

2018년 서울패션위크 종합계획(안)

2017

문서번호	패션위크팀-2253	책임	패션위크팀장	패션문화본부장	디자인경영단장	대표이사	
결재일자	2017.12.20.	12/19 이현주	12/20 김윤희	12/20 김윤희	12/20 유석윤	12/20 이근	12/20 이근
공개여부	공개	협 조		책임			
방침번호	대표이사방침 제 (5239)호			12/19 정은석			

추진근거			
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협약내용	협약결과
사 업 비	'18년 6,390,000천원 (출연금 5,366,000천원 + 자체수입(협찬금 및 참가비) 1,024,000천원)		

※ 문서내용을 위와 같이 간단히 요약하세요.

서울디자인재단 (패션위크팀)

사전 검토항목

※ 해당사항이 없을 경우 '무 ✓' 표시하시기 바랍니다.

검 토 항 목	검토여부 '✓' 표시	
시 민 참 여 고 려 사 항	시 민 :	유 ✓ (일반시민) 무 □
	이 해 당 사 자 :	유 ✓ (패션디자이너 및 관계자) 무 □
	전 문 가 :	유 ✓ (유통, 미디어 등 관계자) 무 □
	옴 브 즈 만 :	유 ✓ (시민감사 옴부즈만) 무 □
법령및기타 고 려 사 항	법 령 규 정 :	교통 □ 환경 □ 재해 □ 기타 □ 무 □
	기 타 :	고용효과 □ 노동인지 □ 균형인지 □
		취약계층 □ 성인지 □ 장애인 □ 디자인 □
	갈등발생 가능성 □ 유지관리 비용 □ 무 □	
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 :	유 □ () 무 □
	민 간 단 체 :	유 □ () 무 □
	기 업 :	유 □ () 무 □
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 :	유 □ () 무 □
	관 련 단 체 :	유 □ () 무 □

2018년 서울패션위크 종합계획(안)

서울패션위크 혁신을 통해 고부가가치 패션산업 활성화에 기여하고, 서울 패션위크 글로벌화를 통해 세계 패션 중심도시로서 서울의 위상 제고

1. 사업목적

■ 서울패션위크 비전 및 전략

미션	세계가 주목하는 패션 허브도시 '서울'		
비전	① K-패션 브랜드의 해외 진출 교두보 마련 ② 신진 디자이너 육성을 통한 창조 경제 핵심 사업으로 도약		
추진 전략	글로벌	차세대	상생
	K-패션의 글로벌 도약을 위한 글로벌 경쟁력 강화	차세대 디자이너 발굴 지원, 대한민국 대표 디자이너로 육성	패션·문화·관광을 융합한 동대문·서울의 대표 MICE화

2. 사업개요

■ 2018년 서울패션위크 개요

- 일 정(안) : 춘계 ('18.3.19~24), 추계 ('18.10.15~20)
- 장 소 : 동대문디자인플라자 외
- 프로그램

행 사 명	장 소	내 용	비 고
패션쇼			
서울컬렉션	알림 1,2관	신진·중진 디자이너들의 패션쇼	시즌별 약 40회
제너레이션 넥스트	미래로 하부	트레이드쇼 패션쇼 및 부스 참가 지원	시즌별 20회
부대프로그램			
어워드	DDP	명예·중진 신진 디자이너 선정 및 시상	추계
오프닝	DDP	서울패션위크 오프닝 행사 및 ※추계: 명예 디자이너 전시 오프닝 행사 포함	시즌별

피날레 이벤트	DDP 외부	서울패션위크 피날레 행사 ※추계 피날레는 어워드 행사 포함	시즌별
네트워킹 파티	DDP 외부	국내외 패션관계자 및 디자이너의 네트워킹 행사	시즌별
시민참여 부대프로그램			
멘토링 세미나	DDP 내	글로벌 비즈니스 및 PR 전문가들로 구성된 세미나	시즌별
컬렉션 생중계	지정	전 컬렉션 생중계 ※SFW 홈페이지, APP, V live 등	시즌별
패션 필름 페스티벌	DDP 또는 외부	패션 필름 상영회 마련 우수 패션·문화 컨텐츠 보급 등 패션 축제 분위기 도모	시즌별
데일리뉴스페이퍼	DDP 일대	서울패션위크 홍보지, 국·영문 발행	시즌별
명예 디자이너 전시	DDP 내	명예 디자이너 전시, 시민 대상 개방	추계
기타	어울림광장	외부 기업과 연계, 시민행사개최	시즌별

