





데이터 분석 기준

■ 데이터 기간

2019년 12월 ~ 2021년 3월

■ 데이터 출처

Dighty (웹 - 키워드, 구매 데이터, 앱 설치 데이터),
통계청(온라인 쇼핑액)

■ 데이터 소스

패션업종 온라인쇼핑거래액추이
여성 의류(67개), 화장품(40개) 사이트의 유입·구매데이터
패션 관련 키워드 데이터
앱 설치수추이, 앱 중복 설치율



요즘, 패션 트렌드 얼마나 알고 계신가요?

2020년 패션 온라인 쇼핑 거래액이 가장 많은 달은?

5월 vs 7월 vs 9월 vs 11월

여성 의류와 화장품 사이트 방문자가 가장 많은 시간대는?

08시 vs 11시 vs 22시 vs 23시

2021년 겨울, 유입수가 가장 높았던 여성 패션 검색어는?

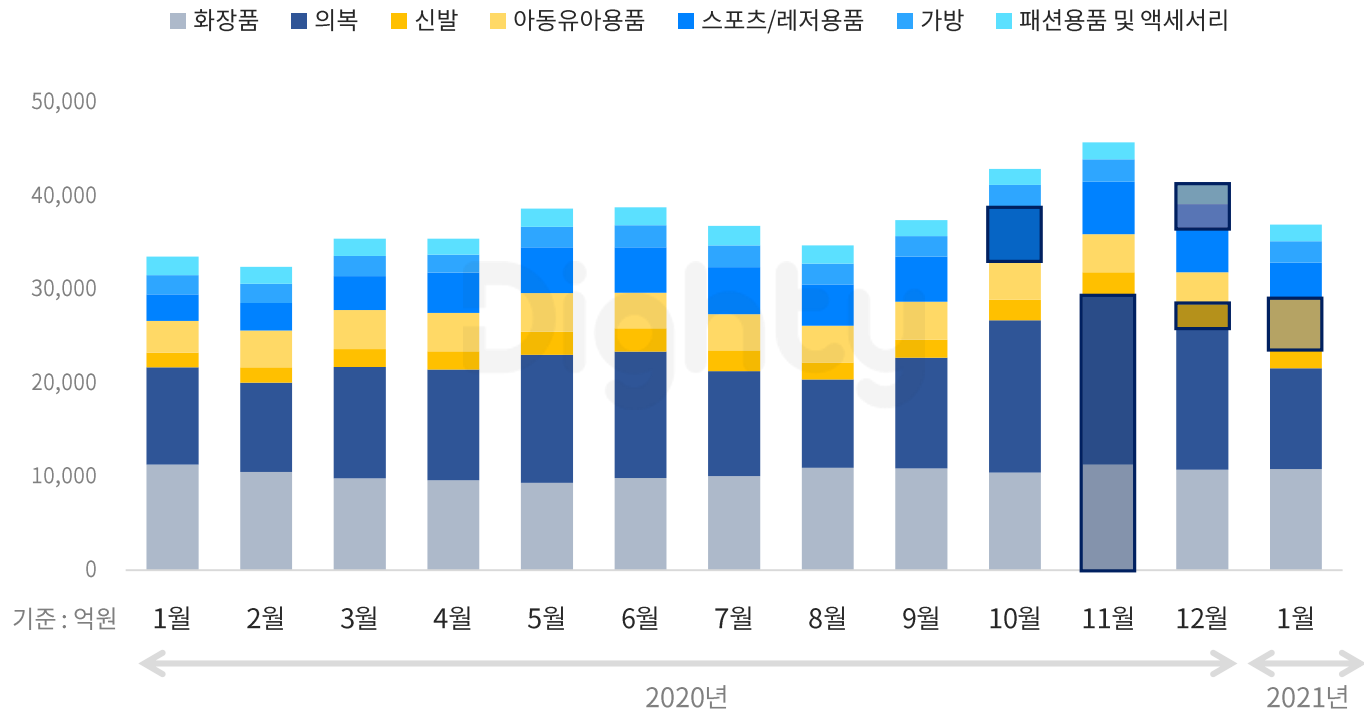
후리스 vs 잠옷 vs 경량패딩 vs 니트원피스

에이블리와 지그재그 앱 중복 설치율은?

