

中小企業家同友会釧路支部総会  
2010.4.20

# 同質化競争の現状を 打開する異質化戦略

—「超長期的ビジョン」と「人財の異質化」が業態変革の鍵—



ソーゴ印刷株式会社

高原 淳

<http://sogopt.exblog.jp>  
[a-takahara@sogo-printing.com](mailto:a-takahara@sogo-printing.com)

# 会社概要

- 社 名 ソーゴ印刷株式会社
- 所在地 帯広市西 16 条北 1 丁目 25
- 創 業 1954 年      ■ 創 立 1960 年
- 資本金 2,000 万円
- 社員数 正社員 62 名、パート 12 名
- 事 業 印刷・広告・出版・エリアマーケティング
- H P    ◎ソーゴ印刷 <http://www.sogo-printing.com/>  
          ◎月刊しゅん <http://shun.tv/>  
          ◎マイステージ北海道 <http://www.my-stage.net/hokkaido/>  
          ◎northern style スロウ <http://www.n-slow.com/>



別送資料① 創立 50 周年記念会社案内

# はじめに

## あまり信じないでください

- ・僕の話は偏った面があります。信じてそのまま実践することはお勧めしません。
- ・当社の事例は、成功例ではありません(10年後には成功事例かも?)。
- ・他の考え方や事例と組み合わせて仮説を立てるための素材とお考えください。

## 大事なのは「理解する」ことより「ひらめく」こと

- ・何が正解なのかは誰にもわかりません。
- ・勉強して理解することよりも、勉強によってひらめくことのほうが重要。
- ・ひらめいて、アイデアを形にして、刺激的な職場を作りましょう。

**情報 → 知識 → 区別 → 見識**

(理解レベル)

(体系化)

(優先順位)

(ハイレベルな視点)

