

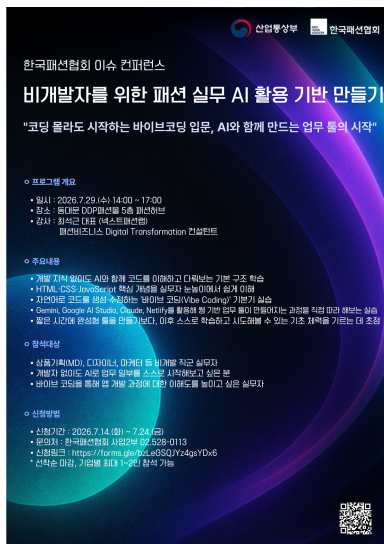
한국패션협회, 실무중심 “이슈 컨퍼런스”로 패션기업 경쟁력 강화

성래은 회장 “변화에 대응하는 가장 현실적인 방법은 현장에서 바로 활용할 수 있는 역량을 갖추는 것”

- 한국패션협회(회장 성래은)가 산업통상부 ‘K-섬유패션 협력강화 및 글로벌 브랜드 육성’ 사업의 일환으로 패션기업의 실무 경쟁력 강화를 위한 ‘이슈 컨퍼런스’를 지속적으로 운영하며 패션업계의 관심을 높이고 있다.
 - 이슈 컨퍼런스는 패션기업이 실제 업무에서 필요로 하는 주제를 선정해 AI·디지털 전환부터 상품기획과 수익관리까지 패션산업의 주요 현안을 실무 관점에서 다루는 교육 프로그램이다. 단순한 트렌드 소개를 넘어 변화하는 시장환경을 이해하고 이를 업무에 적용할 수 있도록 구성한 것이 특징이다.
- 6월부터 시작된 이슈 컨퍼런스는 먼저 ‘히트상품을 미리 읽는 마켓 리서치 실전 설계&AI 트렌드 센싱’을 주제로 시장과 소비자 변화를 파악하고, AI를 활용한 트렌드 및 콘텐츠 환경의 변화를 이해하는 시간을 가졌다.
- 7월에는 패션기업의 변화하는 업무환경을 반영해 3개 프로그램을 연속으로 운영했다.
 - 첫 번째로 ‘AI 검색 최적화(GEO) 및 숏폼 알고리즘에 대한 이해’를 통해 생성형 AI 시대의 검색환경 변화와 GEO의 개념, AI가 학습하는 콘텐츠 구조, 숏폼 플랫폼의 알고리즘과 패션브랜드의 대응전략을 제시했다.
 - 두 번째 ‘상품기획, 브랜드 수익관리 실무’에서는 브랜드 수익구조와 매출·이익의 차이를 이해하고, 목표 이익 달성을 위한 운영전략과 예산관리, 실제 사례를 통한 수익분석 및 의사결정 방법을 다뤘다.
 - 세 번째 ‘비개발자를 위한 패션 실무 AI 활용 기반 만들기’에서는 MD·디자이너·마케터 등 비개발 실무자를 대상으로 AI를 활용해 업무에 필요한 도구를 직접 만들어보는 실습을 진행했다. 특히 바이트 코딩의 기본 개념부터 AI를 활용한 웹 기반 업무 도구 제작까지 경험하며 비개발자의 AI 활용 범위를 넓히는 데 초점을 맞췄다.
- 8월에는 ‘상품기획·물량 운영 전략’을 주제로 매출 결정 요소와 목표 달성 전략, 매장별 목표 수립과 물량 운영, 상품 구성·배분 및 재고관리, 소매가와 할인을 결정 사례 등을 살펴보고, 상품기획부터 판매와 재고관리까지 연결되는 전략적 운영방안을 제시했다.

□ 올해 이슈 컨퍼런스는 AI에 대한 이해에서 시작해 AI의 업무 활용, 상품기획과 손익 관리, 물량·재고 운영 등 패션기업의 핵심 업무 영역으로 주제를 확장하며 기업이 변화에 대응하는 데 필요한 역량을 단계적으로 제공하고 있다.

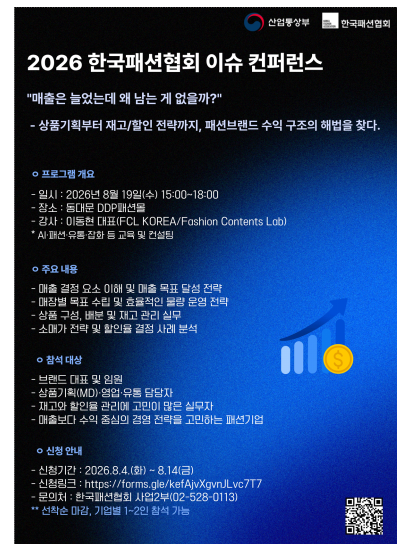
□ 성래은 한국패션협회 회장은 “패션기업의 경쟁력은 변화하는 시장을 얼마나 빠르게 이해하고, 이를 실제 업무와 경영에 적용하느냐에 달려 있다”며 “이슈 컨퍼런스를 통해 패션기업의 현장 실무 역량을 높이고 새로운 비즈니스 기회를 만들어가는 실질적인 도움이 되기를 기대한다”고 밝혔다.



(이슈컨퍼런스 포스터1)



(이슈컨퍼런스 사진)



(이슈컨퍼런스 포스터2)