

The Korean Society of Clothing and Textiles

2015년도 한국 의류 학회

패션 상품 기획 콘테스트

수상작 전시회

2015년도 한국 의류학회 패션상품기획콘테스트 수상작 전시회

주 최: (사)한국 의류학회

후 원: 국내 대표 의류브랜드

(주)돌실나이, (주)신신물산, (주)세이프무역, (주)신세계인터내셔널,
(주)위비스, (주)영원아웃도어, (주)크리스패션, 힐라코리아(주)
(가나다 순)

일시 및 장소: 2015. 10. 17(토)

인천대학교 송도캠퍼스 컨벤션센터

인사말씀

안녕하세요? 한국의류학회의 20대 회장을 맡고 있는 인천대학교 안춘순 교수입니다.

먼저, 한국의류학회의 2015년도 패션상품기획콘테스트에 참여한 전국의 의류학 전공 학생 여러분과 바쁘신 중에도 작품지도를 위해 수고하신 지도교수님들께 감사드립니다.

올해로 여섯 번째를 맞는 패션상품기획콘테스트는 미래 패션산업의 유능하고 창의적인 인재를 발굴하고자하는 목적으로, 국내 굴지의 의류패션 기업과 협력하여 사단법인 한국의류학회가 주관하는 브랜드 맞춤형 패션상품기획 콘테스트입니다. 패션상품기획콘테스트는 MD와 디자이너를 꿈꾸는 전국 대학의 의류학 전공 학생들이 참여하는 행사로서 산업계와 학계 간의 참된 산학협력의 의미를 지니는 매우 뜻 깊은 사업입니다.

한국의류학회의 2015년도 패션상품기획콘테스트를 협찬해 주신 (주)돌실나이(돌실나이), (주)시선인터내셔널('S Solezia), (주)세이프무역(투스카로라), (주)신세계인터내셔널(VOV), (주)위비스(지센), (주)영원아웃도어(노스페이스), (주)크리스패션(잭앤질), 힐라코리아(주)(FILA) 대표님들의 패션인재 양성에 대한 열정과 의지에 깊은 감사와 존경의 마음을 드립니다. 아울러, 바쁘신 업무 중에도 이번 콘테스트 수상작 심사에 협조해 주신 각 브랜드의 담당자분들께도 깊이 감사드립니다.

2015년도 패션상품기획콘테스트에서 브랜드상과 장려상, 입선을 수상한 모든 학생 여러분께 아낌없는 축하의 박수를 보냅니다. 오늘의 결과가 씨앗이 되어 패션 전문인으로서의 여러분의 미래가 성공으로 활짝 꽃 필수 있기를 기원합니다.

이번 콘테스트의 위원장으로서 사업 진행을 위해 노고를 아끼지 않으신 가톨릭대학교 최선형 교수님과 브랜드 섭외와 작품 심사를 위해 애써 주신 한국의류학회의 패션마케팅분과 및 복식미학·디자인분과 교수님들께 깊이 감사드립니다. 또한, 해마다 콘테스트가 원활하게 진행될 수 있도록 업무를 관장하는 한국의류학회 사무국의 노고도 치하드립니다.

수상자 여러분, 2015 한국의류학회 추계학술대회의 패션상품기획콘테스트 시상식에 오신 것을 환영하며 시상식 참여와 더불어 학술대회의 유익한 프로그램도 함께 즐기시기 바랍니다.

좋은 작품으로 콘테스트를 빛내 주신 수상자 여러분께 다시 한번 감사드리며 축하드립니다!

2015년 10월 17일
(사)한국의류학회 회장
안 춘 순

2015년도 한국의류학회
패션상품기획콘테스트 후원브랜드



노스페이스



돌실나리



VOV

'S SOLEZIA 'S SOLEZIA

 Zishen 지센

JACK&JILL 잭 앤 질



투스카로라



FILA

2015년도 한국의류학회 패션상품기획 콘테스트 개최공고

개 최 목 적

- 한국의류학회는 미래 패션산업의 유능하고 창의적인 인재 발굴을 위하여 국내외 대표적인 패션의류기업들과 협력하여 브랜드 맞춤형 패션상품기획 콘테스트를 개최하고자 함
- 기업이 요구하는 패션상품기획 전문 인력 양성을 위한 학회와 업계간의 긴밀한 소통의 장을 마련하고, 발굴한 인재를 업계에서 활용할 수 있는 방안을 모색하고자 함
- 의류업계 진출을 목표로 하는 학생들에게 패션 브랜드 탐구와 실제 상품기획업무를 주도할 수 있도록 독려하고 공정한 심사 및 평가 feedback을 통해 미래 패션업계 역군으로서의 경쟁력을 제고하고자 함

행 사 개 요

- 행사명: 2015년 한국의류학회 패션상품기획 콘테스트
- 주 최: (사)한국의류학회
- 후 원: 국내 대표 의류브랜드
(주)돌살나이, (주)신신물산, (주)세이프무역, (주)신세계인터내셔널,
(주)위비스, (주)영원아웃도어, (주)크리스패션, 힐라코리아(주)
- 시상 및 전시: 2015. 10. 17(토) 한국의류학회 추계학술대회 예정
- 참가신청서 온라인 접수: 2015. 5. 1 - 2015. 5. 31

시 상 내 역

	브랜드명	수상자(팀)	부상 및 상금
브랜드상	노스페이스	1	상장 및 상금 100만원
	돌살나이	1	상장 및 상금 100만원
	VOV	1	상장 및 상금 100만원
	'S SOLEZIA	1	상장 및 상금 100만원
	지센	1	상장 및 상금 100만원
	잭 앤 질	1	상장 및 상금 100만원
	투스카로라	1	상장 및 상금 100만원
	FILA	1	상장 및 상금 100만원
장려상		○○	상장 및 부상
입선		○○	부상

