

### 04 커버스토리

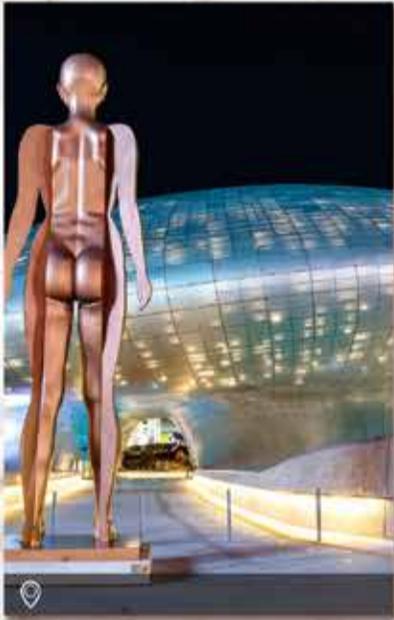
올 여름 동대문으로 문화관광 기볼까

### 12 인기상품

신상마켓, '온오프라인 판매 지원' 인기상품

### 16 뉴스

관광특구協-서울시, 동대문 활성화 방안 논의





V-COMMERCE STUDIO

SEOUL

# 서울시 브이커머스 스튜디오

Seoul V-Commerce Studio

서울시가 서울시 소재 패션 소상공인들의  
온라인 비즈니스를 돕기 위해 만든 촬영 스튜디오입니다.

의류 및 패션잡화 등의 제품 촬영부터 라이브 커머스까지  
다양한 용도로 촬영이 가능한 시설과 서비스를 제공합니다.



촬영 스튜디오



촬영 및 컨설팅 지원



장비 지원  
카메라·렌즈·조명  
360도 촬영기기



라운지  
미팅 및 휴식



예약하기 QR

서울시 브이커머스 스튜디오

**02-6270-1333**

서울특별시 중구 마장로 22 DDP패션몰 4층(신당동 251-7)

[www.svcs.kr](http://www.svcs.kr)

운영시간

평일 오전 10시~오후 10시  
토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

## “오늘은 나도 패션모델”... 시니어 스토리텔링 패션쇼 성료

한중패션인재개발원(KOCHI, 원장 허용구)이 지난 7월 3일 DDP패션몰 5층 서울창작스튜디오에서 ‘2023 FW 스토리텔링 패션쇼’를 개최했다. 이날 패션쇼에는 한중패션인재개발원 소속 50여명의 시니어 모델들이 제4회 전국 패션대학 졸업작품 디자인콘테스트(GDC) 입상자들과 전국대학생패션연합회(OFF) 회원 등이 2개월간 제작한 옷을 입고 패션쇼를 펼쳤다. 패션쇼 무대에 오른 시니어 모델이 직접 기획하고 제작한 시니어 전용 리사이클링 & 업사이클링 작품도 선보여 주목을 받았다. 한중패션인재개발원은 오는 9월에는 중국 상해의 시니어 모델들을 초청해 국내 시니어 모델들과 합동 패션쇼를 열 계획이다.



### 표지 설명

동대문패션타운은 서울에서 손꼽히는 관광명소다. 세계 최대 규모의 패션산업 집적지로 2002년 관광특구로 지정되기도 했다. 청계천과 보물1호인 흥인지문(동대문)이 접해있고 주변에 가 볼만한 명소들이 많아 관광객들이 즐겨 찾고 있다. 올 여름 아직 휴가를 떠나지 못 했다면 동대문패션타운에 들러 쇼핑과 함께 문화관광을 떠나보면 어떨까. 관련기사 4~9면 (표지사진 @ gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2023년 8월 1일

발행처 (재)같이걷는길(구 동대문미래재단) (사)동대문패션타운관광특구협의회

발행인 박용만 박중현 취재 및 편집 디인사이트 인쇄 아람P&B

기사제보·광고문의 010-4118-5903, hyouk1515@naver.com

\*디스토리(DSTOTY)는 (재)같이걷는길과 (사)동대문패션타운관광특구협의회가 동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.

© 디스토리, 무단전재 및 재배포 금지



## 광희동 중앙아시아거리

### 동대문 안의 중앙아시아... 이국적인 향취 가득

광희동에는 러시아, 카자흐스탄, 몽골 등에서 온 중앙아시아 사람들이 많이 거주하는 중앙아시아촌이 있다. 이곳에 들어서면 여기가 한국이 맞나 싶을 정도로 이국적인 향취를 느낄 수 있다. 거리 곳곳의 간판엔 우리에게 낯선, 그러나 러시아와 중앙아시아에선 많이 사용하는 키릴 문자들이 가득하다.

광희동 중앙아시아거리가 생긴 것은 1990년대 초반이다. 한국과 러시아가 수교를 맺자 러시아 상인들이 동대문 의류상가로 모여들면서 이 근처에 정착하기 시작했다. 이후 우즈베키스탄, 키르기스스탄, 카자흐스탄, 몽골 등 중앙아시아에서 온 사람들도 광희동에 터를 잡았다. 그러다 1990년 후반 러시아의 경제상황이 안 좋아지면서 러시아인들이 떠나고 그 자리를 몽골인들이 채웠다.

광희동 중앙아시아거리에서 빼놓을 수 없는 재미 중 하나는 중앙아시아와 몽골의 다양한 음식이다. 달콤하고 쫄깃하면서도 향이 짙



은 우즈베키스탄 양고기 꼬치와 바비큐, 중앙아시아의 진한 고기 육수가 일품인 국수가 인기 있는 메뉴이다. 또한, 몽골식 양고기 구이인 호르호그와 우유와 차를 섞은 수테차이 역시 중앙아시아거리에서 많은 사람들이 즐기는 음식이다.

## 이간수문

### 남산에서 흘러나오는 물길 조절하던 수문

2008년 동대문운동장을 철거하고 동대문디자인플라자를 세우는 공사 중에 동대문운동장 아래 묻혀 있던 이간수문이 발견됐다. 이간수문은 한양도성 성곽이 처음 축조된 1396년(태조 5)에 함께 건설되었다. 한양도성 내 지대가 가장 낮았던 동대문과 광희문 사이에서 서울 남산에서 흘러나오는 물길을 조절하던 수문이다.

발견 당시 이간수문은 윗면을 제외한 나머지가 양호한 상태였다. 석축 기초만 발견된 오간수문에 비해 문화재 가치가 높아 현재 동대문디자인플라자 야외에 전시되고 있다. 이

간수문의 전체길이는 7.4m, 수문의 너비는 각각 3.3m, 수문의 석축 높이는 4m 정도이다. 이간수문의 안쪽에는 급하게 흘러내리는 물결에 기둥과 벽면이 저항을 덜 받게 하는 날개 모양과 뱃머리 모양의 석축시설이 있으며, 나무 울타리 흔적과 함께 수문으로 들어오는 적을 방어하기 위해 꽂아두었던 목재도 하부에서 발견됐다.

한양도성의 또 다른 수문으로는 오간수문이 있다. 인왕산과 북악산의 사이에서 시작된 백운동천이 골짜기를 따라 흘러 경복궁 옆을 지나 동대문 하부에 있었던 오간수문으로 지나갔다. 남산에서 흘러내린 남소문동천은 이간수문을 지나 한양도성 밖에서 청계천에 유입되어 중랑천으로 흘러 한강까지 흘러갔다.



## 동대문역사문화공원(하도감 터)

### 동대문의 역사 한눈에 보는 역사문화 테마공원

동대문역사문화공원은 동대문역사관, 동대문운동장기념관, 동대문유구전시장 등이 들어선 역사문화 테마공원이다.

동대문역사문화공원 자리에는 동대문운동장이 있었다. 동대문운동장은 우리나라 최초의 근대 체육시설로 1925년 일제가 일본 황태자의 결혼을 축하하기 위해 건립했다. 처음 이름은 경성운동장이다.

경성운동장을 짓기 위해 조선말까지 치안을 담당하던 하도감과 언덕을 따라 놓인 한양도성 성벽도 함께 파괴되었다. 하도감은 조선시대에 서울 수호와 왕의 신변보호, 지방군의 훈련과 치안을 담당했던 훈련도감의 한 분영이다. 이외에도 남산물길이 통하던 이간수문, 청계천이 흐르던 오간수문 그리고 한양도성이 위치했다.

동대문운동장이 철거되면서 땅 속에 있던 유물과 유적이 발견



되었다. 각종 자기와 기와, 동전 등과 함께 조선시대 수문인 이간수문, 한양도성 일부도 남아 있었다. 그리고 축구장과 야구장을 철거한 자리에서도 건물지와 집수지, 우물지가 발견되어 야외에 설치된 동대문유구전시장에 볼 수 있게 했다. 동대문역사관은 동대문역사문화공원 건립공사 중 발굴 조사된 매장 유물을 보전·전시해 놓았다.

**구 서산부인과****김중업이 아끼던 자유로운 곡선과 원형의 이미지**

구 서산부인과는 한국 현대건축계의 거장으로 불리는 건축가 김중업이 설계해 1965년에 완공된 건물로, 30여 년 동안 산부인과 병원으로 쓰이다 현재는 일반 사무실 등으로 사용되고 있다.

김중업에게 구 서산부인과의 설계를 의뢰한 건축주 서병준은 김중업의 부인과 먼 친척관계였으며 유명한 산부인과 의사였다. 김중업에게 설계를 의뢰할 때 요구했던 사항은 병원 업무와 주거를 함께 수용할 수 있는 건물을 만들어 달라는 것이었다. 건축주와 친분이 있었기 때문에 김중업은 자신의 창의적인 상상력을 마음껏 발휘할 수 있었고, 그 결과 기존의 정형화된 건물에서 탈피된, 자유로운 형태의 구 서산부인과 건물이 탄생할 수 있었다.

이 건물의 외관은 직선의 모서리가 없이 자유로운 곡선 형태의 외벽과 발코니, 경사도가 돋보이는 구성이다. 곡선들은 내부로 이어지고 복도의 폭은 층과 공간에 따라 달라져 자유로우면서도 자연스러



운 느낌이 잘 살아있다. 또한 전체적인 모습도 산부인과의 상징하듯 엄마의 자궁에 태아가 있는 모습을 연상케 하여 부드러운 곡선의 이미지를 강조했다. 김중업은 작은 원들이 증식해 나가는 이미지를 스케치하곤 했는데, 이런 원형의 이미지를 주제로 하여 처음 설계한 건물이 구 서산부인대로, 생전에 아끼던 건물이었다고 한다.

**광희문****한양도성 사소문 중 하나… ‘수구문’으로도 불려**

‘광명의 문’이라는 뜻의 광희문은 1396년(태조 5) 도성을 건설할 때 도성 사소문 중 하나로 세워졌다. 광희문은 소의문, 혜화문, 창의문과 함께 한양도성의 4소문 중 하나였다. 한양도성 땅 중 지대가 낮아 남산의 물이 이 부근을 통과하면서 수구문(水口門)이라 불리기도 하고, 또 다른 이유로 시구문(屍口門)이라고도 했다.

광희문은 조선시대 한양에서 남쪽 지방으로 내려가는 주요 도로 중 하나로 이용되었고 일본 사신의 도성 출입문이기도 했다. 당시 외국 사신들은 한양도성 사대문과 사소문 가운데 조선 정부에서 지정해 준 문으로만 출입하도록 제한 받았다.

광희문은 격이 낮은 문이어서 왕실이나 사대부는 평시에 사용하지 않았지만 위급할 때는 사용하기도 했다. 1624년(인조 2)에 이괄이 난을 일으켰다가 이 문을 통하여 도망간 일이 있고, 1636년(인조 14) 병자호란 때는 인조가 광희문을 통과하여 남한산성으로 급히 거처를 옮긴 일도 있었다. 일제 강점기에 들어서면서 광희문의 수난은 시작된다. 일제는 도로를 넓히고 전차를 놓는다는 명목으로 한양도성 곳곳의 성벽을 철거하기 시작했다.

이때 동대문 밖에서부터 광희문 사이의 성벽도 철거됐고, 1915년에는 문루(성 위에 지어진 집)가 헐려 이후 오랫동안 흥예(아치형 석조문)만 남아 있었다. 광복 후 1975년이 되어서야 복원을 시작해 1977년 제 모습을 찾았다.

**서울 한양도성****한양 보호했던 성곽… 세계문화유산 등재 추진**

한양도성은 조선왕조의 수도인 한성부의 권위를 드러내고 외부의 침입을 막았다. 태조 5년(1396)에 백악(북악산)·낙타(낙산)·목멱(남산)·인왕의 내사산(內四山) 능선을 따라 세운 이후 여러 차례 수리했다. 성의 높이는 약 5~8m, 전체 길이는 약 18.6km에 이른다.

한양도성에는 4대문과 4소문을 두었는데, 4대문은 북쪽에서부터 시계방향으로 숙정문·흥인지문(동대문)·숭례문(남대문)·돈의문(서대문)이며, 4소문은 서북에서부터 시계방향으로 창의문·혜화문·광희문·소의문이다. 이 중 돈의문과 소의문은 일제강점기 때 철거되었다. 또한 도성 밖으로 물길을 잇기 위한 목적으로 흥인지문(동대문) 남쪽에 오간수문과 이간수문을 두었다.

