

[싱가포르] 유아동 의류 시장동향

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 9. 2.)



위드 코로나로 외부 활동 제한이 완화되고 예방 접종률이 높아짐에 따라 유아동 의류 소비 규모가 확대되고 있다.

▪ 시장동향 및 개요

- 유로모니터에 따르면 싱가포르 유아동 의류 시장의 예상 성장률은 2022년 전년대비 7.92%, 2023년 역시 7%대로 계속하여 성장할 것으로 전망
- 한편 2021년 전체 의류 시장은 12.64% 성장률을 보인데 반해, 유아동복은 16.73%의 성장세를 기록
- 특히 2021년에는 코로나로 인한 외부 활동 제한이 완화되고 예방 접종률이 높아짐에 따라 자녀를 대동한 부모들의 외부활동 빈도가 높아지며, 아이들의 여가 및 사교 활동을 위한 부모 소비층의 아동복 구매로 이어졌다고 유로모니터에서는 분석
- 유아용 의류 특성상 성인의류보다 교체주기가 빠르다는 점도 아동복 소비 규모 확대에 영향을 주는 요인으로 작용

[싱가포르 유아동복 시장규모]

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2018년		2019년		2020년		2021년	
시장규모	성장률	시장규모	성장률	시장규모	성장률	시장규모	성장률
306.7	-0.13	306.3	-0.13	233.7	-23.7	272.8	16.73

※자료: Euromonitor

- 유아동 의류의 판매액은 2021년 기준으로 전년대비 16.73% 증가한 약 2억7300만 싱가포르 달러로, 그 중 여아 의류는 2021년 가장 실적이 좋은 품목군으로 소매 판매액은 전년 대비 17% 증가
- 싱가포르 유아동 의류시장은 소비층인 부모와 가족구성을 통해서 살펴보면, 일반적으로 맞벌이와 적은 수의 자녀를 갖는 특징으로, 규모는 작지만 가구당 가처분 소득이 높기 때문에 상대적으로 자녀에게 더 많은 지출을 할 의향이 있는 것으로 분석된다고 파악

▪ 유아동 의류 수입 규모 및 동향

- 싱가포르의 '21년 '유아용 의류 및 그 부속품(면으로 만든 것)(HS 620920)' 총 수입액은 약 364만 미국 달러로 전년 대비 6.68% 증가율을 보임.
- Global Trade Atlas가 발표한 자료에 따르면, 상위 주요 수입국으로는 이탈리아, 말레이시아, 방글라데시, 중국, 인도 순이며 한국은 전체 수입국 중 12위를 차지

[싱가포르 유아용 의류 및 그 부속품 수입동향 (HS코드 620920 기준)]

(단위: 단위: 천 미국달러, %)

순위	국가	수입규모			점유율			증감률 ('21/'20)
		2019년	2020년	2021년	2019년	2020년	2021년	
1	이탈리아	221	540	1,135	5.04	15.81	31.18	110.39
2	말레이시아	1,252	384	614	28.52	11.25	16.87	59.95
3	방글라데시	608	817	445	13.86	23.93	12.23	-45.51
4	중국	884	591	440	20.14	17.33	12.09	-25.53
5	인도	297	386	247	6.76	11.30	6.78	-36.05
6	필리핀	171	120	135	3.89	3.50	3.69	12.47
7	캄보디아	55	4	74	1.26	0.12	2.04	1,680.25
8	포르투갈	58	30	53	1.32	0.89	1.45	74.20
9	프랑스	51	47	45	1.16	1.39	1.23	-5.24
10	인도네시아	125	75	39	2.84	2.21	1.08	-47.81
12	대한민국	1	22	30	0.02	0.06	0.81	1,424.59
전체		4,389	3,414	3,642	100.00	100.00	100.00	6.68

※자료: Global Trade Atlas

▪ 경쟁사 현황

- 유로모니터에 따르면 싱가포르 유아동 의류 시장은 다수 브랜드에 의해 각축전 양상을 보이고 있으며, 상위권 점유율을 차지하는 5개사(Adidas, uniqlo, Iditex, Nike, Mothercare)의 전체 시장 내 점유율이 16.8% 밖에 되지 않을 정도로, 치열한 경쟁을 보이고 있음.

▪ 시사점

- 싱가포르의 부모 소비층은 점차 제품의 가치나 안전성에 중점을 둔 소비활동을 보이고 있으며, 대표적으로 싱가포르의 아동복 브랜드 Sea Apple은 유기농 재료를 사용하여 의류를 생산하는데 환경 및 윤리 문제가 전 세계적으로 중요한 의제로 남아 있기 때문에 지속 가능한 제품에 대한 관심 증가는 계속될 것으로 보임.
- 또한 소비자를 중심으로 한국 제품의 안전성에 대한 긍정적 인식 확산 및 지속 높아지는 한류로 인해, 한국산 제품에 대한 소비 증가 추이가 앞으로도 지속 될 것이라고 전망
- 이러한 현지 시장 동향에 맞춰 한국 제품의 높은 품질 및 우수성을 강조한 마케팅 전략 수립 시, 성공적인 현지 시장 진출이 가능할 것으로 보임.