

知的資産経営報告書



2013年3月版

豊かな住空間の創造をお手伝いする



株式会社 クズハタ装飾

1. ご挨拶	1
2. 経営哲学	2
3. 事業概要	3
4. 市場環境	5
5. これまでの事業展開	6
6. 自社の強み・優位性(知的資産)	8
(1)高い技能レベル(人的資産)	
(2)企画・開発・施工まで一貫施工可能(構造資産)	
(3)寝具乾燥殺菌車の保有と同車を使用しての作業ノウハウの保有 (物的資産・構造資産)	
(4)高い顧客信頼度と高まりつつある認知度(関係資産)	
(5)多様な人的ネットワーク(関係資産)	
7. これからの事業展開	10
(1)クロスSWOT分析	
(2)将来の経営方針・経営戦略	
(3)KPI(重要業績評価指標)	
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ	13
(1)価値創造ストーリー	
(2)知的資産活用マップ	
9. 会社概要	15
10. あとがき	16

1. ご挨拶

本報告書発刊に当たり、ご挨拶申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

私ども「クズハタ装飾」は昭和59年4月にクロス職人として一人でスタート致しました。以来28年間、「お客様から信頼される仕事を第一」に心掛けてまいりました。お陰様で、平成20年4月には法人化し、社名を「株式会社クズハタ装飾」へと変更して、現在に至っております。

創業以降今日まで時代の流れとともに生活様式も多様化し、それに伴って住空間に求められるものも大きく変化して参りました。また、情報技術の急速な発展は私たちの業界にも著しく影響を及ぼしています。このような状況の中、お客様が、我々建築内装業者に求められるものも従来とは異なって参りました。私どものお客さまに対する精神や仕事に対する姿勢は創業以来変わらないものを守りつつ、時代の変化に伴うお客さまのニーズの多様化に対応するべく技術や品質向上に取り組み、若い世代へと継承致しております。

お客様から「この業者なら安心して任せられる」と信頼を頂けるよう、マナーと技術力の向上に努めカーテン・クロス・床工事・別注家具・リフォーム工事等の計画から設計・施工に至る迄、幅広く対応し、日々精進致しております。

本報告書を通じ、少しでも多くの方々に私どもの「知的資産」そして経営戦略や事業計画、成長の可能性などをご理解頂き、これを機に更なるご鞭撻やお付き合いを賜れば幸いと存じます。



2013年3月

代表取締役 葛畑 正

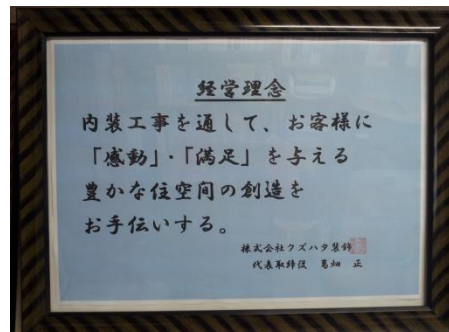
2. 経営哲学

(1) 経営理念

内装工事を通して、お客様に「感動」・「満足」を与える
豊かな住空間の創造をお手伝いする

経営理念実践のため

- ①お客様にニーズに合った「感動」・「満足」を提供するよう努めます。
- ②そのためにも、自社自身の健全経営を目指します。
- ③従業員満足を与える環境づくりに努めます。



(2) 行動規範

お客様のニーズに合った
品質・コスト・納期を目指す

社員一人一人が、お客様とのコミュニケーションを大切にし、親切、丁寧をモットーに行動規範の実践を目指します。



室内装飾品の企画・設計・施工で豊かな住空間の創造をお手伝いします。

3. 事業概要

(1) 会社の沿革

創業期	1984年	現社長、葛畑正が現地でクズハタ装飾を創業
	～1986年	葛畑正がクロス職人として一人でクロス貼り作業に従事
	～1987年	大手ハウスメーカーの請負工事に進出
	1988年	従業員を一人採用し業務拡大の第一歩を踏み出す。
	1990年	従業員が増え3人体制になる。
	1991年	襖、畳、建具、椅子張り替え工事に進出
成長期	1995年	現専務、葛畑真一がインテリアメーカー(株)セルコン勤務後 従業員として入社 葛畑正が2級建築施工管理技士取得 電動糊付け機を導入
	1996年	滋賀県室内装飾事業協同組合に入会 さらに専属の職人も加わり、店舗、マンション等の大型物件も 受注可能になる。
	2004年	葛畑真一が一級表装技能士資格を取得
	2005年	葛畑真一が一級床仕上げ施工技能士資格を取得
	2007年	他従業員3名が一級表装技能士資格を取得
	2008年	法人化 (株)クズハタ装飾と社名変更する 建築業の許可取得
	2009年	葛畑正が登録内装仕上げ基幹技能者資格及び内装士資格取得
	2011年	住宅建材メーカーと直接仕入れ契約締結(従来は問屋経由)
《今後の予定》		
将来	若い施工技術者の育成	

