

번개장터,
M.U.S.E 선정

MUSE

미래 중고 패션 트렌드 분석

⚡ 번개장터

Message | Used fashion | Style | Eco friendly

패션 환경 문제의 대안으로 중고 패션이 떠오르고 있습니다. 국내 대표 패션 중고 플랫폼 번개장터가 분석한 결과, MZ 세대는 취향은 물론 자신의 신념을 스타일에 적용하며 유통 시장의 트렌드 전반을 이끌고 있습니다. 중고 패션시장은 빠르게 성장하며 신상 시장을 대체하고 지속 가능한 미래의 패션 소비 트렌드를 제시할 것으로 전망됩니다.

왜 지금 중고 패션을 이야기하는가?	03
MZ 세대 중고 패션 거래 소비 트렌드 M.U.S.E	06
Message	07
Used fashion	08
Style	10
Eco friendly	13
중고 패션 Factbook	15
중고거래에 진심인 패션 피플들	19

왜 지금 중고 패션을 이야기하는가?

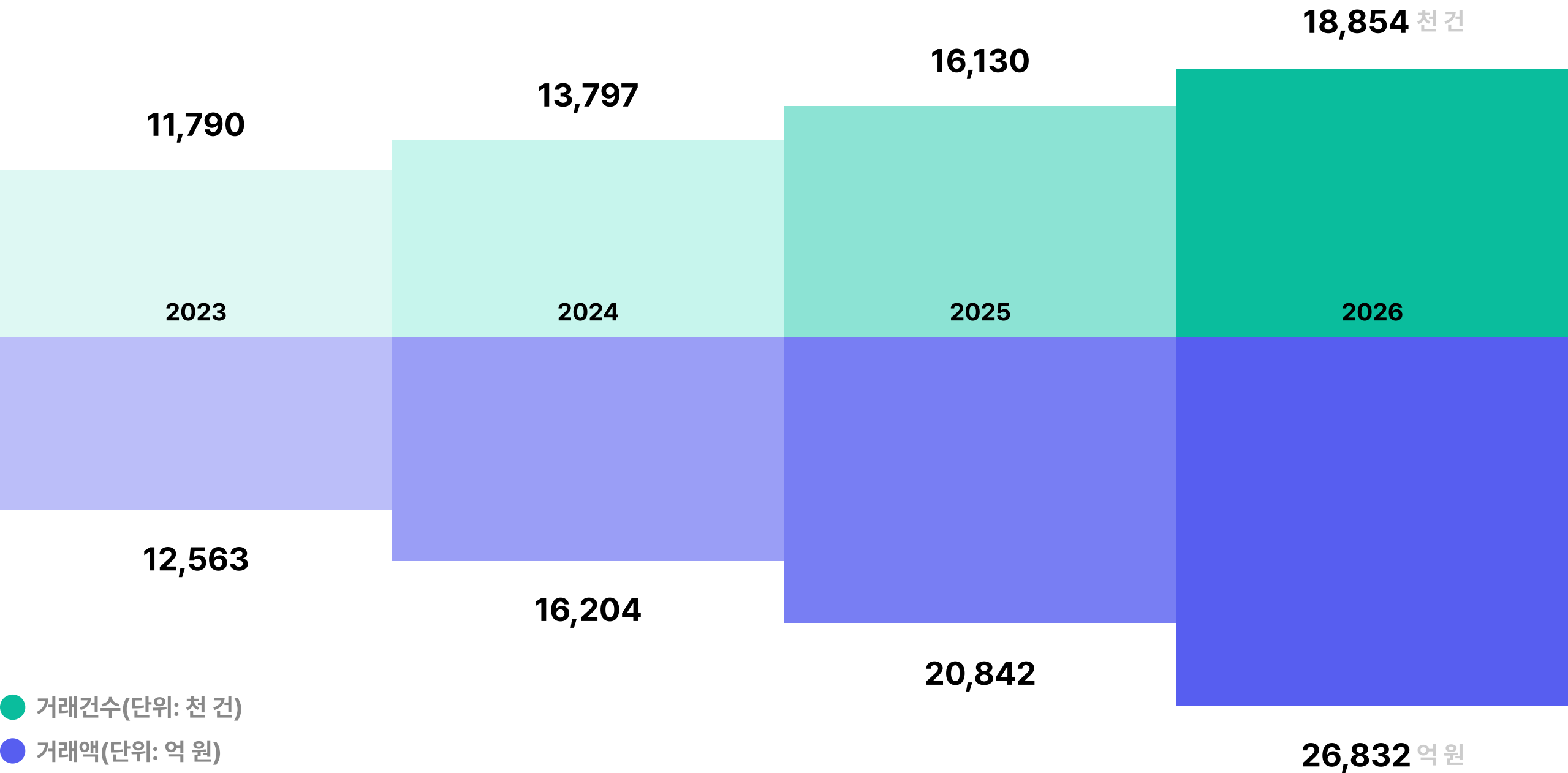
중고 패션 시장에 대한 전망

MZ 세대의 중고 패션 트렌드에 힘입어 중고 패션 시장은 전 세계적으로 가파르게 성장하며, 향후 신상 패션 시장의 상당 부분을 대체할 것으로 전망됩니다. 글로벌 패션 플랫폼인 쓰레드업은 전 세계 중고 패션 시장의 거래액이 2022년 1,190억 달러(한화 약 142조) 에서 2026년 2,180억 달러(한화 약 261조)로 증가¹하며, 2026년에는 패션 시장의 18%를 차지할 것으로 예상²합니다. 국내 대표 패션 중고 플랫폼인 번개장터 또한 2022년 약 1조 원에 달하는 중고 패션 거래액이 2026년에는 약 2조 6천억 원에 달하며 약 175% 성장을 기록할 것으로 예측합니다.

중고 패션 시장의 잠재력은 글로벌 기업들의 움직임을 통해서도 확인할 수 있는데요, 국내에서는 네이버가 북미 최대 중고 패션 플랫폼 포시마크를 인수하였으며 지난 해에는 신세계가 시그나이트파트너스를 통해 이용자의 약 70%가 MZ 세대인 국내 대표 패션 중고 플랫폼 번개장터에 투자를 단행했습니다. 그 외에도 스니커즈 리세일 사이트를 운영하는 고트그룹의 스트리트 패션 리세일 플랫폼 그레이드 인수, 일본 최대 중고 거래 플랫폼인 메루카리의 도쿄 증시 상장과 베스티에르콜렉티브, 스타엑스, 빈티드의 투자유치 사례를 통해서도 패션 기반 중고 거래 플랫폼의 도약을 알 수 있습니다.

1 쓰레드업(THREDUP)(2022) RESALE REPORT 2022
2 쓰레드업(THREDUP)(2022) RESALE REPORT 2022

국내 중고 패션 시장의 향후 거래 전망 출처: 번개장터



전 세계 탄소 배출량의

10% 차지

전 세계 산업 용수의

20% 사용

해양 미세 플라스틱의 오염 중

35% 차지

패션산업의 환경적 영향력 출처: UNEP(유엔 환경 계획)

가치 소비의 성장

이러한 성장의 주 동력은 일반적으로 '중고'하면 떠오르는 경제 불황보다는 가치소비에 대한 의식의 증가로 해석됩니다. 패스트패션의 폐해가 심각한 사회 문제로 떠오른 가운데 중고 거래의 경험은 자연스럽게 자원 선순환에 대한 의식으로 이어졌고, 일상에서 가치소비를 실천하는 방안으로 확산되었습니다. 국내 중고 거래 시장은 2021년 24조 원 규모로 성장³하였으며, 전 세계 중고 패션 시장 또한 1,190억 달러(한화 약 142조)로 추산⁴됩니다. 이러한 중고 패션의 성장은 일반 소매업 대비 21배 빠르며⁵, 중고 패션은 패스트패션을 대체할 수 있는 새로운 대안으로 주목받기 시작했습니다.

