

04 커버스토리  
동대문 패션 성공신화 온라인 쇼핑몰

06 기획  
디자이너브랜드 의류제조기업 실태조사

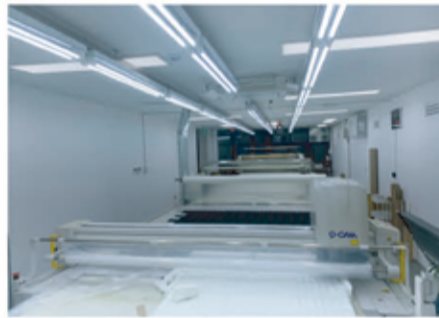
12 인기상품  
역대급 한파 예보... “겨울옷 준비하세요”



# 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

## 내일은 내가 톱 피아니스트

동대문디자인플라자(DDP)에 비치된 '달려라 피아노'에서 한 어린아이가 피아노를 치고 있다. 낡고 손때 묻은 피아노에서 수준급의 연주 실력을 보이자 지나가는 시민이 핸드폰으로 사진을 찍고 있다. 지난 2014년 서울문화재단에 의해 시작된 '달려라 피아노'는 시민이 기증한 피아노를 페인팅 한 후 공원과 거리에 비치해 피아노 공유를 통해 도시에 음악을 풀어놓는 공익음악 프로젝트로, DDP를 비롯해 신촌 연세로, 서울숲, 문화비축기지 등에서 40여대가 운영되고 있다. 특히 DDP의 '달려라 피아노'는 동대문패션타운과 각종 전시회를 찾는 시민들이 누구나 즐겨 연주할 정도로 인기를 얻고 있다.



### 표지 설명

이번 호에는 스타일 커머스 플랫폼 '지그재그'에서 연간 거래액 100억 원 이상 올리는 쇼핑몰이 어떤 곳인지 살펴보고, 서울패션허브가 발표한 '서울시 디자인 브랜드 의류제조기업 실태조사 내용'을 요약했다. 이밖에 올 겨울 한파 예보에 가성비 좋은 겨울옷 인기 상품과 성향리에 끝난 '서울디자인 2024'를 주요 기사로 다루었다. (표지바탕사진 @gettyimagesbank)

등록번호 종로 라00563 발행일 2024년 11월 1일

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

발행인 박용만 김영복 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



## ■ 동대문 패션 성공신화 써 가는 온라인 쇼핑몰

# ‘지그재그’ 연간 거래액 100억 이상 쇼핑몰 30여 곳

카카오스타일(대표 서정훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 연간 거래액 100억 원 이상 초대형 쇼핑몰을 30여 곳 만들어내며 주목을 받고있다.

지그재그에 따르면 2022년 10월부터 2024년 9월까지 2년간 쇼핑몰 거래 데이터를 분석한 결과 지난 1년간(23/10/1~24/9/30) 연간 거래액 100억 원 이상 달성한 쇼핑몰은 30여 곳으로, 직전 1년 전(22/10/1~23/9/30) 대비 50% 증가한 것으로 나타났다.

합리적인 가격과 다양한 디자인을 앞세운 쇼핑몰 패션은 지그재그와 같은 패션 플랫폼 기반으로 빠르게 성장하고 있다. 고품질의 자체 제작 상품을 선보이면서 ‘브랜드화’에 성공했을 뿐만 아니라 자본력을 갖춘 초대형 쇼핑몰로 성장, 소위 ‘동대문 패션’으로 불렸던 영역을 패션업계 메인 스트림에 올려놓았다.

슬로우앤드, 블랙업, 데일리쥬, 케이클럽, 베니토, 에드모어 등 브랜드 파워를 갖춰 일찌감치 연간 거래액 100억 원대에 진입한 국내 대표 쇼핑몰의 경우 올해도 평균 30%에 달하는 성장률을 기록하며 막강한 영향력을 발휘했

다. 또한 니썸, 미니뽕, 프렌치오브, 원로그, 니어웨어 등도 올해 지그재그와 다양한 시너지 효과를 내며 100억 클럽에 당당히 입성했다.

특히 가장 성장률이 높았던 곳은 쇼핑몰 미니뽕으로, 지난 1년간 거래액이 무려 4배 이상 증가한 것으로 나타났다. 미니뽕은 올해로 20년 차의 쇼핑몰인데 지그재그에 운영을 집중한 후 올 1월부터 7월까지 매출이 전년 동기 대비 400%, 직진배송 매출은 546%나 올랐다.

지그재그는 대형 쇼핑몰의 성장 요인 중 하나로 빠른 배송 서비스인 ‘직진배송’과의 시너지를 꼽았다. 직진배송은 주문 당일 혹은 다음 날 상품을 받을 수 있는 서비스로, 주문 후 배송까지 수일이 걸리던 동대문 배송 혁신을 이뤄 주목을 받았다. 같은 기간 100억 클럽 쇼핑몰의 직진배송을 통한 거래액은 평균 11배 가까이 증가했고, 3곳 중 1곳은 직진배송 비중이 50%가 넘었다.

이어 지그재그와의 다양한 마케팅 협업도 주효했다는 분석이다. 지그재그는 단독 기획전, 라이브 방송 등 다양한 콘텐츠를 통해 쇼핑몰의 마케팅을 지원하고 있다. 지난 9월부터는 ‘국민 쇼

핑몰’이라 불리는 약 30개 쇼핑몰의 시즌 인기상품을 단독 판매하는 익스클루시브 코너도 선보여 높은 반응을 보이고 있다.

카카오스타일 관계자는 “경쟁력을 갖춘 쇼핑몰들이 지그재그 입점을 통해 100억 외형 확대를 이뤄내고, 전략적 협업을 통해 패션 유통 최전선에서 막강한 영향력을 발휘하고 있다”며 “앞으로도 성장 잠재력 있는 쇼핑몰을 발굴해 더 많은 쇼핑몰과 동반 성장할 수 있도록 플랫폼을 고도화하고, 다양한 지원을 아끼지 않을 것”이라고 말했다.

주요 온라인 쇼핑몰의 특징은 다음과 같다.

■ **슬로우앤드** : 깔끔하고 포근한 무드의 캐주얼 룩을 선보이는 쇼핑몰. 대표 상품은 편안한 핏과 파스텔 톤의 자체 제작 티셔츠다.

■ **블랙업** : 스트리트 룩을 데일리하게 풀어낸 쇼핑몰로 바지 사이즈와 디자인이 다양하다. 최근에는 자체제작 라인 ‘B-BASIC’ 티셔츠가 고품질, 깔끔한 디자인으로 핫하게 떠오르고 있다.

■ **데일리쥬** : 스트리트와 아메카지 룩을 적절히 조합해 넉넉한 실루엣과 스타일리시한 무드가 특징이다.

■ **케이클럽** : 캐주얼하면서 로맨틱한 무드의 옷을 선보이는 쇼핑몰로, 다양한 체형에 맞는 자체 제작 하의가 각광받고 있다.

■ **베니토** : 러블리하고 세련된 하객룩 아이템이 많으며 그중에서도 자체 제작한 블라우스, 재킷이 사랑 받고 있다.

■ **에드모어** : 캐주얼한 룩에 비비드한 색감을 잘 녹인 코디가 특징인 쇼핑몰, 니트집업, 카디건 등의 자체제작 겨울 아우터가 대표 상품이다.

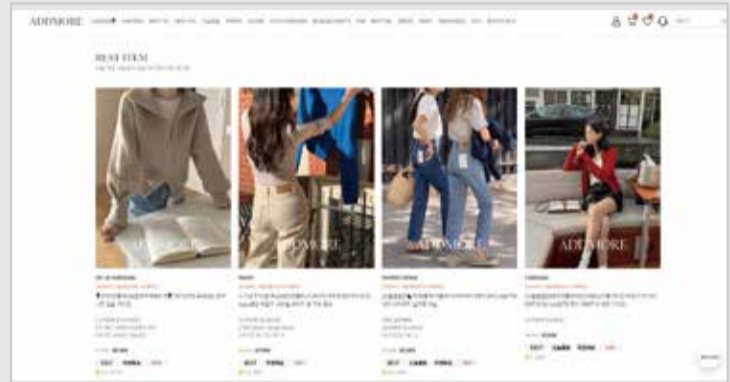
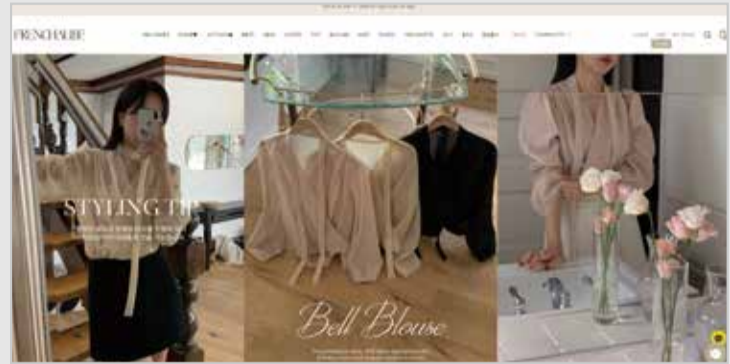
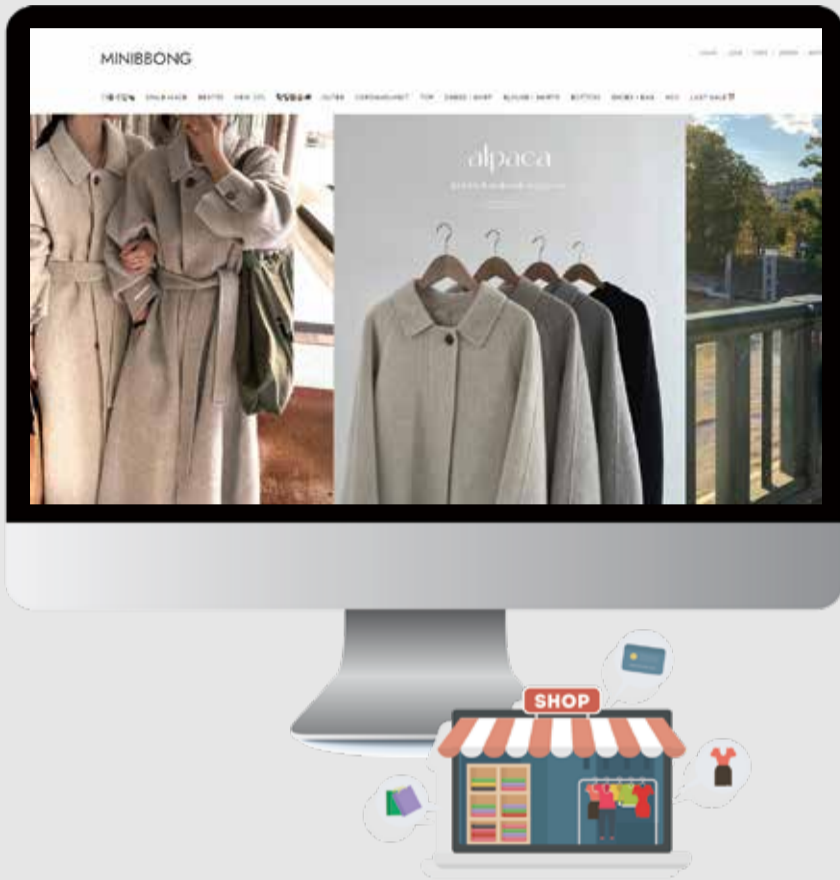
■ **니썸** : 심플하면서 러블리한 스타일이 주를 이루며 자체 제작 데님이 꾸준히 인기 좋은 디자인과 탄탄한 재질로 주목받고 있다.

■ **미니뽕** : 편안한 실루엣과 감성적인 디자인의 의류를 선보이는 쇼핑몰.

■ **프렌치오브** : 로맨틱한 무드와 러블리한 디테일이 가미된 코디 조합이 특징인 쇼핑몰.

■ **원로그** : 심플하고 캐주얼한 스타일의 아이템이 많은 쇼핑몰. 다채로운 색감과 핏의 자체 제작 슬랙스가 큰 인기를 얻고 있다.

