

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

2023.07.17 | 第26期 | 总第1130期



P32 日本纺织企业的可持续发展产品

P33

日本主要化纤企业领导访谈

5月在东京举行的面料展“Premium Textile Japan”中,具有可持续性的产品提案令人耳目一新。“仓敷染”首次展出利用芦苇制成的面料和染色方法。从芦苇中抽取的纤维在日本国内纺纱制成纱线,穗也用于染料。

世界。改变材料。

材料的品质, 成为可持续社会的推动力。

为实现社会的可持续发展,材料起着很大的作用。尤尼吉可把生活与环境共存作为优先课题之一,以“for the EARTH”为主题,发挥集团整体优势,全力推进产品制造。薄膜、树脂、纤维等在多个领域里表现活跃的、以生物质材料为首的产品群。确立独自的材料/化学回收再生技术,开展从原材料开发到生产、流通的一体化活动。以被生活和环境选择的材料,推动社会的可持续发展。我们愿意提供的是未来持续绽放的丰富的生活。

技术 创意力
以材料拓展未来。

UNITIKA 尤尼吉可株式会社 www.unitika.co.jp

for the EARTH

为了明天的地球生活。
尤尼吉可的生态·环保材料

2023 UNITIKA Ambassador: Shiori Tamada

尤尼吉可魔法学院

致力推动环保纤维的标准化 主攻再生方式及鉴别方法等方向

在全球范围内对环保纤维需求高涨的情况下，通过混用率等客观计算表示环保性能的规格制定等标准化的趋势，正在日本纺织产业加速普及。日本化学纤维协会在化学纤维领域积极推进标准化，日本纺绩协会也在天然纤维领域着手推动标准化。与此同时，需要解决的课题包括纤维的再生方式及为标准化实效性提供保证的鉴别方法开发等。

现在使用了再生原料或生物由来原料的纤维并没有与普通纤维区分标识的日本产业规格（JIS），而混用率标识等客观表示环保性能的标识方法也没有统一。为此以经济产业省为中心，日本的纺织行业团体开始努力推动标准化事业。

日本化学纤维协会于 2022 财年成立了专门委员会，推动“关于环境保护型纺织产品的 JIS 开发事业”，首先进行规定使用再生原料或生物由来原料的化学纤维的 JIS 开发工作。计划在 2023 财年中制定出 JIS 初稿。

日本纺绩协会也在 2022 财年成立了分科会开始以天然纤维为对象的 JIS 开发事业。对象包括未利用棉（废棉）、再生毛、再生纤维素纤维。

与此同时，JIS 化等标准化还有很多课题。其中之一是作为标准对象的再生方法的范围要扩展到什么程度。尤其是化学纤维的再生，过去主流的材料再生方式及化学再生方式都是把再生资源的废弃物作为直接再生原料重新加以利用，但近年来日本的大型化学企业引进了质量平衡方式，将石油由来产品的废材料等制成分解油，和普通的石油产品混合，根据所使用的废材料分解油的量，获得产品使用再生原料的认证。

日本的纺织行业也开始利用使用质量平衡方式生产的再生原料，东洋纺 Textile 公司推进质量平衡在尼龙纤维的实用化，焦点是这种方式应该如何被标准化所采纳。

为了确保标准化的实效性及今后的混用率标识，开发环保型纤维的鉴别方法也不可或缺。东丽公司以“&+”品牌销售的 PET 瓶由来再生纤维利用特殊的化学标记实现了可鉴别。Daiwabo Rayon 公司此前开发了利用化学标记的可追溯人造丝短纤维。其他再生纤维也需要确立实用的鉴别方法。

还有一个重点是对海外动向的把握。欧盟（EU）等也在积极推进环保纤维的标准化。JIS 等日本规格需要根据世贸组织（WTO）的“技术性贸易壁垒协议”（TBT 协议）与国际标准规格进行整合。为了不让 JIS 化等标准化事业落后于海外，还需要针对向国际标准化组织（ISO）的提案开展努力。



东丽公司的 PET 瓶由来再生纤维“&+”，利用特殊的化学标记实现了可鉴别。



Daiwabo Rayon 公司的“Recovis”是使用旧衣服或边角料再生制造的人造丝短纤维。

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。

TOYOSHIMA

MY WILL
SUSTAINABLE & TECHNOLOGY

Daiwabo Rayon 销售可鉴别人造丝短纤维

Daiwabo Rayon 公司开发了可鉴别纱线、面料或制品中是否实际使用了该公司的人造丝短纤维的可追溯人造丝短纤维，从 2023 财年（截至 2024 年 3 月）开始正式销售。

该公司迄今为止开发销售了确认海水中生物降解性并取得第三方认证的“e:CORONA”、使用废弃棉制品为原料并获得正确使用再生原料的“Recycled Claim Standard”（RCS）认证的“Recovis”、引进碳补偿制度的碳中和人造丝短纤维等各种注重环保的人造丝短纤维。

在这样的情况下，顾客需要有能确认纱线、面料、制品中是否正确使用了该公司环保型人造丝短纤维的方法。

为了满足顾客的这一需求，在制造工序中施加特殊的化学标记，开发了能在纱线、面料、制品各个阶段鉴别是否实际使用了该公司人造丝短纤维的可追溯人造丝短纤维。

该公司预备把所有产品改为可追溯的人造丝短纤维，目前正在把常规产品改为“e:CORONA”，并与可追溯人造丝短纤维相结合，进一步加强人造丝短纤维作为环保型纤维的特点。



海水中生物降解性人造丝短纤维“e:CORONA”。

尤尼吉可 环保材料销售额达 2.6 倍

尤尼吉可公司 2020 年成立了可持续发展推进室，为实现“可持续发展方针”而加强努力，并根据指标进行评价。准备今年 10 月在统合报告中发布 2022 财年（截至 2023 年 3 月）实绩总结。

可持续发展方针中作为关于事业的优先课题，提出了“安全、放心的生活”、“便利、舒适的生活”、“与环境共生的生活”。为此努力提高材料再生涤纶纤维、聚乳酸（PLA）树脂、纤维“Terramac”、生物由来原料尼龙 11 纤维“Castlon”、化学再生尼龙、涤纶薄膜等环保型材料的销售。计划将使用这些材料的制品销售额提高到 2019 财年的 2.6 倍。

另一方面，该公司提出了“推进与环境共生的企业活动”、“尊重人权”、“打造有奋斗意义的公司”、“推进多元化”、“加强供应链管理”等优先课题。

与环境共生方面重视削减二氧化碳排放量。该公司 2004 年在工厂引进了热电联供系统，并通过设备更新等进行优化。此外，宇治工厂的锅炉也改为液化天然气锅炉，并准备引进可再生能源。4 月宣布正式参加由经济产业省等推进的碳中和合作平台“GX 联盟”。为此，公司认为内部意识改革十分必要，以日本的集团职员为对象从去年 12 月开始进行远程研修，加快集团整体推动可持续发展的速度。



使用“Castlon”的产品。

丰岛 “Food Textile”用途扩大

丰岛公司率先推动可持续纤维的普及，提案注重环保的产品制造。拉动环保事业的是将废弃食材重新利用为染料的“Food Textile”。“Food Textile”是与供应原料的食品相关企业、使用该面料制作商品的企业合作推进的项目品牌。从食品相关企业或农庄接受不符规格的食材及蔬菜被切除的部分、咖啡渣等中，提取有用成分重新制成染料。“Food Textile”针对具有高度环保意识的成衣品牌的销售在稳步增长。今年春季也被中国时尚品牌“ICICLE”2023 新作品“NATURAL WAY”所采用。使用从球生菜、抹茶、红苋菁等的花或茎提取的色素进行染色，销售高雅的女装。

近年来不仅是时装成衣厂商，室内纺织品、杂货、鞋等用途的范围不断扩大。2023 年情人节期间，在知名人气糕点师辻口博启的店铺内，限定销售的环保购物袋和巾着袋面料也使用了“Food Textile”，染料使用了从可可豆外皮提取的色素。

Asics 公司于 4 月发售了使用“Food Textile”的跑鞋“GEL-LYTE III OG”、“GEL-LYTE V”，它们分别使用了路易波士茶和柿子、抹茶和球生菜提取的染料。Asics 公司在鞋子的制造中引进了对原料本身进行着色的染色技术，因与“Food Textile”的理念产生共鸣而实现了合作。