패스트패션으로 인한 의류의 과잉 생산과 소비는 환경에 큰 피해를 주고 있습니다. 전 세계 산업 용수의 20%, 탄소 배출의 10%를 차지하는 패션 산업은 매년 1천억 벌의 의류를 생산하는데요, 그중 30%인 330억 벌의 의류를 그해에 폐기하며 전 세계에서 두 번째로 환경오염을 일으키는 산업이 되었습니다.

3 한국인터넷진흥원(KISA)(2022), 개인 간 거래 분쟁 현황 및 향후 대응 방향

4 쓰레드업(THREDUP)(2022) RESALE REPORT 2022

5 쓰레드업(THREDUP)(2019) RESALE REPORT 2019

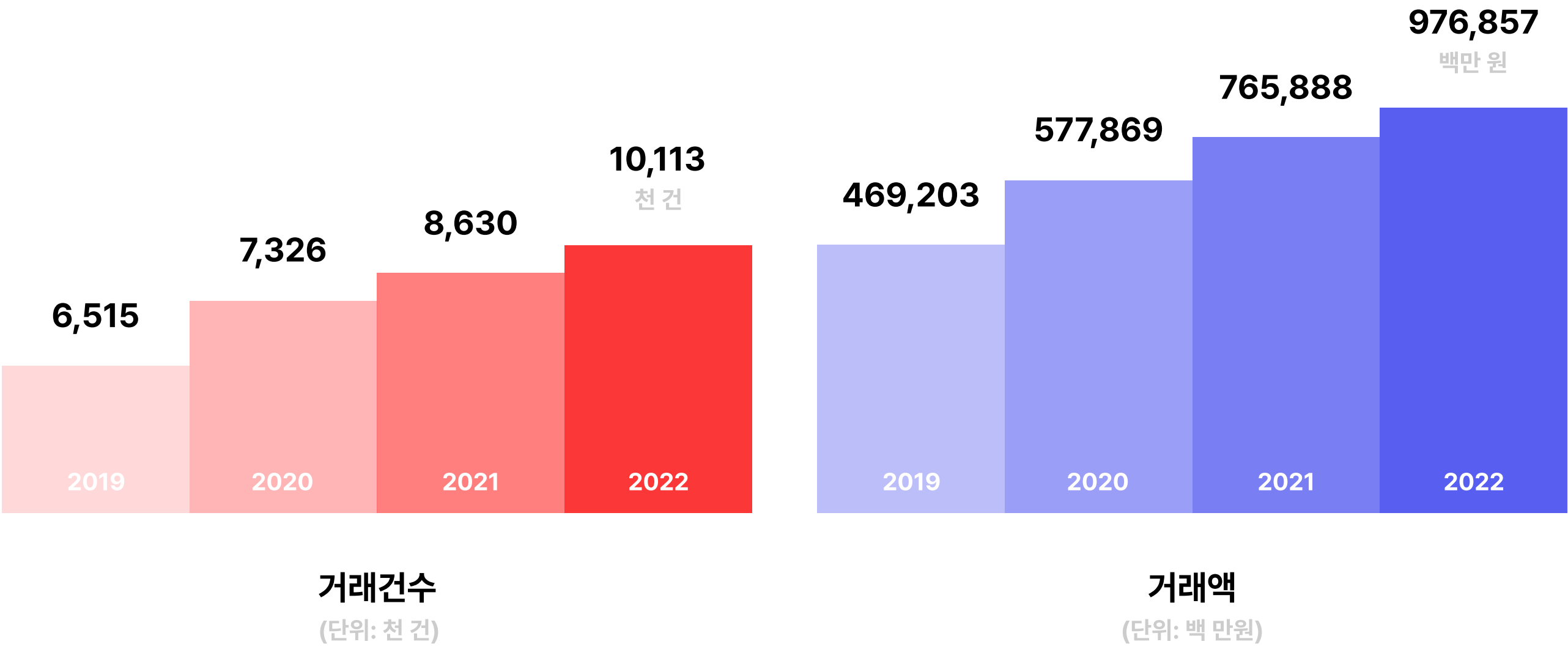
중고 패션 시장의 선순환 효과

중고 패션 시장은 지속 가능한 미래의 패션 소비 트렌드를 제시하며 경제적 가치 이상의 사회적 가치를 만듭니다. 친환경에 대한 사회적 관심 증대로 자원의 선순환에 대해 고민하는 소비자가 많아졌거든요. 명품을 중고로 팔고 신상을 구입하는 소비자가 늘며 전통적인 제조, 유통 업체에서도 중고 패션 시장의 선순환 효과에 주목하기 시작했습니다. 구찌, 버버리, 스틸라맥카르티와 같은 명품업체들이 중고 시장에 진출했으며 미국의 삭스 피프스 애비뉴, 영국의 셀프리지스와 같은 고급 백화점들이 중고 명품 매장 만들기에 나선 것이 그 반증입니다.

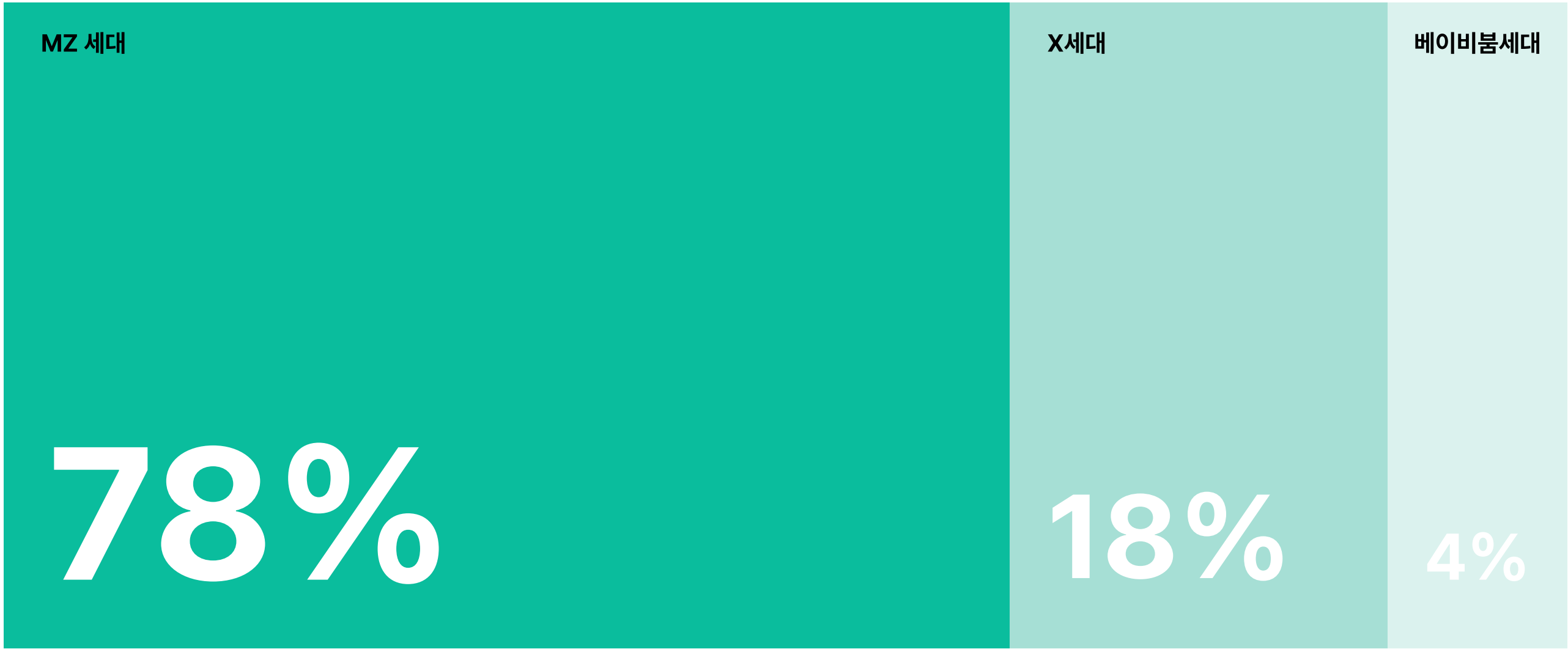
MZ 세대의 주도적 역할

국내 중고 패션 시장 또한 MZ 세대를 중심으로 빠르게 성장하고 있습니다. MZ 세대의 대표 패션 중고 플랫폼인 번개장터에서는 중고 패션 거래액이 전체 거래액의 44%를 차지하며, 2022년 기준 약 1조 안팎의 금액이 거래되었습니다. 이는 2019년 거래액 대비 108% 성장한 수치로, 중고 패션 거래의 약 78%가 MZ 세대 중심으로 이루어지고 있습니다.

