온라인 패션 플랫폼
입점업체 실태조사

2021. 4.

KBIZ 중소기업중앙회

목 차

제1장 조사 개요 ····· 1

1. 조사배경 ····· 3

2. 조사개요 ····· 3

3. 응답업체 특성 ····· 4

제2장 조사결과 ····· 5

제1절 일반 현황 ····· 7

제2절 매출 및 수수료 현황 ····· 17

제3절 애로사항 및 기타의견 ····· 25

제1장. 조사개요

제1장 조사 개요

1. 조사배경

○ 코로나19로 인한 비대면 거래의 일반화에 따라 온라인플랫폼을 통한 거래규모도 급격히 확산되고 있음

○ 이에 따라, 입점업체의 온라인플랫폼에 대한 거래의존도가 높아지고 있으며, 입점업체에 대한 불공정행위 등 피해발생 우려 증가

○ 공정거래위원회는 「온라인 플랫폼 공정화법」 제정안 국회 제출('21.1.28.)하였으며, 상반기 중 입법 완료 후 시행령 제정 계획

- 패션 플랫폼은 대외적으로 수수료 문제 부각되지 않아 조사 및 연구의 사각지대로 존재 → 제정안 및 시행령 관련 추가 의견 신속히 제출 필요

○ 이에, 온라인 패션 플랫폼에 대한 실태조사를 최초로 실시하여 제정 입법안 및 시행령에 대한 의견 제시에 활용하고자 함

2. 조사개요

○ 조사대상 : 온라인 패션 플랫폼 입점업체 500개사

○ 조사방법 : 구조화된 설문지를 이용한 전화, E-mail, 팩스, 방문조사 등 병행

○ 조사내용 : 일반현황, 매출 및 수수료 현황, 애로사항 등

〈표 1-1〉 주요 조사내용

구분	내용
일반현황	기업 일반 현황, 거래 패션 플랫폼, 주 거래 패션 플랫폼, 입점동기 등
매출 및 수수료 현황	전체 매출액 중 패션 플랫폼 매출액 비중, 패션 플랫폼 매출액 영업이익, 패션 플랫폼 판매수수료율, 패션 플랫폼 수수료 수준
애로사항	패션 플랫폼 입점 경험 애로사항, 기타의견

3. 응답업체 특성

〈표 1-2〉 응답업체 특성

		업체수(개)	비중(%)
[전체]		(500)	100.0
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	60.0
	하프클럽	(80)	16.0
	W컨셉	(60)	12.0
	29CM	(60)	12.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	52.6
	5~10억원 미만	(62)	12.4
	10~30억원 미만	(81)	16.2
	30~100억원 미만	(51)	10.2
	100억원 이상	(43)	8.6
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	24.6
	1~3년 미만	(200)	40.0
	3~5년 미만	(94)	18.8
	5년 이상	(83)	16.6

제2장. 조사결과

제2장 조사결과

제1절 일반 현황

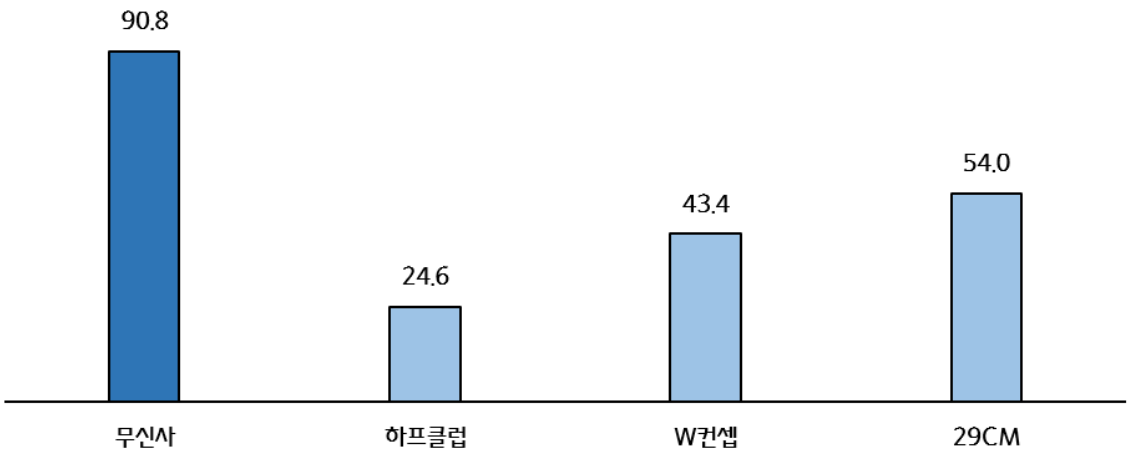
1. 거래 패션 플랫폼

○ 응답 업체의 거래(입점) 패션 플랫폼은 무신사가 90.8%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 다음으로 29CM(54.0%), W컨셉(43.4%), 하프클럽(24.6%) 등의 순임

- 세부적으로 살펴보면, 무신사와 거래하는 업체는 대체적으로 연 매출액이 적고 입점 기간이 오래되지 않은 경향을 보임
- 반대로 하프클럽과 거래하는 업체는 대체적으로 연 매출액이 많고, 플랫폼 입점 기간이 오래된 경향을 보임
- W컨셉, 29CM와 거래하는 업체는 플랫폼 입점 기간이 비교적 오래된 경향을 보임

[그림 2-1] 거래 패션 플랫폼

(Base: 전체, 단위: %, 복수응답)



〈표 2-1〉 거래 패션 플랫폼

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	무신사	하프클럽	W컨셉	29CM
[전체]		(500)	90.8	24.6	43.4	54.0
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	100.0	10.0	32.3	44.3
	하프클럽	(80)	46.3	100.0	41.3	45.0
	W컨셉	(60)	98.3	13.3	100.0	68.3
	29CM	(60)	96.7	8.3	45.0	100.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	95.4	12.9	35.7	52.9
	5~10억원 미만	(62)	96.8	22.6	62.9	64.5
	10~30억원 미만	(81)	87.7	25.9	43.2	51.9
	30~100억원 미만	(51)	76.5	45.1	45.1	49.0
	100억원 이상	(43)	76.7	72.1	60.5	55.8
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	99.2	8.9	28.5	46.3
	1~3년 미만	(200)	92.5	20.5	45.0	54.0
	3~5년 미만	(94)	86.2	34.0	50.0	55.3
	5년 이상	(83)	79.5	47.0	54.2	63.9

