



## 株式会社 アースサイド

### 『しがぎん』サステナブル評価融資

発行日：2022年11月18日

発行者：株式会社しがぎん経済文化センター  
産業・市場調査部

本文書は、株式会社アースサイド(以下、「アースサイド」または「当社」という)が滋賀銀行(以下、「貸付人」という)から『しがぎん』サステナブル評価融資(以下、「本ローン」という)を受けるにあたり、株式会社しがぎん経済文化センター(KEIBUN)が発行するものである。なお、『しがぎん』サステナブル評価融資とは、お客さまのサステナビリティ経営と有意義な目標設定に対し、外部機関による評価やモニタリングを通じた伴走支援により、企業価値の向上を後押しする融資である。

#### 1. アースサイドの会社概要

社名	株式会社 アースサイド
所在地	京都市下京区中堂寺粟田町 90 番地 KPR8 号館
設立	2018 年 10 月
資本金	900 万円
事業内容	青果を中心とした新鮮食品の生産、物流、流通、ブランド事業の展開
売上高	253.3 億円(2022 年 3 月 グループ連結)
従業員数	178 名(2022 年 3 月 グループ連結)

##### (1) 事業概要

京都市を拠点とするアースサイドグループは、経営管理業務を担うアースサイドのほか 3 つの主要な事業会社で構成される企業グループである。青果の生産から流通、物流、ブランド構築などの幅広い領域で事業を展開。事業内容は以下の通りである。

- **流通事業** (株式会社トレード、株式会社ディール)
  - 全国の卸売市場や仲卸業者向けに青果の転送事業を展開。1 日約 800t の青果を取引
  - 青果の需要と供給のバランスを整えることで、価格の平準化に貢献している
- **物流事業** (株式会社クルーズ)
  - 卸売市場を中心とした全国に広がる物流ネットワークを持つ青果配送・保管事業を展開
  - 東京と京都に構える自社の物流センターで、グループ内外の幅広い荷物の 365 日 24 時間入出庫が可能。各温度帯にも対応し青果の鮮度と品質を守っている

➤ **ブランド野菜事業**（株式会社トレード）

- 京野菜ブランド「洛市」や地域野菜ブランド「地選」を展開
- 生産者と直接取引した高品質な野菜を、加工・包装など独自規格でブランディングし、全国の消費者へ安定価格で販売する

当社グループは2001年8月、野菜の供給量・価格を安定させることを目的とした(株)トレードの設立により事業をスタート、新しい流通システム「転送事業」による市場間取引を展開。従来はアナログな手法に頼っていた青果流通の決済をシステム化することで、迅速かつ正確な支払いを実現して顧客からの信頼を獲得していった。02年には仲卸への転送事業を行う(株)ディール、グループ全体の物流を担う(株)クルーズを立ち上げ、青果の取扱量を拡大。生産から消費に至るバリューチェーン全体を対象に事業の多角化を進めてきた。アースサイドによる持株会社制に移行したのは18年10月である。

当社グループの強みはIT技術を駆使した「情報力」「機動的な物流」が挙げられる。青果の取引はスピーディで何百kgもの量を電話一本で売買するため、情報網が非常に重要となる。当社グループは朝6時から営業を開始、品目ごとのスペシャリストたちが連携し常に最新の情報を収集しているほか、グループ内のIT開発部も業務の効率化・迅速化を支えている。競合他社よりもスピード感のある取組みがきめ細かな提案を可能にし、業界での認知拡大につながっている。

また、取引した青果は、全国に張り巡らせた物流網で集荷から配送まで手配している。東京と京都に構える物流拠点では5.3万ケースの冷蔵保存が可能な倉庫を完備し、コールドチェーンにも対応。加えて、在庫状況や入出管理に関する情報を全てシステム化することで、様々な問い合わせにも即座に対応可能なクイックレスポンスを構築、充実の体制で食品の鮮度と安心を届けている。

2022年3月現在、流通事業については全国の約8割の中央卸売市場(青果)と取引を有し、取引先数は約250社。1日の転送量は約800tに及び、青果転送では全国トップクラスの実績を誇る。

■グループ各社の企業ロゴ



EARTH SIDE

株式会社アースサイド

グループ経営・  
管理・研究開発

**TRADE**

株式会社トレード

卸売市場向け青果流通業  
青果の加工・販売業  
生産事業



Deal

株式会社ディール

仲卸業向け青果流通事業



CRUISE  
Lead the Way.

