

sba

동대문 뷰티패션 상권 활성화 사업 타당성 조사 및 기본계획 수립

- 최종 보고 -

Table of Contents

- 00. 프로젝트 개요
- 01. 동대문 뷰티패션상권 현황
- 02. 동대문 뷰티패션 상권의 경쟁력 분석
- 03. 동대문 뷰티패션 상권 활성화 방안
- 04. 동대문 뷰티패션 상권 활성화 사업 경제 타당성 분석
- 05. 동대문 뷰티패션 상권 활성화 사업 기대 효과

프로젝트 목표

동대문 뷰티패션 상권 활성화 사업 확대 시행에 따른
중장기 계획 방향성 도출 및 파급효과 예측 분석

시간적 범위

2025년 목표
단계별 활성화 전략 수립

공간적 범위

동대문 DDP 및
주변 이용 가능 인프라 연계 검토

DDP 중심의 동대문 뷰티패션 상권 활성화 비전 모델 제시

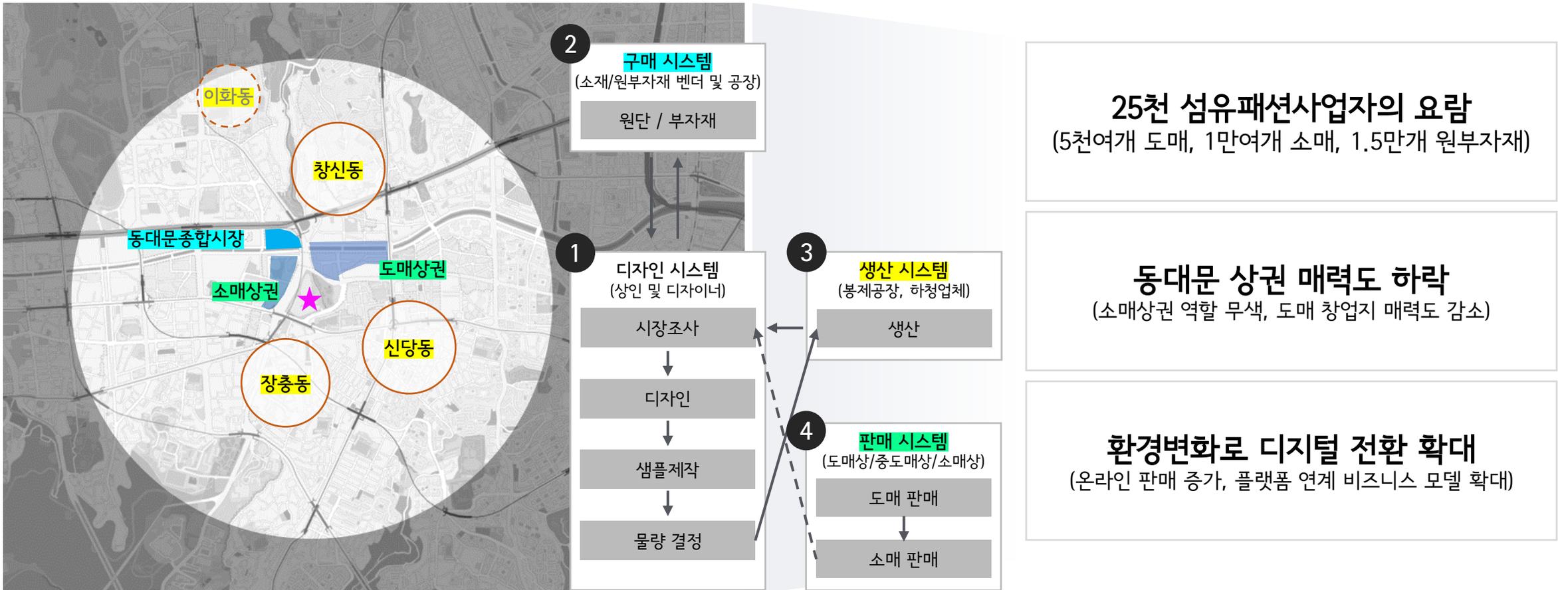
국내외 시장 동향 및 패션 클러스터 현황 조사를 통해 달성 가능한 사업 추진 방향 설계

사업 추진에 따른 정량/정성적 KPI 제안

대한민국 패션산업의 역동성을 상징하던 동대문 패션상권의 경쟁력 빠른 속도로 하락,
패션산업환경 변화에 대한 종합적 분석을 바탕으로
실질적이고 효율적인 공공 정책 및 혁신 로드맵 제시

	환경분석	현장 조사	전략 수립
목표	국내외 패션시장환경의 분석을 통해 동대문 패션 상권 환경 현황 파악	동대문 상권 현장 방문 조사를 통해 산업 구조의 이해	동대문 상권 활성화를 위한 실천력 있는 정책 제안
연구 방법	<ul style="list-style-type: none"> 데스크 리서치 : 기존 연구조사 자료 리뷰 국내외 패션산업 관련 분석 리뷰 기초 통계자료 수집 전문가 인터뷰 : 패션 및 도시 관련 전문가 인터뷰 진행 혁신 스타트업(모두의 신상, 브랜디 등) 	<ul style="list-style-type: none"> 동대문 패션 상권 현장 방문 동대문 내부자 인터뷰 : 동대문 상인회 및 관련 단체 동대문 활동 디자이너 동대문 도매 사업자 동대문 소매 브랜드 사업자(인플루언서/소호몰) 동대문 패션 특화 플랫폼 기업체 방문 	<ul style="list-style-type: none"> 동대문 상권 활성화 전략 수립 실행 가능한 지원 정책 제안 민간 파트너사의 발굴 지원 실행전략에 대한 타당성 평가

동대문 패션 상권은 반경 5km 내에 기획-생산-유통의 전체 의류산업 밸류체인을 구성하는 2만여개의 기업체가 집적되어 있는 세계 유일의 도심형 패션클러스터
코로나 이후 환경 변화로 클러스터의 전반적인 역량 약화