“Food Textile”被 Asics 公司的跑鞋所采用。

掺入型阻燃人造丝纤维

DFGTM

在纤维素纤维内部分散保持阻燃剂。因为是材料本身阻燃化的人造丝纤维，所以兼具阻燃性能优异的耐久性和人造丝纤维特有的风格、触感、保湿性。另外，因为把具有生物降解性的纤维素纤维阻燃化，所以对环境也很温和。

① 从材料开始的阻燃化

- 具有与普通人造丝同等优异的吸湿性、吸水性。
- 兼具阻燃性和人造丝特有的风格、触感。
- 耐久性优异，经过洗涤后其阻燃性能不降低。
- 阻燃性能指标的极限氧指数(LOI值)为28以上。(根据JIS L 1019 E法)

② 热的特性优异

- 因为没有热收缩性、热熔性，所以不像合纤那样因加热而变形或收缩。
- 在碳化作用下发挥阻燃性能。与涤纶等熔融纤维不同，即使燃烧也不会融化掉落在皮肤上。(与其他材料混合使用时，请确认合适)

③ 关于燃烧气体

- 因为不含卤素类药剂，所以燃烧时不产生卤素由来的有毒气体。
- 与其他纤维相比，发烟量少，也不产生氰化气体。

④ 废弃也很简单

- 因为是纤维素系纤维，所以与普通棉制品一样可以废弃。不用特殊处理。

DAIWABORAYON株式会社

〒541-0056 日本大阪市中央区久太郎町3丁目6番8号 JRE御堂筋DAIWA Bldg.11F FAX.06-7635-3291

<https://daiwaborayon.co.jp/>

日本纺织企业的可持续发展产品



尤尼吉可贸易“Jufy”

使用特殊凹凸结构涤纶长纤维的面料，能使服装的舒适性、表现力、美观程度升级。有光泽、全无光、杂色三种型号。采用再生材料进行生产。



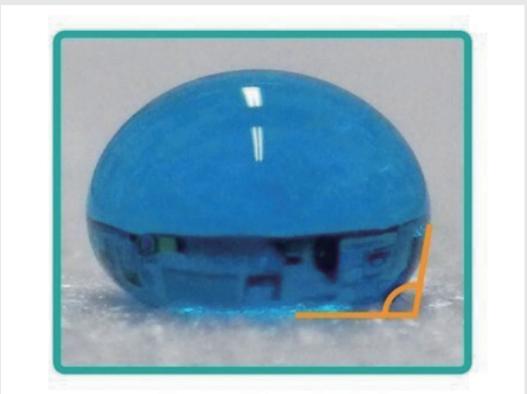
尤尼吉可贸易“Castlon”

“Castlon”是以非食用的蓖麻种子为原料的尼龙11纤维。是环境负担很低的生物质纤维，同时具有优异的耐磨损、耐弯曲疲劳、尺寸稳定、低温柔软特性。



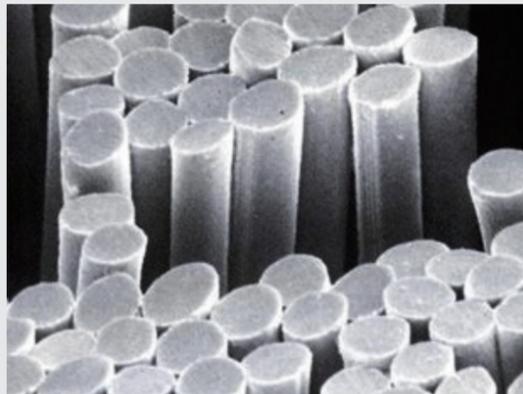
尤尼吉可贸易“Terramac”

“Terramac”是将聚乳酸（PLA）以独有技术进行改质、成形制成的树脂、纤维、无纺布等的综合品牌。符合Japan Bio Plastics Association (JBPA) 的“GreenPla”标志及“BiomassPla”标志的标准。



Daiwabo Rayon “Eco Repellas”

“Eco Repellas”是在保持柔软的手感、生物降解性、吸放湿性等人造丝本身特性的同时，对表面施加特殊拒水处理加工的人造丝短纤维。作为可替代化纤部分功能的纤维素纤维，为削减一次性塑料做出贡献。



Daiwabo Rayon “湿式无纺布用人造丝短纤维”

作为湿式无纺布原料的人造丝短纤维，除了常规型号外，还有适于植绒加工的 Tow 型、掺入颜料的原液着色型，以及中空扁平、带状扁平、Y 字横截面、圆形横截面等各种各样的异形横截面型号。



Daiwabo Rayon “ATL”

掺入型除臭人造丝短纤维。具有快速除臭（10分钟后也有效果）、持久除臭（洗涤100次后也有效果）、强力除臭（气体浓度2倍也有效果）等特点（根据混用率、目付、加工内容，有时测定值不同）。



丰岛“BRING Material”

使用JEPLAN公司100%纤维由来的可持续性再生涤纶树脂“BRING Material”的纱线。丰岛与该公司对纱线销售达成官方合作伙伴关系，储备销售用“BRING Material”的6种纱线。



丰岛“UpDRIFT”

这是一个环保项目，把海边回收的PET瓶等作为纤维原料进行资源化，并将其用来制造环境负担较低的新产品。最近被用于制作女装、瑜伽服品牌“emmi”与摄影家后藤启太合作的T恤衫。



丰岛“TecRecyc”

“TecRecyc”是力图推动再生化纤普及的项目。丰岛和海外拥有尖端技术的工厂合作，推进涤纶、尼龙、腈纶三种材料的再生利用，通过森林保护团体more trees为碳中和做贡献。

化纤厂家 2022 财年财报：

发挥了纺织实力，但整体出现赤字

化纤厂家 2022 财年（截至 2023 年 3 月）受到原燃料价格高涨的深刻影响，以树脂及薄膜等为中心陷入困境。不少企业由于计入了减损亏损而出现净亏损。但其中有些企业的纺织事业发挥了实力，获得良好业绩。对于成本上升，通过产品涨价进行价格转嫁，可以说是大范围的价格传导造成了各公司业绩的不同。

东丽公司销售增长而利润减少，但纺织事业的销售、利润实现大幅度增长。聚丙烯纺粘无纺布（SB）等卫生材料用途产品由于市场低迷而销售困难，但服装用途产品在后疫情时代实现了业绩恢复，尤其是运动服装、户外活动服装领域拉动了业绩增长。

产业用途的汽车相关产品业绩恢复。所有用途都受到了原燃料及物流费用高涨的影响，但不仅是原料费用，包括能源费用及物流费用在内都推进了价格转嫁，确保了利润。碳纤维复合材料事业也由于飞机需求的恢复等实现销售业绩大幅度增长。

商事子公司 Toray International 的销售和利润都获得增长。纺织相关事业业绩也很好。虽然家用纺织品领域情况困难，但服装用的纱线、原棉销售良好。纺织资材、物资事业的汽车用途和皮革相关销售良好，缝制品事业对大型 SPA 和运动服装、户外运动服装领域的销售良好。

帝人公司的材料事业中复合成形材料事业和芳纶事业由于生产设备的故障带来的影响陷入困境。但子公司的商事公司帝人富瑞特公司为主体的纺织、产品事业则实现了大幅度的销售、利润增长。产业资材领域的汽车相关部件、人工皮革、水处理过滤器用涤纶短纤维销售良好。服装纤维对欧美及中国的面料出口保持旺盛，日本国内销售也出现恢复趋势。对于原燃料、物流价格高涨，通过调整价格推进了价格转嫁。

旭化成公司没有公布纺织相关事业的详细业绩，但基本和上一财年持平。铜氨丝长纤维“宾霸”受工厂火灾影响销售量有所减少，而氨纶“ROICA”的销售持续增长，SB 由于市场低迷而有些困难。

子公司商事公司旭化成贸易公司销售增长，利润略微增长。随着新冠肺炎疫情的平复，纺织事业恢复。其中户外运动服装相关需求在日本国内外的恢复，为收益作出了贡献。关于对成本上升的应对，在各个事业领域都努力推进价格转嫁。

