동일한 이월 의류제품의 판매채널별(백화점, 소매점, 온라인몰 등) 소비자 판매가격 및 할인율 비교 분석

2025. 11.

(사)소비자교육중앙회 기획재정부

목 차

Ⅰ. 조사목적 및 개요 ····· 3

Ⅱ. 사업 기간 ····· 5

Ⅲ. 사업 내용 ····· 5

Ⅳ. 추진시기 및 추진일정 ····· 8

Ⅴ. 조사결과 ····· 10
1. 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 비교 조사(온오프라인) 결과 10
2. 이월 의류 제품에 대한 소비실태조사 결과 ····· 40

Ⅵ. 소비자 정책 제언 ····· 69

첨부자료 ····· 71

동일한 이월 의류제품의 판매채널별(백화점, 소매점, 온라인몰 등) 소비자 판매가격 및 할인율 비교 분석

소비자교육중앙회

Ⅰ. 조사 목적 및 개요

○ 국내 의류 산업은 24년 기준 약 60조 원 규모이고, 이월 의류 시장은 약 9조원 가량으로 추정되고 있으며, 이월상품은 시즌 종료 후 백화점, 아울렛, 할인매장, 오픈마켓 등 다양한 경로로 유통되고 있다.

○ 23년도 기준 국내 빅3 유통사들의 아울렛 점포의 매출현황을 살펴보면 롯데가 4조2,752억 원으로 가장 많았고, 현대 2조5,037억 원, 신세계 1조8,815억 원 순이었으며, 23년 빅3 아울렛 총 매출액은 8조 원대이며, 이월 의류 비중은 90% 이상인 것으로 추정되고 있다.

<국내 빅3 유통사 아울렛 매장 매출 현황>

<단위: 억 원, %>

유통사	매출			점유율		
	2023년	2022년	신장률	2023년	2022년	증감
롯데(21개)	42,752	41,223	3.7%	49.4	49.4	0.0
현대(8개)	25,037	23,872	4.9%	28.9	28.6	0.3
신세계(4개)	18,815	18,349	2.5%	21.7	22.0	-0.3

(출처: 어패럴뉴스)

○ 빅3 유통사 점포별 매출현황을 살펴보면 신세계 여주점 7,710억 원, 롯데 동부산점 7,130억 원, 현대 김포점 6,616억 원순으로 매출액이 많은 것으로 나타났다.

<빅3 유통사 아울렛매장 점포별 매출 현황>

(단위:억원)

순위	점포명	2023년	2022년	신장률
1	신세계 여주점	7,710	7,530	2.4
2	롯데 동부산점	7,130	6,665	7.0
3	현대 김포점	6,616	6,237	6.1
4	현대 남양주점	4,926	4,541	8.5
5	현대 송도점	4,648	4,497	3.4
6	롯데 김해점	4,306	4,125	4.4
7	신세계 시흥점	4,151	3,884	6.9
8	신세계 파주점	4,047	4,019	0.7
9	롯데 기흥점	3,850	3,606	6.8
10	롯데 이천점	3,464	3,440	0.7

(출처: 어패럴뉴스)

○ 판매채널별로 의류 제품의 가격 차이가 크지만 소비자들은 가격 정보가 분산되어 있어 가격 비교가 어렵고, 정가와 할인율 표기가 일관되게 표시되어있지 않아 실제 할인율을 파악하기가 어려워 소비자에게 올바른 가격 정보 제공이 미흡하여 소비자의 알 권리가 침해되고 있다.

○ 이월 의류는 전체 의류 유통에서 상당한 비중을 차지하고, 이월 의류 판매가격은 판매채널(백화점, 소매점, 온라인몰 등)에 따라 30~70% 큰 차이를 보이고 있어, 판매채널별 소비자 가격과 할인율을 비교 분석 함으로써 소비자들에게 가격 정보를 투명하게 제공하고자 한다.

○ 온오프라인에서 판매되고 있는 동일한 이월 의류 제품의 판매채널별 판매가격조사 및

할인율 비교 분석을 통하여 가격 구조의 투명성을 제고하고, 불공정한 소비환경을 개선하는데 도움이 되고자 한다.

Ⅱ. 사업 기간 : 2025년 7월 ~ 11월

Ⅲ. 사업 내용

1. 기획 및 자문회의

: 조사 전반적인 기획 및 자문회의를 개최하여 조사설계, 조사항목, 조사방법, 가격 분석 방법 등을 선정하여 효율적인 조사방법 및 가격 분석 방법을 모색하고, 조사결과에 대한 전문가 자문을 받고자 함.

▶실시월: 7월/10월

▶실시횟수: 2회

▶실시방법: 전문가, 실무자, 조사원 등의 의견을 수집하여 조사 설계 및 조사지 작성 시 의견을 반영하고, 보고서 작성 시 전문가 자문을 토대로 개선과제 발굴하고자 함.

2. 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 비교 분석(온라인)

: 이월 의류 제품의 온라인 판매채널별(종합몰, 오픈마켓 등) 소비자 판매가격을 조사하고 할인율을 비교 분석하고자 함.

▶실시월: 8월~9월

▶동일한 이월 의류 선정 기준: 동일 브랜드 및 동일 모델명 · 품번의 이월 의류 제품을 기준

- 시즌이 지난 이월 상품
- 브랜드 공식 품번이 동일한 제품
- 세부 사양이 동일한 모델
- 복수 유통채널에서 확인 가능한 제품

▶실시대상:

온라인 사이트에서 판매되고 있는 의류 품목 가격 조사

▶실시횟수: 1회

▶조사항목:

- 온라인 사이트(백화점몰, 아울렛몰, 오픈마켓 등)에서 판매되고 있는 의류 제품 가격 조사
- 가격(정상가격, 할인가격), 브랜드, 품목, 모델번호(품번), 제조사, 제조국, 제조일자 등
- 동일한 이월의류 가격 비교 조사(다채널 판매 의류: 스포츠 의류, 여성 의류, 아동 의류 등)
- 판매채널별 판매가격 및 할인율 비교 분석

▶홍보방법: 주요 일간지 및 본회 홈페이지를 통한 가격조사 결과를 보도하여 대국민 대상으로 홍보하고자 함.

3. 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 비교 분석 (오프라인)

: 이월 의류 제품의 오프라인 판매채널별(백화점, 아울렛 매장 등) 소비자 판매가격을 조사하고 할인율을 비교 분석하고자 함.

▶실시월: 8월~9월

▶동일한 이월 의류 선정 기준: 동일 브랜드 및 동일 모델명·품번의 이월 의류 제품을 기준

- 시즌이 지난 이월 상품
- 브랜드 공식 품번이 동일한 제품
- 세부 사양이 동일한 모델
- 복수 유통채널에서 확인 가능한 제품

▶실시대상:

오프라인 50곳(서울 및 수도권 소재의 백화점, 아울렛매장 등)에서 판매되고 있는 의류 품목 가격 조사

▶실시횟수: 1회

▶조사항목:

- 오프라인 50곳(백화점, 대형마트, 아울렛매장 등)에서 판매되고 있는 의류 제품 가격 조사
- 가격(정상가격, 할인가격), 브랜드, 품목, 모델번호(품번), 제조사, 제조국, 제조일자 등
- 동일한 이월 의류의 가격 비교 조사(다채널 판매의류: 스포츠 의류, 여성 의류, 유아동 의류 등)
- 판매채널별 판매가격 및 할인율 비교 분석

▶홍보방법: 주요 일간지 및 본회 홈페이지를 통한 가격조사 결과를 보도하여 대국민 대상으로 홍보하고자 함.

4. 이월 의류 제품에 대한 소비실태조사

: 전국에 거주하는 성인남녀 1,000명을 대상으로 이월 의류 제품에 대한 소비 실태조사를 통하여 판매채널별 구매패턴 및 구입 빈도 등 소비 행태를 분석하고자 함.

▶실시월: 7월~9월

▶실시지역: 전국

▶실시대상: 성인남녀 1,000명, 온라인 설문조사

▶실시횟수: 1회

▶조사항목: 이월 의류 제품의 판매채널별 소비 행태, 구매 패턴, 소비 유형 등 조사

▶홍보방법: 주요 일간지 및 본회 홈페이지를 통한 실태조사 결과를 보도하여 대국민 대상으로 홍보하고자 함.

5. 보도자료 작성 및 온오프라인 홍보

: 조사 결과에 대한 보도자료를 작성하여 일간지, 본회 홈페이지, 블로그, 본회 회지, 페이스북 등을 통한 홍보

▶실시월: 11월

▶실시횟수: 1회

6. 최종보고서 작성

: 동일한 이월 의류 제품의 판매채널별 판매가격 및 할인율 비교 분석을 바탕으로 이월 의류 제품의 소비 환경 개선 방안 등에 대하여 보고서를 작성하고자 함.

▶실시월: 11월

▶실시횟수: 1회

Ⅳ. 추진시기 및 추진일정:

세부 사업	추진 일정	추진 내역
1) 기획 및 자문회의	7월/ 10월	자문위원 및 기획회의-->실태조사 및 이용실태조사지 작성, 가격 분석 방법 모색 자문회의-->조사결과에 따른 전문가 자문을 토대로 개선과제 발굴
2) 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 분석(온라인)	8월	-조사원 교육: 조사방법 및 조사지 작성방법 교육
	8월~9월	-온라인사이트에서 판매되고 있는 이월 의류 제품 가격 조사 -온라인사이트(종합몰, 오픈마켓 등) 25개 조사
	9월	-통계 및 분석 -판매채널별 가격 및 할인율 비교 분석
3) 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 분석(오프라인)	8월	-온라인 사전 조사로 품목 및 브랜드 선정
	8월~9월	-조사원 교육: 조사방법 및 조사지 작성방법 교육
		-오프라인 판매채널별(백화점, 아울렛) 이월 의류 제품 판매가격조사 -오프라인 판매채널 50곳 조사 -동일한 이월 의류 제품의 가격 비교 조사

	9월	-실태조사지 수합 -통계 및 분석(판매가격 및 할인율 비교 분석) -보고서 작성
4) 이월 의류 제품에 대한 소비실태조사	7월	-조사설계 및 설문조사지 작성
	8월~9월	-이월 의류 제품에 대한 소비실태조사(온라인) (전국에 거주하는 소비자 1,000명 대상)
	9월~10월	-통계 및 분석 -보고서 작성
5) 보도자료 작성 및 온오프라인 홍보	11월	보도자료를 작성하여 일간지, 홈페이지, 블로그 등을 통한 온오프라인 홍보
6) 최종보고서 작성	11월	최종보고서 작성(10부)

Ⅴ. 조사 결과

1. 이월 의류 제품의 판매채널별 소비자 판매가격조사 및 할인율 비교 조사(온오프라인)

: 이월 의류 제품의 오프라인 판매채널별(백화점, 아울렛 매장 등)과 온라인 판매채널별(백화점몰, 아울렛몰, 오픈마켓 등)의 소비자 판매가격을 조사하고 할인율을 비교 분석하고자 함.

가. 실시월: 8월~9월

나. 조사방법

▶동일한 이월 의류 선정 기준: 동일 브랜드 및 동일 모델명·품번의 이월 의류 제품을 기준

- 시즌이 지난 이월 상품
- 브랜드 공식 품번이 동일한 제품
- 세부 사양이 동일한 모델
- 복수 유통채널에서 확인 가능한 제품

다. 실시대상:

- 오프라인 50곳(서울 및 수도권 소재의 백화점 27곳, 아울렛매장 23곳)에서 판매되고 있는 의류 품목 가격 조사
- 온라인 사이트 123곳(백화점몰, 아울렛몰, 오픈마켓 등)에서 판매되고 있는 의류 제품 가격 조사

라. 실시횟수: 1회

마. 조사항목:

- 가격(정상가격, 할인가격), 브랜드, 품목, 모델번호(품번), 제조사, 제조국, 제조일자 등
- 동일한 이월 의류의 가격 비교 조사(다채널 판매의류: 스포츠 의류, 여성 의류, 유아동 의류 등)
- 판매채널별 판매가격 및 할인율 비교 분석

바. 조사결과

(1) 조사 규모

(가) 온오프라인 조사 건수

<표1-1 온오프라인 조사 건수>

항목	건수(건)	비율(%)
오프라인	17,486	80.6
온라인	4,206	19.4
계	21,692	100.0

▶온오프라인 조사 건수를 살펴보면 오프라인(백화점, 아울렛) 80.6%, 온라인(오픈마켓, 아울렛몰, 종합몰 등) 19.4%를 조사하였다.

(나) 조사장소별 조사 규모

▶온라인 71.1%, 백화점 15.6%, 아울렛 13.3%를 조사하였으며, 백화점 27곳, 아울렛 23곳, 온라인 123곳을 조사하였다.

<표1-2 조사장소별 조사 규모>

항목	건수(건)	비율(%)
백화점	27	15.6
아울렛	23	13.3
온라인	123	71.1
계	173	100.0

<표1-3 백화점 조사 내역>

연번	백화점명
1	더현대백화점 판교점
2	롯데백화점 강남점
3	롯데백화점 건대스타시티점
4	롯데백화점 관악점
5	롯데백화점 구리점
6	롯데백화점 김포공항점
7	롯데백화점 노원점
8	롯데백화점 미아점
9	롯데백화점 본점

10	롯데백화점 영등포
11	롯데백화점 인천터미널점
12	롯데백화점 잠실점
13	롯데백화점 중동점
14	롯데백화점 청량리점
15	롯데쇼핑몰 광교점
16	롯데쇼핑몰 광명점
17	롯데쇼핑몰 은평점
18	신세계백화점 강남점
19	신세계백화점 본점
20	신세계백화점 의정부점
21	신세계스타필드 고양점
22	현대백화점 무역센터점
23	현대백화점 미아점
24	현대백화점 신촌점
25	현대백화점 압구정본점
26	현대백화점 중동점
27	현대백화점 천호점

<표1-4 아울렛 조사 내역>

연번	아울렛명
1	2001아울렛 부평점
2	2001아울렛 분당점
3	2001아울렛 안양점
4	2001아울렛 중계점
5	NC백화점 강서점
6	NC백화점 불광점
7	NC백화점 송파점
8	NC백화점 신구로점
9	뉴코아아울렛 강남점
10	뉴코아아울렛 산본점
11	뉴코아아울렛 일산점
12	뉴코아아울렛 평촌점
13	뉴코아팩토리아울렛 천호점
14	롯데아울렛 고양점
15	롯데아울렛 구리점
16	롯데아울렛 서울역점
17	롯데아울렛 의왕점
18	마리오아울렛 가산점

19	신세계아울렛 파주
20	현대아울렛 가든파이브점
21	현대아울렛 가산점
22	현대아울렛 동대문점
23	현대프리미엄아울렛 space1

<표1-5 온라인 조사 내역>

연번	온라인업체명	연번	온라인업체명
1	4910	63	무신사
2	NC아울렛고잔점	64	바바더닷컴
3	롯데 아울렛 이시아폴리스점	65	바이린샵
4	11번가	66	박스타몰
5	2001아울렛	67	버켓스토어
6	29CM	68	베네통공식몰
7	ABLY	69	보리보리
8	AK MALL	70	보하티
9	CJ몰	71	세이브존
10	CJ온스타일	72	스킨나인몰
11	G마켓	73	스타일24
12	GSSHOP	74	식스백화점
13	Hmall	75	신세게백화점
14	IDF몰	76	신세계몰
15	K2공식 스토어	77	신세계쇼핑
16	KT알파쇼핑	78	신세계아울렛몰
17	K빌리지	79	신셰계아울렛 시흥점
18	LF몰	80	아가방샵
19	mijas	81	아이스탁몰
20	NC아울렛	82	안군유통
21	NPLUS	83	알룸
22	NS홈쇼핑	84	어네스트스토어
23	SK스토어	85	에이엔드
24	SM팩토리아울렛	86	엔터식스
25	SSG.COM	87	영원아웃도어몰
26	WNR	88	옥션
27	갤러리아몰	89	와이드앵글 공식몰
28	굿웨어몰	90	위치인치
29	네이버	91	이건어때
30	네파	92	이노파인드
31	노스페이스	93	이랜드몰
32	뉴발란스	94	잭모어컴퍼니

33	뉴코아아울렛	95	제로몰
34	뉴포티디자인	96	직구더페밀리몰
35	담온마트	97	찍구가게
36	대구백화점	98	카카오닷컴
37	대백몰	99	캐리마켓
38	더블유컨셉	100	캘러웨이 공식몰
39	더클래식핏	101	커넥트현대
40	더한섬닷컴	102	컬럼비아 본사직영
41	더현대닷컴	103	코오롱스포츠몰
42	동아쇼핑점	104	쿠팡
43	듀엘 브랜드스토어	105	키디키디
44	디스커버리공식몰	106	탑텐키즈 공식스토어
45	디에포아이	107	트라이씨클
46	디즈니베이비	108	파밀리원
47	디큐브백화점	109	패션아일랜드
48	라인	110	패션플러스
49	로엠걸즈	111	포라스코
50	롯데홈쇼핑	112	포스티
51	롯데ON	113	폴햄키즈공식몰
52	롯데백화점	114	프라이스골프
53	롯데아울렛	115	프레씨유
54	롯데아이몰	116	핑 진해 자은점
55	롯데홈쇼핑	117	하나야카
56	루미팝	118	하프클럽
57	리스트	119	현대가든파이브
58	린 공식몰	120	현대백화점
59	마리오아울렛	121	현대아울렛
60	머스트잇	122	홈&쇼핑
61	모다아울렛	123	휠라
62	모조에스핀		

(다) 품목별 조사 건수

▶품목별 조사 건수를 살펴보면 여성의류 37.0%, 골프&레저 36.7%, 아동의류 26.3%를 조사하였다.

<표1-6 품목별 조사 건수>

항목별	건수(건)	비율(%)
골프&레저	7,969	36.7
아동의류	5,695	26.3
여성의류	8,028	37.0
계	21,692	100.0

(2) 가격 비교

▶골프&레저의류, 아동의류, 여성의류 3가지 품목에 대한 온오프라인 가격을 조사하여 품목별, 업태별, 정상가와 할인가 가격을 비교 분석하였다.

(가) 품목별 가격 비교

① 품목별 정상가와 할인가 가격 비교

▶품목별 정상가와 할인가의 평균 가격 비교를 해보면 3개 품목 전체(골프&레저의류, 아동의류, 여성의류)의 정상가와 할인가 가격 차이가 43.5%였고, 여성의류는 50.8%, 아동의류는 43.3%, 골프&레저의류 가격 차이가 34.8% 순으로 나타났다.

<표1-7 품목별 정상가와 할인가 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 평균가	할인가 평균가	가격차 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	193,875	126,325	34.8
아동의류	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	97,058	55,063	43.3
여성의류	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	263,050	129,368	50.8
품목 전체	309,115	167,248	124,295	150,678	101,540	92,446	190,772	107,864	43.5

② 골프&레저의류 품목별 가격 비교

▶골프&레저의류는 니트, 바지, 자켓, 점퍼, 티셔츠 5개 품목별 가격 조사를 하였고, 품목별 평균 가격 비교를 해보면 5개 품목 전체의 정상가와 할인가의 가격차이는 34.8%였으며, 니트의 정상가와 할인가 가격차이가 41.7%, 점퍼 35.2%, 바지 34.3%, 자켓 29.6%, 티셔츠 29.4% 순이었다.

<표1-8 골프&레저의류 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가격 평균가	할인가격 평균가	가격차 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
니트	416,858	288,158	186,142	227,962	165,342	180,074	306,649	178,769	41.7
바지	277,770	165,000	124,527	120,076	107,276	109,949	168,828	110,900	34.3
자켓	295,714		137,062	113,200		102,834	146,394	103,026	29.6
점퍼	393,018	249,648	182,613	191,061	166,138	158,044	257,504	166,756	35.2
티셔츠	209,970	123,470	105,115	84,274	92,789	95,768	132,879	93,844	29.4
품목 전체	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	193,875	126,325	34.8

③ 아동의류 품목별 가격 비교

▶아동의류는 바지, 원피스, 점퍼, 티셔츠 4개 품목을 조사하였고, 4개 품목의 정상가와 할인가의 평균 가격 비교를 해보면 43.3%였으며, 원피스 45.1%, 바지는 43.6%, 티셔츠 43.3%, 점퍼 9.7% 순으로 나타났다.

<표1-9 아동의류 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가격 평균가	할인가격 평균가	가격차 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	144,871	49,171	42,951	71,688	30,217	36,926	83,011	46,851	43.6
원피스	245,711	67,101	72,056	114,401	49,154	60,928	142,712	78,339	45.1
점퍼			156,427			141,290	156,427	141,290	9.7
티셔츠	120,434	36,370	36,300	59,462	23,528	30,790	70,960	40,204	43.3
품목 전체	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	97,058	55,063	43.3

④ 여성의류 품목별 가격 비교

▶여성의류는 바지, 블라우스, 스커트, 원피스, 자켓 5개 품목을 조사하였고, 5개 품목 전체의 정상가와 할인가의 평균 가격 비교를 해보면 50.8% 가격 차이가 났으며, 바지 51.7%, 블라우스 51.5%, 원피스 51.2%, 스커트 50.6%, 자켓 49.8% 순으로 나타났다.

<표1-10 여성의류 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가격 평균가	할인가격 평균가	가격차 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	375,603	224,589	136,295	166,660	103,736	86,511	216,338	104,483	51.7
블라우스	343,053	205,122	119,796	169,055	92,092	76,903	205,130	99,534	51.5
스커트	403,237	239,868	151,311	210,201	110,425	93,910	253,485	125,265	50.6
원피스	566,574	371,914	188,885	273,086	166,860	117,926	321,193	156,750	51.2
자켓	565,610	357,921	162,808	309,426	166,403	98,438	309,883	155,605	49.8
품목 전체	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	263,050	129,368	50.8

⑤ 세부품목별 가격 비교

▶세부품목별 가격 비교를 해본 결과, 정상가(백화점, 아울렛, 온라인)와 할인가(백화점, 아울렛, 온라인)의 평균 비교가 모두 가능한 품목은 151개 품목이었으며, 정상가와 할인가의 가격 차이는 4.4%~60.0%로 나타났으며, 여성의류가 95개, 골프&레저의류가 37개, 아동의류가 19개 순으로 나타나 여성의류가 대부분 가격차이가 큰 것으로 나타났다.

그 중 원피스(시슬리, SAOPE2-431)의 가격차가 60.0%로 가장 컸으며, 블라우스(리스트, TWWBLP62250) 56.9%, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22110) 56.4%,, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22020) 55.0%,, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22100/TWWSKP62080) 54.3% 순으로 나타났다.

<표1-11 세부품목별 가격 비교>

연번	종류	브랜드명	품목	품번(모델명)	정상평균가	할인평균가	가격차	차이율 (%)
1	여성의류	시슬리	원피스	SAOPE2-431	298,000	119,200	178,800	60.0
2	여성의류	리스트	블라우스	TWWBLP62250	114,739	49,406	65,333	56.9
3	여성의류	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22110	184,005	80,227	103,779	56.4
4	여성의류	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22020	127,945	57,602	70,343	55.0
5	여성의류	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22100	108,575	49,605	58,970	54.3
	여성의류	리스트	스커트	TWWSKP62080	110,986	50,739	60,247	54.3
6	여성의류	주크	스커트	V252MSD938	241,674	112,664	129,010	53.4
7	여성의류	리스트	바지	TWWSLP62060	124,821	59,338	65,483	52.5
8	여성의류	리스트	원피스	TWWOPP62060	246,532	117,864	128,667	52.2
9	여성의류	리스트	블라우스	TWWBLP62140	117,379	56,793	60,586	51.6

10	여성의류	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22030	84,863	41,119	43,744	51.5
11	여성의류	리스트	자켓	TWWJKP62040	225,000	110,567	114,433	50.9
12	여성의류	리스트	원피스	TWWOPP62070	161,117	79,635	81,482	50.6
13	여성의류	시슬리	원피스	SAOPE1-431	298,000	147,510	150,490	50.5
14	여성의류	리스트	바지	TWWSLP62070	119,456	59,227	60,229	50.4
15	여성의류	리스트	바지	TWWSLP62090	104,175	51,671	52,504	50.4
16	여성의류	리스트	바지	TWWSLP62280	140,759	69,965	70,794	50.3
17	여성의류	시슬리	스커트	SASKA5-511	398,000	198,020	199,980	50.2
18	여성의류	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22040	183,498	91,691	91,807	50.0
19	여성의류	주크	바지	V252PSA932	207,930	105,878	102,053	49.1
20	여성의류	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22160	283,370	144,947	138,423	48.8

(나) 업태별 가격 비교

▶업태별 정상판매가격과 할인판매가격의 평균 가격 비교를 해보면 3개 품목 전체(골프&레저의류, 아동의류, 여성의류)의 백화점 할인율은 51.3%, 아울렛 할인율 39.3%, 온라인 할인율 25.6% 순이었으며, 골프&레저의류의 백화점 할인율 54.0%, 아울렛 할인율 32.9%, 온라인 할인율 12.1% 순으로 나타났으며, 아동의류는 백화점 할인율 51.5%, 아울렛 할인율 31.5%, 온라인 할인율 13.4% 순이었고, 여성의류는 아울렛 할인율 54.4%, 백화점 할인율 49.3%, 온라인 할인율 37.7% 순으로 나타났다.

