

## □ 경진대회 신청서 작성 유의사항

### ※ 작성시 유의사항

- 안내사항 미숙지로 인한 불이익에 대하여 주최 측은 책임지지 않습니다.
- 1. 가급적 글씨체는 맑은고딕, 글자크기는 13포인트로 작성
- 2. 본 창업아이디어 경진대회 사업계획서 내용은 총 10page 내외로 작성
- 3. 설명을 보충하기 위해 필요한 사진 또는 도면이 있을 경우 첨부(단, 3page 내)
- 4. 본 서식은 일반서식(예시)으로서 필요에 따라 일부 변경 가능
- 5. 제출된 창업계획서는 접수 및 심사과정에서만 비밀이 유지되므로, 핵심기술이나 산업재산권에 해당되는 내용은 발표심사시 구체적으로 설명
- 6. 신청방법 : 홈페이지 공지사항에 첨부된 신청서 및 계획서 작성 후 이메일 제출  
제출 시 메일 제목과 파일명 '**SW창업아이디어 경진대회 사업계획서 팀명**'
- 7. 서류심사 통과자에 한해 PPT발표자료 제출 요청(2025.8.26.일 이후 개별 안내)

[붙임 1] G-RISE: SW 창업아이디어 경진대회 참가 신청서

[붙임 2] G-RISE: SW 창업아이디어 경진대회 사업계획서

## [붙임 1] SW 창업 아이디어 경진대회 참가 신청서

## 「국립순천대학교」

**G-RISE: SW 창업아이디어 경진대회 참가 신청서**

창업 아이템		딥러닝 기반 맞춤형 패션 추천&코디 알고리즘 퍼스널컬러와 스타일 통합 AI 솔루션		
팀 명		Personal Clothes		
대 표	소속대학	순천대학교	성 명	이훈제
	학 과	IT-Bio 융합시스템전공	학 번	1250182
	연 락 처	010-4087-8920	E - M a i l	20204389@s.scnu.ac.kr
팀 원	성 명	학 과	학 번	연 락 처 E-Mail
	임영선	인공지능공학부	20204387	010-4185-9934 ddadu9@naver.com
	안호영	멀티미디어공학부	20204328	010-9687-1714 ah01222@naver.com
	박영아	IT-Bio 융합시스템전공	1250071	010-3153-2488 asd0220@naver.com
	이정호	멀티미디어공학부	20204337	010-8995-8970 qwe5380@naver.com

## - 개인정보 수집 · 이용 동의 -

개인정보 수집 및 이용에 대한 안내를 읽고 **개인정보활용에 동의할 경우 신청인에 서명하여 주시기 바랍니다.**

- 수집·이용 목적 : 경진대회 수상자 선발 및 관리
- 수집 항목 : 경진대회 수상자 선발 및 관리에 필요한 개인 인적 제반사항
- 개인정보 보유 및 이용 기간 : 동의일로부터 5년간
- 개인정보 수집 및 이용에 관하여 거부 할 수 있으며, 거부할 경우 프로그램 지원에 불이익이 있을 수 있습니다.
- 전북대학교가 장학금지원 등과 관련하여 본인의 개인정보를 수집·이용하거나 제3자에게 제공·조회하고자 하는 경우에는 『개인정보보호법』 제15조, 제17조, 제24조, 『신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률』 제32조, 제33조 및 제34조에 따라 본인의 동의를 얻어야 합니다.

상기 내용을 확인하고 동의하여 국립순천대학교

G-RISE: SW 창업 아이디어 경진대회 참가 신청서를 제출합니다.

※ 붙임 1. 사업계획서 1부.

2. 발표자료(PPT) 1부.

