

The Korean Society of Clothing and Textiles

2014년도 한국 의류 학회

패션 상품 기획 콘테스트

수상작 전시회

사단
법인 한국 의류 학회

2014년도 한국의류학회 패션상품기획콘테스트 수상작 전시회

주 최: (사)한국의류학회

후 원: 국내 대표 의류브랜드

(주)돌실나이, (주)샤트렌, (주)스쿠노코리아, (주)신원, (주)영원아웃도어,
엠코르셋(주), (주)카파코리아, 태평직물, 패션그룹형지(주), (주)힐라코리아
(가나다 순)

일시 및 장소: 2014. 10. 18(토)

서울대학교 83동 멀티미디어 강의동

인사말씀

한국의류학회는 국내의 대표적인 패션의류기업들과 협력하여 올해로 다섯 번째 브랜드 맞춤형 공모전인 패션상품기획콘테스트를 개최하게 되었습니다. 이 상품기획 콘테스트는 산학협력의 본보기이며 학생들에게 산업현장의 일면을 경험하게 하는 인재 육성의 기회라고 생각합니다.

우리나라 굴지의 패션전문기업의 후원브랜드 협조로 이루어지는 이 행사는 해가 거듭될수록 의류·패션산업에 관심을 가진 학생들의 참여도가 높아지고 있고, 실력들도 향상되고 있습니다. 금년에도 전국 41개 대학에서 164팀이 참가신청하였으며 한국의류학회 심사위원회 심사후 각 브랜드의 최종심사 결과 11개팀이 브랜드상, 25개팀이 장려상, 18개팀이 입선을 수상하게 되었습니다. 이번 콘테스트에서 수상한 모든 작품은 2014년도 한국의류학회 추계학술대회에서 전시됩니다.

한국의류학회 패션상품기획콘테스트 행사가 날로 성장할 수 있는 것은 우리나라 패션산업의 중추적인 역할을 하고 있는 후원업체들의 도움이라고 생각합니다. 우리나라 패션산업계의 주역이 될 학생들에게는 브랜드 탐색의 기회를 동시에 패션업계에는 유능한 인재 발굴의 기회를 제공해 줌으로써 학계와 업계 간의 소통의 장이 되는 이 행사에 협조를 해주신 (주)돌실나이, (주)샤트렌, (주)스코노코리아, (주)신원, 엠코르셋(주), (주)영원아웃도어, (주)카파코리아, (주)패션그룹형지, 태평직물, (주)힐라코리아와 진행을 도와주신 담당 부서장님께 진심으로 감사드립니다.

또한 본 사업의 진행을 주관하셨던 하지수 위원장님, 김양희, 유혜경, 이규혜, 이승희, 이진민, 임은혁, 최미영 위원님들과 헌신적으로 학생들을 지도해주신 각 학교의 지도 교수님들께도 감사드리며 앞으로 이사업이 더욱 번창할 수 있도록 회원 여러분의 지속적인 관심과 협조를 부탁드립니다.

마지막으로 수상자들에게 축하의 박수를 보내며 수상자들이 이번 행사에 관심을 갖고 참여했던 모든 학생들과 함께 미래 한국 패션산업계를 이끌어갈 갈 주역으로 성장하시길 기원합니다.

(사)한국의류학회회장 유 효 선

2014년도 한국의류학회
패션상품기획콘테스트 후원브랜드

 노스페이스

 돌실나이

 비키

 샤프렌

 SKONO

 원더브라

 지이크파렌하이트

 Kappa

 크로커다일레이디

 FILA

 태평직물

2014년도 한국의류학회 패션상품기획 콘테스트 개최공고

개최목적

- 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

행사 개요

- 행사명: 2014년 한국의류학회 패션상품기획 콘테스트
- 주 최: (사)한국의류학회
- 후 원: 국내 대표 의류브랜드
 (주)돌실나이, (주)샤트렌, (주)스코노코리아, (주)신원, (주)영원아웃도어
 엔코르셋(주), (주)카파코리아, 태평직물, 패션그룹형지(주), (주)힐라코리아
- 시상 및 전시: 2014. 10. 18(토) 한국의류학회 추계학술대회 예정
- 참가신청서 온라인 접수: 2014. 5. 1 - 2014. 5. 31

시상 내역

	브랜드명	수상자(팀)	부상 및 상금
브랜드상	노스페이스	1	상장 및 상금 100만원
	돌실나이	1	상장 및 상금 100만원
	비키	1	상장 및 상금 100만원
	샤트렌	1	상장 및 상금 100만원
	SKONO	1	상장 및 상금 100만원
	원더브라	1	상장 및 상금 100만원
	지이크파렌하이트	1	상장 및 상금 100만원
	Kappa	1	상장 및 상금 100만원
	크로커다일레이디	1	상장 및 상금 100만원
	FILA	1	상장 및 상금 100만원
	태평직물	1	상장 및 상금 100만원
장려상		〇〇	상장 및 상금
입선		〇〇	상장

수상자 특전

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

패션상품기획 콘테스트 주제

- 11개 참여 브랜드 중 하나의 브랜드를 선택하여, 각 브랜드에서 제시하는 주제에 맞춤
기본적으로 2015년 S/S, F/W 시즌을 위한 상품기획 및 디자인 제안

〈브랜드별 주제〉

브랜드명	주 제
노스페이스	THE NORTH FACE의 2015 F/W 새로운 NEW CONCEPT LINE을 레이어링을 통한 남녀 각 5 착장으로 제안하세요. 1) 아웃도어의 코어를 지키면서도 차별화 할 수 있는 전략을 제시할 것 2) Functional 요소를 디자인으로 풀 것 3) 아이템: 남녀 각 15~20 STYLE 내외
돌실나이	20대 소비자를 위한 브랜드 세분화 전략 부제: 2014년 5월 런칭한 돌실나이의 영브랜드 “꼬마크(CCOMAQUE)”에 관하여
비키	2015년 S/S 혹은 F/W 시즌의 브랜드 상품기획 및 디자인 제안
샤트렌	2014년 F/W 또는 2015 S/S 시즌의 샤트렌의 프렌치 시크 감성에 어울리는 트렌디하고 독창적인 디자인, 보다 젊은 느낌의 상품 디자인 grouping 구성
SKONO	북유럽 디자인 철학을 기반으로 한 패션슈즈 또는 캐주얼 가방디자인
원더브라	원더브라의 아이덴티티를 살린 제품 디자인 및 마케팅 전략
지이크파렌하이트	2015년 S/S 혹은 F/W 시즌의 브랜드 상품기획 및 디자인 제안
Kappa	처음 스포츠를 접하게 되는 아동을 위한 Kids 스포츠룩 제안
크로커다일레이디	2015년 S/S 시즌 크로커다일레이디 비즈캐주얼, 스포츠캐주얼을 각각 1개의 테마로 나누고 컬러, 소재, 디자인 제안
FILA	이탈리안 스포츠 헤리티지를 지향하는 힐라의 브랜드 아이덴티티를 강조할 수 있는 15년 S/S 스포츠 트레이닝웨어 제안 1) 기능성과 패션성의 적절한 조합 2) 남/녀 커플 혹은 시리즈 아이템 구성
태평직물	2015년 S/S 혹은 F/W 시즌의 캐주얼 가방상품에 어울리는 텍스타일 디자인 제안

