

< 붙임 > 온라인 패션 편집숍 소비자 만족도 및 이용실태 결과

1 소비자 만족도

【 조사개요 】

- **조사대상** : 온라인 패션 편집숍(상위 6개 사업자*) 앱 이용경험자 1,711명(사업자별 250명 이상 할당)
 * W컨셉(W.CONCEPT.), 무신사(MUSINSA), 브랜디(BRANDI), 에이블리(ABLY), 29CM, 지그재그(ZIGZAG) (가나다 순)
 ※ 사용자수, 거래액을 기준으로 상위 6개 사업자를 선정하고, 사업자별 주요 소비자 할당(성별 · 연령별) 기준에 따라 250명 이상씩을 표집함)
- **조사방법** : 온라인 설문조사('21.4.15. ~ 4.25.)
- **분석개요** : 만족도는 부문별 가중 평균 적용(5점 리커트 척도), 95% 신뢰수준에서 표본오차 $\pm 2.37\%$

□ 종합만족도는 무신사가 상대적으로 높아

- 종합만족도는 서비스품질, 서비스상품, 서비스체험의 중요도(가중치)를 반영한 평균값을 50%, 전반적인 만족도, 기대 대비 만족도, 이상 대비 만족도를 산술 평균한 값을 50%로 반영하여 산출된 값을 의미함.
- (전체) 6개 온라인 패션 편집숍의 종합만족도는 평균 3.62점이었음.
- (사업자별) 무신사가 3.74점으로 가장 높았고, 나머지 지그재그(3.61점), W컨셉(3.60점), 브랜디(3.60점), 29CM(3.60점), 에이블리(3.58점) 간 차이는 크지 않았음.

[소비자 만족도 조사 결과]

(단위 : 점/ 5점척도)

구분	종합 만족도	3대 부문 만족도			포괄적 만족도		
		서비스 품질 ¹⁾	서비스 상품 ²⁾	서비스 체험 ³⁾	전반적 만족도	기대 대비 만족도 ⁴⁾	이상 대비 만족도 ⁵⁾
무신사	3.74	3.75	3.76	3.54	3.87	3.77	3.77
지그재그	3.61	3.63	3.55	3.54	3.79	3.64	3.53
W컨셉	3.60	3.63	3.68	3.47	3.72	3.54	3.57
브랜디	3.60	3.58	3.57	3.55	3.74	3.61	3.56
29CM	3.60	3.61	3.64	3.51	3.74	3.57	3.52
에이블리	3.58	3.61	3.56	3.51	3.69	3.58	3.53
전체	3.62	3.64	3.62	3.52	3.76	3.62	3.58

1) 상품 및 본원적 서비스 외의 모든 요소에 대한 만족도 (공감성, 효율성, 신뢰성 등)

2) 상품 및 본원적 서비스에 대한 만족도 (부가혜택, 프로모션, 취소·교환·환불 등)

3) 서비스를 체험하면서 느낀 주관적 긍정·부정감정의 빈도 (즐거움, 친밀함, 실망감, 황당함 등)

4) 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도

5) 해당 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도

- **(부문별)** 서비스 제공 과정 전반에 대해 평가하는 '서비스품질 만족도'가 3.64점으로 가장 높았음. 본원적 서비스에 대해 평가한 '서비스상품 만족도'가 평균 3.62점이었고, 서비스 체험의 긍정, 부정 감정의 빈도를 묻는 '서비스 체험 만족도'는 3.52점으로 가장 낮았음.
- **(포괄적 만족도)** 전반적 만족도가 3.76점, 해당 업체의 서비스 수준에 대한 기대 대비 만족도는 3.62점이었으며, 산업 전반에서 제공해야 하는 이상적인 서비스 수준 대비 만족도는 3.58점으로 상대적으로 낮았음.

