

纺织服装周刊

日本
纤维
信息

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

2019.7.29 | 第27期 | 总第939期



人工蛛丝“QMONOS”项目获进展

为了实现可持续发展而努力

DAISEN株式会社
 黛森商务咨询(上海)有限公司
 电话: 021-62367672 传真: 021-62367670
 http://www.sen-i-news.com.cn



从9月20日至11月2日在日本举行的2019橄榄球世界杯大赛中,日本代表队的制服从纱线到缝制全部都是“日本制造”。

天丝™销售代理第30年, Orgabits 项目第15年

New value for Society5.0

▲ TOYOSHIMA

MY WILL

MY WILL 是连接未来的“自我意识”。

我们相信,通过可持续发展材料的开发和普及,能够影响更多人的“自我意识”,为参与地球环境保护活动创造契机。丰岛株式会社今后也将灵活运用有机材料和回收技术,开发能减轻环境负担的可持续性发展的纺织材料。

丰岛株式会社

※天丝™是 Lenzing AG 的商标

GOLDWIN 与 Spiber 公司

人工蛛丝 “QMONOS” 项目获进展



Spiber 公司代表关山（左）和 GOLDWIN 公司副社长渡边共同展示第一波商品。



Cool Japan Fund 也出资该项目（左为代表关山）。



今年三月还与 Aderans 公司合作（右为代表关山）。

GOLDWIN 公司与从事结构蛋白质材料产业化的 Spiber 公司（山形县鹤冈市）从 2019 年 8 月下旬开始，通过 GOLDWIN 公司销售的户外活动品牌“THE NORTH FACE”，发售了共同研究开发的新结构蛋白质材料“Brewed Protein”T 恤衫。

两家公司从 2015 年开始合作，计划 2016 年推出使用人工合成蛛丝纤维的外衣夹克商品，但由于受水湿润会大幅度收缩的蛛丝特有的“超收缩”课题没有解决，因此延期发售。而 Brewed Protein 攻克了这一课题，使用微生物发酵制成的微生物蛋白质，使超收缩现象减轻了 90%。

Spiber 公司关山和秀代表称：“满足了服装所需的特性要求，还摆脱了塑料、摆脱动物材料”，并表示可以运用在多种材料中。计划 2021 年在泰国建成批量生产工厂开展生产。

这次发售的 T 恤衫作为 THE NORTH FACE 与 Spiber 公司的合作项目“THE NORTH FACE SP.”推出。以生物构成比例（植物 82.5%、微生物 17%、动物 0.5%）为参考，以棉 82.5%、Brewed Protein 17.5% 制成。显示两家公司从服装挑战地球规模环境问题的决心。

通过特设网站限定预约销售 250 件，价格为 2 万 5 千日元。11 月还将发售面料使用 100% Brewed Protein 的 THE MOON PARKA。GOLDWIN 公司的副社长执行役員渡边贵生称：“在 2025 年左右，将把抓绒或透湿防水材料等都改用结构蛋白质材料。”

从 2015 年开始与 GOLDWIN 合作

GOLDWIN 公司与 Spiber 公司的关系可以追溯到 2015 年签订事业合作协议与出资。Spiber 公司创业于 2007 年，是以开发人工合成蛛丝材料“QMONOS”而知名的初创企业，与 GOLDWIN 公司签订了运动服装领域的独占业务合作协议，共同开发新世代的产品，当时的出资额为 30 亿日元。

QMONOS 通过特殊的纺丝技术，把最尖端的微生物发酵生成的蛋白质制成纤维，具有很高的牢度和伸缩性，原料为生物质来源原料，因此兼具环保性和可持续性，作为新世代材料期待开展产业化生产。另外该公司在内阁府创立的“革新研究开发项目（ImPACT）”的“超高性能结构蛋白质带来的材料产业革命”项目中被指定作为核心研究机构。

调动总额 65 亿日元资金在泰国建厂

2017 年 2 月，日本政策投资银行接受了 Spiber 公司的股份。2018 年官民基金海外需求开拓支援机构（Cool Japan Fund）宣布对 Spiber 公司投资约 30 亿日元作为成长资金。

使用这些资金计划建设的工厂规模为现在山形县鹤冈市的发酵试验工厂的约 100 倍（占地面积 9 万 9 千平方米）。作为结构蛋白质的发酵生产工厂是世界最大规模。从 2019 年中期开始建设，预计 2021 年开始投入生产。

此外 Spiber 公司还于 2019 年 5 月与三菱 UFJ 银行等缔结贷款协议，获得了总额 65 亿日元的资金，用于建设泰国的结构蛋白质发酵、精制工序的量产工厂，构建中长期的成长基础。与三菱 UFJ 银行公司缔结 50 亿日元 syndicate 方式的时期有限贷款协议，山形银行公司、庄内银行公司、



还准备发售 THE MOON PARKA（照片为开发型号）。

鹤冈信用金库公司三家地方金融机构也参与了这一投资。

上述投资是为了加强在泰国东部罗勇府的 Eastern Seaboard 工业园区推进结构蛋白质材料的实用化生产。此外为了扩充总公司纺丝设备及研究开发设备等，还与三菱 UFJ 租赁公司签订了 15 亿日元规模的租赁协议。

Spiber 公司独自开发的结构蛋白质原料不依赖于石油，以植物资源为基础通过发酵工艺制成。能加工成为纤维或薄膜、树脂等，作为可持续的材料，期待能在各个产业领域发挥威力。

共同开发新毛发材料

Spiber 公司在 2019 年 3 月与毛发相关事业大型企业 Aderans 公司合作，开展新毛发材料的商品化。使用结构蛋白质材料，实现了过去聚酰胺假发无法做到的使用普通染发剂进行染色。从 2018 年开始进行基础特性等的研究，已经申请了 4 项专利，争取在 2021 年内实现实用化。

Aderans 公司从 1983 年开始假发的研究，推出了再现人体毛发三层结构的假发等，但由于以聚酰胺树脂为材料，出于原料石油资源枯竭问题及环保要求，需要寻找新的毛发材料，因此与 Spiber 公司开展共同研究开发。

使用 Spiber 公司正在推进产业化的结构蛋白质材料，使得原材料无需依赖于石油，可持续性成为一大特点。和人体毛发一样可以用普通的染发剂染色，还可以卷发等，与以往的聚酰胺假发不同。

现在市场上有部分用蛋白质制成的假发销售，但并不是 100% 蛋白质，而是以石油材料复合为中心。Spiber 公司代表关山称：“从零开始进行氨基酸排列及制作方法的研究，与现有产品完全不同，品质也非常高。”

为了能在 2021 年实现商品化，代表关山称：“生产规模是最重要的课题，积极推进泰国工厂的建设等，必须尽快建立供应体系。”

来自街角

七月第一周在东京 5 个地点的时尚观察

Style-Arena 在东京主要 5 个地点（原宿、涩谷、表参道、代官山、银座）观察街头流行趋势。

进入梅雨季节后东京晴朗的日子很少，气温接近 30 摄氏度，持续闷热。往年随着气温的上升“黑色”的势力不断变弱，但这次调查中黑色压倒白色及米色等，成为最显眼的夏季色彩。

黑色作为基础色这几年超过了势头凶猛的深蓝色。黑色成为夏季的常规色是从 80 年代 DC 热潮时代获得压倒性优势而来的。当时的主流也和现在一样是宽大线条，与现在的 big · oversize 趋势的线条流行趋势相一致。

除了黑色外，白色及灰白、米色、天蓝色等夏季风格的常规色，卡其色、橄榄色、棕色、酒红色等秋季色彩也有一定的存在感。

本季节还没有出现令人眼前一亮的强力款式，继续以“宽松”、“摇曳”、“通透感”、“长 & 宽”等作为不可或缺的元素。充满这些要素的连衣裙及裙子、裤子等都在街头时尚中切实增加。尤其是连衣裙，包括层叠款式在内有多彩的搭配，今后也需要继续关注。

照片由日本时装协会提供。 <http://www.style-arena.jp> Instagram: @stylearena.jp/

涩谷 敏锐反映新文化，能了解到日本年轻人的“现在”。



21 岁，大学生。单色调的纤细的植物花纹印花连衣裙。



19 岁，专科学校学生。时尚的牛仔布长款连身服。

代官山 不轻易追随流行的沉稳街区，普通人与设计师的距离感很近。



28 岁，美容师。超长款式、海军风格条纹的针织连衣裙。



25 岁，公司职员。黑色“Big”大尺码的人气很高。

原宿 融合多样化的款式，不受常识束缚的时尚。



25 岁，护士。大尺码的外套加上黑色大花纹印花裙子。



25 岁，商店店员。尽管是初夏，但是用米色作为点缀色，十分显眼。

表参道 高端品牌店铺云集，洗练现代的流行感觉。



21 岁，大学生。以黑色连衣裙为轴心的层叠款式。蝴蝶结腰带作为点缀。



28 岁，公司职员。以黑色针织衫和百褶裙为基础，米色的夹克衫给人时尚的印象。

银座 奢侈品牌的包和手表是必备品，最近与快速时装的混合也普及了。



20 岁，大学生。与多雨季节相映的植物纹样连衣裙。



24 岁，公司职员。轻快印花的夏季长裙。

扩大中国销售的重要平台

日企将参展 2019 中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会

2019 中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会（intertextile SHANGHAI home textile）将于 8 月 28 ~ 31 日在上海国家会展中心举行。日本的床上用品相关企业由于日本国内市场的萎缩，加快了在海外市场寻求商机的速度。许多企业都很重视消费者的质和量都开始成熟的中国市场。不仅限于展会期间的商谈，众多企业还把该展会作为扩大中国市场的基础平台而持续参展，切实提高在中国的销售。本次展会上除了高档风格及纤细的纹样表现，日本特有的功能性面料也将获得关注。日本企业有旭化成公司、GSI CREOS 公司、荫山公司、丸家用纺织品公司、和歌山染工公司等 9 家企业参展，本期将介绍主要参展企业的展出商品。



