

# 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

2024.07.15 | 第26期 | 总第1178期



## 减轻环境负担是企业的社会责任

P31

## 纺织材料厂家发布2023财年纤维事业财报

P34

图为“第14届东丽合纤 Cluster 综合展”上的环保型纺织材料。

**UNITIKA**  
We Realize It!

for the  
**EARTH**

为了明天的地球生活，  
尤尼吉可的生态·环保材料

人与地球、尤尼吉可的材料。

尤尼吉可把生活与环境共存作为优先课题，以“for the EARTH”为主题，发挥集团整体优势，全力推进产创制造。薄膜、树脂、功能资材、纤维等多个领域表现活跃的、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。我们将持续提供推动社会的、支撑丰富生活的各种产品材料，人与环境和谐共处的、成为今后世界设计图的材料。

服装使用了尤尼吉可集团开展的生物质材料“TERRAMAC”。

**UNITIKA 尤尼吉可株式会社** www.unitika.co.jp

让我们和谐共处。

技术 创意力  
以材料拓展未来。

2024 UNITIKA Ambassador: Shiori Tamada

尤尼吉可魔法学院

## 参加各种展会，加强信息发布 纺织材料企业挑战开拓非服用领域

对纺织材料企业来说，产业资材领域的重要性正逐年增加。然而，以服装用途为中心的纺织材料企业该如何接近市场呢？其中一种方法是参加展会。最近举办的“第12届高功能材料 Week 大阪” Sustainable Material Expo (OSAKA) 等各种展会上，不少企业为了寻求新的机会而积极参展。

### 利用纺纱技术开拓产业资材领域

纺纱技术在工业材料领域的应用并不多，但东洋纺 Textile 公司近年来一直在努力尝试。其中一个成果是热塑性碳纤维复合纱线“CfC yarn”。这种纱线是由碳纤维与热塑性尼龙6长、短纤维构成的三层结构纱，具有高浸透性，实现了高强度，解决了热塑性碳纤维复合材料(FRTP)的难题。

该公司还独特地开发了棉纤维增强塑料。之前是热塑性树脂与棉纱的单一方向性(UD)片材的复合材料，最近则开发了使用热固性树脂的织物复合材料。此外，还在尝试用竹纤维与棉混纺纱的UD片材。

### 碳纤维回收技术 将再生碳纤维制成非织造布并成型

Mirai Kasei 公司是三谷产业公司的集团公司，销售化学品及食品添加剂等。该公司展示了碳纤维复合材料的回收技术。他们将复合材料的工程边角料或废料进行分离和切割(一定的纤维长度)，使用药剂通过溶媒法溶解树脂，只提取碳纤维。提取的碳纤维100%用于制造非织造布并成型为产品，也可制成纱线。还在开发将聚丙烯或涤纶等热塑性树脂配合成颗粒，用于注塑成型和挤出成型。在 Sustainable Material Expo (OSAKA) 上，展示了再生碳纤维的技术，吸引了许多参观者的关注。

展位中不仅展示了碳纤维的回收过程，还展示了尼龙6树脂复合材料的预制品、激光加工品

和压制加工品，以及浸渍可挠性环氧树脂的人造革样品(记事本封面、卡夹、钥匙扣)，展现了再生碳纤维的未来应用前景。

### 染色加工厂也加强非服用领域 推出环保型合成皮革等产品

除部分厂家外，染色加工厂在工业材料领域的业务较少。Komatsu Matere 公司涉及多个工业材料领域，但服装用材料的形象较为强烈。因此，该公司认为信息发布对于拓展非服装、工业材料业务非常重要，参展了 Sustainable Material Expo (OSAKA)。

展会期间展示了多种产品，其中最推荐的是环保型耐用合成皮革“Bio Dima”。表皮聚氨酯中使用了一部分植物来源材料(最多50%)。此外还有使用食品废料作为着色剂的类型，以及不易吸收红外线、抑制表面温度上升的类型(+Komacool)等。“Bio Dima+Komacool”已经在自行车鞍座等产品中得到应用。

### 反向拓展纤维领域的造纸企业 开发承载铜离子的纸浆

反向进入纤维领域的是生产纸浆等产品的日本制纸公司。该公司介绍了承载铜离子的纸浆“Cu-TOP”，展示了气流成网无纺布、湿法无纺布和纸纱等很多纺织相关的产品。“Cu-TOP”具有抗菌性、抗病毒性和消臭性。气流成网非织造布由金星制纸公司开发完成，湿法非织造布由子公司 Nippon Paper Papyrus 公司商品化。纸

纱产品包括抹布和袜子等。该公司期待这些产品在纤维领域的应用能带来业务增长。



东洋纺 Textile 公司的热塑性碳纤维复合纱。



Mirai Kasei 公司的碳纤维再生技术。

## 减轻环境负担是企业的社会责任

减轻环境负担的努力从很久前就在企业的社会责任中占据重要地位。现在对于企业活动来说环保势在必行。这样的趋势在今后会越来越强。其背景是世界性的环境规制的加强。环保在今后将从企业的“社会责任”问题变为“义务”。日本也提出了“面向纺织和服装行业的环保信息披露指南”草案。

### EU 通过生态设计规定

现在欧盟(EU)引领环保相关的规制。4月的欧盟大会上通过了修订的生态设计规则草案。今后经过欧盟理事会(部长理事会)的批准加以实施。修订的生态设计规则是将现行的环保设计规则进一步扩大的产物。对象是除了食品及医药品以外的产品。除了能源效率外，还追加了耐久性、信赖性、再利用性、可更新性、可修理性、可再生性、是否含有隐患物质、再生材料的含量、碳环境 Footprint 等可持续性的条件。另外要求将关于这些条件的信息通过新引进的 Data Package “Digital 制品 Passport” 提供给消费者。

具体的条件将在设计规则实施9个月以内由欧洲委员会针对各个产品群通过授权法令进行制定。必须在授权法令通过后的18个月内使对象产品适合条件。为此新的生态设计规则也将对纺织产品今后的产品规格造成很大影响。

此外修订的生态设计规则草案还决定在实施2年后禁止废弃未使用的纺织产品(小规模企业除外，中等规模企业则自施行起有6年的宽限期)。为此不仅是欧洲的纺织企业，包括在欧洲市场活动的国际纺织企业，制定未使用纺织产品的处理方案必不可少。如果没有综合的 Reuse·Recycle 体制，纺织事业将很难存续下去。

### 日本也在制定指南

日本的纺织行业也需要进行符合全球标准的环保措施。日本经济产业省此前在产业结构审议会(经济产业省的咨询机构)的纺织产业小委员会上提出了讨论已久的“面向纺织和服装行业的环保信息披露指南”草案。

讨论中提到了为增加衣物回收量的制度建设、为构建资源循环系统的技术基础建设、推动纺织产品的环保设计、信息披露和 Green Wash 对策、适量生产和消费的措施。这些措施按照项目分类，并为每个项目设定了以2030年为目标(KPI(关键绩效指标))，并提出了资源循环路线图草案。

在此之上作为“纺织和服装行业环保信息披露指南”的最终草案，提出了①制造过程中的能源使用量或温室气体排放量、②制造过程中的用水量、③环保原料和材料的使用、④使用和废弃过程中的环境负荷、⑤化学物质的使用量、⑥销售产品的废弃量、⑦回收衣物的处理方法、⑧生物多样性相关措施，并提示了披露内容、参考指南和指标。

计划到2026年使日本国内大型成衣企业全面披露信息，并在2030财年实现日本市场主要成衣企业的信息披露率达到100%。



旭化成公司的铜氨丝纤维“宾霸”。



东丽公司的再生纤维品牌“&+”。

以保护地球环境的材料和技术  
走向可持续发展的未来  
New value for Society 5.0

TOYOSHIMA

MY WILL  
SUSTAINABLE & TECHNOLOGY

新的纤维素纤维诞生了。

Recovis™

将牛仔布及T恤等旧衣服，废弃边角料制成的  
新的纤维素纤维诞生了。

Yarn

Recovis

DENIM 变成 DRESS

纤维类纤维具有优异的生物降解性，  
为减轻环境负担和构建循环社会做出贡献，  
是呵护人类和地球的纤维。

sustainable

Daiwabo Rayon 株式会社

## 丰岛

### 把废弃材料用作树脂的一部分并制成各种产品

丰岛公司的“LandLoop”项目是把在日本各地产生的废弃材料用作原料的一部分，从而削减塑料使用量，在使用各地区特有的特产品的同时，制作各种各样的商品。青森县的苹果树边角料、奈良县的吉野杉木屑、三重县的牡蛎壳等都用作塑料原料的一部分。