2025년 08월 21일

대표자 성명 : **이 훈 제** 서명 또는 인 **이 훈 제****국립순천대학교 창업지원단장 귀하**

[붙임 2] SW 창업 아이디어 경진대회 사업계획서

## 「국립순천대학교」

**G-RISE: SW 창업아이디어 경진대회 사업계획서****창업아이디어 요약서**

아이템명	딥러닝 기반 맞춤형 패션 추천&코디 알고리즘 퍼스널컬러와 스타일 통합 AI 솔루션
팀 명	Personal Clothes
사업개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (1-1) 창업동기 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 패션 추천 시스템은 트렌드 및 구매 데이터에만 집중하여 개인의 신체 특성을 반영하지 못하는 한계가 있음</li> <li>• 이로 인해 색상 미스매치 등 온라인 패션 쇼핑에서 20~25%의 높은 반품률 문제가 발생하고 있음</li> <li>• AI 기술 발전과 함께 Z세대 및 밀레니얼 세대를 중심으로 맞춤형 패션 추천에 대한 수요가 급증하고 있음</li> </ul> </li> <li>○ (1-3) 사업내용 및 특성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• AI 기반 이미지 분석 기술을 활용하여 퍼스널컬러(16분류)와 패션 스타일을 동시에 구현하는 정밀 개인 맞춤형 패션 추천 시스템임</li> <li>• HSV, LAB 등 색상 공간을 활용한 객관적인 색채 분석으로 90% 이상의 정확도를 목표로 하며, 이는 주관적인 태그 방식의 경쟁사와 차별화됨</li> <li>• TPO(시간, 장소, 상황) 기반의 상황 인식 기능을 도입하여 약 7,200개의 대화 데이터셋을 기반으로 실용적인 웃자림 추천이 가능함</li> <li>• 세계 최초로 절차적 지식 생성 학습 기술을 적용하여, 질문의 목적이 모호해도 AI가 스스로 지식과 답을 탐색하는 '자비스'와 같은 지능형 시스템을 제공함</li> </ul> </li> </ul>
보유기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (2-1) 보유기술의 수준 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 얼굴 분석을 위해 Dlib의 랜드마크 검출 모델과 BiSeNet(Bilateral Segmentation Network)을 활용하여 얼굴의 주요 부위를 정밀하게 분할함</li> <li>• 분할된 각 부위(피부 0.7, 머리카락 0.15 등)에 가중치를 적용하여 색상 특징값의 가중 평균을 산출하고 K-means 클러스터링을 통해 분류 기초 데이터를 확보함</li> <li>• 의류 스타일 분류를 위해 ResNet, ConvNext, Swin Transformer 등 다양한 모델을 백본 아키텍처로 사용하는 전이 학습을 적용함</li> </ul> </li> </ul>

사업계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 순실 함수로는 CrossEntropyLoss와 적응적 Label smoothing을 결합하여 과적합을 방지하고 모델의 일반화 성능을 높임 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (2-2) 기술의 파급효과 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 과학적 분석을 통해 온라인 패션 쇼핑의 '색상 미스매치' 문제와 과도한 반품률을 근본적으로 개선할 수 있음</li> <li>• 추천 정확도 향상으로 실구매 만족도가 높아져 사용자 재방문 및 재구매율 증가 효과가 예상됨</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ (3-1) 목표시장 규모 및 전망 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025년 약 50조 8천억 원 규모의 국내 온라인 쇼핑 시장 내 20% 이상을 차지하는 패션 분야를 목표로 함</li> <li>• 주요 타겟은 개인 맞춤형 서비스 선호도가 매우 높은 Z세대와 밀레니얼 세대(15~35세)</li> <li>• 국내외 경쟁사들이 AI 추천 기능 도입을 활발히 진행 중이므로, 차별화된 고정밀 AI 추천 시스템에 대한 시장의 수요가 급증</li> </ul> </li> <li>○ (3-2) 사업화 가능성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정량적 색상 분석 기반의 16타입 퍼스널컬러 분류와 딥러닝을 결합하여 기존 추천 시스템 대비 현저히 높은 정확도와 만족도를 제공함</li> <li>• '무료 체험 + 월 구독형 서비스' 모델을 도입하여 초기 사용자 확보와 충성 고객 전환을 목표로 함</li> <li>• 사용자 피드백을 지속적으로 수집하고 학습하는 시스템을 통해 추천 품질이 고도화되어 시장 변화에 유연하게 대응할 수 있음</li> </ul> </li> <li>○ (4-1) 마케팅 전략 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 초기 시장 진입을 위해 무신사, 지그재그 등 국내 대표 온라인 패션 플랫폼과 제휴를 추진하여 폭넓은 사용자 접근성을 확보함</li> <li>• 가격은 월 구독 요금제(3,900원)와 퍼스널컬러 1회 진단(1,900원)으로 구성하여 체험 유도와 장기 사용 전환</li> <li>• 유튜브 쇼츠, 인스타그램, 틱톡 등 20~30대가 주로 사용하는 속품 콘텐츠 중심의 바이럴 마케팅 캠페인을 집중 운영</li> </ul> </li> <li>○ (4-2) 손익예상 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026년 상반기 월 구독자 5,000명 확보를 통해 연간 2억 원 이상의 매출 달성을 목표로 함</li> <li>• 2026년 말까지 유료 가입자를 1만 명으로 확대하여 연 매출 4억 원 이상을 달성하는 것이 단기 목표</li> </ul> </li> </ul>
사업분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (4-1) 마케팅 전략 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 초기 시장 진입을 위해 무신사, 지그재그 등 국내 대표 온라인 패션 플랫폼과 제휴를 추진하여 폭넓은 사용자 접근성을 확보함</li> <li>• 가격은 월 구독 요금제(3,900원)와 퍼스널컬러 1회 진단(1,900원)으로 구성하여 체험 유도와 장기 사용 전환</li> <li>• 유튜브 쇼츠, 인스타그램, 틱톡 등 20~30대가 주로 사용하는 속품 콘텐츠 중심의 바이럴 마케팅 캠페인을 집중 운영</li> </ul> </li> <li>○ (4-2) 손익예상 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026년 상반기 월 구독자 5,000명 확보를 통해 연간 2억 원 이상의 매출 달성을 목표로 함</li> <li>• 2026년 말까지 유료 가입자를 1만 명으로 확대하여 연 매출 4억 원 이상을 달성하는 것이 단기 목표</li> </ul> </li> </ul>

