

「2017 의류제조 수주박람회 지원사업」 세부 운영계획 수립을 위한 간담회

- 일시 : 2017년 4월 21일(금) 14:00-15:00
- 장소 : 서울디자인재단 소통공방(유어스 4층)
- 참석자

순번	소 속	직 위	성명
1	의류산업협회	총괄본부장/ 이사	이재길
2	의류산업협회	소공인특화지원센터/과장	박진현
3	한국섬유산업연합회	전시패션팀/팀장	김도엽
4	동대문의류봉제협동조합	회장	김용수
5	(주)펠스	대표	김해숙
6	알로곤	대표	신용균
7	서울시	문화융합경제과/팀장	박주선
8	서울시	문화융합경제과/주무관	김성미
9	서울디자인재단	의류산업팀/팀장	최주원
10	서울디자인재단	의류산업팀/수석	이해수
11	서울디자인재단	의류산업팀/선임	최선윤
12	서울디자인재단	의류산업팀/선임	오진실
13	서울디자인재단	의류산업팀/선임	윤혜진

- 간담회 목적 : 의류제조 수주박람회 지원사업 세부운영계획(안) 검토
 - 사업 실행 내용, 진행 방향에 도움이 될 만한 의견 제안

◇ 개요



<해외 수주박람회 지원사업>

1. 참여 자격 검토 결과

- 참여 자격에 대한 긍정적 반응

- 그룹 1 : 브랜드를 소유한 의류제조업체

→ '직접 제조를 하며 브랜드를 운영하는 디자이너들이 생각보다 많은데, 이들은 국내 비즈니스에 어려움을 겪고 있어, 해외시장이 더욱 적합할 것으로 생각된다.'

- 참여 자격(그룹 2) 추가에 대한 긍정적 반응

- 그룹 2 : 디자이너와 의류제조업체의 연계

→ '디자이너가 일감을 따와서 국내 생산을 이끌어 내는 취지가 좋다.'

→ '디자이너와 의류제조업체의 콜라보를 통해 전시 콘셉트에 적합한 제품으로 참여한다면 성과가 클 것이다.'

2. 사업 진행시 고려할 점

- 에이전시나 전문 코디네이터 투입

- 해외 전시 참여 경험이 없는 업체를 위해 참여 전반의 컨설팅 필요

- 디자인과 컨셉을 전시회에 맞출 수 있도록 컨설팅(공동브랜드 참여 고려)

- 참여의 지속성 필요

- 단발성 참여로 인한 성과는 어려우므로 지속적인 참여가 될 수 있도록 노력

- 사후 관리 지원 검토

- 실질적으로 필요한 지원이지만 분쟁이 일어날 소지가 많으므로 조심스러운 시도가 필요

<기업가정신 한일 교류사업>

1. 사업 진행시 고려할 점

- '폐쇄적인 일본인 특성을 고려하여 교류 범위를 넓힐 수 있도록 사전 코디가 필요하다'

2. 개최 계획에 대한 검토 결과

- 긍정적 반응

- '다양한 스타일의 제품이 공존하는 일본 시장의 견학은 보수적인 봉제업체들의 시야를 넓히는 좋은 경험이 될 것이다.'

<국내 의류제조 수주박람회 개최사업>

1. 개최 계획에 대한 검토 결과

- 긍정적 반응

- '금번 개최를 통해 국내 수주박람회 진행에 대한 경험치를 쌓아 가면 좋을 것 같다.'

□간담회 결과 :

신미선 책임- 국내 의류 제조업체들에게 새로운 경영에 대한 이해와 시장을 전파해보자는 취지로 사업을 계획 했다.

<해외 수주박람회 지원사업>

최선운 선임- 의류 제조업체들이 자체 브랜드를 가지고 OBM을 지향하는 운영 방식이 국내 업체가 지향해야 할 방향이라고 생각하여, 취지에 맞게 9월 개최하는 'who's next' 박람회에 자체브랜드를 등록하여 운영하는 봉제업체와 함께 참가하여 업체들을 지원하는 사업을 진행 하고자 함. 총 10곳의 업체 선정. 업체 부담비용은 참가비용 250만원(보험료포함). 재단 측에서 부스비용(600만원)과 룩북 제작 지원. 참가 전에 프랑스 시장정보, 마케팅, VMD등의 교육을 시행하고, 통역과 운송료 일부지원 할 예정. 대행업체를 통해 상담 지원. 또 하나의 참여 자격으로 디자인력이 뛰어난 국내 디자이너들이 해외수주박람회에서 오더를 받아와, 국내 의류제조업체에 일감을 넘겨 줄 수 있는, 디자이너와 제조업체의 생산 협약을 통해, 전시사업에 함께 하고자 함.

신미선 책임- 브랜드를 가지고 있는 봉제업체는 기본이고, 디자이너와 생산업체의 협약을 통해 참여 추가.

기존 전시의 경우 디자이너 중심으로 오더가 들어온 경우 단가가 안 맞아 해외로 생산오더가 넘어가는 일이 발생. 그래서 'Who's next' 참여에 의류제조업체를 운영하지 않아도, 디자인 아이디어가 있는 신진디자이너들이 국내 제조업체와 생산 협약을 맺어 참여하길 바람. 또 룩북 제작 시 상품과 봉제기술을 함께 소개하여 제작하려함.

