

04 커버스토리

‘K-컬처 창조타운’ 건립·DDP 일대 재개발 탄력 받나

09 인터뷰

동대문패션타운관광특구협의회 김충권 신임 회장

10 행사

“관람객이 무대 주인공”... ‘DDP 오픈 스테이지’ 연다



에녹



애드너스



주연사

제 48차 코차이 정기소 기간중

디자이너 브랜드 할인판매전

서울패션위크 참가 브랜드 재고 및 신상품 할인판매전에 초대합니다.

원로 디자이너 루비나 선생님의 기증품
패션쇼를 신발, 벨트

비온새, 매리스일론이 사랑한 디자이너 박윤희의 2026 크러치백, 모자, 티셔츠

한국패션디자이너연합회 장운경 및 신진 디자이너 컬렉션

특히 13일에는 **워킹 클리닉과 포토포즈** 무상으로 진행해 드립니다.

워킹 클리닉
패션서울패션위크 공식무감독
오래된 워킹 슈트들을 최근 트렌드 워킹으로 시너이 맞춤형 이미지를 재고합니다.

7월 13일

포토포즈
박준우, 손경연, 박윤희 등을 브랜드 신발만 작가의 포토포즈 특강과 무료촬영

7월 13일

일시 2026. 07 13-14

장소 DDP FASHION MALL 5F

코차이 정기소 7월 14일

코차이

한국패션디자이너협회

한국패션디자이너연합회

한국패션디자이너협회

같이 걷는길

THE PATH WITH YOU

(사)동대문패션타운관광특구협의회

모델컷 프롬프트 제공 사이트

PROMAX

복사하고,
붙여 넣고,
당신의 옷을 화보로.



복사

붙여넣기

모델컷 완성



1 PROMAX에서
프롬프트 복사

2 GPT 또는 Gemini에
붙여넣기 + 옷 이미지 첨부

3 화보 같은
AI 모델컷 완성!



프롬프트 복사

GPT / Gemini
(프롬프트 붙여넣기)



모델컷 생성



전문가가 만든
고퀄리티 프롬프트



원클릭 복사
간편한 사용



카카오톡
친구 추가
1:1 대화
링크 요청



PROMAX
접속

“10대부터 80대 모델까지 청계천 런웨이” 오간수교에서 열린 ‘청계 라이브 패션쇼’

서울시설공단(이사장 한국영)이 지난 5월 27일 동대문패션타운 인근 청계천 오간수교 아래 수상무대에서 ‘청계 라이브 패션쇼’를 개최했다. 이번 행사는 ‘Spring Swing’을 주제로, 10대부터 80대까지 세대를 아우르는 시민 모델 100여 명이 함께했다. 특히 최고령 만 81세 장정례 씨와 최연소 만 18세 최태솔 씨 등 시니어와 청년 세대가 한 무대에 올라 연령의 경계를 허무는 색다른 감동을 선사했다. 패션쇼는 스트릿부터 퓨전 한복까지 열 가지 컨셉으로 구성됐다. 시작은 DDP패션몰과 디오트 브랜드의 스트리트 패션으로 문을 열고, 중반부에는 블랙 앤 화이트 슈트에 주얼리를 매치한 ‘모던 클래식’ 룩과 드레스로 우아함을 표현한 ‘엘레강스 나이트’가 이어졌다. 마지막 피날레는 퓨전 한복으로 한국 고유의 멋을 선보였다. 사진제공: 서울시설공단



표지 설명

지난 6월 3일 실시된 지방선거에서 오세훈 서울시장과 김길성 중구청장이 당선되면서 동대문패션타운과 관련된 두 당선자의 공약에도 관심이 쏠리고 있다. 이번 호에서는 두 당선자의 공약인 ‘동대문 K-컬처 창조타운’ 건립과 DDP 일대 재개발 계획 등을 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @Designed by Freepik)

등록번호 종로 라00563 발행일 2026년 7월 1일

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

발행인 박용만 김충권 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



6·3 지방선거에서 당선된 오세훈 서울시장의 '동대문 K-컬처 창조타운' 건립을, 김길성 중구청장이 'DDP 일대 및 인근 지역 재개발·도시정비 계획'을 핵심 공약으로 내세워 동대문패션타운 변화에 관심이 쏠리고 있다. 사진은 인공지능(AI)으로 만든 이미지.

■ 'K-컬처 창조타운' 건립·DDP 일대 재개발 탄력 받나 오세훈 시장·김길성 구청장 연임...정책 연속성 날개 달아

오 시장, '동대문 K-컬처 창조타운' 건립 핵심 공약 내세워
김 청장, DDP 일대 및 인근 지역 재개발·도시정비 계획 강조

지난 6월 3일 치러진 지방선거에서 오세훈 서울시장과 김길성 중구청장이 나란히 당선되면서 동대문패션타운과 관련된 두 당선자의 공약에도 관심이 쏠리고 있다. 특히, 오 시장과 김 구청장은 같은 국민의힘 소속이면서 연임에 성공, 정책의 연속성이라는 강력한 날개를 달게 돼 향후 동대문패션타운도 큰 변화를 맞을 전망이다.

글로벌 문화관광 거점으로 재탄생

동대문패션타운과 관련된 오세훈 서울시장의 대표적인 공약은 '동대문 K-컬처 창조타운' 건립이다. K-컬처 창조타운 건립은 기존의 의류·잡화 도매 중심이었던 동대문을 K-팝, 패션, 뷰티가 결합된 글로벌 문화·관광 거점으로 재탄생시키려는 대형 프로젝트다. 미국의 할리우드 거리나 일본의 하라주쿠처럼 전 세계 관광객이 K-콘텐츠를 즐기

위해 반드시 찾는 'K-컬처의 성지'로 만드는 것이 목표다.

이 프로젝트는 올 초 언론에 알려지기 시작했으며, 지방선거가 본격화되면서 오세훈 서울시장의 핵심 공약인 '5대 권역별 차세대 문화거점 구상'에 포함됐다. 이 구상은 서울을 세계적인 문화도시로 도약시키기 위해 서울의 5개 권역(동북·도심·서북·서남·동남)마다 각각의 특색에 맞춘 대형 문화·예술·콘텐츠 인프라를 구축하는 종합 마스터플랜이다.

동북권인 창동에는 서울아레나 중심의 K-엔터타운, 도심권인 동대문에는 DDP 중심의 K-컬처 창조타운, 서북권인 상암에는 복합문화시설 트윈링과 문화비축기지, 서남권인 한강변에는 제2세종문화회관, 동남권인 개포동에는 보이는 수장고가 들어서는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

오는 2031년 완공을 목표로 하고 있

서울 5대 권역별 차세대 문화거점 구축 계획

권역	거점 명칭	주요 핵심 내용 및 인프라
동북권	창동 K-엔터타운	국내 최초의 K팝 전문 공연장인 '서울아레나'를 중심으로 365일 공연·전시·축제가 이어지는 복합 문화 권역을 조성..
도심권	동대문 K-컬처창조타운	DDP(동대문디자인플라자) 인근과 신당동 경찰기동대 부지를 묶어 패션·뷰티뿐만 아니라 AI(인공지능), XR(가상융합기술) 등 첨단 엔터테크 산업이 융합된 K-컬처 허브를 구축.
서북권	상암 트윈링 & 문화비축기지	상암동 하늘공원에 세계적인 규모의 대관람차 '트윈링'을 랜드마크로 세우고, 인근 문화비축기지를 대규모 미디어 및 문화 페스티벌 거점으로 활용해 서울의 스카이라인과 축제 문화를 재편.
서남권	제2세종문화회관	문화 인프라가 상대적으로 부족했던 서남권(영등포구 문래동/여의도 일대 인근) 한강변에 세계적 수준의 전문 공연장인 제2세종문화회관을 건립해 균형 발전을 도모.
동남권	보이는 수장고	개포동 등에 서울시가 보유한 수많은 문화유산과 미술품을 단순히 보관만 하는 것이 아니라, 시민들이 직접 관람할 수 있는 개방형 '보이는 수장고'를 건립해 새로운 문화 경험을 제공.

는 K-컬처 창조타운은 서울경찰청 기동본부 이전이 관건이다. 동대문패션타운 한복판에 자리 잡고 있는 기동본부 부지는 노후화(안전등급 D등급)와 도심 출동 연계 문제, 상권 단절의 원인으로 지목되어 왔다. 이 부지를 이전하고, 그 공간을 글로벌 패션·문화 혁신 허브로 개발하는 것이 핵심이기 때문이다.

여기에 DDP 앞 광희동 일대에 'K-팝 거리'를 조성하는 방안이 포함되어 있다. K-팝 스타 동상, K-팝 공연 영상이 상영되는 대형 미디어 월, 버스킹 무대 등을 구축해 국내외 팬들과 관광객이 몰리는 랜드마크 거리를 조성한다는 계획이다.

청년 디자이너와 의류 장인을 매칭하는 협력 공간, 신진 브랜드 창업 인큐베이팅 센터, 글로벌 패션 전문스쿨 등을 설립해 동대문의 자체 제조·디자인 역량을 글로벌 수준으로 끌어올리고, 크로스보더(국경 다각화) 커머스가 고도화됨에 따라 외국인 바이어들이 머무르며 비즈니스를 할 수 있는 스마트 쇼룸, 글로벌 결제 및 물류 연계 가이드 센터 등도 들어설 예정이다.

K-컬처 창조타운은 DDP에서 열리는 서울패션위크, 대형 미디어아트 축제 등의 콘텐츠와 연계되어 동대문 상권 전체의 유동인구를 크게 확장할 것으로 기대되고 있다. 온라인 플랫폼의 성장으로 다소 침체되었던 오프라인 상가들에 문화 관광 수요를 수혈함으로써 동대문이 내수용 도매시장에서 '글로벌 K-패션의 발산지'로 진화하는 계기가 될 수도 있다.

K-컬처 창조타운의 구체적인 청사진이 언제쯤 나올지, 이 프로젝트가 실제로 실현될 수 있을지는 미지수다. 특히, 기동본부 이전의 경우 동대문패션타운관광특구협의회를 중심으로 수년째 관련 기관에 건의하고 있으나 계속 걸돌고 있어 공약(公約)이 공약(空約)으로 끝날 수도 있다는 회의적인 시각도 있다.

하지만 오세훈 서울시장의 이번 지방선거에서 연임에 성공하며 핵심 공약이었던 '5대 권역별 차세대 문화거점 구상'에 강한 드라이브를 걸고 있고 서울시가 이미 관련 전담 부서를 신설하고 실무 검토에 착수한 만큼, 올해 하반기부터 내년 상반기 사이에 용역 결과와 구체적인 조감도, 인프라 배치 등의 청사진을 공식 발표할 것이라는 희망 섞

DDP1·2·3 구역 조감도(예시). 중구청 공람자료 캡처.



인 전망도 있다.

동대문 부활 위한 두 개 톱니바퀴

김길성 중구청장은 이번 지방선거에서 동대문은 '중구 경제의 심장이자 대한민국 K-패션의 뿌리'임을 강조하며 전통적인 도매 방식에 AI 스마트 기술을 입히고 문화 콘텐츠를 결합해 세계인이 찾아오는 '디지털·글로벌 패션 메카'로 만들겠다는 포부를 밝혔다. 이와 함께 DDP 일대 및 인근 지역의 재개발·도시정비 계획을 핵심 공약으로 내걸었다.

중구는 현재 DDP를 중심으로 한 지구단위계획 재정비를 추진하고 있다. 지난 4월 말 발표된 'DDP 1·2·3구역 도시정비형 재개발사업 정비구역 지정 및 정비계획 결정(안)'에 따르면 동대문 패션 상권을 단순한 의류 도매 시장을 넘어 관광·문화·신산업이 결합된 글로벌 복합 상권으로 개편하기 위한 내용이 담겨져 있다.

이번에 공개된 정비계획의 가장 큰 변화는 규제 중심 틀을 깨는 것이다. 이를 위해 기존의 '동대문역사문화공원 주변 지구단위계획구역'을 폐지하고, 실질적인 개발과 정비가 가능하도록 DDP 1·2·3구역 중심의 도시정비형 재개발 체계로 전면 전환했다.

