

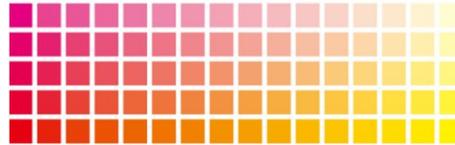
2012年ヒートテック・ウルトラライトダウンについて

株式会社ユニクロ

取締役

大笥 直樹

HEATTECH



JAPAN TECHNOLOGY

HEATTECH is the smart way to stay warm and comfortable in cold weather. Developed by UNIQLO and Toray Industries, the world's leading fiber maker, this revolutionary material keeps you warm by retaining body heat. Now you can dress more inventively in cold weather by taking advantage of this sheer, innovative fashion technology from Japan. Open up exciting possibilities. Give yourself a fashion edge with HEATTECH.

2001年 夏用の機能性ウェア「ドライ」の販売を開始
機能性ウェアのみならず、機能性インナーへのお客様の高い期待



機能性ウェア市場への可能性



2003年 夏用機能性インナー「ドライ」
冬用機能性インナー「ヒートテック」
の発売を開始

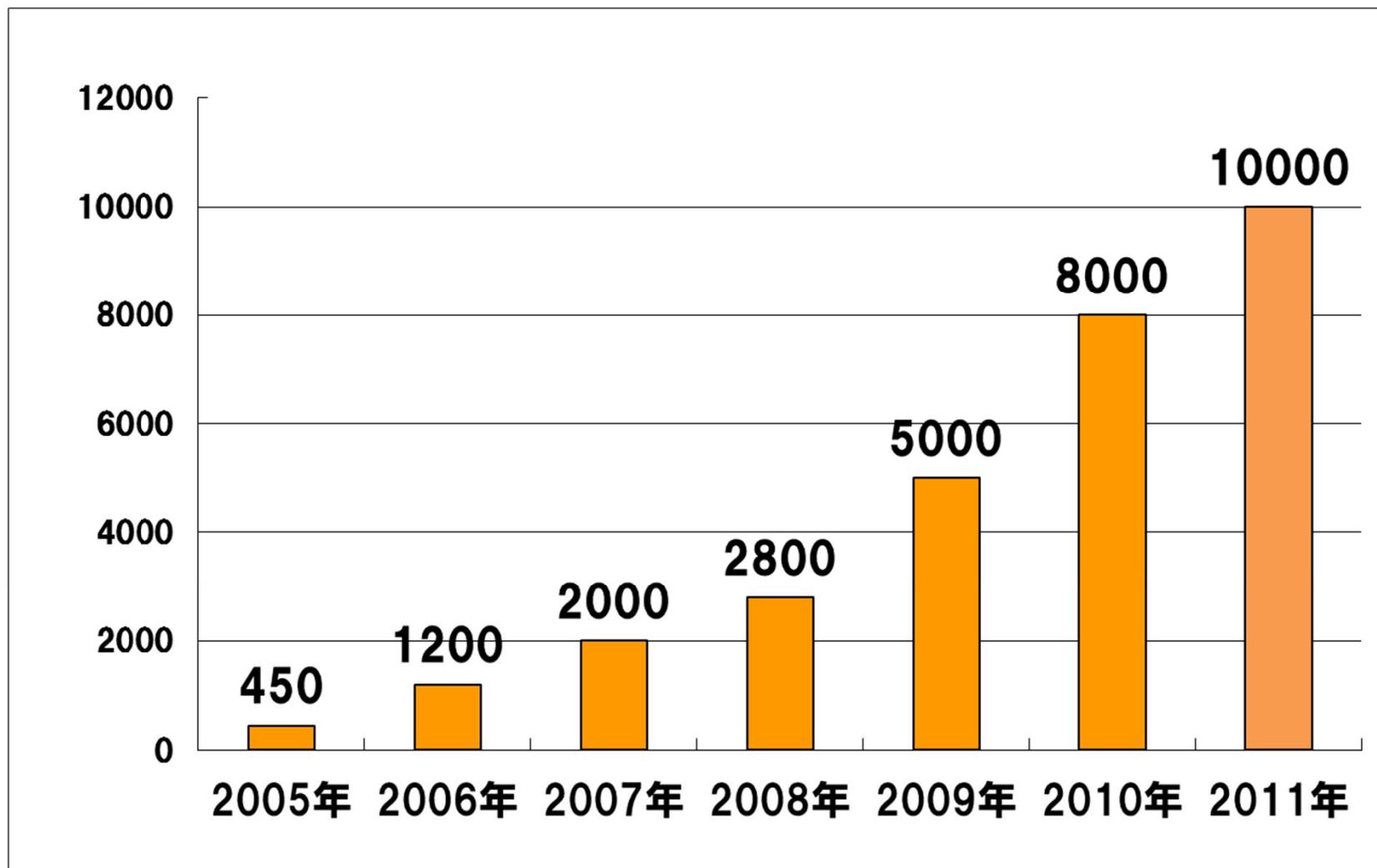
ヒートテックの歩み

お客様から寄せられるご意見とともに進化を続けてきたヒートテック

03年：ヒートテック発売開始	「発熱」「保温」機能
04年：ヒートテック(男性用)	「抗菌」「ドライ」機能追加
05年：ヒートテック(女性用)	「保湿」機能追加
06年：ヒートテック(女性用)	「保湿」機能を向上
07年：ヒートテック(男性用・女性用) ヒートテック(女性用)	「ストレッチ」機能追加 「保湿」機能を向上
08年：グローバル展開を開始	
09年：ヒートテック(男性用・女性用)	「静電気防止」「形状保持」機能追加
10年：ヒートテック(女性用)	糸をより細くすることで、肌触りの滑らかさを向上
11年：ヒートテック(男性用) ヒートテック(女性用)	「消臭」機能を追加 「保湿」機能を向上 糸をより細くすることで、肌触りの滑らかさを向上

ヒートテックの販売枚数の推移

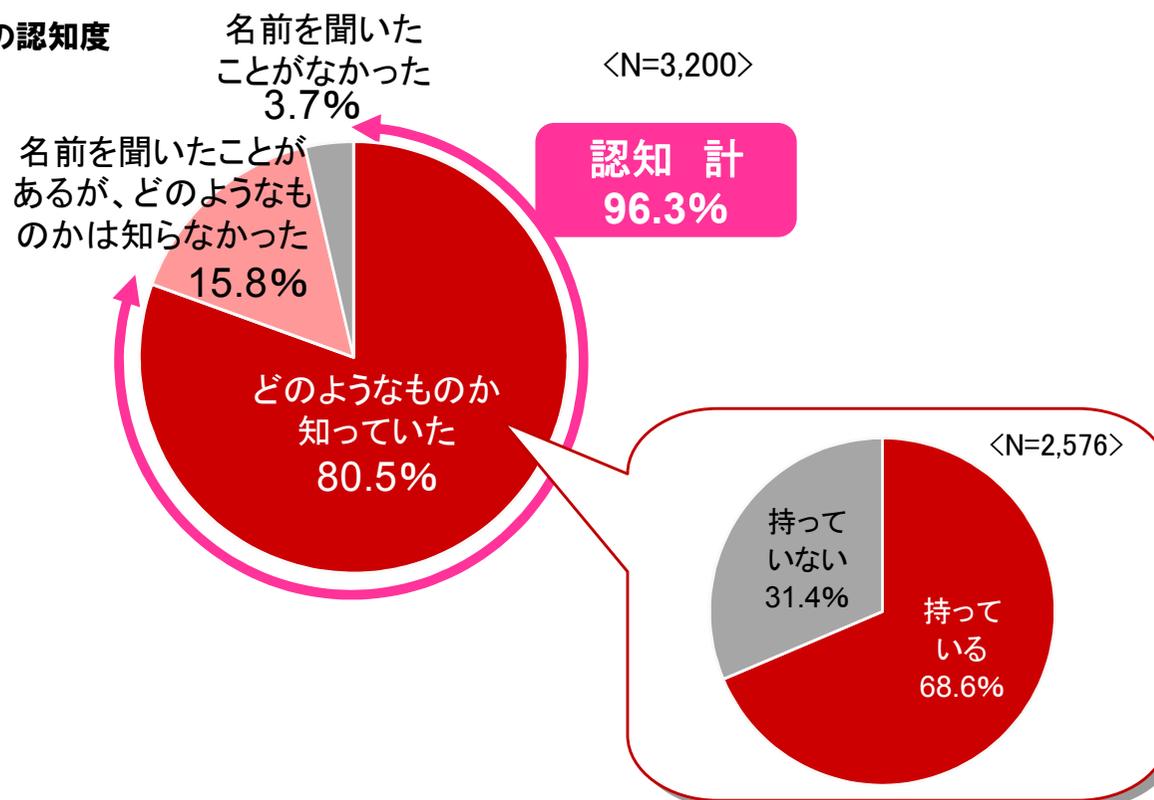
累計販売枚数 約3億枚(2億9,900万枚)



