

스타일테크는 패션·뷰티 산업에

4차산업혁명 기술을 융합한 새로운 분야로

시장에 신선한 비즈니스 모델을 제시하고 있다.

앞으로 기술은 일상의 모든 공간에 스며들 것이다.

새로운 시대에 맞는 생활방식을 디자인하라!

STYLETECH

스타일에
기술을 입히다!

스타일테크
유망기업 1기

50
1970-2020
한국디자인진흥원

2019 — STYLETECH INNOVATION BY SERVICE DESIGN



산업통상자원부

kdpc 한국디자인진흥원

2019 STYLETECH INNOVATION BY SERVICE DESIGN

2019 STYLETECH INNOVATION BY SERVICE DESIGN



2019
STYLETECH
INNOVATION
BY SERVICE
DESIGN

STYLETECH, 스타일에 기술을 입히다!

CONTENTS

PROLOGUE

스타일테크, 세계시장을 선도할 새로운 생태계
프로그램 소개

CHAPTER 1.

스타일 X 인공지능, 빅데이터

옴니아스 — 인공지능, 패션업계의 디지털 전환을 주도하다
웃딜 — 나에게 필요했던 이커머스 인공지능 솔루션
스타일봇 — 내 손안의 인공지능 스타일리스트
키즈픽 — 아이들과 부모를 위한, 가장 인간적인 스타일테크
스트롱소다 — 인간지능 스타일 비서 서비스
마들렌메모리 — 가장 익숙하고 쉬운 패션쇼핑 앱
틸투원 — 스마트한 큐레이션으로 패션 한류의 연결고리가 되다

CHAPTER 2.

스타일 X XR, IoT, 센서

가상현실(VR), 증강현실(AR), IoT, 센서, 웨어러블 등

버추어라이브 — 현실과 가상현실의 융합으로 새로운 비즈니스 모델을 제시하다
세이프웨어 — ‘안전’이라는 가치 창출, 신시장 개척으로 이어지다
슈퍼웍스컴퍼니 — 창의성이 산업을 리드하는 미래를 위한 플랫폼
로로젬 — 모바일로 미리 가상 체험하는 패션 아이템
석세스모드 — 사진만 찍어 올리면 해외주소로 상품을 배송하다

CHAPTER 3.

스타일 X 클라우드, 플랫폼

종달랩 — 동대문 부자재 시장을 온라인으로 옮겨놓다
버닝브로스 — 패션 업계 비즈니스 모델에도 한류가 존재한다
거북선컴퍼니 — 동대문 시장의 거래 시스템을 혁신하다
인포크 — 소셜미디어 인플루언서들을 위한 스타일 플랫폼을 구축하다
허브 — K스타일을 글로벌 시장에 연결하는 플랫폼
셀러허브(구 레이블리코리아) — 셀러들의 구원자, 국내 온라인 시장의 펀더멘털을 강화하다
쑤잉 — 패션 업계의 실무환경과 시장파악능력을 개선하다

ABOUT

STYLETECH

스타일테크 유망기업 1기 성과

프로그램 성과

PROLOGUE

스타일테크, 세계시장을 선도할 새로운 생태계 ● 프로그램 소개

스타일테크, 세계시장을 선도할 새로운 생태계

한국디자인진흥원은 디자인 주도의 비즈니스 혁신을 위해 다양한 분야의 성장을 돕고 있습니다. 그중 디자인이 경쟁력, 성패에 영향을 미치는 패션·뷰티 산업에 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 증강·가상 현실(AR·VR) 등 4차 산업혁명 기술을 융합하여 새로운 비즈니스를 만들어가는 시장 변화를 주목하고 있습니다. 우리 기업들이 좋은 아이디어, 비즈니스 모델이 잘 성장할 수 있도록 정책적인 지원이 더해진다면, 산업을 혁신하고 국가를 이끌 원동력이 될 수 있기 때문입니다.

인공지능(AI) 추천 엔진으로 사용자별 최적 상품을 선정해 개인별 추천 상품을 노출 시켜주는 온라인 패션 플랫폼 ‘지그재그(기업명:크로키닷컴)’는 기업가치 1천억 원 이상의 예비 유니콘으로 선정되었으며, 빅데이터 기술을 접목해 뷰티 전문 전자상거래 서비스를 운영 중인 ‘미미박스’는 약 395억 원 규모의 시리즈D 투자를 유치하여 매년 놀랄만한 성장을 이어가고 있습니다.

한국디자인진흥원은 이처럼 K-스타일, 기술, 디자인 융합을 통해 성장을 돕는 스타일테크 유망기업 성장지원 프로그램을 2019년부터 시행해 오고 있습니다. 다양한 기업들이 협업할 수 있도록 조성된 스타일테크 디케이웍스(공유오피스)를 포함하여 액셀러레이팅 프로그램, 디자인 인력, 프로토타입 제작 등을 지원하고 있습니다.

새로운 산업, 스타일테크 시작을 알리며 첫 단추를 꿰 2019년 한 해 동안 참여 기업들의 평균 매출은 이전 대비 47%, 투자는 34.3%가 증가한 것으로 확인되었습니다. 대·중소기업 및 참여 기업 간의 협업과 교류를 통해 다양한 성과를 창출하고, 6개(1기 참여기업) 유망기업에서 46.9억 원의 투자를 유치했으며, 이랜드리테일, GS홈쇼핑, 유닉스 대만 등 대기업, 외국계 기업과의 협력도 활발히 이뤄졌습니다. 그렇기에 스타일테크는 이전 더 이상 낯설거나 새로운 시도가 아닌 산업의 변화를 이끄는 큰 흐름이라고 할 수 있습니다.

스타일테크 유망기업 성장지원 프로그램을 통해 서로 다른 기술이 융합하여 새로운 가치를 창출하고, 가치사슬 단계별 다양한 포지션을 가진 기업들이 열린 마음으로 각자가 가진 지식과 경험을 공유하며 협업할 수 있다면 스타일 산업의 건강한 생태계가 만들어질 것이라 확신합니다.

한국디자인진흥원은 어렵게 일구어낸 새로운 생태계를 더욱 비옥한 발신지로 가꾸어나가기 위해 다양한 프로그램을 준비하고 있습니다. 또한, 앞으로도 스타일테크 산업이 더욱 영글도록, 그리고 전문기관과 기업이 서로 협업하여 다양한 시너지를 발현할 수 있도록 노력하겠습니다.

이 책에는 2019년 스타일테크 지원사업에 참여한 기업들의 성장 과정은 물론 K패션, K뷰티 산업 현장의 생생한 목소리가 담겨 있습니다. 수많은 역경과 고난 그리고 그것을 풀어내는 기발한 솔루션들부터 창의력이 돋보이는 아이디어들, 시장의 아날로그 패러다임을 디지털화하는 스마트한 도전들, 실무자들의 업무 부담을 획기적으로 덜어주는 시스템, 해외 판로 개척방법까지 다양한 유망기업들의 이야기를 생생하게 기록하였습니다. 그리고 이 책을 통해 다른 산업에 비해 비교적 디지털화가 더디다고 여겨졌던 패션, 뷰티 분야가 스타일테크를 통해 어떠한 변화를 시도하고 있는지 알고고자 합니다.

시대적 흐름이 실시간으로 구현되는 매력적인 분야 스타일 산업, 세계가 주목하는 21세기 문화 아이콘 대한민국의 스타일테크 산업은 세계시장을 선도할 수 있는 충분한 잠재력을 품고 있습니다. 한국디자인진흥원은 앞으로도 그 가능성을 현실화시킬 수 있는 안내자로서 새로운 기업들을 발굴하고 지원하며 스타일테크를 넘어 세계가 주목하는 디테크(DesignTech) 생태계 구축에 힘쓰겠습니다. 감사합니다.

한국디자인진흥원장 윤주현

스타일테크 유망기업 성장지원 프로그램

STYLETECH

스타일테크란?

패션, 뷰티 등 스타일 분야에 4차 산업혁명 테크(AI, Sensor, IoT, Cloud, AR·VR, Blockchain, Robot, 신소재) 등을 융합해 새로운 가치를 창출하는 신사업(기술, 상품, 서비스) 분야

- 1 — **패션** 의류, 신발, 가방, 안경, 주얼리, 시계 등 패션 관련 가치사슬 상의 제품 또는 서비스
- 2 — **뷰티** 화장품, 미용기기 등 뷰티 관련 가치사슬 상의 제품 또는 서비스

한국디자인진흥원은 역량과 잠재성을 갖춘 스타일테크 기업의 시장 진입과 성장을 견인하기 위해 스타일테크 유망기업을 선정하여 지원하고 있습니다. 스타일 산업에 IT 기술을 융합하여 새로운 비즈니스를 창출하고자 하는 유망기업과 대·중견기업 간 협업 및 공간, 프로그램을 지원하여 성장의 동력을 마련합니다. K-스타일의 미래를 함께 그려갈 스타일테크 유망기업의 많은 참여를 기다립니다.

스타일테크 액셀러레이팅 프로그램이 진행되는 공간인 Styletech DKworks는 최적의 입지인 강남 테헤란로에 마련되어 있습니다. 프로그램 진행 기간 동안 참여 기업들이 서로 영향을 주고 받으며 함께 성장할 수 있는 기회와 협업의 공간입니다.

Styletech의 세가지 융합 프로세스

- 1 — **기업과 기업** 크고 작은 규모를 가진 기업들의 융합
- 2 — **산업과 기술** 스타일과 기술이라는 이중 산업의 융합
- 3 — **사람과 사람** 다양한 경험을 가진 인력 간의 융합

위 세가지 융합 과정을 통해 만들어내는 시너지로 국내 시장에 새로운 산업 생태계를 구축해가고 있습니다. 또한 Styletech 액셀러레이팅 프로그램을 통해 유망 기업들의 서비스 고객 경험을 한층 더 고도화하고, 서비스디자인 기반의 오픈이노베이션을 통해 기업간 협업을 돕습니다. 스타일테크 기업들이 새로운 가치를 창출하는 사례가 늘어날수록 K스타일 산업은 4차산업혁명 사회에 걸맞는 형태로 진화해갈 것입니다. 한국디자인진흥원은 스타일테크 유망기업들이 프로그램을 통해 성장할 수 있도록 최선을 다해 지원하겠습니다.

프로그램 개요

지원대상 · 분야

- 스타일산업 분야 유망 기업(중견·중소기업)
- 디자인을 통한 사업모델 혁신, 신규 비즈니스모델 개발을 희망하는 스타일 산업 분야 기업

주최 산업통상자원부

주관 한국디자인진흥원

액셀러레이팅 협력기업

스파크랩, 스파크플러스, 바이널익스피리언스, 벤처스퀘어

오픈이노베이션 협력기업

두산그룹

지원규모

20개사 내외

공유오피스 20개사, 액셀러레이팅 프로그램 10개사 – 중복지원 가능

지원내용

기업 당 최대 5천만 원 상당의 지원 프로그램 제공

- 액셀러레이팅(AC) 프로그램** — 대·중견기업 오픈이노베이션 참여기회, 다양한 분야 멘토링, 전문가 컨설팅, 디자인 전문인력 파견, 인턴 파견, 프로토타입 제작비, 서울 강남지역 공유오피스 제공, 데모데이 참가 기회, 체험전시 공간 제공 등
- 공유오피스(Styletech DKworks) 지원** — 업무공간, 미팅룸, 스튜디오 등 오피스 공간 제공
- 디자인전문인력지원** — 최대 5개월 이내 급여 70~50%지원
- 프로토타입 제작 비용 지원** — 선정기업 중 성과달성 기업
- 세미나, 컨설팅 및 네트워킹 제공**
- 프로모션** — 선정기업 모두 (스타일테크 플랫폼, 온/오프라인 홍보)
- 투자유치** — 선정기업 중 성과달성 기업 (데모데이, UX 스튜디오 운영 등)

*상세 지원내용은 상황에 따라 변동될 수 있음

문의처

한국디자인진흥원 서비스디자인실 제조서비스팀 스타일테크 프로그램 담당자

전화 — 031-780-2237, 2148, 2240 **이메일** — styletech@kidp.or.kr

CHAPTER 1.

스타일

×

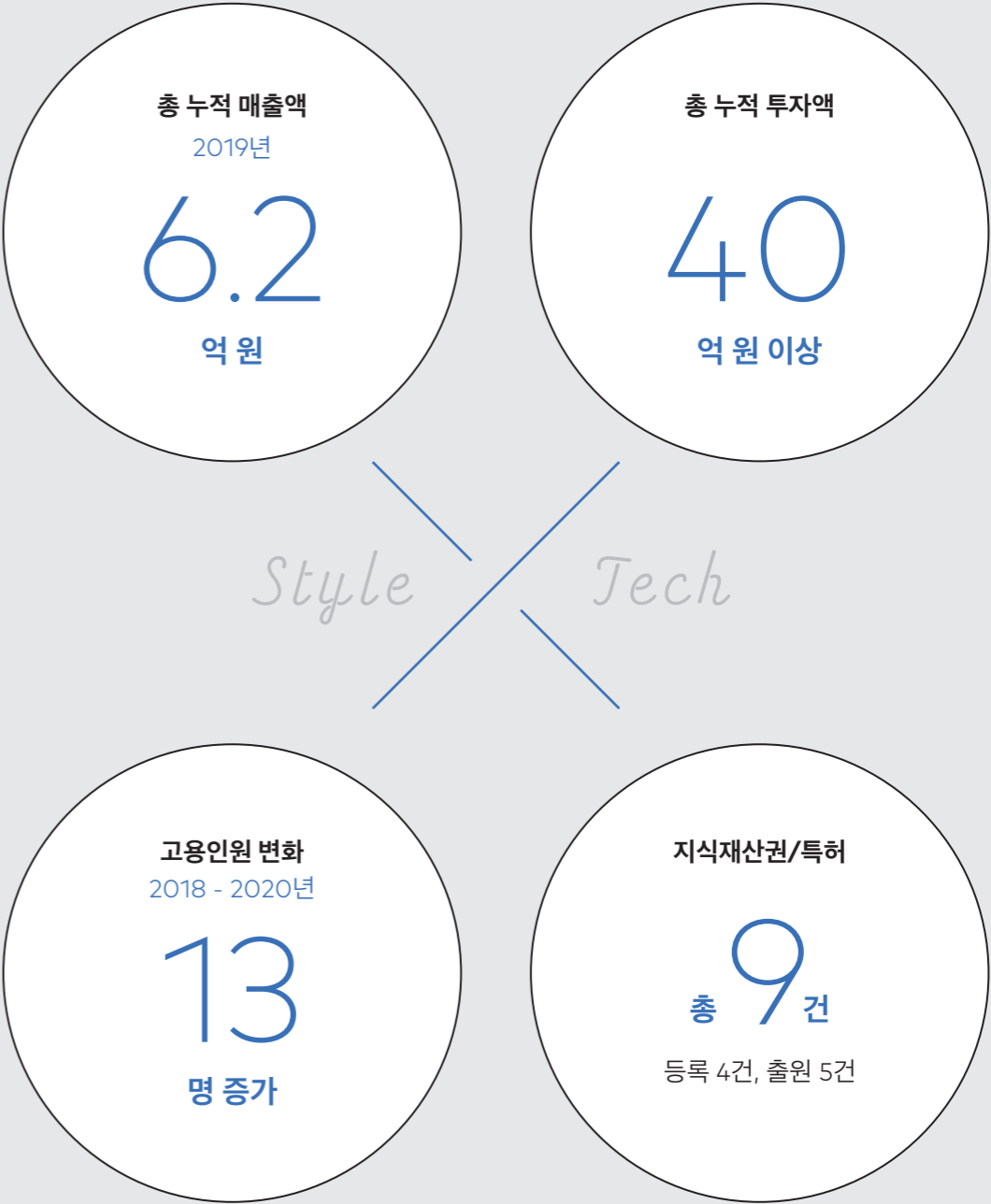
인공지능,
빅데이터

옴니어스 — 인공지능, 패션업계의 디지털 전환을 주도하다 ● 옷딜 — 나에게 필요했던 이커머스 인공지능 솔루션 ● 스타일봇 — 내 손안의 인공지능 스타일리스트 ● 키즈픽 — 아이들과 부모를 위한, 가장 인간적인 스타일테크 ● 스트롱소다 — 인간지능 스타일 비서 서비스 ● 마들렌메모리 — 가장 익숙하고 쉬운 패션쇼핑 앱 ● 톨투원 — 스마트한 큐레이션으로 패션 한류의 연결고리가 되다

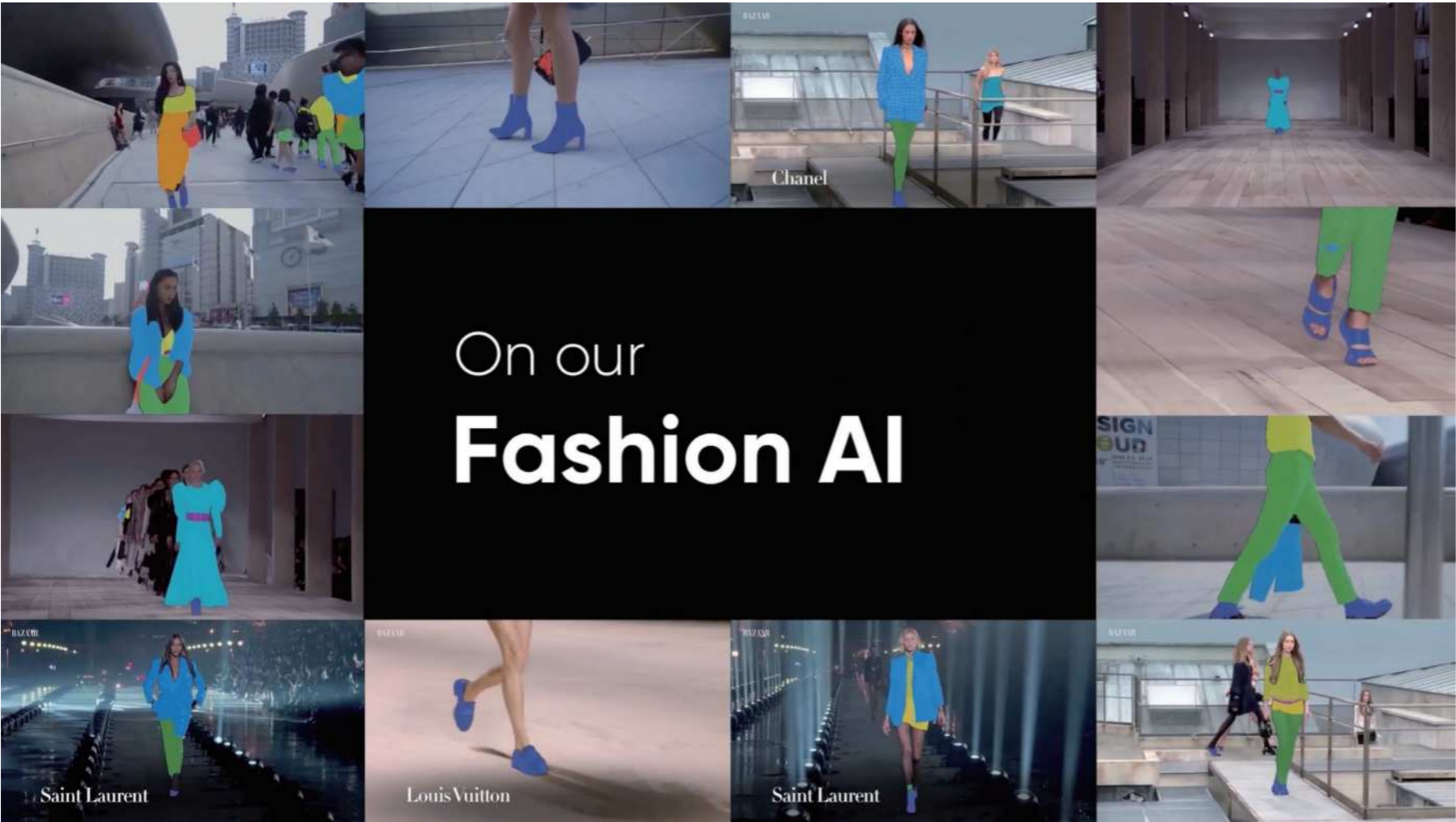
인공지능, 패션업계의 디지털 전환을 주도하다

OMNIOUS

[스타일과 테크의 결합이 옴니아스에 가져다준 변화]



옴니아스 OMNIOUS	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	옴니아스 태거, 옴니아스 렌즈, 옴니아스 스튜디오
	Style X Tech	패션 이커머스 X 인공지능(AI)
옴니아스는 인공지능, 패션, 개발, 프로덕트 전문가들이 함께 일하는 패션 AI 기업이다. 2015년 카이스트에서 딥러닝 기술을 연구하던 공동 창업자들에 의해 설립되었다. AI를 통한 패션 산업의 디지털 전환을 선도하기 위해 지난 5년간 AI엔진을 고도화해온 결과 현재 '옴니아스 태거', '옴니아스 스튜디오', '옴니아스 렌즈' 등 3종의 AI 솔루션을 상용화, 시장에 공급하고 있다. 국내의 대표적인 패션/유통 대기업부터 포스트 유니콘 기업으로 주목받고 있는 패션 스타트업들을 고객사로 보유한 옴니아스는 패션 이커머스와 브랜드 비즈니스의 새로운 패러다임을 만들어가는 데 중추적인 역할을 할 것으로 기대된다.		



패션이 인공지능을 만났을 때

패션은 속도가 생명이다. 시즌마다 변화하는 트렌드를 따라가지 못하면 금방 뒤처지게 된다. 변화의 속도도 빨라지고 있고, 주기도 갈수록 짧아지는 추세이기 때문에 인간의 힘으로 하는 분석은 점점 효율성이 떨어지고 있다. 그런 작금의 패션 산업의 추이를 볼 때, 옴니아스는 패션 관련 국내 이커머스 시장에 반드시 필요한 AI 솔루션을 공급하는 B2B 비즈니스 회사다. AI의 분석속도는 사람보다 100배 이상 빠르고, 정확도도 20% 높다.

인공지능 기술 도입 이후 패션산업은 급속한 마케팅 전략 변혁기를 맞이했다. 24시간 반복 학습능력을 갖춘 AI는 방대한 데이터를 흡수하며 스스로 진화를 거듭하는 중이다. 이를 활용할 역량을 갖춘 브랜드는 언제든지 원하는 정보를 제공받을 수 있게 된다. 패션을 데이터로 풀어낼 수 있다면, 브랜드는 자신들이 가진 역량의 선택과 집중을 통해 시장에서 전략적인 브랜드 아이덴티티 구축을 이뤄낼 수 있게 된다.

AI기술이 패션 소비에 미치는 영향

또한 이커머스 기업들 역시 개개인에게 증강된 맞춤형 고객 경험 서비스 제공이 가능해진다. 이는 패션 산업에 속한 브랜드가 차별화를 시도할 수 있는 계기가 될 것이다. ‘모두가 다 사는’ 천편일률적인 아이템이 유행하는 것이 아니라 소비자 개인의 성향과 취향에 맞는 구매가 유도되기 때문이다. 결국 옴니아스가 추구하는 ‘패션 비즈니스의 디지털 전환’이라는 가치는 패션 산업의 다양성을 확장하는 밑거름이 될 확률이 높다.

소비자들 역시 쇼핑에 대한 새로운 관점을 가지고 변화에 대응하고 있다. 2000년대 이후 온라인 쇼핑이 보편화된 이후에도, 자신의 취향을 찾으려면 오프라인에서의 많은 노력이 우선되었다. 온/오프라인에서 얻은 정보를 통해 온라인에서 가장 합리적인 구매처를 찾아내는 등 어느 정도의 시간과 공을 들여서 원하는 제품을 찾아냈다. 하지만 AI가 지금의 속도로 계속 발전한다면 머지않아 사람들은 모니터를 켜자마자 자신이 원하는 패션 아이템이 나열된 화면을 볼 수 있을지도 모른다. 옴니아스는 국내 패션 산업계에서 그러한 혁신을 가능케하는 3가지 솔루션을 선보이며 이미 눈에 띄는 변화를 선도하고 있다.

패션 산업에 특화된 AI 개발로 새로운 길을 개척하다

활용도에 따라 태거, 렌즈, 스튜디오 3가지로 분류된 옴니아스의 AI 솔루션은 영상 인식 기반의 딥러닝 AI를 바탕으로 개발되었다. 카이스트 출신의 박사급 공동 창업자들을 비롯한 최고 수준의 AI 개발 역량을 확보하고 있기 때문에 가능한 일이었다. 개발자 중심의 기업들은 트렌드를 따라가기 위해서 고심하다가 외부의 도움을 받는 경우가 많다.

하지만 옴니아스는 자체 에디터/MD/디자이너 출신들로 구성된 패션 전문팀을 구축하여 패션 실무 환경에 최적화된 AI를 개발할 수 있었다. 거기에 더해 80여 명의 외부 프리랜서 패션 전문가 그룹을 상시 운영하고 있다. 창립 이후 지난 5년간 오로지 패션 산업을 위한 학습 데이터를 구축하여 인공지능을 고도화해 온 것이다.

영상을 인식하여 가공물을 산출하는 AI를 다루는 기업들은 많지만, 오직 패션 산업에 특화된 AI를 개발하는 기업은 세계적으로도 흔치 않다. 그 중에서도 옴니아스와 같이 고도화된 데이터 베이스를 구축할 수 있는 역량을 갖춘 기업은 더욱 드물다. 그들이 보유한 3종의 AI 솔루션은 국내 패션산업에 신선한 바람을 일으키며 이커머스 고도화와 브랜드 역량 강화를 위해 활용되고 있다.

/00

패션 상품을 데이터화하는 것은
패션 산업의 패러다임을 바꿀 수 있는 주춧돌과도
같습니다. 그동안 패션 비즈니스는 사람의 직관과
경험에 의존하는 경향이 강했고, 과열 경쟁으로 인해
고비용 저마진의 구조적 어려움을 겪었습니다.

00/

K-STARTUP WEEK 2019

COMVEU



옴니어스 태거

Omnious Tagger

OMNIOUS SERVICE



속성 분석 솔루션, 이커머스의 고도화

2018년 론칭한 옴니어스 태거는 업로드한 패션 이미지를 인식하여 소재, 색상, 핏, 프린트 등 13가지 카테고리의 패션 아이템 속성을 자동으로 추출해내는 솔루션이다. 추출된 속성 정보는 이커머스의 검색 엔진과 필터를 고도화하는 데 활용된다. 또한 4개 국어(한, 영, 중, 일)로 지원되는 아이템들의 속성 정보를 기반으로 패션 시장과 경쟁사 상품 카탈로그를 디테일하게 분석할 수 있다.

방문 고객의 편의성 증가

쇼핑몰의 경우 AI로 자동 태깅한 상품 속성 정보를 쇼핑몰의 검색키워드로 활용할 수 있다. 이를 통해 고객이 쇼핑몰 내 검색이나 필터 설정으로 원하는 상품을 찾기가 쉬워진다. 편의성을 실감한 고객의 재방문도 기대할 수 있다. 속성 정보 추출은 개인이 찾고 있는 상품과 유사한 속성을 가진 상품 추천으로 이어지는 기반이 되어 구매 확률 상승에 영향을 미친다.

기업 효율 증가

옴니어스 태거 도입으로 기업은 302%의 검색 효율 향상, 10%의 객단가 상승, 90%의 운영 비용 절감이라는 놀라운 효율성을 획득할 수 있다. 실제로 LF몰은 옴니어스 태거를 도입한 이후 상품 검색 효율이 4배 상승했다고 한다. SNS 트렌드 키워드 연동 후 메인 페이지의 상품 노출당 클릭률이 65%나 증가했다. 이랜드의 경우 옴니어스 태거를 자사 데이터와 결합해 패션시장 분석 및 리서치 시간을 77%나 단축시켰다.

옴니어스 렌즈

Omnious Lens

OMNIOUS SERVICE



이커머스 고객 경험을 높여 구매를 유도하는 솔루션

옴니어스 렌즈는 쇼핑몰에서 소비자가 조회하고 있는 상품과 유사한 상품을 자동으로 추천해주는 솔루션으로, 다양한 구매 선택권을 제공하여 이커머스 고객 경험을 증강시킨다. 웹 서핑이 잦은 이들에게는 이제는 친숙한 AI 활용 기술이다. 하지만 옴니어스 렌즈는 패션 아이템의 모양과 컬러 뿐만 아니라 디테일한 속성과 무드가 반영된 상품을 추천해준다.

단순히 형태만 비슷한 옷을 골라주는 것이 아니라 디테일의 유사성을 잡아내기 때문에 고객의 입장에서는 선택의 폭이 넓어진다. 장바구니에 담고 싶은 아이템이 계속해서 눈에 보이는 셈인데, 그 고민의 과정에서 고객 체류 시간이 늘어나 구매 전환을 유도하는 데 기여하는 솔루션이다. 오프라인 매장이 아닌 이커머스 시장에서도 고객을 오래 잡아둘 무기가 필요한 시대이기 때문에 옴니어스 렌즈는 높은 활용성을 가진다. 또한 고객이 업로드한 패션 이미지 속 아이템을 인식하여 유사한 상품을 실시간으로 찾아주는 서비스도 제공한다

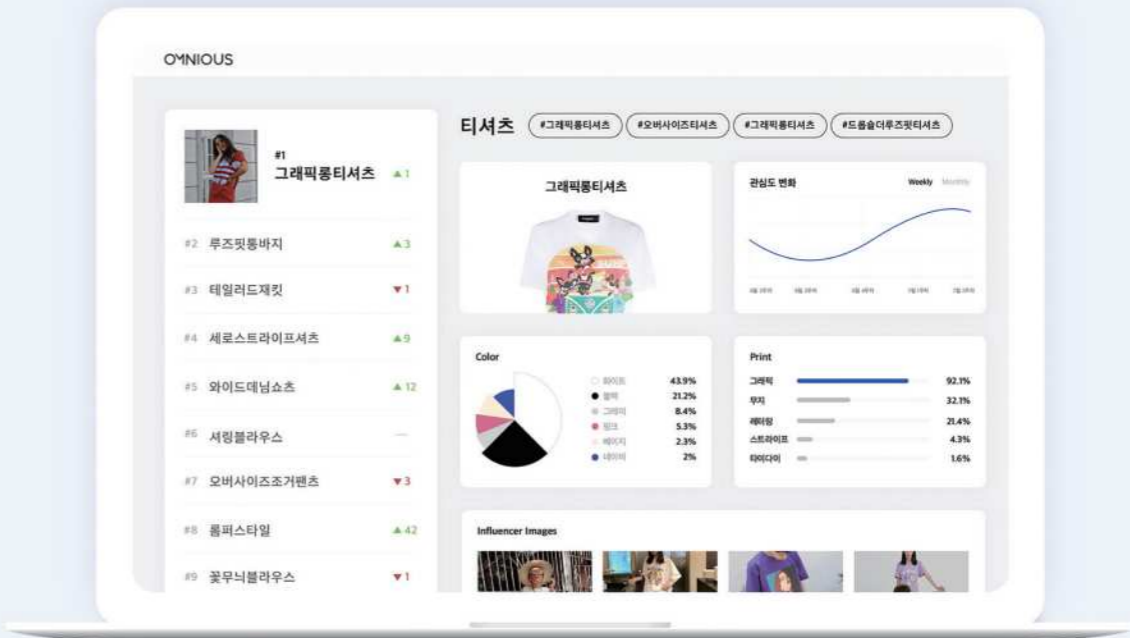


옴니어스 스튜디오

Omnious Studio

OMNIOUS SERVICE

OMNIOUS STUDIO



매주 55만 장의 SNS이미지로 패션 트렌드를 분석하다

옴니어스 스튜디오는 SNS 패션 인플루언서들의 계정(약 3만 명)과 패션 브랜드 (약 3천여 개)로부터 생성되는 패션 상품 이미지를 분석하여 트렌드 리포트 형태로 제공하는 SaaS(Software-as-a-Service)솔루션이다. 트렌드를 가장 빨리 확인할 수 있는 SNS 상에서 매주 55만 장의 이미지로부터 패션 트렌드 데이터를 뽑아내어 고객사에 제공하고 있다.

SNS에는 생동감 넘치는 트렌드가 가득하지만 그 규모가 방대하고 정보가 산발적이라 사람의 힘으로 유의미한 분석을 꾸준히 지속하기는 어렵다. 지금껏 대부분의 패션 브랜드들은 직원이 직접 발로 뛰며 시장 조사를 하거나 글로벌 트렌드 분석 기관 리포트 등을 참고해가며 상품을 기획했다. 하지만 이제는 AI가 자동으로 소비자들을 이끄는 패션 인플루언서와 경쟁 브랜드를 분석해줌으로써 데이터 인텔리전스(Data Intelligence) 기반의 효율성 높은 브랜드 운영이 가능해진 것이다.

패션 업계 종사자들의 업무 효율을 높인다

시장 조사와 샘플링을 위해 매장을 돌아다니던 패션 브랜드 직원들에게 발품을 파는 수고를 대체할만한 유일한 업무는 웹 정보 수집을 통한 리서치였다. 트렌드 파악 및 경쟁사 신상품 조사에 업무 시간의 상당 부분을 할애하기 때문에 창의적인 업무에 역량을 집중하기가 어려워진다. 패션 기업의 가장 흔하고 당연한 풍경이었다. 지금까지는 인력으로 하는 업무를 대체해줄 솔루션이 없었기 때문이다.

기업들이 옴니어스 스튜디오를 활용하면, 여러 인력이 막대한 시간을 들여가며 역량을 쏟아 얻어냈던 트렌드 분석 자료를 100배 더 빠르게, 20% 더 정확하게 얻을 수 있다. 신제품 개발을 할 때 인력을 더욱 생산적이고 실질적인 업무에 적절히 투입할 수 있게 되는 것이다. 옴니어스 스튜디오는 방대한 데이터를 분석 대상으로 삼으면서도 아주 디테일하다. 예를 들어 '지난 일주일 간의 트렌드'를 분석했을 때의 결과 샘플을 아래에서 확인해보자.

6월 29일-7월 5일의 트렌드

- 1 — 패션 인플루언서들은 일주일 동안 티셔츠를 가장 많이 입었다.
- 2 — 슬랙스와 테일러드자켓이 각각 2,3위를 차지했다.
- 3 — 테일러드자켓은 화이트 컬러에 오버사이즈를 많이 입었다.

위와 같은 데이터 분석은 오로지 팩트를 기반으로 진행되기 때문에 활용폭이 넓다. 그 정확성과 유용성은 데이터가 방대할수록 더욱 상승한다. 옴니어스 스튜디오는 한 주 단위로 나온 패션 트렌드 정보를 모아 한 달이 되면 주시처럼 상승폭을 알려주기도 한다. 기업들은 이 과정에서 정량화된 패션 데이터를 갖게 되며, 이미지 태깅 서비스를 통해 검색 키워드를 추출하여 활용하기도 한다.

옴니어스, 패션과 AI의 융합

패션은 다양성과 개성이 최우선시 되는 산업이기 때문에, 정형화된 데이터 베이스를 구축하기 어렵다는 특성이 있다. 옴니어스의 솔루션 개발 과정에서도 부침이 많았다. 브랜드마다 비즈니스 방향성이 다르기 때문에 단일화된 솔루션 모델을 수립하는 데에도 어려움을 겪었다. 그래서 그들은 패션 아이템의 기본 속성에 주목했다. 디자인의 차이는 주관적인 영역일지라도 상품의 본질을 설명할 수 있는 속성은 규격화가 가능하다. 그렇게 13개의 속성을 분류한 옴니어스는 이를 AI가 자동으로 인식하여 추출할 수 있도록 발전시켰다. 그렇게 패션 상품의 데이터화에 성공한 것이다. 유사 상품 추천과 정량화된 트렌드 분석 역시 속성 추출 기능이 기반이 되어 가능한 일이었다.

처음에 4명의 구성원으로 시작된 옴니어스는 현재 20명이 넘는 인원이 함께 일하고 있다. 이 중 AI 및 개발 인력이 60% 정도를 차지한다. AI 기술의 업그레이드를 위해서는 좋은 학습 데이터가 필수다. 옴니어스는 지금껏 이미지, 핏, 입력 데이터 등 1,000여 개의 속성으로 분류된 3000만 개 데이터를 축적시켰다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 코어 서비스를 개발하다

패션 업계에서도 디지털 전환이 커다란 화두다. 패션의 특성상 시각적인 정보를 수치화하거나 문자화하기가 난해하기 때문에 업무를 자동화하기에 어려운 점이 많다. 지금껏 사람의 직관과 감에 의존하고 있던 트렌드 분석의 영역도 마찬가지다. 정보가 범람하는 시대인 현재는 실무자들이 파악할 정보가 너무 많은 것이 문제가 된다. 옴니어스는 “이 광활한 정보의 바다 속에서 내가 알고 싶은 정보만 짚어서 알려주면 어떨까?”라는 문제를 해결하는 과정에서 스타일테크 프로그램에 참여하게 되었다.

스타일테크 참여 이후 기존의 분기별/반기별 트렌드 리포트가 아닌 실시간으로 현재 트렌드를 정확하게 파악할 수 있는 신규 서비스 기획을 시작했다. 스타일테크 프로그램으로 지원받은 공간과 회의실에서 디자이너, 패션 전문가, 인공지능 전문가, 개발자 6명이 모여 2주일 간의 Design Sprint를 진행하기도 했다. 2개월 간의 개발 기간이 지나 옴니어스 스튜디오 서비스 내에서 일주일 간의 트렌드를 알려주는 Weekly Trend가 탄생했다. 그 결과 2019년 11월 글로벌 AI 비즈니스 행사인 AI Summit Seoul 2019와



스타일과 테크의 결합, 미지의 영역

옴니어스의 인공지능 서비스는 친절, 정확, 빠른 속도를 추구한다. 서비스를 통한 비용 절감, 매출 증진 등의 경제적 효과도 물론 중요하지만 고객에게 제공하는 더 근본적인 가치는 고객이 느끼는 보람과 행복이라는 생각으로 오늘날 AI엔진을 계속해서 고도화하고 있다.

