

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

2025.07.14 | 第25期 | 总第1225期



日本纺企稳步推进可持续发展策略

P30

Soalon 公司将举办 2026 年春夏展。本次展览将回归其三醋酸酯长纤维“Soalon”的本源，重点推出新开发的面料，并聚焦于其优异黑色显色性能。

更自由 更愉悦
为日常添彩 为生活设计

我也日趋成长 与进化的丰岛一起

TOYOSHIMA

VIRTUAL STANDARD

日本纺企 稳步推进可持续发展策略

在纺织服装产业被指为高环境负荷产业的背景下，日本的纺织相关企业正从各自的视角深化举措，推出新产品与服务，稳步推进其可持续发展策略。

新产品与服务应运而生

据日本环境省统计，日本国内服装供应生命周期中的用水量高达约 83 亿立方米，相当于每件衣物消耗约 11 浴缸的水。二氧化碳排放量为 9000 万至 9500 万吨，相当于每件衣物制造约 255 个 500 毫升塑料瓶所产生的排放量。由于服装生产消耗大量水资源且温室气体排放量大，联合国贸易和发展会议指出“时尚产业是全球第二大污染产业”，并提及了微纤维造成的海洋污染问题。

根据经济产业省 2022 年发布的纺织品资源循环现状报告，日本每年新增服装供应量为 79.8 万吨，约有 73 万吨衣物在使用后被处理。其中，被再利用或用作工业材料（如汽车内饰、工业用抹布）的约占 35%，而约 65% 则被废弃。

与此同时，消费者对可持续时尚的关注度日益提高（据环境省调查）。认知度超过半数，且在认知人群中约有 7 成表示关心。在为解决可持续时尚问题所需采取的行动中，“衣物处理时的回收便利性”和“信息发布”位居前列。

仍有诸多课题亟待解决

在此背景下，旨在延长衣物使用寿命的修补服务、再利用及升级改造等措施虽在稳步发展，但预计未来旧衣物的需求将会减少，而工业用途的需求增长也面临困难。因此，要削减 48.5 万吨的废旧衣物（泛指穿旧的衣物、布制品等不再需要的纺织品）废弃量，必须采取新的举措。

其中一个关键举措便是利用废旧衣物进行

“纤维到纤维”的同级回收再利用。这有助于减少废弃量，并降低原材料采购和废弃处理过程中产生的二氧化碳排放。然而，回收方法、复合材料的处理等诸多课题仍有待解决。

衣物回收的优先度被认为低于减少食物浪费和塑料垃圾，导致约 4 成的行政区（按人口计算）未能实施衣物回收。在地方政府（如神奈川县、东京都、静冈县）回收的衣物中，易于再利用的单一材料占比仅约 27%。若将辅料等因素考虑在内，目前衣物的回收再利用相当有限。为此，日本政府正在研究为“纤维到纤维”回收再生技术开发提供补助金，预计将于今年夏天纳入预算。

此外，《纺织品环保设计指南》已于 2024 年 3 月制定，《纺织服装产业环保信息披露指南（第一版）》也于同年 6 月出台。该指南旨在推动国内大型服装企业在 2026 年前后实现信息全面披露，并力争到 2030 年度，使国内市场主要服装企业的信息披露率达到 100%。

尽管有人称可持续发展的势头因美国特朗普政府上台而有所放缓，但其大趋势并未改变。欧洲正通过《EcoDesign 法规》等推进禁止废弃衣物等规定，并开始引入记录产品制造材料等履历的“数字产品护照”。

对于日本纺织企业而言，全球化运营是一大挑战，必须遵守海外的各项法规。同时，还必须警惕“漂绿”（Greenwashing）行为，即看似环保但缺乏实质行动或言过其实的做法。可持续发展的范畴不仅包括环境保护，还涵盖人权问题，遵守国际人权标准已成为不可或缺的一环。

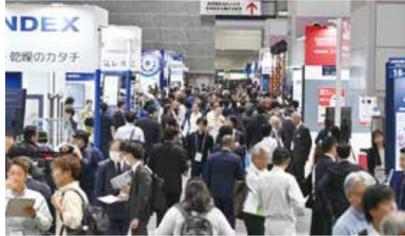
用了“FOOD TEXTILE”的面料。

第二期联名商品以“连接宠物与人”为主题，推出了宠物与主人可以享受同款搭配的 T 恤。T 恤的设计中融入了展现仓木麻衣小姐对宠物之爱的插画。

近年来，该面料在鞋履产品中的应用也日益增多。其中，由 Asics 公司与 Lotte 公司合作推出的运动鞋，其特色在于采用了巧克力制造过程中产生的可可豆荚外壳的颜色进行染色。

今年 2 月，该面料还被用于 MoonStar 公司旗下童鞋品牌“MoonStar Carrot”诞生 40 周年纪念款的第一期商品中。

此外，与深度认同“FOOD TEXTILE”理念的品牌合作也在不断推进。Fujibo Apparel



5月于大阪举办的 Sustainable Material Expo。



Shikibo 公司的“CottResin”是一种将生产过程或废弃衣物中回收的棉花制成纤维素微纤维，再与树脂混合而成的颗粒材料。



Komatsu Matere 公司的“Bellefomer”是一种能够减少活性污泥处理装置中污泥体积的生物制剂。



还被用于宠物服装的“FOOD TEXTILE”。

公司旗下的高端内衣品牌“Angle”已有超过 130 年坚持品质的历史，在追求“亲肤亦环保”的过程中，通过与“FOOD TEXTILE”的合作，共同致力于构建可持续发展的社会。

东丽

融合环保理念与革新技术

东丽公司提出“东丽集团可持续发展愿景”，高举“我们通过提供革新技术与尖端材料，为解决全球性课题做出贡献”的旗帜，并致力于实现以下四个愿景：“实现全球温室气体排放与吸收相平衡的世界”“资源以可持续方式得到管理的世界”“人人都能享用安全的水和空气，自然环境得以恢复的世界”“所有人都能过上健康卫生的生活的世界”。

为实现这些愿景，东丽的纺织事业部一直致力于高功能再生纤维和生物由来纤维的实用化。如今，通过引入其独特的复合纺丝技术“NANODESIGN”，公司正在加速推进融合环保理念与革新技术的挑战。