한양도성은 전국의 민간인 장정 11만 8,000명이 참여하여 지었는데, 한양도성을 따라 걷다 보면 돌에 새겨진 관직과 군명을 확인

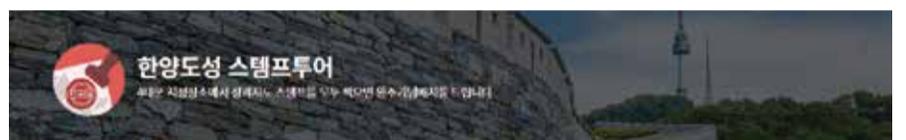


할 수 있다. 서울 한양도성 남산(목멱산)구간은 장충체육관 뒷길에서 남산공원까지 이어지는 구간으로 총 거리는 4.2km, 걷는 데 약 3시간 정도 걸린다. 서울 한양도성은 현재 유네스코 세계문화유산 등재를 추진 중으로, 지난해 12월 한양도성과 북한산성, 탕춘대성을 한 데 묶어 ‘조선 수도성곽과 방어산성’이라는 제목으로 세계유산 우선등재목록에 등록됐다.



“역사 품은 중구, 해설사와 함께 걸어요”

# 문화해설사와 함께하는 도보탐방 코스 9개 운영



중구를 즐기는 독특한 방법 해설사와 함께하는 도보관광

동대문패션타운이 위치한 중구는 조선 600년 역사의 중심지로 국보 1호 숭례문을 비롯해 덕수궁 등 지정문화재와 문화유적이 곳곳에 자리하고 있다. 최근에는 을지로와 신당동 일대가 ‘핫플’로 채워져, ‘합지로’와 ‘합당동’이라 불리며 급부상하고 있다.

성당~우포도청터) △명동역사문화투어 (문화공원~문예서립터) △남산, 기억로 (장충단공원~조선신궁터) △중구역사문화코스(남산~청와대) 등 도보관광 코스 9개와 △장충단기역의 공간 시설관람코스 1개다.

중구는 지역의 과거와 현재를 아우르는 이야기를 프로그램으로 엮어 문화해설 도보 탐방코스 9개를 운영하고 있다. 해설사가 들려주는 숨겨진 역사와 문화 이야기를 들으며 시간 여행을 떠나면 익히 알던 명동과 남산도 새롭게 보이는 경험을 할 수 있다.

동대문패션타운을 지나는 광희문 달빛로드 코스는 흥인지문→오간수교→이간수문→동대문디자인플라자(DDP)→구서산부인과→광희문→광희문성지순교현양관→시구문시장 터→대장간거리→동활인서 터→신당동 떡볶이타운으로 이루어져 있다.

중구가 운영하는 문화해설사 코스는 △한양도성 남산구간(광희문~숭례문) △광희문 달빛로드(흥인지문~무당천) △장충단호국의 길(장충단비~자유센터) △정동한바퀴(정동극장~서울시립미술관) △순례역사길1(명동대성당~약현성당) △순례역사길2(중립동 약현

성당~우포도청터) △명동역사문화투어 (문화공원~문예서립터) △남산, 기억로 (장충단공원~조선신궁터) △중구역사문화코스(남산~청와대) 등 도보관광 코스 9개와 △장충단기역의 공간 시설관람코스 1개다.

그간 총 519회의 해설 프로그램이 진행됐으며, 다녀간 탐방객 수는 총 4,790명에 이른다. 코로나19가 유행하던 시기에는 운영 기간을 단축하고 문화해설사들의 비대면 교육, 코스 신규 개발 및 정비에 힘쓴 뒤 지난 3월 프로그램을 재개했다.

이중 명동대성당~약현성당까지 운

영하던 순례역사길은 올해부터 2개로 분리하여 진행한다. 명동성당~김범우 집터까지를 1코스, 중립동 약현성당~우포도청 터까지를 2코스로 따로 운영함으로써 선교사 없이 천주교를 받아들인 유일한 나라에서 순례길의 의미를 더욱 심층적으로 탐색해볼 수 있다. 두 코스 각각 3km에 달하는 거리로 1시간 30분씩 소요된다.

올해 처음 도입되는 중구역사문화코스는 남산 백범광장→덕수궁→명동→청계천→광화문광장→경복궁→청와대까지 6km의 거리를 3시간 동안 걷는 도심

속 ‘대장정’이다. 청와대 개방과 연계한 프로그램으로 조선시대부터 대한민국 근현대사까지 한 번에 훑어볼 수 있다.

해설사 없이 나 홀로 여행을 즐기는 관광객을 위한 비대면 문화해설 도보 관광프로그램도 있다. 서울 중구 스마트관광 전자지도 앱을 스마트폰에 내려받아 지도를 따라 탐방하면 된다. 코스를 완주하면 기념품도 준다.

해설사와 함께하는 도보 탐방프로그램 이용은 중구청 홈페이지나 서울시 공공서비스예약시스템에서 예약해 신청할 수 있다.

## 서울미래유산 ‘동대문패션타운’

### 미래세대에게 전할 가치 있는 보물 곳곳서 빛나

동대문패션타운은 오래된 역사만큼 서울을 대표하는 건물과 장소들이 많다.

서울시가 지정하는 서울미래유산 현황을 보면 서울시 25개 구에 505개의 서울미래유산이 있다. 그 중 중구에 99개가 있고, 동대문패션타운에 10여개가 몰려 있다. 종로구에 속한 동대문종합시장과 창신동 봉제마을, 동대문생선구이골목을 포함하면 13개 정도 된다.

서울미래유산은 서울시가 지난 2013년부터 시작한 사업으로, 문화재로 등록되지 않은 서울의 근현대

문화유산 중에서 미래세대에게 전달할 만한 가치가 있는 유·무형의 모든 것을 포함하고 있다. 서울사람들이 근현대를 살아오면서 함께 만들어온 공통의 기억 또는 감성으로 미래세대에게 전할 보물이라고 보면 된다.

생산부터 판매까지 한국에서 이루어지는 패션 클러스터이자 20세기 산업화의 상징인 동대문패션타운은 이 사업이 시작된 2013년 서울미래유산으로 지정됐다. 서울을 대표하는 패션시장으로 내국인들과 외국인들이 많은 찾는 관광명소로 보존



가치가 있다는 것이 선정 이유다.

동대문패션타운 내에 있는 평화시장, 신평화시장, 제일평화시장, 청평화시장, 광희시장, 벨포스트, 동대문종합시장, 창신동 봉제마을, 청계

천 헌책방거리, 전태일 분신장소, 동대문생선구이골목, 국립중앙의료원 등도 같은 시기 서울미래유산으로 지정됐다. 디스토리 11호(2021년 2월호) 참조

여성복 전문 프로모션 업체 **디자인제이**

## 디자인 제안부터 사입까지 원스톱 서비스로 “고객 만족”

국내와 중국에 니트 전문 생산라인 구축  
도매시장 고객이 90% 이상... 상생 성장

디자인제이(대표 장재희)가 여성복 전문 프로모션으로 동대문패션타운에서 주가를 높이고 있다. 지난 2004년 설립된 디자인제이는 동대문 도매상가를 대상으로 여성 니트와 우븐, 패딩을 디자인 제안·기획, 제작 및 사입을 전문적으로 하고 있다.

동대문구 장안로에 위치한 한국 본사에서는 전문 디자이너들이 디자인 및 패션 정보와 샘플 제시, 업체와의 미팅을 통한 바이어의 니즈 파악 등으로 디자인 기획, 제작 업무를 하고 있다. 또한, 국내와 중국에 니트 전문 생산라인을 갖추고 있고, 광저우와 상해에 한국 디자이너들이 각각 상주해 지속적인 샘플 제작과 우븐, 니트 사입을 하고 있다.

디자인제이는 이전에는 중고가 여성 브랜드 전문 니트 프로모션 활동으로 10년간 국내외 브랜드 바이어와 니트 생산과 납품을 진행했다. 이후 동대문 시장과 자연스러운 연결로 지금은 90% 이상 도매시장과 비즈니스를 하고 있다.

이 회사 장재희 대표는 “브랜드 프로모션을 했을 때에는 디테일 하고 불필요한 형식 등 수많은 절차를 거쳐 일이 진행되었기에 답답한 점들도 많고 빠른 진행이 어려웠다”며 “반면 동대문 시장은 빠른 결정과 기획력, 진행으로 유행의 변화에 민감하게 반응하고 적응해 소비자들의 기호를 빠르게 읽어내어 브

랜드들과 비교해 거품을 많이 뺀 합리적인 가격을 제시해 만족도가 더 높은 것 같다”고 말했다.

디자인제이는 단순히 업체에서 제시하는 제품만을 생산하고 카피 제작하는 프로모션이 아니다. 끊임없는 디자인 자료수집과 시장조사를 통한 디자인 개발로 바이어가 필요로 하는 부분을 바탕으로 한 트렌드 컬러와 디자인을 지속적으로 제시, 서로에게 하나의 디자인실을 공유하는 듯한 협업을 하고 있다.

이를 통해 서로에게 긍정적인 영향을 주며 함께 상생하고 성장하는 효과를 내고 있다. 또한, 추후 바이어의 판매가 실질적으로 잘 이루어질 수 있도록 필요로 하는 정보와 샘플을 지속적으로 제공하고 있다. 끊임없이 제품과 디자인을 업체에 제공함으로써 매출의 극대화를 끌어내고 있어 바이어의 만족도가 높은 편이다.

디자인제이는 여성 전문 니트 프로모션으로 업체의 니즈에 맞는 제품의 디자인, 생산은 기본으로 운영하되 판매에 자신 있고 개성 있는 스타일들을 자체적으로 기획, 생산해 동대문 도매업체들이 니트 의류를 부담 없이 손쉽게 바인할 수 있도록 할 계획이다.



디자인제이 중국 광저우 쇼룸.

장재희 대표는 “물가상승과 경기침체로 의류 시장 또한 많이 위축되어 있다. 이렇게 어려울 때일수록 참신하고 개성 있는 디자인의 개발과 발 빠른 진행과 영업력이 필요하다”며 “시장이 위축될수록 악순환은 반복될 수밖에 없다. 이를 극복하기 위해서는 디자인 개발에 더 신경을 써 트렌드를 반영한 참신한 디자인을 해야 한다”고 강조했다. 문의: 010-3870-7215





DDP패션몰 '캠 앤 컴포트'

## “여성스러움·캐주얼·시크함 다 갖췄다”

# 라이프스타일에 따라 한 아이템으로 다양한 연출

### 니트, 블라우스, 팬츠 많이 찾아 아이덴티티 확고히 해 해외 공략

DDP패션몰 3층 98호에 위치한 ‘캠 앤 컴포트(Calm & Comfort)’는 여성스러움과 캐주얼함, 때로는 시크함을 동시에 갖고 있는 여성복이다. 라이프스타일에 따라 하나의 아이템으로 연출을 통해 다양함을 느낄 수 있는 것이 가장 큰 장점이다.

니트와 티셔츠를 비롯해 원피스, 스커트, 팬츠, 블라우스, 셔츠 등 아우터를 포함한 다양한 우븐 상품을 판매하고 있다. 그 중에서도 주력 상품은 손님들

이 많이 찾는 니트와 블라우스, 팬츠 등이다.

캠 앤 컴포트는 2020년 가을 론칭됐다. 처음 시작할 때는 30대 초, 중반을 염두에 두었지만 의도와 달리 20대부터 40대 초반까지 다양한 연령의 고객층이 형성되어 이제는 섭렵된 고객층의 손님들이 두루 입을 수 있는 옷을 고민하고 만들고 있다. 예를 들면 20대에서는 멋내기용이 30대와 40대로 넘어가면서 회사 생활할 때 입을 수 있는 시크하거나 여성스러운 데일리 출근 룩이 되기도 한다.

캠 앤 컴포트 진아영 대표는 대학교

에서 패션 디자인을 전공한 뒤 관련 회사를 다니다가 지인의 소개로 동대문에 들어오게 됐다. 매장을 오픈하기 전까지 약 15년 동안 니트 전문 디자이너로 일했다. 2020년 매장을 열어야겠다고 마음을 먹고 동대문 주변 여러 상가를 알아보던 중 친구의 권유로 DDP패션몰에 입점하게 됐다.

지금까지 동대문 생활의 어려움 점은 딱히 없는 것 같다는 진 대표는 최근 주5일제가 되면서 오히려 이전에는 못 가졌던 워라벨(work-life balance · 일과 삶의 균형)을 느끼고 있는 중이라고 보람 있는 점은 역시 자신이 만든 옷을 해외바이어와 내수고객들이 좋아하고, 최종소비자들도 만족할 때라고 했다.