2

이용실태

□ 온라인 패션 편집숍을 선택한 이유는 '다양한 상품'과 '합리적인 가격'

- (선택 이유) 온라인 패션 편집숍을 선택한 이유로는 '상품의 다양성(45.5%)'이 가장 많았고, 다음으로 '무료 배송(10.4%)', '합리적 가격(9.2%)', '희소성 있는 상품 구비(8.5%)', '상품 추천(6.8%)', '차별화된 상품 구비(5.8%)' 등의 순이었음.

[온라인 패션 편집숍 선택 이유]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
상품이 다양해서	102(39.7)	171(57.0)	109(36.3)	122(40.7)	86(33.9)	189(63.0)	779(45.5)
무료 배송이 가능해서	2(0.8)	17(5.7)	75(25.0)	73(24.3)	2(0.8)	9(3.0)	178(10.4)
가격이 합리적이어서	14(5.4)	29(9.7)	31(10.3)	42(14.0)	30(11.8)	11(3.7)	157(9.2)
희소한 상품이 많아서	55(21.4)	15(5.0)	5(1.7)	8(2.7)	55(21.7)	8(2.7)	146(8.5)
나에게 꼭 맞는 상품을 추천해줘서	16(6.2)	7(2.3)	22(7.3)	18(6.0)	18(7.1)	35(11.7)	116(6.8)
차별화된 상품이 많아서	35(13.6)	14(4.7)	6(2.0)	10(3.3)	26(10.2)	9(3.0)	100(5.8)
품질이 좋아서	19(7.4)	19(6.3)	5(1.7)	1(0.3)	13(5.1)	2(0.7)	59(3.4)
프로모션이 마음에 들어서	7(2.7)	8(2.7)	6(2.0)	6(2.0)	10(3.9)	6(2.0)	43(2.5)
배송이 신속해서	0(0.0)	4(1.3)	24(8.0)	4(1.3)	0(0.0)	1(0.3)	33(1.9)
제공되는 콘텐츠가 유용해서	5(1.9)	5(1.7)	6(2.0)	4(1.3)	5(2.0)	7(2.3)	32(1.9)
멤버십·포인트 적립 프로그램이 좋아서	2(0.8)	7(2.3)	5(1.7)	2(0.7)	6(2.4)	9(3.0)	31(1.8)
기타*	0(0.0)	4(1.3)	6(2.0)	10(3.3)	3(1.2)	14(4.7)	37(2.2)
합계	257(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	254(100.0)	300(100.0)	1,711(100.0)

* 기타 : 주변에서 자주 들어서, 패션 트렌드를 알 수 있어서, 비교하기 쉬워서, 후기가 많아서 등이 포함됨.

□ 월 1회, 의류를 주로 구입하고, 구입 가격대는 사업자별로 달라

- (구입 빈도) '월 1회(35.0%)' 구입 비율이 가장 많았고, 다음으로 '두 달에 1회(22.9%)', '3주일에 1~2회(12.7%)', '2주일에 1회(10.9%)', '주 1회(10.1%)' 순이었음.

[구입 빈도]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
매일	8(3.1)	4(1.3)	2(0.7)	0(0.0)	1(0.4)	1(0.3)	16(0.9)
주 4~6회	6(2.3)	6(2.0)	5(1.7)	4(1.3)	6(2.4)	1(0.3)	28(1.6)
주 2~3회	24(9.3)	9(3.0)	23(7.7)	22(7.3)	11(4.3)	11(3.7)	100(5.8)
주 1회	19(7.4)	26(8.7)	38(12.7)	27(9.0)	37(14.6)	25(8.3)	172(10.1)
2주일에 1회	30(11.7)	35(11.7)	37(12.3)	29(9.7)	27(10.6)	29(9.7)	187(10.9)
3주일에 1~2회	21(8.2)	31(10.3)	42(14.0)	46(15.3)	33(13.0)	44(14.7)	217(12.7)
월 1회	92(35.8)	106(35.3)	105(35.0)	97(32.3)	82(32.3)	117(39.0)	599(35.0)
두 달에 1회	57(22.2)	83(27.7)	48(16.0)	75(25.0)	57(22.4)	72(24.0)	392(22.9)
합계	257(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	254(100.0)	300(100.0)	1,711(100.0)

- (구입 상품) 온라인 패션 편집숍을 통해 주로 구입하는 상품은 의류가 89.4%로 대부분이었고, 신발 3.3%, 가방 2.9% 등의 순으로 나타남.

