

국내 신진패션디자이너의 해외시장 진출 전략 연구 - 영국 런던시의 지원 사업을 기초로 -

김혜은[†]

우송대학교 뷰티디자인경영학과

An Investigation into the Nurturing Strategy of Korean Young Designers in the International Market Expansion - Based on London's Young Designers' Support Programs -

Hye Eun Kim[†]

Dept. of Beauty Design Management, Woosong University; Daejeon, Korea

Abstract : From the year 2000 on, Seoul has aimed to be a fashion city, and thus has been supporting young designers through Seoul Fashion Creative Studio, Generation Next, Le Dome, Concept Korea, etc. London is famous for nurturing young designers through the joint help of government, schools and industries: Alexander McQueen, Christopher Kane and Peter Pilotto are successful cases. Therefore, this research aims to suggest a direction for policies aimed at helping young designers in the international market, on the basis of London's nurturing programs and ideas from a literature review and case studies. The results are below. Firstly, a step-by-step supporting program is recommended. Secondly, long-lasting, sustainable programs are considered essential to support designers after the end of their contracts. Thirdly, practical assistance is preferred to monetary funding in order to lighten the designers' lot and in the interests of transparency. The mentoring service should be strengthened for the designers to eventually become independent. The support should be tailor-made according to items. Fourthly, the supporting programs should be promoted. Fifthly, government and industries should collaborate. Sixthly, 'de minimis' against overlapped support should be legislated. For these, the change of supporting method can be helpful; an independent administrative organisation plans and collects funds from governments and companies. Through these programs and any subsequent studies, Seoul could become a fashion city where young designers play active roles at a global level.

Key words : Korean young designers(국내 신진디자이너), international market expansion(해외시장 진출), supporting program(지원 사업), London's supporting strategy(런던시 지원 전략), Seoul's supporting strategy(서울시 지원 전략)

1. 서 론

패션산업은 고부가가치 산업으로 디자인 기획과정을 통해 가치를 높일 수 있으며, 의사 결정과 시장 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 중소기업의 경쟁력이 높은 산업이다. 서울시도 패션 도시를 목표로 2000년부터 패션산업 지원을 확대해 서울 패션위크, 해외 패션 전시회, 서울 패션 창작 스튜디오, 패션 비즈니스 센터 운영, 동대문 패션 상권 활성화 지원 사업과 같은 지원정책을 펼치고 있다.

[†]Corresponding author; Hye Eun Kim

Tel. +82-42-629-6672

E-mail: hyk0010@hotmail.com

© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

한국패션디자이너연합회(Council of Fashion Designers of Korea, 이하 CFDK)의 국내 패션디자이너 실태 조사에 따르면, 국내 패션디자이너 브랜드는 창업 5년 이내의 브랜드가 69.1%로 조사되었고, 2015 S/S 서울 패션위크 78개 참여디자이너 브랜드 중 35인, 즉 45%가 운영기간 5년 미만의 신인디자이너였다(Kim, 2015; Seoul Institute, 2014). 서울시는 2013년 서울 전체 패션 예산 총 103억 원 중 약 20%를 신진디자이너 지원에 투입하였는데, '패션서울'을 위해 지원정책의 확대와 해외시장 지원정책에 대한 지원 사업 진단과 전략 연구와 수정이 필요함이 보고되었다(Seoul Institute, 2014).

신진패션디자이너에 관한 선행 연구는 신진디자이너 지원 방안과 어려움에 관한 연구(Jung, 2009; Kim et al., 2010; Oh & Nah, 2015), 신진디자이너를 포함한 패션산업 발전을 위한 서울특별시(Seoul Metropolitan Government Cultural Industry Department, 2013)와 산하 서울디자인재단(Seoul Design Foundation, 2015), 서울연구원(Seoul Institute, 2014), 서울패

선센터의 정부 연구 보고서(Seoul Metropolitan Government Fashion Advisory Team, 2009)와 한국콘텐츠진흥원의 전략 연구(Kocca, 2015), 패션넷 코리아의 신진디자이너 지원 프로그램에 대한 기사(“Young Designers' Support Programs 1, 2”, 2015) 등이 있다. 런던시는 정부, 산업체, 교육계가 함께 신진 지원 사업에 성공한 도시로 런던패션위크를 신인의 등용문으로 세계적인 디자이너를 키워나가는 성공적인 지원정책을 펼치고 있어, 영국의 신진 지원정책은 성공 사례로 다방면에서 연구되고 있다(Jung, 2009; Oh & Nah, 2015; Sim, 2014). 이에 본 연구는 서울시, 런던시의 신진디자이너 육성 사례의 정책 및 구조진단을 통해 서울시의 해외시장 진출을 위한 신진 지원정책의 발전 방안 제시 및 실행 전략 제안을 목표로 한다. 이를 통해 런던시의 성공적인 지원 사업을 분석하여 국내 실정에 적합한 신진디자이너의 해외시장 진출의 비전과 지원정책을 수립하도록 한다. 연구범위는 서울시에 사업장을 둔 브랜드 설립 이전 단계인 학생, 졸업생, 창업 준비자를 제외한 서울연구원에서 구분한 진입과 도약 준비 단계인 브랜드를 설립한지 만 5년 이내의 안정, 정착 단계에 접어들기 전 신진디자이너로 한정한다(Seoul Institute, 2014). 연구 분석 대상은 5년 이내 브랜드를 지원하는 신진 지원 프로그램으로 서울시 10개, 런던 12개이다.

연구 방법은 선행연구논문과 정부 정책 보고서, 서울시, 각종 디자인 지원 관련 단체와 사업주체의 연구보고서 등의 문헌 조사를 통해 국내 패션산업과 신진디자이너 현황과 문제점을 조사하고 해외시장 진출을 위한 신진디자이너 지원 사업을 분석하였다. 또한 런던시, 영국 패션관련단체 홈페이지와 자료를 취합하여 지원의 종류와 특성을 도출한 후, 서울시의 해외 시장 진출을 위한 국내 신진패션디자이너 지원방법을 진단하고 향후 발전적 지원 방식을 모색하고 제안할 수 있도록 한다.

