

옥외광고물 무법천지로 전락한 옥외광고 1번지 '강남'

글로벌 기업 광고부터 골목 점포 간판들까지 불법광고물 활개
공실 늘자 상업광고 기승... 실익은 건물주가 챙기고 피해는 합법 사업자 몫



강남역사거리 대형 건물에 내걸린 아디다스의 불법 현수막 래핑광고와 바로 밑에 위치한 합법 전광판 광고. 전광판 광고는 래핑광고에 치여서 눈에 잘 안들어온다.

불법 옥외광고물 실태를 보도한 SP 투데이가 8월호가 나오기 나서 얼마 뒤 업계 한 관계자가 옥외광고 노른자위 입지로 꼽히는 강남역 일대의 실태를 한 번 다뤄달라고 요청해 왔다. 얼마 후에는 대형 현수막 래핑광고 사진도 보내왔다.

며칠 뒤에는 다른 관계자가 강남지역 건물주로부터 들은 얘기라며 또다른 실상을 전해왔다. 국내 굴지의 광고대행사 관계자가 건물주를 찾아가 거액의 사용료와 함께 불법에 따른 모든 책임을 지는 각서를 쓰겠다고 하면서 불법 광고를 제안했고 건물주는 거액을 받고 건물 사용을 허용했다는 것이다.

현장 취재에 나선 SP투데이는 8월 28일 강남역사거리의 한 대형 건물에서

불법의 실태를 직접 확인했다. 글로벌 스포츠 브랜드 아디다스의 초대형 불법 현수막 래핑광고였다.

불법 래핑광고 바로 밑에는 합법 광고물인 전광판이 달려 있었다. 전광판에서는 대한민국의 대표 기업인 삼성과 LG 등의 광고영상이 표출되고 있었다. 그런데 래핑광고의 압도적인 사이즈에 치이고 무릎을 꿇고 상체를 뒤로 젖힌 고압적 자세의 광고모델 바로 밑에 위치해서인지 영상들은 왜소하고 초라하기 그지없었다. 광고주가 저 장면을 본다면 과연 계속해서 전광판에 광고를 하려 할까 의문이 들 정도였다.

불법 래핑광고는 제작 및 설치가 쉽고 비용도 저렴하다. 인허가도 필요없다. 하지만 광고효과가 높기 때문에 광

고료는 비싸다. 아디다스 광고대행업자와 건물주는 실익을 단단히 챙겼을 것이다.

반면에 힘든 법적 절차 거치고 거액을 들여 전광판을 설치한 사업자는 피해가 막심할 것이다. 불법 광고가 용인되면 합법 광고는 설자리가 없어지기 때문이다. 저 건물에 초대형 래핑광고가 반복되면 전광판은 광고가 줄고 광고단가도 떨어질 것이 자명하다.

불법이 합법을 몰아내는 저런 몰상식한 일이 어떻게 대한민국 심장부에서, 그것도 글로벌 외국 기업에 의해 대담하게 벌어질 수 있나. 원인은 광고물법이다. 법이 문제점 투성이인데다 안 지켜도 된다는 풍조가 만연해 있기 때문이다. 불법으로 인한 이익은 엄청나지만 책임은 거의 없는 것이나 마찬가지인 것이 현실이기 때문이다.

SP투데이는 강남역과 신논현역, 신사역 일원을 대상으로 한 현장 취재에서 목격한 광고물들을 통해 법과 현실의 괴리가 얼마나 큰지, 법이 얼마만큼 허물어져서 무법천지가 돼버렸는지를 직접 확인할 수 있었다.

아디다스는 래핑광고만 불법으로 하고 있는게 아니었다. 신논현역의 아디다스 매장은 3개 층 거의 전체가 광고물로 덮여 있었다.

신사역사거리의 한 병원은 건물에 붙은 고정광고물만 15개였다. 여기에 간판들 사이 크고 작은 창문들에서는 연신 스틸 영상이 돌아가고 있었다.

이런 상황은 이면도로의 소형 점포들도 마찬가지였다. 강남역 인근 골목길의 한 음식점은 건물에 붙은 고정광고

물 8개와 밖에 세워놓은 유동광고물 13개를 합쳐 총 21개의 광고물을 활용하고 있었다.

정도의 차이만 있을뿐 강남 일대의 상당수 건물과 점포들이 비슷하게 불법광고물을 활용하고 있었다.

옥외광고물 관련 법규에는 광고물의 수량과 장소, 표시방법 등이 세세하게 규정돼 있지만 현장에서는 규정이 사문화돼 있었다.

