



04 커버스토리

반값 임대 PPP패션몰
'청년 스타트업' 매장을 가다

DDP패션몰의 청년 스타트업 매장이 주목을 받고 있다. 청년 창업 지원과 동대문상권 활성화라는 일석이조의 효과를 보고 있기 때문이다. 청년 상인들에게 시세의 절반 가격으로 임대해 주는 스타트업 매장에 대해 알아봤다.



09 기획

올해 더욱 기대되는
패션 스타트업은 어디

코로나19로 언택트 시장이 확대되고 있다. 패션기업과 협업해 현재 긍정적인 결과물을 내고 있거나 향후 패션, 라이프스타일 분야에서 시너지가 기대되는 차세대 유니콘 패션테크 기업의 서비스를 소개한다.



10 이슈

'동대문미래재단 스튜디오'
두타몰 3층에 3월 15일 오픈

동대문미래재단이 오는 3월 15일 두타몰 3층에 '동대문미래재단 스튜디오'를 오픈한다. 자동 촬영 시스템을 갖춘 이곳은 동대문에서 활동하고 있는 디자이너와 도소매상인 누구나 무료로 사용할 수 있다.



코로나 피해 어디까지...60년 전통의 '동화반점'도 휴업

서울에서 가장 오래된 중국집으로 유명한 '동화반점'이 일시 영업을 중단했다. 동화반점은 최근 '코로나19'로 인한 영업부진으로 잠시 휴업하기로 결정했습니다. 그동안 동화반점을 이용해 주신 여러분께 깊은 감사를 드리며 조속히 정상화될 수 있도록 노력하겠습니다 라는 안내문을 내붙였다. 동화반점은 60년 전통의 유명 중식당으로, 1960년대 개업한 이래 휴업한 건 이번이 처음이다. 코로나19 장기화로 소상공인의 피해가 커지고 있는 가운데 동대문상권 일대에도 영업을 일시 중단하거나 폐업 후 임대료를 문의하는 간판이 늘고 있어 우려되고 있다. 글·사진 박우혁



표지 설명

DDP패션몰 3층에 위치한 청년 스타트업 매장에서 나예솔(왼쪽) 나시드 대표와 이성욱 스노우플라워 대표가 최근 출시된 신상품을 들고 포즈를 취했다. 이들은 코로나19로 어려움이 많지만 우수한 품질과 디자인으로 잘 극복해 나가겠다고 밝혔다. 관련기사 4~7면

등록번호 종로 라00563 발행일 2021년 3월 1일

발행처 (재)동대문미래재단 발행인 박용만

취재 및 편집 한국패션뉴스(주) 인쇄 아람P&B

기사제보·광고문의 02-851-7666, hyouk@kfashionnews.com

*디스토리(DSTORY)는 (재)동대문미래재단이 동대문패션타운 발전을 위해 무료로 발간하는 월간 정보지입니다.

‘라이브 커머스’는 동대문에 새로운 기회가 될 것인가?

이미 몇 년 전부터 중국 타오바오를 통해 진행하던 ‘라이브 커머스’, 일명 ‘라방’이 이제는 국내 패션유통시장에서도 자주 모습을 보이고 있다. 특히, 내수 거래 상담에서 없어서는 안 될 이커머스(E-Commerce) 요소의 하나로, 언론에서도 ‘라이브 커머스’를 주목하고 있다.

‘라이브 커머스’(Live Commerce)는 채팅으로 소비자와 소통하면서 상품을 소개하는 스트리밍 방송, 혹은 라이브 스트리밍(Live Streaming)과 전자상거래(E-Commerce)의 합성어로, 실시간 동영상을 통해 상품을 판매하는 방송으로 정의되고 있다. 이와 유사한 개념으로 ‘라이브 방송’, ‘라방’, ‘V커머스’, ‘라이브쇼핑’, ‘미디어커머스’의 용어가 사용되기도 한다. 필자가 볼 때 개별 단어는 다르지만 의미는 유사하며 ‘라이브 커머스’ 산업이 현재 진행형으로 변화하다 보니 개념도 다양하게 파생되고 계속 진화하고 있다고 생각된다.

초창기 중국 타오바오의 ‘라이브 커머스’(直播带货)가 시작한 시절, 국내 패션 매장에서 ‘라방’을 한다고 하면 매장 관리자의 기대는 높았었다. ‘방송’이라는 단어에 비추어 방

송국이나 홈쇼핑에서 촬영하는 것처럼 비싼 방송용 카메라, 조명, 연출자, 출연진 등이 올 것으로 생각했기 때문이다. 그러나 막상 휴대폰 한 대와 삼각대, 방송 출연자 1~2명 등 매우 ‘조촐한’ 장비와 인력이 투입되는 것을 보고, 고개를 가우뚱해 하는 경우가 많았다. “이건 애들 동영상 실습인가? 저렇게 해서 제품이 얼마나 팔릴까?” 하는 의문들을 품었었다.

매장에서 쇼핑하는 한국인 고객들도 ‘라이브 커머스’에 익숙하지 않아서 카메라(휴대폰)에 자신의 얼굴이 노출되는 모습을 보고 반기지 않았다. 실제로 한 고객은 백화점 고객센터에 엄청난 항의를 한 적도 있었다. 이후에 백화점 매장에는 “인플루언서의 SNS 촬영 중으로 고객님의 양해를 부탁드립니다”라는 안내판이 설치가 되었다.

하지만 이런 어려움에도 불구하고, ‘라이브 커머스’ 산업은 지속적으로 발전해 왔다. 5년 전 중국 알리바바의 마윈 회장이 촉발시킨 이 ‘라이브 커머스’ 사업 모델은 이제 중국에서는 하나의 산업으로 자리를 잡았다. 중국 대형 온라인 플랫폼은 모두 ‘라이브 커머스’ 판매를 하고 있고, 3~4년 만에 연간 수조원의 매출을 올리는 ‘라이브 커머스’ 에이전시(MCN기구)들이 생겨났으며, 전문 스튜디오와 제품공급자, 교육기관 등이 산업생태계를 이루게 되었다. 또한 중국의 성공을 지켜보던 글로벌 전자상거래 기업과 SNS 플랫폼들도 너도나도 이 사업에 뛰어들었다.

한국의 사정도 많이 다르지 않다. 작년 코로나19로 인해 삶의 모습과 패턴의 변화가 일어났고, 이는 온라인 쇼핑의 강화와 더불어 많은 사람들이 ‘라이브 커머스’에 흥미를 느끼게 했다. 실제로 많은 회사들이 사업에 출사표를 던져 춘추 전국시대를 방불케 하고 있다. 여기에 유명 글로벌 플랫폼들도 한국에 유사한 서비스를 곧 시작해 박차를 가할 것이다. 다만, 한 가지 짚고 넘어갈 점은 중국의 ‘라이브 커머스’ 거대 공룡들과 네이버, 카카오, 롯데, 쿠팡 등 한국 기업들의 그것은 실제 내용과 방식에 아직 차이가 많다는 것이다.

이는 ‘라이브 커머스’ 플랫폼이 진화하는 산업 생태계에 맞게 각자의 경쟁력을 기반으로 운영하다보니 실제 차이가 존재하는 것이다. 우리는 어느 방식이 성공하고 살아남는지에 대한 것보다, 나에게 필요한 것은 무엇이고, 어떻게 하면 황금알을 낳아줄 수 있을지에 대해 더 관심을 쏟고 있다.



박정규

- 현)한국왕홍발전협회 부사장
- 현)사단법인 한국라이브커머스협회 설립준비위원

“
 우리나라는 ‘라이브 커머스’
 산업의 기반인 플랫폼, 통신 및 모바일,
 물류, 결제 등의 인프라가 잘 갖추어졌다.
 그리고 이미 한국의 드라마,
 음악, 영화, 뷰티 등의 해외 진출은
 전 세계인의 이목을 K-패션으로 집중시켰다.
 이런 좋은 환경에서 동대문 패션시장이
 세계 속 K-브랜드 시장을 선도하는
 ‘라이브 커머스’의 중심이 되었으면 한다.
 ”

중국에서는 ‘라이브 커머스’를 통해 제품을 판매하는 진행자를 보통 ‘왕홍(达人)’, ‘다런(主播)’, ‘주보(主播)’라고 부른다. 한국은 아직 판매자에 대한 일반화된 호칭은 없으며, 개별 기업에 따라 ‘그리퍼’, ‘라이브 커머스 쇼호스트’, ‘1인 미디어 판매자’ 등과 같은 호칭을 사용하고 있다.

‘라이브 커머스’가 인기라고 하지만 막상 나의 브랜드, 내 제품으로 어떻게 ‘라방’을 할 것인가를 생각하면 바로 답을 찾기 힘든 게 현실이다. 또한 ‘라이브 커머스’를 통해 판매를 해도 기존 도소매 거래처와의 판매 가격 충돌도 고민이 되고, 어렵게 영향력 있는 왕홍을 섭외해도 그들의 정산과 재고부담 조건을 맞추기가 쉽지 않다.

요즘 중국 도우인(Douyin, 틱톡)의 ‘라이브 커머스’에서는 1개 스타일 제품만으로 월간 수만 장에서 수십만 장까지 판매되는 시장이 형성되고 있다. ‘라이브 커머스’의 전 세계 시장 규모는 앞으로도 더 급성장 할 것이다. 전 세계적으로 ‘라이브 커머스’가 가능한 플랫폼도 늘어나고, 판매 제품과 서비스도 다양해지고, 수많은 일자리가 만들어지고 있다.

기술적으로는 ‘라이브 커머스’에도 AI(인공지능), VR(가상현실), AR(증강현실)과 같은 4차 산업혁명 기술들이 접목돼 어느 순간에는 사람 대신 가상의 ‘라이브 커머스 쇼호스트’가 하루 24시간, 개인 고객별 맞춤 방송으로 판매하는 모습이 낯설지 않게 될 것이다. 또한 드라마, 예능, 영화, 음악 등의 콘텐츠와 ‘라이브 커머스’가 혼합된 새로운 영역도 늘어날 것이다.

우리나라는 ‘라이브 커머스’ 산업의 기반인 플랫폼, 통신 및 모바일, 물류, 결제 등의 인프라가 잘 갖추어졌다. 그리고 전 세계인은 이미 한국의 드라마, 음악, 영화, 뷰티 등을 통해 K패션에 대한 관심이 높아졌다. 이런 좋은 환경에서 동대문 패션시장이 안방에서 전 세계 패션 시장을 선도하는 ‘라이브 커머스’의 중심이 되었으면 한다.
 ※ 칼럼 내용은 필자 개인의 의견이며, 디스토리 편집 방향과 다를 수 있습니다.



청년 스타트업 매장 모습

반값 임대 DDP패션몰 '청년 스타트업' 매장을 가다 청년 창업 지원·동대문상권 활성화 '일석이조' 효과

반값 임대 외 마케팅 교육, 영업 컨설팅 등 다양한 지원 내년까지 총 335개 중 50개 매장 청년 스타트업 운영

'청년 창업 지원을 위한 반값 임대료 적용'

DDP패션몰의 청년 상인들을 위한 스타트업 매장이 주목을 받고 있다. 청년 창업 지원과 동대문상권 활성화라는 일석이조의 효과를 보고 있기 때문이다.

청년 스타트업 매장 지원사업은 동대문에 위치한 약 3만개 매장에서 디자이너와 판매사원으로 종사하는 청년 대부분이 본인 매장 운영을 꿈꾸지만 자금력이 부족해 창업하기 어려운 현실을 감안해 청년 상인(만 19세~39세)들에게 시세의 절반 가격으로 임대해주고 2년 동안 운영권을 주는 사업이다.

지난 2019년 첫 시행 당시 총 52명이 지원, 381:1의 경쟁률을 보일 정도로 인기를 끌었으며, 지난해 코로나19로 인해 신규 창업이 어려운 상황 속에서도 7명이 지원사업의 혜택을 받고 입점했다. DDP패션몰은 현재 총 30개 매장을 청년 스타트업으로 유치했으며, 내년까지 20개 매장을 추가로 유치해 총 335개 매장 중 50개 매장을 청년 스타트업 매장으로 운영할 계획이다.

비록 코로나19라는 변수로 인해 첫 시행 당시만큼 지원자가 많지는 않지만 청년 스타트업은 타 상가에서는 볼 수 없는 획기적인 혜택으로 많은 청년 상인들의 관심을 받고 있다. 특히 반값 임대료 외에도 청년 상인들의 안정적인 정착을 위해 마케팅 교육, 영업 컨설팅, 신상품 촬영 지원 등 다양한 지원 정책을 펼치고 있어 도움이 되고 있다는 평가다.

DDP패션몰을 운영하는 서울시설공단은 반값 점포가 정말 필요로 하는 청년들에게 돌아갈 수 있도록 디자인 포트폴리오, 시제품 발표 면접을 포함한 엄정한 심사를 거쳐 대상자를 선발하고 있다. 응모 자격은 여성 영계주류 의류를 직접 제조하고, 도매로 판매 가능한 만 19~39세로 미취업자여야 한다.

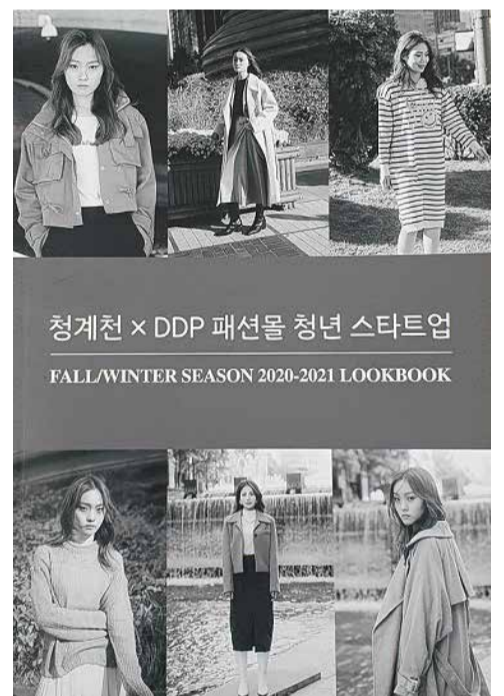
청년 스타트업 매장은 3층에 위치해 있다. 기존 상인들과의 형평성을 고려해 선호도가 낮은 매장 위주로 자리를 제공하고 있기 때문이다. 하지만 매출은 큰 차이가 없는 편이다. 도매상가의 경우 소매와 달리 자리보다는 얼마나 품질이 좋고 신상품이

자주 출시되느냐에 따라 매출이 좌우되기 때문이다. 자체 제작한 제품 50스를 준비하도록 한 후 시장성에 기준을 두고 철저한 심사를 거쳐 입점시킨 것도 주효했다.

현재 청년 스타트업 매장에는 다양한 청년들이 자신을 꿈을 펼치고 있다. 34세의 한 청년은 의류 공장 재봉사 출신으로 디자이너 10년 경력의 아내와 콜라보로 매장을 운영하고 있다. 아내가 디자인한 옷을 본인이 직접 제작해 디자이너의 감성을 제품에 완벽하게 녹여낼 수 있다는 설명이다.

