



2020년도 제1차 편집위원회



지난 2월 13일 서울 플라자호텔에서 올해 첫 편집위원회가 열렸다. 이날 회의에는 이정치 한국광고주협회 회장, 김주호 명지대 교수, 이시훈 계명대 교수, 박형재 한국코카콜라 상무, 배익찬 삼성 부장, 이준희 보령제약 상무, 유동수 한국조선해양 차장 등이 참석해 지난해에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다. 아울러 2년간 편집위원장으로 수고해주신 김주호 교수에게 감사패를, 신임 편집위원장이인 이시훈 교수에게 위촉장을 전달했다.

한국광고주협회 운영위원장에 최영범 효성 부사장 선임

한국광고주협회는 2월 27일 최영범 효성그룹 부사장을 운영위원장으로 선임했다. 최 부사장은 동아일보 기자로 출발해 SBS 보도본부장-경영지원본부장 등을 지냈고 현재 효성그룹 커뮤니케이션 실장(부사장)으로 재임 중이다.

일동제약, '아로나민골드' 새 광고 선택



일동제약이 활성비타민 피로회복제 '아로나민골드'의 새로운 TV-CM을 공개했다.

아로나민골드는 우리 몸에서 에너지의 생성과 대사, 신경의 작용 및 유지 등에 관여하는 비타민B군이 들어있어 육체피로, 체력저하, 신경·관절통, 어깨결림 등에 효과가 있는 일반의약품이다. 특히, 이 제품은 비타민B1·B2·B6·B12 등의 비타민B군을 모두 체내 흡수 및 조직 이행, 지속 시간 측면에서 유리한 활성형 비타민으로 채운 것이 특징이다.

새롭게 선보이는 광고에서는 활성비타민B1인 푸르셀티아민을 부각시켜 아로나민골드의 차별점을 나타내고자 했다. 피로와 그로 인한 체력저하 및 통증 등을 개선하기 위해서는 신체 조직과 근육은 물론 뇌까지 영양 공급이 필요하다는 점에서, 뇌세포막을 통과하는 푸르셀티아민의 특성을 강조했다.

일동제약 측은 새 광고 방영과 함께 △항산화 성분이 보강된 아로나민씨플러스 △고함량 비타민B군 보충제 아로나민이맥스플러스 △20여 가지 유효성분이 함유된 종합영양제 아로나민실버프리미엄 △눈 건강을 위한 아로나민아이 등 시리즈 제품과 연계한 다양한 마케팅 활동을 펼친다는 계획이다.

LG전자, 건강관리가전 새 광고 주인공은 '스팀'



LG전자는 스타일러, 건조기, 식기세척기 등 건강관리가전에 두루 적용한 '스팀(Steam)'을 집중 소개하는 TV 광고를 선

보였다. 새 광고는 '가족의 건강에 꼭 필요한 LG 트루스팀'을 주제로 특허 받은 트루스팀의 차별화된 편리함을 보여준다. 외출 후 돌아오면 입었던 옷을 트롬 스타일러로 살균케어하고, 손과 입에 닿는 그릇을 디오스 식기세척기로 살균세척하고, 몸에 직접 닿는 옷을 트롬 건조기로 살균건조하는 등 트루스팀이 고객과 가족의 건강관리에 도움을 주는 사례들을 보여준다.

100도(°C) 트루스팀은 다양한 생활가전에 적용돼 살균, 세척, 탈취, 주름완화, 유해세균 제거 등의 탁월한 성능을 인정받았다. LG전자 관계자는 "특히 받은 트루스팀이 주는 위생과 편리함 등 새로운 가치를 더 많은 고객들이 경험할 수 있도록 하겠다"고 전했다.

농심, 짜파구리 조리법 11개 언어로 소개

농심은 <기생충>의 흥행 및 아카데미상 수상으로 짜파구리에 대한 세계 소비자들의 호기심이 높아짐에 따라 11개 언어로 소개하는 조리법 영상을 자사 유튜브 채널에 게재했다.