강남 지역에서 전광판 광고사업을 하는 한 관계자는 “전에는 건물주들이 불법광고 제안을 받아도 거절을 했었다”면서 “그런데 요즘은 공실이 많이 늘어나는데다 불법을 하고도 아무런 불이익이 없는 것을 보고는 오히려 불법광고 유치 경쟁을 벌이고 있는 것으로 알고 있다”고 전했다. <관련기사 4면, 5면>



신논현역사거리에 있는 아디다스 매장. 3층 전체를 광고물이 덮고 있다.

www.kointec.co.kr

KOINTEC
(주)코인텍

27년 전통 점착 sheet & 필름제조
UV·라텍스 전용필름

실사·수성 코팅지 솔벤트 시트 라텍스 전용소재

칼라시트 (내부용/외부용) 인테리어 필름 창문용 (윈도우필름)

(주)코인텍 본사/공장 | 경기도 광주시 초월읍 하오개길 38
구.함양산업 TEL: 031764-1226-7 FAX: 031764-7186
취급점문의 응석천 전무이사 010.3710.5778

특수채널 · UV평판출력 **국내최저가**

(주)덕산

30년 기술 노하우 최신장비 보유 기업
채널/갈바/스텐/스카시/싸인탑/실사/아크릴가공

T. 02-487-4142
F. 02-487-4162 웹하드. signj / 1234
경기도 하남시 서하남로 47번길 96

SP 투데이
www.sptoday.com

광고문의
010-4234-9917

all ways INCHEON

서울보다 넓고, 서울보다 가깝다.

수도권 광고의 숨겨진 블루오션, 인천에서 시작하세요.

버스 광고

인천 시내버스 내·외부
인천 버스·택시 정류장
고양·파주·김포·강화·광역버스

음성 광고

서울 수도권 시내버스 음성 광고
서울 수도권 광역버스 음성 광고

옥상빌보드

우신빌딩 옥상 빌보드

인천 1호선 - 차이나타운, 파평역...
인천 2호선 - 차이나타운, 파평역...