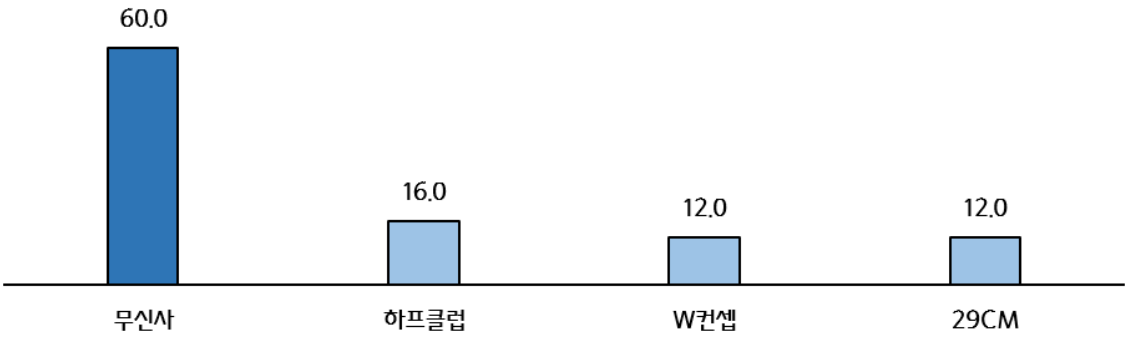
2. 주 거래 패션 플랫폼

❍ 응답 업체의 주 거래 패션 플랫폼은 무신사가 60.0%, 하프클럽 16.0%, W컨셉 12.0%, 29CM 12.0% 순으로 조사함

- 세부적으로 살펴보면, 무신사가 주 거래 패션 플랫폼인 업체는 30억 미만, 플랫폼 입점 기간이 오래되지 않은 업체가 상대적으로 높은 비율을 보임
- 하프클럽이 주 거래 패션플랫폼인 업체는 대체적으로 연 매출액이 많고, 플랫폼 입점 기간이 오래된 경향을 보임
- W컨셉, 29CM가 주 거래 패션 플랫폼인 업체는 무신사와 같이 연 매출액이 적고, 플랫폼 입점 기간이 오래되지 않은 경향을 보임

[그림 2-2] 주 거래 패션 플랫폼

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-2〉 주 거래 패션 플랫폼

(Base: 전체, 단위: 개, %)

		사례수	무신사	하프클럽	W컨셉	29CM
[전체]		(500)	60.0	16.0	12.0	12.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	62.4	7.6	16.0	14.1
	5~10억원 미만	(62)	61.3	8.1	11.3	19.4
	10~30억원 미만	(81)	69.1	18.5	3.7	8.6
	30~100억원 미만	(51)	45.1	37.3	11.8	5.9
	100억원 이상	(43)	44.2	48.8	4.7	2.3
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	72.4	4.9	13.0	9.8
	1~3년 미만	(200)	58.5	13.0	14.0	14.5
	3~5년 미만	(94)	53.2	21.3	11.7	13.8
	5년 이상	(83)	53.0	33.7	6.0	7.2

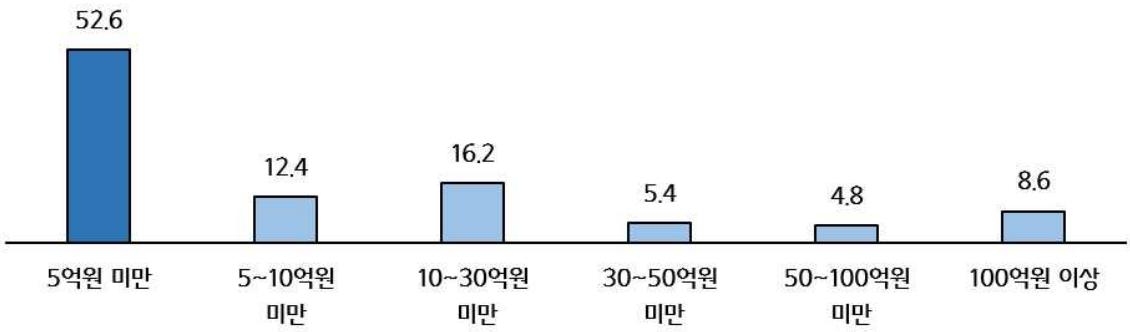
3. 연 매출액

○ 응답 업체의 연 매출액은 5억원 미만이 52.6%로 가장 높은 비율을 보였으며, 5~10억원 미만이 12.4%, 10~30억 미만이 16.2%로 조사됨

– 세부적으로 살펴보면, 연 매출액이 5억원 미만인 업체는 주 거래 패션 플랫폼이 W컨셉(70.0%), 플랫폼 입점 기간이 상대적으로 최근일수록 높은 비율을 보임

[그림 2-3] 연 매출액

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-3〉 연 매출액

(Base: 전체, 단위: 개, %)

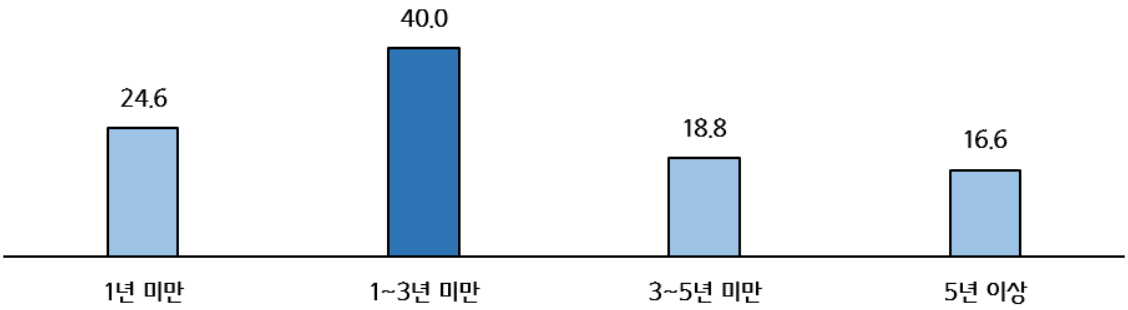
		사례수	5억원 미만	5~10 억원 미만	10~30 억원 미만	30~50 억원 미만	50~100 억원 미만	100억원 이상
[전체]		(500)	52.6	12.4	16.2	5.4	4.8	8.6
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	54.7	12.7	18.7	3.7	4.0	6.3
	하프클럽	(80)	25.0	6.3	18.8	11.3	12.5	26.3
	W컨셉	(60)	70.0	11.7	5.0	6.7	3.3	3.3
	29CM	(60)	61.7	20.0	11.7	5.0	0.0	1.7
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	66.7	5.7	13.8	3.3	2.4	8.1
	1~3년 미만	(200)	55.5	16.5	15.0	5.5	5.0	2.5
	3~5년 미만	(94)	48.9	11.7	18.1	8.5	5.3	7.4
	5년 이상	(83)	28.9	13.3	20.5	4.8	7.2	25.3

