パーソナル情報システム
水産流通向けソリューション
上

業容多角化に柔軟対応

パーソナル情報システム（東京都港区、片桐正雄社長）は1972年の設立以来、生鮮食品サプライチェーン全体を網羅する基幹システム構築、コンサルティングの実績を積み重ねてきた。近年力を入れているのが、商社、問屋、メーカーといった異業態の業務をオールインワンで管理できる「水産食品商社向けシステム」だ。このシステムについて、上・下の２回に分けて紹介する。８月６日掲載予定の下では、同システムを導入しているペスカリッチ（東京都中央区、安達哲夫社長）のインタビューを掲載する。

傍島昌代マーケティング本部部長

パーソナル情報システムは卸売市場の入荷・販売から仕切り・請求までを搭載した販売管理システム「水産卸売市場システム」の導入実績を多数持つ。また築地市場（東京都中央区）の水産卸から仲卸への取引データを一括管理するシステムの運用、保守を手掛けるなど「卸売市場流通の仕組みに精通」（同社マーケティング本部の傍島昌代部長）している。

ただ水産流通業は市場内外問わず、「右から左に商品を流す」卸売業だけでなく、商品開発や製造へと事業を多角化させている。

「水産食品商社向けシステム」は、①クラウド活用型②ロット別と商品別在庫管理の併用が可能③「責任在庫」の管理が可能―の３点を実現しており、「業容の多角化に柔軟に対応できる基幹システムだ」（傍島部長）。

同社は水産卸売市場、水産食品商社向け以外にも、水産仲卸、加工メーカー、冷蔵庫、物流会社など水産流通に関わるさまざまな事業者との取り組み事例を持つ＝図1参照。

クラウド型で全体管理容易に

「水産食品商社向けシステム」はクラウド活用型だ。例えば各支社、部門間でばらばらだったシステムをデータセンターに一元化し、本社による全体管理がしやすくなる。

一方で、支店や部門ごとの販売管理業務は、独立採算が取れるよう「ユニット型」になっている＝図2参照。このため、社内で支社や部署の統廃合があっても簡単に追加・削除できる。

昨今、物流は外注し大口の入出庫をする「商社業」と、自社物流センターを持ち小口配送を行う「問屋業」は、「ビジネスの多様化で垣根がなくなる傾向」（同社）にある。

ロットと品目で在庫管理可能

一般的に、比較的小規模な自社倉庫では在庫を商品別に管理し、少量配送に対応。一方、大量の荷を扱う外部倉庫では、一度に入荷した商品群（ロット）に「入庫ナンバー」を付け、そのロットごとに在庫を管理している。

「水産食品商社向けシステム」は、ロット別管理と商品別管理を併用できるのが特徴だ。取引データを入力すると、自社倉庫と外部倉庫と運送会社それぞれへ出庫、配送などに必要な書類が出力される仕組みだ。

責任在庫確認し リスク管理強化

既に購入契約した在庫が川上側の倉庫にある「責任在庫」と、在庫リスクを持ちながら自社倉庫に保管する「消化在庫」両方の管理に対応し、リスク管理を強化できるのも強みだ。

これまでのシステムでは、川上側の倉庫に問い合わせないと責任在庫の残量を確認できなかった。一方、同システムは購入時点で入力すればいつでも残量を確認できる。

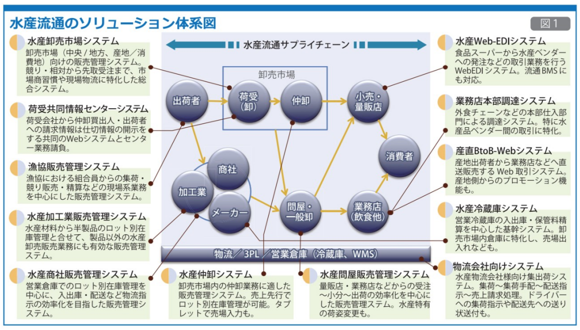
卸売市場の業務多角化にも最適

6月に成立した新しい卸売市場法では、商物一致原則や第三者販売禁止の原則など一部取引規制の緩和に道を開いた。卸売市場業者も今後、再編・統廃合や業容の多角化に動くことが予想される。