글로벌 팬데믹과 함께 동대문 패션상권 경쟁력에 대한 본질적 고민 시작

소비패턴의 변화, 패션산업의 DX 확대 등 동대문 패션상권의 전반적 운영 모델 재검토 필요



	기획 (디자이너/브랜드)	원부자재	생산	유통 (도매상인)	유통 (사입삼촌/에이전트)	유통 (온/오프 소매 상인)	소비자
지역	신당동, 신사동 등 무신사 스튜디오	청계천 북측 재래상권	창신동, 만리동 등	동부상권	동부상권	서부상권	-
Before COVID 19	<ul style="list-style-type: none"> 청년 창업의 증가로 자본력과 경험이 적은 창업자 유입 확대 상대적으로 진입 장벽이 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> 가격경쟁력 하락 국내 산업 경쟁 역량 無 : 80~90% 원부자재 중국산 	<ul style="list-style-type: none"> 노동인구의 고령화 열악한 업체 구조로 성장 동력 상실 최저임금제로 인한 가격 경쟁력 상실 	<ul style="list-style-type: none"> D2C 전환으로 도매 니즈 하락(온라인, 도매스틱 브랜드 전환) 해외 바이어 급감 기존 사업 방식 한계 봉착 (push marketing) 	<ul style="list-style-type: none"> 에이전트 역할의 확대로 수수료 부과, 이로 인한 가격 상승 요인 발생 수출 에이전트는 많은 경우 무자료 거래 	<ul style="list-style-type: none"> 도매와 소매 경계 붕괴로 인한 경쟁력 하락 지역 중도매상의 소멸 온라인 리테일러 부상 	<ul style="list-style-type: none"> 취향 중심 소비 오프라인에서 온라인
After COVID 19	<ul style="list-style-type: none"> 디지털화 확대로 지역 강점 요소 약화 동대문 이외 지역의 창업 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 일시적인 중국 생산 난항 국내 생산에 대한 고민 국내 생산 인프라 소멸로 해외 생산처 발굴을 위한 노력 	<ul style="list-style-type: none"> 일시적인 중국 생산 난항 국내 생산에 대한 고민 기존 인력의 고령화 및 신규 인력 유입 감소로 인한 산업의 노후화 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 중국 수출 비중 급감 : 80~90% → 30~40% 온라인 도매 플랫폼 성장 : 도매상들의 온라인 활용 및 상품 콘텐츠화 능력의 중요성 증가 공실 증가 등 침체 분위기 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인을 기반으로 한 사업 시스템 정착 사입, 물류, CS 등 도매상과 소매상, 소매상과 소비자 점점 전반을 관리해주는 풀필먼트 서비스 등장 : 소매상인들은 상품 셀렉 및 콘텐츠 제작에 집중 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 플랫폼 중심으로 시장 형성 홍보·마케팅 중요성 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 패션 소비의 양극화 브랜드 이미지 소비 강화 온라인 소비 활성화 및 오프라인 매장의 소멸화 : 오프라인 매장에서 브랜드 경험 및 제품 확인 후 온라인에서 구매

전반적인 패션산업 환경 변화로 인해 동대문 뷰티패션상권의 변화 필요 시점

전통적 패션 제조 중심의 도매상 상권에서 미래지향형 패션 클러스터로의 변화 필요

패션 환경 변화로 동대문 패션 산업 생태계 붕괴	디지털 트랜스포메이션에 대한 요구 확대	MZ세대의 시장 진입
온라인 성장으로 소매 상권의 역할 소멸	급격한 트렌드 변화로 시장 예측의 필요성 증대	동대문 생태계에 대한 변화/개선 필요성 부상
글로벌 직소싱 확대로 도매상 매출 급감	온라인 플랫폼 기업들의 시장 재편	도매스틱 브랜드로의 전환 추진
인건비 상승으로 지역 생산 경쟁력 하락	DT 비즈니스 모델 장착 브랜드의 급격한 성장 속도	동대문 가치 사슬의 역할 재구성

경영/기획	생산	유통	마케팅
<ul style="list-style-type: none"> - 낮은 진입장벽으로 경쟁 심화 (6천개→2만개) - 폐쇄적 시스템으로 신규 사업자의 낮은 성공가능성 - 시장 내의 세대교체 필요성 대두 - 인플루언서의 역할 확대 	<ul style="list-style-type: none"> - 생산 노동인구의 고령화 및 폐업 확대 - 인건비 상승으로 생산 단가 상승 - 생산처 발굴의 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> - 높은 임대료 사업성 감소 → 공실률 증가 - 도매 바이어의 급감, 프로모션, 소매 전환 - 도매와 소매의 경계 구분 어려움 - 온라인 전환으로 '밤시장'의 특수성 불필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 바이어 디지털 관리 확대 - 찾아가는 마케팅 프로그램 니즈 확대
<ul style="list-style-type: none"> - 도매 중심의 브랜드 대신, 온라인 기반 도매스틱 브랜드로 전환 - 도매보다는 인플루언서 소매 희망 - 2세 기업가 성장 	<ul style="list-style-type: none"> - 생산처 다변화(동남아, 중국 등) - 생산연계 거점 및 지원 프로그램 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 脫 동대문 현상 심화 - 기술 기반 스타트업 시장 진입 - 내셔널 브랜드形 해외 시장 진출 확대 	<ul style="list-style-type: none"> - 도매상의 역할 확대 - 브랜드 마케팅 활동 추진

동대문 뷰티패션 상권에 대해서는 가치사슬 내의 위치와 역할에 따라 기회 혹은 위기로 보는 상반된 시선의 존재

도소매 상권으로서의 매력도는 하락 / 패션산업 클러스터로서의 경쟁력은 여전히 존재

동대문 상권 위기

“이제 동대문의 시대는 끝났다고 평가하는 사람이...”
동대문 소매 유통 사업자

동대문의 지역적 매력도 하락
(서울시 어디에서도 예전의 동대문과 같은 효과 가능)

낮은 진입장벽, 폐쇄적 시스템
(신규 사업자의 정착을 어렵게 하는 구조, 주6일 밤시장)

강력한 글로벌 경쟁자 출현
(중국과 같은 더 저렴하고 풍부한 제조 기반 국가의 출현)

동대문 상권 기회

“상황이 좋지 않지만 그래도 한번 해볼 수 있는 여지가...”
동대문 기반 스타트업

패션 클러스터로서의 경쟁력 충분
(여전히 빠르게 매일 출시되는 신상품)

산업화 전으로 기술과 아이디어로 혁신 가능
(IT 경쟁력을 바탕으로 창업시 여전히 높은 가능성 존재)

글로벌 시장으로 빠르게 성장 가능
(디지털의 힘과 한류의 확산으로 D2C 가능성 확대)

비전 2030

민간 주도의 자발적 혁신 확산을 통해 지속가능한 패션산업 경쟁력 구축

동대문 운영 협의회

동대문 지역의 실질적 실행 의지를 갖춘 이해관계자가 참여하는 발전 협의회

협업 추진 민간 기업(파트너 기업)

실제 동대문 활성화를 위해 직접적으로 자원과 아이디어를 투자 실행

동대문 뷰티패션 상권의 부활을 위한 실행력 있는 지원 사업의 추진

혁신 창의 인적 자원 유입 지원

- 동대문 뷰티패션 활성화의 핵심인 **경쟁력 있는 인적자원의 확보를 위한 노력**
- 동대문 시장 진입장벽을 낮춰 청년 창업가의 시장 진입 활성화 지원

