

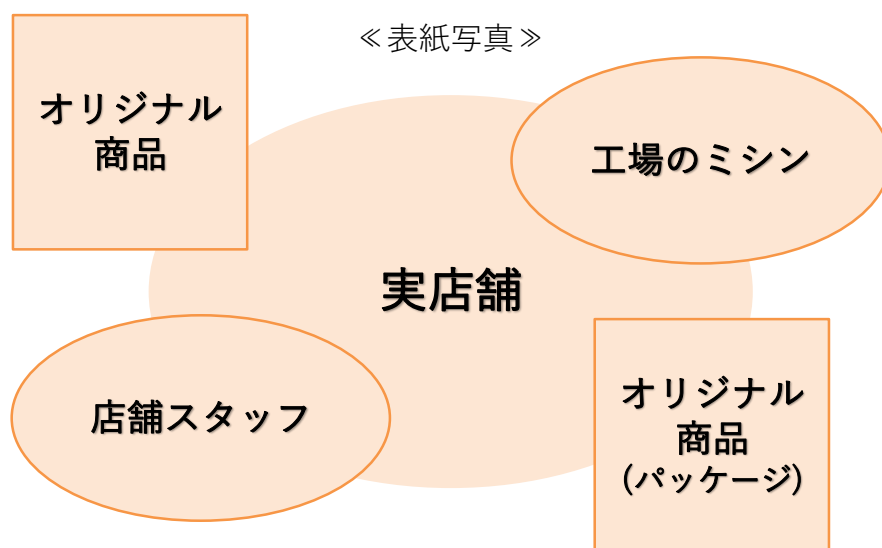
知的資産経営報告書



2018年
有限会社たかはし

目 次

1. ご挨拶	2
2. 経営哲学	3
3. 事業概要	4
4. これまでの事業展開	8
5. 自社の強み・優位性（知的資産）	12
6. 市場環境	15
7. これからの事業展開	16
8. 会社概要	19
9. あとがき	20



1. ご挨拶

着物にとって危機的な時代。それは昭和50年代から明確化し、右肩下がりの一途をたどり今に至っていますが、でも、売れなくなったことが着物にとっての受難ではないと私たちは考えています。

日常的な衣類であった着物が洋服にとって代わり、生活の中における着物はどんどん隅に追いやられていきました。その一方で礼装としての着物や手の込んだ染め織りのものは特別なものとされ、憧れと女性にとってのステータスとして受け入れられ、高価なものは高度成長とともにどんどん売れるという現象が起きました。着るものなのに着ないけど売れる、こんなおかしな状況に業界が支えられていたことが受難なのです。このおかしな30年ほどの間に「着物を着る」ことについての知識や知恵はどこかにいってしまいました。

当社は「京染悉皆業」という、着物を扱う業種でも一番着ることに近い立場の商いから始まりました。着物を商う商売ですと呉服屋さんを思い浮かべますが、こちらは着物を売るお店であるのに対し当社のようなお店は着物を着るときのこと、着た後のことなどを掌握していて面倒を見るお店です。つまり京染悉皆屋さんとは洋服で言うところの誂え仕立てするテーラーとクリーニング屋さんが合体したような業態なのです。ですから自然と「着物を着る」ということについていつも意識し続けていました。

いかに日常的に着物を着ていただけるか、いかに身近に着物を感じていただけるか...

着ない時代に、着物を着ていただくことだけを考え続け、仕事のすべてはこのことの延長上にあると断言できます。衣料でありながら文化でもあり、ある種畏敬の念をもって憧れる存在『きもの』
湧くように着物ファンが増えつつある今だからこそ、新たな仲間も含め今までの軌道を整理し、考え感じ、今からの私たちの使命をきちんと認識すべきだと思い、知的資産報告書に取り組んでいくことにいたしました。

着物を着たいと望んでいるお一人お一人のお役に立つこと、一丸となってこの一点のみを目指してどこまでも歩み続けるために。

そして、東日本大震災の被災地にある企業として、少しでも地元にもメールを送るために。

2018年8月
有限会社たかはし

代表取締役 高橋 和江



2. 経営哲学

(1) 経営理念

『きものをやさしく、たのしく、おもしろく』

ひとりでも多くの方に
着物を通して人生を楽しんでいただくことを目指します。

(2) 経営理念の趣旨・説明

「三方よし」を旨とし、着物を着るために絶対になくてはならない肌着や小物を、いかに便利で心地のいいものにするか、創意工夫を怠らず果敢に挑んでいきます。

また、着物を身近なものにしていただくために、欠落しているメンテナンスの知識や知恵を業界内も含めてどんどん発信していきます。

また、それにより生まれる利益を地元還元してゆきます。

(3) 行動指針

エンドユーザーの目線を失わず、売り手市場であったこの業界における正義（エンドユーザー）の味方であり続けます。

そのためには

- ・マーケティングを怠らず、既存の商品も含め検証し続けます。
- ・お客様に少しでも優れた商品を1円でも安く提供するための努力を惜しみません。
- ・着物をより楽しんでいただくため、持てるノウハウを発信します。
- ・着物を楽しむための場づくりにも努めます。
- ・それを提供する社内全員、お取引様はじめ関わる皆様の幸せを最大限大切にします。

3. 事業概要 * メーカー・問屋としてのお仕事 *

(1) 事業内容

着物を着るためのアイテム・ノウハウが全て揃います

(2) 各事業（商品・サービス）について

① オリジナル商品（和装肌着・着付け小物の製造、卸、直接販売）

* 内容 *

和装業界の概念に捕らわれない、商品開発をしております。
誰も着目しなかった和装品の形、素材、サイズを現代のニーズに合わせ、自社工場で製造した商品を、直接、卸、ネット販売しています。

* 特徴 *

- ・自社で立案、製造、販売まで一貫して出来るので、お客様との距離がありません。
- ・独自のサイズ展開があり、既製品でありながら、より多くの方がピッタリサイズのものを身に着けられます。
- ・悉皆屋を営んで培った経験をもとに開発した肌着により、汗ジミや体液の汚れから大切な着物を守り、メンテナンス代をお安くできます。
- ・弊社商品を着用することで、着付けが素早く習得でき、美しい着姿に仕上がります。