4. 패션 플랫폼 입점 기간

○ 응답 업체의 패션 플랫폼 입점 기간은 1~3년 미만이 40.0%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 다음으로 1년 미만(24.6%), 3~5년 미만(18.8%), 5년 이상(16.6%) 순임

[그림 2-4] 패션 플랫폼 입점 기간

(Base: 전체, 단위: %)



<표 2-4> 패션 플랫폼 입점 기간

(Base: 전체, 단위: 개, %)

		사례수	1년 미만	1~3년 미만	3~5년 미만	5년 이상
[전체]		(500)	24.6	40.0	18.8	16.6
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	29.7	39.0	16.7	14.7
	하프클럽	(80)	7.5	32.5	25.0	35.0
	W컨셉	(60)	26.7	46.7	18.3	8.3
	29CM	(60)	20.0	48.3	21.7	10.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	31.2	42.2	17.5	9.1
	5~10억원 미만	(62)	11.3	53.2	17.7	17.7
	10~30억원 미만	(81)	21.0	37.0	21.0	21.0
	30~100억원 미만	(51)	13.7	41.2	25.5	19.6
	100억원 이상	(43)	23.3	11.6	16.3	48.8

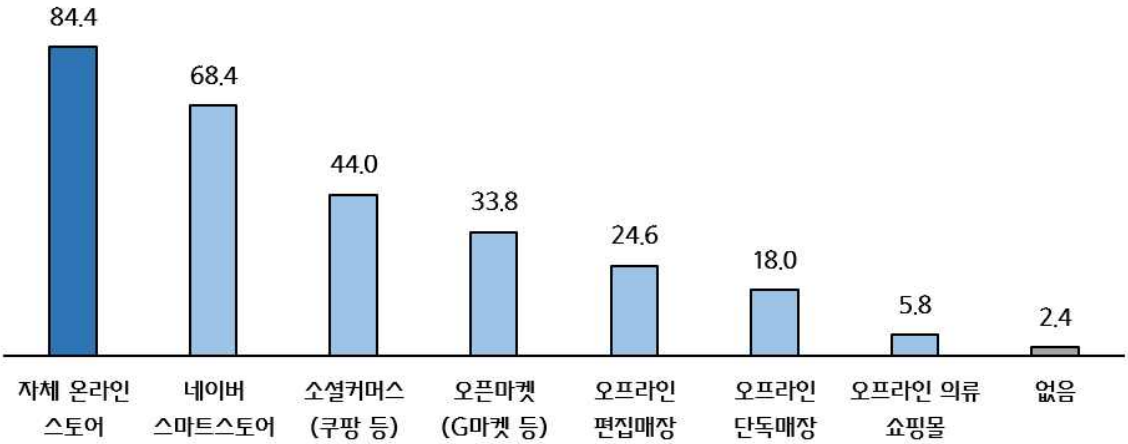
5. 플랫폼 외 판매 경로

○ 응답 업체의 플랫폼 외 판매 경로는 자체 온라인 스토어가 84.4%로 가장 높은 비율을 보였으며, 그 다음으로 네이버 스마트스토어(68.4%), 소셜커머스(44.0%), 오픈마켓(33.8%), 오프라인 편집매장(24.6%), 오프라인 단독매장(18.0%), 오프라인 의류 쇼핑몰(5.8%) 순임

- 세부적으로 살펴보면, 하프클럽이 주 거래 패션 플랫폼인 업체, 연 매출액이 많은 업체, 플랫폼 입점 기간이 오래된 업체일수록 플랫폼 외 판매 경로를 많이 활용하고 있음

[그림 2-5] 플랫폼 외 판매 경로

(Base: 전체, 단위: %, 복수응답)



〈표 2-5〉 플랫폼 외 판매 경로(1)

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	자체 온라인 스토어	네이버 스마트스토어	소셜커머스 (쿠팡 등)	오픈마켓 (G마켓 등)
[전체]		(500)	84.4	68.4	44.0	33.8
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	82.0	63.0	38.7	29.3
	하프클럽	(80)	90.0	85.0	73.8	68.8
	W컨셉	(60)	81.7	73.3	41.7	23.3
	29CM	(60)	91.7	68.3	33.3	20.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	84.0	62.0	31.2	17.9
	5~10억원 미만	(62)	82.3	61.3	43.5	43.5
	10~30억원 미만	(81)	80.2	71.6	49.4	35.8
	30~100억원 미만	(51)	84.3	84.3	66.7	62.7
	100억원 이상	(43)	97.7	93.0	86.0	79.1
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	80.5	65.0	36.6	25.2
	1~3년 미만	(200)	84.5	66.0	40.0	31.5
	3~5년 미만	(94)	87.2	67.0	45.7	34.0
	5년 이상	(83)	86.7	80.7	62.7	51.8

〈표 2-6〉 플랫폼 외 판매 경로(2)