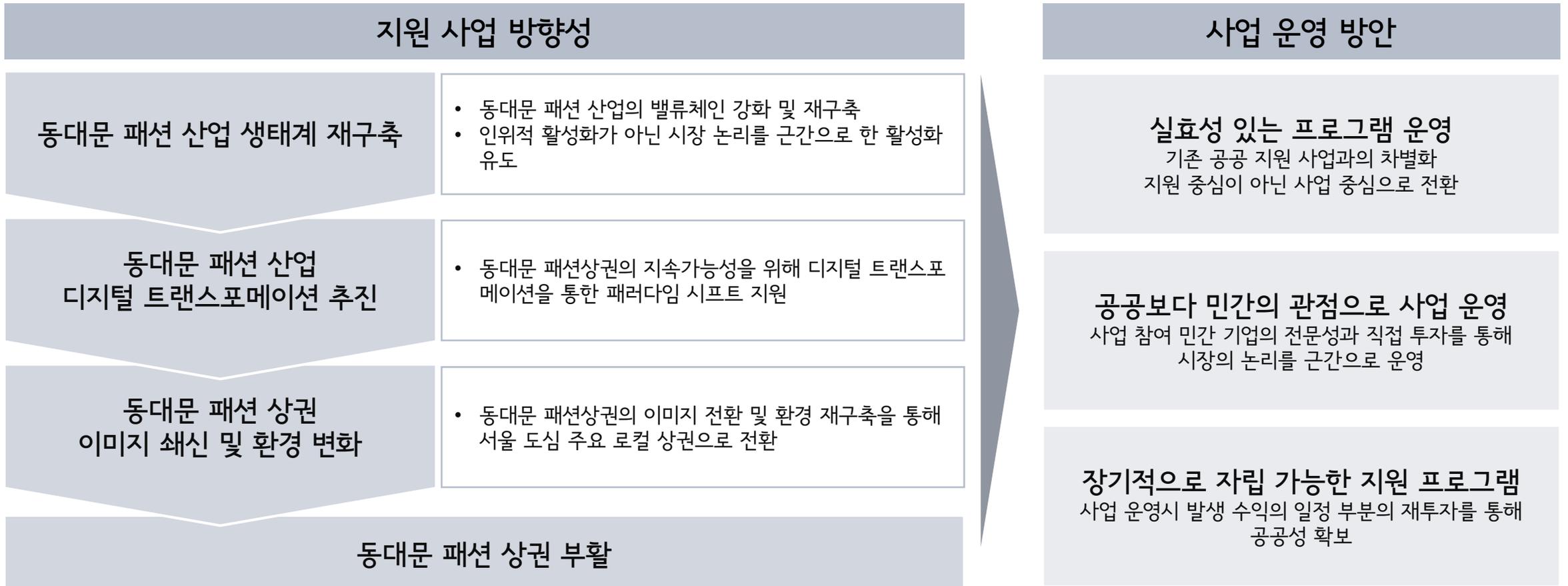
고부가가치 콘텐츠 역량 확대 지원

- 동대문 **로컬 콘텐츠 확보 및 고부가가치 창출** 지원
- '동대문' 상권에 대한 부정적 이미지 쇄신
- 동대문 사업자들을 위한 소비자 접점 확대
- 동대문 지역 특성을 반영한 로컬 특화 콘텐츠 발굴

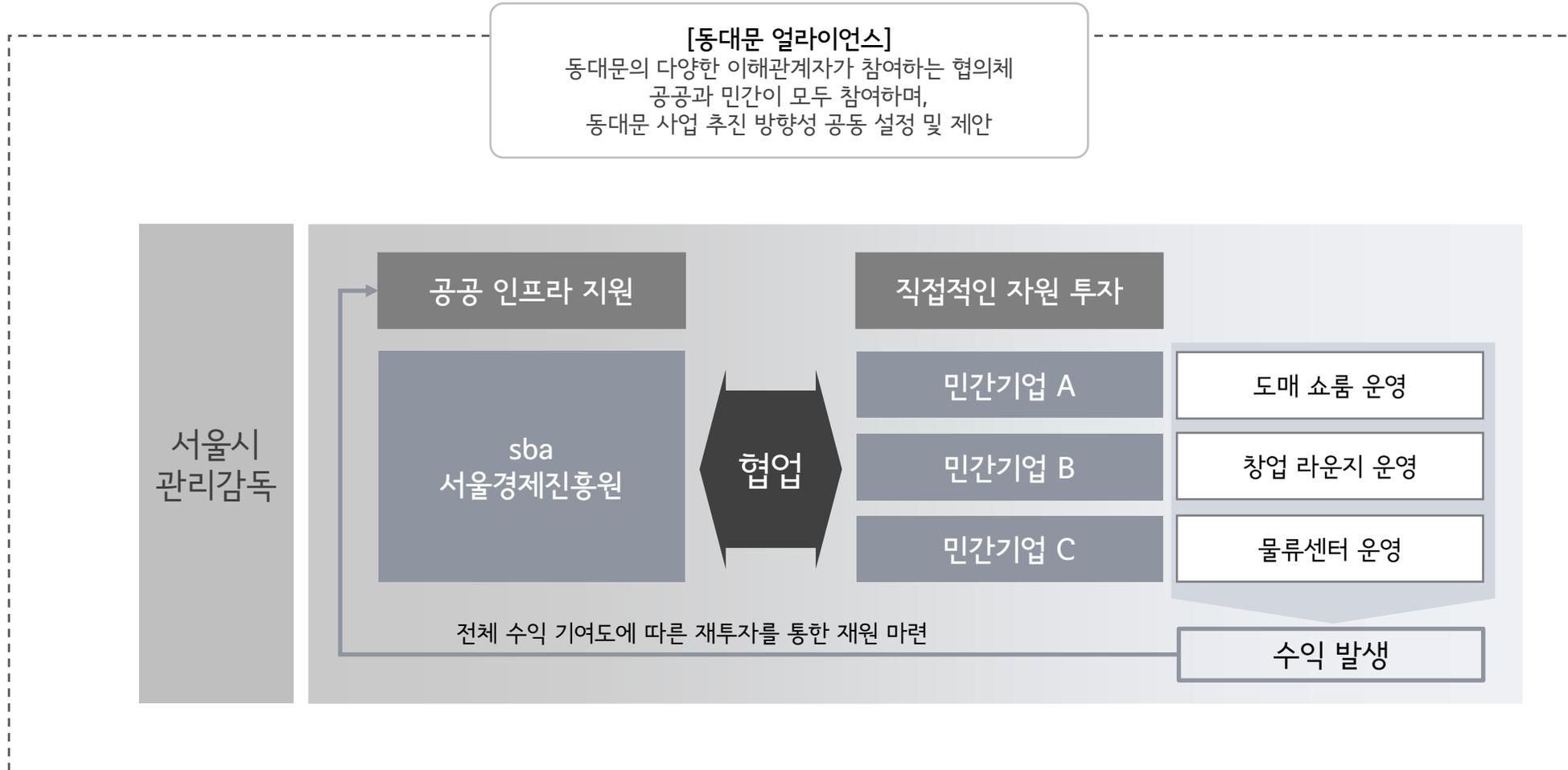
자발적 지속가능 생태계 구축 지원

- **민간 주도, 시장 논리를 기반**으로 하는 지원 사업
- 동대문 인프라를 접목한 혁신 기업의 시스템 도입 지원을 통한 생태계 전반에 걸친 기술 혁신 지원
- 외부 혁신 시스템 접목을 통한 개방형 혁신 생태계 구축 지원