此前，“LandLoop”的材料被用作积木熊人偶“BE@RBRICK”的自体原料。原料使用了青森县弘前市原本计划废弃的剪枝后的苹果树木材，和 ABS 树脂复合。“BE@RBRICK”由企划生产动漫形象人偶的 Medicom Toy 公司进行销售。除了分为九块的自体部件外没有其他零件，是只有印花的设计。

采用“LandLoop”的是新系列“jp BE@RBRICK”的第一波商品“Alexander Girard International Love Heart 400%”(售价30580日元)，以“日本生产的力图实现对于人和环境的幸福产品”为设计理念。在熊的腹部印有 Mid Century 的代表性美国设计师 Alexander Girard 的设计图案。在 Medicom Toy 公司的直营店及线上商店销售。

丰岛公司今后也将与地方自治体合作的同时，把“LandLoop”的共创范围扩大到日本全境。不仅是使用注重环保的材料，还通过与各种企业及艺术家的合作，将各地区特有的文化、传统、价值观“加入到塑料中”(Local+tic)，给各地区当地带来活力。



“LandLoop”的材料被用作积木熊人偶。

## 尤尼吉可

### Sustainability 方针的目标达成率为 80%

尤尼吉可公司于2020年成立了Sustainability推进室。为了达成该公司的Sustainability方针而加强努力并基于指标(KPI)进行评价。2023财年(截至2024年3月)对目标的达成率为80%，取得了一定的成果。

Sustainability方针中作为关于事业的优先课题提出了要实现“安全放心的生活”“方便舒适的生活”“和环境共生的生活”。

为此积极扩大材料再生涤纶纤维、聚乳酸(PLA)树脂·纤维“TERRAMAC”、生物质由来原料尼龙11纤维“CASTLON”、化学再生尼龙·涤纶薄膜等环保型材料的销售。尤尼吉可贸易公司的特殊复层纱“PALPA”中使用再生涤纶的“PALPA ECO”及使用植物由来聚合物“PALPA Made with Sorona Polymer”的销售额正在增长。

在企业活动方面，削减废弃物获得了很大的成果。2成分复合型纺粘非织造布“ELEVES”由于是再生较为困难的材料，因此过去边角料都是废弃处理的，这次引进新的设备，使边角料能作为废弃物固体燃料(RPF)使用。设备从4月开始投产，每年能将9000吨废弃物用作RPF的原料。

企业因积极削减二氧化碳排放量，评价越来越高。运营环境影响管理信息公开系统的英国非营利组织CDP计算出的得分中，在气候变化项目上获得了B级评价。

现在正为了算出Life Cycle Assessment(LCA)及Carbon Footprint(CFP)而加强体制。为此把应对人员增加到原来的三倍。还建立了各部门算出的数据由Sustainability推进室进行验证的体制，力图能尽早公开环境信息。



使用生物质由来原料尼龙11纤维“CASTLON”制作的服装。

## Daiwabo Rayon

### 发挥能减轻环境负担的人造丝短纤维特性

Daiwabo Rayon 公司是日本唯一的人造丝短纤维厂家。进一步推广人造丝短纤维作为减轻环境负担纤维的特性。为此，该公司正式推介和销售再生人造丝短纤维以及海水中生物降解人造丝短纤维等。

该公司现在致力于推介以使用过的棉制品为原料再生利用的再生人造丝短纤维“Recovis”。和海外的木浆厂家合作，确保了原料的再生木浆，建立了量产体制。准备正式开展销售。

另一个受到高度关注的产品是确认了在海水中的生物降解性的“e:CORONA”。人造丝短纤维是木材由来的再生纤维素纤维，因此具有生物降解性。但还确认了在海水中的生物降解性，作为能提供微塑料海洋污染对策的纤维得到运用。

即使与合纤混纺也能一浴染色，因此作为能削减染色工序水及能源使用量的阳离子可染人造丝短纤维也受到关注。此外，通过化学标记实现可鉴别的可追溯人造丝短纤维也正正在为量产推进准备。

重视国际性评价及认证。获得了证明产品使用正当管理的森林资源的“FSC”认证。此外“e:CORONA”还获得了海洋生物降解性的国际认证“OK biodegradable MARINE”。“Recovis”于去年获得了证明产品正确使用再生原料的国际认证“Recycled Claim Standard”(RCS)。还被收录到加拿大森林保护组织Canopy的时装领域纤维采购分析工具“Hot Button Ranking”中。



正式开展再生人造丝短纤维“Recovis”的销售。

## 纺织材料厂家发布 2023 财年纤维事业财报：

# 合成纤维和棉纺事业表现各异

合成纤维厂家 2023 财年（截至 2024 年 3 月）财报显示，纺织相关事业整体表现稳健。纷纷实现利润增长或赤字缩小，对原燃料价格高企的调整以及事业结构改革的成果显现。然而，棉纺事业却表现不佳。受原燃料价格高企和日元贬值的影响，价格转嫁未能及时跟上，仅有 Daiwabo Holdings 公司的纺织事业利润有所增加，形成鲜明对比。

### 合成纤维事业利润增长或赤字缩小 价格调整和结构改革取得一定成果

东丽公司的纺织事业虽然收入减少，但通过价格调整和高附加值化，利润率获得改善。尽管服装用途受到了市场低迷影响，但以日本国内外的商事子公司为中心表现稳健。产业用途由于汽车相关需求回升，电动汽车用途的销量也扩大了。然而，碳纤维复合材料事业尽管收入增加，但利润却减少。航天航空需求恢复，但风力发电叶片需求进入调整局面，因此计提了风力发电叶片相关的减值损失。一般产业用途的需求也有所软化。

帝人公司的 Material 事业改善明显，该事业的赤字有所缩小。芳纶纤维通过价格调整实现了收入增长但利润减少，碳纤维则实现了收入和利润的双增长。碳纤维的航空用需求有所恢复，但供应链上的供给限制使其增长幅度有限。娱乐产品用途由于库存调整，销量减少。复合成型材料通过价格调整、成本降低和事业结构改革，实现了收入和利润的双增长。纺织·制品事业虽然收入减少，但利润有所增加。服装纤维在北美和中国市场的面料、制品销售旺盛，日本国内市场也持续良好。产业资材方面，水处理膜用涤纶短纤维、人造皮革和基础设施加固材料表现出色，汽车相关产品有所增长。

旭化成公司的 Material 事业中，包括人工绒毛革“Dinamica”和尼龙 66 纤维“Leona”等纤维在内的 Mobility & Industrial 事业实现了收入和利润的双增长。汽车内饰材料由于生产能力增强，销量有所增加。同样包括纤维的 Life Innovation 事业也实现了收入和利润的双增长。铜氨丝纤维“宾霸”和氨纶纤维“ROICA”表现稳健。

东洋纺公司的环境·功能材料事业实现了收入和利润的双增长。环保 Fiber 领域扩展了 VOC 回收装置的销售，但高功能 Fiber 表现不佳。非织造布在卫生材料和土木建筑用途上的表现也不理想。功能纤维与商事事业实现了收入增加，赤字缩小。服装纤维通过结构改革和价格转嫁改善了盈利能力。安全气囊基布也呈现恢复趋势。

尤尼吉可公司表现不佳。功能材料事业收入减少，赤字扩大。非织造布销售低迷，工业用高强度纱线也表现不佳。总体上价格调整滞后，纺织事业赤字有所缩小。制服和女装用途表现稳健，价格调整也取得成果。

由于结算月份不同，无法直接比较，但可丽公司的纺织事业在 2023 年 12 月期内收入

减少、利润大幅减少。人造皮革在奢侈品用途需求减少，纺织材料的维尼纶对欧洲的出口低迷。High-Strength Polyarylate Fiber“VECTRAN”在出口市场表现稳健。Trading 事业实现了收入和利润的双增长，纺织相关在材料领域表现不佳，但运动服装用途表现良好。

### 棉纺的价格转嫁追赶不上成本的上涨 日元贬值也导致采购价格上涨收益恶化

在棉纺方面，随着新冠肺炎疫情后经济活动的恢复，2022 年服装消费增加，此后的反弹跌落导致库存调整问题浮现。原纱和面料由于 2022 年棉花价格高企而受到影响，与海外产品的竞争加剧使得利润率恶化。虽然预计下半年会有所回升，但日元贬值导致原材料等采购价格持续上涨，制服面料等没赶上涨价。

KURABO 公司的纺织事业收入减少，出现营业亏损。以休闲服装为中心进入库存调整局面，加上 2022 年棉花价格高企影响，收益恶化。尽管预计在下半年反弹，但暖冬导致 2024 年秋季服装销售不佳。职业装成衣厂商的库存调整导