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	오프라인 편집매장	오프라인 단독매장	오프라인 의류 쇼핑몰	없음
[전체]		(500)	24.6	18.0	5.8	2.4
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	22.7	14.3	4.7	3.7
	하프클럽	(80)	38.8	31.3	6.3	0.0
	W컨셉	(60)	23.3	21.7	6.7	0.0
	29CM	(60)	16.7	15.0	10.0	1.7
연 매출액	5억원 미만	(263)	15.6	9.5	4.9	3.0
	5~10억원 미만	(62)	22.6	12.9	6.5	0.0
	10~30억원 미만	(81)	34.6	22.2	7.4	3.7
	30~100억원 미만	(51)	27.5	25.5	2.0	2.0
	100억원 이상	(43)	60.5	60.5	11.6	0.0
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	18.7	12.2	2.4	3.3
	1~3년 미만	(200)	17.5	13.0	5.0	2.5
	3~5년 미만	(94)	33.0	21.3	9.6	3.2
	5년 이상	(83)	41.0	34.9	8.4	0.0

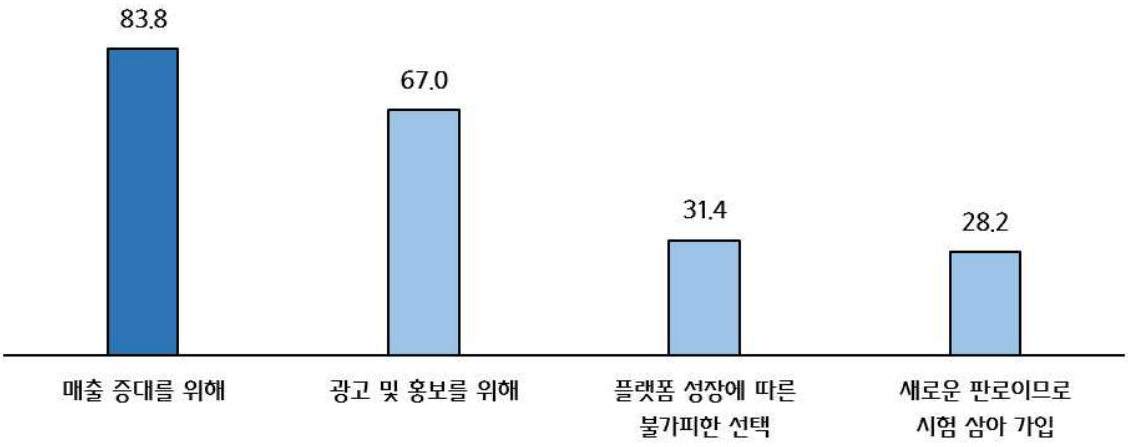
6. 입점 동기

○ 응답 업체의 패션 플랫폼 입점 동기는 매출 증대를 위해가 83.8%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 다음으로 광고 및 홍보를 위해(67.0%), 플랫폼 성장에 따른 불가피한 선택(31.4%), 새로운 판로이므로 시험삼아 가입(28.2%) 순임

– 세부적인 특성별로 입점 동기의 유의미한 차이는 없음

[그림 2-6] 입점 동기

(Base: 전체, 단위: %, 복수응답)



〈표 2-7〉 입점 동기

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	매출 증대를 위해	광고 및 홍보를 위해	플랫폼 성장에 따른 불가피한 선택	새로운 판로이므로 시험 삼아 가입
[전체]		(500)	83.8	67.0	31.4	28.2
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	82.7	64.3	32.0	27.7
	하프클럽	(80)	86.3	68.8	27.5	26.3
	W컨셉	(60)	88.3	80.0	26.7	28.3
	29CM	(60)	81.7	65.0	38.3	33.3
연 매출액	5억원 미만	(263)	83.7	74.9	31.6	28.9
	5~10억원 미만	(62)	91.9	66.1	29.0	21.0
	10~30억원 미만	(81)	90.1	58.0	30.9	30.9
	30~100억원 미만	(51)	88.2	64.7	25.5	23.5
	100억원 이상	(43)	55.8	39.5	41.9	34.9
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	78.0	62.6	28.5	28.5
	1~3년 미만	(200)	88.5	71.0	26.5	29.5
	3~5년 미만	(94)	87.2	68.1	36.2	28.7
	5년 이상	(83)	77.1	62.7	42.2	24.1

제2절 매출 및 수수료 현황

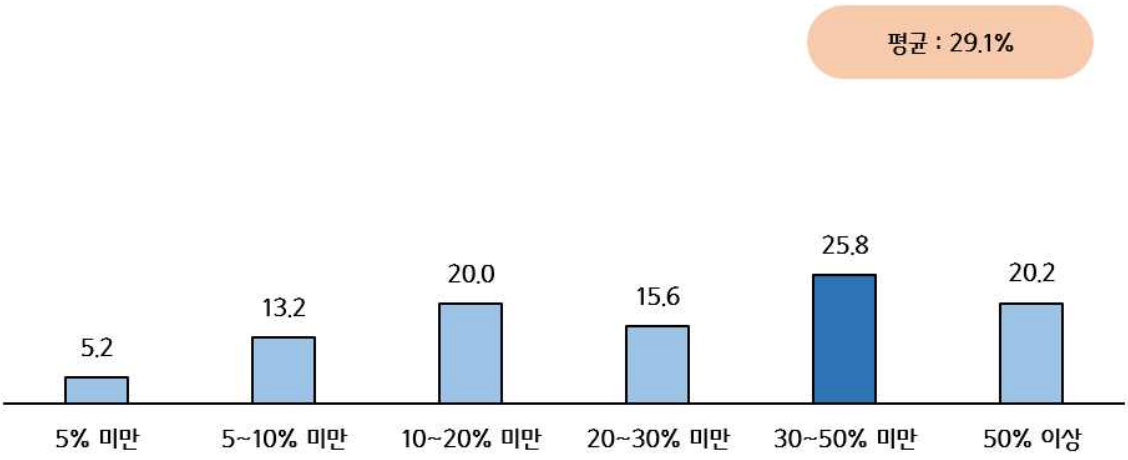
1. 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중

○ 응답 업체의 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중은 30~50% 미만이 25.8%로 가장 높은 비율을 보였고, 평균은 29.1%로 나타남

- 세부적으로 살펴보면, 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중은 주 거래 패션 플랫폼이 무신사인 업체가 평균 33.4%로 가장 높았고, 그 다음으로 29CM(평균 26.6%), W컨셉(평균 26.0%), 하프클럽(평균 17.0%) 순임
- 연 매출액이 적은 업체일수록 대체적으로 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중이 높은 경향을 보임