총 대상 면적(약 34만 3,896㎡)를 구역별로 보면 △DDP 1구역(17만 7,003㎡): 기동본부 제외 밀리오레, 굿모닝시티 등 대형 상권 포함 △DDP 2구역(4만 8,203㎡): 맥스타일, 디오토 등 대형 도매 상권 중심 △DDP 3구역(11만 8,689㎡): 신당동 패션거리 일대 등 특성 유지·관리 등으로 구분된다. 각 구역 특

에 따라 일반정비지구, 소단위정비지구, 소단위관리지구, 준치지구 등으로 세분화해 단계적·맞춤형 개발을 유도한다는 계획이다.

파격적인 용적률 인센티브와 규제 완화도 특징이다. 온라인 쇼핑 확대와 상가 공실 증가 등 유통 환경 변화에 대응할 수 있도록 과감한 건축 인센티브를 제공하고, 일반상업지역 기준으로 기본 용적률 600%에서 허용 용적률 880%까지 완화되며, 공공기여에 따라 상한 용적률 인센티브가 추가 적용된다.

또한 공연장, 박물관, 미술관, 영화관 등 문화 인프라나 호텔, 관광편의시설, 뷰티·패션 관련 시설, 엔터테인먼트 기업을 유치할 경우 용적률 혜택을 준다. 특히, 공연장을 설치하면 건축물 높이 제한도 추가로 완화하도록 했다.

DDP 주변 환경을 걸어서 즐기기는 자연 친화적 공간으로 바꾸는 것도 핵심 내용이다. 훈련원공원과 연계해 단절되었던 녹지와 보행 체계를 촘촘하게 연결하고, DDP 3구역 등을 중심으로 동대문역사문화공원역 지하철역 및 을지스타몰(지하상가)과 바로 이어지는 지하 보행전용도로를 계획, 지상 공원 하부와 상권을 입체적으로 연결하도록 되어 있다.

이를 위해 김 구청장은 지방선거에서 제시한 '미래를 그리는 중구'라는 핵심 공약 패키지 중 하나로 'DDP 프롬나드(산책로)' 조성을 명시했다. DDP 주변 상권과 훈련원공원, 충무아트센터까지 이어지는 구간을 문화예술과 보행 환경이 결합한 명소로 정비해 유동 인구를 자연스럽게 상권으로 유입시키겠다는 전략이다.

무엇보다 이번 계획안의 궁극적인 지향점은 동대문의 체질 개선이다. 동대문이 가진 전통적인 패션·물류 인프라 위에 K-콘텐츠, 뷰티, 문화, 엔터테인먼트 기업을 접목해 글로벌 관광객이 머무르는 '관광·문화·체류형 복합 상권'을 만들겠다는 취지다. 반면 신당동 패션거리 일대(DDP 2구역 주변)는 기존의 창고형 소매 점포와 물류창고 중심의 골목상권 및 야간 활력을 유지·관리하는 방향으로 균형을 잡았다.

다만, 동대문 상권 특성상 상가 내 구분소유 구조가 매우 복잡하고 이해관계 조율이 까다롭기 때문에 실제 구체적인 사업계획 수립과 착공까지는 상당한 시일이 걸릴 것이라는 의견도 있다.

서울시의 거시적인 문화·산업 육성책인 '동대문 K-컬처 창조타운'과 중구청이 현장 집행을 주도하는 'DDP 주변 도시정비형 재개발사업 정비계획'은 동대문패션타운의 부활을 위해 맞물려 돌아가는 두 개의 톱니바퀴와 같다. 서울시가 콘텐츠(알맹이)를 기획하면, 중구청이 그 콘텐츠가 담길 그릇(건물·토지)을 재개발로 만들어내는 식이다. 더욱이 이번 지방선거에서 오세훈 서울시장과 김길성 중구청장이 연임에 성공, 그동안 지지부진했던 상권 개발이 본격화되면 동대문이 단순한 도매 시장을 넘어 글로벌 K-컬처 중심지로 전환되는 순간을 맞이할 지도 모른다.

※ 바로잡음 : 본지 6월호 4~5면 'DDP 주변 재개발사업 지정 및 정비계획(안)' 제하의 기사 중 DDP 2구역은 맥스타일, 디오토 등 대형 도매 상권 중심, DDP 3구역은 신당동 패션거리 일대 등 이기에 이를 바로잡습니다.

서울연구원 '서울시 패션제조업의 현황과 과제' 연구보고서 발간

효율적인 일감 연계·실무 중심 인재 양성·맞춤형 DX 지원

패션제조업의 지속가능생태계 구축 위해 3대 전략 추진 필요

패션제조업 산업생태계의 변화

2020년대

과거

대기업 내셔널 브랜드

- 소품종 대량 생산
- 계약형 OEM
- 90년대 후반부터 해외 외주화
- 대기업 연계 입가공업체(금천 가산)

동대문시장

- 도매시장 발주(도매 디자인)
- 패스트패션(기획-소매까지 최소 2주, 도매에서 소매까지 3일 이내)
- 원단-부품-생산-도소매
직접지로서의 이점

환경변화

- ~ 온라인 알테-쉬
- ~ 중국 저가 의류
- ~ DX, 국제물류 발전

대기업 내셔널 브랜드

- 고가 브랜드 : 다품종 소량생산으로 전환(스타일당 200~300개)

디자인 창업, 영패션 브랜드 등장

- 무신사 등 온라인 플랫폼 등장
- 디자인 창업 : 디자인 기획, 마케팅 집중
- 전문 패턴·샘플업체 등장(비에파 등)
- 마뎡킴, 준지, 로우클래식 등장
- 성수 디자인 기반 제조 성장

동대문 패션의 잠식

- 가격경쟁력 하락(중국, 베트남, 미얀마 등 저가 입가공)
- DX, 로지스틱스 → 해외생산 신속도착 가능
- 글로벌 SPA브랜드, 라벨같이

영세화 위기와 새 도약 가능성 동시에 공존 중규모 업체의 생존 여부가 지속가능성 결정

최근 서울 패션산업은 내수 경기 부진과 중국산 저가 의류의 공세 등으로 사업체 수와 종사자 수가 정체되는 양상이지만, 전체 매출액은 오히려 증가하는 추세를 보이고 있다. 하지만 세부적으로 살펴보면 2021~2023년 사이 패션 디자인 및 유통업의 매출은 증가한 반면, 패션제조업의 매출은 감소하며 제조업의 약화가 가시화되고 있는 것으로 나타났다.

패션제조업체 영세화 심화

서울연구원이 최근 발간한 연구보고서 '서울시 패션제조업의 현황과 과제'에 의하면 비록 패션제조업 전반은 쇠퇴하는 경향을 보이지만, 산업생태계를 면밀히 살펴보면 기업 규모별로 뚜렷한 차이가 관찰된다. 현재 서울의 패션제조업은 영세화라는 위기와 새로운 도약의 가능성이 동시에 공존하는 과도기에 놓여 있다고 할 수 있다.

먼저 1~4인 규모 중소기업의 사업체 수가 2010년 전체의 68.9%에서 2023년 80.5%로 급증하며 영세화가 심화되고 있다. 이는 대기업의 해외 외주화와 동대문시장의 침체에 따른 결과로 분석된다. 반면 중규모 제조업체(10~99인)의 약진은 주목할 필요가 있다. 해당 규모 패션제조업체의 매출액 비중은 2020년 28.9%에서 2023년 35.0%로 크게 상승했다. 이는 최근 디자인 창업과 영패션 브랜드가 활성화되면서, 이들 브랜드와 협력하는 전문 패턴·샘플 제작업체들이 동반 성장한 결과로 보인다.

현재의 거시경제 환경상 서울 패션제조업이 과거의 가격 경쟁력만으로는 생태계를 유지하기는 어려운 상황이다. 따라서 디자인 등과 같은 고부가가치 산업과 연계된 중규모 업체의 생존 여부가 향후 서울 패션제조업의 지속가능성

을 결정짓는 핵심 요인이 될 것으로 전망된다.

보고서는 서울 패션제조업의 산업생태계 강화를 위해서는 기업별 자체 역량을 키우는 '유형별 맞춤형 지원'과 기업 간 협업을 돕는 '생태계 연결성 촉진'을 병행할 필요가 있다고 보았다. 특히 디자인업체, 패턴·샘플 제작업체, 중소기업가공업체, 그리고 유통업체가 각자의 전문성을 높이는 동시에 상호 협력을 통해 일감을 수주하고 공동으로 시장을 개척하는 구조를 만드는 것이 시급한 것으로 분석했다.

이를 위해 보고서에서는 △효율적인 일감 연계 △실무 중심의 인재 양성 △기업 맞춤형 디지털 전환(DX) 지원 등 세 가지를 핵심 전략을 제시했다.

효율적인 일감 연계

보고서는 패션제조업체의 기업규모별로 다양한 일감 요구를 고려해 맞춤형 일감 연계 지원이 추진될 필요가 있다고 보았다. 과거 공공조달 중심의 일감연계는 주로 영세 사업자에게 유용한 전략으로, 최근 성장 중인 전문업체나 중규모 제조업체와는 거리가 있는 지원 사업이다. 기존 영세사업자를 위한 공공조달 공동일감수주와 아울러 새로운 유형의 제조업체에 걸 맞는 지원 제공이 필요하다는 것이다.

맞춤형 일감연계 사업은 △디자이너 브랜드-제조업체 간 연계를 통한 일감연계 △B2B 박람회 등을 통한 일감연계(패션제조업 박람회 등) △원산지 표시위반 단속을 통한 국내 생산 보호를 들 수 있다.

먼저, 디자이너브랜드-제조업체 간 연계사업은 자체 디자인 의류는 없으나 우수한 생산 능력을 보유한 사업체가 상시 교류할 수 있는 플랫폼을 구축해 양측이 원활하게 협력할 수 있도록 지

서울 패션제조업의 기업 규모별 사업체 수(2010~2023년)

(단위 : 개, %)

기업 규모	2010년		2015년		2020년		2023년	
	수	비중	수	비중	수	비중	수	비중
1~4인	12,757	68.9	16,301	70.2	23,594	79.8	20,738	80.5
5~9인	3,687	19.9	5,040	21.7	4,500	15.2	3,358	13.0
10~29인	1,711	9.2	1,590	6.8	1,251	4.2	1,450	5.6
30~99인	278	1.5	220	0.9	167	0.6	173	0.7
100~299인	53	0.3	48	0.2	31	0.1	26	0.1
300인 이상	22	0.1	19	0.1	14	0.0	5	0.0