# 「不安」の三変化

「ようし、やってやろう！」

「憤」とは、自らの使命、自社のビジョンに目覚め、感動し、「発憤すること」「奮い立つこと」

憤

「変化は楽しい！」

fun

保守的、現状維持的な考えを捨てる

fan

「憤」の伴った感動的商品・サービスがファンを生み出す

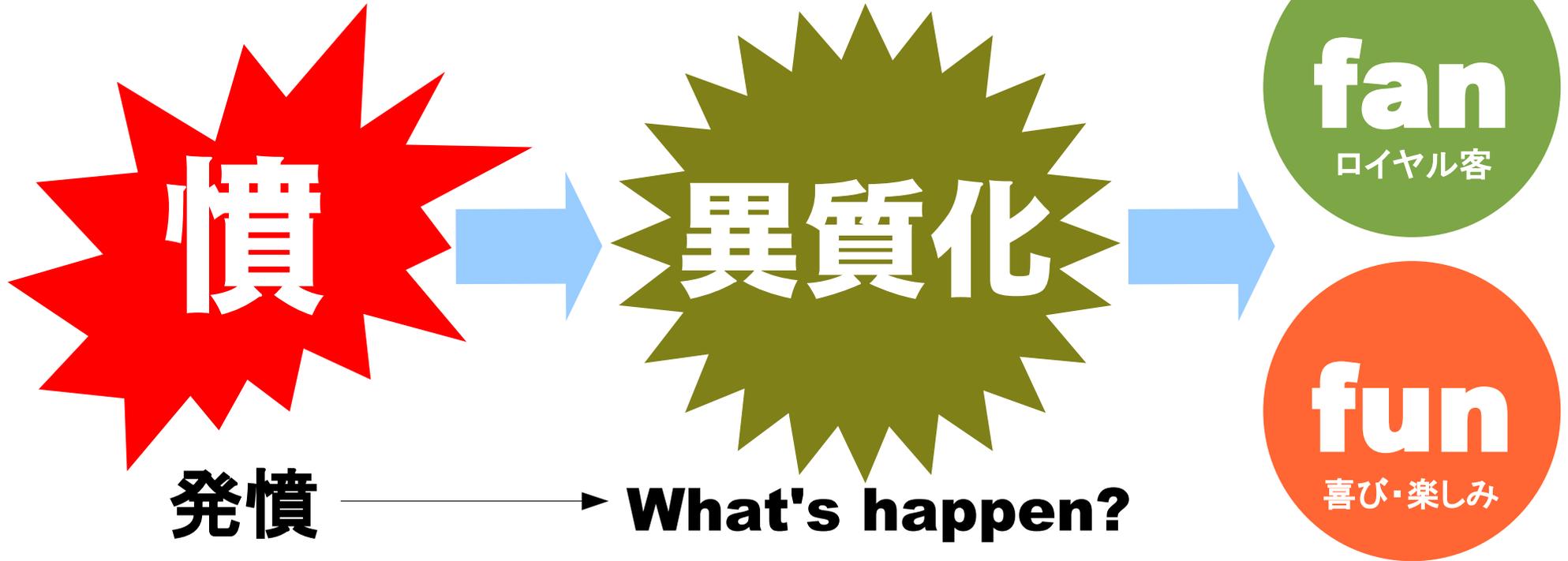
不安

だが、変化が激しいことに対して、「不安」ではなく、fun（楽しみ、喜び、おもしろみ）を感じている人もいます。

先の読みにくい時代。  
不安材料はいっぱい転がっています。

# 「異質化」とは？

ようし、やってやろう！



何が起こったのか、他人・他社には理解できないほどの質的变化

自己重要感  
自己成長感

# なぜ異質化が必要なのか？

- 同質化 他社と同じようなものを売る
- 差別化 他社より優れたものを売る
- 異質化 他社にはないものを売る



過当競争

高度情報化社会

グローバル化

苦勞して差別化した商品を作っても、  
あっという間に同質化してしまう

他社には理解不能な付加価値が必要

# 「異質化戦略」2つの鍵

結論はこの2つに集約されます！

超長期的  
ビジョン

モチベーションの源泉となるのは、自社の理念・ビジョン・価値観

人財の  
異質化

長期ビジョンに共感・共鳴・共振できる理性＋感性を持った人財・社風

# 「異質化戦略」6つのステップ

step 1 異質化された超長期的ビジョンを描く

業界・自社・自分・顧客・社会・歴史 6つの視点

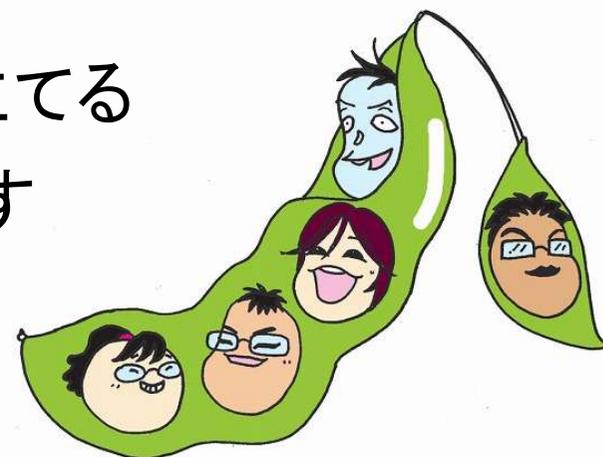
step 2. 経営者の異質化

step 3. 中期・短期のマーケティング戦略を立てる

step 4. ストーリーのある経営計画を生み出す

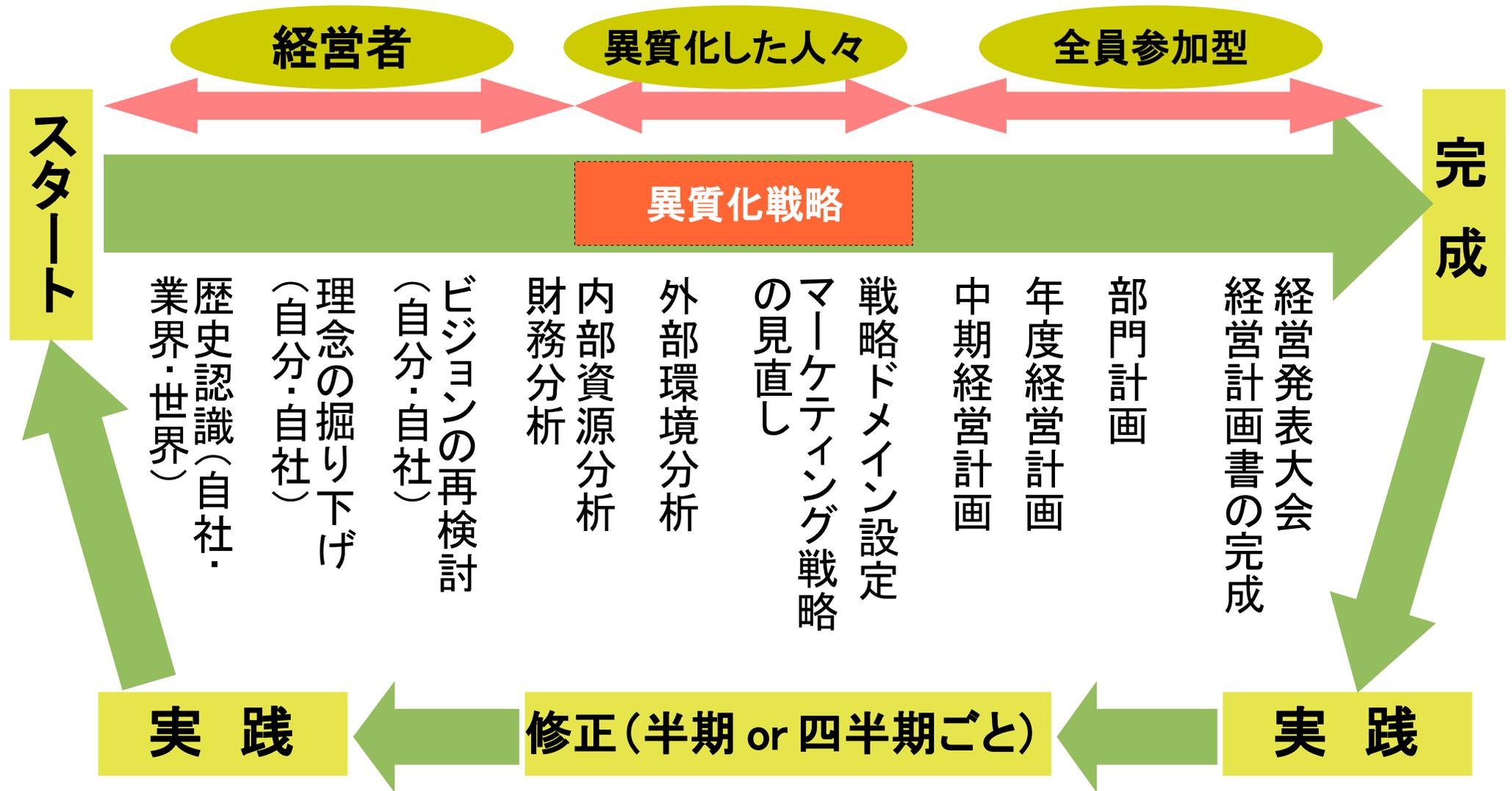
step 5. 異質化された人財・社風をつくりだす

step 6. 異質化された事業・商品をつくりだす



キーワードは、「革新的で超真面目！」

# 経営計画における異質化戦略の位置づけ



超

現状の延長線上にビジョンを描くことはできない

長期的ビジョン



# 時代認識(私的見解)

15世紀

**情報革命**

**物流革命**

グーテンベルクによる  
活版印刷の発明

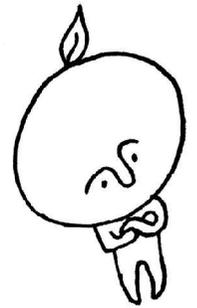
ポルトガル・スペインな  
ど、大航海時代へ

今起こっていることは、500年ぶりの革命

IT革命

グローバル化

別送資料② 「世の中の動き」(社内研修用テキスト)



# 歴史認識

3つの視点から歴史を掘り下げていく

業界

業界の使命



自社

自社の理念



自分

自分の哲学



原点に立ち戻り、「強烈な動機」を発見する

# 印刷業 なぜこの業界が誕生したのか？

印刷の原点は中国かグーテンベルクか？

**中国**

9世紀頃には  
活字が発明されたが、  
普及しなかった

**グーテンベルク**

聖書を印刷したことにより  
活版印刷の発明者  
として名を残す



印刷業は印刷技術だけでは成り立たない  
コンテンツ＋印刷技術＝印刷業

**使命**

**「印刷という複製技術を使って  
価値ある情報を世の中に伝えること」**

# 我が社 創業の精神は何か？

自社の歴史を取材



創業者・社長に  
インタビュー

伝説・ストーリー・  
エピソードの発掘



年表・社史をつくる

「創業の精神」  
に思いを馳せる

経営理念の意味を  
深く考える

【ソーゴ印刷(株)経営理念】 私たちは価値ある情報を創造、発信、記録することによって豊かさと幸せの輪を広げます。

創業の  
精神

印刷を通じて、地域の精神・  
経済・文化の発展に貢献すること

# 自分 自分の人生目的は何か？

自分史を丹念にまとめる  
(やり方は社史と同じ)

人生目的

アイデンティティ

人生ビジョン

人生プログラムの完成  
(または人生コンセプトマップ)

動機

「経営＝写真、ソーゴ印刷＝自分、  
事業・商品＝自己表現」である

# 人生コンセプトマップ

## 人生の目的

1. 写真を通じて自らの思想・哲学を深め、自社及び地域社会、更には人類全体への文化的・文明的発展に寄与する。
2. 周りの人にとって真に役立つ人間となる。

## 人生の目標

- 仕事 自分のコア・バリューである写真力(=経営力)を活かして、北海道文化を文明レベルにまで引き上げる
- 家庭 個人的欲求と配偶者の潜在ニーズを両立させる
- 個人 写真哲学の完成