신청자격

- 팀(5인 이내) 혹은 단독으로 신청가능
- 대학 · (원) 재학생(2014년 10월 기준 재학생이어야 함)으로서 의류학 관련 전공자, 혹은 한국의류학회 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)

※ 노스페이스의 경우: 브랜드 지침을 따름

※ SKONO의 경우:

- 이미지보드
- 컬러 패브릭보드
- 패션슈즈 또는 캐주얼 가방디자인이 포함된 6개 이내 스타일화
- 패션슈즈 또는 캐주얼 가방디자인의 6개 이내 작업지시서(스타일화에 제안된 디자인선택, size spec, 원부자재 Swatch 및 Sample 포함 제시)

※ 태평직물의 경우

- 이미지보드
- 컬러 보드
- 텍스타일 디자인을 응용한 6개 이내 스타일화
- 텍스타일 디자인 6개 이내 작업지시서(스타일화에 제안된 텍스타일 디자인의 직조디자인, 서피스디자인, 패턴디자인 등을 반영한 full size 렌더링 및 구체적 size spec 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: 한국의류학회 소속교수들로 구성된 심사위원
- 2차 심사: 후원 브랜드의 심사위원

■ 참가신청 및 포트폴리오 제출방법

- 참가비 · 참가신청서 접수: 올해부터는 참가비가 있습니다.
 - 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: 2014년 5월 1일부터 5월 31일까지 온라인 접수
-
- 1차 심사용 포트폴리오 제출
 - 마케팅제안과 디자인제안내용이 모두 포함된 A4 30쪽 이내의 출력물 1부(제출물은 칼라출력물로 스프링 제본하여 제출)
 - 2014년 7월 31일(목)까지 학회 사무국으로 우편 또는 직접 제출
-
- 2차 심사용 포트폴리오 제출(1차 심사 통과자에 한해)
 - A4 출력물 2부
 - 실물디자인보드 A2 사이즈 1매(반드시 실물 소재가 부착되어야 함, 사이즈 엄수)
 - 2014년 9월 12일(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(2014년 10월 18일) 전시
- A0 크기(세로형)의 포스터 전시

추진 일정

일시	내용	장소
2014년 3월 15일(토)	• 개최공고	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2014년 5월 1일(목) ~ 2014년 5월 31일(토)	• 참가신청서 접수 (동일인의 중복지원 불가)	한국의류학회 이메일 e-mail: ksct@chol.com
2014년 7월 31일(목)	• 포트폴리오 제출 마감	한국의류학회 사무국
2014년 8월 15일(금)	• 1차 심사 통과자 발표	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2014년 9월 12일(금)	• 2차 심사 제출물 마감 (우편의 경우, 12일 소인까지 유효)	한국의류학회 사무국
2014년 9월 15일(월) ~ 9월 26일(금)	• 2차 심사	후원 브랜드의 결정에 따른 추후공지
2014년 10월 1일(수)	• 수상자 발표	한국의류학회 홈페이지 (http://www.ksct.or.kr)
2014년 10월 10일(금)	• 리플렛 제작용 자료제출	한국의류학회 웹하드 (추후공지)
2014년 10월 18일(토)	• 수상작 전시 및 시상	한국의류학회 추계학술대회 (수상자는 반드시 참석)

※ 상기 추진일정은 사정에 따라 바뀔 수 있습니다.

문의사항

문의사항은 한국의류학회 사무국으로 연락부탁드립니다.

TEL: 02) 844-3601

E-mail: ksct@chol.com

브랜드상



노스페이스 최다혜, 김담, 김세리(덕성여자대학교)



돌실나이 박민정, 김경하, 곽은지, 김다빈(명지대학교)

브랜드상

VIKI

Sangmyung Univ.
Jeong Hyeon

Soft Modernism

현대적 스타일과 근엄한 분위기를 갖고 있는 소프트 모던은 차분하면서도 정제된 스타일 수 있지만, 어떤 분위기를 표현하고 싶어하는지에 따라 다양한 문양과 다양한 소재를 도입하여 디자인을 완성한다. 어떤 패턴과 문양을 도입하게 될지는 디자이너의 몫이다.

Soft + Modern + Casual

이탈한 느낌은 부드러운 실용성과 차분한 색채감으로 표현하는 요소.
편안한 분위를 주는 정제된 문양은 필수로 도입.
색, 소재, 문양, 패턴을 논리적으로 짜맞추는 요소.

ON-TIME
Business Look
Serene Plains

사무실에서 평범한 스타일을 지니는 여성. 편안한 분위기, 무채색, 미니멀한 패턴. 편안한 스타일링을 추구하는 스타일.

AFTER6
Young Look
Psychedelic Splash

저녁을 즐기고 즐기는 여성. 편안한 분위기, 다양한 문양, 다양한 패턴, 다양한 색상.

OFF-TIME
Casual Look
Flowing Breeze

편안한 분위기, 편안한 스타일. 편안한 스타일링을 추구하는 스타일. 편안한 스타일링을 추구하는 스타일.

STYLE PALETTE

JACKET
- Solid Color
- Striped
- Plaid

BLOUSE
- Solid Color
- Striped
- Plaid

SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

STYLE PALETTE

KNIT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

STYLE PALETTE

SWEATER
- Solid Color
- Striped
- Plaid

SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

STYLE PALETTE

BLOUSE
- Solid Color
- Striped
- Plaid

SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

STYLE PALETTE

JUMPER
- Solid Color
- Striped
- Plaid

ONEPIECE
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

STYLE PALETTE

JACKET
- Solid Color
- Striped
- Plaid

KNIT SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

SKIRT
- Solid Color
- Striped
- Plaid

JEANS
- Solid Color
- Striped
- Plaid

비키 정효희(상명대학교)

CHÂTELAINE 14 F/W

2014 F/W시즌 샤프렌, 그너들의 스리일 스트리트에 초대합니다. 거친스러움과 멋스러움이 공존하는 거리.

Welcome, chateleine...

▶ COLOR

전반적으로 푸른 계열의 에센셜 컬러를 두각을 나타내며, 특히 보라색과 핑크색을 강조한다.