其中一个成果是“SillookMirai”。该产品融合了植物由来涤纶与“NANODESIGN”技术。通过使用约 30% 的植物由来原料，并利用“NANODESIGN”技术对纱线的纤维截面进行精密控制，形成了表面凹凸各异的异形截面纤维混杂的丝束结构，从而再现了丝绸般的光泽、质感和“丝鸣声”。面料表面形成的凹凸斑点可以防止在穿着和服时衣物走形，并实现了卓越的耐洗性和易打理特性。



采用“SillookMirai”制成的产品，该面料通过环保理念与革新技术实现了丝绸般的质感。

帝人富瑞特

再生涤纶“ECOPET”迎来 30 周年

帝人富瑞特公司的再生涤纶纤维“ECOPET”今年迎来了 30 周年。为纪念这一里程碑，公司计划于今年秋季举办一场专门的“ECOPET”展览会。

作为合成纤维回收领域的先驱之一，公司不仅致力于提升再生技术的水平，还大力开展有关纤维制品回收的宣传活动。公司很早就开始投身于“纤维到纤维”的回收再生事业，不仅开发再生技术，也同样重视与采用该技术的合作伙伴企业的合作。

其中一个案例是与良品计画公司合作的涤纶纤维产品完全循环型回收再生项目。良品计画公司在门店回收的废旧纺织品中，将无法再利用的部分进行分拣，分离出涤纶纤维产品，然后由帝人富瑞特公司进行化学回收再生。

公司还致力于开展宣传活动，以构建一个由消费者直接参与的回收体系。作为其中一环，公司与演艺经纪公司 LDH JAPAN 公司启动了合作项目，为 LDH JAPAN 公司旗下团体 EXILE 全国巡演的成员提供使用“ECOPET”面料制成的衬衫，并在巡演会场设置废旧衣物回收箱。回收的衣物将被作为原料进行再生，用于策划下一次巡演的周边商品。



与演艺经纪公司 LDH JAPAN 启动合作项目。

Komatsu Matere

利用微生物实现零剩余污泥，削减处理成本

Komatsu Matere 公司正致力于推广其污泥减容化生物制剂“Bellefomer”，该产品利用微生物的力量减少废水处理过程中产生的剩余污泥。通过在公司内部使用，已成功消除剩余污泥，并大幅削减了相关的处理费用和二氧化碳排放量。“Bellefomer”通过分解酶来处理导致污泥产生的死微生物。它不会杀死槽内必需的活菌，只分解死菌，从而使污泥总量保持恒定，不再增加。据称，该方案无需特殊的设备投资，从投入使用起约半年即可消除剩余污泥。

所使用的微生物有多种类型，均确认具有与纳豆菌、乳酸菌同等级别的安全性。该技术可应对各类有机污泥，并根据每个工厂不同的废水特性提供定制化的产品。由于仅投入制剂难以期待理想效果，公司将产品与咨询服务打包销售，以确保客户能够进行适当的运营管理。目前，该产品已被多个地方政府的污水处理厂以及纺织、化工、食品制造、饮料制造、医药制造等行业的工厂所采用。

旭化成

重视对染整工厂的技术支持

旭化成公司充分利用其铜氨纤维“宾霸”的特性，正加强其作为环保纤维的推广。公司不仅强调纤维本身的特性，还致力于向染整工厂提供能够在加工过程中降低环境负荷的技术，并在此方面投入了大量精力。

近年来，随着欧洲环保法规日趋严格，欧洲各大服装品牌都在寻求可靠的环保型纤维。为此，旭化成公司以其重点市场之一的意大利为中心，再次强调“宾霸”是符合环保法规的纤维。由于能够对“宾霸”进行染整加工的企业有限，公司正大力加强在欧洲和印度的技术支持。特别是，公司在签订保密协议等合同后，向合作伙伴提供有助于在加工过程中减少二氧化碳排放和用水量的技术。公司目标是在 2025 财年（截至 2026 年 3 月）内完成技术支持，并建立能够在海外进行全面加工的体系。

公司也在努力实现回收再生技术的实用化。目前，已在铜氨长丝无纺布“Bemliese”生产过程中产生的边角料作为纺纱用短纤维进行再利用。未来，公司还计划将“宾霸”长纤维生产过程中产生的边角料进行再生毛处理，作为纺纱原料再利用。此外，对于纺丝过程中产生的纤维素类化合物等副产品，其再利用技术也正在开发中。



属于环保型纤维的“宾霸”。

东洋纺 Textile

推出再生纤维及热塑性复合纱线

东洋纺 Textile 公司在棉和尼龙纤维领域提供多种多样的再生纤维产品。公司还开发了热塑性碳纤维复合纱线，旨在为工业材料领域的环境负荷降低做出贡献。

公司的再生棉纱

采用不同于普通再生毛的特殊开纤技术，能够保持纤维长度，从而可以纺制出 100% 再生原料纱线和细支纱，并已开始女装面料中得到应用。在尼龙纤维方面，公司同时提供材料回收再用型的“looplon-M”和化学回收再生型的“looplon-C”。其中，化学再生尼龙纱线“looplon-C”已全面引入质量平衡法，确保了与原生原料无异的品质，并已开始单丝等工业材料领域获得应用。

热塑性碳纤维复合纱线“CfC yarn”也能在广义上为降低环境负荷做出贡献。作为碳纤维与热塑性纤维的复合纱线，“CfC yarn”的特点是能够改善树脂含浸性——这是热塑性碳纤维复合材料的一大课题。由于含浸性的提高可以增强材料强度，这为热塑性碳纤维复合材料的应用开辟了更多可能性。目前，该材料正在车辆部件、福祉用品、体育用品等领域进行试制。除了碳纤维，公司最近还开发了热塑性玻璃纤维复合纱线“GfC Yarn”。



再生尼龙纱线与热塑性碳纤维复合纱线。

东丽社长大矢光雄：

以 SI 和 DI 事业为核心实现持续增长，提高工业材料领域利润率

东丽公司的 2025 财年（截至 2026 年 3 月）是其中期经营课题的最后一年。社长大矢光雄表示：“我们将继续以 Sustainability Innovation (SI) 事业和 Digital Innovation (DI) 事业为核心，致力于实现持续增长。”其中，碳纤维、水处理膜和纺织事业将成为收益增长的驱动力。在纤维领域，他将提高工业材料用途的利润率列为关键点，并强调：“包括在下一个中期经营计划中的举措，要将工业材料利润率的提升，与整个纺织事业的扩张联系起来。”