시즌 상품기획은 동대문의 다른 매장들과 마찬가지로 반 계절 앞서 하고 있다. 기존에 잘 나갔던 상품의 재진행과 함께 판매데이터를 바탕으로 신상품을 함께 구성하고 있다. 외부 시장조사, 인터넷 검색 등 최근에는 워낙 참고할 수 있는 재료와 자료가 많아서 그 부분도 참고하고 있다. 요즘에는 매장마다 확실한 아이덴티티를 구축하지 않으면 어렵기 때문에 시즌 상품을 제작할 때 그 점을 제일 중요하게 생각하고 있다.

캠 앤 컴포트도 코로나19로 인해 이전에는 겪지 못했던 예측할 수 없는 다양한 변화를 겪고 있다. 그 중 하나가 오프라인에서 온라인으로 단숨에 유통을 옮기는 것이었다. 진아영 대표는 “그동안 오프라인이 주였던 도매가 온라인이라는 유통망을 접하면서 상품을 시각화해야 됐다”며 “바쁜 일정 중에 시간을 내어 촬영을 하고 업데이트하지 않으면 안 되는 이중삼중고를 겪은 것 같다”고 말했다.

진 대표는 동대문 경기는 팬데믹이나 워드 코로나 때보다 오히려 엔데믹 시기인 지금이 더 어려운 것 같다고 했다. 그만큼 내수경기가 어렵다는 것이다. 따라서 내수에만 집중하지 않고 아시아를 비롯한 세계 여러 나라에 상품을 수출하기 위해 노력하고 있다.

앞으로의 계획은 캠 앤 컴포트라는 브랜드 아이덴티티를 좀 더 확고히 하는 것이다. 진 대표는 “동대문패션타운도 이제 적당한 가격과 디자인으로 판매하던 시기는 지난 것 같다”며 “브랜드 아이덴티티를 확고히 하고 가격도 고가 아니면 저가로 방향을 잡아야 살아남을 수 있을 것”이라고 말했다. 인스타그램 : calm\_and\_comfort



# 패션업 평균 판매수수료율 19.1%... 무신사가 가장 높아 매출액 비중 '10% 미만' 절반 넘고, 마진율은 23.4%

## 중소기업중앙회, '온라인 유통거래 실태조사' 결과 발표

지난해 패션업의 평균 판매수수료율은 19.1%이며, 무신사가 24.5%로 가장 높은 것으로 조사됐다.

중소기업중앙회(회장 김기문)는 최근 오픈마켓과 배달앱, 숙박앱, 패션업 등 온라인플랫폼 입점업체 1,200개사(패션업 부문 300개사)를 대상으로 올해 3월 30일부터 5월 22일까지 실시한 '온라인 유통거래 실태조사' 결과를 발표했다.

이에 따르면 조사대상 4개 패션업의 지난해 평균 판매수수료율은 19.1%이며, 무신사 24.5%, 에이블리 16.1%, 지그재그 15.7%, 네이버 패션 9.4% 순으로 나타났다. 또 '광고비 등 기타 비용 전체가 판매가에서 차지하는 비중'은 평균 2.9%, '평균 마진율'은 23.4%이며, '평균 정산 소요일'은 21.4일이었다.

2022년 전체 매출액에서 거래 중인 패션업을 통한 매출액 비중은 '10% 미만'(51.0%)이 가장 많았으며, 다음은 '10~25% 미만'(18.7%), '25~50% 미만'(15.3%) 순으로 나타났다.

패션업과의 거래에서 발생한 비용 부담은 '적정'했다는 의견이 37.0%, '부담'됐다는 의견이 29.0%로 조사됐다. 특히, 네이버 패션과 거래 중인 소상공인은 비용 부담이 '적정'(52.0%)하다는 응답이 상대적으로 높게 나타났으며, 패션업과 거래 기간이 길수록 비용이 '적정'하다는 응답이 높았다.

이밖에 불공정·부당행위를 경험한 경우는 대부분 없음(97.3%)으로 나타났고, 불공정·부당행위를 경험한 적 있는 소상공인을 대상으로 사례를 조사한 결과, '비용 부담 과다하나, 협상력 차이로 대응 어려움'(62.5%) 의견이 높게 조사됐고 이어서 '타 플랫폼 이용 방해, 퇴점 강요'(25.0%) 순으로 응답한 것으로

나타났다. 또 플랫폼과 입점업체 간 표준계약서 제정이 필요하다는 의견이 55.7%로 높게 나타났고, 중개 거래 계약 체결 시 가장 반영되었으면 하는 사항으로는 '규모별 수수료 차등제 도입 등 비용 부담 완화'(67.1%)이며, '상품검색 및 노출 기준 공개'(62.9%), '수수료·광고비 결정기준 공개'(54.5%) 순으로 조사됐다.

한편, 이번 조사는 최근 온라인플랫폼 분야별 자율규제 방안이 마련되고 있는 가운데 온라인플랫폼 입점업체의 2022년 거래실태와 애로사항을 파악하고 개선점을 발굴하기 위해 실시했다.

조사 결과, 입점업체가 체감하는 비용 부담은 상대적으로 배달앱과 숙박업 분야에서 높게 나타났다.

현재 비용부담 적정성에 대한 체감도(100점 만점 기준)는 패션업(51.7점), 오픈마켓(44.9점), 숙박업(32.8점), 배달앱(32.3점) 순이었고, 비용이 매우 부담 또는 부담된다고 응답한 업체의 비율은 배달앱(64.7%), 숙박업(62.3%), 오픈마켓(36.0%), 패션업(29.0%) 순이었다.

평균 명목 판매수수료율은 패션업(19.1%), 숙박업(11.8%), 오픈마켓(11.1%) 순으로 나타났고, 배달앱 입점업체가 부담하는 주문 1건당 배달비는 평균 3,473원으로 조사됐다.

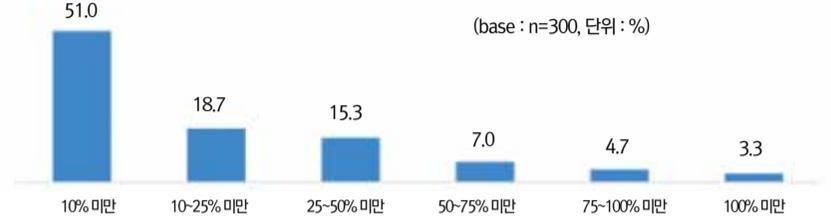
한 달에 부담하는 광고비는 숙박업 입점업체가 평균 899,110원, 배달앱 입점업체가 평균 191,289원으로 나타났고, 판매가에서 광고비 등 기타 비용이 차지하는 비중은 오픈마켓이 평균 7.0%, 패션업이 평균 2.9%로 조사됐다.

'온라인플랫폼 공정화법'이 제정되어야 한다고 응답한 입점업체의 비율은 숙박업(78.7%), 배달앱(77.3%), 오픈마켓(77.0%), 패션업(71.3%) 순이었다.

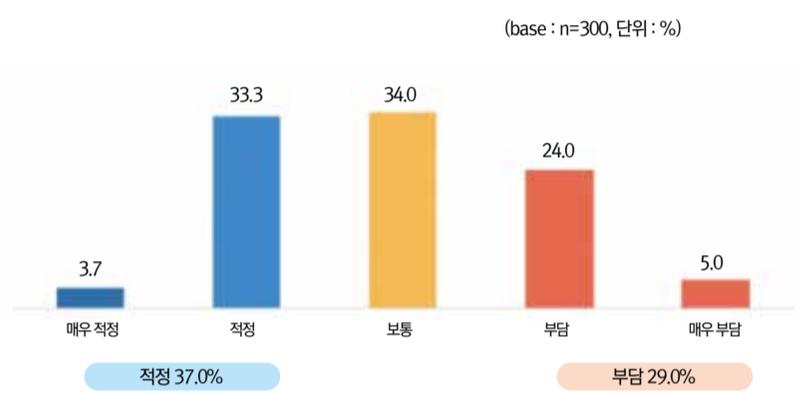
2022년 패션업과의 거래에서 발생한 비용 부담

구분	평균 판매 수수료율(%)	광고비 등 기타 비용 전체 (%)	평균 마진율 (%)	평균 정산 소요일(일)
전체	19.1	2.9	23.4	21.4
무신사	24.5	1.4	24.3	25.6
지그재그	15.7	4.7	22.7	18.0
에이블리	16.1	3.9	23.5	24.3
네이버 패션	9.4	4.7	21.6	9.8

2022년 거래 패션업을 통한 매출액 비중



2022년 패션업 거래시 비용 부담 적정성

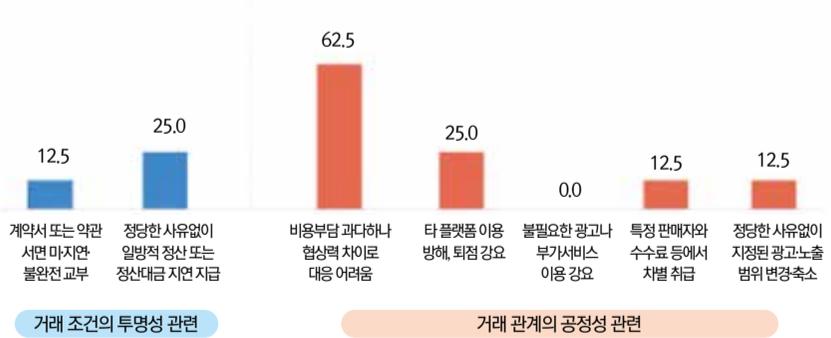


2022년 패션업 불공정·부당행위 경험 여부



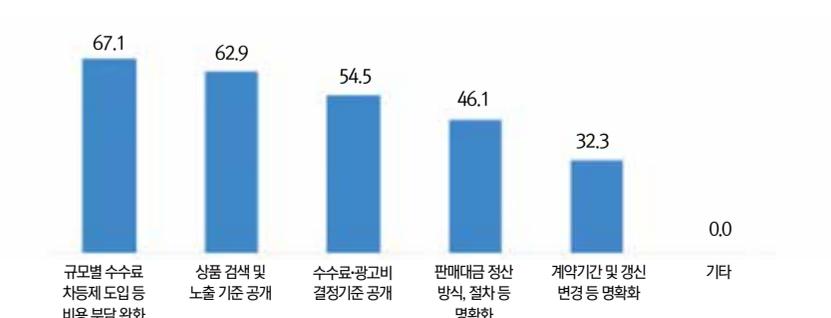
불공정·부당행위 경험 사례

(불공정·부당행위 경험이 있는 응답자 n=8, 단위: %, 복수응답)



표준계약서 제정에 대한 의견: 계약체결 시 반영 희망사항

(base: 표준계약서 제정이 필요하다고 생각하는 응답자 n=167, 단위: %, 복수응답)



# 서울시패션제조지원센터 (서울창신솔루션앵커)

## 디자이너와 패션 봉제 소공인을 위한 공간



### 1층 코워킹스페이스

#### 운영목적

디자이너와 지역 봉제 소공인을 위한  
자유로운 소통공간 및  
디지털 비즈니스 경험 체험

#### 지원혜택

유까(YUKA), 3D CLO, OA, 캐비닛  
무상 이용

#### 신청방법

사무실 문의 02-6328-6501



### 2층 공용장비실

#### 운영목적

영세소공인 및 취·창업자 등  
샘플 제작 환경 지원

#### 지원혜택

1:1 코칭, 취·창업 마스터 봉제 교육

#### 신청방법

공용장비실 유선 예약 및 방문 접수  
02-6328-6504



### 3층 자동재단실

#### 운영목적

자동화장비 지원을 통한  
재단품질 향상 및  
지역봉제 생산활동 지원

#### 지원혜택

자동캠재단(소량 가능), 패턴 입·출력,  
마카 출력 무상 서비스

#### 신청방법

유선 및 방문 상담 ▶ 재단스케줄 확인 ▶ 원단 입고 및 작업 투입

02-6328-6508, 6510

## 신상마켓 X 동대문 바이어라운지

## ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 인기상품

패션 도소매 거래 1위 플랫폼 ‘신상마켓’ 운영사인 딜리셔스가 중구청이 운영하는 동대문 바이어라운지가 도매상인들의 온라인 경쟁력 강화를 위해 추진하고 있는 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업자로 선정, 최근 본격적인 활동에 들어갔다.

딜리셔스는 동대문 도매상인을 대상으로 신청을 받아 오는 12월

까지 신상마켓 입점 등을 통해 국내외 온라인 판매를 도울 예정이다. 신상마켓 플랫폼뿐 아니라 동대문 바이어라운지 등을 활용해 온오프라인 판매를 지원한다.

디스토키는 ‘상인참여형 온오프라인 판매지원’ 사업에 참여하고 있는 도매업체들의 인기상품을 지면을 통해 소개한다.