19% vs 29% vs 39% vs 49%

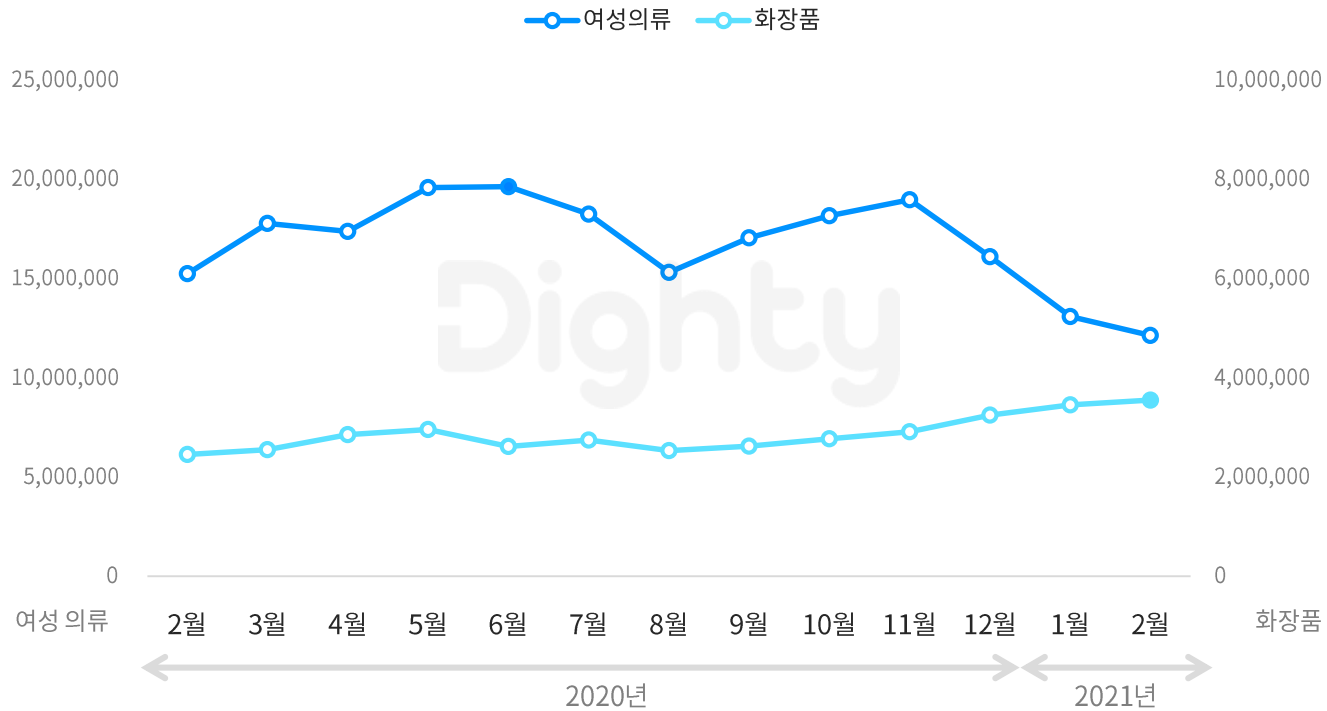
- 2020년 4분기(11월~12월)의 패션 품목별 온라인 구매 금액이 가장 높은 것으로 나타남
- 가장 구매금액이 큰 ‘화장품’과 ‘의복’ 모두 11월의 구매금액이 가장 컸으며 전월보다 각각 8%와 11% 상승함
- ‘아동 유아용품’은 2021년 1월의 구매액이 가장 컸는데, 전월 대비 약 56% 상승한 것으로 나타남

월별 패션 온라인 쇼핑 거래액



- 여성 의류 사이트는 6월에 유입수가 가장 많았으며, 봄과 가을에 상승하고 겨울에 하락함
- 특히 2020년 11월 이후 감소세가 이어졌으며, 2021년 1월과 2월에 가장 낮은 유입수를 기록함
- 화장품 사이트는 2월 이후 지속적으로 상승하는 추이로 2021년 2월 가장 방문자 수가 많았음

월별 여성 의류/화장품 사이트 유입 수

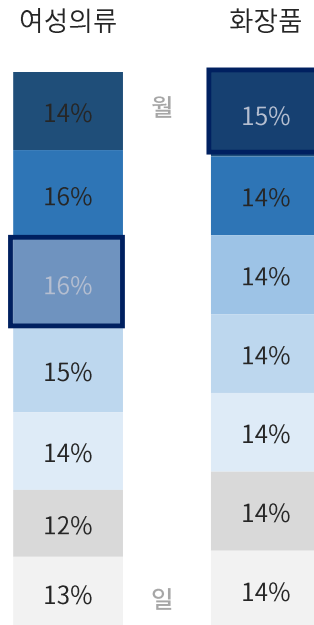


방구석패피

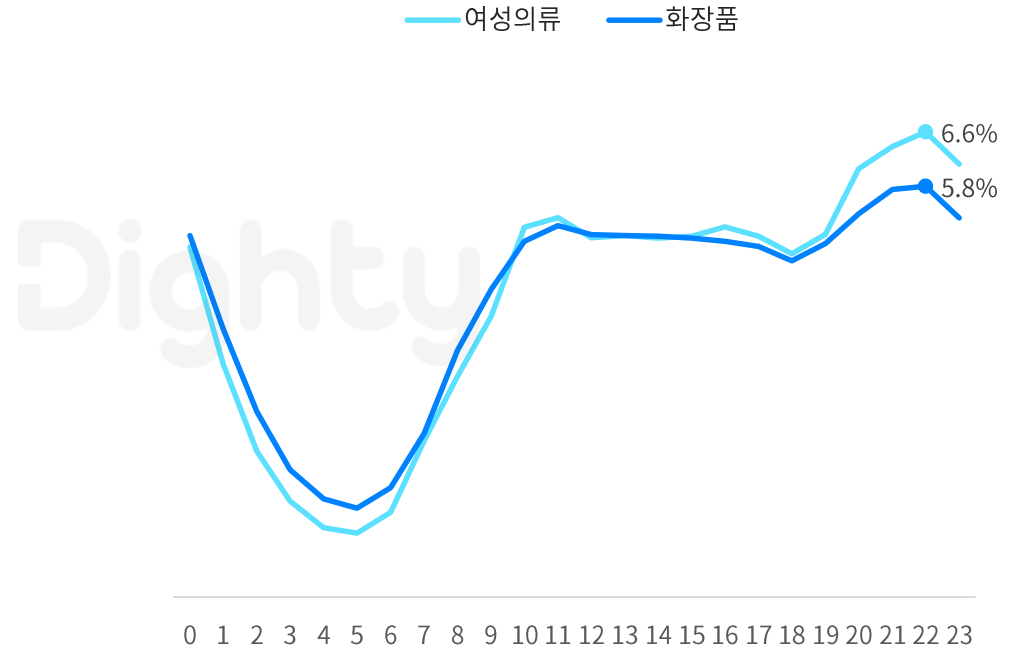
여성 의류/화장품 업종 사이트 유입 비중 (요일/시간)

