

<b>보 도 자 료</b> <b>www.trendmr.com</b>	담 당 자	김용수 수석연구원
	문 의	02-3442-0617 010-9114-7591 yskim@trendmr.com
	배포일자	2024년 7월 5일(금)

## 2023년 한국패션시장 48조 4천억 규모 기록, 2024년 49조 6천억 전망 각각 2.8%, 2.3% 성장 - 한국패션산업 빅데이터 트렌드 2024 연감 발간 -

- 시장조사기관 트렌드리서치(www.trendmr.com)가 주관하는 『한국패션산업 빅데이터 트렌드 2024』 연감에 의하면, 2023년 한국패션시장 규모는 전년 대비 2.8% 신장한 48조 4167억원을 기록했다. 이는 역대 최대규모이고, 코로나 사태 직전인 2018년 43조 2천억원보다 5조 2천억원 상승한 것이다. 그러나 하반기의 급격한 소비침체로 전망치보다는 성장 폭이 하락했고, 2024년과 2025년에도 각각 2.3%, 2.7% 수준의 저성장 기조를 이어갈 것으로 전망하였다.
- 동 자료는 트렌드리서치가 지난 1998년부터 26년간 한국패션산업 빅데이터 조사에서 구축하는 패션소비 트렌드지수, 패션기업 경영실적지수, 패션유통 동향지수를 기반으로 패션소비시장규모 추정치를 산정해서 발표하고 있다.
- \* 한국패션시장 규모는 과거 6개월(상반기 3월~8월, 하반기 9월~익년 2월) 간 우리 국민이 구매한 패션제품의 품목별 구매율, 구매량, 구매가격 등을 직접 면담을 통해 조사된 구매지수에 모집단의 인구수를 적용해 산출
- 2023년 역대 최대 실적을 기록한 것은 리오프닝 효과가 본격화되면서 캐주얼복, 신발, 스포츠복 등 야외활동에 필요한 품목들의 소비가 상승했고, 40대 중심 어덜트층의 경제활동 재개와 여행 확대로 여성정장과 가방 소비 상승이 있었기 때문이다.
- 캐주얼복은 조사 시작한 2000년도부터 꾸준한 성장세를 기록해서 2023년에는 6.0% 신장한 19조 5794억원을 달성했고, 향후 빠른 시기에 단일품목

으로 20조 시장을 바라보게 되었다. 신발과 스포츠복은 각각 3.4%, 3.2% 신장한 7조 4029억원, 6조 7072억원을 기록해서 패션시장 지배력 2,3위를 차지했다. 이 3개 시장의 비중은 전체시장의 69.6%로 전년보다 1.3%p 상승했다. 여성정장과 가방도 3.6%, 2.8% 성장한 3조 2257억원, 3조 5839억원이었다.

- 한편 8개 세분시장 모두가 최대 실적을 기록한 2022년과는 달리 2023년에는 내의와 아동복, 남성정장은 역신장을 했다. 코로나 시기 집콕으로 TV 홈쇼핑을 통해 구매 상승세를 보였던 내의 품목이 일상생활 복귀로 다시 불황을 맞이하였고, 아동복 소비는 출산을 감소로 침체국면을 벗어나지 못하고 있다. 남성정장도 반짝했던 맞춤 수요가 감소하면서 다시 역신장을 기록했다. 이들 3개 품목의 시장규모는 각각 10.8%, 5.4%, 2.6% 하락한 2조 867억원, 1조 1281억원, 4조 7028억원을 기록했다.

□ 2023년도 공시자료를 기반으로 조사한 280개 패션기업의 총매출액은 48조 8352억원으로 전년보다 3.0% 증가했다. 이는 2022년 15.1%, 2021년 14.1% 상승 폭보다 매우 낮은 기록이다. 매출이 감소되면서 영업이익도 2년 만에 역신장세(-1.5%)로 전환했으며, 평균 영업이익률은 전년도 10.6%보다 0.5%p 하락한 10.1%를 기록했다. 코로나 침체기에서 다시 실적이 회복되어 지난 2년 동안 호황을 누렸던 패션기업들은 2023년 하반기에 불어닥친 경기침체, 물가 상승, 소비심리 악화로 실적이 다시 급감한 것이다.

