

2020년 해외 교류 패션쇼 운영 결과 보고

2020. 12. 17.

문서번호	패션사업팀-3464	책임	패션사업팀장	사업본부장	대표이사		
결재일자	2020.12.18.	12/17 이현주	12/18 김수정	12/18 이상목	전결12/18 최경란		
공개여부	부분공개(6)	협 조		디자인			
방침번호	대표이사방침 제 (2738)호			행정관			
				12/18			
				한문철			

추진근거			
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협의내용	협의결과
사 업 비	'20년 100백만원' (19년 600백만원)		

※ 문서내용을 위와 같이 간단히 요약하세요.

서울디자인재단 (패션사업팀)

2020년 해외 교류 패션쇼 운영 결과 보고

서울패션위크 국제화 및 글로벌 탑 레벨 디자이너 육성을 위한 해외교류패션쇼를
코로나19로 인해 글로벌패션위크와 디지털로 교류한 결과를 보고함

1. 사업개요

- 사업명 : 2020년 해외 교류 패션쇼
- 사업기간 : 2020. 7. 1. ~ 2020. 12. 31.
- 사업예산 : 금100,000천원
- 주요내용
 - 한국 디자이너 ↔ 해외(런던) 디자이너의 패션쇼 참가 지원
 - 지원인원 : 2명 (한국 1명, 런던 1명)
 - 지원사항 : 디지털 콘텐츠 제작 지원, 홍보·마케팅 지원 등

장기화되는 코로나 팬더믹으로 인한

- ① 전사 세출 조정 방침에 따라 사업비가 전년대비 83% 감축됨
 - ※ '19년 600,000천원 → '20년 100,000천원
- ② 교류방식을 디지털로 변경하여 운영의 효율을 제고
 - 현지 패션쇼 개최 지원 → 디지털 콘텐츠 교류 지원

2. 주요성과

핵심성과

- **비대면 지원 방식으로의 발 빠른 전환을 통하여 글로벌 팬더믹 상황 속에서도 디자이너에 대한 실질적인 글로벌 지원 지속**
 - 서울~런던패션위크 간 상호 동등한 지원 및 협력으로 교류 패션쇼 진행
 - 런던패션위크에 한국 남성복 1개 브랜드(9월 막시제이), 서울패션위크에 영국 여성복 1개 브랜드(10월 에드워드 크러칠리) 공식 데뷔

1 정성성과

- **비대면 지원 방식을 통한 실질적·글로벌한 디자이너 지원 지속**
 - **현지에서 물리적인 패션쇼를 지원하였던 해외교류패션쇼는 발 빠르게 디지털 콘텐츠 제작 등 비대면으로 전환하여 진행**
 - '20년 초 발병한 COVID-19으로 인해, 3월 이후 전 세계 패션위크는 취소되거나 디지털로 전환하여 진행
 - 런던은 6월은 디지털로 진행하고 9월은 병행 추진 결정
 - 디지털 콘텐츠를 제작하여 9월 런던패션위크에 참가하는 것으로 결정
 - **글로벌 패션업계에 한국 디자이너·서울패션위크 지속적인 노출각인**
 - 서울~런던패션위크 간 상호 동등한 지원·협력을 통한 교류 패션쇼 개최
 - ※ '18년부터 3년간 지속 진행
 - 9월 런던패션위크에 한국 남성복 브랜드 막시제이 데뷔
- **짧은 수행 기간에도 불구하고 밀도 높은 성과 및 만족도 달성**
 - 사업계획에서 실행까지 약 4주라는 매우 촉박하고 짧은 시간임에도 불구하고, **밀도 높은 홍보 및 디자이너 밀착케어**를 통한 해외 교류 패션쇼 참가 디자이너의 높은 만족도 달성

■ 서울의 도시 브랜드 가치 및 이미지 제고

- 서울의 대표적인 장소에서 촬영한 막시제이 영상을 통해 자유로운 여행이 불가능한 팬더믹 시대 글로벌에 '서울' 이미지 각인
 - 광화문, 북촌, 을지로, 잠수교, 마포대교 남단, 샛강다리 등에서 촬영
 - 컬렉션 관람객에 서울에 대한 이미지 각인 및 관심 유발