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：世界经济前景不明朗，您如何看待当下环境？

大矢：不确定性正在增加。这种不确定性不仅限于日本，而是遍及全球。我认为消费者们的不安情绪正在加剧。在这种情况下，为全世界的人们提供能带来富足生活的价值变得至关重要。虽然这是一个困难的时期，但日本的纺织产业曾经历过被称为“用线买绳”的日美纺织贸易谈判的巨大冲击，此后也克服了各种困难。对于其他行业来说，堪称老师。无论形势多么严峻，我们都必须认真经营并向外界传达信息。

问：贵公司在此背景下将如何应对？

大矢：我们将持续以与价值相符的价格，提供高附加值的产品，不断向市场推出独特的原丝、使用其制成的面料，甚至包括缝制品。这其中的代表就是我们的复合纺丝技术“NANODESIGN”。通过与深加工技术相结合，我们创造出能让最终消费者感受到价值的商品。本公司之所以能长久地持续经营纺织事业，是因为我们一直在全球范围内布局供应链。我们的供应链已延伸至中国、东盟地区、孟加拉国，未来还将把印度纳入视野。在日本国内，以北陆产地为中心也在不断进行产业升级。我们会将本公司 SmartFactory 的专业知识分享给整个产地，共同发展。另外，尽管在美国总统特朗普的政策下，碳中和的势头感觉有所减弱，但从中长期来看，实现碳中和是不可避免的，这也是赋予我们的使命。本公司将通过技术削减二氧化碳排放量，最终目标是实现碳中和。我们也将扩大循环经济方面的努力。这些不仅限于本公司，整个日本纺织产业都需共同努力，引领世界。日本在标准化等方面，正处于可以掌握主导权的地位。我们相信，通过引领世界，日本的纺织产业将会不断成长。

问：中期经营课题的第二年已经结束，情况如何？

大矢：“以增长领域的 SI 和 DI 事业为核心

提升收益”这一战略得到了切实的执行，到第三季度为止，进展基本符合预期。但另一方面，由于经济减速，中国的化工相关产品流入亚洲市场，我们在价格和数量上也受到了一定影响。旨在改善特定事业和公司收益的“Darwin 项目”也取得了成效，但对于聚丙烯纺粘无纺布和薄膜等部分业务，市场环境比预想的更为严峻，导致与计划出现了一些偏差，这也是事实。不同业务板块呈现出情况不一的景象。即便如此，我们还是执行扩大增长领域、进行结构改革、以及将创造的价值恰当反映到价格中的战略性定价这三大举措。上半年我们实现了创纪录的业务利润，但与上半年相比，下半年的势头有所减弱。

问：您如何看待 2025 财年的商业环境？

大矢：在日本，据说工资上涨将超过物价上涨，个人消费预计将保持坚挺。包括访日外国游客的需求在内，消费的扩大值得期待。设备投资预计也将以半导体相关领域为中心，持续增长态势。放眼全球，特朗普关税可能导致的负面情绪降温以及中国立场的变化是令人担忧的因素。尽管存在这些因素，但我认为美国经济短期内将持续扩张，中国的局面可能会更加明显。而欧洲经济的谷底可能出现在 2024 财年。

问：在此背景下，公司的课题是什么？

大矢：我们以 SI 和 DI 事业为轴心扩大收益的方针没有改变。增长的引擎将由碳纤维、水处理膜和纤维等业务来担当。碳纤维方面，新设备即将投产，我们也期待民用航空市场的复苏。水处理膜业务将以中东的生意为核心谋求扩张。纺织业务则取决于我们能在多大程度上完善包括印度在内的亚洲供应链。在提升销售收入的同时，我们也将努力扩大业务利润，但纺织业务的课题是提高工业材料用纤维的利润率。我们希望至少在下一个中期经营课题中，将其利润率提升到与服装领域相媲美的水平。

旭化成社长工藤幸四郎：

新中计启动，三年投资 1 万亿日元 计划 2027 财年营利 2700 亿日元

旭化成公司启动了以 2025 财年（截至 2026 年 3 月）为首年度的三年中期经营计划。以重点成长和策略性的培养领域为中心，计划三年投资 1 万亿日元。业务转型领域推进改革，计划 2027 财年实现合并营业利润 2700 亿日元。公司也勾画了到 2030 财年为止的目标愿景，工藤幸四郎社长表示，“面向 2030 财年谋求高水平的增长”。他说，铜氨丝纤维“宾霸”和氨纶“ROICA”在“2024 财年实现了稳健的盈利，对 2025 财年以后也寄予厚望”。



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 年任常务执行官兼功能性产品事业本部长，2021 年任董事兼常务执行官，2022 年 4 月起任法定代表人总经理兼总经理执行官。

问：如何看待业务环境的现状？

工藤：以前也有过无法预判前景的不确定的时代，但“日元升值到什么程度”“中美脱钩将会如何”“传染病会怎样”等还是能做出一定的预测。但现在的不确定性程度非常高，今后会发生什么，真的让人难以预测。在这样的时代我们如何前进才好。这不仅限于政治，企业经营也是一样的。我觉得当事情发生时，“拥有化危为机的东西、构想、体力、改革意识”很重要。本公司自创业以来一直致力于业务的多元化，由此形成了现在的三大领域经营体系。这是兼具成长性和稳定性的、能创出全新业务的形式，以这三大领域的经营为轴心，同时将我们的特征——多样性和专业性相结合，并使之深化。在人口不断减少的日本，很难想象现有业务需求会增长，我们将进一步磨砺高附加值、高收益的专业性。在规模巨大的海外市场，经营需要突出重点。我认为，特别是我们推进 M&A 的美国很重要。

问：前中计到 2024 财年结束了，贵公司业绩如何？

工藤：前中计是从 2022 财年开始的三年，2021 财年在新冠疫情中也确保了营业利润 2000 亿日元。疫情带来的健康领域业务的特殊订单，使业绩顺利达成，但中计也止步于以往战略的延长线。实际上新冠疫情的影响还在，加上石化相关业务表现不佳，没能实现预期中的起跑状态。在业务环境和预期发生很大变化的情况下，比起追求所提出的营业利润目标，我们更优先在早期阶段调整包括石化业务结构转换在内的方针和策略。在这种情况下，我们也切实实施了必要的投资，与刚开启的新中计和 2028 财年开始的中计相衔接。