## ▲ 가십(gossip)

■ 상가명 디오토 ■ 호수 2층 F-16호 ■ 상품명 바스락 반바지세트 ■ 소재 나일론100% ■ 특징 바스락거리고 시원한 냉감 소재 원단으로 약간의 생활가 방수가 되며 여름철 장마로 많이 애용되는 트렌디한 세트 ■ 문의 02-2117-4894



## ▲ 인디고(INDIGO)

■ 상가명 디오토 ■ 호수 4층 G-12호 ■ 상품명 610 ■ 소재 면100% ■ 특징 국내 원단, 국내 생산 피그먼트 염색 바지 ■ 문의 010-5877-2022



## ▲ 비코즈(BCOZ)

■ 상가명 청평화 ■ 호수 4층 A-460, 461호 ■ 상품명 매직 스커트 ■ 소재 폴리95%/스판5% ■ 특징 국내 생산이며 가성비 좋음 ■ 문의 02-2238-1117



## ▲ 메종드신드롬(maison de syndrome)

■ 상가명 디오토 ■ 호수 1층 G-14호 ■ 상품명 탑 셔링 나시 ■ 소재 레이온 스판 ■ 특징 베이직 이너 나시 ■ 문의 02-2117-0537



- ◀ 원더우먼  
(one.the.woman)
- 상가명 디오토
  - 호수 2층 E-22호
  - 상품명 러브조거SET
  - 소재 면100%
  - 특징 힙한 데일리 연출이 가능
  - 문의 010-9160-0166



- ▶ 마이엘리(Myele)
- 상가명 청평화
  - 호수 4층 D-15호
  - 상품명 모네블라우스
  - 소재 면85%/린넨15%
  - 특징 전체적으로 내추럴한 실루엣이 편안한 착용감을 선사. 넥 테슬 끈으로 퀄리티 업
  - 문의 010-6445-9761



- ◀ 미쁘다(mippuda)
- 상가명 디오토
  - 호수 3층 E-08호
  - 상품명 시레이원피스
  - 소재 나일론100%
  - 특징 유행소재인 나일론으로 트렌디함을 추구한 롱 원피스
  - 문의 02-2117-4173



- ◀ 아이유(IU)
- 상가명 디오토
  - 호수 4층 B-15호
  - 상품명 에리안 슬리브리스
  - 소재 면100%
  - 특징 프론트꼬임포인트로 심플하면서도 유니크함이 휴가철 비치웨어 등으로 활용도 높음
  - 문의 02 2117 8665



- ▶ 수기(SUGI)
- 상가명 디오토
  - 호수 B2층 N-49호
  - 상품명 플리츠통팬츠
  - 소재 폴리100%
  - 특징 고급스러운 플리츠 치마바지
  - 문의 010-9949-4694





- ◀ 오블리크(ob-lique)
- 상가명 청명화
  - 호수 5층 가-17호
  - 상품명 무드샤틴나시원피스
  - 소재 폴리100%
  - 특징 은은한 광택이 나는 샤틴 원단을 바이어스 방향으로 작업해 라인감에 차별화를 줌
  - 문의 010-7271-6918



- ▶ 도(D'oh)
- 상가명 디오트
  - 호수 지하1층 J-28호
  - 상품명 구미오버롤
  - 소재 면100%
  - 특징 오버롤 하프팬츠
  - 문의 010-5944-8788



- ◀ 더모드나인(themode9)
- 상가명 디오트
  - 호수 3층 J-28호
  - 상품명 포플린블라우스
  - 소재 면100%
  - 특징 여성스러운 심플한 분위기
  - 문의 02-2117-8936



- ◀ 로하로하(roharoha)
- 상가명 디오트
  - 호수 2층 G-8호
  - 상품명 빈츠폴라
  - 소재 레이온95%/스판5%
  - 특징 수년째 인기를 끌고 있는 시그니처 상품
  - 문의 010-7553-3083



- ▶ 대박(Daebak)
- 상가명 누존
  - 호수 3층 226~228호
  - 상품명 오버핏 블레이저 자켓
  - 소재 폴리55%/레이온35%/스판10%
  - 특징 루즈한 오버사이즈 핏으로 셔츠, 니트, 티와 함께 베이직하게 매치 가능하며 시즌에 구애받지 않는 컬러감으로 어느 계절과도 조화로움
  - 문의 02-2252-3273





- ◀ 하바나(havana)
- 상가명 청평화
  - 호수 2층 나-19호
  - 상품명 린넨크롭 포켓남방
  - 소재 린넨100%
  - 특징 린넨 소재로 주머니가 포인트인 크롭기장의 숏 남방 스타일
  - 문의 02-2236-8803



- ▶ 에이치엘리(H.ALLEY)
- 상가명 디오트
  - 호수 4층 G-1호
  - 상품명 니트앞트임나시
  - 소재 폴리65%/면35%
  - 특징 여름무드가 물씬 풍기는 민소매 니트
  - 문의 010-9698-2759



- ◀ 데일리프로젝트 (daily project)
- 상가명 디오트
  - 호수 2층 G-15호
  - 상품명 몬트7부
  - 소재 폴리100%
  - 특징 여성스러운 무드의 소매가 특징
  - 문의 02-2234-0810



- ◀ 바이허니 (BY Honey)
- 상가명 디오트
  - 호수 지하2층 G-11, 12호
  - 상품명 파인드Set
  - 소재 면100%
  - 특징 여름 데일리 트레이닝 세트
  - 문의 02-2117-4948



- ▶ 에픽(EPIC)
- 상가명 청평화
  - 호수 5층 나-525호
  - 상품명 보브비조자켓
  - 소재 폴리100%
  - 특징 탈부착 가능하고 앞뒤로 입을 수 있어 3가지 연출이 가능
  - 문의 010-4561-8961



# “건물용도 변경·공공건물 활용·지구단위계획 완화 필요”

## 관광특구協-서울시, 동대문상권 활성화 방안 논의

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)와 서울시가 지난 7월 18일 서울파트너스하우스에서 ‘동대문상권 활성화 방안 논의’를 위한 간담회를 가졌다.

동대문상권 활성화를 위해 마련된 이날 간담회에는 협의회에서 박중현 회장을 비롯해 양홍섭 해양엘리시움 대표(동대문도매상가협의회 회장), 김명자 동평화패션타운 관리단 회장, 구연남 신평화패션타운 상인연합회장, 황석준 디오토 운영자 청년 대표, 지대식 협의회 사무국장 등이, 서울에서 송호재 경제일자리기획관을 비롯해 권소현 경제정책실 뷰티패션산업과장, 승효선 뷰티패션정책팀장, 이순자 제조산업지원팀장, 김연의 주무관 등이 참석했다.

협의회는 간담회에서 코로나19 사태와 급변하는 유통환경으로 인해 매출과 관광객이 급감하고, 공실이 급증하는 동대문상권의 현안에 대한 서울시의 지원을 건의했다.

특히 △동대문패션상권 침체에 따른 건물용도 규제 완화 △특구 내 점포의 공급 과잉 문제 해결을 위한 공공건물 활용 △청계천변 지구단위계획 완화 △도소매 상인과 거래하는 봉제업체에 대

한 지원 △낙후된 동대문 전통시장 내 스튜디오 조성 등을 제안했다.

협의회에서 제안한 내용을 보면, 건물용도 규제 완화의 경우 늘어나는 상가 공실 문제를 해결하기 위한 가장 시급한 사항이다. 동대문은 대부분 구분 점포로, 판매시설 외 다른 용도로 사용할 수 없다. 당구장, 볼링장 등 운동시설, 문화시설, 위탁시설 등 입점을 원하는 수요는 많지만 용도변경이 불가능해 공실이 늘고 있는 가장 큰 이유다. 다른 용도로 변경하려면 현재 구분 등기되어 있는 것을 전부 지분 등기(공동소유)로 전환 후 용도 변경이 가능하나 현실적으로 각 구분 점포의 현황이 달라서 불가능하기 때문이다.

이에 따라 협의회의 건의로 서울시는 지난해 11월 법무부 법무심의관실에 법개정을 요청했으나 아직 답변을 받지 못하고 있다.

공급 과잉 문제 해결을 위한 공공건물 활용의 경우 주변 상권 공실이 많은 상황에서 DDP패션몰의 상가 기능 유지에 대한 정책적 판단과 상권을 지원하는 공공시설로의 전환, 서울경찰청 기동본부의 조속한 이전을 전달했다.

청계천 지구단위계획 완화는 청계천



동대문패션타운관광특구협의회와 서울시가 지난 7월 18일 서울파트너스하우스에서 ‘동대문상권 활성화 방안 논의’를 위한 간담회를 가졌다.

주변의 건물들은 50~60년 된 노후된 건물로 재건축, 재개발이 필요한 시기지만 고도 제한이 높이 30m로 되어 있어 추진이 어려운 만큼 이를 완화해 주는 것이 필요하다는 점을 적극 설명했다.

이밖에 역내 제조업체에 신상품 샘플 제작을 의뢰할 경우 서울시에서 일부 예산을 지원해 주는 바우처사업이 필요하다는 것과 온라인 플랫폼 활용을 위한 전통시장 내 촬영과 라이브커머스를 위한 스튜디오 조성도 지원해 줄 것을 건의했다.

이에 대해 서울시 경제정책실 측은 건물용도 변경은 법무부 소관이지만 이 문제가 해결될 수 있도록 지속적으로 노력하겠다고 답했다. 또 청계천변 지구단위 계획 완화 건은 담당부서인 도

시계획국에 건의해서 진행될 수 있도록 돕는다는 방침이다.

DDP패션몰은 3층 일부를 먼저 공익적 공공시설로 활용할 계획이라고 전했으며, 샘플제작비 지원과 스튜디오 조성도 지원을 검토하겠다고 밝혔다.

협의회 박중현 회장은 “그동안 동대문상권 지원이라는 이름으로 많은 사업이 시행됐지만, 정작 동대문과 패션산업 발전에 기여한 상인과 상가들은 제외됐다”며 “60여년 만에 처음으로 서울시가 마련해 준 동대문상권지원센터를 적극 활용해 동대문상권에 필요한 사업을 발굴해 건의하겠으며, 이번 간담회는 동대문상권과 서울시 관련부서가 공식 안건을 가지고 소통하는 자리였다는 점에서 특별히 큰 의미가 있었다”고 말했다.

## 동대문 상가 “여름휴가 갑니다~”

동대문패션타운 상가들이 7월말 굿모닝시티를 시작으로 여름휴가에 들어간다.

동대문패션타운에는 원부자재, 소매, 도매시장에 30여개 상가들이 밀집해 있다. 이들 상가들은 각각의 특징과 고객 성향에 따라 여름휴가 일정을 잡았다.

원부자재 상가는 통일상가 부자재매장이 8월 1~7일, 동화상가가 8월 2~6일, 골든타운이 8월 9~13일 여름휴가를 실시한다. 의류 도매상가

는 상가별로 8월 3~5일 여름휴가에 들어가 8월 13~14일 밤 오픈한다. 가장 늦은 8월 중순 휴가를 실시하던 평화시장도 올해는 다른 상가와 일정을 맞춰 8월 5~13일 여름휴가에 들어간다.

소매상가인 굿모닝시티는 가장 빠른 7월 31~8월 4일, 밀리오레는 8월 14~18일, 헬로에이피엠은 8월 7~11일 여름휴가를 실시한다. 두타몰, 현대시티아울렛은 정상영업한다.

### 동대문 상가 여름휴가 일정

상가명	휴가 일정	상가명	휴가 일정
광희패션몰	8월 4~13일 밤 오픈	서평화상가	리뉴얼 오픈 준비 중
골든타운	8월 9~13일	스튜디오W	8월 4~13일 밤 오픈
굿모닝시티	7월 31~8월 4일	아트프라자	8월 4~14일 밤 오픈
남평화상가	8월 4~13일 밤 오픈	에이피엠	8월 4~13일 밤 오픈
누존패션몰	8월 4~13일 밤 오픈	에이피엠럭스	8월 4~13일 밤 오픈
동평화패션타운	2~4층: 8월 4~14일 오전 오픈 1층-B1층: 8월 6~13일 오전 오픈	에이피엠플레이스	8월 4~13일 밤 오픈
동화상가	8월 2~6일	엘리시움	8월 4~14일 밤 오픈
두타몰	정상영업	제일평화	8월 3~13일 밤 오픈
디오토	8월 5~13일 밤 오픈	테크노상가	8월 4~13일 밤 오픈
디자이너클럽	8월 4~13일 밤 오픈	통일상가	부자재: 8월 1~7일 의류: 8월 4~14일 밤 오픈
디디패션몰	8월 3~13일 밤 오픈	팀204	8월 4~13일 밤 오픈
롯데피트인	리뉴얼 오픈 준비 중	평화시장	8월 5~13일 밤 오픈
밀리오레	8월 14~18일	청평화시장	8월 5~13일 밤 오픈
맥스타일	8월 5~13일 밤 오픈	청계6가 지하쇼핑센터	정상영업
벨포스트	8월 4~13일 밤 오픈	헬로에이피엠	8월 7~11일
신평화패션타운	8월 4~13일 밤 오픈	현대시티아울렛	정상영업

자료: 동대문패션타운관광특구협의회

# DDP '비더비' MZ세대 겨냥 체험공간 변신

## 지난 7월 14일 재개관

동대문디자인플라자(DDP) '비더비(B the B)' 공간이 최신 테크 기술을 체험해볼 수 있는 복합문화공간으로 리뉴얼 오픈했다. 비더비(B the B)는 Beyond the Beauty, Be the Beautiful의 약자로, 화장품을 넘어선 확장된 의미의 아름다움(美)과 자신만의 아름다움을 발견하는 공간이란 뜻을 갖고 있다. 지난 2022년 9월 개관 이후 47만 명의 시민이 방문해 중소기업 브랜드를 접하고, 뷰티테크 기술을 체험했다.