▶ DESIGN

전체적인 디자인은 그너들의 마음을 사로잡을 수, 다양한 실용성과 멋스러움을 추구한다. 패턴, 직선 등 선을 강조하는 디자인에 샤프렌의 정제된 분위기를 표현한다.

▶ MATERIAL

세련된 소재가 아닌 새로운 재질인 스웨이드와 리넨을 사용한다. 편안한 착용감을 위한 니트 소재, 자켓 소재를 도입한다.

▶ PRICE

가격구분은 전체 판매가격의 약 30% 이하인 가격으로, 고급스러운 분위기를 표현한다.

▶ PROMOTION

제품 디자인 시본을 기본으로, 그너들의 후가 및 패턴을 고려하여, 다양한 스타일링을 제공한다.

▶ PLACE

Online market: 온라인 유통망 확대, 공식 온라인 쇼핑몰 구축 또는 직영 쇼룸을 통한 직영점 설치
Offline market: 유통 채널의 확대 및 장소 제한성, 새로운 대형 유통망을 구축함과 동시에 기존의 경쟁력 있는 가맹점 축소

▶ STP

추구하는 이미지: 달달한, 우체적인, 자유로운, 편안한 아름다움을 표현할 수 있는 여성

주부, 딸, 친구, 아들, 직장인 등의 다양한 직업 속에서 자신만의 아름다움을 찾는 여성

이번 시즌에서는 본질적이며 변화하지 않는 차분스러움을 추구하고 있다. 이는 샤프렌이 추구해 온 차분스러운 세련미와 이어져 세시온 샤프렌의 브랜드 컨셉을 완성시킨다.

▶ PRODUCT

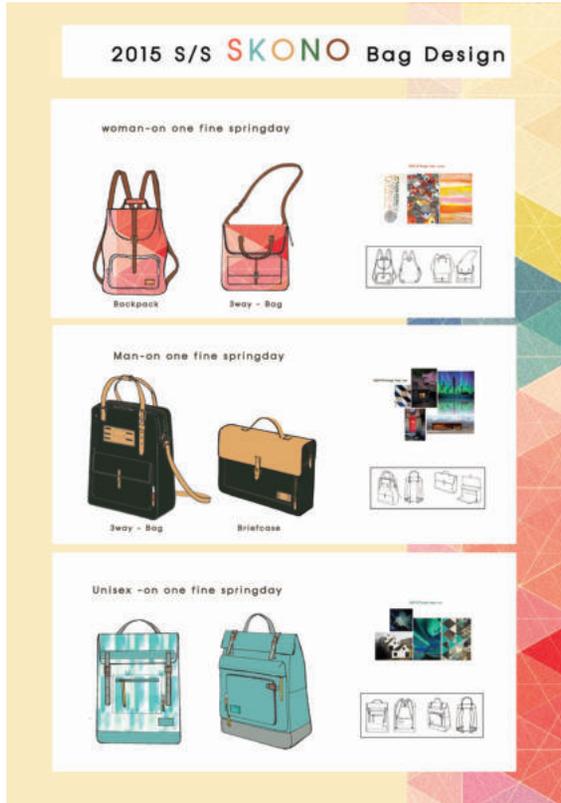
트렌드 소재와 색상을 반영하여 통일감 있는 시즌 라인업을 구성한다. 기존의 클래식한 디자인에서 실용성과 소재 및 디자인 측면에서 혁신적인 접근을 새롭게 선보인다.

다소 단조로운 기존의 상품성을 개선하여 젊은 고객에게 친화적인 샤프렌 룩 및 대외적상을 위한 액세서리 및 내부 인테리어 개발

샤프렌에 커리어를 결합한 룩 디자인 및 리브레드와 플러브레이션을 통한 제품 개발

샤프렌 우은총, 정규원, 이예지, 유민지(이화여자대학교)

브랜드상



스코노 함영주(홍익대학교)



원더브라 이슬아, 김지혜(한양대학교)

브랜드 상

SIEG FAHRENHEIT MOVIE THEATER

Product

종류	상품명	가격
영화 관람권	일반	5,000원
	프리미엄	8,000원
	골드	12,000원
	플래티넘	15,000원
음식	팝콘	2,000원
	콜라	3,000원
	커피	2,500원
	사탕	1,500원

Price

Place

Promotion

FROZEN HEART
가장 아름다운 사랑 이야기

Walked out of a Romantic Comedy
가장 아름다운 사랑 이야기

I am man
가장 아름다운 사랑 이야기

지이크파렌하이트 김가영, 성혜리, 손성미, 정다운(호남대학교)

FILA

신선한 감성을 내기 위해 기존 로고를 적선적으로 재해석한, 3D 라인을 위한 새로운 로고

DESIGN CONCEPT

RINNOVO OF FILA

Attitude: 세련되고, 우아하고, 모던하고, 정통적인 디자인을 추구하며, '가장 아름다운 사랑 이야기'의 RINNOVO OF FILA 컨셉을 FILA의 전통적인 디자인을 재해석하여 새로운 디자인을 선보인다.

INNOVATIVE 77 S

GOLDEN 87 S

이탈리안 레저까지 감성의 디자인

- 이탈리아 감성의 레저웨어 감성을 표현한 세련된 디자인
- 2020년 트렌드를 반영하여, 편안한 착용감을 위한 디자인
- 2020년 트렌드를 반영하여, 편안한 착용감을 위한 디자인
- 2020년 트렌드를 반영하여, 편안한 착용감을 위한 디자인

젊은 감성을 위한 '3F(Three F) LINE' 제시

자극하지 않는 디자인

일상이 용이하다 FLEXIBLE

참고로 읽자 FASHIONABLE

MARKETING STRATEGY

Promotion

Brand Collaboration

Brand Collaboration

Brand Collaboration

Fresh

Lightweight Design

Thin Mesh

Lightweight Design

Lightweight Design

Flexible

Stretchable Design

Stretchable Design

Stretchable Design

Fabulous

Stretchable Design

Stretchable Design

Stretchable Design

Fabulous

Stretchable Design

Stretchable Design

Stretchable Design

힐라 이혜린, 이주희, 임혜정, 김소연(한양대학교)

브랜드상

KAPPA KIDS

KID'S CONSUMER TREND

“부모 감성 공유시대”

✓ Purpose 우리 아이 겨울 구입에 민감한 소비자들의 관심을 끌어 시장의 우위를 점해야 한다.
 ✓ Solution 고가의 브랜드들과의 대등한 수준의 소재와 스타일을 제시하여 안전성을 강조하는 제품을 선보여 만족도를 높인다.

MOM'S TALK ABOUT KIDS WEAR

부모의 겨울은 온종일 자녀의 기온을 잘 지켜주고, 스포츠나 야외활동 시에도 편안하고 보온을 해줘야 할 것이다.