东洋纺公司的 Mobility 事业出现营业亏损。安全气囊基布对原燃

料价格上涨的调整有些迟缓。生活、环境事业虽然销售增长但利润减少。高性能纤维由于需求坚挺，销售和利润都有增长。服装纤维着手重整生产体制，正逐渐找到扭亏为盈的方向。

服装用纤维的核心子公司东洋纺 Textile 公司销售减少，但营业亏损情况得到了改善（与东洋纺 STC 公司的纺织部门和东洋纺 Uni Products 公司的销售额、营业利润合计相比较）。从非盈利事业撤退及企业统合，提高了资产效率，缩小了亏损。运动服装领域由于海外生产比例较高，受到日元贬值带来的成本上涨影响而利润减少。材料虽然销售旺盛但原料价格上涨也使得利润减少。职业装领域企业定制及白衣销售良好，而工装情况低迷，加上日元贬值的影响，利润有所减少。学生装领域的针织面料销售增长，销售和利润都实现了增长。面料出口对中东、欧美都很旺盛，加上日元贬值的效果，销售和利润都增长了。

尤尼吉可公司的功能资材事业和纺织事业都出现了营业亏损。功能资材事业的玻璃纤维的电子材料用途，由于半导体市场情况恶化的影响而陷入困境。无纺布由于原燃料价格高涨使得利润低迷，产业纤维的建筑土木用途销售良好，但过滤材料用途销售不佳。纺织事业的职业装及女装用途出现恢复趋势，但受到原燃料价格高涨的影响很大。两个事业都推进了价格调整，但未能完全弥补原燃料价格高涨带来的影响。

子公司的商事公司尤尼吉可贸易公司销售减少、亏损扩大，服装领域虽然销售增长但利润减少。

可乐丽公司的商事子公司可乐丽贸易公司的财年为 1—12 月，在 2022 财年中经营额略微减少，但营业利润增长。从上一财年开始变更会计准则，把旧准则中相当于销售额的金额记为“经营额”。纺织事业的经营额、营业利润都获得两位数百分比的增长。服装领域销售和利润增长，运动服装用途情况良好，职业装的工装情况不佳，利润减少。原丝销售从非盈利领域撤退，改善了收益性，资材领域也实现销售和利润增长。

日本主要化纤厂家 2022 财年（截至 2023 年 3 月）合并财报

(单位：百万日元；▲为亏损)

公司	销售额	营业利润	经常利润	纯利润	事业部门	销售额	增减率	营业利润	增减率
	(下栏为前年同期比增减率)					(增减率为前年同期比)			
旭化成	2,726,485	128,352	121,535	▲91,312	材料	1,316,615	8.8%	41,016	-61.3%
	10.8%	-36.7%	-42.7%	出现亏损		456,032	18.4%	▲20,409	亏损扩大
帝人	1,018,751	12,863	9,100	▲17,695	纺织·制品	321,783	13.9%	9,972	76.8%
	10.0%	-70.9%	-81.7%	出现亏损	生活·环境	129,872	13.6%	2,999	-13.1%
东洋纺	399,921	10,063	6,590	▲655	Mobility	49,320	10.3%	▲4,485	亏损扩大
	6.4%	-64.6%	-71.5%	出现亏损	功能资材	34,420	0.1%	▲535	出现亏损
尤尼吉可	117,942	1,327	1,069	102	纺织	31,917	8.4%	▲1,535	亏损扩大
	2.8%	-77.9%	-83.3%	-95.4%	纺织	999,199	19.5%	51,246	21.5%
东丽 (IFRS)	2,489,330	96,029	111,870	72,823	碳纤维复合材料	281,717	30.9%	15,928	907.5%
	11.7%	-27.3%	-7.0%	-13.5%	纺织	63,102	-	6,736	-
可乐丽	756,376	87,139	84,060	54,307	贸易	57,155	-	5,121	-
	-	-	-	-					

*Toray's net sales are revenue, operating income is business income, ordinary income is income before income taxes, and net income is net income attributable to owners of the parent company; segment sales are revenue and operating income is business income. Kuraray's results for the fiscal year ended December 31, 2010 (YoY percentage change is not shown due to the adoption of the "Accounting Standard for Revenue Recognition" from this period).

东丽会长 日觉昭广：

聚焦可持续发展和数字化， 开拓技术和材料领域的用途

东丽公司从 2023 财年（截至 2024 年 3 月）开始实施新中期经营课题。力图以可持续发展和数字化两个领域为核心实现成长。日觉昭广会长强调“不要瞄准无法实现差别化的领域”。争取在凭借技术和材料能显示该公司存在价值的领域扩大事业。纺织事业以 PET 瓶再生纤维等为核心增长。



日觉昭广

1973 年进入东丽公司，2004 年担任常务 Engineering 部门长，2006 年担任专务水处理事业本部长兼 Engineering 部门长，2009 年担任代表取缔役副社长水处理、环境事业本部整体负责人兼经营企划室长，2010 年担任代表取缔役社长，2023 年 6 月 27 日起担任代表取缔役会长。

问：要想把通货膨胀转变为机遇需要哪些必要条件？

日觉：日本遭遇了以原材料高涨等为起因的成本推动型通货膨胀。日本过去凭借“廉价优质商品”席卷世界，而在欧美的常识则是“优质的商品价格高，便宜的商品品质低劣”。日本也必须改变想法，如果和过去一样持续“廉价销售优质商品”的话，工资水平也上升无望。通过以符合产品高价值的价格进行销售，转变为需求拉动型通货膨胀。需要明确过去是优势的“廉价优质商品”现在成为了枷锁。物价和工资都上涨的情况是良好的通货膨胀，尤其是工资的上涨不可或缺。

问：如何看待世界经济的动向？

日觉：最大的担忧是俄乌冲突。天然气价格的高涨妨碍了景气的恢复。这一点如果一直得不到解决，对欧洲的出口就会变得严峻。中国由于改变了防疫政策，景气正在恢复。美国和中国的关系以尖端技术为中心互相限制，对立在持续，但两国间的贸易仍在扩大。在经济上互相是不可或缺的存在。很多美国大学在中国香港设有研究所。认为和表面上的表现不同，两国关系无需过于担心。

问：对于日本的景气如何预测？

日觉：进入了恢复趋势，海外企业在景气恶化时会尽快精简人员，但日本企业则采取降低工资、派遣到其他公司等措施以维持雇用。海外企业在需求恢复的时候也会有无法确保人员的情况，而日本则不同。为此如果景气出现恢复，恢复速度也会较快。

问：上个中期经营课题在 2022 财年结束，这三年的情况如何？

日觉：上个中期经营课题是在新冠肺炎疫情扩大前制定的，当初准备在 2020 年 3 月发布，后来推迟到 5 月。在 5 月当时，曾预想新冠肺炎疫情是暂时性的，会在一年到一年半内结束，最终年度的 2022 年能恢复到通常的状态，但结果不尽

人意。2020 财年 ABS 树脂销售大幅度增长等，出现新冠肺炎疫情特需，但也有飞机用途碳纤维需求减退等，负面影响也很大。加上俄乌冲突使得燃料价格高涨，成为利润减少的重要原因。尤其是意大利子公司受到了打击。

问：计划的措施成功实施了吗？

日觉：当初制定了销售收入为 26000 亿日元、事业利润 1800 亿日元的目标。虽然销售收入最后接近了当初目标，但事业利润则和目标有较大差距。设备投资也没有达到当初预定的 5000 亿日元，其中也有根据当时情况而推迟的部分，瞄准未来成长的投资则成功实施了。由于新冠肺炎疫情的影响，投产推后了一年到一年半，投资的成果将在 2023 下半财年显现出来。

问：从 4 月开始实施新的中期经营课题，关键是什么？

日觉：把可持续发展和数字化两个领域作为成长的原动力。可持续发展方面，过去的 Green Innovation 事业和 Life Innovation 事业融合重整的 Sustainability Innovation 事业预计实现 7% 的年成长率，Digital Innovation 事业则预计成长 16%。SI 事业中碳中和和循环型经济、Nature Positive 是关键所在。碳中和的关键词是氢，但也有红海化的领域。凭借发挥本公司技术的电解质膜展现存在感。循环性经济的核心是 PET 瓶再生纤维“&+”。很多企业开展了 PET 瓶再生纤维事业，要通过品质及功能、可追溯性开展诉求实现差别化。Nature Positive 以反渗透膜为中心。反渗透膜需要符合当地水的特性，要求高度的技术。介入的难度很大，但被认为是蓝海事业。

