

グローバル戦略ブランド

AIRism

comfort unlimited

展開戦略

株式会社ユニクロ

取締役

中嶋 修一

「ふつう」に着こなしている。そこに、その人のセンスを感じる服。

「気持ち良く」着こなしている。そこに、その人のセンスを感じる服。

その服を初めて着た時、誰もが直感的に「自分に合う」と思える服。

その服を着るほど、誰もが当たり前「これがなくては」と思える服。

それが 'Life Wear' あらゆる人の日々を彩り、

ひとりひとりの生き方を豊かにしていく服。

エアリズム コンセプト



LifeWear

AIRism

comfort unlimited

世界中、あらゆるシーズン、
あらゆる人の肌に
“究極の心地よさ”を提案する
新しい肌着ブランド

ヒートテックに次ぐブランド



LifeWear

シルキードライとサラファインを継承

新たに新肌着ブランド「エアリズム」としてデビュー

グローバル戦略ブランドへ

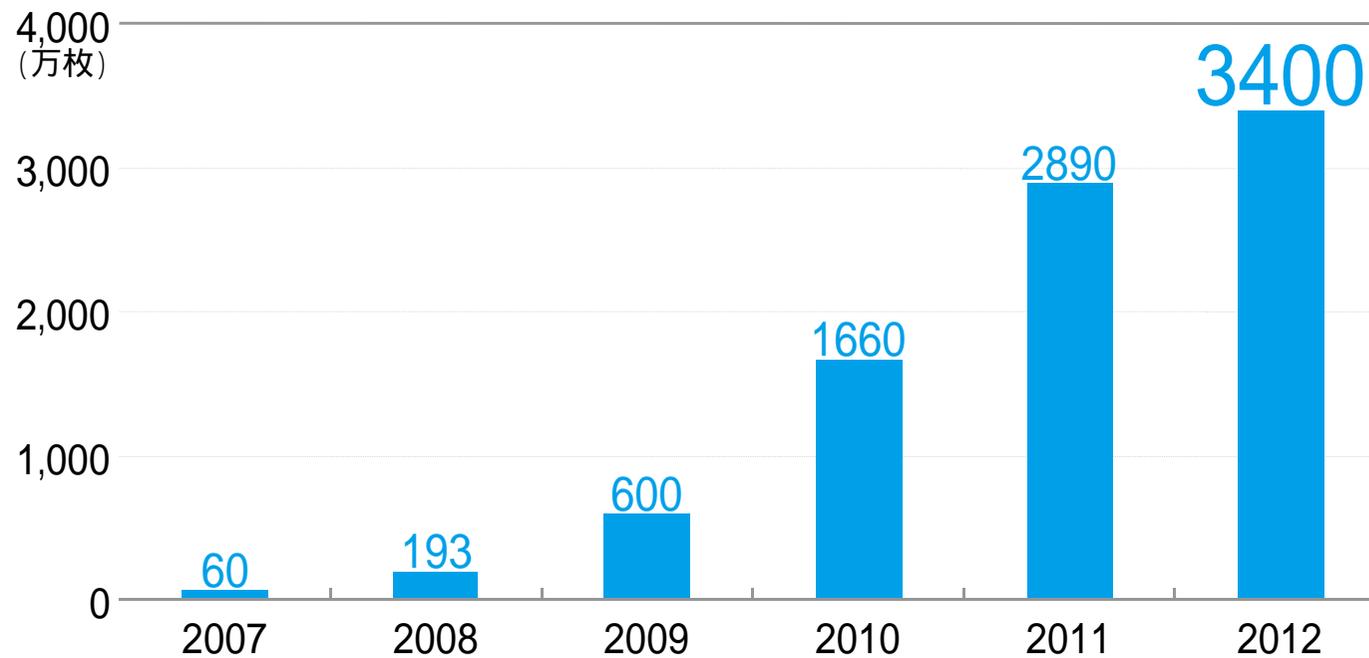
* 日本を除く国と地域では、2012年よりエアリズムとして展開

エアリズムの販売枚数推移



LifeWear

累計販売枚数：約8,800万枚



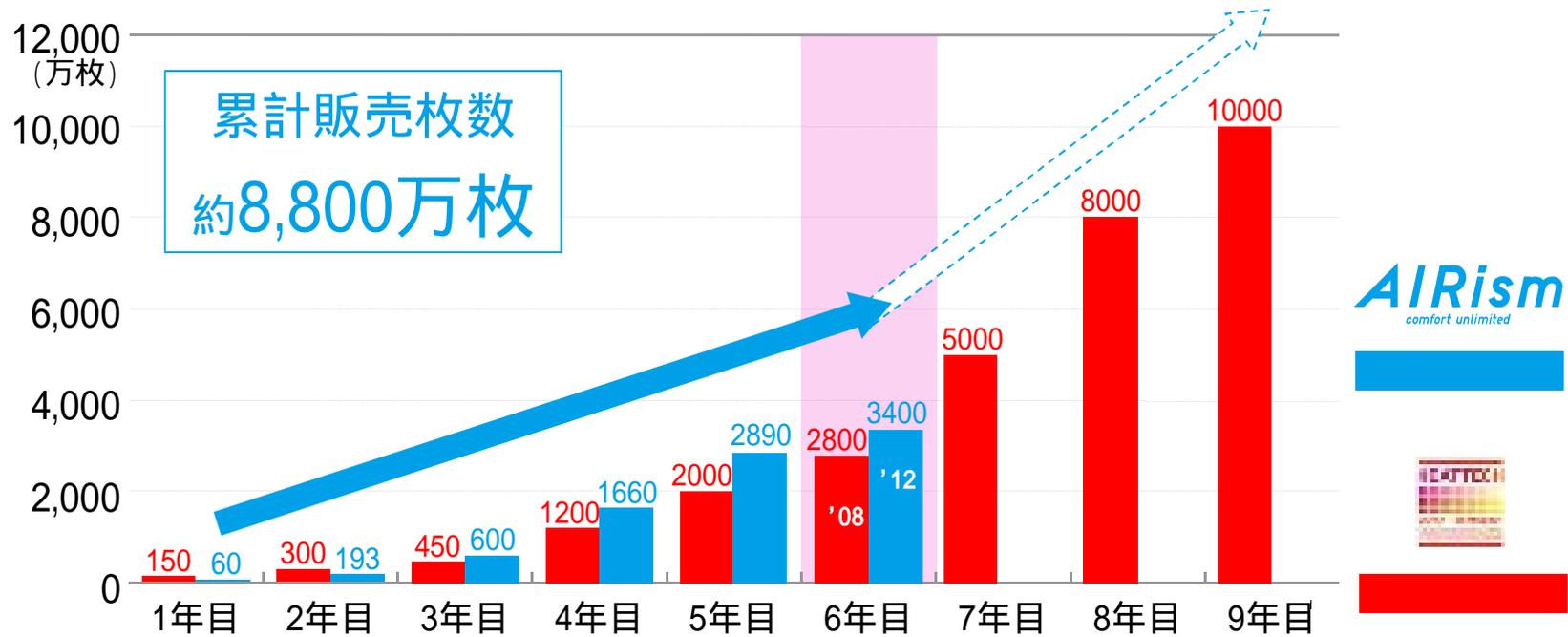
* サラファイン・シルキードライの合計 (2007年はサラファインのみの販売)

エアリズムの販売枚数推移



LifeWear

エアリズムは、ヒートテックに匹敵する販売枚数の推移



* サラファイン・シルキードライの合計 (2007年はサラファインのみの販売)

日本における需要



LifeWear

昨年お客様から寄せられた声

速乾バツグン、色落ち、型崩れなし、
たたんでの収納も小さく収まり、しわにならず。

