



유통업계  
가정의 달 맞이  
할인·콘텐츠 선배  
니



Life

삼성바이오로직스  
글로벌 CDMO  
초격차 굳히기  
L2



# 유행 대신 찾은 본질 한 걸음 한 걸음 걷는 재미 깨우다

2017년 론칭 후 10년간 신발 10종 출시  
편한 신발만 출시하는 브랜드 철학 지켜  
발에 닿는 모든 부분 메리노 울 소재 사용

오래 걸어도 발 붓지 않아 입소문 폭발  
메이트 모델 171만 족 판매... 매출 견인  
가벼운 무게에 유행 안타는 디자인 인기  
세계인 발 편안하게... 글로벌 도약 준비



르무통 스테디셀러 '메이트'의 신규 컬러 스카이블루. /르무통

## 메가히트 브랜드 탄생스토리 르무통

### ◆트렌드보다 '본질'에 집중

빠르게 변하는 패션 시장에서 르무통(LeMouton)의 행보는 독보적이다. 매 시즌 수십 개의 신제품이 쏟아지는 신발 업계의 관행을 뒤로하고, 르무통은 2017년 브랜드 론칭 이후 10년 동안 단 10종의 신발만을 출시했다. 제품 하나를 세상에 내놓기까지 평균 1년이라는 긴 시간이 소요되는 셈이다. 이는 "편하지 않으면 출시하지 않는다"라는 철저한 브랜드 철학 때문이다.

르무통은 프랑스어로 '양' 또는 '양가족/양털'의 의미이다. 르무통은 '벗고 싶지 않은 편안함'을 구현하기 위해 소재의 원천 기술부터 파고들었다. 단순히 기성 원단을 구매해 제작하는 방식이 아니라, 원사 선택부터 직조, 최종 제품 생산에 이르는 전 과정을 직접 관리한다. 특히 발에 닿는 모든 부분에 자연 소재인 '메리노 울(Merino Wool)'을 활용, 30년 직조 기술력이 집약된 독자적 특허 원단 'H1-TEX(에이치원텍스)'를 개발하며 컴포트화의 새로운 기준을 제시했다.

### ◆60만 건 리뷰가 증명한 '여행 신발'

르무통의 성장은 마케팅의 힘보다 소비자들의 '진심 어린 입소문'에서 시작했다. 실제 제품을 경험한 고객들이 "오래 걸어도 발이 붓지 않는다", "양말 없이 신어도 쾌적하다"는 후기를 자발적으로 퍼뜨리며 강력한 팬덤이 형성된 것이다.

현재까지 쌓인 누적 리뷰만 60만 건 이상이며, 평점은 5점 만점에 4.9점이라는 경이로운 수치를 유지하고 있다.

이러한 신뢰는 수상 실적으로도 이어졌다. '브랜드 고객 충성도 대상' 컴포트슈즈 부문에서 2년 연속 1위를 차지한 데 이어, '2025년 올해의 브랜드 대상'까지 거머쥐며 명실상부한 국민 브랜드로 우뚝 섰다. 최근에는 일본 시장에 진출하자마자 글로벌 플랫폼 라쿠텐(Rakut

en) 워킹화 카테고리에서 실시간 랭킹 1위를 기록, K-패션의 저력을 해외 시장에서도 입증하고 있다.

### ◆171만 명이 선택한 '메이트(Mate)'

르무통의 폭발적인 성장을 견인한 대표 모델은 단연 '메이트(Mate)'다. 2021년 8월 출시 이후 현재까지 단일 제품으로만 누적 판매량 171만 족을 돌파하며 '메가 히트' 상품으로 자리매김했다.

메이트의 핵심은 머리카락 5분의 1 두께인 초미세 메리노 울을 사용해 '물에 뜰 만큼' 가벼운 무게를 구현했다는 점이다. 울 소재 특유의 뛰어난 통기성과 수분 조절 능력 덕분에 사계절 내내 쾌적한 발 상태를 유지해 주며, 유행을 타지 않는 세련된 디자인으로 9가지 컬러 라인업을 갖춰 남녀노소 모두에게 사랑받고 있다.

르무통은 단순히 신발을 파는 기업이 머물지 않는다. 임직원들이 자발적으로 '걷기 지도자' 자격증을 취득하고 사내 걷기 동호회 '월월(Walk Walk)' 활동을 이어가는 것은 걷기의 본질을 이해하려는 브랜드의 진심을 보여준다.

지난해부터 시작된 '르무통 산책회'는 부산 해맞이 산책, 문경새재 사계 산책, 도쿄 산책회 등 국내외를 넘나들며 고객과 브랜드 가치를 공유하는 장이 되고 있다.

### ◆점점 확대해 글로벌로

르무통은 올해 오프라인 점점 확대와 글로벌 생산 라인 강화를 바탕으로 한국을 넘어 전 세계인의 발을 편안하게 만드는 글로벌 브랜드로의 도약을 준비 중이다. 이러한 일환의 하나인 문경새재에 위치한 첫 플래그십 스토어 '르무통 마루'는 걷는 이들에게 완전한 휴식을 선사한다. 1층 족욕장부터 4층 새재 마루까지, 고객들이 걷기 전후에 머물며 편안함을 오감으로 느낄 수 있도록 설계된 공간이다.

아울러 'WALK EASY EVERYDAY(워크 이지 에브리데이)' 캠페인을 통해 매일의 편안한 걸음이 일상의 질을 높인다는 가치를 전파하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



스테디셀러 '메이트' 아이보리 컬러



엄마의 해외여행이 편했으면 좋겠습니다. Le Mouton

르무통 광고 영상 캡처



▲'6번 우익수' 이정후·'7번 유격수' 김혜성, 시즌 첫 맞대결...나란히 선발 /사진 뉴스시  
▲오타니, 추신수 넘어 53경기 연속 출루...아시야 타자 최장 신기록

▲영국 코번트리, 59년 만에 챔피언십 우승...양민혁은 13연속 명단 제외  
▲프로농구 LG, 조상현 감독과 3년 재계약...오는 2029년까지 동행

▲여자프로농구 KB국민은행, 통합 우승 도전...삼성생명 꺾을까  
▲남자배구 한국전력, FA 센터 이민규 영입...전술 완성도 높여줄 자원"