

문서번호	문화산업과-3798	시 민			
결재일자	2013.4.24.	주무관	패션팀장	문화산업과장	문화관광디자인본부장
공개여부	대시민공개				
방침번호					

2013 글로벌 패션브랜드 육성 사업 종합계획안

2013. 4

문화관광디자인본부
(문화산업과)

2013 글로벌 패션브랜드 육성사업 종합계획(안)

글로벌 경쟁력을 갖춘 10명의 국내 디자이너를 선발, 해외 현지 비즈니스 성과 제고 및 브랜드 인지도 업그레이드를 위한 실질적인 홍보·마케팅 프로그램을 지원하여 2020년 국내 토종의 글로벌 브랜드 육성을 도모하고자 함



사업개요

- 사업명 : Seoul's 10 Soul
- 기간 : 2013년 4월 ~ 2014년 2월
- 주관 : 민간위탁기관 공모(예정)
- 주요내용
 - 국내 대표 Top 10 디자이너(남성복, 여성복) 선정
 - 해외 현지 PR·쇼룸 비즈니스 1:1 연간 매칭 시스템 지원
 - 해외 멀티패션쇼 및 홍보 프로모션 추진 등

프로그램		세부내용	
1	브랜드별 컨설팅 및 해외 실무전문 교육	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 10개 브랜드 대상 전문컨설팅 진단 ◦ 맞춤형 프로그램 설계, 솔루션 도출 ◦ 해외 현지 비즈니스 실무 전문 교육 실시 등 	
2	현지 비즈니스 지원	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 비즈니스 체계 구축 	브랜드별 맞춤형 현지 쇼룸, PR 에이전트 매칭 지원
		<ul style="list-style-type: none"> ◦ 수출관련 전방위 지원 	해외 세일즈 전 단계에 걸친 비즈니스 서비스 (실무, 운송 등) 상담
3	해외 홍보 프로모션	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 해외 전략홍보 특화지역 선정, 홍보 극대화를 위한 패션쇼 또는 전시, 팝업 스토어 개최 등 	

II

‘12추진내용 및 주요성과

추진현황

○ 대표 Top10 디자이너 선발(2012. 4월)

: 최범석, 이석태, 스티브&요니 등 10명

- 국내외 선정위원회 개최 : 1·2·단계 국내, 3단계 해외심사단 서류 및 현장심사



○ 10개 디자이너 브랜드별 외부 전문 컨설팅 추진(2012.5~2013.2월)

- 브랜드별 해외 진출을 위한 포지셔닝 및 현황진단
- 해외 비즈니스를 위한 쇼룸 매칭 및 계약 실무, 가격전략, 일정관리 등

○ 디자이너 브랜드별 쇼룸 매칭 및 개별관리, 수출관련 제반 업무 전방위 지원(연간)

구분	쇼룸 정보	국내 매칭 브랜드
AVISTA	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 밀라노, 파리 쇼룸 운영 ◦ Avelon, Julian Keen, Tramp 등 해외 브랜드 입점 	디그낙, 비온드클로젯, 칼이석태, 르이, 파츠파츠, 제네럴 아이디어, 스튜디오 K
Showroom Romeo	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 파리 쇼룸 운영 ◦ 제일모직 Kuho 등 국내 패션브랜드 해외진출 초기 거점 ◦ 08SIRCUS, a tentative atelier, andrew mcdonald 해외브랜드 입점 	재희신
MC2	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 파리 쇼룸 운영 ◦ 우영미, 정옥준, 송지오 등 파리컬렉션 유명 남성복 디자이너 브랜드 육성 ◦ Ground zero, Alena Akhmadullina, Mal Aimee 등 해외브랜드 입점 ◦ 파리 인지도 높은편, 바이어 다수 확보 	씨와이 초이
Eastern Block	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 런던 기반, 파리, 밀라노 쇼룸 운영 ◦ Vladmir Karaleev, NUBU, ALICE PALMER, Liz Black 등 해외브랜드 입점 	스티브제이&요니피