问：新中计的课题是什么？

工藤：美国是占销售额约 2 成的大市场。其 96% 在美国生产和销售，所以没有太大的问题，

但材料采购受到关税的影响。如果关税为 24%，预计成本增加 150—200 亿日元。关税的影响在一定的程度上可以计算，但经济下滑带来的影响难以预测。经济衰退和通货膨胀同时存在的停滞膨胀发生时会有多大冲击，完全无法预测。我有信心使公司各业务回归成长轨道，但应对变化和风险的能力有多强，将成为关键课题。

问：美国子公司 Sage Automotive Interiors 公司的情况如何？

工藤：2025 年的世界汽车市场，预计比 2024 年会有所增长，但不能乐观。通过提高销售额、降低成本，进一步提高存在感。本公司从中国及墨西哥采购材料，也有担心的一面，但 Sage 公司拥有很好的业内地位，我认为可以应对。

问：新中计最终年度的营业利润目标是 2700 亿日元。在追求高水平增长的过程中，纺织业务的定位如何？

工藤：以“宾霸”“ROICA”为首的纺织业务很有特色和独创性。但除了有发展空间的 Sage Automotive Interiors 外，不打算进行大规模投资，将努力提高资本效率。2024 财年获得了丰厚的收益，我对此非常满意。ROICA 也得到了超出预期的改善。事业部管理层对包括人工皮革“Dinamica”在内的纺织业务的定位和肩负的责任具有清晰的认知。我希望 2025 财年以后也能提高资本效率，赚取现金。

问：包括纺织在内的生活革新业务，预计在 2025 财年中计最后一年减少利润。

工藤：从 2024 财年预期的 214 亿日元减少到 192 亿日元，因为汇率的影响很大。

问：不仅是纺织业务，旭化成整体中长期的方向性如何？

工藤：本公司拥有 100 多年的历史，积累的无形资产是重要的优势。为了充分发挥知识产权、人才、生产技术等无形资产优势，将有效利用通过数字技术推动企业变革的 DX、AI。

帝人社长内川哲茂：

构建强韧灵活的经营基础， 25 财年除特殊因素外展示真正面貌

帝人集团正在执行两年中期经营计划。内川哲茂社长对第一年的 2024 财年(截至 2025 年 3 月)情况评价道：“我切实兑现了与利益相关者的承诺。员工们非常努力，展示了‘能干的帝人’。”2025 财年是收尾的一年，预测事业环境极为严峻，但致力构建强韧灵活的经营基础。他说，改善收益性的同时，“除特殊因素外要展示公司的真正面貌”，计划将从 2026 财年开始的下一个中计步入成长阶段。



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、产品事业组组长助理，2020 年复合成形材料事业总部长，2021 年 4 月帝人集团常务执行董事兼材料事业统辖，同年 6 月取缔役常务执行董事，2022 年 4 月代表取缔役社长执行董事。

问：您如何看待当前的事业环境？

内川：这让我想起英国 Unilever 公司原 CEO、Paul Polman 先生的书籍《Net Positive》。其中有记载在跨越国境的时代，解决问题和课题的不是国家而是在全球开展商务的企业，这给我留下了深刻的印象。企业虽然有文化壁垒，但不是无法跨越的。我觉得企业合作为解决社会问题做出贡献的时代已经到来了。日本企业也不例外，没有与世界联动就无法生存下去。重要的是不要关在壳里，跨越各种各样的壁垒进行合作。

问：携手合作是可能吗？

内川：必须要这么做，否则无法解决。循环型经济和碳中和就是如此。例如飞机和汽车从制造到废弃要 10 年、20 年时间，像以前那样仅靠制造商责任就无法维持。即使在制造时约定了再利用，但废弃的飞机和汽车的回收是 10 年以上之后，在制造阶段 100% 决定其处理方法是困难的。这不仅是汽车制造商，材料制造商也一样。需要超越时间轴，还要有消费者成为一体的协作。

问：贵公司的情况如何？

内川：重新回顾历史，1980 年代中期开始了家庭医疗。我们早在老龄化社会这个词尚未普及的时代，不是医疗器械，而是把焦点放在了家庭医疗上。也就是说，在问题发生之前就开始寻找课题，并努力解决课题。那个现在取得了成果。企业的态度和想法连绵不断。现在也想被称为“考虑对地球环境最好的解决方案的公司”。好的是与员工一起制定目标，先决定“要做什么”。即使时代或环境发生了变化，本公司该做的也不会改变。

问：2024 财年是中计第一年。

内川：2024 财年是认真兑现了与客户、股东等利益相关者承诺的一年。包括数字和企业文化在内，做了很多承诺。我感谢员工的努力。

我认为成功展现了“能干的帝人”。2024 年 4 月到 12 月的业绩是增加收入，实现了利润大幅增长。但中国经济放缓的影响波及到欧洲的汽车制造商等，其内容浓淡分明。好的是通过纤维、产品业务弥补了欧洲的低迷。公司原本僵化脆弱，但现在变得更加灵活。芳纶纤维面向中国光缆用途的销售受到基建投资放缓的影响。芳纶纤维由于基建需求和汽车相关需求实现年率 6% 左右的增长，但 2022 年至 2024 年也许停止了增长。

问：如何看待 2025 财年的事业环境？

内川：预计会变得相当严峻。全球经济还没恢复，电动车的扩大也推迟了。本公司的高性能材料销售也将持续严峻的局势。从各个业务领域来看，上一财年纤维·产品业务面向日资汽车用途销售情况艰难，但 2025 财年有望恢复，作为与服装领域的两大领域将会保持稳定增长。对于复合成形材料，由于担忧特朗普关税带来的影响，所以同意出售北美据点。

问：重点课题是什么？

内川：我们致力于构建能够应对不测事态的强韧灵活的经营基础。收益方面，除特殊要因外，希望能展示“能赚这么多”的本公司真正面貌。我们在发布现中计时表明“变成以提供价值为主体的事业”。其中有很好的事例，就是家庭医疗和树脂改性物、纤维·产品。无论哪种经营商品都会商品化，但可以通过客户信赖等提供价值。