수상자 특전

- 후원 브랜드의 internship 요청시, 수상자를 우선 추천함
- 리플렛 제작, 전시

패션상품기획 콘테스트 주제

- 8개 참여 브랜드 중 하나의 브랜드를 선택하여, 각 브랜드에서 제시하는 주제에 맞춤

〈브랜드별 주제〉

브랜드명	주 제
노스페이스	<p>2018년 평창 동계올림픽 TEAM KOREA 상품 기획을 하시오.</p> <p>1) 국가대표 선수단복 (2가지 스타일) 포멀한 형태의 자켓, 팬츠, 셔츠/아웃도어 컨셉의 자켓, 팬츠, 셔츠</p> <p>2) 스노우 스포츠 웨어 스키 자켓, 스키 팬츠</p> <p>3) 자원봉사자 유니폼 동절기 자켓, 팬츠</p> <p>이상 남녀 총 20 스타일과 더불어 모자, 가방, 타이, 스카프 등 코디네이션 용품 구성 *코디네이션 용품 부분은 일러스트 상으로만 표현해 주세요. 기획은 의류 중심으로</p>
돌실나이	<p>돌실나이의 영브랜드 "꼬마크(CCOMAQUE)" 브랜드 세분화 전략</p>
VOV	<p>2015년 FW VOV Theme 이번 시즌 보브는 몇 시즌 계속되는 농코어와 프렌치시크 트렌드의 지루함을 탈피하고자 한다. 유니크한 새로운 스타일로의 상품기획방향을 제안하시오. 테마는 아래와 같습니다.</p> <p>테마1. Intelligent Ease 우아하고 시크한 무드를 담은 컨템포러리 스타일에 레트로 뉘앙스를 은근하게 드러낸다. 테일러링 아우터에 주로 적용되며 유연한 롱오픈 실루엣을 중심으로 편안하면서도 긴장감있게 제안한다. 실용적인 아이템들로 전개되고 컬러는 차분하고 매치하기 쉽도록 전개된다.</p> <p>테마2. Psych rock-boho chic 지난시즌부터 이어오는 보헤미안 무드를 웨스턴과 rock chic로 믹스되어 표현한다. 80, 90년대 서브컬처(글램, 펑크, 고스 등)도 혼합되어 캐주얼하게 표현한다. 실용적이고 유틸리티 아이템에 적용되며 컬러는 다크하고 어두운 톤 위주로 전개된다.</p> <p>테마3. Again Avant-garde 해체적이고 구조적인 스타일을 과하지 않은 선에서 영컨템포러리로 표현한다. 80, 90년대 서브컬처와 아방가르드 뉘앙스를 캐주얼하게 표현하는 것이 중요하다. 소재와 프린트 패턴, 디테일에서는 도시적이고 스트리트적인 터치와 러스틱한 터치가 공존하여 서브컬처의 상징과도 같은 블랙 레더가 키 소재로 등장하는 가운데 헤어진 듯한 니트, 마무리 되지 않은 밀단, 서브컬처에서 온 레터링 등으로 표현되기도 한다.</p> <p>테마4. Oops! Off-Beat Love 유니크함을 fun하고 cool한 감성으로 풀어낸 테마이다. 과격하고 마이너적인 스트릿 스타일을 중심으로 아이템을 전개하되 고급스럽게 표현하는 것이 중요하다. 어울릴것 같지 않은 컬러, 패브릭, 디테일들을 서로 매치하며 유머러스함을 표현하기도 하고 독특한 프린트 패턴을 과감하게 적용하기도 한다.</p>
'S SOLEZIA	<p>2016년 SS 혹은 FW 상품기획 및 디자인기획</p>
지센	<p>2016년 FW 상품기획 및 디자인기획</p>
잭 앤 질	<p>2016년 FW 상품기획 및 디자인기획</p>
투스카로라	<p>아래의 두가지 과제 중 하나 선택을 선택하여 제출하세요.</p> <p>1. 투스카로라의 2016년 S/S 시즌 여성전용 스타일을 제안하세요. 1) 아웃도어의 특징인 기능성을 디자인으로 풀어내고 여성스러운 실루엣을 살린 제품을 제안 2) 아우터, 티셔츠, 바지의 FULL코디 착장을 가방, 모자 등 용품과 함께 각 5 STYLE을 제안</p> <p>2. 투스카로라만의 브랜드 IDENTITY를 잘 표현할 수 있는 스타일들을 그룹핑하여 제안하세요. (시즌에는 상관없이 S/S F/W제품 모두 관계없이 자유롭게 제시하세요.) 1) 컬러, 소재, 패턴, 디자인으로 세분화 하여 제안 2) 각 남녀 5STYLE을 용품과 함께 코디 그룹핑하여 제안</p>

브랜드명	주 제
FILA	1. 시즌: 2016년 F/W 2. 주제: 1) '퍼포먼스 매니아'에게 소구할 수 있는 간절기 상품 *퍼포먼스 매니아: 정기적으로 운동을 즐기하며 기능이 높고, 프리미엄 이미지가 있는 스포츠 브랜드를 선호하는 고객층 2) 주요 스포츠 종목: 런닝, 피트니스, 요가 3) 해당 종목에 대한 남/녀 커플룩, 시리즈 구성 4) Full coordination 제안 가능

■ 신청자격

- 팀(5인 이내) 혹은 단독으로 신청가능
- 대학 · (원) 재학생(2015년 10월 기준 재학생이여야 함)으로서 의류학 관련 전공자, 혹은 한국의를학회 회원 교수의 추천을 받은 자

■ 패션상품기획 포트폴리오

<마케팅제안>

- 패션마케팅 조사 및 소비트렌드 분석
- STP 전략
- 머천다이징기획 및 마케팅 전략

<디자인제안>

- 이미지보드
- 컬러 패브릭보드
- 6개 이내 스타일화
- 25개 이내 아이템별 도식화
- 6개 이내 작업지시서 (스타일화에 제안된 디자인선택, size spec, 원부자재 Swatch 및 Sample 포함 제시)

※ 포트폴리오에는 <마케팅제안> 및 <디자인제안>의 내용이 모두 포함되어 있어야 하며 세부구성은 자유롭게 할 수 있음.

■ 심사기준

1. 마케팅과 디자인 제안의 일관성 및 연결성
2. 머천다이징기획 및 마케팅전략의 적합성, 창의성, 유효성, 신뢰성
3. 창의적 디자인 컨셉과 종합적 디자인 표현력
4. 브랜드에서 요구사항이 있는 경우, 특별한 심사기준이 있을 수 있음

■ 심사위원 구성

본 콘테스트의 심사는 1차 심사와 2차 심사로 이루어짐

- 1차 심사: 한국의를학회 소속교수들로 구성된 심사위원
- 2차 심사: 브랜드별 업체 심사위원

참가신청 및 포트폴리오 제출방법

- 참가비 · 참가신청서 접수:
 - 참가비: 신청서 참가자 대표의 이름으로 아래의 계좌로 입금, 팀별 2만원
 - 참가비 입금계좌: 신한은행 100-014-194016, (사)한국의류학회
 - 참가신청서 및 윤리확약서는 한국의류학회 홈페이지(<http://www.ksct.or.kr>) 자료실에서 다운로드
 - 기 간: 2015년 5월 1일부터 5월 31일까지 이메일 접수(ksct@chol.com)
-
- 1차 심사용 포트폴리오 제출
 - 마케팅제안과 디자인제안내용이 모두 포함된 A4 30쪽 이내의 출력물 1부 (제출물은 칼라출력물로 스프링 제본하여 제출)
 - 2015년 7월 31일(금)까지 학회 사무국으로 우편 또는 직접 제출
-
- 2차 심사용 포트폴리오 제출(1차 심사 통과자에 한함)
 - A4 출력물 2부
 - 실물디자인보드 A2 사이즈 1매(반드시 실물 소재가 부착되어야 함, 사이즈 엄수)
 - 2015년 9월 11일(금)까지 학회 사무국으로 우편 또는 직접 제출
-
- * 동일인의 중복지원은 불가합니다.
 - * 후원브랜드에서 원할 경우 구두발표를 할 수 있습니다.
 - * 제출된 모든 작품은 한국의류학회와 해당기업에 귀속되며, 우수한 작품은 해당기업에서 활용할 수 있습니다.