국내 최대 글로벌 스타트업 행사인 ComeUp 2019에서 처음 대중들 앞에 서비스를 선보일 수 있었다.

융합이 중요하다는 것은 누구나 안다. 하지만 어떻게 이질적인 것들을 융합할 것인지에 대한 명확한 가이드가 필요하다. 옴니어스에게 있어 스타일테크 성장지원 프로그램은 기술과 스타일 산업이 어떻게 뉴노멀을 만들어 디자인, 문화사업의 경쟁력을 10배, 100배 키울 수 있게 하는지에 대한 답을 찾게 해준 기회였다.

/oo

우리는 남들이 가보지 않았던 길을 개척하고 있습니다.
미지의 영역을 향해 가는 일은 결코 쉬운 것이 아니지만
앞으로도 저희 옴니어스는 B2B 패션 AI기업으로서,
패션 기업들과 함께 끊임없이 고민하며 패션 산업의
완벽한 디지털 전환을 이룰 수 있도록 노력할 것입니다.

oo/



1

카이스트에서 딥러닝을 연구하던
동료들과
공동창업에 나서다

3

AI, 개발, 패션 분야 전문가
인력을 확보하며
경쟁력을 갖추다

2

패션 산업의 디지털화를 위해
AI 엔진 고도화에
주력하다

4

앞서가는 AI 기술력을 토대로
큰 파급력을 가진
서비스를 개발하다

OMNIOUS

[옴니어스의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

속성 분석으로 이커머스 효율을 높이는
옴니어스 '태거'
서비스를 론칭하다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
지원받은 공간과
회의실에서 전문가들이
모여 신규 코어
서비스를 개발하다

6

옴니어스 '스튜디오', '렌즈' 서비스를
연이어 론칭하며
토털 솔루션 제공이
가능해지다

8

상대적으로 디지털화가 더딘
패션업계의 4차산업
전환을 선도하다

나에게 필요했던 이커머스 인공지능 솔루션



[스타일과 테크의 결합이 옷딜에 가져다준 변화]



옷딜
OTDEAL

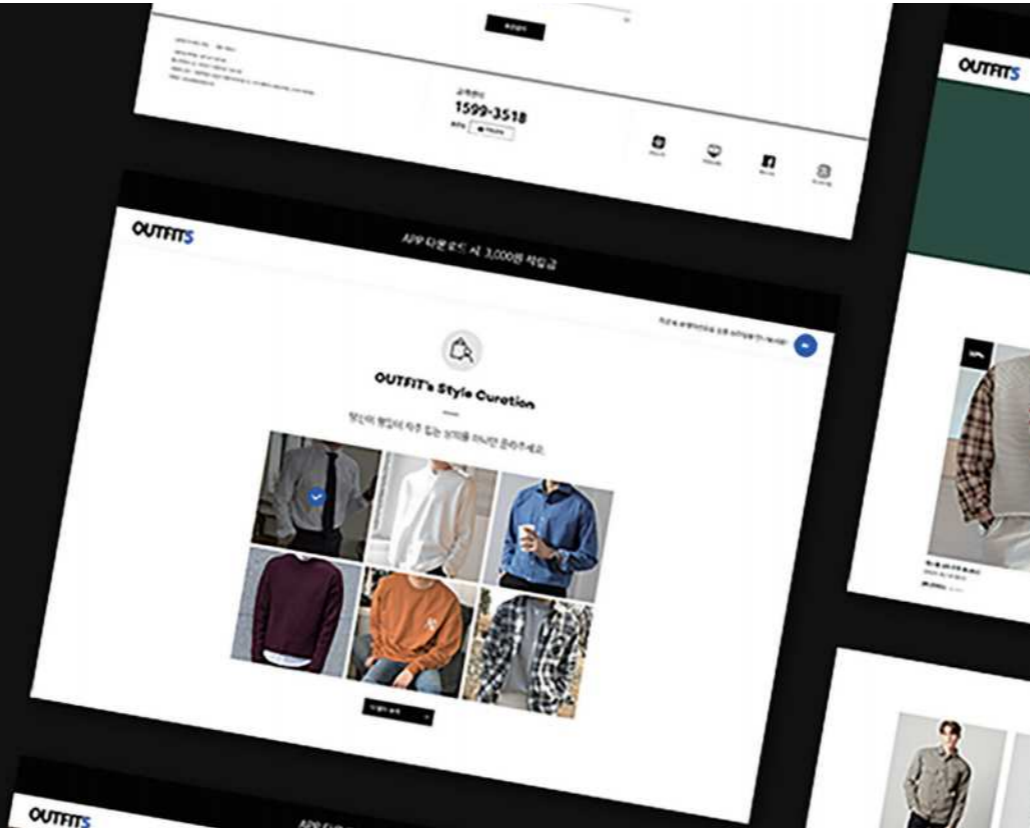
2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 ROBO MD
Style X Tech 패션 이커머스 산업 X 인공지능(AI)

국내 패션시장은 신제품의 순환이 빠르게 진행되는 패스트 패션(Fast Fashion) 시장으로 분류된다. 이로 인해 소비자는 쏟아지는 상품들 속에서 자신에게 맞는 상품을 찾는 데 어려움을 겪고 있다. 옷딜은 기존의 불특정 다수를 대상으로 판매하는 유통방식을 벗어나 빅데이터 기반의 큐레이션 서비스를 탑재하여 옷딜만의 새로운 개인 맞춤형 유통방식을 개발하여 소비자에게는 편의를, 판매자에게는 이익을 가져다주는 솔루션과 패션 앱, 이커머스를 서비스로 제공하고 있다.

ROBO MERCHAN DISER

인공지능을 활용한 로보MD솔루션



모두가 NO라고 말할 때

패션 산업에 인공지능 기술 이식을 생각하다

2010년대 중반 이후 IoT 기술 탑재는 모든 산업 분야가 직면한 과제가 되었다. 뷰티, 패션으로 대표되는 스타일 산업 역시 뒤늦게 인공지능, 증강현실 기술 등을 결합해 4차산업화의 초기 단계를 밟아나가고 있다. 하지만 모두가 안된다고 말할 때부터 패션 산업에 인공지능 기술을 이식하려고 노력한 이들이 있다. 옷딜의 최윤내 대표도 그 중의 한명이다. 그는 2003년부터 오랫동안 쇼핑몰을 운영해왔기 때문에 패션 산업에 대한 경험이 풍부했고, 90년대 후반에 벤처창업 경험이 있어 테크 분야에도 높은 이해도를 가지고 있었다. 스타일과 테크의 결합에 있어 준비된 커리어를 보유하고 있던 것이다.

패션과 기술이라는 양 분야에 대한 노하우를 토대로, 오래 전부터 자신이 운영하는 쇼핑몰에 자동화 기술을 탑재할 방법을 찾았지만 당시에는 기술을 서포트해주는 솔루션이 없었다. 역력이 오래된 만큼 시장에 존재하는 모든 솔루션에 대한 정보를 다 가지고 있었지만, 어떤 곳도 그의 아이디어를 현실화시켜주지 못했다. 전세계적인 혁신기업인 아마존, 애플의 사례는 먼 나라의 이야기일 뿐이었다. 해외 IT 공룡 기업들의 아이디어와 철학을 동경하면서도 정작 우리나라 시장에서는 수동적인 업무만 반복하고 있었던 것이다. 이러한 패턴은 쇼핑몰을 운영하던 옷딜이 모바일 플랫폼을 런칭한 이후에도 계속해서 지속되고 있었다. 그래서 자체 기술 개발을 통해 개발한 로보MD를 통한 자동화를 실행에 옮기게 되었다.

머천다이어(MD)의 역량을 최대화하는 로보MD 솔루션을 개발하다

창업 이후 큐레이션 쇼핑 서비스를 제공하는 이커머스 서비스를 제공해온 옷딜은 2015년부터 큐레이션, 빅데이터, 인공지능 개발을 진행했다. 이커머스 플랫폼은 대형화될수록 파트너 기업이 늘어나고 소비자수가 증가한다. 하지만 상품을 노출할 공간이 한정되어 있어 '어떻게 진열할 것인가'의 문제가 커머스 결과에 상당한 영향을 끼치게 된다. 통상적으로 그 역할은 MD (머천다이어)의 몫이었다. MD의 역량을 끌어내기 위해서는 창의성을 발휘할 조건을 만들어줘야 하는데, 기존 업무구조에서는 MD가 맡아야 하는 사소한 수작업 업무가 너무 많았다. 옷딜의 서비스 모델은 MD가 도맡아 해야했던 큐레이션, 매칭을 대신 해주는 자동화 서비스를 제공하여 우수한 인력들이 창의성을 발휘하는 업무에 집중할 수 있도록 도와주는 헬퍼의 개념에서 출발했다.

옷딜은 이커머스에서 출발했지만 자체 기술의 고도화를 발판 삼아 솔루션 사업으로 넘어오게 되었다. 궁극적으로 고객에게 맞춰주는 세계를 열고 싶다는 목표가 생긴 것이었다. 지금은 개인이 원하는 정보를 즉각, 여러 단계를 거치지 않고 맞춰줄 수 있는 시대라고 생각했다. 이커머스 등 온라인 쇼핑 분야에서도 IoT기술을 잘 활용하면 충분히 실현 가능성이 있는 목표라는 확신이 있었다. 그래서 개인에게 최적화된 정보를 즉시 제공할 수 있는 기술을 개발한 것이다. 처음으로 기술화시킨 업무는 인공지능을 학습시켜서 이미지 진열을 자동으로 해주는 기능이었다.

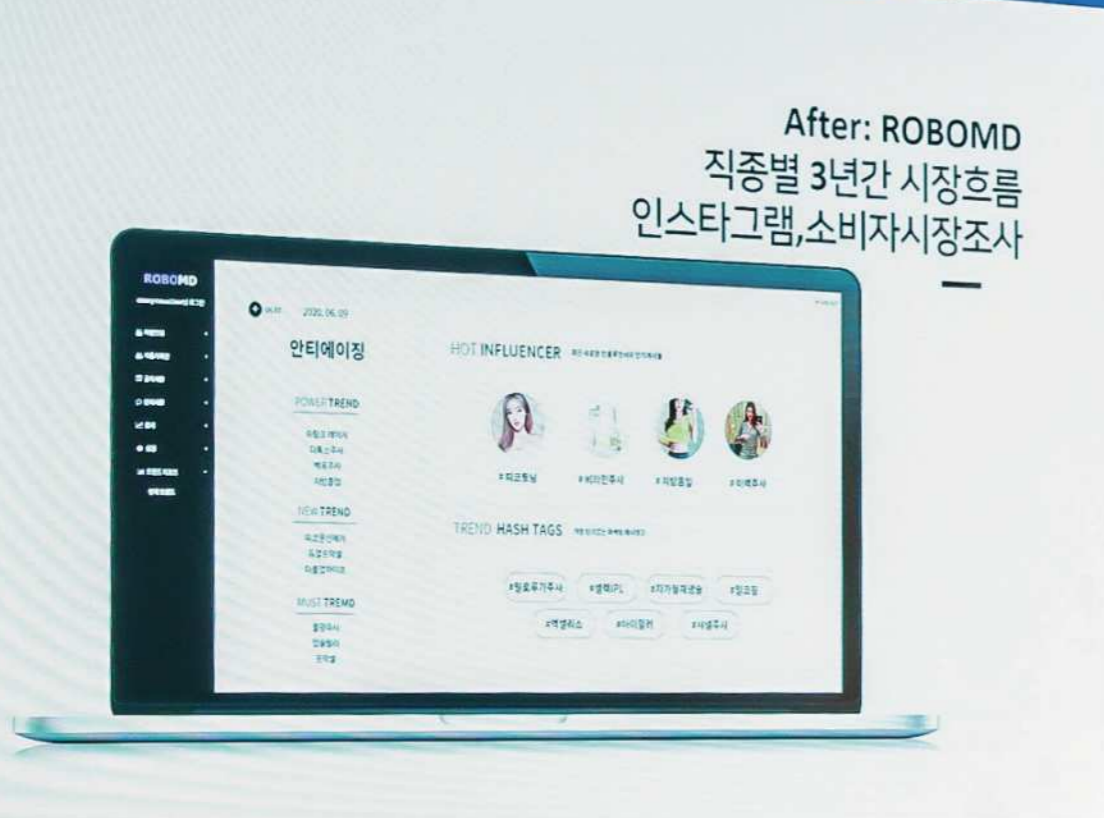
이 기술은 앞서 말한대로 판매자(MD의 영역)와 구매자를 동시에 만족시킬 수 있는 로보MD(로봇 머천다이어) 서비스의 탄생을 예고한다. 판매자는 시장 조사를 위해 발품을 팔아 전국의 매장을 다니고, 웹검색을 통한 정보 수집으로 드는 시간을 모두 비용으로 써야했다. 하지만 로보MD 서비스를 이용하면 업무의 부담이 급격히 줄어들게 된다. 산업 현장에서 꼭 필요로 했던 실용적인 서비스 모델이었던 것이다. 또한 소비자의 입장에서 자신에게 꼭 맞는 아이템을 구매하기 위해 국내외의 사이트를 오가며 부단히 노력해야 했던 시간적 비용을 획기적으로 줄일 수 있게 되었다. 로보MD는 개인의 방문, 회원가입 시점, 클릭한 상품에 대해서 취향을 반영해서 큐레이션 한다. 학습된 데이터가 쌓일수록 더욱 스마트해지는 것은 물론이다.

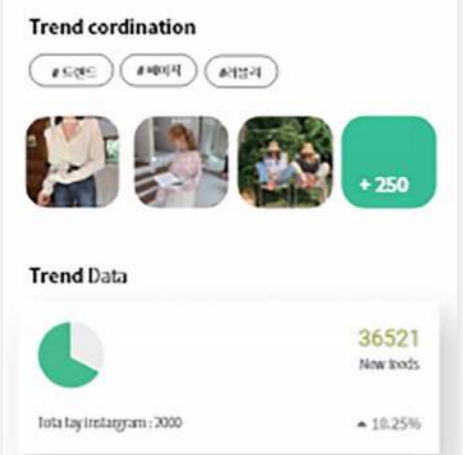
패션기업들에게도
높은 기술력이 요구되는 시대입니다.

/oo

또한 패션 아이디어와
기술력이 만날 수 있도록
도와주는 지원 사업도
필요합니다. 이커머스
시장은 전세계적으로
1000조가 넘는 규모를
가지고 있습니다.
K패션, K스타일은
높은 영향력을 바탕으로
이 시장을 선점할 수 있는
잠재력을 가지고 있습니다.
하지만 그런 경쟁력에
비해 관심과 지원이
부족한 실정입니다.
저희가 큐레이션 서비스를
제공하면서 가장 큰 기대를
걸고 있는 것은 국내
기업들을 글로벌로 진출시킬
수 있는 가능성입니다.

oo/





시장조사의 효율을

수십배 증가시키는 트렌드 리서치 기능

두번째로는 트렌드 리서치를 실행하여 자동으로 정보를 업데이트해주는 기능이다. 이 기술은 로보 MD의 효율성과 정확성을 더욱 높여준다. 어떤 상품을 최우선으로 진열해야하는지 알기 위해서는 반드시 시장 조사가 필요한데, 실제로 수많은 기업들이 시장조사에 인력을 소모하는 비중이 크다. 이는 패션 산업계가 지금까지도 극복하지 못한 문제다. 기획이나 마케터, 디자이너 등 누구도 본업이 아닌 일을 하게 되는 결과를 낳는다. 메인으로 하는 직종의 개념은 현장에서 사라지고, 업무가 섞이게 되는 것이다.

트렌드 리서치 기능을 통해 로보 MD는 더욱 정확한 큐레이션을 서비스할 수 있게 된다. 결국 패션업계 종사자들이 옷달의 서비스를 사용하면 쓸데없는 일에 시간을 들이지 않고 창의성을 높여 자신의 본업에 집중할 수 있게 된다. 이런 선순환을 통해 고객 만족도는 높아지고, 매출 향상을 기대할 수 있다. 인공지능 기술을 통한 옷달의 이커머스 자동화 서비스는 '40시간을 1분으로 줄여주는 기술'을 현실화시킨 것이다.

로보 MD의 트렌드 리포트 능력은 이미지, 상품명, 고객의 행동 등을 인식하여 자동으로 판단해 요즘 고객들의 취향과 업체들이 취하는 트렌드 대응 상황을 취합한다. 그 정보를 통해 앞으로 어떤 아이템이 인기있을 것 같다고 예측하는 리포트가 자동으로 제공된다. 이 업무를 통해 MD들은 실무에서 많은 도움을 받게 된다. 옷달이 개발한 인공지능 트렌드 리서치 기능은 로보MD가 상품 정보를 통해 유의미한 정보를 추출하는 능력을 탑재하는 결정적인 요소가 되었다.

이세돌과 알파고의 대국 이후 모두가 인공지능에 대해 말하고 있지만 아직 AI기술이 실제 서비스 영역에 적용되는 경우는 흔치 않다. 인공지능 기술 자체만을 개발하는 경우는 많지만 옷달처럼 고객 서비스로 연결되는 영역에서는 국내에 그 전례를 찾아보기가 힘들다.

저희가 서비스하는 메인 배너는 일반적인 광고 배너와는 다릅니다. 메인 배너는 브랜드의 이미지와 상품을 돋보이게 하는 디자인을 필요로 합니다. 훌륭한 상품도 이커머스 메인 페이지에서 어떻게 보여지느냐에 따라 본래의 상품성보다 낮은 퀄리티로 인식될 수 있습니다. 옷달의 자동화된 디자인 생성 서비스는 본래의 상품을 보다 높은 퀄리티로 전달해주는 것에 초점을 두고 고도화되고 있습니다.

이커머스 메인 페이지를 자동으로 디자인해주는 옷달의 인공지능 서비스

세 번째는 이커머스의 메인 페이지를 자동으로 디자인하는 기능이다. 모든 홈페이지 방문자는 메인 페이지를 방문한다. 메인 페이지마다 이미지의 영역이 있는데, 다른 부분은 자동화시켜도 이 부분은 고정일 경우가 많다. 옷달은 인공지능 기술을 활용해 메인 페이지 이미지가 자동으로 디자인되어 매 방문시마다 생성되는 서비스를 만들어냈다. 백 명의 고객이 들어오면 백 명의 고객에게 각각 다른 디자인이 생성되어 제공된다. 고객의 입장에서는 들어올 때마다 새로운 디자인을 경험하게 되는 것이다. 메인 페이지 디자인 자동 생성 서비스는 옷달이 국내 최초로 시도했고, 세계적으로도 이 기능을 솔루션으로서 제공하는 업체는 옷달이 최초다.

국내의 이커머스 총 매출 규모는 패션 시장에서 상당한 규모를 차지한다. 코로나 19의 유행 이후 리테일 산업의 영향력이 현저히 줄어들고 있고, 그만큼 이커머스 사업의 성장세는 급속도로 빨라지고 있다. 옷달의 서비스는 이커머스에 탑재되는 것이므로, 디자인이 더욱 중요해졌다. 특히 패션계는 트렌드 변화가 빠르고 비주일에 민감한 분야이다. 인공지능 기술로 인해 더 다양하고 아름다운 디자인이 이커머스에 탑재될 수 있으면 전체 패션 산업에서 커다란 영향력을 가질 수 있을 것이다. 그래서 옷달은 메인 페이지 자동디자인 기능에 더욱 많은 공을 들이고 있다.

옷달의 고객 중에서 50%는 패션 이커머스, 뷰티 분야가 20%, 푸드나 라이프스타일 분야가 15% 정도 비중을 두고 있다고 한다. 업체들마다 자신들에게 맞는 방법으로 옷달의 서비스를 활용하고 있다. 특히 요즘 병원들의 반응이 뜨겁다고 한다. 패션 기업들을 위해 만든 솔루션인데 병원, 인테리어, 각 분야의 스타트업, 가구, 푸드 등 각 산업 분야의 기업들에게서 문의가 오고 있다. 결과적으로 패션 이커머스 뿐 아니라 온라인 고객이 있는 업체들이라면 누구나 필요한 서비스로 확장되고 있는 것이다.

이렇듯 높은 확장성을 가진 옷달의 새로운 서비스는 아직은 베타버전으로 운영하고 있고, 올해 중 정식 런칭을 앞두고 있다. 초기에는 패션업체 위주로 디자인을 마련했지만, 현재는 여러 분야에 맞게 디자인 템플릿을 늘여가고 있다. 고객이 처음 가입하여 설정만 해놓으면 자동으로 맞춤형 디자인이 생성되는 서비스인 만큼 더 많은 경우의 수가 필요하기 때문에 정식 런칭을 앞두고 기술을 더욱 고도화하는 중이다.



**디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해
투자유치의 기회를 얻다**

옷딜은 스타일테크 프로그램이 조성될 때부터 자문 요청을 받으며 지원사업에 대한 정보를 인지하고 있었다. 패션 분야에 있으면서 IoT 기술력을 갖춘 기업이 드물기 때문이다. 이후 실제 사업 참여로 이어진 이유는 우수한 디자이너가 필요했기 때문이었다. 옷딜의 사업모델은 디자인의 비중이 크기 때문에 전문적인 디자이너가 필요했지만 구하기가 어려웠다. 디자인진흥원 사업에서 매칭되는 디자이너들은 전문적인 인력이 많기 때문에 사업에 참여하면 큰 도움이 되리라고 판단한 것이다.

지원사업을 통해 매칭된 디자이너와 함께 코엑스에서 열린 2019 스타일테크 데모데이를 준비했다. 이 과정에서 디자인적으로 큰 도움을 받게 되었다. 패션 기업의 발표는 세련되고 멋스러워야 할 필요가 있다. 처음에 준비한 발표자료는 기술, 테크 위주의 설명이라 설명적인 부분이 있었는데 디자이너의 도움으로 직관적이고 세련된 컨셉의 발표를 진행할 수 있었다. 발표 결과가 성공적이기도 했지만, 준비 과정에서 로보 MD의 디자인 컨셉을 잡을 수 있었다. 로고나 컬러 컨셉 등의 디테일을 업그레이드하는 계기로 이어진 것이다.

또한 옷딜의 스타일테크 프로그램 참여는 투자유치로 이어지는 계기가 되었다. 그동안 서비스 개발에 집중하느라 투자를 받을 생각을 하지 못했지만, 지원사업에 참여한 결과 스파크랩 액셀러레이터 프로그램으로부터 초기 투자와 사무실 지원 등의 혜택을 얻게된 것이다. 앞서 소개한 세 가지 서비스(큐레이션, 트렌드 리서치, 자동화 디자인)를 한꺼번에 준비하느라 느낀 부담을 투자금 유치를 통해 어느 정도 해결할 수 있었다.

스타일테크 지원사업의 하이라이트는 데모데이였다. 코엑스에서 열린 데모데이 행사를 통해 천여 팀의 패션 기업들을 만나서 그들이 원하는 것에 대한 피드백을 들을 수 있었다. 그들을 만나 직접 소통하면서 올해부터 어떤 서비스를 제공해야하는지 명확한 비전을 마련하며 사업을 진행하고 있다. 데모데이에서 만난 수많은 기업 관계자들로부터 긍정적인 피드백을 받았다. 대기업부터 중소기업까지 다양한 업체들이 골고루 옷딜의 서비스를 필요로 했다. 이후 대기업 미팅도 많이 잡혔지만 '우리에게 제일 필요했던 서비스인데', '항상 얘기했던 서비스이지만 만들 기술력이 없었는데'와 같은 반응이 가장 반가웠다. 열광적인 피드백의 경험은 지금껏 준비한 서비스 전체를 활용할 수 있는 방식으로 런칭해도 되겠다는 판단으로 이어졌다.

- 1

누구도 인공지능에 주목하지 않을 때
패션산업과의 결합
가능성을 타진하다
- 2

스타일과 테크 산업에서의 경험을
토대로 이커머스 자동화
서비스를 기획하다
- 3

사내 인공지능 개발팀의 노력으로
자동 큐레이션
기술을 개발하다
- 4

자동 트렌드 리서치 기능 개발로
솔루션의
활용도를 높이다

OTDEAL

[옷딜의 스타일테크 성공사례 Digest]

- 5

현장 머천다이어(MD)들의 고충을 덜어줄
로보 MD 솔루션을
현실화하다
- 6

메인 페이지 자동 디자인 서비스를 개발
이커머스 사업의
혁신적인 변화를
주도하다
- 7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
데모데이 피칭을 통해
다양한 패션 기업의
피드백을 받고
투자유치의 기회를 얻다
- 8

해외진출이 가능한 솔루션 고도화를 통해
K스타일의
확산을 꿈꾸다

내 손안의 인공지능 스타일리스트

STYLE BOT
AI VIRTUAL CLOSET

[스타일과 테크의 결합이 스타일봇에 가져다준 변화]



Style X Tech



스타일봇
STYLE BOT

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 스타일봇 / AI JENNIE
Style X Tech 패션 스타일링 X 인공지능(AI)

스타일봇은 이미지 인식을 통해 사용자의 취향을 분석해 코디해주는 가상옷장 AI 솔루션 서비스를 제공하는 기업이다. 사용자가 가진 옷가지들을 촬영해 업로드 하면 방대한 데이터셋을 기반으로 개인의 취향을 정교하게 분류해준다. 스타일봇의 김소현 대표는 “옷장에 옷은 많은데, 막상 입을 옷은 없는 여성들의 불편적인 고민을 해결하기 위해” 창업을 결심했다고 한다. 패션 디자이너로서 20여 년간 다양한 브랜드를 거치며 쌓아온 경험을 인공지능 기술에 적용하며 독창적인 영역을 만들어가고 있다. 스타일봇의 스토리는 특정산업에서 충분한 숙련기를 지낸 전문가의 역량이 ICT 기술을 만났을 때 발생하는 ‘뉴 노멀’의 다양한 가능성에 대해서 살펴볼 수 있는 좋은 사례가 될 것이다.



'내일 뭐입지?' 라는 고민에 대한 솔루션

성인 여성들이 아침마다 옷을 고르는 데 들이는 시간이 평균 17분이라는 통계가 있다. 바쁜 아침 시간의 분위기를 감안했을 때 적지 않은 시간이다. 특히 직장인이나 학생 등 매일 특정한 장소에서 대동소이한 인원을 만나게 되는 사람들이라면 '내일 뭐입지?'라는 물음은 때로는 가벼운 스트레스로 발전할 수도 있는 불편적인 고민일 것이다. 자연스럽게 패션과 스타일링에 대한 니즈가 발생한다. 그러한 관심은 정보 검색으로 이어지게 된다. 포털, SNS 인플루언서, 유튜브, 주변 지인, 광고, TV나 잡지 등의 매체에서 패션에 대한 정보를 얻게 된다. 이처럼 수많은 정보와 선택지가 있지만 고민은 좀처럼 해결되지 않는다. 그 이유는? 나 자신을 위해 개인화된 정보가 아니기 때문이다. 웹의 세계에는 너무나 많은 이미지가 범람하지만 정작 그들을 위한 스타일이 나만을 위한 옷이 되는 경우는 드물다.

내 손안의 인공지능 스타일리스트

스타일봇은 '나만을 위한 손안의 스타일리스트'라는 슬로건 아래 직관적이고 친근감 있는 AI 프로그램인 'AI JENNIE(이하 제니)'를 탄생시켰다. 사용자가 옷장 속의 옷을 스마트폰으로 찍어 스타일봇 앱에 업로드하면, 인공지능 제니가 사용자의 취향을 정교하게 분류하여 각자의 취향별로 코드를 추천한다. 스타일봇이 구현해낸 정교한 코드 알고리즘을 통해 패션 전문가들이 구축한 취향그룹별 데이터와 고객이 가진 옷을 비교하여 최적의 코드를 찾아주는 것이다. 이렇게 쉽고 직관적인 서비스 모델 개발은 스타일봇이 수집해온 방대한 데이터셋을 토대로 세분화된 의류분류 체계가 있기에 가능했다. 데이터가 쌓이면 쌓일수록 똑똑해지는 인공지능 제니는 런칭 이전 내부테스트에서도 이미 90.6%의 높은 취향 만족도를 기록했고, 추천 코드 역시 86.4%의 만족스러운 테스트 결과를 나타냈다. 데이터가 쌓이는 만큼 그 정확도는 더욱 상승할 것이다.

스타일봇 앱은 마치 성격유형검사나 밸런스게임을 하듯 자연스럽게 쉽게 사용자의 취향을 파악해 분류한다. 고객의 사용횟수가 늘어날수록 코드의 정확도는 더욱 높아진다. 적용된 기술의 특성상 스타일봇은 사용자가 늘어나고, 열성 사용자가 많아질수록 더욱 정교한 알고리즘을 가지게 될 것이다.



20년 이상 패션 디자이너로 근무하며 파악한 새로운 트렌드

스타일봇 김소현 대표는 패션 디자이너로 20년 이상 근무한 패션 산업계의 베테랑 인재다. 현장에서 오래 지켜본 만큼, 패션 산업 전반에 대한 이해를 자연스럽게 축적해왔다. 강산이 변해도 두 번은 바뀌었을 그 시간 동안 패션 업계에도 상당한 변화의 흐름이 있었을 것이다. 김 대표는 패션 산업이 제조 중심에서 서비스 중심으로 이동하는 트렌드를 읽어냈다. 업계 현장에서 축적해온 역량은 빅데이터, AI 기술과 같은 4차산업 기술을 패션 산업에 적용한 사업 모델을 실재화하는 데 커다란 힘이 되었다. 새로운 흐름은 새로운 기술과 함께한다. 하지만 그 새로움을 기획하고 다루는 사람에게 전체를 아우르는 직관과 노하우가 없다면 세상이 새로워지는 것에는 전혀 기여하지 못할 것이다. 스타일봇의 사업 모델은 기존 산업에 편입되는 ICT 기술이 현실에 어떤 식으로 적용되는지에 대한 적절한 예시가 될 것이다.

모두를 위한, 학습하며 진화하는 스타일리스트 'AI JENNIE'

패션 디자이너 김 대표와 인공지능 스타일리스트 제니 사이에는 커다란 공통점이 있다. 바로 '고객의 취향을 파악한다'는 것이다. '스타일'은 주관과 감성에 속하는 영역이다. 하지만 체계적인 방법으로 빅데이터 속에서 의미미한 분류 체계를 만들어낼 수 있다면 인공지능 역시 '스타일'을 추천해주는 합리적인 시스템으로 자리잡을 수 있다. 이처럼 인공지능 기술은 인간만이 할 수 있다고 여겨졌던 일을 과학의 방법으로 대항하는 방식으로 우리의 삶에 침투하고 있다. 그리고 소수만이 누리던 혜택을 보편화해 많은 사람들이 공유할 수 있는 쉬운 서비스로 변환해 제공하면서 모두에게 평균 수준의 혜택이 주어지는 데 기여하고 있다.

스타일봇의 경우도 마찬가지다. 유명한 스타일리스트가 추천한 옷들을 보고 트렌드를 파악할 수는 있지만, 그가 나의 삶에 들어와 나에게 꼭 맞는 스타일을 추천해주기는 어렵다. 기존의 스타일링이란 비용이 많이 드는 행위였다. 하지만 AI가 해주는 스타일링은? 앱을 다운받고, 사진을 업로드하면 된다. 스타일과 테크의 결합은 결국 주관적 감성에 의존하던 기존의 서비스를, 시스템으로 구축해 합리적이고 체계적인 방식으로 데이터화해 제공하는 방식으로 수렴된다.

/〇〇

패션 산업은 이제 제조 중심이 아닌, 판매와 연관된 서비스 중심으로 전환되어야 합니다. 그런 측면에서 스타일테크 지원사업은 패션을 생산의 관점이 아니라 서비스, 플랫폼의 관점에서 바라보는 매우 의미있는 접근이라고 볼 수 있습니다.

〇〇/



산업통상자원부

KIDP 한국디자인진흥원

SparkLabs

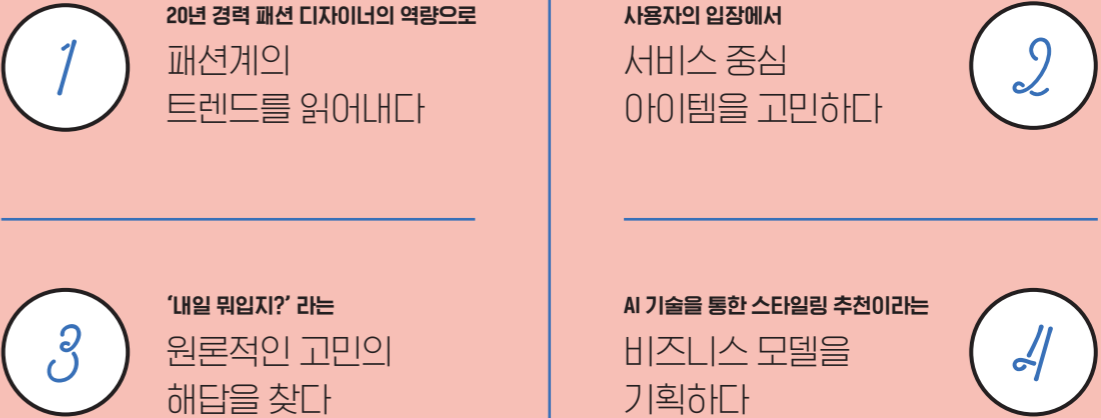
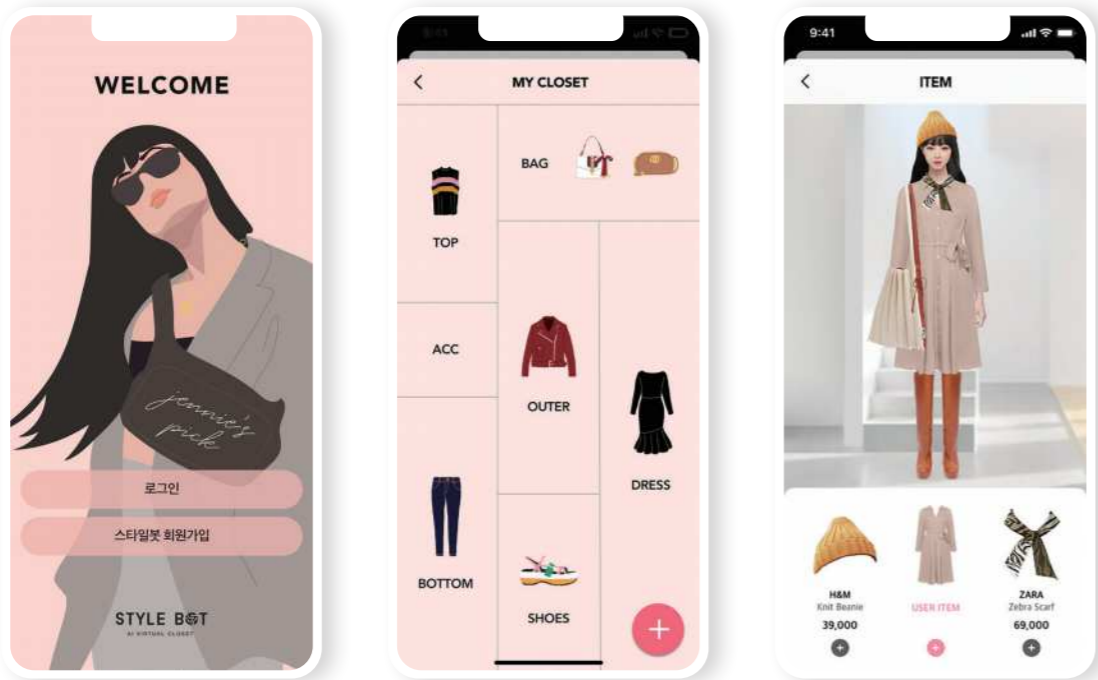
SPARKPLUS

패션 산업의
선순환을 고려하다

스타일봇 서비스는 사용자 개인을 위한 서비스 뿐만 아니라 이커머스 산업 전반에도 공생할 수 있는 아이디어를 제공한다. 추천 코디에 뜬 의류의 정보를 누르면 원클릭으로 구매가 가능한 링크로 연결되는 기능을 탑재했기 때문이다. 이렇듯 소비자와 판매자 사이를 자연스러운 방식으로 이어주는 스타일봇의 비즈니스 모델을 살펴보면 패션 산업의 선순환에 대해 고민한 흔적을 읽어낼 수 있다.

