

동대문 패션시장 활성화 방안

2019. 4.

산업통상자원부
서울특별시

순서

I. 왜 동대문 패션시장인가?	1
II. 최근 침체현황 및 원인분석	2
III. 동대문 패션시장 경쟁력	3
IV. 동대문 패션시장 발전방안	4
1. 프로젝트 I 「Within 24, Show your style!」 - 개인맞춤의류 24시간 內 생산	5
2. 프로젝트 II 「따로 또 같이」 봉제 생산 네트워크 - IT기반 봉제일감 공동수주 분산생산	7
3. 프로젝트 III 「My Style Lab」 (서울시) - AI 기반 스타일 제안으로 동대문상품 구매 연계	8
4. 프로젝트 IV 혁신유통 「V-커머스 스튜디오」 (서울시) - 동대문에 V-커머스 판매활동 선도적 시행	9
5. 프로젝트 V 「D · D · D Network」 - 동대문 소재, 생산, 유통 온라인 밸류체인 연결	10
6. 현장애로 해소를 통한 동대문 생태계 프리미엄화	12

I. 왜 동대문 패션시장인가?

국내 섬유패션 매출의 17%, 수출의 21%, 고용의 26% 차지

- 동대문은 패션의류 생산 및 유통이 집적된 국내 최대 패션의류 특화 클러스터로 1일 유동인구는 100만명 수준(방문선호도 2위)
 - 국내 최초의 근대적 시장으로 국내 섬유패션산업의 트렌드를 주도하는 K-Fashion의 중심지이자, Fast Fashion의 시초
- (매출) 15조원 규모 ≡ 섬유패션 전체 매출(연 87조원)의 17%
- (수출) 30억불 규모 ≡ 섬유패션 수출(140억불)의 21%
- (업체) 25천개 규모(도소매업체 18천개, 봉제공장 7천개)
 - ≡ 섬유패션 제조업과 도소매업체 총수(234천개)의 11%
- (종사자) 18만명 규모(도소매업 15만명, 봉제공장 3.1만명)
 - ≡ 섬유패션 제조업 및 도소매업 총고용 68.6만명의 26%

혁신기업 창업 인큐베이터

- 동대문 기반으로 IT기술을 결합한 동대문 스타트업(동타트업) 다수 출현
 - * (예) 링크샵스 : 동대문 도매상가와 한국·중국·홍콩 등의 온·오프라인 의류업체 중개
- 신진 디자이너와 패션브랜드의 인큐베이터 역할 수행
 - * 동대문 출신 패션브랜드 : 형지, 이랜드, 블랙야크, 뽀빠이, 스타일난다, 잠뱅이, TBJ 등

대구, 경기북부 생산 섬유소재 20% 소비

- 동대문은 원단, 부자재 등 국내 생산 섬유소재의 최대 소비지
 - * 대구, 경기북부 생산 섬유소재 20% 소비(내수용 35%의 절반 이상을 동대문에서 소비)
- 국내 원단 등 섬유소재산업의 트렌드 및 기술력을 견인
 - * 동대문 패션의류의 발전은 소비자의 니즈와 최신 시장동향이 즉각 전달되어 고품질 소재개발 촉진

전국 도소매 의류 상권의 공급처

- 전국 도소매 상권(대구 서문시장, 부산 진시장 등)의 패션의류 공급처
 - * 하루 평균 10만명 이상의 지방 상인들이 120억원 규모의 의류 구매 추정

II. 최근 침체현황 및 원인분석

최근 침체 현황

- (매출급감) 최근 국내외 방문객이 급감*하면서, '10년대 중반 대비 매출 30~50% 감소(현매출감소 상태 지속 또는 확대 우려)
 - * 외국인 여행객 동대문 방문비율(%) : ('14) 49.8 → ('15) 47.5 → ('16) 48.6 → ('17) 44.9
- (과당경쟁) 매출감소에도 불구하고, 부동산 업자들은 유사한 종류의 상가 과잉공급, 동대문 의류취급 온라인매장과의 가격경쟁 가열
 - * 중대형 상가 공실률 : ('18.1분기) 10.9% → ('18.2분기) 13.9% → ('18.3분기) 14.6%

