

# 패션 콘테스트를 위한 온라인 플랫폼 설계

이 미 숙 · 정 경 희<sup>+</sup>

전남대학교 의류학과 교수/생활과학연구소 연구원 ·  
전남대학교 의류학과 학술연구교수/생활과학연구소 연구원<sup>+</sup>

## Design of the Online Platform for a Fashion Contest

Misuk Lee · Kyunghee Chung<sup>+</sup>

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University/Human Ecology Research Institute  
Academic Research Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University/  
Human Ecology Research Institute

(received date: 2024. 10. 22, revised date: 2024. 12. 18, accepted date: 2025. 2. 6)

### ABSTRACT

The purpose of this study was to design an online platform, *'INNO-F'* which addresses the existing issues in fashion contests and provides participants with a creative and sustainable virtual environment. To do so, first, the study reviewed prior studies and analyzed major contest platforms to understand participant needs and platform limitations. The literature review found that successful operation of fashion contests requires enhanced promotion, accessibility, fairness, effectiveness, and sustainability. Although domestic platforms excel in terms of search capabilities and providing community services, they lack the tools to manage contest outcomes and user histories. Based on these insights, the information architecture and graphical user interface (GUI) design of *'INNO-F'* were developed and a prototype created using Adobe XD. This unified online platform is aimed at the entire fashion contest process. It has improved accessibility with dynamic search capabilities, personalized dashboards, and communication tools. Its intuitive navigation; team collaboration features; and an integrated workflow for registration, submission, feedback, and results indicate the platform's usability. Additionally, it prioritizes transparency by providing the evaluation criteria, real-time updates, a way to track participants' submissions. Finally, it is effective and sustainable as it provides personalized services such as portfolio creation and sharing, community features, and a robust database of contest outcomes for future reference. A prototype developed using Adobe XD showcases a user-friendly graphical interface that includes interactive elements. In addressing the critical challenges in contest management, *'INNO-F'* fosters innovation, creativity, and collaboration and also promotes long-term engagement. Thus, this research provides practical solutions for improving contest organization and participation in the fashion industry. Future studies can evaluate the platform's effectiveness in enhancing user satisfaction.

Key words: contest(콘테스트), fashion(패션), online platform(온라인 플랫폼)

## I. 서론

콘테스트는 대중 또는 특정 타겟 그룹을 대상으로 조직이나 개인이 주최하는 시간 제한적 경쟁으로, 협업 및 경쟁 요소를 통해 참가자가 문제에 대한 새로운 제품 또는 서비스 솔루션을 도출하거나 제품 개발에 사용자를 통합하는 강력한 수단이다(Adamczyk et al., 2012; Piller et al., 2004). 패션 콘테스트 또한 신진 디자이너들이 창의성을 발휘하고 브랜드 인지도를 높이며, 업계와의 네트워킹을 촉진하여 창의적인 디자인과 새로운 트렌드를 장려하는 중요한 수단으로 자리매김하고 있다(Garcia-Furtado, 2024; Shoaib, 2024). 이러한 중요성에도 불구하고 많은 콘테스트가 일회성 행사로 끝나거나 차별화된 주제를 제공하지 못하며, 평가 기준의 불명확성으로 인해 신뢰성과 공정성이 부족하다는 평가를 받고 있다. 특히 참가자와 주최자 간의 원활하지 않은 커뮤니케이션, 효율적인 운영 시스템의 부재, 성과물의 활용 부족 등은 콘테스트의 지속 가능성을 저해하는 요인이 되고 있다(Lee & Chung, 2023; Lee & Kang, 2024). 이러한 한계는 디지털 전환과 플랫폼 기술의 발전을 통해 해결할 수 있다. 접근성을 높이고 비용 솔루션을 제공하며, 신속한 피드백과 효과적인 관리를 가능하게 하는 온라인 플랫폼(Boughlala & Smelik, 2024)은 패션 콘테스트에서도 접근성 향상, 포괄적이고 효율적인 콘테스트 운영, 참여 증대, 지속 가능성 강화, 차별화된 사용자 경험 제공 등을 지원할 수 있다. 이는 패션 콘테스트 플랫폼이 새로운 비즈니스 모델과 창의적 생태계를 구축할 수 있는 기반이 될 수 있음을 시사한다(Lee & Chung, 2023).

패션 콘테스트에 대한 연구는 주로 특정 콘테스트와 수상자에 관한 사례 분석(Kim, 1998; Kim, 2015; Kwon, 2015; Lee, 2015; Park, 2015)에 집중되었다가 최근에는 패션 콘테스트 현황, 참여 주체들의 경험과 인식을 다룬 연구가(Lee & Chung,

2023; Lee & Kang, 2022; Lee & Kang, 2024) 이루어졌다. 반면, 온라인 플랫폼과 관련된 연구는 제한적이며, 온라인 커뮤니티가 크라우드소싱 콘테스트 플랫폼에 미치는 영향을 분석한 연구(Ye & Jensen, 2022)만이 수행되었다. 이는 패션 콘테스트 플랫폼 설계에 대한 심층적인 연구의 필요성을 보여준다고 할 수 있다. 이에 본 연구의 목표는 패션 콘테스트를 위한 사용자 친화적 온라인 플랫폼을 설계하는 것으로, 패션 콘테스트 참여 주체들의 니즈를 충족시킬 수 있는 온라인 플랫폼을 개발하여 패션 콘테스트에 대한 접근성과 참가 효율성을 높이고 참가자 경험을 극대화하는 것이다. 이상의 연구 목표에 따른 연구 문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 패션 콘테스트 참가자의 니즈를 반영한 플랫폼의 기능과 서비스는 무엇인가?

연구문제 2: 패션 콘테스트 플랫폼이 갖추어야 할 정보 구조는 무엇인가?

연구문제 3: 패션 콘테스트 플랫폼의 사용자 경험을 고려한 GUI(graphical user interface) 설계 방향은 무엇인가?

연구의 방법은 먼저 패션 콘테스트 온라인 플랫폼에 필요한 요소들을 탐색하기 위해 기존의 패션 콘테스트 관련 선행 연구를 토대로 패션 콘테스트 및 플랫폼이 제공해야 할 주요 기능과 서비스 등을 도출한다. 국내외 온라인 콘테스트 플랫폼을 비교 분석하여 패션 콘테스트에 적합한 디자인과 기능의 인터페이스에 대한 인사이트를 얻는다. 그리고 이상의 연구를 통해 도출한 요구사항과 목표 사양을 바탕으로 패션 콘테스트 플랫폼의 정보 구조도를 설계하여 서비스 및 정보를 체계적으로 구성하고 GUI 디자인 요소를 구체화하며, Adobe XD를 활용해서 사용자의 워크플로를 시각적으로 구현한 디지털 프로토타입을 제작한다.

## II. 패션 콘테스트 참여 주체의 니즈 및 온라인 플랫폼 현황

### 1. 패션 콘테스트 참여 주체의 니즈

패션 콘테스트 온라인 플랫폼에서 제공해야 할 주요 기능과 서비스 등을 도출하기 위해서 참여 주체를 대상으로 니즈, 참여 의도 등을 분석한 연구를 살펴보았다. Antikainen and Vaataja(2010)는 온라인 이노베이션 커뮤니티의 참가 유도를 위한 보상, Cha et al. (2013)은 광고 전공 대학생의 콘테스트에 대한 인식, Walter and Back(2011), Kim and Jun(2012), Lee(2013), Li and Hu (2017), Kim(2023), Yin et al. (2022) 등은 콘테스트 및 클라우드소싱, 오픈 이노베이션의 참여와 성과 등에 미치는 요인들을 분석했다. 이러한 연구들은 콘테스트와 클라우드소싱에 있어서 참여율을 높이고 수준 높은 결과물 생성을 위해서는 인센티브 등의 보상 제공, 신뢰감을 줄 수 있는 개최 주체, 마케팅 및 홍보, 기간, 과업 유형, 전문성 등의 외부 요인과 자기 계발 및 도전 의식 등의 내부 요인 등 참여자의 동기를 유발하기 위한 요인이 필요하다고 지적하였다.

패션 영역에서는 Lee and Kang(2022)의 국내 패션 콘테스트 개최 현황, Lee and Chung(2023)과 Lee and Kang(2024)의 패션 콘테스트 참여 주체들의 참가자 경험과 인식 분석 연구가 수행되었다. 이러한 연구들에서 제시된 과 참여 주체들이 지적한 문제점 및 니즈에 대한 비교<Table 1>를 통해 주목할 수 있는 항목에는 개최 횟수와 주관 및 주최, 커뮤니케이션, 평가 및 포상, 제작 지원 및 성과물 활용, 주제 및 운영에 대한 내용들이 있다. 먼저 개최 횟수의 경우, 개최 이력이 확인되지 않는 콘테스트가 높은 비중을 차지하는데, 이는 참여 주체들이 지적한 일회성 개최 및 공신력 저하에 대한 우려, 지속적 개최로 공신력을 강화하는 것이 중요하다고 인식하는 니즈와 연관된다(Lee & Kang, 2022; Lee & Chung, 2023). 콘

테스트의 정기적인 개최, 연속성은 참가자의 지속적 참여를 장려하고 신뢰성을 구축하는 데 긍정적인 영향(Adamczyk et al., 2012)을 미치기 때문에 개최 이력을 알 수 없고, 일회성으로 개최되는 콘테스트들은 공신력이 낮을 수 있으며, 이는 다시 참가자들이 수상을 통해 스펙을 쌓고, 경력으로 활용하는 데 있어서의 영향력과 신뢰도 감소로 이어질 수 있다. 주관 및 주최에서도 주체들은 기업에 의한 콘테스트 개최를 높은 비중으로 선호하는데, 이는 포상의 규모가 크고 채용 연계, 경력 활용, 제품화 지원 등이 가능하다고 생각하기 때문이다(Lee & Kang, 2024). 커뮤니케이션에서도 많은 콘테스트들이 커뮤니케이션 도구를 제공하고 있음에도 여전히 많은 주체들이 콘테스트 미참여 이유와 불만족 사항으로 커뮤니케이션의 부재를 지적했다 그리고 이를 개선하기 위해 참여 주체들은 SNS와 홈페이지 운영, 통합 관리 플랫폼 구축, 상시적인 피드백 제공, 온오프라인 홍보 강화 등의 필요성을 제기했다(Lee & Chung, 2023; Lee & Kang, 2022; Lee & Kang, 2024). 평가 방식의 경우 현행 콘테스트에서는 주로 전문가 평가 방식을 채택하지만, 참여 주체들은 공정성 부족을 불만으로 언급했는데 평가 과정의 투명성이 부족하고, 수상 결과가 이해관계에 따라 결정되며, 평가 기준이 명확하게 제시되지 않는 점을 문제점으로 지적했다. 참여 주체들은 전문가와 대중의 혼합 평가를 선호하고, 체계적이고 공정한 평가와 심사자와 평가 기준이 공식화되어야 하며, 콘테스트 타겟과 목적에 따른 차별화가 필요하다고 생각했다(Lee & Chung, 2023; Lee & Kang, 2022; Lee & Kang, 2024). 특히 심사 기준과 결과를 공개하면 참가자의 동기를 높이고, 개방성을 통해 편견에 대한 인식을 줄이며, 평가 프로세스의 투명성을 강화할 수 있어서 참가자의 만족도와 시스템에 대한 신뢰도를 높여 반복적인 참여를 촉진할 수 있다(Ebner et al., 2009; Poetz & Schreier, 2012). 따라서 심사 및 시상 기준과 결과를 공개

