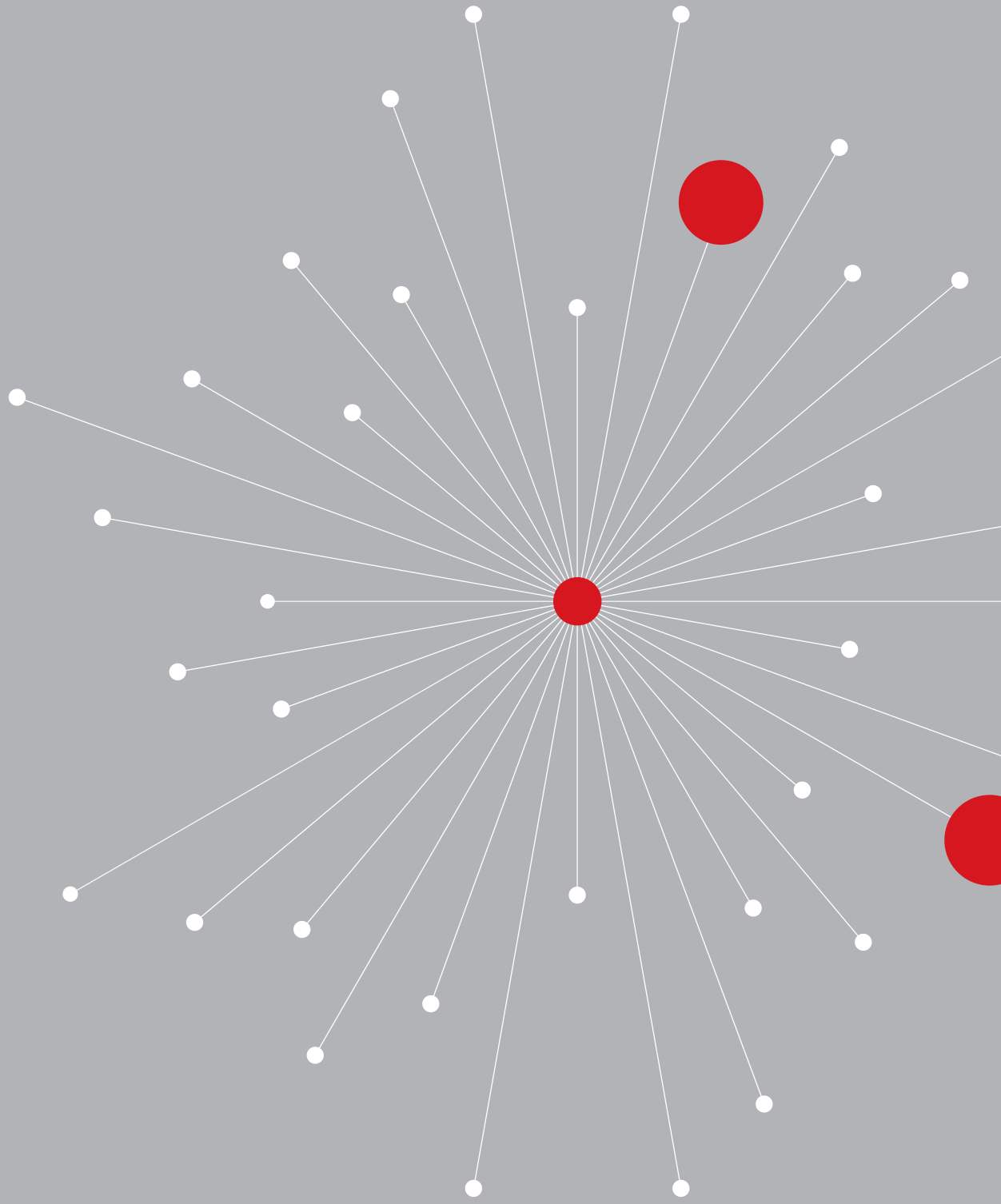


산업통상자원부 글로벌 바이어 네트워크 구축사업

글로벌 신발산업 동향 보고서

Global Footwear Industry Trend Report

MOTIE
MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

Busan Economic Promotion Agency
FOOTWEAR INDUSTRIAL PROMOTION CENTER

발 행 처	(재)부산경제진흥원신발산업진흥센터 부산광역시 강서구 녹산산단 382로 14번길 55 TEL (051)979-1887
발 행 인	성기관
편 집 위 원	백일현, 조승기
발 행 일	2020년 12월
디자인제작	이너스(Innus)

산업통상자원부 글로벌 바이어 네트워크 구축사업

글로벌 신발산업 동향 보고서

Global Footwear Industry Trend Report

Contents

01 글로벌 신발시장 현황
1. 글로벌 신발생산 현황 6
2. 글로벌 신발소비 현황 8
3. 글로벌 신발수출 현황 10
4. 글로벌 신발수입 현황 12

02 주요국가별 신발시장 현황
1. 미국 20
2. 일본 22
3. 독일 24
4. 영국 27
5. 중국 29
6. 베트남 31
7. 인도네시아 34
8. 캐나다 36
9. 멕시코 38
10. 브라질 40

03 신발시장 주요 트렌드
1. 글로벌 신발시장 트렌드 44
2. 국내 신발시장 트렌드 76

04 주요 신발 기업 상세정보
1. 361 DEGREES INTERNATIONL LIMITED 100
2. ACUSHNET HOLDINGS CORP. 101
3. ADIDAS GROUP AG. 102
4. ALPARGATAS 103
5. ANTA SPORTS PRODUCTS 104
6. ASICS 105
7. CALERES 106
8. CANADA GOOSE 107
9. CHINA DONGXIANG Co., Ltd. 108
10. COLUMBIA SPORTSWEAR CO. 109
11. CROCS, INC. 110
12. DECHERS OUTDOOR CORP. 111
13. DELTA APPAREL 112
14. FILA 113
15. GOLDWIN, INC. 114
16. HANESBRANDS, INC. 115
17. ICONIX BRAND GROUP, INC. 116
18. KINGMAKER FOOTWEAR HOLDINGS LTD. 117
19. LI NING CO. 118
20. MIZUNO 119
21. MONCLER SPA. 120
22. NIKE, INC. 121
23. PUMA AG 122
24. ROCKY BRANDS 123
25. SEQUENTIAL BRANDS GROUP INC. 124
26. SKECHERS USA, INC. 125
27. UNDER ARMOUR, INC. 126
28. VF CORP. 127
29. VULCABRAS AZALEIA S.A. 128
30. YUE YUEN. 129

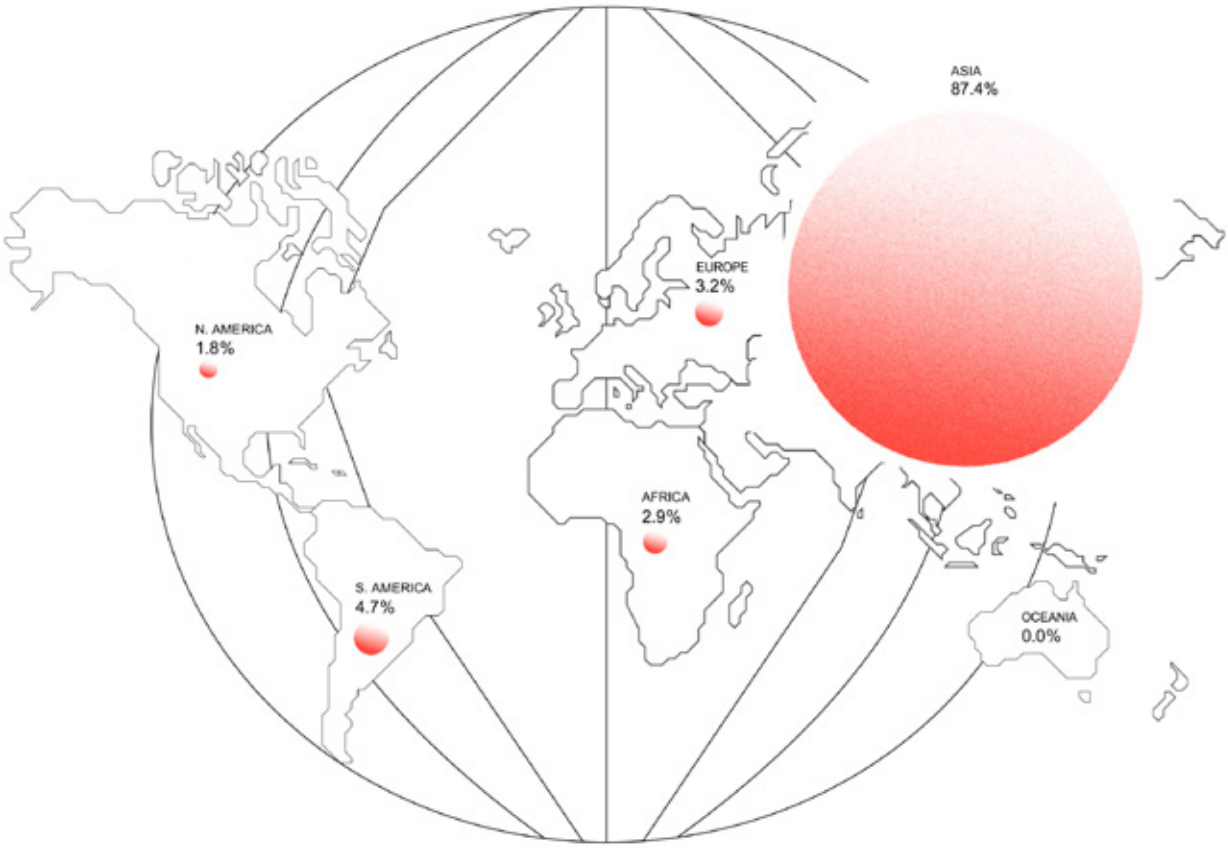
01

글로벌 신발시장 현황

1. 글로벌 신발생산 현황
2. 글로벌 신발소비 현황
3. 글로벌 신발수출 현황
4. 글로벌 신발수입 현황

PRODUCTION

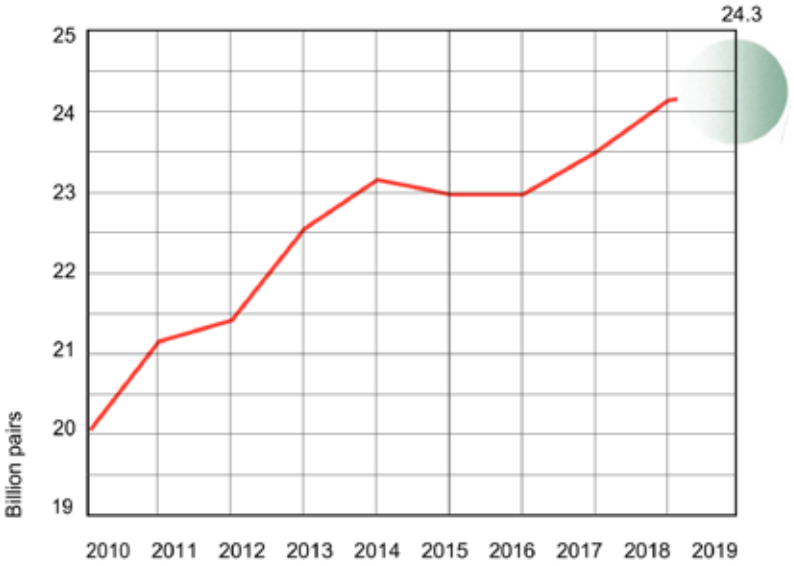
글로벌 신발생산 현황



• 2019년 대륙별 신발생산 분포도 (수량)

2019년에 243억 켤레의 신발이 생산되었습니다.

전세계 신발생산은 2010년 이래로 연간 평균 2.2%의 증가율에서 총 21.2% 증가했습니다. 2019년에 신발산업은 전년 대비 0.6%만 증가하여 성장이 둔화되었지만 243억 켤레의 생산량신기록을 수립했습니다. 신발산업은 아시아에 많이 집중되어 있으며 10켤레 중 거의 9켤레가 아시아에서 제조됩니다. 아시아는 지난 10년간 국제무대에서 지배력을 좀 더 강화했으며 아시아의 세계생산점유율이 대략 2퍼센트 증가한 반면 남아메리카의 세계생산점유율이 비슷한 비율만큼 줄었습니다. 아프리카, 유럽, 북아메리카는 세계총생산의 2%에서 3%의 점유율을 안정적으로 유지하고 있으며 0.03%가 오세아니아에서 생산되고 있습니다.



• 2010-2019년 세계신발생산 (수량)

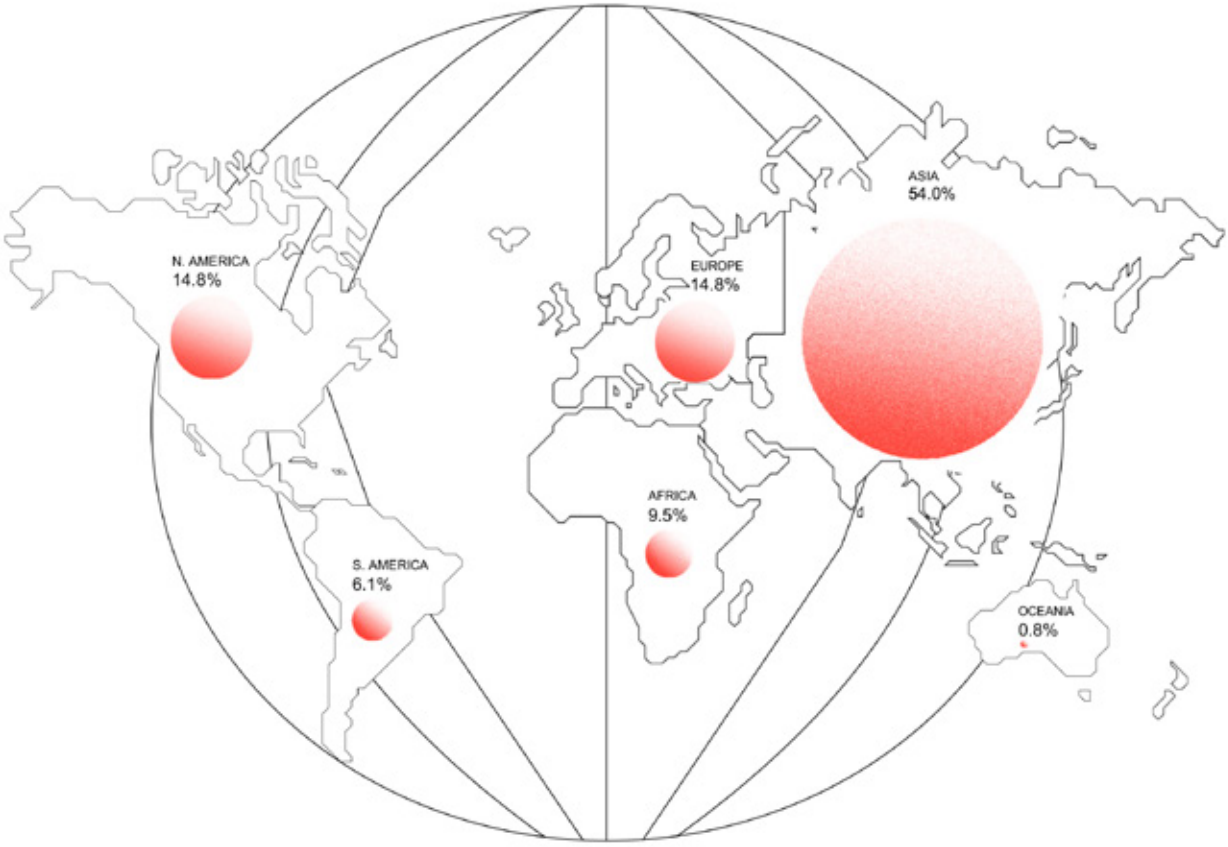
순위	국가	켤레(백만)	세계점유율(수량)
1	중국	13,475	55.5%
2	인도	2,600	10.7%
3	베트남	1,400	5.8%
4	인도네시아	1,228	5.1%
5	브라질	908	3.7%
6	터키	535	2.2%
7	파키스탄	481	2.0%
8	방글라데시	407	1.7%
9	멕시코	251	1.0%
10	이탈리아	179	0.7%

• 2019년 상위 10위 신발생산국 (수량)

터키는 주요신발생산국목록에서 계속 상승하고 있으며 2010년 13위에서 2019년 6위까지 올랐습니다. 5위인 브라질이 70% 이상 더 많은 신발을 제조하고 있기 때문에 터키가 중장기적으로 더 높은 순위를 차지하기는 어려워 보입니다. 베트남과 인도네시아는 지난 10년간 브라질을 뛰어넘었으며 3위를 차지하는 베트남이 현재 좀더 앞서 있습니다. 인도와 중국은 각기 2위와 1위를 차지하고 있으며 앞으로 수년간 순위를 유지할 것으로 보입니다. 이탈리아는 세계 상위 10위 신발생산국 안에 들어있는 유일한 유럽국가지만 캄보디아, 필리핀, 태국 같은 국가들이 근접하게 뒤따르고 있으므로 아마 오랫동안 순위를 유지하지 못할 것입니다. 브라질과 멕시코는 상위 10위 신발생산국 안에 들어있는 여타 비아시아권 국가들입니다.

CONSUMPTION

글로벌 신발소비 현황

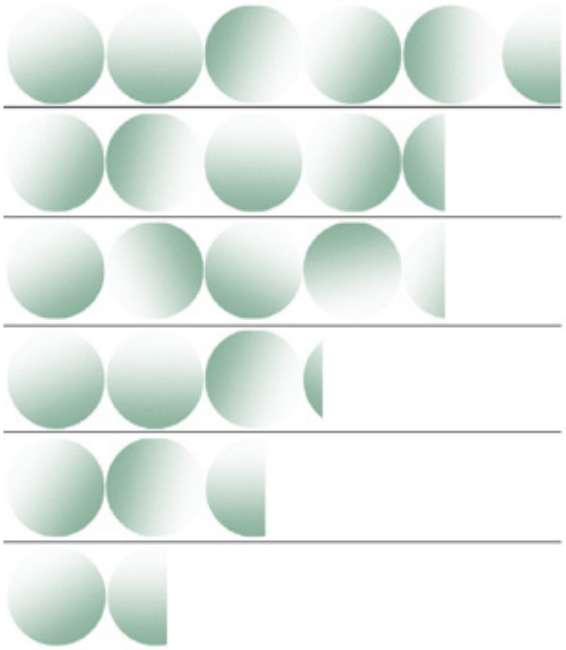


• 2019년 대륙별 신발소비 분포도 (수량)

대륙별로 볼 때 신발소비는 생산보다 더 고르게 분포되어 있습니다: 아시아의 소비는 전세계 모든 신발의 절반 이상을 차지하는 반면 유럽과 북아메리카는 각기 15%를 나타내고 아프리카와 남아메리카는 6%에서 9%, 오세아니아는 1%를 나타냅니다. 지난 10년간 아시아의 인구통계적, 경제적 활력이 세계소비점유율에서 9 퍼센트 상승을 초래했으며 아프리카의 세계소비점유율도 상당히 증가했습니다.

그럼에도 불구하고, 소비패턴에서는 여전히 중요한 지리적 차이가 있습니다: 1인당 신발소비는 아프리카 1.6켤레에서 북아메리카 5.6켤레까지 다양합니다. 1인당 4.4켤레인 유럽과 오세아니아는 북아메리카 소비패턴에 근접하는 반면 2.6켤레인 아시아는 아프리카에 가깝습니다. 그러므로 아시아와 아프리카의 신발소비가 더 많은 증가 여지를 보입니다.

1인당 신발소비는 북아메리카 5.6켤레에서 아프리카 1.6켤레까지 다양합니다.



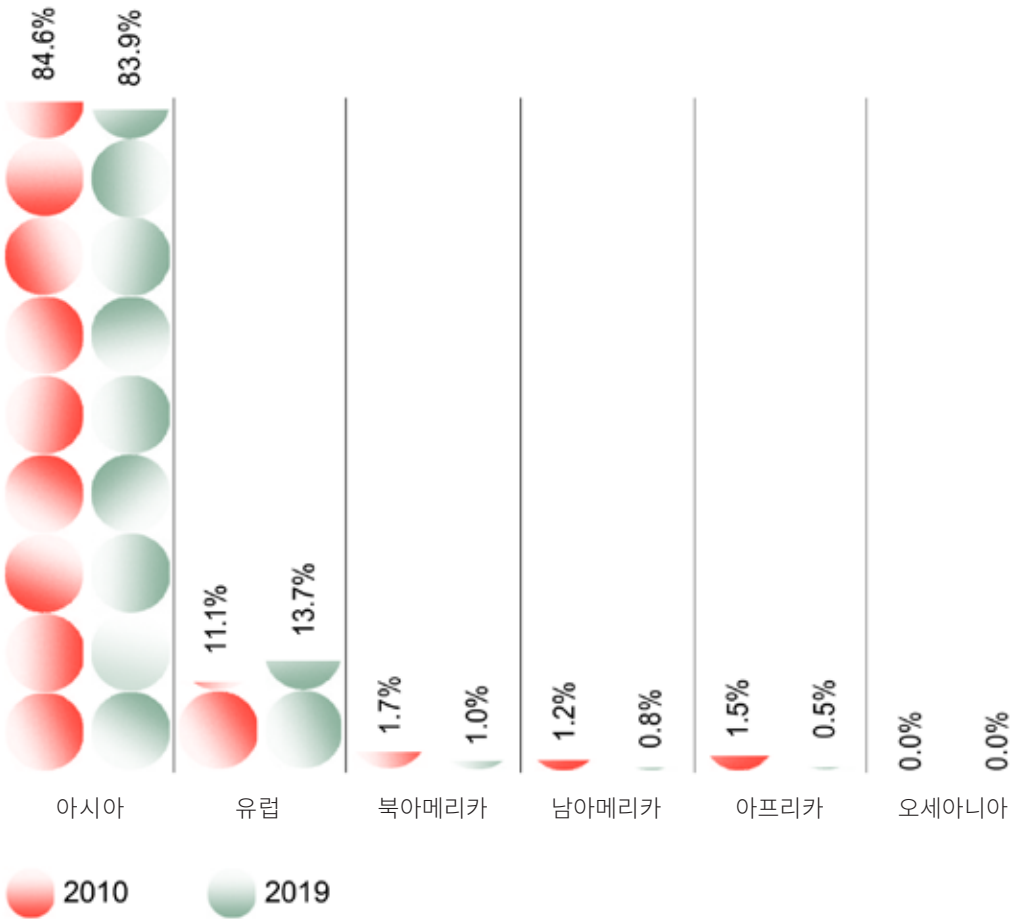
• 2019년 대륙별 1인당 신발소비 (수량)

순위	국가	켤레(백만)	세계점유율(수량)
1	중국	4,143	18.7%
2	인도	2,560	11.6%
3	미국	2,406	10.9%
4	인도네시아	971	4.4%
5	브라질	821	3.7%
6	일본	722	3.3%
7	파키스탄	477	2.2%
8	독일	443	2.0%
9	프랑스	384	1.7%
10	영국	378	1.7%

• 2019년 상위 10위 신발소비국 (수량)

많은 인구로 인해 중국과 인도는 상위 10위 신발소비국들 중에서 선두를 차지하고 있으며 1인당 소비량이 비교적 낮음에도 불구하고 인도네시아와 파키스탄 역시 많은 인구로 인해 높은 순위를 차지합니다. 정반대로, 미국, 일본, 독일, 프랑스, 영국과 같은 부유국들은 높은 1인당 소비량으로 상위 10위 신발소비국목록 안에 들어있습니다.

EXPORTS
글로벌 신발수출 현황



• 2010-2019년 원산지대륙별 신발수출 분포도 (수량)

대략 150억 켤레 또는 생산된 모든 신발 중 62%가 2018년에 수출되었습니다. 당연하게도 아시아가 이러한 수출량 중 대부분의 원산지이며 83.9%의 세계수출점유율은 아시아의 신발생산점유율과 비슷합니다. 그러나 아시아의 수출점유율은 지난 10년간 약간 감소했으며 이러한 감소는 유럽을 제외한 모든 대륙에서 발생했습니다: 유럽은 수출점유율이 2010년과 2019년 사이에 2.6% 증가했습니다.

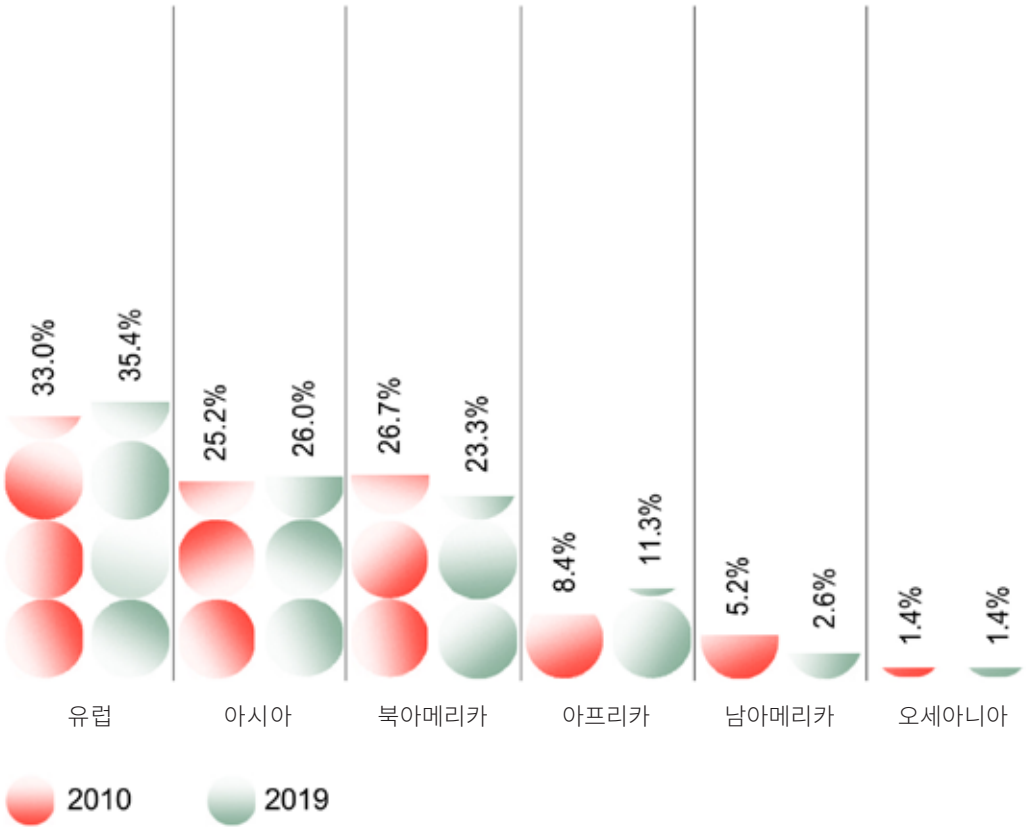
중국의 세계신발수출점유율은 2010년 이래로 7% 떨어졌습니다.

중국은 2019년에 수출된 신발 3켤레 중 거의 2켤레의 원산지였습니다. 그러나 중국의 시장점유율은 지난 10년간 꾸준히 하락하고 있습니다: 2010년 이래로 중국은 7퍼센트 감소한 반면 홍콩은 2.4 퍼센트가 더 떨어져서 신발수출국들 중 3위에서 15위로 하락했습니다. 증가세를 보인 베트남은 동일기간 동안 시장점유율이 거의 두 배를 기록했습니다. 인도와 터키는 지난 10년간 놀라운 성장을 보였으며 각기 22위와 16위에서 5위와 6위로 상승했습니다. 현재 독일이 유럽 최대 신발수출국이며 이탈리아와 벨기에를 뛰어넘었습니다.

순위	국가	켤레(백만)	세계점유율(수량)
1	중국	9,542	63.6%
2	베트남	1,419	9.5%
3	인도네시아	427	2.8%
4	독일	350	2.3%
5	인도	286	1.9%
6	터키	275	1.8%
7	벨기에	269	1.8%
8	이탈리아	201	1.3%
9	네덜란드	183	1.2%
10	캄보디아	165	1.1%

• 2019년 상위 10위 신발수출국 (수량)

IMPORTS
글로벌 신발수입 현황



• 2010-2019년 목적지대륙별 신발수입 분포도 (수량)

북아메리카와 남아메리카는 신발수입국으로서의 점유율을 잃어가고 있습니다: 북아메리카는 현재 세계수입량의 1/4 미만을 나타내며 남아메리카는 겨우 2.6%를 나타냅니다. 인구통계학적 활력은 아프리카와 아시아의 신발수입을 견인하고 있으며 강력한 경제성장 역시 아시아의 신발수입 증가를 도왔습니다. 그러나 유럽이 여전히 세계수입을 주도하고 있으며 세계총수입의 1/3 이상을 차지하고 있습니다.

유럽은 국제적으로 거래되는 모든 신발 중 1/3 이상을 구입합니다.

국가별로 살펴보면 미국이 단연코 세계최대신발수입국 자리를 유지하며 5켤레 중 1켤레를 수입합니다. 3위인 일본은 아시아에서 가장 큰 수입국입니다. 여덟 개의 유럽국가들이 상위 10위 신발수입국 목록에 들어있습니다. 수입국으로서 2위이고 유럽최대수출국이기도 한 독일은 수입/재수출전략에 기반하여 상위목록에 올라 있습니다. 러시아연방은 인도와 자리를 바꿔서 올해 상위 10위 신발수입국목록에 다시 진입했으며 이것이 지난해와 유일하게 다른 점입니다.

순위	국가	켤레(백만)	세계점유율(수량)
1	미국	2,470	19.1%
2	독일	745	5.8%
3	일본	653	5.1%
4	프랑스	486	3.8%
5	영국	462	3.6%
6	벨기에	357	2.8%
7	이탈리아	334	2.6%
8	스페인	319	2.5%
9	네덜란드	289	2.2%
10	러시아연방	267	2.1%

• 2019년 상위 10위 신발수입국 (수량)

MANUFACTURERS IN THE INTERNATIONAL MARKET

국제시장에서의 제조국들

중국과 인도는 세계 상위 신발생산국 목록에서 확고하게 정상을 차지하고 있지만 꽤 다른 프로필을 보입니다. 중국은 전 세계에서 생산되는 모든 신발들 중 절반 이상 (55.5%)을 제조하며 수량 (63.6%)과 금액 (30.9%) 면에서 세계최대수출국이기도 합니다. 많은 인구에도 불구하고 중국이 제조하는 신발들 중 대다수 (70.8%)가 국제시장으로 수출됩니다. 반면 상당한 규모의 인도 신발산업 (세계총생산의 10.7%)은 주로 내수지향적입니다: 인도가 제조하는 신발 10켤레 중 1켤레만 수출됩니다 (11%). 인도는 수량 면에서는 세계 5위 수출국이지만 금액 면에서는 11위로 떨어집니다.

베트남과 인도네시아는 주요 생산국들 중에서 다음 두 순위를 차지하며 생산점유율이 대략 인도의 절반입니다. 베트남은 극도로 수출지향적인 반면, 인도네시아 생산량의 다수는 국내에서 소비되며 세계최대생산국들 중에서 유일한 비아시아권 국가인 브라질 역시 인도네시아와 비슷합니다. 터키 신발산업은 수출량에 힘입어 급격히 상승하고 있지만, 가까운 장래에 브라질을 따라잡을 가능성은 적어 보입니다. 세계 상위 10위 생산국 중에서 유일한 유럽국가인 이탈리아는 캄보디아, 필리핀, 태국과 같은 경쟁국들에 의해 자국의 순위를 위협 받고 있습니다.

2019년에 터키는 신발생산국들 중에서 6위로 상승했습니다.