수상작 전시

- 한국의류학회 추계학술대회 당일(2015년 10월 17일) 전시

추진 일정

일시	내용	장소
2015년 4월 22일(수)	• 개최공고	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2015년 5월 1일(금) ~ 2015년 5월 31일(일)	• 참가신청서 접수 (동일인의 중복지원 불가)	한국의류학회 이메일 (e-mail: ksct@chol.com)
2015년 7월 31일(금)	• 포트폴리오 제출 마감	한국의류학회 사무국
2015년 8월 17일(월)	• 1차 심사 통과자 발표	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2015년 9월 11일(금)	• 2차 심사 제출물 마감 (우편의 경우, 11일 소인까지 유효)	한국의류학회 사무국
2015년 9월 14일(월) ~ 9월 30일(수)	• 2차 심사	후원 브랜드의 결정에 따름 (추후공지)
2015년 10월 1일(목)	• 수상자 발표	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2015년 10월 8일(목)	• 리플렛 제작용 자료제출	한국의류학회 웹하드 (추후공지)
2015년 10월 17일(토)	• 수상작 전시 및 시상	한국의류학회 추계학술대회 (수상자는 반드시 참석)

※ 상기 추진일정은 사정에 따라 바뀔 수 있습니다.

문의 사항

문의사항은 한국의류학회 사무국으로 연락부탁드립니다.

TEL: 02) 844-3601 / E-mail: ksct@chol.com

브랜드상

2015 패션상품기획콘테스트
JEONJU UNIVERSITY
이경식, 김경식, 하태욱

THE NORTH FACE TEAM KOREA

환경분석 및 유니폼 고함

환경분석

- 1. 시장 환경 분석: 국내외 시장 동향, 경쟁사 분석, 소비자 트렌드 파악
- 2. 브랜드 가치 분석: 브랜드 인지도, 충성도, 이미지 분석
- 3. 소비자 니즈 분석: 라이프스타일, 가치관, 구매 패턴 분석

유니폼 고함

- 1. 기능성: 방수, 방풍, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 2. 디자인: 브랜드 정체성 반영, 현대적 감각의 디자인
- 3. 소재: 내구성, 편안함, 친환경 소재 활용

동계올림픽 유니폼 심층 분석 및 소비자 조사

동계올림픽 유니폼 심층 분석

- 1. 디자인: 스포츠성, 기능성, 브랜드 이미지 반영
- 2. 소재: 방수, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 3. 색상: 국가별 색채 문화 반영

소비자 조사

- 1. 설문조사: 소비자 니즈 파악, 만족도 조사
- 2. 인터뷰: 전문가 및 소비자 인터뷰를 통한 심층 분석

국가대표 유니폼 디자인

국가대표 유니폼 디자인 / 하태욱의 디자인

하태욱의 디자인

- 1. 디자인 컨셉: 스포츠성, 기능성, 브랜드 이미지 반영
- 2. 소재: 방수, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 3. 색상: 국가별 색채 문화 반영

김경식의 디자인

- 1. 디자인 컨셉: 스포츠성, 기능성, 브랜드 이미지 반영
- 2. 소재: 방수, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 3. 색상: 국가별 색채 문화 반영

스노우웨어 및 자원봉사 디자인

스노우웨어 및 자원봉사 디자인

스노우웨어 디자인

- 1. 디자인 컨셉: 스포츠성, 기능성, 브랜드 이미지 반영
- 2. 소재: 방수, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 3. 색상: 국가별 색채 문화 반영

자원봉사 디자인

- 1. 디자인 컨셉: 스포츠성, 기능성, 브랜드 이미지 반영
- 2. 소재: 방수, 보온, 통기성 등 실용성 강화
- 3. 색상: 국가별 색채 문화 반영

노스페이스 이경식, 김경식, 하태욱(전주대)

CCOMARQUE

숙명여대 의류학과
김슬기 김보현 손연주 정희영 한주연

포마크의 이번 컨셉은 'Life Style'이다.

생활한복을 소비자가 쉽게 다가갈 수 있는 옷으로 말이다. 생활한복을 더 이상 행사와 전통이미지에 얽매이지 않고, 친구와 함께 혹은 내 생활에서 쉽게 입을 수 있어야 한다. 기존의 저고리와 치마에서 벗어나, 고구려 한복을 모티브로 하여 활동성과 독특함을 살리고자 했다. 고구려한복에서 차용한 요소는 주름장식, 반비, 절개선 장식으로 현대에도 통할 수 있는 디자인이란 것이 특징이다.

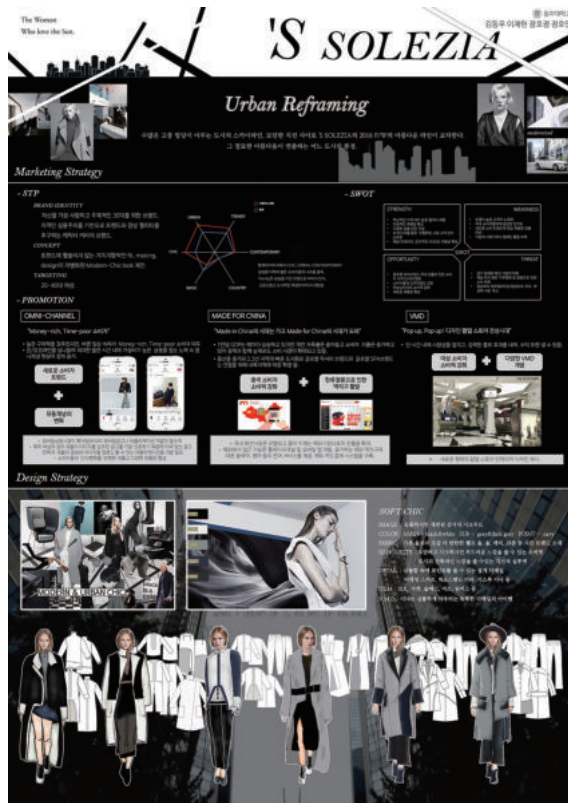
또한 포마크가 추구하는 '유니크 포인'에 사랑스러움을 더한 것이 주목할 만 하다

돌실나이 김슬기, 김보현, 손연주, 정희영, 한주연(숙명여대)

브랜드상



보브 여진아, 이지연, 이소현, 장희현(가톨릭대)



슬레지아 김동우, 이채현, 장호정, 정호연(동아대)

브랜드 상

zishen

2015 한국패션유통계조사에 따르면, 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

Market analysis interview
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

consumer interview
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

business calendar
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

city casual zishen
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

4P 전략
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.
 - 2015년 1~3월 패션유통계조사 결과, 패션유통계조사 대상 브랜드의 매출액이 전년 동기 대비 4.1% 증가했다.

