

ホリスティック企業レポート

ドリームベッド

7791 東証二部

新規上場会社紹介レポート
2021年6月25日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20210624

マットレスやベッドフレーム、ソファ、寝装品などのデザイン開発、製造、販売を行う複数の自社ブランドと海外提携ブランドを展開

アナリスト:佐々木 加奈

+81(0)3-6812-2521

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【7791 ドリームベッド 業種:その他製品】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2020/3	10,034	-1.7	484	-6.8	469	-6.8	331	16.3	164.3	658.9	0.0
2021/3	8,976	-10.5	704	45.3	730	55.6	521	57.3	161.4	669.7	0.0
2022/3 予	9,612	7.1	683	-3.0	703	-3.6	485	-6.9	122.6	-	20.0

(注) 単体決算、2022/3期の予想は会社予想

【株式情報】		【会社基本情報】		【その他】
株価	1,225円(2021年6月24日)	本店所在地	広島市西区	【主幹事証券会社】 野村證券
発行済株式総数	4,152,820株	設立年月日	1957年7月1日	
時価総額	5,087百万円	代表者	小出 克己	【監査人】 有限責任あずさ監査法人
上場初値	1,350円(2021年6月23日)	従業員数	349人(2021年3月末)	
公募・売価	1,460円	事業年度	4月1日～翌3月31日	
1単元の株式数	100株	定時株主総会	事業年度終了後から3カ月以内	

> 事業内容

◆ マットレスやベッドフレームが主力商品

ドリームベッド(以下、同社)は、「夢をはぐくむひとりひとりに、快適で美しい暮らしを提供します。」を経営理念とし、マットレス、ベッドフレーム、ソファ、寝装品(枕や布団類)などのデザイン開発、製造、販売を行っている。

同社の事業の始まりは、1950年10月に、創業者である渡邊禮市氏が広島市においてアメリカ駐留軍の払い下げ物品のベッドの修理販売を開始したことにある。57年1月に同氏がマットレス類の製造とベッド類の販売を主な目的として広島ベッド商会を設立し、同年7月に製造部門を分離してドリームベッドが設立された。

同社に連結子会社はなく、ホームファニッシング(ベッドルームやリビングなどの室内の装備品)事業の単一セグメントである。

同社は、「dream bed(ドリームベッド)」などの自社ブランドと、「Serta(サータ)」などの海外提携ブランドを展開している(図表1)。商品分類は、マットレス、ベッドフレーム、ソファ、寝装品、その他で、主力のマットレスとベッドフレームの合計で売上高の約8割を占めている(図表2)。

【図表1】自社ブランド、海外提携ブランドの概要

	ブランド名	分類	内容・特徴
自社ブランド	dream bed (ドリームベッド) (日本)	マットレス、ベッドフレーム、リビング家具	社名を冠するオリジナルブランド。社内の専属デザイナーが、同社が独自に蓄積したノウハウを駆使してデザインしている  ウレルディ 2754  ホテルスタイル 613
	WATER WORLD (ウォーターワールド) (日本)	ウォーターベッド	特許庁認可のサービスマーク ^(注) を取得したウォーターベッドのブランド。アフターケア体制を完備している。
海外提携ブランド	Serta (サータ) (アメリカ合衆国)	マットレス、ベッドフレーム	Serta, Inc.がライセンサーとなっている同社の主力ブランドで、国内のラグジュアリーホテル（価格帯別の分類において最高クラスに分類されるホテル）にも採用されている。オートクチュール発想で、多様な客に多様な寝心地を提供する
	ligne roset (リーン・ロゼ) (フランス共和国)	ソファ、リビング家具	ROSET S.A.がライセンサーとなっているソファやインテリア品のブランド。同社とROSET S.A.のデザイナーとのコラボレーションによる商品開発により、新商品の投入を行っている
	ruf (ルフ) (ドイツ連邦共和国)	マットレス、ベッドフレーム	RUF-BETT INTERNATIONAL GMBH & CO.KGがライセンサーとなっているヨーロッパアンティクのデザイナーズベッドブランド。「アップホルスター（布張り）ベッド」が代表的で、視覚的な特徴が際立っている