## タイトル

いつもなぜか知らねど、“助かっている人生”。

人生のライフサイクル 環境のライフサイクル 3つの資源 3つの健康 2つの行動 チャンス 運用

$$LC = LC \times 3R \times 3H \times 2A \times 1C \times Op$$

## 人生サクセスの公式

時間資源 自分の時間管理を明確にしておきましょう

終了予定日

0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	2061年8月5日
天才	倦怠	自由	混沌	秩序	挑戦	均衡	開眼	統合	完成		

## 今までの人生

西暦年	自分や家族の出来事	社会の出来事
1961	北海道帯広市にて広・和子の長男として誕生	アート・ブレイキー初来日
1966	大谷幼稚園入園	ビートルズ初来日
1968	明星小学校入学	第二次十勝沖地震
1971	緑ヶ丘小学校へ転校	万国博覧会(1970)
1974	帯広第五中学校入学	第一次オイルショック(1973)
1977	帯広柏葉高等学校入学	インペーダー流行(1978)
1980	大阪芸術大学写真学科入学	写真の現代美術化
1983	田嶋一雄賞ノミネート	中曽根浮沈空母発言
1985	グループ展 COMME JE SUIS、写真集発行 同大学卒業	青函トンネル開通 JAL 123 便墜落
	(株)廣濟堂入社(廣濟堂プランニングセンター) デザイナーのアシスタントの仕事 萬年とみ子と出会う	豊田商事事件 阪神優勝
1986	退社 (株)現代旅行研究所入社 ライター兼カメラマンもどき 退社	男女雇用機会均等法施行 フィリピンでアキノ政権樹立 国鉄民営化
1987	萬年とみ子事務所の仕事に何となく加わる	チェルノブイリ原発事故
1988	個展「再生」(ギャラリーDOT)	ブラックマンデー
1989	(有)遊文館設立 少しずつ仕事らしい活動を行う(写真・ライター)	リクルート疑惑
1991	個展「回帰」	消費税実施
1992	個展「流転」	ソ連崩壊
1993	個展「風景」 所沢市三ヶ島に自宅建設	佐川急便事件 55年体制崩壊
1994	個展「偶間」	Jリーグ
1995	個展「#1」 通販事業、セレクトショップ経営	オゾン層破壊問題 阪神淡路大震災
1996	個展「#2」 遊文館ビル完成、株式会社へ組織変更 (株)遊文館代表取締役社長就任	地下鉄サリン事件 インターネット普及 薬害エイズ
1998	個展「#3」	消費税5%(1997)
1999	個展「#4」	エアドゥ就航 O157
2000	ソーゴー印刷(株)入社、取締役副社長就任 (株)遊文館、休眠化へ グループ展 Avec Le Temps	2000年問題 有珠山爆発 雪印事件
2001	代表取締役社長就任(12月) 日創研可能思考研修(以後、研修マニアとなる)	9・11同時多発テロ 国内初の狂牛病
2004	雑誌「northern style スロウ」創刊	西武グループ株名義偽装
2005	個展「記憶の中の風景」、写真集発行	郵政民営化法案成立
2006	ソーゴー印刷(株)エリアマーケティング事業へ進出	

## 現在の自分



## 現在の資源

- 技能知識  
レベル 50  
無教養と教養の間地点
- 人脈  
レベル 80  
周りにいる人は皆素晴らしい
- 資産  
レベル 30  
今は辛抱の時期

## 今後の人生

西暦年	2011	2021	2031	2041	2051	2061
年齢	50	60	70	80	90	100
目標達成スケール	[Line graph showing a steady upward trend from age 50 to 100]					
期	秩序	挑戦	均衡	開眼	統合	完成
目標	・人格的成長 ・視覚的技術の向上 ・経営センスを磨く ・中期ビジョンの実現	・事業規模拡大 ・北海道の文化的向上 ・地域社会への貢献 ・生活の質的向上 ・コア・コンビタンス経営	・自由と平和の実感 ・地域社会への貢献 ・一時的リタイア	・情熱的創作活動 ・写真を核とする自由な表現 ・猛勉強	・北海道文明の質的向上 ・すべてを楽しむ ・私的欲求の消失	・有形無形問わず、自分の持ち物すべてを分け与える ・やるべきことをすべてやる
行動	・各種研修 ・視覚的トレーニング ・読書 ・創作活動 ・講演活動	・後継者育成 ・攻めの経営 ・社員満足、顧客満足、自己満足の追求 ・読書	・充電期間 ・海外へ撮影旅行または移住	・読書 ・創作活動 ・作品の精力的発表	・哲学の完成に向けて活動を絞り込む ・テーマは絞り込み、手法は自由に楽しむ	・最高作を作り出す
バ資源	知識: 80	知識: 90	知識: 70	知識: 90	知識: 90	知識: 95
人脈	70	70	60	50	40	30
資産	50	60	80	70	60	50

## 過去の反省点と今後の改善案

- 人生の前半は自己中心的生き方
- 視野の狭さ、情報の少なさ、思考の浅さ
- チャレンジ不足
- 自己の能力の過小評価
- ◎「学ぶ」「与える」に主眼を置いた生き方
- ◎リフレーミング(誤解・錯覚・勘違いを肯定的に活用する)
- ◎考える前にやってみる
- ◎「根拠のない自信」から「多少根拠のある確信」へシフトする
- ◎すべてがよい方向へ向かっていることを信じる

## 人生企画実現のためのサクセスポイント

- 人間的な魅力を身につける
- 健全な価値観を持つ
- 苦しいときほどプラス思考を発揮する
- いかなる困難な状況でも楽しむ余裕を持つ
- 積極的に人から助けをもらう
- 目先の損得を度外視して人を助ける
- 人生・自社・北海道の理念と戦略を絶えず考える
- 常に戦略よりも理念を優先させる

## 1年間のポイント

- 執筆活動
  - ・エリアマーケティング
  - ・北海道文化と景観に関するもの
- 出版
  - ・スロウ、写真集
  - ・ブログや講義内容をまとめたもの
- 商品開発
- エリアマーケティング事業の仕組み作り
- 売上・経常利益

# 強烈な動機に目覚める

**人生目的**

自分は何のために  
生きているのか？

**アイデンティティ**

自分という人間は  
何者なのか？

**人生ビジョン**

自分という人間の  
究極のあるべき姿は？

**いったん、現実から離れて考える、イメージする**

**イメージを結晶化させ、それを明確に宣言する**

「写真力(=経営力)  
によって、調和のと  
れた世界をつくる」

「私は革新的経営者  
であり、カリスマフォ  
トグラファーである」

「写真力によって、北  
海道文化を『文明』レ  
ベルに引き上げる」

# 超長期的ビジョン



最高にうまくいったとしたら、本当はどうなりたいのか？

# 経営者の異質化

## 超長期的ビジョン

魅力を感じる・自己陶醉 → ← 発憤・異常なまでの熱意  
必要な情報が集まってくる → ← セレンディピティ(幸運な偶然)

## 感性が研ぎ澄まされてくる

素人になる  
(客の立場になりきる)