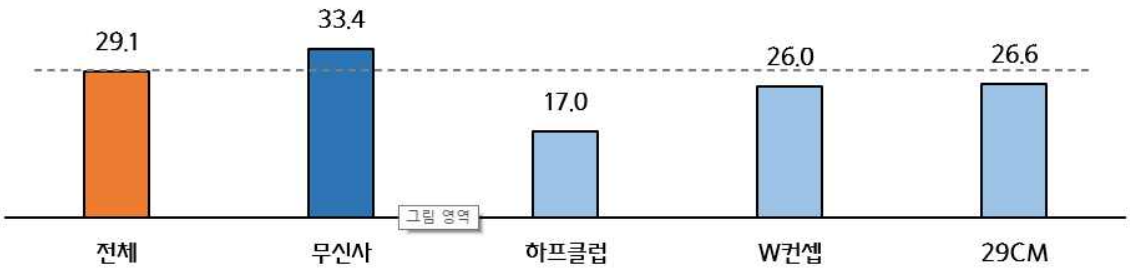
[그림 2-7] 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중

(Base: 전체, 단위: %)



[그림 2-8] 플랫폼별 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중

(Base: 전체, 단위: %)



<표 2-8> 전체 매출액 대비 패션 플랫폼 매출액 비중

(Base: 전체, 단위: 개, %)

		사례수	5% 미만	5~10 % 미만	10~20 % 미만	20~30 % 미만	30~50 % 미만	50% 이상	평균
[전체]		(500)	5.2	13.2	20.0	15.6	25.8	20.2	29.1
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	4.7	12.7	18.0	13.3	23.7	27.7	33.4
	하프클럽	(80)	11.3	21.3	28.8	15.0	21.3	2.5	17.0
	W컨셉	(60)	3.3	3.3	26.7	20.0	33.3	13.3	26.0
	29CM	(60)	1.7	15.0	11.7	23.3	35.0	13.3	26.6
연 매출액	5억원 미만	(263)	4.2	7.2	16.7	14.4	28.9	28.5	34.4
	5~10억원 미만	(62)	3.2	12.9	12.9	27.4	32.3	11.3	27.5
	10~30억원 미만	(81)	6.2	17.3	17.3	21.0	29.6	8.6	24.0
	30~100억원 미만	(51)	7.8	11.8	39.2	5.9	15.7	19.6	25.5
	100억원 이상	(43)	9.3	44.2	32.6	7.0	2.3	4.7	12.3
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	9.8	17.1	17.1	13.8	22.8	19.5	27.3
	1~3년 미만	(200)	3.0	12.0	20.0	20.0	26.5	18.5	28.9
	3~5년 미만	(94)	3.2	8.5	19.1	16.0	27.7	25.5	32.6
	5년 이상	(83)	6.0	15.7	25.3	7.2	26.5	19.3	28.0

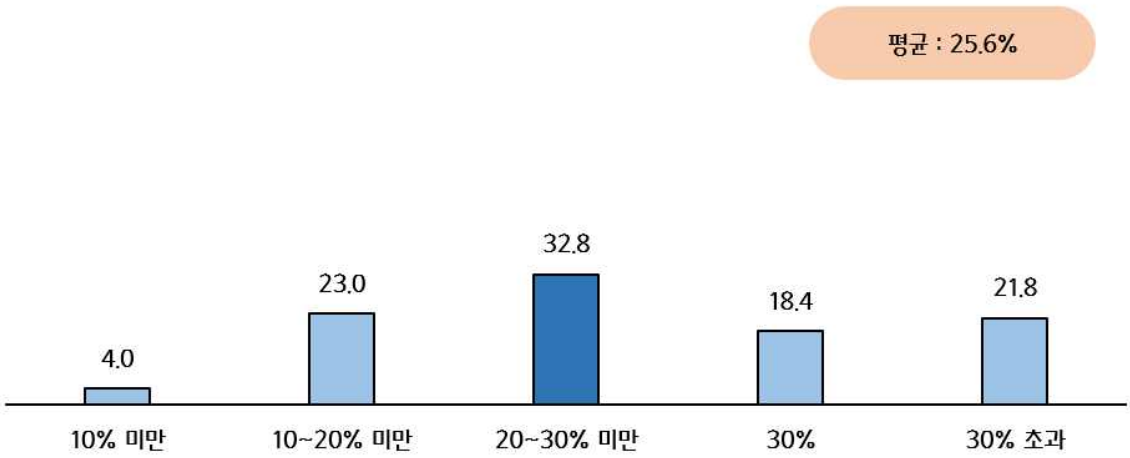
2. 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중

○ 응답 업체의 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중은 20~30% 미만(32.8%), 30%(18.4%)가 높은 비율을 보였고, 평균은 25.6%로 나타남

- 세부적으로 살펴보면, 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중은 주 거래 패션 플랫폼이 29CM인 업체가 평균 27.6%로 가장 높았고, 그 다음으로 무신사(평균 26.7%), W컨셉(평균 23.0%), 하프클럽(평균 22.2%) 순임
- 플랫폼 입점 기간이 오래된 업체일수록 대체적으로 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중이 높은 경향을 보임

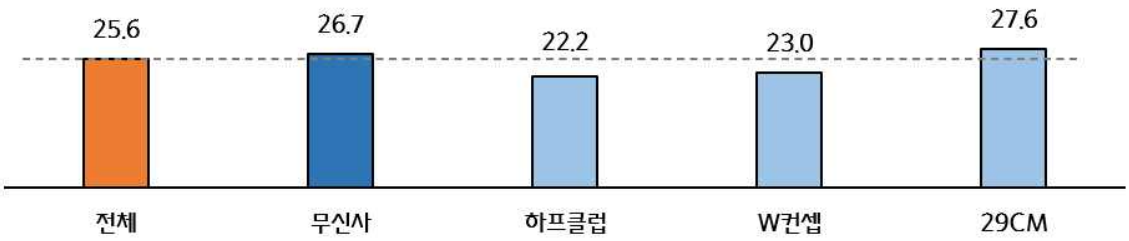
[그림 2-9] 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중

(Base: 전체, 단위: %)



[그림 2-10] 플랫폼별 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-9〉 패션 플랫폼 매출액 중 영업이익 비중

(Base: 전체, 단위: 개, %)