■ **니어웨어** : 다양한 컬러 라인업과 편안하고 포근한 촉감의 자체 제작 니트가 인기 상품인 쇼핑몰.



## ‘온리 에이블리’ 쇼핑몰 거래액 급증

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일커머스 플랫폼 에이블리에 단독 입점한 ‘온리 에이블리(ONLY ABLY)’ 쇼핑몰 거래액이 최대 5.5배 이상 증가, 눈길을 끌고 있다.

‘온리 에이블리(ONLY ABLY)’ 쇼핑몰은 자사몰 외 플랫폼 중 오직 에이블리에서만 만나볼 수 있는 단독 입점 쇼핑몰 라인업을 의미한다. ‘모디무드’, ‘영앤리치’, ‘애니원모어’, ‘데이로제’, ‘미니포에’, ‘키미스’, ‘하이클래식’, ‘워너비뮤즈’, ‘슈가파우더’, ‘포밍뮤즈’, ‘바이너리원’, ‘무드라벨’, ‘멜팅블루’ 등 2030 여성 인기 쇼핑몰이 에이블리에 단독 입점했다.

10월 1일~21일 기준 에이블리 단독 마켓 상품 주문 고객 수는 전년 동기 대비 50% 늘었으며, 거래액은

44% 성장했다. 동기간 높은 품질과 합리적인 가격의 자체 제작 상품으로 인기 높은 ‘데이로제’ 거래액은 5.5배 이상(454%) 가장 큰 성장세를 기록했다. 데일리룩 쇼핑몰 ‘보통의 날(Ordinaryday)’은 3배 이상(215%), ‘모디무드’(166%)도 세 자릿수 거래액 증가율을 보였다.

통상 패션업계 성수기로 접어드는 시기, 겨울 의류 구매 수요를 빠르게 선점한 점도 눈에 띈다. 같은 기간 쇼핑몰 ‘밀크티’의 ‘기모 트레이닝 와이드팬츠’ 거래액은 전월 동기 대비 20배 이상(1,905%), ‘모직 빈츠 숏팬츠’는 약 9.7배(874%) 늘었다. ‘애니원모어’의 ‘레이브 떡볶이 숏 코트’는 1,324%, ‘하이클래식’의 ‘바이드 라운드넥 트위드’ 거래액은 846% 증가하는 등 아우터 상품 인기도 돋

## ABLY

에이블리 단독 입점 라인업  
**온리 에이블리** 쇼핑몰  
거래액 급증



보였다.

에이블리 단독 판매를 통해 희소성이 높아지며 고객의 구매 욕구를 자극한 것으로 분석된다.

에이블리는 패션 플랫폼 업계에서 독보적인 기술력이 국내 유명 쇼핑몰 단독 입점을 연달아 이끈 원동력으로 꼽혔다. 스타일 영역에 최적화된 ‘AI 개인화 추천 기술’을 통해

광고나 물류비용을 과도하게 투입하지 않고도 빅데이터 기반으로 구매 가능성이 높은 사용자와 상품을 연결하는 시스템을 구축하는 데 성공했다. 생성형 AI를 활용한 가상 피팅 기능 ‘쇼핑몰 전용 AI 프로필’도 도입해 쇼핑몰이 자연스럽게 상품을 노출하고 매출 상승효과를 누릴 수 있도록 지원하고 있다.

## ■ ‘서울시 디자이너브랜드 의류제조기업 실태조사’

# 전문기술인력 노령화 심각... 개발품목 다양성 확대 필요

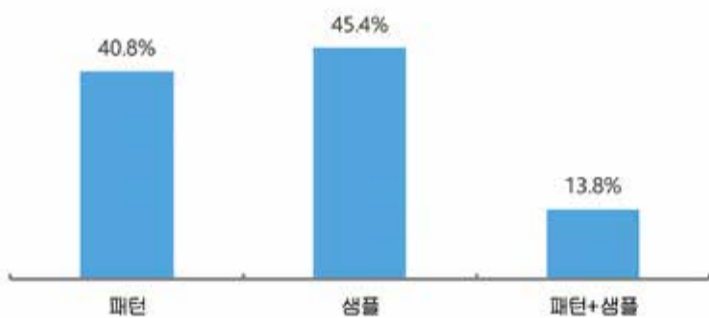
서울패션허브가 최근 ‘서울시 디자이너브랜드 의류제조기업 실태조사’를 발표했다. 이번 조사는 디자이너브랜드의 생산 애로사항 해소를 위한 서울시 의류제조기업 실태 및 규모를 파악하기 위해 이루어졌다. 의류제조기업의 업태는 패턴업체, 샘플업체, 패턴+샘플업체 3개 유형으로 구분해 조사했다. 조사 기간은 6월 25일부터 7월 15일까지 20일간이며, 최종 조사표에 모두 응답한 412개를 표본으로 해 통계 분석했다. 실태조사 주요 내용을 살펴봤다. 전문은 서울패션허브 홈페이지에서 다운받을 수 있다.

### 업태 분포

○ 의류제조기업의 업태는 패턴업체, 샘플업체, 패턴+샘플을 같이하는 업체(패턴+샘플업체) 3개 유형으로 구분하여 조사함.

○ 조사에 응답 완료한 총 412개 업체 중 샘플업체가 45.4%(187개)로 가장 높은 비율을 차지했고, 패턴업체가 40.8%(168개), 패턴+샘플업체가 13.8%(57개) 순으로 조사됨.

서울 패턴·샘플 의류제조기업 업태 분포



### 업력 현황

○ 업력은 조사에 응답 완료한 총 412개사 중 실제 응답한 404개 데이터를 기준으로 분석하였으며 분석 결과 업체의 평균 업력은 32.8년으로 나타남.

- 업태별로는 패턴업체, 샘플업체, 패턴+샘플업체 모두 평균 30년 이상의 업력을 가진 것으로 나타남.

- 지역별로는 대부분 지역에서 30년 이상의 업력을 보유하고 있으며 광진구 지역은 평균 38.8년, 강남구 지역은 38.2년, 관악구 지역이 37.5년으로 높게 나타났으며, 동대문구 지역과 구로구 지역은 각각 평균 28.9년, 평균 24.5년으로 다른 지역에 비해 상대적으로 낮은 편으로 나타남.

### 설립년도 현황

○ 조사에 응답 완료한 총 412개 조사표 중 설립연도를 실제 응답한 384개 데이터를 기준으로 업력 기간과 동일한 구간으로 나누어 분석함

○ 분석 결과 2010년 이후로 설립한 업체 비중이 82.8%를 차지하고 있으며, 이 중 5년 이내에(2020~2024년) 설립한 업체가 29.7%로 가장 높은 비중이었고, 그다음으로 5년 이상 10년 이내에(2015~2019년) 설립한 업체가 28.1%, 10년 이상 15년 이내(2010~2014년) 설립한 업체가 25.0% 순으로 나타남.

구간별 업체 업력 및 설립연도 비교



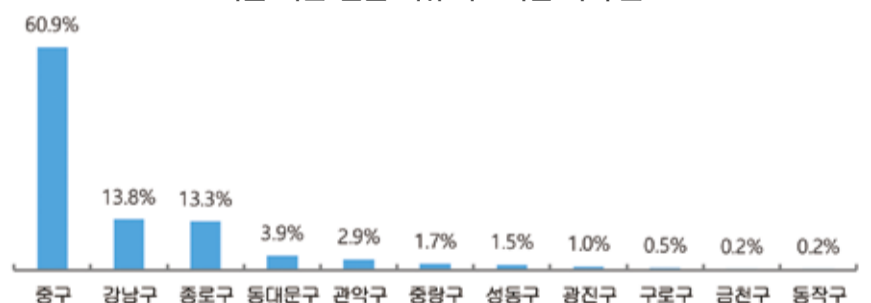
### 지역 분포

○ 지역별 분포는 중구 지역에 소재한 업체 비중이 60.9%(251개)로 가장 많이 분포되어 있으며 그다음으로 강남구 13.8%(57개), 종로구 13.3%(55개), 동대문구 3.9%(16개) 등의 순으로 나타남.

- 중구 지역에서 신당동(53.4%, 134개), 무학동(24.3%, 61개), 흥인동(19.1%, 48개) 3개 지역에 96.8% 업체가 집중되어 있음.

- 강남구 지역은 신사동(98.2%, 56개) 지역, 종로구 지역은 종로 5·6가(54.5%, 30개), 창신동 지역(21.8%, 12개), 동대문구는 장안동 지역(100%, 16개)을 중심으로 분포되어 있음.

서울 패턴·샘플 의류제조기업 지역 분포

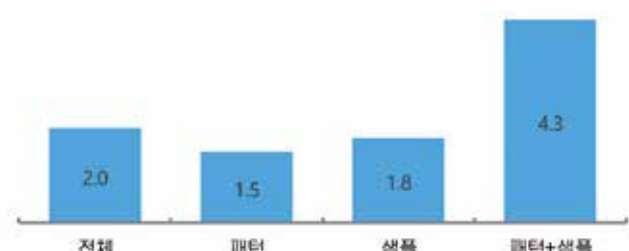


### 종사자 현황

○ 종사자 현황은 대표자를 포함하여 조사하였으며, 조사 결과 응답기업의 총 종사자 수는 828명으로 업체당 평균 종사자 수는 2.0명으로 나타났고, 대표자를 제외한 실제 고용 인원은 업체당 평균 1.0명 임.

- 업태별 종사자 수를 살펴보면 패턴+샘플업체의 평균 종사자 수가 4.3명으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 샘플업체의 평균 종사자 수가 1.8명, 패턴업체의 평균 종사자 수가 1.5명으로 나타남.

업체당 평균 종사자 수 (단위: 명)

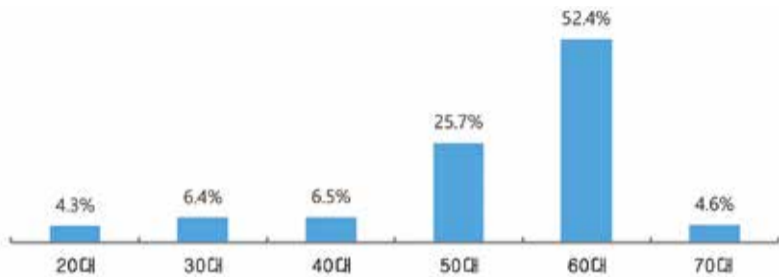


**연령대별 종사자 현황**

○ 총 종사자 828명을 대상으로 연령대별 현황을 살펴보면 60대 종사자 비중이 52.4%로 가장 높게 나타났고, 그다음으로 50대 종사자 비중이 25.7% 순으로 나타남.

- 20대, 30대, 40대 비중은 각각 4.3%, 6.4%, 6.5%로 낮은 수준임
- 70대 종사자도 4.8%로 이는 60대 종사자들의 고령화가 지속되면서 70대에 진입하기 시작했음을 알 수 있음.

연령별 종사자 현황



**인력 구성 현황**

**패턴업체**

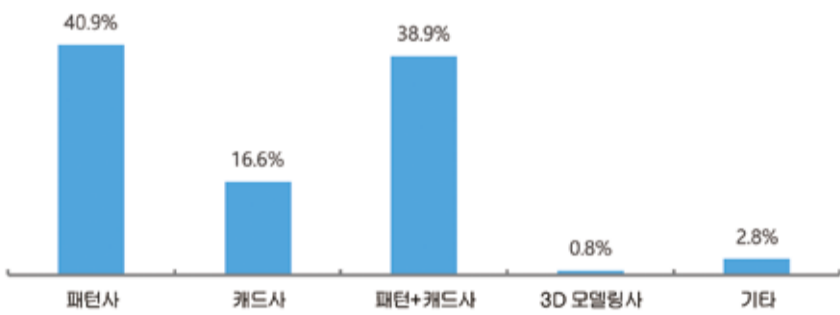
○ 패턴업체의 인력 구성을 패턴사, 캐드사, 패턴+캐드사, 3D 모델링사, 기타 인력으로 구분하여 조사하였으며, 총 종사자 수는 247명 임.