「常識」から自由になる

肯定的な自己否定力

## 現実への違和感 → 問題の課題化

# 現状把握

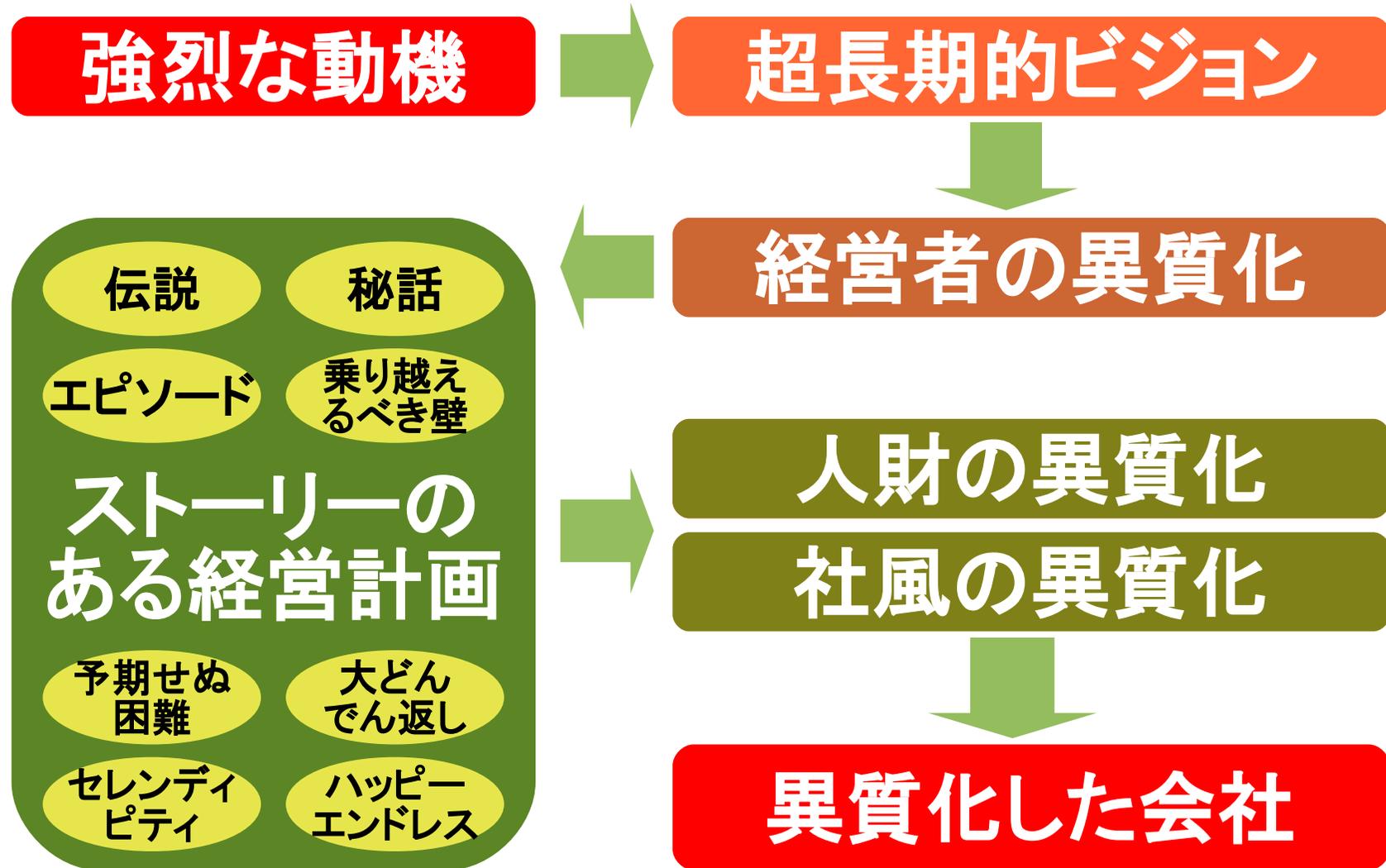


違いを明確に区別し、  
ビジョンとのギャップを認識する

変わらざるもの → ↓ ← 変えていくべきもの

ストーリーのある経営計画を策定する

# ストーリーのある経営計画



保守的で真面目な  
社風の打破

人財を異質化する

# 打ち破るべき壁

会社で一番取り扱いに困るのは…

## 真面目で保守的な人

- ・正論を言う
- ・常識をわかまえている
- ・業界の商習慣・動向に精通
- ・できない理由を知っている
- ・安全圏の中で行動している



反論しにくい  
ある程度説得力がある

その結果、何も状況が変わらない！



**異常な人の異常なパワーが必要！**

# 異質化された人財が生まれるには

前提として、異質化した経営者またはリーダーがいること

不安を  
取り去る

理念の  
共有

哲学的  
トレーニング

状態管理

ビジョン  
への共感

エピソード・伝統・伝説 →



← お祝い、アクナレツジ

自己成長意欲が加速していく！

# 最近取り組み始めたこと

## 次世代幹部養成塾

昨年11月から早朝勉強会をスタート。2021年9月まで継続予定。第1期は全20講座。

### <本講>

- ・参加者 受講生18名（20代11名・30代7名） 聴講生4名
  - ・受講日 毎月第1、4月曜日 午前7時～8時
  - ・内容
    - ①振り返り 5分
    - ②テキスト黙読 10分
    - ③レクチャー 25分
    - ④質問、意見発表 20分
  - ・課題
    - ①アイディア記入シート
    - ②グループ発表（講座のあと、自主的に30分のグループ討議を行う）
    - ③レポート（人生大学）
  - ・その他 個人面談を年3～4回予定しています（講座スタート時に一度実施済み）
- ※テキストを事前に読み、スピード感のある勉強・スピーチを行うよう伝えています。

### <人生大学>

- ・参加者は同じ。
- ・開講日 不定期（月1回月末が基本）
- ・会場 びばいろ（芽室の畑の中にある蕎麦屋さん）
- ・内容
  - ①お酒を飲みながら「我が人生を語る」（一人30分程度・3名）
  - ②仲間の人生を聴きながら自分の人生を振り返る
  - ③配布したテキストを読んでレポートを提出する

# 解決すべき問題

## 不安と恐怖を取り去る

「不安」は内部要因

情報不足、勉強不足、  
自己成長不足

「恐怖」は外部要因

社風改善、マネジメント  
システムの改革

社員の最大のニーズは「安心感」「安定感」

勉強 →



← 温かみのある社風

自立型社員によるヨコ型組織をつくる

# 異質化された社風

異質化した経営者＋リーダーが推進役となる

新しい方法を試す

＜我が社の事例＞

- ・ユニーク朝礼（笑顔体操・呼吸法・発声練習）
- ・黒字日記
- ・印刷体操、オリジナル体操
- ・個人のコア・コンピタンス
- ・部門ごとのビジュアルリゼーション

キーワードは「ユニーク&サプライズ」



異質化された社風が異質化された事業・商品を生む

社風を良くしたい。社員のモチベーションを高めたい。  
現状を変えたい経営者の方、  
実現への近道は、朝の30分にあります!

注文  
受付中!