- 한편 1조 클럽에는 토종기업 8개사, 외자기업 4개사가 등극했다. 이 중에서 삼성물산 패션사업부문과 나이키코리아가 각각 2조 510억, 2조 109억 매출을 달성해서 최초로 2조 클럽에 올랐다. 1조 클럽 12개사 총매출액은 전체 패션업계 매출의 39.2%였고, 전년보다 0.3%p 소폭 상승했다. 12개사 중에서 성장세가 가장 높았던 기업은 나이키코리아로 20.1%를 기록했다. 다음은 <탐텐>과 <폴햄>을 운영하는 신성통상의 내수그룹으로 15.8% 신장했고, 크리스찬디올꾸뛰르코리아도 12.4% 신장했다. 반면 신세계인터내셔널 패션그룹과 루이비통코리아, LF 패션그룹은 각각 12.7%, 2.4%, 1.1% 역신장을 기록했다.

□ 2024년에도 한국패션시장은 3년 연속 플러스 성장을 기대하고 있고, 캐주얼복, 스포츠복, 신발, 가방 시장이 성장을 주도할 것으로 예측된다.

- 그러나 국내 실물경기 하강세가 지속되고 고금리 기조로 인한 민간소비가 위축되면서 패션소비 성장률은 저점 하향 기조가 2년 연속 이어질 전망이다. 2024년 패션시장규모는 2.3% 신장한 49조 5544억원을 기록할 것으로

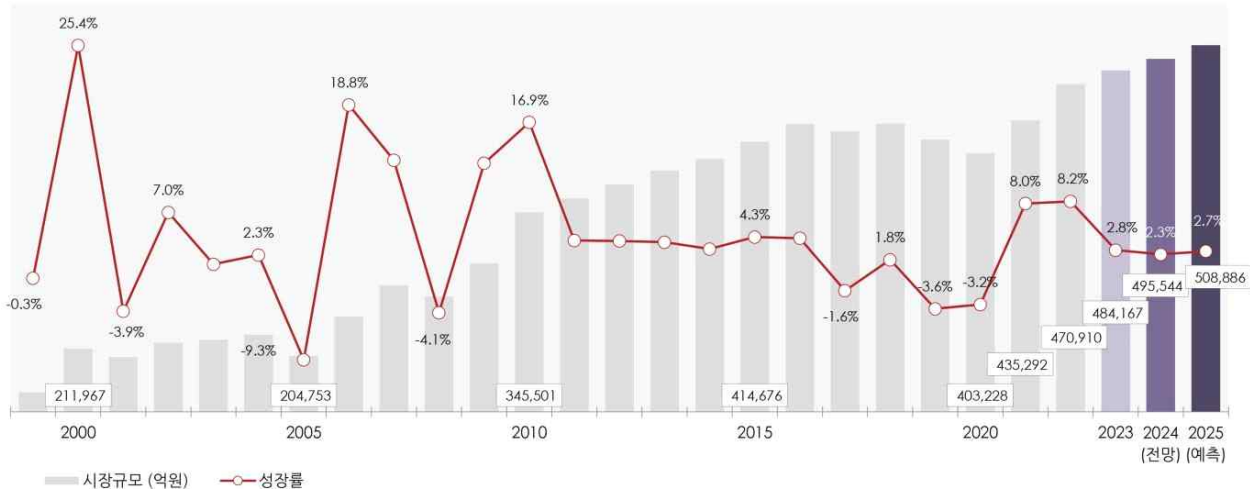
예상한다.