## 1. 창업사업개요

### 1-1. 창업동기

- 기존 패션 추천 시스템은 트렌드 중심의 인기 상품 추천, 사용자 구매 데이터 베이스에만 집중해 개인별 피부톤, 머리색, 눈동자 색 등 개별 신체 특성과 스타일 선호를 충분히 반영하지 못하는 한계가 있음
- 대부분의 서비스는 협업 필터링, 콘텐츠 기반 필터링등 단일 데이터 기반 알고리즘에 의존하여, 색감 등 정교한 개인 특성을 과학적으로 분석하거나 설명하지 못하는 수준에 머무르고 있음
- AI 추천 시스템의 개인화 기능이 최적화된 상품만을 반복적으로 추천하는 사용자의 스타일, 브랜드의 다양성 체험 기회를 오히려 제한하는 알고리즘 버그 문제가 심각하게 지적되므로, 기존 시스템의 스타일 매칭의 정확도가 낮고, 모델 내부가 블랙박스 형태로 설명력이 떨어져 결과에 대한 신뢰성이 높지 않다는 한계가 있음
- 이와 같은 기술적 한계와 알고리즘 편향으로 인해 검증되지 않은 추천 결과는 온라인 패션 쇼핑에서 색상 미스매치 및 개별 신체 특성과 스타일을 반영하지 못하는 문제로 인한 20~25%의 높은 반품률 문제 이어짐
- 또한 AI 기술 발전과 소비자 개성 존중 소비 트렌드에 따라 Z세대 및 밀레니얼 세대가 주도하는 맞춤형 패션 추천 수요가 급증
- 글로벌 패션 기업 임원의 50% 이상이 AI를 핵심 전략으로 선언하는 등, 2025년 이후 개인화 패션 추천 시스템의 비즈니스 가치가 급성장할 것으로 전망됨
- 이런 배경에서 PC(Personal Clothes)는 색채 분석과 딥러닝 모델을 활용해 정확한 퍼스널컬러 진단 및 개인 맞춤 스타일 추천 시스템 개발을 목표로 창업함