# 朝の30分で、人が育つ!

～とがち元気企業のユニーク朝礼～



「はじめは面倒に感じていました。今はきちんと報連相が出来、コミュニケーションもとりやすくなり…、前向きに働けます!」

(ご馳走家ゆたか)



「上手に笑えなかった僕が、笑顔の体操を続けているうちに、いつも笑顔でいられるようになりました!」

(ソーゴー印刷)



「毎日続けていると、自然と自分に染みついているんです。続けることって大切です」

(松田孝志税理士事務所)



「自分の気持ちを言葉にするって難しい。それだけ自分自身と向き合う機会も増えました」

(ホーム創建)

2009年4月発売

企画・監修/北海道中小企業家同友会帯広支部 制作/ソーゴー印刷(株)

収録企業:(株)ホーム創建・ご馳走家ゆたか・ソーゴー印刷(株)・松田孝志税理士事務所

※中小企業家同友会帯広支部の会員の企業様は、直接事務局にお問い合わせ下さい。(TEL.0155-22-3611)



定価:2,800円(税込2,940円)

同友会会員価格  
**2,000円(税込)**

北海道中小企業家同友会 帯広支部

〒080-0802 帯広市東2条南4丁目3番地

TEL.(0155)22-3611 FAX(0155)22-3612

E-mail: doyukai@netbeet.ne.jp URL: <http://www.hokkaido.doyu.jp/obihiro/>



## マイステージ北海道のビジュアルリゼーション

制作風景





全体朝礼



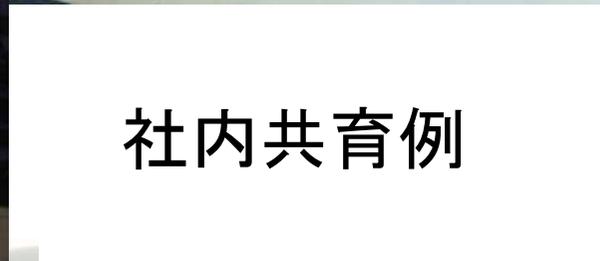
特性要因図



次世代幹部養成塾



笑顔体操



社内共育例



インターンシップ受け入れ



部門朝礼(出版広告部)





広報紙研修会



しゅん 10周年大感謝祭



移住者向けセミナー(大阪)

社外  
ストレッチ



スロウ 20号記念イベント



スロウ 20号  
記念写真展

常に変化を求める

# 業態 変革の3要素

# 業態変革へのチャレンジ

現 状

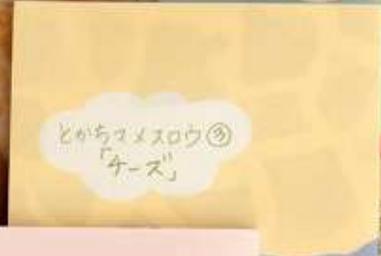
受注型装置産業  
としての印刷会社

業態変革

あるべき姿

創注型＋見込商品  
価格決定権のある  
印刷会社

- step 1 自社媒体を持つ 月刊しゅんの創刊(1998年)
- step 2 商業出版を開始 northern style スロウ創刊(2004年)
- step 3 マーケティング事業開始 マイステージ北海道開設(2006年)
- step 4 自社媒体2誌関連商品開発 (2008年～)
- step 5 個人顧客向け商品開発強化 (2009年～)



# 月刊しゅん



創刊	1998年8月
発行日	毎月1日
サイズ	AB版(257×210mm)
発行部数	128,250部(2010.3月号)
配布エリア	十勝管内
Webサイト	<a href="http://shun.tv/">http://shun.tv/</a>

ソーゴ印刷(株)が発行する地域密着型のフリーマガジン(雑誌形態のフリーペーパー)。編集記事にも力を注いでおり、タウン誌としての性格も高まってきている。

事業コンセプトは、広告収入によって事業を維持しながら、地域経済発展への貢献を目指すこと。読者と広告主双方の視点に立った編集理念を掲げ、質の高い情報発信に努めている。また、それを可能とするためには編集部員一人ひとりの知識・技術・人格の向上が不可欠であると考え、人材の育成にエネルギーを注いでいる。

別送資料③ 月刊しゅん媒体資料

# northern style スロウ

- 雑誌名 northern style スロウ
- 体裁 A4判 カラー約190P
- 価格 880円（税込）
- 創刊 2004年5月
- 発行日 2月、5月、7月、10月（季刊）
- 部数 約10,000部
- 販路 道内主要書店、セイコーマート、  
都内有力書店、他に委託先200ヶ所
- 収益源 雑誌売上（卸・直販・定期購読）  
広告料  
通販手数料  
タイアップ本の制作・出版



別送資料④ スロウ読者向けパンフレット

別送資料⑤ スロウ媒体資料

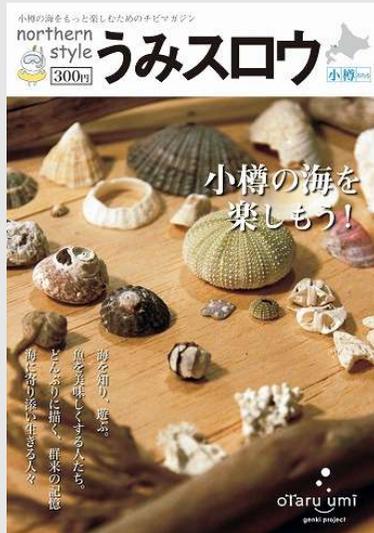
# マイステージ北海道



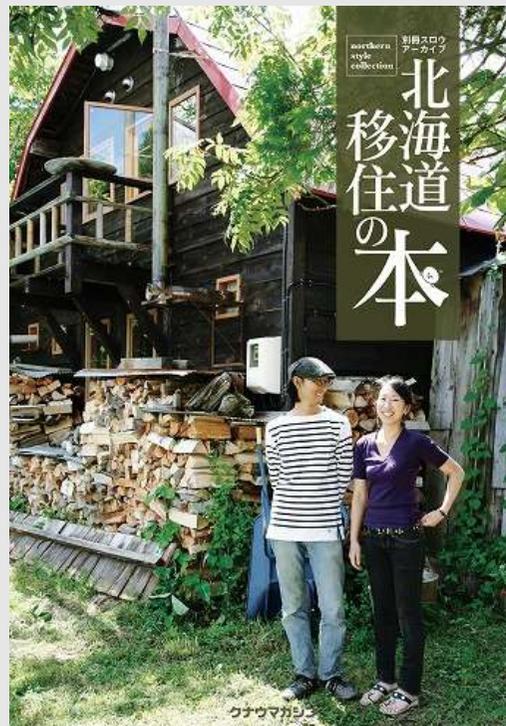
- 名称           マイステージ北海道
- 事業内容     エリアマーケティング
- 会員数       2,000名  
                  (他にしゅんファンクラブ会員)
- 登録方法     マイステージwebサイトより
- 会員属性     20～40代女性(中心は30代)  
                  約半数が主婦  
                  既婚69%、未婚31%
- 活動内容     ・アンケート  
                  ・モニター(商品・店舗)  
                  ・座談会  
                  ・イベントサポート  
                  ・商品開発  
                  ・地域調査  
                  ・販売プロモーション