株式会社クルーズ

青果物流事業

〔出所：アースサイド社ウェブサイト〕

■ 京都物流センター



〔出所：クルーズ社ウェブサイト〕

■ ブランド野菜「洛市」



〔出所：「洛市」ウェブサイト〕

## (2) 経営理念

アースサイドはグループミッションとして「グローバルフードインフラを創り、世界の毎日を新鮮に彩る」を掲げる。様々な事業を行う当社グループであるが、事業の方向性の根底にあるのは“社会から必要とされるか”という基準である。

### ■アースサイドグループのミッション



Our mission

**グローバルフードインフラを創り、  
世界の毎日を新鮮に彩る**

私たちは生産、流通、物流、ブランド事業を通じて、  
食や農業にイノベーションをもたらし、持続可能な社会の実現に貢献します。

〔出所：アースサイド社ウェブサイト〕

当社グループは2001年に(株)トレードを設立して以来、生産、流通、ブランド野菜事業など野菜を中心とした生鮮食品の川上から川下までの領域で事業を展開。次世代に豊かな未来をつなぐため、持続可能性の視点で人と野菜の関係を再構築すべく、あらゆるステージでイノベーションを創出し、安定的に新鮮な野菜の供給ができる技術・ノウハウを構築してきた。「地球に寄り添う、食を通じて地球のためになること実現する」という考えに由来したアースサイドの社名には、グループミッションと同様の思いが込められている。

## 2. アースサイドのサステナビリティ

アースサイドは、グループミッションに基づいた「社会に必要とされる事業」による自社の成長こそが、社会・環境への貢献となりサステナビリティを高めることになると考えている。当社グループでは、中長期的な持続可能性の視点で人と野菜の関係を再構成すべく、生産から流通、物流、ブランドのあらゆる事業領域でイノベーションを創出していくことを目指している。

迅速かつ正確な青果取引ネットワークの構築のほか、テクノロジーの融合による次世代型物流サービスの提供、および新鮮な野菜の魅力や食文化を発信するブランド開発に取り組んでいく。一方で、事業拡大一辺倒ではなく、地域社会や農業との共存共栄や生産性の向上など、持続可能性を考慮した事業活動を行うことも重視している。

我が国は国土が南北に細長く、気候差が激しいことから、青果物の日々の収穫量に地域差が生じやすい構造にある。近年の異常気象も地域間の需給バランスを崩す要因になっている。当社の転送事業は、野菜が余っている地域から不足する地域へと販売・輸送することで、野菜の需給バランスを整え価格を平準化することに貢献している。より効率的で安心できる青果流通の実現のため、全国の卸売市場と連携しながら社会経済情勢の変化や流通の多様化に対応した取組みを進めている。

### ■ トレードの野菜転送ビジネス



〔出所：トレード社ウェブサイト〕

また、卸売市場や仲卸業者との関係性を深める中で、後継者不足や生産者の不安定な収入など農業が抱える様々な課題に直面したことを受けブランド野菜事業に着手。2011年にスタートした「洛市」ブランドは、京野菜の生産力強化や野菜の価値を消費者に直接届ける取組みをサポートしている。「仕入」「加工」「販売」を一手に引き受けて量と質を安定させ、適切な価格で京野菜を全国のスーパーや百貨店に届けるほか、自社の冷蔵倉庫や青果専門の物流網を活用することで本来の品質を守り届けている。現在は九条ネギやミズナ、生シタケなど約40種類の野菜を取り扱い、約1,400店に販売。今後も生産者に寄り添う京野菜ブランドとして成長していくことを目指している。