上届展会中该公司的展位。

荫山（4-1B17） 向新生代消费者推介 日本产品的多样化魅力

荫山公司以“多样性与和谐”为主题，展示众多将材料本身的价值加上配合流行趋势的企划力、在设计品质两方面实现和谐的系列商品。作为历史超过半个世纪的无工厂型厂商，发挥丰富经验，与日本顶级的合作染色工厂合作，向中国的家纺、家居用品、羽绒被厂家推广“MADE IN JAPAN”商品的魅力。目标对象是“千禧年世代”及此后的“Z 世代”。这些目标人群积累了丰富的信息，能分辨真正优质的商品，在消费者中占有了一定的地位，对与以往市场价值观有很大不同的“日本产的优质商品更具审美观、追求价值高度的消费意识”，该公司对此类消费者寄予厚望。

这次展出羽绒被面料，有日本国内生产的 5 种材料、12 种纹样的新设计印花面料，众多的长销面料、包括喷墨印花在内的印花面料、设计稿等，以相应多样化的市场需求。重点新商品棉、极细纤维、Tencel 混面料，极细纤维的柔滑感加上天然纤维的棉和 Tencel 作为点缀，形成结实又柔和的风格。此外还有棉混但表现了合纤特有柔滑风格的棉、极细纤维混被面、全面展示印花及染色技术、风格加工等日本高超技术的日本国内印花的羽绒被面料等。

为了扩大对华销售，今后将解决生产和销售两方面的课题。在充实在日本国内一条龙生产的高品质面料产品的同时，销售方面除了通过展示会等扩大对原有顾客的销售，还将摸索面向 B2B 的跨境电子商务的有效利用。

丸家用纺织品（4-1B16） 兼具设计与功能的日本品质

丸家用纺织品公司在本次展会上以“JAPAN QUALITY 与 DESIGN TRENDS FOR 2020 设计性、功能性、高水准风格展示空间”为主题。最近几年加强与 LENZING 公司的合作企划，销售羽绒被用面料，从本届展会开始充实了应对中国市场需求的规格、风格的面料商品。

重点商品有“ACROTENDER”和“COMORTEX”。ACROTENDER 获得了 LENZING INNOVATION AWARD 2018 的 HOME SEGMENT 金奖。是羽绒被用面料，以日本的高超技术发挥了植物的温暖风格与材料本身的柔软风格。COMORTEX 是羽绒被用高性能面料，具有能减轻羽绒被闷热感的透湿性和不让填充的羽绒受到脏污的防尘性，具有不逊色于世界知名运动服装品牌所采用的透湿防尘面料的高品质。此外作为“DESIGN TRENDS FOR 2020”，精心挑选了以欧洲室内纺织流行趋势为基础配合中国流行趋势的设计，采用日本高品质加工的羽绒被用面料。

该公司在中国市场上以羽绒被厂家、面料厂家、商社等为目标对象，预计今后羽绒被用户将会增长，而销售渠道则将从实体店销售向无店铺销售迅速转变。为了扩大销售，将努力加强对成品销售的应对能力。

和歌山染工（4-1A01） 以棉、特殊涤纶床品面料实现新风格

和歌山染工公司与集团企业 SK 商事公司共同参展。本次展会上针对消费者显著成熟的中国市场，展示染色工厂特有的注重细节雕刻的纤细表现力及巧妙的配色、独有的高档柔和风格加工等，以羽绒被用途为中心推广丝网印花及数码印花面料的企划、生产一条龙开发体系。

除了包括超宽幅（230 厘米）的独特规格坯布外，还推广丝网、圆网印花机和量产型喷墨印花机的生产设备，展示从样本到正式生产的灵活应对能力。

2020 秋冬企划重点商品有棉和特殊涤纶的新规格独特风格商品。在市场上诉求轻量的被面较多的情况中，以适量的重量和柔软性实现盖被子时贴近肌肤的舒适感。还展出使用印度棉 100 支单纱或 80 支单纱的具有高级风格的 100% 棉缎子被面。此外还有与棉风格不同的具有光泽感和柔软性的 Tencel 混的被面。

中国现在羽绒被的普及率还只有 5 ~ 7%，由于羽绒原料价格高涨的影响，被面的销售情况并不理想，但该公司认为随着消费者的成熟，今后需求会切实增长。以中国国内的床上用品大型厂家为主要目标对象，同时也向其承包供应商或中型厂家供应产品，努力扩大销售。

为了扩大销售，从前年起派遣负责人员常驻上海办事处，与顾客保持密切联系。竭力提高交货期管理和品质管理方面的应对能力。

SPINEXPO

推广针对 2020 秋冬季的纱线流行趋势

纤维原料和纱线的国际展览会“上海国际流行纱线展示会（SPINEXPO）”将于 9 月 3 ~ 5 日在上海世博展览馆举行。针对 2020 秋冬季，日本企业有东亚纺织公司、堀田（上海）贸易公司、绎田（上海）商贸公司、KYOTOTEX 公司等，还有首次参展的 LUYUAN JAPAN 公司，以及重新恢复参展的 BRIGHTEX 公司、岛精机制作所公司，以针织用纱为中心，推广高附加值的差别化纱线。

LUYUAN JAPAN 首次展示 Easy.Care CASHMERE

LUYUAN JAPAN 公司（东京都千代田区）首次参加 SPINEXPO 展。该公司从事针对羊绒原料特化的纺织产品的 OEM 业务，在中国与纺纱及制品工厂等 6 家合作工厂合作开展生产，以毛衣为主，销售围巾、披肩等制品，还从事羊绒纱的销售。

SPINEXPO 展上重点展示可以普通家庭洗涤的“Easy.Care CASHMERE”商品。通常的羊绒洗涤的话会收缩，容易产生毛球。该公司的“Easy.Care CASHMERE”没有采用会损害羊绒风格的氦防缩加工，而是将羊绒鳞片正反面架桥结合，以不损伤纤维的分子改良进行自然防缩加工，在保持羊绒本身风格的同时，抑制家庭洗涤造成的收缩及起球的产生。花费约 4 年时间进行开发并于去年底完成。此后在中国的合作工厂设置生产设备，能够接单生产。

该公司今后将与研究开发了该加工和加工剂的日本蚕毛染色公司和中国浙江省的针织工厂合作，努力扩大该加工商品的销售。该公司在日本以制品 OEM 形式接受“EasyCare CASHMERE”商品的生产订单，对于中国及欧美市场则通过有合作关系的中国针织工厂开展销售，LUYUAN JAPAN 公司对该工厂销售加工剂和进行管理。

东亚纺织 推广高抗起球性的羊毛纱、羊毛混纺纱

东亚纺织公司在本次展会上继续着重推广提高了抗起球性的 100% 羊毛纱。

重点介绍 100% 羊毛纱“CRIMSON”和腈纶羊毛混纺纱“JEGAPOP Plus”。CRIMSON 使用 19.5 微米的超极细羊毛，通过特殊纺纱工艺在保持蓬松感的同时抑制了毛羽的产生，提高了抗起球性。30% 羊毛、70% 腈纶的 JEGAPOP Plus 对以往的毛混纱线加以改良，提高了抗起球性。

该公司以中国子公司无锡东亚有限公司为中心，通过多家代理销售公司向中国国内的成衣厂商、面料厂家开展销售，还通过中国厂家扩大向东南亚的销售。

东丽国际贸易（中国） 瞄准未来，在中国推广环保材料

东丽国际贸易（中国）公司在针对 2020 秋冬企划的本届展会上把“呵护环境的 Future Yarn”作为主题。横编纱线的主流是腈纶纱或腈纶羊毛混纺纱，但该公司展出 100% 涤纶长纤维的加工纱以及 100% 尼龙轻量纱、毛支数 125 支的风格优异的精纺纱等，重点针对欧洲市场，但也希望在中国市场上推广关注程度还不高的环保材料。

重点介绍腈纶·人造丝混纺、腈纶·羊毛混纺纱“Heatmax”，使用东丽公司的极细抗起球纤维，具有柔软的风格，同时还具有吸湿发热功能。此外还有采用掺入陶瓷的兼具柔软风格和优异抗起球性的“Dynahot”（85% 腈纶、5% 尼龙、10% 羊毛）。