<Table 1> Summary of Previous Research and Improvements on Fashion Contests

Contest Elements	Status	Perceptions of Participants		Improvements
		Problems	Needs	
Number of times held	Unstated > 1-10 times	One-time event, Decreased credibility	Continuous events, Securing credibility	Irregular & Inconsistent Hosting
Organizer/Host	Companies > Public institutions	-	Companies > Public institutions	
Target	Non-specific target > Specific target	-	Detailed targeting based on purpose	Lack of Communication
Participation method	Individuals > Individual/Team	-	Individuals	
Submission method	Online > Mixed online/offline	-	Online > Mixed online/offline	Evaluation Methods
Duration, Timing	Duration: Mid-term (1-3 months)	Timing: Reasons for non-participation	Duration: Mid-term (1-3 month) Timing: Sep. - Nov., Dec - Feb.	
Communication	Provision	Dissatisfaction with communication functionality, Lack of information: Reasons for non-participation, Insufficient promotion	SNS > Website, Integrated management platform. Flexible feedback, Online/offline promotion	Dissatisfaction with Rewards
Task/Subject characteristics	High > Medium	-	Task design considering purpose and applicants	Participation Costs
Elaboration degree	Idea > Sketch > Concept > Prototype	-	Prototype > Concept > Idea	
Evaluation	Expert evaluation	Dissatisfaction with fairness, Weak transparency/Award distribution, Lack of evaluation criteria	Mixed evaluation by experts and public, Systematic and fair evaluation, Presentation of judges/evaluation criteria, Differentiation by target/purpose, Screening system	Underutilization of Contest Outputs
Awards	Cash prize > Mixed awards	Dissatisfaction with award size / type	Cash prizes, Many award opportunities, High prizes, Recruitment and commercialization	
Prize Amount	₩1 - ₩3 million		₩1 - ₩5 million	
Non-monetary incentives	Goods > Commercialization		Internship recruitment > Sales incentives > Commercialization	
Etc	-	Cost burden (Reasons for non-participation, Dissatisfaction)	Production costs, Production support	Insufficient Participant Motivation
		Lack of utilization of outcomes, Uniform assignment of copyright	Database of outcomes, Copyright negotiation	
		Non-differentiated topics, Lack of trend reflection	Differentiation of topics	Inefficient Organizational Processes
		Administrative convenience, Formal hosting, Lack of revenue generation	Contest design and operation according to task type, Revenue generation	

(Reconstructed by the researcher based on Lee and Chung (2023), Lee and Kang (2022), and Lee and Kang (2024))

하는 것은 콘테스트의 공정성과 투명성을 보장할 뿐만 아니라, 지속 가능성에도 중요한 역할을 한다. 포상에서도 참여 주체들은 규모와 유형 면에

서 불만족하며 더 많은 수상 기회와 높은 상금, 비화폐성 인센티브로 상품 제공보다 채용, 판매 인센티브, 제품화 등 채용 및 경력으로 활용할 수

있는 포상 방식을 선호했다. 그리고 콘테스트 미참여 이유 및 불만 사항으로 참가에 따른 비용 부담 지적했고, 참여의 활성화를 위해서는 제작 지원이 필요하다고 생각했다. 또한, 성과물 활용이 미비하고 저작권 또한 개최기관에 귀속되어 콘테스트에 대한 유효성이 떨어질 수 있어 성과물의 DB화, 저작권 협의가 필요하다(Lee & Chung, 2023; Lee & Kang, 2024). 그 외에도 패션 콘테스트 선행 연구들은 참여 주체들의 니즈에 따라 콘테스트 간 주제의 차별화와 행정편의주의와 형식적 개최가 아닌 과업 유형에 따른 체계적인 설계와 운영, 수익 창출을 통한 지속적 개최 등이 필요하다고 지적했다.

이러한 패션 콘테스트 개최 현황과 참여자들의 니즈는 개최의 불규칙성과 지속성 부족, 홍보 및 커뮤니케이션 문제, 평가 방식과 보상에 대한 불만, 참가 비용 부담, 결과물 활용 부족, 차별화와 동기 부여 부족, 비효율적 운영, 공신력 결여 등이 주요 문제임을 보여준다. 그리고 이러한 문제점은 앞서 살펴본 콘테스트 성공 요건들과도 밀접하게 관련되어 있음을 알 수 있다. 따라서 패션 콘테스트의 목표를 달성하기 위해서는 광범위한 홍보와 참가자의 동기 부여, 통합적 커뮤니케이션 도구의 활용, 콘테스트 신청부터 제출, 심사 과정, 결과 공시에 이르는 통합적이고 조직적인 운영 프로세스가 필요하다. 또한 패션 콘테스트 프로세스의 신뢰성 및 공신력을 강화하고 성과물이 활용될 수 있는 여건을 만들어 이를 기반으로 지속 가능한 패션 콘테스트 참여와 운영이 이루어져야 한다.

## 2. 콘테스트 관련 온라인 플랫폼 현황

패션 콘테스트 온라인 플랫폼 설계를 위해 콘테스트 관련 플랫폼의 특징 및 서비스 등을 분석하였다. 플랫폼 선정은 네이버(Naver)와 구글(Google) 포털 사이트에서 ‘공모전’, ‘콘테스트’, ‘contest’, ‘competition’ 키워드로 검색하여 도출된 13개의 국내 플랫폼과 12개의 해외 플랫폼 중에서

행사, 강연, 공연 홍보 중심 플랫폼과 소비자 경품 및 쿠폰 발급 경쟁 플랫폼은 제외하고, 콘테스트를 중점적으로 다루는 4개의 해외 플랫폼과 7개의 국내 플랫폼을 최종 선정해서 2024년 3월 11일부터 19일까지 자료를 수집했다. 11개 콘테스트 플랫폼(Table 2)은 대학생 또는 취업 준비생을 타겟으로 콘테스트와 대외 활동 정보와 커뮤니티를 제공하며, 부가적으로 캠퍼스 생활, 취업 요건 및 교육, 강연 정보를 소개하고 있다.

국외 콘테스트 플랫폼의 경우, 4곳 중 2곳만이 신규 콘테스트에 대한 정보 공시를 하였고 3곳이 분야, 응모 대상, 시상 내용, 진행 상황에 대한 필터링을 통해 콘테스트를 검색할 수 있는 서비스를 제공했다. 콘테스트 검색을 통해 제시되는 내용에서 콘테스트 명칭과 진행 기간은 모든 플랫폼이 공지했지만 1번, 3번, 4번 플랫폼은 주최/주관, 응모 대상, 진행 상황 등은 알려주지 않는 경우가 있었다. 상세 페이지에서는 명칭, 주최/주관, 접수와 심사 기간 등은 모든 플랫폼이 제시하고 있지만 응모 대상이나 콘테스트 지원을 위한 관련 파일, 접수 방법, 지역 등과 같은 구체적인 정보는 제공하지 않는 경우가 많아 주최 측에 직접 접속하여 요강을 확인해야 하는 것으로 나타났다. 콘테스트와 관련된 서비스 제공 내용을 분석한 결과, 수상자 인터뷰와 노하우, 대학생의 캠퍼스 노하우 등의 정보 등은 2번과 3번 플랫폼이 제공하고 있지만 커뮤니티 서비스는 모든 플랫폼이 전혀 제공하고 있지 않았다. 보조 커뮤니티의 경우에는 페이스북(Facebook), 인스타그램(Insagram), 트위터(Twitter)와 링크드인(LinkedIn), 뉴스레터 신청을 통해 정보를 공유할 수 있었고, 콘테스트 홍보는 모든 플랫폼에 의뢰할 수 있었다. 개인 메뉴는 3번 플랫폼만이 사용자의 소속과 관심 분야 등록 서비스를 제공하고 있었다.

한편, 국내 콘테스트 플랫폼에서는 국외보다 상세한 검색 필터, 콘테스트 관련 정보와 커뮤니티 서비스, 이벤트, 교육 및 강연 등의 부가 서비스를

<Table 2> List of Domestic and International Contest Platform

No	Platform Name	Web Address	Country	Primary Focus	Key Features
1	Contest Watchers	contestwatchers.com	International	Challenges and contests	Provides information of international contests.
2	Student Competitions	studentcompetitions.com	International	Contests and scholarships for students	Provides information on contests, scholarships, and internships globally.
3	Dublieu	dublieu.com	India	Opportunities for teenagers (contest, MUNs, internships)	Focuses on contests, Model United Nations (MUN) conferences, internships, and fellowships.
4	Youthop	youthop.com	International	Challenges and contests	Provides information on scholarships, internships, conferences, and contests.
5	Think good	thinkgood.co.kr	South Korea	Contests and external activities	Provides information on contests, external activities, and supporter opportunities in Korea.
6	Contest KOREA	contestkorea.com			
7	Wevity	wevity.com			
8	Allcon	allcon.co.kr			
9	Thinkyou	thinkyou.co.kr			
10	llovecontest	ilovecontest.com			
11	The contest	thecontest.co.kr			

제공하고 있었다. 8번 플랫폼을 제외한 대부분의 플랫폼이 신규 및 인기 또는 추천 콘테스트 메뉴가 있었고 분야와 대상, 시상 내용, 진행 상황, 주최/주관 등에 따라 콘테스트를 검색할 수 있었다. 특히, 6번 플랫폼에서는 대상 지역, 콘테스트 담당자 팁(tip), 후기, 심사 발표 및 수상작을 확인할 수 있는가에 대한 필터를 선택하고 조건을 충족하는 콘테스트를 검색할 수 있었다. 콘테스트 상세 페이지에서 명칭, 주최/주관, 접수/심사 기간, 분야, 접수처와 관련된 정보, 시상 내용, SNS 공유, 응모 대상, 콘테스트 관심 등록은 거의 모든 플랫폼이 제시하고 있었다. 콘테스트 설명 및 접수 방법 등과 관련된 상세 내용을 확인할 수 있는 첨부 파일을 받을 수 있고 조회수를 알 수 있는 서비스는 5개 플랫폼이 제공했다. 그밖에 5번과 6번 플랫폼은 구체적인 시상금, 개최 지역, 접수 방법, 참가비, 위치, 접수 단계로의 이동, Q & A, 팀원 모집, 관련 콘테스트 탐색, 후기, 노하우, 후원, 코

칭 등의 정보를 공유하고 있었다. 그리고 특정 콘테스트의 수상작 갤러리는 6개 플랫폼, 응모 팁과 수상자 발표에 대한 정보는 각각 4개 플랫폼이 제시하고 있었다. 그 외에도 몇몇 플랫폼들이 수상자 인터뷰와 대학생의 캠퍼스 노하우, 참고 가이드, 수상금, 세금 및 저작권, 참고 자료 등의 정보 뿐만 아니라 플랫폼 관련 공지 Q&A, 게시판, 팀원 모집, 후기, 메시지 공유 등의 커뮤니티 서비스도 제공했다. 보조 커뮤니티의 경우에는 페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브(Youtube), 카카오톡(Kakaotalk), 블로그, 카페/밴드, 뉴스레터 신청을 통해 콘테스트 정보를 공유할 수 있고, 콘테스트 홍보는 모든 플랫폼에서 의뢰할 수 있었다. 또한, 자체적으로 기획한 이벤트, 교육/강연, 전시/공연, 여행 등의 부가 서비스로 제공하는 곳은 각각 5개 플랫폼이 있었다. 이러한 콘테스트 관련 서비스와 부가 서비스들은 앞서 언급하였던 5번과 6번 플랫