- 여성 의류 사이트는 수요일, 화장품 사이트는 월요일에 가장 유입수가 많았음
- 화장품 사이트는 월~일요일 동안 비교적 고르게 방문하는데 비해, 여성 의류는 화~목의 비중이 컸음
- 시간별로는 밤 10시에 유입이 가장 많았으며, 특히 저녁(20~23시)에 전체 유입의 22~25%을 차지

여성 의류/화장품 사이트 요일별 방문 비중



여성 의류/화장품 사이트 시간별 방문 비중



- 2020년에는 다양한 원피스 키워드(비치/하객/니트)가 유입수 상위에 있었으나, 2021년에는 코로나19의 영향으로 잠옷, 파자마 등 실내복의 유입수가 상위에 위치함
- 2020년 상위에 있던 메이크업 상품이(쿠션팩트/파운데이션/립스틱)이 2021년에는 순위에 없는 대신에 보습제(립밤/오일)와 마스크 위로 노출되는 헤어(쿠션/쉐도우) 관련 상품이 자리함

여성 의류 인기 유입 키워드

	2020년	2021년
1	원피스	잠옷
2	커플잠옷	커플잠옷
3	잠옷	파자마
4	수영복	원피스
5	비치원피스	여성잠옷
6	하객원피스	커플파자마
7	여름원피스	남자잠옷
8	휴양지원피스	여자잠옷
9	블라우스	수면잠옷
10	여성정장	하객원피스
11	여성정장세트	극세사수면잠옷
12	여성원피스	남성잠옷
13	겨울원피스	빅사이즈잠옷
14	니트원피스	면잠옷
15	원피스수영복	신혼부부커플잠옷

화장품 인기 유입 키워드

	2020년	2021년
1	아이크림	립밤
2	톤업크림	호호바오일
3	립밤	헤어쿠션
4	바디브러쉬	틴트
5	메이크업브러쉬세트	등드름미스트
6	마스크팩	립밤추천
7	틴트	헤어라인쉐도우
8	수분크림	피부재생크림
9	바디워시	수분크림
10	쿠션팩트	틴트립밤
11	파운데이션	모공수축팩
12	립스틱	바디미스트
13	향수	바디클렌저
14	주름개선크림	젤네일세트
15	아이섀도우	남자립밤

- 2020년의 겨울은 휴양지 여행의 성수기(12월~2월)로 여름철의 패션아이템(아쿠아슈즈/샌들)이 순위에 오르기도 함
- 2021년에는 상위에 여름 아이템의 검색어는 없었으며, 새로 방한 슬리퍼(어그/털)가 7위와 9위에 오름
- 가방은 백팩 키워드의 인기가 지속되었으며, 2021년에 노트북 가방의 순위가 상승

신발 인기 유입 키워드

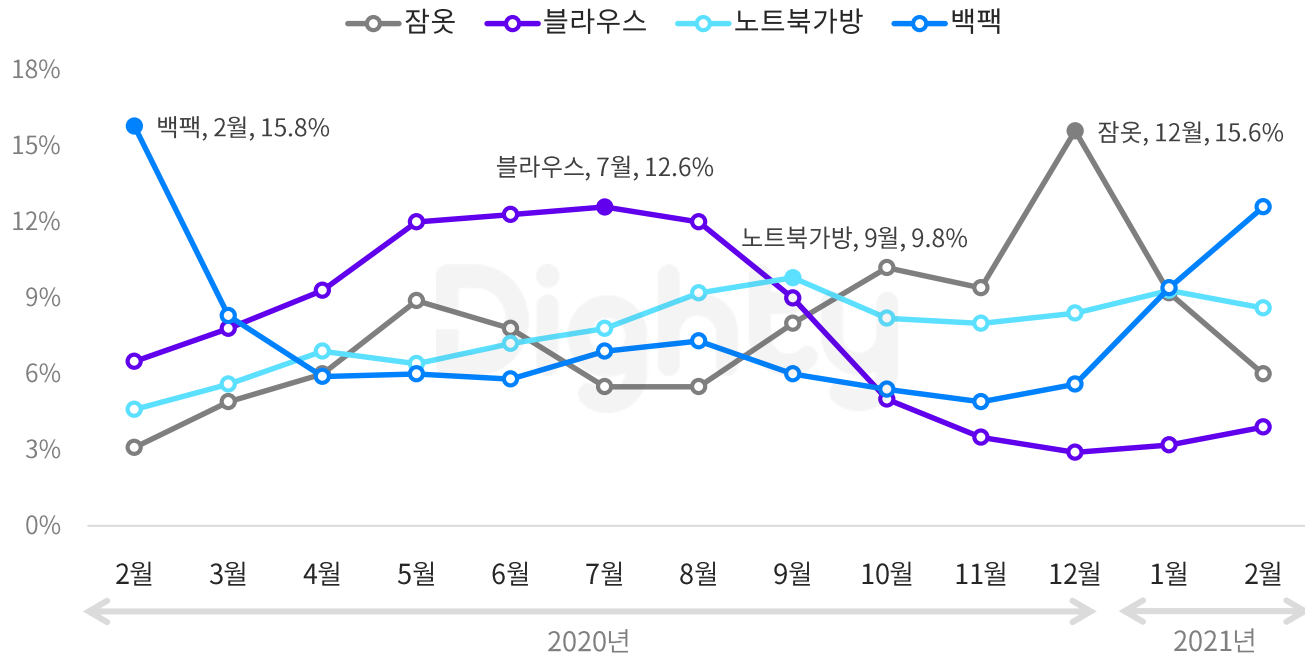
	2020년	2021년
1	아쿠아슈즈	남성구두
2	수제화	로퍼
3	여성수제화	남자로퍼
4	겨울왕국부츠	구두
5	스키부츠	남자스니커즈
6	스노우보드부츠	어그부츠
7	독일군스니커즈	어그슬리퍼
8	성수동수제화	스니커즈
9	남자로퍼	털슬리퍼
10	여름샌들	빅사이즈운동화
11	스니커즈	여성겨울부츠
12	남자구두	남자수제화
13	운동화	발레슈즈
14	남자스니커즈	스키부츠
15	남성구두	나이키운동화