3. 추진실적

■ 2017년 춘·추계 추진성과

구분	'16년 춘계	'16년 추계	'17년 춘계	'17년 추계
관람객	33,800명	334,956명	381,907명	238,876명
패션쇼 횟수	68회 - SC 38회 - GN 27회 - 패션기업 3회	69회 - SC 41회 - GN 21회 - 패션기업 7회	66회 - SC 40회 - GN 20회 - 패션기업 6회	61회 - SC 35회 - GN 20회 - 패션기업 6회
초청 해외바이어	160명	160명	142명	173명
참가 국내외바이어 ※초청 바이어 포함	160명 ※현장등록 미집계	344명	296명	468명
수주실적	\$398만	\$271만	\$388만	\$586만 ※상담실적
국내 홍보실적	10,453건	12,780건	15,467건	19,006건
해외 홍보실적	215건	200건	342건	447건

- 패션 기업, 유통, 미디어와 지원 펀드 조성 및 신진 디자이너 후원
 - 신진디자이너 대상 창작활동비 및 J by 패션발전기금 수여
- 실질 구매력 높은 아시아권 바이어 초청 확대, 수주 상담 기회 확충
 - 미주, 유럽의 하이엔드 백화점 및 온라인 편집샵 바이어 40명 초청 외 아시아권 백화점 및 편집샵 바이어 130명 초청 확대 ※전 시즌 대비 30명 추가
- 패션 문화, 예술을 아우르는 다양한 프로그램 개최, 패션 축제화

4. 시사점 및 개선사항

■ 주요개선사항

	내용	개선(안)
컬렉션 운영	컬렉션이 알림1,2관 위주로 진행되어 브랜드의 개성을 드러내는 데에는 부족해 보이고, 프레스/바이어에게도 식상하게 전달됨	→미래로 하부 컬렉션 장 설계, 희망자에 한하여 서울컬렉션 개최 검토 →세운상가 등 제3의 장소 활용검토
	알림관 주 출입구가 1개로 컬렉션 끝나는 시각에 A1 앞에 잦이 발생함	→입구(A1)와 출구(A2)를 구분 사용 검토: 출입구가 분리될 경우, 동선이 길어지므로 이동구간(A2~어울림광장)을 활용 대안
	백스테이지 운영에 있어, 모델/ 스태프들을 위한 보다 쾌적한 환경 요구 헤어메이크업팀의 전문성이 현저히 떨어지고, 헤라에서 전 브랜드를 커버하고 있어, 브랜드의 개성 노출이 어려움 ※디자이너들이 가장 많은 불만을 표시	→DDP와 협의, 백스테이지 케이터링 기능여부 검토 →향후, 헤라의 협찬 여부에 따라 재 논의 →다양한 헤어메이크업 아티스트 확보
국내외홍보	1인 미디어 등 매체의 다변화에 따른 -홍보 전략의 변화 요구 -프레스룸 공간 사용의 문제 해결 요구	→기자간담회 등 홍보 방식 변경 및 프레스룸 운영의 다변화 모색 →전통적인 패션 홍보채널인 매거진의 관심을 끌 수 있는 방법 연구
	위크 SNS에 텐소울 홍보가 집중되어, 전체 참가 디자이너에 대한 홍보 요청 바이어/ 프레스에게 개별 홍보할 수 있는 루트 마련 요청	→디자이너 각각에 대한 소개 콘텐츠 강화 및 공식 앱의 3단계 업그레이드 추진 (스마트패스, 지난 컬렉션 다시보기 등) →컬렉션 후 개별 인터뷰 마련(희망자에 限)
	해외 릴리즈된 기사 디자이너에게 공유 요청	→참가 디자이너 대상 위크 소식지 발송
시민참여 프로그램	1 멘토링 세미나 FCD 서울살롱 협업 세미나에 대한 관심↑ 공간문제로 인원제한을 하였으나, 당일 노쇼가 대거 발생됨	→위크기간, 퍼스널 멘토링 시행 검토 →공개세미나 노쇼 발생방지를 위한 입장 대책 및 계획 수립
	2 패션필름페스티벌 관람인원 약 3배 증가 (춘 150명→추 420명) 영화 상영 후 진행한 GV톡에 대한 뜨거운 반응(긋은 날씨에도 끝까지 자리 지키는 등)	→티켓 판매 등 관람객에게 최소한 비용 부담시키는 방안 고려 →또한 야외 영화제임을 고려 ▶런닝 타임을 75분 이내로 조절 ▶가벼운 내용의 영화 상영을 고려 ▶일정을 금/토로 옮기는 방향 검토
기타	J by 패션발전기금 등 디자이너 지원에 대한 디자이너들의 관심↑ 경영자 트레이닝, 바이어 커뮤니케이션 등 비즈니스에 대한 갈증 ↑	→신진디자이너에 대한 기업 지원 확보 노력 →디자이너 지원이 실질적인 지원이 될 수 있도록, 코트라 또는 SFCS와 연계하여 기본 경영 교육 실행