(※)寝具の出張乾燥・殺菌事業とは？

寝具(ふとん等)の乾燥・殺菌設備を備えた車両を導入し、同車両で顧客のもとに行き、現地で寝具の乾燥・殺菌サービスを提供する。



＜2012年に新たに導入した寝具乾燥・殺菌車＞



＜2008年に取得した建設業許可票＞

3. 事業概要

(2) 事業内容

①クロス・床工事業

事業開始時期：1984年4月頃

事業内容：天井、壁クロス貼り、デコラティブフィルム貼り
床、クッションフロアー、カーペット、塩ビタイル貼り

特徴：社員3名中2名が表装技能士1級の資格を取得しています。
また1名がプラスチック系床材仕上げ技能士1級の資格を取得しています。
その為もあり、高品質、短納期での仕事が可能です。

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、
大手ハウスメーカー、
リフォーム専門店、企業

年間売上比率75%



＜自社施工の床・クロス貼りの完工写真＞
（木目模様のクロスと白色系クロス）

②窓・カーテン事業

事業開始時期：1984年4月頃

事業内容：オーダーカーテン、オーダーブラインド等の製作、
施工、ガラスフィルム施工

特徴：クロス、床と調和のとれたカーテン、ブラインドを
企画、提案し、施工出来ます。

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、大手ハウスメーカー、
リフォーム専門店、企業

年間売上比率15%



＜自社施工のブラインド工事完工写真＞

③襖・畳事業

事業開始時期：1991年

事業内容：襖の新調、張替え、畳の新調、表替え

特徴：襖の張替えは自社で施工できます。
クロス工事と共にトータル受注出来ます。

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、リフォーム専門店、企業

年間売上比率5%



＜襖は自社施工、畳は外注の完工写真＞

④その他事業

(イ)家具製作・椅子張替え・塗装等

事業開始時期：2000年4月頃

事業内容：オーダー家具製作、椅子の張替え、塗装、美装

特徴：お客様のニーズに合わせて、クロス工事と共に
コーディネート出来ます。

主たる顧客：一般顧客、リフォーム専門店、企業

(ロ)寝具出張乾燥殺菌事業

事業開始時期：2012年4月

事業内容：寝具乾燥殺菌車両でお客さんのもとに行き、現地
で寝具の乾燥殺菌サービスを提供します。

特徴：高齢者世帯等寝具運搬を負担に思われてる世帯
に大変便利です。

年間売上比率5%（(イ):3%、(ロ):2%）



＜自社施工の椅子の張替えの完工写真＞

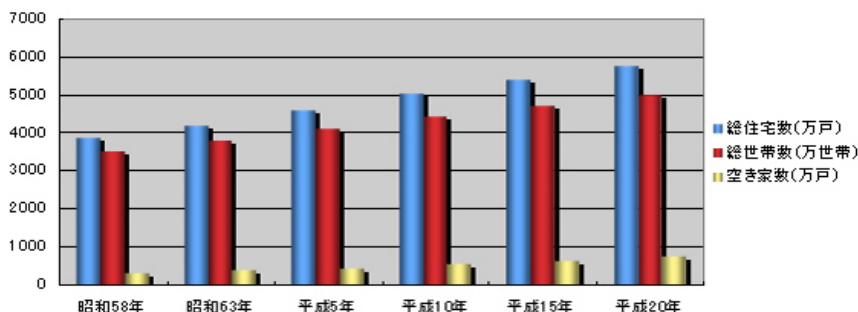
4. 市場環境

(1) 総住宅数の推移

総務省の「住宅・土地統計調査」によると、日本の総住宅数は5759万戸（平成20年10月1日現在）となっています。そのうち空き家は756万戸あり、総住宅数に占める空き家の割合は13.1%と過去最高の割合に達しています。これは平成15年から平成20年までの5年間に総住宅数の増加が370万戸であるのに対し、同期間の総世帯数の増加が273万戸と世帯数の増加以上に住宅数が増加したものであると考えられます。

日本は今後しばらくは人口減少が続くと見込まれており、一人世帯が増加するとしても、大幅な総世帯数の増加はないとみられています。ということは、現在の空き家率が大幅に減少することは見込まれず、住宅数の過剰状態はしばらくは続くと見られます。

総住宅数と総世帯数、空き家数の推移



出典:「平成20年住宅・土地統計調査(速報集計)」総務省 平成21年7月

(2) 増改築・リフォームの状況

総務省の同調査では、持ち家の増改築の有無についても調べています。その結果は次表のようになっています。

持ち家の増改築の状況

	平成15年調査	平成20年調査
過去5年間に増改築を行った家	340万戸	799万戸
持ち家に対する比率	11.9%	26.3%

(3) 増改築・リフォームの今後の見通し

あくまでも推測ではですが、上掲のグラフから読み取れますように総住宅数は過剰状態であり、今後は新築よりも増改築・リフォーム需要が増加すると推定されます。また、上掲の表にも表れていますように、平成10年～平成15年間と平成15年～平成20年間の増改築の実績にもそのことは顕著に表れています。

このことは、将来リフォームに伴う内装工事の需要増加が見込まれ、当社にとっても商機と推測されます。

(※上記の(1)と(2)は日経住宅サーチのHPからの要点の引用で、(3)は筆者の推測です。)

(4) 守山・草津・栗東市の人口推移

右の表は平成22年の国勢調査による滋賀県の人口増加数の上位5市の数値です。当社の重点商圏である守山・草津・栗東各市は増加数でも2～4位を占め、増加率では滋賀県の上位3位までを独占しています。

