

VR 기반 패션 매장

서비스 결과물 형태



VR 기반 패션 매장을 구경하고 추천받고 선택하고 관찰하는 서비스를 기획했습니다.
이 서비스는 가상 매장에서 자유롭게 매장을 구경면서 가상의 직원에게 자연어로 소통하면서 옷을 추천받고
옷을 선택하면 자신의 형태를 띤 가상 아바타를 제3자 관점으로 확인하면서 자신의 모습을 미리 확인할 수 있습니다.

문제 정의

경제 : 경제일반

매장 직원 관심 부담스러워...소비자 80% ‘조용한 쇼핑’ 원해

중앙일보 | 입력 2018.07.14 10:54

한영혜 기자 [구독](#)



백화점 평균 수수료 (단위:%)			
업체명	평균 수수료	특약매입	임대율
신세계	27.0	27.5	20.1
롯데	26.2	27.2	19.2
AK	25.6	26.3	16.2
현대	25.1	25.4	21.0
갤러리아	24.8	26.2	15.7
NC	21.5	22.5	13.8
전체	25.6	26.3	19.0

자료: 공정거래위원회

6

문제	내용
입점 부담	기존 옷 매장은 입점에 많은 비용과 시간이 소요되며, 입점을 위한 임대료와 재구축 비용이 부담스러운 문제가 있습니다. 또한, 온라인 쇼핑 경험이 부족한 기존 오프라인 고객들은 이러한 비용적 부담으로 인해 매장 이용이 망설여할 수 있습니다.
직원 부담	고객들은 옷 매장에서 직원과 상호작용을 통해 옷을 선택하고 추천을 받는 것을 중요하게 여기지만, 직원과의 상호작용이 부담스러워 오프라인 매장 이용을 꺼리는 경우도 존재합니다.

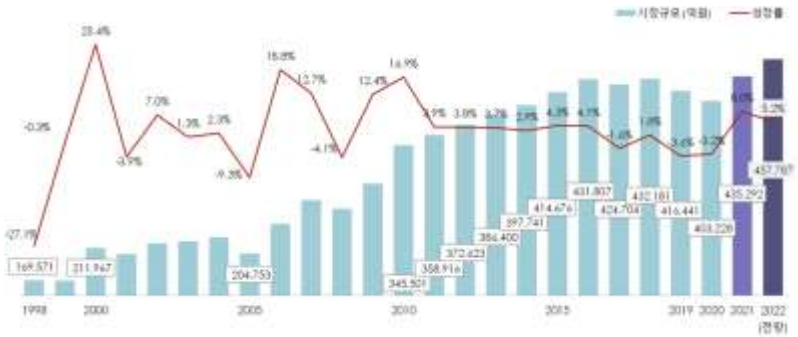
시장 리서치

2022년 국내 패션시장규모 45조 7,787억원

A 조영희 | © 승인 2022.11.30 12:21 | 00 댓글 0



전년대비 5.2% 상승, 2년 연속 플러스 성장
캐주얼복, 신발, 남성정장, 스포츠복 順 강세



HOME > Business > Retail > 의류

[유통트렌드]패션 이커머스, 치열한 생존게임 열렸다

김은서 기자 | 승인 2022.12.22 14:30 | 댓글 0

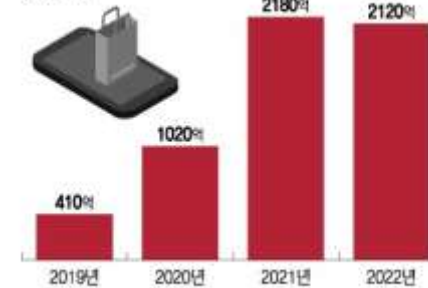
고금리로 인한 소비시장 침체와 기업 유동성 위기로 패션 이커머스 수익성에 비상이 걸렸다.

그간 패션 이커머스는 거래액 중심으로 외면 확장을 꾀했다. 시장점유율 확대와 소비자 락인(Lock-in) 효과를 위한 마케팅 비용 투자와 이를 통한 거래액 증가 데이터로, 높은 기업가치를 부여 받고 대규모 투자를 유치하며 몸집을 부풀려왔다.

통계청에 따르면 지난해 온라인 쇼핑거래액은 전년대비 21% 증가한 190억원을 넘어섰다. 특히 패션 카테고리에서는 무신사가 거래액 2조원 시대를 열었고 무신사에 인수된 29CM과 W컨셉, 지그재그가 여성복 이커머스 시장을 리드하고 있다.