2. 국내 신진패션디자이너의 해외시장 진출 지원에 관한 고찰

2.1. 국내 패션산업과 디자이너 패션브랜드 현황

국내 패션산업의 규모는 2015년 약 37조 5천억 원이고, 시장 규모는 여성복이 약 6조 1천억 원, 남성복 시장 규모가 약 5조 2천억 원이다(Samsung designnet, 2016). 2012년 한국패션 브랜드연감에 따르면 여성캐주얼 15%, 잡화 15%, 스포츠브랜드 12%, 내셔널 47%, 라이선스 22%, 직수입 20%, 디자이너가 7% 순으로 나뉜다. 이 중 100억~500억 미만 매출을 올리는 브랜드는 44%, 50억 원 미만이 19%, 50~100억이 14%, 1,000억 원 이상이 13%이며, 500억~1,000억 원이 11% 순이다. 5000억 이상 매출은 내셔널 브랜드와 라이선스 브랜드에서 발생한다. 이 중 국내 디자이너 브랜드는 여성복 59%, 패션잡화 14%, 남성복 11% 순으로 여성복이 과반이고, 가격대는 중고가가 49%, 고가 40%로 전체 브랜드에 비해 고가 포지셔닝에 있다(Seoul Institute, 2014). 영국통산산업부(The Department of

Trade Industry) 용역 보고서에 따르면, 디자이너 패션은 자신만의 창의적이고 독창적인 정체성을 가진 개인이나 팀이 런던 패션위크나 그에 동등한 국제 트레이드 쇼에 참여하여 컬렉션을 진행하며, 국제적 명성이나 브랜드를 가진 안정된 디자이너부터 새로 패션계에 데뷔한 신인까지 포함한다고 정의한다(The Malcolm Newbery Consulting Company, 2003). 디자이너 브랜드는 매출 규모는 작지만, 패션쇼와 전시회를 통해 트렌드를 선도함으로써 패션업계에 미치는 영향력을 주도하고 있으며, 이들의 패션컬렉션은 트렌드 형성을 넘어 한 국가의 문화산업이자 국가 이미지와도 연결된다고 하였다. 따라서 디자이너 패션 브랜드는 도시와 국가이미지를 상승시키는 핵심산업이자 창조산업으로 디자이너 브랜드의 육성은 국가 이미지 구축과 국가 브랜드 자산을 높이기 때문에, 이에 대한 지원은 중요하다(Kocca, 2015).

디자이너 브랜드는 SPA 브랜드의 증가, 해외 고가 브랜드의 수요 집중, 패션업체 규모의 대형화로 내수 시장에 어려움을 겪고 있지만, 디자이너들의 활약과 정부 지원, 한류에 K-fashion이 선두에 있어 디자이너의 해외 진출 가능성은 높아지고 있다. Seoul Institute(2014)는 국내 패션산업의 기회는 아시아 패션의 테스트 베드, 한류 콘텐츠, 신진디자이너 해외시장 유망을 꼽았다. 기회를 잘 살려 해외시장 진출을 증가해 국내 패션산업의 위기를 극복하면 일차적으로 국가 수익을 높이며 더불어 국가 이미지를 높일 수 있을 것이다.

2.2. 국내 신진패션디자이너 브랜드

신진패션디자이너란 사전적으로나 국가적으로 아직 명확히 정의된 것은 없으나 창업연도 5년 이내의 디자이너 단계별 구분상 패션시장 진입과 도약 준비 단계로 규정한다. 국내 디자이너 브랜드의 창업연도는 5년 이내 69.1%, 5~10년 미만 13.6%, 10년 이상이 17.3%이고, 이 중 5년 이내 디자이너의 약 70%가 연매출액 2억 미만이다(Seoul Institute, 2014). 5년 이하 디자이너 브랜드는 창업 비율이 높지만, 영세하고 낮은 매출로 폐업 비율이 높고, 브랜드 정체성 확립, 판매처 및 고정고객 확보, 안정적 생산라인 구축과 자금의 문제로 브랜드 생존에 어려움을 겪는다는 공통점을 가지고 있다.

Seoul Institute(2014)은 디자이너 지원정책을 위해 디자이너를 진입(만 2년 이하), 도약준비(만 3-5년), 성장(만 6-15년), 성숙(만 16년 이상)의 성장 단계별로 구분하였다. 마켓 진입, 도약 준비 단계는 초기 정착 단계로 더 많은 지원이 필요하고, 신규고객 확보를 위해 한정된 내수시장 외에 해외시장 진출이 필수적이다. 신진디자이너는 1989년 해외여행 자유화 세대로 해외여행과 유학 등으로 글로벌 마켓에 상대적으로 친숙하고 적극적이며 유리한 입지를 갖고 있다. Table 1은 2011년 이후 설립된 5년 이내의 신진디자이너 해외 진출 현황이다(Kocca, 2015). 통상 신진디자이너는 지출 규모가 큰 패션쇼보다는 패션위크의 쇼룸이나 트레이드의 쇼룸으로 해외지출을 모색하며 판매처를 확장하는 방법을 취한다.

Table 1. Young designers with international stocklists

Country		City	Stocklists	Designers
America	USA	New York, LA, Las Vegas	Opening Ceremony, Dover Street Market etc.	Goen. J, Kai, Lei
	Canada	Montreal, Quebec	La Maison Simons, Ssence	99%is
	France	Paris	Bon Marché, Colette etc.	Muun
	UK	London	Selfridge, Opening Ceremony	99%is, Lei
Europe	Italy	Milan, Firenze, Rome	Antonioni, Blue Basic	One Choi
	Germany	Frankfurt	Zalando Premium, Bungalow	Bastong
	Denmark	Copenhagen	David K	Bastong
	Bulgaria	Sophia	Farenah Concept	Heohwan Simulation
Asia	China	Beijing, Shanghai, Zhejiang, Qingdao	H. Space, Initial, 10 Corso como, IT, Joyce boutique etc.	99%is, Goen. J, J.Koo, Nohke J
	Hong Kong	Hong Kong	Harvey Nicols, IT Boutique, Joyce boutique, Swire etc.	Goen. J, J.Koo, Lei, Nohke J
	Taiwan	Taipei	O3, One.Fifteen, Tuan Tuan etc.	Clue de Clare
	Japan	Tokyo	Opening Ceremony, Candy, Isetan, Ke etc.	99%is
	Singapore	Singapore	Club21, Inhabit etc.	Clue de Clare
Middle East	Saudi Arabia	Jeddah, Riyadh	Anna Croup, Le Gray, Harvey Nicols etc.	Goen. J
	Lebanon	Beirut	Piaff	Clue de Clare

(Kocca, 2015)

3. 런던시의 신진디자이너 지원정책 연구

세계 4대 패션 도시는 뉴욕, 런던, 밀란, 파리로 꼽힌다 (Bradford, 2014). 이 중 국가 주도로 패션산업 지원정책을 펼치는 도시는 런던, 파리와, 밀라노와 뉴욕은 민간 중심으로 정부의 역할이 크지 않다. 영국의 지원정책 특성은 자금 지원의 경우 ‘단계별 지원’, 멘토링 프로그램을 활용한 ‘사업적 조언과 기술 습득 중점’, ‘산학간 네트워크 형성’에 있다. 반면 프랑스의 신진디자이너 지원정책의 특성은 ‘선택과 집중’으로 소수를 집중적으로 지원하고, ‘단계별 지원’, ‘꾸준한 지원’ 정책이다(Jung, 2009). 한국의 경우 유통 구조상 편집샵과 같은 자금을 구애를 덜 받는 판매처의 발달이 2000년 이후로 두드러지게 성장해, 신인들이 자생, 성장할 수 있는 장의 형성과 역사가 약하다(Kim, 2015). 따라서 선택과 집중을 통한 스타 양성보다 신진들이 생존, 성장해 갈 수 있는 토대 마련이 급선무이다. 영국패션협회와 단체들은 여러 디자이너에게 단계별 지원 프로그램을 통해 패션계 진출·성장을 돕고, 런던패션워크를 신진 진출의 장이라는 명성을 얻게 하였다(“About the BFC”, 2015). 따라서 본 연구에서는 우리나라 실정에 더 적합한 런던의 지원정책을 롤 모델로 벤치마킹해 서울시의 지원정책 방향성을 설정하도록 하겠다.

