



# INDEX

## Part 1 외부 환경 조사

01 패션 시장 & 소비자 동향

02 순환 디자인

03 WHY RE-?

## Part 2 내부 환경 조사

01 노스 페이스

02 STP 분석

03 경쟁 브랜드 분석

04 4P 분석

## Part 3 디자인 전략

01 디자인 컨셉

02 디자인 맵

03 작업 지시서

04 일러스트레이션

## Part 4 마케팅 전략

01 SWOT 분석

02 프로모션

03 인플루언서

04 팝업 스토어

05 머천 다이징 플래닝

# Part 1 외부 환경 조사

# 패션 시장 & 소비자 동향

## 패션 시장 동향

### 지속 가능성의 중요성

- 혁신적인 소재
- 창의적인 업사이클
- 빈티지 리메이크



30년된 리바이스 청자켓과 청바지에  
미우미우만의 감성을 담아  
업사이클링한 제품

### 아웃도어 전략

- 활용도 좋은 멀티 아이템
- 스트릿 웨어 소비자 공략
- 다양한 분야와의 콜라보레이션
- 내구성 뛰어난 디자인
- 지속 가능성 실천으로 자연 보호



제주도에 버려진 폐트병을 재활용한 섬유로  
만든 노스페이스의 K-ECO 컬렉션

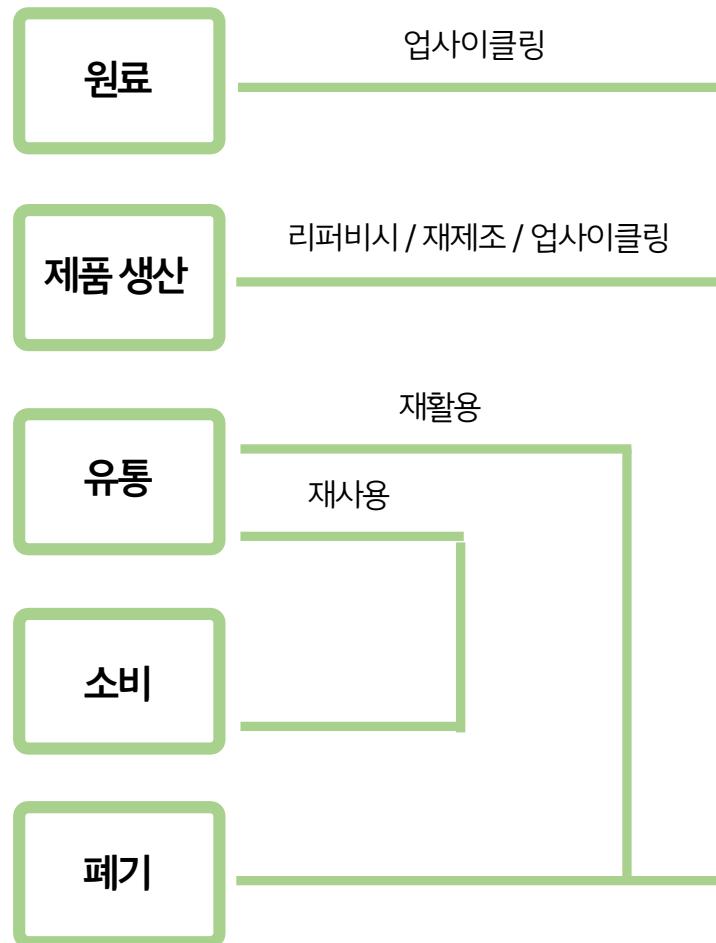
## 소비자 동향

- 코로나로 인해 아웃도어 활동의 증가
- 도시와 자연 모두 어울리는 디자인 추구
- 아웃도어 의류와 라이프 스타일 등 편집 상품 취급 원함
- 오프라인 매장에서는 색다른 경험을 기대
- Z세대는 환경에 가장 민감한 세대



색다르고 재미있는 경험을 추구하는 MZ세대들의 취향을 반영해  
도심 속에서 캠핑 감성을 느낄 수 있도록  
수제 버거 맛집으로 유명한 성수동 버거보이와 협업

# 순환 디자인



# 순환 디자인

## 순환 경제

낭비를 없애고 자원을 지속적으로 사용하는 것을 목표로 하는 경제 시스템  
-> 소비된 뒤 다른 형태로 변형하거나 재활용해 다시 생산품의 형태로 바꿔 새로운 가치를 창출