パーソナル情報システムによる水産流通業向けソリューションは、支社の統廃合・増設やビジネスの多角化に柔軟に対応する。傍島部長は「卸売市場もぜひ、水産食品商社向けシステムを試してほしい」と力を込める。

▼問合先＝パーソナル情報システム企画課（電03・5782・9211）

水産流通のソリューション体系図　図1



水産卸売市場システム　卸売市場（中央／地方、産地／消費地）向けの販売管理システム。競り・相対から先取受注まで、市場商習慣や現場物流に特化した総合システム。

荷受共同情報センターシステム　荷受会社から仲卸買出人・出荷者への請求情報は仕切情報の開示をする共同のWebシステムとセンター業務請負。

漁協販売管理システム　漁協における組合員からの集荷・競り販売・精算などの現場系業務を中心にした販売管理システム。

水産加工業販売管理システム　水産材料から半製品のロット別在庫管理と合せて、製品以外の水産卸売販売業務にも有効な販売管理ステム。

水産商社販売管理システム　営業倉庫でのロット別在庫管理を中心に、入出庫・配送など物流指示の効率化を目指した販売管理システム。

水産仲卸システム　卸売市場内の仲卸業務に適した販売管理システム。売上先行でロット別在庫管理が可能。タブレットで売場入力も。

水産問屋販売管理システム　量販店・業務店などからの受注～小分～出荷の効率化を中心にした販売管理ステム。水産特有の荷姿変更も。

水産Web-EDIシステム　食品スーパーから水産ベンダーへの発注などの取引業務を行うWebEDIシステム。流通BMSにも対応。

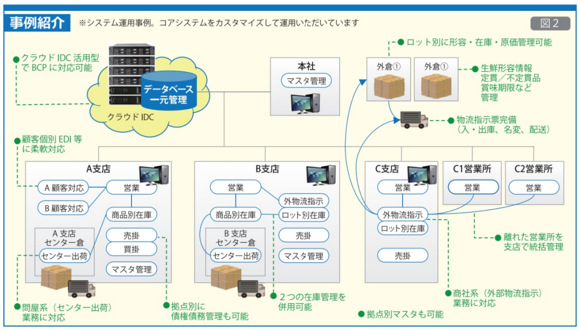
業務店本部調達システム　外食チェーンなどの本部仕入部門による調達システム。特に水産品ベンダー間の取引に特化。

産直BtoB-Webシステム　産地出荷者から業務店などへ直送販売するWeb取引システム。産地側からのプロモーション機能も。

水産冷蔵庫システム　営業冷蔵庫の入出庫・保管料精算を中心した基幹システム。卸売市場内倉庫に特化し、売場出入れなども。

物流会社向けシステム　水産物流会社様向け集出荷システム。集荷～集荷手配～配送指示～売上請求処理。ドライバーへの集荷指示や配送先への送り状送付も。

事例紹介　※システム運用事例。コアシステムをカスタマイズして運用いただいています　図2



開催決定　第29回　全国生鮮流通フォーラム　personal パーソナル情報システム株式会社

開催概要

【開催日】
8月28日(火)・8月29日(水)・8月30日(木)
【場　所】
東京　JJK会館
東京都中央区築地4-1-14
【主　催】
パーソナル情報システム株式会社
【共　催】
株式会社NTTデータ関西

参加無料
事前お申込制
※お申込は下記までご連絡下さい。
※定員に限りがございます。

パーソナル情報システム株式会社
〒108-0075　東京都港区港南1-6-34
TEL：03-5782-9211
FAX：03-5782-9222
【HP】http://www.pjs.co.jp
※お申込受付フォーム
7月下旬公開予定