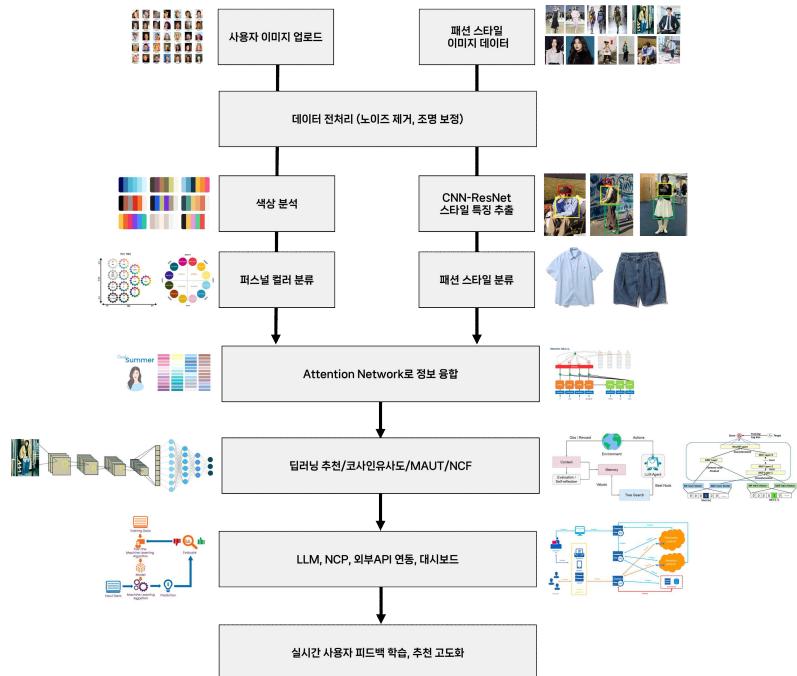
### 1-2. 참여인력의 전문성

- Personal Clothes 창업팀은 인공지능공학부 석사, 학부 4학년들로 구성되어 있으며, 최신 AI 기술과 이미지, 텍스트 분석에 강점을 가짐
- 팀장 이훈제 :  
프로젝트 총괄 및 AI 모델 설계, 데이터 분석을 하며, 딥러닝 기반 이미지 분석과 추천 알고리즘 개발 경험이 풍부한 퍼스널컬러 분류 알고리즘, 의류 분류 및 스타일 추천 모델 직접 설계, 개발 딥러닝 기술과 LLM 기반 텍스트 에이전트 모델을 적용하는 설명력과 대화형 맞춤 추천 기능을 고도화함
- 팀원 이정호 :  
데이터 수집과 전처리를 담당, LLM 기반 자연어 처리 기술을 활용해 사용자 맞춤 추천 문구 스타일 설명 텍스트 자동 생성 시스템 개발을 통한 사용자 경험 개선과 대시보드 구축 역할 수행
- 팀원 안호영 :  
디지털 마케팅과 속품 콘텐츠 기획, SNS 홍보를 담당하여 브랜드 인지도와 초기 사용자 확보를 담당, 사용자 피드백 수집과 캠퍼스 홍보 등 온, 오프라인 마케팅 전략 실행에 핵심적인 역할 수행
- 팀원 임영선 :  
LLM 파인튜닝 및 RAG 시스템 설계 구축 경험 보유, 이를 바탕으로 패션 도메인에 특화된 언어 모델을 개발하고, 사용자의 복잡한 스타일 요구를 정확히 이해하는 대화형 AI 에이전트 구현을 담당
- 팀원 박영아 :  
UI/UX 디자인과 알고리즘 구축을 담당하여, 직관적인 사용자 경험을 제공하는 이 인터페이스 설계와 Transformer 기반 초해상화 모델 연구 경험을 바탕으로 고성능 비전 알고리즘 개발 역량으로 핵심 서비스 구현을 담당

### 1-3. 사업내용 및 특성

- 본 창업 아이템은 AI 기반 이미지 분석 기술을 활용하여, 퍼스널컬러 16분류 체계와 다양한 패션 스타일 분류를 구현하는 정밀 개인 맞춤형 패션 추천 시스템임
- OpenCV, PIL 등 이미지 처리 라이브러리를 활용해 사용자의 피부톤, 머리카락, 눈동자 색상 정보를 자동 추출하며, GrayScale 기반 명도 분석과 HSV 및 LAB 색상 공간을 통해 정확한 톤 분석이 가능함
- CNN과 Transformer 기반 딥러닝 모델로 스타일 특징을 다양한 클래스별로 분류 하며, K-means 클러스터링, 코사인 유사도(Cosine Similarity), NCF 모델 등 추천 알고리즘을 적용해 개인 맞춤 아이템을 정교하게 추천함

- 사용자의 피드백과 행동 데이터를 지속적으로 학습해 추천 정확도를 고도화하고, 실시간 대시보드와 시각화 도구를 통해 추천 결과를 직관적으로 제공함
- HSV, LAB 색상 공간을 활용한 객관적인 색체 분석으로 기준 주관적 스타일 태그 방식에서 벗어나 90% 이상의 정확도를 목표로하며, 경쟁사와 이미지 매칭 기법과 근본적으로 차별화되는 과학적 접근법임
- 얼굴 이미지에서 눈, 불, 눈썹, 등 주요 부위를 분할하고 OpenCV와 딥러닝 기술로 상세 색상 분석과 퍼스널컬러 진단을 3단계 알고리즘 구조로 수행함으로써 콘텐츠 부족 문제를 해결하며 실질적인 개인화 서비스를 제공함
- 퍼스널컬러 분석은 단일 이미지 입력만으로도 즉시 분석 가능하여, 신규 방문자, 비회원, 쇼핑 이력 적은 고객 모두 즉시 스타일 추천이 가능해 실시간 개인 맞춤 경험을 제공