このように、引き続きグループの各事業を有機的に連携させ、社会に求められる独自の価値を創出する「フードインフラ」の構築により、食の持続可能性向上の一端を担うことがアースサイドグループのサステナビリティである。



■「洛市」のビジネスモデルと提供するメリット

● 洛市のビジネスモデル




● 洛市が提供するメリット



〔出所：「洛市」ウェブサイト〕

### 3. サステナビリティ目標の設定

#### (1) サステナビリティ目標

テ ー マ	新鮮で持続可能なフードインフラの構築
貢献する SDGs	  
K P I	① 社員一人当たりの青果取扱ケース数 ② 野菜生産者との契約農家数 ③ 野菜出荷者との取引先数
目 標	① 2021 年度の実績以上とすること ② 前年度対比で増加すること ③ 前年度対比で増加すること
内 容	<p>【各 KPI について】</p> <p>① <u>社員一人当たりの青果取扱ケース数</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>卸売市場間の需給調整による青果の価格安定に貢献していること、ならびに企業としての生産性向上を表わす指標として設定する</li> <li>トレード社による社員一人当たりの青果取扱ケース数を、2021 年度実績以上とすることを旨とする(「青果取扱ケース数÷年間平均社員数」にて算出)</li> <li>2021 年度の数値は非開示</li> </ul> <p>②<u>野菜生産者の契約農家数</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>生産者の販売の選択肢を増やすことで、農業生産者の経営の持続性を向上させていることを表わす指標として設定する</li> <li>野菜生産者から野菜を直接仕入れ、「洛市」のブランド名でスーパーや百貨店に販売する事業において、契約する農家数(生産者数)の増加を目指す</li> <li>2022 年 3 月末時点での契約農家数は 258 先</li> </ul> <p>③<u>出荷者との取引先数</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>青果流通の多様性向上に資することを表わす指標として設定する</li> <li>ディール社による取引先増加を目指すものであり、流通の多様化を主眼としていることから、特に仲卸業者以外の取引先数の増加に注力する方針としている</li> <li>2022 年 3 月末時点での出荷者取引先数は 522 件</li> </ul> <p>【算出期間】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アースサイドの事業年度(4 月 1 日～3 月 31 日)を基準とする</li> </ul>

## (2) 目標の有意義性

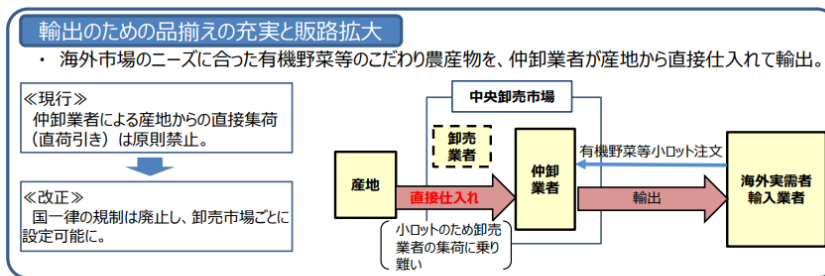
アースサイドグループは、本ローンの取組みにあたりテーマを「新鮮で持続可能なフードインフラの構築」とし、3つのKPIと目標を設定した。以下、その有意義性について見ていく。

2018年6月に改正された卸売市場法(20年6月施行)は、食品流通において加工食品・外食需要の拡大や、通信販売・産地直売等の流通の多様化が進んでいることを背景としたものである。生産者の所得向上と消費者ニーズへの的確な対応を図るため、各卸売市場の創意工夫を生かした取組みの促進、食品流通の合理化・取引の適正化を進めること目指しており、期待される3つのビジネスモデルとして、「輸出のための品揃えの充実と販路拡大」「輸送時間の短縮による鮮度保持・物流の効率化」「他市場への転送等の効率化」を参考として掲げている。