生鮮業界の変化に対応するための講演・セミナーを発信！

日	演題	講師
28日(火)	卸売市場新制度の本質と対応方向	卸売市場政策研究所　代表　細川允史氏
	生鮮食品の小売市場における現状と課題	株式会社日本総合研究所 リサーチコンサルティング部門　石田健太氏
	生鮮業界と軽減税率対応について	中小企業診断士　佐藤　卓氏
	生鮮業界におけるEDI事例研究	株式会社サイバーリンクス 流通クラウド事業部　三浦　明氏
29日(水)	花きの現状について	農林水産省　生産局 花き産業・施設園芸振興室長　野口武人氏
	花き物流問題への取組みについて	三和陸運株式会社　社長　井上博保氏
	新花きシステム紹介	パーソナル情報システム株式会社
30日(木)	市場法改正下における卸売市場の課題	農林水産省　食料産業局 卸売市場室長　武田裕紀氏
	改正市場法に向けての取組み事例	元東京海洋大学大学院教授　淺沼　進氏
	RPAやVDIは生鮮流通市場の“働き方”に変革をもたらせるのか!?	株式会社NTTデータ関西　部長　森本晋司氏

•システム展示コーナー・お客様相談コーナー設置•　生鮮流通業界のシステム知識に精通した専門スタッフが対応いたします

ウナギ

続々登場!! 代替かば焼き

762億円市場にメーカー照準

ウナギに代わるかば焼き商材が続々開発されている。アナゴやイワシ、サバ、サーモン、パンガシウス、すり身などの水産原料を使った商品の他、豚肉のかば焼きも登場。メーカー各社はウナギ稚魚の不漁を商機と捉え、2016年時点で762億円（富士経済調べ）を誇るウナギかば焼き市場に照準を定める。単なる代替品にとどまらず、既にヒット商品となっているものもある。一部の量販店は代替かば焼きの販売に熱心。本家のウナギも含め、かば焼き市場は盛り上がりを見せている。

マリンハーベストジャパンが販売する「とろサーモン蒲焼」（調理例）

売れ過ぎで悲鳴
マリンハーベストジャパン

「量販店から引き合いが強く、加工が追いつかない」。うれしい悲鳴を上げるのは、5月に「とろサーモン蒲焼」を発売したマリンハーベストジャパン（東京都中央区、チャールズ・シン・チ・ウー社長）。アトランティックサーモンのハラスを使用し、ウナギかば焼きと同じ工程で加工した。「余分な脂が落ち、皮はパリッとジューシーに仕上がる。臭みがなくなるため、ウナギはもちろんサーモンの苦手な人にもお薦め」（同社）。1パック税抜き580～780円とリーズナブルな価格も後押しし、今期100㌧の生産目標を「既に上回る勢い」（同）と話す。

12年で販売800倍超
焼津冷蔵

発売から販売数量が800倍超増えている〃お化けかば焼き〃もある。焼津冷蔵（静岡県焼津市、原崎行雄社長）の「洞穴子蒲焼」は発売した2002年の年間販売数量が50㌔だった。以降、数量を伸ばし続け、14年には40㌧を超えた。

強みは原料であるホラアナゴの脂のりの高さ。粗脂肪率は「40%前後」と同社は説明する。ただ、ホラアナゴは小骨の多さや臭みで商品化が難しかった。同社は独自製法でホラアナゴの弱点を克服。値ごろ感や本格的な味付けにより「将来的には100㌧まで販売を拡大したい」と同社は意気込む。

本家抑え大臣賞
カネヨ

水産加工品の賞レースである「全国水産加工総合品質審査会」では昨年、〃本家〃ウナギのかば焼きを抑えてカネヨ（同県同市、中山正義社長）の「極上『さば蒲焼き』」が最高賞の農林水産大臣賞を獲得した。「代替品ではなく、ウナギと同等の価格を出してでも食べたいと思えるよう、品質・おいしさにこだわった」と同社。「生で飲んでもおいしい」という高級本みりんをはじめ、厳選した調味料で味付けし、焼き方もウナギのかば焼き工程を研究して工夫した〃本格派〃だ。

大手量販へ供給
日本なまず生産

日本なまず生産（鹿児島県東串良町、牧原博文社長）はウナギの代替品としてナマズ養殖に取り組む。現在、年間17～18㌧を生産。かば焼きなどに委託加工し、今年から大手量販店へ供給する他、活魚でも出荷している。牧原社長は「ナマズは次世代の良質なタンパク源。将来はさらに生産量を増やしたい」と意気込む。