3.1. 런던시의 신진패션디자이너 지원정책의 종류

런던의 신진패션디자이너를 위한 정부 지원은 크게 런던시(Mayor of London, Greater London Authority)의 지원과 유럽연합위원회(European Commissions)의 유럽지역발전기금

(European Regional Development Fund, 이하 ERDF)의 지원으로 나뉠 수 있다. 특히 영국패션협회는 정부의 지원을 받아 런던패션워크를 비롯한 강력한 디자이너 지원정책을 펼쳐 영국을 패션 강국으로 자리 잡는데 큰 기여를 하였다.

영국패션협회는 영국 패션산업 발전과 디자이너 사업 지원을 위해 1983년에 설립된 런던에 본부를 둔 비영리 단체이다. 이 단체는 런던시 유럽지역발전기금에 해당하는 정부 후원과 기업 후원으로 운영되고, 주요 사업으로는 런던패션워크, 전시, 쇼케이스, 이벤트이며 이들 사업은 신진디자이너를 위한 투자를 포함하고 있다. Table 2는 영국패션협회의 단계별 지원 프로그램을 지원 대상, 시작 연도, 지원처, 자격, 혜택으로 구분해 놓았다.

Topshop은 단일 브랜드 지원으로 최대 규모로 2001년부터 뉴젠을 지원하고 있고, BFC/Vogue 디자이너 펀드와 같이 여러 기업이 한 프로그램을 지원하기도 한다. 수상 디자이너의 혜택은 패션쇼, 멘토링, 프레스/사이어 연결, 금액 지원 등 다양하다.

패션기업센터(Centre for Fashion Enterprise, CFE)는 2003년 설립된 런던예술대학교(University of the Arts London, UAL)의 신진디자이너 육성기관이다. 유럽지역발전기금(ERDF), 런던예술대학교 기금(HEIF, Higher Education Innovation Fund at UAL)으로 런던에 사업 기반을 둔 디자이너에게 Table 3와 같이 단계별 지원을 해준다. 현금 지원이 아닌 실질 지원이기 때문에, 패션기업센터에서 현금 금액의 가치를 덧붙였다. 지원 조건과 혜택을 상세히 기술해 놓아 지원자뿐 아니라 비슷한 단계에 있는 디자이너들도 어떤 항목에 집중해 준비하고 지원해야하는지 알 수 있도록 하였다.

Table 2. The step-by step support programs for new designers by BFC

	Newgen	Newgen Men	Fashion Forward	Fashion Forward Men	BFC/Vogue Designer Fashion Fund	BFC/GQ Designer Menswear Fund
Target	less than 3 years	2-4 years (between Newgen and Designer Fund)		more than 3 years		
Starting Date	1993	2005	2006	2006	2008. 9	2013. 9
Funders	Topshop (C)	Topman (C), Fashion East (G)	City of London (G)	City of London (G)	combination of corporations (C) (Burberry, Harrods, Vogue etc.)	VERTU (C)
Eligibility	Womenswear, menswear, accessories designers More than 2 stocklists The most famous supporting program internationally		London based designer: Newgen or Newgen Men graduates or similar stage London based designer: Newgen or Newgen Men graduates or similar stage		At least 3-year-designers have british and international stocklists Be selected after 4 month-mentoring program and assist talented British designers to a global fashion brand	
Benefits	3-4 seasons: catwalk /presentation /showroom location, showroom in Topshop or Topman		2 seasons: monetary support, business mentoring, catwalk show in London Fashion Week or LC:Men, meeting with buyers and press interview		monetary support: £ 200,000/year (₩360,000,000), condensed business mentoring	monetary support: £ 150,000/year (₩270,000,000), condensed business mentoring

*C=corporation, G=government, *£ 1=₩ 1,800

Table 3. The step-by step support programs for new designers by CFE

Title	Eligibility criteria	Benefits	Cash Value
New Market Entry Programme	- New to the industry, have been trading for up to 1 year	Two days advice sessions (12 hour), one-on-one diagnostic session with industry experts	£ 6,000 (₩4,800,000)
New Fashion Pioneer Programme	- Trading for at least 2 seasons (support from Fashion East, Fashion Scout, Newgen or similar schemes) - Annual sales: £10K-50K (₩18,000,000-₩90,000,000) - Stockists: 5-10 and private orders	Identifying and providing solutions in the early stages of business : One season support, regular one-on-one mentoring sessions and experts workshops	£ 16,000 (₩28,800,000)
New Fashion Venture Programme	- Trading for at least 4 seasons (showcasing support from Newgen or similar schemes) - Employment: at least 1 full time staff, supported by freelancers and interns - Annual sales: £40K-£100K (₩72,000,000-₩180,000,000) - Stockists: 10-20	Identifying, strategising and subsidising for growth : Up to four seasons support, regular one-on-one mentoring sessions and expert workshops, studio space and tailoring the programme to best suit and benefit the business	£ 30,000 (₩54,000,000)
Building Brand Equity Programme	- Trading for at least 3 years - Annual sales: £500K-£1,500K (₩900,000,000-₩2,700,000,000) - Have relationships with key buyers and a high press profile - Employment: 3 full-time staff - The stage of seeking investment	Developing tactics to scale up the businesses and opportunities for attractive investment propositions : one season support (July: workshop-, End November: Showcase event and introductions to investors), Mentoring sessions offering one-to-one access to industry experts to review your vision, strategy and plan	£ 12,000 (₩21,600,000)

패션스카우트(Fashion Scout)는 2009년 시작된 프로그램으로 런던패션위크 외부쇼(Off show) 중 최대 규모로 참가자 중 우수상(Merit Award)을 선정하여 3시즌에 걸쳐 £25,000(한화 4천 5백만 원) 이상에 해당하는 캐워크 쇼를 지원한다. 패션이스트(Fashion East)는 사업 초기 어려움을 겪는 신진디자이너를 지원하기 위해 만든 기금으로 Topshop, Topman과 정부가 함

께 매 시즌 각 3인의 여성복, 남성복 디자이너에게 패션위크에서의 캐워크 쇼를 지원한다.

3.2. 런던시 신진패션디자이너 지원 프로그램의 특징

영국 지원 프로그램의 선정 절차는 런던시와 유럽지역발전 기금에서 사업계획서와 이전 수행 성과 심사를 거쳐 선발된 단

체에 예산을 집행한다. 기금을 받은 단체는 정부, 기업의 지원금과 독립 사업을 통해 자금을 마련하여 사업을 진행한다. 런던시 신진디자이너 지원정책 사례를 통해 살펴본 런던의 신진 지원 프로그램의 특징은 다음과 같다. 첫째, 지원의 단계성이다. 지원디자이너는 학교 졸업 후 세계적 디자이너로 성장할 수 있도록 단계별 프로그램, 패션기업센터의 성장 단계별 프로그램 등 금액적 지원뿐 아니라 정보와 맞춤 자문 지원을 체계적으로 받게 된다.