원인 분석

< 외적 요인 >

- (중국주문 감소) '00년대 중반 이후 중국 보따리상 주문이 급증하여 호황을 누렸으나, 사드 사태를 계기로 극심한 불황 지속
 - * 사드로 동대문 방문이 끊어진 사이 광저우에 동대문과 유사한 중저가의류 상권이 급성장하여 중국내 동대문 수요를 빠르게 흡수
- (글로벌 SPA 침투) 동대문 제품과 비슷한 가격이지만 디자인 및 마케팅력이 월등한 글로벌 SPA 브랜드의 국내 진출 가속화
 - * 자라, H&M, 유니클로의 국내 매출액(조원) : ('10) 0.4 → ('15) 1.6 → ('16) 1.7 → ('17) 1.8

< 내적 요인 >

- (차별화 실패) 새로운 제품개발보다 가격경쟁에 치중하면서 低價의류에 집중, 디자인 모방, 원산지위반(라벨갈이) 등 차별화 미흡
 - * 소비 양극화로 중저가는 글로벌 SPA로, 고급의류는 백화점, 면세점으로 발길을 돌리고 있는 상황
- (도매상의 과도한 지배력) 도매상-디자이너, 도매상-봉제공장 등 도매상을 중심으로 협업관계 형성, 디자이너 및 봉제공장이 예측
 - * 디자인과 제조, 유통이 유기적으로 연결된 세계적 패션도시와 달리, 동대문은 단순히 거대한 유통만을 바라보고 있으며 디자인과 패션 제조업의 가치를 저평가
- 도매상의 주문에 따라 창의적인 디자인 개발보다는 잘 팔리는 제품의 카피 또는 변형 위주, 저가단품 중심의 하청 임가공 봉제로 고착화

III. 동대문 패션시장 경쟁력

생산 경쟁력

- (잠재력) 패션의류의 모든 가치사슬(소재-생산-유통) 집적화
 - * 반경 5km내 소재(원단, 부자재), 생산(기획디자인 - 패턴샘플 제작 - 재단봉제), 유통(도소매업) 공존
- 전세계 유일의 QRS(Quick Response System)를 통해 다품종 소량 주문에 신속·유연하게 대응, 기획~판매까지 빠르면 2일 내에 모두 가능
- * 기획~생산까지 일반 브랜드 6-7개월, Zara 2~3주, H&M 8주 정도 소요
- (한계) 고급화 및 스마트공장 등 선진국형 제조기반 전환 미흡, 영세화, 고령화, 고급 인력 부족 등 생산여건 악화 가속
- * 봉제기업 약 21천개 중 90%가 10인 이하 / 의류·봉제업 : 50대 50%, 60대 이상 21%

유통·마케팅 경쟁력

- (잠재력) 전통적 人的 유통망(仕入者를 통해 전국 소매상 연결)에서 최근 온라인·모바일 패션몰 등으로 새로운 유통 플랫폼 활성화
- * 동대문 패션비즈니스센터 및 DDP 등을 중심으로 패션·문화·관광 결합된 마케팅 기반 존재
- (한계) ZARA, H&M, 유니클로 등에 비해 동대문의 유통·마케팅력은 일부 중화권을 제외하면 지극히 국지적
- * 글로벌 SPA는 생산, 판매정보가 POS에 의해 쌍방향으로 즉시 소통 가능, 동대문은 도매상-소매상간 인적 네트워크(입소문)에 기반해 간접적으로 소비자 니즈 및 트렌드 반영

기술 경쟁력

- (잠재력) '06년부터 정부주도로 IT-섬유패션을 융합한 개인맞춤 의류 분야 연구개발 수행, 세계 최고 수준 기술력 보유
- * 바디스캐너를 활용한 3D 아바타 생성 및 3D 가상착용, DTP(Digital Textile Printing) 기술 등을 통해 개인맞춤의류 현장생산 구현('17.8), LF는 온오프라인 피팅 서비스 오픈('19.上)
- (한계) 국내 패션의류산업은 First Mover 혹은 글로벌 브랜드를 통해 세계시장을 주도한 경험 全無, 혁신 및 새로운 시도에 소극적
- * 선진국이 브랜드 및 마케팅 파워를 토대로 글로벌 시장을 주도한 반면 우리는 주로 OEM 방식으로 성장, 경제 규모 상위 15위권 국가 중 유일하게 글로벌 브랜드 부재