完全養殖
雅なまず
の蒲焼

日本なまず生産のナマズのかば焼き

カネヨの極上「さば蒲焼き」盛り付け例

売り上げを伸ばす焼津冷蔵の「洞穴子蒲焼」（調理例）

土用丑の日　分かれる戦略

取り組みに濃淡

イオンは〃本家〃と両刀で勝負

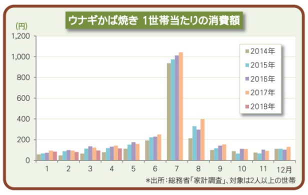
販売動向

今年はウナギかば焼き価格の高値推移が想定される中、土用の丑（うし）の日に何を売り込むのかは量販店によって戦略が分かれている。「ウナギの代替は考えていない。需要がある限り、ウナギを販売していく」と中国地方の量販店が話す一方、代替かば焼きを売り場に並べ、販促に力を入れるスーパーもある。

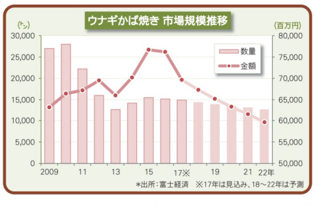
ウナギかば焼きと、代替かば焼きの両輪で売り上げをつくろうとするのは大手量販店のイオンリテール（岡崎双一社長）。「トップバリュ　骨取りさばの蒲焼」「トップバリュ　豚ばら肉蒲焼」「トップバリュ　白身魚のふっくら蒲焼」などの代替かば焼きを展開する。

同社の松本金蔵水産商品部長は「テーマは伝統と革新。土用の丑こそ、ニホンウナギを食すという方もいれば、ウナギが高いので代替品でよいという方もいる。われわれは両輪で開発した」と説明。今年の丑の日商戦の目標売上高は両商材で前年比2桁増と見込む。

イトーヨーカ堂（三枝富博社長）は丑の日の予約特設サイトにウナギかば焼きの他、「自慢の煮穴子重（酢飯）」「魚屋自慢の贅沢まぐろ丼（酢飯）」などを展開。かば焼きに限らない商品をラインアップする。大手コンビニエンスストアも同様で、丑の日を〃ハレの日〃として捉えて販促をかける動きもある。



＊出所：総務省「家計調査」、対象は2人以上の世帯



＊出所：富士経済　※17年は見込み、18～22年は予測

30年、1人21・5㌔に増加

伸び率やや鈍化　魚介類消費FAOが予想

世界の魚介類消費が伸び続けている。国連食糧農業機関（FAO）が隔年で発行する報告書「世界漁業養殖業白書」の最新版によると、1人当たりの消費量は2030年には21・5㌔まで増える見通し。16年推定値の20・3㌔に比べて6%増を見込む。一方、17～30年の年間成長率は0・4%と03～16年の1・7%に比べるとやや鈍化する見通し。増産スピードの落ち込みや価格上昇などが背景にあるようだ。

（1面に関係記事）

地区別では中南米が18%増と大きく伸びる他、アジアとオセアニアがそれぞれ8%増を見込む。一方、アフリカは2%減の予想。特にサハラ砂漠以南では生産面、流通網などの課題が解決されておらず、消費量は低水準で推移。著しい人口増加に食料供給が追いついていない点も指摘されている。

15年速報値　1人20・2㌔

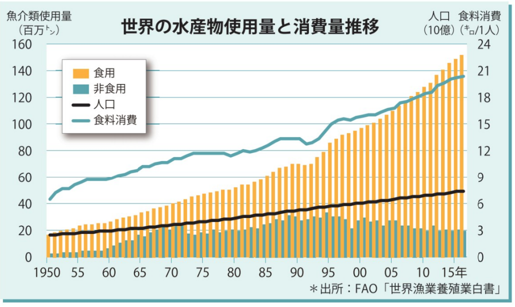
15年の1人当たりの消費量（速報値）は20・2㌔だった。1961年以降の平均成長率は年間1・5%。養殖分野の躍進を背景とした生産量の増加、廃棄率の低下や食用歩留まりの改善、流通経路の発達などに加え、所得向上などを背景とした需要拡大が全体を押し上げる。消費量は16、17年も伸び続けているとみられ、16年が20・3㌔、17年が20・5㌔と推定される。