자료 : 통계청, 전국사업체조사 원자료 가공



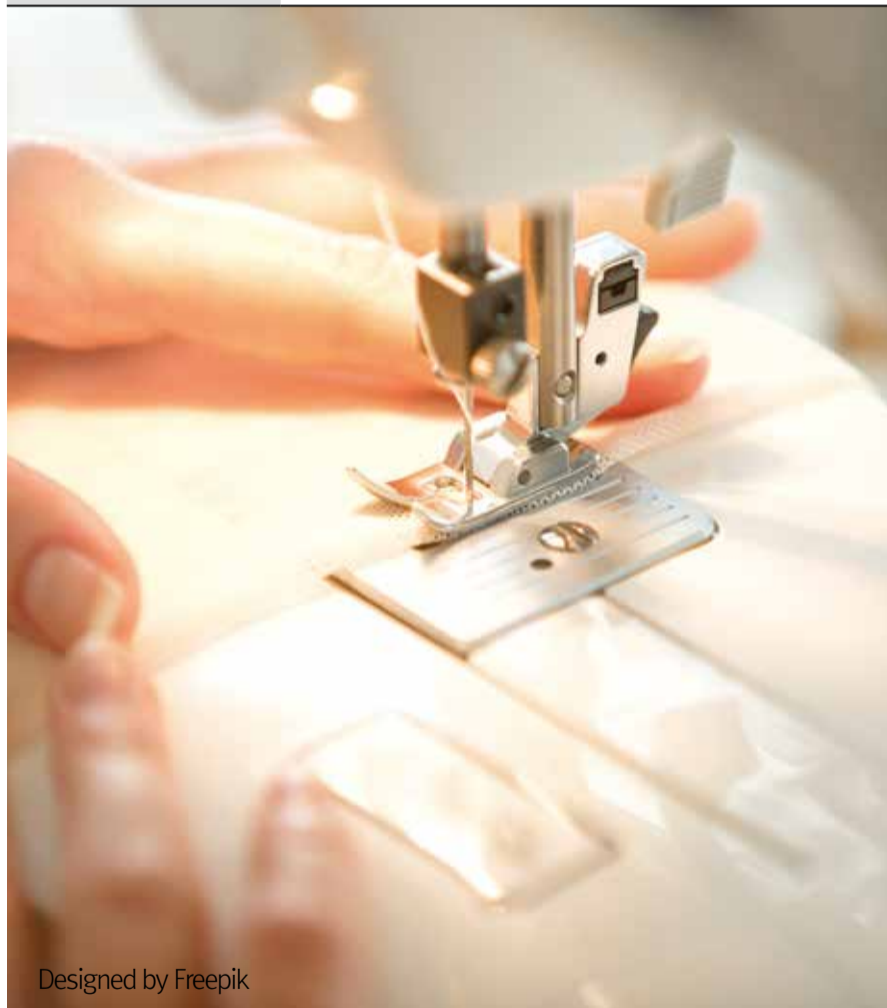
지속가능한 패션제조 생태계 구축



<기본 방향>

패션제조업 인력유형별 지원내용(안)

인력 유형	세부 내용
디자인인력	• 대학(원)생-동대문 등 제조업체 협력전 (멘토링·한섬 등 국내 대기업 실장급)
개발인력(패턴, 샘플)	• 신규자 훈련: 일학습병행제 등 지원 • 재직자 훈련: 대학과 디지털 장비를 이용한 현장 교육 • 모델리스트 콘테스트 개최
기술인력(기계, DX 등)	• 서울시 기술교육원 교육과정 운영 • IT 등 직업훈련기관 및 특성화대학 연계
생산인력	• '봉제기능사' 취득을 위한 내일배움카드 지원 요청 • 신규 인력 확보 경로 다양화(경단녀, 중국동포, 외국인 등)



Designed by Freepik

원하는 사업이다. 중국 저가의류와 알·테·쉬 등의 해외 직구 플랫폼의 활성화로 인해 기존 동대문 도매시장의 발주 물량은 감소하는 추세이나, 독창성을 갖춘 신규 브랜드는 지속적으로 성장

중이므로 다품종 소량 생산에 특화된 기반을 갖춘 동대문 및 성수동 일대의 전문 업체와 임가공 업체 간의 연계를 강화함으로써 도매시장 수주 감소에 따른 유휴 생산력을 보완하고, 지역 패션

제조 생태계의 활성화를 도모해야 한다는 것이다.

B2B 박람회를 통한 일감연계는 중 규모 패션제조업체는 현행 지원 시스템 내 모호한 위치로 인해 지원 사각지대에 놓여있다고 본 데 따른 것이다. 패션 제조지원센터 등을 통해 공동설비 이용 등을 지원하고 있으나, 독자적인 물량 확보가 필요한 중규모 제조업체에게는 판로 개척 지원이 필수적이라는 것이다.

또한, 서울 패션산업의 허리인 중규모 OEM/ODM 업체는 충분한 생산 능력을 갖추었음에도 불구하고 바이어와 접촉할 수 있는 박람회 참여는 어려운 상황이다. 중규모 제조업체가 기존 거래 업체 외에 신규 고객사를 발굴할 수 있는 비즈니스 장 마련이 절실한 이유다. 이를 위해서는 패턴·샘플 전문 업체나 OEM/ODM 업체가 국내외 바이어와 직접 대면할 수 있는 B2B 박람회를 개최하거나, 기존 박람회의 참여 제한을 완화해 미팅 기회를 확대할 필요가 있다고 보았다.

내수 기업 활성화를 위해서는 패션산업의 고질적 문제인 이른바 '라벨갈이'에 대한 강력한 단속이 필요하다고 지적했다. 라벨갈이는 제품의 원산지 허위표시, 원산지 제거 또는 변경 등을 하는 불법 행위로, 동대문 인근의 라벨갈이 성행은 국내산 제품에 대한 불신을 초래하며, 이는 신생 브랜드 및 중소기업 제품 수요 감소로 직결되기 때문이다.

실무 중심의 인재 양성

보고서는 패션제조업의 활성화를 위해서는 다층화된 인재 유형별 역량 강화 및 유인체계 마련이 필요하다고 분석했다. 패션제조업 인력은 디자인, 개발(패턴·샘플), 기술, 생산 등 4개 유형으로 구분이 가능하다. 유형별로 산업 현장에 적합한 인재를 양성하거나 신규 유입을 촉진하는 정책이 시급히 추진되어야 한다는 것이다.

이를 위해서는 디자인인력에게 패션 제조업의 실무 감각을 익힐 기회를 제공해야 한다. 대학(원)생 졸업 작품전을 경진대회 형태로 확대 추진하거나 서울시 내 패션 전공 대학(원)생 졸업전 시 패션제조업체와의 매칭 및 협업 과정을 거치도록 지원하는 것이 방법이다.

개발인력의 경우 경진대회 및 재직자 훈련을 병행해 최근의 개발 역량 강화 요구에 부응해야 한다. 기술인력은 기계, 장

비, 디지털 전환의 구동을 지원하는 인력으로, 패션제조업의 고도화에 필요하다.

생산인력의 인력난 해결을 위해서는 이미지 개선, 봉제기능사 제도 활용, 도입 경로 다양화 등을 추진해야 한다. 인력난의 주요 원인은 과거 소규모 영세 사업장의 부정적 이미지, 청년층의 제조업 기피, 상대적 저임금 등이다. 생산인력 부족은 세계적인 추세로, 최근 해외에서도 '소잉 디자이너((Sewing Designer)' 등의 명칭을 사용해 봉제에 대한 이미지를 개선하고 있다.

특히, 올 1월 '봉제기능사 자격증' 신설 및 교육에 맞춰 고용노동부 '내일배움카드'의 지원 비율을 높이고 자격 취득자에 대한 취업 지원 서비스를 강화해야 한다. 경력단절여성, 중국동포, 탈북민, 외국인 등 다양한 인력 활용 방안을 모색해 추진해야 한다. 경력단절여성 과 탈북민은 내일배움카드 혜택이 크므로 이를 활용해 봉제기능사 교육생 모집을 적극 홍보할 필요성도 제기했다.

기업 맞춤형 DX 전환 지원

서울시는 기업규모별로 필요한 스마트 공장 사업 등 디지털 전환 사업에 대한 정보망을 구축하고, 관련 업체 리스트를 제공해 DX 지원 사업을 추진하고 있다. 지난 10년간 중소벤처기업부, 산업통상자원부 등에서 다양한 스마트공장 지원 사업을 수행해왔으며, 최근에는 디지털 전환이라는 이름하에 과학기술정보통신부 등까지 제조업 디지털 전환을 지원하고 있는 상황이다.

하지만 다양한 DX 지원 사업이 수행되면서 오히려 기업들은 본인들이 원하는 기술지원을 어디서 받아야 하는가에 대한 혼란을 겪고 있다. 보고서는 서울시는 기존 사업들을 기업 규모별로, 지원 분야별로 정리하고, 기업이 원하는 사업과 지원 절차에 대한 정보를 제공하는 포털을 구축해 자가 진단을 통한 사업 선택을 유도해야 한다고 강조했다.

종합포털은 무료 장비 대여, 기계화·자동화, 제조설계 디지털화, 전사적인 자원관리(ERP), 데이터 클라우드 저장 등의 필요 분야별로 구분해 구성하고, 포털 내에 단기/중장기 목표, 디지털 전환 성숙도 등으로 구성된 자가진단 코너를 마련해 제조업체가 원하는 지원 사업을 쉽게 검색할 수 있도록 운영할 것을 제안했다.

■ 동대문패션타운관광특구협의회, 올해 어떤 사업 펼치나 '옥외광고물 특정구역' 선정 등 상권 활성화 방안 추진

동대문패션타운관광특구협의회가 올해 동대문 상권 활성화를 위해 불합리한 제도 개선 건의와 '옥외광고물 자유표시구역' 선정 추진, 재즈 페스티벌 개최 등 다양한 사업을 펼친다. 관광특구협의회는 지난 5월 28일 DDP 디자인 랩 2층 서울ON 화상회의실에서 정기총회를 열고 '2025년도 사업실적 보고 및 결산 승인', '2026년도 주요 사업계획 및 예산 승인' 안을 의결하고, 새로운 임원진을 선출했다. 김영복 회장에 이어 향후 2년간 협의회를 이끌 신임 회장에는 김충권 평화시장(주) 대표가 선임됐다. 협의회가 올해 추진하고 있는 주요 사업을 살펴봤다.

상권 활성화 위한 통계자료 확보

동대문패션타운은 세계적인 패션 집적지로서 독보적인 가치를 지니고 있음에도 불구하고, 상권의 현황을 정밀하게 진단하고 해결책을 모색할 수 있는 기초 통계자료가 매우 부족한 실정이다. 이러한 객관적 데이터의 부재는 유관기관의 지원 요청이나 비즈니스 차원의 투자 제안 시 신뢰를 확보하는 데 큰 걸림돌이 되고 있다. 그 결과, 동대문의 잠재력에 비해 실제 지원과 투자는 일

반 전통시장이나 신생 스타트업 수준에도 미치지 못하는 것이 현실이다. 이에 동대문 상권의 지속 가능한 발전과 투자 유치를 위해 신뢰할 수 있는 동대문 패션 상권 기반 통계자료를 체계적으로 구축할 계획이다.

'옥외광고물 자유표시구역' 선정 추진

서울의 중심에 위치한 동대문패션타운관광특구는 대한민국 최대의 패션 산업 거점이자, 국내외 관광객이 즐겨 찾는 대표적인 명소이다. 특히 독창적인 건축미를 자랑하는 동대문디자인플라자(DDP)는 2019년 말 화려한 '빛 축제' 등을 통해 국내외 방문객들에게 강렬한 영감을 주는 문화적 랜드마크로 자리매김했다. 이러한 잠재력을 바탕으로 침체된 상권에 새로운 활력을 불어넣고자 '옥외광고물 특정구역' 지정을 추진하고 있다. 이를 통해 동대문을 '한국형 타임스퀘어'로 탈바꿈시켜 관광산업의 도약과 지역 경제 활성화라는 두 마리 토끼를 잡는 세계적인 명소로 키워나갈 방침이다.

집합건물 용도변경 관련 법 개정 건의

현재 동대문패션타운관광특구 내 대

부분의 상가들은 많은 구분소유자로 이뤄진 집합건물이다. 이에 따라 집합건물의 소유 및 관리에 관한 법률 제1조의 2(상가건물의 구분소유) 제1항 제1호의 규정에 의거 판매시설의 타 용도로의 변경이 불가능한 상황이다. 이에 법무부에 꾸준히 건의하고 언론사들을 통해 홍보도 하고 있으나 아직까지 구체적인 결론에 도달하지 못하고 있다. 향후 법무부에 좀 더 적극적으로 건의하거나 공청회를 개최, 의미 있는 진전된 결과가 나올 수 있도록 할 계획이다.

공개공지 활용을 위한 제도개선 건의

불특정 다수의 시민이 자유롭게 이용하고 휴식을 취할 수 있는 공간인 '공개공지'가 관광진흥법 제74조(다른 법률에 대한 특례)의 법 개정으로 건축법 제43조에도 불구하고 연간 180일 이내의 기간 동안 외국인 관광객을 위한 공연 및 음식을 제공할 수 있어 중구청 해당 부서 및 중구의회와 긴밀히 협조해 동대문패션타운관광특구 현실에 맞는 조례 개정으로 상권 활성화에 이바지할 계획이다.

