

2025년 12월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2025년 12월 23일~25일
- 참 석 : GS SHOP 고객 1,417명(모바일서베이), GS SHOP 임직원 3명
- 안 건 : 언더웨어 구매 및 이용 행태 관련 고객 의견 청취



언더웨어 구매 행태

속옷 구매 시 주요 고려 요소

구분	G1) 일반고객		G2) 당사 속옷 구매고객	
	응답수	비중	응답수	비중
착용감(편안함 등)	332	55%	396	59%
기능 및 사양(보정/볼륨업 등)	92	15%	66	10%
소재/재질	77	13%	86	13%
가격	35	6%	29	4%
상품 구성	22	4%	31	5%
브랜드	19	3%	30	4%
디자인	16	3%	21	3%
색상	6	1%	10	1%
제조국	2	0%	0	0%
사이즈	1	0%	0	0%
합계	602	100%	669	100%

Q. 속옷을 구매할 때, 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

☞ 관련부서 전달 (캐주얼 언더웨어팀)

Finding

- 필요할 때 즉시 상품을 구입하고자 하는 needs로 인해 온라인 쇼핑몰에서 속옷을 구입하는 고객 비중이 점차 늘어나고 있습니다.
- TV홈쇼핑 속옷은 단독 브랜드거나, 가격적 혜택이 좋거나, 방송에서 많이 보여 눈에 띄일 때 구매하게 됩니다.
- TV홈쇼핑 속옷은 가성비가 좋아서 구매하지만, 사이즈 불일치나 추가 구성 등으로 팬티는 남는 경우가 많습니다.
- 속옷 구매 결정의 절대적 기준은 나에게 잘 맞는 편안한 착용감입니다.

Insight

- 노와이어, 심리스, 퓨징 등 편안한 착용감 관련 스펙을 강조할 수 있는 제품 사양 및 기능성(신축성, 탄력성 등) 테스트 내용이 상품 기술서 및 방송 내용으로 명확하게 전달 필요
- 세트 속옷 상품에서 상/하 사이즈 교차 선택 옵션이 가능한 PB브랜드 상품 판매 시 기성 브랜드 속옷과 차별화 포인트로 작용 가능
- 아직 검증되지 않은 PB브랜드 상품이라 구매를 망설이는 고객들을 위해 런칭 전 고객 체험단 운영 등을 통해 리뷰 및 VOC 수집 및 활용