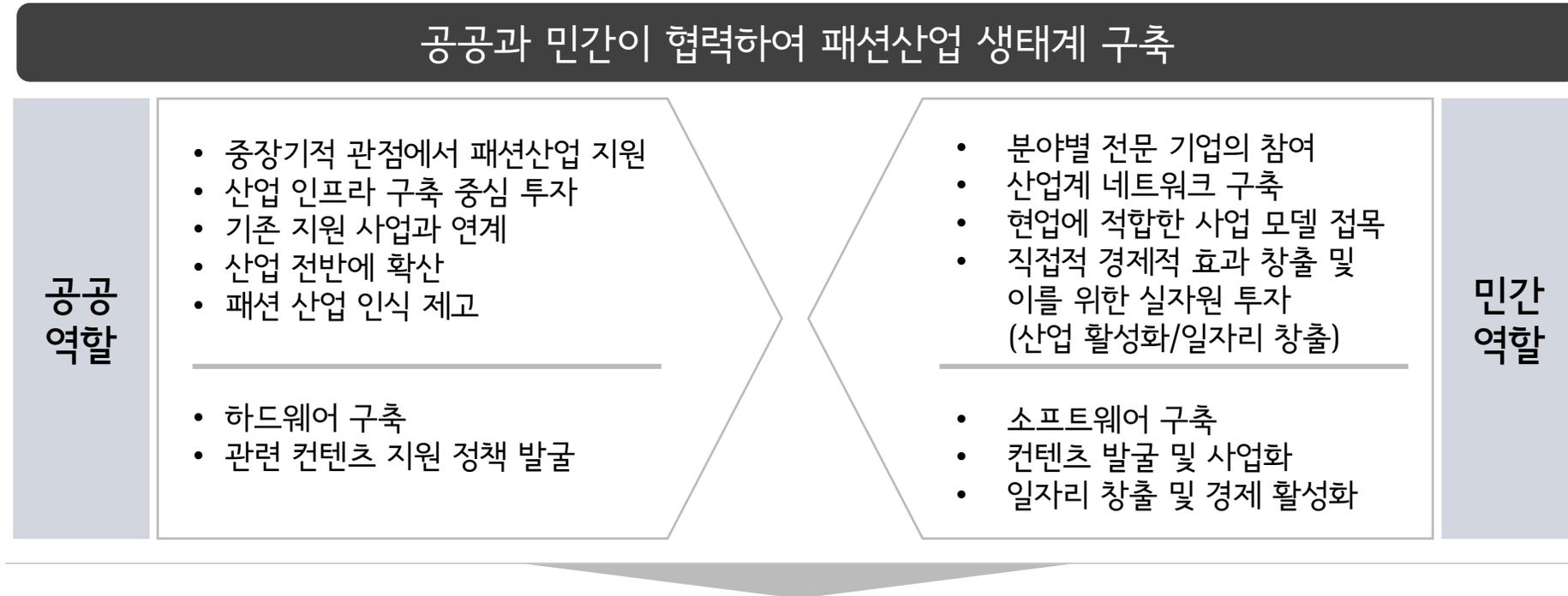
동대문 뷰티패션 상권의 부활 및 역량 강화를 위해서는
혁신 창의 인재의 유입, 콘텐츠 역량 강화, 지속가능한 생태계 구축이 필수적이며
이를 위해서는 일차적으로 붕괴 직전의 **산업 생태계 역량 강화, 디지털 트랜스포메이션 추진**
그리고 장기적인 동대문 상권의 이미지 쇄신이 필요함



도소매상인, 동대문 플랫폼 기업 등 다양한 이해관계자들의 연합체인 '동대문 얼라이언스'를 중심으로 실제 직접적인 자원을 투입하여 운영의 전문성을 강화할 '민간 파트너 기업' 협업을 통해 '시장의 작동 논리'를 기반으로 실질적인 성과 창출



도소매상인, 동대문 플랫폼 기업 등 다양한 이해관계자들의 연합체인 '동대문 얼라이언스'를 중심으로 실제 직접적인 자원을 투입하여 운영의 전문성을 강화할 '민간 파트너 기업' 협업을 통해 '시장의 작동 논리'를 기반으로 실질적인 성과 창출

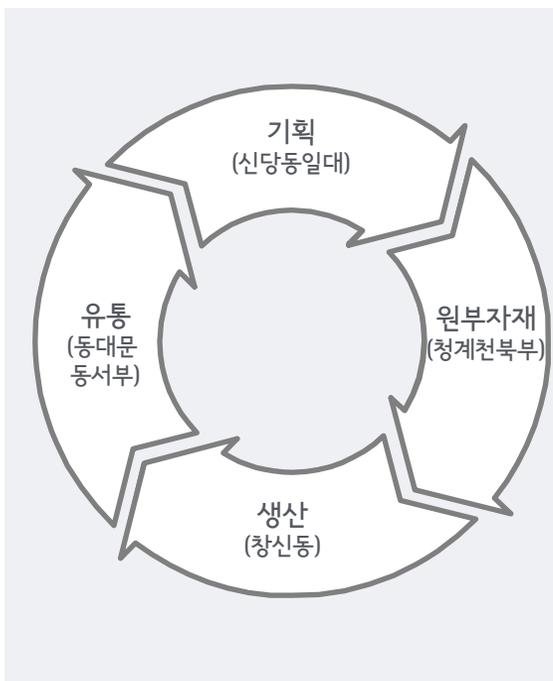


민간의 자발적 참여를 이끌 인센티브 제공 및 공공성 확보를 위한 수익 재투자 방안 고민 필요

신규 사업자 유입 확대, 기존 사업자 경쟁력 확보 지원 등 시장의 논리와 관점을 바탕으로 경쟁력 있는 민간 사업자와 함께 동대문 패션 생태계 재구축을 위한 지원 사업 추진