问：面向未来的举措呢？

内川：按照承诺，我们一直在优化业务结构。2025 财年在上半年财年的早期阶段完成优化，并讨论从中如何构建有助于 Mobility、Infrastructure、Healthcare 的未来业务结构。我相信这将与下一个中期计划相结合，并进入成长阶段。

东洋纺社长竹内郁夫：

灵活应对危机 收获成长领域投资成果

东洋纺公司社长竹内郁夫强调：“在危机时刻，需要全公司上下一心，以团队一体化经营模式灵活应对。”他指出，在全球经济前景极为不明朗的背景下，通货膨胀与经济衰退同步发生的滞胀风险正在加剧，并表示“有必要采取增加手头现金等防御性姿态来经营”。另一方面，公司迄今已在成长领域进行了积极投资。在 2025 财年(截至 2026 年 3 月)，收获这些投资的成果将是公司的一大主题。



竹内郁夫

1985 年进入东洋纺绩公司(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：世界经济正处于混乱之中，您如何看待当下环境？

竹内：受关税政策影响，美国对日本的关税税率有可能大幅提高。虽然公司直接对美出口的业务规模不大，影响可能有限，但以汽车产业为中心的间接影响会有多大，现阶段还无法预测。不过，这可能会导致美国物价上涨，进而引发需求衰退，可能会出现滞胀。同时，像中国这样对美出口变得困难的国家，可能会加大对美国以外市场的供应压力，届时，通缩压力将会增强。这将是一种风险极高的状态，因此在经营上，短期内有必要采取增加手头现金等防御性姿态来应对。在这样的危机时刻，组织上下一心、灵活应对也至关重要。本公司目前也提出团队一体化经营’的口号，推行跨组织、跨部门合作来应对共同课题。

问：回顾 2024 财年，情况如何？

竹内：业绩距离计划目标稍有差距。主要原因是包装用薄膜和医疗领域新生产线的启动有所延迟。不过，需求本身依然强劲，特别是显示器用薄膜、生物科技和医疗领域的材料，市场需求十分旺盛。在纺织业务方面，面向中东民族服装的纺织品出口保持坚挺。从宏观角度看，原材料价格的上涨告一段落，同时我们推进了成本上涨部分的转嫁，使得原材料价格与销售价格之间的价差得到了改善。过去几年，本公司持续进行积极投资。包括设备更新在内，过去三年我们共投资了约 1500 亿日元，其中，仅用于增长领域的投资就达到了约 500 亿日元。我们原计划从 2024 财年开始让这些挑战的成果显现出来，但这一计划也稍有推迟。

问：薄膜、安全气囊基布、功能性纤维、功能性材料等各项业务的状况如何？

竹内：薄膜业务的收益正在改善。安全气囊基布业务自 2018 年尼龙 66 长丝工厂火灾以来，

一直在严峻的条件下运营，但目前终于逐步走向正常化。虽然在泰国合资公司生产的尼龙 66 长丝产品认证上稍有延迟，但一旦解决，出货将正式启动。眼下，美国关税问题的影响令人担忧，但我们计划在 2026 财年实现盈利。功能性纤维业务，包括生产腈纶短纤的子公司日本 Exlan 工业公司在内，收益得到了改善。但在资本效率方面仍存在课题。功能性材料业务转变为以东洋纺 MC 公司为中心的体制后，实现了更细致周到的业务运营。成立两年来，一种东洋纺母公司过去所没有的文化正在逐步形成。但是，成立东洋纺 MC 公司的目的是向全球推广特色功能性材料，在这一点上，还不能说取得了足够大的成果。

问：2025 财年已经开始，但商业环境似乎充满了动荡，您将如何应对？

竹内：我们别无选择，只能在变化中积极应对，同时稳固地创造利润。在将“贯彻安全、防灾、品质”和“为未来布局”视为理所当然的同时，我们将继续执行“恢复盈利能力”的基本方针。在经济形势不明朗的情况下，有必要在不大幅增加使用资本的前提下，采取稳健的防守型经营策略。在此之中，我们将扩大至今已投资的薄膜、生物科技、医疗等成长领域。薄膜业务不仅是包装用途，我们还将推进工业用途，特别是半导体相关用途的投资。生物科技、医疗等生命科学领域的需求也持续强劲，在此期间，我们将为下一个增长引擎构思蓝图。功能性纤维及商事业务将进一步提高资本效率。从 4 月起，我们将东洋纺 STC 公司的工业材料和功能材料业务转移至东洋纺 Textile 公司，这使得非服装领域和服装领域的研究开发得以一体化运营。功能性材料业务已完成基础建设阶段，其中很多业务展现出广阔前景，如纤维缓冲材料、锂回收装置用膜材料、工程塑料等。东洋纺 MC 公司将通过活用 OEM 等方式，努力扩大销售。

