

セカンドオピニオン

ヤマダコーポレーション株式会社
SDGs リンク・ファイナンス

発行日:2024年7月31日

発行者:第四北越

リサーチ&コンサルティング株式会社

第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社は、貸付人である株式会社第四北越銀行が、借入人であるヤマダコーポレーション株式会社を実施する SDGs リンク・ファイナンスについて、「サステナビリティ・リンク・ローン原則」¹および「グリーンローン及びサステナビリティ・リンク・ローンガイドライン」²の「サステナビリティ・リンク・ローンに期待される事項」に整合していることを確認した。以下にその評価結果を報告する。

1. 借入人の概要

(1) 会社概要

① 基本情報

企業名	ヤマダコーポレーション株式会社
本社所在地	新潟県妙高市中川 5-5
設立	2001年
資本金	3百万円
売上高	1,537百万円(2023年7月期)
社員数	34人(2023年7月現在)
事業内容	木造建築工事業

② 沿革

1998年に「雪が多い地域だからこそ、家の中にも楽しく、家族みんなが快適に暮らせる住まいを提供したい」という思いを実現するために妙高市上町に山田建築デザイン事務所を創業。2001年に法人化し有限会社山田建設を設立。2019年にヤマダコーポレーション株式会社に組織変更した。

同社は創業から現在にいたるまで毎年成長を続けており、特に2001年に住宅事業部を立ち上げてから成長が加速している。今後も同社の地元である上越市や妙高市のエリアの顧客が「冬でも家にいるのが楽しい」と思えるように、温かくて快適な暮らしを提供し続けていくことを目指している。そのために顧客からの要望を丁寧に聴取し、一棟一棟に思いを込めて創り上げていく方針である。

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)、ローン・シンジケート・オン&トレーディング・アソシエーション(LSTA)が策定

²環境省が策定

③主力事業

同社の主力事業は、注文住宅の建築であり、(i) グランハウス、(ii) copan no ie、(iii) JUSME HOUSEという3種類のブランドを展開しており、顧客のさまざまなニーズに対応している。

(i) グランハウス

グランハウスのコンセプトは4つある。一つ目は「雪国で快適に過ごせる超高性能住宅」である。高気密・高断熱性能により一年中健康で快適な環境を提供することができる。

二つ目のコンセプトとして「上越市・妙高市エリアで最も地震に強い家」を掲げており、トップレベルの高耐震・制震性能を備えている。

三つ目のコンセプトは「毎日の暮らしを豊かにするさまざまなデザイン」である。具体的には空間全体を立方的にとらえ、空間を有効活用することで、より開放的で暮らしやすい空間デザインを実現している。

最後のコンセプトは「安心のサポート体制」である。同社では、アフターフォローの担当者が完成後の1年点検から10年間にわたり、年1回の定期点検を実施している。また、保証制度として瑕疵住宅保険や地盤保証、設備機器延長保証を設けている

【グランハウスの施工事例】



テレワーク対応の家



温かみあるナチュラルスタイルの家



インナーガレージのある家



吹き抜けと大きな窓で明るさと開放感ある家
上越市 K様



ナナメウエの家



収納力抜群の主寝室

資料: グランハウスの website <https://www.guran.jp/works/>

(ii) copan no ie (コパンの家)

コパンの家のコンセプトは「暮らすならずっと心地が良く、好きと思える家がいい。目指すのは好きなものに囲まれた暮らしと街づくり」である。設計費(デザイン料)をなくした定額制デザイン住宅でありながら、デザインの細部に徹底的にこだわった住宅を提供している。お気に入りのある生活を実現するために、コパンの家はドア、ドアノブ、照明、壁紙、床、扉、カーテンなど空間のトータルコーディネートを行っており、そこに住む人は彩りのある生活を送ることができる。

