



中期経営計画「NEXT-LJ 2028」

株式会社ラクト・ジャパン

2026年1月



「NEXT-LJ 2028」 Contents

P.3

トップメッセージ

P.4

「NEXT-LJ 2025」の振り返り

P.7

認識すべき環境変化

P.8

競争優位の源泉となる当社の経営資源

P.9

「NEXT-LJ 2028」の実行に際し大切にした考え方

P.11

「NEXT-LJ 2028」の基本方針

P.12

企業価値向上につなげる重点戦略と数値目標

P.15

ラクト・ジャパングループの考える成長

P.16

国内事業の取組み

P.19

海外事業の取組み

P.24

財務戦略概観とROEマネジメント

P.25

キャッシュ・フローアロケーションと成長投資/株主還元

P.28

人的資本経営の推進・グローバル人材の育成

P.30

サステナビリティの取組みとマテリアリティ

— トップメッセージ —

創業から大切にしてきたラクトらしさを胸に、強みである調達力・販売網、複合型食品企業*としての製造機能の強化・拡充に加え、次の成長の種となる新しい事業の構築を目指します

* 複合型食品企業についてはP.10に記載

<国内>

- ・食品業界に深く根差した販売網を活用し、複合型食品企業に向けて新規商品の取扱増加
- ・主要乳製品輸出国との貿易制度を活用した、付加価値型原料の開発
- ・成長が期待される食品分野（健康訴求型食品、冷菓、外食産業等）への取組みを強化
- ・乳製品の新たな需要創造による国産脱脂粉乳の課題解決、酪農・乳業界の発展に貢献

<海外>

- ・シンガポール新工場稼働で2.5倍となる製造能力で、アジア市場における旺盛なチーズ需要を獲得
- ・既存サプライヤーとの取組み深耕と新規サプライヤーの開拓で調達力を高め、海外卸売業を拡大
- ・新たな国や地域へ経営資源を投入し、現地における営業体制・販売網を強化

<新規>

- ・既存事業とシナジーが期待できる新規事業を構築し、未来成長に向けた基盤をつくる

「NEXT-LJ 2025」の振り返り（連結業績推移）

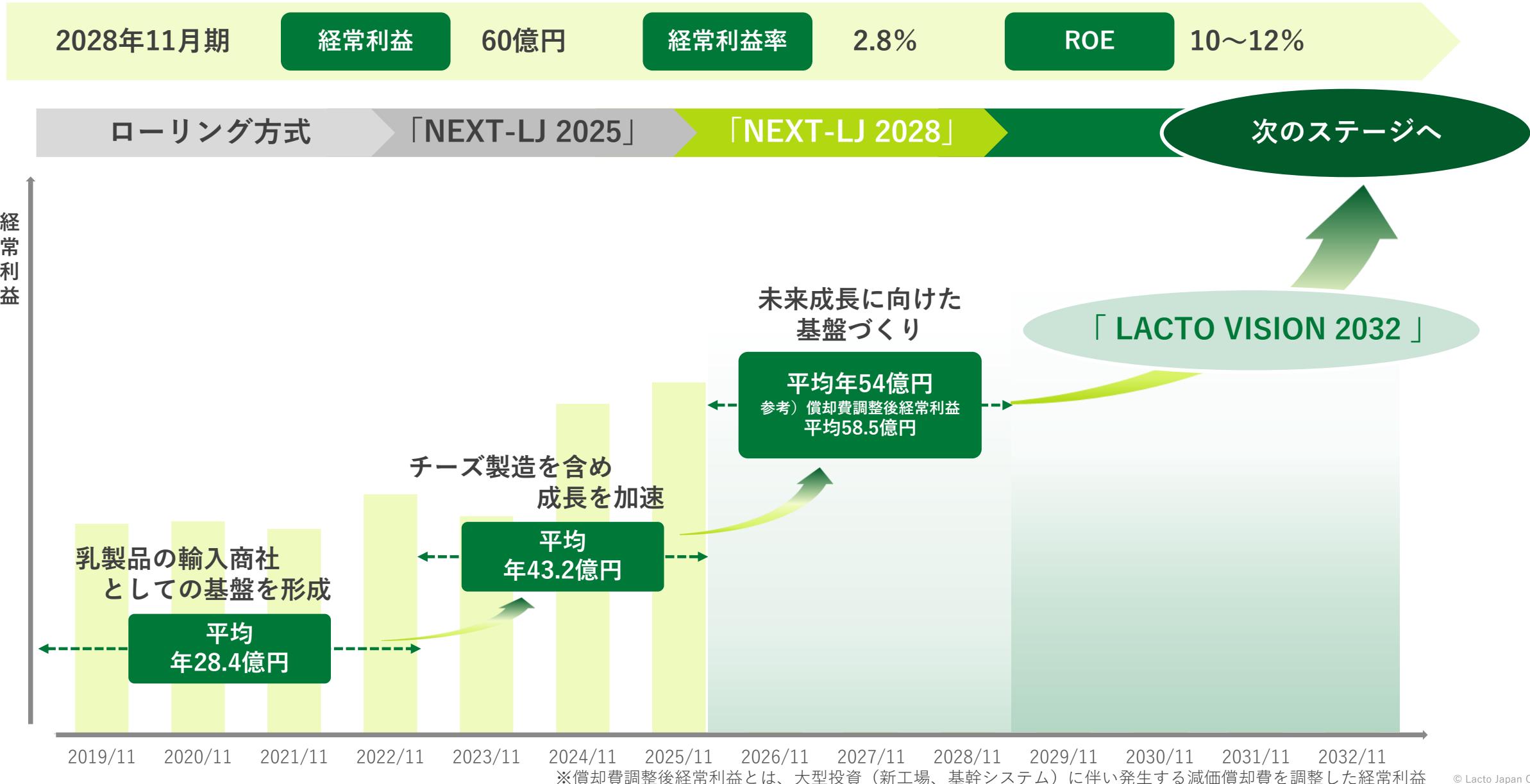
項目	2022年11月期 (第25期)	2023年11月期 (第26期)	2024年11月期 (第27期)	2025年11月期 (第28期)
売上高	1,474億円	1,583億円	1,709億円	1,828億円
経常利益	31.3億円	28.4億円	43.2億円	57.9億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	22.8億円	20.4億円	31.4億円	43.1億円
ROE	10.9%	8.7%	12.1%	14.4%
配当性向	17.3%	23.2%	25.3%	30.5%
自己資本比率	30.5%	34.2%	33.8%	35.9%

「NEXT-LJ 2025」の振り返り（主要テーマ）

- サプライヤーの開拓や取組みの深耕で、事業基盤を強化
- 不確実な事業環境下、機会を確実に捉え、機能性食品原料部門が新たな柱へ成長

部門	方針		主な成果・取組状況
乳原料 (国内)	安定供給を確保し、市場シェアを拡大する	○	サプライヤーとの連携を強化し、取扱品目を増加
チーズ (国内)	安定供給を確保し、需要を拡大する	△	新たなサプライヤー開拓を推進したものの、機能性チーズの開発に課題を残す
食肉食材	米国産豚肉の輸入事業からの多角化を進める	○	取扱商材の加工度を高め、取扱品目・販路の拡大を推進
機能性食品	既存の優良顧客基盤に新商材を提案営業し、次世代ビジネスを創出する	○	高たんぱく原料の提案に加え、独自の製造受託スキームが奏功
乳原料 (アジア)	現地体制を強化し、旺盛な市場成長の取込み・シェアアップを図る	○	ガバナンス・営業体制を強化（シンガポールからタイへ一部業務の移管）し、対応力を向上
チーズ製造 (アジア)	製造能力を拡大し、旺盛な市場成長の取込み・シェアアップを図る	△	新工場建設は遅延も、高付加価値商品の強化により物量を拡大
製造・加工 (川下分野)	海外での製造品目を増やし、メーカー比率を高める	○	鶏肉加工品を中心に、海外製造商品に関するビジネスモデルを構築
酪農等 (川上分野)	持続可能な酪農・畜産業への貢献	×	酪農への貢献を模索も、間接的貢献に留まる

「LACTO VISION 2032」達成に向けたロードマップ



—認識すべき環境変化

- 持続的かつ安定した調達・供給が困難となり、不確実性の高い時代
- アジア地域における経済発展に伴う食の西洋化やインフラ整備が進み、食文化が変容
- 各国の健康志向は多様化が進み、新たな市場創出の可能性

