

温感、冷感素材で市場開拓

東光
リミィ 異業種からの引き合いも



テラックスクールは生地表面に加工して体の熱を吸収発散する

ニスなどのスポーツ市場に販路を順次拡大し、昨年までの2年間で約20万枚の製品が売れた。19年

東光商事グループでアパレル製造卸の東光リミィは、独自開発した温感・冷感機能素材「テラックス」プリントで市場を拡大している。冷感機能加工の「テラックスクール」がスポーツ分野を中心に好調で、温感機能の「テラックスホット」も秋冬向け衣料や健康商品として販路が広がった。ワーキング系や医療分野の異業種からの引き合いも活発になっており、国内外での市場開拓を強める。

テラックスプリントは、電磁波「テラヘルツ」を発する人工鉱石をパウダー状にし、数種類の鉱石や染料、バインダー（糊剤）と混合して染める機能素材。テラックスクールは、生地表面に加工して体の熱を吸収発散し、テラックスホットは生地裏に染めて温感効果を発揮する。

テラックスクールは、一昨年から本格的に販売を始め、ゴルフやバイク、フィッシング、テ

春夏物では、スポーツタオルやネックウォーマー、ゴルフ用手袋などアクセサリー類を充実し、前年以上の販売数量を見込む。

また、ウェアラブル展や医療機器展に出展し、建築や造船、医療介護分野のほか、エステやヨガ、寝具分野の引き合いも増えている。「熱中症予防の国の政策や社会的関心が後押しとなって、市場開拓の可能性が広がっている」とし、今年も異業種向けの展示会に出展して発信を強める。

海外市場では、韓国向けに生地と製品で供給を始めており、欧州向けでも仏の国際素材見本市ブルミエール・ヴィジョンでテキスタイル提案を強めている。すでに中国、韓国、EU（欧州連合）で商標登録しており、今後も海外スポーツ系見本市の出展を検討するなど、世界を視野に入れたテラックスブランドの浸透を目指す。