【copan no ie (コパンの家) のモデルハウス】



資料: copan no ie の website <https://www.copannoie.com/modelhouse/>

(iii) JUSME HOUSE

JUSME HOUSE のコンセプトは「注文住宅よりリーズナブル、建売住宅より自由、低価格なのに高品質。企画型住宅の新ブランド」である。徹底的なコストカットを追求して、そこから生まれる経済的な余裕、余暇を徹底的に楽しむワンランク上の暮らしという観点で、生活スタイルにどことこだわった提案をすることを目指している。

生活空間を提案するにあたり、顧客に似合う家具やふだんの服装や趣味までを想定して、暮らしのシーンが映えるような空間全体のバランスを考えてプロデュースしている。設定してある4パターンのライフスタイル「ピュアモダン」「ガーリー」「ロック」「ヴィンテージ」はどのパターンもそれぞれ個性的でありながら主張しすぎない、絶妙な上品さを魅力としている。最新のアイテムを取り入れながら、長い時を経ても気持ちよく暮らしてもらえるようにいつまでも飽きのこないデザインを心がけている。

加えて、基準が単純明快で資金計画の立てやすい料金システム(面積に応じた建物価格の設定)を採用しており、顧客にとってわかりやすいプランとなっている。

【JUSME HOUSE の施工事例】



居心地の良い空間を自由に発想した住まい



ナチュラルテイストなやさしい住まい

資料: JUSME HOUSE の website <https://jushmehouse.com/gallery-voice/>

④特徴

同社は「家は命の源」という企業理念のもと、顧客に良質な住まいを提供し続けてきた。その結果、住まい全般に関わる要望に応じることができる「(i) 総合力」を身に付け、顧客にとってベストな未来を描く「(ii) 提案力」を磨き、多くの仕事を積み重ねることで「(iii) 信用力」を培うことができている。これら 3 つの力が同社の強みであり、今後もこの強みに一層の磨きをかけて、顧客の期待に応えていくことを目指している。

(i) 総合力

1998 年に創業した当時はゼロからのスタートであったが、新築戸建て住宅の設計・施工や不動産の売買・仲介・開発など住まいに関するさまざまな事業を積み重ねてきた。その結果、顧客のライフサイクルに合わせた提案ができる総合力を備えた企業に成長することができた。今後も同社が取り組んでいるさまざまな分野の連携を緊密にすることで、幅広いニーズに迅速かつ的確に対応していくことを目指している。

(ii) 提案力

同社のモットーは「お客様にとってのベストとは何か」を親身になって考えることである。顧客の要望を詳しく丁寧に聴取したうえで、予算や工期はもちろん、年月を重ねることで予想される状況の変化まで考慮し、顧客にとっての最適なプランを提案している。

(iii) 信用力

同社が「山田建築デザイン事務所」時代から培ってきた設計デザインスキルやコストコントロールの徹底は、注文住宅をはじめその後に展開したすべての事業において受け継がれている。丁寧な仕事を積み重ねることで、顧客との信頼関係を築き上げてきており、同社の貴重な財産となっている。

(2) 企業理念

同社の以下の企業理念やビジョン、ミッションを掲げており、一般に公表している。

【同社の企業理念】

家は命の源

私たちの仕事は、お客様の命を守り幸福を生み出す家づくりでなければなら
ない。

資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/company/philosophy/>

【同社のビジョン】

VISION

私たちはお客様の家づくりにあたり「嘘を言わず、約束を守り、全てのことに誠実でなければならない」。つまり、儒教の教えにある「仁」と「信」の精神でお客様の幸せを一番に考えた家づくりを心がけ、取り組まなければならない。

資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/company/philosophy/>

【同社のミッション】

MISSION

私達は「地域No.1を目指し、No.1にならないといけない。」を目指す企業像としています。ではなぜ、一番でなければならないのか？それは「一番になる事が皆を幸せにすること」だと考えたからです。日本一高い山は富士山。でも二番目に高い山はわかりますか？一番になるということは、皆知っている企業になるということ。そのブランド力はつまり信用であり、安定へと繋がっていきます。さらには地域社会貢献へと繋がり、弊社に関わる全ての人が幸せになる良い会社であることに他なりません。だからこそ二番ではなく一番を目指すのです。