还对 100% 轻量尼龙、100% 涤纶长纤维的“New Era”，作为新概念的毛衣用针织纱加以介绍。涤纶、人造丝混纺的“极柔软 + 蓬松”的“Raylux”也引人注目。

通过展示这些重点商品，在提高东丽集团横编功能纱知名度的同时，扩大对中国国内销售目标的欧洲大型 SPA 及中国大型成衣厂商等的销售。销售方面加强对中国成衣厂商销售时必需的短交货期应对。

BRIGHTEX 主打使用宾霸的高档金银丝

BRIGHTEX 公司是日本首屈一指的金银丝产地京都的金银丝厂家 CROWN INDUSTRY 公司的集团企业，针对欧美及亚洲民族服装出口销售金银丝，除了向当地的纱线、面料商提供 OEM 商品，还以 BRIGHTEX 品牌销售纱线。近年来为了扩大在中国的销售，从去年起重新参加 SPINEXPO 秋冬展。该公司的特点是多色彩、多品种、从 1 公斤开始起订的现货储备销售，在本届展会上还适应环保潮流，首次展示以旭化成公司铜氨丝纤维“宾霸”的金银丝为中心的日本独有的新商品。

重点介绍旭化成公司的宾霸、Lyocell、涤纶混的混纺纱“Fiona”与切成世界最细级别的 0.1 毫米的薄膜切丝纱交捻，并用尼龙包覆形成高档微光泽感的“Fiona Briller”。具有柔和的悬垂感，Lyocell 本身具有消臭性，在洗涤 10 次后也能保持效果。金银丝用于高针距针织的话容易使面料变硬，但极细金银丝加上芯纱的柔软，使得 Fiona Briller 非常柔软。金银丝低混合比例实现高档微光泽感，适用于 zokki 编织，还能防止交编时的钩扯。在日本国内主要为裤袜用途，在横编领域也获得好评，用途扩大到圆编用途。

宾霸高混合比例（84%）的真丝触感金银丝“Cristy”、使用和纸的“AYA-WASHI YARN”也是首次在海外展览会上展示。Cristy 追求位于金银丝和光泽纱之间的高档微光泽风格，同时具有宾霸特有的吸放湿性和接触冷感。使用活性染色不会掉色的薄膜，在交编后也可以进行后期染色。相应花式纱流行趋势的绳绒型“Cristy Chenille”储备了四种色彩的现货，其他色彩也可以定制。

AYA 是把梭织用的和纸切丝纱改为针织用，用宾霸进行交叉方向双重包覆，具有和纸的筋骨感和宾霸的风格、薄膜的光泽感，实现了独特的纸纱触感的针织产品。



使用高针距极柔软的加工、高档微光泽感的 Fiona Briller 制成的罗纹编织面料。

环保材料、环保技术特辑

为了实现可持续发展而努力

发端于海洋塑料污染的摆脱塑料潮流盛行，从 2015 年开始连续 4 年突破观测史上最高纪录的世界性气温上升、与之相伴的异常气候的频繁发生，使得人们对地球环境的关注也进一步提高。最近几年在所有领域中“ESG”（环境、社会、企业治理）、“SDGs”（可持续发展目标）都成为最重要的关键词。纺织产业为了实现可持续的发展，一批以低环境负担型、循环型生产制造为目标的纺织相关企业正在努力。

东丽 “ECOUSE” 增至 1.5 倍

东丽公司在正在实施的 Green Innovation 事业扩大项目中，以 2019 财年把全公司该事业销售额从 2018 财年的 7869 亿日元提高到 9000 亿日元为目标。为此纺织事业在此期间积极扩大 PET 再生涤纶及生物由来原料生产的涤纶的销售。

去年随着微塑料问题引起重视，对 PET 再生涤纶的需求增长。2019 财年计划把 PET 再生涤纶“ECOUSE”的销售提高到 1.5 倍。

过去以短纤维为中心销售的 ECOUSE 向制服、运动服装、女装、男装、休闲服装等各种用途销售。为此还加快扩充异形横截面及阳离子可染、细纤等差别化长纤维的商品阵容。

在扩充商品品种时，“用干净的回收 PET 饮料瓶制作的树脂片不可或缺”，正在研究能确保高品质的树脂片的措施。

另一方面，生物由来涤纶推出原料 30% 生物化的“Primeflex”等。还在加强以 100% 生物化为目标的开发。但出于生产技术的确立及成本等因素，“具体实现还需要时间”。



2020 秋冬运动服装材料展上，公司展出一半材料中混合了环保材料。

旭化成 以铜氨丝为核心深入发掘可持续性

旭化成公司销售的铜氨丝纤维“宾霸”原料采用原本不被纺织所使用的棉籽绒，可以说材料本身就体现了可持续性。最近不仅限于原料，在染色加工中也追求环保性，受到了关注，在生产体系和社会贡献方面也加强了重视可持续发展的姿态。

尤其受到瞩目的是注重环保的原纤维加工技术“Velutine Evo”。和以往的加工方法相比，实现了温室效果气体排放量减少 16.5%、能源资源总消耗量减少 21%、用水量减少 19.5%（根据第三方机构评价），大幅度减轻了加工时的环境负担。

2018 年 9 月在巴黎举行的国际服装面料展示会“Premiere Vision” 2019 秋冬季展亮相的该加工获得了观众的高度好评，起步非常顺利。现在 2 家日本公司、2 家意大利公司、1 家土耳其公司、2 家葡萄牙公司等世界各地的共 7 家染色工厂、企划生产商引进该技术开展生产，今后也将逐步增加合作伙伴扩大规模。

生产体系中也重视可持续发展，日本国内工厂耗电力的约 4 成是可再生能源（公司自有水力发电、

生物发电），并推进零排放化。社会贡献方面则在中国及印度等地培养人才。



注重环保的原纤维加工“Velutine Evo”。

丰岛 不断扩大的“Orgabits”项目范围

“MY WILL”，丰岛公司在表达“意志”的词汇中，融入了每个公司职员保护可持续地球环境的决心。运用有机材料及再生技术，进一步致力于减轻环保负担。

该公司的“Orgabits”项目通过有机棉的普及为社会做贡献，可以说是该公司环境保护活动的象征。自 2005 年开展以来，踏实地向服装行业推广，现在商品生产数累计达到约 684 万件，参与品牌超过了 100 个。为了纪念东日本大地震的植树项目“SAKURANAMIKI（樱并木）”、支援发展中国家的少女的捐献活动等也获得了成果。

现在日本国内服装行业急需对可持续性作出应对，对丰岛公司在 Orgabits 中积累的经验的请求会比过去更为增长。为了满足这样的需求，积极推进以 Orgabits 为轴心的可持续性材料的开发。

把原本要废弃的蔬菜及食材等用作染料的“Food



努力拉动环保的 Orgabits。

Textile”项目也在扩大参与范围。把保护环境理念作为理所当然的方向，提示服装厂商的新的存在方式。



与美术家 AKI INOMATA 合作的使用 3D 打印机的“Terramac”作品。

尤尼吉可 成立可持续发展推进团队

尤尼吉可公司致力于开发和销售使用聚乳酸材料“Terramac”及再生涤纶“Eco Friendly”的商品。为了横跨全公司推进注重环保而努力，于 5 月 1 日在技术开发企划室下新成立了可持续发展推进团队，从而使技术开发企划室加强到拥有 4 个团队的体制。

Terramac 的销售量在最近 10 年里没有很大的变动，但随着微塑料问题受到重视，从去年开始 Terramac 也重新引起关注。

现在 Terramac 的用途比例为纺织 50%、无纺布和树脂各为 25%。纺织用于茶包，树脂针对 3D 打印机用途销售正在稳定增长。

纤维销售方面，UNITIKA Trading 公司已经表示将大力推进以 Eco Friendly 品牌开展化学再生涤纶销售的方针。今后将致力于原丝、面料的开发，努力使针对制服、运动服装、女装用途销售的特化材料替换为再生涤纶。

还将以本财年成立的可持续发展推进团队为轴心，以对解决微塑料问题作贡献为目标，积极“推广和普及生物降解性材料及再生涤纶”。

村田机械 Vortex 以细纱机助力可持续发展

可持续发展成为市场的关注焦点已经持续数年。由于最近的海洋污染问题等，关注进一步提高。现在纺纱企业也必须对可持续发展进行应对。村田机械公司通过涡流纺纱机“Vortex”对可持续发展作贡献。

首先从原料范围的扩大和迅速的样品制作、减少损耗的角度来看。作为可持续的原料，不仅是棉，还可使用再生纤维素纤维、再生原料，实现生物降解性，使用省出问题很多的染色工序的原丝着色原棉、纱线等各种各样的原料。Vortex 在应对各种原料的同时，由于缩短了工序，作为可少量生产、少量制作样品的机型而受到关注。实际用户称制作少量样品时环锭纺纱需要 8 天，而 Vortex 只需要 3 天。缩短工序还减轻了各种损耗的产生。

工序缩短还使得品种变更时的机台清扫等时间的缩短。减少了清扫时所需的停台时间，防止运转效率的降低，能进一步应对小批量生产。某用户的报告称，通常环锭纺纱的粗纱、细纱、卷绕的清扫需要 10 ~ 18 小时，而用 Vortex 生产同等数量只需要 5 小时。该公司的最小批量定为用和清扫时间相等的时间生产的数量，Vortex 能应对更小的批量，为提高作业效率提供了帮助。

Vortex 纺纱生产的具有独特结构的纱线在针梭织工序中能抑制风棉的产生（减少损耗），减少梭织准备工序中使用的糊剂、减轻针织工序中斜行的产生等，这些优点受到好评。另外数码印花由于小批量应对、注重环保而受到关注，Vortex 纱线毛羽较少，是十分适于数码印花的材料，也受到了好评。

在缝制品阶段，Vortex 的抗起球特性能使制品持久，洗涤时毛羽掉落少，可以说是可持续发展的特点。脱落纤维和环锭纺纱相比大幅度减少，还能解决处理工序及洗涤产生的微涤纶脱落问题。另外，最近引进的长丝芯纱装置不是 100% 涤纶短纤维，还通过使长纤维和短纤维复合，“从独特的角度能提供微涤纶问题的解决方案”，开始受到关注。

Vortex 可以从各种角度出发针对可持续发展的需求提供解决方案，这也是近年来销售大幅度增长的重要原因之一。



数码印花实例：Vortex Viscose Ne40 经纬织物。



芯纱装置。

VORTEX? Sustainable? Let's listen to them!