지센 김세희, 박보연, 남여진(덕성여대)

JACK&JILL "HEAD FOR DREAM" 청춘 응원 프로젝트

권혜성, 이재원 (서원대)

환경, 경쟁자, 소비자 분석
 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

책임질 심층 분석
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

DESIGN
 HEAD FOR DREAM - young, active, liberal
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

4P 전략
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

PRODUCT
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

PRICE
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

PROMOTION
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

PLACE
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%
 - 2016년 Core keyword: 4.7%, 4.1%

책임질 권혜성, 이재원(서원대)

브랜드상

TUSCARORA 2016 S/S
 (SUSPENDING, UNUS, UNUS UNUS)

Segmentation & Target
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 20~30대 남성
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드

PRICE
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드

PROMOTION
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드

POSITIONING
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드
 ✓ 100% 남성 전용 브랜드

Casualizing + Adhesure + Symbols
 "Tuscarora for love"
 강력한 수평적 문화와 자유를 담은 active한 라이프스타일의 대중화에 이르러서야
 가장 많은 관심과 사랑을 얻을 수 있는 브랜드를 만들 수 있다. 기능성과 실용성을 갖춘
 남성 캐주얼이 바로 그것이다. 남의 가슴 뛰도록 만드는 브랜드. 브랜드. 브랜드. 브랜드.

DEVELOPMENT PATTERN & LOGO
 DEVELOPMENT PATTERN & LOGO
 DEVELOPMENT PATTERN & LOGO

투스카로라 길희경, 김유진(상명대)

FILA
 (SUSPENDING, UNUS, UNUS UNUS)

Concept
 NEW FILA
 NEW FILA
 NEW FILA

Opportunity
 NEW FILA
 NEW FILA
 NEW FILA

Threat
 NEW FILA
 NEW FILA
 NEW FILA

SWOT Analysis
 Strength, Weakness, Opportunity, Threat

Product Images
 Various clothing items including t-shirts, shorts, and jackets.

힐라 박필규, 차동길, 최지효, 신송하(가톨릭대)

장려상




THE NORTH FACE SLOGAN
PASSION

THE NORTH FACE SLOGAN
NEVER STOP EXPLORING. 끝없는 도전 정신

CHALLENGE PASSION POWER CHEERFUL

PEOPLE SLOGAN
인연

THE NORTH FACE SLOGAN
NEVER STOP EXPLORING. 끝없는 도전 정신

JOURNEY TO SUSTAINABILITY
더 나은 공존

TRENY OUTDOOR COMFORTABLE ACTIVE FRIENDLY

PEACE SLOGAN
평화

THE NORTH FACE SLOGAN
NEVER STOP EXPLORING. 끝없는 도전 정신

DESIRE TO PROTECT THE NATURAL PLACES WE LOVE
평화를 중심으로 한 이해의 대상

MANNER BALANCE PEACE

LINE 1 TECHNOLOGY LINE

노스페이스의 끊임없는 도전 정신과 올림피크 영웅의 'PASSION' 그리고 세련된 스타일을 표현하는 'CONNECTED'가 만나 동계올림픽 선수들의 커다란 발걸음 같은 기쁨의 여정을 그려냈다.

CHALLENGE. PASSION. POWER. CHEERFUL.

주목 제품명: 'A7'
올림픽을 앞둔 선수, 동계올림픽의 거장들을 위한 아웃도어 목적을 반영한 디자인을 적용하였다.

평화 동계 올림픽의 '평화'를 주제로 삼아 평화의 상징이 되는 양모 소재를 적용하여 선수들이 편안하고 스포티한 룩을 연출할 수 있도록 디자인을 적용하였다.

LINE 2 CASUAL LINE

노스페이스의 '평화'와 '인연'의 정서를 표현하는 'PEOPLE'가 세련된 스타일을 가지고 있는 'CONNECTED'와 만나 동계올림픽 선수들의 커다란 발걸음 같은 기쁨의 여정을 그려냈다.

TRENY OUTDOOR. COMFORTABLE. ACTIVE. FRIENDLY.

선수들 착용하여 스타일
PUA 소재를 사용하여 편안하고 스포티한 룩을 연출할 수 있도록 디자인을 적용하였다.

주요 소재: MESH
아웃도어 목적에 맞게, 코어 소재가 벨로르가 부수 지어 있어 잘리고 잘루 없다.

키워드
PACKING, LONG WEAR, 신축성, 편안하고 편안한 울毛 소재

NECK 부분에 내구성이 뛰어난 소재를 적용

LINE 3 FORMAL LINE

노스페이스의 '평화'를 중심으로 한 이해의 대상인 'PEACE'가 세련된 스타일을 가지고 있는 'CONNECTED'와 만나 동계올림픽 선수들의 커다란 발걸음 같은 기쁨의 여정을 그려냈다.

MANNER, BALANCE, PEACE

선수들 착용하여 스타일
PUA 소재를 사용하여 편안하고 스포티한 룩을 연출할 수 있도록 디자인을 적용하였다.

주요 소재: MESH
아웃도어 목적에 맞게, 코어 소재가 벨로르가 부수 지어 있어 잘리고 잘루 없다.

키워드
PACKING, LONG WEAR, 신축성, 편안하고 편안한 울毛 소재

NECK 부분에 내구성이 뛰어난 소재를 적용

OLYMPIC LINE

Line 1 TECHNOLOGY

PASSION

Line 2 CASUAL

PEOPLE

Line 3 FORMAL

PEACE

노스페이스 송슬기, 송다인, 박진영, 김자영(덕성여대)

건국대학교
외성디자인과 4학년 심은영



2018 평창동계올림픽 디자인 제안

DESIGN BOARD

SWOT

STRENGTH / 강점

1. 다양한 색채를 활용하여 동계 동계올림픽의 이미지를 나타내며 18-25 세
2. 신기술을 적용한 친환경 소재를 적용
3. 다양한 소재를 적용하여 다양한 이미지를 표현
4. 다양한 소재를 적용

WEAKNESS / 약점

1. 가격에 대한 부담
2. 불확실한 환경에 대한 부담

THREAT / 위협

1. 다양한 색채를 활용하여 동계 동계올림픽의 이미지를 나타내며 18-25 세
2. 신기술을 적용한 친환경 소재를 적용
3. 다양한 소재를 적용하여 다양한 이미지를 표현
4. 다양한 소재를 적용

OPPORTUNITY / 기회

1. 다양한 색채를 활용하여 동계 동계올림픽의 이미지를 나타내며 18-25 세
2. 신기술을 적용한 친환경 소재를 적용
3. 다양한 소재를 적용하여 다양한 이미지를 표현
4. 다양한 소재를 적용

"OVER THE BORDER" 컬렉션

: 각국의 세계인들이 모여 동계스포츠의 새로운 자평을 여는 자리인 만큼 경계와 벽을 허물자는 의미. 또는 한계, 제한을 뛰어 넘자는 의미의 슬로건

TARGETING & POSITIONING

Athletic Line - 실용적인 활동 스타일과 스포츠를 즐기는 국민

Age 20대 초반 - 30대 초반

Job 2018 동계올림픽 국가대표 선수

Life Style - 동계올림픽 국가대표 선수와 동계올림픽의 이미지를 나타내며 18-25 세

Active Line - 활동적인 활동 스타일과 스포츠를 즐기는 국민

Age 20대 초반 - 30대 초반

Job 활동적이고 다양한 활동을 즐기는 학생, 직장인, 올림픽 자원봉사자 등

Life Style - 자신의 삶을 즐기며 새로운 도전을 즐기는 스포츠를 즐기는 국민





Design Board

For Pyeong-Chang 2018

SHOP WALL



노스페이스 심은영(건국대)

장려상

CCOMAQUE

한국의유행치 심층기척 꿈꾸던
백인대학교 앙숙의 백영은 이영은 여제인

하지만, BUT.