<표1-12 업태별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			백화점 할인율(%)	아울렛 할인율(%)	온라인 할인율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	54.0	32.9	12.1
아동의류	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	51.5	31.5	13.4
여성의류	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	49.3	54.4	37.7
품목 전체	309,115	167,248	124,295	150,678	101,540	92,446	51.3	39.3	25.6

① 골프&레저의류의 업태별 품목별 가격 비교

▶골프&레저의류 5개 품목의 업태별 품목별 평균 가격을 비교해보면 니트는 백화점 할인율 45.3%, 아울렛 할인율 42.6%, 온라인 할인율 3.3% 순이었고, 바지는 백화점 할인율 56.8%, 아울렛 할인율 35.0%, 온라인 할인율 11.7%였다. 자켓은 백화점 할인율 61.7, 온라인 할인율 25.0%였으며, 점퍼는 백화점 할인율 51.4%, 아울렛 할인율

33.5%, 온라인 할인율 13.5% 순이었고, 티셔츠는 백화점 할인율 59.9%, 아울렛 할인율 24.8%, 온라인 할인율 8.9% 순으로 나타났다.

<표1-13 골프&레저의류 업태별 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			백화점 할인율 (%)	아울렛 할인율 (%)	온라인 할인율 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
니트	416,858	288,158	186,142	227,962	165,342	180,074	45.3	42.6	3.3
바지	277,770	165,000	124,527	120,076	107,276	109,949	56.8	35.0	11.7
자켓	295,714		137,062	113,200		102,834	61.7		25.0
점퍼	393,018	249,648	182,613	191,061	166,138	158,044	51.4	33.5	13.5
티셔츠	209,970	123,470	105,115	84,274	92,789	95,768	59.9	24.8	8.9
품목 전체	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	54.0	32.9	12.1

㉮ 골프&레저의류 백화점 가격 비교

▶골프&레저의류의 백화점 할인율 비교 가능한 품목 162개를 비교해보면 4.9%~66.7%로 가격차이가 났으며, 티셔츠(핑, 111E2TO407) 66.7%로 가장 가격차가 많이 났으며, 티셔츠(볼빅, VMTSO413) 65.3%, 점퍼(핑, 121D2JP351)/바지(와이드앵글, WWP24352N2) 각각 50.3%, 바지(와이드앵글, WMM24331Z1/WWM24K51G9) 각각 50.2% 순으로 나타났다.

<표1-14 골프&레저의류 백화점 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	백화점 정상가	백화점 할인가	가격차	차이율(%)
1	핑	티셔츠	111E2TO407	238,000	79,300	158,700	66.7
2	볼빅	티셔츠	VMTSO413	199,000	69,000	130,000	65.3
3	핑	점퍼	121D2JP351	318,000	158,000	160,000	50.3
	와이드앵글	바지	WWP24352N2	179,000	89,000	90,000	50.3
4	와이드앵글	바지	WMM24331Z1	209,000	104,000	105,000	50.2
	와이드앵글	니트	WWM24K51G9	219,000	109,000	110,000	50.2
5	팬텀	니트	221E2SR101	378,000	189,000	189,000	50.0
	팬텀	니트	221E2SR152	358,000	179,000	179,000	50.0
	팬텀	바지	211E2PT151	258,000	129,000	129,000	50.0
	팬텀	바지	221E2PS154	198,000	99,000	99,000	50.0
	팬텀	점퍼	211E2JP204	398,000	199,000	199,000	50.0
	팬텀	점퍼	211E2JP287	398,000	199,000	199,000	50.0
	네파	점퍼	7K40601	199,000	99,500	99,500	50.0
	핑	니트	121D2SR492	258,000	129,000	129,000	50.0
	핑	니트	121D2SV451	298,000	149,000	149,000	50.0

	핑	바지	111D1PT181	238,000	119,000	119,000	50.0
	핑	바지	111DPT287	258,000	129,000	129,000	50.0
	핑	바지	111DPT288	238,000	119,000	119,000	50.0
	핑	티셔츠	121D2TR783	158,000	79,000	79,000	50.0
6	핑	점퍼	111E2JP301	358,000	184,950	173,050	48.3
	핑	점퍼	111E2JP701	598,000	308,950	289,050	48.3
	핑	점퍼	111E2JP103	398,000	205,650	192,350	48.3
7	네파	점퍼	7L40602	159,000	276,660	117,660	42.5
8	노스페이스	점퍼	NJ3BR04K	178,000	106,000	72,000	40.4
9	컬럼비아	바지	C52YL8431	129,000	77,000	52,000	40.3
10	네파	티셔츠	7K45251	59,000	35,400	23,600	40.0
	노스페이스	점퍼	NJ2HR00B	389,000	233,400	155,600	40.0
	핑	티셔츠	111E2TO483	278,000	166,800	111,200	40.0

㉰ 골프&레저의류 아울렛 가격 비교

▶골프&레저의류의 아울렛 할인율 비교 가능한 품목 228개를 비교해보면 1.1%~80.3%로 가격차이가 났으며, 니트(팜스프링스, STZL232292) 80.3%로 가장 가격차가 많이 났으며, 니트(핑, 121D2SR681)/바지(핑, 111D2PT383) 각각 76.8%, 티셔츠(JDX, X2TSW6542) 71.7%, 티셔츠(JDX, X1TSW6509) 70.2%, 니트(KL, X2SPV2342)/점퍼(KL, X2WJV2114) 각각 70.0% 순으로 나타났다.

<표1-15 골프&레저의류 아울렛 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	아울렛 정상가	아울렛 할인가	가격차	차이율 (%)
1	팜스프링스	니트	STZL232292	198,000	39,000	159,000	80.3
2	핑	니트	121D2SR681	298,000	69,000	229,000	76.8
	핑	바지	111D2PT383	298,000	69,000	229,000	76.8
3	JDX	티셔츠	X2TSW6542	138,000	39,000	99,000	71.7
4	JDX	티셔츠	X1TSW6509	198,000	59,000	139,000	70.2
5	KL	니트	X2SPV2342	318,000	95,400	222,600	70.0
	KL	점퍼	X2WJV2114	398,000	119,400	278,600	70.0
6	알렉스에이든	티셔츠	au2fsst02	49,000	14,900	34,100	69.6
7	네파	점퍼	7L30603	179,000	55,300	123,700	69.1
8	JDX	바지	X2PTW6723	218,000	69,000	149,000	68.3
9	JDX	점퍼	X2WJV2114	398,000	129,000	269,000	67.6
10	볼빅	티셔츠	VMTSO413	199,000	69,000	130,000	65.3

㉰ 골프&레저의류 온라인 가격 비교

▶골프&레저의류의 아울렛 할인율 비교 가능한 품목 134개를 비교해보면 0.2%~61.0%로 가격차이가 났으며, 원피스(시슬리, SAOPE1-431) 61.0%로 가장 가격차가 많이 났으며, 원피스(시슬리, SAOPE2-431) 60.0%, 스커트(주크, V252MSD938) 50.6%, 스커트(시슬리, SASKA5-511) 50.4%, 티셔츠(와이드앵글, WWM24K51G9) 50.2% 순으로 나타났다.

<표1-16 골프&레저의류 온라인 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	온라인 정상가	온라인 할인가	가격차	차이율 (%)
1	시슬리	원피스	SAOPE1-431	298,000	116,220	181,780	61.0
2	시슬리	원피스	SAOPE2-431	298,000	119,200	178,800	60.0
3	주크	스커트	V252MSD938	199,280	98,510	100,770	50.6
4	시슬리	스커트	SASKA5-511	398,000	197,367	200,633	50.4
5	와이드앵글	티셔츠	WWM24K51G9	219,000	109,000	110,000	50.2
6	시슬리	블라우스	SAWSC1531	153,691	92,674	61,017	39.7
7	미니멈	스커트	MZBGWS4880	285,800	191,386	94,414	33.0
8	네파	티셔츠	7K45251	78,175	53,465	24,710	31.6
9	휠라	점퍼	FS2JKG2132X	121,337	83,338	37,999	31.3
10	와이드앵글	바지	WWP24352N2	141,250	98,186	43,064	30.5
11	아디다스골프	바지	JE8310	195,389	137,359	58,030	29.7
12	와이드앵글	바지	WMM24331Z1	155,300	110,900	44,400	28.6
13	미니멈	바지	MZBGWP4850	222,147	160,106	62,041	27.9
14	네파	점퍼	7K40601	108,344	78,675	29,669	27.4
15	미니멈	블라우스	MYCAWB7200	294,385	224,746	69,638	23.7
16	아이더	티셔츠	DMM24207	72,460	55,489	16,971	23.4
17	미니멈	블라우스	MYCAWB7110	286,203	222,955	63,248	22.1
18	핑	점퍼	121D2JP351	216,240	169,258	46,982	21.7
19	미니멈	스커트	MZBGWS4870	172,571	135,345	37,226	21.6
20	아디다스골프	티셔츠	JG1374	170,318	136,156	34,162	20.1

② 아동의류의 업태별 품목별 가격 비교

▶아동의류 4개 품목의 업태별 평균 가격을 비교해보면 바지는 백화점 할인율 50.5%, 아울렛 할인율 38.5%, 온라인 할인율 14.0% 순이었고, 원피스는 백화점 할인율 53.4%, 아울렛 할인율 26.7%, 온라인 할인율 15.4%였다. 점퍼는 온라인 할인율 9.7%였으며, 티셔츠는 백화점 할인율 50.6%, 아울렛 할인율 35.3%, 온라인 할인율 15.2% 순으로 나타났다.

<표1-17 아동의류 업태별 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			백화점 할인율(%)	아울렛 할인율(%)	온라인 할인율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	144,871	49,171	42,951	71,688	30,217	36,926	50.5	38.5	14.0
원피스	245,711	67,101	72,056	114,401	49,154	60,928	53.4	26.7	15.4
점퍼			156,427			141,290			9.7
티셔츠	120,434	36,370	36,300	59,462	23,528	30,790	50.6	35.3	15.2
품목 전체	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	51.5	31.5	13.4

㉮ 아동의류 백화점 가격 비교

▶아동의류의 백화점 할인율 비교 가능한 품목 249개를 비교해보면 6.1%~80.2%로 가격차이가 났으며, 티셔츠(폴햄, PKF2TS2832/PKF2TS2841) 각각 80.2%로 가장 가격차이가 많이 났으며, 바지(폴햄, PKF2PT2512) 78.0%, 티셔츠(폴햄, PKF2TS3042) 68.9%, 바지(폴햄, PKF2PH2513) 64.0%, 바지(폴햄, PKF2PT3573)/티셔츠(폴햄, PKF2TS3032) 각각 62.7% 순으로 나타났다.

<표1-18 아동의류 백화점 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	백화점 정상가	백화점 할인가	가격차	차이율 (%)
1	폴햄	티셔츠	PKF2TS2832	49,900	9,900	40,000	80.2
	폴햄	티셔츠	PKF2TS2841	49,900	9,900	40,000	80.2
2	폴햄	바지	PKF2PT2512	44,900	9,900	35,000	78.0
3	폴햄	티셔츠	PKF2TS3042	39,900	12,400	27,500	68.9
4	폴햄	바지	PKF2PH2513	49,900	17,950	31,950	64.0
5	폴햄	바지	PKF2PT3573	39,900	14,900	25,000	62.7
	폴햄	티셔츠	PKF2TS3032	39,900	14,900	25,000	62.7
6	로엠걸즈	티셔츠	RGRA2554C	25,900	12,255	13,645	52.7
7	플레이	티셔츠	N252TS330P	73,000	36,000	37,000	50.7
8	오가닉맘	원피스	KK42802	89,000	44,000	45,000	50.6
9	로엠걸즈	원피스	RGOW2543Q	39,900	19,900	20,000	50.1
10	밍크뮤	바지	34315-420-017	129,000	64,500	64,500	50.0
	밍크뮤	원피스	34315-420-017	159,000	79,500	79,500	50.0
	베네베네	원피스	BNG25S130040216	88,000	44,000	44,000	50.0
	오가닉맘	원피스	KK42801	80,000	40,000	40,000	50.0
	테일스쿱	원피스	74314-400-733	138,000	69,000	69,000	50.0
	테일스쿱	원피스	74314-400-743	138,000	69,000	69,000	50.0
	폴햄	바지	PKF2PT3012A	79,800	39,900	39,900	50.0
	폴햄	티셔츠	PKF2TS3043A	79,800	39,900	39,900	50.0

㉮ 아동의류 아울렛 가격 비교

▶아동의류의 아울렛 할인율 비교 가능한 품목 214개를 비교해보면 5.0%~80.2%로 가격 차이가 났으며, 티셔츠(폴햄, PKF2TS3831A) 80.2%로 가장 가격 차이가 많이 났으며, 티셔츠(폴만, PKF2TS3032) 80.0%, 티셔츠(에어워크, A252B1421C)/바지(폴햄, PKF2PT3012A)/티셔츠(폴햄, PKF2TS3042)/바지(폴햄, PKF2PT3811A) 각각 75.2%로 나타났다.

<표1-19 아동의류 아울렛 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	아울렛 정상가	아울렛 할인가	가격차	차이율(%)
1	폴햄	티셔츠	PKF2TS3831A	49,900	9,900	40,000	80.2
2	폴만	티셔츠	PKF2TS3032	39,900	7,980	31,920	80.0
3	에어워크	티셔츠	A252B1421C	39,900	9,900	30,000	75.2
	폴햄	바지	PKF2PT3012A	39,900	9,900	30,000	75.2
	폴햄	티셔츠	PKF2TS3042	39,900	9,900	30,000	75.2
	폴햄	바지	PKF2PT3811A	49,900	12,400	37,500	75.2
4	아가방	바지	01S332001	45,000	11,250	33,750	75.0
	아가방	티셔츠	01S531007	25,000	6,250	18,750	75.0
5	폴햄	바지	PKF2PH2013	49,900	14,900	35,000	70.1
	폴햄	바지	PKF2PH2513	49,900	14,900	35,000	70.1
	폴햄	바지	PKF2PT3572A	49,900	14,900	35,000	70.1
	아가방	티셔츠	01S331002	29,000	97,000	68,000	70.1
6	폴만	바지	PKF2PH2013	49,900	14,950	34,950	70.0
7	오가닉맘	원피스	MKF2002111A	59,900	19,900	40,000	66.8
8	아가방	티셔츠	01S331008	29,000	9,700	19,300	66.6
9	폴햄	티셔츠	PKF2TS3512A	49,900	17,400	32,500	65.1
10	에어워크	티셔츠	A252B1338B	39,900	14,900	25,000	62.7
	폴햄	바지	PKF2PT2512	39,900	14,900	25,000	62.7
	폴햄	티셔츠	PKF2TS3210A	39,900	14,900	25,000	62.7

㉯ 아동의류 온라인 가격 비교

▶아동의류의 온라인 할인율 비교 가능한 품목 90개를 비교해보면 0.1%~66.8%로 가격 차이가 났으며, 원피스(탑텐, MKF2002111) 66.8%, 원피스(네파, KK42802) 50.5%, 바지(폴햄, PKF2PT3012) 37.9%, 원피스(네파, KK42801) 36.9%, 티셔츠(폴햄, PKF2TS3042) 34.8% 순으로 나타났다.

<표1-20 아동의류 온라인 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	온라인 정상가	온라인 할인가	가격차	차이율(%)
1	탑텐	원피스	MKF2002111	59,900	19,900	40,000	66.8
2	네파	원피스	KK42802	80,000	39,634	40,367	50.5
3	폴햄	바지	PKF2PT3012	30,210	18,751	11,459	37.9

4	네파	원피스	KK42801	60,033	37,864	22,170	36.9
5	폴햄	티셔츠	PKF2TS3042	22,820	14,881	7,939	34.8
6	네파	원피스	KL42801	69,589	46,398	23,190	33.3
7	로엠걸즈	원피스	RGOW2543Q	26,395	18,385	8,009	30.3
8	탑텐	바지	MKF2PH2011	20,567	14,610	5,957	29.0
9	탑텐	바지	MKF2PH1011	21,564	15,743	5,821	27.0
10	네파	바지	KL41701	66,412	48,963	17,449	26.3

③ 여성의류의 업태별 품목별 가격 비교

▶여성의류 5개 품목의 업태별 평균 가격을 비교해보면 바지는 백화점 할인율 55.6%, 아울렛 할인율 53.8%, 온라인 할인율 36.5% 순이었고, 불라우스는 백화점 할인율 50.7%, 아울렛 할인율 55.1%, 온라인 할인율 35.8%였다. 스커트는 백화점 할인율 47.9%, 아울렛 할인율 54.0%, 온라인 할인율 37.9%였으며, 원피스는 백화점 할인율 51.8%, 아울렛 할인율 55.1%, 온라인 할인율 37.6%였으며, 자켓은 백화점 할인율 45.3%, 아울렛 할인율 53.5%, 온라인 할인율 39.5% 순으로 나타났다.

<표1-21 여성의류 업태별 품목별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			백화점	아울렛	온라인
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인	할인율(%)	할인율(%)	할인율(%)
바지	375,603	224,589	136,295	166,660	103,736	86,511	55.6	53.8	36.5
블라우스	343,053	205,122	119,796	169,055	92,092	76,903	50.7	55.1	35.8
스커트	403,237	239,868	151,311	210,201	110,425	93,910	47.9	54.0	37.9
원피스	566,574	371,914	188,885	273,086	166,860	117,926	51.8	55.1	37.6
자켓	565,610	357,921	162,808	309,426	166,403	98,438	45.3	53.5	39.5
품목 전체	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	49.3	54.4	37.7

㉮ 여성의류 백화점 가격 비교

▶여성의류의 백화점 할인율 비교 가능한 품목 255개를 비교해보면 2.7%~75.1%로 가격차이가 났으며, 자켓(쉬즈미스, SWWJKP22100) 75.1%로 가장 가격차이가 많이 났으며, 자켓(쉬즈미스, SWWJKP22150) 70.4%, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22100) 70.2%, 자켓(리스트, TWWJKP62120) 70.1%, 자켓(리스트, TWWSKP72030) 68.8% 순으로 가격차이가 났다.

<표1-22 여성의류 백화점 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	백화점 정상가	백화점 할인가	가격차	차이율 (%)
1	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22100	398,000	99,000	299,000	75.1
2	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22150	538,000	159,000	379,000	70.4
3	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22100	198,000	59,000	139,000	70.2
4	리스트	자켓	TWWJKP62120	298,000	89,000	209,000	70.1
5	리스트	스커트	TWWSKP72030	258,000	80,600	177,400	68.8

6	쉬즈미스	자켓	SWWJKP 22180	398,000	129,000	269,000	67.6
7	숲	자켓	SB5JK92	218,000	73,100	144,900	66.5
8	쉬즈미스	바지	SWWSLP21120	198,000	69,000	129,000	65.2
	쉬즈미스	바지	SWWSLP21160	198,000	69,000	129,000	65.2
9	리스트	바지	TWWSLP62280	198,000	69,900	128,100	64.7
10	리스트	블라우스	TWWSKP62070	138,000	49,000	89,000	64.5
12	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22060	458,000	169,000	289,000	63.1
13	리스트	자켓	TWSJKP62050	278,000	105,000	173,000	62.2
14	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22020	218,000	84,000	134,000	61.5
15	온앤온	원피스	NJW5M-06970	359,000	139,000	220,000	61.3
16	쉬즈미스	블라우스	SWWBLP22150	178,000	69,000	109,000	61.2
17	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22030	158,000	61,550	96,450	61.0
18	리스트	바지	TWWSLP62090	178,000	69,900	108,100	60.7
19	쉬즈미스	자켓	SWWJKP21040	398,000	158,000	240,000	60.3
20	리스트	바지	TWWSLP62060	158,000	63,000	95,000	60.1
	리스트	바지	TWWSLP62070	158,000	63,000	95,000	60.1
	리스트	블라우스	TWWBLP62080	158,000	63,000	95,000	60.1
	리스트	블라우스	TWWBLP62090	158,000	63,000	95,000	60.1
	리스트	블라우스	TWWBLP62100	158,000	63,000	95,000	60.1

㉰ 여성의류 아울렛 가격 비교

▶여성의류의 아울렛 할인율 비교 가능한 품목 90개를 비교해보면 40.0%~71.5%로 가격차이가 났으며, 바지(쉬즈미스, SWWSLP21160) 71.5%로 가장 가격차이가 많이 났으며, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22100) 70.2%, 자켓(리스트, TWWJKP62120) 70.1%, 블라우스(쉬즈미스, SWWSTP22150) 69.0%, 원피스(리스트, TWWOPP62070) 68.9% 순으로 가격차이가 났다.

<표1-23 여성의류 아울렛 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	아울렛 정상가	아울렛 할인가	가격차	차이율 (%)
1	쉬즈미스	바지	SWWSLP21160	198,000	56,500	141,500	71.5
2	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22100	198,000	59,000	139,000	70.2
3	리스트	자켓	TWWJKP62120	298,000	89,000	209,000	70.1
4	쉬즈미스	블라우스	SWWSTP22150	158,000	49,000	109,000	69.0
5	리스트	원피스	TWWOPP62070	318,000	99,000	219,000	68.9
6	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22050	338,000	112,100	225,900	66.8
7	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22020	218,000	75,667	142,333	65.3
8	리스트	원피스	TWWOPP62150	284,667	99,000	185,667	65.2
	리스트	바지	TWWSLP62280	198,000	69,000	129,000	65.2
9	리스트	원피스	TWWOPP62060	398,000	139,000	259,000	65.1
10	리스트	바지	TWWSLP62090	178,000	63,000	115,000	64.6
12	쉬즈미스	블라우스	SWWBLP22150	178,000	64,000	114,000	64.0
13	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22140	318,000	119,000	199,000	62.6
14	리스트	원피스	TWWOPP62080	458,000	173,733	284,267	62.1
15	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22150	538,000	214,000	324,000	60.2
16	쉬즈미스	블라우스	SWWBLP22020	98,000	39,000	59,000	60.2

17	리스트	블라우스	TWWBLP62250	158,000	63,000	95,000	60.1
18	리스트	스커트	TWWSKP62070	218,000	87,000	131,000	60.1
19	리스트	원피스	TWWOPP62170	258,000	103,000	155,000	60.1
20	리스트	자켓	TWWJKP62050	358,000	143,000	215,000	60.1

㉰ 여성의류 온라인 가격 비교

▶여성의류의 온라인 할인율 비교 가능한 품목 110개를 비교해보면 2.6%~60.4%로 가격 차이가 났으며, 자켓(쉬즈미스, SWWJKP22180) 60.4%로 가장 가격차가 컸으며, 블라우스(리스트, TWWBLP62250) 59.2%, 스커트(쉬즈미스, SWWSKP22110) 54.9%, 스커트(리스트, TWWSKP62080) 53.3%, 블라우스(지고트, JR5A0BL673)/바지(리스트, TWWSLP62060) 각각 50.7%로 나타났다.

<표1-24 여성의류 온라인 가격 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	온라인 정상가	온라인 할인가	가격차	차이율 (%)
1	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22180	253,433	100,299	153,135	60.4
2	리스트	블라우스	TWWBLP62250	105,420	43,047	62,373	59.2
3	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22110	125,743	56,673	69,070	54.9
4	리스트	스커트	TWWSKP62080	84,113	39,318	44,795	53.3
5	지고트	블라우스	JR5A0BL673	298,775	147,260	151,515	50.7
	리스트	바지	TWWSLP62060	114,640	56,518	58,122	50.7
6	리스트	블라우스	TWWBLP62140	106,547	53,045	53,502	50.2
7	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22020	97,927	49,372	48,555	49.6
8	리스트	바지	TWWSLP62070	111,747	56,950	54,797	49.0
9	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22030	60,483	31,400	29,084	48.1
10	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22040	146,105	76,758	69,347	47.5
12	리스트	바지	TWWSLP62280	133,127	70,039	63,088	47.4
13	리스트	바지	TWWSLP62090	93,629	49,560	44,069	47.1
14	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22190	215,247	115,028	100,219	46.6
15	리스트	원피스	TWWOPP62150	125,120	67,237	57,883	46.3
16	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22100	87,938	47,437	40,502	46.1
17	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22160	205,160	111,081	94,079	45.9
18	리스트	스커트	TWWSKP62070	116,140	63,120	53,020	45.7
19	주크	바지	V252PSA932	185,225	101,337	83,888	45.3
20	리스트	원피스	TWWOPP62060	206,140	113,416	92,724	45.0

(다) 최고가와 최저가 비교

① 품목별 최고가와 최저가 가격 비교

▶품목별 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 3개 품목 전체(골프&레저의류, 아

동의류, 여성의류)의 최고가 309,115원(백화점), 최저가 92,446원(온라인) 가격차는 70.1%였고, 정상가의 최고가 309,115원(백화점), 최저가 124,295원(온라인)으로 가격차는 59.8%였고, 할인가의 최고가 150,678원(백화점), 최저가 92,446원(온라인)으로 가격차는 38.6%였으며, 골프&레저의류 최고가 315,027원(백화점), 최저가 120,181원(온라인)으로 가격차는 61.9%였고, 정상가의 최고가 315,027원(백화점), 최저가 136,679원(온라인)으로 가격차는 56.6%였고, 할인가의 최고가 144,835원(백화점), 최저가 120,181원(온라인)으로 가격차는 17.0%였고, 아동의류는 최고가 167,374원(백화점), 최저가 34,352원(아울렛)으로 가격차는 79.5%였고, 정상가의 최고가 167,374원(백화점), 최저가 50,153원(아울렛)으로 가격차는 70.0%였으며, 할인가의 최고가 81,108원(백화점), 34,352원(아울렛)으로 가격차는 57.6%였다. 여성의류 최고가는 451,436원(백화점), 최저가 95,736원(온라인)으로 가격차는 78.8%였으며, 정상가 최고는 451,436원(백화점), 최저가 153,757원(온라인)으로 가격차는 65.9%, 할인가의 최고가는 228,815원(백화점), 최저가는 95,736원(온라인)으로 가격차는 78.8%였다. 가장 가격차가 큰 품목은 아동의류>여성의류>골프&레저의류 순으로 나타났다.