Muratec VORTEX

Muratec 村田机械株式会社



使用天然成分使面料获得功能的加工方法。

近江绢丝 用人造丝为地球环境作贡献

近江绢丝公司把对人和地球的“温柔”作为首要的企业理念。为了实现该理念，展现从商品开发和原料采购两方面都十分注重环保的企业姿态。

响应已经成为世界潮流的环保意识高涨，于去年10月获得了FSC认证，证明主力商品的人造丝的原料木浆供应源是来自可持续发展的森林。现在还在开发“进一步提升了”人造丝生物降解性的材料，准备在近期通过去年成立的“HOPE KIWAMI”品牌开展销售。

该公司在联合国的SDGs及地球温暖化、海洋微塑料污染等目标及问题被高

度重视的很久以前就致力于开展保护地球环境的努力。例如全公司推进的削减CO₂排放的努力就是其中之一，从1990年开始率先削减工厂、办公室的CO₂排放，最近与1990年相比CO₂排放减少了53%，把排放量削减到开始前的一半以下。

还积极开发再生利用材料。除了不使用木材为原料的草本类人造丝“re:terra”外，还有以牛奶盒或广岛县和平纪念公园的纸鹤为原料的人造丝等，把原本要被废弃的东西作为纤维原料，再生制成人造丝，在这方面该公司拥有丰富的实绩。

SHIKIBO 瞄准SDGs的“ECOTECHNO”

SHIKIBO公司把联合国提倡的“可持续发展目标（SDGs）”全面融入商品开发和提案中。作为措施之一是重整1997年成立的“ECOTECHNO”品牌。

ECOTECHNO由聚焦于有机棉及生物降解性、再生等原料特点的“Green ECO”、生产工艺中减轻环境负担的“Earth ECO”、以功能性及持久性等减轻环境负担的“Blue ECO”三个分类品牌组成。

Green ECO分类的重点是“Erinature”，使用从原产东南亚的野蚕的茧中提取的真丝。不仅具有天然的抗紫外线及消臭等功能，还能把过去废弃的木薯叶作为蚕的饲料，而且通过向当地提供养蚕技术，还为创造东南亚农村地区的就业作出了贡献。

Earth ECO分类推出将也用于食品的多糖类Trehalose用于纤维以提高热传导性和散热性的凉感面料“Trehacool”、利用茶叶抗菌作用的抗菌防臭加工面料



努力提高“Erinature”的认知度。

“Chaba Fresh”、使用椰子油成分的拒水加工面料“Yashi Power”等多彩的功能面料。Blue ECO分类推出织造组织为校仓（AZEKURA）造的高透气性面料“AZEK”。

帝人富瑞特 全面推出 Think ECO

帝人富瑞特公司从2013年11月开始举办综合展会以来，还把该公司的环境活动指针“Think ECO”作为展览会的主题。

从4个分类开始起步，现在扩张到“推进再生”、“使用植物由来原料”、“节能贡献型产品”、“减少环境污染物排放”、“减少使用有害化学物质”、“使用有机棉、对气候变化的适用”等7个分类。

今年4月下旬在东京举行的综合展会中，加强了Think ECO展示区，除了展出再生涤纶“ECO PET”的丰富品种，还有ECO PET和“Solotex”的复合企划、Solotex与有机棉的复合企划等。该系列从运动服装及制服用途开始销售，现在认为“时装材料也必须具有可持续性”，近期准备在设定环保材料基准的同时，推出环保材料的独自品牌。

与J1联赛的俱乐部队GAMBA大阪、



在综合展会上充实“Think ECO”展示区。设在最醒目的地方。

FC东京合作，在演唱会场收集塑料饮料瓶并再生利用、赞助音乐节等，致力于开展Think ECO活动。并提出了“力争成为呵护地球环境的企业”的方针。



以不到现有设备体积一半的紧凑性作为卖点。

东洋纺 STC 凭借 FILPLATE 进入排水处理市场

东洋纺 STC 公司从去年开始销售水处理用 MF 膜“FILPLATE”，正式进入排水处理市场。

现在很多行业的工厂中针对不满足 BOD（生物化学氧需求量）、COD（化学氧需求量）基准的产业排水处理，采用利用了细菌的活性污泥法设备进行处理。但该设备的规模很大，还有处理水中混有污泥的问题。

新开发的 FILPLATE 为了解决这些难题，搭载了不让处理水中混入污泥的过滤机能。从去年开始投入商品，与负责设计、施工、管理的工程厂家合作积极开拓新客户。使用 FILPLATE 的话，设备尺寸为活性污泥法的一半以下，十分紧凑，另外还有“能长期几乎无需保养的使用”的优点。已有设备的工厂的话通过在现有的处理用面积引入 2 ~ 3 台 FILPLATE 装置就能提高处理能力。新建工厂的话设置面积则只需原有的一半以下。已经引进的用户评价的确能防止污泥混入，评价很高。

2019 财年积极推进替代现有的活性污泥设备，“希望销售至少能增长 20%”。

Daiwabo Rayon 发挥生物降解性和机能特点

Daiwabo Rayon 公司发挥纤维人造丝呵护环境的特性，赋予其功能性努力创造新的需求。

该公司此前开发了在海水中具有生物降解性的人造丝短纤维“DR CORONA”。在合成纤维产品产生的海洋微塑料污染问题引起重视的情况下，人们对具有生物降解性的人造丝的关注升温。在日本生产的再生纤维素纤维中，这是首个确认的在海水中具有生物降解性的产品。

DR CORONA 在欧洲的检测机构中确认了基于国际标准 ASTM Standard 的

海水中生物降解性。利用这一特点，通过纺纱用途和无纺布用途，不仅向日本还准备向包括欧美在内的世界市场开展销售。

该公司还致力于使用功能性人造丝创造需求。例如以优异吸水性为特点的人造丝制造具有拒水功能的拒水人造丝“Eco Repellas”就是其中一个好例子。在“摆脱塑料”的世界潮流中，对生物降解性纤维的需求增长，力图发掘使用 Eco Repellas 代替化纤。针对卫生材料用无纺布用途等，开拓与以往不同的应用领域。

Daiwabo Neu 以革新新工艺减轻环境负担

Daiwabo Neu 公司从 1980 年代开始利用有机棉及实现无化学染色加工实用化等，开发以环保为切入点的商品。此前建立了开发程序“Ecology Sustainable Project”，不仅有商品功能，还包括生产工艺的革新在内，积极减轻环境负担。

此前成功开发了不使用火碱的染色加工工艺。火碱被广泛用于纤维的精练漂白及染液调合等，但由于使用后溶液在废弃时需要中和工序，因此废水处理

的环境负担不小。新工艺在废水处理中省去了中和工序，因此能削减药剂和水的使用量等，可以减轻环境负担。不仅是棉等纤维素纤维，还适用于对碱性耐性较弱的真丝或羊毛等蛋白质纤维。

此外在染色加工和功能加工中全面引进安全性国际认证的“Oeko-tex”标准。尤其重视加工剂的安全性，把加工剂更新为最合适的产品，抗病毒加工“CLEAR FRESH V”的加工剂也从有机化合物类变更为无机类，提高了安全性。

三菱化学 加强“Triple Acetate”宣传

三菱化学公司生产三醋酸纤维“Soalon”的富山工厂于 2017 年获得了国际 NGO 组织森林管理协议会的 FSC 森林认证，此后将 Soalon 作为可持续发展材料加强推广。

在对环保关注度较高的海外市场先行开展宣传，2017 年 9 月在欧洲的 Premiere Vision 上的宣传开始，积累了对欧洲知名成衣品牌的销售实绩。

去年 5 月在日本的公司面料展开始把 Soalon 作为可持续发展材料宣传。今年 5 月的展示会上，大力宣传由可持续发展性、功能性、创意性构成的“Triple Acetate”理念，推动销售扩大。

