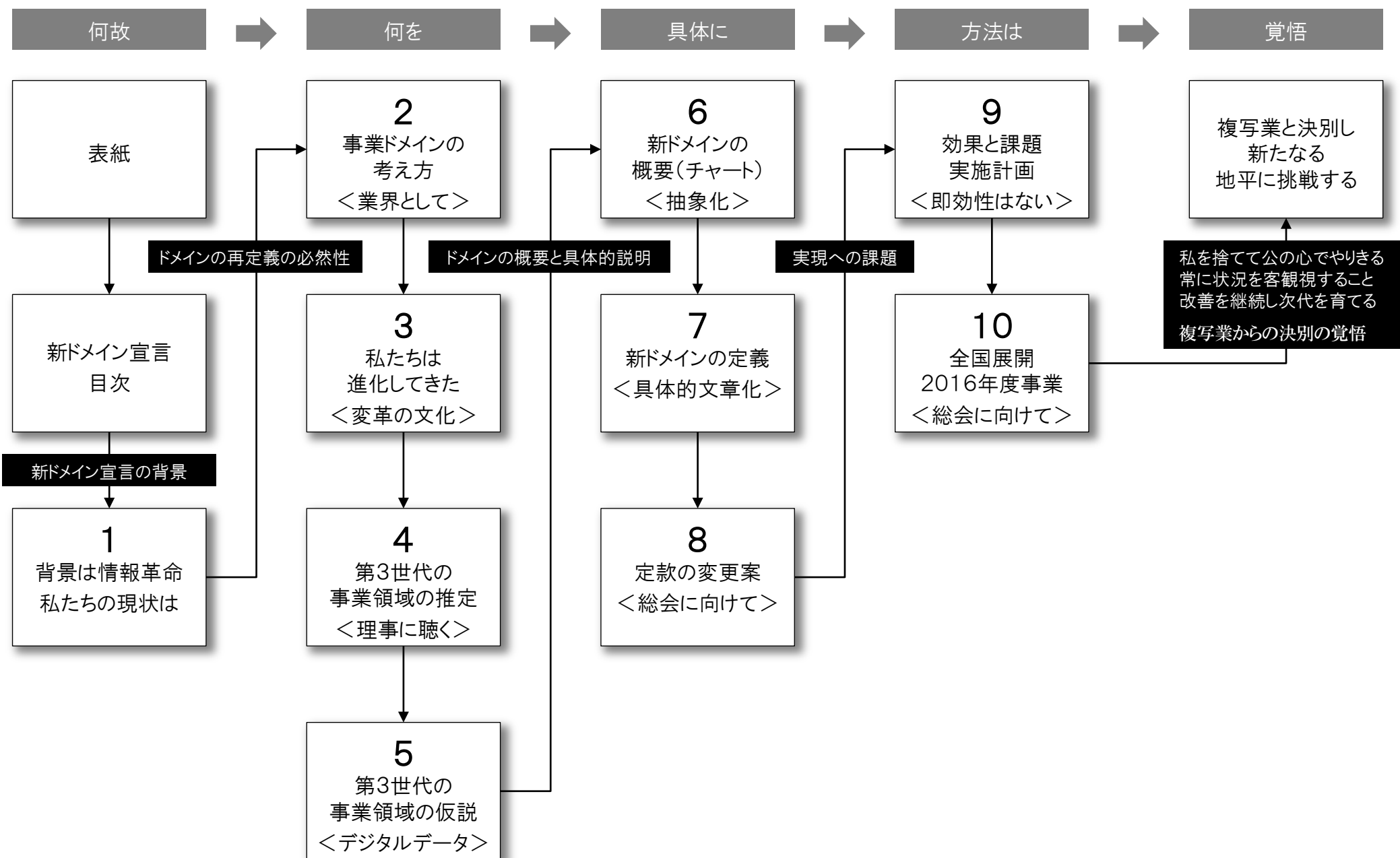


新たな地平に挑戦する

日本ドキュメントサービス協同組合連合会
＜DS連＞

本書の構成



日本ドキュメントサービス協同組合連合会

私たちは
いまに適応し、あすに生きるため
複写業から
ドキュメントサービス業へと変革する
新たな地平への挑戦

1. 情報革命、いまに適応し、あすに生きる

背景

第4次情報革命の第3段ロケットに点火された
ICT社会はさらに加速度を増して進化する

情報革命Ver.1.0：文字の発明(BC6000→5000年後)

Ver.2.0：書物の発明(BC1000→2500年後)

Ver.3.0：印刷技術の発明(AD1450→500年後)

Ver.4.0：コンピュータ(AD1945→45年後)

Ver.4.1：デジタル化(AD1990:PCと周辺機器→20年後)

Ver.4.2：Web活用(AD2010:IoT・Industry4.0→10年後)

Ver.4.3：AI活用(AD2020:多種多様のロボットの出現)

コミュニケーション技術は指数関数的に進化した。ICTの進化は社会を変化させた。すべての企業・業界において明日は未知である。そして、情報伝達手段(Media)を多様化させた。

同じ情報を紙から紙へと同一媒体(メディア)へ移動させることを**複写**という。情報の移動伝達手段であるメディアの多様化によって、複写業務量が低下した。同時に現実に適応すべく、私たちの業務もデジタルデータを中心としたものに変化しつつある。**同じ情報を異なるメディアに移動させる業務**が増大してきた。

2016年3月31日、「複写業」の象徴であった「ジアゾ商品」が終息した。ICT社会へ業界全体が適応し、さらには進化するには何をなすべきか。多様な経営者、地域毎の経営環境、大小混淆の企業群、そして地域を束ねる協同組合、その集合である連合会組織、それぞれは何ができるのか、何をなすべきなのか。

新たな地平への挑戦—第3世代の連合会

私たちは

ICT社会の未来、その地平の彼方に挑戦する
いまに適応し、あすに生きる

第1世代：全日本青写真工業連合会(全青連)

