



[산업]
혼다 ‘파일럿’
 골프백 4개도 거든
 주행만족도 최고
 08

metro[®]

Life

[라이프]
CJ제일제당
 바이오플라스틱
 생산 추진
 L1



흡수하고 말리고 상쾌하게

밖에서도 집에서도... 짹짹함 벗고 ‘에어컨’ 입어요

메가히트 브랜드 탄생스토리

유니클로 ‘에어리즘’

에어리즘(AIRISM)은 글로벌 패션 브랜드 유니클로(UNIQLO)가 ‘옷을 통해 모든 이의 삶을 더욱 더 풍요롭게 만든다’는 라이프웨어(LifeWear) 철학을 바탕으로 이너웨어부터 일상을 아우르는 다양한 라인업으로 매 시즌 선보이는 제품군이다.

지난 2005년 한국에 진출한 유니클로는 10년 만인 2015년 매출 1조원을 넘어섰다. 당시 대부분의 SPA 브랜드는 싼 가격과 유행에 민감한 디자인을 중시했는데, 유니클로는 에어리즘, 히트텍 등 기능성 의류를 전면에 내세웠다. 겨울에는 히트텍이 매출을 견인하며 ‘국민 내복’으로 불렸고, 여름에는 에어리즘이 있었다. 더워서 옷을 최대한 벗는다는 시기에 소비자들은 오히려 에어리즘을 겹쳐 입었다.



유니클로 에어리즘 코튼 파자마 긴팔 제품 이미지.

/유니클로

◆하루 종일 산뜻... 에어리즘이 탄생하기까지

에어리즘 열풍의 배경에는 지구 온난화로 인한 평균 기온 상승, 이상 기후 발생이 있다. 여름에 폭염과 긴 장마 등이 일상이 되어버린 이상 기후 현상 탓에 쾌적한 일상생활을 유지하기가 쉽지 않았다. 유니클로는 매년 심각해지는 환경 변화와 그로 인한 더위로 인해 일상에서 겪는 어려움에 도움이 되고자 기능성 이너웨어 에어리즘을 제작했다.

에어리즘은 모든 사람의 쾌적한 실내외 활동을 위한 옷 속 환경, 즉 이너웨어의 중요성에 주목한 결과다. 먼저 2007년, 땀을 많이 흘리는 남성들을 대상으로 건조 기능이 뛰어난 이너웨어 ‘실키 드라이’를 출시했으며, 이어 다음 해 여성 피부의 특성을 연구해 개발한 매끄러운 감촉의 ‘사라하인’을 선보였다. 이를 기점으로 유니클로는 이너웨어로 적합한 테크놀로지 소재 개발에 본격적으로 착수한다. 자체적인 연구 개발을 지속해 2012년에는 우리에게 잘 알려진 테크놀로지 이너웨어 ‘에어리즘’을 첫 선을 보인다.

옷 속 환경은 피부와 옷 사이의 온도, 습도, 공기의 흐름을 뜻하는 기류 3가지 요소로 구성되는데, 에어리즘은 땀을 흘려도 빠르게 건조되는 드라이 기능, 옷 안의 습기를 흡수 및 배출하는 흡·방습 기능, 피부가 옷에 닿았을 때 시원함이 느껴지는 접촉 냉감 기능을 통해 착용 시 쾌적함을 느낄 수 있도록 해준다.

◆남녀 피부 특성에 맞춰 개발된 에어리즘 이너웨어

에어리즘은 남성과 여성의 피부 차이를 연구해 탄생한 제품으로 각 성별에 맞춰 필요한 기능을 제공하고 있다. 여성보다 상대적으로 땀을 더 많이 흘리는 남성을 위한 남성용 에어리즘은 세계적인 섬유 회사와 손잡고 극세 섬유를 사용해 빠르게 땀을 흡수하고 건조시킨다. 유니클로는 남성 소비자가 각자의 라이프스타일에 맞춰 선택할 수 있도록 통기성이 우수한 ‘마이크로 메쉬’, 봉제선 없는 ‘심리스’ 등 다양한 라인업을 내놓고 있다. 여름철 땀이

기후변화로 기능성 이너웨어 제작 시작 드라이·방습·냉감 기능으로 쾌적함

남녀 피부차이 연구해 맞춤 기능 제공 고객 니즈 따라 매 시즌 개선된 제품 선보여 에어리즘 홈웨어·침구류 등 라인업 확대

많아 이너웨어를 기피하던 남성들도 에어리즘 이너웨어를 일부 챙겨 입을 정도로 에어리즘은 하나의 트렌드로 자리 잡았다.