- 패턴사 인력 비중은 40.9%, 패턴과 캐드를 같이하는 인력(패턴+캐드사)은 38.9%로 비슷한 수준으로 높게 나타났으며, 다음으로는 캐드사(16.6%), 기타 인력(2.8%), 3D 모델링사(0.8%) 순으로 나타남.

- 패턴+캐드와 캐드사를 합한 캐드 인력은 55.5% 수준으로 전통적인 수패턴과 더불어 캐드패턴 작업을 병행하고 있음

- 3D 모델링 종사자 수는 2명으로 아직 3D 작업이 가능한 전문업체가 없음을 시사함.

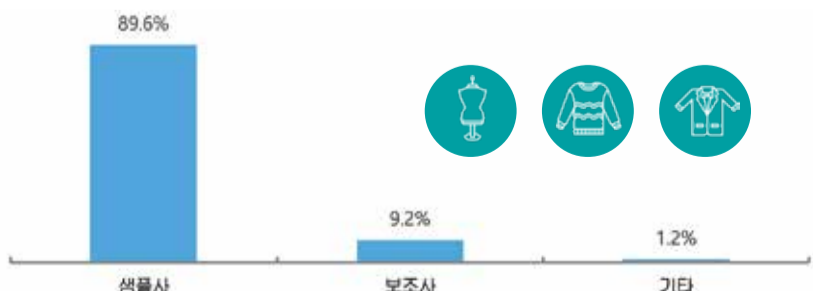
패턴업체 인력 구성 현황



**샘플업체**

○ 샘플업체의 인력 구성은 샘플사, 보조사, 기타로 구분하여 조사하였으며, 샘플업체의 총 종사자 수는 338명으로 샘플사 인력 비중이 89.6%로 가장 높았으며, 그다음으로 보조사 9.2%, 기타 인력 1.2% 순으로 나타났음.

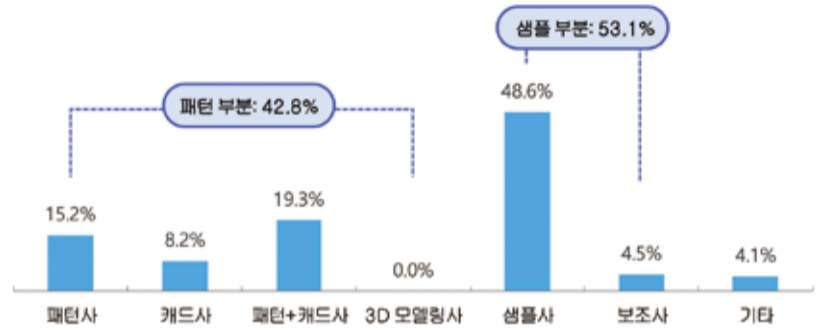
샘플업체 인력 구성 현황



**패턴+샘플업체**

○ 패턴과 샘플을 같이하는 업체의 총 종사자 수는 243명으로 패턴 부분과 샘플 부분 인력으로 구분하여 분석하였으며 샘플 인력 비중은 53.1%로 패턴 인력 비중(42.8%)보다 높게 나타남.

패턴+샘플업체 인력 구성 현황



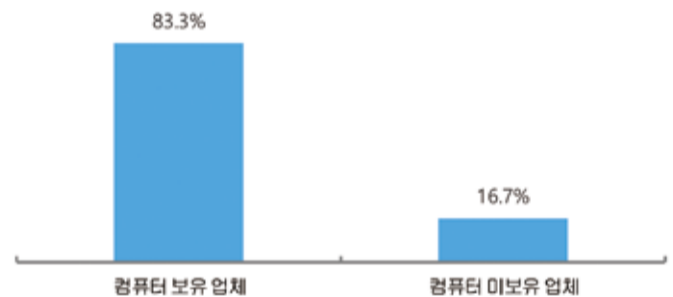
**장비 보유 현황**

**패턴업체 장비 보유 현황**

○ 패턴업체 총 168개사에서 보유한 장비는 컴퓨터 240대, CAD 프로그램 200대, 패턴출력기 133개, 디지털라이저 107대, 3D 모델링 프로그램 15대로 조사됨.

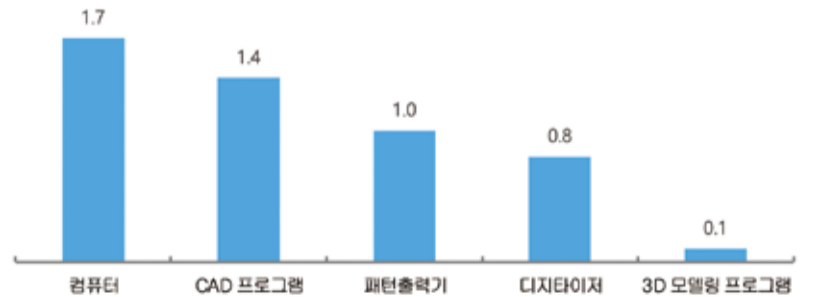
- 이중 실제 컴퓨터를 보유한 업체 수는 140개사(83.3%)였으며, 컴퓨터를 보유하지 않은 업체는 28개사(16.7%)로 미 보유 업체는 수패턴 작업을 하는 업체임.

패턴업체 컴퓨터 보유 현황



○ 컴퓨터를 보유한 업체를 기준으로 평균 장비 보유 현황으로 살펴보면 컴퓨터는 평균 1.7대, CAD 프로그램은 평균 1.4대, 패턴 출력기는 평균 1.0대, 디지털라이저는 평균 0.8대, 3D 모델링 프로그램은 평균 0.1대 보유하고 있는 것으로 나타남.

컴퓨터 보유 패턴업체 평균 장비 보유 현황 (단위:대)



**샘플업체 장비 보유 현황**

○ 샘플업체 총 187개 사의 샘플 및 소량 작업 장비 보유 현황을 조사한 결과, 본봉기 430대, 삼봉기 139대, 오버로크 267대, 인타로크 41대, 니혼바리 35대, 특수장비 90대, 기타장비 20대를 보유하고 있는 것으로 나타남.

○ 샘플업체 평균 장비 보유 현황을 살펴보면, 본봉기는 평균 2.3대, 삼봉기는 평균 0.7대, 오버로크는 평균 1.4대, 인타로크 평균 0.2대, 니혼바리 평균 0.2대, 특수장비는 평균 0.5대, 기타장비 평균 0.1대 보유하고 있는 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 본봉기와 오버로크 장비는 샘플 작업을 위한 기본 장비임을 알 수 있음

**패턴+샘플업체 장비 보유 현황**

○ 총 57개 패턴+샘플업체 업체의 장비 보유 현황을 조사한 결과  
 - 패턴 장비는 컴퓨터 120대, CAD 프로그램 108대, 패턴출력기 57개, 디지털자 45대, 3D 모델링 프로그램 5대, 패턴 기타 장비 4대를 보유하고 있는 것으로 나타남  
 - 샘플 장비는 본봉기 169대, 삼봉기 106개, 오버로크 119개, 인타로크 19대, 니 혼바리 16대, 특수장비 75대, 샘플 기타 장비 2대를 보유하고 있는 것으로 나타남.

**수주 관리 시스템**

○ 업체들의 수주 관리 시스템은 컴퓨터 사용 여부, 이메일 사용 여부, 거래처별 DB 구축 여부, 카카오톡 등 메신저 사용 여부로 구분하여 조사함.  
 ○ 수주 관리 방식으로 카카오톡 등 메신저를 사용하는 업체가 73.8% 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 거래처별 DB 구축을 하는 업체가 40.8%, 컴퓨터 사용하는 업체가 24.0%, 이메일 사용하는 업체가 17.0% 순으로 나타남

업체별 수주관리 시스템 현황 (단위: %)



**주 거래처 현황**

○ 업체들의 주 거래처 현황은 내셔널브랜드, 디자이너브랜드, 도매시장, 프로모션/에이전트, 온라인쇼핑몰, 수출에이전트, 기타로 구분하여 복수 응답으로 조사함.  
 ○ 주 거래처로 내셔널브랜드가 74.3%(306개), 디자이너브랜드가 72.6%(299개)로 가장 큰 비중으로 나타났고, 그다음으로 프로모션/에이전트 53.6%(221개), 온라인쇼핑몰 51.2%(211개), 도매시장 44.2%(182개), 수출에이전트 14.1%(58개) 순으로 나타남.

업체별 주 거래처 현황 (단위: %)



**생산 품목 현황**

○ 업체들의 주 생산 품목은 여성복, 남성복, 아동복, 기타로 구분하여 복수 응답으로 조사함.○ 조사 결과 여성복 비중이 96.8%(399개)로 가장 높게 나타났고, 그다음으로 남성복 65.5%(270개), 아동복 23.3%(96개) 기타 3.2%(13개) 순으로 나타남.  
 - 기타 품목으로는 애견 의류, 에슬레져, 특수유니폼, 무대의상, 토탈 품목을 생산한다고 응답하였으며, 기타 품목 생산 전체 13개 중 애견 의류가 9개이었음.

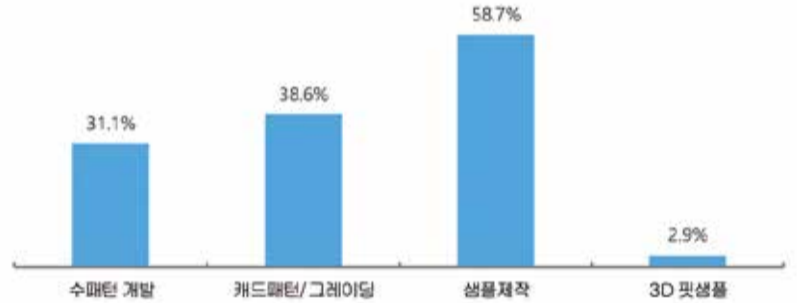
업체별 주 생산 품목 현황 (단위: %)



**주요 업무 분포**

○ 업체들의 주요 업무를 수패턴 개발, 캐드패턴 및 그레이딩, 샘플제작, 3D 핏샘플로 구분해서 복수 응답으로 조사함.  
 ○ 조사 결과 샘플제작 업무가 58.7%(242개), 캐드패턴 및 그레이딩 38.6%(159개), 수패턴 개발 31.1%(128개), 3D 핏샘플 2.9%(12개)로 나타남.

주요 업무 현황



**애로사항 및 필요 지원 사항**

○ 애로사항으로는 세무 문제, 국내 생산의 어려움과 일감 부족, 업체 간 네트워크 연결 부족, 일감 부족, 본사와 하청업체 간 수주 문제, 인력 부족 등을 응답함.  
 ○ 필요 지원 사항으로는 장비 지원을 많이 응답하였으며 장비 노후화로 인한 장비 교체 및 디지털 장비(캐드, 3D 장비 등), 특종 미싱 장비, 공동 장비 등의 지원이 필요하다고 응답함.  
 ○ 일감 연계를 위해 디자이너 연계 프로그램 및 패턴 지원 프로그램 등 업체 간 네트워크가 필요하다고 응답함.

**종합분석 및 시사점**

□ 전문기술인력 노령화 심각

○ 평균 업력이 32.8년, 79.5%가 30년 이상의 업력을 보유한 샘플·패턴 의류제조 기업 종사자의 연령은 60대가 52.4%가 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 70대도 4.6%를 차지함

○ 의류제조업체 전반의 고령화 추세와 비교할 때도 60대~70대 연령 비중 57% 수준(샘플업체 60대 종사자 비중은 64.2%)은 의류봉제업체의 종사자 연령에 비해 상대적으로 높은 수준임.

□ 개발품목의 다양성 부족

○ 주요 생산 품목은 여성복 비중이 96.8%로 절대적으로 높으며, 특수복과 신규 카테고리의 품목을 취급하는 업체는 상대적으로 적은 것으로 나타나 향후 이 부분에 대한 수요에 맞추어 개발 품목 확대 방안이 필요할 것으로 보임.