세계 4대 패션 시장 중 하나인 미국 뉴욕 유학과 출신의 청년도 눈에 띈다. 그는 실용적이면서도 품격 있는 패션을 한류에 접목하고 있다. 메이드 인 코리아(Made in Koera)에 반해 중국에서 귀화한 청년도 2기 스타트업에 선정됐다. 베이징 출신의 이 청년은 중국에서 의류 매장을 운영하던 중 패션의 본류인 동대문 패션시장에 큰 매력을 느껴 2018년에 아예 한국인으로 귀화했다. 중국인이 선호하는 패션을 누구보다도 잘 알기 때문에 자신이 최적임자라고 판단한 것이다. 마케팅 전문가와 디자이너의 가족 협업형 매장도 있다. 마케팅 전문가인 남동생은 디자이너 누나와 함께, 마케팅 전문가 남편은 디자이너 아내와 콜라보로 매장을 운영한다.

디자인 고등학교 출신으로 외국계 무역회사에 근무하면서 디자인 공부를 하다



자신에 무로 제작된 청년 스타트업 룩북



청년 스타트업 3기 모집 포스터



청년 스타트업 매장

입점해 자신의 브랜드를 런칭한 나시드 나예솔 대표는 “스타트업 매장을 운영하면서 임대료 반값 지원과 여러 가지 행사 참여 등 기회를 많이 주셔서 다방면으로 시도를 해보고 있다”고 말했다. 동대문 디자이너로 디자인 능력을 인정받아 동대문디자인플라자(DDP) 내 하이서울쇼룸에 입점한 경력이 있는 스노우플라워 이성욱 대표는 “동대문의 높은 임대료로 자본력이 부족한 창업을 하기가 어려운 차에 반값 임대 점포가 나와 기회를 잡게 됐다”고 전했다.

서울시설공단은 DDP패션몰 청년 스타트업이 우수한 청년 예비상인들의 창업을 지원하고 중견 상인으로 성장할 수 있는 인큐베이팅 역할을 할 것으로 보고 앞으로 도 계속해서 추진해 나갈 계획이다. 특히 작년에 코로나19로 인해 많은 어려움에 처

해 있던 스타트업 매장을 지원하기 위해 청계천관리처와 협업을 통해 청계천을 배경으로 무상으로 룩북을 제작 지원하고, 온라인 실시간 판매방송으로 도움을 주었다면 올해는 마케팅 교육과 영업 컨설팅 등 기존 프로그램 외에도 DDP패션몰 전용 스튜디오 개관 등으로 더욱 많은 혜택을 줄 수 있을 것으로 기대하고 있다.

DDP패션몰 총괄책임자인 서울시설공단 이희숙 처장은 “청년 스타트업 매장 운영자를 대상으로 작년 연말 실시한 자체 만족도 조사에서 90% 이상의 긍정적인 답변을 받아 지금까지의 운영은 상당히 우수하다는 평가를 얻었다”며 “이러한 성과를 바탕으로 향후 목표 이상 매장 유치를 위해 서울시와 지속적으로 협의해 나갈 예정”이라고 밝혔다. 글 박우혁

DDP패션몰 운영사 서울시설공단 동대문 상가 중 유일한 공공기관

서울시 산하기관인 서울시설공단이 운영하고 있는 DDP패션몰은 20~30대 여성복을 주로 판매하는 여성류 전문 도매쇼핑몰이다. 30여개 동대문상가 중 공공기관이 운영하고 있는 곳은 DDP패션몰이 유일하다.

DDP패션몰은 서울시 땅인 동대문주차장 터에 지난 2006년 건립됐다. 시는 민간 자금으로 건물을 올리는 대신 문인태내소날에 10년간 무상 임대했다. 문인태내소날은 유어스라는 이름으로 쇼핑몰을 운영했으며, 임대 만료 후인 2016년 시가 되찾아 2017년 말부터 서울시설공단에 위탁해 지금의 이름으로 운영하고 있다.

층별 구성을 보면 지하 1~6층은 주차장, 1~3층은 여성복 매장, 4층은 서울시설공단 사무실, 동대문 바이어라운지, V커머스 스튜디오, 디지털 팩토리, 5층은 패션아트홀, 패션창작스튜디오 등이 들어서 있다.

특히 DDP패션몰에는 최근 서울시와 중구청이 운영하는 패션허브 및 동대문상권 활성화 시설들이 들어서 주목을 받고 있다. 이중 V커머스 스튜디오는 패션시장 온라인 추세에 따라 도소매사업자들이 예약을 통해 자유롭게 활용할 수 있도록 한 스튜디오로, 6개의 룸이 갖춰져 있다. 작년까지 링크샵스에서 운영했으나 올해부터는 한국패션디자이너연합회가 운영을 맡고 있다.

바이어라운지는 동대문시장을 찾는 국내외 바이어와 상인들을 위한 비즈니스 용

도의 편의공간이다. 시장 우수상품과 특화브랜드를 홍보하는 공간이기도 하다. 지난해부터는 스마트스토어 개설 등 비대면 판매 지원을 강화하고 있다. 오는 4월에는 서울패션허브 시설들이 들어설 예정이다. 기존의 드림랩을 리뉴얼 오픈하는 디지털 팩토리는 1,369㎡(약 415평) 규모로, 3D기술 활용, 디지털 방식으로 의류 샘플을 제작하는 전문 시설이다. 자동재단실, 봉제작업실, 메이커스 스튜디오, 디자인라운지 등으로 구성된다.

역시 서울패션허브 시설인 패션아카데미는 5층에 1,728㎡(약 523평) 규모로 들어서며, 강의실, 디지털학습실, 개인학습실, 인큐베이팅실, 실습실, 소통공간 등으로 구성될 예정이다.



청년 스타트업 상인들에게 듣는다

“코로나19 종식되면 다양한 시도 해 보고 싶어”

나예솔 나시드 대표



‘나시드(naseed)’는 청년 스타트업 2기로 2019년 9월 입점한 여성복 매장이다. 30대 여성을 메인 타겟으로 원피스, 블라우스, 팬츠, 스커트 등 토털 품목을 생산하고 있다.

나예솔(37) 대표는 무역회사에서 16년간 의류 수출을 담당했는데, 이 때 일본을 비롯

한 해외 바이어들을 동대문 도매시장에 많이 데리고 왔다. 언젠가 자신의 이름을 건 브랜드와 매장을 운영하고 싶었는데, 청년 스타트업 모집 소식을 듣고 조금 빠르게 꿈을 이루고 싶어 지원했다

나 대표는 “스타트업 매장을 운영하면서 임대료 반값 지원과 여러 가지 행사 참여 등 기회를 많이 주셔서 다방면으로 시도를 해보고 있다”며 “하지만 코로나19 직격탄으로 작년부터 계속해서 적자를 보고 있어 스타트업 매장이 연장 된다면 조금 더 나은 위치에서 다시 한 번 도전해보고 싶다”고 바람을 전했다.

‘나시드(naseed)’는 ‘씨앗(seed)’을 뜻하는 영문에 본인의 성을 붙인 것으로, 기본이 튼튼한 옷을 만들자는 나 대표의 의지가 담겨 있다. 무역회사에서 디자인, 생산, 수출 등의 경력이 있어 오픈 초기, 코로나19가 발생하기 전에는 일본, 중국, 홍콩, 대만 등지에서 바이어들이 많이 찾아 왔다.

잘 나가던 매장은 코로나19로 인해 해외 바이어들의 발길이 끊기면서 직격탄을 맞았다. ‘나시드’의 경우 손님의 80% 이상이 해외 바이어들이어서 타격이 더욱 컸다. 데리고 있던 직원 2명도 얼마 전 스스로 그만 뒀다.

나 대표는 “도매시장에서 일을 하면서 밤낮이 바뀌다 보니 일상생활이 많이 틀어지고 체력적으로도 힘들지만 제 이름을 걸고 만든 옷이 각국 손님들에게서 호평을 받을 때 기분도 좋고 자부심도 생겨서 더 이어나갈 수 있는 원동력이 되는 것 같다”며 “코로나19가 하루빨리 종식 돼 여러 가지 시도를 더 해보고 싶고, 청년 스타트업에서 더 나아가 세계로 뻗어나가는 브랜드로 성장 시키고 싶다”고 말했다.

“의류 도매 도전하고 싶다면 청년 스타트업 추천”

이성욱 스노우플라워 대표



‘스노우플라워(snow flower)’는 청년 스타트업 2기로 2019년 9월 입점한 가죽 모피 전문 매장이다. 이성욱(28) 대표는 동대문시장에서 약 5년간 일했으며, DDP 패션몰에 입점하기 전에는 하이서울쇼룸(구 차오름)에도 제품을 전시했다.

이 대표는 “동대문 도매시장에 진입하는데 있어서 비싼 월세는 너무 높은 장벽같이 느껴졌다”며 “그래서 시작을 망설이고 있다가 우연한 기회로 청년 스타트업에 대해 알게 되었고, 비교적 적은 리스크로 시작해볼 수 있겠다는 생각이 들어서 신청하게 됐다”고 말했다.

그동안 청년 스타트업 매장을 운영하면서 느낀 점은 역시 어렵다는 것이었다. 처음 매장을 운영하다 보니 모르는 점도 많고, 지출도 생각보다 더 많았다. 이 대표는 그래도 청년 스타트업 매장이라서 다행이라고 생각한다 말했다.

“여러 가지 이유가 있겠지만 몇 가지만 말하자면 공단에서 청년 스타트업 매장을 위한 다양한 행사도 열어 주고, 모르는 부분에 대해 조언도 해 주고 있습니다. 무엇보다 월세 50퍼센트를 지원해 주고 있어 조금은 더 쉽게 배워가고 있다고 생각합니다.”

이 대표는 이 같은 장점으로 인해 도매를 준비하는 분이 있으면 청년 스타트업을 고려해 보는 것이 좋겠다고 추천했다. 하지만 바라는 점도 있다. 자신처럼 좀 더 많은 사람들이 청년 스타트업을 통해 도매사업을 시작해볼 수 있도록 기회가 많아졌으면 좋겠다는 것이다. 또한 기존에 있던 스타트업 팀들이 기간 연장도 가능했으면 한다는 의견도 피력했다.

“예전의 동대문은 굉장히 바쁘고 활기차게 돌아가는 느낌이었고, 그게 너무 좋았습니다. 그런데 지금은 조용하고 처지는 느낌이라 회의적인 기분도 듭니다. 그래도 다시 예전처럼 활기찬 시장으로 돌아갈 수 있다고 생각하고 열심히 장사하고 있습니다. 단기적인 목표는 코로나19가 끝날 때까지 버텨내는 것입니다. 코로나19가 끝나면 좀 더 다양한 디자인을 선보여 품질로 승부해 보고 싶습니다.”

■ 인터뷰 - 이희숙 서울시시설공단 교통시설운영처 처장

“스타트업 청년 상인들 향후 동대문상권 발전에 기여할 겁니다”



올 상반기 3층에 전용 스튜디오 조성해 온라인 판매 증대 위한 제품 촬영 지원

현재 동대문 도매상가는 유통패러다임의 변화로 온라인쇼핑 위주로 재편되었음에도 기존 상인들은 오프라인 위주와 수동적 영업의 오랜 관행으로 영업부진 극복 한계 및 침체 요인으로 작용하고 있다. 이러한 침체를 타계하기 위해 젊고 유능한 청년 상인들의 창의적 디자인, 새로운 브랜드, 온라인 위주 시장변화에 대응한 공격적 마케팅이 필요하나, 창업을 희망하는 우수한 청년 예비 상인들은 현실적인 진입장벽(창업자금 및 공간 부족, 판로개척 어려움 등)으로 인해 창업을 포기하고 있는 실정이다.

이에 DDP패션몰은 창업을 희망하는 청년 예비상인들의 창업을 지원하고자 반값임대료를 적용해 2년간 DDP패션몰 매장 운영권을 보장하는 청년 스타트업 지원사업을 시행하고 있다. 또한 청년 상인들의 안정적인 정착을 위해 여러 가지 지원체계를 구축하고 있다. DDP패션몰 총괄책임자인 서울시시설공단 교통시설운영처 이희숙 처장을 만나 청년 스타트업 지원사업을 비롯한 상가 운영 전반에 대해 이야기를 들어보았다.

-청년 스타트업 지원사업이 2019년 처음 시행된 후 올해로 3년차를 맞고 있다. 그동안의 성과와 앞으로의 계획은.

“청년 스타트업 지원사업은 2019년도 최초 시행해 총 52명의 지원자 중 23명이 선택을 받아 매장을 운영 중이고, 작년에 코로나19로 인해 신규창업이 많이 어려운 상황 속에도 7명이 지원사업의 혜택을 받고 입점했다. 현재까지 총 30개의 매장을 청년 스타트업으로 유치했고, 내년까지 20개 매장을 더 유치해 총 50개 매장을 청년 스타트업 매장으로 지원할 계획이다.”

-지원사업에 참여하고 있는 청년 상인들의 반응은 어떤가.

“기존 청년 스타트업 매장운영자를 대상으로 작년 연말 실시한 자체 만족도 조사에서 90% 이상의 긍정적인 답변을 받아 지금까지의 운영은 상당히 우수하다는 결과를 얻었다. 공단은 이러한 성과를 바탕으로 향후 목표 이상 매장 유치를 위해 서울시와 지속적으로 협의해 나갈 예정이다.”

-DDP패션몰은 2016년 9월 서울시가 인수해서 2017년 말부터 운영하고 있다. 동대문 30여개 상가 중 유일하게 공공기관이 운영하고 있는데, 일반 상가와 다른 점은 무엇인가.

“DDP패션몰은 서울시 소유의 공유재산으로, 공유재산 및 물품관리법에 근거해 운영한다. 즉 민간상가와 가장 큰 차이점은 입점방법이다. DDP패션몰에 입점하기 위해서는 입찰을 통해 낙찰자를 선정하고 선정된 낙찰자와 사용수익허가를 체결하고 입점하게 된다. 보통 허가기간은 5년으로 하고 5년의 기간이 경과

하면 1회에 한해 5년 범위 내에서 갱신이 가능하다. 이렇게 입찰을 통해 입점하게 되면 최장 10년의 사용기간이 보장된다. 다만 기존 도매상가 상인들이 인식하기에 입찰이라는 제도가 생소하고 상당히 복잡해 보일 수도 있지만 입찰을 통한 입점은 누구나 참여할 수 있는 공정성이 보장된 공정한 제도다. 또한 공단은 작년부터 유찰된 매장에 한해 수의계약(신청에 의한 입점 방식)을 통해 입점할 수 있는 제도를 마련해 DDP패션몰에 쉽게 입점할 수 있는 방법이 생겼다.”

-최근 코로나19로 인해 동대문 패션상가가 큰 어려움을 겪고 있다. 코로나19 극복과 상가 활성화를 위해 공단이 하고 있는 것은 무엇인가.

“작년부터 최근까지 코로나19로 인해 동대문 시장의 전반적인 침체로 DDP패션몰도 많은 어려움을 겪고 있다. 또한 최근 유통패러다임 변화로 도매상가의 어려움은 점점 커져가고 있다. 이에 공단은 이러한 변화에 선도적으로 대응하고자 작년 한해 다양한 사업을 시행했다.

우선 온라인 판매 증가 추세에 대응하고자 DDP패션몰 온라인 스토어 몰을 구축했다. 아직까지 걸음마 단계이나 첫 걸음을 시작했다는 의미를 부여할 수 있겠다. 또한 작년 코로나19로 인한 판매 저조를 개선하고자 모바일 실시간 방송 콘텐츠 전문기업인 그림과 협업을 통해 온라인 실시간 방송을 시행해 호응을 이끌었다. 최근 홍보수단으로 급부상하고 있는 SNS홍보 강화를 위해 DDP패션몰 ‘SNS프렌즈’를 운영, 다수의 홍보영상물을 제작 업로드하기도 했다.

