特別インタビュー

デジタルプリントビジネス最前線

リンテックサインシステム株式会社
代表取締役社長
小島一仁氏

「デジタルプリント壁紙」の先駆者に聞く

日本市場では三極化での浸透を予測
今後は用途に応じた使い分けの時代へ

昨今、注目度が高まっているデジタルプリント製品。その中でも、壁一面をキャンバスのように大きなデザインが施せる「デジタルプリント壁紙」は、デジタルプリント技術をもっとも有効的に活用できる製品として大きな関心が寄せられている。

この「デジタルプリント壁紙」を、約十五年前に世界ではじめて製品化したのが、リンテックサインシステム㈱の小島一仁社長だ。今回は小島社長に、「デジタルプリント壁紙」の開発の経緯から、デジタルプリントビジネスの現状と今後の方向性について語っていただいた。

――「デジタルプリント壁紙」を開発した経緯と現状の市場環境についてお聞かせください。

小島　私自身は、リンテックの前身となる会社の時代から、サイン・ディスプレイなど屋外広告用基材関連の製造・販売に長年携わってきました。当時のサイン業界は、塗料に替わる素材としてカッティングフィルムを活用していました。写真のようなカラフルなグラフィック印刷は、当時はグラビア印刷機やシルクスクリーンといったもので印刷していたため、耐久性やロットの問題で屋外広告としては使用されていませんでした。

その後、一九九一年頃に、建築図やパース図面向けの大型のデジタルプリント機器が登場しました。リンテックでは、これが屋外広告の分野にも波及していくと予測し、専用メディアや表面の耐久性を持たせるラミネートフィルムをいち早く開発しました。その予測通り、サイン市場にデジタルプリントが普及していきました。

そうした状況の中で、デジタルプリント機器メーカーの一つであるオリンパスからリンテックに対して、この技術を活用して壁紙をつくれないか、との依頼があり共同開発することになったのです。

ただし当初は、デジタルプリントで壁紙のサンプル帳を製作するということが目的でした。しかしそれでは大きなビジネスにはなりません。それならばということで、本製品を生産するシステムとしてプリンター、インク、ソフトウェア、ラミネート、専用メディア（壁紙）をパッケージにしたソリューションを開発、二〇〇〇年に世界に先駆けて発売したのです。

小ロットで自由なデザインをオンデマンドで生産できるという画期的システムとして、非常に自信を持ってリリースしたのですが、当時は家庭用のインクジェットプリンターが普及したばかりで、産業用途での認知度はまだまだ高くありませんでした。ましてやデジタルプリント機器で壁紙をつくること自体がナンセンスだということで、インテリア業界からはまったく見向きもされませんでした。

その一方で、すでにデジタルプリント機器の導入が進んでいたサイン業界の関連業者様には採用していただき、着実に実績を積み重ねていきました。実はインテリア業界の知らないところで、サイン業界がこの市場を取り込んでいたわけですね。

現在では、店舗やホテル、商業施設などオリジナルデザインを求める物件に幅広く採用されています。

――近年のインテリア業界は世界的にもデジタルプリントを活用した製品が隆盛になってきましたが、そのきっかけとは何だったのでしょうか。

小島　一言でいえば技術革新ですね。プリントヘッドと制御技術の進化による高品質・高速印刷化に加えて、今から約五年前にヒューレット・パッカード社からラテックスという水性の樹脂系インクが発売されました。水性成分主体のインクですからインテリア用途に使いやすいことに加え、今までは耐久性の問題から表面へのコーティングが不可欠でしたが、それが使用部位や用途向きによっては、不要になった点も大きな革新的変化でした。

そうした中で、ヨーロッパを中心に、壁紙に限らずカーテンも含めて多彩なデザイン製品が展開されるようになってきたのです。

また「デジタルプリント壁紙」という観点からは、やはりヒューレット・パッカード社が二年前に発表したクラウドソフト「ウォールアート」も大きなインパクトがありました。これによりデザインや施工が容易になり、さらに普及しました。

