

섬유패션 디지털 전환 가이드북



산업통상자원부
Ministry of Trade, Industry and Energy



한국섬유산업연합회
Korea Federation of Textile Industries

섬유파션 디지털 전환 가이드북

Textile Fashion Digital Transformation Guidebook



발간사



“
섬유패션산업은
미래 혁신엔진인 디지털 전환으로
새롭게 비상합니다
”

디지털 전환은 우리의 삶뿐만 아니라 산업의 구조와 경영방식을 변화시키고 있습니다. 기업들은 새로운 방식으로 시장경쟁 전략을 마련하고 자신만의 생존 경로를 개척해 나아가고 있습니다. 이러한 거대한 혁신 흐름에는 디지털 기술과 플랫폼이 있습니다.

특히, 섬유패션산업은 원사, 제·편직, 염색가공, 봉제에 이르는 스트림을 가지고 있고, 생산자, 공급자, 소비자가 함께하는 복잡한 생태계를 가지고 있기에, 우리 기업들은 디지털 기술을 기반으로 새로운 생태계를 창출하고 산업 융합의 주도권 확보에 역량을 집중해야 합니다.

한국섬유산업연합회에서는 디지털 전환이라는 패러다임의 변화 속에서 기업에게 실질적인 도움을 줄 수 있도록 「섬유패션 디지털 전환 연구회」를 운영하여, 섬유패션 분야 디지털 전환 사례와 기술을 집대성한 가이드북을 발간하게 되었습니다.

본 가이드북이 우리 섬유패션 기업의 디지털 전환에 유용하게 활용되기를 바라며, 끝으로 발간을 위해 힘써주신 도월희 위원장 외 연구회 위원분들께 감사드립니다.

2023년 12월
한국섬유산업연합회
회장 **최 병 오**

CONTENTS

섬유패션
디지털 전환 가이드북

CHAPTER 1

08 서론

1. 섬유패션산업 전반에 확산되는 디지털 전환
2. 섬유패션산업 디지털 전환 추진 정책
3. 섬유패션 디지털 전환 가이드북의 구성

CHAPTER 2

16 섬유패션 스트림별 DX 이야기

1. 기획 : 핵심 디지털 기술 및 데이터 기반 기획
2. 생산 : 공정 디지털화 및 AI 생산혁신
3. 유통 : 협력 플랫폼 및 신유통 가치창출

CHAPTER 3

60

섬유패션 분야별 DX 활용 이야기

1. 기획

- (1) 옴니어스_AI 기반 커머스
- (2) 디자인노블_트렌드·시장 분석, 상품·서비스 기획
- (3) 패션에이드_AI 피팅 모델 서비스
- (4) 룩코_디지털 의복 기반 패션 플랫폼
- (5) 사맛디_AI 기반 패션 B2C 서비스
- (6) 두어블_스마트 옷장 어플
- (7) 인텔리시스_AI 기반 이커머스 특화 서비스
- (8) S.F. Lab_AI 기반 패션 트렌드 예측
- (9) 에프앤에스홀딩스_메타버스 패션 쇼핑몰
- (10) 스튜디오랩_AI 기반 패션 커머스 디지털 전환
- (11) 플립션_코리아_가상 모델 에이전시
- (12) 오드컨셉_컴퓨터 비전 기반 개인화 상품 추천
- (13) 스와치온_원단 전자 상거래 플랫폼
- (14) 신사유람단_AI 기반 초개인화 스타일 추천
- (15) 블랙택저린_사용자 신체 데이터 기반 패션 추천
- (16) Styleriser_초개인화 디지털 쇼핑 도우미
- (17) ApparelMagic_패션 브랜드용 ERP·PLM·CRM 제공
- (18) 3D LOOK_AI 기반 인체 모델링 및 측정
- (19) Shoptrue_AI 기반 개인 맞춤 추천
- (20) Stylumia_패션 트렌드 예측 및 분석 플랫폼

2. 생산

- (1) 포원시스템_공장 자동화, 디지털 트윈 솔루션
- (2) 에쎄테크놀로지_공장 시뮬레이션, 디지털 트윈, CPS
- (3) 세왕성유_스마트팩토리, 디지털 트윈(염색가공)
- (4) 진호염직_스마트팩토리, 로봇 자동화(염색가공)
- (5) 부성_MES, 공정 자동화(날염)
- (6) SHIMASEIKI MFG LTD_생산 자동화, 데이터 관리 플랫폼
- (7) Mayer & Cie. GmbH & Co. KG_생산 자동화, 생산정보 플랫폼
- (8) Uster Technologies AG_자동 원단검사 시스템
- (9) Kornit Digital Ltd_DTP
- (10) 지이모션_3D 디자인 및 가상 패션
- (11) 클로버추얼패션_3D 디자인 및 가상 패션
- (12) 호전실업_봉제공정 관리 시스템
- (13) 모베이스썬스타_봉제 공정 자동화
- (14) 모신_의류 제작 협업 플랫폼
- (15) 멋들어진_봉제공정 관리 시스템
- (16) 팩토리유니콘_의류 제작 협업 플랫폼
- (17) 어바웃_의류 제작 협업 플랫폼
- (18) 예스나우_사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터
- (19) 펄핏_사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터
- (20) 아이딕션_사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터

3. 유통

- (1) LF_디지털 테크 기반의 패션제조 및 유통
- (2) 무신사로지스틱스_패션제품 특화 3PL
- (3) 브랜드 풀필먼트_동대문 특화 풀필먼트 시스템
- (4) 브이켓_AI 기반 자동영상 제작
- (5) 코디미_AI, 가상모델 가상시착 자동화 서비스
- (6) 에디봇_AI 기반 자동 상세페이지 생성 및 템플릿 제공
- (7) 아이클레이브_AI 기반 자동배너 생성 및 상품추천
- (8) 리뷰셀렉트_AI 기반 인플루언서-브랜드 매칭
- (9) 요잇_생성형 AI 기반 패션제품 검색 솔루션
- (10) 칸그림_생산-유통-판매를 연결하는 통합 커머스
- (11) 클로넷_숏폼 영상 기반 큐레이션 서비스
- (12) 에이아이바_가상피팅 솔루션, 메타버스 패션 플랫폼
- (13) 에프엑스기어_디지털 휴먼, 3D 가상피팅 시스템
- (14) 지킷_버추얼 피팅룸
- (15) 마크비전_AI 기반 패션 위조상품 판별
- (16) 빗썸메타_3D 가상매장 및 NFT 발행
- (17) 버클_블록체인 기반 NFT 디지털 보증서
- (18) 디쓰리디_원데이 샘플 제작, 최다 패턴 보유
- (19) 크리스틴컴퍼니_AI 공장매칭, 원스탑 신발제조 협업 플랫폼
- (20) 오솔_AI 공장매칭, 원스탑 의류제조 협업 플랫폼

결론 및 전망

- (1) 요약
- (2) 국내 섬유패션 제조업의 디지털 전환 문제점과 해결방안
- (3) 디지털 전환 기반 섬유패션산업의 도약과 미래 가치



CHAPTER

1

서론



01

섬유패션산업 전반에 확산되는 디지털 전환 (DX: Digital Transformation)

개념 및 정의

근래들어 저성장의 일상화와 뉴노멀 시대로의 진입, 고령화로 인한 숙련된 전문인력 부족 등 대내외적인 악재로 인하여 제조기업의 경영환경은 점점 어려워지고 있으며, 여기에 이른바 4차 산업혁명으로 촉발된 빅테크 기술혁신 영향으로 바야흐로 경쟁력 강화를 위한 제조업의 디지털 전환이 꾸준히 진행되고 있다.

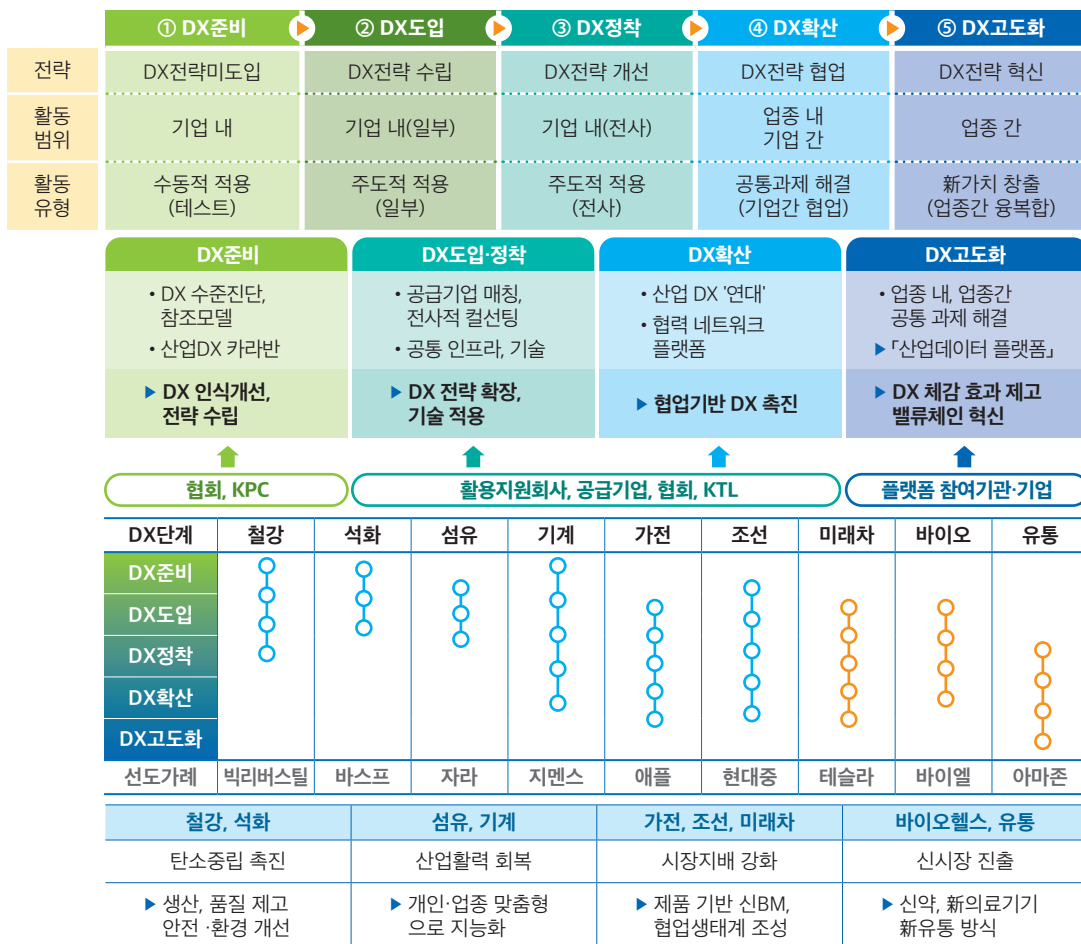
산업계의 측면에서 디지털 전환(DX: digital transformation) 기술의 정의를 살펴보면, 사물인터넷(IoT), 인공지능(AI), 가상현실(Virtual Reality, VR), 증강현실(Augmented Reality, AR), 클라우드, 빅데이터 등 디지털 기술을 융합해 기획-구매-조달-설계-개발-생산-마케팅-물류-유통-유지-보수로 이어지는 모든 가치사슬을 혁신하고 기존에 없었던 비즈니스의 창출을 가능하게 하는 기술을 의미하며, 기업들은 이러한 디지털 전환 기술을 레거시(legacy) 산업시스템에 적용시킴으로써 비용 절감과 납기 단축, 생산성 향상, 물류·유통의 효율성 향상, 리스크 완화 등의 경영 효율성 향상의 실현을 달성하고자 한다. 섬유패션산업 내에서 구체적인 기술의 범위로 제조업 측면에서는 스마트 공장 내 현장 설비, 사물/사람, 시스템, 공정 효율 개선 및 작업자/설비 안전 문제에 대한 디지털 모델을 생성하고 생성된 모델을 동작시켜 시뮬레이션하기 위한 데이터 기반 디지털 모델링 및 시뮬레이션 소프트웨어를 개발하는 것 등을 포괄적으로 의미한다.

국내 섬유패션 산업의 DX 단계

경제·사회 전반이 디지털 경제로 빠르게 전환되는 가운데 산업 현장 곳곳으로 산업 디지털 전환을 확산하고, 가시적인 성과를 창출하기 위한 실행계획 필요성 제기됨에 따라 2021년 4월 산업통상자원부는 「산업 디지털 전환 확산 전략」을 발표하고, 업계, 전문가 협의를 거쳐 DX 전략 수준, 활동 범위 및 유형 등에 따라 디지털전환 '준비, 도입, 정착, 확산 고도화' 5단계로 구성된 「산업DX 단계모델」을 마련하였다.

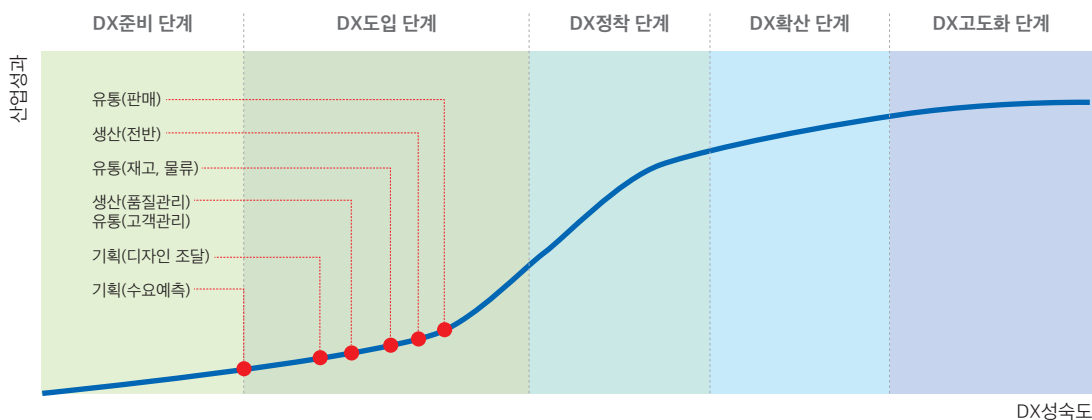
산업통상자원부의 「산업DX 단계모델」(2021.4)에 따르면 섬유·패션 산업은 DX 준비 및 도입 단계 수준에 있는 것으로 파악되었고, 함께 제시된 업종별 맞춤형 DX 추진 과제에 따르면, 섬유패션 산업은 '개인·업종 맞춤형으로 지능화'를 추진전략으로 제시한 바 있다. 보다 세부적으로 한국섬유산업연합회가 조사한 섬유패션 산업의 벨류체인별 DX수준(2021.10)을 살펴보면, 기획단계의 수요조사 분야는 DX준비 단계에 있고, 전반적인 기획, 생산, 유통 단계들은 모두 DX 도입 단계에 있는 것으로 나타났다.

DX단계모델에 따른 주요 업종별 산업 DX 수준 및 추진 전략



*출처 : 산업 디지털 전환 확산 전략(2021.4), 산업통상자원부

국내 섬유패션산업의 밸류체인별 DX 수준



*출처 : DX연구회 재정리 (원출처: 국내 섬유패션 산업 DX 실태조사(2021.10), 한국섬유산업연합회)

02

섬유패션산업 DX 추진 정책

세계 각국에서도 정부의 지원으로 섬유패션산업 분야에서 다양한 디지털 전환 프로그램이 진행되고 있다.

미 국 : 'Manufacturing USA', 'NITRD(Networking & IT R&D)' 등의 지원정책을 통해 스마트 섬유 및 가상현실 분야에서 기술개발을 추진

유럽(EU) : 2021년 8월에 '신(新)EU 섬유전략'을 발표하고, 신소재 개발을 위한 디지털 혁신 자금지원, 중소기업의 디지털화 기금 창설 등 투자 확대

* 특히 독일의 경우 디지털 역량센터를 구축하여 실습가능한 학습공장으로 활용 및 중소기업 대상의 DX 교육과 컨설팅을 수행

중 국 : 8대 중점과제로 섬유소재 기술력 강화와 스마트 공장 건설 가속화 선정

또한, 2021년 6월에 발표한 '섬유산업의 5개년 계획'을 통하여 지능형 제조시스템 구축하고, 패션과 기술 통합혁신센터 설립을 통하여 패션 생태계 강화 등을 추진

일 본 : 디지털 기술을 활용한 적정 생산 및 수요 맞춤형 생산, 생산기간 단축 등을 추진하여 디지털 기반의 밸류 체인 최적화하고, DX 설비 투자금 지원 등을 통해 디지털화를 촉진

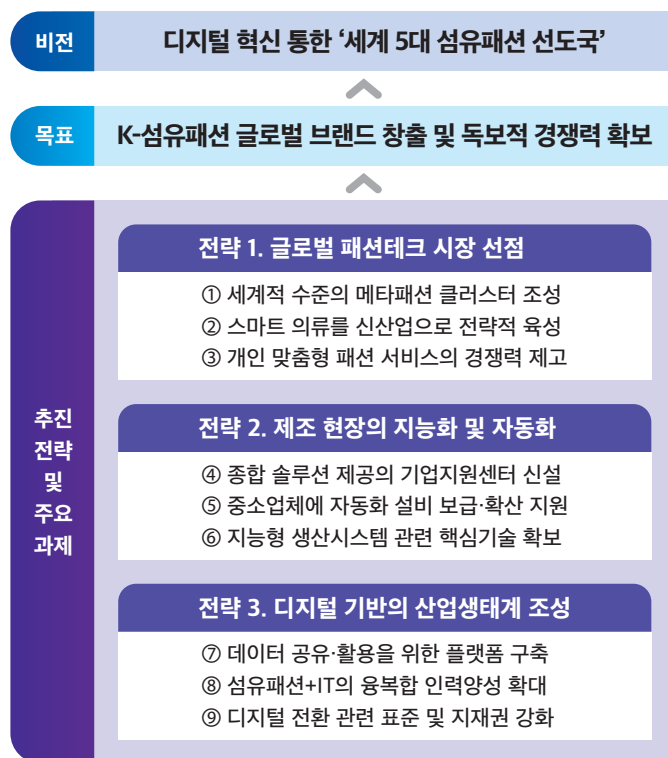
우리나라 정부의 섬유패션산업 DX 추진 정책

한국섬유수출입협회에서 2022년 3월에 발표한 '섬유소재기업 수요조사' 결과에 의하면 제조공정 디지털화 수요조사에 응답한 기업들 중 60%가 제조공정에 대한 디지털화 지원을 희망하였으며, 뿐만 아니라 텍스타일 디지털화 수요 섬유소재 기업 121개사 중 40%가 텍스타일에 대한 디지털화 지원을 희망하였다. 이러한 결과를 통해서 대부분의 국내 섬유기업들은 제조공정 및 텍스타일의 디지털화에 대한 필요성을 높게 느끼고 있음을 확인할 수 있으며, 다양한 디지털 전환에 대한 수요가 높은 것을 알 수 있다.

정부는 섬유패션 산업의 디지털 전환 추세와 스마트제조 확산에 대비하기 위하여 다양한 정책적 지원을 하고 있다.

산업통상자원부는 글로벌 패션테크(섬유패션+IT) 선점을 위한 '섬유패션의 디지털 전환 전략' 발표를 통해 3대 전략에 따른 9개 정책과제 추진 중이다(22.10. 발표).

DX단계모델에 따른 주요 업종별 산업 DX 수준 및 추진 전략



*출처 : 섬유패션의 디지털 전환 전략(2022.2), 산업통상자원부

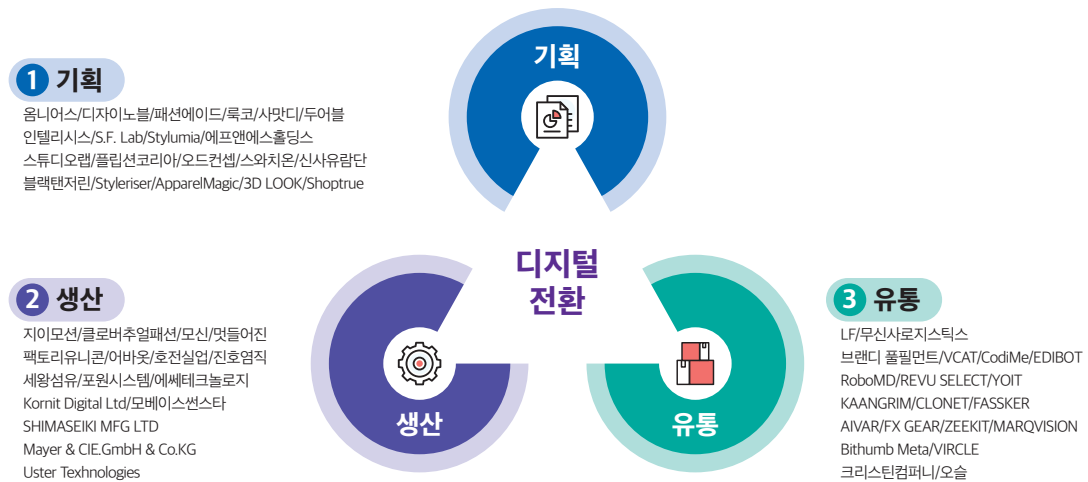
앞서 산업통상자원부는 디지털 역량이 부족한 섬유소재 중소기업을 대상으로 디지털 사업화 지원을 강화하고자 ‘스마트 제조혁신 비전 2025’(2017.4)를 발표하여 2025년까지 3만개 스마트 공장 구축을 목표로 추진 중이다. 또한, 직접적인 스마트 공장 구축 지원 이외에도, 기업의 스마트화 수준 진단 및 제조 현장의 애로 해결을 지원하는 간접 지원 사업도 병행하여 섬유패션산업의 디지털 전환을 위하여 노력하고 있다.

중소 제조기업의 경쟁력 제고 및 스마트 제조의 기반 마련을 위한 ‘스마트 공장 보급·확산사업’ 프로그램의 추진 결과, 2021년 11월 기준으로 약 2.5만개의 스마트 공장이 구축되었다. 또한, 한국이 강한 5G 기반 스마트 공장은 5G 기술 활용으로 작업 현황의 실시간 공유, 공장간 제조공정 연계를 통한 유연한 생산체계 구축하고 있는 중이며, 이를 통해 무선제어 작업 로봇 및 솔루션 도입으로 공정 작업효율 개선, 가상현실을 활용한 시제품 생산, 시뮬레이션, 생산현장 직원 교육, 불량률 감소 및 원가절감, 맞춤형 생산역량 강화로 경쟁력 강화를 기대하고 있다.

03

섬유패션 디지털 전환 가이드북의 구성

본 가이드북은 총 4개의 장으로 구성되어 있다. 먼저, 1장 서론에서는 그간 정부보고서 및 각종 관련 자료조사를 기반으로 국내 산업 전반에서의 디지털 전환에 관한 개념 및 섬유패션산업에 대한 디지털 레벨을 알아보았다. 또한, 우리나라를 비롯한 세계 각국의 정책적 지원을 살펴보았다. 이어 편의상 기획-생산-유통으로 나누어 2장에서는 섬유패션 산업의 스트림별 디지털 전환의 특성과 기술을 분석하여 제시하였고, 3장에서는 스타트업부터 중견-대기업에 이르는 국내 섬유패션 기업들 중 디지털 전환을 통하여 성공적인 비즈니스를 일궈가고 있는 60개(아래 그림 참조)의 기업들을 소개하였다. 끝으로 4장에서는 본 가이드 북을 요약하고 향후 성공적이면서도 지속가능한 섬유패션 산업의 디지털 전환을 위한 이슈를 짚어보며 마무리하고자 한다. 모쪼록 섬유패션 기업들의 성공적인 디지털 전환에 본 가이드북이 도움이 되기를 바란다.





참고문헌

월간 KIET 산업경제 Vol.296 68 - 73 (2023.05), 산업연구원

섬유판선의 디지털 전환 전략(2022.2), 산업통상자원부

패션제조기업의 디지털전환 현황조사 보고서(2021), 한국패션산업협회

메타버스 시대의 패션 비즈니스 동향 조사보고서(2021), 한국패션산업협회

Fashion in the Metaverse, Nandhini Swaminathan, medium.com(2021.12)

섬유제조·패션산업 ISC 이슈리포트(2022.03), 한국섬유산업연합회

Textile Fashion Digital Transformation Guidebook



CHAPTER

2

섬유패션 스트림별 DX 이야기

01

기획 분과

디지털 전환의 현황

최근 AI(Artificial Intelligence), 빅데이터(Big Data), 사물인터넷(Internet of Things) 등의 눈부신 발전에 힘입어 전통적인 인력 의존형 기획 업무를 대체할 자동화 솔루션 등이 속속 개발되고 있다. 이런 솔루션들은 대부분 AI를 기반으로 하며, 기업 내외부의 데이터를 분석하고 이로부터 패턴을 찾아내어 인간의 의사결정을 돕거나, 스스로 의사를 결정하는 방향으로 진화하고 있다.

AI가 여러 분야에서 쓰이고 있지만 패션 분야에서는 아직 초보적인 단계에 머무르고 있는데, 이것은 아직 패션 분야의 도메인 지식을 AI에 학습시킬 적절한 방법을 찾지 못했기 때문이기도 하지만, 당장 눈에 띄는 성과가 보이지 않으면 웬만해선 변화를 수용하지 않으려는 패션산업의 보수적인 성향에 기인한 결과이기도 하다.

전통적인 패션산업에서 시즌 콘셉트, 디자인, 생산량, 마케팅 기획은 디자이너와 머천다이저들의 경험을 기반으로 수행되어왔으나, 지난 몇 년간의 판데믹의 영향으로 비대면 온라인 소비가 급증하면서 섬유패션 제조기업도 온라인 채널의 마케팅에 큰 비중을 두게 되었고, 급변하는 시장에 빠르게 대처하기 위해서는 인력 의존형 기획 프로세스를 탈피한 디지털 전환을 도입할 수밖에 없는 상황이 되었다.

디지털 전환이란 단순히 온라인 쇼핑몰을 만드는 것이 아니라, 기업이 가진 모든 정보 자산을 디지털화하고 이것을 기획, 생산, 유통 등 모든 단계에 적용함으로써 새로운 비즈니스 모델을 만들어내는 것을 말한다. 현재 기획단계에서의 디지털 전환은 AI가 주도하고 있는데, 주로 응용되고 있는 AI 기술은 다음과 같이 분류할 수 있다.

- 이미지 인식 기술(image recognition)
- 이미지 생성 기술(generative AI)
- 트렌드 분석 및 예측 기술(trend analysis and prediction)
- 개인화 추천 기술(customized recommendation)

이미지 인식기술

딥러닝 기술의 한 분야인 CNN(Convolutional Neural Network)는 이미지를 인식하는데 특화된 AI로, 다양한 이미지를 분류하고 인식할 수 있다. 패션산업에서 이미지의 중요성은 아무리 강조해도 부족하네, 온라인 쇼핑물의 예를 봐도 고객이 직접 옷을 입어볼 수 없기 때문에 제품의 특성을 설명하기 위해 상당히 많은 이미지가 필요하다.

그런데 기존에는 이미지 파일의 이름만으로 이미지를 검색했기 때문에 파일 이름이 이미지가 옷이 가진 특성을 모두 반영하지 못하는 경우 검색이 안 되는 문제가 있었다. 하지만 최근 AI의 발달로 이미지에서 특성을 어느 정도 자동적으로 추출할 수 있게 되었고 고객이 색상이나 형태, 특징 등을 나타내는 텍스트를 입력해서 해당 속성을 갖는 이미지를 검색하는 것이 가능해졌다.

이미지에서 속성을 추출하는 것을 ‘태깅(tagging)’ 이라고 하는데, 원래 이 작업은 단순노동 집약적인 작업이었으나 점차 자동화가 이루어지고 있고, 많은 패션관련 AI 스타트업이 창업의 기반 기술로 내세우고 있다.



<패션 이미지 태깅의 예>

*출처 : <https://www.ximilar.com/services/product-tagging/>

이 기술을 이용하면 수많은 온라인 쇼핑물의 이미지를 자동으로 수집하고 AI를 학습시킨 다음, 고객이 원하는 특정 상품을 검색하고 구매로 연결시키는 등의 과정을 자동화 하여 수익을 창출할 수 있게 된다.

최근 이미지 인식 기술은 이미지에서 배경을 제거하고, 옷을 입은 사람의 속성도 자동적으로 추출하는 정도까지 발전하였고 점차 사람과 비슷하거나 사람보다 뛰어난 인식 성능을 향해가고 있다고 AI 업계에서는 자평하고 있다. 그러나 패션 업체에서는 아직 패션제품의 고유한 성질인 감성이나 주관적인 특성 등을 이미지 인식만으로 추출하는 것은 어렵기 때문에 이런 점이 획기적으로 개선이 되어야 실제 마케팅 톨로 활용될 수 있을 것이라고 생각하고 있다.

이미지 생성기술

2014년 Ian Goodfellow에 의해 개발된 생성형 AI인 GAN(Generative Adversarial Network)은 ‘기계학습에서 지난 10년간 가장 재미있는 아이디어’라는 평가를 받았으며(Yan LeCun, 2018년 튜링상 수상) 지금까지 관련 논문이 출판되었다. GAN의 시작은 이미지 생성이었지만 지금은 자연어 처리, 음성처리 등 다양한 분야에서도 널리 쓰이고 있다.

특히 일반인을 대상으로 공개된 Dall-E, Stable Diffusion, Midjourney 등은 사용자가 입력하는 문장(prompt)만으로 실사수준의 이미지를 만들어낼 수 있기 때문에 저작권 등의 문제만 해결된다면 일러스트레이터 직군에 심각한 위협이 될 것으로 여겨지고 있을 정도이다.



<Dall-E가 만든 패션 이미지>

*출처 : <https://www.businessoffashion.com/articles/technology/ai-image-generation-fashion-design-dall-e-mini/>

이는 이미지가 중요한 패션업계에서도 예외는 아니며, 디자이너의 전유물로 여겨졌던 패션상품 디자인 분야에도 조금씩 영향을 미치기 시작했다. 물론 아직까지는 AI 분야와 패션분야 모두에서 생성형 AI가 인간의 일을 대체할 정도의 수준에는 이르지 못했다고 평가하고 있는데, 이는 생성형 AI가 그럴듯한 이미지를 만들어내는 것은 사실이지만, 브랜드의 정체성을 반영한 디자인을 생성하는 것과 같은 일은 아직 불가능하기 때문이다. 다만, 의복의 소재가 되는 천의 직조 구조라든가, 프린트 패턴 등을 디자인 하는 데는 활용이 가능하며 이미지 생성 기술도 이런 쪽에 초점을 맞추고 있다.

트렌드 분석 및 예측 기술

패션 업계에서는 패션쇼, 온라인 상거래, 패션 매거진, SNS(Social Network Service) 등을 통해 매일 엄청난 양의 데이터가 끊임없이 새로 만들어지고 있다. 이런 데이터를 사람이 수집하고 분석해서 결정을 내리는 것은 이미 불가능해진 지 오래이며, 이를 대신할 AI에 관심이 몰리고 있다. 실제로 생성형 AI가 나오기 전까지는 대부분의 AI 연구가 빅데이터 분석에 집중되어 있었고 업체에서도 가장 활발히 활용하는 분야였다.

수집된 데이터를 여러 가지 방법으로 필터링하고, 정렬하고, 시각화 하는 대시보드(dashboard)를 아이템으로 한 수많은 스타트업이 생겨나서 경쟁 중이며, 이 데이터를 기반으로 AI를 학습시켜 경향을 찾으려는 연구도 많이 이루어지고 있다.

그 결과 시즌 기획단계에서 지난 시즌의 데이터로부터 새 시즌의 트렌드를 예측하는 것이 전보다 용이해졌고, 어떤 상품을 얼마나 만들어야 할 것인가를 좀 더 과학적인 근거를 가지고 결정할 수 있게 되었다.

미래 수요를 예측하기 위해서 과거의 데이터로부터 패턴을 찾아야 하는데, AI를 이용하면 시대별, 계절별 같은 다양한 기준으로 쉽고 빠르게 데이터를 분류하고 패턴화 할 수 있기 때문에 트렌드 예측 정확도를 높이는데 도움이 된다.

물론 솔루션 업체의 주장과 달리 패션 업체에서는 실무에 활용할 정도의 수준의 예측은 어렵다고 하는데 그것은 패션 브랜드마다 콘셉트가 상이하기 때문에 데이터의 단순한 분석만으로는 예측이 어렵기 때문이다. 그러나 기하급수적으로 증가하는 데이터를 분류하고 시각화함으로써 보이지 않던 패턴을 발견해내는 것은 머천다이스의 결정을 돕는데 분명히 효과가 있기 때문에 트렌드 예측 기술은 향후 활용도가 점차 증가할 기술로 여겨지고 있다.

개인화 추천기술

최근 제품 정보, 상거래 데이터 등의 빅데이터를 기반으로 한 AI로 개인 맞춤형 추천을 하는 서비스들이 많아지고 있다. 상품 추천은 상품에 여러 가지 기준을 설정해서 분류하고 소비자의 성향을 파악한 다음 여기에 맞는 상품들을 추천하는 방법으로 이루어진다. 국내에서도 많은 업체들이 AI를 이용해서 상품을 추천하는 서비스를 제공하고 있다.

추천 서비스를 제공하는 업체는 AI 솔루션 제공 업체 중에 가장 큰 비율을 차지하고 있으며 경쟁도 심한 편이다. 대표적인 추천 방법은 내용기반 추천, 인구통계학적 기반 추천, 지식기반 추천, 협업필터링 등이 있다. 추천 서비스는 소비자의 피드백이 많을수록 점차 정확성이 증가되는 특징이 있다. 그러나 데이터가 충분히 쌓이지 않은 초기단계(cold start)의 문제를 해결하는 것이 여전히 난제라고 할 수 있다.

이와 같은 기술을 이용해서 섬유패션상품 기획단계에서 할 수 있는 일들로 구체적으로 다음과 같은 것들을 생각해 볼 수 있다.

생성형 AI

생성형 AI도 섬유패션 제품기획 단계에서 다음과 같이 그 활용이 점차 확대되고 있다.

디자인 자동화

생성형 AI를 사용하면 제품의 디자인을 자동으로 생성할 수 있으며 이를 통해 기업은 디자인에 소요되는 시간을 단축하고, 다양한 디자인을 빠르게 시도해 볼 수 있다. 예를 들면 제품의 기본 디자인을 생성할 수 있고, 제품의 색상, 패턴, 소재 등을 조합하여 다양한 디자인을 테스트해볼 수 있으며, 고객의 요구 사항을 반영하여 맞춤형 디자인을 생성할 수도 있다.



<생성형 AI를 이용한 코디네이션>

*출처 : <https://blog.griddynamics.com/applications-of-generative-ai-in-digital-commerce/>

신소재 개발

생성형 AI는 신소재 개발에도 사용될 수 있다. 기업은 기존의 소재를 개선하거나 새로운 기능의 소재를 개발할 수 있으며, 이는 새로운 소재의 화학적 구성 예측, 물리적 특성 예측, 생산 공정 설계를 통해 가능하다.

개인 맞춤형 제품 제작

생성형 AI는 개인 맞춤형 제품 제작에도 사용된다. 기업은 생성형 AI를 사용하여 고객의 취향에 맞는 개인 맞춤형 제품을 제작할 수 있으며 이를 통해 기업은 고객의 만족도를 높이고, 새로운 시장을 개척할 수 있다. 구체적으로는 고객의 신체 치수를 측정하여 맞춤형 제품을 제작하거나, 고객의 스타일을 분석하여 맞춤형 제품을 제작하거나, 고객의 요구 사항을 반영하여 맞춤형 제품을 제작하는 것 등이다.

실제 섬유패션제품기획단계에서 생성형 AI를 활용한 사례는 다음과 같다.

- 아디다스(Adidas)는 생성형 AI를 사용하여 신발의 디자인을 자동으로 생성하는 프로그램을 개발하였으며 이를 통해 디자인 개발 시간을 단축하고, 다양한 디자인을 빠르게 시도해 볼 수 있었다.
- 나이키(Nike)는 생성형 AI를 사용하여 새로운 소재를 개발하는 프로그램을 개발했으며 이를 통해 기존의 신발 소재를 개선하고, 새로운 기능을 가진 소재를 개발할 수 있었다.
- 유니클로는 생성형 AI를 사용하여 고객의 취향에 맞는 개인 맞춤형 옷을 제작하는 프로그램을 개발하여 고객의 만족도를 높이고, 새로운 시장을 개척할 수 있었다.

이러한 사례에서 알 수 있듯이, 생성형 AI는 섬유패션제품 기획단계에서 제품 개발의 효율성을 높이고, 새로운 제품을 개발하는 데 중요한 역할을 하고 있다.

인체모델 활용

이외에도 현재 기획 분야에서 각광받는 기술 중의 하나로 인체모델의 활용이 있다. 섬유패션산업에서 인체모델은 제품의 디자인, 개발, 생산, 마케팅 등 전 과정에서 중요한 역할을 한다. 기획단계에서 인체모델을 활용하면 제품의 착용감을 평가함으로써 고객이 편안하게 착용할 수 있는 제품을 개발할 수 있으며, 드레이프 시뮬레이션 등에 인체모델을 사용해서 제품의 실루엣과 형태를 평가함으로써 고객의 체형에 맞는 제품을 개발할 수도 있다. 섬유패션산업에서 사용되는 인체모델은 크게 다음과 같이 분류할 수 있다.

실물 인체모델

실제 사람을 인체모델로 활용하는 방식으로 제품의 착용감과 실루엣을 가장 정확하게 평가할 수 있는 장점이 있다.

디지털 인체모델

컴퓨터 그래픽 기술을 사용하여 만든 인체모델로 다양한 체형을 자유롭게 만들어 제품의 맞춤새나 디자인 평가에 사용할 수 있다.

3D 스캔 인체모델

실제 사람의 신체를 스캔하여 만든 인체모델로 실물 인체모델과 디지털 인체모델의 장점을 결합한 모델이다. 최근에는 3차원 전신 스캐너이외에 스마트폰 등으로 간단하게 측정할 수 있는 기술도 개발되고 있다.

섬유패션산업은 빠르게 변화하는 고객의 요구 사항에 맞춰 제품을 개발해야 하는 산업인 만큼 인체모델을 활용하여 고객의 요구 사항을 정확하게 파악하고, 이를 제품 개발에 반영하게 되면 시장을 선도할 수 있을 것으로 기대된다.

데이터 분석 기반 고객 행동 및 선호도 파악

데이터 분석을 통해 고객 행동 및 선호도를 파악할 수 있는 방법은 다음과 같다.

고객 구매 기록 분석

고객 구매 기록은 고객이 어떤 제품을 구매했는지, 언제 구매했는지, 얼마를 지불했는지 등에 대한 정보를 제공하므로 기업은 고객 구매 기록을 분석하여 고객의 관심사, 선호도, 구매 패턴 등을 파악할 수 있다. 예를 들면 온라인 쇼핑몰은 고객 구매 기록을 분석하여 고객이 관심이 많은 제품을 파악할 수 있으며 이를 통해 해당 제품의 디자인이나 기능을 개선하여 재출시하거나, 관련 제품을 추천할 수 있다.

고객 구매 기록 분석

고객 구매 기록은 고객이 어떤 제품을 구매했는지, 언제 구매했는지, 얼마를 지불했는지 등에 대한 정보를 제공하므로 기업은 고객 구매 기록을 분석하여 고객의 관심사, 선호도, 구매 패턴 등을 파악할 수 있다. 예를 들면 온라인 쇼핑몰은 고객 구매 기록을 분석하여 고객이 관심이 많은 제품을 파악할 수 있으며 이를 통해 해당 제품의 디자인이나 기능을 개선하여 재출시하거나, 관련 제품을 추천할 수 있다.

소셜미디어 활동 분석

고객의 소셜미디어 활동은 고객이 어떤 제품에 대해 관심을 가지고 있는지, 어떤 의견을 가지고 있는지 등에 대한 다양한 정보를 제공하므로 기업은 고객의 소셜미디어 활동을 분석하여 고객의 트렌드, 관심사, 의견 등을 파악할 수 있다. 따라서 패션 브랜드는 소셜미디어 활동을 분석하여 고객이 어떤 제품을 선호하는지, 어떤 스타일을 좋아하는지를 파악하고 이를 통해 고객의 취향에 맞는 제품을 개발하고, 마케팅을 진행할 수 있다.

검색 로그 분석

검색 로그는 고객이 어떤 제품을 검색했는지, 어떤 키워드를 사용했는지 등에 대한 정보를 제공하므로 기업은 검색 로그를 분석하여 고객의 관심사, 검색 패턴 등을 파악할 수 있다. 패션 브랜드는 검색 로그를 분석하여 고객이 어떤 제품을 검색했는지 파악할 수 있고 이를 통해 고객의 관심사에 맞는 제품을 추천하거나, 마케팅을 진행할 수 있다.

앱 사용 데이터 분석

앱 사용 데이터는 고객이 어떤 앱을 사용했는지, 어떤 기능을 사용했는지 등에 대한 정보를 제공하므로 기업은 앱 사용 데이터를 분석하여 고객의 관심사, 사용 패턴 등을 파악하고 고객의 관심사에 맞는 제품을 추천하거나, 마케팅을 진행할 수 있다.

고객 서비스 문의 내역 분석

고객 서비스 문의 내역은 고객이 어떤 문제에 대해 문의했는지, 어떤 의견을 가지고 있는지 등에 대한 정보를 제공해주며 기업은 고객 서비스 문의 내역을 분석하여 고객의 불편 사항, 요구 사항 등을 파악하고 이를 통해 고객 서비스의 질을 높이고, 고객 만족도를 높일 수 있다.

이런 방법들을 통해 기업은 고객 행동 및 선호도를 파악하고, 이를 바탕으로 제품 개발, 마케팅, 서비스 개선 등 다양한 비즈니스 영역에 적용함으로써 경쟁력을 강화하고 고객 만족도를 높일 수 있다.

전략 마케팅을 활용한 제품 개발 및 고객 통찰력 예측

섬유패션분야에서 신속한 제품 개발은 기업의 경쟁력을 강화하고, 고객 만족도를 높이는 데 가장 중요한 요소 중 하나이다. 고객의 취향이 빠르게 변화하는 섬유패션분야에서 기업은 고객의 관심사와 트렌드를 정확하게 파악하여 이를 반영한 제품을 빠르게 개발해야 하는데 이를 전략마케팅이라고 하며 몇 가지 사례는 다음과 같다.

- 아마존(Amazon)은 고객의 구매 기록을 분석하여 구매 가능성이 높은 제품을 추천하는 알고리즘을 개발하여 고객의 구매 만족도를 높이고, 매출을 증대시킬 수 있었음.
- 구글(Google)은 고객의 위치 정보를 분석하여 해당 지역에 방문하는 고객을 대상으로 마케팅을 진행하는 LBS(Location based Service)를 개발하였으며 이를 통해 고객에게 적절한 맞춤 마케팅 정보를 제공하고, 매출을 증대시킬 수 있었음.
- 유니클로(Uniqlo)는 고객의 구매 후기와 평점을 분석하여 제품 개선에 반영하는 프로그램을 개발하여 고객의 만족도를 높이고, 제품 경쟁력을 강화할 수 있었음.

이러한 사례에서 알 수 있듯이, 전략 마케팅을 활용한 제품 개발 및 고객 통찰력 예측은 섬유패션분야에서 기업의 경쟁력을 강화하고 고객 만족도를 높이는 데 중요한 역할을 하고 있는데, 전략 마케팅을 활용한 제품 개발 및 고객 통찰력 예측을 성공적으로 수행하기 위해서는 다음과 같이 몇 가지 유의할 사항이 있다.

데이터의 질

데이터의 질이 높을수록 정확한 고객 통찰력을 얻을 수 있다. 따라서 기업은 데이터의 수집, 저장, 분석 과정에 있어 각별한 주의를 기울여야 한다.

다양한 관점

고객의 행동은 다양한 요인에 의해 영향을 받으므로 기업은 단순히 데이터를 수치적으로 분석하면 안 되며 다양한 관점에서 분석해야 한다.

고객 참여 및 개인화

섬유패션분야 제품 기획단계에서 고객 참여를 통한 맞춤화 및 개인화를 활성화할 수 있는 방법에는 다음과 같은 것들이 있다.

고객 설문조사 및 인터뷰

고객 설문조사 및 인터뷰는 고객의 의견과 요구 사항을 파악하는 가장 기본적인 방법이며 다음과 같은 정보를 얻을 수 있다.

- 고객이 선호하는 제품 카테고리, 디자인, 기능
- 고객이 원하는 제품의 가격대, 품질
- 고객이 불편을 겪고 있는 제품의 부분 또는 기능

고객 설문조사 및 인터뷰를 진행할 때는 설문조사 또는 인터뷰의 대상을 신중하게 선정해야 하며, 고객의 의견을 정확하게 파악할 수 있도록 구성해야 한다.

고객 의견 수렴

기업은 소셜미디어, 커뮤니티, 고객 포럼 등을 통해 실시간으로 고객의 의견을 수집할 수 있다. 또한, 제품 출시 후 고객의 피드백을 수집하거나, 고객과 직접 만나 의견을 수렴할 수도 있다. 고객 의견 수렴을 진행할 때는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다.

- 고객 의견 수렴의 채널 다양화
- 고객 의견 수렴 과정의 투명한 운영
- 고객 의견을 제품 개발에 신속히 반영할 수 있는 체계 마련

고객 커뮤니티 운영

기업은 고객의 의견을 공유하고, 교류할 수 있는 공간인 고객 커뮤니티를 활성화하여 고객의 의견을 수렴하고, 제품 개발에 반영할 수 있다. 이를 활성화하기 위해서는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다.

- 운영 방향의 명확한 설정
- 고객의 참여를 유도할 수 있는 콘텐츠와 서비스 제공
- 커뮤니티 운영 결과 분석을 통한 지속적 개선

고객 참여형 디자인

고객 참여형 디자인은 고객이 직접 제품 디자인에 참여할 수 있는 기회를 제공하는 방법으로, 기업은 고객의 요구 사항을 반영한 제품을 개발할 수 있다. 고객 참여형 디자인을 진행할 때는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다.

- 고객의 디자인 참여 범위를 명확하게 설정해야 함.
- 고객 참여형 디자인에 대한 이해도를 높이기 위한 교육을 제공해야 함.
- 고객 참여형 디자인의 결과를 분석하여 제품 개발에 반영해야 함.

고객 맞춤형 추천

고객 맞춤형 추천은 고객의 구매 기록, 검색 로그, 소셜미디어 활동 등을 분석하여 고객의 관심사와 선호도를 파악하고, 이를 바탕으로 고객에게 맞춤형 제품을 추천하는 방법이다. 고객 맞춤형 추천을 진행할 때는 다음과 같은 사항을 고려해야 한다.

- 고객의 개인 정보 보호
- 고객에게 도움이 되는 방향으로 추천하기
- 결과를 분석하여 추천의 정확도를 높이기 위한 피드백을 수행

이러한 방법을 통해 기업은 고객의 의견과 요구 사항을 반영한 제품을 개발하고, 고객의 취향에 맞는 제품을 추천함으로써 고객 만족도를 높이고, 제품 경쟁력을 강화할 수 있다.

데이터 아카이빙

데이터 아카이빙 역시 섬유패션산업에서의 제품 개발, 생산, 마케팅 등 전 과정에서 중요한 역할을 하는데, 데이터 아카이빙은 다음과 같은 데이터를 포함한다.

- 제품 데이터 : 제품의 디자인, 소재, 기능, 제조 공정 등의 데이터
- 생산 데이터 : 생산량, 생산 비용, 생산 기간, 생산 품질 등의 데이터
- 판매 데이터 : 판매량, 판매 금액, 판매 고객 등의 데이터
- 마케팅 데이터 : 광고 효과, 고객 반응, 고객 트렌드 등의 데이터

데이터 아카이빙을 통해 기업은 제품 개발에 필요한 정보를 체계적으로 관리하고, 이를 신속하게 활용할 수 있는데, 섬유패션산업에서의 데이터 아카이빙의 중요성은 다음과 같다.

제품 개발의 효율성 향상

데이터 아카이빙을 통해 제품 개발에 필요한 정보를 빠르게 찾고, 활용할 수 있으며 이를 통해 제품 개발의 시간을 단축하고, 비용을 절감할 수 있다.

제품의 품질 향상

데이터 아카이빙을 통해 제품 개발에 대한 데이터를 축적하고, 분석함으로써 제품의 품질을 향상시킬 수 있다.

마케팅 효과 향상

데이터 아카이빙을 통해 축적된 고객의 요구 사항을 파악하고, 이를 마케팅에 반영함으로써 마케팅의 효과를 향상시킬 수 있다.

효율적인 데이터 아카이빙을 위해서는 다음과 같은 사항을 유의해야 한다.

데이터의 통합 관리

제품 기획, 생산, 마케팅 등 전 과정에서 발생하는 데이터를 중복 없이 체계적으로 관리해야 함.

데이터의 안전한 보관

유출이나 분실을 방지하기 위해 데이터를 안전하게 보관해야 함.

데이터의 정기적인 업데이트

정확성을 유지하기 위해 데이터를 정기적으로 업데이트해야 함.

전반적으로 아직은 디지털 전환에 대한 패션 업체의 기대수준은 높지 않은 편이다. 이것은 패션 업체에서 디지털 전환을 도입해본 결과 기대만큼 가시적으로 이익이 증대하지 않았기 때문이라고 볼 수 있다. 디지털 전환에 필요한 SI 기술을 도입하기 위해서 전사적 자원관리, 온-오프라인 통합, 표준화 등의 사전 작업이 많이 필요한데, 이런 것 때문에 늘어난 업무나 지체된 스케줄을 보상할 만큼의 이익이 발생하지 못하면서 실망했기 때문인데, 이것은 기획뿐만 아니라 생산과 유통 전반에 걸친 디지털 전환이 아직 부족하기 때문인 것이므로 차차 개선될 것으로 기대할 수 있다.

또한 솔루션을 주로 IT기업에서 개발하고 있는데 대부분의 업체들이 패션 도메인 지식이 부족하기 때문에 실무에서 필요로 하는 수준에 이르지 못하고 있는 것도 문제인데 이것은 패션업체와 IT기업의 긴밀한 협업을 통해 해결이 가능할 것으로 보인다. 그러면 섬유패션 상품 기획 단계에서의 디지털 전환을 위한 솔루션을 제공하는 업체들에는 어떤 것들이 있는지 알아보도록 하자.

기획 분과 업체 소개

연번	업체명	서비스	비고	페이지
1	옴니아스	AI 기반 커머스		60
2	디자인노블	트렌드, 시장분석, 상품/서비스 기획		64
3	패션에이드	AI 피팅 모델/패션모델 서비스		68
4	룩코	디지털 의복 기반 패션 플랫폼		72
5	사맛디	AI 기반 패션 B2C 서비스		76
6	두어블	스마트 옷장 어플		80
7	인텔리시스	AI 기반 e-커머스 특화 서비스		84
8	S.F. Lab	AI 기반 패션트렌드 예측		88
9	에프앤에스 홀딩스	메타버스 패션 쇼핑몰		92
10	스튜디오랩	AI 기반 패션 커머스 디지털 전환		96
11	플립션코리아	가상 모델 에이전시		100
12	오드컨셉	컴퓨터 비전 기반 개인화 상품 추천		104
13	스와치온	원단 전자 상거래 플랫폼		108
14	신사유람단	AI 기반 초개인화 스타일 추천		112
15	블랙탠저린	사용자 신체 데이터 기반 패션 추천		114
16	Styleriser	초개인화 디지털 쇼핑 도우미	미국	116
17	ApparelMagic	패션 브랜드를 위한 ERP, PLM, CRM 제공	미국	120
18	3D LOOK	AI 기반 인체 모델링 및 측정	미국	124
19	Shoptrue	AI 기반 개인 맞춤 추천	미국	128
20	Stylumia	패션 트렌드 예측 및 분석 플랫폼	인도	130

02 | 생산 분과

일반적으로 섬유 제품인 직편물 원단과 패션 의류 제품의 생산 공정에는 제조 시설/장비 및 프로세스에 있어 매우 큰 차이가 존재하므로, 디지털 전환의 경우에 있어서도 이를 구분하여 살펴볼 필요가 있다.

직편물 원단 생산 공정의 디지털 전환

직편물 원단의 경우 생산 공정이 복잡하고 생산 공정 내 인적요소의 개입이 많아 디지털 전환 수준이 높지 않은 편이나, 최근 센서 기술 및 이를 활용한 자동화 설비 기술의 발전으로 다양한 데이터 수집이 가능해지고 있어 디지털 전환이 매우 활발히 진행되고 있다.

그동안 인력에 의해 진행되던 생산 공정은 인건비 상승 및 산업 안전보건에 대한 인식변화로 산업용 로봇을 이용한 자동화 시스템으로 변화하고 있으며, 생산 공정에서 발생하는 다양한 데이터를 수집하여 생산관리에 활용하는 등 다양한 시도들이 진행되고 있다. 특히 제조 현장에서의 디지털 트윈은 그동안 사용되던 ERP(전사적 자원 관리, Enterprise Resource Planning)/MES(제조실행시스템, Manufacturing Execution System)의 한계를 뛰어 넘어 공정 최적화를 통한 병목현상 감소 및 실시간 제어, 장비유지 보수에의 활용 등 다양한 이점으로 큰 관심을 받고 있다. 직편물 원단의 생산 공정과 관련된 대표적인 디지털 전환 기술은 다음과 같다.



자동화 장비 / 설비

디지털 전환을 위해 필수적으로 선행되어야 하는 단계가 공정 자동화이며, 이를 위해서는 센서 기술 및 데이터 수집 장비가 필수적으로 갖추어져야 한다. 이러한 센서기술을 기반으로 다양한 분야에서의 응용이 진행 중으로, 한편 분야에서는 Mayer & CIE.(독일)가 편성물의 생산 데이터 정보 수집이 가능한 솔루션을 개발하여 출시를 앞두고 있으며, 한편에서는 SHIMASEIKI(일본)가 편성물 제조 데이터 거래 플랫폼(SHIMA Datamall)을 운영하고 있어 이를 활용한 생산 프로세스 효율성이 크게 향상되었다.

최근 Uster Technologies AG(스위스) 등의 기업에서 개발한 원단의 품질 보증을 위한 자동 검사 시스템의 업계 보급이 확산되고 있어, 이를 활용한 자동화 공정의 구축도 가속화될 전망이다. 특히 이러한 시스템을 통해 얻어진 데이터의 분석/활용을 통해 불량검출 능력이 지속적으로 향상되고 있어 향후 활용도는 더욱 높아질 것으로 보인다.



<MAYER & CIE.의 'KNITHAWK' 시스템>



<SHIMA Datamall 소개 자료>

* 출처 : MAYER & CIE. 홈페이지, mayercie.com

* 출처 : SHIMAMALL 홈페이지, datamall.shimaseiki.com

공정 자동화

공정 자동화는 복잡한 생산 공정을 자동화하는 기술을 사용하는 것을 의미하는데, 일반적으로 처리 자동화, 정보 중앙 집중화 및 사람의 입력 요구 사항 감소의 세 가지 기능이 있다. 공정 자동화는 사람의 개입을 제거함으로써 시스템 능률화, 오류 저감, 속도 및 품질 향상, 비용 절감 및 프로세스 단순화와 같은 효과가 있다.

국내 포원시스템의 경우 염색가공 공정에 특화된 자동화 시스템을 개발 공급하고 있으며, 진호염직의 경우 로봇 자동화 시스템을 도입하여 운용 중에 있다.

한편, 스마트제조혁신추진단에서는 제품의 기획부터 판매까지 모든 생산과정을 정보통신기술로 통합해 최소 비용

과 시간으로 고객 맞춤형 제품을 생산하는 스마트공장 구축을 지원하고 있다. 다음의 표는 스마트 공장의 단계별 특징을 나타내고 있다.

<스마트 공장 단계별 특징>

구분	현장자동화	공장운영	기업지원관리	제품개발	공급사슬관리
고도	IoT / IoT 기반의 CPS화				인터넷 공간 상의 비즈니스 CPS 네트워크 협업
	IoT / IoT 화	IoT / IoT (모듈)화 빅데이터 기반의 진단 및 운영			
중간2	설비제어 자동화	설비제어 자동화	실시간 공장제어	시뮬레이션과 일괄 프로세스 자동화	다품종 개발 협업
중간1	설비데이터 자동집계	설비데이터 자동집계	실시간 의사결정	기술정보 생성 자동 화와 협업	다품종 생산 협업
기초	실적집계 자동화	실적집계 자동화	공정물류 관리(POP)	서버를 통한 기술/ 납기 관리	단일 모기업 의존
ICT 미적용	수작업	수작업	수작업	수작업	전화와 이메일 협업

* 출처 : 스마트공장 사업관리시스템 홈페이지, smart-factory.kr

일반적으로 기업에서 공정 자동화 시스템을 구축하는 과정은 다음과 같이 진행된다.

자동화 가능한 프로세스 식별

반복적인 작업, 시간에 민감한 작업, 규칙 기반 또는 표준화된 작업, 다른 프로세스 및 시스템에 영향을 주는 작업 등 자동화가 가능한지 여부를 확인한다.

조직 목표 설정

조직의 목표가 무엇이고 자동화가 어떻게 도움이 되는지 결정한다. 고객 불만 및 처리 시간 감소, 수익성 증가 여부 등 측정하는 방법을 구체적으로 계획한다.

올바른 도구 선택

직관적인 인터페이스와 뛰어난 사용성을 갖추고 이해하기 쉬워야 한다. 조직의 성장과 변화를 위한 확장 가능성, 다른 프로그램과의 연계도 고려해야 한다.

변경 관리

시스템 구축 과정에 현장 직원이 참여하여야 활용도가 극대화된다. 현장 직원의 피드백을 개선하는 과정은 신속한 시스템 구축과 안정적인 운영에 도움이 된다.

측정 및 모니터링

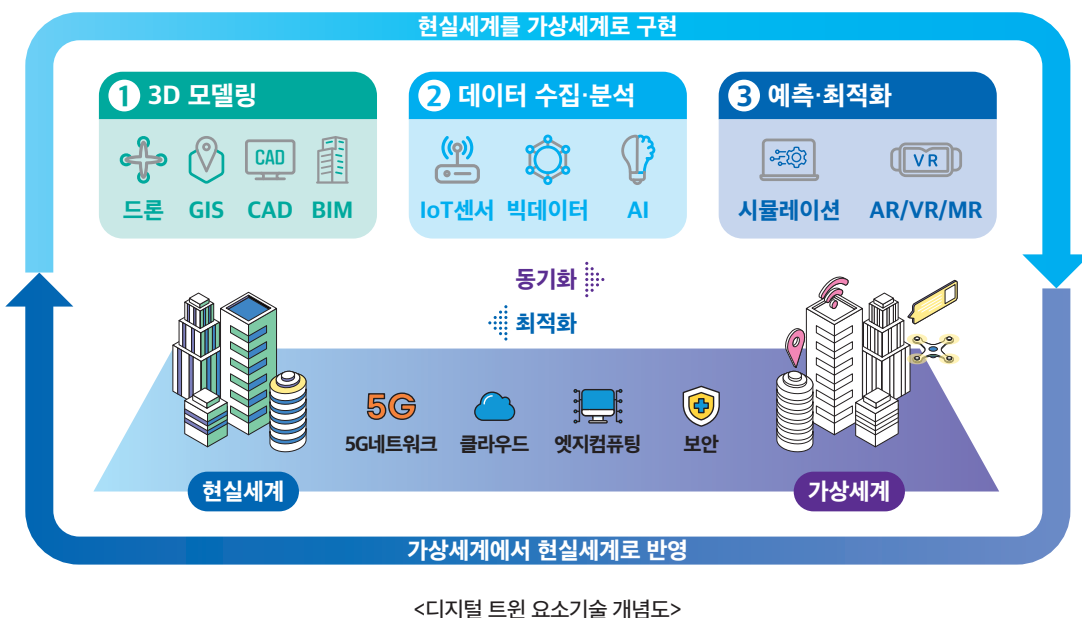
핵심 성과 지표를 지속적으로 모니터링하여 프로세스를 재평가하고 이를 반영하여 수정한다. 이렇게 구축된 공정 자동화 시스템을 사용하면 비용절감, 업무 처리 속도 향상 및 오류 감소, 규정준수 향상 등의 효과를 기대할 수 있다.

디지털 트윈

현실세계가 가상세계와 연결되어 지속적으로 분석, 제어 및 시뮬레이션 기능을 제공하는 것을 디지털 트윈이라 한다. 생산 공정에서의 디지털 트윈은, 기계 스스로 상황을 인지하고 상태를 진단하며, 의사결정을 내릴 수 있는 시스템으로 진화하고 있다.

국내 섬유 제품 제조 현장의 디지털 트윈은 구축사례가 매우 적다. 한국생산기술연구원에 시범 구축된 정부 주도의 염색가공 분야 디지털 트윈 사례를 제외한 기업 현장의 구축사례는 손에 꼽힐 정도이다. 대표적인 염색가공 공정의 디지털 트윈 구축사례로 세왕섬유를 들 수 있다. 반면 포원시스템, 에쎄테크놀로지과 같이 디지털 트윈 시스템을 개발/공급하는 기업은 꾸준히 늘어나고 있는 추세이다.

한편, 세계적인 디지털 트윈 수요가 증가함에 따라 2021년 ETRI에서는 국제표준화기구(ISO)에 표준안을 제안하여 제정된 바 있다. 제정된 ISO 23247은 제조 현장의 자원을 대상으로 디지털 트윈을 구성하고 관리하기 위한 프레임워크 표준으로 개념/구성요소/고려사항을 정의하고 있어 국내 섬유패션 업계에서 구축을 고려하고 있는 디지털 트윈의 경우에도 해당 표준을 참고해야 할 것이다.



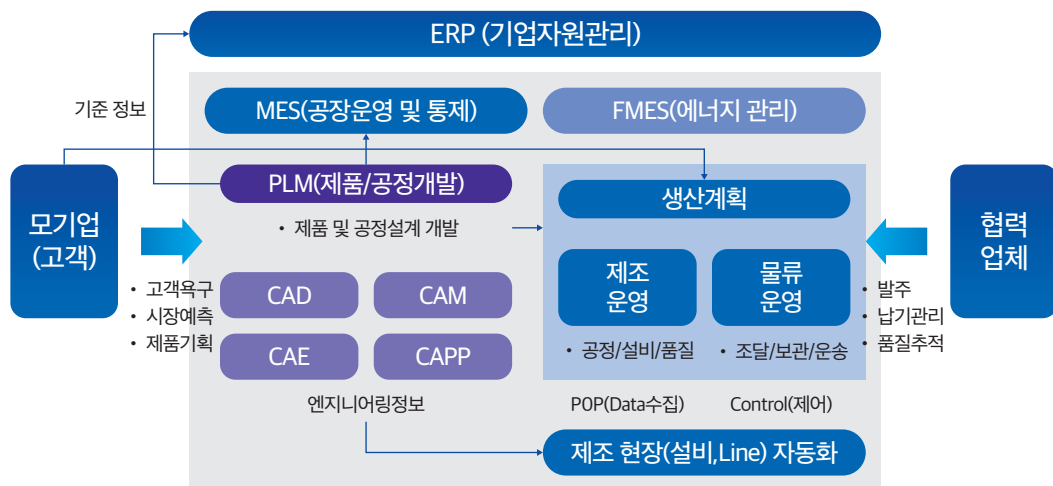
* 출처 : 디지털 트윈 활성화 전략(2021), 관계부처합동 정보통신전략위원회

ERP(전사적 자원 관리, Enterprise Resource Planning) MES(제조실행시스템, Manufacturing Execution System) FEMS(공장에너지관리시스템, Factory Energy Management System)

ERP(전사적자원관리, Enterprise Resource Planning)는 기업의 자금, 회계, 구매, 생산, 판매 등 경영 흐름을 한 눈에 파악할 수 있도록 관리해 주는 시스템이다. 실시간으로 기업 전반의 경영 상태를 확인하고 공유가 가능한 업무 프로세스 개선으로 빠르고 투명한 업무 처리가 가능한 장점을 가지고 있다. 기업의 디지털 전환을 시작하기 위한 선결조건과도 같은 가장 기초적인 단계로 볼 수 있다.

MES(제조실행시스템, Manufacturing Execution System)은 제조 상황을 실시간 모니터링하고 제어할 수 있게 만들어 주기 때문에 스마트공장 구축의 핵심적인 역할을 맡고 있다. 물류 및 작업 내역 추적 관리, 상태파악, 불량 관리 등에 초점을 맞춘 현장용 시스템이다. MES 활용을 통해 품질 개선, 생산성 향상과 같은 효과를 기대할 수 있다.

FEMS(공장에너지관리시스템, Factory Energy Management System)은 조선, 자동차, 섬유, 석유화학제품과 같은 제조업 등의 생산시설에서 사용하는 에너지를 최소화하기 위한 관리시스템, 생산활동 및 시설 유지에 사용되는 에너지를 모니터링, 분석, 원격 제어함으로써 에너지의 효율적 사용을 도모한다.



<스마트팩토리 구성 시스템>

* 출처 : 한국생산성본부 제조혁신추진센터

섬유파션 업계에서도 ERP는 널리 보급되어 활용되고 있으나, 각 기업의 생산 공정을 효율적으로 관리하기 위한 시스템 구축은 매우 더디게 진행되고 있는 상황이다. 대구비산공단의 부성의 경우 스마트공장 구축사업을 통해 MES를 도입하고 이를 활용하여 생산성 향상, 불량률 감소 등과 같은 효과를 보고 있다.

DTP[디지털 텍스타일 프린팅, Digital Textile Printing]

전통적인 날염 공정은 제판공정과 날염호의 제조로 인해 제조 공정이 길고 용수를 많이 사용하는 공정으로 알려져 왔으나, 이러한 문제점이 보완된 디지털 프린팅 기술의 보급으로 전세계적으로 관련 산업이 크게 변화하고 있다.

DTP는 염료를 직접 분사하는 다이렉트 방식과 안료를 사용한 피그먼트 방식으로 크게 분류된다. 다이렉트 DTP는 고착이나 수세 과정에서 에너지, 물에 대한 소비가 많이 발생하는 반면, 피그먼트 방식의 디지털 프린팅으로 진행하게 되면 용수 및 에너지 사용을 상당히 줄여줄 수 있어 지속가능성 유지가 가능하여 각광받고 있다. 특히 피그먼트 잉크의 경우에는 모든 소재에 하루 만에 생산이 가능하므로 빠르게 변하는 패션시장 트렌드에 적합한 해결 방안이 될 수 있을 것으로 전망되고 있다. Kornit Digital Ltd의 DTP 솔루션이 대표적인 사례이다.

KORNIT CONTINUES TO INNOVATE

ATLAS MAX WITH XDi TECHNOLOGY Available NOW!

ATLAS MAX POLY WITH XDi TECHNOLOGY Available NOW!

PRESTO MAX WITH XDi TECHNOLOGY Available NOW!

Available

Kornit XDi

FASHION THE FUTURE

<Kornit DTP 솔루션 소개 자료>

* 출처 : 디토앤디토, dito.fashion

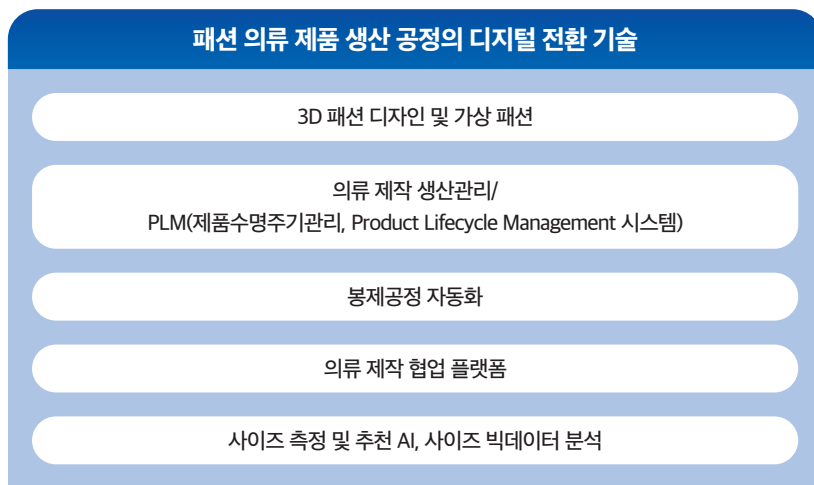
패션 의류 제품 생산 공정의 디지털 전환

패션 의류 제품의 경우 사진으로 보는 것과 소비자가 착용했을 때의 사이즈, 촉감, 태, 핏감 등의 차이로 인해 디지털 기술이 실물을 완전히 대체하기는 어렵다. 그럼에도 최근 인공지능 및 데이터 분석에 기반한 사이즈 예측, 추천 기술 등의 상용화로 소비자의 제품 사이즈 선택에 도움을 주고 있는 등 시장에서의 디지털 전환이 빠르게 진행되고 있다.

최근 컴퓨터 그래픽 기술의 비약적인 발전으로 가상공간에서도 실물과 유사한 직물의 텍스처, 태, 광택 등의 구현이 가능해지면서 가상 패션 의류 제작이 의류 유통에 있어 또 하나의 강력한 톨로 인식되어 가고 있다.

패션 의류 생산에 있어서 봉제는 필수적으로 포함되어야 하므로, 이러한 봉제공정을 효율화하고 소량 다품종화하기 적합한 플랫폼들이 다수 출시되고 있다. 이러한 플랫폼을 통해 기존의 생산자 중심의 시장구조가 수요자 중심으로 변화하고 있는 추세이다. 또한 봉제 인력의 고령화와 고임금화로 봉제자동화에 대한 개발도 꾸준히 지속되고 있다.

패션 의류 제품의 생산 공정과 관련된 대표적인 디지털 전환 기술은 다음과 같다.



3D 패션 디자인 및 가상 패션

CLO(클로버추얼패션), z-weave(지이모션), 옵티텍스 등 3D 패션 디자인 솔루션을 이용한 가상 패션은 글로벌 기업에서 시작되어 국내에서도 일반화되고 있다. 가상 샘플 제작 기술을 이용한 3D 패션 디자인은 비용 및 자원 절감은 물론 실물제작 과정을 줄여 제품 출시 기간을 단축하는데 효과를 나타내고 있다. 3D 패션 디자인을 활용한 샘플은

실제 샘플의 차이가 거의 없으며, 실시간 동기화로 디자인 변형이 용이한 것이 장점이다. 또한 커뮤니케이션, 품질 및 효율성, 이커머스 마케팅은 물론 지속가능성 측면에서도 긍정적인 시너지 효과를 창출할 수 있다.

가상으로 수행되는 재봉선 수정, 원단추가 및 색상, 재질 설정 등의 과정은 오프라인 작업과 크게 다르지 않아 패션 디자인 실무자가 다루기 쉬우며, 패션 디자인 지식이 없는 일반 사용자들도 소프트웨어 사용법을 충분히 숙지한다면 간단한 의상은 쉽게 제작할 수 있는 환경을 제공하고 있다. 또한 실제 체형 데이터를 기반으로 한 아바타 편집기를 제공하여 착장 모델의 인종, 성별, 체격, 헤어 등을 손쉽게 수정할 수 있다. 따라서 다양한 판매시장에서의 활용에도 유용하다.

3D 패션 디자인은 가상의 원단 물성 데이터 베이스를 구축함으로써 소재의 물성을 그대로 표현하고 있고 심테이프, 다림질 같은 후처리 공정까지 구현할 수 있다. 또한 제작된 가상 샘플은 가상의 매장 디스플레이, 매거진 화보를 비롯한 이커머스에 활용되고 있다.



<‘HAZZYS’ 3D 가상 품평회 화면>

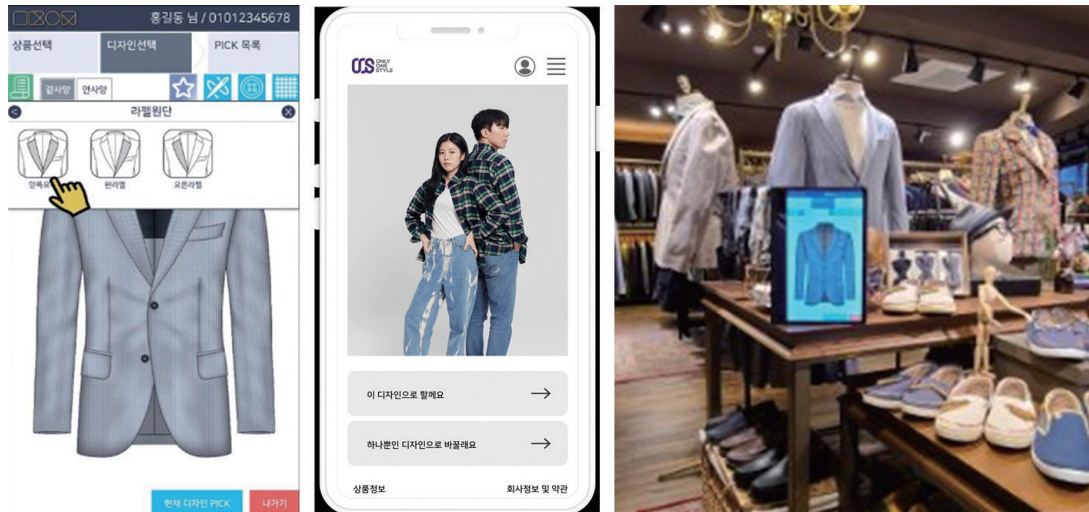
* 출처 : 어패럴뉴스, apparelnews.co.kr

의류 제작 생산관리/PLM(제품수명주기관리, Product Lifecycle Management)시스템

의류 제품을 생산하는 과정은 크게 상품 기획, 생산·완성, 판매·유통 단계로 나뉘어지는데 상품기획 단계에서는 상품 구성을 계획하고 판매가를 고려한 예산계획과 생산 일정을 정한다. 이후 디자인 개발, 샘플 제작 및 품평/수주를 거쳐 사이즈·수량이 결정된다. 생산·완성 단계에서는 패턴 제작 및 그레이딩, 마커 제작, 연단, 재단, 봉제, 프레스, 검사, 포장 등을 통해 제품이 완성된다. 판매·유통 단계에선 유통경로와 출고시기를 결정하고 제품을 출고한다.

PLM이란 머천다이징, 계획, 패션디자인, 기술 디자인, 소재 및 제품 개발, 샘플, 맞춤 리뷰, 제품 테스트 등 제품 생산에서 유통에 걸친 생애 전주기관리의 모든 공정 및 인적요소를 연결하는 기술이다. PLM 시스템을 사용하면 상기 언급한 의류 제조과정에 소요되는 시간을 단축할 수 있고, 효율성도 극대화 할 수 있다.

이러한 PLM이 최근 온라인 기반으로 진화하고 있다. 멋들어진의 PLM 시스템‘FLUG’의 경우 기존 시스템에 일반 소비자가 참여 가능한 플랫폼을 추가하여 B2B 및 B2C 모두에서 활용될 수 있도록 하고 있다.



<‘FLUG’를 활용한 맞춤 의류 제작 서비스 사례>

* 출처 : 머니투데이, news.mt.co.kr

봉제공정 자동화

의류산업에서의 자동화 기기(CAM)의 적용은 자동연단·검단 장치, CAD정보를 바탕으로 한 컴퓨터 마킹 및 커팅 시스템, 자동 봉제시스템 및 자동 운송장치로 분류할 수 있다.

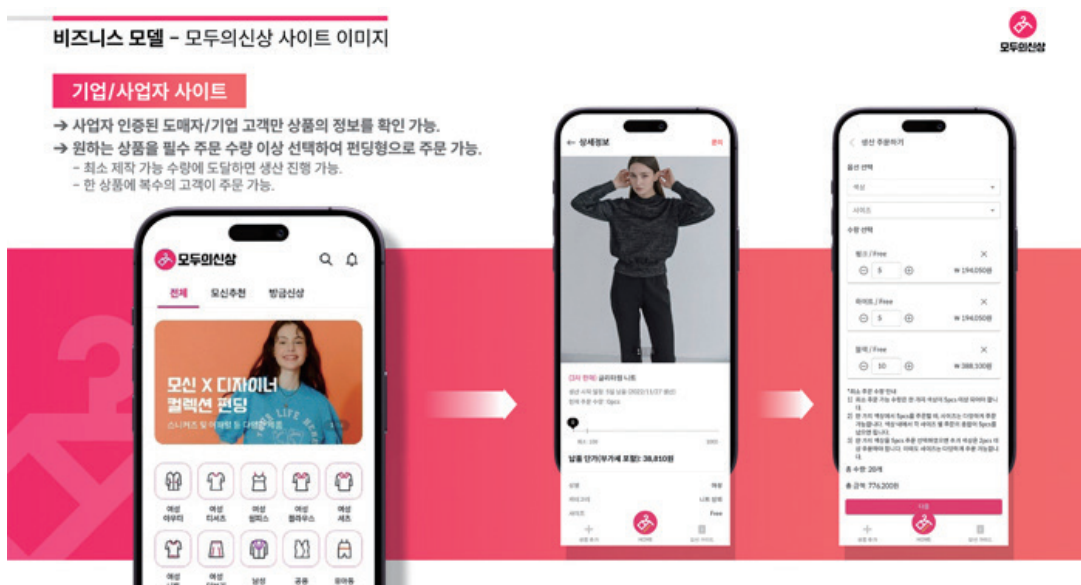
최근 ICT 기술의 급속한 발전으로 다양한 산업에서의 적용이 활발한 가운데 봉제 공정에서의 활용에 대한 연구도 활발히 진행 중이다. 산업통상자원부 지원으로 ‘국내 의류 스마트 팩토리 구축을 위한 디지털 재봉기 및 생산관리시스템 개발’(2017~2019)과 ‘국내 기획생산을 위한 지능형 유연 봉제시스템 개발’(2019~2021) 사업이 추진되었는데, 해당 기술개발사업에 참여한 모베이스스스타는 산업용 로봇을 이용한 자동봉제 시스템, 의류 생산관리를 위한 ‘스마트 O/P시스템’ 등을 개발하여 실제 봉제공장에 시범적으로 적용한 결과, 약 16% 공정단축을 통한 생산성 향상 효과를 확인하였다.