認知率は9割以上(96.3%)

2人に1人(55.3%)がヒートテックを所有

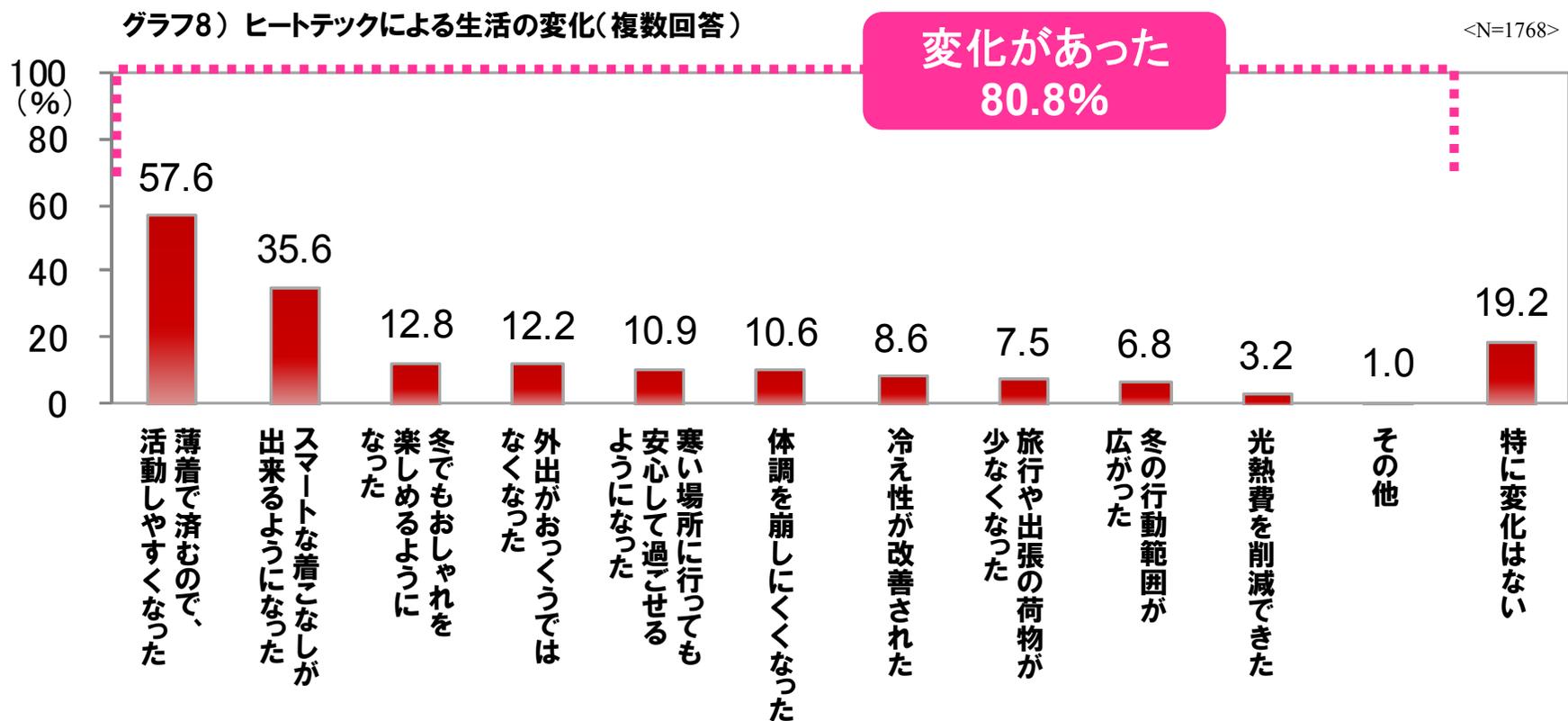
グラフ1) ヒートテックの認知度



ヒートテックが変えた日常生活

ヒートテックで日常生活に「変化があった」(80.8%)

