

## ■ 流通・織維 ■



②家電量販店もLED照明の販売に力を入れる  
③コンビニでは、店舗内外の照明を急ピッチでLED化している



小売業界では昨年来、取り組んでいた店舗照明の発光ダイオード(LED)化に引き続き組む。さらに大手スーパーなどは昇降機の間引き運転、さらに店内空調や冷蔵庫の温度調整などさまざまな対策を進めている。また、一部大手飲料メーカーでは今夏に向けた節電対策で自動販売機をネットワークで結び在庫量を把握し、不要な在庫の削減に取り組み、それを生産計画にもつなげるとの取り組みに着手した。

小  
売  
業

# 照明 LED 化急ぐ

織  
維

## 高機能素材に熱視線

### 節電意識 普及に弾み

昨年に引き続き、節電が求められる2012年の夏。会社や公共施設だけでなく日常生活でも節電への意識が高まるなか、日本の織維メーカーが得意とする涼しく快適に過ごせる高機能素材への注目が高まっている。これまでスポーツ選手のユニフォームに使用されていた高機能素材を一般の衣料用途にも展開するなど、織維メーカーはクールビズに対応した商品開発を強化している。

東レはクールビズファッショングループで、スポーツ向け素材の「クールアベニュ」をめ、「エクスクール」は展開するアパレル会社のレナウン、フレックスジャパン、山喜、エミネ感性を持たせた。またシニア向けで使用される東レが生地を提供し、この企画で展開された商品には「クールアベニュ」の下書きを付けた。

ヤシング素材の「フィード」と協力して、通気性や吸汗性などに優れたスルセンサーは吸汗・ボーツ向け素材を使った速乾性が特徴で、当初はシャツやスラックスを販売する。東レが生地を提供し、この企画で展開された商品には「クールアベニュ」が非常に少ない「秒乾」タイプと、凹凸があり肌

に接する面が少ない「3D」タイプの2種類があ

る。

「風通る」は透けにくさ

を維持しつつ通気性を高める「エコビューアイ」

は中性であるボリエーステ

ルの表面を改良し、発汗

抑制機能や耐熱性など製造現場ごとに

より身近なものになつて

いくだらう。



上 東レのクールビズファッショングループ  
下 昨年度の2倍以上の売り上げを見込む帝人ファイバーのネッククーラー

### 技術の頂点へ再び

#### 問題

70億人で省エネせよ。

電気というエネルギーを得るために、

人はどれだけのエネルギーを費やすのだろう。

あなたは使うだけいい。

旭化成のホール素子が世界中のモーターを制御し、エネルギーをなくしてゆきます。

いま省エネルギーを考える時、センサーの果たす役割は極めて大きい。

私たちの家庭では、あらゆる家電にモーターが使われているが、

(CDやDVDはその一例だ) センサーの力で、

そのモーターの回転位置や速度を正確に把握することができる。

すると、いわば回し過ぎることなく、必要最低限の電気でモーターを動かせるようになる。ホール素子というセンサーの出現で、

モーターのエネルギー効率は飛躍的に進化した。

旭化成は、世界中で使われるホール素子の約70%、

年間12億個以上を生産している。あなたがケータイを閉じた時、

自動で画面が消えるのもホール素子の力である。

誰もが使うものが進化すれば、誰もが省エネに参加できる。

電気をつくる技術はもちろんだが、

電気を無駄なく使う技術も、いま、求められている。

昨日まで世界になかったもの「ホール素子」。

詳しくは [www.asahi-kasei.co.jp](http://www.asahi-kasei.co.jp)

昨日まで世界になかったものを。

AsahiKASEI