

## Chapter 3. 기획취재 I

### 광고의 자유와 선택! 2025 한국광고주대회 개최

한국광고주협회가 10월 30일 서울 웨스틴조선에서 대한민국 광고산업의 발전방향을 논의하는 2025 한국광고주대회를 개최했다. ‘광고의 자유와 선택’이라는 슬로건 아래 열린 이번 대회는 광고주·언론사·광고회사·학계 등 각계 인사 400여명이 참석해 자리를 빛냈다.



#### [1부] 대회 기념 특별세미나

### “25년 동행, 새로운 혁신, 광고의 미래”

오후 2시부터 조선호텔 오키드룸에서 열린 ‘2025 한국광고주대회 기념 특별세미나’는 ‘올해의 마케터상’ 수상자들과 광고 전문가들이 연사로 참여해 높은 관심을 모았다.

곽혁 한국광고주협회 사무총장은 개회사를 통해 “광고는 단순한 설득의 기술이 아니라, 대한민국의 문화와 콘텐츠를 만들어가는 창의적 산업”이라고 강조했다. 이어 “올해 불확실성과 소비 위축이라는 어려운 환경 속에서도 AI·OTT·빅테크 등 신기술을 기반으로 광고 산업의 새로운 활로를 모색해왔다”며, “이번 세미나가 급변하는 광고 환경에 대한 통찰을 나누는 유익한 자리가 되길 바란다”고 말했다. **사진 1**



사진1 세미나 개회사를 하고 있는 한국광고주협회 곽혁 사무총장

첫 번째 세션에서는 박현수 단국대학교 미디어커뮤니케이션 학부 교수는 ‘2025 광고매체 평가 조사 결과’를 발표했다. 이번 조사는 실제 기업 광고 데이터를 기반으로 TV와 디지털 채널의 효율을 비교·분석했다 TV 광고는 인지도·선호도·구매의도 등 전 항목에서 디지털보다 효과가 높고, 비용 효율성도 약 3배 우수한 것으로 나타났다. 특히 2030세대에는 TV·디지털 혼합 전략, 4050세대에는 TV 중심 전략이 최적이라는 분석이 제시됐다. **사진 2**

두 번째 세션에서는 ‘올해의 마케터상’을 수상한 LG전자와 한화그룹의 브랜드 마케팅 성공 사례가 소개됐다.

김재호 LG전자 책임은 ‘구독형 서비스 전략’을 주제로, 기존 하드웨어 중심 이미지를 넘어 ‘가전 구독 서비스’와 ‘디지털 경험 마케팅’을 통해 브랜드 인식을 전환한 캠페인을 소개하며 “가전 구독은 세상에 없던 새로운 경험”이라고 강조했다. **사진 3**

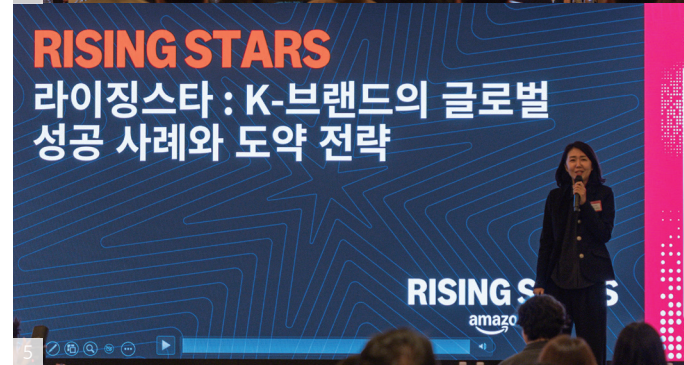
이윤주 한화그룹 커뮤니케이션위원회 차장은 ‘세계가 필요로 하는 대한민국 기술’을 주제로 발표하며, 에너지와 우주항공 등 한화의 핵심 산업과 브랜드 철학을 연결한 캠페인 사례를 공유했다. 그는 “지속가능성을 단지 환경이나 ESG의 맥락으로 한정하지 않고, ‘한화는 왜 존재하는가’라는 질문에서 전략을 설계했다”며, 실제 기반의 브랜딩이 갖는 힘과 기술·철학·사회적 쓰임을 아우르는 통합 커뮤니케이션의 중요성을 강조했다. **사진 4**