IV. 동대문 패션시장 발전방안

< 비전 및 전략 >

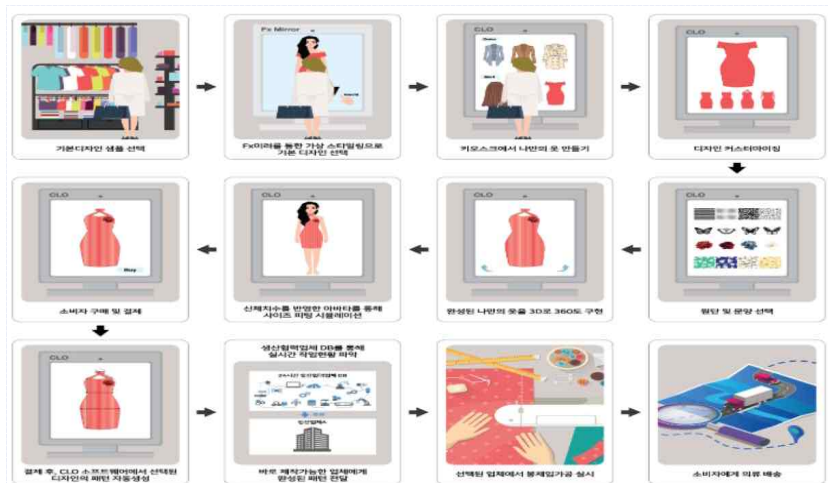
비전	동대문의 글로벌 패션허브化
추진 전략	① 개인 맞춤형 의류 新산업 창출 및 선도 ② 동대문 생태계의 디지털화·프리미엄화 ③ 문화·관광이 어우러진 동대문 Playground 조성
정책 과제	
	◆ 동대문 패션시장 활성화 5大 프로젝트
	1. 「Within 24, Show your style!」 2. 「따로 또 같이」 봉제 네트워크 3. 「My Style Lab」 4. 혁신유통 「V-커머스 스튜디오」 운영 5. 「D·D·D Network」
	+
	◆ 현장애로 해소를 통한 동대문 생태계 프리미엄화
	① 디자인 저작권 보호 및 디자이너 역량 강화 ② 국산소재 경쟁력 강화 ③ K-Pop 등 문화·관광 연계 활성화

1 「Within 24, Show your style!」 프로젝트

< 사업모델 : ①先주문-後생산 ②24시간內 생산 ③국내소재·국내생산 >

- (추진주체) 정부(산업부, 서울시 예산지원), 패션산업협회(사업총괄), 롯데 피트인(시범매장 장소제공), KT(5G 통신망, 빅데이터, AR/VR) 등 참여
- (제품기획) 국내외 화제성이 높은 디자이너 등 총 16팀을 선정하여 제품을 기획, 디자이너별 디지털 룩북 제작
- (가상스타일링) 매직미러를 통한 가상착용(fitting)으로 복종 및 기본의상을 맞춤새와 어울림 확인 후 선택
- (디자인선택) 디지털 룩북을 참고하여 터치스크린을 통해 자신의 기호에 따른 디자인 콘텐츠를 소비자가 선택·조합
- (3D가상피팅) 자신만의 3D 아바타(Avatar, 가상공간 속의 나)를 실시간 생성하고 선택된 디자인을 즉시 입혀 Y(Your Size)사이즈로 수정 후 주문
- (생산) 의류 생산全过程를 디지털·자동화 시스템으로 구축하고, 매장 내 또는 협력 봉제공장에서 바로 연계 생산(24시간 내)

< 개인맞춤의류 주문·생산 시스템 (예시) >



< 추진계획 >

① 1단계('19. 4월~) : 동대문 플래그쉽 시범매장 운영

- (오픈행사) 산업부장관, 서울시장, KT사장, 인플루언서 등 참석
- 주요내용 : 동대문 패션 시장을 기반으로 패션과 IT를 융합하는 시범사업 모델을 영상으로 구현하는 등 미래 패션 라이프스타일을 공감각적으로 표현

② 2단계(~'22) : 동대문 확산, 지역 확산, 온라인 플래그쉽 구축

(1) (동대문) 문화·관광 상품 연계를 통한 매장 확산 유도

- (다변화) 화장품 등 한류 인기상품과 함께 편집샵 형태 매장 확대
- (마케팅·홍보) SNS 활용 최신 트렌드 정보 제공, 국제 패션행사(바이어, 기자 등 초청) 및 패션·디자인 교육과정(학생 초청)과 연계