问：纺织事业的课题是什么？

日觉：纺织事业的目标是 2025 财年销售收入 10300 亿日元、事业利润 640 亿日元。以再生纤维及生物由来原料纤维为首的环保型纤维扩大事业，此外还要收获绒面革风格人工皮革及安全气囊布的增产部分的成果。

旭化成社长 工藤幸四郎：

重新审视价值， 结构性改革和成长战略并驾齐驱

旭化成公司调整了以 2024 财年（截至 2025 年 3 月）为最终财年的中期经营计划中的合并营业利润目标，将其重新设定为不低于 2000 亿日元。受半导体短缺、原燃料价格飙升等因素影响，首个财年的营业利润较上一财年有所减少。尽管下调了 2700 亿日元这一期初目标，但工藤幸四郎社长称，“在严峻的情况下也进行了投资，这一点值得肯定”。



工藤幸四郎

1982 年加入旭化成工业（现旭化成）公司，2013 年任旭化成 Fibers 公司执行官兼企划管理部部长，2016 年任旭化成高级执行官兼纤维事业本部企划管理部部长，2017 年任高级执行官兼纤维事业本部长兼大阪分公司总经理，2019 年任常务执行官兼 Performance Products 事业本部长，2021 年任董事兼常务执行官，2022 年 4 月任代表取缔役社长兼社长执行官。

问：将通货膨胀变为良机需要哪些条件？

工藤：以往，对于具有“崭新”“先进”等价值的产品，人们可以接受其价格，但对已有产品提价，人们就会有强烈的抵触感。因此，除非不断推出新产品，否则很难提价。通货膨胀使情况发生了变化。看清真正的价值，即使是原有产品，只要有价值，也需要以恰当的价格进行销售。消费者的观念也发生了变化，并不一定会拒绝涨价或价格一涨就改用便宜的产品。可以说人们开始客观看待产品的价值了。我们生产方也必须重新审视价值，把握良机的到来。目前仍一部分依赖能源，但物价上涨的同时，薪资也上涨的话，就会形成经济活化的良好趋势。问题是生产方的通货膨胀率和 CPI（消费者物价指数）间的差距很大。这是因为没有充分落实价格传导从而导致差距产生，企业的处境依然很严峻。同时，也有人指出，推进价格传导，CPI 升高的话，有可能造成消费萎缩。

问：请回顾一下中期计划开局之年。

工藤：原本想确保 2000 亿日元的营业利润，但结果大幅低于上一财年（2026 亿日元）。虽受半导体长期短缺、中国疫情带来的需求减弱、原燃料价格飙升等因素的影响，但也有需要反省的地方。上半财年，遭受了中国疫情的打击，但我们判断经济迟早会复苏。以为“现在是最低谷”，结果这个低谷不断触底，以致于生产调整等事业运营也不顺利。对前景的预测太乐观是我们需要反省的地方。我认为营业利润的减少在某种程度上是没有办法的，但我们会密切监控现金流是否恶化。不过，我认为向生物医药 CDMO 事业进军等切实的投资是值得肯定的。

问：销售额大幅增长，如何评价？

工藤：价格传导和日元贬值带来了企业增收，但我们最为重视的不是销售额，而是资本的效率。中计也很重视 ROIC（资本回报率）。我们把最终财年的销售额从 2.7 万亿日元上调为 3 万亿日元，

但在经营中要重视资本效率。

问：2023 财年的经济及市场行情预计如何？

工藤：预计上半财年情况依然严峻。下半财年以美国为中心停止上调利率，下调的时机将会出现。中国内需也缺乏动力，应该会采取一些措施。由此看来，我对下半财年经济复苏抱有期待。不过风险不少，这也是事实。中美问题就是其中的一个例子。虽然 2022 财年两国的进出口贸易额并未减少，但可以看出区域经济的集团化。无论是关系恶化导致集团化加速，还是关系好转促进全球化，对企业来说都是有风险的。美国、中国、欧洲分别将如何行动，区域战略变得很重要。

问：在此情况下公司将采取什么措施？

工藤：为使价格合理，我们将采取一系列基本措施，包括加强与客户的沟通、彻底重视 ROE（净资产收益率）和 ROIC、面向未来进行投资、调整事业结构、推进可持续发展策略、强化经营基础等。关于经营基础的强化，我们从“绿色”“数字”“人财”这三个方面推动转型升级，结果超出预期。在中计剩下的两年里，最重要的是结构性改革。事业结构转型的研究对象是销售额不低于 7000 亿日元的事业，其中针对销售额约 6000 亿日元的石油化学相关事业，探讨其中期方向性。同时加快健康及数字解决方案相关的成长战略。

问：纤维相关事业的课题是什么？

工藤：事业环境依然十分严峻。铜氨纤维“宾霸”的工厂发生火灾，给许多客户造成了困扰。如果没发生事故，对印度等地的销售会增长，原本应该能确保利润。为防止事故再次发生，要切实完善体制。高级绒面人工皮革“Dinamica”和面向大型 SPA 的氨纶“ROICA”都很顺利。尼龙 66 纤维“LEONA”的越南安全气囊基布工厂正在建设中。纺粘型无纺布事业与三井化学成立合资公司，为稳定供应尽到责任。森织公司上一财年处境艰难，但以美国国内为中心，价格调整得以渗透，收益也得到改善。

帝人社长 内川哲茂：

深挖收益性业务潜力， 将环境保护作为重要抓手

帝人集团把 2023 财年(截至 2024 年 3 月)定位于改善收益性的一年。原本是新中期经营计划开始实施的第一年，但由于外部环境的变化局势严峻，因此把改善收益性放在最优先位置。内川哲茂社长称，“如果同时推进对未来的投资和不良部分的重建就会两头落空，改变困难现状是最为优先的”。



内川哲茂

1990 年帝人入社，2017 年帝人集团执行董事材料事业统辖助理兼纤维、产品事业集团负责人助理，2020 年复合成形材料业务总部长，2021 年 4 月帝人集团常务执行董事兼材料事业统辖、同年 6 月常务董事兼执行董事，2022 年 4 月代表取缔役社长兼执行董事。

问：要想把通货膨胀作为机遇有什么必要条件？

内川：正在发生很多变化，考验着日本企业或产业能否位于变化的中心。严格地说，在绿色转型及数字化转型方面已经落后了。如果落后于变化，就有可能受到高通货膨胀和低成长的双重打击。日本企业具有很高的技术力，但现在潮流的成长企业是制作系统的企业。例如环境事业。构建了环保系统的企业获得成长，而只依靠技术本身的话就很难。不管是对变化的应对还是系统化，重要的是身处中心。日本有很多潜力企业，但必须在技术受到高度好评的时候进行应对。还好在汽车及电子相关领域还有领先世界的日本企业，在这些方面供应材料的制造业也还有商机。我们需要的是能在世界上进行竞争的日本团队。

问：要如何应对目前的通货膨胀呢？

内川：原燃料价格高涨使得制造成本上升，向销售价格转嫁变得不可或缺，但我们自己也要更加提高效率。不沿袭以往的做法，而是要不断变化。不能觉得是因为通货膨胀才这样，而是要一直明确希望公司成为怎样的企业。

问：截至 2022 财年，上一个中期经营计划结束了，请回顾一下情况。

内川：环境变化很大，是局势严峻的三年。但也不是所有事业都遭遇困难，医药医疗业务就找到了解决患者困难的一个出口。材料业务也是同样，拉近了与顾客的距离，复合材料在北美拥有很高的市场份额。但这些成果没能和利润联系起来，这就带来了严峻的局势和困难。感到能战胜外部因素的 Resilience 存在不足，也许是把重心过于放在已经制定的计划或战略上，对此我们也进行了反省。

问：预计 2023 财年的经济及市场动向会怎样？

内川：相信美国发生的银行破产不会造成深刻的经济危机，但有可能资金不向新兴国家流动了，如果新兴国家的成长因此放缓，就会带来很

大的影响。我们不认为事态会成为像雷曼危机那样，但也许会濒临边缘吧。还有地缘政治学的风险，欧洲的天然气价格虽然回落了，但俄乌冲突的前景还不明朗。美国和中国的关系也没有改善，仍然有很高的风险。由于发生了预料之外的事情，本财年起也要以应对突发事件为前提推进业务。

