

USNET

2023
SPRING

No.
68

USNET FEATURE
新しい観光
地域の魅力を広げる
アドベンチャーリズム

75th
FUJITEC





CONTENTS USNET アスネット 2023 SPRING No.68

- 3 USNET FEATURE
新しい観光
～地域の魅力を広げるアドベンチャーツーリズム～
- 8 WORKS フジテックの納入事例 [西九州新幹線(長崎駅)]
- 10 PICK UP スマートフォンで手軽なエレベータ管理
- 12 ニューノーマルな働き方
パーソルキャリア株式会社 [タニモク]
- 13 **新連載** Let's! 未来へのワンアクション
[13 気候変動に具体的な対策を]
- 14 ご当地の名品名所 [長崎県]
- 16 **新連載** 移動をつくる現場から [研究開発本部 知能システム部 北川 新也]

FROM FUJITEC

「USNET」とは

「USNET」(アスネット)は、お客さまとフジテックがUS(私たち)となって結ばれ、明日のより美しい都市機能を、共に目指していくためのコミュニケーション誌です。

カバーは、季節の移り変わりとそのに暮らす人々の様子を物語のような世界観で生き生きと表現。植物や生き物が活動し始める芽吹きの季節。青く柔らかな芝生の上で大切な人と春のひとときを過ごします。

COVER
Illustration: Takashi Kawakami



フジテックは、2023年2月9日に創業75周年を迎えました。

これまで、当社の活動を支えていただいたステークホルダーの皆さまに心より感謝申し上げます。今後も移動を支えるパートナーとして、「安全・安心」を最優先に、快適なエレベータ・エスカレータを提供してまいります。



バックナンバーも読んでみてね!



新しい観光

～地域の魅力を広げるアドベンチャーツーリズム～

日本人の国内旅行消費額が減少するなど、コロナ禍で大きく需要が変化した観光産業。

その中で、観光に新たなニーズが見いだされるようになりました。

これまでとは異なる観光スタイルとして人気を博している「アドベンチャーツーリズム」を切り口に、これからの観光を考えます。



これからの時代の観光戦略

「数」よりも「質」を上げていく発想の転換が必要

コロナ前の観光産業は、一言で言うと「観光客の数の追求」と「インバウンド観光の重視」でした。実際、訪日外国人の旅行者数は2019年までの10年間で4倍という極めて大きな伸びを見せており、数の追求として考えれば確実に成果が出ていたといえるでしょう。しかしその一方で、過剰に観光客を呼び込むことが、

オーバーツーリズムや日本人の観光離れといった弊害をもたらしていました。そうした中で起きたコロナ危機は、ある意味で観光業の転機になったといえます。以前のようにただ観光客数を増やそうとするのではなく、少ない数でも大きな成果を出せる状態、すなわち「観光の質」を上げていく発想の転換が必要です。

ここで言う「観光の質」とは、顧客をマス（大衆）で捉えるのではなく、一人一人の顧客と“絆”を深め、繰り返し長く滞在してもらえるかを追求することです。そのためには「繰り返しきてもらうリピート促進」「長く滞在してもらう滞在促進」「一人一人の地元消費の促進」が必要でしょう。リピート志向、滞在志

観光産業の在り方が大きく見直された昨今。

新たな時代に対応していくためには、新たに生まれたニーズに応えることが必要不可欠です。これからの観光に求められるものは何か。その本質を探ってみましょう。

向の観光客は、地元消費意欲が高いことが既存調査でも示されており、来訪回数と滞在期間が伸びれば、地元での消費も増加します。地域が潤えば、より充実したサービスを提供でき、観光客の満足度はさらに向上。観光客一人一人の消費が増えることで、観光業の収益も増大します。つまり、リピート来訪や地元消費の

質を追求することが、持続可能な観光につながるということです。

観光の質を向上させるためには、名所旧跡や著名な観光地は必要ありません。それぞれの地域が独自の個性を発揮してブランド力を高めれば、観光客は自然と引き付けられ、日本全体の観光の魅力度を向上させることができるでしょう。