[구입 상품]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
의류	196(76.3)	269(89.7)	278(92.7)	279(93.0)	211(83.1)	297(99.0)	1,530(89.4)
신발	23(8.9)	14(4.7)	1(0.3)	2(0.7)	15(5.9)	2(0.7)	57(3.3)
가방	21(8.2)	7(2.3)	7(2.3)	6(2.0)	9(3.5)	0(0.0)	50(2.9)
액세서리	8(3.1)	5(1.7)	5(1.7)	6(2.0)	4(1.6)	1(0.3)	29(1.7)
화장품	5(1.9)	1(0.3)	4(1.3)	2(0.7)	6(2.4)	0(0.0)	18(1.1)
기타잡화	4(1.6)	2(0.7)	3(1.0)	2(0.7)	1(0.4)	0(0.0)	12(0.7)
인테리어 소품	0(0.0)	1(0.3)	0(0.0)	1(0.3)	6(2.4)	0(0.0)	8(0.5)
문구·팬시용품	0(0.0)	0(0.0)	2(0.7)	2(0.7)	0(0.0)	0(0.0)	4(0.2)
가구가전	0(0.0)	1(0.3)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.8)	0(0.0)	3(0.2)
합계	257(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	254(100.0)	300(100.0)	1,711(100.0)

- (구입 가격대) 주로 구입한 가격대는 '1만원~3만원 미만(36.6%)'이 가장 많았고, '3만원~5만원 미만(32.6%)', '5만원~10만원 미만(20.1%)' 등의 순이었음.
- 브랜드, 에이블리, 지그재그의 경우 '1만원~3만원 미만'이 가장 많았던 반면, 무신사와 29CM는 '3만원~5만원 미만', W컨셉은 '5만원~10만원 미만'의 비중이 높았음.

[구입 가격대]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
1만 미만	4(1.6)	5(1.7)	15(5.0)	17(5.7)	2(0.8)	6(2.0)	49(2.9)
1만 이상~3만 미만	22(8.6)	54(18.0)	186(62.0)	182(60.7)	45(17.7)	137(45.7)	626(36.6)
3만 이상~5만 미만	55(21.4)	136(45.3)	70(23.3)	77(25.7)	93(36.6)	126(42.0)	557(32.6)
5만 이상~10만 미만	110(42.8)	91(30.3)	22(7.3)	16(5.3)	79(31.1)	26(8.7)	344(20.1)
10만 이상~20만 미만	48(18.7)	13(4.3)	6(2.0)	5(1.7)	26(10.2)	5(1.7)	103(6.0)
20만 이상~30만 미만	15(5.8)	1(0.3)	1(0.3)	1(0.3)	6(2.4)	0(0.0)	24(1.4)
30만 이상	3(1.2)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.7)	3(1.2)	0(0.0)	8(0.5)
합계	257(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	254(100.0)	300(100.0)	1,711(100.0)

□ '배송 지연', '상품 하자', '품질로 인한 주문 취소' 등 소비자피해 경험

- (경험 유무) 전체 응답자 중 23.3%가 소비자피해를 경험하였다고 응답함.