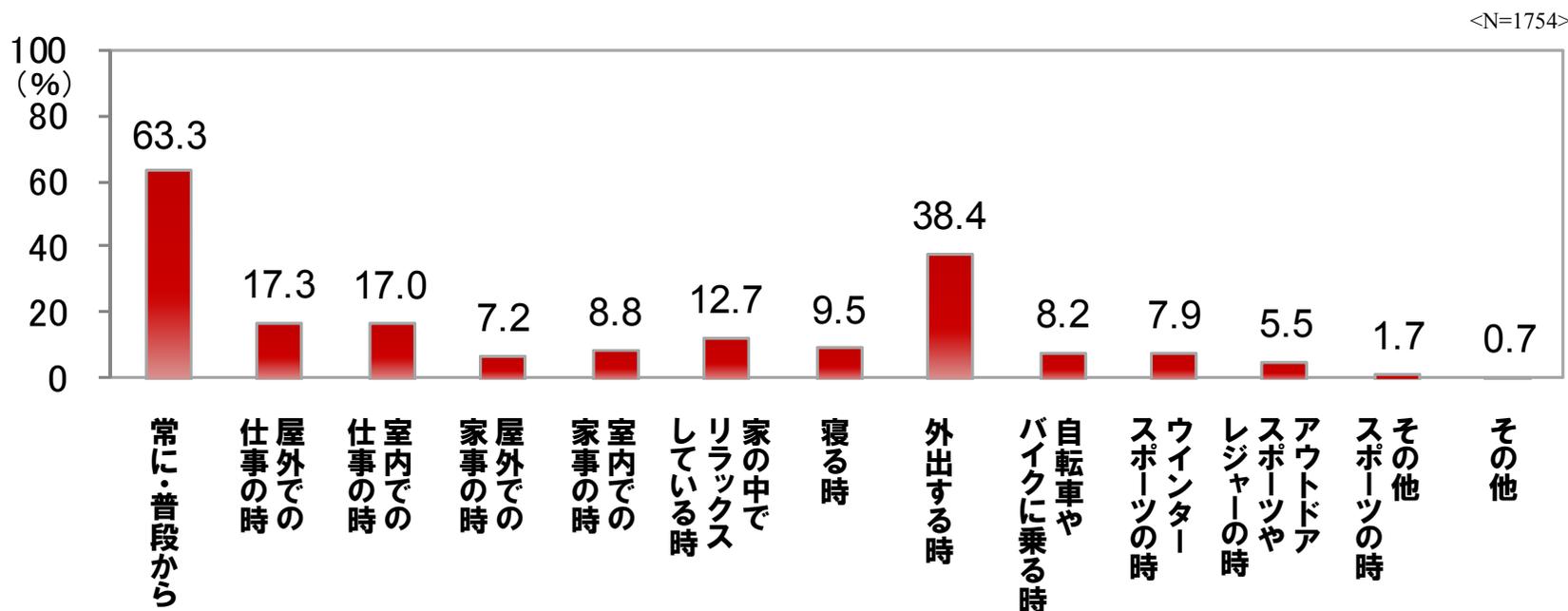
「活動範囲の広がり」や「着こなしの変化」など外向きの変化だけでなく、冬の生活を前向きに楽しめる人々の内面の変化にも影響



シーンを選ばず着用

外出時だけではなく、室内でも シーンを選ばず日常着として着用

グラフ7) 昨年の冬のヒートテックの着用シーン(複数回答)



冬の着こなしの幅をさらに広げるヒートテック



新しいアイテムが続々登場！
色柄のバリエーションが驚くほど豊富に！

アイテム数 昨年比約**2**倍

色柄数 昨年比約**2.5**倍(約340色柄⇒約830色柄)