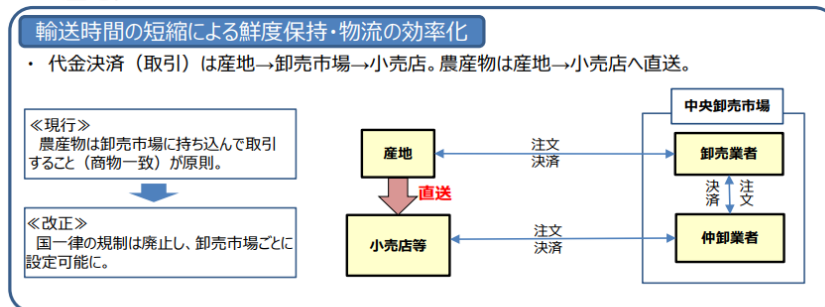
### ■ 卸売市場法改正により期待されるビジネスモデル

#### (参考) 卸売市場法改正により期待されるビジネスモデル

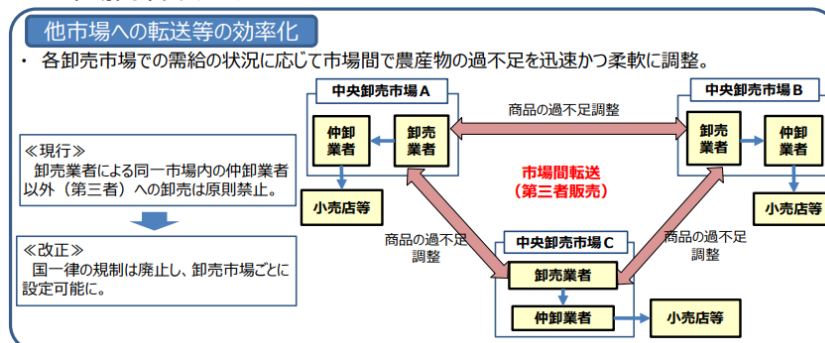
##### 1. 輸出促進



##### 2. 産地直送



##### 3. 市場間ネットワーク

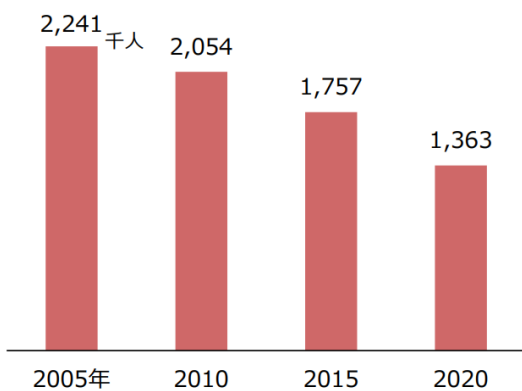


(出所：農林水産省)



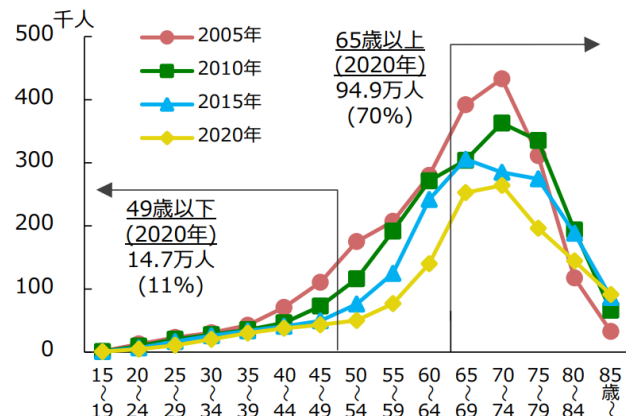
2022年5月、農林水産省から食料・農業・農村白書(令和3年度)が公表された。特集では「変化する我が国の農業構造」として、農業従事者や農業経営体、農地面積、耕地規模、品目構成の中長期的な変化が分析されている。それによると、20年の基幹的農業従事者<sup>1</sup>は136万人と減少傾向を続けている。また年齢階層別の従事者の推移は、65歳以上の階層は全体の70%を占める一方、49歳以下の若年層の割合は11%と減少傾向が続いている。農業の持続的な発展のためには、若年層等の農業従事者の確保・定着とあわせて、それらの農業従事者一人一人がこれまでより大きな役割を担っていくことが必要と考えられている。その他にも同白書では、農業従事者の高齢化と減少が進む中、計画的な経営継承の促進も課題であると明記している。