의류 제작 협업 플랫폼

의류 제작 협업 플랫폼은 의류 제작을 전문 생산자들의 영역이 아닌 누구나 도전 가능한 영역으로 변화시키고 있다. 온라인 의류생산 솔루션은 의류에 대한 전문 지식과 정보 없이도 누구나 의류 생산을 쉽고 빠르게 할 수 있도록 지원하는 서비스이다.

대표적인 서비스로 '모두의 신상', 'Stitch-it', 'Flug 온라인' 등이 있다. 대부분의 서비스가 웹 또는 앱에서 간단한 옵션사항 선택 등의 간단한 과정을 거쳐 디자인 및 의류생산 주문이 가능하다. 의류 생산과정의 실시간 조회는 공통적인 서비스 항목 중 하나이다. 공통적인 의류 제작 프로세스는 다음과 같다.

- 복종 및 개략적인 디자인 선택
- 사이즈 및 색상, 소비자 특성(성별, 연령 등) 선택
- 제작 수량 선택, 견적 제안 및 비용 확인
- 샘플 제작 및 확인, 본작업 및 제품 납품
- 정산 또는 수익금 배분



<‘모두의 신상’ 소개 자료>

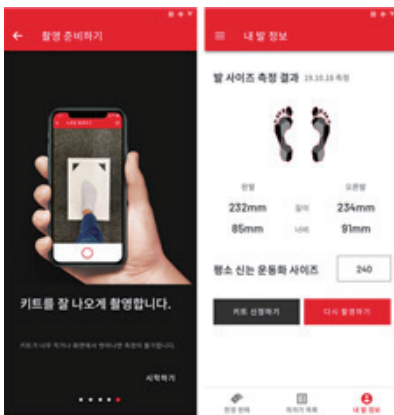
* 출처 : TIN뉴스, tinnews.co.kr

사이즈 측정 및 추천 AI, 사이즈 빅데이터 분석

인체 계측은 크게 직접 계측과 간접 계측으로 나눌 수 있는데, 간접 계측은 신체에 직접 접촉하지 않고도 사진이나 별도의 계측 장치를 이용해 계측하는 방법을 말한다. 이러한 사이즈 측정 방법은 소비자가 자신에게 꼭 맞는 사이즈를 찾을 수 있도록 도와주는 도구를 제공함으로써 구매 만족도를 높이고 반품 등에 의한 판매자 비용을 줄여준다.

인공지능 분석을 통한 사이즈 측정 방법은 빅데이터의 통계적 분석을 통해 사이즈를 추정한다. 이 방법은 가장 간편하면서도 높은 정확도를 가져 온라인 쇼핑물에 널리 적용되고 있다. 신발의 경우 통계적 방법은 의류에 비해 상대적으로 정확도가 낮아 모바일 기기를 사용한 사진촬영 등의 방법으로 치수를 측정하는 경우가 많다.

대표적으로 예스나우의 '핏파인더', 아이딕션의 '사이즈잇'은 온라인몰 내에서 고객의 사이즈를 추천해주거나 소비자 개인의 사이즈를 측정하는 솔루션으로 제공하고 있다. 펄핏의 경우 신발 사이즈 추천에 특화된 솔루션을 제공하고 있다.



<‘펄핏’ 소개 자료>



<‘예스나우’ 소개 자료>

* 출처 : 전자신문, etnews.com

* 출처 : 예스나우, yesnowinc.io

생산 분과 업체 소개

연번	업체명	서비스	비고	페이지
1	포원시스템	공정 자동화, 디지털 트윈 솔루션		134
2	에쎬테크놀로지	공정시뮬레이션, 디지털 트윈, CPS 솔루션		138
3	세왕섬유	스마트팩토리, 디지털 트윈(염색가공)		142
4	진호염직	스마트팩토리, 로봇 자동화(염색가공)		146
5	부성	MES, 공정 자동화(날염)		150
6	SHIMASEIKI MFG LTD	생산 자동화, 생산 데이터 관리 플랫폼	일본	154
7	Mayer & Cie. GmbH & Co. KG	생산 자동화, 생산정보 플랫폼	독일	158
8	Uster Technologies AG	자동 원단검사 시스템, 생산 데이터 관리 플랫폼	스위스	162
9	Kornit Digital Ltd	DTP	이스라엘	166
10	지이모션	3D 디자인 및 가상 패션		170
11	클로버추얼패션	3D 디자인 및 가상 패션		174
12	호전실업	봉제공정 관리시스템		178
13	모베이스션스타	봉제 공정 자동화		182
14	모신	의류 제작 협업 플랫폼		186
15	멋들어진	봉제공정 관리시스템		190
16	팩토리유니콘	의류 제작 협업 플랫폼		194
17	어바웃	의류 제작 협업 플랫폼		198
18	예스나우	사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터		202
19	펄핏	사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터		206
20	아이딕션	사이즈 측정 AI, 사이즈 빅데이터		210

02 유통 분과

제조중심이었던 패션산업의 권력의 중심이 유통으로 이동

패션산업의 권력의 중심이 제조에서 유통으로 이동했다고 전문가들은 이야기한다.

일반적으로 패션 브랜드는 디자인과 마케팅을 주 업무로 여기는 제조자의 역할을 주로 하며, 제조제품은 백화점, 온라인몰 등 유통업체를 통해 판매되고 판매 금액 중 수수료를 제외한 남은 금액을 유통업체로부터 돌려받게 된다. 패션 브랜드는 의류 원가를 생산자에게 전달하고, 디자인과 마케팅비를 포함한 고정비를 제외한 나머지가 자사의 이익으로 산출한다. 유통으로 권력이 이동되었다는 것은 이와 같은 이윤발생구조에 변화가 생겼다는 뜻이다.

비용삭감을 통한 이윤창출 > 높은 매출성장을 통한 이윤창출

저성장, 성장 침체기에 진입한 국내 시장은 오랜 기간 동안 소비 불황으로 이어지고 있고, 이로 인해 패션시장 또한 성장 침체기에 돌입했다. 이와 같은 시장 현황은 패션 브랜드의 이익구조에 직접적으로 영향을 미치게 되었다. 패션 브랜드에서 신제품을 기획하고 생산하고 판매하기 위해서 고정적으로 드는 비용을 삭감하는 것은 한계가 있어 이윤창출을 위해서는 초점을 맞춰야 하는 부분이 달라졌다. 높은 매출성장을 통한 이윤창출보다는 비용을 누가 더 어떻게 잘 컨트롤하여 살아남을 수 있는가로 초점을 맞춰야 하는 상황이 된 것이다. 패션 브랜드의 밸류체인에서 기획 및 제조만큼이나 중요하고 큰 부분을 차지하는 유통단계에서 비용을 절감하고 저비용구조로 만드는 것이 중요해졌다는 의미다.

서비스 효과성(당일 배송, 초개인화, 실재감 체험)이 브랜드를 차별화 하는 핵심

패션제품을 제조하는 기술력은 이미 업계 상향 평균화되어 비슷한 가격대의 품질을 비교하는 것은 의미가 없어졌다. 다시 말해서 가격대를 기준으로 상품을 분류했을 때, 브랜드 아이덴티티에 따른 디자인의 차이는 있지만, 어떤 제품의 내구성이 특별하게 좋거나 떨어진다고 평가할 만큼의 품질에 차이가 없다는 뜻이다. 이에 제품을 판매할 때 서비스의 효과성과 효율성이 구매제품과 브랜드를 평가하는데 더 큰 기준이 되었다. 서비스 효과성은 브랜드가 고객의 서비스 요구를 얼마나 완벽하게 만족시키는지를 의미하고, 서비스 효율성은 속도, 반응가능성 등의 측면에서 이러한 서비스들이 전달되는 방식을 말한다. 초개인화 서비스, 제품 구매시 실재감 있는 체험 등이 필수가 되었으며, 내가 구매한 제품을 얼마나 빨리 내 손에 얻게 되는지, 라스트마일 배송 등이 구매결정을 하는데 더욱 중요해졌다.

이를 위해 다양한 디지털 기술을 활용한 디지털 전환이 패션유통에서 이루어지고 있다. 패션 유통의 디지털 전환은 1) 디지털 공급망 프로세스, 2) 온라인 이커머스 경쟁력 확보를 위한 자동화시스템, 3) 실감콘텐츠를 활용한 몰입형 고객경험 창출, 4) 패션제품이 콘텐츠로 외연 확대, 디지털 자산 NFT, 5) 패션산업의 협업 플랫폼 및 네트워크 측면에서 이루어지고 있다. 본 장에서는 위 다섯 카테고리를 하나씩 살펴보고자 한다.

디지털 공급망 프로세스

대부분의 제조업의 경우에는 고정비의 비중이 크기 때문에 시설 규모가 커지고 생산량이 증가할수록 단위당 고정비가 하락하여 단위당 비용이 하락하는 규모의 경제효과가 크게 나타난다. 규모가 큰 국내의 전통적인 패션제조기업들은 생산과 소비자를 연결하는 공급망의 효율성을 높이기 위해 자체 물류센터를 독자적으로 운영한다. 그러나, 신생 패션 브랜드의 경우 규모의 경제를 실현하지 못했거나, 규모의 경제가 실현되었다고 하더라도 물류센터를 구축할 만한 자금력이 부족한 경우 자체적인 물류센터를 독자적으로 운영하기는 쉽지 않다. 이럴 경우 제조와 물류를 분리하는 것이 비용적에서 효율적이다.

이와 같은 소규모의 패션 브랜드들은 오프라인 직영점이나 온라인 자사몰을 운영하기보다 무신사, 더블유컨셉, 네이버스토어와 같은 대형 플랫폼에 입점하는 방식으로 상품을 유통한다. 대형 플랫폼에서 상품을 노출하지만, 상품 운영은 개별 브랜드에서 하기 때문에 배송시간, 반품 및 재고 관리 등의 업무가 입점 브랜드마다 상이해 소비자는 혼란이 있을 수 있고, 이는 플랫폼의 신뢰도에도 영향을 미치게 된다.

이에, 물류회사가 온라인 주문부터 포장, 배송, 반품, 재고 관리까지 총괄하는 물류 일괄대행해주는 서비스를 지칭하는 풀필먼트 개념이 등장하게 되었다.

<풀필먼트 개념>

풀필먼트 구분	개 념	
유통형 풀필먼트	유통형 풀필먼트는 대표적으로 쿠팡, 아마존 등이 있으며 해당 플랫폼에서 판매되는 일부상품만 관리 및 출고 수행, e커머스 트렌드의 빠른 변화에 따라 다품종 소량물품의 잦은 입·출고가 이뤄지는 만큼 공간의 효율적인 설계가 중요하다.	
서비스형 풀필먼트	오더 풀필먼트 (order fulfillment)	상품입고, 주문수집, 상품피킹, 상품출고, 반품관리, 재고관리, 포장, 목적지까지의 배송 등 오프라인에서 고객의 주문 이후의 과정을 처리하는 기본적인 풀필먼트 서비스
	이커머스 풀필먼트 (e-commerce fulfillment)	온라인을 통해 수집된 고객의 데이터를 바탕으로 주문을 처리하고 이후 오더 풀필먼트와 동일하게 제품의 배송 및 기타 과정을 연계하는 서비스

풀필먼트는 셀러, 소비자 등의 다양한 이해관계자의 복합적인 니즈를 충족시키는 것을 목표로 한다. 물류를 수행하는 주체, 관리하는 제품의 종류, 판매되는 방식 등을 통해 유통형 풀필먼트와 서비스형 풀필먼트로 구분된다. 서비스형 풀필먼트는 오프라인과 이커머스형으로 구분된다.

풀필먼트 서비스는 2006년 아마존의 Fulfillment by Amazon(FBA)로 처음 시작되었으며, 아마존은 FBA 서비스를 통해 저렴한 수수료(취급수수료 0.5\$, 파운드 당 0.5\$ 및 매월 입방피트 당 0.45\$)로 온라인 판매자의 상품을 보관, 피킹, 포장 및 배송하는 서비스를 제공했다. 이에 국내에도 풀필먼트 개념이 도입되어 쿠팡, CJ 등에서 유통형 풀필먼트 형태로 시스템을 구축하여 비즈니스를 운영하고 있다. 이같은 풀필먼트 시스템으로 인해 소비자들은 온라인으로 주문하면 익일배송이나 당일배송서비스를 받게 되었고, 제조업자들은 상품 기획 및 제조에 더욱 초점을 맞출 수 있게 되어 좋은 제품을 만들어 내는데 더욱 집중할 수 있으며, 플랫폼은 배송, 교환, 반품 등과 관련된 서비스를 일관성있게 소비자에게 제공할 수 있게 되었다.

풀필먼트 서비스의 장점

- 유통 과정 간소화: 주문부터 분류 및 출고 처리에 다양한 IT 신기술을 활용하여 유통 과정이 간소화되었으며 최적화된 프로세스로 운영 가능
 - 상품별 특화된 물류서비스: 데이터 분석에 기반한 예측을 통해 주문 상품별 상품 크기와 수량에 따라 최적의 운송 효율성과 제품 안전성 확보가 가능하여 특화된 물류서비스 가능
 - 빠른 배송과 반품/환불: 플랫폼을 통해 다양한 채널의 주문을 실시간으로 연계하여 재고를 운영하고 출고할 수 있고, 반품과 환불까지 전체 서비스 제공 가능
 - 고객의 록인(lock-in)*효과: 고객이 원하는 신속한 맞춤 물류서비스를 제공함으로써 판매자 차원에서 가장 중요한 록인효과를 통해 소비자의 충성도를 얻을 수 있고 고객이 서비스에 만족하면 다른 서비스로 이탈할 가능성이 낮아지고, 그에 따라 지속적인 구매가 일어날 가능성 큼
- *록인효과란 새로운 상품이 나와도 소비자가 다른 제품으로 소비 전환되지 않고 기존 제품 및 서비스에 머무르는 현상
- 전문적인 재고관리: 고객별 물동량을 AI 기반 입출고 계획과 과거 데이터 분석으로 예측하여 사전에 준비 및 대응이 가능

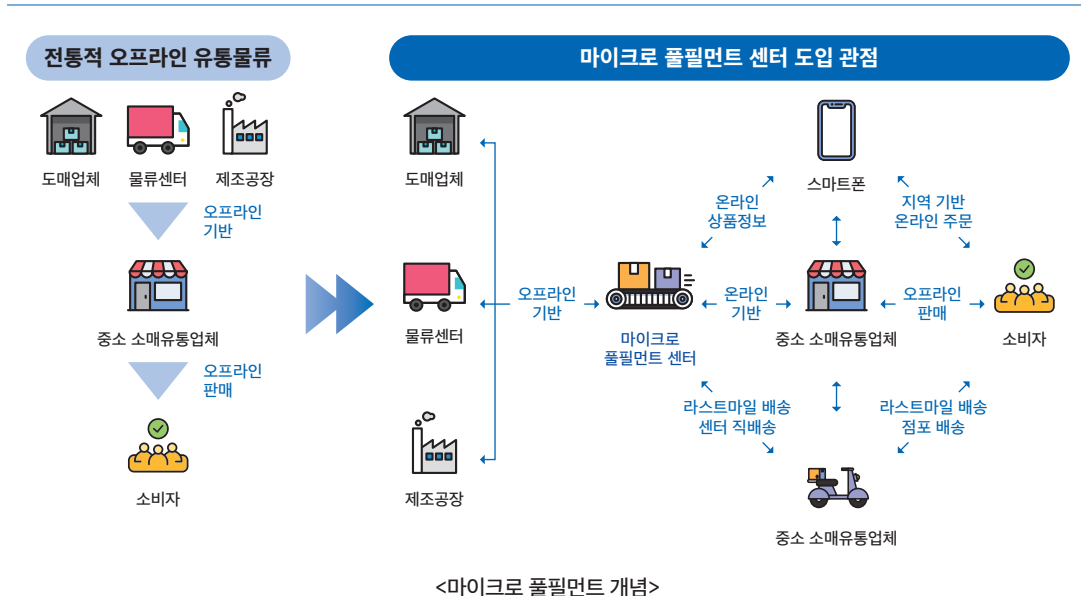
- 비용 절감: 물류 서비스에 이용되는 인건비, 시간 등에 대한 비용 절감에서 가장 효과적

빠른 배송에 대한 소비자 수요 증가, 온라인 시장에서 경쟁력 확보 필요

소비자는 자신이 원하는 제품을 주문하고 가장 빨리 손안에 얻는 제품에 효율성을 높게 평가하며, 배송 효율을 높이기 위한 라스트마일 경쟁이 그 어느 때보다 심해진 상태이다. 새벽배송, 당일배송, 2시간 배송 등 상품 주문 후 도착까지 걸리는 시간은 의사결정을 결정하는 중요한 요소일 뿐만 아니라, 반품이나 교환율을 최소화하는데도 매우 중요한 요소가 되었다. 라스트마일 딜리버리의 중요성은 풀필먼트 시스템뿐만 아니라 마이크로 풀필먼트 시스템의 발전을 초래했다고 해도 과언이 아니다.

마이크로 풀필먼트 (Micro Fulfillment)

마이크로 풀필먼트는 라스트마일의 효율성을 높이기 위해 만들어졌다. 마이크로 풀필먼트는 기존 유통업계의 물류시스템을 잘게 쪼갠 개념이다. 기존의 배송 시스템은 물류는 여러차례 이동시키는데, 거대한 물류창고에서 지역별 소규모 물류창고를 거치는 방식으로 배송 목적지의 물류창고까지 물품을 옮긴 뒤 이를 배달원이 배송하는 방식이다.

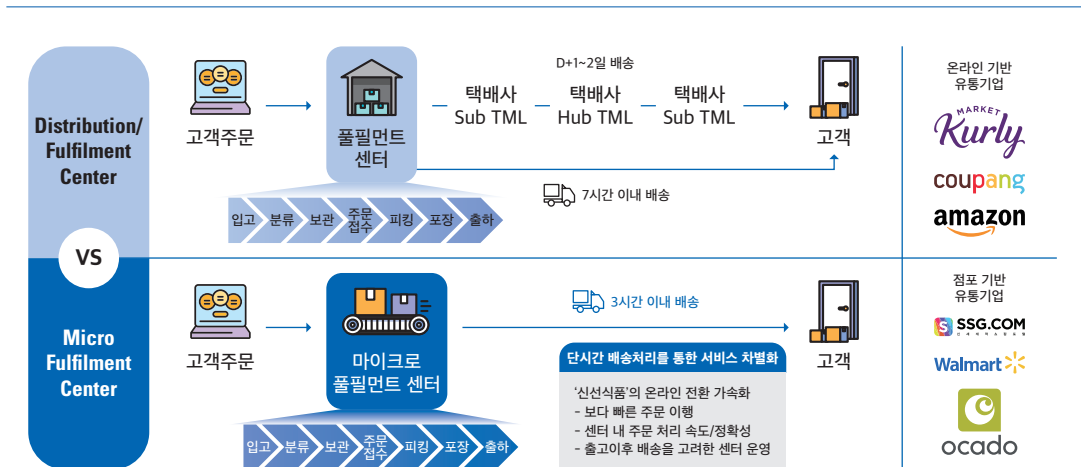


*출처 : 박중현, 권구포, 김정환, 2022

마이크로 풀필먼트는 빠른 배송서비스를 제공하기 위해 최종 소비자와 가까운 도시 내 또는 인근 지역에 위치한 소규모 유휴공간에 물품을 보관하고 있다가, 소비자 주

문이 들어오면 보관, 피킹, 포장, 출하, 배송까지 일련의 물류 프로세스를 수행하며 주문을 이행한다. 지리적 장점과 물류 이행의 결합으로 신속한 배송 서비스가 가능하고, 최근에는 유통 대기업도 기존 매장을 배송 거점으로 활용하거나, 새로운 지역에 마이크로 풀필먼트를 구축하는 추세다(물류신문, 2022).

특히, 다품종 소량물류 보유 온라인 판매자에 오프라인 창고주(물류 수행기관)를 연결, 온라인 주문 접수시 제품 입고·보관 및 재고관리부터 고객 배송까지 원스톱 처리와 지원이 가능하기 때문에, 소규모 업체에게 마이크로 풀필먼트 서비스는 기업 본연의 핵심 역량강화에 집중하게 함으로써 사업 확장성 및 기업 경쟁력 제고에 기여할 것으로 기대된다.



<풀필먼트와 마이크로 풀필먼트 운영 프로세스 비교>

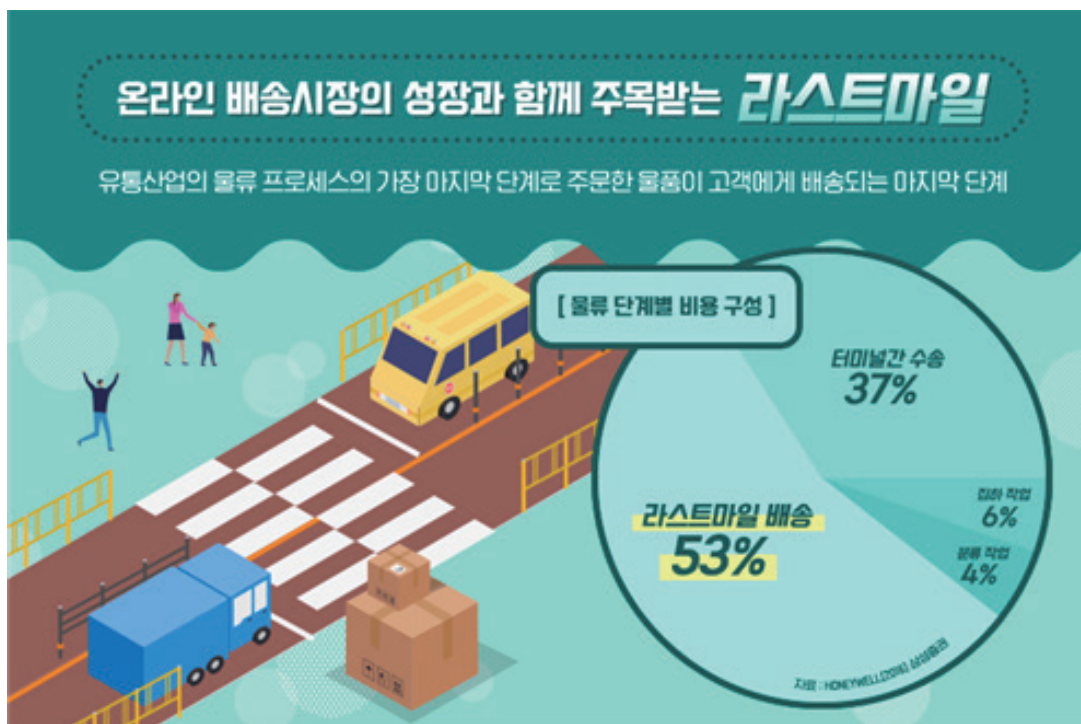
*출처 : 박종현, 권구포, 김정환, 2022

라스트마일 배송 (Last Mile Delivery)

라스트 마일 배송이란 '물류업체가 상품을 소비자에게 직접 전달하기 위한 배송 마지막 구간'을 뜻하는 것으로, 과거에는 택배업체에서 물류 운송비용을 절약하기 위한 기술적 방안을 의미했으나, 최근에는 유통 기업이 제품을 주문받아 최종 소비자에게 배송하는 개념까지 확장됐다(강민영, 박도희, 2018).

라스트 마일 배송은 소비자 측면과 공급자 측면에서 모두 중요한 의미가 있다. 소비자 입장에서 라스트 마일은 단순히 물건을 전달받는 것이 아닌 배송받는 순간이 사용자 경험(UX: User Experience)이 형성되는 첫 순간으로 이때 형성된 경험은 추후 해당 서비스 혹은 제품에 대한 로열티를 형성하는데 영향을 주게 된다. 공급자 측면에서 라스트 마일 딜리버리는 제품 한 개당 가장 큰 비용이 발생하는 부분으로 현재 전체 물류비용의 절반 이상을 차지한다(삼성증권, 2020).

그럼에도 불구하고, 많은 기업이 라스트마일에 드는 시간을 최소화 하려고 하는 이유는 배송속도와 품질, 수량의 편의성이 소비자에게 차별화된 브랜드 경험을 제공하기 때문에 그 중요도를 크게 고려하고 있기 때문이다. 이에 온라인 시장의 가파른 성장에 심화된 대형 플랫폼간의 경쟁에서 살아남기 위해 라스트마일 배송에 초점을 맞추는 것이다.



<물류 단계별 비용 구성>

*출처 : LX인터네셔널, 2021

주목받고 있는 패션산업의 풀필먼트 서비스

AI 분석을 통해 최소한의 동선으로 제품이 생산공장에서 소비자에 전달되는 물류 최적화 기술은 해외 생산을 기반으로 하는 선기획 제품들이 시즌당 절반 이상을 차지하는 패션산업에서는 현실적으로 활용하는데 한계점이 있으나, 전체 물류비용의 50% 이상을 차지하는 라스트마일 구간에 소요되는 비용의 효율성을 높이는데 활용됨에 따라 라스트마일 전략은 더욱 고도화되고 있다(Kim et al., 2022; Son, 2020).

국내의 대표 패션 플랫폼 무신사와 브랜드를 주축으로 입점 브랜드를 위한 풀필먼트 시스템이 구축되어 입점 브랜드 상품 물류를 대행해주고 있다.

- 무신사의 무신사로지스틱스는 패션제품 이커머스에 특화된 인프라를 구축하고 합포장로봇(3D sorter)와 오토배거(Auto bagger)를 활용하여 당일 출고율 98%를 달성함
- 브랜드는 브랜드 풀필먼트를 설립하여 동대문 기반의 도·소매 고객들의 주문을 수집하고, 사입, 상품화, CS등의 종합 서비스를 제공하고 있다. 하루배송, 바로출고, 하루배송 무제한 무료반품 등 소비자 만족 중심 배송 서비스 제공

온라인 이커머스 경쟁력 확보를 위한 자동화 시스템

맥킨지에 따르면 2025년 글로벌 디지털 플랫폼 매출액은 약 60조달러(약 7경 2,000조원)로 글로벌 전체 기업 매출의 30%를 플랫폼 비즈니스가 담당할 것으로 예측된다. 플랫폼은 디지털 기술이 낳은 '가장 혁신적인 경제요소'로, 자신의 공간에 최대한 많은 이들이 모이도록 하기 위해 디지털 기술 기반의 다양한 서비스를 제공한다.

유통업계는 이커머스 시장의 성숙기 진입 및 오프라인 채널의 매출 회복세를 보이고 있다. 2023년 유통 총 매출액은 178조원으로 추정되며 온라인 매출은 86.9조원으로 전체 유통의 약 49%를 점유하고 있다. 이커머스 시장은 엔데믹으로 인한 오프라인 소비 회복 및 불경기 영향으로 성장률은 둔화되었다. 그러나 온라인 이커머스는 주요 소비 채널로 자리잡았으며, 상위 이커머스 플랫폼 위주로 소비자들이 이용하는 것으로 드러났다. 유로모니터 조사 결과 한국의 1인당 이커머스 소비액은 2022년 세계 2위, 아시아 1위 규모로 온라인 쇼핑이 주요 소비 채널로 자리잡았다. 상위 이커머스 플랫폼의 강제가 지속되고 있으며, 소비자는 다양한 쇼핑물보다는 익숙한 플랫폼을 주로 이용한다. 또한, 주 1회 이상 구매하며 평균 4만 원 이상 지출한다. 2021년 온라인 패션 시장 규모는 49조 7,000억 원으로 2020년 대비 9.2% 증가했다. 무신사 2021년 거래액은 2조 3,000억 원, 지그재그는 1조 원으로 집계됐다.

플랫폼 내 이커머스를 위한 AI기반의 디지털 기술은 지속적으로 개발되고 다양하게 시도되어 활용되고 있다. 대규모의 국내 패션제조기업 중 몇몇은 장기화되는 저성장에서 재도약하기 위한 노력의 일환으로 디지털 전환에 관심을 가지고, 빅데이터, AI, 딥러닝, 기계 학습 등을 활용한 디지털 기술을 도입하고자 했다(Kim et al., 2022). 이커머스를 위한 디지털 전환 기술은 크게 대규모의 플랫폼(예, 무신사, 지그재그, 더블유컨셉, 브랜드 등)이나 수많은 브랜드를 보유하고 있는 대기업 온라인 몰(예, LF몰, SSF 등)을 위한 것과 온라인 유통을 기반으로 하고 있는 소상공인들의 애로를 해결해 주는 솔루션 개념의 기술로 분류할 수 있다.

대규모 플랫폼을 위한 판매 마케팅 고도화 지원 디지털 전환 기술

주로 플랫폼 내에서 소비자에게 개인화 서비스를 제공하거나, 판매를 위한 홍보의 틀로 사용할 수 있는 것들로 판매 마케팅을 고도화하는 것을 지원한다. 예를 들어, 소비자 개인의 쇼핑이력과 취향을 분석해 상품을 추천해주는 상품추천기술(큐레이션)(Pak & Lee, 2020)과, 소비자를 정교하게 세분화하여 소비자 집단에 맞는 맞춤형 광고를 노출하는 애드테크(Lee, Choi, & Lee, 2019)가 활발하게 사용되고 있다(Kim et al., 2022). 상품추천기술과 애드테크 기술은 지난 20여 년간 온라인몰에 누적된 빅데이터를 활용한 기술로 온라인몰에서 판매촉진을 위한 방안으로 개발되어 가장 활발하게 사용되고 있는 AI기반 디지털 기술이며, 패션브랜드에서 비즈니스에 활용시 구매전환율 및 클릭전환율이 높아지는 것이 검증된 기술로 만족과 기대가 높다(Kim et al., 2022). 주목받고 있는 서비스는 다음과 같다.

- 리뷰셀렉트(REVU SELECT)는 AI기반 기술을 활용하여 소셜미디어에서 인플루언서의 피드 퀄리티와 팔로워 영향력을 평가하여 진짜 영향력이 있는 인플루언서를 추출하고, 브랜드와 연계해 주는 서비스 제공

소규모 이커머스 비즈니스를 위한 자동화 기술

- 데이터몬스터즈 YOIT는 딥러닝 및 데이터 처리 기술을 바탕으로 전세계 온라인에 누적되어 있는 패션이미지를 데이터화하여 온라인 소비자가 옷을 검색할 수 있게 한다. 검색조건을 자유롭게 설정함으로써 자신만의 검색조건을 만들고 맞춤형 검색을 해볼 수 있으며, 챗GTP 엔진을 도입하여 대화하면서 편리한 쇼핑까지 할 수 있도록 서비스 지원

- 클로넷(CLONET)은 슷폼 콘텐츠를 기반으로 패션 트렌드 정보를 획득하고 간편한 패션 스타일링 및 구매 정보 제시

복잡한 패션 비즈니스 과정인 시장분석-상품기획-디자인-생산-유통-판매-마케팅을 수행하는데 있어 단계별로 노동시간을 줄여줌에 따라 비용을 감소하는데 도움이 되는 솔루션이라고 할 수 있다. 규모가 작을수록 디자인과 생산을 제외한 대부분의 과정에서 능숙하지 못하고 노동집약적인 업무가 많아 어려움이 있다. 특히 소수 인원이 상품기획, 생산관리, 유통, 마케팅 등 브랜드 운영 전반을 관리하고 있어 사람당 감당해야 할 업무량이 매우 높은 편이고, 소자본으로 운영되기 때문에 자금운용에도 어려움이 있다(Jung, 2010). 즉, 디자인과 생산에 집중하다 보니, 경쟁자 분석을 통한 상품기획, 나의 브랜드에 맞는 유통채널 선정 등에 대한 전략이 부족하고, 소자본으로 운영되기 때문에 상품기획 및 유통 관련 전문인력을 고용하고 양성하는 것도 한계가 있다(Jung, 2010; Kim & Ha, 2018; Yun, 2017).

이와 같은 소상공인의 니즈에 맞는 디지털 기술이 개발되어 온라인채널에서 이커머스 경쟁력을 높일 수 있는 발판이 마련된 셈이다. 본 보고서에서 주목한 사례는 다음과 같다.

- 브이캣(VCAT.AI)은 원하는 정보가 있는 웹페이지 URL만 넣으면 생성형 AI가 영상을 자동으로 만드는 서비스 제공. 수정의 여지가 있는 이미지보다 왜곡이 없는 영상을 선호하는 소비자의 니즈에 쉽게 발맞출 수 있는 기술이라는 평가를 받고 있음.

- 코디미(CodiMe)는 상세페이지에 사용하는 모델 착용컷을 자동으로 생성해주는 솔루션을 보유. 국내 온라인 쇼핑몰에 빠지지 않는 정보는 모델이 제품을 착용하고 있는 착용컷이며, 한 두 개가 아닌 다양한 TPO에서 활용되고 있는 사례를 보여주고 있어 제품을 판매하는 판매자 입장에서는 노동의 강도가 큰 일 중 하나임. 이를 자동으로 생성해주는 코디미의 솔루션은 소상공인들의 많은 시간과 비용을 줄여줄 수 있는 디지털 기술이라고 할 수 있음.

- 카페24의 에디봇(EDIBOT)은 판매제품의 상세페이지 및 광고배너 제작 등 누구나 다루기 쉬운 사용자 인터페이스를 기반으로 초보자도 몇 번의 클릭만으로 콘텐츠를 생성할 수 있는 AI툴 제안
- 아이클레이브(iClave)의 로보MD는 온라인몰에서 상품배치, 배너 등의 상품 노출 서비스를 제공함.
- 칸그림(KAANGRIM)은 패션 브랜드의 제품이 가장 잘 판매될 수 있는 최적의 유통을 제안

2000년대 후반 국내 유통의 흐름이 오프라인에서 온라인으로 대거 전환되면서 동대문에서 물건을 사입하여 온라인을 기반으로 유통하는 오픈마켓, 소호몰, 블로그, 소셜미디어 등을 판로로 하는 소자본 창업자는 꾸준히 증가추세에 있다. 2021년 온라인으로 거래액 약 192조 원 중 패션제품은 약 50조 원으로 전년대비 약 9.2% 증가했다(Statistics Korea, 2022). 온라인 비즈니스를 기반으로 하는 패션 소상공인(제조업 10인 미만) 수는 국내 약 4만 개사(소상공인 전체의 88.7%)로 적지 않은 수로 추정된다(Ministry of Employment and Labor, Human resources development and Textile & Fashion Industrial Skills Council, 2021). 2018년 400~500개이던 무신사 입점 브랜드는 2022년 6,500여 개로 급증했다. 작은 패션 소상공인들은 노동시장 활성화, 새로운 아이디어 제공 등 산업에서 중요한 기능을 담당(Lee et al., 2009)하고 있고, 이들의 성공은 곧 국내 패션마켓의 양적으로나 질적으로 성장을 가져올 것이다. 따라서, 온라인 이커머스가 더욱 성장할 수 있는 발판이 되는 디지털 기술의 개발은 끊임없이 시도되어야 할 것이다.

실감 콘텐츠를 활용한 몰입형 고객 경험 창출

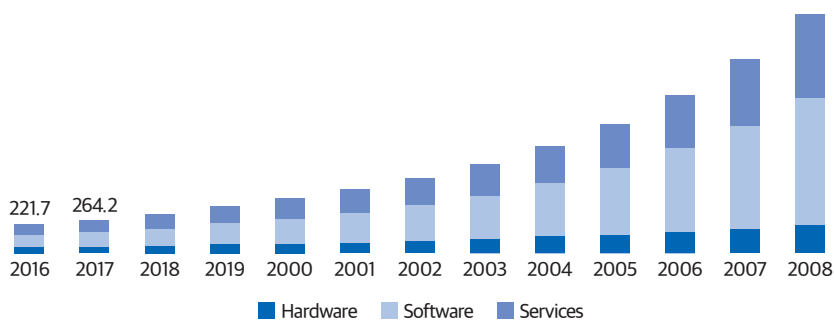
하버드 비즈니스리뷰와 세일즈포스의 설문조사(2021) 결과, 설문 대상 소매기업의 82%가 향후 몇 년간 비즈니스의 우선순위로 '고객 경험 개선'을 선택한 바 있다. 기술은 우수한 고객 경험을 구현하는 보조 수단으로, 인간 서비스에 내재하는 한계를 극복케 하고, 비로소 우수한 고객 경험창출을 가능케 한다. '경험'은 자신이 실제로 해보거나 겪어본 것, 또는 거기서 얻는 지식이나 기능까지 포함하는 것으로 단순히 행하는 '체험'에서 나아가 얻은 '지식'이나 '감정'을 포괄하는 개념이다. 브랜드에서 제공하는 '경험'은 회사에 대한 인식을 바꾸거나 확고히 하는 데 매우 중요한 역할을 하고, 이러한 경험이 모여 구매 결정과 이용에 긍정적인 영향을 미치게 된다. 공급 과잉의 시대에서 소비자의 눈길이 머무는 것에서 끝나지 않고, 경험하게 하고, 그 경험을 상품으로 만들어 구매 욕구를 자극하는 고객 경험이 가장 확실한 브랜딩의 순간으로 이어지게 된다. 브랜드와 함께 경험한 소비자는 브랜드를 단순히 택하는 것(buy)이 아니라 빠져들게(buy-in) 되기 때문이다.

구매를 결정짓는 확실한 단서, 특별한 경험의 중요성 대두

오프라인 → 이커머스 시대의 도래로 채널이 수없이 분화하고 소비자와 생산자의 경계가 모호해졌다. 소비자의 성격이 정보 소비자에서 정보 생산자로 변화하게 됨에 따라 완전정보의 시대에서 정보의 확산과 공유가 가능해 지며, 소비자의 정보 접근 권한 및 가치 평가가 자유로워졌다. ZMOT(Zero Moment of Truth, 고객이 매장에 직접 들리기 이전에 일어나는 의사결정 중 가장 중요한 순간)의 시대가 되래함에 따라 고객의 구매 여정에서 구매에 영향을 미치는 결정적인 진실의 순간(MOT)을 통제하기가 불가능해 졌다는 평가다. 이에 고객들에게 주는 특별한 경험, 구매결정을 할 수 있는 확실한 단서가 되는 경험은 매우 중요해졌다.

가상피팅룸 시장의 성장

패션제품 구매의사결정 과정 중에 많이 활용되고 있는 소비자의 가상 피팅(룸)은 오프라인 매장에서 착의의 편의성을 높여주고, 온라인 쇼핑에서의 사이즈 불안을 해소하여 결과적으로 소비자의 경험을 향상시킬 수 있는 좋은 수단이 된다. 시장조사업체 Grand View Research에 따르면, 미국의 가상 피팅(룸)의 시장 규모는 2020년 27.3억 달러에서 2028년 154.3억 달러로 CAGR 25.2%로 성장할 것으로 예상하고 있다.



Source: www.grandviewresearch.com

<가상피팅(룸) 시장의 규모>

*출처 : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/virtual-fitting-room-market>

패션산업은 고객의 구매 자극을 위해 제품을 매력적으로 보이게 하는 2D, 3D 시각화를 사용해 왔다. 최근 언택트 소비 환경의 부상에 따라 기업은 가상 피팅(룸)을 통해 소비자들에게 편리하고 색다른 쇼핑 경험을 제공하는 기업이 많은 대체재들과의 경쟁 속에서 소비자 인식을 획득하는 사례가 늘어날 것으로 예상하고 있다. 가상 피팅(룸) 서비스는 심한 경쟁 속에서 판매를 증대시키고 반품을 감소시킬 것으로 기대되고 있다. 또한 고객맞춤에 대한 요구사항을 충족시킬 수 있고 오프라인 리테일 매장의 경우, 비대면 서비스를 제공하여 재고, 계산대, 탈의실, 판매원 및 매장 규모를 최소화하여 비용 효율적인 운영이 가능하다.

가상 피팅(룸)의 기술요소

가상 피팅(룸)은 이미지 상호작용기술(image interaction)이 고도화된 형태다. 상호작용기술은 사용자가 제품을 보는 배경, 거리, 각도 또는 디자인을 변경할 수 있도록 하여, 사용자의 온라인 경험을 실제 제품 경험과 유사하게 만드는 물리 기반 시뮬레이션 기술(Merle et al., 2012)이다. 사용자는 텍스트가 맵핑된 가상 의상과 조합된 가상 신체를 360도 보기로 확대/축소할 수 있어 맞춤새 정도를 리뷰할 수 있다(Yang & Xiong, 2019). AR과 AI 기술에 기반한 핏테크(fit-tech) 기술과 버추얼 사이징 솔루션의 개발과 상용화에 박차를 가하고 있는 추세다. 실제 구축 비용이 많이 저렴해 지면서, 통합된 핏 추천 및 시각화 경험을 제공하게 된다. 가상 피팅(룸)은 사용자가 실제 자신의 모습을 반영하거나, 3D 가상 모델 등 가상의 자아를 선택하거나 개인화할 수 있어 보다 현실적인 사용자 경험을 불러일으킨다. 뿐만 아니라, AR 기술을 온라인몰에 접목하여 매출 증가 효과를 보고 있다.



Mobile body scanning and measuring

단 2장의 사진으로 신체 측정 및 3D 아바타 즉시 생성



Personalized size recommendation

브랜드가 의도한 핏에 매핑된 실제적이고 정확한 신체 데이터



Virtual try-on

쇼핑객은 다양한 제품을 선택하고 입어볼 수 있어 전환율과 AOV를 높일 수 있습니다.



Body analytics and retail insights

제품 개발에서 예측에 이르기까지 타겟 마케팅 및 공급망 효율성을 가능하게 합니다.

<가상 피팅(룸)에 필요한 요소기술>

*출처 : <https://3dlook.me/>

가상 착의(룸) 서비스는 크게 스마트 미러 방식과 AR 애플리케이션 형태로 상용화되었다. 스마트 미러는 거울과 디스플레이 패널(정전용량 터치 + 디스플레이 + 미러)의 결합으로 고객과의 효과적인 상호작용 서비스 구성이 가능하며 다양한 인테리어 효과 및 광고 및 공간 연출이 가능한 스마트 디바이스다. 키오스크 형태의 스마트 미러는 고객의 의견을 수렴하고 제품에 대한 자세한 설명을 제공할 수 있어 대고객 서비스의 향상이 가능하다. 쇼핑객은 매장을 직접 방문하지 않고도 가상 피팅존에서 여러 매장의 옷을 한 번에 입어볼 수 있어 쇼핑 시간을 획기적으로 단축시킬 수 있다. 입점 매장들도 피팅 시 발생할 수 있는 제품 손상을 줄이면서 피팅룸 운영 및 관리 비용 또한 절감이 가능하다. 매장의 TPO와 관련하여 다양한 쇼핑 정보 및 제품 추천 기능을 제공할 수도 있고, 인바디 등 다양한 IoT 제품과 연동하여 IoT 허브의 역할도 수행할 수 있다.

AR 애플리케이션은 시착이 어려운 온라인 쇼핑 환경에서 3D로 구현된 가상 패션 제품을 터치만으로 회전하고 확대하는 기술이 탑재되어 있다. 이용자 데이터에 기반하여 가상 착의 시 디테일하게 피팅 정보를 확인할 수 있으며, 이용자 데이터 기반 상품 추천기술 연동이 가능하다.

이와 같은 AR기반의 경험을 위한 디지털 기술을 활용한 대표 기업으로, 에이아이바(AIVAR), 에프엑스기어(FX GEAR)를 본 보고서에서 집중적으로 소개한다.

패션 제품이 콘텐츠로 외연 확대, 디지털 자산 NFT

메타버스라고 명명되는 가상현실을 대표하는 플랫폼으로 로블록스, 제페토, 포트나이트 등이 있으며 온라인 게임과 라이프로그(life logging) 등의 기능으로 인해 이용자가 급속하게 상승하고 있다. 메타버스와 기존의 플랫폼의 가장 큰 차이점은 또 다른 나 '아바타(디지털 휴먼)'가 가상현실에서 활동한다는 것으로, 사람이 현실에서 생활하는 것과 같이 가상현실에서는 '디지털 휴먼'이 활동을 하게 된다. 플랫폼마다 대표하는 디지털 휴먼의 원형이 있으며, 디지털 휴먼은 현실 세상 속에서의 나를 대신하기 때문에 가상의류는 필수품이 되었다. 소비자들은 또 다른 '나'를 제약 없이 표현할 수 있다는 점에서 가상현실 속 스타일링에 관심을 가지고 가상의류를 구매한다.

이와 같은 가상의류는 패션제품의 콘텐츠 형태로, 패션산업은 제조업에서 콘텐츠업으로 외연이 확대되었다고 볼 수 있다. 이로 인해, 3D가상의류는 NFT 생성을 통한 디지털 자산으로서의 역할을 하기도 한다. 3D 실감형 콘텐츠는 NFT(Non-Fungible Token, 대체 불가능한 토큰)로 생성(민팅, minting)하여 판매될 수 있기 때문이다. 디지털 콘텐츠의 한 형태인 3D 가상의류는 NFT 생성이 가능하며, 오픈씨와 같은 거래소에서 거래될 수 있다. 레베카 밍크오프, 나이키 등 NFT로 상품 선 발매 하고 실물 제품을 배송하기도 했다.

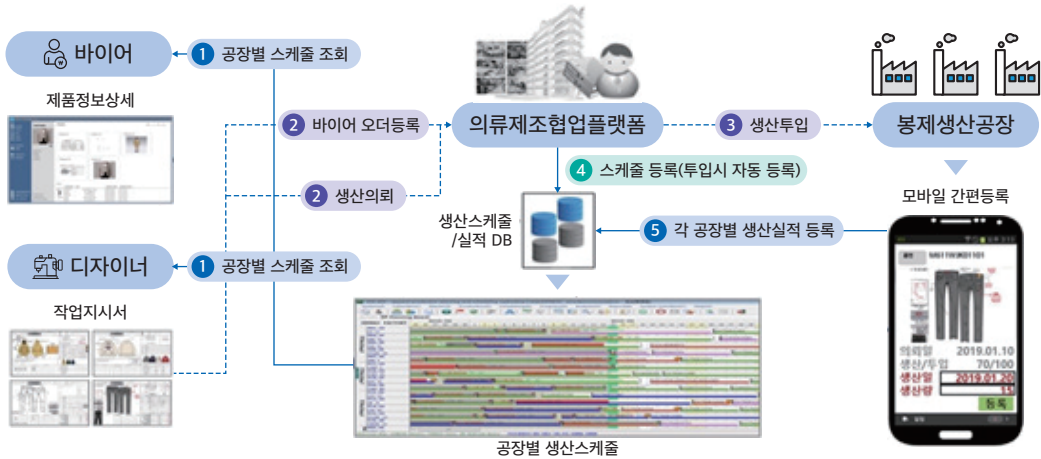
NFT는 교환과 복제가 불가능하여 개개의 콘텐츠는 고유성과 희소성을 갖는 블록체인 기반의 토큰이다. NFT는 디지털 파일에 복제 및 위조가 불가능한 암호를 증명서 형태로 만들 수 있어 '신종 디지털 자산'으로 주목받고 있다. 2030년까지 NFT 메타버스는 1,000조 원이 넘는 시장으로 성장해 4,000억 원 규모의 국내 미술시장보다 커질 것이라고 전망되기도 한다.

메타버스는 가상현실을 통해서 패션산업은 실물의류 뿐만 아니라 3D 콘텐츠로 확대됨에 따라 NFT, 블록체인 등과 같은 기술이 결합되어 다양한 비즈니스 모델이 소개되고 활용되고 있다.

- 빗썸메타는 메타버스 플랫폼과 NFT 마켓 플레이스 개발을 통해 디지털 트윈을 통한 메타패션 체험 및 패션 콘텐츠 자산화 하는 비즈니스를 수행중. 즉, 브랜드의 오프라인 매장을 3D 쇼룸으로 개발하여 디지털 트윈하고, 물리적 제품을 가상세계에 정확하게 투여하는 기술을 구현함
- 매스어답션의 버클은 블록체인 기술을 활용하여 NFT 디지털 보증서를 제공한다. 디지털 명품 보증 솔루션을 제공함으로써 고객이 자신의 명품 자산을 안전하게 관리할 수 있게 함
- 마크비전은 AI 시스템 기반으로 브랜드의 저작권을 보관하거나 위조상품을 제거하여 브랜드를 보호하고, AI 시스템 기반으로 불법 복제물과 콘텐츠를 자동 차단하는 서비스를 제공함.

패션산업의 협업 플랫폼 및 네트워크

주문제조 협업 플랫폼은 주문자와 생산자를 연결하는 B2B 기반의 비즈니스로 패션 스트림 단계에서 엔드유저(소비자)에 대한 이해도는 높지만, 생산(원단 및 봉제)에 대한 이해도가 낮은 신규진입자(예: 신진 디자이너, 패션 인플루언서, 패션 크리에이터 등)도 쉽게 생산할 기회를 창출해 준다.



<의류제조협업플랫폼의 브랜드-공장 연계 과정 예시>

*출처 : 한국의류지능화연구소

대표 플랫폼으로 오슬, SEVVING, 신플이 있다. 제조기업과 브랜드 연결의 이면에는 패션 제조과정의 디지털 전환이라는 의미가 있으며, 디지털 전환을 통해 옷을 만들려는 초보 셀러나 1인 셀러, 소규모 브랜드는 물론이고 대형 패션 기업도 효율적으로 의류제작을 할 수 있게 해주기 때문에 대량생산 중심의 의류제조에 혁신을 가져다 줄 것으로 기대되는 생태계다. 또한 기존 인력이 노후화되고 대체 인력이 점점 사라지고 있는 의류제작 공장의 고질적인 문제를 테크로 해결점을 제안할 수 있다는 데 시사점이 있다. 이 중 SEVVING과 신플은 생산부터 판매까지 원스톱으로 지원한다는 점에서 더욱 의미가 있다.

패션제품의 다품종 소량생산의 시대 도래

패션제품 기획 방식이 시즌이 시작되기 전 시즌에 운영할 대부분의 제품을 선(先)기획/선생산하는 것에서 스팟(spot)오더/반응생산(신상품 런칭 후 시장의 반응을 살핀 후 추가 생산하는 방식)으로 변화함에 따라 생산 규모도 대량생산보다 소량생산의 방식이 잦아졌다. 이와 같은 기획 및 제조 방식의 변화가 뚜렷하게 나타남에 따라 패션 제조 기업의 새로운 니즈가 생겨나게 되었다.

국내의 전통적인 제조기반 패션 브랜드는 기업 자체 공장을 보유하고 있기도 하고, 주거래 봉제공장과 계약관계로 업무협약을 맺어 제품을 생산한다. 이 경우 공장별 최소발주수량(MOQ: Minimum Order Quantity)을 초과한 수량을 발주하는 경우로 안정적인 공급망을 활용하면 되기 때문에 신규공장 발굴 필요가 없다. 그러나, 브랜드에서 시즌마다 시장에 새롭게 선보이는 제품 중에서 일부만 대량생산을 하고, 대다수의 제품을 소량생산하는 경우가 증가함에 따라 소규모 생산이 가능하고 빠른 납기일을 맞출 수 있는 신규공장 발굴이 필요한 상황이 되었다. 다시 말해서, 국내 패션브랜드의 리쇼어링 전략 필요한 상황이다. 국내에서 빠른 납기 제품을 생산함으로써 비용 절감 및 생산 리드타임 단축, Made in Korea 효과 등을 누릴 수 있는 모델 필요한 상황이다.

신진 브랜드의 경우 판매예측이 되지 않고 자금 운용의 한계가 있어 소량생산의 공장이 필요할 뿐만 아니라, 대량생산을 하고 싶어도 공장 발굴 역량이 부족한 실정이다. 따라서, 주문제조 협업 플랫폼은 제조 기술이 준비되지 않은 신규진입자가 시장에 진입하여 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 전문적 가치를 제안해줄 뿐만 아니라, 소규모의 공장들과 핵심 파트너십을 유지함으로써 패션브랜드-제조업체를 연결할 수 있는 편의가치 또한 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

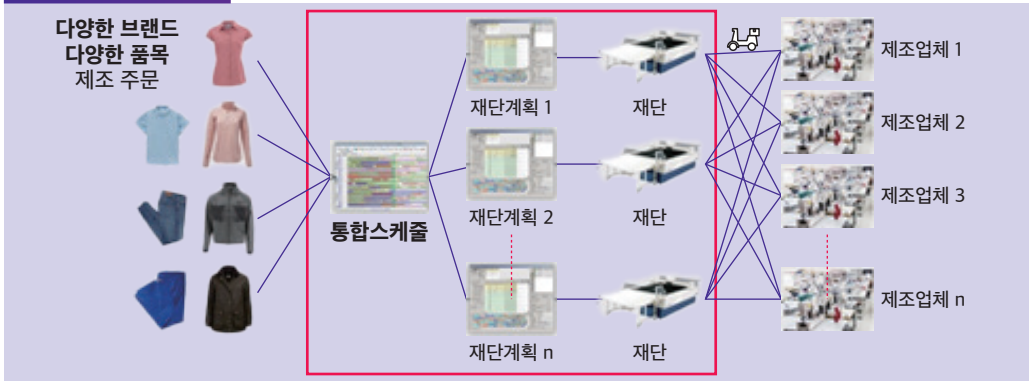
봉제공장과 디지털 협업 시스템을 통한 패션제조의 디지털화 추진

전국 봉제업체는 약 23,030여 개, 종사자 수는 12만4,000명 정도로 해마다 감소 추세다. 반면, 4인 미만의 소규모의 봉제업체가 약 66% 정도를 차지하고 있어 소량생산하기에 적합한 구조를 가지고 있으나, 소량 봉제 주문자와 봉제인력의 미스매칭으로 수요(소량생산이 필요한 바이어)-공급(소량 봉제가 가능한 공장)이 일치하지 않아 양자가 어려움을 겪고 있는 상태이기도 하다. 봉제업체에 종사하는 인력의 연령은 50대 45.1%, 60대 이상 32.6%로 신규인력이 유입되지 않고 고령화가 심화되는 추세로 낮은 임금수준, 열악한 근무환경, 미래의 불확실성 등으로 젊은 세대의 인력 유입이 거의 일어나지 않고 단절되고 있다. 단일 패션기업주도의 디지털 제조 추진의 한계가 명확, 네트워크 단위로 추진 필요하며, 소규모 기업들이 밀집한 지역단위의 디지털 협업 시스템이 필요한 실정이다.

일반 봉제 공장 시스템



협업형 제조 시스템



<일반 봉제공장 시스템과 협업형 제조 시스템 비교>

*출처 : 한국의류지능화연구소

디자이너와 공장이 소통하기 위해서는 도식화, 작업지시서, 2D CAD 패턴, 사이즈 그레이딩 등이 필요하며, 기술 준비도가 타 산업에 비해 높은 편은 아니지만 신규진입자가 배움 없이 바로 수행할 수 있는 작업은 아니기 때문에 이와 같은 작업을 기술적으로 지원하고, 원활한 의사소통을 조력해줄 역할이 필요하기 마련이다. 의류 주문제조 협업 플랫폼을 통해 의류 제조 산업 활성화와 스마트 팩토리 보급, 해외 생산 물량의 국내 리턴(리쇼어링, re-shoring), 해외 브랜드의 국내 생산 등이 이뤄질 것이다. SEVVING이나 신플과 같은 주문제조협업 플랫폼을 통해서 소량생산을 하고, 그들이 만들어 놓은 유통 네트워크를 통해서 판매까지 연결되는 새로운 시스템은 창의적인 사고만으로 비즈니스를 시작하는 패션 디자이너에게 새로운 길을 열어줄 것으로 보이며, 궁극적으로 국내 패션산업이 고부가가치 산업으로 도약할 수 있는 마중물 역할을 하게 될 것으로 기대된다.

유통 분과 업체 소개

연번	업체명	서비스	비고	페이지
1	LF	디지털 테크 기반의 패션제조 및 유통사		214
2	무신사로지스틱스	패션제품 특화 3PL 기업		218
3	브랜드 풀필먼트	동대문 특화 풀필먼트시스템		222
4	브이캣	AI 기반 자동영상제작		226
5	코디미	AI, 가상모델 가상시착 자동화 서비스		230
6	에디봇	AI 기반 자동 상세페이지 생성 및 템플릿 제공		234
7	아이클레이브	AI 기반 자동배너생성 및 상품추천		238
8	레뷰셀렉트	AI 기반 인플루언서-브랜드 매칭		242
9	요잇	생성형 AI 기반 패션제품 검색 솔루션		246
10	칸그림	생산-유통-판매를 연결하는 통합 커머스		250
11	클로넷	숏폼 영상 기반 큐레이션 서비스		254
12	에이아이바	가상피팅 솔루션, 메타버스 패션 플랫폼		258
13	에프엑스기어	디지털휴먼, 3D가상피팅 시스템		262
14	지킷	버추얼피팅룸	이스라엘	266
15	마크비전	AI 기반의 패션 위조상품 판별		270
16	빗섬메타	3D가상매장과 NFT 발행		274
17	버클	블록체인 기반의 NFT 디지털 보증서		278
18	디쓰리디	원데이 샘플 제작, 최다 패턴 보유		282
19	크리스틴컴퍼니	AI 공장매칭, 원스탑 신발제조 협업 플랫폼		286
20	오슬	AI 공장매칭, 원스탑 의류제조 협업 플랫폼		290



CHAPTER

3

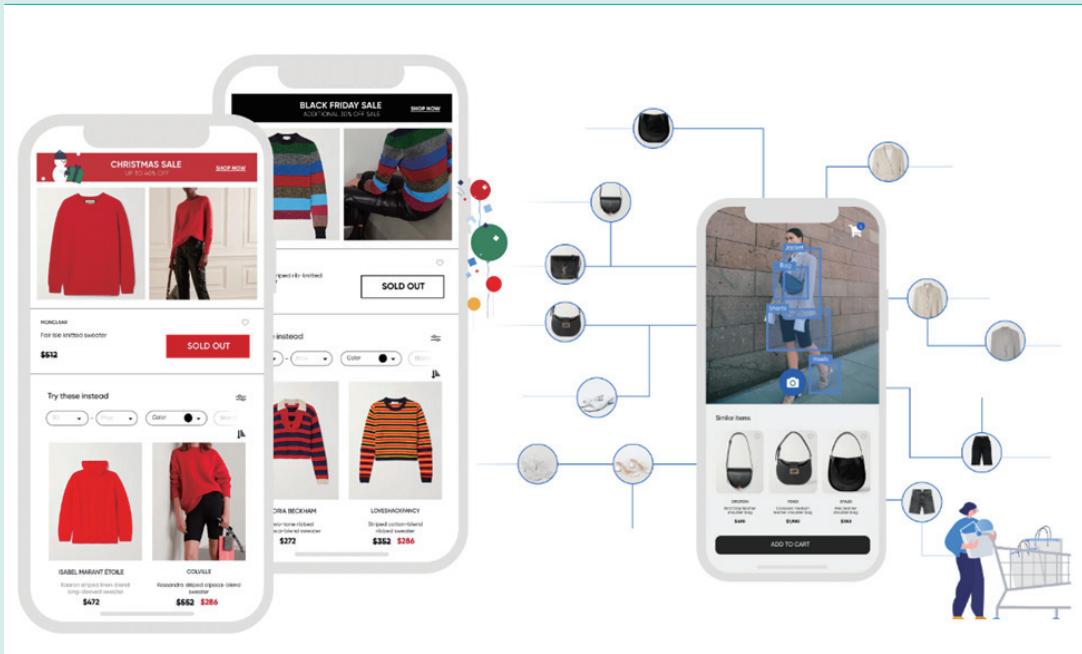
섬유패션 분야별 DX 활용 이야기

옴니어스

OMNI COMMERCE

모두를 위한 AI 기반 커머스 고객을 구매로 이끄는 커머스 AI

옴니어스는 개인과 기업 모두를 위한 AI 기반 커머스의 미래를 현실로 만들고 이커머스의 성장과 혁신을 촉진하여 새로운 가능성이 실현되도록 노력하고 있다.



*출처 : 옴니어스 홈페이지 omncommerce.ai

기업개요

- 대표자** 전재영
- 설립연도** 2015
- 주소** 서울시 강남구 도산대로 145 인우빌딩 12층 1207호
- 홈페이지** omncommerce.ai
- 업종** 통신판매업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 32명
- 매출액** 9억 5천만원
- 키워드** AI 추천
- 적용내용** 상품 속성 태깅, 유사상품 추천, 카메라 서치, 스타일링 추천

옴니아스가 제공하는 서비스

상품 속성 태깅

옴니아스는 이미지로부터 상품 속성을 태깅할 수 있는 AI기술을 가지고 있다. 이를 위해 풍부하고 정밀한 상품 필터를 개발하였으며, 1초 만에 1,000가지 속성을 자동으로 태깅하고 33가지 카테고리 분류할 수 있다. 이들 속성을 이용해서 개인화 추천을 할 수 있으며, 고객의 위시리스트와 구매 데이터를 상품 속성정보와 결합해 초 개인화 추천을 하는 것이 가능하다.

이미지 조정 (moderation)

옴니아스의 AI는 이미지를 업로드 하면 1초안에 배경 유무와 스타일 등 다양한 조정 가능한 디테일을 인식할 수 있다. 이를 이용하면 대량의 상품 이미지를 자동으로 검수하여 이미지 품질을 높이고 고객의 구매를 촉진할 수 있다.

인식할 수 있는 디테일에는 배경, 모델, 연출, 각도 등이 있으며 이미지 품질 개선을 통해 고객만족도를 상승하고, 상품 클릭률을 높일 수 있으며, 이미지 조정 과정의 자동화를 통해 운영비를 절감할 수 있다.



유사 상품 추천

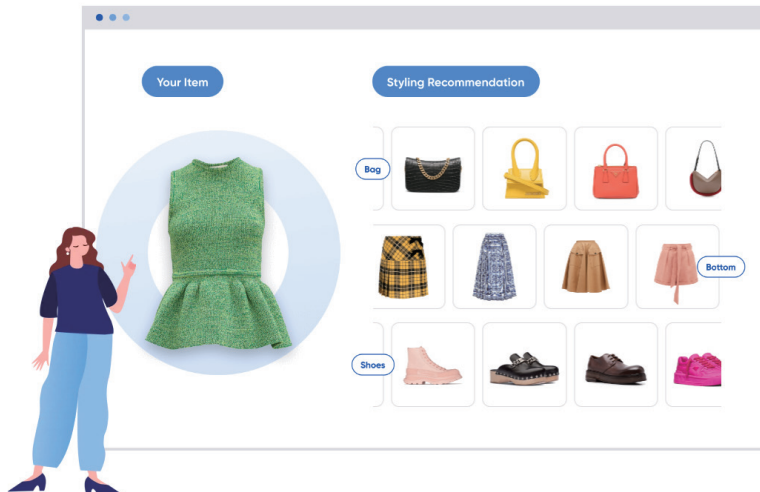
옵니어스는 이미지로부터 상품 속성을 태깅할 수 있는 AI기술을 가지고 있다. 이를 위해 풍부하고 정밀한 상품 필터를 개발하였으며, 1초 만에 1,000가지 속성을 자동으로 태깅하고 33가지 카테고리 분류할 수 있다. 이들 속성을 이용해서 개인화 추천을 할 수 있으며, 고객의 위시리스트와 구매 데이터를 상품 속성정보와 결합해 초개인화 추천을 하는 것이 가능하다.



*출처 : 옵니어스 홈페이지 omnocommerce.ai

스타일링 추천

옵니어스의 AI는 이미지를 업로드 하면 1초안에 배경 유무와 스타일 등 다양한 조정 가능한 디테일을 인식할 수 있다. 이를 이용하면 대량의 상품 이미지를 자동으로 검수하여 이미지 품질을 높이고 고객의 구매를 촉진할 수 있다.



옴니어스 솔루션 케이스 스터디

Lotte ON

롯데온은 이커머스 플랫폼 7곳을 하나로 통합한 후, 100만개에 달하는 상품을 관리하기 위해 자동 태깅 솔루션을 필요로 하였다. 7조원이 넘는 연 수입을 기록했던 롯데온은 미묘한 차이까지 구분되는 상품필터를 만들기 위해 세부적인 패션 카테고리 및 속성, 그리고 효율적인 검색엔진 구성이 가능한 옴니어스 태거를 도입하였다.

Abley

MZ세대가 가장 많이 사용하는 패션 쇼핑 앱인 에이블리는 매력적인 쇼핑경험을 제공하기 위해 고객이 원하는 상품을 쉽고 빠르게 검색하도록 돕는 솔루션을 모색하였다. 기존에는 상품을 수동으로 태깅하고 한정적인 검색 필터에 의존하였기 때문에 고객들이 원하는 상품을 찾기 어려웠지만 옴니어스가 제공하는 유사상품 추천 서비스를 활용해 구매 전환율을 높이고 고객의 쇼핑 경험을 개선하여 MZ 세대가 가장 선호하는 패션 쇼핑 앱이 될 수 있었다.

The Hyundai

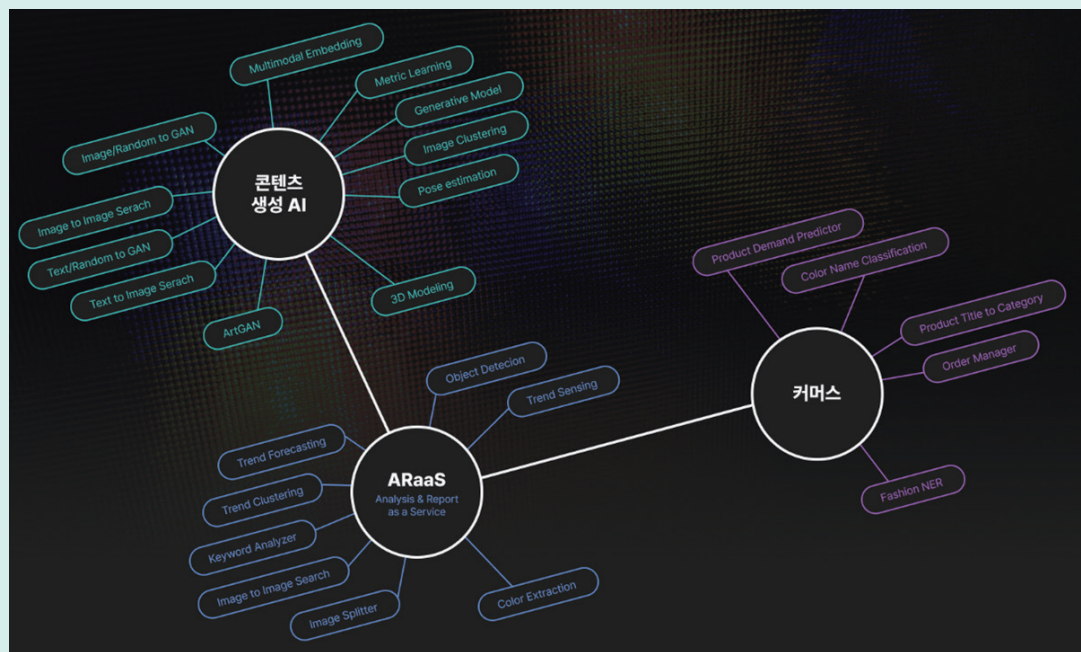
더 현대는 이커머스 플랫폼을 출시하면서 제품데이터 등 수동처리에 어려움이 많아 웹사이트의 상품 추천과 속성설명이 부정확했다. 옴니어스 솔루션을 도입한 후 잠재 고객에게 상품을 정확하게 제시하고 추천할 수 있게 되었다.

옴니어스의 비전

옴니어스는 AI 기반 커머스가 기업과 개인에게 가져다 줄 수 있는 효율성, 개인화된 경험 등의 이점과 혁신을 위한 새로운 기회와 가능성을 모색하며, 이를 위해 AI 기반 커머스의 새로운 기술과 트렌드를 끊임없이 탐구하고 이러한 혁신들이 커머스의 미래를 어떻게 만들어가는 지를 고려한다. 또한, 다양한 규모의 기업과 다양한 배경의 개개인들이 AI 기반 커머스의 혜택을 받을 수 있는 방법을 고민하고 이러한 목표를 달성하기 위한 전략을 실행하고 있으며, AI 기반 커머스가 지속 가능한 성장과 발전을 이끌어낼 수 있는 역할에 대해 고민하고 이러한 성장이 포용적이면서 환경적으로 책임 있는 방향으로 이루어지도록 노력하고 있다.






사람의 감각과 경험을 데이터로 세계에서 가장 진보된 패션 AI

디자인노블은 사람의 감각과 경험을 데이터와 AI로 바꿔 무한한 가능성을 향해 나아가고 있으며, 트렌드 인지, 시장분석, 상품/서비스 기획 작업에 이르기까지 기술기반 혁신의 방향을 제시하고 있다.







*출처 : 디자인노블 홈페이지 www.designnovel.com

기업개요

-  **대표자** 신기영
-  **설립연도** 2017
-  **주소** (본점) 경상북도 포항시 남구 청암로 87, 547호 / (서울지점) 서울특별시 강남구 테헤란로 108길 25, 대동빌딩 6층
-  **홈페이지** www.designnovel.com
-  **업종** 기타 자연과학 연구개발업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 22명
-  **매출액** 21.3억원
-  **키워드** AI
-  **적용내용** 콘텐츠 생성, 커머스

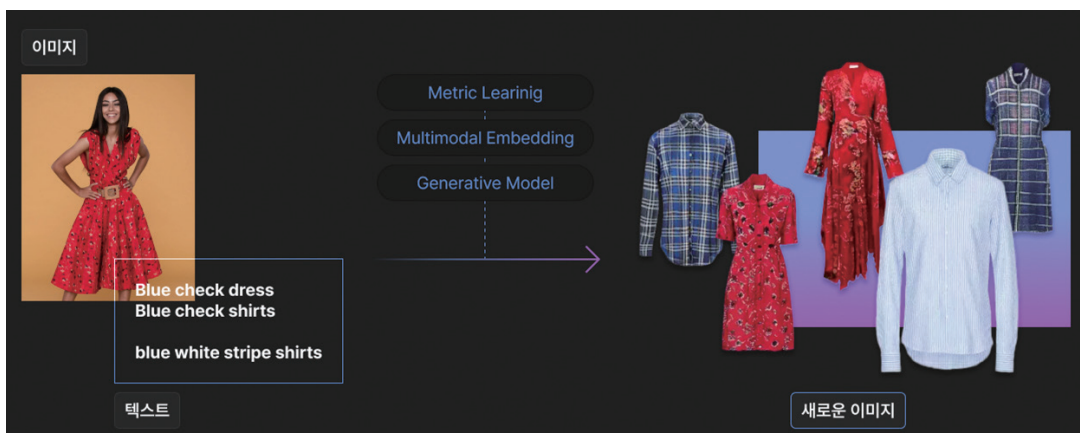
디자인노블의 서비스

AI는 다양한 데이터를 사람이 원하는 형태로 빠르고 편리하게 처리하는 기술 형태로 발전 하였다. 데이터는 숫자, 문자, 이미지를 거쳐 이제는 3D의 시대에 들어 왔으며, 디자인노블은 이 흐름에 맞춰 기술을 개발하며 성장하고 있다.

디자인노블은 이 모든 발전 과정에서 가장 중요하지만 노동 집약적으로 이루어지는 트렌드 인지, 시장 분석, 상품/서비스 기획 작업 등에 적용하여 더 좋은 결과를 저렴하며 빠르게 처리할 수 있는 기술들을 만들어 제공하고 있다.

콘텐츠 생성 AI

디자인노블은 Metric Learning(사람이 직접 라벨링하지 않고, 자동으로 학습하여 라벨링하는 기술), Multimodal Embedding(사람이 여러 감각기관을 활용하여 문제를 해결하는 것처럼 다른 특성을 갖는 데이터를 함께 사용해서 학습하는 방법) 등의 핵심 기술을 이용하여 사용자 니즈에 맞추어 콘텐츠를 생성하는 기술을 보유하고 있다. 디자인노블이 제공하는 벡터 서치 엔진은 패턴을 보여주면, 유사한 패턴을 찾아 과거의 판매량을 분석을 토대로 미래를 예측할 수 있다.



*출처 : 디자인노블 홈페이지 www.designnovel.com

ARaaS (Analysis & Report as a Service)

디자인노블은 중요한 의사 결정에 필요한 인사이트를 빠르고 쉽게 얻을 수 있는 서비스를 제공한다. 즉, 어떤 상품, 어떤 트렌드가 유행할 지에 대한 판단에 도움을 주는 모델을 제공하고 트렌드 예측 결과를 그래프로 보여주며 디자인도 생성해 준다.

또한, 디자인 생성 후 수정할 수 있는 생성형 AI 기술을 보유하고 있으며, 상품이 얼마나 판매될지, 언제 판매하면 좋을지, 어떤 소비자가 살지를 예측할 수도 있다.

AI 모델의 학습은 온라인 데이터, SNS, 브랜드 판매 추이에 관련된 기사를 통해 이루어진다.

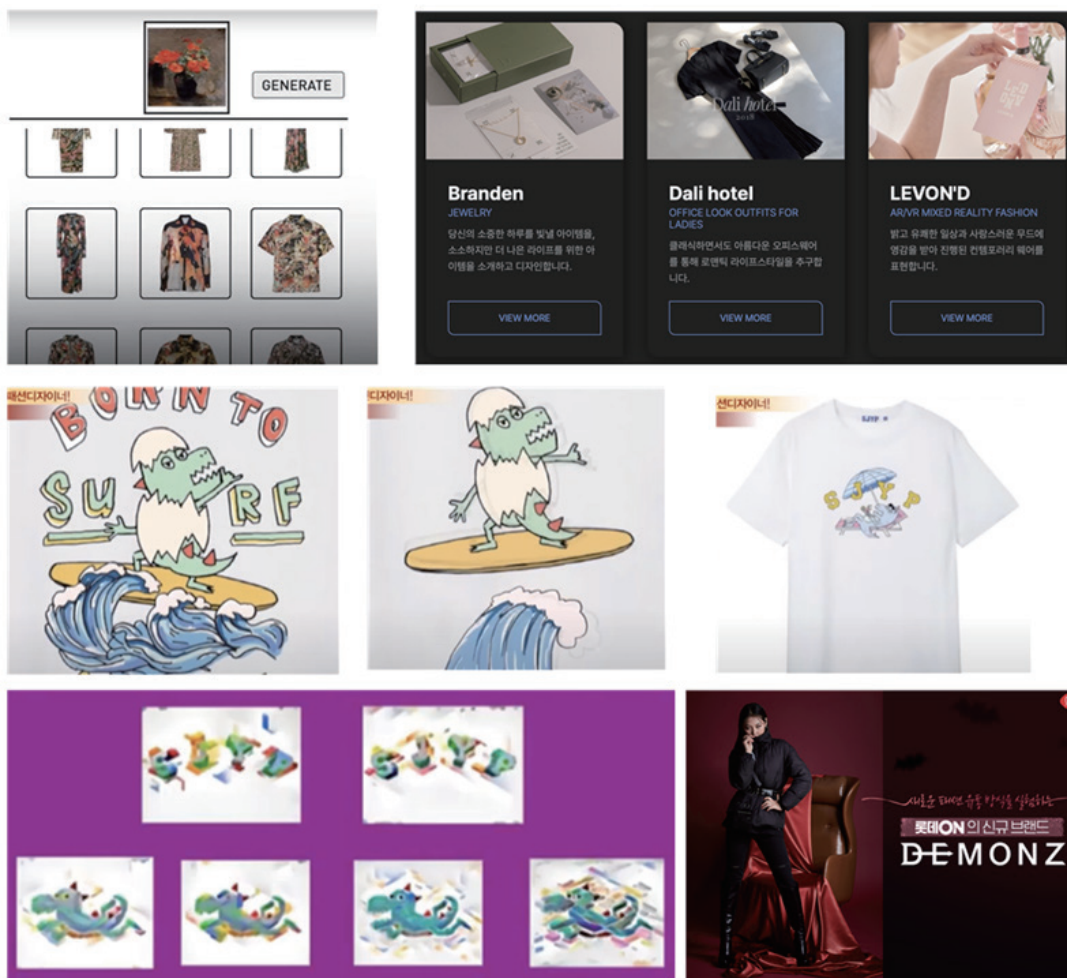
디자인노블 솔루션 케이스 스터디

Branden, Dali Hotel, LEVON'D 등의 의류 및 액세서리 브랜드들의 매출 향상에 기여 하였다.

Lotte On의 브랜드 de MonZ(데몬즈)는 디자인노블의 AI를 활용해 의류 상품을 제작하고 Made-to-Order(주문 후 생산 시작) 방식으로 유통하고 있다.

브랜드 SJYP와 협업하여 33만 개의 이미지를 학습한 후 다양한 형태의 그래픽 디자인 옵션을 생성하는 AI를 개발하였다.