번개장터 패션 카테고리 거래 현황 출처: 번개장터



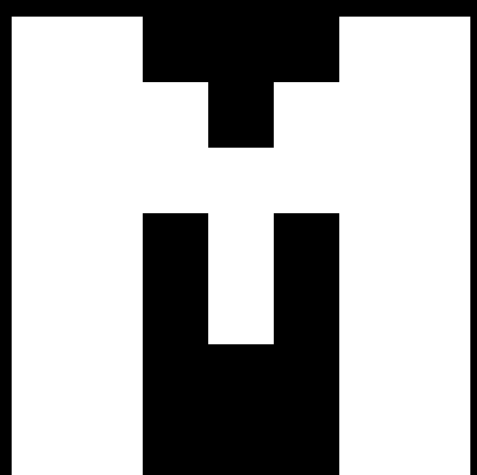
주요 세대 별 중고 패션 거래비율 출처: 번개장터



MZ 세대 중고 패션 거래 소비 트렌드

‘취향과 신념을 구매, 선한 영향력은 트렌드가 되다’

국내 대표 패션 중고 플랫폼인 번개장터는 앱 내 거래 데이터를 기반으로 MZ 세대의 중고 패션 트렌드를 분석하였습니다. 그 결과 MZ 세대는 취향은 물론 가치소비를 통해 신념을 스타일에 적용하며 유통 시장 트렌드 전반을 이끌고 있음을 알 수 있었습니다. 이에 번개장터는 미래 중고 패션 트렌드 키워드로 ‘M.U.S.E’를 꼽아 봤습니다.



Message

브랜드의 스토리를 통해
자신의 신념과 가치를
표현하는 가치소비



Used fashion

중고 패션에 거부감이 없는
합리적 소비



Style

취향, 개성을 바탕으로
스타일을 중시하는
가심비 소비



Eco friendly

중고 패션의
친환경적인 가치

Message:

브랜드의 스토리를 통해 자신의 신념을 표현하는 가치소비

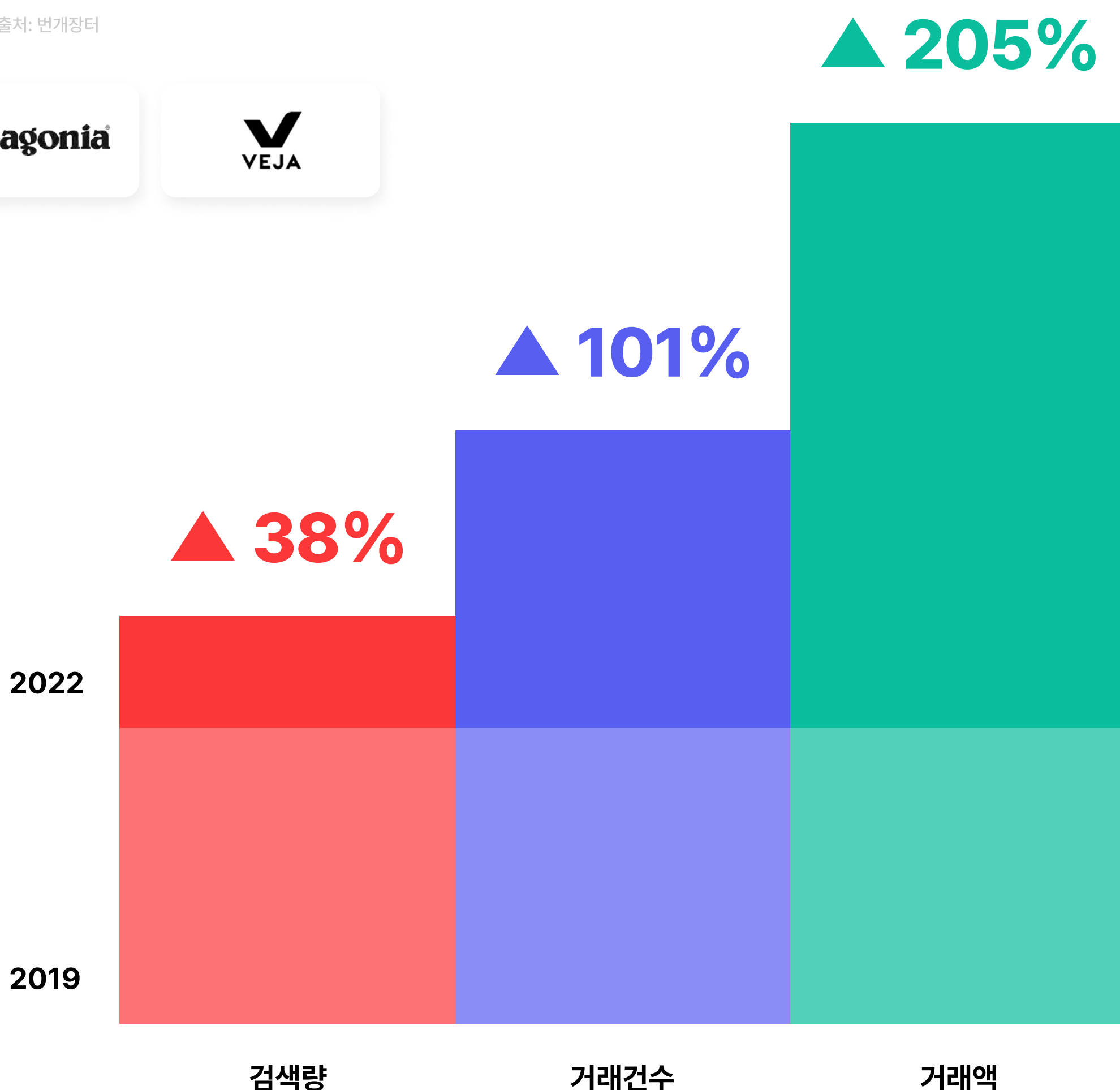
환경을 중시하는 소비자는 파타고니아 후리스를 입고, 조던의 스피릿을 존경하는 소비자는 나이키 조던을 신습니다. 오늘날의 소비자들은 자신의 가치와 신념을 소비를 통해 적극적으로 표현(미닝아웃) 합니다. 실제 한 조사에 따르면 소비자 10명 중 8명은 일상에서 가치소비를 실천하고 있다고 답변⁶했으며, 번개장터에서도 대표 친환경 브랜드인 프라이탁, 파타고니아, 베자의 제품을 찾아서 구매하는 가치소비자가 증가하고 있습니다. 실제 3개 브랜드의 번개장터 내 거래액은 2019년 대비 2022년 205% 증가하였습니다.

