



## 2015년도 제6차 편집위원회



지난 12월 9일 롯데호텔에서 제6차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 문철수 한신대 교수, 최호진 동아홀딩스 상무, 배익찬 삼성 부장, 채영훈 SK텔레콤 부장 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

## SBS 초청 간담회 겸 신년교례회



지난 1월 13일 플라자호텔에서 SBS 초청 간담회 겸 신년교례회가 열렸다. 이날 간담회에는 김진원 사장을 비롯한 SBS 간부진과 회원사 임직원 100여 명이 참석하여 새해 인사를 나누고, 신년 방송매체 환경을 살펴보는 시간을 가졌다.

## 2016 정기총회

‘한국광고주협회 2016년도 정기총회’가 2월 23일 플라자호텔 22층 루비홀에서 열릴 예정이다. 이번 총회에서는 2015년 사업보고 및 결산, 2016년 예산 및 사업계획(안), 회원입회 등의 안건을 처리한다.

## 2016 제1차 이사회 및 운영위원회



협회는 2월 4일 롯데호텔에서 ‘2016년도 제 1차 이사회 및 운영위원회’를 개최했다. 이번 이사회에서는 정기총회에 상정할 안건을 심의하고 협회의 2016년 사업 방향과 주요 현안에 대해 논의했다.

## 한국광고주협회 ‘중소기업자문위원회’ 신설



한국광고주협회(회장 李政治)는 광고 홍보 기능이 취약한 중소기업을 지원하고, 광고마케팅 노하우를 공유, 상생 협력의 광고생태계를 조성하기 위해 ‘중소기업자문위원회’를 신설하고,

초대 위원장에 광고주협회 광고위원장으로 활동했던 주홍상암커뮤니케이션즈 대표이사를 선임했다.

광고주협회 산하 중소기업자문위원회는 중소 광고시장 확대를 통한 광고산업 활성화를 위해 광고관련 매체별 자료 공유, 대행사 선정 노하우 및 서비스 이용 자문, 중소기업 광고홍보 담당자를 위한 교육, 언론홍보 메뉴얼 제공 등을 통해 중소기업의 광고 홍보 업무를 지원할 계획이다.

주홍 위원장은 “특히 대언론 활동이나 IMC, 디지털 마케팅에 취약한 중소기업을 위해 광고주협회 업종별 회원사로 구성된 위원들과 함께 활발한 자문활동을 벌여나갈 계획”이라고 밝혔다.



## 방송통신위원장 초청 간담회



지난 1월 27일 광화문에서 협회 운영위원 및 광고, 홍보담당 임원은 최성준 방통위원장을 초청해 간담회를 개최했다. 이날 간담회에서 협회는 비대칭 규제 해소, 방송광고심의 및 광고 금지 품목 완화 등의 내용이 담긴 '방송광고 시장 활성화를 위한 7대 정책 과제'를 건의했다.

## 방송사 외주제작사에도 간접광고 판매 허용

오는 7월말부터 방송사의 외주제작사도 TV프로그램에 들어가는 간접광고를 직접 판매할 수 있게 된다. 방송통신위원회는 1월 27일 방송법 개정안을 공포, 7월 28일부터 시행한다고 밝혔다. 개정된 방송법에서는 외주제작사의 정의를 신설하고, 프로그램 제작과 밀접하게 연계된 간접광고를 외주제작사가 직접 판매할 수 있게 했다.

최성준 방통위원장은 “이번 방송법 개정은 2011년 정부안이 발의된 후 이해관계자 간 첨예한 대립을 조율해 4년 만에 거둔 성과”라며 “광고판매의 규제 장벽을 낮춰 외주제작사의 성장기반을 마련하고, 방송사업자와 외주제작사의 공정경쟁 환경을 조성하게 됐다는 점에서 의미가 크다”고 말했다.

## [동서식품] 서귀포 해변에 선보인 맥심 모카골드 머그잔

동서식품이 제주를 찾는 소비자들에게 특별한 추억을 선사한다. 대한민국 대표 커피기업 동서식품은 제주 서귀포시 태흥리 해변가에 머그잔 모양의 '맥심 모카골드' 조형물을 설치했다고 밝혔다. 이번 조형물 설치의 지난해 동서



식품이 제주에서 운영해온 이벤트 카페 '맥심 모카다방'의 성공적인 마무리를 기념하고, 소비자들에게 잊지 못할 추억을 선물하기 위해 진행됐다. 조형물이 세워진 장소는 맥심 모카다방 인근 해변가 두 곳이다. 조형물은 노란색 머그잔 모양으로, 주변 풍경과 어우러져 따뜻하면서도 세련된 감성을 자아내 향후 '포토존'으로 자리매김할 것으로 기대된다.