<표1-25 품목별 최고가와 최저가 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가최저가차이율(%)	할인가 최고가최저가차이율(%)	전체 최고가 최저가 차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	**315,027**	194,392	***136,679***	**144,835**	130,526	***120,181***	56.6	17.0	61.9
아동의류	**167,374**	***50,153***	50,727	**81,108**	***34,352***	43,925	70.0	57.6	79.5
여성의류	**451,436**	278,245	***153,757***	**228,815**	126,963	***95,736***	65.9	58.2	78.8
품목 전체	**309,115**	167,248	***124,295***	**150,678**	101,540	***92,446***	59.8	38.6	70.1

② 골프&레저의류의 최고가 최저가 비교

㉮ 골프&레저의류 품목별 최고가 최저가 비교

▶골프&레저의류의 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 5개 품목 전체(니트, 바지, 자켓, 점퍼, 티셔츠)의 최고가 315,027원(백화점), 최저가 120,181원(온라인) 가격차는 61.9%였고, 정상가의 최고가 315,027원(백화점), 최저가 136,679원(온라인)으로 가격차는 56.6%였고, 할인가의 최고가 144,835원(백화점), 최저가 120,181원(온라인)으로 가격차는 17.0%였으며, 니트 최고가 416,858원(백화점), 최저가 165,342원(아울렛)으로 가격차는 60.3%였고, 정상가의 최고가 416,858원(백화점), 최저가 186,142

원(온라인)으로 가격차는 55.3%였고, 할인가의 최고가 227,962원(백화점), 최저가 165,342원(아울렛)으로 가격차는 27.5%였고, 바지 최고가 277,770원(백화점), 최저가 107,276원(아울렛)으로 가격차는 61.4%였고, 정상가의 최고가 277,770원(백화점), 최저가 124,527원(온라인)으로 가격차는 55.2%였으며, 할인가의 최고가 120,076원(백화점), 107,276원(아울렛)으로 가격차는 10.7%였다. 자켓 최고가는 295,714원(백화점), 최저가 102,834원(온라인)으로 가격차는 65.2%였으며, 정상가 최고는 295,714원(백화점), 최저가 137,062원(온라인)으로 가격차는 53.7%, 할인가의 최고가는 113,200원(백화점), 최저가는 102,834원(온라인)으로 가격차는 9.2%였다.

점퍼의 최고가는 393,018원(백화점), 최저가 158,044원(온라인)으로 가격차는 59.8%였고, 정상가의 최고가는 393,018원(백화점), 최저가 182,613원(온라인)으로 가격차는 53.5%였고, 할인가의 최고가는 191,061원(백화점), 최저가 158,044원(온라인)으로 가격차는 17.3%였으며, 티셔츠의 최고가는 209,970원(백화점정상가), 최저가 84,274원(백화점할인가)으로 가격차는 59.9%였고, 정상가의 최고가는 209,970원(백화점), 최저가 105,115원(온라인)으로 가격차는 49.9%였고, 할인가의 최고가는 95,768원(온라인), 최저가 84,274원(백화점)으로 가격차는 12.0%였다. 가격차가 큰 품목은 자켓 65.2%, 바지 61.4%, 니트 60.3%, 티셔츠 59.9%, 점퍼 59.8% 순으로 나타났다.

<표1-26 골프&레저의류의 최고가 최저가 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가최저가차이율(%)	할인가 최고가최저가차이율(%)	전체 최고가최저가차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
니트	**416,858**	288,158	***186,142***	**227,962**	***165,342***	180,074	55.3	27.5	60.3
바지	**277,770**	165,000	***124,527***	**120,076**	***107,276***	109,949	55.2	10.7	61.4
자켓	**295,714**		***137,062***	**113,200**		***102,834***	53.7	9.2	65.2
점퍼	**393,018**	249,648	***182,613***	**191,061**	166,138	***158,044***	53.5	17.3	59.8
티셔츠	**209,970**	123,470	***105,115***	***84,274***	92,789	**95,768**	49.9	12.0	59.9
품목 전체	**315,027**	194,392	***136,679***	**144,835**	130,526	***120,181***	56.6	17.0	61.9

㉰ 골프&레저의류 제품별 최고가 최저가 비교

▶골프&레저의류 비교 가능한 37개 제품별 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 20.0%~66.7% 가격 차이가 났고, 37개 제품 중 최고가가 가장 많은 곳은 백화점(35개)이었고, 아울렛과 온라인은 각각 1개였으며, 최저가가 가장 많은 곳은 중복 포함해서 아울렛(20개), 백화점과 온라인 각각 13개로 나타났다.

제품별로 살펴보면 최고가는 티셔츠(핑, 111E2T0407)의 최고가 238,000원(백화점정상가/아울렛), 최저가 79,300원(백화점할인가)으로 가격차는 66.7%였고, 니트(핑, 121D2SV451)의

최고가 298,000원(백화점/아울렛정상가), 최저가 114,000원(아울렛할인가)으로 가격차는 61.7%였고, 점퍼(네파, 7K40601) 최고가 199,000원(백화점/아울렛) 최저가 78,675원(온라인)으로 가격차는 61.7%였고, 티셔츠(네파, 7K45251) 최고가 78,175원(온라인), 최저가 35,400원(백화점/아울렛) 가격차는 54.7%였고, 점퍼(핑, 121D2JP351) 최고가 318,000원(백화점정상가/아울렛정상가) 최저가 158,000원(백화점할인가/아울렛할인가)으로 가격차는 50.3%, 바지(와이드앵글, WWP24352N2) 최고가 179,000원(백화점정상가/아울렛정상가), 최저가 89,000원(백화점할인가/아울렛할인가)으로 가격차는 50.3%였다.

<표1-27 골프&레저의류 제품별 최고가 최저가 비교>

연번	브랜드명	품목		정상가			할인가			최고가와 최저가 가격차	차이율(%)
			품번(모델명)	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인		
1	핑	티셔츠	111E2TO407	**238,000**	**238,000**	192,720	***79,300***	166,600	167,528	158,700	66.7
2	핑	니트	121D2SV451	**298,000**	**298,000**	213,130	149,000	***114,000***	181,933	184,000	61.7
3	네파	점퍼	7K40601	**199,000**	**199,000**	108,344	99,500	99,500	***78,675***	120,325	60.5
4	네파	티셔츠	7K45251	59,000	59,000	**78,175**	***35,400***	***35,400***	53,465	42,775	54.7
5	핑	점퍼	121D2JP351	**318,000**	**318,000**	216,240	***158,000***	***158,000***	169,258	160,000	50.3
	와이드앵글	바지	WWP24352N2	**179,000**	**179,000**	141,250	***89,000***	***89,000***	98,186	90,000	50.3
6	와이드앵글	바지	WMM24331Z1	**209,000**	**209,000**	155,300	***104,000***	***104,000***	110,900	105,000	50.2
7	핑	니트	121D2SR492	**258,000**	**258,000**	178,790	***129,000***	***129,000***	145,034	129,000	50.0
	핑	바지	111D1PT181	**238,000**	**238,000**	190,634	***119,000***	***119,000***	178,963	119,000	50.0
	핑	티셔츠	121D2TR783	**158,000**	**158,000**	118,733	***79,000***	***79,000***	104,810	79,000	50.0
8	핑	점퍼	111E2JP301	**358,000**	**358,000**	271,080	***184,950***	271,650	234,800	173,050	48.3
9	컬럼비아	바지	C62AE5806	109,000	**149,000**	88,910	87,200	87,000	***79,409***	69,591	46.7
10	컬럼비아	바지	C52YL8431	**129,000**	**129,000**	107,264	77,000	***74,000***	86,750	55,000	42.6

③ 아동의류의 최고가 최저가 비교

㉮ 아동의류 품목별 최고가 최저가 비교

▶아동의류의 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 3개 품목 전체(바지, 원피스, 티셔츠)의 최고가 167,374원(백화점), 최저가 34,352원(아울렛) 가격차는 79.5%였고, 정상가의 최고가 167,374원(백화점), 최저가 50,153원(아울렛)으로 가격차는 70.0%였고, 할인가의 최고가 81,108원(백화점), 최저가 34,352원(아울렛)으로 가격차는 57.6%였으며, 바지 최고가 144,871원(백화점), 최저가 30,217원(아울렛)으로 가격차는 79.1%였고, 정상가의 최고가 144,871원(백화점), 최저가 42,951원(온라인)으로 가격차는 70.4%였고, 할인가의 최고가 71,688원(백화점), 최저가 30,217원(아울렛)으로 가격차는 57.8%였고, 원피스 최고가 245,711원(백화점), 최저가 49,154원(아울렛)으로 가

격차는 80.0%였고, 정상가의 최고가 245,711원(백화점), 최저가 67,101원(아울렛)으로 가격차는 72.7%였으며, 할인가의 최고가 114,401원(백화점), 49,154원(아울렛)으로 가격차는 57.0%였다.

티셔츠 최고가는 120,434원(백화점), 최저가 23,528원(아울렛)으로 가격차는 80.5%였으며, 정상가 최고는 120,434원(백화점), 최저가 36,300원(온라인)으로 가격차는 69.9%, 할인가의 최고가는 59,462원(백화점), 최저가는 23,528원(아울렛)으로 가격차는 60.4%였다. 가격차가 큰 품목은 티셔츠 80.5%, 원피스 80.0%, 바지 79.1% 순으로 나타났다.

<표1-28 아동의류의 최고가 최저가 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가최저가차이율(%)	할인가 최고가최저가차이율(%)	전체 최고가최저가차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	**144,871**	49,171	***42,951***	**71,688**	***30,217***	36,926	70.4	57.8	79.1
원피스	**245,711**	***67,101***	72,056	**114,401**	***49,154***	60,928	72.7	57.0	80.0
티셔츠	**120,434**	36,370	***36,300***	**59,462**	***23,528***	30,790	69.9	60.4	80.5
품목 전체	**167,374**	***50,153***	50,727	**81,108**	***34,352***	43,925	70.0	57.6	79.5

㉯ 아동의류 제품별 최고가 최저가 비교

▶아동의류 비교 가능한 19개 제품별 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 20.0%~78.0% 가격 차이가 났고, 19개 제품 중 중복 포함해서 최고가가 가장 많은 곳은 아울렛(15개), 백화점(14개), 온라인(3개) 순이었으며, 최저가가 가장 많은 곳은 백화점(8개), 온라인(8개), 아울렛(7개)로 나타났다.

제품별로 살펴보면 최고가는 바지(풀햄, PKF2PT2512)의 최고가 44,900(백화점정상가), 최저가 9,900원(백화점할인가)으로 가격차는 78.0%였고, 티셔츠(풀햄, PKF2TS3042)의 최고가 39,900원(백화점정상가/아울렛정상가), 최저가 9,900원(아울렛할인가)으로 가격차는 75.2%였고, 티셔츠(폴햄, PKF2TS3043A) 최고가 79,800원(백화점) 최저가 19,900원(아울렛)으로 가격차는 75.1%였고, 바지(폴햄, PKF2PH2513) 최고가 49,900원(백화점/아울렛정상가), 최저가 14,900원(아울렛할인가) 가격차는 70.1%였고, 바지(폴햄, PKF2PT3573) 최고가 39,900원(백화점정상가/아울렛정상가) 최저가 14,900원(백화점할인가)으로 가격차는 62.7%였다.

<표1-29 아동의류 제품별 최고가 최저가 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	정상가			할인가			최고가와 최저가 가격차	차이율 (%)
				백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인		
1	폴햄	바지	PKF2PT2512	**44,900**	39,900	19,481	***9,900***	14,900	15,924	35,000	78.0
2	폴햄	티셔츠	PKF2TS3042	**39,900**	**39,900**	22,820	12,400	***9,900***	14,881	30,000	75.2
3	폴햄	티셔츠	PKF2TS3043A	**79,800**	39,900	30,704	39,900	***19,900***	29,570	59,900	75.1
4	폴햄	바지	PKF2PH2513	**49,900**	**49,900**	21,099	17,950	***14,900***	18,320	35,000	70.1
5	폴햄	바지	PKF2PT3573	**39,900**	**39,900**	26,621	***14,900***	19,900	21,118	25,000	62.7
6	아기방	원피스	01S324056	32,000	**49,000**	**49,000**	***19,000***	46,550	46,735	30,000	61.2
7	폴햄	바지	PKF3PP3016	44,900	**59,900**	44,900	***26,910***	29,900	35,340	32,990	55.1
8	로엠걸즈	원피스	RGOW2543Q	**39,900**	**39,900**	26,395	19,900	19,900	***18,385***	21,515	53.9
9	로엠걸즈	바지	RGTA2541C-02	**29,900**	**29,900**	16,833	19,900	19,900	***13,845***	16,055	53.7
	로엠걸즈	바지	RGTA2541C	**24,900**	**29,900**	16,833	18,905	19,900	***13,845***	16,055	53.7
10	아기방	바지	01Q152004	**19,000**	**19,000**	18,000	***11,000***	***11,000***	17,210	8,000	42.1

④ 여성의류의 최고가 최저가 비교

㉮ 여성의류 품목별 최고가 최저가 비교

▶여성의류의 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 5개 품목 전체(바지, 블라우스, 스커트, 원피스, 자켓)의 최고가 451,436원(백화점), 최저가 95,736원(온라인) 가격차는 78.8%였고, 정상가의 최고가 451,436원(백화점), 최저가 153,757원(온라인)으로 가격차는 65.9%였고, 할인가의 최고가 228,815원(백화점), 최저가 95,736원(온라인)으로 가격차는 58.2%였으며, 바지 최고가 375,603원(백화점), 최저가 86,511원(온라인)으로 가격차는 77.0%였고, 정상가의 최고가 375,603원(백화점), 최저가 136,295원(온라인)으로 가격차는 63.7%였고, 할인가의 최고가 166,660원(백화점), 최저가 86,511원(온라인)으로 가격차는 48.1%였고, 블라우스 최고가 343,053원(백화점), 최저가 76,903원(온라인)으로 가격차는 77.6%였고, 정상가의 최고가 343,053원(백화점), 최저가 119,796원(온라인)으로 가격차는 65.1%였으며, 할인가의 최고가 169,055원(백화점), 76,903원(온라인)으로 가격차는 54.5%였다. 스커트 최고가는 403,237원(백화점), 최저가 93,910원(온라인)으로 가격차는 76.7%였으며, 정상가 최고는 403,237원(백화점), 최저가 151,311원(온라인)으로 가격차는 62.5%, 할인가의 최고가는 210,201원(백화점), 최저가는 93,910원(온라인)으로 가격차는 55.3%였다.

원피스의 최고가는 566,574원(백화점), 최저가 117,926원(온라인)으로 가격차는 79.2%였고, 정상가의 최고가는 566,574원(백화점), 최저가 188,885원(온라인)으로 가격차는

66.7%였고, 할인가의 최고가는 273,086원(백화점), 최저가 117,926원(온라인)으로 가격차는 56.8%였으며, 자켓의 최고가는 565,610원(백화점), 최저가 98,438원(온라인)으로 가격차는 82.6%였고, 정상가의 최고가는 565,610원(백화점), 최저가 162,808원(온라인)으로 가격차는 71.2%였고, 할인가의 최고가는 309,426원(백화점), 최저가 98,438원(온라인)으로 가격차는 68.2%였다. 가격차가 큰 품목은 자켓 82.6%, 원피스 79.2%, 블라우스 77.6%, 바지 77.0%, 스커트 76.7%, 순으로 나타났다.

<표1-30 여성의류의 최고가 최저가 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가최저가차이율(%)	할인가 최고가최저가차이율(%)	전체 최고가최저가차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	**375,603**	224,589	***136,295***	**166,660**	103,736	***86,511***	63.7	48.1	77.0
블라우스	**343,053**	205,122	***119,796***	**169,055**	92,092	***76,903***	65.1	54.5	77.6
스커트	**403,237**	239,868	***151,311***	**210,201**	110,425	***93,910***	62.5	55.3	76.7
원피스	**566,574**	371,914	***188,885***	**273,086**	166,860	***117,926***	66.7	56.8	79.2
자켓	**565,610**	357,921	***162,808***	**309,426**	166,403	***98,438***	71.2	68.2	82.6
품목 전체	**451,436**	278,245	***153,757***	**228,815**	126,963	***95,736***	65.9	58.2	78.8

㉰ 여성의류 제품별 최고가 최저가 비교

▶여성의류 비교 가능한 95개 제품별 최고가와 최저가 평균 가격 비교를 해보면 46.8%~85.3% 가격 차이가 났고, 95개 제품 중 중복 포함해서 최고가가 가장 많은 곳은 백화점 91개, 아울렛85개 였고, 최저가가 가장 많은 곳은 온라인 84개, 아울렛 8개, 백화점 6개 순으로 나타났다.

제품별로 살펴보면 최고가는 원피스(쉬즈미스, SWWOPP22160)의 최고가 378,000원(아울렛), 최저가 55,415원(온라인)으로 가격차는 85.3%였고, 자켓(쉬즈미스, SWWJKP22100)의 최고가 398,000원(백화점/아울렛), 최저가 74,427원(온라인)으로 가격차는 81.3%였고, 자켓(쉬즈미스, SWWJKP22020) 최고가 318,000원(백화점) 최저가 60,148원(온라인)으로 가격차는 81.1%였고, 원피스(쉬즈미스, SWWOPP22040) 최고가 398,000원(백화점), 최저가 76,758원(온라인) 가격차는 80.7%였고, 바지(쉬즈미스, SWWSLP22080) 최고가 198,000원(백화점/아울렛) 최저가 38,640원(온라인)으로 가격차는 80.5%였고, 원피스(쉬즈미스, SWWOPP22130) 최고가 358,000원(백화점/아울렛), 최저가 69,967원(온라인) 가격차는 80.5%였다.

<표1-31 여성의류 제품별 최고가 최저가 비교>

연번	브랜드명	품목	품번(모델명)	정상가			할인가			최고가 최저가 가격차	차이율(%)
				백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인		
1	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22160	278,000	**378,000**	70,233	111,200	159,000	***55,415***	322,585	85.3
2	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22100	**398,000**	**398,000**	112,057	99,000	199,000	***74,427***	323,573	81.3
3	쉬즈미스	자켓	SWWJKP22020	**318,000**	308,000	108,554	159,000	134,000	***60,148***	257,853	81.1
4	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22040	**398,000**	278,000	146,105	179,000	111,200	***76,758***	321,242	80.7
5	쉬즈미스	바지	SWWSLP22080	**198,000**	**198,000**	69,947	99,000	99,000	***38,640***	159,360	80.5
	쉬즈미스	원피스	SWWOPP22130	**358,000**	**358,000**	91,360	179,000	159,000	***69,967***	288,033	80.5
6	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22030	**158,000**	**158,000**	60,483	61,550	79,000	***31,400***	126,600	80.1
7	주크	스커트	V252MSD938	**493,500**	329,000	199,280	197,400	98,700	***98,510***	394,990	80.0
8	쉬즈미스	스커트	SWWSKP22110	**278,000**	251,333	125,743	118,480	107,233	***56,673***	221,327	79.6
9	쉬즈미스	바지	SWWSLP21160	**198,000**	**198,000**	59,862	69,000	56,500	***40,506***	157,494	79.5
10	쉬즈미스	자켓	SWWJKP21080	**338,000**	**338,000**	95,400	169,000	159,000	***71,062***	266,939	79.0

(라) 제조연월 표시 및 제조연도별 가격 차이

① 제조연월 표시

㉮ 품목별 제조연월 미표시

▶품목별 제조연월 미표시를 살펴보면 전체 품목 미표시율은 16.7%였고, 품목별로는 골프&레저의류 23.4%였고, 아동의류/여성의류 각각 13.1%였으며, 품목별 제조연월 온오프라인 미표시율을 살펴보면 오프라인 전체 미표시율은 11.8%였고, 골프&레저의류는 16.1%, 아동의류 13.8%, 여성의류 5.5%였고, 온라인 전체 미표시율은 21.8%였고, 품목별로는 골프&레저의류는 29.1%, 여성의류 19.2%, 아동의류 12.0%였다.

<표1-32 품목별 제조연월 미표시>

품목	미표시(건)	표시(건)	계	미표시율
골프&레저	664	2,173	2,837	23.4
아동의류	312	2068	2380	13.1
여성의류	392	2,603	2,995	13.1
전체	1,368	6,844	8,212	16.7

<표1-33 품목별 제조연월 온오프라인 미표시>

품목	오프라인				온라인				총합계
	표시(건)	표시율(%)	미표시(건)	미표시율(%)	표시(건)	표시율(%)	미표시(건)	미표시율(%)	
골프&레저의류	1,044	83.9	201	16.1	1,129	70.9	463	29.1	2,837
아동의류	1,265	86.2	202	13.8	803	88.0	110	12.0	2,380
여성의류	1,266	94.5	74	5.5	1,337	80.8	318	19.2	2,995
전체 품목	3,575	88.2	477	11.8	3,270	78.6	905	21.8	8,227

㉰ 골프&레저의류의 제조연월 미표시

▶골프&레저의류의 제조연월 미표시를 살펴보면 자켓 40.3%로 가장 높았고, 바지 28.0%, 티셔츠 22.5%, 점퍼 19.7%, 니트 15.5% 순으로 나타났으며, 골프&레저의류 제조연월 온오프라인 미표시율을 살펴보면 오프라인 미표시율은 16.1%였고, 자켓 57.1%, 바지 19.1%, 점퍼 17.6%, 티셔츠 13.9%, 니트 10.2% 순으로 나타났으며, 온라인 미표시율은 29.1%였고, 자켓 39.3%, 바지 34.5%, 티셔츠 28.2%, 니트 24.8%, 점퍼 21.7% 순으로 나타났다.

<표1-34 골프&레저의류 제조연월 미표시>

품목	미표시	표시	총합계	미표시비율
니트	43	235	278	15.5
바지	228	585	813	28.0
자켓	48	71	119	40.3
점퍼	148	605	753	19.7
티셔츠	197	677	874	22.5
품목 전체	664	2173	2837	23.4

<표1-35 골프&레저의류 제조연월 온오프라인 미표시>

품목	오프라인				온라인				총합계
	표시(건)	표시비율(%)	미표시(건)	미표시비율(%)	표시(건)	표시비율(%)	미표시(건)	미표시비율(%)	
니트	159	89.8	18	10.2	76	75.2	25	24.8	278
바지	276	80.9	65	19.1	309	65.5	163	34.5	813
자켓	3	42.9	4	57.1	68	60.7	44	39.3	119
점퍼	309	82.4	66	17.6	296	78.3	82	21.7	753
티셔츠	297	86.1	48	13.9	380	71.8	149	28.2	874
품목 전체	1,044	83.9	201	16.1	1,129	70.9	463	29.1	2,837

㉱ 아동의류 제조연월 미표시

▶아동의류 제조연월 미표시를 살펴보면 티셔츠 14.6%, 원피스 12.6%, 바지 12.2% 순으로 나타났으며, 아동의류 온오프라인 미표시율을 살펴보면 오프라인 미표시율은 13.8%였고, 티셔츠 17.2%, 바지 13.2%, 원피스 10.7% 순이었으며, 온라인 미표시율은 12.0%였고, 원피스 16.1%, 바지 11.0%, 티셔츠 9.8% 순으로 나타났다.