第2世代：日本複写産業協同組合連合会(複写連)

私たちの全国組織は、全青連、複写連と歴史を重ね多くの仲間がいる。複写連が存在する限り、仲間と共に成長できる業界へと変革させるのは私たちの使命であるとする。

多くの人にとってICT社会の未来、その地平の彼方は未知である。私達もまた、業界の生存をかけて未知への挑戦をおこなう。私たちの業界価値(顧客・技術・機能そして業界文化)を広くICT社会に問う。その実現のために、私たちは現代に適応する事業領域(ドメイン)を再定義し、業界が果たす社会への役割を業界内外に発する。どの領域で複写業によって培ってきた技術や機能が役に立つのかを定義し、そのうえで新たな事業領域によって新しい顧客を創造しなければならない。

所属員に第3世代の業界を明示する。

日本複写産業協同組合連合会はその定義に相応しい名称に変更し所属員の隅々まで周知する。

第3世代業界の基本的な考え方

いまに適応 —デジタルデータを中心にした事業
あすに生きる—変化に耐えるための顧客の創造

私たちの事業を俯瞰し仮説を検証する

1. 情報革命 ver.4.3 いまに適応し、あすに生きる

第4次情報革命の第3段ロケットに点火された ICT社会はさらに加速度を増して進化する

情報革命 Ver.1.0 : 文字の発明 (BC6000 → 5000年後)

Ver.2.0 : 書物の発明 (BC1000 → 2500年後)

Ver.3.0 : 印刷技術の発明 (AD1450 → 500年後)

Ver.4.0 : コンピュータ (AD1945 → 45年後)

Ver.4.1 : デジタル化 (AD1990: PCと周辺機器 → 20年後)

Ver.4.2 : Web活用 (AD2010: IoT・Industry4.0 → 10年後)

Ver.4.3 : AI活用 (AD2020: 多種多様のロボットの出現)

2. いまに適応し、あすに生きる

ICT社会の未来、その地平の彼方に挑戦する いまに適応し、あすに生きる

第1世代: 全日本青写真工業連合会(全青連)

第2世代: 日本複写産業協同組合連合会(複写連)

第3世代業界の基本的な考え方

いまに適応 — デジタルデータを中心にした事業

あすに生きる — 変化に耐えるための顧客の創造

私たちの事業を俯瞰し仮説を検証する

2. 事業ドメインの考え方 参考資料

事業ドメインとは

Business Domain

企業が事業を展開する領域を指す。今どのような事業に従事しており、将来どのような事業に従事するのかを表している。拡大解釈をして、組織の存在意義(レーゾン・デートル *raison d'être*)と定義する場合もある。

事業ドメインを定義する重要性を最初に指摘したのはセオドア・レビットといわれている。レビットが1960年に発表した論文「マーケティング近視眼」の中で、企業の衰退理由のひとつとして、事業範囲の定義を誤り、狭い範囲の中に自社を閉じ込めてしまったことを挙げた。例えば、米国における鉄道会社の衰退は、旅客と貨物の輸送需要が減少したためではなく、「鉄道」という製品に固執したため、自社事業を「鉄道事業」と捉え、「輸送事業」と捉えなかったためだとしている。その結果、トラックやトレーラー輸送の出現により鉄道輸送に対するニーズが侵食されることになる。事業ドメインを定義し直すことで、たとえ衰退しつつある産業に属した企業でも、新しい方向を目指し、生き残っているということを示唆している。

出典：

http://leadershipinsight.jp/dictionary/words/business_domain.html

「いまに適応し、あすに生きる」—新たな事業ドメインの考え方

- 所属員企業のドメイン定義と業界組織のドメイン定義は異なる
- 所属員企業においての定義は多種多様個性的であるが、業界組織は未来志向を含む最大公約数的性格が優先される
- 場合によっては、所属員企業に先行して業界組織が例示することも必要(業界組織の価値)
- 業界ドメインを定義(表現)するとき、実態的・具体的・今日的意味が重要(いまに適応する)
- 表現において今日的ではあるが、次代を見据えることは必須(あすに生きる)
- 業界共通の主軸となる事業を明確に(機能)
- 何ができる業界なのかを明確にする(技術)
- 社会にどのように貢献する業界なのかを明確にする(顧客)
- ドメインに相応しい名称に変更する(名称)

ドメイン仮設構築の具体的方法

- 青写真から複写業へと進化し現状に至る過程を整理する
- 現状調査(アンケートとヒアリング:現況・意識・意向)の結果を明示
- 歴史と現状から新ドメインの仮説を立てる
- 下記の項目を基本に新ドメインの定義と組織名称を検討する
 - 経営に対する貢献度の高い事業
 - 所属員の共通の事業
 - 成長性の期待できる事業
 - 顧客業種・顧客数が拡大する事業
 - 複写業で培った強みが生かせる事業
 - 新組織が賛助会員と共に支援できる事業

業界の環境適応は生存継続の条件である。企業経営においてはドメイン定義が先行しイノベーションの指針となる。しかし一般的には、業界団体においては先行する変化を追認する形でドメインが決定される。

