



K-급식
베트남·미국 등
글로벌시장 접수
니



Life

제약·바이오업계
글로벌 관세 촉각
대응책 검토
L2



깔끔한 핏에 활동성까지... 패션으로 일-여가 경계 허물다

메가히트 브랜드 탄생스토리

안다르 '에어데님'

유통업계는 현재 빅블러의 격동기를 지나고 있다. 빅블러란 상품과 서비스 분야의 경계가 급속도로 허물어지는 현상을 의미하는 경제 용어다.

안다르 역시 이러한 경계 허물기에 동참했다. 안다르는 전략적으로 일(work)과 여가(leisure)의 경계를 허문 워크레저룩을 겨냥한 '에어데님'을 선보였다. 에어데님은 애슬레저(운동복)의 기능성을 담아낸 청바지로, 바쁜 일상 속에서도 편안함을 추구하는 2030 세대와 직장인을 겨냥해 스타일과 활동성을 모두 고려해 기획했다는 게 회사 측 설명이다. 와이드핏, 슬립핏, 테이퍼드핏(허벅지는 넉넉하고 발목으로 갈수록 좁아지는 형태) 등 총 15종으로 구성됐다.

워크레저룩은 지난 2021년 코로나 팬데믹 이후 재택근무에 익숙해진 직장인들이 다시 사무실로 복귀하면서 새롭게 부상한 패션 트렌드다. 재택근무로 편안함에 익숙해진 사람들이 다시 회사로 나서면서, 편안함과 전문성을 동시에 갖춘 패션에 대한 수요가 증가한 것이다.

기능성 더한 청바지로 워크레저룩 선택
뽀뽀함·무게 빠고, 신축성·복원력 더해
편안함에 전문성도... 2030 직장인 겨냥
와이드핏, 테이퍼드핏 등 다양한 스타일

그중에서 남성 고객의 수요가 두드러졌다. 안다르 관계자는 "출근 등 일상에서도 착용 가능한 슬랙스와 폴로 티셔츠, 셔츠 등이 큰 호응을 얻고 있는 점에 주목해 남성을 겨냥한 에어데님을 먼저 출시했다"며 "특별한 마케팅 없이도 입소문을 통해 1년 8개월 동안 에어데님 8만 장이 판매되며 남성 고객의 브랜드 충성도가 높아졌다. 이에 지난해 4월부터 여성용 제품도 전격 출시했다"고 설명했다.

안다르는 제품 출시 당시 기존 청바지의 단점으로 지적된 뽀뽀함과 무게감을 해결하는 데 주목했다. 그리고 이 같은 문제를 해결하기 위해 신축성과 복원력을 겸비한 자사의 라이크라 원사를 활용했다. 라이크라 원사는 신축성과 복원력이 뛰어난 고급 스판덱스 소재로, 안다르는 이를 사용하기 위해 '라이크라 컴퍼니'와 글로벌 라이선스 계약을 체결했다.

안다르는 에어데님 제품군을 확장해 '에어데님 스트레이트핏' 2종과 '와이드핏' 2종을 선보이며 시장 공략을 본격화하고 있다. '에어데님 스트레이트핏'은 여성용과 남성용 블랙진 각 2종으로, 기존보다 깔끔하고 단정한 스타일을 원하는 고객층을 겨냥했다. '에어데님 와이드핏' 2종은 균살을 가려주면서



◀안다르 '에어데님'



▲안다르 '에어데님'



▲안다르 '에어데님 스트레이트핏' 제품

도 부해 보이지 않는 핏이 특징이다.

한편, 안다르는 워크레저룩 외에도 다양한 제품군 확장에 나섰다. 지난 2015년 요가복을 중심으로 출발한 안다르는 초기에는 요가 라인 제품을 주력으로 선보였으나, 이후 러닝, 골프 등 운동 트렌드에 따라 제품군을 확장하며 다양한 라이프스타일을 아우르는 브랜드로 자리 잡았다.

특히, 지난해 3분기에는 골프와 일상복으로 모두 활용할 수 있는 골프웨어 제품군을 전년 동기 대비 121% 확대했다. 이는 퇴근 후 야간 골프나 스크린 골프, 골프 연습장에서 운동을 즐기는 소비자가 늘면서 일상과 레저를 동시에 아우르는 패션 수요가 증가한 데 따른 것이다.

이에 더해 흑한기에도 착용 가능한 골프웨어로 제품군을 확장을 가속화했다. 기모 특유의 뽀뽀함을 제거하면서도 골프웨어로서의 신축성과 내구성을 유지해 비와 생활 오염에도 깔끔하게 착용할 수 있는 제품을 선보였다.

안다르는 이러한 제품 확장의 성과로 지난해 영업이익이 전년 대비 78% 증가한 328억 원을 기록하며 성장세를 이어갔다. 매출도 동기 대비 17% 증가한 2,368억 원으로, 역대 최대 실적을 달성했다. 영업이익률 역시 2023년 9%에서 2024년 14%로 상승했다.

안다르 관계자는 "최대 실적을 올릴 수 있었던 배경으로 혁신적인 기능성에 감각적 디자인을 더한 우수한 제품력, 글로벌 시장에서의 전략적 입지 확대와 더불어 적극적인 카테고리 확장이 주효했다"며 "이 같은 요인들이 성공적으로 맞물렸다"고 전했다.

골프웨어 확대 등 다양한 제품군 출시
제품 확장 성과로 지난해 최대실적 달성
싱가포르, 호주 등 해외시장 공략 나서
셔츠, 슬랙스 등 워크레저룩 확대할 것

안다르는 제품 확장에 이어 글로벌 시장 확장에도 나선다는 방침이다. 실제 안다르는 지난해 7월 싱가포르 중심 상권인 '마리나 스퀘어'에 글로벌 1호 매장을 열었으며, 이후 오차드로드 '다카시마 야 백화점'에 2호 매장을 개점했다. 두 매장 모두 안정적인 매출을 기록하며 현지에서 빠르게 자리 잡았다.

이 같은 성공 사례에 기반, 올해는 호주 시장을 공략할 계획이다. 시드니 변화가 웨스트필드몰에 단독 오프라인 매장을 열어 해외 시장 경쟁력을 강화한다는 게 안다르 측 설명이다.

공성야 안다르 대표는 "에어데님은 활동성과 세련된 핏을 동시에 원하는 고객들에게 만족스러운 선택이 될 것"이라며 "앞으로도 에어데님을 비롯해 셔츠, 자켓, 슬랙스 등 워크레저룩 제품군을 더욱 확대해 국내외 애슬레저 시장을 공략하겠다"고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr



▲무려 173조원...세계에서 제일 돈 많은 스포츠 구단주는
▲강한 마운드 앞세운 KT 위즈, 슬로 스타터 '이제 그만'
/사진 뉴시스

▲경실련 "창원 NC파크 사고 예방 소홀...중대재해처벌 가능성"
▲K리그1 제주, 4월 전 경기 '동백꽃 패치'...4·3 희생자 추모

▲국가대표 백승호, 3부 생활 끝 임박...챔피언십 승격 보인다
▲끊이지 않는 '손흥민 이적설'...토틀넘과 작별 다가오나