

非連続の変革 未来創る

大日本印刷 ⑦

挑戦
する企業

付加価値を創出

「全世界の約80億人に笑顔届けたい。それが我々、フォトイメージング関連事業の価値であり、喜びだ」。大日本印刷（DNP）常務執行役員の村上和郎は胸に刻む。世界シェア約70%を獲得する同社の写真プリント用昇華型熱転写記録材が生み出す「特別な1枚」は笑顔を共有するツール。世界の新市場の開拓に加えて付加価値を創

昇華型熱転写記録材を世界に

出し、笑顔の輪を広げていく。

同記録材は顧客の依頼で1981年に基礎検討を始め、85年に製造技術を開発し、生産開始。91年に岡山工場（岡山市北区）が稼働した。デジタルカメラの普及で200

受注産業が主だったDNPの中でも先駆けだった自社ブランド展開は、DNPの海外認知度の低下で当初は難航。マーケ

ティンクやメンテナンスセンターなどの体制構築で徐々に信頼を獲得した。その後も11年にソニ

市場は縮小傾向だが、銀塩などウエット方式からの切り替えにより、昇華型熱転写などドライ方式は市場が拡大中。昇華型熱転写のマーケットリー

ダーであるDNPが能動的に多様なアイデアやサービスを提供することが

「特別な1枚」で笑顔の輪

0年代に市場が拡大。04年の米ピクセル・マジック・イメージングの買収を契機に従来の記録材のOEM（相手先ブランド）供給に加え、DNPブランドで昇華型デジタルフォトプリンターと記録材の展開を始めた。

1のデジタルフォトプリンター事業の譲り受けなどを経て海外販売網を拡大。現在は世界100以上の国や地域の店舗・テ

市場の発展につながる。村上は「事業全体で成功すれば良い。リスクもある程度許容し、新たな挑戦を促す」と話す。

用途を拡大

大切なのは「いかにプリンターと記録材を面白く使ってもらえるか」（同）。「特別な1枚」の付加価値を生み出す。例えばアイドルなどを応援する「推し活」用途。アニメなどのキャラクターとの写真撮影は海外でも需要が高い。日本で展開する証明写真機「Kii Re-i（キレイ）」

加えて東南アジアや中国、インドといった新たな市場への展開も見据える。村上は「世界中の人々、1人に1枚ずつでも構わない。写真を手に取り喜んでもらいたい」と笑う。（敬称略）



DNPは昇華型熱転写記録材で世界トップシェア

で盛らない韓国式プリントシール風に撮るなど生活者自らも楽しみを発見してくれる。24年に米国で販売した両面フォトプリンターは、写真に折り目を入れられ