致订单减少，表现不佳。

SHIKIBO 公司由于下半年推进制服面料的价格调整，营业亏损有所缩小。对中东民族服装用途的面料出口表现稳健，但原纱和生活资材事业的床上用品销售不佳，销售额持平。

富士纺 Holdings 公司的生活服装事业收入和利润减少。营业利润率较上一财年下降了 1 个百分点，为 11.2%，但仍高于同行企业。纺织材料由于成本上升，环境严峻。内衣品牌“BVD”等占销售额七成的纺织制品也因天气不佳和委托销售撤退等影响，收入减少。但产品的网络销售和高品质日本制造获得好评，对海外市场的销售显著增长。日东纺公司的纺织事业收入增加，但由于成本上升，利润减少。

Daiwabo Holdings 公司的纺织事业收入减少，但利润增加了。合成纤维和人造丝部门的非织造布产品在制汗巾和化妆品用途上销量增加，但卫生材料用原棉等表现不佳。服装产品部门对一部分成衣厂商的销售表现稳健，价格转嫁也取得进展，利润增加。产业资材部门因盒式过滤器需求恢复缓慢，收入和利润大幅减少。

### 日本主要化纤企业 2023 财年合并决算

	销售额	营业利润	经常利润	净利润	纤维关连事业	销售额	前期比 增/减率	营业利润	前期比 增/减率
	(下段：同比增/减率)								
旭化成	2,784,878	140,746	90,118	43,806	Material	1,261,729	-4.2%	42,561	3.8%
	2.1%	10.2%	-25.5%	扭亏为盈	纤维	974,790	-2.4%	54,730	6.8%
东丽 (IFRS)	2,464,596	102,618	59,567	21,897	碳纤维複合材料	290,478	3.1%	13,193	-17.2%
	-1.0%	6.9%	-46.8%	-69.9%	Material	439,690	0.2%	▲6,163	赤字缩小
帝人	1,032,773	13,542	15,564	10,599	纤维·制品	321,470	-0.2%	12,132	25.4%
	1.4%	5.3%	71.0%	扭亏为盈	纤维	57,875	-8.3%	1,827	-72.9%
可丽乐 (2023年12月期实绩)	780,938	75,475	69,025	42,446	Trading	60,281	5.5%	5,183	1.2%
	3.2%	-13.4%	-17.9%	-21.8%	环境·功能材料	115,327	4.1%	4,668	15.3%
东洋纺	414,265	8,995	6,962	2,455	功能纤维·商事	95,665	3.6%	▲1,044	赤字缩小
	3.6%	-10.6%	5.6%	扭亏为盈	功能资材	34,206	-0.6%	▲2,478	赤字扩大
尤尼吉可	118,341	▲2,475	▲1,014	▲5,443	纤维	33,004	-1.4%	▲523	赤字缩小
	0.3%	出现赤字	出现赤字	出现赤字					

(单位：100 万日元、▲：损失)

### 日本主要棉纺企业 2023 财年合并决算

	销售额	营业利润	经常利润	净利润	纤维	
	销售额	营业利润				
	(下段：同比增/减率)					
Daiwabo Holdings	967,760	30,963	31,431	4,283	59,210	1,580
	7.1%	10.8%	9.9%	-77.5%	-4.5%	5.4%
KURABO	151,314	9,186	10,191	6,738	51,103	▲257
	-1.4%	5.9%	1.7%	22.1%	-9.6%	出现赤字
SHIKIBO	38,681	1,428	1,322	800	19,892	▲277
	2.1%	17.3%	17.5%	-49.0%	-0.2%	赤字缩小
富士纺 Holdings	36,108	2,818	3,276	2,117	6,952	782
	-4.1%	-42.2%	-35.0%	-37.7%	-4.5%	-12.1%
日东纺	93,253	8,387	9,752	7,296	2,386	24
	6.5%	71.9%	60.7%	163.1%	2.5%	-74.5%
日清纺 Holdings (2023年12月期)	541,211	12,453	15,785	▲20,045	37,481	▲420
	4.9%	-19.3%	-22.6%	出现赤字	-2.2%	出现赤字

(单位：100 万日元、▲：损失)

东丽社长 大矢光雄：

## 合作与共创是本合同的行动方针 致力于改善聚丙烯 SB 等的收益

东丽公司在中期经营课题中，“以可持续性创新（Sustainability Innovation）事业等贡献于可持续性的事业和产品群为轴心推进计划”（社长 大矢光雄），并力争在最终年度 2025 财年（截至 2026 年 3 月）实现 1800 亿日元的营业利润。纤维方面则重点关注高附加值化及到缝制品为止的一条龙生产。



大矢光雄

1980 年进入东丽公司。2009 年起担任产业资材、服装材料事业部门长，2012 年起担任取缔役纤维事业本部副部长，2014 年起担任东丽国际贸易公司社长，2016 年起担任东丽公司专务纤维事业本部长，2020 年起担任代表取缔役副社长执行役員，2023 年 6 月起担任代表取缔役社长。

问：2023 财年的业绩如何？

大矢：销售收入比上一财年减少 1.0%，为 24646 亿日元，虽然下调了营业利润预期，但比上一财年增长 6.9%，为 1026 亿日元。中国经济增速放缓的影响扩展到亚洲，主要是常规产品的销售价格未能上涨，销售数量也未达预期。纤维事业也受到中国经济减速的影响。不过，各项课题按计划推进。从 2023 财年开始，我们执行了特定事业和公司的收益改善项目（DARWIN 项目）。在纤维方面，聚丙烯粘非织造布和涤纶短纤维成为重点改善对象，力争在 2024 财年初期显现出改善效果。

问：2024 财年的基本方针是什么？

大矢：日本国内工资上涨和半导体相关设备投资增加，从宏观上看，将会缓慢复苏。不过，工资上涨并不一定带动消费，这点令人担忧。此外，中国经济可能会影响日本和美国。在不确定的环境下，我们将坚定不移地按照中期经营课题提出的方针推进计划，把为实现“东丽集团 Sustainability Vision”贡献力量的事业、产品群组成的 SI 事业和与数字技术相关的 DI (Digital Innovation) 事业作为成长的核心。

问：2024 财年的目标值是多少？

大矢：目标是比上一年增长 6.3% 的 26200 亿日元，营业利润增长 31.6%，达到 1350 亿日元。中期经营课题的最终年度即 2025 财年的目标是 1800 亿日元的营业利润。初期预计通过数量增长约 600 亿日元，通过价格增长约 200 亿日元。尽管内容可能会有所变化，但目前不会改变 1800 亿日元的营业利润目标。

问：近年来共创和合作活动活跃，公司对此有何看法？

大矢：与 UNIQLO 公司的战略合作伙伴关系是我们共创和合作的代表性成功案例。UNIQLO 公司的“Life Wear”理念是“为所有人的生活带来更多丰富的服装”，与我们的理

念一致。两者方向一致是成功的关键。诞生出像“Heattech”这样改变了人们生活的划时代产品。同样，“Ultra Light Down”和“Kando Pants”的成功也离不开我们的纤维技术和 UNIQLO 公司的商品企划和销售策略。未来我们将致力于全球需求的可持续产品开发，为解决全球问题做出贡献。纤维回再生利用事业品牌“&+”也是共创和合作的范例。由最终消费者进行的分类、回收系统、加工成颗粒的协荣产业公司的技术力，不论缺少哪一项都无法实现。我们向服装公司供应纤维产品，消费者认知到再生纤维的重要性并进行购买。这一系列环环相扣。“&+”品牌最初是通过回收使用过的 PET 瓶来再利用涤纶纤维原料，2023 年进行了品牌重塑，加入了部分回收渔网成分的再生尼龙纤维。

问：2004 年开始的东丽合纤 Cluster 活动也是合作的一部分？

大矢：这是一个垂直水平联合的团队化。没有它，日本纤维产业的可持续发展就无从谈起。东丽合纤 Cluster 的存在让我们不断切磋琢磨，成为向世界传播的基础。在共创这一身份认同下，活动不断扩展。实现共创和合作重要的是各公司的目标必须朝着同一方向。我们认为，不能安于现状，而应不断追求更高的目标。正因为有了与 UNIQLO 公司的战略合作伙伴关系和东丽合纤 Cluster，这些成功才得以实现。

问：为什么共创和合作是必要的？

大矢：我们的价值创造过程包括通过业务为社会做贡献、从长远角度进行管理和以人为本的管理。在此基础上，我们的研究、生产和销售三大优势相互联动，通过与形成供应链的客户和交易伙伴共创，创造新的价值。我们在行动方针中明确了合作和共创的重要性。通过集团内的有机合作和与外部的战略合作，创造新价值，为社会发展做出贡献。