3. 事業概要 * 小売・サービス業としてのお仕事 *

② 仕入れ商品（呉服、和装小物、和雑貨の販売事業）

*** 内容 ***

お客様を思い浮かべながら全国から仕入れた、四季折々の商品を販売しております。また、店内には和装品以外にも気軽に寄れるような、おしゃれで楽しい小物も揃っています。

*** 特徴 ***

- ・常に一定の在庫があり、お客様のニーズに応えられる商品が揃っています。
- ・産地を訪れ、メーカーから直接仕入れるなど、地元目線の品揃えにこだわっています。
- ・「会いに行きたくなる」スタッフが、お待ちしております。



③ 京染悉皆取次業

悉皆(しっかい)とは、着物のメンテナンス（クリーニング、シミ落としなど）、オンリーワンのお誂え、染め替え、お直し、お仕立てなどに対応することです。

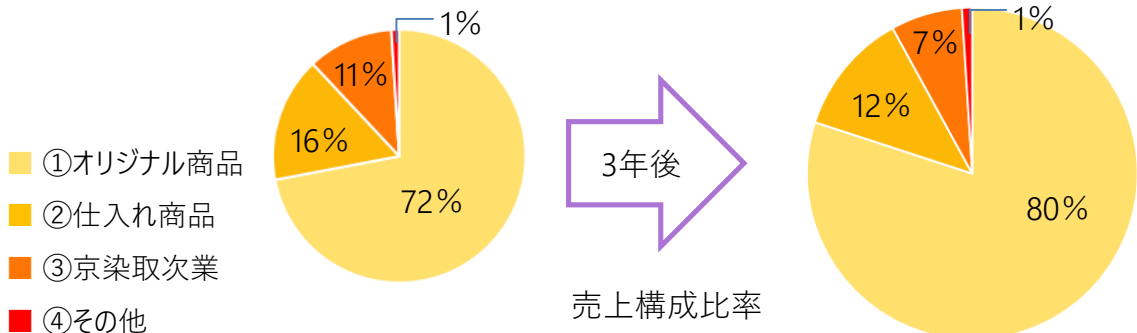
豊富な知識と経験をもとに、適切なアドバイスとお見立てをし、母から子へ、子から孫へと受け継がれる大切なお着物を身に着ける喜びのサポートをしています。



④ その他

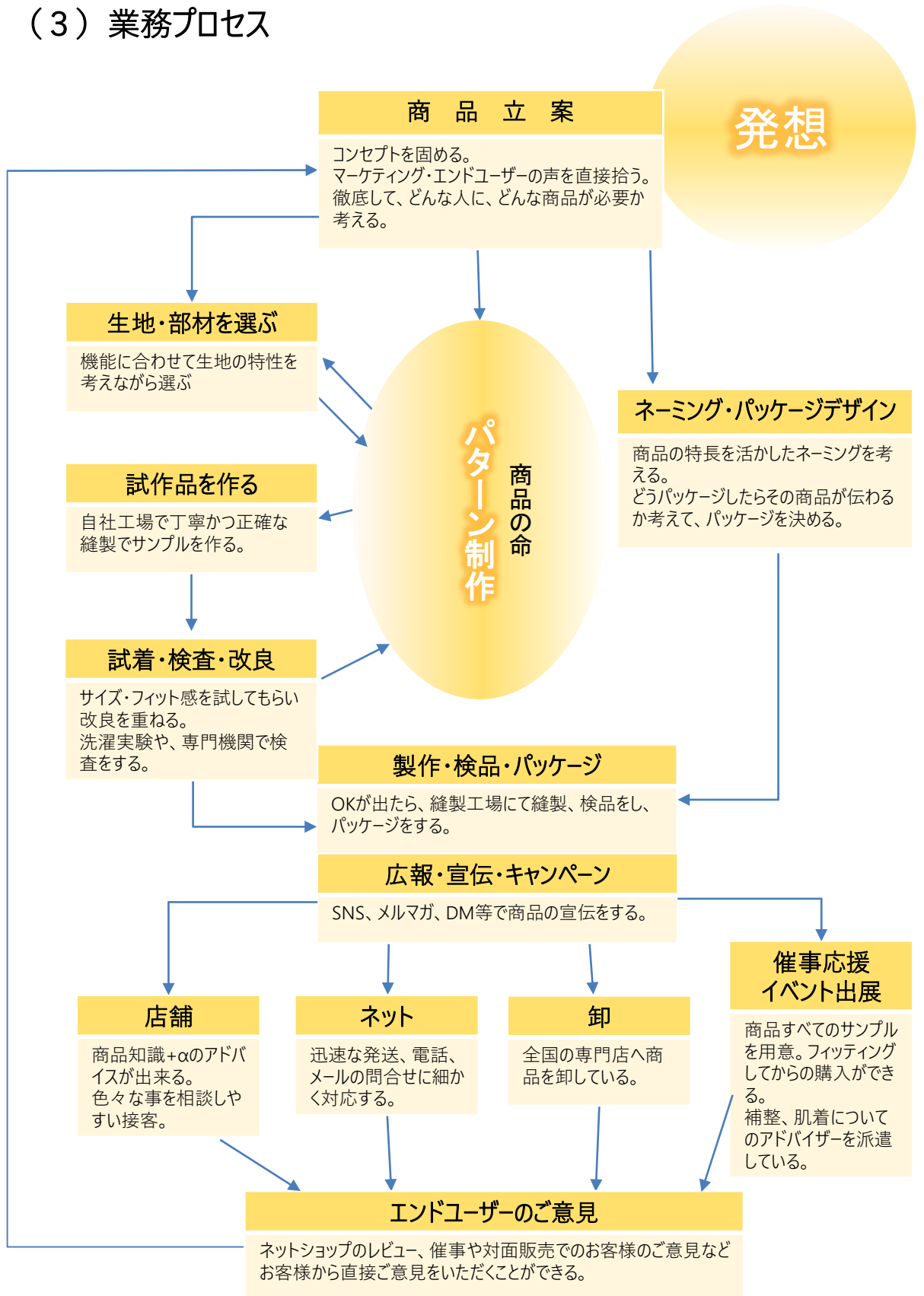
着ることの楽しさを共有していただくために、カルチャー教室、着物レンタル、各種イベントを催し、お客様との触れ合いの場を大切にしています。

