



2018 한국광고주대회

KAA Annual Conference 2018

대한민국 광고계가 한자리에 모여 광고산업의 발전 방안을 논의하는 '2018 한국광고주대회'가 10월 25일 서울 소공동 조선히텔에서 개최됐다. 올해는 한국광고주협회(회장 이정치) 창립 30주년을 기념해 지난 발자취를 돌아보고, 새로운 미래 30년의 광고의 역할과 비전을 모색하는 특별한 프로그램으로 진행됐다. '광고의 자유와 선택'(Free Market, Free Communication, Free Choice)을 슬로건으로 개최된 이번 대회는 광고주, 광고회사, 매체사 등 광고주체가 함께 광고산업의 새로운 도약을 위한 과제를 살펴보는 공론의 장을 마련했다.



2018 한국광고주대회

특별 세미나

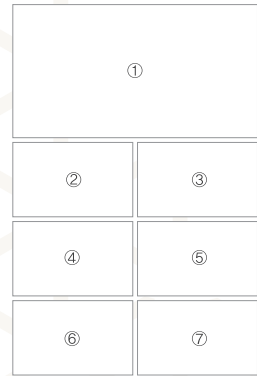
미래 30년 광고의 역할과 비전

창립 30주년 기념 특별 세미나는 ▲우리 국민의 미디어 이용행태 분석 ▲글로벌 광고시장 전망과 미디어믹스 전략 ▲나쁜 광고 퇴출 및 개선방안 연구 ▲대한민국 미디어 데이터 허브 구축과 추진 방향 순으로 진행됐다.

제1주제 '우리 국민의 미디어이용행태 분석'에서 조사를 맡은 박종구 한국방송광고진흥공사(KOBACO) 박사는 "TV시청률은 전국의 시청자와 거액의 광고비를 움직이는 막강한 힘을 가졌지만 시청률이 프로그램의 인기도와 광고효과를 입증하지 못하는 만큼 단순한 시청률 자료보다는 모바일, SNS 등 화제성 지수까지 반영할 필요가 있다"고 주장했다. 박종구 박사는 "일반 시청자들이 프로그램을 선택할 때 TV 콘텐츠에 달린 게시글이나 댓글이 시청 여부에 큰 영향을 주고 있고, 젊은층일수록 이러한 경향이 크다"며 미디어 버즈량까지 포함해 시청률을 보완할 객관적인 지표를 만들 필요가 있다고 강조했다.

제2주제 '글로벌 광고시장 전망과 미디어믹스 전략'을 발표한 김지은 미디어컴 상무는 "소비자의 매체 소비행태가 다양한 플랫폼으로 분산됨에 따라 기업의 광고 마케팅도 보다 개인화된 콘텐츠 중심으로 타겟팅을 세분할 필요가 있으며, 특히 소셜 미디어를 중심으로 한 인플루언서 전략이 중요해지고 있다"고 하면서 광고주들의 관심을 촉구했다. 김 상무는 "AR, VR이 새로운 현실이 되고, IoT의 진보로 모든 것이 연결되는 미래가 다가오고 있다"며 이런 시대에 검색광고도 포털 중심의 텍스트에서 음성(voice)과 동영상(visual)을 최적화한 전략이 필요하다고 말했다.

제3주제 '나쁜 광고 퇴출 및 개선방안'을 발표한 김운환 선문대 교수는 "올해 디지털 광고시장은 4조원을 넘어 최대의 광고매체로 성장했지만 인터



- ① 한국광고주협회 30주년을 맞아 포즈를 취했다.
왼쪽부터 노승만 광고주협회 운영위원장(삼성물산 부사장), 배우 안성기, 이정치 한국광고주협회장, 조규하 한국광고주협회 초대 회장, 이금기 일동후디스 회장
- ②③ 30주년을 기념하는 아트월과 조형물
- ④ 특별 세미나 1주제를 발표하는 박종구 한국방송광고진흥공사(KOBACO) 박사
- ⑤ 2주제를 발표를 맡은 김지은 미디어컴상무
- ⑥ 3주제를 발표하는 김운한 선문대 교수
- ⑦ 4주제를 발표하는 홍진우 한국전자통신연구원 전문위원



넷 이용을 방해하는 성가신 광고 또는 유해 콘텐츠는 급증하고 있다”며 “나쁜 광고를 퇴출, 개선하고 건전한 광고 유통 환경 조성에 포털이 적극 나서야 한다”고 주장했다. 김 교수는 “나쁜 광고를 퇴출하는 노력은 결국 이용자의 권리를 지켜주는 일이자 공정한 거래가 이루어질 수 있는 기반을 다지는 일로 경제적으로나 문화적으로 중요한 의미를 갖는다”며 “장기적으로 소비자의 광고에 대한 인식을 개선하고 광고시장에 대한 신뢰 회복과 광고 효율성 제고 등에 기여하게 될 것이다”라고 말했다.