○ 해외 프로모션 추진

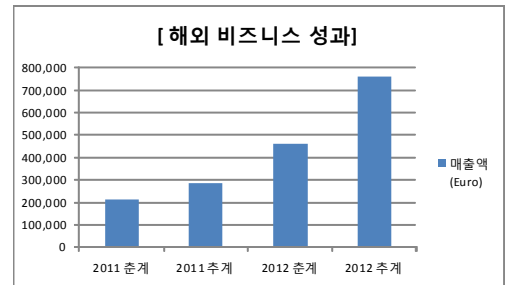
- 일시 및 장소 : '12. 9. 26(수) 19:00~23:00, 파리 에펠 드 보자르,
- 개최 컨셉 : Let`s play with Seoul`s 10 Soul
- 주요 내용 : 디자이너 10인의 패션프리젠테이션, VIP리셉션 등
- 참석자 : 문화산업과장, 해외 프레스, 바이어, 패션관계자 800명

■ 주요성과

○ 비즈니스 성과 제고 및 해외 판로 개척

- '12년 브랜드별 쇼룸 매칭 및 비즈니스 본격 지원 : **전년 대비 2.5배수 증가**

구분	'11상반기	'11하반기	'12상반기	'12하반기
매출액 (Euro)	210,000	286,000	459,190	760,000
한화	3.2억원	4.3억원	6.9억원	11.4억원
지원형태	해외박람회 참가 지원	해외박람회 참가 지원	1:1쇼룸 매칭	1:1쇼룸 매칭



- 밀라노, 영국, 일본 등 글로벌 유력 유통망 확보 : **전년 대비 1.9배수 증가**
- '11년 12개국 62개 유통망 ⇒ '12년 17개국 115개 유통망

※ 대표적인 유통망 특징 및 브랜드 매칭 사례

유통망(도시)	특이사항	비고
오프닝세리모니 (뉴욕)	<ul style="list-style-type: none"> 서울패션위크 및 Seoul`s 10 Soul에 대한 관심, 한국디자이너에 대한 기대감 ↑ 한상혁, 제한희, 정고은 등 서울패션위크 참가브랜드 입점 증가추세 	스티브J&요니P
레끌레르 (파리)	<ul style="list-style-type: none"> 파리 내 마레, 생토로네 등 3곳 위치 유명 박람회 '트라노이' 그룹 소유로 글로벌 바이어 네트워크 강점, 해외 브랜드 발굴 능력 탁월 신규 브랜드 입점 매우 까다로운 편 칼이석태 컬렉션입점, 솔드아웃으로 화제 	칼이석태
루이자 비아 로마 (런던)	<ul style="list-style-type: none"> "South Korea Privilege Card" 발매 한국디자이너 브랜드의 높은 선호도 반영, 해외 바이어 선주문 반응 높음 경기불황으로 합리적인 가격과 우수디자인, 제품에 포커스 둔 한국브랜드 선호 	칼이석태, 디그낙, 제네럴 아이디어

III

주요 개선 사항

글로벌 경쟁력 갖춘 디자이너 발굴 시스템 강화

- 국내 인지도 높으나 해외수출 미숙 등의 사례 발생 및 역량 있는 신규 영입 부진 등
- 국내인지도 높으나 해외오더, 배송완결 미흡 브랜드 경우 예산 효율성 논란 등
- '12기준 신규 1명 선발로 진입 장벽 높은편

- ✓ 국내외 활동 유망 차세대 패션인력발굴 및 지원졸업제 시행 검토 등
- 국내외 활동중인 재능있는 차세대급 한국 디자이너 선발 확대, 글로벌 패션인재 선정 주력
- 지원연도제한 등 '졸업제' 추진 검토 등