부모님 1. 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.
 부모님 2. 겨울이 되면 옷차림이 스포츠 디자인에서 벗어나 겨울을 위한 소재와 스타일로 바뀌어
 부모님 3. 안전과 기능을 중시하는 아이들 옷을 찾는다면 세심하게 한두 가지씩만 잘 살펴본다.



KIDS 편안을 전수시키지 어려운 브랜드 호고 디자인!
KAPPA Kids 편안해 작업한 호고 Variation 시드

ENERGY FUN SAFE

KAPPAISH KIDS

KAPPA가 가지고 있는 역동적인 감각과 함께 유쾌하게
 의류들에게 어울리는 디자인을 구사하여
 특히 KAPPA YOUTH의 특징과 구별되는 차별성
 추가 확보하는 것이 목표이다.

ORIGINAL DAILY SLOW
 KAPPA의 역동적인 감각과 유쾌하게 어울리는 디자인을 구사하여 특히 KAPPA YOUTH의 특징과 구별되는 차별성 추가 확보하는 것이 목표이다.

FUNSPORTS KIDS

KAPPA KIDS 디자인 겨울 스포츠를 즐기는 아이들
 편안하고 보온을 해줘야 할 것이다. 그 중에서도
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를
 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.

LIFETIME EPHEMERAL LIFETIME
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.

PROMOTION

1. TRIATHLON for KAPPA KIDS
 겨울 스포츠를 즐기는 아이들 옷을 찾는다면 세심하게 한두 가지씩만 잘 살펴본다.

2. MY BACK NUMBER!
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.

3. MY CONSTELLATION
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.

4. MY FIRST SPORTS BAG KITS
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.

5. KAPPA'S WEDDING MACHINE
 아이들의 스포츠에 대한 관심과 스포츠가 가져다 주는 재미를 강조하여 디자인을 해야 할 것이다.



SAMPLE WORK ORDER



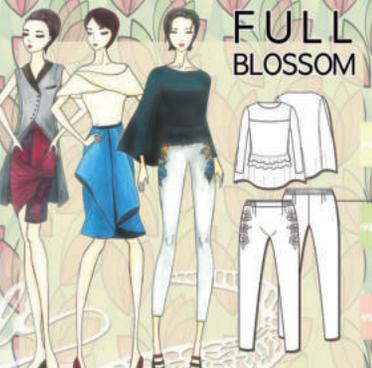


카파 최문정, 김명지, 이주영(덕성여자대학교)

FRESH BLOSSOM



FULL BLOSSOM



URBAN COMFORT



URBAN ACTIVE



CONSUMER TREND

“HORMONAL MOM”
 어머니의 겨울은 온종일 자녀의 기온을 잘 지켜주고, 스포츠나 야외활동 시에도 편안하고 보온을 해줘야 할 것이다.

“DORNING AGING TREND”
 어머니의 겨울은 온종일 자녀의 기온을 잘 지켜주고, 스포츠나 야외활동 시에도 편안하고 보온을 해줘야 할 것이다.

“가벼운 겨울”
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

“가벼운 겨울”
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

BRAND CONCEPT

CROCABLE

“CROCABLE”
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

4P MIX

PRODUCT
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

PRICE
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

PLACE
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

PROMOTION
 겨울바람이 차갑고 바람이 세고 눈이 많이 올 수 있는 Place Store를 찾지
 아이들 옷을 잘 입고 그 옷이 겨울을 잘 견디고 있는지를 확인한다.

크로커다일레이디 정다희, 주향나, 민혜린, 김슬기, 이수빈(이화여자대학교)

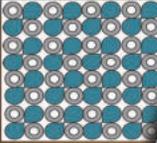
브랜드상

태평직물

한성대학교 전연주 이윤재 고윤지 이혜인 장민선
2015 S/S 시즌
캐주얼 가방의
텍스타일 디자인

“가장 한국적인 것이 가장 세계적인이다.”
디자인 영감은 한글을 기반으로 하였고, 한글의 건축적인 요소 등을 첨가하여서
소비자들에게 친근하지만 독창적인 컬렉션을 구성하였다. 또한 충분한 소비자 조사를
진행함으로써 소비자와 소통하며 니즈를 파악하고 충족할 수 있는 디자인을 제작하였다.

한글의 아름다움은
단순한 기하학적인 형태
를 통해 표현되어 있다.
이러한 특성을 바탕으로
한글의 구조와 형태를
기반으로 다양한 패턴을
제작하였다.



훈민정음부터
지금까지 한글
이음 'ㅇ'의
변화를 모티브로 패턴을 제작함



비음 'ㅂ'과 리음 'ㄹ'의
입체적인 결합을 통해서
한국의 청을 연상케 한



한글 자음의 사적인
기호인 'ㄱ'과 'ㄴ'의
반주된 반복의 결합
두 문자가 겹쳐져 다양한
문자를 연상케 하는 것 처럼 보이는 것이 특징



태극기의 리권감리에서
모티프를 얻어서 제작
건축적 요소도 결합한
한국형 스트라이프 무늬.



크래용으로 쓴 것 같은
텍스타일을 기반으로
캐주얼함을 극대화함



태평직물의 대표 텍스트
'ㅍ'를 풀어본 디자인,
시각적으로 한글/영어에서
이중적인 해석이 특징

태평직물 전연주, 고윤지, 이혜인, 이윤재, 장민선(한성대학교)

장려상

Targeting

Market target : 2015~2016 시즌
 Body target : 20~30대 여성, 40~50대 여성
 Target image : 편안하고 기능성 있는 아웃도어 의류, 실용성 있는 아웃도어 의류, 스포츠 스타일의 아웃도어 의류

Positioning Map

High price
 Low price

Brand
 Trendy

Low price

비즈니스

- Logo Symbol

- Packaging

- Slogan

- Tag

2015 THE NORTH FACE BLACK LABEL COLLECTION

Color & Fabric & Smart function

Color

Fabric

Smart function

THE NORTH FACE BLACK LABEL PROJECT

SOLAR KIT

태양열 에너지를 이용한 실외에서 내부 충전 기능을 통해 휴대용 전자기기 충전을 지원하여 야외에서 충전하는 방법도 가능.

남녀 가슴 주머니 부분에 솔라패널 장착 및 부착 가능

SOLAR KIT

*안쪽과 동일한 기능

남녀 어깨에 솔라 패널 장착. 보이지 않게 안 쪽으로 장착하여 잘 부착이 가능.

노스페이스 방수지, 김민지, 문지현, 권보현, 박윤미 (한성대학교)

DRAW GRAFFITI

ON THE NORTH FACE

그래피티적인 요소가 가능성이 있는 이유는 2015년의 트렌드에 따라 밝키하고 자유로운 색상, 자신의 개성을 표현할 수 있는 일렉스트나 패턴이 '나'를 표현하는 하나의 방식이 되고 있기 때문이다.

