けた取組みの開始 ・ 廃棄物量削減に向けた環境負荷軽減に関する取組みの推進 ・ 女性の雇用機会の創出およびコミュニティ形成による地域社会の発展への貢献
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2024 年度までに温室効果ガス排出量の算定開始、削減目標の設定 ・ ブライダル関連資材のリサイクル事業（結婚式で使用されたモニュメントの再利用など）を 2025 年までに開始し、地域の女性の雇用およびコミュニティ形成の場の構築を進める

ブライダル業界への貢献、事業の拡大による雇用の創出

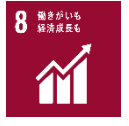
項目	内容
インパクトの種類	社会的側面において PI を拡大
カテゴリ	「雇用」、「情報」
関連する SDGs	
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業規模拡大における情報発信機会の拡大 ・ エリア拡大におけるブライダル業界への貢献 ・ 2030VISION「幸せ家族数 2000 組」に向けた新たな取組みの開始 ・ 海外進出による多様な人材の雇用の創出および国外のブライダル業界への貢献
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2030 年度までにグループ全体の売上高を 20 億円以上にする ・ 2028 年度までに映像制作を手掛ける子会社(株)ムーブにて営業エリア拡大とウェディング関連事業創設により売上高 6 億円へ増加する ・ 2025 年度までに結婚式マネジメント事業を手掛ける子会社(株)Vibrant にて集

	<p>客チャネルをアプリなど3つに増加させることでより結婚式の魅力発信を強化する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2024 年度までにベトナム事業での事業展開に関する計画を策定し、海外ビジネスの確立やベトナム国内の人材育成を推進する
--	--

働きがいのある職場環境の構築

項目	内容
インパクトの種類	社会的側面において PI を拡大
カテゴリ	「雇用」
関連する SDGs	 
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワークライフバランスやダイバーシティ推進による誰もが働きやすい職場環境構築による雇用の創出
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・ 女性従業員比率 35%以上を維持する ・ 2028 年度までに女性の管理職比率を 30%にする ・ 2024 年度から健康経営優良法人認定を取得に向けた体制整備の開始

法令遵守の徹底

項目	内容
インパクトの種類	社会的側面において NI を縮小
カテゴリ	「雇用」
関連する SDGs	
内容・対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業責任、ステークホルダーとの信頼関係構築のためコンプライアンス徹底による経営基盤の強化
KPI	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2024 年度までに経営層向けコンプライアンス研修の実施 ・ 2026 年度までに全社でコンプライアンス研修制度を整備し、実施していくことで自社のコンプライアンス体制を強化する

4. モニタリング

(1) ライフストリームホールディングスにおけるインパクトの管理体制

- 同グループでは、石野社長を中心に、本 PIF におけるインパクトの特定並びに KPI の策定を行った。
- 今後については、統括責任者を宮脇会長とし、管理責任者の石野社長を中心に SDGs の推進、並びに、本 PIF で策定した KPI の管理を行っていく方針である。

(2) 大垣共立銀行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、同グループと大垣共立銀行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、大垣共立銀行と OKB 総研が現時点で入手可能な公開情報、同グループ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、現時点での状況を評価したものであり、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. 大垣共立銀行、および OKB 総研が本評価に際して用いた情報は、大垣共立銀行および OKB 総研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。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 OKB 総研に帰属します。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。