■ 基幹的農業従事者の推移



資料：農林水産省「農林業センサス」、 「2010年世界農林業センサス」(組替集計)  
 注：1) 各年2月1日時点の数値  
 2) 2005年の基幹的農業従事者数は販売農家の数値

■ 年齢階層別基幹的農業従事者の推移



資料：農林水産省「農林業センサス」、 「2010年世界農林業センサス」(組替集計)を基に作成  
 注：2005年の基幹的農業従事者数は販売農家の数値

〔出所：令和3年度食料・農業・農村白書〕

KPI①の「社員一人当たりの青果取扱ケース数」は、企業としての生産性向上に加え、卸売市場間の需給調整による野菜の価格安定に貢献していることを表わす指標として設定するものである。

産直取引、契約栽培、直売所、ネット通販など多様な流通が広がってきた影響により、卸売市場経由率は低下傾向にあるが、卸売市場は流通において4つの主要機能(集荷・分荷、価格形成、代金決済、情報受発信)を担っており基幹的インフラとして重要な役割を有しているとされる。トレード社は全国の卸売市場間での取引を担っているため、その取扱青果は全て市場を経由する。また、農林水産省の公表する卸売市場経由率(青果)の、直近5年のCAGR<sup>2</sup>は▲1.7%の減少に対し、本件は2021年度実績を上回る水準を目指す目標設定としている。青果の需給バランスを整え供給・価格変動対策になることに加え、市場活性化の下支の一助となると思われる。

<sup>1</sup> 15歳以上の個人経営体の世帯員のうち、ふだん仕事として主に自営農業に従事している者

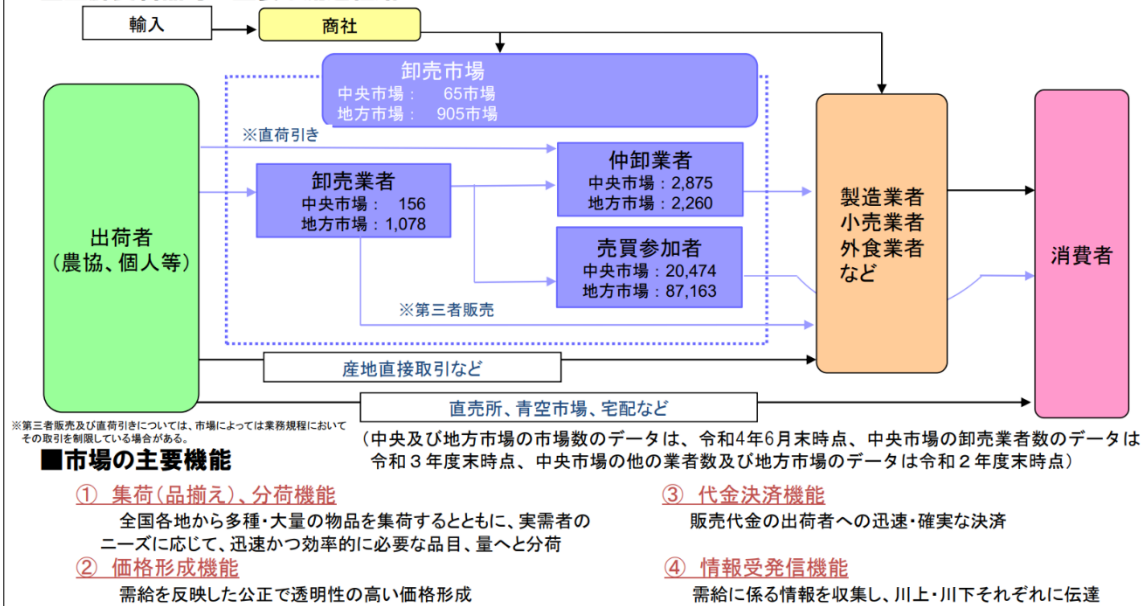
<sup>2</sup> 年平均成長率(compound average growth rate)のこと。複数年にわたる成長率から、1年あたりの幾何平均を求めたもの