'가을밤 팝 & 재즈 콘서트' 개최

동대문패션타운관광특구를 방문하는 국내외 관광객들에게 볼거리와 즐길거리를 제공하기 위해 상반기 '동대문 재즈페스티벌'과 하반기 '가을밤 팝 & 재즈 콘서트'를 개최하고 있다. 향후 인근 주민들과 외국인 관광객들도 함께할 수 있는 바자회 및 체험의 장도 기획해 상권 활성화와 지역경제 매출 상승에 더욱 기여하도록 할 방침이다.

외국인 관광객 위한 '포토존' 설치

침체된 동대문패션타운관광특구의 경쟁력을 높이기 위해 'K-컬처 체험 포토존' 설치를 추진한다. 이를 통해 우리나라 전통 의복 및 한류 관련 제품들과 최신 동대문 트렌드를 직접 체험하는 콘텐츠를 제공, 외국인 관광객의 흥미를 유발하고 체류 시간을 늘려나갈 수 있도록 할 예정이다.

이밖에 관광특구협의회는 △상권 활성화를 위한 해외 판매 협업 추진 △동대문패션타운 내 모범종사자 발굴 표창 격려 △간담회와 회의의 장소를 위한 커뮤니티 공간 확보 △동대문패션상권지원센터 역할 강화 등 다양한 사업을 펼쳐 나갈 계획이다.



동대문패션타운관광특구협의회가 올해 동대문 상권 활성화를 위해 다양한 사업을 펼친다. 사진은 지난해 10월 열린 '가을밤 팝 & 재즈 콘서트' 모습.

■ 동대문패션타운관광특구협의회 김충권 신임 회장

“동대문은 이제 단순히 옷만 파는 곳이 아니라 K-패션 트렌드를 가장 먼저 체험하는 장소 되어야”



‘공실률 해소’, ‘도소매상권 활력 회복’ 위해 노력할 것
정부와 지자체에 규제 완화와 인프라 개선 지속 건의도

동대문패션타운관광특구협의회가 지난 5월 28일 DDP 디자인 랩 2층 서울ON 화상회의실에서 정기총회를 열고 제13대 회장에 평화시장(주) 김충권 대표(66)를 선임했다. 2002년 5월 정부로부터 동대문패션타운이 관광특구로 지정되면서 설립된 (사)동대문패션타운관광특구협의회는 관광특구 활성화, 외래 관광객 유치, 경쟁력 강화, 유통 판매업체의 질서 확립, 소비자 보호 등을 주요 사업으로 하고 있다.

지난 6월 12일 평화시장(주) 사무실에서 만난 김충권 대표는 “동대문패션타운관광특구협의회 회장이라는 중책을 맡겨주신 상인 여러분과 회원사 대표님들께 깊은 감사를 드린다”며 “현재 동대문 상권이 구조적인 변화와 경기 침체로 그 어느 때보다 힘든 시기를 지나고 있다는 것을 누구보다 잘 알고 있다. 그간의 현장 경험을 살려 동대문의 명성을 되찾고, 상인들이 다시 신나게 장사할 수 있는 발판을 마련하는 데 제 모든 역량을 바치겠다”고 취임 소감을 밝혔다.

김충권 회장은 현재 동대문패션타운이 안고 있는 가장 큰 문제로 ‘공실률 증가’와 ‘도소매상권의 활력 저하’를 꼽았다. 유통 구조가 온라인 중심으로 급변하면서 오프라인 매장들이 직격탄을 맞았기 때문이다. 김 회장은 이를 해결하기 위해서는 동대문패션타운을 찾는 국내외 쇼핑객과 외국인 관광객의 달라진 성향부터 파악해야 한다고 강조했다.

김 회장은 “온라인 구매에 익숙해진 국내외 쇼핑객을 공략하기 위해서는 단순히 손님을 기다리는 전통적인 판매 방식에서 벗어나야 한다”며 “동대문 도소매 상권을 국내외 바이어와 연결하는 디지털 라이브 커머스 및 글로벌 B2B 온라인 플랫폼과의 연계를 강화하고, 상가별로 상이한 영업시간과 물류 동선을 효율화해 바이어들이 가장 편리하게 찾을 수 있는 ‘원스톱 구매 환경’을 조성하는 것이 중요하다”고 지적했다.

그는 이어 “과거의 외국인 관광객들이 ‘저렴한 대량 쇼핑’을 위해 동대문을 찾았다면, 지금의 젊은 세대는 ‘K-컬처의 경험과 문화’를 소비하러 온다”며 “이제 동

대문은 단순히 옷을 파는 곳이 아니라 ‘K-패션의 트렌드를 가장 먼저 체험하는 장소’가 되어야 한다”고 설명했다.

김 회장은 동대문패션타운의 위기 극복과 발전을 위해서는 정부와 지자체(서울시·중구)의 정책적 지원도 절실하다고 말했다. 동대문은 단순한 지역 상권이 아니라, 연간 수조 원의 부가가치를 창출하는 국가적 패션 자산이므로 규제 완화와 인프라 개선에 전폭적인 지원이 필요하다는 것이다.

특히 경찰기동대 부지 이전, K-컬처 창조타운 건립 등 대규모 개발 사업이 차질 없이 속도감 있게 진행되기를 촉구하는 한편 동대문을 찾는 국내외 관광객들의 고질적인 불편 사항인 주차 공간 부족 문제 해결과 야간 보행 환경 개선, 전통시장 현대화 사업에 대한 예산 지원 확대를 지속해서 건의할 예정이라고 밝혔다.

동대문패션타운에는 32개 대형 쇼핑몰에 2만여 점포가 영업을 펼치고 있으며, 관련 종사자만도 10만여 명에 이른다. 특히 도매와 소매, 전통시장과 현대식 쇼핑몰이 공존하는 복잡한 생태계를 갖추고 있어 이해관계가 다를 수밖에 없다. 김 회장은 평화시장에서 작업복과 아웃도어를 판매하는 성진사를 40여 년 간 운영하고, 평화시장(주)에서 임원과 대표로 근무한 경험을 살려 상인 및 각 상가 대표와 소통하면서 협의회를 운영해 나갈 계획이다.

“평화시장에서 오랜 세월 점포를 운영하고 지금은 평화시장(주)의 대표를 맡고 있으니, 제 인생 전체가 곧 동대문이라고 해도 과언이 아닙니다. 세월이 흐르며 트



렌드는 바뀌었지만, 동대문 특유의 ‘역동성과 끈기’라는 DNA는 변하지 않았다고 믿습니다. 오랜 세월 평화시장에서 다져온 현장 감각과 네트워크를 이제 동대문패션타운 전체의 상생과 발전을 위해 아낌없이 쏟아부겠습니다.”

우양산·선글라스 케이스·린넨 셔츠·크로세 가디건까지

자외선이 바꾼 여름 트렌드, ‘가리는 패션’이 뜬다

자외선 위험 인식↑ ‘살안타템’ 인기
‘UV 회피’ 패션 소비 전 방위 확산

강해지는 자외선과 길어진 여름의 영향으로 햇빛을 효과적으로 차단할 수 있는 패션 아이템 수요가 빠르게 증가하고 있다.

최근 소비자들 사이에서는 이른바 ‘살안타템’에 대한 관심이 높아지고 있다. 과거에는 선크림을 바르거나 더위를 피하는 데 집중했다면 최근에는 양산, 선글라스, 긴소매 의류 등 햇빛 자체를 물리적으로 차단하는 방식으로 소비가 진화하는 모습이다. 단순히 피부를 보호하는 차원을 넘어 보다 쾌적하고 건강하게 여름을 보내기 위한 라이프스타일 소비로 확장되고 있다는 분석이다.

특히, 자외선을 피하는 방식도 다양해지고 있다. 양산은 이제 특정 연령층의 전유물이 아닌 여름철 필수 아이템으로 자리 잡았고, 선글라스 착용 빈도가 늘어나면서 관련 액세서리 시장까지 함께 성장하고 있다. 여기에 피부 노출을 줄이면서도 시원하게 입을 수 있는 린넨 및 크로세 의류 수요까지 확대되며 패션업계 전반에서 ‘가리는 패션’이 새로운 여름 트렌드로 자리 잡고 있다.

LF몰 검색 데이터도 이러한 소비 변화를 뒷받침한다. 올해 4월 1일부터 6월 25일까지 ‘양산’과 ‘선글라스 케이스’ 검색량은 전년 동기 대비 각각 26%, 81% 증가했으며, ‘살안타템’ 검색량 역시 338% 급증했다.

이 같은 변화는 우양산 시장에서 뚜렷하게 나타나고 있다. ‘닥스 액세서리’는 올해 우양산 생산 물량을 전년 대비 25% 확대했다. 프리미엄 디자인 제품군을 강화하는 한편, 카본 살대를 적용해 경량성과 내구성을 높이고 나노코팅 소재로 발수 기능을 강화한 기능성 제품도 새롭게 구성했다.

판매 반응도 따라오고 있다. 닥스 액세서리의 4-5월까지 우양산 매출은 전년 대비 37% 증가했다. 플라워 패턴 경량 우양산은 출시 약 두 달 만에 인기 컬러 판매율 90%를 기록하며 추가 리오더를 진행했다.

자외선 차단을 위한 소비는 선글라스 관련 액세서리 시장으로도 확산되고 있다. 단순히 선글라스를 착용하는 것을 넘어 보다 편리하게 휴대하고 스타일링하려는 수요가 늘어나면서 관련 제품군도 다양화되는 추세다.

‘아떼 바네사브루노 액세서리’는 스트랩을 활용해 크로스백이나 벨트백처럼 연출 가능한 ‘셀르 선글라스 케이스’를 새롭게 선보였다. 카드 수납 기능까지



‘닥스 액세서리’ 플라워 패턴 우양산.



▲ ‘헤지스’ 린넨셔츠.
▶ ‘마에스트로’ 크로세 가디건.

더해 활용도를 높였으며, 클립 형태의 선글라스 홀더 제품은 품절을 기록했다. 또한 일부 가방에는 선글라스와 이어폰 등을 간편하게 고정할 수 있는 홀더 참을 적용해 여름철 고객 니즈를 반영했다.

햇빛을 피하는 소비는 액세서리를 넘어 의류로도 확산되고 있다. 과거에는 무더운 날씨에 피부 노출을



‘아떼 바네사브루노 액세서리’ 셀르 선글라스 케이스.

늘리는 것이 일반적이었다면 최근에는 햇빛을 피하면서도 시원하게 입을 수 있는 긴소매 아이템 수요가 증가하는 추세다. 특히, 통기성이 뛰어난 린넨 소재와 성글게 짜인 크로세 조직은 자외선 노출을 줄이면서도 쾌적한 착용감을 제공해 대표적인 ‘살안타템’으로 주목받고 있다.

‘헤지스’는 린넨 셔츠를 중심으로 관련 제품 운영을 강화하고 있다. 이번 26SS 시즌 린넨 셔츠 스타일 수를 전년 대비 약 30% 확대했다. 솔리드, 스트라이프, 마드라스 체크, 김엄 체크, 타탄 체크 등 패턴을 다양화했으며, 출근룩부터 리조트룩까지 폭넓게 활용할 수 있도록 제품 구성을 강화했다.

남성복에서도 이러한 흐름이 나타나고 있다. ‘마에스트로’는 크로세 집업 가디건과 린넨 혼방 가디건 등 여름철 경량 가디건류를 선보이며 판매 호조를 이어가고 있다. 통기성이 우수하면서도 단정한 스타일을 연출할 수 있어 주요 사이즈가 조 기 품절될 정도로 좋은 반응을 얻고 있다.

LF 관계자는 “최근에는 피부 건강과 안티에이징에 대한 관심이 높아지면서 자외선 차단에 대한 소비자 인식도 크게 확대되고 있다”라며 “과거 여름 패션이 시원함과 노출에 초점이 맞춰져 있었다면 이제는 자외선 차단과 쾌적함, 스타일까지 함께 고려하는 방향으로 소비 기준이 변화하고 있다”고 말했다.