세일즈 중심 지원으로 브랜드별 인지도 부족, 현지 PR사 지원 확대

- 브랜드 해외 세일즈 지원에 치중
- 브랜드 인지도 제고를 위한 PR부족 등

- ✓ 선정 브랜드별 PR+세일즈 통합 지원 등
- 세일즈를 위한 쇼룸 및 브랜드 인지도 제고를 위한 홍보대행사 매칭 지원 등

해외 수출 실무 아카데미 운영, 전문 교육 이수 의무화

- 브랜드별 컨설팅 추진
- 해외 진출을 위한 기본단계의 실무교육 실시로 현장대응력 부족 등

- ✓ 해외 패션비즈니스 실무 전문 아카데미 기능 강화
- 상품기획, 계약, 운송 등 사전교육 철저 의무화, 이수 완료시 인센티브 혜택 제공 등

파리 패션이벤트 교두보로 'Seoul's 10 Soul' 아시아 진출 공략 원년

- 3년간 파리 중심의 단발성 패션교류 행사 개최
- '10년부터 유럽패션업계 공략, 다양한 지역의 대중 관심폭 확대 필요

- ✓ 파리 및 아시아 패션도시의 "패션+문화" 결합 이벤트 개최 등
- 패션업계 및 대중도 소통할 수 있는 이벤트 추진
- ※ 상하이 등 프로모션지역 확대 검토

IV 세 부 사 업 내 용

1 국제경쟁력 갖춘 우수 디자이너 선발시스템 강화

● **국내외 차세대급 패션인재 발굴**

- 참가자격 제한(서울패션위크 참가 브랜드)으로 국내 인지도는 높으나 해외 비즈니스 대응 미숙으로 업계 평판, 신뢰도 저하 유발 브랜드 발생
 - 해외 유통망 납품 기한 미준수, 6개월 앞선 신제품 미제작으로 재고 및 시즌지난 제품 거래 시도 등으로 해외 유통업체 민원 발생
- 해외 활동(파리, 런던, 뉴욕 등)유망 차세대급 참가 문호 개방으로 사업 효율성 제고

※ **국내외 패션 인재발굴 프로그램 사례**

	신진 프로그램	주요 특징	비 고
해 외	패션 스카우트 (런 던)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참가자격 : 독립브랜드 3년 이내 ◦ 브랜드 20개사 등급별 차등 지원 (ones to watch, merit awards) ◦ 런던 독립 패션쇼 및 파리쇼룸 등 	◦ 최유돈, 허환
	패션 프린지 (런 던)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참가자격 : 독립브랜드 5년 미만 ◦ 현금 지원 2억원, 디자인 스튜디오 및 파리 트레이드쇼 참가, 비즈니스 컨설팅 등 제공(2년) 	◦ 홍은정
	CFDA (뉴 욕)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참가자격 : 독립브랜드 2년 이상 ◦ 신진브랜드 10개사에 디자인 스튜디오, 비즈니스 멘토링, 교육프로그램, 뉴욕패션계 전문 네트워킹 제공(2년) 	◦ 두리정, 임상아
	망 고 (뉴 욕)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참가자격 : 35세이하 독립브랜드 3년이내 ◦ 현금지원 4.5억원 및 망고 브랜드 협업기회 제공 등 	◦ 이진윤
국 내	삼성패션디자인펀드	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 참가자격 : 독립브랜드 5년이내 ◦ 2개사 현금지원 1.2억원 	◦ 정욱준, 최철용 등

● 국내외 심사단계 심화, 공정한 디자이너 선발 시스템 구축

단 계	선정위원회	주요 내용
1 단계	• 주 관 기 관	<ul style="list-style-type: none"> • 지원자격 : 국내외 활동 한국 국적의 디자이너 ※ 서울패션위크 참가경력 가점 부여 등 • 제출 서류심사에 따른 적정성 검토 및 정량평가 • 3배수 (30명) 선발
2 단계	• 국내 전문가 (7인 내외)	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 패션전문가(프레스, 바이어, 유관기관 등) 글로벌 성장가능성, 상품성, 디자인력 등 평가 • 2배수(20명) 선발
3 단계	• 해외 전문가 (7인 내외)	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 패션 관계자(프레스, 바이어, PR, 쇼룸, 유관기관 등) 브랜드별 컬렉션 자료, 비즈니스 플랜 등 정성평가 • Seoul's 10 Soul IV 최종 10명 선발