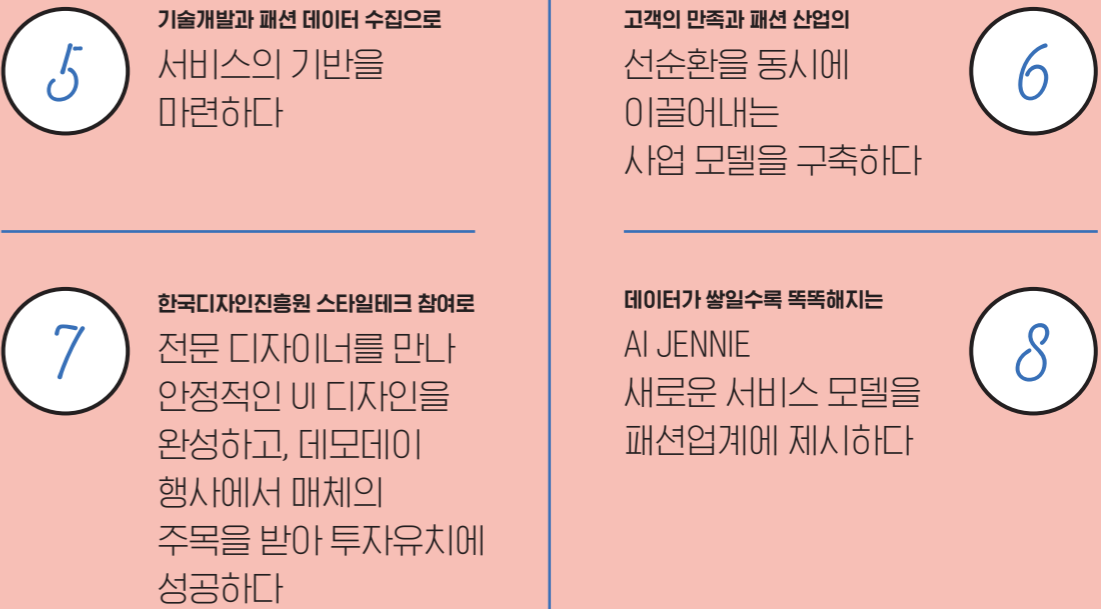
디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
도약의 발판을 만들다

스타일봇은 기대와 우려를 동시에 안은 채로 스타일테크 프로그램에 신청서를 냈다. 스타일과 테크의 결합이라는 지원사업 아이디어 자체가 처음 시도되는 것이기 때문이다. 하지만 결과적으로는 매우 만족스러운 프로그램이었다. 패션 분야의 융합 서비스 사업자들의 인사이트를 공유하고, 데모데이 등을 통해 비즈니스 확장 기회를 얻을 수 있었기 때문이었다. 참여 전에는 자체 디자인으로 개발을 진행해왔지만 스타일테크 프로그램으로 연결된 전문 디자이너와 함께 감각적으로 안정적인 UI 디자인을 도출하여 활용하고 있다. 스타일테크 프로그램을 통해 사무실을 지원받기도 했다. 처음에는 낯설었지만 결과적으로 공간을 매우 유용하게 활용할 수 있었고, 2019년 연말에는 코엑스 오디오토리움 데모데이 행사를 통해 매체의 이목을 끌면서 투자유치로 이어지는 쾌거도 이루어냈다.



STYLE BOT

[스타일봇의 스타일테크 성공사례 Digest]



아이들과 부모를 위한, 가장 인간적인 스타일테크



[스타일과 테크의 결합이 키즈픽에 가져다준 변화]



키즈픽
KIDS PICK

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 키즈픽
Style X Tech 유아동복 패션 X 인공지능, 비대면 서비스

우리나라의 출산율은 1% 미만으로 세계에서 가장 낮은 국가로 평가된다.
하지만 자녀 일인당 투자비용은 갈수록 커져가고 있다. 패션 트렌드와 안전 이슈에 민감한 부모들은 아이들의 빠른 성장에 맞춰 다양한 옷을 구매하고 싶은 니즈가 있다.
하지만 유아동복 구입은 부모 자신들이 입을 옷을 직접 고를 때와는 달리 고려해야할 사항이 많다. 키즈픽은 이런 고충을 해결할 수 있는 솔루션인 구독형 유아동복 큐레이션 배송 서비스를 제공하고 있다.

집에서 편하게 입어보고 고르는 우리아이 새옷

키즈픽의 유아동복 큐레이션 배송 서비스는 듣기에 생소하지만, 그 디테일을 들여다보면 고개가 끄덕여지는 면이 있다. 자녀에게 좋은 옷을 입히고 싶지 않은 부모가 있을까? 하지만 바쁜 일상 속에서 유아동복 브랜드 정보를 찾는 것도, 매장에 가서 직접 입혀보고 구매를 결정하는 것도 마냥 쉬운 일은 아니다. 게다가 어린 아이들은 성장속도가 몹시 빠르기 때문에 매시즌 사이즈가 다른 옷을 구매해야 한다. 키즈픽의 서비스 아이디어는 “아이들 옷을 편하게 고를 수 있는 방법이 없을까?” 라는 물음에 대한 답을 찾아 탄생했다.

키즈픽은 매월 7,900원이라는 합리적인 가격에 아이와 부모가 원하는 취향을 기반으로 정기 큐레이션 배송 서비스를 구독제로 제공하고 있다. 아이의 성별, 나이, 좋아하는 색상 등을 입력하면 그에 맞춰 10벌을 옷을 선택하여 ‘키즈박스’에 담아 고객의 집으로 배송한다. 아이와 부모는 사흘 동안 고민 후 마음에 드는 옷만 골라 결제하면 된다. 고르지 않은 옷들은 박스에 담아두면 택배사에서 자동 수거를 해가는 시스템이다. 큐레이션 배송이라는 개념 자체가 생소하긴 해도 이미 15개 이상의 중대형 브랜드와 협업 계약을 체결하여 서비스를 운영하고 있다. 이랜드 등의 대기업도 키즈픽의 고객사 리스트에 올라 있으며 주 타겟인 3세~10세까지의 유아동복 위주로 협업 브랜드를 확장해나가고 있다.

시대가 원하는 비대면 서비스

키즈픽은 심각한 저출산 문제에 코로나 바이러스로 인한 팬데믹까지 크나큰 악재가 겹치며 위축된 아동복 시장에 ‘구독’이라는 활로를 제시하고 있다. 시대 상황에 꼭 맞는 새로운 유통 경로를 개척한 것이다. 키즈픽의 사업 모델은 대기업들에게도 어필하는 바가 크다. 대형 자본을 가진 아동복 브랜드일수록 키즈픽의 솔루션은 더욱 영향력있게 사용될 가능성이 높기 때문이다.

인공지능 큐레이션

키즈픽의 큐레이션 서비스는 빅데이터를 활용한 AI 기술을 바탕으로 이루어진다. 사용자가 직접 입력한 스타일 선호도와 신체 정보를 기반으로 시스템 내에 존재하는 스타일과 매칭하여 10벌의 어울리는 옷이 선택되는 것이다. 여전히 개발 및 고도화 작업이 진행중인 해당 AI는 ‘초개인화’를 통해 사용자의 정보를 반복적으로 습득, 학습하여 사용자가 구매하거나 반품한 제품 데이터를 반영하여 새로운 상품을 큐레이션한다.

시대의 변화에 맞는 패션 쇼핑 서비스를 제공한다

패션은 인간만이 느낄 수 있는 감성의 소통 속에서 이뤄지는 산업이다. 아마 역사상 존재했던 지능 중 ‘가장 이성적인’ 존재인 인공지능은 이 분야에서 어떤 역할을 맡게 될까? 키즈픽은 오히려 극도로 이성적인 AI에게 어떻게 하면 인간이 느낄 수 있는 감성을 녹여낼 수 있는지를 고민하는 기업이다. 그렇다면 키즈픽이 제공하는 서비스의 결과는 이성적인가, 감성적인가? 이성적으로 여겨지는 요소는 아래와 같다.

- 1 — 온라인에서 시작되는 고객과의 접점
- 2 — 취향을 반영해 옷을 큐레이션 해주는 **인공지능**
- 3 — 예전에는 상상도 할 수 없을 만큼 빠르게 진화한 **운송 서비스** 등

하지만 과연 ‘쇼핑몰의 아동복 매장에서 일어나던 일이 집 안에서 벌어지는 그림’은 이성적인가? 감성의 영역이 AI테크놀로지의 비인간적인 인상을 상당 부분 덮고 있다고 해도 틀린 말은 아닐 것이다. 이러한 이미지의 뒤섞임은 우리의 미래 사회 모습을 어느 정도 예고하고 있다고 볼 수 있다. 결국 ‘기술’을 가지고 인간이 가고자하는 ‘방향’이 우리의 미래를 좌우할 것이다.

키즈픽은 고객이 키즈박스 안에 아이들이 못 입게 된 헌옷을 넣어 보내주면 어려움에 처한 아이들에게 고객과 ‘함께’ 기부하는 캠페인을 진행하고 있다. 2020년, 지구상에 뛰어난 기술은 너무도 많이 개발되어 있다. 그 기술에 어떤 철학을 녹일 것인가. 키즈픽의 사업 모델은 자신들이 속한 산업 분야 내에서 좋은 영향력을 가질 수 있는 모범적인 사례로 평가된다.

자본주의 세계에서 정상적인 보호를 받으며 자라난 대부분의 아이들에게는 필연적으로 산타클로스의 실존 유무를 고민하는 과도가 적어도 한번은 찾아온다. AI가 빅데이터를 학습하여 추천해준 옷들이 키즈박스에 담겨서 배송되는 세상에서도 인간의 디폴트는 여전히 순수 그 자체다. 키즈박스에서 옷을 꺼내 입으며 느끼는 아이의 감정, 그속에는 산타클로스를 믿는 순수함처럼 세상을 빛내는 가장 인간적인 기쁨이 존재할 것이다.

스타일테크의 어려움

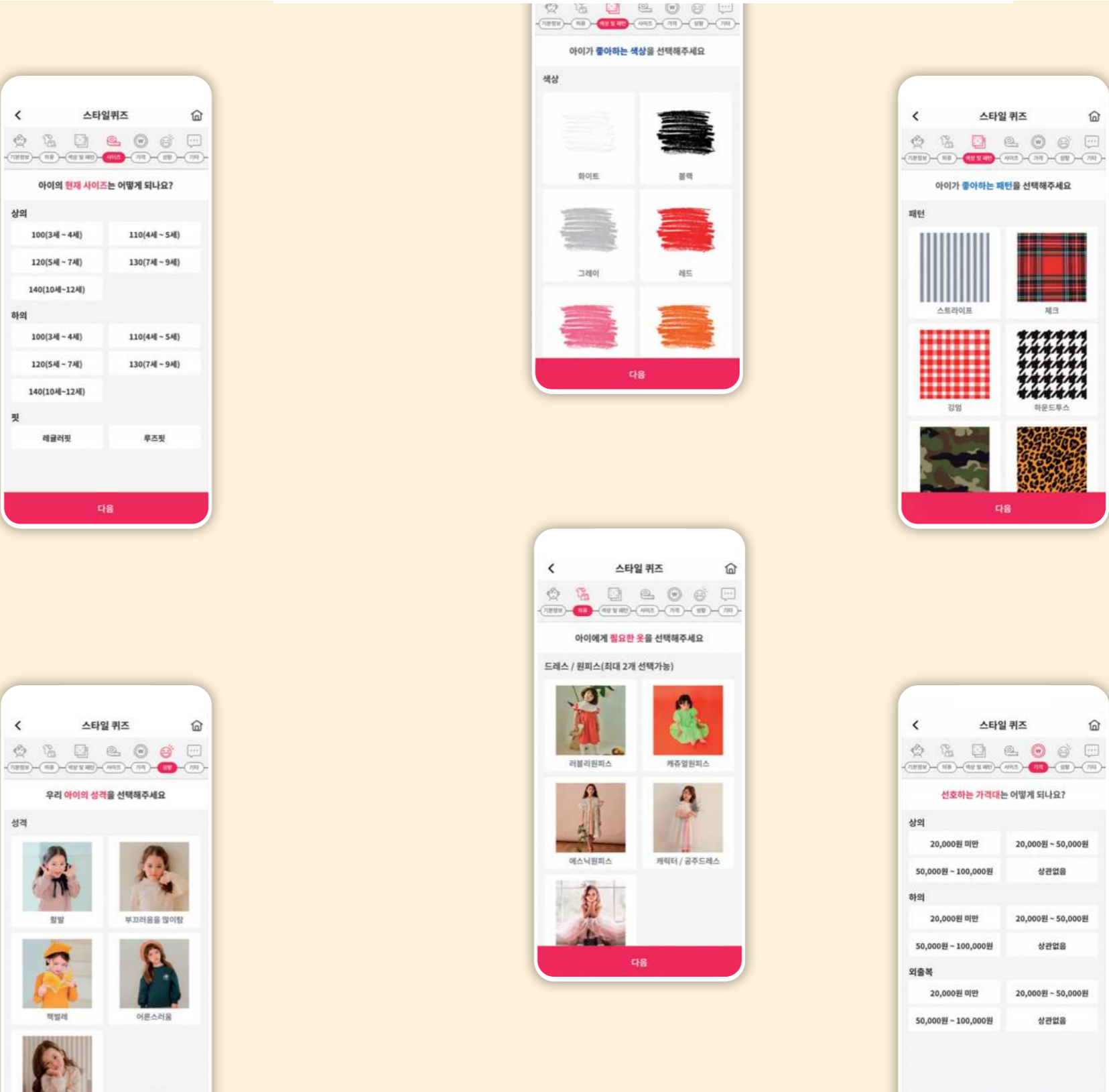
흔히 스타일 분야는 인공지능 등의 ICT 기술이 접목되기 어려운 분야로 분류된다. 하지만 키즈픽을 비롯, 스타일테크 지원사업에 참여한 기업들의 면면을 살펴보면 그러한 분류가 고정관념에서 비롯된 편견에 불과하다는 것을 알 수 있다. 하지만 사업 모델 구성을 위한 스타일-기술 간 결합과정에서의 어려움은 분명히 존재한다.

인공지능 기술을 예로 들면 아직 AI가 판단할 수 없는 아주 미세한 차이가 소비자의 상품 구매여부를 정하는 경우가 많기 때문이다. 가령 AI가 고객의 신체 사이즈와 선호 브랜드, 좋아하는 색상 등을 모두 반영해 옷을 큐레이션 해주었다고 해도 그 옷을 입어본 고객은 재질의 촉감에 불편함을 느끼는 등 AI가 학습하지 못한 영역에서의 변수가 여전히 존재하는 것이다.

/oo

대부분의 기존 프로그램들이 제조, 디자인 등 비첨단 분야에 초점을 두는 것과는 달리 스타일테크 프로그램은 ICT 기술과 관련된 첨단 분야까지 케어해주기 때문에 어느 한쪽에 치우치지 않고 서비스를 잘 발전시킬 수 있었습니다.

oo/



디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 도약의 발판을 만들다

키즈픽은 스타일테크 프로그램을 통해 다양한 멘토링을 받았다. 특히 데모데이를 위해 진행했던 IR 연습 피칭 및 코칭은 투자 유치와 사업 성장에 큰 도움이 되었다. 스타일테크 지원사업은 ‘스타일과 테크를 결합’하는 서비스 혹은 기업을 지원한다는 점에서 국내 스타일 분야에서도 매우 독보적인 프로그램으로 여겨지고 있다.

스타일테크 프로그램 참여 전, 키즈픽은 서비스 자체의 디자인적 요소를 크게 중요시하지 않고 빠른 런칭을 위해 개발 분야에 편향하여 역량을 쏟은 면이 있었다. 하지만 스타일테크 프로그램의 컨설팅 및 교육을 통해 UX/UI 디자인의 중요성을 파악했고 이런 배움을 실제 서비스에 녹여내어 베타서비스를 성공적으로 오픈할 수 있었다. 어린이들을 대상으로 제공하는 서비스이지만 실제 구매자가 부모들이라는 점을 감안하여 어린이의 동심에 세련됨을 잘 녹인 비주얼 컨셉을 살려내고자 했다.



1 유아동복을 고를 때 발생하는 부모들의 고충을 해결할 솔루션을 찾아나서다

2 옷가게 대신 집에서 직접 옷을 입혀보고 살 수 있는 서비스를 기획하다

3 합리적인 가격의 구독 서비스로 유아동복 산업의 새로운 시장을 개척하다

4 매월 인공지능이 추천하는 10벌의 옷을 구독자의 집으로 배송하다

KIDSPICK

[키즈픽의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 키즈박스 아이템으로 제공 서비스에 대한 친숙함을 더하다

6 대형 패션기업들이 탐내는 시대에 맞는 시스템을 구축하다

7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 컨설팅 및 교육을 통해 UX/UI 디자인의 중요성을 파악하고 실제 서비스에 녹여내어 베타서비스를 성공적으로 오픈하다

8 생소하지만 납득이 가는 아이디어 국내 스타일 업계에 새로운 사업 모델을 제시하다

인간지능 스타일 비서 서비스



[스타일과 테크의 결합이 스트롱소다에 가져다준 변화]



Style X Tech



스트롱소다 STRONG SODA	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	모던양장
	Style X Tech	스타일링, 퍼스널 브랜딩 X 인공지능(AI), 인간지능
스트롱소다는 인공지능 스타일 비서 서비스 '모던양장'을 운영하고 있다. 고객의 상황에 맞는 맞춤형 개인 브랜딩 서비스를 제공하는 모던양장은 아나운서, 이미지 컨설턴트, 패션 플랫폼 경영 등의 경력에 있는 창업자의 노하우에 AI기술을 접목하여 개발되었다. 알고리즘이 분류한 데이터를 바탕으로 퍼스널 브랜딩 전문가들이 세부 솔루션을 제공하는 합리적인 시스템을 통해 고객이 자신만의 브랜드를 가질 수 있도록 돕는다. 합리적인 가격으로 장기적인 컨설팅을 제공하며 스타일 관련 산업의 공급자와 고객을 연결해주는 인공지능 마켓 플레이스로 자리잡고 있다.		



나 자신이 곧 브랜드가 되는 시대

우리는 개인이 곧 브랜드가 되는 세상에 살고 있다. 트렌드를 주도하는 젊은 세대는 자신의 개성을 드러내려는 욕구가 강하다. 유튜브 크리에이터가 어린이들의 장래희망 일순위로 손꼽히고, SNS에 들어가보면 저마다 자신의 계정을 통해 개성을 어필하는 시대이다. 웹을 통한 소통이 지금처럼 개인화되기 이전의 커뮤니케이션을 떠올려보면 각자 특정 트렌드의 일원으로서 소속감을 드러내는 경향이 강했다. 이제는 플랫폼도, 세상도 바뀌었다. 다양한 분야에서 자신을 드러내는 역할을 수행하는 사람들은 그 누구도 아닌 '나'만의 정체성으로 승부한다.

나에게 적합한 서비스를 찾는 일의 스트레스

저마다의 모습을 드러내고자 하는 트렌드는 공급과 선택의 폭이 넓어지는 결과를 낳았다. 시장에서는 다양한 콘텐츠를 가진 공급자와 더욱 다채로운 고객 군이 소통을 이어나간다. 기하급수적으로 증가하는 정보량에 비례해 '나에게 적합한' 상품과 서비스를 찾는 일에 대한 스트레스가 커지고 있다. 이러한 일종의 결정 장애 때문에 발생하는 비용을 줄이기 위해 각 분야마다 술한 인공지능 추천 서비스들이 늘어나고 있다.

합리적인 비용으로 궁극적인 이미지 구축을 도와주는 서비스

모던양장 서비스의 큰 특징 중 하나는 장기적으로 지속 가능한 컨설팅 모델을 구축했다는 점이다. 고객이 비싼 가격을 부담하고 이미지 컨설팅을 받아서 단기적인 이미지 구축에 성공했다고 하자. 그렇지만 컨설팅이 일회성으로 끝난다면? 이미지 정착에는 오랜 시간이 걸린다. 하지만 시장에서 이뤄지는 컨설팅의 대부분은 단발성에 머무르고 있다. 모던양장은 고객의 성공적인 이미지 정착을 돕기 위해 1회성이 아닌, 월 멤버십 서비스를 합리적인 가격으로 제공하고 있다. 고객의 상황, 니즈, 성향에 따라 핏수, 형태, 쇼핑방법까지 선택할 수 있다.

창업가의 경험과 인공지능의 콜라보레이션, 서비스에 녹여내다

스트롱소다의 장나영 대표는 아나운서 출신이자 이미지 컨설턴트로 활동한 경험을 가지고 있다. 패션 플랫폼을 운영하기도 했기 때문에 누구보다 이미지에 대한 고민이 강했다. 그가 누군가의 스타일을 컨설팅하는 일을 하게 된 계기는 현실적인 경험에서 출발했다. 고등학교를 졸업할 때까지는 스스로 자신의 옷을 골라본 적 없었기 때문에 처음 사회생활을 시작할 때 전문가의 도움을 필요로 했다. 하지만 헤어, 스타일, 메이크업, 스피치, 매너 등 모든 분야가 분리되어 있었다. 의류 전문가를 만나러 매장으로, 헤어메이크업 전문가를 만나러 샵으로, 스피치 전문가를 만나기 위해 학원으로 가야만 했다. 어디에도 이 모든 스타일링 요소들을 한 번에 알려주는 곳은 존재하지 않았다.



더군다나 전문가들을 찾아갈 때마다 '어떻게 해드릴까요?'라는 질문이 돌아왔다. 사실 전문가들에게서 얻고자 했던 답이다. 전문가를 찾아 자신에게 어울리는 이미지를 찾아가는 것에 대한 도움을 받고 싶었지만 능동적인 피드백을 얻지 못했다. 결국 수년 동안 많은 돈과 시간을 허비할 수밖에 없었다. 장 대표는 그렇게 수많은 시행착오 끝에 스타일링 전문가가 되었다. 그 사이 세상은 더더욱 개인의 브랜드와 개성을 강조하는 사회로 변해갔다. 하지만 여전히 장 대표가 출발선에 있을 때와 마찬가지로, 시행착오를 벗어날 수 있는 솔루션은 없었다. 누군가는 토탈 스타일 케어 서비스를 필요로 하고 있다는 확신이 들었다. 그들의 고민을 해결하기 위해 헤어, 스타일, 메이크업, 스피치, 매너 등 토탈 솔루션을 원스톱으로 제공하는 모던양장 서비스가 탄생한 것이다.

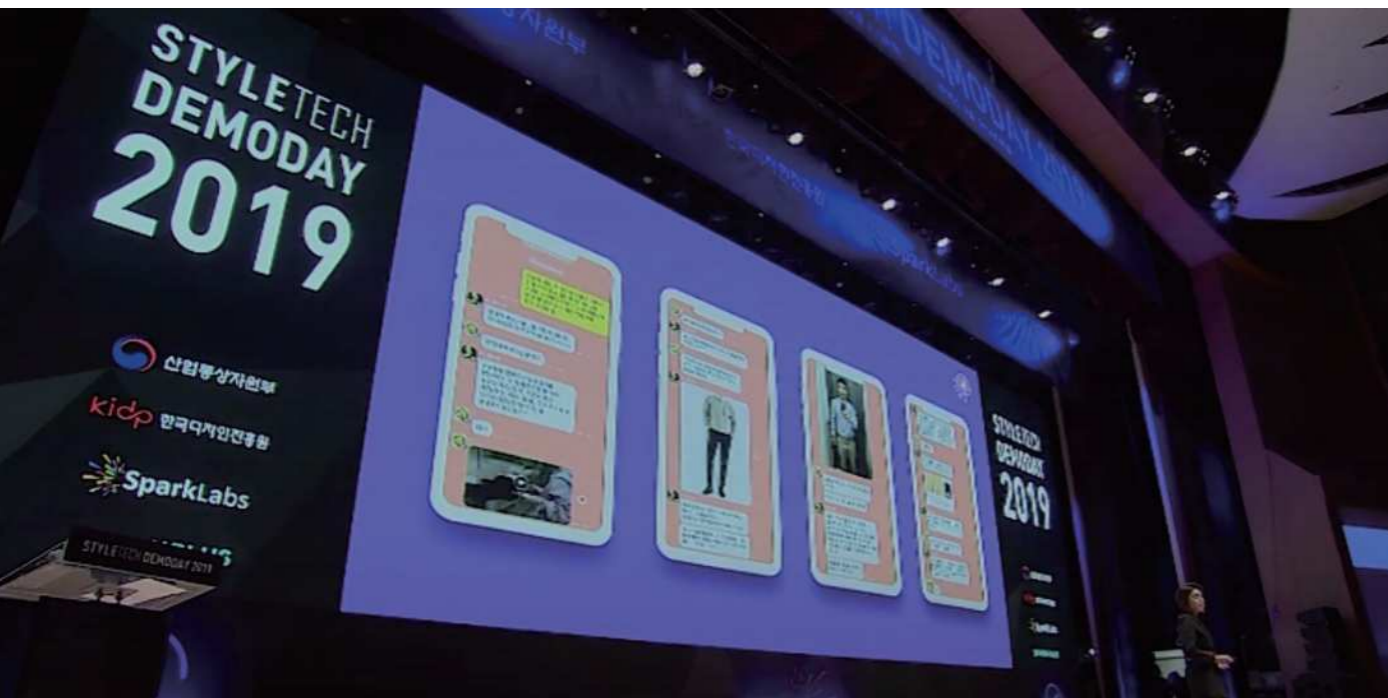
국내에서 이미지 컨설팅이라는 분야는 그동안 주로 정치인, 대기업 임원진, 연예인 등 특정 직군의 사람들에게만 국한되어 있었다. 하지만 최근에는 프리랜서 시장의 성장과 강연 클래스 등의 대중화로 빠르게 성장하는 시장으로 여겨진다. 대중들의 '퍼스널 이미지'에 대한 인식도 동반 성장하고 있다. 모던양장은 단순한 퍼스널 이미지 진단에 그치는 시장의 일반적인 서비스에서 한걸음 더 나아가 머리부터 발끝까지, 외부부터 스피치까지 이미지에 대한 고민을 모두 해결할 수 있는 원스톱 서비스를 추구한다. 인공지능 기능을 활용한 개인 맞춤형 데이터 수집과 역량 있는 전문 이미지 컨설턴트의 분석을 토대로 개인의 상황과 특성에 맞는 최적화된 방식의 스타일링을 제공하고 있다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 스타트업의 계기를 마련하다

스트롱소다는 스타일테크 프로그램 워크숍 참여를 통해 다섯 명의 멘토를 만났다. 그들을 통해 창업자의 역량부터 BM에 관한 현황까지 모든 방향성에 대해 열어 두고 다시 한번 객관적인 분석과 진단을 할 수 있었다. 그 결과를 통해 피봇을 결정하고 신규 서비스 기획을 위한 시장조사를 시작했다. 어느 정도 초기 방향성이 정해진 뒤에는 사업 기획과 UX디자인에 관한 객관적인 멘토링을 받을 수 있었다. 이를 통해 시장에서 체크해야 할 범위를 좁혀나가며 빠르게 새로운 비즈니스 모델에 대한 기획을 다듬어 나갔다.

리스크 없이 지속적인 외부 피드백을 받을 수 있다는 것은 스타일테크 프로그램의 가장 큰 장점 중 하나이다. 스트롱소다는 멘토링을 통해 외부 및 고객의 시각을 확인할 수 있었고, 어느 정도 기획이 잡혀나간 후에는 프로그램 차원에서 디자인 인력 인건비와 프로토타입 제작비를 지원 받아 피봇에 필요한 디자인 작업과 MVP 단계에 머물러있던 서비스의 프로토타입 모델을 구축했다. 기능과 사용자 경험 측면에서 개선된 프로세스를 활용하여 자사 웹사이트를 만들기도 했다.

1,000여 명 이상의 인원이 참석한 데모데이에서는 협업과 홍보의 기회를 가질 수 있었다. 데모데이 준비 과정에서 2~3주 동안 집중적으로 IR 컨설팅을 받은 경험은 이후 모던양장의 서비스 소개와 자료를 작성하는 토대가 되었다. 또한 사무 공간을 지원받으며 고정비를 아끼고, 유사 산업군에 속한 다양한 스타일 기업들과 같은 공간에서 근무하며 다양한 협업을 도모하는 등 시너지 효과를 얻었다. 이처럼 스트롱소다는 스타일테크 프로그램 참가로 인해 피봇 및 신규 서비스 모델 확립에 성공하며 다음 단계로 스타트업하는 좋은 기회를 얻을 수 있었다.



1 모든 분야가 분리되어 있는
이미지 컨설팅
시장의 비합리성에
주목하다

3 관련 산업에서의 오랜 노하우와
IT테크를 융합한
비즈니스 모델을
구축하다

2 과감한 피봇과 도전
보다 실질적인
솔루션을 향해
다가가다

4 머리부터 발끝까지
외모부터 스피치까지
원스톱 컨설팅
서비스를 기획하다

STRONG SODA

[스트롱소다의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 토탈 스타일 케어 서비스
시장에 새로운
비즈니스 모델을
제시하다

7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
멘토링을 통해 피봇을
결정하고 신규 서비스를
기획하는 과정에서
새로운 비즈니스 모델을
확립하다

6 사용자의 상황, 니즈, 성향 등
개인에게 최적화된
맞춤형 서비스를
제공하다

8 나 자신이 브랜드가 되는 시대
합리적이고
지속적인 컨설팅
모델을 확립하다

가장 익숙하고 쉬운 패션쇼핑 앱

pickling

[스타일과 테크의 결합이 마들렌메모리에 가져다준 변화]

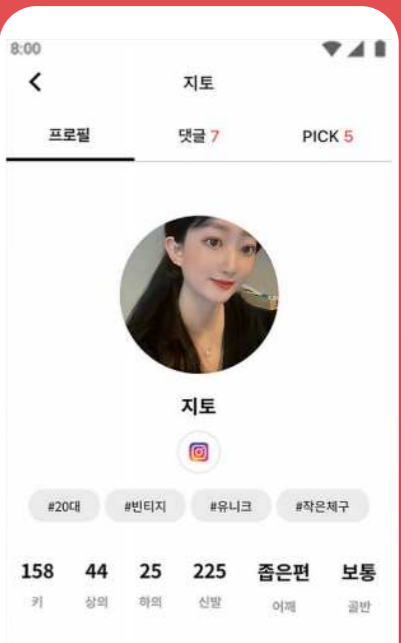
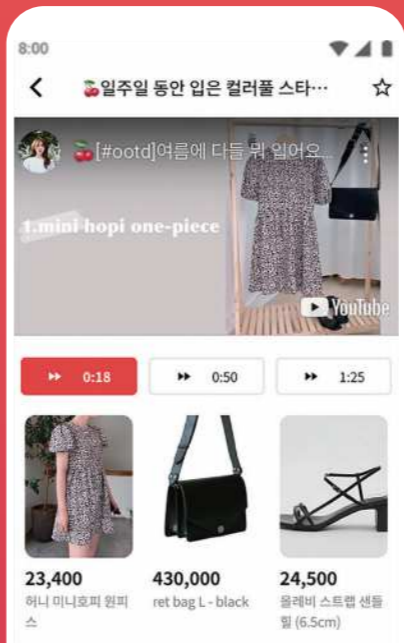


마들렌메모리 MADELEINE MEMORY

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 Pickling(피클링)
Style X Tech 패션 이커머스 산업 X 플랫폼 비즈니스

마들렌메모리는 사용자의 스타일과 체형에 맞는 패션을 큐레이팅해주는 패션쇼핑앱 피클링(Pickling)을 개발하여 운영하는 기업이다. 피클링 앱에 접속해 자신의 키를 입력하면 체형별로 다양한 코디를 추천받을 수 있는데, 마음에 드는 아이템은 앱 내에서 쇼핑물로 연결하여 바로 구매할 수 있다. 직접 옷을 사러 매장을 방문하는 오프라인-리테일 중심 시대에는 “어디서 무엇을 판매하냐”의 문제가 패션 커머스의 핵심 경쟁력이 되었지만, 온라인-개인 미디어가 성장함에 따라 “누가 추천하고 판매하느냐”에 따라 소비자의 마음이 움직이는 세상이 되었다. 소셜미디어 등을 무대로 활동하는 개인, 즉 마이크로 인플루언서들에게 판매 플랫폼을 제공하는 마들렌메모리는 개인 판매자와 소비자를 연결하면서 현재의 패션 커머스에 최적화된 서비스 모델을 구축하고 있다.



시대의 흐름에 맞는
패션 쇼핑 서비스를
제공하다

마들렌메모리가 제공하는 앱 서비스인 ‘피클링’을 다운로드 받아 들어가보면 로그인 후 자신의 키를 입력하게 된다. 입력하면, 신장 정보를 기반으로 다양한 체형을 위한 코디와 의류 아이템 정보가 큐레이션되어 나온다. 추천 목록을 보고 있으면 열려있는 플랫폼이라는 느낌이다. 특정 스타일로 도배되어 있지 않고, 다양한 비주얼의 옷들이 등장한다. 그 이유는 개인 판매자들이 올려놓은 저마다의 상품을 베이스로 큐레이션을 진행하기 때문일 것이다. 손쉽게 다양한 취향과 체형에 맞게 옷을 고를 수 있는 앱 내 종합패션상가를 방문한 기분이 든다.

마들렌메모리는 ‘보편성’을 토대로 한 적합한 서비스 모델을 만들어간다는 철학을 가진 기업이다. 특별한 기술로 독보적인 비즈니스 모델을 창출하는 일에는 관심이 없다. 시대의 변화에 따라 산업이 재구성되는 과정에서 보편화되는 기술에 주목한다. 그 기술을 토대로 적합한 사업모델을 구축하는 것에 초점을 맞추고 있다. 피클링의 시스템이 자연스러워 보이는 이유도 그런 마들렌메모리만의 생각이 곳곳에 묻어있기 때문일 것이다.

사실 보편성을 가치로 두는 것은 생각보다 어려운 일이다. 누구나 친근하게 접근할 수 있는 서비스를 개발하여 제공하기 위해서는 일관성을 유지할 수 있는 균형 감각과 산업계의 흐름을 읽는 정확한 관점이 필요하기 때문이다. 피클링은 10대에서 30대 초반의 여성을 타겟팅하고 있는 만큼 그들에게 가장 대중적으로 알려진 서비스들을 벤치마킹하고 있다. 디자인에 있어 마들렌메모리가 중요하게 생각하는 가치는 유니크한 컨셉이나 구성이 아닌 ‘익숙함’ 과 ‘편안함’을 통해 사용자들이 쉽게 이용할 수 있도록 하는 것이다. 시대의 변화를 선도하는 기업들은 큰 주목을 받는다. 하지만 그에 못지 않게 그 시대의 흐름에 꼭 맞는 표준(Standard)을 제공하는 기업들의 역할도 중요하다. 마들렌메모리의 비즈니스 모델은 패션과 테크놀로지의 만남이 우리의 생활 아주 가까운 곳에 영향을 미치는 좋은 사례로 여겨진다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 디자인 퀄리티를 높이다

디자인진흥원의 스타일테크 프로그램에 참가하기 이전, 마들렌메모리 기업 내부에는 전문 디자인 인력이 없었다. 그러다보니 디자인에 대한 결정을 내릴 때마다 전문적이고 객관적인 의견이 부재했다. 직관적으로 와닿는 시안을 컨펌하면서 실무를 진행해 온 것이다. 보다 안정적으로 서비스 플랫폼을 유지하기 위해서는 이유있는 디자인이 필요했다. 스타일테크 프로그램 중 UX 컨설팅 교육을 통해 실무 단계에서 전문가의 의견을 듣고, 실제 서비스에 반영하면서 전체적인 디자인 퀄리티를 높일 수 있었다. 이전에는 디자인의 미적인 속성에 초점을 두었다면 이제는 디자인을 프로세스로서 활용하는 단계가 되었다.

다른 지원사업 프로그램의 경우, 참여 기업마다 활동 분야가 달라 대화를 나눠봐도 공감대를 형성하기가 어려웠다. 서로의 사업에서 공통분모를 찾지 못하다보니 협력을 도모하기에도 어려운 점이 많았다. 하지만 스타일테크 프로그램의 경우 스타일(패션, 뷰티) 산업과 테크(ICT 기술)의 결합이라는 테마가 분명했기 때문에 지원 기업들 간의 교류가 훨씬 활발했다. 같은 산업 분야에서 서로 다른 아이디어를 가지고 있는 다양한 비즈니스 모델들을 만나다보니 상호간의 깊이 있는 교류가 이뤄진 것이다. 협업 가능성을 타진하기에도 매우 좋은 기회가 되었다. 스타일테크 프로그램은 지원과 교류가 부족했던 분야의 기업들을 모아 한 자리에서 만나게 하는 것만으로도 국내 패션, 뷰티 산업에 큰 영향을 끼친 것이다.

