

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

2022.09.26 | 第36期 | 总第1092期



安全、放心的纤维 支撑时代所需

社会要求企业对SDGs(可持续发展目标)的实现做出贡献,对ESG(环境、社会、企业治理)的投资不断扩大。如今比任何时候都更加重视确保劳动现场的安全和放心,作为企业已成为不可避免的课题。这样的意识不仅在日本及欧美等发达国家,在亚洲各国也快速高涨。作为支撑安全、放心的纤维,尤其聚焦于“高识别性”、“中暑对策”、“防火阻燃”,都因作为时代所需而受到关注。

劳动灾害持续增加情况严峻 去年日本劳动灾害死伤人员超 14 万

根据日本厚生劳动省的劳动灾害统计,2021年日本国内的劳动灾害死伤人数(需休养4天以上)为14万9918人(比上一年增加14.3%),其中死亡人数为867人(增加8.1%)。虽然由于包含了罹患新冠肺炎的劳动灾害在内所以大幅度增加,但就算去除新冠疫情的影响,死伤人数也达到13万586人(增加4.4%),超过了上一年。

现在为了减少劳动灾害,实施归纳了日本政府及企业采取的重点措施的“第13次劳动灾害防止计划”,其中提出了到2022年为止和2017年相比死伤人数减少5%以上、死亡人数减少15%以上的目标。但所有重点行业的死伤人数都在增加,是很难达成目标的困难状态,反映出劳动灾害的深刻现状。

从行业来看劳动灾害最多发的是制造业,然后是建筑业、陆路货物运输行业、零售业、社会福利设施、饮食店。所有上述行业的劳动灾害都超过了上一年。尤其是制造业和社会福利设施的劳动灾害大幅度增加。从事故类型来看最多的是“跌倒”,然后是“坠落、跌落”“操作反弹、操作失误”“被卷入、夹入”。

死亡灾害最多的是“坠落、跌落”、“交通事故(道路)”“被卷入、夹入”“被撞”。“与高温、低温物体接触”“火灾”“爆炸”也成为重大的死亡灾害,针对这些劳动灾害的预防措施依然十分重要。

高识别性：防止路上事故不可或缺

在劳动灾害中占很大比重的是道路上的交通事故。由于死亡事例较多,所以必须细心注重预防。世界上普遍穿着使用高识别性染色加工面料的安全服或使用回归反光材料的安全服、安全背心,日本也在逐渐普及。

欧洲等地对在道路上工作时的安全服已经制定了标准,其中列出了使用高识别性染色加工面料和回归反光材料等。因此事实上在道路上工作时穿着高识别性安全服已经成为必须。日本也在2015年作为日本产业规格(JIS)发行了高识别性安全服的标准。

日本还没有像欧洲那样普及,但今后会进

一步促进高识别性安全服的穿着。为此向社会推广高识别性面料及制品必要性的启蒙活动也不可或缺。另外,对于行政方面促使实施高识别性安全服穿着义务化的规制也十分必要。

从事染色加工的GISEN公司销售高识别性加工“Comoceeni”。从2015年开始批量生产,不仅是夜间工作,在明亮场所或白天的户外也确保了高识别性。除了黄色、橙色,还确立了较难保持亮度的红色加工技术,在制服用途有稳定的需求。服饰资材商社Mitsuboshi Corporation公司则集中了胶带及包边、热转印、印花等所有类型的反光材料,向各种用途开展推广。

防中暑对策：应用先进技术

日本的酷暑天气也在增加,防中暑对策在建筑业等室外工作现场成为很大的课题。由于人手不足导致劳动者高龄化,使得中暑风险进一步提高。使用各种先进技术的解决方案获得了普及。作为防中暑对策商品急速普及的是带电风扇服。融合了纺织和电气设备而诞生的该商品已经深入人心。不仅是建筑现场等室外工作现场,最近针对洁净室或饮食店等特定行业的商品化也在增加。织物厂家针对带电风扇服的面料开发成为了常态。

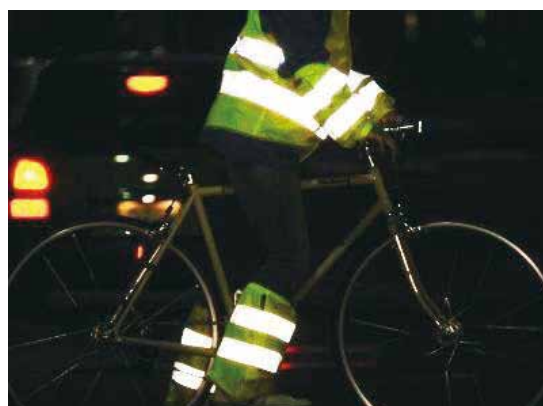
另外,使用智能纺织品的可穿戴设备推进防中暑措施的速度也在加快。通过融合了纺织、电气、IT的防中暑解决方案不断进化。

空调服公司的带电风扇服“空调服”的隔离层一体型长袖外套的销售十分旺盛。2022年1月的安全背带穿着义务化也推动了销售。

防火阻燃：市场向海外扩展

作为防止火灾或爆炸等造成受伤的重大劳动灾害的解决方案,具有防火、阻燃性的纱线、原棉、面料不可或缺。不仅是欧美或日本等发达国家,在亚洲各国等新兴国家也随着安全意识的提高需求正在增长。

具备防火、阻燃性的工作服是电力、煤气、石油相关或钢铁、金属加工等火灾或着火事故高风险行业的必需产品。近年来在过去使用没有防火性或阻燃性面料工作服的工作现场也开始使用防火、阻燃性面料制作的工作服。



高识别性安全服发挥高度效果。(Nissenken 品质评价中心的资料)



防中暑对策的洁净室用途产品也登场了。



使用防火阻燃面料的服装能发挥很高的效果。(日本防火协会的宣传册)

这是因为世界上尽可能提高劳动者安全的意识在升高。

不仅是民间,以海外为中心采用日本防火、阻燃性纱线、原棉、面料的趋势也在加强。过去欧洲产品在海外所占的份额很高,现在各国都从保障经济安全的角度出发增加采购对象,对日本的防火、阻燃性纱线、原棉、面料的关注正在升温。

另外,在日本最近以户外活动热潮为背景,作为能在野营燃起篝火时防止火星烧坏服装的面料,具有防火性、阻燃性的面料受到关注,市场正逐渐扩大到工作服以外的领域。

Kurabo Industries公司的防火面料“Brevano”系列的用途正在扩大。主力的工作服用途销售保持旺盛,还积极开拓户外活动及家用纺织品用途领域。

日本企业的差别化面料 特点鲜明的高品质、高附加值面料

日本纺织企业生产销售的面料最大的特点是高品质并具有高附加值。日本的开发力和实现稳定品质的生产技术在这个世界上受到高度好评。从棉、羊毛、真丝等天然纤维到涤纶、尼龙等合成纤维,使用各种各样的纱线,通过精益求精的织布、编织、染色加工制成面料,很难被模仿。这样日本纺织企业独有的特点受到好评,欧美的顶级品牌或高级成衣厂商纷纷采用日本纺织企业的差别化面料。本特辑介绍在世界上大放异彩的日本纺织企业的最尖端差别化面料。

东丽国际贸易 投入“EVOTRUTH”的新面料

东丽国际贸易(中国)公司和中国企业合作,销售结合了各工厂特色和东丽公司原丝的高附加值面料。特别是以“Made by Japan”为主题,致力推广以中国生产实现东丽公司特有的兼具功能性和时尚性的理念的“EVOTRUTH”系列。重点诉求新开发的吸放湿尼龙面料“EVOTRUTH COOL”、具有防透视性的“EVOTRUTH WHITE”等。还加强东丽公司时装面料“senbism”和“EVOTRUTH”的合作。配合中国市场的高档化扩大日本面料的销售。此外还介绍“绿色创新”项目,同时推介使用PET瓶再生纤维