(注) 1995年6月23日に特許庁登録番号 3095007 を取得。現在では、「役務商標」と呼ばれることが一般的
(出所) ドリームベッド届出目論見書

【図表2】商品分類別売上高

(単位: 百万円)

	20/3期			21/3期		
	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比
マットレス	4,916	8.1%	49.0%	4,064	-17.3%	45.3%
ベッドフレーム	2,933	1.8%	29.2%	2,778	-5.3%	30.9%
ソファ	965	-7.4%	9.6%	932	-3.4%	10.4%
寝装品	561	1.2%	5.6%	537	-4.3%	6.0%
その他	657	-44.2%	6.6%	662	0.7%	7.4%
合計	10,034	-1.7%	100.0%	8,976	-10.5%	100.0%

(出所) ドリームベッド届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

同社では、商品開発を担当する専門部署である商品企画部がマットレスやベッドフレームなどの企画・開発を行っている。商品企画部に所属するデザイナーが多数のスケッチ案を出し、その中から選ばれたものを試作品として

製作して部署内及び営業社員向けの内見会を実施する。複数の内見会を経て最終的に選ばれた試作品は、毎年5月と11月に開催される展示会で発表し、評価を受けたものを自社工場及び協力工場で製造し、販売している。

21/3期における販売経路別の売上構成比は、「家具販売店向け」が78.8%、「商業施設向け」が9.2%、「ショップ/ショールーム」が7.8%、「ハウスメーカー向け」が2.6%、「その他」が1.7%である。

「家具販売店向け」

全国の家具販売店に対して、マットレスやベッドフレーム、ソファなどの同社商品を卸販売しており、一般消費者は家具販売店を通じて購入するかたちとなる。単なる卸販売にとどまらず、商品コンセプトに応じた売り場のプロデュースなど、販売店に対するきめ細かな支援を行っている。

「商業施設向け」

全国の宿泊施設に対して、マットレスやベッドフレームなどを直接販売している。主要都市やリゾート地で展開する大型ホテルから宿泊特化型の比較的小規模なホテルなど多様な取引先があり、取引先のニーズを実現するために室内インテリアの企画段階から参加して、提案から施工までに関わっている。

「ショップ/ショールーム」

東京都に3店舗(港区六本木、中央区銀座、新宿区新宿)、大阪府に1店舗(大阪市中心部)展開する「リー・ロゼショップ」で、消費者へソファやリビング家具を中心に販売している。また、広島県(広島市西区)、東京都(渋谷区渋谷)、大阪府(大阪市中心部)に開設する同社ショールームにおいて、来店した消費者へマットレスやベッドフレームなどの販売を行っている。

「ハウスメーカー向け」

ハウスメーカーが主催する催事に、同社のマットレスやベッドフレーム、「ligne roset(リー・ロゼ)」の商品などを展示してもらい、来場した消費者に、ハウスメーカーを通じて販売している。

「その他」

ベッドメーカー向けのOEM商品の販売、一般消費者向けにウォーターベッドの設置やアフターメンテナンスの提供を行っている。

> 特色・強み

◆ 高い品質の自社製品や海外提携ブランドを展開

同社の特色及び強みとして以下の点が挙げられる。

1) 高い品質の自社製品とそれを支える生産体制

注1) 衛生マーク

全日本ベッド工業会独自の仕様・基準である「衛星マットレス基準」を満たしたマットレスであること示すもの。

注2) ポケットコイル

コイルひとつひとつを不織布の小さな袋に収納したコイルのこと。個々のコイルが独立して荷重を支えることが可能。

同社のマットレスは、全日本ベッド工業会認定の衛生マーク^{注1}表示の資格を持ち、ISO9001(品質マネジメントシステムに関する国際規格)認証を取得した工場で製造している。同社の製造するポケットコイル^{注2}マットレスは、ポケットコイルに使用する銅線の太さ、ポケットコイルの形、配列方法(集積数)を組み合わせることでマットレスのたわみ(沈み込み)を調節し、使用する個人の好みの寝心地に対応することが可能となっている。また、銅線の太さが異なる2つのポケットコイルを任意で配置できる機械を独自開発し、特許を取得している。