问：为何把 2023 财年作为改善收益性实施改革的一年，而不是新中期经营计划开始实施的一年？

内川：本公司现在处于困难局势，在这样的情况下，制定新中期经营计划、推进对未来的投资和重建不良部分的话，就会两头落空。判断认为从现在的困难局势中摆脱出来是优先事项。要切实观察现状进行改善。这不仅是经营者的考虑，也是和很多职员的共通认识。企业集中了医药医疗及材料等各事业的职员分别召开了说明会，并实施了问卷调查等。虽然对只制定收益改善方案有一些不安和不满，但经营者和职员正团结一心加以推进。

问：采取怎样的措施呢？

内川：要改善医药医疗、芳纶纤维、复合成形材料这三个盈利业务。医药医疗业务利用日本国内占有在家医疗仪器最大市场份额的事业基础，运用到罕见病、治疗困难病领域的医药品中。同时从零开始重新检查各机能的资源，彻底削减固定费用。芳纶纤维则要从工厂火灾中尽早恢复，实现现有增设生产线的稳定生产，以纺丝工序为中心进一步自动化，通过数字化实现生产革新等。复合成形材料则把摆脱亏损作为最优先课题。

问：公司整体的发展方向是什么？

内川：环境保护是很重要的关键词。例如为罕见病、难治病患者提供解决方案从而为人们做贡献，但如果地球受到污染这些就没有意义了。纤维、产品事业也向环保的方向转变。市场以日本为主，中国也是很大的市场，但在开展销售的同时也要注意知识产权等各种各样的问题。

可乐丽社长 川原仁： 加强产品研发， 进一步应对三个挑战

可乐丽公司在 2022 财年（截至 2022 年 12 月）达成了历史最高的销售额、营业利润纪录。对于 2023 财年，社长川原仁表示，“虽然根据地区、用途、领域情况有所不同，但要把三个挑战再推进一、两个阶段，把重点放在新增设备的成功运行等上面”。



川原仁

1984 年进入可乐丽公司。2016 年担任执行役員，2018 年担任常务执行役員，2019 年进入取缔役，2021 年 1 月起担任取缔役社长。

问：要想把通货膨胀转变成机遇有什么必要条件？

川原：本公司作为“特殊化学企业”，开发生产销售独具特色的高附加值产品。销售价格从 2019 年中美贸易摩擦时开始逐渐上涨，在俄乌冲突时一口气加快，即使在现在的通货膨胀的情况下，本公司独有的、领先的产品仍然受到顾客的好评。受到原燃料价格上涨的影响，持续开展削减成本等自救努力，无法吸收的部分则向销售价格转嫁。众多产品的价格转嫁能获得成功是因为生产的是必需的产品、必不可少的材料。不管是通货紧缩还是通货膨胀，都需要开发和推出被顾客及终端消费者所认可的、必需的产品。

问：针对通货膨胀采取什么对策？

川原：产品价格经过几个阶段上涨，随着俄乌冲突而加快，但还未能追上因乌克兰问题而产生的原燃料急剧涨价的成本推动型通货膨胀。价格转嫁需要分几个阶段不懈推进。但由于供应链很长，所以普及还需要花费时间。尤其是日本在物价上涨的情况下收入也必须上涨。向职工提供在高物价时也能安心工作的环境，从而带来企业附加值及生产效率的提高，这十分重要。

问：对于中小企业来说人工费用增长成为了很大的负担。

川原：正在判断现在的通货膨胀是不是成本推动型的暂时性的通货膨胀。原燃料价格和去年相比平稳了下来，但俄乌冲突还在持续，前景不明。如果成本推动型通货膨胀持续的话工资上涨也有极限。大企业、中小企业、政府、公共团体都需要进行结构性改革。

问：请问中期经营计划首年度情况如何？

川原：以 2026 财年（截至 2026 年 12 月）为最终年度的中期经营计划提出了“作为机遇的可持续发展”、“从网络化开始的革新”、“人与组织的转型”三个挑战。成果不会立即显现出来，实施了分科会及研讨会等，加强了公司内的一体感。在业绩方面，销售额和营业利润都刷新了最高纪录，纯利

也达到了最高的水平。在原料涨价及物流混乱、半导体不足等影响下取得这样的结果，是由于本公司的产品是顾客所必需的。销售额由于日元贬值而被抬高了数百亿日元，但利润能够得到高度评价。

问：2023 财年的经济和市场情况如何？

川原：俄罗斯、乌克兰局势前景不明，不知道会发生什么情况。尤其是欧洲，担心对物价高涨而提高政策利息，使得需求停滞。虽然各个用途情况不同，但半导体不足的情况可能会到今年下半年仍然得不到缓解，各种不确定因素很多。去年由于欧洲是暖冬，所以天然气的储备获得进展，原燃料价格呈现平稳回落，但无法判断今后走势。还有可能出现需求减退及购买抑制使得产品价格软化。各地区及用途的情况都不一样。中国防疫政策也转变为与病毒共存，经济在逐渐恢复，但依然是增长乏力。预计从年中起到年底会转为增长。尽管如此，由于受到欧美景气的影响，需要关注其动向。

问：中期经营计划第 2 年的起步及基本方针是什么？

川原：与经济和市场一样，各事业参差不同。Vinyl Acetate 相关沿着预期顺利推进，曾预期情况严峻的光学用 Polyvinyl alcohol 薄膜对中国的销售也增长了。食品包装材料也销售良好，但纺织整体处于严峻的情况。作为对策，要把三个挑战再推进一步、两步。此外，泰国的 Isoprene 相关设备完成建设，今年中期在美国的活性炭新生产设备也将投产。High-strength polyarylate fiber “Vectran”正在研究本财年到下一财年加强生产能力的可能性。

问：今后的重点市场是哪里？

川原：我们在全球开展事业，虽然不特别注重某个特定的国家或地区，但 2022 财年各个地区中销售额最高的是欧洲。虽然担心景气减速，但今后也会致力于欧洲市场。美国、日本、中国也是同样，2023 财年力图刷新销售额最高纪录。利润虽然赶不上上一财年，但这已经在中期经营计划中制定了。

东洋纺社长 竹内郁夫：

在可持续发展的转变期， 2023 财年是恢复收益能力的一年

东洋纺公司的竹内郁夫社长强调，“现在是时代的转变期，人们的想法也必须变化”。在通货膨胀经济下以符合价值的价格进行销售不可或缺，为此以往水准的价格转嫁还不够。“如果不能比过去进一步提高附加值，作为企业就无法生存下去”。



竹内郁夫

1985年4月进入东洋纺绩公司（现：东洋纺公司）。2018年担任执行役員机能膜·环境本部长。2020年4月担任常务执行役員，同年6月担任取缔役兼常务执行役員企划部门统括、Kaeru Project 推进部负责人。2021年4月担任取缔役社长。

问：在世界性的通货膨胀趋势中，要想转变为机遇需要什么条件？

竹内：现在是以符合价值的价格进行销售不可或缺的时代，现在正在转变期，必须改变思考方式。在原材料及能源价格上涨的情况下，通过产品涨价推进价格转嫁，但以往水准的涨价追不上通货膨胀的幅度。加上还有对可持续发展的努力及为遵守企业合规完善体制而上升的成本。为提高企业价值而必须的成本在上涨，要实现与之相符合的价值，并进一步提高，不这样企业就无法生存。如果提高工资的话消费者也会活跃起来。为此需要转变思路，服装纤维领域和产业资材领域都要切实分析和把握现在的成本结构，作为商品重新制定能存续下去的利润率。从这一角度开始梳理商品，并推进淘汰。为了提高附加值，寻找能解决顾客问题的解决方案。针对减轻环境负担、碳中和、再生等社会课题的努力也会提高要求。希望能凭借功能材料解决这些课题。尤其是运动服装和医疗等领域的需求会增长。要想改变思路，人才的培养也必不可少。以年轻职员为中心开始公司内研修项目，目的是培养能挑战新业务的人才。现在正推进 Femtech（女性科技）相关商品的开发等，要想诞生新的创意与公司外部的交流也十分重要。

问：2022 财年（截至 2023 年 3 月）的情况如何？

竹内：原燃料价格高涨使得利润减少了。尤其是下半财年开始，工业用薄膜由于中国的疫情及电子行业的低迷而受到了打击。安全气囊布及无纺布、工程塑料也由于汽车生产数量减少而增长乏力。另一方面，VOC（挥发性有机化合物）回收装置等环境解决方案在电动车锂离子电池生产工序用途的需求增长而销售旺盛。高性能纤维、生物相关商品情况也良好。

