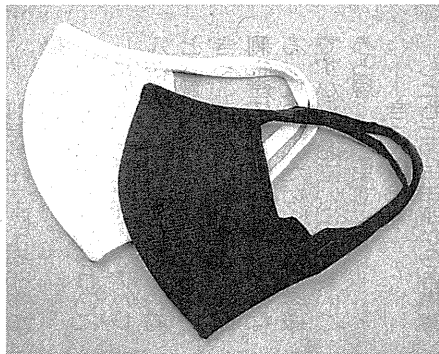


東光リミィー 独自の機能素材拡大 医療や農業・建設に

東光商事グループでアパレル製造卸の東光リミィーは、新型コロナウイルス禍のなか、独自開発の機能素材と製品で販路開拓に力を入れる。温感・冷感機能素材「テラックス」シリーズをアパレルから資材、医療分野に広げるとともに、今夏からマスク用に拡販する多機能クーリング素材「ネオコールド」で農業、建設分野まで狙う。

(阿部拓)



多機能クーリング素材「ネオコールド」を使った猛暑対策マスク

今夏物は、供給が追いつかないほどマスク用途の引き合いがあり、追加生産している。また、温熱機能を生かし、一般医療機器ブランドとして発売した「テラックスケアテクト」も在宅勤務の拡大で筋肉や神経の痛みを緩和する

テラックスは、電磁波「テラヘルツ」を発生する人工鉱石をパウダー化し、染料などと混合して生地にプリントした素材。衣服内の温度を効率的に高める

「テラックスホット」と放熱・遮熱効果を備える「テラックスクール」でスポーツやワークアウト、メンズ分野などに拡販してきた。特にテラックススクールの

サポーターの需要が増えている。5月に東光商事が開設した同ブランドのECサイトでは、オープンニングキャンペーンが初日で完了するほどで、医療従事

者からの問い合わせも多い。同社はテラックスで4年後に売上高100億円(卸ベース)の目標を堅持し、10月の医療介護見本市や来年1月のウェアラブル展示会、ISSPO(国際スポーツ用品見本市)なども見受け、国内外での発信を強める。テラックスケアテクトはGMS(総合小売業)やネット・テレビ通販向け、OEM(相手先ブランドによる生産)によるドラッグストア向けなどで拡販する。

で、放熱、接触冷感、抗菌防臭、UV(紫外線)カット機能がある。同加工を施したナイロン・ポリウレタンジャージの猛暑対策マスクも開発し、7月から販売する。GMS系売り場やスポーツ専門店、アパレル系ECサイトのほか、ダンス関連市場や農業、建設の作業現場も視野に入れる。同社は今夏、テラックスクールとネオコールドの生地と製品でマスク換算60万枚以上を供給する計画で、日常生活へのマスク着用の定着によっては計画の上乗せも見込む。