“&+”的面料。

“EVOTRUTH COOL”是68%尼龙、21%人造丝、11%氨纶组成的针织面料。“EVOTRUTH WHITE”是91%涤纶、9%氨纶的斜纹织物,是兼具透视性和吸水速干性的2way弹性面料,针对从时装用途到高尔夫裤子用途的各种用途推广。

该公司的中国市场针对面料商社及百货店销售成衣厂商的“EVOTRUTH”销售在增长。以电商成衣厂商为中心“senbism”的销售也很旺盛。今后将通过中日合作加强商品开发和品牌营销,进一步扩大中国市场。

2022年秋冬 intertextile 上海面料展、yarnexpo 纱线展将于明年3月举行

原定于2022年10月进行的中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会(intertextile 上海面料展)以及中国国际纺织纱线(秋冬)展览会(yarnexpo 纱线展)调整至2023年3月8—10日举行,让行业同仁更好计划参展行程。

法兰克福展览(香港)有限公司副总经理余诗慧表示:“秋季对于纺织行业来说是重要的采购季节,但作为主办方,我们必须支持政府的防疫工作及对所有与会者的安全负责。由于展期紧贴今年11月在深圳和明年3月在上海举行的intertextile 面料展及yarnexpo 纱线展,因此在综合考虑各方利益后,我们相信这是目前最切切的决定。”

同属intertextile 面料展及yarnexpo 纱线展系列的大湾区国际纺织面料及辅料博览会及大湾区国际纺织纱线博览会将于今年秋季在深圳举行。两展将助力纺织行业供应商和买家开拓大湾区时尚之都的新商机。

2022年 日本国内展会

是将高感度、高品质、高性能等高附加值面料向世界高级品牌进行提案的日本超大规模的纺织面料综合展览会。

JFW JAPAN CREATION 2023

(纺织面料综合展览会)

Premium Textile Japan 2023 Autumn/Winter

(贸易洽谈会)

预先注册

所有进入展会参观人员必须提前通过网络注册。请扫描下面的二维码注册您的信息,以便领取您的入场证。

预先注册请扫二维码



www.japancreation.com/reg/

JFW Textile Online SALON

能在该网站中事先浏览参展商的主要产品。

扫码进入线上展



<https://jfw-textile-online.com/>

会期:2022年11月1日(周二)~2日(周三)

会场:东京国际论坛大楼 展馆E

[主办] 一般社団法人日本时装周推进机构

www.japancreation.com www.ptjapan.com

**旭化成**

① BC75327-2；② 100% 铜氨丝；③具有悬垂感的高密度铜氨丝缎子。

**旭化成**

① 22092；② 55% 涤纶、45% 铜氨丝；③对缎子进行轧花加工的铜氨丝混的仿皮革。

**旭化成**

① KQ5956；② 36% 铜氨丝、39% 真丝、25% 羊毛；③铜氨丝单丝和羊毛、真丝组合的色织多臂提花格子面料。

**Sunwell**

① 52311；② 97% 涤纶、3% 氨纶；③易护理性出色，不易起球的高灵敏度，功能性高的柔软羊毛衬里织物。

**Sunwell**

① 52326；② 50% 再生涤纶、50% 涤纶；③像麻一样的自然感和干燥手感的亚麻织物。不容易起皱，也不容易出现毛羽的多功能面料。

**Sunwell**

① 28070；② 100% 有机棉；③ 100% 使用安心安全的有机棉印花面料。五颜六色的花卉盛开华丽的波塔尼卡花纹。

**三菱化学**

① SE10330SWR；② 100% 三醋酸长纤维；③应对运动风格的使用 100% 三醋酸长纤维的平纹织物，特点是独特的光泽感。

**三菱化学**

① SE85270；② 82% 三醋酸长纤维、18% 涤纶；③与再生涤纶复合的反面缎子的环保型商品，在欧美很有人气。

**三菱化学**

① NL54745；② 86% 三醋酸长纤维、14% 涤纶；③使用三醋酸长纤维缎子加工为 Fashion Trend 的未来感。

**丰岛**

① MICRO WASHER WEATHER；② 75% 棉、25% 麻；③面料反复揉搓加工为具有细致褶皱和饱满感的防雨布。

**丰岛**

① DOWN PROOF SUN AIRY；② 91% “CORDURA” 尼龙、9% 氨纶；③将弹性面料精心用手工染色，以自然日晒干燥表现了自然风格的防绒布。

**丰岛**

① MIXED SLUBTWILL；② 64% “TENCEL”、25% 三醋酸纤维、11% 涤纶；③兼具独特的悬垂感和挺括感的使用可持续纤维的透湿防水斜纹织物。

**旭化成贸易**

① 67795；② 60% 铜氨丝、40% 人造丝；③使用铜氨丝纤维的斜纹织物。特点是具有分量感的触感和丝绸般鲜艳的发色。

**旭化成贸易**

① 3372TU；② 13% 铜氨丝、74% 尼龙、13% 氨纶；③具有吸放湿性，透气性良好，以形态稳定为特点的双面针织面料，用于裤子用途。

**旭化成贸易**

① SK0631；② 40% 铜氨丝、40% 涤纶、20% 氨纶；③像肌肤般柔如的触感及吸水速干性的双面针织面料。用于内衣用途。

**Moririn**

① HT5100S；② 70% 羊毛、18% 涤纶、7% 尼龙、5% 腈纶；③使用再生纤维及副产原料的注重地球环境的可持续羊毛面料。

**Moririn**

① SSK-81488816；② 60% 羊毛、30% 涤纶、4% 腈纶、3% 人造丝、3% 尼龙；③具有起毛感的羊毛莫瑟尔面料，具有温暖感。窗格纹样点缀制品。

**Moririn**

① SSK-8130032；② 63% 腈纶、30% 羊毛、7% 涤纶；③具有马海毛般光泽以大线圈为特点的具有高级感的线圈粗花呢。

**宇仁纤维**

① KKF3066；② 100% 涤纶；③适度的通透感，整体的绞纹感为特点的泡泡纱面料，使用 Toray Opelontex 公司“LYCRA T400”具有弹性，穿着舒适。

**宇仁纤维**

① KKF9009DE-W；② 100% 涤纶；③纱线的独特光泽带来高级感，对丝绒施加杨柳风格的浮雕加工。具有凹凸感和随角度而变化的表情。

**宇仁纤维**

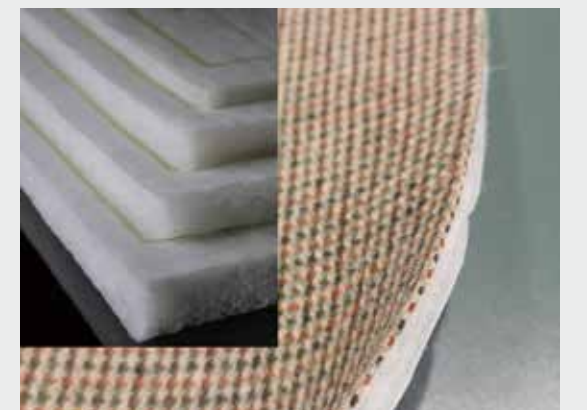
① KCP212 KD-639；② 100% 棉；③极细凸条柔软加工的薄型灯芯绒，秋冬季的沉稳色彩，加上印有纤细花纹。