가방 인기 유입 키워드

	2020년	2021년
1	백팩	잔스포츠허백팩
2	잔스포츠허백팩	백팩
3	크로스백	노트북가방
4	여성백팩	크로스백
5	칼하트백팩	학생백팩
6	투미백팩	여성크로스백
7	학생백팩	17인치노트북가방
8	여성크로스백	여성토틈백
9	내셔널지오그래픽백팩	여성솔더백
10	로아드로아백팩	여성노트북가방
11	대학생백팩	에코백
12	여성서류가방	CK백팩
13	샤넬클러치백	남자크로스백
14	노트북가방	대학생백팩
15	남자백팩	여성서류가방

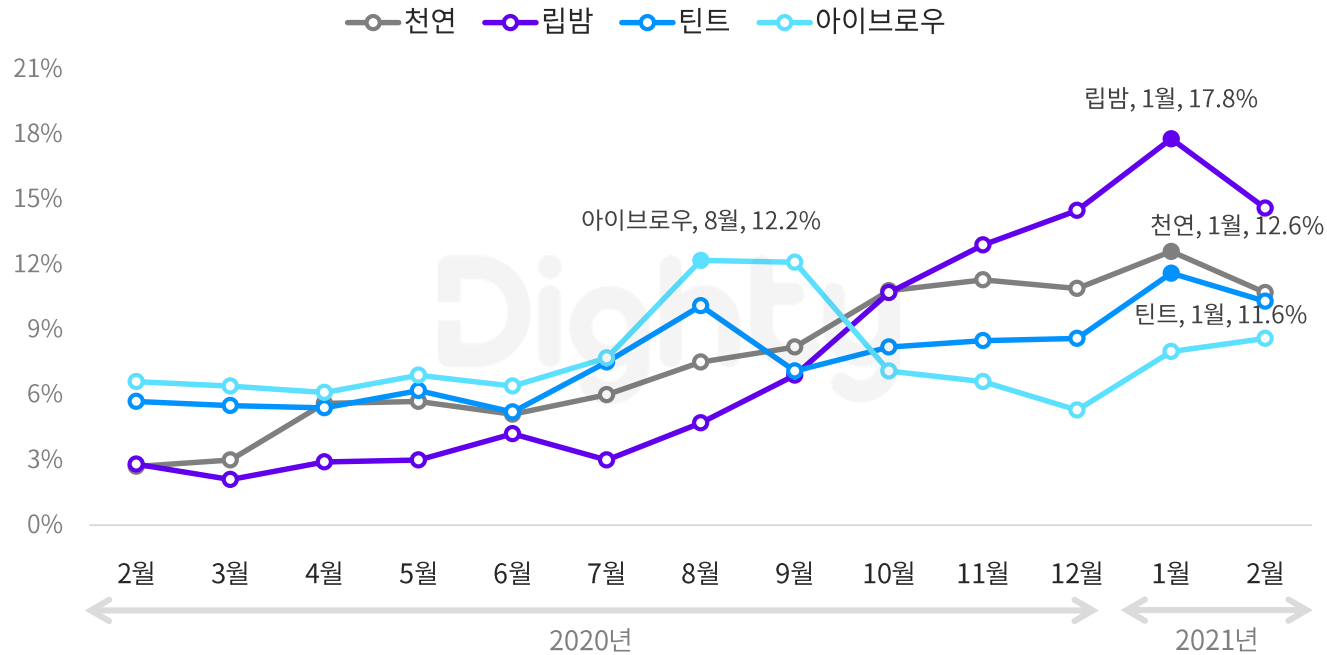
- 백팩은 새 학기가 시작하기 전인 2월에 가장 많았으며, 2021년 2월은 2021년 2월보다 20% 유입수가 감소
- 잠옷(파자마)는 일일 확진자 수가 가장 많이 나왔던 12월에 가장 높았으며, 전체 약 16%를 차지
- 블라우스는 날씨가 온화했던 4~8월 유입 비중이 높았으며, 가을부터 큰 폭으로 감소함

주요 상품 키워드의 1년 유입 추이



- 화장품은 ‘립밤’과 ‘천연’ 제품의 상승세가 이어졌으며, 립 제품인 ‘틴트’와 함께 1월에 가장 높은 비중을 차지
- 아이 메이크업 제품 중 유입수가 가장 많은 ‘아이브로우’는 8~9월의 유입수가 높았으며, 올해 1월부터 다시 상승세를 보임