旭化成社长 工藤幸四郎：

## 纺织业务以汽车相关为主 凭借内饰材料和安全气囊等实现增长

旭化成公司 2024 财年（截至 2025 年 3 月）是三年中期经营计划的最终年度。社长 工藤幸四郎表示，“在这两年中，石化业务所处的环境和地缘政治风险等造成的外部环境及制定计划时相比发生了巨大变化。尽管我们快速采取了对策，但结果尚未显现”。另一方面，“尽管受到汇率和原燃料价格影响，但我对本财年利润的增长充满信心。”



工藤幸四郎

1982 年加入旭化成工业（现旭化成）公司。2013 年任旭化成纺织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 月任法定代表人总经理兼总经理执行官。

问：今年是中期经营计划的最后一年，能否总结一下过去两年的情况？

工藤：我们制定中期计划时认为各业务都有增长空间，但首年度 2022 年受新冠疫情的影响程度超出了预期，业务受挫。尤其是未能预测到石化业务的急剧变化，加上地缘政治风险的显现，原燃料价格高涨，影响了收益。我们为应对这些变化尽快采取了对策，但效果尚未显现。

问：纺织业务这两年情况如何？

工藤：尽管环境艰难，但我们取得了一定成果。不仅在业绩上，还在应对客户和市场、重组方面展现出了敏捷性。比如，铜氨纤维“宾霸”在工厂火灾后重新启动，虽然未完全恢复到事故前的状态，但我们重视与客户的对话，重新传达了“宾霸”的独特性，同时进行了价格调整，并开拓了新市场。2023 财年的业绩令人满意。

汽车内饰材料制造子公司 Sage Automotive Interiors，2020 年从美国汽车座椅大型供应商 Adient PLC 公司收购了汽车内饰织物业务，但遭遇新冠疫情打击。在这种情况下，通过结构改革和增强措施，使业绩迅速恢复。

问：2024 财年的基本方针是什么？

工藤：目前我们在基于汇率和原材料价格变动的的基础上制定计划，但有信心较 2023 年度实现利润增长。原始版中计的最终年度营业利润为 2700 亿日元，之后调整为 2000 亿日元以上。除了较去年实现增益以外，还需要对焦 2000 亿日元这一目标。

此外，今年还需要制定 2025 财年开始的新中计。我们将重构石化业务，同时制定增长战略。在现行中期计划制定时，我们未预料到这么快就需要重建石化业务，这也带来了混乱。这一点估计其他石化企业也一样。我想在发布下一个中计时，明确说明增长战略。

问：纺织业务将主要围绕汽车领域拓展吗？

工藤：以 Sage 公司为轴心的汽车内饰材料、

以尼龙 66 纤维“Leona”的安全气囊业务为中心力图实现增长。汽车内饰材料将以人工皮革“Dinamica”和 PVC 皮革为主导。安全气囊业务将与子公司旭化成贸易公司合作，发挥从原材料到纱线、基布、缝制的一条龙应对优势，还期待旭化成贸易公司向印度出口安全气囊包装材料。

问：如今企业间的共创和合作日益活跃，贵公司开展了什么措施？

工藤：共创和合作对我们公司来说是很熟悉的。因为很早就开展多元化经营，拓展了许多业务，通过集团内的共创和合作，也就是横向联合，作为整体发挥力量。我们一直在探索和深化这一点。公司现在是事业控股公司，但曾经是纯粹的控股公司。那时各事业公司的自主独立意识很强，但横向联合较弱，不过并不是没有开展过横向联合。我们一直在努力推进共创和合作，在这一点上自认为会比其他公司更先进一些。

问：2021 年 4 月成立了数字共创总部。

工藤：目的是在集团内横向推进利用数字技术与公司内外共创，从而实现变革。我们集中了分散在多个部门的数字人才，并聘用了外部人才，进一步加速推动。我们公司现在的关键词是“无形资产”。一个是通过数字技术变革社会的数字化转型（DX），第二个是人才。集团的住宅领域是 B2C 业务，这对我们公司来说是独特的存在。作为集团的一员，我们也在进行积极的人才交流。无形资产的第三个是专利等知识产权，旭化成制药公司正充分利用这些资源。虽然作为制药企业规模不大，但善于运用知识产权，由此获得的经验能够为整个集团所用。我们也在公司外部开展共创和合作。历史性的创新往往由年轻人和初创企业引领。我们公司已经发展到如今的规模，创新变得困难。如何发现有前途的初创企业并与合作是一个挑战。在研发方面，我们将进一步加强与外部的共创和合作。

帝人社长 内川哲茂：

## 致力于向解决方案提供型企业转型，通过共创与合作解决社会课题

帝人公司将 2023 财年(截至 2024 年 3 月)定位为改善收益性的一年,在芳纶纤维和复合成型材料等方面采取了措施。尽管 2024 财年及以后全球经济仍存不确定性,但公司将致力于成长为解决方案提供型企业。社长内川哲茂指出,“为解决社会课题而进行的共创与合作”是关键之一。



内川哲茂

1990 年帝人公司入社。2017 年帝人集团执行董事材料事业统辖助理兼纤维、产品事业组组长助理,2020 年复合成型材料业务总部长,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：**2023 财年定位为改善收益的一年。

**内川：**收益改善并非全公司范围,而是针对芳纶纤维、复合成型材料和医疗保健等事业。医疗保健是为了改变事业结构而采取措施,正按计划进行;芳纶纤维和复合成型材料虽然承诺了改善部分,但切割了会受到经济环境和原油价格影响的数值。芳纶纤维的生产率达到了可称之为改善的水平,火灾事故后的恢复工作提前进行,但稳定生产却比预期晚了。天然气和原材料的采购方式变更也带来了影响。复合成型材料方面,为了援助出现故障的工厂,周边工厂的生产率下降,除了使之恢复,还采取了应对劳务费和物流费上升的新措施,通过自动化、效率化和集中采购来应对。周边工厂的生产率提升仍在进行中。

**问：**2024 财年开始了,如何看待业务环境?

**内川：**中国经济状况不佳,预计本财年上半年也难以恢复。中国国内消费被抑制,中国产品流入欧美市场。由于经济减速,担心欧洲的低迷情况可能会持续下去。美国的汽车销量保持一定水平,经济状况稳定,但劳务成本持续上升,可以说对制造业不利。日本的经济状况虽然没有恶化的感觉,但也没有好转的实感。

**问：**2024 财年及以后的基本方针是什么?

**内川：**公司一直致力于向解决方案提供型企业转型。Material 业务在朝着可持续社会发展的方向加速,为实现这一目标,共创与合作时代已经到来。我们也将重点放在对飞机、汽车、能源等领域有助于构建可持续地球环境的业务上。构思转换也不可或缺。以电动车为例,我们一直在为轻量化做出贡献开展提案,但客户需求的是延长续航里程,这需要除轻量化之外的其他解决方案。应从客户的需求出发,不能单靠一家公司解决问题,而是通过共创与合作来应对。这一想法很重要。

**问：**公司的共创与合作是什么样的?

**内川：**今后必须同时进行横向分工和纵向联合,才能解决社会课题。循环型经济的各个层级都存在横向分工,能否参与其中将决定企业的未来。例如,男士西装的回收,面料是羊毛、里布是铜氨丝纤维、芯料是涤纶纤维,单靠一家公司很难完成产品回收和各种材料的分类。为了实现循环型经济,需要多个横向分工。我们迎来了比以往更需要联合的时代。

**问：**具体的举措是什么?

**内川：**在医疗保健领域,与持有药物开发解决方案提供商的 Axcelead 公司进行横向分工研究,是符合通过横向分工创造价值的时代的努力。通过这种横向联合,我们的研究所的价值将倍增。

**问：**共创与合作并不是最近才出现的概念。

**内川：**有各种形式。过去主要是与能提升自身价值的人或企业合作,现在则是为了解决社会课题而开展联合,这是很大的不同,出发点和类型都不同。因此需要跨越行业的共创与合作,甚至需要与行业内的竞争对手联合。不过,公司内部仍存在为了销售自家材料的心态。今后,海上风力发电将增多,单靠公司自身回收发电翼并不能推动前进。发电机包含马达、电线、金属,需要团队合作来应对。以解决社会课题为出发点的共创与合作才刚刚开始,构思转换是必要的。能够迅速达成这一目标的企业将生存下来。我们希望将所追求的解决方案提供型企业变成现实。