<Table 3> Overview of Domestic and International Contest Platform

Menu & Service		Oversea				Domestic						Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	
New		○	○	-	-	○	○	○	-	-	○	○	7	
Popular/Recommended		-	-	-	-	○	○	○	-	○	-	○	5	
Contest Search	Filter	Field	○	-	○	-	○	○	○	○	○	○	9	
		Target	○	-	-	-	○	○	○	○	○	○	-	7
		Award Details	-	-	-	○	○	○	○	-	○	-	○	6
		Status	○	-	-	-	-	○	○	-	-	○	○	5
		Organizer/Host					○	○	○	-	○	-	-	4
		Others	Entryfee, Region	-	Entry fee, Submission	Region	-	Region, Tips, Reviews, Winners	-	-	-	Format	Views	5
	Results	Title	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	11
		Duration	○	○	○	○	○	○	-	○	○	○	○	10
		Organizer/Host	-	○	-	-	○	○	○	○	○	○	○	8
		Field	-	○	○	-	-	-	○	○	-	○	○	6
		Target	-	○	-	-	-	○	-	○	-	○	-	4
		Status	-	-	-	-	-	○	○	○	○	-	-	4
		Views	-	-	-	-	-	-	○	○	○	-	○	4
	Others	Entry fee	-	-	Calendar	-	-	-	-	-	Region	Award	4	
	Detailed Information	Title, Organizer/Host, Submission/Evaluation period	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	11
		Field	○	○	○	-	○	○	○	○	○	○	○	10
		Submission portal	○	-	○	-	○	○	○	○	○	○	○	9
		Award details	-	○	○	-	○	○	○	○	-	○	○	8
		Share (SNS)	○	-	-	○	○	○	○	○	○	-	○	8
Target		-	○	-	-	○	○	○	○	-	○	-	6	
Register interest		-	-	-	-	○	○	-	○	○	○	○	6	
Attachment		-	-	-	-	○	-	○	○	○	○	-	5	
Views		-	-	-	-	-	○	○	-	-	○	○	4	
Prize (1st place)		-	○	-	-	○	-	○	-	-	-	-	3	
Region	-	○	-	-	-	○	-	-	-	○	-	3		
Submission method	-	-	-	-	○	○	-	-	-	-	-	2		

패션 콘테스트를 위한 온라인 플랫폼 설계

<Table 3> Continued

Menu & Service		Oversea				Domestic						Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	
		Entry fee, Location	-	-	○	-	-	○	-	-	-	-	-	2
		Submit, Q & A	-	-	-	-	-	○	-	-	-	-	○	2
		Team recruitment	-	-	-	-	○	○	-	-	-	-	-	2
		Others	Related contests	-	-	-	-	Sponsorship, Tips	Reviews, Tips	Sponsorship	-	-	-	-
Related Services	Infor- mation	Winners gallery	-	-	-	-	○	○	○	-	○	○	○	6
		Tips	-	-	○	-	○	○	○	○	-	-	-	5
		Winner interviews	-	○	-	-	○	○	-	-	○	-	-	4
		Campus information	-	○	○	-	○	-	-	-	○	-	-	4
		Announcement of winners	-	-	-	-	○	○	-	-	-	○	○	4
		Reference sites, Guides	-	-	-	-	○	○	○	-	-	-	-	3
		Taxes, Reference materials, Copyright	-	-	-	-	-	○	○	-	-	-	-	2
	Status, Calendar	-	-	-	-	Status	Status, Calendar	-	-	-	Calendar	-	3	
	Others	Plan, Strategy	-	-	-	-	-	Plagiarism Video	Interview	-	Interview	-	-	4
	Commu- nity	Notice	-	-	-	-	-	○	○	○	-	○	○	5
		Q & A	-	-	-	-	○	○	-	○	-	○	-	4
		Board, Advertisements	-	-	-	-	○	○	-	○	-	-	-	3
		Other	-	-	-	-	Message	Team, Reviews	-	Team, Reviews, Messages	-	-	-	3
Support Community	Facebook	○	-	-	-	○	○	○	○	○	-	-	6	
	Instagram	-	-	○	-	○	○	-	○	○	-	-	5	
	Newsletter	○	○	-	-	-	-	○	○	○	-	-	5	
	Blog	-	-	-	-	○	○	-	○	○	-	-	4	
	Others	Twitter, LinkedIn	-	-	-	-	Youtube	Youtube, Twitter, Cafe/Band	Twitter	Kakaotalk	Youtube	-	-	4
Contest promotion request		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	10	
Additional Services	Events	-	-	-	-	-	○	○	○	○	○	-	5	
	Training/Lectures	-	-	-	-	○	○	-	○	-	○	○	5	
	Others	-	-	-	-	-	-	○	-	○	○	-	3	
Personal Menu	Participation history, Award diary	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	1	
	University, Regis- tration of interests	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	1	

폼에서 폭넓게 제공되었다. 사용자 개인 메뉴에서는 11번 플랫폼만이 참여 이력 관리와 수상 일기 서비스를 제공하고 있다. 이상의 콘테스트 플랫폼이 제공하는 콘테스트 관련 서비스를 정리하면 <Table 3>과 같다.

국내외 플랫폼 현황을 종합하면 국내 콘테스트 플랫폼은 국외 플랫폼에 비해 더 다양한 정보와 검색 필터링 옵션을 제공했지만, 수상작 갤러리, 심사 결과, 주최사 및 수상자 경험, 리뷰 서비스와 같은 자료는 실제로 확인할 수 있는 경우가 많지 않았다. 이는 플랫폼이 방대한 콘테스트를 홍보하는 데 초점을 맞추고 있기 때문으로 보인다. 또한 사용자 중심의 개인화된 서비스는 부족한 상황이다. 일부 플랫폼이 관심 콘테스트 저장이나 일정 등록 기능을 제공했으나, 참여 이력 관리나 결과물 활용과 관련된 서비스는 제공되지 않았다. 따라서 전문적이고 체계적인 정보 공유와 커뮤니케이션 및 협업 환경을 조성하며, 사용자 중심의 서비스를 강화하기 위해서는 특정 분야를 전문적으로 다루는 콘테스트 플랫폼 구축이 필요하다. 즉, 패션 콘테스트 플랫폼은 체계적인 콘테스트 정보 및 검색 서비스, 콘테스트 참가자 중심 기능, 커뮤니티 및 협업 서비스를 갖추고 사용자 중심 서비스와 전문성 강화를 통해 지속 가능성을 달성할 수 있어야 함을 알 수 있었다.

### III. 패션 콘테스트를 위한 온라인 플랫폼 설계

#### 1. 목표 사양 및 컨셉

앞서 고찰한 참여 주체의 니즈와 온라인 플랫폼 현황을 종합하여 도출된 시사점을 토대로 패션 콘테스트를 위한 통합적 온라인 플랫폼을 <Fig. 1>과 같이 제안했다. 패션 콘테스트 현황과 참여 주체 니즈에 대한 고찰을 통해 광범위한 홍보와 참가자 동기 부여, 통합적 운영 프로세스와 커뮤니케이션 도구 구축, 신뢰성과 공신력 강화, 성과

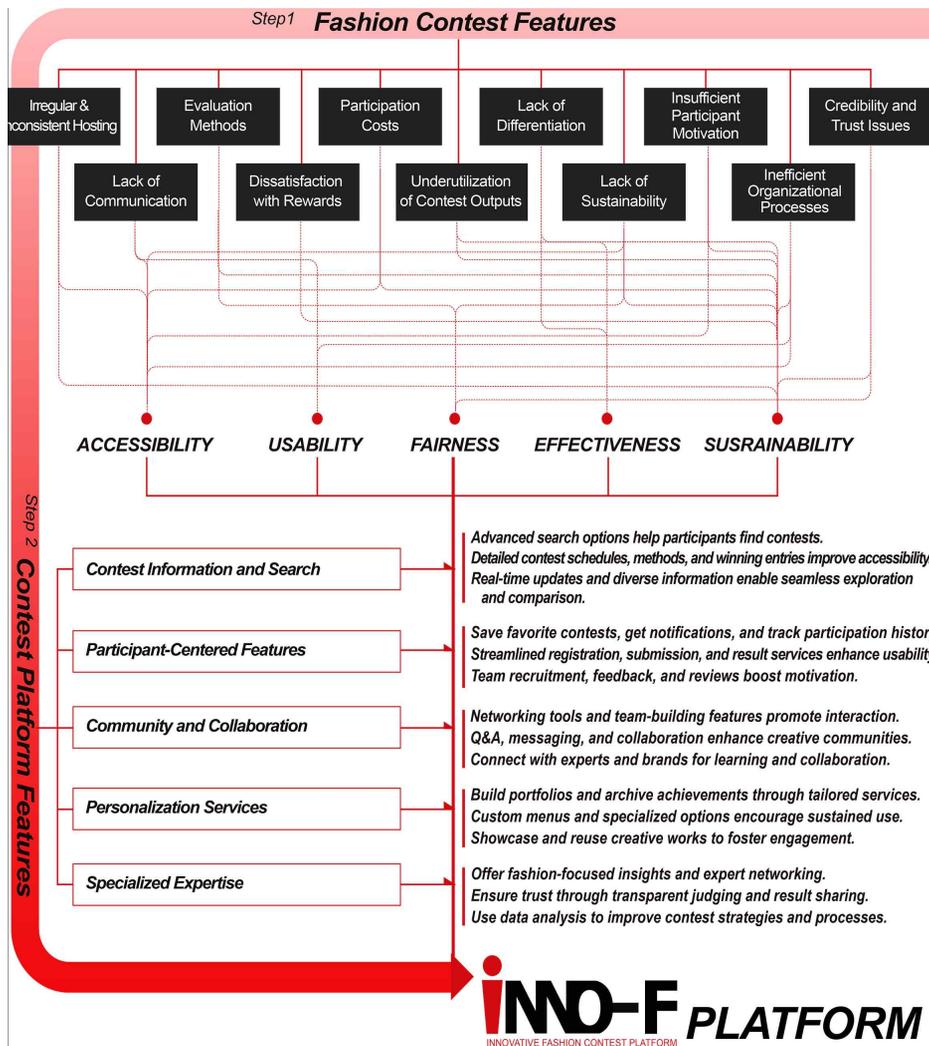
물 활용 기반 마련이 필요하며, 이를 통해 지속 가능한 패션 콘테스트 개최가 필요하다는 것을 알 수 있었다. 다시 말해 패션 콘테스트에 있어서 접근성과 사용성, 공정성, 유효성, 지속성 향상을 위한 방안이 필요하다. 온라인 플랫폼 현황 분석을 통해서도 패션 콘테스트 온라인 플랫폼이 고급 검색, 참가자 중심 서비스, 커뮤니티 활성화와 협업 지원 기능을 갖추고 포트폴리오 구축과 창작물 전시로 지속적인 참여를 유도하며, 개인화된 서비스, 투명한 심사와 전문화된 정보 제공으로 사용자 중심 서비스와 전문성을 강화하는 것이 필요함을 알 수 있었다.