/oo

스타일테크 프로그램 중 UX 컨설팅을 통해 많은 도움을 받았다. 아웃풋(디자인 산출물)이 단기간에 마법처럼 비약적으로 아름다워진 것은 아니다. 하지만 디자인을 바라보는 관점이 확장되었다. UX 컨설팅 이후, 디자인에 대한 이해가 180도 달라졌다. 실용적으로, 보다 깊이 있게 디자인을 바라볼 수 있게 되었다.

oo/

1

산업이 재구성되는 과정에서
보편화된 기술로
사업 모델을
구상하다

3

타겟층인 1030 여성들에게
가장 필요한 것이
무엇인지 고민하다

2

보편적인 가치를 담은
쉽고 편안한
플랫폼을 기획하다

4

타겟층에게 어필하기 좋은
인플루언서들의
역할에 주목하다

MADELEINE MEMORY

[마들렌메모리의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

체형에 맞춰 옷을 큐레이션해주는
패션 앱
‘피클링’을 개발하다

6

모두가 혁신을 위한 혁신만을 외칠 때
현시대에 적용되는
보편성을 재정의하다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
UX컨설팅 교육을
통해 디자인 퀄리티를
높이고 다른 곳에서는
좀처럼 만날 수 없던
패션, 뷰티 기업들과
깊이 있는 교류를
이어나가다

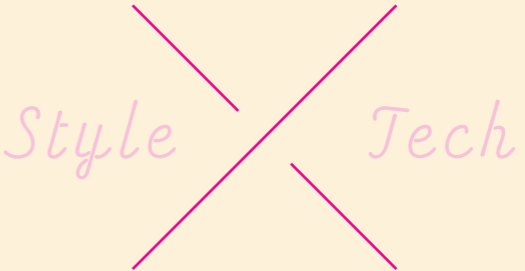
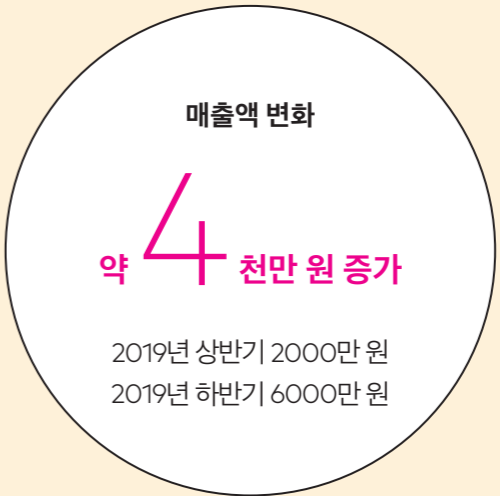
8

디자인을 보는 시각이 확장되다
사업의 규모도
함께 확장되다

스마트한 큐레이션으로 패션 한류의 연결고리가 되다



[스타일과 테크의 결합이 틸투원에 가져다준 변화]



틸투원
TIL21

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

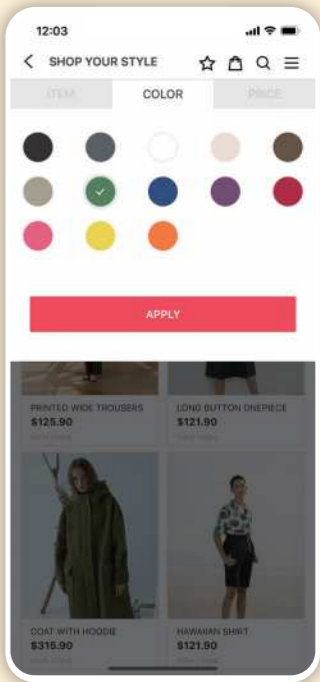
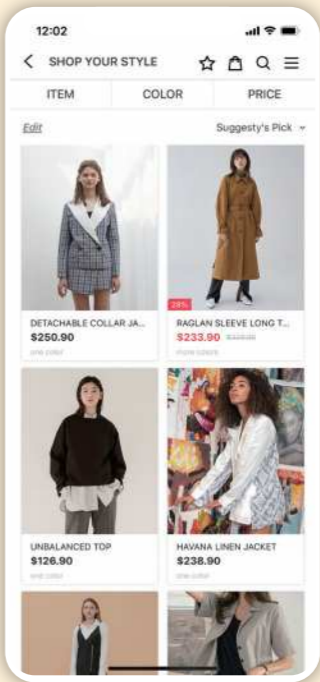
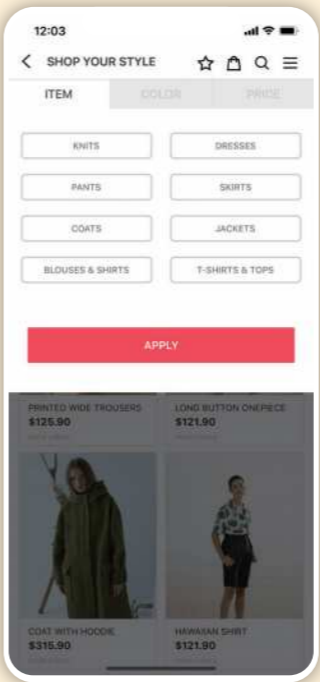
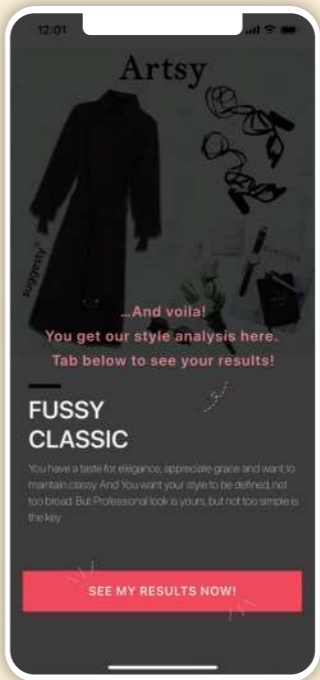
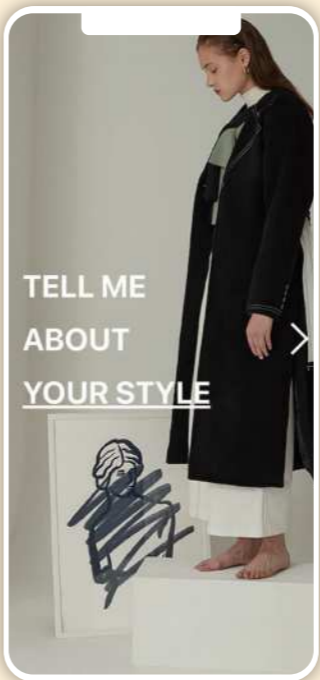
상품 / 서비스 서제스티
Style X Tech 패션 큐레이션 서비스 X 플랫폼 비즈니스, 인공지능, 딥러닝

틸투원은 빅데이터와 인공지능 기술을 기반으로 사용자의 취향을 추천하는 패션 큐레이션 플랫폼 '서제스티'를 개발하여 운영하는 기업이다. 해외시장의 2~30대 여성들에게 한국 디자이너들의 패션 아이템을 추천하는 서비스를 통해 스타일산업의 글로벌화에 앞장서고 있다. 서제스티 앱은 키, 체형, 피부 톤 등 고객의 신체 정보와 스타일 데이터를 입체적으로 분석해 맞춤형 아이템을 추천해준다. 공급자 중심의 MD추천 서비스를 벗어나 사용자의 스타일에 최적화된 검색 시스템을 구축한 것이다.

고객의 프로필과 스타일에 꼭 맞춘 큐레이션

IT기술의 발달과 빨라진 인터넷 속도, 모바일 서비스의 일상화는 온라인 패션몰 시장에 급격한 변혁을 가지고 왔다. 많은 쇼핑몰들이 물량, 다양성, 배송, UI/UX 등 대부분의 기능적 측면에서 눈부신 발전을 이뤘다. 하지만 큐레이션 면에서는 크게 개선되지 않은 경향을 보이고 있다. 공급자 중심의 MD 추천과 의미 없는 검색 결과 등 사용자는 여전히 자신에게 맞는 아이템을 찾는 일에 어려움을 느낀다.

물론 시장에는 IT기술을 탑재한 많은 큐레이션 서비스가 나와 있다. 하지만 대부분이 최초 소비자 조사에 많은 시간과 비용을 소비하기 때문에 상품 추천까지 짧지 않은 시간이 소요된다. 틸투원이 운영중인 패션 큐레이션 플랫폼 '서제스티'는 모든 아이템들을 취향별로 데이터베이스화 하여 AI 답러닝을 진행한다. 소비자는 다이내믹 프로파일링(dynamic profiling)을 통해 자신의 취향에 대한 정보를 작성한다. 이 과정을 통해 아이템 추천까지 걸리는 시간은 채 1분이 걸리지 않는다. 개발완료 단계에서 진행한 베타테스트 결과 전체 매출의 80%가 추천 알고리즘에서 나온다는 결과를 확인한 틸투원은 이후 큐레이션 서비스 고도화와 UI/UX 개선 과정을 거쳐 현재 세계 각국에 앱 서비스를 제공하고 있다.

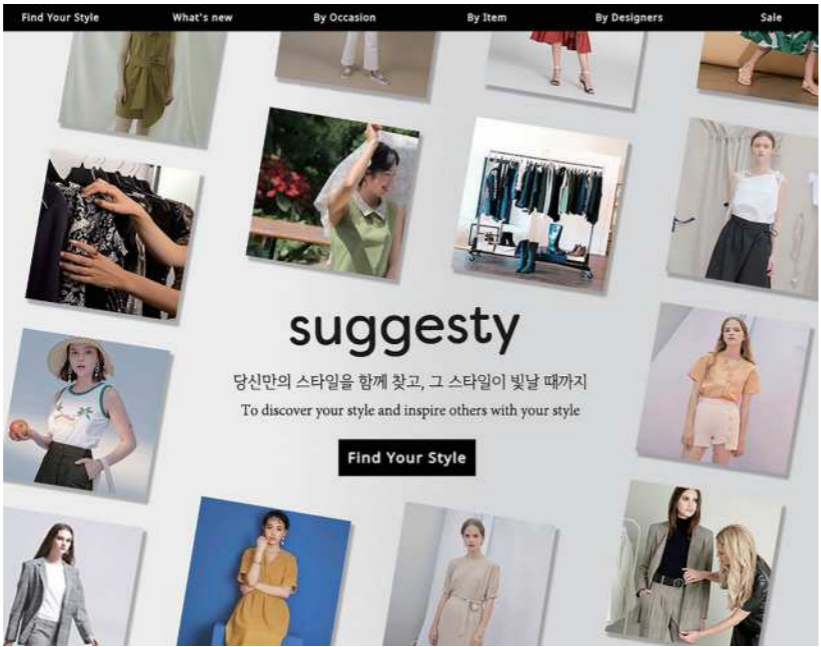


디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
성장의 동력을 얻다

틸투원은 스타일테크 프로그램을 통해 외부 전문가의 신선한 시각을 접하고, 비즈니스 모델에 대한 다양한 피드백을 받을 수 있었다. 또한 공간 지원을 받아 공유오피스에 입주하여 외부와의 정보 공유가 활발해지는 경험을 할 수 있었다. 직원의 자기 계발이 가능한 쾌적한 업무 시설에서 만족스러운 사업 기간을 보냈다.

스파크랩의 교육을 통해 참여한 스타일테크 데모데이 행사는 지금까지 틸투원이 참여했던 어떤 피칭 행사보다 큰 규모였다. 스타일 산업에 종사하는 많은 이들에게 서제스티 서비스를 알릴 수 있는 기회였다. 피칭 준비 과정부터 비즈니스 모델 확립에 큰 도움이 되었다. 행사 이후 여러 업체에서 협업 및 투자 문의가 이어지고 있다. 단 하루 뿐이었던 데모데이 행사는 참여기업들의 멋진 피칭들, 참가자들의 높은 이해도가 어우러져 스타일테크 참가 기업들의 성장에 크게 기여하고 있다.

또한 스타일테크 지원 사업의 일환인 '디자이너 매칭 프로그램'을 통해 능력있는 신입 디자이너를 채용할 수 있었다. 그는 신입인데도 불구하고 UX/UI 멘토링을 통해 바로 실제 업무에 적용할 수 있는 결과물을 만들어냈다. 기업의 상황에 맞는 실력있는 디자이너를 확보할 수 있다는 점은 디자인진흥원 지원사업의 가장 큰 장점 중 하나이다. 디자인 역량 상승 효과를 누린 틸투원은 프로토타입 개발 비용까지 지원받으며 서제스티 서비스의 초석을 마련할 수 있었다.



1
공급자 중심의 추천 서비스라는
기존 쇼핑몰의
문제점을 파악하다

2
AI 기술 기반의 플랫폼 개발
고객 맞춤형
큐레이션 기능을
확보하다

3
고객의 키, 체형, 피부 톤, 취향
개인성을 반영한
추천 서비스를
제공하다

4
1분 안에 분석을 끝내는
서제스티 앱
플랫폼을 구축하다

TIL 21

[틸투원의 스타일테크 성공사례 Digest]

5
해외시장의 2030 여성들에게
한국 디자이너의
상품을 소개하다

6
추천 알고리즘 고도화를 통해
소비자
경험을 개선하다

7
한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
능력있는 신입
디자이너를 채용하고
데모데이 행사를 통해
자사의 서비스를 널리
알리다

8
온라인 패션 쇼핑의 패러다임을 바꿀
미래 플랫폼으로의
성장을 꿈꾸다

CHAPTER 2.

스타일



XR, IoT, 센서

- 가상현실(VR)
- 증강현실(AR)
- IoT
- 센서
- 웨어러블 등

버추어라이브 — 현실과 가상현실의 융합으로 새로운 비즈니스 모델을 제시하다 ● **세이프웨어** — ‘안전’이라는 가치 창출, 신시장 개척으로 이어지다 ● **슈퍼웍스컴퍼니** — 창의성이 산업을 리드하는 미래를 위한 플랫폼 ● **로로젬** — 모바일로 미리 가상 체험하는 패션 아이템 ● **석세스모드** — 사진만 찍어 올리면 해외주소로 상품을 배송하다

현실과 가상현실의 융합으로 새로운 비즈니스 모델을 제시하다



[스타일과 테크의 결합이 버추어라이브에 가져다준 변화]

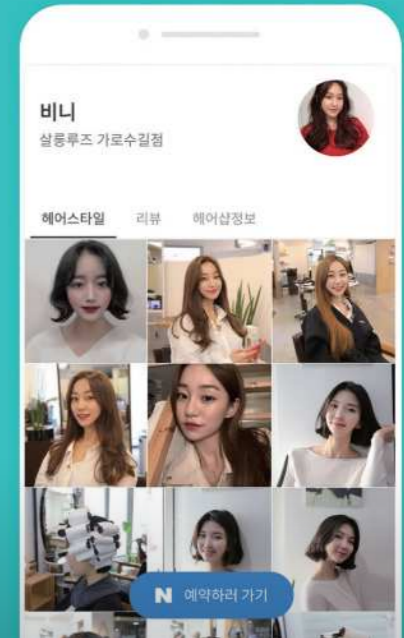
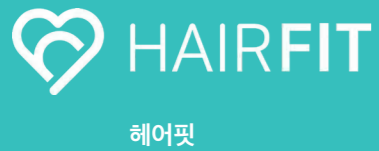


버추어라이브 VIRTUALIVE

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스	헤어핏, 세븐스
Style X Tech	헤어뷰티 산업 X 가상현실(VR), 증강현실(AR), 공유경제(O2O)

2016년 창립된 버추어라이브는 국내 헤어뷰티 산업에 가상체험 기술을 도입한 헤어핏 앱 서비스를 개발하여 2017년 론칭하였다. 헤어뷰티 산업 분야는 모든 사람에게 보편화되어 있는 열린 시장이지만 다른 뷰티 분야에 비해 오프라인과 리테일 중심의 전통적인 소비 패턴에서 오래도록 변화가 없었다. 그래서인지 가상현실(VR), 증강현실(AR) 기술을 도입한 헤어스타일 시뮬레이션 서비스 '헤어핏'은 회원 수가 170만 명을 넘어설 만큼 뜨거운 반응을 불러오고 있다. 뿐만 아니라 IT 기반 공유 미용실 앱서비스 '세븐스'를 운영하며 온·오프라인을 잇는 플랫폼 비즈니스의 영역을 확장해나가고 있다. '혁신을 통한 소비문화 개선'이라는 기업 철학에 걸맞는 그들의 행보는 4차산업혁명 기술을 도입한 비즈니스 모델을 국내 현실에 맞게 정착시킨 결과물로 평가된다.



새로운 헤어스타일을 고민하는 사용자의 어려움에 주목하다

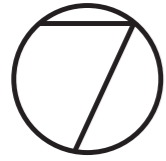
웃은 입어보고 살 수 있지만 헤어스타일의 선택은 시술한 순간 돌이킬 수 없다. 막상 새로운 스타일을 시도했는데 마음이 들지 않는다면? 머리카락이 다시 자라나는 생물학적 시간에 온전히 순응하고 기다려야 한다. 그래서 일반적으로 새로운 헤어스타일의 시도에 대해 사람들은 매우 신중하다. 마음에 드는 헤어스타일을 오랫동안 유지하는 경우가 많다. 또한 자신의 마음에 드는 스타일로 시술해주는 헤어 디자이너에 대한 충성도도 높은 편이다.

그렇지만 가상 기술을 통해 헤어스타일을 미리 체험할 수 있다면? 이야기가 달라진다. 버추어라이브는 증강현실(AR) 및 인공지능(AI) 기술을 기반으로 한 가상체험 앱 '헤어핏'을 개발·운영 중이다. 스타일을 테크와 융합시키려는 시도에는 필연적으로 수많은 어려움이 뒤따른다. 실감나는 가상체험을 제공하기 위해서는 기존의 헤어스타일 합성 서비스에 비해 향상된 시각적 퀄리티가 요구되었다. 버추어라이브는 딥러닝 기반의 배경 적용 기술로 실감나는 AR 헤어스타일 체험을 구현해냈다.

헤어스타일 큐레이션과 헤어 디자이너 연결 서비스를 제공하는 헤어핏

헤어핏에 접속하여 정면 사진을 업로드하면 큐레이션 된 헤어스타일 중 하나를 선택해 즉석에서 체험할 수 있다. 머리가 긴 사람은 짧은 머리, 머리가 짧은 사람은 긴 머리 스타일을 연출한 자신의 모습을 가늠해볼 수 있는 것이다. 뿐만 아니라 사용자가 원하는 헤어스타일을 전문적으로 시술해줄 헤어 디자이너 연결 서비스까지 제공하면서 헤어뷰티 토탈 솔루션으로서의 초석을 닦고 있다. 새로운 시장을 창출하고 있다는 점에서 흥미로운 행보가 아닐 수 없다.

‘헤어뷰티’라는 시장의 보편성은 헤어핏 비즈니스 모델의 가장 큰 메리트 중 하나일 것이다. 앞서 언급한 것처럼 누구나 헤어스타일에 대한 고민이 많다. 하지만 의식주에 관련된 산업 등 보편성이 강한 분야일수록 전통적인 방식의 소비가 뿌리깊이 자리잡고 있는 만큼 새로운 개념의 테크를 적용시키기 어려운 것도 사실이다. 소비자 인식을 제고하는 데에는 긴 시간이 필요할 것이다. 하지만 헤어핏은 스마트 디바이스와 웹 서비스 사용에 익숙한 20~30대를 타겟으로 삼은 플랫폼을 구축하고 있기 때문에 장기적인 관점에서 전망이 밝을거라 여겨진다. 헤어핏은 이미 170만 명의 유저와 5,000명 가량의 헤어디자이너를 인프라로 보유하고 있다. 헤어뷰티 업계에도 4차산업시대의 풍경에 어울리는 새로운 소비문화 정착이 필요하다. 혁신은 오래된 가치에 새로운 테크닉을 접목하는 데에서 출발한다.



seven's

헤어뷰티 시장에 적용된 O2O 서비스

온라인과 오프라인을 잇는 공유경제, 즉 O2O(Online to Offline) 플랫폼 서비스는 이제 우리 생활에 깊숙히 자리잡고 있다. 국내에서는 음식 배달, 자동차 세어링, 숙박업소 예약 등 다양한 분야에서 높은 시장 점유율을 차지하고 있다. 대부분의 O2O 서비스는 비대면으로 제공 가능하지만, 헤어뷰티 산업은 아무리 고도화되어도 최종적으로는 헤어 디자이너가 머리카락을 손질하는 대면(face to face) 서비스를 필요로 한다.

버추어라이브가 운영하는 '세븐스'는 오프라인 서비스의 필연성을 역으로 이용하여 국내 미용 업계 최초로 공유경제 방식의 비즈니스 모델을 도입한 공유 미용실이다. 대부분의 공유 서비스는 최종 소비자에게 배달음식, 렌트카, 숙소, 사무실 등을 제공하는 방식으로 이뤄지는데, 세븐스의 컨셉에서는 최종 서비스 제공자인 헤어 디자이너를 고객으로 삼았다는 점에서 혁신성을 발견할 수 있다.



**헤어뷰티 산업 종사자들의 새로운 공생 가능성,
비즈니스 모델이 되다**

앞서 언급한 것처럼 헤어뷰티 산업에서는 오프라인 리테일 서비스를 빼놓을 수 없다. 헤어스타일 가상체험 앱 헤어핏을 통해 소비자와 헤어 디자이너를 연결하면서 새로운 소비패턴을 창출한 버추어라이브의 큰 그림은 세븐스를 통해 완성되고 있다. 종사자와 소비자를 아우르는 미용 산업의 전반적인 혁신을 예고케 하는 유쾌한 시도로 읽힌다. 현재 서울 강남, 합정과 경기 부천, 성남 등 네 곳에서 운영 중인 세븐스를 필두로 유사한 비즈니스 모델을 가진 공유 미용실들이 지난해부터 10곳 이상 오픈했다.

코로나19로 인해 오프라인 서비스를 깬 O2O 플랫폼은 대부분 어려움을 겪고 있다. 하지만 공유 미용실에 입점하면 창업 초기비용을 대폭 줄이고, 수익률이 높아지는 이점이 있다. 그래서 많은 젊은 헤어 디자이너들이 공유 미용실로 모이고 있는 추세다. 또한 하나의 미용실 안에 여러 명의 개인사업자들이 입주해 있기 때문에 모두 주인의식을 갖고 일하게 된다.

물론 공유 미용실을 차려둔다고 해서 모든 일이 일사천리로 진행되는 것은 아니다. 그 아무리 혁신적인 아이디어와 기술도 철저한 관리와 현실적인 고뇌를 거쳐야만 단단한 플랫폼으로 구축된다. 세븐스는 양적인 성장에 초점을 맞추지 않고, 입점 디자이너를 선발할 때 인성과 역량 등을 엄격하게 평가한다. 또한 합병을 통해 한 식구가 된 헤어핏 앱과의 연동성을 통해 앞으로 더욱 시너지를 낼 것으로 기대되고 있다. 온/오프라인 인프라를 모두 갖춘 버추어라이브가 자신들만의 역량을 차별화된 시스템으로 구축해나간다면 국내 미용업계에 유례 없었던 유동적인 소비 패턴이 확립될 것으로 기대된다.

MZ세대 여성들을 타겟으로 한 디자인

버추어라이브의 디자인 방향성은 MZ세대 여성들을 타겟으로 삼고 있다. MZ세대는 밀레니얼 세대(1980년~2004년 출생자)와 Z세대(1995년~2004년 출생자)를 합쳐서 일컫는 말이다. 독립적이면서 자신 내부에 잠재된 가능성의 확장에 열중하는 라이프스타일을 가진 세대라고 여겨진다. MZ세대는 스마트폰과 태블릿PC로 대표되는 하이테크 디바이스를 자유자재로 사용하며 온라인 생활과 오프라인 생활을 쉽게 접목시킨다.

통계청의 조사에 의하면 2019년 기준 우리나라의 MZ세대에 해당하는 국민의 비중은 전체 인구의 약 34%에 달하는 1,700만 명에 이른다. 그 중 열 명 중 한 명(약 170만 명)은 버추어라이브가 운영하는 가상체험 앱 헤어핏의 회원이다. 이들의 새로운 DNA에 각인된 미적 감각과 디자인 판별력은 기성세대가 가진 것에 비해 훨씬 입체적이다. 헤어핏과 세븐스라는 자신들의 플랫폼 자체를 영향력 있는 마케팅 매개체로 사용할 수 있는 버추어라이브의 경우 헤어뷰티에 관심이 많은 소비자에게 어필할 수 있는 디자인의 중요성에 대해 충분히 알고 있다.

**디자인진흥원
스타일테크 프로그램을
통해 세계시장의 문을
두드리다**

버추어라이브는 스타일테크 프로그램이 구상 단계에 있을 때 헤어뷰티로 대표 업체 인터뷰를 한 인연으로 본 사업에 지원하게 되었다. 스타일테크 프로그램에 참여하면서 UI/UX를 개선하며 디자인의 중요성을 더욱 절실히 느끼고 디자인 파트를 강화하였다. 디자이너 출신 CPO를 영입하여 디자인 씽킹으로 사고하는 조직 문화를 만들어가고 있다. 또한 한류 기반의 해외사업을 진행하기 위해 유닉스전자와 대만시장 진출을 위한 MOU를 체결하며 세계시장 진출의 발판을 마련했다.

버추어라이브의 이재열 대표는 스타일테크 프로그램이 스타일(뷰티/패션) 관련 스타트업들에게 직접적인 도움을 줄 수 있는 중견, 대기업과의 연결되는 허브 역할을 하는 점이 가장 만족스러웠다는 후기를 남기면서 다른 스타일 스타트업들에게도 참여를 추천했다. 미래 사회에서 스타일과 테크의 접목은 점점 선택이 아닌 필수일 것이다. 좋은 아이디어를 실제로 추진하기 위해서는 기성 인프라와의 접점이 필수적이며, 이를 위한 가장 좋은 통로가 스타일테크와 같은 지원사업일 것이다.



/oo

정부와 민간에서 진행하는 여러 지원사업에 참여해보았고, 간접적으로 알고 있던 사업들도 있었습니다만 스타일테크 프로그램은 뷰티·패션 업체에는 다른 사업보다 훨씬 메리트가 많은 사업이라고 생각합니다. 아직 많이 알려지지 않아 아쉽습니다. 많은 뷰티·패션 스타트업들이 보다 활발하게 참여할 수 있도록 널리 홍보되었으면 합니다.

oo/



1 헤어뷰티 산업에 ICT 기술을 접목한 가상체험 앱 헤어핏을 론칭하다

2 소비자의 니즈를 충족시키며 빠른 성장세를 이룩하다

3 170만 다운로드를 기록하며 잠재성을 폭발시키다

4 온라인 인프라와 연결되는 오프라인 비즈니스 모델을 개발하다

VIRTUALIVE

[버추어라이브의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 020 오프라인 플랫폼 공유 미용실 세븐스를 론칭하다

6 혁신을 통해 새로운 사업 창출 소비문화 개선의 장을 마련하다

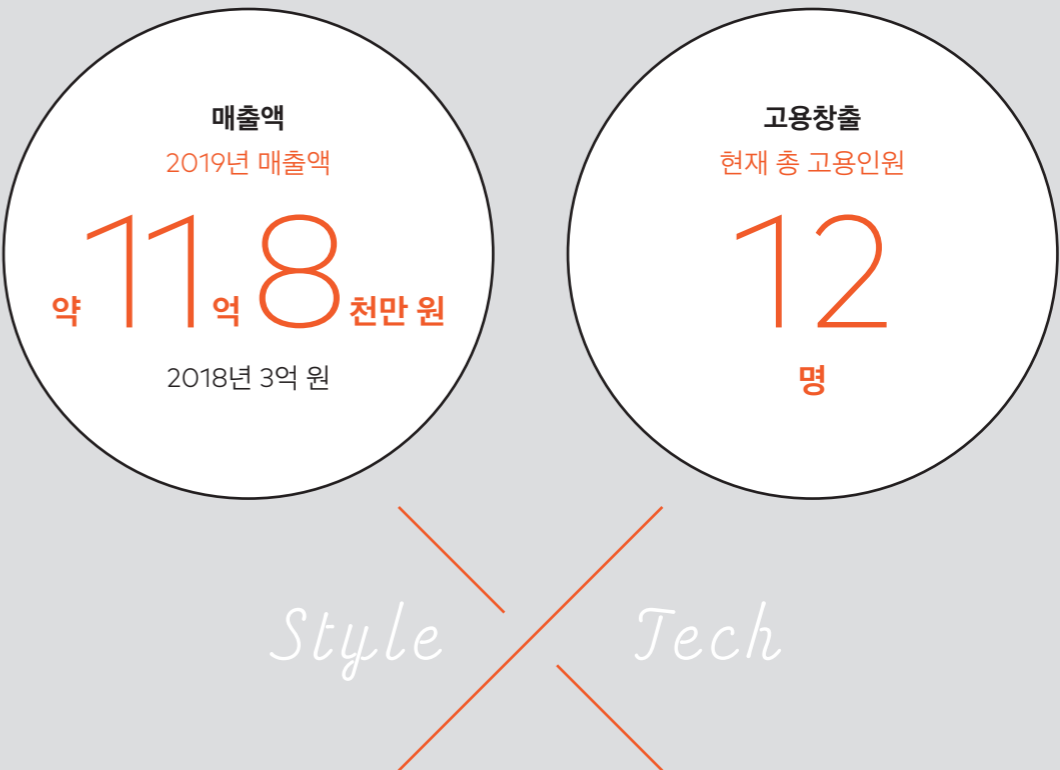
7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 디자인 파트를 강화하고 기업 체질에 디자인 DNA를 심는 계기가 되었으며 대만시장 진출을 위한 MOU를 체결하며 세계시장 진출의 발판을 마련하다

8 ICT 기술 융합이 생소했던 업계에 새로운 비즈니스 모델을 제시하다

'안전'이라는 가치 창출, 신시장 개척으로 이어지다



[스타일과 테크의 결합이 세이프웨어에 가져다준 변화]



세이프웨어 SAFEWARE

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스	산업용 추락보호 에어백(Smart Airbag)
Style X Tech	안전 제품(의류) X 스마트 웨어러블 IoT연동 기술

세이프웨어는 인체보호용 웨어러블 에어백을 제조하는 기업이다. 웨어러블 에어백은 건설 현장에서 일어날 수 있는 추락 사고에 대한 안전대책으로 만들어진다. 세이프웨어 제품은 사고 시 에어백이 터져 신체를 보호하는 기초적인 기능에 IoT 기술을 연동하여 등록된 연락처로 사고자의 위치를 알려주는 문자와 응급콜을 자동 전송한다. 사고자를 빠르게 이송할 수 있는 기능이 추가된 것이다. 산업용 추락보호복 외에 바이크, 승마, 수상 레포츠용 라이프자켓과 노인 낙상 보호복, 영유아 질식방지 에어백, 드론 투척용 구명튜브 등 다양한 분야의 안전 시스템을 개발하여 상용화하고 있다.

수상실적

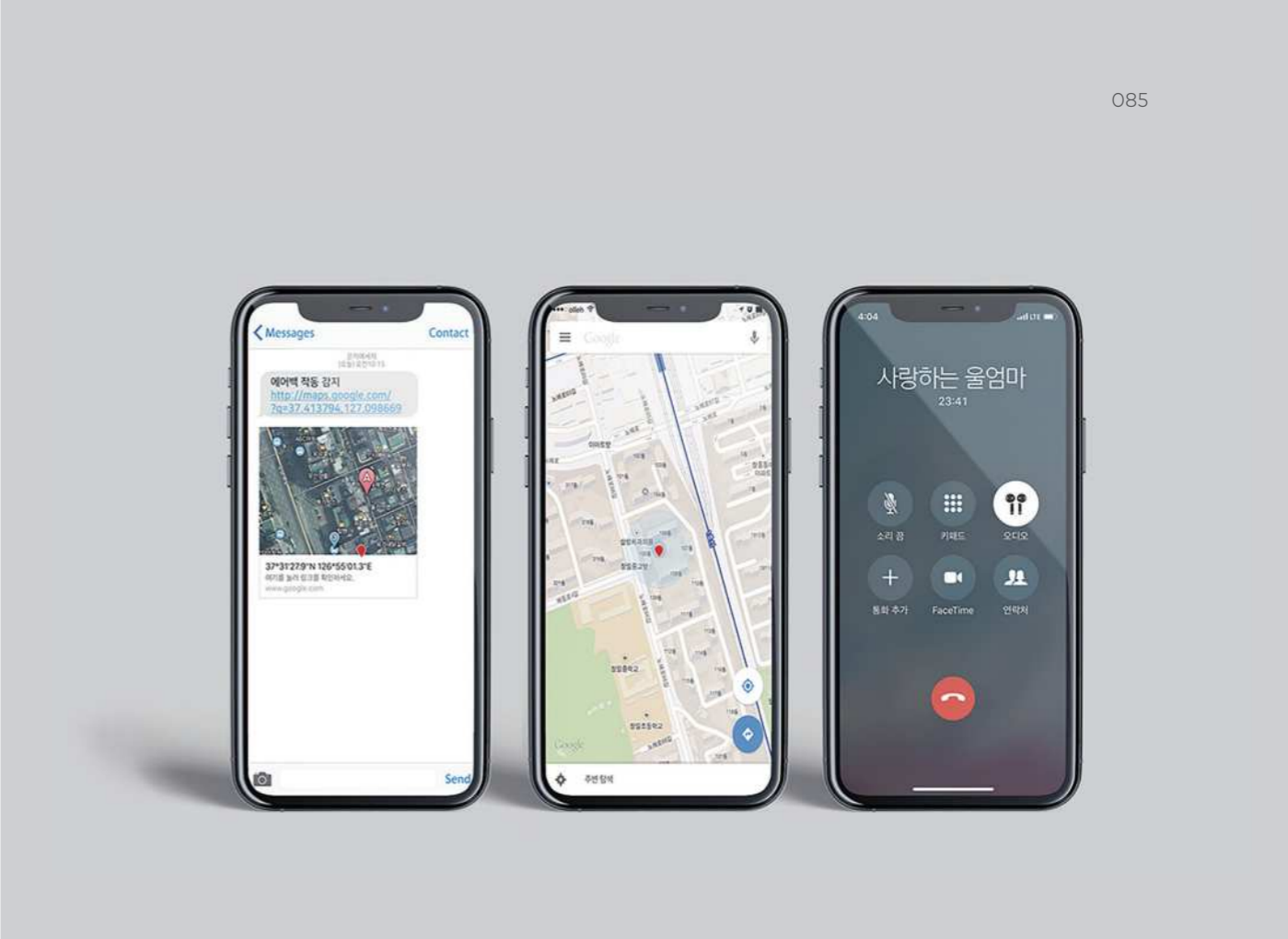
2017 — 산업안전공모전 수상	2019 — 범정부 공공데이터 활용 창업경진대회 왕중왕전 신용보증기금 이사장상
2017 — 과학기술정보통신부 K-Global 300 기업 선정	2020 — IEEE NEXT STARS 기업 선정
2018 — 지역산업 우수혁신아이디어 사업화 공모전 금상	2020 — 상반기 군우수 상용품시범사용 선정
2018 — 제3회 산업안전오디션 최우수상 (산업통상자원부장관상)	2020 — 조달청 혁신시제품 지정
2019 — 국방기술활용 창업경진대회 최우수상 (방위사업청장상)	2020 — 우수발명품 우선구매선정
2019 — 국민안전진흥 유공 행정안전부장관표창 수상	2020 — 바이크용 에어백 M2 굿디자인 선정
	2020 — 추락보호 에어백 C1 굿디자인 Silver Prize

추락사고 위험도를 줄이는 웨어러블 스마트 에어백

전세계적으로 매해 약 230만 명의 근로자가 산업 재해로 고통받고 있다. 2018년 국내에서 발생한 전체 산업 재해 사망자 중 추락사고의 비중은 43.7%였다. 한해 동안 총 350명의 근로자가 추락사고로 목숨을 잃은 것이다. 세이프웨어는 이러한 불행을 방지하기 위해 산업용 웨어러블 스마트 에어백을 개발했다. 안전그네 부착형/베스트(조끼) 타입으로 디자인되어 작업 시에 편하게 착용할 수 있고, 내장 센서가 추락을 감지하여 0.2초 이내에 자동으로 에어백을 팽창시키는 기능성 의류이다. 낙상 테스트 결과 최대55%의 충격 완화 효과가 증명되었다. 또한 단순한 충격 완화 기능에 IoT 기술을 더해 안정성을 강화했다. 사고 발생 시 연동된 스마트폰 어플리케이션에 등록된 연락처로 발생 위치를 알리는 문자 및 응급콜 전송 기능을 탑재한 것이다. 이를 통해 구조 인원의 신속한 이동이 가능해져 사고자의 골든 타임을 확보할 수 있다.

편의성과 안전성을 강화한 바이크용 웨어러블 에어백

레저를 즐기는 인구가 증가하면서 수많은 라이딩 기어와 보호 슈트들이 시장에서 판매되고 있지만, 기존 바이크 슈트의 경우 하드타입의 보호대가 내장되어 있어 사용자들은 늘 불편함을 느껴왔다. 그러나 오랫동안 시장에는 그러한 문제를 해결할 대안이 제시되지 않았다. 세이프웨어는 라이더들의 안전과 편의를 보장할 수 있는 제품의 필요성을 느끼고 바이크용 웨어러블 에어백을 개발, 상용화에 성공했다. 기존 바이크 슈트에 비해 착용 시 편의성과 조작성이 뛰어나고 피로도가 감소하여 더욱 즐겁고 안전한 라이딩을 즐길 수 있다. 소재와 원단 역시 강하고 통기성이 우수한 Codura, 3D 메쉬타입의 소재를 사용하여 쿨링 기능 및 내구성을 확보했다. 또한 카트리지 방식의 가스교환 방식을 적용하여 재사용이 가능하도록 디자인되었다.



웨어러블 에어백에
적용된 다양한
테크놀로지

세이프웨어의 웨어러블 제품은 다양한 기술의 융합과 함께 개발되었다. 휴먼팩터(Human Factor) 디자인을 적용하여 인체 표준 모델을 아바타화 하고, 3차원 인체 시뮬레이션 피팅을 통해 신체에 꼭 맞는 에어백 디자인을 개발하였다. 또한 근골격계의 움직임과 위치, 작업자의 행동과 건설(산업) 현장의 특성을 분석한 데이터를 적용하여 기구체의 위치와 부피, 하드웨어의 위치를 고려한 디자인을 도출했다.

세이프웨어 에어백의 우수한 성능은 수많은 낙상 테스트를 통해 증명되었다. 첫째, 위험 감지 능력이 뛰어나다. 가속도 센서, 충격 감지 센서, GPS 센서 등을 통해 추락사고 발생 시 에어백을 부풀려 작업자를 적극적으로 보호한다. 둘째, 앞서 말한 것처럼 IoT 통신과의 연계를 통해 작업자의 실시간 위치와 이상 유무를 파악하고 사고 발생 시 문자와 응급콜을 통해 사고자의 골든타임을 지켜주는 기능은 빈번한 추락 위험에 노출되어 있는 산업 현장에서 많은 작업자들의 위험을 줄여주는 획기적인 기술 융합 사례로 평가받고 있다.