(2) (지역) 지역거점별 플래그쉽 매장 구축(부산, 대구 등, '21~)

(3) (온라인) 글로벌 고객을 타겟으로 온라인 플래그쉽 매장 구축

③ 3단계(~'25) : 전국 확산, 온라인 플랫폼을 통한 글로벌 확산

- 전국 주요도시로 매장 확대, VR/AR 등을 활용한 다양한 온라인 플랫폼 확대를 통해 해외 수요자 흡수

< 기대효과 >

- ① (양질의 일자리확대) 저가의류 봉제(일명 시장봉제)에서 고급맞춤 봉제로 전환, 고령 봉제업 종사자의 일감확대 및 젊은 인력 유입 증가
- ② (청년 창업확대) 맞춤형 디자인, 빠른 디자인 순환 주기를 통해 창의적인 신진디자이너 유입 및 다양한 유통·마케팅 스타트업 탄생
- ③ (국산소재 소비증진) 24시간 Lead time, 고급원단에 대한 수요증가로 국내 소재 產地(대구, 경기북부 등) 매출증가 및 신제품 개발 견인
- ④ (동대문 생태계 변화) 기존 도매상 중심에서 디자인, 제조, 유통이 유기적으로 연결되어 협업이 활성화되는 구조로 개선
- ⑤ (패션허브) 미래의 동대문은 ①IT융합, ②On-demand, ③Fast Fashion, ④문화가 결합된 'Tech Fashion'을 선도할 동북아 패션허브로 부상

② 「따로 또 같이」 봉제 생산 네트워크 프로젝트

< 의의 >

- 다수 봉제공장의 생산능력을 묶어 **대형 물량을 공동수주**하고 IT 기술을 활용하여 각 봉제공장별 **최적화된 배분과 공정관리 구현**

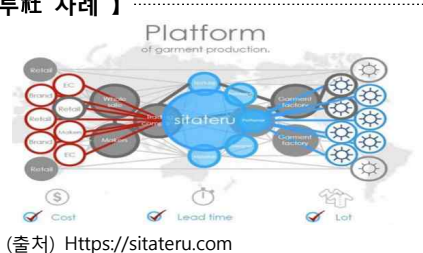
- IoT와 5G를 이용, 동대문 봉제공장을 연결*하여 각 공장의 장점과 업무량을 파악해 매칭**하고 수주부터 생산까지 **소공정을 관리**(20~)

* 단가, 리드타임, 품질 등 객관적인 지표를 제공하는 엄선된 국내 봉제공장과 파트너십 체결

** IoT, 5G를 통해 공장의 라인별 가동률을 실시간으로 파악해 공장별 생산일정 조정

【 일본 시타테루社 사례 】

- 클라우드 기반 국내 의류생산 디지털 생산 관리 시스템 제공(14~)
 - 일본 전역 9천개 의류기업, 450개 봉제공장, 150개의 패턴·원단·부자재 업체의 DB구축
 - 경산성의 '옷만들기 4.0' 프로젝트에 참여, 고품질 패션의류 생산을 위한 IT 플랫폼 제공
- ⇒ 봉제일감 증가, 'Made in Japan' 활성화 기여



< 추진방안 >

- (정부: 예산지원) 「5G+ 추진전략」(관계부처 합동, '19.上 발표예정)에 '주력산업의 생산성 혁신지원' 과제로 반영(산업부, 과기부 등)
- (봉제업계: 얼라이언스 구축) 한국패션산업협회와 패션봉제산업 연합회 등은 DB구축, IT업체-봉제기업간 제휴 지원

- (IT업계: 시스템 구축·운영) IT업체, KT 등은 관련 기술적용*을 통해 봉제 생산 네트워크 시스템을 구축·운영하고, 다양한 사업모델 창출

* 가동률 파악과 생산관리를 위한 IoT 기술 및 최적 일감배분 솔루션, 봉제공장을 연결하는 5G-클라우드-AI 기반 네트워크 기술 및 스마트공장 연계 기술 등