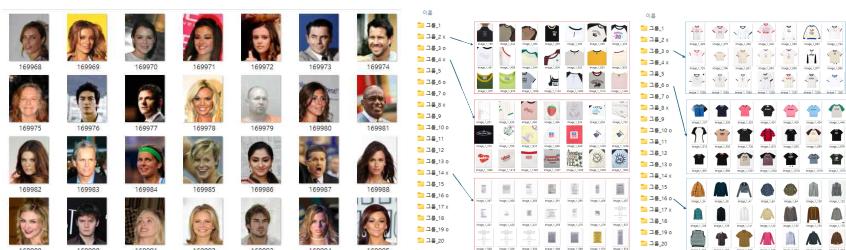
- CNN과 Transformer 모델을 결합한 다중 모달 AI 기술을 적용해, 나이 예측, 리뷰 감정 분석 등 이미지와 텍스트를 함께 고려하는 다중 분석 시스템을 구현함으로써 더욱 정확한 추천 결과를 도출합니다.
- 하이브리드 필터링 기법으로 MAUT(Multi Attribute Utility Theory)를 도입해 사용자 선호도를 사전에 효율적으로 반영하고, 딥러닝 기반 이중 필터링을 통해 최종 추천을 수행하는 자율성장 AI 시스템을 구축

- TPO(Time, Place, Occasion) 기반 상황 인식 기능을 도입하여, 약 7,200여 개의 평균 10년 분량 대화 데이터셋과 2,600여 개 패션 아이템을 기반으로 시간, 장소, 상황에 맞는 옷차림 추천이 가능한 시스템을 구현
- 사용자와의 대화 피드백을 통해 학습 데이터를 점진적으로 축적하여, 지속적으로 개인화된 추천 품질을 높임

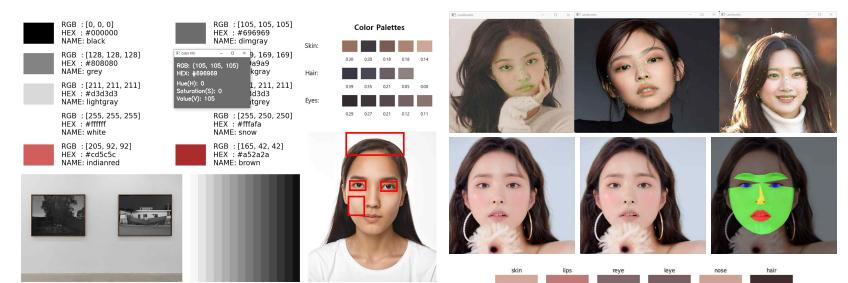
## 2. 개발기술

### 2-1. 기술개발수준

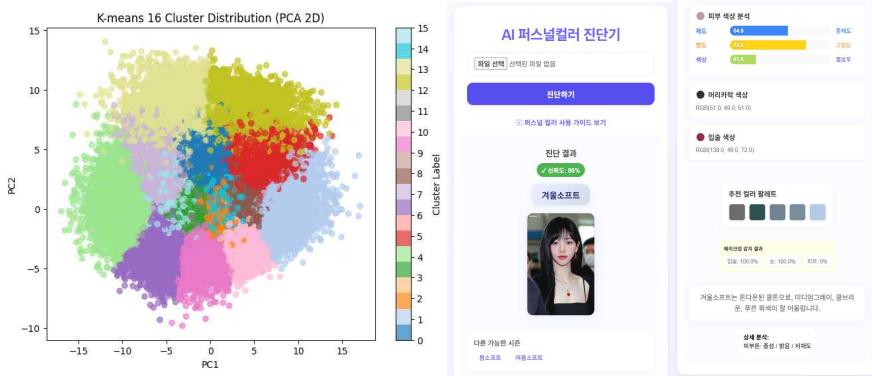
- 다양한 인종, 연령, 배경 조건을 반영한 실제 사용자 얼굴 이미지와 다중 의류 스타일에 대한 이미지 수집완료
- 데이터 품질 확보를 위해 노이즈 제거, 표준 해상도 변환, 색상 불균형 보정, 배경 분리등 전처리 진행완료



