

ンティークラシ  
は2011年  
発売以来、好評  
いる袖口の長い  
単手袋「ウエス  
ンティークラシ  
同じシリーズの  
「ウエストカ  
「ウエストラシッ  
「一軍手袋で、袖  
タイプが欲しい  
いう要望を受け、  
新規発売となっ

「同社ではびっ  
袋シリーズ「ゲ  
ト」(ポリウレ  
でタッチパネ  
の「ケミソフト  
チワーク」を新  
7月から本格販  
開始した。手袋を  
たままタッチパ  
スマートフォン  
が可能で、消耗  
い指先部分に補  
入っており、指  
花されているの  
。カラーはオレ  
イエロー、パー  
3種。素手感覚  
・倉庫内での検  
ッキング作業、  
作業時にタッチパ  
スマートフォン  
作を可能にした、  
別な作業手袋であ

をした「果実カラーチ  
ャート付き手袋(特許  
取得製品)」がユーザ  
とで、アルバイトやパー  
ーに好調を博してい  
る。  
同商品は果実の色を  
時間が短縮、収穫果実の  
ロスを  
減らす  
ことで  
収益の  
向上を  
実現し  
た。



果実カラーチャート付き収穫用手  
袋(富有柿用)

## 果実カラーチャート付 季節ごとにラインア

かん用、柿用は次郎柿用  
のラインアップがあり、

サイズ。  
「全国的に見ると、富  
き手袋の生産も受注す  
るといふ。  
同社は今年の10月9  
日、11日に千葉で様々  
り「富有柿用」を販売  
し、岐阜県や福岡県のお  
客様に使用していただき  
たい」(同社)  
また公益財団法人青森  
県りんご協会の依頼で黄  
色りんご用カラーチャー  
ト付き手袋「ハンドチャ  
ート」も8月をめどに販  
強化していく。

## 宇都宮製作

創業100周年を迎  
えた手袋・衛生・医療  
「つくる」は同社が  
・介護製品の総合メー  
カー、宇都宮製作所は  
「100年目の脱皮」  
変化を共有する。そし  
てブランドと呼ばれる  
ように、「」を今年度の  
経営方針として掲げ、  
「まもる」を製(つくる  
る)」をキャッチフ  
ーズに本年4月から  
全社一丸となったブラ  
ンド戦略を推進してい  
る。  
同社は創業から100  
年、現在は医療、食品産  
業、介護  
工業用ゴム  
製品、生活  
用品の各分  
野で手袋や  
ゴム製品な  
どを製造・



「シンガーオレフィット  
グローブ」

## 「『まもる』を製(つくる!)」 ブランド戦略 手袋の安全・清潔を追求

袋においては、トップシ  
ェアを誇っている。同社  
ではブランド戦略に基づ

く重点製品として、介護  
メディカル分野への注力  
を挙げており、その一環  
として「シンガー」ブラ  
ンドで新素材採用の「オ  
レフィット グローブ」  
をこのほど開発、本格販  
売を開始した。この「オ  
レフィット グローブ」  
はポリプロピレン製であ  
るためゴムのような柔軟  
性と弾力性を備え、指先  
までフィットする新素材  
手袋。軽量、無臭で耐酸  
性、耐アルカリ性、耐薬  
品性、耐油性に優れ、パ  
ウダーフリータイプで粉  
に起因するアレルギーの  
心配がなく、化学薬品に  
困る手荒れの危険性が極  
めて低い等の特長を有  
取り組んでいる。

## エコ素材採用の新製品発売 「シンガーオレフィットグローブ」

同社の2012年度  
の売上高は前年比4  
%増の99億円、創業  
100年を迎える今年  
度はブランド戦略に基  
づく販売政策で売上高  
100億円を目指して  
いる。また現在、プロ  
ジェクトチームで「ま  
もる」を製(つくる  
る)のブランド戦略  
のもと、主力の医療用  
手袋ではニューブラン  
ドを立ち上げる計画を  
立て、より品質、安全  
を重視した製品開発に  
取り組んでいる。