**问：**这种理念会扩展到航空和汽车制造商吗?

**内川：**一些企业认为再生利用是自己的责任,而另一些企业则认为部件或材料的再生利用是生产厂家的责任。目前,理念认同的企业正在逐步聚集。要成为横向分工的一员,可能还需要一些时间。

可乐丽社长 川原仁：

## 2024 财年新设备是关键,INC 有潜力的项目在增加

可乐丽公司的 2024 财年(1—12 月)是新设备成为关键的一年。日本国内外的新设备将投入使用。川原仁社长称“要满足需求的增长,同时也要加强市场营销和销售”。2024 财年也是从 2022 财年开始的五年中期经营计划的中间年。“包括最终财年的目标值和措施的追加在内进行调整”。



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 President of Vinyl Acetate Resin Company 长,2019 年担任取缔役,2021 年 1 月担任代表取缔役社长。

**问：**如何看待 2024 财年的业务环境?

**川原：**从 2023 年下半年开始,以欧洲为中心的发达国家经济放缓,这种状态一直持续。为了抑制通货膨胀而提高利率压制了消费。尽管美国经济保持稳定,但也出现了放缓的迹象。令人担忧的是中国的经济状况。由于中国经济进入新常态。预计这种状态可能会持续到今年年底甚至明年。不过,从全球来看,预计从今年下半年将开始恢复。令人担忧的是物流问题。海外有地缘政治风险,日本则有人手不足的问题。共同物流等合作必不可少,本公司也在推进相关努力。物流问题不仅是 2024 年的问题,也是中期的课题。

**问：**在这种情况下,2024 年 1—3 月的业绩如何?

**川原：**各事业的情况有所不同,基本在预期范围内。需求相对稳健的是活性炭。由于饮用水的 PFAS(有机氟化合物)规定,需求正在增加。如果制定了相关指南的话预计需求将进一步扩大。汽车领域由于半导体短缺的缓解,表现稳健。

**问：**本财年的重点措施是什么?

**川原：**重点是新设备的运行及其带来的销售扩大。首先是去年在泰国启动的 Isoprene 相关事业的设备。5 月、6 月的定期维修后,生产方面的问题得到解决,因此我们将切实开展市场营销和销售。活性炭的新工厂也在美国启动,将充分利用。在波兰,开始生产用于洗涤剂用小包装用膜的水溶性 PVA 膜。在美国和欧洲设立了网点,从而可以满足旺盛的需求。在日本,光学用 PVA 膜的新设备将投入运营,生产用于应对液晶电视等屏幕大型化的宽幅型号。此外,还决定在新加坡建设 Ethylene Vinyl Alcohol Copolymer“EVAL”的新设备,尽管投产时间还很远,但我们希望尽可能提前进行。

**问：**2024 财年也是中期经营计划的中间年。

**川原：**我们已经稳步推进了中期经营计划

中提出的三大挑战,但仍需重新确认设定的目标和战略,进行包括最终目标和追加措施在内的全面审视。

**问：**近来共创与合作活跃,公司在这方面如何?

**川原：**本公司实行公司制和事业部制,内部的共创一直在推进。与公司外部的共创也是如此。如果说取得了显著成果,那也不完全是这样。得出的结论是要更加深入地与客户合作,满足他们的新需求。为此,在现行中期经营计划中成立了 Innovation Networking Center(INC)。专职人员有 30 人,兼职人员有 40 到 50 人,发展成为一个具有横向职能的大型组织。通过公司内部的合作能够为客户提供全面的提案。

**问：**INC 成立近两年半了。

**川原：**提出有 20 多个有潜力的主题。检查这些主题并决定投入经营资源或暂时保留。约 20 个主题处于设定阶段的 1 到 2 阶段。其中一些已经组建了推进团队或项目团队。INC 拥有 70—80 名全职和兼职人员,不仅是研究开发,还涵盖市场营销、销售、工程和管理负责人。优势是配置了拥有多样技能的人才,从而不会目光短浅,能够将提出的主题作为事业进行评价。

**问：**共创与合作的重要性是否在增加?

**川原：**本公司从纺织起步,现在已成长为引领特种化学品领域的企业。尽管推出了许多开发品,但完全创新的发现或业务越来越难。这不仅限于本公司,仅凭自身的技术和知识在某种程度上达到了极限。从这个角度来看,共创与合作是不可或缺的。例如,各公司都在致力于减少温室气体排放,但要解决全球变暖问题,单靠一家公司是不可能的。未来,共创将变得越来越重要,不仅仅是与客户,还需要与同行合作。在社会多样化和复杂化的背景下,仅凭一己之力是难以为继的。

东洋纺社长 竹内郁夫：

## 投资成果具体化并转化为收益 东洋纺 MC 是共创与合作的一部分

东洋纺公司于 2022 年 4 月与三菱商事公司成立了合资公司东洋纺 MC 公司。将主力事业之一的功能材料事业转移至合资公司，积极与其他公司进行共创与合作。社长竹内郁夫表示，“在变化迅速的当下，单靠一家公司难以应对。为了把握未来的变化，需要从多个视角出发”。



竹内郁夫

1985 年进入东洋纺公司（现东洋纺公司）。2018 年任执行役員机能膜·环境本部长，2020 年任常务执行役員，同年 6 月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 月任代表取缔役社长。

**问：**2023 财年（截至 2024 年 3 月）的业绩如何？

**竹内：**2021 财年的合并营业利润约为 280 亿日元，2022 财年下半年下降至约 100 亿日元。计划 2023 财年恢复到 150 亿日元，但实际上只有 89 亿日元。过去两年中，原材料成本增加了约 200 亿日元，燃料成本增加了约 100 亿日元，成本上升了 300 亿日元。急剧的日元贬值也导致海外采购成本增加。虽然我们推进了价格转嫁，但由于推进安全和防灾对策，成本也有所上升。在这样的情况下，薄膜事业由于流通库存的调整等原因市场低迷，销售数量恢复缓慢。树脂等事业则由于廉价的中国商品涌入亚洲市场，受到了打击。生物相关事业虽然 PCR 检测需求已消失，但诊断试剂和人工透析膜等海外需求增加。安全气囊事业逐渐摆脱火灾事故的影响，赤字减少。东洋纺 MC 公司的功能树脂在中国市场销售不佳，无纺布因原材料价格高涨而面临困难，但环境相关事业表现良好。服装纺织事业与东洋纺 Textile 公司的一体感增强，以中东民族服装用织物和学生服用面料为中心表现顺利。

**问：**2024 财年的重点方针是什么？

**竹内：**基本上是延续 2023 财年的方针。在当前的事业规模下，营业利润应在 200 亿至 250 亿日元之间，要尽早恢复。尽管国际形势混乱，被称为分断的时代，但由于日本工资上涨的效果，经济将逐渐好转。不过预计欧美经济会有所放缓。在这种情况下，注重环境保护的意识进一步加强，碳中和与人权等问题将愈加重要。当然大前提是提高安全、防灾、质量和合规性。

在此基础上，必须推进价格转嫁。重要的是制定与价值相匹配的价格。在当前的局面下，如果不能提价，那么该产品就没有竞争力，必须重新考虑是否继续持有生产设备。曾是稳定收益事业的薄膜业绩在恶化，需进行整顿。服装纤维的

日本国内工厂重组的效果显现出来。在过去两年中，进行了约 1000 亿日元的设备投资，不仅更新了设备，还在薄膜和生物相关的新项目和增强方面进行投资。本财年的重要任务是将这些成果具体化并转化为收益。

**问：**东洋纺 MC 公司的设立等对企业跨越边界的共创与合作很积极。

**竹内：**商业本来就不可能靠一家公司独立完成。纺织行业也从很久前就与产地企业等开展持续合作。在如今变化迅速的时代，光靠一家公司越来越无法应对。不仅要抓住眼前的变化，还要把握未来的变化，为此更加需要从多个视角出发。到 1990 年代为止，只要专注于自家公司生产销售的产品即可，但随着事业领域从服装扩展到产业资材、生物和医疗，不仅需要满足直接客户，还需要提出满足最终用户需求的解决方案。这就很难通过传统方法获得附加值。

例如，在汽车领域，不仅需要与被称为 Tier 1 的零部件制造商合作，还需要与整车制造商合作。未来，汽车将不仅是移动空间，还将成为信息网络中心，因此需要与平台公司合作。这种合作将产生创新。这样的尝试以前就有过。例如，高强度聚乙烯纤维是与荷兰 DSM 公司共同研究的结果。公司也在推进与大学等的开放创新，与神户大学签署了综合合作协议，开展生物塑料等的研究。公司擅长将零变为一，或将一变为十，但不擅长将十变为百或五百。因此，与三菱商事公司合资成立了东洋纺 MC 公司。与商社合作，可以将原本线性的业务扩展为面的业务。不同文化的结合产生了相乘效应，获得了好的结果。日本在精密制造和量产技术上有优势，这些优势也需要在共创和合作中加以发挥。关键词仍然是“环境”和“Well-Being”。对于这样的课题需要改变商业模式以提供满足最终用户需求的解决方案。