둘째, 지원의 지속성이다. 본 프로그램은 지속적 지원을 해주기 때문에 신진 디자이너는 안정적으로 컬렉션을 진행할 수 있는데, 뉴젠을 통해 2년 지원의 기회가 부여되고, 이를 통과하면 패션 포워드 단계에서 1년을 다시 지원한다. 영국패션협회의 지원 프로그램도 상당수의 뉴젠 출신들이 후속 프로그램을 연결해서 받고 있다. 중복지원에 의한 지원의 형평성이 제기될 수도 있으나 수혜자가 지원프로그램을 통해 성과를 거두고 세계적 디자이너로 성장하는 성공적 사례를 보여줌으로써 운영의 적절성이 인정되고 있다.

셋째, 지원의 실질성이다. 상당수 지원형식이 현금 지원보다 실질 지원 형식을 취한다. 실질 지원으로는 쇼룸, 캣워크와 같은 장소 지원을 함으로써 창구를 투명하게 하고, 수혜자는 장소임대료의 부담에서 벗어날 수 있다. 패션기업센터의 지원 역시 실질 지원 형식으로 국제패션쇼케이스(International Fashion Showcase)는 런던패션위크 기간 중 세계 각국의 신진디자이너 작품을 나라별로 전시할 기회를 제공한다. 한편 패션신탁기금(Fashion Trust), 런던패션쇼케이싱기금(London Fashion Showcasing Fund)와 같은 경우는 금전적 지원을 해주기도 한다. 실질 지원에는 비즈니스 멘토링 프로그램을 통해 성장 잠재력을 키우는 것이 포함된다. 이것은 방향성과 목표를 가지고 타겟 시장에 부합하는 비전을 수시로 점검하며 돈으로 환산할 수 없는 그 이상의 서비스이다.

넷째, 지원의 세분화이다. 패션 항목별 세분화된 지원을 해준다. 패션산업 안에서, 여성복, 남성복, 신발, 가방, 모자, 액세서리는 다른 판매처, 언론, 유통 경로, 원자재 등을 가지고 있다. 이에 따라 알아야 하는 사항, 지원, 시장 공략 방법, 초청 바이어도 상이해 각각에 맞춤화된 자문단이 실질적 도움을 줄 수 있다. 영국패션협회는 런던패션위크 기간 동안 주얼리 분야 ‘락볼트(Rock Vault)’, 신진 모자 디자이너를 위한 ‘헤도리즘(Headonism)’을 통해 쇼룸을 제공하고, 이 모든 것은 멘토링 프로그램을 포함한다.

다섯째, 지원 통로의 다양성이다. 정부의 지원만이 아닌 기업과 함께 효과적인 지원을 한다. 따라서 정부 단독으로는 할 수 없는 다양한 지원을 하고 있고, 기업 지원도 단일 브랜드 지원 외에도 여러 기업이 기금을 마련해 기업의 부담을 덜고 기금의 안정성을 더하고 있다. 언론 매체와 협업하여 프로그램을 진행해 지원 사업 진행 내용과 수상자 인터뷰를 통해 활발히 프로그램과 디자이너를 홍보하고 있다. 지원 프로그램에 대한 활발한 온, 오프라인 홍보를 통해 사업을 지원하는 기관에

대한 평가와 이미지를 높여 더 많은 기업이 사업에 동참할 수 있도록 유도한다. 이는 또한 지원자가 정보를 획득할 수 있는 창구로서 역할도 크다.

정부의 지원 또한 다양한 지원 통로로 운영된다. 이것은 하나의 기관에 의존도를 줄이고 권력 집중을 예방해 자금 사용에 있어 투명성을 높이나 중복 지원의 가능성도 있다. 중복 지원을 예방하기 위해 ‘최소허용보조금’ 조례를 제정해 놓았다. 최소 허용 보조금은 공공 지원금이 왜곡되지 않기 위해 유럽 단일시장 집행기관(the Single Market the European Commission)이 ‘최소허용보조 지원금(De Minimis aid)’으로 사업체에 제공하는 재정지원을 규정화시켰다. 3년간 공공 지원으로 한 사업체 당 €200,000(£160,000)(한화 2억 8천 8백만원)까지의 지원금을 보조받을 수 있도록 한 것인데, 여러 단체에서 중복지원을 받을 수는 있으나, 3년간 합쳐 위의 금액을 넘을 수는 없다(Department for Business, Innovation & Skills, 2015). 이를 통해 장기 지원은 보장하되 지원금의 독식을 예방함으로써 더 많은 디자이너에게 기회를 제공할 수 있도록 법제화시켰다.

4. 서울시의 신진패션디자이너 지원정책 연구

4.1. 서울시의 신진패션디자이너 지원정책의 종류

2000년부터 본격적으로 시작된 서울시의 신진 지원 프로그램은 시행착오를 거치며 발전해오고 있다. 2015년 정부의 섬유패션산업 지원 예산은 1,200억 6,000만원이고 이 중 패션 부분은 110억 2,400만원이다(Kocca, 2015). 서울시의 해외시장을 향한 신진디자이너 지원정책은 서울 패션창작스튜디오, 제너레이션 넥스트, 르돔(Le Dome)이 있고, 한국패션협회가 주관하는 인디브랜드 페어가 있다. 민간 차원의 지원으로 세계적 패션 인재 육성을 위해 브랜드 설립 5년 미만 디자이너에게 지원해 주는 프로그램인 삼성패션디자인 펀드를 들 수 있다. 본 연구에서는 창업 지원, 패션대학의 재학생 및 졸업생, 패션인력양성교육, 대한민국 패션대전, 각 기업의 공모전 등과 같은 브랜드 단계 이전의 신진 발굴 사업은 제외한다.

해외시장 진출을 위한 프로그램으로 신진을 포함하는 지원 사업으로 서울시의 글로벌 마케팅 지원 사업, 문화체육관광부 지원 컨셉코리아, 창의브랜드 시제품 제작 지원, 서울산업진흥원의 해외전시 참가 지원, 한국패션협회의 글로벌 시장 진출 지원이 있다. 산업통상자원부와 한국패션협회가 진행하는 글로벌 브랜드 육성 사업인 K-Fashion 프로젝트는 ‘중견’ 패션 브랜드의 성공적 해외시장 정착이 목표라 본 연구의 범위가 아니다(Lee, 2014). Table 4는 정부 차원, 민간 차원의 신진 지원 프로그램, Table 5는 정부의 해외시장 지원 사업에 대한 내용이다.