순위	국가	세계점유율(켤레)	세계수출점유율($)	수출지향성
1	중국	55.5%	30.9%	70.8%
2	인도	10.7%	1.7%	11.0%
3	베트남	5.8%	15.8%	101.4%
4	인도네시아	5.1%	4.8%	34.7%
5	브라질	3.7%	0.7%	12.7%
6	터키	2.2%	0.6%	51.4%
7	파키스탄	2.0%	0.1%	3.8%
8	방글라데시	1.7%	0.7%	19.4%
9	멕시코	1.0%	0.3%	8.6%
10	이탈리아	0.7%	7.9%	112.4%
11	캄보디아	0.7%	1.6%	94.7%
12	필리핀	0.7%	0.1%	6.9%
13	이란	0.7%	0.0%	6.5%
14	태국	0.6%	0.4%	34.8%
15	나이지리아	0.5%	0.0%	0.7%
16	러시아연방	0.5%	0.2%	22.3%
17	스페인	0.4%	2.1%	158.5%
18	에디오피아	0.4%	0.0%	2.9%
19	아르헨티나	0.3%	0.0%	0.4%
20	포르투갈	0.3%	1.4%	100.1%

• 2019년 세계 상위 20위 신발생산국 (수량)

CONSUMERS IN THE INTERNATIONAL MARKET

국제시장에서의 소비국들

신발소비는 신발생산보다 지리적으로 덜 집중되어 있습니다. 상위 20위 생산국들이 세계총생산의 93%를 나타내는 반면, 상위 20위 소비국들은 세계총소비의 73%를 나타냅니다.
소비는 각 국가의 인구와 부유함에 의해 주로 결정됩니다. 인구가 가장 많은 국가인 중국은 최대 신발소비국이며 전세계 신발소비의 18.7%를 차지합니다. 수입은 중국소비 중 5.1%만을 차지하며 이는 중국의 강력한 신발산업에 의해 설명됩니다. 신발소비국들 중 2위인 인도 역시 상황이 유사합니다. 미국의 신발소비는 동일한 두 자릿수이지만 수입이 미국소비의 거의 대부분을 차지합니다. 미국은 자국의 수입량 중 일부를 재수출하기 때문에 사실상 수입량이 소비량을 초과합니다. 중국, 인도, 미국이 함께 세계총소비의 40% 이상을 나타냅니다. 모든 여타 국가들은 세계총소비에서 훨씬 적은 부분을 차지합니다.

순위	국가	세계점유율(켤레)	세계수입점유율($)	소비 대비 수입점유율
1	중국	18.7%	3.7%	5.1%
2	인도	11.6%	0.5%	9.6%
3	미국	10.9%	20.2%	102.7%
4	인도네시아	4.4%	0.5%	17.4%
5	브라질	3.7%	0.3%	3.4%
6	일본	3.3%	3.7%	90.4%
7	파키스탄	2.2%	0.0%	3.0%
8	독일	2.0%	8.8%	168.3%
9	프랑스	1.7%	6.0%	126.5%
10	영국	1.7%	5.0%	122.2%
11	멕시코	1.6%	0.9%	35.4%
12	러시아연방	1.6%	2.4%	75.4%
13	방글라데시	1.6%	0.1%	6.2%
14	이탈리아	1.4%	4.4%	107.1%
15	터키	1.3%	0.4%	9.9%
16	나이지리아	1.3%	0.3%	53.3%
17	필리핀	1.2%	0.3%	39.5%
18	스페인	1.2%	2.7%	121.9%
19	남아프리카공화국	1.0%	0.6%	86.9%
20	대한민국	1.0%	2.2%	81.1%

• 2019년 세계 상위 20위 신발소비국 (수량)

AFRICA
아프리카

유럽시장에 쉽게 접근할 수 있는 북아프리카국가들이 아프리카 상위 5위 수출국 목록을 주도하고 있습니다. 튀니지와 모로코는 아프리카로부터 수출되는 수량의 40% 이상을 나타내며 아프리카로부터 수출되는 금액의 2/3 이상을 나타냅니다. 이는 이러한 국가들이 유럽 브랜드들의 공급체인 안에 통합되어 있는 데서 대부분 기인합니다. 아프리카대륙의 반대편 끝에 있는 남아프리카공화국도 중요한 수출국이지만 인근 국가들에게 낮은 평균가격의 신발을 주로 판매합니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
튀니지	464	47.6%	24	30.0%	$19.43
모로코	223	22.8%	10	12.2%	$22.83
남아프리카공화국	159	16.3%	27	33.6%	$5.92
코트디부아르	49	5.1%	4	4.4%	$14.07
에티오피아	36	37%	3	3.3%	$13.91

• 2019년 아프리카 상위 5위 수출국

ASIA
아시아

아시아 수출국들 중 중국이 차지하는 비중은 유난히 크지만, 베트남이 신발시장에서 주요국가 입지를 확립함에 따라 급격히 줄어들고 있습니다. 중국 수출액은 현재 베트남 수출액의 2배이지만 2010년에는 4.3배였습니다. 수출량비율에서의 변화과정도 인상적입니다: 2010년에는 14.8배였지만 지금은 6.7배에 불과합니다. 이 기간 동안, 홍콩의 수출은 급격히 떨어진 반면 인도네시아의 수출이 거의 동일한 비율로 증가했으며 아시아 상위 5위 수출국 목록에서 두 국가들의 순위가 뒤바뀌었습니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
중국		47.6%	24	30.0%	$19.43
베트남			10	12.2%	$22.83
인도네시아		16.3%	27	33.6%	$5.92
홍콩		5.1%	4	4.4%	$14.07
인도	36	37%	3	3.3%	$13.91

• 2019년 아시아 상위 5위 수출국

아시아총수출에 대한 중국의 점유율은
2018년에 계속 떨어졌습니다.

EUROPE
유럽

2019년에 유럽의 주요수출국들에는 유의미한 변화가 없었습니다. 이탈리아는 유난히 높은 평균 수출가격 덕분에 금액 면에서 계속 선두를 차지했지만, 독일과 벨기에가 훨씬 더 많은 수량의 신발을 수출했으며 네덜란드도 많이 뒤처져 있지 않습니다. 그러나 독일, 벨기에, 네덜란드는 모두 국내생산이 매우 적습니다. 프랑스는 두 번째로 높은 평균수출가격을 보였지만 이탈리아보다 20달러 이상 낮았습니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
이탈리아	11,497	21.2%	201	9.8%	$57.11
독일	8,684	16.0%	350	17.0%	$24.78
벨기에	6,608	12.2%	269	13.0%	$24.60
프랑스	4,347	8.0%	121	5.9%	$35.94
네덜란드	4,057	7.5%	183	8.9%	$22.17

• 2019년 유럽 상위 5위 수출국

NORTH AMERICA
북아메리카

미국은 북아메리카의 주요 신발수출국이지만 (59.5%) 비교적 낮은 평균가격으로 인해 미국의 수출금액점유율은 작습니다. 멕시코는 북아메리카 2위 수출국이지만 지난 몇 년간 수출이 대부분 안정적이어서 미국과 중국 간 무역갈등으로부터 상당한 이득을 보지 못했습니다. 도미니카공화국과 캐나다는 북아메리카의 여타 주요 수출국가들입니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
미국	1,141	49.4%	89	59.5%	$12.81
멕시코	488	21.1%	21	14.3%	$22.70
도미니카공화국	293	12.7%	12	8.3%	$23.62
캐나다	226	9.8%	15	9.8%	$15.45
파나마	72	3.1%	5	3.5%	$13.79

• 2019년 북아메리카 상위 5위 수출국

OCEANIA
오세아니아

오세아니아의 수출은 거의 호주와 뉴질랜드로부터 이루어집니다. 다른 국가들과 영토들은 오세아니아총수출에 대한 기여도가 미미합니다. 2019년에 호주와 뉴질랜드 수출은 모두 감소했지만 오세아니아총수출에 대한 호주와 뉴질랜드의 점유율은 거의 변화가 없었습니다. 최신통계는 뉴질랜드가 세계 최고평균수출가격들 중 하나를 계속 기록하는 것으로 보여줍니다. 호주의 평균수출가격 역시 대부분의 유럽생산국들에 비해서 높습니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
호주	83	78.9%	3	85.8%	$25.77
뉴질랜드	21	20.2%	0	12.4%	$45.84
팟케언	0	0.4%	0	1.4%	$8.30
괌	0	0.2%	0	0.0%	$343.15
미국령 군소 제도	0	0.2%	0	0.1%	$42.76

• 2019년 오세아니아 상위 5위 수출국

SOUTH AMERICA
남아메리카

브라질 수출은 2019년에 거의 변화가 없습니다: 수량 면에서 1.5% 증가했고 금액 면에서 0.4% 감소했습니다. 그럼에도 불구하고 브라질은 남아메리카 신발수출의 90% 이상을 차지합니다. 콜롬비아, 페루, 에콰도르는 2018년과 동일한 순위를 유지하고 있습니다. 그러나 칠레 수출이 상당히 감소하여 아르헨티나가 칠레를 밀어내고 남아메리카 수출국 5위 자리를 차지했습니다.

국가	$(백만)	대륙점유율	켤레(백만)	대륙점유율	평균가격
브라질	972	92.2%	115	91.8%	$8.44
콜롬비아	28	2.6%	2	1.4%	$15.40
페루	19	1.8%	1	1.1%	$14.23
에콰도르	19	1.8%	6	5.0%	$3.07
아르헨티나	5	0.5%	0	0.2%	$17.14

• 2019년 남아메리카 상위 5위 수출국

브라질은 남아메리카 수출의 90% 이상을 차지합니다.

02

주요국가별 신발시장 현황

1. 미국
2. 일본
3. 독일
4. 영국
5. 중국
6. 베트남
7. 인도네시아
8. 캐나다
9. 멕시코
10. 브라질

UNITED STATES
미국

생산은 제3국에서, 대부분이 수입상품

미국 내 유통되는 대부분의 신발은 미국외 국가에서 생산하여 제조업체의 수입절차를 걸쳐 유통되고 있음. 전 세계에 여러 지역 생산시설에서 다양한 종류의 신발을 생산하고 있음.

생산시설을 미국 내 둔 소규모의 신발 제조사 및 브랜드는 “Made in the USA” (미국 내 제조된 상품)에 대해 소비자에게 널리 홍보하며 자국 내 생산 제품에 대한 자긍심이 있음.

2015년 236개의 신발 제조 시설이 미국 내 설립되어 있었는데, 이 중 139개의 시설은 직원 10명 이하의 소규모인 것으로 조사됨. 알려진 유명 신발 제조사 중 미국 내 제조시설을 보유하고 있는 브랜드로는 New Balance Athletics, Wolverine World Wide, San Antonio Shoemakers, Red Wing Shoe Company 그리고 Allen Edmonds(Caleres)가 있음.

Pou Chen Corporation (Taiwan), Yue Yuen Industrial Holdings (Hong Kong), Feng Tay Enterprises(Taiwan), Fulgent Sun International(Taiwan) 등을 비롯한 아시아 지역을위한 신발 전문 생산회사들(Contract Manufacturer)이 Nike 나 Adidas와 같은 주요 업체들과 계약을 맺고 대부분을 생산하고 있음.

신생 브랜드 시장 진입이 다소 용이하나 브랜드 인지도가 가장 중요

주요 신발 제조사들은 브랜드 인지도, 편안함, 가격, 품질 그리고 디자인으로 경쟁함. 대부분의 신발 제조사들은 외국의 Third party contractors 생산 업체를 이용하여 제품을 생산하기 때문에 제조시설을 갖추지 않아도 새로운 신발 디자인 회사들의 시장 진입이 다소 용이함.

브랜드 인지도는 소비자의 운동화 구매에 있어 가장 영향을 미치는 요인으로 조사됨. 반대로, 운동화가 아닌 캐주얼화나 정장화 영역에서는 오히려 소비자들의 인지도나 소비패턴이 상당히 세분화 되어 시장을 주도하는 주요 기업들이 없다는 것이 또 하나의 특징임.

시장 내 경쟁하는 기업 간의 합병 및 인수가 매우 빈번함. New Balance Holding은 Adidas사가 보유하고 있던 Rockport Company를 2015년 8월 인수하였음. 인수과정을 걸쳐 The Rockport company는 Rockport, Cobb hill, Aravon 그리고 Dunham 과 같은 캐주얼 의류와 캐주얼슈즈를 판매하는 독자적인 기업 The Rockport Group으로 상호를 변경하여 운영하고 있음.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 미국 신발 산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	1,141	16	89	17	$12.81
수입	27,846	1	2,470	1	$11.27
생산			25	42	
소비			2,406	3	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 미국 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
캐나다	406	36%	26.6	30%
중국	196	17%	23.7	27%
멕시코	77	7%	7.1	8%
일본	42	4%	1.5	2%
홍콩	39	3%	3.2	4%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 중국	760%	173
- 아랍에미리트연합	-62%	-21
- 일본	-43%	-32
- 대한민국	-60%	-52
- 캐나다	-16%	-74

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 미국 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	13,858	50%	1,644.9	67%
베트남	7,241	26%	507.9	21%
인도네시아	1,716	6%	114.6	5%
이탈리아	1,613	6%	22.1	1%
캄보디아	502	2%	46.2	2%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	93%	3,489
+ 인도네시아	34%	439
+ 캄보디아	275%	368
+ 이탈리아	10%	147
- 중국	-21%	-3,677

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 미국은 글로벌에서 가장 큰 신발 수입국
- 2019년에는 수입이 2.4% 증가했지만, 2015년도의 수준에는 미치지 못 함
- 지난 5년간 중국으로부터 수출이 증가함

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Nike, Inc.	39,117.0	76,700
Foot Locker, Inc.	8,005.0	50,999
Skechers U.S.A., Inc.	5,220.1	13,100
Caleres, Inc.	2,921.6	11,400
Genesco Inc.	2,197.1	22,050

자료 : World Footwear yearbook 2020

JAPAN
일본

시장규모

일본의 신발산업 규모는 약 1조4천억엔(소매매출기준)규모로 나타났으며, 외국관광객의 증가와 다목적 스포츠화의 판매 증가로 인해 2011년부터 5년 연속 플러스 성장을 기록.

신발산업은 다양한 분야가 존재하나 일본의 신발제조업은 한국과 마찬가지로 시장이 크게 축소되면서 정확한 통계가 없으며, 소매시장규모로 전체 산업규모를 추정할 수 있음.

품목별 소비현황

일본 신발 시장 품목별 시장규모를 살펴보면 스포츠화가 44%를 차지하고 있으며, 그 뒤로 여성화(25%), 신사화(16%) 순으로 나타났음.

최근 스포츠화(스니커)의 유행으로 인해 다양한 다목적 신발의 판매가 증가하면서 이 품목이 2015년 대비 5.1%의 성장률을 보였으며, 여성화(-3.6%) 및 신사화(-1.8%)는 소폭 감소하였음.

판매동향

최근 여성용 신발의 판매 저조가 계속되고 있으며, 마찬가지로 신사화의 경우도 판매 감소가 이어지고 있음.

그러나 다목적으로 사용이 가능한 스포츠화의 경우는 실용적이면서도 디자인성이 높으며 다양한 경우에 착용이 가능한 점 등으로 인해 최근 5년간 꾸준히 증가하고 있는 추세이며 앞으로도 계속 증가할 추세임.

구매패턴

간편한 착용감에서 벗어서 디자인성이 높은 스포츠화의 증가로 인해 다양한 제품이 발매되면서 구매수요를 충족하고 있음.

여성화의 경우는 고급제품과 저가제품으로 시장이 양분되어 있으며, 중저가의 기능성 제품을 선호하는 경향이 강함.

신사화의 경우도 마찬가지로 최근 기능성 제품의 발매가 증가하면서 중저가의 기능성 제품의 구

매를 선호하는 소비자의 수요를 충족하고 있음.

워킹용, 런닝용 등 일반화에서도 그 용도에 맞는 신발 구매 경향이 뚜렷하게 나타남.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 일본 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	52	59	2	75	$31.84
수입	5,137	6	653	3	$7.87
생산			71	21	
소비			722	6	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 일본 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	19	36%	0.5	32%
홍콩	10	20%	0.4	22%
대한민국	5	10%	0.2	13%
태국	3	5%	0.1	3%
미국	3	5%	0.1	3%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 중국	315%	14
+ 태국	111%	1
+ 미국	106%	1
+ 베트남	116%	1
- 홍콩	-15%	-2

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 일본 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	2,413	47%	500.7	77%
베트남	1,203	23%	80.9	12%
인도네시아	428	8%	28.8	4%
이탈리아	389	8%	2.4	0%
캄보디아	204	4%	14.4	2%

지난 5년간 변동	증감	백만달러

+ 베트남	97%	591
+ 인도네시아	67%	172
- 스페인	-42%	-31
- 방글라데시	-57%	-61
- 중국	-28%	-951

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 일본은 세계 수입물량 중 3위를 차지하며 중국과 베트남이 주요 공급국
- 일본과 유럽국가들 간의 경제협력협정이 원활하게 기능하지 않음

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Asics Corporation	3,478.1	8,780
Abc-Mart, lnc.	2,499.5	5,860
Chiyoda Co., Ltd.	1,041.9	1,774
Midori Anzen Co., Ltd.	848.5	1,006
Gfoot Co., Ltd.	817.6	1,357

자료 : World Footwear yearbook 2020

GERMANY
독일

독일 가정의 신발 소비 지출액은 2010년을 제외하고 매년 2~6% 증가

2010년은 그리스, 아일랜드 구제금융 등 재정위기로 인한 소비 감소로 매출액이 전년도 대비 3.3 % 감소.

2016년 독일 가정의 신발 소비 지출액은 약 130억 유로로 10년 전(2007년) 약 110억 유로보다 20억 유로(18%) 증가함.

독일 1인당 1년에 신발구매에 사용하는 비용은 평균 86유로

리서치 전문기업 GfK의 2017년 독일 품목별 구매력지수 발표에 근거한 자료이며, 구매력 지수가 가장 높은 곳은 독일 남부 뮌헨과 뮌헨인근 슈타른베르크임.

독일에서 신발구매가 주로 이뤄지는 곳은 신발 전문오프라인/온라인매장

2016년 리서치 전문기관 VuMA에서 만 14세 이상 독일 거주자 23,102명을 대상으로 한 설문조사에서 설문자의 41.4%가 독일에 1,649개의 매장을 갖고 있는 다이히만(Deichmann)에서 신발을 구매한 것으로 설문 조사에 응답함.

상위 5개 링크된 신발유통업체는 독일에 매장수가 많은 체인형태의 대형 유통업체들임.

2008년부터 2016년까지 독일 신발 시장 연 매출 총액은 꾸준히 증가

2009년(83억6천7백만 유로)에서 2010년(91억5천6백만 유로) 큰 폭으로 증가 (△9.4%)

그리스, 아일랜드 발 유럽 경제위기 이후 물가상승의 영향.

2016년 신발시장 연 매출 총액은 97억1천9백만 유로를 기록

최근 3년간의 신발시장 연 매출 총액은 1% 이하의 소극적인 증가세를 보임.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 독일 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	8,684	4	350	4	$24.78
수입	12,169	2	745	2	$16.32
생산			48	27	
소비			443	8	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 독일 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
폴란드	1,229	14%	59.6	17%
스위스	1,012	12%	18.8	5%
프랑스	976	11%	40.4	12%
네덜란드	744	9%	25.6	7%
영국	627	7%	19.0	5%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 폴란드	163%	762
+ 스위스	222%	698
+ 이탈리아	197%	380
+ 프랑스	39%	276
+ 영국	73%	264

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 독일 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	2,903	24%	347.2	47%

베트남	2,033	17%	113.8	15%
이탈리아	1,285	11%	32.4	4%
인도네시아	710	6%	39.8	5%
네덜란드	558	5%	21.3	3%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	34%	517
+ 폴란드	409%	322
+ 이탈리아	25%	254
+ 인도네시아	36%	188
+ 캄보디아	96%	142

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 독일은 세계 2위의 수입국이자 4위의 수출국으로 국제신발교역의 주요 거점
- 독일의 수입과 수출은 모두 2019년에 신기록을 달성
- 가죽샌들 생산은 예년과 같이 2019년에 증가함

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Adidas AG	26,155.0	56,438
ANWR Group eG	728.1	1,441
Ara Shoes AG	625.1	5,000
Gabor Shoes AG	375.2	3,494
Reno Schuh GmbH	324.5	2,550

자료 : World Footwear yearbook 2020

가죽화 및 신발 전반

주로 업계의 70% 이상의 수익을 차지하는 제품은 고급 신발류이며, 이 상품의 생산자는 소매 유통 업체의 영국 시장을 활용하고, 온라인 유통 채널을 보유.

ENGLAND
영국

런던의 부촌인 West End 지역을 공략하는 전략으로 틈새시장에 집중하여 좋은 성과를 이루어냄.

신발 제조는 현재 성장 단계에 있으며, 지난 5년간 고급 신발에 대한 수요가 증가했기 때문임.

향후 5년 동안 고급 신발은 더욱 더 인기가 있을 것으로 전망되며, 신발 제조 업계 또한 지속적으로 성장 할 것으로 예상이 됨.

남성 가죽화 및 구두

남성용 가죽화는 영국신발제조업계에서 54.7%의 높은 비율을 차지.

고품질 남성화는 영국에서 오랜 전통을 지니고 있으며, high-end 품질의 제품을 생산하여 지난 5년간 아시아와 북미 시장 등 해외 수요 증가.

여성 가죽화 및 구두

여성화는 2016-2017년 매출의 28.2%를 기록하며, 남성화에 비해서 여성 소비자들의 선호도 및 유행의 변화로 인해서 가격 경쟁 및 신제품 생산 등에 어려움을 겪음.

운동화 (스포츠 신발)

운동화는 총 구조의 14.6%를 차지하며, 뉴밸런스 신발의 인기와 고성능 신발에 대한 관심도 증가로 인하여 수익이 상승하며, 앞으로도 지속적으로 성장할 전망.

기타 신발류

기타에 포함된 신발류는 정형외과용 신발, 보호용 신발, 공사장 작업용 신발, 하우스 슬리퍼 등 각종 산업에 기여하는 제품들이며 약2.5%의 점유율을 차지하고 있음.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 영국 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	2,445	12	89	16	$27.46
수입	6,830	4	462	5	$14.79
생산			5	89	
소비			378	10	

자료 : World Footwear yearbook 2020

영국 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
독일	513	21%	17.7	20%
프랑스	327	13%	9.7	11%

아일랜드	304	12%	15.9	18%
이탈리아	189	8%	4.8	5%
스페인	151	6%	5.4	6%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 독일	54%	180
+ 프랑스	48%	106
+ 스페인	82%	68
+ 이탈리아	53%	65
- 네덜란드	-42%	-106

자료 : World Footwear yearbook 2020

영국 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	1,545	23%	253.7	55%
네덜란드	803	12%	22.9	5%
이탈리아	782	11%	13.1	3%
벨기에	641	9%	22.2	5%
독일	594	9%	21.1	5%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 독일	86%	275
+ 네덜란드	46%	254
+ 프랑스	78%	160
- 인도	-41%	-185
- 중국	-33%	-777

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 영국은 세계 5대 신발수입국
- 지난 5년간 유럽국가로부터의 수입증가
- 중국으로부터의 수입은 -33%

대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
C. & J. Clark International Limited	1,019.0	9,268
Kurt Geiger Limited	420.3	2,181,
Airwair International Limited	390.7	909

Schuh Group Limited	372.0	1,873
Office Holdings Limited	361.2	2,724

자료 : World Footwear yearbook 2020

CHINA
중국

구두 시장

구두의 소비량은 신발류 중에 가장 높으며 지속적인 상승세를 유지하고 있음. 중국가죽제품협회 통계에 따르면, 2015년까지 중국 구두 생산기업의 영업이익은 8,341억 위안 (약 1,235.7억 달러)에 달했으며, 동기 대비 8.45% 증가함. 이는 전체 신발산업 영업이익의 66%를 차지함. 통계에 따르면, 2015년 중국 구두 소비액은 전체 신발 소비액의 55%를 차지함. 주민 소득 수준 증가, 비즈니스 수요증가 및 소비자들의 브랜드 의식 강화 등 다양한 요인으로 구두 시장 규모가 지속적으로 확대될 것으로 예상됨.

운동화 시장

미국에 비해 중국 운동용품 산업은 아직 발달하지 않은 상태임. 미국의 연간 운동용품 소비액은 500~800달러/인 달했으나, 중국은 20~30달러에 그침. 통계에 따르면, 2015년 중국 운동화 산업 판매액은 1,500억 위안 (225.59억 달러)에 달했으며, 동기 대비 5.7% 성장했음. 또한 국무원에서 <국민건강운동계획(2016-2020)>을 발표함에 따라, 적극적으로 건강운동에 참여하는 사람이 많아질 것으로 예상됨.

아동화 시장

중국 연간 신생아 수는 1,600만에 달함. 또한 '80后', '90后' 의 출산이 시작함에 따라 아동화에 대한 수요도 커지고 있음. 중국 아동화 생산 비중은 상대적으로 낮은편이며 유명 브랜드가 많지 않음. 최근 몇 년간 아동화 시장 수요 증가에 따라 중국 아동화 생산 기업 및 성인 신발 브랜드도 적극적으로 시장 개척 중임. 기술 혁신, 원재료 개발, 디자인 연구 등 다양한 방식으로 아동화 품질을 향상시키고 있음.

현재 중국 국내 신발 구매는 주로 온오프라인으로 진행되고 있음

(오프라인) 주로 백화점, 대형쇼핑센터, 대형 마트 등이 있으며, 전문 매장, 가맹점도 많음. '원저우(溫州)'같은 신발 생산기업이 집중되어 있는 지역에서는 신발 제품 전문 대형 도소매 광장도 구축되어 있음.

(온라인) 최근 몇 년간 중국 알리바바, 징동 등 온라인 구매 루트가 가속화 되면서많은 소비자들이 온라인으로 신발을 구매하고 있음. 대형 전자상거래 사이트나 브랜드 자체 온라인 매장을 통해 구매 가능함. 장소 및 시간의 제한을 초월할 수 있기 때문에 온라인 구매가 하나의 유행 추세로 주목 받고 있음.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 중국 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	45,049	1	9,542	1	$4.72
수입	5,054	7	210	14	$24.06
생산			13,475	1	
소비			4,143	1	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 중국 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	11,411	25%	1,610.5	17
일본	2,042	5%	501.1	5%
러시아연방	1,849	4%	236.2	2%
독일	1,772	4%	291.7	3%
필리핀	1,694	4%	526.8	6%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 필리핀	192%	1,114
- 영국	-35%	-877
- 홍콩	-57%	-959
- 카자흐스탄	-60%	-1,323
- 미국	-17%	-2,331

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 중국 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
베트남	2,338	46%	117.4	56%
이탈리아	854	17%	3.6	2%
인도네시아	806	16%	47.8	23%
중국	285	6%	11.3	5%
미국	122	2%	2.5	1%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	268%	1,703
+ 인도네시아	197%	534
+ 이탈리아	44%	261
+ 미국	955%	110

+ 캄보디아	407%	63

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 중국은 세계에서 가장 중요한 제조자, 소비자 및 수출국
- 수출은 지난 4년간 대략 450억 달러에서 안정적으로 유지
- 수입도 빠른 속도로(2019년에 22%) 증가하고 있어 세계 7위의 수입국을 차지

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Dongguan Lanhui Shoe Materials	4,540.3	n.a.
Jiangsu Senda Group Co.	1,124.5	11,000
Anta Sports Products Group Co.	743.0	1,198
Belle Footwear (Shanghai) Co	727.0	5,970
Zhejiang Red Dragonfly Footwear	438.1	5,420

자료 : World Footwear yearbook 2020

VIETNAM
베트남

베트남 가죽·신발·핸드백 협회(LEFASO)에 따르면, 현지 신발시장 규모는 연간 약 1억 9,000만 켤레로 추정. 그러나 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2018년 소비량은 약 1억 1,100만 켤레임. 또한 Lefaso에 따르면, 현지 생산품이 시장 점유율 약 50%를 획득했으며 나머지는 중국과 태국에서 생산된 저렴한 제품에 속함. 정품 브랜드 제품은 여전히 대도시에 중점을 두고 있어 그 수가 제한적이며 고소득층이 타겟임.

유로모니터에 따르면, 의류 및 신발 전문 소매업체와 같은 매장 기반의 신발 유통 채널은 전체 유통 모델의 약 50%를 차지하면서 슈퍼마켓, 대형 슈퍼마켓, 레저 및 개인물품 소매업체 등 다른 유형의 소매업체보다 더 인기가 있음. 비 점포 판매는 인터넷 소매업이 약 20%를 차지함.

베트남 신발 산업이 글로벌 공급망에 합류하기 위해서는 큰 장애물인 제한된 지역 자재 및 부속품 공급원 문제에 맞서야 함. Lefaso Vietnam이 주장한 바와 같이 베트남 기업의 생산 현지화율은 가입한 무역 협정의 조건을 충족시키기 위해 60%까지 인상되어야 함. 그 외에도 이 조치는 물류 비용을 절감하고 현지 제조업체의 추진력을 높이는데 도움이 됨.

또 다른 역설적인 상황은 수출액이 가장 높은 산업 중 하나임에도 불구하고, 대다수의 베트남 신발수출이 FDI 기업에 놓여 있다는 것임. 공식 자료에 따르면, FDI 기업들은 신발 제조업체의 28.7%에 불과하지만 전체 수출 액의 77% 이상을 차지함. 그 중 일부 기업들은 Pouchen Vietnam Enterprise Ltd.와 같이 시장 주도 기업으로 활동하고 있음.

현재 업계의 현지화 비율은 40-45% 에 불과하며 그 중 신발 밑창과 봉사가 주류임. 특허가죽 및

인조가죽을 사용해 생산하는 신발의 가장 중요한 자재는 다른 국가에서 수입해야 함. 매년 베트남은 수출용 신발의 생산을 위해 미화 11~15억 달러의 가죽 제품을 수입해야 함. 또한 국내 기업은 저급한 섬유 소재 신발을 생산하기 위한 섬유만 공급 가능함. 제조 장비조차도 수입해야 함. 이러한 모든 요인들로 인해 베트남 제조업체가 생산한 제품은 고가로 부과되어 글로벌 시장에서의 경쟁력이 저하됨.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 베트남 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	23,047	2	1,419	2	$16.24
수입	522	42	98	31	$5.33
생산			1,400	3	
소비			79	48	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 베트남 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	7,241	31%	507.9	36%
중국	2,338	10%	117.4	8%
독일	2,033	9%	113.8	8%
벨기에	1,294	6%	78.2	6%
일본	1,203	5%	80.9	6%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 미국	93%	3,489
+ 중국	268%	1,703
+ 일본	97%	591
+ 독일	34%	517
+ 대한민국	106%	498

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 베트남 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	441	85%	93.7	96%
싱가포르	39	8%	1.7	2%
태국	5	1%	0.9	1%
말레이시아	5	1%	0.3	0%
미국	5	1%	0.2	0%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 중국	24%	86
+ 싱가포르	267%	29
+ 미국	-	4
+ 대한민국	111%	2
+ 인도네시아	58%	1

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 베트남 신발사업은 생산량, 기업 수, 근로자 수 측면에서 빠른 속도로 확장
- 2019년 수출은 신기록을 세웠으나, 수입은 감소함
- 베트남의 무역수지흑자는 지난 10년간 4배 달성

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Tae Kwang Vina Industrial Joint Stock Company	1,002.2	30,000
Chang Shin Vietnam Company Ltd	668.7	32,358
HWA Seung Vina Co, Ltd	663.0	12,000
Longwell Company Ltd	515.5	26,130
Pou Sung Vietnam Co Ltd	450.5	495

자료 : World Footwear yearbook 2020

인도네시아는 세계적 수준의 신발 제조업체로 알려져 있음. 인도네시아는 중국, 인도, 베트남, 브라질에 이어 세계 5대 신발 생산국임. 인도네시아의 신발은 세계시장 점유율 4.4%로 수출을 계속 늘릴 수 있는 여지가 있음.

중소 화학, 의류, 잡화 및 공예 산업을 담당하는 산업자원부의 이사 E. Ratna Utatiningrum는 빠르게 성장하는 패션 산업이 신발 산업 성장에 힘을 실어준다고 함. 2020년까지 세계신발시장에서의 국가적인 목표 점유율은 10%임. 인구가 증가함에 따라 신발 수요가 증가함.

국가 신발 산업이 매출액과 생산량 모두에서 중대형 산업에 의해 주로 견인된다고 설명함. 인도네시아 전역의 소형 및 초소형 신발 산업 분포를 보면, 82%가 2개의 주, 즉, 서자바 주 및 동자바 주에 위치함. 서자바 주에서 소형 및 초소형 신발 산업이 집중되어 있는 도시는 Bogor, Bandung, 및 Tasikmalaya임. 동자바 주에서의 집중도시는 Pasuruan, Sidoarjo, Mojokerto,

Jombang, 및 Magetan임.

산업자원부 산하 화학섬유산업 (IKTA) 국장 Achmad Sigit Dwiwahjono는 2016년 신발 산업의 성장률이 8.15%에 달했으며, 비 석유 산업 성장률 4.42%보다 높다고 밝힘.