问：2022 财年是中期经营计划的首年度？

竹内：业绩在数字上的结果不尽人意，但

作为方针提出的“安全、防灾、品质保证”“事业结构的重新组合”“为未来的准备”“基础的重新构建”都做了各自该做的事情。安全、防灾、品质保证引进了外部的解决方案加强了体制。事业结构的重新组合把事业区分为“重点扩大”、“稳定收益”、“要改善”三个类别。对于“重点扩大”持续进行积极的投资，“稳定收益”中能期待进一步成长的事业增加了，从4月开始把环境、功能材料事业作为与三菱商事公司成立的合资公司东洋纺 MC 公司独立出去也是其中之一。“要改善”的服装纤维事业中富山工厂决定重整，成立了东洋纺 Textile 公司，安全气囊布事业也在整顿体制。2023 年中期泰国合资公司正式开展生产。对未来的准备在创造革新、数字化转型战略、碳中和方面开展努力。已经制定了生物和聚合物的技术融合及环境保护等核心创造主题，着手重整业务系统等根据数字化转型战略的基础整備也获得进展。为了削减温室效应气体，获得了在世界上率先提倡的 SBT 认证。岩国工厂使用的燃料将在今年内从重油改为液化天然气和 RPF（废弃物固体燃料）等，推动了碳中和。“基础的重新构建”实现了多样化。

问：2023 财年的课题是什么？

竹内：是恢复收益能力的一年。首先要确保安全、防灾放在第一位。在此之上努力提高销售价格。原料及能源价格急剧上涨，关系到今后事业能否存续。削减成本的努力也变得更加重要。另外，本公司有很多能在世界上开展竞争的材料及商品。需要把这些材料和商品推向世界进行竞争，如果只依靠公司自身的话需要花很长时间，因此不仅是有机的成长，还需要实现无机的成长。在利用战略联盟的同时开展努力变得十分重要。“可持续发展愿景 2030”中提出了“从生存转向可持续发展的成长”，希望 2023 财年能成为其转变期。

尤尼吉可社长 上埜修司： 通货膨胀下推进商品开发， 构筑新的业务框架

尤尼吉可公司从2023财年（截至2024年3月）开始实施第二次三年中期经营计划。在世界通货膨胀使得事业环境发生巨大改变的情况下，社长上埜修司强调，“重要的是在通货膨胀下也推进能被顾客选择的商品开发”。尤其是利用优势的薄膜技术和纤维化技术，应对不断变化的事业环境。



上埜修司

1983年4月进入尤尼吉可公司。2011年6月任执行役員技术开发本部长兼中央研究所所长，2012年6月任取缔役执行役員，同年7月任取缔役上席执行役員。2015年4月任取缔役常务执行役員，2015年6月任代表取缔役常务执行役員。2019年6月任代表取缔役社长执行役員。

问：世界性的通货膨胀日益严重，要想把这一情况变为商机需要什么条件？

上埜：现状是带来的压力较大。在原材料价格及能源成本上涨的情况下，纺织的日本国内需求增长乏力。日元也在急剧贬值，本公司的海外销售比例为20%多，日元贬值使得采购成本上升，负面作用较大。可以说现在正承受了三层、四层压力。在这样的情况下由于通货膨胀，公司正努力将成本向价格转嫁，现在正是考验在通货膨胀这一经济结构中如何取胜。首先是重整收益能力十分重要。尤其是服装纤维领域的事业环境在新冠肺炎疫情前后发生巨大变化。为此必须重新整理事业构造。对于规模也要在一定程度上进行改善。这时的关键是判断留下哪些事业缩小哪些事业，这成为从本财年开始的中期经营计划的主题。然后，重要的是在通货膨胀下也能被顾客选择的商品开发和推广。运用我们拥有的技术、特长、和顾客的关系等，能诞生出多少高附加值产品。过去把电子、电气、半导体相关领域定位于成长领域进行重点推广，新开发产品获得采用，取得了成果，例如纤维的尼龙中空丝膜开始在过滤材料领域畅销。

问：环保及可持续发展也是重要主题？

上埜：本公司很早就推出了具有生物降解性的聚乳酸纤维“Terramac”商品，还经营棉等天然纤维。发挥这些优势，不仅是材料，还在纤维制造技术中推进环保理念。除此之外需要考虑新的业务。很多情况下只靠企业自己很难开展，和同行的其他企业在内开展合作也是方法之一。纺织事业和SHIKIBO公司进行合作，开始显现出积极作用。

问：2022财年已经结束，请回顾一下情况。

上埜：2022财年是基于长期愿景的第

一个中期经营计划的最终年度，是很严峻的一年。除了原材料及能源成本的上升外，虽然致力于在电子、电气及半导体等成长领域的销售，但从去年秋季以来销售数量增长乏力。高分子事业中，树脂在汽车及电子、电气相关用途销售不振，薄膜也由于包装用途的流通库存增加进入调整局面。功能材料事业中土木、建材领域销售良好，但汽车、电气相关领域低迷，半导体不足使得汽车生产数量减少带来的影响很大。纺织事业的涤纶短纤维等建材用途销售稳定，而水刺无纺布则欠缺势头。上一财年是中期经营计划的最终年度，而面临新冠肺炎疫情，前提条件发生了巨大变化。新冠肺炎疫情前后的事业环境及市场也发生了不可逆转的变化。

问：2023财年开始的情况如何？

上埜：从本财年开始实施新的中期经营计划，必须进行新的事业框架的研究和构筑。在成长领域进行投资，除了电子、电气及半导体外，有很多以环保等为主题的方案，但经营资源是有限的。重要的是准确判断真正具有成长可能性的方案。关键是找出和其他公司相比具有优势的产品、受到顾客好评的产品。核心是薄膜技术和纤维化技术，包括加工在内应该还有很多能够应用的用途领域，针对这些领域集中投入人力、物力、财力。这是正面意义的选择与集中。由此加快开发及提案的速度，否则就不能快速赶上顾客的需求。尼龙中空丝膜在开发当初很少受到好评，但现在也开始被采用。这也是本公司拥有的尼龙技术和纤维化技术融合而开拓的新用途。要进一步加强这样的开发和提案。在认清公司自身定位的同时，和顾客一起开拓用途十分重要。随着情况变化会产生新的需求，但等需求显现后再开发就来不及了，需要从早期阶段就开始准备能应对变化的商品。

来自街角

2023年6月东京流行趋势

原宿 融合多样化的款式，不受常识束缚的时尚。



22岁，护士。印有沉浸式图案的大印花紧身裙。



25岁，美发师。大廓形、长款的全白穿搭，但其外廓形变得比以前更紧身。

涩谷 敏锐反应新文化，能了解到日本年轻人的“现在”。



22岁，服装店员。裤脚毛边牛仔裤+长裙的搭配组合很别致。这里也选择了印有沉浸式图案的上衣。



25岁，活动相关。选择了保守的大廓形感的黑白色搭配。

表参道 高端品牌店铺云集，洗练现代的流行感觉。



32岁，服装店员。长款裙子依然很有人气。还有紧身穿搭也开始流行。



28岁，服装店员。以黑色为主的单色调搭配。与西装夹克的组合也依然很受欢迎。

下北泽 集中了充满个性的旧衣店及小型演出场所，是年轻人与时尚、亚文化的街区。



25岁，公司职员。喇叭牛仔裤+薄纱迷你裙的叠穿方式。



21岁，大学生。牛仔拼布和小巧的花卉印花为重点元素的牛仔半身裙。

银座 奢侈品牌的包和手表是必备品，最近与快时尚的混搭也普及了。



20岁，公司职员。施加烂花加工的、有凹凸花纹的单层薄纱裙，和以白色为主题的单色调搭配。



33岁，个体经营者。花卉图案较大的印花套装。微妙的透明感也是重点之一。

style-arena.jp

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

TOABO Corporation : 根据二氧化碳排放量制定基准, 构建和运用 GW 制度

TOABO Corporation 公司以服装事业公司东亚纺织公司和染色加工企业 SOTOH 公司为中心,推进可实现可持续采购、制造的“Green Wool Value Chain (GW)”的构建和运用。制定以二氧化碳排放量为基准的基准,将环境负担定量化,将在年内提出目标。

