



京阪グリーン 株式会社

『しがぎん』サステナブル評価融資

発行日：2025年2月10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、京阪グリーン 株式会社（以下、「京阪グリーン」または「同社」という）が滋賀銀行から『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. 会社概要

社名	京阪グリーン 株式会社
所在地	滋賀県大津市里 5-1-35
創業	1978年11月1日
資本金	2,000万円
事業内容	緑化事業及び造園工事の設計施工、土木工事業、塀・門扉等の建築付帯事業
社員数	31人（2025年1月末時点）

(1) 事業概要

京阪グリーンは、滋賀県大津市に本社を置く造園工事業者である。個人住宅から公共施設まで幅広い規模の庭園や緑化工事を手掛けており、ウッドデッキ、ガーデンルームなどエクステリア工事を軸に塀や門扉などの建築付帯工事を行う。守山市、彦根市にも支店を構えており、活動範囲は滋賀県広域にわたるほか、京都や大阪エリアでの工事にも対応している。同社のビジネスモデルはハウスメーカーからの業務受託（B to B）と個人顧客からの直接受注（B to C）をバランスよく取り入れており、安定的な事業活動を行っている。

同社の沿革は1978年11月の創業まで遡る。当時は寺院や神社の庭造りや保守管理に携わっていた。枯山水¹や池泉回遊式庭園²といった日本古来の庭造り、そしてその美しい風景を維持するために剪定³、除草、施肥、必要に応じて伐採・植栽などのメンテナンスを行い、庭造りのプロフェッショナルとして信頼を獲得していった。県内各所の庭園を手掛け、着実に経験と実績を積み規模を拡大し、1991年に法人化し現社名になるとも

¹ 石や砂を使って山や水の風景を表現する庭園。瞑想や精神修養の場として利用されることも多い。

² 池を中心にした庭園で、池の周りを歩きながら景色を楽しむ形式。

³ 樹木の形を整え、風通しを良くし、病害虫の発生を予防する。

に徐々に個人住宅のエクステリア工事に参入。現在の取引先である大手ハウスメーカーの滋賀県内への進出に伴い、エクステリア部門が大きく成長することとなる。以降、2017年に守山支店、2019年に彦根支店（niwary）をオープンし現在に至る。

同社の強みは2点ある。1点目は「人材力」である。庭造りは0から1を生み出す仕事であるとともに、顧客の要望以上のものを提供することもできる。同社は営業、設計、施工の各工程で専門スタッフが従事する完全分業制を採用しており、男女問わず幅広い年齢層の社員が在籍している。そのため、色合いやデザインなど多様なアイデアが出せるような環境となっており、幅広い顧客ニーズに応えることが可能である。建売住宅の場合は、ハウスメーカーから提供された大まかな外構イメージをもとに設計を進めることになるが、建物の外観を参考にシミュレーションしながら、顧客の趣味・嗜好に合うデザインを作っていく必要があるため、スタッフ全員が協力し知恵を出し合いながら、顧客の納得がいく庭造りを実践している。各工程のスタッフの人数は偏りなく配置されており、緊急時にも柔軟に対応できる体制となっている。また、完全分業制とすることで各スタッフが自身の担当業務に集中することができる環境を作り、質の高いサービス提供を可能とすることで、顧客満足度の向上にもつながっている。その提案力、技術力は外部からの評価を得ており、住宅建材メーカーなどからの数多くの受賞実績がある。

2点目は「アフターフォローを怠らない営業スタイル」である。先述の通り、営業、設計、施工を一貫して行える点が同社の特徴であるが、メンテナンスやリフォームなどのアフターフォローにも注力している。同社は46年の歴史と年間約750件もの工事を請け負ってきた実績があり、多種多様な庭の特徴や、季節ごとの手入れ・サービスなどを熟知しているため、各顧客に応じた適切なサービスを提案することができる。社内で既存顧客リストを運用し、5年、10年など区切りのタイミングで提案ができるような体制が整っており、顧客の安心感を担保している。また、庭には先人たちがどんな空間にしたいかという想いが込められており、その想いを実物資産として後世に引き継いでいくことも自社の役割であると捉えている。同社ではこのようなアフターフォローの重要性を常に社内で共有している。