尤尼吉可社长 上埜修司：

## 首要任务是实现营业盈利， 提高盈利能力

尤尼吉可公司社长上埜修司指出“在企业面临的挑战日益增加的情况下，仅凭一家公司的力量很难实现突破性进展”。该公司也通过其纺织事业子公司与 SHIKIBO 公司超越企业界限进行合作。他强调“共创与合作的前提是双赢。如果没有这一点，合作就无法推进”。



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：**回顾 2023 财年，情况如何？

**上埜：**2023 财年公司出现了合并营业亏损。这是开始公布合并决算以来首次出现营业亏损，形势非常严峻。尽管对第四季度（2024 年 1—3 月）的复苏有所期待，但汽车制造商的造假事件导致减产，影响超出了预期。高分子事业中，主力产品尼龙薄膜表现不佳，特别是印度尼西亚子公司的生产和销售在市场低迷的情况下未见起色。目前中国商品以低价流入亚洲市场，竞争愈加激烈，因此尼龙薄膜也受到了影响。日本国内食品包装材料需求也因价格上涨而出现需求减退趋势。虽然从新冠肺炎疫情的持续恢复使得销售量有所增加，现在出现了回落，进入了调整流通库存的局面。功能材料事业中的玻璃纤维在电子电气领域的复苏较慢，产业用纤维和无纺织品的市场情况也不佳。各事业的销售量和生产量减少，固定费用的增加导致成本率上升是营业亏损的主要原因。另外，尤尼吉可贸易公司为中心开展事业运营的纺织事业减少了亏损，推进价格调整和调整亏损产品等改革取得一定成果。

**问：**2024 财年的重点措施是什么？

**上埜：**首先要实现营业盈利。如果不能实现这一点，就无法继续前进。市场方面，汽车相关事业将恢复到正常水平，电子电气用途也将复苏，这些用途的业绩有望改善。尼龙薄膜的流通库存整理在逐渐进展，预计销售将恢复。以食品包装材料为中心的海外游客需求也在逐步恢复，这也是一个积极因素。高阻隔类型的销售也在稳步增长，因此在宇治工厂建立了增产体制，印度尼西亚子公司也能够生产阻隔薄膜。通过扩大这些高附加值产品的销售，优化产品组合。玻璃纤维以生成 AI 的扩大等为背景，针对半导体和电子领域的高端产品有机会。无纺布事业将继续推进价格调整，重要的是改善收

益。虽然从 2 月份起实施提价，但必须让这一效果显现出来。产业用纤维的中空尼龙丝在半导体相关领域的膜用途中扩大。当前，半导体相关领域的需求有望上升，重要的是要抓住这个机会。特别是要扩大高性能产品的销售。其他产业用纤维也期待随着经济活动的活跃而恢复需求。全球对环保产品的需求也在不断增加，将继续扩大这些产品的销售。

**问：**近年来，跨越企业界限的共创与合作趋势加速，这种潮流背后有什么背景？

**上埜：**近年来，企业面临的课题变得非常重大。比如节能、减少二氧化碳排放、物流问题等，单凭一家公司难以应对，也难以取得突破性进展。因此跨越同行业和供应链界限的合作的必要性提高了。近年成为重要趋势的再生利用的努力也是如此。从原材料的废旧产品回收、再生到产品化以及流通过程，各个环节和商业流程都必须合作才能实现回收。这就需要共创与合作。本公司负责纺织事业的子公司尤尼吉可贸易公司与 SHIKIBO 公司已经合作了三年，发挥合作效果，销售额达到约 3 亿日元。纺织材料厂家与下游企业的合作早已有之，但纺织材料厂家之间的合作则较为罕见。将彼此的优点结合起来开展努力，价值链和海外据点也很相近，进行了具有深度的合作。将继续融合彼此的技术，进一步实现良好合作。这类合作也希望推广到其他领域。

**问：**合作成功的关键是什么？

**上埜：**大约 20 年前，我曾负责与能源企业合作运营工厂的自发电设备并开展售电事业。通过这段经验，了解到合作的关键是双赢。如果双方没有利益，任何合作都无法推进。尽管“Open Innovation”自十多年前已成为一种潮流，但结果往往不尽人意。

## 来自街角

2024年5—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。



20岁,美发师。采用了牛仔、蕾丝、透明感等这几年颇有人气的元素。



25岁,服装店员。全黑的单色调搭配,配上薄纱增添透明感和空气感。

表参道 高端品牌店铺云集,洗练现代的流行感觉。



25岁,美发师。最近被称为 Immersive 的沉浸感主题的印花图案增多了。



29岁,模特儿。同样是 Immersive 的图案,光滑漂亮的面料表面也与花样相配。

银座 奢侈品牌的包和手表是必需品,最近与快时尚的混搭也很普遍。



年龄、职业未公开。Puffy(蓬松感)也是最近流行的表情之一,与薄纱等有透明感的面料搭配,兼具体积感和轻快感。



26岁,设计师。运动混搭风和松软放松的穿搭在街头常见。

涩谷 敏锐反应新文化,能了解到日本年轻人的“现在”。



30岁,牛仔裤和薄纱连衣裙的搭配组合,有充满初夏气息的透明感和轻快感。



28岁,最近常见的与一时流行的大廓形相比更紧身的线条轮廓。

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。



24岁,服装店员。像紧身裙般的宽松牛仔裤,不分上下,牛仔布被用于多种多样单品及线条轮廓。



18岁,学生。较大码的牛仔夹克配上色格纹的裙子,较传统款式的搭配。

服装相关企业:  
提案生成 AI 和 3D 技术

日本的服装产业正在持续推进采用 3D CAD 进行服装制作等数字化进程。然而,实际情况是仍处于探索阶段。

与此同时服装相关企业提出了从各种角度将数字技术应用于生产和促销的方法。

电商巨头 Scroll 公司的子公司 Scroll International 公司于 2024 年 2 月开始提案生成 AI (人工智能) 系统“Lightchain”, 该系统具有帮助减轻 OEM/ODM 企业工作负担的优点。

“Lightchain”是与中国的 AI 初创公司共同开发的系统,在日本由 Scroll International 公司作为独家代理进行软件销售。

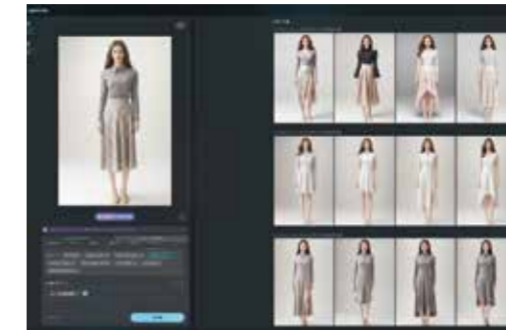
用户只需上传所持有的商品图像数据,指示设计、颜色和图案的更改, AI 就会生成反映这些内容的企划案。用户只需通过点击或拖动等简单操作即可掌握使用方法。母公司 Scroll 公司提供在电商业务中积累的知识和经验等服务,这一策略是其业务扩展的一部分,致力于推广“Lightchain”。

Nissha Printing Communications 公司近年来将其在艺术领域积累的印刷技术应用于服装领域,为了进一步发展开始了数据的 3D 化服务。将客户提供的面料通过“高精输入输出技术”精细输入和处理,并进行 3D 数据化。该公司独特的拍摄技术可以表现真实的质感,甚至可以处理常规扫描难以再现的面料。

制作的 3D 数据可以在网站上的 3D 查看器中显示和操作,使材质感更加真实。该公司不仅考虑 3D CAD 的使用,还考虑将其应用于电子商务 (EC) 网站和宣传视频等。

专注于时尚领域的广告代理公司双叶通信社公司正努力扩大品牌策略的量化支持服务。通过管理品牌业务 PDCA 的整合云解决方案“Launchmetrics”,提案将媒体曝光情况及其效果换算为金额并可视化的方法。

该公司与美国 Launchmetrics 公司签订了日本的独家代理合同,并负责在整个亚洲推广系统的应用。在日本,通过强调活动举办时的事务作业、拍摄样品管理等工作的数字化优势,已经在以品牌公关公司为中心积累了丰富的导入业绩,但他们认为中等价格品牌也存在潜在需求。



“Lightchain”的使用场景。

日本纺织机械:  
全球需求回升,中国等地开始复苏

纱线和面料的设备投资意愿在经历了 2020 年秋季以来的全球繁荣后,2023 年急剧冷却,但从下半年开始,出现了回升的迹象。虽然土耳其等地尚未恢复,但中国以大公司为中心开始复苏,部分地区恢复速度很快,甚至有些过热的迹象。