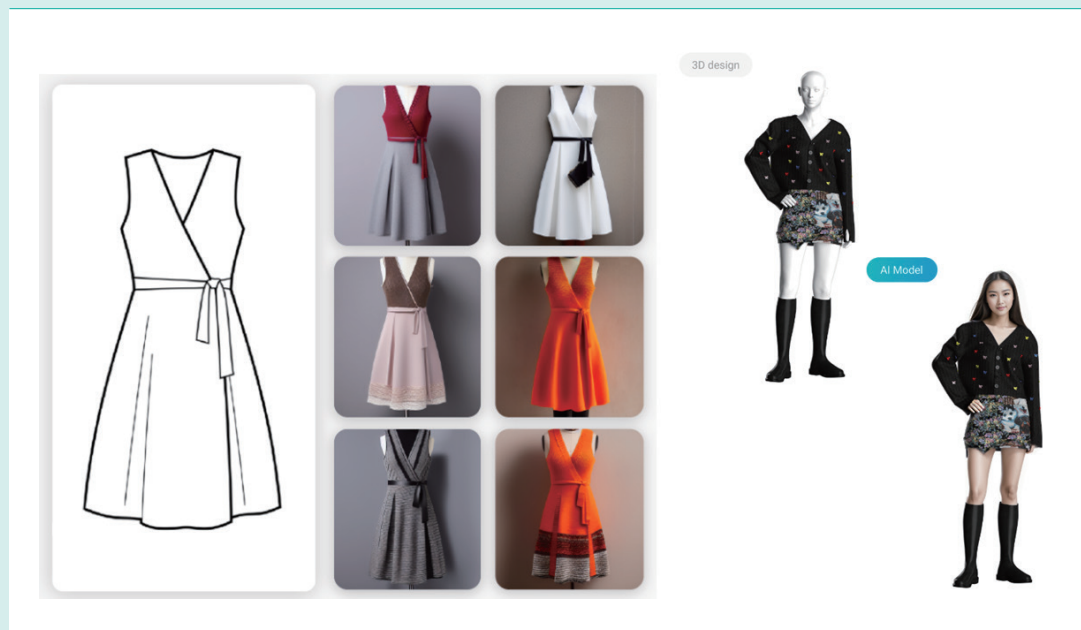
*출처 : 디자인노블 홈페이지 www.designnovel.com

패션에이드



패션 산업을 위한 실용적인 AI 서비스를 개발합니다 세계 1등 디지털(AI) 패션 스튜디오를 지향합니다

소비자의 55%는 피팅 모델이 본인의 모습을 대변한다고 생각하지 않으며, 72%는 이 때문에 구매를 망설인 경험이 있다고 한다. AI 모델은 판매자가 소비자에게 더 다양한 피팅 모델 정보를 제공할 수 있도록 돕는다.



*출처 : 패션에이드 홈페이지 styleai.kr

기업개요

- 대표자** 백하정
- 설립연도** 2020
- 주소** 서울시 서초구 매현로 16
- 홈페이지** styleai.kr
- 업종** IT 솔루션 개발

디지털 전환 적용사례

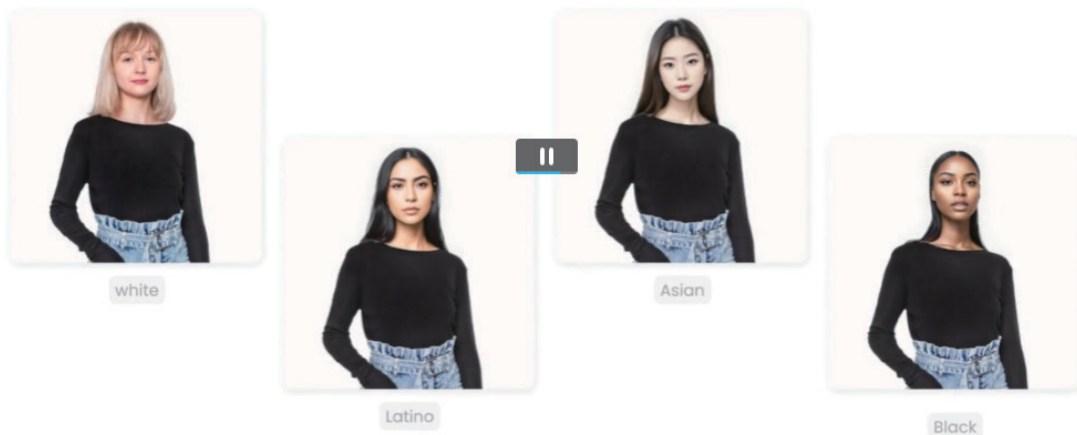
- 종사자수** 4명
- 매출액** 1.5억원
- 키워드** AI
- 적용내용** 패션코디 자동 생성

패션에이드의 서비스

소비자의 55%는 피팅모델이 본인의 모습을 대변한다고 생각하지 않으며, 72%는 이 때문에 구매를 망설인 경험이 있다고 한다. 패션에이드의 AI 패션모델은 판매자가 소비자에게 더 다양한 피팅모델 정보를 제공할 수 있도록 돕는 서비스이다.

AI 모델 Generator

연령, 인종, 분위기별 모델 생성을 통해 촬영 비용을 절약할 수 있다. 모델 비용을 80% 절감할 수 있으며, 온라인 마케팅을 빠르게 진행할 수 있다. 특히 소비자 모습을 반영한 모델 사진 추가로 광고 수익률을 최대 33% 증가시킬 수 있다.



*출처 : 패션에이드 홈페이지 styleai.kr

3D Design to Model

실사모델과 함께 3D 디자인을 판매할 수 있으며 인종, 연령, 얼굴, 헤어를 자유자재로
생성

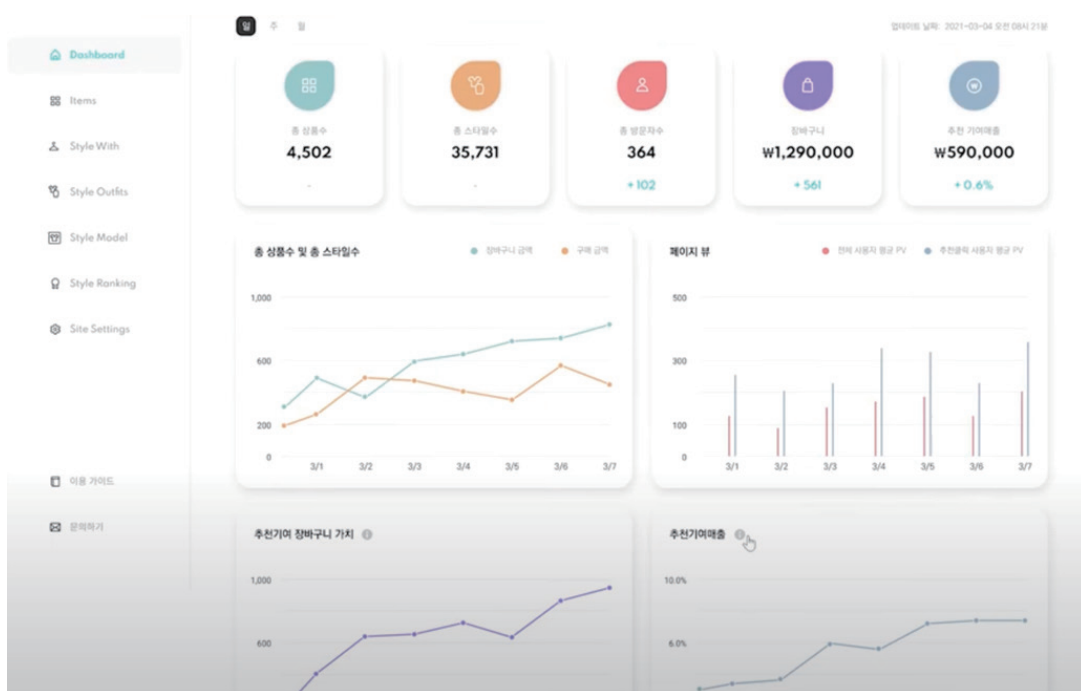


*출처 : 패션에이드 홈페이지 styleai.kr

코디 추천 서비스

패션 코디 세트를 자동으로 생성하는 스타일 AI로, 온라인 쇼핑 시 어울리는 상품의 속성 값을 추출하여 한 장의 이미지로 조합할 수 있다. 웹의 코디 이미지를 크롤링(crawling)하여 코디를 학습하고, 신상품들의 코디를 매주 자동 생성할 수 있다. 매장 관리자는 점수 입력을 통해 인기 코디를 세팅할 수 있고 인기 상품 입고 관리를 모니터링 해 코디를 변경하는 등의 지속적인 업데이트가 가능하다.

스타일 AI 도입 시 구매확률은 1.6배 상승 하였으며, 평균 주문 금액은 약 20% 향상 되었다. 스타일 AI가 제공하는 대시보드에서는 매출액을 측정해 성과를 한눈에 보여 준다.



*출처 : 패션에이드 홈페이지 styleai.kr

당신의 패션 일상이 스마트 패션이 될 수 있도록 데이터와 기술로 스마트 패션을 만들어갑니다

아날로그로 남겨져 있던 패션 데이터를 디지털화하여 잘 입고, 잘 사고, 잘 팔 수 있는 패션의 전반적인 사이클에 대한 스마트한 솔루션을 제시한다.



*출처 : 룩코 홈페이지 ko.acloset.app

기업개요

대표자	고해신
설립연도	2020
주소	서울시 강남구 도곡로 3길 27 동일빌딩 10층
홈페이지	ko.acloset.app
업종	통신판매업

디지털 전환 적용사례

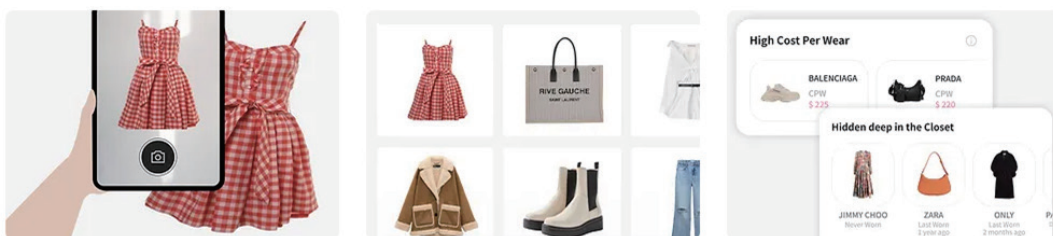
종사자수	30명
매출액	1,000만원
키워드	메타버스, 패션
적용내용	디지털 의복 기반 패션 플랫폼

에이클로젯의 서비스

Smart Wardrobe

구매한 옷의 사진을 Smart Wardrobe 어플에 등록하면 자동으로 옷 이미지를 보정하고 배경을 삭제한 다음, 아이템 분류, 색상, 소재, 패턴을 자동 인식하여 자신의 옷장에 등록해준다.

또한 사용자의 옷 데이터를 자동으로 추적하여 선호 패션을 분석하고 스타일 통계를 제시하며, 날씨에 맞는 초개인화된 맞춤형 코디 아이디어를 제시한다.



1. 옷 등록하기

에이클로젯 앱을 다운받으세요.
내 옷을 사진찍기만 하면 끝! AI가 자동으로 옷을 분석하고 등록해줘요.

2. 나만의 옷장 만들기

내 취향에 맞춰 다양한 옷장을 만들어보세요. 계절별, 스타일별, 여행용 옷장 등 어떤 이름이든 붙여 구분할 수 있어요.

3. 내 스타일 파악하기

패션과 관련된 다양한 통계를 확인해보세요. 어떤 종류, 색, 브랜드를 좋아하는지 한눈에 살펴보세요.

*출처 : 룩코 홈페이지 ko.acloset.app

Secondhand Service

빈티지 샵을 위한 업무 자동화 솔루션인 Look AI는 더 이상 입지 않는 옷들을 앱 내에서 중고로 거래할 수 있게 해준다. 상품 카테고리, 색상, 재질, 브랜드명, 사이즈 등의 정보를 자동으로 분석할 수 있으며 자동 배경 제거 등 상품 사진을 일괄 보정할 수 있는 기능을 제공한다.

EFFECT

기존 빈티지 샵의 업무 방식을 혁신하여 빈티지 의류의 디지털화 비용을 낮출 수 있는 서비스로, 글로벌 누적 사용자 130만을 돌파하였으며 플랫폼에 등록된 옷이 2,000만 건 이상이다. 미국과 유럽의 MZ세대 여성층을 중심으로 이용자가 빠르게 유입되고 있으며 테스트 진행 중인 10여 군데의 샵에서 기존 대비 2~3배 이상으로 업무효율이 증대되었다.

에이클로젯의 미션

패션은 세계에서 가장 심한 환경오염을 일으키는 산업 중 2위로 여겨지고 있다. 많은 사람들이 계절이 바뀔 때마다 입을 옷이 없어 옷을 구매하지만 막상 옷장에 들어있는 50%이상의 옷은 옷장 깊숙이 놓여있는 경우가 많으며 심지어 자신이 무슨 옷을 가지고 있는지 모를 때도 있으므로, 개인의 더 나은 패션 생활과 지구환경을 위해서 에이클로젯은 패션계의 고질적인 문제를 해결하려 한다.

에이클로젯은 기술과 데이터를 통해 스마트 패션을 현실화 할 수 있는 서비스를 만들어서 아날로그로 남겨져 있던 패션 데이터를 디지털화하고 잘 입고, 잘 사고, 잘 팔 수 있는 패션의 전반적인 사이클에 대한 솔루션을 제시하고자 한다.

에이클로젯은 사람들이 자신의 옷장을 완전히 인지하고 또 이해할 때, 스마트 패션이 가능하다고 믿으며, 더 이상 입지 않는 옷은 쉽게 판매하고, 내 옷과 어울리는 중고 의류를 저렴한 가격에 구매할 수 있는 마켓 플레이스를 제시하여, 스마트하고 지속가능한 패션 생활이 일상이 되게 하고자 한다.

에이클로젯의 비전

룩코는 "옷은 많은데 입을 옷이 없다"는 패션 라이프의 고질적인 문제를 해결하고자 IT 기술에 대한 배경을 가진 두 창업자에 의하여 만들어진 스타트업이다. 창업자들은 옷장 속 수 백 개의 옷들 중에서 날씨와 상황에 맞는 좋은 코디를 찾는 것은 너무 어려운 일이라고 생각했기 때문에, 에이클로젯을 통하여 사람들의 옷 데이터를 디지털화하고, AI 기술을 활용할 수 있다면 패션 생활을 혁신할 수 있을 것으로 믿었다. 2022년, 에이클로젯은 내가 어떤 옷을 가지고 있는지를 한 눈에 보고, 매일 날씨와 상황에 맞는 코디를 찾으며, 다른 사람들과 멋진 스타일을 공유할 수 있는 플랫폼으로 자리 잡았으며 나만의 옷장을 넘어 안 입을 옷을 쉽게 팔고 합리적인 가격에 좋은 중고 의류를 구매할 수 있는 스마트 패션 공간으로 진화하고 있다.



사맛디



Dress Smart, Buy Smart

패션산업의 지능화, 디지털 전환을 도와드립니다

사맛디는 패션산업의 지능화와 디지털 전환을 추구한다. 사맛디가 제공하는 AI를 활용한 개인화된 정보는 단순히 매출의 증대를 넘어 고객의 만족도를 극대화시킬 수 있다.



*출처 : 사맛디 홈페이지 www.samatti.com

기업개요

대표자	서철우
설립연도	2019
주소	서울시 강남구 봉은사로61길 15, 3층
홈페이지	www.samatti.com
업종	가구, 디자인, 의류, 액세서리디자인 상품판매/ 공학연구개발/ 통신판매

디지털 전환 적용사례

종사자수	5명
매출액	N/A
키워드	패션 AI
적용내용	AI기반 패션 B2C 서비스

사맛디의 서비스

사맛디 라벨러 (Samatti Labeler)

사맛디 라벨러는 이미지만으로 패션 속성을 자동으로 입력할 수 있다. 이미지 혹은 동영상 내의 상품을 아이템별로 자동 분류하고, 세부 속성을 인식해 단어로 태깅할 수 있으며, 아이템의 특징뿐 아니라 말로 표현하기 어려운 다양한 패션 감성도 분석하여 정량화할 수 있다. 이는 명확한 커뮤니케이션을 가능하게 만들고 기호가 중요한 패션 영역에서 고객에게 최적화된 추천을 제공할 수 있게 한다.

사맛디 나레이터 (Samatti Narrator)

사맛디 나레이터는 MD나 번역가가 없이도 자연스러운 상품 설명을 제작 가능하게 해준다. 상품의 키워드를 추출하여 자동으로 상세한 상품 설명을 생성하며, 트렌드, 쇼핑물 타깃 층, 쇼핑물 감성을 고려하여 적절한 단어로 표현한다. 또한, 완성된 상세 설명은 4개 국어(한국어, 영어, 중국어, 일본어)로 자연스럽게 번역된다.

사맛디 미러 (Samatti Mirror)

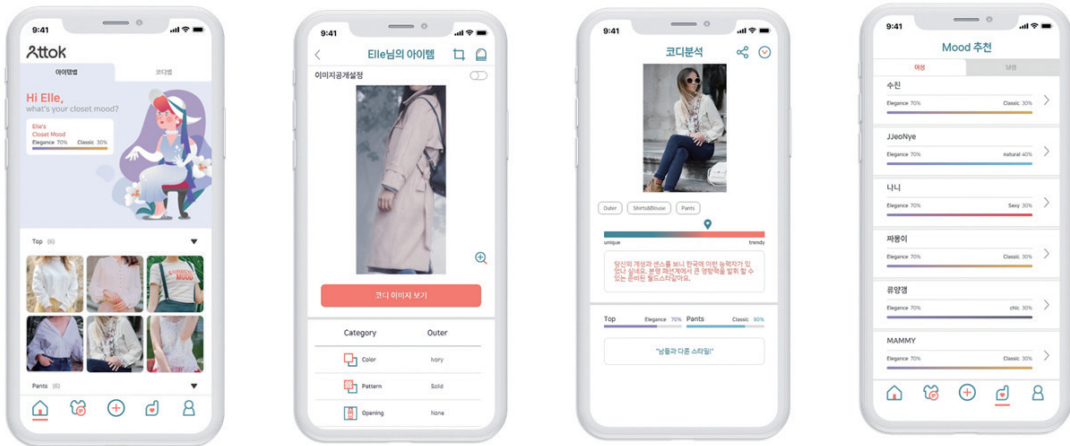
사맛디 미러는 AI를 활용한 스타일 분석 및 패션 추천 기능이 들어간 스마트 미러이다. 거울에 비친 모습을 인식하여 전체적인 스타일과 상·하의 각 패션 아이템을 분석해 텍스트와 음성으로 안내하며, 분석된 스타일을 토대로 고객이 선호할 만한 상품, 또는 입고 있는 아이템에 매칭하기 좋은 의류를 추천하고 해당 브랜드숍으로 안내할 수 있다. 이는 광고용 디지털 사이니지(signage)로도 활용 가능하다.

사맛디 에디터 (Samatti Editor)

사맛디 에디터는 AI를 이용해 패션 아이템의 상세 페이지를 자동으로 제작한다. 이미지의 보정, 배치, 레이아웃 디자인, 상품설명을 AI가 작성하므로 아이템 상세 페이지 제작에 들어가는 시간과 비용을 절감해 준다. 또한 패션 아이템의 이미지를 업로드하면 AI가 자동으로 레이아웃 디자인, 상품설명, 디테일 컷 까지 실시간으로 완성해 준다.

스마트 옷장 어플 '옷톡'

사맛디의 옷톡은 AI가 코디 및 아이템 분석을 통해 옷을 속성별로 분류하고, 개인의 취향과 무드를 시각적으로 보여주어 사용자가 더 쉽고, 편하게 옷장을 정리할 수 있게 해준다. 이를 통해 옷을 잘 입고 싶어 하는 사용자에게 적절한 코디 아이템을 추천해주고, 유사한 무드를 가진 다른 사용자의 옷장을 보여줌으로써 패션에 대한 안목을 높여줄 수 있으며, 타 사용자와의 공감, 공유를 통해 누구나 옷을 쉽고, 재미있고, 편리하게 생각할 수 있도록 만들어 준다.



*출처 : 사맛디 홈페이지 www.samatti.com

사맛디의 비전 - More intelligent, More sustainable

매년 지구촌에서 생산되는 옷의 1/3은 팔리지 못하고 폐기되고 있으며 옷장 속에는 더 이상 입지 않을 옷들이 절반 이상을 차지하고 있다. 사맛디는 패션산업의 지능화를 통해 꼭 필요한 옷들이 만들어지고, 꼭 필요한 사람들에게 전달되는 지속가능한 패션 문화를 만들어 가고자 한다.

사맛디는 패션의 속성을 넘어 감성까지 인식할 수 있는 AI를 기반으로 개인의 기호가 중요한 패션의 영역에서 개인화 및 차별화된 경험을 제공하고 비즈니스 효율성을 극대화함으로써 지속 가능한 소비 행동의 변화를 유도하고자 한다.

Our Strategy



*출처 : 사맛디 홈페이지 www.samatti.com

두어블



Hello. is this Doable? Yes, it is. Just Ask Us.

두어블은 인간과 기술의 조화를 통해 더 재미있고 풍요로운 세상을 추구한다. 제한된 경험 너머의 것을 꿈꾸고, 생각하고, 만들어내는 것이 두어블의 사명이다.

옷 정리

품목별, TPO별, 계절별로
깔끔하게 정리할 수 있어요.

쇼핑 전 매칭

쇼핑 전 비슷한 옷이나 매칭할 옷을
확인해 실수를 줄일 수 있어요.

내일의 코디

내일 입을 옷을 스마트폰으로
편하게 코디해 볼 수 있어요.

친구 옷장 구경

연결한 옷장에서
개별 아이템과 스타일을 볼 수 있어요.

Clothing Swap

더 이상 입지 않는 옷들을
친구들과 바꿔 입을 수 있어요.

패션 정보 공유

다른 유저들과 옷을 나누거나
패션 정보를 공유할 수 있어요.

*출처 : 론리클로젯 홈페이지 lonely-closet.com

기업개요

	대표자	권진욱
	설립연도	2021
	주소	부산 해운대구 센텀중앙로 97, 2801호
	홈페이지	doable.co.kr
	업종	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업

디지털 전환 적용사례

	종사자수	5명
	매출액	N/A
	키워드	AI
	적용내용	스마트 옷장 어플

두어들의 서비스

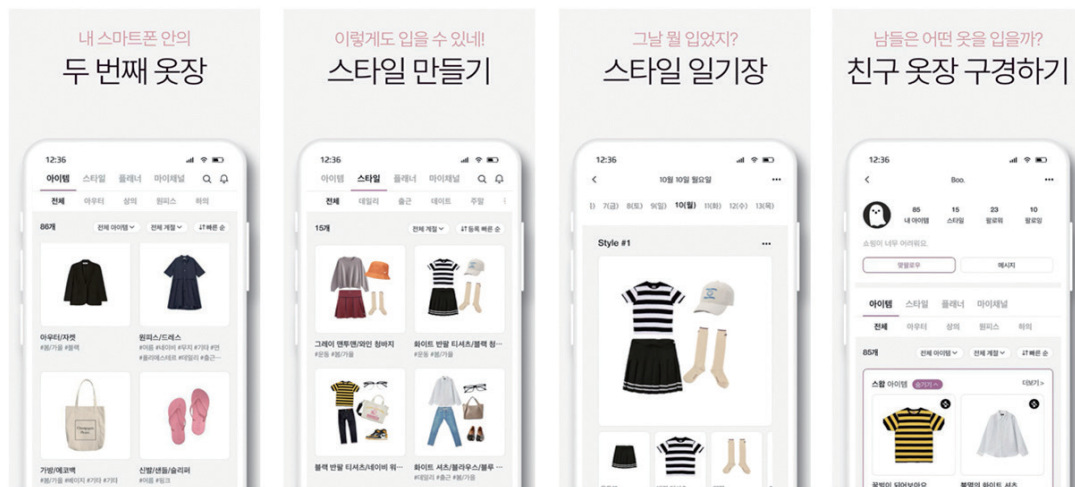
스마트 옷장 어플 '론리클로젯'

아이템 사진을 찍어 론리클로젯 앱에 등록하면 자동으로 배경이 삭제되며, 사용자가 기본 정보를 입력할 수 있다. 시는 등록된 옷장에서 아이템 종류와 색상의 빈도를 분석하고 이를 통해 날씨 및 TPO에 맞는 스타일링을 추천한다. 사용자는 여러 가지 코디를 조합해볼 수 있으며, 새로운 옷 쇼핑 전에 기존의 옷과 매칭 하여 어울리는지 확인하여 쇼핑 실패를 줄일 수 있다. 또한 스타일 일기장 작성을 통해 요일 별 코디 스케줄 관리가 가능하며, 옷장을 연결하면 친구 옷장의 개별 아이템과 스타일을 구경할 수 있다.

클로딩 스왑 (Clothing Swap)

Clothing Swap이란 충분히 더 입을 수 있는 옷이지만 지겨워지거나 체형이 변해서 더 이상 입지 않는 옷을 서로 바꿔 입는 행위를 말한다. 이는 코로나 전 유럽과 미국 등지에서 MZ 세대들을 중심으로 확산되었으며 새 옷을 덜 사고 활용성을 극대화하는 방법으로 지속 가능한 패션을 실천하면서 소규모로 열리는 파티를 통해 친구도 만들 수 있는 새로운 트렌드로 자리 잡았다.

앱 상에서 더 이상 입지 않는 옷을 실제 옷장정리를 할 때처럼 스왑 박스로 분류만 해주면 준비가 끝나며 연결한 옷장을 방문한 유저들이 마음에 드는 아이템을 발견하면 옷장 주인과 대화를 통해서 바꾸거나 나눔, 판매를 할 수 있다.



*출처 : 론리클로젯 홈페이지 lonely-closet.com

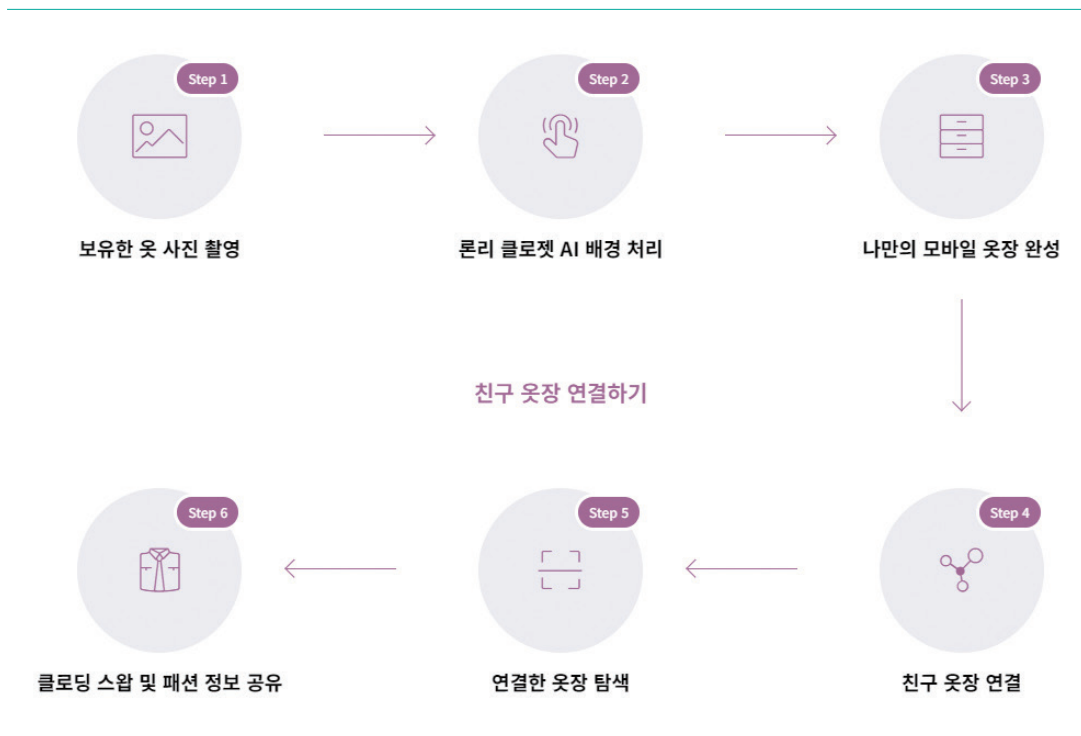
론리클로젯의 비전

론리클로젯은 ‘옷을 잘 입고 싶다면 옷장 정리부터 하라’는 디자이너의 말에서 기획이 시작된 서비스다. 사실 옷을 잘 입는다는 것은 투자 대비 효율성이 핵심이므로 재미 요소를 추가해 옷장을 놀이터 삼아 놀 수 있는 공간을 만드는 것이 론리클로젯의 목표이다.

대부분의 사람들은 보유한 옷 중에서 약 20%만 입고 있으며, 온라인에서 구매한 의류의 반품율은 약 30%이다. 사람들이 가진 옷의 50%는 단 한 번 착용된 후 방치되고 있으며, 성인 여성은 인생의 287일을 어떤 옷을 입을지에 대한 고민으로 소비한다.

론리클로젯의 서비스는 패션을 기반으로 한 새로운 개념의 네트워크 서비스로, 내 옷의 사진으로 가상 옷장을 만들어 정리하고 스마트폰으로 편하게 스타일링을 해볼 수 있게 해준다. AI를 통해 날씨와 계절 그리고 TPO(Time-Place-Occasion)에 맞는 스타일을 추천을 받을 수 있으며, 친구들과 내 스타일을 공유하면서 패션에 대한 아이디어를 나누고 도움을 받을 수도 있다.





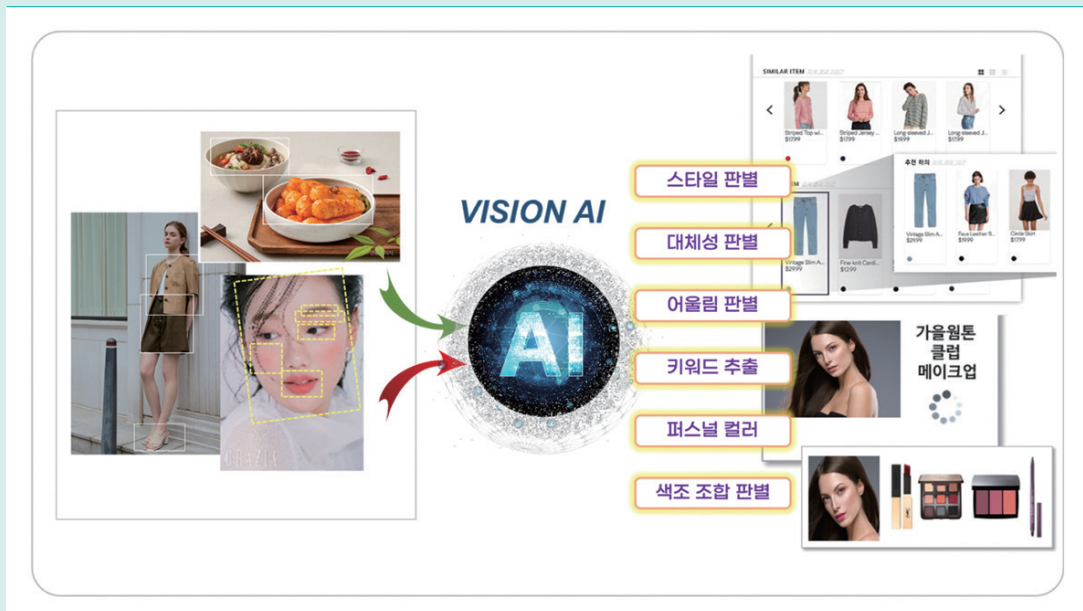
*출처 : 론리클로젯 홈페이지 lonely-closet.com

인텔리시스

IntelliSys
A.I. DRIVEN INNOVATIONS

독보적인 AI 기술력을 바탕으로 이커머스의 디지털 경험 고민을 해결합니다.

인텔리시스는 서울대학교 지능형 데이터 시스템 연구실의 핵심 멤버들이 축적된 연구 역량을 기반으로 설립한 AI 벤처기업으로 e-커머스에 특화된 첨단 기술로 리테일 패러다임의 혁신을 추구한다.



*출처 : 인텔리시스 홈페이지 intellisys.co.kr

기업개요

	대표자	박은영
	설립연도	2017
	주소	서울특별시 관악구 관악로1, 138동 111호, 112호, 113호
	홈페이지	intellisys.co.kr
	업종	소프트웨어 개발, 공급

디지털 전환 적용사례

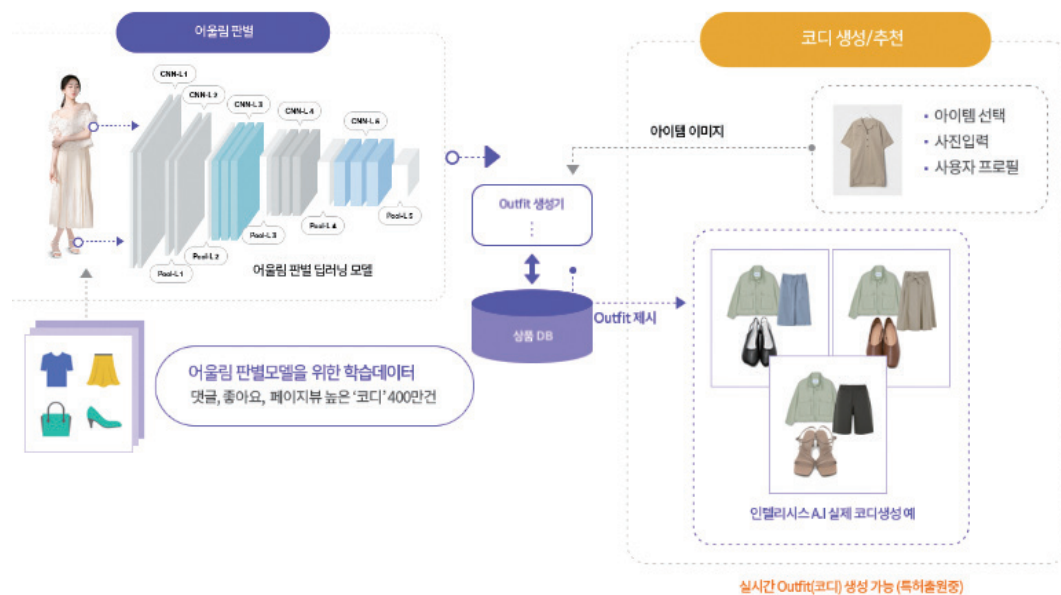
	종사자수	12명
	매출액	6억 4,000만원
	키워드	AI
	적용내용	AI 패션 스페셜리스트

인텔리시스의 서비스

AI 패션 스타일리스트

시각적 스타일 분석 딥러닝 기술로, 1,000만 건의 정제된 스타일 이미지를 벡터로 분석한 후 내 옷장 기반의 추천과 큐레이션을 수행하며 소셜 네트워크에서 400만 건의 코디 데이터를 학습하여 어울리는 코디를 제공한다.

사용자의 좋아요, 구매, 찜과 같은 행동 이력에서 사용자의 스타일 페르소나를 학습해서 이를 기반으로 선호도 데이터를 추출한 후 개인화 패션을 추천하는데, AI 기반 추천 상품과 고객이 원하는 상품의 일치율이 다른 검색 서비스보다 높게 나오는 것이 인텔리시스의 경쟁력이라 할 수 있다.



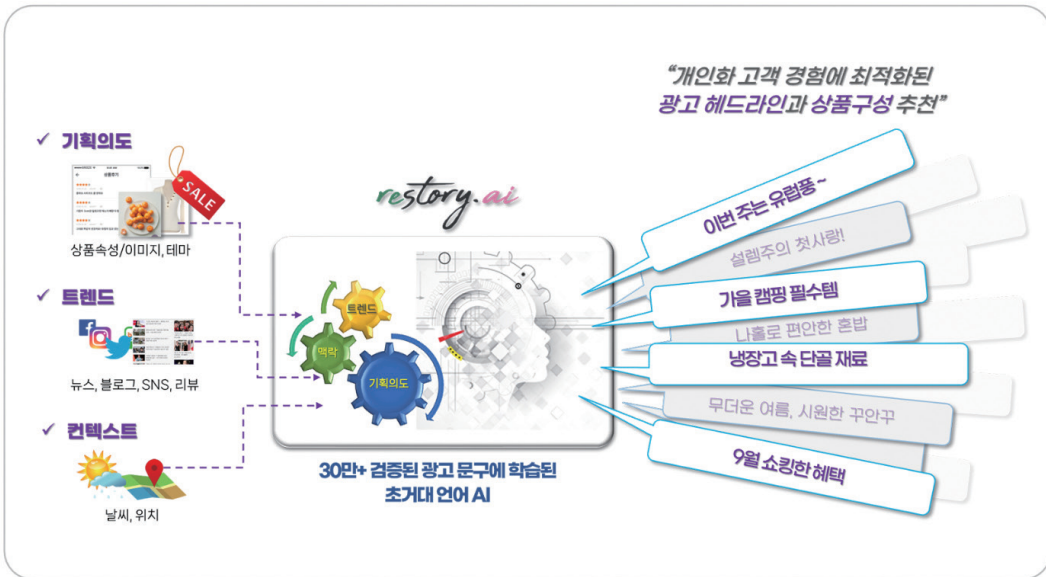
*출처 : 인텔리시스 홈페이지 intellisys.co.kr

Restory.zi - AI 기반 광고문구 창작

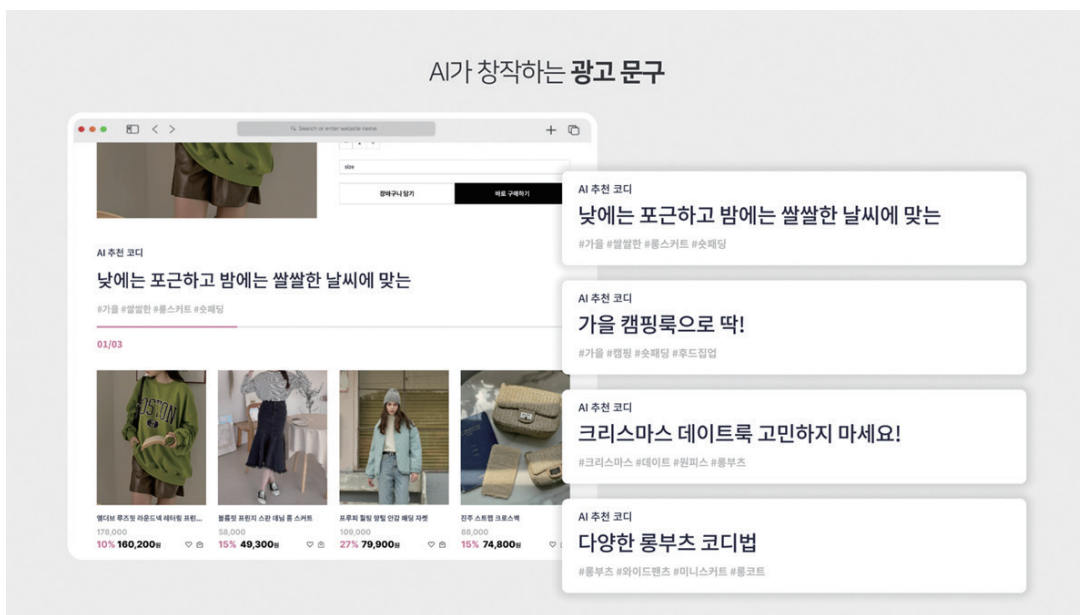
리테일(retail)과 스토리(story)를 결합한 서비스로, 리테일 상품을 스토리를 중심으로 재정의해 광고 문구를 창작해주는 AI이다. 초거대 AI 언어 모델을 기반으로 수만 개의 광고 문구를 추가 학습시켜 단편적 텍스트를 학습하는 것에 그치지 않고 광고 문구의 맥락까지 이해할 수 있게 설계되어있다.

Lookit - 이미지만으로 패션 상품 소개 글을 생성

상품 이미지를 업로드하면 비전 AI가 패션의 스타일 정보를 자동으로 인식하고, 언어 AI가 인식된 스타일 정보를 활용해 상품 소개 글을 작성한다. 이미지를 이해하는 비전 AI와 언어를 이해하고 생성하는 초거대 언어 AI가 하나로 융합된 이미지와 언어의 멀티모달(다중형식) 생성형 AI라 할 수 있다.



*출처 : 인텔리시스 홈페이지 intellisys.co.kr



*출처 : 인텔리시스 홈페이지 intellisys.co.kr

인텔리시스의 비전


인텔리시스는 서울대학교 컴퓨터공학부 지능형 데이터 시스템 연구실의 핵심 멤버들이 축적된 연구 역량을 기반으로 설립한 AI 벤처기업으로 AI, BIG DATA, 차세대 e-커머스에 특화된 첨단 기술로 리테일 패러다임의 혁신을 추구한다. 딥러닝 연구와 이를 활용한 첨단 응용서비스를 개발하고 있으며, 서울대 지능형 데이터 시스템 연구실과의 밀착 연구개발을 통해 최우수 인력과 원천기술을 확보하고 있다.

S.F. Lab



무수한 데이터를 측정 가능한 형태로 전환하여 정확한 분석과 결과를 도출하며 지속가능한 패션을 추구합니다

S.F. Lab은 패션산업과 브랜드의 특성에 맞게 과거-현재-미래의 데이터를 분석하고 본질을 꿰뚫는 통찰력 있는 시선으로 패션브랜드의 미래 준비를 함께 한다.



Auto Tagging

● Inner Top	Bottom
Sub Item	Color
Camisole Top	Ivory
Shape	Print
Skinny	Solid
Body Length	Texture
Cropped	Cotton
Neckline	
None	
Collar	
None	
Shoulder Type	
Off-shoulder	
Sleeve Length	
Sleeveless	

*출처 : SFLAB 홈페이지 sflab.co.kr

기업개요

	대표자	고애란
	설립연도	2020
	주소	서울시 서대문구 연세로50, 백양관 엔 412호
	홈페이지	sflab.co.kr
	업종	IT 서비스

디지털 전환 적용사례

	종사자수	4명
	매출액	N/A
	키워드	AI
	적용내용	패션 트렌드 예측

S.F. Lab의 서비스

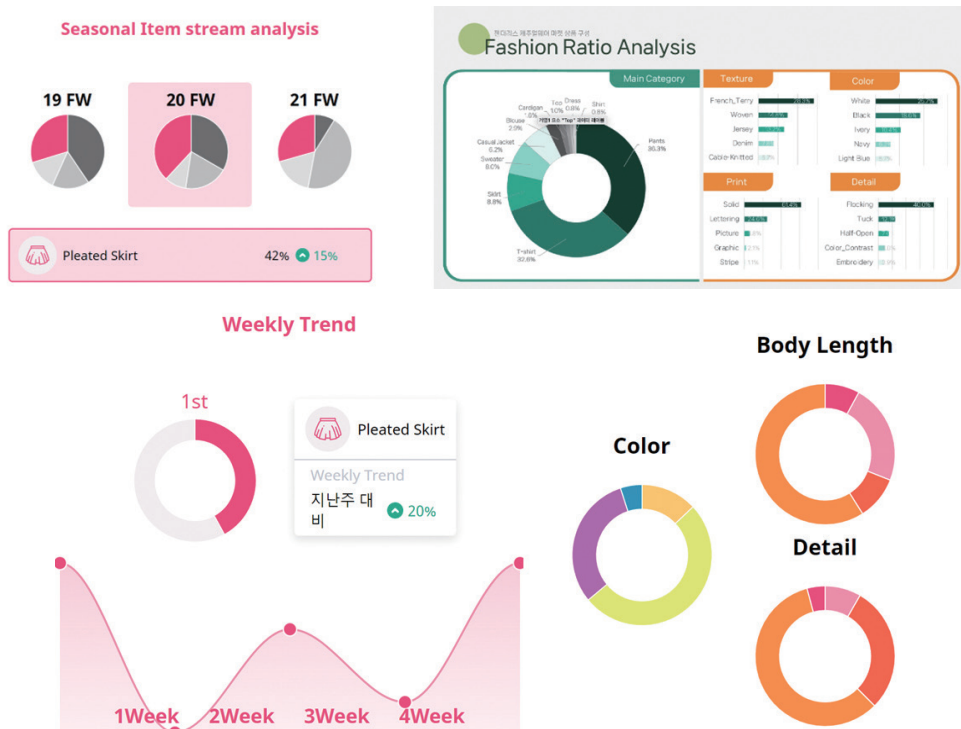
Auto Tagging

시가 이미지를 인식하고 최대 15개 카테고리의 패션 아이템 속성 정보 항목을 자동으로 입력하고 속성 태그를 제공한다.

Trend Reports

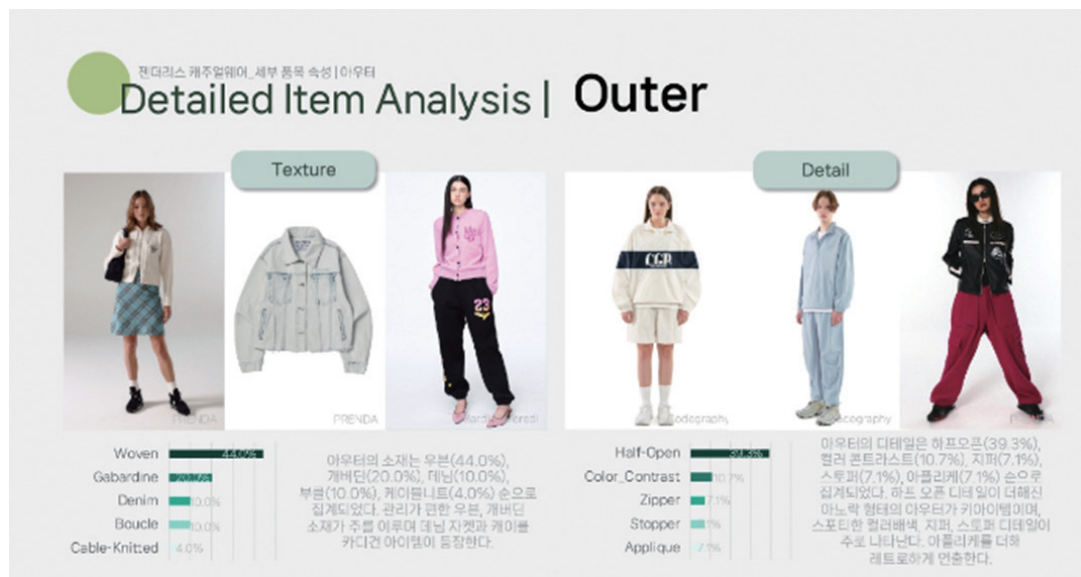
Auto Tagging을 통해 자동 분류된 속성들을 분석하여 차기 시즌 기획을 위한 트렌드 정보뿐 아니라, spot 생산을 위한 Now & Weekly 인사이트를 제공하며, 트렌드 아이템에 대해 최대 15가지 카테고리에 맞춰 특화된 인사이트를 제공한다.

다양한 트렌드 데이터를 수집하고, 다양한 소스를 바탕으로 이미지들의 속성을 자동으로 분석한 후 선 기획과 spot 기획을 위한 다양한 시점의 트렌드 데이터를 확인할 수 있다. 또한 차기 시즌 기획을 위한 아이템 구성비 변화 추이를 비롯한 아이템별 속성들의 수치화된 분석 정보를 제공한다.



*출처 : SFLAB 홈페이지 sflab.co.kr

또한 랭킹 1위 아이템의 상세한 디자인 속성을 분석하여 놓치지 말아야 할 세부 정보를 수치와 이미지로 제공한다.



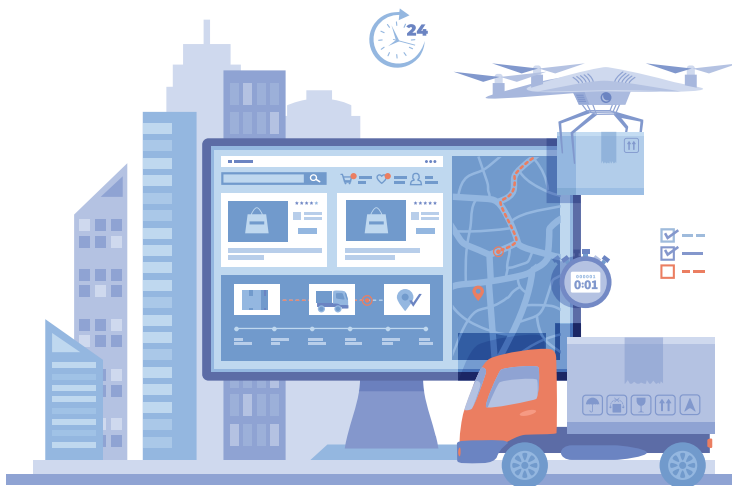
*출처 : SFLAB 홈페이지 sflab.co.kr

S.F. Lab의 미션과 비전

S.F. Lab은 지속가능한 패션의 발전에 공헌함으로써 인간과 자연이 함께 공존하는 세상을 추구한다. 패션산업이 미래의 자원을 현재로 끌어와 소모하지 않고, 소중한 자원을 미래세대와 함께 향유할 수 있도록 하는데 힘을 보태고자 하며, 이를 통해 지구-인간-패션의 공존과 지속가능한 발전을 추구하는 패션브랜드의 의미 있는 동반자가 되고자 한다.

S.F. Lab은 기술의 이로움이 지속가능한 패션의 발전을 견인할 수 있음에 주목하며 어느 누구도 소외되지 않고 기술의 이로움을 향유할 수 있어야 한다고 생각한다. 이를 위해 대담하고 자유로운 혁신을 일상화하고, 끊임없는 도전과 혁신적 실천으로 새로운 패션의 미래를 만들어 갈 것이다.

S.F. Lab은 패션산업과 브랜드의 특성에 맞게 과거-현재-미래의 데이터 모두를 분석하여 섬처럼 떠도는 다양한 속성의 데이터를 묶어내고 그 속에 내재된 본질을 발견하고자 한다. 따라서 특정 시점, 특정 속성만의 데이터 분석이 갖는 한계를 극복하고, fact에 대한 정확한 분석과 본질을 꿰뚫는 통찰력 있는 시선으로 패션브랜드의 미래 준비를 함께 할 것이다.



에프앤에스홀딩스

FASSKER






모두가 꿈꾸던 디지털 패션 시장의 스탠다드, 패스커입니다

FASSKER의 패션 메타버스 물에서는 실제로 옷을 사고파는 것처럼 디지털 패션 아이템을 소비하며 즐길 수 있으며 지속 가능한 디지털 패션 시장의 스탠다드를 만날 수 있다.







*출처 : Faasker 홈페이지 faasker.com

기업개요

-  **대표자** 최현석
-  **설립연도** 2018
-  **주소** 경기 성남시 분당구 판교역로 192번길 14-2, 314호
-  **홈페이지** faasker.com
-  **업종** 컴퓨터 프로그래밍 서비스업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 50명
-  **매출액** 14억
-  **키워드** 가상현실/증강현실/3D 패션
-  **적용내용** 패션 메타버스 물

Fassker의 서비스

패션 메타버스 몰

글로벌 MZ세대를 겨냥한 메타버스 플랫폼으로, 디지털 패션 아이템을 아바타에 가상으로 착용하고 경험하는 방식으로 패션을 소비할 수 있다.

Faasker는 가상현실 안에서 디지털 패션 아이템을 거래하고 투자하며 즐길 수 있는 시스템을 제공하기 위해 VR스토어, AR(Augmented Reality, 증강현실) 룩북 등의 3D 콘텐츠를 개발하였으며 디올뷰티, 몽블랑, 발렌시아가, 에스티로더, 펜디, 한섬, 삼성물산, 신세계인터넷서널, LF 등 국내외 글로벌 브랜드와 협업하고 있다.



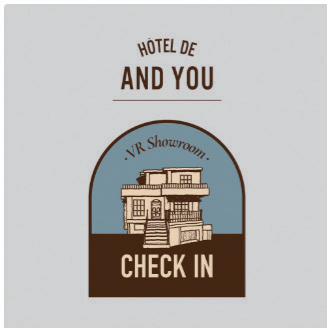
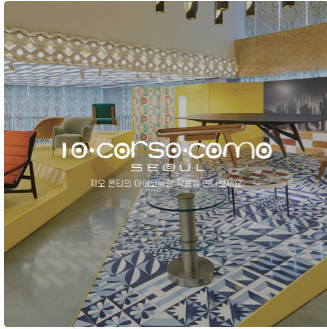
*출처 : Faasker 홈페이지 faasker.com

증강 현실을 이용한 하이퍼 리얼리티

3D 디지털 제품을 인터랙티브하게 즐길 수 있는 AR 기능을 제공하며 그 종류에는 모델의 스타일을 눈앞에서 감상하는 AR 룩북, 브랜드의 무드가 담긴 AR 필터 및 AR 게임 등이 있다.

버추얼 공간에서의 콘텐츠 큐레이션

환상적인 3D 가상공간을 감상하며 즐기는 실감형 인터랙티브 콘텐츠를 제공한다. 버추얼 공간상의 컬렉션 소개와 오кул러스를 활용한 버추얼 게임과, 오프라인 매장의 모습 그대로를 모바일과 PC에서 경험하며 자유롭게 쇼핑할 수 있는 콘텐츠가 있다.



*출처 : Faasker 홈페이지 faasker.com

디지털 패션 아이템 제작

미래 지향적 디자인과 질감을 섬세하게 표현하는 가상 패션 아이템을 만들 수 있으며 글로벌 디지털 패션 제작과 유통 서비스를 제공한다.

크리에이티브 브랜딩

TV CF, 화보, 필름, 숏폼, 미니 게임, 브랜드의 시즌 콘텐츠 등을 컨셉 기획부터 제작까지 창의적으로 수행할 수 있다.

FASSKER의 미션과 비전

“모두가 꿈꾸던 디지털 패션 세상”의 스탠다드가 되는 것이 패스커의 목표이다. 패스커가 전개하는 패션 메타버스 물에서는 디지털 패션 아이템을 아바타에 가상으로 착용하고 경험하는 등 새로운 방식으로 패션을 소비하며 즐길 수 있을 뿐 아니라 실제로 옷을 사고파는 것처럼 가상에서 디지털 패션 아이템을 거래하고 투자하며 즐길 수 있으므로 보다 지속가능한 디지털 패션 시장의 스탠다드를 만날 수 있다.



스튜디오랩

STUDIO LAB

스튜디오랩과 함께 비즈니스의 성장을 만들어 보세요

스튜디오랩은 AI 분야의 전문가들이 모여, 최신 기술을 활용하여 브랜드와 셀러들의 매출 향상을 위해 항상 최선을 다하며 커머스 분야에서 혁신적인 디지털 전환을 이끌어내고 있다.

OUR TECH 01

비전 기반 의류 종류 및
특징 라벨 솔루션

OUR TECH 02

AI 기반 커머스 콘텐츠
생성 솔루션

OUR TECH 03

비전과 분광 기반의
섬유 재질 분류 솔루션

*출처 : 스튜디오랩 홈페이지 | www.studiolab.ai

기업개요

	대표자	강성훈
	설립연도	2021
	주소	서울시 강남구 강남대로62길 31, 2층 201호
	홈페이지	www.studiolab.ai
	업종	응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

	종사자수	16명
	매출액	319만원
	키워드	생성 AI
	적용내용	패션 커머스

스튜디오랩의 서비스

Seller Canvas

패션 사진 한 장만 있으면, 자동으로 상세페이지의 트렌디한 커머스 카피라이트와 디자인을 생성해주는 서비스이다. AI가 만들어준 상세페이지를 원하는 대로 편집할 수 있으며 수정 할 때도 AI가 문장을 추천해준다.



*출처 : 스튜디오랩 홈페이지 www.studiolab.ai

Brand Canvas

생성형 AI의 토탈 브랜드 컨설팅 서비스로, 브랜드에 대한 간단한 설명만 입력하면 브랜드 비전부터 로고, 슬로건 등 모든 '브랜드 아이덴티티와 전략'을 만들어준다.

Photo-Bot

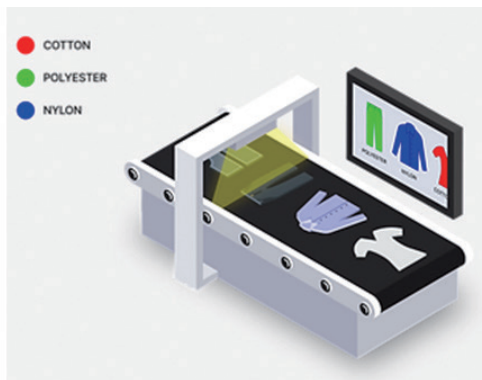
비전 AI가 탑재된 24시간 운영되는 자율주행 촬영 로봇 솔루션으로, 전문 사진작가 수준의 사진을 촬영할 수 있다. 사람의 얼굴과 체형을 인식하는 AI와 착용 중인 의류를 분석하는 '패션 태그' 기술을 적용해 모델과 제품의 특징을 인지한 최적화 촬영이 가능하므로 패션모델 컷, 제품 컷 촬영 등 다양한 분야에 사용이 가능하다.



*출처 : 스튜디오랩 홈페이지 | www.studiolab.ai

DeepScan

비전 AI 기반의 폐의류(면, 폴리에스테르, 나일론 등) 분류 솔루션으로 1초에 1개 이상의 의류 분류가 가능하다. 전 세계의 의류 폐기물을 재활용하여 지속 가능한 환경을 만드는 것을 목표로 하고 있다.



*출처 : 스튜디오랩 홈페이지 www.studiolab.ai

스튜디오랩의 미션과 비전

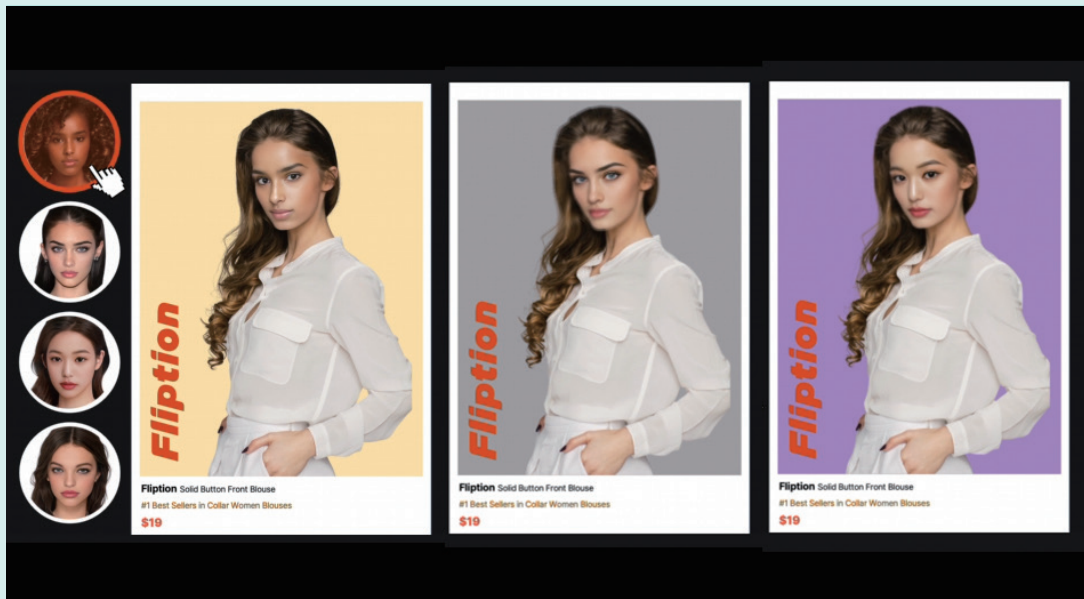
스튜디오랩의 목표는 패션 커머스의 혁신을 통한 브랜드와 셀러와의 동반 성장이다. 이를 위해 기술을 활용하여 고객중심의 가치 있는 서비스를 제공하며, 높은 수준의 윤리와 투명성으로 고객과의 신뢰를 유지하고자 한다.

플립션코리아

Fliption






Find Your Model Upgrade Your Photos

제품과 대상 고객을 알려주면 플립션이 최적의 모델 얼굴을 찾아주므로 더 이상 콘텐츠를 수익화 하는데 필요한 적당한 모델을 찾기 위해 시간을 낭비할 필요가 없다.



*출처 : Fliption 홈페이지 www.fliption.com

기업개요

-  **대표자** 정훈진
-  **설립연도** 2022
-  **주소** 경기 성남시 수정구 대왕판교로 815, 413호
-  **홈페이지** www.fliption.com
-  **업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 8명
-  **매출액** 1억원
-  **키워드** 생성 AI
-  **적용내용** 가상모델 에이전시

플립션의 서비스

플립션의 서비스는 가상 얼굴 합성을 통한 버추얼 휴먼 제작 솔루션으로, 실사 이미지나 동영상에 가상 얼굴을 합성하는 버추얼 페이스 제작 기술을 바탕으로 만든 무한대의 가상 얼굴 풀을 보유하고 있다.



*출처: Fliption 홈페이지 www.fliption.com

일반인 모델을 촬영한 후 가상 얼굴로 1초 만에 변환이 가능하다. 촬영 후 다양한 얼굴로 변환해보며 색다른 분위기를 시도해 볼 수 있고 한 명의 모델로 다양한 인종의 모델을 만들 수도 있다.

Fliption은 글로벌 최초의 '가상 모델 에이전시'로, 버추얼 페이스 제작 기술을 바탕으로 브랜드의 아이덴티티를 가장 잘 살리는 모델을 커스터마이징해 제공한다. 최근엔, 서울패션위크의 가상 인플루언서와, 딜리버리 히어로의 가상 모델을 제작하였다.

플립션의 목표는 기술력을 통해 이미지의 한계로 꿈을 펼치지 못했던 누군가에게는 용기와 기회를, 이미 활동 중인 모델에게는 새로운 이미지로 변신의 기회를, 협업 브랜드에게는 최적의 브랜딩 및 새로운 시도의 발판을 제공하는 것. 즉, 모델 산업의 패러다임을 바꾸는 것이다.



*출처: Fliption 홈페이지 | www.fliption.com

플립션의 미래

현재 버추얼 인플루언서 수는 2021년 기준으로 2만 명이 넘는 것으로 추산되고 있으며, 블룸버그에 따르면 기업들은 점점 더 많은 마케팅 비용을 버추얼 인플루언서 마케팅에 사용하고 있다. 버추얼 휴면을 제작하는 기업의 수가 늘고는 있지만, 여전히 많은 시간과 비용이 소모되기 때문에 소수의 기업만이 서비스를 이용하고 있다.

플립션은 자체 개발한 AI를 써서 쉽고 빠르게 고퀄리티의 버추얼 휴면을 만들 수 있으므로 많은 기업이 버추얼 휴면을 통한 브랜딩을 할 수 있게 될 것이다. 버추얼 휴면은 나이나 시공간의 제약 없이 소통할 수 있다는 점, 사생활 등의 리스크가 없고 저작권이나 초상권에서 자유롭다는 점에서 기업이나 브랜드의 실질적 관심과 수요가 늘고 있다. 플립션은 B2B서비스를 통해 향후 뷰티-패션-유통-게임 분야의 기업들과 적극적인 협업을 모색하고자 한다.

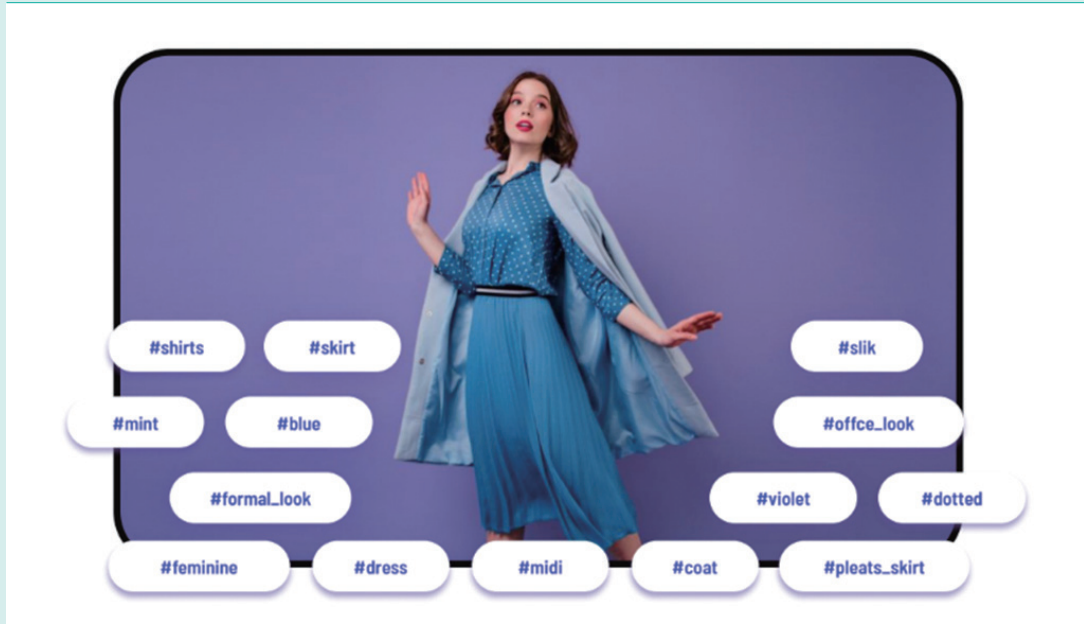


오드컨셉

Oddconcepts

5개국 1,000곳이 넘는 패션 이커머스와 글로벌 기업이 오드컨셉과 함께 하고 있습니다

오드컨셉은 국내 최초로 패션 이커머스에서 활용할 수 있는 컴퓨터 비전 기반의 개인화 상품 추천 서비스를 선보이면서 이커머스 쇼핑 방식의 새로운 패러다임을 제시하였다.



*출처 : 오드컨셉 홈페이지 oddconcepts.kr

기업개요

	대표자	김정태
	설립연도	2012
	주소	서울시 강남구 테헤란로19길 5, 5층
	홈페이지	oddconcepts.kr
	업종	응용소프트웨어 개발 및 공급

디지털 전환 적용사례

	종사자수	29명
	매출액	N/A
	키워드	이커머스, ICT
	적용내용	AI-driven personal recommendations

오드컨셉의 서비스

중소 패션 이커머스의 성장을 이끄는 초개인화 AI - PXL(픽셀)

수많은 상품이 매일 쏟아지는 온라인 환경에서 고객은 원하는 상품을 더 빠르고 정확하게 찾을 수 있기를 바라며 고객의 쇼핑 만족도를 높이는 것이 성장으로 가는 비결이다.

PXL은 사람이 눈으로 보는 것처럼 상품을 분석해 소비자가 원하는 상품을 추천하는 비전 AI 기술 기반의 초개인화 서비스로, 고객이 찾고 있는 스타일의 상품을 곧바로 이해하고, 이를 바탕으로 다양한 공간에서 고객이 필요로 하는 순간에 원하는 스타일의 상품을 추천함으로써 기존에 느끼지 못했던 만족도 높은 쇼핑경험을 제공한다.

고객은 원하는 스타일의 상품을 찾기 위해서 다양한 상품을 살펴보게 되는데, PXL은 '개인'을 실시간으로 분석, 파악하고 고객이 상품을 찾느라 헤매지 않도록 마음에 드는 스타일의 상품을 실시간으로 추천한다.

상품을 구매하면 자연스럽게 같이 입을 코디도 고민하게 되는데, PXL은 함께 입으면 어울리는 코디 상품을 실시간 추천하여 고객의 스타일링 고민을 해결하고, 추가 구매까지 유도한다.

또한 고객은 상품을 살펴보다가 마음에 들지 않으면 곧바로 이탈하는데, PXL은 고객이 이탈하지 않고, 상품을 계속 살펴볼 수 있도록 적절한 순간에 원하는 스타일의 상품을 추천한다.

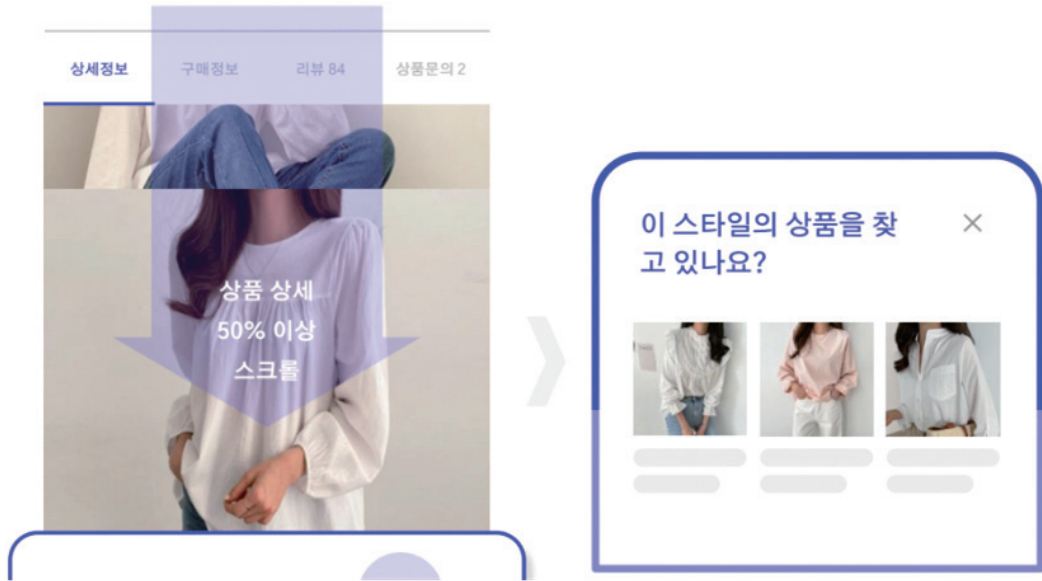
이와 같이 PXL은 고객이 머무는 이커머스의 다양한 공간에서 최적의 방식으로 개인 맞춤형 상품을 추천해 고객 만족도를 극대화한다.

이미지검색으로 스타일 추천 - 카메라 서치

PXL은 고객이 촬영하거나 업로드한 사진을 분석해 해당 고객이 원하는 스타일의 상품을 추천하거나, 그 스타일의 상품과 코디가 어울리는 상품을 추천할 수도 있다

수많은 상품을 손쉽게 관리하고 편리한 검색까지 - 속성 태깅

PXL은 상품 분류 및 등록에 필수인 속성 값을 손쉽게, 자동으로 관리할 수 있다. PXL은 상품 정보 태깅을 바탕으로 방대한 양의 상품 중에서 원하는 상품만 손쉽게 찾을 수 있도록 도와주며 고객이 살펴본 상품의 속성 키워드를 제공해 원하는 스타일의 상품을 계속 탐색할 수 있도록 한다.



*출처 : 오드컨셉 홈페이지 oddconcepts.kr

오드컨셉의 비전과 미션

오드컨셉은 AI라는 말이 생소하던 2012년부터 '컴퓨터 비전'이 이커머스 환경에 가져올 변화를 확신하였으며 국내 최초로 패션 이커머스에서 활용할 수 있는 컴퓨터 비전 기반의 개인화 상품 추천 서비스를 선보이면서 이커머스 쇼핑 방식의 새로운 패러다임을 제시하였다.

오드컨셉은 업계 최고 수준의 AI 기술력으로 치열한 경쟁에서 생존을 위협받고 있는 중소 패션 이커머스의 성장을 이끌어가기 위해 지속적인 AI 연구 개발을 통해 자사의 기술을 고도화하여 19건의 수상경력과 141건의 특허를 가지고 있으며, 자연어처리 분야, 컴퓨터비전 분야 등 AI 기술 분야에서 기존에 없던, 최고 수준의 성능을 선보이고 있다. 그 결과 지금까지 125억원의 누적 투자를 유치하였으며 5개국에 1,000개 이상의 고객사를 통해 월평균 2억 건 이상의 데이터를 획득하고 있다.

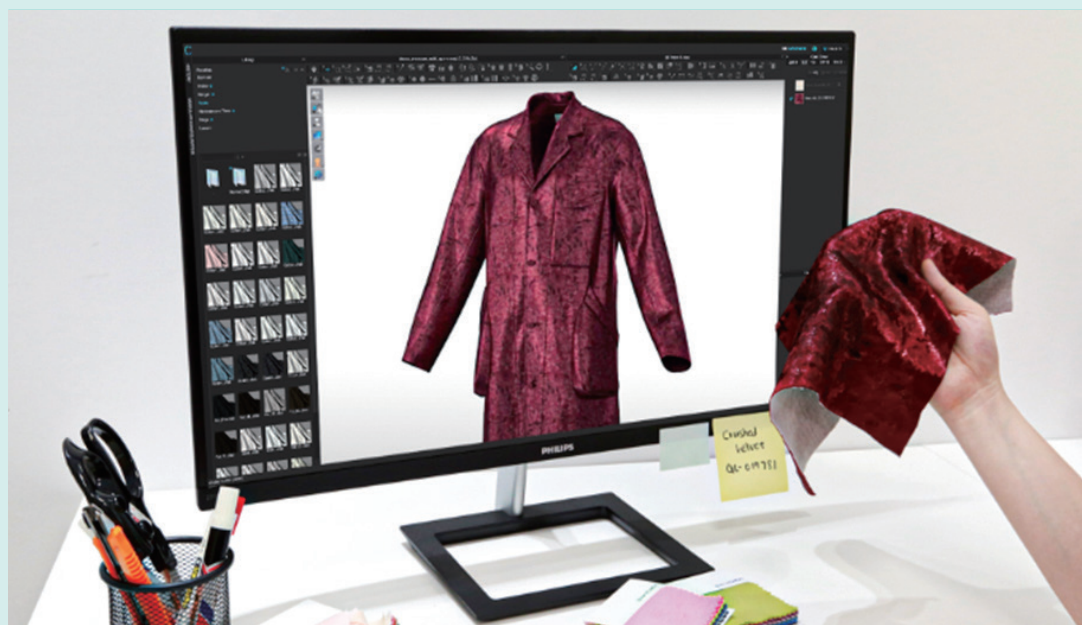


스와치온

SWATCHON






Fabric Sourcing Made Simple & Reliable

스와치온은 패션 디자이너들에게 실제 패션 상품 제작에 필요한 원단 등의 소재와, 디지털 패션 콘텐츠 제작에 필요한 3D 패브릭, 패턴, 3D모델 리소스 라이브러리를 제공한다.







*출처 : 스와치온 홈페이지 swatchon.com

기업개요

-  **대표자** 이우석/정연미
-  **설립연도** 2017
-  **주소** 서울시 성동구 광나루로 286, 5층
-  **홈페이지** swatchon.com
-  **업종** 소프트웨어 개발 및 공급, 무역, 전자상거래

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 65명
-  **매출액** 70억
-  **키워드** 솔루션, SI, CRM, ERP
-  **적용내용** 원단상거래플랫폼, 가상마켓

스와치온의 서비스

원단플랫폼 - 3D Fabric Digital Commerce

스와치온은 패션 디자이너들에게 IRL (In Real Life) 패션 제작에 필요한 원단 등의 소재와, 디지털 패션 콘텐츠 제작에 필요한 3D 패브릭, 가먼트 패턴, 3D모델링 등의 리소스를 제공한다. 또한 IRL 패션브랜드들이 NFT 마켓과 제페토/IMVU 등의 메타버스 플랫폼에서 디자인을 상품화하고 판매할 수 있도록 도와주는 플랫폼 서비스도 제공하고 있다.

52개 국가의 1만 7,000개 패션 브랜드가 스와치온을 이용하고 있다(전체 매출의 70%가 미국, 캐나다, 영국, 프랑스).



*출처 : 스와치온 홈페이지 swatchon.com

가상마켓 - VMOD

구매한 가상 의상을 영상이나 사진 위에 입혀 SNS 콘텐츠로 사진을 공유하고 즐기는 Z세대의 가상 패션 마켓 플레이스이다. 디지털과 피지컬, 패브릭과 크리에이터, 기술과 감성의 컨버전스 리소스를 자원화하고 체인화 한 플랫폼으로, 가상 의상, AR 경험, 구매자 의상 착장 합성 등이 유기적으로 연결되는 신개념 비즈니스 모델을 제안한다. 제페토에서 판매 중인 가상 의류 아이템은 수개월 만에 10만 개가 판매되었으며, 스냅챗, 틱톡, 인스타그램 채널에서 AR 필터를 무료로 제공하여 사이트에서 라이브 룩으로 유입을 유도한다.