인도네시아 정부는 신발 산업을 2021년까지 개발 우선 과제 중 하나로 선정하여 지원하고 있으므로, 신발시장은 예측기간 동안 계속 성장할 것으로 예상됨. 정부는 예측 기간 동안 수출 증가 목표를 세움.

예측 기간 동안 신발산업은 2016년 불변 가격으로 환가해 연평균 성장률 3%를 기록할 것으로 예상되므로, 해당 부문의 전망이 밝음.

신발에 대한 주요한 잠재적 위협은 인도네시아에서 널리 판매되는 '짝퉁' 제품임. 인도네시아 소비자의 대다수는 중~저 소득층에 속해 있기 때문에 가격을 의식하고 '짝퉁' 제품을 기꺼이 구입함. 또 다른 잠재적 위협은 신발 산업에 대한 정부 계획의 불안정성일 수 있음.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

INDONESIA
인도네시아

• 인도네시아 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	6,977	5	427	3	$16.36
수입	666	34	169	18	$3.95
생산			1,229	4	
소비			971	4	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 인도네시아 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	1,716	25%	114.6	27%
중국	806	12%	47.8	11%
독일	710	10%	39.8	9%
벨기에	617	9%	42.5	10%
일본	428	6%	28.8	7%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 중국	197%	534
+ 미국	34%	439

+ 독일	121%	388
+ 일본	67%	172
+ 대한민국	73%	129

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 인도네시아 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	453	68%	153.6	91%
베트남	78	12%	3.0	2%
싱가포르	67	10%	6.2	4%
홍콩	27	4%	1.8	1%
말레이시아	9	1%	1.4	1%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	144%	46
+ 홍콩	340%	21
+ 브라질	342%	5
- 싱가포르	-24%	-22
- 중국	-12%	-60

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 인도네시아 신발산업은 현재 생산국 4위, 수출국 5위를 차지함
- 미국이 인도네시아의 주요 공급국
- 수출은 2019년 2% 증가하며 70억 달러에 달함

대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
PT. Nikomas Gemilang	1,933.4	n.a.
PT. Pengtay Indonesia	1,399.1	n.a.
PT Pey Hai International Wiratama	699.6	n.a.
PT Pratama Abadi Industrial	563.1	n.a.
PT Bali Mukti Shoes Factory	493.2	n.a.

자료 : World Footwear yearbook 2020

CANADA
캐나다

캐나다 신발시장은 높은 인건비로 인해 경쟁력이 낮아 대부분의 기업이 캐나다가 아닌 해외에서 제품을 생산해서 수입하는 방식이 주. 일부 제조업체가 있기는 하나 상당수가 종업원 없는 1인 기업임. 캐나다 통계청 자료에 따르면 '16년 기준 캐나다 내 신발제조 업체는 총 124개이며 1,513명이 종사하는 것으로 나타남. 이중 절반에 해당하는 62개 업체는 1인 기업인 것으로 확인. 1인 기업을 제외하면 대표 상업지역인 온타리오주에 가장 많은 26개의 제조업체가 소재하고 있으며 퀘백(24), 브리티시콜롬비아(6)가 다음으로 많은 것으로 나타남.

Athleisure(운동 Athletic + 레저 Leisure의 합성어)의 판매가 급증하고 있음

2016년 신발시장 트랜드 키워드는 Athleisure. 기존의 단정한 옷차림에서 벗어나 스포티함을 지향한 캐쥬얼 패션이 대세로 자리잡아 단화, 가죽 샌들과 같은 제품의 수요가 대폭 증가.

많은 남성 소비자들의 주도하에 기존의 가죽화보다 스니커즈, 스포츠 샌들과 같은 일상화를 선호하는 추세임.

또한, 지속적으로 높아지고 있는 평균 연령으로 인해 운동화의 소비가 증가할 것으로 예상되며 실제로 2016년 6%의 성장세를 기록, 전체판매의 36%를 차지.

2016년 여성화부분에서는 디자이너 제품과 운동화가 강세를 보임

꾸준한 판매량을 유지하는 디자이너 제품과 함께 여성 소비자들도 남성 소비자와 같이 편안함과 패션을 동시에 만족시키는 운동화의 판매량이 증가.

아울러 Holt Renfrew, Nordstrom과 같은 럭셔리 제품 판매점의 증가로 디자이너 제품의 선택의 폭이 다양해짐.

동시에 캐나다 달러의 약세로 인해 해외 관광객들의 구매가 늘어나, 전체 여성화 판매량이 5% 증가하고 시장규모도 6% 확대.

아동화 시장은 판매량 2%, 시장규모 3% 성장으로 다른 품목에 비해 상대적으로 저조한 성장세를 기록

아동화의 경우 다양한 활동에 사용할 수 있는 기능성 제품(축구화, 장화 등)이 인기가 높으며 개학준비 시즌과 세일시즌이 맞물리는 8월말에 최고 판매량을 기록.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 캐나다 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	226	41	15	40	$15.45
수입	2,436	15	161	19	$15.18
생산			7	77	
소비			153	23	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 캐나다 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	194.1	86%	13.38	92%
네덜란드	6.5	3%	0.10	1%
스위스	3.1	1%	0.28	2%
홍콩	3.0	1%	0.06	0%
독일	1.4	1%	0.04	0%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 네덜란드	671%	5.6
+ 스위스	-	2.9
+ 홍콩	-	2.8
+ 대한민국	-	1.3
- 미국	-21%	-50.1

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 캐나다 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	1,001	41%	95.9	60%
베트남	541	22%	30.7	19%
이탈리아	229	9%	2.2	1%
캄보디아	139	6%	6.7	4%
인도네시아	107	4%	7.1	4%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	87%	253
+ 이탈리아	56%	82
+ 캄보디아	95%	68
+ 방글라데시	323%	35
- 중국	-32%	-473

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 캐나다 2019년 신발수출은 10%가량 떨어졌고 수입은 1%가량 떨어짐
- 캐나다 수입의 2/3이 중국과 베트남으로 이루어짐
- 신발산업은 주로 퀘벡 및 온타리오 주에 있음

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Caleres Canada, Inc.	753.8	900
Groupe Aldo Inc. Le	706.9	5,666
adidas Canada Limited	486.7	700
Foot Locker Canada Co	374.3	3,000
Roots Corporation	250.3	2,604

자료 : World Footwear yearbook 2020

MEXICO
멕시코

멕시코에서는 많은 신발 관련 공장들이 설립 되어 있으며 2015년 기준 약 7,400개의 공장이 설립되어 있는 것으로 조사됨. 이중 70%가 Leon시 Guanajuato주에 위치함

참고 : Leon시, Guanajuato주 (70%), Guadalajara시 Jalisco주 (15%), Mexico City (8%)
해당 공장들의 주된 제조 품목 : 신발 부분품 (가죽 - 갑피, 밑창, 안창 등) / 신발 완제품 (신발 부분품 제작부터 완성품까지)

멕시코 내 공장들은 크게 3가지 종류로 분류될 수 있음

A. 자신의 개인 브랜드를 설립하여 신발 완제품을 (신발 부분품 제조부터 조립까지) 제조하는 공장.

B. 신발 완제품을 제조하지만, 자신의 개인 브랜드가 없는 공장: 대부분 신발 대기업 브랜드에 납품 중.
위에 두 분류의 공장들은, 제조 단가가 안 맞는 신발 부분품만 수입하는 경향을 보이며, 그 중 대부분은 중국, 베트남, 인도 산이지만 품질을 위해 유럽 (이탈리아, 스페인) 또는 미국 산도 수입함.

C. 나머지 소수의 공장들은 신발 부분품을 (갑피, 밑창, 안창 등) 생산.
신발 완제품 제조하는 공장에 납품하거나, 수출하거나, 신발 부분품을 파는 도/소매 시장에 납품.
신발 부분품을 취급하는 시장이 극소수이기 (신발 수선 업체가 주 고객) 때문에 많은 수요가 없는 편.

멕시코 신발 부품 시장 현황

미국 및 유럽 (스페인, 이탈리아) 제품들은 프리미엄 급으로 자리 매김을 하고 있는 상태이고, 중국, 베트남 및 인도 제품들은 저가 제품으로 자리 매김 하고 있는 추세임. 또한, 아직 멕시코는 품질보다는 가격에 민감한 시장이기 때문에 저렴한 가격을 고려하여 많은 업체들이 중국산을 선호함.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 멕시코 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	488	29	21	35	$22.70
수입	1,234	20	126	24	$9.82
생산			251	9	
소비			356	11	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 멕시코 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	448	92%	19.5	91%
과테말라	10	2%	0.7	3%
캐나다	9	2%	0.3	1%
코스타리카	4	1%	0.2	1%
엘살바도르	3	1%	0.1	1%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
- 우루과이	-100%	-5
- 콜롬비아	-88%	-8
- 네덜란드	-100%	-10
- 일본	-93%	-12
- 미국	-4%	-20

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 멕시코 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
중국	436	35%	65.7	52%
베트남	387	31%	38.1	30%
인도네시아	151	12%	9.5	8%
이탈리아	112	9%	2.0	2%
스페인	45	4%	1.9	2%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 베트남	36%	103
+ 이탈리아	101%	56
+ 중국	13%	51

+ 인도네시아	43%	46
+ 인도	212%	23

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 멕시코는 세계 9위 신발생산국이지만 산업은 주로 내수에 의존
- 아시아 국가들에서 주요 수입

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Fábricas de Calzado Andrea, S.A. de C.V.	395.1	3,500
Calzados Pakar, S.A. de C.V.	267.7	5,000
Global Tres, S.A. de C.V.	166.0	3,000
Mon de San Luis, S.A. de C.V.	149.4	2,700
Calzado Soate, S.A. de C.V.	138.4	2,500

자료 : World Footwear yearbook 2020

BRAZIL
브라질

전통적으로 브라질 국민은 낮은 국민소득의 영향으로 의류, 신발, 향수, 화장품, 액세서리 등 전반적인 패션에 대한 소비가 매우 낮았음. 그러나 2000년대 초 GDP가 급성장하면서 2003년~2013년간 패션시장은 4배 이상 증가하였고 오늘날 브라질은 세계 1위 향수 소비 시장, 세계 2위 헤어 제품 시장, 세계 3위 화장품 시장 보유국으로 부상했음. 중산층 유입이 활발해진 이후부터 의류를 비롯한 신발 시장도 점차 성장을 거듭함.

브라질 신발시장은 남부인 Rio Grande do Sul을 위주로 성장하기 시작했는데, 중국의 저가 신발 공세에 밀려 생산비 절감 압박을 느끼게 됨. 따라서 인건비가 상대적으로 저렴한 북부 지역으로 공장을 확장하여, 현재는 북부에서 생산량이 더 많은 편임.

브라질 신발시장의 주요 특징으로 플립플랍의 발달을 예로 들 수 있는데, 해변가를 즐겨 찾는 국민 특성과 더불어 일부 지역에서는 열대기후가 두드러진 관계로 플립플랍 착용이 일반적임.

브라질 내 신발생산 밀집 구역인 '신발생산파크(Parque calçadista brasileiro)'는 약 7,700개 회

사로 이루어져있으며 30만 명의 고용이 창출됨.

신발생산파크(Parque calçadista brasileiro)는 1983년부터 형성이 시작되었으며, 7,700여개 업체로 이루어져 있고 과반 수 이상인 73%는 초소형기업(microempresas)*에 해당함. 신발생산파크는 한 개의 특정 지역이 아닌, 브라질 전역에 걸쳐 형성된 밀집구역, 공장 등의 합을 의미함.

자료: KOTRA(대한무역투자진흥공사) 해외무역관 조사

• 브라질 신발산업 현황

	금액		수량		단가(USD)
	백만달러	세계순위	백만 족	세계순위	
수출	972	21	115	14	$8.44
수입	374	49	28	71	$13.22
생산			908	5	
소비			821	5	

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 브라질 수출 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
미국	207	21%	12.5	11%
아르헨티나	105	11%	10.1	9%
프랑스	64	7%	8.3	7%
볼리비아	45	5%	5.8	5%
파라과이	41	4%	10.5	9%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 아르헨티나	28%	23
+ 에콰도르	78%	16
- 파라과이	-26%	-14
- 사우디아라비아	-76%	-17
- 앙골라	-84%	-46

자료 : World Footwear yearbook 2020

• 브라질 수입 주요 국가

	백만달러	비율	백만 족	비율
베트남	188	50%	12.0	43%
인도네시아	77	21%	4.8	17%

중국	48	13%	8.3	29%
이탈리아	28	8%	0.2	1%
캄보디아	8	2%	0.6	2%

지난 5년간 변동	증감	백만달러
+ 이탈리아	31%	7
- 중국	-9%	-5
- 아르헨티나	-96%	-12
- 인도네시아	-31%	-35
- 베트남	-42%	-136

자료 : World Footwear yearbook 2020

- 브라질 수출 20% 이상을 미국시장이 차지
- 신발산업은 주로 노르데스테, 술, 수데스테 지역에 있음

• 대표기업

	매출액(백만달러)	종업원
Alpargatas S/A	715.5	17,355
Grendene S/A	486.3	14,603
Ns2.Com Internet S/A	446.3	2,500
Arezzo Indústria e Comércio	328.5	2,693
Dass Nordeste Calçados	241.7	10,000

자료 : World Footwear yearbook 2020

03

신발시장 주요트렌드

1. 글로벌 신발시장 트렌드
2. 국내 신발시장 트렌드

01
글로벌 신발시장 트렌드

[미국] 프리미엄 수제 가죽, '호윈 가죽'이 스니커즈 업계로

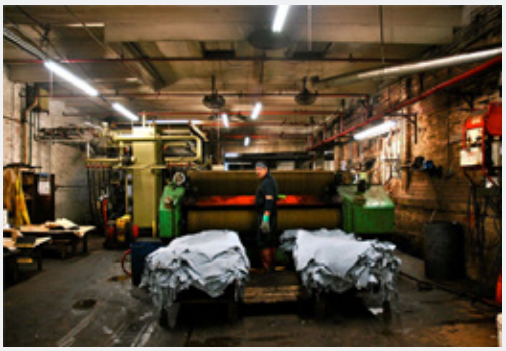
이사도어(오른쪽)와 호윈 가족

시카고의 호윈가죽회사(Horween Leather Company, 줄여서 호윈)는 거의 120여년 동안 세계에서 가장 고급인 가죽을 생산하고 있다. 이 회사의 견고한 가죽은 주로 하이커용 풋웨어나 축구공및 농구공에 사용되고 있지만, 최근에는 스니커즈에서도 활용되고 있다.
스니커즈 업계에서 호윈의 존재감은 아직은 그리 깊지 않다. 하지만 하지만 호윈이 세계 최고급 가죽 제조업체 중 한 곳이 된 배경을 이해하기 위해서는 창업 당시로 거슬러 올라가야 한다.

시카고, 호윈 빌딩

시카고의 마지막 무두질 공장

이사도어 호윈은 시카고로 이주하기 전 고향인 우크라이나에서 수 년 동안 동물가죽 무두질 거래를 익혔다.
1905년, 그는 호윈가죽회사를 창업하고 혁지 및 오일 실 같은 특수 용도의 가죽을 개발해 명성을 쌓았다. 그리고 이후 수십 년 동안 혁신적인 무두질 기법과 시그니처 가죽 상품을 개발해 고급 가죽 제작회사라는 별칭이 붙었다. 호윈의 상품들은 풋웨어, 액세서리 및 스포츠 장비에 내구력을 더해줬다.



호윈 크롬엑셀 생산

몇 년이 흐르고, 지역의 가죽 무두질 공장은 쇠락했다. 그 결과 비용을 절감하기 위해 해외에서 생산하기 시작했으며 그 과정에서 품질이 불가피하게 나빠졌다. 하지만 호윈은 정도를 지켰으며 미국 생산이라는 전통을 유지해나갔다.
이사도어가 자신의 회사를 설립했을 당시, 시카고에는 20여 개의 가죽 무두질 공장이 운영되고 있었다. 하지만 지금 현지에서 마지막으로 남은 공장은 호윈 밖에 없다.

가죽 사랑

가죽 생산은 크게 두 가지 프로세스, 태닝과 무두질로 나눌 수 있다. 호윈은 두 가지 부문 모두 특화되어 있다고 말하고 있다. 그리고 촉감, 마감 처리 및 방수 기능 등 제각기 다른 특성을 가진 유제법을 50가지 이상 보유하고 있다고 강조했다.
크로멕셀(Chromexcel)은 호윈의 대표 상품 중 하나다. '풀 업(pull-up)' 가죽으로도 알려진 이 상품의 표면은 페이트와 색소 대신에 오일, 그리스 및 왁스가 혼합돼 있어 색상의 풍부함과 깊이를 더했다.
호윈은 녹청색을 개발했을 뿐만 아니라 오일 코팅이 마모된 부분을 변형 및 '보수'할 수 있는 '자가 치유' 속성 또한 만들어냈다. 그 덕분에 작업화처럼 힘든 작업에 착용하는 풋웨어뿐만 아니라 캐주얼화에도 사용되기 시작했다. 호윈은 약 100년 동안 크로멕셀 제조법을 비밀에 부치고 있다!
그 외에 유명한 호윈 상품으로 말 가죽 가운데 특수 부위로 만든 쉘 코르도반(Shell Cordovan)이 있는데, 이 상품 생산 기간은 6개월 이상 걸린다. 하지만 일단 완성되고 나면, 시간이 흐를수록 놀라울 정도로 아름답게 윤이 난다.

뉴발란스 998 호윈 팩

호윈 가죽으로 만든 반스 볼트 sk8-HI

쉘 코르도반으로 만든 신발은 매우 드물어 가보로 대대로 전해지고 있다. 이 상품은 스니커즈 업계에서는 일반적이지 않지만 최상층 고객들에게는 가능한 옵션이다. 쉘 코르도반은 상당한 수공이 필요하며 원자재 자체가 극히 희소하기 때문에 매우 고가에 판매되고 있다.

현대 르네상스

2008년부터 닉 호윈이 부회장 겸 품질 관리 책임자로 가족 사업을 이어가고 있으며 새로운 비전을 추가했다. 지난 10년 동안 호윈은 크고 작은 브랜드에서 제작한 스니커즈에 사용되는 가죽을 납품하고 있다

1. 윙스 + 혼즈 아디다스 스탠 스미스 (호윈 풋볼 가죽)
2. 클락 월러비 부츠 (호윈 풋볼 가죽)

뉴발란스가 그 대표 사례다. 미국에서 제작된 리미티드 에디션에는 호윈의 프리모 가죽을 사용했다. 그리고 997 및 998 컬렉션뿐만 아니라 패널 액센트에 사용되는 일부의 가죽도 호윈에서 만든 것들이다. 가장 최근에는 호윈이 처음으로 만든 스웨이드가 1300JP에 사용됐다.
반스와 리복도 완벽한 어퍼를 재구성하기 위해 호윈 가죽을 사용하고 있다. 또한, 지난 몇 년 동안 컨버스와 아디다스도 각각 올 스타(All Star)와 스탠 스미스(Stan Smith)에 호윈을 사용하고 있다.

그보다는 소규모이지만, 일본의 비스빔(visvim)도 일찍부터 호윈과 긴밀하게 협업해 스페셜 에디션 스니커즈를 제작하고 있다. 그 외에, 유케텐(Yuketen), FEIT 및 바이버그(Viberg) 같은 브랜드들도 몇 년 전부터 호윈의 가죽을 소재로 사용하고 있다.
호윈 가죽은 “한결 같은 품질”과 같은 의미이며 향후 스니커즈 업계에서도 더욱 많이 볼 수 있게 될 것으로 보인다.

출처: sneakerfreaker.com

[미국] 탄소 플레이트 러닝화의 인기, 언제까지 지속될까?

경기용이 아니라고? 가격이 높다고?
탄소 플레이트 러닝화에 해당하지 않는 문제들이다.

뉴발란스가 9월 15일 세 번째 탄소 플레이트 러닝화를 출시했다.
마라톤 레이서화 퓨얼셀 RC엘리트(FuelCell RC Elite)는 퓨얼셀 5280(FuelCell 5280), 퓨얼셀 TC(FuelCell TC) 이후에 선을 보이게 됐다.

9월 15일, 뉴발란스는 기능성 러닝화를 시장에 선보였다. 뉴발란스는 퓨얼셀 RC 엘리트(FuelCell RC Elite)라는 명칭의 이 탄소 플레이트 모델을 "이상적인 마라톤화"라고 강조했다.
코로나 19 때문에 대규모 경기가 취소되고 있는 시기에 마라톤 레이싱화 출시는 다소 이상해 보일 수 있다. 그리고 이 같은 기능 지향성 제품은 판매되지 않은 채 매장 선반 위에서 계속 먼지만 타게 될 거라고 생각하는 사람도 있을 수 있다.

하지만 결과는 달랐다.
미국 전역의 러닝화 리테일 매장은 탄소 플레이트 풋웨어에 높은 관심을 보이고 있으며 제조업체들은 기능성과 가격 장벽이 충돌하는 것을 피하기 위해 획기적인 옵션을 지속적으로 개발하고 있다.
뉴발란스가 퓨얼셀 5280과 퓨얼셀 TC 다음으로 출시한 세 번째 탄소 플레이트 러닝화, 퓨얼셀 RC 엘리트(FuelCell RC Elite)는 팬데믹 시대에 출시됐다.
이 시기에는 써코니의 엔도르핀 프로(Endorphin Pro)와 온의 클라우드붐(Cloudboom), 스케처스의 고런 스피드 엘리트 하이퍼(GOrun Speed Elite Hyper), 브룩스의 하이페리온 엘리트 2(Hyperion Elite 2) 등 탄소 주입 풋웨어가 대거 시장에 나왔다.
그리고 361 디그리의 플레임(Flame)과 스케처스의 고런 레이저 엘리트(GOrun Razor Elite) 등 운동선수를 겨냥한 레이싱화도 내년 봄에 출시될 예정이다.

내년 봄, 361 디그리에서는 운동선수들을 겨냥해 탄소 플레이트 소재를 사용한 플레임(Flame)을 출시할 예정이다. 이 신상품에서 사용할 퀵플레임(QuikFlame)이라는 신소재 미드솔 또한 특징이다.

탄소에 굶주리다.

"탄소 플레이트 풋웨어에 대한 관심과 수요가 이처럼 높은 적은 없었다"고 뉴발란스의 레베카 브뢰 매니저는 말했다. "수많은 크고 작은 경기가 취소되고 있지만 점점 더 많은 사람들이 이 상품에 관심을 보이고 있다."

뉴발란스와 나이키, 브룩스와 써코니 등의 탄소 플레이트 소재 풋웨어를 판매하고 있는 기능성 러닝화 소매점, 퍼포먼스 러닝 아웃피터스(Performance Running Outfitters)를 운영하고 있는 트래 호프너는 탄소 플레이트 풋웨어가 처음 시장에 출시될 당시만 해도 회의적이었다고 밝혔다. 하지만 지금은 그런 생각이 말끔히 사라졌다고 덧붙였다.

"이 신발을 착용해보면 기존의 러닝화와는 완전한 차이를 느낄 수 있을 것이다"라고 호프너는 말했다. "이 풋웨어는 전천후로 사용할 수 있다. 일단 신어본 후 직접 느껴보면 알 것이다."

퍼포먼스 러닝 아웃피터스는 현재 줌엑스 베이퍼플라이 넥스트%(ZoomX Vaporfly NEXT%)와 에어줌 알파플라이 넥스트%(the Air Zoom Alphafly NEXT%) 같은 나이키의 탄소 플레이트 제품을 기다리고 있다. 하지만 입고되자마자 금세 품절 사태가 벌어진다고 호프너는 덧붙였다.

"어떤 마케팅을 하든 브랜드들은 이 사실을 너무나 잘 알고 있다."

스케처스의 고런 스피드 엘리트 하이퍼(Skechers GOrun Speed Elite Hyper)와 호카원원의 카본X(Carbon X)도 초창기에 출시된 탄소 플레이트 기능성 러닝화로써 시장을 강타했다.

이와 비슷한 성공 스토리는 유타 주에서 나이키와 호카원원, 써코니, 브룩스 등의 탄소 플레이트 모델을 판매하고 있는 솔트레이크 러닝 컴퍼니(Salt Lake Running Company, SLRC)에서도 벌어지고 있다.

"입고되는 대로 판매되기 때문에 더 많은 상품을 들일 수 있길 바란다"고 SLRC의 케이드 페리는 말했다.

SLRC는 “고액의 풋웨어” 판매에 적합하지 않았지만, 탄소 플레이트 풋웨어만은 예외였다고 페리는 말했다. 180달러의 호카 카본 X는 SLRC에서 가장 저렴한 탄소 플레이트 소재 풋웨어였다.
“고객들이 장점만을 가지고 있는 최고급 풋웨어에 기꺼이 돈을 쓰고 있다는 것을 확인했다”고 페리는 덧붙였다.
NPD 그룹의 더크 소렌슨 스포츠 산업 애널리스트는 “최근 몇 달에 걸쳐 프리미엄 러닝화보다 기준 소매 가격 풋웨어의 판매율이 더 높았으며, 이는 러닝으로 건강 및 피트니스 혜택을 구하려는 새로운 소비자가 유입된 결과”라고 분석했다.
“오프라인 매장은 이 같은 정보를 가지고 경기나 속도가 아니라 소비자의 피트니스 및 건강상의 이점을 내용으로 홍보에 나설 필요가 있다”고 소렌슨 애널리스트는 제안했다.
하지만 수많은 러닝 전문 리테일 매장에서는 시장에 진입하고 있는 최첨단 탄소 플레이트 풋웨어로 기능성 러닝화의 피트니스 지향 혜택을 누릴 수 있을 것으로 보인다.

탄소를 판매하다.

나이키, 호카 및 써코니 등의 풋웨어를 판매하고 있는 세인트 피트 러닝 컴퍼니(St. Pete Running Company)의 코디 앙겔은 탄소 플레이트 풋웨어가 출시되면서 자신의 매장 직원들이 고객들에게 상품에 대해 설명해야 하는 상황이 됐다고 말했다.
“모든 러닝이 동일한 결과를 낳는 것은 아니다. 따라서 속도가 빠른 신발에 관심이 있는 사람들을 위한 풋웨어를 판매할 기회가 여기에 있다. 이 특수 풋웨어는 전환 및 속도를 강화한 것”이라고 앙겔은 말했다. “이 풋웨어가 모든 사람을 위한 것은 아니지만 우리가 기대한 것 이상이다.”
신발 자체의 추진감과 에너지 손실 감소 등 탄소 플레이트 풋웨어 성능에 대한 관심이 높아지면서, 소비자들은 풋웨어 교체를 고려하기 시작했다고 앙겔은 설명했다. 이 때문에 탄소 플레이트 풋웨어의 판매율이 높아질 것이라고 덧붙였다.

지난 여름, 온은 탄소 섬유를 주입한 클라우드붐(Cloudboom)을 출시했다.

주목할 만한 점은 브랜드들이 탄소에 대한 대안을 실험하고 있다는 것이다. 예를 들어, 언더아머 후버 마키나(HOVR Machina)는 스프린트 스파이크에서 영감을 받은 페박스(Pebax) 스피드 플레이트를 사용하고 있는 반면, 미즈노는 최근 기존 페박스 소재보다 1,141% 강화된 유리섬유 강화 나일론 플레이트를 사용하고 있다.
“이 ‘추진’ 기능이 러닝화 매장에서 하나의 기능이 되는 것을 보고 있다”고 앙겔은 말했다.
소비자가 탄소에 대해 지속적으로 반응하고 제조업체가 획기적인 상품을 지속적으로 출시하면 더욱 강화된 탄소 플레이트 풋웨어도 가능할 수 있다. 실제로, 뉴발란스는 리테일 업체와 소비자들을 위해 더욱 역동적인 탄소 플레이트 모델을 출시하고 있다.
“탄소를 소재로 한 풋웨어를 한번 신게 되면 헤어나오기 어려울 것이다.”

출처: Running Insight

브랜드 스토리 : 뉴발란스(New Balance)

100년 이상의 오랜 역사를 가진 뉴발란스의 탄생 스토리부터 지금까지 걸어온 길을 살펴보도록 한다.

뉴발란스 창업자 윌리엄 라일리

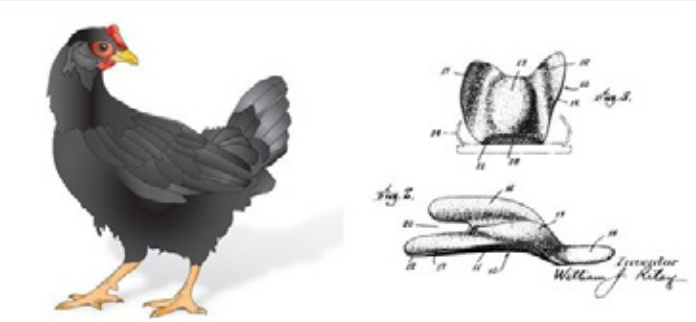
최초의 뉴발란스 신발공장 (메사추세츠주 보스턴 근처 "브링턴" 소재)

1906년 영국이민자 윌리엄 라일리가 미국 메사추세츠주 보스턴에서 발에 장애가 있거나 하루종일 서서 일하는 사람들을 위해 아치 서포트를 만드는데서부터 시작한다. 그래서 처음의 공장 이름은 "New Balance Arch Support Company"라고 이름 지어졌다.

윌리엄 J 라일리는 마당에 있는 닭을 보고 세 개의 닭발이 만들어 내는 균형에서 영감을 얻어 아치 서포트(Arch Support)와 신발을 개발하게 되었는데, 세 개의 발가락으로 완벽하게 균형을 유지하는 모습에서 당시 뉴발란스의 핵심 기술이라고 할 수 있는 깔창을 만들어 낸다. 이 아치 서포트는 발바닥 가운데를 오목한 아치 모양으로 들어가게 만들어 걸을 때 편안한 느낌의 균형감을 가질 수 있도록 했다.

이러한 발명을 토대로 뉴발란스라는 회사명과 브랜드명은 "불균형한 발에 새로운 균형을 창조한다."라는 의미에서 유래되어 New(새로운) Balance(균형감)이라는 이름이 탄생했다.

1938년 뉴발란스 최초의 러닝용 스파이크화가 탄생했는데, 가벼운 가죽소재인 캥거루 가죽으로 만들어 졌으며 당대의 육상 선수였던 단 맥브라이드(Dan McBride)가 최초의 러닝 스파이크화를 신고 메사추세츠 레디쉬 로드 대회에 출전할 만큼 뉴발란스는 러닝화에 대한 오랜 역사와 기술력을 보유하고 있다.



닭의 발에서 영감을 얻은 아치 서포트 설계도

1938년 뉴발란스 최초의 러닝용 스파이크화

1941년부터 주문자 생산방식으로 러닝화뿐만 아니라 농구화, 테니스화, 복싱화를 제작하게 된다.

1960년도부터 다양한 발 너비에 적용할 수 있는 혁신적인 기능의 신발을 개발하기 시작하였다. 그 중 업계 최초로 개발된 발 너비에 따른 사이즈 구분과 물결모양의 밑창을 장착하여 미끄러짐을 방지하고 충격을 흡수하는 기능이 뛰어난 트랙스터(Trackster)는 러닝코치들에게 가장 많은 추천을 받은 제품이 되었다.

뉴발란스 전문 운동화 전시

1976년 우리가 알고 있는 지금의 N로고가 적용된 320모델을 시작으로 발너비와 쿠셔닝이 적용된 러닝화를 대량 생산하기 시작한다.

트랙스터 모델 광고

320 모델

이 320모델은 러너스 월드(1967년10월호)에서 NO.1 러닝화로 등극하였는데, 최상의 Heel과 Forefoot쿠션 그리고 다양한 발너비를 가진 러닝화로 평가되었으며, 1975년 뉴욕마라톤에서 톰 플레밍(Tom Flaeming)은 320을 신고 우승하였다.

1982년 뉴발란스의 혁신적인 기술력으로 1000점 만점에 990점을 의미하는 990모델이 탄생하게 된다. 최초의 모션컨트롤 러닝화라는 수식어와 함께 당시 물가로는 상상하기 힘든 100달러의 출시 가격에도 불구하고 러너들과 스니커 메니아들에게 사랑을 받았다.

1988년 당시 판매가 부진 했던 675모델의 갑피소재와 컬러를 바꾸고 576이라는 이름으로 새롭게 태어나면서 전 세계적인 히트모델로 등극하게 된다. 현재까지도 뉴발란스의 스테디 셀러 모델로 자리하고 있다. 국내에서는 이효리 신발로 많이 알려져 있다.