静岡県立大学
経営情報学部 教授
地域経営研究センター長
学長補佐

岩崎 邦彦氏

専攻はマーケティング。とくに、地域に関するマーケティングを主な研究テーマとしている。これらの業績により、日本観光研究会賞、日本地域学会賞などを受賞。著書に『地域引力を生み出す 観光ブランドの教科書』などがある。近著に『世界で勝つブランドをつくる』（いずれも日本経済新聞出版）。

旅行者の「その土地ならではの体験」が、地域にも好影響を生む

観光の質を向上させるための手段の一つに、地域ならではの観光資源や体験を生かす「アドベンチャーツーリズム」があります。新しい時代の観光に必要なこの旅行形態を具体的に見ていきましょう。

アドベンチャーツーリズムとは



一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム協議会サイト内「アドベンチャーツーリズムとは」記事を元に作成

「アドベンチャーツーリズム (AT)」とは、旅行者が地域独自の自然や文化を体験しながら自己変革や成長を目指す旅行形態のこと。自然の中での遊びだけでなく、地域の散策や文化体験などもその概念に含まれます。そして、AT旅行者は富裕層の割合が高く長期滞在を好む傾向にあるため経済波及効果が大きく、市場規模は2016年で約49兆円だったところ、2023年には約147兆円まで拡大すると予想されています。

アドベンチャーツーリズムを導入するメリット

メリット1

地域のすべてを観光資源にした地方創生

AT旅行者の関心は特産品や名所だけでなく、そこに暮らす人々との交流にまで広がっており、地域にあるものすべてに観光資源になる可能性があります。空き家の活用や自然環境、さらには食やエンターテインメントなどの消費による経済振興も期待できます。



メリット2

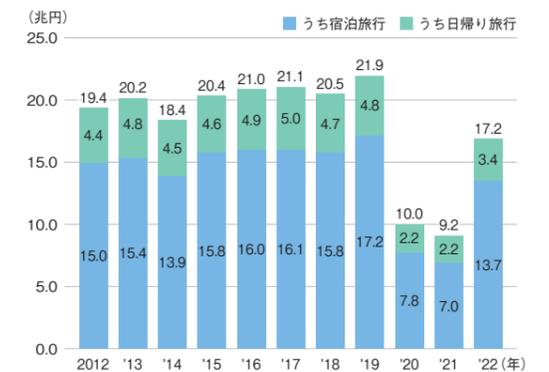
オーバーツーリズムの改善

ATでは、地域の自然や文化をゆっくりと時間をかけて体験することに重きが置かれています。長期滞在を誘引するような体験ツアーなどをつくることは、有名観光地への観光客の集中を防ぎ、地域や環境への負荷軽減にも効果を発揮します。



観光産業のいま

日本人国内旅行消費額の推移



出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査 2022 年年間値 (速報)」(2023年2月15日)

コロナ禍で日本人の国内旅行者数は半分程度に減少

日本人の国内旅行消費額は、2019年に約22兆円を記録するなど順調に成長していました。しかし2020年から始まったコロナ禍で2021年は約9兆円にまで減少。こうした現状の中、旅行者の数ではなく質を高めるATが、観光産業を立て直す方法として注目を集めています。

広がる、独自の観光の姿

CASE 1 新潟県 佐渡市

▶▶ 長期滞在型佐渡まるごとアドベンチャーランド事業



地域資源の活用で、島のブランド力向上を目指す

日本海最大の島であり、文化やグルメ、自然や気候など、日本の魅力が凝縮された佐渡島。そこで行われているのが、「長期滞在型佐渡まるごとアドベンチャーランド事業」です。この事業は、佐渡島の世界遺産登録に向け、海外富裕層を対象にした長期滞在型パッケージの開発や、地域の持続的な関係人口・定住人口の増加を目的にスタートしました。

この事業では、雄大な自然の中でのサイクリングやシーカヤック体験といった、佐渡ならではの魅力

を生かしたツアーを用意。またアウトドアアクティビティのハブとして佐渡島の観光案内を行う「佐渡アウトドアベース」の立ち上げや、事業者と連携したガイドの常駐化を行うことで、佐渡の観光地としてのクオリティ向上に注力しています。さらにWebサイトやプロモーション動画の制作、SNSでの積極的な情報発信などWebプロモーションも積極的に実施することで、佐渡の魅力発信や島のブランド力を高めています。