## 순환 시스템

재사용 , 공유 , 수리 , 재가공 , 재생산 및 재활용  
-> 자원 투입의 사용과 폐기물 , 오염 및 탄소 배출을 최소화

## 순환 디자인

중고품 재판매처럼 제품 생애 주기 연장하는 단순한 방법 X  
-> 여러 재료를 분리해 재사용할 수 있는 방식으로 제작

### 순환 디자인이 기후 변화 대응에 중요한 이유는 ?

더 이상의 추가적인 자원 사용이나 물건의 생산 없이도 경제적으로 가치를 창출해 더 이상 쓰레기 배출이 환경오염을 만들어 내지 않기 때문이다.

# 순환 디자인



버버리 재생 나일론을 활용한  
에코닐 캡슐 컬렉션 공개



구찌 , 순환 생산 비전 담은 컬렉션  
'오프 더 그라드' 론칭



라코스테 , 폐의류 리사이클  
'루프풀로' 선보이다



RE;CODE  
PHILOSOPHY, THIS  
IS NOT JUST  
FASHION

재고 의류의 활용 - 래코드



H&M 리사이클링 시스템  
루프 ( LOOP ) 공개

# WHY RE - ?

[FOR A BETTER LIFE] '재고 상품' 불태운다? 지구 생각 좀 하세요!

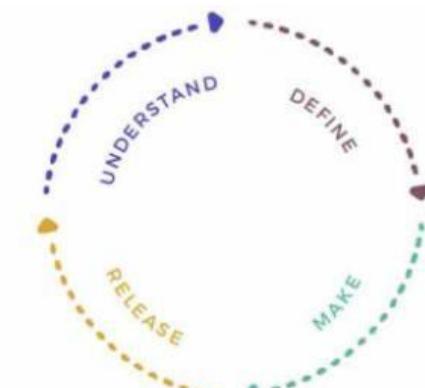
**지구를 병들게 하는 주범 중 하나인 패션 재고. 그 해  
결책은?**

한섬은 그동안 브랜드 관리 차원에서 매년 신제품 출시 후 3년이 지난 재고 8만여벌(60t 가량)을 소각 폐기해 왔다.

지고 있기 때문이다. 실제 땅과 바다에 버려지거나 소각되는 폐의류로 인한 전세계 탄소 배출량은 연간 120억톤으로, 이는 전세계 온실 가스 배출량의 10%에 달한다.



## 원형 디자인 ( Circle Design )



원형 디자인의 원칙 (출처: [circulardesignguide.com](http://circulardesignguide.com))

브랜드 가치 관리를 위해 소각되는 의류재고들은  
심각한 환경 문제를 야기한다.  
패션 업계에 친환경 바람이 불며 의류 재고 처리 문제가 화두로 떠올랐다.

의류를 오래 착용하고 손상된 의류를 수리하며  
수명을 다한 의류를 재활용 또는 새활용 하는 것  
자원 순환을 염두에 둔 원형 디자인 원칙.

# WHY RE - ?

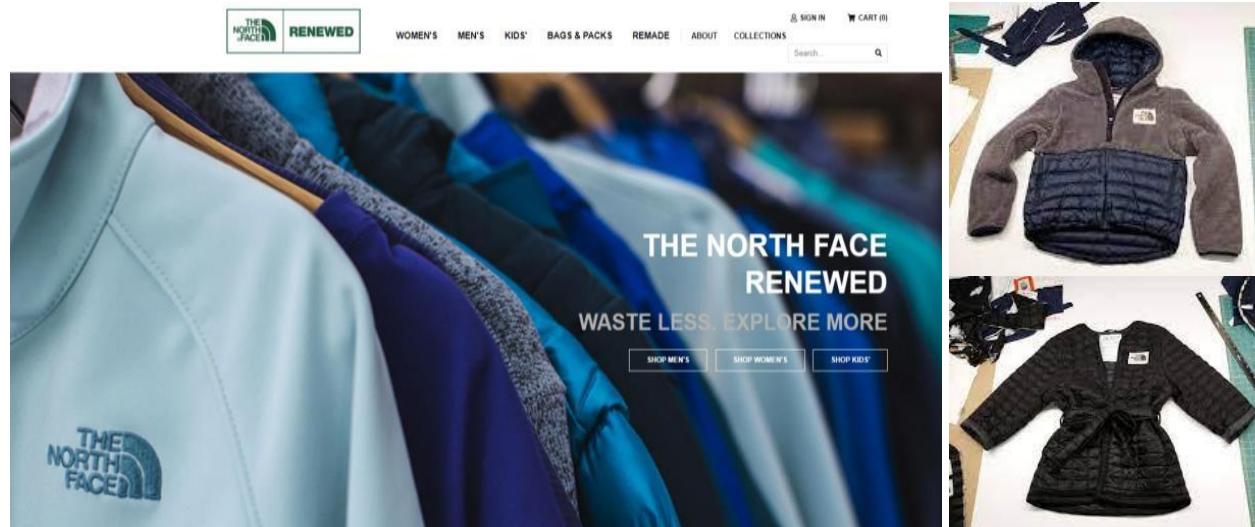
## 레코드 ( RECODE )