< 추진계획 >

- ('20년~) 동대문 인근 봉제공장에 적용
 - ('20) 시범권역 선정 및 DB 구축 → ('21) 네트워크 시스템 개발 및 시범운영(10개 봉제공장), 봉제공장 전수 DB 구축 → ('22~) 상용운영
- ('22년~) 스피드팩토리 R&D 사업* 성과와 5G 스마트공장 구축 연계
 - * 자동화 봉제 기반 스피드팩토리 사업 : '19~'21, 총 85억원 ('19년 32억원)

③ 「My Style Lab」 프로젝트 (서울시)

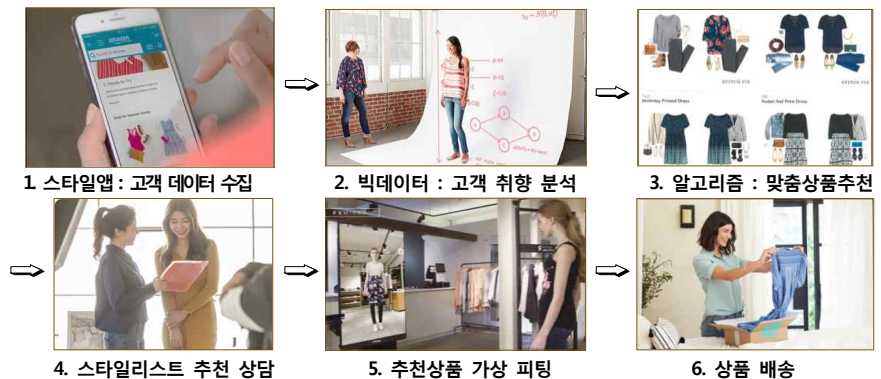
< 사업모델 : ①AI로 맞춤 분석 ②스타일 상담 ③동대문상품 구매 연계 >

- (추진주체) 서울시(예산지원), IT스타트업(알고리즘, AR/VR), 동대문 상권(상품정보 제공), 디자이너(코디 상담) 등 참여

- 고객 데이터 수집(판매자-소비자간 양방향 앱 개발) → 빅데이터 분석 → 스타일 추천 → 전문 코디네이터 상담 → AR·VR 피팅 → 구매·배송

* 알고리즘이 추천한 스타일링을 토대로 전문 코디네이터가 고객과 2차 상담을 통해 맞춤 스타일 선정, 동대문-디자이너-브랜드 제품들간 교차 코디네이션으로 적중률 제고

< 마이 스타일 랩(My Style Lab) 프로세스 (예시) >



< 추진계획 >

- ('19년下) 동대문 내 「My Style Lab」 매장 및 온라인 플랫폼 오픈
 - 「My Style Lab」 온라인 앱 구축 후, 3개월 간 집중적 홍보·마케팅 진행, 동대문 서부 소매상권 내 오프라인 매장(Flagship store) 오픈
 - * 동대문 상권 중 참여 희망 업체 중심으로 시범그룹 운영
- ('20년) 동대문 및 패션상권 내 가상피팅 체험 팝업스토어 운영
 - 실시간 앱과 현장 스타일링 솔루션을 활용한 팝업스토어 확대
 - AI 추천시스템 활용한 맞춤 스타일링의 피드백 기능 확장, 데이터 축적
- ('21년~) 상품군 확대 및 「My Style Lab」 앱의 글로벌화
 - 디자이너존과 브랜드존의 합류로 제안 카테고리의 다양성 추구
 - K-pop과의 연계 등 글로벌 마케팅 강화로 글로벌 앱 구축

④ 혁신유통 「V-커머스 스튜디오」 운영 (서울시)

< 필요성 >

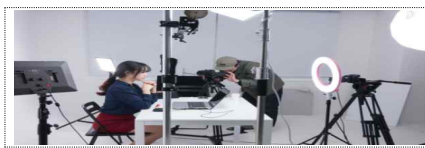
- 패션시장 온라인화 추세에 따라 'V-커머스'가 중국시장 등 해외 시장 패션수출의 효과적 수단으로 부상
- 국내 온라인 패션마켓도 지속적 성장추세인 만큼, 동대문 패션상권 판로개척 및 우수상품 이슈화를 위한 지원공간 조성 필요

< 사업내용 >

- 상권에서 자유롭게 이용할 수 있는 V-커머스 스튜디오 조성
 - * 동대문 상가 중심, 조명·피팅룸·배경 LED 등 갖춘 스튜디오를 조성하되, 패션제품 사진촬영 및 업로드 위한 '포토스튜디오' 병행조성 추진
 - 유명 스타일리스트 일일방송 진행 및 유튜브 업로드, 동대문 패션 제품 'V-커머스 판매데이'(국내시장 공략) 등 프로그램 병행 시행