幅広いシーンでいつでも誰でも着られるヒートテック



**ウイメンズにルームウェアが新登場！
初のBaby展開を開始！**

**外出先でもお部屋の中でも、いつでもどこでも暖かい
お父さん、お母さん、子供、赤ちゃん、ご家族を寒さから守ります**

さらなる心地よさを追求したヒートテック



メンズ・キッズに新機能「吸放湿」を付加

衣服内の余分な湿気をそのまま吸収し、衣服の外へ放湿することで、蒸れ感を軽減

寒い外から暖かい室内へ入ったときに、蒸れる
というご意見が多く寄せられたことから付加

2012年 ヒートテック



2012年商品ラインアップ



① **NEW**アイテム

1枚で着られるTシャツやステテコが新登場！
幅広いシーンで着用が可能に

② **新柄**が続々登場

ヒートテックが有名コンテンツとコラボレーションした柄が
続々登場！

③ **機能**のアップグレード

「**吸放湿**」機能の付加・「**消臭**」機能の強化をし、
厚着による衣服内湿度の上昇も軽減

2012年ヒートテック(メンズ)



ヒートテックカラーブロックT(長袖)

ヒートテックワッフルクルーネックT(長袖)



① **NEW**アイテム

ルームウェアが新登場！

お部屋でのリラックスタイムや、睡眠中も暖かく
ショーツが新登場！冷やしがちなヒップ周りもしっかり
暖めます

② **新柄**が続々登場

レースをあしらったヒートテックや、プリントの新柄、
デザイナーとのコラボレーション柄などが豊富に。
選ぶのがますます楽しくなります

③ **機能**のアップグレード

「保湿」機能を強化。生地の上っとり感を向上

TORAY

Innovation by Chemistry

2012年商品ラインアップ(ウィメンズ)

ユニ
クロ

UNI
QLO

① NEWアイテム



ヒートテックルームチュニック(半袖)



右:ヒートテックルームストールカーディガン(長袖)

左:ヒートテックルームワンピース(ボーダー・長袖)



右:ヒートテックレースショーツ
(ヒップハンガー)
左:ヒートテックレースショーツ
(ジャストウエスト)



ヒートテックルームパンツ

②新柄が続々登場!



ヒートテック
レースキャミソールA

ヒートテックレースキャミソール



ヒートテッククルーネックT(長袖)

① **NEW**アイテム

Babyが新登場！

Oeko-Tex® Standard 100※認証を受けた、赤ちゃんにも安心の品質

② **新柄**が続々登場

有名コンテンツとのコラボレーション柄が年末に登場予定

③ **機能**のアップグレード

- ・「吸放湿」機能を付加
- ・繊維のマイクロ化によりやさしい風合いを実現



Baby ヒートテックUネックT



Baby ヒートテックボーダータイツ

ウルトラライトダウン

UL ULTRA
LIGHT
DOWN

- ビジネスシーンのカジュアル化
- 冬も重ね着スタイルを楽しむ人の増加
- 急な温度変化に対応可能なアイテムへの需要



軽くて、スリム。でも暖かいアウターへの
潜在需要があるのではないか？

2009年より販売を開始

ウルトラライトダウンの広告展開

軽くて、暖かいーあなたは着てみておどろく。



ついにわずか206g。世界の冬を凌いでゆく。

より軽く、暖かく、美しい羽を採集したダウンは、繊維や糸で縫り上げると重量が増加。縫い目が少ないので、空気が逃げやすくなる。羽を縫い合わせる際、縫い目を減らすことで、縫い目が少ないので、空気が逃げやすくなる。縫い目を減らすことで、縫い目が少ないので、空気が逃げやすくなる。

新・ユニクロのウルトラライトダウン ¥4,990

MADE FOR ALL



Try it, to believe it. Surprisingly lightweight

¥5,990 ULTRA LIGHT DOWN MADE FOR ALL



MADE FOR ALL

2009年発売以降

世界累計 **1,100万枚**



ヒートテックに次ぐ
グローバル戦略商品へ

**認知度が74.4%に対し、
購入経験は7.7%と1割にも満たない**

・インターネット調査
・2011年12月14・15日実査
・全国 20～49歳男女 402サンプル

浸透度は、全年代を通じて1割程度



**市場は、成長フェーズにあり
市場拡大の可能性が多いにある**

日本の高度な繊維技術 & 熟練した
「匠」の技の結集



生産・品質管理を強化

生産枚数を大幅に増やすことが可能に

高度なナイロン染色技術により、色柄のバリエーションが豊富に！

2011年 51色柄



2012年 107色柄

2倍以上に拡大

2012年 ウルトラライトダウン(メンズ)

2011年 **23**色柄 → 2012年 **58**色柄

① **NEW**アイテム

通勤に便利なコートが新登場！

② 新柄が続々登場

ジャケットタイプにカラーブロックの追加。

ジャケット、ベストにプリント柄登場！



2012年ウルトラライトダウン(ウィメンズ)