주요 상품 키워드의 1년 유입 추이

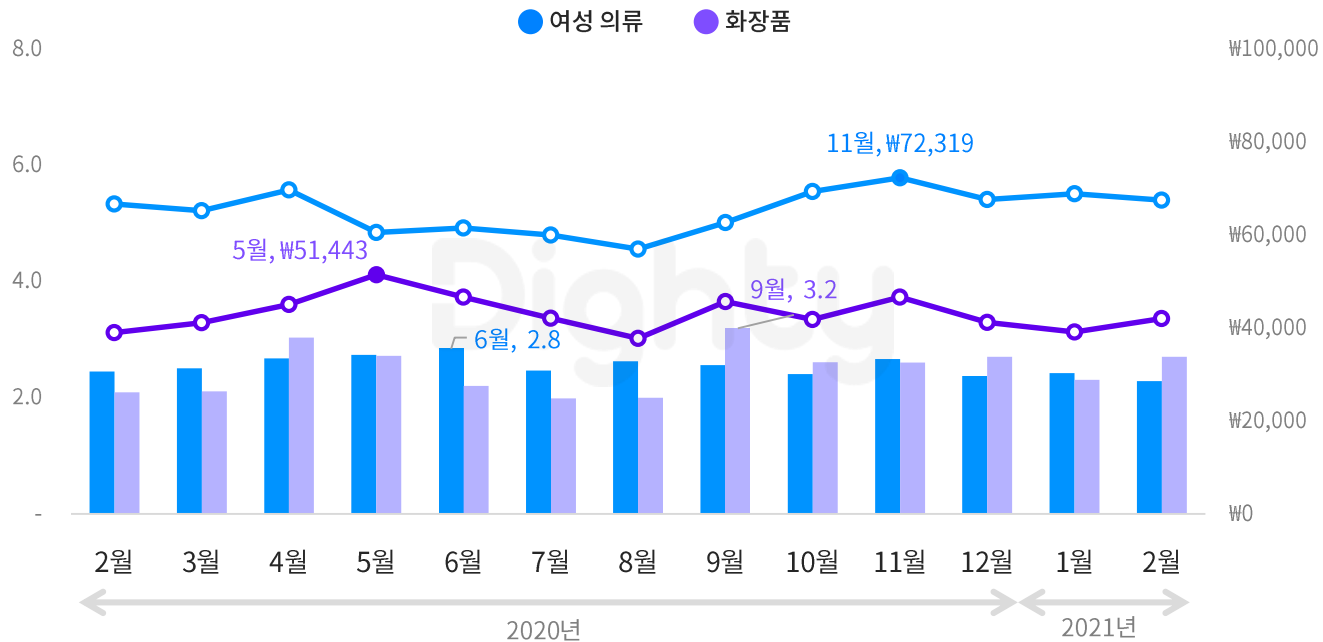


방구석패피

카테고리별 평균 구매 데이터(월별)

- 구매 건당 평균 결제 금액은 여성 의류(W65,271)가 화장품(W43,115) 보다 약 2만2천원 더 많은 것으로 나타남
- 구매 건당 평균 구매 상품 개수는 '여성 의류(2.6개)'와 '화장품(2.5개)'이 비슷했음
- 여성 의류는 11월에, 화장품은 5월에 평균 구매 금액이 가장 컸음

월별 평균 구매 개수 & 평균 구매 금액

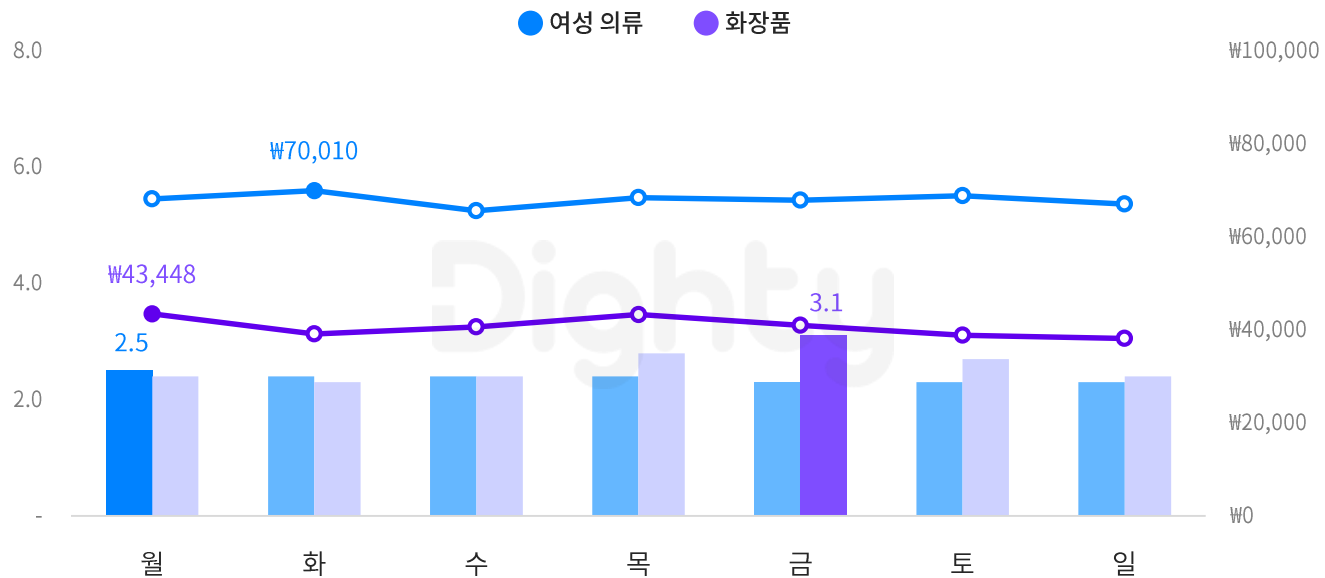


방구석패피

카테고리별 평균 구매 데이터(요일별)