서울시와 서울경제진흥원(SBA, 대표 김현우)은 비더비를 서울의 뷰티, 패션, 라이프스타일 등 전 영역의 트렌드를 한

곳에서 관람, 체험할 수 있는 공간으로 재구성해 지난 7월 14일 재개관했다. 새 단장을 마치고 오픈한 비더비는 △브랜드 협업 쇼룸 △라이프스타일 분야 최신 테크 체험 △문화 콘텐츠가 결합한 전시 등 MZ세대를 겨냥한 다양한 콘텐츠를 체험하며 나만의 경험을 만들 수 있는 공간으로 운영된다. 서울의 현재 트렌드를 보여주는 '브랜드 라운지'에서는 일상 공간에 지능형 로봇 기술을 체험할 수 있는 브랜드 쇼룸이 마련되어 있다. 인공지능(AI) 로봇기술을 적용한 바리스타 로봇, 아이스크림 로봇을 통한 새로운 방식으로 식음료(F&B)를 경험할 수 있다.

'기술의 개인 맞춤 서비스화'를 경험할 수 있는 기술 기업 상설전시 공간도



눈여겨볼 만하다. 서울의 미래를 선도할 기술을 보유한 기업 제품 전시관에서는 인공지능 기반 맞춤형 피부진단, 인공지능 뷰티 솔루션, 개인화 향기 서비스, 가상 피팅 솔루션 등 서울의 미래 라이프

스타일을 경험할 수 있다. 중소기업과 시민을 잇는 공공기관으로서 가교 역할을 강화하기 위해 유망 중소기업 10개사와 한국의 대표적 조형작가의 콜라보 프로젝트도 전시한다.

## 동대문에 메타패션 플레이그라운드 개소

### DDP패션몰 5층에 위치

동대문패션타운에 메타패션을 체험하고 창작해 볼 수 있는 복합문화공간이 들어섰다.

산업통상자원부는 지난 6월 30일 동대문 DDP패션몰 5층 서울패션허브 배움뜰에 메타패션 체험 및 창작, 창업, 전문인력양성을 지원하는 국내 최초 메타패션 플레이그라운드를 오픈했다.

메타패션은 섬유패션과 디지털 기술을 결합한 패션테크의 일종으로, 메타버스의 확산과 함께 디지털 문화에 익숙한 MZ세대들이 메타패션을 친환경 패션이

자 확장 현실(XR) 경험으로 보고 있어 향후 그 시장 규모가 급성장할 것으로 전망되고 있다.

이번에 문을 연 메타패션 플레이그라운드는 체험존과 창작존으로 구성됐다. 체험존은 디지털패션 창작물을 전시하고 방문객이 직접 최신 메타패션 기술과 작품을 체험할 수 있는 공간으로, 패션에 대한 전문지식 없이도 손쉽게 메타패션을 경험해 볼 수 있으며, 메타패션을 AR로 가상 착용한 본인 모습을 촬영하고 이를 SNS에 업로드하는 체험도 해 볼 수 있다. 또한, 패션 메타버스몰에서 실제 판매 중인 가상의류를 구매하는 체험이 가



산업통상자원부 주영준 산업정책실장(왼쪽)이 메타패션 플레이그라운드 개소식에 참석해 메타패션을 체험하고 있다.

능하며, 실제 오프라인 판매 매장을 방문한 것처럼 가상공간을 이동하면서 다양한 가상의류를 선택해서 구경할 수 있는 버추얼 쇼룸도 체험해 볼 수 있다.

창작존에는 고성능 PC 10대와 CLO,

Adobe Substance·포토샵·일러스트레이터 등 전문가용 소프트웨어 5종이 설치되어 있으며, 패션디자이너와 디지털 크리에이터들이 자유롭게 창작활동을 할 수 있다.

## 중구, 도심산업 그라운드 공간 '을' 개관

서울 중구가 다양한 도심 산업을 홍보, 전시, 체험할 수 있는 도심산업 그라운드 공간 '을'을 지난 7월 5일 을지로에 개관했다.

대림상가 3층 동쪽 데크 일대에 마련된 공간 '을'은 라이브커머스 촬영, 상품 전시·홍보, 주민 체험 프로그램 운영이 가능한 복합 문화공간이다. 조명·인쇄

출판·패션산업을 비롯해 을지로 일대 자리 잡고 있는 다양한 도심산업이 이 공간을 활용해 사업을 진행하고 홍보할 수 있다.

을지로는 6.25 전쟁 이후 무너진 도시의 재건을 위해 목재, 철물, 공구, 조명, 타일, 도기, 미싱, 인쇄산업 등이 들어서면서 호황을 누렸다. 다양한 산업이 유

기적으로 맞물리며 발전하던 도심 산업은 최근 노후한 도시구조로 위기를 맞기도 했다.

구는 선별적 고도화로 도심 산업 살리기에 나섰다. 서울 한복판에 생산·유통·소비의 전 과정이 모여 있는 강점을 살려 전통 도심산업과 최신 기술, 트렌드와 접목을 시도하고 있다. 대표적인 사례가 독립출판 지원 사업이다.

서울 자치구 중 유일하게 의류개발(샘플·패턴)부터 양산까지 전 공정이 가능

한 곳도 중구다. 구는 2,100여개 의류제조업체 상호 간 온·오프라인으로 일감을 주고받을 수 있는 플랫폼 '네비게이터'를 운영하고 있다. 의류 샘플 패턴 제작 의뢰와 상담, 샘플 배송까지 한 번에 가능한 통합 생산관리 시스템을 통해 K-패션이 세계로 뻗어나가도록 돕고 있다.

도심산업 그라운드 공간 '을'을 이용하려면 공식 인스타그램(@space\_eul)에서 신청하거나중구청 도심산업과(02-3396-5585)에 문의하면 된다.

# 무신사, 2천억 투자 유치... 기업 가치 3조 중반

무신사가 해외에서 유명 펀드와 자산운용사를 통해 2000억 원 이상의 신규 자금 투자 유치에 성공했다. 지난 2021년 이후 2년여만의 투자 유치에 힘입어 무신사의 기업 가치는 이전보다 1조원 가량 높은 3조원 중반으로 인정받았다.

무신사는 사모펀드 KKR(콜버그 크레이브스 로버츠)에서 주도하고 자산운용사 웰링턴 매니지먼트(Wellington Management)가 참가한 시리즈 C(Series C) 라운드에서 2000억 원 이상의 투자를 유치했다.

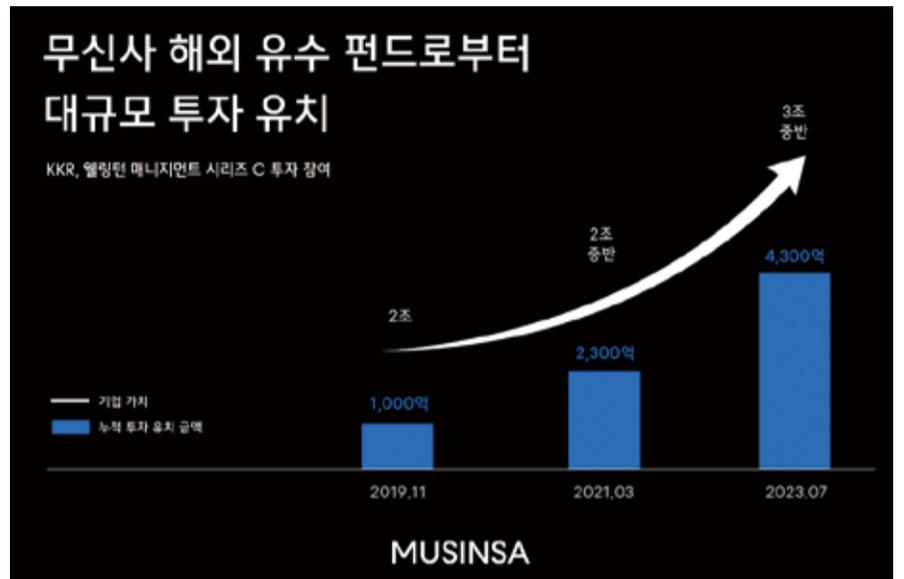
이는 2021년 3월 세콰이어캐피탈과 IMM인베스트먼트가 참여한 1300억 원 규모의 시리즈B 이후 2년 여만에 이뤄진 무신사의 신규 투자 유치에 해당된다. 무신사는 2019년 11월에 세콰이어

캐피탈로부터 1000억 원 가량의 첫 외부 투자로 시리즈A 라운드를 진행한 바 있다.

이번에 신규 투자를 유치한 배경에 대해 무신사는 한국 온라인 패션 시장이 지속 성장하고 있는 가운데 무신사가 '툼티어' 플랫폼으로서 경쟁력을 인정받은 결과라고 설명했다.

올해까지 합쳐서 3차례의 투자 라운드를 거친 무신사의 누적 투자 유치 규모는 4300억 원에 이른다. 특히, 무신사는 2019년 첫 투자 유치 당시 기업 가치가 2조원대 이상으로 평가받으며 버티컬 온라인 패션 기업 최초의 '유니콘' 기업에 등극했다. 최근 시리즈C 투자에서 무신사는 기업 가치 3조원 중반대의 평가를 받았다.

무신사는 이번에 조달한 자금을 온-



오프라인을 아우르는 전체 패션 시장에서 영향력을 확대해나가는 데에 선제적으로 투자할 계획이다. 한문일 무신사 대표는 “무신사는 앞으로도 현재 잘하

고 있는 서비스 영역에 안주하지 않고 계속해서 국내외 패션 브랜드와 함께 온·오프라인 시장에서 새로운 성공 기준을 만들어 나갈 것”이라고 말했다.

## 소매유통업 체감경기지수 여전히 냉랭

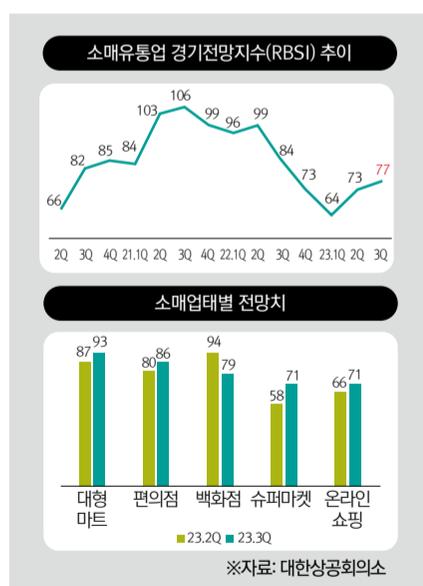
대한상의, RBSI 64(1Q)→73(2Q)→77(3Q)

소매유통업 경기전망지수(RBSI)가 두 분기 연속 상승했지만, 기준치(100)를 크게 밑돌며 여전히 경기회복에 대한 기대감은 낮은 것으로 나타났다. 대한상공회의소(회장 최태원)는 소매유통업 체 500개사를 대상으로 ‘3분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)’를 조사한 결과, 전망치가 ‘77’로 집계됐다고 밝혔다.

RBSI는 유통기업의 경기 판단과 전망을 조사해 지수화한 것으로 기업의 체감경기를 나타낸다. 100 이상이면 ‘다음 분기의 소매유통업 경기를 지난 분기보다 긍정적으로 보는 기업이 많다’는 의미고 100 미만이면 그 반대다.

모든 업태가 기준치(100)를 하회한 가운데 대형마트(87→93)가 가장 높은 전망치를 보였다. 편의점(80→86), 슈퍼마켓(58→71), 온라인쇼핑(66→71)도 경기 회복에 대한 기대감이 상대적으로 높아진 반면, 백화점(94→79)만 유일하게 기대감을 낮췄다.

현재 대응 중이거나 역점을 두고 있는 경영전략으로는 비용절감(56.2%), 수익개선(32.6%), 온라인채널 강화



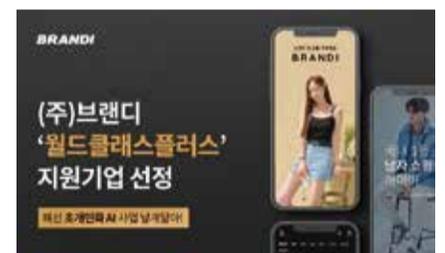
(26.6%), 프로모션 강화(18.8%), 오프라인 강화(12.8%) 등을 차례로 들었다. <중복응답>

대한상의 관계자는 “금리와 물가 상승세가 둔화되고 본격적인 휴가시즌을 맞이하면서 소매경기 기대감이 점차 살아나고 있다”며 “다만 이미 높은 금리와 물가 수준으로 인해 가계의 소비여력이 약화되어 소비 회복까지는 시간이 걸릴 것”이라고 분석했다.