- ・着付け、茶道、詩吟を始め、各種教室
- ・七五三、卒業袴、振袖のレンタル
- ・着物を着ていただくためのイベント企画
- ・着付けやコーディネートのお手伝い



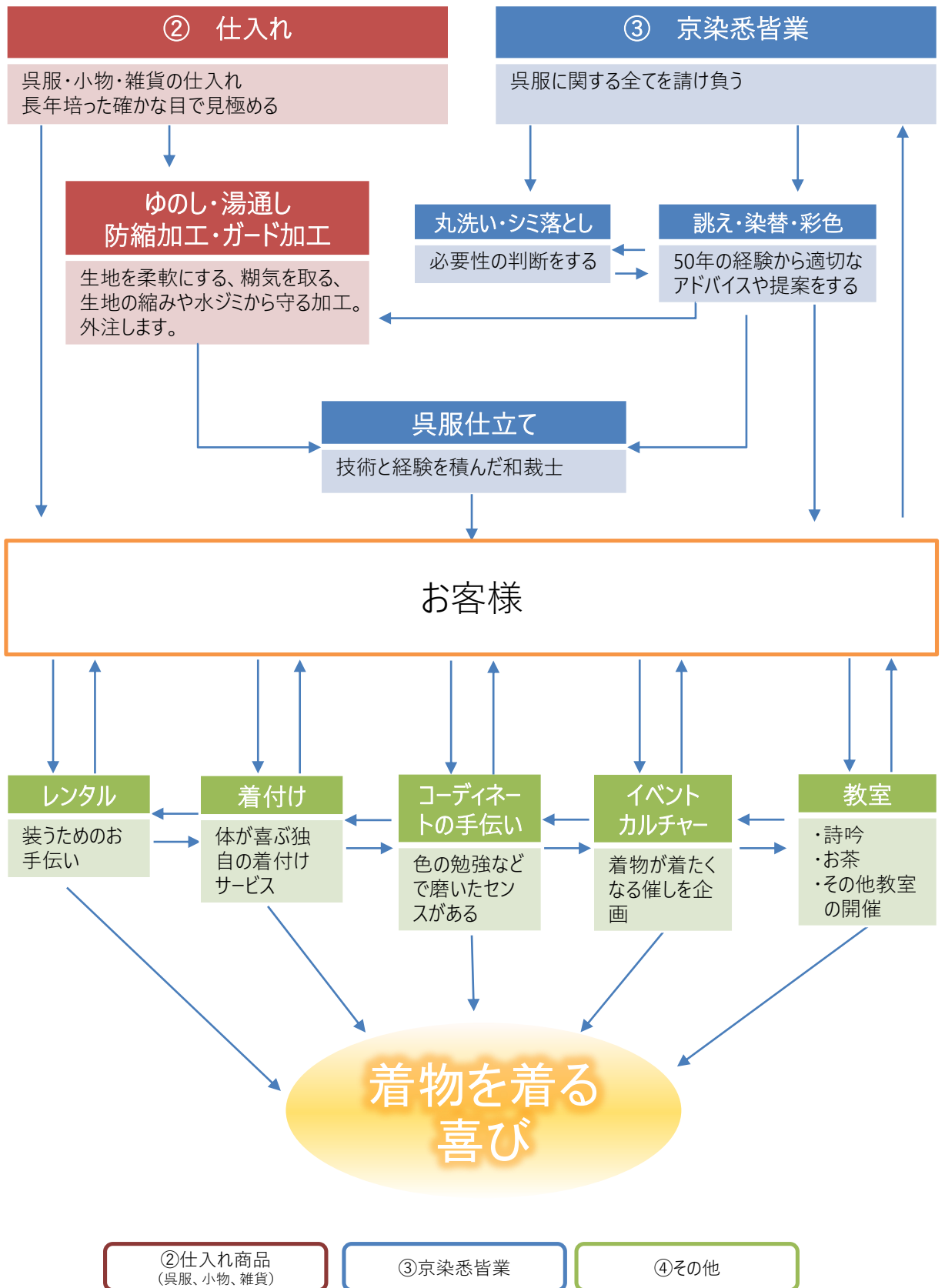
3. 事業概要 *①オリジナル商品（製造・卸・小売）*

(3) 業務プロセス



3. 事業概要

* ②仕入れ商品・③京染悉皆業・④その他*



4. これまでの事業展開

(1) 会社の沿革

期間	年度	出来事	知的資産との関係
創業期	1967.10	自宅の一室で創業	初代女将・節子が人との繋がりを大切にすることで、気仙沼で営むための人的資産確立。 また、2代目女将・和江や、従業員にも、その精神を受け継いだ。 悉皆屋としての見立て力をつけ、お客様の信頼を得た。
	1978	店舗をかまえる（神山）	
	1983	和江・入社	
	1990	有限会社になる	
	1993	『満点スリッパ』を考え始める（防水）	
	1997	商業界入会。商売の師に出逢う	
醸成期	2003.6	『満点スリッパ』実用新案取得	オリジナル商品をつくり販売し、お客様の声を聞いて改良する。 現在の商品開発の基盤を作った。 全国の和装ファンにオリジナル商品を認知される。 今につながる関係資産の構築。
	2005	『満点スリッパ』完成	
	2006	その後次々と新商品発売をするも業界ではなかなか売れず、ネットショップ開店。 直接販売に乗り出し、エンドユーザーに訴求する。	
	2008	着物雑誌に掲載される 徐々に卸先（呉服店など）も広がり始める	
	2008.9	『えもん抜き』実用新案取得	
	2010.3	和江、社長就任	
躍進期	2011.3	東日本大震災により商品全滅、店舗も天井まで浸水	東日本大震災により受けた被害は約5,000万円ほど。それでも得意先のお押しのおかげで、4/29より事業を再開。走り続ける中で、関係資産が生き、縫製工場を入手した事で、製品作りの基盤確立。 新商品を発信し続け、売上、得意先も増加し続け、本の出版などメーカーとしての源である想いに対しても関心を持たれるように。それに伴い、関係資産はどんどん広がりを見せている。
		『被災地に着物を贈ろうプロジェクト』を立ち上げ、全国から着物の支援を受け、配布活動を始める	
	2013.5	縫製工場を譲り受け、自社工場を取得	
	2013.9	満点スリッパの商標登録®取得	
		東京や大阪でオリジナル商品アドバイザーの育成を始める	
	2014.11	社長『大人気の悉皆屋さんが教える！着物まわりのお手入れ本』（河出書房新社刊）出版	
	2015.3	『和えもん』商標登録®取得	
	2016.12	メーカーとしての活動の中で出会った信頼すべき人たちと業界のための一般社団法人きもの未来協議会を設立	
	2017.4	『満点』『ガードル裾よけ』商標登録®取得	
	2017.11	『ガードル裾よけ』特許取得	
	社長、2冊目の本「人気の悉皆屋女将に教わる『初めてのリサイクル着物』選び方&お手入れお直し」（世界文化社刊）出版		