近年注目を集めているアドベンチャーツーリズムの概念を取り入れながら、地域との関係人口づくりや、土地ならではの資源を生かした観光を行っている事例を紹介します。

CASE 2 三重県 鳥羽磯部漁業協同組合

▶▶ 結プロジェクト



体験を通して、地域の人とのつながりをつくる

「結プロジェクト」は、三重県の鳥羽磯部漁業協同組合が実施する、漁業版ワーキングホリデーのこと。時間に余裕がある都市部の高齢者を対象に、地元特産のワカメ漁を体感してもらうことで、新たな生きがいや地域とのつながりを感じてもらうとともに、漁業者側の人手不足解消を目指しています。

2016年に参加者5人、実働日数延べ18日間という試験的实施を皮切りにスタートした本プロジェクトは2022年には7期目を迎え、参加者40人、実

働日数延べ237日間を記録するまでに成長。参加者が翌年には友人と一緒に、そしてその翌年には友人が子どもや孫を連れて参加するなど、つながりは年々広がっています。参加者からは、「毎年参加し、第二の故郷ができた気分」「達成感ややりがいを感じた」といった好意的な声が多数寄せられており、最近では、対象者を春休み期間中の学生などの若者にも拡大。より大きなプロジェクトになることが期待されています。

COLUMN

まちづくりに携わる人に必要な3つのアクション



「地域ブランドを高める」 発想を持つ

地域の魅力は、観光業だけでは高めることはできません。地域の農業、製造業、小売業、サービス業など、地域資源の“掛け算”が、地域の魅力向上につながります。「観光客の数を増やそう」ではなく、まずは「地域の魅力を高めよう」「地域のブランド力を高めよう」という発想を持つことが大切です。

成功事例にとらわれず、 地域資源を見つめ直す

地域の観光を強くするためには、成功事例をまねするだけではいけません。むしろ、似た魅力をアピールする地域が増えてしまえば、地域間競争が激化するだけで、それぞれが得られる成果は少なくなってしまいます。「隣の芝生は青くない」という発想で、自分たちの地域、足元の魅力を探っていくようにしましょう。



観光客を引き付けるための 要素を押さえる

「質の観光」を促進するためには、「リラックス」「食・グルメ」「地元の人との出会い・交流」という3つの要素を押さえることが大切です。これらは、季節や時間、また、観光客の気分やニーズの変化によって、体験できることや満足する内容も変わるため、「次はこれを体験しよう!」と、観光客のリピートを促進する効果が期待できる要素です。特に、コロナ禍で日常生活に疲れを感じる人々が多い背景もあり、「リラックス」は最重要ポイント。

WORKS

フジテックの納入事例

Name

西九州新幹線(長崎駅)