그래피티적인 요소를 노스페이스 의상에 대입시켜서 그들의 라이프 스타일에 걸맞는 의상으로 재탄생 시키는 것을 목적으로 하며 일본의 퍼플라벨과 이번에는 새로운 다른 하이브 라벨의 중간지점처럼 기능적인 부분에서도 떨어지지 않고 대입리플로 입을 수 있는 하나의 리얼을 생성한다.

한디원 : 조은비 양윤정

노스페이스 조은비, 양윤정(한성대학교 한디원)

장려상



돌실나이 황태희, 김지수, 맹지현, 안효리, 연주아(고려대학교)

우리의 이가기가 담긴 유니크 포마, 포마크를 소개합니다.

Brand Identity

Brand Concept
문화 개척자를
재미나게, 유니크하게
Brand Target
Man Age - 20대~25대
Sub Age - 27세~30세

현대 문에 한국적 요소를 가미하여
한국어 이미지를 감각적인 것을 찾는 고객
채널을, 보다 넓게 연결하여
새롭고 현대적인 이미지를 원하는 고객

설문조사

1. 2014년 10월 1일부터 11월 30일까지 설문조사 실시
2. 설문조사 결과 분석 및 보고서 작성
3. 설문조사 결과 발표 및 피드백

설문조사 결과 요약
1. 설문조사 결과 요약
2. 설문조사 결과 요약
3. 설문조사 결과 요약

Product

2014년 10월 1일부터 11월 30일까지 설문조사 실시
2. 설문조사 결과 분석 및 보고서 작성
3. 설문조사 결과 발표 및 피드백

Price

1. 2014년 10월 1일부터 11월 30일까지 설문조사 실시
2. 설문조사 결과 분석 및 보고서 작성
3. 설문조사 결과 발표 및 피드백

Place

1. 2014년 10월 1일부터 11월 30일까지 설문조사 실시
2. 설문조사 결과 분석 및 보고서 작성
3. 설문조사 결과 발표 및 피드백

Promotion

30DAY 캠페인 - BIG CCOMAGUE DAY 캠페인

기간	대상	내용	비고
10월 1일	전체	30% 할인	10월 1일 한정
10월 2일	전체	20% 할인	10월 2일 한정
10월 3일	전체	10% 할인	10월 3일 한정
10월 4일	전체	5% 할인	10월 4일 한정
10월 5일	전체	0% 할인	10월 5일 한정
10월 6일	전체	5% 할인	10월 6일 한정
10월 7일	전체	10% 할인	10월 7일 한정
10월 8일	전체	20% 할인	10월 8일 한정
10월 9일	전체	30% 할인	10월 9일 한정
10월 10일	전체	20% 할인	10월 10일 한정
10월 11일	전체	10% 할인	10월 11일 한정
10월 12일	전체	5% 할인	10월 12일 한정
10월 13일	전체	0% 할인	10월 13일 한정
10월 14일	전체	5% 할인	10월 14일 한정
10월 15일	전체	10% 할인	10월 15일 한정
10월 16일	전체	20% 할인	10월 16일 한정
10월 17일	전체	30% 할인	10월 17일 한정
10월 18일	전체	20% 할인	10월 18일 한정
10월 19일	전체	10% 할인	10월 19일 한정
10월 20일	전체	5% 할인	10월 20일 한정
10월 21일	전체	0% 할인	10월 21일 한정
10월 22일	전체	5% 할인	10월 22일 한정
10월 23일	전체	10% 할인	10월 23일 한정
10월 24일	전체	20% 할인	10월 24일 한정
10월 25일	전체	30% 할인	10월 25일 한정
10월 26일	전체	20% 할인	10월 26일 한정
10월 27일	전체	10% 할인	10월 27일 한정
10월 28일	전체	5% 할인	10월 28일 한정
10월 29일	전체	0% 할인	10월 29일 한정
10월 30일	전체	5% 할인	10월 30일 한정

CCOMAGUE

VMD

1. Retro-Classic

60년대 스타일을 재해석하여 다양한 크로노, 룩으로
다양한 고객층을 위한 사용으로 표현된 유행을 만들

2. Easy Fun

Fun하게 재해석한 신상인 캐주얼을 내세운 젊은 감각
여러 가지 어울리는 유행을 만들 수 있도록 만들

Accessory

1. 2014년 10월 1일부터 11월 30일까지 설문조사 실시
2. 설문조사 결과 분석 및 보고서 작성
3. 설문조사 결과 발표 및 피드백

7. 유행을 위한 가장 쉬운
유행을 위한 가장 쉬운
유행을 위한 가장 쉬운

돌실나이 심은정, 안서희, 안동주, 신지연, 오지혜(배재대학교)