気候変動や国際情勢に伴う
食料供給リスクの増大

社会構造変化と
国内市場の縮小・多様化

世界的な価値観の変化と
新たな需要の台頭

- ・気候変動の影響による、自然災害の頻発や生物多様性の喪失
- ・地政学的リスクの長期化に伴う、貿易障壁を含む国際社会の不確実性が増大
- ・世界的な物価上昇や食料相場の変動が継続し、食料調達の競争が激化
- ・環境規制の強化により、酪農・農業政策が転換
- ・国内では人口減少と高齢化が進行し、市場規模の縮小や労働力不足が深刻化
- ・訪日外国人の増加により、多様な食文化に対する需要が増加
- ・新興国では成長と購買力の向上を背景に、食の西洋化が進行
- ・健康志向や品質重視の高付加価値ニーズが世界的に拡大

—競争優位の源泉となる当社の経営資源

「食文化」と「健康」を支える 使命感

- グローバルで持続可能な供給体制を構築
- 変化し続ける価値観・健康志向に適応した食生活に貢献
- アジアを中心に乳製品の普及を通じ、健康的な食習慣の発展に貢献

高度な専門性を有する 人材

- 高度な専門性と経験に基づく、最適なソリューションを提案・構築
- 法規制や国際取引に精通し、安定的かつ確実な調達を実現

信頼関係に基づく強靭な ネットワーク

- 南北両半球に広がる調達網で、リスク分散と安定供給を実現
- 国内の主要食品メーカーをはじめとする、多様な顧客との取引実績
- サプライヤーと顧客との共創型パートナーシップによるビジネス推進

唯一無二の ポジショニング

- 商社と製造の両機能を併せ持つ、独自のビジネスモデル
- 柔軟な対応力と高付加価値の提案で競争優位を確立
- 国内外の多様なステークホルダーと強固な信頼関係を構築

— 「NEXT-LJ 2028」の実行に際し大切にした考え方

ラクト・ジャパングループが約束する3つの

つなぐ

tsu-na-gu

Point 1

“食と健康”をつなぐ

- ・食と健康を安定供給で支える
- ・海外、特にアジアでは乳製品がある食文化を啓発し、現地の食の発展に貢献

Point 2

“価値”をつなぐ

- ・デマンドサイドとサプライサイド双方のニーズに応じた新たな価値を創出
- ・価値の連鎖で社会と共に持続的な発展を目指す

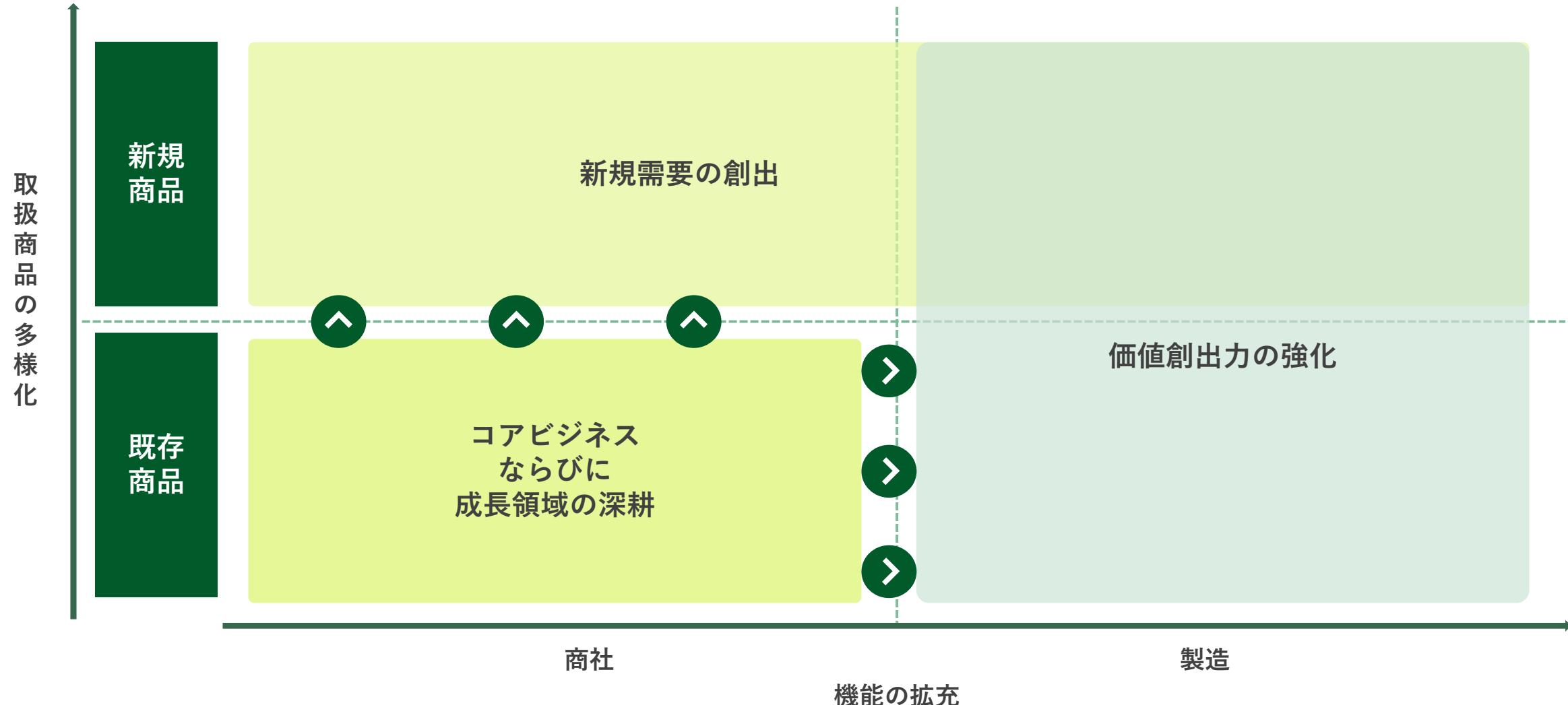
Point 3

“志”をつなぐ

- ・2028年11月期、当社は設立30周年の節目を迎える
- ・創業当時の想いや育んだ志を伝承し、持続的な企業成長の原動力とする

—各部門に共通する利益創出の考え方～複合型食品企業～

- 商社・製造機能の組み合せで、唯一無二のプレゼンスを構築



「NEXT-LJ 2028」の基本方針

認識すべき環境の変化

- ・持続的かつ安定した調達・供給が困難となり、不確実性の高い時代
- ・食の西洋化やインフラ整備が進み、食文化が変容
- ・健康志向の多様化が進み、新たな市場が創出

競争優位の源泉となる当社の経営資源

「食文化」と「健康」を支える
使命感

信頼関係に基づく強靭な
ネットワーク

高度な専門性を有する
人材

唯一無二の
ポジショニング

「NEXT-LJ 2028」
基本方針
～未来成長力～

- ・成長領域への集中と価値創出力の向上
- ・資本収益性の向上
- ・グローバル人材の強化

「NEXT-LJ 2028」策定に際し大切にした考え方

ラクト・ジャパングループが約束する3つの「つなぐ」

- ①食と健康をつなぐ ②価値をつなぐ ③志をつなぐ

複合型食品企業

取扱商品の多様化×機能の拡充

— ラクト・ジャパングループの企業価値向上に向けて

「NEXT-LJ 2028」
基本方針
～未来成長力～

- ・成長領域への集中と価値創出力の向上
- ・資本収益性の向上
- ・グローバル人材の強化

利益創出力

主要戦略

- ・国内：成長分野への集中とサプライチェーンの強靭化
- ・海外：市場深耕と拡大、新工場本格稼働で成長を加速
- ・全社：複合型食品企業に向けた取組みによる付加価値創出力の向上