業界の歴史は？

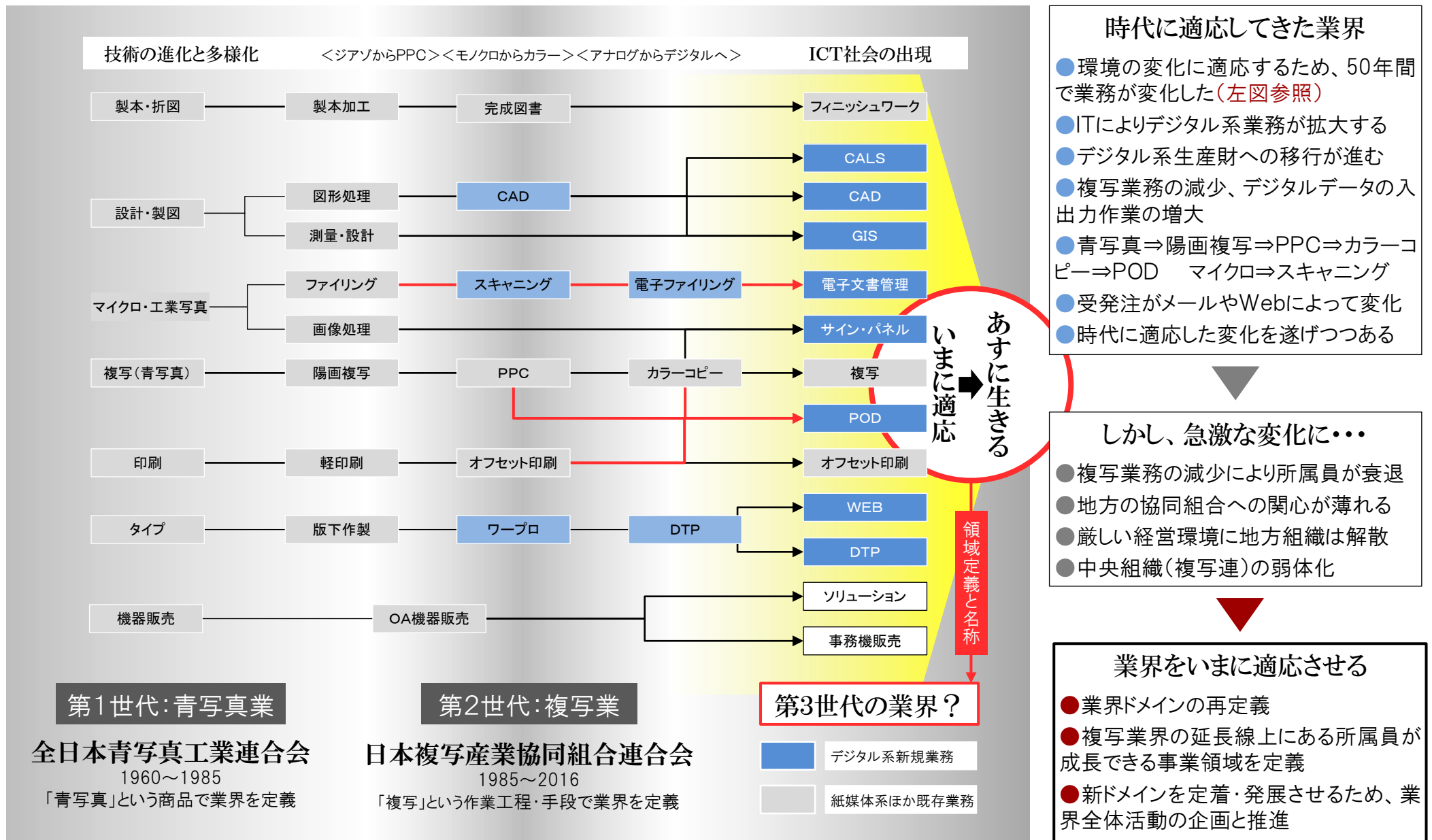
業界の意識は？

業界の領域は？

業界の名称は？

3. 私たちは進化してきた 業界の歴史を振り返り、将来の仮説を考える

変化する環境に私たちは適応してきた<複写業界—進化の過程>



4. 第3世代の事業領域の推定 理事に聴く

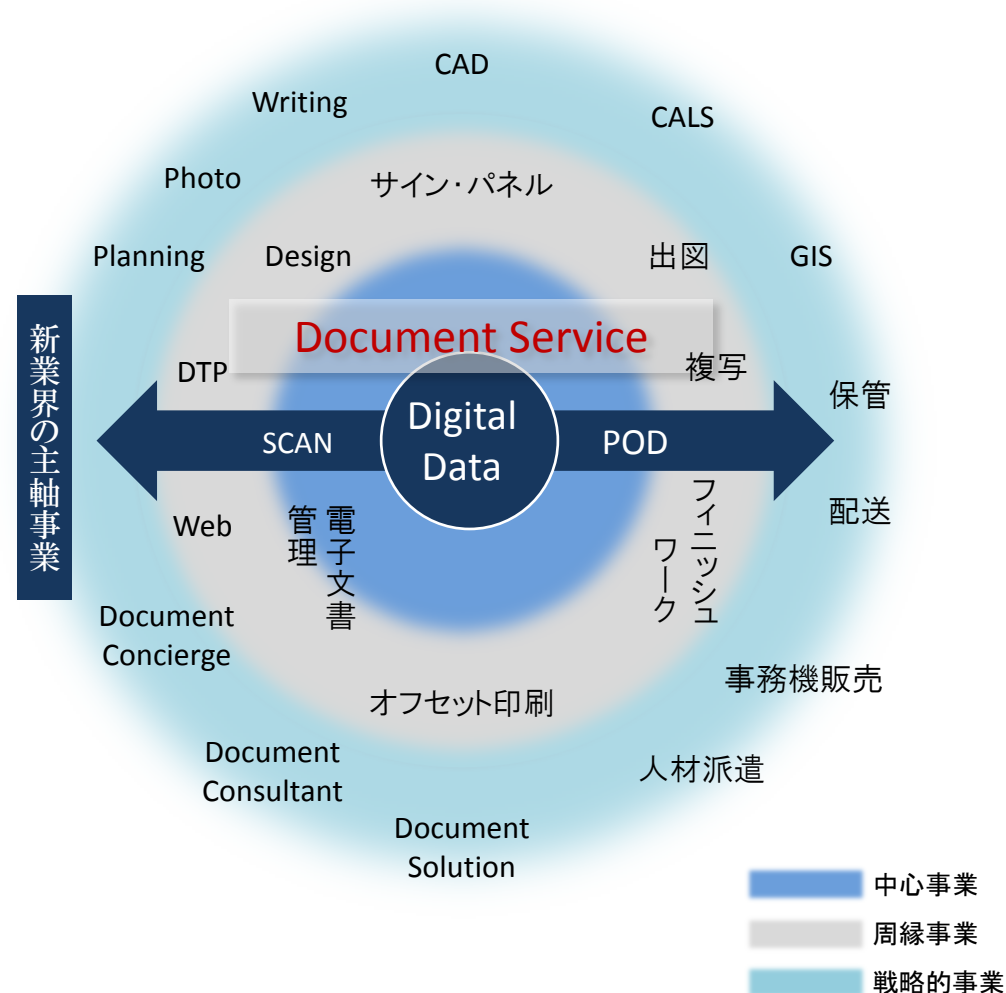
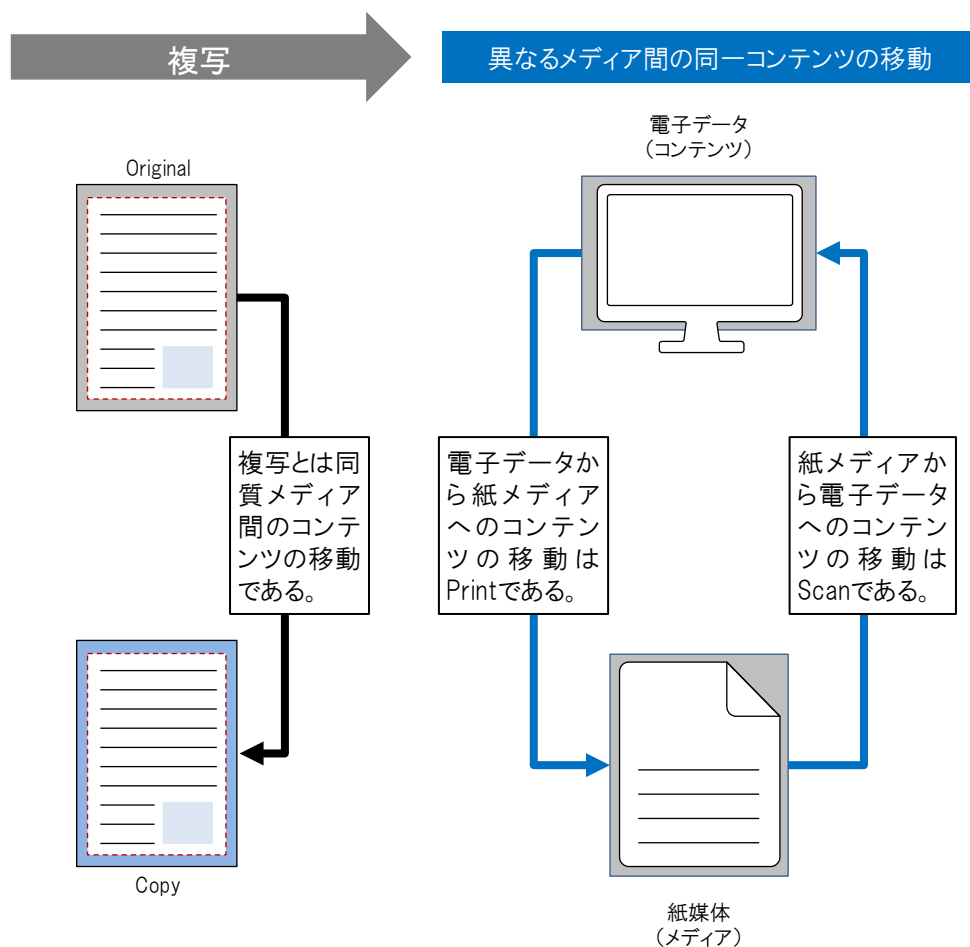
理事ヒアリングによる業界の現状 各位が「Yes」と回答した事業を集計し、 回答数に応じて「A～C」に分類し右欄に記入する		フィ ニッ シュ ワー ク	C A L S	C A D	G I S	電 子 文 書 管 理	サ イ ン パ ネ ル	複 写	P O D	オ フ セ ット 印 刷	W E B コ ン テ ン ツ	D T P	ソ リ ュー シ ョ ン	事 務 機 販 売
主たる事業領域とは	自社の業務である(外注可) A:70%以上 B:20-69% C:20%未満	A	C	C	C	A	C	A	A	B	C	B	C	C
	売上比率は(回答数の多いものを記載) A:30%以上 B:10-29% C:10%未満	A	C	C	C	B	C	C	A	B	C	C	C	C
次世代事業領域の 成長性	成長が期待できますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	C	C	C	C	A	B	C	A	B	C	B	C	C
新規顧客の創造	顧客業種が拡大できますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	B	C	C	C	B	B	C	A	A	B	A	C	C
	顧客数が拡大できますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	B	C	C	C	B	B	C	A	B	C	B	C	C
業界の強みを 生かせる領域	業界文化・技術が生かれますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	B	B	B	C	A	A	A	A	B	C	C	C	C
仲間との協業によりさらに 成長が促進される領域	協業で事業がより推進できますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	C	C	C	C	A	B	C	B	C	B	B	C	C
小規模企業でも 参入できる領域	設備投資・技術投資・人材教育がこれ から可能ですか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	C	C	C	C	A	B	C	A	C	C	A	C	C
新組織の価値が 創造しやすい領域	第三世代組織が事業発展の支援がで きますか A:50%以上 B:20-49% C:20%未満	C	C	C	C	C	B	C	A	C	C	B	C	C
第3世代の主軸業務		21	11	11	9	35	25	17	43	23	13	22	9	9