- 캐주얼복 시장은 불황형 소비에 강한 SPA브랜드와 독특한 아이덴티티를 보유한 패션브랜드가 성장을 주도하고, 전년도에 이어 야외활동에서도 착용할 수 있는 스트리트 스포츠 캐주얼복과 워크웨어 감성캐주얼복이 히트 품목이 되어 전년비 4.7% 신장한 20조 4978억원은 무난히 달성할 것으로 전망된다.
  - 지난 팬데믹 시기 심각한 불황을 겪은 스포츠복 시장은 일상생활 회복과 야외활동 증가로 3년 연속 플러스 성장세를 기대한다. 골프복과 아웃도어복 시장은 보합세지만 애슬레틱 스포츠복 시장이 패션을 선호하는 MZ세대는 물론 가벼운 스포츠를 즐기는 중장년층까지 흡습해서 3.9% 신장한 6조 9690억원대를 탈환할 것으로 내다봤다.
  - 신발시장은 지난 3년 동안 애슬레틱 스포츠복과 연관된 스니커즈 소비가 시장 성장을 주도했지만 구두와 부츠, 정장샌들 수요는 지속 감소했다. 2024년에도 경기침체로 경제활동인구 감소세가 이어지면서 정장화 품목 소비 하락과 함께 신발시장 전체 성장률은 1.4% 수준의 보합세를 보일 전망이다. 신발시장규모는 7조 5033억원을 기록할 것으로 예상된다.
  - 한편 팬데믹 이후 지난 2년간 해외 명품브랜드가 가방시장 초고속 성장을 주도했다면, 전년도부터는 야외활동과 해외여행 수요가 증가해서 캐주얼가방과 여행가방이 성장을 주도했고 2024년에도 그 기조는 이어갈 전망이다. 가방시장은 지난해 2.8%보다 0.3%p 상승한 3.1% 성장이 예상되어 시장규모는 3조 6934억원을 기록할 전망이다.
- 2025년에는 미국 주도로 세계경제가 연착륙해서 고금리·고물가 리스크는 감소될 것으로 전망되어 한국패션시장도 2024년 2.3%보다는 소폭 회복된 2.7% 성장세를 기록할 것으로 기대한다.
- OECD와 한국은행이 전망하는 2025년 세계경제성장률은 3.1%로 직전년도 예상치 3.1%와 동일한 보합세로 전망했다. 반면 한국경제 회복 속도는 지연되어 2024년 예상 성장률 2.5%보다 낮은 2.1%를 전망했다. 이러한 국내외 경제변수를 고려했을 때 2025년 한국패션시장은 소폭이지만 2.7% 플러스 성장을 기대하고 있다. 이는 5년 연속 플러스 성장한 것이고, 시장규모는 50조 8886억원으로 50조를 넘을 것으로 예상된다.
- 트렌드리서치는 오는 6월 28일에 2023년도 한국패션시장 규모와 2024년도

전망치를 포함한 『한국패션산업 빅데이터 트렌드 2024』 연감을 발간해서 온라인 무료 배포를 시작한다.

- 트렌드리서치([www.trendmr.com](http://www.trendmr.com)) 접속을 통해 접속하는 경우 한국패션산업 빅데이터 트렌드 이슈레포트 5종을 무료로 열람할 수 있다.

#### <참조 1> 한국패션시장 규모 및 성장률 추이



(출처) 한국패션산업 빅데이터 트렌드, 연감 2024, 트렌드리서치

- \* (주1) 트렌드리서치 한국패션소비시장 2024년 조사결과 및 한국패션시장트렌드 각년호 자료 포함
- (주2) 트렌드리서치 시장규모 추정모델에 의한 전망치 (2024.06.10 기준)
- (주3) 패션시장규모는 의류 전품목과 가방·신발품목을 포함, 단 유니폼(교복), 섬유제품목, 수선 등과 외국인 구매와 해외에서의 구매는 제외