## [대림산업] 2016년 전국에서 2만여 가구 공급 계획

대림산업은 올해 전국적으로 총 19개 단지, 총 2만 906 가구를 공급할 예정이라고 밝혔다. 이 중 일반분양은 1만 5,868가구로, 서울뿐 아니라 수도권과 부산, 구미, 포항, 춘천 등 전국에 걸쳐 공급된다. 강남 재건축·재개발, 흑석뉴타운, 하남미사강변도시, 부산, 구미, 포항 등 인기 지역 내 알짜 물량이 풍성해 눈길을 끈다.

대림산업 주택사업실장 서홍 전무는 “대림산업은 풍부한 시공 노하우와 e편한세상만의 특화된 주거 상품을 통해 올해 분양시장을 공략할 계획”이라고 밝혔다.

## [일동제약] 지큐랩(gQlab) 새광고

일동제약이 일동제약의 종합비타민 아로나민씨플러스의 모델로도 활약 중인 배우 김희애씨를 모델로 기용, 프로바이오틱스 건강기능식품인 지큐랩(gQlab)의 마케팅 활동을 본격화한다. 일동제약은 지큐랩 TV광고에서 세계 최초



로 특허 받은 4중코팅 프로바이오틱스 지큐랩의 기술과 특 장점을 강조한다. 지큐랩 개발에 실제로 참여한 일동제약 중앙연구소 이승훈 책임연구원도 함께 등장해 제품에 대한 신뢰성을 높이고 있다.

지큐랩은 일동제약이 가장 주력하는 건강기능식품 브랜드 로, 70년간 축적된 유산균 노하우, 4중코팅기술, 연구부터 생산, 유통, AS까지 모두 할 수 있는 인프라 등을 강조하며 다양한 마케팅 활동을 펼칠 계획이다.

## [대유위니아] 담채국 새광고



대유위니아가 '집밥 백선생'으로 인기를 얻고 있는 백종원 씨를 모델로 기용, 프리미엄 IH 압력밥솥 '담채국'의 새광 고를 선보인다. 광고는 찰지고 구수한 가마솥 밥맛을 구현 하는 담채국의 기능을 소개하며 '맛있게 잘 된 밥은 밥알이 선다'는 새로운 기준을 제시한다. 이를 위해 쌀알이 불려지

는 것부터 열기가 순환되며 밥이 완성되기까지 모습을 생 생하고 실감나게 담아냈다. '담채국'은 대유위니아가 국내 최초의 김치냉장고 '담채'에서 쌓아올린 주방가전의 기술력 과 노하우를 담은 제품으로, 가마솥 밥맛을 최대한 살린 10 인용 프리미엄 IH 전기압력밥솥이다.

## [SK브로드밴드] 스마트폰 동영상 서비스 '옥수수'



SK브로드밴드는 새로운 모바일 콘텐츠 앱인 '옥수수'를 출 시, 가수 옥택연과 방송인 유승옥을 광고모델로 새광고를 선보인다. 옥수수는 IPTV인 Btv 모바일과 VOD 서비스인 '호핀'을 하나로 합친 콘텐츠 서비스다. 개인 맞춤형 초기화 면에 국내 최다 스포츠 동영상, 98개 실시간 채널, 국내외 영화 8천여 편이 제공된다. SK브로드밴드는 옥수수 알갱이 처럼 다양한 콘텐츠를 담고 있다는 의미의 브랜드명을 알 리기 위해 옥수수 라임을 활용한 램이 어우러진 뮤직비디 오 형식으로 광고를 제작했다고 설명했다.

SK플래닛 관계자는 "위트 있는 라임 형식의 가사를 활용해 브랜드명을 반복적으로 노출함으로써 친숙함을 높이고자 했다"고 설명했다.

## [롯데칠성음료] 칠성사이다 새광고

롯데칠성음료가 영화배우 겸 가수 임시완을 모델로 칠성사 이다 '겨울, 소양강편' 새광고를 선보인다. '자연과 사람의 교감을 통한 맑고 깨끗한 칠성사이다'를 콘셉트로 제작된 이번 광고는 "언제나 있는 그대로의 맑고 깨끗함을 지켜가



라고 겨울을 잊은 강물이 내게 말했다. 맑고 깨끗한 칠성사이다”라는 내레이션과 함께, 겨울 한파에도 변함없는 깨끗함으로 흐르는 소양강물을 통해 칠성사이다만의 맑고 깨끗함을 보여준다.