<표1-36 아동의류 제조연월 미표시>

품목	미표시	표시	총합계	미표시비율
바지	112	804	916	12.2
원피스	88	610	698	12.6
티셔츠	112	654	766	14.6
품목 전체	312	2068	2380	13.1

<표1-37 아동의류 제조연월 온오프라인 미표시>

품목	오프라인				온라인				총합계
	표시 (건)	표시 비율 (%)	미표시 (건)	미표시 비율 (%)	표시 (건)	표시 비율 (%)	미표시 (건)	미표시 비율 (%)	
바지	449	86.8	68	13.2	355	89.0	44	11.0	916
원피스	401	89.3	48	10.7	209	83.9	40	16.1	698
티셔츠	415	82.8	86	17.2	239	90.2	26	9.8	766
품목 전체	1,265	86.2	202	13.8	803	88.0	110	12.0	2,380

㉣ 여성의류 제조연월 미표시

▶여성의류 제조연월 미표시를 살펴보면 원피스 14.2%, 블라우스 13.1%, 바지 13.0%, 자켓 12.6%, 스커트 12.2% 순이었으며, 여성의류 온오프라인 미표시율을 살펴보면 오프라인 미표시율은 5.5%였고, 바지 8.5%, 블라우스/자켓 각각 5.9%, 원피스 4.0%, 스커트 3.6% 순이었으며, 온라인 미표시율은 19.2%였고, 원피스 21.3%, 스커트 20.5%, 블라우스 19.7%, 자켓 17.9%, 바지 16.5% 순으로 나타났다.

<표1-38 여성의류 제조연월 미표시>

품목	미표시	표시	총합계	미표시비율
바지	78	520	598	13.0
블라우스	75	496	571	13.1
스커트	69	495	564	12.2
원피스	96	581	677	14.2
자켓	74	511	585	12.6
품목 전체	392	2603	2995	13.1

<표1-39 여성의류 제조연월 온오프라인 미표시>

품목	오프라인				온라인				총합계
	표시 (건)	표시 비율 (%)	미표시 (건)	미표시 비율 (%)	표시 (건)	표시 비율 (%)	미표시 (건)	미표시 비율 (%)	
바지	237	91.5	22	8.5	283	83.5	56	16.5	598
블라우스	256	94.1	16	5.9	240	80.3	59	19.7	571
스커트	266	96.4	10	3.6	229	79.5	59	20.5	564
원피스	267	96.0	11	4.0	314	78.7	85	21.3	677
자켓	240	94.1	15	5.9	271	82.1	59	17.9	585
품목 전체	1,266	94.5	74	5.5	1,337	80.8	318	19.2	2,995

② 제조연도별 가격 차이

㉮ 품목별 제조연도별 가격 차이

▶품목별 제조연도별 가격차이를 살펴보면 전체 품목은 24년 32.8%, 25년 47.7%로 전년대비 14.9% 가격차이가 났으며, 골프&레저의류는 24년 31.9%, 25년 36.2%로 전년대비 4.3%가 가격차이가 났으며, 아동의류는 24년 34.7%, 25년 45.9%로 전년대비 11.1% 가격차이가 났고, 여성의류는 24년 40.2%, 25년 53.5%로 전년대비 13.3% 가격차이가 났다.

<표1-40 품목별 제조연도별 가격차이>

품목	2024년		가격차	할인율	2025년		가격차	할인율	비교(전년대비)
	정상판매 평균가	할인판매 평균가			정상판매 평균가	할인판매 평균가			
골프&레저 의류	187,496	127,671	59,825	31.9	211,348	134,897	76,452	36.2	4.3
아동의류	109,554	71,500	38,053	34.7	94,763	51,312	43,451	45.9	11.1
여성의류	338,618	202,511	136,107	40.2	270,430	125,802	144,628	53.5	13.3
전체 품목	187,729	126,076	61,653	32.8	203,074	106,127	96,947	47.7	14.9

㉯ 골프&레저의류 제조연도별 가격차이

▶골프&레저의류의 24년과 25년 제조연도별 가격차이를 살펴보면 니트는 24년 35.8%, 25년 33.4%로 전년대비 -2.5% 가격차이가 났으며, 바지는 24년 29.2%, 25년 42.9%로 전년대비 13.7% 가격차이가 났고, 자켓은 24년 16.6%, 25년 42.8%로 전년대비 26.2% 가격차이가 났으며, 점퍼는 24년 29.7%, 25년 36.6%로 전년대비 7.0% 더 높았고, 티셔츠는 24년 45.5%, 25년 24.6%로 전년대비 -20.9% 가격차이가 났다.

<표1-41 골프&레저의류 제조연도별 가격차이>

품목	2024년		가격차	할인율	2025년		가격차	할인율	비교(전년대비)
	정상판매 평균가	할인판매 평균가			정상판매 평균가	할인판매 평균가			
니트	266,040	170,699	95,341	35.8	319,454	212,887	106,567	33.4	-2.5
바지	155,552	110,191	45,361	29.2	197,092	112,638	84,455	42.9	13.7
자켓	119,700	99,800	19,900	16.6	162,908	93,161	69,747	42.8	26.2
점퍼	236,711	166,483	70,228	29.7	273,653	173,375	100,278	36.6	7.0
티셔츠	135,867	74,037	61,830	45.5	141,644	106,809	34,835	24.6	-20.9
품목전체	187,496	127,671	59,825	31.9	211,348	134,897	76,452	36.2	4.3

㈐ 아동의류 제조연도별 가격차이

▶아동의류 24년과 25년 제조연도별 가격차이를 살펴보면 바지는 24년 34.3%, 25년 45.3%로 전년대비 11.0% 차이가 났고, 원피스는 24년 37.5%, 25년 48.6%로 전년대비 11.1% 차이가 났고, 티셔츠는 24년 30.9%, 25년 41.9%로 전년대비 11.0% 차이가 났다.

<표1-42 아동의류 제조연도별 가격차이>

품목	2024년		가격차	할인율	2025년		가격차	할인율	비교 (전년대비)
	정상판매 평균가	할인판매 평균가			정상판매 평균가	할인판매 평균가			
바지	103,859	68,233	35,626	34.3	80,864	44,235	36,629	45.3	11.0
원피스	141,906	88,659	53,248	37.5	147,663	75,933	71,730	48.6	11.1
티셔츠	72,417	50,036	22,381	30.9	67,061	38,933	28,128	41.9	11.0
품목전체	109,554	71,500	38,053	34.7	94,763	51,312	43,451	45.9	11.1

㈑ 여성의류 제조연도별 가격차이

▶여성의류 24년과 25년 제조연도별 가격차이를 살펴보면 바지는 24년 44.8%, 25년 54.6%로 전년대비 9.8% 가격차이가 났으며, 블라우스는 24년 36.7%, 25년 57.0%로 전년대비 20.3% 가격차이가 났으며, 스커트 24년 35.3%, 25년 53.5%로 전년대비 가격차는 18.2%였으며, 원피스는 24년 62.6%, 25년 52.0%로 전년대비 -10.6% 가격차이가 났으며, 자켓은 24년 31.6%, 25년 52.9%로 전년대비 21.3% 가격차이가 났다.

<표1-43 여성의류 제조연도별 가격차이>

품목	2024년		가격차	할인율	2025년		가격차	할인율	비교 (전년대비)
	정상판매평균가	할인판매평균가			정상판매평균가	할인판매평균가			
바지	399,431	220,476	178,955	44.8	210,720	95,643	115,078	54.6	9.8
블라우스	295,325	187,008	108,317	36.7	202,792	87,271	115,521	57.0	20.3
스커트	325,536	210,508	115,028	35.3	263,623	122,532	141,091	53.5	18.2
원피스	348,945	130,401	218,544	62.6	336,051	161,158	174,892	52.0	-10.6
자켓	347,543	237,564	109,979	31.6	322,460	151,720	170,740	52.9	21.3
품목전체	338,618	202,511	136,107	40.2	270,430	125,802	144,628	53.5	13.3

사. 결론 및 제언

이번 조사는 동일 브랜드 · 동일 품번의 이월 의류 21,692건을 대상으로, 온 · 오프라인 주요 유통채널의 정상가 · 할인가 · 최고가 · 최저가를 비교 분석한 것이다. 조사 결과, 전체 조사건수 중 오프라인이 80.6%, 온라인이 19.4%였으며, 조사 매장 기준으로는 온라인이 71.1%로 가장 많았다. 품목 구성은 여성의류 37.0%, 골프 & 레저 의류 36.7%, 아동의류 26.3%였다.

전체 평균 할인율은 43.5%로 나타났으며, 여성의류가 50.8%로 가장 높고, 아동의류 43.3%,골프 & 레저 의류 34.8% 순이었다. 여성의류는 원피스, 블라우스, 자켓, 스커트 등 모든 세부 품목에서 약 50% 내외의 높은 할인율을 보였으며, 골프 & 레저 의류는 니트 · 점퍼 중심으로 29~41% 수준이었다. 업태별로는 백화점의 평균 할인율이 51.3%로 가장 높았고, 아울렛 39.3%, 온라인 25.6% 순이었다. 특히 여성의류는 아울렛(54.4%)의 할인폭이 백화점(49.3%)보다 높게 나타났으며, 이는 브랜드의 재고 이관 및 시즌 종료 시점 프로모션 전략의 영향으로 분석된다.

3개 품목 전체의 최고가와 최저가의 가격차는 70.1%로, 최고가는 주로 백화점에서, 최저가는 온라인에서 형성됐으며, 여성의류 78.8%, 아동의류 79.5%, 골프 & 레저 의류는 61.9%로 최고가와 최저가 가격차이가 나타났다. 세부적으로 여성 자켓은 82.6%, 원피스 79.2%, 블라우스 77.6%로 나타났으며, 쉬즈미스, 폴햄, 핑 등 주요 브랜드의 일부 품목에서 70~80% 이상의 격차가 확인되었다. 이는 재고 소진 압력, 스타일 교체 속도, 사이즈 편차 등 복합적 요인으로 인해 동일 제품이라도 판매 채널에 따라 가격이 크게 달라지는 구조적 특성을 반영한다.

전체 품목의 제조연월 미표시율은 16.7%였고, 온라인(21.8%)이 오프라인(11.8%)으로 온라인에서 제조연월 정보의 미표시율이 오프라인보다 높게 나타난 점은, 비대면 거래 환경에서 제품 정보의 투명성이 충분히 확보되지 못하고 있음을 의미하며, 제조연도별 가격 차이가 확대되는 경향 역시, 이월 시장이 단순한 재고 정리 차원을 넘어 가격 전략이 고도화 · 다층화되고 있음을 보여준다. 이러한 구조가 개선되지 않을 경우, 할인율 과장, 기준가격 혼란, 정보 비대칭에 따른 소비자 불만과 분쟁이 지속적으로 발생할 가능성이 크다.

조사 결과, 유통채널 간 가격정보의 불투명성과 할인율 산정 기준의 불일치가 두드러졌으며, 동일 제품임에도 구매 채널에 따라 최대 절반 이상 더 지불할 수 있는 상황은 소비자에게 불리하게 작용하며, 온라인 판매는 실질적인 가격 경쟁력이 떨어져 개선이

필요하다.

이번 조사를 마치고 다음과 같이 제언하고자 한다.

정부는 의류 제조업체의 제조연월 표시 의무 이행을 준수하도록 관리하고, 특히 온라인 쇼핑몰·입점 플랫폼이 상세페이지 및 라벨에 제조연월을 누락 없이 표시하도록 이행을 촉진해야 한다.

또한 할인율이 소비자 선택에 큰 영향을 미치는 만큼 정상가 기준과 제조연월을 함께 표기하도록 가이드라인을 제시하여, 할인율로 인해 소비자가 오인할 소지를 없애야 한다.

기업은 의류의 제조연월에 대한 정보를 온오프라인에서 정확하게 제공하고, 제조연월과 가격 할인정책을 연결해 소비자가 동일 품번 상품을 비교할 수 있도록 하여 가격에 대한 신뢰도를 제고해야한다.

소비자는 채널별 가격정보를 적극 비교해 합리적 소비를 실천함으로써 불필요한 고가 구매를 방지하고, 물가안정과 친환경 소비문화 확산에 기여할 필요가 있다.

2. 이월 의류 제품에 대한 소비실태조사

: 전국에 거주하는 성인남녀 1,000명을 대상으로 이월 의류 제품에 대한 소비실태조사를 통하여 판매채널별 구매패턴 및 구입빈도 등 소비행태를 분석하고자 함.

가. 조사시기: 2025. 8. 1. ~ 9. 30.

나. 조사대상 : 전국 성인남녀 1,000명

다. 조사 방법 및 분석

: 온라인 조사를 실시하였으며, SPSSWIN 25.0을 이용하여 분석하였다.
(할당표본추출 표본오차 95% 신뢰수준에서 ±3.1%p)

라. 조사내용

(1) 응답자 일반사항
(2) 의류 구입 장소 및 구입 장소에서 구입하는 이유
(가) 평소 의류 장소
(나) 주로 구입하는 의류 구입 장소
(다) 구입 장소 선정 이유
(라) 구입 장소의 서비스 만족
(3) 서비스가 좋은 구입 장소
(4) 월평균 구매 비용
(5) 구매하는 의류 종류
(6) 의류 정보 수집 경로
(7) 의류 구입 시 중요 요소
(8) 의류 구입 시 이용한 장소의 서비스 만족도
(9) 주로 이월 의류를 구입하는 장소 및 구입 장소를 선정한 이유
(가) 주로 이월 의류를 구입하는 장소
(나) 이월 의류 구입 장소로 선정한 이유
(10) 이월 의류 구입하는 이유
(11) 이월 의류 구입 빈도

(12) 1회 평균 이월 의류 구매 비용
(13) 구매하는 이월 의류 종류
(14) 이월 의류 정보 수집 경로
(15) 이월 의류 구입 시 중요 요소
(16) 이월 의류 만족도
(17) 이월 의류 구입 시 불만 사항
(18) 이월 의류 구입 시점
(19) 이월 의류 할인율
(20) 이월 의류 관련 제품 정보 제공의 충분성
(21) 향후 이월 의류 재구매 의사 및 재구매하지 않는 이유
(가) 재구매 의사
(나) 재구매하지 않는 이유
(22) 이월 의류의 긍정적인 측면
(23) 이월 의류의 부정적인 측면
(24) 이월 의류의 친환경 소비에 도움 여부
(25) 이월 의류의 가계 안정에 도움 여부
(26) 이월 의류의 합리적 소비에 도움 여부
(27) 이월 의류 소비 활성화 방안

마. 조사결과

(1) 응답자 일반사항

▶조사 응답자의 성별을 살펴보면 여성 60.0%, 남성 40.0%였고, 연령별로는 만 20대와 만 30대가 각각 25.0%였고, 만 40대 20.0%, 만 50대와 만 60세 이상이 각각 15.0% 순이었고, 지역별로는 수도권(강원) 36.0%, 경상권 24.3%, 서울 19.1%, 전라권(제주) 10.4%, 충청권 10.2% 순이었다.

▶결혼여부는 기혼 54.8%, 미혼 45.2%였으며, 자녀여부는 자녀 있음 85.4%, 자녀없음 14.6%였고, 가구 구성원수를 살펴보면 3인 가구 27.7%, 2인 가구 25.5%, 4인 가구 23.9%, 1인 가구 17.9%, 5인 이상 가구 5.0% 순이었으며, 학력별로는 대학교 졸업(재학) 59.5%, 고등학교 졸업 이하 14.8%, 전문대학교 졸업(재학) 13.5%, 대학원 졸업(재

학) 이상 12.2% 순이었다.

▶가구 구성 형태별로는 2세대 가족 54.5%, 1세대 가족 20.0%, 1인 가구 17.9%, 3세대 가족 5.3%, 그 외 세대 2.3% 순이었고, 월평균 가계소득별로는 300~500만원 미만 30.0%, 500~700만원 미만 24.3%, 300만원 미만 21.2%, 700~900만원 미만 13.2%, 900만원 이상 11.3% 순이었고, 직업별로는 사무직 37.1%, 블루칼라 16.9%, 학생/무직 15.8%, 전업주부 12.3%, 전문/관리/연구직 11.4%, 자영업 6.5% 순이었다.

<표2-1 응답자 일반사항>

구 분		빈도(명)	비율(%)
항 목		1,000	100.0
▣성별▣	남성	400	40.0
	여성	600	60.0
▣연령별▣	만 20대	250	25.0
	만 30대	250	25.0
	만 40대	200	20.0
	만 50대	150	15.0
	만 60세 이상	150	15.0
▣지역별▣	서울	191	19.1
	수도권(강원)	360	36.0
	경상권	243	24.3
	전라권(제주)	104	10.4
	충청권	102	10.2
▣결혼 여부별▣	미혼	452	45.2
	기혼	548	54.8
▣자녀 유무별▣	자녀 있음	468	85.4
	자녀 없음	80	14.6
▣가구 구성원수별▣	1인 가구	179	17.9
	2인 가구	255	25.5
	3인 가구	277	27.7
	4인 가구	239	23.9
	5인 이상 가구	50	5.0
▣학력별▣	고등학교 졸업 이하	148	14.8
	전문대학교 졸업(재학)	135	13.5
	대학교 졸업(재학)	595	59.5
	대학원 졸업(재학) 이상	122	12.2
▣가구 구성 형태별▣	1인 가구	179	17.9
	1세대 가족	200	20.0
	2세대 가족	545	54.5
	3세대 가족	53	5.3
	그외 세대	23	2.3
▣한달 평균 소득별▣	300만원 미만	212	21.2
	300-500만원 미만	300	30.0
	500-700만원 미만	243	24.3
	700-900만원 미만	132	13.2
	900만원 이상	113	11.3

▣직업별▣	사무직	371	37.1
	전문/관리/연구직	114	11.4
	블루칼라	169	16.9
	자영업	65	6.5
	전업주부	123	12.3
	학생/무직	158	15.8

(2) 의류 구입 장소 및 구입 장소에서 구입하는 이유

(가) 평소 의류 구입 장소

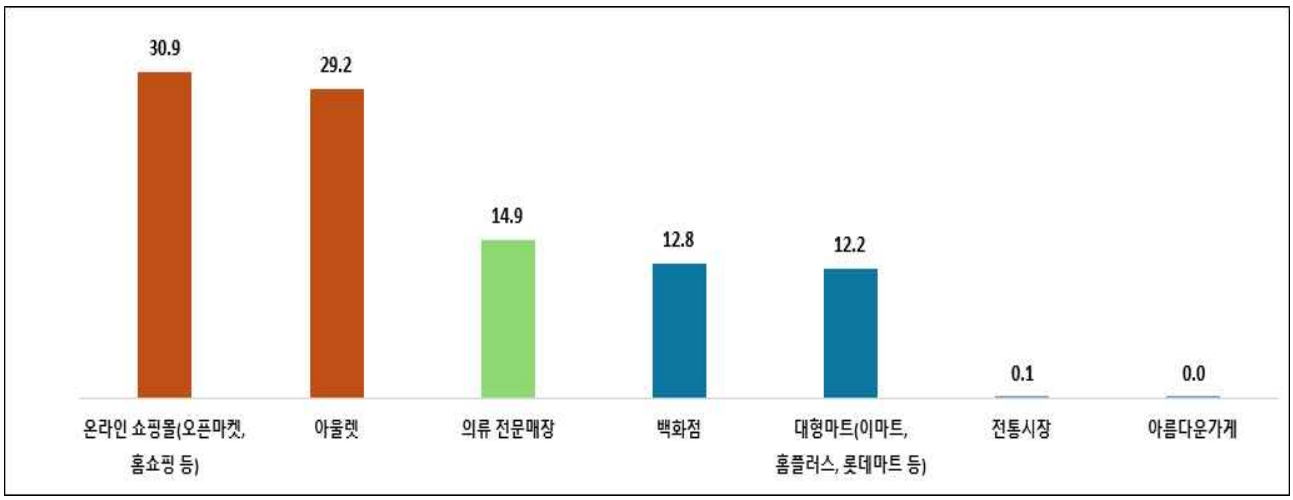
▶평소 의류 구입 장소를 살펴보면 온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등) 30.9%, 아울렛 29.2%, 의류 전문매장 14.9%, 백화점 12.8%, 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) 12.2%, 전통시장 0.1%, 아름다운가게 0.0% 순으로 나타났다.

<표2-2 평소 의류 구입 장소>

항목	빈도(명)	비율(%)
온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등)	744	30.9
아울렛	703	29.2
의류 전문매장	359	14.9
백화점	308	12.8
대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등)	294	12.2
전통시장	2	0.1
아름다운가게	1	0.0
합계	2,411	100.0

*복수응답

<그림2-1 평소 의류 구입 장소>



(나) 주로 구입하는 의류 구입 장소

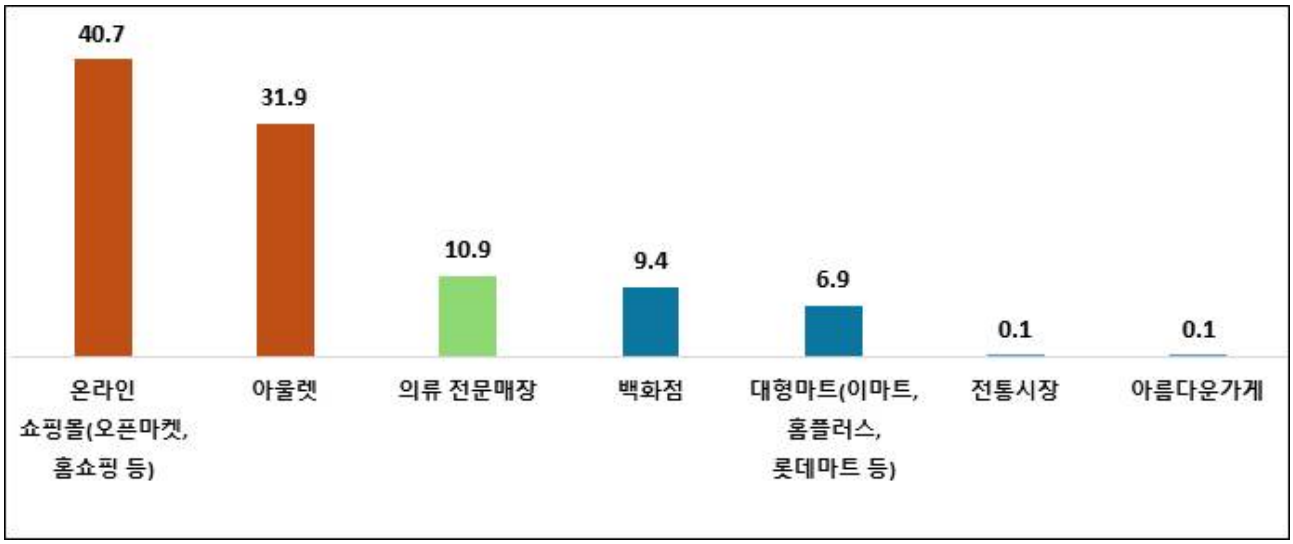
▶의류를 주로 구입하는 장소를 살펴보면 온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등) 40.7%로 가장 많았고, 아울렛 31.9%, 의류 전문매장 10.9%, 백화점 9.4%, 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) 6.9%, 전통시장/아름다운가게 각각 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-3 주로 구입하는 의류 구입 장소>

항 목	빈도(명)	비율(%)
온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등)	647	40.7
아울렛	507	31.9
의류 전문매장	174	10.9
백화점	150	9.4
대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등)	110	6.9
전통시장	2	0.1
아름다운가게	1	0.1
합계	1,591	100.0

*복수응답

<그림2-2 주로 구입하는 의류 구입 장소>



(다) 구입 장소 선정 이유

▶의류 구입장소 선정 이유를 살펴보면 상품이 다양해서 21.9%, 할인행사를 많이 해서 17.6%, 저렴한 의류가 많아서 16.9%, 접근성이 좋아서 16.3%, 가격 비교를 하기 좋아서 11.2%, 쇼핑환경이 쾌적해서 7.8%, 교환 및 환불이 잘 되어서 6.3%, 서비스가 좋아