4. これまでの事業展開

(2) 経営戦略の変遷

期間	戦略・方針	取組み	投資（内容・金額）
創業期 1967年 ～	手元にある現金以上の仕入れをしない。 借入をしない。	売れ行きが良すぎる時にはお休みをした。	サラリーマンである夫からの生活費以内。
	成果		課題
	無理のない商売形態だったので大きな儲けにはならなかったが堅実な商売ではあった。		高度成長期の購買欲に支えられていた時期に、その10年後を見据える経営があるべきだが、それが全くなかったこと。 本来着るものという着物の使命が失われる光景を当店はもちろん、業界全体もただ眺めていたこと。 売り上げ至上主義に支配されていたこと。
	 <p>↑ 夫・明夫と初代女将・節子 ↑ 夫に支えられながら自宅の一室にて開業</p>		
	 <p>↑ 二代目女将・和江 ↑ 初めての創業祭にて</p>  <p>↑ 和江・入社したての社員旅行 ↑ たった4名でした</p>		

4. これまでの事業展開

(2) 経営戦略の変遷

期間	戦略・方針	取組み	投資（内容・金額）
醸成期 1997年 ～	<p>現存の商売だけでは、じり貧になることは必定、販路を広げる手立てを探す。着物が日常的なものとなるために、抱える問題点を洗い出す。丸洗い・シミ抜きなどのメンテナンスや着るための提案に力を入れる。着物を楽しむための教室や新たな流行りを生むための施策を試みる。</p>	<p>地元では悉皆や教室の売り込み方を工夫したり新たな着物シーンの提案（卒業袴や女子会での着用など）を勧めつつ、着物を親しみのあるものに。 販路拡大の取組みとして新発想の和装肌着を考案、今までの不便や新たな機能性を提案し続ける。</p>	<p>地元での取組みでは新聞広告やチラシを増やすなど、主に宣伝に投資、年間30～50万円ほど。 新商品の開発には初期投資として500万。 機能性の材料の製造とパッケージなどの買い付け費用。</p>
	成果	課題	
	<p>地元においてお手入れなどの専門店という認識が確立。日々お客様が訪れるように。満点スリッパが完成。それ以降もオリジナルアイテムが増え続ける。 ネットショップ参入によりコアなエンドユーザーが応援してくれるように。口コミで広がり始め雑誌等でも取り上げられ、メーカーとしての顔が出来上がってくる。</p>	<p>上手な宣伝広告などの知識に乏しく、デザインなどの人材やセンスもないまま、やみ雲に走っていたことに問題あり。 知名度が足りないと感じていたことも、戦略を立て、客観的に自社をとらえる目線を持つことが課題。 ものづくりの精度を上げていくことも課題。 実店舗が手薄になっていくことも課題。</p>	
 <p>↑ オリジナル商品の販売会 ↑</p>	 <p>↑ 藍染教室 ↑</p>	 <p>← 小学校の卒業式袴を着る提案</p>	

4. これまでの事業展開

(2) 経営戦略の変遷

期間	戦略・方針	取組み	投資（内容・金額）
躍進期 2011年～	震災で受けたダメージをものともせず、打って出れるものはなんにでも打って出る。メーカーとして少しでも知名度を上げる、一つでも手に取ってもらうことに向かう。ちょっとでも頼りにしてもらおう！	積極的にイベントなどに出店。ネットに力を入れ、広告媒体を整える。 合わせて取引の申し入れのあった店には出向き催事をする、SNS等で発信し続けることで、販路を広げる。 たかはし流の肌着、小物、着方の論理を確立。 安定供給と品質管理を徹底するために、縫製工場を入手。	ネットショップ、HPの構築 200万円。 宣伝媒体の構築（モデル画像、パンフレット、パッケージ等） 500万円。 縫製工場入手 1,000万円。 POSシステム入手 600万円。 宣伝広告費 年間売り上げの6～7%。
	成果	課題	
	震災時の商品欠損4,000万を4年で返上、5年目より納税を果たす。 実店舗における売上げは20%ほどのダウンにもかかわらず、全体売上げは震災前の3倍。 雇用は5人から23人に。 業界の仲間づくりがうまくいった結果、一般社団法人きもの未来協議会を設立。 呉服屋さんを育てるための塾やきものを楽しむためのイベントを開催。 エンドユーザーからは感謝の声が多く届き、他社と当社の商品コンセプトの違いが明確化していく。	攻めの姿勢を取り続けるための投資に運転資金が不足しがち。 社員教育にもっと力を入れたいが、業務に追われる日々。 仕事と人員が増えたことで、どこも全てペース不足に。環境整備に取り組むことが必定。 仕事がかたく伝達するためのマニュアル化等が遅れている。	
 <p>↑ 1人で始めた会社も ↑ 今では従業員23人の会社に</p>			