今後はさらに拠点数を増やし、顧客との接点を増やしながらより効率的な集客を進め、上記強みを活かして顧客満足を越えた顧客感動を実現できるよう邁進していきたいとしている。

■ 施工事例



〔出所：同社ウェブサイトより〕


(2) 企業理念

同社は創業時より大切にしている価値観を企業理念として制定している。当理念を制定した創業者である北島文男氏は、「建築工事において造園や外構工事は、いわば『縁の下の力持ち』となるような立ち回りが多く、表に出にくい仕事」になりがちであるが、社員には庭造りを通じて緑豊かな街並みを守るという重要な役割を担っていることを自負したうえで仕事をするように指導している。社会にもその役割を知ってもらうことで庭造りに携わる企業の地位向上を目指していきたいという想いが込められている。

また、上記の企業理念を実現するために社員に求める姿勢を行動原理として整理している。同社の事業活動の原動力は「人」であり、社員の幸せがあってこそ顧客にも幸せになってもらえると捉え、社員が働きがいを感じられるよう後述する社内体制整備を進めている。

「家を建てて 庭を作って 住むことが『家庭』を持つこと」であり、今後も庭造りを通じて様々な家庭のカタチを創造していきたいと考えている。

■ 京阪グリーンの理念体系



企業理念

緑を中心とした環境の創造を通じて社会に貢献します。

行動原理

- ① 全員の姿勢
相手の人権を尊重し、お互いが感謝しあえる
明るく、活力のある人間関係をつくります
- ② 顧客への姿勢
知恵と技能を活かし、
お客様に得をしてもらえる仕事を行います。
- ③ 社員への姿勢
みんなが目を輝かせてはたらいっている、
そんな元気な職場を作ります

〔出所：ヒアリングより KEIBUN 作成〕

2.京阪グリーンのサステナビリティ

同社は先述した事業活動における強みや企業理念を持続的に実現するために、「エクステリア企業としての取組～お客様の人生に輝きを～」 「人材への取組～社員の人生に輝きを～」 「社会貢献への取組～地元地域や地球環境に輝きを～」 という3つのテーマをサステナビリティ戦略の柱としそれぞれ取り組みを進めている。これらの取り組みは「SDGs 宣言」として整理されている。

「エクステリア企業としての取組～お客様の人生に輝きを～」においては、住む人の笑顔を生み出す庭を実現することを目的とし、安心安全で質の高いサービスを提供できる体制を有している。具体的には定期的な社内勉強会や事例共有会の実施による社員の知見・技術向上に取り組んでいる。今後は社員に今まで以上に自分事として学ぶ姿勢を身に着けてもらえるよう教育にかかる予算管理を社内でも共有し、社外勉強会にも積極的に参加できる体制を整備していきたいとしている。その他、ユニバーサルデザイン⁴を意識した空間設計で誰もが安心かつ便利に利用できる庭造りを心掛けている。

「人材への取組～社員の人生に輝きを～」においては、社員の安全確保と社員の働きがいにつながる取り組みを推進していく。まず、社員の安全確保のための取り組みとして、すべての施工現場で安全パトロールを実施する。さらに状況に応じて指導を行い事故発生リスクを最小化することで、社員だけでなく協力企業の安全確保にもつながり、現場全体での安全に対する意識向上を実現している。社員の働きがい高める取り組みとしては、①人事評価制度②資格取得支援制度③長時間労働の削減と休暇が取得しやすい環境を整備している。先述の通り、企業理念の実現のためには社員の力が必要不可欠であり、働きがいを感じることができる職場であることが重要とし、これらの体制強化に努めている。①人事評価制度では、どれだけの頑張りでどれだけの報酬が還元されるのか、昇格するために必要なことや会社から求められていることは何か、などを明確にすることにより社員が自身のキャリアパスを自ずと描けるようになり、意欲的に業務に取り組むことができるようになる。②資格取得支援制度では国家資格である造園施工管理技士をはじめとし、造園周辺業務に関する知識を習得するための資格である土木施工管理技士や測量士、住宅ローンに関するアドバイスをするための資格としてファイナンシャルプランナーなど幅広い資格取得を推進している。これらの資格を取得した社員は報奨金を受けることができ、社員が自己研鑽に励みやすい環境となっている。今後は各人の資格取得状況を把握し、人事評価に反映させていく。③長時間労働の削減と休暇が取得しやすい環境整備は2年ほど前から積極的に取り組んでおり、社員の年間休日は120日以上となっている。また、限られた時間内で業務をすることが求められるため、各人が効率的な時間の使い方を考える社風が醸成され、結果として労働生産性は向上しているという。