이에, 패션 콘테스트 플랫폼 'INNO-F'는 접근성, 사용성, 공정성, 유효성, 지속성 향상을 위한 서비스와 기능을 제공할 수 있도록 설계되었다. 구체적인 목표 사양은 고급 검색 및 필터링 옵션을 제공해 참가자가 테마, 보상 및 지원자 범주와 같은 기준에 따른 관련 콘테스트 검색을 가능하게 하고, 세부 정보, 심사 일정, 수상작 등의 자세한 정보를 제공하여 접근성을 높이는 것이다. 그리고 관심 콘테스트 저장, 알림, 참여 내역 및 일정 관리, 팀원 모집, 피드백 및 리뷰와 같은 기능과 통합적인 콘테스트 신청 및 제출, 결과 확인 등의 서비스를 통해 참가자 사용성을 향상한다. 'INNO-F'는 참가자와 주최자 간의 네트워킹을 용이하게 하고 팀 빌딩 및 소통 도구를 제공하여 참가자들에게 동기를 부여하고 이들이 상호 작용, 아이디어를 교환하며 서로 배울 수 있는 협업 및 창의 커뮤니티를 조성한다. 그리고 플랫폼은 개인화를 강조하여 사용자 정의 메뉴, 개인 포트폴리오 및 이력서 구축, 창작물을 전시하고 재사용할 기회를 제공하여 유효성 및 지속 가능성을 촉진한다. 또한, 콘테스트 심사 기준 및 과정, 투명한 결과 공개로 참가자와 주최자 간의 신뢰를 구축하고 경쟁의 공정성을 보장한다. 이러한 목표를 바탕으로 패션 콘테스트를 지원하는 'INNO-F' 플랫폼이 설계되었으며, 플랫폼의 정체성을 강화하기 위해 로

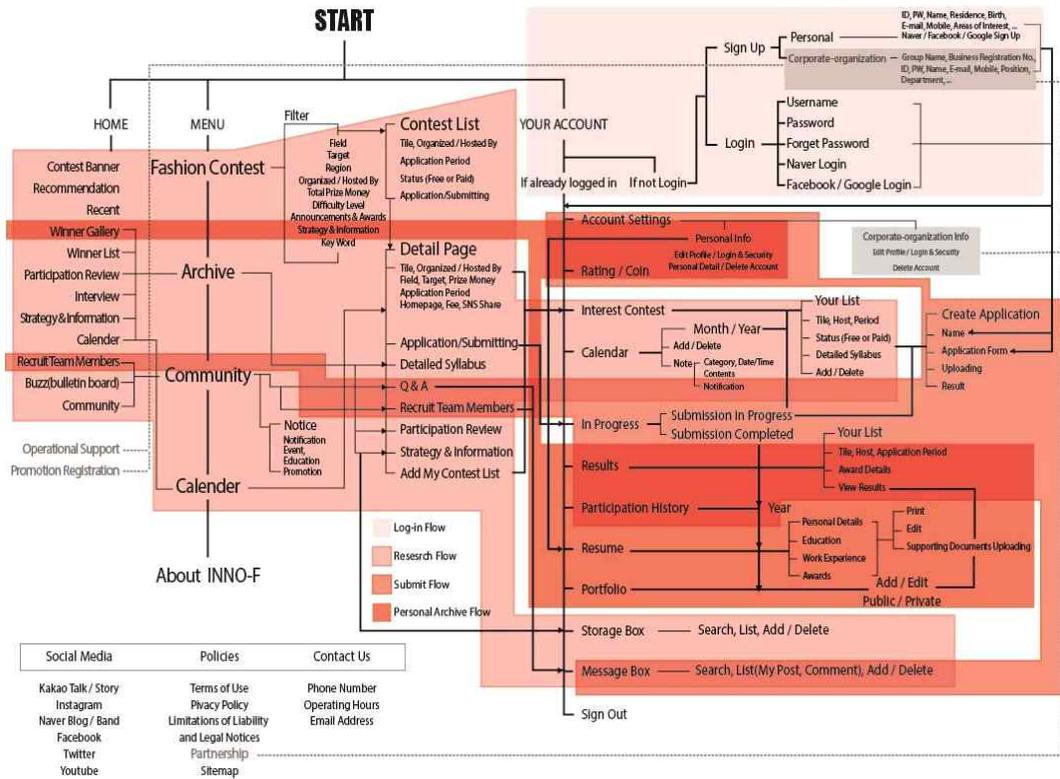
고를 디자인하여 적용하였다. 로고는 혁신의 상징으로 빨간색 'I'를 강조하며, 간결하고 현대적인 느낌을 전달하도록 설계되었다. BI 디자인은 디지털 환경에서의 가독성을 고려하여 다양한 디바이스에서 쉽게 인식될 수 있도록 제작되었다.

'INNO-F' 플랫폼의 참여 주체는 참가자뿐 아니라 콘테스트 주최, 기업 등이 될 수 있으나 본 연구에서는 우선적으로 참가자의 니즈에 대응하는 서비스를 제공하는 것에 집중하여 구체적인 컨셉

을 설정하였다. 참가자의 니즈를 충족하면 만족도가 높아질 수 있고 참가자의 다양성과 참여도 향상에 기여할 수 있으며, 장기적으로 패션 콘테스트 활성화와 혁신적 성과 도출을 달성할 수 있기 때문이다. 'INNO-F'의 컨셉은 첫째, 참가자들이 패션 콘테스트에 관심을 가지고 참여함으로써 자신의 기술, 창의성, 전문성을 선보일 다양한 기회를 제공하는 것이다. 이를 위해, 플랫폼은 국내외 다양한 패션 콘테스트에 대한 정보를 축적하고,



<Fig. 1> Overview of Fashion Contest Platform 'iNNO-F'



〈Fig. 2〉 Information Architecture for Fashion Contest Platform 'INNO-F'

실시간으로 업데이트 내용을 반영함으로써 패션 콘테스트 참가자들이 쉽고 빠르게 패션 콘테스트에 대한 정보에 접근하고 검색 및 비교할 수 있도록 하며, 패션 콘테스트에 대한 정보를 수집, 관리할 수 있는 서비스로 접근성을 향상할 수 있다. 그리고 참가자들은 회원 가입과 동시에 개인 정보, 이력서, 관심 콘테스트 리스트 및 캘린더, 포트폴리오 등을 관리시스템에 등록할 수 있으며, 콘테스트와 관련된 다양한 정보, 즉 수상작과 결과, 전략 및 정보 등과 같은 콘텐츠를 검색하여 패션 콘테스트 참가 시에 활용할 수 있다.

둘째, 'INNO-F' 플랫폼은 참가부터 결과 확인까지, 패션 콘테스트 전 과정 통합 프로세스 서비스를 제공함으로써 참가자들이 지속적이고 효율적으로 콘테스트에 참여할 수 있도록 유도한다. 콘테스트 프로세스를 수용할 수 있는 시스템화는 콘

테스트를 위해 소비되는 참가자의 시간과 비용을 줄여줄 수 있을 뿐만 아니라 사용성을 향상하고, 심사 및 평가 기준 제시 및 결과 공지에 의한 공평화는 패션 콘테스트에 대한 윤리성, 공신력을 강화할 수 있다. 그리고 플랫폼을 통해 개최된 콘테스트를 통해 수집된 참여율, 참가자 반응, 결과물과 관련된 데이터는 향후 콘테스트 전략 수립 및 프로세스 개선에 활용될 수 있으며, 이는 공신력 있는 지속 가능한 콘테스트 개최의 토대가 될 것이다.

셋째, 'INNO-F'는 참가자들이 단순히 콘테스트에 참여하는 것에 그치지 않고, 다양한 방식으로 자신의 성과와 경력을 지속적으로 발전시킬 수 있는 서비스를 제공한다. 먼저, 콘테스트 및 성과물에 대한 아카이브, 개별적 포트폴리오 구축, DB화 서비스를 지원하여 참가자 자신의 디자인 이력을

한눈에 파악하고, 향후 경력 발전을 위한 자료로 활용하며, 다양한 패션 관계자들이 쉽게 접근하고 소통할 수 있도록 도울 수 있다. 또한, 주최자와 참가자들이 상호작용을 할 수 있는 커뮤니케이션 도구를 제공하여 개인과 개인, 전문가 및 브랜드가 연결될 수 있는 커뮤니티를 형성하게 하고 협업, 학습, 네트워킹을 위한 기회를 제공함으로써 참가자들의 성장과 성취에 도움을 줄 수 있다.

## 2. 설계 전략

패션 콘테스트 플랫폼의 목표 사양 및 컨셉을 바탕으로 플랫폼의 정보 환경의 구조적인 설계를 뜻하는 정보 아키텍처(information architecture)를 <Fig. 2>와 같이 설계하였다. 대 카테고리는 패션 콘테스트, 아카이브, 캘린더, 'INNO-F' 소개, 마이 페이지로 분류하고 각각의 세부 카테고리에서 태스크를 수행할 때의 정보 유형과 세부 기능들을 정리하였다. 특히, 'INNO-F' 플랫폼 컨셉을 수용할 수 있도록 패션 콘테스트 메뉴에서는 검색 및 필터 서비스, 아카이브 메뉴에서는 수상작 갤러리, 수상 결과, 참가 후기, 인터뷰, 전략 및 정보, 커뮤니티 메뉴에서는 팀원 모집, 자유게시판, 공지 사항, 캘린더 메뉴에서는 월/년 단위의 전체 콘테스트 리스트와 개최 일정, 마이 페이지에서는 기본 정보, 관심 콘테스트, 관심 콘테스트 캘린더, 진행 중인 콘테스트, 심사 결과, 참여 이력, 이력서, 포트폴리오, 사물함, 메시지 함 등을 포함할 수 있도록 구성했다. 이상의 정보 구조를 바탕으로 'INNO-F' 플랫폼의 사용자 워크 플로우(work flow)를 'Login', 'Research', 'Submit', 'Personal Archive'로 나누었다. 플랫폼 실행을 시작으로 각 워크 플로우에 따른 기능 및 주요 내용은 다음과 같다. 회원가입 및 운영지원, 홍보 등록, 파트너쉽 메뉴와 같이 콘테스트 주최, 기업 등이 참여 주체로서 등록, 이용할 수 있는 서비스는 앞서 언급하였듯이 참가자 중심 서비스 확정 이후, 구체화할 수 있을 것이다.

### 1) Log-in flow

'Log-in flow'는 사용자가 'INNO-F' 플랫폼에 접속하는 과정이다. 로그인 화면에서는 회원 가입과 회원 접속, 비회원 접속, 회원 정보 찾기 등이 제공된다. 홈 화면에서는 상단 스테이터스 바 위치 우측 아래에 개인화된 대시보드를 통해 마이 페이지, 접속 임박 콘테스트, 콘테스트 진행/결과, 캘린더, 이력서, 포트폴리오, 등급, 코인, 스크랩 아이콘을 통해 세분화된 개인 개정 정보로 쉽게 이동하며 확인할 수 있다. 회원 가입은 본인인증, 약관 동의, 개인 정보입력, 가입완료 순서로 진행된다. 플랫폼에 입력하는 개인 정보는 사용자 ID, 비밀번호, 이름, 지역, 생년월일, 휴대전화/이메일, 관심 분야, 추천 아이디어이다. 그 외에도 페이스북, 구글, 네이버 계정 연결을 통해 로그인 할 수 있다. ID의 경우 중복됐을 시 팝업 알림을 통해 다른 ID를 기재할 수 있도록 유도한다. 사용자는 웹에서 로그인과 로그아웃을 할 수 있고, 로그인 시 ID와 비밀번호를 입력하며, 데이터베이스에 저장된 ID와 비밀번호와 일치하지 않는 경우 팝업 알림을 한다.

