

제 42회 DCA 과제 브리프

브랜드	유니클로 에어리즘
과제	20대 신규 고객 유입 아이디어
문의	이혜승 hyeseung2@daehong.co.kr

1. 브랜드 소개

- 땀을 빠르게 흡수하고 건조하는 쾌적 테크놀로지 [에어리즘]
: 머리카락의 약 1/10 굵기의 극세섬유가 빠르게 땀을 흡수하며 코튼 대비 약 1.9배 빠르게 건조
- 초경량·초극세사 소재, 섬유 기술, 다양한 연령과 라이프스타일을 아우르는 제품 라인업으로
- 전 세계적으로 '쾌적함(Dry & Comfort)'이라는 새로운 기준을 제시
- 유니클로의 대표 제품군 중 하나로서, 2012년 출시 이후 기능성 소재의 대명사로 한국시장 내 높은 인지도를 확보하고 있음
 - 제품 라인업 참고 - [여성](#) / [남성](#)

2. 시장 상황

- 에어리즘은 '기능성 이너웨어' 시장에서 기술력, 제품 다양성, 글로벌 인지도 측면에서 독보적
- 국내 다양한 브랜드에서 이너웨어 중심의 냉감 제품을 잇따라 출시하며 경쟁 과열
- 지구 온난화로 인해 쾌적 기능을 갖춘 의류에 대한 소비자 수요 꾸준히 증가 예상

3. 브랜드 상황 및 커뮤니케이션 타킷

- '여름에 입는 시원한 소재'라는 인지가 강하지만, 에어리즘은 땀을 빨리 흡수하고 건조하는 드라이 기능과 매끄러운 감촉을 갖춰 모든 계절에 입기 좋은 소재. 이 차별점을 기반으로 중장기적 연간 상품으로 육성 필요
- 주요 제품은 에어리즘 이너웨어
- 2025년도에는 '오늘의 땀에 에어리즘으로 답하다'는 메시지로 캠페인 집행중
- [Made for all] 이라는 브랜드 방향성에 맞게 모든 연령대를 위한 제품이 구비되어있으나, 커뮤니케이션은 2030에 집중

4. 해결 과제

- 20대 고객을 에어리즘에 신규 유입시킬 수 있는 아이디어
 - 단순히 시원하기만 한 것이 아닌, 1년 365일 내내 입기 좋은 'Daily Sweat Discomfort Solution'으로서의 인지 및 포지셔닝 강화

- 땀을 빠르게 흡수하고 말려주는 드라이 기능과 매끄러운 감촉으로 사람들의 일상을 쾌적하게 만들어주는 소재로 어필

5. 유의 및 참고사항

- 이너웨어/여름의 사용성에 대해서는 이미 잘 알려져있으니 해당 이미지 확대는 지양할 것