김도엽 팀장- 본 사업의 초점이 '오더'를 받는다는 것보다는 '해외 진출'로 맞춰져야 할 것. 또한 전체적으로 컨트롤 가능한 디렉터가 필요(전문대행사 필요).

김용수 회장- 프랑스나 일본 등의 선진국에서는 우리나라 의류가 인정받지 못하는 경우가 많음. 이 점을 유의해야 함. 본인의 경우, 올해 인도 진출 예정. 한국보다 후진국 쪽으로의 진출이 봉제업체에 이익이 클 것이라 생각하기 때문.

이재길 이사- 오피 전 참고 해야 할 것은 주요 전시 개최 시기가 있기에 스케줄을 잘 맞추어 진행해야 할 것 같고, 지원 내용이 명확해져야 할 것 같음.

또 심사부문을 보자면, 포트폴리오심사, 가격, 콘셉트 등의 심사기준이 있는데 주관사가 있는 경우에는 기준미달이 되더라도 단체의 이름을 보고 조금 부족 하더라도 참여시켜주는 경우들이 있었음. 제조업을 겸하는 브랜드를 운영하는 사람들의 DB가 얼마나 있을지, 해외 전시 참여 경험을 가지고 있는 사람이 있을지, 있다면, 체제 비용을 부담하고도 갈 의향이 있을지가 우려 되는 부분. 전문 코디네이터 투입으로 참여 업체의 디자인과 컨셉을 전시회에 맞출 수 있도록 컨설팅 필요. 단발성 참여로 인한 성과는 어려우므로 지속적인 참여가 될 수 있도록 노력. 참여자체의 의의를 두는 것이 아니라 성과를 위한 확실한 준비가 필요하며, 단발성으로 성과를 얻으려면 고도의 테크닉이 요구됨.

박진현 과장- 해외 수주박람회 경험이 없는 업체에게 참여 전반의 컨설팅 필요. 따라서 중간 에이전시의 리드부터 시작하여 단계적으로 역량을 키워주는 지원이 필요함.

이재길 이사- 지원비용보다는 지원방법에 초점을 맞추어야함,

처음 해외 수주박람회 참여로 보면 Who's Next가 부담이 될 수도 있지만, 시장 개척 차원에서 보면 유럽시장 또한 큰 의미가 있다.

-단발성이 아닌 지속가능한 프로그램 필요,

-시장 개척차원으로 공동 브랜드를 가지고나가 제품력 인정받을 수 있는 테스트로 삼아도 될 것 같고,

-디자이너와의 콜라보를 통해 전시 콘셉트에 적합하게 만들어서 내보내는 방법 또한 있음.

박진현 과장- 소공인특화지원센터에 소공인 제품 판매촉진 사업(컨설팅, 광고 등의 마케팅 지원)의 경우를 말하자면, 동대문 업체 한 곳이(도매) 단 납기로 인해 노동이 장시간 지속되어 힘들다 보니 사업 방향을 변경하여 물량을 줄이는 대신 퀄리티를 올리는 방향으로(디자이너 브랜드 제품 생산) 수익구조를 더 늘리고자 하여, 디자인 전공자 딸이 디자인을 하고, 부모님이 생산을 하는 바람직한 구조가 되어 편집숍에 입점하는 등의 긍정적인 결과를 낳은 경우가 있음.

신용균 대표- 의류제조업체이면서 브랜드를 가지고 있어야하는 참여 자격의 대상을 찾는 것이 어렵다고 생각할 수 있는데, 직접 제조를 하며 브랜드를 운영하는 디자이너들이 생각보다 많음. 이들은 국내 비즈니스에 어려움을 겪고 있어, 해외시장이 더욱 적합할 것으로 생각됨. 또한 디자이너와 제조업체의 콜라보를 통한 참여도 긍정적이다. 제조업체가 적합한 디자이너를 찾아서 콜라보하여 신청할 수 있다. 디자이너가 일감을 따와서 국내 제조업체에게 일감을 주어 생산을 이끌어 내는 취자가 좋다.

김해숙 대표- 디자이너와 제조업체가 콜라보를 하는 것이 성과가 크고 원활한 진행이 될 것 같음. 디자이너는 오더가 오면 오더 베이스 처리 과정을 원활히 진행할 수 있음. 상품 콘셉트, 딜리버리 등 핸들링을 해야함. 시범사업으로 진행해보면서 경험을 쌓는 것이 좋을 것 같음.

최선윤 선임- 수주박람회 사업의 세부사업을 세 개로 나눈 이유는 다방면으로 시도하자는 의미. 모두 우려하시는 사후 관리 부분은 수주박람회를 지원하는 국내 사업 중, 그 부분까지 커버해주는 기관은 없는 것으로 알고 있음. 사후 관리 부분에서의 지원이 필요하다는 것은 인지하고 있고, 최대한 지원해 줄 수 있는 방법에 대해 고민을 하고 있음. 예산이 넉넉하지 않은 것이 문제인데, 계약 프로세스 상 문제점이 생겼을 경우 컨설팅을 해줄 수 있는 정도의 개념으로, 길잡이를 해주면 어떨까 함. 그 부분에 대하여 계속 고민해야 함.