### 2) Research flow

'Research flow'는 사용자가 콘테스트 정보를 탐색하고 다양한 자료를 수집하며 이를 관리하는 단계로 패션 콘테스트, 아카이브, 커뮤니티, 캘린더, 마이 페이지 내에서 관심 콘테스트, 캘린더, 사물함, 메시지 함 메뉴 등이 포함된다. 구체적으로 탐색 단계에서는 패션 콘테스트에 대한 경험이 많지 않은 사용자들을 위한 적극적인 검색, 추천 시스템이 필요하다. 검색은 분야, 대상, 지역, 주최/주관, 상금, 난이도, 수상작 또는 전략/정보 포함 여부에 따른 검색 및 분류를 통해 사용자 탐색시간과 노력의 감소, 효율성 측면과 사용자 니즈에 부합하는 콘테스트 선택과 같은 의사결정의 질적 측면에서 긍정적인 효과가 있다. 추천 시스템은 사용자가 클릭해 보았거나 과거 참여했던 콘테스트

또는 회원 가입 단계에서 입력했던 관심 분야와 관련된 콘텐츠를 추천하는 내용 기반 추천으로, 사용자 탐색시간과 노력을 최소화하고 플랫폼과의 관계 형성을 쉽게 할 수 있다. 자료 수집은 검색을 통해 도출된 패션 콘텐츠 상세 페이지에서 제공되는 각 패션 콘텐츠의 주관/주최, 분야, 참가 대상, 시상 내역, 일정, 홈페이지, 참가비용 내용과 SNS 공유, 온라인 접수 바로가기, 관심 콘텐츠 추가, 세부 요강, Q&A, 팀원 모집, 후기, 정보&전략 등을 확인하고 마이 페이지 사물함에 수집할 수 있는 것을 의미한다. 여기에서 Q&A, 팀원 모집, 후기, 정보&전략 등의 메뉴는 콘텐츠 주최 측에서 일괄적으로 제공하는 정보 이외에도 사용자 또는 관리자가 직접 조사, 제공하는 내용이 포함된다. 아카이브에서는 수상작 갤러리, 수상자 발표, 전략&정보, 인터뷰 등의 세부 메뉴들이 제공되는데, 수상작과 수상자 리스트를 연도별로 검색해서 확인할 수 있고 국내외 패션 콘텐츠 리스트, 저작권, 표절 판단 기준, 콘텐츠별 수상 요령 등에 대한 정보와 전략 등을 확인하고 이를 스크랩할 수 있으며, 자주 묻는 질문을 토대로 한 패션 콘텐츠 관계자와의 인터뷰, 콘텐츠 수상자와의 인터뷰 내용 등이 공유된다. 이러한 서비스들은 사용자들에게 패션 콘텐츠에 대한 실질적 정보와 영감뿐 아니라 심사 기준, 트렌드, 운영 등에 대한 투명한 인사이트를 제공해 사용자들의 신뢰도와 참여율을 높이는 데 기여할 수 있다. 마지막으로 캘린더는 매년 개최된, 개최 예정인 패션 콘텐츠의 접수 기간을 시각적으로 쉽게 확인할 수 있도록 하고, 링크를 통해 콘텐츠 상세 페이지로 이동할 수 있는 기능을 제공하여 사용자가 콘텐츠의 마감일을 한눈에 파악할 수 있다.

그리고 관리 단계는 마이 페이지 내 관심 콘텐츠 및 캘린더, 사물함, 메시지 함 메뉴 등이 포함되는데, 사용자가 관심 콘텐츠를 목록으로 지정하면 캘린더 일정 알림, 진행 현황 및 관련 공지 등을 쉽고 즉각적으로 확인, 콘텐츠 정보를

한 곳에서 관리하여 콘텐츠 일정을 효율적으로 조절하고 준비 과정을 체계적으로 계획하는 등의 개인 맞춤형 콘텐츠 경험을 제공함으로써 콘텐츠 참여율을 높일 수 있다. 이 외에, 사용자가 스크랩한 전략 및 정보 내용, 사용자가 작성한 Q&A, 팀원 모집, 게시판 글에 대한 응답 또는 개인 메시지를 확인할 수 있는 메뉴를 제공하여 개인 맞춤형 정보에 쉽게 접근할 수 있고 패션 콘텐츠 준비나 팀원 협업을 효과적으로 관리할 수 있다.

### 3) Submit flow

'Submit flow'는 사용자가 플랫폼을 통해 패션 콘텐츠에 접수하고 제출하는 과정으로, 온라인 제출 양식, 제출 서류 검토, 파일 업로드 기능, 그리고 심사 과정 및 결과 알림 등의 서비스가 제공된다. 제출 단계에서 사용자는 제출 양식 신청서를 입력하고 참가작을 업로드 하게 된다. 제출 양식은 각 콘텐츠 요구 사항에 맞게 맞춤형으로 설계되고, 저장된 이름, 연락처 등 사용자의 개인 정보를 자동으로 반영하여 정보를 쉽게 입력할 수 있다. 참가작 업로드 기능은 다양한 형식의 파일(이미지, 비디오, PDF 등)을 지원하며, 자동 저장 기능을 제공하여 제출 과정 중 발생할 수 있는 네트워크 오류나 실수로 인해 작업이 손실되지 않도록 한다. 또한, 참가 진행 중인 콘텐츠에 있어서 사용자가 마감 기한을 놓치지 않도록 실시간 알림 서비스를 포함하며, 참가작이 성공적으로 업로드된 후에는 사용자가 최종 제출을 확인하고, 필요한 경우 수정 기능을 통해 마감 전까지 제출 내용을 변경하거나 보완할 수 있다. 이상의 과정에서 심사에 필요한 기본 정보를 사용자가 올바르게 기재했는지 자동으로 확인하고, 작품의 형식이나 요건이 충족되지 않았을 경우 경고 메시지를 띄워 추가적인 수정과 검토의 기회를 제공한다. 마지막으로, 심사 단계가 명확하게 표시되도록 하여, 심사가 어느 단계에 있는지 추적할 수 있으며, 심사 시작일, 중간 결과 발표일, 최종 결과 발표일 등의

중요한 일정에 대한 자동 알림 서비스도 제공된다. 심사가 완료되면 사용자는 플랫폼을 통해 결과 발표 및 수상 여부를 즉시 확인할 수 있으며, 사용자 동의하에 수상작은 플랫폼 내에서 아카이브를 통해 소개될 수 있다. 이러한 직관적인 제출 과정을 통해 사용자는 시간과 노력을 절감하고 제출 과정에서 발생할 수 있는 실수를 최소화할 수 있다.

#### 4) Personal Archive flow

'Personal Archive flow'는 마이 페이지 내 결과, 참여 이력, 이력서, 포트폴리오, 그리고 아카이브의 수상작 갤러리 등의 메뉴를 통해 이루어지는데, 사용자가 자신이 참가한 콘테스트 기록을 관리하고 이를 통해 과거 제출 서류, 참가작, 수상 여부 등을 저장하고 추후 참고할 수 있으며, 성과를 시각적으로 저장하거나 공유할 수 있는 기능을 제공하여 개인의 경력 관리에 도움을 줄 수 있다. 구체적으로 사용자는 마이 페이지 내에서 결과, 참여 이력 메뉴를 통해 자신이 참여한 콘테스트 목록을 시간순으로 볼 수 있다. 이 대시보드에서는 각 콘테스트의 작품 제출 기록과 수상 여부 등을 확인할 수 있어서 사용자가 과거의 참여 내역을 분석하고, 발전 과정을 파악할 수 있다. 포트폴리오 메뉴에서 참가작 저장 기능은 사용자가 제출한 작품을 고해상도로 보관하여 언제든지 다시 확인하거나 온라인 포트폴리오로 활용할 수 있는 포트폴리오 빌드 기능을 제공해 자신의 성과물을 외부에 공유하고 홍보할 수 있다. 이 과정에서 다른 사용자 또는 브랜드와의 협업 기회도 생길 수 있고 사용자의 경력 개발에 실질적인 도움을 줄 수 있다. 사용자는 이력서 메뉴를 통해 수상 경력, 입상 기록을 이력서에 즉각적으로 반영하고 관련된 증빙 서류도 저장하여 필요시 출력해서 활용할 수 있다. 이와 같은 'Personal Archive flow'는 사용자가 콘테스트 참여를 통해 도출된 성과물과 경력을 체계적으로 관리하고 과거 성취를 바탕으로 취업 및 협업의 기회를 얻을 수 있으며, 플랫폼과 지속

적인 관계를 유지하는 역할을 할 수 있다.

### 3. GUI 디자인 전개

사용자 중심 'INNO-F' 플랫폼을 위해 직관적이고 매력적인 인터페이스를 <Fig 3>과 같이 구축했다. 사용자가 쉽고, 편리하게 플랫폼 서비스를 이용할 수 있도록 인터페이스는 중요한 정보를 간결하고 눈에 띄게 표현하였다. 그리고 좌측 상단에 'INNO-F' 로고와 함께 플랫폼 타이틀을 배치해 사용자가 플랫폼의 목적을 명확히 인지할 수 있도록 디자인하였다. 플랫폼 전반에 걸쳐 콘테스트 참가 튜토리얼 페이지, 기능 버튼 또는 아이콘에 대한 설명을 배치하고 콘테스트 탐색과 참여, 개인 아카이브를 구축 과정이 잘 진행되고 있는지, 혹은 다른 문제는 없는지 피드백을 제공하여 사용자가 원활히 플랫폼을 활용할 수 있도록 플랫폼 환경을 구축하였다. 전체적으로 흰색 배경에 검은색 텍스트, 그리고 빨간색과 회색의 포인트 컬러를 활용하여 명확하고 시각적인 혼돈이 없도록 간결하게 디자인하였다.

구체적인 디자인 포인트는 패션 콘테스트 홍보와 플랫폼 아이덴티티 노출을 위한 메인 배너 삽입, 직관적인 카테고리 구분, 이미지를 통한 가시성 확보이다. GNB영역은 상단에 고정하는 고정헤더로 디자인하고 GNB 메뉴를 클릭해서 드롭다운되는 LNB를 통해 전체 카테고리를 조회할 수 있도록 디자인하여 접근을 용이하게 했다. GNB와 LNB는 컬러로 구분하여 혼선이 없도록 하였다. 그리고 GNB 하단에 메인 배너를 삽입했는데, 동적인 반응형 웹 연출이 가능하여 시선을 끌기 용이하고 사용자가 플랫폼에 접속해 가장 먼저 인식한다는 점을 이용하여 광범위한 사용자를 대상으로 하며, 접수가 시작되는 주요 패션 콘테스트를 눈에 띄게 배치하였다. 또한, 플랫폼 정의 및 서비스에 대한 상세 페이지로 이동할 수 있는 고정형 배너를 GNB 우측 하단에 배치하여 플랫폼의 아이덴티티 노출의 노출이 효과적이도록 하

였다. 우측 사이드바에는 사용자의 편리한 내비게이션과 기능을 극대화하기 위해 마이 페이지와 전략&정보 메뉴, 패션 콘테스트 운영/기획 지원 아이콘, 커뮤니티, 메뉴, 홍보 아이콘, 연락처 아이콘을 차례로 배치했다. 이 사이드바는 사용자가 플랫폼을 탐색하는 동안 항상 눈에 띄고 소규모 텍스트 링크 형태로 구성하여 시각적으로 부담을 주지 않으면서도 사용자에게 필수적인 정보를 제공할 수 있도록 하였다. 먼저 가장 상단에 위치한 마이 페이지 메뉴에서는 사용자가 자신의 관심 콘테스트, 참가 진행 상황, 캘린더, 이력서, 포트폴리오 등을 관리할 수 있어서 개인 맞춤형 정보에 빠르게 접근할 수 있으며, 개인화된 사용자 경험을 느끼게 할 수 있다. 전략&정보, 커뮤니티, 캘린더 메뉴 등은 직관적인 아이콘과 짧은 설명으로 구성되어 있고, 클릭 시 상세 페이지로 연결된다. 패션 콘테스트 운영/기획 지원, 홍보 아이콘은 콘테스트 주최자나 기획자를 위한 서비스를 제공하는 메뉴로 이동할 수 있도록 했다. 그리고 하단 푸터(footer)에는 고객 지원 정보와 함께 연락처, 운영 시간 등을 명시하여 사용자가 문제 발생 시 문의할 방법을 제시하였다.