同社は、国内4カ所の自社工場及び同社が技術指導を行う国内及び海外の協力工場で製品を生産している。国内の協力工場は自社工場の周辺にあるため、継続的な技術指導を行うことができるとともに、輸送距離が短いために短時間で同社へ納品することが可能となっている。また、海外の協力工場には、同社の社員が駐在して技術指導や品質管理を行っている。

2) 海外提携ブランドを含めた複数のブランドを展開

同社は、複数の自社ブランドと海外提携ブランドを展開している。自社ブランドは「dream bed」、「WATER WORLD(ウォーターワールド)」、ライセンス契約によって展開する主な海外ブランドは、「Serta」、「ligne roset」、「ruf(ルフ)」である。

同社の主力商品であるマットレスやベッドフレームは、ブランド志向の顧客層をターゲットとする「Serta」と、幅広い顧客層をターゲットとする自社ブランド「dream bed」を展開することで、多様な消費者のニーズに対応している。また、「Serta」の製造を通じて、同社の製造技術の向上も図っている。

3) 複数の販売経路を持つことによる波及効果

同社の販売経路のひとつである「商業施設向け」において、ラグジュアリーホテルでの同社商品の採用が進んでいる。このことにより、ブランドイメージが向上し、「家具販売店向け」において消費者への訴求力が高まるといった波及効果を実現している。

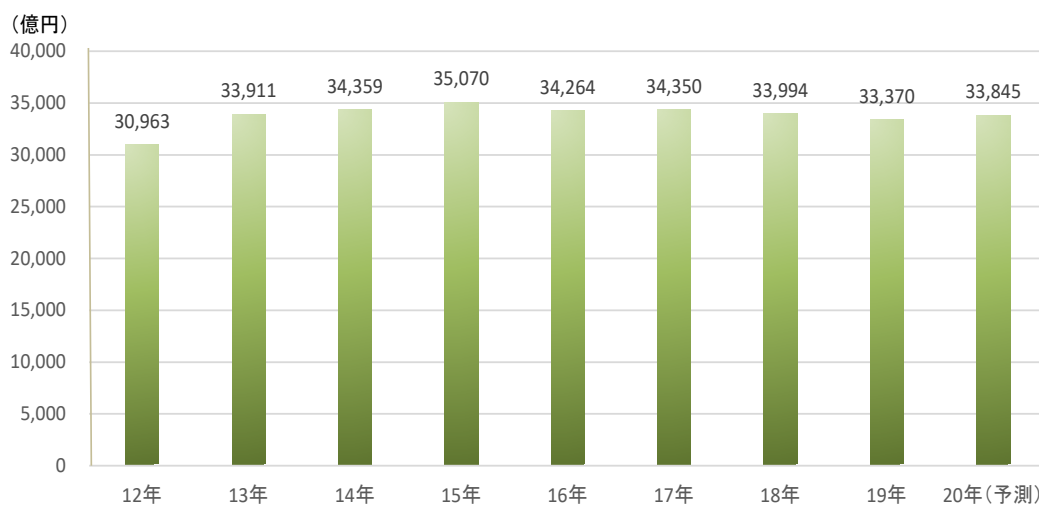
> 事業環境

◆ 20年の国内ホームファッション小売市場規模は微増予測

矢野経済研究所が20年11月に公表した「ホームファッション小売市場に関する調査を実施(2020年)」によると、ベッドリネン・寝具や家庭用家具などを含む国内ホームファッション小売市場規模は、19年まで横ばいから微減傾向で推移している(図表3)。これは、人口減少や個人消費の伸び悩みなどが影響していると考えられる。

20年については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により在宅している時間が長くなり、家具やインテリアを見直す動きが広がったこと、リモートワークの導入の進展により関連用品の購入が増加したことが要因で、前年比1.4%増と予測されている。

【図表3】ホームファッション小売市場規模の推移



(注) 小売金額ベース

ホームファッション市場は、「ベッドリネン・寝具」、「タオル製品」、「ナイトウェア・ホームウェア」、「ホームファニチュア」、「ホームライティング」、「キッチン・テーブルウェア」が対象