- 이제는 패션이 소용돌이 휘몰아치고 있어
- 이 한여름엔 언더웨어가 카리스마를 자랑할 수 있을
- 패션에 대한 관심이 커지면서 패션의 트렌드도 빠르게 바뀌고 있어

이제 30대 중반의 이영은은, 이영은은, 이영은은...
2017년 7월 1일부터 2017년 7월 31일까지

한계를 무릅쓰기에 하는 소비자가 다들...
복, 패션에 대한 관심이 높아지면서 소비자들이 더욱더 많이 찾고 있다

소비자 분석

64% 인과 싶다
65% 인과 싶다

STP POSITIONING

LUCKY CHOUETTE DEWL
이 브랜드의 핵심 경쟁력
이 브랜드의 핵심 경쟁력

마케팅 전략 PROMOTION

〈핵심 마케팅 프로그램〉

- 패션 트렌드 선점
- 가성비, 디자인, 품질

Kitch Call Comaque, 키치콜코마크 라는 슬로건으로
소비자들에게 코마크의 가치를 전달할 예정이다.

디자인 컨셉

풍물나 체, 구름, 그림자 놀이, 송알, 봄초자수

기존에 비해 더 밝고, 더 밝고, 더 밝고...
기존에 비해 더 밝고, 더 밝고, 더 밝고...
기존에 비해 더 밝고, 더 밝고, 더 밝고...

Misch in Pastel

이 브랜드의 핵심 경쟁력
이 브랜드의 핵심 경쟁력

돌실나이 김소연, 이상아, 이예진, 박은영(국민대)

STP Strategies : 4P - Place, STP Strategies : 4P - Promotion, STP Strategies : 4P - Promotion

STP Strategies : 4P - Place, STP Strategies : 4P - Promotion, STP Strategies : 4P - Products

COMAQUE

덕성여자대학교 송지수 공유진 조혜민

DESIGN & PROMOTIONAL

이 LOVE KOREA HANOK CHU

돌실나이 공유진, 조혜민, 송지수(덕성여대)

장려상

COMMAQUE SUBDIVISION



'선녀와 나무꾼'
MOONLIGHT




한복을 현대적으로 해석하여
엘레강스와 세련, 클래식한 느낌이
공존하는 생활한복 디자인과 소재의
차별화를 통해 현대여성들
보다 활동적이고 우아하고 담담하게
보일 수 있도록 하고자 한다.



'춘향전'
SUNLIGHT




밝고 청량한 하늘 아래, 푸른 잔디 위에서
삼삼오오 모여 달소를 나누며
소통 가는 소녀의 느낌을 살리며,
캐주얼하고 여성스러운 분위기를
연출하기 위해 밝은 색상의 김업체크,
활동성이 우수한 면, 그리고 여성스러운
느낌이 들썩 나는 레이스 소재로
로맨틱캐주얼을 나타낸다.



'해와 달이 된 오누이'
HORIZON




전통바지의 선을 멋스럽게 살려면서
허리끈을 묶어 입던 방식을 현대적으로
살려 실용적이고 활동이 편리한 디자인을
제안한다. 뉴트럴컬러, 블랙앤화이트
색상으로 남녀 모두가 부담감 없이
착용할 수 있으며, 다양한 일상복과
믹스매치가 용이하다.

돌실나이 정의경, 조혜인, 성지수, 이주빈(이화여대)

VOV VOICE OF VOICES

Design Concept

이번 시즌에는 전통을 재해석한 디자인을
재조각하여 새로운 감각을 선보인다.

Flavor in Hidden Alley

도시의 숨겨진 골목길에서 느껴지는
다양한 향으로 사아가 있는 골목들의 향은 지도 '기' 동선이 유된다.

전통의 재해석은 전통을 뛰어넘는 감성으로
'백의 새겨진 의사와 서투른 백에서 주는 골목길 편의 개성'

음향의 재해석은 새로운 감각을 선보인다.

**BACK STREET
PLAYING IN HIDDEN ALLEY**

'라이프 스타일을 엮다'

VOV
LIFE LINE

Accessory



ADDICTED TO BLACK



V LACK LINE



ADDICTED TO BLUE



V Live LINE



ADDICTED TO BLUE



ADDICTED TO BLUE

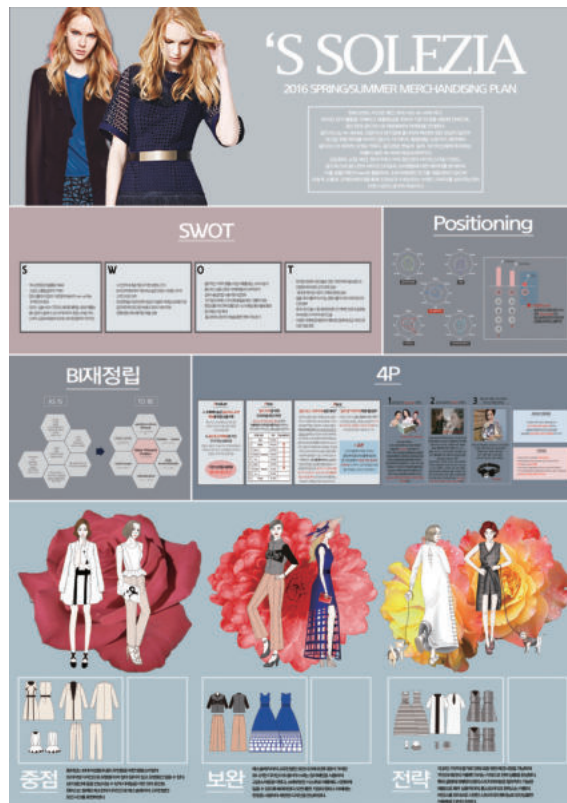


보브 임예슬, 봉지혜(국민대)

장려상



보브 남보람, 김난희, 이희주, 정여진, 강유미(이화여대)



슬레지아 임유진, 이준영, 이영은, 이주민, 조이슬(배재대)

장려상

'S
SOLE ZIA
2018 Spring/Summer

Structural Shape in Daily Life

1. Office Look 2. Casual Office Look 3. Casual Look

SWOT

Strength
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Weakness
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Opportunity
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Threat
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

SWOT

Strength
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Weakness
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Opportunity
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Threat
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

SWOT

Strength
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Weakness
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Opportunity
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Threat
본 브랜드가 '패션디자인'에 대한 전문성을 바탕으로 '시각적' 기호를 추구하는 소비자를 타겟으로 하여 '패션'을 통해 '미'를 추구하는 소비자를 타겟으로 하는 브랜드이다.