このことより、重点商圏において人口面からは内装工事需要は十分見込まれると推測されます。

【守山・草津・栗東市の人口推移】平成17年比

順位	市名	増加数(人)	増加率(%)
1	大津市	13,910	4.30
2	草津市	9,695	8.00
3	守山市	5,515	7.79
4	栗東市	3,783	6.32
5	彦根市	2,136	1.95

5. これまでの事業展開

(1)過去の経営方針

【創業期】

親切・丁寧な施工をする

携わる現場を親切・丁寧に施工をする事で顧客に満足 してもらい、そのお客様からの紹介を得る様に心掛けました。このことの積み重ねにより、徐々に顧客の信頼を得るとともに、顧客の増加に結びついていきました。

【成長期】

お客様満足の追究 技術力の向上

親切・丁寧な施工に加えて、更なるお客様満足の追究に取り組むことに心掛けました。そのために、技術力の向上にも取り組みました。具体的には表装技能士資格をはじめとする各種資格の取得に努めました。

この高い技術力に裏付けられた良質な施工により、顧客満足と信頼を目指しました。

(2)事業実績

一般の内装工事においては、外注施工が多々見られますが、当社では元請工事ではできる限り自社施工にこだわっています。それは高い技術力に基づいた直接施工を行うことで、顧客要望にきめ細かく対応するとともに、良質な仕事をお届けするためです。

次に掲載します施工実績の写真は全て元請工事ですが、美装工事や畳工事等自社で施工できない工事を除いて、全て自社施工(自社社員による施工)しています。

①-1)床リニューアル工事



＜施工前＞



＜施工中＞

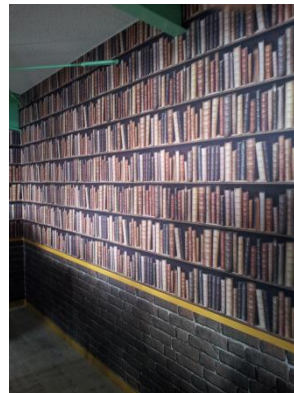


＜ほぼ完成＞

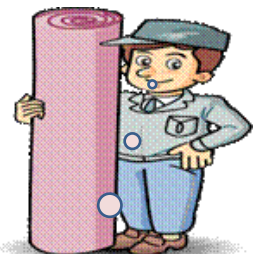
①-2)輸入クロスリニューアル工事



＜施工前＞



＜完成＞



左の完成写真
は本棚ではなく
クロスだよ!!

5. これまでの事業展開

①ー3) 床とクロスリニューアル工事



＜施工前＞



＜施工中＞



＜完成＞

②窓・カーテン工事



＜吹抜け部のカーテン:新設物件＞



＜室内のカーテン:新設物件＞



＜自社施工のカーテンの完工写真＞

③襖・畳リニューアル工事



＜施工前＞



＜完成＞

④その他工事



＜施工前＞
(手摺ダイノックシート貼り工事)



＜施工後＞
(手摺ダイノックシート貼り工事)



＜施工後＞
(窓ガラスフィルム貼り工事)