[소비자피해 경험 유무]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
피해 경험 있음	51(19.8)	52(17.3)	89(29.7)	89(29.7)	43(16.9)	75(25.0)	399(23.3)
피해 경험 없음	206(80.2)	248(82.7)	211(70.3)	211(70.3)	211(83.1)	225(75.0)	1,312(76.7)
합계	257(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	254(100.0)	300(100.0)	1,711(100.0)

- (불만 유형) ‘배송 지연(78.4%)’ 경험률이 가장 높았고, 다음으로 ‘품질 불량·하자(39.9%)’, ‘주문상품 품질로 주문취소(34.1%)’, ‘주문취소·교환·환불 지연(24.1%)’, ‘판매업체(스토어)와의 소통 어려움·연락 지연(23.1%)’ 등의 순이었음.(복수응답)

[소비자피해 유형(복수 응답)]

(단위 : 명, %)

구분		W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
배송, 취소·교환·환불 관련 피해	배송 지연	30(58.8)	32(61.5)	78(87.6)	77(86.5)	31(72.1)	65(86.7)	313(78.4)
	주문취소·교환·환불 지연	12(23.5)	19(36.5)	19(21.3)	20(22.5)	11(25.6)	15(20.0)	96(24.1)
	미배송	13(25.5)	3(5.8)	6(6.7)	5(5.6)	6(14.0)	5(6.7)	38(9.5)
	주문취소·교환·환불 거부	5(9.8)	0(0.0)	5(5.6)	1(1.1)	4(9.3)	1(1.3)	16(4.0)
	기타*	2(3.9)	7(13.5)	8(9.0)	5(5.6)	0(0.0)	9(12.0)	31(7.8)
품질, 판매업체, 부가혜택 관련 피해	품질 불량·하자	18(35.3)	22(42.3)	43(48.3)	35(39.3)	15(34.9)	26(34.7)	159(39.9)
	상품 품질로 주문취소	15(29.4)	13(25.0)	28(31.5)	37(41.6)	14(32.6)	29(38.7)	136(34.1)
	판매업체(스토어)와의 소통 어려움, 연락 지연	11(21.6)	6(11.5)	25(28.1)	20(22.5)	10(23.3)	20(26.7)	92(23.1)
	온라인 패션 편집숍과의 소통 어려움, 연락 지연	12(23.5)	8(15.4)	21(23.6)	10(11.2)	11(25.6)	10(13.3)	72(18.0)
	허위·과장된 상품 정보	8(15.7)	4(7.7)	13(14.6)	15(16.9)	7(16.3)	11(14.7)	58(14.5)
	포인트/마일리지 적립누락, 사용거부	7(13.7)	5(9.6)	3(3.4)	4(4.5)	0(0.0)	3(4.0)	22(5.5)
	기타*	1(2.0)	4(7.7)	9(10.1)	8(9.0)	2(4.7)	6(8.0)	30(7.5)

* 기타 : 상품 오배송, 재고부족, 상품 사이즈 상이, 반품비 요구 등

- (대처행동) 피해 경험 응답자 중 절반 이상(55.6%)이 소비자피해를 경험한 후 이의제기를 하지 않았고, 해당 온라인 패션 편집숍에 문의·항의·보상요청을 한 경우는 38.1%, 소비자보호기관에 문의·피해구제 요청한 경우는 1.5%로 나타남.

[소비자피해 대응 행동]

(단위 : 명, %)

구분	W컨셉	무신사	브랜드	에이블리	29CM	지그재그	전체
이의제기 하지 않음	26(51.0)	29(55.8)	48(53.9)	59(66.3)	21(48.8)	39(52.0)	222(55.6)
해당 온라인 패션 편집숍에 문의·항의 혹은 보상요청	22(43.1)	19(36.5)	35(39.3)	27(30.3)	21(48.8)	28(37.3)	152(38.1)
소비자보호기관에 문의 혹은 피해구제 요청	2(3.9)	2(3.8)	1(1.1)	0(0.0)	1(2.3)	0(0.0)	6(1.5)
기타*	1(2.0)	2(3.8)	5(5.6)	3(3.4)	0(0.0)	8(10.7)	19(4.8)
합계	51(100.0)	52(100.0)	89(100.0)	89(100.0)	43(100.0)	75(100.0)	399(100.0)

* 기타 : 주문취소, 리뷰 작성 등이 포함됨.