6 롯데멤버스 라임(2022) 미닝아웃 소비 조사

친환경 브랜드의 거래 증감률 출처: 번개장터



출처: 프라이탁, 파타고니아, 베자 홈페이지



Used Fashion: 중고 패션에 거부감이 없는 합리적 소비

중고 거래에 익숙한 MZ 세대는 중고 제품에 대한 거부감이 적습니다. 그들은 중고시장을 좋은 품질의 상품을 합리적인 가격에 구매할 수 있는 시장으로 인식하고 있는데요, 실제 한 조사에 따르면 소비자의 67%는 중고 거래를 긍정적으로 인식하고, 79%는 합리적인 가격에 좋은 제품 구입이 가능하여 중고 거래를 한다고 답변⁷했습니다.

특히 소유보다 경험을 중시하는 MZ 세대는 중고 패션 시장을 애용합니다. MZ 세대는 고가의 명품을 경험하고 빠르게 재판매하며 합리적인 가격에 다양한 상품을 경험하길 원하는데요, 번개장터 내 MZ 세대는 “구매해서 5번 썼어요~ 구매한 지 3일 되었어요~, 다른 제품 구매하려고요”와 같은 판매 글을 게재하며, 상품 판매 후 돈을 보태 또 다른 상품을 구매하는 소비 패턴을 보입니다. 결국 그들은 700만 원에 구매한 가방을 1년 뒤 600만 원에 재판매하며, 한 달에 8만 원 하루에 커피 한 잔 비용으로 명품을 사용하는 셈이지요.

7 한국방송광고진흥공사(KOBACO)(2021)
중고거래 관련 인식 및 행태 조사



2,300,000원 ⚡페이

루이비통 알마 BB 새상품

배송비별도 새상품 총 1개 교환불가 보증서 있음

미시착 새상품입니다. 구성품 모두 보유중이에요.
국내 백화점에서 22년 10월에 구매했습니다.
제가 구매한 가격보다 낮게 올려요.



700,000원
루이비통 클루니 bb



2,300,000원
루이비통 알마 BB 새상품



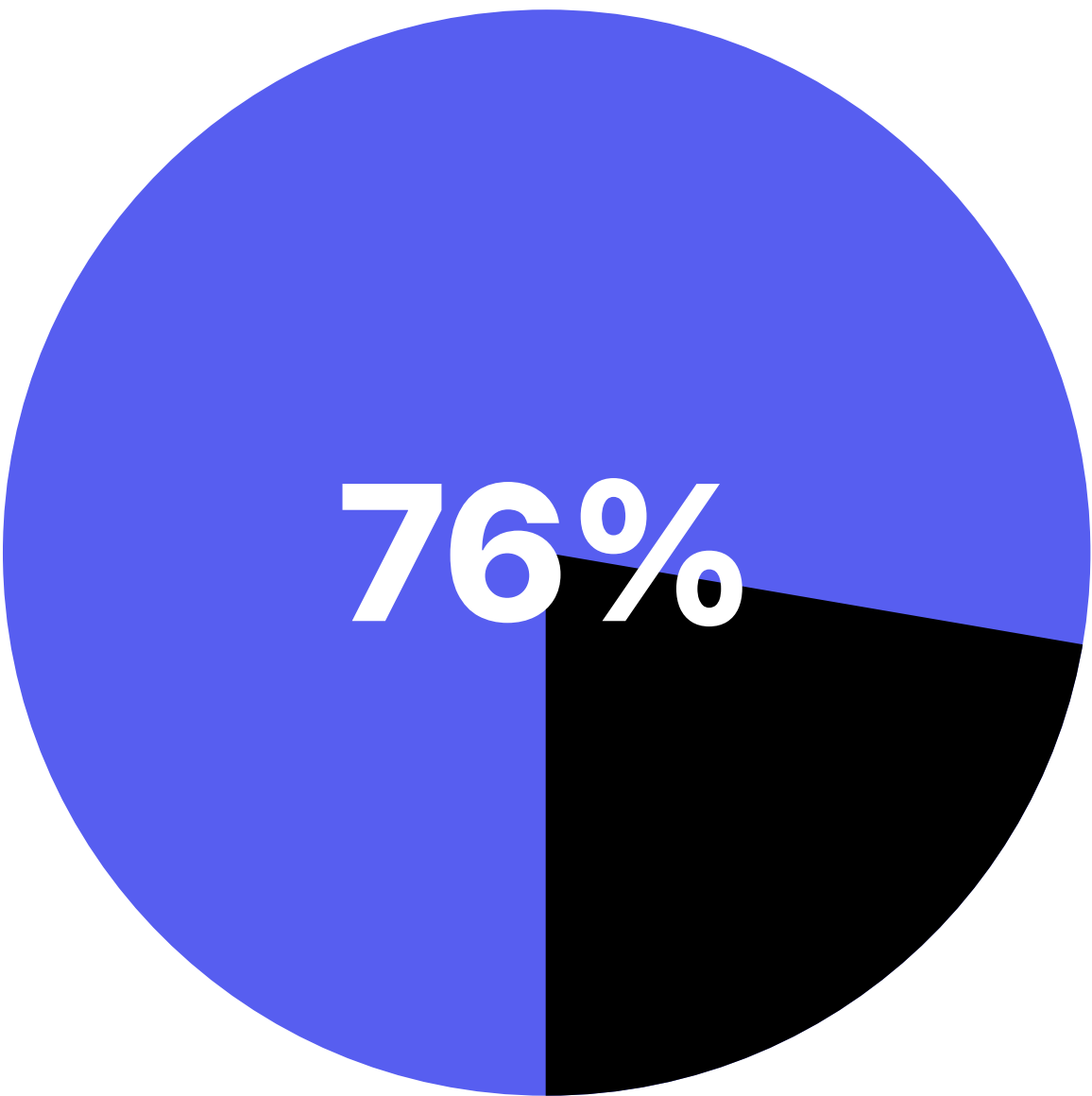
000,000원
루이비통 락미버킷 팔아용(이주에 글 내릴 예정)