마지막 세션을 맡은 아마존 애즈(Amazon Ads)의 글로벌 팀은 ‘브랜드와 제품의 글로벌 확장 전략’을 주제로 발표했다. 조영재 한국 LCS 어카운트 매니지먼트 총괄(Head of KR LCS)과 이윤희 아시아 성장시장 마케팅 총괄(Head of MarComms, Asia Growth Markets)은 ‘라이징스타 프로그램(Rising Star Program)’과 지역별 광고 상품을 활용한 글로벌 미디어 믹스 전략을 소개하며, 한국 브랜드의 해외 진출 전략에 실질적인 인사이트를 제공했다. **사진 5**



**사진 2** '광고매체 평가 조사결과 발표'를 맡은 단국대학교 박현수 교수

**사진 3** LG전자 구독 캠페인에 대해 발표를 하고 있는 LG전자 브랜드커뮤니케이션담당 김재호 책임



**사진 4** 한화그룹 캠페인 전략과 사례에 대해 발표를 하고 있는 한화그룹 커뮤니케이션위원회 이윤주 차장

**사진 5** 4주제에 대해 설명하고 있는 이윤희 Head of Marcomms, Asia Growth Marktes



광고주의 밤은 KAA 어워즈와 만찬으로 구성됐으며, 호텔 로비는 리셉션부터 업계 관계자들로 북적였다. 400여 명의 참석자들이 서로 인사를 나누며 올 한 해를 돌아보는 시간을 가졌다.

### • 개회선언·인사말·축사

노승만 한국광고주협회 회장은 개회선언을 통해 “제25회 한국광고주대회를 뜻깊게 개최하게 되어 감회가 새롭다”며, “지금의 협회가 있기까지는 회원사 여러분의 변함없는 성원 덕분에”이라고 감사 인사를 전했다. 또한 “건전한 미디어 생태계 조성 과 광고산업의 지속 가능한 발전을 위해 앞으로도 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

이영규 광고주협회 운영위원장(현대자동차그룹 부사장)은 “한국광고주대회는 지난 25년간 광고계의 화합과 산업 발전을 상징하는 자리”라며, “AI 전환(AI Transformation, AX)의 시대, 소비자 니즈에 맞춘 새로운 마케팅 혁신이 필요한 시점”이라고 강조했다. 그는 “오늘 이 자리가 광고산업의 미래를 함께 모색하는 축제의 장이 되길 바란다”고 말했다.

임성환 문화체육관광부 미디어정책국장은 장관 축사를 대독하며 “광고는 단순한 상품 소개를 넘어, 감성을 움직이고 미래를 여는 감각 예술이자 성장 산업”이라며 “AI가 광고를 만들고 글로벌 플랫폼이 시장을 재편하는 시대에도 사람의 창의는 대체될 수 없다”고 말했다. 정부는 광고산업진흥법 제정을 통해 공정하고 투명한 생태계를 조성하고, 한국 광고의 글로벌 도약을 적극 지원하겠다고 밝혔다.

↓ 사진.(왼쪽부터) 강충식 소비자위원장, 홍경선 경제홍보위원장, 정정욱 광고위원장, 이영규 운영위원장, 노승만 한국광고주협회 회장, 김우성 KBS 부사장

사진1. 노승만 한국광고주협회 회장  
사진2. 이영규 한국광고주협회 운영위원장  
사진3. 임성환 문화체육관광부 미디어정책국장





사진1. 문화일보와 홍경선 경제홍보위원장  
사진2. 동아일보

사진3. 매일경제신문  
사진4. 서울경제신문

### 광고주가 뽑은 올해의 신문기획상

올해의 신문기획상은 △문화일보 ‘AI대전환으로 새롭게 도약하라’ △동아일보 ‘코러스노믹스 2.0 美서 뛰는 한국기업들’ △매일경제신문 ‘새정부에 바란다 시리즈’ △서울경제신문 ‘다시, KOREA 미러클’ 등 총 4편이 수상의 영예를 안았다. 시상식은 홍경선 광고주협회 경제홍보위원장(삼성전자 부사장)이 맡았다. 문화일보 이제교 편집국장은 수상 소감에서 “언론은 기업과 사회가 마주한 현실을 성찰하고, 그 해법을 제시해야 한다는 책임감을 다시금 느끼게 된 계기였다”며, “언론과 기업의 관계는 나무와 땅의 관계와 같다. 나무가 건강하게 자라기 위해서는 좋은 땅이 필요하듯, 오늘의 진정한 주인공은 기업이라고 생각한다”고 밝혔다.