GW 旨在从原料到制造、流通、使用、废弃、再生的全生命周期,将能源消耗、二氧化碳排放量等环境负担定量化,以此实现循环型社会。该项目于去年成立,现在以尾州产地的染色及制织、整理、修补等为中心,有 28 家企业参加,目标是确立 GW 制度,成为源自尾州的行业标准。

作为努力的第一步,正在计算价值链各阶段的二氧化碳排放量,具体设定削减目标,尽管计算二氧化碳削减等的定量化提案很难,但遵照 KPI (为实现组织的目标而开展的日常活动的行动指标)努力制定可实现的数值目标。

还以碳足迹计算方法等为参考,制定独有的 GW 目录。推动 CSR、品质、可追溯性、环境负担的定量化等,例如“各种材料都向用户易懂地展示”,由此实现羊毛“更优良的价值”。

指标及基准设定得到了毛检试验认证中心的支持。和成衣厂商等销售对象合作,还准备开展在经过 GW 生产过程的产品上挂吊牌的品牌战略。



以羊毛相关企业为中心力图实现循环型社会。

东洋纺 Textile : 可制成高密度尼龙织物的化学再生尼龙

东洋纺 Textile 公司将渔网或废塑料、废轮胎等废弃物分解为石脑油,用作尼龙纤维的原料,挑战质量平衡方式化学再生。能制成普通的化学再生或材料再生尼龙长纤维,但很难实现极细纤维度。由此该公司的高密度尼龙长纤维织物“Silfine”等也可在化学再生系统内生产。

这是东洋纺公司参加的海外大型化学企业的质量平衡方式化学再生系统的一环。通常的化学再生大多是将生产工序中产生的边角料等分解为己内酰胺等粗原料后进行再生利用。而质量平衡方式是由化学企业把回收的渔网或废塑料、废轮胎等分解为石脑油,然后与普通的石脑油混合,再合成为己内酰胺等粗原料,制成尼龙原料。

购买的原料和原生原料的基础性能没有很大差别,能制作高品质的产品,这是质量平衡方式的优点。

东洋纺公司还在薄膜及工程塑料生产中引进质量平衡方式化学再生,而东洋纺 Textile 公司率先以尼龙长纤维实现商品化。采用质量平衡方式使含有再生原料的尼龙长纤维也能生产极细纤维度。为此在日本国内外获得好评的高密度尼龙织物“Silfine”等也能成为使用再生原料的环保产品。

近年来,运动服装及户外运动服装、奢侈品牌对环保型纤维的需求高涨。针对这些用途引进使用再生原料的商品,进一步提高品牌力,从而扩大销售。为此除了材料再生涤纶纤维“Echorclub”外,还有消费前(pre-consumer)材料再生尼龙长纤维,共同扩充环保型纤维的阵容。

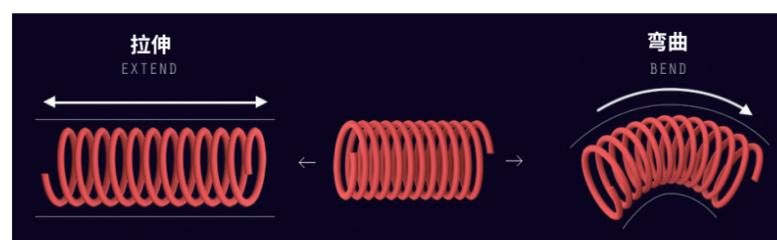
信友 : 扩大具有伸缩性、反弹性功能纱的销售

信友公司积极销售棉纱以外的原丝、纱线。尤其是加强具有伸缩性和反弹性的功能性涤纶单丝“FLEX FUSION”(FF)的销售。以服装用途为中心,积极开拓新用途及丰富产品品种。

FF 是聚对苯二甲酸丁二酯(PBT)和聚对苯二甲酸乙二酯(PET)的共轭丝,具有优异的伸缩性及反弹性。同时对工业洗涤及后加工的持久性也很高,适用于职业装及运动服装、普通服装。

储备有 83、167、333dtex 三个品种,原丝科和面料科从 2019 年开始合作试制,从 2020 年开始销售。去年的销售量是 2020 年的 4 倍。以和天然原料或其他的合纤丝交织或交编使用为主,也有捻纱或复合纱的定制需求。

负责 FF 开发的负责人称,“公司知名度还很低,除了扩大服装用途的销售外,还要开拓其他的用途”。注重强调使用了再生原料的环保性、品牌力,通过各种方法力图扩大销售。



FF 是弹簧状结构,具有柔和的伸缩性。

东丽功能制品事业部 : 以穿着感受和舒适性为重点, 深入市场并开拓海外销路

东丽公司的功能制品事业部在 2023 财年(截止 2024 年 3 月)除了提高了穿着感受和舒适性的功能纤维外,还加快 PET 瓶再生纤维“&+”等环保型纤维的销售。为开拓海外销售渠道还配置了专任负责人加以强化。

2022 财年中企业定制和职员制服用途业绩不佳,但和新冠肺炎疫情带来很大影响的 2020 财年、2021 财年相比处于恢复趋势,基本恢复到了疫情前的水准。

工装用途除了 2021 财年库存调整的反弹,还有为应对生产周期延长的提前订单增加等,生产意识的变化推动了销售增长。生物原料涤纶“Ecodear”及“&+”等环保型面料的采购也增加了。服务行业制服随着饮食业及旅游业的兴旺,围裙及衬衫用途销售增长。职员制服需求低迷,而酒店及前台业务等接待用途的销售增长。

但利润增长幅度不如销售,将继续调整销售价格。今年电费高涨等继续压迫了收益,由于各种成本上升因素还没有平稳下来,因此努力寻求顾客的理解。

今后与疫情前相比对“穿着舒适”、“能轻松穿着”的面料的需求增长,因此加强弹性及在功能方面具有特点的纤维的销售。加强用特殊长纤维丝的弹性面料“Lightfix”、学生装、职员制服需求扩大的针织面料的销售。

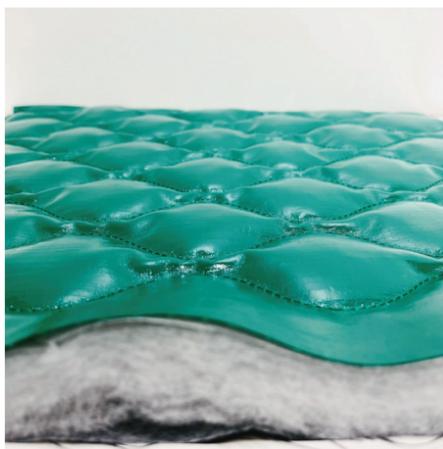
还推广具有防止汗渍功能的吸汗速干“Solitect”及高透气“Shamilan”、防透视“Springie”等独具特征的功能面料。尤其是“Solitect”结合了特殊原丝和面料设计,提高了吸收的水分的扩散、速干性。和普通的防汗渍加工截然不同的功能受到好评,在服务行业制服用途的销售增长。

环保型面料则加强工装用途需求增长的尼龙面料和生物原料尼龙“Ecodear Nylon”的推介。

以这些功能材料为突破口,从去年起配置专任负责人,正式开展开拓海外市场的项目。还利用泰国、印度尼西亚、马来西亚、中国的各个网点,向亚洲及欧美市场推广。10 月将参加在德国举行的世界最大的劳动安全卫生领域展览会“A+A2023”,进一步开拓销售渠道。

长谷虎纺绩： 凭借“光电子”推广高性能产品

长谷虎纺绩公司向日本国内外推广“光电子”，该商品是掺入了利用远红外线放射温暖身体的高纯度微粒子陶瓷的涤纶功能纤维。和集团企业 FIRBEST 公司一起首次参加 7 月在意大利举行的国际面料展“MILANO UNICA”。除了面料外还得到汤峰 Sewing 公司的帮助展出缝制品。推广包括制品供应在内的一条龙应对体制。



填充材料“光电子 Re:insulation”。

关于首次参加海外展会，公司认为“在世界上开展事业是今后不可或缺的，运动服装及户外活动服装、时装的区别，日本和国际的区别从好的意义上来说都消失了。为了把握公司自己的位置，以擅长的功能纤维为轴心开展推广，试探欧洲市场的反应”。

在新冠肺炎疫情期间，“加强了开发，播种的东西培养起来了”，作为成果展示以“光电子”为中心的具有高度独创性的纤维。再生原料使用率 90% 以上的填充材料“光电子 Re:insulation”除了提高保暖性外，还符合循环经济的特点。