1982년 출시한 990모델

1980년대 중반부터 미국의 경제성장과도 맞물려 있어 뉴발란스는 연간 300%이상의 성장이 몇 년간 지속될 정도로 급격한 성장을 이루어 낸다. 1989년에는 생산시스템의 변화가 시작되고, 이를 통해 상대적으로 인건비가 높은 미국, 영국에서의 생산이 가능해 졌다고 하는데, 높은 성장률에 맞는 시회적 기여를 위해 1991년부터 유방암치료를 위한 핑크리본행사에 참여하면서 사회적 기업으로서의 역할도 시작하게 되었다.

1990년대 후반에서 2000년 중반에는 세계의 메이져 브랜드로 도약하게 된다. 1982년에 출시된 990을 시작으로 뉴발란스의 모든 기술력이 집약된 클래식라인인 99X시리즈를 만들었다.
뉴발란스를 가장 대표하는 모델로 지금까지 99X시리즈의 디자인에 가장 영향을 미치고 있는 1998년에 출시된 990v2모델 디자인과 기능성에서 업그레이드를 이루어낸 2002년 출시된 991모델, 스티브 잡스의 운동화로 널리 알려진 2006년 출시된 992모델, 많은 유명 셀럽들의 사랑을 받고 최고의 뉴발란스 디자인 중 하나로 평가받는 2009년 출시된 993모델이 있다. 2012년 990v3, 2016년 990v4,

발매 연도별 99X 시리즈

뉴발란스 미국 생산라인

영국 뉴발란스 플림비(flim by)공장

2019년 990v5로 쿠셔닝과 서포팅을 보완하며 꾸준히 업그레이드 되어 역사적인 클래식 라인에 모던한 감성을 불어 넣으며 그 명성을 이어오고 있다.

가격과 모델에 따라 대중적인 모델들은 주로 베트남과 중국에서 생산이 되지만 영국과 미국에서 생산되는 프리미엄 라인을 통해 브랜드의 정체성과 품질을 계속 지켜나가고 있다. 뉴발란스 신발의 25%정도는 미국에서 생산되며 5개의 공장이 있는데 2개의 공장은 메사추세츠주 (Boston, Lawrence), 나머지 3개 공장은 메인주 (Norrigework, Skowhegan, Norway)에 있다.
뉴발란스는 발의 편안함과 다양한 모양을 생각하여 발길이뿐만 아니라 발볼넓이까지 구분하여 판매를 하고 있어서 지금까지도 발이 편안한 운동화라는 이미지를 갖고 있다. 국내에는 러닝을 중심으로한 퍼포먼스 라인과 캐쥬얼 라이프 스타일 라인에서 많은 사랑을 받고 있다.

2010년대 들어 야구화와 축구화의 런칭을 시작으로 스포츠 용품 전반으로 사업분야가 확장되고 있는데 야구화의 경우 2010년대 초반부터 제작하기 시작하여 류현진을 포함한 여러 메이져리거들이, 2013년 시즌 들어서는 KBO의 다수 선수들도 뉴발란스 스파이크를 착용하기 시작했다. 하지만 축구화의 경우 일찍이 시장을 선점한 나이키, 아디다스, 푸마 등의 경쟁력에서 밀리고 스폰싱을 받던 마루앙 펠라이니가 자신의 잦은 부상이 뉴발란스 축구화 때문이라는 이유로 회사에 소송을 거는 바람에 브랜드의 대외 인지도가 나락으로 떨어지면서 철수 해야할 상황에 직면해 있다고 한다.

스포츠 의류도 생산하는데, 2018년의 경우 우먼스 스포츠 라인으로 김연아, 캐주얼 라이프 스타일 라인으로는 아이유가 출연하고 있다.

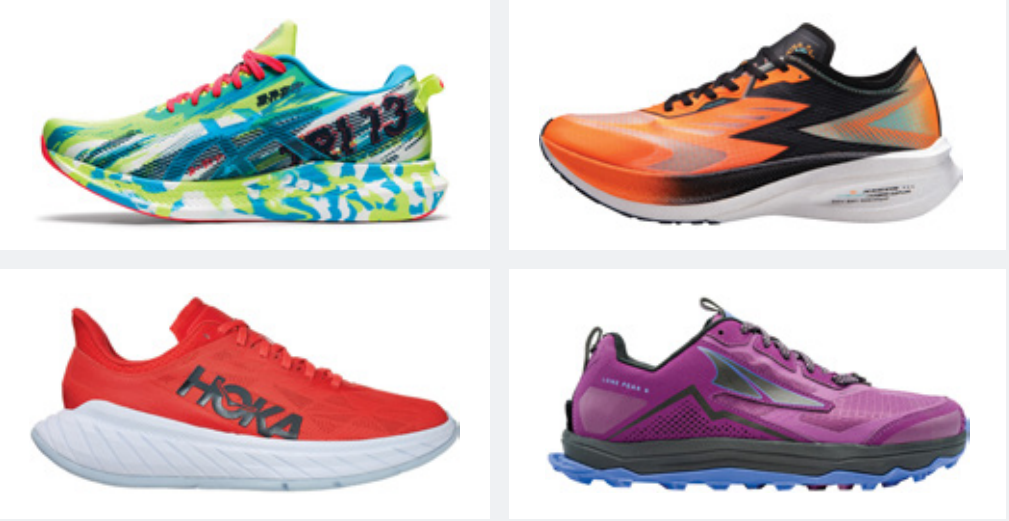
2019년 부터는 카와이 레너드와 계약하며 농구화 시장에도 본격적으로 뛰어들었다.
한국에서는 ㈜이랜드월드패션사업부에서 뉴발란스 브랜드의 판권을 가지고 온·오프라인 및 유통판매를 하고 있다.
100년 이상 명맥을 유지하고 있는 기업은 흔하지 않다. 분명 거기에는 끊임없는 개발, 노력, 투자, 품질뿐만 아니라 사회기여도까지 그리고 소비자의 불편한 부분을 생각하며 발길이와 발볼을 고려한 개발 등 모든 분야에서 모범이 되는 기업이라고 필자는 생각한다.

참고자료:
1. nbkorea.com

2. https://en.wikipedia.org/wiki/New_Balance
3. 유튜버 TAGGER-태거채널: https://www.youtube.com/watch?v=1areLg045Qk&t=3s
4. 뉴발란스 라이프스타일 블로그
(https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=nb_lifestyle&logNo=40165862039&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F)
5. 블로그 인터비즈(IterBiz): https://m.blog.naver.com/businessinsight/221998267344
6. Gmarker Shopping Story: https://gmarketstory.tistory.com/3105
7. 인터스포츠내 입점브랜드 소개: https://intersport.tistory.com/24
8. 구글이미지
취재 : 정길모 (지엠글로비즈 대표)

[미국] 미리 내다본 2021년 신상품과 업계 동향

2020년을 강타한 여러 가지 문제들에도 불구하고 러닝화 업계는 낙관주의를 가지고 2021년으로 향하고 있다. 풋웨어 사업 측면에서 보면 새로운 러너와 신상품, 신기술이 새해를 맞아 도약할 시기를 노리고 있다.
기능화 브랜드들은 합리적인 가격대의 기능화부터 스트리트 스타일의 풋웨어, 카본 플레이트 기술을 사용한 최고급 수준의 상품까지 만반의 준비를 하고 있다. 그 덕분에 내년에 온오프라인 매장을 가득 채울 상품들이 준비돼 있다.



1. 3월에 출시될 아식스의 누사 트라이 13(Noosa Tri 13)은 트라이애슬론 전용 디자인의 풋웨어로써 접지력이 우수하고 가벼우며 안정적인 가이드솔(GUIDESOLE) 기술을 사용했다.
2. 2021년 1분기에 출시될 예정인 361-플레임(361-FLAME)은 탄소 플레이트 소재의 풋웨어로 무게가 7.4온스밖에 나가지 않아 착용자가 더 빠르고 장시간 달릴 수 있다.
3. 호카원원의 카본 X 2(Carbon X 2)는 빠르고 내구력 우수한 레이서용으로 고안됐지만 트레이닝 등에도 사용할 수 있다. 반응성이 있는 탄소섬유 플레이트와 메타 로커(Meta-Rocker)가 사용됐다.

4. 아틀라스의 론 피크 5(Lone Peak 5)는 아틀라스의 유명 트레일 슈즈 모델에 쿠셔닝과 내구력을 더하기 위해 EGO 미드솔을 사용해 개선한 것이다. 론 피크 5의 스톤 가드 또한 무게를 줄이는 한편 보호성을 유지할 수 있도록 개선했다.

2021년 전망

“내년에도 소비자들이 지속적으로 운동하는 생활을 유지할 것이기 때문에 관련 카테고리는 계속 강세를 보일 것이다. 카테고리의 가장 큰 문제점은 소비자의 쇼핑 플랫폼을 파악해야 한다는 것이다. 따라서 우리는 고객이 지역 러닝화 전문 매장에서 쇼핑할 수 있도록 권장할 것이다. 하지만 궁극적으로 브랜드들은 소비자들이 원하는 채널에서 상품을 접근할 수 있도록 해야 한다.” – 361의 짐 모나한 미국 지역 회장

“2021년을 예측할 수 있다는 것은 2020년에 전세계에 어떤 일이 벌어졌는지를 예상하는 것만큼 어려운 일이다. 하지만 업계에서는 긍정적으로 영향을 미칠 수 있는 것에 주력해야 한다. 올해, 더 많은 사람이 러닝으로 스트레스를 해소하고 건강을 유지하려고 했다. 내 바람은 우리 모두 2020년에 배운 것을 교훈으로 삼아 보다 안전한 환경을 만드는 것이다.” – 알트라의 토드 달하우저 회장

“2020년은 수많은 사람들이 야외에서 운동하는 것의 가능성을 발견한 한 해였다. 러닝화 업계는 소비자의 건강 및 피트니스에 대한 욕구를 끌어내기 위해 개발에 더욱 정진할 것이다. 호카에서도 소비자에게 특별한 경험을 전달할 수 있는 방법을 고안하고 있다. 당사의 특별한 호카 쿠션은 카본 X 2로 개선돼 내년 1월에 선보이게 될 것이다. 이 쿠션은 전례 없는 초경량 쿠션과 반동성이 우수한 탄소섬유 플레이트를 결합한 것으로 착용자가 안정적인 움직임을 유지할 수 있다. 이 같은 대담하고 특별한 접근법으로 당사는 수많은 고객들에게 전에 느끼지 못했던 러닝 경험을 제공할 수 있을 것이다.” – 호카원원의 그레첸 아이머 부회장

5. 지난 달 출시된 디아도라의 미토스 볼로(Mythos Volo)는 최고의 충격 흡수 기능을 제공하기

위해 고안됐다. 가볍고 통기성이 우수한 에어 메쉬 나일론 어퍼와 발 형태를 따라 만든 미드솔로 안정감을 강화한 것이 특징이다.
6. MBT의 허라칸 3000(Huracan 3000)은 고유한 MBT 디자인이 특징인 기능성 러닝화다. 이 중성적인 느낌의 트레이닝화는 미드솔/아웃솔이 충격을 외부로 분산시키는 기능을 가지고 있다. 그리고 피봇 스트라이크(PIVOT STRIKE) 로커로 착화감을 높였다. 그 결과 쿠션감 있고 반응성이 높은 이 풋웨어는 발의 피로를 최소화해주고 지속적으로 움직일 수 있게 도와준다.
7. 스케처스의 지오런 스피드 엘리트(GOrun Speed Elite)는 고성능 레이싱화로써 경쟁력 있는 최첨단 기술을 사용했다. 초경량 (6온스)의 이 풋웨어는 하이퍼 버스트 쿠셔닝(HYPER BURST)과 탄소 주입 윙릿 플레이트, 내구력 우수한 굿이어 기능성 아웃솔을 사용했다.
8. 브룩스의 론치 8(Launch 8)은 비교적 저렴한 가격대의 상품으로 가볍고 반동성도 좋아 러닝에 적합하다. 브룩스 독점 가이드레일스(GuideRails) 기술이 사용됐다.

"2020년 평범한 루틴이 붕괴되면서, 피트니스 행동이 변하기 시작했다. 밖으로 눈길을 돌리면 전보다 더 많은 사람들이 야외에서 걷고, 하이킹하고 달리는 모습을 볼 수 있다. 우리는 이 같은 '뉴노멀(new normal)'을 받아들이고 러닝 카테고리를 지속적으로 성장시킬 것이다. 스케처스의 '고 런 스피드 엘리트(GO RUN Speed Elite)'는 하이퍼 버스트(Hyper Burst) 미드솔의 경량의 반동성 착용감을 주는 특별한 기술과 에너지 반동이 높은 탄소 주입 윙릿 플레이트를 결합해 착용자에게 특별한 경험을 선사하고 있다." – 스케처스의 댄 설리번 세일즈 매니저

"우리 모두 알고 있는 것처럼, 사람들이 시간 활용법을 바꾸고 있다. 그 결과 러닝이 신체 및 정신적 위안의 중요 요소가 됐다. 여러 사람들이 러닝의 재미를 찾고 있고 올바른 제품을 구하고 있다. 이 때문에 2021년도에 러닝 시장이 성장할 것이라고 예상한다. 동시에 지난 6개월 동안, 독립적인 러닝 특수 중개상들이 빠르게 진화하고 있다. 온라인 판매 플랫폼과 배송 시스템, 가상 맞춤 등의 부분도 개발되고 있다." – 디아도라의 브라이언 포어너 매니저

"2021년, 러너들은 계속 달릴 것이다. 맥킨지 & 컴퍼니가 최근 발표한 보고서에 따르면, 이번 위기 동안 사람들이 선택한 피트니스와 건강 습관이 장기적으로 유지될 것이다. 당사 또한 전보다도 더 많은 사람들이 러닝에 동참할 것으로 예상하고 있다." – 브룩스의 댄 셰리던 COO

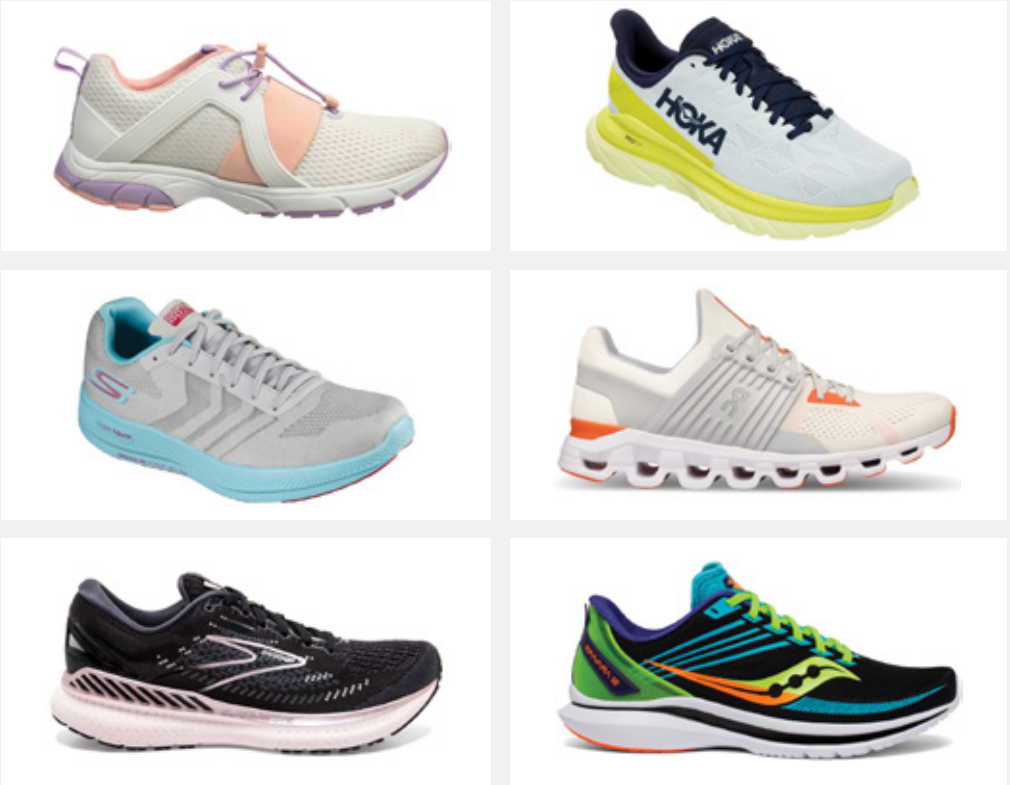
출처: Footwear Insight

[미국] 2021년 봄 시즌을 겨냥한 신상품 스니커즈를 한자리에!

엔조이야(Enjoiya)의 발베노스타(Val-Venosta) 스니커즈는
착화감 중점의 구조와 트렌디한 레이저 퍼프 어퍼가 특징이다.

정신을 맑게 하기 위한 러닝이든 영혼을 정화시키기 위한 산책이든 혹은 활기찬 하루를 시작하든 관계없이, 이 모든 일을 할 때에는 스니커즈가 필요하다. 2021년 봄 시즌을 대비하기 위해 풋웨어 브랜드들은 착화감을 기본으로 갖가지 특징으로 결집시킨 신상품을 공개하기 시작했다. 물론 여기에는 디자인도 놓치지 않았다.

1. 프로펫(Propet)의 투어 니트(Tour Knit)는 오쏘라이트(Ortholite) 인솔과 통기성이 우수한 니트 어퍼를 사용했으며 어디서든 착용해도 좋은 세련된 디자인이 특징이다.
2. 에이트렉스(Aetrex)의 다니(Dani) 애쓸레저 스니커즈는 니트 어퍼와 에너지 반동 미드솔을 사용해 어디서든 신어도 좋다.
3. 핀 컴포트(Finn Comfort)의 코임브라 코발트(Coimbra Kobalt)는 도시 스포츠 스타일의 풋웨어로써 디자인과 착화감 모두 우수하다.
4. 세련된 메탈릭 로즈 가죽으로 만든 리비어(Revere)의 크레타(Crete) 스니커즈는 탈부착이 가능한 교정 기능의 인솔과 경량의 EVA 쿠셔닝, 미끄럼 내성 고무 아웃솔이 특징이다.
5. 타오스(Taos)의 스타(Star) 스니커즈는 클래식한 캐주얼 디자인의 풋웨어로써 대마 소재로 어퍼를 만들었으며 브랜드 최초의 비건 슈즈이기도 하다.
6. 르몽(Remonte)의 세실리아(Cecilia)는 샴브레이 디자인의 어퍼와 플로랄 프린트의 레이스, 사이드 지퍼로 세련된 디자인을 자랑한다.



7. 바이오닉(Vionic)의 드리프트 베를린 레저(Drift Berlin Leisure) 스니커즈는 착용이 편안하게 하기 위해 토글을 사용했으며 브랜드 시그니처인 지지력이 우수한 미드솔을 사용해 하루 종일 신고 있어도 편안하다.
8. 장시간 러닝을 위해 디자인한 호카원원(Hoka One One)의 마하 4(Mach 4)는 이상적인 소재와 기능성을 결합해 이전 모델보다 부드럽고 반동성이 우수해졌다.
9. 스케처스(Skechers)의 고런 레이저 + 하이퍼(GoRun Razor + Hyper)는 브랜드 독점 레이저 3 하이퍼(Razor 3 Hyper) 플랫폼을 사용했으며 접지력을 높이기 위해 아웃솔에는 굿이어

(Goodyear) 고무를, 미드솔에는 하이퍼 버스트(Hyper Burst)를 사용했다.
10. 온 러닝이 출시하는 경량의 클라우드스위프트(Cloudswift)는 밑창에 헬리온(Helion) 폼을 사용했으며 어떤 지형에서도 착화감을 낼 수 있도록 아웃솔에 클라우드 요소를 적용했다.
11. 브룩스(Brooks)의 글리세린 19 GTS(Glycerin 19 GTS)는 새로운 프랜차이즈 명칭이지만 기존의 풋웨어에서 바꾸지 않은 것은 발 밑의 DNA 로프트(DNA Loft) 쿠션과 가이드레일(GuideRails)이다.
12. 킨바라 12(Kinvara 12)는 써코니(Saucony)의 대표 트레이닝화로써 접지력이 높으며 스트립 백 어퍼 디자인을 적용했다. 그 덕에 착화감과 통기성이 우수하다.

14. 트라크 바이 알레그리아(Traq by Alegria)의 볼리션(Volition) 슬립온 스니커즈는 드림 핏 니트 어퍼에 이중 밀도 미끄럼 방지 아웃솔 등 운동화 요소가 적용됐으며 브랜드 고유의 Q-칩 보행계수기 스마트칩이 내장돼 있다.
15. 토포(Topo)의 리코버 2(Rekovr 2)는 오쏘라이트 3D 웨이브 센스 풋베드를 사용하고 있어 발바닥의 신경을 자극하고 지지력이 우수한 어퍼에는 항균 울 소재를 사용했다.
16. 라이카(Ryka)의 카야(Kaya)는 해부학적 풋베드와 접지력이 우수한 TPR 소재의 아웃솔, 방수 립스톱 어퍼 덕분에 모든 지형, 모든 기상 상황에서 착용할 수 있다.
17. 리복(Reebok)의 데일리핏(DailyFit)은 쿠션감이 우수한 아크 지지대와 새로운 DMX 트리플 맥스 디자인을 적용해 풋웨어 내에서 공기 흐름을 역동적으로 촉진한다.
18. 단스코(Dansko)의 페이스(Pace)는 경량의 워킹화로 쿠션감이 우수한 EVA 미드솔과 3M 스카치가드(Scotchguard) 메쉬 어퍼, 탈부착이 가능한 인솔, 브랜드 시그니처인 내추럴 아크 플러스(Natural Arch Plus) 기술을 사용했다.

출처: Footwear Insig

[독일] 푸마-리플레이 파트너십 체결… 랄프 샘슨 스니커즈 재현

스포츠웨어 브랜드 푸마(Puma)가 데님과 가죽을 사용해 랄프 샘슨(Ralph Sampson) 스니커즈를 재현하기 위해 리플레이(Replay)와 파트너십을 체결했다.
두 회사는 부석과 비슷한 마모 특성을 가지고 있지만 잔여물을 남기지 않는 에코스톤(Ecostone)으로 데님을 세척해 데님 특유의 질감을 표현했다.
1980년대 농구 전설이 디자인한 이 풋웨어를 리플레이 진처럼 손으로 직접 마감 처리를 했다.
푸마의 비욘 굴덴 CEO는 "리플레이는 오래 전부터 내가 좋아하던 브랜드 중 하나다. 리플레이를 대표하는 이미지를 꼽자면은, 이탈리아의 디자인과 뛰어난 품질, 제품 및 프로세스에 사용되는 획기적인 기술, 지속 가능성을 위한 노력 등이 있을 것이다. 당사는 이처럼 뛰어난 파트너와 협업을 하게 돼 기쁘게 생각한다"고 말했다.

출처: Footwearbiz.com

[미국] 인솔 전문 제작회사 "큐렉스", 러닝화 카테고리에서 두각을 나타내다

루츠 클라인이 인솔 제작회사, 큐렉스(Currex)의 배경과 상품을 설명했다.

큐렉스 스토리: 큐렉스는 미즈노, 나이키, 뉴발란스, 아식스, 써코니 및 로와 같은 러닝화 브랜드에 성능 솔루션을 찾아주는 생물역학 실험실로 시작했다. 결국, 이 회사는 러닝화를 맞춤화하고 기본 안감을 교체하는 것을 목표로 삼고 인솔을 디자인하기 시작했다.

"모든 것은 갑자기 시작됐다. 인솔을 디자인하는 것을 넘어서 우리가 직접 유통을 하게 됐다"고 큐렉스의 CEO 겸 회장이 루츠 클라인은 설명했다.
현재 큐렉스는 런프로(RunPro), 서포트STP(SupportSTP, 캐주얼화용), 클릿프로(CleatPro, 팀 스포츠), 하이크프로(HikePro) 등 다양한 종류의 스포츠 기반 인솔을 개발 및 유통하고 있다.

성공 스토리 : 큐렉스는 “2020년 2분기와 3분기 미국 러닝화 특수 카테고리에서 가장 많이 판매된 브랜드”라고 주장하고 있다. 그 중에서도 특히 큐렉스 렌프로가 가장 많이 판매됐다.

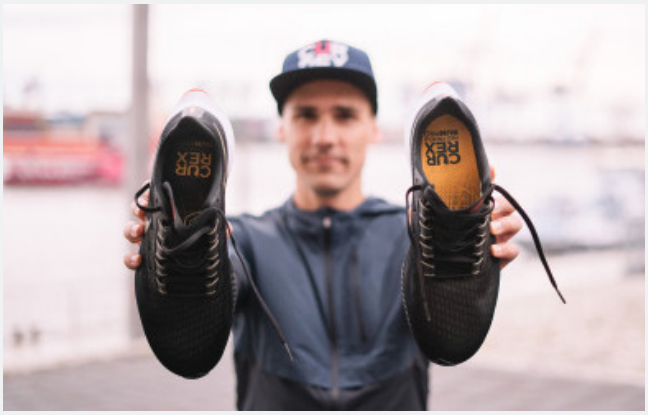
러닝 상품 : “큐렉스는 진정한 동적 인솔을 개발했다”고 클라인 회장은 말했다. 큐렉스의 인솔은 뒤꿈치부터 발가락까지 발 전체에 100% 착화감을 준다. 이 때문에 족저 압력을 줄여주는 유일한 인솔로 알려져 있다.

러닝화 제품 그 이상 : 러닝화용 인솔 외에도 각기 다른 경도와 지지력을 갖춘 상품을 개발해 발 형태와 충격에 맞출 수 있게 했다.

차이점 : “다른 모든 인솔은 부드럽거나 매우 단단하다. 그 때문에 움직일 때마다 발이 받는 압력이 크다”고 클라인 회장은 설명했다. 그리고 다른 브랜드는 큐렉스 상품만큼 지지력을 주지 못한다고 덧붙였다.

개선된 풋웨어 : 큐렉스에 따르면, 최상의 신발을 만들기 위해 제작 마지막 단계까지 공을 들였으며 어떤 종목의 러너가 착용해도 문제가 없을 만큼 성능을 개선했다.

"미드솔의 박음질을 가릴 수 있게 안감을 포함해서 착용시 뛰어난 착화감을 느낄 수 있을 것"이라고 클라인 회장은 강조했다.
일반적으로 각기 다른 걸음걸이, 성별, 바닥 표면, 속도를 아우를 수 있도록 러닝화를 디자인하지만, 정적 또는 동적 상태에서 100% 발에 들어맞는 안감을 디자인하기는 어려운 일이다. 하지만 큐렉스는 발이 움직이는 동안에도 "감싸주는" 느낌을 들게 만들어 발을 보호하고 압력을 고르게 분포해준다.



코로나 19 영향 : 큐렉스는 지난 봄 8주 동안 거의 주문을 받지 못했다. 하지만 웨스트 및 이스트 코스트가 여전히 완전 영업되지 않는 상황인데도 불구하고, 여름부터 운영이 재개되자 역대 최고의 3개월을 보냈다. 게다가, 이 회사는 리테일 매장을 지원하기 위해 '피티드 앤 런프리(Fitted and RunFree)' 프로젝트를 실시했다. 큐렉스는 직원 감축을 하지 않았으며 정부 보조금도 신청하지 않았다. 오히려 곧 직원을 추가 고용할 예정이다.

인솔 시장 : 러너들이 점점 더 활동적이 되고 있는 오늘날, 러닝 특수 시장에서 가장 많이 판매되고 있는 카테고리인 인솔 덕분에 큐렉스가 혜택을 입고 있다. "코로나 때문에 리테일 매장을 추가할 수 없는 상황에서 기존 리테일 매장이 유기적으로 성장하고 있다"고 클라인 회장은 설명했다. 그리고 인솔 판매 덕분에 리테일 업체들이 이 위기를 헤쳐나가고 있다고 덧붙였다.

운동선수와 홍보대사 : 대부분의 러닝 브랜드처럼 큐렉스도 홍보대사와 운동선수로 구성된 팀이 있어 주로 트라이애슬론과 팀 스포츠를 타겟으로 상품을 홍보하고 있다. "금전적인 동기로 일할 필요가 없다는 것이 자랑스럽다"고 클라인 회장은 말했다.

리테일 업체에 대한 조언 : "보안 조치, 마스크 및 살균을 유지하고 긍정적인 태도를 유지하며 고객들이 활동적인 생활을 유지할 수 있도록 동기를 부여하는 방안을 찾아야 한다"고 클라인 회장은 말했다. "러닝은 휴식을 취하고 신선한 공기를 마실 수 있는 좋은 기회다."

2021년 계획 : 큐렉스는 "2021년 러닝화 파트너 기업을 지원하기 위해 팀을 조직하고 워킹(walking) 커뮤니티를 타겟으로 하는 서포트STP(SupportSTP) 라인을 구축할 계획"이라고 클라인 회장은 말했다.

출처: Running Insight

[미국] 트위스티드 X, 접착제를 사용하지 않은 풋웨어 출시

풋웨어 브랜드 트위스티드 X(Twisted X)가 3년 간의 연구 개발 끝에 최초로 접착제를 사용하지 않은 풋웨어, 제로 X(Zero-X)를 출시했다.

제로 X는 접착제 대신에 인터로킹 방식의 이중 스티칭 시스템을 사용하고 있다. 트위스티드 X는 이 기술 덕분에 화학물질을 거의 사용하지 않아 에너지를 절감하고 환경적인 혜택도 누릴 수 있다고 설명했다.
각각의 어퍼는 재활용 플라스틱 물병 13개로 만들었으며 아웃솔은 농업 부산물인 곡물 껍질, 신발끈은 대나무로 제작했다. 그리고 판매되는 신발 한 켤레당 나무도 심을 계획이다.

트위스티드 X의 프라사드 레디 CEO는 “이번 이니셔티브의 선봉에 서서 우리의 공장과 환경에서 해로운 프로세스를 모두 제거하고 있다는 것을 자랑스럽게 생각한다. 당사는 계속 도전했으며 풋베드와 안감에 극소량의 접착제만을 사용해야 한다고 주장해왔다. 이번에 개발한 접착제 무사용 풋웨어는 말 그대로 단 한 방울의 접착제도 사용하지 않았다”고 말했다.
트위스티드 X 글로벌 브랜드는 남성용, 여성용 및 아동용 라이프스타일, 업무 및 아웃도어 풋웨어를 제작하는 회사다.

출처: Footwearbiz.com

[미국] 2020년 가장 비싸게 재판매되고 있는 스니커즈 10종

벤&제리 x 나이키 SB 덩크 로우 '청키 덩키'(Ben & Jerry's x Nike SB Dunk Low 'Chunky Dunky')부터 오프 화이트 x 에어조던 V(Off-White x Air Jordan V)까지 올해 출시된 가장 비싼 풋웨어를 한 자리에 모았다.
지속적인 코로나바이러스 팬데믹 기간 동안 전세계인이 집에만 머물러야 했던 락다운과 경기 부진에도 불구하고, 몇몇 스니커즈는 고가로 판매되고 있다.

벤&제리 x 나이키 SB 덩크 로우 같이 부인할 수 없는 최고급 풋웨어부터 루드(Rhude)의 패치워크 스니커즈처럼 애매모호한 스타일, 그리고 오프 화이트 x 조던 브랜드, WTAPS x 뉴발란스, 키스 x 나이키 같은 지역 한정 풋웨어까지 2020년 지금까지 가장 고가로 팔린 상품들이 있다.
하지만 이번 기사에서는 디오르와 조던 브랜드의 컬래버 결과인 최고가 한정판 풋웨어를 제외시켰다. 이 상품은 2차 시장에서 1만2,000달러에 판매된 바 있다.

다음 내용은 2020년 들어 출시된 가장 비싼 스니커즈에 대한 내용이다.

10. 에어조던 XXXIV '파리'(Air Jordan XXXIV 'Paris')
평균 재판매 가격: 750달러

올해 전세계가 ESPN에서 방영된 마이클 조던의 시카고 불스에서의 마지막 시즌을 다룬 '라스트 댄스(Last Dance)' 시리즈를 시청한 후 에어조던에 대한 향수가 늘어갔다. 하지만 에어조던은 그저 향수이지만은 않다.
새로운 조던 컬렉션을 기다리는 사람이 많다는 것을 나타내는 동시에 재판매 시장에서 여전히 인기가 높다는 것을 의미한다.