특히 공단은 코로나19로 어려움을 겪고 있는 상인들을 위해 지난해 10개월간 임대료를 50% 감면해주고 관리비 항목에서 시설인건비 부분을 제외해 주어 관리비를 대폭 인하했다. 올해에는 3층에 전용 스튜디오를 조성하고 온라인 판매 증대를 위한 제품 촬영 지원 등을 계획하고 있다.”

-전체 동대문 상권 발전을 위해 계획하고 있는 것이 있다면.

공단은 DDP패션몰을 운영함에 있어 공공기관으로서의 장점을 최대한 살려 공유재산의 가치증대를 위해 최선의 노력을 다하고 있다. 이러한 노력 중 가장 대표적인 사업이 앞서 말씀드렸던 DDP패션몰 청년 스타트업 지원사업이라고 할 수 있다. DDP패션몰은 우수한 청년 예비상인들의 창업을 지원해 이들이 중견 상인으로 성장할 수 있도록 돕고 있다. 장기적으로 이러한 젊은 인재들은 향후 동대문 전체 상권 향상에 크게 기여하리라 생각한다.

또한 DDP패션몰은 입찰에 따른 공정한 입점, 홍보비·입점비 없는 상가, 불필요한 보증금 없는 상가, 자유롭게 입·퇴점 할 수 있는 상가로 운영해 동대문의 일부 불공정한 상가 운영 방식에 대응해 나가고 있다. 이러한 청렴한 상가 운영 방식은 동대문 전체에 긍정적인 시너지 효과가 발휘될 것으로 보고 있다.

글·사진 박우혁

2021년 유망 패션테크 기업

패션과 기술이 만나 시너지 업↑
올해 더욱 기대되는 패션 스타트업

사상초유의 팬데믹 시기였던 2020년을 지나며 패션업계에서 가장 활발히 언급됐던 대표 키워드는 #언택트 #패션테크 #스타트업 등을 꼽을 수 있다. '코로나 이전으로 돌아갈 수 없다'는 말에서 보여주듯 전 세계 사람들의 라이프스타일을 모두 뒤바꾼 격변 속에서도 첨단 기술력과 아이디어로 포스트 코로나 시대를 만들어가는 스타트업들이 적지 않다. 이 중 패션기업과 협업해 현재 긍정적인 결과물을 내고 있거나 향후 패션, 라이프스타일 분야에서 시너지가 기대되는 차세대 유니콘 패션테크 기업의 서비스를 소개한다. 글 송영경

모바일 신체측정 &
3D 가상피팅
에이아이바 '마이핏'

AI+VR+AR 솔루션을 제공하는 에이아이바(대표 김보민)는 지난해 '마이핏'을 출시하는 한편 언택트로 진행된 서울 패션위크에서 VR패션쇼를 세계 최초로 개최하는 등 화제를 모았다. '마이핏'은 AI기반 신체측정과 VR 플랫폼을 통한 신체측정 시각화 서비스이다. 단순한 사이즈 측정이 아니라 사용자의 사이즈와 옷의 사이즈를 비교하여 소매, 총장 등 길이 수선에 대한 정보를 제공한다. 키오스크나 복잡한 장비 없이 기존의 핸드폰 사진 2장으로 10초 만에 신체 데이터 6곳~50곳의 결과값을 도출해 알맞은 사이즈 추천 및 수선정보를 제공한다.

앞/옆 신체를 2번 촬영하면 AI 딥러닝 기반으로 사용자 바디의 중요 키포인트를 추출하고 사용자의 배경과 분리해서 10초 안에 바디 실루엣을 추출한다. 이렇게 해서 단순한 사이즈 이상의 세부 신체 데이터가 측정되는 것이다.

마이핏을 활용하면 판매자는 해외 직구나 맞춤형 구매가 온라인으로 활성화돼 매출이 상승하는 한편 반품율을 낮춰 비용을 절감하는 효과를 기대할 수 있다. 또한 언택트 소비에 어울리는 신체 측정서비스로 대면 판매에서 발생할 수 있는 위험성을 차단할 수 있고 더 나아가 잦은 택배로 인한 대기오염, 택배 포장재에서 발생하는 쓰레기 등 환경오염을 줄이는 효과도 기대할 수 있다.

코디 상품 자동 추천 솔루션
패션에이드 '스타일.AI'

패션에이드(대표 백하정)는 지난해 11월, 코디 상품 자동 추천 솔루션인 '스타일.AI'를 선보였다. '스타일.AI'는 패션전문가들의 스타일링 매칭 정보를 수학적 알고리즘으로 정의하고 딥러닝으로 학습시켜, 상품끼리 서로 어울리는지에 대한 정보를 스스로 판단하게 하는 인공지능 기술이다. 특히 컨텍스트(Context) 인식기반의 이미지 딥러닝 방식으로, 인공지능 스스로 트렌드에 대한 가중치를 반영한 패션 스타일링 제안이 가능하다는 강점이 있다.

기존 방식은 상의를 보고 있으면 이미지 태깅(Tagging)으로 속성정보를 분류하고 다른 카테고리 상품을 불러오는 규칙 기반의 머신러닝이었다. 이러한 태깅 기반의 코디 추천과 유사 이미지 검색이 결합된 방식은 인공지능을 다수의 규칙으로 제한하기 때문에 기술적으로는 오버피팅(Overfitting: 새로운 데이터는 예측하지 못하는 상태)의 문제가 발생하고 이는 매주 새로운 상품이 업로드되는 패션의 트렌드 정보를 호환하지 못한다는 치명적 단점이 있었다.

'스타일.AI' 솔루션은 고객 각자의 구매 여정을 파악하여 클릭 가능성이 높은 코디 상품을 자동으로 추천해줄 뿐 아니라 패션에이드의 네트워크 기술이 더해져 재고가 없을 경우에는 다음 추천 상품이 빈자리를 자동으로 채워 주어 기업의 재고 부담을 최소화해준다.

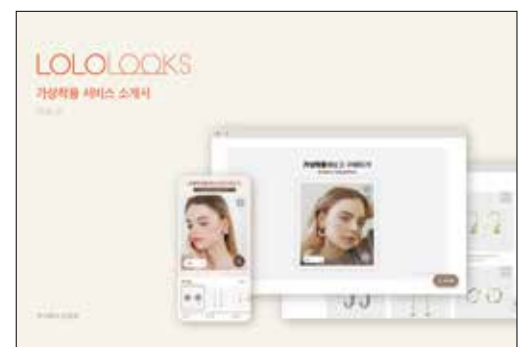
패션에이드는 올해 1월 '패션 트렌드 호환 스타일 AI 딥러닝 엔진' 특허를 출원하고 패션유통기업을 대상으로 스타일 AI 구축 계약을 시작했다.

비대면 가상 체험 솔루션
로로젬 '로로룩스'

소프트웨어 개발 업체 로로젬(대표 김한울)은 안경이나 귀고리, 목걸이 등 액세서리를 가상으로 착용할 수 있는 '로로룩스(Lololooks)' 서비스를 선보이고 다양한 분야에서 전개하고 있다. '로로룩스'의 이용 방법은 기존에 가지고 있던 사진을 이용하거나(이미지 기반), 실시간으로 카메라에 얼굴을 비추고(AR기반) 착용하고 싶은 제품을 선택하면 패션 아이템을 가상으로 체험해볼 수 있다. 액세서리의 특성에 따라 구매 전 직접 착용이 불가능한 경우도 많고, 일일이 착용하는 수고와 시간을 줄이면서 자신에게 어울리는 아이템을 고를 수 있는 신박한 기술이다.

'로로룩스'의 적용 후 구매 전환율은 1.35%에서 3.65%로 280% 증가했고, 가상체험을 통해 더 많은 상품을 착용해보는 고객의 관심도 역시 3배 증가한 것으로 나타났다. 특히 반품이 한 건도 발생하지 않아 반품율 0%라는 결과를 기록했다. 또한 매장에서 고객을 응대하는 시간이 16배 감소하면서 매장 운영의 효율화를 도왔다.

현재 뷰렛, 제이에스티나, 윈블링, 어도어 등의 브랜드에서 체험할 수 있는 로로룩스 가상 피팅은 온라인 스토어뿐 아니라 오프라인 매장에서도 경험할 수 있다. 로로젬은 액세서리 등 패션 소품 가상 착용 서비스 뿐 아니라 전자제품, 가구 등 상품을 비대면으로 배치해 볼 수 있는 가상 체험 솔루션을 제공하는 등 모든 플랫폼으로 지원을 확대해 나가고 있다.





연택트를 넘는 첫 걸음 PJ팩토리 '디테일 디지털 카탈로그'

벤처기업 피제이팩토리는 새로운 이미지 포맷 기반의 '디테일(DETAIL)' 이미지 솔루션을 개발하고 서비스를 시작했다. 디테일은 여러 장의 이미지와 정보를 한 장의 사진

으로 연결하여 보여주는 기술로 패션 카탈로그를 소셜 미디어 채널을 통해 손쉽게 전달할 수 있게 한다. 기존 종이 인쇄물 방식의 카탈로그를 우편으로 주고받거나 이미지 수십 장을 일일이 보내던 번거로움 없이 한 장의 디테일 이미지로 다양한 신상품은 물론 제품의 디테일한 특성까지 모바일로 확인할 수 있다. 마치 작은 인터넷 매장 하나가 고객에게 찾아가는 듯한 형태로 각 점주들의 오랜 단골 고객들에게 전달되거나 업무상 브랜드 제품 이미지를 공유하는데 있어서도 손쉽게 활용할 수 있다.

패션업계에서도 특히 가두매장 중심 브랜드의 어려움이 깊어가던 지난해 여름, 대현이 전개하는 여성복 '블루페페'가 피제이팩토리의 디테일 디지털 카탈로그 서비스를 선보이면서 관심을 모았다. 블루페페의 경우 주요 고객층의 연령대가 높아 온라인 구

매에 익숙하지 않고 무엇보다 기존 매장들과의 오랜 신뢰관계를 쌓아온 블루페페 본사의 선택은 온라인 쇼핑물 진출이 아닌, 매장을 찾지 못하는 고객들에게 점주들이 새로운 제품을 소개할 수 있도록 하는 '디테일 디지털 카탈로그' 서비스의 도입이었다.

블루페페는 촬영한 제품 사진들을 재구성하여 만들어진 디테일 디지털 카탈로그의 URL Link를 전국의 매장들을 통해 고객들의 카카오톡으로 전달하였고, 이후 코로나 상황으로 끊겼던 고객과 각각의 매장 및 브랜드간의 연결이 재개되었다. 또한 고객들은 디테일 카탈로그를 접하고 직접 매장을 찾거나 전화를 통해 상품 문의 및 주문을 시작했다. 이때 필요한 매장의 위치와 연락처 정보뿐만 아니라 원하는 제품의 번호도 노트 내 링크를 통해 디테일에서 찾을 수 있으며 구매까지도 연결된다. 특히 모바일을 통해 디테일 카탈로그를 감상 및 다운로드하여 저장할 뿐 아니라 지인들과 쉽고 빠르게 공유할 수 있어 브랜드 인지도 제고와 함께 홍보 효과도 기대할 수 있다.

피제이팩토리는 올해부터 디테일 카탈로그뿐만 아니라 온라인 쇼핑물, 디지털 사이니지, QR 코드 서비스 등 패션 분야의 다양한 온라인 이미지 서비스에 디테일 솔루션을 확대할 예정에 있어 국내 뿐 아니라 해외 패션 브랜드에서도 문의가 이어지고 있다.

동영상 후기 대표 플랫폼 인덴트코퍼레이션 '브이리뷰'

국내 최초 인공지능(AI) 기반 동영상 후기 '브이리뷰(VREVIEW)'는 이커머스 시장이 확대되고 있는 가운데 거짓후기를 근절하고 기업의 매출 증진을 돕는 서비스이다. 자체 특허 기술인 AI 챗봇을 통해 실구매자의 생생한 쇼핑 후기를 동영상 리뷰로 확보, 해당 쇼핑물에 자동 게시하는 방식이다. 브이리뷰 고객사 중 가장 많은 동영상 리뷰가 등록된 한 인테리어 소품 쇼핑몰의 경우 유튜브에서 검색 시 약 30여 개 동영상에 노출되지만, 브이리뷰를 통해 홈페이지에 업로드된 영상은 1만 여 개에 달하는 것으로 나타났다.

브이리뷰 동영상 리뷰는 장바구니 전환율을 20.97% 이상 높여주는 고효율로 인기를 끌고 있으며, 기업의 매출 증진에도 영향을 톡톡히 주고 있다. 현재 1860여 개 쇼핑몰 사이트에서 브이리뷰를 도입해 사용하고 있다.

브이리뷰의 성장에는 포스트 코로나 시대로 이커머스와 동영상 시장이 확대되면서, 소비자뿐만 아니라 쇼핑몰에서도 자연스럽게 동영상 리뷰에 대한 니즈가 커진 것이 주효했다. 특히, 코로나19 재확산으로 사회적 거리두기 단계가 강화됐던 지난해 9월 한 달 간 새로 유입된 브이리뷰 고객사는 전년 동월 대비 2배 이상 증가했으며, 리뷰를 등록한 누적 이용자 수도 5배 이상 증가해 눈길을 끈다.

2020년 브이리뷰 성과 분석 결과에 따르면, 지난 2020년 12월까지의 브이리뷰 위젯을 통한 '구매 후기 동영상' 누적 노출 수는 4억 건을 돌파했으며, 이는 전년 대비 330% 이상 급증한 수치인 것으로 분석된다. 동영상 리뷰 등록 누적 이용자 수 역시 같은 기간 470% 이상 늘어났으며, 브이리뷰 챗봇 경험자도 4.5배 이상 증가했다.



패션 부자재 커머스 플랫폼 종달랩 '부자마켓'

벤처기업 종달랩(대표 성종형)의 '부자마켓'은 패션 부자재를 보다 쉽고 편리하게 구매할 수 있는 부자재 쇼핑 앱이다. 부자마켓은 그들만의 서비스를 개발해 특허로 등록하고 사용한다. 부자마켓 상표등록은 물론이고 이미지 검색 서비스 및 검색 딥러닝 시스템 등에 관한 등록 특허는 9개, 출원 특허는 3개 등록되어 있다.



특히 받은 인공지능 이미지 검색 서비스는 쉽고 편리한 검색 서비스를 제공한다. 인공지능 검색 서비스의 검색 성능은 무려 95.3%로 이는 방대한 오프라인 시장의 단점을 보완하며, 이름 모르는 상품도 사진 하나로 빠르고 쉽게 찾을 수 있도록 한다. 빠르고 광범위한 DB(데이터베이스)가 구축되어 있어 오프라인 매장에 들르지 않아도 다양한 상품을 손쉽게 살펴볼 수 있다. 무료 샘플 서비스를 통하여 실물 확인도 가능하데 이는 온라인 쇼핑의 단점을 보완하는 것뿐만 아니라, 시장방문의 시간을 절약하도록 도와준다. 또한 온라인 전산 관리를 통해 견적서, 주문, 상품관리가 빠르고 편리하게 만들어져 있어, 기존에 부자재를 구매하기 위해 감수해야 했던 번거로움도 없애준다. 기존의 유통구조를 개선해 오프라인 대비 30% 저렴한 가격으로 부자재를 제공하는 '부자마켓'은 가격 경쟁에서도 우위에 있다.