### [오비맥주] 카스 새광고로 젊은층 응원



오비맥주가 ‘삼포세대(연애, 출산, 결혼 포기)’로 상징되는 이 시대의 청년들을 위해 응원 광고를 선보인다. 광고는 힘든 사회, 경제적 현실에서 자포자기하기 쉬운 이 시대의 젊은이들에게 ‘꿈이 없다면 힘든 일도 없다’며 꿈을 향해 달려라는 메시지를 전하고 있다. ‘도전하는 청춘과 함께하는 맥주’를 콘셉트로 취업면접, 오디션, 연애 등 젊은 세대 삶의 현장에 카메라를 밀착해 실상을 표현하고 있다.

오비맥주 관계자는 “그동안 카스 광고의 주된 소재가 젊음의 특권과 열정, 즐거움이었다면 이번 광고는 불안하고 힘든 시

대를 살아가는 젊은 층을 응원하는 것”이라고 설명했다.

### [KB손해보험] ‘KB매직카다이렉트’ 새광고



KB손해보험이 리듬체조 선수 손연재와 배우 정웅인을 모델로 앞세워 온라인 자동차보험 브랜드 ‘KB매직카다이렉트’를 알리는 새광고를 선보인다. KB금융그룹이 후원하는 스포츠스타 손연재 선수와 호탕한 이미지의 배우 정웅인씨가

함께 호흡을 맞춘 ‘운전교습’편은 “리본은 잘 돌리면서 핸들은 못 돌리냐”며 구박하는 운전교수 정웅인씨와 초보운전자 손연재 선수가 만나 벌어지는 에피소드로 한편의 시트콤을 연상시키는 코믹한 상황극으로 연출됐다.

최근 출시된 KB매직카다이렉트는 PC뿐 아니라 모바일에서도 빠르고 안정적인 서비스를 제공해 몇 번의 클릭만으로 쉽게 가입할 수 있다. 동시에 저렴한 보험료 혜택으로 소비자들의 관심이 높아지고 있다.

### [대한항공] ‘게스트하우스 프랑스’ 새광고



대한항공이 올해 한·불 수교 130주년을 맞아 프랑스 전역을 영상에 담은 ‘게스트하우스 프랑스’편 TV광고 시리즈를 선보인다. 광고는 에펠탑과 개선문으로 대표되는 파리 이

외에도 노르망디, 알자스, 부르그뉴, 남프랑스 등 프랑스 전역의 여행지를 소개한다. 현지인처럼 느낄 수 있도록 '게스트하우스 여행'을 콘셉트로 잡았다. 게스트하우스 주인들이 해당 지역의 매력을 설명하는 1차 시리즈를 시작으로, 2차 시리즈에서는 게스트하우스에 입주할 여행객들이 각 지역에서 체험하게 될 가상의 테마 여행을 소개한다.

대한항공은 새로운 광고캠페인과 함께 홈페이지(france.koreanair.com)에서 진행하는 온라인 프로모션을 통해 오는 5월부터 최대 14일 동안 머무르며 실제 프랑스 현지를 느끼고 체험할 수 있는 여행의 기회를 제공한다. 대한항공은 현재 프랑스 파리에 주 7회, 매일 운항 일정을 제공하고 있다.

## [아모레퍼시픽] '오딧세이' 새광고



아모레퍼시픽의 남성 스킨케어 전문 브랜드 '오딧세이'가 '삼시세끼 어촌편'을 통해 인기를 얻고 있는 손호준을 모델로 기용, 신제품 '블루에너지 파워 올인원 에센스'의 새광고를 선보인다. 젊고 역동적인 이미지로 변화한 오딧세이 브랜드를 알리는 데 중점을 둔 이번 광고는 오딧세이 공식 유튜브 채널과 서울 주요지역의 극장 스크린, IPTV에서 만날 수 있다.

## [G마켓] 설날 프로모션 선보여

국내 최대 온라인 쇼핑 사이트 G마켓이 AOA 설현을 모델로 설날 특별 프로모션 광고를 선보였다. G마켓은 설현을 전면에 내세워 '설날 선물을 G마켓에서, 심장이 설현설현' 등 다양한 맞춤형 이벤트를 진행하는 한편, 홈페이지를 통해 설현의 한복패션을 공개하는 등 활발한 프로모션을 진



행했다. G마켓 관계자는 "G마켓은 오픈 초창기부터 시대의 아이콘을 모델로 발탁해왔다"며 "설현은 특유의 상큼 발랄한 매력으로 브랜드 이미지를 더욱 높여줄 것"이라고 말했다.