9. 나이키 에어 피어 오브 갓 1 '스트링'(Nike Air Fear of God 1 'String')
평균 재판매 가격: 756달러

경쟁사의 유명 모델에서 영감을 받아 만든 스니커즈를 찾아보기란 어려운 일이다. 하지만 제리 로렌조는 앨런 아이버슨의 "더 퀘스천(The Question)"에서 영감을 받아 에어 피어 오브 갓 1을

재작업했다. 모델명이 다소 난해할 수 있지만, 이는 경쟁사에서 2019년 하반기에 출시한 모델에서 자극을 받아 만든 풋웨어로써 “오트밀” 컬러로 출시했다.

8. 오프 화이트 x 에어조던 V(Off-White x Air Jordan V)
평균 재판매 가격: 800달러

“가장 값비싼” 스니커즈 리스트에 오른 상품 판매 요청을 하는 것은 쉬운 일이 아니다. 특히 최근, “시카고” 오프 화이트 x 에어조던 1이 약 4,000달러를 호가한다는 사실을 고려했을 때 버질 아블로가 디자인한 에어조던도 쉽게 엄두를 낼 수 있는 풋웨어는 아니다.
에어조던 1과 비슷한 가치를 가진 풋웨어를 언급한다면 올해 하반기에 출시된 에어조던 IV도 고려해볼 만 하다. 하지만 아블로와 나이키가 컬래버한 상품은 금방 품절되기 때문에 발 빠르게 움직여야 할 것이다.

7. WTAPS x 뉴발란스 992(WTAPS x New Balance 992)
평균 재판매 가격: 1,001달러

현재의 뉴발란스는 신뢰를 받을 만하다. 레트로풍의 아카이벌 스타일이 인기를 끌면서 뉴발란스의 신모델로 흥미로운 상품을 출시하고 있고 다양성이 중점을 둔 컬래버 전략도 펼치고 있다.
일본 하라주쿠의 스트리트웨어 라벨 WTAPS와 992로 작업하면서 러너들을 위한 청키한 99X 스타일을 출시하고 있다. 한정된 수량으로 출시한 것도 재판매 가격이 인상된 것에 한몫 한 것으로 보인다.

6. 루드 V2 로우 '파스텔 반다나'(Rhude V2 Low 'Pastel Bandana')

평균 재판매 가격: 1,050달러

2019년 롱비치 컴플렉스콘(ComplexCon)에서 루드가 대폭 할인된 가격으로 의류와 스니커즈를 판매하기 시작했을 때 매장 앞에는 긴 행렬이 생겼다.
그 때부터 루드는 존재감을 드러내기 시작했다. 그리고 스니커즈의 경우 약 500달러의 가격대지만 재판매되는 상품은 두 배의 가격으로 판매되고 있다. 여러 개의 반다나로 만든 로우탑 에어포스 1을 닮은 상품은 엄청난 인기를 끌었다.

5. 트래비스 스콧 x 나이키 SB 덩크 로우(Travis Scott x Nike SB Dunk Low)

평균 재판매 가격: 1,155달러

농구화의 "황금 시대"는 래퍼와 전혀 관계가 없다. 하지만 현재 나이키 SB의 시대는 상황이 조금 다르다. SB 라인이 점점 인기를 얻고 있는 것은 라 플레임(La Flame)이 착용하는 신상품과 관련이 있으며 이 때문에 재판매 가격이 매번 높아지고 있다.

따라서 나이키는 다음의 컬래버도 당대 최고의 컬래버레이터와 진행할 가능성이 높다. 테어 어웨이 스타일의 어퍼와 부담 없는 컬러가 트래비스 스콧이 디자인한 스니커즈의 가격을 높여주고 있다.

4. 키쓰 x 나이키 에어포스 1 로우 '재팬'(Kith x Nike Air Force 1 Low 'Japan')
평균 재판매 가격: 1,423달러

키스 x 나이키 에어포스 1 재판매 가격이 높은 이유는 고급스러움에 있다. 키쓰의 도쿄 플래그십 개점을 기리기 위해 출시한 이 상품을 다른 곳에서는 구입할 수 없다.
그 외에도 프리미엄 소재와 클래식한 컬러를 사용한 이 상품은 1,000달러 이상을 호가하고 있으며, 최근에는 1,500달러를 넘어선 적도 있었다.

3. 에어조던 '뉴 비기닝스' 팩(Air Jordan 'New Beginnings' Pack)
평균 재판매 가격: 1,423달러

인터넷 청원은 스니커즈 업계에서도 나타나고 있다. 특히 마이클 조던의 오리지널 슈즈 재출시에 대한 청원은 꽤 오래 전부터 있어 왔다. 그 덕분에 마침내 올해 화이트/레드 컬러의 에어조던 1이 재출시됐다. 출시 이전부터 인플루언서와 컬렉터들이 눈독을 들인 이 팩은 NBA 올스타 주간 동안 시카고에서만 독점으로 출시됐으며 이 때문에 재판매 가격이 천정부지로 치솟은 데 일조했다.

2. 벤 앤 제리 x 나이키 SB 덩크 로우 '청키 덩키'
(Ben & Jerry's x Nike SB Dunk Low 'Chunky Dunky')
평균 재판매 가격: 1,423달러

올해 어디 플랫폼이든 소셜미디어를 사용해 본 적이 있다면 한번쯤은 “청키 덩키”에 대해 들어본 적이 있을 것이다. 이 상품은 올해 몇 달 동안 최고의 스니커즈로 인기를 끌었다. 한정된 수량으로 출시됐으며 나이키 SB가 재출시됐다는 이유 때문에 재판매 가격이 1,000달러 이상을 호가하고 있다. 이 덩크화가 올해 출시된 상품 중 가장 착용 가능한 것은 아니지만 지금까지 출시된 상품 가운데 가장 프리미엄 제품 가운데 하나라는 것은 분명하다.

1. 나이키 SB 덩크 하이 ‘420’(Nike SB Dunk High ‘420’)
평균 재판매 가격: 4,579달러

이 스니크즈가 리스트 1위에 오른 이유를 알고 있는가? 단지 420켤레만 출시됐기 때문이다.
미국 미니애폴리스의 파밀리아 스케이트숍(Familia Skateshop)은 지난 4월 20일 스컹크 덩크의 후속 상품을 출시했으며. 각 상품에는 1번부터 420번까지 고유 번호가 찍혀있다. 하지만 420켤레 중 69켤레는 아직 모습을 보이지 않고 있다.
파밀리아 측에서 초고가를 노리고 의도적으로 상품을 내놓지 않고 있다는 소문도 돌고 있지만, 루머일 뿐이라고 일단락됐다. 당시 코로나 19 팬데믹이 확산되면서 전세계 모든 매장이 락다운에 돌입해 모습을 볼 수 없었기 때문인 것으로 확인됐다.

출처: complex.com

2020년 출시된 최고의 '에어조던' 컬렉션

OG부터 오프화이트 컬래버 상품까지 2020년 출시된 최고의 에어조던 시리즈를 한자리에 모았다. 인간 마이클 조던은 지난 10년 동안 하나의 아이콘과도 같은 인물이다. 어떤 상황에서도 골을 넣는 그의 모습을 담은 이미지나 짧은 동영상은 전세계에서 돌았다. 실제로 마이클 조던의 경기를 본 적이 있는 사람은 그를 그저 스니커즈와 같은 이름의 인물이라고 생각하는 요즘 아이들에게 그가 얼마나 전설적인 존재였는지 열성을 다해 설명하기도 했다. 마이클 조던의 이름을 단 레트로 스니커즈를 구입하는 요즘 아이들은 실제로 그가 어떤 인물인지 그가 왜 중요한지 알지 못할 수 있다. 하지만 2020년 모든 상황이 변했다. 농구선수 마이클 조던이 돌아온 것이다.

물론 그가 은퇴를 번복하고 농구 코트로 돌아온 것은 아니다. 조던이 시카고 불스에서 보냈던 마지막 시즌을 담을 ESPN 시리즈 "라스트 댄스(The Last Dance)"가 TV 채널을 통해 방영됐다. 풋웨어 "조던" 시리즈 외에 실제 조던을 알지 못하는 사람이 있을 수도 있다. 하지만 그의 전성기를 살펴본다면 그의 이름을 딴 스니커즈에 대한 관심이 더 높아질 것이다.

2020년 신종 코로나바이러스로 인해 리테일 시장이 활기를 잃었지만, 인상적인 '에어조던' 시리즈는 팬데믹이 시작되던 올 초부터 지속적으로 출시되고 있다. 조던은 어디서든 사라지지 않았던 것이다. 다음은 2020년 출시된 최고의 에어조던 10종에 대한 내용이다.

10. 에어조던 1 하이 85 '버서티 레드'(Air Jordan 1 High 85 'Varsity Red')

디자인은 매우 중요하다. 에어조던 1은 1985년 처음 출시된 이후 그 디자인이 자주 변형됐다. 1994년 버전은 2001년 것과는 다르고, 2001년 버전은 2013년 것과 또 다르다. 이 때문에 에어조던 컬렉터들은 이 풋웨어의 진정한 형태를 볼 수 있길 희망했다.
이 같은 요청에 부응한 조던 브랜드는 마침내 올해 다시 에어조던 1을 출시했다. 이 상품은 홈런 슈즈가 될 수도 있었다. 하지만 조던 브랜드는 오리지널 디자인과는 정반대인 "블랙/레드" 색상으로 출시했다.

9. 에어조던 III '나이키 Chi'(Air Jordan IIIII 'Nike Chi')

때로 할 수 있는 최선의 것이 명확하게 보일 때가 있다. "시카고" 에어조던 III의 실행, 콘셉트, 스토리는 단순하다. 에어조던 III는 마이클 조던이 1988년 NBA 슬램 덩크 콘테스트의 자유투 라인에서 도약하던 그 순간을 담은 풋웨어로써 레더 컬러를 사용했으며 힐 부분에 "Chi"를 새겨 넣었다. 이 풋웨어는 오프화이트 x 에어조던 Vs 상품에 가려져 빛을 잃었지만 분명한 것은 어느 에어조던 시리즈에 견주어봐도 손색이 없다는 것이다.

8. 멜로디 에사니 x 우먼스 에어조던 OG(Melody Ehsani x Women's Air Jordan OG)

스니커즈 매장 여성용 코너를 가보면 여러 브랜드들이 여성을 위해 디자인한 풋웨어를 볼 수 있을 것이다. 조던 브랜드도 최근 몇 년 동안 여성용 풋웨어에 상당한 공을 들였으며 다채로운 컬러와 다양한 디자인으로 무장한 상품을 출시했다.
그리고 올해, 조던 브랜드는 우먼스 에어조던 OG라는 이름의 특별한 여성용 슈즈를 선보였다. 이 상품은 컬래버레이터인 멜로디 에사니의 도움을 받아 디자인했으며 블랙과 레드 컬러를 사용했다. 여성스러움을 가미한 균형 잡힌 디자인에 눈길을 사로잡는 컬러가 특징이다.

7. 에어조던 III ‘UNC’(7. Air Jordan III ‘UNC’)

마이클 조던이 내셔널 챔피언십에서 승리를 거머쥔 주역이 된 것을 기리기 위해 출시한 ‘UNC’는 출시되자마자 상당한 인기를 끌었다. 이 상품은 조던 브랜드를 하나의 트렌드로 만들었을 뿐만 아니라 여러 가지 변형을 가미해 다양한 디자인으로 출시됐다.
이 상품은 출시부터 지금까지 꾸준하게 판매되고 있으며 조던 브랜드에서 가장 유명한 레트로 상품 중 하나가 됐다.

6. 에어조던 IV ‘블랙 캣’(Air Jordan IV ‘Black Cat’)

스니커즈 커뮤니티에는 스니커즈 애호가들이 특정 상품을 재판매를 하고 있다는 특별한 현상이 있다. 브랜드의 관심을 한 몸에 받다가 시간이 지나면서 레트로 상품이 돼 더 이상 매장에서 볼 수 없는 상품들이 재판매 시장의 소비자들 사이에서 직접 거래되고 있는 것이다.
2018년의 “모카” 에어조던 III나 지난 해의 “쿨 그레이” IV가 대표적인 사례다. 2006년 처음 선을 보인 후 매장에서 사라졌다가 올해 다시 등장한 “블랙 캣” 에어조던 IV도 비슷한 패턴을 겪었다. 이 상품은 인스타그램에서 “반드시 구입해야 하는 스니커즈”로 언급됐다가 시간이 지나면서 사라졌지만 최근 다시 출시됐다.
비록 오리지널 컬러로 출시되지 않았지만 이 상품은 오프라인 매장에서 여전히 인기를 끌고 있다. 이 레트로 상품은 내부 힐 탭의 “블랙 캣” 자수만 제외하고 2006년 오리지널 상품의 디테일을 그대로 가지고 왔다.

5. 에어조던 X III '플린트'(Air Jordan XIII 'Flint')

시카고 불스의 시그니처 컬러를 사용하지 않은 에어조던 X III "플린트"가 출시됐다. 이 상품은 98년 처음 출시될 때부터 많은 인기를 받았으며 그 후로도 레트로 풋웨어로 지속적으로 사랑을 받았다. 보통 오리지널 디자인에 오리지널 컬러를 다시 도입할 때 팬들이 더욱 열광적으로 해당 컬렉션을 소장하려 든다는 것을 알고 있는 조던 브랜드는 에어조던 X III "플린트"에 이 공식을 적용했다.

4. 에어조던 '뉴 비기닝스' 팩(Air Jordan 'New Beginnings' Pack)

NBA에서 금지 당했었던 것으로 알려진 전설의 에어조던 1이 1985년 다시 돌아왔으며, 그로부터 35년 후인 2020년, 조던 브랜드는 당시에 에어조던 1이 금지 당하지 않았다는 것을 공식적으로 인정했다. 그리고 에어조던 1이라는 흘러간 시대에서 벗어나 '에어 쉽(Air Ship)'이라는 다소 평범한 상품을 출시했다.
게다가, 조던 팬들은 블랙과 레드가 변주되어 나온 컬러가 아니라 다소 밋밋하고 모호한 PE 컬러로 신상품이 출시됐다는 사실에 의구심마저 갖게 됐다. 하지만 조던 브랜드는 과거 NBA에서 에어조던 1보다는 에어 쉽을 반대했었다고 밝혔다.

3. 에어조던 V '파이어 레드'(Air Jordan V 'Fire Red')

"파이어 레드" 에어 조던 V는 레트로 풋웨어다. 1999년 오리지널 "나이키 에어"라는 브랜드를 달고 나온 이후 카운트다운 팩(Countdown Pack) 시리즈의 일환으로써 2008년 새로 출시됐고 2013년 또 다시 한번 더 나왔다. 그리고 에어조던 V의 30주년을 기념해 2020년 다시 한번 그 모습을 드러냈다.
형광 텅이 특징인 2020년 버전은 1999년 오리지널보다는 OG와 디자인이 비슷하다. "파이어 레드" 에어 조던 V의 형태와 소재는 이미 소셜미디어를 통해 끊임없이 공개되고 있지만, 그보다 중요한 것은 역대 에어조던 컬렉션 중 가장 중요한 풋웨어 가운데 하나라는 사실이다.

2. 에어조던 VI 'DMP'(Air Jordan VI 'DMP')

2006년, 조던 브랜드는 디파이닝 모먼트 패키지(Defining Moments Package, DMP)라는 새로운 콘셉트의 풋웨어를 출시했다.
대부분의 조던 컬렉션이 저마다 각자의 스토리를 가지고 있지만, 이 상품은 마이클 조던이 첫 NBA 챔피언십을 거머쥤을 때 착용했던 두 가지 스니커즈(에어조던 VI과 에어조던 XI)를 기리기 위해 출시된 것이라 더 큰 의미를 가지고 있다.
2018년 버전은 "콩코드" XI와 컬러가 비슷하지만, 2020년 버전은 블랙과 골드 컬러로 출시됐다. 하지만 팬들은 신구 버전 모두를 사랑하고 있다.

1. 오프화이트 x 에어조던 V(Off-White x Air Jordan V)

2020년에 들어서면서 오프화이트 x 나이키의 열기가 다소 주춤하고 있다. 물론 꾸준하게 상품은 판매되고 있지만, 와플 레이서(Waffle Racer)나 베이퍼 스트리트(Vapor Street) 같은 컬래버 풋웨어는 팬들의 관심을 충족시키지 못하고 있다. 하지만 NBA 올스타 위켄드를 맞아 출시된 버질 아블로와 조던 브랜드의 컬래버 결과인 '에어조던 V'는 기대 이상의 관심을 받고 있다.
아블로는 립스톱 어퍼와 캐주얼한 스타일의 해체형 안감 등의 디테일에 대해 자신의 트위터에 게시했다. 오리지널 V는 30년이나 오래됐지만, 아블로는 완전히 새로우면서도 V의 역사를 그대로 살린 풋웨어를 디자인했다. 예를 들어, 새로운 V에는 화이트 컬러의 레이스 대신에 보다 트렌디한 스타일로 처리됐다.
2020년 V 버전은 90년대를 시카고에서 에어조던과 점프맨을 보고 자란 아블로의 열정이 녹아들었다는 평가를 받고 있다. 아블로의 V 버전은 2020년 최고의 에어조던으로 인정받고 있을 뿐만 아니라 역대 최고의 스니커즈로 손꼽히고 있다.

출처: complex.com

[미국] 환경 영향이 적은 “에코 디자인”, 지속 가능한 풋웨어 개발에 중점 두다

라이프 그린슈즈포올(Life GreenShoes4All) 프로젝트 하에서 개발된 풋웨어 산업용 에코 디자인 가이드는 환경적 영향이 적은 에코 디자인을 상품 개발에 적용하려는 기업들을 지원하기 위해 고안된 것이다.
에코 디자인이란 “상품 디자인과 개발에 환경적인 측면을 통합하는 것으로써 상품 주기 내내 환경에 미치는 부정적인 영향을 최소화하는 것을 취지로 하는 것”이라고 정의할 수 있으며, 디자인 사양을 개선하기 위해 상품 개발 초기 단계에 적용해야 한다.

에코 디자인의 목적은 성능과 기능, 품질, 안전성, 인체공학, 비용 등을 약화시키지 않으면서 지속 가능한 신상품을 개발해 제품 주기 내내 발생하는 환경적 영향을 최소화하는 것이다. 환경 요건과 사업, 고객의 기대를 모두 충족하는 풋웨어를 개발하기 위해 균형을 찾는 것이 필요하다.
현재, 에코 디자인을 실행하는 데 복잡하지 않은 몇 가지 방법과 도구가 개발된 상태다. 따라서, 상품 유형과 상품 개발 단계, 기업과 개발팀의 목표, 자원 등에 따라 가장 적합한 도구를 선택해야 한다.
에코디자인 가이드는 환경 발자국이 적은 풋웨어를 개발하려는 기업들에 개발 단계에서 에코 디자인을 통합시킬 수 있는 전략을 제시하고 있다.
따라서 이 가이드는 에코 디자인의 잠재적 이점과 에코 디자인 프로세스, 에코 디자인의 전략에 중점을 두고 있다.
풋웨어 산업의 에코 디자인 가이드는 www.greenshoes4all.eu에서 찾아볼 수 있다.

프로젝트에 관하여
라이프 그린슈즈포올은 획기적인 PEF 카테고리 규칙(PEFCR) 방법의 부가가치를 장려해 친환경 상품 시장을 만들려는 취지를 가지고 있다. 이 프로젝트는 PEF가 적은 기능성 신발을 생산하기 위해 풋웨어 상품환경발자국(PEF) 방법을 실행하고 증명하고 확산시켜 효율적인 에코 디자인과 재활용, 제조 솔루션을 개발하는 것을 목적으로 한다. 또한, 이 프로젝트는 EU 풋웨어 가치사슬에서 새로운 재활용 경로를 실험 및 증명하고 실험과 획기적인 에코 디자인 개념 친환경 공정 과정을 통해 상품을 개발 및 비교하고 있다.

출처: WorldFootwear

02
국내 신발시장 트렌드

노스페이스, 친환경 '에코 부띠 컬렉션' 출시

페트병 리사이클링 소재가 적용된 친환경 윈터슈즈 선보여

글로벌 아웃도어 브랜드 노스페이스가 특유의 볼륨감 넘치는 디자인과 뛰어난 보온성으로 지난 2009년 첫 출시 이래 매 겨울 시즌마다 윈터슈즈의 대표 아이템으로 큰 인기를 끈 '부띠(BOOTIE)'에 노스페이스만의 친환경 에코 테크를 더한 '에코 부띠 컬렉션'을 새롭게 출시했다.

노스페이스의 '에코 부띠 컬렉션'은 일반적인 다운(DOWN) 충전재 대신, 페트병을 재활용해 만들어진 '에코 티볼(ECO T-BALL)'과 '에코 브이모션(ECO V-MOTION)'을 인공 충전재로 적용했다. 보온성이 뛰어나고 물세탁이 가능할 정도로 관리가 편하다. 또한 밑창에는 접지력이 우수한 하이드로 스토퍼(HYDRO STOPPER)를 적용해 보행 안전성을 높였다.

더불어 '에코 부띠 컬렉션'은 친환경 소재 적용으로 가치 소비 트렌드를 만족시키는 것은 물론이며 올해 큰 유행을 끌고 있는 플리스 소재를 겉면에 적용한 개성 넘치는 독특한 스타일이다. 다양한 길이감과 색상으로 출시해 소비자 선택의 폭을 한층 넓혔다.

대표 제품인 '로체 칠 부띠(LHOTSE CHILL BOOTIE)'는 옥수수에서 추출한 바이오 원료와 페트병을 재활용한 리사이클링 보온 소재 에코 티볼(ECO T-BALL)을 충전재로 적용한 친환경 제품이다.

'부띠 숏 플리스(BOOTIE SHORT FLEECE)'는 '친환경 뽀글이' 열풍을 이끌고 있는 '에코 플리스 컬렉션'과 매칭하기 좋은 친환경 방한화로 포근한 느낌을 전해주는 한편 개성 넘치는 스타일을 자랑한다.

페트병 리사이클링 소재가 80% 이상 함유된 친환경 인공 충전재 '브이모션(V-MOTION)'를 사용했다.

에코 티볼(ECO T-BALL)이 충전재로 적용된 '데날리 부띠(DENALI BOOTIE)'는 발목을 충분히 감싸주는 긴 기장으로 보온성을 높였다.

노스페이스는 새롭게 출시되는 신발 제품에 자연에서 생분해가 가능한 천연 메리노 울 소재를 안창(인솔)에 지속 확대 적용했다.

신발 구매 시 포장용 종이 박스 대신 다목적으로 활용 가능한 천 소재의 다회용 '슈즈백'을 제공해 불필요한 포장을 줄이는데도 앞장서고 있다.

출처 : 2020-12-09 머니투데이

‘핑크색 클로그’ 선보인 크록스와 포스트 말론

캐주얼 슈즈 브랜드 크록스가 미국 유명 아티스트인 포스트 말론과 다섯번째 협업(컬래버레이션)해 제작한 신발을 8일 선보였다.
포스트 말론이 직접 디자인에 참여한 ‘포스트 말론X크록스 듀엣 맥스 클로그 II’는 핑크와 블랙 두 가지 색상으로 나왔다. 두툼한 아웃솔(밑창)과 자유롭게 움직이는 뒤꿈치 쪽 스트랩이 특징이다. 신발뿐 아니라 클로그 발등 구멍에 꽂을 수 있는 지비츠 참도 함께 내놨다. 포도, 하트, 러버덕, 타투 등의 디자인으로 제작했다.
포스트 말론과 크록스는 팬들과 소통하기 위해 5000명의 팬들에게 이번 한정판 신발을 선물할 예정이다.
뉴욕, LA, 시카고, 댈러스, 오스틴, 솔트레이크 시티, 토론토, 런던, 시드니, 도쿄, 파리, 베를린에서 선물 증정을 진행할 계획이다.

출처 : 2020-12-08 한경닷컴

의사들의 벗 '크록스’, 인기 비결은?

‘크록스’가 언제부턴가 의사들을 대표하는 필수품으로 자리매김했다.
의사들은 왜 크록스를 즐겨 신을까.

올해 최고의 드라마 중 하나였던 ‘슬기로운 의사생활’에서 의료진 대부분이 크록스를 신고 등장해 눈길을 끌었다. 실제 병원에 방문해서 살펴보면 의료진들이 크록스를 신은 모습은 쉽게 볼 수 있다. 병원 내 의사들은 대부분 단순히 편해서 신는다고 한다.
슬리퍼·컴포트화·운동화 등과 비교해 봤을 때도 신고 벗기 쉬우며, 환자의 오물·체액으로부터 발을 보호할 수 있고, 혈흔이나 수액이 묻어도 제거하기 편하다는 장점이 있어 크록스를 선호하게 됐다고 밝혔다. 아울러 24시간 넘도록 근무할 때에도 다른 신발보다 푹신푹신해 피로감이 덜하다는 것과 통풍이 잘되는 점도 크록스를 선택하게 된 이유로 알려졌다.

크록스는 미국에 본사를 둔 글로벌 브랜드로 국내에 들어온 것은 2007년이다. 의사들이 크록스를 신기 시작한 건 2000년대 후반으로 알려졌다.
과거 수술실에서는 슬리퍼가 일반적이었지만, 작은 움직임이 많은 수술실에서 자칫 잘못하면 주변 도구나 기계에 발이 부딪히면서 미끄러져 사고가 날 위험도 있고, 감염의 우려도 있다 보니 크록스를 더욱 선호되게 됐다. 하지만, 점차 감염기준이 강화되면서 수술실에서는 작은 구멍이 나 있는 크록스 대신 수술용 신발로 갈아 신는 형태로 바뀐 곳이 많아졌다. 크록스가 편해서 의사들이 자주 신지만, 너무 오래 신게 되면 발에 무리가 갈 수 있다고 전문가들은 지적한다.

크록스는 발의 아치 모양 지지는 되지만, 발뒤꿈치는 제대로 잡아주지 못한다. 때문에 발가락에 힘이 들어가게 되고 굳은살이 생기기 쉽다. 심해지면 발가락 모양과 발톱에도 문제가 생길 가능성이 커 주의가 필요하다.

출처 : 2020-12-06 국민일보

[2020 베스트브랜드 대상]
신발 앞쪽에 진동칩 장착… 배터리 없이도 작동

㈜슈올즈는 지난달 본사 확장 이전과 함께 부산 공장 오픈을 목표로 막바지 작업이 한창 중이다. 2000㎡의 대지에 연면적 1610㎡ 규모로 생산라인, 연구개발실, 물류창고 등이 들어설 예정이다.

㈜슈올즈는 발명특허 제품을 선보이고 있다. 진동칩이 중창 뒤쪽과 앞쪽에 두 개 달린 '슈올즈' 신발이다. 이 신발은 앞쪽 진동칩 주위에 스프링이 장착돼있다. 진동칩은 배터리나 충전이 필요 없어 반영구적으로 사용할 수 있다. 인체에 유해한 전자파나 자극도 없다. 발 바닥면에는 지압을 해주는 '왕(王)' 자형 돌기가 나 있다.

중창은 'IP(injection pylon)' 신소재를 사용해 가볍고 착화감이 좋은 편이다. 충격흡수력과 복원력도 향상한다. 아웃솔에는 '라바 미끄럼방지' 기능을 적용했다. 인솔은 '인벤치오 쿨러 시스템'을 사용해 공기 순환이 잘되도록 했다.

㈜슈올즈에 따르면 슈올즈 신발에 내장된 '무전력 진동단자'는 지구의 자장 에너지에서 착안해 만들었다고 한다. 자석의 N극과 S극의 밀어내는 힘(척력)을 이용해 충격을 가했을 때 1초에 약 30회씩 진동이 일어나는데, 정적인 상태에서 11~13Hz의 SMR(면역파), 동적인 상태에서는 27~30Hz인 베타파가 발생한다. 이 진동에 의해 모세혈관 혈행 개선과 피로함이 줄어들며 세포에 에너지가 전달돼 상쾌함을 느낄 수 있다는 설명이다.

출처 : 2020-10-30 서울신문

고무 슬리퍼가 14만원?…주식 시장까지 뒤흔든 이 신발

미국의 팝스타 저스틴 비버는 지난 2일 인스타그램에 '곧(soon)'이라는 문구와 함께 사진 한 장을 올렸다. 수영장에 노란 신발이 떠 있는 사진으로, 공개 직후 캐주얼 신발 브랜드 '크록스'의 주가는 전날 대비 최고 13%까지 급등했다. 1억4000만명의 팔로워를 보유한 저스틴 비버와 크록스 협업을 유추할 수 있는 사진 한 장이 주식 시장을 뒤흔들 정도로 영향력을 발휘한 것이다.

저스틴 비버는 지난 8일 자신의 패션 브랜드 '드류하우스'와 크록스의 협업을 공식화했다. 그는 협업 상품으로 보인는 크록스 신발 모양의 케이크를 자르며 "이게 진짜일까요 케이크일까요? 이건 케이크지만 협업은 진짜입니다. 저는 크록스를 오래전부터 즐겨 신었고, 이젠 저만의 디자인을 선보일 계획"이라고 밝혔다.

미국을 들썩이게 했던 저스틴 비버와 크록스의 협업 상품 '크록스 X 저스틴 비버 위드 드류 클래식 클로그'가 지난 13일(현지시각) 미국 시장에 공식 출시됐다. 고무로 된 신발 앞면에 구멍이 뚫려있어 장식품 '지비츠'를 끼우고 뺄 수 있는 크록스의 대표 상품 '클로그'다. 협업 상품은 노란색으로 피자·곰인형·도너츠 모양의 아기자기한 지비츠가 특징이다. 이 상품이 크록스의 공식 온라인몰에 공개되자 마자 접속자가 몰리면서 서버가 마비됐다.

국내에서도 이 고무 신발의 인기가 뜨겁다. 지난 14일 오전 10시에 출시된 이 신발은 7만9900원이라는 저렴하지 않은 가격에도 온라인몰에 올라온 지 10여분 만에 완판됐다. 이날 협업 상품을 구매한 대학생 김모(26) 씨는 "온라인몰에서 15분 전부터 대기하다가 10시가 되자마자 '광클'해 겨우 건졌다"며 "중고 거래사이트에서는 벌써부터 프리미엄이 붙은 가격으로 거래되고 있다"고 말했다. 실제로 크록스 X 저스틴 비버 신발은 중고 거래 사이트에서 최대 2배가량 비싼 가격에 거래되고 있다. 사이즈에 따라 11만원에서 14만원대에 올라오고 있는데, 원래 가격보다 2배 가까이 비싸도 거래가 곧장 성사된다.

중고 거래 사이트에 협업 상품을 내놓은 한 판매자는 “공식 판매가보다 비싸도 한정판 상품이기 때문에 구매하려는 수요가 높다”며 “수십 만원대에 팔리는 한정판 스니커즈와 비교하면 오히려 가격 거품이 없는 편”이라고 말했다.
업계 관계자는 “저스틴 비버와 크록스 협업 상품의 화제성은 인스타그램을 통한 영리한 마케팅에서 비롯된 것”이라며 “1억4000만명의 팔로워를 보유한 저스틴 비버는 사실상 ‘걸어다니는 기업’으로, 궁금증을 유발하는 사진 한 장만으로 경제적 가치를 창출할 수 있다”고 말했다.
그는 이어 “한정판 상품을 구매하고 싶은 소비자들의 욕구도 맞물려 인기를 끈 것으로 분석된다”고 말했다.

출처 : 2020-10-16 헤럴드경제

“수지도 양준일도 신었다”…’족발 신발' 치명적 매력 뭘까

유튜브에서 메종 마르지엘라의 ‘족발 슈즈’를 소개하는 아이비

”제가 족발을 되게 좋아하게 됐어요. 메종 마르지엘라, ‘타비 슈즈'라고 하죠. 몇 개를 구매하게 됐어요. 족발아 등장해~! 총 다섯 켤레의 족발 슈즈를 구입했습니다. "(아이비 유튜브 中)

앞 코가 양 쪽으로 갈라져 일명 '족발 신발' '말발굽 신발'이라고 불리는 메종 마르지엘라의 ‘타비 슈즈'가 인기를 끌고있다. 일본식 전통 버선인 다비(足袋)에서 영감을 받아 제작했다는 타비 슈즈는 갈라진 발가락이 특징적인 신발로 매니아층이 두텁다.
수지, 아이비, 양준일, 차정원 등 연예인도 즐겨신는 이 신발은 벨기에 출신 디자이너 마틴 마르지엘라에 의해 설립된 브랜드 '메종 마르지엘라’의 시그니처 슈즈다. 컨템포러리(동시대) 브랜드 메종 마르지엘라는 최근 몇 년 간 샤넬, 구찌에 버금가는 인기를 한국에서 누리고 있다.