資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/company/philosophy/>

同社が掲げている企業理念やビジョン、ミッションには、顧客に対し最良のものを提供しようとする同社の思いが込められている。顧客からの要求に対し、最良の答えで応じようとする長年にわたる仕事ぶりが、現在の同社への信頼となって表れている。

(3) SDGs 達成に向けた取り組み

同社は社員全員で協力しながら個々のスキルを伸ばすことができるよう、社員が一丸となって仕事ができる環境づくりに努めている。

オフィスではワンフロアに社員全員が机を並べて業務に取り組んでいる。同じ空間で仕事をしているので、コミュニケーションを密にとりながら、連携して仕事をすすめている。加えてオフィスの天井・壁・床を白くすることで、清潔感のある、明るい空間で社員は仕事をする事ができている。

【同社のオフィスの様子】



資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/recruit/environment/>

同社では社員の成長を応援するためにキャリアステップを作成している。キャリアステップを明確にすることで自分が成長するためには何をしなければならないのか、今の自分のどこが良くて何が足りないのかを判断し成長につなげることが可能となっている。

【キャリアステップの全体像】



資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/recruit/environment/>

また同社にはキャリアアップを支える充実した教育制度も整備されている。Off-JT の研修はもちろん、OJT の研修も手厚く行っており、営業のロールプレイングや各種ツールを使って商談の練習をする際は先輩社員が積極的に手伝うなど、同社では社員と一緒に成長していこうとする社風にあふれている。

加えて充実した福利厚生制度が整備されており、社員は安心した環境の下でその能力を十分に発揮することができている。

同社が社員の能力を十分に引き出すために行っている以上のような取り組みは、SDGs17 の目標のうち、「8.働きがいも経済成長も」に合致する内容となっている。

【同社の福利厚生制度】

<p style="text-align: center;">休日休暇</p> <p>完全週休二日制 年次有給休暇 ゴールデンウィーク 夏季休暇（5日） 年末年始休暇（8日） 特別休暇（慶弔・生理休暇等）</p>	<p style="text-align: center;">手当</p> <p>賞与：年2回（6月・12月） 昇給：年1回（9月） 社会保険完備（雇用・労災・健康・厚生年金） 時間外手当 通勤手当（月20,000円まで） 皆勤手当（月3,000円） 住宅手当（月20,000円まで） 各種資格手当 退職金制度あり（勤続3年以上）</p>	<p style="text-align: center;">育児・介護支援</p> <p>産前産後休業 育児休業・育児休暇 出生時育児休業（産後パパ育児） 介護休業・休暇 育児・介護時短勤務 子の看護休暇 家族手当（子1人：月5,000円）</p>
<p style="text-align: center;">教育・研修</p> <p>内定者研修 新入社員研修 一般社員研修 外部研修 資格取得支援制度あり</p>	<p style="text-align: center;">イベント</p> <p>新年会 社内レクリエーション（BBQ・流し そうめん大会など） お客様感謝祭 経営計画発表会 年間MVP表彰</p>	<p style="text-align: center;">オフィス環境</p> <p>綺麗なオフィス 社員食堂 社内キッチン ドリンクサーバー設置 シャワールーム設置 テラスあり 屋外喫煙室あり</p>

資料: ヤマダコーポレーションの website <https://www.yamada-cp.co.jp/recruit/environment/>

2. KPI の選定

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・ローン原則等に整合している。

(1) KPI の概要

KPI (重要業績評価指標) は、同社が「各年度に完成するグランハウス・ブランドの戸建て住宅棟数に占める G2 グレードを満たす戸建て住宅の棟数の割合」である。G2 グレードとは、有識者・民間から構成される「一般社団法人 20 年先を見据えた日本の高断熱住宅研究会 (HEAT20)」が戸建て住宅の適切な高断熱化の推進・普及を目指して、「環境の質を表す室温」と「省エネルギー」を両立させて実現するために定めた住宅システムの認証である³。