쉽고 편리한 '부자마켓' 이용자들은 계속해서 부자마켓을 찾고 있다. 80%의 재주문율이 이를 증명하고 있으며, 협력업체의 경우 2019년도 대비 2배 이상 증가하였다. 연 매출의 경우 2019년과 대비하여 10배, 온라인 거래 건수는 2019년 대비 4배가량 증가하는 등 팬데믹의 어려운 시기에서도 성장세를 이어가고 있다.

‘동대문미래재단 스튜디오’ 두타몰 3층에 3월 15일 오픈

패션제품 촬영에 최적화된 솔루션 구축 동대문 소상공인 누구나 무료이용 가능



동대문 두타몰에 자동촬영 시스템을 갖춘 스튜디오가 마련돼 동대문에서 활동하고 있는 디자이너와 도소매상인이라면 누구나 사전예약을 통해 무료로 사용할 수 있게 된다. 동대문미래재단은 두산과 협업해 두타몰 3층에 ‘동대문미래재단 스튜디오’를 3월 15일 중 오픈할 예정이다.

동대문미래재단 스튜디오에는 오르빗뷰(ORBITVU) 2D/3D 제품촬영 장비가 마련돼 누구나 손쉽게 촬영을 하고, 상품 사진을 온라인 쇼핑몰에 빠르게 올릴 수 있다. 따라서 자체 온라인 쇼핑몰이나 패션 플랫폼에 신상품을 촬영해 상세 페이지를 올려야 하는 디자이너 및 도소매상인들에게 큰 도움을 줄 수 있을 것으로 기대되고 있다.

이번에 동대문미래재단 스튜디오에 설치된 제품촬영 장비는 오르빗뷰의 ‘알파스튜디오 XXL’다. ‘알파스튜디오 XXL’은 실제 모델과 소형 가구류, 캐리어 가방과 같은 대형 제품 촬영에 특화된 올인원 사진촬영 솔루션이다. 업무에 바로 사용 가능한 팩샷과 360 콘텐츠, 비디오 촬영 파일을 몇 분 내에 만들어 낼 수 있다.

특히 이 장비는 패션 제품촬영에 최적화된 솔루션으로 평가받고 있다. 카메라와 통합된 최적의 소프트웨어를 통해 매끄럽고 편리한 작업 환경을 제공하고, 사진 촬영과 후보정 편집, 온라인 업로드에 이르기까지 한 번에 이루어지는 자동화 톨을 제공하고 있기 때문이다.

또한 촬영과 동시에 배경 제거(누끼) 작업이 완성돼 더 이상 포토샵을 통한 수작업이 필요 없고, 템플릿이라 부르는 일괄 작업 기능은 제품별 맞춤 카메라 셋팅과 조명값 설정, 후보정 편집까지 한 번의 클릭만으로 자동 진행시킨다. 카메라를 직접 조작하지 않고도 소프트웨어를 통해 셔터스피드, 노출값, ISO와 WB조정, 각 조명의 세기 등을 자유롭게 조절할 수도 있다.

여기에 한 번의 촬영으로 2D 스틸컷(PNG, JPG, TIFF, BMP, GIF), 360 제작이 가능하며, 비디오(AVI, MP4, MKV) 등의 다양한 소스로 내보낼 수 있고, 온라인 샵의 즉각적인 적용을 위한 스크립트와 HTML, CSS 등의 코드가 자동으로 생성돼 편리하다.

스튜디오 운영 관계자의 말에 따르면 “360도 회전하면서 자동으로 1분에 6장 정도의 제품 사진을 찍을 수 있어 여러 번의 촬영이 가능하고, 바로 누끼 작업이 완성돼 상세 페이지에 올리기가 훨씬 수월하다”며 “동대문 도매상인들의 경우 시간과 비용 때문에 상세 컷을 찍기가 부담스러웠는데, 이 장비를 활용하면 무료로 빠르고 간편하게 올릴 수 있을 것”이라고 말했다.

동대문미래재단이 두타몰에 무료 스튜디오를 만든 것은 동대문을 기반으로 활동하고 있는 소상공인, 특히 도매상인들에게 도움을 주기 위해서다. 도매상인들은 자체 온라인 쇼핑몰이나 패션 플랫폼에 제품 사진을 올려 판매로 연결시켜야 하지만 비용과 시간 때문에 차일피일 미루는 경우가 많았다. 동대문미래재단은 3월 15일 스튜디오를 오픈, 미래재단의 공식 인스타그램과 홈페이지를 통해 동대문 상인이라면 누구나 예약할 수 있는 시스템도 함께 선보일 계획이다.

스튜디오 예약이 확정된 상인들은 해당 시간에 맞춰 촬영할 상품을 가지고 스튜디오에 방문하기만 하면 된다. 스튜디오에 상주하는 인력이 요청한 상품의 사진을 촬영한 후 예약 시 등록한 이메일로 파일을 전송해 주기 때문에 별도로 장비 사용법을 익힐 필요는 없다. 예약은 최대 3시간까지 가능하며, 동대문 내 더 많은 상인들이 이용할 수 있도록 예약은 선착순이 아닌 별도의 확정 메일을 통해 안내될 예정이니 촬영 일정을 잡을 때 이점은 유의할 필요가 있다.

한편 동대문미래재단은 동대문 내 소상공인 지원과 동대문상권 활성화를 목적으로 지난 2015년 10월 설립됐다. 그동안 봉제산업 활성화를 위한 환경개선, ‘소방안전캠페인’ 실시, 민관학이 함께하는 ‘동대문 미래포럼’ 개최, ‘동대문패션타운 정품인증제’ 지원 등 다양한 사업을 펼쳐 왔다. 글 박우혁



두타몰 동대문미래재단 스튜디오에 설치된 자동촬영 장비

자동촬영 장비 촬영 전



오르빗뷰 장비 이미지 | 오르빗뷰코리아 홈페이지에 바로 업로드 가능



자동촬영 장비로 찍은 컴퓨터 화면

■ 중구의류패션지원센터 동대문 패션타운 배후기지 중구 봉제산업 활성화 선도



공공재단실



공공재단실 개소식



2019년 지원센터 위크숍

공공재단실 최신 설비 구축 임가공업체 활용도 높아 일감 수주채널 다각화 및 고도화 위해 다양한 사업

중구의류패션지원센터(센터장 윤순익, 이하 지원센터)가 중구 봉제산업에 활력을 불어넣고 있다.

중구 의류업체 수는 2,106개로 서울시 자치구 중 종로구 다음으로 많다. 이 중 임가공업체는 1,630개사, 샘플·패턴업체는 320개사로, 창신·송인동과 함께 동대문 패션타운의 든든한 배후기지 역할을 하고 있다.

지원센터는 이처럼 동대문 패션타운의 배후기지로 도심 봉제산업의 중추적인 역할을 하고 있는 중구의 봉제산업 경쟁력을 향상시키기 위해 지난 2017년 11월 문을 열었다.

중구청이 한국패션산업협회에 위탁 운영을 하고 있는 지원센터는 2019년 5월 관내 소규모 봉제업체의 작업 공정 개선을 지원하기 위해 동화동에 ‘공공재단실’을 개소하고 사무실을 이전하면서 더욱 분주한 나날을 보내고 있다. 공공재단실은 199㎡(60평) 규모로 자동 재단에 필요한 최신 설비인 CAD, CAM, 자동연단기, 연단테이블이 설치되어 있어 임가공업체들의 활용도가 높다.

지원센터가 중구 봉제산업에 활력을 불어넣기 위해 가장 역점을 두고 있는 사업은 일감수주채널 다각화와 대응 생산기반 조성 지원이다. 이를 위해 중구 봉제인 네트워크 및 협력체계를 구축·운영해 동대문도매시장을 포함한 다각화된 일감수주채널로부터의 다양한 요구에 대응할 수 있는 능력을 고양할 수 있도록 지원하고 있다. 또한 공장 현대화 지원 및 공공재단실 운영으로 생산성과 품질향상, 공임경쟁력을 높여 새로운 일감수주채널로부터의 일감 수요에 대응할 수 있도록 생산기반 조성을 지원하고 있다.

글로벌 패션시장의 주요 트렌드가 소비자 수요맞춤형으로 변화함에 따라 브

랜드 디자이너와 연계한 샘플·패턴 중요성 더욱 증대되면서 일감수주채널 고도화에도 적극 나서고 있다. 중구는 하이엔드 의류제조산업 전환을 위한 기술역량을 보유한 샘플·패턴업체 집적지로서 ICT 기술을 활용한 글로벌 하이엔드 의류제조 공급망 구축으로 국내 패턴·샘플업체 일감 증대뿐만 아니라 디자이너의 생산 관련 애로사항 해소, 글로벌 하이엔드 의류제조 공급망 선점이 가능하기 때문이다.

이를 위한 세부적인 실천 방안으로 오프라인 네비게이터와 온라인 플랫폼을 운영하고 있다. 네비게이터는 일감발주처와 중구 의류제조집적지를 중계하는 오프라인 창구이고, 지난해 구축한 온라인 플랫폼(SPHOTSPOT)은 국내 및 글로벌 하이엔드 일감발주처와 샘플·패턴업체를 연계하고 있다.

봉제인 네트워크 구축을 위해서는 홈페이지 및 SNS 운영, 봉제분야별 협의체 구성, 봉제업종 데이터베이스(DB) 마련에 힘쓰고 있다. 홈페이지에는 공공재단실 사용 예약을 위한 재단 스케줄 정보 제공이 함께 이루어지고 있으며, 협의체는 관내 의류제조집적지에서 거점 역할이 가능한 의류제조업체 대표를 구성원으로 해 분야별로 운영하고 있다.

이밖에 공장현대화 지원, 노무·세무 상담, 샘플패턴 신규 전문인력 양성 등도 지원센터가 펼치고 있는 주요 사업들이다.

윤순익 센터장은 “지원센터는 중구 봉제 임가공 분야에 대한 지원정책 수립과 추진, 샘플·패턴 분야 육성 등 중구 봉제산업 활성화를 위해 설립됐다”며 “직종별 협동조합·대표조직 지원을 통한 봉제인 경쟁력 강화, 봉제 스마트앵커 조성을 위한 협력적 네트워크 구축, 봉제산업과 동대문, DDP를 연계하는 패션·봉제 플랫폼 역할 수행 등에 적극 나설 계획”이라고 말했다.

글 박우혁 사진제공 중구의류패션지원센터



중구청이 DDP패션몰 4층에 운영하는 동대문 바이어라운지는 동대문시장 상인들의 비대면 판매를 지원하고 있다. 바이어라운지는 네이버와 협약해 동대문시장 상인들의 제품을 네이버 스마트스토어에 판매키로 하고, 개설 방법부터 콘텐츠 생산, 판매 관리, 마케팅, 배송 및 CS 교육, 일대일 맞춤형 컨설팅 등을 지원하고 있다. 또한 네이버카페를 운영하면서 동대문시장 상인들의 제품을 소개하고 있다. 이번 호에는 바이어라운지에서 운영하는 네이버카페(<https://cafe.naver.com/ddmlounge>)에 등록된 제품을 추천 받아 소개한다. 글 박우혁·사진제공 바이어라운지

DDP패션몰 코코로코&맥

- 호수 : 1F 46
- 상품명 : 오버사이즈 다운 패딩 조끼
- 상품의 특징 : 여성스런 샤넬풍의 수술이 달린 다운 패딩조끼. 진한 블랙의 오버사이즈로 겨울에 아우터끼리 레이어드 가능하고 후드가 따듯한 느낌을 더해준다. 봄에는 맨투맨이나 니트를 받쳐 입으면 수술과 어우러지고 안쪽에 스트링이 있어 라인을 잡으면 활동적이고 도시적인 멋을 표현해준다.
- 소재 : 겉감-폴리에스터/충전재-오리털+웰론
- 컬러 : 검정 ■ 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 02-6270-1287



동평화패션타운 쉬크부와

- 호수 : 2층 신관8호
- 상품명 : 보스바지
- 상품의 특징 : 워크웨어로 입기 좋은 단정하고 깔끔한 핏의 슬렉스. 기본 아이템으로 꼭 필요한 정장바지.
- 소재 : 울90%/나일론5%/폴리우레탄5%
- 컬러 : 블랙, 그레이
- 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 010-8742-3884

DDP패션몰 코코로코&맥

- 호수 : 1F 46
- 상품명 : 에고티(Ego Frill T)
- 상품의 특징 : 봉제라인이 깔끔한 스포티한 맨투맨에 여성스런 프릴과 섹시한 망사로 포인트를 주어 캐주얼과 로맨틱, 활동성과 우아함을 동시에 느끼되 안쪽 팔에만 영감을 더해 차별화된 디자인을 선호하는 고객의 마음까지 잡아줌.
- 소재 : 몸판-면100%, 프릴,망사-폴리/나일론
- 컬러 : 화이트, 블랙
- 타깃 : 메인 29~35세/서브 25~45세
- 문의 : 02-6270-2046



동평화패션타운 쉬크부와

- 호수 : 2층 신관8호
- 상품명 : 샌드브라우스
- 상품의 특징 : 워크웨어로 입기 좋은 단정하고 깔끔한 핏의 블라우스. 니트, 가디건, 코트 등과 매치하기 좋다.
- 소재 : 울90%/나일론5%/폴리우레탄5%
- 컬러 : 베이지, 차콜
- 타깃 : 20대 이상 정장
- 문의 : 010-8742-3884

동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층나8호
- 상품명 : 주름조끼
- 상품의 특징 : 실내외에서 입기 좋은 주름조끼.
- 소재 : 폴리에스터100%
- 컬러 : 검정, 보라, 회색
- 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 010-9357-9752



동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층나8호
- 상품명 : 주름코트 롱 시티프린팅
- 상품의 특징 : 뉴욕의 밤거리를 수놓은 듯한 프린팅이 멋스러운 주름코트. 봄, 가을, 초겨울에 입기 좋다.
- 소재 : 폴리에스터100%
- 컬러 : 혼합
- 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 010-9357-9752

동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층나8호
- 상품명 : 주름무지코트 누빔
- 상품의 특징 : 주름 포인트와 둥근 넥카라가 사랑스러운 롱 누빔코트. 봄가을에 입기 좋다.
- 소재 : 폴리에스터100%
- 컬러 : 검정, 보라
- 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 010-9357-9752



광희패션몰 니트라인

- 호수 : 1층 33, 34호
- 상품명 : 앞 버튼 사선 스트링 블라우스티
- 상품의 특징 : 원단이 굉장히 부드러워 촉감이 좋고, 구김이 잘 생기지 않고 딱 떨어지는 핏으로 편하고 멋스럽게 착용할 수 있을 뿐 아니라 밑단의 사선 스트링 처리로 유니크한 디테일을 표현.
- 소재 : 면/폴리/스판
- 컬러 : 아이보리, 소라, 핑크

동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층나8호
- 상품명 : 주름원피스 스카프세트
- 상품의 특징 : 부드러운 소재의 원단과 어떤 사이즈에도 하늘하늘한 핏에 여유롭게 입을 수 있는 프리사이즈 원피스. 주름 디테일이 멋스럽고 같은 소재의 스카프가 세트에 있어 목, 허리 등 원하는 곳에 연출하기 좋고 롱기장으로 20대후 연령층에서 다양하게 입기 좋다.
- 소재 : 폴리에스터 100%
- 컬러 : 검정
- 타깃 : 20대 이상 여성
- 문의 : 010-9357-9752



패션남평화 주영

- 호수 : 지하 A144, 151
- 상품명 : 반달미니
- 상품의 특징 : 스트랩이 2개 들어 있어 상황에 따라 맬 수 있다. 아담한 사이즈로 귀여운 스타일을 연출 할 수 있음.
- 소재 : 합성피혁100%
- 컬러 : 블랙, 화이트, 베이지, 옐로우
- 타깃 : 10~20대
- 문의 : 010-2063-0775

동평화패션타운 해피트리

- 호수 : 4층나8호
- 상품명 : 주름조끼원피스
- 상품의 특징 : 짙은 컬러감과 넉넉한 핏의 주름조끼 원피스로, 데일리룩 입기 좋은 프리사이즈 제품.
- 소재 : 폴리에스터100%
- 컬러 : 블랙, 퍼플, 레드, 그레이, 프린팅
- 타깃 : 20대 이상 여성~
- 문의 : 010-9357-9752



패션남평화 주영

- 호수 : 지하 A144, 151
- 상품명 : D핸들쇼퍼
- 상품의 특징 : 크로스 끈이 포함된 기본 쇼퍼백. 데일리룩 가볍게 들고 다니기 좋은 국내 생산 제품.
- 소재 : 캔버스90%/합성피혁10%
- 컬러 : 블랙, 브라운, 카멜
- 타깃 : 20대
- 문의 : 010-2063-0775

다가오는 **봄** 맨투맨 스타일링

지금 날씨에 제일 손이 많이 가게 되는 상의가 있다면 단연 맨투맨이 아닐까? 어떻게 입느냐에 따라 다양하게 연출이 가능한 맨투맨 스타일링법을 소개한다.