: 사라지게 될 대상 문화 ( CODE ) 가 계속 순환한다 ( RE )



- 레코드의 제품들은 코오롱의 재고 의류들을 해체하고 재조합하는 방식으로 제작
- 지속 가능한 패션이 계속해서 각광 받고 있는 가운데, 해당 분야의 선도적 브랜드로서 윤리적 소비와 기업의 CSR 활동에서 모범적인 사례

## North Face Renewed / Renewal Design Residency



### North Face Renewed

- 고객의 오래된 옷을 모아 새것으로 수리한 후 재판매하는 리뉴얼 플랫폼
- 수익금 전부가 환경비영리단체를 지원하는데 사용

### Renewal Design Residency

- 노스페이스의 디자이너들은 일주일동안 재생 디자인 레지던시라는 프로그램에 참여해 옷의 전체 수명 주기와 순환 원칙을 염두에 두고, 의류의 재사용 및 수리를 통해 수명을 연장시킬 수 있는 방법을 배운다

## Part 2 내부 환경 조사

# 노스페이스

## LOGO



요세미타 국립공원의 하프돔을 로고로 형상화

## HISTORY

- 1968 샌프란시스코 등산용품 소매점에서 시작
- 1997 노스페이스 브랜드 국내 론칭
- 2011 데일리 아웃도어 화이트 라벨 론칭

## VISION

사람 / 자연  
노스페이스의 탐험

## MISSION

Yesterday ,  
Today & Tomorrow

## DNA

탐험 정신



# STP 분석

S



코로나로 인해

2020년 아웃도어 브랜드 전성시대  
젊은 층의 아웃도어 활동이 증가하며  
'산린이'와 같은 새로운 소비자의 등장으로  
중장년층에 고정되어 있던 시장이  
전연령층으로 세분화

T



모든 연령층을 아우를 수 있는 제품  
특히, 아웃도어 활동을 하면서도  
스타일을 챙기고 싶은 MZ세대를 겨냥한  
캐주얼 스타일의 등산복

P

노스페이스의 'K-에코 컬렉션'

Sunday, June 13, 2021 | 이정민 기자, mini@fashionbiz.co.kr



MZ세대가

중요시하는 환경과 합리적인 소비를  
충족시키기 위해  
친환경적인 소재를 활용한  
업사이클링 제품 개발과  
리사이클 소재를 활용한 자연 순환 제품 개발

# 경쟁 브랜드 분석

			
TARGET	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기초 중장년 고객층</li> <li>- 2030세대를 타겟을 한 화이트 라벨 및 에코 컬렉션 출시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기초 중장년 고객층</li> <li>- 친환경을 생각하는 소비 문화 정착 및 10 ~ 30대 고객층 확보 노력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2030 세대</li> <li>- 리 테크니컬 웨어</li> <li>- 기능성에 디자인과 패션성을 접목한 상품군 제시</li> </ul>
CONCEPT	<p>사람과 자연의 더 나은 공존을 향한 탐험 가볍고 튼튼하며 몸 편안한 디자인 과학</p>	<p>사람과 자연의 교감 아웃도어 본질을 실현하는 정통 아웃도어</p>	<p>탐험과 발견의 즐거움 흥미진진한 삶을 위한 혁신적인 아웃도어</p>
ECO-FRIENDLY	<p>에코컬렉션 페트병을 재활용한 플라스틱 원사 사용 티볼 총전재를 원료로 사용한 패딩 자켓 판매</p>	<p>버려지는 재고에 창의적인 아이디어 더해 재탄생시킨 의류 판매 지속 가능한 문화를 전파하고 협업을 통해 다양한 프로젝트 전개</p>	<p>‘ 지구의 날 ’ 을 맞이하여 환경을 살릴 수 있는 친환경 반팔 티 출시</p>