特に沿岸国や内水面に面した地域では消費量が多い他、近年は発展途上国での消費が拡大。発展途上国の消費量は15年が19・3㌔と61年の6㌔に比べて3・2倍となった。低所得食料不足国は2・3倍の7・7㌔。先進国は24・9㌔と依然として高い消費量を維持しているが、途上国などとの差は徐々に縮まっている。

水産物は主に、途上国などで動物性タンパク質の摂取源としての役割が大きい。15年のデータでは、後発開発途上国の1人当たりの水産物摂取は動物性タンパク質全体の26%。その他途上国が19%、低所得食料不足国が16%を占める。

一方、先進国では水産物の割合が年々低迷。89年の13・9%をピークに落ち込み、15年は11・4%となった。欧州や米国、日本などでは水産物消費が伸び悩んでおり、他の動物性タンパク質の消費拡大が背景にあるとみられる。

なお、15年の水産物総消費量は1億4880万㌧。1961年以降、年率3・2%増加しており、成長率は人口増加率や畜肉消費量の成長率を上回っている。



＊出所：FAO「世界漁業養殖業白書」

各市場でサンマ初セリ

最高値更新 50万円にどよめき　札幌

今年初荷のサンマに活気があふれた札幌市場

【札幌】札幌市場で11日にあった新物サンマの初セリでは最高値がキロ50万円（税抜き）を付け、昨年のキロ40万円を更新する驚愕（きょうがく）の価格に場内がどよめいた。

（1面に関係記事）

同日の入荷は10日に初水揚げされた釧路産で、丸水札幌中央水産が約70㌜（2㌔箱）、カネシメ髙橋水産が約50㌜（同）。中心サイズは2㌔版16～18尾入れ。

最高値の50万円は丸水札幌が上場した1番札で丸弘水産（厚岸町）の0・7㌔版5尾入れ。1尾140㌘上の良品で仲卸の青池水産が落札、札幌市内の回転寿司店が仕入れた。2番札以降は1㌔版8尾入れが20万～5万円、カネシメ髙橋水産は同7尾入れ10万円が最高値だった。大相場は15～16尾で5万9000～2万円、17～18尾で1万3900～6500円だった。

昨年の初セリ入荷は約300㌜あり、今年は半減以下だったため中心相場も前年より2～3倍高だった。

卸関係者は「体長は昨年同様に小さめでも太さがあり、この時期にしては脂がのっていそう」と話していた。

名古屋は1万7500円

2㌔18尾入り中心の入荷

早朝4時から始まったサンマの初セリ

【名古屋】名古屋市中央卸売市場本場で11日、新物生サンマの初セリが行われた。北海道釧路や厚岸などで前日水揚げされた51㌔が上場。高木商店（北海道釧路市）の2㌔15尾入りサイズがキロ1万7500円を付けた。前年の2㌔14尾入りが付けた最高値2万円よりも安値となった。

2㌔15尾入り（1尾約130㌘）が1箱、残りは全て同18尾入り、1㌔8～9尾入り（同約110㌘）と小型サイズのみが入荷。1尾110㌘サイズの卸値はキロ1万5000～5000円。大半がキロ1万円だった。前年の平均1尾120㌘に比べさらに小型中心の入荷となったが、上場数量が前年に比べ半減しており、平均卸値は前年並みとなった。卸筋によると、名古屋北部市場や豊田市場、三重・北勢市場など周辺の卸売市場や、業務筋向けの柳橋市場が休市だったため、消極的な入札が目立った。最高値を付けたサンマは豊田市の量販店に仕向けられた。