제4주제 ‘대한민국 미디어 데이터 허브 구축과 추진 방향’에서 홍진우 한국전자통신연구원 전문위원은 “콘텐츠, 플랫폼, 단말기, 이용자, 미디어 데이터 사업자 등이 모두 참여하는 4차 산업 시대에 걸맞는 새로운 미디어 생태계 조성이 긴요한 시점이다”고 강조했다. 홍 위원은 이를 위해 “TV에서부터 모바일, 인터넷, IoT까지 다양한 미디어 단말기를 통해 수집한 빅데이터를 분석, 지원하는 중앙 미디어 데이터 허브인 ‘미디어 빅데이터 허브’ 설립이 필요하다”고 주장했다.



광고계 인사 400여 명이 참석한 ‘광고주의 밤’ 행사에서는 4차 산업혁명 시대를 맞아 광고산업을 미래 성장 동력으로 육성하기 위한 청사진을 담은 ‘광고주 선언-미래 30년 과제와 비전’을 채택하고, KAA Awards 시상식이 진행됐다.

이정치 회장은 개회사에서 “이제 미래 30년을 향해 가는 우리 협회는 사업 간의 경계와 영역이 무너지는 4차 산업혁명이란 시대적 변화를 맞고 있다”며, “AI·빅데이터 등 첨단 기술과 융합한 광고 기법을 제시하고, 기업의 브랜드를 높이는 홍보·마케팅 전략을 선도하는 싱크탱크(Think Tank)로서 우리 경제 및 광고시장의 발전에 기여할 것”이라고 밝혔다.

우리 경제의 지속 가능한 발전에 중추적 역할을 하기 위한 광고주의 의지를 표명한 미래 30년의 과제와 비전을 제시하는 ‘2018 광고주선언’도 발표했다.

총 5개항으로 구성된 광고주선언은 △미디어 빅데이터 생태계 조성 과 미디어 데이터 허브 구축 △국민 의식 수준에 부합하는 진실하고 유익한 광고 제작 △콘텐츠와 플랫폼 융합시대에 걸맞은 효율적 광고 시스템 마련 △건강한 미디어 환경 조성을 통한 소비자 신뢰 형성과 건전한 소비문화 창달 △규제 혁신을 통해 기업의 자유로운 마케팅 활동을 위한 기반 조성으로 구성되었다.



- ① 광고주의 밤 인사말을 전하는 이정치 한국광고주협회장
- ② 2018 광고주선언을 발표하는 노승만 광고주협회 운영위원장(삼성물산 부사장)
- ③ 특별 세미나 인사말을 전하는 임호균 한국광고주협회 상근부회장



①	②	③
	④	⑤
⑥	⑦	⑧

- ① 명예로운 광고인상을 수상한 조규하 한국광고주협회 초대 회장의 수상소감 발표
- ② 건배 제의를 하는 한국방송광고진흥공사(KOBACO) 김기만 사장
- ③ 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 김정욱 매일경제 편집국장이 기념촬영을 하고 있다.
- ④ 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 김영기 서울경제 편집국장이 노승만 광고주협회 운영위원장(삼성물산 부사장)에게 상패를 받고 있다.
- ⑤ 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 이정민 중앙일보 편집국장의 기념촬영
- ⑥ 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상을 수상한 KBS2 <황금빛 내 인생>의 김형석 PD
- ⑦ 수상소감을 발표하는 MBC <나 혼자 산다>의 황지영 PD
- ⑧ 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상을 수상한 SBS의 <SBS스페셜> 박상욱 CP가 최선목 광고주협회 광고위원장(한화 사장)과 함께 기념촬영을 하고 있다.

이어진 'KAA Awards 시상식'에서는 국내 광고산업 발전과 기업의 자유로운 경제활동을 위해 각 부문에서 괄목할만한 성과를 이룬 공로자들을 시상하는 시간을 가졌다.

먼저 '광고주가 뽑은 좋은 신문기획상'에는 서울경제의 <이젠 미래를 이야기하자>, 매일경제의 <기업사랑 나라사랑 신년기획>, 중앙일보의 <인류10대 난제에 도전하다> 기획기사가 수상의 영예를 안았다. 독창적인 기획력과 아이디어로 자유시장경제의 올바른 인식 제고 및 기업가 정신 고취, 기업의 자유로운 경제활동에 기여한 우수 기사를 발굴하여 시상하는 '광고주가 뽑은 좋은 신

문기획상'은 1차 예심과, 광고주협회 경제홍보위원회의 2차 심사, 그리고 최종적으로 운영위원회의 3차 본심을 통해 선정됐다.