# 4P 분석

## PRODUCT



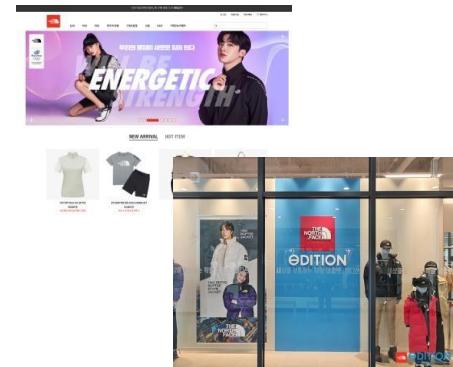
### ENJOY HIKE

옐로우스톤, 사와로 국립공원을 모티브로 디자인된 루즈핏 라운드 티셔츠



다양한 라인과 제품 및  
리사이클 소재 활용  
-> 재미있고 신선한 제품들로  
자사 경쟁력 강화

## PLACE



온 / 오프라인  
모두 다양한 매장 보유

## PROMOTION



환경 친화적 및  
다양한 프로모션을 진행  
-> 소비자의 이목을 끌어  
구매 촉진

## PRICE



기획전 및 세일을 통한  
합리적인 가격 제공

## CONCLUSION

친환경 소재 활용한 다양한 제품 출시 및 환경 친화적 및 다양한 프로모션 진행

## Part 3 디자인 전략

## 디자인 컨셉

**RE - PROJECT : FOR REST AND FOREST**



FOREST\_ 사전적 의미 : 숲 , 산림

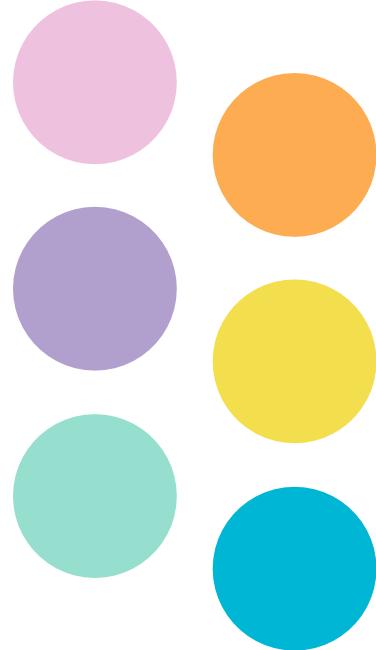
FOR REST\_ 휴식을 위하여

“FOR:REST“ 프로젝트란  
MZ세대를 타겟으로 하여,  
팔리지 않는 재고 의류를 활용하여 새옷을 만듦으로써  
환경 보호를 하여 숲 (( FOREST ) 을 보호하고  
그 옷을 입음으로써 휴식 ( FOR REST ) 뿐만 아니라  
자신만의 시간을 갖는 의미를 가진다