1



2

캐주얼 스타일링

맨투맨과 면 팬츠는 시즌 상관없이 무난하게 입기 좋은 조합이다. 사이즈 맞게 입는 거 보다는 넉넉한 사이즈로 연출한다면 더욱 스타일리한 느낌을 줄 수 있다. 여기에 팬츠와 컬러 톤이 비슷한 스니커즈와 룩에 포인트를 줄 수 있는 안경으로 꾸안꾸 스타일링을 완성해보자.



4



3

1,2.헤지스 3.닥스by시원아이웨어 4.엑셀시오르

로맨틱 스타일링

맨투맨에 샤 스커트를 레이어드 하여 믹스앤매치 스타일을 연출해보자. 맨투맨은 파스텔 컬러감이 있는 제품으로 하여 소녀스러운 느낌을 줄 수 있으며, 실버 계열의 하트 귀걸이와 미니멀한 디자인의 플랫폼슈즈를 함께 매치하여 러블리한 룩을 완성해보자.



1



2



3



4

1.내셔널지오그래픽 어패럴 2,3.레페토 4.판도라

중구, 의류제조업체 작업환경개선 지원

중구(구청장 서양호)가 코로나19로 경영난을 겪고 있는 지역 내 의류제조업체의 작업환경개선을 지원한다. 이번 사업은 자발적 환경개선이 곤란한 의류제조업체를 지원해 안전한 작업환경을 만들고 생산성을 높이기 위해 구비 1억6천만 원을 투입한다.

중구는 1400여개 의류제조업체, 5000여명의 종사자가 있는 봉제 집적지임에도 불구하고 지원받는 업체 수가 턱없이 부족해 서울시 추진사업에 의존하지 않고 구 자체 예산을 증액하여 적극 지원에 나선 것이다.

그간 진행했던 시 사업기준에 실질적인 도움을 줄 중구만의 기준을 더했다. 사업자 등록업체에 국한했던 대상에 무등록업체를 포함하고, 선정된 업체에 대해서는 지원금의 50%를 미리 지급한 뒤 준공검사 후 잔금을 지급하는 방식 등 영세업체의 자금난을 고려해 운영한다. 또한, 환경이 열악하여 비용 소요가 큰 사업장에 대해서는 예외적으로 1500만원까지 상향 지원한다.

대상은 중구 소재 의류제조업체로, 상시 근로 10인 미만 업체인 소공인으로 환기가 어려운 지하 또는 반지하 작업장을 우선 지원한다.

지원사항은 ▲흡음·방음설비 ▲폐수용 배관 ▲공기순환 장치 닥트 ▲바닥개선공사 ▲화장실 개선 등으로 지정돼 있어 이 중 사업주가 자율 신청하면 된다. 안전관리품목인 소화기, 화재감지기, 누전차단기, 배선함 등이 미설치되거나 소요연한이 경과한 경우는 필수 신청대상이 된다.

지원금은 등록업체의 경우 최대 900만원 이내, 무등록업체는 최대 500만원 이내며 자부담 비율은 각 10%로 동일하다. 지난달 23일 접수를 마쳤으며, 신청한 업체에 대한 실태조사 및 환경개선 컨설팅을 거쳐 대상자를 선정하고 최종 심의를 통과하면 4월 중 지원한다.

동대문구, 착한임대인에 세액공제·상품권 지원

동대문구(구청장 유덕열)가 코로나19 장기화로 매출감소와 높은 임대료 부담을 겪고 있는 소상공인들을 위해 상가 임대료를 낮추면 최대 100만원의 서울사랑상품권과 소득·법인세 세액 공제, 건물 전기안전점검 혜택을 제공한다.

구는 지역 임대인들이 착한임대인 운동에 동참할 수 있도록 유도하는 서울형 착한임대인 지원사업을 진행한다. 인하액에 따라 10만원에서 최대 100만원까지 서울사랑상품권(모바일)을 지원한다. 또한 착한임대인은 오는 6월 30일까지 임대료 인하액의 70%(2021년 귀속)를 소득·법인세에서 세액 공제 받을 수 있고, 건물 무상 전기안전점검 등도 지원 받을 수 있다.

신청 대상은 관련법규에 따라 상가건물의 환산보증금이 9억 원 이하이며, 소상공업종 상가 임대료를 올해 인하했거나 올해 안에 인하할 임대인이다. 3월 31일까지 동대문구청 홈페이지 '착한임대인 지원사업' 공고문을 확인하고 신청서류와 함께 구청 소상공인지원반을 방문하거나 우편으로 제출하면 된다.

한편, 동대문구는 지난해 경동시장 등 8개 시장의 임대-임차인이 상생협약을 체결해 총 887개 점포가 임대료 인하를 받았다. 또한, 착한임대인 지원사업에서는 25명의 임대인이 동참해 155명의 임차인이 인하 받았다.



지난해 열린 서울 동대문구 착한임대료 인하 운동 추진 위원회 발족식 (사진 제공=동대문구)

KIDP, 스타일테크 유망기업 3기 모집

한국디자인진흥원(KIDP, 원장 윤주현)과 산업통상자원부(장관 성윤모)는 스타일산업 분야 유망기업을 지원하고, 디자인 주도의 혁신 생태계 조성을 위해 오는 3월 17일)까지 '스타일테크 유망기업 성장 지원 프로그램' 3기 참가 기업을 모집한다.

스타일테크는 패션, 뷰티 등 스타일산업에 4차 산업혁명 기술을 융합한 신사업 분야로 2019년부터 대·중견기업과 협업할 수 있는 자금, 공간, 멘토링 지원 등 액셀러레이팅 프로그램을 통해 유망 스타트업의 빠른 성장을 돕고 있다.

지난 1~2기 프로그램을 통해 누적 40개 유명기업이 지원받았으며, 2020년 2기에는 이랜드, 아모레퍼시픽 등 대기업과 협력 5건, 유망기업 12개사에 54.7억 원 투자 유치 등 유망기업 성장 생태계 조성을 위한 우수한 협력 성과를 거둔 바 있다.

이번 3기 역시 역량 있는 스타일테크 기업이 기존 플레이어들과 함께 성장할 수 있도록 ▲대·중견기업 협업 기회 ▲디자이너 전문 인력 지원 ▲프로토타입 제작비 ▲데모데이 참가 기회 ▲서울 주요 지역 내 패션·뷰티 산업 집적지 인근 공유오피스 지원 ▲다양한 분야 멘토링 및 전문가 컨설팅 ▲체험전시 공간 제공 등 약 8개월간 기업당 최대 5천만 원 상당의 프로그램을 제공할 계획이며, 시장진출 시 겪게 될 시행착오와 위험성을 최소화하고자 국내 최고 전문가와 함께 힘을 모을 예정이다.



관광특구협의회 2월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 박중현)가 2월 동대문패션상권 모범종사자를 발표했다. 2월 모범종사자에는 ▲벨포스트 방수미 메이페어 대표 ▲청평화시장 조영희 게이트 대표 ▲헬로에이피엠 김경미 칼라코스메틱 대표 ▲테크노상가 이상민 샤샤 대표 ▲제일평화 김두예 랑송 대표 ▲평화시장 김한섭 우성사 대표 등이 선정됐다.

관광특구협의회는 글로벌 시대에 앞서가는 창의적 경영 마인드와 성실하고 친절함 자제로 고객맞이에 전념함으로써 쾌적한 쇼핑환경 조성하고 건전한 상거래 정착 및 외국인 관광객 유치 등 관광산업 활성화에 공이 큰 상인과 직원들을 매월 선정해 표창하고 있다.

서울패션위크 오는 22일 디지털로 만난다

서울컬렉션 28개 등 참가 브랜드 선정

아시아의 대표 패션 비즈니스 허브이자 세계 5대 패션위크로의 도약을 목표로 하는 '2021 F/W 서울패션위크' 참가 브랜드가 최근 선정, 발표됐다. 서울시가 오는 3월 22일부터 4월 4일까지 비대면 디지털 런웨이 및 트레이드쇼 방식으로 개최하는 이번 서울패션위크에는 서울컬렉션에 28개 브랜드, 제너레이션넥스트에 17개 브랜드, 트레이드쇼에 38개 브랜드가 참가한다.

'서울컬렉션'은 대한민국을 대표하는 정상급 디자이너들의 패션쇼이며, '제너레이션넥스트'는 독립브랜드 1년 이상에서 5년 미만의 신진디자이너들이 참가하는 패션쇼로 차세대 디자이너의 등용문 역할을 하고 있다. 트레이드쇼인 '제너레이션넥스트 서울'은 국내외 역량 있는 패션디자이너 브랜드와 국내외 바이어들과의 비즈니스 매칭을 통해 디자이너브랜드의 국내외 판로개척을 지원하고 있다.

서울컬렉션 참가 브랜드(대표)는 △디더블유에스컴퍼니(유현철) △바로크(이도연) △하나차 스튜디오(차하나) △곽현주컬렉션(곽현주) △르이(이승희) △가이에(김아영) △두칸(최충훈) △세인트 밀(명유석) △에이벨(김보민) △세세세(장윤경) △스튜디오성(이성훈) △카루소(장광호) △빅팍(박윤수) △석운 윤(윤석운) △슬링스톤(박종철) △미시지 컬렉션(지준희) △홀리넘버세븐(송현희) △얼킨(이성동) △비온드클로젯(고태용) △엔엔에이(황은나, 황은지) △비뮈에트(서병문) △라이(이정청) △시지엔 이(이서정) △파츠파츠(임선옥) △그리디어스(박윤희) △바이 디 바이(송부영) △에몽(김재현) △티백(조은애) 등이다.

지난해 10월 디지털로 열린 2021 S/S 서울패션위크 모습.



제너레이션넥스트에는 △악토버31(김선일) △피안(김현호) △줄라이칼럼(박소영) △로엑슈얼(서준혁) △마노드(임헌수) △프레노서울(이서윤) △페인터스(전원) △므:아므(박현) △아이스 가든(정소희) △rinjeon(전혜린) △유니케이(양윤정) △큐물레이트(김연성) △언놈(조원희) △엔수에(황은수) △파트오브유니버스(박청애) △김지수(김지수) △낫노잉(김시은) 등이 선정됐다. 트레이드쇼에는 비니에끄(이윤정), 줄리엔 데이지(유정은), 핑키라이언(오수환) 등 38개 브랜드가 참가한다.

서울시가 주최하는 서울패션위크는 지난해까지 서울디자인재단이 주관했으나 올해부터는 서울시 거점성장추진단 도시제조업거점반에서 운영을 맡는다.

작년 패션 온라인쇼핑 거래액 45조 4,976억

전년대비 7.5% 증가...전체 비중 28.2% 달해

코로나19 등의 영향으로 소비자들의 온라인 구매가 확대되면서 지난해 온라인쇼핑 거래액이 사상 최대인 약 161조 원에 달한 것으로 나타났다. 이중 패션 부문은 전체의 28.2%인 45조 5천억 원에 달했다. 소매판매액 중 온라인쇼핑 거래액 비중은 2019년 21.4%에서 지난해 27.2%로 5.8% 포인트 높아졌다.

통계청이 지난달 3일 발표한 '2020년 12월 및 연간 온라인쇼핑 동향'에 의하면 지난해 온라인쇼핑 거래액은 161조 1,234억 원으로 전년대비 19.1% 증가했으며, 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액은 108조 6,883억 원으로 24.5% 증가한 것으로 나타났다.

상품군별 온라인쇼핑 거래액은 문화 및 레저서비스(-69.3%), 여행 및 교통서비스(-53.3%) 등에서 감소했으나, 음식서비스(78.6%), 음·식료품(48.3%), 생활용품(44.1%) 등에서 증가했다.

상품군별 온라인쇼핑 거래액 구성비는 음·식료품(12.4%), 가전·전자·통신기기(11.8%),음식서비스(10.8%), 의복(9.5%), 생활용품(9.0%) 순으로 높았다.

패션 부문 온라인쇼핑 거래액은 45조 4,976억 원으로 전년대비 7.5% 증가했다. 이를 품목별로 보면 △의복 15조 3,416억 원(5.8%) △신발 2조 4,808억 원(17.0%) △가방 2조 6,572억 원(1.9%) △패션용품 및 액세서리 2조 2,534억 원(-11.3%) △스포츠·레저용품 5조 4,085억 원(29.3%) △화장품 12조 4,712억 원(0.7%) △아동·유아용품 4조 8,850억 원(22.0%)을 각각 기록했다.



패션산업협 제14대 회장에 한준석 회장 연임

한국패션산업협회는 지난 18일 섬유센터에서 이사회와 총회를 개최하고 2021년 사업계획 및 예산 등을 심의 통과시켰다.

패션산업협회는 이날 총회에서 코로나 팬데믹으로 인한 경기침체로 어려움을 겪고 있는 회원들의 부담을 덜어주고자 협회비를 50% 감면하는 조치를 시행하고, 회비 감면으로 축소된 재정에도 불구하고 회원을 위한 서비스 분야에 대한 지출은 더 확대하겠다는 의지를 밝혀 회원들의 기대감을 높였다.

아울러 정부사업 운영계획 발표를 통해 국내 패션 소비 진작, K-패션의 국내 유통 연계 및 글로벌 진출, 국내 제조기반의 스마트 업그레이드화, 디지털 생태계 적응력 제고를 목표로 정부 지원프로그램이 패션산업 현장에 실질적으로 도움이 되고, 회원에게도 이익이 될 수 있도록 운영할 계획임을 설명했다.