## [에이스침대] 신규 캠페인 런칭



에이스침대가 탤런트 지성을 모델로 신규 광고 캠페인을 선보인다. 지성은 결혼 4년차에 접어든 에이스침대 유경험자로 혼수를 고르는 신혼부부들에게 "신혼가구가 좋으면 집들이 할 때는 잠깐 부듯하지만 침대가 좋으면 매일 아침이 부듯하다"며 침대의 중요성에 대해 얘기한다. 에이스침대는 지난 2014년부터 최고의 배우들을 통해 '자 봤으면 알 텐데' 캠페인을 선보이며 침대업계 1위 브랜드의 전문성과 리더십을 강조하고 있다.

## [DMC미디어] 커머스 특화형 리타겟팅 플랫폼 'F-1' 출시

통합 디지털 미디어렐 및 광고마케팅 플랫폼 전문기업 DMC미디어가 커머스에 특화된 맞춤형 리타겟팅 광고를 페이스북에 게재할 수 있는 플랫폼 'F-1'을 출시했다. F-1은 사용자가 웹사이트나 모바일웹 또는 앱에서 본 제품을 페이스북에서 지속적으로 노출시켜 구매하도록 유도하는



광고상품으로, 쇼핑몰 등 모바일웹과 앱의 혼합형인 하이브리드앱 기반의 e-커머스 시장에 적용 가능하다는 게 가장 큰 특징이다. F-1은 DMC미디어만의 독보적인 기술을 바탕으로 하이브리드앱에 대한 정교한 리타겟팅 분석을 통해 사용자의 취향과 관심분야에 최적화된 광고를 노출시킴으로써 구매전환율과 광고수익률(ROAS)을 극대화할 수 있다는 것이 DMC미디어측의 설명이다.

## [제일기획] 탈북민 정신건강회복 지원 위한 '마음동무' 프로젝트 추진



남북한 언어변환 앱 '글동무'를 개발해 탈북민의 언어 정착을 돕고 있는 제일기획이 이번에는 삼성서울병원, 남북하나재단과 함께 탈북민의 정신건강 회복을 돕는 '마음동무' 프로젝트 진행을 위한 업무협약식을 가졌다. 이날 협약식에는 임대기 제일기획 사장, 권오정 삼성서울병원 원장, 손광주 남북하나재단 이사장 등이 참석했다.

이번 프로젝트는 실제로 많은 탈북민들이 트라우마를 겪는 등 정신건강이 상대적으로 취약해 심리상담 등 정신건강 회복을 위한 도움이 필요하다는 데 착안, 삼성서울병원, 남북하나재단과 손을 잡고, 삼성서울병원 사회정신건강연구소 소속 전문의들이 참여해 심리 치료 및 교육 프로그램 교재를 개발하고, 남북하나재단은 전국 각지의 탈북 아동·청소년 대안학교에 '마음동무' 프로젝트를 연결해주는 가교 역할을 한다.

제일기획 임대기 사장은 "마음동무 프로젝트는 탈북 학생

들의 건강한 성장을 돕는 것은 물론 부모와 교사를 함께 교육함으로써 통일 교육의 시금석 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다"고 말했다.

## [KOBACO] 中 CCTV와 공익광고 공동 캠페인

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 중국중앙방송국(CCTV)과 공동으로 각각 공익광고를 제작해 국내 지상파 및 케이블TV와 중국 CCTV 15개 주요채널에서 동시에 방송한다고 밝혔다. 한중 공익광고 캠페인은 아시아 공통 가치관인 '효'(孝)를 주제로 기획됐다.

한국의 '효는 말 한마디' 편은 부모의 자식 사랑과 자녀들의 태도를 대비시켜 간접적으로 효에 대한 의미를 되새겼다. 중국의 '근엄한 아버지'편은 엄격한 기업 사장이 부모 앞에서 어리광을 부리며 효를 다한다는 내용으로 구성됐다. KOBACO는 우리나라 공익광고가 최초로 중국 14억 인구에 노출돼 한류 확산에 기여하고, 장기적으로 아시아·태평양권 공익광고 공동 캠페인으로 발전할 수 있는 계기를 마련했다고 설명했다.

## [신간소개] 김석년과 그의 광고시대



윤태일 한림대 광고홍보학과 교수가 한국 광고계의 살아있는 전설 '김석년'을 통해 한국 광고 40년 역사를 돌아봤다. 윤 교수가 펴낸 '김석년과 그의 광고시대'는 40여 년간 한국 광고산업 발전에 이바지해온 김석년을

연구하고 한국의 광고 역사를 조망했다.

책은 김석년의 구술과 동시대 다른 광고인의 구술증언, 한국광고사 문헌기록을 통해 내용을 뒷받침했다.