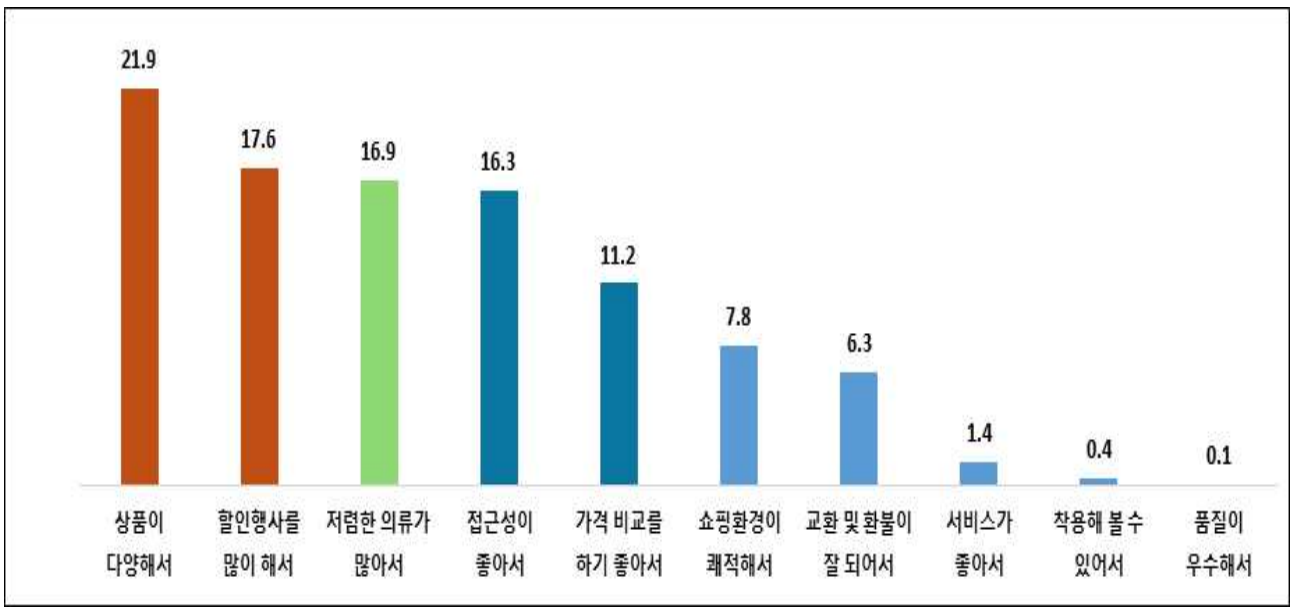
서 1.4%, 착용해 볼 수 있어서 0.4%, 품질이 우수해서 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-4 구입 장소 선정 이유>

항 목	빈도(명)	비율(%)
상품이 다양해서	419	21.9
할인행사를 많이 해서	336	17.6
저렴한 의류가 많아서	322	16.9
접근성이 좋아서	312	16.3
가격 비교를 하기 좋아서	214	11.2
쇼핑환경이 쾌적해서	149	7.8
교환 및 환불이 잘 되어서	121	6.3
서비스가 좋아서	26	1.4
착용해 볼 수 있어서	8	0.4
품질이 우수해서	2	0.1
합계	1,909	100.0

*복수응답

<그림2-3 구입 장소 선정 이유>



(라) 구입 장소의 서비스 만족

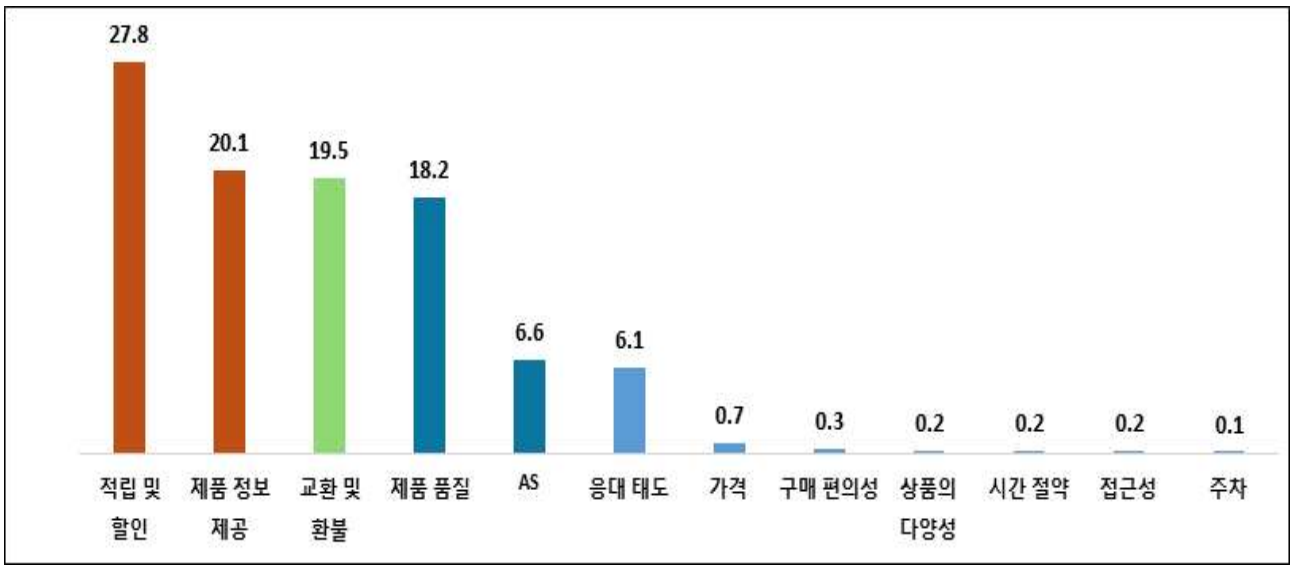
▶의류 구입장소의 서비스 만족을 살펴보면 적립 및 할인 27.8%, 제품 정보 제공 20.1%, 교환 및 환불 19.5%, 제품 품질 18.2%, AS 6.6%, 응대 태도 6.1%, 가격 0.7%, 구매 편의성 0.3%, 상품의 다양성/시간 절약/접근성 각각 0.2%, 주차 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-5 구입 장소의 서비스 만족>

항 목	빈도(명)	비율(%)
적립 및 할인	480	27.8
제품 정보 제공	347	20.1
교환 및 환불	337	19.5
제품 품질	315	18.2
AS	114	6.6
응대 태도	106	6.1
가격	12	0.7
구매 편의성	6	0.3
상품의 다양성	4	0.2
시간 절약	3	0.2
접근성	3	0.2
주차	1	0.1
합계	1,728	100.0

*복수응답

<그림2-4 구입 장소의 서비스 만족>



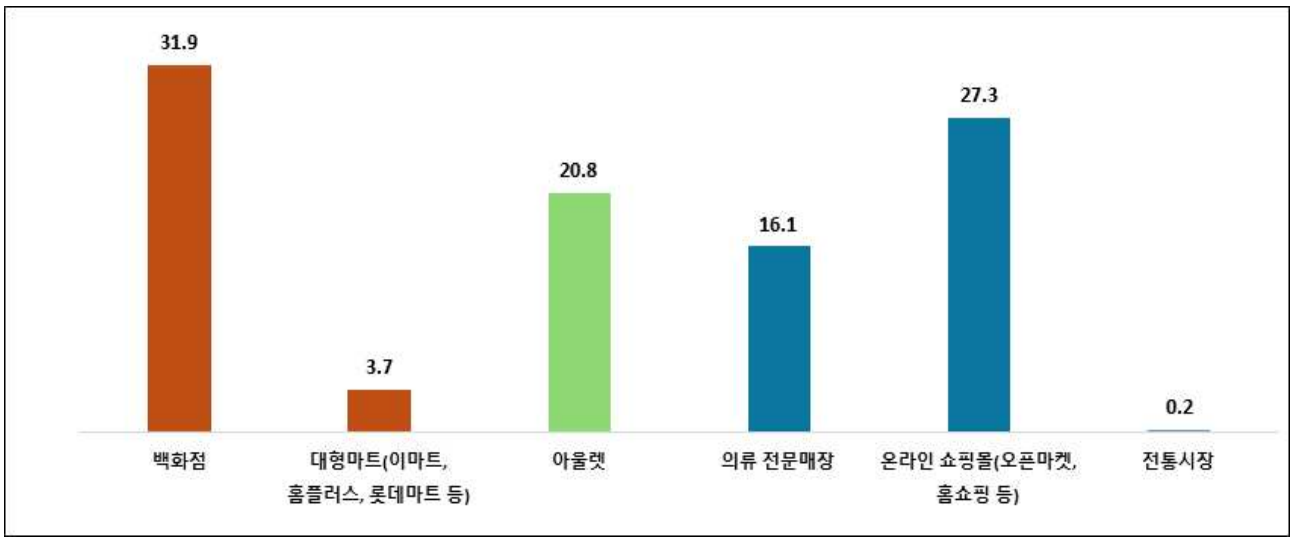
(3) 서비스가 좋은 구입 장소

▶서비스가 좋은 구입 장소를 살펴보면 백화점 31.9%로 가장 많았고, 온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등) 27.3%, 아울렛 20.8%, 의류 전문매장 16.1%, 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) 3.7%, 전통시장 0.2% 순으로 나타났다.

<표2-6 서비스가 좋은 구입 장소>

항 목	빈도(명)	비율(%)
백화점	319	31.9
대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등)	37	3.7
아울렛	208	20.8
의류 전문매장	161	16.1
온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등)	273	27.3
전통시장	2	0.2
합계	1,000	100.0

<그림2-5 서비스가 좋은 구입 장소>



(4) 월평균 구매 비용

▶월평균 구매 비용을 살펴보면 5~10만원 미만 33.3%, 10~20만원 미만 32.7%, 5만원 미만 14.7%, 20~30만원 미만 13.5%, 30~40만원 미만 3.4%, 50만원 이상 1.3%, 40~50만원 미만 1.1%순으로 나타났다.

<표2-7 월평균 구매 비용>

항 목	빈도(명)	비율(%)
5만원 미만	147	14.7
5-10만원 미만	333	33.3
10-20만원 미만	327	32.7
20-30만원 미만	135	13.5
30-40만원 미만	34	3.4
40-50만원 미만	11	1.1
50만원 이상	13	1.3
합계	1,000	100.0

<그림2-6 월평균 구매 비용>

(5) 구매하는 의류 종류

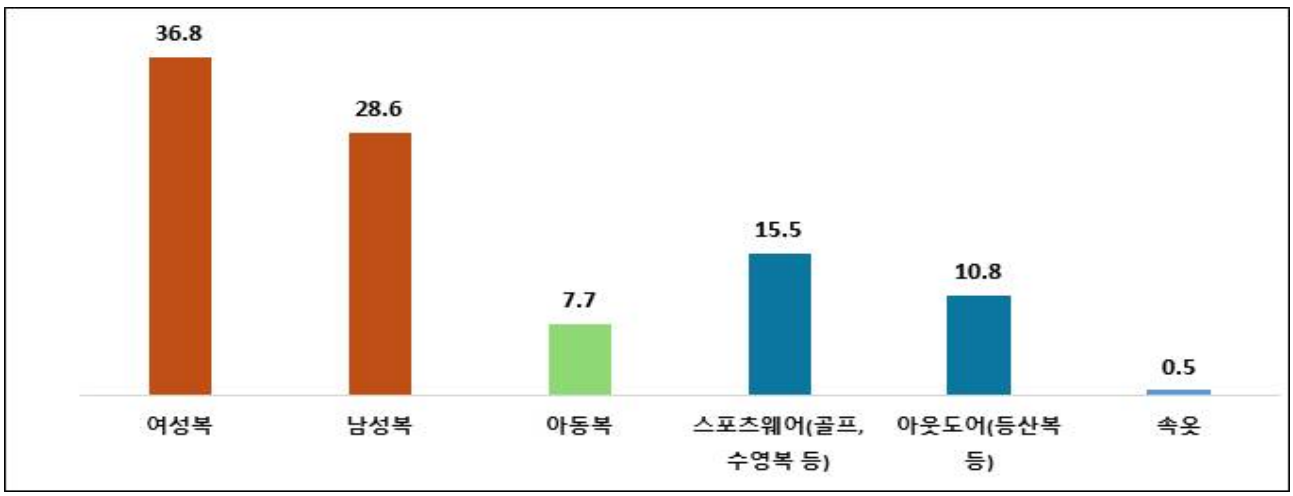
▶구매하는 의류 종류를 살펴보면 여성복 36.8%로 가장 많았고, 남성복 28.6%, 스포츠웨어(골프, 수영복 등) 15.5%, 아동복 7.7%, 아웃도어(등산복 등) 10.8%, 속옷 0.5% 순으로 나타났다.

<표2-8 구매하는 의류 종류>

항 목	빈도(명)	비율(%)
여성복	592	36.8
남성복	460	28.6
아동복	124	7.7
스포츠웨어(골프, 수영복 등)	249	15.5
아웃도어(등산복 등)	174	10.8
속옷	8	0.5
합계	1,607	100.0

*복수응답

<그림2-7 구매하는 의류 종류>



(6) 의류 정보 수집 경로

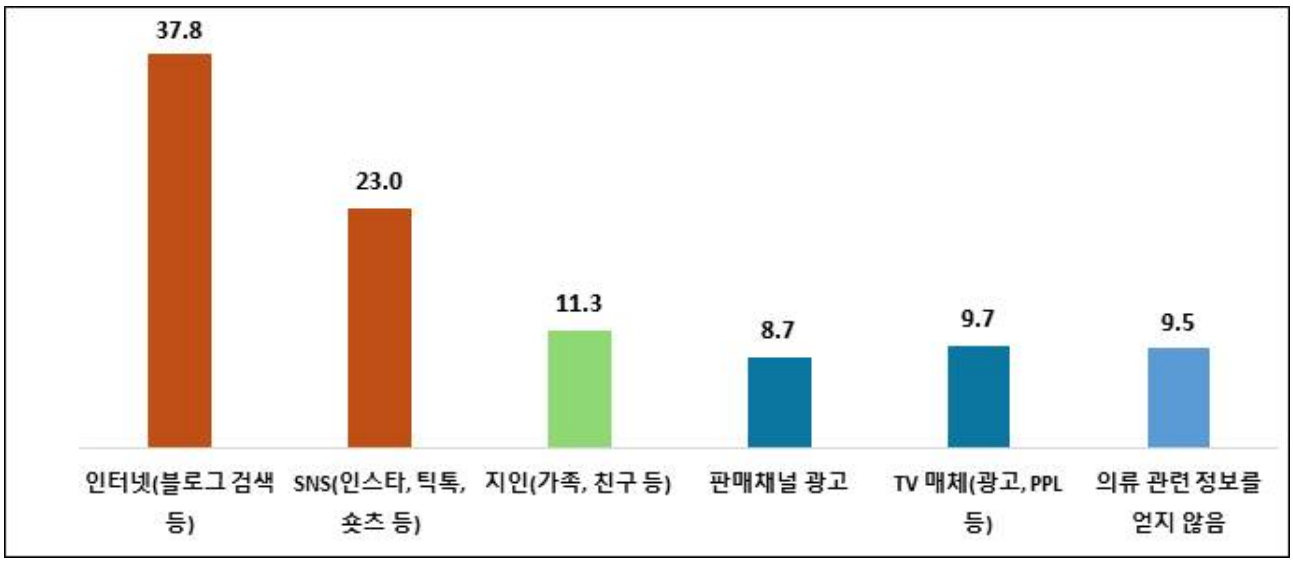
▶의류 정보 수집 경로를 살펴보면 인터넷(블로그, 검색 등) 37.8%, SNS(인스타, 틱톡, 숏츠 등) 23.0%, 지인(가족, 친구 등) 11.3%, TV 매체(광고, PPL 등) 9.7%, 의류 관련 정보를 얻지 않음 9.5%, 판매채널 광고 8.7% 순으로 나타났다.

<표2-9 의류 정보 수집 경로>

항 목	빈도(명)	비율(%)
인터넷(블로그 검색 등)	601	37.8
SNS(인스타, 틱톡, 숏츠 등)	366	23.0
지인(가족, 친구 등)	180	11.3
판매채널 광고	139	8.7
TV 매체(광고, PPL 등)	155	9.7
의류 관련 정보를 얻지 않음	151	9.5
합계	1,592	100.0

*복수응답

<그림2-8 의류 정보 수집 경로>



(7) 의류 구입 시 중요 요소

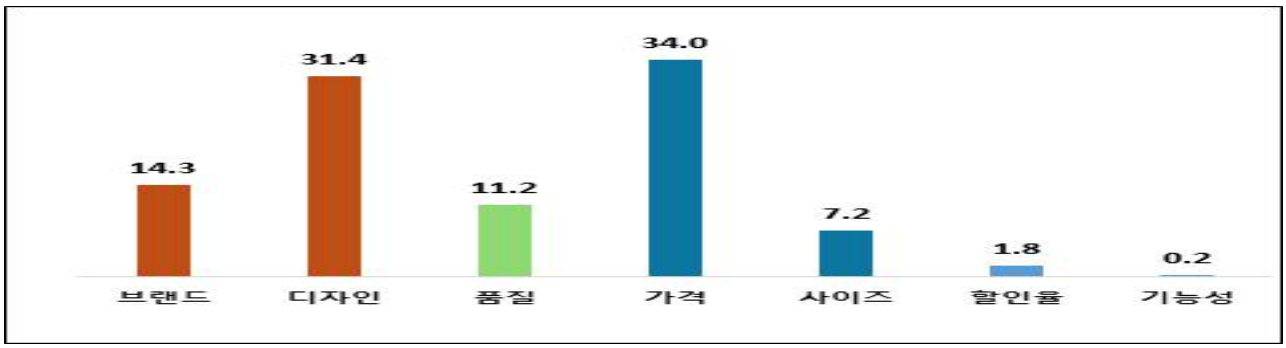
▶의류 구입 시 중요 요소를 살펴보면 가격 34.0%, 디자인 31.4%, 브랜드 14.3%, 품질 11.2%, 사이즈 7.2%, 할인율 1.8%, 기능성 0.2% 순으로 나타났다.

<표2-10 의류 구입 시 중요 요소>

항 목	빈도(명)	비율(%)
브랜드	274	14.3
디자인	601	31.4
품질	215	11.2
가격	650	34.0
사이즈	137	7.2
할인율	34	1.8
기능성	3	0.2
합계	1,914	100.0

*복수응답

<그림2-9 의류 구입 시 중요 요소>



(8) 의류 구입 시 이용한 장소의 서비스 만족도

▶의류 구입 시 이용한 장소의 서비스 만족도(만족한다+매우 만족한다)를 살펴보면 백화점 76.3%로 가장 높았고, 아울렛 75.2%, 온라인 쇼핑몰 73.3%, 의류 전문매장 69.4%, 대형마트 57.5% 순으로 나타났다.

<표2-11 의류 구입 시 이용한 장소의 서비스 만족도>

항 목	빈도(명)	전혀 만족하지 않는다		만족하지 않는다		보통이다		만족한다		매우 만족한다		만족한다+ 매우만족한다
		빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	
백화점	308	2	0.6	7	2.3	64	20.8	189	61.4	46	14.9	76.3
대형마트	294	2	0.7	11	3.7	112	38.1	147	50.0	22	7.5	57.5
아울렛	703			4	0.6	170	24.2	442	62.9	87	12.4	75.2
의류 전문매장	359	1	0.3	3	0.8	106	29.5	210	58.5	39	10.9	69.4
온라인 쇼핑몰	744			16	2.2	183	24.6	433	58.2	112	15.1	73.3

(9) 주로 이월 의류를 구입하는 장소 및 구입 장소를 선정한 이유

(가) 주로 이월 의류를 구입하는 장소

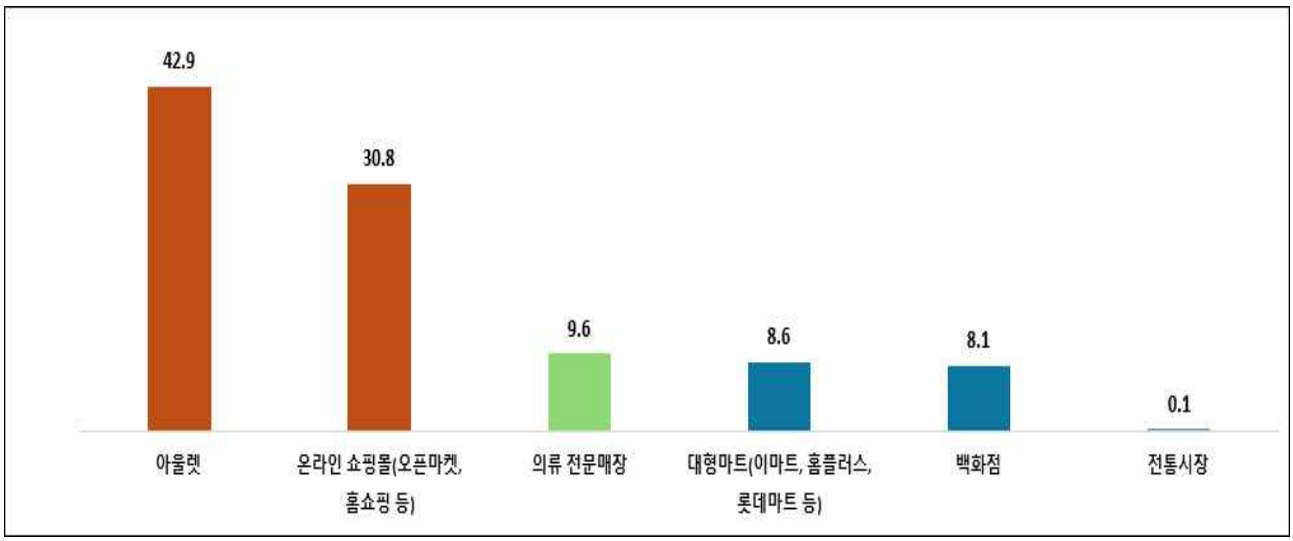
▶이월 의류를 주로 구입하는 장소를 살펴보면 아울렛 42.9%로 가장 많았고, 온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등) 30.8%, 의류 전문매장 9.6%, 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등) 8.6%, 백화점 8.1%, 전통시장 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-12 이월 의류 주로 구입하는 장소>

항 목	빈도(명)	비율(%)
아울렛	695	42.9
온라인 쇼핑몰(오픈마켓, 홈쇼핑 등)	499	30.8
의류 전문매장	155	9.6
대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트 등)	139	8.6
백화점	131	8.1
전통시장	1	0.1
합계	1,620	100.0

*복수응답

<그림2-10 이월 의류 주로 구입하는 장소>



(나) 이월 의류 구입 장소로 선정한 이유

▶이월 의류 구입 장소로 선정한 이유를 살펴보면 할인행사를 많이 해서 26.6%, 저렴한 의류가 많아서 21.2%, 상품이 다양해서 16.4%, 접근성이 좋아서 12.2%, 쇼핑환경이 쾌적해서 8.6%, 가격 비교를 하기 좋아서 7.3%, 교환 및 환불이 잘 되어서 5.7%, 서비

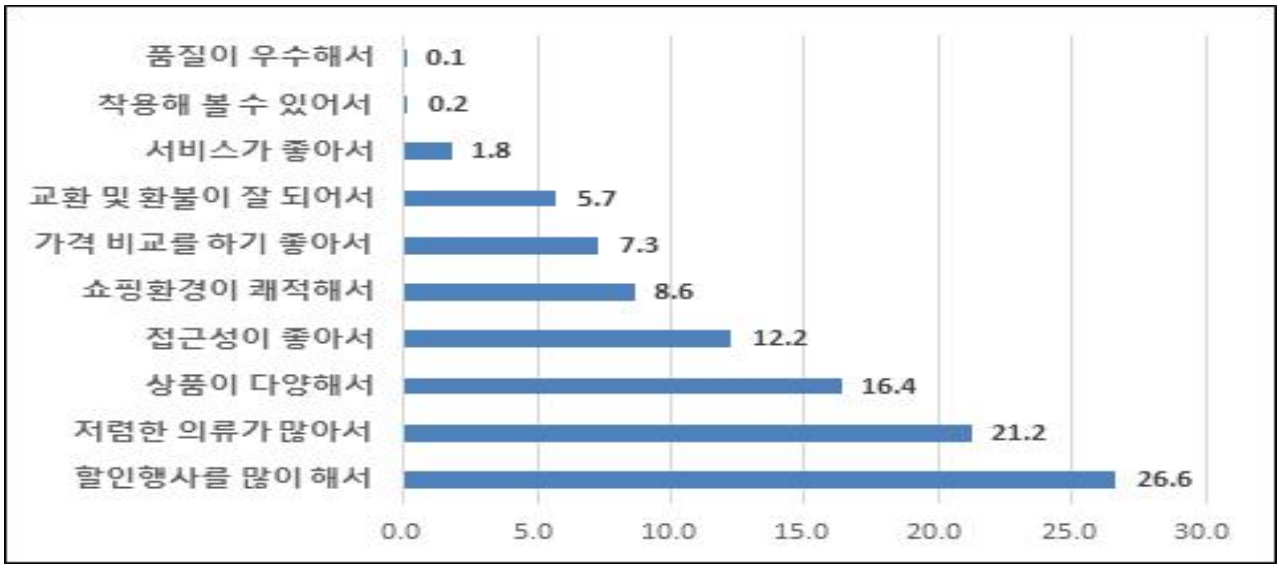
스가 좋아서 1.8%, 착용해볼 수 있어서 0.2%, 품질이 우수해서 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-13 이월 의류 구입장소로 선정한 이유>

항목	빈도(명)	비율(%)
할인행사를 많이 해서	478	26.6
저렴한 의류가 많아서	381	21.2
상품이 다양해서	294	16.4
접근성이 좋아서	220	12.2
쇼핑환경이 쾌적해서	155	8.6
가격 비교를 하기 좋아서	131	7.3
교환 및 환불이 잘 되어서	102	5.7
서비스가 좋아서	32	1.8
착용해 볼 수 있어서	3	0.2
품질이 우수해서	1	0.1
합계	1,797	100.0

*복수응답

<그림2-11 이월 의류 구입장소로 선정한 이유>



(10) 이월 의류 구입하는 이유

▶이월 의류를 구입하는 이유를 살펴보면 가격이 저렴하여 구입 34.4%로 가장 많았고, 브랜드 제품을 할인해서 구입 19.7%, 유행과 상관없는 기본 아이템을 저렴하게 구입

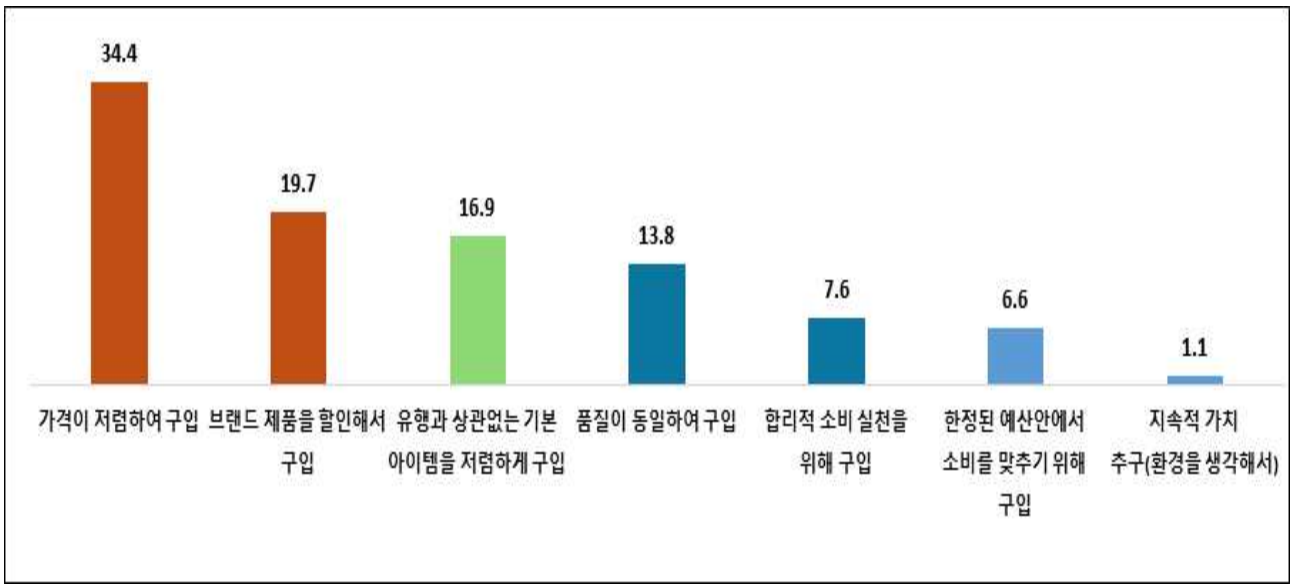
16.9%, 품질이 동일하여 구입 13.8%, 합리적 소비 실천을 위해 구입 7.6%, 한정된 예산안에서 소비를 맞추기 위해 구입 6.6%, 지속적 가치 추구(환경을 생각해서) 1.1% 순으로 나타났다.