AS-IS

동대문 반경 5KM 내 응축된 기획-생산-유통 시스템
창업가 개인의 네트워크와 역량을 기반으로 시장 진입 시도
실패로 인한 기회비용 손실 확대



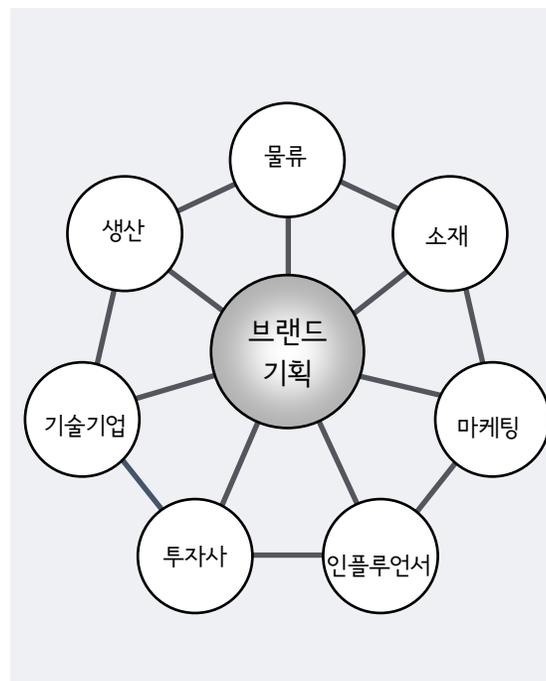
① 개개인의 역량차 확대
: 정보, 인적네트워크 등으로 인해
창업 초기 어려움 확대

② 고착화된 운영 시스템
: 아날로그, 밤시장, 중국 의존 등
급변하는 시장 변화 대응 어려움

③ MZ라이프스타일 불일치
: 기회의 땅 동대문, 클러스터 내
생태계가 MZ 창업자들의 생활
패턴, 지향 가치와 불일치

TO BE

기존에 구축된 패션산업 생태계 기반의 접근성 확대
개개인의 실패 최소화, 연계성 강화를 통해 건강한 생태계 구축



① 동대문 신규 창업자 지원을 통해 유입 확대
: 동대문 시장에 특화된 창업 지원 교육
신규 소매 창업자 확대를 통한 도매 시장 활성화

② 新 패션 산업 네트워크 구축 지원
: 기획, 소재, 생산, IT 등 동대문 생태계의 다양한
이해관계자와의 자발적 네트워크 구축

③ 동대문 이미지 쇄신을 위한 프로그램 연계
: 카피, 불공정과 같은 키워드에서 벗어나 워라밸,
창의, 혁신의 이미지를 가져갈 수 있는 다양한
B2B/B2C 프로그램 운영

① 동대문 창업 지원 라운지

동대문 시스템에 대한 안내자 역할을 수행하게 될 창업지원센터

동대문 도소매 창업 지원 교육 및 네트워크 지원 확대

창업 지원 라운지 역할

① 신규 셀러 및 도매 창업 지원
② 동대문 패션 상권의 노하우 전수
③ 동대문 산업 내 네트워크 구축 지원
④ 동대문 패션산업의 중심체 역할 수행

주요 교육 프로그램(안)

프로그램 종류	대상자	프로그램 내용	비고
동대문 시스템의 이해	동대문 패션산업에 관심있는 일반인	<ul style="list-style-type: none"> 동대문 패션산업 생태계를 이해하기 위한 프로그램으로 온라인/오프라인에서 운영 동대문 패션산업의 구조, 동대문 패션산업을 이해하기 위한 다양한 용어 등에 대해서 설명 	월 1~2회 대형 강의 형태로 운영
동대문 1일 체험		<ul style="list-style-type: none"> 동대문의 시스템을 실제 현장에서 겪어보는 프로그램으로 B2B 쇼룸 내에서 진행되는 모델링 프로그램과 실제 동대문 상가에서 진행되는 밤도매 교육 프로그램으로 이원화 하여 운영 	주 2회 운영
온라인 쇼핑몰 운영	소매 사업 창업 희망자	<ul style="list-style-type: none"> 동대문 패션제품을 사입하여 실제 온라인 쇼핑몰을 개설하여 운영해보는 실습형 프로그램으로 온라인 쇼핑몰 운영을 위한 사입, 마케팅, 판매 관리 등의 전 과정을 빠르게 경험해 볼 수 있는 프로그램으로 운영 	매일 1회 이상
라이브 커머스		<ul style="list-style-type: none"> 라이브 커머스의 영향력이 확대되면서 실제 소매상들이 자신의 상품 판매를 위해서 라이브 커머스를 진행하는 방식과 노하우를 교육하는 실습형 교육 프로그램 	매일 1회 이상
동대문 도매사업의 이해	도매 사업 창업 희망자	<ul style="list-style-type: none"> 패션 도매 사업을 창업하기 위해 필요한 정보와 동대문 패션 클러스터 내의 주요한 네트워크 등에 대해서 교육 특히 플랫폼 기업들의 서비스를 활용하여 빠르게 소매상을 확보하기 위한 노하우 등을 중심으로 교육 진행 	매일 1회 이상

② 동대문 도매 쇼룸

무자본으로 온라인 소매 브랜드 창업을 가능하게 하는
도매 쇼룸 운영을 통해 **소매 사업자와 도매 사업자의 윈윈 모델 구축**

도매 쇼룸 특징

기존 동대문의 밤시스템이 아닌 낮 시간대에 운영
신규 셀러들의 진입 장벽 낮추기

동대문 고유의 시스템을 기반으로 한 모델
동대문 상권과의 융합형 모델로 도매 상권의 활성화에 기여

'사업화'를 중심에 둔 사업 모델로 운영
전문 기업과 함께 운영을 통해 시장 기반의 성장형 운영 모델

도소매 협력사 선정 방안

쇼룸 입점 도매 셀러 선정 기준

- 동대문 상권 내에 오프라인 매장을 보유한 도매상
- 도매상 판매 금액 상위 셀러
- Made in Korea 의무 / Made in Seoul 우대
- 매 시즌 별 100~250개 내외의 셀러 입점 추진
- 판매 결과에 따라 하위 업체 자동 교체
- 입점사 협의회의 합의를 통해 신규 입점 기업 선정 추진

마케팅 지원 소매 셀러 선정 기준

- 동대문 플랫폼을 활용 소매 창업 희망자 혹은 창업자
- 동대문 창업지원 라운지 수업 1개 강의 이상 수강 필요
- 1회 이상 플랫폼 내의 판매 활동 추진

③ 패션테크라운지

동대문 상권의 활성화를 위해 일반 소비자들과 인플루언서의 방문을 유도하기 위한 콘텐츠 개발
 동대문 패션 산업의 오늘을 경험하고, 다양한 커뮤니케이션 활동을 추진하는 공간