2일 신세계인터내셔날 (146,000원 ▼1500 -1.0%)에 따르면 코로나19(COVID-19) 확산으로 패션업계 불황이 짙은 상황에서도 올해 1~9월 메종 마르지엘라의 브랜드 매출은 전년 동기 대비 66.3% 증가했다. 2020년 가을·겨울 시즌 출시돼 9월 중순 입고된 신제품 타비 모카신과 앵클 부츠, 발레리나 플랫슈즈는 대부분 완판됐다.

가수 양준일이 신은 타미 부츠,
양준일이 착용한 타비 부츠의 바닥면

1980년대 패션업계에 데뷔한 마틴 마르지엘라는 '해체주의' 개념의 옷을 선보였는데 1988년 초 아방가르드한 '타비 슈즈'를 선보여 전 세계 패션업계에 충격을 안겼다. 일본의 전통 버선에서 영감을 받은 타비 슈즈는 신발 앞 코가 진짜로 반으로 갈라져 있는 신발로 양말도 갈라진 타비 양말로 맞춰 신어야 하는 파격적 디자인이다. 이 신발은 메종 마르지엘라를 대표하는 슈즈가 됐다.

앞 코가 갈라진 타비 슈즈의 실루엣은 15세기 일본의 버선 디자인에서 유래했다. 발가락을 끼워 넣는 일본의 전통 샌들 '게다'를 신기 위해서 앞 코가 갈라진 버선이 등장했다. 일본 전통사회에서 다비 버선으로 사회적 신분을 나타낼 수 있었다. 금색과 보라색 버선은 높은 신분을 의미했으며 평민은 파란색 다비 버선을 신었다. 일본 브랜드 꼼데가르송의 디자이너 레이 가와쿠보나 야마모토 요지 등 일본 디자이너에게 영감받은 마틴 마르지엘라는 1988년 런웨이에 코가 갈라진 타비 부츠를 처음으로 선보이며 화려하게 패션계에 진출했다.

처음에 여성용 신발로 출시된 타비 부츠는 후에 남성용 부츠도 출시됐고 부츠에서 샌들, 플랫슈즈, 하이힐, 스니커즈 등 다양하게 분화하고 진화했다.
타비 슈즈의 아방가르드한 디자인은 갈라진 앞 코 만큼이나 패션업계를 분열시켰고 논란을 일으켰지만 40년 넘게 살아남아 메종 마르지엘라의 시그니처 신발이 됐다.

메종 마르지엘라의 '타비 슈즈'
발레리나 플랫 신발

한국에서는 메종 마르지엘라 브랜드 인기가 계속 높아졌는데 올 들어 일부 연예인이 인스타그램·유튜브 등 SNS(사회관계망서비스)에서 '애장템'이라고 타비 슈즈를 소개하면서 화제가 됐다. 수지 등 셀럽이 인스타그램에 타비 플랫을 착용한 사진을 자연스럽게 올렸고 양준일 등 연예인이 방송에서 타비 부츠를 착용하면서 눈길을 끌었다. 아이비는 자신의 유튜브 채널에서 여러 컬레의 타비 부츠를 소개하면서 타비 슈즈 덕분에 "족발을 되게 좋아하게 됐다"고 고백했다.

메종 마르지엘라를 공식 수입·유통하는 신세계인터내셔날(SI) 관계자는 "메종 마르지엘라의 고유 시그니처 디자인으로 자리잡은 타비 컬렉션은 관습을 따르지 않는 아방가르드 정신이 잘 표현된 클래식 디자인"이라며 "출시되는 족족 매 시즌 완판 행진이 이어지고 있다"고 설명했다.

메종마르지엘라의 타비 부츠

한편 메종 마르지엘라는 스포츠 브랜드 리복과 협업해 앞 코가 갈라진 운동화도 선보였다. 리복은 지난 9월23일 메종 마르지엘라와 협업한 타비 인스타펌프 퓨리 Lo(Tabi Instapump Fury Lo)를 한정 발매했다. 타비 인스타펌프 퓨리 Lo는 1994년 출시한 리복 대표 스니커즈 인스타펌프 퓨리와 1988년 출시한 메종 마르지엘라 시그니처 스니커즈 타피를 콜라보한 제품이다.

스포츠 브랜드 리복과 메종 마르지엘라가 협업한 운동화 이미지

출처 : 2020-10-02 머니투데이

‘신는 순간부터 다르다’
슈즈 전문 디자이너가 만든 프리미엄 수제 골프화

세계 대회를 제패하는 한국 프로골퍼들의 영향으로 골프 인구 저변이 넓어져 국내 골프용품 산업이 눈부시게 발전하고 있다. 이런 때 아베스골프(대표 김민주)가 지난 10월 선보인 수제 골프화 ‘아베스’가 골퍼들 사이에서 화제다. 김민주 대표는 남다른 디자인 감각과 상당한 수준의 제작 노하우를 보유한 슈즈 전문 디자이너다. 미국 뱁슨칼리지 기업가정신 경영학과를 거쳐 세계적 명성의 ‘지미추’를 배출한 영국 드몽포트대학교 신발디자인학과를 수석 졸업한 후 영국 슈즈/액세서리 전문 업체 소피아 웹스터에서 일하며 다양한 경험과 지식을 쌓았으며, 이를 토대로 서울 성수동에 프리미엄 수제 골프화를 개발·생산하는 아베스골프를 창업했다.

최고급 송아지 가죽으로 만드는 아베스 골프화는 디자인과 기능성을 모두 갖춘 하이엔드 제품으로써 라스트와 인솔, 아웃솔 모두 자체 개발했다. 특히 라스트는 한국인의 발 모양을 고려해 영국 왕실의 신발을 다루는 노쓰햄턴 명품화 공장의 수제화 장인과 1년에 걸쳐 개발한 것으로, 맞춤화 같은 편안함을 선사한다. 영국 클래식 디자인의 샤프한 감성과 컬러 포인트가 돋보이는 이 신발은 EVA/파일론 아웃솔과 충격흡수력이 뛰어난 인솔 패드(특허)로 쿠셔닝을 극대화해 착화감이 탁월하다. 또한 인솔 중앙이 십자아치로 제작되어 스윙 교정은 물론 오래 걸어도 관절에 무리가 가지 않고 발 피로감이 적어 편안하게 라운딩 할 수 있으며, 가죽 원단을 방수 처리해 이슬에 신발이 젖지 않으며 특수 메쉬소재를 적용해 통기성, 항균·항취 기능도 우수하다.
아베스는 블랙스완/스완/허밍버드/플라밍고/피닉스 등 5종 클래식 라인업, 블랙피타/피타/토리 등 3종 스니커즈와 데일리 라인업을 갖추고 고객 니즈에 맞춰 다양한 옵션의 스파이크리스 골프화를 제시하는 한편, 클래식하면서 세련된 디테일의 장갑, 모자, 볼마커 등 골프 액세서리도 제공한다. 수도권의 유명 골프장 프로숍과 홈페이지를 통해 제품을 유통하며 홍보에 힘쓰는 김 대표는 “국내는 물론 글로벌 골프시장에 명품 골프화 브랜드로 자리매김해 나갈 것”이라고 포부를 밝혔다.

출처 : 2020-12-14 스포츠서울

비건 패션 인기 상승… 친환경 브랜드 '위키드러버' 론칭

위키드러버의 가치를 이해하고 홍보대사로 함께 한 2018 미스코리아 진(眞) 김수민과 방송인 레오 란타 전세계적으로 환경과 동물보호에 대한 관심이 높아지며 '비건 패션'이 주목받고 있다.

비건 패션이란, 가죽, 모피, 울 등 동물성 소재를 사용하지 않고, 공정 과정에서 동물 학대 없이 생산한 원재료로 만든 옷이나 신발, 가방 등을 총칭하는 말이다. 자신의 신념에 따라 구매하는 가치 소비와 지속가능성에 대한 중요성이 대두됨에 따라 비건 패션의 영향력은 앞으로도 더욱 커질 것으로 보인다.

이런 배경에서, 컨셔스 라이프 스타일을 지향하는 친환경 브랜드 '위키드러버(wicked lover)'가 와디즈 펀딩을 통해 선인장 가죽으로 만든 데일리 로퍼, 첼시부츠 2종을 출시했다. 관계자는 "이번에 첫 론칭을 기념해, 좀 더 많은 소비자들이 합리적인 가격에 제품을 경험할 수 있는 기회를 만들고자 와디즈를 통한 한정판 출시를 결정했다"고 설명했다.

위키드러버가 사용한 선인장 가죽은 멕시코 현지 업체와 협력하여 개발한 것으로, 내구성 및 외부 자극에 강해 일반 동물 가죽이나 합성 가죽과 비교할 때 기능적 측면에서 우수성이 돋보인다. 또한 가죽의 결이 부드럽고 신축성이 뛰어나 발이 편하고, 복원력이 좋아 주름 걱정을 덜어준다. 무엇보다 관리가 어렵다는 가죽 신발의 단점을 극복해, 오염물이 묻어도 천으로 닦기만 하면 깨끗하게 신을 수 있어 뉴노멀 시대에 부합하는 실용성까지 갖췄다.
동물을 착취하지 않은 식물성 소재라는 점이 위키드러버 신발의 가장 큰 매력이다. 공정 과정에서 동물 학대가 없으며, 사람에게 해로운 유해한 화학 물질이 전혀 사용되지 않는다. 100% 유기농 안료로 색을 냈고, 신발의 인솔은 인체에 무해한 한지 가죽으로 제작됐으며, 폐기 후에는 부분적으로 생분해가 된다.

위키드러버의 임가영 대표는 "환경 친화적이면서도 신발에 적합한 소재를 찾기 위한 오랜 도전을 끝에, 우수한 제품이 탄생했다"면서, "오염과 주름에 강한 고품격 선인장 가죽 슈즈로 편안함과 편리함은 물론, 동물과 환경을 보호할 수 있는 의식있는 생각까지 함께 제공하겠다"고 전했다.

한편, 위키드러버의 선인장 가죽 로퍼와 첼시부츠는 현재 와디즈를 통해 한정판으로 펀딩이 진행 중이며 내년 1월 4일까지 참여 가능하다. 더욱 자세한 내용은 와디즈 펀딩 페이지를 통해 확인할 수 있다.

출처 : 2020-12-14 세계일보

슬리퍼인가? 원마일슈즈도 있어요

원마일웨어, 홈웨어에 어울리는 신발도 인기를 끌고 있다.
신발 뒤축이 트여 신고 벗기 편한 슬리퍼 디자인의 제품이 많이 나왔다.
추운 날씨에 발을 따뜻하게 감싸주는 어그 등이다.

하이힐이 떠오르는 영국 명품 슈즈 브랜드 '지미추'는 최근 크리스마스 용 홈파티에 어울리는 '추 슬리퍼'를 내놨다. 독일 브랜드 '버켄스탁', 호주 브랜드 '어그' 등도 원마일웨어에 잘 어울리는 편안한 원마일슈즈를 선보였다.

지미추가 출시한 추 슬리퍼는 진주, 크리스털 등의 장식을 달아 화려한 느낌을 살린 것이 특징이다. 슬리퍼 형태로 베이지와 살구, 보라, 블랙 네 가지 색상이 있다. 가족이나 지인들과 간단하게 홈파티를 즐길 때 신기 좋은 제품이다.

버켄스탁의 '체르마트 뮬'은 체크 패턴으로 만든 포근한 룸슈즈다. 촉감이 부드럽고 무게가 가볍다. 크리스마스를 연상시키는 레드와 화이트 두 가지 색으로 나왔다.

저가 브랜드 중에는 '슈펜'의 '모카 룸슈즈'를 추천할 만하다. 두툼한 밑창을 달아 오래 신어도 뒤꿈치가 금방 주저앉지 않고 걸을 때 충격 흡수 효과도 볼 수 있다.

양털부츠로 유명한 어그도 최근 잘 팔리는 제품이다. 발목 길이의 어그 판매량이 늘었다. 최근 유행하고 있는 길이가 짧은 쇼트패딩, 쇼트재킷 등과도 잘 어울리기 때문이다. 쇼트 양털부츠, 양털 슬리퍼 등은 안쪽이 전부 양모로 덮여 있어 푹신하고 보온성이 뛰어나다.
어그를 수입·판매하는 신세계인터내셔날 관계자는 "발목 길이의 어그는 보온성이 좋은 데다 다리가 길어 보이게 하는 스타일링 효과도 갖췄다"고 말했다.

아떼 바네사브루노의 '리앙뜨 스니커즈'도 원마일웨어나 캐주얼 차림에 잘 어울리는 신발로 인기가 높다.

출처 : 2020-12-17

[복GO를 찾아서] '영의정 신발'이 돌아왔다

올해는 뉴트로 열풍과 함께 돌아온 짧은 길이의 패딩(숏패딩)과 '어그부츠'가 젊은 층을 중심으로 주목을 받고 있다. 촌스럽다고 여겨졌던 짧은 기장과 푸퍼 스타일의 오버사이즈는 최근 트렌드와 맞아떨어지면서 유행을 부추겼다.

겨울 패션을 주도했던 롱패딩이 지고 지금은 숏패딩의 시대가 열렸다고 해도 과언이 아니다. 숏패딩은 활동성이 뛰어나고 자유자재로 스타일링이 가능해 올겨울 패션 피플들의 필수 아이템으로 급부상 중이다. 그렇다고 보온성이 떨어지는 건 아니다. 최근 출시되고 있는 숏패딩 제품들은 멋스러운 디자인 뿐 아니라 기능성 소재를 더해 실용적인 부분까지 고려했다. 찬바람을 막아주는 기능성은 물론이고 스타일리시함까지 갖춘 것.
이미 해외에서는 2~3년 전부터 스타일링이 상대적으로 쉬운 숏패딩이 인기를 끌고 있었다. 국내에서는 최근 트렌드에 민감한 밀레니얼 세대의 니즈에 부합하면서도 롱패딩보다 가격이 저렴해 다시 인기를 얻고 있다.

레트로 열풍을 타고 돌아온 건 숏패딩 뿐만 아니다. 1020세대로 인해 다시 주목받는 패션 트렌드가 있다. 바로 2000년대 유행했던 양털부츠 전문 브랜드인 어그(UGG)가 바로 그것이다.

어그 부츠는 지난 2004년 방영한 드라마 '미안하다, 사랑한다'에서 배우 임수정이 착용해 폭발적인 인기를 끌었지만 시간이 지나면서 잊혀진 아이템이다.

당시 투박하고 뭉툭한 부츠는 어떤 세련된 외투와도 어울리지 못했다. 빨간색 코트에 검은색 어그부츠를 신고 나가면 사람들은 '영의정 패션'이라 놀리기도 했다. 특히 남자들이 싫어하는 여성 중 하나가 '어그 신은 여자'라는 말까지 있었다. 하지만 지금은 상황이 많이 변했다. 최근 불고 있는 뉴트로 열풍이 어그 부추로 이어지면서 올 겨울 다시 무서운 상승세를 이

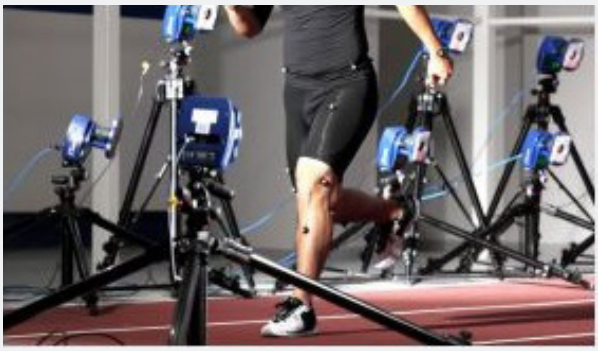
어가고 있다. 특히 어그 부츠는 숏패딩이나 플리스, 코트 등과 잘 어울리는 아이템으로 꼽힌다. 여기에 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)로 인해 집에서 머무는 시간이 길어지면서 편안한 라운지웨어와 잘 어울리는 실내용 슬리퍼와 숏패딩과 조화롭게 코디되는 발목 길이의 어그 부츠는 올겨울 핫 아이템으로 인기몰이 중이다.

실제 톱 모델 지지 하디드, 영화배우 이리나 샤크, 패션 셀럽 조안 스몰스, 마마무의 솔라, 가수 허영지, 전효성 등 국내외 스타들도 하나 둘 신으며 유행을 인증하고 있다. 관계자는 “짧은 길이의 어그 부츠는 원마일웨어 패션은 물론 치마, 스키니바지, 레깅스 등에 두루 다 잘 어울리는 게 특징”이라며 “키가 작으면 짧은 어그에 스키니 청바지를 입고 상의를 길게 입는 게 좋다”고 말했다.

출처 : 2020-12-19 이데일리

신발 완제품 공인제품 인증 길 열렸다

신발산업진흥센터에서 완성된 신발의 내 마모성, 강도 등을 점검하는 모습



부산경제진흥원 신발산업진흥센터 가 국내 유일의 신발 완제품 KAS 인증기관이 됐다.

부산경제진흥원 신발산업진흥센터 가 국내 신발 완제품 분야에서 국내 유일의 KAS(한국제품인정제도) 공인제품인증기관이 됐다. 그동안 신발 완제품에 별다른 인증 시스템이 없어 품질로 승부하기 어려웠던 지역 신발업체들에게 호재가 될 것으로 보인다. 신발산업진흥센터는 15일 “센터가 완성된 신발의 내마모성, 강도, 화학적 안정성 등을 검사해 인증마크를 발급할 수 있는 KAS 공인 제품인증기관이 됐다”고 밝혔다. 신발산업진흥센터는 KAS 인증을 할 수 있게 된 만큼 완제품에 대한 공인 제품인증 서비스를 본격적으로 시작 한다는 계획이다.

부산 신발산업진흥센터 국내 첫 KAS 인증기관 선정 미국 등 60개국서 효력 발휘 지역업체 해외진출 호재 작용 그동안 신발 완제품 분야에서 품질을 인증해 주는 기관은 국내에 없었다. 이 때문에 지역 신발업체들이 오랫동안 축적된 경험을 바탕으로 뛰어난 품질의 신발을 시장에 내놓아도 다른 제품들과 차별성을 강조하기 어려웠다.

하지만 신발산업진흥센터가 품질에 대한 인증을 할 수 있게 되면서 좋은 품질의 제품에는 KAS 마크를 부착해 시장에 나갈 수 있게 됐다. 소비자로서는 명확하게 품질을 구분할 수 있는 기준이 생긴 셈이다.

특히 최근 지역에는 신발 부품업체들뿐만 아니라 완제품을 생산하는 스타트업도 늘어나고 있어 이들에게 도 시장 경쟁력 강화에 도움을 줄 것으로 보인다.
KAS 인증은 국내 시장뿐만 아니라 해외시장을 노리는 신발업체들에도 호재다. KAS 공인 인증을 받은 제 품은 국가 간 상호인정협정을 통해 협정국가의 추가 인증을 받지 않아도 동일한 효력을 가진다.

현재 KAS 인증을 받을 경우 미국, 일본, 독일, 영국, 프랑스, 베트남 등 전 세계 60개국에서 그 효력을 발휘 할 수 있다. 부산지역 신발업체들이 주로 거래하는 대부분의 나라에 효력이 있는 셈이다. 또 부산지역에 인증기관이 생기면서 업체들이 다른 지역에 가지 않고 인증을 받을 수 있어 시간과 비용을 아낄 수 있다. 신발산업진흥센터 성기관 소장은 “KAS 인증을 받으면 국내는 물론 대부분의 나라에서 품질을 인정받게 돼 지역뿐만 아니라 국내 신발 산업 전반의 수출경력 향상에 도움이 될 것”이라며 “이번 KAS 공인인증기관 획득으로 부산이 국내 신발 산업의 부흥을 이끄는 대한민국 신발 메카라는 것을 다시 한번 보여 줄 수 있게 됐다”고 말했다.

앞으로 신발산업진흥센터는 완제 품 신발뿐만 아니라 지난해 구축이 완료된 국내 최대 규모의 ‘신발 생체 역학 성능평가 테스트베드’를 활용 해 기능성 신발이 인체에 미치는 영 향을 평가할 수 있는 신발 생체역학 성능평가 시험 단체표준 개발을 추 진하고, 기능성 신발의 인증 분야를 확대해 나갈 예정이다

출처 : 2020-06-15 부산일보

“부산 신발, 랜선타고 전국으로 뻗어가자”

부산 신발 편집숍 ‘파도블’… 서면 KT&G 상상마당 부산 입점
신발 구매한 뒤 개인 취향대로 디자인하는 ‘커스텀’ 공간 연결
‘언택트’ 추세 반영한 네이버 라이브 쇼핑으로 판로 개척

젊은 층들의 문화놀이터로 자리매김한 KT&G 상상마당. 개관을 앞둔 3일 부산진구 서면 ‘KT&G 상상마당 부산' 2층에서 젊은 여성들이 ’파도블(PADOBLE)’에 전시된 신발을 둘러보고 있다. 재빠르게 몇 켤레를 집어 들고 카메라 앞에 선 이들은 라이브쇼핑기업 ‘키끼리’ 소속 쇼호스트들. 네이버 라이브 쇼핑에서 부산 신발들을 소개한다.

방송에 참여한 500명의 고객들은 댓글로 호스트들과 소통한다. 라이브 방송 채팅방엔 “부산 신발 사고 싶어요” “당장 지르러 가고 싶다” “할인 기간은 언제까지냐” “할인율은 얼마냐” 등 문의가 쏟아진다. 쇼호스트 들은 댓글을 하나하나 읽어가며 적 극적으로 안내에 나선다.
쇼호스트들은 제품에 대해 고객들 이 궁금한 점을 실시간으로 소통할 수 있고 고객들은 손쉽게 온라인 쇼핑을 할 수 있는 라이브 커머스(Live Commerce).

이를 활용해 부산 신발 기업들의 제품을 판매하는 행사가 이날 오후 3시 30분부터 5시까지 KT&G 상상마당 2층 ‘파도블’ 편집숍과 네이버 온라인 쇼핑에서 진행됐다.

코로나19로 대면 쇼핑이 어려워진 상태에서 진행된 온라인 이벤트엔 50여명의 고객들이 몰렸다. 고객들

은 댓글로 제품의 착화감·가격·재질 등을 물어보며 최대 50% 할인된 가격에 신발을 구매했다.

파도블은 부산 기업이 직접 만든 스니커즈·구두 브랜드 등이 한곳에서 판매되는 편집숍과 나만의 신발을 디자인할 수 있는 '커스텀 슈즈 랩'을 갖추고 있는 브랜드다. 파도블에는 콜카·베이크솔·포즈간츠 등 20여개 부산 브랜드가 입점해 있다. 고객들은 구매한 신발을 커스텀 슈즈 랩에서 자신의 취향에 따라 꾸며볼 수 있다.

파도블이란 이름은 바다를 상징하는 한글 단어 '파도(PADO)'와 영어단어 '할 수 있는(ABLE)'이 합쳐져 만들어졌다. 부산 신발 브랜드의 무한한 가능성을 나타면서도 세계 시장으로의 역동적 성장을 기원하는 염원을 담고 있다.

이는 부산시와 (재)부산경제진흥원 신발산업진흥센터가 추진하는 '인조이 슈즈 부산(Enjoy Shoes Busan)' 사업의 일환으로 기획됐다. 신발산업진흥센터 관계자는 "자신만의 신발 디자인을 만들어가는 신발 커스텀 문화로 부산 신발 산업에 새바람을 일으키기 위한 사업이다"며 "창작활동을 하는 크리에이터를 위한 공간인 KT&G 상상마당의 운영 취지와도 일치해 사업이 일사천리로 진행됐다"고 말했다.

코로나19 상황 및 전국에서 파도블 브랜드에 쉽게 접근하기 위한 온라인 방향성은 필수적인 요소다. 신발 산업진흥센터 관계자는 "온라인 판매가 계속 늘어나는 추세여서 그런 부분도 염두에 두고 계속 사업을 진행하려고 한다"고 말했다.

한편 KT&G 상상마당 부산 7층 '스테이(STAY)' 게스트하우스에는 커스텀 신발을 주제로 한 '커스텀슈 방'도 조성돼 이색 관광을 즐길 수 있다.

문화·전시·공연·쇼핑·창작 등 톡톡 튀는 청년 콘텐츠가 모이게 될 이곳 KT&G 상상마당 부산에서 청년들이 기존에 없던 새로운 부산만의 신발 문화를 창조해나갈 것으로 기대 가 모인다.

출처 2020-09-03 리더스경제

차세대 신발인 “부산의 또 다른 100년 이끌 것”

부산 강서구 부산경제진흥원 신발산업진흥센터에서 14일 한국신발업계 차세대 경영인 교류 총회가 열렸다.

부산 신발산업의 다음 100년을 이끌 차세대 신발인들이 한자리에 모였다. 한국신발업계 차세대 경영인 교류총회가 14일 부산 강서구 부산경제 진흥원 신발산업진흥센터에서 열렸다. 이번 행사는 부산시가 주최하고 한국신발산업협회, 한국신발피혁연구원, 신발산업진흥센터가 주관했다.

부산지역 차세대 신발인들이 모인 것은 이번이 처음이다. 이 자리에는 비트로로 유명한 (주) 학산 이동영 대표, (주)트렉스타 권용환 실장, (주)먼슬리슈즈 이제한 대표 등 브랜드를 가진 기업은 물론 삼덕통상 문수인 차장 등 신발 OEM 기업, 삼호상사 정태우 이사 등 신발부품기업까지 27개 업체가 모였다. 27개 업체 경영인 첫 교류 현 신발산업 문제점 공유 네트워크강화 등 방안 모색 이날 첫 만남을 가진 차세대 신발인들은 차세대 사업 관련 브리핑을 받고 서로 기업에 대해 설명했다. 또 현재 부산 신발산업의 문제점들에 대한 의견을 나누기도 했다.

차세대 신발인들은 부산 신발산업의 위기를 공감하고 함께 힘을 합쳐 이를 극복해 나갈 방안을 찾기로 했다. 차세대 경영인들은 지역 내 역량을 최대한 끌어올리기 위해 우선 차세대 경영인들의 현황을 조사해 인적 네트워크와 조직을 강화할 예정이다. 이후 전문가 초청 강연 등을 통해 부산지역 신발 산업이 나아갈 방안을 모색한다. 부산시도 차세대 경영인들 의 목소리를 적극 행정에 반영, 부산의 전통 산업 부활에 힘을 실어 준다는 계획이다.

시와 업계는 차세대 경영인들의 네트워크가 강화된다면 부산 신발산업이 한 단계 더 업그레이드 될 수 있으리라 기대하고 있다. 신발산업이 100년간 축적한 인프라와 기술을 어떻게 요리하느냐가 문제인데, 차세대 경영인들의 감각과 전문성을 활용하면 충분히 가능성이 있다는 것이다. 한국신발산업협회 문창섭(삼덕통상) 회장은 “차세대 신발인들이 글로벌 시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 한국 신발을 만들어 내고 앞으로의 100년을 이끌어 가기를 기대한다”고 말했다.

출처 : 2020-09-14 부산일보

“내수·수출 급감”… 지역 신발업계 고통 호소

6일 오후 강서구 신발산업진흥센터에서 한국제품인정제도(KAS) 인증 기관 현판식이 열리고 있다.

“당장 경영자금이 부족해 문을 닫기 일보 직전인 신발 기업이 많습니다.”
“좋은 인증 시설을 만들고도 비용 부담에 기업이 쓰지 못합니다.”

6일 오후 부산 강서구 신발산업진흥 센터에서 열린 ‘부산 신발업계 현장 간담회’는 부산의 전통 산업인 신발 업계에 닥친 ‘코로나19발’ 위기를 여실히 보여줬다. 부산시 박성훈 경제 부시장 주재 아래 신용보증재단, 부산디자인진흥원, 한국신발피혁연구원, 신발 업계 관계자 등 30여 명이 참석한 가운데 각종 건의 사항이 쏟아졌다. 신발업계는 최근 국내·외 시장에서 악재를 만났다. 국내 소비 활동 위축에 따른 주문량 감소로 매출에 급격한 타격을 입었고, 수출량이 줄어들고 수출길도 막히는 곳이 나오면서 유동성 부족으로 어려움도 겪는다.

업계는 시 차원에서 영세 신발 기업 에 대한 맞춤형 자금 지원이 필요하다고 입을 모았다.
한국신발산업협회 문창섭 회장은 “국외 주문 물량이 급감해 매일 돌리던 공장을 일주일에 3일만 가동하거나 주·야간 근무 중 한 조를 운영 못해 강제로 쉬는 곳도 늘어나는 추세”라고 말했다.
특히 이날 현판식을 한 한국제품인 정제도(KAS) 인증 비용을 지역 업체에 지원해야 한다는 요구도 나왔다. 인증을 취득하는 과정에서 수수료 명목으로 기업이 부담해야 하는 비용에 대한 보조가 필요하다는 의미다. 학산 이동영 대표는 “부산 기업이 만만치 않은 인증 비용 탓에 가까이에 세계적인 신발 인증 시설을 두고도 사용하지 못하고 있다. 이번 인증기관 지정을 계기로 시의 예산 지원을 통해 부산 기업이 많이 인증 받도록 뒷받침해주시기 바란다”고 말했다. 이외에도 신발 디자인 인력 양성과 역량 강화, 해외 마케팅 지원 강화, 신발산업 연구·개발(R&D) 사업 추가 지원 등이 논의됐다. 간담회를 주재한 박 부시장은 “이전부터 신발업계와 이야기를 나누고 싶었는데 늦어졌다. 올해 신발산업 육성 조례를 반드시 통과시키는 등 업계 관련 의제를 꼼꼼하게 챙겨나갈 것”이라고 말했다.

출처 : 2020-07-06 국제신문

운동화도 성형?…
개성 물씬 '커스텀(고객 맞춤형 특별 주문 제작) 신발' 뜬다

부산진구 한국신발관 야외공간에 설치된 커스텀 슈즈 랩에서
참가자들이 커스텀 신발 제작 체험 중인 모습.

부산지역에 '신발 커스텀' 트렌드가 확산한다. 신발 커스텀은 시중에 판매되는 기성 신발을 개인의 취향에 맞게 개량 또는 변경하는 것으로 고 객 맞춤형 특별 주문 제작을 의미한다.
기존 신발에 원하는 색이나 무늬를 입히는 '페인팅'과 신발을 해체해 새로운 형태로 만들어내는 '리폼'으로 나뉜다. 부산시와 KT&G는 2일 부산진구 한국신발관에서 '지역 신발 산업 발전과 신발 커스텀 문화 활성 화를 위한 협약'을 체결했다.

KT&G는 신발 커스텀 작가를 지원 하기 위해 부산진구에 있는 'KT&G 상상마당 부산' 2층 디자인 스퀘어에 신발 커스텀 체험장과 부산지역 신발기업 10개 브랜드의 공동 판매숍 을 조성한다.
오는 9월 문을 여는 이곳에서는 신발을 산 뒤 곧바로 커스텀 체험장에서 나만의 신발로 바꿀 수 있다. 신발 커스텀 중 페인팅은 신발용 특수 페인트를 이용해 전체를 채색하거나 원하는 모양의 스티커를 붙이고 에어 브러쉬를 분사해 모양을 내는 방식이다. 리폼은 아웃솔(밑창)을 뜯어내고 가죽을 덧대거나 신발 끈 부분을 지퍼로 바꾸는 등 새로운 형태의 신발을 만들어 내는 작업이다. 그라인더 같은 전문적인 기기를 활용 해야 해 국내에도 리폼 전문 커스텀 작가는 손에 꼽을 정도다.

신발 커스텀은 개인이 원하는 변형 방식에 따라 비용이 천차만별이다. 페인팅은 크기나 색상에 따라 최저 3만 원부터 10만 원대까지 다양하며, 리폼은 고급 소재를 사용할 경우, 최대 20만 원대까지 비용이 발생한다.

부산에서 활동하는 커스텀 작가 김병희 씨는 "미국과 일본 등에서 시작된 신발 커스텀이 SNS 바

람을 타고 인기를 끌면서 국내에도 많은 신발 커스텀 작가가 활동하고 있다. 누구나 신는 신발이지만, 누구나 가질 수 없는 '나만의 신발'에 대한 수요가 매 많다"고 말했다.