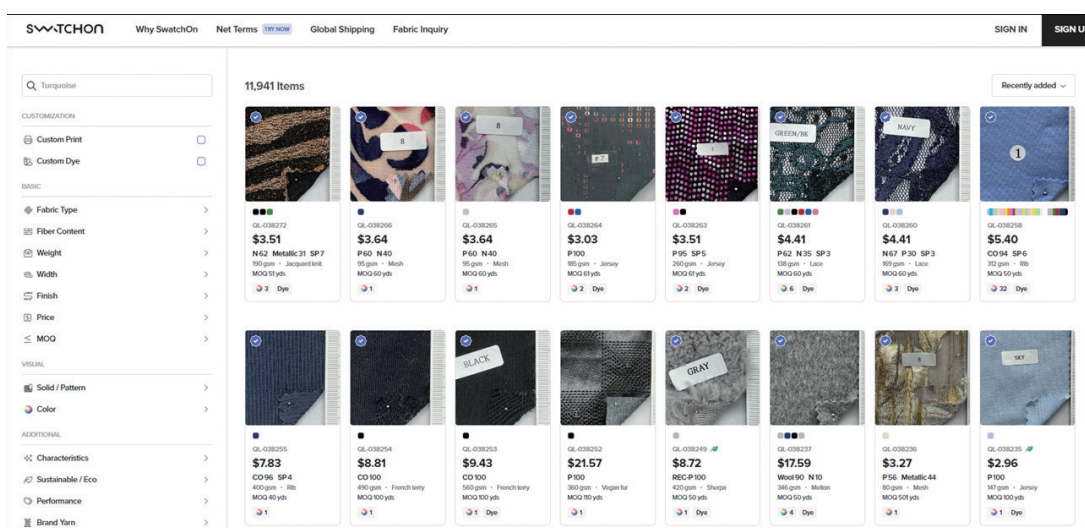
*출처 : 스와치온 홈페이지 swatchon.com



스와치온의 비즈니스 모델

스와치온에서는 직관적인 검색 도구를 사용하여 완벽한 원단을 쉽게 찾을 수 있으며 스와치와 야드(yardage)샘플을 직접 배송 받아 확인할 수 있다.

스와치온은 고객에게 반드시 이행될 소규모 배치(batch)주문과 대량할인을 제공하며, 몇 번의 클릭만으로 주문에서 배송까지의 전 과정을 쉽게 모니터링하고 관리할 수 있다. 또한 고객에게 광범위한 원단 선택, 쉽고 정확한 검색, 맞춤형 큐레이션 서비스를 제공하며 온라인 주문 관리, 투명한 모니터링, 통관절차 지원을 통해 낮은 MOQ (Minimum Order Quantity), 주문이행 보장 등을 실현한다.



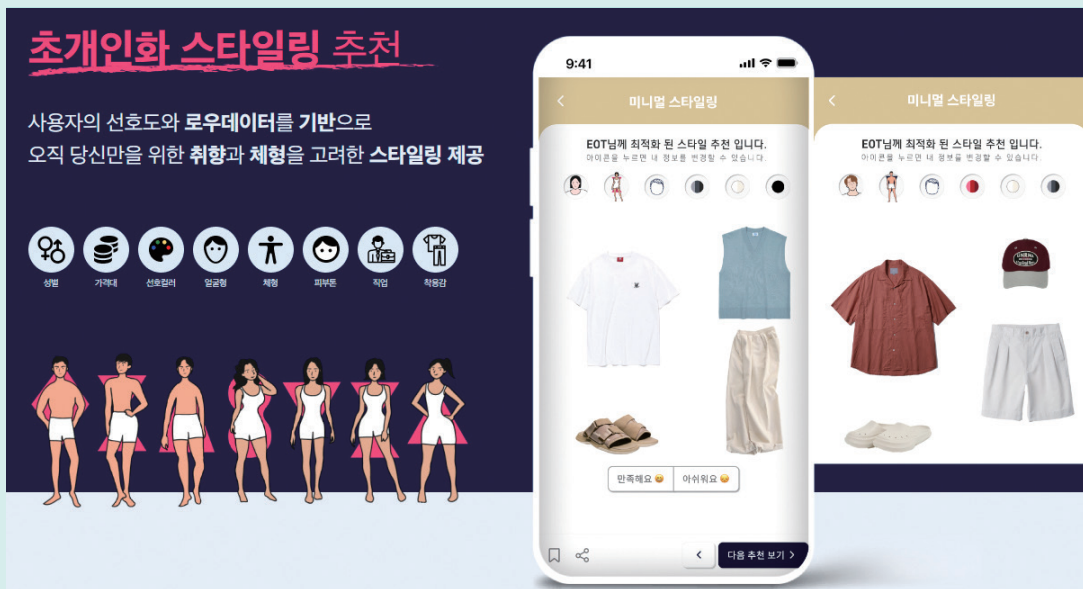
*출처 : 스와치온 홈페이지 swatchon.com

신사유람단

이웃






초개인화 스타일링 추천 오늘 뭐 입지? 이웃으로 해!

“오늘 뭐 입지?” 라는 고민 없이 누구나 최고의 스타일로 하루를 시작할 수 있도록 전문가와 비전문가들이 함께 스타일에 대해 이야기하고 정보를 교환할 수 있다.







*출처 : 이웃 홈페이지 www.e-ot.io

기업개요

-  **대표자** 강성열
-  **설립연도** 2019
-  **주소** 서울시 강남구 봉은사로 435, 506호
-  **홈페이지** <https://www.e-ot.io/>
-  **업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 11명
-  **매출액** 4,458만원
-  **키워드** AI
-  **적용내용** 초 개인화 스타일 추천

신사유람단의 서비스 - 초개인화 스타일링 플랫폼 “이웃”

‘이웃’은 AI를 통해 데일리 스타일링 및 콘텐츠를 추천하는 플랫폼 앱으로, 사용자의 취향과 체형을 고려하여 TPO에 맞는 스타일을 추천해준다. 피부톤, 체형, 나이, 선호 컬러, 직군 등을 기반으로 학습된 알고리즘이 약 560만 개 이상의 추천 값에서 사용자의 취향과 체형을 고려한 스타일링을 추천한다. 2023년 현재 33만 명의 가입자가 ‘이웃’을 사용 중이며, 상·하의, 신발, 가방 등 스타일 셋 기준 500만 셋 이상의 추천 데이터 셋을 보유하고 있다.



나한테 딱치기 당해볼사람...



미니멀



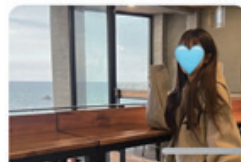
에이치앤엠-Wide,-viscos...
₩27,000



[스타일가이드 최겨울]패션...



[오늘 "이웃" 어때?] 올라올...



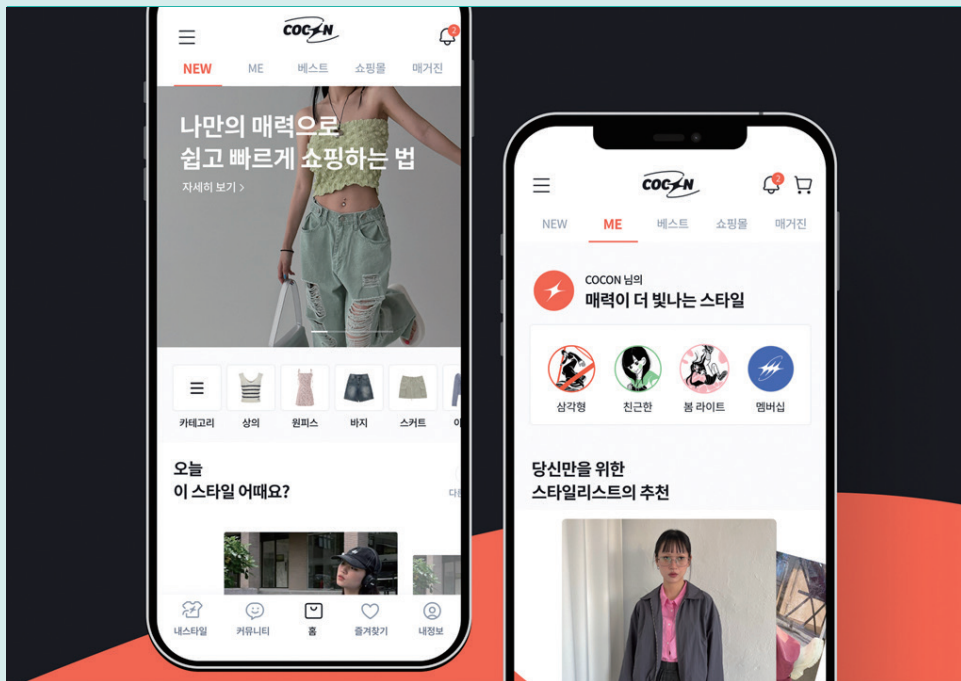
*출처 : 이웃 홈페이지 www.e-ot.io

블랙탠저린



COCON에서 나만의 스타일을 찾고 경쾌한 시작, 강렬한 자극을 경험해 보세요

블랙탠저린은 모든 사람이 자신의 색으로 세상을 물들일 수 있다 믿으며, 사람들이 개성을 쉽고 재밌게 발견하고 옷으로 표현할 수 있게 돕는 AI 패션 스타일 헬퍼 COCON을 만들었다.



*출처 : 코콘 홈페이지 cocon.style

기업개요

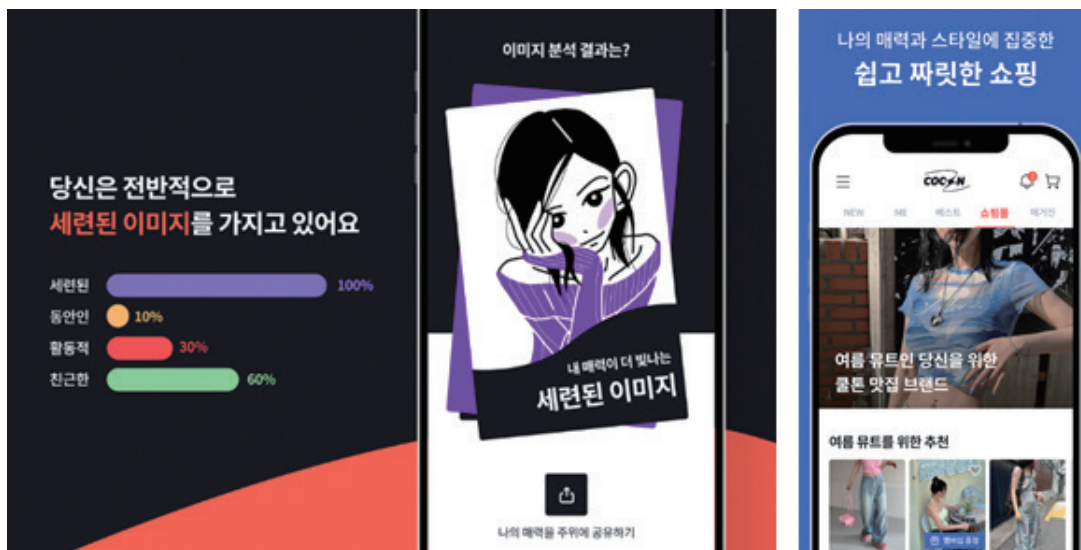
- 대표자** 김상이
- 설립연도** 2021
- 주소** 서울시 강남구 테헤란로 217 오렌지 플레닛 6층
- 홈페이지** <https://cocon.style/>
- 업종** 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 6명
- 매출액** 4,041만원
- 키워드** MZ세대, AI 추천
- 적용내용** 사용자 신체 데이터 기반 패션 추천

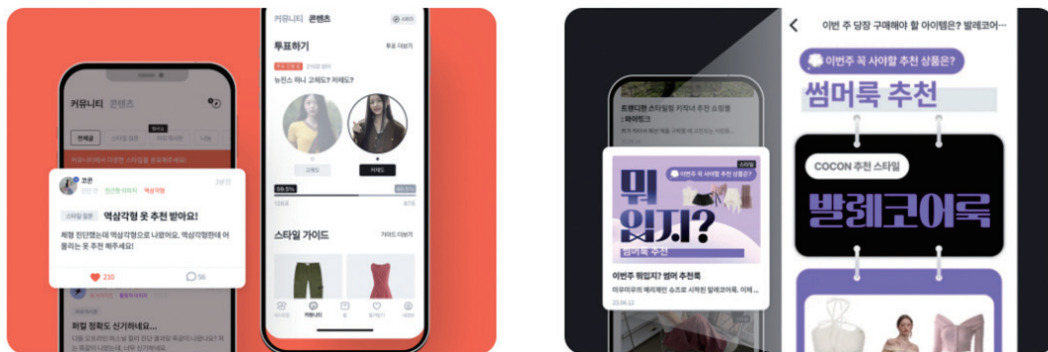
블랙엔저린의 서비스 - 초개인화 스타일 추천 앱 “코콘(COCON)”

지속적인 신체 데이터 트래킹으로 초 개인화된 스타일 추천을 구현한다. 32억 가지 체형 데이터를 이용한 정확한 체형분석을 통해 얼굴형, 눈, 코, 입 각각의 이미지를 섬세하게 분석하고, 기존 사계절 유형 분류보다 800배 자세한 3,200가지의 유형의 퍼스널 컬러 진단을 수행한다.



*출처 : 코콘 홈페이지 cocon.style

코콘이 지원하는 커뮤니티를 통해 나와 비슷한 체형, 피부색, 이미지를 가진 사람들과 스타일 고민 나누기가 가능하며 정기적으로 올라오는 전문적인 에디터의 추천 콘텐츠도 확인할 수 있다.



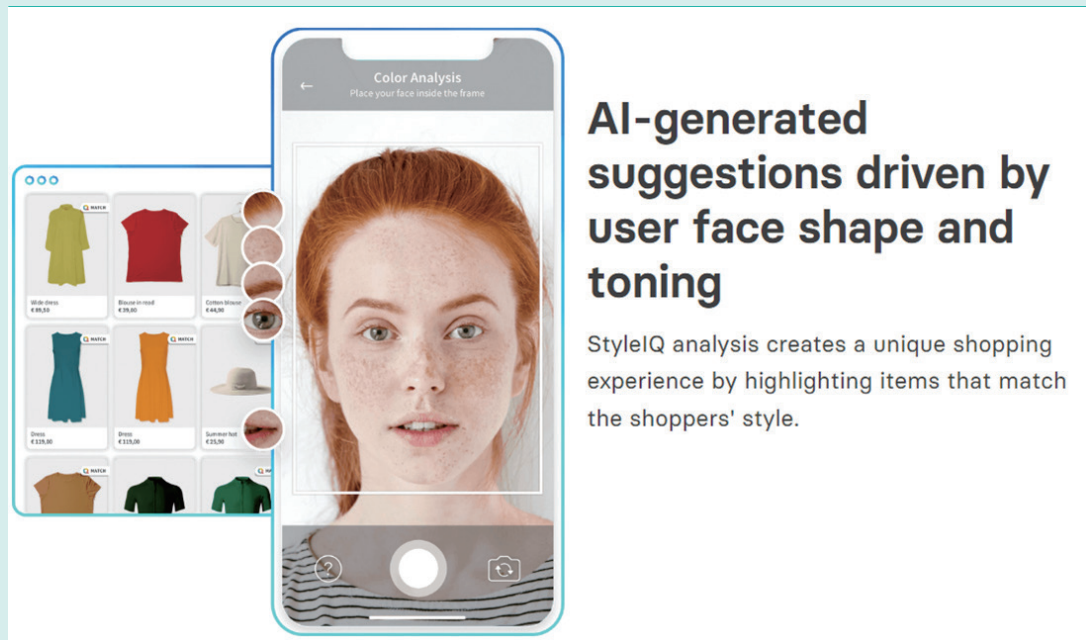
*출처 : 코콘 홈페이지 cocon.style

Styleriser (미국)

S STYLERISER

Consumer-Centric Innovation Gain More Insights in the Digital Fashion Industry

스타일라이저는 개인의 독특함을 존중하고 개인 스타일을 장려하며, 온라인 의류 쇼핑에 조언과 의사 결정 자신감을 높이기 위한 도구를 개발하고 있다.



*출처 : Styleriser 홈페이지 styleriser.com

기업개요

- 대표자** Glen Brown
- 설립연도** 2017
- 주소** Bakersfield, California, USA
- 홈페이지** styleriser.com
- 업종** Sales tools for apparel e-commerce

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 4명
- 매출액** N/A
- 키워드** AI
- 적용내용** 초개인화 디지털 쇼핑 도우미

Styleriser의 서비스

초개인화 서비스

전자상거래의 일반적인 UX 문제는 낮은 전환율(선택의 부담에 압도되어 원하는 것을 찾지 못하는 현상에 기인) 과 장바구니 포기(여러 가지 이유로 구매를 완료하지 않는 것으로 전체의 75% 정도가 버려짐)이다.

셀카를 기반으로 한 색상 제안은 단순한 추천이 아니라 자동화된 색상 컨설팅을 통해 가장 잘 어울리는 색상을 찾는 것으로, 이를 통해 사용자가 확신을 갖고 자신의 결정을 계속할 수 있으며, 그 결과 전환율이 향상되고 장바구니 포기가 줄어든다.

현재까지 쇼핑 도우미의 문제점은 사용자가 원하는 것을 예측하고 가정하는 과정에서 사용자의 상황에 대한 관련성을 잃는 것인데(며칠 전에 이미 구매한 제품에 대한 광고를 보여주는 경우 등), Styleriser는 사용자가 업로드하는 셀카에서 과학적인 접근 방식과 다년간의 컬러 컨설팅 경험을 바탕으로 특정 샘플 픽셀을 채취하고 분석하여, 완전히 새로운 추천 및 조언을 제공한다.

개인화는 온라인 쇼핑에서 수십 년 동안 지속된 용어이지만 모든 사람에게 단일하고 광범위한 경험을 제공하는 것으로는 충분하지 않으며, 필요한 것은 바로 이미지 기반의 스타일 및 색상 조언이다.

Styleriser는 사용자의 얼굴 셀카를 바탕으로 가장 잘 어울리는 색상을 결정하고 이를 바탕으로 스타일 및 색상 조합을 제안하므로 전환율을 높이고 반품률을 줄일 수 있다. 또한 사용자의 과거 구매에만 기반하지 않고 색상 선호도를 사용하여 새로운 타겟팅을 할 수 있으므로 패션 전자상거래 개인화의 새로운 세계를 열 수 있을 것으로 기대된다.

StyleIQ

StyleIQ는 고객과 관련성이 높은 제품을 실시간으로 표시하기 위해 고객의 얼굴 피부색을 캡처하는 의류 전자상거래용 기술이다. 이는 온라인 쇼핑에 완전히 새로운 경험 차원을 더할 뿐만 아니라 고객이 해당 매장을 몇 번이고 다시 방문하게 만드는 추가적인 이점을 제공함으로써 고객 만족도를 높이고 반품률을 낮추는데 기여할 것이다.

얼굴 분석을 통한 안경 추천

오프라인 안경업체는 시력 검사를 진행하는 동안 고객 상담을 선호도와 안경의 주요 용도 등을 자연스럽게 알아낼 수 있으므로 고객이 좋아할 만한 안경테를 제안할 수 있으나 온라인 업체에서 사용자는 바로 안경테를 선택해야하기 때문에 적절한 제안을 할 타이밍을 찾기가 어렵다.

안경 추천에 StyleIQ를 이용하면 셀카 업로드 몇 초 후, 사용자의 얼굴 형태와 특징을 요약한 몇 문장과 함께 적합한 안경 몇 가지를 제시할 수 있는데, 제시되는 제품은 사용자의 연령 범위, 성별, 스타일 유형 및 피부톤을 반영하므로 사용자는 추가적인 필터를 사용하여 자신의 선호도나 선택 사항을 반영할 수 있다.




*출처 : Styleriser 홈페이지 styleriser.com

Styleriser의 비전

Styleriser는 모든 사람이 독특하다는 믿음을 바탕으로, 팀은 개인이 개성을 발견하고 표현하도록 적극적으로 지원하고 있다. 쇼핑이 점차 디지털로 이루어짐에 따라 개인화가 중요하고 있는데 이미지 컨설팅에서 출발한 스타일라이저 팀은 지난 행동을 기반으로 한 시가 아직도 풍부한 오프라인 쇼핑 경험을 따라잡지 못한다는 것을 깨달았으며, 이 격차를 극복하기 위해 온라인 의류 쇼핑 과정에 조언이나 의사 결정 자신감을 높이는 요소를 통합한 도구를 개발하였다.




ApparelMagic (미국)

 apparelmagic

The Best Value Apparel Software in the Fashion Industry

ApparelMagic은 패션 브랜드를 위한 ERP, PLM 및 CRM을 제공하여 디자인, 소재, 사양, 비용 및 공급 업체를 관리함으로써 정확성과 수익을 극대화 한다.



Grow like a pro

ApparelMagic powers ERP, PLM, and CRM for some of the biggest brands in fashion. Because it's affordable and easy to use, it's the perfect apparel management software for growth!

[See our tools](#)

285%
Average Revenue Growth

11.5M
Managed SKUs

39
Years in the Industry

*출처 : ApparelMagic 홈페이지 www.apparelmagic.com

기업개요

-  **대표자** Brandin Ginsberg
-  **설립연도** 1984
-  **주소** 3222 Commerce Place Suite DUS FL West Palm Beach 33407, USA
-  **홈페이지** <http://www.apparelmagic.com>
-  **업종** Business solutions for apparel companies


디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 11명
-  **매출액** 91만 USD
-  **키워드** Omni-channel integration
-  **적용내용** Apparel Software

ApparelMagic의 서비스

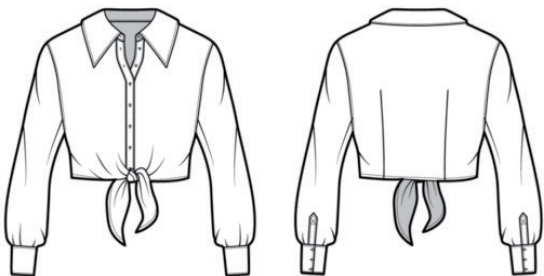
Apparel PLM (Product Lifecycle Management)

패션 아이템 기획부터 최종 검수까지 전 과정을 통합 관리하는 솔루션이다. 제품 스펙, BOM(Bill of Material), 도식화가 포함된 체크팩을 통합 관리하며 Adobe illustrator와 연동되는 이미지 관리기능을 제공한다. 스케치에 스펙을 표기할 수 있으며 원단 및 부자재 정보도 가능하고, 운송비, 인건비, 관세 수수료 등의 통합 모니터링 관리 시스템을 제공한다.



Tiefront Boyfriend Shirt - Style #SH2317
 SS, Shirts, Spring 2023, Women's Apparel

Summary



Style	SH2317
Description	Tiefront Boyfriend Shirt
Division	
Category	Shirts
Season	Spring 2023
Collection	Women's Apparel
Size Range	XXS XS S M L XL XXL
Sample Size	M
Content	100% Cotton
Vendor	Apparel Distributors
Origin	India
Lead Time	30 days

*출처 : ApparelMagic 홈페이지 | www.apparelmagic.com

Realtime Multi- Channel Inventory

재입고 필요 일자 관리를 통해 매출을 상승시킬 수 있다. 과거의 판매기록을 기반으로 미래를 예측하며 매출액과 판매량을 실시간으로 예측 분석할 수 있게 해준다.

Apparel PLM (Product Lifecycle Management)

B2C 및 B2B 판매 채널과의 연결을 제공한다. 여러 고객 유형을 위한 가격 제안, 할인, 판매 수수료 및 로열티 관리를 지원하며 배송 일정, 신용 승인, 백오더 상태 및 구매 이력을 즉시 추적하여 고객 충성도를 높일 수 있다.

Apparel Manufacturing

공급망 최적화를 위한 공급 업체와 마감일 관리솔루션으로, 판매 수요와 소재 정보를 인식하고, 공급 업체 계약 발행 자동화를 통해 투명성을 제고할 수 있다. 또한 벤더와 커뮤니케이션을 수월하게 해 생산량 컨트롤, 스케줄 관리 등의 작업을 명확하게 할 수 있다.

Home

Customers

Products

Sales

Vendors

Production

Accounting

Reports

Settings

Organizations

Locations

People

Salespeople

Customers

View All

Account #

Customer

City

State

Postal Code

Phone

Email

Priority

Customer

Category

Division

1000

We Buy Jeans!

Gainesville

FL

32609

555-555-5555

webuy@jeans.com

Medium

1001

Best Store Ever

New York

NY

29484

475-375-8538

brandon@beststoreever.com

Medium

1002

Apparel Machine

Dallas

TX

80092

800-339-2994

info@apparelmachine.com

Medium

1003

Tropical Design

Los Angeles

CA

90244

(323) 677-9352

j.sanchez@tropicaldesign.com

Medium

1004

Navi Boutique

Columbus

OH

43215

(614) 306-0465

MarcusARedding@naviboutique...

Medium

1005

One for One

Austin

TX

78744

(512) 470-7449

angelabillington@oneforone.com

Medium

1006

Customer - Stitch in Time

2 Open Orders

39097

(205) 949-4783

gordonville@stitchintime.com

Medium

1007

Billing

2756 Tanglewood Road

Louisville, KY 40207

USA

(205) 949-4783

84116

(801) 440-4665

a_castro@rjdesign.com

Medium

1008

93401

(405) 739-7204

kennithmarshall@dressforless...

Medium

1009

33417

(561) 535-0535

jennifermation@sempertly.com

Medium

1010

21601

(419) 822-3017

robertam@underthesun.com

Medium

Order

Date

Due

Units

Amount

1048

09/24/18

11/30/18

190

\$8,707.50

1071

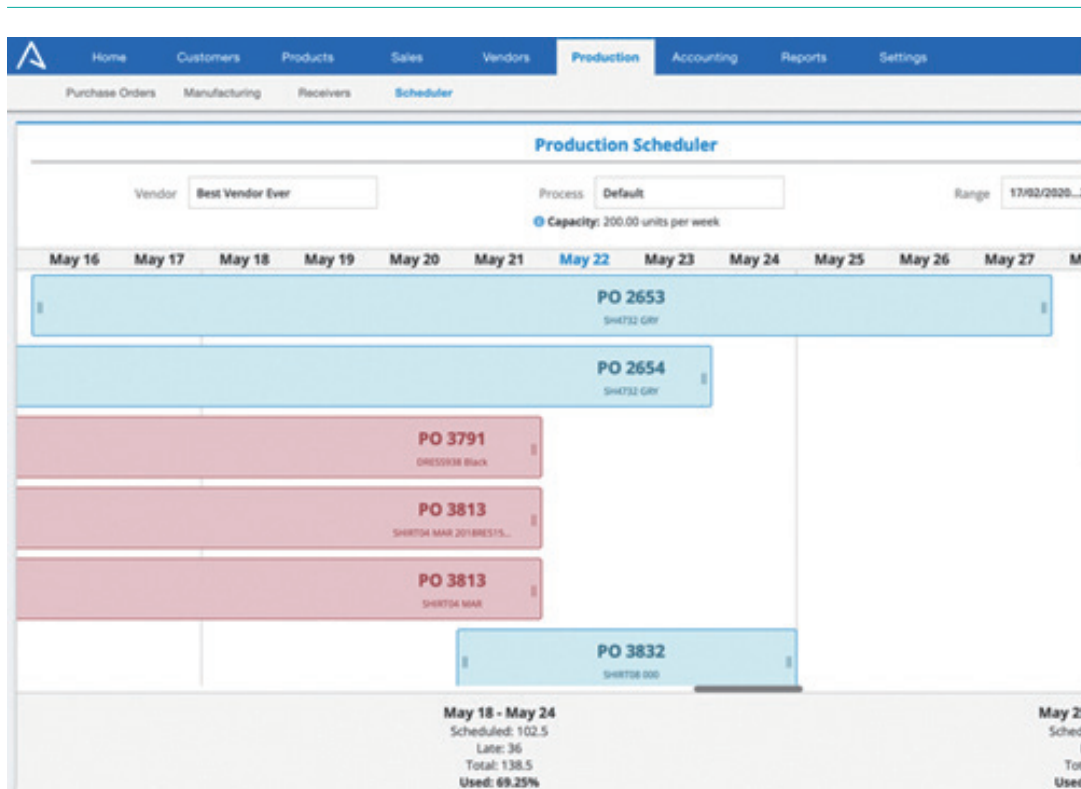
11/01/18

12/25/18

370

\$15,044.62

*출처 : ApparelMagic 홈페이지 www.apparelmagic.com



*출처 : ApparelMagic 홈페이지 www.apparelmagic.com

ApparelMagic의 미션

ApparelMagic은 1984년부터 전 세계의 의류 기업에 강력한 비즈니스 솔루션을 제공해온 의류 소프트웨어 분야의 최고의 선택이다. ApparelMagic의 패션 ERP (Enterprise Resource Planning) 스위트는 기업의 성장을 촉진하고 수익을 극대화하며 이익을 보호하는 데 도움을 줄 수 있다.

3D LOOK (미국)



A Cutting Edge Human Body Measuring Solution Powered by AI

3D LOOK은 세계적인 AI, 컴퓨터 비전, 3D 및 의류 전문가들이 7년 동안 개발한 기술을 보유하고 있으며, 고객들은 몇 초 만에 적절한 사이즈와 핏을 찾을 수 있어 반품으로 인한 높은 환경적 비용을 줄일 수 있다.



*출처 : 3D Look 홈페이지 3dlook.ai

기업개요

- 대표자** Vadim Rogovskiy
- 설립연도** 2016
- 주소** San Mateo, California, USA
- 홈페이지** <https://3dlook.ai/>
- 업종** Mobile body scanning solution

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 59명
- 매출액** 730만 USD
- 키워드** AI
- 적용내용** Body measurement, Virtual try-on

3D LOOK의 기술

머신비전과 딥러닝

사진을 분석하여 인체 형상 데이터를 획득하기 위해 머신비전과 딥러닝을 사용한다. 머신비전 알고리즘은 스마트폰으로 촬영된 사진에서도 옷을 입은 인체를 감지하며 딥러닝을 통해 인체 데이터를 생성하고 랜드마크를 결정한다.

통계 모델링

독자적인 통계 모델링 알고리즘으로 다양한 인체 모델을 생성한다.류 전자상거래용 기술이다. 이는 온라인 쇼핑에 완전히 새로운 경험 차원을 더할 뿐만 아니라 고객이 해당 매장을 몇 번이고 다시 방문하게 만드는 추가적인 이점을 제공함으로써 고객 만족도를 높이고 반품률을 낮추는데 기여할 것이다.

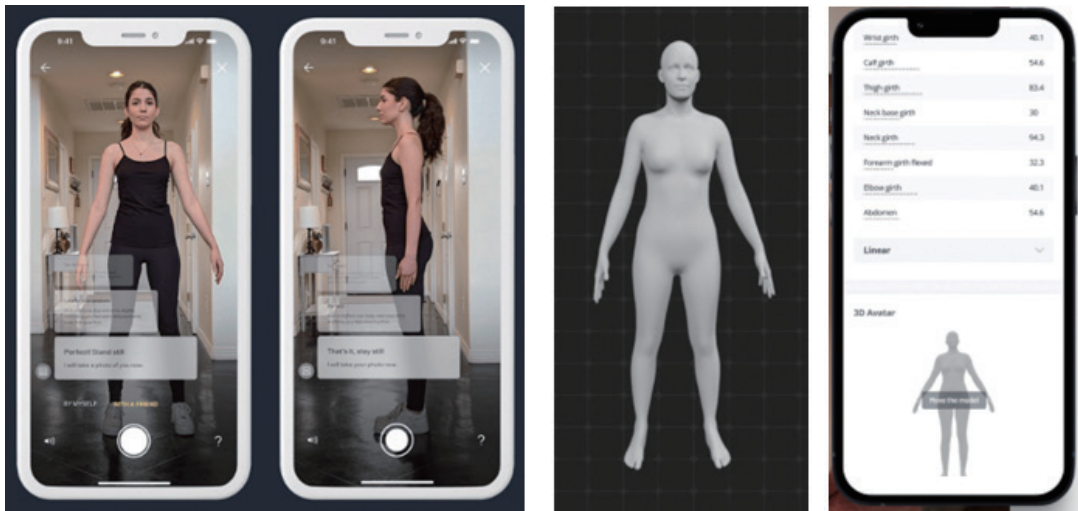
머신러닝과 3D 매칭

머신 러닝과 3D 매칭을 사용하여 감지된 랜드마크를 기반으로 각 고객의 고유한 3D 모델을 재구성하고 인체 측정값을 획득한다.

3D LOOK의 서비스

Mobile Tailor

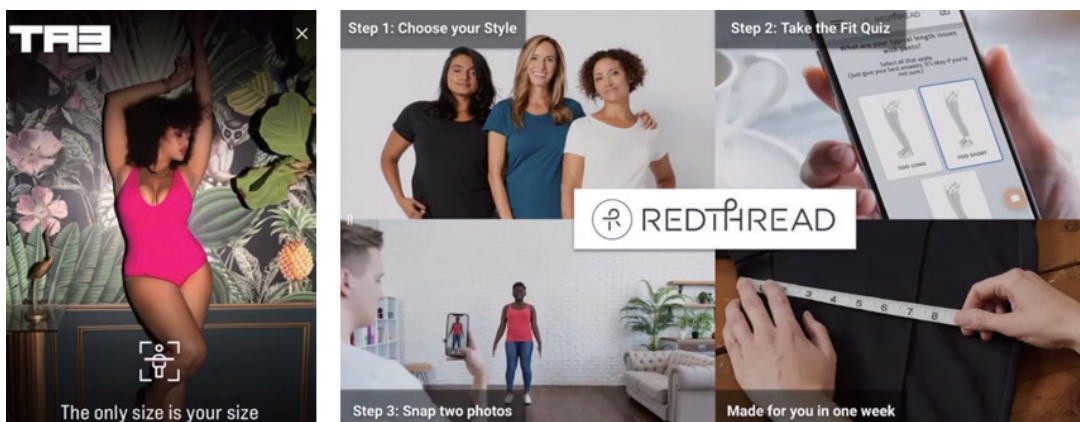
사용자의 사진으로부터 랜드마크를 추출하고 이를 기반으로 86가지 측정값을 얻어 3D 아바타를 생성한다. 사용자의 머리, 목, 어깨, 팔, 발목과 같은 특정 신체 부위를 감지하고 머리 모양 및 피부톤과 같은 사용자의 외모 세부 정보를 포착하여 군복, 맞춤형 남성복 및 여성복, 웨딩, 렌탈 정장 등 다양한 업종에 맞게 서비스할 수 있는 기술을 보유하고 있다.



*출처 : 3D Look 홈페이지 3dlook.ai

Your Fit

사용자가 패션브랜드에서 원하는 제품을 구매하기 위해 사이즈를 선택할 때 가상 패션 형태로 입혀볼 수 있다. 제품 페이지에서 자동으로 데이터를 추출하고 의류의 랜드마크 포인트에 라벨을 지정하고 사용자에게 맞게 조정하며, 착용 시 핏이 중요한 수영복, 청바지, 속옷 브랜드들과 파트너십을 맺고 있다.



*출처 : 3D Look 홈페이지 3dlook.ai

가상 착의 시 신체 비율은 유지되며, 제품의 톤도 업로드한 사진에 맞게 조정되어 거울을 보는 것 같은 가상 체험 제공한다.



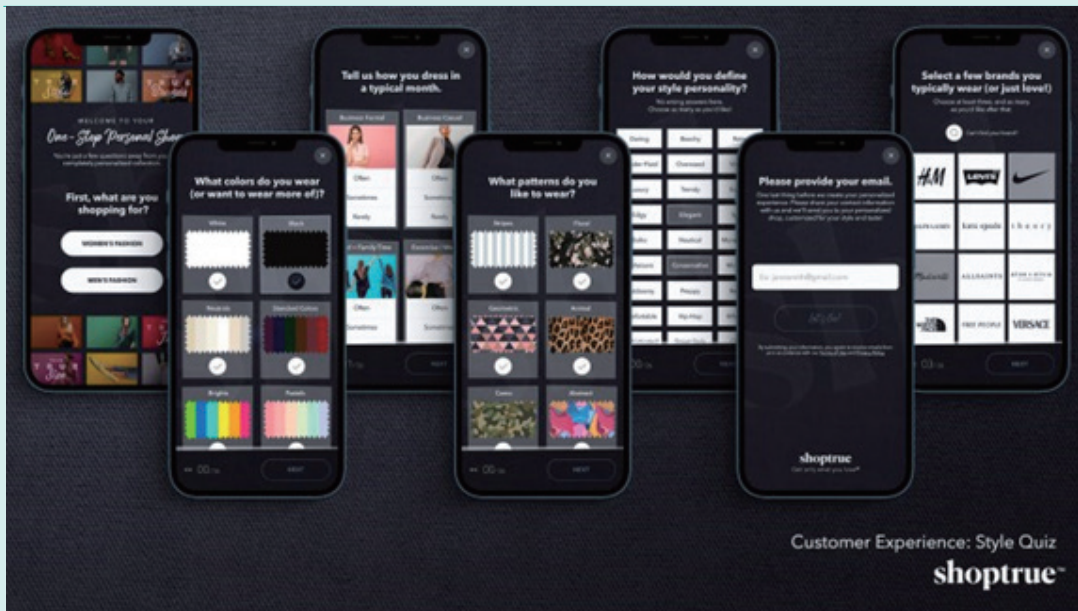
*출처 : 3D Look 홈페이지 3dlook.ai

Shoptrue (미국)

shoptrue

For You By You Get Your Personal Shop

Shoptrue는 패션 디스커버리 회사로, AI 기반의 개인 맞춤 추천과 취향 중심의 쇼핑을 결합한 유일하게 지속적으로 학습하는 패션 마켓 플레이스이다.



*출처 : Shoptrue 홈페이지 shoptrue.com

기업개요

	대표자	Romney Evans
	설립연도	2021
	주소	Salt Lake City, Utah, USA
	홈페이지	shoptrue.com
	업종	Consumer-facing fashion marketplace

디지털 전환 적용사례

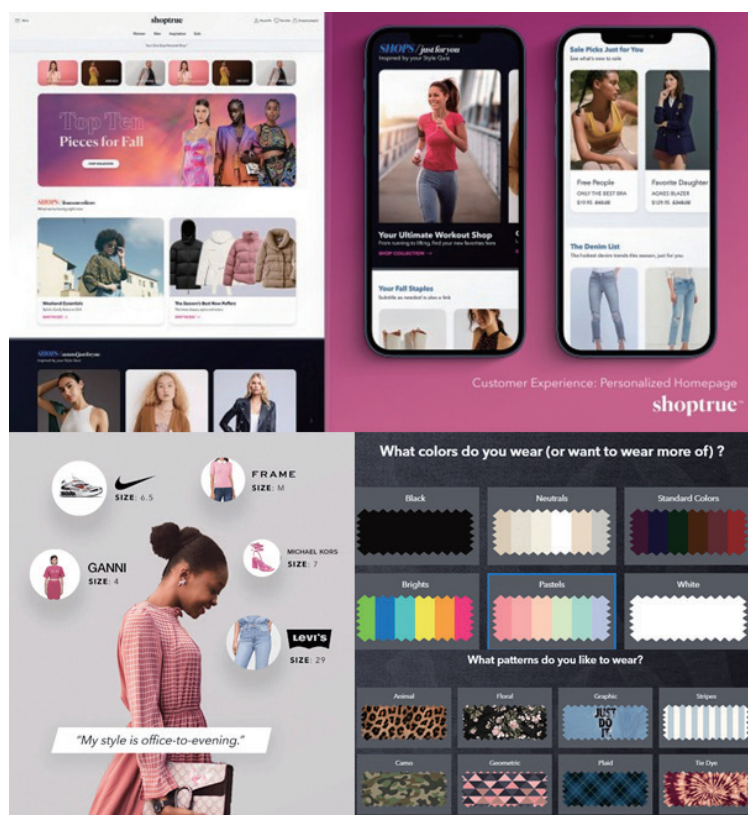
	종사자수	N/A
	매출액	N/A
	키워드	AI
	적용내용	AI-driven personal recommendations Shoptrue의 서비스 - AI-driven Personal Recommendations

Shoptrue의 서비스 - AI-driven Personal Recommendations

수많은 브랜드 중 쇼퍼 개인의 스타일, 브랜드, 핏에 맞는 상품을 추천하는 서비스로, 자신만의 쇼핑 컬렉션을 작성하고 공유할 수 있다.

퀴즈를 사용하여 스타일 프로필을 생성하고 고객의 개인 쇼핑물을 구축할 수 있으며, Highend Brand부터 SPA 까지 다양한 영역에서 상품을 추천한다.

사이즈와 핏 사양을 미리 필터링할 수 있는 기능도 출시할 예정이다.



*출처 : Shoptrue 홈페이지 shoptrue.com

Shoptrue의 미션

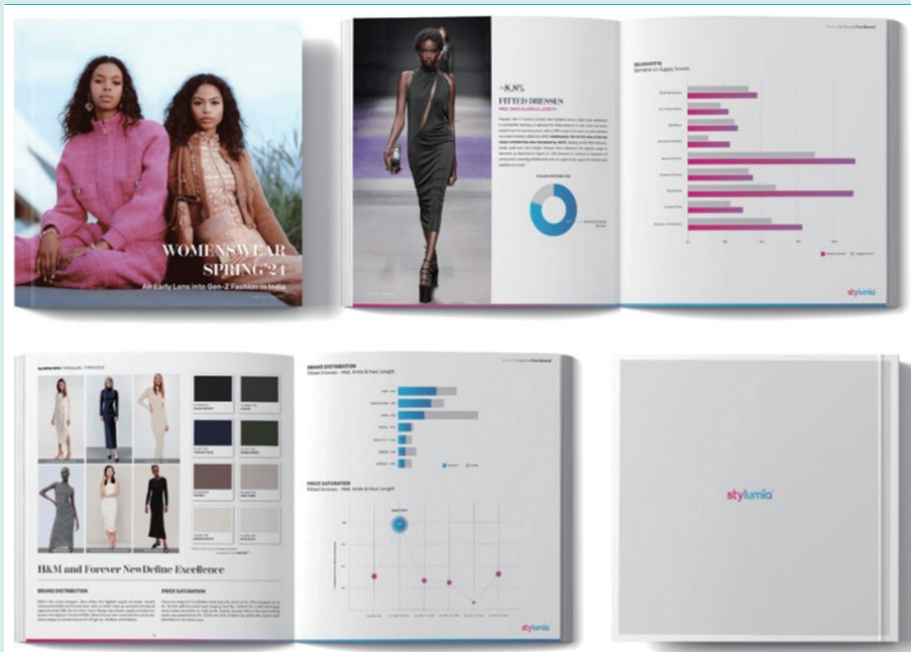
Shoptrue는 사람들을 브랜드와 스타일에 연결하고 세상이 옷을 사고파는 방식을 바꾸는데 도움이 되는 강력한 통찰력을 제공하고자 한다. Shoptrue는 사용자가 한 곳에서 개인 스타일, 브랜드, 핏, 사이즈에 맞춰 선별된 수 천 개의 브랜드를 탐색할 수 있게 함으로써, 사용자가 스타일리스트, 유행선도자, 동료로부터 스타일에 관한 영감을 얻고, 자신만의 패션 플레이리스트를 만들고 공유할 수 있도록 할 것이다.

Stylumia (인도)








The Future of Retail for Consumers, Companies and Earth

데이터 분석에 능숙하지 않은 사용자도 복잡한 문제에 대해 인터넷 규모의 현실 세계 데이터에 기반한 결정을 내릴 수 있도록 사용자 친화적인 AI 지원 데이터 분석 플랫폼을 제공한다.



*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

기업개요

-  **대표자** Ganesh Subramanian
-  **설립연도** 2015
-  **주소** 3430, 3rd Cross Rd, Stage 3 Indiranagar, 560038, India
-  **홈페이지** www.stylumia.ai
-  **업종** 소프트웨어 개발

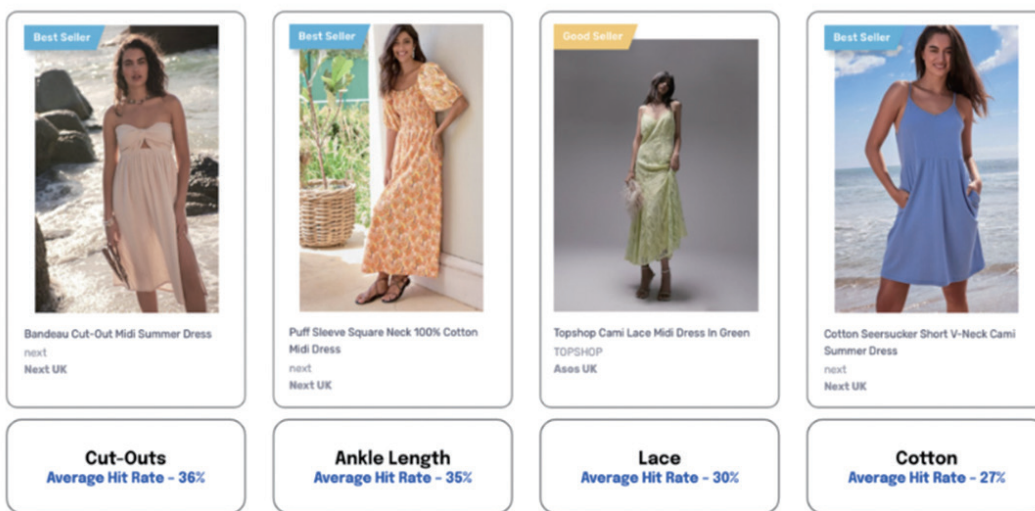
디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** N/A
-  **매출액** N/A
-  **키워드** AI
-  **적용내용** Fashion trend forecasting & analysis, Merchandise optimization

Stylumia의 서비스

Trend Forecasting

독자적인 AI 기반 수요 감지 알고리즘을 사용하여 소비자 수요 데이터를 분석하는 소비자 지능 도구로, 수백만 명의 소비자 의견을 분석하여 소비자의 선호와 비호를 정의하고 패션 트렌드 예측 가이드를 제시한다. AI가 신제품 출시, 가격 및 할인 정보, 프로모션 제안, 경쟁사의 베스트셀러 등의 최신 정보를 제공한다.



stylumia

*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

Consumer Intelligence

True Demand AI 엔진과 결합된 consumer intelligence 도구가 판매율, 판매 속도, 할인과 같은 다양한 매개변수를 기준으로 제품 순위를 매긴다. Consumer intelligence에 기반한 트렌드 예측은 현재의 트렌드 조사 방법 보다 10배 빠르게 성공적인 아이디어를 찾아낼 수 있으며 Consumer Intelligence Tool Filter를 사용하면 타깃 소비자의 구매 프로세스를 촉진할 수 있는 포인트에 대한 통찰을 얻을 수 있다.



*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

Apollo

현재 널리 사용되는 수요 계획 방법은 전통적인 소비자 조사 기반 모델이거나 텍스트 속성 분석인데, Apollo는 이미지와 텍스트 속성을 모두 사용하는 독특한 고급 예측 분석 엔진으로 과거 판매 데이터를 평가하고 분석하여 최신 스타일을 생성할 수 있다. Apollo의 고급 예측 분석은 프로토타입/설계 단계 자체에서 상대적 수요 잠재력을 평가하여 향후 제품군에 적합한 스타일을 정확하게 선택할 수 있도록 도와준다.

ImaGenie

ImaGenie는 런웨이, 패션 웹사이트, 온라인몰에서 수백만 개의 패션 이미지와 텍스트 속성을 처리하고 분석하여 성공적인 디자인을 만들어낼 수 있다. ImaGenie는 트렌드에 맞는 스토리보드와 무드보드를 빠르게 제작하여 디자이너가 어떤 디자인 콘셉트를 추구할지 판단하는데 도움을 줄 수 있다.

Stylumia의 미션

패션 산업에서 가장 큰 낭비는 정보 부족으로 인한 결정에 의해 발생한다. 지금까지의 패션 예측 및 수요 계획은 주관적인 성격을 띠고 있었으며 이러한 방법은 패션 트렌드 발견과 예측, 판매율과 관련된 비즈니스의 근본적인 문제를 해결할 수 없었다.

Stylumia는 패션 및 라이프스타일 소매업에 적절한 데이터 분석 기술과 AI를 개발하여 문제를 해결하고자 하였으며 데이터 기반의 결정을 내리기 위한 세계에서 가장 쉬운 사용자 경험을 만들기 위해 사용자 친화적인 AI 지원 데이터 분석 플랫폼을 개발하였다.

Stylumia의 비전

Stylumia와 함께 Fortune 100대 소매업체, 대규모 글로벌 브랜드, 소규모 브랜드 및 소매업체 등이 패션 및 라이프스타일 트렌드 발견, 트렌드 예측, 트렌드 검증, 수요 예측을 통해 지속 가능성을 추구하고 있다. Stylumia는 모든 패션 및 라이프스타일의 수요 공급 생태계를 통합하여 소비자에게 최대 가치를 제공하고 산업 전반의 낭비를 줄일 수 있는 미래를 구축하고자 한다.






SMART-FACTORY화에 앞장서는 기업

자동화 및 정량 계량, 산업용로봇, 무인화 기술을 바탕으로
AI와 빅데이터를 결합한 서비스로
생산 효율을 극대화한 디지털 전환 솔루션을 제공한다.







* 출처 : 포원시스템 홈페이지, fourone.co.kr

기업개요

-  **대표자** 권오대
-  **설립연도** 2008
-  **주소** 경북 경산시 입량면 가일길 99
-  **홈페이지** fourone.co.kr
-  **업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 29명
-  **매출액** 77억원
-  **키워드** 공정 자동화, 산업용 로봇
-  **적용내용** 공정 자동화 및 디지털 트윈 시스템 공급, 에너지소비 모니터링 솔루션 공급

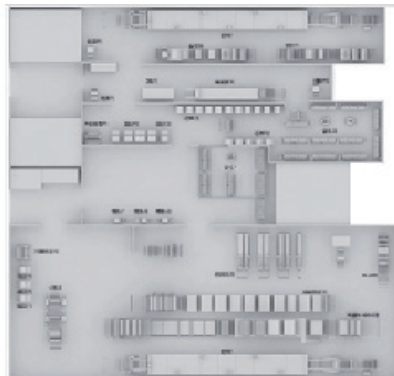
염조제 자동화 시스템으로 시작, 인공지능과 빅데이터를 결합

포원시스템은 2008년 설립 이후, 섬유염색을 비롯한 플라스틱, 페인트, 화장품, 화학 등 다양한 산업분야에 공정 자동화 구현을 위한 하드웨어 및 소프트웨어를 개발·제조하고 있다. 섬유분야에서는 약 15년간 염색업체들의 염조제자동화 시스템을 개발 보급해 오면서 기술혁신과 생산시설 자동화에 주력해 왔다. 최근에는 주요 사업 분야를 1) 로봇·디지털 트윈, 2) 자동화, 3) 컬러관리, 4) 신재생에너지로 확장하고 인공지능과 빅데이터를 결합한 ‘Smart Factory System’을 구축하는데 필요한 주요 솔루션을 제공하는 전문기업으로 발전하고 있다.

로봇·디지털 트윈 분야

포원시스템은 정밀성과 반복 작업을 요하나 공간 내 작업자와의 충돌 위험성이 있어 넓은 작업공간이 요구되는 산업용 로봇과 로봇-작업자 간 협업이 가능한 협동 로봇 시스템을 모두 제공한다. 각 공정/작업의 특성에 맞춤형 시스템으로 설계 공급이 가능하다. 섬유분야에서도 생산된 원단의 이송 및 적재에 관련 솔루션을 도입하는 사례가 증가하는 추세이다.

디지털 트윈(Digital Twin)은 물리적 자산, 시스템, 프로세스를 소프트웨어로 표현하는 것을 의미하는데, 생산 장비·자동화 기계·공정 등의 실제 시스템을 디지털 환경에 재현하여 기본정보·작동현황·에너지 사용량 등의 데이터를 3D 화면을 통해 파악하고 실제와 동일하게 제어·관리할 수 있다. 포원시스템은 단일 장비에서부터 전체 공정을 모니터링할 수 있는 디지털트윈 시스템을 제공하고 있다.



* 출처 : 포원시스템 홈페이지, fourone.co.kr

자동화 분야

포원시스템이 사업초기부터 역량을 집중해 온 분야로 염색가공 현장을 고려한 다양한 자동화 장비 및 시스템을 공급하고 있다. 대표적인 시스템은 다음과 같다.

- 분말재료 자동계량 및 이송 시스템(Automatic Powder Dispensing System)
- 염료 반자동 계량 시스템(Dyestuff Storage & Semi-Auto Weighing System)
- 염료 자동용해 및 현장이송시스템(Automatic Dissolving & Dispensing System for Dyestuff)
- 염료 이송 로봇 시스템(Automatic Migrating Robot System for Dyestuff)
- 조제 자동계량 및 현장이송 시스템(Automatic Dispensing System for Liquid)
- 소다/망초 자동공급 시스템(Automatic Dispensing System for Na₂SO₄/Na₂CO₃)
- 날염용 호료 자동계량 시스템(Automatic Dissolving & Weighing System for Paste)
- 날염용 색호 제조 시스템(Automatic Dosing System for Color paste)
- 자동 물류창고 관리 시스템(Automatic Warehouse Management System)

특히 염료 반자동 계량 시스템의 경우 염료의 연속식 계량이 가능한 기술로 관련 특허를 보유하고 있으며, 염조제 재고 관리시스템과 연계하여 보다 효율적인 공정관리가 가능한 옵션도 보유하고 있다.



* 출처 : 포원시스템 홈페이지, fourone.co.kr

컬러 관리 분야

컬러매칭을 위한 B/T 실험실에서의 자동화 솔루션을 제공한다. Magic Pro-W는 염액을 흡입하는 피펫이 모액병마다 개별 적용되어 있어 중량식으로 개별 피펫 Calibration이 자동으로 수행된다. 또한 용량식으로 계량 시스템으로 20% 이상의 고농도 염액을 사용하는 날염 공정에서도 계량 정확도를 유지할 수 있다.

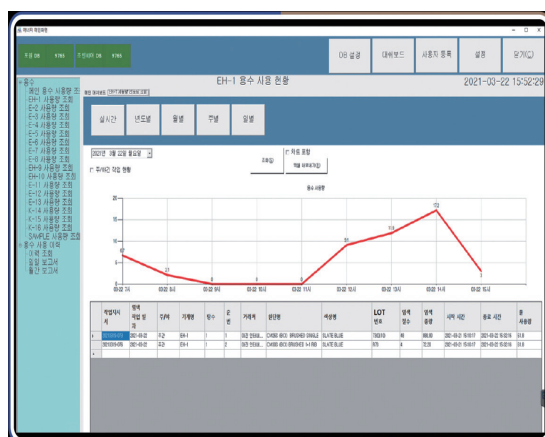
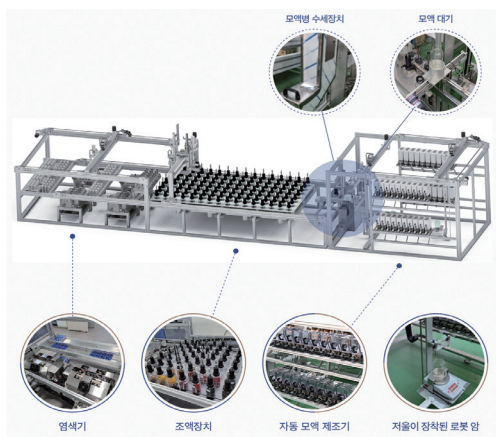
샘플용 완전 무인자동염색 시스템은 염색시료(원단)의 실험염색에 필요한 염료, 조제, 물을 자동 계량/투입하여 염색하고, 수세 후 자동으로 꺼내는 전 과정이 무인 자동화되어 있다.

신재생에너지 분야

포원시스템의 실시간 에너지 사용량 모니터링 시스템이 제공하는 핵심기능은 다음과 같다.

- 실시간 에너지 목표 및 사용량 관리
- 에너지 사용량의 상한 / 하한 경보
- 실시간 로트별 원가 분석
- 시간별/공정별 에너지 사용량 통계분석
- 에너지 과다투입 시 경고알람
- MES/ERP 시스템과의 연계(작업지시 내용 및 장비/설비별 가동 데이터 연동)

이를 통해 작업현장에서 사용되는 에너지를 실시간 분석 가능하며 이를 적극적으로 제어/관리할 수 있어 제품 생산과 관련한 데이터 추적관리 및 비용절감 등이 용이하여 전반적인 공정 효율성 향상을 기대할 수 있다.



* 출처 : 포원시스템 홈페이지, fourone.co.kr

* 출처 : 포원시스템 홈페이지, fourone.co.kr

스마트팩토리를 위한 효과적인 솔루션, S-Prodis

경험기반으로 경쟁력을 강화하기에는 점점 어려움이 많아지고 있는 현실,
에세테크놀로지의 생산시스템 전문가와 시뮬레이션 전문가가
생산현장의 디지털 혁신을 지원한다.

Smart Factory의 시작입니다.






S-Prodis는 Smart Factory의 효과를 가상공장을 통해 미리 확인할 수 있습니다.
그러므로 Smart Factory구축에 있어 최적의 투자규모와 순서 등의 결정을 도와줍니다.







The diagram illustrates the S-Prodis Smart Factory ecosystem. At the top, a magnifying glass icon labeled 'S-Prodis' points to the text '어떤효과가 있을까?'. Below this, a horizontal flow of components is shown: ERP, MES, and CPS at the top level; SCM, POP, and 자동화 (Automation) in the middle; and Big Data and IoT at the bottom. These components are connected to a central factory building icon, which is flanked by a truck on the left and a warehouse on the right.

* 출처 : 에세테크놀로지 홈페이지, s-prodis.co.kr

기업개요

-  **대표자** 송춘경
-  **설립연도** 2004
-  **주소** 경기도 부천시 부천로 198번길 18, 춘의테크노파크 2차 201-702
-  **홈페이지** www.e-se-tech.coms-prodis.co.kr
-  **업종** 컴퓨터 프로그래밍 서비스업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 7명
-  **매출액** 7억원
-  **키워드** 시뮬레이션, 디지털트윈, CPS
-  **적용내용** 공정 시뮬레이션 공급, 디지털 트윈 공급

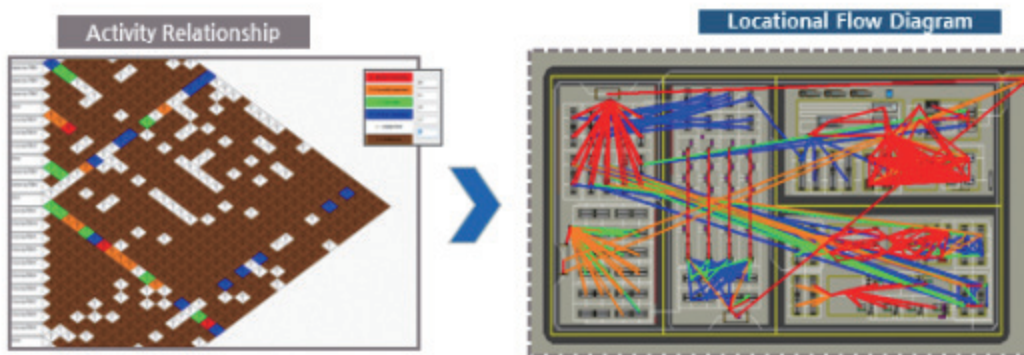
생산시스템 운영 시뮬레이션 전문기업

에쎬테크놀로지는 생산시스템의 운영 및 제어에 관련된 소프트웨어 및 시스템 개발 전문기업이다. 특히, 생산시스템 운영 시뮬레이터 분야에 연구개발을 집중하여 ‘S-Prodis’를 개발하여 기존의 생산시스템 관련 시뮬레이션 제품들보다 쉽고 빠르게 다양한 산업현장에 적용할 수 있도록 하였다. ‘S-Prodis’는 현장에서 기술, 비용, 시간, 인력 등의 문제로 쉽게 접근하지 못했던 생산시스템 운영시뮬레이션을 직접 활용할 수 있도록 도와주는 솔루션이다.

공정 시뮬레이션 소프트웨어, S-Prodis

S-Prodis는 생산혁신을 위한 시뮬레이션 소프트웨어로 생산계획기반으로 코딩없이 시뮬레이션을 실행함으로써 생산 담당자가 빠른 시간 내에 자사공장의 시뮬레이션 모델을 만들고 실행할 수 있다. 생산현장을 가상공장(Cyber Factory)으로 운영하는 시뮬레이션을 통해 생산현장에서 발생하는 다양한 문제점을 파악하고 분석하여 개선점을 발굴하고 검증할 수 있다. 신규 공장의 구축, 기존 공장의 확장, 생산혁신 등의 다양한 용도로 사용할 수 있어 생산현장의 생산효율을 극대화할 수 있다. S-Prodis는 현업에서 사용하는 대부분의 생산지표를 효과적으로 분석할 수 있는 기능을 제공하므로 현업 담당자가 생산현장을 관리하고 개선하는데 유용하다.

■ 공장의 설비배치의 적정성 대한 평가



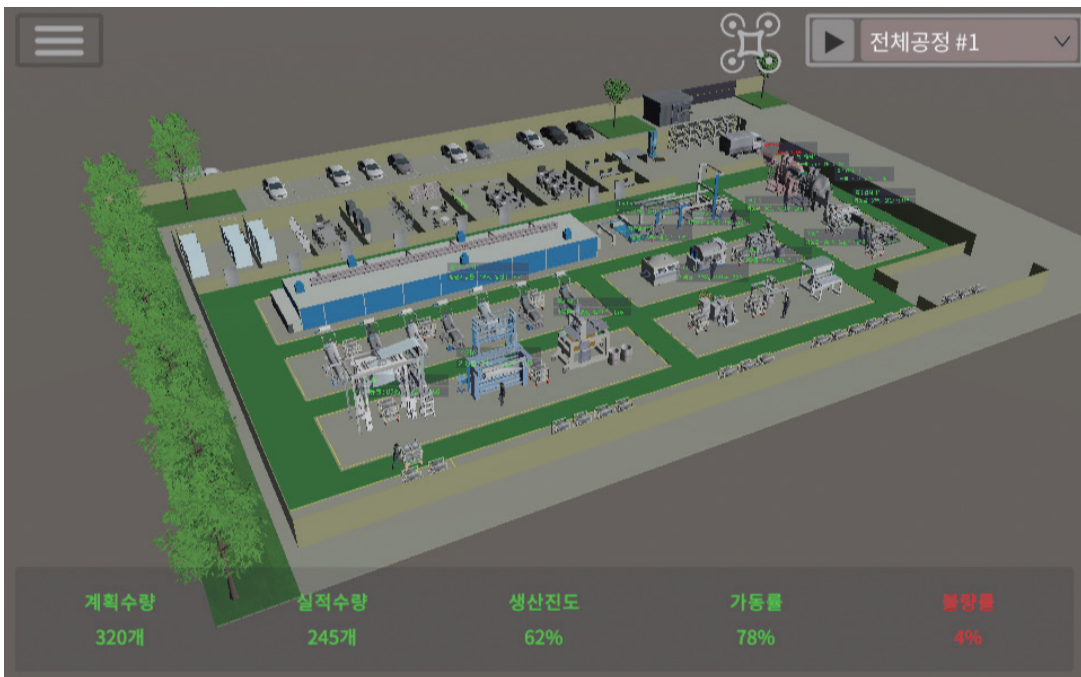
- 생산활동(생산라인, 장비, 검사실, 창고 등)에 대한 상호관계 분석으로 공장배치
- Locational Flow Diagram과 연계하여 공장물류의 복잡성 파악 및 해소 배치안 수립
- 공장전체관점의 부재에서 오는 물류비용 해소
 - ➔ 단순접근의 설비배치, 경로구조, 용기형태, 운반기기 사용으로 인한 물류비용 증가

* 출처 : 에쎬테크놀로지 홈페이지, s-prodis.co.kr

공장운영 디지털 트윈, S-FactView

S-FactView는 3차원 모델링으로 가시화하고, 생산현황 정보로 동기화하며 시뮬레이션으로 최적화하는 제조공장 디지털트윈 솔루션이다. 이를 활용하여 제조 실행시스템의 실시간 공정데이터 수집, 현실(Fact)과 가상(Digital)의 공장 연결, 언제 어디서나 공장 상황 파악이 가능하여 공장운영 효율성을 향상 시킬 수 있다.

S-FactView는 제조현장을 가시화하여 의사소통을 보다 원활히 할 수 있고, 제조현장의 다양한 정보를 직관적인 View로 제공하여 현황 파악이 용이하며 웹브라우저로 실행하여 언제 어디서나 쉽게 사용이 가능하다. 최적 운영안을 공정시뮬레이션과 연계하여 제시하므로 활용성이 매우 높은 것이 특징이다.



* 출처 : 에세테크놀로지 홈페이지, s-factview.co.kr

가상물리시스템 (CPS), S-ProCPS

스마트팩토리는 CPS 탑재로 보다 고도화 될 수 있다. S-ProCPS는 시뮬레이션으로 생산시스템의 최적 운영안을 찾아서 실행하는 시스템으로, 다양한 장비와 연결하여 운영할 수 있다. 다양한 레이아웃 구성이 가능하고 쉽게 변경이 가능하며 S-Prodis와 연계 운영을 통해 다양한 활용이 가능하다.



* 출처 : 에쎬테크놀로지 홈페이지, s-factview.co.kr

세왕섬유








‘세계의 패션’, ‘친환경’의 시작, 세왕섬유

세계적인 바이어들에게 생산성과 품질 인정받은 세왕섬유는
모든 생산라인이 연결되는 디지털 트윈 구축으로
섬유 인더스트리 4.0을 실현하고 있다.







* 출처 : 업체제공

기업개요

-  **대표자** 최재락
-  **설립연도** 1994
-  **주소** 서울시 강남구 삼성동 영동대로 112길 10, 대화빌딩 302호
-  **홈페이지** sewangkorea.com
-  **업종** 제편직, 염색가공업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 158명
-  **매출액** 1,975억원
-  **키워드** 공정 자동화, 디지털트윈
-  **적용내용** 원스탑 통합전산관리시스템 구축, 염색공정 디지털트윈 구축

버티컬 섬유 제품 생산 시스템 구축, 위기를 기회로

세왕섬유는 1978년에 설립된 대화섬유를 시작으로 1994년 설립된 원단 수출 전문 기업이다. 주력 제품은 의류용 면·텐셀 니트 소재로 매출 99%가 미국, 일본, 유럽 등으로의 수출에서 나오고 있다. 2007년에는 5천만불, 2013년에는 1억불 수출의 탑을 수상하였으며, 2021년 기준 원단 수출 금액은 1,500억원에 이르고 있다. 주요 바이어는 GAP, UNIQLO, Patagonia, Target 등으로 시장을 꾸준히 확대하고 있다.

1970년대 후반 노동 임금과 원자재 비용 상승에 의한 가격 경쟁력이 하락으로 위기가 찾아 온 세왕섬유는 생산체계에 변화가 필요하다고 판단하고, 기술개발 및 자동화/전산화에 대해 지속적인 투자를 해 왔다.

그 결과 미국의 주요 유통 바이어로부터 우수 공급업체 인증을 받았으며 2014년에는 유럽 친환경 인증마크인 블루싸인을 획득하는 등 고품질의 지속가능한 친환경 원단 제조기업으로 인정받고 있다.

염색가공 분야의 디지털 전환 대표사례

세왕섬유는 생산설비를 해외로 이전하지 않고도 생존할 수 있는 길은 오직 자동화라는 신념을 가지고 1994년 설립부터 일괄 생산라인을 갖춘 것은 물론 제편직 염색 가공 등 공정별 자동화 설비를 꾸준히 구축하는 등 훌륭한 디지털 전환 성공 사례를 보여주고 있다.



* 출처 : 업체제공

원스톱 통합전산관리시스템 구축

2011년 신설된 전산팀은 재고 및 생산관리통합 운영을 할 수 있는 전산 시스템을 구축하여 디지털 전환에 첫 발을 내디뎠다. 2015년에는 염색공정 자동화를 위한 염색공정 요소의 데이터베이스 구축, 최적 염색 공정 예측 등 염색 가공 기술 및 설비에 ICT기술을 접목한 염색공정 최적화 도구를 현장에 적용하였다. 이를 통해 염색 재현성은 높이고 원가는 절감하는 등 디지털 전환 본격화를 위한 경험과 노하우를 지속적으로 쌓아왔다.

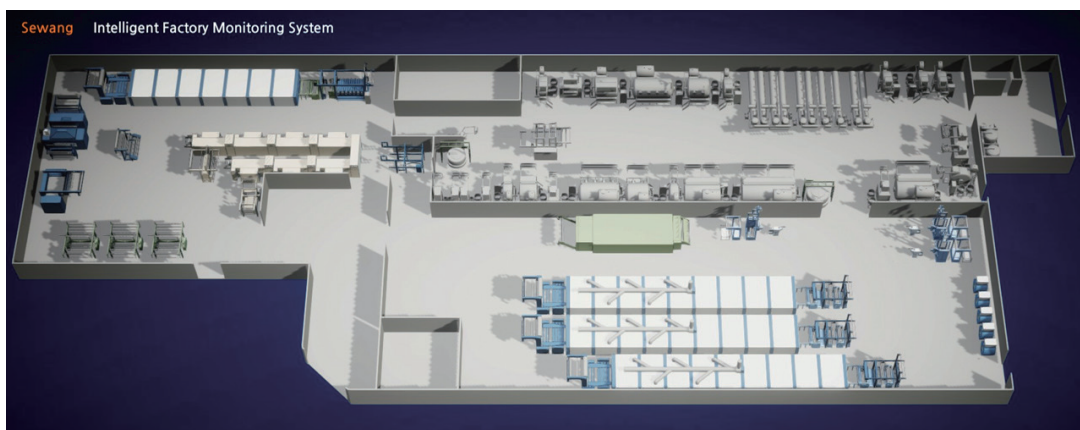
디지털 트윈으로 섬유 산업 한계를 뛰어넘어

세왕섬유는 전체 설비 자동화를 기반으로 최적의 공정 흐름을 제어하는 섬유 지능화 공장을 추진하여 원사 입고에 서부터 완제품 출고까지 전 공정의 설비 자동화, 각 설비에서 수집되는 데이터의 수집과 분석·제어 기술, 현장 운영 시스템, 데이터 분석을 통한 예측 시스템을 구축하였다. 이러한 4가지 핵심기술을 기반으로 통합 모니터링이 가능한 시스템으로 개발되었다.

이렇게 모인 데이터들은 설비 배치 등의 공정을 3D로 가상화한 디지털 트윈을 통해 관리함으로써, 효율적인 관리를 할 수 있도록 하고 있다. 이를 통해 염색·가공 공정의 불량률이 5% 감소하고 생산량은 10% 이상 향상될 수 있었다. 디지털 트윈을 통한 전 공정의 실시간 모니터링은 단납기와 유연 생산이 중요한 섬유업에서 고객에게 진행상황을 공유할 수 있어 기업 신뢰도 상승에 큰 역할을 할 것으로 기대된다.



* 출처 : 업체제공



* 출처 : 업체제공



진호염직



진호염직(주)
CHIN HO DYEING CO., LTD.



차별화된 기술집약 및 환경친화형 스마트팩토리 실현

대구비산염색공단 역사와 함께한 염색가공 전문기업 진호염직
스마트팩토리 시스템과 완제품 적재용 다관절 로봇 시스템도입 등
염색산업 생산현장 고도화를 주도하고 있다.

A LEADER IN THE TEXTILE INDUSTRY

진호염직(주)는 1990년 창사이래 섬유제품의 염색,가공을 전문으로 하는
수출전문업체로 지난33년간 오로지 최고의 섬유제품을 생산하는데 전력을 다하고 있습니다.



* 출처 : 진호염직 홈페이지, chdyeing.co.kr

기업개요

- 대표자 신현우
- 설립연도 1990
- 주소 대구광역시 서구 염색공단중앙로 70
- 홈페이지 chdyeing.co.kr
- 업종 직물, 편조원단 및 의복류 염색 가공업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 60명
- 매출액 93억원
- 키워드 공장 자동화, 로봇 시스템
- 적용내용 ERP-MES-FEMS 연계 시스템 구축, 원단 롤 이송 로봇 시스템 구축

스마트팩토리 구축으로 품질 향상 및 인력난 해소 동시에 해결

진호염직은 1990년 창사 이래 섬유제품의 염색가공을 전문으로 지난 30여 년간 최고의 섬유제품을 생산하기 위해 기술 및 노하우를 축적하여 현재 연간 1500만 야드의 생산설비 및 기술력을 확보하고 있다.

주요 생산품목은 의류용 화섬직물(Micro Fiber)과 면교직물(Nylon/Cotton/Rayon/ Linen/Tencel), 스판덱스(Nylon 2way)를 전문으로 염색가공하여 미주 및 유럽 등의 해외시장에서 큰 호평을 받고 있으며, 산업용 섬유인 부직포(Non-Woven Fabric) 가공까지 사업영역을 확대하고 있다.

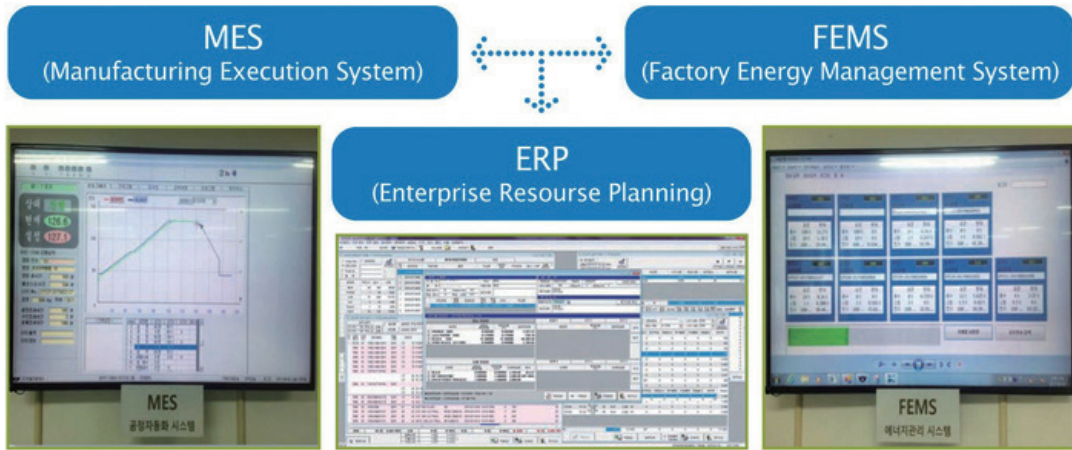
현장자동화 관리시스템 및 에너지통합관리 시스템 구축

고부가가치 기술개발, 스마트팩토리, 고객만족, 친환경·에너지세이빙을 경영이념으로 삼고 있는 진호염직은 과감한 설비 투자로 높은 품질을 이어가고 있다. 최근에는 ICT 접목형 스마트팩토리로 변신하고자 현장자동화관리시스템과 에너지통합관리시스템 도입하였다.

각 염색기별로 용수·스팀 라인 유량계를 설치해 평균 사용량을 실시간 모니터링하고 있으며, 이상 발생 시 즉시 경고 알람을 울려 염색 불량과 사고를 미연에 방지할 수 있다. 이를 통해 염색업 근로자들의 근무환경을 크게 개선 및 숙련된 염색 기술자가 줄어드는 인력문제 해소에 기여할 것으로 기대된다.

ERP-MES-FEMS 연계를 통한 품질관리 및 생산성 향상

진호염직은 생산활동에서 발생하는 환경오염을 예방하면서 지속가능한 섬유제품 개발을 추구하기 위해 생산관리시스템(MES)과 전사적 자원관리시스템(ERP)을 도입하여 로스나 사고가 줄어들고 현장 근무 직원들의 생산성이 높아지는 등 품질관리 및 생산효율을 극대화했으며, 친환경 에너지 세이빙을 위한 생산현장 구축을 위해 에너지관리시스템(FEMS)도 도입하였다.



* 출처 : TIN뉴스 홈페이지, tinnews.co.kr

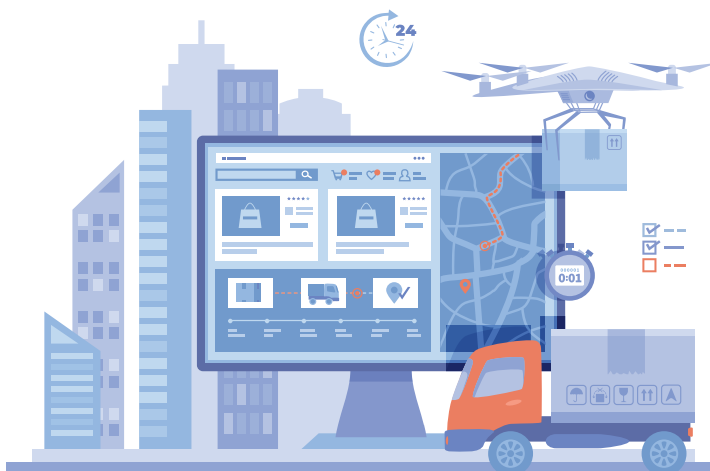
원단 롤 이송 로봇 시스템 구축으로 근로환경 개선, 안전사고 예방, 효율성 향상

진호염직은 2021년 포원시스템으로부터 원단 롤 이송 로봇 시스템을 도입하였다. 완성된 원단 롤은 출고를 위한 적재 시 정해진 파렛트 위에 우물 정자로 형식으로 적재하는 과정이 필요한데, 20kg 이상의 무게를 가진 원단 롤의 이송은 작업자의 피로도가 높아 기피하는 공정이다.

이를 산업용 로봇 시스템을 적용하여 원단 별로 구분하여 파렛트에 적재하는 시스템을 구축하였는데, 원단 롤의 권취량에 따라 적재 위치를 재배치하여 적재 후 원단이 무너지는 문제를 예방할 수 있도록 설계되어 있다. 또한 불량 및 재검수가 필요한 제품의 경우 별도로 적재하는 기능도 포함되어 있다.



* 출처 : 진호염직 홈페이지, chdyeing.co.kr



부성

(주)부성






30년의 경험과 노하우를 첨단기술에 녹여내 최상의 제품을 구현

1994년 천만불 수출의 탑 수상 등 생산성과 품질을 인정받아 온
부성은 2018년 스마트공장을 도입해 생산관리 체계화를 이뤄냈다.
오랜 경험과 첨단기술로 지역경제 부흥의 꿈을 향해 도약하고 있다.