別送資料⑥  
マイステージ北海道商品案内

# 自社媒体2誌関連商品



【チビスロウ・鹿追版(左)・小樽版(右)】  
スロウテイストな地域版チビマガジン 各 300 円



【スロウ・アーカイブ】  
スロウの珠玉のストーリーを集めた贅沢な一冊 1,470 円



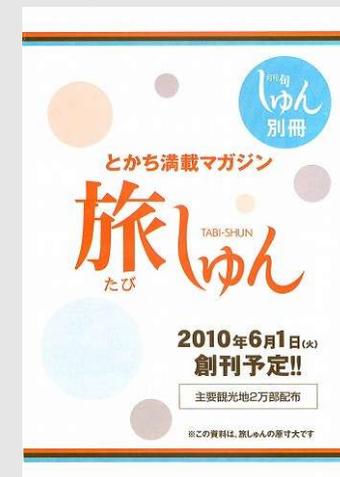
【クナウムック】  
写真集のような郊外型カフェのガイドブック 各 1,600 円



【とがち・マメスロウ】  
十勝の魅力を一冊にまとめた新シリーズ  
各 1,000 円

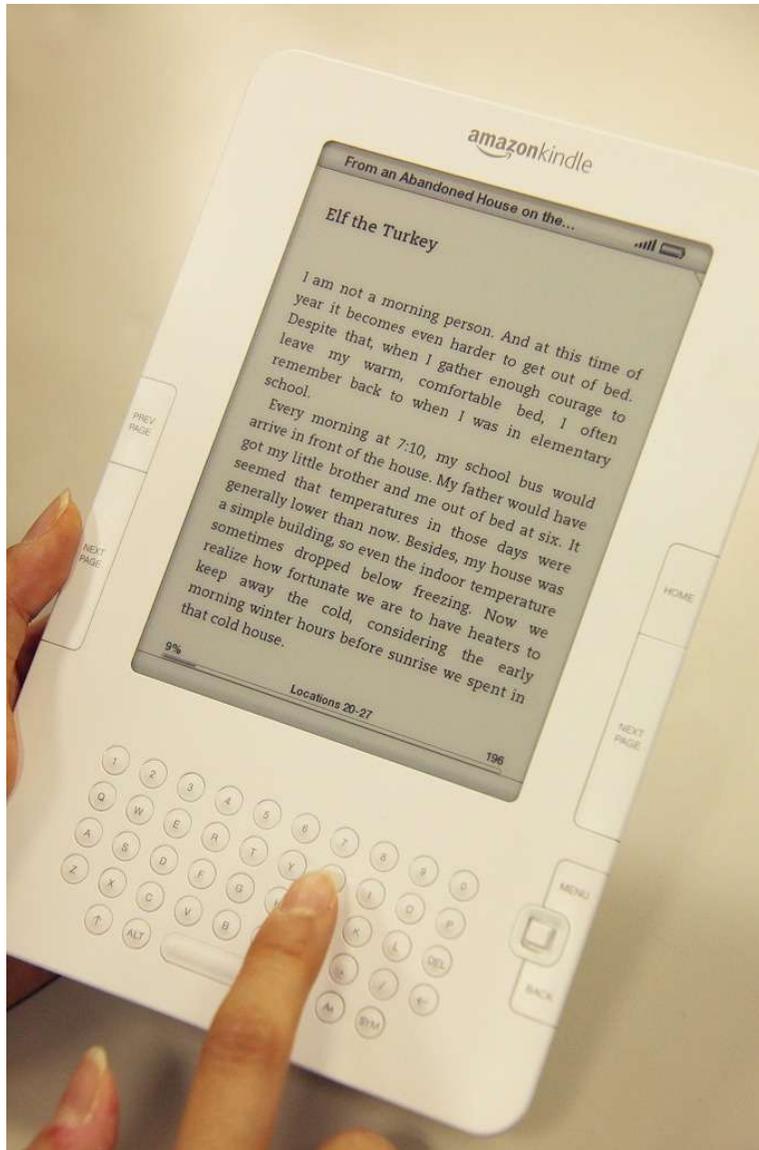
**COMING SOON**

【月刊しゅん別冊「旅しゅん」】  
観光客向けのフリーマガジン



# 電子書籍の開発

北海道新聞 2010年3月11日

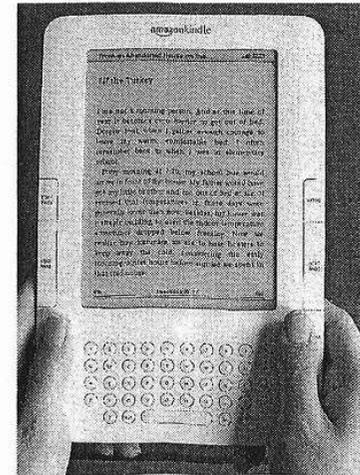


【帯広】印刷、出版業のソーゴ印刷（帯広、高原淳社長）は、電子書籍端末「Kindle」に対応した電子書籍「オソツベツ原野の廃屋から」（英語版）を発売した。米インターネット小売り大手、アマゾン・ドット・コムの子会社であるKindleは、電子書籍や新聞の電子データを購入し、保存して持ち歩くことができる。2007年に米国で販売が始まり、英語、フランス語、ドイツ語に対応している。ソーゴ印刷は、公立はこだて未来大学情報ア

## エッセー英訳 電子書籍に

キテクチャ学科の鈴木克也教授や東京の企業と連携して電子書籍を開発。2月8日に発売した。「オソツベツ原野の廃屋から」は同社の季刊誌「スロウ」に連載中のエッセーで、6作を英訳した。今後、Kindleの日本文語対応版が出れば、日本語版も発売する考え。今回発売した電子書籍のダウンロード料は501555・38・4188へ。