卸筋は「昨年に比べると、虫食いが少なく、身も厚い良質なサンマが入った。ただ、明日からいったん入荷が途切れ、今月後半まで少ない日が続くだろう」と話している。

京都全魚類卸協同組合の理事長に就任した

勝村（かつむら）　一夫（かずお）氏

よこ顔

組合員、意識一つに

京都市場の鮮魚仲卸でつくる京都全魚類卸協同組合。池本周三理事長の死去を受け、6月、第3代理事長に就任した。「謙虚にいきたい。業界のリーダーとしてエゴを排していく」

市場の再整備事業、卸売市場法の改正など取り組むべき課題は多い。組合員の数は60年前の3分の1の約50社に減った。「数が少ないからこそ、組合員が一つの方向にまとまらないと交渉が進まない。役員一人一人に重要な役割を担ってもらい、意識を一つにしたい」

京都繊維工芸大繊維学部で応用物理学を学んだ。市場との縁は、名古屋の紡績会社に入社が決まっていた4回生のとき。突然、見合い話が舞い込んだ。相手は仲卸「日ノ丸水産」の娘。「会うだけと思っていたが、ほれてしまった」。とんとん拍子で婿入りが決まった。

義父は官房長官などを歴任した故野中広務氏のいとこ。京都府副知事から中央政界に進出した野中氏の政治活動を間近で見てきた。自身も経済界の活動に積極的に取り組み、今年5月まで全国の中小企業約1万8000社で組織する「守成クラブ」の会長を4年間務めた。「釧路や沖縄の水産業者と仲良くなれたし、異業種から学ぶことも多い」

社長を務める日ノ丸水産の主要な顧客は祇園の料亭や割烹（かっぽう）。仲卸の目利きを通じて、良質な魚を提供する卸売市場の存在意義は大きいと考える。課題の一つに挙げるのが仲卸の減少に伴う集荷力の低下だ。「急速に人口が減る中、新しい需要を見つけないと良い魚が集まらなくなる」。新規顧客の開拓に加え、市場の輸出事業も模索する。

南丹市園部町から毎日1時間をかけて市場に通う。車は長年の趣味だ。「車を洗っているときが一番の気晴らしになる」と笑う61歳。

国分中部とトーカン統合へ

来春に共同持ち株会社

国分中部（名古屋市、福井稔社長）、トーカン（名古屋市、永津嘉人社長）の経営統合に向け、国分グループ本社（東京都中央区、國分勘兵衛社長）を含む3社が9日、協議開始に関する基本合意書を締結した。酒類に強い国分中部と業務用食品に強いトーカンが組むことで、中部エリアの総合食品卸としての成長を目指すもの。今年11月の統合契約書締結、来年4月の共同持ち株会社発足を目指す。

統合について両社は基本的に対等の立場をとり、共同持ち株会社を設立。傘下に国分中部、トーカンが入る形となる。共同持ち株会社は来年4月に発足し、名古屋証券取引所市場第2部への上場申請を予定。トーカンはそれに先立ち、上場廃止となる。

団体総会

資格制度統一へ委員会

全国ふぐ連盟が設立目指す

【京都】フグ料理人や生産者、流通業者などでつくる全国ふぐ連盟（亀井一洋会長）は4日、京都市内で定時総会を開き、今期の事業計画案などを承認した。フグ処理制度の全国統一を求める「ふぐ資格制度改革委員会」（仮称）の設立を目指すことで一致。昨年に続き、8月に意見交換会「ふぐサミット」を開くことも確認した。

同委は連盟の会員を中心に組織する計画。フグの処理資格制度に関する問題点を洗いだしたり、全国統一のあり方を議論する。制度に関心を持つ国会議員や厚生労働省、文部科学省や農林水産省、水産庁とも連携を模索する。

総会では組織改正も承認され、「評議員」を新設。理事会とは別に評議会を開き、議案を審議する。今期は昨年に続き全国海水養魚協会と連携した販促キャンペーンを展開する他、機関紙の発行を計画。新規会員の獲得にも取り組む。