<표2-14 이월 의류 구입하는 이유>

항 목	빈도(명)	비율(%)
가격이 저렴하여 구입	617	34.4
브랜드 제품을 할인해서 구입	354	19.7
유행과 상관없는 기본 아이템을 저렴하게 구입	303	16.9
품질이 동일하여 구입	247	13.8
합리적 소비 실천을 위해 구입	137	7.6
한정된 예산안에서 소비를 맞추기 위해 구입	118	6.6
지속적 가치 추구(환경을 생각해서)	20	1.1
합계	1,796	100.0

*복수응답

<그림2-12 이월 의류 구입하는 이유>



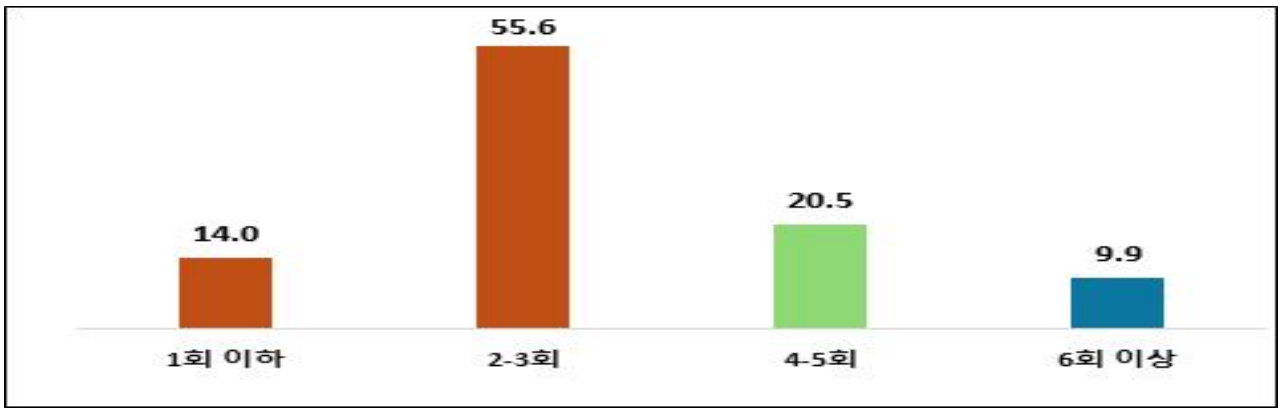
(11) 연간 이월 의류 구입 빈도

▶연간 이월 의류의 구입 빈도를 살펴보면 2~3회 55.6%로 가장 많았고, 4~5회 20.5%, 1회 이하 14.0%, 6회 이상 9.9% 순으로 나타났다.

<표2-15 이월 의류 구입 빈도>

항 목	빈도(명)	비율(%)
1회 이하	140	14.0
2~3회	556	55.6
4~5회	205	20.5
6회 이상	99	9.9
합계	1,000	100.0

<그림2-13 연간 이월 의류 구입 빈도>



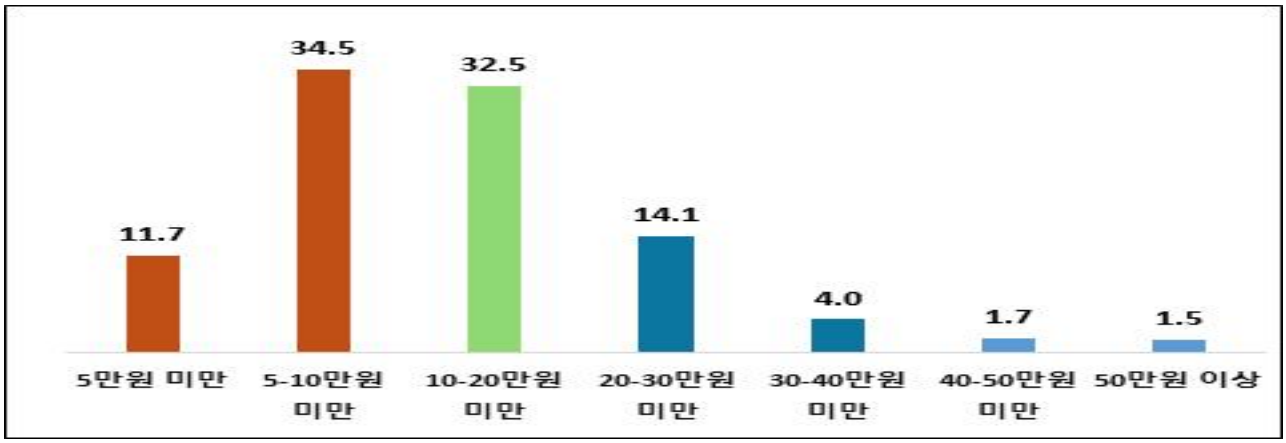
(12) 1회 평균 이월 의류 구매 비용

▶1회 평균 이월 의류 구매 비용을 살펴보면 5~10만원 미만 34.5%, 10~20만원미만 32.5%, 20~30만원 미만 14.1%, 5만원 미만 11.7%, 30~40만원 미만 4.0%, 40~50만원 미만 1.7%, 50만원 이상 1.5% 순으로 나타났다.

<표2-16 1회 평균 이월 의류 구매 비용>

항 목	빈도(명)	비율(%)
5만원 미만	117	11.7
5~10만원 미만	345	34.5
10~20만원 미만	325	32.5
20~30만원 미만	141	14.1
30~40만원 미만	40	4.0
40~50만원 미만	17	1.7
50만원 이상	15	1.5
합계	1,000	100.0

<그림2-14 1회 평균 이월 의류 구매 비용>



(13) 주로 구매하는 이월 의류 종류

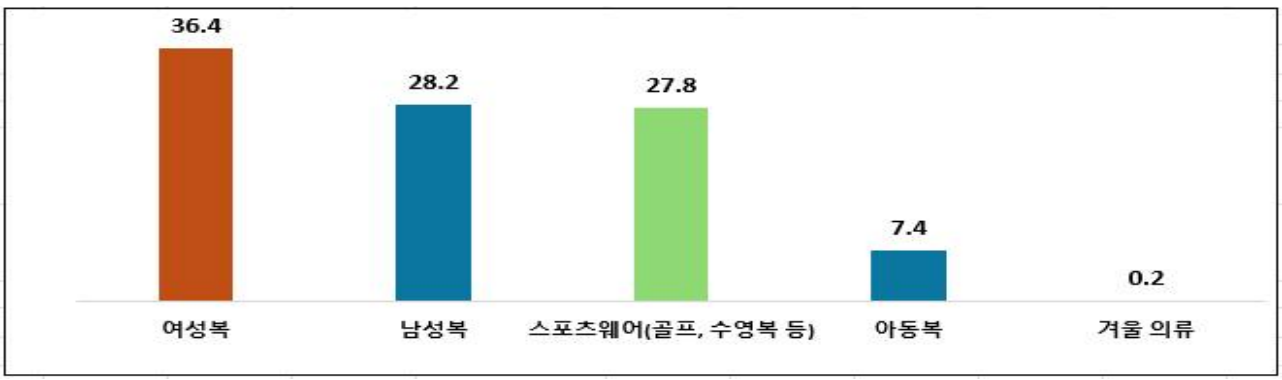
▶주로 구매하는 이월 의류 종류를 살펴보면 여성복 36.4%로 가장 많았고, 남성복 28.2%, 스포츠웨어(골프, 수영복 등) 27.8%, 아동복 7.4%, 겨울 의류 0.2% 순으로 나타났다.

<표2-17 주로 구매하는 이월 의류 종류>

항 목	빈도(명)	비율(%)
여성복	581	36.4
남성복	451	28.2
스포츠웨어(골프, 수영복 등)	444	27.8
아동복	118	7.4
겨울 의류	3	0.2
합계	1,597	100.0

*복수응답

<그림2-15 주로 구매하는 이월 의류 종류>



(14) 이월 의류 정보 수집 경로

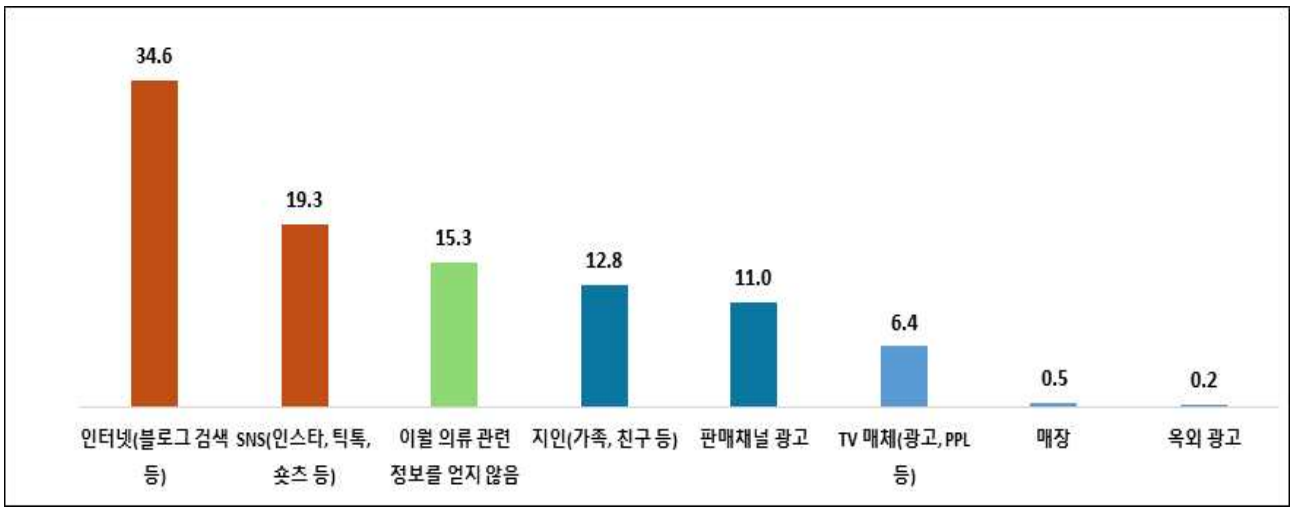
▶이월 의류 정보 수집 경로를 살펴보면 인터넷(블로그 검색 등) 34.6%, SNS(인스타, 틱톡, 숏츠 등) 19.3%, 이월 의류 관련 정보를 얻지 않음 15.3%, 지인(가족, 친구 등) 12.8%, 판매채널 광고 11.0%, TV 매체(광고, PPL 등) 6.4%, 매장 0.5%, 옥외 광고 0.2% 순으로 나타났다.

<표2-18 이월 의류 정보 수집 경로>

항목	빈도(명)	비율(%)
인터넷(블로그 검색 등)	515	34.6
SNS(인스타, 틱톡, 숏츠 등)	287	19.3
이월 의류 관련 정보를 얻지 않음	228	15.3
지인(가족, 친구 등)	191	12.8
판매채널 광고	164	11.0
TV 매체(광고, PPL 등)	95	6.4
매장	7	0.5
옥외 광고	3	0.2
합계	1,490	100.0

*복수응답

<그림2-16 이월 의류 정보 수집 경로>



(15) 이월 의류 구입 시 중요 요소

▶이월 의류 구입 시 중요 요소를 살펴보면 가격 37.2%로 가장 많았고, 디자인 28.8%, 브랜드 16.8%, 사이즈 7.0%, 품질 6.6%, 할인율 2.4%, 제조년도 1.2%, 기능성 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-19 이월 의류 구입 시 중요 요소>

항 목	빈도(명)	비율(%)
가격	707	37.2
디자인	547	28.8
브랜드	320	16.8
사이즈	133	7.0
품질	125	6.6
할인율	46	2.4
제조년도	22	1.2
기능성	2	0.1
합계	1,902	100.0

*복수응답

<그림2-17 이월 의류 구입 시 중요 요소>

(16) 이월 의류 만족도

▶이월 의류 만족도를 살펴보면 전반적인 만족도 82.6%, 품질 만족도 81.8%, 가격 만족도 80.1%, 디자인 만족도 72.2% 순으로 나타났다.

<표2-20 이월 의류 만족도>

항 목	빈도(명)	전혀 만족하지 않는다		만족하지 않는다		보통이다		만족한다		매우 만족한다		만족한다+매우만족한다
		빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	
품질 만족도	1,000	2	0.2	14	1.4	166	16.6	694	69.4	124	12.4	81.8
가격 만족도	1,000			10	1.0	189	18.9	608	60.8	193	19.3	80.1
디자인 만족도	1,000			10	1.0	268	26.8	618	61.8	104	10.4	72.2
전반적 만족도	1,000			6	0.6	168	16.8	686	68.6	140	14.0	82.6

(17) 이월 의류 구입 시 불만 사항

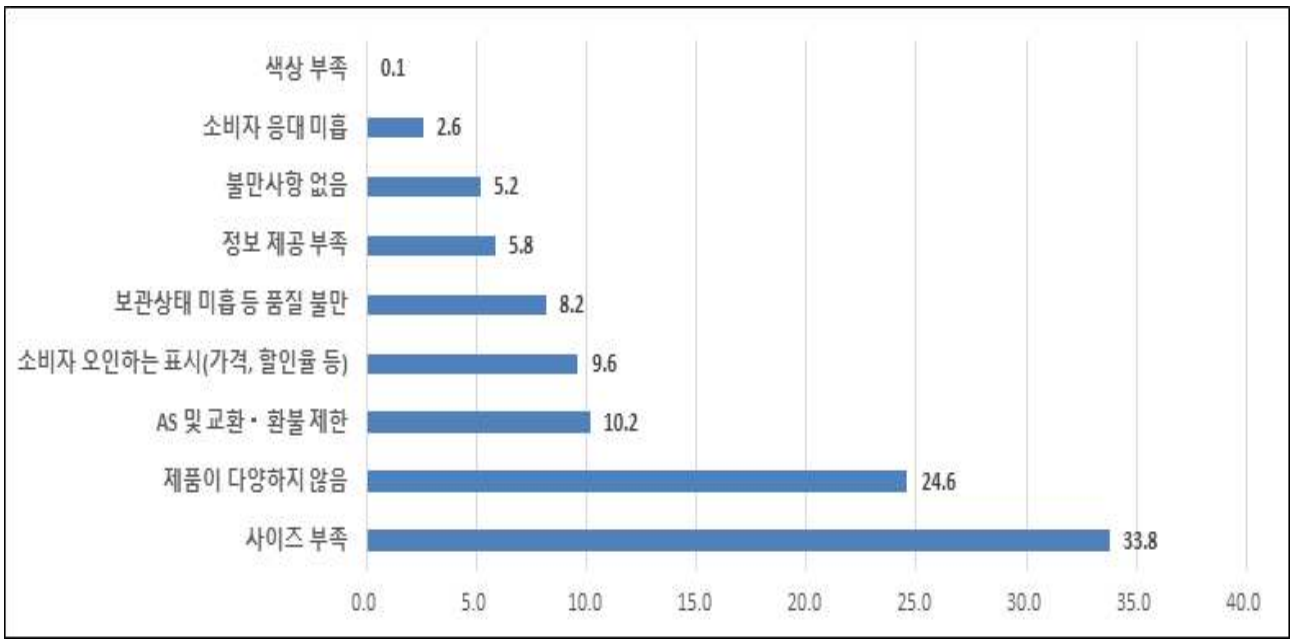
▶이월 의류 구입 시 불만 사항을 살펴보면 사이즈 부족 33.8%, 제품이 다양하지 않음 24.6%, AS 및 교환·환불 제한 10.2%, 소비자 오인하는 표시(가격, 할인율 등) 9.6%, 보관상태 미흡 등 품질 불만 8.2%, 정보 제공 부족 5.8%, 불만사항 없음 5.2%, 소비자 응대 미흡 2.6%, 색상 부족 0.1% 순으로 나타났다.

<표2-21 이월 의류 구입 시 불만사항>

항 목	빈도(명)	비율(%)
사이즈 부족	562	33.8
제품이 다양하지 않음	409	24.6
AS 및 교환·환불 제한	169	10.2
소비자 오인하는 표시(가격, 할인율 등)	160	9.6
보관상태 미흡 등 품질 불만	136	8.2
정보 제공 부족	97	5.8
불만사항 없음	86	5.2
소비자 응대 미흡	43	2.6
색상 부족	1	0.1
합계	1,663	100.0

*복수응답

<그림2-18 이월 의류 구입 시 불만사항>



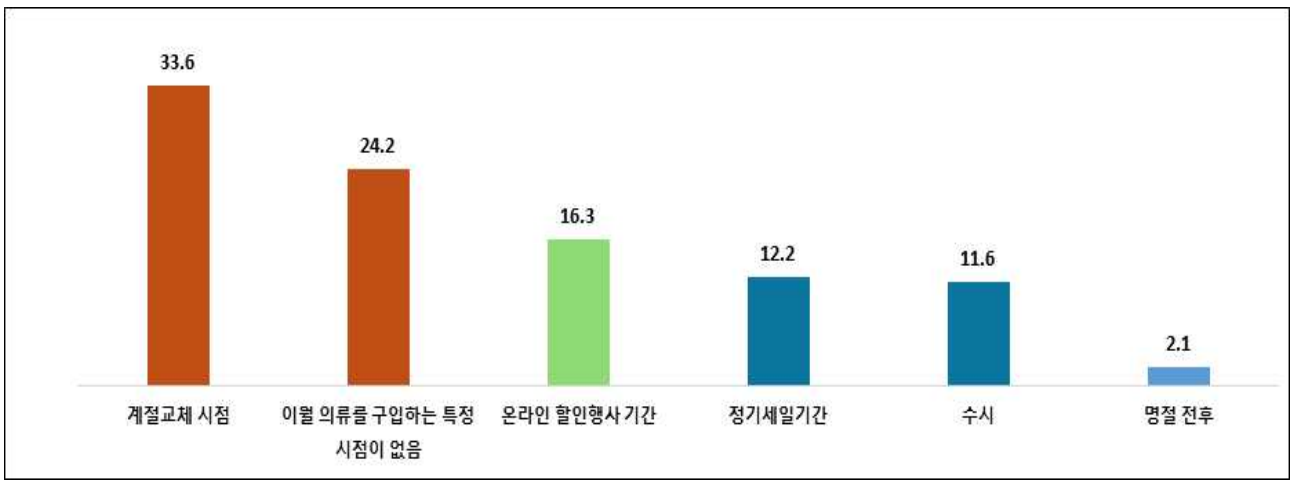
(18) 이월 의류 구입 시점

▶이월 의류 구입 시점을 살펴보면 계절 교체 시점 33.6%, 이월 의류를 구입하는 특정 시점이 없음 24.2%, 온라인 할인행사 기간 16.3%, 정기세일기간 12.2%, 수시 11.6%, 명절 전후 2.1% 순으로 나타났다.

<표2-22 이월 의류 구입 시점>

항 목	빈도(명)	비율(%)
계절 교체 시점	336	33.6
이월 의류를 구입하는 특정 시점이 없음	242	24.2
온라인 할인행사 기간	163	16.3
정기세일기간	122	12.2
수시	116	11.6
명절 전후	21	2.1
합계	1,000	100.0

<그림2-19 이월 의류 구입 시점>



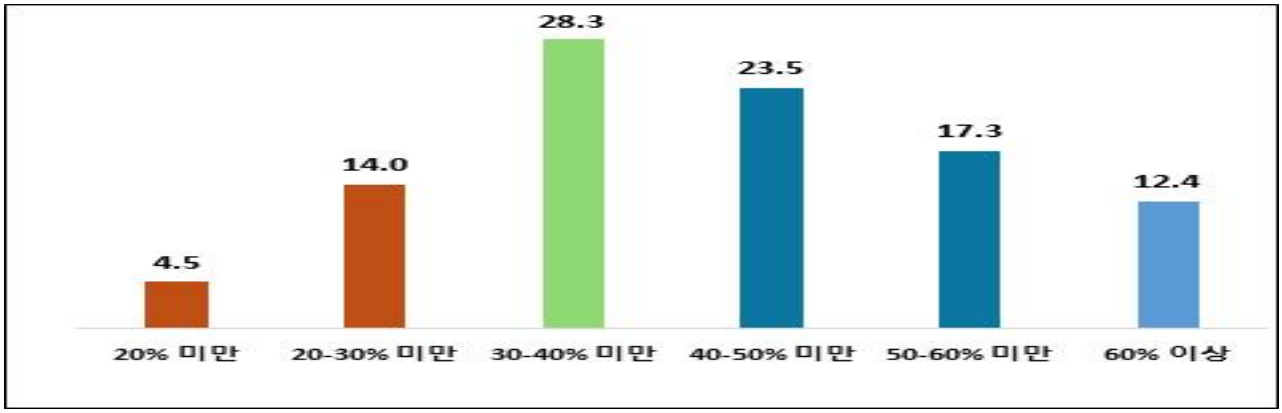
(19) 이월 의류 할인율

▶이월 의류 할인율을 살펴보면 30~40% 미만 28.3%, 40~50% 미만 23.5%, 50~60% 미만 17.3%, 20~30% 미만 14.0%, 60% 이상 12.4%, 20% 미만 4.5% 순으로 나타났다.