**Cosette**

① 3D 打印冷却膨胀面料；②涂有气凝胶的面料、3D 打印增强层加工；③冷却膨胀的保暖面料。

**Cosette**

① 3D 打印气凝胶中棉；②中间层：二氧化硅气凝胶、3D 打印增强层加工；③薄且具有高防寒性。

**Cosette**

① 3D 打印羽绒云羊毛面料；②中间层：羊毛、羽绒羽毛、涤纶纤维、3D 打印增强层加工；③羊毛面料和羽绒结合的新材料。



去年迎来 90 周年的“宾霸”。

旭化成 推广可持续纤维“宾霸”

旭化成公司是 2022 年迎来创业 100 周年的综合化学厂商。纤维方面生产销售再生纤维素纤维铜氨丝纤维“宾霸”、铜氨丝长纤维无纺布“Bemliese”、氨纶“ROICA”等。将去年迎来事业化 90 周年的“宾霸”作为可持续纤维进行推广。

“宾霸”以 90 周年为契机进行了品牌重建，除了宣传品牌重建的内容及新获得的认证等“宾霸”所具有的可持续发展相关信息，还介绍了可在中国销售的外衣、里布、内衣、床上用品等用途的面料。

“宾霸”的中国销售也部分受到了新冠肺炎疫情的影响，但在各个领域都算顺利。尤其是以制服用途为中心的里布销售旺盛。外衣被电商成衣厂商所采用的事例增加。今后在各个领域都力图在高级区间扩大市场份额。外衣用途针对高级女装品牌和电商品牌销售增长，为此包括日本产品在内地扩充了商品品种。里布加强了生产销售里布的集团企业宁波宜阳宾霸纺织品公司的生产能力和产品种类。内衣则加强与针织厂家等当地合作伙伴的合作。认为中国市场上今后对可持续商品的需求会进一步增长，因此加强“宾霸”作为可持续面料的诉求。

三菱化学 三醋酸长纤维开拓女装以外应用

三菱化学公司是世界唯一生产销售三醋酸长纤维“Soalon”的企业。主要销售面料，大部分是从原纱到染色加工都在日本国内进行的“made in Japan”产品。日本生产实现的品质、档次的稳定性也深受好评。

中国市场方面，推广在欧美获得人气的与再生涤纶复合的环保型面料及使用“Soalon”的具有未来感的缎子面料、应对运动风格具有独特光泽感的 100%“Soalon”面料。

致力于诉求“Soalon”的环保应对，期待使用具有女人味的素材感的三醋酸长纤维的面料在整体的流行趋势从休闲向女人味转变的情况下，能开拓运动服装及男装面料等用途领域。

进入 2022 年后，服装的市场在急剧恶化，但该公司在与中国密切交换信息的同时，促进顾客理解“Soalon”的优秀之处，由此保持了与主要顾客的良好关系。

尽管担心新冠疫情的扩大，今后对于“Soalon”来说中国仍然是主要的销售国，力图扩大销售。

为此虽然不断高涨的原材料费用、外包加工费用的价格转嫁持续困难状态，仍准备向顾客进行细致的说明以获得顾客的理解。

另一方面，要想实现面对面的商谈可能还需要过很长时间，将致力于通过网络等渠道维持与顾客的联系。



以女装面料为主力，同时开拓运动服装及男装用途。

南通帝人 以环保型面料为中心

南通帝人公司作为获得了各种环境认证、注重环保的面料工厂而知名。除了用于时装、休闲服装的面料外，层压等后加工的开发能力、使用部分植物由来原料的“Solotex”（舒柔特）等独特的环保面料也是该公司的优势产品。

该公司在推广使用独有的差别化纱线的面料、制品的同时，致力于介绍环保型面料。“Solotex”（舒柔特）具有柔软的新触感和舒适的弹性，并且形态恢复性、耐久性也十分优异，有针织和梭织面料。由于原料成分的一部分来自于植物，也为减轻环境负担做出贡献。此外还展出使用再生涤纶纤维的针织梭织面料。

Sunwell 推介“Sunwell 的 SDGs”

Sunwell 公司的中国子公司灿日泉（上海）贸易公司以“Sunwell 的 SDGs——脚踏实地积少成多”为主题，重点推介兼具环保和时尚两方面的产品。

SDGs 系列推出了使用 LENZING 公司的“ECOVERO”、帝人富瑞特公司“SOLOTTEX”及再生涤纶纤维、和纸纱、有机棉纱的各种组织面料。Sunwell 公司从 4 年前开始针对 SDGs 采取努力，作为 SDGs 系列致力于开发使用再生纤维等的面料。

此外“Reflax”系列是使用涤纶纤维的各种组织结构的独创面料品牌。特点是具有麻一样的自然感和清凉感的风格。是不易起皱、不易出现毛羽的面料，推出了丰富的品种。“LANATEC”系列也是涤纶面料，有各种组织的面料，作为具有高易保养性的精纺风格面料开展推广。因具备了精纺质感的高感度、多功能性，作为羊毛风格的环保材料而受到欢迎。能用洗衣机洗涤的易保养性也受到好评。

灿日泉（上海）贸易公司 2021 年销售额比上年增长。加强开拓互联网电商品牌及扩充营销人员取得了成效。



电商品牌顾客增加。

泷定大阪(上海) 和制品一起介绍高设计性的面料

时代梦泷定大阪公司的中国子公司泷定大阪（上海）公司和制品一起诉求高设计性的面料。

圆编面料“ZEROAQUA”是再生涤纶无水染色的环保型内衣材料。圆编面料“MOEZ”是从原料开始开发的阻燃性面料，有背面起毛、平针织布、抓绒、长毛绒等丰富的种类，是适用于户外活动服装的 100% 涤纶面料。弹性天鹅绒“AIRDUROY”使用高品质的棉，具有针织面料一样的饱满感。反面的涤纶使用特殊纱线，赋予其吸水速干性。作为兼具轻量和功能性的混合型商品推出。



丰岛 以天然材料为主的现货及定制面料

丰岛公司的中国子公司丰岛国际（上海）公司为了应对小型且具有中坚力量的新兴品牌需求而扩充现货储备面料。该公司经营从现货储备面料及定制面料等各种面料，尤其是聚焦于天然纤维，致力推广印花面料。

“MICRO WASHER WEATHER”是 75% 棉、25% 麻的防雨布。面料经过反复揉搓，加工成为具有细小褶皱和饱满的风格，厚度适中，适用于各种服装。“DOWN PROOF SUN AIRY”是使用 91% “CORDURA”尼龙、9% 氨纶的防绒布。对使用“CORDURA”尼龙的弹性面料手工精心染色，并用自然日晒干燥，表现了自然的风格。“MIXED SLUBTWEILL”是 64% “TENCEL”、25% 三醋酸纤维、11% 涤纶的透湿防水斜纹织物。经纱使用精美的“TENCEL”A100 型，纬纱使用三醋酸纤维和涤纶合捻的竹节纱。作为兼具独特悬垂性和挺括感的可持续原料面料进行推广。

丰岛国际（上海）公司 2021 年面料和缝制品的中国市场得到增长。除了在上海国际面料展及多家日资商社在各城市举办的展览会上展出的成果外，营销人员的成长也做出了很大贡献，开拓新的大型厂商顾客获得进展。2022 年将全力展示独有面料及合资工厂生产的缝制品的一条龙供应优势，开拓中坚力量品牌、小型品牌顾客。

2023/24 Autumn & Winter Collections
三醋酸
Triacetate

Made in Japan

Craftsman Ship

Sustain Ability

Soalon™

MITSUBISHI CHEMICAL CORPORATION

MITSUBISHI CHEMICAL GROUP

Soalon Website
https://soalon.jp/cn/

匠心别具的造物风格，
呈现独自の知性与优雅。

ASACOOOL®
爽酷丝

宾霸®铜氨复合丝纱线品牌ASACOOOL®爽酷丝，
诞生于天然原材料和高超技术的完美结合。

ASACOOOL®爽酷丝是旭化成贸易株式会社的注册商标。
旭化成国际贸易(上海)有限公司
上海市徐汇区淮海中路999号环贸广场办公楼1期8楼 TEL:021-62955353