5. 自社の強み・優位性（知的資産）

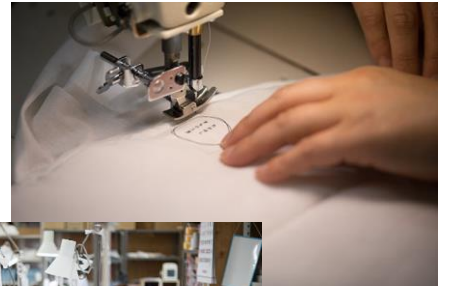
* 発想力 *

・着物を実際に着用する中で、エンドユーザーの声を直接拾うマーケティングで、現状の商品の問題点を洗い出し、固定観念や慣習にとらわれず“困った”を解決しようとする熱意と、考え続ける粘り強さがある。



* 開発力 *

・明確なコンセプトを打ち出し、それを形に落とし込むスタッフと、どうしたらいいかディスカッション出来るチームがある。
 ・50年の蓄積による確かな悉皆のノウハウを備えたうえで細やかなマイナーチェンジにより、商品の精度アップをし続ける。



* 工場力 *

・何度も試作を繰り返すことが容易なのは、自社工場がある最大の強みである。
 ・自社基準の厳しい検品マニュアルがある。
 ・裁断からパッケージまでの一貫生産により、安定した商品品質を保てる。
 ・縫製スタッフが直接商品開発にも携わることでモチベーションが上がり、連帯感が生まれる。



参考) 知的資産の3分類

分類	内容
人的資産	社長や従業員個人が持っている資産 ⇒ 社長や従業員がいなくなると同時に消えてしまう資産 例) 社長のリーダーシップやネットワーク、ベテランの勘・経験・ノウハウなど
組織（構造）資産	会社の仕組みとして根付いている資産 ⇒ 社長や従業員がいなくなっても会社に残る資産 例) マニュアル、データベース、システム、ルール、組織風土など
関係資産	社外（取引先など）のつながりによる資産 例) 顧客、仕入先、外注先、異業種ネットワーク、信用力、ブランド、顧客満足度など

5. 自社の強み・優位性（知的資産）

* 販売力 *

- ・お客様のニーズ最優先を旨とし、現場では専門知識のあるスタッフが常に対応できることが信頼に直結している。そのためにはスタッフ教育を怠らず、向上心の高い人員配置に努力を惜しまない。
- ・試着後、開封後の交換、返品ができ、それらの対応には細心の注意を払ってお応えしている。クレームでも真摯にご意見としていただく姿勢を忘れず、無理と思いついでいることを可能にすることで感動と信頼を得ている。
- ・情報発信（SNS、メルマガ、かわら版）を心掛け、迅速な発送、対応をし、着物を楽しむためのイベントや企画の提供に努力を惜しまない。



↑ 取引先の方々と良い関係を築いているからこそ開催することが出来た『被災地に着物を贈ろうプロジェクト』

* 情報収集力 *

- ・お客様の声を吸い上げる体制があり、その思いがきちんと届くようWebでも現場でも発信し続けている。
- ・業界初のフィッティング販売により、販売の現場がマーケティングそのものであり、自社商品の検証と顧客ニーズを直接得られる。

* 絆力 *

- ・三方良しを旨とし、お互いに思いやり協力できる熱心な仕入れ先・卸先に囲まれていて、問題点も課題点も、喜びも密に情報共有している。
- ・開発商品のクオリティをさらに高めるためのモニターは専門家やお客様など、絆があるからこそその強い協力体制が整っている。
- ・商品名や商品パッケージ、ホームページなど、ブランディングを支えるデザイナーに恵まれ、広報活動がスムーズに行われようになっている。
- ・業界自体を盛り上げるために、様々なイベントや企画を相談できる関係者も多く、それぞれのフィールドで良きライバルとしてもバランスを取り合っている。
- ・何より、社内の絆力を高める努力を精一杯し続けている。