패션 테크 경험존	소매 쇼룸	리퍼브 마켓
<ul style="list-style-type: none"> 패션 가치사슬의 주요 포인트별 기술 접목을 통해 패션산업의 혁신 이미지 구축 디지털월, 오토 맞춤 생산 시스템 등을 체험할 수 있는 공간으로 구성 	<ul style="list-style-type: none"> 동대문 도매스틱 브랜드 및 디자이너 브랜드를 위한 상설 쇼룸 운영 비정기적 팝업 쇼룸 운영을 통해 '볼거리', '즐길거리' 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 동대문의 재고 이슈를 해결하고, 일반 소비자들을 유인할 수 있는 리퍼브 마켓 운영 테크적인 요소의 활용을 통해 소비자들에게 재미와 가치 동시에 제안



④ 디지털 스튜디오

기존의 아날로그형 운영 방식에서 벗어나 디지털 혁신 시스템 도입을 통해 확대되는 동대문 **디지털 플랫폼 내에서 경쟁력 확보 지원**

상품 촬영 스튜디오



- 기존 V커머스 스튜디오 연계 운영
- 온라인 업데이트를 위한 상품 촬영 스튜디오
- 전문 촬영 포토그래퍼 상주로 기업 지원 : 전문 기법 주기적 강의
- 사용자 부담

라이브스트리밍 라운지



- 디지털 콘텐츠를 활용하여 백드롭의 자유로운 변형 가능
- 유튜브 콘텐츠 개발을 위한 라이브 스트리밍 센터 지원
- 촬영을 위한 기본 세팅, 디지털 셀럽 연계 지원

패션산업의 전체 가치사슬에서 발생하는 모든 데이터와 연관되는 동대문 패션 클러스터는 동대문을 넘어 패션 산업 전반에 걸친 디지털 트랜스포메이션에 영향
DT를 통한 동대문 상권의 패러다임 전환 지원

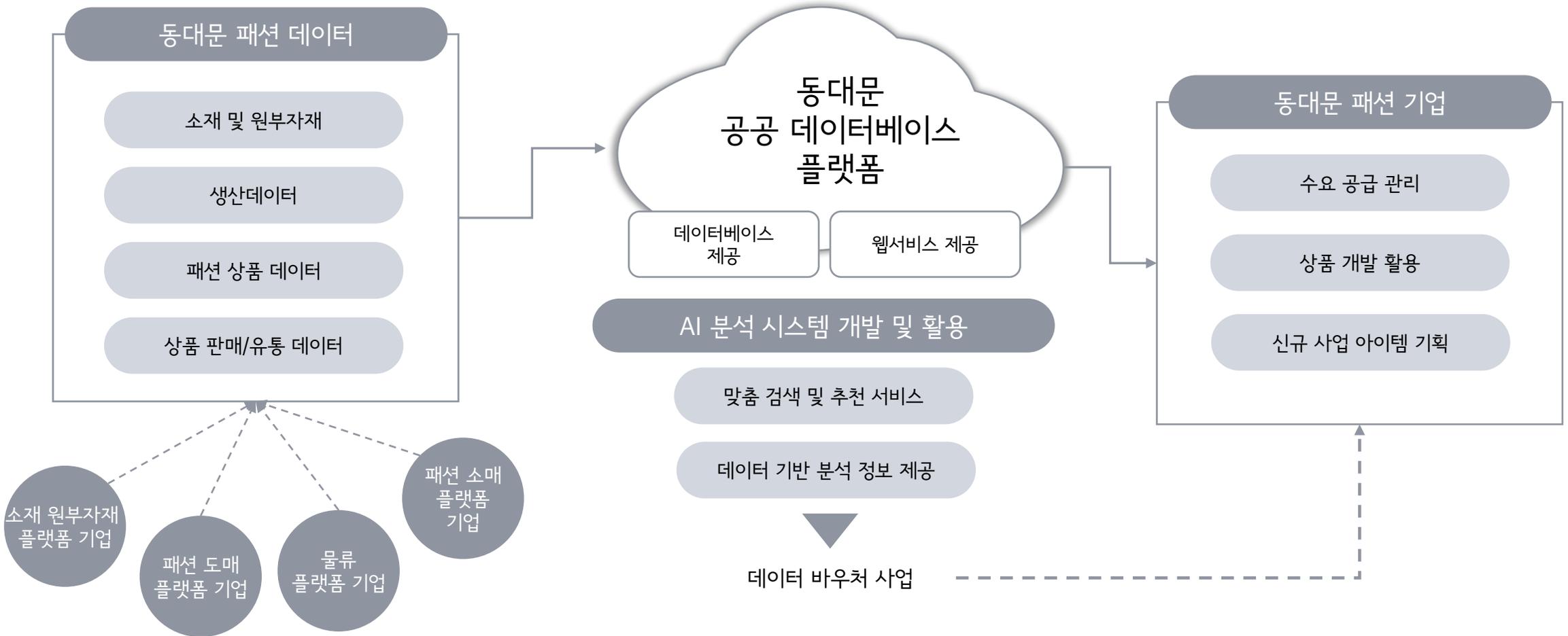


기획 (디자이너/브랜드)	원부자재	생산	유통 (도매상인)	유통 (물류 에이전트)	유통 (온/오프 소매 상인)	소비자
------------------	------	----	--------------	-----------------	--------------------	-----

섬유 패션 빅데이터 플랫폼	일반 패션산업	국내외 패션 기업 패션 브랜드	소재 및 원부자재 업체 (대구/경기북부 소재)	생산 벤더 프로모션 제조 공장		물류전문기업 (CJ, 롯데 등)	백화점, 온라인 몰, 패션 버티컬 플랫폼	카드사, 소셜 플랫폼
	주요 협단체	디자이너연합회 패션산업협회	섬유산업연합회 섬유수출입협회	패션산업협회			백화점 협회 유통산업연합회	
동대문 패션상권		동대문 상권 내 활동 개인 디자이너 디자이너 브랜드 상인	동대문 종합시장 방산시장 등	서울 소재 봉제기업	동대문 도매 상가 및 상인	사입삼촌	동대문 기반 소매 셀러	
			스와치온	모두의 신상 메이크잇 등	신상마켓 링크샵스	셀업, 아비드,	에이블리, 브랜드, 지그재그 등	

① 동대문 공공 데이터베이스 구축

동대문 시장에서 발생하는 다양한 데이터를 한 곳에 모으고,
이를 활용하여 동대문 패션 상권의 디지털 트랜스포메이션 지원 확대



② 동대문 패션 물류센터

동대문 상권 특화 도심형 물류 풀필먼트 센터 운영을 통해
물류 혁신을 통한 동대문 패션 시스템의 선진화 지원

동대문 상품 바코드 시스템 도입



- 동대문 거래 상품의 바코드화 지원을 통해 실제 거래 내역의 실시간 추적 및 데이터 확보

자동화 도심형 풀필먼트 센터



- 동대문 패션 상품의 특성을 반영한 도심형 풀필먼트 센터 구축
- 장기적으로 M2C(manufacturer to Customer) 가 가능할 뿐만 아니라 빠른 배송 지원을 통해 소비자 만족도 제고