반면, 남성과 달리 여러 겹의 이너웨어를 입는 여성들은 상대적으로 높은 의류 내 습도 때문에 땀이 쉽게 차며, 땀이 식으면서 한기를 느낄 수도 있다. 유니클로는 여성의 피부를 보송하게 유지할 수 있도록 뛰어난 흡·방습성을 지닌 ‘큐프라’를 소재를 적용했다. 큐프라는 민감한 피부에도 자극 없이 부드러운 여성용 이너웨어로 적합하다. 여성용 에어리즘 또한 각자의 라이프스타일에 따라 선택할 수 있도록 ‘에어리즘 캐미솔’, ‘에어리즘 브라캐미솔’, ‘에어리즘 U넥 T’ 등의 세분화된 디자인으로 시장에 나오고 있으며, ‘에어리즘 울트라 심리스 쇼츠’와 ‘에어리즘 심리스 V넥 브라캐미솔’은 심리스 타입으로 자극을 줄여 더욱 편안한 착용감을 선사한다.

◆고객 만족을 위해 끊임없이 발전하는 에어리즘

유니클로는 에어리즘 출시 이후 지속적으로 고객의 목소리에 귀 기울이며 매 시즌 개선된 에어리즘 라인업을 선보이고 있다. 고객의 니즈에 따라 업데이트한 제품으로는 대표적으로 ‘에어리즘 마이크로 메쉬 티셔츠’와 ‘에어리즘 코튼 티셔츠’가 있다. 에어리즘 마이크로 메쉬 라인은 특히 더위를 많이 느끼고 땀이 많은 남성 고객을 위해 메쉬 소재를 적용했다. 에어리즘 코튼 티셔츠는 한 장만 입을 수 있는 에어리즘 소재 티셔츠를 찾는 고객 요청에 따라 개발된 제품으로, 코튼이 블렌딩돼 무난하게 데

일리웨어로 활용할 수 있다. 겉면이 코튼처럼 보일 뿐만 아니라 겉면과 두께감 면에 있어서 단품으로도 다양한 스타일링이 가능하도록 디자인됐다.

여기에 코로나19로 집안에서 보내는 시간이 길어진 사회 트렌드에 맞춰 홈웨어, 스포츠웨어, 침구류 등으로 에어리즘 라인업을 확대하고 있다. 에어리즘 스포츠웨어 라인은 일상에서 가벼운 운동을 할 때 착용할 수 있는 아이템으로 구성되어 있다. 이중 ‘에어리즘 UV 프로텍션 소프트 레깅스’는 자외선 차단 기능으로 햇빛 아래에서도 자신 있는 활동을 도와주고, 세련된 실루엣에 긴 기장으로 활동성을 강화한 ‘에어리즘 심리스 V 넥 롱 T’은 심리스 디테일로 운동성을 살렸다.

21S/S 시즌에는 에어리즘 침구류 제품도 출시했다. 에어리즘 소재의 시트와 이불커버, 베개 커버로 구성된 에어리즘 침구류는 잠을 자는 동안에도 안락한 환경을 조성해 소비자들의 수면의 질을 책임진다.

에어리즘 침구류뿐만 아니라 에어리즘 이너웨어가 슬리핑웨어로도 활용되고 있어 쾌적한 수면을 돕는다. 유니클로가 2020년 6월부터 올해 5월까지 에어리즘 이너웨어 상품을 구매한 고객 950명을 대상으로 진행한 설문 조사에 따르면, 에어리즘 구매 고객의 77%가 에어리즘을 잠옷으로 이용한다고 답했다. 해당 응답자 중 92%의 고객이 잠옷으로써 에어리즘 이너웨어에 만족한다고 답했다.

유니클로를 대표 브랜드로 운영하는 패스트리테일링 그룹은 2020년 회계연도(2020년 8월 31일 마감) 기준 약 22조5000억원의 연간 매출을 기록했다. 유니클로는 현재 한국을 비롯해 전 세계 25개 국가 및 지역에 진출, 약 2200여 개의 매장을 운영하고 있다.

/원문미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr



유니클로 에어리즘 여성 캐미솔.

버스타비 **TV**와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 올림픽의날, 독도에서 외쳤다 “독도 영유권 침탈말라” /사진 뉴시스
 ▲ 김광현 26일·류현진 27일...한국대표 좌완, 하루 간격 출격

▲ ‘학교폭력’ 이재영·이다영 쌍둥이 자매, 이대로 복귀?
 ▲ 올 장마, 7월에 시작될 듯...“주말에도 소나기는 계속”



▲ 쿠광 근로자들, 분노의 폭로...“화장실 갔다고 시발서” /사진 뉴시스
 ▲ “불법 스팸 신고, 도박 51.7% 최다... 불법대출·카드·성인물도 상위”