이재길 이사- 사후 관리 부분으로, 계약 진행 시 통관, 계약 클레임 등이 발생하는데 대부분 법정 소송이 되므로 신중해야 함.

해외 패션전시회를 통해 의류제조 업체가 해외로 진출하는 것도 괜찮을 듯. 디자인과 제조는 분리되었다고 생각했는데, 함께 콜라보 하여 참여하는 경우에 대해 듣게 되어 신선했음. 그 둘의 콜라보가 잘 이루어지면 좋은 결과를 낼 것. 이번 전시 참여에 대한 의견이 분분하고 여러 가지 해결해야할 사항이 발생할 수 있지만 이러한 고민과 노력하는 단계 없이 유사사업의 활성화가 이루어질 수 없기 때문에, 재단 측이 잘 코디해서 노력하는 것이 큰 의의가 있겠다. 일정에 맞게 서둘러야 할 것 같고, 'Who's next'쪽과 소통이 잘 되니 필

요하면 협조하겠다.

그리고, 수주박람회 참가 시 사진 촬영과 같은 기록, 스케치를 남겨 다음 전시회 또는 마케팅에 활용하는 것도 큰 성과가 될 수 있다.

김용수 회장- 동대문시장업체들의 오더 연결방향을 잡아주면 좋을 듯 하고, 통역 지원이 필요하다.

신미선 책임- 기본적으로 무역에 대한 이해와 패션지식을 갖춘 전문 통역사를 고용할 예정이다.

<기업가정신 한일 교류사업>

최선윤 선임- 작년의 수주박람회 개최 결과, 해외 일본 쪽에서 좋은 성과가 있었다. 따라서 일본 쪽으로 진출 하고자 의류 제조 베이스로 마케팅을 성공적으로 펼치고 있는 특정 지역과 교류를 맺어서 향후, 판로를 서로 지원하는 방향으로 잡아보자는 차원으로, 올해 1차적인 단계로 도쿄 스미다구의 오래된 의류 제조업체 장인마을이 있는데, 자체브랜드를 진행하면서 유럽 진출에 성공한 사례가 있으니 그쪽의 의류업체와 서로의 장점을 배울 수 있도록, 상호 교류(연수)를 계획 중이다. OBM 지향업체들과 스미다구에 가서 그 지역의 비즈니스 상황을 배우자는 취지로 8월 중 계획. 내년에는, 스미다구의 의류 제조업체들이 도쿄 스카이트리 등 도쿄 곳곳에 매장을 내고 있고, 일본 정부 측에서도 스미다구의 의류 제조업체들을 지원 중이어서, 함께 협약하여 상호 판로 협약을 맺어보고자 한다.

신미선 책임- 일본은 국내와 달리, 가격이 비싸도 소비자들이 사려고 하는 문화가 있다. 기업들이 자체 상품을 제작하여 판매화 시킬 수 있는 기업가 정신을 배워올 수 있도록 하고자 함.

김도엽 팀장- 분야는 다르지만, 일본과 산업용 테크니컬 쪽 협력 사업을 7,8년 정도 진행해본 경험에 비추었을 때, 일본에서는 보여주는 범위가 제한적이므로 사업범위의 코디를 미리 잘해야 한다. 연결 네트워킹 찾아서 사전에 컨택을 하여 사전 조율이 필요.

이재길 이사- 작년에 패션 월드 도쿄를 다녀왔다. 전시회의 규모보다는 내적인 부분에서 느낀 것이 많음. 본인들의 노하우에 대해 디테일하게 한국인들에게 모두 말해주지 않음. 설사 알게 되더라도, 우리 기관과 제조방식이 달라서 그것을 적용하여 변화를 주기가 쉽지 않을 것. 그러나 국내 봉제업체들이 한 단계 도약하는 경험을 쌓아 줄 수 있는 좋은 기회이다. '저게 옷이야?'라는 말이 나올 정도로 독특한 상품이 많은 일본 전시회, 주어진 일감을 처리하는 것에만 길들여져 있는 국내 봉제업체들이 가게 된다면, 시야를 넓히는 굉장히 좋은 경험이 될 것이다.

김해숙 대표- 3개 사업 일정이 하반기에 몰려 있는 만큼 스케줄 검토가 필요할 것.

<국내 의류제조 수주박람회 개최사업>

신미선 책임- 9월 말부터 11월 초까지 건축 비엔날레가 DDP에서 개최된다. 그때 생산도시 프로젝트로 창신동을 거점으로, 봉제공장에 작업환경을 개선하여 보여주고 발표하는 연구가 있을 것인데, 그 때 국내 OEM, ODM 수주 박람회와 함께 하면 좋을 것 같다는 생각. 대안시장을 알려주는 포럼도 진행할 예정.

이재길 이사- 이번 개최를 통해 국내 수주박람회 진행에 대한 경험치를 쌓아 가면 좋을 것 같다.

끝.