価値向上

=

最適資本コスト

主要戦略

- ・財務体質と資本収益性の向上
- ・ガバナンスとリスクマネジメント
- ・サステナビリティの取組み推進
- ・IR活動の充実

未来成長力

主要戦略

- ・人的資本経営の推進
- ・サステナビリティの取組み推進
- ・新規事業の取組み（M&A含む）

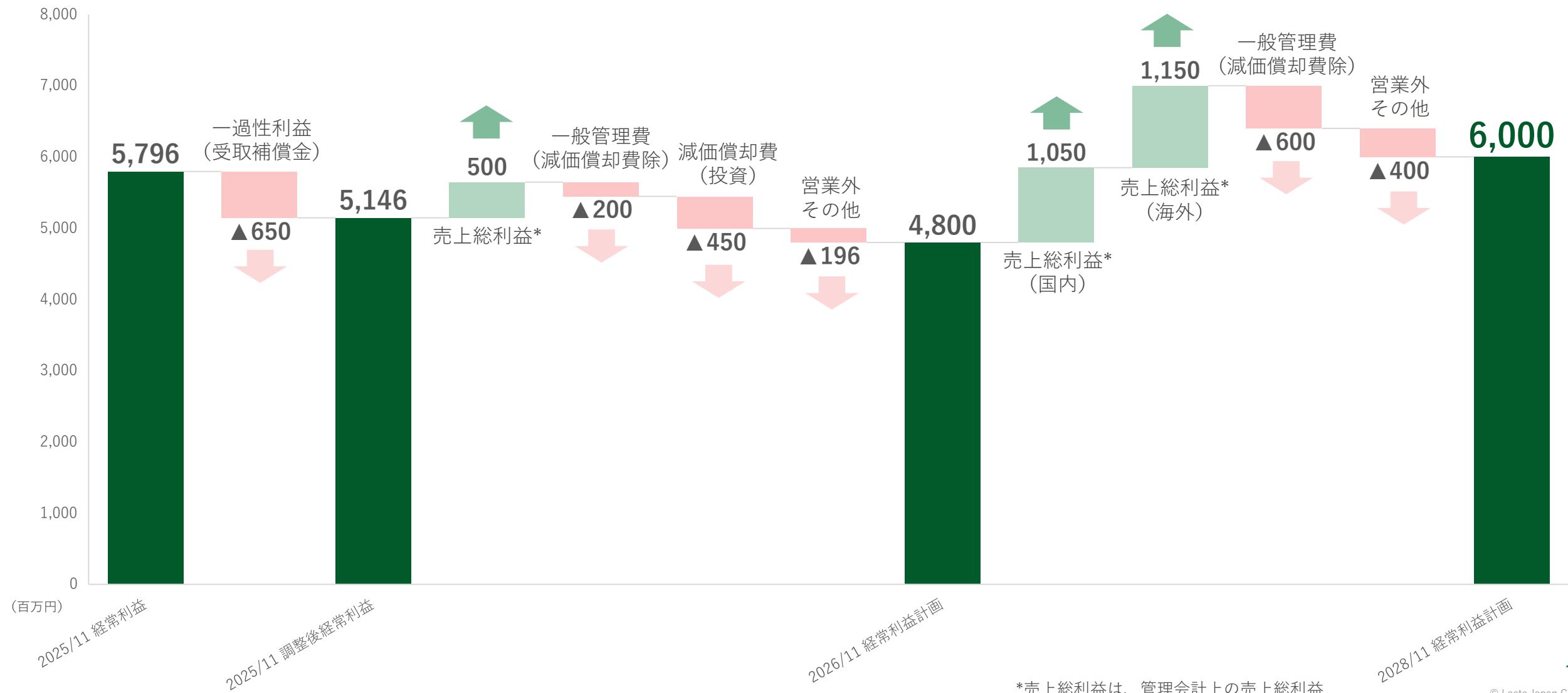
連結數値目標

- 「NEXT-LJ 2028」では、未来成長に向けた基盤をつくり、持続的利益成長と企業価値の最大化を実現

項目	2023年11月期 (第26期)	2024年11月期 (第27期)	2025年11月期 (第28期)	2028年11月期-計画 (第31期)
売上高	1,583億円	1,709億円	1,828億円	2,100億円
経常利益	28.4億円	43.2億円	57.9億円	60.0億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	20.4億円	31.4億円	43.1億円	43.5億円
ROE	8.7%	12.1%	14.4%	10%～12%
配当性向	23.2%	25.3%	30.5%	35%
自己資本比率	34.2%	33.8%	35.9%	35%～40%