그리고 메인 페이지 중앙에는 사용자들이 필요한 정보에 빠르게 접근할 수 있도록 추천 콘테스트와 전체 콘테스트 리스트를 배치했다. 추천 콘테스트 섹션은 높은 조회수를 기록한 콘테스트 또는 개인 맞춤형 콘테스트로 구성되며, 포스터 이미지와 함께 콘테스트 명칭과 간단한 정보가 표기되어 있어 한눈에 모든 핵심 정보를 파악할 수 있다. 전체 콘테스트 리스트는 추천 콘테스트 하단에 배치했는데 콘테스트 명칭과 주최, 기간, 현황, 접수 방법 항목에 따라 일관성 있게 나열되어 직관적인 비교가 가능하다. 또한, 사용자가 콘테스트 명칭을 클릭할 경우에는 상세 페이지, 'GO' 아이콘을 클릭할 경우에는 접수페이지로 이동할 수 있다. 메인 페이지 하단에는 사용자들이 콘테스트에 대한 다양한 추가 정보를 쉽게 탐색할 수 있도록

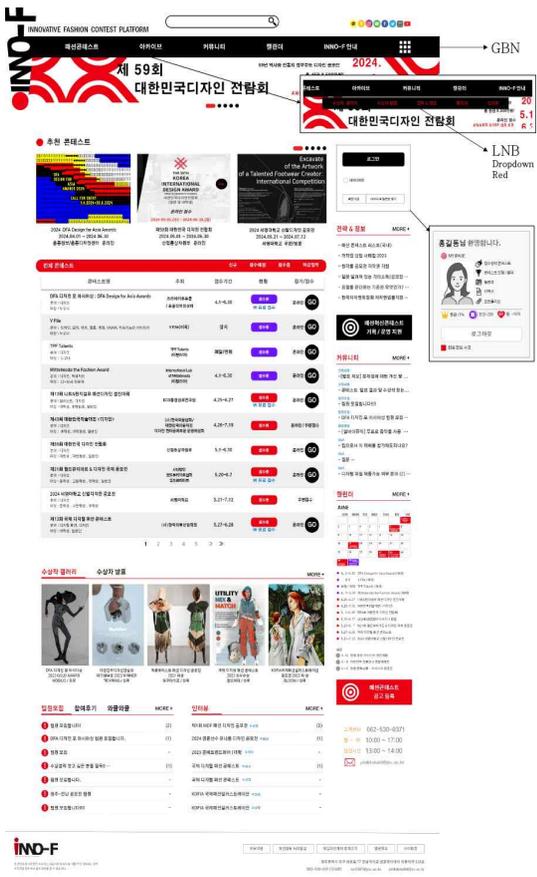
섹션들을 배치했다. 먼저 수상작 갤러리와 수상자 발표 섹션은 하단에서 가장 눈에 띄는 위치에 두어 이전 콘테스트의 우수한 작품들을 시각적으로 강조해서 보여주고 최신 수상 소식을 빠르게 업데이트하여 보여줄 수 있도록 하였다. 하단 우측 섹션의 팀원 모집, 참여 후기, 와글와글 섹션은 하단 좌측, 인터뷰 메뉴들은 게시물 제목과 댓글 수와 같은 정보가 리스트로 제시되며, 클릭 시 상세한 내용을 확인할 수 있다.

패션 콘테스트 검색 및 상세 페이지, 아카이브, 커뮤니티, 캘린더, 패션 콘테스트 참여, 마이페이지 등 주요 페이지를 중심으로 GUI 디자인을 살펴보면, 먼저 패션 콘테스트 페이지(Fig. 4)는 다양한 필터(분야, 기간, 지역, 상금 등)를 체크박스 형태로 제시하고, 검색 필드 아래에는 키워드 검색을 위한 텍스트 입력란과 검색 버튼이 배치되어 있어 사용자가 특정 키워드를 기반으로 정보를 검색할 수 있다. 그리고 결과로 제시되는 콘테스트 리스트는 간략한 설명으로 목록화되며, 클릭 시 상세 페이지로 이동하여 콘테스트의 주제, 일정, 참가 방법, 상금 내역 등 모든 정보를 확인할 수 있다. 상세 페이지의 Q&A 섹션에서는 사용자들이 질문을 남기고 주최 또는 운영자 측이 답변하는 구조로 실시간 소통이 이루어지며, 자주 묻는 질문도 함께 제공된다. 팀원 모집 페이지에서는 참가자가 팀원을 구할 수 있는 게시판이 있으며, 자신의 기술이나 역할을 소개하고 팀 구성을 논의할 수 있다. 후기는 참가자 리뷰와 피드백, 정보 및 전략은 콘테스트 팁, 참여 전략 등 유용한 정보가 리스트로 제시된다.

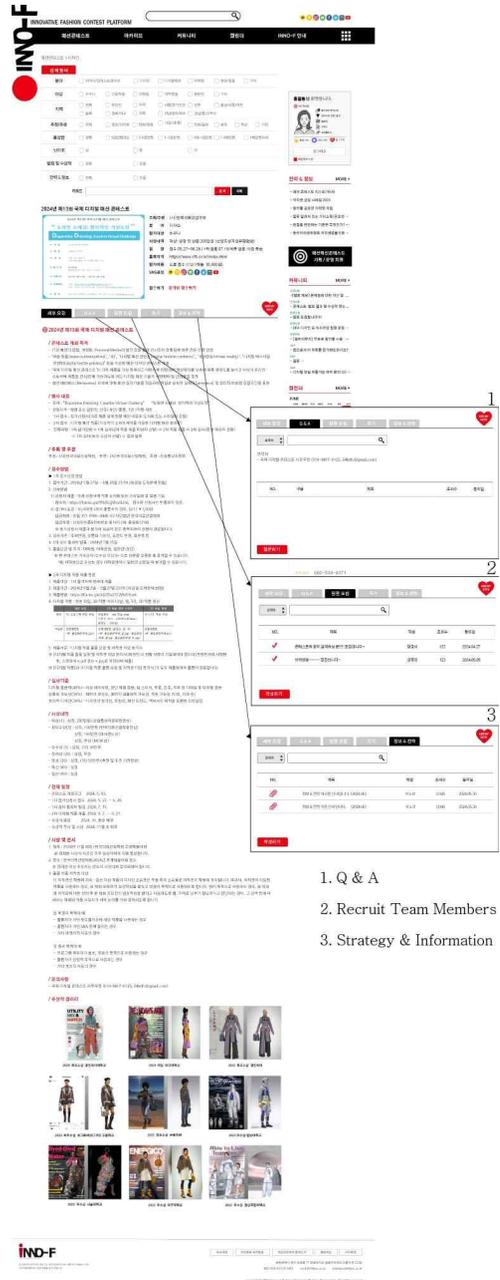
아카이브 세부 메뉴(Fig. 5) 중에서 수상작 갤러리와 수상자 리스트에서는 콘테스트를 검색할 수 있는 필터를 제공하고, 그 결과에 대한 콘테스트 정보와 이미지가 눈에 띄도록 크게 배치하여 한눈에 들어오도록 구성했다. 바로 아래에는 수상작, 수상자 리스트 표, 각 콘테스트에 대한 상세 정보와 참가 자격, 일정 등을 설명으로 제시했다.

그리고 전략&정보 메뉴와 인터뷰 메뉴에서는 다양한 콘테스트 정보가 나열되어 있으며, 해당 정보를 클릭하면 상세 내용을 볼 수 있다. 그리고 인터뷰 메뉴는 업계 전문가, 수상자 등과의 인터뷰 콘텐츠를 제공하는 공간으로, 영상이나 텍스트로 구성된다. 커뮤니티 메뉴는 공지 사항, 팀원 모집, 참가 후기, 와글와글, Q&A와 같은 세부 메뉴들이 포함되고, 각 메뉴에서는 글 제목, 작성자, 조회 수, 등록일로 구분된 목록이 제시된다. 그리고 팀원 모집, 참가 후기에서는 분야, 대상, 지역, 주최/주관, 총상금, 난이도 등에 따른 필터, 키워드 검색 옵션이 있어서 사용자들은 자신이 원하는 콘테스트 후기나 팀원 모집 공고를 쉽게 찾을 수 있다.

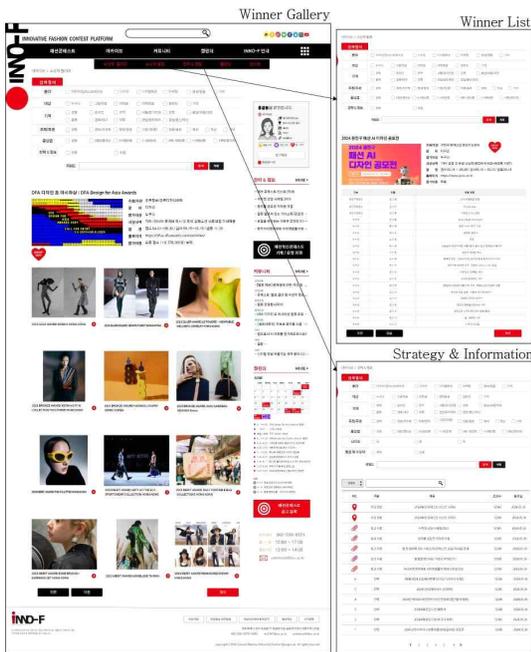
캘린더 메뉴(Fig. 6)의 경우, 상단에는 월간 또는 연간으로 구분해 달력 형식의 인터페이스를 통



(Fig. 3) Main Page on the 'INNO-F' Platform



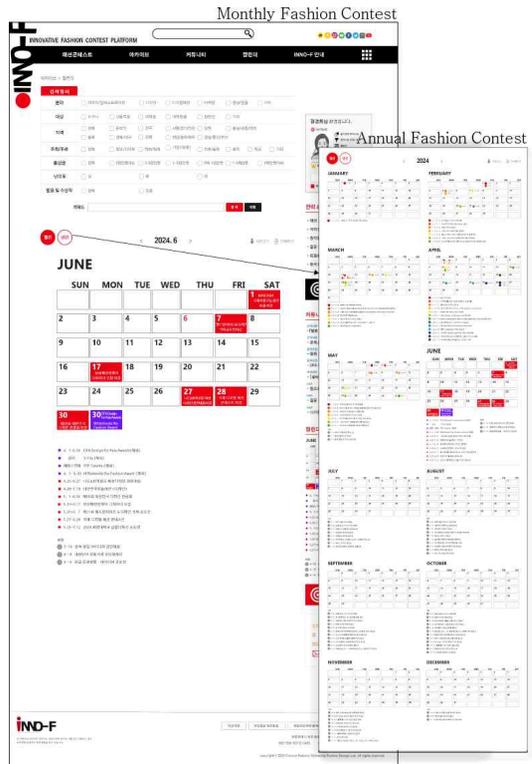
(Fig. 4) Fashion Contest Pages on the 'INNO-F' Platform