		사례수	10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30%	30% 초과	평균
[전체]		(500)	4.0	23.0	32.8	18.4	21.8	25.6
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	4.7	22.0	31.7	17.7	24.0	26.7
	하프클럽	(80)	1.3	26.3	45.0	18.8	8.8	22.2
	W컨셉	(60)	6.7	28.3	30.0	16.7	18.3	23.0
	29CM	(60)	1.7	18.3	25.0	23.3	31.7	27.6
연 매출액	5억원 미만	(263)	4.9	25.5	30.4	18.6	20.5	25.0
	5~10억원 미만	(62)	1.6	30.6	29.0	16.1	22.6	25.1
	10~30억원 미만	(81)	3.7	17.3	34.6	16.0	28.4	27.6
	30~100억원 미만	(51)	2.0	19.6	52.9	11.8	13.7	22.9
	100억원 이상	(43)	4.7	11.6	25.6	32.6	25.6	29.6
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	6.5	30.1	32.5	15.4	15.4	23.6
	1~3년 미만	(200)	3.0	23.5	31.5	16.5	25.5	26.2
	3~5년 미만	(94)	4.3	19.1	34.0	20.2	22.3	26.3
	5년 이상	(83)	2.4	15.7	34.9	25.3	21.7	26.5

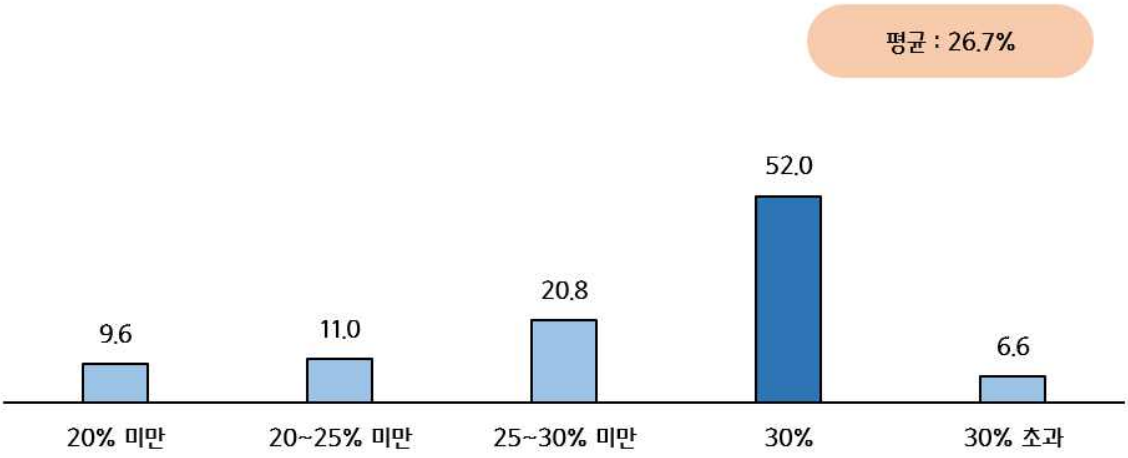
3. 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율

○ 응답 업체의 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율은 30%(32.8%), 25~30% 미만(20.8%)이 높은 비율을 보였고, 평균은 26.7%로 나타남

- 세부적으로 살펴보면, 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율은 주 거래 패션 플랫폼이 W컨셉인 업체가 평균 28.3%로 가장 높았고, 그 다음으로 29CM (평균 28.0%), 무신사(평균 27.6%), 하프클럽(평균 21.1%) 순임
- 연 매출액이 적을수록, 플랫폼 입점 기간이 짧을수록 평균 판매수수료율이 높은 경향을 보임

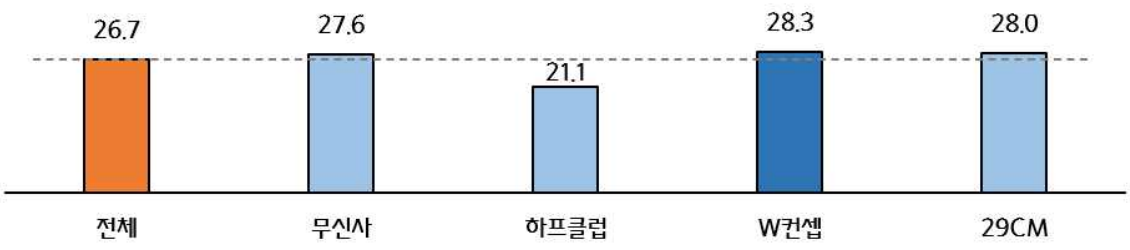
[그림 2-11] 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율

(Base: 전체, 단위: %)



[그림 2-12] 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-10〉 패션 플랫폼과 계약한 판매수수료율

(Base: 전체, 단위: 개, %)

		사례수	20% 미만	20~25% 미만	25~30% 미만	30%	30% 초과	평균
[전체]		(500)	9.6	11.0	20.8	52.0	6.6	26.7
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	7.0	9.0	17.7	57.0	9.3	27.6
	하프클럽	(80)	31.3	25.0	28.8	13.8	1.3	21.1
	W컨셉	(60)	1.7	1.7	30.0	63.3	3.3	28.3
	29CM	(60)	1.7	11.7	16.7	66.7	3.3	28.0
연 매출액	5억원 미만	(263)	1.5	5.7	15.6	66.9	10.3	29.0
	5~10억원 미만	(62)	3.2	9.7	22.6	59.7	4.8	27.7
	10~30억원 미만	(81)	4.9	25.9	33.3	32.1	3.7	25.3
	30~100억원 미만	(51)	23.5	15.7	37.3	23.5	0.0	22.9
	100억원 이상	(43)	60.5	11.6	7.0	20.9	0.0	18.4
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	3.3	9.8	17.9	59.3	9.8	28.1
	1~3년 미만	(200)	6.0	11.0	19.0	60.5	3.5	27.3
	3~5년 미만	(94)	10.6	13.8	22.3	44.7	8.5	26.4
	5년 이상	(83)	26.5	9.6	27.7	28.9	7.2	23.6

