

순환패션 활성화를 위한 협업 논의자료

[22.07.06]



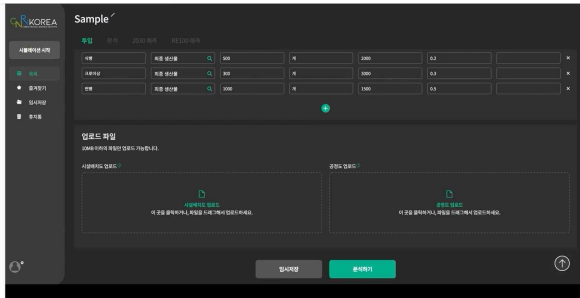
□ 회의 개요

- (일시/장소) '22. 7. 6(수) 14:00~15:00 / 서울대 생활과학동 222동 304호
- (참석자) 5명
 - (서울대학교 의류학과) 이유리 교수, 정혜정 박사
 - (탄소중립연구원) 이민 대표
 - (윤희) 노힘찬 대표, 노성찬 이사
- (주요안건) 순환패션 비즈니스 모델 국내 안착을 위한 상호 협력방안
 - 1) 의류로 인해 발생하는 탄소배출량 절감량 측정 솔루션 개발 협력
 - 2) 디지털-순환패션 기반의 비즈니스 모델 자문

□ 진행 순서

연번	순서	내용
1	기업소개	① (윤희) 민트컬렉션 비즈니스 모델 및 MINT-ID 케어라벨 솔루션 소개 ② (탄중연) 기업 소개 및 「Carbon Intensity Simulator」 시연
2	안전①	① (안전) 의류로 인해 발생하는 탄소배출량 절감량 측정 솔루션 개발 협력 <ul style="list-style-type: none">- (윤희) 솔루션 개발취지, 목적, 활용, 중장기 방향 등 설명- (탄중연) 소비자제공용(가제) 엑셀 파일 기반으로 간단한 구동원리 설명
3	안전②	② (안전) 디지털-순환패션 기반의 비즈니스 모델 자문 <ul style="list-style-type: none">- MINT-ID를 통한 서비스 구동방식에 대한 지속가능성, 적합성 등
4	협력방안 논의	위 주요안전에 대한 향후 지속적인 협력방안 논의 (자율토의)

1. 기업 소개

<div> <div> 순환 패션 플랫폼 민트컬렉션</div> <div>패션 아이템의 정품인증 및 재판매 보증</div> <div>  MCE 1st Mintcollection Circulation System </div> </div> <div>  </div> <div> Mint </div>	<div>  </div>
윤희(주)	(주)탄소중립연구원

2. 안건별 토의

- ① 의류로 인해 발생하는 탄소배출량 절감량 측정 솔루션 개발 협력
- 솔루션 개요

구분		주요내용	
솔루션명(가제)		패션 탄소배출 감축량 측정 솔루션	
중장기 목표		글로벌 패션시장에 통용될 수 있는 표준 솔루션 이니셔티브 선점	
개발 주체	기업	윤희(주)	(주)탄소중립연구원
	R&R	의류 생산과 이동 등 순환과정 설계	의류 순환과정에 따른 계산법 개발
		솔루션 브랜딩/디자인/마케팅	계산법 토대로 B2B, B2C 서비스 개발
		MINT-ID를 통한 데이터 수집·제공	데이터 활용 및 가공
		의류브랜드와 고객 대상 CS/피드백	솔루션 유지/보수/고도화
솔루션 내용	대상	B2B(의류브랜드)	B2C(개인고객)
	포커스	배출량	감축량
	제공형태	SaaS	In-APP 및 웹사이트
	고려사항	의류별 제조 공정 의류 소재/무게에 따른 탄소배출량 유통에 따른 이동거리 등	신품을 재판의류로 구매했을 경우 직간접적 효과 (의류생산 원천 감소, 세탁, 배송 등 요인)
	목표	탄소배출권 거래 베네핏 제공	전자영수증 내 표기(인센티브 연동)

② 디지털-순환패션 기반의 비즈니스 모델 자문

- 사전 참고자료

- (제목) Can Digital Technologies Increase Consumer Acceptance of Circular Business Models? The Case of Second Hand Fashion