개척자의 어려움을 극복하다

세이프웨어는 기존 시장에 없던 새로운 제품을 만드는 기업이다. 때문에 시장 접근에 대해서는 유리하다는 장점을 가졌다. 하지만 선도자가 없는 시장을 개척하는 미션에는 어려움이 뒤따른다. 참고할 비즈니스 모델이 없기 때문에 제작과 개발 과정에서 반복되는 실험을 감수해야 하고, 거래처 등 사업의 대상을 설득하는데 오랜 시간이 들기 때문이다. 하지만 세이프웨어는 이 모든 어려움에도 불구하고 끊임없이 웨어러블 에어백 상용화를 위해 힘써왔다. 그 이유는 사상자를 줄이는데 획기적인 효과를 내는, 우리 사회에 꼭 필요한 아이템이기 때문이다.

애초에 존재해야만 했던 기술이지만 아직 부재했던(제대로 된 제품이 없었던) 탓에 기존의 제도와 규제가 제품 개발의 방해요소가 되기도 했다. 기존의 안전 시스템이 가지고 있는 규격, 규제를 그대로 따라서 만들 수 없을 뿐만 아니라 인증에 관한 전례가 없기 때문이다. 세이프웨어의 웨어러블 에어백은 시장에서 최초로 개발되는 장비였던 만큼, 마련된 규정요소가 없어 선구자의 어려움을 그대로 겪고 있다. 하지만 어떤 난관에도 굴하지 않고 자체 성능 테스트를 통해 완벽한 제품을 생산하고자 애써왔다.

새로운 시장 창출의 공로를 인정받다

많은 난관을 거쳐 기존에 없는 새로운 제품을 개발한 세이프웨어는 관련 시장에서 기술력을 널리 인정 받았다. 현재 세이프웨어가 생산하는 산업용 추락보호 에어백 C1(Smart Airbag)은 각종 공공기관(도로공사, LH, 철도시설관리공단, 한국전력, 남동발전, 한국공항공사, 자산관리공사, 가스공사, JDCm 중부발전, 시설관리공단, 인천교통공사, 지역난방공사, 국유림관리소 등) 및 기업체(한화건설, 대림건설, 두산건설, 쌍용건설, 금풍건설이엔씨, 극동건설, 계룡건설 등) 등 산업현장이 있는 다양한 분야의 업체에 납품되고 있다.

통계에 의하면 산업재해로 인한 전세계 경제적 손실은 연간 1조 2000억 달러에 달한다고 한다. 물론 근로자의 위험을 경제적 비용으로 정확히 환산할 수는 없다. 하지만 산업재해는 개인에게도, 기업에게도, 국가에게도 막대한 손실을 발생시키는 우리 사회가 반드시 해결해야 할 숙제이다. 세이프웨어가 개발한 산업용 추락보호 에어백(Smart Airbag)은 산업 재해 피해 최소화에 기여할 상품으로 평가 받으며 2019년 산업통상자원부 산업융합품목에 지정, 조달청 벤처나라에도 등록되었다. 2020년엔 특허청과 방사청에서 우수발명품 우선구매 제품에 선정되기도 했다. 우리의 삶에서 가치를 가지는 상품 및 서비스는 시장에서도 높은 가치를 부여받는다. 삶과 산업은 긴밀하게 연결되어 있다. 어떤 아이템을 비즈니스 모델로 삼을지 고민 중인 예비 창업자가 있다면, “당신의 일상에서 해답을 찾으라”는 가장 일반적인 조언이 큰 도움이 될 것이다



디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
디자인 역량을 강화하다

앞서 살펴본 것처럼, 세이프웨어는 국내 최초로 웨어러블 에어백을 개발하고 상용화한 안전전문기업이다. 웨어러블과 안전 제품은 사용자가 특정 상황에서 직접 착용하는 제품의 성격상 다양한 요구 사항이 발생한다. 제품 디자인, 착용성, 경량화, 안정성 등등 고려해야 할 핵심 요소가 많다. 예를 들어 바이커용 에어백의 경우 인체를 보호하는 에어백의 안전성이 핵심이지만, 매출에는 디자인 경쟁력이 가장 큰 영향을 준다.

세이프웨어는 스타일테크 프로그램 참여 중 전문 디자이너를 채용하여 디자인 경쟁력 향상에 성공했다. 디자인 역량 강화는 2020 CES IEEE NEXT STAR 3 스타트업 선정으로 이어졌다. 또한 우수발명품 우선 구매 제품, 조달청 혁신 시제품, 중기부 우수연구개발 혁신제품 등으로 선정되는 등 조달시장에 안착하여 다양한 고객사를 확보하는 초석이 되었다.

스타일테크 프로그램 참여는 디자인 경쟁력 강화를 포함한 다양한 프로그램 지원을 통해 회사의 부족한 부분을 채울 수 있는 기회가 되었다. 세이프웨어는 사업 참여 이전에는 디자인을 프로세스로서 인식해왔지만, 이제는 디자인을 혁신도구로서 활용하고 있다. 기존에는 외주 인력을 통해 디자인 작업을 해왔지만 스타일테크 프로그램 이후 내부 디자인실을 구축하며 제품 디자이너, 의상 디자이너, 시각 디자이너, 융복합 디자이너가 한 팀이 되어 설계 단계부터 생산 과정까지 전과정을 협업을 통해 진행하고 있다.

착용성이 우수한 베스트 형태로 디자인되어 작업자의 업무에 방해가 되지 않고, 하네스 탈부착으로 이동 시 불편함이 최소화된 세이프웨어의 웨어러블 에어백은 산업 현장에서 노동자의 안전을 지켜주고 편의성을 높여준다. 또한 사회적 이슈인 산업재해 문제 해결을 위해 장기 플랜을 통해 강화해야 할 분야를 개척한 아이템으로 평가받고 있다. 세이프웨어의 스타일테크 성공사례는 일상의 문제를 해결하는 기술이 시장에서의 상품성으로 연결된다는 혁신의 기본 개념을 현실에서 보여주는 좋은 사례로 남을 것이다.



1 국내외 산업 현장에서 일어나는 심각한 산업재해의 원인에 주목하다

산업재해 중 큰 비중을 차지하는 추락사 위험을 줄여주는 아이템을 기획하다

3 강화된 안정성을 가진 에어백에 IoT 통신 기능을 융합하다

사고 시 생존확률을 높여주는 스마트한 IoT 웨어러블 에어백을 개발하다

SAFEWARE

[세이프웨어의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 늘어나는 레저 인구의 안전을 위해 바이커 전용 웨어러블 에어백을 개발하다

6 각종 공공기관 및 건설업체에서 그 사용성을 인정받다

7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 전문 디자이너를 채용하면서 내부 디자인실을 구축하고 디자인 경쟁력 향상은 조달시장 안착으로 이어져 다양한 고객사를 확보하다

8 신시장 개척, 상품성을 인정받으며 산업현장의 안전성 확보에 기여하다

창의성이 산업을 리드하는 미래를 위한 플랫폼



[스타일과 테크의 결합이 슈퍼웍스컴퍼니에 가져다준 변화]



슈퍼웍스 컴퍼니
SUPERWORKS
COMPANY

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 커스텀빌리지
Style X Tech 크리에이티브 패션 브랜딩 솔루션 X 커스터마이징 플랫폼, 블록체인

슈퍼웍스컴퍼니는 컨설팅, 브랜딩, 기획, 마케팅 등 브랜드가 탄생하기까지의 모든 과정을 해결하는 솔루션을 제공하는 크리에이티브 전문 기업이다. 분야별로 성공적인 비즈니스를 운영해온 10년 이상 경력의 전문가들이 모여 창의적인 서비스를 제공하고 있다. 슈퍼웍스컴퍼니의 구성원들의 노하우가 녹아있는 커스텀 브랜드 창업 플랫폼 '커스텀빌리지'는 디자이너라면 누구나 브랜드를 개발하여 판매할 수 있도록 지원하는, 아티스트들을 위한 커스텀 브랜드 플랫폼이다. 재고부담과 투자부담 없이 누구나 쉽게 창업할 수 있어 커스터마이징을 통해 시장의 다양성을 창출해낼 것으로 기대를 받고 있다.

수상실적

- 2019 — 동대문 메이커 성장지원 프로그램 2기 선정
- 2019 — 아이서울유 파트너스 선정기업 선발
- 2019 — 서울특별시 선정 협업기업 (승인번호 : 제2019-1-15호)
- 2019 — 한화드림플러스 패션&굿즈 프로그램 1기, 2기 컨설팅
- 2019 — 패션산업 융·복합 기술사업화 지원 사업 선정
- 2020 — 문화예술 사회적경제 초기기업 사업기반구축 지원사업 선정

지금은 커스터마이징 시대

모든 패션 비즈니스에는 재고에 대한 부담이 존재한다. 단가를 낮추려면 재고가 늘어나는 필연성 때문에 상품을 생산할 때마다 일정 수량이 리스크로 다가오게 된다. 또한 자신의 브랜드를 만들고자 하는 디자이너들이 재고의 부담 때문에 창업을 주저하는 경우가 많다. 슈퍼웍스컴퍼니는 과거의 경험을 바탕으로 재고 부담이 없는 커스텀 주문 생산 방식이 적용된 판매 시스템을 개발했다. 그 결과물인 커스텀빌리지는 다양한 디자인 상품을 맞춤형제작으로 생산할 수 있을 뿐만 아니라 커스텀 제품의 판매, 마케팅까지 한번에 해결할 수 있는 원스톱 브랜딩 프로세스를 서비스로 제공한다.

한 명의 아티스트가 자신의 작품을 상품화하기 위해서는 다품종 소량생산 시스템이 필수적이다. 커스텀빌리지는 최신 프린팅 장비를 갖추어 최선의 환경을 갖추었다. 이를 통해 주문 후 즉시생산이 가능해져 재고에 대한 부담도 줄어들었다. 비슷한 제품이 쏟아지는 공급과잉 시대에 '차별화된 나만의 상품'을 구매하기 원하는 소비자들의 수요와 부합되는 비즈니스 모델을 구축한 것이다. 또한 커스텀빌리지 서비스를 이용하는 아티스트와 디자인학과 학생들에게 온/오프라인 비즈니스 매칭과 홍보 지원, 창업 브랜딩 교육까지 지원하며 창업의 길을 열어주고 리스크를 줄일 수 있도록 도와준다.

커스텀 생산을 가능하게 하기 위해서는 기본적으로 프린팅 시스템 장비가 필요하다. 그리고 디자인을 상품에 시뮬레이션 해볼 수 있는 온라인 솔루션이 필수다. 상품을 생산하기 전 미리 결과물을 가능해볼 수 있어야 하기 때문이다. 시뮬레이션을 통해 확인 후 제작이 들어가면 재고에 대한 부담없이 자신만의 브랜드를 런칭할 수 있다. 슈퍼웍스컴퍼니는 의류를 출발으로 악세서리, 홈데코 등 다양한 분야에 관련된 상품들을 커스텀 형태로 생산할 수 있는 시스템을 구축하기 위해 끊임없이 고민하고 있다.

국내 시장에서 제공되는 대부분의 커스터마이징 서비스들은 소비자가 의뢰한 이미지를 프린팅 제작해주는 일회성 판매 서비스가 주를 이룬다. 커스텀빌리지의 온라인 플랫폼은 커스텀 브랜드 창업자가 자신만의 디자인을 업로드하면, 클릭 한번에 자체 온라인몰부터 상품 상세페이지까지 생성되는 자동화 시스템을 갖추고 있다. 또한 제품 생산, 배송, CS, 시제품 제작 등 사업에 관련된 세부적인 업무를 지원하여 아티스트가 안정적인 환경에서 창의적인 업무에 집중하면서 성장할 수 있도록 돕는다.

현재 일러스트, 캐릭터, 캘리그래피, 팝아트 등 다양한 영역에서 활동하는 아티스트들이 커스텀빌리지와 함께하고 있다. 이들은 중국 및 아이서울유 DDP(동대문디자인플라자) 팝업스토어 등 각종 프로젝트에 참여하며 각자의 커스터마이징 제품을 소개하기도 했다.

/oo

커스텀빌리지는 디자인을 하는 사람이라면 누구나 자신만의 디자인으로 브랜드를 개발하여 판매할 수 있도록 브랜드 개발부터 시제품 생산, 제품 론칭, 판매에 이르기까지의 전과정을 재고와 투자에 대한 부담 없이 쉽게 이어갈 수 있도록 지원하는 커스텀 브랜드 매니지먼트 서비스입니다.

oo/





디자인진흥원
스타일테크 프로그램을
통해
새로운 서비스를
런칭하다

슈퍼웍스컴퍼니는 스타일테크 프로그램이 커스텀빌리지를 성장시키는 좋은 기회라고 판단하고 참가를 신청했다. 커스텀빌리지 플랫폼은 국내 아티스트들의 창조성에서 산출되는 경제적 가치를 극대화하여 신규 시장을 개척할 수 있는 비즈니스 모델이다. 그를 위해서는 다양한 활동을 집약하고 융합하여 새로운 생태계를 구축해야 한다. 스타일테크 프로그램에 참여하면서 많은 스타트업 기업들과의 협업을 통해 스타일 사업 신(新) 생태계 조성의 가능성을 엿볼 수 있었다.

슈퍼웍스컴퍼니는 커스텀빌리지 시스템 고도화를 위해 블록체인 기술 및 3D 매핑 기능을 탑재하는 온라인 커스터마이징 플랫폼을 준비하고 있다. 스타일테크 참여를 통해 만나게 된 관련 기술 협력 업체들이 플랫폼 제작에 큰 힘을 보태주었다. 국내에서 활동하고 있는 다방면의 아티스트들이 마음껏 활동할 수 있는 온/오프라인 체험공간을 제공하여 다양한 연계 사업으로의 확장을 도모하고 있는 만큼 기술 협력 업체들과의 협업은 비즈니스 모델 구축에 반드시 필요한 단계였다. 이처럼 스타일테크 프로그램은 스타트업들이 자발적인 힘으로 연결되기 힘든 수많은 매칭을 통해 좋은 아이디어를 실현해나갈 수 있도록 도와주는 실질적인 지원이 이루어지는 프로그램으로 자리잡아 가고 있다.

코엑스 오디토리움 무대에서 있었던 스타일테크 데모데이 발표를 통해 커스텀빌리지 사업 모델을 다양한 필드의 사람들에게 알린 것 또한 좋은 기억으로 남았다. 피칭을 함께 준비한 여러 스타트업들과 유대관계가 깊어지며 서로 협업의 기회로 이어질 수 있는 뜻깊은 인연을 만든 것이다.

1
각 분야에서 10년 이상의 경력을 가진
크리에이티브
전문가들이 뜻을
모으다

2
브랜드의 기획부터 제작, 론칭까지
전과정을 해결하는
솔루션을 구축하다

3
개인이 재고 부담 없이
패션 산업에
뛰어들 수 있는
플랫폼을 기획하다

4
다품종 소량생산 시스템을 갖춘
커스텀빌리지
서비스를 개발하다

SUPERWORKS

[슈퍼웍스 컴퍼니의 스타일테크 성공사례 Digest]

5
사업에 관련된 세부 업무를 지원하며
아티스트들이
창의성을 발휘할 수
있도록 돕다

6
커스터마이징 산업 생태계 구축을 통한
새로운 시장
개척을 목표로 하다

7
한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
준비하던 플랫폼
구축을 위해 꼭 필요한
기술 협력 업체들을
만나 도움을 받으며
스타일 산업 생태계의
태동을 실감하다

8
아티스트들의 작업에서 산출되는
경제적 가치를
집약할 수 있는
플랫폼을 구축하다



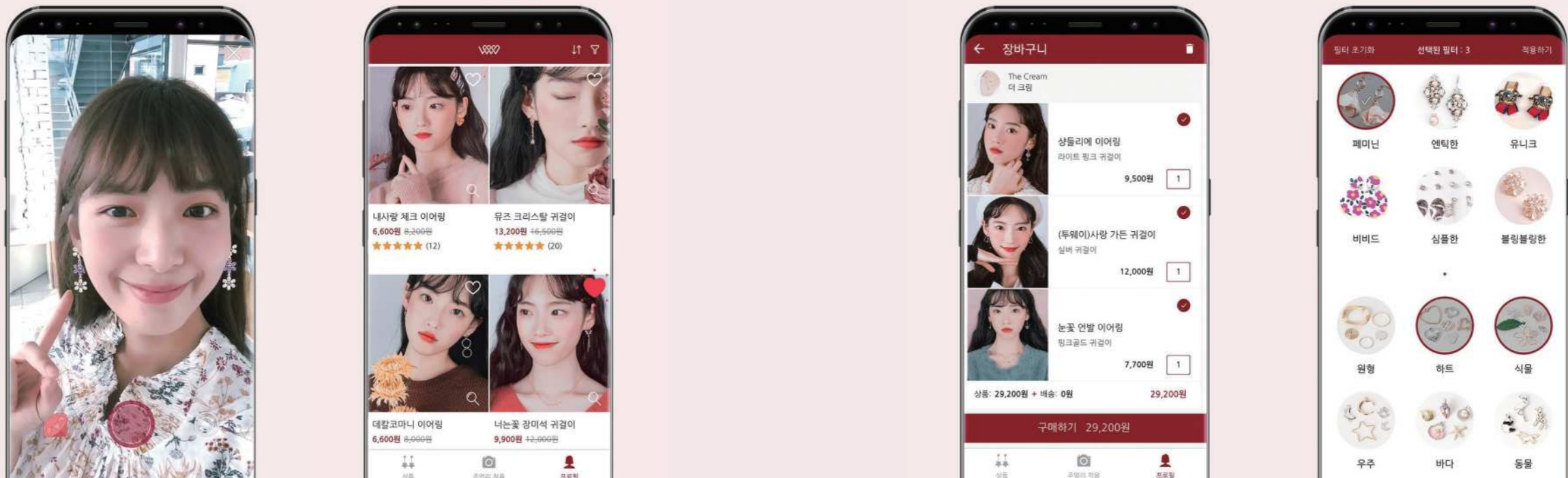
모바일로 미리 가상 체험하는 패션 아이템

LOLOGEM

[스타일과 테크의 결합이 로로젬에 가져다준 변화]



로로젬 LOLOGEM	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여
상품 / 서비스 Style X Tech	로로룩스 주얼리 온라인 편집샵 X AR(증강현실) 기술
로로젬은 AR기술을 활용한 온/오프라인 가상 착장 서비스를 제공하는 패션 기업이다. 온라인에서도 가상체험을 통해 실제 사이즈의 상품을 착용할 수 있게 한다. 고객이 이커머스 등 웹상에서 패션 아이템을 구매할 경우, 오프라인 매장에 따로 가서 착용을 해보지 않는 이상 실제로 해당 제품이 자신에게 어울리는지를 정확하게 알아볼 수는 없다. 주얼리, 안경, 헤어핀 등 패션잡화 상품들은 규격화된 사이즈가 특정되어 있지 않은 경우가 많아 지금껏 상대적으로 온라인 구매가 저조한 편이었다. 가상착용 쇼핑앱 로로젬은 3D AR기반의 가상착용 플랫폼으로 정확도 높은 기술력을 구현하고 있어, 쇼핑잡화 부문의 온라인 시장 확장에 기여할 것으로 기대된다.	



**온라인에서도
착용해보고
구매할 수 있을까?**

온라인 쇼핑 초창기부터, 이용자들은 ‘아이템 착용이 불가능한’ 시스템에 허전함을 느껴왔다. 착용이 생략된 구매 과정은 물리적인 접점이 없는 온라인의 특성이라 여겨져 왔다. 사람들은 그렇게 온라인 쇼핑에 익숙해졌다. 하지만 규격화된 사이즈가 없고, 직접 착용하지 않으면 개인의 피부톤이나 얼굴형 등에 어울리는지 여부를 판단하기 힘든 주얼리 등 패션 잡화 분야의 경우 온라인 커머스가 활성화된 오늘날까지 오프라인 판매 비중이 높다. 로로젬은 그러한 점에 주목해 가상 착용 서비스를 기획하게 되었다. 고객에게는 온라인에서도 자신에게 어울리는 제품을 찾아 구매할 수 있는 편의성을 제공하고, 패션 기업들에게는 새로운 온라인 시장을 개척할 수 있는 기회가 되는 서비스 말이다.

**패션 잡화 시장의
온라인 전환을
주도할 AR 가상착용
서비스**

로로젬이 개발한 ‘로로룩스’ 서비스는 패션 AR 콘텐츠 기반의 가상체험 소프트웨어이다. 여전히 오프라인 시장에서 판매되는 주얼리 산업이 온라인 시장으로의 전환을 목표로 한다면 꼭 필요한 기술을 제공하고 있다. 로로젬은 구매로 이어지는 경험을 디지털화할 수 있다면 새로운 시장을 열 수 있으리라 판단했다. 로로룩스 서비스를 이용하면 정면 셀카 사진 위에 선글라스나 헤어핀, 귀걸이 등 아이템을 가상으로 착용해볼 수 있다.

지금껏 각 산업분야에 등장한 가상체험 서비스는 무늬는 화려하지만 실속이 떨어지는 경우가 많았다. 기술적인 한계 때문에 체험의 현실감이 떨어지는 케이스들이 발생했기 때문이다. 그래서 로로젬은 가상착용 콘텐츠를 실물처럼 만들고, 현실감 있게 표현하는 것이 중요하다고 판단하였다. 증강현실 오브젝트의 퀄리티를 높이는데 집중하여 끊임없이 기술을 고도화하고 있다. 시간이 지나면 결국 고객들은 실감형 콘텐츠를 통해 더 많은 정보를 얻게 될 것이다. 기술이 현실을 따라잡는 순간, 혁신은 세상에 모습을 드러낸다. 언젠가 세상은 실감형 콘텐츠를 믿게 될 것이다. 로로젬은 그런 세상을 앞당기는 한 축을 담당하기 위해 스타일과 테크를 융합하게 되었다.

/oo

기술이 현실을 따라잡는 순간,
혁신은 세상에 모습을 드러낸다.
언젠가 세상은 실감형 콘텐츠를
믿게 될 것이다. 로로젬은
그런 세상을 앞당기는 한 축을
담당하기 위해 스타일과 테크를
융합하게 되었다.

oo/

오프라인에서도 활용 가능한 로로룩스 서비스

로로룩스는 온라인 커머스 뿐만 아니라 오프라인 상권 매출 향상에도 기여할 수 있는 서비스 모델이다. 매장이나 통로에 고객의 얼굴이 미러링되는 AR 디바이스를 세팅해 놓으면, 고객은 다양한 아이템을 몇 번의 터치를 통해 손쉽게 가상 착용할 수 있다. 이러한 서비스는 대형 쇼핑몰이나 상가가 준비한 변화가에서 퍼포먼스를 이끌어내는 매개로도 활용이 가능하다. 비대면 서비스로서도, 리테일 서비스로서도 색다른 가치를 지닌 로로룩스는 다양한 패션 기업들에게 넓은 활용폭을 제시하면서 장점이 확실한 비즈니스 모델을 구축해가고 있다.



디자인진흥원

스타일테크 프로그램을 통해 사용자 경험을 향상시키다

로로젬은 스타일테크 프로그램에 참여하면서 UI/UX 개선을 통해 사용자 경험을 향상시켰다. 로로젬이라는 가상착용 쇼핑앱을 기점으로, 기술적인 에션설이 되어줄 로로룩스 소프트웨어까지 전체적인 서비스 구축에 큰 도움을 받았다. 사업 참가 이후 '디자인 씽킹'에 더욱 골몰하게 되었으며, 유저들의 공감과 경험을 기반으로 만들어어나가는 혁신에 대한 확신을 갖게 되었다. 사업 기간 동안 이룩한 디자인 개선은 여러 브랜드와 고객들이 로로젬을 찾는 데 확실한 역할을 했다.

이전에는 앱 서비스 위주의 사업이 진행되었지만, 스타일테크 프로그램 참가 이후 B2B 타겟의 가상착용 생태계를 만들기 위한 소프트웨어 서비스를 구축하였다. 현재는 온/오프라인 매출 향상을 위한 가상착용 기반의 AR/AI 서비스를 고도화하고 있다. 로로젬은 패션과 기술에 동시에 열광하는 팀원들이 모여 만든 스타트업이다. 자신들의 열정을 현실화시킬 수 있는 도전정신을 통해 국내 패션 시장에서 AR 착용 서비스를 더욱 고도화시킬 수 있을 것으로 기대된다.

1

온라인 쇼핑으로 패션 상품 구매 시 착용을 할 수 없는 불편함에 주목하다

3

여전히 오프라인 시장만 활성화된 패션 잡화 시장에 AR기술을 적용하다

2

온라인에서 아이템을 착용할 수 있는 가상착용 서비스를 기획하다

4

모바일 셀카로 가상착용 가능한 소프트웨어 서비스를 구축하다

LOLOGEM

[로로젬의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

현실성과 정확성을 높이기 위해 기술을 더욱 고도화하다

7

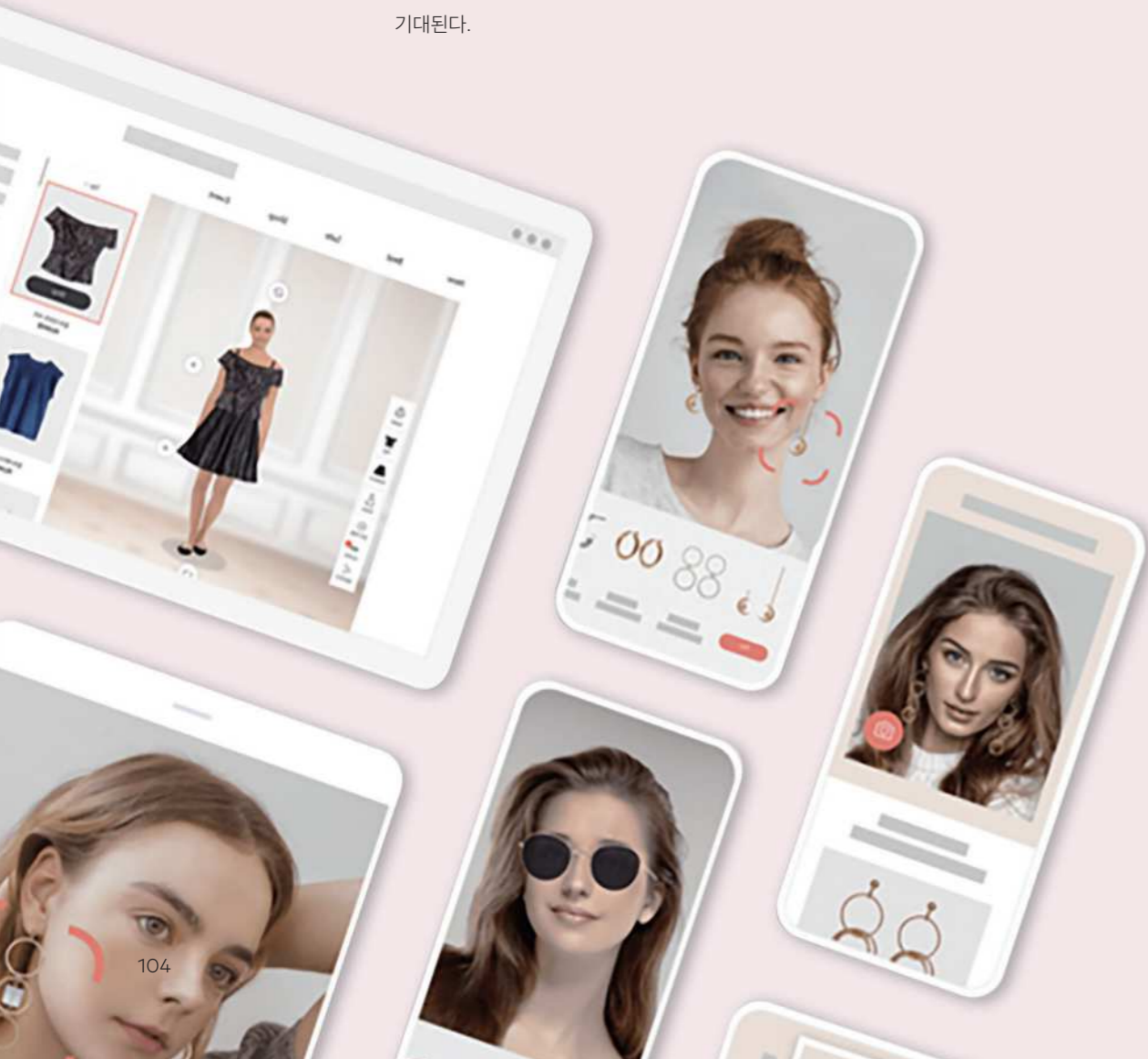
한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 UI/UX 개선을 통해 사용자 경험을 향상시키고 디자인적인 마인드를 가지게 되었으며 B2B 타겟의 소프트웨어 서비스를 구축하다

6

가상착용 생태계 구축을 위한 비즈니스 모델을 확립하다

8

실감형 콘텐츠의 미래를 예상하고 국내 스타일업계 도입을 주도하다



사진만 찍어 올리면 해외주소로 상품을 배송하다

SUCCESS
MODE

[스타일과 테크의 결합이 석세스모드에 가져다준 변화]



석세스모드
SUCCESS
MODE

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

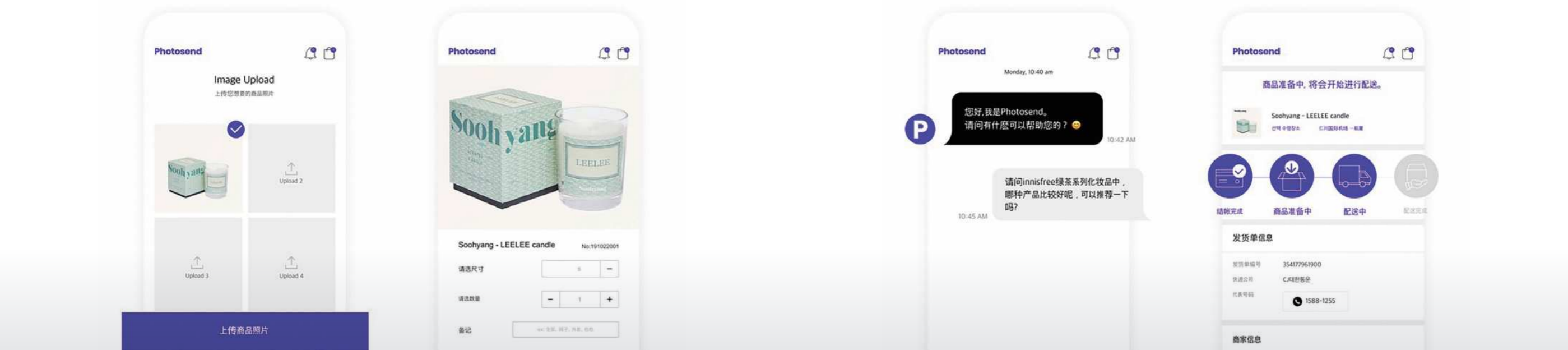
상품 / 서비스 포토샌드
Style X Tech 쇼핑 산업 X 공유경제(O2O)

석세스모드는 한국을 방문한 외국인 관광객을 대상으로 O2O 쇼핑 중개 서비스를 제공하는 앱 <포토샌드>를 개발한 기업이다. 외국인의 입장에서 쇼핑은 한국여행에서 기대하는 비중있는 요소 중 하나이다. 하지만 명동/동대문 등의 일부 유명 관광지에 한정된 쇼핑 경로 바깥에 있는 로컬 상품들에 대한 접근성이 부족한 것이 현실이다. 석세스모드는 다양한 한국 상품을 세계에 널리 알리는 것을 목표로 삼아 외국인들에게 쉽고 저렴하게 국내 상품을 구입할 수 있는 획기적인 O2O 서비스를 고안했다.

수상실적

2019

관광공사 주관 스마트관광 앱 공모전 최우수상
인터넷 진흥원 주관 위치기반 서비스 공모전 우수상
중국 산둥성 주관 한중혁신대회 우수상



Photosend

외국인 관광객의 입장에서 쇼핑 산업의 한계점을 파악하다

2010년대 이후 명동, 홍대 등을 포함한 서울 곳곳에서 한국에 여행온 외국인 관광객들을 쉽게 볼 수 있다. 지금은 코로나19 때문에 전세계의 관광산업이 일시적으로 섰다운된 상황이지만, 팬데믹이 오기 직전까지도 K팝 유행 등의 호재가 더해진 한국은 세계인들의 여행 버킷리스트에 자주 이름을 올리는 국가였다. 변화가에 가면 외국인들을 대상으로 판매하는 상품들을 흔히 볼 수 있다. 그 범위는 화장품, 의류, 전통적인 기념품, 연예인 굿즈 등 문화 관련 상품까지 다양하고 확장성이 넓다. 하지만 외국인들이 쇼핑하기에 최적화된 동대문이나 명동의 상가를 벗어나면 언어, 결제수단이 다른 탓에 '진짜 한국 상품' 이라고 볼 수 있는 로컬 쇼핑의 참맛을 느끼기가 어렵다. 석세스모드는 위와 같은 연유로 외국인들이 겪는 불편에 주목했다. 시스템과 언어환경적 차이 때문에 발생하는 문제였다. 언어를 매개로 하지 않는, 보다 직관적이고 쉬운 솔루션이 필요했다.

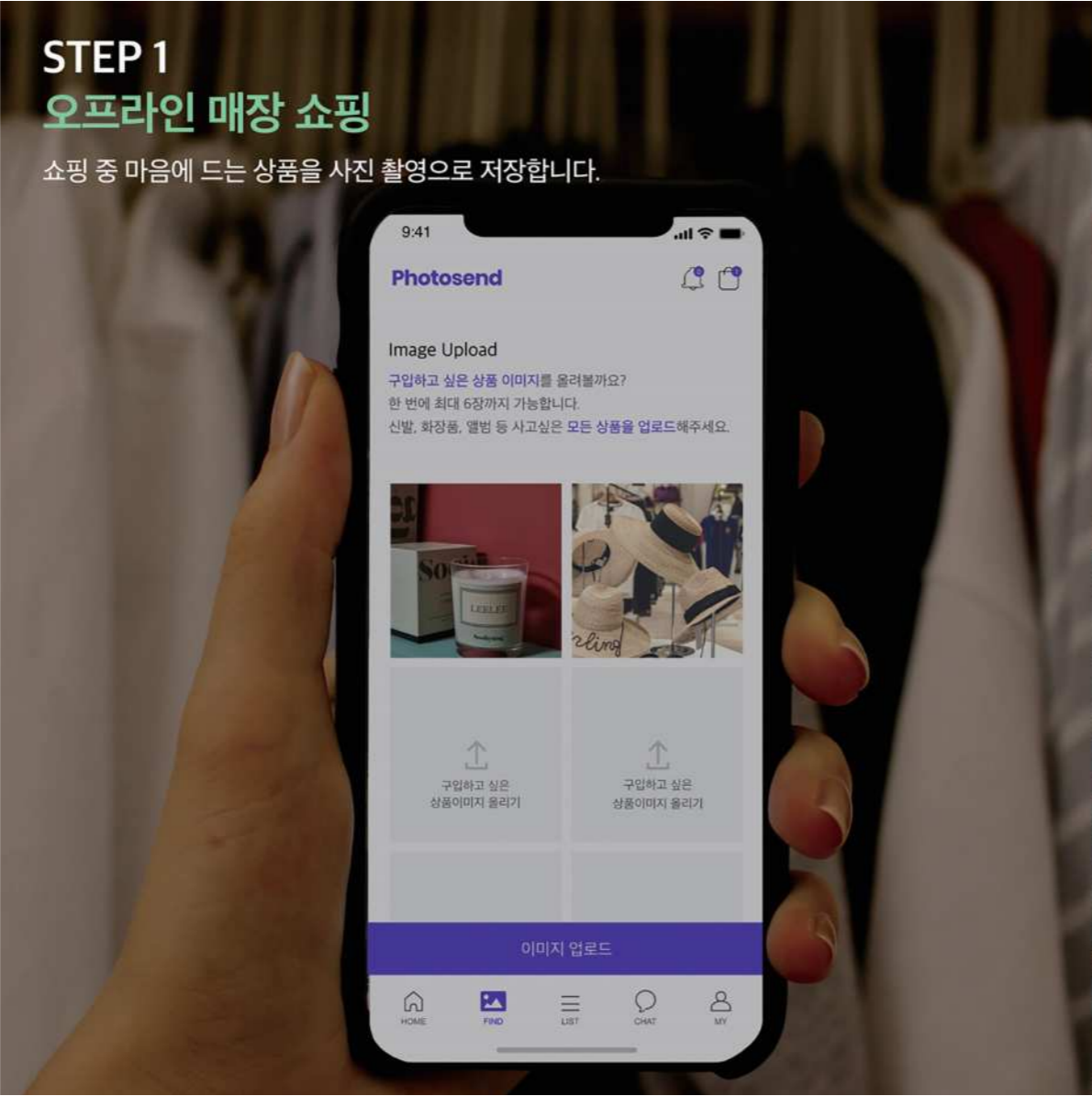
앱에 사진만 올리면 구매 후 배송해주는 스마트한 쇼핑 서비스 <포토샌드>

석세스모드가 개발한 '포토샌드' 앱의 기본 프로세스는 아주 쉽고 간단하다. 한 외국인 관광객이 한국의 어느 길을 걷다 마음에 드는 상품을 발견한다고 치자. 그가 그 물건을 촬영해서 앱에 업로드만 하면 사진의 위치 정보를 읽어 상품을 찾아낸다. 그리고 그 상품을 대신 구매한 뒤 해외 항공을 통해 배송해주는 서비스를 제공한다. 언어를 필요로하지 않는다는 점에서 사용자 친화적이며, 기존의 배송대행 서비스와는 확실한 차별성을 가진다. 또한 오프라인 쇼핑에만 적용되어 왔던 면세(Tax Free)등의 결제 환경을 온라인에 적용하여 소비자에게 합리적인 가격을 제시하는 시스템이다.