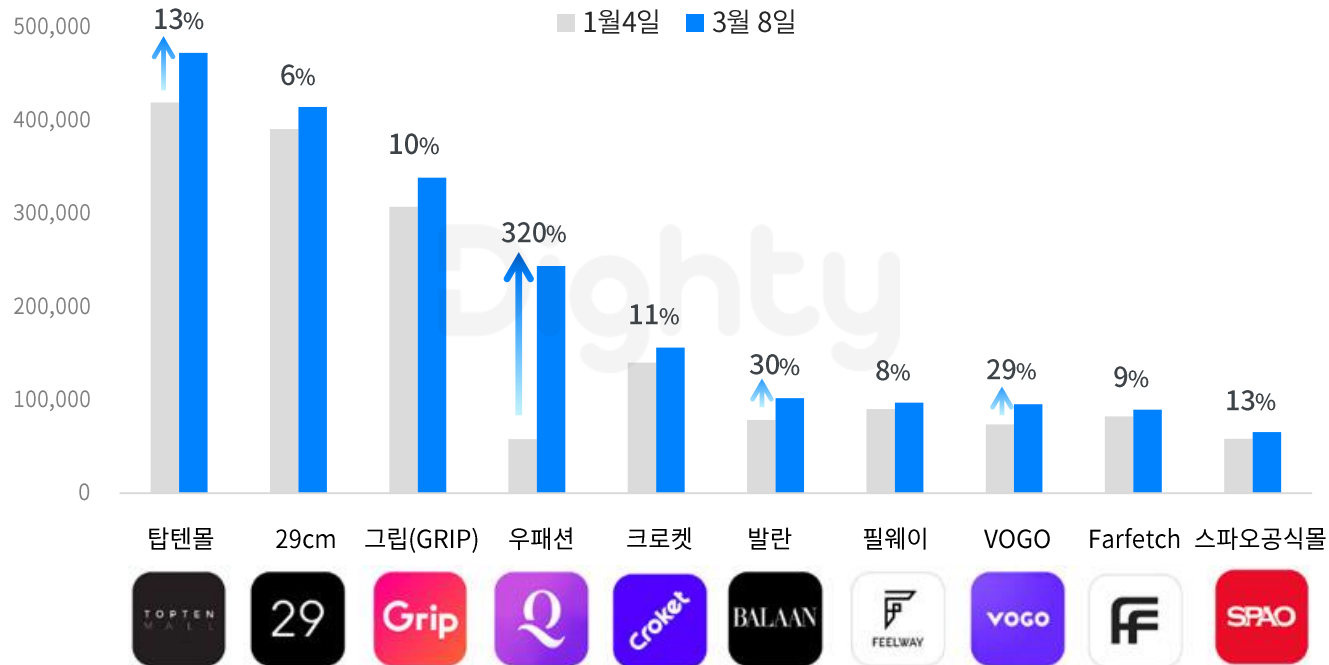
- 평균 구매 금액이 가장 큰 요일은 화장품(월), 여성 의류(화)로, 평일에 금액을 많이 쓰는 것으로 확인됨
- 평균 구매 건당 개수는 여성 의류의 요일별 큰 차이가 없는 것에 비해(2.3~2.5) 화장품은 금요일에 3.1개로 평균보다 약 0.5개가 많았음

요일별 평균 구매 개수 & 평균 구매 금액



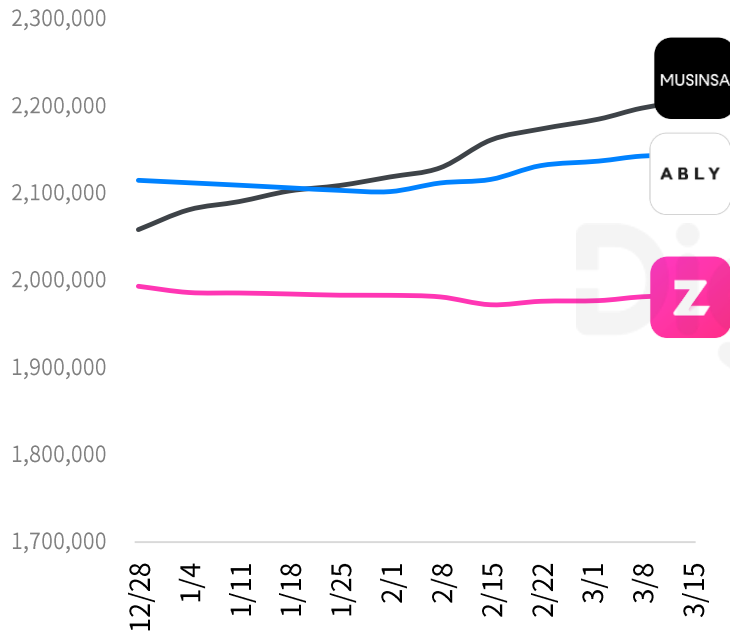
- 2021년 10주 동안 설치수 상승률이 가장 큰 앱은 4050 여성을 타겟으로 한 ‘우패션’으로 약 320%가 상승
- 그다음으로는 ‘발란(30%) > VOGO(29%) > 스파오공식물(13%) > 탑텐몰(13%)’로 나타남
- 앱 특성으로는 명품·디자이너(3)> 패션플랫폼/라이브쇼핑/SPA(2) > 해외 쇼핑(1) 순으로 순위권에 오름

