

中小企業におけるDX戦略について

～データとデジタル技術の有効活用～

講師：株式会社ミヤックス 代表取締役社長／東北大学データ駆動科学・AI教育研究センター特任准教授（客員） 高橋 蔵人氏

当財団は2024年2月8日（木）に、七十七銀行本店5階第一会議室において、特定テーマセミナー「中小企業におけるDX戦略について～データとデジタル技術の有効活用～」を開催し、同時にZoomによるオンライン配信を行いました。本特集では、株式会社ミヤックス代表取締役社長であり東北大学データ駆動科学・AI教育研究センター特任准教授（客員）である高橋蔵人氏の講演内容をご紹介します。



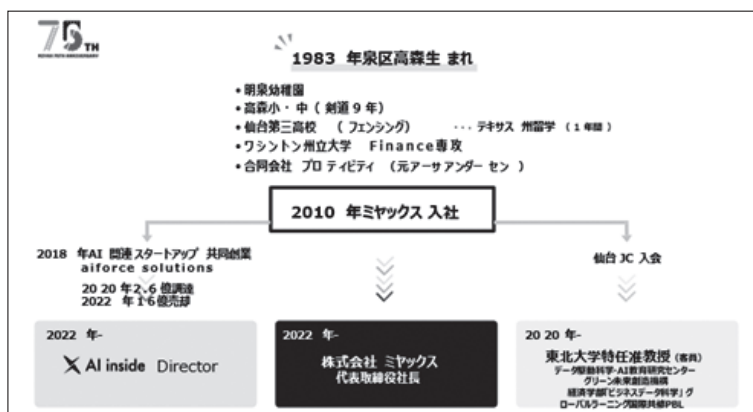
高橋 蔵人氏

1. はじめに

本日は、私が代表を務める会社で普段やっていることや大学における活動の話など、AIの話を中心に、また、我々地方中小企業として今取り組んでいる話などについてお話しさせていただければと思います。その中で、本セミナーにおけるゴールをいくつか用意してきました。一つ目は、今よく耳にする「DX」とは一体何なのかということを改めて捉えなおす力です。二つ目は、企業が変革しなければならないときに、なぜAIを理解しなければならないのかということです。私は普段3つの顔を持って活動しており、その中で色々な企業の悩みや課題について聞く機会があります。その背景も含めてご理解いただければと思います。最後に三つ目、中小企業のDX事例から着想を得るということです。私が一番大事に考えているのは「ビジネス成長」です。数字の話をする、トップラインの売上を伸ばすかボトム利益を残すかということが大事であり、テクノロジーが大事なのではありません。ですが、今のテクノロジーを分かっているだけで少し先の事業計画がより確度高くイメージできると思います。また、地域の課題、社会の課題、仕事の課題があったときに今あるテクノロジーが手段として挙がってこない、そもそもお客様に対する最適な提案ができないと思います。そういった意味で課題解決の一つの手段としてAIを捉えたり、新しい事業を始めるときにAIやデータというものを意識するといった着想を得ることが本セミナーのゴールとなっています。私が行っていることを模倣するというよりも、普遍的な考え方をご理解いただきたいと思います。

2. 3つの顔について

冒頭にお話ししましたが、私は3つの顔を持って活動しています。一つ目は家業である株式会社ミヤックスの三代目社長としての顔です。私は仙台市出身で市内の高校在学中に1年間アメリカに留学して帰ってきて、そのままアメリカの大学に行きました。私は3人兄弟の末っ子で家業を継ぐ



つもりはあまりなくて、一人で東京で生きていこうと思ってコンサルティング会社に就職しました。その後、2010年に地元へ戻ってきてミヤックスに入社しました。2018年からはAIに関するベンチャー企業を創業し、現在、その企業は上場企業と事業統合しまして、私はその企業にも所属しAI関連のコンサルティング業務に携わっております。これが二つ目の顔です。三つ目は東北大学の特任准教授としてもいくつか活動しています。ここで伝えたいのは私も普通の人間だということです。ただ人より早くデータとかAIに携わっていたというだけで何か特別なスキルを持ち合わせている人間ではありません。地元（仙台）で育ち、高校に通って剣道やフェンシングとそんなことをやっていた人間です。