※ 해외 심사단 보강 : 유명패션도시 패션 유관기관(뉴욕 CFDA, 런던 BFC 등)대표 및 해외 유명 패션학교장급 심사위촉 등

● Seoul's 10 Soul 지원대상 「졸업제도」 시행 검토

- 운영결과 지속지원 대상자가 40%에 해당, 일부 디자이너에 한하여 무제한 장기지원 우려 등으로 졸업제도 시행 검토 추진 등

※ '2013 패션산업 마스터 플랜' 학술용역시 최장지원 제한연도(예;3년, 5년 등) 및 지원자격(창업 10년 이내 등) 컨설팅 결과 향후 적용 및 공지 예정

구 분	3회	2회	1회
인원수	4명	6명	6명

- 연차별로 신규진입을 저하, 역량있는 글로벌 패션인재 유입 저해 등 리스크 요인 조기 차단 등

구 분	'10년도	'11년도	'12년도
신규진입자	10명	5명	1명
선정경험보유자	-	5명	9명

2 해외 인지도 제고를 위한 글로벌 PR 지원 확대

- 그간 세일즈 중심지원으로 글로벌 인지도 향상 부족, 현지 PR사 1:1 매칭
- 디자이너 브랜드 맞춤형 세일즈 및 PR 지원으로 통합 마케팅 기능 강화
 - 기존 쇼룸지원 중심으로 해외 브랜드 홍보 취약 노출, 해외 유력 PR사 1:1 추가 지원을 통한 현지 인지도 향상 노력 등

연번	구 분		세부 기능
1	홍보지원		<ul style="list-style-type: none"> · 해외 현지 매체 타겟 홍보, 기사 게재 연계 · 패션셀리브리티, 화보 등 의상 협찬 추진 등 · 현지 다양한 브랜드 노출활동 등으로 패션계 및 일반 대중에게 브랜드 각인력 제고
2	세일즈 지원	브랜드 진단	<ul style="list-style-type: none"> · 브랜드별 세일즈 전략 개발 · 컬렉션 구성, 가격 적정성 분석
		판 매	<ul style="list-style-type: none"> · 해외 바이어 오더를 위한 세일즈 정보 업데이트 · 바이어 credit 점검 및 바잉 커뮤니케이션 등 · 실제 수주 업무 진행
		수출제반	<ul style="list-style-type: none"> · 현지 배송, 결제관리, 악성채권 필터링, 사후리포팅 등

- 디자이너 브랜드별 니즈 최대 반영한 비즈니스 프로그램 운영
- 디자이너 브랜드 1:1 면담 및 간담회 통한 의견수렴
 - 디자이너 브랜드별 해외 비즈니스 플랜 수립 (PR, 세일즈 에이전트 사용 타당성 및 계약내용, 비용 산출 등 포함)및 현지 지원
- 향후 진출지역 확대방안 검토
 - 패션도시별 비즈니스 특성과 니즈파악, 런던, 밀라노, 뉴욕 등 희망 비즈니스 지역 확대 방안 검토 등

〈 '12 참가 디자이너 대상 선호도 조사 결과 〉

- 우선 선호도 지역 : 파리 50%, 뉴욕30%, 런던 20%
- 기타 제안사항으로 중국, 홍콩 등에 대한 진출 의지 있음

3 해외 비즈니스 전문 Academy 운영 및 컨설팅 실시

■ 해외 비즈니스 전문 Academy 운영

● 운영 목적

- 해외 비즈니스 관련 전문지식 사전 습득을 통한 해외진출 리스크 최소화
- 선정 브랜드 및 후보 브랜드까지 참여시켜 예비교육을 통한 글로벌 역량있는 잠재군 확보
- 중·장기적으로 국내외 비즈니스 전문 아카데미 정례화 추진방안 모색

● 교육 개요

- 대 상 : 선정 브랜드 10개사 및 후보 브랜드 10개사
- 기 간 : 주1회 2시간, 총 16주
 - ※ 수료 브랜드 차기연도 선정시 인센티브 점수 제공 등
- 주요내용

	구 분	세부내용(안)
①	사업 이해	해외 세일즈 구조 이해 및 성공 전략, 브랜드↔세일즈↔PR↔소비자 관계 이해
②	사업 전략	해외사업전략, 단계별 점검리스트 및 운영자금 활용방안 등
③	사업 실무	계약 실무, 컬렉션 개발, 수출입 실무, 생산관리 등
④	사업 리뷰	리스크 관리 및 대응 전략, 브랜드별 발전방안 모색 등