짜파구리는 농심 '짜파게티'와 '너구리'를 섞어 조리해 먹는 음식으로, <기생충>영화에서는 라면(Ramyeon)과 우동(Udon)을 합친 'Ram-don'으로 소개됐다. 실제 짜파구리는 세계 각지에서 영화가 개봉될 때마다 현지 요리 사이트와 SNS 등에서 "중독성이

VOICE OF ADVERTISERS



60% 이상 증가한 것으로 나타났다.

있어 단숨에 먹어 치웠다”, “소고기를 넣지 않아도 꽤 맛있다” 등 뜨거운 반응을 얻으며 화제를 모았다.

2월 13일 농심에 따르면 아카데미상 시상식 이후 ‘짜파구리’ 재료인 ‘너구리’와 ‘짜파게티’ 판매량이 전주 같은 기간보다

하이트진로, 참이슬 뮤즈로 아이유 재발탁



하이트진로가 아이유를 참이슬 브랜드 모델로 재발탁했다. 모델 재발탁은 참이슬 모델 중 최초 사례다. 아이유가 다양한 연령층에서 많은 사랑을 받으며 지명도와 대표성을 갖추고 있고, 깨끗한 이미지가 브랜드와 잘 어울린다는 평가를 받아 재계약을 하게 됐다.

아이유는 지난 2014년부터 2018년까지 4년간 참이슬 모델로 활동했다. 색다른 콘셉트 일색이던 기존 주류광고 모델 시장에 차별화된 이미지로 신선함을 불어 넣었다.

하이트진로와 아이유는 계약 종료 당시에도 서로 애정과 의리를 과시했는데 하이트진로가 감사의 마음을 담아 아이유에게 헌정 영상과 감사패를 전달하자, 아이유는 개인 SNS에 ‘의리 있는 참이슬, 평생 참이슬 할 거야’라는 글을 남겼다. 참이슬은 아이유가 모델로 활동하던 2017년에 소주 브랜드 중 최초로 연매출 1조원을 달성했다.

SSG닷컴, 5월 중순까지 ‘압도적 썩케일’ 온라인 광고

SSG닷컴이 ‘압도적 썩케일’이라는 주제의 온라인 광고를 선보였다. ‘썩케일’은 썩(SSG)과 스케일을 더해 만든 말로, 어디에도 없는 압도적 규모의 상품을 보여준다는 의미를 담았다.

유튜브와 페이스북 등 온라인을 중심으로 선보이는 이번 광고에서도 SSG닷컴 전속 모델인 배우 공유와 공효진이 호흡을 맞췄



다. 총 5편으로 고객이 SSG닷컴에서 상품을 주문한 이후 벌어지는 뒷이야기를 담았다.

SSG닷컴은 “신선식품과 백화점 프리미엄 상품은 물론, 항공편 예매와 같은 라이프스타일 서비스까지 한곳에 모았다는 것을 ‘압도적 썩케일’로 표현했다”고 설명했다.

동원F&B, 펭수·손나는 참여한 동원참치 새 광고 공개



동원F&B가 펭수와 아이돌그룹 에이핑크 멤버 손나은을 모델로 제작한 동원참치 광고를 새로 선보였다. 동원F&B에 따르면, 이번 광고에서 펭수와 손나은은 ‘캔을 따! 캔을 바로 따!’가 반복되는 CM송에 맞춰 신나는 노래와 안무를 선보인다. CM송은 지난해 12월 공개된 3개 후보곡 가운데, 누리꾼 6만여명이 참가한 투표에서 1등으로 뽑힌 곡이다.

이번 광고는 집에서 간편하게 활용 가능한 참치 요리법을 알려준다. 동원참치를 상징하는 노란색 배경 위에 참치 마요덮밥, 참치 오므라이스, 참치 계란말이 등이 등장한다.

동원F&B 관계자는 “앞으로도 펭수와 함께 젊고 재미있는 마케팅으로 소비자들이 공감할 수 있고 친근하게 느낄 수 있는 동원참치 브랜드 이미지를 만들 것”이라고 말했다.

빙그레 ‘슈퍼콘’ 모델에 유재석 발탁

빙그레가 ‘합정역 5번 출구’ ‘사랑의 재개발’ 등 트로트 가수 유



산술로 활동한 방송인 유재석을 '슈퍼콘' 모델로 발탁했다.