경험과 관심사의 융합, 스타일과 테크의 콜라보레이션

석세스모드의 주병천 대표는 창업 이전 국내 대기업에서 기술개발 사업기획을 담당하면서 오프라인 시장의 하락과 온라인 시장의 상승을 목격했다. 또한 백화점으로 이직하여 다양한 스타트업들과 소통하면서 오프라인과 온라인 구매를 연결시키는 현재 석세스모드의 시스템을 구상하는데 많은 영감을 받았다. 비즈니스에서도 삶에서도 경험은 다음 단계로 나아가는 원료가 되어준다.

주병천 대표는 다양한 업무 경험을 종합하여 연구 끝에 유통과 기술이 접목된 분야에 대한 서비스를 착안했지만, 이내 창업이 아이디어만으로 이뤄지는 것이 아니라는 것을 깨닫게 되었다. 새로운 출발의 설렘이 채 가시기도 전에 창업자에게 닥쳐오는 현실의 디테일은 혹독하리 만큼 구체적이다. 하지만 이는 훌륭한 컨셉과 원천기술을 지닌 대부분의 스타트업들이 겪어가는 과정이기도 하다. 팀 구성부터 서비스 개발에 이르기까지 사업을 진행하는 전과정에는 늘 어려움이 뒤따른다. 그렇기에 성공은 흔히 나무가 열매를 맺기까지의 과정에 비교되는 것 아닐까?



STEP 1 오프라인 매장 쇼핑

쇼핑 중 마음에 드는 상품을 사진 촬영으로 저장합니다.



STEP 2 구매희망 상품 선택

사진을 통해 자신이 봤던 상품 중 마음에 드는 것을 주문합니다.



STEP 3 상품 배송 준비

상품을 고객 출국일에 맞춰 공항으로 배송 준비합니다.



STEP 4 공항 내 상품 보관소

공항 내 지정장소에서 상품 수령이 가능합니다.



STEP 5 출국

확장성 높은 O2O 비즈니스의 미래

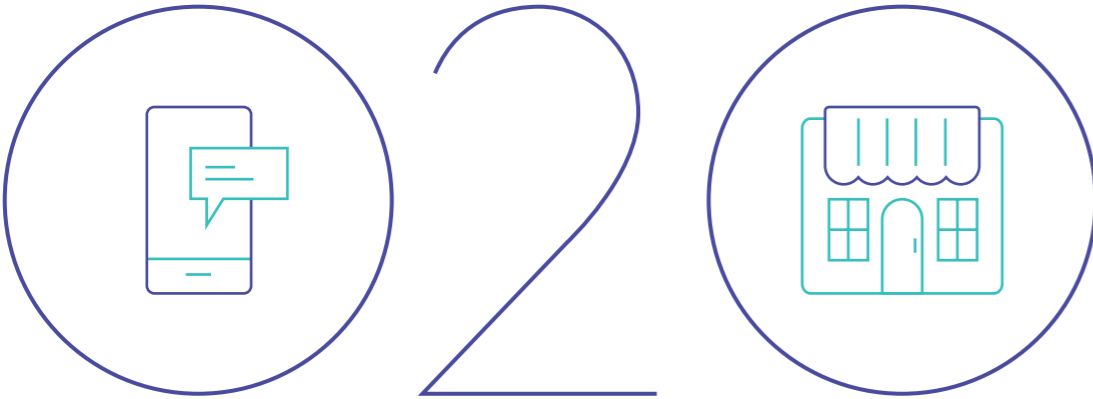
<포토샌드>와 같은 비즈니스 모델은 충성도 높은 사용자 확보에만 성공할 수 있다면 이후 단계에서 사업의 확장 가능성이 높다. 서비스 안착으로 인해 발생한 인프라를 통해 해외 역지구 등 다양한 플랫폼 비즈니스로 변환할 수 있기 때문이다. 오프라인과 온라인을 잇는 O2O 서비스는 생활 전분야로 확장되어 가고 있다.

우리가 지금은 생각지도 못한 부분까지도 누군가와 공유하는 일이 너무나 당연해지는 날이 금방 올 것이다. 4차산업혁명시대를 맞아 피부로 느끼는 변화 중 하나는 유통에 대한 개념이 완전히 새로워지고 있다는 것이다.

디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
다양한 가능성을 엿보다

<포토샌드> 서비스 개발을 위한 여러 과정을 통과하는 중, 석세스모드는 디자인진흥원의 스타일테크 지원사업에 참여하게 되었다. 스타일테크 프로그램을 통해 한정된 기간 동안 사무실을 지원 받고 지금까지도 함께 일하고 있는 디자이너와 매칭되는 기회도 얻게 되었다. 스타일테크 참여 이전 석세스모드는 UI/UX 개선에 대한 피드백을 많이 들었다. 개발 기반의 팀으로 창립된 기업이기 때문에 한 서비스 안에 최대한 많은 기능을 담으려는 경향이 있었던 것이다. 하지만 사용자의 입장에서는 ‘복잡하게 느껴진다’, ‘직관적이지 않다’는 평이 돌아왔다. 스타일테크 프로그램을 통해 석세스모드에 합류한 디자이너가 UI/UX를 개선하는 데 선구적인 역할을 하며 포토샌드는 보다 고객친화적인 서비스로 발전할 수 있었다.

스타일테크 프로그램에 참여하기 전 석세스모드는 디자인을 스타일링으로 활용하고 있었지만, 참여 이후 디자인은 비즈니스 전체의 혁신도구로 변모했다. 포토샌드가 관광객을 대상으로 한 O2O 중개 서비스인 만큼 기능적인 부분을 강조하고자 했으며, 그 결과 직관적이고 심플한 디자인 컨셉을 적용하여 목적성이 뚜렷한 UI/UX가 탄생했다. 서비스의 특성상 다양한 문화권의 사람들이 보아도 이질감이 없어야하므로 서비스의 사용성을 증대시키는 데에 디자인 역량을 집중했다.



1 방한한 외국인 관광객들을 대상으로 한 쇼핑산업의 한계점에 주목하다

3 철저한 분석을 통해 타겟층에 최적화된 앱을 개발하다

2 대기업에서 근무한 노하우를 바탕으로 혁신적인 유통 플랫폼을 기획하다

4 사진만 찍어 올리면 되는 위치기반 서비스를 통해 구매대행해주는 서비스를 고안하다

SUCCESS MODE

[석세스모드의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 쇼핑에 한해 외국인 관광객이 가진 언어의 장벽을 없애다

7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 디자이너 지원의 혜택을 받으며 UI/UX를 심플하고도 목적성이 뚜렷하도록 개선하고 서비스 사용성 증대로 이어지다

6 스타트업 해외시장 연계 O2O 비즈니스의 가능성을 증명하다

8 O2O서비스의 새로운 필드를 개척 국내 뷰티, 패션 제품의 세계화 가능성을 열다

CHAPTER 3.

스타일

×

클라우드,

플랫폼

종달랩 — 동대문 부자재 시장을 온라인으로 옮겨놓다 ● **버닝브로스** — 패션 업계 비즈니스 모델에도 한류가 존재한다 ● **거북선컴퍼니** — 동대문 시장의 거래 시스템을 혁신하다 ● **인포크** — 소셜미디어 인플루언서들을 위한 스타일 플랫폼을 구축하다 ● **허브** — K스타일을 글로벌 시장에 연결하는 플랫폼 ● **셀러허브** — 셀러들의 구원자, 국내 온라인 시장의 펀더멘털을 강화하다 ● **쑤잉** — 패션업계의 실무환경과 시장파악능력을 개선하다

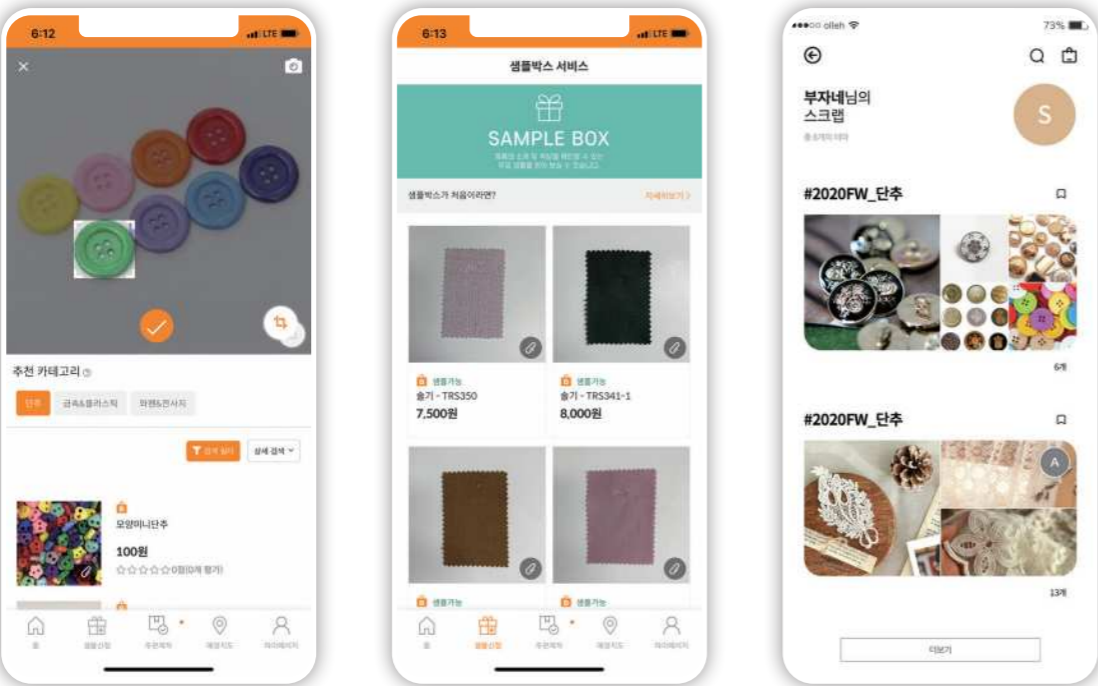
동대문 부자재 시장을 온라인으로 옮겨놓다



[스타일과 테크의 결합이 종달랩에 가져다준 변화]



종달랩 JONGDAL LAB	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	부자마켓
	Style X Tech	패션 원부자재 유통 X 공유경제(O2O), 인공지능, 플랫폼 비즈니스
종달랩은 국내 최초 동대문 패션 부자재 커머스 플랫폼 부자마켓을 운영하며 업계의 고질적인 업무 효율 문제를 개선하고 있다. 부자마켓은 패션 부자재를 온라인에서 검색, 판매할 수 있는 동대문 의류 원부자재 O2O 서비스를 제공한다. 오프라인 접근성이 낮은 동대문 원부자재 시장의 판매 품목을 쉽게 구입할 수 있을 뿐 아니라, 명칭 검색이 어려운 패션 원부자재 시장의 특성을 살려 이미지 검색 서비스를 도입했다. 고객의 편의성을 획기적으로 높이고 시장 상인들에게는 선진적인 판매 시스템을 도입하는 기회를 제공한 종달랩은 투명한 유통망을 구축하며 패션 산업의 선순환을 이끌어가고 있다.		



**부자마켓,
국내에 없던 편안한 패션
제작 공정을 선물하다**

패션 산업계에서는 꽤 최근까지 아날로그 생산방식이 통용되고 있었다. 열심히 발품을 파는 일이 미덕으로 여겨졌으며 동대문의 부자재 시장은 진입장벽이 높은 폐쇄적인 공간으로 인식되어 왔다. 기존 업계 종사자들이 아니면 어디로 찾아가 무엇을 사야하는지에 대한 정보조차 얻기 어려웠다. 종달랩의 기업철학은 기술을 활용해서 다른 사람들의 시간을 의미있는 시간으로 만들어주는 서비스를 제공하는 것이다. 아날로그의 미학은 대부분 좋고 계승할 만한 것이지만, 업계에 만연한 비효율로 많은 사람들의 시간을 허비하는 부분 만큼은 개선해야 한다고 생각했다.

**디자이너들의
오랜 숙원을 해결하다**

부자마켓은 디자이너들이 부자재를 찾고 구매하는 일에 많은 시간과 비용을 낭비하는 문제점을 해결해주는 온라인 커머스 플랫폼이다. 웹상에서 패션 부자재를 검색하여 쉽게 구매할 수 있는 서비스를 제공한다. 부자재 구매를 위해 들인 시간과 공을 혁신적으로 줄이면서도 오프라인 시장에 비해 저렴한 가격을 제시한다. 직접 뷰티/패션 제품을 만들지 않지만 패션 생산자들의 업무효율을 높여줌으로써 패션 산업의 선순환에 기여하고 있다. 노동집약적으로 진행되던 부분에 기술을 부여해 전보다 더 적은 시간 비용을 들여 더 많은 정보를 찾을 수 있는 플랫폼 부자마켓은 물성에서 벗어날 수 없는 특성을 가진 패션 생산 프로세스에 스마트함을 더해주는 O2O 서비스로 평가된다.

부자렌즈, 이름을 모르는 부자재도 찾아드립니다

패션 부자재는 워낙 종류가 다양하고 이름도 제각각이라 디자이너들 사이에서도 그 이름을 떠올리지 못할 때가 있다. 오프라인 매장에서야 판매자에게 어디에 쓰는 물건인지 설명을 해주면 답을 얻을 수 있을테지만 온라인 커머스에서는 검색어가 떠오르지 않아 머리가 백지가 되는 상황이 발생할 수 있다. 또한 막 일을 시작한 디자이너들의 경우에는 부자재의 명칭을 배우지 못한 경우도 있을 것이다.

부자마켓에서는 패션 아이템을 쉽게 찾을 수 있는 서비스 제공을 위해 인공지능 딥러닝 기반의 이미지 검색 기술을 개발하여 사진으로 찾는 부자재 검색 기능을 상용화하였다. 이 기술이 적용된 서비스를 고도화하기 위해 클라우드 기반 SaaS 서비스로 구성하였으며, 오프라인 기반 O2O에서 가장 중요하게 여겨지는 매장관리를 위해 IoT 기반의 매장 관리 기술(Live Check)을 개발하여 도입을 앞두고 있다.

앞서 말했듯이 패션 생산 환경은 IT종사자의 입장에서 보았을 때 아날로그성이 강하고 폐쇄적인 시장이었다. 하지만 매우 매력적인 시장으로 다가오기도 했다. 종달랩은 패션부자재 아이템을 지속적으로 데이터베이스화해서 패션 산업이 디지털 산업으로 변화할 수 있는 기반 플랫폼 서비스로 발전시켜 나갈 계획이다. 이를 위해 인공지능, 클라우드, IoT 기술을 지속적으로 고도화하며 DB 중심의 서비스 모델을 구축해가고 있다.

부자마켓은 안드로이드, iOS 앱을 모두 출시했고, 무신사와 MOU를 체결하며 서비스를 지속적으로 확장해나가고 있다. 인천세관(관세청)으로부터 인공지능을 이용한 통관시스템 구축 제안을 받기도 했다. 이외 각종 프로젝트를 진행하면서 R&D 자금을 확보하며 단순한 부자재 유통 플랫폼을 넘어 패션산업의 게임 체인저이자 밸류 체인(Value Chain)으로 성장하기 위해 몸집을 키우는 중이다. 인공지능 기술 역시 이미지 검색에서 진화되어 다중 부자재 검색 기능, 원가분석 기능, 동영상 검색 기능 등의 기능을 추가해나갈 예정이다.

부자마켓은 원단과 패션 약세사리 O2O 플랫폼을 모바일로 서비스하는 국내외 유일한 모델이다. 아무도 가지 않은 길을 걸으면서 다른 분야에서 도입했던 다양한 시도를 차용하여 선제적으로 제공하고 있다. 샘플 박스, 대량 견적, 이미지 검색, 북마크 공유 등의 서비스를 플랫폼 내에 적용해 자신들만의 고유성을 만들어가는 중이다. 고객에게 필요한 서비스를 지속적으로 도입하여 세계 패션 시장을 선도하는 기업으로 거듭나기를 기대한다.



/oo

이제 동대문에 가지 않아도
스마트폰으로 부자재를
구매할 수 있습니다.
부자마켓에서 디자이너들이
꿈과 영감을 이룰 수 있습니다.

oo/

**디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해
사업 확장의 기회를 얻다**

종달랩은 창업 초기 개발자와 동대문 현장 경험자 등을 중심으로 팀이 구성되어 있었기 때문에 온라인 서비스에 필요한 UI/UX 디자인 개선에 대한 갈증을 느끼고 있었다. 스타일테크에 참여하면서 전문 디자인, 컨설팅 그룹과 연결되어 실제 디자인에 필요한 전문가의 가이드라인 제공까지 받을 수 있었다. 또한 실력있는 디자이너를 채용할 수 있는 채용 연계 지원, 프로토타입 제작 비용 지원까지 모든 프로세스를 리드미컬하게 제공받으며 4개월의 참가 기간 동안 많은 발전과 혁신을 이룰 수 있었다.

코엑스에서 열린 스타일테크 데모데이에서의 인상적인 피칭을 통해 패션 부자재 온라인 커머스 부자마켓의 비즈니스 모델을 업계 관계자들 앞에 선보였다. 스타일테크 참여 이후 종달랩은 인상적인 매출 상승을 기록하고 복수의 투자사에게서 억대의 투자액을 유치하는 등 대한민국의 스타일테크 환경을 개선한 공을 인정받으며 성공적인 비즈니스를 이어가고 있다. 종달랩은 스타일테크에서 이룬 모든 성과는 데모데이에서 완성되었다고 해도 과언이 아니라고 말한다. 데모데이 준비 과정에서 서비스를 소개할 수 있는 방법을 배웠고, 많은 이들에게 부자마켓의 비즈니스 모델이 성공적으로 전달되었다. 데모데이 이후 기사를 본 많은 부자재 도소매, 생산 공장 업주들이 연락을 해왔고, 종달랩이 하는 일에 크게 공감해주었다.



1

기술을 통해 시간을 효율적으로
사용할 수 있는 서비스
개발을 목표로 하다

3

동대문의 패션 부자재 유통 시스템을
혁신적으로 바꿀
온라인 커머스
플랫폼을 구축하다

2

패션 시장의 폐쇄적이고
아날로그적인 시스템에
주목하다

4

디자이너들의 오랜 숙원을 풀고
국내 패션
제작 과정에
효율성을 더하다

JONGDAL LAB

[종달랩의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

이미지 검색 기능을 개발
누구나 쉽게 부자재를
검색할 수 있도록 하다

6

세계에서 누구도 시도한 적 없는
새로운 비즈니스
모델을 제시하다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
실력있는 디자이너를
채용하고 프로토타입
제작 비용을 지원받으며
준비한 성공적인
데모데이 피치가 억대의
투자액 유치로 이어지다

8

패션 생산 과정에 IoT기술을 더해
해당 산업의 전체적
효율성 증가에 기여하다

패션 업계 비즈니스 모델에도 한류가 존재한다



[스타일과 테크의 결합이 버닝브로스에 가져다준 변화]



버닝브로스 BURNING BROS	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	DABI
	Style X Tech	패션 이커머스 X 플랫폼 비즈니스, 머신러닝
버닝브로스는 15세-34세의 베트남 여성들을 주요 고객층으로 둔 패션 커머스 DABI (이하 다비)를 개발한 기업이다. 국내의 다양한 커머스에서 영감을 받아 기획한 다비에서는 베트남 내 로컬 스토어들을 플랫폼 내에 모아 거래를 한번에 진행할 수 있는 서비스가 제공된다. 머신러닝 기술을 활용한 개인별 데이터 분석을 통해 유저 맞춤형 추천 시스템을 구축했다.		



한국 이커머스의 버티컬 시스템을 베트남에 선보이다

국내 패션 이커머스 중에서는 내실있는 로컬 브랜드를 모아 사용자들에게 추천해주는 플랫폼 비즈니스를 선보이는 곳이 많다. 그 중에서도 특정 타겟층만을 위한 상품을 큐레이션해서 판매하는 서비스를 버티컬 서비스(Vertical Service)라고 부른다. 반대로 오픈 마켓이나 포털처럼 모든 상품과 정보를 취급하는 열린 형태의 서비스는 호리존털 서비스(Horizontal)로 지칭된다. 버티컬 서비스는 호리존털 서비스가 제공하는 다양한 기능 혹은 타겟층 등에서 특정 카테고리에 대한 서비스를 집중적으로 제공하는 것이다. 버닝브로스는 패션 산업에서 절대적인 구매력을 가진 젊은 여성층을 타겟층으로 삼은 국내 버티컬 이커머스 기업들의 비즈니스 모델을 베트남에 선보이려는 계획을 세웠다.

현지 사정에 최적화된 시스템 개발

다비 서비스 개발 과정이 순탄한 것만은 아니었다. 베트남과 한국 시장의 특성이 다르기 때문에 리서치 과정부터 현지에 최적화된 방식을 찾아내야 했다. 연구 결과 현지에서 가장 널리 활용되고 있는 SNS 채널인 페이스북을 활용해서 지속적인 시장조사 및 유저 피드백을 수렴하며 한국형 버티컬 서비스를 베트남에 성공적으로 안착시키기 위한 노력을 거듭하고 있다.

베트남 1534 여성 패션을 타겟층으로 삼다

한국에는 젊은 여성층을 대상으로 버티컬 서비스를 제공하는 다양한 이커머스 업체들이 있다. 트렌드를 주도하는 10대 중후반~20대 초중반 여성과 높은 구매력을 가진 20대 후반~30대 초반 여성들은 패션 시장의 트렌드를 움직이는 파워를 가지고 있다. 더군다나 스마트폰 기반의 IT 디바이스 사용에 익숙하기 때문에 패션 산업의 새로운 흐름을 쉽게 흡수한다. 이런 특성은 베트남의 젊은 여성층에서도 비슷하게 발견된다. 버닝브로스는 베트남 소재의 로컬 패션 스토어 중에 SNS를 통해 마케팅을 진행하는 검증된 패션 브랜드군의 가능성을 파악하고 그들을 모아 버티컬 서비스를 제공할 수 있는 플랫폼을 기획하게 되었다.

스타일과 테크, 그 다양한 접점

다비는 개인별 데이터 분석을 통해 유저 맞춤형 콘텐츠를 제공한다. 이를 위해 머신러닝 기술을 개발, 장착하여 시스템 자체에서 데이터를 통한 학습이 가능하도록 세팅했다. 팀 내부에 전문 개발자들이 있기 때문에 가능한 일이었다. 이커머스에 적용 가능한 ICT 기술은 다양하다. 버닝브로스는 웹상에 존재하는 콘텐츠를 수집하는 작업을 자동화로 진행할 수 있는 웹 크롤링 기술을 통해 베트남 내 로컬 스토어 상품 정보부터 재고 거래 정보를 수집하는 시스템을 마련했다. 또한 내부 거래 관리 시스템을 구축하여 다양한 채널에서 발생하는 거래를 다비 서비스 내에서 일괄 관리할 수 있도록 세팅했다.

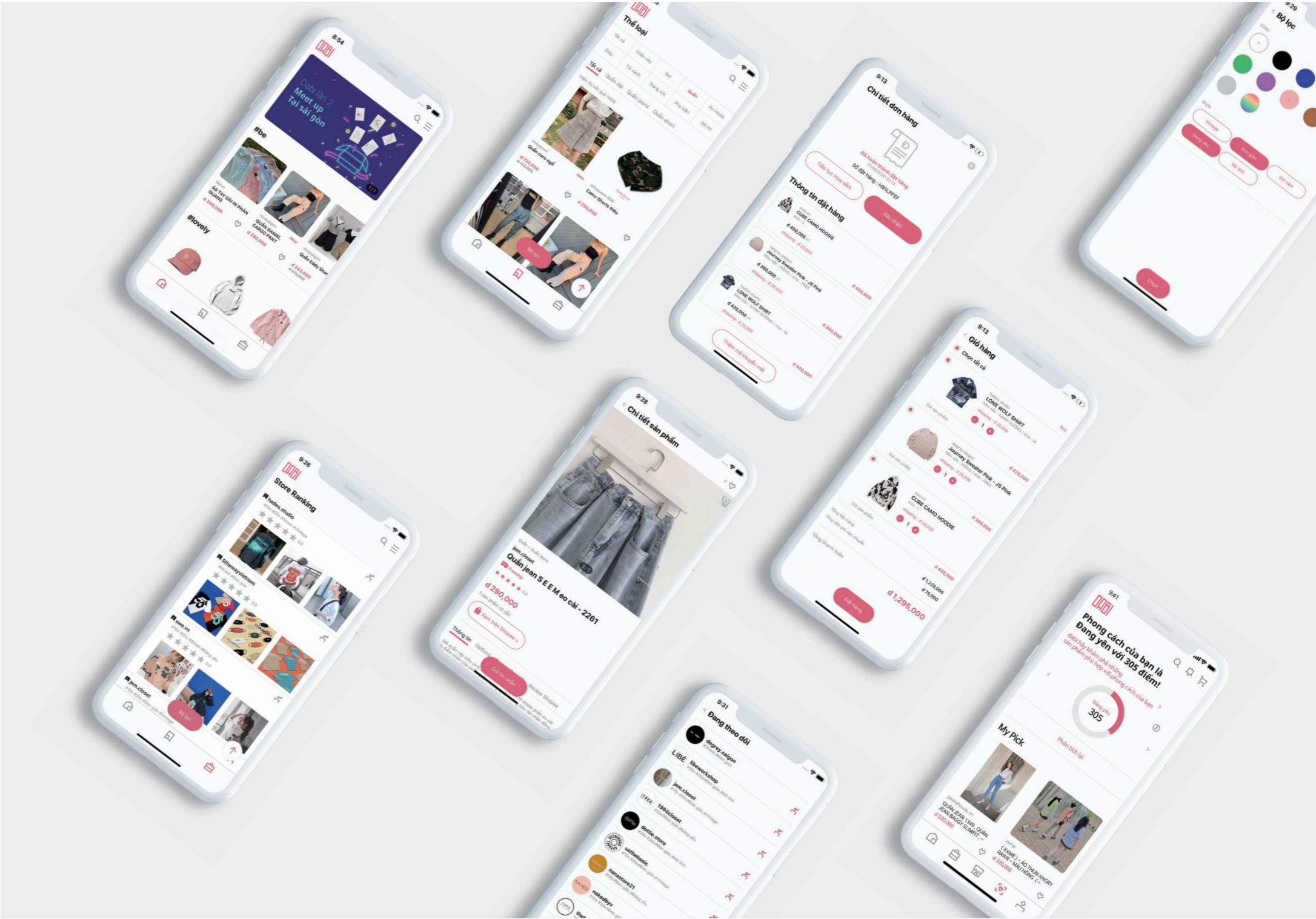
디자인을 업그레이드하며 날개를 달다

버닝브로스의 기존 팀은 기획자와 개발자로 구성되어 있었기 때문에 서비스 프로토타이핑을 진행할 때 외주 디자이너를 활용해 왔다. 인하우스 디자이너의 부재로 인해 최소한의 디자인 요소만을 활용해서 개발을 진행하고 있었다. 그런 와중 한국디자인진흥원의 스타일테크 지원사업 참가로 내부 디자이너를 채용, 전체적인 앱 디자인을 개선하는 등 확실한 디자인 아이덴티티 구축에 동력을 얻었다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 앱의 완성도를 높인다

앞서 언급한 바와 같이, 버닝브로스는 스타일테크 프로그램 참가를 통해 사내에 유능한 디자이너를 채용하게 되었다. 스타일테크 프로그램의 과업 중 하나인 디자이너 매칭을 통해 기업에 부족했던 부분을 채울 수 있었던 것이다. 앱 UX/UI 개선부터 다양한 마케팅 크리에이티브 제작까지 다양한 방면에서 업그레이드된 디자인 역량을 갖추게 되었다. 비주일이 중요시되는 패션 분야 커머스의 특성상 앱의 디자인이 주는 첫인상은 결정적인 요소이다. 버닝브로스의 경우 디자인 개선이 수치적인 개선으로 이어졌다고 한다. 1534 여성 타겟에 맞춰, 깔끔하고 심플한 UI/UX에 전체적으로 핑크 톤을 활용한 디자인이 베트남 현지 젊은 여성들에게 매력적으로 다가올 수 있는 분위기로 완성되었다. 프로토타입에 머물러 있던 앱의 완성도가 실제 서비스 가능한 수준으로 업그레이드 된 것이다.

버닝브로스와 같이 전문 개발 인력을 보유하여 훌륭한 기술적 완성도를 구현했지만 디자인적인 측면에서 어려움을 겪는 기업들이 많다. 또한 그 반대편에는 높은 디자인적 역량이나 비상한 아이디어를 가지고 있지만 기술 개발을 할 수 있는 인프라가 없는 기업들도 부지기수로 존재한다. 디자인진흥원의 다양한 지원사업은 기업들과 인력들이 서로에게 윈윈하며 시너지 효과를 낼 수 있는 기회를 제공한다. 스타일테크 프로그램의 경우 그동안 지원이 부족했던 패션, 뷰티계를 활성화시킬 수 있는 좋은 계기가 되고 있다.



스타일테크
사업의 경우
그동안 지원이
부족했던 패션,
뷰티계를
활성화시킬 수
있는 좋은 계기가
되고 있다.



1

베트남의 로컬 패션 스토어
현지 패션 시장에
주목하다

3

베트남 1534여성만을 타겟층으로 삼은
이커머스 플랫폼 앱
'DABI'를 기획하다

2

한국 이커머스 시장에서
버티컬 서비스의
영감을 얻다

4

훌륭한 자체 기술력을 통해
유저 맞춤형
시스템을 개발하다

BURNING BROS

[버닝브로스의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

베트남 현지 사정에 최적화된
시스템 구축을 위해
연구를 지속하다

6

머신러닝, 웹 크롤링 등의 기술적응으로
시스템 기능을
강화하다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
사내에 유능한
디자이너를 채용하여
앱 UX/UI 개선부터
다양한 마케팅
콘텐츠까지 업그레이드된
디자인 역량을 갖추다

8

국내 시장에서 활성화된 서비스를
국외로 확장,
이커머스의 한류를
시도하다

동대문 시장의 거래 시스템을 혁신하다

(주)거북선컴퍼니
Turtleship Inc.

[스타일과 테크의 결합이 거북선컴퍼니에 가져다준 변화]



거북선컴퍼니
TURTLESHIP

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 터틀체인
Style X Tech 동대문 시장 거래 시스템 X 플랫폼, 스마트 정산 시스템

동대문 시장은 오랜 전통을 지닌 한국 패션 산업의 중심이다. 하지만 빛나는 전통만큼
아날로그적인 거래방식을 유지하고 있어 판매 시스템 선진화가 늦어지고 있었다.
거북선컴퍼니는 그간 수기를 통해 정산을 해온 동대문 상권의 전반적인 프로세스
개선을 목표로 간편하고 안전한 정산 시스템을 도입한 기업이다. '터틀체인' 서비스를
통해 상인들은 2~4시간씩 걸리던 정산 절차가 5분으로 단축되고, 매달 큰 금액을
부담해야 했던 회계 인건비가 절약되는 혜택을 누리게 되었다. 거북선컴퍼니는 한국
패션의 중심지 동대문의 선진화를 이끄는 새로운 모델을 제시하며 패션 업계가
이뤄나갈 '현실에서의 혁신'의 한 몫을 담당하고 있다.



세계적인 규모의 패스트 패션 시장, 동대문

동대문 의류시장의 연간 도소매 거래 총액은 약 20조원에 이른다. 국내 패션 시장에서 브랜드가 아닌 대부분의 옷들은 동대문에서 생산된다는 말이 있을 만큼 커다란 상권을 형성하고 있다. 24시간 잠들지 않는 동대문 시장은 글로벌 SPA 브랜드들과 비교해도 손색 없는 규모와 잠재력을 가지고 있다. 거북선컴퍼니는 사업 초반 일반적인 패션 앱을 개발하기 위해 시장조사를 진행하다 동대문 의류시장의 엄청난 잠재력을 발견했다. 특정한 아이템이 대중의 인기를 얻으면, 사흘이면 최신 패션 트렌드를 반영하는 오프라인 시장인 동대문은 말 그대로 트렌드의 최전선에 있는 유기적인 상권이었다.

최신 K트렌드의 상징 동대문에서 수기로만 진행되어온 도소매 거래

하지만 동대문 시장의 거래 시스템은 예전 방식에 머물러 있었다. 도소매 업자들 간의 주문, 결제, 정산 과정이 수기로만 진행되어 시간이 오래 걸리고 불편함을 느낄 수 밖에 없는 비효율적인 시스템이 자리잡고 있었던 것이다. IT 업체의 입장에서 이런 현상을 바라보니 어마어마한 양의 데이터들이 정돈되지 못한 상태에서 산발적으로 오가는 모습으로 비쳐졌다. 거북선컴퍼니는 이제는 IT기술의 힘을 빌려 그 데이터를 정리할 때가 되었다고 생각했다. 수기에 의존하던 주문, 결제, 정산 방식을 통합적으로 관리하며 거래 시스템을 개선할 수 있는 웹·모바일 플랫폼을 개발하여 동대문 시장 내에 원스톱 서비스를 세팅하려는 목표를 세웠다.

동대문에 혁신을 가지고 온 B2B 핀테크 플랫폼

2019년 거북선컴퍼니는 동대문 통합 관리 플랫폼인 ‘터틀체인’을 론칭하였다. 터틀체인은 기존 오프라인에서 수작업으로 관리되던 동대문 거래를 온라인 웹으로 옮겨온 B2B 핀테크 플랫폼이다. 시장 내 도소매 업체에서 발생하는 교환, 반품, 배송 등의 예외 상황을 반영해 실시간으로 주문 내역과 정산금액을 확인할 수 있도록 개발되었다. 현재 터틀체인 사용자들은 기존 2~4시간 정도 소요되는 정산 절차를 5분으로 단축시키고, 100~3,000장의 영수증을 단 한장의 세금계산서로 관리할 수 있는 편의성을 경험하고 있다.

업체들이 실감하는 편의성을 제공하다

또한 자동화 시스템을 통해 매달 약 180~250만 원 정도의 회계 인건비 절감이 가능해졌다. 소매상인들은 각 도매처마다 다른 입금방식 때문에 불편함을 겪어왔지만, 이제는 터틀체인과의 사전미팅을 통해 절차를 최소화하는 설정을 할 수 있다. 터틀체인이 각 도매처와 합의된 주기별로 정산해야 하는 금액을 확인하고 그에 맞춰 세금계산서를 발행하는 서비스를 대행해주기 때문이다.

이전까지는 각 소매업체마다 매일 적게는 30개, 많게는 500개에 달하는 도매 거래처와 거래를 하고 그 영수증을 일일이 보관하고 있었다. 한 달이면 수천 장의 영수증이 쌓이고, 정산일이 다가오면 모든 영수증을 일일이 장부에 대조해가며 세금계산서를 발행해왔다. 하지만 터틀체인은 모든 주문을 전산화시켜 언제든지 거래 내역과 정산 금액을 확인할 수 있는 서비스를 제공한다. 증빙부터 세금계산서 발행까지 상인들의 업무부담을 덜어주고, 시장 전체가 보다 효율적인 프로세스를 갖출 수 있도록 하는 플랫폼이 나타난 것이다.

도매업체 역시 몇 백 장씩 발행하던 세금계산서 관련 업무를 대폭 줄이게 되었다. 거북선컴퍼니 앞으로 단 한 장의 세금계산서만 발행하면 되기 때문이다. 동대문의 거래 증빙 기록이 투명하게 남게 되어 과거에 빈번히 발생했던 대금 관련한 금융 사고도 미연에 방지할 수 있게 되었다. 말 그대로 동대문 시장 거래 시스템의 선순환 모델을 창출해낸 것이다. 거북선컴퍼니는 상인들이 보다 간편하게 프로그램을 이용할 수 있도록 사용자 친화적인 자동화 방식으로 고도화하는 작업을 지속하고 있다. 입고관리 기능을 제공하여 입고 확정 제품을 정산내역에 포함, 실제 입금까지 진행할 수 있는 서비스를 웹 뿐만 아니라 모바일로도 사용 가능하도록 준비 중이다.

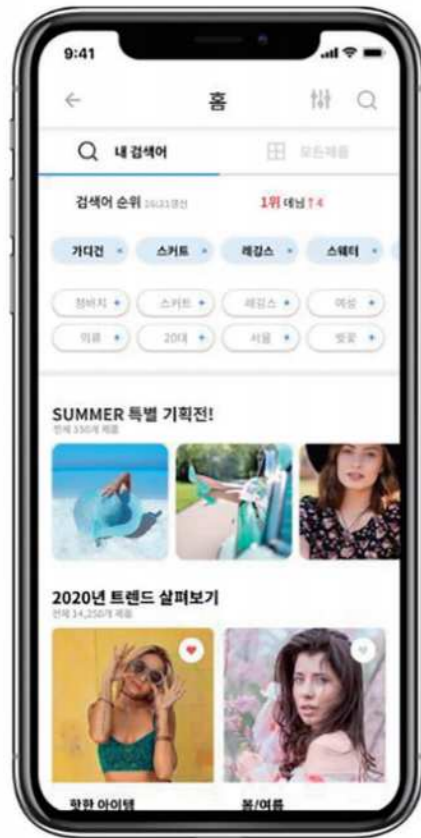
동대문 패션 시장의 연간 거래량은 20조원 규모 이상에 달한다. 거북선컴퍼니의 목표는 동대문을 해외시장에서 인정받게 하고 그곳에 차세대 기술을 도입하는 것이다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 사업확장 모델을 테스트하다

거북선컴퍼니는 스타일테크 프로그램을 통해 사업확장의 가능성을 타진할 수 있었다. 먼 훗날의 목표라고 생각했던 해외시장을 타겟으로 삼은 비즈니스모델의 프로토타입을 산출하여 내부적인 테스트를 진행한 것이다. 또한 이전에는 내부 팀에 UI/UX 전문 디자이너를 두고 있지 않아 제공 중인 서비스에 여러 결함이 존재했다. 스타일테크 프로그램에 참여하면서 멘토링 프로그램을 통해 디자인 분야에 대한 도움을 받았고, 이는 사용자에게 대한 이해도를 높이는 계기가 되었다. 지원사업에 참여한 다른 기업들의 기발한 스타일테크 아이디어를 경험하는 일은 패션 시장의 다양성을 가능해보는 기회였다. 특히 동대문을 상대하는 서비스를 제공하는 기업들과의 소통을 통해 각 분야에서 시장 상인들을 도울 수 있는 생산적인 대화를 이어나간 것은 큰 소득이었다.