Nagasaki Station on the Western Kyushu's Shinkansen Line

長崎県・長崎市

Data

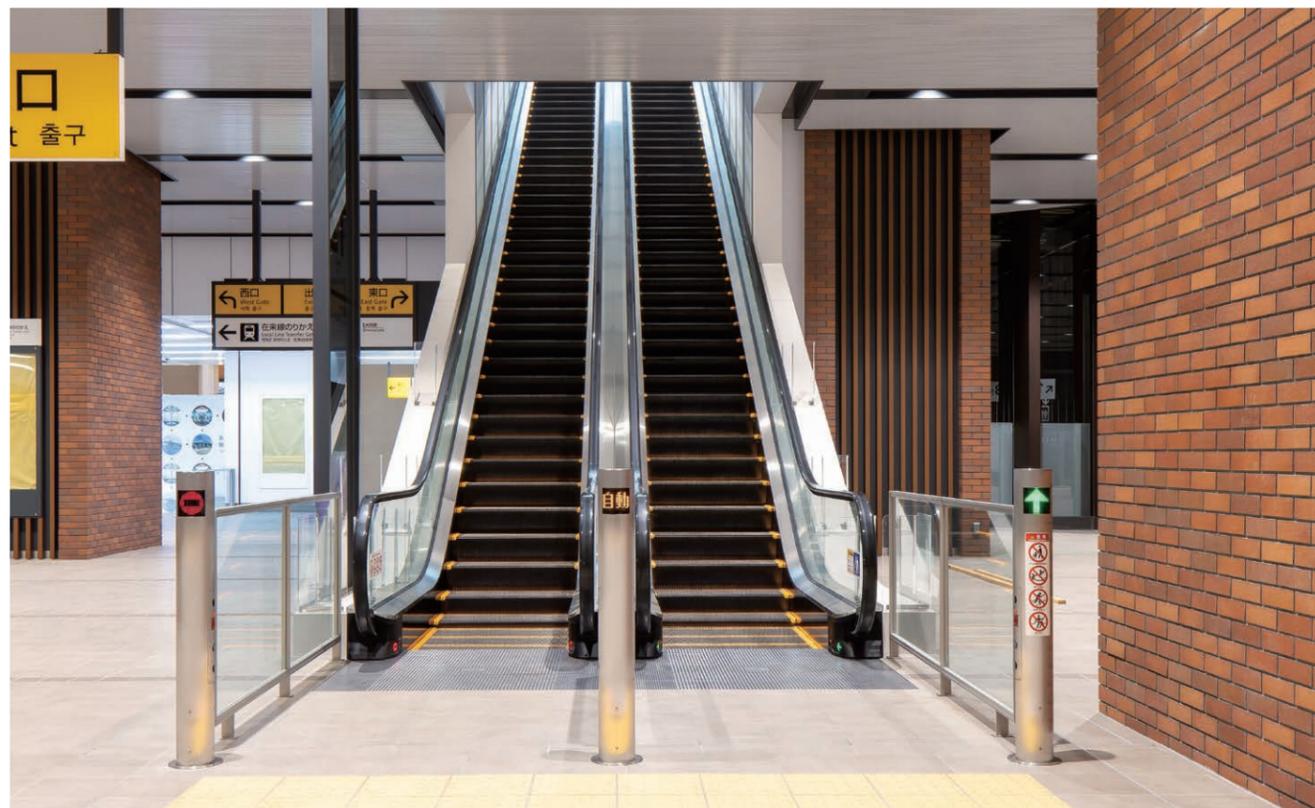
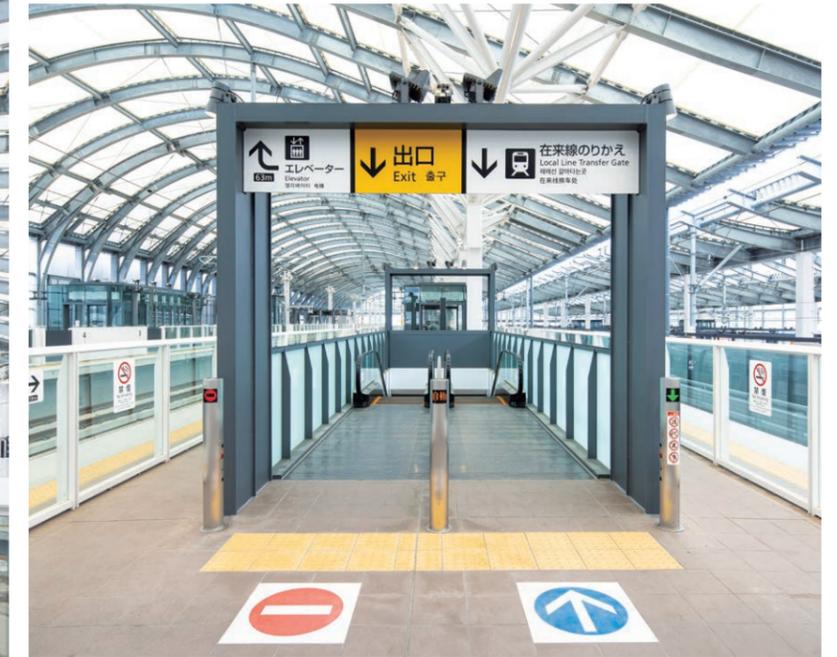
●竣工：2022年 ●施主：独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構 ●設計・監理：独立行政法人鉄道建設・運輸施設整備支援機構 ●施工：清水建設株式会社／株式会社西海建設／株式会社三基