1,275,000원
루이비통 타이가 포셋트 보아주 클러치백 M30450

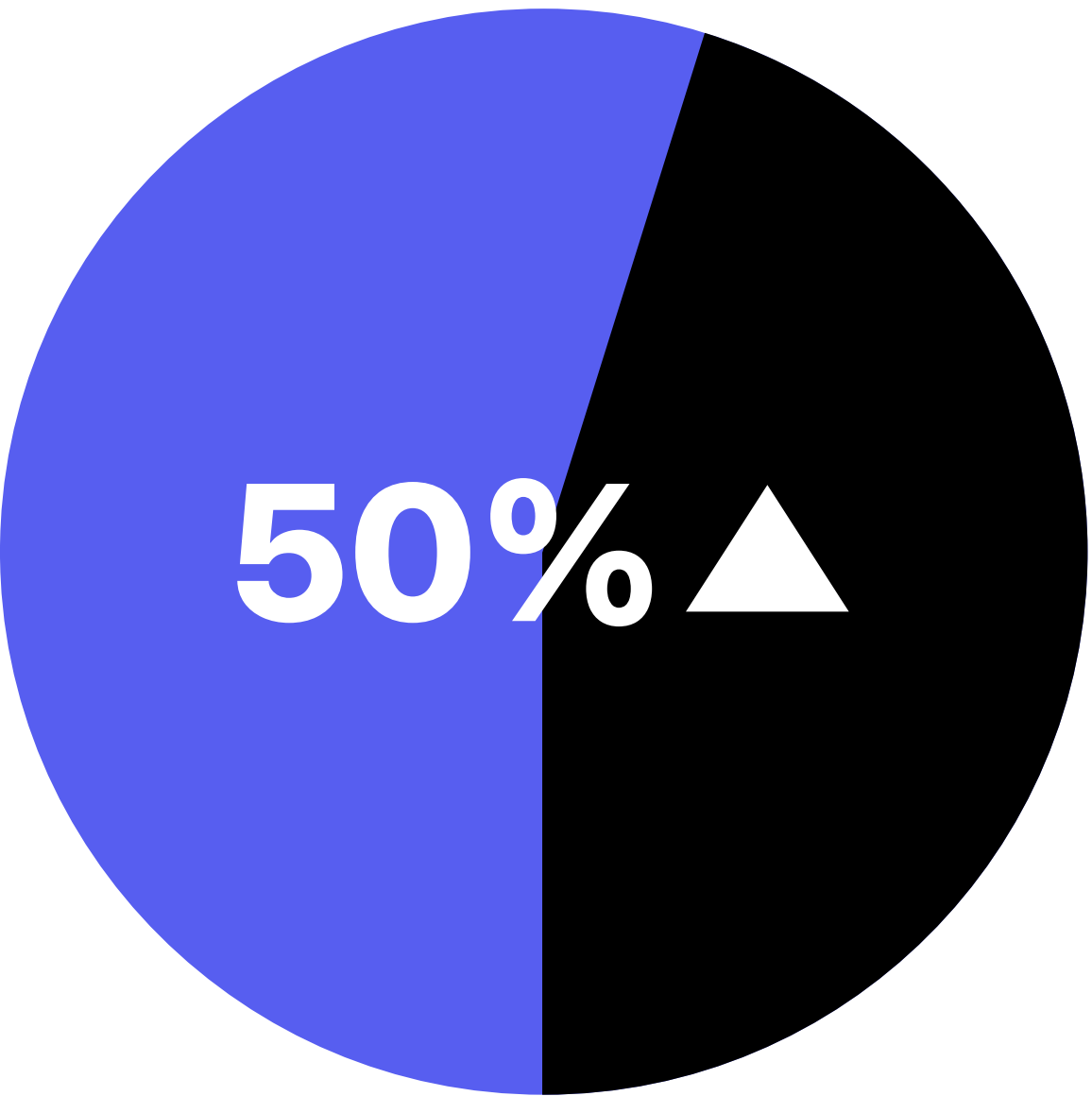
중고 명품을 거래하는 사람들의
76%가 MZ 세대

출처: 번개장터



MZ 세대의 50% 이상
명품 구매 후 1년 이내에 중고로 재판매

출처: 중고명품 토크 오픈서베이



MZ 세대가 기타 세대 대비
2배 이상 중고 명품 거래가 많음

출처: 번개장터



기타 세대

MZ 세대

Style:

취향, 개성을 중시하는 가심비 소비

일시적인 유행과 트렌드가 아닌 개인의 개성과 스타일에 맞춰 고품질의 상품을 중고로 구매하는 소비자가 증가하고 있습니다. 실제 한 연구 결과⁸에 따르면 스타일에 민감한 사람일수록 중고 의류를 구매할 가능성이 높다고 합니다. 최근 국내에서는 Y2K, 레트로 등의 유행과 함께 N 차 신상의 열풍이 지속되며 중고 패션 상품의 수요가 크게 증가하고 있습니다.

특히 대표 패션 중고 플랫폼인 번개장터에서는 선호하는 특정 브랜드와 제품을 구매하려는 디깅 소비가 활발히 이루어지며, 이로 인한 중고 패션 상품의 평균 거래 단가 또한 10.8만 원으로 2019년 대비 37% 상승했습니다.

8 호주테즈매니아대학교
(University of TASMANIA)(2022)
The Conversation

중고 패션 상품의 평균 거래 단가 (단위: 원)