## 브랜드, ‘월드클래스플러스 지원기업’ 선정

브랜드가 산업통상자원부 주관 사업인 ‘2023 월드클래스플러스’ 지원사업 기업에 최종 선정됐다. 이번 지원사업 선정으로 브랜드는 패션에 특화된 초개인화 추천 개발 및 글로벌 사업화에 날개를 달았다.

월드클래스플러스 사업은 세계적 수준의 중견기업 육성을 위해 산업통상자원부에서 추진하는 프로젝트로 기업의 성장촉진 및 글로벌 경쟁력 강화를 목표로 진행된다. 지원대상 분야는 △ICT 융합신산업 △유통 △정보통신 등 16대 전략사업 내 28개 유망품목으로 월드클래스 기업과 월드클래스 후보기업으로 구분되어 선정된다. 해당 사업에 선정된 기업은 매년 약 10억 원 이내의(연 평균



7억 5000만원) 연구개발비를 최대 4년간 지원받게 된다.

브랜드는 월드클래스 후보기업으로 선정돼 매년 약 7억 5천만원씩 4년간 총 30억여 원의 연구개발비를 지원받는다. 지원금은 초개인화 추천 패션 이커머스 플랫폼 개발에 사용될 예정이며 이번 선정으로 브랜드는 개인화 추천 시스템을 고도화해 글로벌 사업을 더욱 가속화할 수 있게 됐다.

## 동대문관광특구협의회

### 7월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)는 7월 동대문패션상권 모범종사자로 △광희패션몰 김미양 △청평화시장 문혜림 씨를 선정했다.

관광특구협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 창의적 경영 마인드와 성실하고 친절한 자세로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑환경 조성과 건전한 상거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인과 직원들을 대상으로 매월 모범종사자를 선정해 시상하고 있다.

# 여름 시즌오프로 고객몰이... 방문자 수 전월과 비슷

## 패션 온라인 쇼핑몰 6월 순위 및 방문자 수

지난 6월 패션 온라인 쇼핑몰의 글로벌 랭킹과 방문자 수는 전반적으로 전월과 비슷한 양상을 보였다. 가정의 달 5월에 다양한 프로모션을 펼쳐 고객을 유입했다면 6월에는 여름 시즌오프로 매출 활성화에 나선 것으로 분석된다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '6월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 글로벌 랭킹이 전월 대비 상승한 쇼핑몰은 52개로 전월 61개에 비해 소폭 감소했다.

방문자 수와 검색량, 체류시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 패션 부문 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, SSF샵, 패션플러스, 더블유컨셉, 29cm, 하프클럽, 에이블리, LF몰, 코오롱몰, 뉴발란스코리아 순으로 나타났다. 전월에는 무신사, SSF샵, 패션플러스, 더블유컨셉, 29cm, 하프클럽, LF몰, 에이블리, 코오롱몰, 안다르 순이었다. 상위권 순위가 거의 변화가 없는 가운데 뉴발란스코리아가 10위권에 다시 진입하고, 안다르가 13위로 밀려났다.

방문자 수는 무신사가 전월 대비 약 120만 명 감소한 1,747만 명으로 가장 많았고, SI빌리지가 492만 명, SSF샵이 359만 명, 더블유컨셉이 265만 명, 29cm가 237만 명, 에이블리가 216만 명, 패션플러스가 203만 명 등으로 그 뒤를 이었다. 방문자 수가 100만 명이 넘는 쇼핑몰은 전월과 동일한 13개로 나타났다.

취급 부문별로는 무신사를 제외하곤 대기업들이 운영하는 브랜드종합의류가 상위권을 차지한 가운데 여성의류, 브랜드여성의류, 빅사이즈의류, 피트니스웨어, 아웃도어, 스포츠, 캐주얼 쇼핑몰이 각축을 벌였다. 특히 여름철을 맞아 가나수영복, 배럴 등 수영복/래쉬가드 쇼핑몰이 선전했다.

전월에 비해 글로벌 랭킹 상승폭이 큰 쇼핑몰은 노스페이스, 아프랑스, 로미스토리, 이큐엘, 그레이시크, 룸패커, 가나수영복, 뽕브라몰, 엘가노벤버, 마리오몰 등 여성의류가 많았다. 반면 안다르, 케이빌리지, 지오다노, 카시나, 아이디룩몰, 물리안, 안나키즈, 저스트원, 워크아웃, 디스커버리익스페디션 등은 하락폭이 컸다.

취급 부문별 1위는 여성의류는 에이블리(9위→7위), 남성 의류는 페플(35위→33위), 종합스포츠브랜드는 뉴발란스코리아(11위→10위), 아웃도어는 노스페이스(30위→15위), 피트니스웨어는 제시믹스(13위→12위), 빅사이즈의류는 육육걸즈(16위→17위), 캐주얼은 지오다노(18위→25위), 패션잡화는 제이에스티나(62위→65위), 신발은 폴더온라인스토어(70위→54위), 여성화는 사뽀(74위→59위), 아동복은 보리보리(54위→57위), 속웃은 도로시와(56위→49위) 등이 차지했다. 아웃도어가 케이빌리지에서 노스페이스로, 피트니스웨어가 안다르에서 제시믹스로 바뀌었고, 나머지는 변동이 없었다.

이번 조사는 랭킹닷컴에 등록된 1천여 개 패션 쇼핑몰을 해외 웹 분석 사이트 시밀러웹을 통해 순위를 매긴 결과다.

### 패션 온라인 쇼핑몰 순위

(※6월 기준, 시밀러웹 기반, 코랭킹닷컴 제공)

순위	쇼핑몰 이름	홈페이지 주소	글로벌 랭킹	증감	국내 랭킹	증감	월 방문자수(명)	취급 부문
1	무신사	musinsa.com	2,250	-52	56	3	17,477,331	브랜드종합의류
2	SSF샵	ssfshop.com	13,822	-281	242	-2	3,592,973	브랜드종합의류
3	패션플러스	fashionplus.co.kr	16,442	919	294	12	2,031,476	브랜드종합의류
4	더블유컨셉	wconcept.co.kr	17,678	-128	333	-7	2,653,298	브랜드종합의류
5	29cm	29cm.co.kr	18,617	896	332	15	2,371,747	브랜드종합의류
6	하프클럽	halfclub.com	25,366	-5352	463	-110	1,541,721	브랜드종합의류
7	에이블리	a-bly.com	26,101	2866	472	29	2,169,757	여성의류
8	LF몰	lfmall.co.kr	29,184	-2688	534	-59	1,760,371	브랜드종합의류
9	코오롱몰	kolonmall.com	29,471	1509	522	20	1,726,914	브랜드종합의류
10	뉴발란스코리아	nbkorea.com	31,933	2765	594	2	1,360,535	종합스포츠브랜드
11	SI빌리지	svillage.com	37,077	1200	648	-5	4,923,421	브랜드종합의류
12	제시믹스	xexymix.com	41,347	790	826	-46	1,224,057	피트니스웨어
13	안다르	andar.co.kr	48,635	-14291	835	-247	1,443,344	피트니스웨어
14	다한성닷컴	thehandsome.com	69,941	-3716	1,219	-111	600,210	브랜드종합의류
15	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	72,191	50367	1,257	845	527,701	아웃도어
16	케이빌리지	k-village.co.kr	83,941	-14534	1,396	-253	492,816	아웃도어
17	육육걸즈	66girls.co.kr	84,568	172	1,402	10	381,216	빅사이즈의류
18	지그재그	zigzag.kr	88,086	8144	1,626	-22	713,284	브랜드종합의류
19	핫핑	hotping.co.kr	88,459	12677	1,466	218	476,104	빅사이즈의류
20	바바더닷컴	babathe.com	92,181	-5954	1,552	-102	537,267	브랜드여성의류
21	브랜드	brandi.co.kr	92,210	13590	1,514	250	578,260	여성의류
22	아프랑스	atfrangs.co.kr	92,515	26885	1,542	470	409,282	여성의류
23	H패션몰	hfashionmall.com	95,982	-1666	1,636	-74	415,915	브랜드종합의류
24	스타일난다	stylenanda.com	103,681	22670	16,255	-4843	856,678	브랜드여성의류
25	지오다노	giordano.co.kr	107,305	-16465	1,754	-261	252,305	캐주얼
26	로미스토리	romistory.com	108,870	30772	1,765	539	362,530	여성의류
27	카시나	kasina.co.kr	109,721	-10636	1,808	-162	281,745	브랜드종합의류
28	다바걸	dabagirl.co.kr	114,415	7237	1,862	145	373,595	여성의류
29	아이디룩몰	idlookmall.com	117,587	-14804	1,899	-227	114,227	브랜드여성의류
30	이큐엘	eqstore.com	119,882	38377	2,007	641	329,765	브랜드종합의류
31	갠소	gaenso.com	124,168	18001	2,056	304	382,144	여성의류
32	물리안	moulian.com	128,602	-19746	2,121	-329	390,252	여성의류
33	페플	fairplay142.com	129,334	11074	2,092	215	354,934	남성의류
34	오까네	okkane.co.kr	131,262	-10761	2,128	-132	405,161	빅사이즈의류
35	공구우먼	09women.com	133,575	-9876	2,152	-98	247,052	빅사이즈의류
36	리리엔코	ririnc.com	135,862	-5188	2,197	-62	322,557	빅사이즈의류
37	클릭엔퍼니	clicknfunny.com	138,495	19037	2,240	371	290,818	여성의류
38	칸마트	canmart.co.kr	150,878	9070	2,602	201	307,824	여성의류
39	마지아룩	mazia.com	157,428	28182	2,601	493	284,627	여성의류
40	몰라웨어	mularwear.com	158,803	-5696	2,628	39	243,209	피트니스웨어
41	그레이시크	graychic.co.kr	159,305	34516	2,643	596	272,853	여성의류
42	레미떼	lemite.com	159,444	-17042	2,626	-267	228,805	브랜드여성의류
43	언더아머	underarmour.co.kr	160,441	-6099	2,624	-68	221,660	종합스포츠브랜드
44	룸패커	roompacker.co.kr	161,047	40921	2,728	727	234,021	여성의류
45	안나키즈	annakids.co.kr	163,083	-42675	2,679	-701	197,079	여성의류
46	시크라인	chic-line.com	163,963	4429	2,762	118	263,459	여성의류
47	메이블루	mayblue.co.kr	164,503	4812	2,801	45	254,501	여성의류
48	조아맘	joamom.co.kr	166,817	7928	2,732	204	206,874	여성의류
49	도로시와	dorosiwa.co.kr	171,471	8740	3,007	47	176,927	속웃
50	가나수영복	swim.co.kr	175,415	51860	2,866	920	182,708	수영복/래쉬가드
51	시크폭스	chicfox.co.kr	176,669	16755	3,092	100	190,873	여성의류
52	뽕브라몰	bbongbra.co.kr	177,450	58817	2,926	1054	279,173	속웃
53	칸투칸	kantukan.co.kr	179,175	16510	3,967	-725	206,537	아웃도어
54	폴더온라인스토어	folderstyle.com	180,203	15883	2,994	362	208,774	신발
55	마리오몰	mariomall.co.kr	186,095	60999	3,182	1179	270,791	브랜드종합의류
56	저스트원	justone.co.kr	187,052	-23467	3,137	-351	265,445	여성의류
57	보리보리	boribori.co.kr	188,833	-10253	3,112	-146	227,152	아동복
58	리린	leelin.co.kr	189,597	-6109	3,162	-129	214,278	여성의류
59	사뽀	sappun.co.kr	192,520	14563	3,172	318	216,010	여성화
60	워크아웃	worksout.co.kr	193,192	-34827	3,193	-530	206,734	브랜드종합의류
61	분홍코끼리	pinktephat.co.kr	195,132	11514	3,287	242	210,256	여성화
62	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	198,369	-47373	3,499	-884	186,229	아웃도어
63	배럴	getbarrel.com	199,996	20939	3,304	382	138,716	수영복/래쉬가드
64	마리아몰	mariamall.co.kr	200,548	24401	3,330	437	183,714	빅사이즈의류
65	제이에스티나	jestina.co.kr	204,628	-13296	3,837	-599	221,180	패션잡화
66	디스이즈네버댓	thisisneverthat.com	204,732	-39324	8,626	-3710	186,338	캐주얼
67	핑크시슬리	pinkisly.com	206,124	-20395	3,463	-392	162,997	여성의류
68	임블리	imvely.com	210,343	718623	3,535	13549	357,748	브랜드여성의류
69	TBH글로벌	tbhshop.co.kr	211,446	-50421	3,494	-775	169,023	캐주얼
70	마이다스비	midasb.co.kr	216,580	34597	3,716	682	227,366	여성의류
71	슈마커	shoemarket.co.kr	220,228	-66389	3,670	-1064	228,545	신발
72	힐라코리아	fila.co.kr	227,358	-33016	4,033	-331	176,398	종합스포츠브랜드
73	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	227,575	-46820	3,819	-826	183,698	여성의류
74	컨버스	converse.co.kr	228,451	-9349	4,187	210	159,817	종합의류
75	나크21	nak21.com	228,790	-12578	4,107	-432	179,706	여성의류
76	스토리나인	storynine.co.kr	232,253	-23086	3,924	-356	157,130	여성의류
77	딘트	dint.co.kr	234,114	-88769	5,609	-2433	184,646	여성의류
78	조군샵	jogunshop.com	234,313	-39789	4,085	-677	179,755	브랜드종합의류
79	베니토	benito.co.kr	240,449	-46697	4,607	-1219	179,512	여성의류
80	잇슈	itshu.co.kr	241,674	82626	4,073	1508	211,216	여성화
81	섬제이	ssumj.com	242,270	60656	4,386	877	158,397	여성의류
82	엘가노벤버	elganovember.com	244,956	82819	4,118	1478	196,630	남성의류
83	젬월드	zemmaworld.com	245,635	-46289	4,153	-862	187,460	여성의류
84	뉴에라온라인스토어	neweracapkorea.com	247,672	-26846	5,405	-786	135,241	브랜드종합의류
85	세울스토어	seoulstore.com	248,704	-67393	4,231	-1240	190,774	여성의류
86	안나앤모드	annanmode.com	249,704	-100977	4,255	-1798	139,870	여성의류
87	난닝구	naning9.com	252,997	-60317	4,634	-1299	156,949	브랜드여성의류
88	커버넌트	covernat.net	253,519	29410	4,784	270	122,503	캐주얼
89	소녀나라	sonyunara.com	257,854	12877	4,394	212	239,002	여성의류
90	데상트코리아	shop.descentkorea.co.kr	258,146	12325	4,438	204	160,306	종합스포츠브랜드
91	러블리슈즈	lovelyshoes.co.kr	267,145	83468	4,546	1489	146,325	여성화
92	리얼론	lylon.co.kr	274,432	26100	5,001	288	131,912	여성의류
93	리제럴닷컴	leejiral.com	278,034	-13425	4,744	-221	140,504	여성의류
94	컴포트랩	comfortlab.co.kr	283,029	1747	5,486	503	102,898	속웃
95	코오롱스포츠	kolonsport.com	290,698	-6906	4,972	105	133,545	아웃도어
96	키작은남자	smallman.co.kr	292,552	303132	4,975	5474	139,955	남성의류
97	쇼윈도	showindow.co.kr	293,366	-59908	6,540	-2627	107,760	브랜드종합의류
98	파타고니아코리아	patagonia.co.kr	299,860	-14814	6,487	-1272	105,359	아웃도어
99	21드레스룸	21dressroom.com	303,478	25939	5,181	442	49,500	여성의류
100	패션풀	fashion-full.com	316,575	113241	5,760	1811	135,641	여성의류