장려상

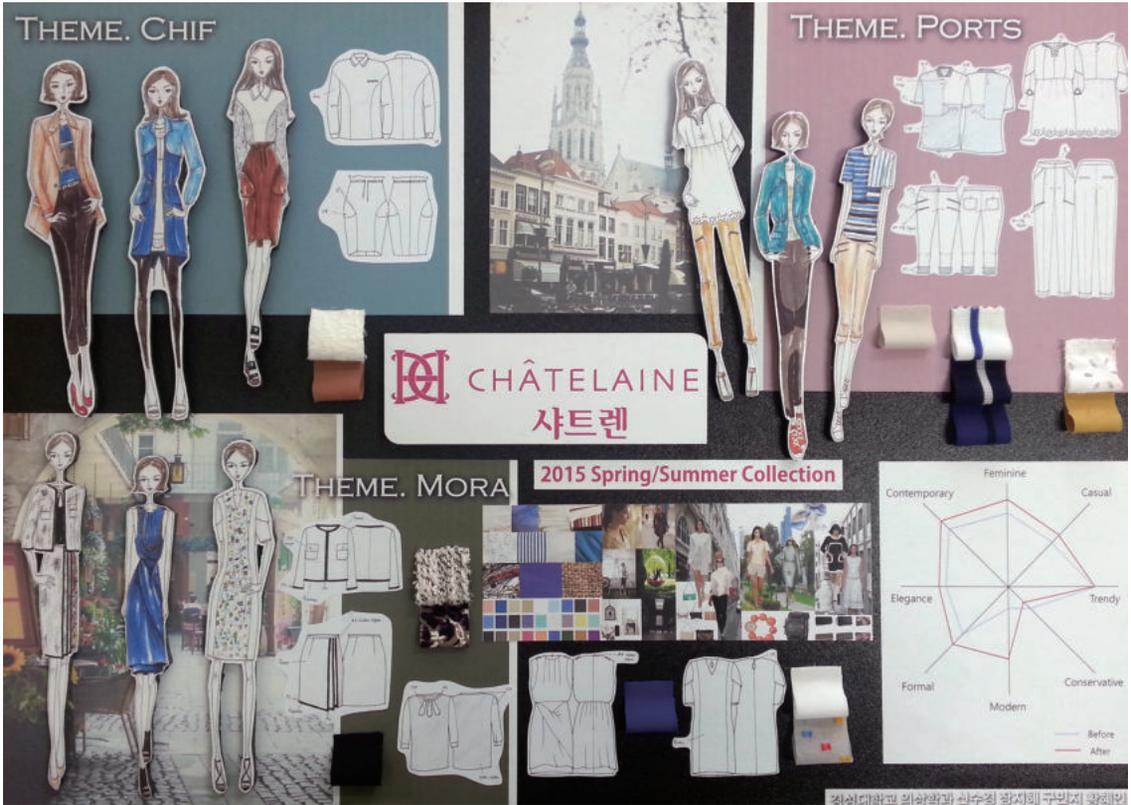


비키 장보윤, 박두리, 이진경, 이소민, 김익현(고려대학교)



비키 정민석, 진가영, 김소담, 박지은(대구가톨릭대학교)

장려상



샤트렌 신수경, 구민지, 장지혜, 황혜인(경성대학교)

SEGMENTATION

세련된 문화를 추구하는 20~30대 여성을 타겟으로 하여 세련되고 편안한 디자인을 추구하며, 고급스러운 소재와 실용적인 디자인을 강조한다. 또한, 다양한 컬러와 패턴을 활용하여 시각적인 흥미를 유도한다.

MARKET POSITIONING PRICE / IMAGE

SPORTY and HIGH PRICE

가성비와 품질을 모두 갖춘 고급스러운 브랜드로, 고객에게 높은 가치를 제공하는 브랜드로 자리매김한다.

Culture & Social Relationship Oriented

Luxure Wear

가성비와 품질을 모두 갖춘 고급스러운 브랜드로, 고객에게 높은 가치를 제공하는 브랜드로 자리매김한다.

IMAGE POSITIONING

세련되고 편안한 디자인을 추구하며, 고급스러운 소재와 실용적인 디자인을 강조한다. 또한, 다양한 컬러와 패턴을 활용하여 시각적인 흥미를 유도한다.

PRODUCT

1. 스포츠웨어와 캐주얼 웨어를 결합한 디자인
2. 세련된 디자인을 추구하며 스포츠와 캐주얼의 경계를 허무는 디자인
3. 스포츠웨어와 캐주얼 웨어를 결합한 디자인

PRICE

1. 가격 경쟁력을 확보하는 전략
2. 세련된 디자인을 추구하며 스포츠와 캐주얼의 경계를 허무는 디자인

PLACE

가성비와 품질을 모두 갖춘 고급스러운 브랜드로, 고객에게 높은 가치를 제공하는 브랜드로 자리매김한다.

PROMOTION

가성비와 품질을 모두 갖춘 고급스러운 브랜드로, 고객에게 높은 가치를 제공하는 브랜드로 자리매김한다.



샤트렌 장재윤, 한상아, 문지현, 김아영(충북대학교)

장려상

SUAVE CONFIANCE by CHATLAINE **D HANSUNG** 2015.02.15

"자기 개발과 문화활동을 통해 자신을 구질 올리고 그 속에서 자연스러운 명과 합리적 소비를 지향하는 소비자를 위한 도넛의 시크 감성의 유아하고 알맞은 사르넨 2015 S/S."

TARGETTING

나이	성별	생활 고지
20-30대	남성 / 여성	도시 생활 / 직장 생활 / 주말 생활 / 휴가 생활
직업	전문직 / 자유업	사무직 / 프리랜서 / 자영업
취향	문화생활 / 스포츠 / 여행 / 쇼핑	자연 / 도시 / 해외 / 국내

TREND & NEW PATTERNS

- 스타일링 다양성 증가
- 색채의 다양성
- 패턴의 다양성
- 소재의 다양성
- 디자인의 다양성

MARKETING STRATEGY

- 비스킷류 광고의 광고
- SNS를 통한 홍보
- 팝업 샵을 통한 홍보
- 카탈로그를 통한 홍보
- 신상품을 통한 홍보
- 친환경을 통한 홍보

IMAGE, COLOR, FABRIC MAPS

2015 S/S COLLECTION SUGGESTION

샤트렌 연주영, 심희라, 서민선, 양초아, 조영은(한성대학교)

TASTE SKONO **4. Place** Published by 이삭줍기

1. Place

2. Place

3. Promotion

4. Price

1. Place

2. Place

3. Promotion

4. Price

PRODUCT LINE

love me

passion me

mini me

스코노 황남기, 윤순민, 이효경, 박소민, 이지아(한양대학교)

장려상



스코노 김진주, 정신애, 김유진, 김은지(한세대학교)

Wonderbra

2015 spring/summer

현재 디자인 컨셉

ROMANTIC
LUXURY SEXY

+

MODERN
&
PASTEL

→

새로운 디자인 컨셉 제안

'RE-CREATION
OF
MONDINSKY'

- MONDINSKY (MONDRIAN+KANDINSKY) : 몬드리안과 칸딘스키를 재연한다
- 속옷의 컬러와 패턴의 재조합을 과감하게 사용한 디자인 보다는 단색이나 모던한 디자인의 다양한 속옷이 필요함에 따라 20대의 Fresh한 감성을 바탕으로 디자인 전개

표지 수정 시용안 작가를 추방한 몬드리안의 작품의 세련된 추상적 패턴을 적용하여 입감용 패턴을 디자인한 작품에서 영감을 얻어 20대의 트렌디한 감각을 표현하는 디자인을 통해 입감용 패턴을 완성한다. 칸딘스키의 작품에서는 부드러운 다채로운 컬러를 사용, 새로운 패턴의 재조합을 통한 디자인을 구성

현재 분할, 입감용 요소 + 최스릴 터치, 단순한 재치 = 모던한 입상의 세련된 이미지 형성

SUNGSHIN WOMEN'S UNIVERSITY Best Fashion Marketing

원더브라 김민주, 권지안, 이현아, 정민주, 이연우(성신여자대학교)

장려상

WELCOME TO WONDER TOWN

가톨릭대학교 ABCD팀

SEXY LINE - LADYBURG KISS

SUMMER LIMITED LINE - WONDER THE SEA

BRAND IDENTITY & REPOSITIONING

WONDER PAR

WONDER FLAGSHIP STORE

원더브라 김유지, 김정은, 장상민, 한초희(가톨릭대학교)

경계를 넘어선 T.P.O' 그 중심에 선
SIEG FAHRENHEIT 2015 S/S

SOOKMYUNG WOMEN'S UNIVERSITY
AHN EUNJI & YANG MINJI

남에서 남으로!