이날 총회에서는 2024년 2월까지 협회를 이끌어 나갈 제14대 회장으로 추대위원들의 만장일치로 추대된 한준석 회장 선임을 추인했다. 임시의장을 맡은 안윤정 추대위원장은 후보추천사를 통해 급변하는 산업환경에 패션산업을 빠르게 적응시켜 나가고 코로나 팬데믹으로 난관에 빠진 회원기업들의 권익을 보호 발전시킬 수 있는 후보를 추천했다고 전했다.

한준석 회장의 연임은 지난 3년간의 협회장 경험으로 회원기업들의 경영 정상화와 패션산업의 글로벌화를 성공적으로 이끌어 나갈 충분한 역량을 갖추고 있다는 점, 그리고 정부 및 관련 단체들과의 원활한 협력 관계를 구축하고 있다는 점이 단체장의 역할론에서 높은 평가를 받은 것으로 보인다.

소감을 밝히는 자리에서 한 회장은 "협회는 패션산업을 대표해 산업의 위상을 높이기 위한 노력을 충실히 수행하는 한편, 새로운 디지털 생태계에서도 회원사들이 지속 번영할 수 있도록 필요한 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다.



무신사, 중소 패션 브랜드 상생 방안 확대

동반성장 지원금 399억 돌파

온라인 패션 플랫폼 무신사(대표 조만호)가 무신사 스토어에 입점한 중소 패션 브랜드 지원 프로그램을 확대해 상생 경영에 속도를 낸다.

무신사는 지난달 2일 공정거래위원회가 주최한 '유통-납품업계의 재도약을 위한 상생 협약식'에 온라인 패션 플랫폼 대표로 참석해 입점 브랜드 상생 방안을 논의했다. 웨비나 형식으로 진행된 이번 협약식에서 입점 브랜드 △생산자금 지원 △대금 조기 지급 △외상매출채권 담보대출 △관측 행사 지원을 약속했다. 협약식에 참여한 온라인몰 운영사 중 입점사를 대상으로 생산자금 지원 프로그램을 실시하는 것은 무신사가 유일하다.

먼저 무신사는 2015년부터 진행한 '동반성장 프로젝트'를 연내에도 확대해 실시한다. 동반성장 프로젝트는 브랜드가 안정적으로 생산 및 마케팅 활동에 집중할 수 있도록 무이자로 다음 시즌 생산 자금을 빌려주는 대표적인 무신사 상생 프로그램이다. 2018년부터는 지원금 규모를 매년 40% 이상 확대했고, 2020년 F/W 시즌까지 120여 개 브랜드를 대상으로 399억 원을 지원했다. 올해 봄·여름(SS) 시즌에도 지원 브랜드 수와 규모를 확대해 진행할 계획이다.

입점한 브랜드가 자금을 원활하게 유통할 방안도 강화한다. 먼저 올해부터 무신사 스토어에 입점한 전체 브랜드를 대상으로 '정산 대금 조기 지급'을 정례화했다. 정산일을 기존보다 15일 앞당겨 전월 판매 대금을 매월 10일에 지급한다.

무신사의 신용으로 대출한도를 확보해 중소 브랜드에 매출 담보 대출을 지원하는 '선정산 프로그램'도 확대한다. 선정산 프로그램은 무신사와 연계한 금융



회사가 입점사에 정산금을 먼저 지급하고, 향후 실제 정산일에 무신사가 금융 회사에 대금을 상환하는 프로그램이다. 입점 브랜드는 매주 정산 예정액의 일부를 무신사의 신용도에 상응하는 최소한의 금융 비용으로 미리 지급받을 수 있기 때문에 자금 유동성을 확보하게 됐다.

또한 중소 패션 브랜드를 알리기 위한 '옥외 디지털 광고 지원'도 지속한다. 무신사는 2018년부터 강남대로, 도산공원, 홍대 입구 등 서울 주요 지역에서 옥외 광고 구좌를 운영하고, 입점 브랜드를 대상으로 광고 서비스를 제공하고 있다. 올해도 입점 브랜드의 인지도를 높이고 매출 상승에 기여할 수 있도록 적용 대상과 제공 범위를 확대할 계획이다.

통합 관리 솔루션 '비플로우' 패션 소상공인 돕는다

오픈마켓 쿠폰비용 등 지원

브리치(대표 이진욱)의 패션 전문 통합 관리 솔루션 '비플로우'가 코로나19 사태로 고통 받고 있는 소상공인 패션 셀러들을 위한 상생 프로젝트 강화에 나서고 있다.

동대문 패션 아이템을 유통하는 쇼핑몰 특성상 현금흐름과 트래픽 높은 판매채널의 확보가 무엇보다 중요하다. 이에 따라 '비플로우'는 오픈마켓 쿠폰 비용 지원은 물론 판매대금 선정산 서비스, 솔루션 이용료 무료 이벤트 등 다양한 지원 이벤트를 진행하고 있다.

'비플로우'는 패션 셀러들의 판매촉진과 프로모션 비용을 덜어주기 위해 오픈마켓 쿠폰 비용을 지원하고 있다. 외부채널의 프로모션을 진행하고 싶지만, 마진이 적은 소호몰 특성상 쿠폰비용을 100% 감당하는 것은 현실적으로 부담이 크다. 이로 인해 비교적 규모가 작은 셀러들은 평소 이런 외부채널 프로모션을 진행하는 것을 엄두도 못 내는 상황. 이러한 소상공인들을 위해 '비플로우'가 프로모션 쿠폰 비용의 50%를 지원해 주기로 하고, 소규모 셀러들이 실제로 매출을 증대하는 데 도움을 준다는 방침이다.

'선정산 서비스'는 패션셀러들의 가장 큰 고민거리인 결제 대금을 정산일까지 기다리지 않고 미리 지급받을 수 있는 서비스다. 종합몰, 소셜커머스, 오픈마켓 등 어떤 채널에서 판매하든 각기 다른 정산일 때문에 매월 고정적으로 지출



되는 인건비, 상품 사입 비용 등을 감당하는 것은 패션셀러들에게 영원한 골칫거리다. '선정산 서비스'는 이러한 패션셀러의 고정비용에 대한 부담을 해결해 주고, 안정적인 사업을 운영할 수 있도록 지원하고 있다. 신청 과정 또한 간편하다. 셀러가 '비플로우 1대1 문의하기' 게시판에 선정산 신청한다는 글을 남기면 선정산 대금을 지급한다.

패션 전문 통합 관리 솔루션 '비플로우'는 한 번의 상품등록으로 14개의 외부채널에 상품을 연동해 주고, 주문건 수집 및 CS도 한곳에서 진행할 수 있는 서비스다. 보통 외부채널 통합 관리 솔루션은 유료로 제공하며, 실질적인 매출이 일어나지 않

아도 이용료를 지출해야하는 부담이 있다. '비플로우'는 이러한 셀러들의 비용적인 부담을 덜기 위해 '서비스 이용료 무료화'를 선언했다. 실질적으로 셀러들의 수익에 도움이 될 수 있는 거래액이 발생하기 전까지 서비스 이용료를 무료화해 셀러들과 함께 성장할 수 있는 구조를 구축하기 위함이다. '플러스 플랜'과 'VIP 플랜' 두 가지 요금제에 한해 첫 달 무료 체험을 제공하고, 안정적인 매출이 발생할 때까지 서비스 이용료는 평생 무료다.

디자이너-샘플·패턴 집적지 연결 사업 샘플·패턴 맛집

디자이너님! 샘플·패턴실 찾고 계신가요?
전문 분야별 실력있는 업체가 궁금하신가요?
의류 제작 의뢰 관련 상담이 필요하신가요?
온라인으로 바로 의뢰·결제·생산까지 손쉽게!

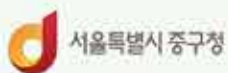


WWW.SPHOTSPOT.COM



문의

중구의류패션지원센터
서울시 중구 청구로6길 52 청구파크뷰 1층
02-2254-3635
WWW.JFCENTER.CO.KR



모집요강

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

※ 동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

ARENA JEANS(여성복)

주간/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/3월24일/010-3527-4241/asphalt_247@naver.com

제일평화(여성복)

주간/정규직/무관/없음/2년 이상/3월24일/010-7750-3437/h_suho9416@naver.com

퀸즈스퀘어 5층(여성복)

야간/정규직/여/1996년생 이상/2년 이상/3월24일/010-2437-1986/vivigoeun1986@naver.com

REPELLER(여성복)

야간/정규직/남/2000년생 이상/1년 이상/3월24일/010-5768-1408/sujan7674@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/1982년생 이상/5년 이상/3월24일/010-2791-0991/shy805@hanmail.net

제이엘(여성복)

주간/정규직/여/1991년생 이상/5년 이상/3월24일/010-4537-7990/joojae0726@naver.com

퀸즈스퀘어(여성복)

무관/정규직/무관/없음/1년 이상/3월24일/010-8805-1402/kk_jeong86@naver.com

코인&여클락(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/3월24일/010-8252-4900/ermiyan@naver.com

인디핑크(토탈)

주간/정규직/여/1984년생 이상/무관/3월24일/010-9143-9965/bizbis@naver.com

apM(여성복)

주간/정규직/여/2002년생 이상/1년 이상/3월24일/010-8765-1577/ssemiennne@naver.com

apM 2층(여성복)

주간/정규직/여/1995년생 이상/5년 이상/3월23일/010-8767-7363/minam5266@naver.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/3월23일/010-2583-5252/rotten666@naver.com

퀸즈스퀘어 2층(여성복)

야간/정규직/무관/없음/무관/3월31일/010-3226-8757/pej4709@nate.com

DWP(캐주얼)

주간/정규직/여/없음/2년 이상/3월31일/010-2086-4012/geuni90@naver.com

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/3년 이상/3월22일/010-6666-7702/ruhhot00@naver.com

OFNOTE(여성복)

주간/정규직/여/없음/3년 이상/3월21일/010-7703-3795/OFNOTE19@gmail.com

apM릭스(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/2년 이상/3월21일/010-3187-8137/jw8137@naver.com

패션링크(남성복)

주간/아르바이트/무관/없음/3년 이상/3월21일/010-4965-1666/shgjswns@naver.com

여성복 전문(여성복)

무관/정규직/여/없음/무관/3월21일/010-3356-0118/bzl45@naver.com

스네치(남성복)

야간/정규직/남/1999년생 이상/무관/3월31일/010-8200-2694/limjaeyoung13@hanmail.net

에이치(여성복)

주간/정규직/여/2000년생 이상/3년 이상/3월31일/010-9072-2504/huncky@naver.com

apM플레이스 113호(토탈)

주간/정규직/여/1992년생 이상/1년 이상/3월21일/010-7195-3073/info@statement.kr

디오트 4층(여성복)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/3월20일/010-9064-5622/ppark5620@hanmail.net

디오트 반안트리(여성복)

야간/정규직/남/1990년생 이상/1년 이상/3월20일/010-2657-3314/baby50-2@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/아르바이트/여/1986년생 이상/4년 이상/3월20일/010-4723-9612/juju4210@gmail.com

apM 2층(토탈)

무관/정규직/여/1996년생 이상/1년 이상/3월20일/010-4366-0822/dngurqls@naver.com

제일평화(토탈)

무관/아르바이트/무관/없음/무관/3월20일/010-9038-3773/lsy820630@naver.com

레브시티(여성복)

주간/정규직/여/1992년생 이상/3년 이상/3월20일/010-5018-4233/revecite111@naver.com

판매사원

디오트(캐주얼)

야간/정규직/남/1996년생 이상/무관/3월24일/010-8813-8599/kil3802@gmail.com

디오트 2층

무관/정규직/여/2001년생 이상/무관/3월24일/010-3264-4885/sinshi@nate.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/3월24일/010-8994-7845/reallyidea@naver.com

THEY(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/3월24일/010-4751-6821/APM.THEY@gmail.com

apM 지하1층(여성복)

야간/정규직/여/1996년생 이상/1년 이상/3월24일/010-4321-7575/urbanecloth@naver.com

컴온(토탈)

야간/정규직/무관/1986년생 이상/2년 이상/3월24일/010-5257-0162/nyj85@naver.com

디오트 1층(여성복)

무관/정규직/남/1992년생 이상/무관/3월24일/010-4656-9576/mjshop123@naver.com

apM RAUSCH(여성복)

야간/정규직/여/1988년생 이상/3년 이상/3월24일/010-9182-4545/chill_dew@naver.com

디오트 3층(캐주얼)

야간/정규직/여/없음/무관/3월23일/010-9943-1486/ori-business@naver.com

apM 2층(여성복)

야간/정규직/무관/1995년생 이상/무관/3월23일/010-8767-7363/minam5266@naver.com

디오트(토탈)

야간/정규직/남/1998년생 이상/1년 이상/3월23일/010-4702-7374/line22c@naver.com

데일리레베(아동복)

야간/정규직/무관/1989년생 이상/무관/3월22일/010-8996-5392/leejunho07@naver.com

디오트(다이마루)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/1년 이상/3월22일/010-2053-6127/lilymj2126@naver.com

레이어(남성복)

야간/정규직/남/없음/1년 이상/3월21일/010-9699-1161/apm734@naver.com

VEGETABLE

야간/정규직/남/1994년생 이상/무관/3월21일/010-5323-4766/daabiinii@gmail.com

디오트 3층(토탈)

야간/정규직/무관/없음/무관/3월19일/010-8941-6223/minnie1210@naver.com

디오트(캐주얼)

야간/정규직/여/없음/1년 이상/3월21일/010-8804-7245/panmal@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/여/2000년생 이상/신입/3월31일/010-9956-8272/rhlehwkssl12@naver.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/1970년생 이상/1년 이상/3월21일/010-8887-2260/1916hy@naver.com

이안(토탈)

야간/정규직/여/2001년생 이상/무관/3월20일/010-3852-7290/olljw@hanmail.net

조쉬엔제이(엑세서리)

야간/정규직/여/1996년생 이상/1년 이상/3월20일/010-3383-6665/help@joshnj.com

제일평화(여성복)

야간/정규직/여/1983년생 이상/무관/3월20일/010-4040-0988/airenkim@naver.com

디오트(데님)

야간/정규직/무관/1983년생 이상/무관/3월20일/010-9465-6681/hunboysgo@naver.com

apM플레이스

야간/정규직/여/없음/3년 이상/3월20일/010-3123-1248/yewwwwon@gmail.com

디오트(토탈)

야간/정규직/무관/1995년생 이상/무관/3월20일/010-7319-1112/skdi1112@hanmail.net

Ailla(남성복)

야간/정규직/남/없음/무관/3월31일/010-5585-6131/lebych85@naver.com

apM(여성복)

야간/정규직/무관/1993년생 이상/무관/3월19일/010-7259-1513/objet701@naver.com

방문자 수 급감... 무신사 700만 명대 그쳐

패션 온라인 쇼핑몰 1월 순위 및 방문자 수

지난 1월 패션업체 온라인 쇼핑몰 방문자 수가 전월에 비해 급감한 것으로 나타났다. 이는 연말 성수기가 끝나면서 패션업체들이 각종 프로모션을 줄인 가운데 사회적 거리두기 2.5단계 유지 등으로 소비자들이 의류 구매를 자제했기 때문으로 풀이된다.