6. 自社の強み・優位性（知的資産）

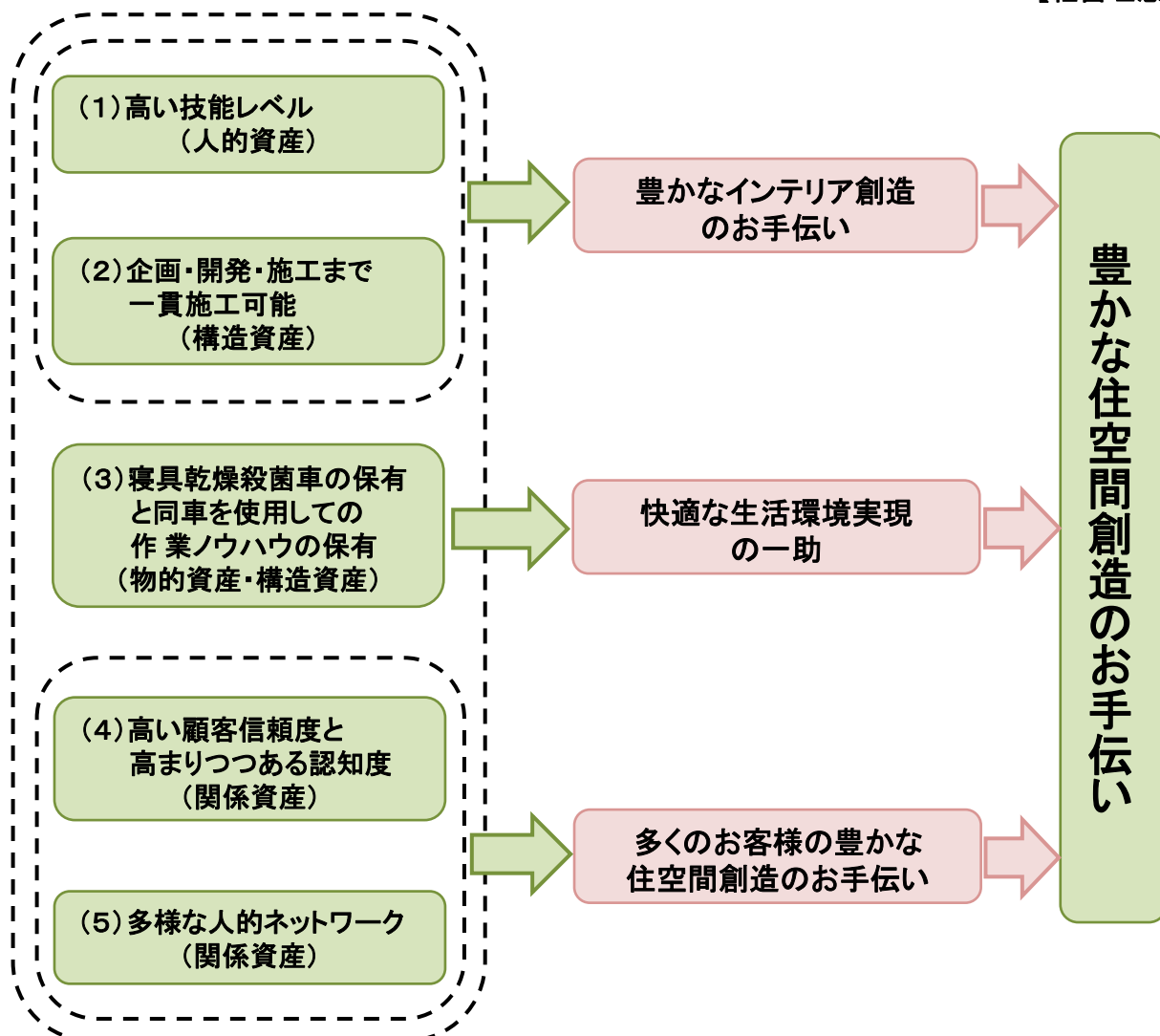
内装業一筋の30年弱の業歴や、内装資材メーカーでの勤務経験等より蓄積された当社の主な知的資産は次の5項目です。

これらを活用・連携させて経営理念の「豊かな住空間の創造のお手伝い」に努めて来ました。これからも、これらの知的資産を更に強化・発展させ、より豊かな住空間の創造に努めます。これらの知的資産については次ページで詳述します。

人的資産・構造資産・関係資産の説明については当ページ下部に記載しています。

【当社の主な知的資産】

【経営理念】



知的資産の3分類

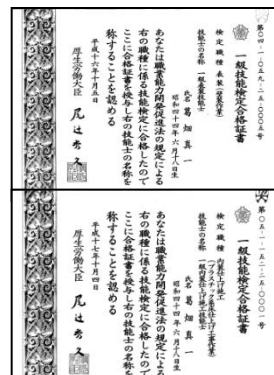
人的資産	従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
例)	イノベーション能力、想像力、ノウハウ、経験、柔軟性、学習能力、モチベーション等
構造資産	従業員の退職時に企業内に残留する資産
例)	組織の柔軟性、データベース、文化、システム、手続き、文書サービス等
関係資産	企業の対外的関係に付随したすべての資産
例)	イメージ、顧客ロイヤリティ、顧客満足度、供給業者との関係、金融機関への交渉力等



6. 自社の強み・優位性（知的資産）

（1）高い技能レベル（人的資産）

- ・クロス貼りの技能レベルを客観的に表すものとして、表装技能士の資格があります。当社では技能レベルの向上を目指し、同資格をはじめ各種関係資格の取得を進め、専務を筆頭に資格を所有しています。（右は資格証書の一部。）
- ・成長期に入った1995年頃より、良質な仕事の施工を経営目標に掲げ、同資格取得を推進してきました。
- ・クロス貼りは当社の主要業務であり、その業務に活用しています。



（2）企画・開発・施工まで 一貫施工可能（構造資産）

- ・同業者では、施工を外注している例が多々見られますが、当社では、良質仕事の施工という観点から、出来る限り施工まで一貫施工しています。（分社化した施工会社での施工含む）
- ・現在元請比率は35%位ですが、その元請業務においては畳を除いてほぼ100%自社一貫施工です。

（3）寝具乾燥殺菌車の保有（物的資産）と同車を使用しての作業ノウハウの保有（構造資産）

- ・高齢化・核家族化の進展及び花粉症対策でふとんの外干をしない家庭の増加に伴い、“寝具（特にふとん）の乾燥殺菌”の要望をお客様から多々聞いて来ました。その要望に応えるべく、当社では“寝具乾燥殺菌車”を導入しまして、その作業車を使用しての作業ノウハウの取得に努め事業化に踏み切りました。
- 内装工事受注拡大への波及効果も考えられますが、それよりも**快適な生活環境実現の一助になればと考えています。**
（右の写真は寝具乾燥殺菌車で乾燥殺菌工程の状況）



（4）高い顧客信頼度と高まりつつある認知度（関係資産）

- ・今までの経営方針（丁寧で良質な仕事の施工）の実践により、顧客の信頼度が高いと確信しています。また、その良質な仕事より、ハウスメーカーなどの大手からのリピート受注も増加しつつあります。
- ・良質な仕事と相まって地元ネットワークの広がりより、地元での認知度も高まりつつあります。