5. 중점 추진 사항

① 역량있는 디자이너 육성 및 지원 확대

- 디자이너 대상 퍼스널 멘토링 프로그램의 내실 강화
 - 멘토링 세미나 세션 다양하게 구성하여 프로그램 내실 강화
 - 멘토와 디자이너 간 직접 소통할 수 있는 방편 마련하여 디자이너 별 상황에 따라 맞춤 멘토링 받을 수 있는 기회 제공
- 패션 기업, 유통, 미디어와 지원펀드 조성 및 신진 디자이너 후원
 - 디자이너 후원 방안 다각화

② 행사 규모 확대 및 전문성 강화, 아시아 패션마켓 허브로 자리매김

- 글로벌 스탠다드에 맞춰 서울패션위크 및 트레이드쇼 규모 확대
 - 해외 디자이너 브랜드의 서울패션위크 및 트레이드쇼 참가 유치 강화
 - 알림관 외 컬렉션 개최 장소의 옵션 추가 제공, 컬렉션의 다변화 모색
- 밀라노, 상하이 등 글로벌 패션 도시와의 교류 패션쇼 개최

③ IT를 결합한 스마트 서울패션위크 구현

- '내 손 안의 서울패션위크' 구현을 위한 앱 3단계 업그레이드 시행
 - 모든 정보가 어플리케이션에 탑재 될 수 있도록 설계, 인터넷만 연결되면 어느 곳에서든 서울패션위크를 즐길 수 있도록 업그레이드 시행

④ 패션문화의 도시 서울의 차별점 강화로 글로벌 패션위크로 도약

- 서울 전역에서 위크 기간 '패션'을 모티브로 다양한 패션 축제 추진
- 다양한 협업 방안을 통한 기업들의 글로벌 홍보 플랫폼 역할 강화
 - 신제품 프로모션의 장으로 활용되도록 타 산업과의 협업 연계 방안 마련

6. 추진일정

- 2018.1 : 디자이너 및 대행사 모집 공고, 대행사 선정 및 계약
- 2018.1~2 : 디자이너 선정 심사, 발표, 대행사 선정 및 계약
- 2018.3 : 2018FW 서울패션위크 개최
- 2018.4 : 2018FW 서울패션위크 리뷰 및 개선점 도출
- 2018.7 : 디자이너 선정 심사, 발표
- 2018.10 : 2019SS 서울패션위크 개최
- 2018.11 : 2019SS 서울패션위크 리뷰 및 개선점 도출

※ 상기 내용은 추진과정 중 변동될 수 있음

7. 소요예산

- 소요예산(안): 6,390,000천 원
- 출연금 5,366,000천원 + 자체수입(협찬금 및 참가비) 1,024,000천원

정책 사업	단위사업	세부사업	편성목	2018년 예산			
				계 (천원)	출연금	자체수입	비고
패션 봉제 사업	서울패션위크 개최	춘계 서울패션위크	행사홍보비	2,210,400	1,698,400	512,000	
		추계 서울패션위크	행사홍보비	2,210,400	1,698,400	512,000	
		해외 교류 패션쇼	행사홍보비	600,000	600,000	-	
		패션위크 대관료	대관료	1,069,200	1,069,200	-	
		서울패션위크 기획 및 운영	기간제근로자보수	90,000	90,000	-	
			여비	15,000	15,000	-	
			행사홍보비	195,000	195,000	-	
합 계				6,390,000	5,366,000	1,024,000	

※ 상기 내용은 추진과정 중 변동될 수 있음