본지가 국내 홈페이지 랭킹 순위 사이트인 코랭킹닷컴(www.koranking.com)의 협조를 받아 조사한 '1월 패션 온라인 쇼핑몰 순위'에 의하면 100위권 쇼핑몰 중 약 90%가 글로벌 랭킹이 하락했다. 전년 같은 기간에 비해서도 방문자 수가 크게 줄어 오프라인에 이어 온라인 매출도 타격을 입었을 것으로 보인다.

방문자 수와 검색량, 체류 시간 등을 종합적으로 평가해 매긴 패션 부문 글로벌 랭킹 1~10위는 무신사, 패션플러스, 이랜드몰, 하프클럽, SSF샵, 스타일난다, 더블유컨셉, 29cm, 에이블리, 코오롱몰 순으로 조사됐다. 12월에는 무신사, 하프클럽, 패션플러스, 29cm, 더블유컨셉, SSF샵, 이랜드몰, 아디다스, 스타일난다, 임블리 순이었다. 전월과 비교했을 때 패션플러스, 이랜드몰, 에이블리, 코오롱몰 등이 순위가 올랐다.

방문자 수는 무신사가 약 700만 명으로 가장 많았다. 하지만 11월 1,200만 명,

12월 1,000만 명에 비해 방문자 수가 크게 줄었다. 전년 같은 기간 1,000만 명에 비해서도 크게 감소한 것이다. 이어 에이블리 150만 명, 하프클럽 140만 명, 이랜드몰 138만 명, 스타일난다 130만 명 등의 순을 보였다. 이들 역시 전월에 비해 방문자 수가 크게 줄었다.

취급 부문별로는 전체적으로 하락세를 보여 뚜렷한 상승세를 나타낸 곳이 없었다. 쇼핑몰별로는 스타일난다, 에이블리, 잭시믹스, 물리안, 널디, 페플, 블랙야크, 아이스타일24, 메이비메이비 등이 각 부문에서 선전했다.

취급 부문별 1위는 브랜드여성리류는 스타일난다(9위→6위), 여성리류는 에이블리(12→9위), 남성리류는 페플(70위→38위), 종합스포츠브랜드는 아디다스(8위→16위), 아웃도어는 칸투칸(19위→15위), 피트니스웨어는 잭시믹스(20위→12위), 여성화는 사뽀(43위→42위), 빅사이즈리류는 핫핑(16위→14위), SPA브랜드는 지오다노(116위→89위), 신발은 슈마커(82위→49위), 아동복은 보리보리(64위→79위), 속옷은 뽕브라몰(60위→72위), 가방은 백스테이(59위→45위), 패션잡화는 널디(102위→36위) 등이 차지했다. 피트니스웨어와 패션잡화를 제외하면 선두에는 변동이 없었다.

이번 조사는 랭킹닷컴에 등록된 2천여 개 패션 쇼핑몰을 해외 웹 분석 사이트 시밀러웹을 통해 순위를 매긴 결과다. 글박우혁

패션 온라인 쇼핑몰 순위 (※ 1월 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	5,919	-1,890	138	-42	6,902,575	브랜드종합리류
2	패션플러스	fashionplus.co.kr	27,022	-4,824	454	-36	1,239,103	브랜드종합리류
3	이랜드몰	elandmall.com	28,780	-3,953	516	-9	1,388,550	종합패션브랜드
4	하프클럽	halfclub.com	29,074	-15,854	491	-234	1,402,990	브랜드종합리류
5	SSF샵	ssfshop.com	30,850	-7,096	562	-84	1,215,428	브랜드종합리류
6	스타일난다	stylenanda.com	31,712	903	1,523	316	1,300,552	브랜드여성리류
7	더블유컨셉	wconcept.co.kr	33,339	-9,948	653	-147	1,210,562	브랜드종합리류
8	29cm	29cm.co.kr	36,710	-14,305	634	-198	1,014,514	브랜드종합리류
9	에이블리	a-bly.com	39,011	1,354	649	99	1,517,720	여성리류
10	코오롱몰	kolonmall.com	50,065	-8,953	849	-87	877,086	브랜드종합리류
11	LF몰	lfmall.co.kr	51,908	-13,867	869	-158	774,677	브랜드종합리류
12	잭시믹스	xexymix.com	55,944	1,511	1,008	138	948,769	피트니스웨어
13	SV빌리지	svillage.com	58,813	-15,590	965	-161	588,638	브랜드종합리류
14	핫핑	hotping.co.kr	63,832	-18,197	1,038	-193	668,401	빅사이즈리류
15	칸투칸	kantukan.co.kr	65,910	-10,812	1,073	-65	820,836	아웃도어
16	아디다스	shop.adidas.co.kr	70,694	-38,910	1,151	-541	387,196	종합스포츠브랜드
16	뉴발란스코리아	nbkorea.com	74,878	-791	1,263	64	449,191	종합스포츠브랜드
18	더한성닷컴	thehandsome.com	80,465	-22,534	1,317	-227	338,163	브랜드종합리류
19	브랜드	brandi.co.kr	83,229	-17,289	1,430	-244	436,030	여성리류
20	츄	chuu.co.kr	83,794	-14,031	6,148	-568	471,659	브랜드여성리류
21	밀크코코아	milkcocoa.co.kr	83,917	-21,876	3,983	-46	440,357	여성리류
22	안다르	andar.co.kr	88,409	-44,625	1,591	-779	601,499	피트니스웨어
23	물리웨어	mulaware.com	89,229	-35,519	1,428	-452	642,518	피트니스웨어
24	아뜨랑스	atlrans.co.kr	89,438	-14,157	1,458	-72	411,744	여성리류
25	임블리	imvely.com	91,849	-56,634	1,758	-1,087	760,087	브랜드여성리류
26	안나키즈	annakids.co.kr	98,786	-1,837	1,576	168	324,264	여성리류
27	케이투	k2.co.kr	102,540	-23,815	1,626	-214	422,946	아웃도어
28	다바걸	dabagirl.co.kr	109,510	-55,319	1,848	-856	369,409	여성리류
29	아이스타일	istockmall.com	110,211	-46,332	1,744	-602	343,358	브랜드종합리류
30	물리안	moulian.com	113,032	46,921	1,778	1,300	179,473	여성리류
31	노스페이스	thenorthfacekorea.co.kr	116,014	-31,551	1,943	-349	219,297	아웃도어
32	나인	nain.co.kr	117,896	-10,916	1,942	23	420,334	브랜드여성리류
33	제이스타일	jstyleshop.net	118,281	-26,064	2,124	-349	384,529	빅사이즈리류
34	서울스토어	seoulstore.com	119,535	-46,214	1,934	-619	376,261	여성리류
35	육육걸즈	66girls.co.kr	124,028	-47,750	2,009	-637	256,805	빅사이즈리류
36	널디	whoisnerdy.com	125,744	59,995	8,951	-4,381	542,763	패션잡화브랜드
37	힐라코리아	fila.co.kr	131,015	-42,350	2,370	-653	309,583	종합스포츠브랜드
38	페플	fairplay142.com	136,234	4,598	2,245	414	310,614	남성리류
39	그레이시크	graychic.co.kr	138,350	-19,840	2,266	-47	297,030	여성리류
40	블랙야크	blackyak.com	138,453	57,820	2,398	1,705	251,591	아웃도어
41	아이디룩몰	idlookmall.com	150,534	-14,557	2,438	126	174,005	브랜드여성리류
42	사뽀	sappun.co.kr	155,515	-50,130	2,542	-594	317,128	여성화
43	러브패리스	loveparis.net	157,018	-53,834	2,620	-730	278,793	여성리류
44	슈퍼스타아이	superstari.co.kr	159,323	-21,998	2,622	-47	253,924	남성리류
45	백스테이	bagstay.co.kr	159,531	-32,750	2,628	-231	305,001	가방
46	썬데이	ssumj.com	160,141	-55,165	2,706	-746	249,137	여성리류
47	저스트원	justone.co.kr	163,002	-77,866	2,727	-1,183	227,557	여성리류
48	난닝구	nanning9.com	170,452	-15,865	3,586	-89	207,497	브랜드여성리류
49	슈마커	shoemarket.co.kr	170,738	-17,475	2,822	93	102,415	신발
50	캔마트	canmart.co.kr	175,790	-59,318	3,489	-1,152	184,967	여성리류

순위	쇼핑몰 이름	홈페이지 주소	글로벌 랭킹	증감	국내 랭킹	증감	월 방문자수(명)	취급 부문
51	갠소	gaenso.com	176,269	-43,153	2,904	-391	229,973	여성리류
52	패션풀	fashion-full.com	177,567	-66,964	3,348	-1,230	239,268	여성리류
53	프롬비깅	beginning.kr	180,145	-51,640	2,950	-521	228,098	여성리류
54	데일리룩	dailylook.kr	181,866	-87,146	2,967	-1,255	234,619	여성리류
55	커먼유니크	common-unique.com	182,097	-47,057	3,465	-604	175,525	여성리류
56	클릭엔펀니	clicknfunny.com	182,363	-86,942	2,994	-1,267	200,603	여성리류
57	아이스타일24	istyle24.com	182,411	-23,113	3,098	100	180,997	브랜드종합리류
58	힙합퍼터컴	hiphoper.com	183,165	-71,138	3,061	-991	210,496	종합패션브랜드
59	디스커버리익스페디션	discovery-expedition.com	186,022	-79,034	3,063	-1,093	176,908	아웃도어
60	시크릿라벨	secretlabel.co.kr	186,406	-92,476	3,102	-1,426	183,260	여성리류
61	메이비메이비	maybe-baby.co.kr	188,804	-23,660	3,133	135	195,473	여성리류
62	시크헤라	chichera.co.kr	190,870	-80,613	3,221	-1,172	199,779	여성리류
63	레미테	lemite.com	190,970	-93,813	3,115	-1,370	181,272	브랜드여성리류
64	메이블루	mayblue.co.kr	191,490	-81,057	3,147	-1,120	209,362	여성리류
65	베니토	benito.co.kr	194,074	-63,461	3,214	-724	209,511	여성리류
66	딘트	dint.co.kr	199,651	-69,643	3,687	-1,094	220,402	여성리류
67	소녀나라	sonyunara.com	201,270	-75,256	3,519	-1,052	142,545	여성리류
68	룸팩커	roompacker.co.kr	202,468	-93,024	3,326	-1,318	159,385	여성리류
69	인동FN	idfmall.co.kr	202,526	-82,109	3,373	-1,108	88,356	브랜드여성
70	로미스토리	romistory.com	202,869	-35,557	3,293	-79	138,541	여성리류
71	리린	leelin.co.kr	206,979	-115,745	3,448	-1,827	177,388	여성리류
72	뽕브라몰	bbongbra.co.kr	208,420	-81,389	3,396	-1,010	210,876	속옷
73	폴더스타일스토어	folderstyle.com	211,259	8,761	3,547	1,739	122,724	신발
74	마지아룩	mazia.kr	213,399	-25,145	3,487	193	165,010	여성리류
75	마리오몰	mariomall.co.kr	216,980	-62,431	3,565	-579	172,212	브랜드종합리류
76	네파	nepamall.com	221,354	-97,222	3,618	-1,191	200,214	아웃도어
77	조아맘	joamom.co.kr	221,733	-58,312	4,063	-859	161,463	여성리류
78	민스샵	minshop.com	222,554	-69,560	3,767	-828	176,734	여성리류
79	보리보리	boribori.co.kr	223,441	-91,852	3,670	-1,172	154,477	아동복
80	디스이즈네버댓	thisisneverthat.com	230,408	-76,148	11,728	-5,616	155,987	패션잡화브랜드
81	리리엔코	ririnco.com	231,570	-79,329	3,795	-915	187,970	빅사이즈리류
82	공꾸우먼	09women.com	232,533	-72,327	3,811	-509	128,618	빅사이즈리류
83	마이더스비	midasb.co.kr	242,093	-99,538	3,998	-1,306	140,176	여성리류
84	제이키즈	jkids.co.kr	242,483	-15,266	3,993	508	242,618	아동복
85	언더아머	underarmour.co.kr	244,109	-41,605	4,208	-222	110,657	종합스포츠브랜드
86	바바더닷컴	babathe.com	245,302	-101,333	4,069	-1,359	118,299	브랜드여성리류
87	뽕뽕	mombbe.co.kr	245,570	-59,261	4,155	-526	153,755	여성리류
88	모코블링	mocobling.com	245,870	-90,679	4,142	-1,149	182,622	여성리류
89	지오다노	giordano.co.kr	246,819	-39,377	4,095	-2	89,812	SPA브랜드
90	엘가노벨버	elganovember.com	249,881	-82,086	4,120	-895	150,809	남성리류
91	홀리콜릭	holicholic.com	252,079	-20,152	4,312	285	145,954	여성리류
92	컨버스	converse.co.kr	253,595	-31,854	4,818	360	118,210	종합리류
93	어라운드더코너	aroundthecorner.com	256,988	-85,118	4,355	-979	144,725	종합패션브랜드
94	제이예스티나	jestina.co.kr	257,815	-112,275	4,646	-1,838	111,440	패션잡화브랜드
95	도로시와	dorosiva.co.kr	260,457	-65,221	4,811	-734	99,431	속옷
96	젬마월드	zemmaworld.com	263,059	-49,555	4,380	-144	111,990	여성리류
97	크루비	crewbi.com	267,693	-115,418	4,597	-1,602	124,927	종합리류
98	도드리	dodry.net	269,710	-47,266	4,458	-59	120,488	여성리류
99	코오롱스포츠	kolonspport.com	271,306	-14,255	5,396	60	132,162	아웃도어
100	조셉앤스태이시	josephandstacey.com	275,395	-132,387	4,936	-2,155	145,269	패션잡화브랜드

엠스타일

엠스타일은 이동식 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 30년 경력의 이 대표는 유명 브랜드 기업의 패턴사로 활동한 뒤 자체 패턴 업체를 운영하고 있다. 패션브랜드 기업, 동대문 도매시장, 프로모션과 협력하며 여성정장을 비롯해 여성복 패턴 제작을 진행하고 있다.

■설립연도 2009년 ■연락처 010-4265-3126 ■주소 다산로39길 1, 홍익빌딩 305호 ■업태 패턴 ■주생산품목 여성정장 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션



우진기획



우진기획은 김귀덕 대표가 이끄는 패턴 전문업체이다. 여성 브랜드 기업과 내셔널 브랜드에서 35년 경력을 쌓은 김 대표는 토털 패션의 패턴 제작을 진행하고 있다. 동대문 도매시장을 포함해 인터넷 쇼핑몰 등의 업체와 협력하며 여성복 패턴을 특화품목으로 내세우고 있다.

■설립연도 2003년 ■연락처 010-9353-5525 ■주소 퇴계로 398, 502호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰

연패턴

연패턴은 임지연 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 임 대표는 브랜드 소속 패턴사로 활동하다가 연을 개업했다. 2013년 모델리스트 콘테스트에서 패턴 부문을 수상했다. 패션브랜드, 디자이너 브랜드 등 다양한 업체와 협력하고 있다. 토털패션의 패턴 제작이 가능하며 특히 여성복 패턴을 특화품목으로 제작하고 있다.

