

2006

옥외광고와 관련 국민체육진흥법 일부개정법률안 중 체육관련 기관의 수의시험으로 '옥외광고사업 이용 여용' 조항이 있어 이에 강력히 반대하였다. 옥외광고는 국민체육진흥법이 아닌 옥외광고를 등 관리법의 적용을 받는 것이 미망이며, 부당한 법적 규제와 함께 옥외광고를 통한 준조세 부담을 개선해줄 것을 적극 건의하였다.

한편 최적의 매체전략 수립을 위해 주기적으로 실시하는 매체수용자조사 중 특히 신문매체의 이용 형태, 태도, 반응을 파악하기 위하여 서울대학교 언론정보연구소에 의뢰, 전국 10,000명을 대상으로 구독률, 열독률, 신문관련 주요 지표수를 위한 인생매체수용자행태조사를 실시하였다. 이를 통하여 신문매체 및 개별신문의 상대적 가치 측정을 분석하였고, 신문광고시장의 합리화에 기여하였다.

또 업회는 방송광고사전심의제의 문

제점을 객관적으로 분석하고, 해외의 다양한 방송광고심의 사례 연구 및 각계의 의견들을 포함하는 '방송광고사전심의제 개선을 위한 연구'를 진행하였다. 동 보고서에는 방송광고사전심의 폐지에 따른 영향 분석과 제도의 방향을 제시하여 업계에서 준비해야 할 로드맵에 도움을 주고 있다.



방송광고사전심의제 개선을 위한 토론회

2007

기존 옥외광고특별법 아래서의 옥외광고사업의 문제점을 진단하고 새로운 철학 대안을 모색하기 위하여 정부, 일회, 약회, 광고주 등으로 TFP를 구성, 국내 옥외광고사업의 발전 방향을 제시하였다. 일회행식, 사업은 영방식, 광고료산정방식, 광고를 종류와 소유권에 대한 분석, 사업은 영기간 및 임찰참가자격 등의 최적 방안을 제시하였고, 광고주에 대한 서비스 강화를 적극 주장하였다.

한편 광고주의 유망인 모델 선호도가 상회되고 표준화된 모델계약서 부재에 따른 각종 문제점이 발생함에 따라 모델계약과 관련한 회원사의 불만이 나날이 증가하고 있는 상황에서 업회는 합리적인 광고모델로 학정과 표준화된 광고모델계약서 마련을 통해 광고주의 모델 관련 업무에 도움이 되는 가이드라인이 필요함을 절감하고 광고모델선진화방안 연구에着手, 합리적 대안을 모색하였다.

한편 광고주의 유망인 모델 선호도가 상회되고 표준화된 모델계약서 부재에 따른 각종 문제점이 발생함에 따라 모델계약과 관련한 회원사의 불만이 나날이 증가하고 있는 상황에서 업회는 합리적인 광고모델로 학정과 표준화된 광고모델계약서 마련을 통해 광고주의 모델 관련 업무에 도움이 되는 가이드라인이 필요함을 절감하고 광고모델선진화방안 연구에着手, 합리적 대안을 모색하였다.



인터넷광고수용자조사 결과 발표회



2008

업회는 인터넷매체 및 개별 사이트의 상대적 가치측정을 통해 인터넷광고시장의 협회화에 기여하기 위하여 전국 2,500명을 대상으로 수용자행태조사를 실시하였다. 동 조사에서는 사이트 유형별 이용행태 분석을 통해 인터넷 매체의 피워인텍스 수립을 가능케 하였고, 다양한 사이트의 이용행태, 커뮤니케이션 채널, 라이프스타일을 파악함으로써 최적의 매체전략 수립과 효과적인 광고집행을 위한 기초자료로 활용케 하였다.

한편 그동안 한국방송광고공사(KOBACO)는 수차례에 걸친 광고주협회의 개선 요청에도 불구하고 대표적 불공정거래행위인 연계판매(끼워팔기)를 시정하지 않았다. 이에 업회는 4월 21일 공정거래위원회에 KOBACO의 연계판매 등 불공정거래행위를 신고하였다.끼워팔기는 KOBACO가 특질적으로 방송광고판매대행을 하면서 잘 팔리는 프로그램에 안 팔리는 프로그램을 까워 파는 행위로, 연계율은 평균 10%에 따라 약 11~13%인 것으로 조사되었다.