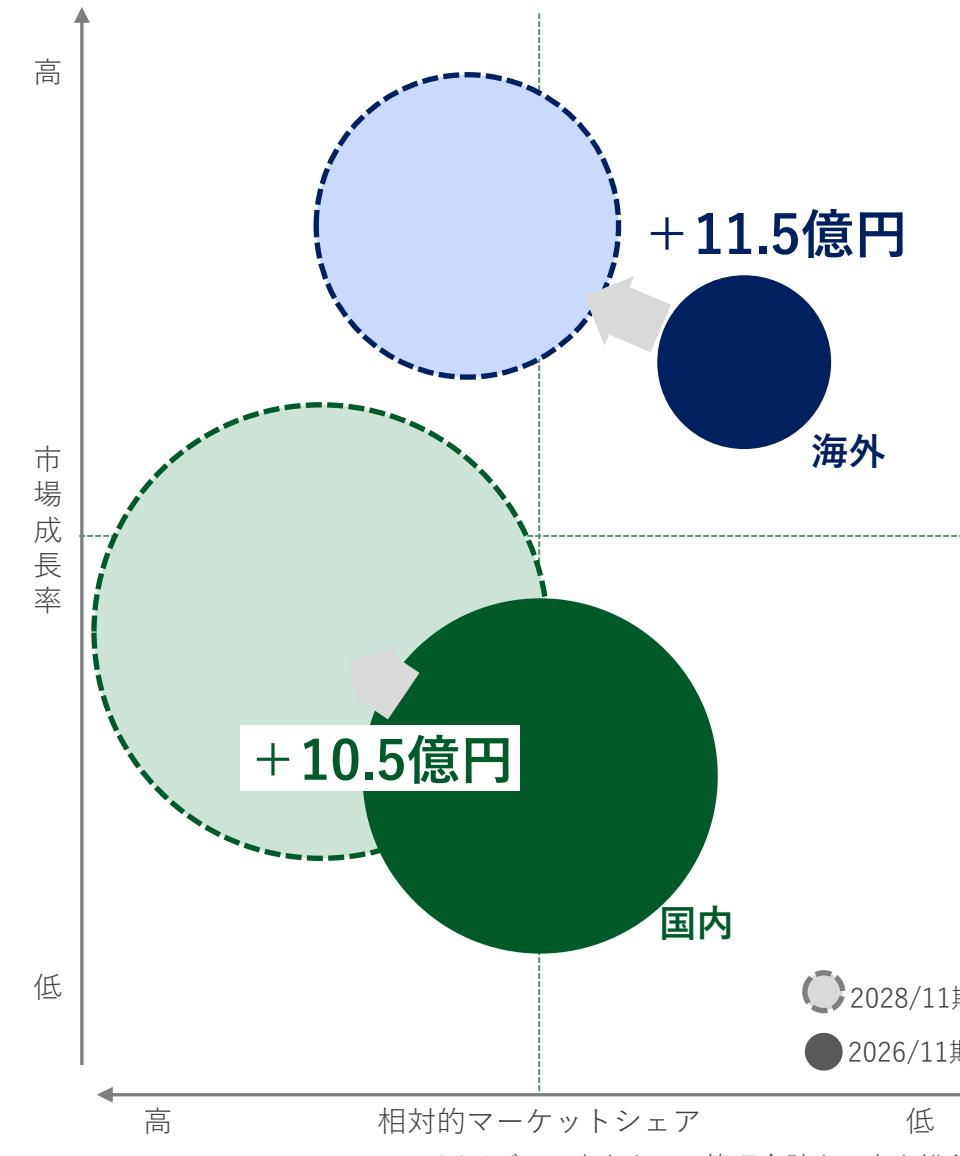
経常利益計画の増減イメージ

- 2028年11月期、未来投資（新工場、基幹システム）による減価償却費を売上総利益の増加で吸収し、増益基調を堅持



— ラクト・ジャパングループの考える成長 —

国内・海外の方向性



ポイント

アジア事業（乳原料販売部門）-Point1
成長戦略の確実な実行

アジア事業（チーズ製造販売部門）-Point2
各地の食文化に対応した販売戦略の構築と推進

アジア事業（チーズ製造販売部門）-Point1
アジア域内の生産体制の強化

アジア事業（乳原料販売部門）-Point2、3
サプライソースの強靭化

全部門-P.10
複合型食品企業に向けた取組み

乳原料・チーズ部門-Point3
顧客開拓力の強化で新たな需要を創造

食肉食材部門-Point3
食肉の新たな価値創造への挑戦

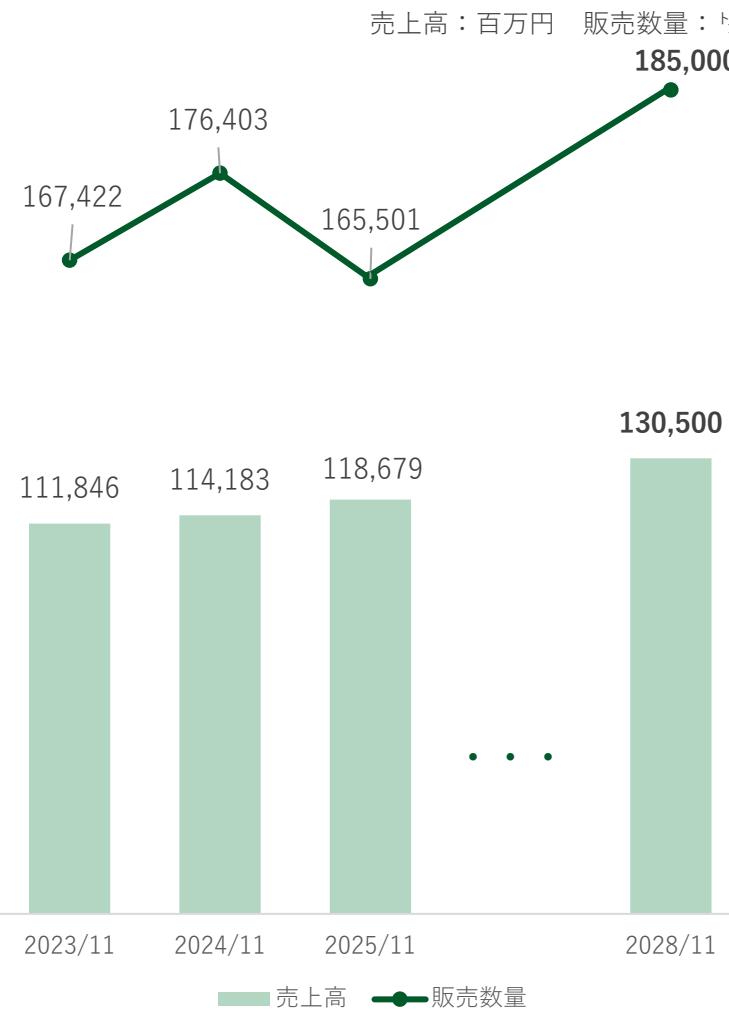
ライフサイエンス事業部門-Point2
海外展開の加速と現地ニーズの発掘

乳原料・チーズ部門-Point1
戦略カテゴリーへの集中と拡大で事業基盤を強化

部門別戦略 乳原料・チーズ部門

- サプライヤー・顧客との連携強化でパートナーシップを深化させ、安定調達力を向上
- 顧客ニーズに応じた価値提案と新規チャネル開拓を通じて、成長市場の深耕を加速

売上高と販売数量の推移



戦略骨子

戦略カテゴリー*への集中と拡大で事業基盤を強化

Point 1

- 付加価値型乳原料×貿易制度の活用
- 顧客課題の解決力を高め、新たな価値を共創

*戦略カテゴリー：付加価値商品、シェア対策品、新規商材など

サプライソースの強靭化で調達の持続性を確保

Point 2

- グローバルなサプライチェーンの強化を推進
(既存サプライヤーとの取組み深耕と新規サプライヤー開拓)
- 調達方法の工夫などで柔軟性を向上

顧客開拓力の強化で新たな需要を創造

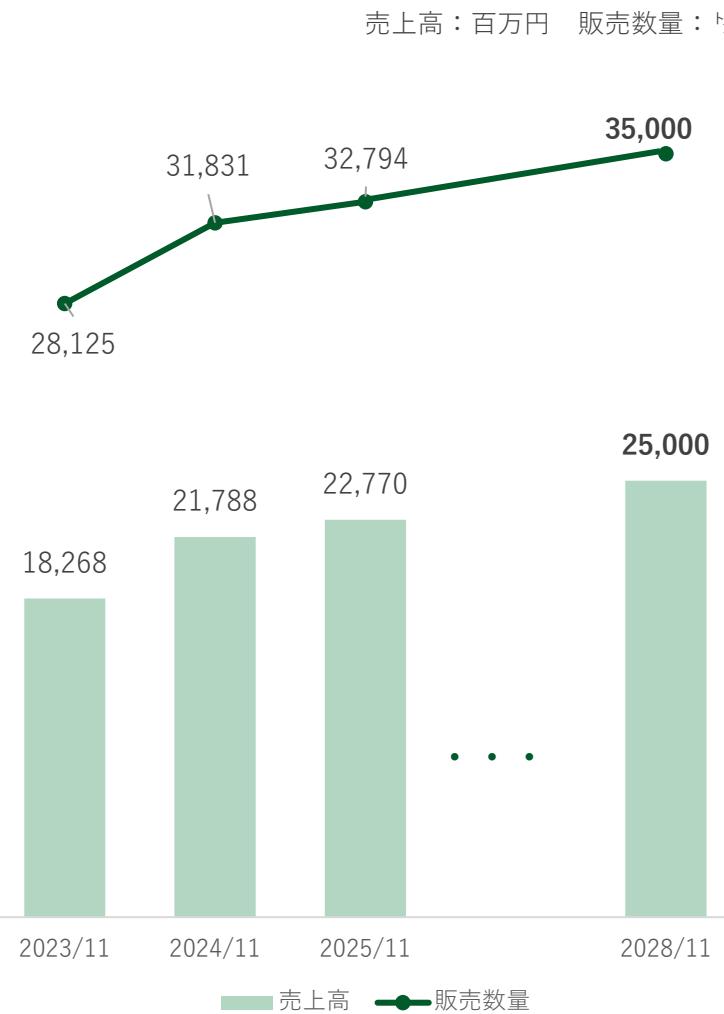
Point 3

- 未開拓業態への参入と既存業態の深耕
- 原料や商品の共同開発で、新たな需要を創造

部門別戦略 食肉食材部門

- 食肉と加工食品の組み合わせで、人手不足など顧客課題の解決力を向上
- 食肉の持つ可能性を最大限に引き出し、新たな価値創造に挑戦

売上高と販売数量の推移



戦略骨子

Point 1

多様な取扱商品の組み合せによる売上創出

- 香辛料など新規取扱商品との組み合せで提案力を向上
- 取扱原料の多様化で新業態や顧客を開拓

Point 2

安定供給体制の構築

- 既存サプライヤー（パートナー）との取組み強化
- 調達国の多様化で供給体制の強化と安定性の向上

Point 3

食肉の新たな価値創造への挑戦

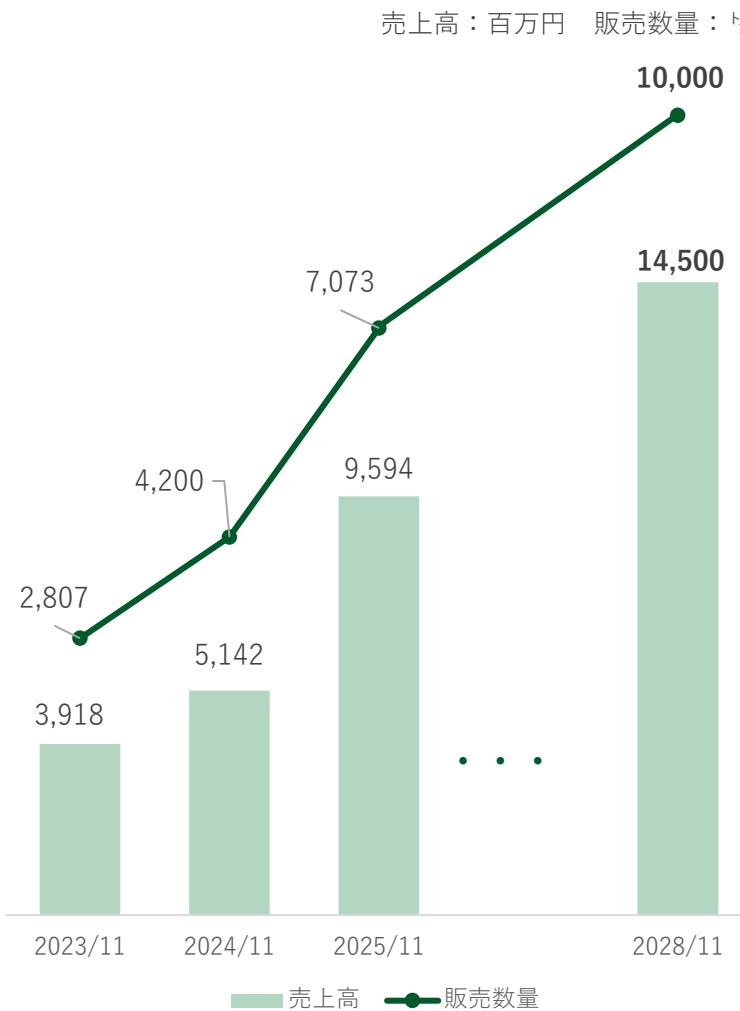
- 海外拠点との連携を進め、食肉と加工食品の融合で そうざい半製品を強化
- 加工度を高めることで価値を創造し、販路を開拓