서울 패션창작스튜디오는 패션 브랜드 인큐베이팅 사업으로 2015년까지 총 125명의 디자이너를 지원해왔다. 해외 쇼룸 입점 지원, 국내외 시장 진출 전략 교육을 통해 해외 시장 진출을 지원한다. 뿐만 아니라 해외시장 진출 가이드북(2015), 1인 창조기업 디자이너를 위한 기초 가이드를 발간하여 디자이너

Table 4. New designer support programs of governments and companies

	Governmental support			Company support	
	Seoul fashion creative studio	Generation Next	Le Dome	Indie Brand fair	Samsung Design Fund
Target	less than 5 years	1-5 years	Not known	less than 7 years	less than 5 years
Starting year	2009	2009	2014	2011	2005
Funders	hosted by Seoul City government, executed by Seoul Design Foundation		supported by MCST, executed by KAIA	Korean Fashion Association	Samsung Corporation
Eligibility Criteria	Seoul-based designer (residence in Seoul)	1-5 year-designers	young designers	womenswear, menswear, accessories designers up to 7 years	Korean designers up to 5 years, international fashion collection experience or buying lists
Benefits	Fashion brand incubating: studio space, pr, showroom, marketing, consulting, customised program(international buyer invitation, legal consulting) funding half-yearly-expense for activity (₩500,000-3,500,000)	Part of Seoul fashion week, supply show space & pr to link with global buyers.	16 collections, showroom(Le Dome), trend, personal consulting, mentoring, funding for sample development, K-Fashion show room, global market pop-up showroom	Support for CHIC (famous Chinese fair), branding and mentoring (slaes, pr), Support for New York trade show, Asian fashion collection	Funding: \$100K (2-3 teams each) (₩120,000,000) pr support, able to apply up to 5 consecutive years

*\$1=₩1,200

Table 5. Global market support programs of governmental organisations

	Global marketing supporting program for fashion industry	Concept Korea	Prototype production support for creative brand	Support for attending international exhibition	Support for global market expansion
Target	Pre 10 Soul: under 5 years, Seoul's 10 Soul: over 5 years	1 to 5 years (Pre Concept Korea: preliminary stage for Concept Korea)	small business brands	small business brands	small business brands
Starting year	2014 (Seoul's 10 Sou: 2010)	2010 (Pre Concept Korea: 2013-14, 3 seasons)	Not known	Not known	2009
Funders	hosted by Seoul city, executed by Seoul Design Foundation	hosted by MCST, supervised by KOCCA agency, CFDK	hosted by MCST & KOCCA	Seoul Business Agency (SBA)	Korean Fashion Association
Eligibility Criteria	Over 3year business, (exemption: applying more than 10 times for this program, over 10 billion won yearly sale, brands which won similar programs by central government or similar organisaions)	Small business under the Minor Enterprise Act, over 10 collections, over 5 hundred million won yearly sale	Brands doing international business, support up to 3 years, (exemption: brands which won more than 50 million in total for 2 programs with other organisations)	Brands which attend international fair (including fashion, information and communication, contents, consumer goods, beauty etc.)	
Benefits	Attending global fair, show room, business, pr, education	Runway space & stage, invitation of international buyers, press & VIP, marketing, working personnel, sales management	Prototype manufacturing, look book, marketing support -80% support for all business expanses (less than 35 million per brand for 8 brands)	Booth rent, installation, less than 70% of on-site transportation (one time a year up to 4 million won), invitation of local buyers, counseling site, interpreter	Phased consulting for global market expansion, introduction to Chinese buyers and marketing support, business centre in China, sales support through K-Fashion project in USA

*Ministry of Culture, Sports, and Tourism=MCST, Korean Apparel Industry Association=KAIA Korea Creative Content Agency=KOCCA, Council of fashion designers of Korea=CFDK

창업과 해외 진출을 돕고 있다. 서울패션위크 내 제너레이션 넥스트는 디자이너에게 패션쇼 장소를 지원하고 해외 바이어, 프레시가 상담·수주를 할 수 있는 장을 마련해 준다. 2015년 AW에는 총 78 디자이너 브랜드 캣워크쇼 중 제너레이션 넥스트로 21인의 신인디자이너가 참여하였다. 르돔은 동대문 패션 비즈니스 센터 1층에 연 쇼룸으로, 패션, 소품 제작실들을 입주시켜 디자이너와 생산자를 연결시켜 효율적인 생산 시스템이 되도록 하였다. 해외 쇼룸은 개장한지 불과 1년 사이에 12억 수주 성과를 달성하였다. 인디브랜드 페어는 디자이너에게 비즈니스 장을 마련해 유통업체, 패션업체간 수주 상담을 위한 비즈니스 전문 전시회(B2B)이다. 삼성패션디자인 펀드는 세계적 패션 인재 육성을 위해 제일모직의 비영리 사회 공헌 프로젝트이다. 2006년을 시작으로 2015년까지 17팀이 수상을 했고 250만 달러를 지원하였다. 수상자는 1년에서 5년까지 연속 지원이 가능하다.

패션산업 글로벌 마케팅 지원 사업은 Seoul's 10 Soul로 서울시를 대표하는 10인의 대표 디자이너 브랜드를 선발해 해외 전시 참가, 해외 컬렉션 진출을 지원하는 사업이다. 예비 단계인 2015년 신설된 Pre 10 Soul은 해외 트레이드쇼 참가비 지원과, 1:1 컨설팅과 홍보기회를 제공해준다. 또한 해외 컬렉션 지원 사업은, 세계 4대 컬렉션을 후원하고, 컬렉션 진행비 일부를 지원한다. 사전 준비, 해외시장 분석 교육 진행과 컨설팅도 지원한다. 컨셉 코리아는 뉴욕패션위크에 연 2회 쇼케이스 기회를 제공한다. 2013년 신설된 프리 컨셉 코리아는 컨셉 코리아를 위한 예비 단계로 쇼룸 임피비, 국내외 홍보 마케팅비를 지원하였는데, 3시즌 지원 후 2014년 없어졌다. 창 의 브랜드 시제품 제작 지원 사업은 해외 진출을 한 브랜드의 제품, 홍보, 마케팅비를 지원해주고, 서울산업진흥원(SBA)의 전시 참가 지원 프로그램은 해외 전시 참가 지원 사업이고, 한국패션협회의 글로벌 시장 진출 지원은 해외시장 진출 지원을 위한 사업이다.

4.2. 서울시의 신진패션디자이너 지원 프로그램의 특징

신진 지원 프로그램과 정부의 해외 시장 지원 사업을 통해 본 서울시 신진 패션디자이너의 해외 진출 지원정책의 강점은 다음과 같다. 첫째, 지원의 지역 특화성이다. 예를 들면 가장 큰 마켓으로 성장한 중국 패션시장 진출을 위한 지역 특화사업이 진행되며, 중국 내 상설 비즈니스 센터의 운영을 통한 바이어 연결과 마케팅 지원을 통해 특화 지역에서 생기는 어려움을 해결한다. 이는 시장 특성을 파악하고 적응을 용이하게 해 시장 진출에 도움을 준다.