一株式会社ミヤックス、AIベンチャー企業経営者そして東北大学特任准教授（客員）

ここで一つ目の顔である株式会社ミヤックスについて、どんな会社なのかご紹介させていただきます。弊社は3つの事業を行ってまして、第一の事業は学校や公園にある遊具といわれる「モノ」を製造する製造業です。皆さんのお子さんや皆さん自身が遊んでいた遊具は、もしかしたら弊社の製品かもしれません。第二の事業はオフィス家具で働く場をデザインするというので、官公庁や民間

企業のデスク等の家具であるとか働く場というのを提案・販売させていただいています。第三の事業はミヤックスデジタルという、いわゆる「コト」売りの事業です。デジタルやソフト、またそれ以外のソリューションを使いながら、企業や社会の課題を解決するという事業を行っています。このように色々な事業を行っているには根本となっているものがあります。我々が製造している遊具やオフィス家具には弊社の名前が付くというものではありません。すべり台で遊ぶけどミヤックスという遊具で遊んでいるわけではありません。オフィス家具も仕入れて販売しているので我々が介在していることはあまり知られていません。しかし、実は我々はいろんな方を繋ぐ商人として事業をしています。我々は「三方よし」を社是にして活動しており、自分たちのことだけを捉えるのではなく経済活動全体を見なければいけないと考えています。経済活動全体が大きくなれば自分に入る実も大きくなりますので、この「三方よし」という考え方を持って事業展開をしている会社でございます。

家業の話だけでは「これだけだと何でAIとつながるの?」と思われると思います。二つ目の顔としてAI関連のベンチャー企業の経営者をしていました。今回、セミナーを受けられている方も同じかもしれませんが、私は多少システムのこととかは分かっていましたが、5年くらい前までAIなどについて全く分からなかったのです。5～6年前からAIは今後来るだろうと言われていましたが、そのときAIって誰にどう頼めば何が出来るのかということが全然分からないなと思ったのです。このふとした疑問からこのようなテクノロジーは正しく自分で理解しようと思って、前職の先輩に尋ねたところ「教えてあげるよ」と言われ、その時たまたまAI関連の仕事をしていた彼と一緒に事業を立ち上げようということになり、株式会社aiforce solutionsというベンチャー企業を二人で立ち上げました。結果は3年半で約3億円を調達して最後は二桁億で売却しました。今スタートアップと言われている限界で100社いたら成功するのは1、2社あるかどうかですが、そういった分野でも最前線で体験も成功もしてきている人間です。そのAIベンチャー企業でやってきたことは、社会人とかビジネスユーザーに、AIとか難しいことを分かりやすく伝える教育とそれを簡単に実現できるようなAI、

The image shows a presentation slide titled "MIYAX DIGITAL" with the MIYAX logo. The slide is divided into several sections. On the left, there are three columns of text and images, likely representing different business areas or services. The right side features a large heading "MIYAX DIGITAL" followed by a paragraph of text in Japanese. Below the text, there are several logos and icons, including the Microsoft Base logo and a QR code. The overall design is professional and modern, with a focus on digital transformation and AI.

いわゆる皆さん自身で簡単にAIを作れるようなソフトウェアを作って、大手の自動車メーカーや電気機器メーカーといった企業に対してコンサルティングを行うという活動をしていました。この企業については売却しまして、今、上場企業のAI inside株式会社という会社で事業を行っています。七十七銀行さんとも生成AIとデータ分析を組み合わせて、どうビジネス変革を起こしていくかという取り組みを行っています。

三つ目の顔である東北大学の特任准教授としては、大学教育において特に文系の学生でAIとか苦手・分からないという子に対して、すぐにプログラミングじゃなくても大丈夫だよということを経済学部の学生を中心に教えています。

東北大学における活動紹介

2018～2021	グローバルラーニングセンター	国際共修 PBL講義
2019～	経済学部	ビジネスデータ科学 PBL
2020～	データ・駆動科学・AI教育研究センター	特任准教授（客員）
2022～	グリーン未来創造機構	特任准教授（客員）