- 얼굴 분석 단계로 Dlib의 얼굴 랜드마크 검출 모델(shape\_predictor\_68\_face\_landmarks.dat)을 이용해 한 이미지당 68개의 주요 랜드마크 포인트를 추출
- 이후 BiSeNet(Bilateral Segmentation Network)을 활용해 전체 얼굴 이미지를 세그먼테이션하여, 눈, 불, 코, 머리카락 등 주요 부위별 영역을 분리
- 색상 분석 및 스타일 특징 추출을 위해 HOG(Histogram of Oriented Gradients) 알고리즘을 사용해, 이미지에서 각 영역의 형태, 윤곽선 특징을 수치적으로 분석



- 입력 이미지는 회색조로 변환 후, 셀 분할과 슬라이딩 윈도우 방식을 적용해 다양한 스케일의 히스토그램을 산출하고, 모든 블록 내 히스토그램은 L2 정규화를 통해 독립된 값으로 변환함
- 이미지 특징값 CSV 변환 및 퍼스널컬러 분류 알고리즘 위해 img\_align\_celebr 데이터세트를 활용해 얼굴 이미지를 분석할 때, 각 얼굴의 주요 부위에 대한 지역적 색상 특징값을 정략적으로 추출후, CSV 파일로 변환하여 데이터 분석에 활용
- 추출된 색상 특징값은 퍼스널 컬러 4계절(봄, 여름, 가을, 겨울) 및 16타입 세부 분류를 위한 입력값으로 사용
- 퍼스널컬러 색채 이론에 따라 각 부위별 중요도를 가중치로 적용하여, 피부 (0.70), 머리카락 (0.15), 입술 (0.08), 눈(0.05) 코(0.02) 등 순으로 분할하여, 각 부위별 색상 특징값의 평균을 가중 평균으로 산출함



- 이후 K-means 클러스터링을 활용해 색상 특징값을 기반으로 분류 그룹을 도출하고, 각 그룹내 부위별 색상 평균을 추출하여 퍼스널컬러 분류의 기초 데이터로 사용
- 최종적으로 16타입 퍼스널컬러 분류 알고리즘은 정량적으로 산출된 피부영역 특징값을 임계값 기반 단순 분류 대신, 조건부 점수 시스템과 유클리드 거리 기반 분류를 결합해 구현함
- 의류 이미지를 통한 스타일 분류를 위해 전이 학습 기반 다중 클래스 이미지 분류 모델을 구축함
- 백본 아키텍처로는 ResNet, ConvNext, EfficientNet, Swin Transformer 등 다양한 모델을 실험적으로 적용함
- 대용량 패션 이미지 데이터 세트를 효율적으로 관리하기 위해 Parquet, HDF5 기반의 데이터 처리 시스템과 AMP 최적화를 적용함

- Huggingface 플랫폼의 Marqo/iMaterialist 등 고품질 오픈 의류 데이터세트를 추가 도입하여 의류 고유의 형태, 질감, 디테일, 재질 등 스타일적 특징을 학습함
- 손실 함수에는 CrossEntropyLoss와 적증적 Label smoothing을 결합해, 학습 진행에 따라 smoothing 계수를 점진적으로 감소시키며 과적합을 방지하고, 세밀한 클래스 간 경계까지 학습하도록 함

## 2-2. 기술의 파급효과

- AI 기반 퍼스널컬러 및 패션 스타일 추천 기술은, 각 개인의 신체 특성과 취향을 과학적으로 분석하여 최적의 맞춤 추천을 제공함으로써, 온라인 패션 쇼핑의 '색상 미스매치' 문제와 과도한 반품률을 근본적으로 개선할 수 있음
- 추천의 정확도, 개인화 정밀도가 대폭 향상됨에 따라 실구매 만족도가 높아지며, 반품, 교환 비용은 감소하며, 사용자 재방문 및 재구매율 증가 효과 예상
- 딥러닝 결합 이미지 분석 및 TPO 맞춤형 추천 기능은 단순히 개인의 외적 특성만을 반영하지 않고 사용자의 맥락을 실시간으로 이해해 더 실용적이고 실제적인 추천 경험을 제공
- 이로 인해 사용자는 특정 시간, 장소, 목적에 최적화된 스타일과 색채 코디를 즉시 받을 수 있으며, 원하는 정보를 대화형 인터페이스로 손쉽게 요청하고 수정할 수 있어 실질적인 활용성과 맞춤 만족도 향상이 예상됨
- 이 서비스는 글로벌 패션 이커머스, 소셜 커머스 모바일 앱 등 다양한 플랫폼과 연동으로 플랫폼 사업자에게 경쟁력 있는 개인화 서비스를 제공