回升较快的领域之一是纺纱相关。村田机械公司在 2023 年 4—8 月期间经历了订单下降,但随后迅速恢复。自动络筒机和涡流纺纱机“VORTEX”的订单保持稳定。自动络筒机由于去年在意大利米兰举行的国际纺织机械展览会“ITMA2023”上发布了新机型“PROCESS CORNER Alcone”,需要调整生产线,导致产能暂时下降,但预计在调整完成后将恢复全产能。

“VORTEX”目前也在满负荷生产,当前的交货期约为一年半。主要针对人造丝短纤维和涤纶短纤维用途的需求不断增长。由于比环锭纺纱工艺步骤少且生产效率高,许多企业选择替换以降低成本和减少劳动力。

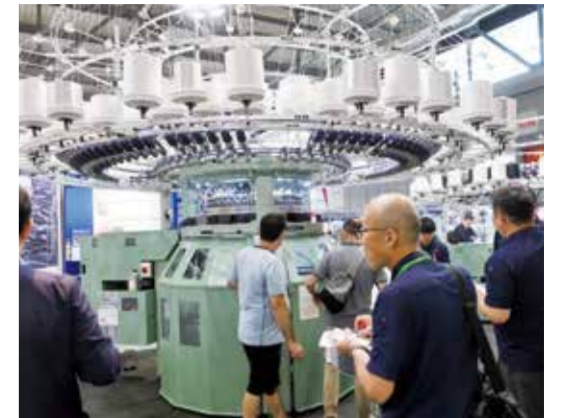
“VORTEX”的需求主要由中国推动,而自动络筒机在中国、印度、孟加拉国、印度尼西亚和拉丁美洲等主要市场表现稳健。

在织机领域,尽管全球需求低迷,但中国的需求自年初以来急速回升。Staubli 公司向中国的织机制造商广泛供应开口机,其中国业务自年初恢复,1—3 月的需求达到历史最高水平。Iteima Weaving 公司的中国网站也自年初以来订单大幅回升。

生产圆编机的福原产业贸易公司在 2023 财年(截至 2024 年 5 月)上半财年表现艰难,但自去年 12 月起下半年有所恢复,回到正常状态。以前销售旺盛时曾拉动物业的土耳其恢复较慢,但孟加拉国、印度尼西亚和巴基斯坦等地回升,中国的大企业也开始复苏。

然而,尽管目前生产档期排满,但未来的市场情况难以预测,大批量订单减少,小批量订单增多的趋势显著。

此外,横编机尚未完全恢复。岛精机制作所的横编机在上一财年(截至 2024 年 3 月)的订单量同比下降 27.4%,订单余额下降 53.2%。欧洲市场受前期繁荣的反作用影响,持续低迷。土耳其市场一度回升后再次趋缓。在亚洲,越南等地市场回升,但中国的投资意愿尚未恢复。



2023年12月福原产业贸易公司业务开始复苏。

## 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(Seni 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(Seni 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(Seni News)》创刊于1950年,是发行量约6万8000份的日刊。  
大纤维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: enp@sen-i-news.co.jp



## 《纖維ニュース(Seni 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 本刊物为纤维·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  
使用语言 日语  
发行份数 68,000份  
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%
织造批发商	10%
印染·纺织机械厂家	7%
团体·其它	10%

\*据本公司调查

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

## 室内装饰制造和批发商：通过并购和当地法人扩大海外市场

室内装饰制造和批发商的海外业务正处于恢复趋势。企业并购和设立当地法人也日益显著，预计将进一步扩大作为未来增长支柱之一的海外业务。

Sangetsu 公司在 2016 年收购了美国的一家大型壁纸制造销售公司。收购后进行了工厂设备的更换和体制整備，但在 2020 年遭遇了新冠疫情，主营的北美酒店市场需求停滞，生产效率下降，导致海外业务出现赤字。

随着疫情的缓解，海外业务中占比重大的北美需求扩大，生产效率提高，北美子公司在 2023 财年（截至 2024 年 3 月）实现了盈利。然而，东南亚因新加坡等成本增加，仍然处于赤字状态。TOLI 公司的海外销售主要是拼块地毯和 PVC 地板材料，这些产品用于办公室、商业设施、学校、医院和机场等。于 2014 年在中国设立了销售子公司东璃（上海）贸易公司，通过代理商进行内销。2019 年，公司在东南亚快速发展的新加坡设立了分支机构作为销售基地。自 2019 财年（截至 2020 年 3 月）起，海外营业部改为全球战略推进部，致力于扩大出口。

在恢复趋势中，企业积极寻求业务扩展机会。Sangetsu 公司今年 5 月宣布将新加坡一家从事办公室和商业设施空间设计及内装工程的企业收购为子公司。该企业在新加坡及东南亚地区开展空间设计和综合施工，负责多个政府和民间企业的项目。TOLI 公司计划于 7 月在美国设立当地法人。此前，公司在美国通过委托销售进行业务，此举旨在整備销售体制，扩大以 PVC 地板为中心的市场份额。



海外畅销的 TOLI 公司的拼块地毯“GA-100W”。

## LEVI'S：日本制牛仔裤在全球受好评

美国著名牛仔裤品牌“LEVI'S”将作为高级系列“LEVI'S MADE&CRAFTED (LMC)”推出的日本制牛仔裤和牛仔夹克等单品进行常规化生产。面向 2024 秋冬除了增加商品种类以外，还计划扩充颜色和加工单品。

在欧美等全球销售的日本制牛仔裤也受到好评，在日本国内以入境游客为轴心获得支持。虽然销售额和销售数量未公开，但 LEVI'S 日本公司宣传负责人称“日本制商品在国内外表现很好，在品质和价值两方面都赢得了深厚信任”。

这些牛仔裤采用 Kaihara 公司生产的高品质牛仔布，洗涤加工在 SAAB 公司进行。准备了男装和女装商品，从 2024 春夏开始正式展开销售。

牛仔布采用老式的梭织机上织造的赤耳牛仔布。价格为牛仔裤 2 万多日元到 5 万多日元，牛仔夹克 3 万多日元。

在工匠手工制作的过程中，运用了需要微妙的力量和技术的手工刮擦整理和磨损加工、用最新机器的激光加工。另外，在腰部的补丁上配置了日本制造的文字。



LEVI'S 本季推介的全身牛仔穿搭配。

## 日本蚕毛染色公司：扩充机能性绢丝纱，扩大海外销售

从事原棉染色的日本蚕毛染色公司，重新致力于功能加工，开拓新的销路。不仅是原棉的加工，还加强作为纱线、面料的提案，由此拓展与面料商社及服装公司等合作，也致力于扩大海外市场。

该公司以导电性纤维“Thunderon”和抗菌除臭·除臭纤维“DEW”等功能加工为优势。近年来，以真丝和羊毛为中心，致力于可水洗加工及弹性加工。据称，在对原棉的加工中，通过对每一根纤维进行改质，能取得很高的效果，这两年来，特别是可家庭洗涤的丝线“CEREZA CARMEN”的销售越来越增加。这是 6 年前从原料改质加工开始的商品。目前还力图拓展到针织面料及梭织面料，以内衣用途为中心销售增加。不使用氯，利用鳞片赋予可水洗性的羊毛“Jabool”的销售也十分良好。

今年打算进一步扩大商品群。绢丝弹力纱“GumGumSILK”继绢丝之后又开发了绢丝纱。细纱型号的开发也在进行中。消除了绢丝特有的硬度，实现了膨胀和柔软手感的软绢丝纱也商品化了。这些商品于 5 月在东京都内举办的面料展示会“Premium Textile Japan 25 春夏”上披露了。展出了使用不是双股纱的而是 60 单柔软的绢丝纱的针织面料、经纱为亚麻、纬纱为丝线的牛仔风格的弹性织物等。

在扩充功能加工的同时，加强作为纱线或面料开展推广，并进一步扩大对作为原棉染色加工的主要销路的纺纱公司以外顾客的销售。还为了扩大对国外销售，除了已经开始的“GumGumSILK”向欧洲的销售以外，今后还准备增加面向中国及印度尼西亚的销售。

## Kaneka：启动生物降解聚合物两万吨的量产实证

Kaneka 公司将推进生物降解聚合物“Green Planet”的量产实证设备建设，于 2024 年下半年（2024 年 10 月—2025 年 3 月）投入使用。

生产能力预计与现有的试制工厂合计年产量达到 2 万吨。以量产和普及为目标，不仅仅是树脂产品，还包括纱线、面料、无纺布等纤维领域在内，致力推进用途开发。

“Green Planet”是该公司在世界上首次成功工业化的 100% 生物原料的 3-Hydroxybutyrate-co-3-hydroxyhexanoate 聚合物（PHBH）。除了土中之外，在海水中也具有生物降解性，作为防止微塑料的海洋污染等的环保型塑料受到关注。即使在一次性塑料制品限制严格的欧洲，也被认可为食品容器材料。