OPS 8789

■상가명 디오트 ■매장명 제이덕 ■호수 1층 C-14호 ■특징 스모크 뒷밴딩 뷔스티에 민소매 원피스 ■소재 코튼 65%/폴리 35% ■문의 010-2369-8284



OPS 8788

■상가명 디오트 ■매장명 제이덕 ■호수 1층 C-14호 ■특징 시스루 레이스 원피스 ■소재 폴리 100% ■문의 010-2369-8284



PT 2-010

■상가명 디오트 ■매장명 제이덕 ■호수 1층 C-14호 ■특징 롤업숏팬츠 ■소재 폴리 70%/레이온 27%/스판 5% ■문의 010-2369-8284



color **BROWN**

color **BLACK**

스테인반팔셔츠

■상가명 누존 ■매장명 애드너스 ■호수 5층 528호 ■특징 은은하게 퍼지는 마블 텍스처가 돋보이는 셔츠로, 빈티지하면서도 감각적인 무드를 연출. 가볍고 부드러운 원단이 자연스럽게 흐르며 여유로운 릴렉스 핏 실루엣을 완성한다. 단독착용은 물론 다양한 레이어드 스타일링에도 활용도가 높다. ■소재 소재 폴리 90%/나일론 10% ■문의 010-4442-5980





웨스턴데님셔츠

■상가명 누존 ■매장명 애드너스 ■호수 5층 528호 ■특징 웨스턴 무드의 디테일과 빈티지 워싱이 돋보이는 데님 반팔 셔츠. 입체감 있는 워싱 컬러와 스냅 버튼 디테일로 단독 착용만으로도 확실한 포인트가 살아난다. 탄탄하면서도 유연한 데님 원단으로 부담 없이 착용 가능하며, 자연스럽게 떨어지는 실루엣이 트렌디한 무드를 연출한다. ■소재 코튼 100% ■문의 010-4442-5980



color LIGHT BLUE

color BLACK



color GRAY

color CHARCOAL

페이즐리스크라프반팔

■상가명 누존 ■매장명 애드너스 ■호수 5층 528호 ■특징 페이즐리 스크라프 디테일이 포인트가 되는 반팔 티셔츠. 스카프와 소매 안쪽에 동일한 페이즐리 패턴 원단을 더해 은은하면서도 유니크한 무드를 연출해준다. 부드럽고 가벼운 터치감으로 여름 시즌에도 부담 없이 착용 가능하며, 스카프 연출에 따라 다양한 스타일링이 가능하다. ■소재 코튼 56%/폴리 44% ■문의 010-4442-5980



라미네이팅 시리즈

■상가명 DDP패션몰 ■매장명 아리수 ■호수 3층 110호 ■특징 폴리에스터 원단에 라미네이팅 처리한 특수원단 사용. ■소재 라미네이팅 ■문의 010-9982-8496



더스트피그먼트반팔

■상가명 apM ■매장명 에넥 ■호수 7층 29호 ■특징 빈티지한 피그먼트 워싱이 더해진 반팔 티셔츠로 자연스러운 페이드 컬러감과 깊이 있는 분위기를 연출. 크랙 스타 그래픽 나염이 포인트가 되어 단독 착용만으로도 충분한 존재감을 보여주며, 동일 제품 타 컬러를 활용하여 레이어드 스타일링에도 활용도가 높다. ■소재 코튼 100% ■문의 010-8232-5980

모건링클반팔셔츠

■상가명 apM ■매장명 에녹 ■호수 7층 29호 ■특징 불규칙 보카시 패턴과 링클 텍스처가 돋보이는 셔츠로, 원단 자체 만으로도 유니크한 분위기를 연출. 가볍고 시원한 폴리 원단을 사용해 쾌적한 착용감을 제공하며, 소매 롤업 연출로 더욱 자연스러운 스타일링이 가능하다. ■소재 폴리 100% ■문의 010-8232-5980



W슬림캣나염반팔티

■상가명 apM ■매장명 에녹 ■호수 7층 29호 ■특징 슬림한 실루엣을 돋보이게 해주는 링거 티셔츠로, 자연스럽게 몸을 감싸는 핏이 여성스러운 무드를 연출. 면·모달·스판 혼방 원단을 사용해 부드럽고 쾌적한 착용감을 제공하며, 모달 특유의 유연한 드레이프감이 체형을 더욱 슬림하게 표현해준다. ■소재 코튼 58%/모달 37%/스판 5% ■문의 010-8232-5980



블룸 세미 와이드 팬츠

■상가명 신평화패션타운 ■매장명 주연사 ■호수 4층 A-422호 ■특징 사선 포켓 디자인과 탄탄한 신축성의 허리밴드로 실루엣을 살린 세미 와이드 팬츠. ■소재 폴리95%/스판5% ■문의 010-2002-3016



에어리 아노락 롱 원피스

■상가명 디오토 ■매장명 이찌 ■호수 3층 나47호 ■특징 가볍고 쾌적한 착용감의 아노락 무드 롱 원피스. 깔끔한 배색 디자인과 하프 집업 디테일이 세련된 분위기를 연출하며, 허리 스트링으로 체형에 맞게 실루엣 조절이 가능하다. 데일리 룩부터 여행룩까지 편안하게 활용할 수 있다. ■소재 폴리 100% ■문의 010-4514-7282





에어리 썸머 아노락 롱 원피스

■상가명 디오트 ■매장명 이찌
■호수 3층 나47호 ■특징 허리 스트
링으로 자연스러운 실루엣을 연출
하며 여행, 바캉스, 일상까지 다양하
게 활용 가능한 썸머 원피스. ■소
재 폴리 100% ■문의 010-4514-
7282



레브T

■상가명 디오트 ■매
장명 노디 ■호수 5층
J8호 ■특징 감각적인
레터링 프린트가 돋보
이는 루즈핏 반팔 티셔
츠로, 편안한 착용감과
캐주얼한 스타일링이
가능한 데일리 아이
템. ■소재 코튼 100%
■문의 010-2060-
8968



러브하트 스모크 퍼프 블라우스

■상가명 디오트 ■매장명 리피트마크
■호수 5층 F25호 ■특징 사랑스러운 하트
패턴과 볼륨감 있는 퍼프소매가 어우러져
여성스럽고 로맨틱한 분위기를 연출해주는
블라우스. ■소재 코튼 97%/스판 3% ■
문의 010-2227-9044



프릴리T

■상가명 디오트 ■
매장명 마리엔 ■호
수 지하2층 H5호 ■
특징 부드럽고 가벼운
소재에 밑단과 소매 프
릴 디테일을 더해 사랑
스럽고 여성스러운 무
드를 연출해준다. ■소
재 코튼 85%/레이온
13%/스판 2% ■문
의 010-9326-4826

중구, 관내 상인회에 첫 ‘보조금 실무 교육’ 실시

관내 12개 상인회 회장 및 총무 14명 참석

서울 중구(구청장 김길성)가 지난 6월 23일 구청 6층 전산교육장에서 관내 전통시장 및 골목형상점가 상인회를 대상으로 ‘보조금 사용법 교육’을 실시했다. 상인들에게 중구가 보조금 교육을 한 것은 이번이 처음이다.

교육은 보조사업을 수행하는 상인들의 회계 처리 역량을 높이고, 부정 집행과 정산 오류를 사전에 방지하기 위해 기획했다. 이날 현장에는 동대문·남대문·방산시장 등 12개(전통시장 8곳, 골목형상점가 4곳) 상인회 회장, 총무, 매니저 등 14명이 참석했다.

교육 내용은 보조금 집행 준수사항과 지방보조금관리시스템(보탐e) 사용법에 중점을 뒀다. 특히, 현재 추진 중인 ‘야간 음식문화 활성화 지원사업’ 등 보조금 사업에 즉시 적용할 수 있도록 실무 위주로 구성해 실효성을 높였다.

먼저, 보조금 집행 분야에서는 사업계획 사전 승인, 전용 계좌·카드 사용, 지출 결의서 개별 작성, 증빙자료 첨부 등 투명한 회계 관리를 위한 필수 원칙을 다뤘다. 아울러 집행 금지 항목과 부정 집행 시 환수나 제재부가금이 따를 수 있음을 안내해 책임성을 강조했다.



중구가 지난 6월 23일 관내 전통시장 및 골목형상점가 상인회를 대상으로 ‘보조금 사용법 교육’을 실시했다. 사진제공: 중구

지방보조금관리시스템 전산 교육은 상인들이 스스로 시스템을 활용하도록 돕는 데 집중했다. 사업 신청부터 정산, 정보 공시에 이르는 전 과정에 꼭 필요한 메뉴 위주로 설명했다. 궁금증을 신속히 해결할 수 있도록 전용 콜센터와

온라인 매뉴얼 등 안내 창구도 함께 소개했다. 질의응답 시간에는 상권별 보조사업 수행 현황을 공유했다. 상인들은 현장에서 겪는 애로사항을 건의하고 해결 방안을 모색하며, 관내 상권의 동반 성장을 위한 공감대를 형성했다.

‘2026 업사이클 디자인 공모전’ 개최

서울시와 서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)은 업사이클 문화 확산을 위해 ‘2026 업사이클 디자인 공모전’을 개최한다. 이번 공모전은 버려진 소재에 새로운 쓰임과 이야기를 더하는 시민 참여형 디자인 공모전으로, 자원순환에 대한 시민 인식을 높이고 친환경 라이프스타일을 확산하기 위해 마련됐다.

공모전은 어린이부(저학년, 고학년), 청소년부, 일반부 등 3개 부문으로 운영되며, 각 연령대의 특성과 관심을 반영한 주제로 진행된다. 어린이부는 ‘내가 Green 미래’를 주제로 일상에서 실천할 수 있는 환경 보호 아이디어 또는 미래 도시의 모습을 그림과 콜라주로 표현한다.

청소년부는 ‘지구를 위한 과학자’를 주제로 폐기물에 창의적 아이디어를 더한 과학 창작물을 제안한다. 일반

부는 ‘다시 쓰는 이야기’를 주제로 쓰임을 다한 사물에 담긴 삶의 흔적과 시간, 이야기를 공예·제품·조형 디자인으로 재해석해 새로운 가치와 가능성을 제안한다.

공모전 접수는 6월 15일부터 7월 9일 까지 온라인 신청 후 작품 제출 방식으로 진행되며, 전문가 심사를 거쳐 선정된 총 44점의 수상작은 오는 9월 4일부터 10월 말까지 서울새활용플라자에서 전시콘텐츠로 시민들에게 공개된다. 시상식은 9월 4일 서울새활용플라자에서 열리는 대표 축제 ‘새활용 페스티벌’과 연계해 진행된다. 시상 규모는 총 44점, 상금 660만 원이다. 시상금은 어린이부 저학년, 어린이부 고학년, 청소년부, 일반부로 공모 분야별로 나뉘며, 각 분야 금상 1점, 은상 2점, 동상 3점, 입선 5점을 선정한다.

동대문관광특구협의회

5월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김충권)는 5월 동대문패션상권 모범종사자로 △광희패션몰 김희정 △청평화시장 ‘뚜뚜’ 이수정 씨를 선정했다.

협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 경영 마인드와 성실하고 친절한 자세로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑 환경 조성 and 건전한 상거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인과 직원들을 대상으로 모범종사자를 선정해 시상하고 있다.