도심형 물류 시스템 구축



- 동대문 지역의 상거래 관련 데이터 및 물류 디지털화 추진 지원
- 오토스토어 구축을 통해 좁은 면적에 최적화된 물류 창고 구축

동대문 상권 환경 개선 및 이미지 개선

동대문 상권 환경 개선을 통해 전반적인 동대문 이미지 개선 효과 유도
일반 소비자들에게 '동대문' 혁신 이미지 제공을 위한 공공 이벤트 및 프로젝트 추진

동대문 상권 환경 개선



- 동대문 지역 환경 개선 프로젝트 추진 (ex. 미국 가먼트 디스트릭트)
- '걸고 싶은 거리', '가고 싶은 지역' 만들기 지역 환경 개선

동대문 로컬 마켓 페스티벌



- 동대문 지역의 상인 및 도매스틱 브랜드가 참여하는 마켓 페스티벌
- 동대문 고유 콘텐츠 개발 지원 (ex. 메이드 인 서울 연계)
- 동대문 DDP의 라이프스타일 몰화 추진

동대문 뷰티패션 상권 활성화를 위해 총 3단계 사업으로 추진

	1단계 (2023~2024)	2단계 (2025~2027)	3단계 (2028~)
사업 목표	사업 계획 및 동대문 생태계 활성화 기반 구축	디지털 트랜스포메이션	민간 주도형 시스템으로 전환
주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 동대문 뷰티패션상권 활성화를 위한 사업계획 수립 • 동대문 민관 협의체 '동대문 얼라이언스' 구축 및 주요 협력 기업과의 MOU 체결 • 동대문 패션 생태계 재구축을 위한 사업 추진 • 동대문 디지털 트랜스포메이션을 위한 기반 설계 	<ul style="list-style-type: none"> • 1단계 사업을 기반으로 동대문 생태계 내부 데이터 취합을 위한 플랫폼 구축 • 동대문 연계 민간 플랫폼 기업과 협업 강화 • 민간 협력 사업의 이익 환원 모델 실행 • 장기 프로젝트화를 위한 별도의 자원 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 민간 주도 '자발적 동대문 혁신 생태계' 유지 발전 시스템으로 전환 • 민간 중심의 산업 활성화 사업, 공공 중심의 지역 환경 개선 사업으로 이원화 협력
핵심 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 동대문 도소매 창업자 육성 프로그램 • 동대문 밸류체인 연계 특화 소품 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 동대문 공공 데이터베이스 구축 • 동대문 전용 물류 인프라 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 동대문 지역 활성화 및 이미지 개선 사업 • 동대문 기반 일반 시민 대상 페스티벌 개최

동대문 패션상권 생태계 재구축을 위해 3개년간 총 122억원 투자, 동대문 디지털 트랜스포메이션을 위해 총 154억원 사업비 필요

1개년 기준 전체 사업비 총괄

	임대료	구축	인건비	운영	사업	홍보
동대문 패션 상권 생태계 재구축	6,900,000,000	3,448,000,000	1,482,000,000	1,344,000,000	769,000,000	354,000,000
도소매창업자 육성	495,000,000	128,500,000	198,000,000	18,000,000	429,000,000	42,000,000
① 창업라운지 구축(50평, 165㎡)	495,000,000	78,500,000	198,000,000	18,000,000	60,000,000	18,000,000
② 창업 교육 프로그램	-	50,000,000	-	-	213,000,000	24,000,000
③ 창업자 초기 지원	-	-	-	-	156,000,000	-
동대문 밸류체인 연계 특화 쇼룸 구축	6,405,000,000	3,319,500,000	1,284,000,000	1,326,000,000	340,000,000	312,000,000
① 2층 도매 쇼룸(150평, 500㎡)	1,980,000,000	864,000,000	360,000,000	24,000,000	-	144,000,000
② 1층 소매 쇼룸(300평, 990㎡)	2,970,000,000	1,995,000,000	270,000,000	1,272,000,000	180,000,000	120,000,000
③ 1층 디자이너쇼룸 (50평, 165㎡)	495,000,000	66,000,000	216,000,000	12,000,000	160,000,000	-
④ 1층 리퍼브 마켓 (50평, 165㎡)	495,000,000	82,500,000	240,000,000	-	-	48,000,000
⑤ 2층 디지털 스튜디오(47평, 155㎡)	465,000,000	312,000,000	198,000,000	18,000,000	-	-
동대문 디지털 트랜스포메이션	1,013,760,000	6,145,120,000	1,566,000,000	186,000,000	1,320,000,000	1,280,000,000
동대문 뷰티패션상권 DB 구축	-	1,900,000,000	558,000,000	138,000,000	1,200,000,000	50,000,000
① 공공 데이터 구축	-	1,700,000,000	360,000,000	96,000,000	300,000,000	50,000,000
② DB활용 상품 판매 및 개발 지원	-	200,000,000	198,000,000	42,000,000	900,000,000	-
동대문 전용 물류 인프라 구축	1,013,760,000	4,245,120,000	1,008,000,000	48,000,000	120,000,000	1,230,000,000
① 풀필먼트 센터 운영(120평, 396㎡)	380,160,000	285,120,000	882,000,000	12,000,000	120,000,000	1,200,000,000
② 물류 창고(200평, 660㎡)	633,600,000	3,960,000,000	126,000,000	36,000,000	-	30,000,000

연차별 공공 지원 사업비

	1년차(2023년하반기)	2년차(2024)	3년차(2025)
동대문 패션 상권 생태계 재구축	3,964,000,000	3,949,000,000	4,343,900,000
도소매창업자 육성	149,500,000	687,000,000	755,700,000
① 창업라운지 구축(50평, 165㎡)	99,500,000	294,000,000	323,400,000.0
② 창업 교육 프로그램	50,000,000	237,000,000	260,700,000.0
③ 창업자 초기 지원	-	156,000,000	171,600,000.0
동대문 밸류체인 연계 특화 쇼룸 구축	3,814,500,000	3,262,000,000	3,588,200,000
① 2층 도매 쇼룸(150평, 500㎡)	969,000,000	528,000,000	580,800,000
② 1층 소매 쇼룸(300평, 990㎡)	2,355,000,000	1,842,000,000	2,026,200,000
③ 1층 디자이너쇼룸 (50평, 165㎡)	78,000,000	388,000,000	426,800,000
④ 1층 리퍼브 마켓 (50평, 165㎡)	82,500,000	288,000,000	316,800,000
⑤ 2층 디지털 스튜디오(47평, 155㎡)	330,000,000	216,000,000	237,600,000
동대문 디지털 트랜스포메이션	6,331,120,000	4,352,000,000	4,787,200,000
동대문 뷰티패션상권 DB 구축	2,038,000,000	1,946,000,000	2,140,600,000
① 공공 데이터 구축	1,796,000,000	806,000,000	886,600,000
② DB활용 상품 판매 및 개발 지원	242,000,000	1,140,000,000	1,254,000,000
동대문 전용 물류 인프라 구축	4,293,120,000	2,406,000,000	2,646,600,000
① 풀필먼트 센터 운영(120평, 396㎡)	297,120,000	2,214,000,000	2,435,400,000
② 물류 창고(200평, 660㎡)	3,996,000,000	192,000,000	211,200,000