G2 グレードの住宅は断熱性能において ZEH⁴を上回る高い水準に相当しており、外気温の影響を受けにくくなるため、室内を快適な気温に保つことが可能となる。冬は暖かく、夏は涼しい室内環境をつくることができるため、暖房や冷房にかける光熱費の節約効果が期待できると同時に CO₂ 排出量の抑制にもつながる。

同社は上記の KPI を選択し、その水準を示す SPTs の達成を通じて、企業として地球温暖化の抑制に貢献することを目指すこととする。

【戸建て住宅の断熱等性能等級 (同社の主力地域である上越市・妙高市は地域区分 5)】

現行水準			地域の区分							
			1	2	3	4	5	6	7	8
住宅品質確保法断熱等性能等級	等級 2 (1980 年基準)	U _A	0.72	0.72	1.21	1.47	1.67	1.67	2.35	-
	等級 3 (1992 年基準)	U _A	0.54	0.54	1.04	1.25	1.54	1.54	1.81	-
	等級 4 (省エネ基準)	U _A	0.46	0.46	0.56	0.78	0.87	0.87	0.87	-
ZEH	強化外皮基準	U _A	0.40	0.40	0.50	0.60	0.60	0.60	0.60	-
民間基準 (参考)	G1	U _A	0.34	0.34	0.38	0.46	0.48	0.56	0.56	-
	G2	U _A	0.28	0.28	0.28	0.34	0.34	0.46	0.46	-
	G3	U _A	0.20	0.20	0.20	0.23	0.23	0.26	0.26	-

注:住宅の熱の逃げにくさを表す U_A 値は小さい数値ほど断熱性が高いことを示している

資料:国土交通省「③住宅の品質確保の促進等に関する法律に基づく住宅性能表示制度における ZEH 水準を上回る等級について」

<https://www.mlit.go.jp/common/001430097.pdf>

一般社団法人 20 年先を見据えた日本の高断熱住宅研究会「計算地点選定リスト」

<http://www.heat20.jp/jyutakuninsho/jyutakusystem.html>

³ 一般社団法人 20 年先を見据えた日本の高断熱住宅研究会のウェブサイト「HEAT20 住宅システム認証」

<http://www.heat20.jp/jyutakuninsho/jyutakusystem.html> を参考として表記

⁴ ZEH: ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスのこと。家庭で使用するエネルギーと太陽光発電などで創るエネルギーをバランスして、1 年間で消費するエネルギーの量を実質的にゼロ以下にする家

(2)KPIの重要性

①サステナビリティ方針

同社の企業理念である「家は命の源」を実現するためには、住む人の健康と環境に配慮した家づくりが必要である。KPI に述べている G2 グレードを満たす高断熱住宅は、住む人に快適な生活環境を提供するとともに、その建築割合を引き上げていくことは、同社が掲げる企業理念の実現に大きく貢献することになる。したがって、同社の企業理念と KPI は目指すべき方向性が一致している。

KPI は同社の取締役会で、その達成状況を定期的に確認・協議するなど、経営陣が適切に管理していく方針にある。

なお、KPI は以下の SDGs の目標に貢献すると考えられる。

【SDGs の目標】

SDGs の目標	ターゲット
 <p>3 すべての人に健康と福祉を</p>	3.4 2030 年までに、非感染性疾患による若年死亡率を、予防や治療を通じて3分の1減少させ、精神保健及び福祉を促進する。
 <p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p>	7.3 2030 年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。
 <p>12 つくる責任 つかう責任</p>	12.2 2030 年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。
 <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>	13.1 すべての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性(レジリエンス)及び適応の能力を強化する。