※各部門の売上高・数量の合計は、その他事業もあるためP.13の売上高に一致しません。

部門別戦略 ライフサイエンス事業部門

- 変化する健康ニーズを的確に捉え、専門性を武器に健康価値を提供
- 顧客における提案型パートナーとして、新たなビジネスモデルを確立

売上高と販売数量の推移



戦略骨子

Point 1 プロテインの価値革新による市場の開拓と拡大

- 新たな業界・用途の開拓による市場創造
- 機能性原料の活用によるプロテインの高機能化
- プロテインクライシスに備えた新規たんぱく原料の開発

Point 2 海外展開の加速と現地ニーズの発掘

- 日本独自の素材や機能性食品原料の拡販
- 海外における日本製プロテインの拡販

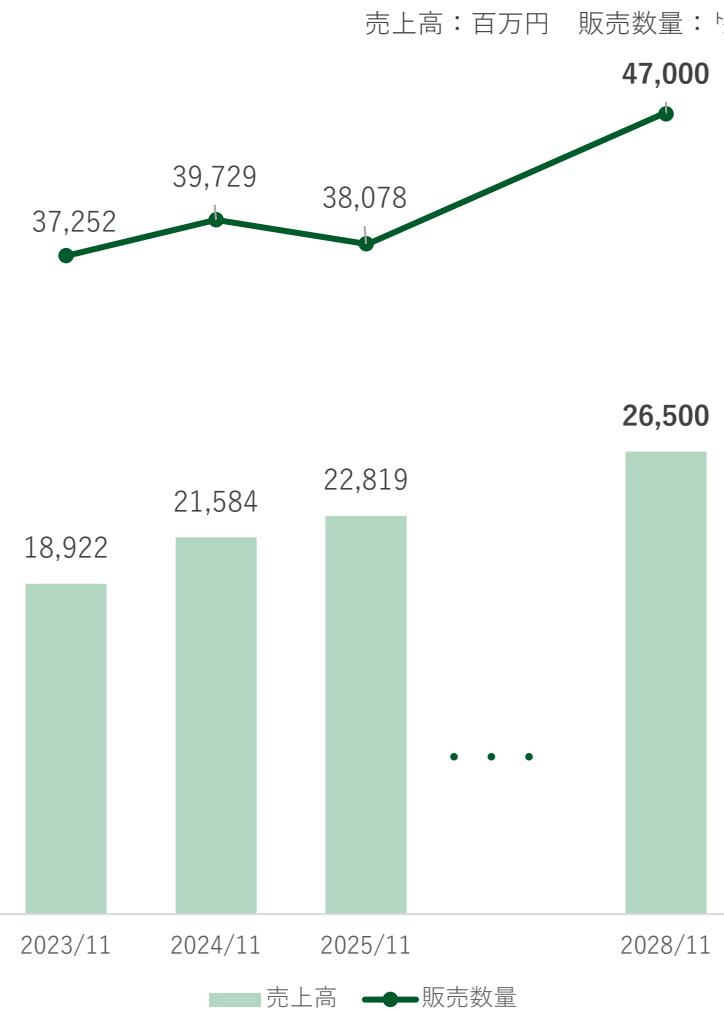
Point 3 骨太なサプライチェーンで顧客課題の解決力を強化

- 広範なネットワークで柔軟な対応力を確保
- 独自の製造受託スキームで顧客との関係性を強化
- 美容・健康・高齢者向け食品市場への展開を加速

部門別戦略 アジア事業（乳原料販売部門）

- サプライチェーンの強靭化と地域密着型の展開で、唯一無二のプレゼンスを獲得
- 新規拠点の開設、戦略的パートナーシップの取組みで持続的な成長力を確保

売上高と販売数量の推移



戦略骨子

成長戦略の確実な実行

- 新規現地法人開設による成長市場の開拓
- 販売方法の多様化、高たんぱく・機能性原料の取組み強化
- 各種規制への対応力強化で提案領域の拡大

Point 2

サプライソースの強靭化で調達の持続性を確保

- 調達方法の工夫で柔軟性を向上
- 既存サプライヤーとの取組み深耕と新規サプライヤー開拓

Point 3

サプライヤーとの新たな取組みで関係性を強化

- 戦略的パートナーシップの取組みでプレゼンスを高め、新規顧客の開拓と顧客対応力を向上

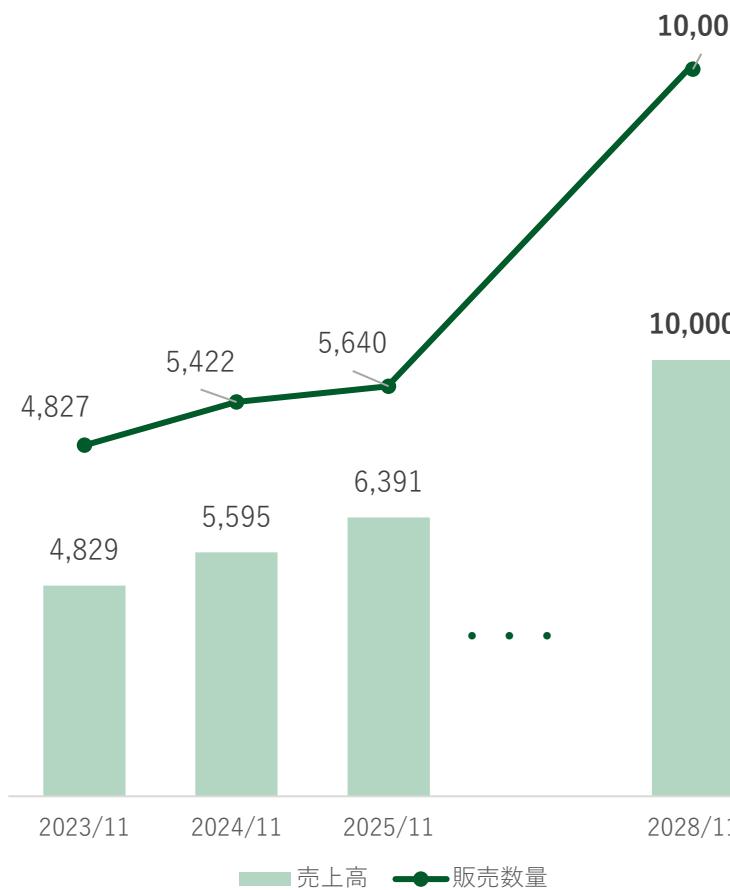
※各部門の売上高・数量の合計は、その他事業もあるためP.13の売上高に一致しません。

部門別戦略 アジア事業（チーズ製造販売部門）

- 新工場の稼働による製造キャパシティ拡大で、旺盛な需要に対応
- 各国の地域特性に対応した提案で、チーズのある食文化を啓発

売上高と販売数量の推移

売上高：百万円 販売数量：トン



戦略骨子

アジア域内の生産体制の強化

- シンガポール新工場の本格稼働による生産数量の拡大
- 製造キャパシティの拡大で効率性を向上

Point 1

各地の食文化に対応した販売戦略の構築と推進

- チーズのある食文化を啓発し、新たなニーズを開拓
- 各国の地域特性や食文化に適した商品開発を推進

Point 2

多様なニーズや差別化を実現する技術開発

- 基盤・開発・生産などの技術を更新
- 競争優位につながる機能や風味を追求

Point 3

※各部門の売上高・数量の合計は、その他事業もあるためP.13の売上高に一致しません。

2026年11月期稼働予定 シンガポール新工場

- シンガポール新工場稼働により、チーズの生産・供給体制を強化し、アジア市場の成長に対応
- 地域密着型の提案力を活かし、現地パートナーとともに市場創造と食文化の発展に貢献