출처: 번개장터

▲ 37%

107,910 원

79,020

86,524

97,869

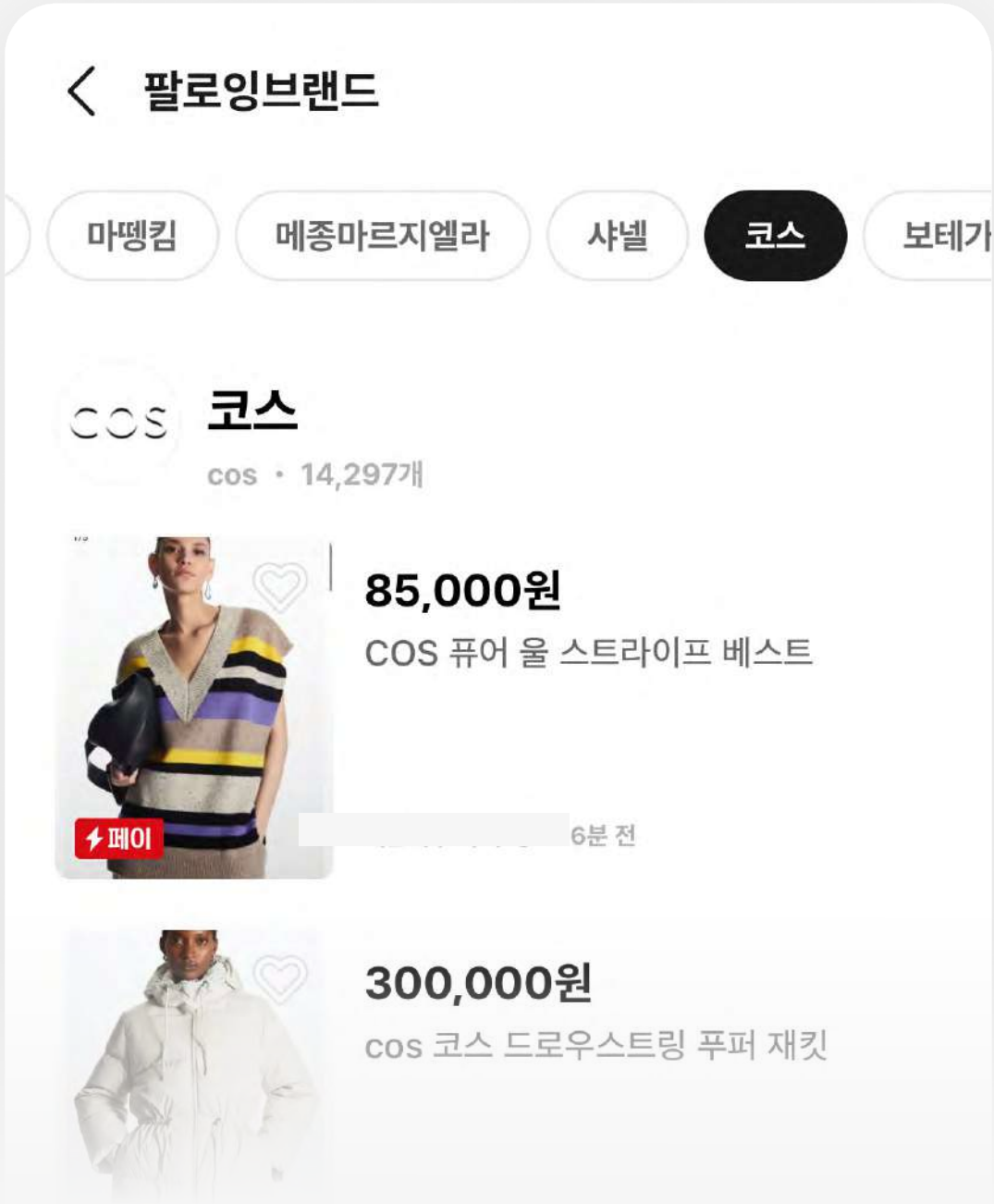
2019

2020

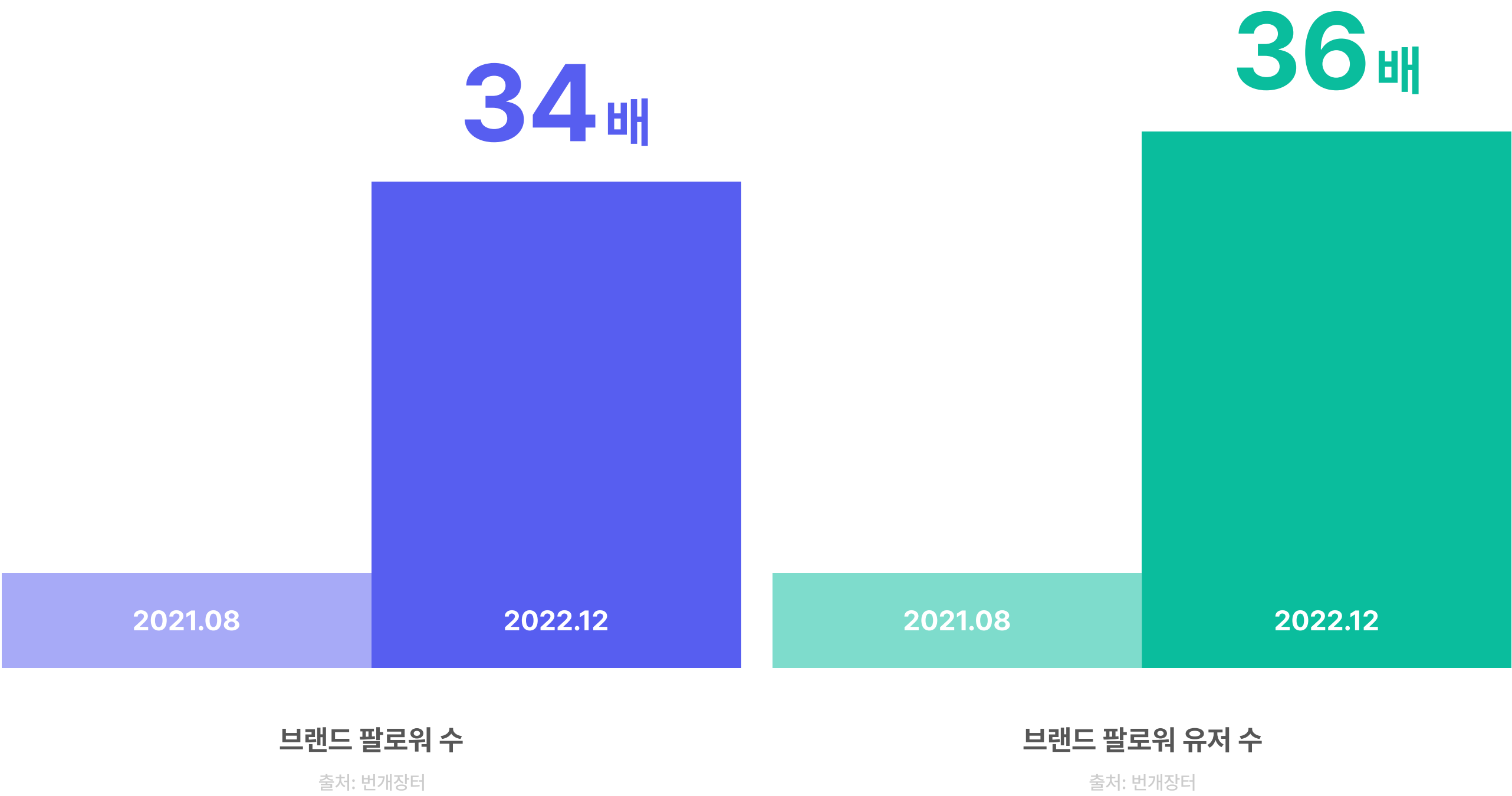
2021

2022

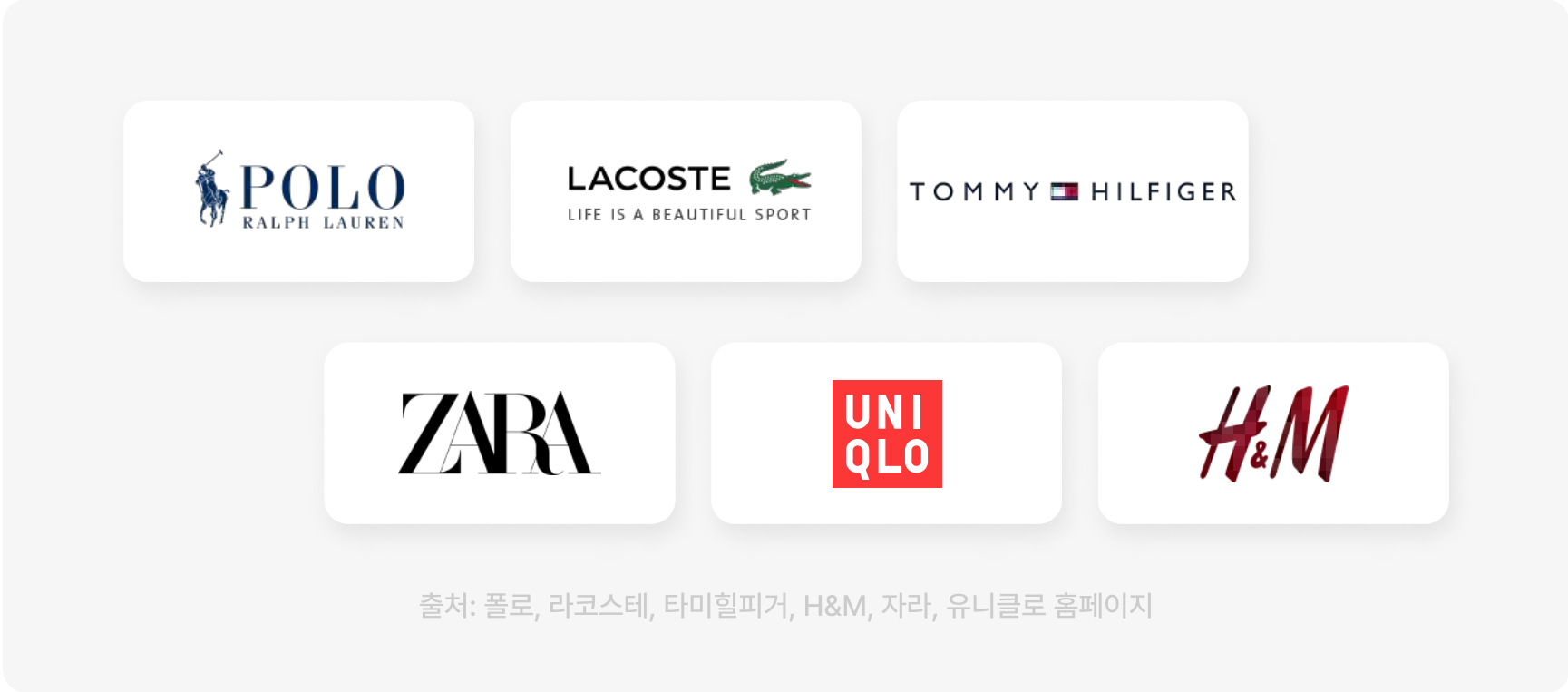
특히 연령이 낮을수록 특정 품목이 아닌 브랜드를 검색하며, 자전거보다 ‘콘스탄틴, 브롬톤’을 가방보다 ‘프라이탁’을 검색하는 경우가 증가하고 있습니다. 이에 번개장터는 유저의 검색 패턴을 바탕으로 관심 있는 브랜드의 상품만을 모아 볼 수 있는 브랜드 팔로우 기능을 선보였는데요, 최근까지 브랜드를 팔로우한 유저 수는 출시 대비 약 36배 증가했습니다.



번개장터 브랜드 팔로우 기능
번개장터는 유저가 좋아하는 브랜드를
중심으로 상품을 살펴볼 수 있는
브랜드 팔로우 기능을 제공하고 있습니다.