最後に「社会貢献への取り組み～地元地域や地球環境に輝きを～」においては、環境にやさしい商品「GPサンド」「リボサンド」⁵の利用を促進していく。本来廃棄されるものを原料としたサステナブルな商品を活用し、庭造りから循環型社会に貢献していく。そのほかにも、本社敷地内でのマルシェの開催や、子ども食堂への参加など地域とのつながりを大切にした活動も続けていくことで、地域社会から認められる企業であり続けたいとしている。

⁴ 特定の人たちのバリア（障害、障壁、不便など）を取り除く「バリアフリー」の考え方をさらに進め、能力や年齢、国籍、性別などの違いを超えて、全ての人々が暮らしやすいように、まちづくり、ものづくり、環境づくりなどを行っていくとする考え方。

⁵ 葺き替えに伴って不要になった瓦を粉砕してつくられた砂。原材料が瓦であり、多孔質であるため保水性が高く、植物が枯れにくい。「GPサンド」と「リボサンド」の違いは「リボサンド」は高温で加熱して焼き固める焼成過程を経ているため粒度がそろっている点。

■SDGs 宣言

京阪グリーン株式会社 SDGs宣言

当社は、「関わる方々を輝かせる会社」という経営ビジョンのもと、国連が提唱する持続可能な開発目標（SDGs）に賛同し、下記の重要課題に取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献します。