(出所) 矢野経済研究所プレスリリース「ホームファッション小売市場に関する調査を実施(2020年)」を基に証券リサーチセンター作成

尚、同社の販売経路一つである「商業施設向け」売上高の大半を占めるのがホテル向けである。ホテル業界は、国内客及び訪日外国人客の増減に大きな影響を受ける。現在、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により国内客、訪日外国人客ともに減少しており、この状態が長引いてホテルの新設や改装の中止、先送りが増加した場合には同社の事業にはマイナスとなる。

◆ 競合

マットレスやベッドフレームなどの分野で商品開発、製造、販売を行う先としては、パラマウントベッドホールディングス(7817 東証一部)の子会社であるパラマウントベッド、フランスベッドホールディングス(7840 東証一部)の子会社であるフランスベッドがある。

パラマウントベッドは医療・介護用ベッドに軸足を置いているため、同社は競合先とは捉えていない。フランスベッドは、家庭用やホテル・宿泊施設向けのマットレスやベッドフレームといった分野で同社と競合関係にある。非上場企業では、シモンズ(東京都港区)、日本ベッド製造(東京都港区)、スリープセレクト(東京都港区)が競合先となる。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社の届出目論見書には、16/3 期以降の業績が記載されている(図表 4)。18/3 期まで売上高はほぼ横ばいであったが、19/3 期は東京オリンピック開催に向けてホテルの新設や改装が増加したことが寄与して「商業施設向け」が大幅に伸び、10.5%増収となった。20/3 期は、「家具販売店向け」は効果的な販促の効果で前期比 3.7%増となった一方、「商業施設向け」が 19/3 期に大きく伸びた反動で同 19.0%減となり、全体でも小幅な減収となった。

経常利益は、ショップの新設に係る費用の発生、販売促進費や物流コストの増加、原価計算システムの導入に係る費用の発生、デジタル広告の出稿開始に伴う費用の発生などが要因で 20/3 期まで減少が続いた。

【図表 4】業績推移



(注) 単体決算

(出所) ドリームベッド届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 21 年 3 月期決算

21/3 期業績は、売上高 8,976 百万円(前期比 10.5%減)、営業利益 704 百万円(同 45.3%増)、経常利益 730 百万円(同 55.6%増)、当期純利益 521 百万円(同 57.3%増)であった。

販売経路別の売上高は、「家具販売店向け」は新型コロナウイルス感染症拡大により 20 年 4 月、5 月に販売店の休業があった影響で前期比 0.7%減の 7,071 百万円、「商業施設向け」は、ホテル業界において改装の先送りが発生したことで同 54.4%減の 822 百万円となった。「ショップ/ショールーム」は効果的な販促により同 5.3%増の 700 百万円、「ハウスメーカー向け」は催事の中止が影響し同 26.2%減の 232 百万円となった。「その他」は、OEM 商品の販売の伸びにより同 15.8%増の 148 百万円であった。

商品分類別売上高については、「マットレス」が前期比 17.3%減の 4,064 百万円、「ベッドフレーム」が同 5.3%減の 2,778 百万円、「ソファ」が同 3.4%減の 932 百万円、「寝装品」が同 4.3%減の 537 百万円、「その他」が同 0.7%増の 662 百万円であった。

減収となった一方、製造原価に含まれる労務費の抑制を進めたことで売上総利益率は 20/3 期より 0.2%ポイント改善した。市場環境の悪化に対応して本社、営業所、工場、ショップといった全拠点において経費削減を進めたことで販売費及び一般管理費(以下、販管費)は 20/3 期より 760 百万円減少し、販管費率は前期比 2.9%ポイント改善した。

◆ 22 年 3 月期の会社計画

22/3 期の会社計画は、売上高 9,612 百万円(前期比 7.1%増)、営業利益 683 百万円(同 3.0%減)、経常利益 703 百万円(同 3.6%減)、当期純利益 485 百万円(同 6.9%減)である(図表 5)。

【 図表 5 】 22 年 3 月期の会社計画

(単位: 百万円)