AA82G124 B82H195



Moririn 尾州产地的现货储备面料

Moririn公司以“环保&功能”为主题，推广日本尾州产地生产的高附加值现货储备面料及定制面料、中国生产功能性面料以及使用这些面料的缝制品。

重点面料是“HT5100S”。是使用再生纤维及副产原料等的可持续羊毛面料，通过织物组织和纱线支数的不同实现凹凸感，虽然是素色，但看上去像是格子花纹。除了用无印花但看上去像格子的纹样点缀制品，还施加了高低不平的加工，具有温暖感觉。不仅能用于大衣或夹克衫，还可用于包、帽子等的领域。

此外还有马海毛般的光泽、以大线圈为特点的具有高级感的线圈粗花呢“SSK-8130032”、具有起毛感的羊毛莫瑟尔面料“SSK-8148816”也引人关注。

该公司的上海子公司上海茉莉林纺织品公司的面料事业在2021年的销售额略微超过上一年。和采购对象的尾州产地的企业合作，增加了一部分面料的现货储备获得成效。中国产面料的功能性面料也销售增长。

在中国，流行趋势的变化速度加快了。在反馈这一趋势的同时，竭力推进面料的企划开发。畅销面料备有针织梭织面料各5—10种颜色。不仅是纱线，还储备坯布。

Moririn公司是创业350年的历史悠久的纺织专业商社，经营从纱线到面料、缝制品、产业资材的各种商品。

双日时装 应对现货、小批量销售的高品质面料

双日时装公司的中国子公司双日奔时代（上海）贸易公司储备了数千个品种的基于日本品质基准的中国面料及日本面料，开展小批量销售。

后染色面料有棉、涤棉、尼龙、涤纶、人造丝、羊毛、涤纶·人造丝等的府绸及斜纹织物、弹性面料、针织面料。从普通加工到起毛、洗皱加工等附带加工、防水、抗菌等功能加工，推出各种加工面料。色织面料使用棉、涤棉、涤纶·人造丝等，有格子纹样、条纹等独创企划的府绸、斜纹织物、弹性面料。印花面料使用棉、涤棉、人造丝，有府绸、斜纹织物、针织面料等。印花图案全部由总公司企划生产，每年开发数百种新花样。

双日奔时代（上海）贸易公司2021年销售额和利润都大幅度超过上一年。也超过了新冠肺炎疫情前的2019年的销售额。主力事业的面料中国市场拉动了销售。今年将加快在当地开发面料，努力保持销售旺盛。



中国市场顺利增长。

泷定名古屋 推介注重可持续性、功能性的开发面料

泷定名古屋公司的中国子公司泷定纺织品（上海）公司以合纤面料为中心介绍具有可持续性和功能性的独创面料。

重点商品是“Petalum crepe stripe”。是将棉、涤纶混纺纱使用特殊编织机制成的杨柳织布。使用强捻纱，具有自然的凹凸感。特点是清凉感和纤细的条纹。是本季节最受欢迎的商品，还被高级品牌所采用。此外还有用树脂进行光泽后加工的新感觉皮革风格面料“Thick and thin glossy”以及使用澳大利亚super100s的最适于裤子用途的2WAY弹性斜纹面料“ANASTASIA milled 2way”。

宇仁纤维 以可持续为核心集中了跨季节、通用面料

宇仁纤维公司的优势是以小批量立即交货销售多品种、色彩丰富的现货面料。不再像过去那样基于最新流行趋势独自编辑，针对各个展会制定主题，而是以近年来成为主流的可持续发展为轴心，致力推广跨季节、通用性高的面料、在日常服装中加入运动要素的放松风格面料。高价的日本高级面料也由于日元贬值变得易于购买，准备趁此机会大力扩大销售。

重点面料有以下三个品种。“Stretch Sheer Soccer”是以适度的通透感和全面的约纹感为特点的泡泡纱。使用Toray Opelontex公司的“RYCRA T400”具有弹性，穿着舒适，实现富有细节的表情。“Velour Deep Embossed”是100%涤纶的丝绒，以独特的光泽实现高级感，杨柳风格的浮雕加工带来的凹凸感从不同角度能获得不同的表情。还有以极细的凸条进行柔软加工的薄型灯芯绒加上适于秋冬季的沉稳色彩，并印有纤细花纹的100%棉细条灯芯绒面料。

该公司2022年的中国销售受到比去年更为深刻的新冠疫情影响。上海疫情及生产、物流受阻带来的服装生产减少等影响遏制了发展势头，销售数量也增长乏力。

另一方面，目前也有有助于扩大销售的有利因素，中国成衣厂商加强了向电商销售转变及控制首批商品投入量的趋势。该公司将发挥多品种小批量销售及利用公司自有工厂实现的短周期追加生产等优势，努力提高销售。



2021年10月展该公司的展位。

TAKIHYO 以可持续面料为主进行推广

TAKIHYO公司以可持续面料为中心推广注重生产制作的商品。“G20PHY0003”是经纱使用再生尼龙、纬纱使用有机棉的具有可持续性的交织防撕裂面料。通过防漏绒加工和拒水加工（非氟类）还具有功能性。“G22AHY0027”是经纱使用再生涤纶、纬纱使用再生涤纶和羊毛混纺纱的可持续的外衣面料。特点是光滑的触感和羊毛混带来的独特光泽。



“羽绒织物”的生产线。

Cosette 推出3D打印冷却膨胀面料

Cosette集团的上海泉欣织造新材料公司销售利用3D打印技术（增量加工）生产的独创面料及使用该面料的缝制品。面料的特点是轻量、保暖性高，可用于大衣及裤子、家纺等各种商品。特别是新产品“冷却膨胀面料”受到关注。

冷却膨胀面料是结合气凝胶和3D打印技术开发的面料。利用气凝胶应对温度变化的原理，涂有气凝胶的双层面料在温度降低后夹层中间出现空气层，由空气层实现隔热保温效果。由于气凝胶的99.8%是空气，因此能顺应由温度变化带来的体积变化。利用该原理实现了保温效果。“3D打印气凝胶中棉”利用3D打印增量加工，向面料与面料之间的中间层填充二氧化硅气凝胶。面料很薄并具有很高的防寒性能。“3D打印羽绒云羊毛面料”是利用3D打印技术将羊毛面料与羽绒结合起来的新材料。由于羽绒固定在面料上，即使裁剪也不会有羊毛飞散。能开发颠覆现有印象的超轻量超薄的羽绒服。

该公司在上海市金山和江苏省苏州市、南通市三个地方拥有自有工厂，从事坯布生产和印花加工。过去针对日本市场特化，以新冠肺炎疫情为契机正式开展内销。

用对地球环境友好的材料和 技术迈向可持续发展的未来

New value for Society5.0

MY WILL...是自身连接至未来的“意志”。
以新的共鸣成为可持续的生活型企业
丰岛株式会社持续提供对人类和地球友好的生活方式，
并创建一个可以共同感受永续性价值观的社会。



MY WILL
SUSTAINABLE & TECHNOLOGY

TOYOSHIMA



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**



燦

20周年

灿日泉(上海)贸易有限公司

上海市长宁区延安西路2299号 上海世贸商城5F C88 TEL:021-62363618
5F-C88 SHANGHAI MART Yan'An Xi Rd.2299, Changning-Qu, SHANGHAI 200336