< 추진방안 >

- 서울시, 산업부 주도로 스튜디오 공간조성 등 인프라 제공
 - * 스튜디오 조성 후, 동대문 도매상인 등 민간에서 의류제품 및 패션 인플루언서 (왕홍 등) 섭외 등 통해 자율적으로 촬영 진행
- 「Within 24, Show your style!」(산업부), 「My Style Lab」(서울시) 매장 및 서울시*, 디자인 재단** 관련사업과 연계
 - * 서울시 : 왕홍 초청, 동대문 '하이서울쇼룸' 입점제품 해외판매 위한 V-커머스 활동 진행, '서울 365패션쇼' 진행 디자이너 의상 룩북촬영 및 홍보채널 전파
 - ** 디자인재단 : 신진 디자이너 인큐베이팅을 위한 '패션창작스튜디오' 디자이너 홍보 영상 촬영 및 '동대문 수주박람회'(10월 예정) 시 V-커머스 판매활동 병행 실시



V-커머스 스튜디오 모습(안)



V-커머스 시행 모습

< 추진계획 >

- ('19년 下) 동대문 상권 내 「V-커머스 스튜디오」 조성·운영
- ('20년~) 유관기관 협력 및 상인홍보 통해 이용률 확산
 - * 「Within 24, Show your style!」 및 「My Style Lab」 등 연계
- ('21년~) 이용상황 파악 및 수요조사 통해 스튜디오 추가 건립

⑤ 「D·D·D Network」 프로젝트

* D(동대문)·D(District)·D(Digital)

< 의의 >

- 유통업체·디자이너(동대문) - 원단·염색(대구·경기) - 봉제(창신동)업체를 연계하는 DB 구축 → 국산 디지털 밸류체인 연결('19년)
- * 동대문 도·소매 유통업체(18천개사), 원단공급(7천개사), 봉제업체(창신동 1천개사) 등

< 국산 디지털 밸류체인 개념도 >



< 추진방안 >

- 정부(산업부, 서울시 예산지원), 섬유산업연합회(생산자 정보수집), 서울 디자인재단(동대문상권 정보수집), IT업체(DB구축), KT(5G 통신망 구축) 등 참여
- 동대문 상권을 중심으로 Value Chain의 온라인 통합 플랫폼 구축 및 동대문 핵심지역에 큐레이팅 기능이 추가된 인포메이션 키오스크 운영
 - (생산자) B2B 통합 온라인 플랫폼으로 물리적 비용(시간·거리 등) 감소
 - * 원단 공급업체의 취급품목, 공급능력, 납기 등 알고리즘 분석을 통한 맞춤형 업체 추천
 - (소비자) 원하는 제품을 유통업체·브랜드 쇼룸물로 바로 연동(국산 의류 유통망)

< 추진계획 >

- ('19년) 플랫폼 기반조성을 위한 섬유패션 소스트림별 시범그룹* 구성
 - * 디자이너-소재-봉제-유통 등 스트림별 각 20개사 내외 시범그룹 운영
- ('20년) 전수조사를 통한 업체 DB* 구축 → B2B 통합 플랫폼 및 B2C 국산 의류 유통망 운영, 서울시 「My Style Lab」(가칭)과 연계
- ('21년~) 동대문에 인포메이션 키오스크 설치
 - * 서울시 협조를 통해 유동인구가 많은 지역에 키오스크 설치 공간 확보

- (의의) 동대문 패션시장 배후생산지인 봉제집적지(창신동, 신당동 등)에 대한 일감 확대, 교육, 생산효율 향상 등을 지원할 센터 구축

- ① (일감창출) '봉제공장 네트워크 생산체계'를 운영하여 다품종 중소량 일감 지속창출을 위한 **비즈니스 모델 발굴*** 지원

* 마케팅 전문가 고용을 통한 일감확보, 최적생산 및 납품 지원 등

- ② (맞춤형 교육) High-End 의류제조전문가(∼25년: 500명) 및 디자인-개발-마케팅 연계 PM(Production Manager) 육성(∼25년: 200명)