### 광고주가 뽑은 올해의 프로그램상

올해의 프로그램상은 △KBS2 ‘독수리 5형제를 부탁해!’(드라마) △MBC ‘놀면 뭐하니?’(예능) △MBN ‘현역가왕2’(예능) △KBS2 ‘경제콘서트’(시사교양) △SBS ‘멋진 신세계 AI, 유토피아인가 디스토피아인가’(기획보도) 등 총 5편이 수상했다. 시상식은 정정욱 광고주협회 광고위원장(LG그룹 전무)이 담당했다.

KBS2 ‘경제콘서트’의 제작 책임을 맡고 있는 모은희 기자는 “경제 뉴스를 보다 쉽고 친근하게 전하기 위해 늘 고민하며 프로그램을 제작해왔다”며 “그 과정에서 기업들이 전해준 다양한 아이디어와 조언이 큰 힘이 됐다. 앞으로도 경제를 이끄는 기업들과 함께, 더 많은 좋은 소식을 전할 수 있도록 노력하겠다”고 수상 소감을 밝혔다.



사진1. KBS 드라마센터 최상열 PD와 정정욱 광고위원장  
사진2. MBC 예능본부 김진용 메인PD  
사진3. 크레아스튜디오 김학영PD  
사진4. 모은희 KBS 경제콘서트 팀장, 박대기 기자  
사진5. SBS 보도국 정성진 기자, 엄민재 기자, 홍영재 기자



### 광고주가 뽑은 올해의 마케터상

이어진 KAA Awards 시상식은 ‘광고주가 뽑은 올해의 마케터상’을 시작으로 본격적인 순서에 돌입했다.

강충식 광고주협회 소비자위원장(SK수펙스추구협의회 부사장)이 시상자로 나서 △동서식품 베버리지마케팅2팀 △한화그룹 커뮤니케이션위원회 △롯데칠성음료 소주BM △LG유플러스 브랜드마케팅팀 △LG전자 브랜드커뮤니케이션 담당 △S-OIL 멤버십마케팅팀 등 총 6개 팀에 상을 수여했다.

브랜드 부문을 수상한 한화그룹 커뮤니케이션위원회 이윤주 차장은 “이번 수상이 한화그룹의 사업비전과 기술과 브랜드 그리고 임직원들에 대한 관심과 응원이라고 생각이 돼서 더욱 뜻깊고 감사하다”고 전했다.



사진1. 동서식품 베버리지마케팅2팀과 강충식 소비자위원장  
 사진2. 한화그룹 커뮤니케이션위원회  
 사진3. 롯데칠성음료 소주BM팀  
 사진4. LG유플러스 브랜드마케팅팀  
 사진5. LG전자 브랜드커뮤니케이션팀  
 사진6. S-OIL 멤버십 마케팅팀

### 공로상 : 최선목 한국광고주협회 명예회장

공로상은 한국광고주협회 회장을 역임하며 광고산업의 발전과 선진 기업 환경 조성에 기여한 공로를 인정받아, 최선목 명예회장이 수상자로 선정됐다. 최 명예회장은 수상 소감에서 “광고라는 매개를 중심으로 다양한 주체들이 협업하는 협회 활동을 이어오며, 공존과 공정한 룰에 대해 깊이 고민해왔다”며 “오늘 이 자리에 함께한 동료와 후배들의 총명함을 보며, 앞으로도 광고 생태계가 더욱 건강하고 지속 가능하게 발전하리라 기대한다”고 말했다.



사진: 노승만 한국광고주협회 회장(좌) 최선목 한국광고주협회 명예회장(우)

### • 만찬사 및 축하공연

‘광고주의 밤’ 만찬 행사는 KBS의 후원으로 진행됐다. 이날 행사에는 박장범 KBS 사장을 대신해 김우성 부사장이 참석해 자리를 빛냈다.

김 부사장은 인사말에서 “광고주 여러분께서 집행해주시는 광고에 힘입어, KBS는 앞으로도 국민에게 통합과 희망을 전하는 좋은 프로그램으로 보답하겠다”고 말했다. 이어 “2025년도 이제 두 달밖에 남지 않았다”며 “내년에는 모두에게 큰 대운이 찾아오길 바라며, 이 순간을 아름다운 마음으로 오래 기억하자”고 건배를 제의했다.



사진: KBS 김우성 부사장



사진: 크로스오버 그룹 리베란테

한편 이날 만찬에는 팬텀싱어 최연소 우승팀인 남성 3인조 크로스오버 그룹 리베란테가 축하공연 무대에 올랐다. 리베란테는 이날 발표한 신곡 ‘DIAMANTE’를 포함해 총 3곡을 열창하며, 참석자들의 뜨거운 환호를 이끌어냈다.