하루 300만 건의
이용객이
이용하는
역사내 LED

광고 예산의
150%
효과

ADMECA MEDIAOPEN

지하철 광고

인천 1호선 역사내 LED
인천 2호선 열차내 편성

인천 2호선 종합안내도
인천 1·2호선 방풍문

7호선 역사내 LED
7호선 열차내 편성

i-SCREEN LED Display
월미바다열차 차내 · 조명 · 스크린도어

(주)미디어오픈 1644-5196 (주)애드메카 1533-0421

옥외광고 1번지 서울 강남의 무법천지 옥외광고물 실태

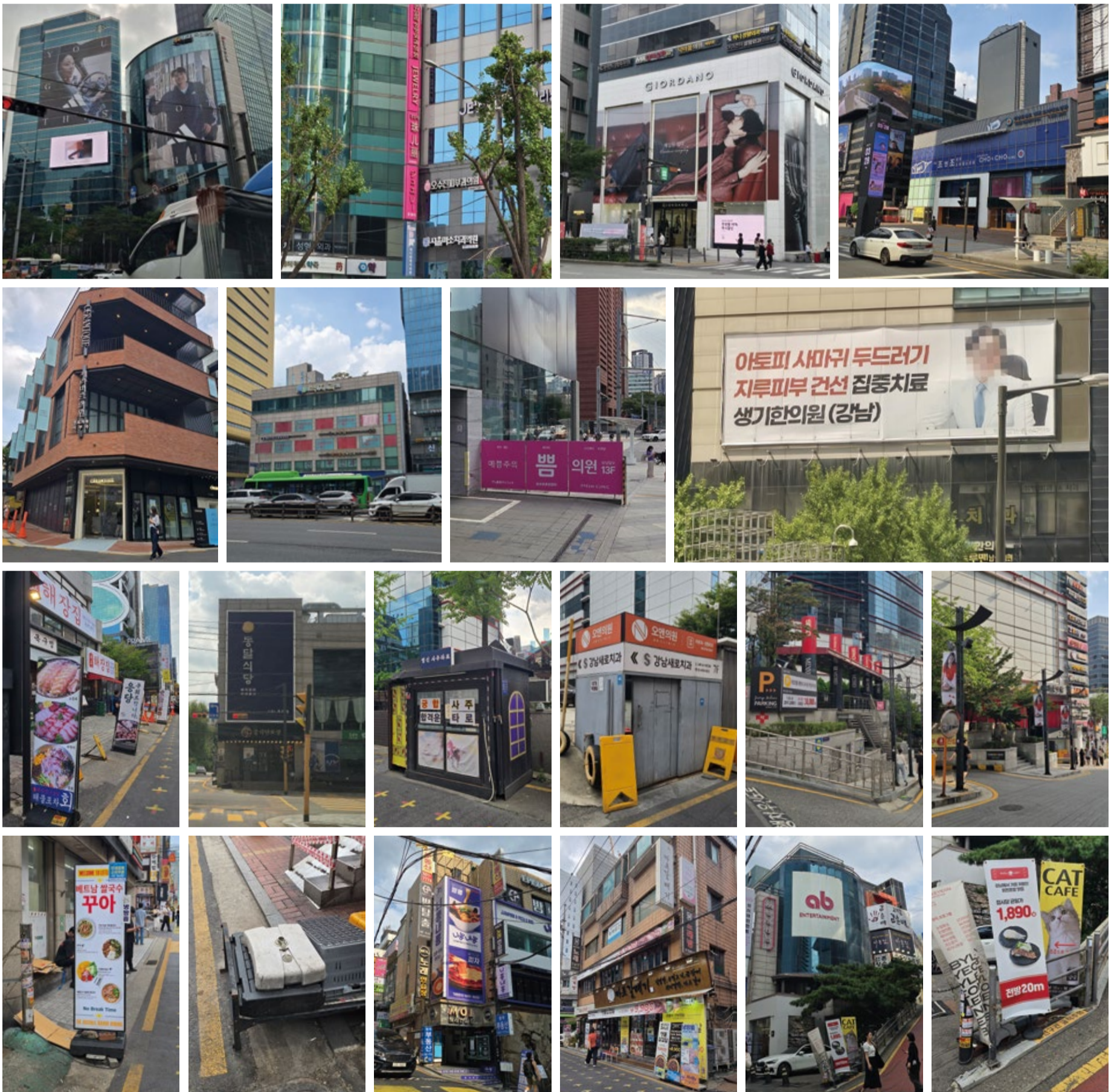
옥외광고물의 수량 제한하는 규정 있으나 마나

이면도로는 이동식 입간판들로 보행자의 차도 통행 불가피

서울 강남구는 대한민국의 심장부로 일컬어진다. 부와 트렌드의 중심부로 꼽힌다. 광고주들이 옥외광고 매체를 통해 광고하고 싶어하는 으뜸 지역이어서 옥외광고 1번지로도 불린다. 강남구청 홈페이지에 들어가면 정책과 행정의 많은 분야에서 좋은 평가를 받은 결과를 대대적으로 홍보하고 있다. 그렇다면 옥외광고물 정책과 행정은 어떨까. 계획적으로 개발된 지역이어서 다른 지역들보다 잘 관

리되고 정비되고 있지 않을까. 그런데 전혀 아니었다. 옥외광고물에 관한 강남구는 치외법권 지역이라 해도 할 말이 없을 정도로 불법 광고물이 무법천지를 이루고 있었다. 가장 기본적인 광고물의 수량이 턱없이 많이 설치된 경우가 허다했다. 규정상 허가가 날 수 없는 광고물들도 도처에서 눈에 띄었다. 업소가 밀집한 골목길은 업소들이 내

놓은 이동식 입간판들로 인해 사람이 인도 통행을 할 수 없어 차도로 다니고 있었다. 이런 상황이기에 단속이나 정비는 물리적으로 불가능해 보였고 광고물을 신규로 설치할 때 법대로 하면 바보짓으로 인식될게 뻔했다. 8월 28일 강남에서도 상급지로 꼽히는 강남역, 신논현역, 신사역 일대를 둘러보며 찍은 광고물 사진들을 통해 무법천지 현장을 짚어본다.