2022年9月吉日
京阪グリーン株式会社
代表取締役 北島 亮太

エクステリア企業としての取組～お客様の人生に輝きを～

笑顔あふれるお庭で喜んでいただくために、安心安全で質の高いサービスの提供をまいります。

- ・美しい景観やデザインの提供
- ・安心安全な商品のお届け
- ・社内連携を強化しお客様との時間を創出







人材への取組～従業員的人生に輝きを～

ともに働く仲間の健康と安全を確保しながら、個性を發揮できる職場環境を整備してまいります。

- ・長時間労働の抑制
- ・労働災害防止に向けた安全教育の実施
- ・公正な人事制度、資格取得支援制度の導入








社会貢献への取組～地元地域や地球環境に輝きを～

環境負荷低減や、地元の賑わいを創出する事業活動を展開し、自然豊かで輝く故郷を次世代につないでまいります。

- ・廃棄ロスの削減／リサイクル材の利用
- ・地域貢献活動への参加、地域イベントの継続開催
- ・事務所・店舗照明のLED化










京阪グリーン株式会社 KEIBUN GREEN CO.,LTD

〔出所：同社ウェブサイトより〕

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

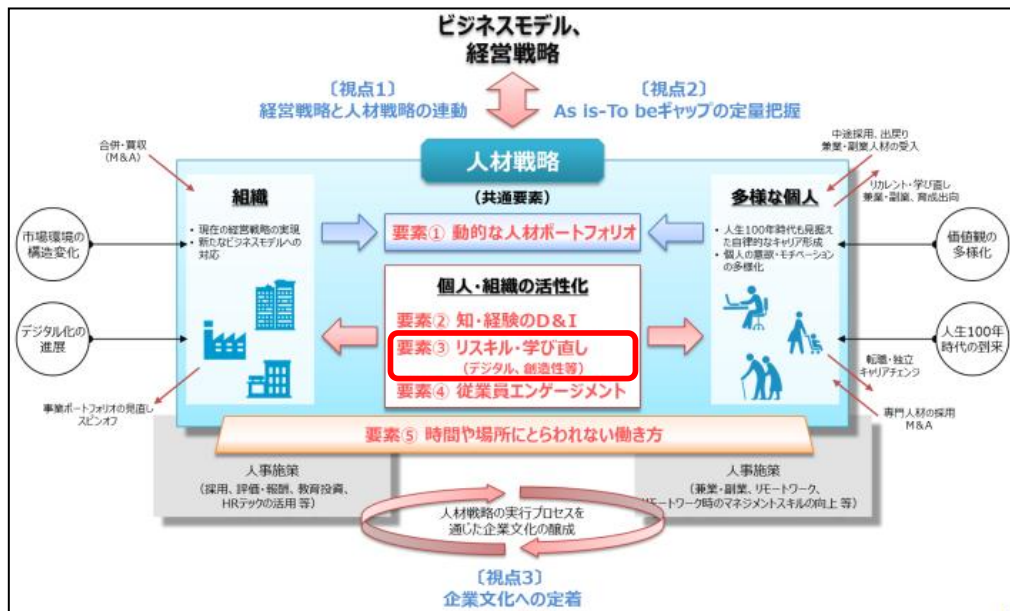
テ ー マ	従業員の知識やスキル、社内コミュニケーションの向上による自社の持続的発展						
貢献する SDGs	  						
K P I	人材力を高める年間研修時間						
目 標	(単位：1人あたりの平均時間)						
	年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度
	目標	計画 策定	15 時間	17 時間	19 時間	21 時間	23 時間
内 容	<p>【計算方法】 従業員 1 人あたりの年間研修時間 = $\frac{\text{全従業員の年間総研修時間}}{\text{従業員数 ((期首従業員数 + 期末従業員数) \div 2)}}$</p> <p>※従業員にはパートタイマー・アルバイトを含む。ただし短期アルバイトは含めない</p> <p>【対象とする研修】 ・ 社外・社内の講習会、研修会、勉強会 新商品・技能・コミュニケーション・ハラスメントなどの研修会や勉強会、資格取得のための講習会 など</p> <p>【算定期間】 同社の事業年度（4月1日～3月31日）を基準とする 例) 2024 年度（2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日）</p>						

(2) サステナビリティ目標の有意義性

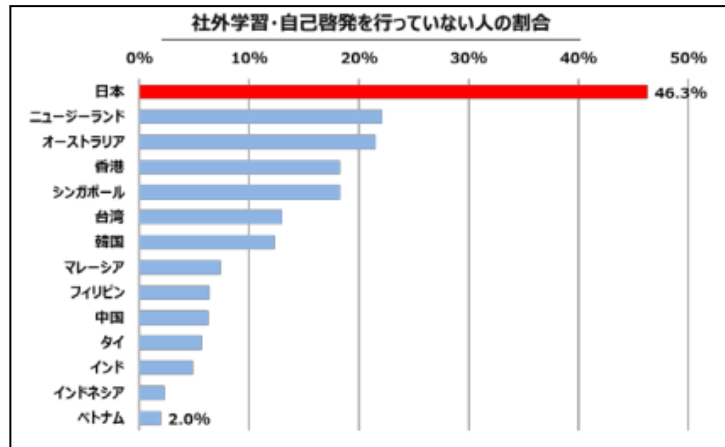
京阪グリーンは本ローンの組成にあたり、「人材力を高める年間研修時間」を KPI とし、目標値を掲げている。以下、その有意義性について見ていく。