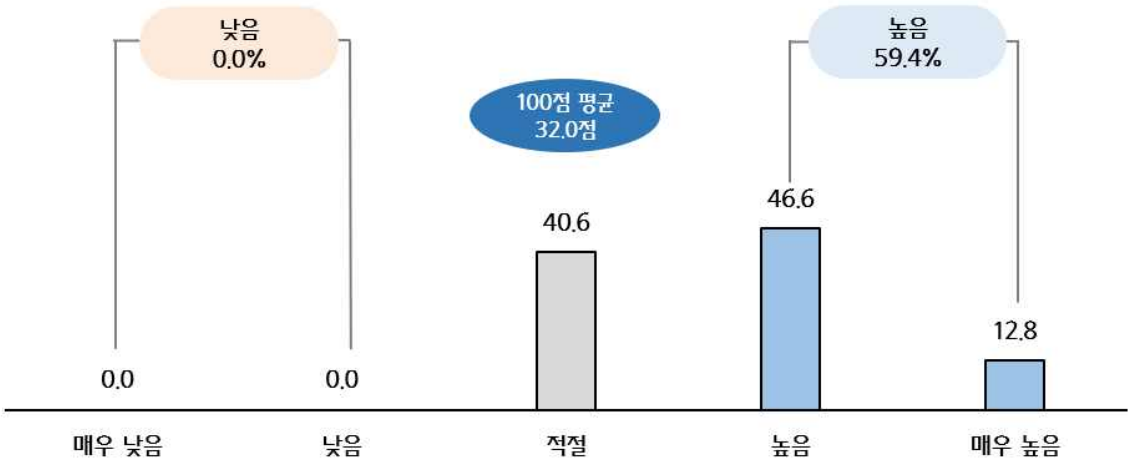
4. 패션 플랫폼 입점 효과 대비 수수료 수준

○ 응답 업체의 패션 플랫폼 입점 효과 대비 수수료 수준은 높다는 의견이 59.4%(높음 46.6% + 매우 높음 12.8%), 수수료 수준이 낮다는 의견은 0%로 조사됨. 100점 평균 점수 기준으로 32.0점임

- 세부적으로 살펴보면, 패션 플랫폼 입점 효과 대비 수수료 수준에 대해 주 거래 패션 플랫폼이 29CM인 업체가 100점 평균 점수 기준 29.6점으로 수수료가 가장 높다고 인식하고 있으며, 그 다음으로 무신사(30.3점), W컨셉(32.1점), 하프클럽(39.7점) 순임
- 연 매출액이 적을수록, 플랫폼 입점 기간이 짧을수록 대체적으로 수수료가 높다고 인식하고 있음

[그림 2-13] 패션 플랫폼 입점 효과 대비 수수료 수준

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-11〉 패션 플랫폼 입점 효과 대비 수수료 수준

(Base: 전체, 단위: 개, %, 점)

		사례수	세부평가					종합평가			5점 평균	100점 평균
			매우 낮음	낮음	적절	높음	매우 높음	낮음	적절	높음		
[전체]		(500)	0.0	0.0	40.6	46.6	12.8	0.0	40.6	59.4	2.28	32.0
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	0.0	0.0	36.3	48.7	15.0	0.0	36.3	63.7	2.21	30.3
	하프클럽	(80)	0.0	0.0	63.8	31.3	5.0	0.0	63.8	36.3	2.59	39.7
	W컨셉	(60)	0.0	0.0	35.0	58.3	6.7	0.0	35.0	65.0	2.28	32.1
	29CM	(60)	0.0	0.0	36.7	45.0	18.3	0.0	36.7	63.3	2.18	29.6
연 매출액	5억원 미만	(263)	0.0	0.0	28.5	53.6	17.9	0.0	28.5	71.5	2.11	27.7
	5~10억원 미만	(62)	0.0	0.0	38.7	45.2	16.1	0.0	38.7	61.3	2.23	30.6
	10~30억원 미만	(81)	0.0	0.0	48.1	46.9	4.9	0.0	48.1	51.9	2.43	35.8
	30~100억원 미만	(51)	0.0	0.0	58.8	35.3	5.9	0.0	58.8	41.2	2.53	38.2
	100억원 이상	(43)	0.0	0.0	81.4	18.6	0.0	0.0	81.4	18.6	2.81	45.3
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	0.0	0.0	28.5	55.3	16.3	0.0	28.5	71.5	2.12	28.0
	1~3년 미만	(200)	0.0	0.0	43.0	45.0	12.0	0.0	43.0	57.0	2.31	32.8
	3~5년 미만	(94)	0.0	0.0	41.5	44.7	13.8	0.0	41.5	58.5	2.28	31.9
	5년 이상	(83)	0.0	0.0	51.8	39.8	8.4	0.0	51.8	48.2	2.43	35.8

* 5점 평균, 100점 평균 점수가 높을수록 수수료가 낮다(적절하다)고 인식

제3절 애로사항 및 기타의견

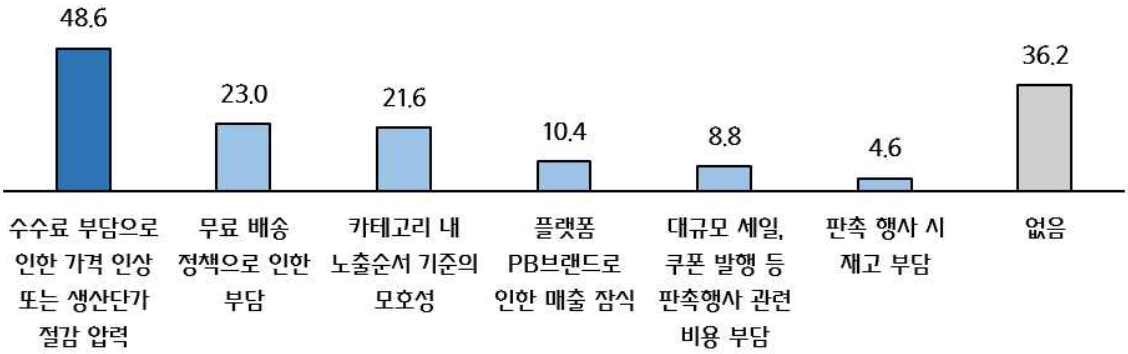
1. 패션 플랫폼에 입점하여 경험한 애로사항

○ 응답 업체의 패션 플랫폼에 입점하여 경험한 애로사항은 수수료 부담으로 인한 가격 인상 또는 생산단가 절감 압력이 48.6%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 다음으로 무료 배송 정책으로 인한 부담(23.0%), 카테고리 내 노출순서 기준의 모호성(21.6%), 플랫폼 PB브랜드로 인한 매출 잠식(10.6%) 등의 순임. 없다는 의견은 36.2%로 나타남