――日本のインテリア業界は、まさにこれからという段階ですが、どのように進んでいくとお考えですか。

小島　今後は三極化していくと考えています。一つはメーカーやブランドメーカーの導入による、小ロット・オンデマンドによる製品供給です。よりデザイン化が進むでしょうし、例えば同じデザインでカラーを入れ替える、といった提案も可能です。次にリフォーム業者、ショップ関係といったBtoCの中小規模事業者が導入し、オリジナルデザイン製品を展開していくようになるでしょう。そして三つ目は、インターネットなどを活用したまったく新しいビジネスモデルが登場することです。こうした段階を経て、コントラクト物件だけでなく、ホームユースにもデジタルプリント製品が浸透していくと考えています。

いずれにしても、極論になりますがデジタルプリント機器を導入すれば誰でもメーカーになれるということになりますから、この数年のうちに大きな変化が起こるのは間違いありません。

それを進めていくに当たって大変重要なポイントとなるのが、使用用途に応じたプリンター、インク、メディアなどの使い分けです。デジタルプリントも決して万能ではありません。ヒューレット・パッカード社だけでなくエプソン、富士フィルム、ミマキ、ローランド、キャノン、セイコー、スクリーンなど機器メーカーの違いによって色の出方などの特徴がありますし、壁紙、ガラスフィルム、カーテン、化粧シートなど印刷対象によっても向き不向きもあります。その意味では、今後は用途に応じた最適な組み合わせを選択するという時代になります。

デジタルプリント機器自体、価格も安くなり、導入しやすい状況になっていますが、ただ単に機械を購入すればいいということでは、決してありません。機械はあくまで道具にすぎません。それを使いこなすオペレーティング能力や知識、情報、コンプライアンス（不燃・F☆☆☆☆など）を理解した上で、自社の目的に合ったセレクトをしていくことが不可欠になってきます。

そしてもう一つ、重要な点が施工です。グラフィックを主体としたデジタルプリント壁紙特有の貼り方がありますので、それにもしっかりと対応する必要があります。

リンテックサインシステムとしては、デジタルプリントのメディアとなる「プリンテリア®シリーズ」（壁紙、ガラスフィルム他）の販売に加えて、プリンター、インク、メディアなど用途に合わせた最適な組み合わせを提供するシステム提案・販売を行っています。またそれとともに、導入された事業者をネットワーク化し、勉強会、施工研修などを定期的に行うなど最新情報の提供も行っています。さらに絵画や掛け軸などの美術関連データの使用権を当社で多数取得しており、データコンテンツやソフト面でも支援できる体制を整えています。

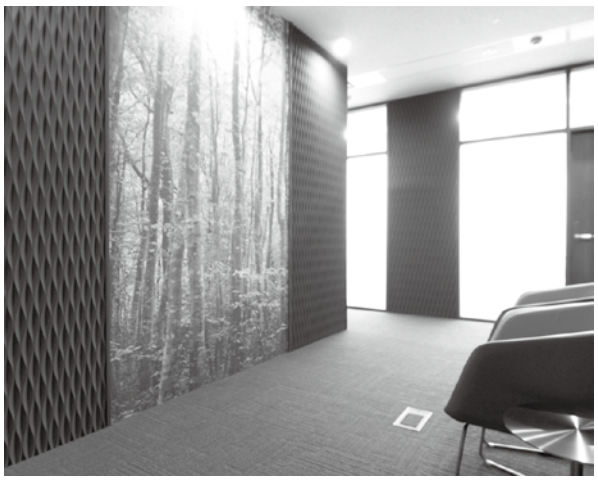
デジタルプリント時代の本格的な到来に向けてトータルでサポートしていくことが、我々の存在意義だと考えています。

――ありがとうございました。

（聞き手・善明剛史）

＊インタビュー中の会社名・製品名等は略称での記載もあります。

デジタルプリント壁紙の施工例



ワンポイントに使用しても大きなイメージ変化がある

殺風景な会議室も華やかに

「明日の地球を思うこと」

TOLI ECO SPIRIT

人も、地球も健康な明日のために。
私たち東リは全ての企業活動において、
低炭素社会の実現に向けて日々取り組んで行きます。

TOLI
http://www.toli.co.jp