2011年 29色柄 → 2012年 71色柄

① **NEW**アイテム

エレガントに着こなせるトッパージャケットが新登場！

② シルエットの見直し

パーカは腰周りが隠れるハーフコート丈に。
腰ひもをつけて女性らしいシルエットに改良！

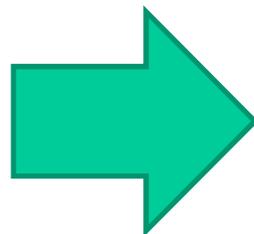
③ ドット柄、チェック柄が追加！

ベスト、ジャケットに柄物登場！
コーディネートのポイントになります。



服が変えた冬の常識

冬は厚着し着膨れることが当たり前だった常識を変え、
人々の暮らしを快適なものにした革新的な服



約10年前の一般的な防寒ルック

2012年ユニクロ防寒ルック

服が変えた冬の常識

3kg

1kg

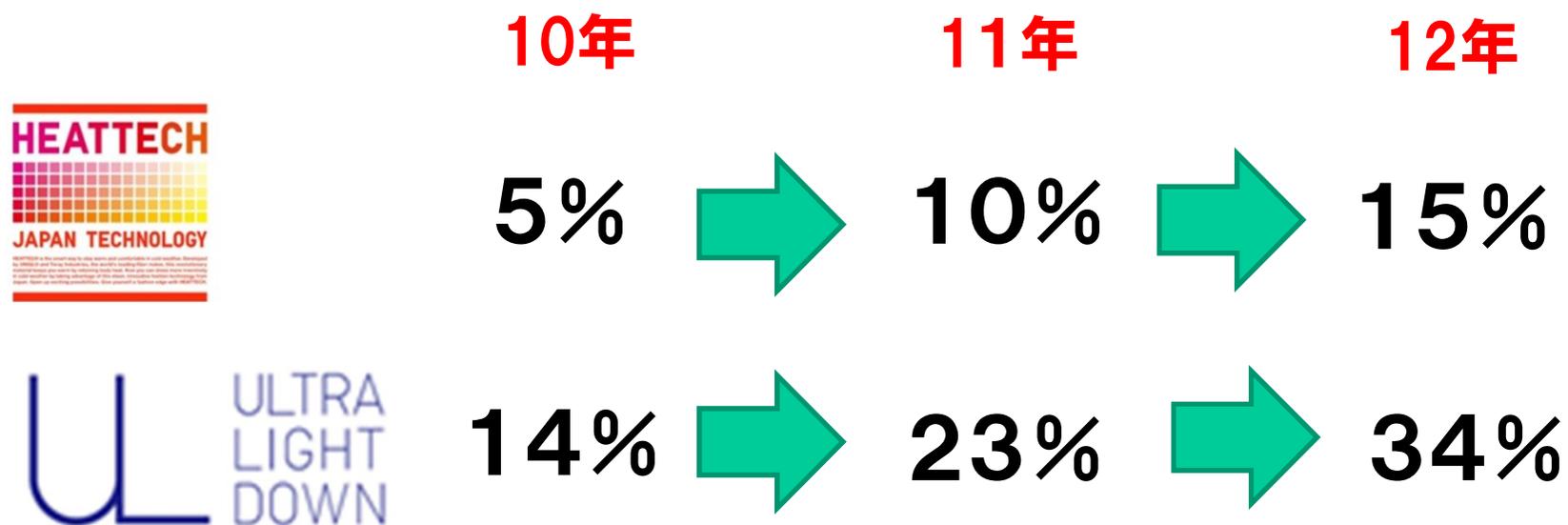


着こなしだけではなく物理的な負担も軽減

秋・冬・初春を通して着られる汎用性の高さ



10年と11年の総売り上げ枚数に対する海外の販売枚数の比率



日本を含む13の国と地域で販売を拡大

世界5大都市にて
(日本・英国・米国・フランス・中国)
“Experience HEATTECH”
Global Sampling
を10月より実施

グローバル戦略におけるロゴの重要性



世界共通認識としてロゴを開発

服を変え、常識を変え、世界を変えていく イノベーションウェア





目標販売枚数 1千300万枚



目標販売枚数 1億3千万枚