到现在为止高砂工厂（兵库县高砂市）的试制成套设备（年产 5 千吨）推进生产·用途开发，在国内外被逐渐扩大采用。

现在新的年产 1 万 5 千吨的量产实证工厂在该工厂的用地内建设中。建设进展顺利，预计 10 月以后投入使用。该设备计划致力于通过量产降低制造成本的实证等。

由此形成年产 2 万吨的体制，因此也加快用途开发。到目前为止，先行向树脂制品用途销售，但今后还将致力于向纱线、面料、无纺布等纤维用途的实用化。

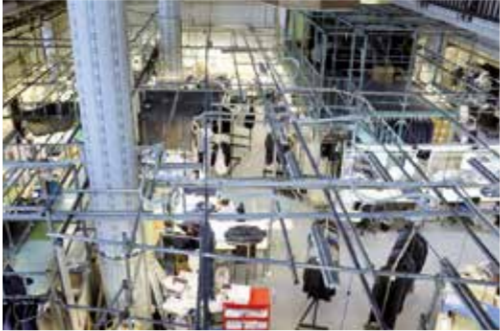
该公司参加了 4 月在德国法兰克福举办的国际产业用纺织品及非织造布展览会“Techtextil2024”，展示了“Green Planet”的纱线、面料、无纺布，备受瞩目。量产开始后，实用化和普及将进一步得到推进。



Green Planet 的纱线、面料和无纺布。

## Miyuki Sewing 小樽工厂：充分利用地理优势实现品牌化

御幸毛织公司的关联公司，主营夹克大衣制造的 Miyuki Sewing 小樽工厂成立 50 多年了。该工厂活用了今年迎来建成 100 周年的旧第一银行小樽支店的建筑。今后将以提高该工厂



Miyuki Sewing 小樽工厂活用以前银行建筑物继续生产。

独立品牌的认知度、与海外品牌合作等为目标。

小樽市是北海道屈指可数的经济据点。曾经被称为“北方的华尔街”，面料市场也很盛行，有很多缝制工厂和裁缝店。1971 年，当地裁缝店和缝制工厂的员工出于“想把小樽的缝制技术留给后世”的想法，设立了前身“共同组合绅装”。同期，旧第一银行小樽支店关闭。共同组合绅装从小樽商工会议所接受了使用该建筑物的探询，Miyuki Sewing 小樽工厂就这样开始的。现在该工厂是北海道唯一的面向男装的厚重衣服缝制据点，作为活用以前银行建筑物的罕见工厂继续生产。

小樽工厂生产定制西服的上衣、夹克和外套。经过定制套装的成套、熨烫、出厂前检品送到顾客手中。位于北海道的该工厂比位于日本本州的工厂在交货期等方面不利。为此，推进提高缝制技术的优势性等的措施。

为了提升优势，推进提升该厂自有品牌“COTARU”的认知度的努力。与负责销售的御幸毛织公司合作，通过以小樽工厂设立的历史和缝制技术为基础的品牌战略，向海外著名品牌的推广也很顺利。

兼任御幸毛织公司常务的 Miyuki Sewing 公司的市原信二社长称“能参与定制西服的生产是很幸福的，可以一边想着穿着的客人一边生产”。河村贵则取缔役厂长称“公司想在摸索小樽工厂的存在价值的同时，为寻求答案而前进”。

## Kaihara：努力缩短交货期，加强开发新客户

日本大型牛仔布制造商 Kaihara 公司本财年（截至 2025 年 2 月），继续致力于国内外的营销活动扩大销路。对于目前因各种因素而长期化的交货期，采取最佳人员配置等措施，由此实现顺利生产。

2023 财年销售额较上一财年减少了。稻垣博章执行董事提到整体情况称“上一财年新型肺炎疫情的影响拖累，订货环境没回来”。也提到以美国为中心的出口称“总的来说顾客都在调整生产，但追加订单也开始来了。从去年后半年开始订单恢复”。随着疫情的稳定，从去年重新开始的国内外营销活动也开始萌芽。

本财年也将致力开辟销路。在日本国内“开发新客户，逐渐显现成果”。对于占销售额 4 成的出口致力于开拓主要的美国市场以外地区的销售，“仍有信息收集阶段的海外市场，但在中国和韩国等市场方面已经获得了实绩”。

该公司也致力于开发除了牛仔休闲装面料以外的订单。最近与韩国现代汽车的电动汽车“KONA”展开的以蓝色为构思来源的牛仔风格的日本限定色车型合作。开展向试乘者赠送采用了该公司生产的牛仔布的环保袋和运动帽等合作商品的活动。稻垣执行董事称“通过企业合作等，在产品附近的业务增加了。如果对本公司有好处的话，我想做下去”。

现在公司一方面订单恢复，另一方面交货期长期化。由于小批量、多品种化，再加上国际认证方面劳动环境受到重视，要求人均劳务时间限制等，全体产量难以增加。除了生产工序的最佳人员配置以外，独自工序以外的工作还请其他公司协助等努力缩短交货期。

## 新内外绵公司：确立菠萝纱线量产体制

混色花线为主力商品的棉纺公司新内外绵公司致力于将以前很少用于服装用途的天然“未利用纤维”作为原料的纱线的开发和销售。在重视环保的时尚企业越来越多的情况下，将可持续的未利用纤维纱作为纺织事业成长的支柱之一。

以竹子、汉麻、芦苇为原料的棉混纺纱已经开始销售。被重视环保的服装品牌等顾客所采用。竹子、汉麻、芦苇是自然界丰富的纤维素纤维。很多都是在砍伐后被废弃。新内外绵将此前废弃的纤维通过独自の混纺技术和纺纱技术加以利用。

该公司还计划年内作为使用新的未利用纤维的纱线，将菠萝的叶脉纤维加工成原棉状态，建立与棉混纺的菠萝纱线的量产体制。面向 2025 春夏，计划储备一定数量现货进行销售，预计储备销售 20—40 支纱。

菠萝纱线已经处于开发的最后阶段。量产体制之前的课题是将菠萝的叶脉纤维加工成原棉状态的工序部分。其加工工序由将菠萝叶纤维化的原料业者进行，但业者本身没有纺纱技术，纤维长度和手感等的完成度在业者之间出现不均。因此，今后要解决这一课题，提高菠萝原棉均质化的精度。



菠萝原棉的均质化是课题。

## 泷定名古屋公司：开展“纤维 to 纤维”的再生利用

泷定名古屋公司致力于可持续面料的销售。该公司开展“纤维 to 纤维”的再生利用（再利用旧衣服等原料的纤维）及采用最新可持续原料的丰富多彩的面料。利用与日本纺织产地和面料厂的合作，提高着可持续面料的故事性和附加价值。近年来，除了扩大销路外，在公司内也开展跨越部门界限的工作。

该公司的可持续面料以“RE:NEWOOL”为中心。该面料是将毛衣等废弃的服装材料再利用的再生羊毛混面料。反毛、纺纱、织布等工序在尾州产地进行。对顾客推广羊毛的再利用这个产地的传统习惯。

“RE:NEWOOL”品牌不论男装部门、女装部门，都采取了跨越多个部门的销售战略。面料的种类广泛，也有使用特殊支数纱线的面料等，从织物到针织物等备齐了各种面料。不仅面向服装，面向杂货等的开拓也获得进展，2018 年品牌化以后的销售量逐年增加。

在“纤维 to 纤维”的再利用方面，使用了废弃渔网再生的“REAMIDE”的面料销售也很好。该面料的生产在尾州、北陆和歌山 3 个产地进行，并向广大客户销售。还赞助了致力于降低海洋环境负荷的一般社团法人“ALLIANCE FOR THE BLUE”参展的展览会。

在与最新纺织材料的合作方面，其代表就是与 Spiber 公司的合作。最近在展览会上首次展示人工蛋白质纤维“Brewed Protein”（BP）和精纺纱组合的布料。据该公司称，BP·精纺纱的复合织物只有该公司开展。BP 也准备扩大到其他部门，预计开发与精纺纱以外纱线组合的面料。

除此之外，该公司还展开了很多可持续性面料。目前的产品阵容约为 500 个品种，面料的年销售量达 400 万米。还开展了可持续有关的社会贡献活动，比如展示会上使用的样品布料无偿提供给学校及福利设施。该公司今后也将在“LIFE with EARTH”的理念下，以达成 SDGs 为目标。



使用再生羊毛的“RE:NEWOOL”。



**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