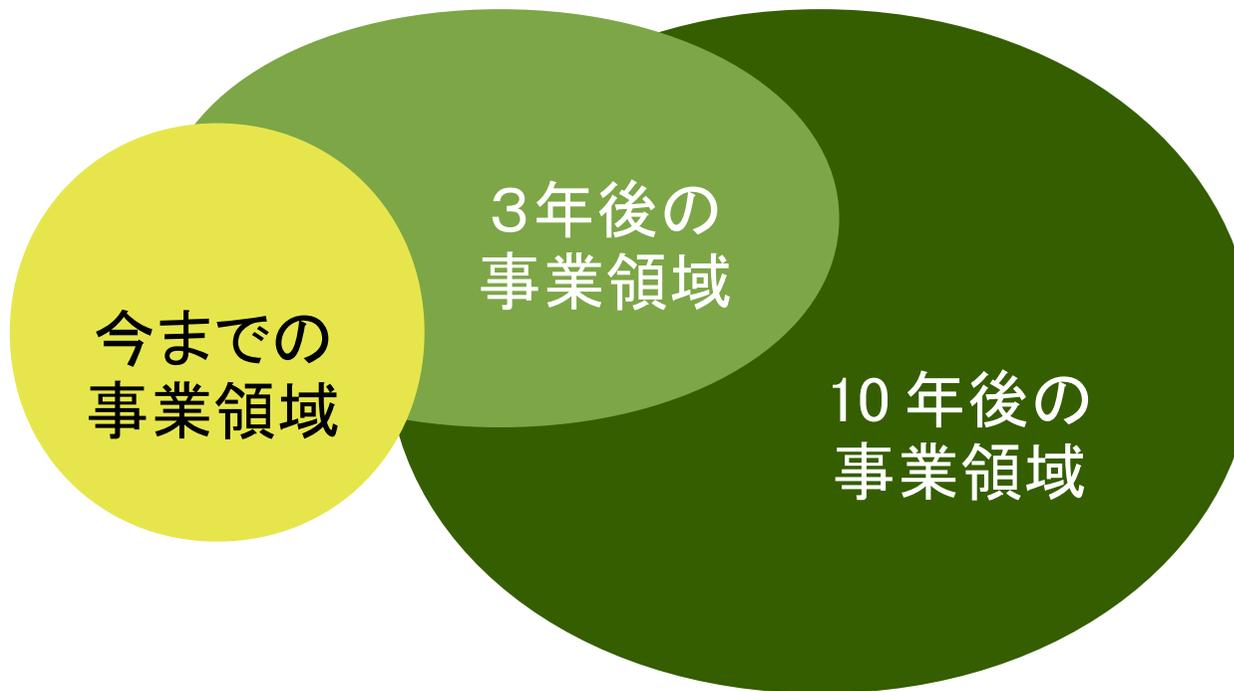
帯広ソーゴ印刷 Kindle に対応



Kindleで読める「オソツベツ原野の廃屋から」（英語版）

# 要素1 戦略ドメインの設定

今までと同じ商品、同じやり方では永続できない

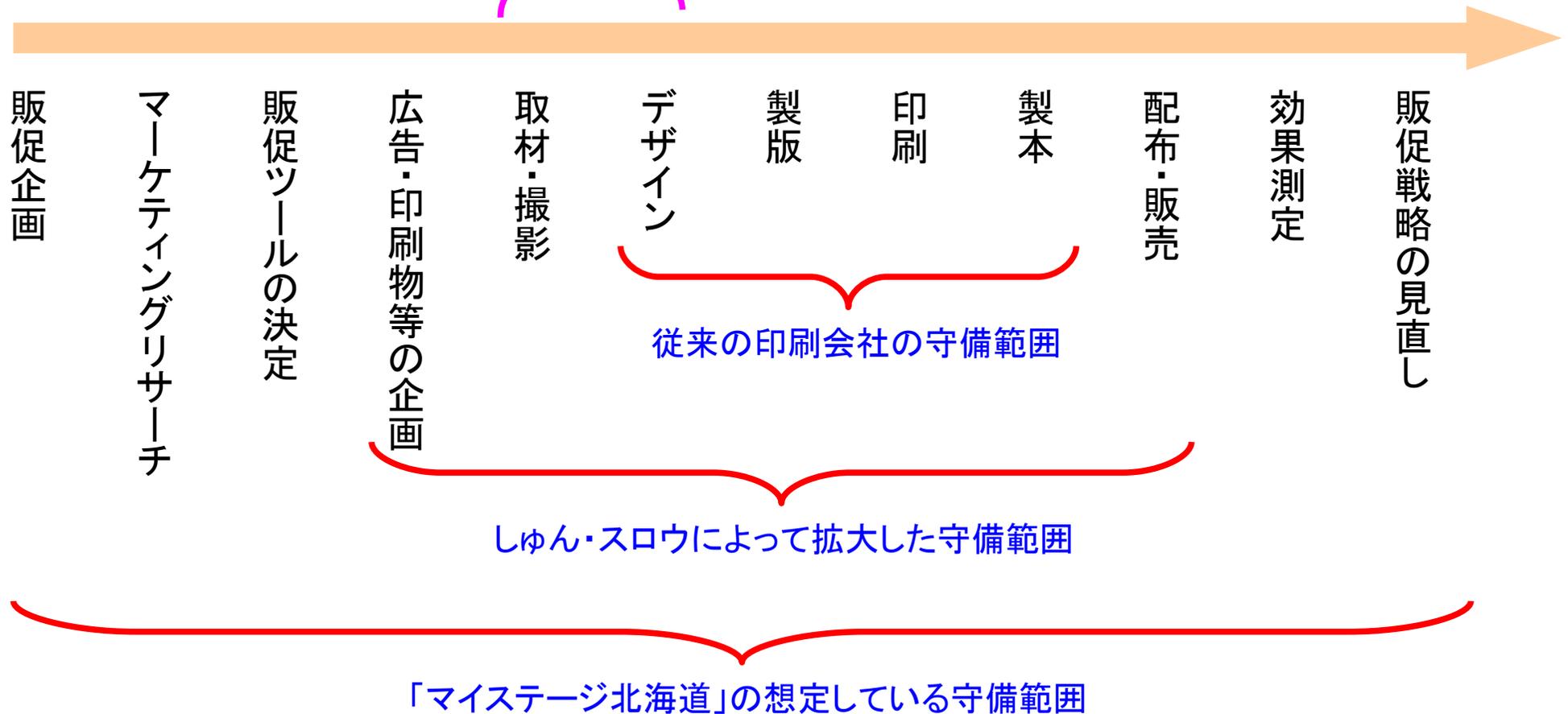


ビジョンと戦略があれば、事業領域(ドメイン)は拡大しても集中してもよい

「空間軸」で考え、自社の事業領域をデザインする

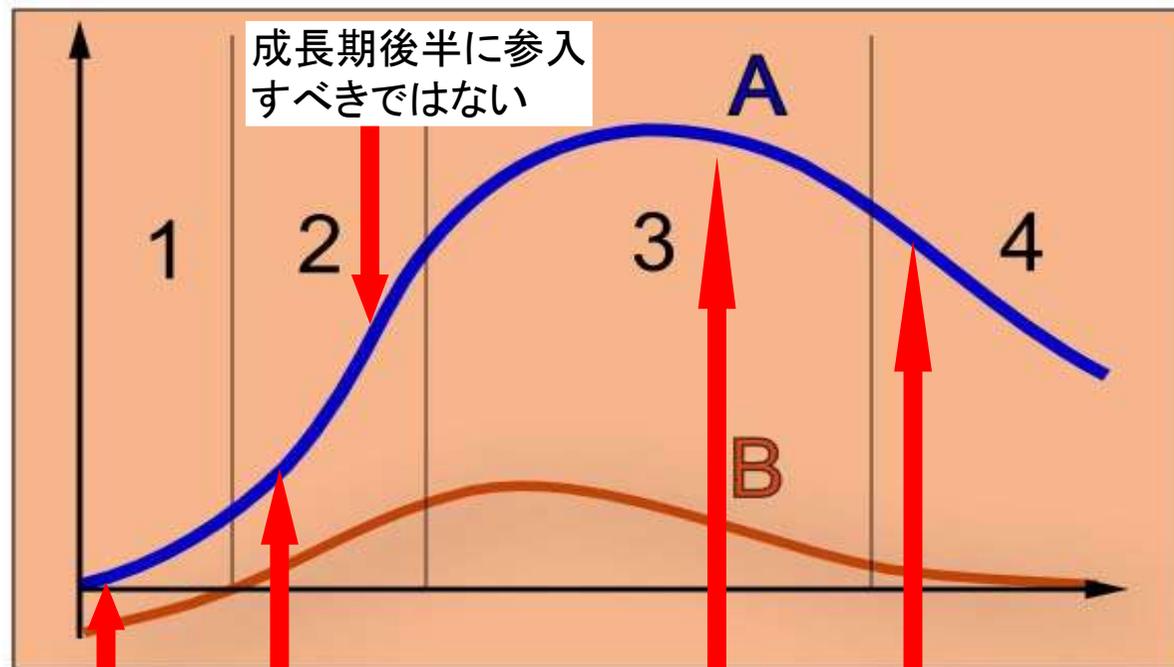
# 我が社の戦略ドメイン

DTP 普及によって印刷会社の付加価値低下



# 要素2 投入・撤退のタイミング

## 商品(事業)のライフサイクルを予測する



(コトラー&ケトラー著『マーケティング・マネジメント』日本語版 第12版 株式会社ピアソン・エディケーション 2008年4月15日初版 第1刷発行 ISBN 978-4-89471-657-5)

A 販売数  
B 利益

リスクをとって一番手を目指すか？

無難に二番手商法でいくか？

撤退・またはリ  
ニューアルの  
準備。新商品  
投入を検討

早めの撤退

「時間軸」で考え、  
投入・撤退時期を  
主体的に決める

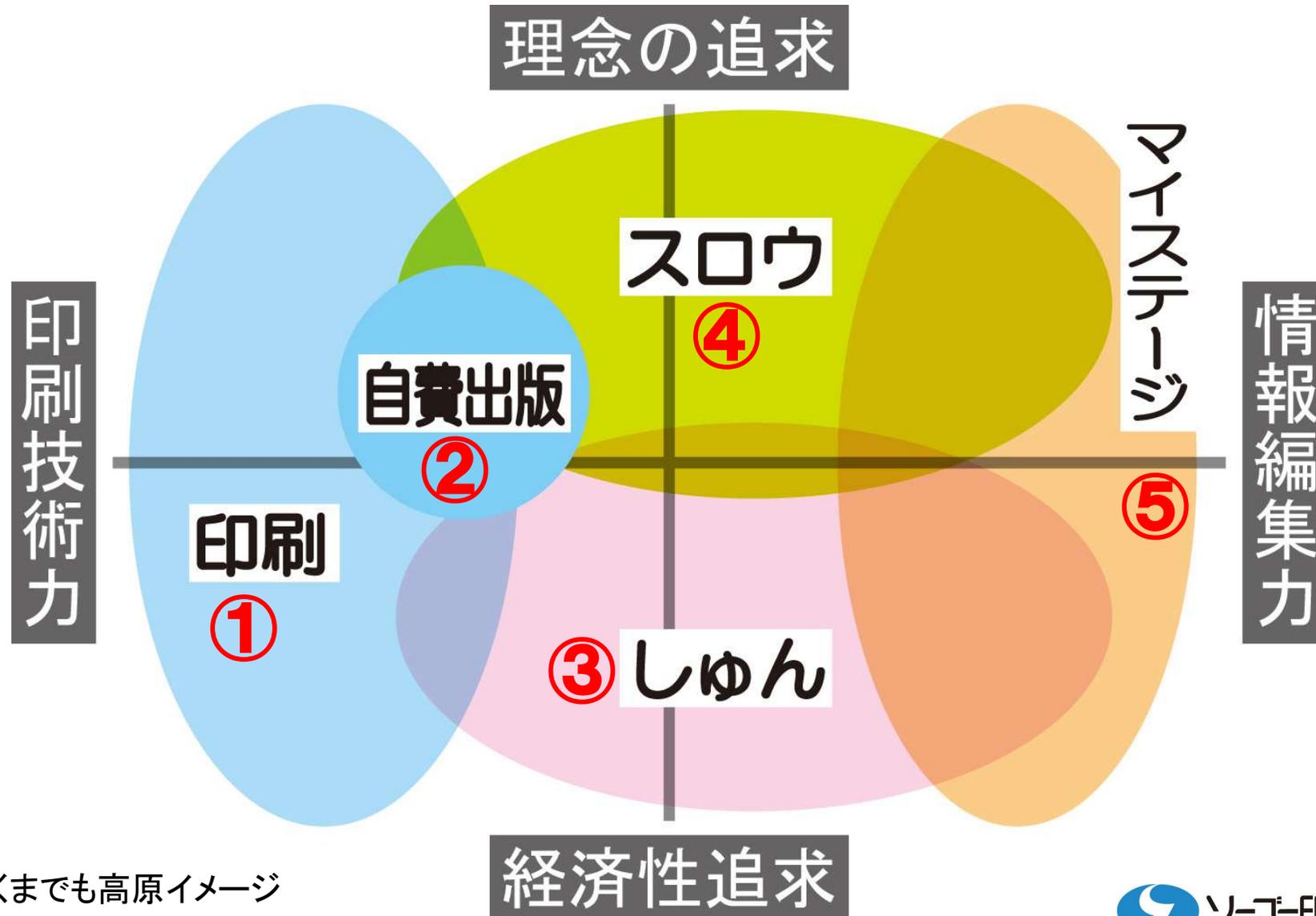
# 要素3 各商品・事業の位置づけ

各商品・事業のつながりを空間・時間の両面から考える

1. 新商品・新事業に理念的なつながりがあるか？
2. 消費者・ユーザーに対する納得性はあるか？