産業構造の急激な変化や少子高齢化などを踏まえ、経営環境の変化に応じた人材戦略の構築を促進し、中長期的な企業価値の向上へつなげる観点から、2020年9月に経済産業省より「人材版伊藤レポート」が出された。伊藤レポートでは企業の競争力の源泉が人材となっている中で、人材の「材」は「財」であるとの認識の下、持続的な企業価値の向上と「人的資本（Human Capital）」について議論がされている。その中で、これからあるべき人材戦略を特徴づけるものとして「3つの視点（Perspective）と5つの共通要素（Factors）」＝「3P・5F」を提唱し、企業価値の持続的向上につなげる人材戦略を策定・実行することを経営陣に求めている。その5つの共通要素の1つとして「目指すべき将来と現在との間のスキルギャップを埋めていく要素＝（リスキル・学び直し）」が具体的な人材戦略として示されている。事業環境の急激な変化や個人の価値観の多様化に対応するためにも、個人のリスキル・スキルシフトの促進、専門性の向上が必要であり、個人が自らのキャリアを見据え、学び直しに取り組むことができるよう、企業としても個人の自律的なキャリア構築を支援することが重要であるとしている。伊藤レポートの資料では、日本は他国に比べ「社外学習・自己啓発を行っていない人の割合」が高く、半数近くが何も行っていない結果となっている。また、企業の学びへの人材投資額も低い水準に留まっている。このことから「リスキル・学び直し」への取り組みは重要であると言える。

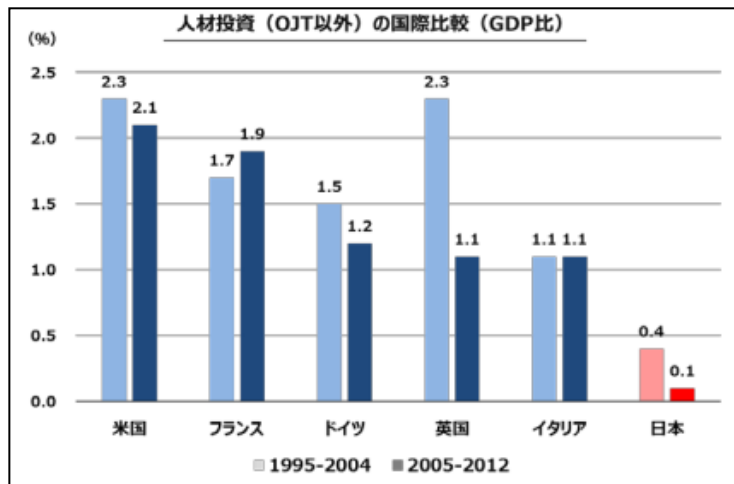
■ 人材戦略に求められる3つの視点と5つの共通要素（3P・5Fモデル）



■個人の社外学習・自己啓発の状況



■企業の学びへの投資額

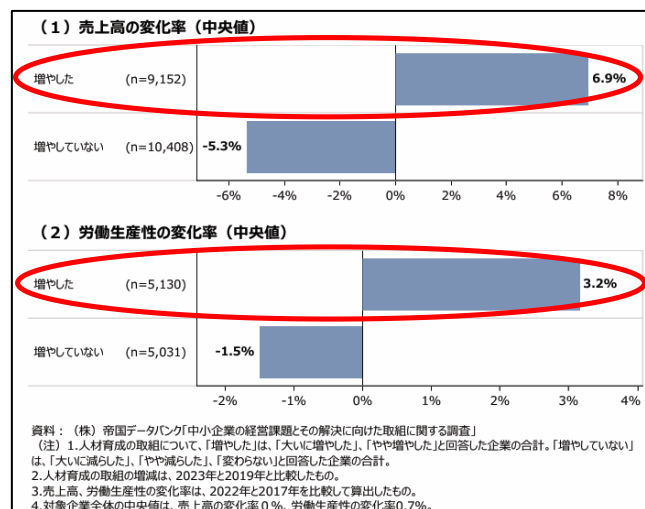


(出所：いずれも経済産業省「人材版伊藤レポート」)