□ 시제품 개발에서 소량 생산까지 연계할 수 있는 방안 필요

○ 소량 생산업체 현황은 샘플업체 및 패턴+샘플업체 244개 사 중 샘플업체가 101개사, 패턴+샘플업체가 28개사로 총 129개사에 불과해 다품종소량생산 대응에 한계가 있어 보이므로 디자이너브랜드의 시제품 제작에서 소량 생산까지 연계할 수 있는 효율적인 방안이 필요해 보임.



# DONGDAEMUN



<b>빅사이즈</b>	△디오토 B2층 △스튜디오W 4층~5층
<b>남성의류</b>	△평화시장 1층~3층 △통일상가 A동 1층~3층, B동 1층~3층 △현대시티아울렛 6층 △두타물 B1층, 5층 △굿모닝시티쇼핑몰 3층 △헬로에이피엠 4층 △동대문밀리오레 4층 △청계6가지하쇼핑 △패션남평화 2층~3층 △신평화패션타운 2층~3층 △동평화패션타운 B1층, 1층~4층, 신관 1층 △제일평화 1층~3층 △광희패션몰 1층, 지하층 △벨포스트 3층 △W상가 4층~5층 △팀204 4층~5층 △누존 B1층, 2층~3층 △에이피엠 5층~7층
<b>가족의류</b>	△굿모닝시티패션몰 2층 △광희패션몰 6층 △동평화패션타운 1층 △골든타운 B1층
<b>스포츠의류</b>	△평화시장 1층~3층 △두타물 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △신평화패션타운 지층, 1층, 2층, 4층 △동평화패션타운 1층, 2층, 4층 △현대시티아울렛 4층, 5층, 7층
<b>아동복</b>	△평화시장 1층~2층 △통일상가 B동 3층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 B1층 △현대시티아울렛 8층 △엘리시움 지층, 1층~4층 △팀204 3층 △동평화패션타운 1층~2층
<b>숙옷</b>	△평화시장 1층 △현대시티아울렛 3층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 1층~2층
<b>가방</b>	△평화시장 1층~2층 △동대문밀리오레 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △제일평화 B1층, 1층 △광희패션몰 지층 △동평화패션타운 1층~4층
<b>액세서리</b>	△두타물 3층 △동대문밀리오레 5층, 6층 △제일평화 B1층 △동평화패션타운 1층~2층, 신관 1층 △팀204 1~3층
<b>잡화</b>	△평화시장 1층 △동화상가 1층 △두타물 4층~5층 △굿모닝시티쇼핑몰 2층 △헬로에이피엠 B1층, 2층~4층 △동대문밀리오레 B2층~1층, 5층~7층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 5층~7층 △동대문종합시장 5층~6층 △청계6가지하쇼핑 B1층 △패션남평화 B1층, 1층 △신평화패션타운 1층 △동평화패션타운 2층, 4층, 신관 1층 △제일평화 B1층, 1층~3층 △광희패션몰 지층 △디디패션몰 1층, 3층 △벨포스트 B1층, 1층 △누존 4층 △디자이너클럽 B2층 △팀204 B1층, 1층, 2층, 6층 △디오토 B2층~1층
<b>수입명품</b>	△두타물 B2층, 1층 △굿모닝시티쇼핑몰 B1층 △동대문밀리오레 B2층 △현대시티아울렛 B2층~1층, 1층
<b>신발</b>	△평화시장 2층 △헬로에이피엠 B1층 △동대문밀리오레 7층 △현대시티아울렛 B1층 △제일평화 B1층, 1층 △팀204 B1층, 1층~2층 △동평화패션타운 2층, 3층
<b>의류부자재</b>	△통일상가 A동 1층, B동 1층, C동 1층~3층 △동화상가 1층~5층
<b>타올</b>	△평화시장 1층 △동화상가 1층
<b>혼수용품</b>	△헬로에이피엠 2층 △동대문밀리오레 6층

## ■ 서울 대표 디자인 MICE 축제 ‘서울디자인 2024’ 성료

# 디자이너·기업 중심 산업박람회 도약 발판 마련

관람객 133만 명, 168개 기업 참가 등 성과  
주제전·팝업·콘퍼런스 등 다채로운 행사 선배

서울시가 주최하고 서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 주관한 서울 대표 디자인 MICE 축제 ‘서울디자인 2024’가 지난 17일부터 27일까지 동대문디자인플라자(DDP)와 서울 시내 총 256개 디자인스팟에서 진행됐다.

올해 행사에는 △168개 국내·외 기업 △디자이너 152명 △전문가 56명 △11개 대학 △소상공인 100명이 참여, 시민 참여 문화 축제에서 기업과 디자이너 중심의 ‘산업 박람회’로 나아가기 위한 발판을 마련했다. 이번 행사에는 역대 최다인 133만 명의 관람객(온·오프라인 행사)을 기록했다.

매년 트렌드를 기반으로 고민해야 할 화두를 주제로 정해왔던 ‘서울디자인’은 ‘/내일을 상상하다(/ Imagine Tomorrow)’를 올해 주제로 선정했다. ‘AI’를 주요 키워드로 디자인 세계에 다가올 미래 모습에 대한 다양한 상상과 격변하는 시대를 선도할 수 있는 디자인 트렌드를 제시하며 디자인 산업계에 큰 호응을 불러일으켰다.

디자인 전시, 마켓, 콘퍼런스, 부대행사와 이벤트 등 20여 개의 프로그램을 통해 디자인 트렌드의 현재와 미래가 다양한 콘텐츠로 펼쳐졌다. 특히, 올해는 서울디자인 최초로 공식 앰버서더를 선정했고 버추얼 K-팝 아티스트 나비비스가 홍보를 맡아 본격적인 행사 시작에 앞서 뜨거운 호응을 얻었다.

주제전시로는 미디어 아티스트 강이연 작가의 신작을 선보였다. 작가가 1년 가까이 고민한 끝에 완성한 주제전시 ‘라이트 아키텍처(Light Architecture)’는 전시 공간 전체를 활용하며 웅장하고 경이로운 미디어 아트를 선사했다.

DDP 야외공간에서 열린 기업 전시&팝업 행사와 파빌리온, 마켓이 시민을 맞이했다. 기업 전시&팝업 행사에서는 시민이 참여할 수 있는 업사이클링 워크숍, 버추얼 아티스트와의 사진 촬영, 인기 뮤지컬 티켓 응모, 공병을 재활용한 유리 제품 전시 등 다양한 프로그램이 마련되어 축제의 재미를 더했다.

디자인 마켓은 문호리 리버마켓이 협력하여 운영했고, 디자인, 트렌드, ESG, 체험, F&B 등 5가지 분야 100여 명의 트렌디한 셀러가 참여해 디자인 축제에 활기를 더했다.

행사 기간 함께한 ‘DDP디자인론칭페어’는 세상에



서울 대표 디자인 MICE 축제 ‘서울디자인 2024’가 지난 10월 17일부터 27일까지 동대문디자인플라자(DDP)와 서울 시내 총 256개 디자인스팟에서 진행됐다. 사진은 ‘DDP디자인론칭페어’.

없던 디자인 제품으로 관람객의 눈길을 사로잡았다. 페어 전시에서는 제조기업과 디자이너 협업을 통해 개발된 ‘컬래버레이션’ 제품 161점 중 우수제품으로 선정된 40개 제품과 국내 우수 디자인스튜디오에서 새로 출시하는 ‘론칭’ 제품 20점을 공개했다.

이 중 전문가 10인이 실물 심사를 통해 트리플레이치(바실러티)와 스톡슬의 MML(Module Mini Light), 두드와 플라잉피쉬 스튜디오의 지관 파이프를 활용한 모듈 선반과 사이드테이블 겸 스톡, 쓰리디메이커스와 스톡슬의 Mosscape를 베스트디자인에 선정했다.

국내외 기업과 디자인을 전공하는 대학생인 영디자이너가 협업해 기업의 제품과 브랜드를 개발하고 재기발랄한 결과물을 선보인 기업 전시도 인기를 끌었다. 9개 대학 14팀과 14개 기업이 매칭돼 신소재를 적용한 라이팅 및 사운드를 제공하는 스피커백, 지속 가능한 페스티벌 문화를 이끄는 에너지 하베스팅 디자인 솔루션, 시각장애인도 편리하게 제품을 구매할 수 있게끔 돕는 인클루시브패키지 디자인 등 아이디어 넘치는 제품이 흥미로웠다는 평가를 받았다.

콘퍼런스에 대한 관심도 뜨거웠다. 주제전시 작가

강이연 작가의 아티스트 토크를 시작으로 데이터 마이너 송길영 작가, 김난도 교수, 조승연 작가, SM엔터테인먼트 이성수 CAO 등 디자인은 물론 아트, 대중문화, K-팝 등 각 분야 최고의 연사들이 폭넓은 스펙트럼에 걸쳐 미래시대를 주제로 지혜를 나누는 강연을 펼쳤다.

동대문디자인플라자 뿐만 아니라 서울 전역의 매력적인 문화공간, 카페, 편집숍 등이 참여한 ‘서울디자인스팟’을 통해 K-디자인 파워를 서울 곳곳에서 경험할 수 있는 기회를 마련했다.

매년 10월 DDP에서 개최되는 ‘서울디자인’은 해를 거듭할수록 더 많은 디자이너와 기업의 관심을 받고 있다. 신진 디자이너 발굴을 위해 인큐베이팅은 물론 디자이너와 기업의 네트워크 형성, 더 나아가 인류를 위한 디자인에 대한 담론까지 서울디자인은 아시아를 대표하는 대표 산업디자인 박람회가 되기 위해 올해 한 발짝 나아갔다.

서울디자인재단 차강희 대표는 “서울디자인 2024를 산업 박람회의 원년으로 삼은 만큼 내년부터는 더 깊이 있고 확장된 규모의 행사를 선보이겠다”고 전했다.



'서울디자인 2024' 개막식에서 오세훈 서울시장(왼쪽에서 다섯 번째)과 김영복 동대문패션타운관광특구협의회 회장(왼쪽에서 두 번째)을 비롯한 주요 참석자들이 기념사진을 찍고 있다. 사진제공 : 서울디자인재단



'서울디자인 2024'에서 레코드 '리콜렉티브: 화이트 파티'에 참석한 100인이 업사이클링 팔찌 워크숍을 진행하는 모습.



'서울디자인 2024' 공식 앰버서더를 선정된 버추얼 K-팝 아티스트 나이비스가 오세훈 서울시장과 대화를 나누고 있다.



콘퍼런스 모습. 콘퍼런스에는 각 분야 최고의 연사들이 폭넓은 스펙트럼에 걸쳐 미래시대를 주제로 지혜를 나누는 강연을 펼쳤다.



미디어 아티스트 강이연 작가의 주제전시 전시 '라이트 아키텍처(Light Architecture)'.



세상에 없던 디자인 제품으로 관람객의 눈길을 사로잡은 'DDP디자인론칭페어'.

## 역대급 한파 예보 ... “겨울옷 준비하세요”

해마다 겨울이 추워지는 가운데 올겨울 평균 기온이 영하 18도 이하로 접어들며 평년보다도 더 낮을 가능성이 큰 것으로 전망되고 있다. 이처럼 역대급 한파가 몰아칠 것으로 예고되는 만큼 미리 추위에 대비하기 위해 겨울옷 구매를 서두르는 소비자들도 많다. 이에 따라 동대문패션타운 주요 상가 매장들도 가성비 좋은 겨울옷을 선보이며

객잡기에 나서고 있다. 특히, 동대문패션타운에는 20개가 넘는 도매상가에서 매일 다양한 신상품이 쏟아져 나오고 있는 만큼 발품을 팔면 언제든지 원하는 상품을 구매할 수 있다. 각 상가별 특징도 있어서 매장 방문 전에 영업시간과 층별 구성을 살펴보는 것은 필수다.