（5）多様な人的ネットワーク（関係資産）



- ・専務が積極的に同業組合や対外活動に参加していることもあり、多方面に人的ネットワークが構築されています。
- 例：・一般社団法人クロス事業協会（同業界若手有志の集まり）関係者
- ・異業種交流会関係者
 - ・商工会議所関係者等
- （左の写真は葛畑専務（一番手前）が同業組合の若手職人に表装技術について指導している場面）

7. これからの事業展開

(1) クロスSWOT分析

① クロスSWOT分析より導き出される戦略Ⅰ～Ⅳ

【(株)クズハタ装飾 クロスSWOT分析】

内部環境 外部環境		《強 み》	《弱 み》
		【人的資産】 ①社長・専務とも施工ノウハウ・経験・高い技術力を持っている。そのため、質の高い仕事ができる。(マナー・技術ともに高い) ②現専務は年も若く、かつ大手内装資材メーカーでの勤務経験があり、図面の見方・見積もり法・施工法等を習得している。 ③その勤務経験で、カーテン関連の仕事にも多く従事し、カーテン関係のノウハウを保有している。 【構造資産】 ④トータル一貫施工ができる。(営業・企画・開発・施工・アフター) ⑤寝具乾燥殺菌車の保有(物的資産)及び同車を使用しての現地施工ノウハウの保有 【関係資産】 ⑥同専務は、同業若手経営者の集まり(クロス会)や商議所青年部等でも活発に活動し、人的ネットワークが広がりつつある。 ⑦質の高い仕事・確実なアフターの実績より顧客の信頼度が高い。 ⑧地元での認知度高まりつつある。(HPや商議所活動等により)	【人的資産】 ①施工重視で企画・経営管理面等が手薄である。(それらの人材不足) 【構造資産】 ②最近その比率が下がってきたとはいえ、下請け比率が65%と高い。(下請けは、低利益率・限定された納期等経営圧迫要因になる。) ③小口受注が多い。 ④自社施工の場合、仕事にこだわりすぎてコスト度外視傾向がある。 ⑤社内教育体制が整備されていない。 【関係資産】 ⑥優良外注協力会社のネットワークが確立できていない。(そのため外注工事は、低利益率・低質工事になってしまう。) ⑦優良外注職人のネットワークが確立できていない。
≪機会≫	【マクロ環境】 ④高齢化兼核家族化傾向である。 ⑤商圏の守山市・栗東市等は人口増加市である。 ⑥IT化の進展(脅威でもある) 【ミクロ環境】 ⑦リフォームが増加傾向 ⑧高齢化に伴い、バリアフリー等の改装工事が増加傾向 ⑨震災後省エネ意識が高まってきている。(二重窓、遮熱フィルム等に対するニーズの高まり)	強みを活かし、機会をものにす戦略(方法)……戦略Ⅰ ①高い技術力・一貫施工できる強み・人的ネットワークを活用し、リフォームやバリアフリー等の受注増を目指す。 (①、④、⑥×㊦、㊦) ②高品質や迅速なアフターを情報発信し、受注増を目指す。 (①、④×㊮) ③カーテン等も含めたリフォーム工事等の一括受注を目指す。 (①、③、④×㊮)	弱みを克服し、機会を逃さないようにする戦略(方法)……戦略Ⅲ ①企画提案力を向上させ、リフォーム等の改装工事の受注増を目指すとともに、コスト管理の徹底を図り、採算性の向上も目指す。 (①、×㊮)
	【マクロ環境】 ④IT化の進展(機会でもある) 【ミクロ環境】 ⑤大手安売り店の進出(単価下落) ⑥他業種からの進出(家電量販店等) ⑦仕事に波がある。	強みを活かし、脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……戦略Ⅱ ①高い技術力・一貫施工できる強み等を活かし大手安売り店に対抗する。 (①、④×㊮) ②人的ネットワークを活かし仕事を融通して、仕事の波を吸収する。 (⑥×㊮)	弱みを克服し、脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……戦略Ⅳ ①安価な非元請工事は辞退する。 (①×㊮)

② 戦略Ⅰ～Ⅳを総合してクロスSWOT分析より導き出される将来戦略を次のようにする

- (イ) 技術力をさらに高め、高品質・トータル施工で、新規顧客開拓・既存顧客からのリピート受注拡大
 (ロ) 高品質や迅速なアフターを情報発信し、受注拡大
 (ハ) カーテンも含めたリフォーム工事等の一括受注