협회 창립 이래 자속적으로 개선 노력을 기울여온 방송광고사전심의제도가 6월 25일 한법재판소에서 원고로 결정됨에 따라 원전 폐지되었다. 한법재판소는 방송광고사전심의의 근거가 되어온 방송법 제2조제3항에 대해 이는 행정기관에 의한 사전검열에 해당하여 표현의 자유를 침해하는 위헌이라고 밝혔다. 업회는 광고자율심의위원회를 중심으로 자율모니터링시스템을 준비하는 한편, 협조체, 약회, 광고계, 시민단체가 참여하는 자문단을 구성, 광고주들의 광고제작 자문과 소비자들의 광고판면 만족도를 점수, 처리하면서 광고주의 관련업무를 돋고 있다. 또한 다년간의 방송광고실의관련 연구를 통하여 실의규정, 실의위원 및 조직 구성, 실의절차, 정부와의 협조체계 방안을 준비해 있으며, 이 결과를 토대로 광고자율규제시스템을 마련할 계획이다.

한국광고주협회 회원사

(2008. 10. 1일 현재)

총 (882)

| | | | | |
|----------|---------|---------|----------|----------|
| 경농 | 롯데리아 | 신한금융지주 | 옥시리ട트벤키저 | 한국아쿠르트 |
| 광동제약 | 롯데백화점 | 신한카드 | 우阵营 | 한국전기안전공사 |
| 국민은행 | 롯데상강 | 쌍용 | 웅진식품 | 한국타이어 |
| 귀뚜라미보일러 | 롯데제과 | 쌍용건설 | 웅진씽크빅 | 한국부자증권 |
| 금강제화 | 롯데칠성음료 | 쌍용영화공업 | 웅진코웨이 | 한국화장품 |
| 금호건설 | 롯데햄 | 아남전자 | 유니레버코리아 | 한국P&G |
| 금호석유화학 | 르노삼성자동차 | 아모리파시픽 | 유한양행 | 한국화약품 |
| 금호타이어 | 린나이코리아 | 아시아나항공 | 유한킴벌리 | 한무개발 |
| 기아자동차 | 메리츠증권 | 예금산업 | 인천건설 | 한미약품 |
| 나드리화장품 | 메리츠화재 | 엔프라나 | 일동제약 | 한솔제지 |
| 남양유업 | 모니메 | 오뚜기 | 일양약품 | 한진 |
| 녹십자홀딩스 | 모닝글로리 | AIC생명보험 | 전국경제인연합회 | 한진중공업 |
| 농심 | 모토로라코리아 | OJ제일제당 | 제너시스 | 한진해운 |
| 대교 | 반도건설 | PnC코오롱 | 제일모직 | 한화 |
| 대림산업 | 벽산 | GS건설 | 지오엠씨 | 한화종합화학 |
| 대상 | 보령제약 | GS리테일 | 종근당 | 한화증권 |
| 대우건설 | 불박 | GS칼텍스 | 중인제약 | 하나금융 |
| 대우알렉트로닉스 | 부영 | GS홈쇼핑 | 진로 | 하태재화 |
| 대우자동차판매 | 비피카드 | (주)LG | 쥐영루 | 현대건설 |
| 대우증권 | 빙그레 | LG데이콤 | 코오롱 | 현대모비스 |
| 대웅제약 | 삼성물산 | LG디스플레이 | 크라운제과 | 현대미포조선 |
| 대한방명 | 삼성생명 | LG전자 | 트라이브먼즈 | 현대백화점 |
| 대한주택공사 | 삼성전자 | LG헬로콤 | 편백계열 | 현대산업개발 |
| 대한통운 | 삼성증권 | LG화전 | 포스코 | 현대상선 |
| 대한투자신탁증권 | 삼성카드 | LG화학 | 불무원 | 현대밀리비티어 |
| 대한방공 | 삼성미크로 | LG손해보험 | 이나글로벌지주 | 현대자동차 |
| 동문건설 | 삼성화재 | LS산전 | 아이언스반도체 | 현대중공업 |
| 동부건설 | 삼성SDI | LS전선 | 아이마트 | 현대증권 |
| 동부아남반도체 | 삼영사 | SK건설 | 아이드맥주 | 현대카드 |
| 동사식품 | 삼원기업 | SK네트웍스 | 한국도자기 | 현대해상화재 |
| 동이오츠카 | 생포식품 | SK에너지 | 한국미사회 | 한진에바른 |
| 동이파악 | 서울우유 | SK증권 | 한국맥도날드 | 호텔롯데 |
| 동양도달 | 세스코 | SK케미칼 | 한국IBM | 효성 |
| 동영글로벌 | 소니코리아 | SK텔레콤 | KT | 한국생명보험 |
| 동원F&B | 신동방CP | SKC | KT&C | 한국방공화제 |
| 동화약품 | 신성통상 | S-OIL | KTF | |
| 두산 | 신세계 | STX | OB맥주 | |
| 두산건설 | 신원 | 오리온 | 한국제세나협의회 | |