* 출처 : 스마트공장사업관리시스템 홈페이지, smart-factory.kr

기업개요

-  **대표자** 이정익
-  **설립연도** 1984
-  **주소** 대구광역시 서구 염색공단천로11길 30
-  **홈페이지** 없음
-  **업종** 직물·편조원단·의복류 염색 가공업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 100명
-  **매출액** 124억원
-  **키워드** 날염, MES
-  **적용내용** MES도입으로 생산성 향상

실력을 인정받은 염색 및 날염원단 제조 전문기업

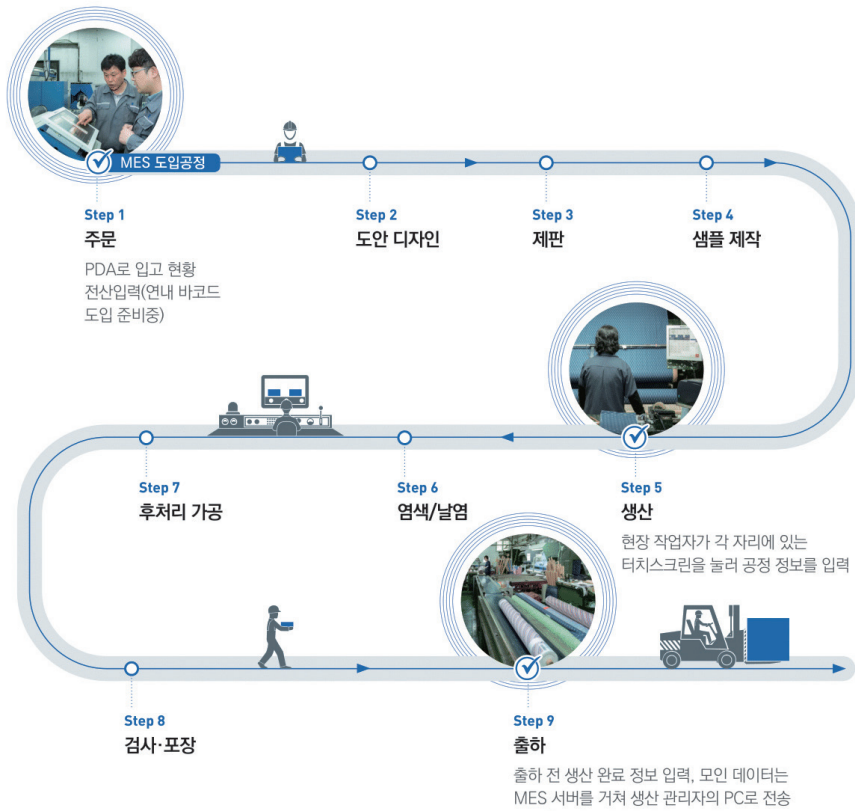
부성은 면, 레이온 염색가공 및 날염 전문기업으로 1994년 천만불 수출의 탑을 수상한 바 있는 등 품질과 생산성을 인정받아 왔다. 2018년에는 ICT를 활용한 MES구축으로 신속 정확하면서도 일관성 있는 현장 데이터를 공유해 빠른 대응과 명확한 의사결정 지원체계를 확보할 수 있었다.

MES로 생산 데이터 공유, 생산관리 효율성 향상

일반적인 날염공정은 다음과 같은 제조공정을 거친다.

- 도안 디자인 및 제판
- 샘플 제작
- 염색/날염 및 후처리 가공
- 검사·포장, 출하

구축된 MES 시스템을 사용하여 현장 작업자는 각 공정에 위치한 단말기를 사용하여 공정정보를 입력하게 되며, 해당 데이터는 MES 서버를 거쳐 생산 관리자의 PC로 보내진다. 따라서 관리자는 사무실에서 정보를 확인하고 문제 발생 시 신속히 대처할 수 있게 된다.



* 출처 : 스마트공장사업관리시스템 홈페이지, smart-factory.kr

ERP로는 어려웠던 생산관리, 스마트 팩토리와 MES로 깔끔히 해결

부성은 효율적인 생산관리에 노력을 쏟아 왔으나, 일찍부터 도입한 ERP로는 원재료의 입고고와 정산문제는 해결하지만 현장상황을 바로 반영하지 못하는 단점을 갖고 있었다.

거래처에서 주문이 들어오면 공정별로 진행상황을 파악하고 싶어했으나, 이를 파악하기 위해서는 그 때마다 직원들이 현장에 나가 확인하고 알려주기 바빴으며 정작 업무에 집중하지 못했다.

MES 도입 이후로는 현장상황이 바로 모니터링되어 납기일까지 전달할 수 있어 핵심 업무에 집중이 가능해졌다.

● 스마트공장 도입 효과



● 스마트공장 전과 후



* 출처 : 스마트공장사업관리시스템 홈페이지, smart-factory.kr

SHIMASEIKI MFG, LTD(일본) SHIMA SEIKI

홀가먼트 횡편기의 시작과 마지막

SHIMA SEIKI 컴퓨터 횡편기는
최첨단 니트 제조 기술을 선도하는
업계의 글로벌 표준으로 인정받고 있다.



Shoulders

Dimensional shaping creates clean shoulder lines and produces a garment that conforms better to the shape of the body.



Neckline

Knitted-in necklines and collars create a refined and sophisticated look.



Sides

Seams no longer interfere with the continuity of the knit fabric from front to back. In addition, for garments with complex patterns using multiple pieces, 3D shaping using knitted-in darts creates a beautiful silhouette with flowing drape.



Under Arms

No seams under the arms eliminates the bulky discomfort of typical sewn knitwear.

* 출처 : SHIMA SEIKI 홈페이지, shimaseiki.com

기업개요

- 대표자** Mitsuhiro Shima
- 설립연도** 1962
- 주소** 85 Sakata Wakayama 641-8511, Japan
- 홈페이지** shimaseiki.com
- 업종** 봉제기 및 액세서리 판매

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 1,378명
- 매출액** 2,750억원(¥30,535M)
- 키워드** 홀가먼트, 횡편기
- 적용내용** 홀가먼트 니트 디자인 및 시물레이션 시스템 공급, 온라인 니트 디자인 데이터 거래 플랫폼 운영

홀가먼트 횡편기의 시작, SHIMA SEIKI

SHIMA SEIKI는 횡편기 분야의 글로벌 선도기업으로, 패션산업의 토탈솔루션을 제공하고 있다. 특히 봉제 없이 한 벌의 옷을 통째로 입체적으로 편성한 홀가먼트 니트웨어는 제품을 한 벌을 통째로 입체적으로 편성하기 때문에, 원단에 로스가 없다. 또한 봉제선이 없어 아름다운 실루엣과 우수한 착용감을 가지며, 다트나 플레어 같은 라인도 직물의 디테일 그대로 살려 입체적으로 편성되므로 아름다운 실루엣 연출이 가능하다. SHIMA SEIKI는 홀가먼트 횡편기를 최초로 개발한 기업이다.

홀가먼트 니트웨어 제작용 횡편기 라인업

SHIMA SEIKI에서 판매하는 홀가먼트용 횡편기 대표 라인업은 다음과 같으며 각 횡편기는 다음의 특징을 가지고 있다.

MACH2®XS

- 독자적인 슬라이드 니들 탑재
- 4BED 구조 적용한 플래그쉽 라인업
- 빠른 응답 R2CARRIAGE 시스템
- 스프링형 이동식 싱커 시스템, 에어 스플라이서



* 출처 : SHIMA SEIKI 홈페이지, shimaseiki.com

SWG-XR®

- 기존 MACH2®XS 모델에 비해 생산성 25% 향상
- 다양한 원사 사용으로 사계절용 제품 생산 가능
- 레이스, 인타샤 패턴 및 다양한 스티치 패턴 도입

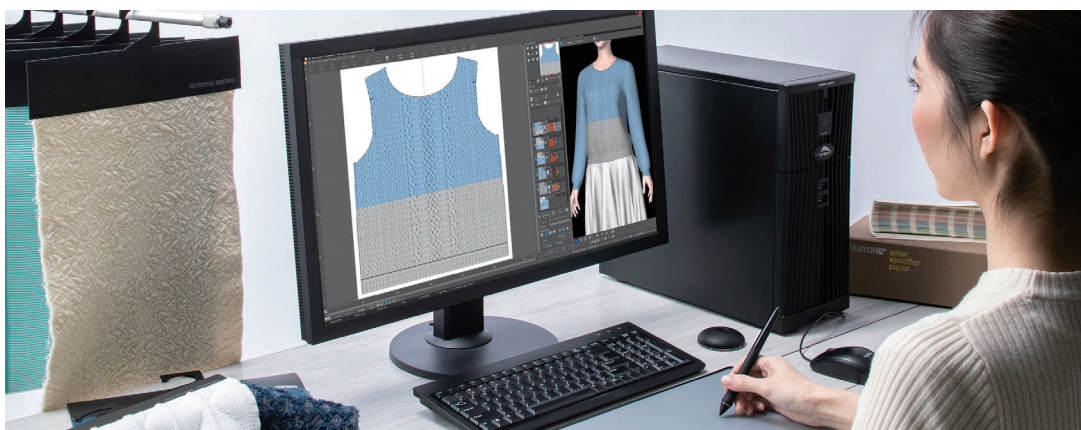


*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

홀가먼드 니트 디자인 시스템, SDS-ONE APEX

SDS-ONE APEX 시리즈 설계 시스템과 소프트웨어를 사용하면 매우 사실적인 시뮬레이션을 만들 수 있다. 이러한 시뮬레이션은 설계 평가 단계에서 실제 샘플링을 대체할 수 있는 가상 샘플로 활용될 수 있다. 원단의 소재감을 정밀하게 표현한 가상 샘플은 개발 시간 단축, 비용절감 뿐만 아니라 디자인 품질 향상에도 기여한다.

또한 이렇게 제작된 3D 모델링 결과물은 매장 내 사전 판매 활동이나 수요 예측을 위한 가상 샘플로 사용할 수 있으므로 생산량을 제어하고 재고를 최적화할 수 있다.



*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

8,000개 이상의 니트 디자인 데이터 보유, SHIMA Datamall

SHIMA Datamall에서는 SHIMA SEIKI 횡편기에서 사용할 수 있는 최신 편직 기술로 제작된 니트 샘플과 자세한 샘플 정보를 제공하고 있다. SDS-ONE APEX 시리즈와 APEXFiz 사용자는 제품 기획을 위한 편직 데이터, 패턴 데이터, 3D 가상 샘플 데이터를 다운로드하여 제품을 제작해 볼 수 있다. 의류 회사와 니트 제조업체 간의 커뮤니케이션 도구로 활용하거나, 오리지널 니트 샘플 데이터 또는 니트 디자인 데이터, 3D 패턴 데이터를 구매하여 비즈니스에 활용이 가능하다.

SHIMA Datamall™

Extensive database of over 8,000 items



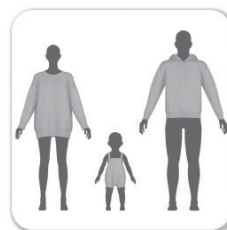
Knit Item Data

Knit data for SHIMA SEIKI original
knit samples



Knit Design Data

Jacquard patterns and other knit
designs



3D Model Patterns

Data that forms the basis
for 3D virtual samples

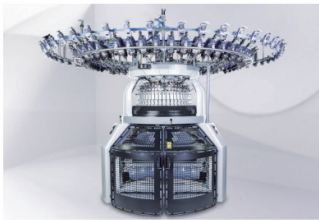
*출처 : Stylumia 홈페이지 www.stylumia.ai

Mayer & CIE. GmbH & Co. KG(독일) Mayer & Cie.

글로벌 환편 기술 선도기업

모든 용도에 적합한 환편기를 제공하는 Mayer & CIE.는
업계의 표준으로 인식되는 다양한 환편기 제조 기술을 보유하고 있으며,
새로운 스마트 솔루션의 제공으로 다시 한번 앞서 나간다.

CIRCULAR KNITTING PORTFOLIO



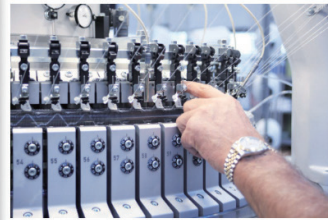
OUR CIRCULAR KNITTING MACHINES AT A GLANCE

Are you looking for a circular knitting machine suitable for a specific structure – interlock, 8-lock, spacer – or for a specific application? Sportswear, nightwear, outerwear or technical textiles? This is the place to find it! Browse through our portfolio or let our product finder guide you to the machines matching your requirements best.



SMART SOLUTIONS FOR SMARTER CIRCULAR KNITTING

Control 5.0 is the new machine control system for Mayer & Cie. machines. It is a prerequisite for the use of any of the knitlink applications. From 2024, it will be installed as standard in all circular knitting machines. For machines built in 2001 or later, Control 5.0 is available as an upgrade, either in the standard version as SmartControl or as ClassicControl.



UPGRADE KITS FOR CIRCULAR KNITTING MACHINES





With the upgrade packages, you can benefit from our technical progress with existing machines. You have the opportunity to further develop and secure the strengths of your circular knitting machine.

* 출처 : MAYER & CIE. 홈페이지, mayercie.com

기업개요

-  **대표자** Benjamin Mayer
-  **설립연도** 1905
-  **주소** 72438 ALBSTADT, GERMANY
-  **홈페이지** mayercie.com
-  **업종** 환편기 제조업, 브레이딩기 제조업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 450명
-  **매출액** 1,422억원(2022년 €100M)
-  **키워드** 환편기, 편직 모니터링
-  **적용내용** 환편 모니터링 시스템 및 데이터 수집 플랫폼 운영

환편기 시장의 글로벌 기술 선도기업

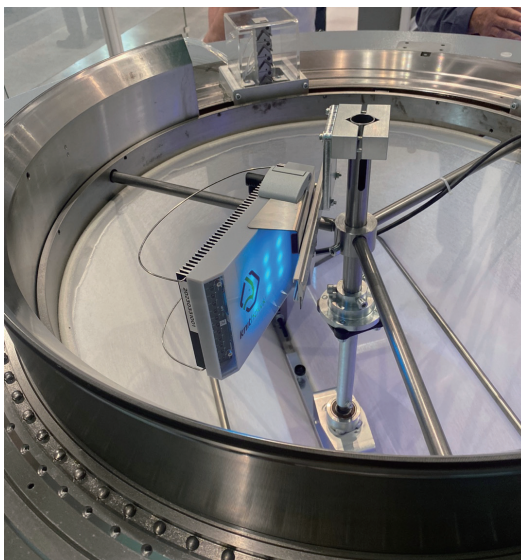
Mayer & Cie.는 지난 10년 동안 글로벌 환편기 시장에서 선도적인 위치를 차지하고 있는 독일의 환편기 제조 전문 기업이다. Mayer & Cie.의 환편기 시장 점유율은 금액 기준 10~15%, 대수 기준 약 5% 수준으로 지속적인 기술개발로 꾸준히 신제품을 출시해오고 있다.

Mayer & Cie.가 환편기 구성과 관련하여 처음으로 특허를 받은 것은 1938년으로 그 이후 Mayer & Cie.는 매년 3~4개의 특허를 등록했다. 여기에는 전통적인 환편 기술의 개선을 비롯하여 전자식 선침시스템, 방적-편직 통합기술 등 현재 환편기 업계에서 표준처럼 사용되는 다수의 기술이 포함되어 있다. 현재 Mayer & Cie.는 약 320개의 특허 및 실용신안을 출원한 바 있다.

실시간 환편 검사 및 모니터링 시스템, Knithawk

Knithawk는 환편기 실린더 내부에 카메라를 장착하여 편직과 동시에 편성된 생지의 결점을 검출하는 시스템이다. 원사불량 · 니들라인 · 위단 · 스판빠짐 · 장력이상 등 육안으로 식별이 어려운 불량까지 검출이 가능한데, 환편기 구조 상 현재는 싱글저지 구조의 환편성물에만 적용이 가능하다.

육안으로 식별하기 어려운 결점의 경우 결점 매트릭스를 사용하여 평가되어 불량판정을 유보할 수 있다. 모든 결점은 데이터베이스에 기록되며, 불량발생 빈도에 따른 편성중단도 설정이 가능하다. Knithawk는 적외선을 사용하여 편직물을 검사하는 소형 카메라 장치로 구성되며 환편기와 독립적으로 작동된다. Knithawk를 사용하면 불량 발생으로 인한 원사 및 에너지 소비, 클레임 비용 발생을 미연에 방지할 수 있다.



* 출처 : MAYER & CIE. 홈페이지, mayercie.com

실시간 환편기 정보 및 서비스의 허브, KnitLink

KnitLink 시스템은 Knithawk 시스템을 사용하는 환편기의 모든 작동 데이터를 제공한다. 가동 시간 및 중지 시간을 통한 기계 상태부터 반복되는 알람 및 기간별 효율성에 이르기까지 다양한 정보도 확인할 수 있다. 모바일 앱을 사용하면 언제 어디서나 환편기 정보에 접근할 수 있다. 또한 유지보수를 위한 부품 및 업그레이드 키트를 주문할 수도 있다.



* 출처 : MAYER & CIE. 홈페이지, mayercie.com



Uster® Technologies AG(스위스) USTER® Think quality

불량 검출을 넘어, 불량 예방까지

첨단 장비, 데이터 분석 기능이 포함된 통합 소프트웨어,
전문가가 제공하는 타의 추종을 불허하는 섬유 전문 지식의
세 가지 핵심 요소를 원활하게 결합한다.



USTER® Fabric Inspection
The quality analysis systems

* 출처 : USTER Technologies 홈페이지, uster.com

기업개요

	대표자	Davide Maccabruni
	설립연도	1875
	주소	Sonnenbergstrasse 10 8610 Uster, Switzerland
	홈페이지	uster.com
	업종	섬유 산업용 분석 장비 및 온라인 모니터링 시스템 판매

디지털 전환 적용사례

	종사자수	455명
	매출액	1,409억원(2022년 \$105M)
	키워드	원단 자동 검사 시스템, AI
	적용내용	원단 자동 검사 시스템 공급, 결점 데이터 분석 및 활용 서비스

항공통신 장비로 시작, 인수합병으로 원단 자동 검사 분야 진출

USTER® Technologies(이하 USTER)는 섬유 산업용 분석 기기 및 온라인 모니터링 시스템 개발/제조 전문기업이다. 1875년 항공 통신 장비 사업을 시작으로 설립되었으며, 1927년 직조 준비 설비로 섬유분야 사업을 시작하였다. 2010년대에 들어서 Jossi Systems(2013/스위스), Elbit Vision Systems(2018/이스라엘) 인수로 자동 원단 검사 시스템 분야로 사업을 확장하였다.

한편 Elbit Vision Systems는 1991년 창립하여 섬유 관련 자동 검사 시스템 분야에 있어 다년간의 업력을 보유한 이스라엘 기업이다. 1990년대부터 약 30여년간 자동 원단 검사 시스템을 개발·판매해 왔으며, 이 분야 선도 기업으로 알려져 왔다. 인수합병 후 UI 등 사용자 편의성이 보완되었으며, 데이터 수집/활용에서 크게 진일보 한 것으로 평가된다.

원단 결점 및 셰이드 검사 시스템, USTER EVS Fabriq Vision & Shade

Uster EVS Fabriq Shade는 최종 제품에 일정한 색상을 제공하여 품질문제의 제기를 미연에 방지할 수 있다. 해당 시스템은 공급되는 원단의 좌우 및 전후 색상 편차의 측정을 토대로 기준 샘플과의 색상 오차를 수치화할 수 있는 강점이 있다. 분광광도계를 사용하여 전체 프로세스에 걸쳐 지속적인 색상 모니터링을 수행하여 수동 샘플링이 필요하지 않은 점도 장점이다.

USTER EVS Fabriq Vision은 생산라인 속도로 눈에 보이는 모든 결함을 검출하기 때문에 생산 라인에 통합이 가능하며 사람의 개입 없이 객관적이고 정확한 검사가 가능하다. 결점 정보를 축적하여 데이터에 기반한 생산 적용 의사결정에 도움을 줄 수도 있다.

공간이 제한되어 있거나 제품에 롤러가 있는 프레임을 설치할 수 없는 경우 USTER EVS Fabriq Vision N 시스템을 적용하면 효과적이다. Uster EVS Fabriq Shade 시스템과 결합하여 원스텝 검사가 가능한 것도 장점이다.



* 출처 : USTER Technologies 홈페이지, uster.com

* 출처 : USTER Technologies 홈페이지, uster.com

제직 결점 방지 시스템, USTER Q-Bar 2

USTER Q-Bar 2를 사용하여 제직과정을 모니터링하면 결점이 발생하기 전에 예방하는 데 도움이 된다. 특정 알고리즘을 사용하여 결점이 발생되기 전에 이를 감지하여 직기의 가동을 멈추는 시스템으로, 이는 광범위하거나 반복되는 결점을 예방하는데 큰 효과가 있다. 또한 사용 중인 기존 직기 상단에 위치하므로 쉽게 설치할 수 있으며 직기 작업공간 외부에 위치하여 방해없이 작업이 진행될 수 있다.



* 출처 : USTER Technologies 홈페이지, uster.com

결점 데이터 분석 및 활용 서비스, Uster Fabriq Assistant

Uster는 사용자가 데이터를 분석하고 시각화하는 솔루션인 Uster Fabriq Assistant를 운영하고 있다. 이를 활용하면 결점 데이터를 분석하는데 필요한 시간과 노력을 줄일 수 있어 결과적으로 데이터에 기반한 의사결정의 정확성과 효율성을 향상시킬 수 있다. 자동화된 기능을 갖춘 이 제품은 모든 데이터를 고려할 수 있도록 신경망 AI 분류 체계를 갖추고 있어 결점을 분류하는 데 도움을 줄 수 있다. 분류 작업은 사람의 개입 없이 몇 분 내에 완료된다.

중앙 관리 모듈을 사용하면 연결된 검사 시스템을 실시간으로 모니터링하여 현재 제품 및 프로세스 품질 정보를 원격으로 확인할 수도 있다.

Kornit Digital Ltd(이스라엘)

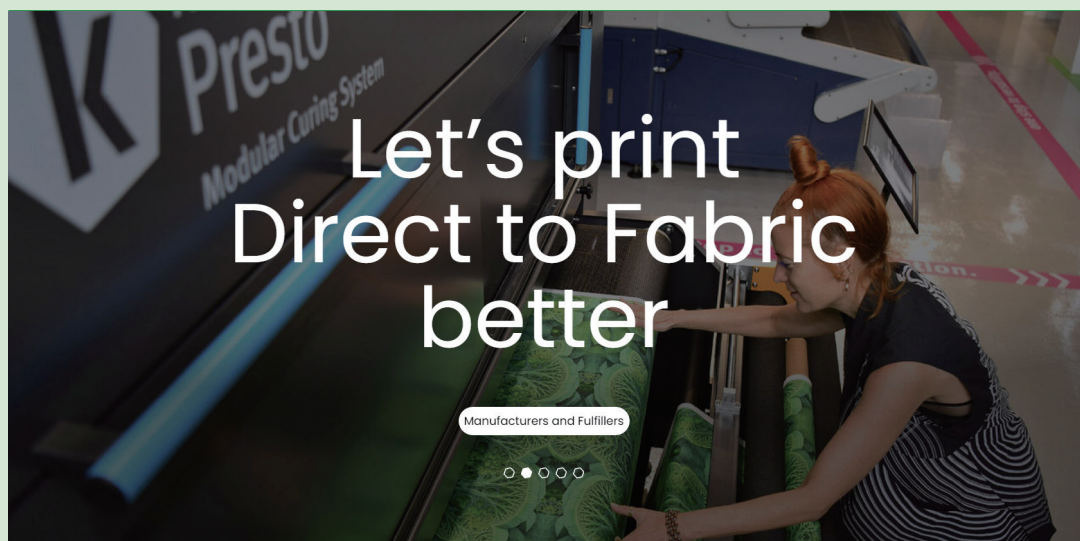


더 나은 패션을 위한 선택

지속가능한 패션 생산의 핵심, Kornit DTP 솔루션

Kornit은 단 몇 분 만에 우수한 품질의 모든 디자인을 실현할 수 있는

궁극적인 Direct-to-Fabric 솔루션을 제공한다.







* 출처 : Kornit Digital Ltd. 홈페이지, Kornit.com

기업개요

-  **대표자** Ronen Samuel
-  **설립연도** 2002
-  **주소** 12 Ha'Amal St. Afek Park, Rosh-Ha'Ayil 4809246, Israel
-  **홈페이지** kornit.com
-  **업종** 산업용 잉크젯 프린터, 안료잉크 및 화학제품 판매

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 565명
-  **매출액** 4,044억원(2022년, \$301M)
-  **키워드** 피그먼트, DTP, 안료잉크
-  **적용내용** 피그먼트 DTP 공급

피그먼트 DTP 글로벌 선도기업

Kornit Digital은 2003년 설립되어 미국, 아시아태평양, 유럽, 인도에 사무소를 둔 글로벌 기업으로 전세계 100 개국 이상의 고객에게 피그먼트 DTP 관련 솔루션을 제공하고 있다.

전통적인 날염공정에 비해 제판공정 및 호료 제조가 불필요한 디지털텍스타일프린팅(DTP) 공정은 장비의 제조속도 향상을 무기로 제조혁신과 공정혁신의 아이콘으로 급부상하고 있다. 특히 전세계적으로 물을 사용하지 않는 피그먼트 방식을 통하여 지속가능성을 높이는 방향으로 기술개발이 전개되고 있다.

업계 요구사항을 염두에 두고 제작된 Presto MAX

Presto MAX는 디자이너, 생산자 및 크리에이터가 우수한 성능, 응용 프로그램 범위, 색상 및 그래픽 디자인을 위한 가장 광범위한 기능을 제공하고 있다.

기존 Kornit Presto보다 속도와 퀄리티가 향상되어 전/후처리 공정 없이 어떤 원단이든 인쇄가 가능한 친환경 인쇄가 가능한 것이 특징이다. 또한 Kornit XDi 기술로 3D 효과를 적용하여 자수와 같은 입체 효과의 표현이 가능하고, 유색 패브릭에 형광색, 원색 인쇄 지원이 가능하여 스포츠웨어에 최적화된 컬러를 표현 할 수 있다. Kornit Presto MAX 장비는 유연제와 전처리 조제를 동시에 분사하여 생산성을 향상시킨 장점을 가지고 있다.



* 출처 : Kornit Digital Ltd. 홈페이지, Kornit.com

가먼트 프린트 시스템, Atlas 라인업

Atlas MAX PLUS 시스템은 가먼트 프린팅 시스템으로 기존 플랫폼의 생산속도를 시간당 150벌까지 향상시켰고, 통합 스마트 경화, 래피드 사이즈 시프터 팔레트 및 자율 보정 등 스마트 생산 기능을 강화하여 생산 유연성, 일관성 등을 향상하였다. 새롭게 적용된 XPI 기술을 통해 보는 각도에 따라 프린트 색상이 달라 보이는 효과의 부여도 가능하다.

특히 폴리에스터 소재에 Atlas MAX POLY 시스템은 시간당 120장의 티셔츠 인쇄가 가능하고 혼방 및 기타 합섬과의 조합도 작업이 가능한 특징을 가지고 있다. 네온 잉크를 사용하여 다채롭고 적층기능이 있어 자수 효과 등과 같이 생생한 인쇄물을 제공하는 동시에 우수한 품질과 내구성을 제공하는 특징이 있다.



* 출처 : Kornit Digital Ltd. 홈페이지, Kornit.com

지속가능한 패션을 위한 친환경 잉크, Neopigment™

Kornit의 수용성 Neopigment™ 잉크는 폴리에스터 소재의 인쇄 품질을 보장하는 제품이다. 색 영역이 우수하고 다양한 컬러를 취급하고 있다. 수용성 기반 친환경 잉크 제품군으로 내구성과 촉감이 탁월하며 밝은색 프린트에 사용하면 L Value와 불투명도가 우수한 것이 특징이다.



* 출처 : Kornit Digital Ltd. 홈페이지, Kornit.com

지이모션



아이디어에서 제품까지. Z-emotion에서 한번에.

자체 개발한 시뮬레이션 엔진을 기반으로
직관적이며 빠른 속도로 구현되는 3D 디자인 솔루션을 제공으로
패션 디자인, 마케팅 및 협업 과정에서 3D 디자인의 장점을 극대화한다.



* 출처 : 지이모션 홈페이지, z-emotion.com

기업개요

- 대표자** 한동수, 이동욱
- 설립연도** 2017
- 주소** 서울시 강남구 선릉로99길 12
- 홈페이지** z-emotion.com
- 업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 30명
- 매출액** 10억원
- 키워드** 3D 디자인, 시뮬레이션
- 적용내용** 디지털 의류 디자인 및 시뮬레이션

수많은 패션 브랜드가 입증한 서비스

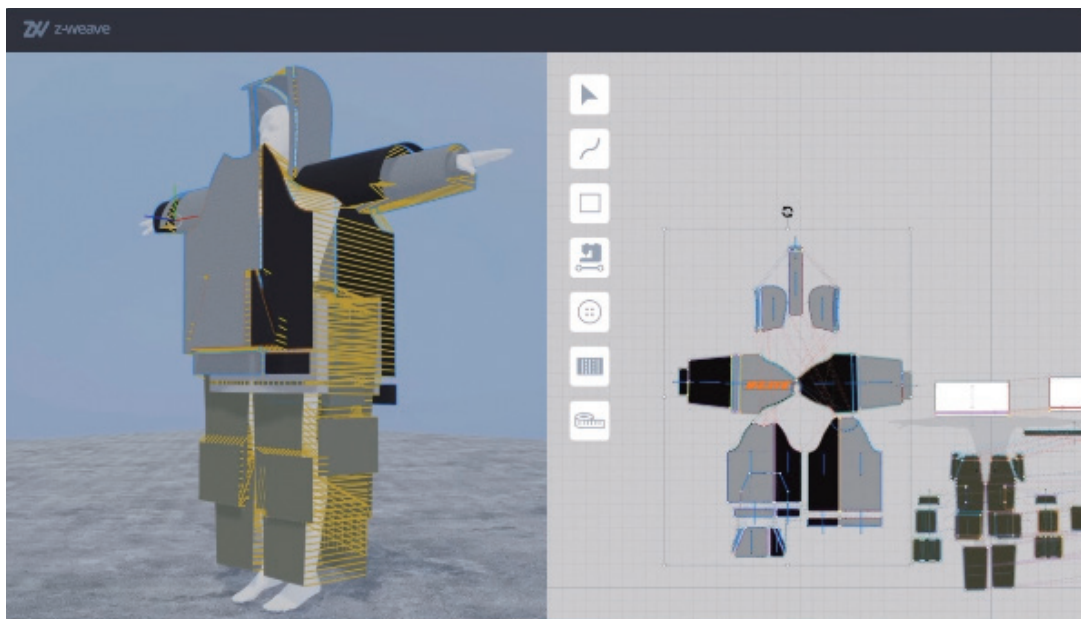
지이모션은 2017년 설립된 3D 디지털 의상 제작 및 시뮬레이션 기술 솔루션을 제공하는 기업으로, 실시간성에 집중한 의상 3D 디자인 및 시뮬레이션 솔루션을 제공하고 있다.

최근 국내 대기업 및 패션브랜드를 비롯해 해외 패션/스포츠 브랜드와의 협업을 통해 다양한 디지털 패션을 구현하고 있는데, 특히 미국 라스베이거스에서 매년 개최되는 세계 최대 IT 전시회인 CES의 K-STARTUP 통합관에 참가하여 '실시간 가상 스타일링 솔루션'과 '메타버스 디지털 쇼룸' 등의 솔루션을 소개하였다.

국내 캐주얼 패션 브랜드 커버넌트는 지이모션의 버추얼 피팅 엔진 도입으로 고객 전환율 300% 개선, 제품 노출률 12배 증가 및 반품률이 감소 효과를 확인하였다. 글로벌 스포츠 브랜드 나이키는 고객에게 차별화되고 인터랙티브한 3D 쇼핑 경험 전달을 위해 온라인 버추얼 스타일링 캠페인 협업을 추진하였는데, 실시간 렌더링을 기반으로 3D 패션 아이템을 아바타에 스타일링하는 디지털 경험을 제공함으로써 버추얼 스타일링을 이용하고자 하는 신규 유저의 유입을 이끌어 낸 것으로 평가받고 있다.

패션 산업을 위한 3D 의류 디자인 (z-weave)

자체 개발한 시뮬레이션 엔진 Zelus를 기반으로 만들어진 z-weave는 매우 빠른 속도로 구동된다. 이를 통해 실시간 의상 시뮬레이션이 가능하며 실물에 가까운 결과물의 제작이 가능하다. z-weave는 다른 프로그램과 쉽게 통합되는 호환성이 좋은 구조를 가지고 있어 온라인 솔루션은 물론 PLM 시스템이나 게임 소프트웨어와도 쉽게 연결이 가능하다.



* 출처 : 지이모션 홈페이지, z-emotion.com

언리얼 엔진을 위한 3D 의류 시뮬레이션 플러그인(z-unreal)

게임 및 컴퓨터 그래픽 제작 툴로 널리 사용되고 있는 언리얼 엔진에서 활용 가능한 플러그인인 z-unreal은 재질 맵의 생성이 용이하고, 특정 렌더링 포인트에서 다양한 효과를 구현할 수 있다. 또한 메타휴먼 기능을 통해 아바타를 활용한 시뮬레이션을 지원함으로써 보다 완벽한 디자인을 위한 다양한 종류의 아바타를 제공한다.

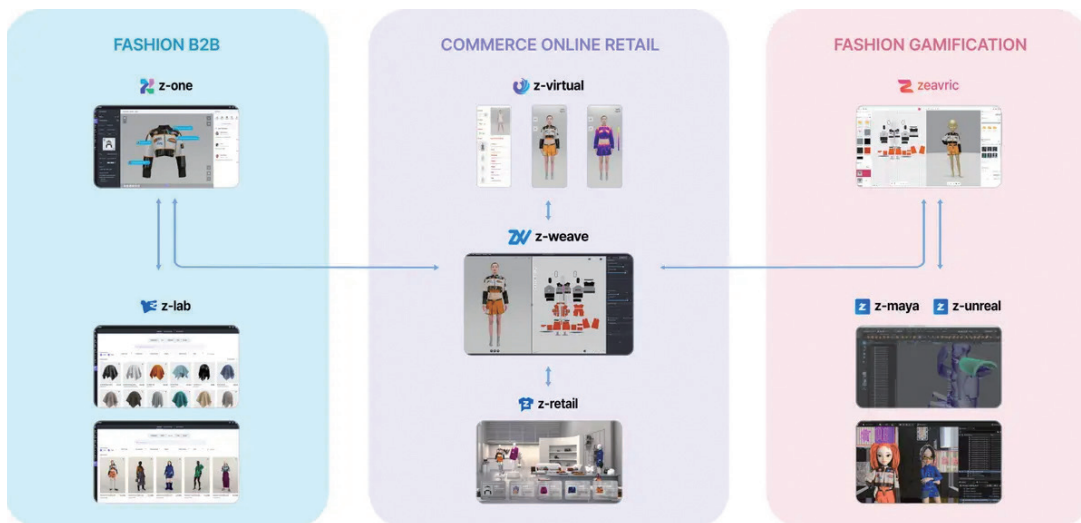
글로벌 럭셔리 패션 브랜드 '루이비통모에헤네시(LVMH)'은 2023년 6월 프랑스 파리 포르트 드 베르사유 전시장에서 열린 '2023 비바 테크'에서 지이모션과의 협업을 통해 루이비통 남성 2023 가을-겨울 패션쇼(Louis Vuitton Men's Fall-Winter 2023 Fashion Show)를 디지털로 선보인 바 있다.



* 출처 : 지이모션 홈페이지, z-emotion.com

3D 디자인 우위 극대화, 제품 에코 시스템

의류 제조 과정에서 디지털 제작 툴을 활용함으로써 샘플 제작 빈도를 낮추고 의류 제작 프로세스를 가속화하여 시장 출시 기간 단축이 가능하다. 사용자 친화적인 솔루션을 기반으로 하여 비전문가 접근성, 가상 드레싱 룸과 실시간 버추얼 트라이 온 경험을 활용한 이커머스로의 확장성이 우수한 장점을 가지고 있다.



* 출처 : 지이모션 홈페이지, z-emotion.com

클로버추얼패션





디지털 의상으로 세상을 변화시키다.

실제와 같은 디지털 의상 디자인부터 디지털 콘텐츠 관리 및 협업 플랫폼, 오픈 마켓플레이스까지 의상과 연관된 모든 분야를 디지털 융/통합시키며 시장을 선도한다.







* 출처 : 클로버추얼패션 홈페이지, clo3d.com

기업개요

-  **대표자** 부정혁, 오승우
-  **설립연도** 2009
-  **주소** 서울시 강남구 테헤란로 152강남파이낸스센터 42, 43층
-  **홈페이지** www.clovirtualfashion.com
-  **업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

-  **종사자수** 374명
-  **오피스** 14개
-  **키워드** 3D 디자인, 시뮬레이션
-  **적용내용** 디지털 의류 디자인 및 시물레이션

패션 업계의 디지털화를 선도하는 클로버추얼패션

2009년에 설립된 클로버추얼패션은 3D 의상 디자인 소프트웨어부터 디지털 의상 콘텐츠 관리 및 협업 커뮤니티 플랫폼, 오픈 마켓플레이스까지 의상과 연관된 모든 분야를 디지털 융/통합시키며 시장을 선도하고 있는 글로벌 디지털 의상 솔루션 기업이다. 현재 아시아, 유럽, 북미, 남미 등 전 세계 11개국 이상에 총 14개 오피스를 두고 있다. 임직원은 총 370여 명에 이르며, 절반 이상이 해외 직원으로 구성되어 있다.

클로버추얼패션은 지속가능하고 친환경적인 작업 환경과 더불어, 의상 제작 및 공유에 있어 효율적인 작업 프로세스를 만들고 있다. 또한, 실제 의상과 가상 의상이 서로 태그되어 의상과 관련된 모든 것들이 연결되어 있는 세상을 만들기 위해 혁신을 주도하고 있다.

CLO, 디지털 의상 디자인 소프트웨어

CLO의 핵심 기술은 옷을 만드는 방식을 혁신하는 것이다. 기존 의상 디자인 프로세스에서는 의상의 디테일과 주름 등을 하나 하나 모델링하여 제작했는데, 옷감을 자세히 보면 조각처럼 보이는 단점이 있었다. CLO는 실제 옷을 만드는 도면 그대로 원단과 원단을 연결하는 방식으로 시뮬레이션하기 때문에 텍스처, 주름이 실물과 비슷하게 사실적으로 보인다.

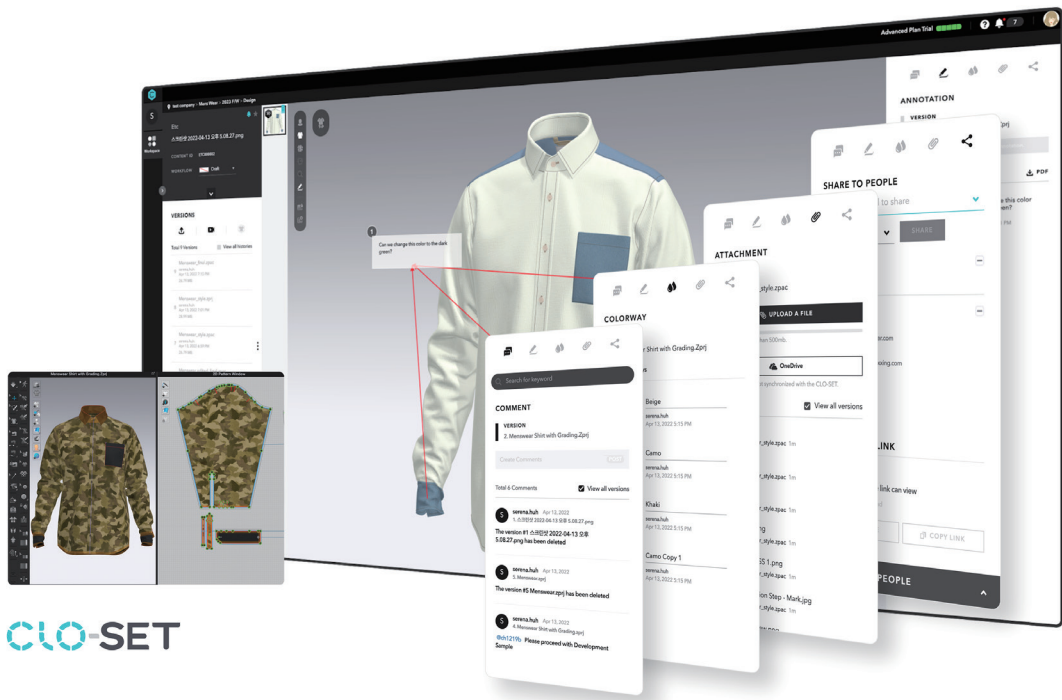
실제로 착용한 것과 비교했을 때 유사성이 높아 디지털 공간에서 의상을 만드는 것은 물론, 실제 옷을 만드는 과정에도 활용될 수 있다. 현재 패션 업계에서 가장 널리 사용되는 소프트웨어이기도 하다.



* 출처 : 클로버추얼패션 제공

디지털 의상 협업 플랫폼, CLO-SET

CLO-SET은 3D 파일 관리, 공유, 검색, 실시간 의사소통 등 전반적인 의상 제작 과정 내에 필요한 모든 협업을 한 공간에서 할 수 있는 클라우드 기반 플랫폼이다. 이 플랫폼은 제품 개발의 모든 과정을 통합하여 팀 간의 협업을 효율적으로 할 수 있는 '디지털 워크스페이스'를 제공하고 있으며, 3D 디자인의 가치를 극대화할 수 있는 가상 쇼룸, 피팅서비스, 비주얼 보드 등 다양한 기능들을 제공하여 디자이너 뿐만아니라 3D 기반의 협업이 가능한 모든 구성원들에게 새로운 차원의 협업 경험을 선사하고 있다.



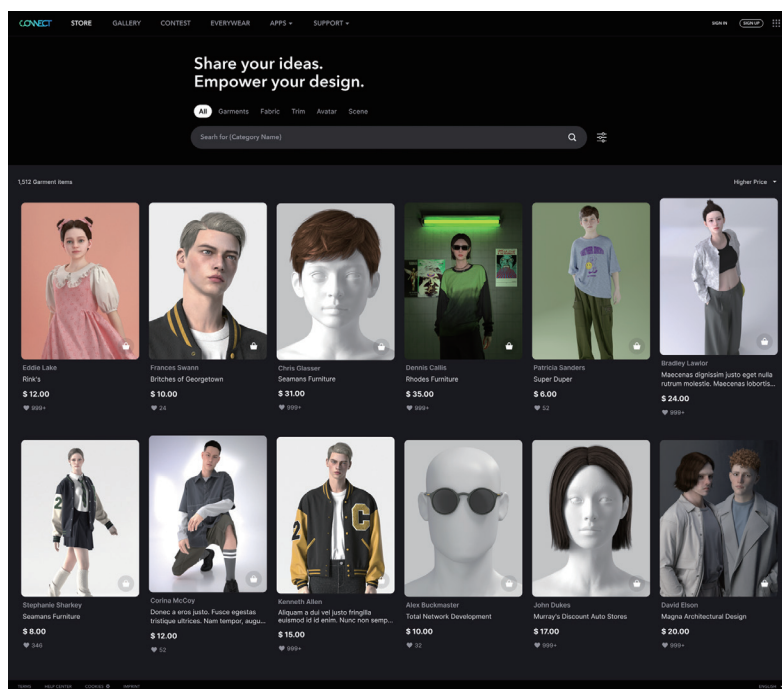
* 출처 : 유튜브 CLO 3D 채널, youtube.com/@CLO3D

글로벌 유저를 위한 디지털 의상 커뮤니티, CONNECT

글로벌 유저의 디지털 패션에 대한 수요에 힘입어 CLO 및 마블러스 디자이너를 기반으로 한 디지털 의상 커뮤니티 플랫폼인

‘커넥트(CONNECT)’를 오픈했다. 커넥트의 마켓플레이스에서는 누구든지 스토어를 개설하여 가상 의상 자체는 물론, 가상 의상 제작에 필요한 원부자재와 아바타를 판매하고 거래할 수 있다.

아바타마다 필요한 옷이 다른 만큼, 디지털 의상 수요도 급격히 늘어날 것으로 보고, 게임, 메타버스, 및 엔터테인먼트 산업을 포함하는 다양한 가상 세계에서 디지털 의상이 쉽게 호환될 수 있도록 연구 진행 및 상용화 준비 중이다. 다양한 가상 세계의 활성화와 함께, CONNECT의 비약적인 발전도 기대된다.



* 출처 : 유튜브 CLO 3D 채널, youtube.com/@CLO3D

디지털 패션 생태계 활성화에 주력, 3D 패션 인력양성에도 기여

디지털 패션 생태계의 활성화를 위해서는 3D 패션으로의 전반적인 변화, 변화에 대한 포용성, 원활한 도입을 지원할 인력이 필요하다. 이를 위해 한국섬유산업연합회에서 주관하는 3D 버추얼 패션 디자이너 양성 과정을 통해 지속적인 인력양성에도 일조하고 있다. 초기 10여 명 수준이었던 수료생은 2022년 32명으로 증가하였으며 지속적으로 늘어나는 추세를 보인다. 특히 지원율이 8:1에 달할 정도로 관심이 높다. 현재까지 200명에 가까운 많은 수료생이 한솔섬유, 세아상역, 한세실업, LF, F&F 등의 기업으로 취업한 바 있다.

호전실업



세계인이 선호하는 의류로 삶의 질을 높인다.

호전실업은 세계와 더불어 성장하는 글로벌 기업으로서
인권, 환경, 윤리를 소중하게 지키는 상생의 원칙을 고집한다.



* 출처 : 호전실업 홈페이지, hojeon.com

기업개요

	대표자	박용철, 박진호
	설립연도	1985
	주소	서울시 마포구 마포대로 19, 신화빌딩 11, 12층
	홈페이지	hojeon.com
	업종	그 외 기타 봉제의복 제조업

디지털 전환 적용사례

	종사자수	152명
	매출액	4,510억
	키워드	스마트팩토리, 봉제
	적용내용	봉제공정 에너지 소비 모니터 링을 통한 라인 최적화

신뢰·창의·열정·전문성을 기반으로 꾸준히 성장하는 호전

호전실업은 1985년 설립된 스포츠웨어 및 고기능성 의류 제조 전문기업으로 신뢰·창의·전문성·열정을 핵심가치로 삼고 이를 기반으로 꾸준히 성장해 왔다. 주요 거래처로는 Under Armour, Athleta, 롤루레몬 등이 있다. 호전실업은 롤루레몬이 성장 동력으로 삼고 있는 남성용 바지와 아우터 의류에 대해서도 핵심 파트너로 자리 잡았다.

의류 제조 디지털화를 위한 스마트 팩토리 구축

호전실업은 ‘의류스마트팩토리’ 구축을 위해 수년간 서울대학교와 공동으로 의류 제조 디지털화 및 자동화 기술 연구에 대한 연구를 추진해 왔다.

실시간 생산 모니터링 시스템을 갖췄을 뿐 아니라 AI 기반의 최적화 공정 설계 및 자동 품질 검사, 의류생산 공정 자동화에 대한 연구가 이뤄졌으며, 이를 통해 호전실업은 단순 생산 효율화뿐만 아니라 경영 예측 가능성을 높인 것으로 평가된다.



* 출처 : 동아일보, donga.com

의류 제조 플랫폼의 현업에서의 활용성 제고

의류 제조 플랫폼에서는 디자이너, 의류 유통업자, 원부자재, 로지스틱 등 의류에 관련된 모든 사람과 업종이 자유롭게 참여하고 활동할 수 있으며 특히 디자이너는 자기의 창작물을 영상으로 보여줄 수 있다. 의류 유통업체와 생산업체에 연결돼 최종 소비자에게 전달될 수 있다. 또한 의류 전문 플랫폼을 통해 전 세계 모든 사람이 참여할 수 있으며 기업 간 거래(B2B)도 이뤄질 뿐만 아니라 일대일 주문 생산도 가능해진다.

재봉틀 에너지 소비 모니터링을 통한 봉제작업 감지 및 라인 최적화 솔루션 도입

의류 제조의 기본 공정인 봉제 작업은 인력에 대한 의존도가 매우 높다. 의류 생산비용은 라인의 효율성에 큰 영향을 받는데, 생산 속도 및 라인의 균형 유지가 매우 중요하다.

최근 RFID 기술을 사용하여 데이터를 수집 분석함으로써 생산 효율성 향상 및 최적화하려는 노력이 있었다. 다만, 이 경우 생산 시스템에의 통합을 위해서는 작업물에 RFID 태그를 부착하고 판독기를 재봉틀에 설치해야 하므로 높은 초기 비용과 현재 시스템과의 호환성을 조정하기 위한 추가 비용이 필요하다. 따라서 보다 간편한 방식으로 봉제 작업을 모니터링하는 방법이 필요하였다.

호전실업에서는 이를 위해 재봉틀 모터에 자체 개발한 에너지 소비량 측정 솔루션을 개발하여 부착하고, 이를 통해 실시간 에너지 모니터링 데이터를 수집하였다. 이를 분석하여 생산 제품 수량을 추적하고 자동으로 집계할 수 있는 봉제 작업 생산 추적 시스템을 개발하였다.

개발된 시스템을 통해 재봉 작업을 테스트 한 결과, 최대 98.6 %의 정확도로 재봉 작업을 감지할 수 있었다. 감지된 재봉작업 모니터링 데이터를 기반으로 전체 봉제라인에 적용한 시뮬레이션을 토대로 봉제 라인 최적화가 가능함을 확인하였다. 이를 통해 시뮬레이션한 결과 이론적으로 최대 약 60% 생산성 향상이 가능함을 확인하였다.



* 출처 : 업체제공

모베이스션스타

글로벌 산업용 재봉기 제조기업

산업용 재봉기 및 컴퓨터 자수기 글로벌 브랜드 보유,
세계 최고 품질로 국내 및 글로벌 봉제업계를 선도한다.



* 출처 : 모베이스션스타 홈페이지, sunstar.co.kr

기업개요

- 대표자** 손태문
- 설립연도** 1974
- 주소** 인천광역시 부평구 새벌로 39 (청천동)
- 홈페이지** sunster.co.kr
- 업종** 기타섬유, 의복 및 가죽 가공기계 제조업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 115명
- 매출액** 371억원
- 키워드** 봉제기, 로봇 봉제, 봉제 자동화
- 적용내용** 로봇 봉제 시스템 개발, 봉제 자동화시스템 개발

재봉기 및 자수기 브랜드를 보유한 글로벌 산업용 재봉기 전문기업

국내 최대 재봉기 업체인 모베이스션스타는 1974년 설립 이후 2001년 한국 미싱공업, 한국 특수정밀, 한국전기를 합병하여 글로벌 기업으로 도약하였다. 모베이스션스타는 재봉기 글로벌 브랜드인 SUNSTAR와 자수기 글로벌 브랜드 SWF의 두 가지 브랜드를 보유하고 있다.

SunStar는 아이템별(Woven, Knit, Jean, Bag, Shoes etc) 고객의 요구에 맞춘 다양한 스타일의 산업용 재봉기를 제공하고 있으며, 지속적인 기술개발로 세계 시장에서도 높은 품질을 인정받고 있다.

산업용 로봇 시스템을 사용한 자동 봉제 시스템

모베이스션스타는 스마트패턴 재봉기에서 자동 봉제 시스템까지 일련의 자동화 시스템을 개발하였는데, 현재 기술로도 어플리케이션만 일부 보완하면 완전 자동화 할 수 있는 수준에 와 있는 것으로 평가된다.

해당 시스템은 일본 가와사키 로보틱스의 산업용 로봇(duAro-SR)을 사람처럼 두 팔로 사용한다. 이를 통해 미세한 정밀도로 봉제 작업이 가능한데, 압력 및 수평방향 미끄러짐 센서를 통해 제어시스템을 통합하면 자동화 봉제공정에 적용이 가능하다.



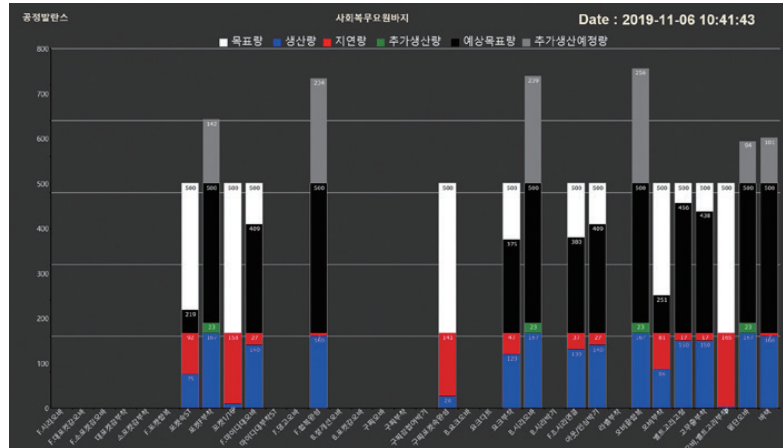
* 출처 : 한국섬유신문, ktnews.com

의류 생산관리 시스템 및 공정 자동화 기술

의류 봉제 스마트팩토리 구축을 위해서는 자동 봉제 시스템 외에도 봉제공정 전반에서 데이터를 수집하고 이를 토대로 공정을 제어하는 관리시스템이 필수적으로 요구된다. 이를 위해 기존 산업용 재봉기에 장착이 가능하고 무선통신을 통해 재봉기 생산 데이터를 송신할 수 있는 ‘스마트 O/P시스템’(봉제기 실시간 생산현황 파악)도 개발되었다.

‘스마트 재봉기’의 경우 회전식 땀폭 다이얼, 노루발 압력 조정, 자동 실 장력, 끝단 감지 공정 부분을 모두 ‘OP(Operation Box) Touch 방식’으로 교체해 정확도를 높였고, 비숙련자도 쉽게 사용할 수 있도록 고안됐다.

이외에도 자동 실 장력의 경우 작업물에 대한 물리적 진동 및 기타 사항 등에 의한 실 장력값을 정확히 유지하고 조정할 수 있도록 고안됐으며, 끝단 감지의 경우 작업물의 끝단을 감지해 보조자도 쉽게 작업할 수 있도록 고안됐다.



* 출처 : TIN뉴스, tinnews.co.kr

초기 도입비용이 걸림돌, 자동화 라인 도입 가속화 예상

개발된 자동화 봉제 시스템을 공동개발기업에 적용하여 봉제공정에 도입한 결과, 기존 공정의 16% 단축을 통해 생산성이 향상되는 결과를 보였다. 다만 초기도입 비용 부담으로 아직 본격적인 실용화의 문턱을 넘기기는 어려운 것으로 보이나, 지속적인 인건비 상승으로 연간 인건비가 설비 도입가에 다다를수록 자동화 봉제라인 도입을 가속화시킬 수 있을 것으로 보인다.

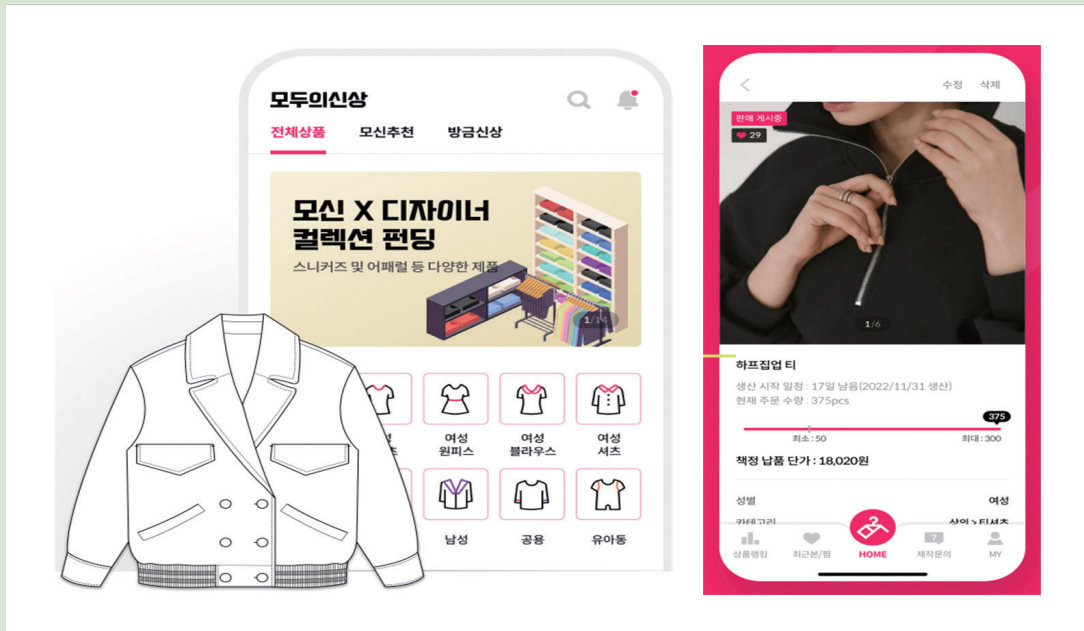


모신

모두의신상

모두를 위한 디자인 매칭 플랫폼. 모두의 신상

사업가/기업 고객과 디자이너의 의류 디자인 매칭 플랫폼, 모두의 신상
수익을 나누고 사업의 가치를 올려
모두가 지속적으로 일할 수 있는 최적의 환경을 만들어 간다.



* 출처 : 모두의 신상 홈페이지, designer.modoonew.com

기업개요

- 대표자** 강소영
- 설립연도** 2022
- 주소** 서울시 중구 을지로 251 3층
- 홈페이지** modoonew.com
- 업종** 통신판매업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 6명
- 매출액** N/A
- 키워드** 클라우드 펀딩, 의류 제작 플랫폼
- 적용내용** 의류 제조를 위한 디자이너-의류사업자 매칭

패션 디자이너와 의류 사업자의 동반 성장 도모

‘모두의신상’은 패션 디자이너와 의류 사업자를 효과적으로 연결해 제작부터 납품까지의 과정을 원스톱으로 제공하는 디자인 매칭 플랫폼이다. 고객들은 해당 플랫폼을 통해 자유롭게 원하는 디자인을 판매하고, 소싱하고, 생산할 수 있다.

패션 디자이너들은 자신의 디자인 상품을 웹 또는 모바일 앱을 통해 간편하게 판매할 수 있으며, 의류 제조자는 플랫폼 내에서 다양한 상품을 확인하고 구매할 수 있도록 했다. 이러한 플랫폼 구조를 통해 패션 디자이너와 사업자 간 동반 성장을 도모했다는 평가를 받는다.

패션 산업 디지털화를 실현하는 패션 펀딩 플랫폼, 모두의 신상

‘모두의신상’은 웹과 모바일 앱 모두에서 사용가능한 플랫폼으로 ‘모두의신상’과 ‘모두의신상 디자이너’의 두 가지 접속 루트를 가진다. ‘모두의신상’은 의류 사업자가 의류 제품을 구매할 수 있는 페이지이며, ‘모두의 신상 디자이너’는 디자이너가 창작한 디자인을 판매할 수 있는 페이지이다. 두 페이지를 분리한 것은 디자이너 각자의 디자인 지적재산권 보호를 위한 장치이다.

사용자 별 앱 분리



디자이너 전용



도매/기업 전용

디자이너와 도매/기업의 웹사이트를 분리하였습니다.
도매/기업 웹은 도매/법인 사업자만 회원 가입이 되기 때문에
다른 디자이너에게 내 상품의 노출을 방지할 수 있습니다.

클라우드 펀딩형 주문 방식을 통한 판매



도매/기업 웹 화면

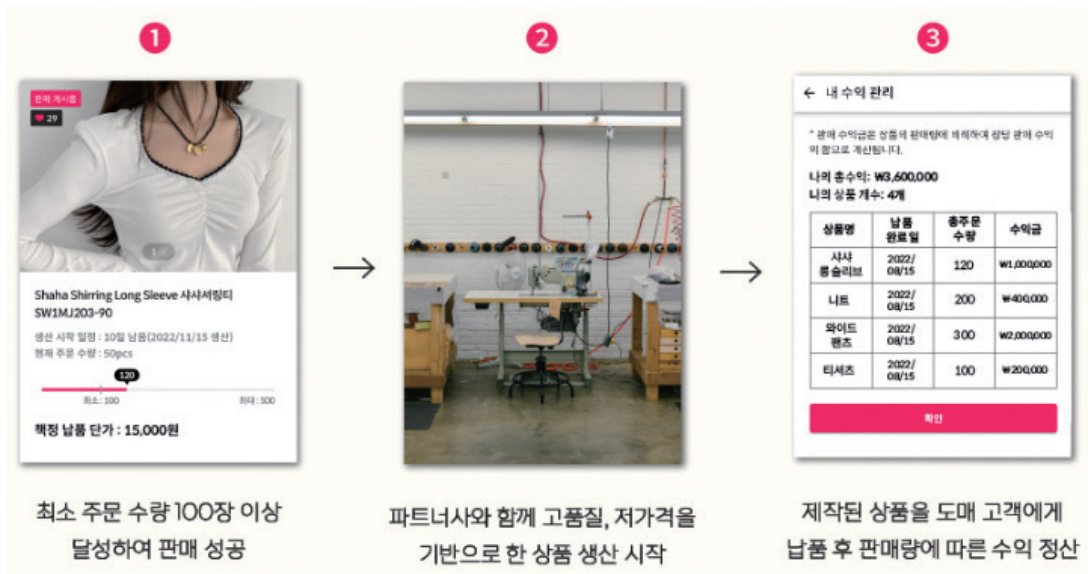
최소 100장, 최대 수천장씩
대량으로 생산하여 상품의 단가를
낮춘 합리적인 서비스

* 출처 : 모두의 신상 홈페이지, designer.modoonew.com

* 출처 : 모두의 신상 홈페이지, designer.modoonew.com

모두의 신상을 이용한 패션 제품 제작 과정은 아래의 7단계로 진행된다.

- 자신이 디자인한 상품을 업로드
- 본사의 상품성 심사를 통한 판매게시 승인과 생산성 조율 후 생산 일정, 최소/최대 생산 가능 수량, 단가 등 확정
- 판매게시
- 크라우드 펀딩형 주문 방식을 통한 판매
- 판매 성공 시 생산 시작하고 모두의신상이 사업자 고객에게 납품
- 상품의 납품 후 검수를 통해(72시간 이내) 이상이 없으면 판매완료
- 판매완료 이후 디자이너 레벨과 판매량에 따른 판매수익 정산(72시간 이내)



* 출처 : 모두의 신상 홈페이지, designer.modoonew.com

패션 산업 디지털화를 실현하는 패션 펀딩 플랫폼, 모두의 신상

모두의 신상에는 유명 브랜드 디자이너들도 다수 참여해 활발하게 활동하고 있다. 이들은 플랫폼 내에서 자신의 디자인을 실현하며 수익을 창출할 수 있을 뿐만 아니라 디자인 포트폴리오로 활용, 경력의 연속성을 확보하기도 한다. 이는 사업자에게 모든 패션 디자이너의 디자인을 모아 놓은 소싱처로 활용이 가능하다는 강점이 된다.

디자인 펀딩 뿐만 아니라 생산 프로모션 서비스도 갖추고 있다. 쇼핑몰, 도매업체, 기업 등에서 자체 제작하는 상품을 '모두의신상' 측으로 생산 의뢰하면, 최적의 퀄리티와 경쟁력 있는 단가로 서비스를 제공받을 수 있다. 특히 소량 생산과 해외 생산이 모두 가능한 시스템을 구축해 의류 사업자들이 보다 효율적으로 사업을 운영할 수 있도록 돕는다.



멋들어진



MTO 패션 모든 주문과정에 대한 확실한 해법. FLUG

개인 맞춤형 패션 생산관리 시스템, FLUG

무점포 소자본 창업이 가능하고 가상스토어를 통해
생산과정을 실시간으로 확인할 수 있다.

**단 한 벌로, 내 옷도 맞춰입고
나만의 패션브랜드를 만들고 판매하고 운영해보요**

FLUG
FASHION PLUG

* 출처 : FLUG 홈페이지, manual.flug.co.kr

기업개요

- 대표자** 변경덕
- 설립연도** 2018
- 주소** 서울시 종로구 종로31길 54(연지동, 아르젠중로) 2층
- 홈페이지** mjin.co.kr
- 업종** 정보통신업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 5명
- 매출액** 3억원
- 키워드** 의류생산관리, PLM, MTO
- 적용내용** 맞춤형 패션 가상제작 및 주문/생산관리 솔루션 플랫폼

Fashion PLUG, FLUG 플랫폼

‘주식회사 멋들어진’은 IT를 기반으로 한 패션 서비스 전문기업으로, 약 15년 간 패션 업계에서 축적해 온 1:1 자동화 보정 의류패턴, 자동화 치수 측정 시스템 등의 기술을 바탕으로 ‘FLUG’ 플랫폼을 개발하였다.

아날로그 방식으로 진행되던 의류 제조 과정을 디지털 자동화로 처리해 효율성을 높이는데 주력한 ‘FLUG’ 플랫폼은 MTO(주문 후 생산) 패션의 디자인부터 원부자재, 생산까지 유기적으로 연결된 정장용 개인 맞춤형 패션 통합 생산관리 시스템이다.

‘FLUG’ 플랫폼의 일반사용자 대상 확대 버전인 ‘FLUG 온라인’은 B2B와 B2C 모두에서 전천후로 활용될 수 있는 범용 패션 플랫폼으로, 패션관련 업체는 물론 일반 소비자도 구매와 함께 직접 판매자가 될 수 있는 구조로 개발되었다.

이 과정에서 온라인 쇼핑몰 구축이나 인력, 인프라 등이 필요 없이 패션 온라인 쇼핑몰을 생성·운영할 수 있다.

FLUG 서비스별 주요 기능

FLUG 원자재

FLUG 원자재는 창고별, 위치별 세밀한 재고 관리는 물론 거래명세서, 자동화 원장 발주, 현황 대시보드 등 원자재 운영에 필요한 모든 기능을 제공한다.



FLUG 생산처

FLUG 생산은 한마디로 스마트 팩토리라 정의할 수 있는 의류패턴 개별 자동화 생성 및 관리, 생산자 관리, 생산 케파(Capacity) 관리, 생산 트랙픽 분산, 생산위치 파악, 대시보드 등 생산에 특화된 효율적인 기능을 제공한다.

FLUG 스토어

FLUG 스토어는 사업자가 온라인, 오프라인 어디서나 옷을 판매하고 생산하고 관리할 수 있는 최적의 기능을 제공한다.



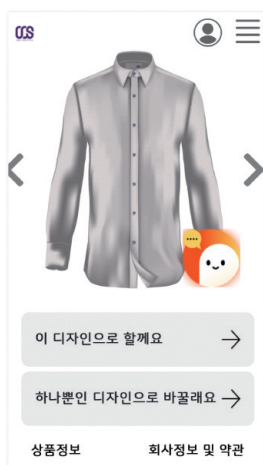
* 출처 : FLUG 홈페이지, manual.flug.co.kr

FLUG-KIOSK

FLUG-KIOSK는 일반인을 대상으로 하는 무인 패션샵으로 오프라인(무인샵, 회사 로비, 집 앞) 어디서나 누구나 옷을 내 마음대로 변형하고 개인 취향에 맞춰 구매할 수 있는 서비스이다.

FLUG-API

FLUG-API는 FLUG System과 달리 일반인, 사업자를 막론하고 어느 누구나 온라인에 간편하게 가입하여 개인 맞춤형 패션을 구매하고 판매할 수 있는 서비스이다.



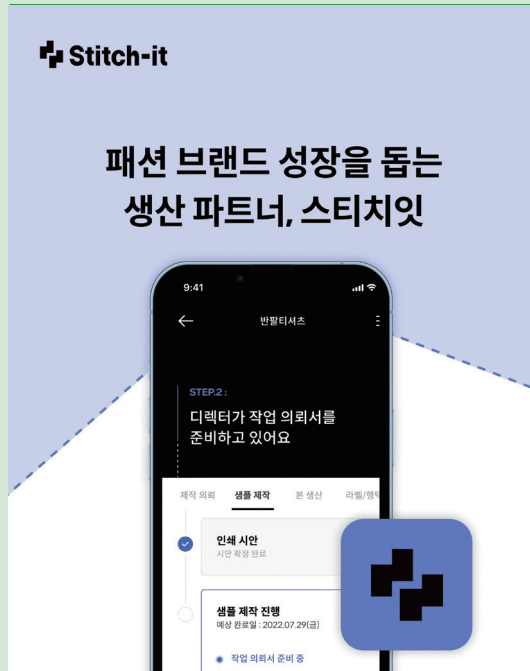
* 출처 : FLUG 홈페이지, manual.flug.co.kr

팩토리유니콘



누구나 쉽게 의류 생산하는 시대 온라인 의류생산 플랫폼. 스티치잇.

의류생산 경험이 없거나 더 효율적으로 하고 싶은 브랜드를 위한
올인원 의류생산 서비스, 스티치잇
전문 지식 없이도 쉽고 빠르게 합리적인 비용으로 의류를 생산한다.



* 출처 : 스티치잇 홈페이지, stitch-it.co.kr

기업개요

	대표자	백찬
	설립연도	2020
	주소	서울시 성동구 천호대로 426(용답동) 5층
	홈페이지	stitch-it.co.kr
	업종	서츠 및 블라우스 제조업

디지털 전환 적용사례

	종사자수	9명
	매출액	44억원
	키워드	온라인 의류생산 서비스, SCM
	적용내용	올인원 의류생산 서비스 플랫폼

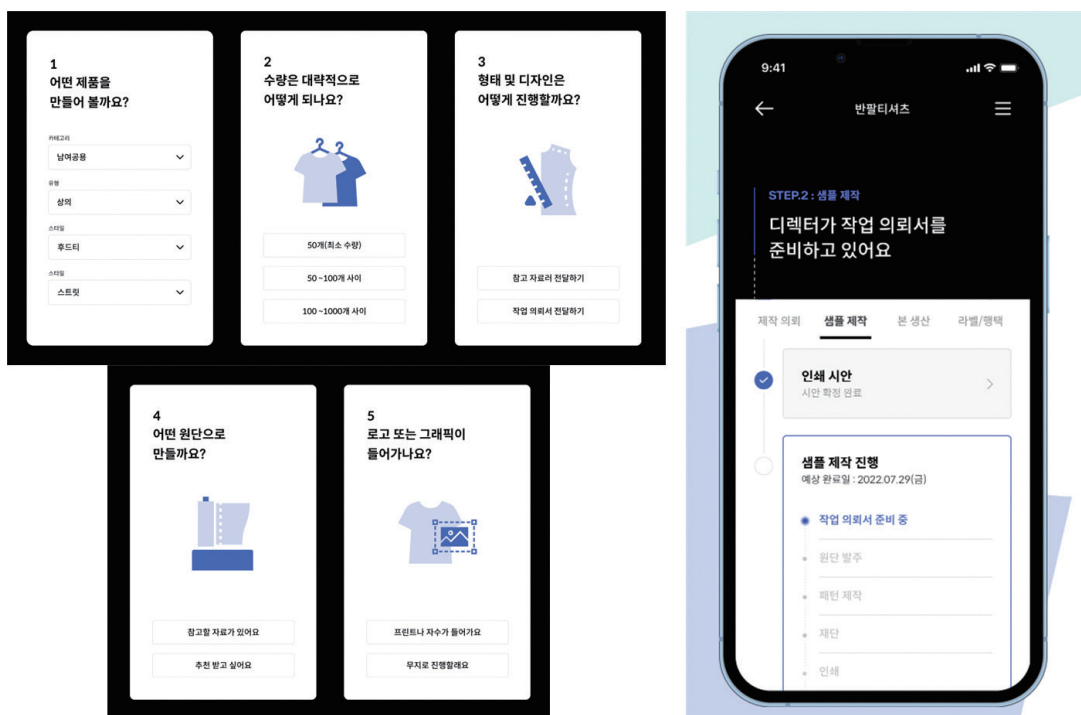
올인원 의류생산 서비스 플랫폼

스티치잇은 의류 생산의 모든 공정을 연결하는 SCM 플랫폼으로 별도의 서류없이 PC와 모바일을 통해 한번에 생산 관리를 할 수 있도록 만들어졌다. 30단계가 넘는 공정과 10개 이상의 서류가 필요했던 기존 의류 생산 공정과 다르게 언제 어디서나 PC와 모바일을 통해 생산 문의를 할 수 있고 실시간으로 내 제품의 생산현황을 확인할 수 있다.

디자이너 입장을 고려한 의류생산 플랫폼

지금까지의 의류 생산 방식은 제조 및 공급자에 친화적인 환경이었다. 파편화 되어있는 생산 공정으로 인해 공정별 공장을 발품 팔며 찾아다녀야 했으며, 명확한 기준 없이 산출되는 단가, 구두 소통 시 휘발되는 정보, 예측하기 어려운 작업 일정 등으로 인해 의류 제조 과정을 관리하는데 상당한 비용과 시간, 노력이 요구되었다.

스티치잇은 의류 생산 관리를 간편화하여 브랜드를 운영하는 의류 판매자가 의류 기획 및 디자인 등 더 중요한 일에 집중하여 그들의 사업을 성장시킬 수 있는 환경을 만드는 것을 목표로 개발되었다.



* 출처 : 스티치잇 홈페이지, stitch-it.co.kr

스티치잇 플랫폼의 주요 특징 및 장점

전문 지식없이도 의류 제작 가능

- 작업 의뢰서를 직접 작성할 필요가 없어 의류 제작에 대한 전문 지식 없이도 제작 가능
- 원단소재·핏/치수·봉제방법·인쇄방법 등 기획된 제품에 적합한 제조공법 추천

의류 제작 시간 단축

- 발품 팔며 거래처 찾는 데 허비되는 시간 절약
- 의류생산에 필요한 모든 과정에 대한 지원으로 의도한 샘플의 정확한 제작 가능

안정적인 품질 검수

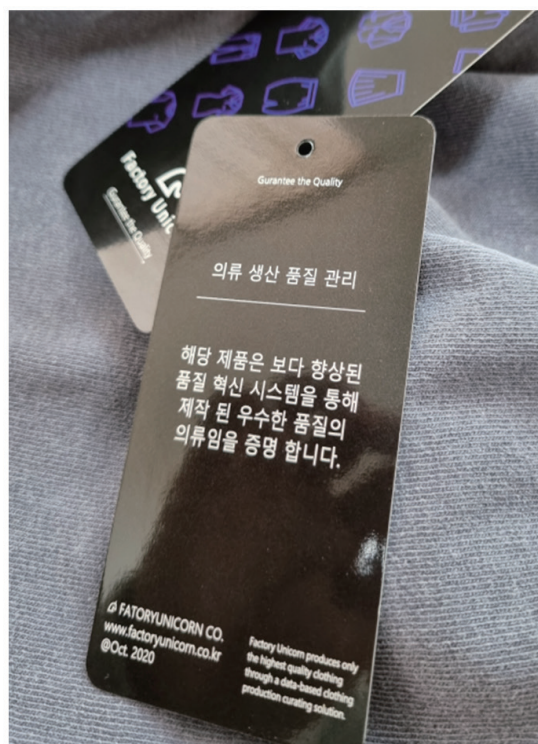
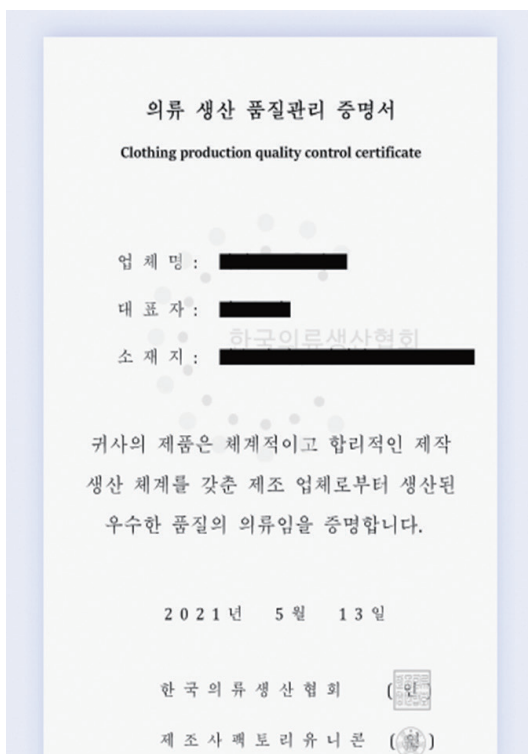
- 전문 검품소를 통한 불량제품 검수로 불량제품 발견 시 A/S 처리 지원

맞춤 제조 퀄리티

- 판매가 및 브랜드 맞춤 제조 퀄리티 조율을 통해 고객의 니즈에 맞춰 제작

실시간 제조 현황 확인 가능

- 샘플제작, 본제작, 가공 등 각 단계에서 세부적인 제작 현황 확인이 가능
- 장소/시간에 구애받지 않고 모바일로 제작 현황 확인
- 체계적이고 합리적인 의류 생산체계로 고객사 신뢰제고
- 의류 생산 품질관리 증명서 제공 및 우수 품질 행택 발급



* 출처 : 스티치잇 홈페이지, stitch-it.co.kr

어바웃



봉제공장 매칭 플랫폼, 어바웃

국내 최대 봉제 커뮤니티를 활용한 정보 제공,
생산비용 비교견적 및 생산대행, 마케팅까지 제공한다.