또한 중고 패션 시장에서는 패스트패션보다 헤리티지 중심의 클래식 브랜드가 강세입니다. 개인의 개성을 중시하는 MZ 세대는 H&M, 자라, 유니클로와 같은 패스트패션보다 시간이 지날수록 멋과 가치가 더해지는 폴로, 라코스테, 타미힐피거와 같은 헤리티지 브랜드를 선호하는 경향을 보이는데요, 실제 번개장터에서는 패스트패션 대비 헤리티지 패션의 거래건수가 170%로 높으며, 거래액 또한 312% 높습니다.



패스트패션 VS 헤리티지 브랜드 거래량 출처: 번개장터

거래액

▲ 312%

거래건수

▲ 170%

검색량

▲ 135%

헤리티지 브랜드

폴로, 라코스테, 타미힐피거

패스트패션

H&M, 자라, 유니클로

Eco Friendly: 중고 패션의 친환경적인 가치

중고 패션 시장의 성장은 의류의 순환을 높이며, 패션 산업의 환경 파괴를 줄이는 대안으로 부상하고 있습니다. 글로벌 패션 플랫폼인 쓰레드업에 따르면 신상품이 아닌 중고로 의류를 구매할 경우 약 60~70%의 탄소 배출을 절감⁹할 수 있다고 합니다. 실제 2022년 한 해 동안 번개장터 내 중고 패션 거래량을 기준으로 탄소 절감량을 측정한 결과 최소 64,396,482kg에서 최대 307,263,212kg의 탄소를 절감¹⁰했다는 결과가 산출되었습니다. 이는 30년생 소나무¹¹ 약 9백7십만 그루가 한 해 동안 흡수한 탄소의 양과 동일한 수준인데요, 이와 같은 친환경 소비 트렌드에 힘입어 중고 패션 시장은 지속적으로 성장할 것으로 기대됩니다.

- 9 쓰레드업(THREDUP) 패션탄소발자국(fashion footprint)
10 위 수치는 2022년 번개장터 내 패션 총 거래건수에서 최소(티셔츠 생산과정에서 발생하는 탄소배출량), 최대(청바지 생산과정에서 발생하는 탄소배출량)를 곱해 산출한 수치입니다.
11 해당 수치는 최소 탄소 절감량을 30년생 소나무 한 그루 당 흡수하는 이산화탄소량으로 나눠 산출한 수치입니다.

2022년 한 해동안
중고패션 거래로 인한
탄소 절감량

출처: 번개장터

307,263,212 kg

최대(청바지 1벌 기준)

64,396,482 kg

최소(티셔츠 1장 기준)



프랑스 뽀렝땅 백화점의 중고 명품 전용층

출처: Groupe Printemps

MZ 세대의 뮤즈로 떠오른 중고 패션

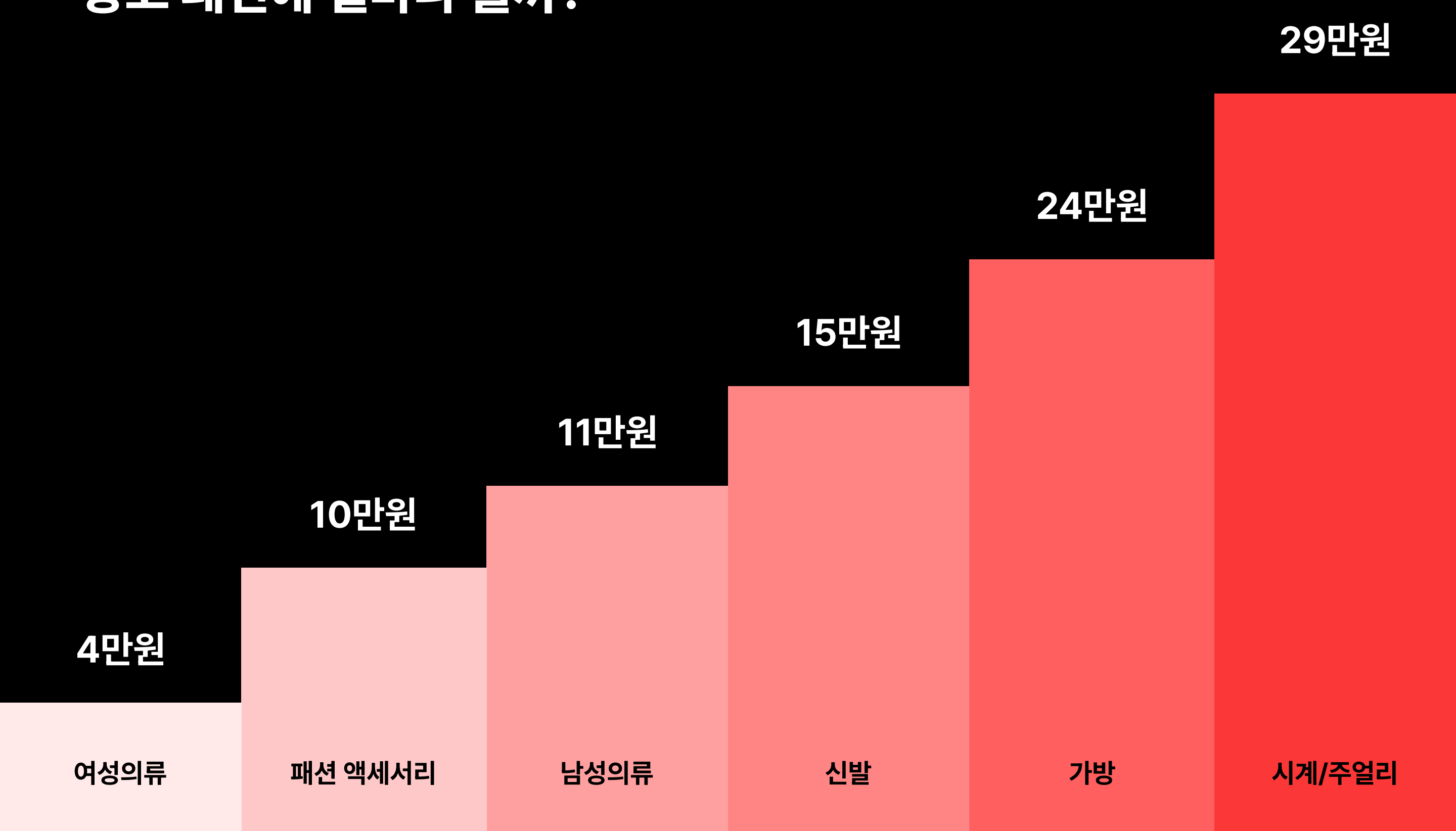
지금까지 번개장터의 거래 데이터를 기반으로 MZ 세대의 미래 중고 패션 트렌드 키워드 M.U.S.E를 차례대로 살펴보았는데요. 신화 속 예술의 여신인 '뮤즈'의 또 다른 뜻은 바로 '영감을 일으키는 존재'입니다. MZ 세대에게 중고 패션은 새로운 영감을 불러일으키며 뮤즈로서 역할을 하고 있어요. 그리고 향후 중고 패션은 MZ 세대를 넘어 기존 패션계의 뮤즈로 패션 시장의 활력을 불어 넣을 것으로 기대되는데요, 나만의 스타일을 찾아 이를 소중히 관리하고 또 재판매하여 자원의 사이클을 늘리는 중고 패션,

**친환경 이상으로 힙하고 트렌디한 뮤즈의 패션 소비에
동참해 보는 건 어떨까요?**

중고 패션 언제 거래하기 좋을까?



중고 패션에 얼마나 쓸까?



중고 패션의 큰손은 누구일까?

25세 이하의 여성이 가장 많이 거래해요

2022년 거래건수 기준 거래 비율
(전체 거래건수의 22%)

여성

56%

@min_yeah_

남성

44%

25-34세 남성이 가장 많은 돈을 지출해요

2022년 거래액 기준 거래 비율
(전체 거래 금액의 26%)

여성

42%

남성

58%

@ddokbokki_

사람들은 무엇을 중고로 살까?