お客様からの声 ●

大満足です！

金額的にちょっと躊躇していたのですが、少し前に「くノ一 夏子」さんを購入。

そのた。ので大を夏だ

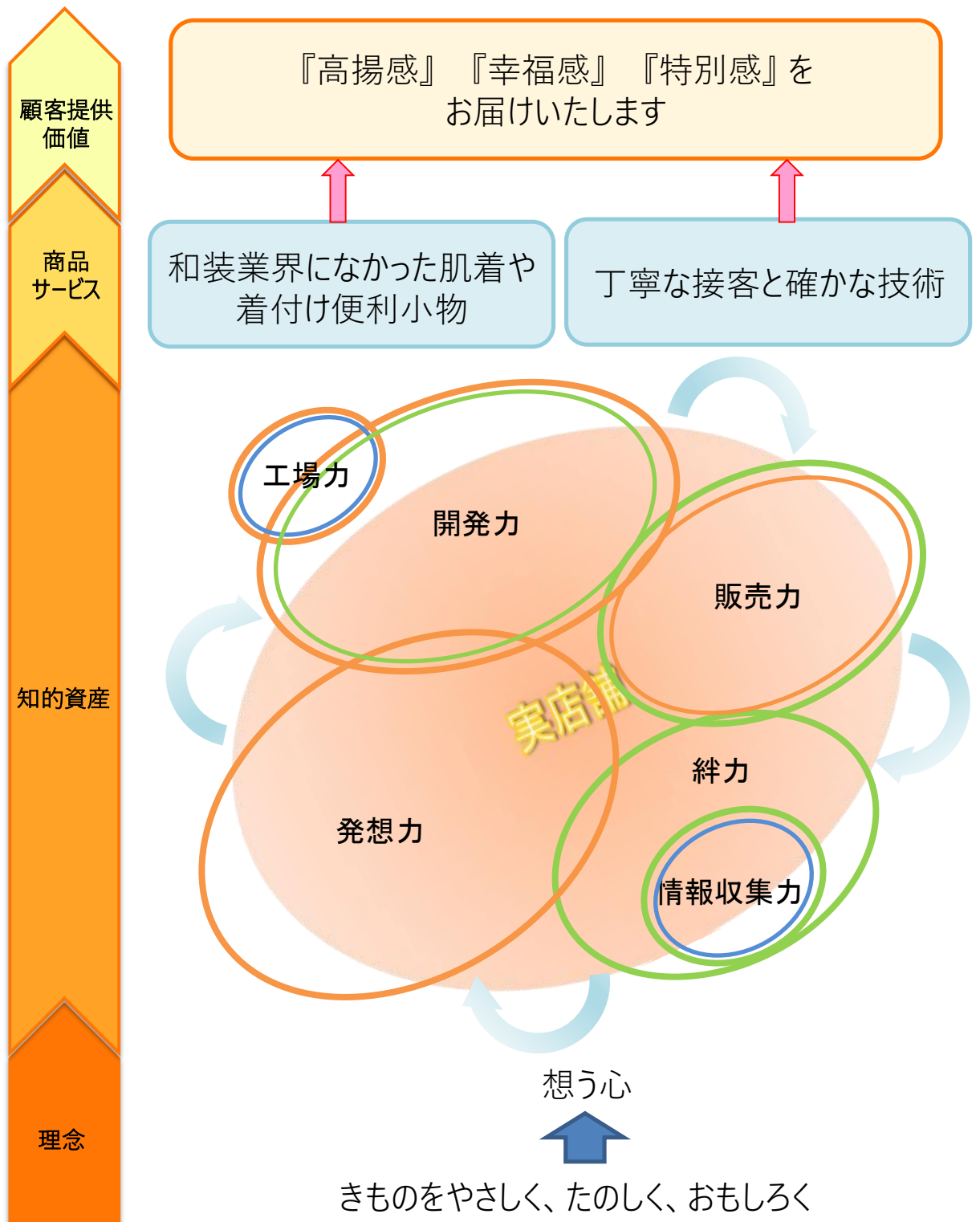
プラなしの解放感！

最初付けた時は少し胸元が浮いた感じでしたが、着物を着るとちょうどよく、

麻) 必殺 夏の補正！

夏の補正 肌着 これ一枚でOK！
ぐっしょり汗かいても洗濯機で丸洗いが出来るので、お出かけしたら直ぐに洗えます！
胸が貧弱なのでもう少し補正があれば.....

5. 自社の強み・優位性（現在価値ストーリー）



色の説明

人的資産

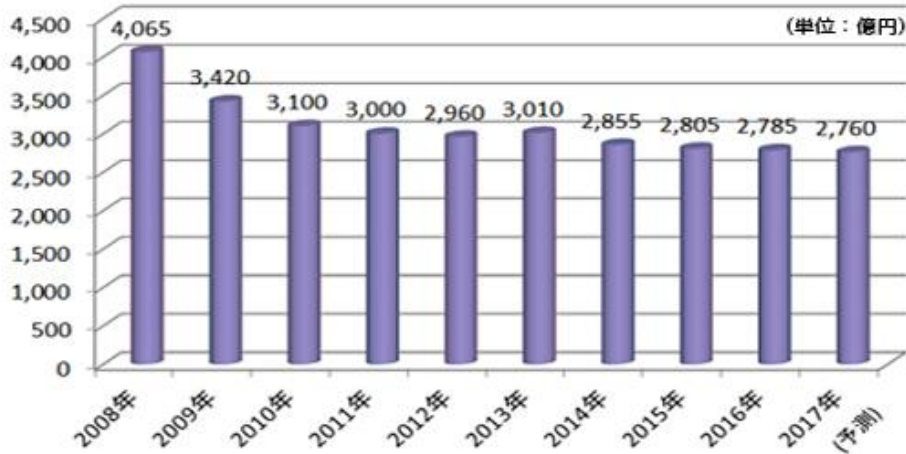
組織資産

関係資産

現在ストーリーの説明：当社は「きものをやさしく、たのしく、おもしろく」のもと、周りの人を思う心や、ものづくりが育まれてきました。それが当社の発想力や開発力を培い、さらには絆力、販売力へと繋がっています。これらの力が当社の商品・サービスの特長を作り上げ、それらを通して『高揚感』『幸福感』『特別感』をお届けいたします。

6. 市場環境

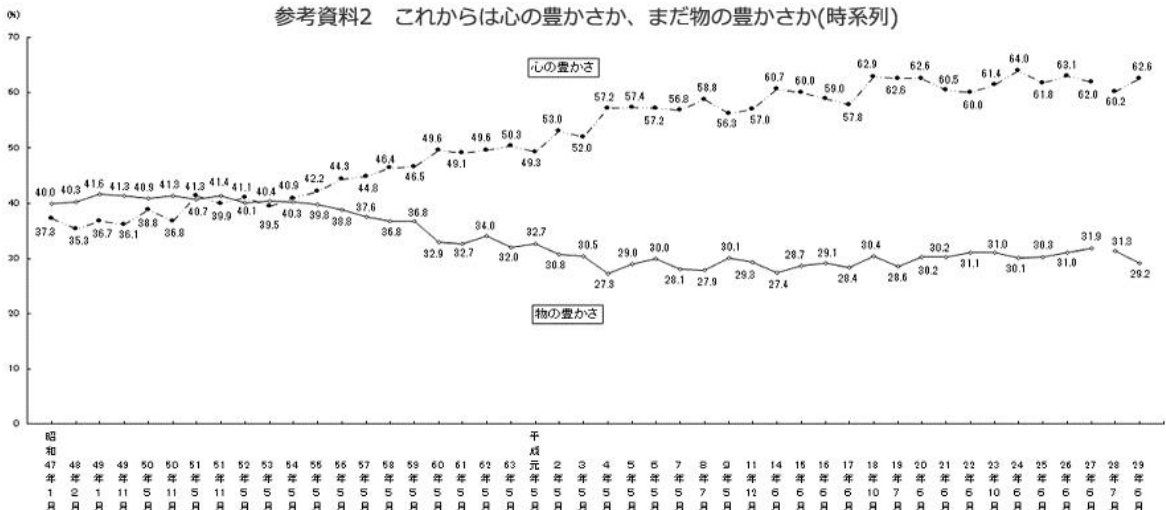
参考資料1 呉服小売市場規模推移



※小売り金額ベース

※正絹のきもの、紬類のきもの、帯類、リサイクルきもの他、和装小物、ゆかた、合繊素材のきものなどを含む。
なお、レンタルきものは含まない。

参考資料2 これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか(時系列)