〈Fig. 5〉 Archive Pages on the 'INNO-F' Platform

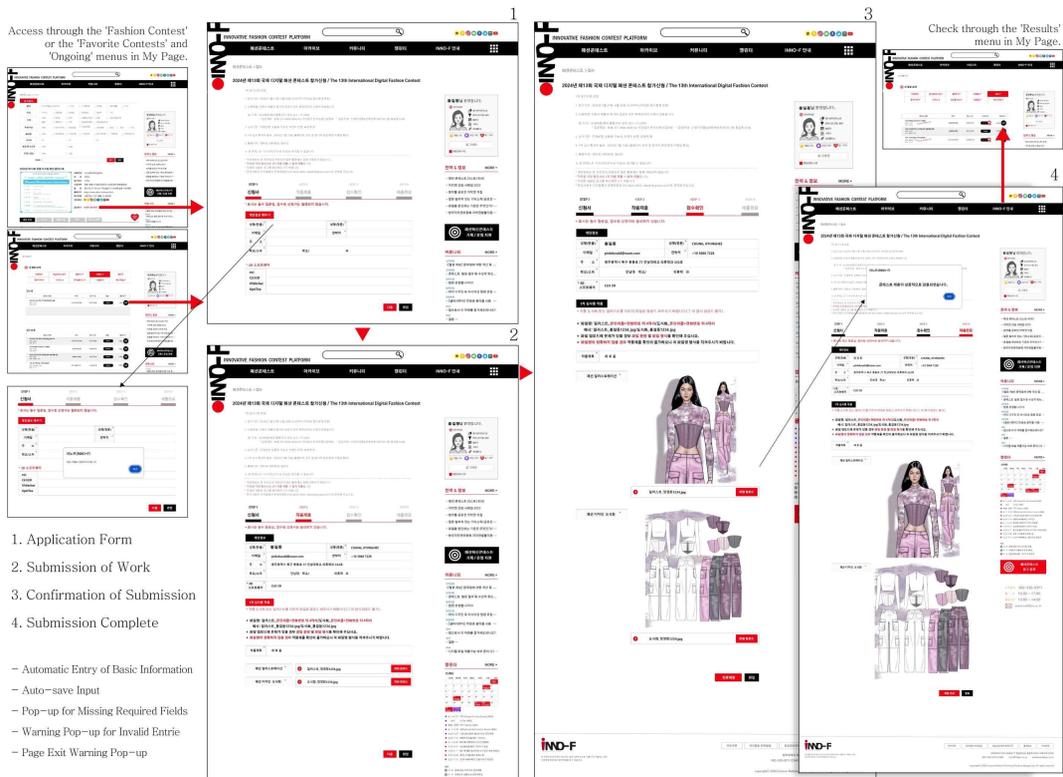
해 패션 콘테스트 일정을 확인할 수 있다. 패션 콘테스트 접수 마감 날짜는 월간의 경우에 레드와 퍼플, 연간은 다양한 컬러로 구분하여 직관적으로 설계하였으며, 각 패션 콘테스트의 접수 시작 및 마감 일정과 세부 사항을 하단에 제시하여 사용자가 일정을 한눈에 파악하고 시간 관리와 준비를 체계적으로 할 수 있도록 하였다. 그리고 콘테스트 명칭을 클릭하면 사용자가 별도의 페이지 이동 없이 필요한 세부 사항을 바로 확인할 수 있어서 사용자는 콘테스트에 대한 전반적인 정보를 한 페이지에서 빠르고 효율적으로 파악할 수 있다. 또한, 각각의 일정을 스크랩할 수 있어서 사용자 맞춤형 정보 제공이 가능하다.

패션 콘테스트 참여 페이지는 〈Fig. 7〉과 같이 사용자가 패션 콘테스트나 마이 페이지 메뉴의 접수 아이콘을 클릭하여 참여 절차를 시작하도록 구성했다. 참여 과정은 접수 개요와 작품 제출 상세 요건 확인 및 신청서 작성, 작품 파일 업로드, 제출 확인, 제출 완료 등 네 가지 주요 단계로 구분



〈Fig. 6〉 Calender Pages on the 'INNO-F' Platform

된다. 신청서 작성 단계에서 제공되는 접수 개요와 상세 요건은 사용자가 콘테스트의 목적과 요구 사항을 명확히 이해하도록 돕는다. 그리고 신청서 작성에서는 사용자 프로필을 바탕으로 이름, 이메일, 연락처 등의 기본 정보가 자동으로 입력된다. 이는 로그인 후 프로필에 저장된 데이터를 기반으로 하며, 이를 통해 중복된 입력을 최소화하고 사용자가 빠르고 간편하게 신청서를 작성할 수 있다. 또한, 신청서를 작성하는 동안 인터넷 연결 문제나 페이지 오류가 발생할 경우, 작성 내용이 자동으로 임시 저장되는 기능을 포함하여 예상치 못한 상황에서 사용자가 입력한 정보가 손실되지 않도록 보호한다. 이러한 기능은 사용자 경험을 개선하고 사용자가 안심하고 작품 제출 절차를 진행할 수 있게 한다. 그리고 사용자가 필수 입력 항목을 놓치거나 비정상적인 값을 입력한 경우와 페

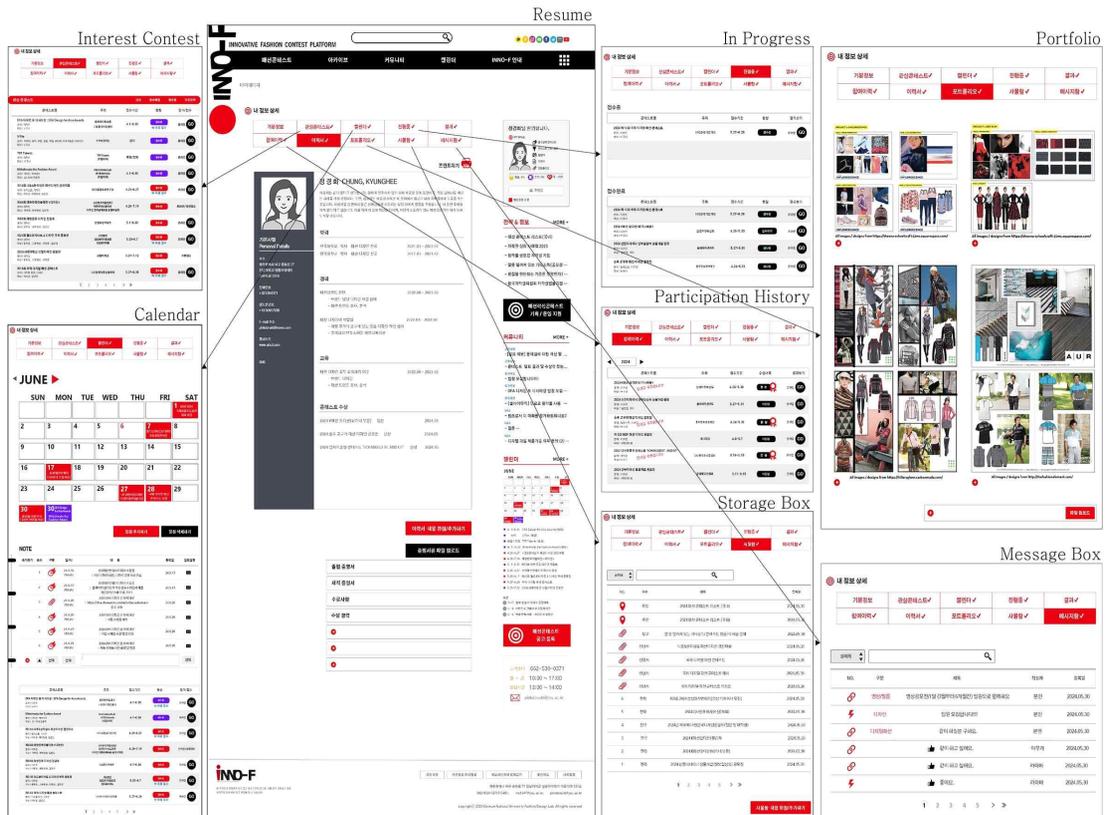


<Fig. 7> Submission Pages for Fashion Contests on the 'INNO-F' Platform

이지를 이탈하려 할 때는 경고 팝업이 생성되도록 하여 사용자에게 즉각적인 피드백을 제공하여 오류를 사전에 방지하고, 데이터를 다시 확인할 수 있도록 하여 완성도 높은 제출이 이루어질 수 있도록 했다. 마지막으로, 제출 완료 시에는 팝업이 생성되도록 하여 사용자가 최종 제출 내용을 재검토하고 수정할 수 있도록 하였는데 이는 제출 과정의 신뢰성과 정확성을 높이는 역할을 할 수 있다. 그리고 제출 완료 후, 제출 내역은 마이 페이지의 결과 메뉴에 반영되어 사용자는 실시간으로 자신의 참여 내용을 확인, 패션 콘테스트 상태를 즉각적으로 모니터링할 수 있으며, 이후의 진행상황도 쉽게 파악할 수 있다.

마지막으로 마이 페이지(Fig. 8)에서는 기본 정보, 관심 콘테스트, 캘린더, 진행 중, 결과, 참여

이력, 이력서, 포트폴리오, 사물함, 메시지 함 등의 메뉴를 상단에 배치하여 사용자에게 직관적인 내비게이션을 제공할 수 있도록 하고, 선택된 메뉴는 레드 컬러로 표시하여 사용자가 활성화된 메뉴를 즉시 인식할 수 있도록 설계하였다. 이러한 통합적이고 직관적인 설계는 사용자가 자신의 활동을 한 곳에서 관리하고 추적할 수 있게 하며, 실시간으로 반영되는 정보와 기능을 통해 사용자 경험을 극대화하는 데 기여할 수 있다. 구체적으로, 기본 정보 페이지에서는 프로필 사진, 이메일, 관심 분야 등 사용자 기본 정보를 쉽게 확인할 수 있으며, 이 정보를 필요에 따라 수정할 수 있는 기능도 포함되어 있다. 관심 콘테스트 페이지에서는 콘테스트 리스트가 제시되고 콘테스트를 클릭하면 상세 페이지 또는 접수 페이지로 이동할 수



<Fig. 8> My Pages on the 'INNO-F' Platform

있어 콘테스트 참여의 흐름을 부드럽게 이어줄 수 있다. 캘린더는 사용자가 설정한 관심 콘테스트의 접수 및 마감 기한을 한눈에 확인할 수 있으며, 자동 알림 기능이 중요한 일정을 놓치지 않도록 도와준다. 일정 변경이나 정보가 업데이트될 경우, 변경 사항들은 마이 페이지의 세부 메뉴들에 실시간으로 반영되어 사용자가 즉각적으로 확인할 수 있다. 진행 중 페이지에서는 패션 콘테스트 접수 상태를 확인할 수 있고 접수 완료 여부와 각 접수 과정의 진행 정도가 구체적으로 표시된다. 이는 사용자가 어디까지 접수를 완료했는지 쉽게 파악할 수 있도록 하여 전체적인 콘테스트 참여 과정을 효율적으로 관리할 수 있도록 한다. 결과 및 참여 이력 페이지는 연도별 리스트, 콘테스트 심사 진행 상황, 수상 내역이 제시되고 상세 확인