## 3. 시장분석

### 3-1. 목표시장 규모 및 전망

- 2025년 국내 온라인 쇼핑 시장은 약 50조 8천억 원, 패션 분야는 전체 온라인 쇼핑의 20% 이상 차지하며 지속 성장세 유지



- 소비층은 주 타겟 Z세대와 밀레니엄 세대(15~35세)로 개인 맞춤형 서비스 선호도가 매우 높음
- 보조 타겟은 20~45세의 직장인 및 패션에 민감한 전문 직군 및 대학생 중심
- 이 세대들은 모바일 기반 쇼핑, 속품 콘텐츠 소비, 인플루언서 추천 등 디지털 환경에서의 상호작용이 구매 결정에 큰 영향을 미치는 특성이 있음
- 패션 상품 구매 시 스타일, 색상, 착용감등 나만을 위한 큐레이션과 실시간 피드백, 소통 경험을 중시하는 점도 뚜렷함
- 국내외 경쟁사(무신사, 지그재그, SSG 등) 및 글로벌 플랫폼(Zalando 등)에서 AI 추천 기능 도입과 고도화가 활발, 차별화된 개인 맞춤형 AI 추천 시스템 수요 급증
- 이처럼 시장 내에서는 단순 인기 상품 나열을 넘어, 개별 소비자의 신체, 취향, 상황을 실시간으로 반영하는 맞춤형 추천 AI 기술이 필수 경쟁력으로 자리 잡고 있으며, 향후 관련 수요와 시장 파급력은 더욱 확대될 전망임

### 3-2. 사업화 가능성

- AI기반 퍼스널컬러 및 스타일 분석 시스템은, 피부톤, 머리카락, 눈 등 신체적인 특성과 개인의 취향을 동시에 정밀하게 분석하여, 기존의 트렌드 위주, 태그 중심의 추천과 명확한 차별화된 개인 맞춤형 추천 경험을 제공함
- 정량적 색상 분석 기반의 16타입 퍼스널컬러 분류와 딥러닝 모델의 결합을 통해, 기존 추천 시스템 대비 현저히 높은 정확도와 만족도로, 반품률 감소과 재구매율 향상에 기여
- 무료 체험 + 월 구독형 서비스 도입으로, 패션 AI 추천 서비스에 대한 고객의 진입 장벽을 낮추며, 초기 유저 확보와 충성 고객전환을 목표로 진행함
- 추천 결과는 실시간 대화와 대시보드를 통한 모바일 연동으로 다양한 채널로 제공하여 사용자 경험을 극대화함
- 추후 지속적인 사용자 피드백 수집과 학습 시스템을 통해 추천 품질과 모델 성능이 고도화되어 시장 변화와 다각화된 고객 요구에 유연하게 대응
- 기술의 진입장벽을 낮추고 정제된 데이터와 딥러닝 TPO 기반 추천 시스템으로 대체 기술 리스크에 강인한 지속 성장 구조를 가짐

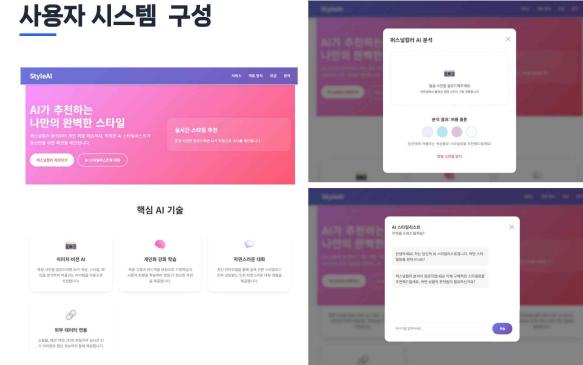
### 3-3. 성장가능성

- 맞춤형 AI 추천 시스템은 온라인 중심 패션 시장의 지속적인 성장과 더불어 초개인화 시대에 맞는 소비자 수요가 꾸준히 확대되는 산업 환경에 잠재력을 가지고 있음
- 국내외 온라인 패션 시장은 연평균 5% 내외의 안정적 성장세를 보이고 있으며,

데이터/AI 기술의 고도화로 인한 중, 장기적 확장성이 높음

- 단순히 개인 고객용 패션 추천에 한정되지 않고 Pet Clothes, Parents Clothes, Public Clothes 등 라이프스타일 전반으로 추천 영역 확장이 가능함
- 데이터와 모델을 재설계할 필요 없이 동일 파이프라인을 응용하여, 제품군 수명주기를 장기화시키고 신규 수익 창출에 유리함