Color

Material

Amis. Product

제품명	소재	가격	판매량
블랙 드레스	면	150,000	1,200
그레이 블라우스	면	120,000	1,500
블랙 스커트	면	100,000	1,800
블랙 자켓	면	180,000	1,000

Amis. Price

Amis. Place

Amis. Promotion

슬레지아 김사라, 신현영(명지대)

YOUR SMILE IS FOREVER with Zishen

Brand Concept

“당신의 미소는 영원히”

선물을 받았을 때 가장
한한 미소를 짓게 되는 것은 바로 ‘꽃’.

자신을 스스로 가꿀 줄 아는 당신에게
희사한 행복을 선물합니다.

Brand Image Positioning

2016 F/W 디자인 제안

선물을 받은 것 같은 즐거움
꽃다발 향상을 따른 디자인으로,
꽃무늬와 슬로건을 넣어
감각적인 패키지로 교체
▶ 디자인 컨셉에 맞춰
브랜딩 홍보 및 이미지 구축

꽃보다 아름다운 당신에게
특정 기간 동안 구매 고객들에게
각 테이 꽃모양의
비누꽃 향수를 증정
▶ 고객들에게 소소한 행복,
브랜딩 홍보 효과 기대

FORMAL

sight with reason
X
Gladiolus

‘우아하고 세련된 글라디올러스의 이미지를 담아낸 포멀룩’

책도가 달린 셔츠로 사용하며
편안하고 내추얼한 이미지 표현
leather 사용으로 로맨틱한 분위기를
satin과 velvet으로 우아한 드레스 표현

CASUAL

Pause for a moment
X
Misty blue

‘어디에서든 감미로운 미소를 선물할 수 있는 편안한 캐주얼룩’

부드러운 느낌의 라이드 혼용 사용하며
편안하고 내추얼한 이미지 표현
물과 레이스로 로맨틱한 분위기를
quilting 스타일로 우아함을 강조하여 나타냄

SPORTY

Mixed life
X
Primula

‘프리티플러의 발랄함과 통통 튀는 활동감을 강조한 스포티룩’

활기찬 주는 리본계열과 노랑계열을
사용하여 스포티한 느낌 강조
겉과 스포티한 컬러의 Neoprene를
Double Face를 사용하여 활동성을 높임

지센 장귀연, 송민주, 조성현, 고지영(충남대)

장려상



지센 정현정, 정승연, 김은덕(이화여대)

JACK&JILL 2016 F/W COLLECTION

POSITIONING

Trend Follower
21세, 대학생, 저소득 온라인으로 유행하는 스타일 수용 합리적인 소비 온라인 쇼핑물, 지하상가, 백화점세일, 구제시장 SPA프렌드

판매가를 넘어 Low Trendy 세분시장을 공략

재연질의 타겟 소비자들이 20대 초반인만큼 합리적인 가격으로 최신 유행을 따르는 Low Trendy 시장이 적합

PRICE

Line Extension
기존의 가격에서 가격을 더 올려서 고가의 데 라인 구분 재연질의 브랜드 이미지 상승효과 + 셀프키보딩류 개당

Basic Line
가격 경쟁력에서 우위를 점하도록 중저가의 가격대 구분 합리적인 가격대 + 가격조리류 개당

NO SALE Strategy
O1 브랜드 포지셔닝을 확고하게 하여 재연질의 인지도 확립
O2 고객 신뢰도를 높여서 고정고객을 확보할 수 있음

PLACE

O1 핵심상권 지역인 강남구-중구-미포구에 매장 확보 필요
O2 Target Customer가 많은 지역인 서대문구-종로구-성북구에 가두점을 위주로 매장의 수를 늘려야 함

PRODUCT

STARRY NIGHT

은하계 컬러를 모티브로 한 스포티 캐주얼웨어

CAPPADOCIA DREAM

터키식 패턴을 차용한 포멀 캐주얼웨어

PROMOTION

▶ TV CF
대학생에게 인기 있는 음악을 TV CF에 활용하여 홍보 이벤트(카피의의 풀라보레이션을 통해 음원 발매 JACK&JILL의 모델이 음원 뮤직비디오에 출연 TV CF에 뮤직비디오를 활용

뮤직비디오의 여러 장면을 활용하여 15초, 30초 광고를 다양한 버전으로 제작가능 광고비용 후, 이와 연계된 이벤트(카피 길거리 버스킹 콘서트를 개최하여 광고효과 제고 음원을 활용한 감성마케팅으로 소비자들에게 다가갈 수 있음

▶ JACK&JILL X 캠퍼스 프로모션

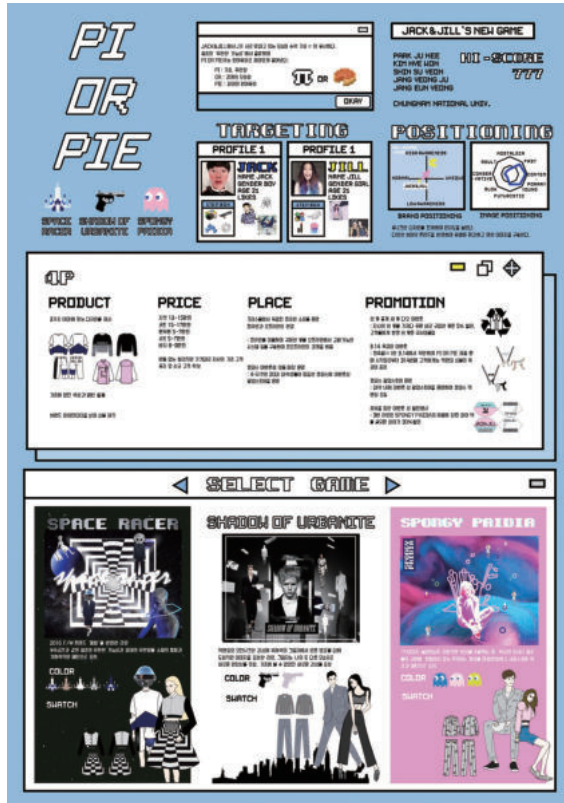
JACK&JILL X Food Truck
역대급으로 큰 인기를 끌고 있는 걸스데이 해리를 만난 바운한 나이포레의 대학생들 사이에서 공감과 관심을 유도 해리가 재연질 옷을 입고, 대학 캠퍼스에서 디저트 제품 다음 대학 목적지를 재연질 홈페이지에 공지하여 홍보 및 입소문 효과 기대