미국 온라인 소매업체 반품 규모

(단위: 달러)



*자료: National Retail Federation, Appris Retail
그래픽: 윤선정 디자인기자

패션시장의 규모가 1998년부터 2022년까지 꾸준히 상승하고 있습니다. 이는 패션 산업이 지속적으로 성장하고 있음을 의미합니다. 특히 2020년 코로나 팬데믹으로 인한 역성장도 극복하며, 그 이후에는 반등하는 모습을 보이고 있는 모습은 패션 시장의 미래에 대한 낙관적인 전망을 보여줍니다. 최근 2022년 대한민국 패션 시장의 규모는 45조 7787억원임은 현재 패션 산업이 경제에 미치는 영향의 크기를 보여줍니다.

현대 패션 시장은 기존의 구매 방식에서 변화를 가져오고 있습니다. 온라인 패션 이커머스의 등장으로 소비자들은 편리하게 제품을 구매하고 편리하게 제품을 구매하고 다양한 선택지를 쉽게 비교할 수 있게 되었습니다. 이에 따라 발 빠른 대응이 필요하다고 생각합니다. 이러한 변화에 빠르게 대응하지 않는다면 기존 매장의 경쟁력이 저하될 것이며, 패션시장의 성장과 기회를 놓칠 수 있습니다. 저의 혁신적인 프로그램은 이러한 패션시장에 대응하기 위한 필수적인 도구입니다. 이 프로그램은 온라인 쇼핑 경험을 향상시키고 오프라인 매장의 장점을 활용하여 고객들에게 새로운 가치를 제공할 수 있습니다.

문제해결 아이디어

문제	해결방안
패션 브랜드의 제품을 사진으로만 확인 할 수 있는 불편함	현실감 있는 VR 기반 패션 매장을 통해서 오프라인에서 실제 매장을 구경하는 듯한 경험을 소비자에게 제공할 수 있음
매장 직원의 지나친 관심이 부담	가상 패션 매장 내에 GPT 기반 직원을 배치합니다. 사용자와 자연어로 소통을 하고 옷에 대한 정보를 제공하고 추천을 합니다 실제 사람이 아닌 AI와 소통을 하기 때문에 부담스러움이 줄어들 것입니다.
패션 브랜드의 제품을 입어 볼 수 없어서 예상을 통해서 쇼핑을 해야 하는 불편함	사용자는 미리 자신의 신체 사이즈를 기록한 뒤 VR 기반 패션 매장에서 선택한 옷을 자신의 아바타에 입혀서 시뮬레이션 된 모습을 제3자 관점에서 볼 수 있는 기능을 제공합니다.

비즈니스

구분	핵심타겟	BM
B2C (Business to Consumer)	온라인과 오프라인의 매장의 장점을 받고 싶은 소비자 다양한 제품을 확인하고 선택하고 싶은 소비자 매장 직원의 관심이 부담스러운 소비자	가상 매장의 패션 의류 제품 구매
B2B (Business to Business)	자사 제품을 혁신적으로 소개하고 싶은 기업 가격 경쟁력 강화를 추구하는 기업	해당 서비스 월정액 및 판매 건수별 수수료

상세 기획

서비스 제목	서비스 내용
가상 패션 매장	VR 기반 패션 매장을 구축합니다. 이 매장은 실제 옷가게와 유사한 인테리어와 물리적 레이아웃을 가지며, 다양한 옷 및 악세서리가 전시되어 있습니다. 사용자는 가상 3D 매장에서 자유롭게 탐색할 수 있습니다.
GPT 기반 가상 매장 직원	가상 패션 매장 내에 GPT 기반 직원을 배치합니다. 사용자와 자연어로 소통을 하고 옷에 대한 정보를 제공하고 추천을 합니다. 사용자의 의도를 이해하고 옷에 대한 특성 및 스타일에 대한 정보를 전달하는 역할을 합니다.
제3자 관찰자 시점 시뮬레이션	사용자는 가상 매장에서 선택한 옷을 자신의 아바타에 입혀서 시뮬레이션 된 모습을 제3자 관점에서 볼 수 있는 기능을 제공합니다.

지속 가능성

- 지속적인 그래픽 업데이트 : 그래픽 업데이트를 하여 새로운 트렌드와 기술을 반영합니다.
- 직원 아바타의 성능 업데이트 : 고객들의 정보를 수집하여 데이터 분석 및 가공을 통해 직원 아바타 추천에 대한 정확도를 지속적으로 높여서 고객만족도를 향상시킵니다.
- 매장 의류 업데이트 : 실시간으로 재고 변화에 민감하게 대응하기 위해 가상공간에 전시된 의류를 변경시킵니다.
- 직원 아바타 외형 업데이트 : 직원 아바타를 저작권 및 지적재산권 계약을 통해 계약된 홍보모델로 적용합니다.