### 사용자 시스템 구성



### 주요 서비스

- 퍼스널 컬러 + TPO 챗봇**  
사진이나 텍스트로 정보를 입력하면 AI가 퍼스널컬러와 상황별 적절한 착장을 실시간으로 추천합니다.  
[시작하기](#)
- 나만의 스타일 큐레이션**  
사용 기록과 평소 선호 아이템을 학습하여 점점 더 정교하고 개인화된 코디 제안을 자동으로 제공합니다.  
[시작하기](#)
- AI 피팅룸**  
신체 치수와 사진을 기반으로 AR과 3D 기술을 활용해 실제 입은 듯한 스타일링을 시각화 합니다.  
[시작하기](#)
- 쇼핑몰 연동 자동장바구니**  
챗봇이 추천한 아이템을 바로 장바구니에 담고 구매까지 연결되는 원스톱 쇼핑 경험을 제공합니다.  
[연동하기](#)
- 나만의 스타일 큐레이션으로 사용자의 착용 기록과 선호 정보, 평소 클릭, 구매 아이템을 AI가 지속적으로 학습해, 점점 더 정교하고 개인화된 코디 제안을 자동으로 제공
- AI 피팅룸 시스템을 도입하여 신체 치수 및 실제 사진 기반으로 AR과 3D 기술을 접목해, 실제 입은 듯한 스타일링을 시각적으로 체험할 수 있는 가상피팅룸 기능을 지원
- 쇼핑몰 연동 자동장바구니를 통해 챗봇이 추천한 아이템을 장바구니에 담아 구매까지 연결되는 원스톱 쇼핑 경험을 제공

## 4. 사업계획

<b>4-1. 마케팅 전략</b>	
- 초기시장 진입전략으로 베타 서비스 출시에 맞춰 국내 대표 온라인 패션 플랫폼인 무신사, 지그재그 등과의 제휴를 적극 추진함	
- 플랫폼 내 입점과 연동을 통해 폭넓은 사용자 접근성을 확보하며, 초기 사용자 모집을 위한 무료체험 이벤트와 프로모션을 병행해 빠른 시장 침투를 폭포로함	
- 제품 및 가격 전략으로 개인 맞춤형 AI 패션 추천의 가치를 강조하여 프리미엄 맞춤형 서비스를 지원함 월 구독 요금제(월 3,900원)으로 패션 추천을 받을수있으며, 퍼스널 컬러 1회 진단시 1,900원으로 체험 유도와 장기 사용 전환을 균형 있게 달성	
- 프로모션 전략을 통해 유튜브 쇼츠, 인스타 그램, 틱톡등 주 타겟층인 20~30대 주요 소비층이 즐겨 찾는 솟품 영상 콘텐츠를 중심으로 한 바이럴 마케팅 캠페인을 기획, 집중 운영	
- SNS 인플루언서, 패션 크리에이터와 협력해 자연스러운 재품 사용 후기와 코디 콘텐츠를 제작하여 브랜드 신뢰도 및 친밀감을 형성함	
- 고객 경험 관리 전략을 사용해 사용자 후기, 행동 데이터, 만족도 조사를 실시간으로 분석해 개인화 콘텐츠 및 추천 알고리즘을 지속 개선하고, 고객 맞춤형 리마케팅과 시즌별 캡슐 컬렉션 제안을 통해 충성 고객 기반을 강화	
<b>4-2. 손익예상</b>	
- 2025년 4분기 베타 서비스 출시 이후. 2026년 상반기에 월 구독자 5,000명 확보를 목표로 하며 이를 통해 월 2000만원 연간 2억원 이상의 매출 달성을 목표	
- 서비스 안정화와 마케팅 강화에 따른 2026년 말까지 유료 가입자 수를 1만 명으로 확대하여 연매출 4억원 이상을 달성하는 것이 단기 목표	
- 중장기적으로 브랜드 제휴 및 B2B API 제공을 통한 데이터 분석 서비스 도입으로 추가 수익원을 창출하여 3년 내 연 매출 20억원 이상을 목표	
- 주요 비용은 클라우드 서버 이용료, 마케팅 비용으로 월 100만원~ 300만원 수준으로 예상됨	
- 수익은 월 구독료, 프리미엄 서비스 판매 등으로 제휴수수료, B2B 데이터 분석 서비스 등을 통한 다각화 수익 모델로 구성	