回答のもっとも多いものを記載する
A:5点 B:3点 C:1点

5. 第3世代の事業領域の仮説 現状の業界事業の主軸は

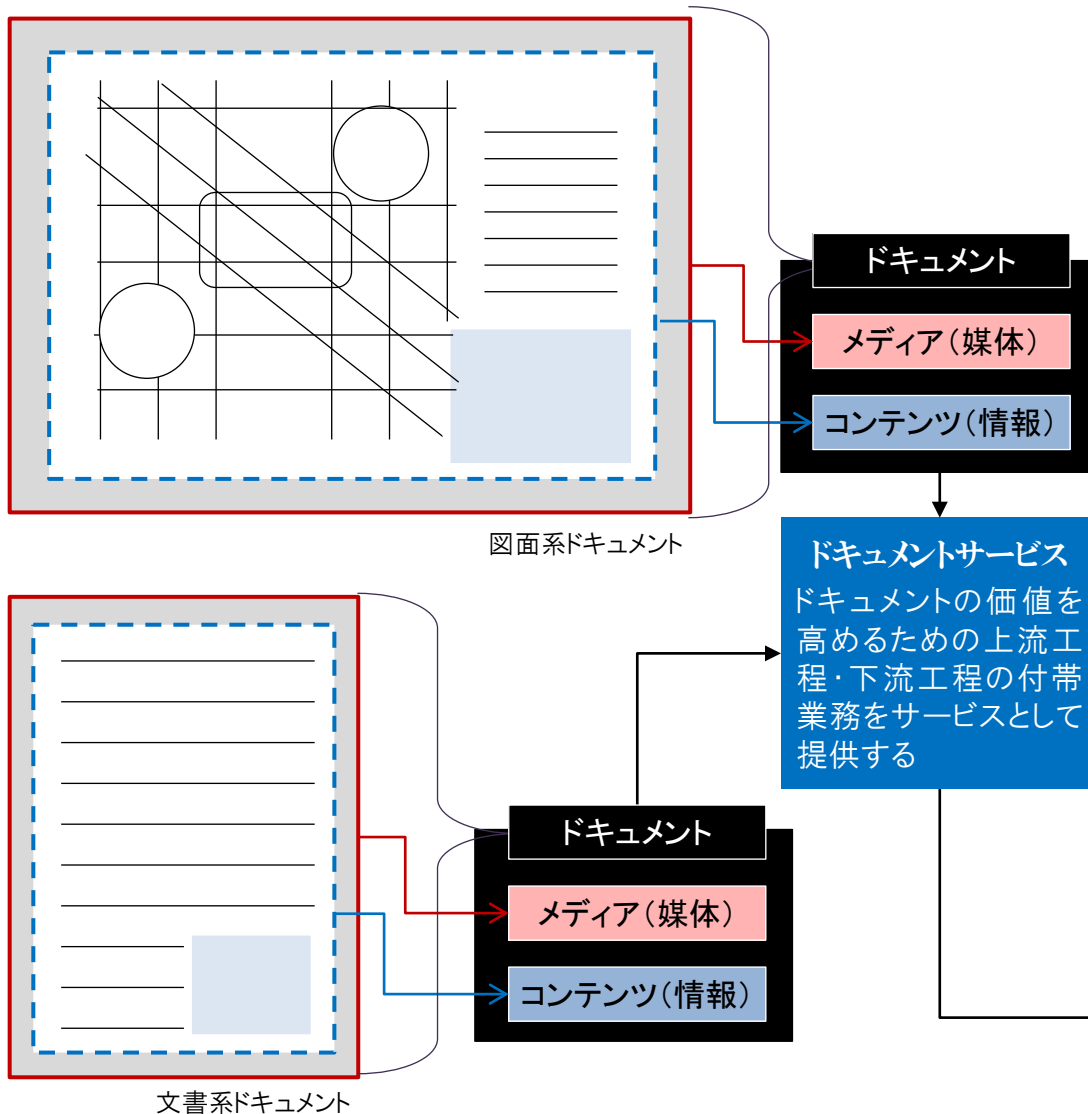
多様なメディアの時代を迎えて、
同質メディアへのコンテンツ移動である複写から
異質メディア間のコンテンツ移動である
デジタルデータの入力・出力が主流となる

複写業務の減少により
Digital Dataを中心とした事業を展開
ドキュメント価値を高める事業へとさらに拡大する
業際化は必然となる



6. ドキュメントサービス ドキュメント価値を高める

ドキュメントの構造



ドキュメント価値を高めるサービスの提供

ドキュメントはコンテンツとメディアを有する構造である。

複写業の原点である青写真は、
図面というコンテンツを青写真というメディアに複写した。
それをドキュメントという。

ドキュメントによって、人は考え、伝え、決め、行動し、
そして社会が形づくられてきた。

青写真は当然のことながら、
構造本質的にも媒体価値的にも、
ドキュメントの本質そのものであった。

私たち複写業はドキュメントを扱ってきた業界である。

業界の始まりには「モノで定義された『青写真業』」と呼ばれ、
その後は「プロセスで定義された『複写業』」へ変更した。

ICT時代を迎えて多様なメディアが誕生した。
紙から紙へという複写業は急速な衰退期を迎えた。
紙と電子の往還による事業へと主軸は移動した。

異種メディア間のコンテンツ移動が常態化したいま、
現代に適応した業務領域への変革は必然である。
その業務領域を定義し名称を与える。

ドキュメントの本質に回帰し
ドキュメント価値の追求を業界の根本とし
その価値を高める諸業務をサービスとして提供する
高質なドキュメントサービスの提供により社会発展に寄与する

7. ドキュメントサービス業 その価値とサービス

ドキュメントサービスとは、ドキュメント作成のプロセスで必要とされる物的・人的の両面に亘る業務の提供である。私たちの生業におけるドキュメントとは何か、その定義を試みる。

＜ドキュメントの構造と価値＞

ドキュメントという言葉の語源はラテン語の“docare(ドケーレ)”である。“docare”とは「教えること」という意味である。本来的にドキュメントという言葉は、人に何らかの情報を伝え何かを教えるという意味があった。情報を持ち、その情報を伝えるという点においてドキュメントそのものに価値がある。しかしその情報によって人が動く、あるいは動かされることによってさらに大きな価値を生む。ドキュメントは新たな価値を誕生させる端緒となる。その点において、ドキュメントの真の価値が存在する。私たちの業界から発した「青写真を描く」という言葉は、大きな夢を実現する新たな価値創造の第一歩を絶妙に表現している。