■ 해외교류패션쇼를 통해 글로벌에 데뷔한 디자이너의 활약 두각

- 푸시버튼('18년 참가)은 현대자동차의 '리스타일(Re:Style) 2020' 디자이너로 선정되는 등 업계를 막론하고 글로벌 무대에서 한국을 대표하는 패션디자이너로 활약 중
- 밀라노패션위크에서는 '21년 3월에 진행할 21FW에서 선보이고 싶은 한국디자이너로 막시제이 등을 선 제안함

■ 2 정량성과

참가브랜드	막시제이 (MAXXI)	에드워드 크러칠리 (Edward Crutchley)
디자이너	이재형	에드워드 크러칠리
복종	남성복	유니섹스
일시	2020.9.21.(월) 11:00 (현지시각)	2020.10.22.(목) 18:30
장소	런던패션위크 디지털	서울패션위크 디지털
참고사진		
보도실적	97건 국내 68건(기사40, 소셜28) 해외 29건(기사22, 소셜 7)	41건 국내 41건(기사14, 소셜27)
기타	9월 런던패션위크 뷰view 상위 57위 (전체 277개 컬렉션 진행 ※붙임 2.참조)	-

3. 사업추진 세부내용

1 참가 디자이너 모집 및 선정

① 국내 디자이너

■ 대상 및 절차

- 참가대상 : 2020년 텐소울 디자이너 브랜드
- 선정절차



■ 선정심사내용

- 1차 심사 : 2020년 텐소울 디자이너 대상 중 접수를 받아 3배수 선발
- 접수자

접수번호	브랜드		디자이너
1	막시제이	(MAXXI)	이재형
2	문제이	(MOON J)	문진희
3	석운 윤	(Sukwoon Yoon)	윤석운
4	부리	(BOURIE)	조은혜

- 1차 평가항목

구분	평가항목	평가자료	배점	비고
정량평가	해외 stockist 현황	거래증명서	10	담당부서평가
	해외 수출 현황	수출실적증명원 인보이스 및 입금증	10	
	해외 PR 현황	브랜드 해외 PR 실적	10	
정성평가	글로벌 경쟁력	디자이너 소개 자료 브랜드 소개 자료 브랜드 포트폴리오	20	심사위원회 평가
	창의성		20	
	심미성		20	
	성장가능성		10	
가산점	어워드 수상내역	국내외 패션 관련 어워드 공식 수상 증명서	2	담당부서평가
합계			100	

※ 실적 인정 기간 - Stockist : 현재, 수출 관련 : '19.07 ~ '20.06, PR 관련 : '19.07 ~ '20.06

- 1차 정성평가 심사위원

	성명	소속	비고
1	전 미 경	서울패션위크 총감독	
2	강 민 주	삼성물산 비이커 크리에이티브 디렉터	
3	임 은 혁	성균관대학교	
4	Lulu Kennedy	Fashion East Founder	
5	Sara Maino	Vougue Italy, Deputy Editor in chief	개인사정으로 심사가 지연되어 평가 점수는 반영하지 않음

- 1차 심사결과: 정량평가와 정성평가 점수를 합산하여 3배수(3명) 선발

브랜드명	정량(30)	정성(70)	총합(100)	비고
막시제이	11.5	63.0	74.5	2차심사대상
부리	23	48.5	71.5	2차심사대상
석운 윤	14	49.5	63.5	2차심사대상
문제이	12	47.5	59.5	제외

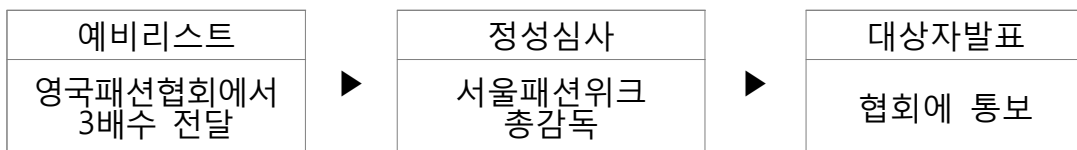
※ 득점순 기재

□ **2차 심사 : 영국패션협회에서 최종 선발(1개)**

- 심사위원 : 영국패션협회(British Fashion Council Designer Relation Team)
- 심사내용 : 글로벌 스탠다드에 맞는 심미안과 성장 가능성 평가
 - 포트폴리오 및 브랜드 소개서 전달
- 심사결과 : 막시제이(MAXXI)