在运动服装用途销售良好。

旭化成贸易 面向运动服装的面料销售旺盛

旭化成贸易公司的中国子公司旭化成国际贸易（上海）公司作为铜氨丝纤维“宾霸”的中国销售窗口，以原丝、原棉为中心开展销售。为了能进一步扩大销售，新开发了与具有功能性的纤维组合的“ASACOOOL”复合丝。以内衣、运动服装用途为中心开展促销活动。

在宣传“宾霸”的高级感、舒适性、可持续性的同时，力图推进新原丝“ASACOOOL”品牌的普及。主要有与人造丝复合的斜纹织物、尼龙、氨纶复合的双面针织布、涤纶、氨纶复合的双面针织布等。

中国市场由于新冠肺炎疫情使得发展放缓，服装消费低迷，从原料厂家到成衣厂商的供应链陷入低谷。该公司的销售中外衣用途销售减少，但里布、运动服装用途的销售保持旺盛。预计2023财年外衣用途也会恢复，准备在各个用途都与大顾客建立合作关系。另外，积极投入新商品，推进在中国市场的进一步销售。

为此将加强“宾霸”、“ASACOOOL”品牌在中国国内的市场营销以及提高染色加工技术水准的技术指导等。

桑村纤维 介绍充实的色织面料

桑村纤维公司的中国子公司上海桑村商贸公司的特点是日本色织面料储备现货。

亮点面料有三种。使用超长棉的格子纹样“4H4440”，使用特殊装置在染色浴中施加柔软处理。同时细致的约纹感也是特点。经纱使用40支单纱、纬纱使用40支双纱的随机圆点提花双层织物“K-4027”，是具有蓬松的起毛感和柔软、绒面触感的面料。将3种颜色不同的纱线捻成成为1根纱线以制作面料的“RMD3257”，具有羊毛粗花呢般的表情，柔软饱满。

ADASTRIA 主推独创企划面料

ADASTRIA 公司销售生活方式品牌“niko and...”等。和集团企业久恩玖贸易（上海）公司共同推广独创企划的面料。

“WoollyTec”是使用中空纱实现轻量化的双面针织施加针刺加工的羊毛风格圆编面料。另外还有使用可持续超长棉和涤纶长纤维的丝绸触感密织平纹面料“Miulisse”，不容易起皱、伸缩性高、拉长恢复性良好的圆编面料“FSS”等，共6个系列75种商品。

这些面料还被公司自己的成衣品牌所采用。各自有10万—200万件成衣的销售实绩。

双日时装株式会社
双日奔时代(上海)贸易公司

✓日本进口面料,可两个星期交货
✓日本研发,中国生产备货,可当天交货

双日时装株式会社(Sojitz Fashion Co.,Ltd) <http://www.vancet.net>
双日奔时代(上海)贸易有限公司 <http://www.sh-vancet.com>
上海市长宁区古北路666号嘉里大厦903室 订货款热线: (021) 68823808
广州分公司
广州市天河区中山六路238号 越秀新都会广场13楼 C08室 订货款热线: (020) 8319677

www.moririn.cn MORIRIN The Standard

向从无限线开展始

上海茉莉纤维品有限公司
地址: 上海市漕河泾北路18号5楼a座 电话: 021-24019994 传真: 021-24019999 邮编: 200030

3D打印黑科技面料的新系列登场
冷却膨胀的神奇保暖面料

打破常识,实现技术突破,结合气凝胶和3D打印技术,研发出了冷却膨胀的神奇面料,利用气凝胶对温度变化的原理,涂有气凝胶的双层面料温度降低后在夹层中间形成空气层,由此实现隔热保温效果。

开发的“先锋”孔令玺董事长

由于气凝胶的99.8%是空气,因此能顺应由温度变化带来的体积变化。利用该原理实现了保温效果

上海泉欣纺织新材料有限公司
上海市普陀区中山北路2790号601室
021-62545661 (以上数据来源于企业)

东丽公司中国纺织事业 应对市场变化加快开发速度

东丽集团的中国纺织事业发挥不向新冠疫情认输的韧性取得良好业绩。位于江苏省南通市的长纤维染色企业东丽酒伊织染（南通）公司（简称 TSD）和生产合纤长纤维的东丽合成纤维（南通）公司（简称 TFNL）、研究开发网点东丽纤维研究所（中国）公司（TFRC）、从事纤维和面料企划生产的东丽国际贸易（中国）公司（TICH）四家公司应对市场的变化，加快开发的速度，力图实现今后的成长。

TFNL 差别化产品比例提高到 50%

TFNL 通过间歇聚合、切片纺丝生产涤纶、尼龙长纤维。2021 财年差别化产品所占比例为 50%，今后将扩大使用再生原料的产品等，把这一比例提高到 70%。

现在差别化纱线中防紫外线涤纶纱和双组分结构的弹性长丝拉动业绩。该公司正在成为双组分结构弹性长丝的东丽集团的重要生产基地。寺泽裕之董事长称，“将来的规模要扩大到 2017 年的 4 倍”。

2021 财年原丝销售事业虽然实现了盈利，但没有达成当初的计划。涤纶纱线达成了目标，但尼龙纱线针对主要顾客的销售低迷。2022 财年原燃料价格高涨及经济景气放缓等依然局势严峻。在这样的情况下，在推进价格转嫁的同时，通过扩大新商品的销售以确保利润，满足商机上升的可持续纱线的需求，努力削减成本。

TSD 内销、出口都大幅度增长

TSD 力图 2022 财年通过扩大对当地运动品牌商的销售及出口等实现销售比上一财年增长 4%。2021 财年的销售业绩比上一财年增长 20%，利润也获得增长。服装用途的内销和出口都增长了，销售增长 25%。主力的当地运动品牌销售旺盛。加强向欧洲顶级品牌销售，每年扩大销售规模。

虽然国内成衣市场整体景气不佳，但运动品牌是个例外。秦兆琼总经理称，“和日本总公司合作，发挥东丽集团的开发能力，提高商品的水准实现持续的销售增长”。

出口方面高设计性面料对欧美的大型运动、户外品牌的销售增长，对休闲服装品牌的销售也增长了。

另一方面，安全气囊用途由于上海疫情及半导体供应不足等原因，目前受到了汽车厂家减产的影响。但预计会通过政府的购车奖补政策等获得恢复。

TICH 连续四财年刷新利润纪录

TICH 的纺织事业 2021 财年销售和利润都获增长，连续四财年刷新了利润纪录。2022 年也力图刷新纪录。

2021 财年纱线销售和类麂皮人造革“Ultrasuede”的中国市场为业绩做出很大贡献。纱线销售对当地品牌的销售增长。Ultrasuede 对中国新能源汽车的销售保持旺盛。浅野尚之总经理称，“采用 Ultrasuede 的车型增加，销售量增长”。

以短纤维针织梭织面料为主力的面料销售对北美及欧美的销售增长。市场由于休闲品牌等销售低迷情况不佳。2022 财年将致力于推广使用东丽公司纱线、原棉，在中国合作工厂生产的“Evotruith”面料。

成衣 OEM 事业由于缝制从东盟地区回归中国拉动了业绩。2022 财年将追求在最合适的地点生产，确保稳定订单。

TFRC 正式开展可持续材料开发

TFRC 正式开展可持续材料的研究开发。从再生到生物、生物降解性等进行所有可持续纤维的研究开发。中国的可持续材料原料丰富，和日本等相比能以更低的价格获得。正在推进使用当地材料的产品开发。

可持续相关的开发与日本总公司的专门部门合作推进。该公司开发的使用再生原料的生产技术还被日本国内工厂所采用。产业资材用途的开发则加快针对中国重视的环境基础设施用途的开发。