둘째, 지원의 실질성이다. 서울시는 2009년부터는 지원에 있어서 지원금을 주는 대신에 창작스튜디오, 쇼룸 임대비용, 멘토링 서비스, 법률 상담, 해외 바이어 연결 등 실질적인 세부 지원을 신진디자이너들에게 해주고, 패션창작스튜디오, 르돔을 통해 판매도 병행할 수 있도록 하였다. 또한 지원 사업은 재정, 공간 임대에 대한 지원과 더불어 대다수의 사업이 컨설팅, 멘

토링, 홍보를 함께 진행하고 있다.

셋째, 지원의 정부 중심성이다. 즉, 정부 지원 중심으로 다양한 지원 사업을 펼치고 있다. Table 4, 5에서 볼 수 있듯이 브랜드 인큐베이팅, 패션위크 지원, 쇼룸 지원, 해외 박람회 지원, 시제품 제작 등 다양하게 지원 사업을 펼친다. 이는 다양한 분야에서 지원이 필요한 신진에게 실질적 도움이 되고, 여러 디자이너가 접근 가능토록 한다.

넷째, 정부 지원 부처의 다양성이다. 현재 신진패션디자이너 지원 사업은 다양한 정부 부처에서 진행되고 있다. 서울시, 문화체육관광부, 산업통상자원부와 같은 정부 부처가 서울디자인재단, 한국패션협회와 같은 기관에 지원 집행을 의뢰하거나, 이 기관이 자금 집행을 위해 대행사를 공모해 진행하기도 한다. 이는 신진 육성에 대한 정부의 의지와 동시에 다양한 지원 가능성과 발전을 기대할 수 있다.

4.3. 런던시와 서울시의 지원 프로그램의 비교 분석

Table 6은 런던시와 서울시의 지원 프로그램을 분석한 것이다. 서울시와 런던시의 신진패션디자이너 지원 프로그램의 공통점은 첫째, 다양한 지원 사업 프로그램, 둘째 세분화된 지원 방식, 셋째 실질 지원의 증가와 넷째, 단계별 지원에 대한 노력을 하고 있다는 점이다.

그러나 런던시의 지원 사업의 특징을 기초로 서울시 지원 사업의 차이점과 문제점을 진단하면 다음과 같다. 첫째, 서울시의 지원 사업은 프로그램의 다양성에도 불구하고 성장단계별 지원의 차이가 없다. 그러므로 같은 심사 기준으로 경쟁할 때 자금력, 경력이 부족한 신인이 불리하도록 되어 있다. 또한 신진 브랜드에 대한 지원대상이 회사의 설립연도로 규정되어 있어, 리브랜딩에 의해 기성브랜드가 신진브랜드로 선정, 지원되는 되는 불합리한 경우가 발생하기도 한다(Seoul Institute, 2014). 그러므로 정부 차원에서 신진에 대한 명확하고 엄밀한 규정을 정해 신진 브랜드를 단계별로 세분화하여 분리 경쟁을 시키고 지원내역도 다르게 하여 실질적인 효과를 거둘 수 있도록 해야 한다.

둘째, 지속적 지원의 문제점이 있다. 지속적 지원이란 지원 프로그램 종료 후 후속 프로그램에 참여하는 것을 의미하며, 존속과 폐지의 두 가지 함의가 있다. 성장 단계별 프로그램 이후의 후속 지원 역시 지원 프로그램의 장기적 성공을 위해서는 중요하다. 잦은 프로그램의 폐지 문제 역시 큰 문제이다. 패션

Table 6. An comparative analysis of support programs of London and Seoul City

London	Seoul
<ul style="list-style-type: none"> • Phased support • Sustainable support • Practical support • Detailed support • Diverse supporting channels • De Minimis 	<ul style="list-style-type: none"> • Area specific support • Practical support • Government centered support • Supports from various governmental channels

테이크오프, 프리 컨셉 코리아는 각각 3시즌 후 폐지되었다. 프로그램의 존폐 문제는 지원을 기대하는 브랜드들에게 타격이고, 지원 프로그램에 대한 신뢰도에 영향을 미친다.

셋째, 각각의 항목별 맞춤형 지원이 미비하다. 서울시 지원정책의 강점인 지역 특화 지원 사업을 강화해 브랜드의 시장 적응력을 높이도록 한다. 멘토링 프로그램의 경우 각각의 프로그램에 적합한 맞춤형 멘토링을 전문가와 연계해 실시간 효과적 지원을 제공하고, 향후 지원 프로그램 수혜자는 다시 멘토가 되어 사회에 일조할 수 있도록 하고, 브랜드 생태계의 선순환 구조를 형성하도록 한다.

넷째, 지원 프로그램에 기업의 참여도가 적다. 기업에서 디자이너 브랜드 기금을 지원하는 것은 삼성뿐이다. 개별적으로 공모전을 수행하는 기업은 많지만 공신력과 영향력이 약하고, 인재 발굴의 측면이 강하다. 또한 기업의 수익 여부에 따라 존폐의 위험도 있다. 서울패션전문팀은 여러 기업, 단체가 함께하는 신진디자이너 육성을 위한 패션 기금 조성을 제안한다(Seoul Metropolitan Government Fashion Advisory Team, 2009). 런던의 패션신탁기금과 같이 디자이너 육성 펀드를 회사가 함께 지원하는 것이다. 이는 지속적인 지원도 가능하게 한다.

다섯째, 홍보의 부족을 들 수 있다. 홈페이지는 인터넷 시대에 가장 중요한 정보원이고 실시간 정보를 업로드할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 단독 홈페이지를 가진 르뚝, Seoul's 10 Soul, 컨셉코리아 외에는 기관 홈페이지의 사업 공고를 통해 사업이 나와 있다. 홍보는 사업과 참여 기업 홍보 외에도 지원자에게 가이드 역할을 해 줄 수 있어 반드시 필요하다.

여섯째, 부처 간 중복 지원의 문제가 있다. 서울연구원, 한국

콘텐츠진흥원의 지원 사업에서는 중복 지원 사례가 다수 발생하였는데, 기관마다 그 기준이 모호하고 상이해 이를 예방할 수 있는 중복 지원 제한 조항의 제정이 필요하다. 이에 영국의 최소비용보조금 원칙처럼 공공기관에서의 지원금 한도를 명확히 정해 형평성을 유지해야 한다.