(注1)心の豊かさ→「多くの物に満たされる生活ではなく、上質な物やゆとりのある生活をするに重きをおきたい」

物の豊かさ→「まだまだ多くの物に満たされ、生活を豊かにすることに重きをおきたい」

(注2)平成27年6月調査までは20歳以上の者を対象として実施。平成28年7月調査から18歳以上の者を対象として実施。

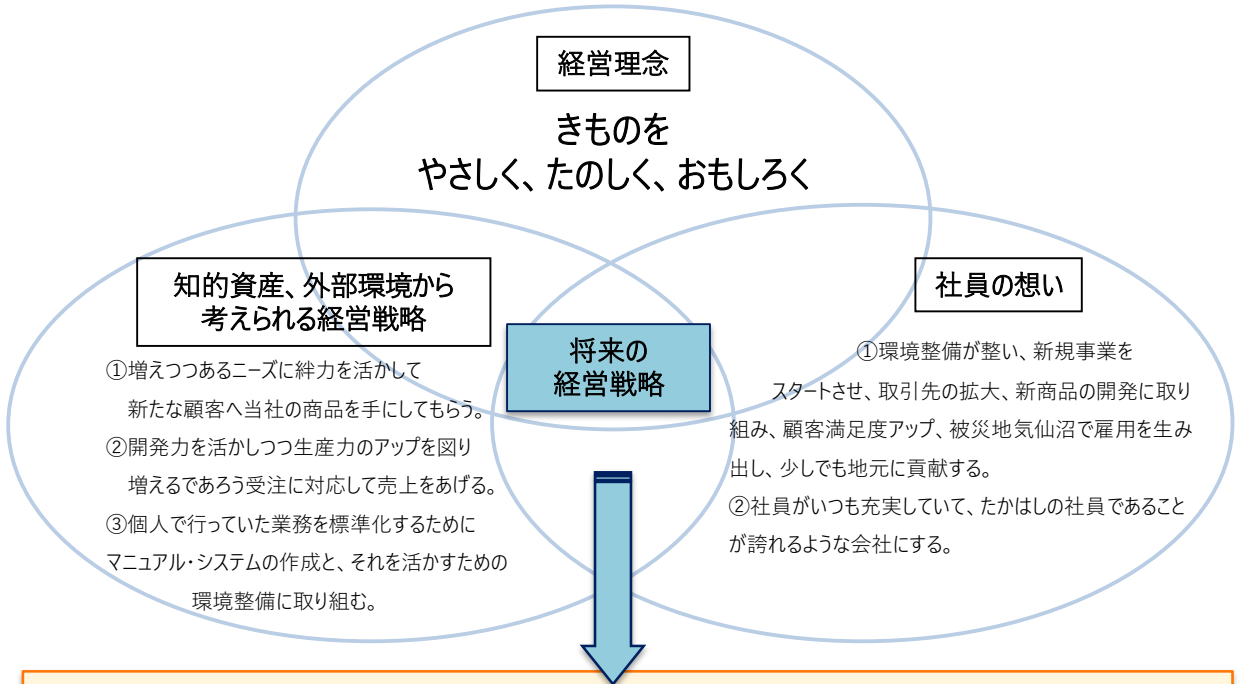
昭和56年以降、右肩下がりだった市場規模が、ここ数年ほぼ横ばいとなり、下げ止まりの傾向がみられるようになった。(参考資料1)これは、和のイベントや販売会などにより着物を着る機会が創出され、普段着としての着物の需要が拡大しているためと考えられる。当社の商品は「普段着としての着物を広める」ことをコンセプトの一つとしており、この業界の動きはかなりの追い風になると思われる。そして昨今、多くの物があることで満たされる生活ではなく、上質なもののゆとりのある生活に幸福を感じるという、心の豊かさにおく傾向が強まっている。(参考資料2)

職人の手仕事により生まれる伝統文化である着物は、より需要が高まると予想される。

7. これからの事業展開

1. 将来の経営戦略

経営理念・社員の想い及び経営環境を総合して、将来の経営戦略を次のようにする。



(1) 販売戦略

配送、倉庫、事務所や工場のインフラ整備を充実させ、既存のオリジナル商品、新商品の計画的な生産体制を強化する。

(2) 事業基盤の強化

50年の知識や経験を持つ悉皆業、確かな縫製技術、オリジナル商品の高い販売力を明確化して継承する。これにより、誰もが他者の経験から学習することが可能となり、ベテランのノウハウの伝承や共有を効率的に実現する。