- (주요시사점)

1) 온라인 기반의 Platform과 Tool은 중고패션 구매 행동에 긍정적 영향

※ 응답자의 총 42% (18~24세의 60%)는 전용 앱-웹사이트 출시 이후 중고의류를 더 많이 구매했다고 응답

2) 온라인 솔루션은 고객이 불편을 겪은 장벽 해소에 가장 효과적

※ 응답자의 69% (18~24세의 78%) 매장보다 선택의 폭이 넓다고 응답, 응답자의 84% (18~24세의 94%) 오프라인 쇼핑보다 특정 품목이 찾는 것이 훨씬 쉬움

3) 중고패션에 대한 기업의 주요 장벽은 불편함 및 신뢰부족 [1]

※ (불편함) 품목 별로 많은 사진을 찍어야 하는 등 수동 단계를 디지털화 하는 기술 필요
검색도구, 사용자별 추천, 최고 추천, 의류 트렌드와 같은 내용 제공 필요
(신뢰부족) 제품 설명에 대한 충분한 정보 및 표준화 툴 생성 필요, 브랜드와 협력을 통한 정품인증의 최고 등급 고도화 필요(의류-디지털-여권 같은)

4) 더욱 정교화된 디지털 도구 개발 및 적용 필요 [2]

※ 주요 장벽인 1)불편함과 2)신뢰부족 이슈 극복을 위한 최적화 디지털 툴 활용 필요

기회요소	인식제고 및 저항, 접근 가능한 분류 및 적절한 제안, 신뢰 구축 및 그린워싱 완화 부정적하거나 대표성이 없는 제품 설명 제거, 제품 보증 및 인증 브랜드 상태에 대한 욕구 매장에서의 고객 경험 설계, 온라인 경험 혁신
효과적인 디지털 툴	판매지 인증, 평가 기능 P2P 소셜미디어 플랫폼, 분류 체계, SNS를 통한 스토리텔링 제품추천을 위한 개인화 알고리즘, 줌 기능이 있는 고해상도 제품 이미지 제품 상태 확인, 라이브 고객 채팅 서비스, 쇼핑 앱
고도화	제품 페이지에 표시되는 탄소배출 절감 옵션 제공, 의류-여권을 통한 추적 및 수명주기 기록, 타겟 데이터 분석 기반 브랜드/마케팅 도구, AI분석 기반 혁신 분류 SW, QR코드를 통한 제품정보 자동채우기, 움직이는 360도 기반 이미지-비디오 인터랙티브, 진위확인 QR코드, 증강현실 AI Try-on 기술, 차세대 메시징 앱, 실제매장-라이브스트리밍 판매직원, 게이미 피케이션 경험

[1] Mapping of consumer barriers and digital solutions in the consumer journey
(소비자 여정의 소비자 장벽 및 디지털 솔루션 매핑)

	고객 여정	디지털 툴	장벽			
			불편함	신뢰성 부족	위생 우려	가격 투명성
구매 고려	Awareness	브랜딩/마케팅 (Ads/SNS/TV 등)	○	○	○	
		환경영향평가		○		
		알고리즘 툴 (유사 이용자 분석)	○			
	Consideration	챗봇, 개인 메시지	○	○		
		이미지, 영상 설명 (상품 컨디션, 정품여부)	○	○	○	○
	Engagement	분류(검색옵션)	○			
알림 설정		○				
컨디션 관리(세탁 등)			○	○		
구매	Payment	인증기술 (머신러닝, QR코드)		○	○	○
		입찰, 가격투명성 옵션	○	○		○
		결제 옵션 (예 :나중결제)	○	○		
구매 후	Aftersale	온라인 본인인증 기술		○	○	
		반환 옵션		○	○	○
		검토 및 평가도구		○	○	
		물류(추적)	○	○		
Loyalty	유저 커뮤니티/포럼		○			
	가상쇼坪	○	○			

[2] Recommended digital solutions to overcome certain consumer barriers and drive SHF opportunities.

(특정 소비자 장벽을 극복하고 기회를 창출하기 위해 권장되는 디지털 솔루션)