生産体制の強化

チーズの生産能力拡大で市場成長を加速

- ・ 生産能力を高め、旺盛な需要増へ対応
- ・ 各地の食文化に適応した商品開発機能を充実

2026年3月稼働予定

床面積
約6,500m²

投資額
約35億円

生産品目
プロセスチーズ
シュレッドチーズ

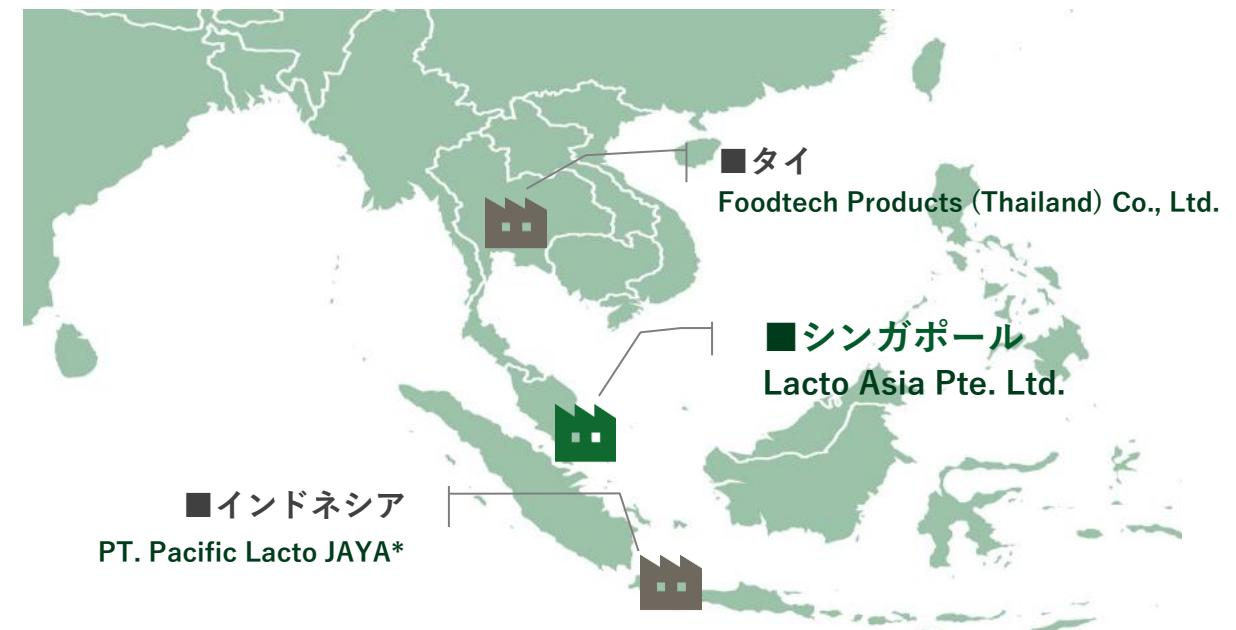


新工場完成イメージ図

市場深耕と拡販

アジアにおける中核生産拠点として、 各地の食文化の発展に貢献

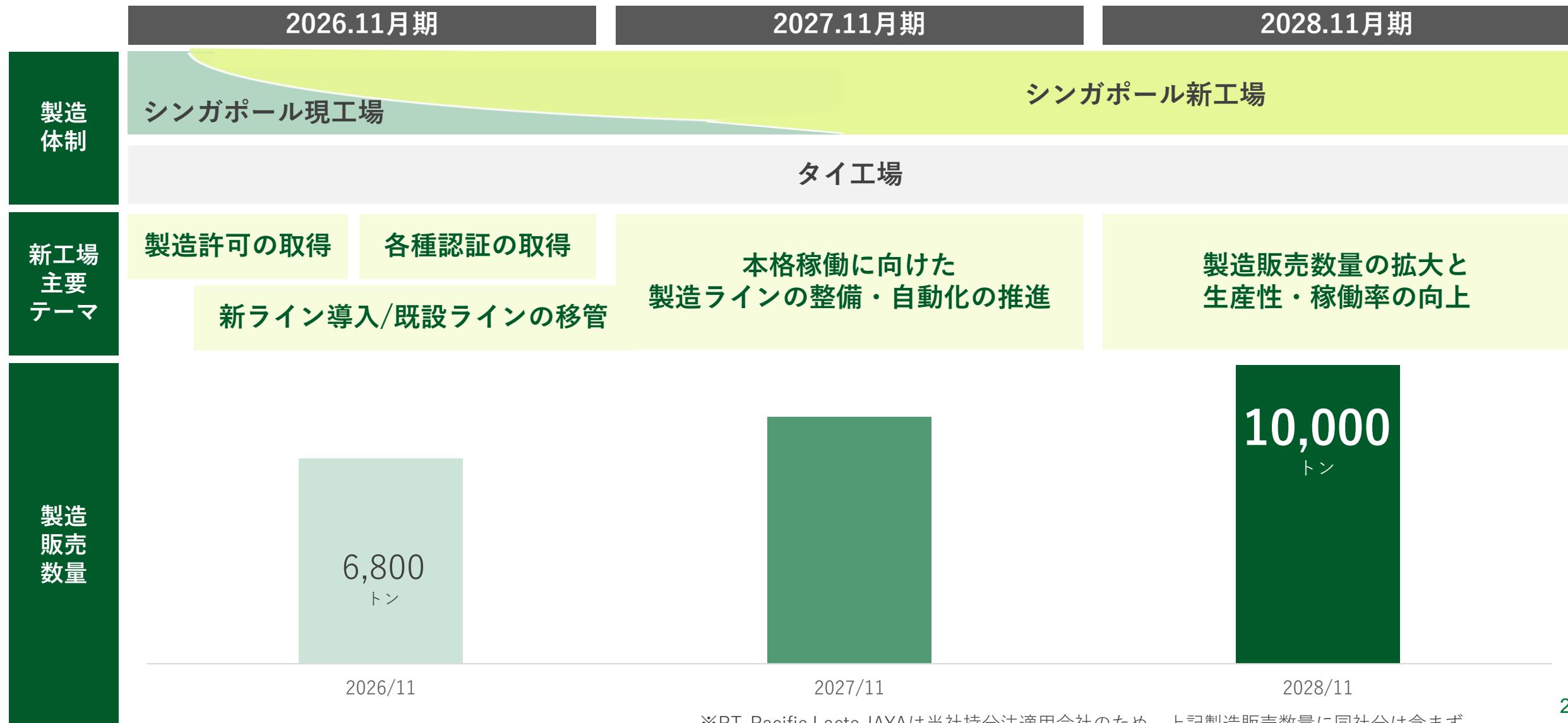
- ・ 供給先：主にアジア域内
現地日系・ローカルの外食および食品企業



*PT. Pacific Lacto JAYAは当社持分法適用会社

— アジア事業（チーズ製造販売部門）はシンガポール新工場稼働で10,000トン体制へ

- シンガポール新工場の本格稼働でアジア域内に留まらず、アジア域外への輸出も拡大



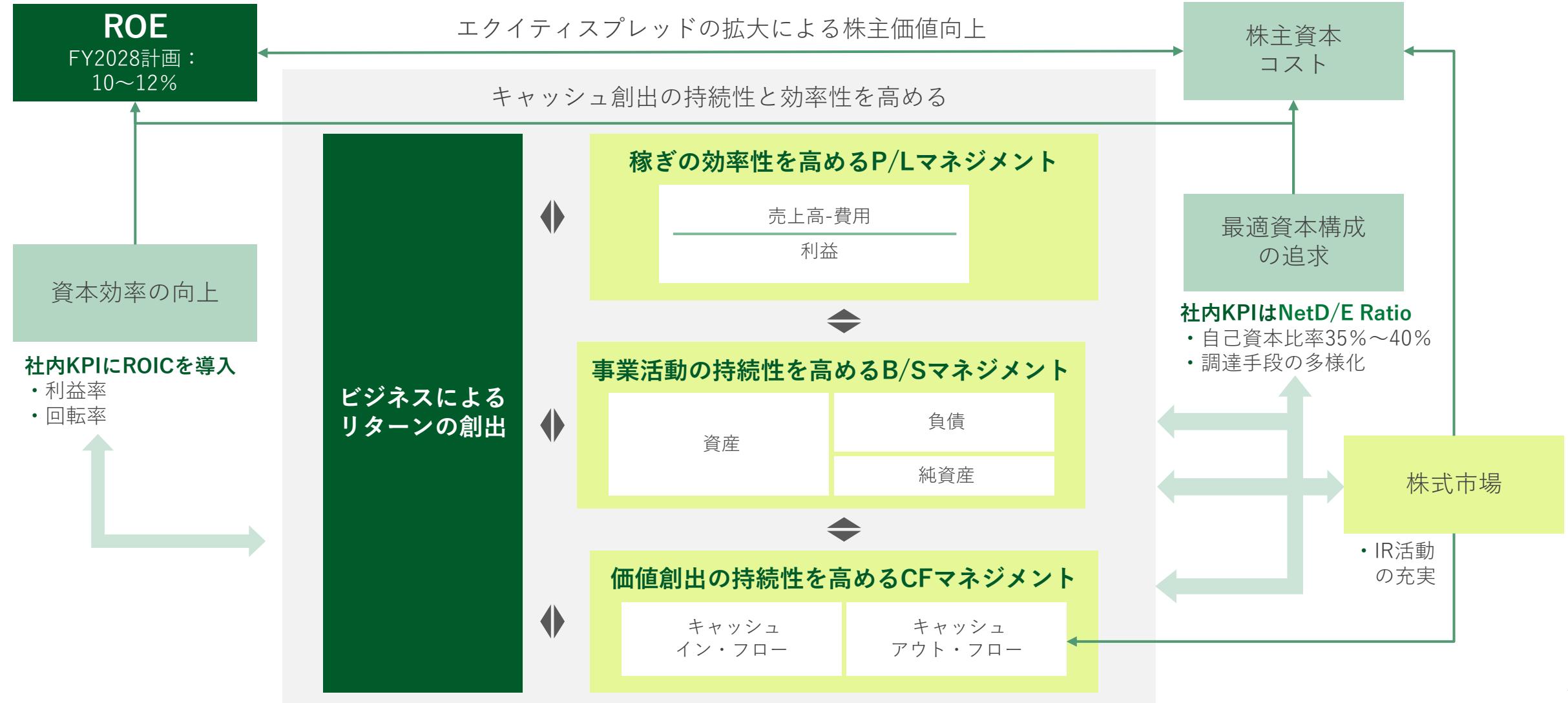
—海外戦略の概観

- 市場創造と強靭なサプライチェーンの構築で、各国の食文化に貢献し持続的成長を実現



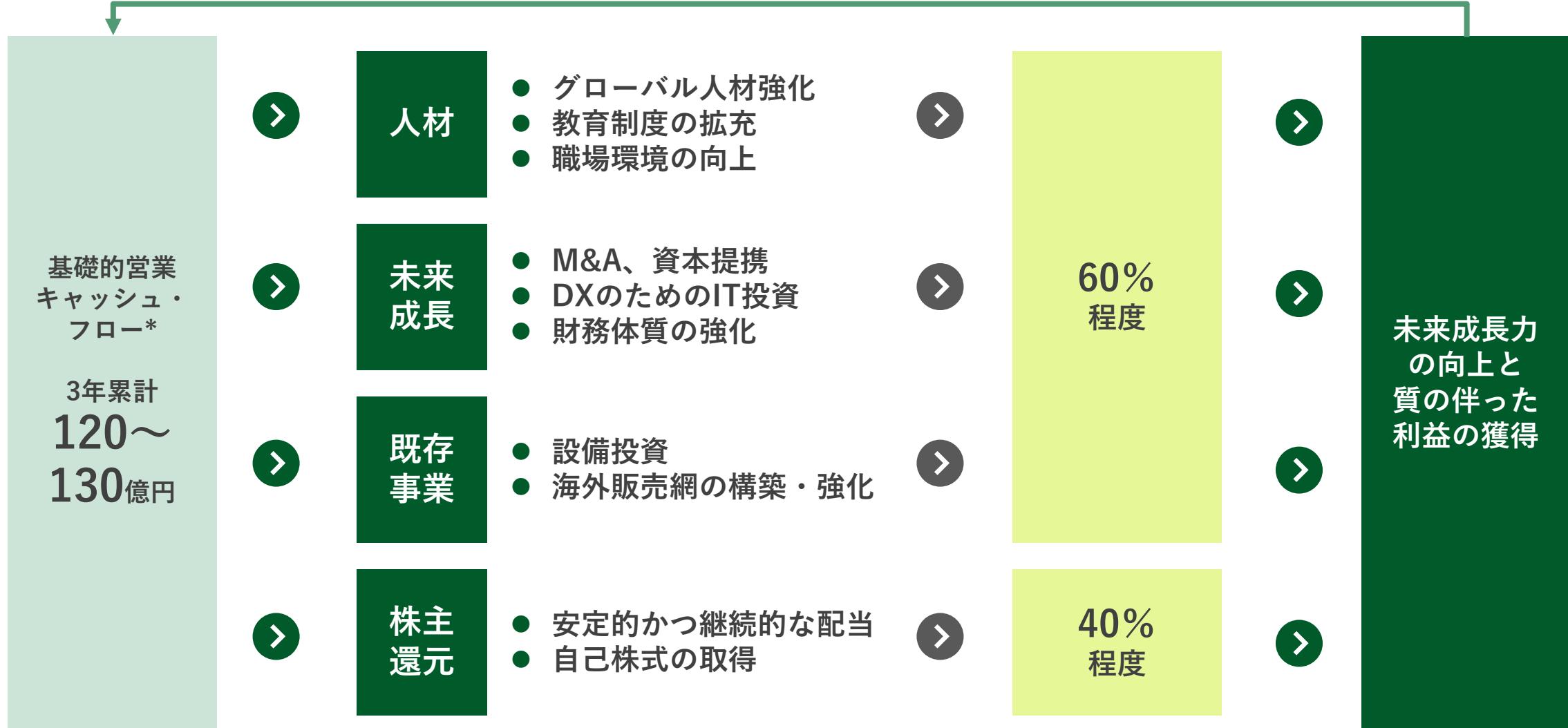
財務戦略概観とROEマネジメント

- 株価と資本コストを意識した経営の実践
- ROEを適切にマネジメントし、効率的な経営を志向



— キャッシュ・フローアロケーション —

- 基礎的営業キャッシュ・フロー*を原資として
未来成長力強化に向けた人材・事業に60%程度、株主還元に40%程度を配分



*基礎的営業キャッシュ・フローとは、会計上の営業キャッシュ・フローから運転資金の増減を控除したキャッシュ・フローを指す

当社におけるM&Aの考え方

- 価値の創造を通じた新たなビジネスモデルを構築
- 企業価値の向上と財務規律を両立（将来的な資金需要に対応するべく、必要に応じて調達枠増などを検討）

当社における M&Aの狙い

- 新たなビジネスモデルの構築による経営基盤の盤石化
 - 未来成長に対する蓋然性を高める
- ▶ 売上・利益の最大化と安定性の向上

主なテーマ

複合型食品企業への進化

次世代の成長の種

海外展開

ビジネスモデルのイメージ

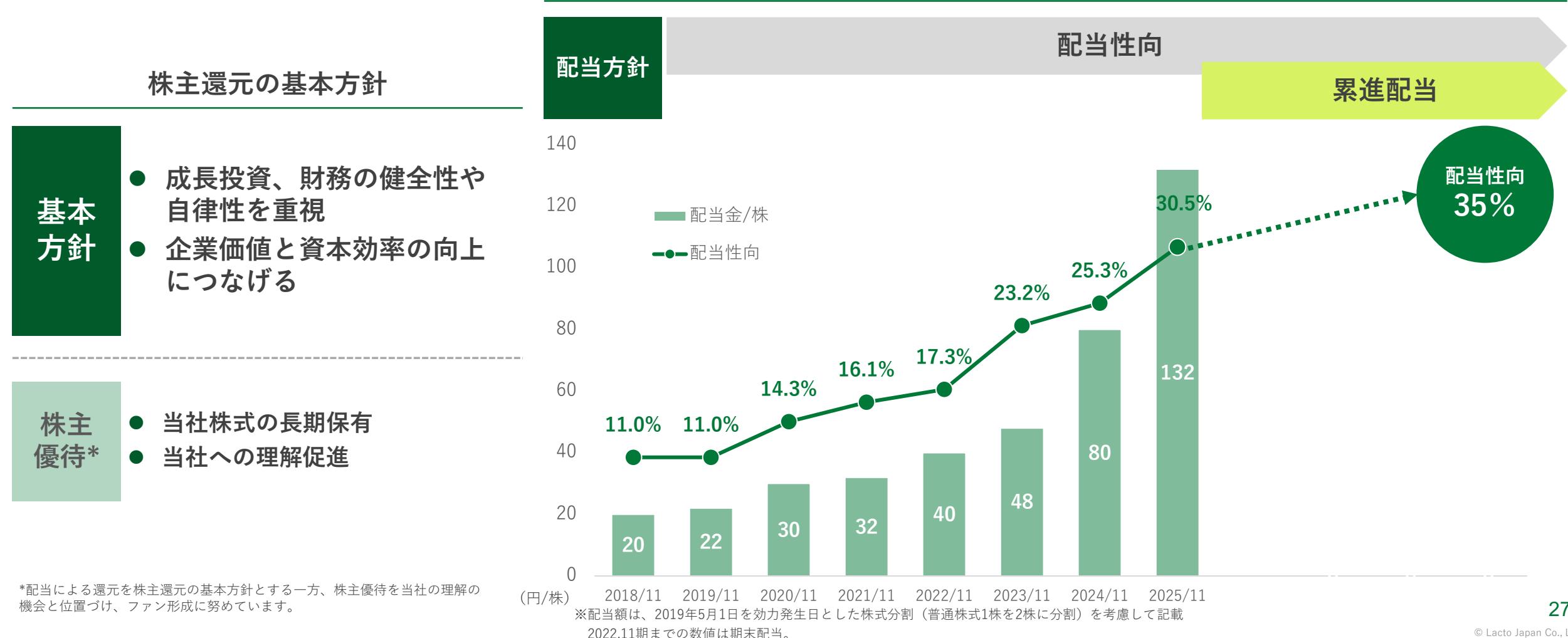


価値の組み合せで独自性を構築し、オンリーワンの価値を提供

株主還元方針

- 成長投資と財務健全性を維持しながら、積極的な株主還元を継続
- 当期純利益による株主資本の増加が、株主還元による株主資本の減少を上回る限り、累進配当を行う

配当金・配当性向の推移



—人的資本経営の推進

- ウェルビーイングと成長の両立て、持続的な企業価値向上を目指す
- 多様な価値観の尊重とグローバル人材の育成・活躍を通じて、国際競争力のある組織基盤を構築
- 競争力向上に資する報酬水準など、従業員へのインセンティブを充実

人的資本経営の到達点

人を起点にした持続的成長による企業価値向上を通じて、
「従業員が生きがいと誇りを持って働く会社」を実現

人材政策・制度・育成

より良い職場環境

戦略と組織の融合

採用力

育成力

従業員インセンティブ

キャリア形成