※ 2023年, AI Insideと大学院工学研究科航空宇宙工学専攻 吉田和徳教授と「高耐久・高性能・省エネルギーな次世代型AI」の共同研究締結

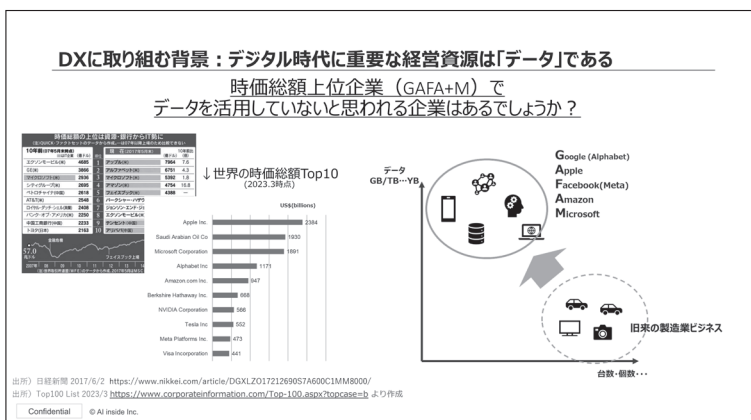
3. 中小企業におけるDXについて

ここからは「何でみんなDX、DXって言ってるの?」という話と、「そこで何でAIが紐づくの?」という話をさせていただいて、その後にAIで今できることはこういうことなんだよということについてお話ししたいと思います。

なぜDXが必要なのか

今の時代において「iPhone」という製品が電話なのかコンピュータなのか果たして別な製品なのか、何の業界のこの製品ですよ（例えばITソフトウェア業界の電話ですよ）と位置付けることは無意味なことです。また、トヨタは他の車メーカーと対峙してライバル視しているのではなくソフトウェア大手と戦ったりもしています。このように今はカテゴリーとかそういう定義すら不要なVUCA（ブーカ）と言われる時代なのです。こういった時代背景のなか、コロナ禍がありました。コロナによって色々なものが変化しました。もし、このセミナーを4年前にやっていたら会場の席を埋め尽くすなかで講義していたかもしれませんが、半数以上の方がオンライン参加です。また、商談機会などでもオンラインでビジネスが動いていく、こんなことがコロナによって一番大きく変化したことだと思います。

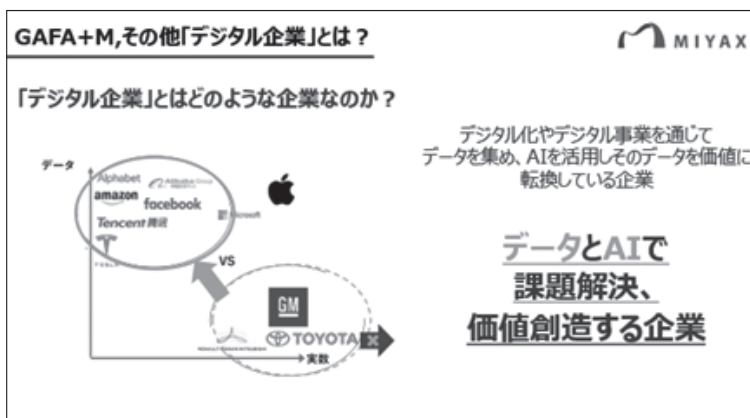
ではみなさん、コロナ禍を経て「これでも変わらなかったか」というものもあると思います。少し違った角度でコロナを見ていただくと、例えば世界の時価総額です。時価なので常に変動しますが、20年近く前の2007年の時価総額で上位に入っていた企業（エネルギー関連企業、電機・車メーカー、金融機関等）が10年後の2017年にはどうなったか、そしてコロナ禍の2021



年にはどうなっていたかを見てみると、2017年ではGAFAMと言われるアップル、グーグル、フェイスブック、アマゾンといった企業が上位を占めている時代になっています。でも20年近く前の2007年はそうではありま

せんでした。つまり、こういったデジタル企業が短期間で市場価値を付けてきたということです。コロナになっても変わらなかったものは何かということですが、コロナ禍が2007年頃だったらこの企業群が変わっていたかと思いますが、デジタルの会社は逆に成長を続け時価総額を上げています。つまり、コロナというものを別な軸のビジネスの視点から捉えると時価総額の上位の会社は変動していませんでした。我々のような企業からするとコロナによる影響はインパクトが大きかったですが、実は世界はそうではなくてデジタル企業というものが新しく台頭してきたというのがコロナという時代だと思います。