올해 '광고주가 뽑은 좋은 프로그램상'은 KBS2의 <황금빛 내 인생(드라마 부문)>과 MBC의 <나 혼자 산다(연예 오락 부문)>, 그리고 SBS의 <SBS스페셜(보도교양 부문)>이 선정됐다. '광고주가 뽑은 좋은 프로그램상'은 가족이 함께 볼 수 있는 건전하고 유익한 프로그램, 시청률이 높으면서 광고효과가 좋은 프로그램을 기준으로 광고주협회 회원사들의 투표와 심사를 통해 선정했다.

이어진 '광고주가 뽑은 좋은 모델상' 시상에서는 우리

Special Report ①

나라 최고의 스타배우이자 광고모델인 안성기 씨가 수상의 영예를 안았다. ‘광고주가 뽑은 좋은 모델상’은 기업의 제품 판매 및 이미지 제고에 기여한 모델, 소비자 호응도와 친화력이 높으면서 프로정신이 투철한 모델, 광고 외적인 면에서도 타의 모범이 되는 모델을 대상으로 한국광고주협회 회원사의 투표심사를 거쳐 선정됐다. 올해는 특별히 창립 30주년을 맞아 커피 브랜드의 최장수 광고모델이자 대한민국을 대표하는 국민배우로서 문화·예술 발전과 유니세프 자선활동을 통한 사회 공헌에도 앞장서온 안성기 씨가 공로를 인정받아 수상자로 선정되었다.

올해 ‘KAA 창립 30주년 기념 대상-명예로운 광고인상’에는 조규하 한국광고주협회 초대 회장이 수상의 영예를 안았다. 조 회장은 1988년 당시 광고주협회 설립에 주도적인 역할을 하며 초대 회장(1988-1994)을 역임했다. 협회를 이끌며 광고주의 권익보호와 ‘방송광고 자율심의제 도입, ABC협회 설립, 국민이 선택한 좋은 광고상 제정’ 등 대한민국의 합리적인 광고시장 조성 and 선진화의 초석을 다진 공로를 인정받아 본 상을 수상하게 되었다.

올해로 18주년을 맞는 2018 한국광고주대회는 국내 최대 규모의 광고인 잔치로 자리매김하고 있다. **KAA**

이수지 susie@kaa.or.kr



①	②
	③
④	⑤

- ① 광고주가 뽑은 좋은 모델상을 수상한 배우 안성기와 이정치 회장의 기념촬영
- ② 명예로운 광고인상을 수상한 조규하 한국광고주협회 초대 회장과 이정치 회장의 기념촬영
- ③ 2018 한국광고주대회 사회를 맡은 MBC 서인, 박연경 아나운서
- ④⑤ 축하공연을 해준 가수 우주소녀와 허각

2018 한국광고주대회 광고주선언

미래 30년 과제와 비전

우리 광고주는 ‘연결’과 ‘융합’으로 대표되는 4차 산업혁명 시대를 맞아 광고 산업이 미래 성장 동력으로서 우리 경제의 지속 가능한 발전에 중추적 역할을 하기 위한 비전을 다음과 같이 선포한다.

1. 우리 광고주는 ‘대한민국 미디어 빅데이터 생태계 조성’과 ‘데이터의 개방 및 공유’를 통한 미디어 데이터 허브 구축을 위해 노력하며, 국가전략 투자 프로젝트인 ‘데이터 경제’의 실현에 앞장선다.
2. 우리 광고주는 기술의 발전에 발맞춰 변화하는 국민 의식 수준에 부합하는 진실하고 유익한 광고를 통해 국가 브랜드를 고양하고 우리 기업의 상품과 이미지 제고에 기여한다.
3. 우리 광고주는 매체, 광고회사 등 광고산업 주체들과 상호 협력하여 과학적인 광고효과 측정, 통합시청조사, 통합ABC 실현을 통해 콘텐츠와 플랫폼 융합 시대에 걸맞은 효율적인 광고 시스템을 구축해 나간다.
4. 우리 광고주는 국민이 기업과 제품에 대해 올바른 정보를 접할 수 있도록 건강한 미디어 환경을 조성하며 소비자의 신뢰 형성과 건전한 소비문화 창달을 위해 노력한다.
5. 우리 광고주는 규제 혁신을 통해 기업이 자유로운 마케팅 활동을 전개할 수 있는 기반을 다지는 한편, 새로운 마케팅 트렌드를 주도하여 우리 광고 산업의 글로벌 경쟁력을 창출한다.

2018년 10월 25일
한국광고주협회 회원 일동