关于最近的市场动向，该公司负责人认为“对 ethical fashion（道德时尚）关注升温的情况下，环保意识正在提高”，现在在日本国内也能感受到对环保材料的关注变强。



诉求“Soalon”的可持续发展、功能性、创意性。

为此，今后不论是在日本国内还是海外，都将下力气在展会上宣传推广及制定故事。

具体措施有以 100% Soalon 的针梭织面料“Soalontis”为轴心扩充可持续发展材料群，还努力开发海外需求较多的 Soalon 与再生涤纶的复合材料。由此在女装市场上提高作为可持续发展材料的知名度，进一步扩大销售。

KURABO 从开发、生产两方面推动环保

KURABO 公司的德岛工厂从建成以来就从多方面推进减轻地球环境负担的生产制造。生产活动中积极进行设备投资及开发、引进新技术，同时在商品开发方面推进注重产品生命周期的商品开发。

生产活动中为保护地球环境作贡献而致力于四项排放物的削减。2017 财年与 1998 财年相比，CO₂ 排放量削减 33.1%、排水量削减 28%、指定化学物质使用量也和 2010 财年相比减少了 58.5%。实现了工厂排放废弃物几乎全量再生资源化的 zero emission。

下一个阶段，公司将 Sustainable Apparel Coalition (SAC) 开发的供应链环境负担、社会影响自我评价工具“HIGG Index”注册和进行评价。公司其他主要材料也获得了“OEKO-TEX STANDARD 100”认证，目标是实现商品及生产工序中有害化学物质零排放。

公司开发推出了众多注重环保的材料。不含氟但能发挥优异拒水性能的拒水加工材料“Aqua Magic”、防污加工“Stein Magic”、抑制褶皱的“Wrinkle Magic”等。



在生产 and 商品开发中减轻环境负担。

可乐丽贸易 防透视女裤面料也使用 ECOTALK

可乐丽贸易公司准备全面更新以饮料塑料瓶再生涤纶为中心的环保型材料群“ECOTALK”，准备“在时机成熟时一口气推出”。从去年开始微塑料问题引起重视，同时“最近再生涤纶迎来了热潮的情况”。

针对这样的趋势，对过去以制服及学生服用途为中心销售的以圆形横截面全哑光纱及半哑光纱开发的面料 ECOTALK 投入新品种。满足女装时装类用户的需求，并加入再生原料制成的“SPACE MASTER”，充实商品阵容。使用 SPACE MASTER 开发的中厚度面料被用户用于不易透视的女裤，从 2020 春夏季开始在店铺中销售。

此外还计划开展生物由来原料制造的涤纶的生产和销售。现在正使用从海外厂家采购的生物晶片，进行把涤纶整体 30% 生物原料化的商品试生产和建立生产技术。在积累经验后着手设备改造开展批量生产，准备使之成为 ECOTALK 系列的又一支柱。



用再生涤纶扩充特化材料的商品（图为 SPACE MASTER）。

巴塞罗那 ITMA 2019 回顾： 参展公司数量创历届之最

纺织机械的国际展览会“ITMA2019”于6月20~26日在西班牙巴塞罗那举行。除了关注提高生产效率及高效化、高附加值化等，以近年来流行的“工业4.0”、“可持续发展”为切入点的新技术方案也随处可见，展会期间观众人数超过10万人，盛况空前。

每隔4年在欧洲举行的ITMA作为发布纺织机械新技术的国际展会受到各界的关注。该展会作为发布次世代理念及革新技术的平台而深入人心，很多企业以该展会为目标对象推进研究开发。很多在ITMA发布的新技术会在第二年的ITMA亚洲发布，在纺织机械的技术革新领域继续处于重要的位置。

这次ITMA巴塞罗那是第18次举行，参展企业有来自45个国家和地区的1717家公司，刷新了历史纪录。展示面积为114500平方米，比上一届ITMA2015（意大利米兰）扩大了9%。但仍有250家等待空位的企业未能参展。参展企业最多的是意大利，有364家企业，其次是中国（276家）、德国（222家）、印度（169家）、土耳其（164家）。

会场中设置了纺纱及制织、印花等19个部门的展出，参展企业数前五位是染色加工（325家）、纺纱（281家）、制织（182家）、印花（157家）、针织（136家）。因喷墨印花的成长而受到关注的印花部门自上一届开始从染色加工部门独立出来，这次该部门参展企业比上一届增加了38%。另外，不断成长的无纺布、技术织物领域也继续扩大展示面积。以数码技术的发展和快时尚的成长为背景，缝制品相关的展出也比上一届增加了27%。

革新纺机的趋势变得明显

从细纱机向革新纺机转变的趋势正在加快。加入空气细纱机市场的企业增加了，丰田自动织机公司也展出了新的细纱机。现在业界运转的机械主流还是环锭纺纱机，但有人认为“已经进入了很难继续提高生产效率的阶段”。因此生产环锭纺纱机的丰田自动织机公司发布新的纺纱机受到了极大关注，这届ITMA有可能成为细纱机的转换期。

丰田自动织机公司发布的新型细纱机是利用离心纺纱技术开发的“Helix”。基于技术的离心纺纱是使容器高速旋转，利用离心力加捻卷绕在内壁上。这种想法很久前就出现了，但并没有企业能成功实现事业化。该公司开发的概念机械实现了以2倍以上的生产效率生产与环锭纺纱同样的纱线品质。ITMA会场上只向有限的用



村田机械公司的“VORTEX 870 EX”。

户展示，获得了符合市场需求的反响。

空气细纱机除了村田机械公司、RIETER公司（瑞士）外，SAULER公司（德国）、LAKSMI公司（印度）也加入这一市场。

在该领域领先的村田机械公司发布了把涡流纺纱机“VORTEX”的最高速度提高10%、实现每分钟550米稳定运转的“VORTEX870EX”。可纺范围也扩大了，通过与TRUTZSCHLER公司（德国）的合作实现了纺前工序的高效化。过去用人造丝纺纱需要3次练条，现在只需1次就能纺纱。还在进行涤纶、人造丝混纺等的试验。

VORTEX作为应对人手不足及电力费用上涨等的机型而受到关注，近年来从“可持续发展”的角度研发也备受瞩目。例如对于海洋塑料问题，可发挥羽毛为环锭纺纱一半以下、能大幅度减少洗涤时纤维脱落现象的特点；关于服装的大量生产、大量废弃问题，品种切换能力很高，作为能避免生产浪费的机械而受到关注。

欧洲企业有RIETER公司改良了空气纺纱机“J26”，实际演示100%棉纱的生产。SAULER公司发布了新型空气细纱机“AUTO AERO”。该机型从开发到销售只花费了1年半时间，在短时间内成功实现事业化。以开气流纺纱机“AUTOCORO”为基础，部件的约70%实现共通化。会场中演示了人造丝（20支）、涤棉混及100%棉（都为30支）的生产。展会首日就签约销往墨

西哥等地企业。

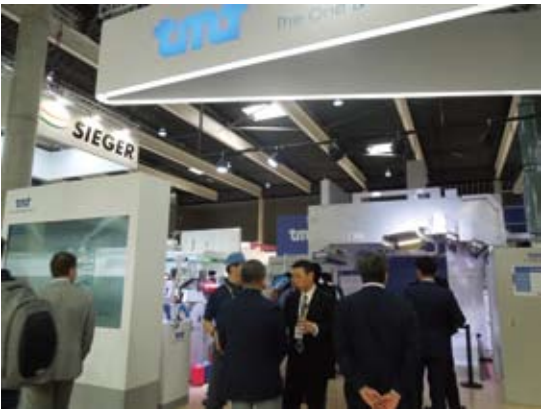
LAKSMI公司也首次展示空气细纱机。最大槽筒数为200个，最高速度为每分钟550米。会场上演示了人造丝、涤纶、涤纶·人造丝混纺等30支纱线的生产，预定从半年后开始销售。

对节能的需求增长

自动络筒机方面，村田机械公司展出了“PROCESS CONER II”的最新机型“QPRO EX”、“FPRO EX”。这是去年在ITMA亚洲（上海举行）上发布的机型，和以往机型相比实现了节能和自动化。QPRO追加了自动平衡机能等进一步提高了便利性。另外，和USTER公司（瑞士）的断头检查装置合作，实现了与主电脑的数据交换。把从细纱机和自动络筒机两方面获得的信息用于提高品质。

TMT机械公司演示了与集团企业TMT神津公司共同开发的高性能返卷机“WINDING MASTER”。这是去年在上海首次展示的机型。在接压结构及供纱系统、横动装置等各方面均采用独创技术，实现了品质稳定提高及对各种材料、筒子类型的应对。在会场中演示了尼龙假捻纱的染色用软卷（每分钟800米）、涤纶DTY（每分钟1200米）的生产，受到重视品质的用户的高度关注。