来自街角

2025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。



22岁, 门店经理。紧身背心搭配磨质感的宽腿裤, 营造出街头风格。卡其色胸包和框眼镜为整体造型增添硬朗气息。



23岁, 美发师。复古风格的印花T恤+荷叶边迷你裙的搭配组合, 打造摇滚感十足的音乐节造型。头戴耳机、脚穿长靴, 整体造型更加抢眼。

高端品牌店铺云集, 洗练现代的流行感觉。



20岁, 美发师。扎染网眼上衣叠穿丝绒吊带背心, 百褶裙叠搭裤装的混合式下装, 配上饰品, 展现中性且复古的90年代风格。



28岁, 舞者。短款针织衫搭配磨损感过膝袜, 全身以黑色为主调, 耳机与邮差包体现出音乐与街头文化的融合。

奢侈品品牌的包和手表是必需品, 最近与快时尚的混搭也很普遍。



25岁, 模特。Peplum廓形白色上衣配以黑色的中裤, 展现干净利落的简约风格, 搭配自然卷发, 增添知性气质。



30岁, 职业未公开。粉色紧身胸衣与低腰牛仔长裤的组合, 配上衬衫打造健康感露肤穿搭, 融合了颓废与少女感的Y2K风格令人印象深刻。

涩谷 敏锐反应新文化, 能了解到日本年轻人的“现在”。



30岁, 自营业者。黄色与藏青色拼色的足球运动衫配上膝下长度的牛仔短裤, 运动混搭风+白袜+黑色运动鞋, 散发着90年代感。



22岁, 公司职员。蕾丝刺绣衬衫与不对称裙营造出柔美氛围, 搭配系带靴展现甜美和帅气并存的风格。

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。



25岁, 模特。火焰般色彩的立体针织衫+细条纹阔腿裤的戏剧性搭配。戴上棒球帽增加轻松感, 展现了都市个性。



30岁, 编辑。象牙色衬衫与带点灰色的缎面长裙构成柔和典雅的造型, 小巧皮革手提包作为极简点缀, 平衡整体风格。

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



(左起) 柚希礼音、高岛知佐子、Ha Yeon Soo 参加会议。

Onward 榎山 推广“两季” 通年商品

Onward 榎山公司已启动全年适用产品的推广活动, 计划在门店等处进行无季节限制的统一宣传。商品企划 (MD) 也同步改革, 商品定位将以“夏季+冬季”两季为主轴, 并通过通年商品连接两季。

虽然公司未公开通年商品的构成比例, 但市场营销执行役員山崎圭子表示, 今后将“根据气温与天气而非季节进行应对”。此次宣传策略是基于近年来气候变化与消费动向调整而来。

考虑到酷暑、残暑以及推迟一个月以上到来的寒冬, 公司强化了合成纤维针织品与外套类产品, 并增加了牛仔布、休闲卫衣等多用途通年商品。

主力品牌“23区”预计夏季针织品数量同比增长约3倍, 主打长夏时段, 推出轻薄开衫、套头衫及针织裙, 并以通透质感凸显成熟女性的日常场景。

新世代品牌“UNFILO”则推出成套穿搭商品与针织品, 并采用与东丽共同开发的功能性面料“BREEZEMOVE”。该面料具备高透气性与吸湿速干性能, 现推出两款上衣与一款连衣裙。“UNFILO”以“功能美”为理念快速成长, 此次在材料层面进一步加强优势。

此次宣传还邀请了三位在不同领域活跃的女性参与策划会议: 小提琴家高岛知佐子、演员柚希礼音以及演员兼模特 Ha Yeon Soo。她们从自身经验、价值观与生活方式出发提供灵感, 并参与6至8月搭配建议会议。

公司希望借此机会让消费者了解其在设计、功能与穿着感受方面的独特优势。山崎表示, 公司设计的不仅是时尚感, 还包括“穿着舒适性”。通年商品也有助于延长销售周期, 抑制打折促销。

Seiren 承接尤尼吉可合成纤维业务

Seiren 公司已与尤尼吉可公司达成基本协议, 将承接其在冈崎事业所的涤纶长短纤维、涤纶纺粘无纺布 (SB) 等合成纤维与无纺布业务。双方计划于7月完成协商, 8月上旬签署最终合同, 并于12月底完成交接手续。



Seiren 公司接收的尤尼吉可公司的冈崎工厂。

此次转让的业务内容包括涤纶聚合、长纤维 (不含尤尼吉可贸易公司及其子公司业务)、SB、短纤维、高强度纱线及外包合成纤维纺纱加工等。

相关业务年销售规模约为300亿日元, 占尤尼吉可去年11月28日公布的重整计划中拟退出的纤维与无纺布业务的约六成, 员工人数约500人。具体转让金额等细节尚在协商中。



举行会见的 Seiren 公司川田会长 (左) 和尤尼吉可公司的藤井社长。

Seiren 公司会长川田达男在当天的记者会上表示, 之所以接手亏损业务, 是基于冈崎事业所32万平方米的土地与建筑、人力资源及未来发展潜力的综合考量。

关于土地和建筑, 公司计划向半导体、建材、人造卫星、碳纤维、电子等非汽车内饰新领域进行投资扩展。“如果从零开始取得土地再建厂将耗时过长, 而现有土地建筑可有效利用, 且可活用人才资源”, 川田强调。

关于未来潜力, Seiren 指出“冈崎事业所过去缺乏大规模投资, 虽然不是全部, 但通过设备投资可以实现结构转型”。在约300亿日元的新业务投资中, 将有超过100亿日元用于冈崎事业所。预计现有业务中约八成可以继续经营。

此外, 公司希望通过与原 Kanebo 子公司 KB Seiren 产生协同效应, 例如原材料采购。通过内制此前外部采购的涤纶 SB, 也有望推进新产品开发。

尤尼吉可公司社长藤井实表示, “Seiren 作为综合纤维制造商实力雄厚, 且在 KB Seiren 公司的经营改善上也有实绩, 预期能产生协同效应, 有助于冈崎事业所潜力的提升。最重要的是, 能够整体承接包括员工在内的大规模业务”。

关于垂井工厂 (生产纯棉水刺无纺布) 及大阪染工公司等其余拟退出业务, 预计在8月底前确定转让方, 但也有部分将在8月后继续洽谈。

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、合資的您, 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。

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 日报(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 (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

Tabio 面向企业与个人农户，启动轧花业务

Tabio 公司自 3 月起正式将分离棉籽与棉纤维的“轧花工序”商业化，预期服务对象为从事棉花种植的企业及个人农户。

去年夏天，子公司 Tabio 奈良公司引进了一台高效率的轧花机。最初购入设备的目的是为了处理奈良县广陵町周边由公司种植并收获的棉花，但因设备处理能力强，因此决定也承接外部的轧花业务。

Tabio 公司自 13 年前起便在广陵町一带持续进行棉花种植，致力于“从棉花原料开始，打造最高品质的袜子”。然而，在纺纱前必经的轧花环节中，设备效率低下一直是公司在原棉自给方面的长期课题。近年来，收成已超过处理能力，截至去年，公司所收获的棉花库存已超过 12 吨。

由于日本棉花自给率几乎为 0，且国内缺乏高效轧花设备，Tabio 公司员工便自行前往海外寻找高性能设备并成功引进。从去年 8 月左右开始运转，仅用半年时间就完成了全部 12 吨库存棉花的轧花作业。与旧设备每天可处理 50 公斤相比，新设备日处理能力达 300 公斤，提升了 6 倍。

