국내 남성 스포츠 의류 시장 성장 동향

최근 국내 남성 스포츠 의류 시장이 성장세를 보이고 있다. 과거 남성들은 운동 목적의 스포츠 유니폼을 구매하는 경향이 컸다면 최근 이러한 경향이 변화하고 있다. 즉 스포츠와 피트니스뿐만 아니라 일상생활 착용을 위한 다양한 종류의 애슬레저 의류에 돈을 지출하는 남성들이 증가하고 있는 것이다. NPD KOREA 소비자 트래킹에 나타난 남성 스포츠 의류 시장의 특징을 아래에서 자세히 살펴보도록 하자.

남성 의류시장에서 스포츠 브랜드의 영향력은 애슬레저 트렌드에 힘입어 커지고 있다.

전체 남성 의류 구매의 47.7%를 차지하는 스포츠 브랜드는 지난 3년간 연평균 4.3%의 성장률로 증가하였다. 이에 반해 아웃도어 브랜드는 같은 기간 동안 연평균 12.4% 감소하였다.





러닝, 헬스 및 피트니스 의류는 2016년부터 2018년까지 연평균 11.1%의 성장률을 기록했다.

주요 성장 스포츠 의류 카테고리



러닝 의류는 지난 3년간 연평균 9.0%의 성장률을 보이며, 2018년 남성 스포츠 브랜드 의류 판매의 8.3%를 차지했다.



헬스 및 피트니스 의류는 지난 3년간 연평균 15.2%의 성장률을 보였으며, 2018년 판매의 4.5%를 차지하였다.

남성 스포츠 브랜드 의류의 주요 쇼핑 채널은 브랜드 매장이며, 최근 온라인 채널이 빠르게 성장하고 있다.

백화점은 지난 3년간 연평균 **3.8%의 성장률에 그쳤으며**, 2018년 전체 남성 스포츠 브랜드 의류 판매의 15.8%를 차지하였다.

온라인 매장은 **연평균 8.9%의** 성장률로 판매의 23.9%를 차지하고 있다.



브랜드 매장은 지난 3년간 연평균 4.5%의 성장률을 보여주었으며, 판매의 41.4%를 견인하고 있다.



애슬레틱 수트는 연평균 **2.8%의 성장률로** 남성 스포츠 브랜드 의류 판매의 16.9% 25.9%를 차지하였다.

스웻셔츠는 지난 3년간 연평균 6.8 %의 성장률을 보였으며, 2018년 판매의 16.9%를 달성하였다.



바지 / 레깅스는 지난 3년 연평균 13.7 %의 성장률로 2018년 판매의 7.8%를 차지하였다.

Our sports practice in South Korea offers a complete view of the market, covering athletic footwear and sports apparel purchases. The Consumer Tracking Service provides insights including consumers' acquisition habits and purchase experiences, consumer profiles, buyer demographics, and more. Discover why leading brands around the world rely on NPD to help them make business decisions with confidence.

Source: The NPD Group /Consumer Tracking Service, 12ME December 2016, 2017, and 2018.