■卸売市場の役割・機能について

○卸売市場の役割・機能

- 卸売市場は、野菜、果物、魚、肉など日々の食卓に欠かすことのできない生鮮食料品等を国民に円滑かつ安定的に供給するための基幹的なインフラとして、多種・大量の物品の効率的かつ継続的な集荷、公正で透明性の高い価格形成など重要な機能を有している。
- 卸売市場は生鮮食料品等の流通の基幹的なインフラとしての役割を果たしており、青果の5割強、水産物の5割弱が卸売市場を経由している(国産青果物では約8割)。

■生鮮食料品等の主要な流通経路



〔出所：農林水産省 卸売市場をめぐる情勢について(令和4年8月)〕

また、KPI②および③の「契約農家数・出荷者との取引先数の増加目標」についても、取引活性化による農業生産者の経営の持続性ならびに流通の多様性の向上に資することを表わす指標として設定した。

先に見てきたように、農業生産者や出荷者に多様な流通の選択肢を提供することは、青果流通の合理化・取引の適正化につながると考えられ、その増加目標には意義がある。また、「洛市」では生産方法などの情報を生産者同士で共有することで品質向上を図っているほか、集荷を行うことで生産者が生産に集中できるサポートを行っており、農業経営の安定化・持続可能性向上にも貢献する取組みである。

以上、本 KPI および目標は、当社グループの事業活動を通じた国の方針や課題解決の実践ということができ有意義と判断する。

以上

## しがぎん経済文化センター 会社概要

社名 株式会社しがぎん経済文化センター

代表者 取締役社長 西堀 武

所在地 〒520-0041  
滋賀県大津市浜町 1 番 38 号

設立 1984 年 3 月 21 日

資本金 1,000 万円

株主 株式会社滋賀銀行

TEL 077-526-0005

FAX 077-526-3838

## 留意事項

### 1. しがぎん経済文化センターの第三者意見について

- 本文書については貸付人が、借入人に対して実施する『しがぎん』サステナブル評価融資について、借入人のサステナビリティ経営と設定する目標の有意義性に対する第三者意見を述べたものです。
- その内容は現時点で入手可能な公開情報、借入人から提供された情報や借入人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、当該情報の正確性、実現可能性、将来における状況への評価を保証するものではありません。
- しがぎん経済文化センターは当文書のあらゆる使用から生じる直接的、間接的損失や派生的損害については、一切責任を負いません。

### 2. 滋賀銀行との関係、独立性

- しがぎん経済文化センターは滋賀銀行グループに属しており、滋賀銀行および滋賀銀行グループ企業との間および滋賀銀行グループのお客さま相互の間における利益相反のおそれのある取引等に関して、法令等に従い、お客さまの利益が不当に害されることのないように、適切に業務を遂行いたします。
- また、本文書にかかる調査、分析、コンサルティング業務は滋賀銀行とは独立して行われるものであり、滋賀銀行からの融資に関する助言を構成するものでも、資金調達を保証するものでもありません。

### 3. しがぎん経済文化センターの第三者性

- 借入人としがぎん経済文化センターとの間に利益相反が生じるような、資本関係、人的関係などの特別な利害関係はございません。

### 4. 本文書の著作権

- 本文書に関する一切の権利はしがぎん経済文化センターが保有しています。本文書の全部または一部を自己使用の目的を超えて、複製、改変、翻案、頒布等を行うことは禁止されています。