そうすると今、上位企業の共通項は何かと、これは一つの考え方ですが、30年程前の平成初期の頃、日本企業が上位を席巻していた時代、当時は何万台作ったとか1,000万台の生産をしたとか、500万台の何かを作ったというように数を多く作って効率的に捌いて売上を計上していくような会社が上位を占めていた時代からすると、今はデジタル企業、例えばSNSのフェイスブック



は何かモノを作っていますかといったら、ほとんど作っていないですよ、売上のほとんどが広告収入です。でも彼らは上位なのです。すなわち今は評価自体が変わっていて、デジタル企業と言われる会社はデータというものを一つの基盤に成長を続けているのです。今はaさんもbさんもcさんもA社もB社もC社も求めるものはみんな違っています。データというものを基軸に、そこから新しい価値やサービスを素早く開発・展開・サービス化していく、そういった企業が今は評価を得ているということです。今の時価総額上位企業を並べるとそういった会社はデータとAI（データから価値を見出すのがAI）を使って社会課題や企業課題の解決へとつなげ価値を作っていたということです。

日本の上位の会社を思い浮かべたとき、世界の上位企業と比べて「この会社はデータ経営しているな」という企業はいますでしょうか？おそろくないと思います。その結果どうなっているかということ、東証一部に上場していた企業の時価総額合計が、このGAFAM（マイクロソフト社）の5社に抜かれている状況でした。それくらい差が付けられているということです。

—DXについて理解する

上場企業をはじめとして日本の企業が、時価総額上位に占めるような会社になれるように取り組んでいるもの、それがデジタルトランスフォーメーション（DX）です。ただし、DXと一言で言ってもハンコ無くしてもDX、紙無くしてもDXと言われたり、少し前までIT化って言われてたじゃないかと言われることもあります。DXって改めて何かというと、私はこう整理しています。私は今40歳ですが、こういうバズワードって過去にたくさんありました。そういう言葉は5年、10年経てば、あのときあんなこと言ってたよなってなります。なのでDXという言葉もそのうちなくなると思います。もしくは当たり前化するか価値が出せなくなり衰退していくと思っていますので、それよりも違った考え方で物事を整理すると、常に一貫性のある考えを社員や部下へ伝えることができると思います。おそらくみなさん、ビジネスの中では普段されているかと思いますが、英語で言うと「As-Is」「To-Be」「Gap」です。今の立ち位置を理解して将来どうなりたいかを描いて、そこには当然差があるので、それを埋めていくという活動です。おそらく経営者でも同じですし業務でもそうですし、社会活動でも同じです。売上1億円の会社が3年後に5億円まで伸ばしたいとして、その時間軸の中で何をするか、全て「As-Is」と「To-Be」とその「Gap」という考え方でビジネスは動いて回ってます。こ

の中でDXって捉えると比較的気持ちが整理されると思います。

改めて整理しますと私はDXって言葉が出る前から取り組んでいましたが、変わってきたのは明らかに上場企業を中心に将来像が結構明確になってきたんですね。やっぱりGAFAと言われるようなグローバルのトップにならなければいけないとすると、そこがベンチマークになれば今の企業実態

と照らし合わせて、そのためにどのようにしてその差を埋めていけばいいのかと、こういうことが整理されてきました。DXが語られるようになってきた背景の一つは将来像「To-Be」が明確になってきたこと、そうしたときに改めてDXとは何かと考えると、デジタルを使った変革ですので、シンプルに言うと今やっている事業についてデジタルを使って変革していくということです。ここにすごく大事なポイントがあってDXというのは一つはデジタルを使うということです。デジタルっていうのは効率性を上げるために使います。例えば、みなさん、フェイスブックやグーグルに入社したとしたら、おそらく社内に紙は回ってないですよ、すべてデジタル上で書類は回すし効率化は図られていると思います。まずは徹底してデジタル化しましょうというのがDXの第一歩目です。