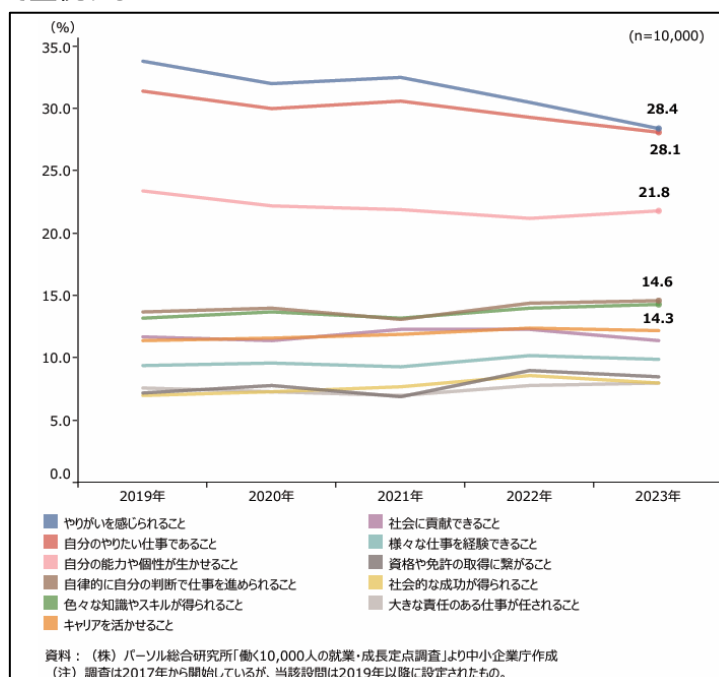
また、厚生労働省は企業や労働者を取り巻く環境が急速かつ広範に変化し労働者の職業人生の長期化も同時に進行する中で、労働者の学び・学び直しの必要性が益々高まっていることを背景に、2020年6月「職場における学び・学び直し促進ガイドライン」を策定している。このガイドラインの中で、中小企業は時間面、体制面、資金面等での制約はある一方、規模が小さいからこそ、経営者の考えが浸透しやすく機動力を持って改革を実行していける強みがあり、学びの機運や企業文化・企業風土を醸成するための鍵は、「経営者」のリーダーシップと継続的な発信力であり、労働者へ学び・学び直しの重要性の理解を直接的に浸透させていくことが重要であるとしている。そして学び・学び直しの促進は、労働者のエンゲージメントや職場満足度の維持向上の他、求職者・顧客を含む人から選ばれる会社へとつながる可能性を切り拓くとして、人材力を高めることを期待している。

加えて中小企業庁が発行した「2024 年度版中小企業白書」では人材育成の取り組みによる効果などについて分析を行っている。人材育成の取り組みの増減別に見た売上高及び労働生産性の変化率（中央値）では、人材育成の取り組みを「増やした」企業では売上高、労働生産性共に増加している傾向にあり、人材育成の取り組みは業績の向上につながる可能性があることが見て取れる。また働き手が仕事を選ぶ上で重視することを尋ねた調査では、「やりがいを感じられること」、次いで「自分のやりたい仕事であること」の回答割合が依然高いものの直近ではこの両件が最も減少している。その一方で最も増加したのは「資格や免許の取得に繋がること」、次いで「色々な知識やスキルが得られること」となっており、働き手が重視することについてトレンドに変化が起きている可能性が示唆されており、働き手のニーズの変化にも目を向け、人材確保に向けた取り組みを検討していくことが重要と考えられる。