### 바이올렛

■상가명 제일평화 ■호수 4층46호 ■상품명 베르텔 프리미엄 트위드체인자켓 ■소재 폴리/나일론 ■특징 트위드자켓의 정제된 디자인을 타파하고 체인 포인트로 감각적인 화려함을 추구함 ■문의 010-8003-1618



### 바이올렛

■상가명 제일평화 ■호수 4층46호 ■상품명 사선집업하이넥 구스 프리미엄 블랙 무광패딩 N6 ■특징 바이올렛만의 독자적인 구스패딩으로, 매년 판매 신화를 불러온 구스패딩 유광에 이은 무광 신상품. ■문의 010-8003-1618



### 바이올렛

■상가명 제일평화 ■호수 4층46호 ■상품명 사선집업하이넥 구스 프리미엄 버터 베이지 N6 ■소재 폴리100% ■특징 바이올렛만의 독자적인 구스패딩으로, 매년 천장 이상의 판매 신화를 거듭한 구스패딩 블랙에 이어 버터베이지 컬러 추가. ■문의 010-8003-1618



### 바이올렛

■상가명 제일평화 ■호수 4층46호 ■상품명 슈엘티아라 프리미엄 코바스자켓 N6 ■소재 데님/면/인조가죽 ■특징 데님 원단에 티아라를 추가한 핫 아이템. 카라 인조가죽으로 큐티함을 강조했다. ■문의 010-8003-1618



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 모그양면패딩 ■소재 나일론 100%/울15% 폴리85% ■특징 리버시블 패딩으로 울혼방 퍼 소재를 사용해 보온성이 우수하고, 양면으로 착용 가능해 활용성이 높다. ■문의 010-4459-4546



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 코지양면베스트 ■소재 나일론 100%/울15% 폴리85% ■특징 탄탄한 나일론 소재와 울혼방 퍼소재를 사용해 양면으로 다양하게 코디할 수 있는 베스트로, 단독으로 코디해도 좋지만 한 겨울 이너로도 활용하기 좋음. ■문의 010-4459-4546



베르네프

■상가명 apM럭스 ■호수 401호 ■상품명 브리즈야상점퍼 ■소재 코튼 70%/나일론30% ■특징 피그먼트 워싱된 코켈리티 CN소재를 사용해 내추럴한 워싱이 멋스러운 아우터로, 따뜻하지만 가벼워서 한겨울 데일리 점퍼로 좋음. ■문의 010-4459-4546



삼점일사(3.14)

■상가명 누존 ■호수 6층 505호 ■상품명 R뽀글자수 자가드 니트 ■특징 전판에 R영문을 뽀그리 자수로 편직해 입체감을 표현한 니트로, 몸판 전체는 자카드로 편직하여 고시감을 높임. ■문의 010-5201-5141



삼점일사(3.14)

■상가명 누존 ■호수 6층 505호 ■상품명 각설이 램스울 가디건 ■특징 퀄리티 좋은 램스울 소재를 통해 부드러운 터치감이 돋보이며, 디테일을 살리고자 패치워크와 포켓 디자인의 색감과 소재를 다르게 활용해 포인트감 있는 가디건으로 디자인함. ■문의 010-5201-5141



삼점일사(3.14)

■상가명 누존 ■호수 6층 505호 ■상품명 파리스 저지 자가드 니트 ■특징 최근 트렌디한 풋볼저지 감성으로 디자인된 니트로, 특수 나염을 부착하는 작업을 통해 스트릿한 코디로 착장 가능. ■문의 010-5201-5141



지구촌

■상가명 청평화패션타운 ■호수 1층 다열 22호 ■상품명 밍크 비조넥 자켓  
■소재 폴리100% ■특징 가격은 저렴하면서 품질은 우수한 울겨울 핫한 스타일룩. ■문의 010-6232-6385



지구촌

■상가명 청평화패션타운 ■호수 1층 다열 22호 ■상품명 오로라 샤틴 플리츠원피스  
■소재 폴리100% ■특징 오묘한 프린팅으로 피팅감이 스타일리시한 스카프 플리츠 스타일의 원피스. ■문의 010-6232-6385



지구촌

■상가명 청평화패션타운 ■호수 1층 다열 22호 ■상품명 밍크 팬던트 아우터  
■소재 폴리100% ■특징 리얼 밍크털처럼 부드럽고 가벼운 아우터로 한겨울 따뜻하게 착용 할 수 있음. ■문의 010-6232-6385



하바나

■상가명 동평화패션타운 ■호수 2층 다38호 ■상품명 머메이드스커트 ■소재 폴리90%/스판10% ■특징 속기모로 한겨울에도 따뜻하고 여성스러운 이너라인으로, FW 어떤 옷과도 코디가 잘 어울림. ■문의 010-2220-5907



하바나

■상가명 동평화패션타운 ■호수 2층 다38호 ■상품명 배색스커트 ■소재 폴리100% ■특징 옆트임과 살짝 보이는 배색 라인이 한층 캐주얼한 느낌을 줌. 롱부츠와 함께 입는 것을 적극 추천. ■문의 010-2220-5907



하바나

■상가명 동평화패션타운 ■호수 2층 다38호 ■상품명 레자절개스커트 ■소재 인조가죽 ■특징 가죽 스커트의 매력이 돋보임. 패딩, 니트와도 잘 어울리는 긴 기장감으로 데일리하게 코디 가능. ■문의 010-2220-5907



지수

■상가명 디오트 ■호수 3층 A-9호 ■상품명 퀼팅 경량패딩 ■소재 오리털  
특징 같은 재질의 목도리 세트와 완성도 높은 퀼팅 무늬가 고급스러움을 더해주고, 오리털이 뭉치지 않고 제자리를 잡게 도와줌. ■문의 010-5447-1121



지수

■상가명 디오트 ■호수 3층 A-9호 ■상품명 퀼팅 경량패딩 ■소재 오리털  
특징 같은 재질의 목도리 세트와 완성도 높은 퀼팅 무늬가 고급스러움을 더해주고, 오리털이 뭉치지 않고 제자리를 잡게 도와줌. ■문의 010-5447-1121



지수

■상가명 디오트 ■호수 3층 A-9호 ■상품명 트위드 롱원피스 ■소재 폴리 90%/울10%  
특징 울이 혼방되어 있어서 포근하고, 보온성이 좋아 한겨울에 격식 있게 입기 좋음. ■문의 010-5447-1121



도비

■상가명 테크노 ■호수 426호 ■상품명 기모 B 건빵통바지세트 ■특징 원단부터 직접 짜서 동대문에서 나올 수 없는 가격에 사이즈가 커 편하게 입을 수 있음 ■문의 010-2439-4464



도비

■상가명 테크노 ■호수 426호 ■상품명 벨벳 홀 스커트 ■특징 원단부터 직접 짜서 동대문에서 나올 수 없는 가격에 사이즈가 커 편하게 입을 수 있음 ■문의 010-2439-4464



도비

■상가명 테크노 ■호수 426호 ■상품명 기모무지후드 ■특징 원단부터 직접 짜서 동대문에서 나올 수 없는 가격에 사이즈가 커 편하게 입을 수 있음 ■문의 010-2439-4464

# ‘광역 서울사랑상품권’ 600억 규모 발행

서울시, 11월 5일 10시부터

서울시가 25개 자치구 어디에서나 사용할 수 있는 ‘광역 서울사랑상품권’을 11월 5일 오전 10시부터 5% 할인된 금액으로 발행한다. 총 발행 금액은 600억 원이다.

시는 이번 ‘광역 서울사랑상품권’ 발행으로 계속되는 고물가에 어려움을 겪고 있는 소상공인은 살리고 가게 부담을 완화하는 똑똑한 소비문화로 민생경제에 활력을 불어넣는다는 계획이다.

‘광역 서울사랑상품권’은 모든 자치구에서 사용할 수 있는 것이 특징이며, 오프라인 가맹점뿐만 아니라 서울시 공배달앱인 팽겨요, 위메프오, 떡깨비, 놀장, 로마켓과 우체국쇼핑 내 서울시 소상공인 온라인전용관(e서울사랑샵)

에서도 사용할 수 있다.

시는 동시 접속자가 한꺼번에 몰리지 않도록 출생 연도(주민등록번호 둘째 자리)에 따라 ‘짜수’는 오전 10시~오후 2시, ‘홀수’는 오후 3시~오후 7시로 나눠 상품권을 구매할 수 있게 했다. 발행 금액은 오전·오후 각 300억 원씩 총 600억 원이다.

오후 7시 이후에는 판매 가능 금액이 남아 있다면 출생 연도와 관계없이 누구나 구매할 수 있다.

‘광역 서울사랑상품권’은 5% 할인된 가격으로 1인당 월 30만 원까지 구매할 수 있고 보유 한도는 100만 원이다. 구매일로부터 5년 이내 사용할 수 있고, 현금(계좌이체)으로 구매한 경우, 상품권 금액의 60% 이상 사용했다면 잔액을 환불받을 수 있다. 선물받기는 월



100만 원으로 설정해 건전한 상품권 사용을 도모한다. 신용카드로 상품권을 구매한 경우, 잔액 환불 및 선물하기는 불가하다.

발행 당일인 11월 5일에는 안정적인 시스템 운영을 위해 서울페이플러스 앱

의 ‘가맹점 찾기’와 ‘상품권 선물하기’는 오전 9시 30분부터 오후 7시까지 일시 중단한다. 원활한 서울사랑상품권 구매 시스템 운영과 시민들이 서울페이플러스 앱 사용에 불편이 없도록 고객센터(1600-6120)를 상시 운영한다.

## 도시공간 연계해 전통시장 활성화 추진

서울시, 남대문시장 우선 시행

서울시가 시설낙후, 유동인구 감소 등으로 어려움을 겪고 있는 서울 대표 전통시장인 남대문시장을 대상으로 도시공간 혁신을 통한 상권활성화를 추진한다.

서울시는 대형화·고급화 되어가는 대형복합쇼핑몰 트렌드 속에서 시설낙후가 가속되고 있는 전통시장을 보존하고 지속가능한 발전방안을 모색해 전통시장 고유의 소매유통 역할과 커뮤니티 공간을 창출하는 공간적 혁신 방안을 모색하고 있다.

이러한 계획의 일환으로 서울시는 우선 약 600여년의 역사를 자랑하는 우리나라 대표 전통시장인 남대문시장을 대상으로 인근 남산과 송례문 등 역사문화 명소와 연결해 방문객이 증폭될 수 있는 다양한 공공사업을 시행하기 위해 현재 기본계획 및 타당성 용역을 위한 업체 선정 중이며, 전문가로 구성된 평가위원회를 구성하여 공정한 심사를 펼칠 예정이다.

해당 사업으로는 먼저, 남산에서 남대문시장으로 연결되는 소월로 및 소파로, 회현동 골목길 약 1.6km구간의 보행환경을 정비하고, 소월로의 일부 저이용 부지를 활용해 시장방문객 및 상인들을 위한 각종 지원시설이 도입될 수 있는 시장문화진흥센터를 조성하고, 상부는 옥상공원으로 조성하여 남대문을 전망할 수 있는 휴게공간으로 조성할 예정이다.

또한 K-문화를 체험하기 위해 방문하는 외국인들을 포함한 많은 방문객들이 쾌적하고 편안하게 한국 전통시장의 감성을 느낄 수 있도록 지원할 계획이다.

서울시는 남대문시장을 시작으로 동대문시장·마장축산물시장·청량리 일대 시장 등 다른 전통시장에도 주변지역과의 연계해 고려한 도시공간적 종합계획을 수립 중에 있으며, 이러한 전통시장 종합계획은 앞으로 서울시내 다른 전통시장에도 확대해 시장고유의 정체성을 유지하면서 주변지역과 함께 발전할 방안을 마련해 활력 있는 전통시장이 조성되도록 지속 추진할 계획이다.



서울시 남대문 시장문화진흥센터 구상안.

## 동대문관광특구협의회 10월 모범종사자 선정

동대문패션타운관광특구협의회(회장 김영복)는 10월 동대문패션상권 모범종사자로 △청평화시장 ‘유니’ 유행성 △광희패션몰 최생금 씨를 선정했다.