상가명	여름휴가 일정
광희패션몰	8월 7~17일 오후 8시 개점
남평화상가	2~3층: 8월 7~17일 오후 8시 개점 지하~1층: 8월 7~17일 오후 11시 50분 개점
누촌 단단	8월 7~17일 오후 8시 개점 정상영업
동평화패션타운	지층: 8월 7~17일 저녁 개점 1층, 2층(신관), 3층: 8월 10~17일 아침 개점 2층(본관): 8월 8~18일 아침 개점 4층: 8월 8~17일 아침 개점
두타몰	정상영업
디오트	8월 8~17일 오후 11시 50분 개점
디자인너크럽	8월 7~17일 오후 8시 개점
DDP패션몰	8월 7~17일 오후 8시 10분 개점
밀리오레	8월 17~21일
벨포스트	8월 7~17일 오후 8시 개점
신평화패션타운	8월 7~17일 오후 8시 개점
스튜디오W	8월 7~17일 오후 8시 개점
아트프라자	8월 7~17일 오후 8시 개점
에이피엠	8월 7~17일 오후 8시 개점
에이피엠럭스	8월 7~17일 오후 8시 개점
에이피엠플레이스	8월 7~17일 오후 8시 개점
엘리시움	8월 7~17일 오후 9시 개점
제일평화	8월 8~17일 오전 9시 개점
테크노상가	8월 8~17일 오후 11시 개점
통일상가	부자재 7월 31~8월 6일 오전 9시 의류 8월 7~17일 오후 9시 개점
팀204	8월 7~17일 오후 8시 개점
평화시장	8월 8~16일 오후 10시 개점
청평화패션타운	8월 7~11일 오후 11시 개점
헬로에이피엠	8월 10~14일

‘프로맥스’ 사용하면 “가상모델 착장 컷 똑딱”

중구, AI 프롬프트 플랫폼 운영

서울 중구(구청장 김길성)가 동대문 패션 상인들을 위해 개발한 AI 패션 이미지 생성 프롬프트 플랫폼 ‘프로맥스(PROMAX)’를 최근 정식 개설했다. 생성형 AI로 상품 홍보 이미지를 제작하고 싶지만, 프롬프트 작성에 어려움을 겪는 상인들을 위해 중구가 직접 나선 것.

패션업에 종사하는 상인을 위해 지자체가 AI 프롬프트 플랫폼을 자체 개발해 무료로 제공하는 것은 전국 최초 사례다. 프로맥스는 중구가 운영하는 동대문바이어라운지에서 기획·개발했다.

동대문바이어라운지는 유명 패션 매거진과 최신 패션 콘텐츠를 분석해 매일 새로운 프롬프트를 만들고 이를 플

랫폼을 통해 제공한다. 동대문 패션 상인이라면 누구나 이용할 수 있다.

이용법은 간단하다. 플랫폼에 게시된 이미지 중 원하는 스타일의 프롬프트를 복사한 뒤 판매할 의류 사진과 함께 생성형 AI에 입력하면 된다. 손쉽게 화보 수준의 가상모델 착장 이미지를 제작할 수 있어 플랫폼 방문 횟수가 한 달 만에 1만3천여 회를 기록하며 호응을 얻고 있다.

프로맥스는 밀착형 AI 교육 현장에서 탄생했다. 동대문바이어라운지는 지난해 9월부터 상인 대상 1:1 AI 활용 교육을 진행하면서 상인들이 AI에 대한 관심은 높지만 활용에 어려움을 겪는 것을 확인했다. 특히 상인들에게는 ‘프롬프트’ 작성이 큰 장벽이었다. 원하는 결과물을 얻기 위해 시행착오를 반복해



AI 프롬프트 플랫폼 ‘프로맥스’ 사용 모습. 사진제공: 중구

야 했고, 이는 생업으로 바쁜 상인들에게는 부담이었다.

이에 동대문바이어라운지는 프롬프트를 직접 제공하는 아이디어를 냈고, 지난 5월 플랫폼 개발에 착수했다. 이후 실사용자인 상인을 대상으로 시범 운

영을 하며 완성도를 높였다. 프로맥스(ddm.or.kr)는 포스터 내 QR코드를 통해 쉽게 접속할 수 있다. 자세한 사항은 중구 전통시장과(02-3396-5082) 또는 동대문바이어라운지(02-6270-1100)로 문의하면 된다.

중구, 현대아울렛 동대문점과 취약계층 돕는다

지난달 ‘나눔 바자회’ 개최

서울 중구가 지난 6월 11~12일 양일간 구청 본관 1층 로비 및 야외 공간에서 현대아울렛 동대문점과 함께 ‘나눔 바자회’를 개최했다. 행사는 기업의 사회공헌(CSR) 자원과 연계한 민관 협력으로 마련됐으며, 수익금은 다가올 폭염에 대비해 취약계층을 지원하는 데 쓰인다.

이번 바자회에는 ‘타미힐피겨’, ‘ 스위트미스’, ‘네파’, ‘크룩스’ 등 7개 브랜드 상품을 최대 80% 할인된 가격에 선보이며, 판매 수익금은 사회복지공동모금회에 지정 기탁할 예정이다.

할인 행사 외에도 다양한 먹거리 부스가 운영됐다. 중립종합사회복지관 어르신 일자리 사업장인 전통주 문화 플랫폼 ‘약현’은 시음 및 판매를 진행한다. 또한, ‘모구모구과자점 인 신당’과 ‘로이더 브레드가든’은 지난해에 이어 올해도 제과류를 판매하고, 수익금 전액을 기부해 나눔에 동참한다.

방문객 누구나 손쉽게 참여할 수 있는 기부 이벤트도 진행됐다. 신용카드나 간편결제로 편리하게 후원할 수 있는 ‘기부 키오스크’를 통해 1만 원 이상 기부하면 ‘퍼스널 컬러 진단’ 또는 ‘재미로 보는 운세·진로 코칭 사주’ 체험권을



서울 중구가 지난 6월 11~12일 현대아울렛 동대문점과 함께 개최한 ‘나눔 바자회’ 모습. 사진제공: 중구

증정했다.

한편, 이번 행사 협력 기업인 현대아울렛 동대문점은 그동안 1,400여만 원을 기부하고 ‘희망온돌 따뜻한 겨울나기’ 바자회에도 참여하는 등 꾸준한 나

눔을 실천해 왔다. 특히 지난 4월에는 중구와 ‘재난 발생 시 이재민 지원 업무 협약’을 맺고 재난 구호 물품을 지원하기로 하는 등 긴밀한 협력 관계를 이어가고 있다.

중구, 3분기 중소기업육성기금 용자

총 30억 7백만 원 규모

서울 중구가 오는 7월 6일부터 15일까지 관내 소기업 및 소상공인의 경영 안정을 위해 ‘3분기 중소기업육성기금

용자’ 신청을 받는다. 올해 상반기 총 79개 업체에 39억 5천만 원을 지원한 데 이어, 3분기에는 총 30억 7백만 원 규모로 ‘창업기업’과 ‘중소기업’ 두 부문으로 나누어 운용한다.

올해 신설된 ‘창업기업 용자’는 1분기에 이어 10억 원을 배정해 창업자의 정착을 돕는다. 중구에 사업장을 두고 사업자등록을 한 지 1년 이내인 업체를 대상으로 하며, 시설 및 설비비 등 초기 투자 비용 한도 내에서 4천만 원까지 받을 수 있다.

기존 사업자를 위한 ‘중소기업 용자’

는 20억 7백만 원을 편성했다. 대상은 관내 사업자등록 후 6개월 이상 경과한 업체다. 전년도 매출액의 2분의 1 범위 내에서 일반 업체는 5천만 원, 제조업체는 1억 원까지 가능하다. 금리는 연 1.5%의 고정금리가 적용된다. 상환은 균등 분할 방식으로, ‘1년 거치 4년’ 또는 ‘거치기간 없이 5년’ 중 선택할 수 있다.

소상공인 10명 중 8명 디지털 기술 활용... 83%는 기초·입문

중기중앙회, '소상공인 DX·AX 현황' 설문 결과 발표
올해 기대 사업 1위는 'AI 활용 교육 및 제품 개발'

중소기업중앙회(회장 김기문)는 소상공인 500개사를 대상으로 실시한 '소상공인 DX·AX 현황 및 정책 수요 설문조사' 결과를 최근 발표했다. 조사 결과, 디지털·AI 기술을 활용하고 있는 소상공인은 80.0%로 나타났다. 미활용 소상공인은 19.6%, 활용하다가 중단한 업체는 0.4%였다. 이는 문서 작성, 키오스크, 배달앱 등 일상적인 디지털 기술까지 포함한 수치다.

디지털·AI 기술을 주로 활용하는 분야(복수 응답)는 △경영지원(54.5%), △고객 응대(31.8%), △판매·유통(22.3%), △마케팅·홍보(21.3%) 순이었다. 그럼에도 디지털 기술 활용 수준은 '기초·입문 단계'로 응답한 기업이 83.3%(기초 30.5% + 입문 52.8%)에 달해, 소상공인의 디지털 활용 역량은 아직 낮은 편으로 조사됐다.

디지털 기술을 도입한 소상공인은 긍정적인 효과(복수 응답)를 체감했다. 활용 기업의 69.8%가 '시간 단축 및 효율화'를, 25.5%가 '홍보 효과로 인한 매출 증대'를 경험했다. 이외 효과로는 '비용 감소'(11.0%), '고객 만족도 향상'(8.5%)이 있었다.

디지털 기술 사용 방법(복수 응

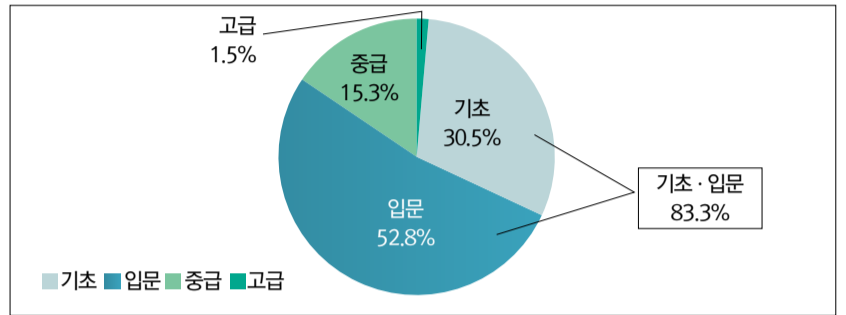
답)은 기기 내 소프트웨어 및 프로그램 구독(45.0%), 기기 렌탈(31.8%), 기기 구입(24.8%) 순으로 나타났다. 비용은 기기 구입 시 '200만 원 이상'(14.1%), 기기 대여 시 '월 5만 원 미만'(40.9%)이 가장 많았다. 소프트웨어 월 구독료는 '1만 원~3만 원 미만'과 '3만 원~5만 원 미만'이 각각 14.4%로 가장 높게 나타났다.

지난 3년간 정부에서 추진한 디지털 기술·AI 관련 지원사업에 참여한 경험이 있는 소상공인은 3.2%인 것으로 나타났다. 참여한 지원사업(복수 응답)은 'AI 활용 교육'(50.0%)이 가장 많았고, △스마트상점 기술 보급(31.3%), △온라인 판로 지원(12.5%), △AI 바우처 지원(6.3%)이 뒤를 이었다.

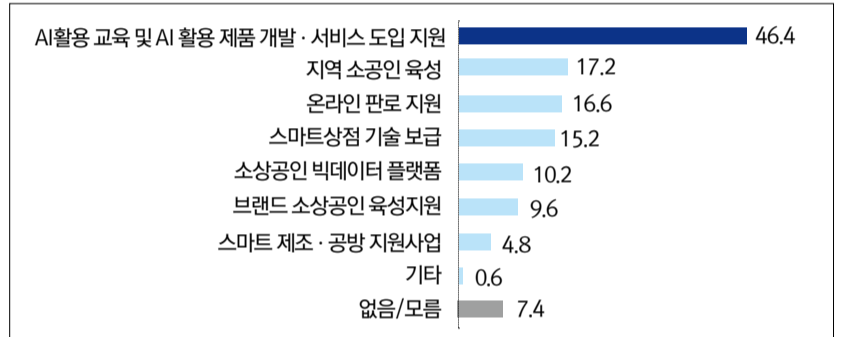
참여한 지원사업의 도움 정도를 조사한 결과, '그렇다'는 의견이 87.5%(매우 그렇다 43.8% + 약간 그렇다 43.8%)로 높게 나타나, 만족도는 매우 높았다. 참여하지 않은 이유로는 '지원사업이 있다는 사실을 알지 못했음'이 76.2%로 가장 많아. 정책에 대한 인지도 제고 및 홍보 확대가 필요한 것으로 드러났다.