肝心の着心地は、

**着ていることを感じさせない軽さと心地よさ、
汗かき後のベタつき知らず、汗におい知らずで快適に過ごせます。**

《女性》

スーツのインナーは、全てユニクロの
VネックTを着用しています。

**Yシャツが身体の上を滑るようで
感触が良い。**

《男性》

半袖では肌寒い、長袖では暑いと
中途半端な時期の体温調節に

ピッタリです。

着ていてストレスを感じません。

《女性》

サラファイン、

とっても着心地が良かったです！

生地も光沢があり、高級感があります。

《女性》

ツルツル、スベスベで
1年を通して快適な

着用感を得ることができます。

《男性》

**節電で暑いオフィス
でも快適です。**

《男性》

**夏は脇汗対策に、
冬は冷え防止になります。**

特に冬は厚着をするため、暖房が強いところなどで
発汗した後に風邪を引くことが多かったのですが、
インナーをこれにしたら冷えが解消されました。

《女性》

ピンクを購入しました。

優しい色合いでとっても可愛らしく見えます。
サラとした伸縮性のある生地で着心地も良く、

**洗濯にも強く、乾きも速いので
ヘビロテしています。**

《女性》

世界で高まるエアリズムに対するお客様の期待値



LifeWear

風を通すというのかな、
涼しく感じるよ。特に暑い季節や暑い日。
べたつかなくていいね。
汗をかく時には役立ちそうだね。毎日でも着たいよ。
《タイ 男性》

いままで、コットンのTシャツを着ていましたが
今は冬でもエアリズムを着ています。
一度着たら、ほかのインナーには戻れません。
《アメリカ 男性》

とっても軽くて、気持ちがいいです。
着たのにかえて涼しくなるというところが！
こんな感覚、いままでにないと思いました。
シンガポールの暑くて湿度の高い
気候にぴったりです。
《シンガポール 女性》