Client : Japan Railway Construction, Transport and Technology Agency Design and supervision : Japan Railway Construction, Transport and Technology Agency Construction : Shimizu Corporation, Saikai Construction Co., Ltd. and Sanki Corporation

「西九州新幹線」は、長崎県の長崎駅と佐賀県の武雄温泉駅間約66kmを走る新幹線です。西九州新幹線「かもめ」の車両デザインは、赤と白のツートンカラーを採用。西九州から吹く暖かく、優しい風を世界に届けるという思いが込められています。

同新幹線のルートにある全停車駅にフジテックの商品を納入しています。長崎駅には、エレベーター2台とエスカレーター4台を納入。シンプルで清潔感のある意匠は、西九州新幹線を利用されるお客さまに、便利で快適な移動を提供しています。

'Nishi Kyushu Shinkansen (Western Kyushu's Bullet Train Line)' is the approximate 66-km bullet train line between the Nagasaki station in Nagasaki prefecture and the Takeo Onsen station in Saga prefecture. This bullet train is named 'Kamome (Seagull)'. Its body design has a two-tone white and red which conveys a gently warm wind from the western Kyushu to the world as a desire of Kyushu Railway Company. The elevators at Nagasaki station among the said railway-line stations have a simple design but attract a lot of people's attention in terms of the cleanliness for peoples' healthiness and safety. The stations with Fujitec's products provide a convenient and comfortable transportation to the people that utilize the 'Nishi Kyushu Shinkansen.'



Elevators Specifications

機種 (Type)	用途 (Use)	積載量 (kg) (Capacity)	定員 (人) (Quota)	分速 (m/min) (Speed)	停止階数 (階) (Stops)	台数 (台) (Units)
XIOR	乗用	1,000	15	45	2	2
合計 (Total) : 2						

Escalators Specifications

機種 (Type)	モデル (Model)	ステップ幅 (mm) (Size)	階高 (mm) (Rise)	勾配 (度) (Inclination)	台数 (台) (Units)
GS-NX	S	1,000	11,830	30°	4
合計 (Total) : 4					

スマートフォンで 手軽なエレベータ管理

2022年10月、フジテックはビル管理者向けのエレベータ管理ツール「エレモリ」のサービスをスタートしました。今号は、この「エレモリ」を実際に導入していただいているお客さまの声や機能をご紹介します。



エレモリのロゴは安心を強調するハートの中にエレベータを描き、手を添えることで「エレベータを見守る」ことを表現しました。

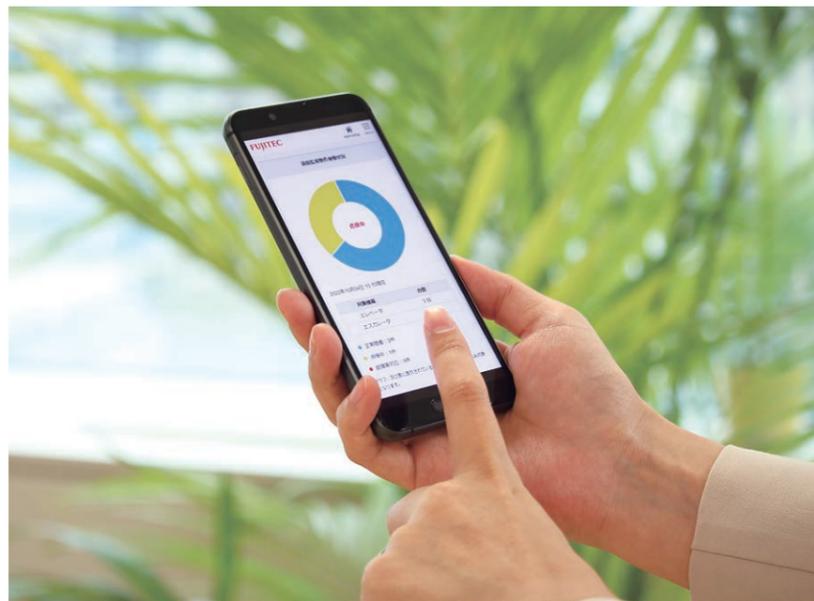
エレベータ管理に携わる方に向けた、管理ツール「エレモリ」

“安全・安心”の施設管理をもっと手軽に

「エレモリ」は、時間や場所を問わずエレベータ・エスカレータを遠隔管理できる、ビル管理者さま向けのウェブサービスです。当社のメンテナンスサービスで蓄積してきた技術を応用し、エレベータ管理の効率化を目指します。