봉제공장 플랫폼
어바웃
패션봉제 마케팅
일감연결
플랫폼

봉제공장 일감은 없는 것이 아니라, 못 찾는 것입니다.
'어바웃' 서비스를 통해 마케팅, 일감연결 서비스를 경험하세요.

동대문 도매상가
Aprm, 디오트, 청평화 등
도매상가의 일감을 원하는 분

디자이너 브랜드
고퀄리티 의류 제조업체의
일감을 원하는 분

인터넷 쇼핑몰
봉제공장의 비수기를 애타고
꾸준한 일감을 원하는 분

- 패션봉제업종 마케팅 (5만원/1개월) 지승현 대표 010-2333-8939
오수영 팀장 010-5091-5460

* 출처 : 어바웃 홈페이지, abaot.co.kr

기업개요

- 대표자** 지승현
- 설립연도** 2018
- 주소** 서울시 강서구 마곡동로 10길 46, 보타닉파크푸
라자 504, 505호
- 홈페이지** abaot.co.kr
- 업종** 전자상거래 소매업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 3명
- 매출액** 5억원
- 키워드** 봉제공장 매칭, 의류생산 대행
- 적용내용** 봉제공장 매칭 플랫폼

국내 최대 봉제 커뮤니티와 협력으로 다양한 정보 및 서비스 제공

어바웃은 2021년 네이버 카페 봉제네(구, 한국봉제공장)의 공식 협력업체로 등록하고, 봉제공장 매칭 플랫폼 ‘어바웃’을 출시하였다. 2009년 개설된 네이버 카페 ‘봉제네’는 패션 제품 생산자들이 유통사에 의지하지 않고 바이어와 직접 소통할 수 있는 거래라인의 확보를 목적으로 만들어진 커뮤니티로 2020년 개인운영의 한계를 극복하고자 법인운영으로 변환을 추진하고자 봉제네가 설립되었다. 가입회원수 27만명 이상을 보유한 국내 최대 봉제관련 커뮤니티로 운영되었으나, 보다 다양한 서비스 제공 등을 목적으로 어바웃과의 협력체계를 구축하였다.

현재 어바웃은 봉제공장 정보제공, 무료견적, 생산대행(프로모션), 마케팅, 창업컨설팅 등 의류제작 및 쇼핑물 창업자들을 위한 서비스를 제공하고 있다.

국내 최대 봉제 커뮤니티와의 협력체계 구축

‘어바웃’은 봉제공장 매칭 플랫폼으로 제작되었지만, 의류 제조를 위한 다양한 서비스도 제공한다. 기본적인 ‘어바웃’의 기능은 다음과 같다.

봉제공장 정보 제공 및 생산비용 비교견적 서비스

모바일과 PC를 통해서 업체사진, 위치, 업체명, 연락처, 최소생산수량, 생산복종 등의 봉제공장 상세 정보를 무료로 확인할 수 있다. 때문에 의류 제작에 대한 지식이 있거나 봉제공장 섭외에 어려움을 겪고 있는 경우 손쉽게 빠르게 관련 업체 정보를 습득하여 의류 제작을 진행할 수 있다.



* 출처 : 어바웃 홈페이지, abaot.co.kr

또한 제품 양산 전 생산비용 확인을 위한 생산비용 비교견적 서비스를 제공하므로 보다 신속한 봉제공장과의 소통이 가능하다. 견적에 포함된 생산단가, 납기 등 주요 정보를 통해 상세한 생산계획의 수립이 가능하며, 의뢰자 본인만 확인 가능하므로 정보 노출에 대한 우려도 없다.

의류 생산 대행

직접 봉제공장을 찾았다고 해서 바로 의류 제작을 시작하기는 어렵다. 적합한 원단 및 부자재, 포장 및 패키징 방법, 패턴 및 샘플 제작, 작업지시서 작성, 제작된 샘플의 수정 등 수많은 과정을 고려한 의류 제작 계획이 필요하기 때문이다.

어바웃의 의류 생산대행 서비스는 원단공급부터, 패턴 및 샘플제작, 작업지시서 작성, 검품 등 의류제작 과정을 대행하여 의류 생산에 소요되는 시간 및 비용을 절감할 수 있다.

단체티 등 간편한 주문제작의 경우 기성복(맨투맨, 후드집업 등)에 디자인 도안을 넣어 원하는 의류의 제작도 가능하다.



* 출처 : 아바웃 홈페이지, abaot.co.kr

마케팅 서비스

‘아바웃’은 의류 제작과 관련한 정보제공, 생산대행 이외에 마케팅 서비스도 제공한다. 주요 포털사이트의 검색광고 무료관리, 마케터 구독 서비스, 종합 마케팅 관리, 행사대행 등 다양한 마케팅 서비스를 제공하여 마케팅에 대한 부담도 절감할 수 있다.

예스나우

YESNOW

데이터를 연결해 새로운 가치를 찾는다. 예스나우

올인원 사이즈 솔루션, 핏파인더

데이터 통합 분석 자동화 솔루션, 핏디스커버리

수요량 예측 기반 Data Intelligent 제공, 핏인텔리전트

효율성을 높이는 예스나우의 강력한 3가지 솔루션

모든 서비스는 상호 연결되어 있으므로 무엇을 먼저 도입하시든 추후 양방향으로 확장이 가능합니다.



데이터 수집 도구

핏파인더

핏파인더는 쇼핑물에서 발생하는 사이즈 관련 업무를 모두 해결해 주는 올인원 사이즈 솔루션입니다.

데이터 분석 도구

핏디스커버리

핏디스커버리는 MD를 위한 데이터 통합 분석 자동화 솔루션입니다.

데이터 예측 도구

핏인텔리전스

수요량 예측을 통하여, 다양한 Data Intelligence를 제공합니다.

* 출처 : 예스나우 홈페이지, yesnowinc.io

기업개요

- 대표자** 황예슬
- 설립연도** 2019
- 주소** 서울시 강남구 역삼로 175 현승빌딩 704호
- 홈페이지** yesnowinc.io
- 업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 7명
- 매출액** N/A
- 키워드** AI, 사이즈 측정, 사이즈 추천, 사이즈 빅데이터
- 적용내용** 시 기반 사이즈 측정/추천 솔루션, 사이즈 데이터 분석

인공지능 기반 사이즈 데이터 활용 패션 테크 기업

2019년 설립된 예스나우는 데이터 및 인공지능 기술을 활용하여 패션 시장에 적용하고 있는 패션 테크 기업이다. 자체 개발한 핏 어드바이저 ‘핏파인더’는 사람이 직접 측정하지 않아도 언제 어디서든 쉽고 빠르게 소비자 개인의 신체 사이즈를 산출할 수 있다. 때문에 다양한 사이즈의 의류를 직접 입어볼 수 없는 온라인 쇼핑몰에서의 활용으로 쇼핑몰 매출 증대효과를 가져올 수 있다.

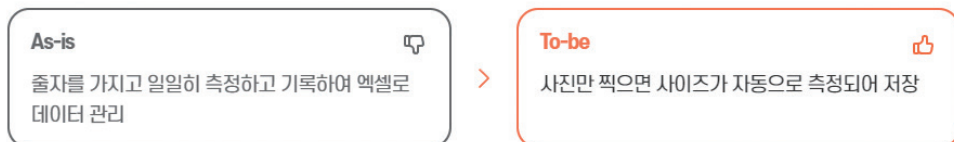
예스나우는 의류 판매자에게는 데이터에 기반한 최적의 의사결정, 소비자에게는 온라인 의류 시장의 효율을 극대화하여 개인에게 최적화된 의류를 제공하는 것을 목표로 사이즈 관련 데이터 관련 제품 및 서비스를 제공하고 있다.

AI 사이즈 측정으로 상품 속성 데이터를 수집하여 업무에 활용, ‘핏파인더’

‘핏파인더’는 AI 사이즈 측정 기술을 통해 사진 한 장만으로 부위별 사이즈 등 세부 상품 데이터를 텍스트, 숫자 등 표준화된 데이터베이스로 축적할 수 있다. 분석이 불가능한 형태인 비정형 데이터를 정형화된 데이터로 변환해 주기 때문에 다양한 형태의 분석, 가공이 가능한 장점을 가진다. 특히 차별화된 2STEP 데이터 추출과정으로 빠르고 정확한 상품 속성 데이터의 확보가 가능하다.

또한 자동 측정된 사이즈를 바탕으로 사이즈표 제작, 업로드, 수정, 연동까지 자동으로 변환해 주므로 사이즈 관련 복잡한 업무를 1/10로 줄일 수 있게 된다.

사진 한 장만으로 사이즈 자동 실측되어 사이즈표 까지 만들어 줍니다



* 출처 : 예스나우 홈페이지, yesnowinc.io

단순 반복 업무는 자동화하고 창조적인 일에 시간을 투자하라, '핏디스커버리'

'핏디스커버리'는 MD를 위한 업무 자동화 솔루션(RPA)으로, 온라인/MD팀이 매일 해야 하는 반복적인 단순 업무인 데이터 추출/가공·분석을 자동화하고 인사이트 도출에 집중할 수 있도록 할 수 있다. 때문에 적은 인력으로도, 담당자가 바뀌어도 업무의 연속성을 가질 수 있다. '핏디스커버리'는 패션 분야에 특화된 빅데이터 시스템으로 분산된 데이터를 통합하여 트렌드 감지 등 가치있는 정보로 제공할 수 있는 장점을 가지고 있다. 또한 누구나 직관적으로 인지할 수 있도록 UI/UX를 최적화 하였으며, 변화관리에 대한 유연한 대응이 가능한 솔루션이다.

강력한 대시보드 기능으로 KPI 달성도 및 분석 리포트 제공

As-is 🔍

주간보고, 월간 보고 등 같은 양식내에 단순 반복 데이터 업데이트로 비효율 발생

➤

To-be 👍

리포트 데이터 해석에 더 많은 시간을 투자하여 성과 증대



* 출처 : 예스나우 홈페이지, yesnowinc.io

데이터바우처 지원 사업으로 빅데이터 생태계 활성화 선도

과학기술정보통신부에서 주관하는 데이터바우처 지원사업은 중소기업/소상공인/예비창업자등이 필요로 하는 AI 솔루션 및 서비스 개발을 지원하는 사업으로, 예스나우는 데이터 공급기업으로 지정되어 관련 서비스를 제공하고 있다.

예스나우와 함께라면 패션기업의 비즈니스 성장을 위한
모든 데이터 작업 가능합니다.



* 출처 : 예스나우 홈페이지, yesnowinc.io

펄핏



AI 신발 사이즈 측정 솔루션, 펄핏

펄핏을 커머스에 연결하고 휴대폰으로 발측정을 하면,
원하는 신발 추천 사이즈를 바로 확인!
반쯤없는 E-commerce 생태계를 만들어 간다.

What's Perfitt?

펄핏은 아래 세가지 데이터를 기준으로 개인화된 사이즈 추천을 합니다.

발모양

내측사이즈

Fit data

펄핏은 이러한 기술을 가지고 있습니다.

측정기술

±1.4mm 정확도
+150만개 이상의 패턴 데이터 기반

컴퓨터 비전 기술로 통해 사진 촬영으로 mm 단위로 정확하게 발사이즈와 신발의 내측 사이즈를 측정하고 데이터화합니다.

AI 알고리즘

94.8% 추천 정확도
+250만회 이상의 추천 건수 기반

펄핏은 발-신발내측의 매칭 데이터를 지속적으로 머신 러닝 시킵니다. +250만회 이상의 Fit 데이터, +5만명 이상의 실 유저들과의 대면 설문조사를 통해서 AI 알고리즘을 개발하였습니다.

데이터 플랫폼

+60만명 유저, +40개 브랜드

우리는 고객님의 Data Powerhouse가 되어 유저들의 발사이즈 데이터, 신발 내측 분석 데이터를 제공합니다. 데이터 플랫폼은 고객사들의 상품 기획, 소싱, 제조를 혁신하는 성장 동력이 되어줄 것입니다.

* 출처 : 펄핏 홈페이지, perfit.io

기업개요

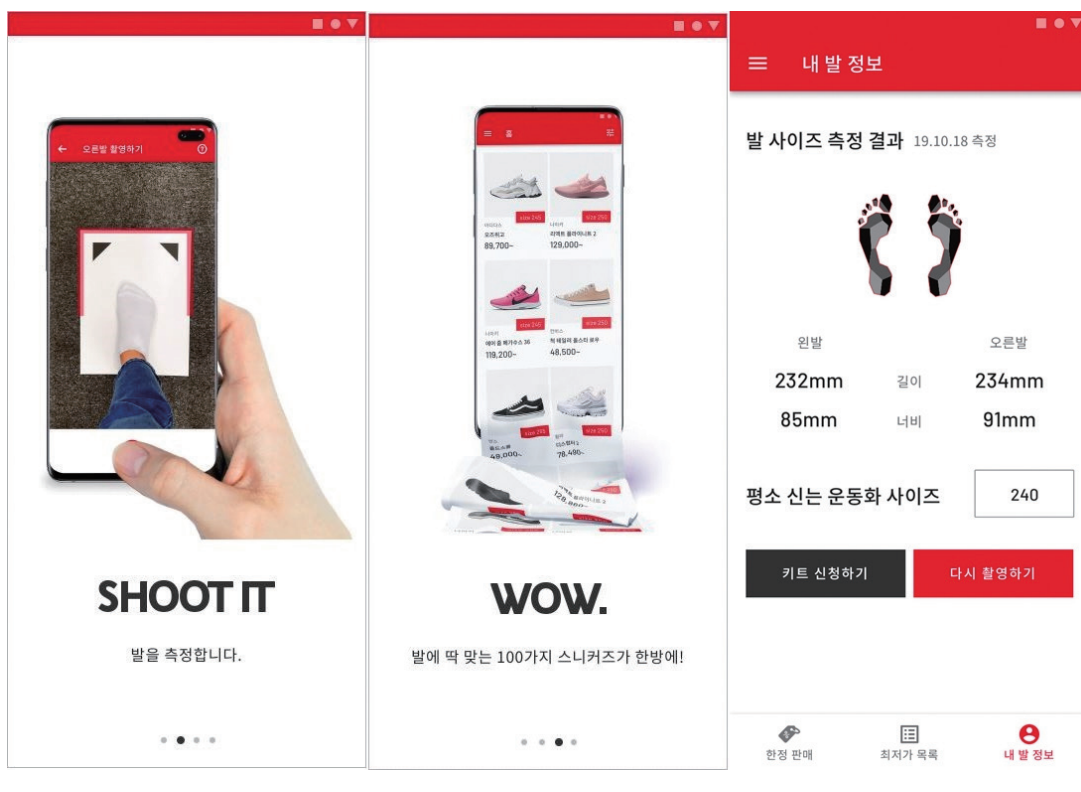
- 대표자** 이선용
- 설립연도** 2015
- 주소** 서울시 강남구 역삼로17길 51 3층
- 홈페이지** perfit.io
- 업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 14명
- 매출액** 4억원
- 키워드** AI, 발사이즈 추천, SaaS
- 적용내용** Si기반 발사이즈 추천 엔진 및 서비스형 소프트웨어

어린 시절 신발 구매 경험에서 시작한 신발 사이즈 추천 사업

펄핏은 AI기술 기반 발 사이즈 측정 엔진을 개발, 관련 서비스를 제공하는 기업이다. 펄핏이 독자 개발한 ‘펄핏’ SaaS(서비스형 소프트웨어, Software as a Service) 사이즈 솔루션에는 소비자가 휴대폰으로 발 사이즈를 정확하게 측정할 수 있는 ‘측정 엔진(Measured AI Engine)’과 측정된 발에 맞는 사이즈를 골라주는 ‘추천 엔진(Recommend AI Engine)’이 적용됐다.



* 출처 : 펄핏 홈페이지, perfitt.io

측정 엔진과 추천 엔진을 탑재한 펄핏 사이즈 솔루션, 펄핏

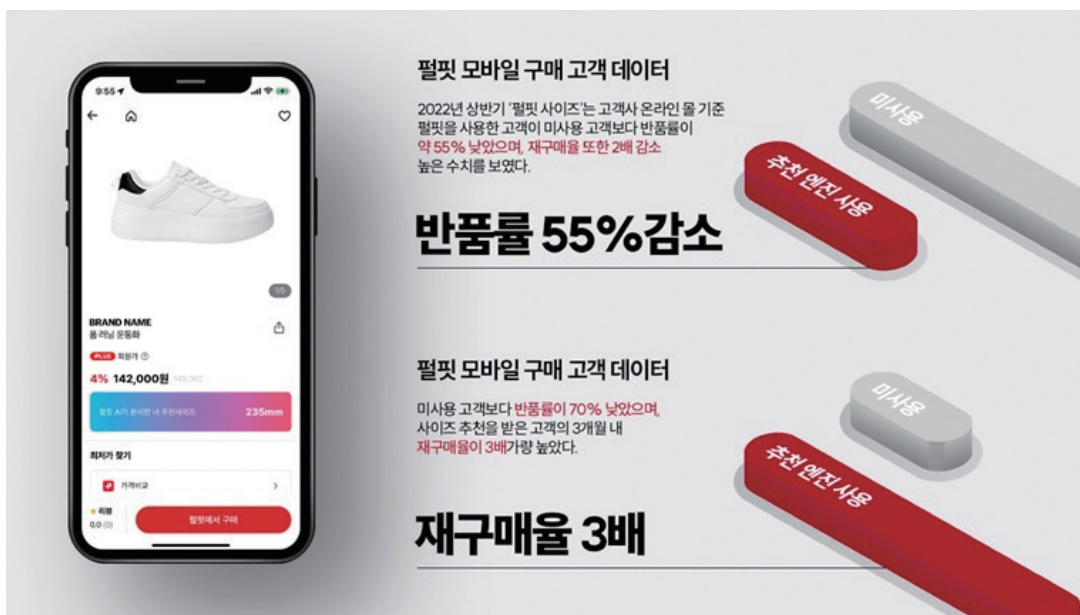
2018년 3월 론칭한 신발 사이즈 추천 서비스 '펄핏(Perfitt)'은 '퍼펙트(perfect)'와 '핏(fit)'을 합쳐 이름지은 것으로, 발 치수 측정부터 제품 추천하고 구매까지 원스톱으로 이뤄질 수 있도록 관련 서비스를 제공한다. 현재 펄핏은 오프라인 기반의 발모양 실측 디바이스인 '펄핏R', 모바일 기반의 '펄핏 앱', 신발의 내부 부피를 분석하는 '펄핏S', 머신러닝 엔진인 '펄핏AI' 등 4가지 기술을 보유하고 있다.

'펄핏R' 디바이스는 소비자가 기기에 발을 넣을 경우 1mm 단위로 발의 길이와 발등의 높이, 발볼의 너비를 3초 만에 측정해 준다. 이렇게 수집된 데이터는 '펄핏AI'가 학습하며, 해당 데이터들은 '펄핏'에 데이터로 남는다.

쇼핑몰에서의 펄핏 활용 효과

AI 테크를 기반으로 한 '펄핏' 사이즈 솔루션은 온라인 신발 쇼핑몰의 반품 비용을 해결하고, 이로 인한 불필요한 업무를 줄여주는 역할을 하고 있다. 현재 '펄핏' 사이즈 솔루션은 온라인 신발 쇼핑몰 사뿐, 데카트론, 슈마커, 언더아머, 프로스펙스 등 국내외 유명 신발 브랜드들에서 사용 중이다.

펄핏이 해당 쇼핑몰들의 최근 6개월 데이터를 분석한 결과 펄핏 사이즈 솔루션을 사용한 고객이 미사용 고객보다 반품률이 55% 낮았고, 재구매율은 2배 이상 높은 수치를 나타냈다. 2022년 3월 말 기준 펄핏 앱 누적 가입자 수는 50만명을 돌파했으며, 고객의 재방문율이 65% 이상을 기록했다.



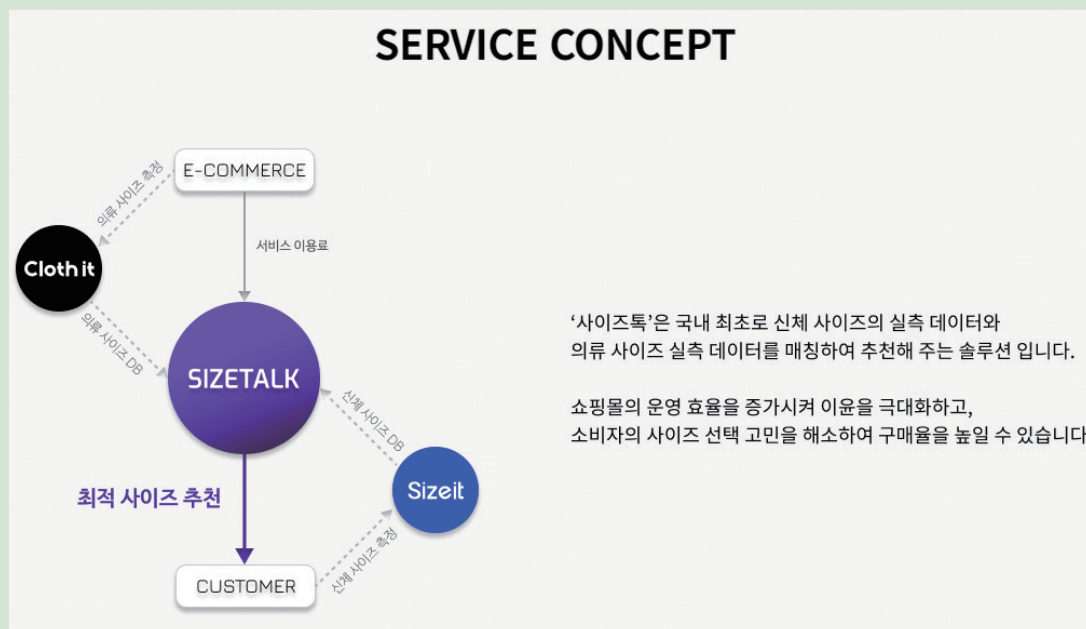
* 출처 : 펼핏 홈페이지, perfitt.io

아이딕션



신체 사이즈 분석의 미래

사람의 신체 데이터가 필요한 모든 산업과 서비스를 위해
신체 사이즈 정밀 측정 데이터를 제공한다.



* 출처 : 아이딕션 홈페이지, idic.io

기업개요

- 대표자** 양재민
- 설립연도** 2018
- 주소** 서울시 강남구 선릉로 90길 10 B동 412호 (대치동889-47)
- 홈페이지** idic.io
- 업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 7명
- 매출액** 2억원
- 키워드** 신체 사이즈 측정, 의류 사이즈 추천, 의류 사이즈 측정, SaaS
- 적용내용** 신체 사이즈 측정 및 추천 플랫폼 및 서비스형 소프트웨어

의류 사이즈로 인해 고객과 생기는 수많은 문제를 해결

아이딕션은 온라인 쇼핑물과 이커머스에서 소비자가 최적의 사이즈를 추천받고 구매할 수 있도록 기술 기반의 SaaS 솔루션을 개발하여 공급하는 스타트업 기업이다. 국내 및 해외 온라인 패션 시장은 매년 규모가 커지고 있고 거래액과 매출액 등도 지속적으로 증가세를 보이고 있는데, 이러한 최근 시장의 성장을 견인하고 있는 요인 중 하나로 개인화된 정보제공을 꼽을 수 있다. 특히 의류 구매에 있어 정확한 사이즈는 반품률 및 재구매율을 높여줄 수 있는 매우 핵심 구매 요소 중 하나이다.

아이딕션은 사이즈 관련 12개의 기술 특허를 보유하고 있고, 스마트폰 기반의 신체 사이즈 서비스 '사이즈잇'과 의류 사이즈 정밀 측정 솔루션 '클로즈잇', 최적 사이즈 추천 솔루션 '사이즈톡'을 개발하여 운영하고 있다.

신체 사이즈 측정 서비스, '사이즈잇'

'핏파인더'는 AI 사이즈 측정 기술을 통해 사진 한 장만으로 부위별 사이즈 등 세부 상품 데이터를 텍스트, 숫자 등 표준화된 데이터베이스로 축적할 수 있다. 분석이 불가능한 형태인 비정형 데이터를 정형화된 데이터로 변환해 주기 때문에 다양한 형태의 분석, 가공이 가능한 장점을 가진다. 특히 차별화된 2STEP 데이터 추출과정으로 빠르고 정확한 상품 속성 데이터의 확보가 가능하다.

또한 자동 측정된 사이즈를 바탕으로 사이즈표 제작, 업로드, 수정, 연동까지 자동으로 변환해 주므로 사이즈 관련 복잡한 업무를 1/10로 줄일 수 있게 된다.

사이즈잇 신체 사이즈 측정 서비스

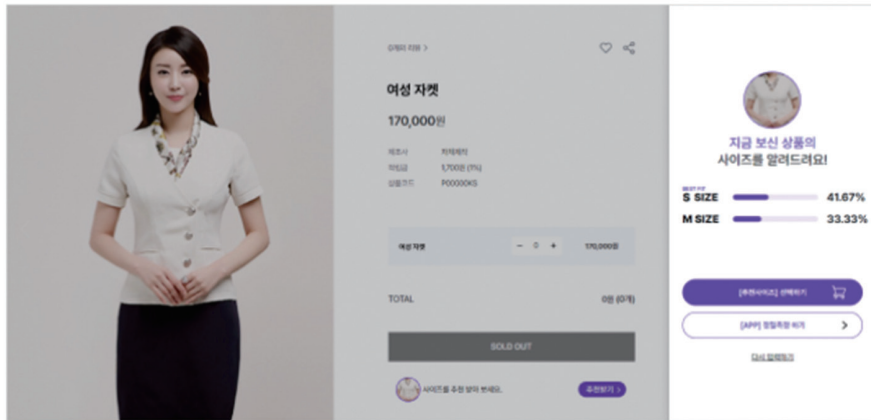


* 출처 : 아이딕션 홈페이지, idic.io

의류 사이즈 추천 솔루션, '사이즈톡'

'사이즈톡'은 의류와 신체 사이즈를 비교하여 최적의 사이즈를 추천해 주는 B2B 서비스이다. 정밀화된 사이즈 추천을 위해 소비자의 신체정보를 간편하고 정확하게 측정하고 의류 제품 데이터를 결합 분석하여 초정밀 사이즈 추천이 가능한 것이 특징이다. 의류 구매에 중요한 요소 중 하나인 '최적 사이즈'를 제시하여 소비자의 구매 결정을 보조할 수 있어 온라인 커머스 시장에서 적용이 확대되고 있는 솔루션이다. 온라인 쇼핑물에서 이를 적용하면 구매자는 사이즈에 대한 궁금증을 줄여줄 수 있으며, 판매자는 사이즈로 인한 반품 관련 업무를 줄여줄 수 있다.

사이즈톡 의류 사이즈 추천 솔루션



* 출처 : 아이딕션 홈페이지, idic.io

의류 사이즈 측정 서비스, '클로즈잇'

'클로즈잇'은 의류 제품 사이즈를 자동으로 측정하고 자동으로 사이즈표를 생성하는 B2B 서비스이다. 사진 촬영 한 번으로 사이즈 측정부터 사이즈 작성 등 반복적인 단순 업무를 간편하게 해결할 수 있어 판매활동에 집중할 수 있도록 측정업무의 효율성을 향상할 수 있다.

클로즈잇 의류 사이즈 측정 서비스



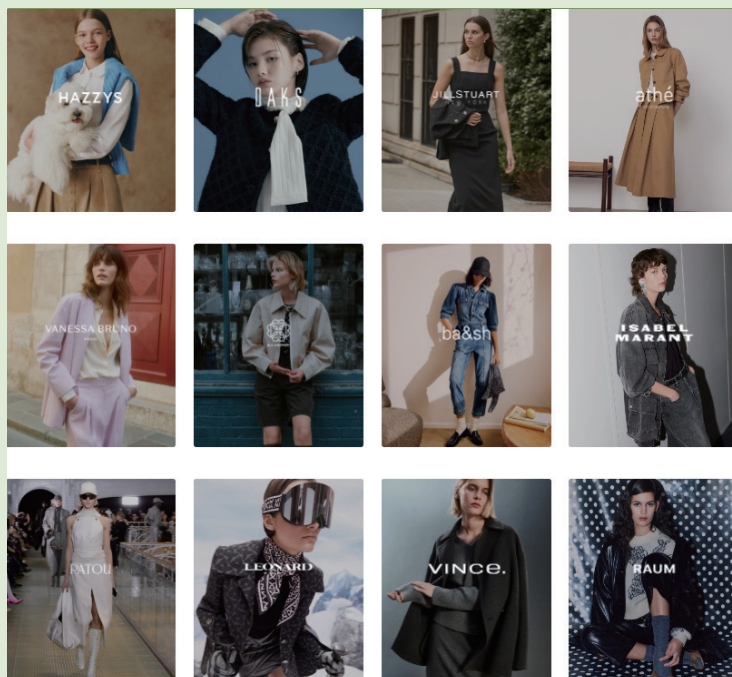
* 출처 : 아이딕션 홈페이지, idic.io

LF



고객의 라이프스타일을 창조하는 미래 생활문화 기업 LF, 'Life in Future'

LF는 다양한 라이프스타일을 접목하고 융합하여 글로벌 최고 브랜드를 육성하고자 한다. 이를 위해 감각적인 Passion, 정직과 공정으로 옷과 사람간의 Ethic, 최고를 위한 Innovation 핵심역량으로 움직이고 있다.



*출처 : LF 홈페이지 www.lfcorp.com:4440

기업개요

- 대표자** 구본걸
- 설립연도** 2006
- 주소** 서울시 강남구 언주로 870(신사동) LF
- 홈페이지** <https://www.lfcorp.com:4440/>
- 업종** 기성복 및 패션 잡화 제조업체

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 1,249명
- 매출액** 1조 2,719억 896만원
- 키워드** 디지털전환
- 적용내용** EIS, O4O, AR, AI

패션과 테크의 접목을 통한 '고객' 중심의 관점 전환

빅데이터 기반의 EIS(Executive Information System, 경영자정보시스템) 구축

LF가 추진하는 디지털 트랜스포메이션의 큰 방향성은 패션과 테크의 접목을 통한 '고객'을 중심으로 관점을 전환하는 것이다. EIS 시스템은 경영자정보시스템으로 최고경영자, 임원, 관리자가 전략적, 경쟁적 의사결정을 내리는데 도움이 되는 시스템으로, 기업 내·외부의 정보를 통합 분석해 경영진에게 적시에 제공함으로써 경영 전반의 의사결정 속도와 정확성을 높이는데 도움이 된다. 일부 부서가 아닌 전사적으로 테크를 활용해 디지털 트랜스포메이션을 이뤄내고 있다는 점에서 앞으로의 LF의 혁신이 기대된다.

미래형의 고객수요 예측

하루 수천만 건 유입되는 빅데이터를 분석해 고객 수요와 트렌드를 선제적으로 예측하고, 고객이 찾을 상품을 예측해서 한발 앞서 출시하는 등 테크기반의 의사결정을 바탕으로 새로운 성과를 창출하고 있다. 이는 상품 기획의 시작을 과거형의 '판매 리뷰', '시즌 판매 분석'과 같이 전통적인 시즌 기획 방식이 아닌 고객들의 실시간 검색 트렌드 분석을 기반으로 함으로써 가능해졌다. 매 시즌마다 새로운 트렌드가 반영된 상품을 기획하고 판매하는 패션산업의 생태계상 과거에 누적된 빅데이터가 미래를 예측하는데는 한계점이 분명 존재한다. 그러나, 엘에프는 과거의 데이터가 아닌 소비자의 수요가 실시간 반영된 실시간 검색 트렌드를 기반으로 방법을 전환했다는 점에서 차별점이 있다.

고객 반응형 데이터 플랫폼을 활용해 고객이 찾을 상품을 미리 예측해 출시하는 서비스를 고도화하기 위해 빅데이터 허브를 구축하고 클라우드 환경 전환도 진행 중이다.

무선주파수인식 (RFID) 시스템 전사 구축

오프라인 고객·매장관리 영역의 매장관리시스템은 RFID(무선 주파수 인식) 적용과 O2O 기반 상품-고객 매칭 트래킹을 통해 효율적 재고관리 성과를 이뤄냈다. RFID 기술은 무선 주파수를 통해 원거리에서도 상품에 부착된 태그를 인식하고 정보를 주고받는 비접촉식 정보인식 기술이다. 개별 상품별로 별도의 아이디를 부여해 관리할 수 있다. 기존 바코드 방식에서는 불가능했던 개별 상품 단품별 관리뿐 아니라 재고 관리 효율성을 향상시켜 생산공장부터 매장까지 공급망 전반을 실시간으로 파악할 수 있는 것이 특징이다. 전 매장에 RFID 시스템 도입을 통해 오프라인 매장에서 판매현황이 실시간으로 시스템에 적용됨으로써 재고 정보가 정확해져 재고 관리 시간이 줄어들어 판매에 효율성을 높였고, 판매채널에서의 결품율을 최소화할 수 있게 됨에 따라 재고 가용성을 높였다. LF는 이번 시스템 구축을 통해 헤지스, 닥스, 질스튜어트뉴욕 등 브랜드의 상품 재고 관리 정확도를 99.9% 수준으로 끌어올렸다.

040 쇼핑 혁신 가속화

O4O(Online for Offline) 플랫폼 비즈니스의 일환인 'LF몰 스토어'는 자사몰인 LF몰의 제품을 직접 체험해 볼 수 있는 오프라인 매장으로, 온라인에서 주문하고 매장에서 바로 픽업할 수 있는 공간으로 소비자 만족도가 매우 높다는 평이다.



대형 키오스크



매장 내 테블릿 pc 및 노트북 설치

*출처 : 출처 : LF 제공

LF몰스토어는 지속적으로 매출신장세를 보이고 있으며, 2030 젊은 세대의 소비층의 방문율이 가장 높다는 것도 고무적이다. LF는 온라인 채널에서 채울 수 없는 부분을 오프라인 채널에서 보완하고자 LF몰스토어를 본격적으로 확대중이다. 온라인몰 중심이었던 피즈(Phiz), JSNY, 일꼬르소, 질바이질스튜디오 등 LF몰의 온라인 전용 브랜드 상품을 매장에서 직접 체험해 보고, 매장 직원으로부터 자신에게 어울리는 맞춤형 코디 제안을 받아볼 수 있는 등 온라인몰에서는 불가능한 '고객 체험가치'를 제공하고 있다.

구매과정에서의 최적화된 경험제공을 통한 경쟁력확보

LF몰은 배송기능을 고도화 하기 위해 빅데이터 기반 ‘배송시뮬레이터’ 기능을 도입해 고객이 배송예정일을 구매전에 미리 알게함으로써 구매결정에 대한 신뢰도 제고와 더불어, 특정 날짜에 제품을 배송받기를 원하는 고객들에게 편리한 기능이 될 것이다.

LF몰 ‘라운드위치 전문관’에서 고객들은 증강현실(AR)시착 서비스를 사용할 수 있다. 명품시계에 대한 정보를 얻을 수도 있고, 가상으로 시착, 사진촬영 등이 가능해 명품을 구매하지 않더라도 체험해 볼 수 있다는 재미있는 경험을 할 수 있게 했다.

나만의 최적 사이즈를 제안하는 My사이즈 서비스는 브랜드, 소재, 디자인마다 상이한 사이즈 문제로 인한 교환과 환불문제를 최소화했다. 또한 LF몰에서 구매했던 제품 중에서 자신에게 사이즈가 가장 잘 맞았던 상품을 연동해두면 다른 상품을 볼 때 대표 사이즈가 되어 사이즈를 비교해주고 제안해준다.



무신사로지스틱스

MUSINSA LOGISTICS

패션 이커머스에 특화된 인프라&시스템&프로세스를 제공하는 고객사의 핵심성장을 지원하는 3PL기업

무신사 입점 브랜드를 대상으로 한 풀필먼트 서비스로 패션제품에 특화된 물류 프로세스와 자체 주문관리 시스템(MOMS)을 통해 700개 이상 브랜드 제품을 취급하며 하루 최대 10만 건의 출고량을 처리한다.



*출처 : 무신사로지스틱스 홈페이지 musinsalogistics.co.kr

기업개요

- 대표자** 이현석
- 설립연도** 2017
- 주소** 인천 중구 자유무역로 107번길 20인천공항 물류센터 H블록 가동 3층 비엔엠로지스
- 홈페이지** <https://musinsalogistics.co.kr/>
- 업종** 기성복 및 패션 잡화 제조업체

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 53명
- 매출액** 455억 9천만원
- 키워드** 로지스틱스, 합포장 로봇
- 적용내용** 패션제품 특화 3PL 기업

정확한 재고관리 및 물류비용 최소화 지원하는 자체 풀필먼트 시스템

패션상품 물류를 위한 최적화된 인프라

무신사 플랫폼에 입점한 패션 브랜드가 제품기획, 생산, 마케팅에만 집중할 수 있도록 물류 전문인력이 상품 입·출고부터 검수와 배송 후 반품 관리 등 브랜드 물류 운영 전반에 대한 서비스를 제공한다. 물류자원의 아웃소싱에 의한 경영 부담을 감소함으로써 입점사들의 경쟁력 제고하고 핵심 성장을 지원하는 것을 목표로 한다. 업장 규모 32,000평, 235명 물류전문 인력 보유, 물동량 9,349,434박스, 재고 수용량 9,500,000피스, 입고 물동량 10,057,811건, 출고 물동량 10,056,204건(출처: 무신사로지스틱스 공식 웹사이트, 2023.10.6. 기준)으로 패션 상품 물류를 위한 최적화된 인프라를 갖추었다.



*출처 : 무신사로지스틱스 홈페이지 musinalogistics.co.kr

패션제품 이커머스에 특화된 인프라 구축

패션 제품에 특화된 인프라를 갖추고자, 의류, 신발 등에 전문화된 물류 설비를 구축해 상품 적재 시 편의성을 높이고, 자동화 기술을 기반으로 동시간 처리 가능한 물동량을 확대해 물류비용을 감소함으로써 판매가 경쟁력을 확보할 수 있도록 했다. 패션 브랜드에서 제품 판매를 위해 반드시 필요한 유통단계의 전 과정인 상품 입고 시 검수 및 양품화 프로세스, 반품 관리 체계 고도화, 데이터를 활용한 입점사 맞춤형 리포트 등을 모두 대행하는 차별화된 패션관리 시스템을 갖추었다.

‘플러스 배송’ 서비스를 통한 라스트마일 경쟁력 제고

라스트마일의 경쟁력이 그 어느 때보다 중요해진 현시점에서 패션 브랜드의 요구에 맞춰 당일, 새벽, 익일 등 최적의 배송 서비스를 제공한다. 제품 상세페이지에 ‘플러스 배송’ 배지가 붙은 상품에 한하여 평일 오후 10시 이전에 결제하면 영업일 기준으로 익일에 상품을 배송하고, 소비자는 도착 보장일을 확인할 수 있다. ‘플러스 빠른 교환’ 서비스는 고객이 제품을 교환하기 위해 접수하면, 그 즉시 새 상품을 배송함으로써 고객은 제품을 반품함과 동시에 새 상품으로 맞교환하는 느낌을 받을 수 있게 했다. 일반적인 온라인 쇼핑몰의 경우 고객이 교환을 접수하면 회수 후, 상품을 확인해서 문제가 있는지 검수과정을 거치고 나서 새 상품을 발송하는데, 이는 일반적으로 5~7일 정도 소요된다. 이 과정에서 소비자의 번심이 일어날 확률은 매우 높기 때문에 이 과정을 반품과 동시에 새 제품을 전달하는 하이브리드 배송 서비스는 반품률(의류제품 반품률 약 40%)을 최소화할 수 있을 것으로 기대된다. 그뿐만 아니라, ‘플러스 빠른 환불’ 서비스 또한 고객이 환불을 신청하면, 제품을 받기 전에 바로 환불을 진행하는 고객 친화적 서비스를 제공한다.

합포장로봇(3D sorter) 및 오토배거(Auto-Bagger) 시스템 적용

당일 출고율 98% 달성

합포장 로봇은 사람이 올려둔 상품을 스캔해 주소지 기준으로 자동으로 분류해주는 물류 시스템으로 국내 패션 브랜드 및 제조 유통사 중에서 물류센터에 합포장 로봇 도입은 무신사 로지스틱스가 유일하다. 사람이 일일이 주문자 정보를 확인하고 분류했던 기존의 방식과 비교했을 때, 1시간당 분류 처리 물량은 기존 600pcs에서 5700pcs로, 시간당 처리 물량이 10배가량 증가한 수치다.

합포장 로봇 도입과 함께 상품을 자동으로 포장해주는 시스템인 오토배거(Auto-Bagger)를 도입해 패킹 효율이 300% 증대되었고, 기존보다 4배가량 더 많은 상품을 분류하고 포장할 수 있게 되었다고 보고된 바 있다.



*출처 : 무신사로지스틱스 홈페이지 musinsalogistics.co.kr

브랜드 풀필먼트



동대문기반 풀필먼트 통합관리 시스템, FMS 개발 판매자 편의성 높이고 물류 효율성 향상

‘FMS’은 동대문 기반의 도·소매 고객들의 주문수집, 상품사입, 상품화, CS 등의 서비스를 제공하고, 이커머스 판로 확대를 위해 물류 인프라 효율화와 다양한 플랫폼 연동 및 확장성에 최적화되도록 설계되었다.

오늘 사면 내일 도착 하루배송

가장 빠르게 배송해 드려요!

저녁도착
* 서울 지역

주문 낮 2시 전
도착 오늘 저녁 8시 전

저녁도착 주문 수량 마감 시
내일도착으로 주문 가능

내일도착
* 전국

주문 저녁 7시 전
도착 내일 안에 도착

*하루배송(저녁도착, 내일도착)은
주말/공휴일에 배송을 진행하지 않습니다.

*출처 : 브랜드 홈페이지 brandiinc.com

기업개요

- 대표자** 서정민
- 설립연도** 2014
- 주소** 서울시 강남구 테헤란로38길 12(역삼동)
디앤와이빌딩
- 홈페이지** <https://www.brandiinc.com>
- 업종** 솔루션, SI, CRM, ERP

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 397명
- 매출액** 1,172억 1,799만원
- 키워드** 하루배송, 당일출고
- 적용내용** 동대문특화 풀필먼트시스템

브랜드의 풀필먼트통합관리시스템 FMS

커머스 플랫폼 기업 브랜드가 동대문 기반의 풀필먼트 서비스를 통합 관리할 수 있는 시스템 'FMS(Fulfillment Management System)'를 국내 최초로 개발해 도입했다. FMS는 운영과 비용에 있어 판매자 부담이 큰 주문수집, 상품사입(동대문 도매상 발주-입고-적재-보관), 상품화(상품선발-검수-포장), CS(반품, 교환, 고객문의처리 등) 등 이커머스 전과정에 대한 서비스를 제공한다.

세분화된 풀필먼트 시스템 구축 및 맞춤형 서비스 제공

전체 풀필먼트 서비스 이용하는 것 이외에 도소매를 연결하는 B2B 물류 서비스, 사입 전문 서비스 등 다양하게 서비스의 형태를 확대함으로써 판매자가 자신에게 필요한 풀필먼트 서비스를 맞춤형으로 선택해 이용할 수 있도록 했다.

판매자(패션 브랜드)가 다양한 이커머스 플랫폼에 상품을 등록하면 FMS가 자동으로 판매처와 풀필먼트 기초 데이터를 연동해 판매자의 주문 취합, 사입, 적재, 보관 등 풀필먼트의 전 과정을 통합해 자동으로 처리하는 것이 가장 큰 특징이다. 플랫폼마다 개별적으로 시스템을 통합해서 처리해야했던 기존의 가장 번거로운 작업을 자동화함으로써 편리함을 극대화 했다. 판매자용 관리 페이지에서는 주문현황, 배송 및 반품 현황, 정산 정보 등 각종 지표를 한 번에 확인할 수 있어 통합관리가 가능하다.



*출처 : 브랜드 홈페이지 brandiinc.com

‘바로출고’, ‘하루배송’ 서비스로 물류생산성 높이고 유연한 물동량 대처 가능

적재 없이 빠르게 출고하는 ‘바로 출고’나 반나절이나 하루 만에 배송하는 ‘하루배송’ 등 물류 생산성을 높여 보다 유연하게 물동량 대처가 가능하게 했다. 오후 2시 이전 주문 시 당일 저녁 8시까지 도착하는 ‘저녁 도착’, 오후 8시 이전 주문 시 다음날 새벽 7시까지 도착하는 ‘새벽 도착’, 오후 2시 이전 주문 시 다음날 도착하는 ‘오늘 출발’ 세 가지 배송 서비스 이용이 가능하다. 저녁 도착과 새벽 도착 서비스는 서울 지역에 한해 이용이 가능하다. 0.5일 배송을 고민하던 브랜드는 패션업계 최초로 익일배송을 시작으로 0.5일 배송을 실현했으며, 2시간 내 배송을 추진 중에 있다.

브랜드는 ‘하루배송’ 서비스가 출시 3년 만에 연간 거래액이 500% 성장했고, 이용고객도 꾸준히 늘었으며, 브랜드 회원 수 10명중 8명은 하루배송을 이용한다고 보고된 바 있다. 하루배송은 패션 플랫폼 업계 최초로 도입한 빠른 배송 서비스로, 내일 입을 옷이 급하게 필요할 때 활용 가능하다는 장점을 바탕으로, 신규 고객 유입 등 긍정적인 효과를 보이고 있다.

고객중심 무료반품 서비스 제공

브랜드는 내가 주문한 상품의 포장 과정을 동영상으로 촬영해 고객 휴대폰으로 보내주는 ‘리얼패킹 안심’ 서비스와 하루배송 상품에만 적용되는 ‘무제한 무료반품’ 서비스를 제공한다. 하루배송 상품을 구매할 경우 주문 상품 개수 및 최소 금액 제한, 횟수 제약 없이 무제한 무료 반품이 가능하다는 이야기다. 사실상 브랜드는 전 상품이 무료 배송이기 때문에 하루배송 주문은 배송과 반품 모두 무료로 이용할 수 있게 된다.

브랜드 풀필먼트의 목표

동대문 소상공인의 해외 진출 지원 및 물류혁신

브랜드는 네이버와 ‘동대문 패션산업 디지털 혁신을 위한 플랫폼-풀필먼트시스템 구축’을 위한 전략적 제휴를 체결하고 동대문 패션업계 소상공인들의 해외진출을 지원한다. 이는 동대문 패션 도소매 소상공인들의 디지털 전환을 확대하면서 동대문 K-패션의 경쟁력을 강화해 글로벌 시장 판로를 개척할 수 있도록 지원하기 위한 목적이다. 네이버는 동대문 패션 소상공인의 스마트스토어 플랫폼 입점을 지원하고, 브랜드의 풀필먼트 시스템을 활용하여 주문상품의 정확한 출고 및 발송 날짜를 확인할 수 있게 되어 동대문기반 패션 소상공인들은 글로벌 이커머스시장의 주문을 처리할 기반을 갖추게 된다.

또한, AI(AI) 기반 수요 예측 기술력과 동대문 기반 최대 규모의 풀필먼트 센터를 자체 구축해 발전시키며 패션, 라이프스타일 분야에도 하루배송과 같은 물류 혁신을 실현시키고자 한다.



브이캣

VCAT.AI

클릭 세 번으로 완성되는 자동화된 마케팅 솔루션, URL만으로 제품 영상을 1분 만에 완성하는 자동화 도구

Design + Marketing + Data science + Altech 등을 결합하여, 브이캣의 비전인 [THE WORLD EASIEST VIDEO MAKER]를 중심으로 쉽고 빠르고 합리적인 마케팅 솔루션을 제공한다.



*출처 : 브이캣 홈페이지 vcat.ai

기업개요

- 대표자** 전찬석, 정범진
- 설립연도** 2019
- 주소** 서울시 강남구 삼성로85길 26, 601호 (대치동, V&S)
- 홈페이지** <https://vcat.ai/>
- 업종** 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 48명
- 매출액** 14억 4,046만원
- 키워드** AI 제품분석, 광고기획 응용
- 적용내용** AI, 자동 영상 제작

모든 미디어 채널의 영상을 VCAT.AI로 자동제작

VCAT.AI는 마케팅 테마와 업종별로 분류된 광고 시안을 미리 확인하고 이를 기반으로 영상을 손쉽게 만들 수 있는 서비스이다. 브이캣은 AI 자동 영상제작 분야에서 급성장하고 있으며, 상품페이지의 URL을 입력함으로써 광고 영상과 배너를 1분 만에 자동으로 제작하는 기능을 제공한다. 더불어, 모션그래퍼, 디자이너, 카피라이터의 협업으로 완성된 1000여 가지 고품질 영상 템플릿을 제공하며 디지털 퍼포먼스 광고에 효과적인 템플릿 큐레이션을 지원하고 있다. 이로써 브이캣은 현재 AI 기술을 활용한 마케팅 영상 제작이 가능한 유일한 서비스로, AI와 영상 예술을 융합한 연구를 진행 중이다.

<VCAT.AI를 활용한 제작 과정>

자동 사이즈 배리이션	URL 정보 자동 매핑	텍스트, 이미지 스타일 싱크	One click 배경 제거
			
주요 매체 광고 배너 사이즈 제공 제작 가이드 라인 미리보기 제공 커스텀 사이즈 제공	상세페이지 내 상품 이미지와 로고 추출 브랜드명, 상품명, 할인율, 판 매가 텍스트 추출 배너 디자인에 자동 적용	편집한 이미지 모든 사이즈에 One click 적용 폰트, 컬러 변경 및 메시지 변 경한 텍스트 모든 사이즈에 One click 적용	누끼 이미지 '내 보관함' 자동 저장 누끼 이미지 상세 편집 기능 제공

생성형 AI를 적용을 통한 마케팅 효율성 증대

기업들이 생성형 AI를 활용한 마케팅 전략을 채택하면, 콘텐츠 제작의 효율성이 높아지는 주요 장점을 얻을 수 있다. 브이캣 서비스를 이용하는 기업들 역시 템플릿을 손쉽게 선택하고, 브랜드 이미지에 맞게 커스터마이징할 수 있으며, 각 SNS의 특성에 맞춰 사이즈와 규격을 조정할 수 있다. 더불어 생성 AI 기술을 활용하면 더 다양하고 창의적인 콘텐츠를 제작할 수 있어, 기업들은 실질적인 시간과 비용을 절감할 수 있다는 점에서 많은 기업들이 이러한 서비스에 관심을 가지고 있다.

특히, 영상 마케팅은 기업들에게 매우 중요한 전략 중 하나로, 브랜딩과 제품 홍보에 큰 역할을 한다. 그러나 영상 제작과 마케팅은 시간과 비용 가장 많이 소요되는 작업이며 특히 소규모 기업들은 이를 진행하기 어렵다. 따라서 이런 상황에서 AI 기술을 활용한 영상 마케팅 솔루션은 기업에 큰 도움이 될 수 있다.

브이캣의 영상 마케팅 솔루션은 생성 AI 기술을 적용하여 단순 효율성 증가를 넘어 더 다양하고 창의적인 콘텐츠를 제작할 수 있는 장점이 있다. 특히 다양한 템플릿 옵션을 바탕으로 디자인 전문 인력이 아니어도 누구나 수 분 내 원하는 광고 소재를 대량 제작할 수 있다. 제작 비용, 시간, 전문성 등으로 영상 광고에 진입 장벽이 높았던 중소형 사업자들은 마케팅 콘텐츠를 쉽게 생산할 수 있게 되고, 대형사는 AI로 레이아웃 수정 등의 단순 반복 업무를 자동화해 디자인팀이 브랜딩에 집중할 수 있는 환경을 조성할 수 있다.



*출처 : <https://vcat.notion.site/85499513db44450dbe466595b7d71f93>

기업 브랜드 이미지 강화를 통한 수익 창출

기업은 이를 통해 브랜드 이미지를 강화하고, 고객들에게 다양한 제품 정보를 제공할 수 있게된다. 실제로 브이켓 사용자인 한 패션잡화 스마트스토어 운영 셀러의 경우 디자인 전문 인력 없이 브이켓 솔루션만을 통해 숏폼 영상을 제작, 등록한 후 매출이 5~6배 이상 느는 효과를 누렸다 밝혔다.



*출처 :브이켓 홈페이지 vcat.ai

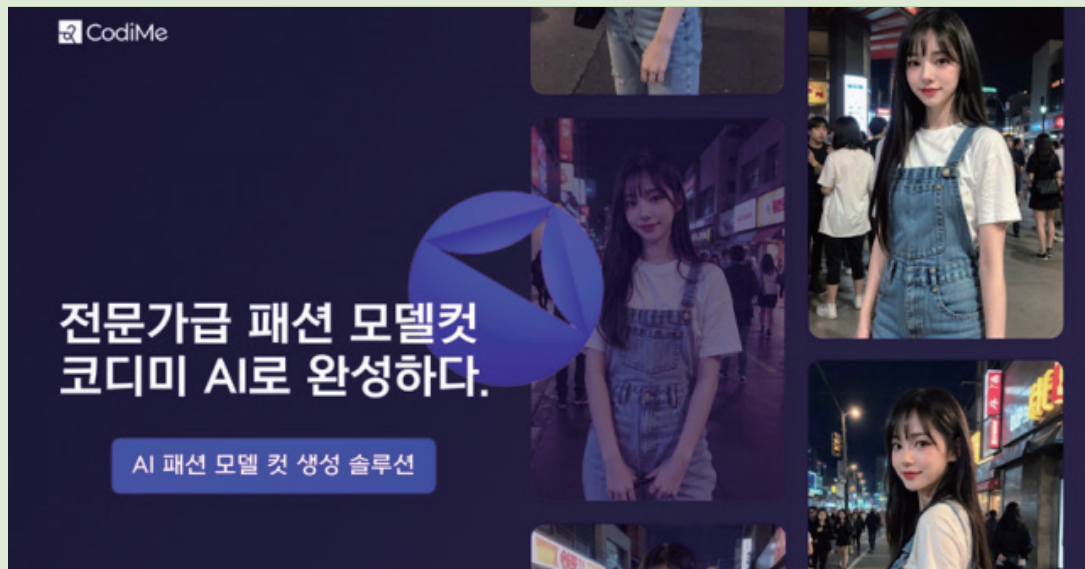
실제 중소 패션 브랜드 뿐만 아니라 패션 대기업들도 브이켓 서비스를 활용해서 마케팅을 진행하고 있다. 대표적으로 LF몰, SSF Shop, MLB, NERDY, IMVELY(임블리), Discovery 등 유명 기업이 다양하게 활용하고 있음을 확인할 수 있다. 실제 페이스북의 간단한 게시물부터 유튜브 동영상까지 다양한 여러 종류의 마케팅 콘텐츠가 만들어지고 있다.

코디미



Generative AI를 활용한 의류 모델 컷 솔루션, 패션시장의 새로운 가치를 발견하고 사람과 세상을 연결

코디미는 패션 이커머스에서 매출을 위해 꼭 필요한 모델 컷의 촬영 시간과 비용을 대폭 절감하기 위한 가상 시착 AI 솔루션을 B2B-모델컷 생성 서비스를 넘어 B2C-디지털 옷장 기반 스타일링 서비스를 제공한다.



*출처 :코디미 홈페이지 codime.io

기업개요

	대표자	정지혜
	설립연도	2022
	주소	서울시 마포구 마포대로 122 (프론트원) 14층, 04213
	홈페이지	https://codime.io/
	업종	소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

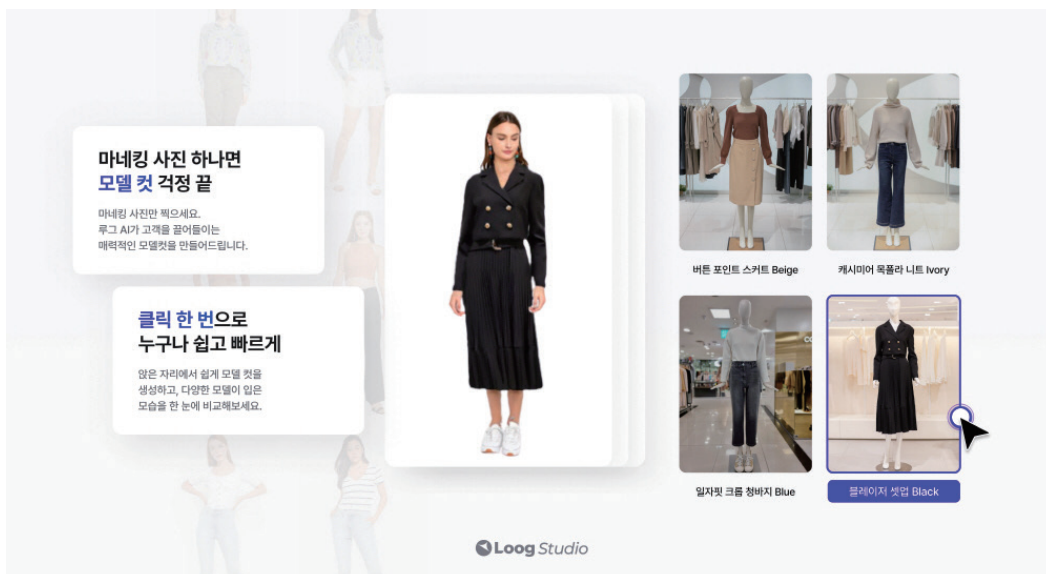
	종사자수	4명
	매출액	N/A
	키워드	루그 스튜디오, 가상시착 AI
	적용내용	AI, 가상모델 가상시착

패션 커머스 모델 컷 생성 솔루션, 루그 스튜디오

가상 모델이 의류를 착용한 현실적인 이미지 생성 서비스

패션 스타트업 코디미는 '루그 스튜디오'라는 플랫폼을 개발하여 가상 모델이 의류를 착용한 현실적인 이미지를 생성하는 서비스를 제공 중이다. 해당 솔루션은 온라인 의류 쇼핑몰 등에서 활용될 수 있는데, 실제 모델을 투입하여 착용 사진을 촬영하고 보정하는데 소요되는 많은 시간과 비용을 절감할 수 있다는 장점이 있다. 이 서비스로 상세페이지에 착용 사진이 없을 때 구매 의욕이 저하되는 문제를 해결할 수 있다.

'루그 스튜디오'는 자연스러운 결과물을 위해 실제 인물을 기반으로 한 가상 모델을 만들어내며 AI 기술을 통해 자동 보정을 수행하여 가장 자연스러운 착용 모습을 제공한다. 현재 온라인 패션 시장에서는 모델 컷을 촬영하기 위해 모델, 작가, 스튜디오 등을 섭외하고 결과물을 받는 데 많은 시간과 비용이 소요된다. 코디미의 루그 스튜디오 오는 이러한 문제를 해결하기 위해 코디미는 생성 기술에 주력하며, 매력적인 모델 컷을 제공하여 소비자의 클릭 유도를 목표로 하고 있다.

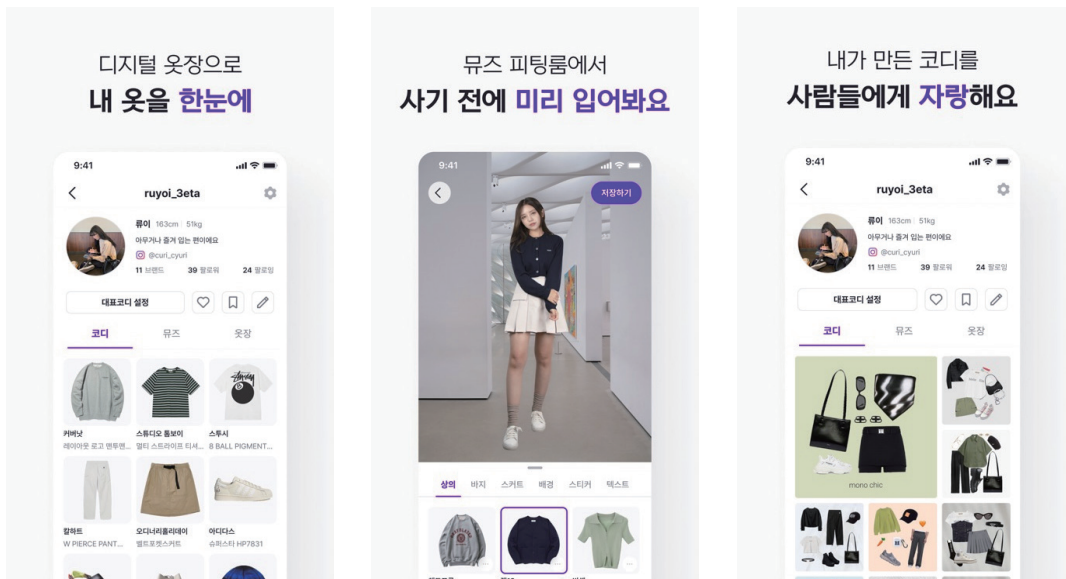


*출처 : <https://wowtale.net/2023/03/09/54065/>

Z세대의 자유로운 쇼핑을 위한 가상 시착 패션 스타일링 플랫폼

코디미는 루그 스튜디오를 활용한 B2B 비즈니스와 함께, 온라인 소비자를 대상으로 하는 B2C 가상 착용 서비스를 코디미 모바일 애플리케이션을 통해 제공하고 있다. 이를 통해 기업과 개인 모두가 코디미의 혁신적인 가상 착용 경험을 누릴 수 있다. 코디미 애플리케이션은 가상 피팅룸을 통해 다양한 스타일의 옷을 시착해보고 자신만의 스타일을 찾을 수 있는 패션 플랫폼이다. 이뿐만 아니라 최신 AI와 딥러닝 기술을 활용하여 사람의 체형에 자연스럽게 옷을 시착하는 기능을 구현하여 전처리 과정을 AI로 대체하여 확장성을 높이고 있다. 특히, Z세대 여성 소비자들에게 큰 인기가 예상된다. 앱을 통해 선택한 모델에게 옷을 입혀보면 실제 착용한 듯한 사실적인 시착 결과를 확인할 수 있다.

코로나 이후 Z세대 여성들의 온라인 의류 구매 비율이 증가하면서, 옷을 직접 입는 느낌을 경험하고자 하는 니즈가 높아졌다. 이를 충족시키기 위해 코디미는 앱을 출시하였으며 또한, 코디미는 코디 콘테스트나 브랜드와의 협력 스타일링 기획전을 통해 사용자들이 재미있게 활용할 수 있도록 노력하고, 가상 시착 결과를 통해 자연스럽게 구매로 이어짐으로써 반품률을 낮추고 비용을 절감하는 효과를 기대하고 있다.

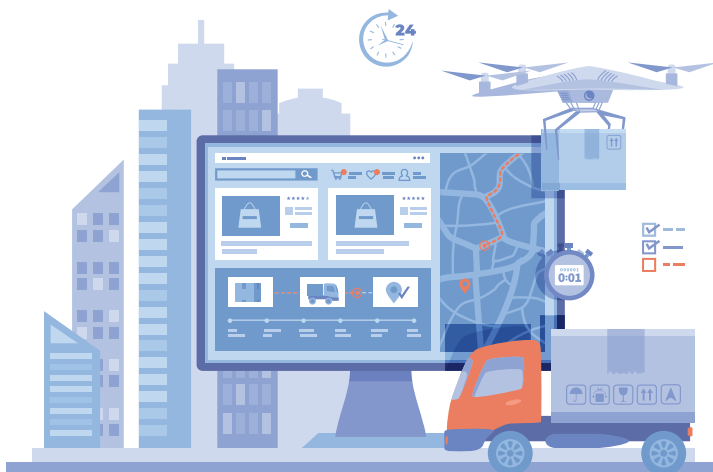


*출처 : <https://appadvice.com/app/codime-ec-bd-94-eb-94-94-eb-af-b8/1579882672>

실행력과 기술력을 인정받은 생성형 AI, 클로즈 베타 서비스로 기능 확대

코디미의 루그 스튜디오와 코디미 플랫폼은 차별화된 기술로 컴퓨터 비전 분야에서 활용되는 생성 AI 기술을 보유하고 있다. 코디미만의 생성형 AI 기술은 소비자들이 클릭하도록 유도하는 매력적인 모델 컷을 제공하는 것을 목표로 하며 소비자 경험을 향상시키는 효과를 인정받으며 성장 중이다. 생성 AI는 컴퓨터 비전 분야에서 혁신적인 기술로, 이미지나 비디오를 생성하거나 변형시키는 데 사용되는 것으로, 코디미는 생성 AI 기술을 더욱 고도화하여 시장을 혁신할 제품과 서비스를 준비중에 있다.

코디미는 클로즈 베타를 운영 예정에 있으며, 이를 통해 모델 컷을 보다 매력적으로 만드는 다양한 기능을 제공할 계획이며, 기술 개발에 박차를 가해 순차적으로 패션 온라인 셀러가 필요로 하는 기능을 오픈할 예정이다. 이외에도 내가 선택한 옷을 뮤즈에게 바로 입히고 코디해보는 뮤즈코디beta 등 다양한 베타 서비스들을 지속적으로 시도하며 모델 컷을 더욱 매력적으로 제시하며 온라인 쇼핑의 고객 경험을 향상시킬 수 있는 생성형 AI 기술을 시도해 나가고 있다.



에디봇

cafe24 에디봇






쇼핑몰 운영 효율을 높이는 똑똑한 AI 서비스, 온라인 비즈니스 성공을 위한 모든 것을 제공

카페24의 '에디봇' 시리즈는 상품 상세페이지 및 광고 배너 제작 등 누구나 다루기 쉬운 사용자 인터페이스를 기반으로 초보자도 단순한 클릭만으로 전문가 수준의 콘텐츠를 생산할 수 있는 AI 툴을 제공한다.







*출처 : 카페24 홈페이지 cafe24.com/edibot-series/

기업개요

	대표자	이재석
	설립연도	2018
	주소	서울시 동작구 보라매로5길 15
	홈페이지	https://www.cafe24.com/edibot-series/
	업종	소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

	종사자수	1,119명
	매출액	2조 793억 2천 100만원
	키워드	에디봇AI, 업무자동화, ERP
	적용내용	AI, 빅데이터, 비즈니스플랫폼

카페24, 글로벌 전자상거래 구축 플랫폼

카페24는 이머커스를 운영하는 판매자가 창의적인 활동에 집중할 수 있도록 온라인 전자상거래 솔루션부터 마케팅, 물류 및 배송까지 원스톱 플랫폼 서비스를 제공함으로써 판매자들의 지속적 성장의 기반을 제공한다. 또한, 한국 판매자들의 글로벌 성장을 위해 해외 상품도 쉽고 편리하게 판매할 수 있도록 플랫폼을 끊임없이 고도화하고 있다.



*출처 : <https://dart.fss.or.kr/dsaf001/main.do?rcpNo=20230322001290>

온라인 전자상거래 솔루션부터 글로벌 마케팅, 물류 및 배송 서비스까지 제공

카페24는 200만 전문 쇼핑물을 통해 축적한 전자상거래 빅데이터와 고도화된 AI 기술을 활용하여 경쟁력 있는 글로벌 서비스를 제공한다. 이 플랫폼은 1인 창업자부터 인플루언서, 중대형 기업 등 약 200만의 다양한 고객이 이용하고 있다. B2B형 수익 모델을 통해 판매자, 제휴기업, 카페24가 동반 성장하는 선순환 생태계를 기반으로 운영된다.

판매자들이 필요로 하는 다양한 분야별 전문 솔루션과 서비스를 제공하며 결제, 물류/배송, 광고/마케팅 등을 효율적으로 활용할 수 있도록 분야별 전문 업체들과 협력하여 최상의 편리함 제공한다. 이를 통해 판매자의 성장을 돕고, 이에 따라 제휴기업과 카페24도 함께 성장하는 구조를 갖추었다. 판매자들에게는 운영대행, 물류대행, 상품공급대행 등의 부가서비스를 제공하며, 이를 통해 수익을 창출하는 비즈니스 모델을 가지고 있어 판매자와 카페24는 함께 성장하며 이익을 공유하는 구조를 실현하고 있다.

<카페24 주요 서비스 내용>

주요사업	유형	서비스 내용
EC플랫폼	결제솔루션	결제 서비스
	EC솔루션	SMS, 도메인, 카페24마켓플레이스, 재고관리 솔루션, 스토어
	비즈니스솔루션	CS, 운영, 판매대행, 직접판매, 창업센터
	공급망서비스	풀필먼트, 상품공급
	마케팅솔루션	광고, 컨설팅
인프라	호스팅	웹호스팅, 서버호스팅, 코로케이션
기타	중고거래	전자상거래 중개플랫폼(필웨이)



에디봇 시로 만드는 쇼핑몰 상세페이지

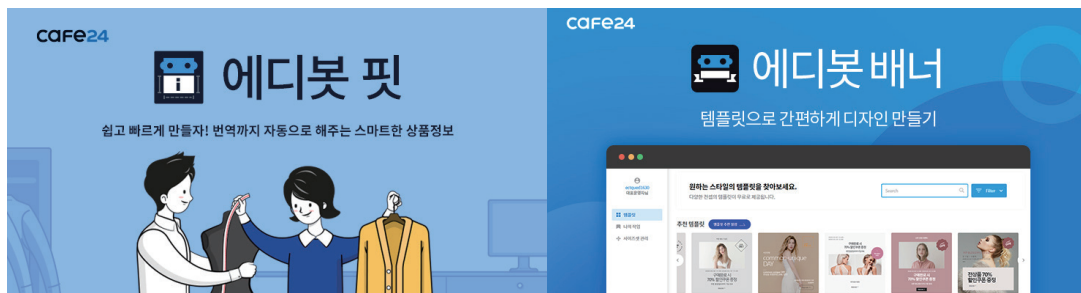
자동 상세페이지 생성 및 템플릿 제공

에디봇은 카페24의 마케팅 솔루션으로, AI와 빅데이터를 활용하여 쇼핑몰 콘텐츠를 빠르게 제작 및 편집할 수 있는 자동화 툴이다. 수백 장의 상품 이미지를 몇 초 안에 분석하고 자동으로 상세페이지를 생성한다. 뿐만 아니라 다양한 템플릿을 활용하여 전문가 수준의 상품 상세페이지를 손쉽게 만들 수 있다. 최근에는 AI를 활용한 페이지 제작이 더욱 늘어나고 있는데, 다양한 템플릿과 무료 폰트, 스티커 등을 활용하여 창업자들이 콘텐츠를 쉽게 만들 수 있는 환경이 조성에 박차를 가하고 있다.

팝업 배너부터 상품 상세정보, 섬네일까지 모든 마케팅 콘텐츠 제작 지원

에디봇은 팝업 배너부터 상품 상세정보, 섬네일까지 모든 마케팅 콘텐츠를 빠르고 효율적으로 제작해 준다. 이 서비스는 AI와 빅데이터를 활용한 것으로 누구나 쇼핑몰 콘텐츠를 쉽게 만들어 보급할 수 있게 해준다.

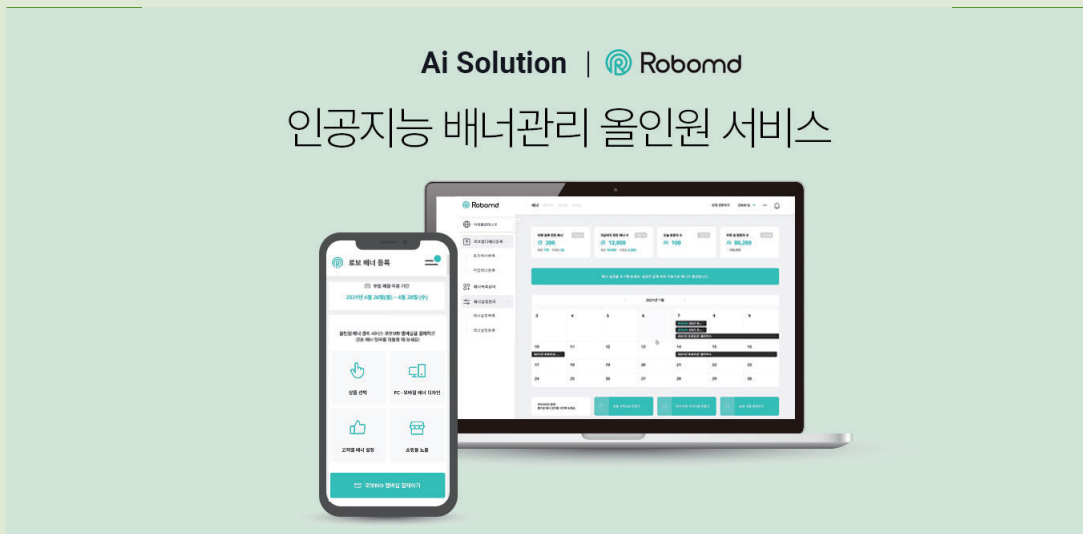
배너는 온라인 마케팅에서 중요한 역할을 하는데, 에디봇을 활용하면 쇼핑몰 사이즈와 프로모션 내용에 따라 간단한 조작만으로 수정이 가능하다. 또한 다양한 채널에 맞게 배너 크기를 조절하여 활용할 수 있다. 프로모션 정보도 자동으로 적용되어 작업이 편리해진다. 뿐만 아니라 상품 정보를 빠르게 수정할 수 있는 편집툴과 상품 실측 기본 이미지 제공, 자동 번역 기능도 함께 제공된다. 에디봇 소셜은 페이스북이나 인스타그램과 같은 SNS에 상품을 손쉽게 전송하고 고객 문의에 빠르게 답변할 수 있도록 도와준다. 이렇듯 에디봇 시리즈를 통해 업무를 간소화하고 생산성을 향상시켜 효율적으로 업무를 수행할 수 있다.



*출처 : <https://store.cafe24.com/kr/apps/1012>

데이터 분석 및 AI, 디자인 개발에 집중하는 스타일 TECH AI 서비스로 이커머스 시장에 새로운 솔루션 제시

아이클레이브의 로보MD 서비스는 280만개의 데이터 셋을 바탕으로 품목 분류 및 머신러닝 상품 추천, 스타일 큐레이션 등 고도화된 AI 기술과 자동화 마케팅 솔루션을 제공한다.



*출처 : 아이클레이브 홈페이지 iclave.co.kr/home

기업개요

- 대표자 최윤내
- 설립연도 2015
- 주소 서울시 강남구 테헤란로4길 38-4 11층
- 홈페이지 <http://www.iclave.co.kr/home>
- 업종 솔루션, SI, CRM, ERP

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 12명
- 매출액 2억 8,855만원
- 키워드 쇼핑몰운영 솔루션, CRM, ERP
- 적용내용 AI, 자동 배너생성

로보 MD, 최적의 쇼핑몰 운영 솔루션

아이클레이브의 로보 MD는 개인 맞춤 정보를 활용하여 상품 선택부터 배너 이미지 생성, 노출까지 AI기반의 자동화된 쇼핑몰 운영 솔루션이다. 비전 AI와 문구생성 AI 기술을 활용하여 효율적인 서비스를 제공하는 것을 목표로 한다.

AI 배너 디자인: 맞춤 컬러 선택으로 빛나는 홍보물

로보 MD는 상품 이미지의 컬러를 중심으로 배경 색상을 자동 조절해 준다. 모델이 등장하면 옷의 디자인 컬러를 중점으로 설정하고, 상품의 경우 사물의 색상을 기반으로 작업한다. 또한, 폰트, 이미지, 디자인 위치를 자동으로 조정하여 어색함을 방지하며, 상품명 데이터를 활용하여 '베스트 아이템', '핫 서머 시즌', '히트 아이템'과 같은 문구를 배너에 자동으로 배치하여 효율적인 쇼핑몰 페이지 구성을 이끌고 있다.

운영까지 자동화: 사용자 특성에 따라 맞춤화된 노출

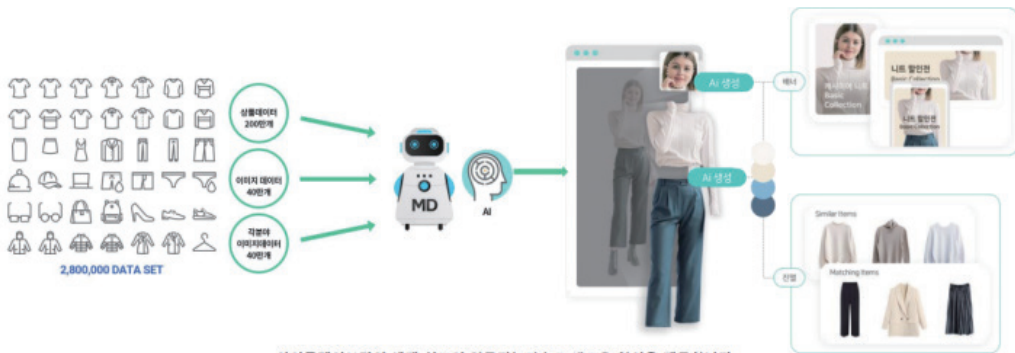
로보 MD는 편집 뿐만 아니라 운영까지 커버하는 서비스이다. 사용자의 특성에 따라 배너 노출을 조정하여 신규 사용자에게는 베스트 상품을, 기존 사용자에게는 신상품을 소개한다. 더 나아가 국가별로 사용 행태에 따라 배너 위치도 다르게 설정하여 사용자 이탈률을 낮추고 페이지 점유시간을 늘리는 전략을 취하고 있다. 이는 MD의 배너 업무가 90% 이상 줄어들어 디자이너들은 창의적이고 감각적인 업무에 더 많은 시간을 할애할 수 있는 시간적 경제적 효율성을 제공한다. 뿐만 아니라 로보MD의 기능을 통해 웹디자인 전체를 변경하는 수준으로 이 서비스를 활용하는 업체도 있다.