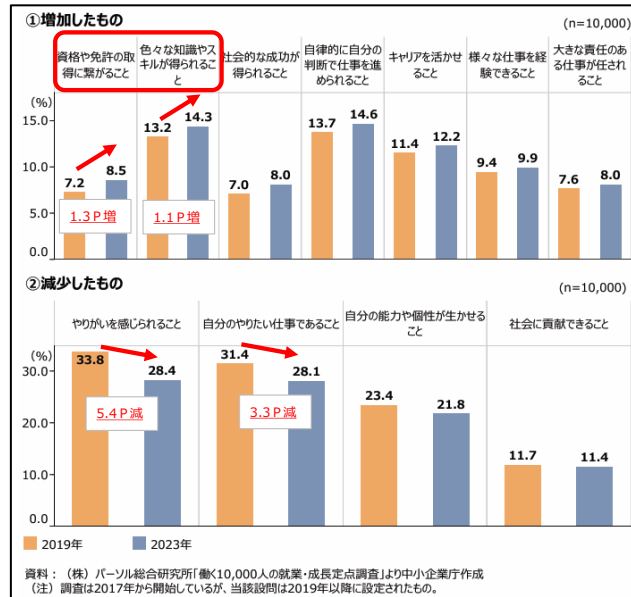
■ 売上高及び労働生産性の変化率（人材育成の取り組みの増減別、中央値）



■ 仕事内容を選ぶ上で重視すること



■ 働き手が仕事内容を選ぶ上で重視すること（2019年と2023年の比較）



〔出所：いずれも中小企業庁「2024年度版中小企業白書」〕

京阪グリーンでは従業員の成長はひいては自社の成長につながるとの考えの下、社内外への研修や会議の参加、資格の取得推進など様々な形で人材への投資を積極的に行っている。現在、営業部では社長を加え、月1回部内研修を行っている。研修は従業員が主体となって都度の研修テーマの選定や運営を行っている。研修のテーマは「新商品」「施工」などの商品やサービスに関するものから、「セールストーク」「クレーム対応」など対顧客に関するもの、そして「ハラスメント」「ジェネレーションギャップ」など社内に関するもの、時には「上司によるうれしい言葉」をテーマにするなど多岐にわたる。また、座学だけでなくグループワークも行い、役職や年齢に関係なく多くの意見を積極的に出せる場としている。これらの研修を通じ、自己の知識やスキルの向上や社内でのコミュニケーションの活性化・円滑化を図っている。今後はこの研修を営業部に留まらず設計部、工事部、内勤者など全社に広げていく方針である。社外研修では取引先ハウスメーカーが実施する研修会や勉強会へ参加することにより、外構に関する商品やサービス、情報の収集・蓄積を行い、受注先の要望に応え、顧客満足度を高めている。また、管理職研修やリーダー研修、新人研修など階層別研修への参加も促進し、各段階で必要になる知識やスキルの習得、求められる役割への理解を促し、各自のレベルアップのみならず、社内体制の構築を図っている。これらの社外研修の内容は社内研修へフィードバックをし、共有化を図っていく。引き続き従業員の資格取得にも積極的に取り組んでいく。設計部や工事部では造園施工管理技士、土木施工管理技士など、営業部ではファイナンシャルプランナーなどを推進している。今後は経理担当者の簿記など内勤業務についても積極的に推進していく方針であり、資格取得に対する講習の受講も促していく。そしてこれらの取り組みは社員のみならずパートタイム労働者なども含め行っていく方針である。

以上により、同社がこの KPI に取り組むことは従業員の知識やスキルの向上となり受注先への信頼や顧客満足度を高める。また社内のコミュニケーションの活性化・円滑化にもつながり、ひいては自社の持続成長にもつながる。加えて、政府が掲げる施策にも合致しており有意義であると言える。

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 波田 晋一

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. KEIBUN の第三者意見について

- 本文書については滋賀銀行が、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。KEIBUN は第三者意見にかかる業務を行う際、常に誠実に行動します。
- 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。また、当該情報が重要な虚偽または誤解を招く陳述が含まれる場合や、業務上必要とされる注意を怠って作成された陳述または情報が含まれる場合、必要な情報を省略するまたはあいまいにすることにより誤解を生じさせるような場合に、それを認識しながら評価は行いません。適切に第三者意見にかかる業務を行うため、その職務遂行能力を必要とされる水準を維持します。
- KEIBUN 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、一切責任は負いません。

2. 滋賀銀行との関係、独立性

- KEIBUN 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. KEIBUN の第三者性

- 借入人と KEIBUN 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 KEIBUN 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。