- VR 디자인·샘플 제작* 등 IT융합 기술 활용 교육 강화

* 기존 방식(실제 샘플의상을 수차례 수정, 제작)과 달리, 프로그램에서 즉시 수정이 가능, 샘플제작 기간을 획기적으로 단축 가능(평균 37일 → 5일 소요)

- ③ (창업) 창업공간·장비 무상지원(6개월), 컨설팅, 일감 지속연계를 통해 봉제 Micro Factory 창업(∼25년: 200명) 및 혁신 비즈니스 모델 개발 지원

【 패션혁신 비즈니스 모델개발 프로젝트(서울시) 】

- (사업내용) 최신 IT기술 등 혁신적 아이디어를 기존 패션상권에 접목하는 프로젝트 지원
 - 초기 기술개발 및 시제품 제작, 개발된 기술의 실제 상권 적용 등 지원
 - 과제별 최대 2억원 지원, 총 5∼7개 내외 과제 선정
- (추진계획) '19.4월 과제 공모 선정, '20년 프로젝트 결과보고 및 시제품 데모

- ④ (생산효율지원) 환경정비, 장비임대, 공동 자동재단기* 센터 구축, 봉제 스마트 앵커시설** 구축을 통한 봉제업체 집적화

* 가공비 중 재단비가 약 30% 차지, 자동재단기로 재단비 약 90% 감축 가능

** 현재 서울시는 강북구, 중랑구에 봉제 스마트 앵커 구축 추진 중('18~, 각 160억원 규모)

- ⑤ (생산인증) 동대문 인근 봉제업체 제품에 'Made in Seoul' 인증

* 서울시는 '19년 봉제업체 대상 'Made in Seoul' 인증 추진 계획

- ⑥ (권역별거점) 서울시가 운영 중인 4대 권역별 패션지원센터를 지역 밀착 지원거점으로 활용

⑥ 현장으로 해소를 통한 동대문 생태계 프리미엄화

< 디자인 저작권 보호 및 디자이너 역량 >

- 블록체인 기술을 이용하여 저작권 보호를 강화하고, 누구나 디자인을 자유롭게 거래·공유할 수 있는 온라인 플랫폼 구축('20년~)

* 디자인 도용을 지양하고, 실시간 공유와 평가를 통해 창의적인 제품 생산 확대 도모

- 동대문 디자이너의 성장단계별(창업기, 성장기, 성숙기) 맞춤형 지원

* 창업기(창업 컨설팅 제공), 성장기(7년미만 국내외 전시회 참가 지원), 성숙기(글로벌 마케팅 지원) 등

- 전체 디자인을 대상으로 시제품 제작 및 VR 패션쇼 제작지원

< 국산소재 경쟁력 강화 >

- 고부가 국산 소재의 기획, 컨설팅 및 제작, 해외진출 마케팅 지원

* 시제품 제작('19년 12억), 해외 전시회 참가('19년 6억) 및 수요기업 협업 신소재 공동개발 지원 등

- 해외규격 인증지원(중기부 협업), 원산지위반(라벨갈이) 단속 강화 등

< K-Pop 등 문화·관광 연계 활성화(문화부, 서울시 협조) >

- (한류연계) K-Pop 페스티벌*등 한류공연과 동대문 K-fashion 연계

* 드림콘서트(서울, 5월), 아시아송 페스티벌(부산, 10월), 'MAMA'(CJ ENM 주최) 등

- (문화공연) DDP 공간을 활용, 패션연계 문화행사 상시개최 추진

* '서울 밤도깨비 야시장' 공연(3~10월), K-POP 공연(4, 12월), '서울패션워크'(3, 10월) 등

- (축제) 서울시, 대학 축제 등과 개인 맞춤형의류 연계, 다양한 이벤트 개최

* '서울 문화의 밤'(8월), '서울거리 예술축제'(10월) 등

- (관광) 외국인 패키지 여행, 시티투어 등 신규 관광상품 개발

- (유통채널) 모바일 라이브 커머스(동대문 제품 24시간 라이브 방송 등), SNS 등을 활용한 패션, 문화, 관광 융합 글로벌 마케팅 지원('20년)

- (행사통합) 섬유패션 행사* 동시개최(가칭 "Korea Fashion Week") 추진('20년)

* 산업부(코세페, PIS, 인디브랜드페어), 문화부(패션코드), 서울시(서울패션워크) 등