7. これからの事業展開

(2) 将来の経営方針・経営戦略

① 将来の経営方針・・・経営理念より

豊かな住空間の創造をお手伝いする

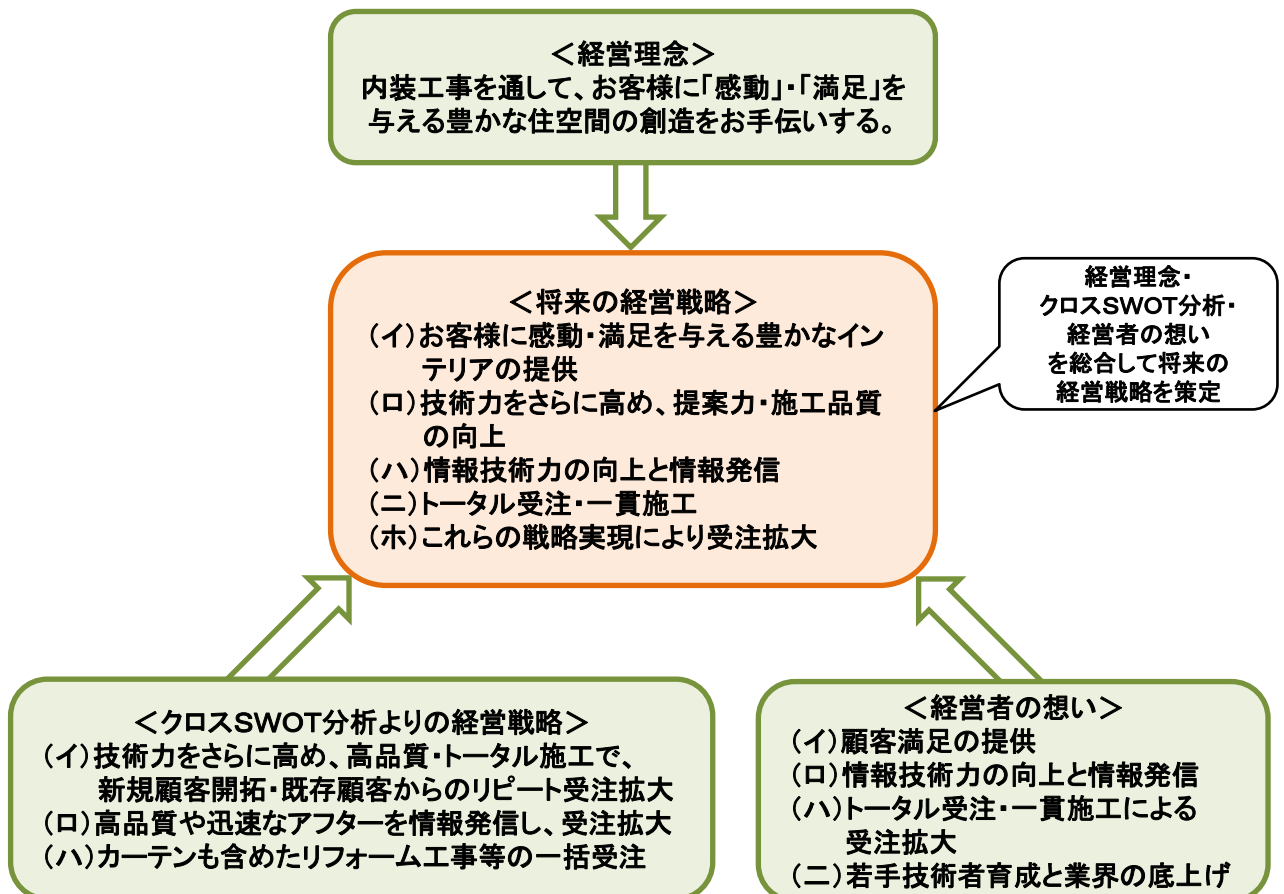
② 将来の経営戦略

前頁の経営戦略と、経営者の想い・経営理念を総合して将来の経営戦略を次のようにする。

- (イ) お客様に感動・満足を与える豊かなインテリアの提供
- (ロ) 技術力をさらに高め、施工品質の向上
- (ハ) 情報技術力の向上と情報発信
- (ニ) トータル受注・一貫施工
- (ホ) これらの戦略実現により受注拡大

③ この将来の経営戦略を実現するための重要成功要因

- ◆ 技術力の向上
- ◆ 情報技術力の向上と情報の発信
- ◆ トータル受注・一貫施工
- ◆ 新規顧客の開拓
- ◆ 既存顧客からのリピート受注拡大



7. これからの事業展開

(3) KPI(重要業績評価指標): 将来の経営目標を達成するためのKPI

KPI	現状 (H23年3月時点)	将来 (平成23年3月作成時の計画)	達成状況 (H25年3月時点)
売上高 (単位: 百万円)	(H22年9月期) 54	(H25年9月期) 81	(H24年9月期) 60
事業(売上)比率	クロス・フローアー : 80% 窓・カーテン : 15% 襖・畳 : 3% その他 : 2%	(H27年9月期) クロス・フローアー : 70% 窓・カーテン : 25% 襖・畳 : 2% その他 : 3%	(H24年9月期) クロス・フローアー : 75% 窓・カーテン : 15% 襖・畳 : 5% その他 : 5%
元請比率	35%	(H27年9月期) 50%	42%
施工マニュアルの作成	なし	H23年中に作成	H25年3月末現在概略マニュアル作成済み
IT利用の受発注システム (第一期)構築	なし	H24年中に構築(第一期)	(下記※①)
顧客管理システム構築	なし	H24年中に構築	(下記※②)
原価管理システム構築	なし	H23年中に構築	(下記※③)
提案営業マニュアルの作成	なし	H24年中に作成	(下記※④)
H25年3月時点の達成状況の点検 ・売上高 : 当期は未達だが、H25年9月期は計画達成見込み ・※①～※④: 当期は、施工部門の別会社化・新規事業への参入・決算処理法の変更等に経営資源を重点投入したため、①～④のシステム化・マニュアル化に取り組めなかった。これらの経営課題への経営資源の重点投入は後1～2年必要なため、①～④の完了時期を27年中に延期したい。			