2021년 앱 설치수 상승률이 큰 패션 앱

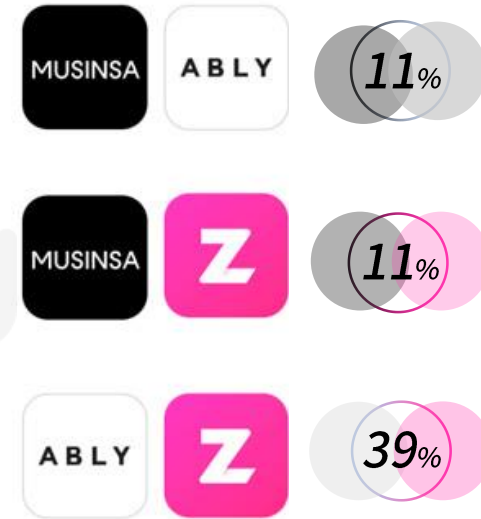


- 패션 앱 중 설치수가 가장 많은 앱 TOP3는 모두 패션 플랫폼 앱으로 ‘무신사 > 에이블리 > 지그재그’였음
- 에이블리가 2021년 1월까지 1위를 유지했으나, 상승세가 컸던 무신사가 1/18 이후로 추월함
- 무신사와 에이블리, 지그재그와의 중복설치율은 11%로 높지 않았으나, 에이블리와 지그재그는 39%로 높게 나타남

2021년 패션 플랫폼 앱 TOP3 설치수 추이

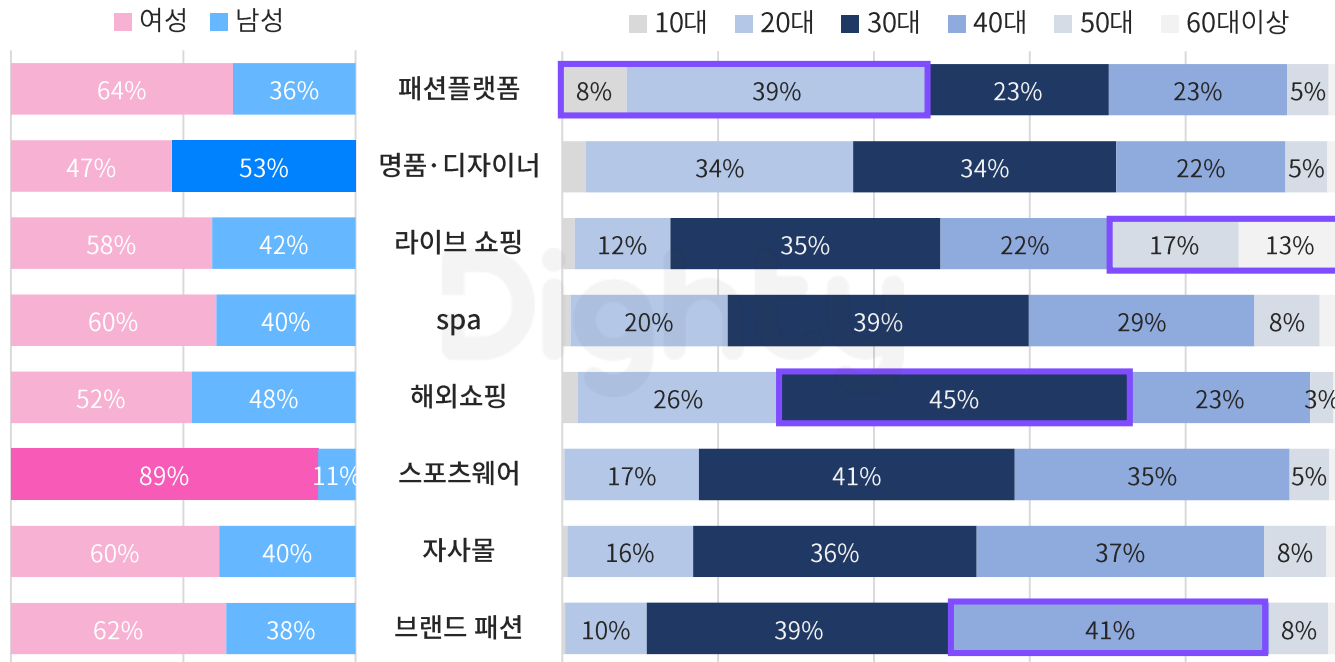


2021년 패션 플랫폼 앱 TOP3 중복설치율



- 앱 설치수가 가장 많은 패션 플랫폼 앱(무신사/에이블리 등) 이 10대와 20대 비중이 약 47%로 가장 높았음
- 앱 대부분 30대가 가장 많았으며, 특히 해외쇼핑(몰테일/크로켓 등)이 45%로 가장 높은 것으로 나타남
- 라이브 쇼핑(그립/VOGO)는 50대 이상 비중이 30%로 가장 컸음