ドキュメントというと、一般的には文書や書類と訳されている。しかしドキュメントの本質的効用において重要なことは人間の営みを左右しているということである。モノを超えたより深い意味と価値を有する。

ドキュメントは「コンテンツ」と「メディア」を有する構造である。すなわち両者が一体となってその価値を伝え、その効用を及ぼすことができる。グーテンベルグによって「旧約聖書」というコンテンツが「紙」というメディアに印刷されて中世ヨーロッパに広まった。印刷技術によって、メディア(印刷物)の大量生産が始まった。知(情報)というコンテンツが印刷技術により紙(媒体)というメディアに転写され大衆に頒布された。大衆は知を共有する機会を得た。その後の宗教改革、ルネッサンス、産業革命、資本主義・・・、人類に印刷技術は大きな影響を与えた。印刷技術は文字、書物の発明に次ぐ第3次情報革命といわれている。

メディア革命が人の営みを大きく変化させた、といえる。

情報伝達技術は20世紀中盤からデジタル技術によってより大きな転換点を迎えた。私たちの関係するところでは、20世紀の終盤までは主としてアナログ処理的にメディアは作られていた。その後にデジタル技術が進化し、メディア世界に大きな変革が起こった。デジタル技術は多様なメディアを出現させ、情報受発信量は指数関数的に増大している。情報社会におけるデジタル革命の出現である。AI(人工知能)の時代も視野に入った。

デジタル革命は印刷革命につぐ第4次の情報革命である。過去のメディアの主流であった紙に頼る複写業界は変革を余儀なくされた。

参考文献:ドキュメントの新たな価値提供(富士ゼロックス株式会社執行役員大西康昭)

＜ドキュメントサービス＞

青写真は感光紙というメディア(媒体)に図面というコンテンツ(情報)を複写したものである。オリジナルから青写真という同質の他のメディアに移動されたものはコピーと呼ばれる。それによって、人は考え、伝え、決め、行動した。そして社会が形づくられてきた。青写真は構造的にも価値的にもドキュメントの本質そのものであった。

複写技術は大量生産には不向きであるが、逆に必要な部数、必要な個所、必要に応じてそれらを提供できるという特性がある。それが結果として現代のICT時代では常識となった「オンデマンド文化」に合流した。複写文化の現代への適応可能性の源泉である。

あらためて自分たちの価値を考える。複写というプロセスを経て青写真というモノを提供し、それによって対価を得て社会に貢献してきた。青写真は戦後日本の復興の陰の力を果たした。業界の草創期においては「モノで定義された『青写真業』」と呼ばれ、その後の日本の成長期には「プロセスで定義された『複写業』」へ名称を変え時代に適応してきた。

その価値の本質は「ドキュメント(コンテンツ)の複写ならびに製図や製本などの関連業務(サービス)を通じて社会に貢献してきた」といえる。(「3. 私たちは進化してきた」を参照)業界の草創期より「ドキュメントサービス」を社会に提供してきた業界である。具体の業務は技術革新により急速に変化した。

ICT時代を迎えて多様なメディアが誕生した。同質メディア間のコンテンツの移動を「複写」というが、紙から紙へという複写業の時代は終焉を迎え、紙と電子の往還による事業へと業務は変化した。異種メディア間の移動が常態化したいま、複写業界が生存するためには現代に適応した業務領域への変革は必然である。その業務領域をあらためて定義する。

業界における主たる取り扱い対象をドキュメント(電子データ+紙媒体)とし、それを提供する、あるいは価値を高める物的・人的業務を総じてサービスといい、

その領域を＜ドキュメントサービス＞とする

デジタルデータを業務の中心におき、その前後の工程、すなわちスキャニングなどの電子媒体化、プリントなどの紙媒体化を業務の主軸とする。DTP、電子文書管理、フィニッシュワークなど、業務に関連する付帯業務も含め総じてドキュメントサービスとする。

※ドキュメントとサービスは一体で「業」としての意味を成す。したがってドキュメントとサービスの間には「・(中点)」を挿入しない。しかし英文表記の場合は“Document Service”とし、省略する場合は“DS”とする。

8. 定款の変更 新旧対照

旧

第1章 総則

第2条 本会は、**日本複写産業協同組合連合会**と称する。

第3章 会員

第8条 本会の会員たる資格を有するものは、本会の地区内において**複写業(文書・図画等のアナログ及びデジタル情報を、複写加工・複写複製し、当該複製物を提供することを業とするもの)**を行う事業者で組織した事業協同組合とする。

第7章 複写連パートナーズ

(複写連パートナーズ)

第52条 本会は、本会の趣旨に賛同し、相互の事業の発展・共生のために支援、情報交換、交流等を通じ協力しようとする者を**複写連パートナーズ**とすることができる。ただし、**複写連パートナーズ**は、本会において、法に定める会員には該当しない。

2 **複写連パートナーズ**について必要な事項は、規約で定める。

新

第1章 総則

第2条 本会は、**日本ドキュメントサービス協同組合連合会**と称する。

第3章 会員

第8条 本会の会員たる資格を有するものは、本会の地区内において**ドキュメントサービス(文書・図画等の紙媒体及びデジタル情報の入力・出力・複写・加工のサービスを提供すること)**を行う事業者で組織した事業協同組合とする。

第7章 DSパートナーズ

(DSパートナーズ)

第52条 本会は、本会の趣旨に賛同し、相互の事業の発展・共生のために支援、情報交換、交流等を通じ協力しようとする者を**DSパートナーズ**とすることができる。ただし、**DSパートナーズ**は、本会において、法に定める会員には該当しない。