② **해외 디자이너**

■ **선정절차**



■ **선정심사내용**

□ **1차: 영국패션협회에서 후보자 리스트 전달(5개)**

번호	브랜드	디자이너
1	조단 루카 JORDANLUKA	Jordan Bowen/ Luca Marchetto
2	에드워드 크러칠리	Edward Crutchley
3	로빈 린치 Robyn Lynch	Robyn Lynch
4	리차드 말론 Richard Malone	Richard Malone
5	록커 Rocker	Alim Latif

□ **2차: 서울패션위크 총감독이 최종 선발(1개)**

- 심사위원 : 서울패션위크 총감독
- 심사내용 : 글로벌 스탠다드에 맞는 심미안과 소비자 적합도 등 평가
- 심사결과 : 에드워드 크러칠리(Edward Crutchley)

2 참가 디자이너 지원

■ **기본 지원 사항**

지원사항	국내	<ul style="list-style-type: none"> - 영국패션협회와 코디네이션 및 공식 스케줄 등록 - 디지털 콘텐츠 제작(영상, 모델, 음악 등) 지원 - 국내외 온오프라인 홍보 지원 · 인플루언서(미디어, 바이어, 유명인사 등) 연계 지원 등 · 유력 미디어의 온오프라인 콘텐츠 게재 및 릴리즈 지원 등 - 런던패션위크 기간 중 현지 쇼룸 운영 (현지에서 운영하지 않아 진행하지 않음)
	해외	<ul style="list-style-type: none"> - 서울패션위크 공식 디지털 스케줄 등록 및 발표 - 국내 홍보 · 국내 전통미디어 기사 게재/인터뷰 · 국내 인플루언서 홍보 등
디자이너 개별 준비사항		<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작을 위한 의상 제작 - 콘텐츠 기획 및 제작, 스태프 구성 · 촬영 스태프, 스타일리스트, 헤어 메이크업 아티스트, 모델 등 섭외

① 국내 디자이너 지원 세부사항

□ 디지털 영상 콘텐츠 제작 지원




- 디자이너와 협의 완료된 콘텐츠 기획안에 따른 제작 비용 지원
- 한강시민공원 등 일부 장소 대관 협조 지원



□ 국내외 홍보 지원

- 일간지 및 패션 업계지(중앙일보, 한국섬유신문 등) 기사 게재 지원
- 매거진(VOGUE, WKorea, DAZED, NYLON, ALLURE, SINGLES, ESQUIRE 등) 기사 및 SNS 스토리 노출 지원
- 팔로워를 가장 많이 보유한 보그 및 W 매체를 우선 섭외
- 인플루언서를 통한 브랜드 및 디자이너 노출 지원
- 버버리, COS 등과 협업하며 독특한 스타일링으로 밀레니얼 세대에게

가장 영향력 있는 인플루언서(q2han)와의 협업, 패션위크 기간 중 브랜드 및 디자이너 노출 지원

<p>“수퍼 쿨~” 서울서 통하니 뉴욕·런던까지</p> <p>“막시제이” 이재형 디자이너 “K패션도 환류 세 요소 될 것”</p> <p>“수퍼 쿨(Super cool)~ 막시제이는 특별하면서도 쉽게 입을 수 있는 옷들로 나를 사로잡았다.” 영국의 신진 디자이너 박글 박정민(29)이 “K패션의 신진 디자이너 이재형(36)의 옷을 두고 한 평이다. 이재형이 이끄는 브랜드 ‘막시제이(MAXXII)’는 이날 디지털로 진행된 런던패션위크 2021 봄-여름 컬렉션 무대에 올랐다.</p> <p>이재형의 런던 입성은 서울디자이너 재단의 주력으로 이뤄졌다. 지난해 해외 디자이너로부터 좋은 반응을 얻은 이재형들을 재단이 런던패션위크에 전담했고, 현지에서 이 중 이재형을 최종 선정할 것. 2014년 브랜드를 론칭한 이재형은 2018년 서울패션위크에 데뷔하면서 신인상을 받았다. 이듬해엔 ‘베스트 디자이너’로 꼽혔다. 현재 유럽 배화점 ‘안바에트’ 파리와 심리야에 입점했고, 뉴욕</p> <p>입을 손 잡지 와 다른 내? 요? 나도 도 큰 변화 올린 의 금평재인 이번 무대로 정면 지 게를 안착 시을 배경으 화산은 BTS 에 대한 공경 “세 재인의 수 신장이 종 아를 리도 꼭 들, 서울 사 영감을 받드 관외문예선 환영을 진뎀 대에 못 신 기술을 접한 런 기술의 정 료문 요소가 다”고 했다. “재 옷이 팬양하진 않아 매일</p> <p>VOGUE KOREA</p>  <p>VOGUE KOREA</p> 	<p>보그 인스타그램 9.22. 팔로워 188만명 조회수 22,371회</p>	<p>q2han 인스타그램 9.27. 팔로워 17.5만명 좋아요 15,692</p> 
<p>중앙일보 9.25.</p>		