グローバル

従業員満足度

新オフィス

DXで業務効率化

ダイバーシティ

次世代の活躍

サステナビリティ

最重要経営資源が人的資本

- 個と組織の持続的成長
- 多様性の確保と尊重、活躍を推進
- 少数精銳での企業運営
- ラクトらしさの継承と事業活動における実践
- グローバルな環境で活躍できる人材力
- 全従業員のウェルビーイング

—グローバル人材強化のための主要施策

- アジア事業の拡大を加速させるため、現地文化や商習慣に精通したグローバル人材の育成を強化
- 採用から育成・登用まで一貫したマネジメントで、中長期的な人的資本を盤石化

主な施策	具体的内容
採用 (Recruitment)	<p>戦略的にグローバル人材を採用し、企業成長を支える基盤を構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外大学出身者、留学・駐在経験者を積極採用 ● 採用時、グローバルマインドや異文化対応力も重視 ● リクルートサイトを刷新し、発信力を強化 ● 各国の現地法人におけるナショナルスタッフの採用力強化
育成 (Development)	<p>OJTとOFF-JTで、グローバルマインドと経営力を育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外実務研修（短・中期）の必須化 ● グローバル人材育成プログラム（語学、異文化理解、交渉、法務など）の体系化 ● マネジメント力を強化
配置 (Assignment)	<p>適材適所で、グローバル人材の活躍機会を最適化</p> <ul style="list-style-type: none"> ● スキルマップの可視化で、配置と登用を迅速化 ● ジョブローテーションによる多様な経験の蓄積と能力開発 ● 次世代リーダー候補者へ機会を提供し、計画的に育成

— サステナビリティの取組みを推進

- 外部環境の変化と「NEXT-LJ 2028」の策定に合わせてマテリアリティを見直し
- 経済的価値と社会的価値の両立を目指しながら、社会課題の解決に貢献する企業へ

事業活動を通じて、持続可能な社会に貢献する



| サステナビリティ戦略

- 人権に対する意識の高まり
- 多様性に対する意識・認識の拡大と高まり



事業戦略

- 事業環境や戦略のステージが変化
- 新工場の稼働

酪農・乳業界

社会課題の解決に向けた活動
※地方創生応援税制の活用など

マテリアリティ

マテリアリティ

個別施策

KPI

関連する SDGs

安全、安心な 食の提供

- 品質管理体制の強化
- 品質に関する教育の実施

- 全海外生産拠点におけるGFSI承認規格「FSSC22000」の取得・維持
- 輸入食品の安全性確保に関する講習の受講率100%



健康的で豊かな 生活への貢献

- 国内・アジアで乳原料の取扱量拡大
- 多様なライフスタイルに対応した商品の提案
- 国内・海外での機能性素材^{*1}の取扱量拡大

- 乳由来たんぱく（WPC等）の取扱量 2025年：8,779トン → 2028年：11,000トン
- 植物由来原料の取扱量 2025年：530トン → 2028年：700トン



持続可能な 供給体制

- 仕入先の多様化と関係深耕
- 仕入先と販売先のベストマッチング