汗がすぐに乾くから
臭いも気にならない、
というのは素晴らしいよ。
《シンガポール 男性》

エアリズムの感触は
これまでのコットンのインナー
とはまったく違います。
コットンは汗をかくと重くなってしまいますが、
エアリズムを着ていると、
本当に快適です。
《フィリピン 女性》

エアリズムは、ヒートテックと並ぶ
機能性インナーであると思う。
非常に機能性の高い商品にも関わらず、
コストパフォーマンスにも
満足している。
《フランス 男性》

涼しくて、心地良いです。
運動していても気持ちがよさそう。
肌着は、何度も洗ったりするものだから、
洗濯に強かったり、
すぐに乾くと
いうのは嬉しいですね。
《タイ 女性》

ファッションアイテム
としても使えると思いました。
着た瞬間、すぐに
ひんやりとした着心地を感じました。
《フィリピン 女性》

2012年販売枚数の伸び率は各国と地域で好調に推移

シンガポールなどインナーを着用する習慣のない国でも高評価

世界のトッププレーヤーも驚く心地よさ



LifeWear



世界ランクNo.1テニスプレーヤーである
ノバク・ジョコビッチ選手 が大会で着用し、
その着心地の良さを認めているエアリズム

「激しい体の動きにもフィットする。
着ている方がプレイに集中できる。
それは、新しい発見だった。」

エアリズムがもたらす変化



LifeWear

A faint, light gray world map is visible in the background, centered behind the main text.

ヒートテックが冬のインナーの概念や着こなし、
スタイルの常識を変えたように
エアリズムで人々の生活や常識を変えていきたい

「究極の心地よさ」を実現するために



LifeWear

男女合わせて 8の機能 が合わさって生み出された心地よさ

男女共通機能	風合い	ストレッチ	接触冷感	消臭	抗菌防臭
男性用機能	ドライ (吸汗速乾)				
女性用機能	吸放湿	放熱			

「着た方が心地よい」肌着を提案

着心地の快適さをアップ

1. サイズ別にシルエットの見直し、縫製仕様の改善をすることで
着心地の快適さアップ
2. 通気性に優れたメッシュ素材のエアリズムを開発
(タンクトップ・ノースリーブT)

また、2012年より、繊維を2011年対比約20%細くしたことで、
さらに滑らかな着心地を実現。

通気性が1.8倍、ドライ機能が1.2倍向上。(2011 2012年対比)



2013年 エアリズム (MEN)



LifeWear

色柄・サイズを拡充

1. インナーからオシャレを楽しんでいただけるように、
色柄を豊富に品揃え 12年約50色柄 13年約100色柄

2. 昨年話題となったエアリズムステテコも
色柄が充実！ 12年7色柄 13年26色柄

3. 一部商品のサイズを4XLまで展開
銀座店・オンラインストア限定

あらゆる人へ究極の着心地をお届けします。



消臭機能を追加

生活の変化やストレスなどが原因の臭いを
気にする女性が増えていることから、
消臭機能を新しく追加



インナーコレクションとして商品構成を拡大

1. 昨年の商品構成では販売していなかった

アイテムを、お客様のご要望をもとに追加

- ・エアリズムUネックT(7部袖)
- ・エアリズムタンクトップ
- ・エアリズムレースキャミソール



2013年 エアリズム (WOMEN)



LifeWear

2. フラワー柄やドット柄、著名ブランドとの
コラボレーション柄 などの色柄が圧倒的に充実

12年140色柄 13年200色柄



3. 一部商品はサイズを3XLまで展開
銀座店・オンラインストア限定



新陳代謝が活発なキッズ向けのエアリズムも展開

1. 子どもの成長、汗をかきやすい子どもの体質、
子どもの生活にあわせ、毎日着ても安心な
500円という価格設定

2. 昨年はドット・ボーダーの定番柄のみの展開
だったが、チェリーやチェックなどの柄を展開



【機能】 肌触り・ストレッチ・ドライ機能・接触冷感・抗菌防臭

エアリズムの広告展開



LifeWear



世界ランクNo.1テニスプレーヤーである
ノバク・ジョコビッチ選手、
10年間ベルリン国立バレエの看板スター
として活躍し、現在はアメリカン・バレエ・シアター
のプリンシパルを務めるバレリーナである
ポリ - ナ・セミオノワさんが
感じた心地よさへの驚きを、
WEB・TV・新聞などを通してグローバルに発信。

エアリズムの広告展開



LifeWear

3月20日(水) ~ CMオンエア



4月3日(水) ~ エアリズムキャンペーンサイト開設

3月22日(金) 新聞広告



エアリズムが変えていく常識



LifeWear

AIRISM
comfort unlimited

世界中、あらゆるシーズン、
あらゆる人の肌に“究極の心地よさ”を。

販売目標枚数 約 5,300 万点

服を変え、常識を変え、世界を変えていく