*출처 : 아이클레이브 홈페이지 iclave.co.kr

배너 업무 자동화 서비스와 상품추천 기술을 합쳐 상품진열추천 서비스 개발

아이클레이브의 AI 서비스는 현재 배너 업무 자동화와 상품추천 기술을 결합하여 새로운 상품진열추천 서비스를 개발중에 있다. 이를 통해 고객사들은 지금의 로보MD 기술을 적용했을 때 보다 더욱 효율적으로 쇼핑몰을 운영하고 상품을 홍보할 수 있을 것이다. 특히 이 서비스의 중요한 목표 중 하나는 글로벌 시장으로의 확장이다. 로보MD는 해외에서도 호평을 받으며 현재 독일 업체에서 도입을 검토 중에 있다. 이러한 글로벌 시장 진출의 핵심 이유 중 하나는 AWS를 사용하여 보안과 속도를 유지하면서 빠른 서비스 도입이 가능하기 때문이라고 볼 수 있다.



아이클레이브만의 세계 최고의 인공지능기술로 새로운 혁신을 제공합니다.

사용자와 매출정보를 토대로 최적의 상품을 추천하고, 상품 이미지를 통해서 상품에 최적화된 배너디자인을 인공지능이 편집해드리고 자동 노출해드립니다

*출처 : 아이클레이브 홈페이지 iclave.co.kr

로보MD를 통한 글로벌 시장 경쟁력 강화

뿐만 아니라 국내 쇼핑몰이 해외 시장을 대상으로 하는 데에도 우리 서비스가 유용할 것으로 판단된다. 미국, 유럽, 동남아, 일본, 중국 등 다양한 국가에서 우리나라 쇼핑몰이 높은 평가를 받고 있으나, 우리나라 대다수 쇼핑몰은 모든 국가에 대해 동일한 전략을 적용하며 역량을 발휘하지 못하는 경우가 발생하고 있다.

그러나 로보MD를 활용하면 국가별, 지역별로 다른 배너 전략을 수립할 수 있어 더욱 효과적인 마케팅이 가능하다. 게다가, 해외에서는 PC를 주로 사용하는 환경이므로 반응형 기술을 활용하여 PC에 적합한 배너 디자인을 자동으로 제공할 수 있다. 이러한 기능들을 통해 고객사들은 더욱 효율적으로 글로벌 시장을 대응하고 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 기대된다.



로보MD의 기능 1

상품별 개인화 및 자동 노출 기능

판매 데이터, 조회, 구매율의 방문자 데이터를 이용하여 방문자별 기획된 구성이 가능합니다



로보MD의 기능 2

AI로 디자인되는 배너

인공 지능이 쇼핑몰의 상품을 활용하여 배너주가, 배너디자인, 배너등록, 배너관리를 자동으로 해줘서 쇼핑몰 MD들의 운영을 돕습니다.



로보MD의 기능 3

제품 맞춤 추천

판매 기대화를 위해 후기, 평가, 좋아요, 조회수등을 활용한 다양한 방식추천을 만들어냅니다



로보MD의 기능 4

쇼핑몰별 맞춤 서비스

회원가입 후 메이크업파트너, 아임탈, 카레34에서 관리자 로그인만 하시면 쇼핑몰별 맞춤으로 로보MD서비스를 쓰실 수 있습니다.

*출처 : 아이클라이프 홈페이지 iclave.co.kr

레뷰셀렉트

REVU

‘진짜’ 인플루언서와 협업하는 가장 쉽고 효율적인 방법, ‘진짜’ 인플루언서들을 위한 협찬 제안 서비스

레뷰셀렉트는 피드 퀄리티와 팔로워 영향력을 갖춘 진짜 인플루언서들을 위한 협찬 마케팅 플랫폼으로 전문성, 성과, 피드 퀄리티가 검증된 ‘진짜’ 인플루언서와의 연결 서비스를 제공한다.

제품 홍보에 효과적인
인플루언서 마케팅 상품을 소개해드려요.

* 한번 계약으로 모든 리뷰 마케팅 서비스를 이용할 수 있어요!

블로그 인스타그램 인스타그램 릴스 유튜브 네이버 인플루언서 스마트스토어

*출처 : 레뷰셀렉트 홈페이지 <http://biz.revu.net>

기업개요

- 대표자** 장대규
- 설립연도** 2014
- 주소** 서울시 강남구 논현로135길 29
- 홈페이지** <http://biz.revu.net>
- 업종** 방송·광고·영상·오디오

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 274명
- 매출액** 304억 9,196만원
- 키워드** REVU AI 인플루언서 매칭
- 적용내용** 플루언서, 콘텐츠, 마케팅

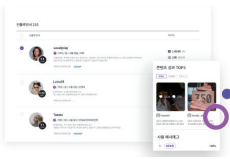
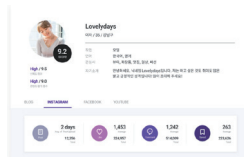

국내 최대 인플루언서를 보유한 마케팅 플랫폼 '레뷰(REVU)'

나노·마이크로 인플루언서부터 매크로 인플루언서 까지 방대한 인력풀

레뷰(REVU)는 레뷰코퍼레이션에서 운영하는 국내 최대 마이크로 인플루언서 마케팅 플랫폼으로 국내 최대 인플루언서 회원과 맞춤형 기술을 기반으로 국내 최고의 인플루언서 서비스를 제공하고 있다. 레뷰 코퍼레이션은 이와 함께 나노·마이크로 인플루언서 중심의 공개모집형 인플루언서 마케팅 플랫폼인 레뷰(REVU)에 이어 매크로 인플루언서를 위한 전용 플랫폼 '레뷰 셀렉트(REVU SELECT)'를 새로 론칭하여 운영중에 있다.

매크로·분야별 전문 인플루언서 중심의 서칭·제안형 인플루언서 서비스 플랫폼으로 전문 인플루언서(예: SNS활동, 라이브커머스, 공구, MCN 크리에이터 등)를 레뷰셀렉트에서 편리하게 서칭-매칭-제안하여 인플루언서와 협업할 수 있는 서비스를 제공한다.

<VCAT.AI를 활용한 제작 과정>

디테일이 살아있는 인플루언서 서칭	원하는 인플루언서에게 직접 협찬 제안	직관적인 보고서로 통해 성과와 인사이트를 한눈에	초간단 캠페인 생성과 인플루언서 관리
 <p>상세한 필터 기능으로 브랜드에 맞는 인플루언서를 찾을 수 있음. 프로 회원 인증 과정을 통해 좋은 인플루언서 풀을 유지· 관리함.</p>	 <p>프로파일을 통해 상세한 인플루언서 정보를 제공함. 딱 맞는 인플루언서를 찾은 후 제안하기 버튼으로 바로 제안할 수 있음. 브랜드의 제안에 인플루언서가 빠르게 회신함.</p>	 <p>단순 좋아요와 댓글 카운팅을 넘어 인사이트까지 확인할 수 있음. 직관적인 성과 보고서로 한눈에 결과 제시함. 다양한 성과 지표 분석으로 다음 캠페인의 성과 개선에 필요한 인사이트 제공.</p>	 <p>아주 쉽게 그리고 원하는 대로 캠페인 즉시 기획. 인플루언서 모집부터 선정,원고 검수, 보고서까지 시스템을 통한 간편 관리. 커뮤니케이션 도구를 통해 인플루언서와 소통하고, 빠른 피드백을 통해 콘텐츠의 질을 높일 수 있음.</p>

시 기반 인플루언서 캠페인 자동화 시스템

레뷰 파트너스 플랫폼으로 인플루언서 관리 및 브랜드와 자동 매칭 시스템

레뷰코퍼레이션은 독보적인 '인플루언서 캠페인 자동화 시스템'을 보유하고 있다. 해당 시스템은 방대한 인플루언서 및 광고 콘텐츠 데이터베이스를 활용하여 완성된 레뷰 자체 AI시스템이다. 레뷰셀렉트에서 서비스를 제공할 다수의 인플루언서들이 등록된 '레뷰 파트너스' 플랫폼은 프로 회원 인증 과정을 통해 우수한 인플루언서 풀을 유지하고 관리하며, 상세한 필터 선택 옵션을 제공하여 브랜드에 적합한 인플루언서를 찾을 수 있도록 한다.

완전 개방형 시스템을 구축

REVU Partners 서비스를 통해 모든 인플루언서 계층을 아우르는 완전 개방형 인플루언서 서비스 플랫폼 역시 별도로 운영하고 있으며 REVU 와 REVU Select 에서 활동하는 국내 최다의 검증된 인플루언서 풀을 활용하여 캠페인의 개설-운영-성과 관리 뿐만 아니라 인플루언서와의 커뮤니케이션까지 모두 하나의 플랫폼에서 진행할 수 있는 완전 개방형 시스템을 구축하고 있다.

REVU Search기능을 통해 엄선된 인플루언서 풀에서 키워드, 해시태그만으로 쉽게 원하는 인플루언서를 검색하고 제안할 수 있게 함으로써 정량/정성적 지표를 종합적으로 검증하여 선별한 인플루언서 2.5만명 풀에서 키워드, 해시태그로 쉽게 검색하여 캠페인에 가장 최적화된 인플루언서를 검색하고, 제안할 수 있는 서비스 역시 운영 중이다.

인플루언서 프로파일에 따른 광고제안 및 성과지표 분석 시스템

매칭된 인플루언서의 프로파일을 통해 상세한 정보를 제공하고 광고 제안이 가능하다. 광고후 빅데이터 분석을 통해 다양한 성과 지표와 인사이트를 제공하며, 다음 캠페인의 성과를 개선하는 방안을 마련할 수 있게 한다. 디지털 기술을 바탕으로 인플루언서 선정 및 매칭부터 광고 콘텐츠 운영 및 검수와 마지막 인사이트 피드백까지 인플루언서 마케팅의 통합적이고 효과적인 관리 솔루션을 제공하고 있다.

레뷰셀렉트의 확대 전망

인플루언서 영향력 증대로 인한 레뷰 셀렉트 수요 증가

매크로 인플루언서는 SNS에서 팔로워나 구독자 수가 10만명 이상인 영향력 있는 인플루언서를 의미한다. 주목할 점은 '2021 칸타 이커머스 행동 연구'에서 MZ세대는 온라인 제품 구매 시 친구보다 SNS 인플루언서의 영향을 더 크게 받는 것으로 조사됨에 따라 기업과 브랜드들의 MZ세대를 공략하기 위한 인플루언서 마케팅 수요가 늘어나고 있다는 것이다. 레뷰 셀렉트(REVU SELECT)의 회원들 중 약 70%가 1020세대로 구성되어 있다. 이는 기존의 1세대 인플루언서 마케팅이 3040대를 중심으로 한 것과 차별화된 특징이라 볼 수 있다. 특히 레뷰 셀렉트의 인플루언서 마케팅 시스템은 패션 분야에서 이용 만족도가 높게 나타나고 있어, 뷰티, 생활 등 관련 분야에서 수요가 더욱 증가할 것으로 전망된다.

국가별 맞춤 컨설팅 전략, 글로벌 인플루언서 마케팅으로 확장

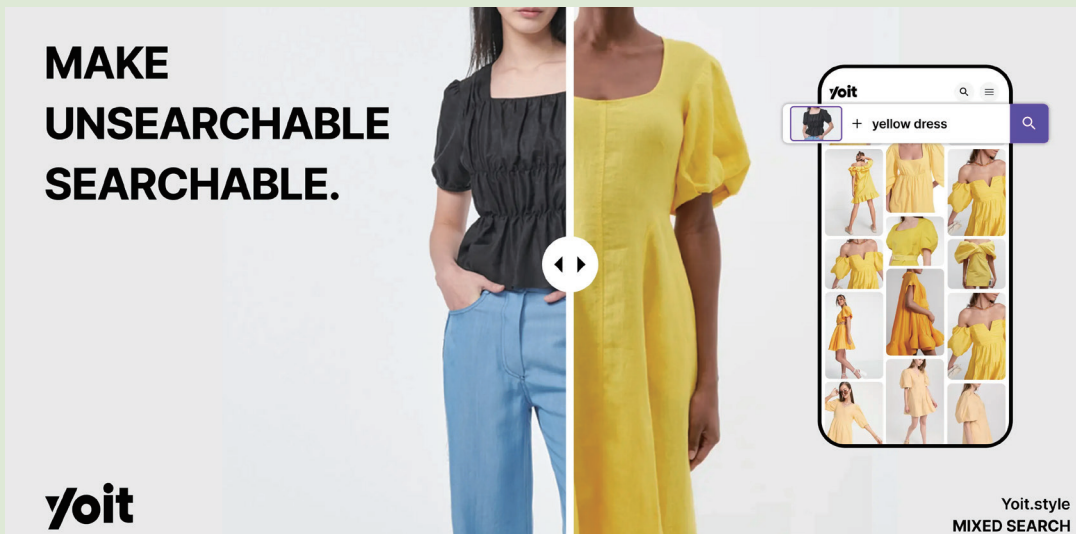
레뷰코퍼레이션의 인플루언서 마케팅 솔루션은 국내에 국한되지 않고 미국을 포함한 중국, 태국, 대만, 필리핀, 베트남, 인도네시아, 일본, 미국과 같은 국가를 중심으로 서비스를 확장해나가고 있다

요잇



글로벌 패션 특화 검색엔진 YOIT을 서비스하는 AI 및 빅데이터 기술 기반의 전문 테크기업

데이터몬스터즈의 'YOIT'은 딥러닝 및 데이터 처리 기술을 기반으로 전세계 패션을 데이터화하여 온라인 소비자의 쇼핑 시작, 탐색, 결정, 실행, 그리고 자산화에 이르는 전 과정을 서비스화한다.



*출처 : 요잇 홈페이지 yoit.style

기업개요

	대표자	이제원
	설립연도	2016
	주소	세종 나성로 96 어반아트리움 더센트럴 601,611호
	홈페이지	https://www.yoit.style/
	업종	소프트웨어 개발 및 공급업

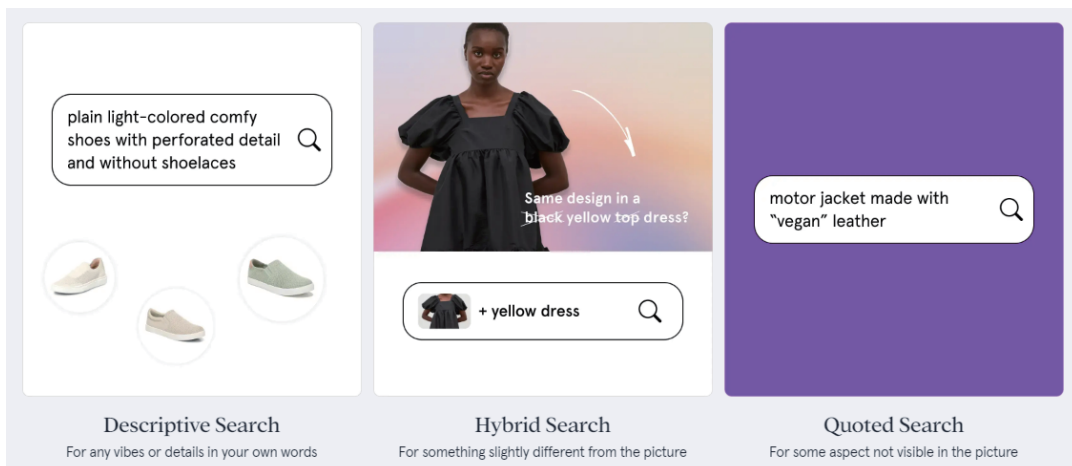
디지털 전환 적용사례

	종사자수	12명
	매출액	4억 3,687만원
	키워드	패션 검색엔진
	적용내용	빅데이터, AI

Global Fashion Metasearch Engine 'YOIT'

패션 상품 특화 검색엔진으로 음성검색 지원

패션 검색 엔진 'YOIT'은 데이터 몬스터즈에서 개발한 글로벌 패션 전용 메타서치 엔진이다. 해당 엔진은 음성검색 기능을 제공하여 사용자가 편리하게 패션 아이템을 찾을 수 있도록 하며 간단한 일상어로 검색어를 입력하면 이를 속성으로 파악하여 관련 패션 아이템을 찾아준다. 이는 사용자가 매장에 가서 매니저에게 설명하듯이 옷을 검색할 수 있는 혁신적인 기능이라 할 수 있다.



*출처 : 요잇 홈페이지 yoit.style

AI 기술을 활용한 패션산업 특화 기술 보유

패션에 특화된 Vision AI 기술

‘YOIT’은 이미지 검색 기능을 제공하여 전신사진 속의 아이템들을 카테고리별로 식별하는 객체인식 기술이 적용되어 있다. 이를 통해 사용자는 눈으로 보이는 패션 아이템을 그대로 검색할 수 있다. 즉, 패션에 특화된 Vision AI 기술을 통해 사진이나 동영상에 등장하는 패션 아이템을 신속히 검색할 수 있는 것이다. 더불어, 최초 검색 이후에 검색 조건을 추가하거나 제거하여 자신만의 검색 조건을 자유롭게 설정할 수 있는 기능도 제공한다. 따라서 ‘YOIT(요잇)’을 통해 사용자는 보다 정확하고 맞춤형 검색을 수행할 수 있다.

YOIT의 GPT-4 연동과 기능 강화

YOIT은 GPT-4와의 연동을 통해 사용자들에게 더욱 특화된 패션 추천을 제공한다. 더욱 상세하고 정교한 디자인 속성 검색은 더 많은 사용자들에게 다가갈 것으로 전망된다. 이를 통해 공정무역, 동물보호, 지속가능성 등 다양한 의류 조건들도 자유롭게 탐색할 수 있게 되어 기존의 강점이 한 층 더 빛을 발할 것으로 기대할 수 있다.

<Yoit의 적용기술 및 특징>

적용 기술	기술 특징
스타일 온톨로지	디자인 구성요소와 스타일 네임의 관계성을 파악하고 다양한 연관어까지 인식할 수 있도록 만든 데이터 자산이자 체계로, 1478여개 속성분류 및 4단계 depth 로 메타축적된 스타일 온톨로지는 YOIT만의 지식자산임
디자인 속성추출 기술	스타일 온톨로지에 기반하여 텍스트와 이미지에서 디자인 속성을 추출하고 멀티 레이블링하는 AI 기반 기술로, 이미지 기반 속성추출 성능수준은 타기관 대비 (ETRI 딥러닝기반 패션(의상, 액세서리)다중 속성 분류성능: 35종 속성 mA 83%이상, 데이터몬스터즈 자체개발 다중속성 분류 AI 성능: 20종 mA 90%이상) 우수함.
Information Retrieval 기술	사용자의 입력 쿼리로부터 검색 의도 및 디자인 속성을 추출, 인덱싱, 스코어링 및 랭킹 알고리즘을 통해 상품목록을 반환하는 기술로, 특수문자, 대소문자, 와일드카드, facet 검색을 지원하는 자연어 검색 엔진, 고차원 벡터 기반 멀티모달 유사도 검색엔진, 360만여개 색상값과 비율 그리고 허용범위를 설정 가능한 색상 검색엔진 모듈을 포함하고 있음.
이미지 처리	이미지에 대한 orientation 정렬, 색상 추출, 실루엣 및 패턴 추출을 포함한 전처리기술, 경계인식, 분류, 인스턴스 세그먼테이션, 키포인트 인식 등 AI 모델링 기술, 관심 영역에서 속성 클래스 별로 속성값을 추출하는 모델, 조명 등 효과보정 모델, 색상 매핑모델 등 검색을 위한 다양한 이미지 처리기술이 반영되어있는 이미지 처리기술임.

YOIT 2.0 버전 출시와 YOGHURT 엔진의 도입

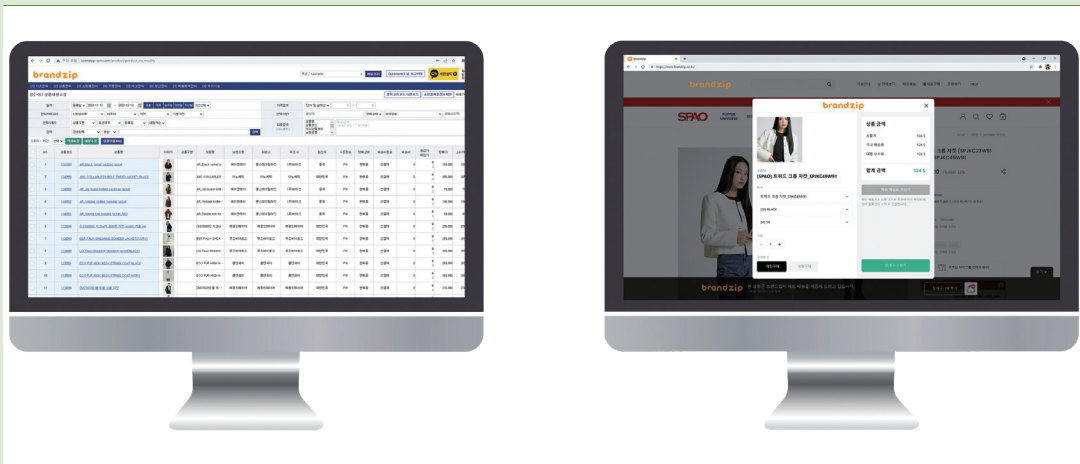
데이터 몬스터즈가 앞으로 출시할 것이라 예정한 YOIT 2.0 버전에서는 챗봇 기반의 추천검색 엔진 'YOGHURT'이 탑재될 예정이다. GPT-4를 기반으로 한 이 엔진은 사용자의 상세한 상황을 고려하여 매우 구체적인 패션 추천을 제공할 것이다. 사용자가 특정한 상황이나 선호를 말하면, YOIT은 그에 맞게 상품을 추천하는 것이다. 이를 통해 사용자들은 YOIT과 편안하게 대화하며 편리한 쇼핑을 즐길 수 있게 된다.

예를 들어, 사용자가 트로피컬 프린트를 좋아한다고 말하면, YOIT은 둘째 날 패션으로 트로피컬 프린트 점프슈트를 추천하는 방식이다. 더불어, 추천된 스타일의 카테고리를 클릭하면 해당 속성을 반영한 실제 상품들을 도출하여 보여줄 것이다. 이를 통해 사용자들은 YOIT과 편안하고 자유롭게 대화하며 편리한 쇼핑을 즐길 수 있는 환경에 놓이게 될 것으로 예상된다. 이는 특히 오프라인 쇼핑 시 점원과의 대화가 불편하고 어색하다고 느끼는 MZ세대들에게도 YOIT은 재미있게 대화하며 쇼핑할 수 있는 경험을 선사할 것이라 기대할 수 있다.








패션 상품 DB화 작업을 기반으로 B2C, B2B 등의 다양한 형태의 커머스 채널 및 퍼블리싱 서비스 운영

칸그림은 브랜드와 국내외 유통 채널을 연결하는 브랜드 임베디드 커머스 사업을 운영하며, 최근 선정산 파이낸싱 서비스를 유통과 결합하는 '파이낸싱-유통 포탈' 서비스로 사업 확장 중이다.







*출처 : 칸그림 홈페이지 kaangrim.com

기업개요

-  대표자 이민호
-  설립연도 2015
-  주소 서울시 금천구 가산디지털2로 70,1910호,1911호
-  홈페이지 <http://kaangrim.com>
-  업종 전자상거래 소매 중개업

디지털 전환 적용사례

-  종사자수 16명
-  매출액 56억 2208만원
-  키워드 통합 커머스 플랫폼
-  적용내용 AI, 취향기반 매칭 알고리즘

유통-시를 연결하는 '브랜드 커머스 3.0' 비즈니스, 칸그림

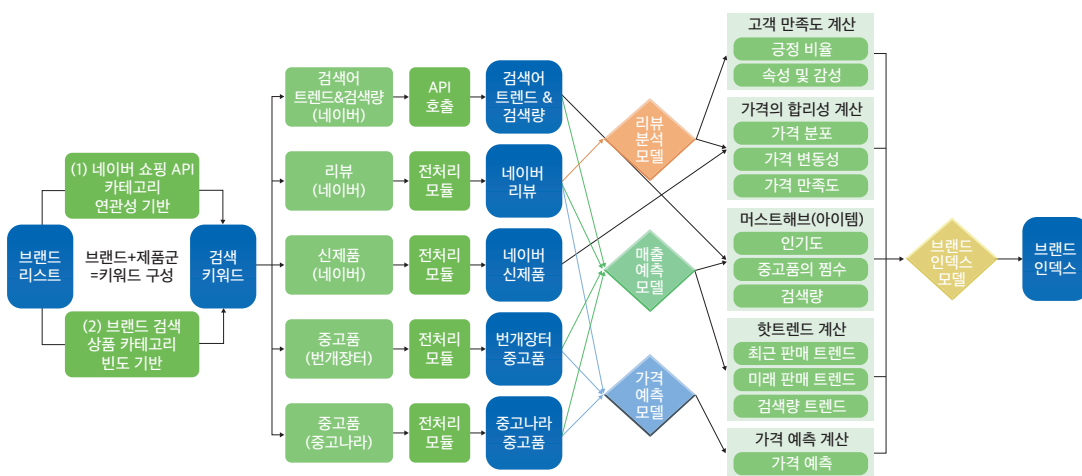
패션 제품의 데이터 베이스화를 통한 효율적인 통합 관리 체계 구축

칸그림은 감성과 이성의 조화로운 결합을 통해 패션 산업의 패러다임을 변화시키고자 한다. '패션산업'을 감성이 아닌 'database'로 정의내리는 칸그림은 패션제품을 데이터베이스화하여 국내외 소비자, 바이어, 인플루언서 등 다양한 형태의 커머스 채널과 연결하는 통합 커머스 사업을 전개하고 있다.

칸그림은 4차 산업 기반의 스마트 생산 플랫폼과의 융합을 통해 'Brand Streaming e-Complex'를 조성하고 있다. 이를 통해 패션산업의 밸류체인 주체들이 함께 성장할 수 있는 환경을 제공한다. PC, 모바일,패드 등 다양한 UI를 활용하여 브랜드의 상품이 실시간으로 제휴 채널과 연동되며, 주문, 정산, 구매, 물류 등 모든 유통 프로세스를 효율적으로 통합 관리하는 체계를 갖춘 것이다.

다중 시시스템을 활용한 국내 패션 브랜드 인덱스 시스템 구축

다중 분석 시시스템을 활용하여 국내 패션 브랜드의 인덱스 시스템을 개발하여 특히 해외 바이어, 소비자들이 국내 패션 브랜드에 대한 컨셉별 인기도 및 고객 반응 평가를 체크 할 수 있는 시스템을 구축하여 기존 유통 시스템에 접목하고 있다.



*출처 : 칸그림 홈페이지 kaangrim.com

역직구, 유통파이낸싱 솔루션 등으로의 비즈니스 확대

‘브랜드집’, 해외 판매 관리를 한손에

칸그림은 최근 해외역직구, 해외 홀세일을 통합하여 판매하는 솔루션 ‘브랜드집’을 론칭하여 서비스 분야를 확대하고 있다. 해당 서비스는 각 브랜드의 온라인몰에 모듈식으로 손쉽게 브랜드파이 시스템을 적용하여 해외 판매를 연결 시키는 솔루션이다. 이 서비스는 모든 디자이너 브랜드에게 열려 있으며, 설치만으로 자동으로 해외 타깃 소비자에게도 판매 가능하게 해 효율성을 극대화했다.

브랜드집을 이용하면 해외 판매 시작 시 현지 패션 플랫폼과 개별적으로 연락할 필요가 없게 된다. 중소 브랜드들도 경험 부족으로 느끼는 해외 진출의 어려움을 덜 수 있게 되었으며 또한, B2B와 B2C를 모두 아우르며 저렴한 수수료로 서비스를 이용할 수 있어 더욱 활용성이 높을 것이다.

‘유통 슈퍼 솔루션’ 매출 팩토링 서비스

칸그림은 금융권과 손잡고 유통 채널의 낮은 정산으로 운영에 어려움을 겪고 있는 패션 브랜드사들을 위한 ‘매출 팩토링(선정상)서비스를 2024년 초에 적용하여 유통-파이낸싱 서비스를 접목하는 ‘패션 유통 슈퍼 솔루션’ 프로바이더로 사업을 확장하고 있다.

<
선정상

매출 내역

MUSINSA	[라부르켓] 아몬드 코코넛 필밤 15ml [라부르켓] NO.17 (아몬드 코코넛)		- 1 +	124\$
W.CONCEPT.	[삼성전자] Galaxy Watch 5 Series 40mm [삼성전자] Galaxy Watch 5 Series 40mm (Silver)		- 1 +	124\$
SSG.COM	[헤라] 헤라 실키 스테이 파운데이션 SPF20 [헤라] 21W1 (월바닐라)		- 1 +	124\$

사업자 정보

성

이름

이메일

이메일 확인

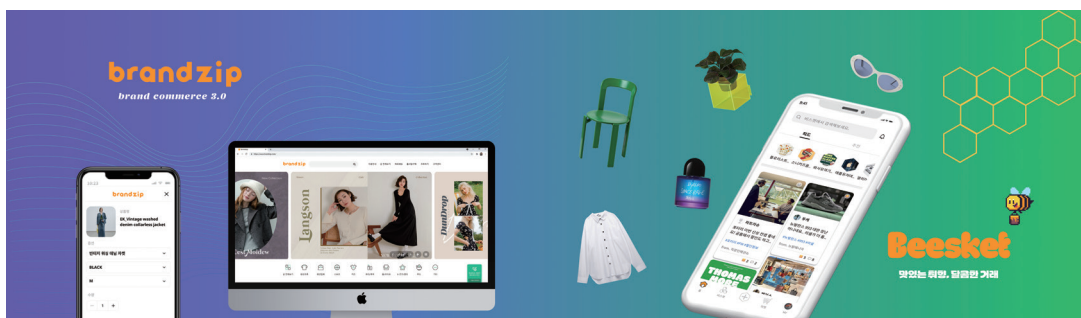
정산 금액

정산 예정 금액
1,000,000원

선정상 가능 한도
90%

정산 총액
900,000원

*출처 : <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?memberNo=10710648&volumeNo=16031026>



*출처 : 칸그림 홈페이지 kaangrim.com

개인의 취향 데이터 기반의 커뮤니티 슈퍼앱, '비스켓'

칸그림은 기존의 브랜드-채널 연결 사업의 확장으로 개인과 개인 또는 브랜드와 개인을 취향별 커뮤니티로 연결하는 커뮤니티 슈퍼앱인 '비스켓'을 오픈 준비중에 있다. 사용자 누구나 라이프 스타일별 전세계의 브랜드와 상품을 발굴하고 발굴한 상품정보를 커뮤니티별로 공유하거나 구매한 상품의 재판매, 내가 제작한 상품 판매, 클래스 개설 등 커뮤니티를 기반으로 한 다양한 올인원 기능을 경험할 수 있는 슈퍼앱을 런칭하려 한다.

MZ세대들의 1순위 관심사인 숏폼 콘텐츠 기반 패션 트렌드 정보 획득 및 상품 구매 전문 공간






클로넷은 패션 전문 영상 앱으로서 국내 패션 숏폼 영상 시청 데이터를 기반으로 정확한 큐레이션, 재밌는 스트리밍 서비스를 제공하며, 이를 통해 쉽고 간편한 패션 스타일링 및 구매 정보를 제시한다.

길거리의 패션 피플들의 SNAP샷을 이젠 짧은 영상 (Form)으로 만나보세요,
'언니 상의 정보 문의요' '착용 아이템 문의요' 는 그만, 내손안 손쉽게 패션 피플들의 착장 정보를 빠르게 캐치 & 쇼핑하세요







*출처 : 클로넷 홈페이지 clonet.co.kr

기업개요

-  **대표자** 차주환
-  **설립연도** 2019
-  **주소** 경기 성남시 분당구 판교역로 192번길16, 8층 806호 C123
-  **홈페이지** <http://www.clonet.co.kr>
-  **업종** 전자상거래 소매업

디지털 전환 적용사례

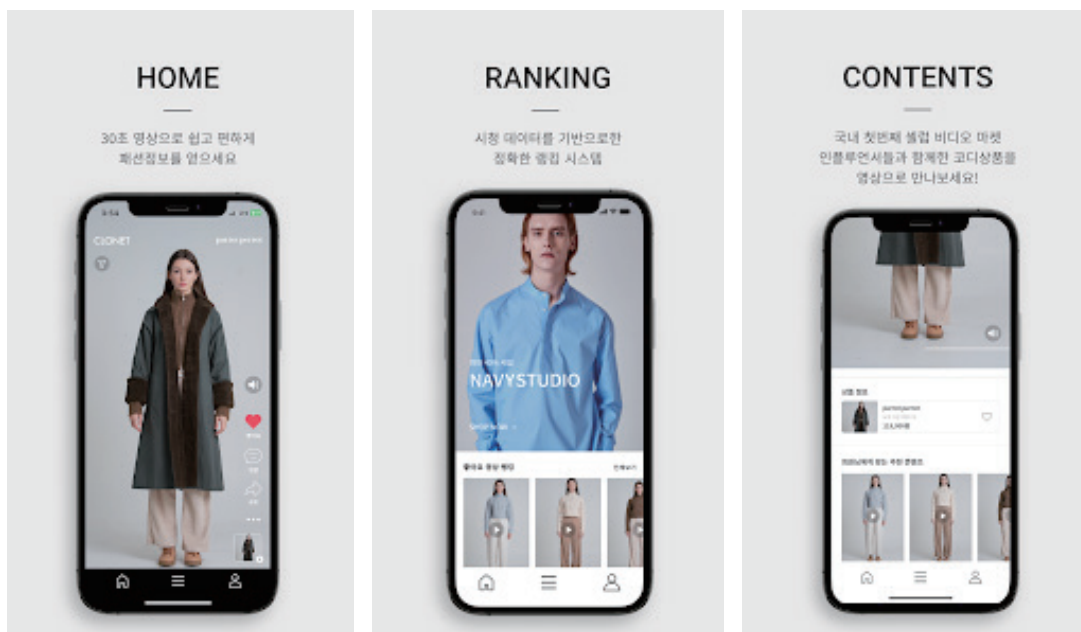
-  **종사자수** 5명
-  **매출액** 10억 2458만원
-  **키워드** 숏폼, 콘텐츠, 광고, 커머스
-  **적용내용** 숏폼 커머스

패션 숏폼 영상을 통한 패션 정보 및 상품 구매 공간 제공

클로넷 서비스는 현재 국내의 패션 숏폼 영상을 기반으로 정확한 큐레이션을 제공하고 있다. 매주 클로넷 TM팀과 유명 패션 인플루언서들이 협업한 영상 콘텐츠를 통해 선택한 코디와 해당 상품을 소개하며, 길거리 패션 피플들의 SNAP샷도 숏폼 영상으로 제공한다.

더불어 '셀럽 비디오 마켓'은 엄격한 QC(Quality Control) 기준을 통과한 상품을 셀럽과 데이터를 기반으로 매칭하고 있다. 이를 통해 셀럽들의 패션 스타일과 선택한 상품에 대한 소개를 숏폼 영상 콘텐츠로 제작하며, 팬들과 소통하는 영상 기반의 새로운 셀럽 시장을 형성하고 있다.

뿐만 아니라, 현재 클로넷 서비스는 MZ세대 시청자 뷰데이터를 활용하여 국내의 최신 패션 트렌드 영상을 중국, 일본, 베트남, 필리핀 등 6개 국가에 제공함으로써 K-패션의 세계화에 앞장서고 있다. 즉, 클로넷은 국내 최초의 패션 전문 숏폼 커머스로서 성장할 것으로 기대된다.



*출처 : 클로넷 홈페이지 clonet.co.kr

숏캐처, MZ세대들의 살아있는 트렌드 정보

'클로넷은 거리에서 일반인 패션니스타들의 스타일을 숏폼 영상으로 담아내는 '숏캐처'라는 독자적인 크루를 운영한다. 해당 크루는 '스냅폼(Snap Form)'이라는 형식의 영상 콘텐츠를 제작하여 클로넷 앱의 사용자들에게 선보인다. 클로넷은 10대들이 호응하는 트렌드를 신속히 파악하고 이를 반영하기 위해 숏캐처 프로그램을 운영하며, MZ세대를 위한 더 트렌디한 쇼핑문화를 선도하고 있다.

클로넷 앱의 사용자들은 이렇게 제작된 숏폼 영상에 투표할 수 있다. 유저들의 투표수를 기반으로 랭킹이 결정되며, 스냅폼 속 인물이 착용한 브랜드와 상품 정보의 태그 횟수를 계산하여 랭킹으로 나타난다. 이를 통해 요즘 한국의 패션니스타들 사이에서 어떤 브랜드와 상품이 실제로 트렌드인지를 한눈에 확인할 수 있다. 숏캐처의 스냅폼 영상을 통해 집계된 데이터는 브랜드의 해외 진출을 지원하는데 활용되고 있으며, 이를 통해 국내 패션을 세계화를 이끌고 있다.



해외진출 통로 클로넷스토어 운영

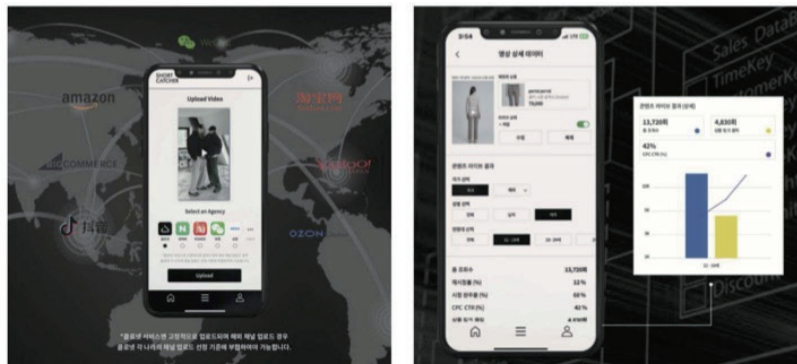
글로벌 시장 연계를 통한 국내 신진 브랜드 확장

'클로넷은 현재 '클로넷스토어'를 통해 국내 신진 브랜드의 해외진출을 위한 원스톱 프로세스를 성공적으로 구축했다. 국내에서 제작된 숏폼 콘텐츠를 활용하여 자체 보유한 해외 판매채널을 통해 국내 신진 중소 브랜드의 마케팅과 브랜딩을 지원한다. 더불어, 클로넷은 누적된 데이터와 노하우를 활용하여 국내시장부터 해외시장까지의 판매를 원스톱으로 연계하는 프로세스를 제공하고 있다.

CLONET corp.

SHORT CATCHER

숏캐처 어드민을 통해 업로드 된 콘텐츠는 클로넷 해외 채널 (중국 & 일본 & 미국 등)에 동시적으로 업로드되며 숏캐처가 가장 보고 싶은 영상의 소비자별 뷰잉 데이터 (Viewing Data)를 국내외 확인하여 경쟁력 전략을 수립할 수 있습니다.



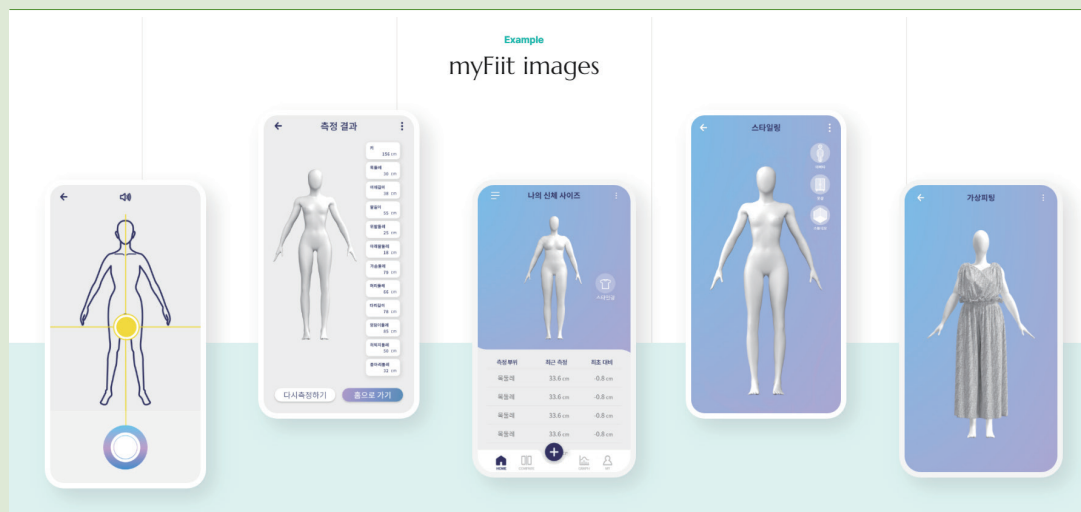
CLONET CLONET STUDIO SHORT CATCHER

*출처 : <http://myfiit.ai/service/veer/>

클로넷은 '패션코드'를 통해 국내 디자이너 브랜드의 중국시장 판매를 성공적으로 이끌어 내고 있다. 왕홍과의 15회에 걸친 라이브 커머스를 통해 300만 명 이상의 시청자를 모았다. 이를 통해 K-브랜드와 K-콘텐츠의 매력을 중국 소비자들에게 소개되었으며 이 경험을 기반으로 클로넷은 국내 스트릿 브랜드 '디오스피스'를 시작으로 원스톱 프로세스를 통한 해외진출을 계획 중이다. 중국 도우인과 위챗 프로그램을 활용하여 무료로 상품 등록을 지원하며, 배송 및 물류창고 서비스도 제공한다. 중국 마켓에서 국내 패션 브랜드의 매력을 지속적으로 홍보할 계획이다.

패션 산업에 AI, VR, AR 기술을 접목한 혁신적인 차세대 첨단 패션 서비스

에이아이바는 AR를 활용한 가상피팅 My fiit 서비스, VR을 기반 메타버스 플랫폼 및 AI 기반 아바타 제작과 같은 기술과 콘텐츠로 가상 쇼룸이나 VR 패션쇼 등을 구현하며 패션과 테크 양쪽의 발전을 도모한다.



*출처 : 마이핏 홈페이지 myfiit.ai

기업개요

- 대표자 김보민
- 설립연도 2019
- 주소 서울시 마포구 성암로 330(상암동, DMC 첨단산업 센터) 4층
- 홈페이지 <http://myfiit.ai>
- 업종 응용소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 13명
- 매출액 3.7억원
- 키워드 AI, VR
- 적용내용 가상피팅, 메타버스




패션과 AI, VR, AR과 같은 실감형 기술을 접목

에이아이바는 패션에 AI, VR, AR 기술을 접목하는 패션 테크 스타트업으로 서버 개발자, AI/ML 개발자, 모바일앱 개발자, 아바타 리거, CLO3D 디자이너 등 각 분야의 전문가들이 매일 협력하여 혁신적인 서비스들을 출시 및 개발하였다. '신체 측정과 가상 피팅을 할 수 있는 모바일 앱 마이핏(myFiit)', '메타버스 패션 플랫폼 'VEER', '웹 기반 패션 제작 툴 T4U' 등을 개발했다. 기술과 콘텐츠를 모두 보유하고 있는 에이아이바는 패션 및 스타일분야에 4차 산업혁명 기술(AI, Sensor, IoT, Cloud, AR·VR, Block chain, Robot, 신소재)을 융합해 새로운 가치를 지속적으로 창출해 나가고 있다.

'마이핏(myFiit)' AI 기반 모바일 가상피팅 솔루션 제공

에이아이바가 운영하는 서비스 중 가장 핵심이라고 할 수 있는 '마이핏(myFiit)' 서비스는 신체 촬영과 가상 피팅으로 기존 오프라인에서의 쇼핑 경험을 온라인과 모바일에서 가능하도록 하는 모바일 앱이다. 간편하고 정확한 마이핏으로 의류 브랜드는 매출을 올리고, 고객들은 쇼핑에 대한 만족도를 높일 수 있다. 마이핏 이용의 절차는 위 표에 있는 네 단계로 이루어진다.

<마이핏 가상피팅 솔루션>

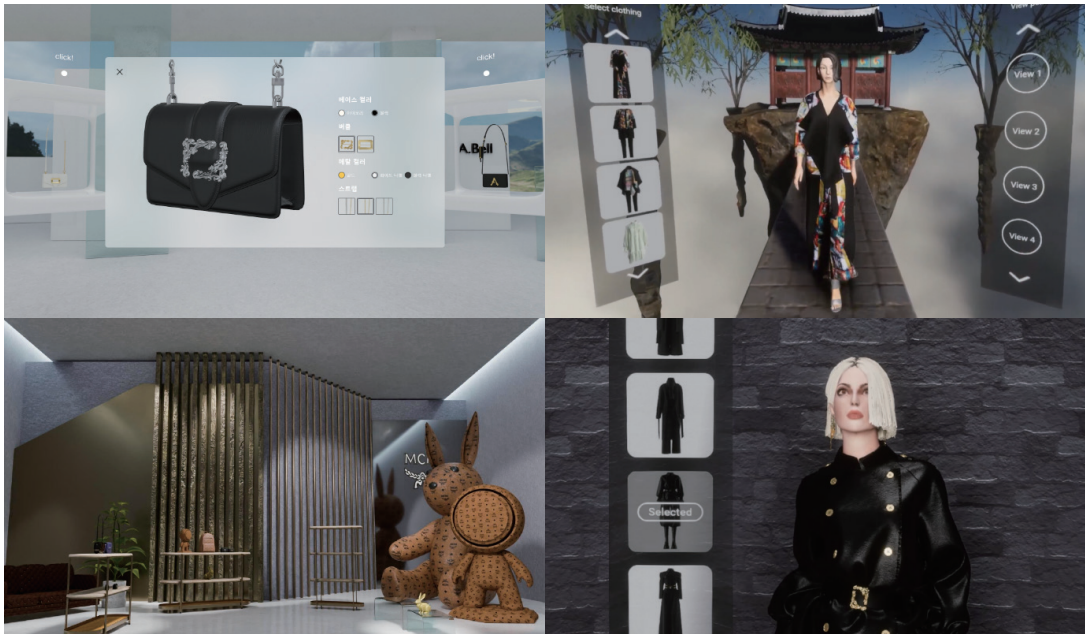
1. 신체 촬영 및 정보입력	2. 신체 측정 및 분석	3. 3D 아바타 생성	4. 사이즈 추천 및 가상 피팅
			
<p>마이핏의 서비스를 이용하기 위해 고객이 본인의 신체를 촬영하고 신체 정보를 입력하는 단계.</p> <p>고객은 먼저 본인의 앞 면과 옆 면의 모습을 촬영하고, 업로드 해야 함 (얼굴 사진도 업로드할 시, 그 사진이 3D 아바타의 얼굴이 됩니다).</p> <p>성별, 키, 몸무게를 입력.</p>	<p>전 단계에서 입력했던 정보들을 토대로 고객의 신체를 측정하는 단계.</p> <p>'측정결과보기'라는 버튼을 누르면 50~60 곳에 해당하는 신체 부위 사이즈가 일렬로 나타남.</p> <p>다시 측정하기라는 버튼을 누르면 Step 1으로 돌아가게 됨.</p>	<p>측정된 신체 치수를 토대로 3D 실감형 아바타를 생성하는 단계.</p> <p>생성된 3D 아바타는 실사형 캐릭터 모델링 데이터로 고객은 이 아바타를 통해서 다양한 서비스(가상 피팅, 스타일링, 체형변화 비교 등)를 이용할 수 있음.</p>	<p>측정된 신체 치수를 토대로 사이즈를 추천받고 생성된 3D 아바타로 가상 피팅을 진행해 보는 단계.</p> <p>고객은 여러 의상이 나열된 리스트 중에서 터치로 한 벌을 선택.</p> <p>S, M, L 등 해당 의상의 사이즈 중에서 고객에게 가장 맞는 게 추천됨.</p> <p>AR 기술을 통해 3D 아바타에 해당 의상이 입혀짐.</p>

VEER, 몰입형 쇼핑 경험 제공

'VEER는 에이아이바가 운영하는 메타버스 패션 플랫폼으로, 패션 브랜드에게는 비대면 방식으로 홍보할 수 있는 기회를, 사용자에게는 실감형, 몰입형 쇼핑 경험을 제공한다. VEER는 크게 XR 쇼룸 솔루션과 VR 패션쇼 콘텐츠 앱으로 이루어져 있다.

VEER의 XR 쇼룸은 WebGL(Three.js와 glTF) 기반의 3D 쇼룸 솔루션으로서 패션 플랫폼 이용자들에게 3D 기반 커스터마이징 기능과 실감형 & 몰입형 쇼핑 경험을 제공한다. 뿐만 아니라 메타버스에 대한 수용성이 높은 MZ세대와의 접점을 확대하기 위해서 각 브랜드에 마카주 서비스를 운영한다. 예를 들어 가방 커스터마이징을 할 수 있는 가상 공간을 제시함으로써 이와 관련하여 와디즈 펀딩을 진행할 수 있다.

더불어 VR 패션 콘텐츠 제공을 통해 사용자가 원하는 시간과 공간에서 실제와 같은 패션쇼를 관람할 수 있게하며 더 자세한 의상 관찰이 가능한 경험을 제공하고 있다. 더불어 자체 WebGL 플랫폼인 veer.kr에 커머스를 연계한 뒤, 소비자에게 공개하여 'See now buy now'를 가능하게 하고 있다.



*출처 : 마이핏 홈페이지 myfiit.ai

<VEER 적용기술 및 특징>

적용 기술	기술 특징
가상 건물 건설	webGL(Three.js), 360도 촬영, 3D 모델링 방식을 통해서 XR 공간 안에 있는 가상 건축물을 건설.
glTF 기반 공간 최적화	3D 데이터들을 가상 공간에 효율적으로 배치시키기 위해서 압축과 텍스처링을 진행.

T4U과 AIMAKESTEE 를 통한 AI 기반 의류 제작 및 제작 및 생산 서비스제공

T4U(T-shirts for you)는 사용자 스스로 본인만의 옷을 디자인 해볼 수 있는 웹 기반 서비스이다. 해당 서비스의 디자인은 이미지와 텍스트를 3D 의상의 겉면에 배치하는 방식으로 진행되며 봉제 라인(Seamline)의 제약이 없는 자유도를 제공한다.

뿐만 아니라 AIMAKESTEE는 T4U 엔진에 생성형 AI(AI) 모델을 접목함으로써 개발된 서비스입니다. 해당 서비스를 통해 사용자는 나만의 이미지를 만들고, 이를 의상 디자인에 활용할 수 있다. 구체적으로는 사용자가 문장(키워드)을 입력하면 AI가 이를 묘사하는 10장의 이미지들을 자동으로 생성하며 그 이미지 중 하나를 선택해 실제 의상에 활용할 수 있다.

<T4U 적용 기술 및 특징>

적용 기술	기술 특징
실시간 렌더링 기술	T4U에는 실시간 렌더링 기술이 적용되어 이미지나 텍스트를 변형(이동, 크기 조절, 회전)할 때의 결과를 3D 의상에서 실시간으로 확인할 수 있음.
포인팅 장치로 제어	T4U에는 이미지를 직관적으로 위치시킬 수 있도록 3D 렌더링 화면에서 이미지의 위치를 포인팅 장치로 제어할 수 있음.
AI 모델을 의상과 연계	AIMAKESTEE에서는 단순히 AI 모델이 그림을 생성하는 것에 그치지 않고, 이를 의상과 연계함으로써, 사용자가 생성형 -AI 모델을 통해 의상의 디자인 및 생산도 가능하게 함.
한국어를 위한 프롬프트 제공	기존 생성형-AI 모델의 프롬프트에서는 영단어만 가능하지만 AIMAKESTEE의 프롬프트에서는 한국어를 입력할 수 있으며, 프롬프트의 문법구조도 한국어에 더 가까움.



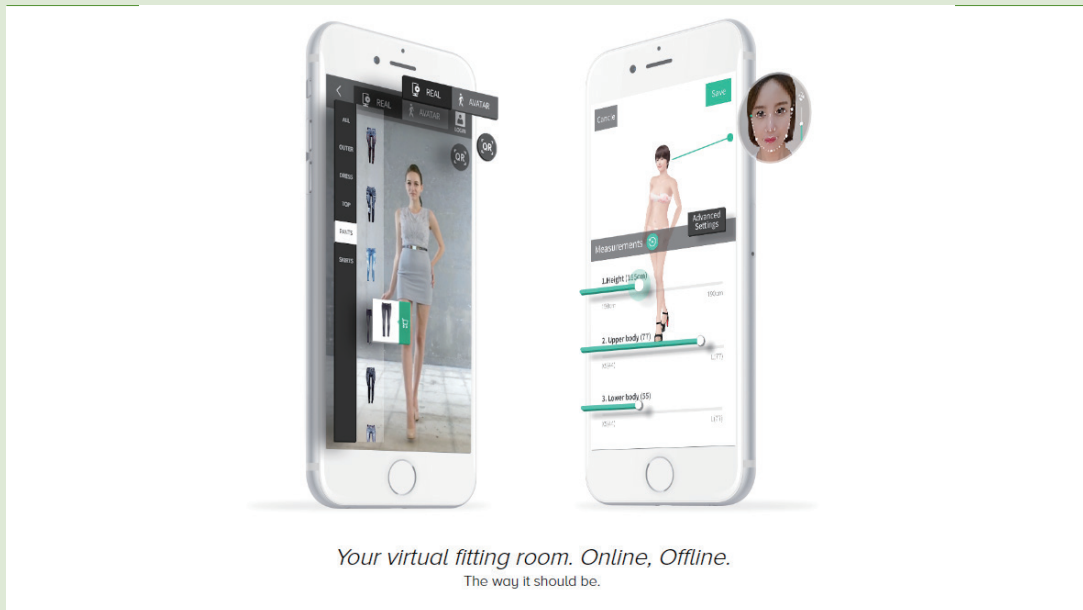
*출처 : 마이핏 홈페이지 myfiit.ai

에프엑스기어

FXGear

XR기반 메타버스 선도기업, 영화 속에만 존재하던 기술과 제품들을 실제로 개발하는 회사

에프엑스기어는 증강현실(AR)과 가상현실(VR) 기반의 첨단 그래픽 기술과 경험을 바탕으로, 가상 피팅 솔루션인 FXMirror와 같은 패션, 소매 및 광고 산업을 위한 새로운 기술과 서비스를 제공한다.



*출처 : 에프엑스기어 홈페이지 fxgear.net

기업개요

- 대표자 최광진
- 설립연도 2004
- 주소 서울시 강남구 학동로46길 25
- 홈페이지 <https://www.fxgear.net/>
- 업종 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 59명
- 매출액 5억 7,574만원
- 키워드 가상피팅, 가상메이크업
- 적용내용 AR, VR, XR, 메타버스

Digital Human 및 XR 기반으로, 메타버스 시대 기술 선도

‘에프엑스기어’는 컴퓨터 그래픽 소프트웨어 개발 회사로, CG 분야에 세계적인 기술력을 인정받고 있는 기업으로 기존의 영화 VFX (Visual Effects), 3D 애니메이션, 게임 그래픽 분야는 물론 모바일 그래픽 엔진, CG응용 디지털 콘텐츠 분야로 사업을 확대해 나가고 있다. 현재 증강현실, 가상현실, 확장현실을 콘텐츠로 담아내고 있으며 고객사로 넥슨, 엔씨소프트, 블리자드 등 게임 개발사를 포함해 나이키, 타미힐피거 등의 패션 회사들과도 활발하게 교류 중이다.

<에프엑스기어의 적용기술 및 특징>

적용 기술	기술 특징
VFX Graphics	<ul style="list-style-type: none"> - 3D 의상 및 헤어 시뮬레이션 소프트웨어 - Qualoth, FXHair 등 - VFX 기술을 활용한 개발 프로젝트
위치 값 분석	<ul style="list-style-type: none"> - FXMirror: AR/MR 기술과 트래킹 기술을 기반으로 한 가상피팅 솔루션 - XRMirror: XR 실감 콘텐츠 솔루션 - AR/MR/XR 기술을 활용한 개발 프로젝트
실감형 아바타 생성 기술	<ul style="list-style-type: none"> - 메타버스 서비스 및 콘텐츠 개발 등

FXMirror, 물리 기반 3D 가상피팅 시스템

에프엑스기어는 MR(혼합현실, Mixed Reality) 기술을 통해 사용자 신체 정보를 반영한 실시간 3D 아바타에 가상의 의상을 입히는 ‘아바타 가상 피팅’ 기능을 세계 최초로 공개하며, 피팅 몰입감을 높이고 실제 착용한 옷의 제한 없이 가상 피팅이 가능한 기술을 선보인 바 있다. 이를 통해 FXGear는 이제 패션, 소매 및 광고 산업을 위한 새로운 솔루션을 개발하였으며 Online-to-Offline을 마침내 실현하였다.

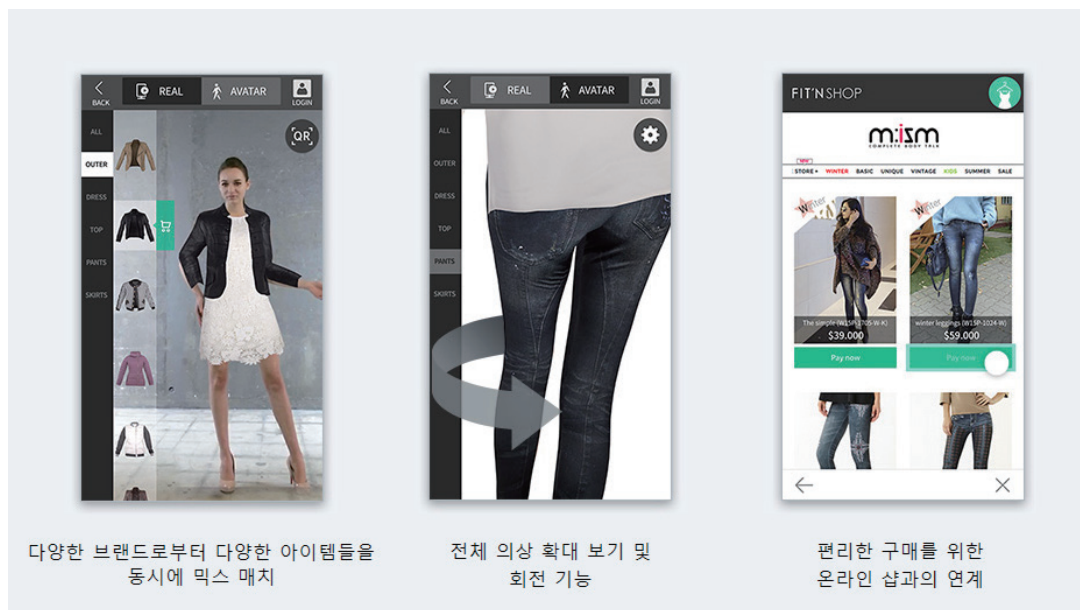
물리 기반 3D 피팅 시뮬레이션 기능은 아바타 가상 피팅에서 더욱 발전해, 사용자가 자신의 치수에 맞는 의상별 사이즈를 추천 받고 의상 사이즈별 핏 차이를 시각적으로 실시간 확인할 수 있다. 먼저 사용자의 신체 주요 치수 측정을 통해 3D 아바타를 생성한 뒤, 해당 체형에 적합한 의상의 사이즈를 XS부터 3XL까지 추천한다. 사용자가 사이즈를 선택하면 브랜드별 의상 사이즈 표에 따라 해당 의상의 사이즈별 3D 의상이 자동 생성돼 쉽고 빠르게 사실적인 가상 피팅이 가능하다.

또한 여러 겹의 의상을 동시에 피팅 시뮬레이션 가능하며, 옷을 입은 상태에서 신체에 가해지는 의상의 압력을 화면을 통해 신체 부위별로 확인할 수 있다. 특히 의상이 작을 경우 압박 받는 부위를 가시적으로 확인할 수 있어 실제 핏이 어떨지 정확한 예측이 가능하다. Full 3D 시뮬레이션으로 360도 회전이 가능해 의상의 앞, 뒤, 양 옆의 핏과 디자인도 상세히 확인할 수 있다.



*출처 : 에프엑스기어 홈페이지 fxgear.net

에프엑스기어는 오프라인 쇼핑의 피팅 경험을 모바일까지 확장하기 위해 가상 아바타 프로필을 만든 후 쇼핑객은 다양한 의류를 가상 피팅한 후 해당 상품의 온라인 스톡으로 연결되어 쇼핑할 수 있는 가상 피팅 모바일 아바타 서비스 FIT'N SHOP 발전을 위해 노력하고 있다.



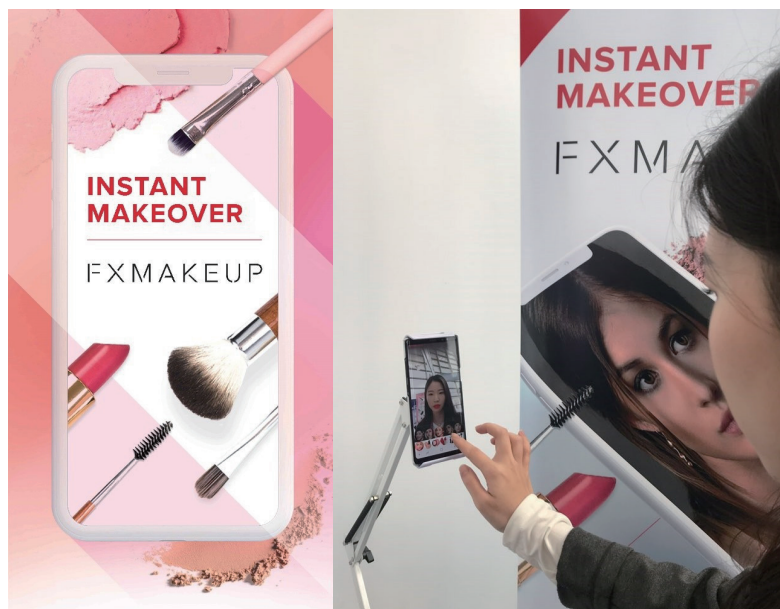
*출처 : 에프엑스기어 홈페이지 fxgear.net

FXMakeup, AR 기반의 가상 메이크업 솔루션 패션을 넘어 뷰티 서비스로 확대

'에프엑스기어'는 가상 피팅 서비스를 넘어 가상메이크업 솔루션까지 확장하여 서비스를 운영하고 있다. 에프엑스메이크업은 실시간으로 사용자의 얼굴을 인식 및 추적해 가상으로 화장한 모습을 보여주는 솔루션이다. 정교한 트래킹 기술을 통해 얼굴 움직임을 정확히 인식하는 한편 사실적인 3D 렌더링 기술로 피부상의 화장품 발색과 질감, 두께감을 세밀하고 사실적으로 표현한다.

에프엑스메이크업은 사실적인 3D 렌더링 기술을 기반으로, 색조 화장품들의 미세한 특성들을 RGB(red-green-blue) 방식으로 분석하여 실제 피부에 도포되었을 때의 발색으로 정확하게 표현한다. 글로시(glossy), 매트(matte), 글리터(glitter) 등 다양한 질감과 두께감을 얼굴의 움직임과 표면 굴곡에 따라 표현할 수 있어 보다 섬세한 가상 메이크업이 가능하다. 또한 메이크업 분위기에 따라 색감, 채도, 명도, 대비 등을 조절하고 비네팅 효과를 줄 수 있는 필터 기능도 갖췄다.

에프엑스메이크업을 사용하면 소비자가 매장에 가지 않아도 편리하게 모바일/온라인 상에서 가상 메이크업을 통해 다양한 화장품을 체험하고 구매할 수 있다. 기존의 모델 사진과 시연 영상 등에 의존하던 온라인 제품 판매를 보다 개인화된 서비스를 통해 혁신시킬 수 있을 뿐만 아니라, 한정된 샘플 제품 및 메이크업 시연을 통해 제공하던 화장품 활용 경험을 다수의 사용자에게 제공할 수 있어 뷰티 업계에서 큰 주목을 받을 것으로 예상된다.



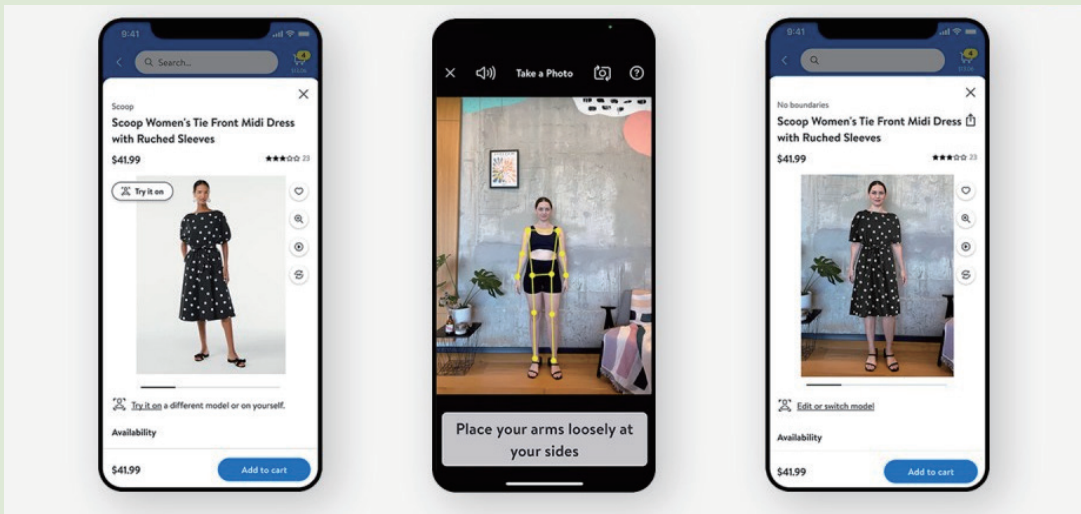
*출처 : 에프엑스기어 홈페이지 fxgear.net

지킷(이스라엘)



미래의 온라인 쇼핑을 실현, 패션산업에 더욱 새롭고 인터랙티브한 온라인 쇼핑 경험 선도

Walmart의 Zeekit은 패션과 기술을 결합한 역동적인 가상 피팅룸 서비스를 바탕으로 모든 사람이 온라인에서 발견한 다양한 의류 품목을 입고 자신의 모습을 볼 수 있는 기회를 제공한다.



*출처 : 지킷 홈페이지 zeekit.walmart.com

기업개요

- 대표자 Yael Vizel
- 설립연도 2014
- 주소 Yigal Alon St 94, 40th floor, Tel Aviv-Yafo, Israel
- 홈페이지 <https://zeekit.walmart.com/>
- 업종 응용 소프트웨어 개발 및 공급업

디지털 전환 적용사례

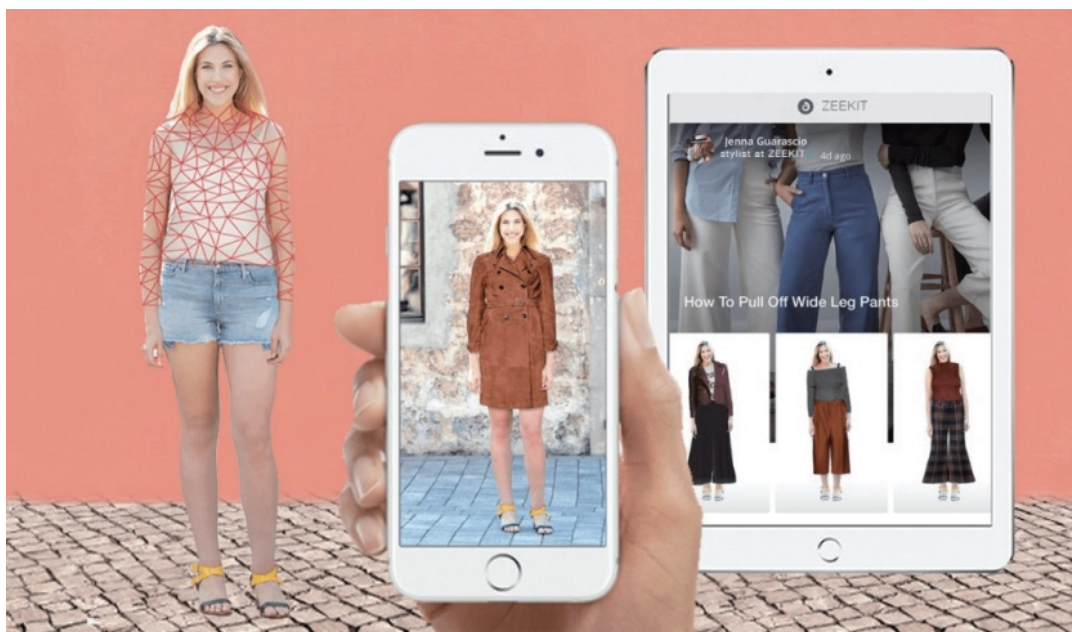
- 종사자수 73명
- 매출액 N/A
- 키워드 가상피팅 버추얼 피팅룸
- 적용내용 AI, AR, VR

AR 기술 기반 버추얼 피팅룸 및 가상 옷장으로 온라인 경험 확대

지킷(Zeekit)은 전자상거래 세계에서 가상 체험 기술을 선도하는 Walmart 회사이다. 지킷이 제공하는 핵심 기술인 버추얼 피팅룸 서비스는 고객이 오프라인 패션 매장을 방문하지 않고도 애플리케이션(앱)에 본인의 사진을 올리면, 원하는 옷을 골라 입어보고 구매할 수 있는 증강현실(AR) 기반 서비스다. 온라인 옷 쇼핑 시 문제가 되는 배송 후 사이즈가 맞지 않는 단점을 개선해 준다.

실시간 이미지 처리 기술을 활용한 버추얼 피팅룸 (virtual fitting room)* 고도화

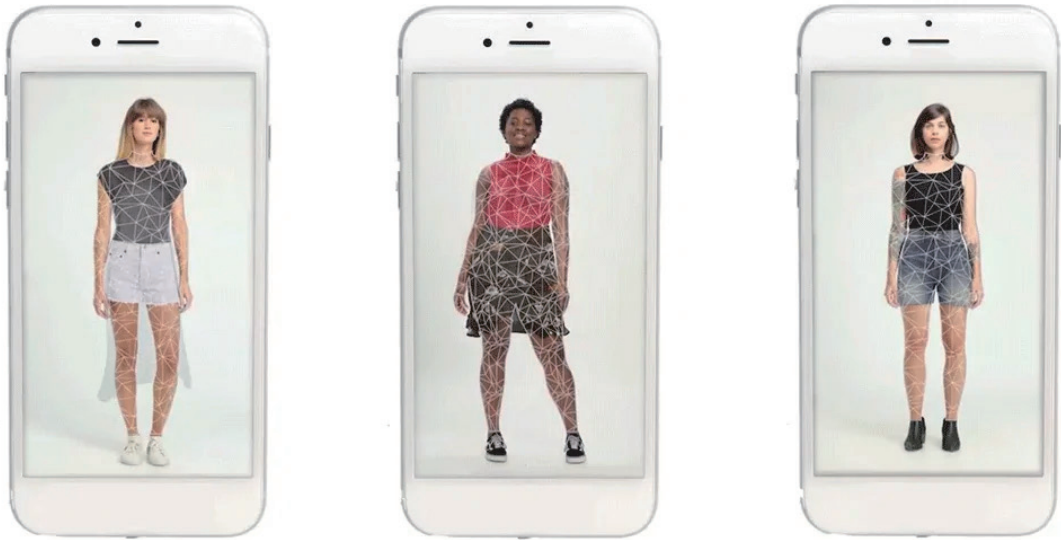
지킷은 자체 앱을 통해 의류를 판매하는 한편, 아디다스와 타미힐피거, ASOS 등 글로벌 패션 브랜드와 계약을 맺고 버추얼 피팅룸 서비스를 제공해왔다. 실시간 이미지 처리 기술을 사용해 사람의 이미지를 수천 개의 세그먼트로 매핑한다. 옷도 유사한 방식으로 처리돼 옷을 입은 고객의 모습이 최종 시뮬레이션 그래픽으로 제공된다. 소비자는 반바지와 탱크톱을 입은 본인의 사진을 올리면 다양한 옷을 모바일상에서 자유롭게 입어본 후 주문할 수 있다. 도시와 자연 등 다양한 배경도 미리 준비돼 가상 공간에서 선택한 옷이 본인은 물론 배경과 어울리는지도 파악한 후 구매할 수 있다.



*출처 : 지킷 홈페이지 zeekit.walmart.com

다양한 모델 선택 옵션과 소셜 커뮤니티 구축

지킷은 Walmart 소비자들에게 키와 신체 사이즈에 따라 다른 50개 모델 중에서 선택할 수 있는 옵션을 제공한다. 고객은 자신의 키, 체형, 피부톤을 가장 잘 나타내는 모델을 선택하여 해당 아이템이 자신에게 어떻게 예측할 수 있다. 더불어 앞으로 70개의 추가 모델 옵션을 출시하여 훨씬 더 다양한 크기, 피부색 및 머리 색깔을 제공하는 등 모델 선택 범위를 계속 확대해 나갈 계획이다. 현재 많은 월마트 내의 270,000개가 넘는 패션 브랜드 제품을 가상 피팅 서비스를 통해 체험할 수 있으며 앞으로 해당 브랜드를 늘려갈 지속적으로 늘려갈 계획이다.



*출처 : 지킷 홈페이지 zeekit.walmart.com

소비자들은 새로운 통합을 통해 자신의 가상 의상을 친구들과 공유하여 2차 소견을 얻을 수 있으며 이를 통해 온라인 쇼핑에 소셜 미디어적 가치를 더할 수 있다. Walmart는 가상피팅 서비스 외에도 자신만의 가상 옷장 및 다른 패션 경험을 구축할 수 있을 것이라 기대하고 있다.

Discover Zeekit's Solutions



*출처 : 지킷 홈페이지 zeekit.walmart.com



마크비전



AI기반 종합 IP 플랫폼, 브랜드 저작권 보호 및 위조상품 자동 차단 등 기업들의 성장 보호 플랫폼

마크비전은 AI 시스템 기반으로 브랜드의 저작권을 보관하거나 위조상품을 제거하여 브랜드를 보호하고, AI 시스템 기반으로 불법 복제물과 콘텐츠를 자동 차단하는 서비스를 제공한다.

위조상품 및 불법콘텐츠 제거플랫폼

브랜드와 콘텐츠 보호를 통해
글로벌 IP 비즈니스를 확장하세요.

[성공사례](#) · [언론소식](#)

마크커머스

위조상품 제거

마크콘텐츠

불법콘텐츠 제거

무료데모

무료 데모 신청

*출처: 마크비전 홈페이지 marqvision.com

기업개요

- 대표자** 이도경
- 설립연도** 2019
- 주소** 서울시 강남구 테헤란로 427 8층 102호 (삼성동, 위워크타워)
- 홈페이지** <http://www.marqvision.com>
- 업종** 소프트웨어,솔루션,ASP

디지털 전환 적용사례

- 종사자수** 114명
- 매출액** 78억 9822만원
- 키워드** 위조상품 제거 AI
- 적용내용** 이커머스플랫폼 위조상품제거

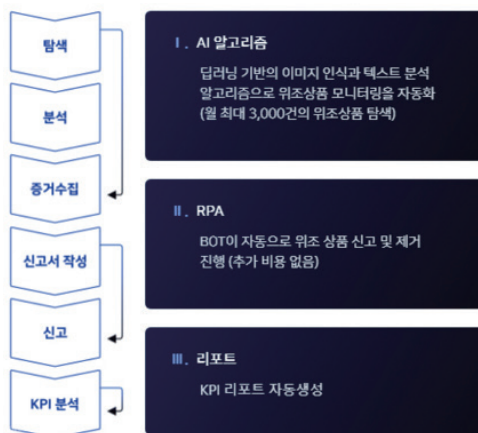
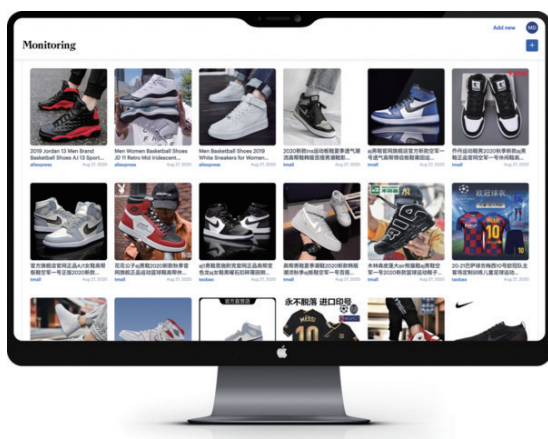
글로벌 1위 성장보호플랫폼, 패션 제품의 보안 시스템

위조상품, 무단판매, 불법콘텐츠 보호

LVMH와 포켓몬스터 등 글로벌 고객사를 대상으로, 마크비전은 전세계 1500여 개의 이커머스 플랫폼에서 위조상품을 효과적으로 제거하고 있다. IP의 보호와 관리는 현재 기업들의 가치를 높이고 장기적인 생존을 위한 필수적인 업무로 인식되고 있는데, 이를 위해 마크비전은 종합 IP 플랫폼을 구축하고 있다. 이를 통해 글로벌 브랜드와 콘텐츠 기업들은 IP를 효과적으로 관리하고 보호하며 수익화까지 실현할 수 있게 될 것이다.