※ 뉴욕사례 : **Fashion Incubator**

- 교육대상 : 뉴욕패션위크내 신진디자이너 10인
- 교육주관 : 뉴욕시 경제 개발 기구(New York City Economic Development Corporation) 등
- 교육내용 : 패션, 무역유통 등 전문가 그룹 활용 멘토링 프로그램 운영, 하버드 MBA 연계 교육 세미나 실시 등

■ 외부 전문기관 컨설팅 통한 사업준비 및 사후관리 전천후 진단

● 해외시장 세일즈 극대화를 위한 브랜드별 맞춤형 컨설팅 실시

준비 단계	사후 단계
<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드별 현황진단 및 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드별 포지셔닝, SWAT 분석 등 ○ 해외 네트워크 연계, 현지 쇼룸, PR매칭 제안 <ul style="list-style-type: none"> - 디자이너 희망에이전시 파악 및 매칭 적합성, 계약서 검토, 협상 지원 등 ○ 해외마켓 진출 전략 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 수출증대를 위한 합리적 가격정책 및 실행체계 제안 ○ 해외진출 세부사항 준비점검 <ul style="list-style-type: none"> - 상품상세정보 매뉴얼, 룩북제작지원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비즈니스 성과 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드별 해외 홍보 마케팅 실적 취합 - 매칭 쇼룸, PR 에이전시 성과 분석 및 계약 이행 여부 관리 - 스케줄별 업무 추진내용 적적성 평가 - 가격 체계 실행결과 분석 등 ○ 차기 시즌 솔루션 제안 등 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 에이전시 성과 결과, 지속계약 및 대안방안 모색 - 브랜드별 보완책 제시 등

4 아시아 신규 프로모션 및 대중소통형 파리 이벤트 확대

■ 신규 프로모션 지역 확대 및 파리 패션이벤트 개편

● 아시아 프로모션(안) : 세계적인 패션이벤트 프로그램 연계 추진

- 기간 및 장소 : 2013. 9월초, 상하이(예정)
- 상하이 '패션 나잇 아웃(Fashion Night Out)'연계
 - 10인 디자이너 미니패션쇼 및 전시회 개최
 - 전세계 한류붐, 패션대중 소통할 수 있는 이벤트 기획
 - 아시아 패션시장내 서울 위상 확인 및 테스트마켓 활용



〈멕시코〉 보그 나잇아웃



〈뉴욕〉 보그 나잇아웃



〈상하이〉 보그 나잇아웃

※ 패션나잇아웃

- 2009년 9월 패션매거진 '보그' 주최로 뉴욕에서 처음 시작
- 뉴욕패션위크 전날 패션5번가, 소호 등 뉴욕 주요패션매장 700여개 참여 밤11시까지 영업, 모델, 패션셀럽 등 참여 이벤트 개최행사
- 세계적인 열풍으로 영국, 프랑스, 이탈리아, 멕시코, 중국, 대만, 인도 등 18개국 추가, 지역별 순차적으로 진행

● 파리 컬렉션 기간중 '팝업스토어 in Paris' 개최(안)

- 세계 패션업계 및 글로벌 대중도 소통할 수 있는 이벤트 추진
 - 디자이너 패션제품 팝업스토어 판매 이벤트, 현지 커스톰머 확보
 - 해외 현지 문화원, 대사관 등 현지 유관기관 네트워크 활용
 - 미니 패션쇼, 전시, 국내 인디컬처 아티스트 문화 공연 등

IV

행정 사항

■ 향후일정(안)

- '13. 5월 민간위탁기관 및 디자이너 브랜드 10개사 선정
- '13. 6월 브랜드별 쇼룸, PR 매칭 및 계약 완료
 남성복 브랜드 5개사 현지 비즈니스 추진
- '13. 8월 여성복 브랜드 5개사 현지 비즈니스 추진
- '13. 9월 해외 홍보 프로모션 추진
- '13. 11월 시즌 성과 분석 및 차기 발전방안 도출 등