一DXの本質について

多くの人は業務効率化を目指し、DXの第一歩をを踏み出しますが、そこで大体止まってしまいます。大事なものはデジタルを使うことで生まれるデータです。デジタルとデータはセットです。みなさんが日常的に使うものでSuicaがあると思います。私は東京に行く機会が多いのですが、例えば50、60年前に東京に行くとなったら切符を買って駅員へ渡して中に入るという流れの中で、駅員さんの頭の中には40歳くらいの男性が乗ったくらいのことは残ると思いますが、それは人の頭の中にしか残っていません。それがSuicaを使えば、7時51分に高橋蔵人さんが仙台駅を通過したという記録がデータとして残ります。デジタルというのはなぜ使うかというデータを溜めるための手段なのです。なのでDXの本質というのは、デジタル化を率先してやりますが、それはその裏にあるデータというものをしっかり活用するための手段としてデジタル化を行うものなのです。そのデータを使ってどのように自分たちの事業に転換していくのかということがポイントであり、そのための手段がデジタル化ということになります。DXというものを捉えるときに、DXだけで語らないようにしていただきたいと思います。時間が経てば時代は変わっていきます。もしかしたら5年後にはデジタルなんてやらず、やっぱりアナログな企業が大事となっているかもしれません。そうなったらアナログトランスフォーメーションになるかもしれませんが、そのときの今の会社の姿・自分の立ち位置と将来目指したい姿はどこか、そしてそれを埋めるためにどうするか、そういう枠組みの中でDXについて考えると比較的捉えやすくなると思います。

最後にDXって何かお話しします。「DX」や「デジタル変革」という言葉は良い言葉なのでみなさん使っていますけど、体言止めで終わっていて動詞なのか名詞なのか何なのか分かりづらいです。私がお客さんと会話するときは語尾をつけてお話しするようにしています。私はお客様に「DXはいいけれど、これを達成した後にどんな企業になりたいですか?」とか「どういうビジネスを考えていますか?」といったことを聞きます。DXを達成したあとの姿をどう捉えているか、そもそもそこが分からなければデジタル化してもしょうがないので、先ずはここをしっかりとイメージできるようにしましょうということを行っています。ここが明確な



人に対してはDXの活動として今何をしているかという話をすると、「デジタル変革」という言葉に対してしっかり意思疎通できるようになります。このように、当たり前かもしれませんが、「どこの何を指しているのか」ということを捉えていただければDXという言葉もより生きてくると思います。

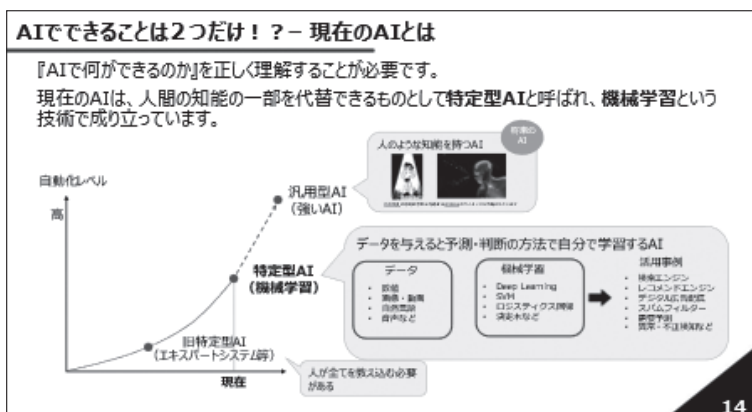
一データとAIについて

みなさん、データを活かすと言ったときにすぐに「データ活用」という言葉まではきれいにでてきますが、活用の解像度がとても粗いです。そこで「活用って何ですか」と聞くと「〇〇で、●●で」と変なサービスを売られたりすることがあります。この「データ」を活かすためには、AIというものを正しく理解しておく、「そもそもこんなデータが必要なんだ」ということも分かってきます。今後、データ経営やデータを活用した自分たちのビジネスをしていくのであれば、AIの理解が必要不可欠です。その理解がないとそもそもどんなデータを溜めて活かすべきかということが分からないのです。ですので、データとAIというのはセットになっているということです。