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





서울시가 '2025 F/W 서울패션위크' 일정을 확정하고 참여 브랜드 모집에 나선다. 사진은 '2025 S/S 서울패션위크'에서 선보인 이무열 디자이너의 '유저' 패션쇼.

## “글로벌 K-패션 이끌 다음 브랜드는?”

‘2025 F/W 서울패션위크’ 2월 개최  
서울시, 참여 브랜드 11월까지 선발

서울시가 내년도 가을, 겨울 패션 트렌드를 미리 선보이는 ‘2025 F/W 서울패션위크’를 2025년 2월 6일부터 10일까지 5일간 동대문디자인플라자(DDP)에서 개최하기로 하고, 참여 브랜드를 모집한다. 내년 서울패션위크는 ‘고품격의 다양한 스타일 추구’와 ‘해외 시장 진출 확대’에 방점을 두고, 참여 브랜드 선발 과정에서 ‘독창성과 글로벌 성장 가능성’을 집중해서 평가할 계획이다.

모집 분야는 디자이너 브랜드 대상 4개 프로그램(△패션쇼 △오프쇼 △프리젠테이션 △트레이드쇼), 기업 브랜드 대상 2개 프로그램(△패션쇼

△프리젠테이션)이다. 패션쇼 참여 브랜드에게는 무대·조명 등 시스템 전반과 온라인 송출, 행사장 안전관리, 국내외 홍보마케팅 등이 지원되며, 같은 기간에 개최하는 트레이드쇼 참여 기회가 부여된다. 서울패션위크 패션쇼 최초 참여 브랜드의 경우 패션쇼 연출, 모델, 헤어·메이크업에 필요한 비용 일부를 지원한다.

오프쇼 참여시 런웨이 영상 촬영과 함께 서울패션위크 누리집과 사회관계망을 활용한 제반 홍보를 지원한다. 서울시 재산관리 공간을 활용할 경우에는 장소 사용 허가 등 관계부서 협의 등을 지원한다. 프리젠

테이션에 참여하는 브랜드에게는 바이어를 포함한 패션산업 관계자 초청과 홍보·마케팅을 지원한다. 프리젠테이션은 주행사장인 DDP(서울-온 화상 스튜디오)를 활용하거나 브랜드에서 자체적으로 정한 장소에서 진행할 수 있다.

트레이드쇼는 국내 패션 디자이너 브랜드의 해외 판로를 개척하기 위한 비즈니스 상담 프로그램으로 2개 유형(△수주전시 △쇼룸투어)으로 나눠 진행한다. DDP에서 진행하는 수주전시에는 브랜드 당 개별부스, 사전매칭을 통한 해외 바이어 1:1 수주상담, 무역실무 교육, 디렉토리 등록 및 국내외 매체 홍보를 지원한다. 쇼룸투어는 해외 바이어 방문일정 관리, 디렉토리 등록 및 국내외 매체 홍보를 지원할 예정이며 3개 패션

상권(한남, 성수, 강남)을 주요 권역으로 삼고 있다.

시는 디자이너 브랜드와 더불어 서울패션위크 패션쇼와 프리젠테이션에 기업 브랜드의 참여를 확대할 예정이다. 패션 기업 브랜드에게도 디자이너 브랜드와 동일한 사항을 지원한다.

프로그램별 신청 기간은 상이하 다. 디자이너 브랜드는 △패션쇼, 프리젠테이션 11월 8일까지 △오프쇼 11월 11일까지 △트레이드쇼 11월 15일까지이며 서울패션위크 누리집(www.seoulfashionweek.org)에서 신청 가능하다. 기업 브랜드 패션쇼, 프리젠테이션은 11월 22일까지이며 서울패션위크 누리집에서 서식을 내려 받아 지정 전자우편으로 제출하면 된다.

## 우리은행과 ‘장금이 결연’ 체결

서울 중구 상권발전소

서울 중구(구청장 김길성)는 전국 최초 민관협력 상권관리 전문기구인 ‘서울 중구 전통시장 상권발전소’(이하 상권발전소)가 우리은행과 ‘장금이 결연’을 맺었다고 밝혔다.

지난 10월 22일 체결한 협약을 통해 전통시장 상인들에게 금융 지원과 보이

스피싱 피해 예방을 위한 다각적인 지원 방안이 마련됐다.

우리은행은 전통시장 상인을 위한 전담 창구를 운영하고, 신규 대출 신청 시 최대 2%p의 금리 혜택을 제공하기로 했다. 또한, 보이스피싱 피해 예방을 위해 상인들에게 보험 가입을 무료 지원하고, 피해 시 최대 300만 원의 보상을 제공하며, 피해를 입은 취약계층에

대해서는 연 최대 1.5%p 금리 지원도 약속했다.

중구에는 남대문시장, 중부시장, 신중앙시장 등 오래된 전통시장과 각각의 특성이 뚜렷한 상점가·골목형상점까지 40여 개의 시장이 있으나, 그만큼 시장 시설은 필연적으로 노후됐으며 급변하는 상권 트렌드로 인해 전통시장 활성화를 위한 혁신적인 대책이 필요했다.

이에 중구가 제안하고 상인들이 호응하여 지난해 4월 상권발전소가 출범해 민관협력력을 강화하며 다양한 활동을

펼치고 있다.

상권발전소는 골목형상점가 컨설팅, 전통시장 설문조사 및 행사 이벤트 매뉴얼 구축, 상인 역량 강화 교육 등을 통해 시장 경쟁력 강화에 힘써왔다. 이번 협약은 시장 상인들에게 보다 실질적인 지원책이 될 수 있을 것으로 기대하고 있다.

김정안 상권발전소 이사장은 “우리은행 ‘장금이 결연’처럼 전통시장 상인들과 중구 전통시장 활성화를 위해 다양한 방안을 마련하기 위해 노력하겠다”고 말했다.

# 바이어라운지, 도매상인과 간담회 개최

## 마케팅·홍보·교육 등에 의견 반영

중구청이 운영하는 동대문 바이어라운지가 지난 10월 17일, 도매상인들과 간담회를 가졌다. 이번 간담회는 2020년부터 2024년까지 진행된 바이어라운지 지원 사업들을 되돌아보고, 상인들이 느꼈던 부족하거나 필요한 점들을 듣고 향후 개선하기 위해 마련됐다.

상인들의 이야기를 듣기 전에 바이어라운지 관계자는 지난 4년간의 지원 사업을 발표했다. 바이어라운지는 2020~21년에 변화하는 시장에 적응할 수 있도록 재정적 지원과 온라인몰 개설 및 라이브커머스 판매 등 비즈니스 지원을 제공했다. 2022년에는 기존의 지원 내용과 마케팅 지원을 확대해서 국내외 고객들에게 상인들의 제품을 더 알릴 수 있게 도왔다.

2023~24년에는 촬영 및 라이브커머스 외에 통합몰 플랫폼 구축 등 해외 수출회 & 바이어 연계 등 디지털 전환을 중점적으로 지원, 상인들이 기술과 제품 DB를 활용해 더 효율적으로 운영할 수 있도록 도움을 주고 있다.

상인들은 이런 지원들이 실제로 도움이 됐다고 말했지만 일부 아쉬운 점도 있었다고 지적했다. 마케팅과 홍보 측면에서는 해외 바이어들에게 동대문 도매시장을 더 잘 알릴 수 있도록 강력한 전략이 필요하다는 의견이 많았다. 디지털 전환 지원은 여전히 어려움을 겪는 분들이 많아 좀 더 실용적이고 친근한 교육이 필요하다고 말했다.

이밖에 물류 생산 지연과 생산 비용 문제로 어려움을 겪는 상인들이 많아



DDP패션몰 4층에 위치한 동대문 바이어라운지가 지난 달 17일 도매상인들과 간담회를 가졌다.

이를 효율적으로 해결할 수 있는 방법을 제시해 주었으면 좋겠다는 의견도 있었다.

바이어라운지는 이번 간담회 때 나온 의견을 참고해서 내년도 지원 사업을 추진해 나갈 계획이다.

## 이색 체험 'DDP 루프탑 투어' 운영

### 서울디자인재단

서울디자인재단(대표 차강희, 이하 재단)이 DDP 개관 10주년을 맞이해 발표한 슬로건 '어메이징 투모로우(Amazing Tomorrow):놀라운 내일'에 걸맞는 '루프탑 투어' 프로그램을 새롭게 선보인다.

'DDP 루프탑 투어'는 실내외 공간에 국한됐던 'DDP 건축투어'의 동선을 지붕으로까지 확장, 알루미늄 패널과 사

막 식물 '세텀'으로 이뤄진 DDP 지붕 위에서 주변을 전체적으로 조망·감상하는 이색적인 체험이다.

'DDP 건축투어'는 DDP 개관 이래 10여년간 상설로 운영해 온 프로그램으로, 관람객들에게 동대문의 역동성에 주목해 설계된 DDP의 곡선과 곡면, 사선과 사면으로 이뤄진 특유의 건축적 특징과 DDP가 자리한 지역의 역사와 문화적 맥락을 소개한다.

올해 투어는 2025년 본격 운영을 위



'DDP 루프탑 투어' 동선.

한 시범 운영으로, 10월 25일부터 11월

17일까지 4주간 이루어진다.

## 매력적인 청계천 산책로 경관조명 설치

### 서울시설공단

서울시설공단(이사장 한국영, 이하 공단)은 시민들이 즐겨찾는 청계천 산책로 11곳에 반딧불빛과 달빛이 나오는 경관조명을 설치했다. 점등시간은 18시

부터 새벽 2시까지다.

이번 경관조명 설치는 청계천 산책로를 더욱 매력적인 공간으로 만들자는 취지로 기획됐다. 공단은 청계천 산책로 중 장통교 인근과 오간수교부터 맑은내다리 사이 구간에 레이저 및 고보조명

(바닥이나 건축물에 문구나 그림을 비추는 조명장치) 총 11개를 설치했다.

오간수교에서 맑은내다리의 100m 구간에는 레이저 조명이 설치됐다. 나뭇가지에 반딧불이 깜빡이는 듯한 이미지를 연출해 마치 울창한 숲속에 들어와 있는 것 같은 느낌을 준다.

장통교 인근 산책로에는 물속에서 달빛을 볼 수 있다. 공단은 산책로 옹벽에 고보조명을 설치해 시민들이 달빛이 하

천에 내린 것 같은 몽환적인 분위기를 연출했다. 시민 반응을 고려해 이번 야간 경관 조명을 추가로 개선할 계획이다.

한국영 서울시설공단 이사장은 "야간에 청계천을 산책하는 시민과 관광객들에게 매력적인 볼거리를 제공하고자 이번 경관조명을 설치했다"며 "앞으로도 청계천 산책로가 서울을 대표하는 산책 명소가 되도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

# “제조업 경쟁력 지키는 숨은 기술장인 찾습니다”

## 서울시, 우수 숙련기술인 공모 오는 11월 22일까지 접수 받아

서울시가 의류 봉제, 기계 금속, 인쇄, 주얼리, 수제화(가방포함) 등 5대 도시제조업 산업현장에서 오랫동안 묵묵히 자리를 지켜오며 숙련기술 발전에 기여한 서울의 기술장인을 찾는다.

서울시는 오는 11월 22일 18시까지 ‘우수 숙련 기술인 공모’ 신청을 지원받는다. 지난 2022년 시작된 ‘우수 숙련 기술인 공모’는 도시 제조업의 명맥을 잇고 있는 숙련기술인을 발굴 및 시상함으로써 자긍심을 고취하고, 지역사회 발전에도 이바지할 수 있도록 마련된 사업이다.

올해는 숙련기술을 보유하고 있지만 특허등록, 학술지·학위논문 실적 등 서류심사요건을 갖추지 못한 소공인들이 많은 현장의 목소리를 반영해 근무 기간 배점을 늘리고 숙련기술 보유도 등을 보다 폭넓게 인정하는 것으로 심사기준을 일부 변경했다.