4.4. 지원 프로그램을 통해 본 개선과 비전

서울시와 런던시의 공통점, 차이점을 통해 살펴본 서울시 지원 프로그램의 문제는 정부 부처의 다양한 지원 통로와 수행 방식의 문제로 귀결될 수 있다. 현재는 정부기관이 프로그램을 개발해 직접 집행하거나 대행사를 통해 사업을 수행하는 형태이다. 지원 통로가 ‘정부기관-(대행사)-디자이너 브랜드’의 일방적인 수행 방식이다. 부처 간 협력을 통한 사업도 보기 드물다. 이는 결국 기관 의존도를 높여 사업의 축소, 폐지가 기관에 의해 결정되게 한다. 서울시의 패션 예산의 경우 서울패션위크 예산이 2012년 38억, 2015년 27억으로 줄어, 사업이 축소, 폐지로 귀결될 수밖에 없었다. 이는 신진 프로그램의 경우도 다르지 않다. 또한 정부의 사업 담당 전문 인력 부족과 대행사 지출의 문제도 있다(Kim, 2015). 이러한 문제점을 개선하기 위해 부처 간 협력 프로그램의 개발과 수행방식으로 전환하도록 하며, 정부 자금은 받지만 독자적 운영이 가능한 비영리 조직이 지원 프로그램을 계획부터 진행과 운영을 맡게 한다. 여기에는 영국패션협회와 같이 홍보전문가를 통해 전문적이며 독립적인 사업 수행이 가능하도록 하고, 정부가 상위 조직이 아니라 자금 제공처로서 감시, 감사의 기능만 수행할 수 있는 분리된 조직이 적합하다. 독립 조직에서 프로그램을 만들고, 예산을 책정

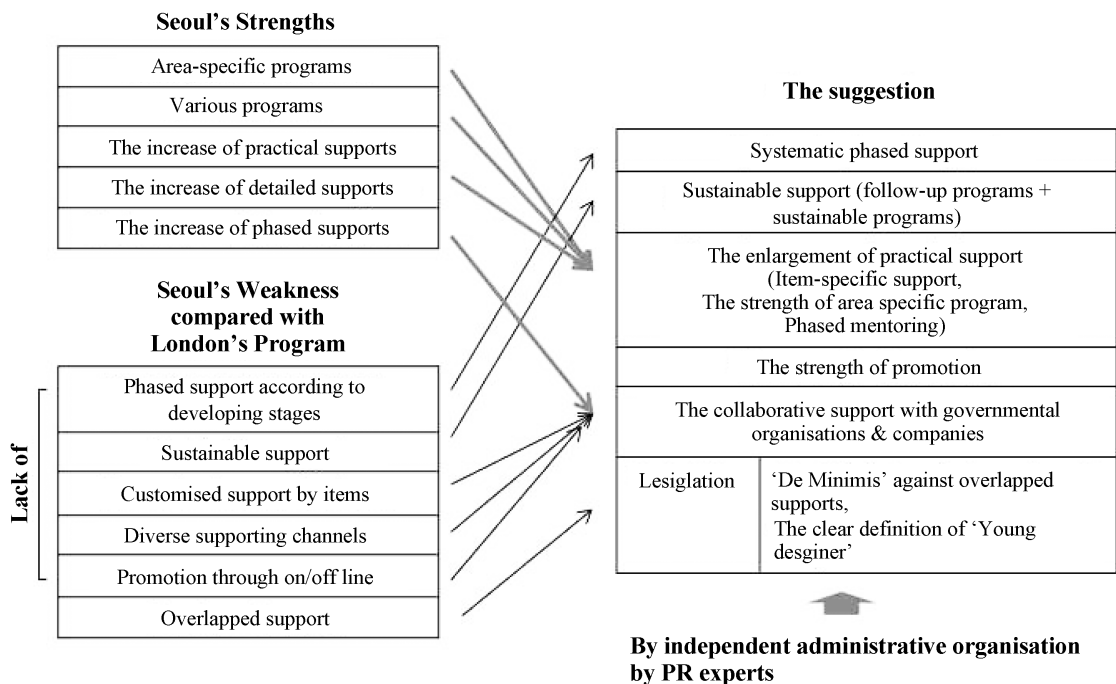


Fig. 1. The suggestion of young designers' support programs.

해 정부와 기업에서 예산을 지원 받는 것이다. 기관 의존도를 줄이고 기업의 참여를 늘려 자금의 안정성을 더해 장기적인 계획을 수행할 수 있도록 한다. 이를 통해 철저히 지원자 선별을 하여 필요한 곳에 중복의 가능성을 줄이면서 신진디자이너를 양성시킬 수 있도록 한다. 전문가 조직에 의해 단계적, 지속적, 실질적 지원을 확대하고, 멘토링 프로그램을 조직화하며, 홍보도 강화할 수 있다. 이는 현재 있는 협회나 조직에 전문 인력과 조직을 재정비해 실현할 수도 있고, 영국패션협회와 같은 조직의 신설을 통해서도 가능하다. 독립된 단체에 많은 자금과 혜택이 돌아가면, 자금의 불공정한 운영과 비리가 생길 수 있는 가능성이 있다. 이를 예방하기 위해 지원금을 주는 정부나 기업 부처에서 권력의 독점적 사용과 감사를 철저히 해야 한다. 정부 차원에서 신진에 대한 정의와 지원보조금에 대한 명확한 한계를 조항을 통해 명시하고, 독립된 전문가 집단의 비영리 조직이 프로그램을 만들어 수행하면, 공정, 공평하고 효율적인 신진디자이너 지원 사업 수행이 가능할 것이다.

5. 결 론

한국패션디자이너 연합회의 국내 패션디자이너 실태조사에 따르면 국내 패션디자이너 브랜드는 창업연도가 5년 이내인 브랜드가 약 70% 가까이 차지하고 있으며, 서울컬렉션에 참가하는 디자이너의 과반수 가까이가 운영 기간 5년 미만의 신진디자이너이다. 이들은 생산 판매, 마케팅, 자금 등의 어려움으로 창업 5년 내 폐업이 빈번하다. 국내 패션디자이너 브랜드의 정책적 육성이 시급한 것을 보여주는 결과이다. 이에 서울시는 패션 도시를 목표로 2000년부터 패션 산업 지원을 확대해 서울패션위크, 해외패션 전시회, 서울 패션창작스튜디오, 패션 비즈니스 센터 운영, 동대문 패션 상권 활성화 지원 사업과 같은 지원정책을 펼치고 있다. 이를 위해 국내 실력 있는 신진패션디자이너의 해외 시장 진출을 통해 의미 있는 성과를 거두려는 다양한 지원 사업을 수행하고 있다. 그러나 지원을 통해 잠정적 성과를 거두고 있으나 여전히 많은 문제점과 시행착오를 겪고 있다.

