

국내외 SPA 브랜드 'e숍' 공략 강화

글. 김철민 기자



유니클로 등 해외 제조유통 일괄형 의류(SPA) 브랜드 '빅3'로 불리는 자라(ZARA), H&M이 올 하반기부터 온라인 상점을 열고, 본격적인 e커머스 활성화에 나선다.

오픈마켓을 통하지 않고 SPA 브랜드들이 직접 전자상거래에 진출하는 사례가 늘고 있다는 점에서 향후 이들 업체들의 향방이 주목되고 있다.

패션업계 전문가들은 국내외 SPA 브랜드들이 e커머스 성장세에 발맞춰 온·오프라인 매장을 연계하는 옴니채널(omni channel) 쇼핑 체계로 확대하기 위한 전초전이 아니냐는 분석이다.

표1. 국내외 SPA 브랜드 5사의 매출 현황

업체명	매출액 (억원)		성장률	국적
	2012년	2013년		
유니클로	5000	6900	37.50%	일본
자라	2040	2270	11.50%	스페인
스파오	1000	1400	40.00%	한국(이랜드)
에잇세컨즈	600	1300	100%	한국(삼성에버랜드)
H&M	900	1200	36.30%	스웨덴

ZARA · H&M 등 올 하반기 온라인 상점 개설
유니클로, 전체 매출 중 14%가 e커머스 발생
지난해 '빅3' 매출 1조원 넘어서...택배수요 증가

◆ 자라 등 9월부터 온라인 판매

자라는 오는 9월경 한국에서 온라인 판매를 시작한다. 스페인 인디텍스사는 지난달 애널리스트 대상 콘퍼런스콜을 개최하는 자리에서 9월부터 한국과 멕시코에서 자라 브랜드 제품을 온라인으로 판매한다고 밝혔다.

인디텍스는 현재 유럽연합(EU) 국가들과 미국, 일본, 중국, 캐나다 등 25개국에서 온라인 매장을 운영하고 있다.

스웨덴 의류회사인 H&M도 매출 성장세를 타고 온라인 시장 공략을 가속화할 계획이다. H&M은 올가을 한국과 중국, 스페인, 이탈리아를 시작으로 내년까지 8개에서 10개 정도의 온라인 스토어를 오픈할 계획이다.

칼-요한 페르손 H&M 최고경영자(CEO)는 월스트리저널(WSJ)을 통해 "전자상거래가 성장하고 있고, 앞으로 성장세가 지속될 것으로 보여 잠재성이 상당하다"고 말했다. 그는

H&M의 온라인 스토어 확장 계획은 2016년까지 이어질 것이라고 덧붙였다.

자라와 H&M 등이 직접 온라인 상점을 개설하는 배경에는 전 세계 의류부문 전자상거래 시장이 매년 높은 성장세를 이어가고 있기 때문이다. 실제로 이들 기업이 본사를 두고 있는 유럽의 지난해 의류부문 전자상거래 시장 규모는 495억달러(50조원) 규모로 올해는 17% 성장세가 예상되고 있다.

◆ 온라인 직접 진출 배경은

업계 전문가들은 오프라인 매장에서 자라, H&M 등 글로벌 SPA 브랜드들이 앞서고 있지만 온라인에서는 토종 SPA 브랜드의 약진이 두드러지고 있기 때문이라고 분석하