みなさんも聞いたことあるかもしれませんが、IoTとかクラウド、ビッグデータ、RPA、APIなど色々な言葉がありAIもその一つです。ただ、今言った言葉のほとんどは単なるデータを作るための手段です。IoTというのはどのようにしてデータを取っていくか、そしてそのデータをどこに保管するかとなるとクラウドやビッグデータがあり、いくつもクラウドがあれば、その各データをどのように繋がりますかとなるとAPIやRPAというのがあって、この時点では全然データを使っていません。どうやってデータを溜めるかの話しかしていません。大事なのは、この溜めたデータから、どうやってお金が儲かるようにするか価値を見つけてくるかが大事で、その手段が実はAIというものなのです。今後ビジネスを展開していく中で時価総額が上位にいる企業はデータ経営をしています。データ経営をするため、もしくはデータを軸にしたビジネス展開をするためにはAIの理解がないと活かし方も分からないということになります。なので、その手段となるAIの理解が重要だと言われています。

一AIで出来ることは2つだけ！？現在のAIとは

このセミナーですっとお伝えしてきたのは「データを活かすための手段がAIです」ということです。シンプルに言うとAIで出来ることは2つだけです。最近ですと特にチャットGPTとか生成AIもそうですが「もうこれで人が要らなくなる」、「AIで鉄腕アトムみたいな世界観が実現できる」と耳にした方もいるかもしれませんがそのような時代はまだ来ないです。そんなこと



と出来ませんので勘違いしないでいただきたいです。大事なことは今できるAIを正しく捉えることです。AIはまだまだ道半ばですが出来ることはあって、これが「特定型AI」と言われているものです。何が特定かという、人の知能の一部、特定の部分を置き換えられる、この部分が今のAIです。すべからく全てが出来るのではなくて、例えば「〇〇さんがやってた判断業務」とか「あのマーケターしか出来なかった予測業務」で数字を出す、画像を認識するなど、人の頭の一部で部品のようなものが今のAIであると思ってください。これが何億個なのか何千億個なのかたくさん作られていくと、その先の人の頭脳と同じような物が出来上がるのだと思います。今はまだまだ道半ばでほんの小さな部品程度です。例えばビジネスで言うと、皆さん営業部で

新入社員の部下がいるとします。その部下が仕事を取ってきました。話を聞いてみると、部長はこんな案件成約しないだろうなと思います。その会社に30年勤めている部長なら案件の内容を少し聞いただけで案件の成否が分かります。この部長が行っていた判断業務も部品化（AIモデル化）できます。他にも過去にこの人は商品を買ってくれた・買ってくれなかったというその時のデータがあれば、このデータを機械学習させると、これは成約しそうだ・しなさそうだというのを分類してくれる部品が出来上がります。同じようにこの人を採用すれば自分の会社でハイパフォーマンスをあげてくれそうかどうか、医療分野で盛んに行われているのは医療データから癌かどうかの診断など、人が行っているような分類業務（判断業務とも言う）については機械学習を正しく使えば部品化できます。

もう一つは予測する業務です。例えば明後日、飲料水ペットボトルが何本くらい売れそうか、または電力の消費量、不動産の販売価格、会社で管理会計をやっている見通し値の予測、為替予想でもいいです。先んじて過去のデータから予測している業務があれば、そこもAIで部品化できます。そういった業務って他にもまだまだ眠っていると思います。このように、データを活かす方法は二つあって、人が行っていた分類業務と予測業務については、AIとデータを使うことでデジタル化・効率化さらには業務の高度化を実現することができます。

—データとデジタル技術の有効活用


データやデジタル技術を利用して実際にやっている活動を紹介します。現在、当社は仙台市の商店街のお手伝いをしています。みなさん、仙台近郊のどこで買い物をするかかって言ったら、私もそうですが、大型ショッピングセンターや駅前的大型店などで買い物したりというように、今なかなか商店街に人が集まらず駅前に集中している状況になっていて、仙台市中心部はとても吸引人口が減っています。この状況に歯止めを掛けなければいけないということで、そのために当社と百貨店や飲食店などの仙台市中心部の企業5社でメンバーを組み、データを使った新しいサプライチェーンを作って商店街の人たちの売上増加につなげる活動をしています。実は今商店街のいたるところにカメラを仕掛けて人流を調べながらいろんな店舗でデータを取っています。今、街中でどれくらい、どんな人が歩いているかなど

教師あり学習～分類の例～

会社の仕事で長年勤めているこの人しかできない業務を考えてみると「分類」業務をしていることが多くあります

所属	仙台市
職種	機械学習
業務	機械学習

分類



- ・成約の高い案件とそうでない案件の分類
- ・貸出してよいかどうかの分類
- ・知財を維持するかどうかの分類
- ・採用すべきかすべきでないかの分類
- ・医者によるがん患者かそうでないかの分類