2021년 앱 설치수 상승률이 큰 패션 앱





11월 이후 주춤한 패션업종, 하지만 봄이 왔어요

- 통계청의 온라인 쇼핑 동향에 따르면, 가장 규모가 큰 ‘화장품’과 ‘의복’ 업종은 2020년 11월 이후 감소세가 이어짐
- 2019년, 2020년에 여성 쇼핑 사이트는 봄 시즌에 방문과 구매가 상승했으므로, 올해도 반등할 것으로 예상



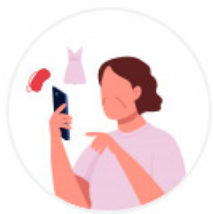
잠옷이 원피스를 이긴 2020년

- 원피스는 여성 패션 업종에서 유입수 1위를 지키던 가장 인기 많은 키워드였으나 2020년부터 재택근무와 사회적 거리두기로 탐색이 상승한 홈웨어(잠옷/파자마)보다 낮은 유입수 기록
- 홈웨어류는 코로나19 일일 확진자가 가장 급증한 12월에 가장 많은 유입을 보임



재택을 하면서 산 것 vs 사지 않은 것

- 뷰티 아이템 중 꾸준한 인기가 있었던 ‘쿠션’ ‘파운데이션’이 2021년에는 순위가 하락했으며, ‘립밤’ ‘오일’ ‘헤어 쿠션’이 높은 순위에 오름
- 마스크로 인해 색조화장품 보다는 이마 라인 정돈 아이템의 인기가 상승함
- 겨울철에도 휴양지 여행으로 인기 있었던 ‘아쿠아슈즈’ ‘비치 원피스’ 대신 재택근무와 순환근무에 필요한 ‘털 슬리퍼’ ‘노트북가방’이 2021년 인기 키워드에 오름



4050세대로 확장하는 패션 타깃

- 2021년 앱 설치수 추이를 확인했을 때, 4050 여성 브랜드 패션 앱인 ‘우 패션(woo fashion)’이 3.2배나 상승함
- 성장세가 큰 라이브쇼핑 앱 중 설치수가 가장 많은 ‘그립’의 경우도 50대의 비중이 약 18%로 높게 나타남
- 기존 홈쇼핑을 주로 이용하던 4050세대의 모바일 쇼핑이 익숙해지면서 앱 활용도는 더 늘어날 것으로 보임

Dighty Data Market에서는 다양한 데이터를
합리적인 가격으로 제공하고 있습니다.

오디언스 공유



ROAS 3.6배 상승
유료사용자 2배 상승

관심사보다 더 정교한 타게팅!
실제 앱 설치 유저를 대상으로
다양한 매체에 광고를 진행하세요

성과 자세히 보기

앱 트렌드 리포트



주 3,900원으로 매주 받는
내 앱과 경쟁사의 앱 리포트

내 앱과 관심 있는 앱의
매주 앱 설치수와 인구통계 데이터를
편하게 받아보세요

상품 자세히 보기

데이터 인사이트 무료 정보



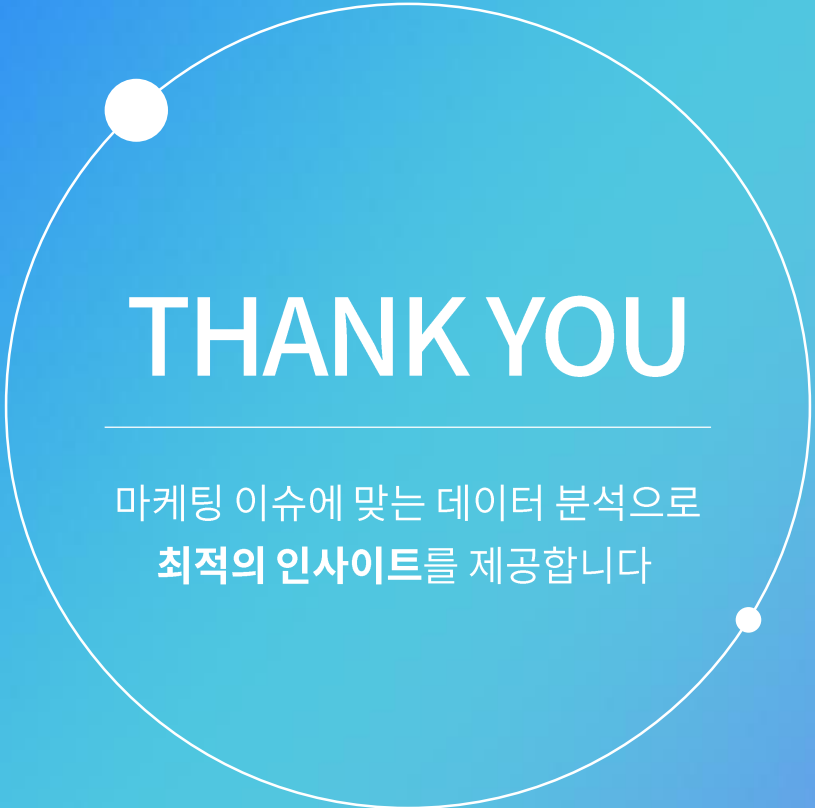
마케팅 트렌드와
업종별 데이터 분석 리포트

데이터로 분석한
여러 업종의 인사이트와
최신 트렌드 소식을 편하게 받으세요

구독하러 가기

데이터 제안 요청 및 구매 문의

데이터컨설팅팀 | dightydata@nhnace.com



THANK YOU

마케팅 이슈에 맞는 데이터 분석으로
최적의 인사이트를 제공합니다

Dighty