資料:環境省「すべての企業が持続的に発展するためにー持続可能な開発目標(SDGs)活用ガイドー資料編[第2版]」
 国連広報センターのウェブサイト https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/

②KPIの有意義性

KPI に述べているグランハウス・ブランドにおける G2 グレードの戸建て住宅は今後同社の主力商品に育成していく計画であり、その棟数の割合を引き上げることは事業規模の拡大に直結することから、同社の成長に寄与するものである。

また、わが国が目標としている 2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、いわゆるカーボンニュートラル・脱炭素社会の実現を見すえるなかで、2021 年 10 月に閣議決定された「第6次エネルギー基本計画」をみると、「2030年度以降新築される住宅・建築物について、ZEH・ZEB 基準の省エネルギー性能の確保」を目指すことが明記されている。さらに、同計画では「2050 年に住宅・建築物のストック平均で ZEH・ZEB⁵基準の水準の省エネルギー性能が確保されている」ことを目標として掲げている。

こうしたなか断熱性能において ZEH を上回る高い水準を満たさなければならない G2 グレードの戸建て住宅の普及を進めるという KPI は、脱炭素社会の実現に貢献するとともに、政府の目指す方向性とも合致していることから、この観点からも有意義なものとなっている。

なお戸建て住宅の完成棟数は同社のデータベースで一元的に管理されていることから、各住宅が G2 グレードを満たした住宅かどうかを定量的に把握できるものとなっている。

3. SPTs の設定

評価対象の「SPTs の設定」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

(1)SPTs の内容

同社は、KPI である「各年度に完成するグランハウス・ブランドの戸建て住宅棟数に占める G2 グレードを満たす戸建て住宅の棟数の割合」の決算期ごとの目標を SPTs に設定した。グランハウス・ブランドにおいて G2 グレードを標準仕様としているが、2023 年 7 月期においてグランハウス・ブランドの施工棟数 32 件に対し G2 グレードを満たす戸建て棟数 4 件とグランハウス・ブランドの戸建て住宅棟数に占める G2 グレードを満たす戸建て住宅の棟数の割合は 12.5%にとどまっている。同社は今後 G2 グレードを積極的に推奨することで比率を増加させ、2030 年 7 月にはその割合を 50%にすることを目指している。達成目標は決算期ごとに設定されており、毎決算期の達成状況のみを判定する。

なお、同社は第四北越銀行の協力を得て、SPTs を設定している

⁵ ZEB:ネット・ゼロ・エネルギー・ビルのこと。快適な室内環境を保ちながら、高断熱化・日射遮蔽、自然エネルギー利用、高効率設備により、できる限りの省エネルギーに努め、太陽光発電等によりエネルギーを創ることで、年間で消費する建築物のエネルギー量が大幅に削減されている建築物

【各年度に完成するグランハウス・ブランドの戸建て住宅棟数に占める
G2グレードを満たす戸建て住宅の棟数の割合の目標値(SPTs)(白抜きの数値)】

決算期	各年度に完成するグランハウス・ブランドの戸建て住宅棟数 に占める G2 グレードを満たす戸建て住宅の棟数の割合
2023年7月期	12.5%
2025年7月期	15.0%
2026年7月期	20.0%
2027年7月期	25.0%
2028年7月期	30.0%
2029年7月期	40.0%
2030年7月期	50.0%

(2)SPTsの野心性

①同業他社等との比較

経済産業省 資源エネルギー庁が主催した「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス実証事業 調査発表会 2023」の資料によると、新築注文戸建て住宅に占める ZEH の割合は 2022 年度で業界全体の平均で 33.5%、同社が属する一般工務店の平均で 16.4%となっている。

前述のとおり同社は、ZEH 基準を上回る断熱性能を必要とする G2 グレードを取り扱う割合を段階的に高めていく目標を設定し、2030 年 7 月期には 50.0%とする目標となっている。したがって、業界全体の動向と比べ意欲的な高い目標水準にあり、野心性は高いと判断できる。