2 **DSパートナーズ**について必要な事項は、規約で定める。

9. 新ドメインの本質 実施計画と検証

＜イノベーションを触発する＞

業界の始まりから今を俯瞰し、調査・仮説のプロセスを経て新ドメインを定義した。ドメインは所属員の発展可能領域を示すものである。未来への可能性を表出する言葉であり、各所属員の現状業務を否定するものではない。図面ドキュメントの製図・複写・出力・製本等の全工程を一社・単独業界で処理できるのは私たち複写業界だけである。そこに業界の矜持がある。図面の作成・伝達・記録方法はさらに変化するが、図面の持つコンテンツ価値は不変である。図面メディアの変化に対応すれば図面事業も成長の可能性は大いにある。図面ビジネスは業界の生命線でもある。一方、複写という視点からは成長は見込めないことも事実である。図面のない世界はない。ドキュメントの本質に注目するならば必ず新たな図面ビジネスも展望されるだろう。新ドメインは既存事業に新たな視点を与え、図面事業においても「ドキュメントサービス」の視点から価値を評価し検証し続けなければならない。

業界のデジタル化への対応は既述した。私たちの業界は、社会変化に可能な限り最適化し続けて今がある。その結果、ドメインとして「複写業」という括りでは定義できなくなった。現実の業界を詳らかに解釈し、その延長線上の成長可能領域の仮説を提示しない限り、複写業の衰退消滅を座して待つだけである。業界の復興を期し、次代の人達に希望を与えるため、複写業文化を尊重しつつも「ドメインの再定義」は必然であった。しかしそれは決して過去を否定するものではなく、過去の財産のうえに形づくられるものであると明言できる。新ドメインは諸先輩方の感謝のうえに存するものである。

ドメインとは「企業が事業を展開する領域を指す」と説明した。あくまでも「どの領域で事業を展開するのか」という概念的なエリアの定義である。時には他業界と業務領域が重なる業際化のいま、事業領域を明確に定義して所属員をリードするのは当然である。しかし、新ドメインを決定したからといって眼に見える成果はすぐに現れない。この点において必ず課題とされるだろう。しかし断言できることは、「複写」というドメインでは閉塞的であり明日は見えない。「ドキュメントサービス」という領域には開放的な明日への可能性を感じる。業界全体でドメインを共有し、一日でも早く複写業から卒業する。それが結果として各所属員の次代のイノベーションを触発し、「いまに適応し、明日に生きる」ことが可能となる。その点において「ドキュメントサービス」というドメインの価値と本質がある。

新ドメインを言葉遊びにしないために、個々の所属員が自社の資源や市場特性によって具体的な戦略・戦術を構築しなければならない。その構築支援が全国組織の使命である。

最後に本項にて、狙う効果と問題点を抽出し、業界内外への展開案を提示する。

新ドメインによる効果

- 複写業からの出口が見えてイノベーションが推進される
- 複写の本質であるオンデマンド文化の強みを活かすことができる
- 情報受発信量、情報受発信者の増大によりドキュメントビジネスが拡大する
- 多種多様多数の新規顧客の獲得機会の増大
- 図面顧客依存からの脱却が同一市場内での同一商品の競争を防止する
- 新たな顧客の創造によってイノベーションが萌芽する
- 多種多様多数の顧客への対応のため業界内の協業が生まれる
- 協業の増大により業界内の結束が生まれ強化される
- 顧客の多様化増大化によりイノベーションが実現する
- 複写業との決別からドキュメントサービス業へと業態が変革される
- 次代が育ち事業が継承され事業継続性が担保される

今後の課題

- 全国への普及啓発と具現化するための事業
- 教育事業の全国展開

展開計画

- 2016年7月～11月：広報と全国啓発活動
- 2016年7月～2017年3月：ドメイン具現化のための教育事業の推進

10. 全国への展開 2016年度事業の概要

1. ドメインの再定義による連合会名称の変更

第一世代—青写真業、第二世代—複写業。

ICTの急激な進化により複写業務は減少している。複写事業が所属員の紐帯であり続けることが困難である。その一方、複写業から派生した新事業が次から次へと萌芽している。このような状況のなか、連合会の役割は複写業の延長線上にある新しい業界・業態へと所属員を導くことであると考え。

その第一歩として、第三世代の私たち共通の事業領域を明示しなければならない。連合会の事業領域(ドメイン)の再定義は必定である。そのうえで新ドメインに相応しい名称へと変更し、何をめざす組織なのかを鮮明にし、所属員の先頭に立って次代への牽引役を果たさねばならない。本書にてその説明を行った。

●新ドメインと組織名称<ドキュメントサービス協同組合連合会>

2. 地域連帯事業

私達はジャゾ終息を機会として、新ドメインの定義のもと「ドキュメントサービス協同組合連合会」と名称を変更する。業界の善き部分は残し、変化しなければならないところは変革をしていく。私たちの世代で複写事業から第三世代の業界へと脱皮し、複写業との決別宣言を行う。

かかる変革期において連合会として重要なことは、新ドメインの本質を一方的な通知で終わらせることなく、理解をしていただけるように全地域において十分な説明が必要である。新しい組織体制のなか理事会メンバーは地域を分担してその説明の任にあたる。あわせて、地域ごと、各社ごとの状況や課題を聴き連合会の施策に反映させる。非所属員も対象として参加を促進する。

●地域訪問(説明とヒアリング)

●地域での理事会開催

3. 全国調査事業

所属員の現状把握と複写連事業の客観評価と改善のため、所属員の事業の変化や複写連事業の反応を聴く。あわせて新ドメインの理解度や名称についての反応を見る。

●調査事業

4. 教育事業

2015年度はPODガイドブックに即したEラーニング事業を実施した。調査の結果によると熱心な所属員においては有効なツールである。したがって所属員のさらなる育成のために今年度も実施する。

●PODガイドブックEラーニング事業

●地域組合の要望に応じて賛助会員と教育事業の支援を行う
(経営系・営業系・制作系など)

5. 賛助会員連携事業

連合会所属員は次代の大きな変化点にいる。その地点の先は曲がり角になっている。曲がった先は未知である。この状況では独自の努力だけで未知の世界に飛び込むには限界がある。そこで賛助会員の御支援が重要である。さらに支援を受けるだけでなく、協業連帯して第三世代の事業を推進し、相互に新たな価値を創出しなければならない。