페이지 이동이 가능하다. 이는 참여 기록을 체계적으로 관리하고 추적할 수 있는 기능을 제공하여, 사용자가 자신의 성과를 한눈에 확인할 수 있다. 이력서 페이지에서는 기본 정보 외에도 학력, 경력, 교육 이수 내역 및 콘테스트 수상 내역 등을 입력, 편집할 수 있고 증빙 서류 첨부 기능도 제공되어 다양한 형식의 자료를 손쉽게 관리할 수 있으며, 수상 내역이 자동으로 업데이트되는 기능이 있어 사용자의 수상 경력이 자동으로 기록된다. 포트폴리오 페이지는 패션 콘테스트에 출품한 작품들을 업로드할 수 있는 공간으로, 사용자가 제출한 작품들과 수상 내역을 탑재할 수 있다. 수상작은 별도로 표시되며, 사용자가 공유 아이콘을 클릭하면 해당 작품이 아카이브의 수상작 갤러리 메뉴에서 공유될 수 있는 기능도 제공된다. 그리

고 사물함 페이지는 사용자가 관심을 가진 전략 및 정보, 인터뷰 메뉴에서 수집한 게시물들을 저장하고 관리할 수 있는 공간으로, 정보의 체계적 관리와 빠른 접근을 가능하게 한다. 마지막으로, 메시지 함 페이지는 사용자가 팀원 모집, 후기, 와글와글 메뉴 등에 남긴 게시글과 답글 리스트를 한눈에 확인할 수 있도록 하여, 사용자 간의 소통과 피드백을 지원한다. 이상의 디자인을 토대로 Adobe XD 프로그램을 활용하여 디지털 프로토타입을 제작하였다.

#### IV. 결론

패션 콘테스트는 신진 디자이너의 창의성 발휘와 네트워킹을 촉진하지만, 현재 많은 패션 콘테스트들은 일회성 개최, 불명확한 평가 기준, 낮은 공신력, 커뮤니케이션, 성과물 활용 부족 등의 문제가 있다는 지적을 받고 있다. 이를 해결할 방법을 제안하기 위해 본 연구는 효율적이며 지속 가능한 환경을 제공하기 위한 온라인 플랫폼을 설계하였다.

패션 콘테스트 참여 주체 니즈와 콘테스트 관련 온라인 플랫폼 현황 고찰을 통해 패션 콘테스트의 성공적인 운영을 위해서는 광범위한 홍보와 통합 커뮤니케이션 도구를 통한 접근성 확보, 체계적인 운영 프로세스를 통한 사용성 강화, 심사 기준 및 절차, 결과 공개를 통한 공정성과, 성과물 활용을 통한 유효성 확보, 그리고 지속 가능한 개최가 필요한 것으로 나타났다. 그리고 이를 위해 패션 콘테스트 플랫폼은 체계적인 정보 제공, 참가자 중심 서비스, 커뮤니티 및 협업 기능, 전문성 강화 등을 통해 사용자 중심의 지속 가능성을 확보하는 것이 중요함을 알 수 있었다.

이에 본 연구는 패션 콘테스트의 접근성, 사용성, 공정성, 유효성, 나아가 지속 가능성 향상을 목표로 'INNO-F' 플랫폼을 설계하였다. 플랫폼은 세분화된 검색 필터와 상세한 콘테스트 정보 제공

을 통해 참가자들이 쉽게 콘테스트를 탐색하고 실시간 업데이트와 알림 서비스로 접수 마감 기한과 같은 중요한 정보를 놓치지 않도록 설계하여 접근성을 향상할 수 있도록 하였다. 사용성 강화를 위해서는 직관적인 인터페이스와 통합 워크플로를 통해 참가자가 등록, 제출, 심사 결과 확인까지 모든 과정을 쉽게 관리할 수 있도록 하였고, 팀원 모집, 커뮤니티 기능, 포트폴리오 생성 및 공유 서비스를 제공하였다. 공정성 향상을 위해서는 심사 기준 공개 및 실시간 심사 결과 업데이트, 수상작 공유, 심사 결과 공개 등의 기능을 강화하였다. 그리고 콘테스트 참여 이력을 기록하고, 성과물 포트폴리오 구축 및 이력서 관리 기능을 통해 참가자들이 성과물을 활용하고 경력 관리를 체계적으로 할 수 있도록 지원함으로써 유효성을 확보하였다. 또한, 콘테스트 참여 주체 간의 소통과 협업을 활성화하기 위한 Q&A, 팀원 모집, 게시판 등 커뮤니케이션 기능과 성과물 아카이브 기능을 강화하여 플랫폼이 장기적으로 활용될 수 있도록 설계하였다.

본 연구에서 제안한 'INNO-F' 플랫폼은 참가자들에게 지속적으로 콘테스트에 참여하고 효과적으로 경력을 관리할 수 있는 기반을 제공하며, 공정하고 체계적인 운영 프로세스를 통해 콘테스트의 신뢰성을 강화하고 지속 가능한 개최를 가능하게 할 것이다. 또한, 패션 콘테스트를 단순한 경쟁의 장을 넘어 창의성과 네트워킹을 촉진하며, 참여 주체들이 자신의 역량을 발전시킬 기회로 확장할 잠재력을 지니고 있다. 패션 콘테스트 온라인 플랫폼이 기존 패션 콘테스트의 모든 문제점을 완전히 상쇄할 수 있는 것은 아니고 개최 의지와 참여를 확대하기 위한 지원, 신뢰성을 높이기 위한 추가적인 노력이 필요할 것이다. 그럼에도 본 연구는 패션 산업에서 콘테스트의 필요성을 재인식시키고 콘테스트 플랫폼이 패션 콘테스트를 지원하는 도구를 넘어, 참여 주체들이 능동적으로 참여하고 네트워킹 기회를 얻으며, 자신의 성과를 효

과적으로 홍보할 수 있는 장으로 확장될 가능성과 설계 방향을 제시했다는 점에서 의의를 지닌다고 할 수 있다. 그리고 향후 차별화된 콘테스트의 개최와 활성화, 디지털 인프라 구축과 운영의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다. 후속 연구에서는 본 연구에서 설계한 플랫폼의 사용성을 평가하고 그 효과를 분석함으로써 최종 패션 콘테스트 온라인 플랫폼을 구축하고자 한다.

## References

- Adamczyk, S., Bullinger, A. C., & Möslin, K. M. (2012). Innovation contests: A review, classification and outlook. *Creativity and Innovation Management*, 21(4), 335 - 360. <https://doi.org/10.1111/caim.12003>
- Antikainen, M. J., & Vaataja, H. K. (2010). Rewarding in open innovation communities: How to motivate members. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 11(4), 440-456. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2010.032267>
- Boughlala, A., & Smelik, A. (2024). Tracing the history of digital fashion. *Clothing and Textiles Research Journal*. <https://doi.org/10.1177/0887302X241283504>
- Cha, Y., Lee, H., & Shin, M. (2013). What effect do student advertising contests have on getting jobs in the advertising industry: The comparison of perceptions between students and Ad practitioner. *The Korean Journal of Advertising*, 24(5), 99-116.
- Ebner, W., Leimeister, J. M., & Krcmar, H. (2009). Community engineering for innovations: The ideas competition as a method to nurture a virtual community for innovations. *R&D Management*, 39(4), 342 - 356. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2009.00564.x>
- Garcia-Furtado, L. (2024, November 19). The international woolmark prize is back for 2025 : These are the nominees. *Vogue*. <https://www.vogue.com/article/2025-international-woolmark-prize>
- Kim, H. (2023). Effects of contest factors on attitude and participation intention. *Journal of the Korea Contents Association*, 23(5), 266-279. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2023.23.05.266>
- Kim, S. A. (2015). International fashion graduates competition, "H&M design awards": Focused on the 2013 winner Minju Kim. *Fashion Information and Technology*, 12, 55-62.
- Kim, S., & Jun, J. (2012). Effects of competition attributes on competition attitudes, corporate image, corporate attitude, and behavioral intention. *The Journal of Public Policy and Governance*, 6(1), 99-124.
- Kim, Y. S. (1998). *A study on entries in Korean fashion design contests: Focused on prize-winning works in the Korea Textile Fashion Contest and the Central Design Contest* [Unpublished master's thesis]. Hongik University.
- Kwon, H. (2015). The arts of fashion international fashion student competition. *Fashion Information and Technology*, 12, 46-54.
- Lee, H. C. (2015). International talent support(ITS) competition as a rising designers' platform. *Fashion Information and Technology*, 12, 63-70.
- Lee, J. (2013). *Analysis on participation motivators of crowdsourcing for strategical use in public sectors: Based on nationwide suggested idea contest* [Unpublished master's thesis, Yonsei University]. <https://library.yonsei.ac.kr/search/detail/CATTOT000000864524>
- Lee, M. S., & Kang, Y. H. (2022). Analysis of the status of domestic fashion contests. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 28(2), 257-272. <https://doi.org/10.18208/ksdc.2022.28.2.257>
- Lee, M. S., & Kang, Y. H. (2024). A Study on the experiences and perceptions of participants in fashion contests. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 30(1), 249-266. <https://doi.org/10.18208/ksdc.2024.30.1.249>
- Lee, M., & Chung, K. (2023). An exploratory study for building an online platform for fashion contests. *Journal of the Korean Society of Costume*, 73(4), 56-77. <https://doi.org/10.7233/jksc.2023.73.4.056>
- Li, D., & Hu, L. (2017). Exploring the effects of reward and competition intensity on participation in crowdsourcing contests. *Electronic Markets*, 27(3), 199-210. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0252-7>
- Park, S. H. (2015). A study of "Korea Fashion Design Contest". *Fashion Information and Technology*, 12, 37-45.
- Piller, F. T., Schaller, C., & Walcher, D. (2004, July). Customers as co-designers: A framework for open innovation [Paper presentation]. *The 116th Congress of the International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM)*, Goteborg, Sweden.
- Poetz, M. K., & Schreier, M. (2012). The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas? *Journal of product innovation management*, 29(2), 245-256. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00893.x>
- Shoab, M. (2024, October 30). What the BFC Foundation is doing to support independent brands. *Vogue Business*. <https://www.voguebusiness.com/story/fashion/what-the-bfc-foundation-is-doing-to-support-independent-brands>

- Walter, T. P., & Back, A. (2011). Towards measuring crowdsourcing success: An empirical study on effects of external factors in online idea contest. *2011 Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS)*, Limassol, Cyprus. <https://aisel.aisnet.org/mcis2011/63>
- Ye, J., & Jensen, M. (2022). Effects of introducing an online community in a crowdsourcing contest platform. *Information Systems Journal*, *32*(6), 1203-1230. <https://doi.org/10.1111/isj.12397>
- Yin, X., Zhu, K., Wang, H., Zhang, J., Wang, W., & Zhang, H. (2022). Motivating participation in crowdsourcing contests: The role of instruction-writing strategy. *Information & Management*, *59*(3), 103616. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103616>