디지털 기술·AI를 활용하지 않

소상공인 디지털 기술·AI 활용 수준



디지털 기술·AI 지원사업 중 활용 기대도가 높은 사업



는 소상공인은 '실제로 필요한 기기나 서비스가 지원 대상에 없어서'(33.7%) 참여하지 않았다는 응답이 많았으며, 특히 월평균 매출액이 적고 종사자 수가 적은 영세 소상공인일수록 '지원사업이 있다는 사실을 알지 못해서' 참여하지 않았다는 비율이 높았다.

소상공인에게 가장 필요한 디지털 기술·AI 지원 정책은 △운영 비용 지원(59.0%), △초기 비용 지원(35.8%), △맞춤형 교육(16.6%), △컨설팅 지

원(14.0%) 순으로 나타나, 비용 부담 완화를 위한 정책 수요가 높은 것으로 확인됐다.

올해 소상공인 디지털 지원사업 중 가장 기대하는 사업으로는 'AI 활용 교육 및 AI 활용 제품 개발·서비스 도입 지원'(46.4%)이 1위로 꼽혔다.

이어 △지역 소상공인 육성(17.2%), △온라인 판로 지원(16.6%), △스마트상점 기술 보급(15.2%), △소상공인 빅데이터 플랫폼(10.2%) 등의 순이었다.

'재발견 소비' 콘텐츠·식품·패션 전 산업 확산

KPR 인사이트연구소

새로운 제품보다 익숙한 것에서 새로운 의미를 스스로 발견하는 '재발견 소비'가 콘텐츠·식품·패션 전 산업에 걸쳐 구조적 트렌드로 자리 잡고 있다는 빅데이터 분석 결과가 나왔다.

종합커뮤니케이션그룹 KPR(사장 김

강진) 부설 KPR 인사이트연구소는 △레트로 소비 △역주행 콘텐츠 △나만의 레시피 △빈티지 패션 등 4개 영역의 온라인 빅데이터를 분석한 결과, 소비자들이 기존 콘텐츠·제품·스타일을 스스로 재해석하고 새로운 가치를 부여하는 흐름이 전 산업에서 동시에 나타나고 있다고 밝혔다.

레트로 감성 관련 언급량은 2023년 6월~2024년 5월 12만6689건에서 2025년 6월~2026년 5월 18만3168건으로 2년 새 약 44.6% 증가했다. 증가 폭보다 주목할 것은 연관어의 변화다. 2023~2024년에는 '빈티지', '스타일', 'LP', '아날로그' 등 과거의 분위기와 스타일을 직접 재현하려는 키워드가 주를 이뤘다. 반면 2025~2026년에는 '위로', '공감', '따뜻함', '낭만', '어린 시절' 등 감정 중심 키워드가 부상하며, 레트로 소비가 외형적 복고를 넘어 과거의 감정

까지 현재의 맥락에서 다시 체험하려는 '정서적 재발견 소비'로 전환되고 있음이 확인됐다.

KPR 인사이트연구소 신명희 소장은 "이번 분석에서 공통적으로 확인된 것은 소비자가 재발견의 시작점이 됐다는 점"이라며 "과거에는 브랜드가 새로운 것을 제안하고 소비자가 이를 받아들이는 구도였다면, 이제는 소비자가 먼저 새로운 의미를 만들고 브랜드가 이를 제품과 마케팅으로 연결하는 방식으로 구조가 바뀌고 있다"고 밝혔다.

‘신상마켓’ 딜리셔스, 코스닥 상장 절차 돌입

금융위원회에 증권신고서 제출

K-패션 B2B(기업간 거래) 플랫폼 기업 딜리셔스(대표 김준호)가 최근 금융위원회에 증권신고서를 제출하고 코스닥 시장 상장 절차에 착수했다.

딜리셔스는 패션 B2B 플랫폼 ‘신상마켓’을 운영하는 기업이다. 지난 2011년 설립 이후 동대문 의류 도매시장의 비효율성에 주목해 왔다. 이후 2013년 신상마켓 앱을 출시하며 오프라인 중심의 동대문 의류 도소매 거래를 온라인으로 전환했다. 이를 기반으로 상품 탐색부터 거래까지 연결하는 패션 B2B 핵심 거래 인프라로 성장해왔다.

신상마켓은 동대문 의류 도매시장과 전국 소매사업자를 연결하는 패션 B2B 거래 플랫폼이다. 도매상에는 온라인 기반의 상품 노출 및 판매 채널을 제공하고 소매상에는 상품 탐색과 주문 편의성을 높이는 거래 환경을 마련하고 있다. 특히, 도매상과 소매상 간 반복 거래



가 활발하게 이뤄지는 플랫폼 특성을 바탕으로 안정적인 이용자 기반과 높은 거래 지속성을 확보했다.

이러한 플랫폼 경쟁력은 거래 지표 확대로 이어지고 있다. 신상마켓은 누적 거래액 5조원을 돌파했으며 누적 도매 수령 주문서 수 926만 건, 누적 상품 주문 수량 5012만장을 기록했다. 이를 기반으로 신상마켓은 국내 패션 B2B 시장의 핵심 거래 인프라로 자리매김했다는 평가를 받고 있다.

딜리셔스는 신상마켓을 중심으로 광고와 멤버십 기반의 플랫폼 서비스를 확장하며 도소매 사업자의 거래 편의성



과 운영 효율을 높이고 있다. 대표 서비스인 ‘신상애드’는 도매사업자의 상품·매장 노출을 지원하는 광고 서비스로 AI 광고, 서치리스팅, 브랜드 광고 등 다양한 광고 상품을 제공하고 있다. 또 도매사업자 대상 ‘신상멤버십’과 소매사업자 대상 ‘플러스멤버십’을 통해 상품 콘텐츠 제작, 노출 확대, 데이터 리포트, 상품 탐색, 커뮤니케이션, 배송비 할인 등 사업자별 니즈에 맞춘 구독형 서비스를 제공하고 있다.

신상마켓은 거래 기반 확대와 광고·멤버십 수익모델 고도화를 바탕으로 안정적인 실적 성장을 이어가고 있

다. 딜리셔스의 지난해 매출액은 307억 원으로 전년 대비 23.7% 증가했다. 같은 기간 영업이익은 63억 원이 증가해 16억 원을 기록하며 흑자 전환에 성공했다.

딜리셔스는 이번 상장을 통해 신상마켓의 거래 데이터를 기반으로 광고, 멤버십, 물류, SaaS(서비스형 소프트웨어) 등 수익모델을 한층 고도화할 계획이다. 또 국내 패션 B2B 시장에서 확보한 플랫폼 운영 역량을 바탕으로 글로벌 시장 진출과 신규 서비스 확장을 추진해 중장기 성장 동력을 강화해 나갈 방침이다.

딜리셔스는 이번 상장에서 220만주를 공모할 계획이다. 희망 공모 밴드는 5000~7000원으로 총 공모 금액은 110억~154억 원 수준이다. 수요예측은 7월 23~29일 진행되며, 일반 청약은 8월 3~4일로 예정됐다. 상장 대표 주관은 한국투자증권이 맡았다.

신진 디자이너 육성 프로그램 ‘W STAGE’ 론칭

W컨셉, K-패션 차세대 스타 육성

패션 플랫폼 W컨셉이 신진 디자이너 브랜드 육성 프로그램을 정식으로 선보이고 K-패션 유망 브랜드 발굴에 나선다.

W컨셉은 오는 7월 19일까지 신진 디자이너 브랜드 육성 프로그램 ‘W 스테이지(W STAGE)’ 참여 브랜드를 모집한다. 프로그램명은 신진 디자이너들이 W컨셉이 마련한 무대 위에서 역량을 마음껏 펼칠 수 있도록 돕는다는 의미를 담았다.

W 스테이지는 브랜드 모집과 심사를 거쳐 우수 브랜드 총 10개를 선발하는 과정으로 운영된다. 선정된 브랜드사에는 비즈니스 코칭, 전담 MD 멘토링, 실전형 교육, 마케팅 등 다방면의 인큐베이팅 프로그램을 제공한다. 나아가 W컨셉 플랫폼 내에서의 단독 협업은 물론 오프

라인 진출 및 글로벌 시장으로의 확장까지 전폭적으로 지원할 방침이다.

선발을 위한 평가 단계는 총 3단계로 엄격하게 이뤄진다. 1차 서류 심사에서는 브랜드 콘셉트, 상품 경쟁력, 성장성 등을 다각도로 평가하며, 이어지는 2차 대면 실사에서는 정밀 인터뷰, 현장 실사 등 종합적인 검증을 진행한다. 3차 내외부 심사위원단의 평가를 바탕으로, 최종 결과는 오는 8월 발표 예정이다. 선발된 10개 브랜드 중 최우수 브랜드 1 곳에는 브랜드 운영 자금 1억 원을 파격 지원한다.

W컨셉 관계자는 “W 스테이지는 잠재력 있는 디자이너 브랜드가 안정적인 기반 위에서 성장할 수 있도록 돕는 육성 프로그램”이라며 “앞으로도 유망 브랜드들이 국내를 넘어 글로벌 시장까지 진출할 수 있도록 다양한 성장 기회를 제공할 계획”이라고 말했다.

무신사 여름 블프 2800억 ‘신기록’

총 누적 판매량 775만 개 불티

국내 대표 패션·뷰티 플랫폼 무신사의 상반기 최대 규모의 쇼핑 행사인 ‘무신사 무진장 26 여름 블랙프라이데이’가 역대 최대 성과를 새로 썼다.

무신사는 지난 6월 14일 오후 7시부터 24일 자정까지 약 11일간 ‘2026 무신사 무진장 여름 블랙프라이데이’(이하 무신사 무진장)를 온·오프라인에서 진

행했다. 행사 기간 무신사 온라인 스토어 누적 판매액은 2658억 원을 돌파했다. 시간당 약 10억 원, 분당 1680만 원씩 판매된 규모다. 전체 온·오프라인 합산 판매액은 총 2830억 원으로 무진장 여름 블프의 흥행 기록을 다시 한번 갈아치웠다. 특히 무신사 온라인 스토어 총 누적 판매량은 775만 개를 육박하며 분당 약 489개씩 판매된 것으로 집계됐다. 이를 무신사 스토어에서 가장 많이

쓰이는 택배박스 3호 크기(높이 15cm·가로 35cm·세로 18cm)를 바다면 기준으로 환산하면 미국 LA 다저스 홈구장인 ‘유니클로 필드 옛 다저 스타디움’ 실제 경기 구역의 약 48배에 달하는 규모이며, 1톤 탑차 트럭에 싣는다면 총 1만757대가 필요한 물량이다.



