

@埼玉

## アサヒコミュニケーションズ

メディアサービス業

## 付加価値つけて伝える

JR高崎線の鴻巣駅から徒歩約3分。本社屋の壁に、こんなクイズを書いた看板がかかるといふ。

「私たちは、『』をやめました。答えは『アサコミ』（ホームページ検索）で」

1階では印刷機が音をたてて稼働しているが、2階の企画室では若手社員らがパソコンに向かい、ホームページ（HP）の編集にいそしんでいる。埼玉県内での観光情報などを紹介するインターネットサイト「デンリュウサイタマ」を運営し、アクセス件数は毎月約15万回に及ぶ。

創業時の社名は「アサヒ活版印刷所」。パンフレットやポスター、名刺などの印刷を主な業務としてきた。創業100周年を迎えた昨年、社名を「アサヒ印刷」から変えた。3代目の新井

正敏社長（68）は「『印刷』の文字を取りうと社内で話し、すばりと決めた」。

最盛期の1991年と比べて受注が約2割減った95年、パソコン用基本ソフトの「ウインドウズ95」が発売され、大ヒットした。顧客が図柄や文面などを編集して印刷だけ注文したり、簡単なものはプリンターで済ませたりするようになったからだ。危機感を抱いた新井社長は、

バブル経済崩壊後、商品紹介のリーフレットや会社案内など、印刷の受注は落ち込んだ。



企画の打ち合わせをする若手社員たち＝アサヒコミュニケーションズ

**企業プロフィル** 埼玉県鴻巣市本町4丁目／創業1910（明治43）年／新井正敏社長／従業員80人／売上高約8億円（2009年9月期）

ト。パソコンやプリンターの普及で受注はさざに1割ほど減った。顧客が図柄や文面などを編集して印刷だけ注文したり、簡単なものはプリンターで済ませたりするようになったからだ。危機感を抱いた新井社長は、新しい情報伝達手段として、インターネットを意識し始めた。顧客からも「ネットで会社や商品のPRをしたい」という声を聞くようになった。

ウェブ企画会社に勤めていた長男の貴之さん（35）が常務として就任した06年、本格的にウェブ事業に乗り出し、専門部署を立ち上げる。必要な人材は新規に採用した。

「県民の関心は東京に向かうがち。地元にも楽しい観光地やイベントがあることを伝えたい」。そんな社員たちの思いと発案から翌07年、「デンリュウサイタマ」が生まれた。

「デンリュウ」は「傳統」と表す。生業の原点「伝える」伝

わる」から名付けた。新井常務は「ひと昔前の印刷は『大量に刷って伝える』でよかつた。今は、どれだけ付加価値を付けて伝え、伝わるかが求められる」と言う。バナー広告やHP制作、システム開発など、ウェブ関連事業で全事業収入の1割ほどを稼げるようになつた。

経済産業省によると、全国の印刷関連業（従業員4人以上）の出荷額はここ10年、減少傾向にある。08年、全国の印刷事業所数は1万6484で、出荷額は6兆7378億円。10年前に比べて事業所は約8千以上、出荷額は約2割減った。

本社壁面のクイズの答えは、同社のHPに載っている。「お客様に対し『ただ印刷して納めるだけ』の印刷会社だ。新井常務は「印刷やウェブはツール（道具）でしかない。顧客が求めるのは成果。印刷に代わる分野をしっかり押さえればいい」と言い切る。（上田雅文）