3. 自社の企業文化を高めることにつながるか？
4. 社員の自己成長との関連性はどうか？
4. それを行うことによって自社のストーリーが美しくなるか？

「調和」「美の追究」によって企業価値が高まる

# ソーゴ印刷各事業の位置づけ



注) あくまでも高原イメージ

# 本業（印刷）を輝かせるための異質化か？

1. 自社の経営理念から外れていないか？
2. 自社の強みを生かしている新事業か？
3. 地域の精神・経済・文化に対し、よい影響を与える事業か？
4. ストーリー性（強烈な動機・絶妙のタイミング・エピソード）はあるか？
5. それを行うことが異常なまでに楽しいか？（経営者・幹部・社員）
6. それを行うことが自己成長につながるか？



「自己成長感」「自己重要感」  
という観点から、  
異質化戦略・マーケティング戦略を  
考えるのが一番

# おわりに



・モチベーションの源泉は、「強烈な動機」+「歴史観の認識」+「異質化されたビジョン」にある。

・若手社員は自分より優れた部分を必ず持っている信じ込むことが必要ではないか？ 人類はわずかずつ進化していると肯定的に捉える。

・経営者が「対等」という価値観を持つことによって、ジェネレーションギャップを埋めることが可能となる。

・「北海道の未来は驚くほど明るい」と皆が思いこめば、その通りになるはず。

# 補足

高原淳の写真的業務日誌(ブログ)

<http://sogopt.exblog.jp>

資料請求・ご質問・ご意見・お問い合わせ等

[a-takahara@sogo-printing.com](mailto:a-takahara@sogo-printing.com)