구현 가능성

"스마트폰으로 3D 실물 '내 아바타' 손쉽게 제작" ... '메타버스' 더 생생해진다

디지털데일리 | 발행일 2022-06-15 13:28:26

셀바스AI, 음성지능에 챗GPT를 융합한 AI '토크GPT' 개발

머니투데이 | 김건우 기자



2023.05.30 09:13



N 네이버에서 머니투데이

이미 메타버스 공간에서 3D 실물 아바타 기술을 구현하고 있는 기업들이 있으므로, 이러한 기술을 활용하여 사용자들이 가상공간에서 옷을 선택하고 시착하고 확인하는 것이 가능합니다.

음성 기술과 Chat GPT를 융합한 토크 GPT 이미 현실에서 상용화되어 있으며, 메타버스 공간에서도 음성을 통한 상호작용이 가능합니다.

현실에서 이미 구현된 기술들이 메타버스 공간으로 확장되는 추세입니다. 3D 실물 아바타와 토크 GPT 기술을 활용한 서비스도 구현 가능성이 높다고 생각합니다.

기대 효과

기대 효과	내용
혁신적인 온라인 쇼핑 경험 제공	VR 기반 패션 매장 서비스는 사용자들에게 현실적인 시각화와 시뮬레이션을 통해 혁신적인 온라인 쇼핑 경험을 제공합니다. 사용자들은 가상 공간 내에서 옷을 선택하고 가상 아바타에 입혀보면서 실제와 거의 차이 없는 착용감을 느낄 수 있습니다. 이를 통해 사용자들은 온라인에서도 미리 제품을 시착하고 구매 결정을 내릴 수 있어 만족도가 높아집니다.
시간과 비용의 절감	VR 기반 패션 매장을 통해 사용자들은 실제 매장을 방문하지 않고도 다양한 제품을 시착하고 확인할 수 있습니다. 또한 Chat GPT기술을 적용한 직원으로 인적 자원 비용을 낮춤으로써 사용자들에게 더 저렴한 제품을 제공할 수 있습니다.
패션 산업의 혁신과 경쟁력 강화	이 서비스는 패션 산업에 혁신적인 변화를 가져올 것으로 기대됩니다. 온라인 패션 시장에서 새로운 경쟁력을 확보하고, 고객들에게 더 나은 경험을 제공함으로써 매출을 증가시킬 수 있습니다. 또한 제조 기업과 판매 기업은 가상 옷 가게를 통해 제품 홍보와 고객 경험을 혁신하여 더 나은 비즈니스 결과를 얻을 수 있습니다.

참고 문헌

- 가상 쇼호스트가 옷 팔고, 3D아바타는 '대리 착샷'...진화하는 메타버스 [언박싱]
<http://mbiz.heraldcorp.com/view.php?ud=20210902000561>
- [플랫폼 전략 탐구생활] 메타버스 시대, 실감기술을 활용한 패션산업 흐름과 전망 (2편)
<https://www.mobiinside.co.kr/2021/11/24/metaverse-fashion-2/>
- 매장 직원 관심 부담스러워 소비자 80% '조용한 쇼핑' 원해
<https://www.joongang.co.kr/article/22801098#home>
- 백화점서 66만원에 산 코트값의 진실은?
<https://www.hani.co.kr/arti/PRINT/177012.html>
- 백화점에 입점하면 판매수수료는 얼마를 내야 할까?
<https://brunch.co.kr/@cos-doc/41>
- 2022년 국내 패션시장규모 45조 7,787억원
<https://www.itnk.co.kr/news/articleView.html?idxno=70484>
- 섬산련, 22년 국내 패션시장 규모 45조7787억원 발표
<https://m.fashionbiz.co.kr:6001/index.asp?idx=196767>
- [유통트랜드] 패션 이커머스, 치열한 생존게임 열렸다.
<http://www.sisacast.kr/news/articleView.html?idxno=35955>
- "스마트폰으로 3D실물 '내 아바타' 손쉽게 제작"... '메타버스' 더 생생해진다.
<https://m.ddaily.co.kr/page/view/2022061510182436760>
- 셀바스AI, 음성지능에 챗GPT를 융합한 AI '토크GPT' 개발
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023053009105013257>