전시

아기상어 비밀 초대장: 비커밍 샤크



전 세계 2억 8천만 구독자가 사랑한 캐릭터 '아기상어'의 세계 최초 AI 체험형 전시

- 일 정: 6월 18일~12월 19일
- 장 소: DDP 뮤지엄 전시2관
- 시 간: 10:00~20:00
※매월 3주차 화요일 휴관
- 관람비용: 입장권(24개월~만64세 공통가) 23,000원, 패밀리 패키지 3인(보호자+자녀 3인) 62,000원, 패밀리 패키지 4인(보호자+자녀 4인) 82,000원

키크니 특별전: 그렸고 그린 사이



- 일 정: 4월 25일~9월 6일
- 장 소: DDP 뮤지엄 전시1관
- 시 간: 10:00~20:00 ※휴관일 없음
- 관람비용: 성인 22,000원, 청소년 15,000원, 어린이 13,000원

공연

연극 <링스>



- 일 자: 5월 23일~8월 2일
- 장 소: 충무아트센터 중극장 블랙
- 공연시간: 화-목-금 8시/수 4시, 8시/토 3시, 7시/일-공휴일 2시, 6시 ※월 공연 없음
- 티켓가격: R석 66,000원 / S석 44,000원
- 소요시간: 약 95분(인터미션 없음)
- 문 의: 02-766-6007

연극 <플리백(Fleabag)>



- 일 자: 6월 19일~9월 6일
- 장 소: 두산아트센터 연강홀
- 공연시간: 평일(화-금) 20시 / 주말(토, 일) 및 공휴일 15시, 18시 ※월 공연 없음
- 소요시간: 약 80분
- 티켓가격: R석 70,000원 / S석 50,000원
- 문 의: 070-4145-0707

모집

[서울패션허브]

AI 패션 실무 역량 강화 교육 '생산-제조 실무 교육 1기'



- 사업목적: AI 기반 패션 트렌드 분석 교육 운영을 통한 디지털 기반 상품 기획 역량 강화
- 지원대상: 패션 업계 재직자 및 전문 인력(디자이너·패턴·샘플 등)
- 선정인원: 25명
- 교육내용: -패션 제품 생산과정 및 품질관리(QC) 실무 이해 -이색, 미어짐, 수축, 심지, 부자재 불량 등 주요 생산사고 예방 사례 교육 -작업지시서 작성 및 상, 하의 QC 점검 방법 이해
- 교육기간: 7월 9일(목) 18:30~21:30
- 접수기간: 6월 19일(금)~7월 5일(일)
- 신청방법: 홈페이지내 교육신청 페이지에서 온라인 접수
- 문 의: 서울패션허브 패션기반조성팀 (전화 02-6270-2211)

[서울패션허브]

1인 패션브랜드 이커머스 진출 아카데미 2기



- 사업목적: 생산 협업 이해도 및 제작 실행 역량을 강화하여 초기 브랜드의 시장 진입 기반 확보
- 지원대상: 온라인 기반 패션 브랜드 창업 희망자
- 선정인원: 10명
- 교육내용: 창업 실행 단계별 지원 및 이커머스 판매 채널 구축 및 운영 실습
- 교육기간: 7월 13일(월)~9월 21일(월)
- 접수기간: 6월 11일(목)~7월 2일(목)
- 신청방법: 홈페이지내 교육신청 페이지에서 온라인 접수
- 문 의: 서울패션허브 패션기반조성팀 (전화 02-6270-2211)

동대문상가 입점 문의

골든타운	02-2238-4241	신평화패션타운	02-2238-6813
광희패션몰	02-2238-4352	아트프라자	02-2232-2000
굿모닝시티쇼핑몰	02-2118-8700	에이피엠	02-2250-2050
누존	02-6366-3001	에이피엠럭스	02-2231-0930
동대문밀리오레	02-3393-0296	에이피엠플레이스	02-2200-5102
동대문종합시장	02-2262-0114	엘리시움	02-2250-1181
동평화패션타운	02-2238-7791	제일평화	02-2252-6744-5
동화상가	02-2265-9611	테크노상가	02-2232-4821
두타몰	02-3398-3333	통일상가	02-2269-1969
디더블유	02-2234-0009	팀204	02-2232-3604
디디피패션몰	02-3405-4040	청계6가 지하쇼핑센터	02-2275-4812
디오트	02-2117-8000	청평화패션몰	02-2252-8036
디자이너크럽	02-2233-2528	패션남평화	02-2237-0620
맥스타일	02-2218-0000	평화시장	02-2265-3531-2
벨포스트	02-2231-4674	현대아울렛	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222	동대문점	02-2283-2002
스튜디오W	02-2230-8100	헬로에이피엠	02-6388-1200

모집요강

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

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

apM(직기)

주간/아르바이트/여/1989년생 이상/6년 이상/7월30일/010-7126-6677/sunghhee1115@naver.com

A LOT(여성복)

무관/정규직/여/0000년생 이상/2년 이상/7월30일/010-2107-6619/alot_seoul@naver.com

(취올로(여성복)

야간/정규직/여/1999년생 이상/5년 이상/7월24일/010-2778-0890/fine01225@naver.com

DDP패션몰(여성복)

주간/정규직/여/없음/10년 이상/7월24일/010-4693-5969/Snowdlop@naver.com

안단테(다이마루)

주간/정규직/여/1983년생 이상/2년 이상/7월24일/010-8230-3523/bncoco@naver.com

반앤질(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/7월24일/010-9034-7910/design@dint.co.kr

뮤트(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/10년 이상/7월31일/010-4105-3923/ojjiyeon1999@naver.com

apM럭스 프랑(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/2년 이상/7월23일/010-9204-5505/sora8352@naver.com

파티파티(여성복)

야간/정규직/무관/없음/2년 이상/7월23일/010-8321-5503/dmsgo1023@naver.com

뉴탱(여성복)

야간/정규직/남/1993년생 이상/무관/7월23일/010-2062-2449/yeonzzii@naver.com

더 오페라(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/7월22일/010-6294-3554/ansdlm77@naver.com

라피네(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/7월19일/010-5671-5018/mj871025@naver.com

베이킹파우더(여성복)

야간/정규직/여/1995년생 이상/3년 이상/7월31일/010-5298-8175/urazzang@nate.com

세종(여성복)

무관/정규직/무관/1995년생 이상/3년 이상/7월18일/010-5029-9825/phy9534@naver.com

apM(여성복)

주간/정규직/여/없음/10년 이상/07월17일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

댄디고(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/3년 이상/7월31일/010-7169-9462/gayongol@naver.com

eoob(여성복)

주간/아르바이트/여/1990년생 이상/3년 이상/7월20일/010-2780-0630/ceo@lamerei.com

에뚜왈 코티디엔느(여성복)

무관/정규직/여/0000년생 이상/3년 이상/7월31일/010-4650-5534/50newsboy@naver.com

awear(여성복)

주간/아르바이트/여/없음/5년 이상/7월16일/01050536072/awr.seoul@gmail.com

apM(여성복)

야간/정규직/여/1995년생 이상/신입/7월15일/010-9771-6548/celeb0314@gmail.com

FAVOR_totheneed(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/7년 이상/7월30일/010-3018-8898/la_vie628@naver.com

세세프로젝트(다이마루)

주간/아르바이트/여/없음/5년 이상/7월15일/01029750228/seheeyi73@gmail.com

코리아(여성복)

무관/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월14일/010-8989-1401/qbdp12@naver.com

모르핀(여성복)

야간/정규직/무관/없음/5년 이상/7월13일/010-8813-8599/kil3802@nate.com

j coco(여성복)

주간/정규직/여/1990년생 이상/7년 이상/7월31일/010-8829-4250/hanjimaria@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/여/0000년생 이상/2년 이상/7월12일/010-4304-5034/s_e23@naver.com

Baie.38(여성복)

야간/정규직/여/1990년생 이상/무관/7월11일/010-4197-5524/overnight85@naver.com

판매사원

DWP 2층

야간/정규직/남/1999년생 이상/무관/7월25일/010-2808-2370/kyjfd79@naver.com

우드세이지

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월24일/010-8654-7611/nni09@naver.com

갤러리

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월24일/010-8654-7611/aaac74@naver.com

착한주름

야간/아르바이트/여/0000년생 이상/1년 이상/7월30일/010-7651-0200/dltpgus432@naver.com

청평화

야간/정규직/무관/1986년생 이상/2년 이상/7월15일/010-2663-8224/dlqf3946@hanmail.net

리버젠

야간/정규직/여/0000년생 이상/1년 이상/7월31일/010-4711-3409/iamyj1990@naver.com

PAPERMOON

야간/정규직/여/없음/무관/7월18일/010-2789-8243/papermoon2023@naver.com

비케이데님

무관/정규직/무관/0000년생 이상/1년 이상/7월17일/010-4361-7945/sin6650@naver.com

AILEEN.VELVET

야간/정규직/무관/1983년생 이상/3년 이상/7월18일/010-9018-8598/whiteclam@naver.com

에뚜왈 코티디엔느

무관/정규직/여/0000년생 이상/5년 이상/7월31일/010-4650-5524/50newsboy@naver.com

Zucca&Costume;

야간/정규직/여/1980년생 이상/5년 이상/7월30일/010-3517-4299/deerbaik5253@gmail.com

apM플레이스

야간/정규직/여/없음/4년 이상/7월14일/010-66192101/skdud2101@naver.com

동평화

무관/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월12일/010-8965-1123/cats0708@naver.com

더세컨그로우

야간/정규직/무관/1992년생 이상/2년 이상/7월31일/010-7651-4848/yoyo9403@naver.com

우드세이지

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월10일/010-8654-7611/nni09@naver.com

블루아یدی

야간/정규직/여/1990년생 이상/1년 이상/7월30일/010-5320-2926/ljk1810@naver.com

(주)백운티앤에프홀딩스

야간/정규직/무관/없음/무관/7월30일/010-4702-6702/ser7909@naver.com

디오트 4층

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/9월30일/010-2070-1373/gmrlds226@naver.com

디오트 4층 엘리와인드

야간/정규직/여/0000년생 이상/3년 이상/7월30일/010-2278-8535/kssw7000@naver.com

청평화

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월30일/010-8874-7494/iwuahappy@naver.com

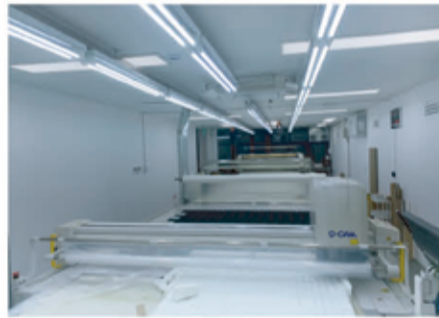
우드세이지

야간/정규직/무관/0000년생 이상/무관/7월30일/010-8654-7611/nni09@naver.com

서울시패션제조지원센터 (서울창신솔루션앵커)

디자이너와 패션 봉제 소공인을 위한 공간

B1 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 방문상담 > 재단스케줄 확인 > 원단입고 및 작업투입
02-6328-6508, 6510

1F 쇼룸, 체험실



운영목적

디자이너 쇼룸 부스 제공으로 판매활동 지원
체험프로그램을 통한 봉제관심 향상

지원혜택

창신디자이너 대상 쇼룸 공간제공
봉제체험 무료 진행(단체, 유선예약)
무료대관

신청방법

사무실 문의 02-6328-6501

2F 공용장비실



운영목적

영세소공인 및 취 창업자 등 시제품 제작 환경 지원

지원혜택

시제품 제작위한 장비대여
1:1 코칭교육, 하이엔드, 특수봉제교육

신청방법

공용장비대여: 네이버예약
1:1코칭교육: 유선 예약
02-6328-6504

3F 코워킹스페이스



운영목적

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

지원혜택

패션CAD(YUKA, 3DCLO) OA, 도서 패턴 및 재단테이블, 다리미 시제품 촬영공간 무상이용

신청방법

사무실 문의 02-6328-6501

NFT 정품의류 확인 서비스

NFT와 QR코드를 이용한 정품인증 서비스

쉽고 빠르게!



믿을 수 있는 K-Fashion
정품인증 APP을 만나보세요!

블록체인 기반으로 설계된 **QR코드**와 **NFT**를 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

V COMMERCE STUDIO

V커머스 스튜디오는 서울시가 패션 소상공인의 온라인 비즈니스를 지원하기 위해 운영하는 무료 촬영 스튜디오로, 패션·뷰티 제품 사진 촬영부터 라이브 커머스 오르빗뷰 장비를 활용한 360도 제품 촬영까지 다양한 콘텐츠 제작 환경을 제공합니다.

- 제품 및 모델 촬영 목적의 스튜디오 대여
- 카메라, 렌즈, 조명 등 촬영 장비 렌탈
- 풀사이즈 배경지(2.72m)와 마네킹 구비
- 라이브 커머스 촬영 공간 대여
- 3M 대형 스테이지 및 360도 촬영 기기(오르빗 뷰) 이용 가능

운영 시간 : 오전 9시 30분 - 오후 9시 30분 (주말 및 공휴일 휴관)

위치 안내 : 서울특별시 마장로 22 DDP패션몰 4층

이용 대상 : 뷰티 & 패션 관련 사업자를 보유한 기업, 학교, 단체

※ 사업자등록증 소지 필수