など


16

教師あり学習～予測の例～

会社の仕事で長年勤めているこの人しかできない業務を考えてみると「予測」業務をしていることが多くあります

所属	仙台市
職種	機械学習
業務	機械学習

予測



- ・〇日後の製品の販売予測（生産数値の決定）
- ・電力の使用量の予測
- ・不動産販売価格（調達価格）の予測
- ・経営における見通し値の予測
- ・〇日後の為替予測

など

17



仙台市商店街のデータ活用



全国でわずか7件のうち1件に「幹事事業者」として採択。経済産業省 令和4年度補正「地域新成長産業創出促進事業費補助金地域DX促進環境整備事業地域デジタルイノベーション実証型」採択！



MIYAX DIGITAL

(株)仙台市観光物産協会 仙台市観光物産協会 仙台市観光物産協会

仙台市観光物産協会 仙台市観光物産協会 仙台市観光物産協会



のデータを取って、それを個別の店舗でも共有するようにして、実際の人流のデータを使って、みなさんの売上が上がるような取組み支援をさせていただいています。メンバーの飲食店を経営している企業では、これまで属人的に考えているような施策を打っていたのを店舗の中だけのデータだけではなく、街のデータとつなげることで色々な取組みをして売上向上したりとか、百貨店では催事場でイベントを行う際に、データを活用し施策を打ったところ地域にちゃんと波及し売上につながりました。催事の売上としてはコロナ発生以降最高額だったと仰っていました。データをしっかり使うことで売上増加につなげることができるということで、データを基にした立案・施策の有効性について理解を得ることが出来ました。ここが大事なポイントで、データを見ることではなく、その先の売上向上に資するような使い方ができるかどうかということがDXやAIには必要なのだと思います。

4. 終わりに

テクノロジーを理解すれば、本日セミナーに参加されているみなさんはビジネスの専門家ですので、どんな業務にしていきたいか、どんな仕事にしていきたいかという発想が思い付くはずで、それをAIというひとまとまりで理解したり、データと紐付けずに理解すると、そこに矛盾をきたしてしまいます。大事なものはビジネスがそれで儲かるか、売上が上がるか、もしくは自分がコントロールしたいところに売上を着地させられるか、利益を上げられるか、ということです。例えば今ビジネス成長で困っているとなったとき、その手段としてAIだったら



セミナーの様子

できるよな、もし出来ないなら別の手段で考えて意思決定してビジネスを進めていくというのが我々経営者に課されている課題だと思います。テクノロジーは全て深く理解するのではなく、まずは出来ることとして捉えていき、ビジネス成長につながるかどうか、つながらないならコストとしていくらまで掛けられるのかという話です。AIならこういうこと出来そうだなとか、みなさんが業務課題で悩んでたらAI使えそうだなとか、新規事業やれって言われてたら、ちゃんと2段階のビジネス、データを溜めこんだその先のビジネス展開が考えられているかどうか、そしてビジネスや売上、利益をKPIとして捉えたときに本当にテクノロジーが必要かどうか、こういう意思決定が出来ればよろしいのかなと思っています。

高橋 蔵人 (たかはし くらんど) 氏 プロフィール

1983年仙台市生まれ。仙台三高、ワシントン州立大学金融学科卒業後、外資系コンサルティング会社を経て、2010年株式会社ミヤックスへ入社。2019年にAI・イノベーション事業部を立ち上げ、「MIYAX DIGITAL事業」を展開。2020年同社代表取締役社長就任。2020年より東北大学データ駆動科学・AI教育研究センター特任准教授(客員)として、文系学生を対象に「ビジネスデータ科学」を担当。次世代のAI活用人材育成に取り組む。

2021年、地元企業のDX支援にかかる当社の取組みが、「TOHOKU DX大賞」(東北経済産業局主催)において支援部門「優秀賞」を受賞。2024年3月、中小企業庁より2023年度「はばたく中小企業・小規模事業者300社(DX部門)」に認定。

株式会社ミヤックス

〒981-3204 仙台市泉区寺岡1-1-3

TEL : 022-777-5888 FAX : 022-777-6888