본 연구에서는 신진디자이너의 성공적 지원으로 세계시장에 안착한 런던시 지원 사업의 사례를 비교 분석함으로써, 공통점과 차이점, 문제점을 도출해 내고 실행 전략을 기획해 본 결과는 다음과 같다. 첫째, 단계별 지원 프로그램을 제안한다. 재학생, 졸업생을 위한 창업 준비 단계, 창업 단계, 2년 이하 창업 초기 단계, 5년 이하 안정, 확장 단계, 그 후 관리를 통해 차별화된 현금 지원과 실질 지원을 제안한다. 둘째, 지속적인 지원을 제안한다. 인재를 발굴하고 지속적인 지원을 통해 프로그램 간 연결성을 높인다. 셋째, 실질적 지원 방식의 확대를 제안한다. 항목별 지원 프로그램을 세분화하고 지역 특성화 지원 사업도 확대하며 단계별 멘토링 시스템을 강화해 실질적 지원을 더한다. 넷째, 지원 프로그램에 대한 홍보를 강화한다. 홍보를 통해 프로그램과 디자이너를 알리고, 더 나아가 서울시 패

션산업의 위상을 높인다. 다섯째, 정부와 산업체간 공동 지원 프로그램을 계획해, 지원 사업의 안정성을 더한다. 여섯째, 중복지원조례를 만들어 중복 지원을 예방한다. 독립된 조직이 한 정부 부처의 사업을 대행하는 것이 아닌 직접 계획해 여러 정부 기관, 기업에서 자금을 지원받아 지속적으로 다양한 단계별 지원을 한다. 이를 위해서는 신진에 대한 명확한 정의 또한 필요하다. 본 연구는 서울의 해외시장 진출을 위한 신진 지원정책의 발전 방안 제시 및 실행 전략 제안을 목표로 하고 런던시의 성공적인 지원 사업을 분석하여 신진디자이너의 해외시장 진출을 위한 방향성을 설정해, 서울시의 지원 방향을 제시하면 신진 지원정책 수립에 일조하고자 한다. 이를 통해 단계별, 지속적, 실질적 지원과 지원 홍보, 정부 산업체간 공조 지원, 중복지원 제한조례를 제안한다.

본 연구는 서울시에 적합한 정책으로 런던시의 신진디자이너 지원정책을 채택하였다. 여기에 파리, 뉴욕, 밀란 등의 정책 연구를 보충하면 4대 패션 도시를 모두 포괄하는 신진 지원 방향을 위한 정책 연구가 될 것이다. 또한 본 연구에서는 각 부처마다 성과 보고가 상담액 또는 직접 계약 금액으로 보고 형식이 다르고, 신진은 장기적인 투자이기 때문에 성과를 포함시키지 않았다. 후속 연구로 성과 연구를 위해 프로그램을 수주액, 업체 상담수, 언론 노출, 다른 해외 전시회 토대와 같은 요소들과 심층 비교 연구를 통해 장기적 사업의 성공 가능 여부를 분석할 수 있는 방안을 마련토록 하겠다. 또한 한국, 아시아 시장에 맞는 시장 평가, 아시아 각국의 신진 지원 사례 비교 연구, 한국 시장 상황에 맞는 사업의 단계별 구분 및 프로그램 가이드라인 연구, 현 정부의 신진 지원정책을 통합, 분리하여 세분화, 전문화할 수 있는 방안 연구 등 끊임없는 후속 연구와 진행 사업에 대한 연간 평가와 제언을 통해, 지원 프로그램을 더욱 실효성 있게 하면 신진디자이너의 지원 사업은 더욱 강화되고 서울시는 패션 서울로 자리를 확고히 할 것이다.

References

- 'About the BFC'. (2015). *British Fashion Council*. Retrieved January 11, 2016, from <http://www.britishfashioncouncil.co.uk/About/About-the-BFC>
- Bradford, J. (2014). *Fashion Journalism*. London: Routledge.
- Department for Business, Innovation and Skills. (2015). *State aid: The basics guide*. Retrieved January 25, 2016, from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/443686/BIS-15-417-state-aid-the-basics-guide.pdf
- Jung, J. W. (2009). *Research on the designer fashion industry policy: Focusing on new designers*. Unpublished doctoral dissertation, Kookmin University, Seoul.
- Kim, H. E. (2015). An analysis of the strengths and weaknesses of Seoul Fashion Week with a focus on organisational issues. *Fashion & Textile Research Journal*, 17(6), 895-906. doi:10.5805/SFTL2015.17.6.895
- Kim, Y. J., Yu, H. K., & Kim, H. S. (2010). A study on foreign entry in Korean textiles and fashion industries. *Journal of the Korean*

- Society of Clothing and Textiles*, 34(9), 1546-1557. doi:10.5850/JKST.2010.34.9.1546
- Kocca. (2015). 패션디자이너 브랜드의 해외진출 전략 연구 [A research on overseas expansion of fashion designer brands]. *KOCCA*. Retrieved March 16 2016, from http://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0000147/1826136.do?searchCnd=&searchWrd=&cateTp1=&cateTp2=&useAt=&menuNo=200904&categorys=0&subcate=0&cateCode=&type=&instNo=0&questionTp=&uf_Setting=&recovery=&option1=&option2=&pageIndex=2
- Lee, Y. (2014, November 10). 중국 대륙 사로잡은 K-패션 [K-fashion attracts Chinese continent]. *Yeongnam Ilbo*. Retrieved December 12, 2016, from <http://www.yeongnam.com/mnews/newsview.do?mode=newsView&newskey=20141110.010290825540001>
- Oh, S. J., & Nah, K. (2015). Analysis of domestic and foreign policy for the startup of rising fashion designer: Focused on the fashion policy between UK and South Korea. *Korea Design Knowledge Journal*, 34, 63-73.
- Samsung Design Net. (2016). 15/16 패션시장 분석 [15/16 Fashion market analysis]. Retrieved May 08 2016, from <http://www.samsungdesign.net/Market/MarketReport/content.asp?an=40195&glChk=G&block=0&page=1&cnt=9>
- Seoul Design Foundation. (2015). 2015년 패션 봉제 사업 종합계획 [A fashion sewing comprehensive plan in 2015]. Retrieved December 22, 2015, from <http://opengov.seoul.go.kr/sanction/4120153?from=policy>
- Seoul Institute. (2014). *서울시 패션정책 마스터 플랜 수립을 위한 연구* [The research into establishing master plan of Seoul metropolitan governmental fashion policy]. Seoul: The Seoul Institute.
- Seoul Metropolitan Government Fashion Advisory Team. (2009). *2009 서울시 패션산업 발전 방안* [A fashion industry development scheme of Seoul metropolitan city 2009]. Seoul: Seoul Fashion Centre.
- Seoul Metropolitan Government Cultural Industry Department. (2013). *2013 글로벌 패션브랜드 육성 사업* [2013 Global fashion brand promoting business]. Seoul: Seoul Metropolitan Government.
- Sim, J. S. (2014, June 09, July, 14 & 21). 영국패션협회(BFC) 사업 동향 1, 2, 3, 4 [British Fashion Council (BFC) business trends]. *Fashionnet Korea*. Retrieved January 12, 2016, from http://www.fashionnetkorea.com/market/market_gl_bizrep_report_trend.asp
- The Malcolm Newbery Consulting Company. (2003). *A study of the UK designer fashion sector*. London: The Malcolm Newbery Consulting Company.
- 'Young Designers' Support Programs 1, 2'. (2015, September 21, 28). *Fashionnet Korea*. Retrieved January 13, 2016, from http://www.fashionnetkorea.com/market/market_do_bizreport.asp

(Received 2 February 2016; 1st Revised 14 March 2016;
2nd Revised 27 April 2016; 3rd Revised 20 May 2016;
Accepted 10 June 2016)