

### 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っている。

「私たちは、『』をやめました。答えは『アサヒ』(ホームページ検察)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「デンリウウサイト」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(66)は「『印刷』の文字を取ろうと社内でも話し、すばと決めた」。

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。最盛期の1999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「ウィンドウズ95」が発売され、大ヒット



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

企業プロフィール 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らに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(36)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。本社壁面のクイズの答えは、「県民の関心は東京に向かいがち。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、「デンリウウサイト」が生まれた。「デンリウウ」は「伝流」と表す。生業の原点「伝える」と「切る」。(上田雅文)