

 <b>대한상공회의소</b> <b>報道資料</b>	<b>SPA 브랜드 소비자 선호도 조사</b>
弘報室 : (02) 6050-3602~5	이 자료는 <b>10/15(月)자 朝刊부터</b> 보도해 주시기 바랍니다. - 통신, 인터넷 등은 <b>10/14(日) 11:00부터</b>
문의 : 유통산업정책실 정상의 실장(02-6050-1510), 정수경 과장(02-6050-1513, 010-9050-4426)	

## SPA 의류, 20대 男이 백화점 매장에서 산다

- 대한상의 조사 ... 성·연령·소득별 선호도 : 男(47%), 20대(51%), 月가구소득 700만원 이상(51%)
- 소비자 76% “최근 1년內 SPA의류 구매경험 있다” ... 구매장소 1위 ‘백화점 입점매장’(35%)
- SPA 선호 이유 : ‘저렴한 가격’(85%), ‘다양한 상품종류’(50%), ‘디자인’(42%) 순

유니클로, 자라, H&M, 코데즈컴바인, 스파오 등 이른바 SPA 의류브랜드는 주로 20대 남성이 백화점 입점매장에서 구입하는 것으로 나타났다.

대한상공회의소(회장 손경식)가 최근 서울·수도권 소비자 500명을 대상으로 SPA브랜드 선호도를 조사한 결과에 따르면, 전체 응답자의 98.4%가 “SPA브랜드에 대해 알거나 들어본 적이 있다”고 답했으며, <모른다> 1.6% 이 중 42.7%가 “SPA브랜드를 여타 의류브랜드보다 선호한다”고 답했다. <비슷> 42.3%, <그렇지 않다> 15.0%

성별로는 남성(46.9%)이 여성(38.5%)보다, 연령대별로는 ‘20대’(50.5%), ‘50대 이상’(46.6%), ‘40대’(42.0%), ‘30대’(34.8%) 순으로 SPA브랜드를 선호하고 있었으며, 소득별로는 월평균 가구소득 ‘700만원 이상’(50.8%), ‘300만원~500만원 미만’(44.4%), ‘500만원~700만원 미만’(44.0%), ‘300만원 미만’(31.6%) 순으로 선호도가 컸다.

대한상의는 “경기침체가 장기화됨에 따라 실속형 소비 성향이 강해졌고, 고소득층에서도 가치지향적 소비 추구로 일부 고가제품을 제외한 기본 아이템은 저가 상품으로 구매하는 경향이 커지고 있다”고 말했다.

실제 SPA브랜드를 선호하는 소비자들은 그 이유로 ‘저렴한 가격’(84.8%)을 첫 손에 꼽았고, ‘다양한 상품종류’(49.5%), ‘디자인’(41.9%), ‘품질’(41.4%), ‘넓은 매장과 쇼핑분위기’(32.4%), ‘브랜드 이미지’(21.9%), ‘글로벌 트렌드’(16.2%) 등을 차례로 꼽았다. <복수응답, ‘기타’ 0.5%

최근 1년 이내에 SPA 제품을 구매한 적이 있는지에 대해서는 응답자의 76.4%가 '있다고' 답했고, <없다 23.6%> 이 중 65.9%가 '구매상품에 대해 만족한다고' 답했다. <보통이다 30.6%, '만족하지 않는다' 3.5%>

SPA의류 구매 장소로는 '백화점 입점 매장'(35.1%), '변화가 단독매장'(27.1%), '대형마트 입점매장'(16.2%), '대형쇼핑몰 입점매장'(13.0%), 'SPA브랜드 자체 온라인 몰'(8.6%) 순으로 많았고, 가장 많이 구매하는 품목은 '캐주얼류'(87.0%)인 것으로 조사됐다. <'홈웨어' 4.0%, '정장류' 3.7%, '유아·키즈' 2.9%, '구두·가방류' 1.6%, '액세서리류' 0.8%>

SPA제품 평균 사용기간을 묻는 질문에는 '다른 의류브랜드보다 길거나 비슷하다'는 응답이 82.4%로 '더 짧다'(17.6%)는 답변보다 높게 나타나 트렌드에 민감해 사용기간도 짧을 것이라는 기존 통념과 차이를 보였다.

SPA브랜드는 기획에서 제조·유통·판매까지의 기간이 짧고 트렌드를 빠르게 반영할 뿐만 아니라, 제품의 사용기간도 짧다고 하여 패스트패션(Fast fashion)이라고도 불리운다.

향후 SPA제품 구매 계획에 대해서는 구매경험자의 55.1%가 '현재보다 늘릴 것'이라고 답했고, <'비슷할 것' 42.8%, '줄일 것' 2.1%> 구매 경험이 없는 응답자들의 51.6%는 '향후 구매할 의향이 있다'고 답했다. <'잘 모름' 40.3%, '의향 없다' 8.1%>

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 "최근 국내의류시장에서 해외 SPA브랜드가 저렴한 가격과 트렌디한 디자인으로 인기를 끌고 있지만 국내 SPA브랜드는 아직 걸음마 단계에 있다"며 "가격과 품질을 모두 만족 시킬 수 있는 국내 SPA브랜드를 육성해 세계 일류 의류기업들로 키워내야 한다"고 말했다. (끝)

※ SPA(Speciality retailer of Private label Apparel) : 기획 단계부터, 제조, 유통까지 모두 한 회사가 담당하며 저렴한 가격과 유행에 민감한 디자인, 빠른 상품 회전을 특징으로 함

#### < 조사 개요 >

- 조사기간 : 9/11(화)~9/17(월)
- 조사대상 : 서울 및 수도권지역 최근 1년 이내 의류 구입 경험이 있는 남녀 500명
- 조사방법 : 인터넷(이메일) 설문조사