모집 분야는 작년과 동일한 의류봉제, 기계금속, 인쇄, 주얼리, 수제화(가

방포함) 5개 직종이며, 총 30명(직종별 6명) 이내로 선정한다.

시는 우수 숙련기술인 선정자에게 기술개발장려금 2백만 원과 인증서를 지급한다. 또한, 서울도시제조허브(성동구 아차산로17길 9) 2층 공간에 서울시 우수숙련기술인의 사진이 담긴 현판을 게시하며, 특성화고등학교 및 기술교육원과 연계한 특강 기회도 제공할 예정이다

신청자격은 동일 분야 및 직종의 산업현장에서 15년 이상 종사한 자로서, 공고일 현재 서울시에 3년 이상 거주하거나 근무지 소재지가 서울특별시인 경우에만 신청할 수 있다. 사무직 등 생산현장 종사자가 아니거나 정부포상지침상 신청(추천) 제한에 해당하는 경우에는 신청(추천)이 제외된다.

추천권자는 주민등록상 거주지 또는 종사하는 주된 사업장의 관할 자치구 구청장으로, 신청을 희망하는 경우 자치구 담당 부서에서 추천서를 받아야 한다.

방문 또는 우편접수를 통해 신청 가능하며, 신청 서식 및 공고문은 서울

시 누리집 내 서울 소식⇒고시·공고 ⇒「2024 서울특별시 우수 숙련기술인 선정 공고」에서 내려 받을 수 있다.

선정은 1차 서류심사, 2차 면접 및 현장실사, 3차 우수 숙련기술인 심사위원회 심사로 진행된다. 최종 심사가 완료되는 12월에 선정자를 발표하고 시상할 계획이다.

고경인 서울시 뷰티패션산업과장은 “서울시 우수숙련기술인 선정을 통해 지역 제조업의 근간을 이루는 소공인들의 자긍심을 고취할 수 있는 계기가 되길 바란다”며 “앞으로도 기술의 가치를 재조명하고 묵묵히 땀 흘려 일하는 소공인들의 헌신이 존중받는 문화를 조성하기 위해



서울시도 최선을 다하겠다”고 말했다.

○ 접수처 : 서울특별시 뷰티패션산업과 도시제조업지원팀

○ 주소 : 서울시 중구 서소문로 124 시티스퀘어빌딩 18층

## W컨셉, 신규 서비스 숏폼 ‘플레이’ 론칭

### 브랜드 매출 증대 효과

패션 플랫폼 W컨셉이 신규 서비스 숏폼 ‘플레이’(PLAY, 가칭)를 테스트로 선보인 후 2주 만에 상위 20개 브랜드 평균 매출이 40% 늘었다고 밝혔다. 숏폼 콘텐츠가 브랜드 매출 성과로 이어지면서 안정화 기간을 거쳐 연내 정식 서비스로 론칭할 예정이다.

W컨셉은 지난 9월 23일부터 모바일 앱에서 숏폼을 모아볼 수 있는 ‘플레이’ 서비스를 시범 운영 중이다. 이곳에서는 W컨셉이 자체 제작한 영상, 라이브 방송, 브랜드 룩북 영상 등을 1분 내외로 편집해 보여주고, 즉시 상품 구매도 가능하다.

대표적으로 이바나헬싱키, 망고매니플리즈, 오어, 어그 등 브랜드가 감도 높

은 영상 콘텐츠와 맞춤형 상품 추천으로 매출이 크게 늘었다. 플레이에 접속한 고객 5명 중 1명은 VVIP 등급으로 영상에 대한 관심도나 구매 비중이 높게 나타났다. 향후 패션, 뷰티, 라이프스타일 전반에서 스타일링 팁과 트렌드 정보 등 콘텐츠를 다양화해 브랜드와 동반 성장한다는 계획이다.

W컨셉이 플레이를 신규 서비스로 도입한 배경은 △패션 속성 △고객 콘텐츠 소비 습관의 변화가 있다. 패션 상품의 특성상 소재, 핏, 마감 등 세부 속성과 브랜드의 분위기 등을 입체적으로 설명하기 위해서는 영상이 효과적이기 때문이다. 영상을 활용해 상품 속성과 분위기 등을 다각도로 보여줘 브랜드 전반에 대한 효과적인 설명이 이뤄질 것으로 보고 있다.



또한, 최근 모바일에 친숙한 MZ, 잘 파세대를 중심으로 콘텐츠 소비 습관이 변화하면서 짧은 영상을 통해 ‘출근룩’, ‘데이트룩’ 등 원하는 정보를 빠르게 얻으려는 경향이 있다. 이러한 고객의 콘텐츠 소비 습관 변화에 발빠르게 대응하기 위해 숏폼을 적극 활용한다는 계획이다.

신황민 W컨셉 사업기획담당은 “숏폼 서비스가 초기 좋은 반응을 얻으면서 숏폼 내 인기 상품 등을 조명하는 기획전도 정기적으로 운영할 계획”이라며 “브랜드가 장기적으로 플랫폼 내에서 추구하는 이미지를 구축하고, 매출도 늘릴 수 있도록 도울 것”이라고 말했다.

전시



구름이 걷히니 달이 비치고  
바람 부니 별이 빛난다



‘구름이 걷히니 달이 비치고 바람 부니 별이 빛난다’는 K-컬처의 근간인 우리 전통 미술을 소재로 만든 간송미술문화재단 최초의 이머시브 미디어아트다. 국보급에 해당하는 간송미술관 컬렉션들을 새로운 방식으로 해석하고 공유함으로써 우리의 전통 문화와 예술을 더 많은

곳에서 더 많이 나눌 수 있도록 하고 나아가 우리나라를 대표하는 미디어아트展으로 거듭나기 위해 기획됐다.

- 일 정: 2024년 8월 15일~2025년 4월 30일
- 장 소: DDP 뮤지엄전시 2관
- 시 간: 10:00~20:00(19:00 입장마감) / 매주 월요일 휴관
- 관람비용: 성인 20,000원 / 청소년 15,000원 / 유아(아동)10,000원

공산품미학



서울디자인재단이 매년 진행하고 있는 디자인&디자이너 전시 시리즈의 9번째 전시로, 대량 생산된 제품의 아름다움을 제시한다.

- 일 정: 2024년 10월 15일~  
2025년 3월 3일 ※설 당일 휴무
- 장 소: DDP 뮤지엄 3층 돌레길 갤러리
- 시 간: 10:00~20:00
- 관람비용: 무료

공연



뮤지컬 '스윙 데이즈\_암호명 A'



- 일 자: 2024년 11월 19일~2025년 2월 9일
- 장 소: 충무아트센터 대강당
- 공연시간: 화~목 19시 30분 /  
금 14시 30분, 19시 30분 /  
토 14시, 19시 /  
일 15시 (월 공연 없음)
- 티켓가격: VIP석 17만원 / R석 14만원 /  
S석 11만원 / A석 8만원
- 소요시간: 160분(인터미션 포함)
- 문 의: 02-6464-0965

교육



[서울패션허브]  
디지털 패션 콘텐츠 제작 2기



- 교육기간: 11월 14~12월 13일.  
매주 목, 금 18:30~21:30
- 모집인원: 10명
- 교육대상: 새로운 직무습득이 필요한  
패션 관련 재직자
- 접수기간: 11월 10일(일) 18:00까지
- 교육장소: 서울패션허브 5층 디지털학습실
- 참가비용: 무료
- 문 의: 02-6270-2211

[브이커머스 스튜디오]  
11월 교육 프로그램

- 교육 명: 오르빗뷰 장비 심화 교육
- 교육내용: 누끼 사진 360도  
촬영 방법 및 카페24  
업로드 방법 등
- 교육일시: 11월 20일(수)  
오후 2시~5시
- 문 의: 02-6270-1333
- 교육 명: DSLR 카메라 촬영 교육
- 교육내용: 스튜디오에서 렌탈해  
주는 DSLR 카메라 &  
조명 기본 교육
- 교육일시: 11월 20일(수)  
오후 4시~5시
- 문 의: 02-6270-1333

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	에이피엠렉스	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	탐204	02-2232-3604
디디피패션몰	02-3405-4040	청계6가 지하쇼핑센터	02-2275-4812
디오트	02-2117-8000	청평화패션몰	02-2252-8036
디자이너클럽	02-2233-2528	패션남평화	02-2237-0620
맥스타일	02-2218-0000	평화시장	02-2265-3531~2
벨포스트	02-2231-4674	현대아울렛 동대문점	02-2283-2002
상상패션몰	02-2254-4222	헬로에이피엠	02-6388-1200
스튜디오W	02-2230-8100		

모집요강

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

※동타닷컴(www.dongta.com) 제공

디자이너

태정씨엠(여성복)

주간/정규직/무관/1988년생 이상/무관/11월30일/010-4424-2219/misseouljun@gmail.com

AYCE(여성복)

야간/정규직/여/1992년생 이상/1년 이상/11월24일/010-4960-8778/sunsy77@naver.com

(주)마리앙(여성복)

주간/정규직/여/없음/5년 이상/11월24일/010-8869-6614/mariang7@naver.com

스칼럽(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/11월23일/010-3547-1117/sungminpark@scallop.co.kr

RIETTE(여성복)

주간/정규직/무관/없음/3년 이상/11월23일/010-5406-2235/riettekr@gmail.com

디오트 2층(다이마루)

주간/정규직/여/1990년생 이상/2년 이상/11월23일/010-6379-6356/rlath63@naver.com

MONIQUE(여성복)

야간/정규직/여/없음/2년 이상/11월23일/010-5429-4163/monique4163@naver.com

anndiana(여성복)

야간/정규직/무관/없음/1년 이상/11월22일/010-8898-66510/ggusgml@nate.com

애니브(여성복)

야간/정규직/무관/1994년생 이상/무관/11월30일/010-2931-0727/mlgks1006@naver.com

(주)카야(여성복)

무관/아르바이트/무관/없음/3년 이상/11월30일/010-4607-1939/kaya1118@naver.com

apMLAKE(여성복)

야간/정규직/남/1994년생 이상/3년 이상/11월20일/010-9608-1868/chachacha7007@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/11월15일/010-3359-1502/kbh7594@naver.com

제일평화(여성복)

무관/정규직/여/없음/5년 이상/11월30일/010-8834-0501/ljs8993@gmail.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/1999년생 이상/1년 이상/11월19일/010-4198-8885/pbgshh@gmail.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/무관/2003년생 이상/2년 이상/11월19일/010-4742-3859/statement@gmail.com

apM(남성복)

야간/정규직/남/1997년생 이상/무관/11월19일/010-9000-9813/hongddack12@naver.com

제일평화(여성복)

주간/정규직/여/없음/1년 이상/11월30일/010-9554-5148/wjdcnsdud@gmail.com

ZOOZOOM(여성복)

주간/정규직/무관/없음/무관/11월19일/070-4048-1287/insa@zoozoom.co.kr

씨앤씨컴퍼니/PAGE (여성복)

주간/정규직/무관/없음/5년 이상/11월15일/010-9696-5483/knh5483@naver.com

apM 오브젝트(여성복)

무관/정규직/무관/없음/4년 이상/11월16일/010-3316-0306/live4026@naver.com

e more(여성복)

주간/아르바이트/여/1997년생 이상/5년 이상/11월15일/010-7335-4035/liege0506@naver.com

apM VERGAMOT(여성복)

무관/정규직/무관/없음/무관/11월14일/010-5041-4782/berry\_you@naver.com

apM릭스(토탈)

주간/아르바이트/여/없음/5년 이상/11월13일/010-9218-2468/ysj635@hanmail.net

apM플레이스(여성복)

주간/정규직/무관/1998년생 이상/무관/11월13일/010-4005-1296/neojune81@gmail.com

웬즈데이오아시스(토탈)

주간/정규직/여/1988년생 이상/무관/11월10일/010-9513-7829/park\_kh88@naver.com

쿠마(토탈)

무관/아르바이트/무관/없음/3년 이상/11월10일/010-2007-0991/alex7825@naver.com

판매사원

디오트(여성복)