#### <참조 2> 한국패션시장 세분시장별 규모 및 성장률 추이 (단위 : 원)

세분시장	2021년 실적	증감률	2022년 실적	전년비	2023년 실적	전년비	2024년 전망	전년비
캐주얼복	17조 4029억	11.5%	18조 4711억	6.1%	19조 5794억	6.0%	20조 4978억	4.7%
신발	6조 6681억	9.2%	7조 1625억	7.4%	7조 4029억	3.4%	7조 5033억	1.4%
스포츠복	5조 7896억	△3.2%	6조 5007억	12.3%	6조 7072억	3.2%	6조 9690억	3.9%
남성정장	4조 4536억	14.8%	4조 8260억	8.4%	4조 7028억	△2.6%	4조 7593억	1.2%
가방	2조 9385억	△4.1%	3조 4865억	18.7%	3조 5839억	2.8%	3조 6934억	3.1%
여성정장	3조 850억	15.6%	3조 1125억	0.9%	3조 2257억	3.6%	3조 2525억	0.8%
내의	2조 668억	△1.9%	2조 3387억	13.2%	2조 0867억	△10.8%	1조 8421억	△11.7%
아동복	1조 1247억	23.3%	1조 1930억	6.1%	1조 1281억	△5.4%	1조 370억	△8.1%
패션시장	43조 5292억	8.0%	47조 910억	8.2%	48조 4167억	2.8%	49조 5544억	2.3%

(출처) 한국패션산업 빅데이터 트렌드, 연감 2024, 트렌드리서치

- \* (주1) 트렌드리서치 한국패션소비시장 2024년 조사결과 및 한국패션시장트렌드 각년호 자료 포함
- (주2) 트렌드리서치 시장규모 추정모델에 의한 전망치 (2026.06.10 기준)

### <참조 3> 한국패션기업 매출액 추이



(자료) 금융감독원 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)에서 공시된 패션기업(패션제조기업과 패션유통기업)의 감사보고서 및 사업보고서를 기준으로 재무제표를 분석한 결과 중 매출액 기준

- \* (주1) 패션기업 공시 경영실적에서 매출은 한국 지역에서 발생한 총 매출액으로 일부는 면세점과 해외 역직구 매출액이 포함됨. 패션유통기업 매출은 패션제조기업 유통 위탁으로 인해 일부 중복 계상이 될 수 있음
- \* (주2) 패션기업이라도 금융감독원에 공시되지 않은 기업의 경우에 경영성과를 추정할 수 없기 때문에, 본 분석에서는 제외시켰음. 단, 패션기업이 높은 경영성과를 달성하였고 금융감독원에 공시되었지만, 조사자에 의해 실제 조사에서 누락되어 경영성과 순위에 포함되지 않은 기업이 있을 수도 있음
- \* (주3) 그룹으로 호칭된 패션기업 매출액은 패션사업과 관련된 관계사들의 모든 매출액을 합한 것이고, 사업 일부분으로 호칭된 패션기업 매출액은 내수패션사업과 관련된 부분 사업만의 매출액을 추출한 것임. 단, 조사자가 인지 못해서 각 기업의 관계사들이 누락된 기업도 있을 수도 있음

### <참조 4> 2023년 매출 1조 한국패션기업 매출액 추이 (단위 : 원)



(자료) 금융감독원 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)에서 공시된 패션기업(패션제조기업과 패션유통기업)의 감사보고서 및 사업보고서를 기준으로 재무제표를 분석한 결과 중 매출액 기준

- \* (주1) 그룹으로 호칭된 패션기업 매출액은 패션사업과 관련된 자회사 및 관계사들의 매출액을 합한 것이고, 사업 일부분으로 호칭된 패션기업 매출액은 내수 패션사업과 관련된 부분 사업의 매출액을 추출한 것임. 단, 조사자가 인지 못해서 각 기업의 관계사들이 누락된 경우도 있을 수도 있음
- \* (주2) 패션기업이라도 금융감독원에 공시되지 않은 기업의 경우에 경영성과를 추정할 수 없기 때문에, 본 분석에서는 제외시켰음. 단, 패션기업이 높은 경영성과를 달성하였고 금융감독원에 공시되었지만, 조사자에 의해 실제 조사에서 누락되어 경영성과 순위에 포함되지 않은 기업이 있을 수도 있음
- \* (주3) 아디다스코리아는 유한기업으로 전환한 후 공시를 하지 않고 있으나, 1조 매출 이상은 달성했을 것으로 추정

\* 인포그래픽 상세 데이터는 첨부하는 엑셀을 참조

- 이 상 -