일본의 면방적들 - 비의료의 신상품、신시장 개척 활발

일본의 면 방적들은 의료가 아닌 분야의 개척이 활발해지고 있다. 신시장을 개척하느라 타 분야의 기업이나 관계 회사의 공동 사업도 추진되고 있다. 비의료 분야에 새로 참가하는 데 불가결한 신상품, 신기술도 빠르게 개발되고 있다.

다이와보노이는 새로운 사업 분야로서 의료의 영역으로 진출하려하고 있다. 산、관、학(産官學)에 의한 사업 공동 추진으로 개발에 성공한 아토피성 피부염에 따른 가려움을 가라앉히는 기능성 섬유는 최초의 상품이며, 이 외에도 신슈(信州)대학과 각종 테마로 개발을 추진하고 있다고 밝히고 있다.

의료 분야로 나서는 것은 메디컬 분야 기업과의 컬래버레이션이 주체가 된다. 가려움증을 가라앉히는 섬유도 이런 방식으로 금년(2006년) 10월부터 테스트 판매가 시작될 예정이다. 장래를 위하여 일본뿐 아니라 구미나 동 아시아 등의 해외 시장으로도 판매할 계획이다.

닛신보는 이번 기(2006년기)부터 시작될 3개년 경영계획 중에서 새로 개발한 상품을 일찍 판매하기 위하여 자회사와 공동으로 사업을 추진한다는 것을 섬유 사업 방침의 하나로 내세우고 있다. 특히 관계 회사에 참가한 의료용 전자 기기를 제조하고 있는 아로카의 판매 루트를 살려 의료 분야의 판매를 살펴보고 있다.

중점적으로 영업을 추진할 제품의 하나는 제올라이트를 면 섬유 구조의 내부에서 결정시킨 “가이아 코트”이다. 소취、항균 등의 기능이 있으며, 오비

히로 축산대학과의 공동 연구로 새 인플루엔자 위루스를 활성화하지 못하게 한다는 것을 확인하고 있다. 이 상품에 대한 아로카와의 공동 사업은 이미 시작되었으며, ① 가이아 코트에 의한 상품 개발 ② “아로카”는 의료기기로서 “가이아 코트”를 활용한다 -로 추진하고 있다.

구라보는 2009년도에 이축보강 네트(二軸補强 net) “크레네트” 등의 섬유 자재에 대한 판매 목표가 20~30억엔(현재는 15억엔)으로 계획되고 있다. 전략 소재로서는 2004년에 독일 기업으로부터 설비를 도입하여 사업화한 다축 삽입경편기재(多軸挿入經編基材) “크라마스”가 있다. 고객과 시작을 되풀이 하면서 개발을 추진해 온 것이 성과를 올리기 시작하였는데 우선은 2억엔을 목표로 하였다.

새로운 분야로 진출하는 데는 판로 개척과 동시에 신상품ㆍ신기술 개발을 뺄 수 없다. 그룹 내의 각 부문을 융합하면서 의료 이외의 신분야로 연구 개발을 추진하고 있다.

시키보는 금기부터 비의료 사업 개발 추진실을 만들었다. 그룹 내에서는 섬유 사업 이외의 복합 재료, 화성품, 전자기판, 필터, 캔버스 등의 사업이 있는데, 그들이 각기 필요로 하는 기술을 융합하여, 신상품 신기술을 창출할 계획이다. 이제까지는 사업과는 다른 연구자가 공동으로 추진하는 사례는 별로 없었는데, 이 추진실이 한데 모여서 적극적으로 추진한다. 이미 여러 프로젝트팀을 만들었다. 제균 가공 “노모스” 등의 기술을 살려, 의료 분야로 진출하는 등의 움직임이 있다.

후지보는 작년 05년, 사장직할의 신사업개발 위원회가 활동을 시작하였다. 후지보 텍스타일 고야마 공장의 상품 개발 연구소, 기획 개발부, 지적 재산부의 각 부서를 제휴시켜, 개발을 효율적으로 추진하고 있다. 여기서는 의료

뿐만 아니라, 비의료에 관한 개발도 중요시한다. 잘 추진되고 있는 부직포의 연마재는 합성 피혁 기포의 기술을 살려 만든 상품인데, 이와 같은 새로운 기둥이 될 수 있는 상품을 개발하려고 하고 있다.♣