<クロス>



<フローアー>



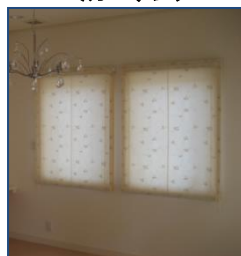
H27年度事業(売上)比率目標
70%

※事業比率のその他とは、塗装・美装・椅子貼り換え・オーダー家具等の事業及び寝具乾燥殺菌事業を指す。

<窓>



<カーテン>



25%

<オーダー家具等その他>



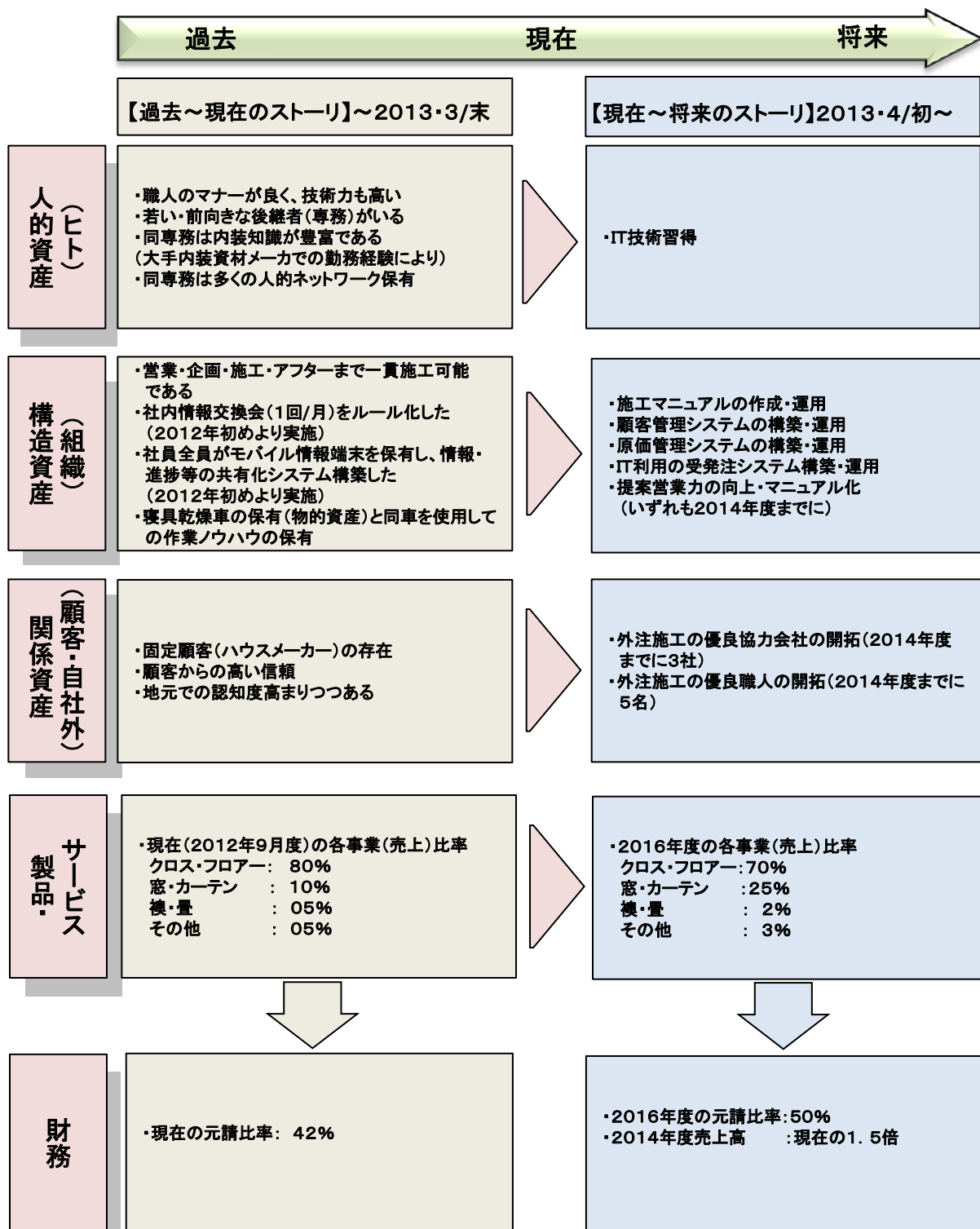
<寝具乾燥殺菌車>



5%(襖・畳含)