另外，作为新商品发布了尼龙用高速延伸假捻机。TMT机械公司过去以涤纶用途为主，该机型把加工区



TMT机械公司的尼龙专用延伸假捻机。



阿波纺锭公司的喷气喷嘴“TA-1”和“TA-2”。

间缩短到约三分之一，实现了尼龙品质关键的低张力加工。在会场上演示22T/24F纱线的生产。

部件方面，阿波纺锭公司的合成纤维纺纱工序用喷气喷嘴主力“TA”系列推出节能、省空间的产品。网络喷嘴的主力“TA-1”通过改良纱道，比以往产品削减了约30%的空气流量。间隙为4毫米，实现了省空间化。新开发的“TA-2”除了TA-1的优势外，交错性能提高到以往产品的约1.5倍。可用作网络喷嘴或预网络喷嘴。通过两个部件的共通化提高设备保养的效率，并且容易引进到现有的纺纱设备中。

这次展会上除了主力的中国外，还以印度、巴基斯坦、土耳其为目标对象，公司向计划中的顾客开展了推介。尤其是印度，由于电力费用的上涨，对节能十分关注。

销售细纱机用驱动、搬运皮带的NITTA公司也介绍省电力的“PolySprint”等。该产品使用涤纶帆布芯体，尺寸稳定性和耐弯曲性优异，还能实现省电。

织机纬纱插入采用新方式

织机包括采用新的纬纱插入方式在内发布了很多新机型。利用数码技术的自动化及简易操作、对过去很难制织的材料应对、通用性等特性变得越来越重要。

丰田自动织机公司展示了喷气织机（AJL）“JAT810”下一代机型的概念机。利用IoT技术的自动化成为关键之一，设置及调整等很多部分过去依赖于工人的经验，现在机械能提供支援。另外，重新调整纬纱插入性能，提高了通用性，通过控制技术的改良实现了节能。

ITEMA公司展示采用新纬纱插入方式的“DISCOVERY”，该机型是融合了片梭织机和剑杆织机优点开发的织机。纬纱插入使用新方式，用马达单方向驱动内藏的多个剑杆头进行制织。减少了部件数量很容易保养。

另外，剑杆织机（RL）“R9500”展出和以往机型相比电力节省10%，通过主系统的升级提高了处理速度等改良的“R9500-2”。

PICANOL公司（比利时）把开发的重点放在智能性能、可持续发展、通过数据的操作、便于使用上。利用数码技术，实现了自动化及自动学习最适于实际生产的速度等。本次展会上展出AJL的新机型“OMNI PLUS i”，其特点是钢筘机构的重新设计、辅助喷嘴的改良、搭载电子开口装置“Smart Shed”等。

另外，剑杆织机“OPTIMAX i”除了以往的积极式剑杆方式外，还展示了新的无导轨积极式剑杆方式。在室内纺织品制织方面具有很高的通用性。

津田驹工业公司在本次展会上只展示了喷气织机，介绍主力机型“ZAX 9200i MASTER”。针对新的领



福原产业贸易公司的高效节能型圆编机。

域演示了使用高支数单丝（33dtex）以1200~1300转的高速制织资材织物。

针织机应用领域扩大

针织机厂家集中的8.0号馆是吸引了众多观众的展馆之一。瞄准过去以梭织为主的用途领域，拓展针织可能性的提案引人注目。

福原产业贸易公司展示了采用自动开幅卷布用的新型“OD机架”的新型圆编机“OD7-M2XC-A3 2RE”，是具有高生产效率、节能等特点的新机型，和以往机型相比生产效率提高了约20%，实现1350SF。新型的OD机架比以往型号低10厘米，角部变成圆形等采用了考虑操作性和安全性的设计。另外，通过内部摆动装置的改良实现长寿命化、改良针筒降低摩擦热、采用环保型织针“E-NEEDLE”等，实现比以往机械节能约20%。

该公司今年扩充了床垫面料等资材用途的圆编机。主力机型能以40针距的高针距生产梭织面料般外观的针织面料，以“WOOVEN LOOK”为关键词推动销售。现在向资材用途的占圆编机销售整体的30%~40%。

岛精机制作所公司介绍扩展横编可能性的方案。不仅是服装用途，横编还能被用于汽车用途及室内纺织品、医疗用途、可穿戴设备、产业资材等各种用途。

尤其重视“可持续发展”，展示的横编机实现了提高生产效率及减少30%消耗电力等特点。

“WHOLE GARMENT”的新机型“MACH2VS”搭载马达独立驱动的自走式纱嘴，提高了生产效率。过去用机头使不需要的纱嘴退避到编织领域外，现在省去了这一动作。例如编织连衣裙时，以往机型需要2小时，现在缩短到48分钟。另外，“N SVR122SP”进行了改良，能用平针编织实现提花般的纹样。

染色加工机重视环保，继续推进低浴比化。日阪制



岛精机制作所公司的WHOLEGAMENT横编机。



日阪制作所公司的液流染色机“CIRCULAR CUT-ZR”。

作所公司发布液流染色机“CIRCULAR”的新机型“CUT-ZR”，是时隔约8年推出的新机型，实现了大容量、节水。

CUT-ZR通过采用新的结构，兼具节能、高品质、高效率、省空间等特点，同时还大幅度降低了浴比。例如涤纶针织面料的浴比为1:4、1:6，和以往机型相比最大削减了50%。另外，可以穿过两匹中等厚度面料进行加工，单位时间的生产效率提高到2倍。同时为防止褶皱及擦伤、斑点等染色问题作出贡献，可应对从合纤到天然纤维的各种材料。

关于液流染色机的大容量、低浴比化，重视整体的环保贡献。在确保生产稳定性和面料品质的基础上，低浴比化成为关键，“如果不能保证品质的话就需要再加工，最终水和能源的使用量增加了。以无失误的染色为前提，实现低浴比化和节能”。还加快开发完全不使用水的超临界二氧化碳染色机。

对高速化的应对取得进展

针梭织机的高速化应对成为重要关键词。STAUBLI公司（瑞士）展示实现进一步高速化的喷气织机用积极式凸轮“S1792”、实现大针数化的电子提花机“LXXL”。S1792实现和以往相比速度提高13%~18%的高速化。电子提花机“LXXL”实现了2万针（过去为14336针为止），两台连接的话可达到4万针。还改良了控制电路系统，提高错误探测性能，实现控制速度、精确性的提高。

高山REED公司展示新商品“MAGIC REED”及Tying的纱结可穿过的钢筘等。

“MAGIC REED”采用取消了弹簧的新结构，实现比过去产品轻25%的轻量化。除了减轻织机的负担，还提高了精度。另外，和经纱的接触幅度变短，为减少经纱断纱作出贡献。过去只向有限顾客销售，今后将在喷气织机用途扩大销售。

通过Tying的纱线纱结能轻松穿过的钢筘也引人注目。钢筘的上半部分改变形状变宽，这一部分采用能让较粗纱结轻松穿过的设计，不会勉强让纱线穿过损伤织机，还能减轻工作人员的操作，受到高度关注。

风琴针公司时隔约30年参展，发布针织针新产品“VO10441-0017C”、“VO10441-0018C”。刷新了针的形状，摆动抵抗比以往产品减少10%。针的一部分带有突起，能让润滑油无滞留地顺利流动。通过减小摆动抵抗，抑制摩擦热和磨损的产生，提高生产速度。

该公司于明年6月迎来创业100周年。面向下一个100年，积极利用积累的技术刷新常规商品。不仅是针织针，缝纫机针及毛毡针等也在努力开发新的产品。

无纺布连续 10 个月减产 纸尿裤销售低迷

无纺布在持续减产，据日本经济产业省生活用品统计月报统计，2019 年 1 ~ 3 月的生产量比去年同期减少 4.1%，为 82401 吨，从去年 6 月开始连续 10 个月减产。主要原因是占生产量约三成的纺粘无纺布（SB）、熔喷无纺布（MB）销售低迷。SB 和 MB 也都是连续 10 个月销售低于去年同期，无纺布行业发生了什么？

SB、MB 的减产主要是因为以纸尿裤为主力的聚丙烯无纺布销售低迷。据经济产业省的纸张、印刷、塑料产品、橡胶产品统计，2019 年纸尿裤生产量为 234 亿枚（比去年减少 4.6%），重量为 87 万吨（减少 3%）。

因此，被用于防漏褶边、纸尿裤外侧等部位的聚丙烯纺粘无纺布需求跌落。2019 年日本国内生产量低于 10 万吨。

不仅是纺粘无纺布和熔喷无纺布，同样用于纸尿裤内侧的热粘合无纺布（TB）也连续 11 个月减产。热粘合无纺布中用空气制作无纺布的热风型无纺布减少最为明显。

纸尿裤减产的原因之一是中国从 1 月开始实施对进口产品互联网销售进行规制的法律。支撑纸尿裤日本国内生产的支柱之一是在中国大受欢迎的日本纸尿裤的大量购买，还有通过网络转卖的代购卖家存在。这些购买者由于法律的规制而减少了购买。据无纺布厂家称“在法律实施前，代购纷纷削减库存使得供应量增加，还导致了过去单价较高的日本纸尿裤的价格下滑”。

受到这些影响，纺粘、熔喷、热粘合无纺布以及热粘合无纺布原料的热粘合纤维等相关产品的产量全都减少了。这样的情况会持续到什么时候，据某无纺布厂家的负责人称，虽然细节还不清楚，已经有日本的纸尿裤厂家的销量开始恢复，预计日本国内生产也会恢复，前景较为乐观。