JACK&JILL X Inetagram
인스타그램에 재연질 옷을 활용한 시달리룩 코드 또는 카툰룩 코드를 #JACK&JILL 시달리룩, #JACK&JILL 카툰룩으로 올리면 매주 선정하여 재연질 홈페이지 메인 사진으로 활용 SNS를 통해 대학생의 참여 마케팅의 일환으로 관심 유도

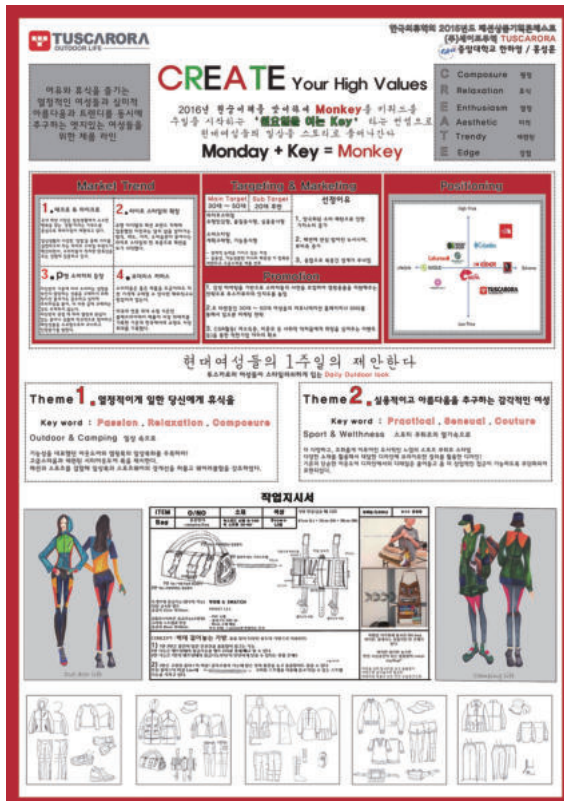
Korea University
모수빈 박소현 박한결 양보라 한관희

잭 앤 질 한관희, 모수빈, 박소현, 박한결, 양보라(고려대)

장려상



잭 앤 질 박주희, 장은영, 장영주, 김혜원, 신수연(충남대)



투스카로라 한하영, 홍성훈(중앙대)

OUTDOOR NEWS

김진희 임준영 권수진 박민지

4P

Product analysis

제품도 2015년 2016년 2017년 2018년 2019년

Jacket	2015	2016	2017	2018	2019
Vest	2015	2016	2017	2018	2019
T-shirt	2015	2016	2017	2018	2019
Plants	2015	2016	2017	2018	2019

한재 투스카로라는 오리지널 아웃도어에 최첨단 재제를 사용한 중도에서부터 2016 시즌에는 아웃도어의 연을 맞추기 위해 아웃도어에 심플한 원형을 사용한 중도고급에서 표현에 맞는 고급의 아웃도어를 기획

Price analysis

2015년 - 2019년 2015년 2016년 2017년 2018년 2019년

Jacket	2015	2016	2017	2018	2019
Vest	2015	2016	2017	2018	2019
T-shirt	2015	2016	2017	2018	2019
Plants	2015	2016	2017	2018	2019

기본적 순자가 가격에서 고가격의 강도가 높은 기능성 아웃도어 범위를 추가하여 가격의 폭을 넓힘. 내부 저렴한 브랜드 이미지를 탈피하기 위해 최저가를 조금 올려 이바하는데 설정

PLACE

기대 기대

일인승을 시작으로 삼인승부터는 젊은층의 수요가 높고 경쟁력이 있는 곳으로 설정. 포털사이트의 서울, 수도권권 내의 지방시장은 노년층

제주특별자치도 제주시 연동
 떠오르고 있는 혁신산업의 새로운
 혁신지 비로. 또한 제주특별자치도
 국민생활 제2차 중장기 전략
 계획의 수요가 높고 다른 아웃도어
 브랜드도 경쟁력이 있음에도
 가진 장점

Naturalistic Explorer

Original outdoor

"You also can become explorer"

REJUVENATE DREAMER

Urban outdoor

"You need some time alone"

복합 쇼핑을 입점

김포 라미나제 마지 에버뉴
 한강 신도시내 복합 문화공간
 으로 서울과 경기도, 수도권
 수도권 중부, 충청권지역
 일제 제형, 마지들을 이용하면
 인지도 상승할 것으로 예상

온라인 쇼핑을 리뉴얼

온라인 쇼핑 증가 추세에 따라 온라인 판매 추고, 고객들이 좋아하는
 온라인스토어 구축

발달과정 다양한 카테고리들 통해 상품 구성 제품의 기능성과 스펙을 구체적으로 설명하고 고부가가치 이미지로 하여 투스카로라의 고기능성 역할 PROMOTION베너 광고용 가상 스토어 오픈 가상점, SNS, 유튜브와 같은 유망인구 많은 곳에 가상스토어 오픈. 이는 단기간 동안 판매 몰입시켜 버니 광고 효과 - 인지도 상승 효과 QR코드 부착한 카탈로그 재구성 가운데 화면구성에 좀 더 깔끔하고 단순한 디자인으로 구성하고 카탈로그 내에 QR코드 부착 -> 유익한 정보 제공 협사이를 위한 환경 프로모션 환경문제에 관심을 갖는 소비자들의 욕구를 충족시키기 위해 친환경 이미지로 입사이를 재출시하고, 이를 통해 세세 나날 입사 프로모션의 연장 -> 환경에 이니의 중국소비자까지 사로잡는 효과를 볼 수 있을 것 VMD릴레이티드 디스플레이 투스카로라의 PK5/TREKKING/TRA VEL 세가지 라인을 한 공간 안에 스토리 형태로 배치하여 스토리도 V.P 제품의 우수한 품질을 시각적으로 보여주 면서 비교적 대중적이지만 투스카로라 의 인지도 상승 효과 기대 매장 내부에 투스카로라의 의류와 그 의 액세서리, 액세서리와 같은 TUCA제품들을 통해 야외 활동을 제안

투스카로라 김진희, 권수진, 박민지, 임준영(충북대)

retro Futuristic FILA

Image Positioning

Position: Premium, Dynamic, Engage, Neutral

Operative: Dynamic, Pioneer

re-Positioning

Brand: FILA, FILA, FILA

Brand: FILA, FILA, FILA

Line 1. The Performance Heart

color mix perfect fit for the performance comfortable

필라가 스포츠마케팅의
 방향으로 향할 때
 세계적인 스포츠마케팅
 전문가인 스포츠마케팅
 서비스를 통해 스포츠마케팅
 서비스를 제공한다.

