2002년 5월 31일 창간 독자센터 : (02)721-9861

metroseoul.co.kr

metro® Life

제6038호 2026년 11월 19일 목요일



코스피↑·코스닥↓
국내 상장사
3분기 실적 희비
L1

정부
편의점 상비약
확대 추진
L2



코트 속에 착, 가방 안에 쏙 '깃털 패딩', 겨울옷 공식 바꿨다

가볍고 따뜻한 경량패딩 대중화 열어
출시 5년 만에 글로벌 1300만장 판매

이너·아우터 활용 가능한 초경량 선봬
무게 270g…특수가공으로 부피 줄여
소비자 착용방식에 맞춰 라인업 확대
작게 접어 보관하는 전용 파우치 제공

일상서 반복적으로 입는 기능성 의류
유행보다 실용성 앞세운 '라이프웨어'

메가히트 브랜드 탄생스토리

유니클로 '울트라 라이트 다운'



유니클로 '울트라 라이트 다운' 볼륨 라인. /유니클로

두꺼운 외투를 여러 겹 껴입어야 따뜻하다는 겨울옷의 공식이 달라졌다. 코트 안에 받쳐 입거나 가방에 넣어 휴대하는 등 패딩을 활용하는 방식이 다양해지면서다. 유니클로의 '울트라 라이트 다운'은 이러한 변화를 이끈 대표 상품이다. 가벼운 무게와 보온성을 동시에 구현해 경량 패딩이라는 카테고리를 대중화한 데 이어 이너웨어와 아우터를 넘나드는 상품으로 진화했다. 출시 5년 만에 글로벌 누적 판매량 1300만장을 기록하며 유니클로를 대표하는 메가히트 상품으로 자리 잡았다.

울트라 라이트 다운의 출발은 2007년이다. 유니클로는 당시 기존 라이트 다운 제품의 무게가 약 500g이었던 것과 비교해 무게를 270g까지 줄인 초경량 다운을 선보였다. 세계적인 섬유화학기업 도레이(Toray)와 공동 개발한 결과물이었다. 유니클로는 가벼운 무게와 보온성을 동시에 확보하면서도 이너웨어와 아우터로 모두 활용할 수 있는 다운을 개발하는 데 초점을 맞췄다. 소수의 패션 소비자들이 이너웨어로 활용하던 경량 다운을 합리적인 가격의 대중적인 상품으로 만들겠다는 구상이었다.

핵심은 원단 기술에 있었다. 일반적인 다운 재킷은 충전재가 밖으로 빠져나오는 것을 막기 위해 다운팩이라는 별도 주머니와 겉감을 사용하는 이중 구조로 제작된다. 반면 울트라 라이트 다운은 원단에 열과 압력을 가하는 특수 가공을 통해 실 사이의 틈을 좁혀 다운이 빠져나오는 것을 방지했다. 별도의 다운팩을 사용하지 않아도 되면서 그만큼 무게를 줄일 수 있었다. 도레이와 공동 개발한 고밀도 나일론 원단에는 머리카락 굵기의 약 10분의 1 수준인 초극세사를 적용했다. 원단을 얇게 만들면서도 부드러운 촉감과 내구성을 유지하기 위한 기술이었다.

경량화는 출시 이후에도 이어졌다. 유니클로는 2010년 가을·겨울 시즌 신제품의 무게를 206g까지 낮췄다고 발표했다. 이는 여성용 프리미엄 다운 울트라 라이트 파카 L사이즈 기준이다. 2011년에는 여성용 울트라 라이트 다운 재킷 L사이즈의 무게를 199g까지 줄였다. 당시 유니클로는 2010년 제품이 높은 인기를 얻으며 12월 말 사실상 완판됐다고 밝혔다. 다만 생산량을 충분히 확보하기 어려웠던 만큼 2011년에는 도레이와의 협력을 강화해 안정적인 생산 체계를 갖추는 데도 힘을 쏟았다. 가벼운 무게뿐 아니라 발수 가공을 강화해 비와 습기에 대한 대응력도 높였다.