纺粘、熔喷、热粘合等无纺布受到纸尿裤生产减少的影响，总生产处于减少趋势。无纺布在纺织行业中是为数不多的成长产业之一，在产量持续减少的情况下，也出现了对其成长性表示疑问的看法。

但无纺布的情况根据生产方式和用途全然不同。用于面膜等的水刺无纺布连续六个月增产，用于反渗透膜支撑体等的湿式无纺布连续三个月增产。在用途方面包括纸尿裤等在内的医疗、卫生用途虽然产量减少，但产业用途在增长。

无纺布的优势是能各种生产方式应对广泛的用途。尽管暂时减产，但还有很大的成长空间。

重视企业社会责任 可持续发展在日本盛行

2019 秋冬展以来，商社的展示会中可持续发展的材料提案增加了很多。对 SDGs（可持续发展目标）、CSR（企业社会责任）的重视加强，这一潮流起源于欧洲，日本落后了 10 年以上，开始运用 CSR 采购也是从 2015 年才开始的。尽管有历史及市场特性的区别，但决不能“隔岸观火”。

1997 年，NIKE 公司委托生产的印度尼西亚及越南工厂中发现有低收入劳动、恶劣环境长时间劳动、儿童劳动、强制劳动等问题。引起世界对该公司产品的抵制，受到很大的打击。可以说这是 CSR 的发端。

运动服装厂家使用世界上知名度很高的运动员开展宣传战略，同时为了削减成本，把生产向人工费用低廉的东南亚转移。由于生产委托给海外的承包工厂，所以辩解称责任在于当地工厂的经营者，但 NGO（非政府组织）针对社会责任等批判了运动服装厂家。这一时期诞生了从经济、社会、环境评价企业活动的三重底线。

2013 年 4 月，孟加拉达卡附近的拉纳广场大楼倒塌还把世界大型 SPA 企业卷入事件中，CSR 采购在欧美企业中得到普及。

开展 CSR 监查的日本 APPAREL QUALITY 中心从 2008 年开始 CSR 监查业务，累计有约 250 件实绩。事业始于海外的品牌持有者要求对工厂进行监查。理事长山下隆称，劳动环境恶劣的工厂辞职人员多，人员不稳定。监查不合格的工厂也出现了关门停业的案例，指出需要与管理优秀的工厂进行合作。

日前日本贸易振兴机构（JETRO）举办的“对欧美面料出口展示商谈会”中，作为海外买家邀请了美国品牌“Rachel Comey”的设计师，前来寻找可持续发展的面料。美国的消费者意识在 3 ~ 4 年前还没有这么高，但现在可持续发展商品很多，范围也很广，已经成为了卖点之一。不仅是面料，还十分重视缝制工厂的劳动环境。

“MARC JACOBS”的买家称该品牌的方针是“作为 LVMH 集团的一员，尽量使用改善棉农劳动环境的 BCI（Better Cotton Initiative）棉花”。

关于 CSR 工厂监查，欧美和日本的方针也不同，欧美是“保护品牌的监查”，而日本则是不舍弃工厂、对不适合的地方进行指导的“保护生产厂家的监查”。

SDGs 指数排名中，日本在发达国家中为 17 位，处于较低位置。随着社交网站（SNS）的普及等，企业与消费者的关系和 NIKE 事件时相比变得无比密切。对于日本来说，对类似 NIKE 事件决不能“隔岸观火”。



在日本 SDGs、CSR 相关的讲座增加了。

GUNZE 医疗事业部 裤袜销售良好

GUNZE 公司医疗事业部作为普通医疗器械销售的医疗用弹性裤袜销售良好。2018 财年（截至 2019 年 3 月）该商品群的销售额比上一财年增长了两位数字百分比。自 2005 年发售以来，销售总体趋势处于增长。

GUNZE 公司的医疗用弹性裤袜根据穿着压力不同有“弱压”、“中压”两个种类。上半财年中压的销售旺盛。中压商品是下肢静脉曲张患者及隐患者除了在睡眠外的日常生活中穿着的商品。弱压是全身麻醉手术患者在手术时穿着的商品，以预防经济舱综合征为目标。GUNZE 公司的商品通过医疗器械商社由医院或药房销售给患者。

GUNZE 公司营销负责人称销售旺盛的原因是符合日本人的尺寸、舒适的穿着感、高透气性、抗菌除臭等功能符合使用者的需求。

在日本国内市场上，普通医疗器械的弹性裤袜在医疗器械厂家 Covidien Japan 和 Terumo 两家公司各占据了一半以上的份额。但两家公司向日本和世界市场销售的商品都是共通的，并生产没有针对国家或地区推出各自的尺寸或企划。为此 GUNZE 公司针对日本国内市场的商品差异化及高附加值化受到了广泛的支持。

GUNZE 公司在本财年也将继续销售现有的商品，并生产针对使用者需求进行改良的商品，进一步提高份额。在向主要销售对象医疗器械商社开展推介的同时，认为高龄人群的护理福利设施对医疗用弹性裤袜也有需求，开始实施市场调查。



推出符合日本国内患者需求的商品。



进一步加强心斋桥地区的集客能力。

大丸心斋桥店 注重体验消费

J.FRONT RETAILING 公司集团的大丸松坂屋百货店正在重新装修的大丸心斋桥店（大阪市中央区）本馆将于 9 月 20 日开业。运用了该集团运营的商业设施 GINZA SIX（东京都中央区）的运营经验，在为来店顾客提供特殊的购物体验的同时，作为心斋桥地区未来发展作贡献的店铺积极发挥作用。

该集团社长山本良一称：“消费动向的变化十分显著，需要挑战非连续的成长。传播来店的价值，进化为通用于次世代和世界的百货店，是本公司百货店事业的集大成。”

卖场由 370 家店铺构成，包括 37 家首次在关西开店的店铺和 50 家新业态店铺。本馆和北馆的 2 ~ 10 楼连接在一起，配置了适合来店顾客生活方式的销售形态和品牌。针对不断增长的外国游客需求，在 9 楼设置了外国人游客购买中心。

7 楼面向御堂筋一侧设置了阳台咖啡店等，提供日常的休息空间，不仅重视物品的购买，还重视体验消费。

本馆的理念是“世界憧憬的心斋桥”，通过与当地和内外的组织合作，积极提高心斋桥地区、本馆和北馆之间的大宝寺大街、相邻的御堂筋等地域价值。与大阪的姐妹城市意大利米兰的设计活动“Milano Fuori Salone”缔结合作伙伴关系，决定年内在店内及周边地区举行艺术活动。



没有转型升级就没有未来

品牌创新？商品力提升？VMD薄弱？怎么管理库存？

黛森为解决贵公司的课题提供日本专业人士咨询顾问服务

开发新品牌

品牌创新
业绩提高

面料企划技法

MD开发

VMD开发

Web开发

改善产业链
提高生产效率

O2O开发

店铺开发
店员培训

欢迎前来咨询！

黛森商务咨询（上海）有限公司

联系人：史锦晖

电邮：shi@sen-i-news.com.cn

电话：021-62367672



拒水面料。

KOMATSU MATERE 不含 PFOA 的超持久拒水加工

KOMATSU MATERE 公司正式推出使用不含 PFOA (全氟辛酸) 加工剂的超持久拒水加工“DANTOTSU 拒水”。设置专用的生产线等,通过物理加工和加工剂的组合,成功实现了洗涤 100 次后仍然能保持 3 级拒水性。从 2020 春夏季开始针对服装及生活资材用途开展销售。

PFOA 在长期摄取后担心会有毒性,美国环保署发布了到 2015 年为止废除其排放及含有 PFOA 的产品。因此用户也从含有 PFOA 的氟类拒水剂(C8 型)改用不含 PFOA 的拒水剂(C6 型)。

该公司也积极开发使用不含 PFOA 加工剂的拒水加工,利用独创的技术成功实现了高度的拒水性能。面料和水滴的接触角度和以往产品相比是钝角,因此接触面积小,能发挥不让水停留在面料表面的优点,兼具持久性也是很大的特点。

拒水性能在洗涤 50 次后保持在 4 级,洗涤 100 次后保持在 3 级。另外还耐磨损,拒水性能很少因日常生活中服装的摩擦等而降低。从 2020 春夏季开始针对运动服装及时装、制服等服装领域,伞等生活资材用途开展销售。从梭织面料开始销售,还推进针织面料加工的开发。

除了销售面料外,还开展接单生产。计划首年度销售 5 亿日元,三年后扩大到 20 亿日元。

2019 秋冬季 工装出现涨价趋势

工装各厂家从 2019 秋冬商品开始正式实施涨价。日本知名纺织专业报纸“纤维 NEWS”对 29 家工装厂家进行了问卷调查,其中回答从 2019 秋冬开始“一部分商品涨价”、“所有商品涨价”的企业占将近一半。包括准备从明年开始涨价的企业在内的话则超过一半,涨价的趋势一下子变得明显起来。

生产及物流、资材等各种成本上升,因此不得不涨价,尤其是物流方面,不仅运输费用上涨,由于工作方式改革,货物的收货时间也提前了,供应方面受到影响。以纸板箱为首的资材等也价格高涨,工装的涨价已经不可避免。