FILA의 F를 모티브로
 디자인

Line 2. Il Primo Pioniere

MIX & MATCH HOLOGRAM VARIETY ITEM

FILA의 F를 따른
 디자인과 FILA의
 혁신적인 레드의
 블루를 사용한
 스타디움재킷

Line 3. Giro d'Italia

FOR THE RIDING LAYERED COMFORTABLE

상업의 일부는 분리될
 수 있음

비치는 필수조건으로
 발목을 편안하게 하기 위해
 고기능성의 형태

힐라 오세호, 허유진(충남대)

장려상

힐라 송경선(덕성여대), 황아름(숙명여대)



이탈리아 작은 도시의 가내수공업에서 시작하여 세계적으로 발전된 브랜드 'FILA'

충북대학교 표현기서우정 손민경 이상애

CONSUMER ANALYSIS



활발하게 움직이는 소비층으로 성장하며 여아 및 젊은 소비층이 증가하고 이렇듯 다양한 활동에 참여하여 스포츠에 관심을 갖는 젊은 층이 늘어나고 스포츠를 즐기는 소비층은 증가하고 있어 운동용 의류에 대한 수요가 증가하고 있다.

PLACE



최근 소비층의 다양성 증가에 따라 복합쇼핑몰에 입점하여 유행한 제품을 추천

VMD

운동용 의류는 본연의 기능성 외에도 패션으로 표현되는 가능성을 생각해 볼 수 있고 유행하는 공간에 직접 팔려야 하는 느낌을 갖게 하며 시각적 효과가 극대화되어 제품들과의 친밀감 제공

PROMOTION



'FILA'의 유명 여아 브랜드를 받아 우정을 통해 남녀 모두가 세트를 착용, '오가하하'의 초대하여 소비자에게 다양한 체험 마케팅을 활용

온라인을 바탕으로 한 마케팅을 통해 SNS를 시 효과적으로 활용, 간단한 후기 등, 해외 유명 매장 방문 제공

글로벌 소비사이론

국가별 침투율 현황 TOP5



중국 해외 직구 시장 규모 및 전망



새롭게 각광을 받고 있으나 해외 직구 시장에서 해외 배송 서비스를 제공하지 않을 이력 대비 해외 직구 사이트, 배송 등을 통해 서비스를 제시



STYLE OF SPORTSS-WEARER



(ATHLETIC TWIST)
스포츠웨어가 일상 속으로 자연스럽게 스며들며 새로운 패션 속 스포츠웨어를 한 단계 끌어올리는 것이 포인트

PRODUCT

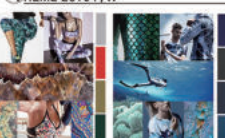
	저감도	중감도	중고감도	고감도	초고감도
트레이닝/일일	■	■	■	■	■
자켓	■	■	■	■	■
베이스 스키니	■	■	■	■	■
치마팬츠	■	■	■	■	■

-충원재용량 소재(기능성)는 세련된 디자인으로 감도를 높여 일상적으로도 착용 가능한 제품, 스타일 개선
-기능성 소재, 스타일링 추가하고 원단(기능 소재)을 활용하여 감도와 감도도 높여
-편의성을 위한 '기능성'이, 시너지) 높은 감도와 감도도 활용하여 가격대로 제안하여 접근성을 높임

소재



THEME 2016 F/W



Magical Transformation
Energetic Naturalism

힐라 조현기, 서우정, 손민경, 이상애(충북대)

수상자 명단

브랜드상

1. 노스페이스 이경식, 김경식, 하태욱(전주대)
2. 돌실나이 김슬기, 김보현, 손연주, 정희영, 한주연(숙명여대)
3. 보브 여진아, 이지연, 이소현, 장희현(가톨릭대)
4. 솔레지아 김동우, 이채현, 장호정, 정호연(동아대)
5. 지센 김세희, 박보연, 남여진(덕성여대)
6. 책 앤 질 권혜성, 이재원(서원대)
7. 투스카로라 길희경, 김유진(상명대)
8. 휠라 박필규, 차동길, 최지효, 신송하(가톨릭대)

장려상

1. 노스페이스 송슬기, 송다인, 박진영, 김자영(덕성여대)
심은영(건국대)
2. 돌실나이 김소연, 이상아, 이예진, 박은영(국민대)
공유진, 조혜민, 송지수(덕성여대)
정의경, 조혜인, 성지수, 이주빈(이화여대)
3. 보브 임예슬, 봉지혜(국민대)
남보람, 김난희, 이희주, 정여진, 강유미(이화여대)
4. 솔레지아 임유진, 이준영, 이영은, 이주민, 조이슬(배재대)
김사라, 신현영(명지대)
5. 지센 장귀연, 송민주, 조성현, 고지영(충남대)
정현정, 정승연, 김은덕(이화여대)
6. 책 앤 질 한관희, 모수빈, 박소현, 박한결, 양보라(고려대)
박주희, 장은영, 장영주, 김혜원, 신수연(충남대)
7. 투스카로라 한하영, 홍성훈(중앙대)
김진희, 권수진, 박민지, 임준영(충북대)
8. 휠라 오세호, 허유진(충남대)
송경선(덕성여대), 황아름(숙명여대)
조현기, 서우정, 손민경, 이상아(충북대)

입선

1. 노스페이스 권기훈, 김두아, 김지영, 권효정(경상대)
박부민, 임서진, 정다경(동아대)
2. 돌실나이 최유나, 홍여진, 황보영, 정혜진(한양대)
심효진, 이지영(국민대)
3. 보브 이유진, 유민정(충북대)
이현정, 김가은, 조가현(호남대)
김귀영, 이미정, 박정민(한세대)
이예슬, 김보원, 이수정, 최서원, 최아정(이화여대)
임주연, LI DAN, 김연수(이화여대)
4. 슬레지아 윤지현(단국대)
안예지, 박지혜, 김주영, 유호정, 이채경(고려대)
김보민, 연종환, 지현실(호남대)
5. 책 앤 질 이지수, 김주영, 원혜미, 김다솜(계명대)
정유미, 정유미, 김재용, 송정은, 지승환(청운대)
6. 투스카로라 허강지, 이상미, 맹문기(고려대)
김수연, 김지연, 김지현, 김채연(한성대)
7. 활라 최은혜, 이재연(안동대)
홍수아, 유민호, 김다혜, 김서현, 임정인(한성대)
하다운, 류다연, 김다영, 권보용(창원대)
양소정, 임지원, 김수빈(신라대)

심사위원

2015년도 패션상품기획콘테스트 기획위원

회 장: 안춘순(인천대학교)
위원장: 최선형(가톨릭대학교)
위 원: 고애란(연세대학교)
김영삼(중앙대학교)
신수연(서울여자대학교)
유효선(서울대학교)
이연희(한양대학교)

1차 심사위원

위 원 장: 최선형(가톨릭대학교)
심사위원: 김영삼(중앙대학교)
박주희(국민대학교)
이승희(숙명여자대학교)
이연희(한양대학교)
이윤정(고려대학교)

2차 심사위원

후원 협찬 브랜드 임원 및 부서장