<표2-23 이월 의류 할인율>

항 목	빈도(명)	비율(%)
20% 미만	45	4.5
20~30% 미만	140	14.0
30~40% 미만	283	28.3
40~50% 미만	235	23.5
50~60% 미만	173	17.3
60% 이상	124	12.4
합계	1,000	100.0

<그림2-20 이월 의류 할인율>



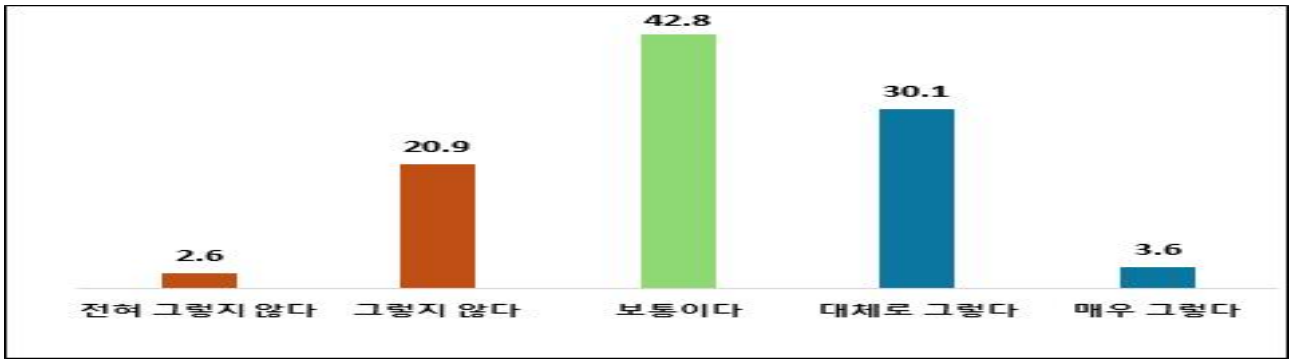
(20) 이월 의류 관련 제품 정보 제공의 충분성

▶이월 의류 관련 제품 정보 제공의 충분성을 살펴보면 보통이다 42.8%, 대체로 그렇다 30.1%, 그렇지 않다 20.9%, 매우 그렇다 3.6%, 전혀 그렇지 않다 2.6% 순으로 나타나 충분하다는 응답자는 33.7%로 나타났다.

<표2-24 이월 의류 관련 제품 정보 제공의 충분성>

항 목	빈도(명)	비율(%)
전혀 그렇지 않다	26	2.6
그렇지 않다	209	20.9
보통이다	428	42.8
대체로 그렇다	301	30.1
매우 그렇다	36	3.6
합계	1,000	100.0

<그림2-21 이월 의류 관련 제품 정보 제공의 충분성>



(21) 향후 이월 의류 재구매 의사 및 재구매하지 않는 이유

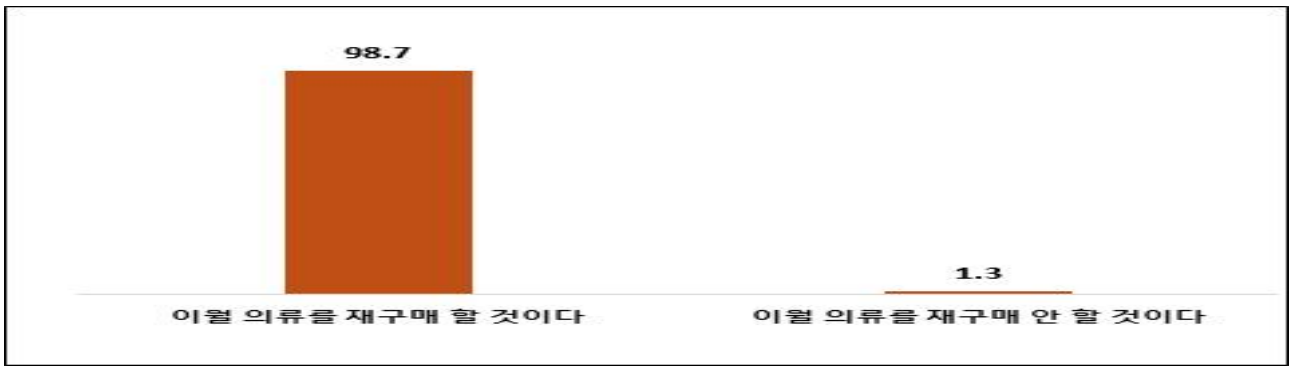
(가) 재구매 의사

▶향후 이월 의류 재구매 의사를 살펴보면 이월 의류를 재구매할 것이다 98.7%, 이월 의류를 재구매 안 할 것이다 1.3%로 나타났다.

<표2-25 향후 이월 의류 재구매 의사>

항 목	빈도(명)	비율(%)
이월 의류를 재구매 할 것이다	987	98.7
이월 의류를 재구매 안 할 것이다	13	1.3
합계	1,000	100.0

<그림2-22 향후 이월 의류 재구매 의사>



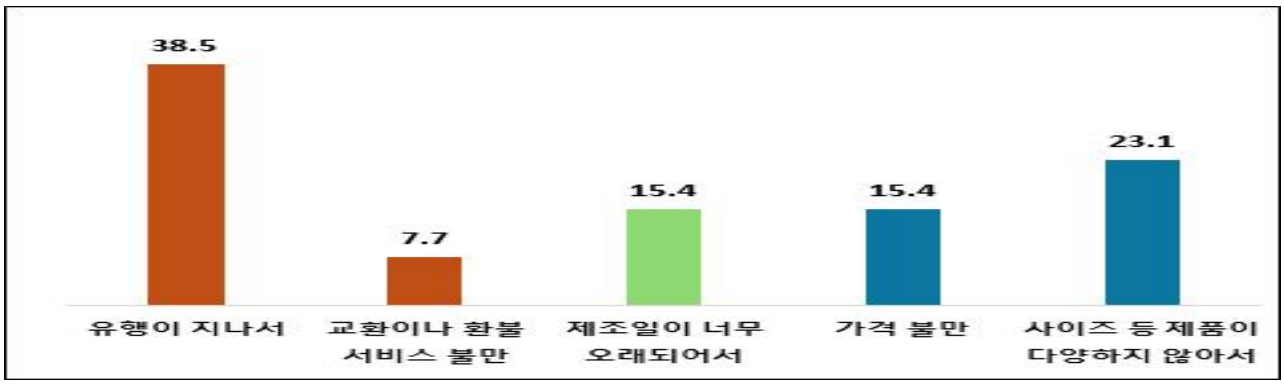
(나) 재구매 하지 않는 이유

▶이월 의류 재구매 하지 않는 이유로는 유행이 지나서 38.5%, 사이즈 등 제품이 다양하지 않아서 23.1%, 제조일이 너무 오래되어서/가격 불만 각각 15.4%, 교환이나 환불 서비스 불만 7.7% 순으로 나타났다.

<표2-26 이월 의류 재구매하지 않는 이유>

항 목	빈도(명)	비율(%)
유행이 지나서	5	38.5
교환이나 환불 서비스 불만	1	7.7
제조일이 너무 오래되어서	2	15.4
가격 불만	2	15.4
사이즈 등 제품이 다양하지 않아서	3	23.1
합계	13	100.0

<그림2-23 이월 의류 재구매하지 않는 이유>



(22) 이월 의류의 긍정적인 측면

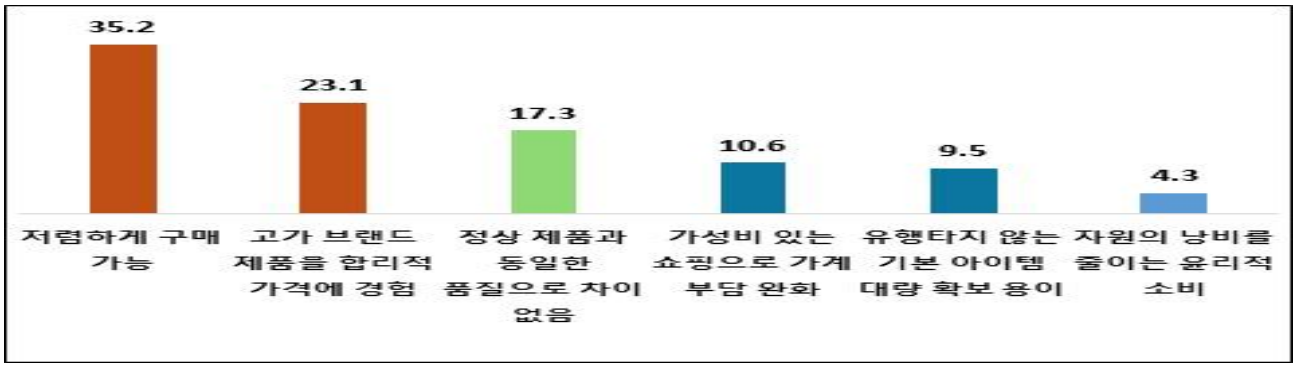
▶이월 의류의 긍정적인 측면을 살펴보면 저렴하게 구매 가능 35.2%, 고가 브랜드 제품을 합리적인 가격에 경험 23.1%, 정상 제품과 동일한 품질으로 차이 없음 17.3%, 가성비 있는 쇼핑으로 가계 부담 완화 10.6%, 유행타지 않는 기본 아이템 대량 확보 용이 9.5%, 자원의 낭비를 줄이는 윤리적 소비 4.3% 순으로 나타났다.

<표2-27 이월 의류의 긍정적인 측면>

항 목	빈도(명)	비율(%)
저렴하게 구매 가능	644	35.2
고가 브랜드 제품을 합리적 가격에 경험	424	23.1
정상 제품과 동일한 품질으로 차이 없음	317	17.3
가성비 있는 쇼핑으로 가계 부담 완화	195	10.6
유행타지 않는 기본 아이템 대량 확보 용이	174	9.5
자원의 낭비를 줄이는 윤리적 소비	78	4.3
합계	1,832	100.0

*복수응답

<그림2-24 이월 의류의 긍정적인 측면>



(23) 이월 의류의 부정적인 측면

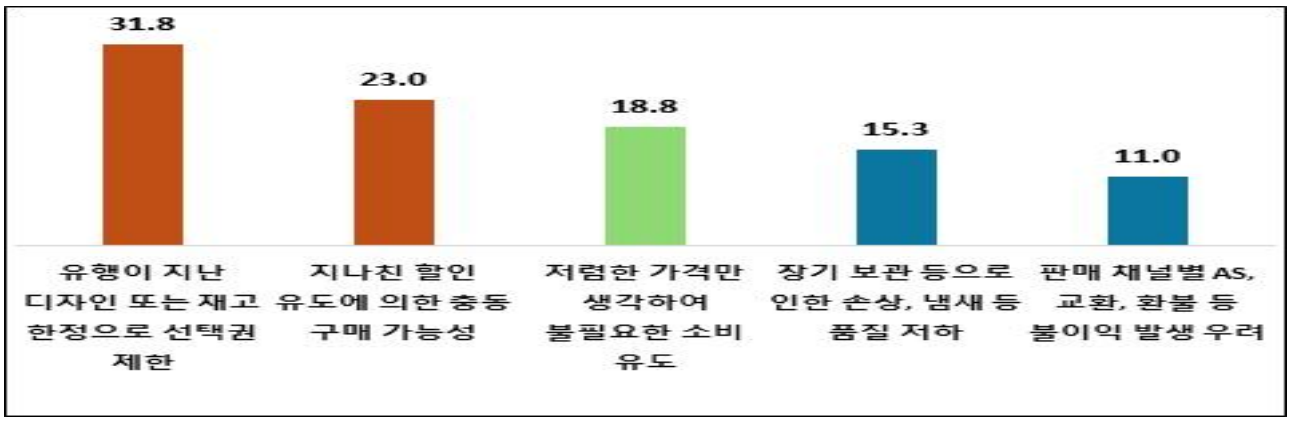
▶이월 의류의 부정적인 측면을 살펴보면 유행이 지난 디자인 또는 재고 한정으로 선택권 제한 31.8%, 지나친 할인 유도에 의한 충동 구매 가능성 23.0%, 저렴한 가격만 생각하여 불필요한 소비 유도 18.8%, 장기 보관 등으로 인한 손상, 냄새 등 품질 저하 15.3%, 판매 채널별 AS, 교환, 환불 등 불이익 발생 우려 11.0% 순으로 나타났다.

<표2-28 이월 의류의 부정적인 측면>

항 목	빈도(명)	비율(%)
유행이 지난 디자인 또는 재고 한정으로 선택권 제한	546	31.8
지나친 할인 유도에 의한 충동 구매 가능성	395	23.0
저렴한 가격만 생각하여 불필요한 소비 유도	323	18.8
장기 보관 등으로 인한 손상, 냄새 등 품질 저하	263	15.3
판매 채널별 AS, 교환, 환불 등 불이익 발생 우려	188	11.0
합계	1,715	100.0

*복수응답

<그림2-25 이월 의류의 부정적인 측면>



(24) 이월 의류의 친환경 소비(지속적인 소비)에 도움 여부

▶이월 의류의 친환경 소비(지속적인 소비)에 도움 여부를 살펴보면 대체로 그렇다 60.0%로 가장 많았고, 보통이다 21.4%, 매우 그렇다 14.9%, 그렇지 않다 3.3%, 전혀 그렇지 않다 0.4% 순으로 나타나 친환경 소비에 도움이 된다는 응답자는 74.9%로 나타났다.

<표2-29 이월 의류의 친환경 소비(지속적인 소비)에 도움 여부>

항 목	빈도(명)	비율(%)
전혀 그렇지 않다	4	0.4
그렇지 않다	33	3.3
보통이다	214	21.4
대체로 그렇다	600	60.0
매우 그렇다	149	14.9
합계	1,000	100.0

<그림2-26 이월 의류의 친환경 소비(지속적인 소비)에 도움 여부>

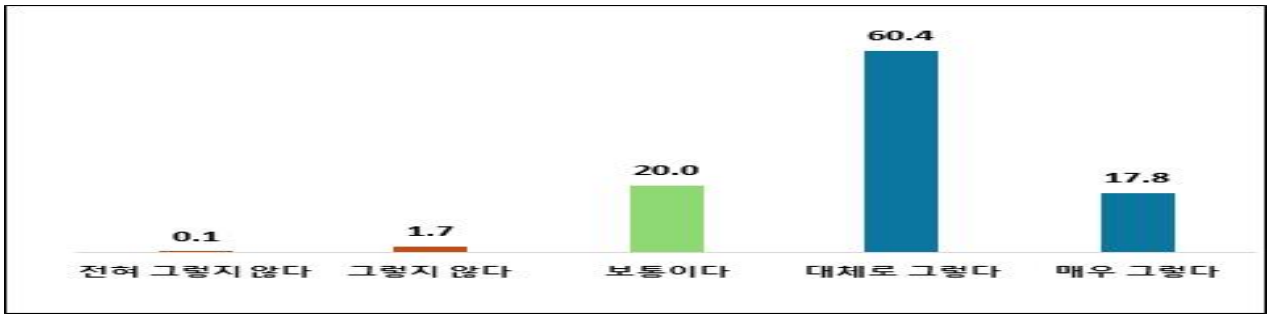
(25) 이월 의류의 가계 안정에 도움 여부

▶이월 의류의 가계 안정에 도움 여부를 살펴보면 대체로 그렇다 60.4%, 매우 그렇다 17.8%, 보통이다 20.0%, 그렇지 않다 1.7%, 전혀 그렇지 않다 0.1% 순으로 나타나 이월 의류가 가계 안정에 도움이 된다는 응답자는 78.2%로 나타났다.

<표2-30 이월 의류의 가계 안정에 도움 여부>

항 목	빈도(명)	비율(%)
전혀 그렇지 않다	1	0.1
그렇지 않다	17	1.7
보통이다	200	20.0
대체로 그렇다	604	60.4
매우 그렇다	178	17.8
합계	1,000	100.0

<그림2-27 이월 의류의 가계 안정에 도움 여부>



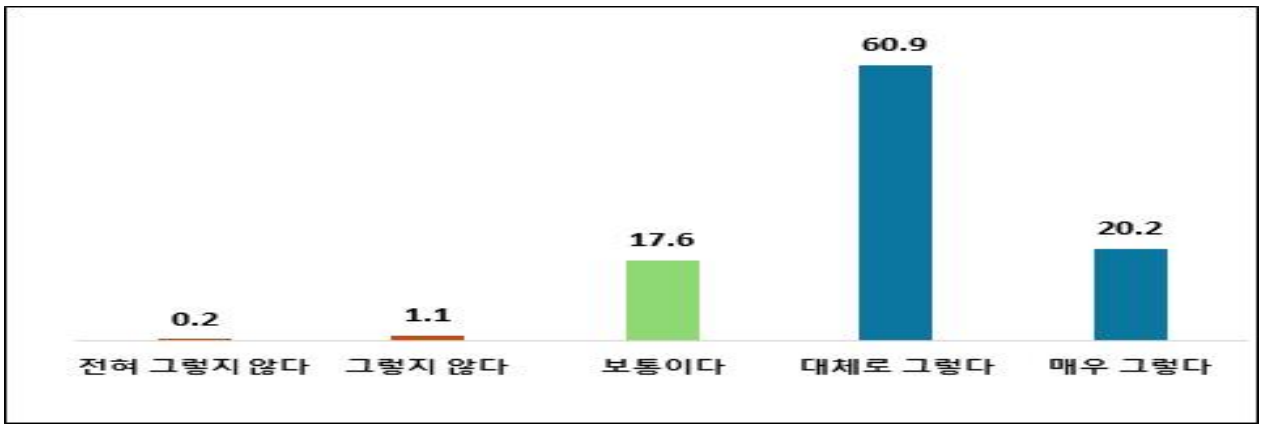
(26) 이월 의류의 합리적 소비에 도움 여부

▶이월 의류의 합리적 소비에 도움 여부를 살펴보면 대체로 그렇다 60.9%, 매우 그렇다 20.2%, 보통이다 17.6%, 그렇지 않다 1.1%, 전혀 그렇지 않다 0.2% 순으로 나타나 이월 의류가 합리적 소비에 도움이 된다는 응답자는 81.1%로 나타났다.

<표2-31 이월 의류의 합리적 소비에 도움 여부>

항 목	빈도(명)	비율(%)
전혀 그렇지 않다	2	0.2
그렇지 않다	11	1.1
보통이다	176	17.6
대체로 그렇다	609	60.9
매우 그렇다	202	20.2
합계	1,000	100.0

<그림2-28 이월 의류의 합리적 소비에 도움 여부>



(27) 이월 의류 소비 활성화 방안

▶이월 의류 소비 활성화 방안을 살펴보면 세일 정보 제공(할인기간, 할인율, 할인장

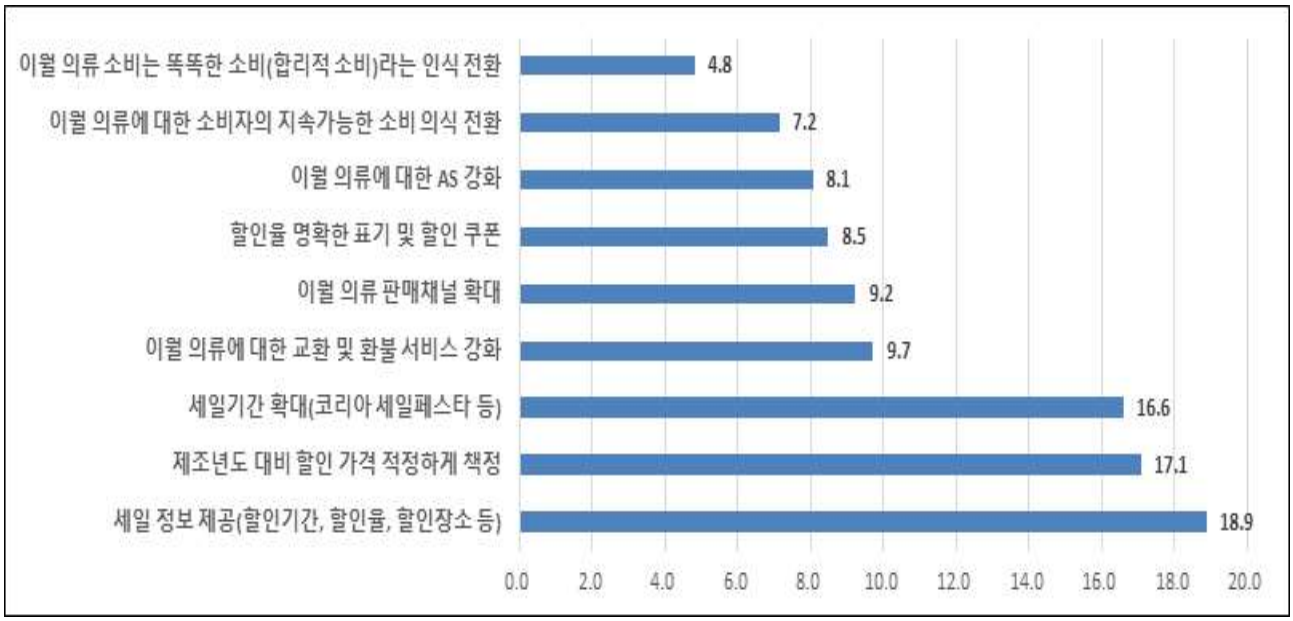
소 등) 18.9%, 제조년도 대비 할인 가격 적정하게 책정 17.1%, 세일기간 확대(코리아 세일페스타 등) 16.6%, 이월 의류에 대한 교환 및 환불 서비스 강화 9.7%, 이월 의류 판매채널 확대 9.2%, 할인율 명확한 표기 및 할인 쿠폰 8.5%, 이월 의류에 대한 AS 강화 8.1%, 이월 의류에 대한 소비자의 지속가능한 소비 의식 전환 7.2%, 이월 의류 소비는 똑똑한 소비(합리적 소비)라는 인식 전환 4.8% 순으로 나타났다.

<표2-32 이월 의류 소비 활성화 방안>

항 목	빈도(명)	비율(%)
세일 정보 제공(할인기간, 할인율, 할인장소 등)	354	18.9
제조년도 대비 할인 가격 적정하게 책정	320	17.1
세일기간 확대(코리아 세일페스타 등)	311	16.6
이월 의류에 대한 교환 및 환불 서비스 강화	182	9.7
이월 의류 판매채널 확대	173	9.2
할인율 명확한 표기 및 할인 쿠폰	159	8.5
이월 의류에 대한 AS 강화	151	8.1
이월 의류에 대한 소비자의 지속가능한 소비 의식 전환	134	7.2
이월 의류 소비는 똑똑한 소비(합리적 소비)라는 인식 전환	90	4.8
합계	1,874	100.0

*복수응답

<그림2-29 이월 의류 소비 활성화 방안>



사. 결론 및 제언

이번 조사는 물가 상승기 소비자들의 이월 의류 인식과 구매 행태를 분석하고, 이월 제품이 가계 안정과 합리적 소비, 나아가 지속가능한 유통 구조 형성에 어떤 역할을 하는지를 살펴보기 위해 실시되었다.

이번 조사 결과, 소비자들은 주로 아울렛(42.9%)과 온라인 쇼핑몰(30.8%)을 통해 이월 의류를 구매하고 있었으며, 이는 시간·장소 제약 없이 다양한 제품을 비교할 수 있는 디지털 쇼핑 환경이 일상화되었음을 보여준다. 구매 이유로는 '상품 다양성'(36%), '할인 행사'(33%), '가격 저렴'(31%)이 주로 꼽혔으며, 구매 결정 요인은 가격(34%)과 디자인(31.4%)으로 나타났다.

이월 의류는 연평균 2~3회, 1회당 5~20만 원 지출이 일반적이었으며, 소비자들은 "가격이 저렴해서", "브랜드 제품을 할인된 가격에 구입할 수 있어서", "유행과 무관하게 기본 아이템을 확보하기 위해서" 이월 제품을 선택했다. 제품 정보는 인터넷 검색(34.6%)과 SNS(19.3%)를 통해 얻었으며, 구매 과정 전체가 온라인 중심으로 이루어지고 있었다.

소비자 만족도는 전반 82.6%, 품질 81.8%, 가격 80.1%로 매우 높았다. 소비자들은 "정상 제품과 품질이 유사하면서도 가격 대비 만족도가 높다"고 평가했으며, 이는 이월 의류가 단순한 '값싼 옷'이 아닌 효율적 소비재로 인식되고 있음을 의미한다. 반면, 사이즈 부족(33.8%), 제품 다양성 제한(24.6%), 교환·환불 제약(10.2%) 등은 주요 불만 요인으로 나타났다.

응답자의 78.2%는 이월 의류가 "가계 안정에 도움이 된다"고, 81.1%는 "합리적 소비 실천에 기여한다"고 응답했으며, 74.9%는 "친환경적 소비에 기여한다"고 인식했다. 이는 이월 의류가 단순히 가격 절감을 넘어, 자원 낭비를 줄이는 지속가능한 소비로 자리잡고 있음을 보여준다. 또한 98.7%가 "향후 재구매 의사"를 밝혀 이월 의류가 안정적 소비문화로 정착했음을 확인할 수 있다.

이월 의류 소비 활성화를 위해 소비자들은 할인정보 제공 확대(18.9%), 제조년도 대비 합리적 할인율 책정(17.1%), 세일기간 확대(16.6%), 교환·환불서비스 강화(9.7%) 등을 요구했다. 이는 단순 가격인하보다 투명한 정보 제공과 신뢰 기반 서비스 개선을 원하는 의식을 반영한다.

결론적으로, 이월 의류는 물가 불안정 시기의 소비자 경제 안전망이자, 합리적·지속가능 소비의 실천 수단으로 부상하고 있다.