このサービスを使えば、スマートフォンやパソコンからエレベータ・エスカレータの稼働状況の確認やエレベータの運行機能の遠隔設定などが簡単にできます。災害時も迅速な状況把握が可能です。

「エレモリ」は、フジテックとメンテナンス契約を結ぶすべてのお客さまに無料でご利用いただけます。



「エレモリ」でビル管理業務の省力化・効率化に期待

森ビルでは、今後の人口減少による労働力不足の課題に対し、スマートメーターによる検針自動化など、ビル管理業務の省力化や効率化に取り組んでいます。エレベータ・エスカレータの管理業務においては、利用者さまにご不便をお掛けしないためにトラブルを未然に防ぐ「予防保全」が非常に重要と考えています。また、地震などの緊急時には、エレベータの被害状況などを即座に把握し、対処できる体制構築が必要不可欠です。

当社では現在、「エレモリ」で約70台のエレベータを管理しています。「エレモリ」の導入で、これまで現場からの報

告がなければ把握できなかった稼働状況を、パソコンやスマートフォンからいち早く確認できるようになりました。私は毎朝稼働状況をチェックしており、トラブルが発生していないことを確認できると安心感が得られます。特に災害発生時など情報が錯綜しやすい状況に陥った際に、被災状況の確認など初動対応が早くできるようになる点で、その真価を発揮してくれるのではないかと思います。

今後、機能がさらに充実化され、スマートフォン一つでエレベータ・エスカレータに関するより多くの情報が確認できるようになることを期待しています。



森ビル株式会社
管理事業部
管理技術部
技術1グループ
岩佐 知哉 様

「エレモリ」の活用で、エレベータ管理はこう変わる

稼働状況をいつでも把握

エレベータ・エスカレータの稼働状況をパソコンやスマートフォンでいつでも把握可能。運行確認作業の負担軽減だけでなく地震など災害時の迅速な情報収集にも役立ちます。



災害対策も遠隔で

かご内ファンの切り替えなど、エレベータの5種類の運行機能を遠隔で設定可能。台風時にはかごの冠水対策として、パーキング階[※]を遠隔で変更することができます。[※]エレベータが待機する基準階



点検記録がひと目で分かる

遠隔点検報告書や年次定期検査の指摘事項の記録が閲覧可能に。これらの書類は3年間アーカイブされるため、書類管理の手間からも解放されます。



「エレモリ」を利用するには

1 専用登録フォームで申し込み



登録フォームはこちら
お手元に遠隔点検報告書と請求書をご用意ください

2 仮登録メールの発行

3 本登録・利用開始

申し込み翌日からご使用可能です！

※遠隔点検を行っていないお客さまは、当社ホームページの「お問い合わせ」からエレモリ希望の旨をお知らせください。

[Vol. 09]

パーソルキャリア株式会社 「タニモク」



写真はコロナ禍前の「タニモク」イベントの実施風景です。

タニモク 他人の視点で自分を生かす。 目標を見つけるワークショップ

自分の現状をきちんと把握し、目標を立てて取り組む。そうしたいと思っても実際はなかなか難しいもの。思い切って他人の力を借りてみたら――。

パーソルキャリアが提供するサービス「タニモク」は、まさに他(タニ)人が目(モク)標を作ってくれるワークショップです。4人組となり、1人のために同じグループの3人が本人になり代わって目標を提案。これを繰り返すことで全員に新たな目標が生まれます。

ワークショップは事前準備や進め方のマニュアル・台本が用意されているので参加しやすく、個人向けだけでなく学校や職場など活用の場も広がっているとか。

目標設定に他人の視点が入ることで、今まで気付かなかった自分の生かし方が見え、他人の目標を立てるという体験が自分にとっても新たな刺激となる。こうしたメリットが、キャリアアップのきっかけや、職場での相互理解を深める一助となっているようです。