- 仕入先との定期的な戦略的意見交換と新規仕入先開拓
- 仕入先・販売先への用途提案ならびに共同開発



環境負荷の低減

- 温室効果ガスの削減
- フードロスの削減

- 2050年までにカーボンニュートラルを目指す



人権と多様性 の尊重

- 人権の尊重
- ダイバーシティの推進
(女性・現地化・グローバル化・障害者雇用等)
- 働きやすい環境の整備

- 人権ポリシーの制定と公表、人権デューデリジェンスならびに人権研修を実施
- 女性役員比率・女性管理職比率：2030年までに30%以上
- ダイバーシティ＆インクルージョンの研修を年1回実施し受講率100%
- 育児復帰社員の短時間勤務利用率80%以上
- エンゲージメントサーベイの実施
- 2028年までに一人当たり教育費20万円



ガバナンスの強化

- リスク管理の強化
- コーポレート・ガバナンスの強化
- コンプライアンス遵守

- BCP(事業継続計画)の定期更新と訓練を年1回実施
- 情報セキュリティ研修を年1回実施、標的型攻撃メール訓練を年2回実施
- 取締役会の実効性評価と重点課題対応
- 重大なコンプライアンス違反^{*2}ゼロ



^{*1} 機能性素材：一般食品以外の食品で、健康効果や機能性を期待して用いられる素材 ^{*2} 重大なコンプライアンス違反：社会的信用、業績等に影響を及ぼす法令・条約・規則等の違反

— 「NEXT-LJ 2028」の全体像

本中計で
目指す姿

未来成長に向けた基盤づくり

コンセプト

ラクト・ジャパングループが約束する3つの「つなぐ」
 ①食と健康をつなぐ ②価値をつなぐ ③志をつなぐ

基本方針
～未来成長力～

- ・成長領域への集中と価値創出力の向上
- ・資本収益性の向上
- ・グローバル人材の強化

主要戦略

- ・国内は成長分野への集中とサプライチェーンの強靭化
- ・海外は市場深耕と拡大、新工場稼働で成長を加速
- ・複合型食品企業の取組みによる付加価値創出力の向上
- ・財務体質・資本収益性の向上による株主価値の向上
- ・人的資本経営の推進とグローバル人材の強化で成長基盤を盤石化
- ・サステナビリティの取組みを推進

2028年度
数値目標

経常利益	ROE	自己資本比率	配当性向
60億円	10~12%	35%~40%	35%



---- ご注意事項 ----

- この資料は当社を理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- この資料を作成するに当たっては、正確性を期するため慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- この資料の中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- この資料に含まれる将来に関する記載内容は、本資料の作成時点現在において入手可能な情報および仮定に基づいており、実際の業績は、様々な要因により計画と異なる場合があり、今後予告無く予想数字等が変更される場合があります。
- この資料における情報の使用につきましては、各自の判断、責任においてご使用いただくことをご承知ください。
- 当社の許可なく本資料の全部または一部を複製、転写等により使用することを禁止いたします。