なお同社が取り扱っているグランハウス・ブランドの 2023 年度 7 月期での戸建て棟数は 32 件で全戸建て棟数である 44 件の 70%強を占める。今後同社ではグランハウス・ブランドでの G2 グレードを満たす戸建て住宅の施工を積極的にすすめていく方針であり、全戸建て棟数に占めるグランハウス・ブランドの棟数の割合も増加していく予定である。

②達成方法と不確実性要因

同社が営業基盤とする上越市・妙高市エリアはわが国有数の降雪地帯であり、冬の寒さは非常に厳しい環境にある。この地域において、高機能・高気密で年間を通じて快適に過ごせる G2 グレードの住宅の潜在的な需要は高い。

一方、G2 グレードの戸建て住宅は従来の戸建て住宅と比較して建設費用が高いものであり、G2 グレードの戸建て住宅の建設を望まない顧客も出てくると思われる。同社においては G2 グレードの戸建て住宅の経済面や環境面での優位性を丁寧に説明し、顧客が G2 グレードの戸建て住宅のメリットを十分に理解したうえで選択するように、提案力を引き続き高めていく方針にある。

(3)KPI・SPTsの適切性

KPI と SPTs の適切性については、第三者機関である第四北越リサーチ&コンサルティングからセカンドオピニオンを取得している。

4. ローンの特徴

評価対象の「ローン特性」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

同社は第四北越銀行との間で協議の上、借入条件を決めている。同社は SPTs の達成状況について、報告期限までに第四北越銀行に対し書面にて報告し、目標数値を達成したことが確認できれば、借入期間中に適用される金利が引き下げられることとなっている。

したがって、借入条件と同社の SPTs に対するパフォーマンスは連動しており、SPTs 達成の動機付けとなっている。

5. 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・ローン原則等に整合している。

同社は SPTs の達成状況を第四北越銀行に対し、年に1回報告することとなっている。SPTs の報告期限までに独立した第三者である第四北越リサーチ&コンサルティングによる検証を受けた上で、SPTs の達成状況が確認できる資料を書面にて第四北越銀行に提出することとなっている。第四北越銀行は、これにより SPTs の達成状況に関する最新の情報を入手できる。

6. 検証

評価対象の「検証」は以下の観点から、サステナビリティ・リンク・ローン原則等に整合している。

SPTs の達成状況について、同社は年に1回、第四北越リサーチ&コンサルティングによる検証を受け、その結果を第四北越銀行に書面で報告することとなっている。

第四北越銀行は報告書面の内容から SPTs 達成の判定について評価し、達成した際には金利を引き下げる。

以上

第四北越リサーチ&コンサルティング 会社概要

社名	第四北越リサーチ&コンサルティング株式会社
代表者	代表取締役 柴山圭一
所在地	〒950-0087 新潟市中央区東大通2丁目1番18号 だいし海上ビル
業務内容	経営コンサルティング事業、経済調査・研究事業、人材育成支援事業
電話	025-256-8110
FAX	025-256-8102

留意事項

1. 第四北越リサーチ&コンサルティング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 SDGs リンク・ファイナンスについて、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)、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)「サステナビリティ・リンク・ローン原則」、環境省「グリーンローン及びサステナビリティ・リンク・ローンガイドライン」への整合性、準拠性、設定する目標の合理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。

第四北越リサーチ&コンサルティング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. 第四北越銀行との関係、独立性

第四北越リサーチ&コンサルティングは第四北越フィナンシャルグループに属しており、第四北越銀行および第四北越フィナンシャルグループとの間および第四北越フィナンシャル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第四北越銀行とは独立して行われるものであり、第四北越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. 第四北越リサーチ&コンサルティングの第三者性

借入人と第四北越リサーチ&コンサルティング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第四北越リサーチ&コンサルティングが保有しています。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。