Let's! 未来へのワンアクション Vol. 01

一人一人の小さな行動も、持続可能な社会につながる大事なアクション。
当社が会社や個人で取り組むSDGsに向けた活動を紹介しします。



今号の目標



13 気候変動に具体的な対策を

温室効果ガスの増加によって地球温暖化や異常気象が深刻化。このスピードを緩めるため、二酸化炭素の排出量削減を目的とした取り組みなどが掲げられています。

フジテック株式会社 西モダニ営業部

酒井七海のワンアクション

マイボトルで、脱ペットボトル
小さな継続で環境を大切に



営業時にマイボトルを携帯するようになって、1年以上がたちました。お財布にやさしいことはもちろん、エコな活動につながるとして続けています。取り組み自体は日々の小さなことですが、多くの人が続けばやがて大きな活動になり、いずれは未来の地球環境を守ることに繋がると信じています。

フジテック・タイ

Thanaporn Jaiboon のワンアクション

植樹イベントに参加し、
環境問題への意識が変わりました



タイの首都バンコクにある Warea Phiroom (ワリーピロム) 公園の植樹活動イベントにフジテック・タイの社員8人で参加し、15本の植樹を行いました。今回の活動に参加したことで、環境問題に対する意識が変わりました。今後は「環境に悪いことをしない!」という意識を持つだけでなく、より環境に良いことを積極的に行っていきます。

フジテックのワンアクション



「ダブル連結トラック」で環境負荷の軽減を推進

フジテックでは、エレベータ部材の輸送にトラックの荷台を2台連結して走行する「ダブル連結トラック」を採用しています。この輸送方式は、ドライバーの労働環境の改善に貢献するだけでなく、従来よりもCO₂排出量を約3割削減でき

る、国内でも数少ない先進的なものです。また、当社ではトラックの積み荷の積載効率の向上にも努めています。今後もパートナー企業と連携し、低炭素社会実現のために環境負荷低減への取り組みを継続していきます。



1 カステラのルーツは西洋にあるが、明治時代より前に日本で作られていたことから「和菓子」に分類されている。スポンジケーキと似ているようで大きく違うのは油脂を使っていない点。 2 鎖国で砂糖が貴重品となった時代にも、長崎では南蛮貿易でオランダや中国から輸入した砂糖が豊富に手に入った。そのおかげで、甘くしっとりとしたカステラがこの地で作られるようになった。



ハウステンボス



1 「雲仙温泉」の泉質は殺菌効果のある強酸性の硫黄泉。最高温度は98度で、鉄イオン、アルミニウムイオン、硫酸イオンが含まれている。リウマチ、糖尿病、皮膚病などに効果があるとされる。 2 「雲仙地獄」とは温泉街に点在するさまざまな地獄の総称。最も噴気の激しい「大叫喚地獄」をはじめ、「お糸地獄」や「清七地獄」など30余りの地獄があり、それぞれに由来や伝説が残る。



平和祈念像



ご当地の名品名所

連載 Vol. 09

国内外の各地で働くフジテックの社員がえりすぐった、さまざまなご当地情報をご紹介します。今回は「長崎県」にフォーカスして地域の魅力をお届けします。

今回は……

長崎県



▶ Pick up

【カステラ】



ちやんぼん

長崎でおいしく進化した南蛮菓子

甘い香りとしっとりした口当たりで、大人も子どもも大好きな「カステラ」。ルーツはおよそ400年前に伝えられた南蛮菓子です。開港まもない長崎港に初めて上陸したポルトガル人が持ってきたもので、スペインのカステーリャ王国のお菓子ということから「カステラ」と呼ばれるようになったとか。その後、長崎の職人が長い年月をかけて改良を重ね、長崎カステラとして定着しました。全国に

知られるようになったのは明治以降で、初めは土産や贈答用の高級菓子だったそうです。

主な材料は卵、砂糖、小麦粉。長崎では江戸時代や明治時代から続く老舗が、材料の配合や製法にこだわってそれぞれの味を生み出しています。昔ながらのシンプルなおいしさも人気ですが、抹茶やチョコなど味のバリエーションも多彩。今では身近なお菓子ですが、やはり本場の味は格別です。