② 해외 디자이너 지원 세부사항

- 국내 패션위크 참가 지원
 - 서울패션위크 규모에 맞춰 컬렉션 영상 편집 및 업로드
 - 기타 서울패션위크에서 필요로 하는 사항 대행
- 국내 홍보 지원
 - 일간지 및 패션 업계지(중앙일보, 어패럴 뉴스 등) 기사 게재 지원
 - 매거진(MARIE CLAIRE, GQ 등) 기사 및 SNS 스토리 노출 지원
 - 인플루언서를 통한 브랜드 및 디자이너 노출 지원

■ 참가 디자이너 리뷰

- 디자인 재단과 업무 협업이 빠르게 이루어져서 짧은 준비 기간에 좋은 결과를 이룰 수 있었음
- 런던 뿐만 아니라 유럽 및 국내에도 브랜드와 컬렉션을 알리는데 긍정적인 효과가 있었다고 생각함

6. 향후 개선방향 및 환류계획

■ 개선방향

- 밀라노패션위크와 디지털 패션쇼추진 등 포스트 코로나 시대에 맞는 새로운 방식으로 협업 추진
- 글로벌 업계에 한국패션 및 한국패션디자이너를 알리기 위해 런던패션위크와 지속적인 협업 필요
- 한번의 지원으로 즉각적인 효과가 나오기 어려운 산업의 특성상, 지속적인 지원책 마련 검토

■ 환류계획

- **미디어의 관심을 제고할 수 있는 프리젠테이션 방식 기획**
 - 디지털 패션쇼는 모두가 프론트로우에서 패션쇼를 볼 수 있는 장점이 있는 반면, 미디어의 관심을 이끌어내는데 한계가 있음
 - 한 자리에서 디지털 패션쇼를 보는 미디어 대상 행사 등 기획 또는 패션쇼 초청에 있어서도 단순 초청장 발송을 넘어 브랜드 컨셉에 맞는 콘텐츠로 초청 기획 등을 통한 패션쇼·디자이너에 대한 관심 제고
- **저작권, 초상권 등 관련 사항에 대한 세밀한 검토 진행 必**
 - 그 간 패션쇼의 음원 및 영상, 사진 등 저작권 관련은 꼼꼼하게 관리함
 - 이 와는 달리, 계약 외로 많이 노출되는 것을 선호하였던 문화가 있어 모델 초상권은 다소 느슨하게 운영되어 왔음

- 코로나로 전 산업군에서 비대면 사업이 활성화됨에 따라 초상권이 강화됨
- 따라서, 향후 디지털 패션쇼를 진행할 경우, 디지털 패션쇼 사용 범위에 대하여 세밀한 검토 후 진행 필요

6. 사업비 결산

■ 집행 : 99,134천원(집행율 99.1%, '20년 예산 100,000천원)

- 예산과목 : 패션사업, 글로벌패션브랜드육성지원, 해외교류패션쇼
- 집행 세부 내역 (단위: 천원)

	항목	예산	집행액	잔액	집행율
	해외교류패션쇼	100,000	99,134	866	99.1%
	행사홍보비	100,000	99,134	866	99.1%
	컨텐츠 제작	50,000	50,000	-	100%
	국내외 홍보비	48,000	47,800	200	99.5%
	운영비(심사, 영상편집 등)	2,000	1,334	666	66.7%

- 붙임 1. 막시제이 국내PR결과보고
2. 막시제이 해외PR결과보고
3. 에드워드크러칠리 국내 PR결과보고
4. 참가디자이너 만족도 조사. 끝.