	20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 会社計画	前期比
売上高	10,034	8,976	9,612	7.1%
家具販売店向け	7,121	7,071	7,405	4.7%
商業施設向け	1,804	822	1,025	24.7%
ショップ/ショールーム	665	700	710	1.3%
ハウスメーカー向け	315	232	340	46.2%
その他	128	148	132	-11.3%
売上総利益	5,260	4,720	5,071	7.4%
売上総利益率	52.4%	52.6%	52.8%	—
販売費及び一般管理費	4,775	4,015	4,387	9.3%
販管費率	47.6%	44.7%	45.6%	—
営業利益	484	704	683	-3.0%
営業利益率	4.8%	7.9%	7.1%	—
経常利益	469	730	703	-3.6%
経常利益率	4.7%	8.1%	7.3%	—
当期純利益	331	521	485	-6.9%

(注) 予想は会社予想

(出所) ドリームベッド有価証券届出書、適時開示資料を基に証券リサーチセンター作成

販売経路別売上高は、「家具販売店向け」は「Serta」の販促を強化することにより 7,405 百万円(前期比 4.7%増)、「商業施設向け」は 21/3 期からずれ込んだ案件に加え、新たな案件の獲得が進んでいることから 1,025 百万円(同 24.7%増)と見込んでいる。「ショップ/ショールーム」は東京ショールームの増床及びリー・ロゼ福岡店の開設により 710 百万円(同 1.3%増)、「ハウスメー

カー向け」は催事が増加することにより 340 百万円(同 46.2%増)、「その他」はウォーターベッド訪問サービスを自粛することにより 132 百万円(同 11.3%減)と見込んでいる。

原材料費や労務費の増加により売上原価は 4,540 百万円(前期比 6.7%増)、売上総利益は 5,071 百万円(同 7.4%増)と見込んでいる。人件費や販促費、地代家賃の増加により販管費は 4,387 百万円(同 9.3%増)を見込み、小幅な営業減益を予想している。

営業外収益には受取利息など 65 百万円、営業外費用には株式上場関連費用など 45 百万円を見込んでいる。特別利益及び特別損失の発生は見込んでいない。

◆ 成長戦略

同社は成長戦略として、1)「Serta」の認知度向上、2)ショールームの活用、3)生産性の向上、4)スリープテックへの取り組みなどを挙げている。

1)「Serta」の認知度向上

同社は、主力ブランドの一つである「Serta」の認知度を上げ、ブランド志向で寝心地にこだわりを持つ潜在顧客層の開拓を強化していく考えを持っている。具体的な施策としては、Web 広告、テレビ CM、SNS 広告などを活用して住居近くの取り扱い店舗やショールームに顧客を誘導し、実際の商品を見るときともに寝心地を体感してもらい、購入につなげるという流れを作ること注力していく。また、国内ラグジュアリーホテルのスイートルームで使用されているマットレスと同じ仕様の家庭用商品の企画も行っていく考えである。

2)ショールームの活用

消費者が同社の商品を実際に体験、体感できる場としてショールームの有効活用を進める考えである。22/3 期には、より多くの商品を展示して消費者に体感してもらうために東京ショールームの増床を行う予定である。

3)生産性の向上

今後の事業規模拡大のために、生産能力の向上及び生産効率の改善を進める考えである。具体的には、上場時の調達資金を活用して主力工場である八千代第一工場の建て替え及び設備のリプレースを行う計画がある。

4)スリープテックへの取り組み

スリープテックとは、IT 技術を活用して睡眠環境を計測、記録、分析することにより睡眠の質を改善して快眠を促すことである。同社が持つマットレスの製造技術と、顧客から収集して蓄積してきた寝心地などに関するデータを分析し、より快適な睡眠を実現するマットレスの開発を進めるとともに、顧客ごとに推奨マットレスの提案が可能な販売システムを構築していく考えである。

>経営課題/リスク

◆ 個人情報の管理について

同社は、商品購入者の個人情報を有している。個人情報保護については、社内でのアクセス権限の設定や、システムのセキュリティ強化などを実施している。しかし、個人情報流出に関しては一定のリスクがつきまとうことに留意する必要がある。