동대문 패션상권 생태계 재구축을 위해 1차년도 서울시 예산 39.6억원 투입

	구축비	운영비	1년차 총 사업비
동대문 패션 상권 생태계 재구축	3,448,000,000	516,000,000	3,964,000,000
도소매창업자 육성	128,500,000	21,000,000	149,500,000
① 창업 라운지 구축(50평, 165㎡)	78,500,000	21,000,000	99,500,000
② 창업 교육 프로그램	50,000,000	-	50,000,000
③ 창업자 초기 지원	-	-	-
동대문 밸류체인 연계 특화 쇼룸 구축	3,319,500,000	495,000,000	3,814,500,000
① 2층 도매 쇼룸(150평, 500㎡)	864,000,000	105,000,000	969,000,000
② 1층 소매 쇼룸(300평, 990㎡)	1,995,000,000	360,000,000	2,355,000,000
③ 1층 디자이너쇼룸 (50평, 165㎡)	66,000,000	12,000,000	78,000,000
④ 1층 리퍼브 마켓 (50평, 165㎡)	82,500,000	-	82,500,000
⑤ 2층 디지털 스튜디오(47평, 155㎡)	312,000,000	18,000,000	330,000,000

구축비

- 오프라인 공간 구축 시설 투자 비용
인테리어 설계 및 설비 투자
- 디지털 기술 임대 및 구축 비용

운영비

- SBA 사업 운영 추진비
내부 인건비, 제세공과금 등
- 컨셉 기획 비용
- 파일럿 프로그램 운영 테스트 비용

동대문 패션 상권 생태계 재구축을 통해 혁신 인력의 시장 진입 확대,
신규 창업 기업 증대 및 기존 기업의 성장 뿐만 아니라 약 3,779억원의 매출 상승 효과

3년간 총 28,800명의 동대문 전문 교육 이수, 동대문 패션 상권에 대한 이해도 제고

3년간 총 1,800개의 소매 기업, 180개 도매 기업 창업 지원

연 100여개의 도매 기업 매출액 상승 효과 및 1,200개 기업 경영 개선 효과

3년간 총 3,779억원의 매출 추가 발생 기대

연간 동대문 방문객 약 15% 상승, 158만명 추가 방문 예상

동대문 패션 생태계 재구축 사업의 경제 타당성 B/C 분석 결과 1.08로 타당성 확보
 동대문 디지털 트랜스포메이션 사업 또한 B/C 분석 결과 1.48로 타당성 확보

동대문 패션 생태계 재구축 사업

연도	비용			편익			현재가치	
	창업라운지	쇼룸	합계	창업라운지	쇼룸	합계	비용	편익
2023	377	7,433	7,809	-	-	-	7,473	-
2024	1,182	9,667	10,849	1,306	8,006	9,311	9,935	8,527
2025	1,182	9,667	10,849	2,612	9,742	12,353	9,507	10,825
2026	1,182	9,667	10,849	2,612	11,478	14,090	9,098	11,815
2027	1,182	9,667	10,849	2,612	13,214	15,826	8,706	12,700
2028	1,182	9,667	10,849	2,612	14,951	17,562	8,331	13,486
합계	6,287	55,768	62,054	11,754	57,390	69,143	53,049	57,353

(단위: 백만원)

총편익의 현재가치(A)	총비용의 현재가치(B)	BC Ratio (A/B)	NPV	IRR
57,353	53,049	1.08	4,304	16.01%

주: 2022년 말 기준임

동대문 디지털 트랜스포메이션

연도	비용			편익			현재가치	
	공공데이터	물류인프라	합계	공공데이터	물류인프라	합계	비용	편익
1차년도	2,242	5,229	7,471	-	-	-	7,149	-
2차년도	1,946	3,420	5,366	2,922	4,200	7,122	4,914	6,521
3차년도	1,946	3,420	5,366	5,842	4,800	10,642	4,914	9,326
4차년도	1,946	3,420	5,366	5,842	5,400	11,242	4,702	9,427
5차년도	1,946	3,420	5,366	5,842	6,000	11,842	4,500	9,503
6차년도	1,946	3,420	5,366	5,842	6,000	11,842	4,306	9,094
합계	11,972	22,329	34,301	26,290	26,400	52,690	29,691	43,871

(단위: 백만원)

총편익의 현재가치(A)	총비용의 현재가치(B)	NPV	BC Ratio (A/B)	IRR
43,871	29,691	14,180	1.48	49.40%

주: 2022년 말 기준임

민간 기업과 협업 지원 모델을 활용, 실효성 있는 공공 지원 프로그램 운영 및 DDP 역할 재정의를 통한 동대문 뷰티패션 상권 활성화

KFS(Key Factor for Success)

경영/ 기획

- 소매 셀러 시장 진입 확대를 위한 **창업 지원 프로그램 운영**
- 혁신 및 전문성 강화를 위한 **교육프로그램 운영**
- **도매스틱 브랜드로 전환** 추진
- 디지털 트랜스포메이션 지원

마케팅

- 온라인을 통한 바이럴 마케팅 확대
- 지역 페스티벌 강화를 통한 **'가고 싶은' 지역 이미지 구축**

유통

- 동대문을 **패션 스타트업 밸리로서의 이미지 메이킹**
- IT 기술의 확대를 통해 글로벌 시장으로 진출
- **민간 업체와 협력을 통한 O2O, D2O(Designer to Online)**
동대문 POP-UP STORE, 동대문 FASHION WEEK

기대효과

- 동대문 신규/기존 사업자들에게 즉각적이고 **실질적인 지원** 가능
- **각 사업자의 경쟁력 제고**
- 동대문 출신 성공사례 확대 통한 추가 인재 유입 가능
- 패러다임 변화에 발맞춰 동대문 생태계 변화

- **'동대문브랜드' 구축**을 통한 지역/상권 이미지 개선
- 동대문 뷰티패션 상권 내 DDP 입지 확보
- 장기적으로 동대문 상권 활성화

- '동대문' 상권에 대한 부정적 이미지 쇄신
- 민간 혁신 시스템 접목을 통한 **개방형 혁신 생태계** 구축
- **전통 상인과 신형 혁신가의 협업** 지원
- 동대문 사업자들을 위한 **소비자 접점 확대**
- 동대문 지역적 특성을 반영한 **로컬 특화 콘텐츠** 발굴