시는 그동안 신발 커스텀 활성화를 위해 다양한 사업을 진행 해왔다. 2018년 '신발 커스텀 데이'를 시작으로 콘테스트와 전시 행사 등을 통해 부산에 신발 커스텀 문화를 알렸다. 지난해 부산국제관광전과 부산국제 신발전시회(BISS)에서도 커스텀 슈즈를 선보이고 체험 행사를 열었다. 지난해 연말에는 한국신발관 야외공간에 '커스텀 슈즈 랩'을 조성하고 작품 활동을 지원하기도 했다. 지난 5월 신발 커스텀 전문 입주 작가를 선정해 신청자들과 함께 연중 내내 체험행사도 열고 있다. 신발산업진흥 센터 성기관 소장은 "신발 산업의 메카 부산에서부터 신발 커스텀을 선도해 제품뿐만 아니라 문화에서도 선두주자 역할을 해나가겠다"고 말했다.

출처 : 2020-07-02 국제신문

러닝화 8종 비교해 보니…
'우수' 평가 가장 많이 받은 운동화는?

운동화(러닝화) 종합결과표

브랜드	제품	모델명 (스타일넘버)	표시 가격주1) (원)	기능성				내구성					색상 변화주3	안전성주4 및 표시사항	무게주5 (g)
				미끄럼 저항	발바닥 압력	충격흡수 및 추진력	무릎 피로도	내굴곡성	내마모성			접착 강도			
									갑피	안감	걸창(회)주2				
나이키		나이키 레전드 리액트2 (AT1368 001)	109,000	★★★	★★★	★★★	★★	○	○	○	10,000 이상	★★★	○	○	302
뉴발란스		M680LK6 (NBPFAS115B)	99,000	★★	★	★★★	★★	○	○	○	10,000 이상	★★	○	○	266
르까프		에어로런 (1120-SR107-29)	87,000	★★★	★★	★★★	★★	○	○	○	3,400	★	○	○	291
리복		리복런트 180 SPT AP (FV2752)	79,000	★	★	★★★	★	○	○	△ (건습)	10,000 이상	★★	○	○	348
스케쳐스		MAX CUSHIONING PREMIER (SPOMR20X411)	119,000	★★	★★★	★★★	★★	○	○	△ (습)	5,300	★	○	○	298
아디다스		이큅먼트 10 EM (FU8357)	109,000	★★	★★	★★★	★★★	○	○	○	10,000 이상	★★	○	○	302
아식스		GT-2000 8 (1011A688-001)	129,000	★	★★	★★★	★★	○	○	○	10,000 이상	★★	○	○	296
푸마		SPEED SUTAMINA (192513 01)	119,000	★★★	★★	★★★	★★	○	○	○	3,300	★★	○	○	288

비 고

주1) 제품에 표시된 가격으로 구입가격은 구입 시기 및 구입 장소별로 다를 수 있음.
주2) 멈창이 없아 중창이 노출될 때의 시험 횟수
주3) 마찰견뢰도, 일광성
주4) 안전성: 폼알데하이드, 유기주석화합물, 다이메틸푸마레이트, 아릴아민
주5) 무게: 270mm(좌, 우 평균값)
※ 본 결과는 시험대상 제품에 한하며, 브랜드 순서는 '가나다' 순서임.

<기호의 표시>

★★★ (상대적으로 우수), ★★ (양호), ★ (보통)
○ (기준 적합, 이상 없음), △ (기준 미흡), × (기준 부적합)

한국소비자원이 러닝화의 기능성·내구성을 시험한 결과 나이키 제품이 '상대적으로 우수' 평가를 가장 많이 받은 것으로 나타났다. 소비자원은 러닝화 8개 제품의 기능성과 내구성, 안전성 등을 시험한 결과를 12일 발표했다.

평가 제품은 최근 3년 내 소비자 1천명이 구매한 결과를 바탕으로 나이키 '레전드 리액트 2(AT1368 001)',뉴발란스 'M680LK6(NBPFAS115B)', 르까프 '에어로런(1120-SR107-29)',리복 '리퀴펙트 180 SPTAP(FV2752)',스케쳐스 '맥스 쿠셔닝 프리미어(SP0MR20X411)',아디다스 '이퀴먼트 10 EM(FU8357)', 아식스 'GT-2000 8(1011A688-001)', 푸마 '스피드 스태미나(19251301)' 등 8종 이 선정됐다.

소비자원은 시험 결과 발바닥의 압력과 무릎 피로도, 미끄러지지 않는 정도 등 기능성이 제품별로 차이가 있었다고 밝혔다. 바닥이 젖은 곳에서 미끄러지지 않는 정도를 시험한 '미끄럼 저항' 결과에선 나이키, 르까프, 푸마 3개 제품이 상대적으로 덜 미끄러졌고, 러닝 시 발바닥이 받는 압력 정도를 나타내는 '발바닥 압력'은 나이키, 스케쳐스 2개 제품이 상대적으로 우수한 것으로 조사됐다. '무릎 피로도'는 아디다스가, '충격 흡수 및 추진력'은 전 제품이 우수했다고 소비자원은 밝혔다.

내구성 조사 결과에선 일부 제품의 안감 내구성이 미흡하다는 결과가 나왔다. 신발 안감의 손상 정도를 평가한 '안감 내마모성' 평가 결과 리복, 스케쳐스 2개 제품이 소비자원의 권장 기준에 미흡한 것으로 나타났다.

그 밖에 운동화 겉창이 닳아 없어지는 정도를 평가한 '겉창 내마모성' 시험 결과에서는 나이키, 뉴발란스, 리복, 아디다스, 아식스 5개 제품의 겉 창이 쉽게 닳지 않는 것으로 조사됐고, 접착부위가 튼튼한 정도인 '접착 강도'는 나이키 제품이 상대적으로 우수하다고 평가받았다.

그밖에 소비자원은 안전성 및 표시사항에 대해선 8종 모두가 적합했다고 밝혔다. 소비자원은 "소비자의 합리적인 소비활동을 지원하기 위해 운동화 제품에 대한 안전성 및 품질 비교정보를 지속적으로 제공할 예정"이라고 덧붙였다.

출처 : 2020-08-12 한겨레

수지의 K2, '꿈의 신소재' 그래핀 적용 하이킹화 출시

아웃도어 브랜드 K2가 꿈의 신소재 그래핀을 적용한 혁신적인 쿠셔닝으로 발이 편안한 하이킹화 '플라이하이크 팬텀'을 출시했다고 10일 밝혔다.

그래핀은 탄소 원자가 벌집 모양으로 배열된 얇은 막 형태의 나노 소재로 가벼우면서도 내구성이 좋고 탄성이 뛰어나다. 플라이하이크 팬텀은 신발 중창(미드솔)에 뛰어난 쿠션감과 유연성을 제공하는 고탄성 그래핀폼(GRAPHENE FOAM) 상판과 우수한 탄성과 내구성으로 발의 피로도를 줄여주는 엑스폼 (X-FOAM) 하판을 이중으로 설계해 쿠셔닝과 추진력을 높인 것이 특징이다. 고어텍스 원단에 스트레치 기능을 추가한 '고어텍스 재즈' 원단을 적용해 신축성이 우수하며 자유로운 활동성을 보장한다. 발의 움직임에 따라 유연하게 구부러져 편안한 착화감을 제공하며 방수, 투습, 건조 기능이 뛰어나 장시간 착화에도 발을 쾌적하게 유지시켜 준다.

발의 뒤틀림을 방지하는 측면 패턴 (SIDE SUPPPORT)을 적용하고 좌 우 흔들림을 제어하는 미드솔 사출을 적용해 산행 시 발생할 수 있는 위험으로부터 발을 보호한다.
도심 워킹은 물론 하이킹, 등산 등 어떤 환경에서도 미끄러짐 없는 안정감을 선사한다. 남녀공용으로 색상은 블랙, 네이비, 버건디, 옐로우, 여성용 그레이 총 5가지 색상으로 구성됐다.

가격은 22만9000원이다.신동준 K2 신발기획팀 부장은 "플라이하이크 팬텀은 고어텍스 재즈 소재와 꿈의 신소재를 적용해 최상의 착화감을 제공하는 하이킹화"라며 "뛰어난 쿠셔닝과 탄력성, 가벼운 착화감으로 도심 워킹부터 나들이, 하이킹까지 가을철 야외 활동 시 두루 활용 가능한 제품"이라고 전했다.

출처 : 2020-09-10 머니투데이

지패션코리아, 부산신발기업 역도화 '국산화 선언'

부산 신발기업 지패션코리아가 국내 최초로 '국산 역도화'를 선보인다.

온라인과 SNS에서 화제가 된 '콜카 대선 슬리퍼'(국제신문 지난 3월 4일자 15면 보도)에 이어 기능성 운동화 시장에 뛰어들었다. 지패션코리아는 역도화 '콜카 익사이팅 밸런스 220'(사진)을 다음 달부터 판매한다고 18일 밝혔다. 밸런스 220은 안정적으로 기구를 들 수 있도록 웨이트 트레이닝에 필요한 균형을 잡아주는 기능을 갖췄다.
최근 일반인도 크로스핏 등 활동성 높은 운동이 유행하면서 발에 균형을 잡아주는 역도화 수요가 늘었다. 지금까지 역도화 시장은 해외 브랜드 제품밖에 없어 국내 역도 선수와 일반인 모두 불편함을 호소했다. 밸런스 220은 동양인의 발 특징에 맞춰 폭과 높이를 조절하고 에너지 손실을 최소화하는 구조로 디자인해 부상을 줄이는 효과까지 갖췄다.

역도화 출시에는 보디빌더 출신인 지패션코리아 유강수 대표의 의지가 컸다. 유 대표는 "올림픽 무대에서 우리나라 선수들이 외국산 브랜드명이 적힌 옷이나 신발을 신는 게 안타까웠다. 역도화를 처음으로 만든 국내 기업이라는 점에서 자긍심을 느낀다" 고 말했다.

밸런스 220은 가죽으로 만든 '포이 보스'와 통기성이 좋은 메시 소재로 만든 '아폴로' 2종류다. 포이보스는 딱딱한 통가죽이 발을 잡아주는 전문 선수용이고 아폴로는 비전문가도 편하게 신고 운동 할 수 있는 역도화다. 색상은 블랙과 화이트 두 가지다. 포이보스는 16만 9000원, 아폴로는 15만9000원의 가격으로 다음 달부터 지패션코리아 자사몰과 네이버 스토어에서 구매할 수 있다.
새로 선보이는 기능성 제품 라인 '콜카 익사이팅'도 기대를 모은다. 지패션코리아는 앞서 자체 브랜드 콜카를 통해 주로 다양한 패션 스니커즈를 선보였다.
지난해에는 지역 주류 기업인 대선과 손잡고 만든 '콜카 레트로 논슬립 슬리퍼'가 '인싸 아이템'으로 등극하면서 화제를 뿌리기도 했다.

지패션코리아 관계자는 "스니커즈뿐 만 아니라 다양한 제품 라인을 갖추고 제대로 된 기능성 운동화를 만들기 위해 2년간 철저한 준비 기간을 거쳤다. 역도화를 시작으로 다른 종목 신발로도 확대해나갈 예정"이라고 밝혔다.

출처 : 2020-06-18 국제신문

먼슬리슈즈, 빵처럼 구운 부산 신발, 상하이 최대 쇼핑몰 입점

빵처럼 구워낸 신발인 '베이크솔'을 만드는 부산지역 신발기업 '먼슬리슈즈'(국제신문 지난달 13일자 15면 보도)가 중국 진출에 성공했다. 지역의 신발 스타트업으로는 첫 해외 진출 사례로 주목받는다. 먼슬리슈즈는 16일 중국 상하이의 최대 쇼핑몰인 정다광장(슈퍼브랜드 몰) 내 자체 매장을 열었다. 주로 온라인으로 소비자를 만나던 먼슬리슈즈의 첫 해외 오프라인 매장이다. 베이크솔만의 다양한 디자인과 색상으로 구성된 신발 54개 제품, 총 3만 켤레가 중국 소비자를 사로잡을 예정이다.

먼슬리슈즈는 지난해 중국 상하이 현지 전시회를 통해 해외 진출 가능성을 타진했다. 당시 쇼핑몰 측에서 먼저 접촉해와 그동안 부산과 중국을 오가며 진출 계획을 세웠다. 지난 3월 현지 매장 론칭을 계획했지만 코로나19 사태로 미뤄져 이날에서야 매장을 열었다.

먼슬리슈즈 관계자는 "특히 편하게 신을 수 있는 베이크솔 스니커즈에 대한 현지의 관심이 높다. 여러 상품을 진열해놓고 중국 소비자의 반응을 보고 주력 제품을 결정할 예정"이라고 말했다. 베이크솔은 빵을 구워내는 과정과 흡사한 전통적인 신발 제작 공법으로 눈길을 끈다. 고무반죽에 황을 첨가해 숙성한 후 신발 갑피(윗부분)와 결합해 증기로 구워내는 '벌크나이즈'(가황처리) 방식이다. 구워서 만드는 신발 콘셉트에 맞게 제품 이름도 소보로와 닮은 '크러스트'와 부드러운 마들렌에서 착안한 '이스트'등 빵 이름으로 붙였다.

먼슬리슈즈는 부산시의 신발 스타트업 지원 사업에도 선정돼 이름을 알렸다. 지역 주도형 청년 일자리 사업인 '신발 스타트업 청년 슈잡 사업'을 통해 사상구 첨단신발융합허브센터에 입주했고 전시회 참가와 각종 사업 연계, 청년 근로자 채용 등을 통해 성장했다.

먼슬리슈즈는 중국 상하이를 시작으로 총 4곳에 현지 매장을 낼 계획이다. 지난 2월 중화권 총판 계약을 맺으며 상하이를 비롯해 베이징과 그 외 중소도시 두 곳에 추가로 진출 하기로 했다. 일본 도쿄에도 현지 유명 신발 디자이너가 소속된 업체와 협약을 맺고 부산 신발을 선보일 매장을 낼 예정이다. 현재 해운대 신세계백화점 센텀시티에도 오프라인 매장을 운영하고 있다. 먼슬리슈즈 이제한 대표는 "중국 상하이 정다광장 은 세계적으로 유명한 각종 브랜드 의 전쟁터나 마찬가지다. 그런 곳에서 우리에게 먼저 제안해 매장을 열었기 때문에 더 자신감을 가지고 중국에 부산 신발의 우수성 알리겠다"고 말했다.

출처 2020-06-16 국제신문

04

주요 신발기업 상세정보

361 DEGREES INTERNATIONL LIMITED

• 주소

Room 1609, 16/F., Office Tower, Convention Plaza1 Harbour Road, Wanchai
HONG KONG Tel: (852) 2907 7033 www.361sport.com

• 경영진

Huihuang Ding (COB)
Wuhao Ding (President)
Yuen Fai Li (CFO & Company Secretary)
Ning Lu (EVP)
Huirong Ding (Vice President)
Jiabi Wang (Vice President)
Yuen Feng Chen (VP Investor Relations)
Jian Ci Chen (VP Supply Chain Management Center)
Yongling Chen (VP Capital Market)
Zhicheng Chen (GM - Children's Wear Business)
Bing Huang Lin (GM International Business Department)
Xiang Li (GM - One Way International
Enterprise Limited)
Isaac Alvear (Head of Sales - North America)

• 제품 카테고리

Footwear - Athletic Footwear,Runing
APPAREL - Athletic, Running

• 브랜드와 제품이름

361°

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	5,631.9	5,187.4	5,158.2
매출총이익	2,269.6	2,105.9	2,156.4
영업이익	887.3	782.3	987.6
법인세차감전 이익	722.4	570.7	773.8
당기순이익	432.4	303.7	456.7
대차대조표			
자산			
유동자산	10,659.9	10,650.0	9,748.5
비유동자산	1,227.3	1,315.0	1,392.9
자산합계	11,887.2	11,965.0	11,141.4
부채 및 자본			
유동부채	2,809.0	3,354.3	2,744.4
비유동부채	2,419.1	2,716.4	2,564.5
소수이익	336.6	126.6	126.0
주주자본	6,322.5	5,767.7	5,706.5
부채와 자본합계	11,887.2	11,965.0	11,141.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ACUSHNET HOLDINGS CORP.

• 주소

333 Bridge Street Fairhaven, MA 02719
Tel: (800) 225-8500 www.acushnetcompany.com

• 경영진

Yoon Soo (Gene) (COB)
David Maher (President & CEO)
Mary Lou Bohn (President - Titleist Golf Balls)
Steve Pelisek (President - Titleist Golf Clubs)
John (Jay) Duke, Jr. (President - Titleist Golf Gear)
Chris Lindner (President – FootJoy Golf Wear)
Thomas D. Pacheco (EVP, CFO & Treasurer)
Brendan Gibbons (EVP Chief Legal Officer & Corporate Secretary)
Brendan Reidy (SVP & Chief Human Resources Officer)

• 제품 카테고리

Footwear - Golf
EQUIPMENT - Golf

• 브랜드와 제품이름

Titleist, FootJoy, Scotty Cameron, Pinnacle, Vokey Design °

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	1,681.4	1,633.7	1,560.3
매출총이익	872.2	842.4	800.8
영업이익	185.7	172.3	166.3
법인세차감전 이익	165.2	150.3	151.7
당기순이익	121.1	99.9	92.1
대차대조표			
자산			
유동자산	742.8	664.0	687.1
비유동자산	1,074.2	1,027.6	1,040.2
자산합계	1,817.0	1,691.6	1,727.3
부채 및 자본			
유동부채	359.1	294.9	306.8
비유동부채	506.9	469.7	573.1
주주자본	951.0	927.0	847.4
부채와 자본합계	1,817.0	1,691.6	1,727.3

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ADIDAS GROUP AG.

• 주소

Adi Dassler Str. 1-2, D-91074 Herzogenaurach, Germany
Tel: (49) 9132-840 Fax: (49) 9132-84-2241
Adidas America, U.S. Subsidiary 5055 N Greeley Ave. Portland, OR 9721
Tel: (971) 234-2300 (800) 289-2724 Fax: (971) 234-2540 www.adidas.com

• 경영진

독일 | Kasper Rorsted (CEO AG) / Martin Shankland (Global Operations)
Brian Grevy (Global Brands) / Harm Ohlmeyer (CFO)
Roland Auschel (Global Sales)
북미 | Zion Armstrong (President - Adidas Group North America)
Matt O'Toole (President - Reebok Brand)
Annie Mitchell (SVP & CFO – Adidas) / Chris Froio (SVP & GM - Reebok)
Nicole Vollebregt (SVP Global Purpose) / Todd Krinsky (SVP, GM Product - Reebok)
Brendan Melly (VP Product Operations – Reebok)
Matthew Blonder (VP Marketing & Digital Brand Commerce – Reebok)

• 제품 카테고리

Apparel - Soccer, Tennis/ Racquet, Exercise
Footwear - Exercise, Baseball/Softball, Basketball, Golf, Lacrosse/Field Hockey, Running, Soccer, Track & Field, Walking, Tennis;
EQUIPMENT - Ski, Snowboard, In-line

• 브랜드와 제품이름

adidas, Reebok, Weebok, Greg Norman Collection (licensed), NLL (licensed), Blacktop, Body / Walk, DMX, Freestyle, GraphLite, HexaLite, Hytrel, Insta-Pump, Preseason, Sigma, Step / Reebok, Above the Rim, The Pump, VentiLite, Tinley, GT3, Idea Irons, Ovation, Redline

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	23,640	21,915	21,218.0
매출총이익	12,293	11,363	10,703.0
영업이익	2,660	2,368	2,070.0
법인세차감전 이익	2,558	2,378	2,023.0
당기순이익	1,976	1,702	1,100.0
대차대조표			
자산			
유동자산	10,934	9,813	8,645.0
비유동자산	9,746	5,799	5,877.0
자산합계	20,680	15,612	14,522.0
부채 및 자본			
유동부채	8,754	6,834	6,291.0
비유동부채	5,130	2,401	1,796.0
주주자본	6,796	6,377	6,435.0
부채와 자본합계	20,680	15,612	14,522.0

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ALPARGATAS

• 주소

Rua Funchal, 160 04551-903 São Paulo, SP Brazil
Tel: 55-11-38477397 Fax: 55-11-38477337
www.alpargatas.com.br
Alpargatas USA
131 Spring Street, Ste 201E New York, NY 10012

• 경영진

브라질
Roberto Funari (CEO)
Julian Garrido Del Val Neto (CFO & Investor Relations Officer)
Adalberto Fernandes Granjo (Legal Director & Corporate Relations)
Edson Rubião Gonzales (Chief Industrial Officer)
Simone Franco (Dir Supply Chain)
Fernanda Romano (Dir Marketing)
미국
Jacob Uhland (President)

• 제품 카테고리

Footwear, Canvas, Retail, Textile

• 브랜드와 제품이름

Mizuno, Rainha, Topper, Sete Léguas, Havainas, Dupé

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	3,712.2	3,904.5	3,721.9
매출총이익	1,866.9	1,712.8	1,639.6
영업이익	429.1	564.7	379.4
법인세차감전 이익	427.5	401.6	305.8
당기순이익	274.1	324.0	350.6
대차대조표			
자산			
유동자산	2,610.1	2,389.3	2,439.9
비유동자산	1,911.9	1,590.8	1,413.6
자산합계	4,522.0	3,980.1	3,853.5
부채 및 자본			
유동부채	1,256.5	1,159.6	1,121.5
비유동부채	530.9	350.7	467.6
주주자본	2,734.6	2,469.8	2,264.4
부채와 자본합계	4,522.0	3,980.1	3,853.5

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ANTA SPORTS PRODUCTS

• 주소

Unit No. 4408, 44/F COSCO Tower 183 Queen's Road Central, Hong Kong
Tel: (852) 2116 1660
Fax: (852) 2116 1590 New York, NY 10012
www.anta.com.cn

• 경영진

Shizhong Ding (COB, President & CEO)
Shijia Ding (Deputy COB)
Shixian Lai (CFO)
Jie Zheng (Group President & CEO - Outdoor Sports Brand Group)
Yonghua Wu (President - Performance Sports Brand Group)
Kin Chung Tse (Company Secretary)

• 제품 카테고리

Footwear, Apparel and Accessories

• 브랜드와 제품이름

ANTA, Wilson

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	33,927.8	24,100.0	16,692.5
매출총이익	18,659.0	12,687.3	8,241.1
영업이익	8,694.7	5,699.8	3,988.7
법인세차감전 이익	8,008.5	5,767.3	4,310.6
당기순이익	5,624.1	4,234.2	3,158.9
대차대조표			
자산			
유동자산	23,320.8	19,284.4	15,441.9
비유동자산	17,897.6	5,089.8	3,632.3
자산합계	41,218.4	24,374.2	19,074.2
부채 및 자본			
유동부채	12,411.5	7,547.9	4,498.4
비유동부채	7,745.7	306.5	215.3
조정 및 소수이익(순)	979.5	742.5	654.1
주주자본	20,081.7	15,777.3	13,706.4
부채와 자본합계	41,218.4	24,374.2	19,074.2

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ASICS

• 주소

1-1, Minatojima-Nakamachi 7-chome, Chuo-ku, Kobe 650-8555 Japan
Tel: (81) 78-303-2231 Fax: (81) 78-303-2244
www.asics.co.jp
ASICS, U.S. Subsidiary 80 Technology Drive Irvine, CA 92618
Tel: (949) 453-8888 (800) 333-8404 Fax: (949) 453-0292
www.asicsamerica.com

• 경영진

일본
Motoi Oyama (COB & CEO)
Yasuhito Hirota (President & COO)
USA
Koichiro Kodama (President & CEO)
Richard Sullivan (EVP Sales, Categories & Marketing)
Craig Gillan (VP Operations)
Paul Ljucovic (VP Finance)
Sean Mannion (VP Sales)

• 제품 카테고리

Athletic Footwear - Exercise, Baseball/ Softball, Basketball, Running, Track & Field, Volleyball, Walking, Wrestling, Tennis, Rugged
Apparel - Activewear, Golf

• 브랜드와 제품이름

ASICS, Gel

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	378.1	386.7	400.2
매출총이익	179.7	180.7	183.3
영업이익	10.6	10.5	19.6
법인세차감전 이익	10.2	(14.3)	21.8
당기순이익	7.4	(20.3)	13.0
대차대조표			
자산			
유동자산	214.5	240.7	255.7
비유동자산	101.6	63.8	92.5
자산합계	316.1	304.5	348.2
부채 및 자본			
유동부채	81.1	96.8	74.9
비유동부채	82.7	40.9	72.0
조정 및 소수이익(순)	(3.2)	2.0	7.4
주주자본	155.5	164.8	193.9
부채와 자본합계	316.1	304.5	348.2

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

CALERES

• 주소

8300 Maryland Avenue St. Louis, MO 63105
Tel: (314) 854-4000 Fax: (314) 854-4274
www.caleres.com

• 경영진

Diane Sullivan (COB, President & CEO)
Molly Adams (Division President - Famous Footwear)
Sam Edelman (Division President - Sam Edleman Shoe)
Dan Friedman (Division President - Global Supply Chain)
Jay Schmidt (President - Brand Portfolio)
Ken Hannah (SVP & CFO)
Willis Hill (SVP & CIO)
Doug Koch (SVP Strategic Projects)
Mark Schmitt (SVP & Chief Logistics Officer)
Angela Bass (Chief Human Resources Officer)

• 제품 카테고리

FOOTWEAR – Retailer, Wholesaler, Sourcing and Marketing of Footwear for Women and Men

• 브랜드와 제품이름

Dr. Scholl's Shoes (licensed), LifeStride, Ryka, Sam Edelman, Franco Sarto (license), Via Spiga, Vera Wang (license), Vince (license), Etienne Aigner (license), Fergie/Fergalicious (license, Carlos by Carlos Santana (license), Brown Shoe Bootmakers, Buster Brown (license)

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/2/1	2019/2/2	2018/2/3
손익계산서			
매출액	2,921.6	2,834.8	2,785.6
매출총이익	1,184.4	1,156.3	1,168.6
영업이익	103.8	0.4	140.0
법인세차감전 이익	78.6	(5.8)	122.7
당기순이익	62.8	(5.4)	87.2
대차대조표			
자산			
유동자산	882.3	976.4	846.8
비유동자산	1,549.4	862.2	642.6
자산합계	2,431.7	1,838.6	1,489.4
부채 및 자본			
유동부채	851.0	853.3	430.2
비유동부채	934.7	351.2	341.7
주주자본	646.0	634.1	717.5
부채와 자본합계	2,431.7	1,838.6	1,489.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

CANADA GOOSE

• 주소

250 Bowie Avenue, Toronto, ON, M6E 4Y2, Canada
Tel: (800) 865-0224 Fax (8610) 6785-6626
www.canadagoose.com

• 경영진

Dani Reiss (President & CEO)
Jonathan Sinclair (EVP & CFO)
Ana Mihaljevic (Chief Commercial Officer)
Carrie Baker (President – North America)
Pat Sherlock (President – Int'l)
Penny Brook (CMO)
Woody Blackford (EVP Product)
Kara MacKillop (EVP People & Culture)
Scott Cameron (President – Greater China)
John Moran (EVP Manufacturing & Supply Chain)
David Forrest (SVP & General Counsel)

• 제품 카테고리

APPAREL - Outerwear

• 브랜드와 제품이름

Canada Goose

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/29	2019/3/31	2018/3/31
손익계산서			
매출액	958.1	830.5	591.2
매출총이익	593.3	516.8	347.6
영업이익	185.1	196.7	138.1
법인세차감전 이익	163.7	182.5	125.2
당기순이익	154.5	144.3	94.3
대차대조표			
자산			
유동자산	524.2	413.2	301.0
비유동자산	588.5	312.2	247.4
자산합계	1,112.7	725.4	548.4
부채 및 자본			
유동부채	201.3	136.6	133.6
비유동부채	391.2	189.7	171.2
주주자본	520.2	399.1	243.6
부채와 자본합계	1,112.7	725.4	548.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

CHINA DONGXIANG (GROUP) CO., LTD.

• 주소

Building 21, No. 2 Jingyuanbei Street
Beijing Economic and Technology, Development Zone, Beijing, China 100176
Tel: (8610) 6783-6666 Fax (8610) 6785-6626
www.dxsport.com

• 경영진

Zhiyong Zhang (President & CEO)
Yihong Chen (COB)
Chen Chen (Co-President)
Guanghong Lyu (CFO)

• 제품 카테고리

Apparel, Footwear and Accessories

• 브랜드와 제품이름

Kappa, Phenix

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/31	2019/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	1,841.3	2,143.9	1,352.6
매출총이익	1,108.8	1,270.2	753.4
영업이익	483.6	1,040.1	1,026.9
법인세차감전 이익	445.4	1,025.6	929.9
당기순이익	359.7	858.9	800.9
대차대조표			
자산			
유동자산	6,735.1	4,474.8	4,611.1
비유동자산	4,954.4	7,175.5	6,287.7
자산합계	11,689.5	11,650.3	10,898.8
부채 및 자본			
유동부채	791.9	1,117.7	862.4
비유동부채	285.9	270.8	437.7
주주자본	10,611.7	10,261.8	9,598.7
부채와 자본합계	11,689.5	11,650.3	10,898.8

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

COLUMBIA SPORTSWEAR CO.

• 주소

14375 NW Science Park Dr. Portland, OR 97229
Tel: (503) 985-4000 (800) 547-8066 Fax: (503) 985-5800
www.columbiasportswear.com

• 경영진

im Boyle (COB, President & CEO) / Joseph Boyle (EVP & President – Columbia Brand)
Mark NeNow (President - Sorel Brand) / Peter Bragdon (EVP, CAO & General Counsel)
Thomas Cusick (EVP & COO) / Franco Fogliato (EVP & GM – Americas)
Russell Hopcus (President - prAna Brand) / Joe Vernachio (President – Mountain Hardwear Brand) / Michael Hirt (SVP & CIO) / Lisa Kulok (SVP Global Supply Chains Operations) / David Lawner (SVP North America Direct-to-Consumer)
Richelle Luther (SVP Chief Human Resources Officer)
Douglas Morse (SVP Emerging Brands) / Peter Rauch (SVP Chief Transformation Officer)
Dan Rurak (SVP Sales – North America) / Jim Swanson (SVP & CFO)
Chris Adamek (VP & COO – Columbia Brand) / Erik Amos (VP Tax, Treasury & Treasurer)
Brent Breeson (VP Apparel Manufacturing) / Peter Ruppe (VP Footwear – Columbia)

• 제품 카테고리

Apparel - Skiing, Snowboarding, Rugged Outdoor
Footwear - Rugged
Accessories - Bags ,Packs, Gloves, Hats

• 브랜드와 제품이름

Convert, Columbia, Sorel, Fossil (lic), L'Amy (lic), Black Dot, Coast Cutlery, C.O. Lynch, Grangers (lic), Humphreys Accessories (lic), Moonstone, North Pole (lic), Excelled (lic), Crescent Hoisery Mills (lic), Pac Tec, Pacific Trail, PEM America (lic), Kruger Optical, Montrail, Mountain Hardwear, SOREL, prAna

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	3,042.5	2,802.3	2,466.1
매출총이익	1,515.7	1,386.3	1,160.0
영업이익	395.0	351.0	263.0
법인세차감전 이익	405.4	360.7	266.7
당기순이익	330.5	268.3	105.1
대차대조표			
자산			
유동자산	1,875.7	1,765.3	1,649.5
비유동자산	1,055.9	603.4	563.4
자산합계	2,931.6	2,368.7	2,212.9
부채 및 자본			
유동부채	630.9	572.9	453.6
비유동부채	451.3	105.5	137.3
주주자본	1,849.4	1,690.3	1,622.0
부채와 자본합계	2,931.6	2,368.7	2,212.9

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

CROCS, INC.