COLOR

UNIQUE  
HIP



FABRIC & TECH

RECYCLE

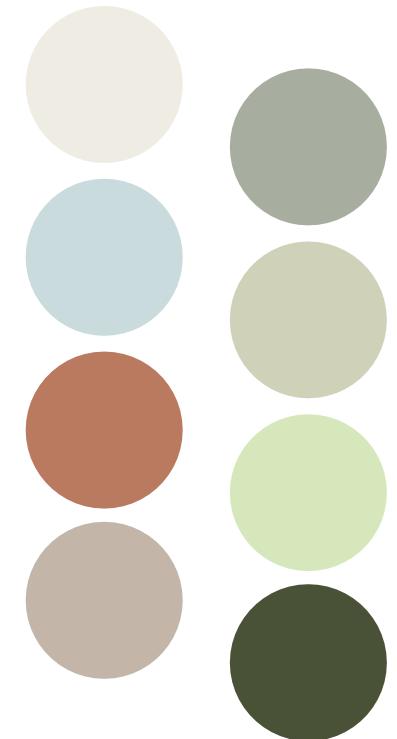
THE NORTH FACE STOCK



봉태규 & 하시시 박



COLOR



EARTH GROUND

FABRIC & TECH

RECYCLE

THE NORTH FACE STOCK





FABRIC & TECH

RECYCLE

THE NORTH FACE STOCK

COLOR

SEA

NATURE



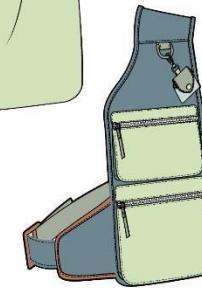
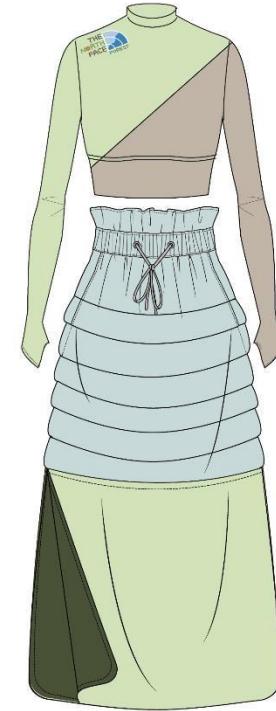
# 작업 지시서

샘플 작업 의뢰서				결 재	금 달	월 장	사 장		
브랜드	노스페이스	시 즌	22 FW		STYLE NO				
아이템	재킷	외피일		NAME					
외피자		남기월							
				사이즈 ( L )					
				A	아래너비	50			
				B	총장	70			
				C	가슴풀비	118			
				D	허리둘레				
				E	립둘레				
				F	립단둘레	120			
				G	소매기장	64			
				H	소내통				
				I	소내보라				
				J	등너비				
				K	앞등길이				
				L	뒤등길이				
				M	암홀				
				N	허벅지				
				O	립허둘레				
				P					
				Q					
				R					
				S					
				T					
작업시 주의 사항				SWATCH					
플리스 재킷의 윗부분과 패딩의 아랫 부부을 연결 가슴에 포켓을 달고 목부터 길게 스냅 단추를 단다				 ECG		 ECG			

샘플 작업 의뢰서				결 재	담당	월 장	사장																																																												
보단드	노스페이스	시 즘	22 FW		STYLE NO																																																														
아이템	스커트	회피일			NAME																																																														
의뢰처		남기일					사이즈 ( L )																																																												
 <p>허리 스트링 추가 작업</p>				<table border="1"> <tr><td>A</td><td>어깨너비</td><td></td></tr> <tr><td>B</td><td>총장</td><td>78</td></tr> <tr><td>C</td><td>가슴풀비</td><td></td></tr> <tr><td>D</td><td>허리둘레</td><td>75</td></tr> <tr><td>E</td><td>힙둘레</td><td>110</td></tr> <tr><td>F</td><td>린반둘레</td><td>125</td></tr> <tr><td>G</td><td>소매기장</td><td></td></tr> <tr><td>H</td><td>소매풀</td><td></td></tr> <tr><td>I</td><td>소매부리</td><td></td></tr> <tr><td>J</td><td>등너비</td><td></td></tr> <tr><td>K</td><td>앞등깊이</td><td></td></tr> <tr><td>L</td><td>뒤등깊이</td><td></td></tr> <tr><td>M</td><td>암홀</td><td></td></tr> <tr><td>N</td><td>허리지</td><td></td></tr> <tr><td>O</td><td>襟취풀비</td><td></td></tr> <tr><td>P</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Q</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>R</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>S</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>T</td><td></td><td></td></tr> </table>				A	어깨너비		B	총장	78	C	가슴풀비		D	허리둘레	75	E	힙둘레	110	F	린반둘레	125	G	소매기장		H	소매풀		I	소매부리		J	등너비		K	앞등깊이		L	뒤등깊이		M	암홀		N	허리지		O	襟취풀비		P			Q			R			S			T		
A	어깨너비																																																																		
B	총장	78																																																																	
C	가슴풀비																																																																		
D	허리둘레	75																																																																	
E	힙둘레	110																																																																	
F	린반둘레	125																																																																	
G	소매기장																																																																		
H	소매풀																																																																		
I	소매부리																																																																		
J	등너비																																																																		
K	앞등깊이																																																																		
L	뒤등깊이																																																																		
M	암홀																																																																		
N	허리지																																																																		
O	襟취풀비																																																																		
P																																																																			
Q																																																																			
R																																																																			
S																																																																			
T																																																																			
작업시 주의사항				SWATCH																																																															
<p>경량 패딩의 몸통 부분을 치마의 윗 부분으로 사용 스커트의 아랫부분과 연결 치마폭을 넓힐 엣트임</p>																																																																			