전시



**알폰스 무하 이모션 인 서울**



아르누보 스타일의 대가인 알폰스 무하의 작품을 디지털화하여 현대적인 감각으로 재현하는 글로벌 브랜드 iMUCHA PROJECT(아이무하 프로젝트)의 일환으로 기획된 '알폰스 무하 이모션 인 서울'은 미디어아트와 작품전시 두 가지의 구성으로 이루어져 더욱 풍성한 볼거리를 제공한다.

- 일 정 : 7월 22일~10월 30일
- 장 소 : DDP 뮤지엄 전시1관
- 시 간 : 오전 10시~오후 8시 (입장마감 오후 7시) \*휴관일 없음
- 관람비용 : 성인 20,000원, 청소년 15,000원, 어린이 13,000원, 특별권 11,000원
- 문 의 : 02-6204-7236

**DDP 미디어아트 갤러리**



'DDP 미디어아트 갤러리'는 세계적인 미디어파사드 축제로 자리매김하고 있는 '서울라이트 DDP'의 과거와 현재, 그리고 미래가 공존하는 공간이다. '서울라이트 DDP'를 관람했던 시민이라면 DDP라는 거대한 파사드에 구현되었던 작품들을 보다 가깝고 내밀하게 관찰할 수 있고, 아쉽게 관람하지 못했던 시민들은 작품들이 DDP에 구현되었을 때의 모습을 즐겁게 상상할 수 있다. 특히, '서울라이트 DDP'를 빛내왔던 작품들은 물론 작품 제작까지의 과정, 작가들의 다양한 상상과 의도 등 다양한 면면을 경험할 수 있다.

- 일 정 : 7월 1일~8월 31일
- 장 소 : DDP 디자인랩 1층 미디어아트 갤러리
- 시 간 : 10:00~20:00 연중무휴
- 관람비용 : 상설 무료 전시

**DDP 45133 협력전시 '□ To The Future'**



DDP 45133는 DDP 외장패널 개수 45,133과 DDP 대표적 상징인 건축적 요소를 디지털과 융합한 개념이다. 디지털시대 DDP 신 가치창출을 위한 리브랜딩의 일환으로 DDP 상징이자 대표적 아이콘인 외장패널 개수 45133을 모티브로 DDP 45133 프로젝트를 추진하고 있다. DDP 45133 프로젝트의 사전 행사의 일환으로 열리는 DDP 45133 협력전시 '□ To The Future'는 DDP 내 NFT 전시 공간을 제공하며 DDP와 함께 할 NFT 디자이너, 아티스트를 발굴하고 소개하고 있다.

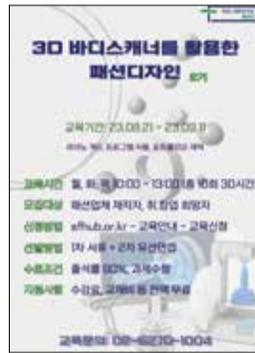
- 일 정 : 7월 31일~9월 3일
- 장 소 : DDP 디자인랩 3층 NFT갤러리
- 시 간 : 월요일~일요일 10:00~20:00
- 관람비용 : 무료

모집



**[서울패션허브 배움뜰]**

**3D바디스캐너를 활용한 패션디자인 2기**



- 교육일정 : 8월 21일~9월 11일(월, 화, 목)
- 접수기간 : 7월 18일~8월 13일
- 모집인원 : 15명
- 교육시간 : 1회 3시간(10:00~13:00), 총 10회 30시간
- 교육대상 : 패션분야 업계 재직자, 취업·창업 희망자
- 선발방법 : 1차 서류심사 + 2차 유선면접
- 교육 문의 : 02-6270-1004

공연



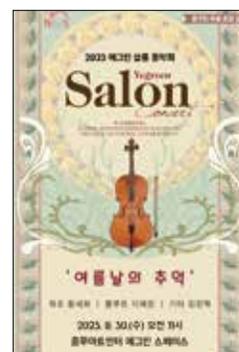
**뮤지컬 'MEMPHIS'**



한국 초연인 뮤지컬 'MEMPHIS'는 1950년대 흑인 음악을 백인 사회에 널리 알린 전설적인 인물, DJ 듀이 필립스의 실화를 바탕으로 한다. 음악은 전설적인 록그룹 본조비의 창립 멤버이자 키보드리스트 데이비드 브라이언이 맡았다. 대본은 '아이 러브 유', '울쑥업', '폴링 포 이브' 등의 작가 조 디피에트로가 썼다. 2010년 토니어워드 최우수 작품상, 음악상, 각본상, 오케스트레이션 4개 부문에서 수상 등으로 작품성을 인정받았다. 이번 한국 초연은 DJ 휴이 역에 박강현, 고은성, 비투비(BTOB) 이창섭, 펠리샤 역에 정선아, 유리아, 손승연 등이 출연한다.

- 장 소 : 충무아트센터 대극장
- 공연기간 : 07.20~10.22
- 공연일정 : 화, 수, 목 7시 30분 / 금 2시 30분, 7시 30분 / 토 2시, 7시 / 일 2시 30분 (월 공연 없음)
- 티켓가격 : VIP석 160,000원 / R석 130,000원 / S석 100,000원 / A석 70,000원
- 관람등급 : 14세 이상 관람가(2010년 포함 이전 출생자)
- 소요시간 : 150분(인터미션 20분 포함)
- 문 의 : 쇼노트 02-3485-8700

**예그린 살롱 음악회 8월 공연 '여름날의 추억'**



- 장 소 : 충무아트센터 예그린 스페이스
- 공연일정 : 8월 30일(수) 오전 11시
- 티켓가격 : 전석무료(서울시 중구 거주민에 한하여 1인 2매)
- 관람등급 : 만7세 이상
- 소요시간 : 60분
- 문 의 : 02-2230-6601

모집요강

■ 상호명(복종)/근무시간/채용형태/성별/나이제한/경력사항/마감일/전화번호/이메일

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

apM플레이스(토탈)

야간/정규직/무관/1999년생 이상/1년 이상/8월 23일/010-4198-8885/pbgshh@gmail.com

j-collect(토탈)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/8월23일/010-8504-1981/j-collect@naver.com

15베이스스(토탈)

무관/정규직/무관/1970년생 이상/무관/8월23일/010-9390-6598/jungkyungmi@hotmail.com

Lavie(여성복)

야간/정규직/무관/1991년생 이상/1년 이상/8월 23일/01030188898/xx\_ddaay@naver.com

원쓰리(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/8월23일/010-5447-4800/zmdzmdzmd3@hanmail.net

청평화(캐주얼)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/8월21일/01055892834/plm7678@naver.com

Selectmarket(여성복)

무관/정규직/여/없음/무관/8월21일/010-9007-3430/eve3hi@gmail.com

AC(여성복)

무관/아르바이트/무관/없음/무관/8월23일/010-8937-5170/Ayanachung927@gmail

PAPERMOON(여성복)

야간/정규직/여/2003년생 이상/1년 이상/8월20일/010-2789-8243/eunnaeng@me.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/1996년생 이상/무관/8월20일/010-6619-2101/skdud2101@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/8월20일/010-2583-5252/rotten666@naver.com

더 베이지스(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/8월20일/010-6771-2283/jhchoi@fashion-flow.co.kr

더블류코코로(여성복)

무관/정규직/무관/없음/1년 이상/8월19일/010-9321-6946/cocoro0312@naver.com

남평화(캐주얼)

주간/정규직/무관/1994년생 이상/무관/8월19일/010-4927-2828/clotheclip@naver.com

(주)티오앤지(여성복)

야간/정규직/무관/1988년생 이상/무관/8월19일/010-6232-8752/sk62328752@gmail.com

Bethel(여성복)

야간/정규직/여/1996년생 이상/1년 이상/8월31일/010-4848-7115/sisilianrul@gmail.com

제일평화 모브(여성복)

주간/정규직/남/없음/무관/7월31일/010-3957-2392/hok8121@naver.com

디오트 1층(다이마루)

야간/정규직/여/1983년생 이상/1년 이상/8월19일/010-8420-1175/js1008sj@naver.com

청평화 1층(여성복)

주간/정규직/여/없음/무관/8월31일/010-8665-4306/tldnjsdl44@naver.com

(주)엔제이(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/8월31일/010-8990-0349/nj@njikorea.com

(주)마요네즈(토탈)

야간/정규직/무관/없음/무관/8월19일/010-7145-1254/dignidign14@naver.com

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/1988년생 이상/5년 이상/8월19일/010-3123-1248/yewwwwon@gmail.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/없음/2년 이상/8월18일/010-9521-0547/sc1787@hanmail.net

딜라이트(여성복)

무관/정규직/여/없음/2년 이상/8월31일/010-8810-6098/remade6098@naver.com

엔소유(여성복)

무관/정규직/여/없음/3년 이상/8월31일/010-4467-4458/mksin1019@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/8월12일/010-3336-3799/qhdskadl223@naver.com

판매사원

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/1970년생 이상/3년 이상/8월23일/010-8714-9049/ji6354@hanmail.net

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/8월23일/010-3333-9532/babodangge@naver.com

메종드메이어(여성복)

야간/정규직/여/1978년생 이상/7년 이상/8월20일/010-9567-3561/terra0914@naver.com

apM 앤드모어(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/8월19일/010-4709-0399/hanmk74@naver.com

이안(토탈직기)

야간/정규직/무관/2001년생 이상/무관/8월19일/010-5302-7946/olljw@hanmail.net

DDP패션몰(여성복)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/8월20일/010-9023-9958/sadoryann@naver.com

DDP패션몰(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/8월18일/010-8858-0528/dikina09@naver.com

apM 2층(여성복)

야간/정규직/여/1987년생 이상/2년 이상/8월18일/010-6634-0699/hellim0304@hanmail.net

Audgml(남성복)

무관/정규직/무관/없음/2년 이상/8월18일/010-6400-6772/audgml0317@naver.com

apM럭스(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/8월17일/010-2535-2217/dmadl123@naver.com

청평화 1층(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/8월31일/010-5036-2639/tldnjsdl44@naver.com

DDP패션몰 1층(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/8월16일/010-7437-8870/mellow858@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/2년 이상/8월30일/010-3563-5270/saygood79@naver.com

apM/퀸즈(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/8월16일/010-3887-8541/aquapiahan@hanmail.net