무관/정규직/여/없음/무관/11월24일/010-5621-6694/mian0621@naver.com

청평화 코림(니트)

야간/아르바이트/여/1980년생 이상/무관/11월23일/010-3898-4944/jhs8111@naver.com

두타(여성복)

주간/아르바이트/무관/없음/1년 이상/11월24일/010-2887-8871/guard05@naver.com

apM플레이스(여성복)

야간/정규직/여/2004년생 이상/무관/11월23일/010-8805-1402/kk\_jeong86@naver.com

Powder&Loco(여성복)

야간/정규직/무관/2000년생 이상/2년 이상/11월22일/010-7286-0779/rlaxorjs0108@naver.com

디오트(여성복)

야간/정규직/남/2000년생 이상/무관/11월21일/010-9353-1232/mansu777@naver.com

제일평화 지미와이(여성복)

야간/정규직/여/1982년생 이상/3년 이상/11월20일/010-5441-3879/jimmywhy@naver.com

디디어패럴(하의)

무관/정규직/여/1987년생 이상/무관/11월20일/010-8732-4981/tlssusgh@naver.com

OUNCE

야간/정규직/무관/1999년생 이상/2년 이상/11월19일/010-6639-2464/ounce01312@gmail.com

너울(여성복)

야간/정규직/여/1989년생 이상/5년 이상/11월19일/010-4996-8684/2ahmom@naver.com

디오트 3층(다이마루)

야간/정규직/여/없음/3년 이상/11월19일/010-3069-0625/mjjsogood@naver.com

RACOCO(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/2년 이상/11월17일/010-9567-3561/terra0914@naver.com

Ahp(토탈)

무관/정규직/무관/1988년생 이상/무관/11월17일/010-3123-8500/ubucho@naver.com

청평화(니트)

야간/정규직/무관/1990년생 이상/무관/11월16일/010-6582-0333/ynjy5@naver.com

레이나(여성복)

야간/정규직/여/없음/무관/11월16일/010-8631-4745/pzno1234@naver.com

apM 언더스탠딩(토탈)

야간/정규직/무관/없음/1년 이상/11월16일/010-9220-0833/understanding@naver.com

apM 4층(남성복)

야간/아르바이트/무관/1990년생 이상/2년 이상/11월15일/010-6431-2065/moon@mayonnaise.work

두넛싱크(남성복)

무관/정규직/남/1988년생 이상/무관/11월15일/010-8944-6301/belpostshaco@gmail.com

파프리카

야간/정규직/여/없음/무관/11월16일/010-5567-9251/jimin.office19@gmail.com

디오트 4층(토탈)

무관/정규직/여/없음/무관/11월30일/010-6314-1176/rnldnd9405@naver.com

DDP쇼핑몰(여성복)

야간/정규직/여/1980년생 이상/1년 이상/11월15일/010-3702-1615/younggee71km@naver.com

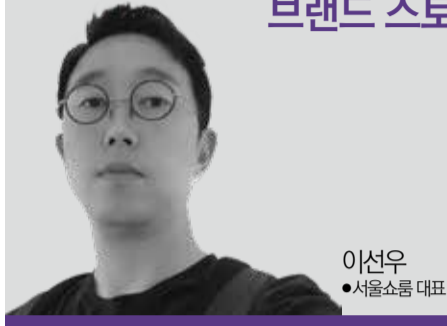
남평화(다이마루)

야간/정규직/무관/없음/무관/11월14일/010-4059-9500/hdg1026@naver.com

디오트 2층 빨주노초(여성복)

야간/정규직/남/1990년생 이상/무관/11월14일/010-6226-1362/ji1820@naver.com

이선우 패션 디렉터의  
알고 보면 정말 괜찮은  
브랜드 스토리(19)



이선우  
•서울쇼룸 대표

파리패션위크는 유럽의 명품브랜드를 비롯해 세계에서 내로라 패션브랜드들의 경연장입니다. 수많은 브랜드와 디자이너가 패션쇼, 쇼룸, 전시회에서 글로벌 바이어와 미디어의 주목을 받기 위해 최선을 다하는 자리죠. 필자가 운영하는 서울쇼룸은 수년전부터 국내 디자이너 브랜드의 세일즈랩으로서 파리 트라노이 전시회와 현지 쇼룸에서의 세일즈를 진행해왔습니다.

오랜 세일즈의 노하우가 쌓였지만 글로벌 경쟁력이 있는 국내 브랜드와 디자이너를 찾는 것은 사실 생각보다 쉽지 않았습니다. 지난 9월말 파리패션위크 기간 동안 열린 트라노이 전시회의 참가 브랜드 구성에도 참 고민이 많았죠. 가장 고민스런 부분은 한국의 전통 한복브랜드인 '분우리옷'의 전시회에 대한 도전이었습니다.

물론 한복의 우수성과 한류에 영향력으로 인한 관심은 의심할 바가 없었지만, 문화적 영향력과 바이어들의 평가는 다른 부분이니까요. 하지만 대한민국을 대표하는 한복이 글로벌 시장에서 어떤 평가를 받는지 궁금했고 현지에서 그 반응을 보고 싶어 이번 전시회에 '분우리옷'과 함께하기로 했습니다.

분우리옷은 백주원, 백주희 자매가 이끌어가는 부산 베이스의 전통 한복 브랜드입니다. 두 자매는 어릴 때부터 아버지가 운영하는 한복 원단 도소매 매장을 보고 자랐다고 합니다. 그리고 사업과 회계에 관심이 많았던 언니(백주원)는 대학교에서 경영학을 전공했고, 그림과 창작을 좋아했던 동생(백주희)은 언니와는 전혀 다른 패션디자인을 전공하게 되었습니다. 부모님께서 매장을 운영하시면서 자매에게 사업을 가업으로 이어가길 원하셨고, 이것이 각자 다른 진로를 향해 가고 있어 점점이 전혀 없을 줄 알았던 자매에게 '한복'이라는 공통분모가 된 것이었죠.

다행히(?) 자매 사이가 너무 좋아 각자의 친구들과도 잘 지내왔고 같은 공간에서 일을 하면 서로 의지할 수 있을 것 같아 뛰어들게 되었다고 합니다. 처음엔 사업에 대한 큰 포부나 열정보다는 가업이기 때문에 이 일은 '해야하는 것'이라고 관성처럼 느꼈는데, 그때도 둘 다 영 욕심이 없던 건 아니었는지 조금만 키워보자라는 마음이 한편에 자리를 잡고 있었던 것이죠.

직원들을 추가로 채용하고 오더 수량이 늘어나게 되면서 사업의 규모가 커졌고 언니는 한복 원단 제조, 공장 관리 파트를, 동생은 한복 디자인 파트를 각각 담

백주원, 백주희 자매가 이끌어가는 '분우리옷(BUN)'

파리서 인정받은 자랑스러운 전통 한복 브랜드



'분우리옷' 파리 전시회 모습.



'분우리옷' 파리 모델.

당하게 되었습니다. 이때가 2011년, 디자인 한복을 제조하여 샵에 공급하는 BtoB 브랜드인 '분우리옷'을 런칭한 해였습니다.

한복을 디자인, 제작해서 납품하는 프로모션 업체로 수년을 이어가던 중 이제는 브랜드 자체를 표현하고 싶다는 생각이 문득 들었다고 합니다. 그래서 전시회와 패션쇼 등 표현의 기회가 주어지면 계산기를 두드리지 않고 무조건 참여했었던 것이죠.

안정을 추구하는 성격의 언니는 무리한 투자 없이

기존에 이어오던 오프라인 세일즈를 강조했고, 도전을 선호하는 동생은 지금 당장의 수익은 없지만 새로운 방향에 대한 투자를 주장하면서 트러블이 생기기도 했지만 매번 저주면서도 든든한 버팀목이 되어주는 착한 언니 덕분에 다양한 시도를 할 수 있었습니다.

무엇이든 함께 한다면 못할 게 없다는 자신감으로 동생은 한복과 관련 없는 프리마켓같은 것도 덜컥 신청해서 언니와 함께 길에서 장사도 많이 했습니다. 대중은 독특한 것보다 무난한 것을 선호한다는 것은 일상복이나 한복이나 비슷했습니다. 누구나 입는 옷, 트렌드의 중심에서 있는 스타일 외에 또 다른 시장에 대한 호기심이 생겼습니다. 독특해서 아무나 안 입는 옷, 일상적이지 않은 옷. 이것을 한복에 대입한 도전을 또 시작한 것이죠.

파리에서의 경험으로 작은 스타트이지만 희망을 갖게 되었고 독특해서 아무나 안 입는 옷, 특별한 날 입는 옷, 한복을 기반으로 하는 여성 하이패션으로 해외 시장에 자리할 수 있을지 알 수 없지만 한복을 기업으로 받아들이는 날처럼 작은 욕심부터 하나하나 이뤄갈 목표를 다시 세웠다고 합니다.

필자도 파리 전시회 현장에서 두 자매와 함께 세일즈를 진행하며 느낀 점이 참 많습니다. 시차적응부터 여독 때문에 피곤했을텐데, 두 자매는 전시회 첫날부터 마지막 날까지 4일 동안 전시장에서 한 번도 자리에 앉지 않고 적극적으로 바이어와 관람객을 맞이했습니다.

관심을 보이는 분들에게 직접 한복을 입혀주고, 작은 피드백도 들어보려는 노력에 저도 참 감동을 받았습니다. 아무리 컬렉션이 좋아도 이런 적극적인 모습이 없다면 바이어는 외면하기 마련입니다. 하나가 아닌 둘이라서 더욱 시너지가 나고, 경쟁상대가 없는 한복이라서 더욱 주목을 끌 수 있다는 것을 두 자매가 증명한 것이죠.

분우리옷 두 자매의 도전은 내년 3월 일본 도쿄로 이어집니다. 2025년 3월 18일부터 19일까지 개최되는 '트라노이 도쿄' 전시회의 참가를 일찍 결정하고 벌써부터 두 자매는 준비에 들어갔습니다.

'우리 것이 제일 좋은 것임'을 우리만 떠들고 우리끼리 자부하는 것이 아닌, 적극적으로 즐겁게 알리고 증명해내는 '분우리옷' 프랑스 파리에 이어 일본 도쿄에서의 도전도 응원합니다.

# 서울시 브이커머스 스튜디오

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

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



촬영 스튜디오



촬영 및 컨설팅 지원



장비 지원  
카메라, 렌즈, 조명  
360도 촬영기기



라운지  
미팅 및 휴식



동대문 상권 전용 C 스튜디오

**방문 전 전화로 가능한 시간 확인 후 내방**  
사업자 등록증 1회 제출 필수  
최대 4시간 예약 가능

현장 접수 가능 시간 10:00~20:00  
스튜디오 마감 21:30 이후 이용 불가

(중복 예약 문제로 C룸 네이버 예약은 오픈하지 않습니다.)

서울시 브이커머스 스튜디오

**02-6270-1333**

서울특별시 중구 마장로 22 DDP패션몰 4층(신당동 251-7)

운영시간 : 평일 오전 10시~ 오후 10시 / 토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

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



예약하기 QR

# 동대문 활성화 지원 사업

동대문 상권의 자생력 강화와  
활성화를 위한 온오프라인 지원사업



## 교육 지원

데이터 관리 교육  
라이브 및 숏폼 교육



## 판로 확대 지원

온라인몰  
개설 및 운영 지원



## 지원 사업 연계

촬영 지원  
브랜딩 컨설팅 지원

### | 접수 방법 |

QR코드 스캔 후 접수 또는 현장 접수  
※ 접수 장소 : DDP패션몰 4층 바이어라운지

### | 문의 |

TEL. 02-6270-1100 / H.P. 010-4313-8720  
※ 자세한 내용은 QR 코드를 통해 확인

### | 주소 |

서울특별시 중구 마장로 22,  
DDP패션몰 4층 바이어라운지

### | 운영시간 |

평일 오전 10시 ~ 오후 10시  
토요일, 일요일 및 공휴일 휴관