该公司在 2022 年迎来了创业 20 年。在这 20 年里成长成为东丽集团的纤维研究开发不可或缺的研究所。中国市场的重要性提升，对该公司的期待很高，清水敏昭总经理称，“为了能持续满足期待，对研究项目的选择和集中十分重要，希望能在本财年内挑选出项目”。

东丽驻华总代表兼东丽（中国）投资 董事长 查泽微

“期待市场的恢复，计划销售比上一年增长。”

问：中国经济有
哪些变化？

查泽：4—6 月的
中国生产总值（GDP）

比上一年同期增长了
0.4%。因为 1—3 月增长 4.8%，所以减速明显。

持续到 5 月底的上海疫情造成了很大影响。这一影响现在仍然存在。从四川省等地开始的电力供应限制也阻挡了经济恢复。但现在政府采取了各种刺激经济的措施，目前的情况不会一直持续，但需要关注能恢复到什么程度。尤其是下半财年的前景很不明朗，需要切实加强警惕。

问：2021 财年（2021 年 4 月—2022 年 3 月）的中国纺织事业的情况如何？

查泽：各个事业情况不一，但总的来说超过了计划。背景是世界经济从新冠疫情中恢复。

服装用途方面 TSD 和 TICH 的出口都基本良好。TICH 不仅是纱线和面料，缝制的业绩也很好。生产从东盟地区回归中国也推动了业绩。市场方面运动服装用途销售旺盛，但休闲服装用途情况不佳。无纺布方面纸尿裤用途销售低迷。由于新冠疫情带来的口罩特需，国内的熔喷无纺布生产能力大幅度增长也带来影响。

问：2022 财年纺织事业业绩预期如何？

查泽：虽然有不明朗的地方，但计划销售比上一年增长。出口在上半财年情况良好，但欧美也有因通货膨胀使得经济景气低迷的可能，期待内销能够恢复。其中面料销售将拉动整体的业绩。汽车用途的类麂皮人造革也销售良好，预计能达成目标。

问：在中国实现持续成长的关键是什么？

查泽：是应对市场升级的商品开发。和 TFRC 及上海的东丽先端材料研究开发（中国）公司（TARC）开展满足当地需求的开发。在中国对于可持续发展的应对也是紧要的课题。可持续材料和新能源用途的材料开发成为了重点主题。



来自街角

2022年7月上旬东京流行趋势

原宿 融合多样化的款式，不受常识束缚的时尚



22岁，美发师。有透明感的宽松短袖T恤叠穿针织连衣裙。



21岁，造型师助手。全黑色的搭配在盛夏也很受欢迎。

表参道 高端品牌店铺云集，洗练现代的流行感觉



23岁，护士。大胆活用的蕾丝面料营造出新颖的表面变化。



25岁，自由业。加上透明感，不让人感到夏天闷热感的全黑搭配。

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



35岁，公司经营。大花纹的绣花蕾丝连衣裙给人凉爽的印象。



25岁，教练。植物印花布在初夏也很有人气。

涩谷 敏锐反应新文化，能了解到日本年轻人的“现在”



21岁，大学生。印花阔腿裤和刺绣蕾丝外套的搭配。



20岁，大学生。宽松线条也很有人气。刺绣外套也是本季引人注目的新元素。

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



19岁，专门学校学生。随便的穿着风格，夹克搭配依然受到广泛的欢迎。



19岁，专门学校学生。紧身轮廓也开始受到关注。另一方面，有份量感的袖子还很有人气。

KURABO

防火面料以日元贬值为背景在国内外扩大销售

Kurabo Industries 公司的防火面料“BREVANO”系列 2022 财年（截至 2023 年 3 月）的销售旺盛。除了常规商品外，环保型产品也获得好评。在主力用途的阻燃工作服之外被采用的案例也在增加，将继续努力开拓新用途。受到日元贬值的推动，还致力于扩大出口。

“BREVANO”系列是棉和高阻燃性变性聚丙烯腈纤维混纺的面料，作为兼具棉的触感、吸湿性和阻燃性的面料，在阻燃工作服用途获得了很高的评价。

该公司纺织事业部绢本良和制服部长称，销售量以每年 10% 的速度增长，本财年也保持了这一势头。“主要原因是由于企业安全意识的提高，采用阻燃工作服的劳动现场增加了”。还开始被带电风扇工装所采用。除了常规产品的“BREVANO PLUS”，使用未利用棉（掉落棉）的环保型产品“BREVANO ECO”作为可持续材料也获得好评。

还在开拓阻燃工作服以外的用途领域，在户外活动领域获得了采用实绩，并向窗帘及床上用品等家用纺织品开展推广。尤其是窗帘，根据消防法的规定，高度 31 米以上的高层建筑物必须使用防火窗帘，因此期待需求能随着高层公寓的增加而扩大。另外也有重新重视棉窗帘的趋势，因此棉混纺材料的“BREVANO”也有商机。

出口方面成交数量在增长。过去和海外产品相比在价格方面的竞争力较弱，但由于最近的日元贬值，和海外产品的价格差距缩小了。

包括品质和功能在内进行综合对比的话处于优势，对于中东等地的出口成交有了大幅度增长。

该公司将继续扩大“BREVANO”系列的销售。除了“BREVANO PLUS”、“BREVANO ECO”外，还推进和芳纶纤维复合以应对防火·阻燃工作服美国标准及国际标准的“BREVANO NEXT”的销售。开拓阻燃工作服以外的用途获得进展，并利用日元贬值的推动效果积极扩大出口。



随着安全意识的提高销售不断扩大。



在展示会上介绍“&+”等。

东丽

本财年力图使再生纤维销售增长到 3 倍

东丽公司大幅度提高再生纤维的销售，以 PET 瓶再生纤维事业品牌“&+”为核心扩大销售，2022 财年（截至 2023 年 3 月）计划实现销售额超过 720 亿日元，为 2021 财年实绩的 3 倍以上。该数字包括了从常规产品的品种更换，力图一口气实现普及和扩大。在确保作为原料的使用过的 PET 瓶方面也称“没有问题”。

2021 财年再生纤维的销售额为近 230 亿日元，其中“&+”占 81%。普通的 PET 瓶再生纤维除了纱线品种有限外，还有白度不够的课题。而“&+”克服了这些问题，并赋予产品可追溯性以提高信赖性，获得了好评。

和拥有去除原料中所含杂质的过滤技术和高度的洗净技术的协荣产业公司（栃木县小山市）合作，利用东丽公司的纤维生产技术，实现了高附加值再生涤纶的生产和销售。有很高的需求，预计 2022 财年将达到再生纤维销售整体的 87%。

虽然日本对使用过的 PET 瓶的回收率很高，“但并不是所有回收的 PET 瓶都用于再生”，因此认为还有提高再生率的余地。还加快对薄膜碎屑和纤维碎屑的再利用。对于涤纶服装的纤维 to 纤维再生，也“已经着手开展”。

通过纤维的环保应对方面，还积极应用植物由来原料（非化石资源）。开发了原料聚合物全部使用植物由来原料的尼龙 510 纤维“Ecodear N510”并开始试销。对于 100% 植物由来涤纶纤维也力图在 2020 年代内实现批量生产销售。

此前在东京举行了题为“东丽集团对地球环境问题的努力”的 IR 讲座，其中涉及了纺织事业的环保应对措施等。阿部晃一副社长执行董事、地球环境事业战略推进室的野中利幸参事在讲座中登台发言。

古河产业

将富有实绩的分解型消臭技术扩大到纤维领域

古河电工集团的有色金属商社古河产业公司把经营医药品的日本抗菌综合研究所开发的消臭技术应用到纺织领域。是将有害物质（臭味成分）无害化的分解型消臭，在纺织领域有向口罩等用途销售的实绩。并向普通服装及工厂制服、床上用品、室内纺织品用途推广。