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/무관/1987년생 이상/1년 이상/8월17일/010-4040-0065/if\_you1007@naver.com

디오트 엠제이(니트)

야간/정규직/남/없음/무관/8월16일/010-9181-5905/solongos2003@naver.com

디오트(영캐주얼)

무관/규직/무관/1989년생 이상/무관/8월15일/010-9259-8013/bobbijay81@naver.com

apM플레이스 4층(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/2년 이상/8월13일/010-5123-1864/jmyng1@hanmail.net

이스트하우스(남성복)

야간/정규직/남/1999년생 이상/무관/8월31일/010-3162-1151/hjroom81@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/없음/5년 이상/8월10일/010-7559-0019/dfur21@naver.com

더커버(여성복)

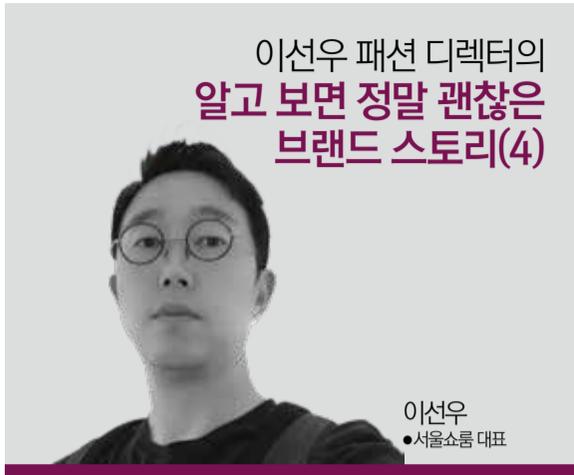
야간/정규직/여/1988년생 이상/8년 이상/8월10일/010-9404-1022/snoow77@naver.com

갤러리(여성복)

야간/정규직/남/없음/무관/8월10일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

apM플레이스 4층(여성복)

야간/정규직/무관/1994년생 이상/무관/8월09일/010-9886-1732/dladlrb3@naver.com



경복궁 옆 동네 서촌. 고즈넉하고 아기자기한 분위기가 맘에 들어 종종 방문하는 곳이다. 서촌에 있는 한 옥들, 낮은 건물들을 보면 마치 시간여행을 하는 것 같은 기분이 들지만, 자세히 알고 보면 새롭고 트렌디한 가게들이 가득하다는 점이 서촌의 반전 매력이다.

패션 디렉터로 20년 넘게 패션업계에 종사해 왔지만, 사실 필자는 문학을 전공한 인문학도 출신이다. 서촌은 인문학의 감성과 세련된 멋스러움이 조화되어 특유의 고즈넉한 현대미가 돋보이는 동네로 많은 젊은이들의 가볼만한 곳으로 자리 잡게 되었다. 필자가 최근 서촌을 다니다보면 '넓었지만 늙지 않은 매력'을 물씬 느끼게 된다.

그리고 또! 서촌을 생각하면 떠오르는 브랜드가 있다. 17년차 베테랑 디자이너가 운영하는 '블랭크03(blank03)'이다.

blank03이라는 브랜드를 처음 알게 된 것은 벌써 4년 전으로 거슬러 올라간다. 필자가 받은 blank03의 첫 이미지는 특별하다는 것이다. 아마 blank03을 이미 알고 있는 독자라면 blank03과 특별이라는 이미지를 연결시킨 필자의 말에 선뜻 동의하기 어려울 수도 있겠다는 생각이 든다.

클래식한 아이템, 군더더기 없는 깔끔한 디자인, 어디나 매칭 가능한 차분한 톤의 색상 팔레트를 보면 평범한 듯 느껴질 수 있지만, 한눈에 봐도 느껴지는 소재 선정의 탁월함, 곳곳에 숨겨져 있는 디테일, 수십 번을 수정했을 것 같은 피팅을 보면 국내 브랜드 중에 컴패리전(comparison·비교)을 찾기가 좀처럼 쉬운 일은 아니다. 사실 사진으로만 제품을 온전히 전달해야 하는 온라인에 이 브랜드는 조금 아쉽다는 생각이 들 정도이다.

필자가 blank03을 소개받아 직접 만나고 옷들을 둘러봤을 때의 첫인상이 아직도 생생하다. 평범한 것 같지만 옷장에 있으면 든든하고 늘 꺼내 입게 되는 옷, 어느 자리에 가더라도 요란하게 차려입은 것은 아니지만 단정하면서도 세련된 느낌을 내기에 더없이 좋은 옷, 이라는 인상이었다. 한마디로 내 옷장에 오래도록 남아 늘 입을 수 있는 세련되고 멋지고 훌륭한 옷들이었다.

이 브랜드를 만드는 사람이 누군지도 궁금했다. 내가 아는 육정인 디자이너는 blank03 그 자체이다. 겉모습으로 보아도 이야기를 나누어도 내가 가진

## 육정인 디자이너의 '블랭크03' 절제된 디자인과 클래식 소재로 가치와 멋 추구

blank03의 이미지와 정확하게 부합한다.

사실 육정인 디자이너만큼 다양한 백그라운드를 가진 사람은 흔치 않다. 이화여대 의류직물학과를 졸업하고 대기업의 디자이너로 시작해 미국 California에서의 Head 디자이너, 빠른 변화가 핵심인 동대문 디자이너 그리고 중국 상해에서의 경험까지. 제도권, 비제도권 그리고 글로벌 시장의 경험을 모두 가진 디자이너는 내가 알기론 국내에 유일하다.

돌고 돌아 클래식이라고 했던가? 결국 육정인 디자이너가 클래식한 아이템을 기반으로 하는 데에는 이유가 있다. 이런 백그라운드를 보면 타임리스한 아이템 속의 수많은 변주는 그리 놀라운 일은 아니다. 얼핏 보기에는 비슷해 보이나 알고 보면 특별한 blank03의 DNA는 육정인 디자이너의 경험에서 시작했기 때문이다.

디자이너의 배경이 곧 실력은 아니다. 하지만 디자이너의 경험은 브랜드를 이끌어 가는 데 중요한 요소로 작용을 하게 된다. 다양한 것을 경험했기 때문에 클래식하면서도 촌스럽지 않고 세련된 특유의 감각을 살려낼 수 있는 것이다. blank03이 여느 해외 매스티지 브랜드와 견주어도 손색없는 이유는 디자이너가 글로벌 경험을 바탕으로 세련됨을 좋아하는 사람들의 한 곳을 표현해냈기 때문이다.

서촌에는 blank03의 쇼룸이 있다. 왜 서촌에 자리 잡았냐는 질문에 유럽의 어느 도시를 거닐다가 우연히 마주친 디자이너의 아틀리에 같은 이미지를 머릿속에 떠올리며 서촌에 쇼룸을 열었다는 디자이너의 이야기가 생각난다. 그래서 blank03의 쇼룸은 여느 대기업에서 운영하는 숍(shop)과는 차별된다.

쇼룸의 한켠에는 디자이너가 파리 마레지구에서 직접 구입한 이름 모를 화가의 그림이 있고, 디자인의 영감이 되어주었던 사진이 전시되어 있다. 실제로 blank03의 옷들은 서촌 쇼룸에서 디자인되고 있다. 서촌의 분위기, 방문하는 고객들, 디자이너의 일상이 모두 디자인의 원천이 되니 서촌과 닮은 blank03이 이해가 되지 않는 바가 아니다.

얼마 전 서촌 쇼룸을 방문했을 때 육정인 디자이너와 나눈 이야기가 생각이 난다.

“저도 어린 시절에는 유행템이라고 하면 뭐든지 입어봤어요. 그런데 몇 년이 지나고 아니 일어난만 지나도 다시 꺼내 입게 되는 옷은 거의 없더라고요. 그리고



시간이 지나서 그 시절의 사진을 꺼내 보면 왜 이렇게 촌스럽게 느껴지던지. 그래서 저는 매년 두고두고 옷장에서 꺼내 입으려면 절제된 디자인과 클래식함이 있어야 한다고 생각했어요. 그런 옷이 평범하지 않고 가치 있어지려면 가장 중요한 것은 소재이고요.”

이 말을 듣고 무릎을 탁 쳤다. 매년 수많은 브랜드들이 쏟아지지만 그 사이에서 blank03 중심을 확고히 잡고 있는 이유를 그리고 육정인 디자이너가 왜 이렇게 소재에 집착을 했는지 알 수 있는 대목이었다. 진정으로 '멋짐'이라는 것은 트렌드에 휩쓸리기 보다는 시간이 지났을 때 확실하게 드러난다는 어찌 보면 평범한 진리를 blank03은 이미 담고 있지 않았나 생각이 든다.

변하지 않을 것 같은 타임리스하고 클래식한 아이템을 기반으로 들여다보면 특별한 디테일이 숨어 있는 브랜드, 화려하지는 않지만 은은한 멋짐이 있는 브랜드, 몇 년이 지나도 내 옷장을 든든히 지키고 있을 브랜드 내가 서촌 하면 blank03이 떠오르는 이유이다.



## 패션 마케팅

이담복 | 설봉식 지음 | 값 14,000원

## 포스트 코로나 시대를 여는 K-패션의 런웨이

K-패션, 새롭고 창의적인 디자이너 제품을 스마트 경영 기반의 저가격으로 판매하는 동대문시장.

작지만 강한 그곳 시장터의 패션 마케팅 전략, 그 스타일은?

지속 가능한 패션 경영의 참 모델, 동대문패션의 스마트 경영과 고객 맞춤형 마케팅으로 이룬 그 시장 실제의 이론적 논의로 드러낸 이 한 권의 책자, 읽어 볼 만하지 않은가!

“새로움 외는 없다.”

그것은 동대문 시장 사람들의 자존심이다.

나만의 옷, 개성미 넘치는 패션을 선호하는 이 시대에 새로움과 다양성의 MD를 갖춘 도깨비 시장은 나라 밖 어디에도 없다.

ICT 및 스마트한 경영으로 창업 및 취업의 기업 또한 드넓은 바로 그곳에 우리 함께 투어를 해 보자.

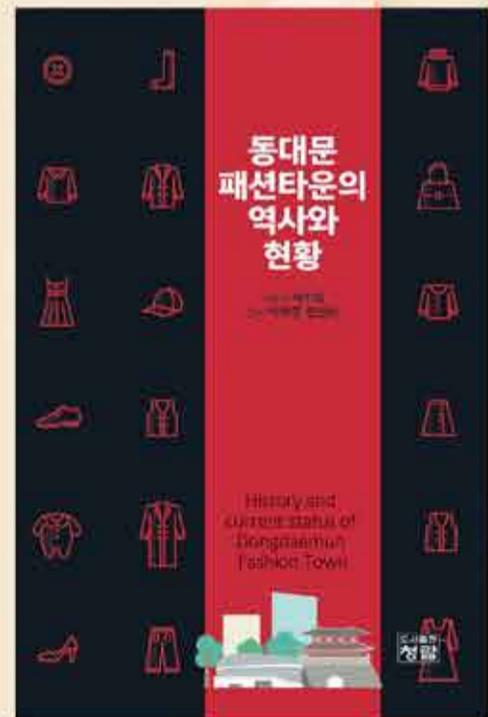
## 패션클러스터 동대문패션타운은 어떻게 만들어졌나

동대문패션타운은 우리나라 패션산업의 출발지였으며, 발전과 고난극복 과정을 거듭하면서 지금도 여전히 우리나라 패션산업의 큰 축으로 자리하고 있다.

특히 동대문패션타운은 젊은층, 서민층의 적극적인 지지를 받으면서 성장해 왔고, 한국의 패션을 세계에 알리는 선두자로서의 역할을 하고 있으며, 또한 젊은 창업자들의 일터로서도 큰 역할 담당해 오고 있다.

본 저서는 주로 동대문패션타운 구성원들과의 심도 있는 대화를 통해 동대문패션타운의 형성사부터 현재까지의 모습을 가능한 한 객관적으로 서술하고자 시도하였다.

이를 통해 동대문패션타운에 대한 관심을 가지고 있는 분들이 조금 더 심도 있게 동대문패션타운을 이해할 수 있도록 하는 데 그 목적을 두고 있다.



## 동대문패션타운의 역사와 현황

도서출판 청람 | 박찬욱 지음 | 박혁준 임선미 감수 | 값 18,000원

# NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

## 쉽고 빠르게!



**블록체인** 기반으로 설계된 QR코드와 NFT를 이용하여 K-Fashion (made in korea)정품 인증 서비스를 제공하는 시스템

QR코드 방식의 인증라벨을 부착한 상품을 구매한 소비자가 전용 앱을 이용하여 디지털 자산(NFT)으로 인정을 받는 방식

디지털 신기술을 활용하여 K-Fashion 제품의 글로벌 온-오프라인 판로 확대와 소비자, 패션산업 보호를 위하여 정품 인증 시스템 개발



GET IT ON  
Google Play



Available on the  
App Store



(사)동대문패션타운관광특구협의회



과학기술정보통신부



한국인터넷진흥원