

カンファレンスで  
ベストスピーカー  
大野は99年に新規事業のイ  
ンクジェット部門へ異動す  
る。

コニカがインクジェットへの  
参入を決めたのは96年でした。  
ヘッドは英国企業からライセンス  
を受け、インクやメディアは  
社内化学産がたぐさんおり、  
プリンターも事務機部門の技術  
を転用すれば必要なりソースは  
一通の揃う。そしていずれイ  
ンクジェット技術を様々な事業分  
野で展開するというのが首脳陣  
の構想だったようです。

ただ実際には各事業部門は現  
業に忙しく、新しい技術である  
インクジェットを取り込んで将  
来の事業構想を立てる余裕など  
ない。我々が提案する各事業部  
門向けのアイデアはほとんど黙  
殺され、結局、機器の開発  
だけでなく、生産の手配、販  
売チャネルの開拓、サービス体  
制の構築などを他部門に頼らず  
社内ベンチャーのインクジェッ  
ト部門が独自でやるを得な  
い。これは至難のごとでした。

しかし、02年頃からインク  
ジェットヘッドの引き合いが  
増し、風向きが変わり始め  
る。

当時、世界には産業用インク  
ジェットヘッドを供給できるメ  
ーカーは英ザールと米スペクト

### コニカミノルタ顧問 大野 彰得さん

認知度アップのため何でもやる



12年にはインクジェットの国際カンファレンスでベストスピーカーに選出



ラ(後に富士フイルムが買収)からい  
「高性能で安定した品質のヘッドを供給できれば必ずビジネスになる」と感じてヘッド事業に参入しました。引き合いが増えてきたとはいえ、コニカがヘッドを事業

化している事を知っている人はまだわずか。これをなんとか「コニカといえばインクジェット、インクジェットといえは「コニカ」という知名度を獲得したかった。

しよせんは部品ですから広告宣伝が奏功するものではありません。当初から世界のインクジェット関連のカンファレンスや展示会にいったらある機会を捉えて講演をし、懇親会や名刺を配りました。学会やカンファレンスの発表は、一般に真面目で堅苦しいものが多のですが、まずはつかみで笑いを取り、ジョークをおんなりに織り交ぜ、最後にはオ

チを付けるというスタイルでウケを狙うのはやはり関西人の血でしょうか(笑)。

「パーティーではその辺に置いてあったギターを手に取り、同年代の参加者にウケをとり、トリスやP.M.などを歌い、歌うジャパニーズのヘッド屋」として有名になりました。

最初は「オモロイヤ」といって存在してしたが、12年には産業用インクジェットの国際業界カンファレンスでベストスピーカーに投票選出されました。

今日、世界の産業インクジェットの世界で少しばかり名前が売れていること、このように涙ぐましい努力の成果に思えます。実際、ビジネスSNS(交流サイト)では世界中で00人を超える友人がおり、その友人まで拡大すると数十万人規模の人脉となる想定で、ビジネスを拡大する上で大きな財産になっていきます。

伊のデジタルプリントにかける03年に「コニカミノルタが経営統合を発表。大野は主力事業への移籍を打診される統合が発表されてしばらくた

った頃、事務機部門の役員に呼ばれ、「こちらに戻ってこないか」と言われました。魅力的な提案を頂いたのですが、「今、インクジェットはなかなか事業が立ち上がるどころまきまき、これを放置して離れることはとても出来ません」とお断りしました。

「(ここでその話に乗っていたら、インクジェット事業のその後展開はまた変わったものになっていったと思います。自分としては、「退路を断って、この事業に骨を埋めると」腹を括った瞬間でもありました。さて、当社のインクジェット事業で最初に着手したプリンターは、実は捺染用ワイドフォーマット機「ナッセンジャー」なのです。インクジェットのプロジェットの創始者であった伊藤國雄取締役(当時)は、「写真がデジタルになれば、そのプリントは印刷紙だけではなく、布でも板でも鉄板でもガラスでも、何にでも写真プリント出来るようになる」というビジョンを描いていました。

私が移籍する前に最初に出来た試作機は、銀塩写真部門から酷評されたようです。デジタル写真時代の起死回生策としてデジタル銀塩ミニラボを全力で開発していた銀塩写真部門に、インクジェットで布に写真をプリントするなんて余りの荒唐無稽に映ったのでしよう。

このナッセンジャー試作機を開発するにあたっては、大阪の住江織物さんの協力を得ました。内装や産業資材の大手である住江さんと組み、98年にドイツの内装材総合展ハイムテキスタイルでナッセンジャーを展示したのです。最近になってハイムテキスタイルにデジタルプリント専門フロアが設けられたことを考えると、約20年前に既に時代を見越していた伊藤さんの先見の明には驚かされるばかりです。

繊維業界からは「スクリーンサンプル作りをやるのではありませんか」「ブティックに置いて一品物のプリントを」などと一定の向きな反応があったようです。このあたりを機に、写真プリンターという当初の発想から、繊維業界にフォーカスしていくことになりました。

「はい、また存在しない市場を作りながら事業を立ち上げていく」というのはいばらの道でした。オランダのストック(現SPG)もインクジェットへの早期参入組で、海外チャネルは無かった当社はここにOEM

## インクジェットに骨埋める覚悟

「相手先ブランドによる生産供給して数を増やそうと試みましたが、やはり先方も同じ苦労をされたようでした。理解を示した客もあつたが、捺染業界は全体に苦戦しており、ナッセンジャーも撤退が議論される事態となる。国内市場が厳しい一方で、イタリアでは「ポスター用の大判プリンターが大量に改造されているらしい」「某社が高速機を投入する」等々、明るいニュースが聞こえてきました。コニカの複写機の代理店だった伊ヴェルガからも「ナッセンジャーをぜひ扱わせて欲しい」とこれから世の中は変わる」と強い要望がありました。我々も「イタリアで勝負して、それでダメならあきらめよう。世界の主戦場が勝負しないので撤退したら、悔いが残る」と発破をかけて、関連部門を横断的に組織して「丸でコトにあたりました。この結果、イタリアの大手捺染業者が当時の新型機ナッセンジャー5型を10台まとめて購入してくれるという成果につながりました。この時以来、縁のある代理店のヴェルガは14年に買収し、欧州展開拠点となっていくという道で、市場の立ち上がりも加速し、インクジェット捺染は大きな潮流となつていき