普通的消臭方法有用脱臭剂等吸附臭味成分的物理消臭及用芳香成分覆盖盖臭味的感觉型消臭等。以“创造世界上前所未有的产品”为理念的该研究所开发的技术是通过低减化剂和对象臭味的反应使臭味成分消失的分解型化学的消臭。和其他方法不同，臭味成分不会再次散发到空间中。

一种消臭添加剂就能应对硫化氢及甲硫醇、醋酸、异戊酸、阿摩尼亚、三甲胺、吡啶等多种臭味。还可以根据需求提高对

特定臭味的效果。除了被无纺布口罩所采用，还被用于大型连锁便利店的除菌擦拭布。

销售形式是销售将粉体（消臭添加剂）溶于水的水溶液。水溶液可用于汽车内装饰材料必须减轻的乙醛（VOC）的消臭，还能应对挥发性硫化物（VSC）类的消臭。通过后加工使织物具有功能性，可用于天然纤维和合成纤维，也能应用于纱线的加工。还开发了掺入 VSC 分解剂的母粒，可以生产具有消臭功能的合成纤维或薄膜。

古河产业公司正在开拓有色金属以外的新事业。事业范围扩展到无人机及医药、畜产、农业领域等，消臭技术的开发也是其中的一环。水溶液的销售基本是针对一家公司销售一种用途。口罩用途由于销售对象的库存售罄停止销售，正在寻找新的销售对象。



原宿 涩谷 表参道 代官山 银座
东京的5个主要时尚景点

Tokyo Street Style

@stylearena.jp
www.style-arena.jp

酷暑对策展 水冷式服装激增，EF 服装进入普通服装市场

今年夏天持续酷暑天气，对酷暑对策及预防中暑产品的关注高于往年。在东京 Bigsight 举行的“酷暑对策展”上，除了带电风扇（EF）服装外，推出水冷式服装的厂家也十分醒目。

EF 服装为了开拓工装以外的新市场，正向普通用户开展诉求。销售“空调服”的空调服公司以和时装品牌及书包、婴儿用品厂家等的合作产品为中心展出，介绍在城市街头的运用场景。

CHIKUMA 公司推出和 MAKITA 公司、帝人公司共同开发的 2 层内压式结构 EF 服装的新品牌“Chikuma-no-Smafa”。正朝向普通用户销售的方向试行电商销售，根据顾客的反响确定扩大 B2C。制造住宅用基础相关器材的 NSP 公司销售提高了设计性的 EF 服装“N COOL WEAR”，新推出带有上部换气扇的背心款式。确保从背部到颈部风道的 Jet Spacer 及 3D 领部等独特规格引人注目。

今年的特点是推出水冷式服装的厂家激增。

山善公司新开发了在背面水箱里放入水和水瓶的“DIRECT COOL”。使用专用电池的水泵使冷水流动到服装内部的水管中实现冷却效果。服装不显臃肿，能穿在制服或防护服的里面。本财年已经销完了普通用、专业用共 1 万 6 千件，下一财年准备增产。

生产电动工具的山真制锯公司在家居中心等店铺销售水冷服装“ICEMAN VEST”，使用冷水和冰冻的 650 毫升为止的水瓶。使用带有定时功能的专用电池使冷水在服装内的水管里循环。推出普通用途和专业用途产品，专业用途产品最大能获得约 4 小时的冷却效果。

生产销售防中暑产品的 COOL SMILE 公司今年夏季推出“人间 Air Conditioner K2”，特点是沿着腰部形状内藏的弧形水筒。利用厚度约为 1 毫米的服装内水冷管的面水冷结构技术，能有效实现大范围冷却效果。水泵带有开关和 USB 连接线，可使用市场上的移动电源。并可应对背带式安全带的穿着。



山真制锯公司的水冷式服装“ICEMAN VEST”。

生产产业用换气装置的镰仓制作所公司销售 Chiller（冷却水循环装置）的水冷式座椅，作为叉车用座椅冷却装置新推出了防尘型号。开发赛车部件等的 HPI 公司推出了用于车载的耐振动 Chiller 系统。

工装 2022 秋冬 “巧费心思”抓住需求的创意商品

广岛、冈山县的制服成衣厂家于 7 月举行的日本最大规模的同期展示会“三备 Uniform Fair”中，“巧费心思”的创意商品引人注目。

TS Design 公司推出了使用防风、防水、透湿薄膜“TS Tex”的全天候帽子。工装行业有很多帽子商品，但能全方位遮挡日照的帽子很少。后部有能调节尺寸的松紧带，帽舌两侧有切开的口子以防止左右视界被遮挡。

寅壹公司发售拇指和食指为开闭式的手套。带有拉链便于穿脱，手掌侧的抓握部位采用防滑材料。“采用了不仅是工作，通勤及日常也能使用的设计”。

重视户外活动用途等普通用户需求的企划也增加了。桑和公司的高设计性、功能性雨衣雨裤还带有收纳袋，便于携带。CO-COS 信冈公司去年热销的 5 袋 T 恤新增了海蓝色款式。在胸口和腋下带有口袋，高收纳性受到欢迎。“在户外活动等场景穿着的案例增加了”。

还开发了两面穿防寒背心。面料为具有防风性的牛津布面料，里布为有保暖性的抓绒面料，可以根据心情更换穿着方式。

从 6 月下旬开始的酷暑天气使得店铺中带电风扇（EF）服装等防中暑对策



TS Design 公司的全天候帽子。

商品的销售变得活跃。三备 Uniform Fair 重新集中了对防中暑对策商品的高度关注。

Bigborn 商事公司的能在中暑前发出警报和用 LED 通知用户的手表型“Watch·CNRIA”受到了“令人意外的高度关注”。

工作鞋厂家福山橡胶工业（福山市）今年春季发售的针对农业的防暑对策长靴“Nokeres”销售旺盛，“在 5 月曾暂时缺货”。农用长靴一般多为黑色，而该商品则有白色和灰色两种颜色。即使在酷暑天气也不容易积热。“曾以为白色长靴因为泥污很显眼所以销售不会很好，但令人意外销售旺盛”。

SITATERU 制服事业业绩销售增长 40%

通过互联网运营服装生产平台事业的 SITATERU 公司的制服事业业绩良好。2022 财年（截至 2023 年 2 月）的销售基本确定比上一财年增长 40%。虽然具体时期没有公布，但正准备在股市上市。

制服制作以全定制和可定制为两个支柱，数量比例为 3 比 7，销售额比例则为各占一半。全定制的优势是整体支援制服制作和品牌营销战略。该公司接到的制作委托很多情况是顾客找不到符合印象的制服而与该公司商谈开始制作的。

全定制在制作制服的前阶段安排有顾客职员参加的制服研讨会。明确引进目的和企业价值相结合的品牌营销，在对制定制服理念及设计进行梳理后着手制作。

这对于该公司来说能提高订单的确定性，并获得咨询部分的报酬。最近还有只委托该公司负责品牌营销部分的委托。在制作制服后，还开展制作针对顾客公司职员的穿着指南及通过宣传册普及品牌营销等支援措施。

制作方面的优势是通过平台建立的供应链网络。以日本国内为中心登记了 1850 家缝制工厂、面料厂家（截至 6 月），除了多品种小批量外，还能满足希望使用当地材料或可持续材料等细致的需求。