展出西胁及尾州、北陆、三备等日本各纺织产地生产的约 100 种面料，有“光电子”和 Spiber 公司的采用人工蛋白质纤维“Brewed Protein”的牛仔布及使用棉包覆无捻纱的包覆纱面料等，展出日本独特纤维制作的新颖面料，吸引了观众的注意。还展出了羽绒夹克等 10 件制品样品。使用日本生产的差别化面料，利用汤峰 Sewing 公司的越南生产网点，提出从原料到最终制品的一条龙方案。

现在“光电子”只有部分向东南亚出口，“出口基本为零，欧洲的面料的完成度很高，能学到很多有用的经验，将持续三至五年参加海外展会”。

山形县米泽产地： 以现代形式推广传统织物

山形县米泽产地的面料、制品的积极推广引人注目。由于新冠肺炎疫情等的影响，产地一直处于严峻的局势，“要想产地存续下去，就需要让人们了解面料的优秀之处”，以这样的危机感为背景开展推广。以年轻人群为中心，重新定义米泽生产的织物以及重新打造传统织物。



使用绒毯线的刷子。

销售围巾等的 nitorito 公司通过商品介绍米泽的优秀之处。米泽产地的织物以和服为中心，而洋装没有标志性的商品，因此把贴近人们生活方式的面料、制品定义为针对洋装及杂货、饰品用途的“米泽织”，向成衣厂商及零售行业进行宣传，销售逐渐增长。

米泽缎通·泷泽工房公司是米泽市内仅存的一家绒毯生产公司。在坚守传统工艺的同时采取现代的设计，推出坐垫及杂货商品。产品在多品牌集成店或百货店的期间限定活动上销售，爱好者也增加了。

据产地企业称，规模较小的企业及和服相关企业的订单、生产恢复了，而规模较大企业的恢复则显得迟缓。依赖 OEM 的企业情况也很严峻，因此推出公司自有产品等“要以新的努力推动产地整体的兴旺”。

丸井织物： 加强面料品牌宣传，参加海外展览

丸井织物公司加强面料品牌“NOTO QUALITY”的宣传。此前在东京举行的体验型单独展会也吸引了很多观众，今后将继续举行。明年准备参加海外展览，进一步致力于向海外推广。

“NOTO QUALITY”以平纹及斜纹等为基础，集中了各种使用合成纤维的面料。有具有轻量感或弹性、速干性、防风等功能，并能抑制随时间和穿着而产生的磨损或功能降低。由于能长期保持功能性，能制作可以长期穿着的服装。最近三年致力于巩固品牌理念。今后将加强推广，销售十分旺盛，对欧洲和韩国的销售增长，对中国销售也处于恢复趋势，对美国销售预计将在 2024 年春季恢复。

在单独展览中，制作和展出了使用 20 种面料的相同设计的下装。可以实际穿着，体验各种面料不同的穿着感及轻量、弹性等，是体验型的展览。

特别受到关注的有在 5 月的面料展览会“Premium Textile Japan 2024 春夏”上也受到好评的圆编风格面料。不使用氨纶纤维但具有 2WAY 弹性，由于便于活动等特点受到好评。还有很多观众对使用化学再生涤纶的面料很感兴趣。

对于这次展示的下装，有很多希望以制品交货的需求，除了研究如何满足这一需求外，还准备作为自己公司的制品开展销售。单独展览受到好评因此准备继续参展，预计下次展览也是体验型的展览，在海外则参加共同展。



丸井织物在东京举行的体验型单独展览。

MN Inter-Fashion： 以“BANANA CLOTH”为核心 打造可持续性

MN Inter-Fashion 公司继续推进重视可持续发展的面料提案，在扩充面料经营品种的同时，还推出消费者与非洲棉农的可追溯系统，扩大提案的范围。

该公司销售从香蕉茎抽取的纤维制作的纱线、面料品牌“BANANA CLOTH”。向成衣制品用途进行推广，还销售用“BANANA CLOTH”制作的短袜及毛巾。

从 2024 春夏季产品开始还在商品系列中加入了“BANANA LEATHER”。在“BANANA CLOTH”面料上施加蛋壳膜原料的涂层加工，将富含氨基酸的蛋壳膜磨成粉末和其他原料融合，具有很高的吸放湿性，减轻了表面的黏附感，具有柔和的风格。是使用从废弃的蛋壳中提取的蛋壳膜的加工，在环保方面也具有很好效果。

天然纤维有美洲木棉，还推广印度尼西亚子公司的网络及在中国可以纺纱的生产背景等供应体制。以和原料提案相关联的形式，提供与非洲赞比亚棉农相联系的消费体验。向成衣行业推广由母公司三井物产公司开发的平台“farmers 360° link”。购买了对应商品的顾客可通过 APP 接触了解生产者生活实态及其面临的课题。广泛推广像这样实现了覆盖供应链最上游到最下游的可追溯性。



推广“BANANA CLOTH”等天然纤维。



使用改造过的织机织造纸布。

津岛织物制造： 开发高吸湿、可持续性的阻燃纸布壁纸

生产纸布壁纸的津岛织物制造公司开发了使用纸布的阻燃壁纸，从明年春季开始销售。该产品通过国土交通省的结构方法等的认证，符合“阻燃材料”的基准。

与新冠肺炎疫情发生的同时期，国土交通省制定了标准，过去生产的布制壁纸被定为“准阻燃”，以此为契机推进开发。虽然最近几年情况持续严峻，但希望通过本次开发加强销售。

纸布使用加拿大的木浆为原料的纸纱进行织制。吸湿性很高，同时也是可持续面料，宽度为92厘米，50米一卷。为了提高强度使用颜料染色，纸布的织制中湿度管理非常重要，由于纱线强度低，织机频繁停止等，生产很困难，因此生产企业逐年减少，现在日本仅存两家。

该公司的祖业是生产安芸木棉，后来从日式纸门转行，以生产纸布壁纸为主力事业，今年是创业的134年。有6台针对纸布织制改造过的津田驹工业公司的剑杆织机，月产最大1万米。壁纸的销售对象有建筑公司及设计师等。

AOKI： 开发西装以外的商品， 力图将休闲装比例提高到三成

AOKI公司为了摆脱对西装的依赖，致力于不受男性商务服装所局限的商品开发。2022年销售比例中商务服装占67%、休闲服装12%、女装21%，计划到2032年商务服装为40%、休闲服装30%、女装30%，进化成为“生活及工作方式的AOKI”。

由于人们对西装的疏远及新冠肺炎疫情的影响，西装市场持续低迷。虽然由于到公司上班情况的增加出现恢复趋势，但该公司2022财年的销售额为约950亿日元，不及疫情前的约1200亿日元。由于新冠肺炎疫情，在家上班的普及及工作服装休闲化加快，公司认为靠以往的事业模式成长会有极限。

分阶段推进销售结构的变革，中期目标是2027年商务服装占50%、休闲服装20%、女装30%。休闲服装领域以热销商品的“Pajama Suits”为轴心，扩充T恤衫及毛衣等搭配商品。设计为可日常穿着的款式，满足休闲商务和私人个性两方面需求。

工作方式的变化带来了市场的变化，UNIQLO公司及WORKMAN公司等新进入市场的企业以低价格销售偏休闲的商务服装等，竞争变得激化。根据来店顾客的体型及喜爱的颜色纹样、穿着场景，由AOKI公司的造型师提出穿着建议，这一推介能力是最大的优势。

主力商品西装能在接单后最短4天交货的“Quick Order Suits”销售旺盛，因此大幅度增加店铺数以满足定制需求。还在所有店铺都开展出租晨礼服和无尾礼服的“AOKI Rental Service”。

为了改善收益结构，还积极推进出租与店铺并设的仓库等空余空间，如果能招到手机销售店或集团公司运营的健身房的话，还能发挥店铺之间的相乘效果增加来店顾客数。为了提高企业价值，于6月底在一部分店铺的停车场引进了电动车的充电桩，还准备设置快递柜。

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)》创刊在1950年，是发行量约6万8000份的日刊。
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。

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



《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 日刊(除周六、周日及日本法定休息日外)
版型 小报
使用言语 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·纺纱厂家·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%
*据本公司调查

TORAY 东丽
Innovation by Chemistry



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