KURODARUMA 公司(广岛县府中市)社长平谦介称,面料价格及物流费用等的上涨已经到了各公司无法承受的地步。但分析各公司动向认为很多企业在考虑是否要涨价,秋冬季商品只有部分商品涨价,从明年春夏季商品开始整体提价的企业会很多。

在问卷调查中,回答从秋冬季开始部分商品涨价的企业最多,为 27.6% (8 家企业),整体涨价为 13.8% (4 家企业)。另外“其他(正在研究等)”、“未回答”也有近一半,预计企业将在 2019 秋冬季展示会正式开始前作出判断。

关于价格上涨幅度,预计为几个百分比到 10% 左右,也有准备从 8 月开始涨价的企业。很多中型企业将从秋冬开始涨价,而大型企业则较多准备从明年春夏季商品开始涨价。

今年 10 月消费税将上调,如果还实施涨价的话,有可能会发生赶在税率上调前购买的假性需求。但 2018 年秋冬由于是暖冬,所以 2019 秋冬季的新商品投入整体较为抑制,消费税上调后的销售可能比预期的更为低迷。虽然带风扇的服装销售旺盛,但顾客也因此会控制购买秋冬季商品的费用,加上涨价和消费税上调,2019 秋冬的销售情况不容乐观。



工装相继涨价。

迅销：继续扩大海外 UNIQLO 事业

迅销有限公司在 2019 财年(截至 2019 年 8 月)将进一步扩大以包括中国、香港、台湾的大中华圈事业为首的海外 UNIQLO 事业,预计销售额 2 万 3 千 600 亿日元(增长 10.1%)。

美国也预计全年实现营业利润盈利,欧洲预计销售和利润增长。秋季准备在印度开设首家店铺,预计在海外销售和利润将大幅度增长。会长兼社长柳井正称:“中国经济被认为增长放缓,但我认为服装不会减速。中等收入人群增加,将成为 13 亿人的世界最大的市场。”

大中华圈事业继续以社交网站(SNS)等数码市场营销、扩大与其他公司差别化的核心商品的销售、加快在中国二三线城市开店等为切入点,计划本财年销售额 5 千 500 亿日元、营业利润 850

亿日元。

除了 2018 年开设的国际旗舰店外,赤字店铺为零,在彻底推行低成本经营的同时,加强伴随有明项目推进的 O2O (Online 2 offline)。在 2021 财年将把电商销售比例从现在的 2 成提高到 3 成。保持每年 100 家店左右的开店速度,预计在 2021 财年突破 1000 家店。

课题是包括大型店店长级别在内的经营者人才培养。加强培养结构与国际化本部的合作体制,加快培养能在国际化市场上活跃的经营人才。

日本国内 UNIQLO 事业在上半财年(2018 年 9 月~2019 年 2 月)销售额和利润都减少,争取使现有店铺销售额增长 2.5%,其中电商预计销售增长 30%。虽然通过降低原价率、控制降价以图改善毛利率,但上半财年利润跌幅较大,预计全财年营业利润也会减少。

宇仁纤维：创业 20 周年

宇仁纤维公司此前在大阪市内的酒店举行了创业 20 周年纪念祝贺会。包括该公司 150 名职员在内,有约 550 人参加庆祝活动。

社长宇仁龙一致辞称:“贯彻不追求数量的国产集中主义这一‘弱者的战略’,建立了快速、低价供应顾客所需商品的体系,回顾 20 年历史的同时,在严峻的时代中能成长起来,要感谢包括采购对象企业、销售对象企业、各相关人士、公司职员的大家,迎来令和时代,向着 30 周年迈进。”

TSI 控股公司会长三宅正彦作为来宾致辞,宇仁纤维公司推动了大阪船场的面料事业,对此感到由衷的高兴。三宅正彦认为宇仁纤维公司成功的关键在于执着于厂家机能、放眼海外市场、年轻人才培养和成长。

UNITED ARROWS 公司竹田光广社长也致辞道,宇仁纤维公司成长的原因是社长的经验和先见之明、职员的活力、对国产的执着从而具有了竞争优势。这些特点对本公司产品的差别化也有很大的贡献,希望能开展进一步的合作。

2019 年 1~5 月 日本从中国进口服装统计

	数量(千件)	去年同期比	金额(百万日元)	去年同期比
针织类				
外套大衣类	1048	80%	1710	79%
西装类	16	67%	55	54%
套装类	685	56%	616	54%
夹克衫类	1216	68%	2837	76%
裤类	56843	89%	30203	95%
裙类	23372	142%	19190	146%
毛线上衣类	88393	87%	70008	91%
衬衫类	198928	93%	95635	97%
运动服装类	6717	87%	4786	87%
其他外衣	35656	91%	11586	93%
外衣小计	412874	93%	236626	96%
衬裤类	117679	96%	19236	99%
睡衣类	11643	87%	7527	89%
T恤类	93836	92%	26915	97%
其他内衣	5833	82%	1431	83%
内衣小计	228991	93%	55109	96%
针织服装总计	641865	93%	291735	96%
梭织类				
男式外套大衣类	5106	85%	9556	86%
男式西服套装类	1477	92%	13753	100%
男式套装类	705	81%	556	90%
男式夹克衫类	2193	85%	7256	90%
男裤	35082	91%	36727	96%
其他男式外衣	12373	100%	17752	108%
男式外衣小计	56936	92%	85600	97%
女式外套大衣类	9538	99%	16242	95%
女式西服套装类	182	72%	510	79%
女式套装类	722	79%	764	86%
女式夹克衫类	3298	90%	7077	89%
连衣裙类	25300	140%	31802	135%
女裙类	23283	104%	24123	106%
女裤类	46636	79%	43993	81%
女衬衫类	44460	77%	37817	81%
其他女式外衣	82182	102%	23772	98%
女式外衣小计	235601	94%	186100	94%
男式内衬衣类	20211	90%	20631	96%
男衬裤类	19081	98%	3255	94%
男睡衣类	3351	96%	2691	97%
其他男式内衣	614	78%	159	82%
男式内衣小计	43257	94%	26736	96%
女衬裙类	579	121%	207	128%
女睡衣类	3963	83%	3639	83%
女式内衬衣类	48	63%	44	64%
其他女式内衣	677	87%	170	90%
女式内衣小计	5267	86%	4060	85%
梭织服装总计	341061	93%	302496	95%
针织总计	982926	93%	594231	96%

(数据来源:由日本纤维输入组合根据日本国财务省贸易统计制成)

中日针织服装商贸必携丛书“针织服装技术手册”

- 发行:纤维流通研究会
- 价格:4340日元(其中包括运费1100日元)
- 中文、日文表示
- 装订:A5 355页
- 内容:
 - 第1章 针织品的概况
 - 第2章 针织品的染色加工
 - 第3章 裁剪缝制产品
 - 第4章 纬编针织品
 - 第5章 产品策划上的注意事项



FAX专用申请表

DAISEN Ltd. FAX +81-6-6226-0106
(请将下面申请表复印并填写后用传真发给我们。我们将及时与您联系。)

公司名称	
姓名	工作所属部门
邮递地址:(为了能够准确无误地将书送到您的手中,请将地址详细到门牌号码。)	
邮编	
联络电话:	/ 传真:
E-MAIL:	
希望 <input type="checkbox"/> 册	※如果不能用外币汇款,请与我们联系。 (cnp@sen-i-news.co.jp)

您要在日本提高对贵公司的认知度,请让我们来帮助您!

日文版《纖維ニュース(Sen-i News)》欢迎刊登广告!

尊敬的《日本纤维信息》的读者!有计划扩大向日本出口或与日本企业进行合作、合资的您,为了在日本提高对贵公司的认知度,《纖維ニュース(Sen-i News)》刊登广告能有效地提高贵公司在日本市场上的认知度。《纖維ニュース(Sen-i News)》创刊于1950年,是发行量约6万8000份的日报。大纤株式会社还发行季刊《atb》(英文)等杂志。请随时与我们联系。



《纖維ニュース(Sen-i News)》概要

编辑宗旨 以正确、及时、公正为原则,全面分析报道纤维·纺织·服装业界信息。

特色 本刊是为纤维·纺织·服装企业、团体、个人等,提供多方面业界信息的综合性日报。

创刊 1950年4月27日

发行形式 日报(除周六、周日及日本法定休息日外)

版数 小报

使用语言 日语

发行份数 68,000份(2017年4月现在)

读者构成 (按行业分类)

流通·服装企业	32%
纤维厂家·纺织厂家·贸易商社	23%
织布厂家	18%
织物批发商	10%
印染·纺织机械厂家	7%
团体·其它	10%

*本公司调查

联系方式:DAISEN Ltd.
电邮:cnp@sen-i-news.co.jp



本作品由奥司维®制作
北京服装学院
服装与服饰设计专业
(运动服装设计方向)
2019届本科毕业生
孙佳欣 设计

东丽株式会社
东丽(中国)投资有限公司

上海市静安区南京西路1601号 越洋广场8楼
电话: +86(21)32518558 传真: +86(21)32518668
URL: www.toray.cn

ultrasuede® 奥司维®
Beautiful Possibilities