制服事业今后的方针是通过进行生产支援的“SITATERU CLOUD”和企划支援部门的融合，帮助顾客即使没有成衣的知识也能制作制服，进一步降低制服制作的瓶颈。

还没有公布股市上市的具体时期，此前以 TSI Holdings 公司作为承接方实施了第三方分配增资，签订了资本、业务合作协议。除了利用数字技术的中小规模品牌的云端支援，为了构建新型工厂网络，以 TSI Holdings 公司的地方工厂为母工厂，结合 SITATERU 公司的工厂网络，进一步加强事业的基础。

FLEX JAPAN 针对东南亚中产阶级开拓高品质衬衫需求

FLEX JAPAN 公司认为由于少子高龄化等日本市场会不断萎缩，因此通过开拓海外销售渠道寻求活路。现在印度尼西亚开设了 6 家店，在菲律宾开设了 4 家店。东南亚各国随着近年的发展，中产阶级正在增加，开始寻求高性能或高品质的产品。以这样的趋势为背景，该公司认为东南亚也是有利的市场。

印度尼西亚、菲律宾两国气候和日本相比更加高温多湿，衬衫需求比西服需求更高。该公司在日本国内就致力于应对“清凉商务”衬衫，具有开发能舒适度过闷热夏天的产品开发经验，色彩和设计也非常丰富。公司的优势和对象国的需求相一致，衬衫销售走上了正轨。

印度尼西亚的畅销商品是定制衬衫，菲律宾的畅销商品是彩色素色衬衫和纹样衬衫，回头客也很多。

该公司于 1970 年和韩国的工厂合作开始进行海外生产。现在中国及印度尼西亚、缅甸、孟加拉拥有海外工厂。优势是能抑制成本进行生产。

由于很早就在海外设有生产网点，熟知亚洲地区的情况，对海外销售也很有利。过去在越南及中国香港、中国、意大利、美国

等开设过店铺。

东南亚地区内由于新冠肺炎疫情而停滞的人员流动及消费出现恢复趋势。如果能恢复到新冠肺炎疫情前的水准，衬衫需求会再次扩大。日元贬值也有推动作用。该公司称“海外店铺销售的衬衫以外的夹克衫等都是日本生产为主，因此受到了日元贬值的推动”。

抓住需求恢复的机遇，“现在在全年总销售额中海外销售所占的比例只有几个百分点，希望在不远的将来能提高到 30%”。以日本国内积累的高品质衬衫制作技术为武器，积极发掘亚洲市场。



印度尼西亚的店铺。

大和纺绩 强化材料用 PP 短纤维在法面喷涂用途受欢迎

大和纺绩公司的合纤事业本部生产的能使混凝土的裂缝自行愈合的混凝土·砂浆强化材料用途特殊聚丙烯短纤维“MERCURY C”正受到关注。能大幅度减少施工损耗的优点获得高度好评，被用于保护法面（人工切出或堆出的斜面）的混凝土·砂浆喷涂用途。

砂浆及混凝土受长期的气象条件及干燥影响体积会发生变化，容易产生裂缝。除了有损外观，还会漏水或造成内部钢筋的腐蚀，使得截面减少、降低结构的耐久性等，是很多问题的原因。

“MERCURY C”是为了解决这些课题而开发的。十字形横截面聚丙烯纤维经过特殊的表面改质析出碳酸钙。用作混凝土·砂浆加强纤维的话能在裂缝部分析出碳酸钙，使得裂缝自行愈合。

2014 年发售以来，减轻裂缝修补工作及防止火灾时爆裂现象的效果等受到了好评。最近在保护法面的混凝土·砂浆喷涂用途的采用案例也在增加。

在法面喷涂时施工面会大量产生脱落的混凝土·砂浆，因此需花费更多的原材料

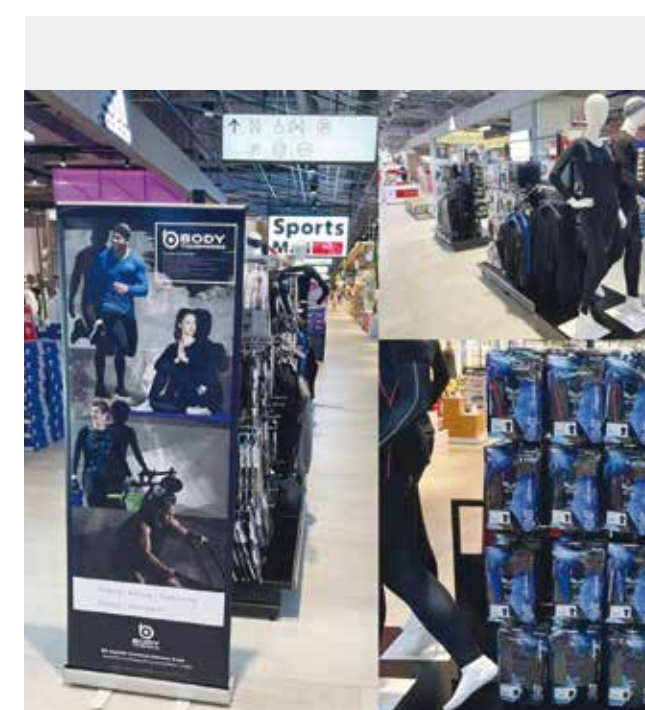
费用，而且还需要把脱落的混凝土·砂浆回收作为产业废弃物进行处理。

使用了“MERCURY C”的混凝土·砂浆发挥适于喷涂的粘性，能大幅度减少脱落现象，能削减从原材料费用到废弃费用的各种费用。已经采用“MERCURY C”的施工行业中，有把脱落混凝土·砂浆减少到以往十分之一以下的案例。

因此大和纺绩公司积极在法面喷涂用途开展推广。现在销售量为每个月 2 吨左右，准备在 2023 财年提高到每个月 10 吨，2024 财年提高到每个月 20 吨。



使用“MERCURY C”大幅度减少混凝土·砂浆的脱落。



曼谷体育用品商场中的“BODY TOUGHNESS”卖场。

OTAFUKU GLOVE 在泰国销售功能性内衣

生产批发工作手套的 OTAFUKU GLOVE 公司在泰国销售体育用途功能性内衣“BODY TOUGHNESS”。通过签订了销售代理协议的曼谷的文具相关商社 KA BLAND 公司向电商或零售店供应商品。

该公司过去曾在印度尼西亚进行过海外销售，但这次是首次以大面积卖场正式开展销售。KA BLAND 公司从日本进口创意角色商品及文具向泰国的百货店销售。KA BLAND 公司拥有百货店的销售渠道，“在商谈时感受到了希望成为 BODY TOUGHNESS 销售代理商的热诚”（市场营销部）而签订了协议。

零售店的销售在曼谷的挽甲必区的大型运动用品店“SPORTS MALL”的促销活动区进行，从 8 月到 10 月 28 日为止。SPORTS MALL 主要经营全球运动品牌，像这次“不仅在世界上，在日本国内知名度也不高的品牌销售是非常罕见的”。

能使人不快的汗水瞬间干燥的内衣及具有高度冷感性能的服装等，“具有其他运动品牌所没有的功能性商品而获得好评”因此开展销售。如果这次销售活动反响良好的话，还准备在多家店铺开展销售。

BODY TOUGHNESS 是生产销售工作手套、袜子的延长线，作为工人穿着的长袜及衬衫从 2008 年开始销售。从 2015 年前后开始，被普通的运动场景所采用的案例增加，由于高性能和低成本，受到博客及社交网络的追捧，扩大了销售。

在日本的价格带为 1000—4000 日元，在泰国的销售价格和其他运动用品品牌没有太大的差别，由于无法展现成本方面的优势，因此“全力展示功能性的优势”进行销售。



作品名称《内境》
本作品使用奥司维®制作
清华大学美术学院
服装设计专业 硕士研究生
李春晖 设计&制作

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