STAFF VOICE

現地スタッフのおすすめ



教えてくれたのは……

フジテック株式会社
長崎営業所 課長代理
米田 歩未

かわいい縁起物「桃カステラ」

カステラ生地の上に砂糖のアイシングで桃をかたどったかわいらしい「桃カステラ」は、桃の節句やお祝いの縁起物として親しまれている郷土菓子。鎖国時代に貿易港として栄えた長崎の歴史を感じながら食べています。

長崎ならではの縁起菓子



▶ Pick up

【雲仙温泉】

美しい自然と迫力の「地獄」を満喫

島 原半島には泉質や効能が異なるいくつもの温泉があり、「雲仙温泉郷」として古くから親しまれてきました。温泉郷の中央に位置するのが「雲仙温泉」。701年開湯と伝えられる歴史ある温泉で、キリシタン殉教の舞台としても知られています。山々に囲まれた温泉地は、春には可憐な花が咲き、冬には「花ぼうろ」と呼ばれる霧氷が見られるなど、四季折々の自然も美しく、明治・大正時代には外国

人の避暑地としても人気だったそう。温泉街のメインスポットは「雲仙地獄」で、強い硫黄の香りに包まれ、荒々しい岩山が至る所から温泉や蒸気を噴き出す様子は迫力満点です。眺めるだけでなく、足蒸しで地熱や噴気を体感したり、熱々の温泉卵を頬張ったりと「地獄」にはいろいろな楽しみも。自然と温泉、そして長崎・島原という土地ならではの歴史に彩られた雲仙の魅力を体験してみませんか。

カトリック
浦上教会



STAFF VOICE

現地スタッフのおすすめ



教えてくれたのは……

フジテック株式会社
長崎サービスセンター
藤本 翔太

秋には紅葉と温泉で癒やされます

雲仙は紅葉の名所としても有名です。見頃は10～11月頃。肌寒くなってくる季節、紅葉を楽しんだ後は雲仙温泉で冷えた体を温めれば、ホッと心休まるひとときを堪能できます。気軽に楽しめる日帰り温泉もあります。

紅葉も雲仙の見どころ



移動をつくる 現場から

— VOL.01 —

移動の「安全・安心」や
新しい体験を生み出す現場から、
フジテックのさまざまな
プロフェッショナルたちを紹介します。



実際にエレベータとロボットの連携が成功し、無事に動いたときは、ホッとすると同時に今後の可能性を感じました（北川）

CATEGORY

エンジニア

INTERVIEW

フジテック株式会社
研究開発本部 知能システム部
北川 新也

「エレベータとロボットの会話」で、 移動の新たな可能性を模索

知能システム部は、主にエレベータの頭脳となる制御プログラムを開発する部門です。最近では、IoTを使ってエレベータとさまざまなビル設備を連携する動きが活発です。

その中で私が開発に携わっているのは、ロボットとエレベータの連携機能です。例えば、ロボットがエレベータの乗り降りを自分でできるようになれば、自立して別のフロアを往来することが可能になります。そのためにはインターネットを介して、適切なタイミングでエレベータの動きをロボットに知らせ、ロボットからの指令を受け取るなど、「エレベータとロボットとの会話」を成立させることが大事になってくるのです。

IOTを使ってエレベータとロボットを連携させたように、エレベータが外部のさまざまなシステムとつながることができれば、これま

で人が担ってきた配送のような仕事をロボットが担うなど、社会的な課題である人手不足の解消に貢献する可能性があると感じています。人によさしい未来を実現するために、最新の技術トレンドをキャッチしながら、0から1を生み出すような開発に挑戦しています。

COLUMN

エレベータと配送ロボットの連携



フジテックは、2023年1月11日から始まったJR目黒MARCビル内でのエレベータと配送ロボットの連携実証実験に参加。ロボットのフロア移動を実現しました。

フジテック株式会社

USNET [アスネット] 2023 SPRING No.68 (2023年4月1日発行)

編集・発行/フジテック株式会社 東京本社 広報室

〒108-8307 東京都港区白金1丁目17番地3号 TEL.03-4330-8233 www.fujitec.co.jp