亀井一洋会長

養殖魚の安全性PRや消費拡大へ

大分県の水産団体

大分県水産養殖協議会（戸髙吾一郎会長）は6日、佐伯市内で定期総会（第54期）を開いた。養殖魚の安全性PRや消費拡大活動など今年度の事業計画と予算を承認。県漁協の役員改選に伴い同協議会の理事4人の選任を承認した。

戸髙吾一郎会長

戸髙会長はあいさつで「魚類養殖業を取り巻く環境は依然として厳しい」とし、会員の協力、支援を呼び掛けた。総会前には魚類養殖講習会を開催。県職員が「赤潮・魚病被害軽減のための給餌技術」について、水産庁増殖推進部栽培養殖課が「水産政策の改革」についてそれぞれ説明。水産政策の改革については、マスコミには非公開で養殖業者と意見交換が行われた。

松本水産エビ養殖

池の環境保全に注力

地下水や液体酸素利用

松本水産は宮崎市と宮崎県延岡市に総面積4万4500平方㍍のクルマエビ養殖池を構え、年間25㌧前後を生産する。種苗も自前で土々呂ふ化場で生産した稚エビを春と秋に池入れし、周年出荷体制を敷いている。

（1面に関係記事）

エビ養殖場（ＳＦ200の配電作業風景）

主力養殖場は宮崎市砂土原で、5000平方㍍池6面の育成池の他に6000平方㍍1面、1000平方㍍1面がある。砂土原養殖場の特長は水温、水質が安定した清浄な地下海水を使っていること。敷地内でフグとヒラメも陸上養殖しており、エビ池には陸上水槽経由の用水を生物ろ過した上で流し入れている。

エビ養殖では日本で唯一、地下水を利用する松本水産だが、用水管理のために溶存酸素が低下する夏場の夜間などに液体酸素を水中に注入する独自の手法を講じている。いずれも健康なエビづくりにこだわる同社独自の手法。池の環境保全に余念がない同社では1日おきにダイバーが入り、池の底を掃除している。

こうした給餌育成手法で同社のクルマエビの種苗池入れから出荷までの生残率は60～70%と高く、増肉係数も2・0～2・5で収めている。成長は5月池入れの冬場出荷で7～8カ月、10月池入れの夏場出荷は9カ月で30㌘大に育てている。今回の無駄餌を出さない音響感知センサー機能付自動給餌機「ＳＦ200」とヘドロを除去し底質環境を好転させる「ＭＯＦＵ」の採用で一層の給餌成績の向上が期待されている。

エバー・フレッシュの効め
くさやエキスが醸し出す
引き継がれる旨さと,安心
フタバ食品工業株式会社
静岡県島田市神座２０８６番地
電話　０５４７－３２－０２２４番

nakajima　冷凍品から半解凍品、生鮮品まで
使いやすさ、切れ味抜群！
乾燥昆布バンドソー
NSO BANDSAWS
特　長
●回転数をスピードアップ。切れ味も良く、切断面が美しい上、歩留まりも最高です。
●切断する品物の接する面には、ビス及びボルトの取り付け穴がありませんので、品物が引っ掛かる事もなく、切り屑等もたまりませんから非常に衛生的です。
用　途
●乾燥昆布
●冷凍釣餌
●冷凍魚・肉類

NSO-3-60
ロータリーカッター
ROTARY CUTTER
用途及び特長
●チルド食品、成型食品が連続、高速で切断できます。
●ホッパーの取り替えで多種多様の切断が可能です。
●ホッパーは簡単に取り替えられます。
●ホッパー回転、刃物回転は別個にしていますので、刃物研磨は安全に衛生的にできます。
●切断物はコンベアで受け、取り出されます。
●各部はステンレス及び防水がされていますので、使用後は水洗いができ、衛生的です。

NR-3
株式会社 中島製作所
NAKAJIMA SEISAKUSHO CO.,LTD.
〒544-0015　大阪市生野区巽南2丁目4番13号
TEL.06(6754)0390　FAX.06(6752)2264
http://www.nakajima-nso.co.jp
E-mail:info@nakajima-nso.co.jp
4-13, 2-Chome, Tatsumiminami, Ikuno-ku, Osaka, 544-0015 JAPAN