- 세부적으로 살펴보면, 주 거래 플랫폼이 무신사인 업체는 무료 배송 정책으로 인한 부담, 카테고리 내 노출순서 기준의 모호성이 애로사항이라는 의견이 상대적으로 높은 비율을 보임
- W컨셉인 업체는 플랫폼 PB브랜드로 인한 매출 잠식, 대규모 세일 쿠폰 발행 등 판촉행사 관련 비용 부담이 상대적으로 높음
- 29CM인 업체는 수수료 부담으로 인한 가격인상 또는 생산단가 절감 압력이 상대적으로 높음
- 하프클럽인 업체는 패션 플랫폼에 입점 애로사항에 대해 대부분 가장 낮은 비율을 보임

[그림 2-14] 패션 플랫폼에 입점하여 경험한 애로사항

(Base: 전체, 단위: %)



〈표 2-12〉 패션 플랫폼에 입점하여 경험한 애로사항(1)

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	수수료 부담으로 인한 가격 인상 또는 생산단가 절감 압력	무료 배송 정책으로 인한 부담	카테고리 내 노출순서 기준의 모호성
[전체]		(500)	48.6	23.0	21.6
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	47.0	25.7	26.3
	하프클럽	(80)	38.8	12.5	7.5
	W컨셉	(60)	56.7	21.7	21.7
	29CM	(60)	61.7	25.0	16.7
연 매출액	5억원 미만	(263)	58.6	29.7	25.1
	5~10억원 미만	(62)	45.2	24.2	19.4
	10~30억원 미만	(81)	40.7	14.8	19.8
	30~100억원 미만	(51)	47.1	19.6	19.6
	100억원 이상	(43)	9.3	0.0	9.3
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	53.7	19.5	22.0
	1~3년 미만	(200)	49.0	23.5	20.5
	3~5년 미만	(94)	46.8	25.5	18.1
	5년 이상	(83)	42.2	24.1	27.7

〈표 2-13〉 패션 플랫폼에 입점하여 경험한 애로사항(2)

(Base: 전체, 단위: 개, %, 복수응답)

		사례수	플랫폼 PB브랜드로 인한 매출 잠식	대규모 세일, 쿠폰 발행 등 판촉행사 관련 비용 부담	판촉 행사 시 재고 부담	없음
[전체]		(500)	10.4	8.8	4.6	36.2
주 거래 패션 플랫폼	무신사	(300)	12.7	8.7	3.7	34.0
	하프클럽	(80)	3.8	7.5	6.3	55.0
	W컨셉	(60)	13.3	16.7	8.3	30.0
	29CM	(60)	5.0	3.3	3.3	28.3
연 매출액	5억원 미만	(263)	12.2	10.3	4.9	25.5
	5~10억원 미만	(62)	11.3	8.1	3.2	33.9
	10~30억원 미만	(81)	7.4	6.2	2.5	45.7
	30~100억원 미만	(51)	11.8	11.8	7.8	41.2
	100억원 이상	(43)	2.3	2.3	4.7	81.4
플랫폼 입점 기간	1년 미만	(123)	8.1	7.3	2.4	31.7
	1~3년 미만	(200)	8.0	8.5	4.0	38.0
	3~5년 미만	(94)	12.8	11.7	6.4	35.1
	5년 이상	(83)	16.9	8.4	7.2	39.8

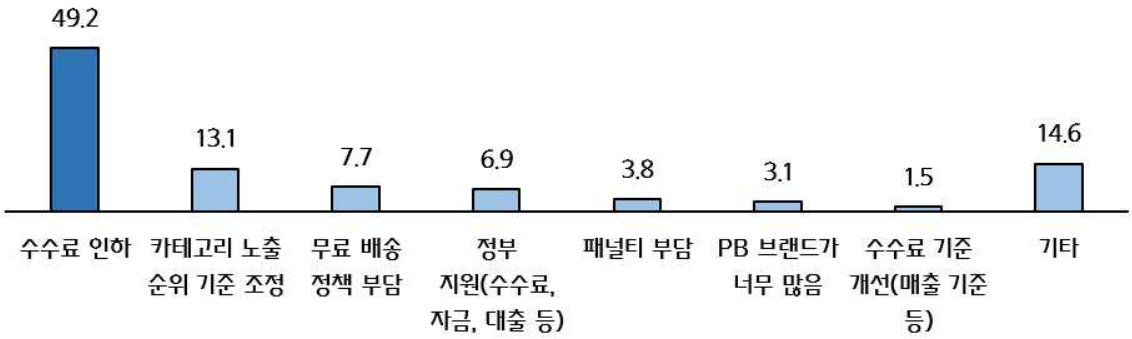
2. 패션 플랫폼 활용 관련 기타의견

○ 패션 플랫폼 활용 관련 기타의견 응답 업체는 수수료 인하에 대한 의견이 49.2%로 가장 많았고, 그 다음으로 카테고리 노출 순위 기준 조정(13.1%), 무료 배송 정책 부담(7.7%), 정부 지원(6.9%) 등의 순을 보임

○ 그 외 의견에는 페널티 부담, PB브랜드 과다 등임

[그림 2-15] 패션 플랫폼 활용 관련 기타의견

(Base: 기타의견이 있는 업체, 단위: %)



〈표 2-14〉 패션 플랫폼 활용 관련 기타의견

(Base: 기타의견이 있는 업체, 단위: 개, %, 복수응답)

	사례수	비율
전체	**130**	**100.0**
수수료 인하	64	49.2
카테고리 노출 순위 기준 조정	17	13.1
무료 배송 정책 부담	10	7.7
정부 지원(수수료, 자금, 대출 등)	9	6.9
페널티 부담	5	3.8
PB 브랜드가 너무 많음	4	3.1
수수료 기준 개선(매출 기준 등)	2	1.5
기타(결제 주기 단축 등)	19	14.6