스타일테크 지원사업의 기간은 길지 않았지만, 시간에 대비해 최대한 많은 지원과 도움을 받을 수 있었다. 투자, IR스피치 등 창업에 있어 필수적인 다양한 부분에 대한 멘토링은 앞으로도 많은 기업들에게 도움이 될 것 같은 좋은 프로그램이었다. 여타 지원사업은 프로그램 참여 기간이 지나면 지날수록 느슨해지는 경우가 가끔 있었다. 하지만 스타일테크는 사업이 종료되는 마지막 날까지 최대한 많은 지원을 아끼지 않아 더욱 도움이 되었다.

거북선컴퍼니는 여전히 “동대문의 상인들과 전국의 소매 업체들 간의 거래방식이 조금이라도 더 간편해지는 방법이 있을까?”하는 고민을 끊임없이 지속하고 있다. 국내 패션 산업의 소중한 자산인 동대문 시장이 디지털 시대에 뒤처지지 않도록 하려는 사명에 대한 진정성은 본 기업이 가진 가장 큰 자산일 것이다. 거북선컴퍼니는 현재도 꾸준한 시장조사와 기능의 고도화를 통해 동대문 디지털화의 최전선에 서 있다.



1

연간 거래량 20조원 이상
동대문 시장의
잠재력에 주목하다

3

동대문 도소매 거래 시스템의
전반적인 개선을
목표로 삼다

2

K스타일의 최전선 동대문
수기에 의존하는 거래
시스템을 발견하다

4

국내 최대 패션 상권의 디지털화를 이끌
거래 플랫폼 터틀체인을
 론칭하다

TURTLESHIP

[거북선컴퍼니의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

상인들과 업체간의 거래 효율을 개선하고
금융 거래 사고
위험성을 최소화하다

6

차세대 기술 도입을 통해
동대문 시장
현대화의 선두에 서다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
사업확장 모델을
테스트하고
다른 기업들의 기발한
아이디어를 경험했으며
멘토링을 통해 창업에
있어 필수적인 부분에
대한 도움을 받다

8

시장에 최적화된 서비스 개발로
패션 산업의
미래 비즈니스 전환을
리드하다

소셜미디어 인플루언서를 위한 스타일 플랫폼을 구축하다



[스타일과 테크의 결합이 인포크에 가져다준 변화]



인포크
INPOCK

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스 인포크 / 인포크링크
Style X Tech SNS-이커머스 간 연결 X 패션 플랫폼 비즈니스

인포크는 SNS 인플루언서들에게 최적화된 상품 판매 플랫폼을 제공하는 기업이다. SNS를 통해 상품을 판매하는 개인사업자들 대부분은 혼자 업무를 진행하기 때문에 마케팅부터 배송까지 일원화된 시스템을 갖추지 못한 경우가 많다. 인포크는 1인 기업에 속하는 SNS 인플루언서들의 전자상거래에 대한 진입장벽을 낮춰 이들이 더욱 효율적이고 활발한 거래활동을 돕는 소프트웨어 서비스를 제공한다. 기업명과 동명인 '인포크' 플랫폼은 현재 스타일 시장에서 쇼핑물을 가장 쉽게 만들 수 있는 솔루션이라고 할 수 있다.

수상실적

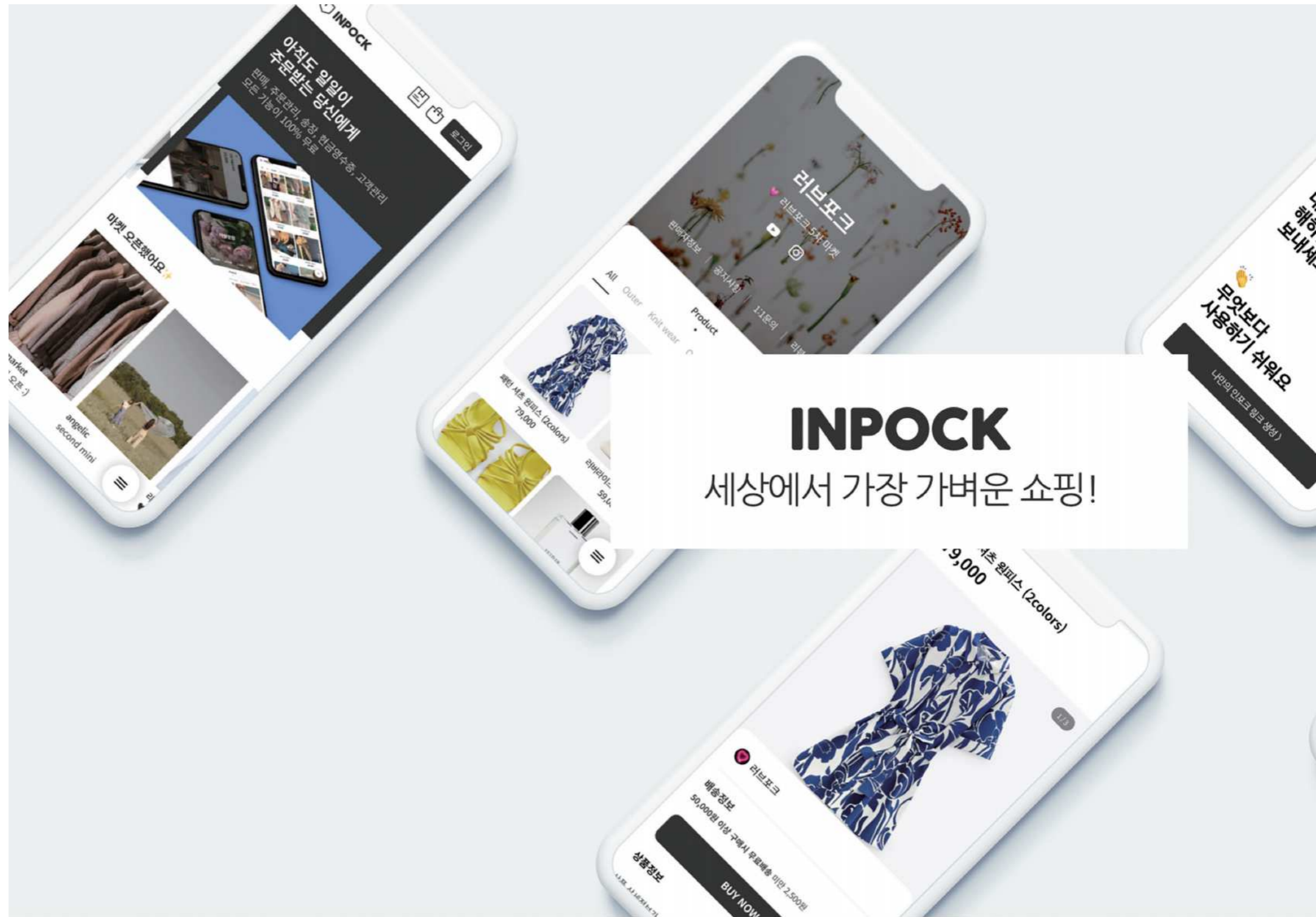
- 2018 — 창업선도대학 아이템 사업화 선정
- 2019 — Google for Startups 입주기업 선정
- 2019 — 서울창업허브 우수창업기업 선정

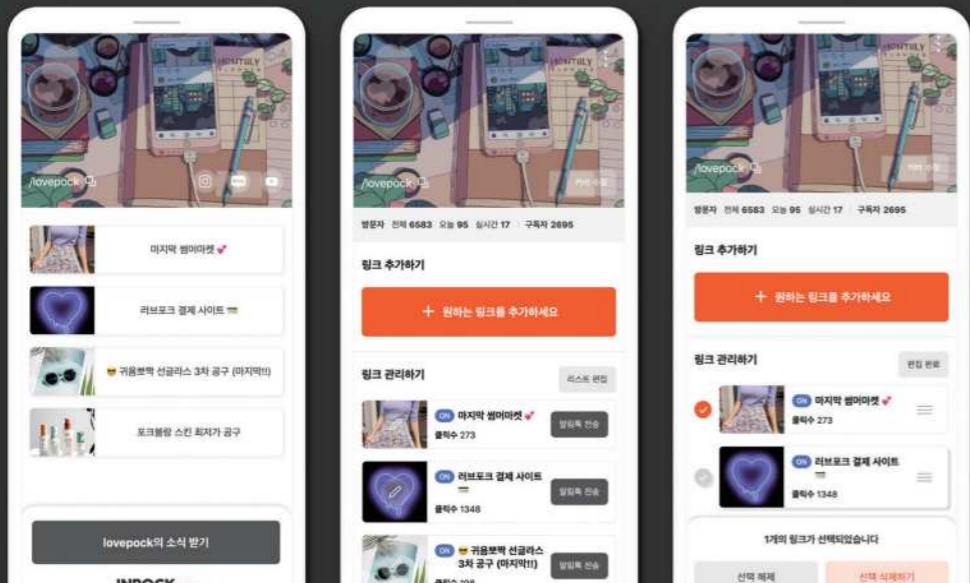
소셜미디어 시대, 산업의 흐름을 바꾸다

세상에는 다양한 뷰티, 패션 스타일이 존재한다. 온라인 소통이 일상화되면서 날이 갈수록 더욱 다양해지는 추세다. 몇 년 전까지 사람들은 커다란 검색엔진을 통해 걸러지는 검색 결과를 통해 스타일에 대한 정보를 얻었다. 하지만 이제는 포털이 아닌 소셜미디어를 통해 정보를 찾아낸다. 이때 검색의 결과물이 되는 콘텐츠를 생산해내는 사람들이 바로 SNS 인플루언서와 유튜브 크리에이터들이다. 이들은 본인이 판매하는 여러가지 브랜드(공동 구매, 판매 대행, 자체 제작 등) 상품들을 자신의 계정을 통해 노출시키고 각각의 상품에 대한 홍보를 진행한다.

인플루언서들은 본인의 라이프스타일에 맞는 제품을 판매한다. 그래서 그들과 비슷한 취향과 생활방식을 가진 사람들에게 응원을 받게된다. 인플루언서의 팬들은 '구독', '팔로우' 등의 방법으로 그에 대한 지지를 표명한다. 그리고 그의 잠재적 고객이 되는 것이다. 이런 문화는 기존 브랜드에 대한 관심과는 색다른 산업의 흐름을 만들어냈다. 오늘도 수많은 인플루언서 지망생들이 저마다의 채널에 자신의 콘텐츠를 올리고 있다.

그들은 뷰티, 패션에 관련된 상품에 해박한 지식을 가졌지만 아이템을 판매하는 일에는 익숙하지 않다. 혼자 일당백의 업무를 감당하거나, 기존의 판매 채널을 활용해야 한다. 하지만 기존 판매 채널들은 1인 기업인 인플루언서들에게 최적화되지 않은 서비스를 제공한다. 처음부터 끝까지 자신이 부딪혀 일을 배워나가는 과정을 거쳐야 되는 것이다. 물론 이러한 과정에서 많은 것을 얻을 수 있지만, 누군가 일의 처리방법을 알려준다면 비용을 줄이고 사업적으로도 빠른 시간 내에 자리잡을 수 있게 된다. 인포크는 판매가 익숙하지 않은 인플루언서들도 쉽고 편하게 사용할 수 있는 플랫폼을 개발했다.





저희 서비스의 디자인 컨셉은
인플루언서들이 가진 최고의 마케팅 무기인
'자신의 라이프스타일'이 최대한 판매 페이지에
반영될 수 있도록 하는 것입니다.

트렌드를 읽어 만들어낸 사업 아이템

인포크는 스타일 아이템을 판매하는 트렌드가 급속도로 변하고 있는 와중에도 기존 솔루션들이 정체되어 있는 팩트에 주목했다. 스타일 업계는 특성상 트렌드가 바뀌면 디자인은 자연스럽게 대체된다. 하지만 그것을 판매하고 유통하는 과정에서의 혁신은 뒤늦게 일어나는 경우가 많다. '트렌드에 맞는 솔루션', 그것이 인포크가 본 자신들이 가야할 길이였다.

가장 쉽게 관리할 수 있는 쇼핑몰

인플루언서 판매자가 판매에 겪는 어려움을 덜어주는 서비스를 제공하기 위해 인포크는 가장 쉽고 직관적으로 사용할 수 있는 플랫폼을 구축했다. 기업명과 동명인 '인포크' 플랫폼에 로그인한 판매자가 카테고리·상품명·가격·상품 사진만 올리면 자동으로 상품등록이 된다. 개설횜작업이 쉽고 모바일로도 사용이 편리하도록 최적화되어 있어 별다른 홍보 없이 이미 200명 이상의 인플루언서를 고객으로 확보하고 있다. 이들이 인포크를 통해 거래하는 금액은 월 10억에 달한다. 2020년 1월에는 일년 전 같은 시기에 대비해 전체 거래액이 10배 이상 성장했고, 일거래액 1억 원을 돌파한 날도 있다. 가장 '쉬운' 쇼핑몰이 이룩한 '쉽지 않은' 성과에 많은 이들이 주목하고 있다.

사소해보이는 솔루션이 만들어내는 큰 차이

가장 흔한 SNS 채널인 인스타그램은 정책상 링크를 하나만 올릴 수 있다. 하지만 인포크는 '링크 트리' 기술을 선보여 편의성을 높였다. '인포크 링크' 서비스를 사용하면 인스타그램에서도 여러 링크 사용이 가능해져 구매자들이 블로그나 결제 사이트로 한번에 넘어가는 클릭 유도가 가능하다. 판매에 이어지는 모든 과정에 불편함이 없도록 세팅하여 서비스화하는데 성공한 것이다. 인포크는 이러한 기술 적용의 장점을 '기존에는 여의도역에서 고속터미널역까지 가기 위해 환승을 해야 했다면 인포크링크를 통해 9호선 직행 노선이 생긴 셈'이라고 비유한다.

이러한 기술은 유튜브 크리에이터들에게도 적용된다. 인포크 플랫폼을 사용하는 유튜버들은 영상 마지막 부분에 판매 상품의 인포크샵 링크를 등록할 수 있다. 기존 구독자들은 상품 링크를 찾기 위해 영상 설명이나 댓글 창을 따로 확인해야 했지만, 인포크 링크 서비스를 사용하는 유튜버의 영상을 볼 경우 영상 말미에 뜨는 'SHOP' 버튼을 눌러 구매 페이지에 바로 접속하게 된 것이다.

연결서비스 구축으로 산업 생태계의 선순환에 기여하다

인포크의 링크 트리 기술 적용은 크리에이터 산업 생태계의 선순환에 기여하는 면이 있다. 유튜버들의 일반적인 수익구조는 광고와 관련되어 있기 때문에 자극적인 콘텐츠를 생산하거나 광고비를 받은 브랜드의 색깔에 맞춘 콘텐츠를 만들며 정체성을 잃어버리는 경우가 많다. 인포크를 통해서 자체 제작 굿즈 등의 상품을 파는 수익구조가 안정적으로 자리잡는다면, 광고를 따내기 위해 개성을 잃어버리는 유튜버들이 훨씬 줄어들 것이다.

자신의 색깔을 만들어가면서 더욱 오랫동안 채널을 유지하는 사례가 늘어나면 콘텐츠 소비자들에게도 좋은 영향을 끼친다. 더 완성도가 높고 개성있는 다양한 영상을 즐길 수 있고, 자신이 좋아하는 유튜버의 개성이 담백 담긴 상품을 믿을만한 플랫폼을 통해 구입할 수 있게 되기 때문이다. 이처럼 쇼핑몰 하나를 만드는 데 30분도 채 걸리지 않는 '간편함'을 서비스로 제공하는 인포크는 인플루언서, 크리에이터를 활용한 스타일 산업에 '깊이'를 더하고 있다.

디자인진흥원 스타일테크 프로그램을 통해 새로운 서비스를 런칭하다

인포크는 빠른 성장을 위해 많은 고민을 하던 시기에 스타일테크 프로그램에 선정되었다. 스타일테크 프로그램 참가는 기존 사업 아이템에서 피보팅을 진행하고 위에서 소개한 '인포크링크' 서비스를 런칭하는 계기가 되었다. 신규 서비스 준비 과정에서 포커싱 방법을 바꿔 '소셜미디어 내에서 인플루언서들이 개성있는 라이프스타일을 보여주는 방식'에 집중해 보다 나은 결과물을 얻을 수 있었다. 스타일테크 지원사업 참여의 결과물인 인포크링크는 현재 10,000명 이상의 가입자와 월간 약 180만 명의 접속자수를 기록하며 성공적인 비즈니스 모델로 안착했다.

/oo

기존 쇼핑몰 커스터마이징 솔루션들은 난이도가 높아 간편하게 이용하기가 어렵습니다. 저희는 인포크 서비스를 활용하는 판매자들이 자신들의 가장 큰 장점인 창의성을 발휘해 라이프스타일 콘텐츠 제작에만 집중할 수 있도록 상품을 판매하는 과정에 대한 진입장벽을 낮추었습니다.

oo/



1 판매 트렌드에 따라가지 못하는 기존 플랫폼의 문제점을 인식하다

2 새로운 판매/소비 문화에 맞는 플랫폼을 기획하다

3 SNS 인플루언서와 유튜버들의 어려움을 분석하다

4 1인 기업도 간단히 사용할 수 있는 가장 쉬운 쇼핑몰 플랫폼을 개발하다

INPOCK

[인포크의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 30분만에 만드는 쇼핑몰 1년만에 10배의 거래량 성장을 나타내다

6 연결 서비스 구축으로 스타일 산업에 선순환 효과를 가져오다

7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 기존 사업 아이템에서 피보팅을 진행하고 성공적으로 신규 서비스를 런칭하여 월간 180만 명이 접속하는 플랫폼을 구축하다

8 1인 기업 문화를 성장시키는 새로운 쇼핑몰 모델을 제시하다

K스타일을 글로벌 시장에 연결하는 플랫폼

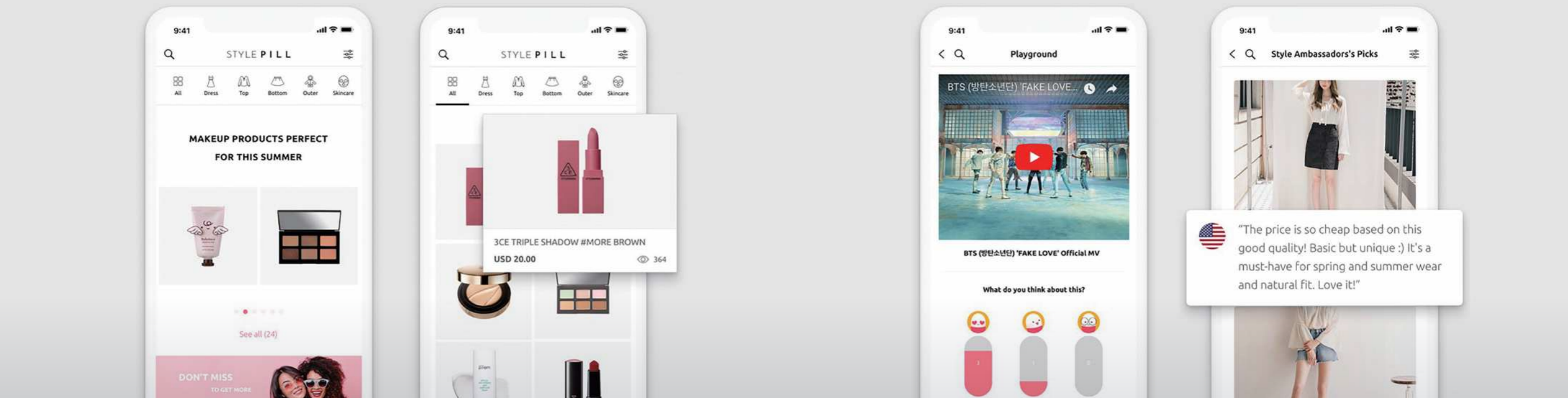


[스타일과 테크의 결합이 허브에 가져다준 변화]



허브 HUB	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	스타일필
	Style X Tech	K스타일 쇼핑 X 플랫폼 비즈니스
스타일필은 허브가 운영하는 패션 쇼핑 플랫폼이다. 외국인들이 쉽게 구매하기 어려운 최신 K뷰티/패션 콘텐츠를 현지 언어와 화폐로 변환하여 실시간으로 구입할 수 있도록 돕는 서비스를 제공한다. 해외 관광객들의 한국 여행 목적 1위가 쇼핑으로 조사될 만큼 한국 스타일 상품에 대한 글로벌 시장의 수요는 크다. 그들이 한국에 방문할 때도 호텔에서 바로 상품을 받아볼 수 있는 서비스도 함께 제공하고 있다. 코로나로 인한 팬데믹 이후 한국을 방문하는 관광객의 수요는 없지만 그만큼 역직구에 대한 수요가 높아져 이에 대한 최선의 솔루션을 만들어가고 있다.		

수상실적
2019 — 한국관광공사 예비관광벤처 선정
2020 — 콘텐츠진흥원 서부 클러스터 어드밴스드 2기 선정



K스타일의 글로벌 비즈니스를 목표로 삼다

전세계의 Z세대를 중심으로 K-POP을 비롯한 K문화에 대한 관심이 높아지고 있다. K패션과 K뷰티에 대한 수요도 폭발적으로 증가했다. 한국 드라마나 K-POP 가수들이 착용하거나 사용한 상품과 같거나 비슷한 상품을 구입하려는 이들도 많다. 자연스럽게 K스타일 상품에 대한 구매의지가 어느 때보다 강하지만 외국인들이 현지에서 실시간으로 정보를 얻고 구매까지 이어지는 손쉬운 통로가 아직은 부족하다. 허브가 운영하는 스타일필(STYLEPILL)은 Z세대를 위한 크로스보더 패션 쇼핑 플랫폼이다. 10~20대에게 익숙한 소셜미디어를 통해 Z세대와 밀레니얼 세대가 선호하는 라이프스타일 콘텐츠로 상품을 소개하고 판매한다.

Z세대의 방식으로, Z세대를 타겟으로

스타일필의 사업 모델은 기존의 브랜드 중심 콘텐츠 마케팅과는 어필되는 타겟층과 효과가 모두 다르다. 고객이 일상에서 상품을 접하는 자연스러운 모습과 스토리를 담은 UGC 콘텐츠를 통해 정보에 대한 거리감을 낮추고 지속적으로 브랜드와 고객의 소통을 이끌어가고 있다. 기존 콘텐츠 마케팅이 일방향 소통이었다면, 스타일필은 쌍방향으로 소통하여 고객에게 보다 가까운 느낌을 전달하는 것이다. 고객은 편안하게 습득한 정보를 통해 선호 상품의 글로벌 배송 및 해외 결제 서비스를 이용할 수 있다. 기업과 브랜드는 해외 진출에 필요한 막대한 자금 부담을 낮추며 글로벌 고객과의 접점을 이어나간다.

외국인으로서 해당 국가에 쇼핑 서비스를 제공하다

패션 쇼핑 시장에는 대형 이커머스가 다루기에 힘든 틈이 존재한다. 스타일필의 서비스 모델이 타겟팅하고 있는 층은 다음과 같다.

- 1 — 소셜미디어 사용에 특화된 Z세대, 밀레니얼 세대
- 2 — K스타일 상품과 K문화를 선호하는 외국인
- 3 — 해외에 거주하면서 한국 스타일에 대한 최신 정보와 구매 가능한 플랫폼을 원함

분명히 존재하지만 대형 자본이 들어와 커다란 시스템을 구축하기에는 아직 증명이 덜 이루어진 시장이라고 볼 수 있다. 이런 시장을 선도하는 서비스는 훗날 B2B의 영역에서도 커다란 영향력을 끼칠 수 있다. 허브는 작은 스타트업이지만 개발 및 커머스 경험이 풍부한 팀원이 직접 커머스 개발과 소셜 기반 커뮤니티 운영을 주도하며 고객과의 스킨십이 잦고 친밀감을 전달하는 글로벌 D2C 플랫폼을 만들어 가고 있다.

융합의 어려움은
융합으로 풀어낸다

허브 팀 내에는 글로벌 경험이 풍부한 다양한 국적의 멤버들이 함께 일하고 있다. 그러다보니 실무 중 서로가 느끼는 니즈와 문제 인식에서 차이가 발생했다. 하지만 글로벌 유저들이 자신이 원하는 것을 찾아나가는 과정을 끊임없이 지켜보고 도우면서 차이를 융합해나가기 시작했다. 그 예로 역직구(외국인이 국내 쇼핑몰에서 상품을 구입하고 싶어하는 경우)에 대한 니즈를 충족시키기 위해 한국여행 시 호텔에서 쇼핑한 물품을 받을 수 있는 서비스를 제공하여 쇼핑과 여행의 융합을 시도했다. 이러한 시도는 구성원 서로가 자신에게 특화된 정보를 공유하며 서로의 다른 점을 이해하고 융합이라는 합의에 도달했기에 가능한 것이었다.

/○○ K스타일의 정체성과 장점을 살려 글로벌 시장에 효율적으로 알릴 수 있는 플랫폼, 그것을 구축하는 것이 스타일필의 방향성입니다. 코로나를 이겨내고 K뷰티/패션이 다시 한번 도약하는 계기를 저희 손으로 이뤄내고 싶습니다. ○○/

허브의 글로벌 도전은 코로나로 인한 팬데믹 이후에도 여전히 이어지고 있다. 동대문의 원부자재까지 모아 글로벌 진출을 시도하며 포스트 코로나 시대에도 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하기 위해 끊임없이 도전하며 진화하고 있다.

디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
다양한 협업을 시도하다

허브는 K스타일을 해외에 알리기 위한 지원이 필요했기 때문에 스타일테크 사업을 신청하고 참여하게 되었다. 모든 스타트업이 자리를 잡기 전까지는 자금, 인재 확보에 대한 문제 등 여러 부침이 끊이지 않는다. 허브도 그런 일련의 과정 중에 어려움을 겪어 왔다. 하지만 스타일테크 프로그램에 참가하면서 디자이너, 사업가, 투자자 등 다양한 파트너들과의 교류와 협업이 가능하게 되어 비즈니스의 기회를 늘려나갈 수 있었다.

장시간의 프로젝트가 아니어서 아쉬움이 있었지만 함께 테헤란로에 오피스 공간을 제공 받으며 교류를 이어나간 다른 참가 스타트업들과 여전히 관계를 맺어가고 있다. 또한 프로그램 중 참가한 크고 작은 행사들 때문에 다시 한번 힘을 내고 사업에 열중할 수 있는 기회가 되었다.

/○○ 스타일테크 프로그램 참여로 다양한 파트너와의 교류와 협업을 이어나갈 수 있었습니다. ○○/ 만족도는 10점 만점에 10점입니다.

1 Z세대의 외국인 고객을 대상으로 최신 K스타일 상품을 판매할 사업모델을 제시하다

2 타겟층에 특화된 소셜미디어 소통을 통해 친밀감이 느껴지는 플랫폼을 구축하다

3 외국에서도 현지의 언어, 화폐로 한국의 최신 상품을 구입할 수 있는 시스템을 갖추다

4 여행과 쇼핑 산업의 콜라보레이션 역직구 현지 호텔 배송 서비스를 고안하다

HUB
[허브의 스타일테크 성공사례 Digest]

5 포스트 코로나 이후에도 지속 가능한 사업 모델 개발을 위해 힘쓰다

6 K스타일의 글로벌 진출이라는 목표로 끊임없는 플랫폼 고도화를 시도하다

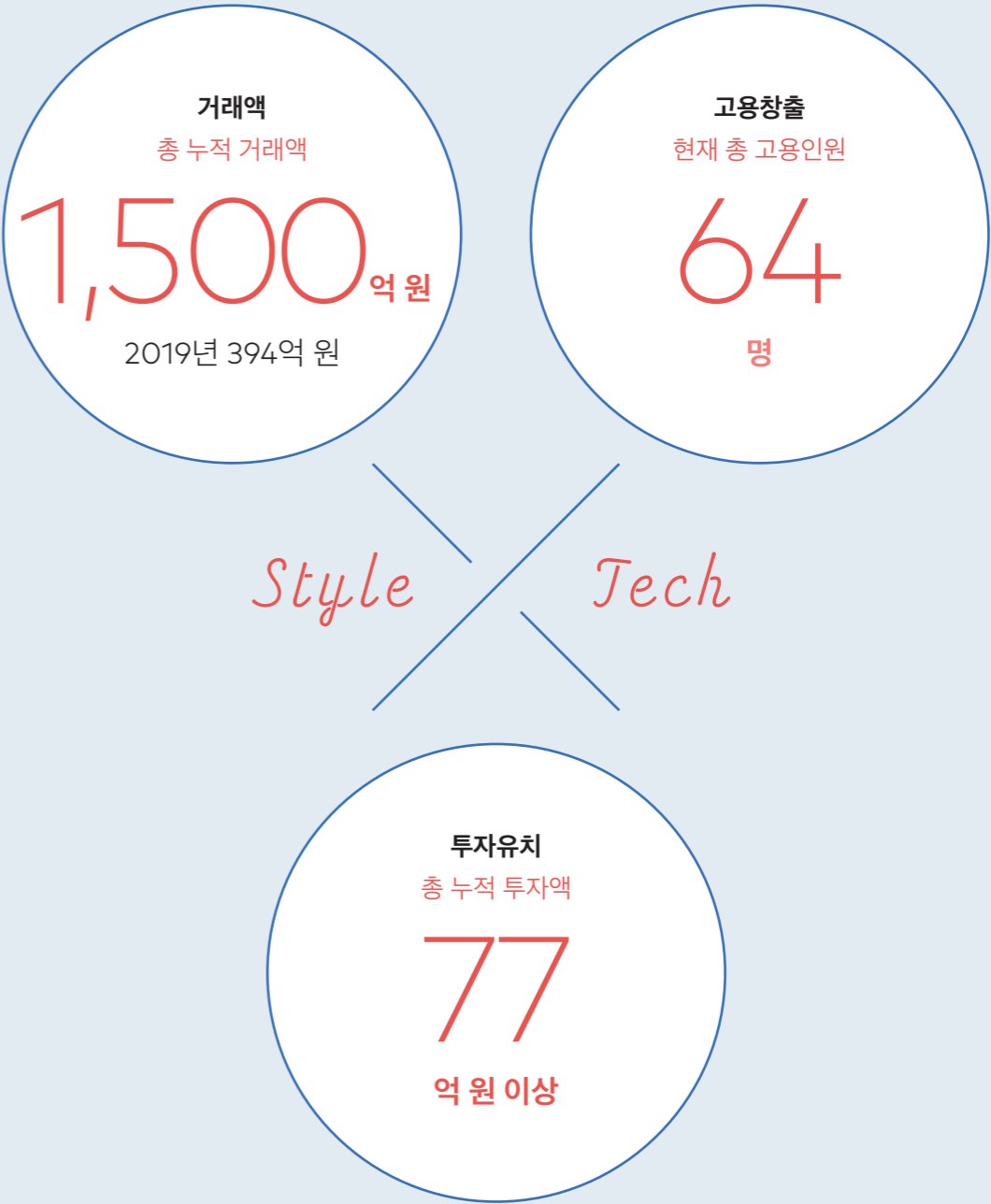
7 한국디자인진흥원 스타일테크 참여로 디자이너, 사업가, 투자자 등 다양한 파트너들의 교류와 협업을 진행하고 함께 오피스 공간을 사용한 참가 기업들과 관계를 맺다

8 해외 진출의 막대한 비용을 절감하고 글로벌 고객과의 접점을 만드는 시스템을 만들어가다

셀러들의 구원자, 국내 온라인 시장의 펀더멘털을 강화하다



[스타일과 테크의 결합이 셀러허브에 가져다준 변화]

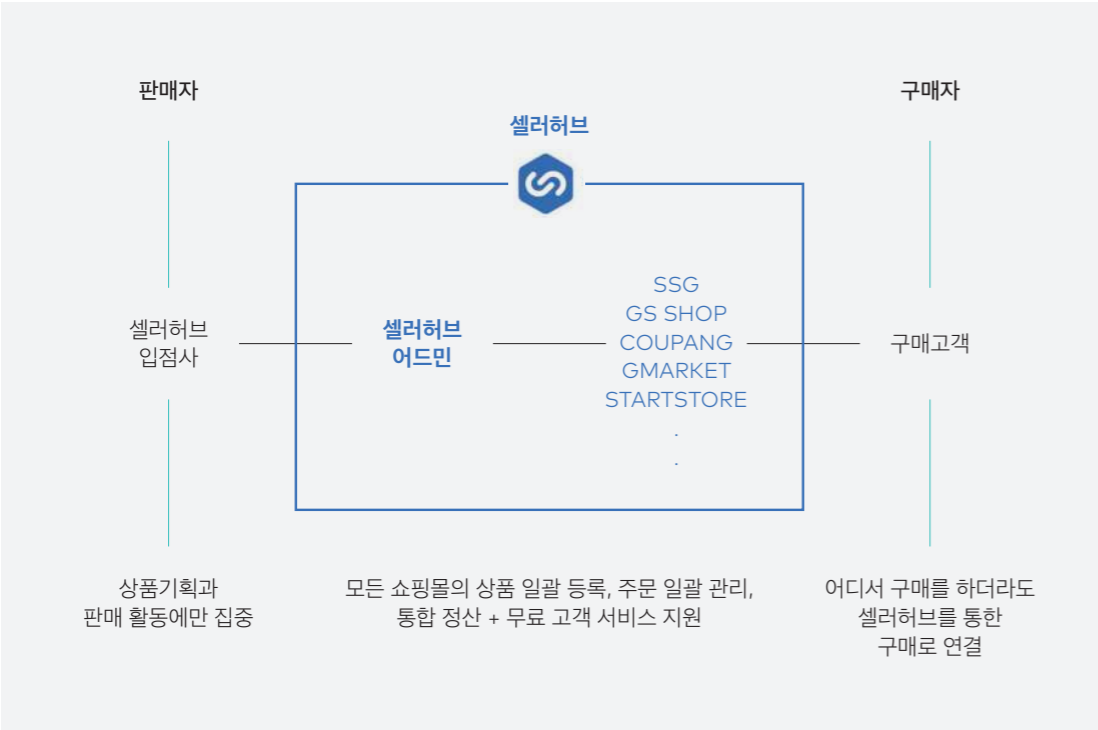


셀러허브 SELLERHUB	2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여	
	상품 / 서비스	셀러허브
	Style X Tech	패션유통, 이커머스 X 플랫폼 비즈니스, 통합관리 솔루션
셀러허브는 동명의 쇼핑물 통합관리 솔루션 서비스를 제공하는 기업이다. 기존 대한민국 이커머스 시장은 복잡한 시스템을 갖추고 있었다. 셀러허브 플랫폼은 판매자들이 어려움을 호소하는 온라인 유통 과정의 문제점들을 근본적으로 해결하기 위해 만들어진 솔루션이다. 론칭 이후 '한방에 팔아 줄게! 셀러 다 모여!'라는 슬로건 아래 업무 효율성을 높여주는 서비스 모델로 자리 잡으며 매년 가파른 성장세를 기록 중이다. 고객과 판매자 간의 유통채널 다변화에도 기여하며 국내 이커머스 시장의 시스템 선진화를 선도하고 있다.		

온라인 쇼핑 산업
선진화를 주도하는
쇼핑몰 통합관리 솔루션

국내 온라인 쇼핑 시장은 월 거래액 10조가 넘는 거대 규모로 성장했다. 대표적인 언택트 비즈니스 중 하나로 손꼽히는 만큼 코로나 바이러스 유행 이후에도 오히려 성장세는 지속되고 있다. 통계청 자료에 따르면, 2020년 7월의 국내 온라인 쇼핑 거래액은 12조 9,625억 원으로 전년동월대비 15.8% 증가했다. 수치로 증명되는 국내 이커머스의 양적 성장에 비해 해당 산업의 종사자들이 느끼는 질적 성장은 더딘 편이었다. 급속도의 성장을 시스템이 따라가지 못한 이유가 크다. 하지만 최근 몇 년 간은 이커머스 유통의 효율성을 높여주는 다양한 솔루션이 상용화되며 온라인 쇼핑 시장의 시스템 개선에 대한 긍정적인 전망이 이어지고 있다.

셀러허브가 운영 중인 쇼핑몰 통합관리 솔루션 ‘셀러허브’ 역시 이커머스 시장 선진화를 이끄는 유의미한 사업 모델 중 하나로 손꼽힌다. 국내 유일의 API 시스템 연동을 기반으로 한 B2B2C 입점형 쇼핑몰 통합관리 서비스를 통해 발군의 실적을 기록 중이다. ‘판매자를 위한 플랫폼’을 지향하는 셀러허브의 입점 고객들에게는 30여 개 쇼핑몰에서 동시 판매를 할 수 있는 기회와 상품 등록, 판매, 고객센터, 통합정산 관리 등의 원스톱 서비스가 제공된다. 셀러가 판매에만 집중할 수 있도록 까다롭고 복잡한 업무들을 해결해주는, 이름 그대로 ‘셀러들의 허브’로 자리 잡으며 매년 주목할 만한 성장세를 이어가고 있다.