빠르고 정확한 짝퉁잡는 AI

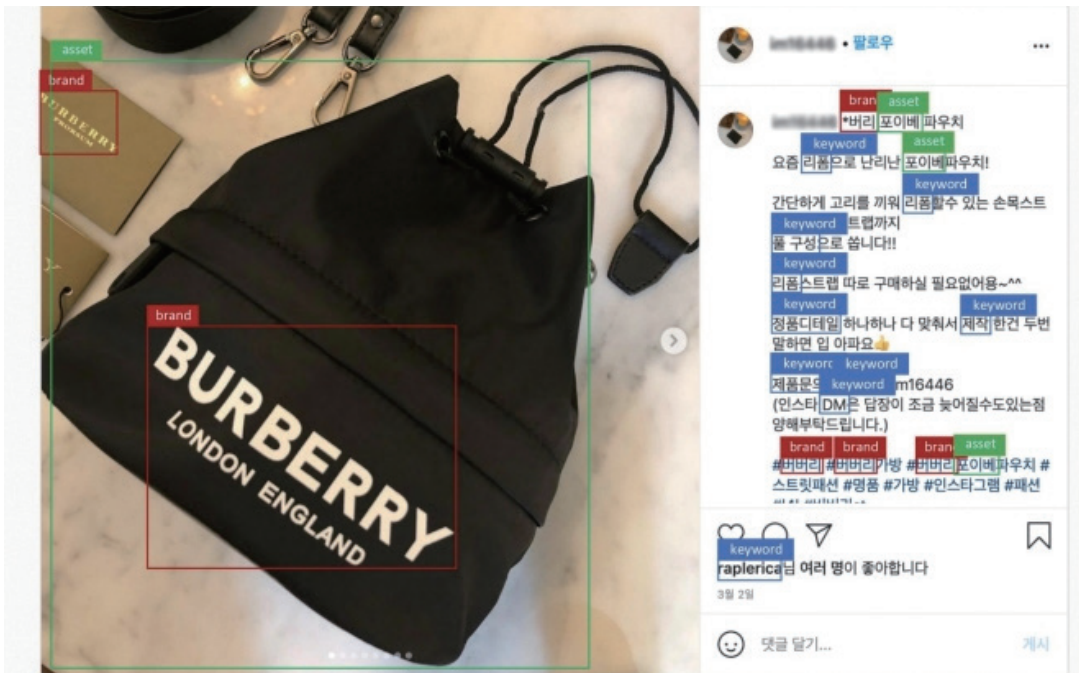
마크비전은 AI를 활용하여 전자 상거래 공간에서 위조품을 탐지하고 제거하는 서비스를 제공한다. 2020년 기준으로 온라인 위조상품 시장이 연평균 20%씩 성장하는 추세에 대응하고 있다. 과거에는 지적재산 침해를 감지하기 위해 수동 검색이 필요했으며, 월 평균 400건의 IP 침해사례를 발견했다. 이런 번거로운 작업은 엑셀을 이용한 정리와 플랫폼에 신고, 경고장 발송으로 이어졌고, 건당 150만 원의 비용이 들었다. 뿐만 아니라 위조상품의 KPI를 수동으로 수집하고 분석해야 했다. 이러한 수작업 방식은 비용이 높고 처리 속도가 느렸지만, 마크비전은 AI 기술을 활용하여 이 문제를 효과적으로 해결하고 있다.



*출처: <https://www.wip-news.com/news/articleView.html?idxno=8914>

위조상품 모니터링 인스타그램, 블로그, 당근마켓까지 확장

마크비전은 인스타그램을 통한 위조상품 탐지를 주도하고 있다. 인스타그램은 계정 운영이 편리하고 DM을 통한 폐쇄적 유통이 가능해 판매자와 위조상품을 파악하기 어려운데, 이로써 2020년 1월부터 9월까지의 위조상품 적발 중 27.1%가 해당 플랫폼에서 발생했다. 마크비전은 딥러닝을 기반으로 이미지와 텍스트를 분석하여 실시간으로 위조상품을 찾아낸다. 브랜드 담당자들은 대시보드를 통해 확인하고 제보할 수 있으며, 이로써 가품은 보통 1~2일 내에 제거된다. 현재 인스타그램 채널에서의 적발 정확도는 95%에 달한다. 또한, 네이버 블로그, 카카오톡스토리, 당근마켓에서도 '짝퉁 상품' 모니터링을 활발히 하고 있다. 이로 인해 더 많은 적발과 정밀한 패턴 학습을 통해 모니터링 정확도가 향상될 전망이며, 특히 명품 패션 잡화 분야에서 높은 효율을 보일 것으로 기대된다.



*출처: <http://www.wip-news.com/news/articleView.html?idxno=8914>

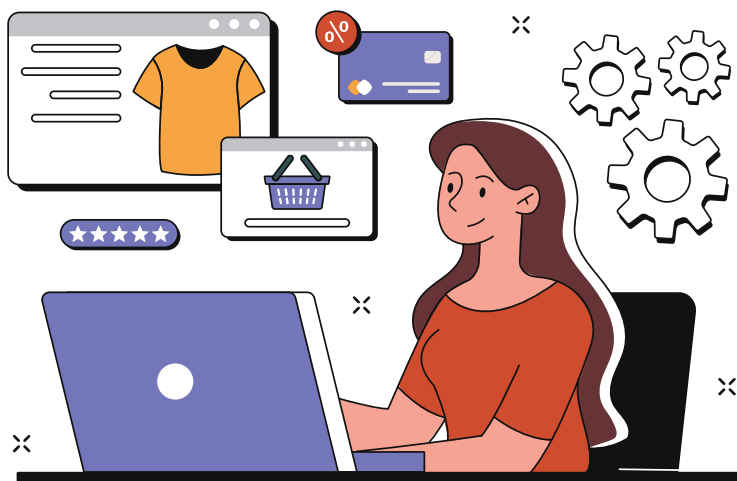
판매자 심층 분석 시스템, 셀러 인텔 랩

AI 기반으로 가품 유통 조직 찾아내는 시스템으로 브랜드 가치 훼손 방지

셀러 인텔 랩은 다수의 전자상거래 마켓플레이스에서 활동하는 위조상품 판매자 데이터를 분석하여 가품 유통의 조직적인 구조를 파악하고, 이를 통해 브랜드 가치 훼손 및 IP 무단 사용 판매자를 분석해 낸다.

이커머스를 비롯해, 소셜미디어, 독립 웹사이트 등을 포함한 118개국 1500개 글로벌 마켓플레이스에서 활동중인 250만 명 이상의 개별 판매자 및 1500만 개가 넘는 위조상품 데이터를 교차 분석한다. AI 연산을 활용하여 판매자 데이터를 분석하고 유사한 판매자들을 식별하여 정밀한 분석을 수행하며, 이를 통해 판단하기 어려운 수준까지 위조상품을 감지할 수 있다. 연계된 셀러 집단을 시각적으로 표현해주는 기능을 제공하여 셀러들 간의 거래 위험도 및 위조상품 유통 조직의 연관성을 파악함으로 가능하다.

이를 통해 패션산업의 고질적인 문제였던 가품에 대한 해결책을 찾을 수 있을 것으로 기대된다.

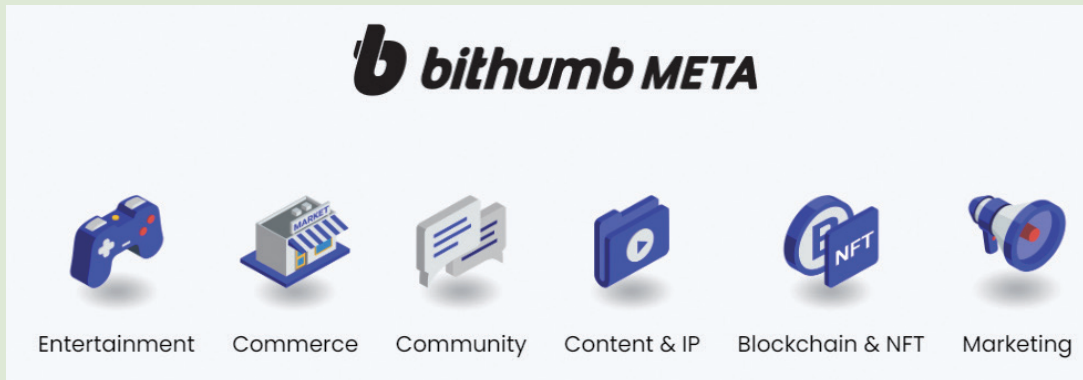


빗섬메타



블록체인과 가상현실 기술을 통해 모든 사람이 교류하고, 참여하고, 활동할 수 있는 신뢰 높은 메타버스의 구현

빗섬메타는 세상의 모든 가치가 거래되는 곳을 목표로, 메타버스 플랫폼과 NFT마켓플레이스 개발을 통해 디지털 트윈을 통한 메타 패션 체형 및 패션 콘텐츠 자산화의 미래를 제시한다.



*출처: 빗섬메타 홈페이지 bithumbmeta.io/

기업개요

	대표자	조현식
	설립연도	2022
	주소	서울시 강남구 테헤란로 412, 17층(대치동, T412)
	홈페이지	https://bithumbmeta.io/
	업종	네트워크·통신·모바일

디지털 전환 적용사례

	종사자수	60명
	매출액	약 1억
	키워드	메타버스, NFT, 가상자산
	적용내용	블록체인, 디지털트윈

메타패션이 가능하도록 3D 가상매장과 NFT 개발

네모월드(NAEMO World), 현실의 옷장을 가상세계로... '디지털 트윈'

빗섬메타는 디지털 트윈 기술 기반의 초실감형 메타버스 네모월드를 구축했다. 네모월드는 성인유저를 타겟으로 리얼타임 3D 제작 툴인 '언리얼 5' 엔진을 사용해 현실과 환상이 융합된 것 같은 가상 세계를 구현한다. 이곳에서는 시각적 효과를 나타내는 다양한 셰이더를 통해 의류, 가방 등 패션 아이템을 실체처럼 보여준다. 현실의 소재를 높은 퀄리티로 재현하며 이질감 없는 '디지털 트윈'을 시스템을 갖추어 물리적인 제품을 가상 세계에 정확하게 투영했다는 평을 받고 있다.

헤지스와 헤드는 네모월드에 현실의 쇼핑공간과 동일한 3D 가상 브랜드관을 구축했으며, 실제와 똑같은 쇼핑 경험을 제공하고자 했다. 소비자들은 2023 가을/겨울 시즌 컬렉션에 포함된 제품을 가상으로 입어보고 구매하는 등의 과정을 3D로 경험할 수 있다.



*출처: 빗섬메타 홈페이지 bithumbmeta.io/

빗썸메타가 직접 큐레이션하는 새로운 NFT

빗썸메타는 브랜드와 크리에이터를 위한 NFT 판매 및 관리의 원스탑 서비스를 제공한다. 또한, 네몽이라는 자체 개발한 IP의 NFT 사업을 네모마켓에서 병행하고 있어, 네몽을 포함한 자체 IP NFT는 빗썸메타에서 직접 제작 및 판매가 이루어지며, 현재 빗썸메타의 소유 공식 계정 네모(NAEMO)를 통해 마켓에 출시되고 있다.

빗썸메타는 자체 메타버스인 네모월드 사업을 준비 중이며, 네모마켓과 판매 중인 NFT를 네모월드의 메타버스 생태계와 연결시키기 위한 전략을 추구하고 있다. 이를 통해 네모의 자체 IP NFT를 마켓 이용자가 수집하고 소유하며 활용할 수 있도록 할 예정이다. 네모 자체 IP NFT는 런치패드(거래소공개)를 통해 에어드롭되며, 발행 당시에는 빗썸메타의 수익이 발생하지 않는다. 대신 5%수준의 크리에이터 로열티가 부여되어, 마켓에서 활발한 거래가 이루어질 경우 빗썸메타는 그에 따른 로열티 수익을 얻을 수 있다. 네모월드 메타버스에서 네모 자체 IP NFT의 가치와 활용성이 증가하면 빗썸메타의 수익도 상응하여 증가하는 구조이다.

빗썸메타는 자체 IP NFT 외에도 다양한 유명 크리에이터 및 브랜드와 협력하여 NFT를 지속적으로 발굴하는 방침을 가지고 있다. 현재 마켓플레이스 내에서는 네몽 등 자체 IP가 주를 이루고 있으나, 앞으로는 다양한 크리에이터와 브랜드들과의 협업을 통해 더 다양한 NFT 프로젝트를 소개할 예정이다.

빗썸메타의 NFT 전략: 네모 제네시스와 프로필 사진형 NFT(PFP)

빗썸메타는 자체 IP 기반의 NFT '네모 제네시스'를 판매하며, 향후에는 네모 IP를 활용한 프로필사진형 NFT(PFP)를 기획 중이다. 이를 소유한 투자자는 커뮤니티에 접근하고 향후 발행될 NFT를 무상으로 받거나 구매할 권리를 얻을 수 있다. 또한, 빗썸메타는 자체 디자인스튜디오를 운영하여 외부 기업과 협업하여 NFT를 디자인하고 IP를 만들어주는 작업을 수행할 계획이다.

빗썸은 자회사 네모메타를 통해 네모라는 브랜드를 활용하여 글로벌 사업을 확장하고 있다. 이를 위해 완전히 별개의 사업으로 운영되며, 탈중앙화 가상자산 지갑 '메타 마스크'가 필요하다. 빗썸과 빗썸메타는 사업 영역이 다르기 때문에 현재는 연동되어 있지 않지만 앞으로 연동된 솔루션을 제공할 것이며 또한, 빗썸은 네모 브랜드를 앞세워 글로벌 시장에 도전하고 있으며, NFT 시장을 통해 신사업을 개척하고 있다.

메타버스 공간과 NFT를 통한 웹 3.0 생태계 구축

빗썸메타가 추구하는 신개념 메타버스 공간은 NFT를 자유롭게 거래하고 유저들 간 커뮤니티를 형성할 수 있는 웹 3.0 생태계로, 빗썸메타는 NFT 마켓 플레이스를 더욱 활성화하고 메타버스 플랫폼을 고도화 하는 것을 목표로 하고 있다.



안전하고 편리한 NFT 디지털 보증 서비스에 기반한 새로운 고객 경험으로 브랜드와 고객을 연결

매스어답션의 버클 및 버클파트너스는 명품 패션부터 가전, 가구 등 다양한 분야에 블록체인 기반의 NFT 보증 서비스를 중심으로 일원화된 고객 경험 관리 솔루션을 제공한다.



*출처: 버클 홈페이지 vircle.co.kr

기업개요

- 대표자 박찬우
- 설립연도 2021
- 주소 서울시 성동구 아차산로9길 21, 2층
- 홈페이지 <https://vircle.co.kr/launchpad/>
- 업종 응용소프트웨어 개발,공급

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 11명
- 매출액 412만원
- 키워드 디지털 보증서
- 적용내용 블록체인, NFT, 보안인증

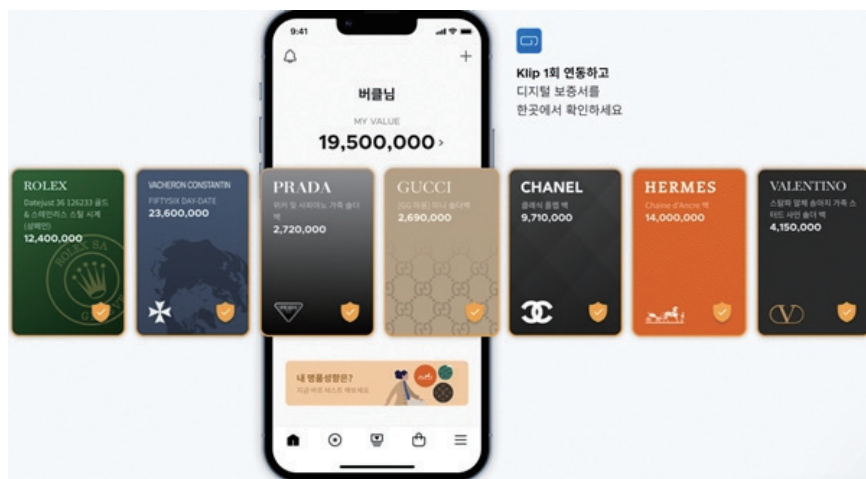
블록체인 기반의 디지털 보증서

NFT 디지털 보증서로 '가품 논란' 종결

버클 파트너스는 블록체인 기술을 활용하여 NFT(Neon Fashion Tokens) 디지털보증서를 제공하는 서비스를 제공한다. 해당 디지털 개런티는 전통적인 종이 형태의 명품 보증서를 혁신적으로 디지털화한 것으로, 현재 패션 시장에서 큰 주목을 받고 있다. 이 서비스는 기업 간 거래(B2B)를 위한 디지털 명품 보증 솔루션으로서, 기존의 보증서 시장에 혁신을 가져온다. 또한, 버클 파트너스는 주요 파트너사들을 중심으로 디지털 보증 서비스를 확대하며, 고객 관리와 더불어 향후 정품인증을 돕는 역할을 하고 있다.

코로나19 팬데믹 시기에는 질병관리청이 발급한 전자 예방접종증명서와 유사한 방식의 디지털보증서를 도입하여, 실수나 오류를 줄이고 위조나 변조를 사전에 예방할 수 있도록 하는 것이다. 이를 통해 고객들은 명품을 더욱 신뢰하고 안전하게 구매할 수 있고, 기존의 종이 보증서의 수작업 기입으로 발생하는 실수가 발생하지 않게 되며 NFT를 통해 구매 이력과 데이터를 안전하게 담아내며 진품 여부를 신속히 확인할 수 있게 한다. 더 나아가, 수선과 애프터서비스(A/S)를 제공하여 고객들에게 완벽한 서비스를 제공하고 있다.

현재 명품 시장의 급격한 성장과 함께 가품 및 고객 관리와 관련된 문제가 지속적으로 대두되고 있기에 버클 파트너스의 NFT 디지털보증서 지갑은 고객 개인이 명품 자산을 안전하게 관리할 수 있는 혁신적인 구조를 제공하여 높은 평가를 받고 있다.

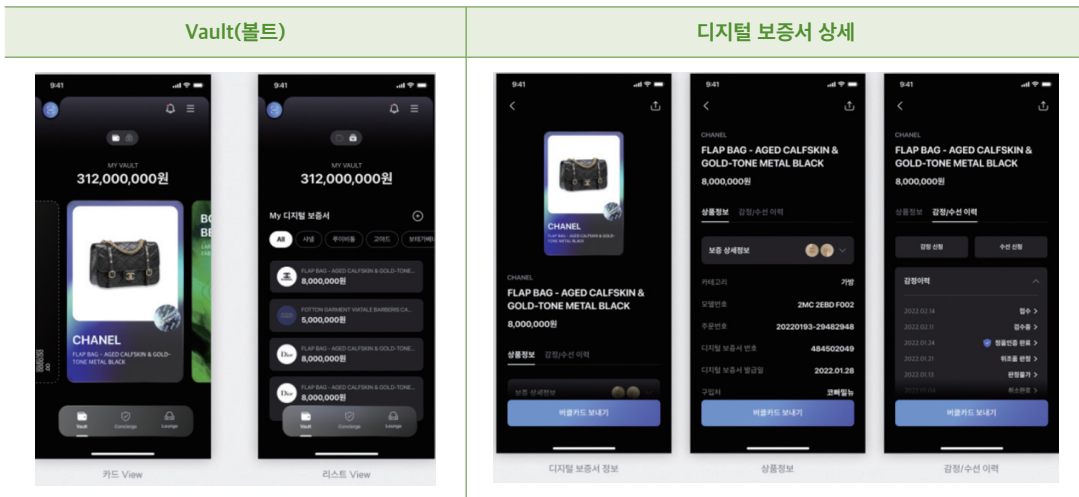


*출처: 매스어답션 홈페이지 kr.mass-adoption.com/company

소상공인부터 명품까지, NFT 디지털보증서로 전환

버클 파트너스는 디지털보증서 서비스를 보다 다양한 분야에서 활용할 수 있도록 노력하고 있다. 이를 위해 매스어답선은 '버클'이라는 기업과 고객 간(B2C) 커뮤니티 서비스를 통해 대중에게 디지털보증서의 중요성을 알리고자 한다. 기존의 종이로 된 정품인증서를 NFT로 영구적으로 관리함으로써, 상품의 소유정보나 이력을 효과적으로 관리할 수 있고, 또한 이를 통해 자신이 소유한 상품의 시세 등도 간편하게 확인할 수 있다. 시리얼넘버가 기재된 디지털보증서는 카카오톡 '스마트윌렛'을 통해서도 제공된다. 이 서비스는 2022년 5월에 서비스를 개시한 뒤, 단 6개월 만에 누적 5만 건 이상의 디지털보증서를 발행했다.

버클은 가상자산 입출금 기능을 배제하고 NFT 보증서에 특화된 유틸리티 지갑을 제공한다. 디지털 보증서는 소비자에게 자신이 구매한 제품을 보장받는 것 이외에도 브랜드와 끊임없이 연결된 느낌을 받게함으로써 초개인화된 차별화된 서비스를 경험했다고 여기게 된다. 현재, 네이버, 세원아토스, 럭셔리앤올 등 패션기업 뿐만 아니라 전자기기, 인테리어 업체까지도 디지털 보증서 서비스를 채택해 비즈니스에 활용하고 있다. 이는 이미 웹 3.0 시대에 발맞춘 사업 모델의 예시로서 미래의 가능성을 엿보게 한다.



- 버클을 통해서 발급받은 디지털 보증서를 한곳에서 모아볼 수 있습니다.
(추후에는 SSG 개런티 등 다양한 보증서와 연동해서 확인 가능)
- My Vault, 내 금고에 있는 디지털 보증서의 총 금액을 표시해주며, 보증서의 상세 화면을 통해 다양한 정보를 확인할 수 있습니다.

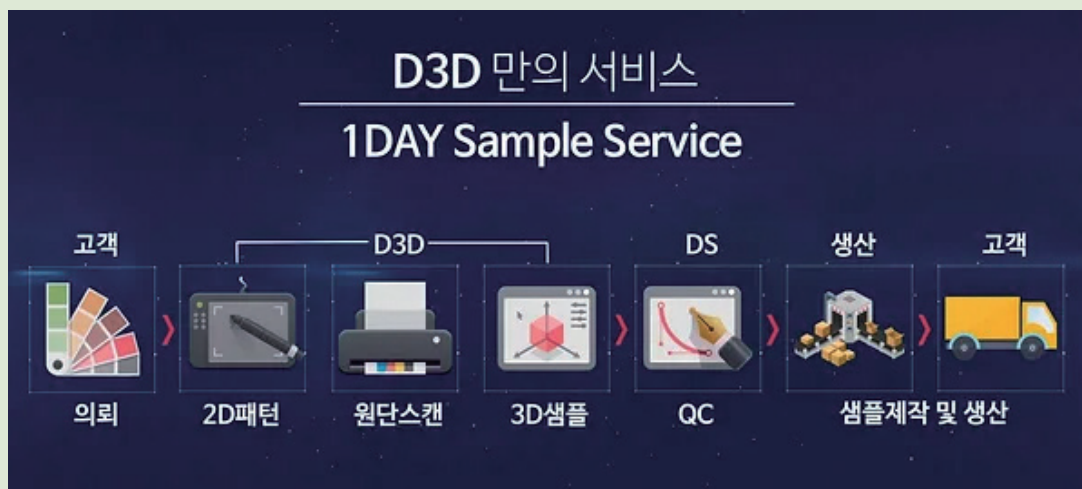


*출처: <https://brunch.co.kr/@viricle/6>



옷을 만드는 가장 스마트한 방법과 옷을 사는 습관을 바꾸는 패션유통혁신 기업

동대문 인프라와 IT 기술을 활용한 패션 플랫폼 기업으로, 3D 가상의류 기술 기반 원데이 의류 제조시스템과 블록체인 기술을 접목한 패턴 저작권 보안 및 수익 배분 PLM으로 새로운 패션 제조 패러다임을 이끌고 있다.



*출처: 디쓰리디 홈페이지 <https://www.d3d.kr/>

기업개요

	대표자	하지태
	설립연도	2015
	주소	서울특별시 종로구 종로39길 22 5층
	홈페이지	http://www.d3dfashion.com
	업종	의류 제조

디지털 전환 적용사례

	종사자수	21명
	매출액	46억 4300만원
	키워드	원데이 샘플, 패션제작
	적용내용	3D 가상의상, 블록체인

최다 패턴 데이터 보유한 IT기반 패션제조-유통협업플랫폼

디쓰리디는 디자이너가 옷을 디자인해서 패턴메이킹, 디자인수정, 재단, 봉제까지 하루만에 완성되는 의류제작시스템을 갖추고 있는 IT기반의 패션기업이다. 이 시스템을 바탕으로 개인디자이너 브랜드뿐만 아니라 옷에 대한 지식은 없지만 제작하고 싶은 인플루언서나 개인 소비자까지 더욱 다양한 이용자들이 쉽게 의류를 제작하고 판매채널까지 연결함으로써 패션제조부터 유통을 원스톱으로 연결하는 혁신적인 생태계를 구축하고 있다.

3D 가상의류 시물레이션 기술을 통한 원데이 샘플 제작 시스템 보유

디쓰리디는 3D기술을 활용해 하루 만에 샘플 의상 패턴을 만들 수 있는 패션 IT 기업이다. 고객에게 주문이 들어오면 작업지시서를 작성하고 원단 및 부자재를 결정하고 2D로 패턴을 제작한 후 3D 가상의상으로 시물레이션한 후 디자인 수정과정을 거쳐 샘플을 제작한다. 이 과정은 최소 일주일의 시간이 넘게 소요되었으나 디쓰리디는 디자이너의 디자인 수정과정을 3D시물레이션으로 대체함으로써 샘플제작을 하루만에 가능케 했다. 패션산업에서 아날로그 작업 방식을 3D로 전환하며 긍정적인 인식을 형성하고 개선하는데 크게 기여했다는 평을 받고 있다.

3D가상기술을 기반으로한 패션 PLM SYSTEM

옷을 만들어 판매하고 싶어하는 사람들을 위해 디자인과 제조과정은 더욱 단순하게, 창의적인 옷은 낮은단가로 반드시 실현할 수 있도록 패턴CAD데이터 아카이브를 구축했다.



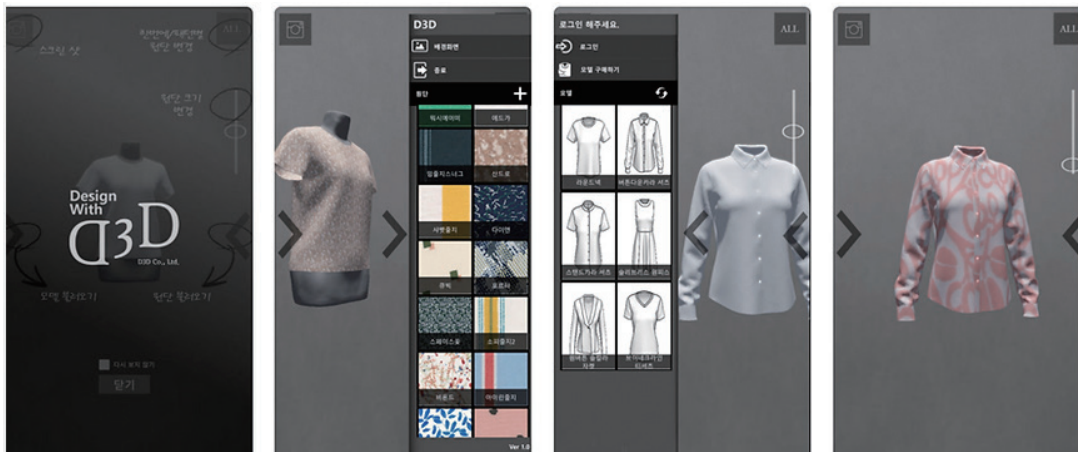
*출처: 디쓰리디

디지털 기반 3D기술의 활용을 통한 D3D 다품종 소량 스피드 제조 플랫폼, SEVVING

아카이브에는 디쓰리디 자체 데이터와 이용자가 등록한 데이터가 공존하며, 등록된 모든 디자인 데이터는 블록체인을 기반으로 저작권이 보호되고 수익 배분 시스템에 따라 공정하게 수익 배분이 이루어진다. 이 과정은 디쓰리디가 국내 최초로 구축한 D3D PLM 시스템으로 작지-패턴-3D데이터 아카이빙 7,750개 패턴 데이터, 260개 블록패턴, 12개 원형패턴이 등록되어 있다.

D3D는 원데이 샘플 제작 시스템과 D3D PLM을 바탕으로 소량오더를 매우 빠르게 생산하고, 판매까지 연결하는 플랫폼 'SEVVING'을 신규 런칭했다. SEVVING에서는 DB에 저장된 2D패턴 구매 및 신규제작의뢰가 가능하며 ISO 9001에서 인증받은 3D 가상 솔루션 프로그램으로 의류디자인 및 설계가 가능하고, 봉제공장과 원스톱 연결되어 바로생산 시스템을 갖추고 있다.

또한, PLM 시스템 상에서 이용자들은 제품 디자인, 설계부터 최종 제품 생산까지 전체적인 제조 과정을 일괄적으로 모니터링 할 수 있다.



*출처: 디쓰리디 홈페이지 <https://www.d3d.kr/>

동대문에서 출발한 디쓰리디는 동대문 패션의 노하우와 IT기술을 융합하여 제조-유통분야를 새롭게 이끌어 가고 있다. 그동안 시도되지 않았던 설계데이터(2D캐드패턴, 3D시뮬레이션)를 아카이빙 하고 판매하고 수익을 배분하는 시스템을 구축함으로써 패션산업의 고질적인 문제인 낙오프(knock off)를 해결해나갈 수 있는 기반을 마련했다는데 산업적인 의미가 있다. 또한, 패션제품의 소량생산체제를 구축함으로써 창의력을 기반으로 한 부가가치가 높은 K-패션 생태계를 구축하는데 디쓰리디의 생산시스템은 마중물 역할을 하게 될 것으로 기대된다.



크리스틴컴퍼니



AI기술기반 온라인 신발 제조 플랫폼, 신발 신발 디자인 기획, 제조, 유통, 보관, 물류 서비스까지 제공

크리스틴컴퍼니의 신플은 온라인 신발생산을 위해 특화된 AI기반의 공장매칭, 신발트렌드분석, 디자인추천시스템을 갖춘 신발 제조 플랫폼으로 복잡한 신발 제조 및 비즈니스 패러다임을 바꾸고자 한다.

SINPLE

로그인/회원가입

비용절감, 생산 시간 단축, 실시간 공정관리

전국 신발 제조공장 데이터를 기반으로 견적을 제공하고
생산품목별 맞춤형 공장 매칭을 통해 적은 비용으로 빠르게 제작해드립니다.

Automation

빅데이터를 활용한 자동화

국내 최대 공장 데이터와 AI를 활용한
빠른 견적 제공 및 자동 공장매칭

Analysis

실시간 생산 데이터 분석

실시간 공장 가동률 확인을 통한
빠른 납기와 최적의 공정 프로세스 제공

Cost Cutting

플랫폼을 통한 원가 절감

A~Z까지 신플 플랫폼에서 전 공정
의뢰가 가능하여 단계별 에이전시를
거치지 않음으로 원가 절감

*출처: 신플 홈페이지 sinple.co.kr

기업개요

- 대표자 이민봉
- 설립연도 2019
- 주소 서울시 강남구 삼성로95길 31 6층
- 홈페이지 <https://www.kristinkorea.com/>
- 업종 섬유, 의류, 패션

디지털 전환 적용사례

- 종사자수 20명
- 매출액 7억 2,108만원
- 키워드 스마트 신발제조 전문 플랫폼
- 적용내용 AI, 공장매칭, 3D시뮬레이션

신발 제작 one-stop total 서비스 플랫폼, 신플

신발 공장과 신발 디자이너를 연결하는 신발제조협업 전문 플랫폼 신플은 시 기반 신발 트렌드 분석 및 국내외 패션 트렌드 및 쇼핑 데이터를 실시간 수집하고 분석하여 신발 기획에 활용될 수 있는 정보를 고객에게 제공한다. 또한, 신발 제조 공정별 전문 매니저를 배치하여 고품질로 신발을 생산할 수 있도록 중간역할을 수행함으로써 신발 전문가가 아니더라도 좋은 아이디어를 가지고 있다면 신발을 생산하여 판매할 수 있도록 지원한다. 이와 같이 신진 브랜드부터 중소형, 대기업 신발 브랜드까지도 플랫폼을 활용하여 신발 디자인에 대한 아이디어를 얻고 생산, 유통까지 지원할 수 있도록 자체 풀필먼트까지 구축해서 운영하고 있다.

신플은 국내 신발 제조 관련 공장 1,020개 중 30%인 310여 개의 정도의 공장이 파트너십을 유지하고 있으며, 2020년 슈즈 빅데이터 분석 기반 AI 디자인 추천 시스템을 자체적으로 개발하여 신발 기획에 테크를 활용할 수 있는 역량을 갖추었다. 국내 플랫폼(네이버, 왓디즈, 지그재그 등)과 신발 제조를 할 수 있는 플랫폼으로 연동되어 있어 신발 제작을 원하는 신진 신발 디자이너들의 유입이 활발하게 이루어질 것으로 예상된다.



*출처: 크리스틴컴퍼니 홈페이지 kristinkorea.com

시 기반 신발 트렌드 분석 시스템 및 신발 디자인 추천 기술 보유

국내외 트렌드 및 쇼핑 데이터를 실시간으로 수집하여 신발 트렌드를 분석하고 시를 활용하여 디자인 추천시스템 반영한다. 신발 디자이너가 신제품 기획에 참고할 수 있도록 색상, 재질, 형태 등을 추천하는 방식으로 브랜드 아이덴티티를 분석하고 고객의 니즈에 맞는 정보를 필터링 하여 고객사에 가장 적합한 신발 디자인을 추천이 목적이다. 또한 수집된 신발 빅데이터를 활용하여 트렌드를 분석하여 신발 시장의 전반적인 트렌드 리포트를 발행하여 신발을 정기구독하는 고객사들에게 정보를 제공하고 있다.

또한, 1년에 한 번씩 개최되는 한국 신발 디자인 페어에 참여한 모든 작품에 대해서 독점적인 IP를 보유하고 있어, 연간 1,000여건의 우수한 신발 디자인을 확보함으로써 디자인 경쟁력을 가지고 있으며 신플 클라우드를 통해서 3D로 변환된 신발 디자인 확인 후 수정하고 구매하여 생산까지 노스톱으로 진행할 수 있다.



*출처: 크리스틴컴퍼니 홈페이지 kristinkorea.com

시기반 공장매칭 알고리즘, 디지털 트윈 제조 기술을 활용하여 신발제조 패러다임 혁신

샘플신발의 제조공정은 재단, 재봉, 접착, 포장 단계로 나뉘며 공정마다 전문공장이 달라 단계별 공장을 매칭해야 신발이 완성된다. 고객의 의뢰 내용을 바탕으로 세분화된 니즈를 파악하고 이에 따라 AI 기술을 활용하여 제조 공정별로 공장을 매칭한다. 매칭 후 샘플 제작 7일, 생산까지 2개월 안에 납품을 목표로 하여 스케줄링 한다. 이를 위해 샘플은 한국신발피혁연구소, 신발진흥센터, 소형 공장들을 중심으로 효율적인 샘플제작이 가능한 인프라를 구축했고, 이와 동시다발적으로 생산공장과 연계해서 생산까지 소요시간을 최소화 했다. 일반적으로 샘플 제작하는데 60일, 제품생산 6개월이 일반적인 리드타임으로 30년 동안 고착화된 매우 복잡하고 비효율적인 신발 제조 산업을 혁신하고자 노력하고 있는 것으로 보인다.

수요자 중심의 서비스 제공

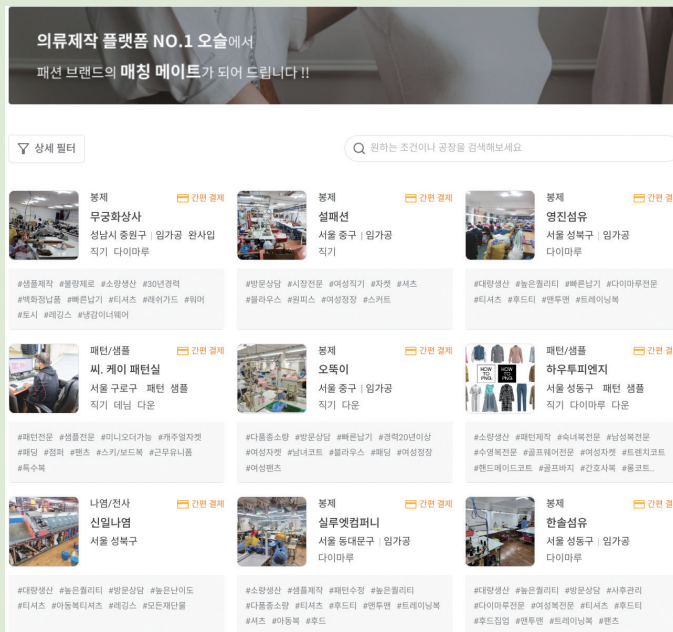
브랜드가 제작하고자 하는 신발의 견적을 요청하면 24시간 이내 전문 코디네이터가 가상 견적을 제공해주며 간단한 사진 이미지, 스케치로도 견적 의뢰가 가능하다. 고객의 작업지시서(각 공정마다 가격 제안)에 맞추어 상세하게 견적을 비교하여 투명하게 공개함으로써 고객이 가장 합리적인 가격으로 제품을 생산할 수 있도록 한다. 고객은 제조공정과 유통 과정의 중요한 단계별 현황을 실시간으로 확인가능하며, 제조공장에게 실시간 피드백을 전달함으로써 생산 효율을 높이고, 제조 실패를 최소화하고자 하였다. 공정별로 전문 매니저 배치를 통해 효율적으로 품질관리를 하며, 사람이 직접 브랜드와 실시간 커뮤니케이션하기 때문에 생산시 발생할 수 있는 불량을 최소화 할 수 있다는데 장점이 있다.

오늘



옷을 만들 땀 오늘 의류제작 이보다 쉬울 수는 없다

의류제조협업 플랫폼 오늘(osle)은 의류생산 공장간 연결 네트워크를 구축하여, 다양한 의류생산 정보와 작업, 공장 데이터를 바탕으로 AI 기반의 SCM을 구축하여 의류제조의 다품종 소량생산의 생태계 구축을 목표로 한다.



*출처: 오늘 홈페이지 osle.co.kr

기업개요

대표자	강상구, 조형일
설립연도	2019
주소	서울시 중구 마른내로136 201호
홈페이지	https://osle.co.kr/
업종	섬유제품제조업

디지털 전환 적용사례

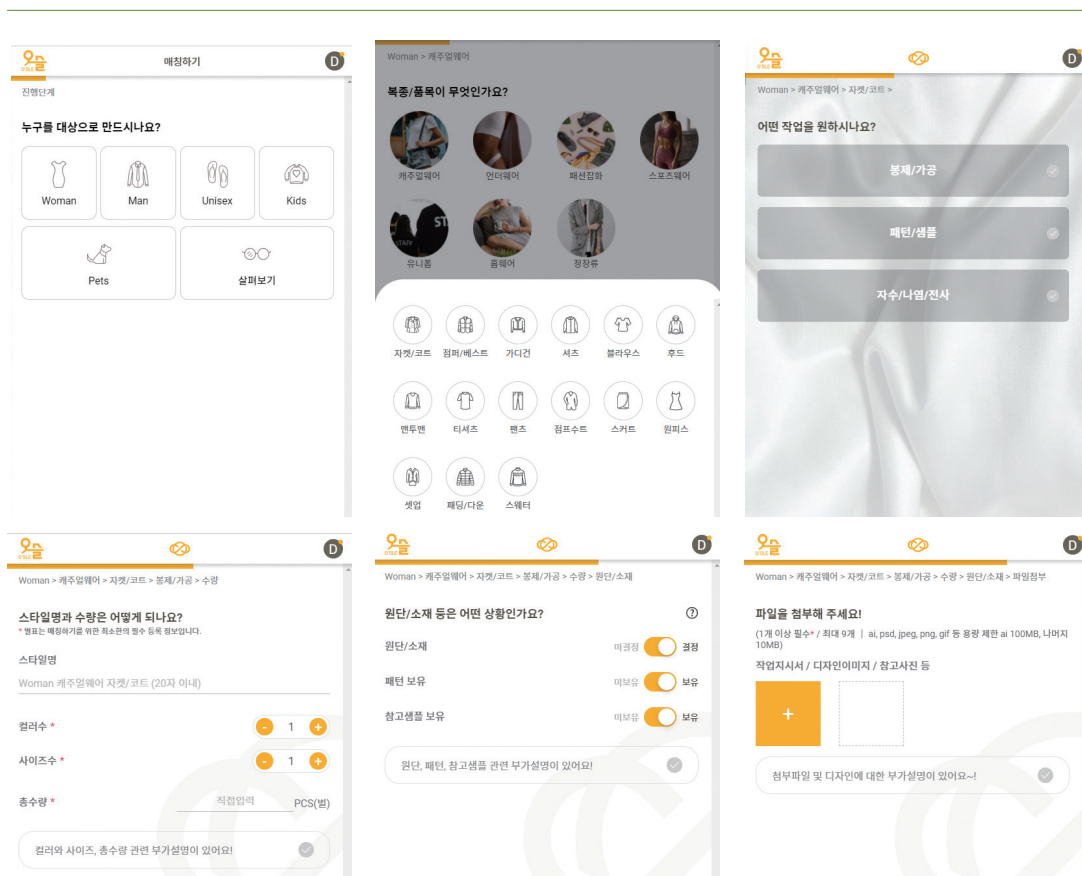
종사자수	14명
매출액	14억 7,345만원
키워드	의류제작 플랫폼
적용내용	AI, 공장자동매칭

의류 제작 one-stop total 서비스 플랫폼

의류제작 상담부터 패턴·샘플 제작, 원·부자재 제단, 생산·납품까지 의류 제작 one-stop total 서비스 플랫폼으로 의류 제작 외에도 공장찾기, 매칭하기 서비스를 제공한다. 제작컨설팅, 패턴, 샘플, 자재소싱, 생산, 검수, 납품, 간편 리오더가 서비스에 포함되어 있으며 KOTITI(섬유시험연구원)과 MOU를 맺어 온라인 시험분석 의뢰 서비스가 탑재되어 있다는 점이 특이점이다. 생산에 전문지식이 높지 않은 인터넷 사용이 편리한 세대 및 빠른 납기로 제품생산이 필요한(예: 반응생산) 국내 패션기업을 대상으로 서비스를 제공한다.

제조공장-브랜드 간 매칭 알고리즘

작업을 희망하는 사람이 원하는 작업정보(품목, 납품일, 샘플사진 등)를 등록하면 해당작업과 맞춤형 공장들을 선별하고 해당 공장으로 작업 정보를 보내 공장정보와 견적을 받아 의뢰인에게 전달하는 시스템을 갖추고 있다. 디자이너가 원하는 해당 작업과 맞춤형 공장을 선별해 최대 48시간 이내 실시간으로 공장간 견적을 비교해준다. 디자이너는 매칭 조건을 태그로 검색할 수 있는데, 공장에 부여된 태그와 디자이너가 입력한 태그를 매칭하여 공장 매칭의 알고리즘으로 활용하고 있다.



*출처: 오늘 홈페이지 osle.co.kr

3D 가상의류 시뮬레이션 기능을 활용한 제조기업- 디자이너 양방향 모니터링

실제 샘플 제작 전, 3D 가상의류 시뮬레이션 기술을 통해 전체적인 핏과 디테일, 형태 등을 확인할 수 있게 한다. 애플리케이션을 통해 생산 및 유통과정을 실시간으로 확인할 수 있으며, 단계별 생산 과정마다 제조기업과 디자이너가 양방향 모니터링 할 수 있고 실시간으로 피드백 할 수 있어 생산단계의 소통을 원활하게 한다.

오슬의 생산메이트를 통해서 의뢰서 1장을 작성하면, 디자인-생산-패턴-샘플-자재 소싱-검수-납품이 한 번에 가능한 토탈 서비스를 제공한다. 비대면으로 진행이 가능하기 때문에 편리할 뿐만 아니라 수정 사항이 생길 때마다 공장으로 가야했던 번거로움을 줄이고, 앱 내에서 수정 사항을 디자이너가 기재하면 즉각적으로 반영이 가능하다는 장점이 있다.



① 의뢰하기

오슬이 만든 간편한 의뢰서는
10분이면 작성할 수 있어요

② 원·부자재 제안/컨펌

전담 매니저와 직접 소통하면서
원·부자재를 골라보세요

③ 샘플 제작/컨펌

메인 생산을 하기 전
샘플을 제작하고 확인하세요

④ 메인 생산

샘플을 컨펌 하면 의류 제작을
시작합니다

⑤ 검수/포장 후 납품

최종 검수/포장 후 제작한 의류를
원하는 장소로 받아보세요

*출처: 오슬 홈페이지 osle.co.kr

패션브랜드 편의를 위한 다양한 서비스 제공

오슬은 원데이 샘플 제작이 가능한 오프라인 디자인 랩 ‘오슬 팩토리’를 운영하고 있다. 패턴, 봉제실, 오토CAM재단, 검수 및 납품까지 한 장소에서 할 수 있도록 시설을 구축했다. 옷에 따라서는 하루만에 샘플 제작이 가능하며 이 같은 빠른 샘플 제작과 오프라인 시스템은 타 주문제조 협업플랫폼과 차별점이다.

오슬몬데이는 매주 월요일마다 시행되는 오슬 팩토리 투어 프로그램으로 패션 전문가의 특강 등 다양한 활동을 오프라인으로 진행하면서, 비대면 서비스 중심인 오슬의 단점을 보완하고자 대면활동을 통해 이해관계자들간의 네트워크를 구축하고자 했다.

의류 제품을 생산하고 나면 반드시 수행해야하는 의류 시험 검사 서비스까지 대행해 준다. 직접 방문해야 하는 국가 공인 시험·검사연구기관인 KOTITI에서 진행되는 의류 품질 검사, 관리를 위한 시험을 온라인으로 간편하게 진행할 수 있도록 서비스를 제공하고 있다.



Textile Fashion Digital Transformation Guidebook



CHAPTER

4

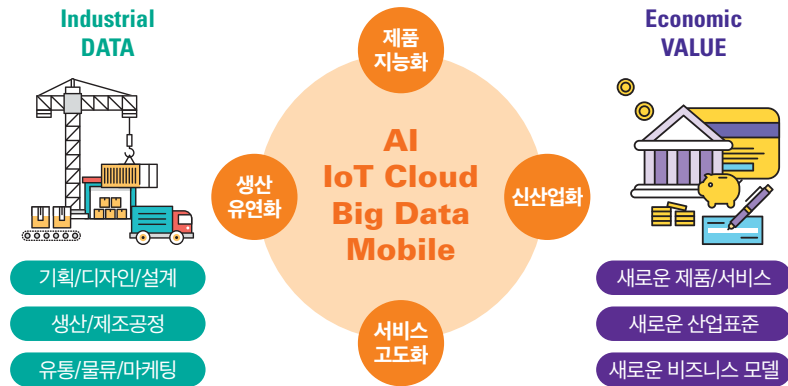
결론 및 전망



결론 및 전망

본 「섬유패션 디지털 전환 가이드 북」에서는 섬유패션 산업의 가치사슬을 기획-생산-유통의 세 가지 분야로 나누어 각각의 분야에서 디지털 전환을 성공적으로 추진하고 있는 업체들의 사례를 소개하였다.

성공적인 디지털 전환을 달성하기 위해서는 가치사슬의 각 단계에서 지속적으로 추진되어야 할 것으로 예상되는 유망기술 신성장 아이템 제시 및 미래 먹거리 발굴, 전략적이고 지속적인 미래기술개발 가이드 라인을 제시해주는 기술로드맵에 따른 기존 해당 산업 종사자들의 업스킬링(Upskilling) 및 리스킬링(Reskilling)이 수반되어야 할 것이다.



<섬유패션산업의 디지털 전환>

요약

기획-생산-유통의 각 단계에서 지속적으로 추진되어야 할 것으로 예상되는 기술 및 분야를 요약하면 다음과 같다.

기획분야

앞의 예에서 본 바와 같이 많은 업체들이 섬유패션 제품 기획 분야의 디지털 전환에 필요한 솔루션을 개발하고 있으며, 이들의 노력이 미래를 변화시키고 있다. 섬유패션 제품 기획 분야의 디지털 전환은 다음과 같은 분야에서 계속 발전할 것으로 예측할 수 있다.

-스마트 피팅과 가상 착의

디지털 전환은 소비자의 구매 경험을 혁신하고 있다. 가상현실 또는 홀로그램 기반의 스마트 피팅과 가상 착의 기술은 기획자들이 시제품 제작 없이 제품 디자인과 스타일을 확인하고 개선할 수 있게 하여 실제 샘플 제작비용과 시간을 절약할 수 있게 할 것이며 소비자가 제품을 직접 입어보지 않고도 옷의 핏과 스타일을 확인할 수 있도록 하여 온라인 쇼핑 경험을 향상시키고 반품률을 줄이게 될 것이다.

-맞춤형 제품 제작

대화형 웹, AI 알고리즘, 3D 프린팅이나 홀가먼트 니팅(whole garment knitting)등을 활용한 맞춤형 의류 생산도 늘어날 것으로 예상된다. 소비자의 체형을 본뜬 디지털 인체 모델의 광범위한 도입, 대화형 디자인 도구의 개발, 자동 생산시스템 등이 결합하여 개인화 맞춤형 제품을 제공함으로써 소비자 만족도를 높이고 재고 관리 문제를 해결할 수 있을 것으로 기대된다.

-AI 및 빅데이터 분석

섬유패션 기업은 소비자의 쇼핑 습관과 기호를 더 잘 이해하기 위해 AI 및 빅데이터 분석을 활용할 것이다. 기획 단계에서 데이터를 중심으로 한 시장 조사를 강화하면 소비자 행동 데이터, 트렌드 분석, 경쟁 업체의 동향 등을 분석하여 제품 기획에 필요한 정보를 얻을 수 있을 것이다. 이를 통해 제품 선정, 마케팅 전략, 재고 관리 등의 의사 결정을 더 효율적으로 할 수 있을 것이며 초 개인화 맞춤 상품 추천 등을 통해 고객의 충성도와 만족도를 높일 것이다.

-지속가능성과 친환경 제조

다른 산업과 마찬가지로 섬유패션 산업도 미래 지속 가능성에 대한 압력을 받고 있다. 디지털 전환은 기획단계에서 트렌드 분석, 원자재 선택, 생산량 예측 등을 혁신하고 친환경 소재, 지속 가능한 생산 방법, 생산 지역 선택 등을 데이터 기반으로 효과적으로 결정할 수 있게 도와 섬유패션 산업을 지속가능하게 만드는데 기여할 것이다.

-가상현실(VR) 및 증강현실(AR) 경험

최근의 팬데믹 상황을 겪으면서 온라인 쇼핑의 비중이 증가하였는데, 온라인 쇼핑에서 가상현실 및 증강 현실 기술을 활용한 쇼핑 경험은 미래에 더욱 중요해질 것이다. 기획 분야에서 보다 적극적으로 이런 기술을 도입하고 활용한다면 소비자는 가상으로 매장을 둘러보거나 제품을 착용해보며 더욱 현실적인 쇼핑 경험을 누릴 수 있을 것이다.

-블록체인 기술을 통한 제품 추적

블록체인 기술은 여러 산업분야에서 결제나 보안 분야에 쓰이고 있는데, 섬유패션 산업에서도 원자재의 추적, 브랜드의 정품 인증, 지속 가능성 인증 등 다양한 영역에서 중요한 역할을 할 것이다. 블록체인 기술은 제품의 출처와 생산 과정을 투명하게 보여줌으로써 소비자의 신뢰를 얻는데 도움을 줄 것으로 기대된다.

이러한 디지털 전환은 섬유패션 제품 기획 분야에서 다양한 기회를 제공할 것이며 소비자 경험과 지속 가능성 측면에서 긍정적인 변화를 가져올 것으로 기대된다. 이를 위해서는 e-커머스를 위한 IT 개발자, 데이터 과학자, AI 전문가, 시스템 관리자 등의 디지털 관련 인력을 지속적으로 충원해야 할 것이며 데이터 보안 및 개인 정보 보호와 같은 사항에 대한 고려가 꼭 필요할 것이다.

생산분야

섬유·패션 산업의 생산 분야에 있어서 디지털 전환은 초기 단계임에도 불구하고 다양한 시도들이 진행되고 있었다. 직편물 원단 생산은 공정 자동화 및 데이터 수집을 기반으로 한 공정 효율화를 중심으로 발전하고 있으며, 패션 의류의 생산 공정은 의류 제작 플랫폼 및 AI를 활용한 사이즈 추정 등의 기술을 활용한 공정 효율성 향상을 중심으로 발전하고 있음을 알 수 있다. 이러한 디지털 전환 기술은 다음과 같은 분야에서 더욱 가속화될 것으로 예측된다.

-스마트팩토리 기술을 활용한 제조관리시스템

공정 자동화 및 스마트팩토리는 가장 기초적인 디지털 전환 분야로, 이의 구현을 위해서

는 센서 기술의 활용이 필수적으로 요구된다. 한편 생산 공정의 환경을 지배하는 온도·습도·위치·속도·pH 등 변수는 측정 가능한 센서 기술이 널리 보급되어 있어 이를 활용하는데 큰 어려움은 없다. 핵심은 자사 공정의 제어를 위해 필요한 공정제어 변수선정과 이의 측정에 적합한 센서의 선택이 될 것이다. 또한 각 센서에서 발생한 데이터가 실시간으로 수집되어 안정적으로 전송되기 위한 통신 기반기술의 활용이 더욱 중요해 질 것이며, 수집된 데이터의 수집과 분석, 활용에 있어 AI의 역할이 매우 커지게 될 것으로 예상된다.

생산인력 고령화와 인건비 상승 등의 노동시장 환경을 고려해 볼 때 디지털 트윈 시스템 구축은 향후 더 많은 기업에서 도입을 추진할 것으로 예상된다. 디지털 트윈의 구축 있어서는 구축 범위, 솔루션 형태 등 방법적인 면보다 시스템 구축의 최종 목표와 시스템의 활용방안, 확장성 등 활용성 측면에서의 접근이 우선되어야 할 것이다.

-비전센서 및 AI 기술을 활용한 자동 원단 검사시스템

소비자 품질요구 수준 향상에 의한 바이어의 품질보증 시스템 요구 강화와 노동환경 변화에 의한 자동화 요구가 맞물려 지능화/자동화된 품질보증 시스템의 필요성이 더욱 커지게 될 것으로 예측된다. 이에 따라 비전센서 및 AI를 활용한 원사/원단 자동 검사시스템은 그 시장이 더욱 확대될 것으로 보인다. 다만, 현재까지 개발된 시스템은 매우 고가임에도 레이스, 복잡한 무늬의 날염 원단 등 검사 가능한 원단의 종류에 제한이 있어 이를 보완하는 방향으로의 발전이 진행되어야 할 것으로 보인다.

현재 대부분의 자동 원단 검사시스템은 후공정인 패키징도 동시에 진행 가능한 시스템으로 개발되어 있으나, Rolling 이외의 패키징에는 제한적이므로 다양한 패키징 방법이 보완되어야 활용성이 높아질 것으로 생각된다. 또한 USTER Technologies AG의 경우에서처럼 획득한 불량 이미지의 분석과 활용에 있어 AI 및 외부 전문가를 활용한 서비스 등 데이터 활용 관련 플랫폼이 더욱 중요해 질 것이다.

-로봇 자동화를 통한 디지털 전환

전통적으로 인력에 의존하던 섬유패션 생산 공정은 안전보건 인식향상과 노동시장 변화로 산업용 로봇을 활용한 공정 자동화로 진화하고 있다. 특히 사람과 같은 작업 공간에서 로봇이 작업하기 어려웠던 과거와 달리 다양한 센서 기술을 활용하여 사람의 접근을 인식하고 작동을 제어됨으로써 안전한 작업이 가능한 로봇 시스템이 보급되고 있다. 이러한 협동 로봇 시스템은 향후 더욱 보급이 확산되고 활용도도 확대될 것으로 보인다. 현재 방적 공정으로 중심으로 무인 로봇 자동화 시스템이 널리 보급되어 있으며, 패키징 및 물류관리에 보급이 시도되고 있는 상황이다. 향후에는 원단 투입/이송 등 핵심적인 생산 공정으로의 로봇 자동화도 확대될 것으로 예상된다.

-현장 실시간 데이터 및 밸류체인 연결을 활용한 디지털 전환

ERP/MES, 공정 자동화 및 디지털 트윈 등을 통해 현장에서 발생하는 데이터를 실시간으로 수집하면 최종적으로 데이터가 수집되는 관리서버에서는 방대한 양의 데이터가 지속적으로 쌓이게 된다. 때문에 수집된 데이터에서 의미있는 데이터를 뽑아내어 이를

현장 관리자에게 알려주는 것이 중요하다. 현재는 불량 발생이나 수율과 같은 공정이 완료된 정보에 초점이 맞춰져 있으나, AI를 활용한 데이터 분석을 통해 향후에는 원부자재 재고량 부족 및 병목 현상 예측, 불량 발생 예측, 설비/장비의 고장 발생 예측 등 미래 상황 관리까지도 활용이 확장될 것이다. 또한 공급망 관점에서 주문자에 대한 생산관리시스템이 통합되어 전주기적인 관리의 필요성이 커질 것으로 전망된다. 특히 탄소 발자국 또는 지속가능성 요구에 대한 공정 데이터의 추적성 확보가 요구되고 있어 이러한 방향으로의 기술 발전은 더욱 가속화 될 것이다.

유통분야

패션산업의 유통은 AI, 실감기술(AR, VR, XR), 블록체인, NFT 등을 활용해서 그 어느때보다 빠르게 기술이 발전되고 있으며, 디지털 기술이 낳은 '가장 혁신적인 경제요소'라고 불리는 플랫폼을 기반으로 비즈니스는 빠르게 확산되고 패션기업들에게 수용되고 있다. 유통분야의 디지털 전환은 아래 5개의 카테고리에서 지속적인 성장과 발전이 이루어질 것이라고 예측된다.

-디지털 공급망 프로세스

대형 플랫폼을 중심으로 구축되고 있는 풀필먼트 서비스는 유통과정을 간소화하고, 데이터 분석을 기반으로 상품별 크기와 수량에 따라 최적의 운송 효율성을 예측함에 따라 물류비용을 절감시키고 있다. 또한, 빠른 배송에 대한 소비자 수요가 증가함에 따라 도심 근거리에 위치한 유휴공간에 마이크로 풀필먼트를 구축하여 당일배송이 가능한 시스템이 구축되었다. 패션제조제품의 상향 평준화로 인해 서비스 효과성이 브랜드를 차별화하는 핵심이 된 현 시점에서 이와 같은 라스트마일 배송 경험은 브랜드 로열티를 형성하는데 큰 영향을 주고 있기 때문에 매우 중요하다.

다품종 소량물류를 보관, 피팅, 포장, 출하, 배송하는 일련의 물류 프로세스가 더욱 자동화될 수 있도록 연구개발이 된다면 국내 중소기업의 패션브랜드가 더욱 저렴한 비용으로 유통구조를 확보하고, 창의적인 업무에 더 많은 시간을 배분할 수 있게 됨에 따라 K-패션의 발전에 선순환을 가져올 것으로 기대된다.

-온라인 이커머스 경쟁력 확보를 위한 자동화 시스템

국내 이커머스 시장은 대형 플랫폼인 무신사, 에이블리, 29CM 등을 중심으로 지속적인 성장세에 있다. 이와 같은 소규모의 패션 브랜드가 입점한 플랫폼 이외에도 삼성물산의 SSF, LF의 LF몰, 신세계인터내셔널의 S.I.Village 등 전통적인 패션제조기업들의 온라인몰도 성장세를 보이고 있다. 이와 같은 성장 이면에는 온라인 이커머스에 적용할 수 있는 AI기반의 자동화시스템이 개발되어 활용되고 있기 때문이다. 상품추천기술, 맞춤형 광고노출 기술인 애드테크 등은 온라인몰에서 구매전환율과 클릭전환율을 높이는데 활용되고 있다. 뿐만 아니라, 인플루언서와 브랜드를 매칭해줌으로써 제품을 광고하고 판매하는 서비스, 챗 GPT를 활용하여 소비자가 찾고자 하는 옷을 더욱 쉽게 검색하게 해주는 서비스 등은 대형 온라인몰의 서비스 효과성을 높이고 있다. 상세페이지 자동생성, AI기반 자동영상 생성, 광고배너 자동생성, 온라인몰의 자동상품배치 등의 서비스의 고도화는 온라인 이커머스를

주요 판매채널로 하는 소규모 패션 브랜드의 반복되는 단순업무를 줄여줌으로써 부가가치가 높은 창의적인 패션제품을 개발하는데 밑바탕이 될 것이다.

-AR/VR을 활용한 새로운 고객경험 창출

소비자가 브랜드를 택하는 것(buy)이 아니라 빠져들게(buy-in)하기 위해, 특별한 경험을 제공하는 것은 중요하다. 실시간 이미지 처리 기술이 고도화됨에 따라 AR 기술 기반의 가상피팅룸의 실재감이 더욱 커졌다. 메타버스 플랫폼이 주목받게 됨에 따라 디지털 휴먼(아바타)의 가상의상과 3D 가상피팅 시스템 뿐만 아니라 XR 쇼룸 등 물리적 매장이 3D 가상매장으로 그대로 구현되어 소비자에게 인터랙티브한 색다른 경험을 제공하기 시작했다.

아직까지는 3D 가상매장에서의 구매가 활발하게 이루어지지는 않지만, 점차 3D 온라인게임에 익숙한 세대가 주 소비층이 되면 3D 가상매장에서 나의 아바타가 쇼핑을 하고 실물로 배송받는 시대가 올 것으로 예상된다. 3D 가상매장을 구축하고 잠재소비자와의 터치포인트를 확대하면서 새로운 유통채널을 미리 준비할 필요가 있을 것이다.

-패션제품이 콘텐츠로 외연 확대, 디지털 자산 NFT

인공지능과 블록체인을 기반으로 맞춤형 정보를 제공하고 데이터 소유를 개인화하는 웹 3.0시대에 진입했다. 패션브랜드도 패션제품의 콘텐츠화와 이를 디지털자산으로만 들어주는 NFT에 주목해야 한다. 여러 패션 브랜드에서 3D 가상의상 콘텐츠를 NFT로 발행하는 시도를 하고 있다. 그러나 그 과정이 다소 복잡하고, 코인이 정식화폐로 통용되지 않아 아직까지 대중에게 수용되지는 않은 것은 사실이다. 반면, 최근 NFT는 실물 제품을 구매하면 소비자에게 디지털 보증서를 발급해주는데 활용되고 있다. 소비자는 자신이 구매한 제품을 보장받는 것 외에도 브랜드와 끊임없이 연결된 느낌을 받아 차별화된 구매경험을 느낀다고 한다. 이와 같은 디지털 보증서 서비스는 웹 3.0 시대에 발맞춘 사업 모델의 예시라고 할 수 있다.

-패션산업의 제조협업 플랫폼 및 네트워크

패션제품을 플랫폼 내에서 디자인부터 생산 및 유통까지 연결하는 제조협업플랫폼은 사실 3D 가상의류 시뮬레이션 기술을 제외하고는 특별한 디지털 기술이 활용되지는 않는다. 그러나 제조기업과 브랜드 연결의 이면에는 패션 제조과정의 디지털 전환이라는 의미가 있다. 제조과정의 디지털 전환을 통해 옷을 만들려는 초보 셀러나 1인 셀러, 소규모 브랜드는 물론이고 대형 패션기업도 효율적으로 의류제작을 할 수 있게 해주기 때문에 대량생산 중심의 의류제조에 혁신을 가져다 줄 것으로 기대되는 생태계다. 또한 기존 인력이 노후화되고 대체 인력이 점점 사라지고 있는 의류제작 공장의 고질적인 문제를 테크로 해결점을 제안할 수 있다는 데 시사점이 있다.

국내 섬유패션 제조업의 DX 문제점과 해결방안

국내 DX 전환 사례를 살펴보면 전반적으로 제조장비 산업의 운영 기술(OT) 분야보다 정보기술(IT) 분야 역량 강화에 편중된 상황이며, 국내 스마트 제조 장비는 아래의 세 계 최고 수준 대비 비교적 신뢰성이 낮아 글로벌 경쟁력 확보에 어려움을 겪고 있는

문제점 : 스마트 제조 생태계 경쟁력 확보 및 고도화 한계 직면

상황이다. 이를 개선하여 스마트 제조 장비를 비롯한 운영 기술 분야 경쟁력 확보를 위한 정책적 지원을 더욱 강화하여 이를 통한 구축 확대 및 기술개발 수준을 높여 나가야 할 것이다.

섬유 제조기업을 위한 DX 전환에 따른 스마트화를 하기 위해서는 생산시스템 특성을 이해해야 할 필요가 있다. 구체적으로 살펴보면 우선, 반복적 대량 생산 시스템에서의 자동화 구축은 생산성을 높여 줄 수 있지만, 잦은 제품 변화가 필요한 경우 유연한 대처가 힘들 수 있다. 반면에 제품 변량변종 및 혼류 생산이 잦은 다품종 소량 생산 시스템에서는 사람이 기계보다 더 유연하게 대응할 수 있지만, 작업자 오류 등으로 생산성이 저해될 우려가 있다.

다음으로 섬유제조기업 스트림 분야별·규모별 디지털 기술의 도입과 활용에 대한 문제점을 들 수 있겠다. 섬유 주요공정인 제직, 염색, 가공 등 중소 섬유소재 제조기업은 투자 여력 부족과 설비 노후화로 인하여 제조공정의 디지털 전환이 지연되고 있으며, 스마트 팩토리 도입에 필요한 기술도 비용을 부담하기엔 경제적 여건이 여의치 않아 이를 활용한 디지털 텍스타일에 관한 기업 자체 역량 또한 저조한 실정이다. 또한, 제조 분야별·규모별 디지털 기술의 도입과 활용에 있어 기획-생산(원단-염색-봉제-의류)-유통의 스트림 간 협력이 어려운 실정이다.

그간 정부주도의 스마트 팩토리의 양적인 성장에도 불구하고, 스마트 제조 생태계 전반의 경쟁력 확보 및 고도화는 한계에 직면하고 있는 실정이다. 그 이유는 대부분 국내 스마트 제조 전략이 제조나 장비 산업 등의 운영기술 분야보다 정보기술 분야 역량강화에 편중된 상황을 우선적으로 꼽을 수 있다. 즉, 스마트 제조 공급기업의 대다수를 정보화 솔루션 기업이 차지하고 있으며, 기존에 구축된 스마트 팩토리 대다수도 그 기술수준이 아직 기초 단계에 머물러 있고, 그나마 공급업체의 특정 솔루션 중심으로 형성되어 있는 한계가 있는 것으로 평가되고 있다. 특히 영세한 중소 규모의 제조업체들의 경우 사물인터넷, 클라우드, 빅데이터 등 첨단기술을 생산과정에 실제 적용하는 비율이 높지 않은 상황이다. 그 일례로 디지털 트윈(digital twin)을 위한 시뮬레이션 툴(simulation tool)은 가상공간에서 현장설비의 개선 스마트 공장 구축의 공정변화 효과 등을 비용 투자 없이 실험할 수 있기 때문에 기업의 생산 효율성 개선에 기여 가능하다. 그러나, 고가의 도입 비용으로 인해 영세·중소 기업들이 직접 구매하여 활용하는 데는 한계가 있다. 특히 외국산 소프트웨어 도입의 경우, 영세한 규모의 제조기업들이 활용하기에는 지나치게 고사양이기에 비용 측면에서 비효율적이다. 반면에 국산 소프트웨어 활용의 경우에는 다른 소프트웨어와의 호환성 문제가 발생할 우려가 있다. 또한, 시뮬레이션 툴을 전문적으로 활용하고 분석 결과를 해석할 전문 인력 및 전담조직을 직접 보유하는 데도 한계가 있다.

전 세계적으로 중소 제조기업들의 디지털화 관련 내부 역량이 부족하며, 데이터 분석을 포함한 시뮬레이션 툴 활용에 한계가 있다고 밝히고 있다(OECD, 2021).

해결 방안: IoT 균형 및 국산개발 장비 고도화를 통한 DX혁신 가속화

디지털 역량 강화를 위해서는 텍스타일 디지털화를 위한 장치·설비 및 응용 프로그램 등의 보유가 필수불가결한 요소이며, 이를 갖추기 어려운 국내 영세한 중소 섬유 소재 기업에게 공동장비 지원센터 운영 및 소프트웨어 프로그램 사용을 지원이 필요하다. 이를 위해서는 중소 제조기업의 디지털 전환 시도를 지원하기 위한 접근성과 활용도 높은 스마트 제조 테스트베드를 구축하고, 스마트 제조 산업 전반의 경쟁력 확보를 위한 거점으로 육성할 필요가 있고, 이로 인해 제조 전 주기를 유기적으로 연계하여 섬유산업 스트림 전반의 디지털 전환과 혁신에 기여할 수 있을 거라고 예상한다. 또한, 기존 스마트 공장 보급·확산 사업을 IT·SW 플랫폼 구축·활용 관점에서 OT 장비 보급지원으로 확대하고, 국내 스마트 제조 장비의 산업계 활용을 지원이 확대되어야 한다. 즉, 섬유와 IT의 융합을 통해 융합 신산업을 창출하는 동시에 전통산업의 고부가가치화를 통한 경쟁력 제고를 목표로 하여, 섬유와 IT 기술 융합화를 추진하기 위한 세부 기술로는 섬유 제조 전용 제어 기술, IT 네트워크 기반 원격 감시 진단 제어 기술, 기존 섬유 제조 염색설비의 시스템 보완, 자동화·무인화 기술 등의 다양한 기술 구축이 필요하다.

결론적으로 섬유 스트림 간 디지털 혁신의 격차를 줄이고, 섬유 제조기업들의 성공적인 디지털 전환을 지원하기 위한 제조혁신 지원 정책을 보다 현실적이고 지속적으로 수립할 필요가 있으며, 이를 통해 앞으로 섬유소재 기업을 대상으로 섬유소재 제조공정 디지털화, 디지털 DB 활용 비즈니스 활성화 및 기술·장비 활용 지원을 통하여 글로벌 디지털 메가트렌드 대응 역량을 강화함으로써 기업들의 성공적인 디지털 전환과 산업의 혁신 선도를 지원해 나갈 수 있을 것으로 전망한다.

디지털 전환의 가속화 선상에서 기업 및 산업 단위의 제품과 생산 정보 디지털 기반 확보는 향후 글로벌 시장의 주도권을 확보하는 데 매우 중요하며, 국가 산업경쟁력 확보 차원에서 산업별 공급망 매핑 기반 확보는 반드시 빠르게 준비되어야 한다. 특히 스마트 팩토리과 연계될 경우, 생산성과 품질 향상과 함께 ESG 경쟁력 확보에 대단한 시너지를 나타낼 수 있다. 기후변화 시대에 대응하는 지속 가능한 비즈니스 모델로 전환을 시도하고 있는 글로벌 섬유패션산업의 변화에 따라 우리나라의 섬유패션산업도 디지털 전환을 기반으로 관련 산업 분야 간의 융합과 통합 혁신을 통해 새로운 미래 산업으로 거듭나는 계기를 마련할 수 있기를 기대한다.

디지털 전환 기반 섬유패션산업의 도약과 미래 가치

글로벌 섬유패션업 계의 공급망 변화: 공급망의 탄력성과 건전성 확보에 주력

글로벌 섬유패션 산업계는 지난 10여 년간 지속가능성 확보와 기후변화 대응을 위해 패션 기업-공급망 기업 간의 관계가 이전과 달리 직접적이며 밀접하게 연결되고 있다. 예를 들어 공급망 공장 단위의 ESG 성과 확보와 동시에 제품을 통한 탄소중립을 이행하기 위해 리사이클 폴리에스터나 바이오 기반 섬유를 사용할 경우, 해당 소재가 원료 단계부터 최종 의류 제품에 이르는 전체 과정을 추적하여 정확한 사용량과 물질 흐름(material flow)을 확인할 수 있어야 한다. 또한, 각 공급망 기업들의 환경관리 성과를 모

두 확인하여 최종적으로 완제품에 반영하고 그 정보를 소비자가 확인할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해 IT기술 기반 ‘섬유소재 사용추적기술’이 개발되어 활용되고 있는데, 이는 공급망 자체에 대한 추적과 제품 생산을 위해 투입되는 물질의 순환성을 확인하기 위한 트레이서빌리티 플랫폼(traceability platform)을 개발하는 것과 동시에 원료와 소재에 대한 추적성 확인을 위한 포렌식(forensic) 기술이나 또는 생산 과정에 추적 가능한 물질을 첨가하는 방식의 확인 기술도 개발되어 활용되고 있다. 다시말해 티셔츠 한 벌에 해당하는 온실가스 배출량을 표시하기 위해서는 원사의 가공부터 실을 제조하고 원단 제작을 거쳐 염색, 후가공 그리고 재단과 봉제를 거치는 전체 공정에서 온실가스 배출 부담 정도를 정확히 측정하고 계산할 수 있어야 한다. 글로벌 섬유패션산업은 공급망 전체를 거쳐 완제품에 이르는 경로에서 공급망 내 상호 의존성이 매우 크기 때문에 2030년 온실가스 50% 감축을 거쳐 2050년 net zero 달성을 위해서는 전체 섬유패션산업의 스트림을 관통하는 공급망 네트워킹이 명확하게 드러나야 하고 추적성이 투명하게 확인될 수 있어야 한다.

DX 기반 ESG 경영으로 지속가능한 섬유패션산업의 도약

COVID-19 이후 공급망의 회복탄력성 확보의 필요성이 강화되고, 공급망이 재편되는 것과 함께 공급망 생태계 전반에 걸쳐 원료, 소재, 상품의 흐름 확인과 과정에 참여하는 공급망 기업의 ESG 성과 관리를 위한 공급망 네트워킹의 가시화가 매우 중요해지고 있다. 이전과 같은 생산 및 품질 관리를 위한 단순한 공급망 매핑(supply chain mapping)보다는 ESG 성과와 기후변화 대응 활동이 동시에 확인될 수 있는 확장된 개념의 공급망 매핑의 설계와 활용이 필요하다. 생산자와 상품 공급자 중심으로 활용된 공급망 매핑은 제품 생산을 위한 도구로서 유용할 뿐만 아니라 공급망 전반의 ESG 성과 공유를 통한 브랜드와 바이어 기업의 리스크 관리를 위한 필수 기반으로 인식되고 있다. 결론적으로 현재 글로벌 산업계는 전 산업분야에 걸쳐서 대두되고 있으며 산업의 미래가치에 해당되는 공급망의 탄력성과 건전성 확보에 주력하고 있기 때문에 섬유패션산업도 성공적인 DX수행을 통하여 궁극적으로 DX기반 ESG 경영을 실현함으로써 다른 산업군 보다 선제적으로 지속가능한 미래산업으로서의 가치를 공고히 하여야 할 것이다.

참고문헌

- 섬유기술과 산업 26권 3호 105-111(2022.09), 한국섬유공학회
- 월간 KIET 산업경제 Vol.296 68 - 73 (2023.05), 산업연구원
- 섬유패션의 디지털 전환 전략(2022.2), 산업통상자원부
- 메타버스 신산업 선도전략(2022.1), 관계부처 합동
- 섬유제조·패션산업 인력현황 보고서(2021), 한국섬유산업연합회(섬유패션 ISC)
- 패션제조기업의 디지털전환 현황조사 보고서(2021), 한국패션산업협회
- 메타버스 시대의 패션 비즈니스 동향 조사보고서(2021), 한국패션산업협회
- Fashion in the Metaverse, Nandhini Swaminathan, medium.com(2021.12)
- 섬유제조·패션산업 ISC 이슈리포트(2022.03), 한국섬유산업연합회

섬유패션 디지털 전환 가이드북

발 행 처 한국섬유패션산업연합회

발 행 일 2023년 12월

홈페이지 www.kofoti.or.kr

연구위원회 위 원 장 전남대학교 도윤희 교수
기획분과장 서울대학교 김성민 교수
생산분과장 한국섬유소재연구원 박홍원 팀장
유통분과장 군산대학교 김하연 교수
위 원 한국외국어대학교 김만균 부소장
(가나다순) 클로버추얼패션 김광일 부사장
위즈웍스튜디오 박기주 이사
호전실업 이재원 상무
LF 최석근 차장
한세실업 하유선 이사
디쓰리디 하지태 대표
한국섬유패션산업연합회 정민화 상무
연구위원회 운영 간사 한국섬유패션산업연합회 디지털혁신실 최준영 실장
한국섬유패션산업연합회 디지털혁신실 전소희 대리

*「섬유패션 디지털 전환 가이드북」의 저작권은 한국섬유패션산업연합회에 있으며 무단 전재나 복제는 법으로 금지되어 있습니다. (비매품)



산업통상자원부
Ministry of Trade, Industry and Energy



한국섬유산업연합회
Korea Federation of Textile Industries