TPO에 맞는 적절한 스타일링 제안

자이크 파렌하이트의 주 고객인 '일반남성 고객'을 공략!
그들이 쉽게 스타일링 할 수 있도록 TPO에 따른 코디네이션을 제안해 고객확보

SWOT & 4P

Strength

Opportunity

Threat

4P

Product

Price

Promotion

Place

Marketing 제안

Design 제안

Key word: 일상, 특별함

1. 고객과 소통하는 프로모션을 통한 새로운 발견 기회
'여가서도 자이크 파렌하이트'가 브랜드 콘셉트
-고객을 통한 브랜드의 새로운 TPO인 '남성+이벤트' 발견가능
-특히하고 합리적인 소비의 장점을 살릴 수 있는 장 마련

2. 패션 트렌드 반영과 동시에 브랜드 경쟁력 유지하는 '상용권력'
-브랜드 정체성 유지를 위한 스토리를 유지 혹은 추가
적절한 브랜드+컨셉트 스타일(인테리어+스토어)

3. 브랜드 중심을 갖는 남성 소비자의 급증에 따른
코스튬화제와 어울려야만

4.TPO에 따른 스타일링을 통해 남녀 고객 모두 만족
일상을 위한 기능성 및 유행성 스타일링과 이벤트 스타일링의 차별화
다양한 기능성/유행성/유행의 접목+패시 디자인

5. Personal color진단을 통한 고객별 맞춤형 맞춤복 제안
고객 개인의 니즈를 파악한 고객 맞춤 실용

6. place와 promotion을 동시에 충족시키는 컨셉을 마케팅
복합문화 공간을 통한 소비자에게 즐거움 선사

Theme01. It's real life

Theme02. Man of men

자이크파렌하이트 양민지, 안은지(숙명여자대학교)

장려상

한양대학교 의류학과 박보영 소희연 서영은 김철희

FILA

STRATEGY 01

1. 브랜드를 반영한 패턴 시공
2. 기능성 소재의 시공 용기
3. 레저리스타일을 반영한 디자인

STRATEGY 02

"ETHICAL FILIA" PROJECT

1. FILA STORY BOOK
2. FILA COLOR PARTY
3. FILA STYLING

COLOR YOUR LIFE PROJECT

건강한 라이프스타일을 위한 1 WEEK 스타일 지침서, FILA와 함께하는 COLOR YOUR LIFE PROJECT.

YOUR FILA PERFORMANCE

SUNRISE

SUNSET

YOUR FILA SCHEDULE

STRATEGY 01

STRATEGY 02

STRATEGY 03

힐라 소희연, 박보영, 서영은, 권철희, 남세현(한양대학교)

FILA 2015 S/S Collection Proposal "The Narcissist"

Designed by 고려대학교 강희경 김상백 김혜성 엄정용

Market Trend

Marketing Strategy

SWOT Analysis

Product Lineup

Customer Service

힐라 김량언, 강희경, 김상백, 김혜성, 엄정용(고려대학교)

장려상

호남대학교 패션디자인 학과
김화영 정혜리 이하정

2014년 한국의류학회 패션상용기획 콘테스트

STP

Segmentation 시장 세분화

Targeting 표적화

Positioning 표적세팅

SWOT

Strengths 강점

Weaknesses 약점

Opportunities 기회

Threats 위협

4P 분석

Product 상품전략

Price 가격전략

Place 유통전략

Promotion 판촉전략

카파 강화영, 정혜리, 이하정(호남대학교)

2015 S/S SNACKY POP PROJECT

KAKKIDS THE KAPPA-KIDS

CHUNGNAM NATIONAL UNIVERSITY 김지연 유희승 황민영

2015 KAKKIDS S/S COLLECTION

개막의 이탈리안 레리디지 감성과 스내클의 FUN한 요소를 더해 2015년 S/S 컬렉션을 기획하였다. 운동중복에 따른 3가지 라인업을 통해 아이들에게 가치와 함께하는 운동의 즐거움과 활력을 부여한다.

TARGET AGE: 5~10세

운동 시작 시기가 빨라짐에 따라 부모와 함께 운동을 하는 어린이 증가

일상생활이나 운동상황에 맞게 입을 수 있는 캐주얼한 자켓

KEYWORD: PLAY FAMILY FUN SPORTS ACTIVE

CONCEPT IMAGE

SNACKY POP

남네노스 모두 즐기고 사랑하는 'SNACKY'

유아러스하고 귀차스러운 감각의 'POP!'

Promotion

스네 자켓이 트렌트

자켓이 주는 시원함과 스펀지 컵을 같이 아이들에게도 적용 가능하도록 디자인을 하고 디자인 스타일은 밝고 유쾌하고 친근한 느낌으로 구성 가능하도록 디자인한다.

가방 APP개발 '명함양도형'

카파가 주목할 만한 아이들 용품을 개발하고 있다. 이번 시즌에는 유아용 가방을 개발한다.

FABRIC

LINE 2# KAMMY

LINE 1# KAPPY

LINE 3# KAMILY

COLOR

FABRIC

카파 황민영, 유희승, 김지연(충남대학교)

장려상



카파 이재연, 최은혜(안동대학교)



크로커다일레이디 송효정, 황지민(숙명여자대학교)

장려상

충북대학교 이지혜, 최예지, 흥지아

Brand Identity

Positioning

Product

Price

Segmentation

Targeting

Place

Promotion

New Shangrila

CROCODILE LADIES

Indigo Touch

크로커다일레이디 흥지아, 이지혜, 최예지(충북대학교)

2015 Spring & Summer CROCODILE LADIES

NORDIC - CROCO

BIZ-CASUAL

SPORTS-CASUAL

NORDIC - CROCO

COCO SPARKLING

Blooming Garden

크로커다일레이디 안수빈, 안아람, 박정빈, 김은빈(상명대학교)

장려상

2015 S/S SEASON TREND REPORT



2015 S/S 태평직물 뉴 트렌드 제시
 새롭게 떠오르는 Convergence, 융합이라는 큰 주제를 유기적인 흐름으로 풀어보았다
 본래의 것과 새로운 것의 조화와 공감, 그 속에서 나오는 아름다움을
 시대에 걸맞은 신 공감적 트렌드로 제안해본다.

Tropical Glam

원초적인 대지의 모습을
모티브로한 테마
 S/S시즌에 어울리는 통통 튀는 컬러에
 꾸준히 유행하는 **패시벨** 풍을 덧입혀
자연의 화려함과
 고급스러움을 그대로 담아내었다.
 클래식하면서도 패턴과
 과감한 컬러를 사용해
 밋밋하지 않고 생기있는 연출을 도출한다.