私たちの次代事業の支柱のひとつとしてPOD事業がある。本事業を業界に普及させるためには市場のPOD文化を育成しなければならない。賛助会員の事業として、またドキュメントサービスを推進する連合会として緊密な相互連携が不可欠である。

●POD文化化戦略を賛助会員と共に推進する。

6. 全国大会

2016年10月28日近畿複写産業協同組合がホストとして「Arima Summit 2016」を開催する。会場は近畿の奥座敷有馬温泉。当地では複写連の前身である全青連の設立大会が開催された。第三世代の業界創造の第一歩を踏み出すに相応しい地である。また参加各位に向けての提言として、仲間の先進的事例を紹介する分科会を企画している。参加者や次世代の人達への刺激とし、また地域混合による同室宿泊によって新たな連帯のきっかけを願うものです。ご参加をお願いします。

●全国大会の参加

7. ISMSの啓発

インターネット社会において情報受発信量が指数関数的に増大し、情報セキュリティの重要性は益々高まっている。ドキュメントとはコンテンツとメディアによって構成される。コンテンツは情報そのものであり、個人情報とともにそのセキュリティを守らなければならない。ドキュメントサービス事業を推進するためには必須である。

●feasibility study

8. 401K

日本ドキュメントサービス協同組合連合会 新たな地平に挑戦する

組織には三つの価値が在る

場の価値(存在)

力の価値(集合)

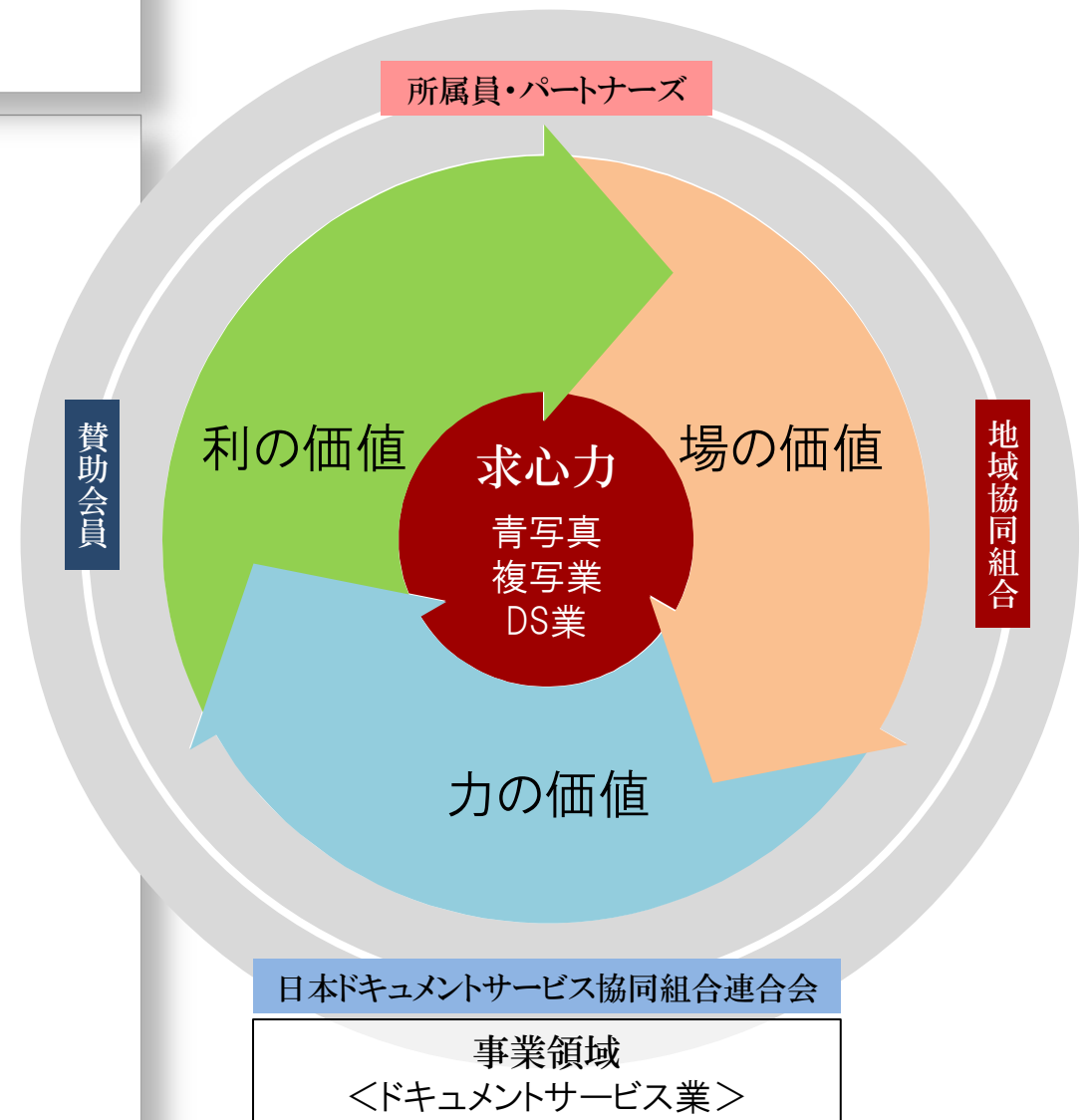
利の価値(還元)

このなかで私たちは育てられ
そして、生きてきた

いま、組織の求心力であり
象徴であった
ジアゾが消えた

それは、複写業が衰退することを意味する
業界組織はそのまま消えるのか、
それとも次代に進むのか

私たちは
複写業と決別し
新たな地平に挑戦する



新たな地平に挑戦する
＜連合会3.0ver7.1＞
2016年6月27日

日本ドキュメントサービス協同組合連合会
楠本雅一(責)・佐々木洋之・森下修至