◆ 他社とのライセンス契約について

同社は、海外ブランドとのライセンス契約を締結し、自社製造を行っている。海外ブランドとは、長年にわたり良好な関係を続けているが、今後何らかの事情によりライセンス契約を解消することになった場合や、ロイヤリティ契約の条件が大幅に変更されることとなった場合には、事業運営に悪影響を及ぼす可能性がある。

◆ 法的規制について

同社は、家庭用品品質表示法、景品表示法、電気用品安全法、消費生活用製品安全法、容器包装リサイクル法、個人情報保護法などの法的規制を受けている。規制を受けている法令の変更や新たな法令の施行があった場合には、同社の事業活動が制限される可能性がある。

【 図表 6 】 財務諸表

損益計算書	2019/3		2020/3		2021/3	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	10,204	100.0	10,034	100.0	8,976	100.0
売上原価	5,169	50.7	4,773	47.6	4,255	47.4
売上総利益	5,034	49.3	5,260	52.4	4,720	52.6
販売費及び一般管理費	4,514	44.2	4,775	47.6	4,015	44.7
営業利益	520	5.1	484	4.8	704	7.9
営業外収益	33	0.3	15	0.2	43	0.5
営業外費用	50	0.5	31	0.3	18	0.2
経常利益	503	4.9	469	4.7	730	8.1
税引前当期純利益	469	4.6	445	4.4	729	8.1
当期純利益	285	2.8	331	3.3	521	5.8

貸借対照表	2019/3		2020/3		2021/3	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	3,464	51.4	3,336	50.3	3,762	53.1
現金及び預金	508	7.5	475	7.2	633	8.9
売上債権	2,136	31.7	2,031	30.6	2,259	31.9
棚卸資産	725	10.8	758	11.4	801	11.3
固定資産	3,276	48.6	3,294	49.7	3,321	46.9
有形固定資産	2,927	43.4	2,999	45.2	3,010	42.5
無形固定資産	103	1.5	72	1.1	64	0.9
投資その他の資産	245	3.6	222	3.4	246	3.5
総資産	6,741	100.0	6,631	100.0	7,084	100.0
流動負債	3,111	46.2	3,503	52.8	3,785	53.4
買入債務	1,158	17.2	1,160	17.5	1,131	16.0
固定負債	768	11.4	1,461	22.0	1,093	15.4
純資産	2,860	42.4	1,666	25.1	2,205	31.1
自己資本	2,860	42.4	1,666	25.1	2,205	31.1

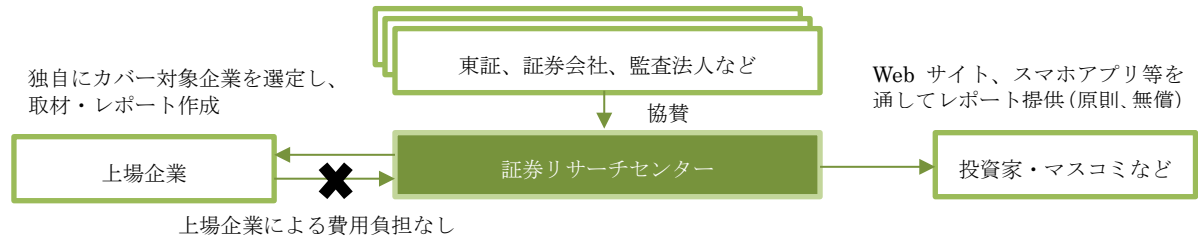
キャッシュ・フロー計算書	2019/3	2020/3	2021/3
	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	662	518	349
減価償却費	239	226	186
投資キャッシュ・フロー	-34	-252	-170
財務キャッシュ・フロー	-802	-299	-22
配当金の支払額	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	-174	-33	157
現金及び現金同等物の期末残高	458	425	583

(出所) ドリームベッド届出目論見書より証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社
有限責任監査法人トーマツ
日本証券業協会
宝印刷株式会社

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
三優監査法人
日本証券アナリスト協会
株式会社プロネクサス

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
太陽有限責任監査法人
監査法人 A&A パートナーズ

野村證券株式会社
株式会社 ICMG
株式会社 SBI 証券
いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。