상품의 경쟁력은 판매 성과로 이어졌다. 패스트리테일링이 2013년 11월 공개한 상품 개발 사례 자료에 따르면 울트라 라이트 다운은 출시 5년 만에 글로벌 누적 판매량 1300만장을 기록했다. 유니클로는 2013년 가을·겨울 시즌 12개 디자인과 160개 색상·패턴으로 상품군을 확대했다. 기존에는 일부 제품에만 제공하던 전용 파우치도 전체 라인업으로 확대했다. 입지 않을 때는 작게 접어 보관하고 필요할 때 꺼내 입을 수 있도록 해 휴대성과 활용도를 높였다.

이후 유니클로는 소비자의 착용 방식에 맞춰 제품군을 세분화했다. 일반적인 두께의 레귤러 라인과 얇은 두께의 컴팩트 라인, 풍성한 실루엣을 강조한 볼륨 라인 등을 선보였다. 2013년에는 여성용 컴팩트 다운을 새롭게 출시해 베스트 79g, 재킷 123g의 초경량 제품을 선보였다. 이는 당시 일본 시장에 판매된 M사이즈 기준이다. 일반적인 아우터뿐 아니라 가디건처럼 걸치거나 한겨울 코트 안에 받쳐 입는 이너웨어로 활용할 수 있도록 상품의 쓰임새를 넓힌 것이다. 최근에는 봉제선을 최소화한 심리스 라인과 후드형 파카 등으로 디자인 선택지도 확대했다.

이 같은 상품 전략은 유니클로가 추구하는 '라이프웨어(LifeWear)'의 방향성과 맞닿아 있다. 유행에 따라 짧은 주기로 상품을 교체하기보다 일상에서 반복적으로 입을 수 있는 기능성 의류를 개발하고, 소비자의 생활 방식에 맞춰 활용도를 높이는 방식이다. 히트텍과 에어리즘, 플리스, 울트라 라이트 다운 등이 대표적이다. 특정 유행에 의존하지 않는 기본 상품을 중심으로 계절마다 꾸준한 수요를 확보하는 한편 색상과 소재, 실루엣을 지속해서 바꿔 재구매 요인도 만들어내고 있다. 최근에는 배럴 팬츠와 와이드 팬츠, 스웨트 셋업 등 유행하는 디자인을 반영해 기본 의류를 넘어 패션 수요까지 흡수하고 있다.

이러한 상품 경쟁력은 최근 국내 사업의 회복세와도 맞물린다. 유니클로 모회사 패스트리테일링에 따르면 한국 유니클로는 2026 회계연도(2025년 9월~2026년 8월) 현지 통화 기준 매출과 사업이익이 전년 대비 각각 두 자릿수 증가했다. 한국 단독 실적은 공개되지 않았지만 한국과 동남아시아·인도·호주를 포함한 지역의 매출은 8094억엔으로 30.7% 늘었고 사업이익은 1683억엔으로 44% 증가했다. 국내 법인 에프알엘코리아도 2025 회계연도 매출 1조 3524억원, 영업이익 2704억원을 기록해 전년보다 각각 27.6%, 81.6% 성장했다.

울트라 라이트 다운의 성공은 단순히 가벼운 패딩을 만드는 데 그치지 않았다. 소재 기술을 통해 기존 다운의 무게와 부피를 줄이고, 이너웨어와 아우터를 넘나드는 새로운 착용 방식을 제시했다. 유행에 민감한 패션 시장에서 기능과 실용성을 앞세운 기본 상품으로 장기간 경쟁력을 확보한 유니클로의 라이프웨어 전략을 보여주는 사례다.

/신원선 기자
tree6834@metroseoul.co.kr


◀울트라 라이트다운 재킷

◀울트라 라이트다운 컴팩트재킷

메트로 한줄뉴스



▲"1원도 아깝다"…리트 만점자 책 '브레인 악셀' 환불 요구 속출
▲'AI 감시 폭로' 美 페글렌 "커닝 막으려 손글씨? 무의미" /사진 뉴시스
▲김선욱, 내년 '서거 200주년' 베토벤 피아노 소나타 전곡 연주
▲러시아 피겨 선수 7명, 핀란드 입국 금지…그랑프리 출전 불발
▲'AG 금메달' 女 핸드볼 주장 권한나 "골 많이 넣은 선수로 기억되고파"
▲"수험생 앞길 밝힌다"…종교계, 수능 당일 특별 기도