• 주소

13601 Via Varra Broomfield, CO 80020
Tel: (303) 848-7000 www.crocs.com

• 경영진

Andrew Rees (President & CEO)
Thomas Smach (COB)
Anne Mehlman (EVP & CFO)
Dan Hart (EVP, Chief Legal & Risk Officer)
Elaine Boltz (EVP, Chief Operations & Transformations Officer)
Ann Chan (SVP & GM – Americas)
Adam Michaels (SVP & Chief Digital Officer)
Neil Parker (SVP & GM - Asia)
Michelle Poole (EVP Chief Product & Merchandising Officer)
Adrian Holloway (SVP & GM - EMEA)
Michael Feliton (SVP & CIO)
Shannon Sisler (SVP & Chief People Officer)

• 제품 카테고리

Footwear - Rugged Outdoor, Sandals
Apparel – Shirts
ACCESSORIES – Footwear, Jewelery

• 브랜드와 제품이름

Crocs, Jibbitz, Ocean Minded Sandals, Bite Footwear, Open Air, Orthosport, 3 in 1 Travel

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	1,230.6	1,088.2	1,023.5
매출총이익	617.1	560.2	517.2
영업이익	128.6	62.9	17.3
법인세차감전 이익	119.3	65.2	18.2
당기순이익	119.5	(69.2)	(5.3)
대차대조표			
자산			
유동자산	425.4	380.3	425.0
비유동자산	313.4	88.6	118.7
자산합계	738.8	468.9	543.7
부채 및 자본			
유동부채	257.2	184.5	157.0
비유동부채	349.7	134.1	200.8
주주자본	131.9	150.3	185.9
부채와 자본합계	738.8	468.9	543.7

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

DECKERS OUTDOOR CORP.

• 주소

250 Coromar Drive Goleta, CA 93117
www.deckers.com
Tel: (805) 967-7611 (800) 433-2537
Fax: (805) 967-7862

• 경영진

Dave Powers (President & CEO)
Michael F. Devine III (COB)
David Lafitte (COO)
Steven Fasching (CFO)
Stefano Caroti (Persident – Omni-Channel)
Andrea O'Donnell (President - Fashion Lifestyle)
Wendy Yang (President – Perofmrance Lifestyle Brands – Hoka One One, Sanuk, Teva)
Thomas Garcia (SVP General Counsel, Corporate Sustainability & Compliance Officer)
Brad Willis (SVP Chief Technology Officer)

• 제품 카테고리

Footwear - Rugged, Sport Sandals, Casual, Shearling Boots, Apres Ski
Apparel – Rugged Outdoor

• 브랜드와 제품이름

Deckers, Simple (licensed), Teva (licensed), Ugg, Koolaburra, Ahnu, Sanuk,
HOKA ONE ONE

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/31	2019/3/31	2018/3/31
손익계산서			
매출액	2,132.7	2,020.4	1,903.3
매출총이익	1,103.7	1,040.3	931.6
영업이익	338.1	327.3	222.6
법인세차감전 이익	340.9	328.9	220.7
당기순이익	273.2	254.6	127.9
대차대조표			
자산			
유동자산	1,194.1	1,095.4	910.7
비유동자산	571.0	331.8	353.7
자산합계	1,765.1	1,427.2	1,264.4
부채 및 자본			
유동부채	300.9	250.5	189.2
비유동부채	324.1	131.6	134.4
주주자본	1,140.1	1,045.1	940.8
부채와 자본합계	1,765.1	1,427.2	1,264.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

DELTA APPAREL

• 주소

2750 Premiere Pkwy Auluth, GA 30097-8914
Tel: (678)775-6900 (800)685-8242 Fax:(678)775-6992
www.deltaapparel.com

• 경영진

Robert Humphreys (COB & CEO)
Deborah Mrril (VP,CEO, Treasurer & President - Delta Group)
S. Lauren Satterfield (Deputy General Counsel & Assistant Secretary)
Nancy Bubanich (Corporate Conroller & Asst. Secretary, Asst. Treasurer)
Jeffery N. Stillwell (President - Salt Life Group)
John Tester (Chief Accounting Officer)

• 제품 카테고리

Apparel
Sportswear

• 브랜드와 제품이름

Delta, Health Knit, Woodside, M. J. Soffe, Intensity Athletics, Soffe, Salt Life Group, Kudzu, TCX, Just of Us

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/9/28	2018/9/29	2017/9/30
손익계산서			
매출액	431.7	395.5	1,023.5
매출총이익	85.2	82.0	80.7
영업이익	15.9	17.4	16.2
법인세차감전 이익	8.3	11.7	11.2
당기순이익	8.2	1.3	10.5
대차대조표			
자산			
유동자산	243.6	225.4	227.7
비유동자산	134.4	118.2	90.1
자산합계	378.0	343.6	317.8
부채 및 자본			
유동부채	88.9	75.8	72.4
비유동부채	134.9	117.7	89.5
주주자본	154.2	150.1	155.9
부채와 자본합계	378.0	343.6	317.8

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

FILA

• 주소

1467-10, Seocho-Dong Seocho-Gu Seoul, 137-070 South Korea
Tel: 82-2-5236100 Fax: 82-2-34709548
www.fila.co.kr
Fila USA
930 Ridgebrook Road Suite 200 Sparks, MD 21152
Tel: (410) 773-3000 (800) 789-3452 Fax: (410) 773-4973
www.fila.com

• 경영진

한국
Yun Su Yoon (COB & Co-CEO)
Jin Myeon Kim (Co-CEO)
Seong Sik Jung (Vice President)
US
Jennifer Estabrook (President)
Kevin Yoon (CFO)
Lauren Mallon (Global Marketing Manager)

• 제품 카테고리

Footwear - Athletic: Basketball, Running, Soccer, Aerobic, Water Sports
Apparel - Basketball, Golf, Skiing, Rugged Outerwear, Sportswear, Snowboarding

• 브랜드와 제품이름

Fila, Ducati, U.S., Acushnet

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	3,450.4	2,954.6	2,530.3
매출총이익	1,729.7	1,467.5	1,240.5
영업이익	470.7	357.1	217.5
당기순이익	338.1	210.1	108.1
대차대조표			
자산			
유동자산	1,586.8	1,337.9	1,154.1
비유동자산	2,183.4	1,966.5	1,924.8
자산합계	3,770.2	3,304.3	3,078.9
부채 및 자본			
유동부채	867.4	672.3	694.6
비유동부채	1,102.0	1,125.5	1,150.0
주주자본	1,800.9	1,506.5	1,234.3
부채와 자본합계	3,770.2	3,304.3	3,078.9

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

GOLDWIN, INC.

• 주소

2-20-6, Shoto, Shibuya-ku Tokyo 150-8517, Japan
Tel: (81)-3-3481-7209
www.goldwin.co.jp

• 경영진

Takao Watanabe (President)
Akio Nishida (COB)
Junzo Shirai (Dir Finance)
Yoshiteru Nishida (President – Subsidiary)
Yasuo Asami (Sr Dir Sales)
Eiichiro Homma (Dir Planning & President – Subsidiary)
Hikari Mori (Dir Business)

• 제품 카테고리

APPAREL – Athletic, Casual

• 브랜드와 제품이름

Goldwin, C3fit MXP, Blue Blood, Estivo, Profecio, School Sports Wear, Danskin, ellesse, The North Face, Canterbury, Champion (licensed), Speedo (licensed), Helly Hansen (licensed), Filson (licensed), Scott (licensed), Two For One (licensed), Eastpak (licensed), Macpac (licensed), Alite (licensed), Fischer (licensed), X Socks (licensed)

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/31	2019/3/31	2018/3/31
손익계산서			
매출액	97.8	84.9	70.4
매출총이익	52.4	43.0	34.1
영업이익	17.5	11.9	7.1
계별사별 수익	0.2	1.3	0.9
법인세차감전 이익	16.1	12.7	7.6
당기순이익	9.6	8.4	6.8
대차대조표			
자산			
유동자산	45.2	40.0	34.8
비유동자산	37.1	37.5	35.9
자산합계	82.3	77.5	70.7
부채 및 자본			
유동부채	31.0	31.5	26.2
비유동부채	2.9	6.0	9.6
주주자본	48.4	40.0	34.9
부채와 자본합계	82.3	77.5	70.7

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

HANESBRANDS, INC.

• 주소

1000 E Hanes Mill Rd Winston-Salem, NC 27105
Tel: (336) 519-4400 Fax: (336) 519-0554
www.hanesbrands.com

• 경영진

Stephen B. Bratspies (CEO)
Ronald Nelson (COB)
David L. Bortolussi (Group President - International Innerwear)
Michael Faircloth (Group President, Global Operations, American Casualwear & E-commerce)
Joia Johnson (Chief Administrative Officer, General Counsel & Corp Secretary)
W. Howard Upchurch (Group President – Innerwear Americas)
Jonathan Ram (Group President – Global Activewear)
M. Scott Lewis (Chief Accounting Officer & Controller)

• 제품 카테고리

Apparel - T-shirts, Sports Undergarments, Printables

• 브랜드와 제품이름

Champion, Hanes, Hanes Her Way, Just My Size, Duofold, Playtex, Barley There, Wonderbra, Outer Banks, Bali, Sara Lee (lic), Pro Ride, J. E. Morgan

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/29	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	6,966.9	6,804.0	6,471.4
매출총이익	2,719.3	2,656.5	2,490.6
영업이익	889.7	868.0	723.1
법인세차감전 이익	679.7	646.9	537.3
당기순이익	600.7	553.1	61.9
대차대조표			
자산			
유동자산	3,224.6	3,517.6	3,386.4
비유동자산	4,129.4	3,738.4	3,508.4
자산합계	7,354.0	7,256.0	6,894.8
부채 및 자본			
유동부채	1,771.4	2,030.2	1,778.7
비유동부채	4,346.0	4,255.5	4,429.9
주주자본	1,236.6	970.3	686.2
부채와 자본합계	7,354.0	7,256.0	6,894.8

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ICONIX BRAND GROUP, INC.

• 주소

1450 Broadway New York, NY 12730-0030
Tel: (212) 730-0030 Fax: (212) 391-2057
www.iconixbrandgroup.com

• 경영진

Robert Galvin (President & CEO)
Peter Cuneo (COB)
John McClain (CFO)

• 제품 카테고리

LICENSOR and DISTRIBUTOR - FOOTWEAR - Casual, Rugged/ Outdoor
APPAREL - Casualwear

• 브랜드와 제품이름

Artful Dodger, Bongo, Buffalo Candies, Cannon, Charisma, Danskin, Eckounltd, Ed Hardy, Field Crest, Joe Boxer, Lee Cooper, London Fog, Marc Ecko, Material Girl, Modern Amusement, Mossimo, Mudd, Nick Graham, OP, Peanuts, Pony, Rampage, Rocawear, Royal Velvet, Sharper Image, Starter, Starter Black, Strawberry Shortcake, Umbro, Waverly, Zoo York

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	149.0	187.7	225.8
영업이익	(30.8)	(119.0)	(564.7)
법인세차감전 이익	(93.8)	(83.1)	(653.4)
당기순이익	(111.5)	(100.5)	(489.3)
대차대조표			
자산			
유동자산	133.7	155.0	233.2
비유동자산	372.4	478.9	637.3
자산합계	506.1	633.9	870.5
부채 및 자본			
유동부채	132.0	116.1	112.6
비유동부채	657.0	690.5	808.9
주주자본	(282.9)	(172.7)	(51.0)
부채와 자본합계	506.1	633.9	870.5

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

KINGMAKER FOOTWEAR HOLDINGS LTD.

• 주소

Miri International Limited 17/F Empress Plaza
17-19 Chatham Road South, Tsim Sha Tsui Kowloon HONG KONG
Tel: 852-2723-1858 Fax: 852-2723-2060
www.kingmaker-footwear.com

• 경영진

Yi-wu Chen (CEO & COO)
Hsiu Duan Huang (COB)
Hei Chiu Wong (CFO)

• 제품 카테고리

FOOTWEAR - Athletic, Casual, Lifestyle, Rugged Outdoor

• 브랜드와 제품이름

Skechers, Clarks, Stride Rite, Rockport, Cica Clarks, Robeez, Ecko Unltd., New Balance, K1X, Fionas, Prince, Moccoa

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/31	2019/3/31	2018/3/31
손익계산서			
매출액	1,050.1	1,100.6	1,164.9
매출총이익	74.3	116.3	182.6
법인세차감전 이익	(73.8)	5.9	227.6
당기순이익	(53.0)	33.8	262.9
대차대조표			
자산			
유동자산	827.3	920.4	1,116.5
비유동자산	700.3	580.2	614.3
자산합계	1,527.6	1,500.6	1,730.8
부채 및 자본			
유동부채	289.4	338.8	464.5
비유동부채	59.5	25.2	25.1
주주자본	1,178.6	1,136.6	1,241.2
부채와 자본합계	1,527.6	1,500.6	1,730.8

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

LI NING CO.

• 주소

2-20-6, Shoto, Shibuya-ku Tokyo 150-8517, Japan
Tel:
Fax: (81)-3-3481-7209
www.lining.com

• 경영진

Li Ning (COB & Co-CEO)
Kosaka Takeshi (Co-CEO)
Wah-Fung Tsang (CFO)
Hai Wei Yang (VP Regional Sales, Channels, Retail, Product Operation & Logistics)
Yu Ru Hong (VP Product Design, Planning, Listing & Marketing)
Can Yu He (GM Apparel R&D & Production Division)
Jian Guang Xu (GM Footwear R&D & Production)
Bin Liao (VP Human Resources & Legal Affairs)

• 제품 카테고리

Athletic Footwear - Exercise, Cross-training, Running, Tennis, Skate
Apparel - Athletic, Rugged

• 브랜드와 제품이름

Goldwin, C3fit MXP, Blue Blood, Estivo, Profecio, School Sports Wear, Danskin, ellesse, The North Face, Canterbury, Champion (licensed), Speedo (licensed), Helly Hansen (licensed), Filson (licensed), Scott (licensed), Two For One (licensed), Eastpak (licensed), Macpac (licensed), Alite (licensed), Fischer (licensed), X Socks (licensed)

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	13,869.6	10,510.9	8,873.9
매출총이익	6,805.5	5,052.8	4,176.5
영업이익	1,543.2	777.2	445.7
법인세차감전 이익	1,856.5	850.3	537.5
당기순이익	1,499.1	713.7	511.3
대차대조표			
자산			
유동자산	8,539.3	6,386.3	5,110.4
비유동자산	4,008.2	2,341.0	2,210.9
자산합계	12,547.5	8,727.3	7,321.3
부채 및 자본			
유동부채	4,716.6	2,777.5	2,127.8
비유동부채	709.3	130.2	119.9
주주자본	7,121.6	5,819.6	5,073.6
부채와 자본합계	12,547.5	8,727.3	7,321.3

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

MIZUNO.

• 주소

Mizuno
12-35 Nanko-kita 1-chome Suminoe-ku, Osaka 559, Japan
Tel: (81) 614-8315 Fax: (81) 614-8389
www.mizuno.co.jp/msw/Ecorporate/proom.html
Mizuno USA, Inc., U.S. Subsidiary
4952 Avalon Ridge Pkwy. Norcross, GA 30071
Tel: (770) 441-5553 (800) 925-4292 Fax: (770) 448-3234
www.mizunousa.com

• 경영진

JAPAN : Akito Mizuno (President)
Takeshi Shichijo (Dir Global Apparel & Global Footwear Product Division)
Masaharu Kato (Corporate Planning, Human Resources & General Affairs)
Daisuke Fukumoto (Accounting, Finance, Information Systems & Retail Sales)
Hideki Tsuruoka (Competition Sports Division & Corporate Communication)
US : Tomohiro Ota (CMO) / Tim Rumer (VP Team Sports)
Craig Lashley (Dir Sales - Baseball, Softball & Volleyball) / Osamu Sano (Golf Division)

• 제품 카테고리

Equipment - Baseball/ Softball, Football, Golf, Volleyball, Tennis/Racquet, Soccer
Apparel -Golf, Tennis, Baseball, Soccer, Running, Volleyball, Team Uniforms
Footwear - Golf, Baseball, Football, Soccer, Running, Track & Field, Volleyball

• 브랜드와 제품이름

Mizuno, Airlift, Black Turbo, Grad, Reason, Techfire, Worldwin, Power Close, Power Lock, TZoid

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/31	2019/3/31	2018/3/31
손익계산서			
매출액	169.7	178.1	185.4
매출총이익	69.0	73.6	75.3
영업이익	6.3	7.6	8.0
법인세차감전 이익	6.1	7.7	8.1
당기순이익	4.6	6.0	4.9
대차대조표			
자산			
유동자산	95.7	96.4	96.2
비유동자산	58.7	59.2	60.2
자산합계	154.4	155.6	156.4
부채 및 자본			
유동부채	38.3	41.3	43.4
비유동부채	17.2	17.9	20.9
주주자본	98.9	96.4	92.1
부채와 자본합계	154.4	155.6	156.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

MONCLER SPA.

• 주소

Via Stendhal 47 Milan, 20144 Italy
Tel: 39-02-422041
www.monclergroup.com

• 경영진

Remo Ruffini (COB & CEO)
Luciano Santel (Chief Corporate & Supply Officer)
Roberto Eggs (COO & CMO)
Mina Piccinini (Corporate Strategy & Communications)
Maria Cristina Gnugnoli (Creative & Corporate Relations)
Paola Durante (Dir Strategic Planning, Intelligence & Investor Relations)

• 제품 카테고리

Apparel - Rugged Outdoor, Swimwear, T-Shirts
FOOTWAR – Rugged Outdoor, Casua
ACCESSORIES – Bags

• 브랜드와 제품이름

Moncler, Collections

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	1,627.7	1,420.1	1,193.7
매출총이익	1,265.3	1,099.8	917.5
영업이익	491.8	414.1	340.9
법인세차감전 이익	470.7	412.2	335.7
당기순이익	358.7	333.8	234.0
대차대조표			
자산			
유동자산	1,164.3	902.4	712.6
비유동자산	1,401	723.2	667.4
자산합계	2,565.4	1,625.6	1,380.0
부채 및 자본			
유동부채	561.0	297.1	297.1
비유동부채	698.1	259.6	159.4
주주자본	1,306.3	1,068.9	923.5
부채와 자본합계	2,565.4	1,625.6	1,380.0

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

NIKE, INC.

• 주소

1 Bowerman Dr. Beaverton, OR 97005-6453
www.nike.com or nikebiz.com
Tel: (503) 671-6453 (800) 344-6453 Fax: (503) 671-4195

• 경영진

John J. Donahoe II (President & CEO)
Mark Parker (COB)
Andy Campion (COO)
Matthew Friend (EVP & CFO)
Hilary Krane (EVP Chief Administrative Officer & General Counsel)
Monique Matheson (EVP & Chief Human Resources Officer)
Heidi O'Neill (President - Consumer and Marketplace)
Michael Spillane (President – Consumer Creation)

• 제품 카테고리

Athletic Footwear - Exercise, Cross-training, Running, Tennis, Skate, Cleated, Track & Field, Rugged, Cycling
Apparel - Athletic, Rugged, Licensed
Equipment - Golf

• 브랜드와 제품이름

ACG, Air Jordan, Force, Nike, Nike Air, Shox, Converse, Chuck Taylor, React, All Star, Hurley

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/5/31	2019/5/31	2018/5/31
손익계산서			
매출액	37,403	39,117	36,397
매출총이익	16,241	17,474	15,956
영업이익	3,539	4,772	4,445
법인세차감전 이익	2,887	4,801	4,325
당기순이익	2,539	4,029	1,933
대차대조표			
자산			
유동자산	20,556	16,525	15,134
비유동자산	10,786	7,192	7,402
자산합계	31,342	23,717	22,536
부채 및 자본			
유동부채	8,284	7,866	6,040
비유동부채	15,003	6,811	6,684
주주자본	8,055	9,040	9,812
부채와 자본합계	31,342	23,717	22,536

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

PUMA AG.

• 주소

Rudolf Dassler Sport
Postfach 1420 Wurzburger Strasse 13 D-91074 Herzogenaurach
Tel: (49) 913-2810 Fax: (49) 913-2812460
www.puma.com
Puma USA, U.S. Subsidiary
5 Liberty Way Westford, MA 01886
Tel: (978) 698-1000 (800) 782-7862 Fax: (978) 698-1150

• 경영진

GERMANY : Bjørn Gulden (CEO) / Jean-François Palus (COB)
Michael Lämmermann (CFO) / Anne-Laure Descours (Chief Sourcing Officer)
Arne Freundt (Regional GM – Europe, EEMEA)
Robert-Jan Bartunek (Senior Manager - Corporate Communications)
US : Bob Philion (President & General Manager)
Cyril Hottot (CFO) / John Miller (SVP Wholesale)

• 제품 카테고리

Athletic Footwear - Running, Walking, Tennis/ Racquet, Soccer, Basketball, Athletic
Apparel -Soccer, Licensed
EQUIPMENT – Golf
ACCESSORIES – Golf

• 브랜드와 제품이름

Puma, Nuala, Mahanuala, Starck, 96hours, Mihara, Cobra

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	5,502.2	4,648.3	4,135.9
매출총이익	2,686.4	2,249.4	1,954.3
영업이익	440.2	337.4	244.6
로열티&커미션수입	25.1	16.3	15.8
법인세차감전 이익	417.6	313.4	231.2
당기순이익	262.4	187.4	135.8
대차대조표			
자산			
유동자산	2,481.2	2,192.8	1,884.8
비유동자산	1,897.0	1,014.4	969.0
자산합계	4,378.2	3,207.2	2,853.8
부채 및 자본			
유동부채	1,558.9	1,195.2	1,056.5
비유동부채	899.0	289.8	140.6
주주자본	1,920.3	1,722.2	1,656.7
부채와 자본합계	4,378.2	3,207.2	2,853.8

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

ROCKY BRANDS.

• 주소

39 E Canal St Nelsonville, OH 45764-1247
Tel: (740) 753-1951 (800) 554-2837 Fax: (740) 753-4024
www.rockyboots.com

• 경영진

ason Brooks (President & CEO)
Mike Brooks (COB)
Thomas Robertson (EVP & CFO)
Richard Simms (President of Operations)
Dave Dixon (President, Manufacturing & Sourcing Operations)
Byron Wortham (President, Core Brand Sales, Marketing & P.D)

• 제품 카테고리

Rugged Footwear; Ski, Snowboard Apparel, Gloves

• 브랜드와 제품이름

Gates, Michelin (licenses), Dickies, Durango, Gates, Georgia Boot, Lehigh

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	270.4	252.7	253.2
매출총이익	97.7	87.0	80.8
영업이익	22.1	18.1	11.8
법인세차감전 이익	22.2	17.9	9.4
당기순이익	17.5	14.6	9.6
대차대조표			
자산			
유동자산	146.1	131.2	119.2
비유동자산	59.7	53.5	54.3
자산합계	205.8	184.7	173.5
부채 및 자본			
유동부채	31.5	25.0	20.0
비유동부채	133.1	8.1	12.4
주주자본	41.2	151.6	141.1
부채와 자본합계	205.8	184.7	173.5

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

SEQUENTIAL BRANDS GROUP INC.

• 주소

601 W. 26th St. 9th Floor New York, NY 10001
Tel: 646-564-2577 Fax: 888-717-7274
www.sequentialbrandsgroup.com

• 경영진

David Conn (CEO)
William Sweedler (COB)
Chad Wagenheim (President)
Dan Hanbridge (SVP & Interim CFO)
Eric Gul (General Counsel)
Eddie Esses (Division President – Active)

• 제품 카테고리

APPAREL - Lifestyle, Casual, Athletic
FOOTWEAR - Lifestyle, Casual, Athletic

• 브랜드와 제품이름

Licenses: Ellen Tracy, William Rast, Revo, Caribbean Joe, Heelys, DVS, The Franklin Mint, People's Liberation

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	101.6	127.30	124.8
영업이익	6.8	42.0	(269.6)
법인세차감전 이익	(49.1)	(13.9)	(330.6)
당기순이익	(159.4)	(10.5)	(185.7)
대차대조표			
자산			
유동자산	58.8	93.6	89.2
비유동자산	664.4	985.1	1,008.0
자산합계	723.2	1,078.7	1,097.2
부채 및 자본			
유동부채	40.4	63.5	55.5
비유동부채	569.1	741.3	759.7
주주자본	113.7	273.9	282.0
부채와 자본합계	723.2	1,078.7	1,097.2

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

SKECHERS USA, INC.

• 주소

228 Manhattan Beach Blvd. Manhattan Beach, CA 90266
Tel: (310) 318-3100 (800) 456-3627
Fax: (310) 318-5019
www.skechers.com

• 경영진

Robert Greenberg (COB & CEO)
Michael Greenberg (President)
John Vandemore (CFO)
David Weinberg (EVP & COO)

• 제품 카테고리

Footwear - Fashion Athletic & Rugged
Apparel - Sportswear

• 브랜드와 제품이름

Skechers, Michelle K, TapouT (Lic), Avirex (Lic)

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	5,220.1	4,642.1	4,164.2
매출총이익	2,491.2	2,223.6	1,938.9
사용료 수입	22.5	20.6	16.7
영업이익	518.4	437.8	382.9
법인세차감전 이익	516.0	431.9	384.3
당기순이익	346.6	301.0	179.2
대차대조표			
자산			
유동자산	2,819.6	2,472.1	2,105.0
비유동자산	2,073.3	756.2	630.1
자산합계	4,892.9	3,228.3	2,735.1
부채 및 자본			
유동부채	1,238.2	850.2	597.3
비유동부채	1,340.0	188.8	189.6
주주자본	2,314.7	2,189.3	1,948.2
부채와 자본합계	4,892.9	3,228.3	2,735.1

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

UNDER ARMOUR, INC.

• 주소

1020 Hull St. Baltimore, MD 21230-5356
www.underarmour.com
Tel: (410) 468-2512 (888) 427-6687
Fax: (410) 468-2516

• 경영진

Patrik Frisk (President & CEO)
Kevin Plank (COB)
David Bergman (CFO)
Colin Browne (COO)
Stephanie Pugliese (President – Americas)
Lisa Collier (Chief Product Officer)
Paul Fipps (Chief Experience Officer)
Alessandro de Pestel (CMO)
Tchernavia Rocker (Chief Administrative Officer)
John Stanton (EVP, General Counsel & Corporate Secretary)

• 제품 카테고리

Apparel - Performance, Undergarments
Footwear - Cleats

• 브랜드와 제품이름

Under Armour, Cold Gear, Heat Gear, Loose Gear, Turf Gear

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	5,267.10	5,193.2	4,976.6
매출총이익	2,470.5	2,340.5	2,238.7
영업이익	236.8	(25.0)	27.8
법인세차감전 이익	209.8	(67.8)	(10.3)
당기순이익	92.1	(46.3)	(48.3)
대차대조표			
자산			
유동자산	2,702.2	2,593.6	2,337.7
비유동자산	2,141.3	1,651.4	1,668.7
자산합계	4,843.5	4,245.0	4,006.4
부채 및 자본			
유동부채	1,422.0	1,316.0	1,060.4
비유동부채	1,271.4	912.1	927.4
주주자본	2,150.1	2,016.9	2,018.6
부채와 자본합계	4,843.5	4,245.0	4,006.4

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

VF CORP.

• 주소

Kontoor Brands, Inc.
400 N Elm St. Greensboro, NC 27401
Tel: (336) 424-6000 (800) 366-8330 Fax: (336) 424-7631
VF Outdoor
8505 E. Orchard Road Greenwood Village, CO 80111

• 경영진

Steve Rendle (President, CEO & COB) / Scott Roe (EVP & CFO)
Arne Arens (Global Brand President – North Face) / Scott Baxter (President & CEO – Kontoor Brands) / Doug Palladini (Global Brand President – Vans)
Cameron Bailey (EVP Global Supply Chain) / Kevin Bailey (EVP & Group President - APAC)
Velia Carboni (EVP Chief Digital & Technology Officer) / Martino Scabbia Guerrini (EVP & Group President - EMEA) / Craig Hodges (VP Corporate Affairs) / David Wagner (EVP Global Strategy & Growth Platforms) / Laura C. Meagher (EVP General Counsel & Secretary) / Steve Murray (EVP & Group President - Americas) / Anita Graham (EVP Chief Human Resources Officer & Public Affairs)

• 제품 카테고리

Apparel - Denim Jeans
Activewear, Sportswear, Rugged, Imprinted, Embroidered, Licensed

• 브랜드와 제품이름

Culter Sports Apparel, JanSport, Timberland, Jansen, Nutmeg Mills, Wrangler, Lee, Lee Sport, Chase Authentics, M.C. Brian, The North Face, Majestic, Chic, East Pack, Harley Davidson (licensed), John Varvatos, Kipling, Napapijri, Timber Creek, Riders, Nike (licensed), West Coast Novelty, Eagle Creek, Clive, Icebreaker

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2020/3/28	2019/3/31	2018/12/31
손익계산서			
매출액	10,488.6	10,266.9	11,735.7
매출총이익	5,798.1	5,610.6	5,890.8
영업이익	927.8	1,190.1	1,503.1
법인세차감전 이익	727.2	1,038.3	1,416.5
당기순이익	679.4	1,259.8	614.9
대차대조표			
자산			
유동자산	5,027.0	4,673.5	4,392.1
비유동자산	6,106.3	5,683.3	5,566.4
자산합계	11,133.3	10,356.8	9,958.5
부채 및 자본			
유동부채	3,023.9	2,661.6	2,745.2
비유동부채	333.5	(35,303.3)	3,493.4
주주자본	7,775.9	42,998.5	3,719.9
부채와 자본합계	11,133.3	10,356.8	9,958.5

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

VULCABRAS AZALEIA S.A.

• 주소

Av. Antonio Frederico Ozanan Ns. 1440, Da Grama Jundiai, 13219-001 Brazil
Tel: 55-11-45321000 Fax: 55-11-45321001
www.vulcabras.com.br

• 경영진

Pedro Bartelle (CEO)
Pedro Grendene Bartelle (COB)
Wagner Dantas da Silva (CFO)
Márcio Kremer Callage (CMO)
Evandro Saluar Kollet (Chief Product Development & Technology Officer)
Flávio de Carvalho Bento (Chief Industrial Officer)
Rodrigo Miceli Piazer (Chief Supply Officer)

• 제품 카테고리

Footwear, Women's Footwear, Sandals, Flip-flops and Sports Apparel

• 브랜드와 제품이름

Azaleia, Dijean, Funny, OLK, Olympikus, Reebok

• 요약 재무정보

단위: 백만RMB

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	1,360.0	1,249.0	1,263.1
매출총이익	471.8	448.6	482.4
영업이익	141.8	159.8	240.7
법인세차감전 이익	146.9	153.6	191.1
당기순이익	143.1	152.1	188.9
대차대조표			
자산			
유동자산	794.2	800.3	668.0
비유동자산	526.5	526.5	452.5
자산합계	1,355.2	1,326.8	1,120.5
부채 및 자본			
유동부채	149.2	275.1	266.6
비유동부채	118.9	110.2	69.3
주주자본	1,087.1	941.5	784.6
부채와 자본합계	1,355.2	1,326.8	1,120.5

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

YUE YUEN.

• 주소

22nd Floor, C-Bons International Center
108 Wai Yip Street, Kwun Tong Kowloon, Hong Kong
Tel: 852-2370-5111 Fax: 852-2370-5108
www.yueyuen.com

• 경영진

Chin Chu Lu (COB)
Chi Ming Chau (Dir Finance & Treasury)
Yuang-Whang Liao (Interim CFO – Pou Sheng)
Cheng-Tien Lin (EVP)
Chia Li Chang (Vice President)
Tsai Yuan Hsiao (Vice President)
Cheng Chuan Lee (Vice President)

• 제품 카테고리

Supplier/Factory: Athletic Footwear

• 브랜드와 제품이름

Champion, Hanes, Hanes Her Way, Just My Size, Duofold, Playtex, Barley There, Wonderbra, Outer Banks, Bali, Sara Lee (lic), Pro Ride, J. E. Morgan

• 요약 재무정보

	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
손익계산서			
매출액	10,105.4	9,695.3	9,121.4
매출총이익	2,513.1	2,446.1	2,351.1
영업이익	540.5	520.2	680.6
법인세차감전 이익	448.4	439.6	635.3
당기순이익	300.5	341.1	549.3
대차대조표			
자산			
유동자산	4,492.7	4,410.3	4,391.4
비유동자산	4,296.7	3,905.7	3,885.6
자산합계	8,789.4	8,316.0	8,277.0
부채 및 자본			
유동부채	2,459.0	2,306.0	2,198.4
비유동부채	1,797.3	1,463.9	1,408.6
소수이익	434.4	418.5	391.4
주주자본	4,098.7	4,127.6	4,278.6
부채와 자본합계	8,789.4	8,316.0	8,277.0

단위: 백만RMB

출처: SGI Market Facts - Athletic Footwear & Apparel 2020

MOTIE
MINISTRY OF
TRADE, INDUSTRY & ENERGY
Busan Economic Promotion Agency
FOOTWEAR INDUSTRIAL PROMOTION CENTER