TOP 1.
스니커즈

TOP 2.
여성가방

TOP 3.
여성원피스



TOP 4.
남성자켓

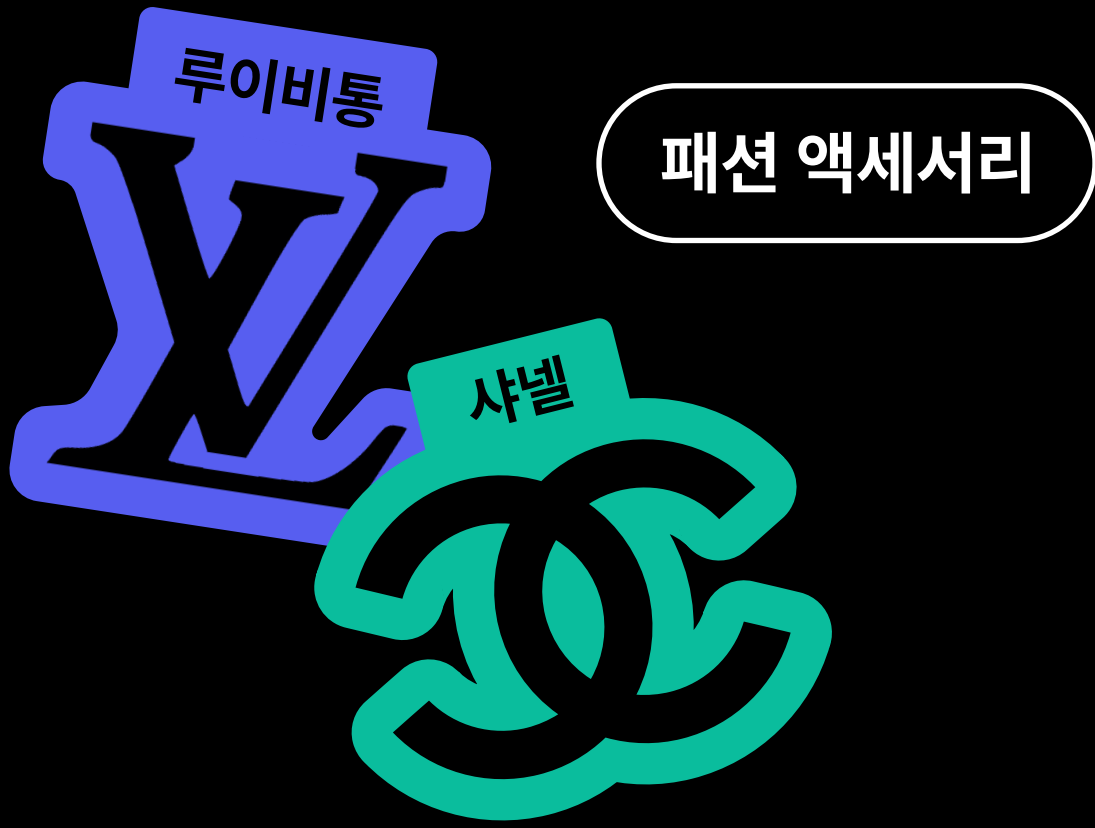


TOP 5.
남성티셔츠



사람들은 무슨 브랜드를 샀을까?

● 남성 ● 여성



브랜드 언더마이카 운영

최승혁

@calmfrog
@carpresents

세련된 스타일은 역설적이게도 유행이 지난 아이템에서 나오는 거 같아요. 왜냐하면 사람들이 많이 찾는 아이템을 착용하면 길거리를 돌아다니며 같은 차림새의 사람을 꼭 만나거든요. 그런데 10년 정도 유행이 지난 제품은 구하기 힘드니 사람들과 겹치지 않을뿐더러 입은 사람을 고유의 취향을 돋보이게 해줘요. 센스 있는 스타일의 완성은 물론 그 시절의 향수는 덤이죠. 저는 유행이 지난 하이엔드 브랜드 제품, 특히 에디슬리먼 시절의 디올옴므 제품을 좋아하는데요, 중학생 때 직거래를 하러 먼 지역을 다니다가 불량 청소년을 만나는 위기(?)도 많았는데 요즘은 번개장터 같은 패션 빈티지 관련 인터넷 플랫폼이 많아서 정말 세상 (디깅하기) 좋아졌구나 느낍니다(웃음)



프리랜서 에디터

김예린

@morhtnalic

누군가에게 버려진 물건이 더 잘 맞는 주인을 만나서 배로 사랑받게 되는 과정 자체도 정말 사랑스럽지만 쓰레기 줄이기, 비거니즘에 동참하는 의미도 있어요. 개인적으로 가죽이나 퍼 등의 제품은 절대 새것을 사지 않아요. 그래서 집에 줄자가 항상 나뒹굴어요. 왜냐하면 중고 패션을 구입할 땐 가슴 폭 총장 외에 생각보다 중요한 실측이 너무 많거든요. 가죽 재킷의 경우 소매 핏이 타이트한 경우가 있어 체크해야 하고, 조끼의 경우 암홀, 코트의 경우도 살짝 A핏인지 스트레이트 핏인지 면밀하게 따져봐야 실제 입어보고 사는 것과의 오차를 줄일 수 있죠.

평소에 즐겨 입는 비슷한 옷과 실측을 비교하면서 계속 시뮬레이션 하면 내게 꼭 맞는 운명의 한 벌을 만날 수 있어요!



스타일리스트&패션 유튜버

Howaboutootd 김진환 @lastkimm

세컨 핸드라는 개념이 낯설 수도 있는데 역사가 오래되고 스토리가 있는 브랜드의 아이템을 폭넓게 구할 수 있다는 점이 진짜 매력인 것 같아요. 훨씬 더 다양하고 의미 있는 시즌의 아이템들을 찾을 수 있거든요. 이번 시즌에서 마음에 드는 옷을 못 찾으면 과거에 나왔던 옷들을 살펴보죠. 저한테는 꿈데 가르송, 마르지엘라가 그런 브랜드예요. 많은 분들이 무슨 브랜드의 어떤 제품인지 물어보신 패딩인데 마르지엘라의 09 시즌이라고 말씀드리면 또 신기해하시더라고요. 빈티지와 아카이브의 사이에서 아슬아슬한 줄타기 같은 매력인데 그 접점에서 아카이브에 가까운 선의 아이템을 구입하는 게 트렌디함의 비결이죠.



브랜드 SINOON 운영

크림웨이브 신윤 대표 @onooofff @sinoon.official

빈티지 가구를 모으고 있어요. 어렸을 땐 신상 컬렉션 모으기에 폭 빠졌었는데 나이를 먹고 자신의 취향을 잘 알게 되면서 시간의 흐름을 느낄 수 있는 희소성 있는 것들에 감동을 느끼게 되었어요. 마음에 쏙 드는 빈티지 체어나 조명을 어렵게 구해 바라보는 만족감은 이루 말할 수 없죠. 처음엔 그저 작고 아름답고 유니크한 것들을 구경하고 싶은 마음에 Etsy 앱을 깔았는데, 프랑스, 독일, 네덜란드 등 다양한 나라의 판매자들에게 메시지를 보내며 빈티지 가구의 세계에 입문했어요. 그중 하나가 고장 난 Kali Georgia Jacob lamp(고장 났다는 이야기는 없었는데...)인데 실루엣이 아름다워 아직도 소장하고 있죠. 루이스 폴센 판텔라 플로어 램프는 배송 사고로 램프 셰이드가 깨져서 왔는데 스탠드 부분은 멀쩡해서 가지고 있어요. 은은한 미색으로 변색된 게 포인트죠, 빈티지만의 매력이에요.



MUSE