설 계	달 당	월 간	사 장	
	STYLE NO.	NAME	사이즈 ( L )	
보온드 아이阶层 의뢰처	노스페이스 조거팬츠 회피일	시 춘 22 FW		
		날기 일		
			A 어글리비	
			B 총장	96
			C 가슴풀领会	
			D 허리풀领会	82
			E 힙풀领会	109
			F 틴난풀领会	26
			G 소대기장	
			H 소대통	
			I 소대부리	
			J 둘러비	
			K 앞둘짚이	
			L 뒤둘짚이	
			M 암호	
			N 허리지	65
			O 길휘풀领会	25.5
			P	
			Q	
			R	
			S	
			T	
작업시 주의사항		SWATCH		
푸른 계열의 티셔츠를 조각내 조거 팬츠에 패치 워크 방식 장식		 		







## Part 4 마케팅 전략

# SWOT 분석

- 실용적, 캐주얼 디자인을 접목한 제품
- 뛰어난 품질 및 기능성
- 소비자의 높은 만족과 브랜드 충성도
- 환경을 생각하는 다양한 소재 사용

**S      W**

- 코로나로 인해 야외 활동 증가 및 등산 인구의 급증
- 리사이클링 트랜드
- 인플루언서 마케팅 증가 및 강세

**O      T**

- 상대적으로 높은 가격대
- 젊은 층에 대한 마케팅 강화로 인한 중장년층에 관리 소홀
- '등골브레이커'라는 과거의 부정적 인식 아직 존재

## CONCULUSION - OT 전략

1. 경쟁사 및 새로운 저가 브랜드 시장 진입을  
리사이클링 트랜드를 활용한 새로운 상품 전개
2. 해외 브랜드에 대한 선호도가 높은  
차별화된 인플루언서 마케팅 전개

## CONCULUSION

1. 환경을 생각하는 다양한 소재 개발 및 제품군 전개
  2. 리사이클링 상품 트랜드
  3. 코로나로 인해 야외 활동 증가 및 등산 인구의 급증
- > 아웃도어 트랜드에 맞춘 다양한 제품 전개 필요

## 프로모션

노스페이스  
10 min

안 입는 반팔티로  
에코백 만들기

#FOR:REST  
#REUSE



기존 노스페이스 에디션 블로그에 업로드된  
안 입는 반팔티로 에코백 만들기 자료를 활용하여  
SNS 유저들이 손 쉽게 집에서 영상을 통해 리사이클 할 수 있는 기회 제공  
인증샷 해시태그를 통해 SNS에 업로드시 추첨을 통해 “FOR:REST” 상품을 지급하는 프로모션 진행

# 프로모션

## 인스타그램



인스타그램을 통하여 인플루언서 뿐만 아니라  
소비자들도 쉽게 참여할 수 있는 해시 태그 이벤트를 진행하여  
프로젝트 홍보를 진행

## 인스타그램 스토리 필터



해시 태그 이벤트와 유사하게  
인스타그램 어플에 포함되어 있는 스토리 필터를 사용하여  
대중적으로 많은 사람들에게 친근하게 다갈 수 있도록 한다

# 인플루언서



빈지노 X 스테파니 미초바

가수 활동을 비롯해 미술, 의류까지 다양한 예술 분야에서 활동하는  
아티스트인 빈지노와 모델로 활동하는 스테파니  
빈지노가 전개하는 브랜드는 젊은 세대들에게 큰 관심을 받으며  
구매하기도 힘들 정도의 인기를 자랑한다.  
그들의 영향력은 유기견 입양을 독려하는 등 선한 곳에 사용하고 있다



봉태규 X 하시시박

지구는 말 그대로 우리가 잠깐 빌리는것이라고 생각한다는  
하시시박, 봉태규는 <식벤저스>라는 프로그램에서 남는 식재료로  
새로운 메뉴를 개발하는 '제로 웨이스트' 를 알렸다  
환경과 사회의 다양한 문제에 대해 많은 관심을 보였다.



