

挑戦

する企業

付加価値を創出

大日本印刷 ⑦

非連続の変革 未来創る

「全世界の約80億人に笑顔を届けたい。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）常務執行役員の上村和郎は胸に刻む。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

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

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。現在、フォトプリント

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

「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「Kiri Re-i（キレイ）」

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