近年来，日本各地从事棉花种植的企业与个人持续增加，也成为此次业务商业化的推动力。负责轧花业务的 Tabio 公司员工长宗英雄表示：“高效的轧花环节是棉花种植者普遍面临的课题。通过活用本公司的轧花设备，希望能为日本的棉花自给率的提高作出一点贡献。”

轧花机主要有两种类型：一种是通过辘子分离棉籽与棉纤维的“辘式”（Roller Gin），另一种是利用锯齿状刀片分离的“锯齿式”（Saw Gin）。Tabio 此次引进的是辘式设备，其优势是对棉纤维和棉籽的损伤较小。尽管如此，目前在全球范围内正逐步转向采用效率更高的锯齿式设备，而非辘式设备。



去年引进的新型轧花机。

A.P.C. Japan 主推牛仔面料商材，开拓年轻消费群体

Look 集团旗下 A.P.C. Japan 公司所经营的法国时尚品牌“A.P.C.”发展良好。近年来，该品牌在年轻消费群体中的拓展效果显著，店内牛仔面料商品及包装袋服饰杂货的销售势头良好。

主打商品为经典的直筒原色未脱浆牛仔裤（rigid straight jeans）和经过水洗处理的靛蓝牛仔裤。正统工艺打造的牛仔裤在男士和女士中同样畅销。尽管进口品牌竞相涨价，但 A.P.C. 仍以约 3 万日元的价格销售，保持竞争优势。

牛仔面料制品占其服饰销售额 30% 以上，也是核心单品，近年来积极针对年轻群体进行促销。A.P.C. Japan 公司成立于 1992 年，面向对时尚敏感的 20 岁年龄层至成人消费者不断扩大销售。

随着品牌的发展，中心客户的年龄也同步提升，但约 5 年前，一款采用日本产牛仔面料的品牌标志托特包在年轻人中走红。A.P.C. 采取措施将简单不腻的这款包包定位为入门商品，将消费者引流至牛仔面料商材、服装、皮革制品等。

品牌在商业设施 MIYASHITA PARK 开设了 2025 年春季的快闪店，销售大胆涂漆的限定单品，并推出“凭学生证可享牛仔商品八折优惠”的创意促销活动。面向 2025 年秋冬季，扩充宽松剪裁牛仔裤及牛仔面料上衣类，以强化主力商品。



2025 年秋冬季牛仔夹克。

新内外绵 开发出涡流纺纱“菠萝纱”

棉纺企业新内外绵公司开发出一种通过涡流纺纱机生产的棉/菠萝纤维混纺纱线。目前已试制了相当于 10 支、20 支、30 支数的三种规格单纱。今后计划在日本国内的面料产地寻找合作伙伴，将其制成针织或梭织面料，拓展国内外市场需求。混用率为 90% 棉、10% 菠萝纤维。

“菠萝纱”于 2024 年 11 月开始销售，此前仅采用环锭纺方式进行生产，主要用于各类织物和针织服装。今年 5 月，该公司在其自有纺纱工厂中，首次成功使用村田机械公司生产的涡流纺纱机“Vortex”进行纺纱。

由于菠萝纤维存在纤维长度等方面难题，所以公司也没有把握其是否能够在涡流纺纱机上纺纱，以及可以纺出什么形状、特性的纱线。

负责开发的人员表示：“原本预想会遇到失败和种种问题，但结果出乎意料地成功纺成了纱线。毛羽少、表面光洁，得到了 Vortex 纺纱的优异之处。”据称，纱线的质感比环锭纺纱更为挺括，编织的难度稍微提高了，但在织物上的使用变得更加方便了。目前公司正在试作面料，以探寻市场需求。

“Vortex”是由村田机械公司开发的纺纱机，利用空气的旋转流动来完成纱线纺制。该公司主打 Vortex 纱线的优点为：纱线表面毛羽少；抑制起球；耐洗涤性强；适合面料印花，图案清晰；吸水性佳。

MIZUNO、KANEKA 推出可生物降解人造草皮

MIZUNO 公司与 KANEKA 公司日前宣布，合作开发出兼顾海洋环境的室内运动场用人造草皮与填充材料。面向 2025 年内的销售，计划向全国各地的体育设施与商业设施等进行推介。

此次合作融合了 MIZUNO 公司在人造草皮方面的专业知识与 KANEKA 公司的材料成型技术，实现了可用于体育用途的高耐久性，以及与普通人造草皮相当的质感。

目前人造草皮与填充材料几乎都使用石油树脂，其草叶与填充材料容易附着在衣物或鞋底，经由河川等流入大海，转变成对海洋生态系统产生负面影响的微塑料。此次两家公司开发的新产品可在土壤和海水容易降解为二氧化碳与水，为解决海洋污染问题作出贡献。

据两家公司介绍，该产品具有“应对海洋塑料垃圾问题”“减少 CO2 排放量”“减少石油资源使用量”“从原料采购到生产全过程均为日本产”等特点。产品在草叶生产性、物理耐久性、环境可持续性、海水降解性与运动性能等五个方面反复进行试验与评估，最终完成开发。

尽管价格尚在调整中，但预计将高于现有产品。

人造草皮与填充材料均使用 KANEKA 公司开发的 100% 生物质聚合物“Green Planet”。“Green Planet”因其出色的可生物降解性，已被广泛应用于便利店与饮料制造商的吸管、酒店的牙刷与发刷等产品中，而本次作为人造草皮材料尚属全球首次。

目前人造草皮与填充材料仅限于室内使用，今后将继续开展研究，使其能够在室外使用。不适合室外使用的理由是，由于原材料来源于生物，所以在室外难以抑制微生物的活性化。

所谓填充材料，指的是为提升人造草皮的耐久性、减缓对脚部与腰部的负担而使用的缓冲性材料。



新品使用 100% 生物质聚合物。

豊和 通过取得国际认证继续开拓海外市场

洗水加工大企业豊和公司在积极开拓海外市场的同时，面向国际业务完善公司内部体制。从 2024 年起持续参加海外展会并积极开发海外客户。近期，该公司集团旗下的 2 家公司——OEM 企划公司与缝制工厂，已获得全球有机纺织品标准认证“GOTS”，并同步扩大缝制加工能力。

2024 年 12 月及 2025 年 5 月，豊和公司分别参加了意大利米兰专注牛仔布的国际展会“Denim Premiere Vision (PV)”。展位吸引了众多客流，并且获得了实际销售成果。田代雄久社长表示：“我们从缝制到后加工一体化作业的优势与技术实力受到了高度评价。”计划未来数年继续参加该展。