김용규 X 문수정

취미로다 시작했지만 심각한 바다 오염을 목격한 후  
직접 해양 쓰레기를 수거하기 시작했다.  
바다에서 수거해온 쓰레기는 다시 재배열해  
부부의 SNS에 공유함으로써  
해양 쓰레기의 실태를 일반인들에게 일깨워주고자 한다.

# 팝업 스토어



## 위치

강남구 신사동 가로수길

## 선정 이유

가로수길은 유통산업의 대세

MZ세대가 선호하는 ‘체험 가치’를 제공하는 팝업스토어와 같은 매장 형태가 많아 인기

## 구성

총 4층 / 1~3층은 한 층 씩 각 모델의 테마에 맞게 구성, 4층은 워크샵 공간으로 활용

## 체험·참여형 벤트 <스탬프 이벤트>

내용: 각 층마다 미션을 진행하여

미션 수행 시 스탬프를 지급해, 3개를 모두 모으면 4층 워크샵 공간에서 선물을 제공

미션: ‘FOR ; REST PROJECT’의 주제가 휴식이므로 각층마다 그 층만의 휴식 존재하는데,

그 휴식을 취하는 모습을 #노스페이스 #FOR;REST PROJECT #쉼 을 태그 후

개인 SNS에 업로드하면 미션 수행 CLEAR

1F

## BEENZINO X STAFANIE MICOVA ZONE

유니크하고 힙한 분위기로 1층 매장 분위기 조성

밝고 신나는 음악



상품들을 독특한 소품들과 함께 배치해 딱딱하지 않게 자유롭고 즐거운 분위기로 조성

큰 인기를 얻은 빈지노가 속한 그룹의 굿즈처럼  
노스페이스와 함께하는 굿즈를 만들어 전시

### 1층의 휴식 & 스템프 이벤트 미션 : 음악 감상 & 인증샷

아날로그 감성을 선호하는 MZ 세대를  
턴테이블과 빈지노의 음악들을 비롯해 다양한 LP판들을  
비치해두고 노래 감상하는 것을 태그와 함께  
SNS에 업로드시 스템프를 찍어준다



1F

## 봉태규 X 하시시박 ZONE

### 모던하고 시크한 분위기로 2층 매장 분위기 조성

조용하고 차분한 음악



평소 모던하고 미니멀한 스타일링을 선호하는 부부의 분위기에 맞게  
깔끔한 매장 분위기 조성한다.

플랜테리어를 통해 도심에서도  
편한 휴식을 취할 수 있게 작은 숲을 조성한다.

## 2층의 휴식 & 스템프 이벤트 미션 : 사진 감상 & 인증샷

하시시박이 찍은 휴식과 산과 관련된 사진들을 모아  
사진전처럼 공간을 만들고  
사진을 감상하는 것을 태그와 함께 업로드시 스템프를 찍어준다.



3F

## 김용규 X 문수정 ZONE

### 바닷가에 온 느낌으로 3층 매장 분위기 조성

파도와 같은 자연의 소리



해양 쓰레기를 활용한 정크 아트를 배치해둠으로써  
고객들에게 호기심과 더불어 해양 쓰레기 문제에 대한 경각심을  
불러일으키고 조형적인 효과도 준다.



노스페이스 폐페트병으로 만든 제품들인 ECO 컬렉션을 “FOR;REST ” 컬렉션과 함께 배치해  
노스페이스가 환경을 위해 꾸준히 노력해왔음을 보여주며 연계 판매 효과를 기대할 수 있다.



### 3층의 휴식 & 스템프 이벤트 미션 : 나만의 키링 만들기

플라스틱을 재활용한 3종의 파츠를 직접 고르고 조립해  
나만의 키링을 만드는 체험을 할 수 있다.  
재료로 활용되는 병뚜껑을 3개 모아 가져오면 스템프를 찍어준다.