8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

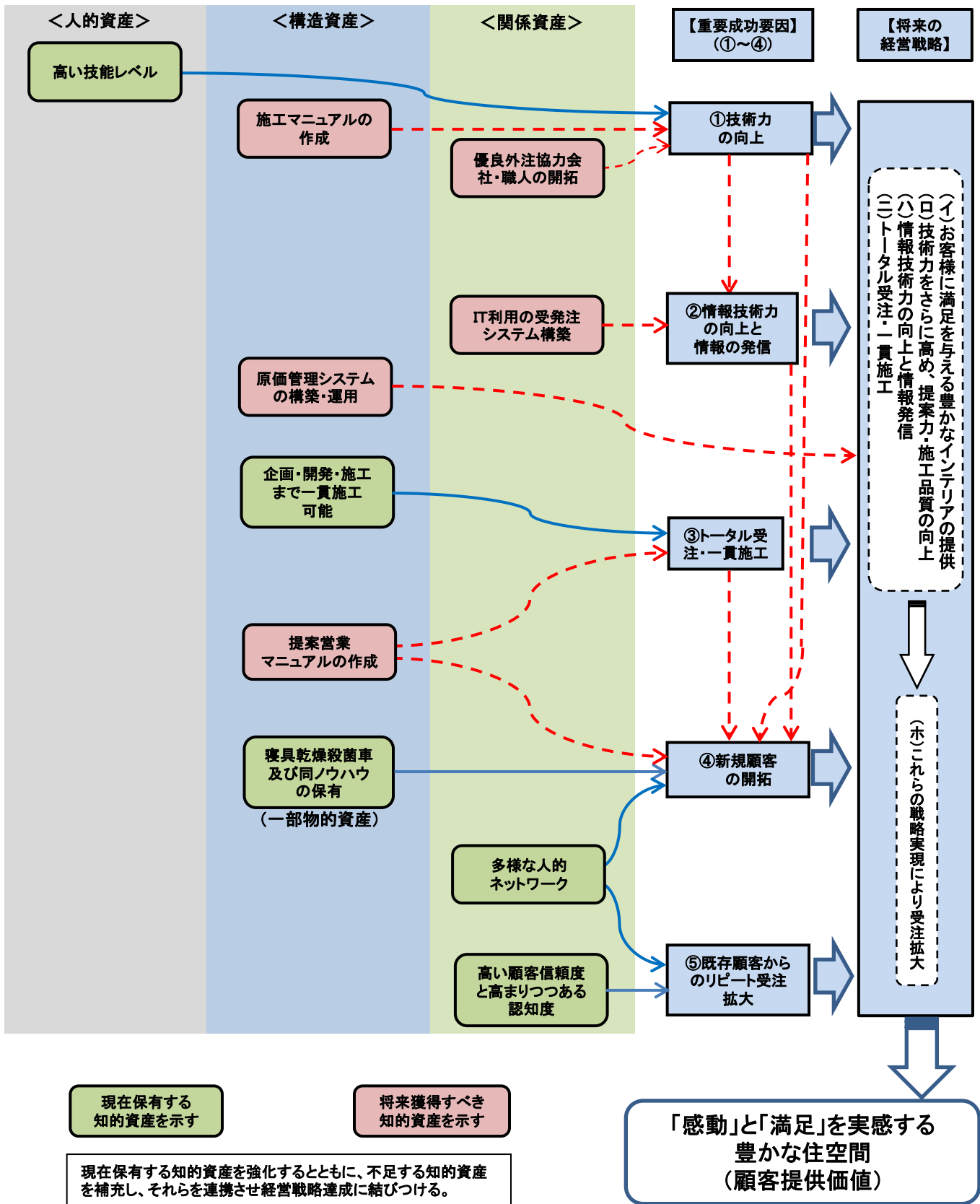
(1) 価値創造ストーリー



左側が現在保有する知的資産で、それらを活用して提供してきた製品・サービスとその成果としての財務状況を示しています。右側は将来獲得・補強したい知的資産で、それらを活用・連携(既存知的資産と)させて提供したい製品・サービスとその成果として達成したい財務状況を示しています。

8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

(2) 知的資産活用マップ



9. 会社概要

会社名	株式会社クズハタ装飾
創立	1984年 4月
会社所在地	〒524-0012 滋賀県守山市播磨田町1661-19 TEL:077-582-4376 FAX:077-582-5356 メールアドレス:kuzuhatasousyoku@iris.eonet.ne.jp
代表取締役	葛畑 正
資本金	3百万円
従業員	3名
事業内容	カーテン・カーペット・クロス・床工事 障子・ふすま貼換・別注家具・リフォーム工事
ホームページ	http://www.kuzuhatasousyoku.com



<高い技能を持ったstaff>



<本社看板>



<工事道具一式を積んだ作業用兼営業用車両>

10. あとがき

(1) 知的資産経営とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠しています。

(2) 注意事項

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。

(3) 作成者

株式会社クズハタ装飾
代表取締役 葛畑 正

(4) 作成支援者

- 中小企業支援ネットワーク機関 滋賀県中小企業団体中央会 中嶋 和繁
- 中小企業診断士： 菊田 俱光（NPO法人マネジメントテクノ21）
登録： 中小企業支援ネットワーク強化事業登録専門家

(5) お問い合わせ先

株式会社クズハタ装飾
〒524-0012
滋賀県守山市播磨田町1661-19
TEL: 077-582-4376
FAX: 077-582-5356
メールアドレス: kuzuhatasousyoku@iris.eonet.ne.jp
専務取締役 葛畑 真一



＜葛畑専務＞

(6) 発行

2013年3月