COLOR

COORDI PLAN

트로피컬한 느낌의
 잎사귀를 리믹스해 만든
 원색 포인트 컬러의 패턴

패턴에서 모티브를
 얻은 굵은 패턴
 내부의 컬러풀한 요소들로
 열대의 느낌을 강코

FABRIC DESIGN

Kinetic Illuminate

**인간의 기술적인 부분과 자연의
 신비로움이 조화되어주는 E-human 테마**

COLOR

자연과 인공을 포괄하는 **Blueish green**을 키워드로 제안
 몇 시즌째 블루 컬러의 영향력이 꾸준히 확대되었고,
 2015년 가장 트렌드한 컬러인사이클로
 신인류라는 미래적인 주제에 가장 적합하다.

FABRIC DESIGN

무엇이고, 어디서, 어디서와 반짝이는 요소들을 통해
 자연과 인간이 공생하는 모습을 잘 표현해 준다.

무성한 잎과 싹의
 해묵은 색상을 믹스 시킨
 감성적이고 유니크한
 원주 모티프의 패턴

인공이라는 주제에서
 작업과 용 모티프로하여
 자신만의 기호로 잘
 표현된 디자인

COORDI PLAN

New Cosmopolitan

**현대적인 감성을 녹여내어
 세련된 질제미를 느낄 수 있는 스포티브한 테마**

PATTERN

불규칙 속의 규칙을 찾아 모던하게,
비정형의 패턴을 정형화 하고
 알맞은 흐름을 캐트려 시간적 흥미를 유발하는
 역티피하고 감각적인 Movement를 가진
 유니크한 패턴을 완성

패각과 착시, 변형들을 통해서
 연속성과 리듬감을 부여

COORDI PLAN

정원적으로 나아가는
 느낌의 패턴에
 50%에 어울리는
 시원한 컬러를 사용해
 운동감을

FABRIC DESIGN

모노톤의 기본 패턴에
 변형패턴을 덧입혀
 정형화하면서도 세련된
 느낌을 준다.

태평직물 이영주, 조은별(충남대학교)

수상자 명단

브랜드상

1. 노스페이스 – 최다혜, 김담, 김세리(덕성여자대학교)
2. 돌실나이 – 박민정, 김경하, 곽은지, 김다빈(명지대학교)
3. 비키 – 정효희(상명대학교)
4. 샤프렌 – 우은총, 정규원, 이예지, 유민지(이화여자대학교)
5. 스코노 – 함영주(홍익대학교)
6. 원더브라 – 이슬아, 김지혜(한양대학교)
7. 지이크파렌하이트 – 김가영, 성혜리, 손성미, 정다은(호남대학교)
8. 휠라 – 이혜린, 이주희, 임혜정, 김소연(한양대학교)
9. 카파 – 최문정, 김명지, 이주영(덕성여자대학교)
10. 크로커다일레이디 – 정다희, 주향나, 민혜린, 김슬기, 이수빈(이화여자대학교)
11. 태평직물 – 전연주, 고윤지, 이혜인, 이윤재, 장민선(한성대학교)

장려상

1. 노스페이스 – 방수지, 김민지, 문지현, 권보현, 박윤미(한성대학교)
조은비, 양윤정(한성대학교 한디원)
2. 돌실나이 – 황태희, 김지수, 맹지현, 안효리, 연주아(고려대학교)
심은정, 안서희, 안동주, 신지연, 오지혜(배재대학교)
3. 비키 – 장보윤, 박두리, 이진경, 이소민, 김익현(고려대학교)
정민석, 진가영, 김소담, 박지은(대구가톨릭대학교)
4. 샤프렌 – 신수경, 구민지, 장지혜, 황혜인(경성대학교)
장재윤, 한상아, 문지현, 김아영(충북대학교)
연주영, 심희라, 서민선, 양초아, 조영은(한성대학교)
5. 스코노 – 황남기, 윤순민, 이효경, 박소민, 이지아(한양대학교)
김진주, 정신애, 김유진, 김은지(한세대학교)
6. 원더브라 – 김민주, 권지안, 이현아, 정민주, 이연우(성신여자대학교)
김유지, 김정은, 장상민, 한초희(가톨릭대학교)
7. 지이크파렌하이트 – 양민지, 안은지(숙명여자대학교)
심현정, 민지영, 양송현(덕성여자대학교)
8. 휠라 – 이승민, 나현철(청주대학교)
소희연, 박보영, 서영은, 권철희, 남세현(한양대학교)
김량언, 강희경, 김상백, 김혜성, 엄정용(고려대학교)
9. 카파 – 강화영, 정혜리, 이하정(호남대학교)
황민영, 유희승, 김지연(충남대학교)
이재연, 최은혜(안동대학교)
10. 크로커다일레이디 – 송효정, 황지민(숙명여자대학교)
홍지아, 이지혜, 최예지(충북대학교)
안수빈, 안아람, 박정빈, 김은빈(상명대학교)
11. 태평직물 – 이영주, 조은별(충남대학교)

입선

1. 돌실나이 – 원유진, 김영란, 최아랑(강릉원주대학교)
우성호, 김지은, 류도연, 이여린(충북대학교)
2. 비키 – 정다운, 박가영, 박주희, 정은수(호남대학교)
양혁주, 정유미(청운대학교)
반가운, 엄지수, 박정민, 권소진(충북대학교)
3. 스코노 – 이채영(서울대학교)
이수혁, 김동영, 박세제(명지대학교)
김성은, 정다운(서울대학교)
4. 원더브라 – 김고운(서울대학교)
김수지, 이태규, 김경애, 김나래, 최아영(대구가톨릭대학교)
송창환, 김송이, 양진영(전주대학교)
이상희, 이다영(중앙대학교)
5. 지이크파렌하이트 – 성유주, 김다솜, 원혜미, 문예지(계명대학교)
신소정, 성미경(강릉원주대학교)
6. 휠라 – 한혜미, 이수진, 하수인, 김수현(계명대학교)
조다혜, 박한나(호남대학교)
차슬기, 고희수, 임유연, 김초롱, 최현지(부산대학교, 동의대학교, 경성대학교)
고병태, 김빛나, 서혜원(전주대학교)

심사위원

2014년도 패션상품기획콘테스트 기획위원

회 장 : 유효선(서울대학교)
위원장 : 하지수(서울대학교)
위 원 : 김양희(인하대학교)
유혜경(인천대학교)
이규혜(한양대학교)
이승희(숙명여자대학교)
이진민(신구대학교)
임은혁(성균관대학교)
최미영(덕성여자대학교)

1차 심사위원

위 원 장 : 하지수(서울대학교)
심사위원 : 김양희(인하대학교)
유혜경(인천대학교)
이규혜(한양대학교)
이승희(숙명여자대학교)
임은혁(성균관대학교)

2차 심사위원

후원 협찬 브랜드 임원 및 부서장