4F

## 워크샵 ZONE

업사이클링 클래스를 체험해 볼 수 있는 공간



### 의류 업사이클링 워크샵 ( 참고 -나이키 )



#### 점퍼 백 제작

불량 혹은 오염으로 인해 판매가 되지 않는 의류들을 업사이클링하여 나만의 가방을 만들어보세요.

#### Trash Labs 세션 안내

일시 : 4월 22일 19:00-21:00  
장소 : 서울시 청담동 (개별 안내 예정)  
인원 : 추첨을 통해 7명 선정

[신청하기](#)



#### 파우치 제작

불량 혹은 오염으로 인해 판매가 되지 않는 의류들을 업사이클링하여 파우치를 만들어보세요.

#### Trash Labs 세션 안내

일시 : 4월 15일 19:00-21:00  
장소 : 서울시 청담동 (개별 안내 예정)  
인원 : 추첨을 통해 7명 선정

[신청하기](#)

- 누구나 참여할 수 있는 체험형 이벤트 공간과는 달리 사전 접수자에 한해 소수 인원으로 진행되는 워크샵이 운영되는 층이다.
- 혼자서는 쉽게 해볼 수 없는 워크샵을 진행해야 관심도가 높아지기에 전문가와 관련 기구 및 공구들이 구비되어 있어야 한다.
- 고객에게 참가비나 재료비 부담이 거의 없는 이벤트 형식으로 기획한다.

- 불량이나 오염으로 인해 판매가 어려운, 혹은 재고로 남은지 오래된 노스페이스 제품들을 활용해 업사이클링 워크샵을 진행한다.
- 참가비나 별도의 준비물 없이 업사이클링 제품을 만들어 갈 수 있다는 이벤트로 FOR;REST 프로젝트 홍보와 팝업 스토어에 대한 관심을 이끌어낼 수 있다.

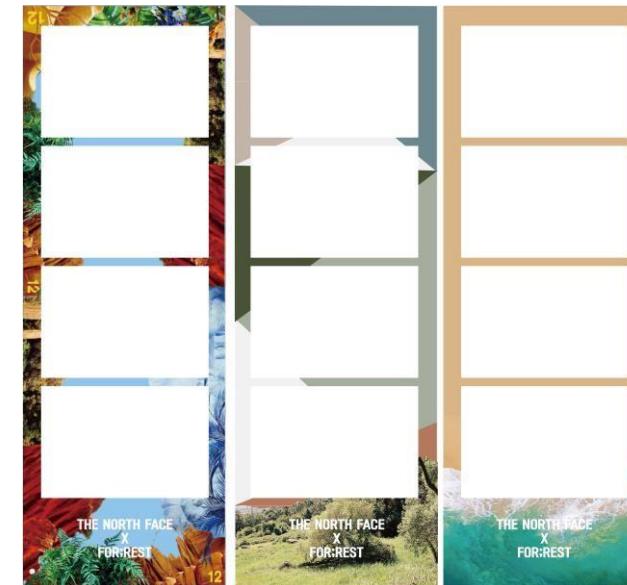
# 팝업 스토어

## 인플루언서와의 콜라보



프로젝트를 함께 하는 인플루언서인 하시시박의  
사진들이 들어간 티셔츠, 가방, 카메라 등 굿즈 판매

## 포토부스 이벤트



각 층의 분위기와 테마의 따라 다른 이미지의 포토 부스 운영  
사진을 촬영하여 출력

# 머천 다이징 플래닝

품목	스타일수	lot	생산물량	생산총액	원가총액	판매가	배수	물량%	스타일수%
재킷	6	10,000	60,000	21,000,000	3,818,182	350	5.5	20 %	20.7%
상의	6	12,500	75,000	17,250,000	3,450,000	230	5	25 %	20.7%
하의	6	10,000	60,000	12,000,000	2,666,667	200	4.5	20 %	20.7%
가방	6	7,500	45,000	8,100,000	2,025,000	180	4	15 %	20.7%
신발	3	10,000	30,000	6,000,000	1,500,000	200	4	10 %	10.3%
ACC	2	15,000	30,000	3,000,000	750,000	100	4	10 %	6.9%
소계	29	65,000	300,000	67,350,000	14,209,848	210	4.5	100 %	100.0%