빙그레 슈퍼콘은 2018년 4월에 출시해 그해 100억원 매출을 올린 뒤 지난해에는 180억원의 매출을 올리며 시장의 주목을 받고 있다. 빙그레는 슈퍼콘이 기존 제

품과 차별화된 맛과 풍부한 토핑 등의 제품 경쟁력을 갖추고, 손흥민 등을 모델로 기용하면서 시도한 과감한 마케팅 활동에 힘입어 시장에 빠르게 안착한 것으로 보고 있다. 이번 슈퍼콘 광고에서는 '국민콘, 슈퍼콘'이란 슬로건으로 트로트풍의 새로운 광고 노래를 선보인다.

빙그레 관계자는 "작년에 손흥민에 이어 올해 유산술을 모델로 기용해 슈퍼콘의 성장세를 지속하고자 한다"고 말했다

아모레퍼시픽, 녹차유산균 연구센터 개소



아모레퍼시픽 기술연구원이 '녹차유산균 연구센터(Green Tea Probiotics Research Center)'를 개소했다. 아모레퍼시픽 녹차유산균 연구센터는 제주 유기농 차밭에서 발견한 새로운 유산균 소재의 연구를 강화하고, 미생물을

비롯한 여러 분야에서 더욱 혁신적인 제품 개발을 이어가기 위해 신설된 곳으로, 2010년에는 제주 유기농 녹차 중에서 풍미가 깊은 발효 녹차 잎에 발효를 돕는 유익한 식물성 녹차 유산균주(락토바실러스플란타룸-Lactobacillus plantarum)가 있다는 사실을 밝혀냈으며 특허도 획득했다.

특히 해당 소재의 유전체를 분석한 결과 기존 유산균주보다 장내 정착력이 뛰어나고 효과가 오래 지속되며, 항균력이 뛰어나 유해 세균 억제 효과가 우수하고, 항성제 내성 안정성을 지녔다는 사실을 밝혀낼 수 있었다. 아모레퍼시픽 기술연구원은 이번에 신설한 녹차유산균 연구센터를 통해 해당 소재의 효능을 추가로 검증하고, 건강식품과 화장품 등 여러 분야에서 녹차유산

균을 사용한 혁신 제품 개발을 지속해서 이어나갈 예정이다.

GS칼텍스와 네이버, 신사업 기회 발굴 위해 협업키로



에너지 산업과 디지털 산업을 대표하는 GS칼텍스와 네이버가 비즈니스 협업을 위해 만났다. 지난 2월 11일, GS칼텍스 허세홍 사장과 네이버 한성숙 대표 등 행사 관계자 20여 명은 서울 강남구 GS타워에서 '디지털 전환(Digital Transformation)' 협업 및 신사업 기회 발굴을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 업무협약은 빠르게 변화하는 비즈니스 환경에서 디지털 경쟁력을 강화하려는 GS칼텍스와 에너지 기업과의 협업을 통해 신규 사업 모델을 개발하고자 하는 네이버의 노력이 맞물려 맺은 결실이다. 양 사는, ①GS칼텍스 사업장에 네이버 클라우드를 활용하는 방안을 마련하고 ②고객과의 커뮤니케이션을 높이기 위해 기업용 메신저 라인웍스를 활용할 예정이다. 마지막으로 ③업무 영역에 인공지능(AI) 서비스를 활용해 기존의 단순 반복적인 작업을 자동화하는 방안을 검토하기로 했다.

인터넷신문위원회, 자율심의 활동 담은 리플렛 발간



인터넷신문위원회가 지난 3월 6일 인터넷신문 자율심의 활동을 담은 리플렛을 제작해 자율심의 참여서약서 및 유관 기관에 배포했다. 인신위는 이번 리플렛 배포를 통해 인터넷신문의 자율심의 참여에 대한 공감대를 형성하고, 인터넷신문과 이용자들이 자율심의 활동을 이해하는 데 도움이 될 것으로 기대한다고 밝혔다. 리플렛은 상황에 따라 다양하게 사용할 수 있도록 2단형과 3단형의 두 가지 형태로 제작됐다. 인신위는 리플렛 홈페이지 자료실을 통해 공개해 누구나 다운로드 받아 활용할 수 있도록 했다. K A A