셀러들을 위한 플랫폼, 셀러들의 현실 고민을 해결하다

셀러허브의 사업 모델은 사용자들이 실제 사업에서 겪는 어려움을 면밀하게 파악하고 그에 대한 솔루션을 명확하게 제시하고 있다. 앞서 말한 것처럼 폭발적으로 성장해 온 국내 온라인 쇼핑 시장에는 약 35만 명의 판매자들이 생업을 걸고 사업을 이어나가고 있다. 시장이 커진만큼 기회도 늘어났지만 그만큼 고민도 커졌다. 국내 온라인 유통 산업의 속을 들여다보면 아주 치열한 경쟁이 벌어지는 전쟁터가 있기 때문이다.

시장의 성장에 따라 유통 채널이 다변화되었고, 대형 이커머스 간의 복잡한 점유율 전쟁은 고객 분산으로 이어졌다. 문제는 소규모의 셀러들이 고객을 따라 다양한 채널에 입점해야만 경쟁력을 가질 수 있다는 것이다. 하지만 오픈 마켓을 제외한 대부분의 종합몰과 전문몰들은 진입 장벽이 높다. 결국은 제한된 쇼핑몰에서 치열한 가격 경쟁을 해야만 하는 것이 셀러들이 처한 현실이다. 개별 입점의 벽도 높지만 입점 후에도 채널마다 따로 관리를 해야하기 때문에 업무가 복잡해지고 효율성이 떨어지게 된다.

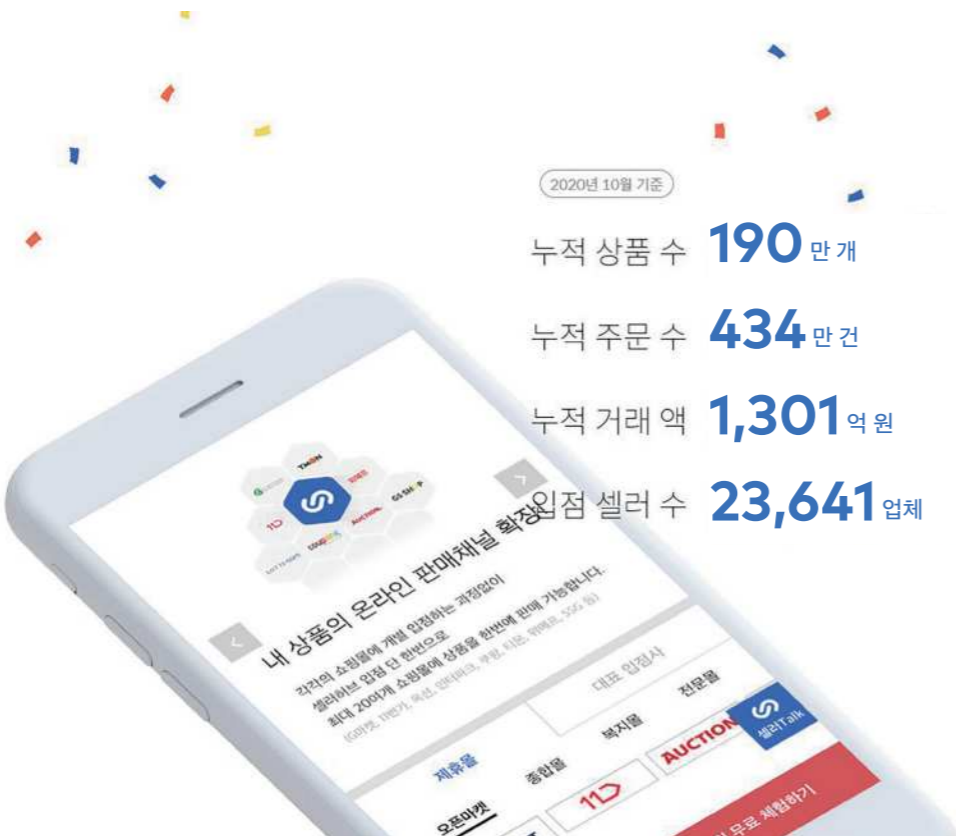
셀러허브는 하나의 아이디로 30여 개 쇼핑몰에 동시 판매가 가능한 서비스를 제공하여 셀러들이 처한 현실적인 고민을 한번에 해결해준다. 또한 상품 등록부터 정산까지의 업무를 원스톱으로 대행해주기 때문에 셀러들은 복잡한 고민에서 해방되어 판매에만 집중할 수 있다. 업무 효율성이 대폭 개선되어 삶의 질이 달라진다. 이런 편의를 통해 사업을 더욱 키워나갈 수 있는 기회비용을 마련하게 된다. 현재 셀러허브를 이용하는 고객들의 반응은 폭발적이다.

셀러허브 플랫폼에 입점한 셀러들의 수는 누적 24,000건을 돌파했다. 셀러허브 서비스를 이용하는 판매자 800여 명에게 인터뷰를 진행한 결과, 셀러허브 가입 후 평균 2배 이상의 순익 상승효과를 누린 것으로 조사되었다. 효과를 실감한 사용자들의 입소문을 통해 새로운 셀러들이 끊임없이 유입되었다. 누적 거래액은 1,500억 원을 돌파하고 78억 원 규모의 시리즈A 투자 유치 등 가시적인 성과를 내고 있다. 이러한 실적은 7년 간의 끊임없는 연구와 핵심 기술 개발의 결과다. 모든 도전에는 많은 어려움이 뒤따르지만 이를 극복한 기업의 앞날엔 무한한 기회가 열리게 된다. 셀러허브의 목표는 대한민국 온라인 판매자 모두가 사용하는 플랫폼이 되는 것이다. 브랜드 정착에 성공한 뒤에도 현실에 안주하지 않고 고객 서비스 강화를 위해 끊임없는 기술 고도화와 부가서비스 개발을 지속하고 있다.

디자인진흥원
스타일테크
프로그램을 통해
디자인 역량을 높인다

셀러허브는 스타일테크 프로그램을 통해 공유 오피스와 전문 디자이너 인력을 지원 받았다. 참여기간 내에 꾸려진 TF팀과 지원 받은 디자이너가 함께 공유 오피스를 이용하며 다양한 참여 기업들과의 커뮤니티를 형성했다. 당시 참여한 디자이너는 사업 프로그램이 종료된 이후에도 정규직으로 전환되어 셀러허브와 함께하고 있다. 기업들이 꿈는 한국디자인진흥원의 지원사업 프로그램의 가장 큰 장점 중 하나는 지원받는 디자인 인력의 전문성이 보장된다는 것이다. 셀러허브의 예에서도 볼 수 있듯 지원사업이 끝난 후에도 정식 직원이 되어 회사에 디자인 마인드를 심어주는 역할을 하는 경우가 많다. 또한 공유 오피스를 지원 받게 되면 다른 참여업체들과의 스킨십이 자연스럽게 증가하고, 이는 단계적으로 커뮤니티 형성과 협업으로 이어진다.

스타일테크 프로그램을 통해 매칭된 디자이너는 셀러허브의 PC 웹페이지의 서브페이지를 디자인하고, UI/UX를 고려하여 사용성을 높였다. 또한 모바일웹의 UI와 자사의 온라인몰(레이틀리, 카운트다운)의 디자인과 브랜딩을 진행하며 기업의 디자인 역량을 높이는 역할을 했다. 4차산업혁명시대에 디자인 분야는 새로운 가치를 창조하고 있다. 디자인은 미적인 가치를 넘어 다양한 분야의 지식을 융합하여 새로운 비즈니스 창출의 허브가 되는 역할을 한다. 인간과 환경, 기술과 사회를 연결하는 역할을 수행하여 창의적 아이디어를 기술, 지식, 제품에 적용하고 그 융합의 결과는 혁신 비즈니스 구현으로 이어진다.



1

연간 20조 이상
국내 온라인 시장
규모에 주목하다

3

셀러들이 가진 공통된 고민을
한번에 해결해줄
솔루션을 기획하다

2

과열된 경쟁과 복잡한 시스템
셀러들의 현실적
어려움을 파악하다

4

20개 이상의 쇼핑몰 입점, 등록, 판매
통합정산 관리까지
원스톱 서비스를
제공하다

SELLERHUB

[셀러허브의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

셀러허브 사용자들의
평균 순이익이
2배 이상 증가하다

6

누적 24,000개 셀러, 1,500억 원의 거래량
매출증대와
투자유치로 이어지다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
지원받은 전문 디자이너
인력이 정식 직원이
되어 자사 홈페이지,
모바일웹 UI, 자사
온라인몰의 디자인과
브랜딩을 진행하는 등
기업의 디자인 역량을
높이다

8

선진화된 시스템의 평등화를 주도
온라인 쇼핑 시장의
펀더멘탈 강화에
기여하다

패션업계의 실무환경과 시장파악능력을 개선하다



[스타일과 테크의 결합이 쓰임에 가져다준 변화]



쓰임
SOOING

2019 스타일테크 유망기업 지원사업 참여

상품 / 서비스	트래서
Style X Tech	패션 이커머스 큐레이션, SNS 트렌드 X 빅데이터 분석, 플랫폼 비즈니스

쓰임은 실시간 인스타그램 빅데이터 분석을 통해 가장 트렌디한 패션 아이템을 도출해내는 온라인 전용 울트라 패스트 패션 브랜드(Ultra Fast Fashion Brand) 트래서(TRESSER)를 운영하는 기업이다. 소셜미디어 상의 정보만 분석해도 고객 니즈와 시장 트렌드를 파악할 수 있는 시대이지만 그 양이 너무 방대하기 때문에 데이터를 실시간으로 분석할 수 있는 기술이 필요하다. 트래서는 SNS 빅데이터 분석 솔루션을 통해 실시간 트렌드와 고객 의견을 반영하고, 이를 토대로 생산까지 연결하는 플랫폼이다.

변화된 산업 환경에 맞는 서비스 모델

그동안 대부분의 국내 패션업계는 변화를 받아들이지 않고 예전부터 내려오는 시스템을 유지하는 모습을 고집해왔다. 소비자들의 니즈와 동떨어진, 관행에 의존한 방식으로는 빠르게 변화하는 패스트 패션(Fast Fashion) 시대에 적응할 수 없다. 쉬잉은 4차산업혁명 시대를 역행하는 산업 환경을 개선할 수 있는 서비스 모델을 만들어내고자 했다. 오랜 시간 패션업에 종사하며 비효율적인 시스템의 한계를 느껴왔기 때문이다.

SNS에서 트렌드의 핵심을 추출해내는 기술

현재 세상의 모든 정보는 소셜미디어를 통해 퍼져나간다. 패션 산업의 정보 역시 마찬가지다. 매일 셀 수 없이 많은 콘텐츠가 업데이트되는 웹 세상은 우리가 압축할 수 없을 만큼 방대한 정보량을 연료 삼아 진화를 거듭하고 있다. 쉬잉은 SNS를 통해 소비자 니즈를 파악하고 선도 트렌드를 분석하는 업계의 흐름에 주목하여, 그 과정을 자동화한 플랫폼 구축을 목표로 삼았다. 그 결과물인 '트레서'는 SNS 빅데이터 분석 솔루션을 활용해 실시간 트렌드와 고객의견을 반영하고 추출된 데이터를 활용해 옷을 생산하는 플랫폼이다.

패스트 패션 트렌드를 반영하다

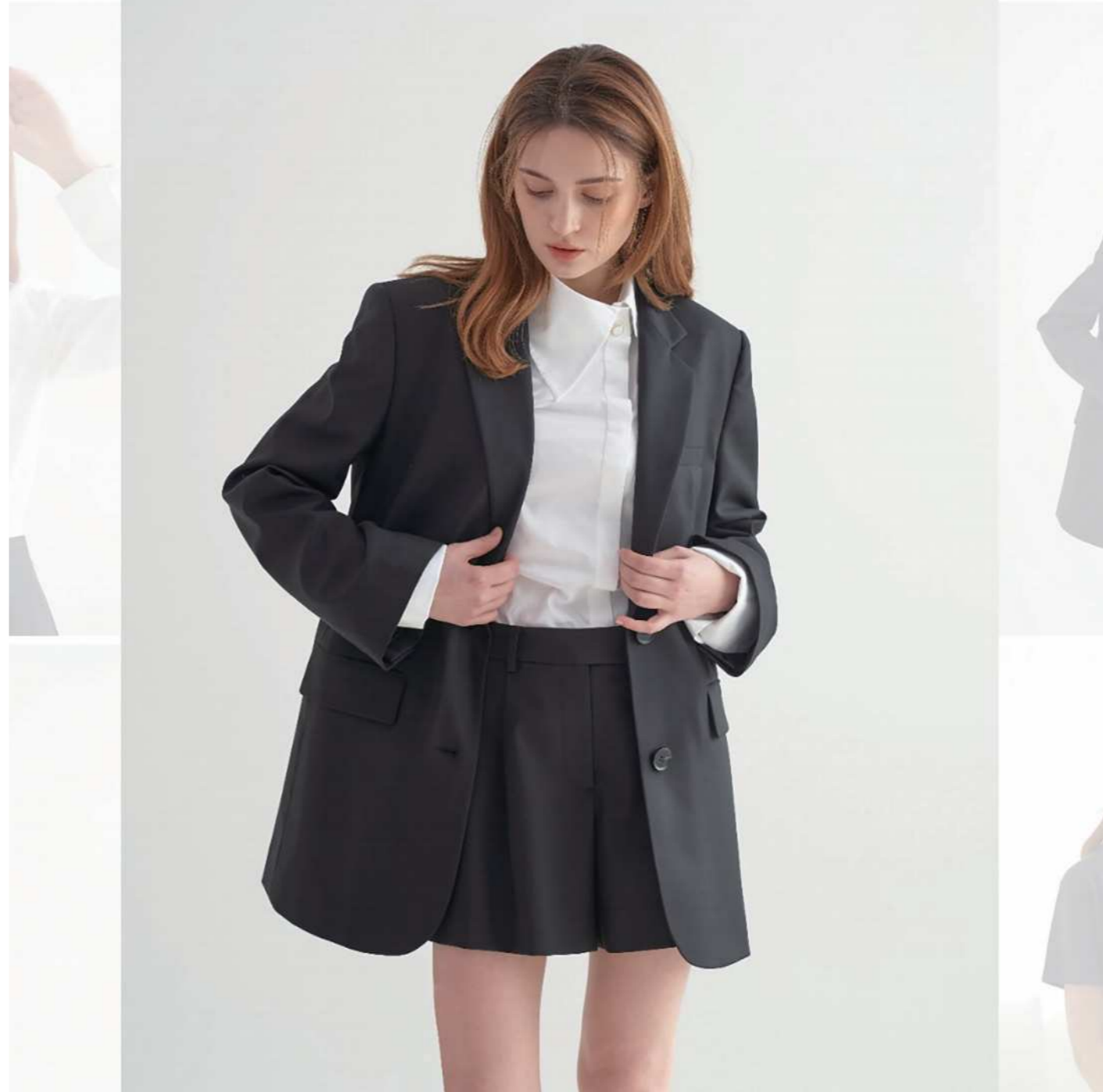
트레서는 하이엔드 브랜드가 제시한 방향성을 따라다니기에 급급한 브랜드가 아닌, 소비자들이 SNS에 업로드한 실시간 트렌드와 구매 의사를 반영한 합리적인 디자인의 상품을 제공한다. 기존 이커머스에 비해 합리적인 가격으로 품질 좋은 상품을 빠르게 생산해 판매까지 진행한다. 이런 빠른 대응이 가능한 이유는 인스타그램 빅데이터 분석과 내부 MD 컨펌을 거쳐 실시간 인기 아이템을 선정한 후 바로 샘플 제작에 들어가는 시스템을 갖추고 있기 때문이다. 샘플 제작에서 상품 출고까지의 과정이 3~4주 안에 끝나기 때문에 트레서의 제작 상품들은 늘 트렌드에서 벗어나지 않는다.

빅데이터 분석을 통해 실제 의류를 생산하는 플랫폼

패션계의 오랜 업무 프로세스 중에는 언제나 시즌 전체 판매량을 예측해서 생산해야만 하는 비효율적인 관행이 존재한다. 자연스레 재고 부담이 높아지고, 트렌드를 따라갈 수 없다. 앞으로 벌어지는 일들을 미리 예측하는 것은 무의미하다. 변화의 틈이 갈수록 빨라지고 있기 때문이다. 트레서의 분석 솔루션은 SNS 채널 중에서 가장 대중적이고 비주얼 콘텐츠의 비중이 많은 인스타그램 포스팅을 크롤링하여 도출하기 때문에 소비자들의 구매 의사가 높은 트렌드를 빨리 파악해낼 수 있다. 구매 의사 단어, 관심 인기 단어 등의 단어 사전을 만들어서 인스타그램 포스팅 댓글 중 해당 단어가 들어간 댓글을 분석한다. 그렇게 수집된 자료는 트렌드 분석의 재료가 된다. 각 지표가 자동으로 수치화되어 있어 실무자는 그것을 효율적으로 분석할 수 있다.

이와 같이 트레서는 다양한 기능을 통해 새로운 옷의 디자인 도출 과정의 속도를 높여주어 합리적인 업무 진행을 돕는다. 기존 브랜드의 생산 방식에 비해 재고 부담이 낮고, 중국과 베트남에 안정적인 생산 인프라를 구축하고 있기 때문에 협력 업체가 겪는 생산 파트의 어려움을 해결할 수 있다. 트레서만의 일정 관리는 현지에 상주하는 QC인력을 통해 탄력적으로 이루어진다. 현재 GS SHOP, 이랜드몰 등 대형 이커머스와의 제휴를 맺으며 의류 생산 및 판매 플랫폼의 새로운 흐름을 주도하고 있다.

TRESSER
Trendy Dresser



디자인진흥원

스타일테크 프로그램을
통해 솔루션 고도화에
성공하다

쑤잉은 스타일테크 프로그램 참여를 통해 UX디자인 비용을 지원 받아 솔루션 고도화 작업을 진행했다. 그 결과 속도 개선, 데이터 정확도와 신뢰도 상승 등의 개선효과를 얻었고 이는 실제 업무 효율성 증가로 이어졌다. 데모데이 행사 참가는 대기업 및 투자전문기업의 관심을 실감하는 계기가 되기도 했다. 또한 본 사업을 통해 만난 다른 스타트업들과의 네트워크 형성 또한 스타일테크 참여의 소중한 성과로 남았다. 특히 다른 곳에서는 만나기 힘든, 패션/뷰티 아이템에 기술을 융합한 기업들이 함께한 만큼 서로의 경험을 공유하며 공감할 수 있었던 것이다. 참여 기업 간의 교류는 시너지 효과를 발휘하고 매출 증대로 이어질 수 있는 스타일테크 지원사업만의 커다란 장점이다.



1

패션 업계에 오래 종사하며
비효율적인 관행에
한계를 느끼다

3

실시간으로 최신 패션 정보가
업데이트되는
SNS를 주목하다

2

빠른 트렌드 변화를 반영할 수 있는
플랫폼 구축에
도전하다

4

가장 대중적인 SNS 채널인
인스타그램 빅데이터
분석 솔루션을
개발하다

SOOING

[쑤잉의 스타일테크 성공사례 Digest]

5

오랜 경험을 재료 삼아
분석부터 판매까지
실무에 도움이 되는
시스템을 마련하다

6

가장 현실적인 정보를
가장 정확한
기술로 분석하다

7

한국디자인진흥원 스타일테크 참여로
UX디자인 비용을 지원
받아 솔루션 고도화
작업을 진행하여
업무 효율성을 높이고
함께 사업에 참가한
패션 스타트업들과
네트워크를 형성하다

8

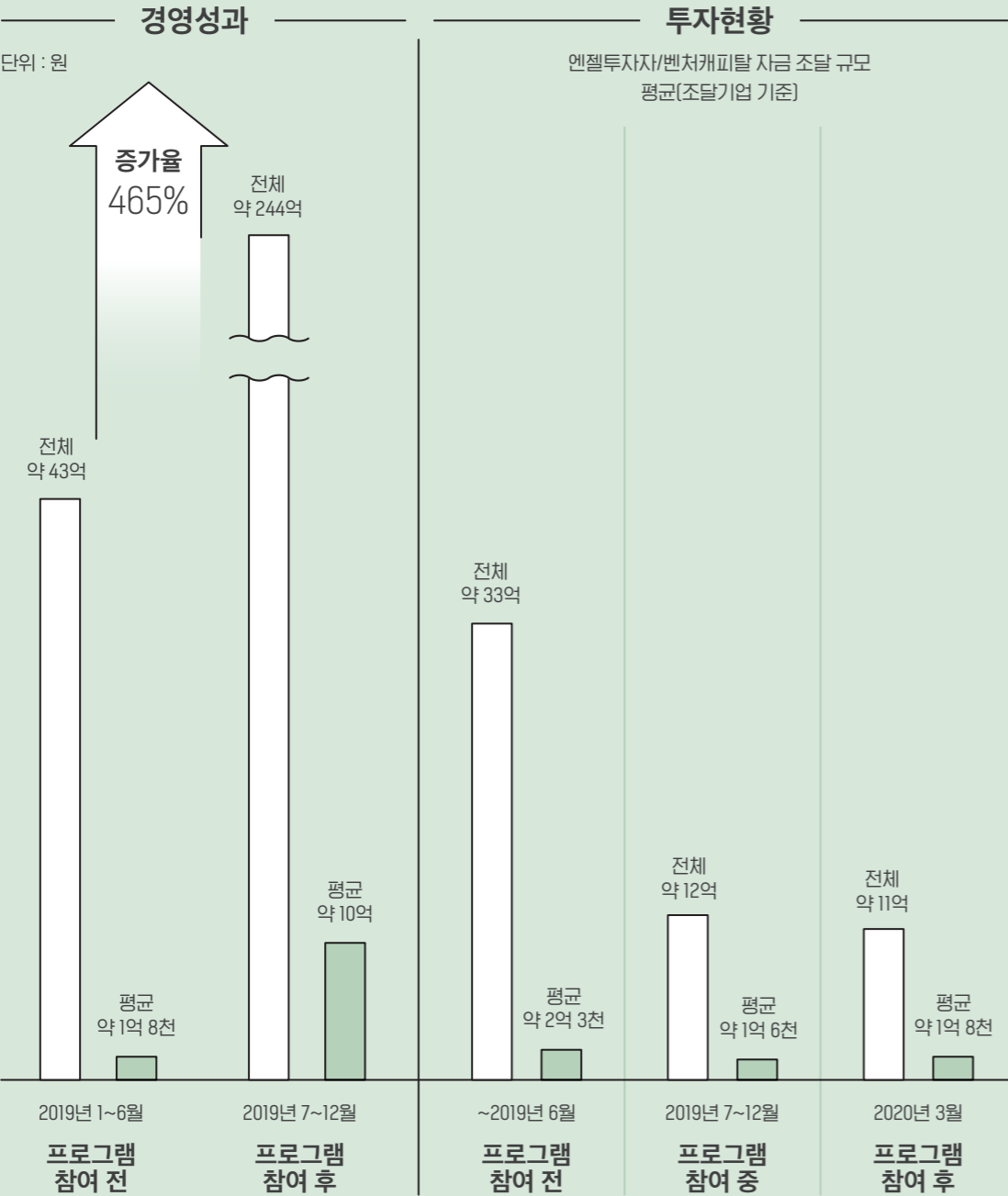
업계의 실무환경과 브랜드의
시장파악 능력을
개선해줄 플랫폼을
구축하다

ABOUT STYLETECH

스타일테크 유망기업 1기 성과
프로그램 성과

스타일테크 유망기업 1기 성과 요약

조사대상 스타일테크 유망기업 1기 (총 23개사)



스타일테크 유망기업 1기 성과 수록 순서 순

옴니아스 OMNIUS	Style X Tech	패션 이커머스 X 인공지능
	매출	총 누적 매출액 6.2억 원
	고용 창출	2018년 10명 - 2019년 20명 - 2020년 23명
	투자 유치	40억 원 이상
	지식재산권/특허 출원	총 9건 (등록 4건, 출원 5건)
옷달 OTDAEL	Style X Tech	패션 이커머스 X 인공지능
	매출	2018년 약 63만 원 - 2019년 약 1억 9,000만 원
	고용 창출	현재 4명
	지식재산권/특허 출원	상표출원 5건, 특허등록 1건, 출원 3건
	수상 실적	2015 — 스타트업 챔피언십리그 최우수상 2015 — 데모데이 장려상 2016 — O2O 스타트업 얼라이언스 2017 — 디지털 이노베이션 대상 2017 — W-STARTUP COMPETITION 장려상 2020 — 솔트룩스 인공지능 공모전 STARTUP WARS 유니콘상
스타일봇 STYLEBOT	Style X Tech	패션 스타일링 X 인공지능
	고용 창출	현재 7명
	투자 유치	1억 7천만 원 이상
	수상 실적	2019 — 스타일테크 유망기업 선정
키즈픽 KIDS PICK	Style X Tech	유아동복 패션 X 인공지능, 비대면 서비스
	매출	총 누적 매출액 약 1,000만 원
	고용 창출	현재 5명
	투자 유치	1억 원 이상
	지식재산권/특허 출원	1건
스트롱소다 STRONG SODA	Style X Tech	스타일링, 퍼스널 브랜딩 X 인공지능, 인간지능
	매출	2019년 상반기 약 1,130만 원 - 2019년 하반기 약 2,210만 원
	고용 창출	2019년 2명 - 2020년 3명

마들렌메모리 MADELEINE MEMORY	Style X Tech	패션 이커머스 X 빅데이터, 플랫폼
	매출	2018년 약 50만 원 - 2019년 약 9,400만 원
	고용 창출	현재 4명
	투자 유치	5,000만 원 이상
틸투원 TIL21	Style X Tech	패션 큐레이션 서비스 X 인공지능, 딥러닝
	매출	2019년 상반기 약 2,000만 원 - 2019년 하반기 약 6,000만 원
	고용 창출	2019년 5명 - 2020년 6명
버추어라이브 VIRTUALIVE	Style X Tech	헤어뷰티 X VR, AR, O2O
	매출	2018년 약 3,900만 원 - 2019년 약 4억 6,300만 원
	고용 창출	현재 12명
	지식재산권/특허 출원	특허출원 1건, 상표권 1건
	수상 실적	2017 — 구글플레이 올해를 빛낸 인기 앱 TOP 30 선정
세이프웨어 SAFEWARE	Style X Tech	안전 의류 X 스마트 웨어러블
	매출	2018년 약 3억 원 - 2019년 약 11억 8,000만 원
	고용 창출	현재 12명
	수상 실적	2017 — 산업안전공모전 수상 2017 — 과학기술정보통신부 K-Global 300 기업 선정 2018 — 지역산업 우수혁신아이디어 사업화 공모전 금상 2018 — 제3회 산업안전오디션 최우수상(산업통상자원부장관상) 2019 — 국방기술활용 창업경진대회 최우수상(방위사업청장상) 2019 — 국민안전진흥 유공 행정안전부장관표창 수상 2019 — 범정부 공공데이터 활용 창업경진대회 왕중왕전 신용보증기금 이사장상 2020 — IEEE NEXT STARS 기업 선정 2020 — 상반기 군우수 상용품시범사용 선정 2020 — 조달청 혁신시제품 지정 2020 — 우수발명품 우선구매선정 2020 — 우수연구개발 혁신제품 지정 2020 — 바이크용 에어백 M2 굿디자인 선정 2020 — 추락보호 에어백 C1 굿디자인 Silver Prize

스타일테크 유망기업 1기 성과 수록 순서 순

슈퍼웍스컴퍼니 SUPERWORKS COMPANY	Style X Tech	패션 브랜드 솔루션 X 블록체인, 커스터마이징 시스템
	매출	2018년 약 1억 3,000만 원 - 2019년 약 5억 원
	고용 창출	2019년 2명 - 2020년 3명
	수상 실적	2019 — 동대문 메이커 성장지원 프로그램 2기 선정 2019 — 아이서울유 파트너스 선정기업 선발 2019 — 서울특별시 선정 협업기업 (승인번호 : 제2019-1-15호) 2019 — 한화드림플러스 패션&굿즈 프로그램 1기, 2기 컨설팅 2019 — 패션산업 융·복합 기술사업화 지원 사업 선정 2020 — 문화예술 사회적경제 초기기업 사업기반구축 지원사업 선정
로로젼 LOLOGEM	Style X Tech	주얼리 온라인 편집샵 X AR
	매출	2018년 약 450만 원 - 2019년 약 5,000만 원
	고용 창출	2018년 3명 - 2019년 6명
	지식재산권/특허 출원	지식재산권 5건
석세스모드 SUCCESS MODE	Style X Tech	K쇼핑 X O2O
	고용 창출	현재 7명
	수상 실적	2019 — 관광공사 주관 스마트관광 앱 공모전 최우수상 2019 — 인터넷 진흥원 주관 위치기반 서비스 공모전 우수상 2019 — 중국 산동성 주관 한중혁신대회 우수상
종달랩 JONGDAL LAB	Style X Tech	패션 원부자재 유통 X 플랫폼, O2O
	매출	총 누적 매출액 약 17억 원 2018년 약 1억 8,787만 원 - 2019년 약 2억 8,754만 원
	고용 창출	2018년 8명 - 2019년 10명 - 2020년 15명
	투자 유치	2억 원 이상
	지식재산권/특허 출원	등록특허 7개, 출원특허 5개
	수상 실적	2019 — SBA 혁신챌린지 금상
버닝브로스 BURNING BROS	Style X Tech	패션 이커머스 X 플랫폼, 머신러닝
	고용 창출	현재 4명
	투자 유치	5,000만 원 이상

거북선컴퍼니 TURTLE SHIP	Style X Tech	동대문 시장 거래 시스템 X 플랫폼, 스마트 정산 시스템
	매출	2018년 0원 - 2019년 약 200억 원
	고용 창출	2018년 6명 - 2019년 15명
	투자 유치	12억 원 이상
	지식재산권/특허 출원	상표권 6건
인포크 INFOCK	Style X Tech	SNS/패션 이커머스 간 연계 X 패션 플랫폼 비즈니스
	고용 창출	현재 7명
	수상 실적	2018 — 창업선도대학 아이템 사업화 선정 2019 — Google for Startups 입주기업 선정 2019 — 서울창업허브 우수창업기업 선정
허브 HUB	Style X Tech	K스타일 쇼핑 X 플랫폼 비즈니스
	매출	총 누적 매출액 약 450만 원
	고용 창출	현재 4명
	수상 실적	2019 — 한국관광공사 예비관광벤처 선정 2020 — 콘텐츠진흥원 서부 클러스터 어드밴스드 2기 선정
셀러허브 SELLER HUB	Style X Tech	패션 유통, 패션 이커머스 X 플랫폼, 통합관리 솔루션
	매출	2018년 약 37억 원 - 2019년 약 63억 원
	고용 창출	현재 64명
	투자 유치	77억 원 이상
수잉 SOOING	Style X Tech	패션 이커머스 큐레이션, SNS 트렌드 X 플랫폼, 빅데이터 분석
	성과	GS SHOP 온라인몰 입점 GS SHOP X 콜라보레이션 독점 상품 이랜드몰 입점 및 프리오더 기능 구축 진행중 이랜드 콜라보레이션 상품 기획 예정 SNS 빅데이터 분석 솔루션 1차 개발 완료 및 고도화 진행중

프로그램 성과

오픈이노베이션

- 투자 유치, 판매·입점 계약, MOU 체결 등 대기업과 실질적인 협업을 해서 성과 창출
- 스타일테크 유망기업 23개사(프로그램 참여 11개사)
- 5개 협력 파트너 기업·기관(이랜드, 두산, 유닉스, GS홈쇼핑, 이화여자대학교)발굴
1. 이랜드리테일 / 2개사 참여

키즈픽 — 지분 투자 확정과 계약서 작성 (진행중), 17개 브랜드 제품 판매 계약 완료

로로젬 — 대형 유통 매장 내 팝업스토어 입점 확정, DM·SNS·푸시알림 홍보 지원 예정
2. GS SHOP / 1개사 참여

쑤잉 — 상품 독점 입점 확정, 프로모션 진행 예정
3. 유닉스 타이완 / 1개사 참여

버추어라이브 — 유닉스전자 대만 현지 총판과 헤어핏 모바일 커머스 공동 사업 전개를 위한 MOU 체결

성과 1. 이랜드리테일 X 키즈픽

이랜드리테일 투자 유치 확정 및 이랜드리테일 보유 17개 브랜드 제품의 판매 계약 완료

- A — 이랜드리테일의 키즈픽 지분 투자 확정(계약 진행 중)
- B — 국내 아동복 시장 40% 점유하고 있는 이랜드리테일 보유 17개 아동복 브랜드의 키즈픽 플랫폼 내 판매 계약 완료
- C — 12월 중 700가구 대상 이랜드 17개 브랜드 제품 배송과 판매

성과 2. 유닉스 타이완 X 버추어라이브

K-Hairstyle에 관심이 많은 대만의 헤어핏 유저를 대상으로 모바일 커머스 공동 사업

- A — 유닉스전자의 대만 현지 총판과 헤어핏 기반 모바일 커머스 공동 사업 전개를 위한 MOU 체결
- B — 헤어핏 대만 유저를 대상으로 하는 B2C 판매, 대만 내 헤어숍(O4O)을 중심으로 하는 B2B2C 판매
- C — 대만 내 성과를 기반으로 필리핀, 싱가포르, 말레이시아 등 커머스 서비스 지역 확대 전개
- *아모레퍼시픽과 입점 제휴(진행 중)

성과 3. GS SHOP X 쑤잉

GS SHOP에 독점 상품으로 입점하여 TRESSER의 상품 판매와 프로모션 진행

- A — SNS 빅데이터 분석 기반 디자인 트렌드 반영 상품 디자인으로 GS SHOP MD 추천 독점 입점
- B — 첫 입점 상품으로는 이례적으로 딜데이 프로모션 참여 브랜드로 선정
- C — GS SHOP에 대한 충성도가 높고 구매액이 많은 VIP 고객 대상 푸시 알림 마케팅 진행

성과 4. 이랜드리테일 X 로로젬

이랜드리테일 대형 유통 매장 안에서 AR 주얼리를 착용해 볼 수 있는 팝업 매장 입점 확정

- A — 대형 유통 매장 내 팝업 매장 입점 확정(NC백화점, 뉴코아아울렛)
- B — AR 기반 패션 주얼리를 착용해 볼 수 있는 ICT 복합 매장 추진 중
- C — 이랜드리테일 DM, SNS, 푸시 알림 등을 통한 홍보 지원과 이랜드몰 입점 협의 중

BM·서비스 UX 컨설팅과 프로토타입 결과물

1. 참여기업 대상 BM, 서비스 UX 부문 기업별 비즈니스 모델 개선과 서비스 콘셉트 컨설팅 제공
2. 기업별 서비스 프로토타입 개발을 위한 UI 기획과 진단, 사용성 평가 서비스 지원
3. 최종 산출물 11개 기업의 프로토타입 개발 완료, 일부 서비스 사업 운영 중
- 론칭 서비스 — 키즈픽 , 로로젬, 슈퍼웍스컴퍼니, 헤어핏, 종달랩, 쑤잉, 틸투원
- 베타 서비스 — 마들렌메모리, 석세스모드, 거북선컴퍼니, 스트롱소다

플랫폼과 홍보

1. 웹사이트
- 로그인 회원 관리 시스템, 타임라인과 일정달력, 뉴스레터 이메일 수집, 스타일테크 정보 제공, 기업 소개와 사업 지원 산출물 아카이빙이 가능한 PC·Mobile 반응형 웹사이트 구축
2. 홍보
- 벤처스퀘어 미디어를 통한 각 기업별 서면 인터뷰 기반 기획기사 보도

교육과 네트워킹

1. 밋업
- A — 신세계, LF, 아모레퍼시픽, 바이어스도르프 등에서 연사를 초청해 스타일테크 유망기업 과 대기업의 협업과 성과를 이끌어 낼 수 있는 방안에 관한 심도 깊은 논의
- B — 스타일테크 주제별 인사이트를 공유해 참여기업과 업계 전문가 사이의 네트워크 확장, 일반 참관객 대상 스타일테크 기업에 관한 인지도 향상 촉진, 행사의 지속적인 개최 요청

데모데이와 UX스튜디오

1. 데모데이
- 투자자 대상IR 피칭 기회를 제공해 후속 투자를 연계하고 초청 파트너와 참여기업 간 협력지원
2. UX 스튜디오
- 참여기업 14개사의 시연 콘텐츠 상시 전시

2019 STYLETECH INNOVATION BY SERVICE DESIGN

STYLETECH, 스타일에 기술을 입히다!

발행일	2020년 12월
발행처	한국디자인진흥원
발행부서	서비스디자인실 제조서비스팀
기획	윤주현, 강필현, 김상열, 이상민, 윤홍남, 김상일, 윤나리, 양정훈, 심혜림, 김유진, 최서령, 김도현, 최상준
문의처	경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터 styletech@kidp.or.kr
편집	IDXX
디자인	미디엄

이 책에 실린 글은 공개된 자료 및 산업통상자원부와 한국디자인진흥원의 「2019 스타일산업
신생태계 구축 사업」 결과를 바탕으로 개발되었으며 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단 전재
및 복제를 금합니다. 관련하여 의견이 있으신 분은 위 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.