이번 조사를 마치고, 다음과 같이 제언하고자 한다.

정부는 제조년도·정상가·할인율 등 이월 제품 정보에 대한 허위 표시 단속 및 순환형 패션산업(리세일 · 업사이클링 등)을 지원해야 한다.

판매·유통 플랫폼(업체)은 제조년도·정상가·할인율 등 이월 제품 정보를 공개하여 소비자에게 상세한 정보를 제공하여야 한다.

소비자는 제품의 제조년도, 품질상태, 할인율 등 제품 정보를 확인하고, 불필요한 소비를 자제하고 지속가능한 소비 문화를 확산하는데 앞장서야 한다.

이러한 3주체의 공조를 통해 이월 의류 시장은 ‘가계 안정-물가 완화-지속가능 소비’의 선순환 구조를 실현할 수 있을 것이다

Ⅵ. 소비자 정책 제언

최근 의류시장은 경기침체와 고물가, 소비패턴 변화 속에서 '이월 상품'이 중요한 생활물가 완충재이자 합리적 소비의 대안으로 부상하고 있다. 그러나 조사 결과, 동일 브랜드·동일 품번임에도 판매채널 간 최대 80%의 가격 격차가 존재하고, 할인율과 정보 표시 기준이 불명확하여 소비자 혼란과 불신을 초래하고 있는 것으로 나타났다. 또한 일부 기업은 재고 처리를 위해 대규모 이월제품을 소각하거나, 이중가격 표시·허위할인 등 불공정 행태를 보이는 등 제도적 관리 사각지대도 여전히 존재한다.
이에 따라 이월 의류 시장의 투명성 강화와 소비자 신뢰 확보를 위한 종합적인 정책 개선이 필요하다.

○ 이월 의류에 대한 필수 정보를 제공하여야 한다.
이월 의류는 동일 품번이더라도 판매채널, 시기, 프로모션 여부에 따라 가격 차이가 크다. 소비자가 합리적 판단을 내리기 위해서는 정상가·할인가·제조일자·소재·원산지 등 필수 정보를 제공하여야 한다.

○ 가격 허위 표시에 대한 단속을 강화해야 한다.
이월 의류 시장에서 '정상가 대비 할인율 부풀리기', '이중가격 표시', '채널 간 차별가격'이 빈번해 소비자 혼란이 심화되고 있으므로 제조년도·정상가·할인율 등 이월 제품 정보에 대한 허위 표시 단속을 강화해야 한다.

○ 이월 및 재고 의류 소각 관행에 대한 규제를 강화해야 한다.
일부 브랜드가 재고 처리나 이미지 유지를 이유로 이월 의류를 대량 소각하는 행위를 지속하고 있다. 이는 환경오염과 자원 낭비를 초래하므로, 정부는 이월상품 소각 제한 및 공시 의무제를 도입하고, 정당한 사유 없는 소각은 규제해야 한다.

○ 순환형 패션산업(리세일·업사이클링 등)을 지원해야 한다.
기업이 이월 제품을 기부·리세일·리퍼브·업사이클링 등으로 재유통할 경우, 세제·조달·ESG 가점 등 친환경 인센티브를 제공해 순환형 유통을 촉진해야 한다.
재유통 장려는 지속가능한 패션산업 전환과 책임 있는 기업문화 확립의 핵심이 될 것

이다.

○ 제조일자, 품번 검색, 가격 비교 등 소비자 역량을 강화해야 한다.

소비자들이 품번 검색·가격 비교·제조일자 확인 후 구매하는 습관을 들여 실질적인 소비자 정보탐색 역량을 강화해야 한다.

소비자가 직접 가격·품질·서비스 불만 사례를 신고하고 허위 과장 정보를 공유함으로서 기업의 가격책정 투명성을 높이는 데 기여할 것이다.

○ 이월제품에 대한 신뢰 기반의 유통 환경을 조성해야 한다.

기업은 이월 제품을 단순한 재고처리 대상이 아닌, 브랜드 신뢰를 유지하고 ESG를 실현하는 전략적 자산으로 인식해야 한다.

이월 제품이라 하더라도 품질·서비스 보장 수준을 유지해야 하며, 소비자가 안심하고 구매할 수 있는 신뢰 기반의 유통 환경을 조성해야 한다.

○ 소비자의 지속가능한 소비문화를 확산해야 한다.

제품의 제조년도, 품질상태, 할인율 근거를 꼼꼼히 확인하고, 충동구매보다는 장기 착용이 가능한 기본 아이템 중심의 소비로 전환해야 한다.

이월 의류의 재구매 의향이 98%에 이른다는 조사결과는 이미 소비자들이 '가성비와 가치소비의 조화'를 실천하고 있음을 보여주고 있으며, 소비자들이 지속가능한 소비문화 확산에 앞장서고 있음을 보여준다.

첨부 자료

<첨부자료1. 보도자료 및 홍보자료 모음>

보도자료	**사단법인 소비자교육중앙회** **회 장 주 경 순** 서울시 중구 퇴계로45길7(04559) 전화: (02)2273-6300, 2266-5870/010-8990-6275 팩스: (02)2279-9341(담당: 최애연 국장) 홈페이지: www.ncce.or.kr
보도일시	즉시 보도 가능

제목 : 같은 이월의류, 어디서 사느냐에 따라 최대 70% 가격 차이
온라인은 제조연월 누락 21.8%, 이월의류 '가격·정보 불안' 공존

동일 브랜드·동일 품번의 이월 의류를 대상으로 온·오프라인 판매채널별 소비자 가격을 비교한 결과, 같은 제품이라도 구매 채널에 따라 가격이 최대 70% 이상 차이 나는 것으로 나타났다. 소비자들은 이월 의류에 대해 전반적으로 높은 만족도를 보였지만, 제조연월 미표시, 가격 산정 기준과 제품 정보가 충분히 제공되지 않아 불안도 함께 느끼고 있는 것으로 조사됐다.

■ 조사 개요

소비자교육중앙회는 2025년 8~9월, 서울·수도권 소재 오프라인 50곳(백화점·아울렛)과 온라인 123곳(백화점몰·아울렛몰·오픈마켓 등)을 대상으로 실시됐다. 조사 대상은 시즌이 지난 이월 의류 가운데 동일 브랜드·동일 품번·동일 사양의 제품으로, 총 21,692건을 분석했으며, 품목 구성은 여성의류 37.0%, 골프&레저의류 36.7%, 아동의류 26.3%였다.

아울러 전국 성인남녀 1,000명을 대상으로 온라인 소비자 실태조사를 병행해, 이월 의류 구매 행태와 인식을 함께 분석했다.

■ 조사 결과

○"할인은 크지만 가격은 들쭉날쭉"

조사 결과, 3개 품목 전체 기준 정상가 대비 할인가의 평균 가격 차이는 43.5%였다. 품목별로는 여성의류가 50.8%로 가장 높았고, 아동의류 43.3%, 골프&레저의류 34.8% 순이었다. 여성의류는 원피스·블라우스·자켓·스커트 등 대부분의 세부 품목에서 약 50% 내외의 할인율이 반복적으로 확인됐다.

판매채널별 평균 할인율은 백화점 51.3%, 아울렛 39.3%, 온라인 25.6% 순으로 나타났다. 특히 여성의류의 경우 아울렛 할인율(54.4%)이 백화점(49.3%)보다 높아, 이월 의류 가격 구조가 채널별로 상이하게 작동하고 있음을 보여줬다.

○ **최고가-최저가 평균 70% 격차…“같은 옷, 다른 값”**

채널 간 가격을 최고가와 최저가로 비교한 결과, 3개 품목 전체의 평균 가격 차이는 70.1%였다. 최고가는 주로 백화점에서, 최저가는 온라인에서 형성됐으며, 품목별로는 아동의류 79.5%, 여성의류 78.8%, 골프&레저의류 61.9% 순으로 격차가 컸다. 동일 제품임에도 구매 채널 선택에 따라 소비자 부담이 크게 달라질 수 있음을 보여주는 대목이다.

○ **동일 품번인데 ‘절반 가격’…세부 품목 최대 60% 차이**

동일 품번 기준으로 세부 품목을 비교한 결과, 정상가와 할인가의 가격 차이는 최소 4.4%에서 최대 60.0%까지 나타났다. 특히 여성 원피스·블라우스·스커트 등에서 50% 이상 차이를 보이는 사례가 다수 확인돼, 이월 의류가 단순 재고 정리를 넘어 채널별 가격 전략의 영향을 크게 받고 있음을 보여준다.

○ **온라인 제조연월 미표시 21.8%…정보 비대칭 확인**

제품 정보 제공 실태를 보면, 전체 품목의 제조연월 미표시율은 16.7%였고, 온라인은 21.8%로 오프라인(11.8%)보다 현저히 높았다. 이는 비대면 거래 환경에서 소비자가 ‘이월’ 여부와 보관 기간을 판단하는 데 필요한 정보가 충분히 제공되지 않고 있음을 시사한다.

○ **소비자 실태조사: “가성비 만족, 정보는 부족”**

소비자 1,000명 실태조사 결과, 이월 의류는 아울렛(42.9%)과 온라인(30.8%)을 중심으로 구매되고 있었다. 구매 이유는 가격이 저렴해서(34.4%), 브랜드 제품을 할인 구매(19.7%), 유행과 무관한 기본 아이템 확보(16.9%) 순이었다.
전반적 만족도는 82.6%, 품질 만족도 81.8%, 가격 만족도 80.1%로 높았으며, 응답자의 98.7%가 향후 재구매 의사를 밝혔다. 반면 사이즈 부족, 제품 다양성 제한, 교환·환불 제약, 가격·할인율 표시로 인한 오인 등이 주요 불만으로 나타났고, 제품 정보 제공이 충분하다고 응답한 비율은 33.7%에 그쳤다.

■ **제도 개선 방향**

이번 조사는 이월 의류가 가계 안정과 합리적 소비에 기여하는 긍정적 기능을 수행하고 있음에도, 가격과 정보의 불투명성이 소비자 불신을 키우고 있음을 보여준다.
이에 따라 동일 품번 제품에 대해 제조연월, 정상가 기준, 할인율 등 핵심 정보를 온·오프라인에서 일관되게 제공하는 체계가 필요하다. 특히 온라인 판매환경에서는 정보 누락이 빈번한 만큼, 소비자가 구매 전에 이월 정도와 가격 적정성을 판단할 수 있도록 표시 기준의 실효성을 높이는 관리 강화가 요구된다. 또한 이월 상품이라는 이유로 교환·환불·AS 조건이 과도하게 제한되지 않도록, 관련 조건을 구매 이전에 명확히 고지해 소비자 오인을 줄여야 한다.

<첨부 자료>

<표1 품목별 정상가와 할인가 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 평균가	할인가 평균가	가격차 (%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	193,875	126,325	34.8
아동의류	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	97,058	55,063	43.3
여성의류	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	263,050	129,368	50.8
품목 전제	309,115	167,248	124,295	150,678	101,540	92,446	190,772	107,864	43.5

<표2 업태별 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			백화점 할인율(%)	아울렛 할인율(%)	온라인 할인율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	54.0	32.9	12.1
아동의류	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	51.5	31.5	13.4
여성의류	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	49.3	54.4	37.7
품목 전체	309,115	167,248	124,295	150,678	101,540	92,446	51.3	39.3	25.6

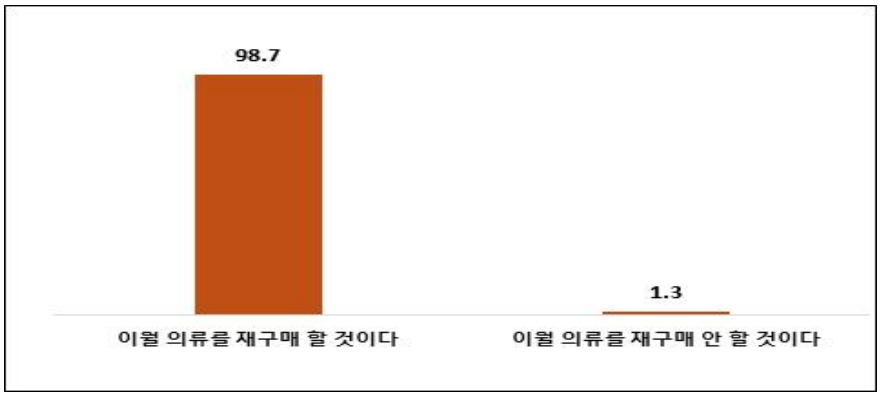
<표3 품목별 최고가와 최저가 가격 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가 최저가 차이율(%)	할인가 최고가 최저가 차이율(%)	전체 최고가 최저가 차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
골프&레저의류	315,027	194,392	136,679	144,835	130,526	120,181	56.6	17.0	61.9
아동의류	167,374	50,153	50,727	81,108	34,352	43,925	70.0	57.6	79.5
여성의류	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	65.9	58.2	78.8
품목 전체	309,115	167,248	124,295	150,678	101,540	92,446	59.8	38.6	70.1

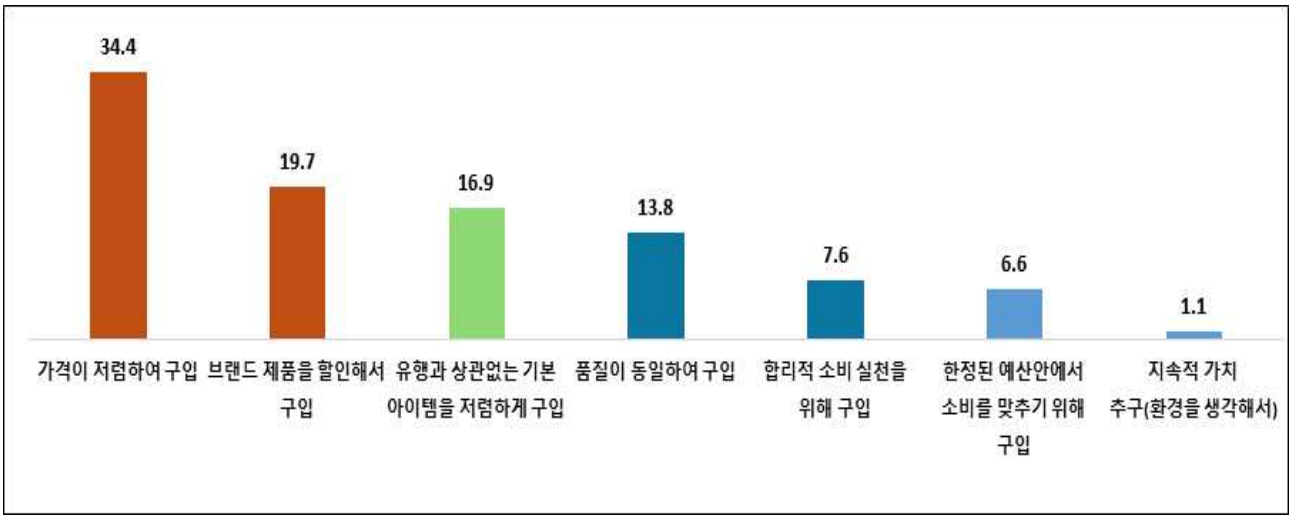
<표4 여성의류의 최고가 최저가 비교>

품목	정상판매평균가			할인판매평균가			정상가 최고가 최저가 차이율(%)	할인가 최고가 최저가 차이율(%)	전체 최고가 최저가 차이율(%)
	백화점	아울렛	온라인	백화점	아울렛	온라인			
바지	375,603	224,589	136,295	166,660	103,736	86,511	63.7	48.1	77.0
블라우스	343,053	205,122	119,796	169,055	92,092	76,903	65.1	54.5	77.6
스커트	403,237	239,868	151,311	210,201	110,425	93,910	62.5	55.3	76.7
원피스	566,574	371,914	188,885	273,086	166,860	117,926	66.7	56.8	79.2
자켓	565,610	357,921	162,808	309,426	166,403	98,438	71.2	68.2	82.6
품목 전체	451,436	278,245	153,757	228,815	126,963	95,736	65.9	58.2	78.8

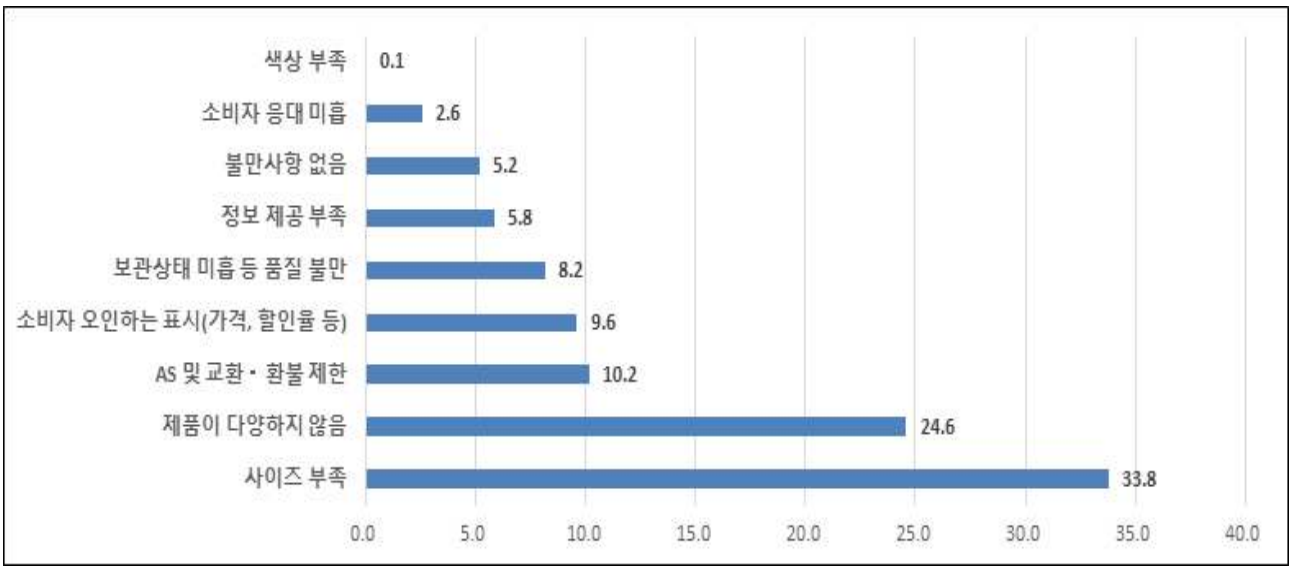
<그림1 향후 이월 의류 재구매 의사>



<그림2 이월 의류 구입하는 이유>



<그림3 이월 의류 구입 시 불만사항>



<첨부자료: 홈페이지>

보도자료	**사단법인 소비자교육중앙회** **회 장 주 경 순** 서울시 중구 퇴계로45길7(04559) 전화: (02)2273-6300, 2266-5870/010-8990-6275 팩스: (02)2279-9341(담당: 최애연 국장) 홈페이지: www.ncce.or.kr
보도일시	즉시 보도 가능

제목 : 같은 이월의류, 어디서 사느냐에 따라 최대 70% 가격 차이
온라인은 제조연월 누락 21.8%, 이월의류 '가격·정보 불안' 공존

동일 브랜드·동일 품번의 이월 의류를 대상으로 온·오프라인 판매채널별 소비자 가격을 비교한 결과, 같은 제품이라도 구매 채널에 따라 가격이 최대 70% 이상 차이 나는 것으로 나타났다. 소비자들은 이월 의류에 대해 전반적으로 높은 만족도를 보였지만, 제조연월 미표시, 가격 산정 기준과 제품 정보가 충분히 제공되지 않아 불안도 함께 느끼고 있는 것으로 조사됐다.

■ 조사 개요

소비자교육중앙회는 2025년 8~9월, 서울·수도권 소재 오프라인 50곳(백화점·아울렛)과 온라인 123곳(백화점몰·아울렛몰·오픈마켓 등)을 대상으로 실시됐다. 조사 대상은 시즌이 지난 이월 의류 가운데 동일 브랜드·동일 품번·동일 사양의 제품으로, 총 21,692건을 분석했으며, 품목 구성은 여성의류 37.0%, 골프&레저의류 36.7%, 아동의류 26.3%였다.

아울러 전국 성인남녀 1,000명을 대상으로 온라인 소비자 실태조사를 병행해, 이월 의류 구매 행태와 인식을 함께 분석했다.

■ 조사 결과

○"할인은 크지만 가격은 들쭉날쭉"

조사 결과, 3개 품목 전체 기준 정상가 대비 할인가의 평균 가격 차이는 43.5%였다. 품목별로는 여성의류가 50.8%로 가장 높았고, 아동의류 43.3%, 골프&레저의류 34.8% 순이었다. 여성의류는 원피스·블라우스·자켓·스커트 등 대부분의 세부 품목에서 약 50% 내외의 할인율이 반복적으로 확인됐다.

판매채널별 평균 할인율은 백화점 51.3%, 아울렛 39.3%, 온라인 25.6% 순으로 나타났다. 특히 여성의류의 경우 아울렛 할인율(54.4%)이 백화점(49.3%)보다 높아, 이월 의류 가격 구조가 채널별로 상이하게 작동하고 있음을 보여줬다.

<첨부자료: 블로그>

공식 블로그
공정한 소비환경을 만들어가는
소비자교육중앙회
GO!
1971년 주부들의 재교육에 중점을 두고 사회발전에 앞장서서 봉사하는 여성배출에 힘써 온 전국주부교실중앙회가
2015년 4월 16일자로 「소비자교육중앙회」로 거듭나 교육을 통해 소비생활 영위에 필요한 정보 및 지식 제공으로
급변하는 소비환경 변화에 신속하게 대응할 수 있도록 소비자 역량 강화에 힘쓰며
삶의 질 향상과 함께 모든 국민들이 안심하고 생활할 수 있는 소비환경 조성에 기여하고 있습니다!
프롤로그 | 블로그
지도 | 서재 | 안부
소비자교육중앙회
happysobija
소비자가 행복한 세상,
소비자교육중앙회와 함
께 만들어가요♥
프로필
+ 이웃추가
공지 계란, 닭고기, 오리고기도 등급이 있어요! 2023. 10. 5.
공지 [공지] 계란, 닭고기, 오리고기의 품질등급 마크 인증 이벤트 2023. 9. 20.
공지 체육시설 가격표시제 교육·홍보 캠페인 및 모니터링 2022. 12. 19.
공지 〈축산물 이력조회 이벤트〉 간단한 인증을 통해 선물을 받아가세요!! 2022. 10. 11.
공지 '한우먹자' 센스있는 사행시 짓기 이벤트가 열렸어요!! 2022. 10. 13.
소비자교육중앙회 87개의 글
목록열기
소비자교육중앙회
단체소개
활동소식
보도자료
이슈
카드뉴스
행복한이벤트
소비생활안전툰
전자제품
웨딩, 결혼관련
화장품
기능성화장품
쿠션형 파운데이션
수입주방용품
HACCP
수돗물 사랑
최근댓글
소비자교육중앙회
이웃 커넥트
내가 추가한
나를 추가한
전체 이웃
3 명
크린룸비
청명
탑코리아
보도자료
[보도자료]같은 이월의류, 어디서 사느냐에 따라 최대 70% 가격 차이온라인은 제조연월 누락 21.8%, 이월의류 '가격·정보 불안' 공존
소비자교육중앙회 53분 전
URL 복사
+이웃추가
보도자료
사단법인 소비자교육중앙회
회 장 주 경 순
서울시 중구 퇴계로45길7(04559)
전화: (02)2273-6300, 2266-5870/010-8990-6275
팩스: (02)2279-9341(담당: 최애연 국장)
홈페이지: www.ncce.or.kr
보도일시
즉시 보도 가능
제목 : 같은 이월의류, 어디서 사느냐에 따라 최대 70% 가격 차이
온라인은 제조연월 누락 21.8%, 이월의류 '가격·정보 불안' 공존
동일 브랜드·동일 품번의 이월 의류를 대상으로 온·오프라인 판매채널별 소비자 가격을 비교한 결과, 같은 제품이라도 구매 채널에 따라 가격이 최대 70% 이상 차이 나는 것으로 나타났다. 소비자들은 이월 의류에 대해 전반적으로 높은 만족도를 보였지만, 제조연월 미표시, 가격 산정 기준과 제품 정보가 충분히 제공되지 않아 불안도 함께 느끼고 있는 것으로 조사됐다.
■ 조사 개요
소비자교육중앙회는 2025년 8~9월, 서울·수도권 소재 오프라인 50곳(백화점·아울렛)과 온라인 123곳(백화점몰·아울렛몰·오픈마켓 등)을 대상으로 실시됐다. 조사 대상은 시즌이 지난 이월 의류 가운데 동일 브랜드·동일 품번·동일 사양의 제품으로, 총 21,692건을 분석했으며, 품목 구성은 여성의류 37.0%, 골프&레저의류 36.7%, 아동의류 26.3%였다.
아울러 전국 성인남녀 1,000명을 대상으로 온라인 소비자 실태조사를 병행해, 이월 의류 구매 행태와 인식을 함께 분석했다.