(3) 地域貢献

地域づくりの取り組みとして、お祭り、伝統行事、商店街のイベントへ積極的に参加、協力し、活性化をはかる。

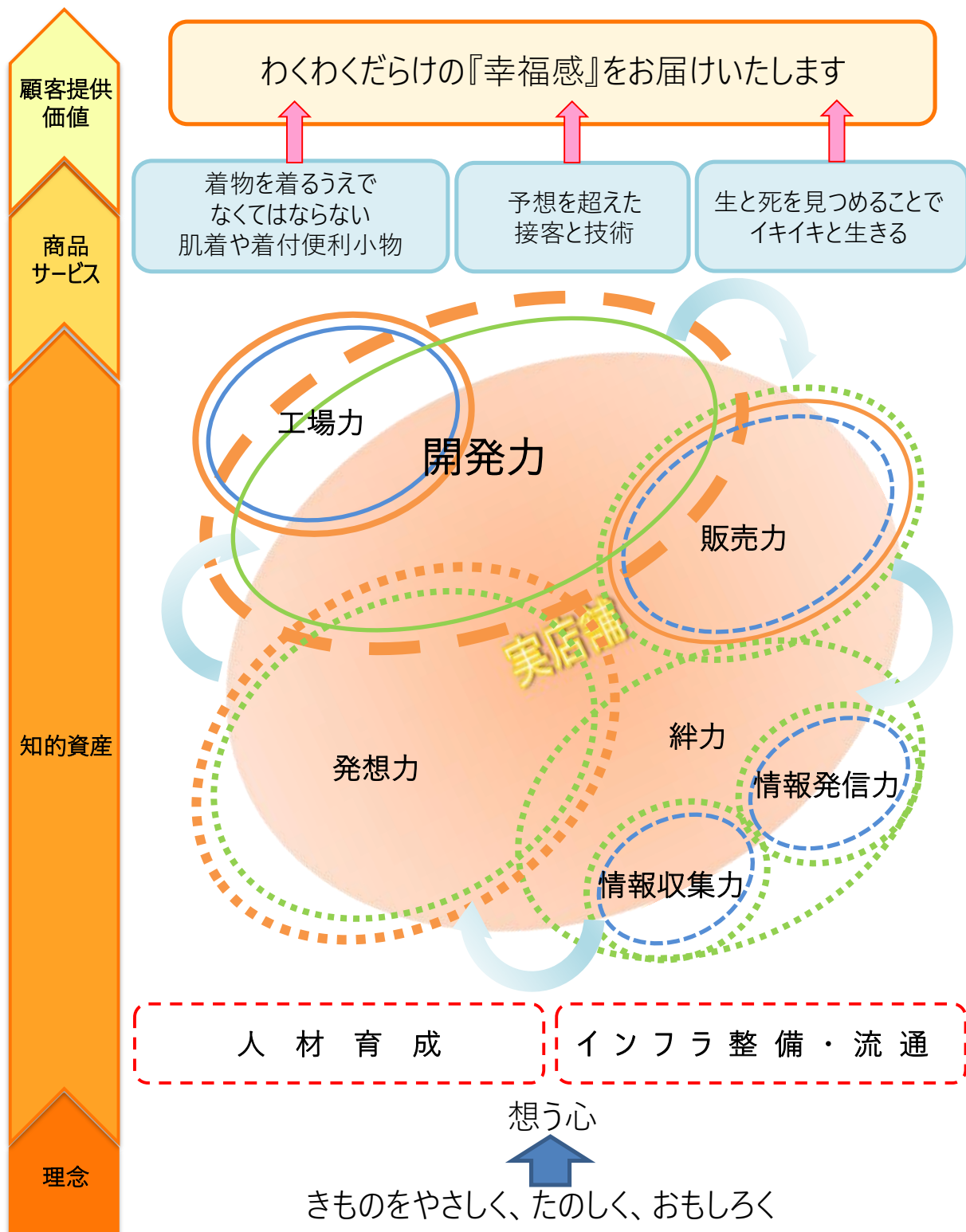
また、障害者雇用の促進、高齢者の就業規則の確保を行い、安定雇用を目指す。

2. 将来の経営戦略を実現するための重要成功要因

- ① 出版物への露出とネットショップでの発信を増やすとともに、質の高いイベントの取引店舗を増やす。(情報発信)
- ② マニュアル・システム、朝礼プログラムの構築をし、標準化と相互理解を深める。(情報共有)
- ③ 新商品の開発、発売をし、売上を伸ばす。(商品開発)
- ④ 人員を増やし、社員教育を怠らず、一人ひとりのスキルアップを図る。(人材)
- ⑤ 工場、配送センターの拡大、インフラ整備を行い、作業効率を上げる。(環境整備)

7. これからの事業展開

3. 将来価値ストーリー



枠線の説明

実線：現在保有する知的資産を示す

点線：将来獲得あるいは強化すべき知的資産を示す

将来価値ストーリーの説明：現在保有する知的資産を強化するとともに、新規事業も視野にいれ、不足する知的資産を補充します。また、設備投資や人材育成をすることで、開発力や工場力、情報発信力を強化し、それらを連携させることで、さらなる『幸福感』をお届けいたします。

7. これからの事業展開

4. 重要評価指標

		現状（2018年）	将来（2021年）
KGI（key goal indicator：重要目標達成指標）			
例）売上高			
（経常）利益			
KPI（Key Performance Indicators：重要業績評価指標）			
情報発信	パンフレット 【年間 配布数】	13,000部	20,000部
	HP・ネットショップの充実 【購入者数】	前年度(2016.8～2017.7) 1か月平均 733人	1か月平均 1,200人
	メルマガ 【購読者数】	8,000	10,000
情報共有	マニュアル・システムの構築	×	○
	朝礼プログラムの構築 【評価表システム】	×	○
商品開発	新商品の発売 【1年間の発売数】	2017.8～2018.7 7アイテム（リニューアル含）	2020.8～2021.7 11アイテム（リニューアル含）
	ラインナップ 【発売中の商品数】	2018年5月現在 49アイテム	2021年5月 80アイテム
人材	人員を増やす 【人数】	社員23名 アドバイザー9名	社員30名 アドバイザー12名
	人員のスキルアップ 【研修数】	【研修数】 24 【参加人数】 40	【研修数】 30 【参加人数】 100
環境整備	工場・配送センターを建てる 【建ったかどうか】	×	○
	外注先を増やす 【出先の取引件数】	40件（内職含）	60件（内職含）
	自社工場での生産性アップ 【工場の生産個数】	35,000点 / 年間	53,000点 / 年間

8. 会社概要

会社名	有限会社たかはし
創立	1967年 4月
会社所在地	住所：宮城県気仙沼市神山12-18 T E L：0226-23-1457 F A X：0226-23-3206 メールアドレス：info@k-takahasi.com
代表取締役	高橋和江
資本金	300万円
従業員	23名（役員・パート含む）
事業内容	和装肌着・和装小物製造卸 京染取り次ぎ、呉服、和装小物に関わる全般、雑貨、陶器などの販売
ホームページ	https://k-takahasi.com/



安波山から見た気仙沼湾

9. 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

有限会社たかはし

(4) 作成支援

当報告書は次の団体・個人により作成支援されています。

- ・気仙沼信用金庫
 - ・マネジメントラボブリーズ
- 代表・中小企業診断士 及川朗

(5) お問い合わせ先

〒988-0044
宮城県気仙沼市神山12-18
Tel:0226-23-1457 Fax:0226-23-3206

有限会社たかはし
担当：齊藤夏帆

(6) 発行

2018年8月