■설립연도 2012년 ■연락처 010-9488-67877 ■주소 퇴계로 73길 10, 흥인빌딩 1001호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 디자이너 브랜드, 동대문 도매시장, 수출회사, 인터넷 쇼핑몰



유피인터내셔널



유피인터내셔널은 김근균 대표가 이끄는 패턴 전문업체이다. 1992년부터 패션업계에 종사한 김 대표는 패턴사 2인과 함께 작업하고 있으며, 수 패턴과 캐드 패턴을 혼용하고 있다. 인터넷 쇼핑몰 등의 패턴 제작을 맡고 있다.

■설립연도 2016년 ■연락처 010-6337-7776 ■주소 다산로 240, 동원빌딩 407호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 토털 ■주거래처 패션브랜드 기업, 수출회사, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션

올에이기획

올에이기획은 패턴사 김재일 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 패션브랜드 기업에서 오랫동안 재직해 온 김 대표는 남·여성복 패턴 제작을 특화품목으로 하고 있다. 국가 대표 유니폼 패턴 제작 등의 경력을 갖고 있다. 홈쇼핑, 동대문 도매시장, 프로모션과 주로 거래하고 있다.

■설립연도 2007년 ■연락처 010-9109-5695 ■주소 퇴계로 74길 21-5, 1층 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 동대문 도매시장, 홈쇼핑, 프로모션



이룸



이룸은 25년 경력의 장원조 대표가 이끄는 패턴 전문업체이다. LG패션 등 굵직한 브랜드이 패턴사로 재직하던 뒤 자체 패턴실 이룸을 개업했다. 특화품목으로 원피스를 비롯한 여성복을 내세우고 있다.

■설립연도 2018년 ■연락처 010-5575-3277 ■주소 을지로45길 46, 동대문패션비즈니스센터 203호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 디자이너 브랜드, 동대문 도매시장, 인터넷 쇼핑몰

우경

우경은 신현우 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 신 대표는 스포츠 브랜드와 캐주얼 브랜드 소속 패턴사로 재직 후 독립한 30년 경력의 패턴사이다. 골프웨어, 캐주얼웨어, 스포츠 의류가 특화품목이다. 패션브랜드기업, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션과 협력하고 있다.

■설립연도 2019년 ■연락처 010-8861-6843 ■주소 다산로39길 1, 홍익빌딩 306호 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 캐주얼, 스포츠웨어 ■주거래처 패션브랜드 기업, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션



이리스

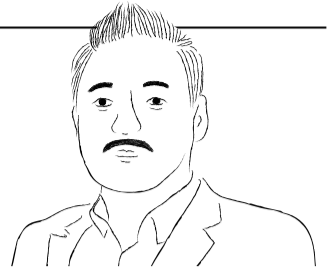


이리스는 김기현 대표가 운영하는 패턴 전문업체이다. 여성리류 브랜드에서 패턴사로 오랫동안 활동해 온 김 대표는 2014년 이리스를 개업했다. 여성복과 남성복의 정장류 패턴을 특화품목으로 제작하며, 패션브랜드 기업, 인터넷 쇼핑몰과 주로 협력하고 있다.

■설립연도 2014년 ■연락처 010-9415-9723 ■주소 퇴계로 381-1, 2층 ■업태 패턴 ■주생산품목 토털패션 ■특화품목 여성복, 남성복 ■주거래처 패션브랜드 기업, 인터넷 쇼핑몰, 프로모션

이철영의 동대문 이야기⑫ - 끝

동대문은 지금의 코로나 위기도 슬기롭게 헤쳐 나갈 수 있을 것이다

이철영
(한국섬유소재연구원 전문위원 · 전 아드인 부사장)

요즘 섬유 제조업체에 다녀보면 일이 없어 한숨 섞인 얘기들뿐이다. 몇 십 년을 몸담고 일해 왔지만, 지금처럼 이렇게 최악인 경우는 없었다고 한다. 그러면서 동대문시장이 죽었으니 덩달아 자신들에게도 피해가 크고 일할 맛이 안 나고 의욕조차 없다고 말한다.

사실 동대문시장이 이렇게까지 곤두박질 칠 줄은 상상도 하지 못했다. 물론 몇 년 전부터 우리나라가 사드 배치를 확정하자 중국의 보복 조치로 한국 관광을 금지하면서부터 동대문으로 유입되는 요우커 등이 줄고, 태국과 베트남 등 동남아인들의 발길이 감소하면서 상권 자체가 침체해지기 시작했지만, 무엇보다 지난해 초 발생한 코로나19 여파로 직격탄을 맞았다.

얼마 전 동대문종합시장에서 몇 십 년째 원단 사업하고 계시는 분을 비롯해 지인들과 저녁식사를 했다. 과거 동대문과 현재 섬유산업의 전반적인 상황들에 대해 얘기를 나누었는데, 이제는 우리 시대로 섬유 패션산업이 끝나지 않겠냐는 매우 우려 섞인 말들이 많았다. 본인들도 현재 중국에서 옷을 만들고 있고, 베트남에서 제조업을 하고 있는데, 국내 섬유산업과 옷 시장 규모가 중국, 베트남과 비교할 때 상대가 되지 않는다는 얘기들이다.

현재 우리나라에서는 섬유 관련 제조시설 및 투자가 전혀 없는 반면 중국이나 베트남 등에서는 국가 기관에서의 지원 자체가 매우 크고 섬유산업이 활발하게 움직이고 있다고 한다. 하지만 중국 역시 인건비 상승으로 섬유산업이 기로에 서 있으며, 이제는 인도네시아, 인도, 아프리카 등지로 이동한다는 말도 했다.

지금 동대문시장에는 중국의 한한령보다 더 무서운 것이 새로운 신제품이 나오지 않는다는 것이다. 원단사업 하는 사업주나 옷 판매하는 대표들도 할 말은 있다. “원단 만들어 놓고 옷 만들어 놔 봐야 재고만 생기고 손님도 오지 않는데 무슨 수로 개발을 하나?” 라는 반문을 하곤 한다. 앞서 말했듯이 이제 중국 제품은 국내 제품과 비교해도 전혀 뒤쳐지지 않는다. 품질 면에서 국내 제품보다 더 뛰어난 제품도 부지기수이다. 가격은 말할 것도 없다.

코로나19로 섬유산업은 전반적으로 위기를 맞고 있다. 중추적 역할을 하고 있는 동대문시장 역시 극심한 몸살을 앓고 있다. 그러면 이 위기를 어떻게 극복해야 할까?

동대문에서 청바지를 만드는 한 업체를 소개한다. 이 업체 대표는 젊어서부터 봉제공장에서 일을 배우기 시작해 20~30년 동안 청바지만을 만들어 주문을 받아 납품을 하고 있고, 몇 년 전 부터는 일부 아는 지인들과 SNS를 통해 자체 판매를 하고 있다.

이 업체 대표는 나이 든 60대 중년들이 편안하게 입을 수 있는 청바지를 만드는 것을 사명처럼 생각하고 있었다. 청바지는 젊은 층부터 노인들까지 남녀 노소 구분하지 않고 누구나 즐겨 입는 옷이다. 그러나 옷 디자인 자체가 젊은 층 옷에 치우쳐 있다 보니



나이 든 어른들은 젊은이들의 바지를 입기도 좀 그렇고, 점잖게 입으려니 태가 나지 않고 해 중년 이상을 위한 청바지를 신체에 맞게 디자인 해 제공하고 있다. 여기에 향수를 느끼기 위해 벨트도 본인 나름대로 가죽으로 디자인해 세트로 제공하고 있다. 물론 틈새시장을 겨냥한 아이디어 상품이라 할 수 있다.

그런데 중요한 것은 이 업체 대표가 몇 년 전부터 전국의 패션 메이커를 꿈꾸는 청년들을 초청하고 연수시켜 창업 활동을 하고 있다는 것이다. 원래는 도시 재생 사업의 일환으로 시작되었지만 봉제 기반인 창신동에서 봉제전문가와 패션디자인을 꿈꾸는 젊은 학생들을 선발해 산업현장 체험과 실무교육을 중심으로 일거리 창출, 지역경제 활성화, 일감 확보 현장교육을 할 수 있는 계기가 만들어졌다고 볼 수 있다.

주로 섬유 패션디자인과 학생들과 졸업생 등 열정 있는 청년들을 16명씩 선발해 6개월 정도 데님의 특화와 창업 마케팅 과정으로 운영되고 있으며, 봉제산업의 특성과 동대문시장과 관련해 섬유 교육을 시키고 동대문종합시장에서의 원단 구입부터 재단하고 봉제까지 산업현장의 실무교육 위주의 방식으로 교육을 실시하고 있다.

교육 수료 후 데님 지식을 갖춘 디자이너들이 실력과 경험을 바탕으로 공동 창업해 창조적이고 참신한 아이디어로 청지 데님으로 새로운 디자인을 제작하고 있다. 현재 이들이 상품기획부터 디자인, 생산, 홍보까지 운영 전반에 걸쳐 직접 진행하고 있다. 이들이 가장 어려워하는 부분은 기획부터 디자인해 만든 제품들을 소비자들에게 판매하는 것이다. 별

도의 매장이 있는 것이 아니어서 인터넷 쇼핑몰을 활용해야 하는데, 이에 따른 경제적 어려움이 따르기 때문이다.

앞으로 패션산업은 온라인몰 또는 플랫폼을 통해 판매가 더욱 활성화될 것으로 보이는데, 젊은 패션 창업자들이 일어설 수 있도록 동대문시장과 연계해 정부 및 지자체의 전폭적인 지원이 이루어졌으면 좋겠다.

또한 코로나19로 인한 섬유패션 산업이 침체기를 겪고 있고 동대문 원단 및 옷 시장에서도 도산하는 업체들이 늘고 있는 와중에도 건강 섬유에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다. 항균소취와 원적외선이 방

출되는 섬유가 많은 사람들에게 알려져 있는데, 대마에 대한 연구도 동대문에서 활발하게 이뤄지고 있다. 대마에 미친 사람들이 대마로 원사를 만들어 각종 의류를 제작하고, 방호복, 마스크 등 의료 관련 제품을 생산하고 있으며, 환경을 보호하기 위해 생분해성이 가능한 원료 등을 만들려는 연구와 개발을 서두르고 있다.

동대문에서의 이러한 작은 움직임들이 그동안 IMF 외환위기와 글로벌 금융위기 등 숱한 위기를 극복해 왔던 것처럼 지금은 코로나19 팬데믹을 이겨내고 머지않아 우리나라의 섬유패션산업의 봄날을 새롭게 가져올 것으로 믿어 의심치 않는다.

지금까지 동대문 이야기를 읽어주셔서 감사합니다.

패션디자이너가 알아야 할 법률상식56 | 인사·노무

53

공휴일(설날, 추석 등)도 매장운영을 하는데 직원을 출근시켜도 되나요?

“일반사업장은 출근 가능”

휴일에는 크게 주휴일, 근로자의 날(5월 1일), 공휴일이 있습니다. 이 중 주휴일과 근로자의 날은 법정휴일이므로 반드시 유급으로 쉬게 해 주어야 합니다.

설날, 추석, 성탄절 등과 같은 공휴일은 달력엔 모두 빨간색으로 표기되어 있기 때문에 얼핏 모든 근로자가 쉬는 휴일로 보일 수 있습니다. 그러나 이러한 공휴일은 관공서(공무원)의 휴일이며, 일반 사업장에서는 약정휴일에 해당하게 됩니다. 따라서 취업규칙 등에 공휴일을 별도로 쉬는 날로 정하지 않은 경우, 공휴일에 근로자를 반드시 쉬게 해 줄 필요는 없습니다.



54

대학생 실습생(인턴)도 최저임금 이상의 급여를 지급해야 하나요?

“회사 재량으로 지급 가능”

회사에서 교육 또는 훈련을 목적으로 업무를 경험하는 실습생은 근로기준법상 근로자에 해당하지 않기 때문에 최저임금법의 적용을 받지 않습니다. 따라서 원칙적으로는 실습생에게 최저임금보다 적은 금액을 실습비로 지급할 수 있습니다.

그러나 단순한 교육 목적이 아니라 수시로 업무를 지시하는 등의 방식으로 실습생의 노동력을 활용하거나, 인력이 추가로 필요한 업무 등에 근로자를 대체하여 실습생을 활용하는 경우에는 실습생을 근로기준법상 근로자로 보게 됩니다. 이 경우, 법정 최저임금 이상의 임금을 지급해야 합니다.

55

급여에서 교육비를 공제하고 지급해도 되나요?

“사업주 임의 불가”

근로자가 스스로 희망하여 요청하지 않는 한 공제할 수 없습니다. 근로자의 임금은 4대보험료, 근로소득세와 같이 법령에서 정한 바를 제외하고는 전액지급을 원칙으로 하므로, 급여에서 교육비 명목으로 일정액을 공제하실 수 없습니다. 단, 근로자가 스스로 희망하여 교육비를 공제해 줄 것을 요청할 경우에는 별도의 동의를 받아 공제할 수 있습니다.

56

유급휴일과 주휴수당이 뭔가요?

“휴일에도 지급해야 하는 급여”

일주일에 근로시간이 15시간 이상인 근로자가 일주일 간 개근할 경우, 하루를 유급으로 쉬게 해 주어야 합니다. 이때 유급으로 지급되는 급여를 ‘주휴수당’이라고 합니다. 예를 들어 월~금요일에 하루 8시간씩 일하는 근로자가 시급 10,000원을 지급받는다 면 토요일 또는 일요일 중 하루는 10,000(원)×8(시간)=80,000원을 주휴수당으로 지급해야 합니다.

다만, 일주일에 근로시간이 40시간 미만인 근로자의 경우, (일주일동안의 총 근로시간)÷40(시간)×8(시간)×(시급) 만큼의 주휴수당을 지급해야 합니다.

예를 들어 월~수요일에 하루 6시간씩 일하는 근로자가 시급10,000원을 지급받는다 면, 토요일 또는 일요일 중 하루는 18÷40(시간)×8(시간)×10,000(원)=36,000원

을 주휴수당으로 지급해야 합니다. 참고로 주휴수당을 지급하지 않을 경우 임금체불에 해당하게 되며 3년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있으니 주의하실 필요가 있습니다.

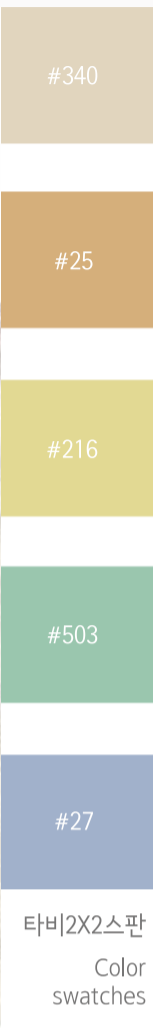


*1일간 20시간을 일하고 시급이 8,000원인 노동자 $\frac{20}{40} \times 8 \times 8,000$ 원 주당 32,000원의 주휴수당 추가로 지급

*1주일간 40시간을 일한 시급이 10,000원인 노동자는 $\frac{20}{40} \times 8 \times 10,000$ 원 80,000원의 주휴수당 추가로 지급



Premium Tencel Wool
#TAVI 2X2 SPAN



타비2X2스판
Color swatches

Y A R D

HIGH QUALITY

야드인의 원단은 눈으로 보이는 차이는 작지만,
그 작은 차이가 명품이 됩니다.



Premium Tencel Wool
#TAVI WARM

타비웜
Color swatches