面向国际业务，公司还推进公司内部体制的完善。在与欧洲品牌合作时，国际认证成为必要条件。去年，豊和公司玉野工厂获得了 GOTS 认证。随后，集团内的牛仔休闲服 OEM 企业 HTK Design 公司，以及牛仔缝制工厂 Odate Sawing Factory 公司也于今年 5 月获得认证等，该认证的对象从缝制扩展到加工。

此外，公司除了在公司内配备了 1 名会说英语的员工外，还引入 2 名外部支持人员。针对海外客户，还在玉野设立了 HTK Design 公司的分室。

在产能扩张方面，公司将关联公司岡山 Beauty 公司（主要生产各类内衣）的总公司工厂改造为牛仔产品工厂，自 2025 年初正式投入运营，目前有约 20 名员工。同时，计划今年 9 月新增 8 名外国技能实习生。公司将一边提升技术，一边提高运转率。岡山工厂也已开始部分牛仔服缝制业务。

田代社长指出，“如果国内缝制减少，我们的加工也会减少”，公司正考虑在县内外再新设 1 家缝制工厂。

在 2024 财年（截至 2025 年 4 月），该公司实现了增收增利。去年将生产职能集中至玉野工厂，集中了生产功能，“整合效果按计划出来了”。公司计划本期推进营销方面的效率化，也致力于生产的平均化。

东丽国际贸易 首款升级再造品牌产品获好评

东丽国际贸易公司正在推进的升级再造业务引发关注。该项目利用多余面料进行产品生产和销售，首款产品为雨伞，已在东京举办的生活方式相关展会上亮相，受到零售企业等积极评价，为 2026 年雨伞销售旺季的全面上市打下了基础。

该公司于去年 6 月宣布进军升级再造事业，旨在有效利用缝制工厂等产生的多余面料，以减少废弃物，同时推出平台品牌“TSUTSU”。首款产品为此次展出的雨伞“TSUTSU The Umbrella 621”。

该产品采用服装用尼龙 6 的余料，并在伞骨中引入碳纤维，实现轻量化。伞布老化后可由用户自行更换，提高了使用寿命，兼顾环保理念与日常便利性，为消费者提供新的价值。

在东京举办的“Interior Life Style”展会上，参观者给予积极评价，例如“伞布可替换，适合家庭共用”、“碳纤维材质轻便好用”等，赢得了百货公司、家居中心、邮购目录等渠道的高度评价。

目前公司仍在自营电商与批发等方面探索最佳销售路径，但已初步感受到市场回响，并计划在明年雨伞销售旺季全面推广。公司表示将推动品牌整体成长，并以“将多余面料的废弃降至接近零”为理想目标。



“TSUTSU The Umbrella 621”雨伞。

MN Inter-Fashion 开发制服面料提升 OEM 产品差异性

MN Inter-Fashion 公司正在开展制服面料的研发，并推出首款名为“STELLATEX”的产品建议。该产品是 100% 涤纶面料兼具高弹性与防静电功能，旨在满足制服市场对功能性的需求，通过品牌化推广，展示公司从面料开始的产品开发优势，以提升 OEM 产品的差异性。

“STELLATEX”使用高卷缩纬纱，提高了面料的伸长率。目前以梭织面料为主进行提案，同时也可应对针织需求。

该面料由中国台湾、中国、越南等地制造商合作开发，并以这些生产背景提供供应，确保成本效益与产能。主要用于需要安全性与灵活性的工作服，同时也具备可用于医护白衣的通用性。面向制造、物流、餐饮等多个行业领域推进提案。

其功能服饰部门自 2024 年起还推出海洋垃圾再生涤纶品牌“ONE OCEAN”，因制服市场对面料需求正从棉转向合成纤维，公司也顺势提供高附加值的合成面料以扩大 OEM 订单。结合新开发的“STELLATEX”，进一步增强提案力。该部门将“STELLATEX”的第一年度销售目标定为 5 亿日元（按产品基准计算）。



使用开发材料“STELLATEX”制品。

帝人富瑞特 拓展运动面料领域，将视线投向女装

帝人富瑞特公司正致力于扩大运动和户外面料的应用领域。虽已有部分案例被用于时尚服饰和内衣产品，但由于产能限制，尚未能主动全面推进。今后，公司计划自主进入女装时尚领域，并充实提案面料组合。

在 2024 财年（截至 2025 年 3 月）的运动与户外面料销售方面，公司在国内和出口市场均实现了营收和利润的增长。展望 2025 财年，出口业务预计将持续增长，而国内市场则预期将持平或略有下降。在国内市场预计形势严峻的情况下，公司开始关注以往未曾触及的消费群体。

尽管运动与户外领域依旧是主要业务，但帝人富瑞特公司指出，这一领域已拥有众多客户和订单，要抢占更大的女装时尚市场，单用 100% 涤纶面料较难，要通过表现新鲜感与舒适性等特点进行开拓。

2026 年春季，公司开发出新型弹力面料“SOLOTEX DELITE”。该面料通过原丝和后加工处理，形成微妙立体表面结构，呈现自然凹凸外观，赋予其适度的挺括感与悬垂性，兼具柔软与轻盈的穿着体验。

此外，公司还将在女装领域推广以下运动面料产品：极细中空 8 翅截面纺纱线“Octa sf”（柔软蓬松质感）、深色调色和细腻斜纹外观的“Mixel NP”、具有短纤面料外观的“ASTY”。

公司计划扩大用于“Octa”与“Asty”的原丝及坯布产能。尽管以运动市场为中心销量正在增加，但帝人富瑞特表示：“使用 Octa 与 ASTY 的女装客户也在增多。”公司正通过优化供应体系，积极向女装时尚领域拓展并争取需求。



新开发的“SOLOTEX DELITE”。

'TORAY' 东丽
Innovation by Chemistry



作品名称《FLY ME TO THE CARTON》

本作品使用奥司维®制作

中国美术学院

服装设计专业 学士学位生

麻珊珊 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 嘉洋广场8楼
电话: +86(21)3251 8558 传真: +86(21)32518668
URL: www.toray.cn

ultrasuede® 奥司维
Beautiful Possibilities