한울에서 광고기계



라텍스 프린터

냄새,유해물질없는
친환경프린터
프린터가 다 해주는
최첨단자동프린터



슈마 커팅기

메이드인 벨기에
작업시작이 편하고
원단이 틀어지지 않는
세계최고 돔보커팅기



수성 프린터

소재폭 자동측정
미디어센서 장착
4헤드/6헤드 선택
국산피더장치기본



평판 커팅기

메이드인 벨기에
칼날 3축 자동 보정
교체로 1분안쪽 OK
세계최고 반커팅틀



대형 평판UV

4*8원장 직접출력
보급형/고급형 선택
10년 검증 메이커
헤드분사프라이머



소형 평판UV

600*900mm
엡손 i1600헤드
4칼라+화이트+바니시
다양한 고부가가치



양면UV3300

코니카 1024i
세계특허 양면프린터
국내 50여대 판매
양면 핀이 맞는
유일한 프린터



양면UV2200

코니카 1024i
세계특허 양면프린터
국내 50여대 판매
양면 핀이 맞는
유일한 프린터

판매-AS 합니다!

hanwool



1390레이저

1300*900mm
아크릴비금속 레이저
10mm까지 클린컷
150w/180w/카메라

hanwool



스텐갈바밴더기

기본모델 20-200mm
대형모델 20-400mm
바이트컷팅(1자컷)
용접채널 필수밴더기

hanwool



1325레이저

1300*2500mm
아크릴비금속 레이저
20mm까지 클린컷
150w/300w/500w

hanwool



기본CNC

1300*2500mm
카메라CCD장착가능
튼튼한바디/강한배큘
훌륭한 완성도/디자인

hanwool



RF메탈관레이저

1300*2500mm
아크릴비금속 레이저
30mm 클린컷/마킹
300w영국로핀/CCD

hanwool



틀체인지CNC

1300*2500mm
4슬롯/8슬롯/CCD
튼튼한바디/강한배큘
훌륭한 완성도/디자인

hanwool



파이버컷팅기

1300*2500mm
1500*3000mm
1.5kw/3kw
갈바스텐간판제작

hanwool



용접기

테이블용접기 : 잔널용
파이버용접기 : 갈바용
다년간의 엔지니어
경험으로 하자 AS
빠른대처 가능

간판 업계 사건사고 연이어... '도대체 왜 이러나'

입찰 비리에 수리 명목 사기까지... 잇따른 범죄행각에 업계 혼란

최근 간판과 관련된 각종 사건사고가 터지면서 업계에 혼란이 일고 있다. 관급 간판 정비사업 입찰에서 비리가 불거지며 수사를 받던 업체 대표가 사망하는가 하면, LED간판 수리

를 명목으로 소상공인들에게 돈을 뜯어내던 사기꾼 일당이 검거되는 사건이 발생하기도 했다. 아래에서는 최근 간판 업계에서 불거진 각종 사건들을 정리해 봤다. 신한중 기자



간판정비사업 입찰 비리와 관련해 익산시민사회단체연대가 집회를 열고 있는 모습.

■익산 간판정비사업 비리 불거져... 수사중 업체 대표 숨져

전북 익산시 간판정비사업 비리에 연루돼 경찰 수사를 받던 업체 대표가 숨진 채 발견됐다.

전북경찰청에 따르면 지난 8월 7

일 오후 6시쯤 완주군 봉동읍의 한 사업장 창고에서 간판업체 대표 A씨(40대)가 숨져 있는 것을 직원이 발견해 경찰에 신고했다. 경찰은 현장 감식 결과 타살 등 강력범죄 정황은 없는 것으로 보고 정확한 사망 경위

를 조사중이다.

익산시가 간판정비사업 일감을 몰아줬다는 의혹을 수사하던 경찰은 수사를 확대해 지난달 28일 익산시청을 압수수색했다.

A씨는 익산시 간판정비사업과 관련해 공무원에게 금품을 건넨 혐의로 입건돼 경찰의 수사를 받고 있었고 최근에는 압수수색도 받았다. 경찰은 이 과정에서 유의미한 증거물을 확보한 것으로 알려졌다.

앞서 경찰은 2020년부터 공모사업으로 진행한 간판정비사업 일감을 특정 단체에 몰아주는 대가로 금품을 수수한 혐의(뇌물수수)로 익산시청 사무관 B씨(5급)를 구속해 조사를 진행했다. 익산시청 등을 압수수색하는 과정에서 B씨 차량에서는 수천만원 상당의 현금과 지역사랑상품권이 발견됐다. 익산시는 B씨 체포

직후 직위를 해제하고, 옥외광고물 등 관련 계약 전반에 대한 특별 감사를 진행하고 있다

경찰은 해당 간판정비사업에 다수 업체가 연루된 것으로 보고 최근 익산시청을 두 차례 더 압수수색하는 등 수사를 확대하고 있다.

한편 익산시민사회단체연대는 간판정비사업 비리 의혹과 관련해 집회를 열고 익산시 차원의 사과와 근본적인 대책 마련을 촉구했다.

연대는 성명을 내고 "이번 사태는 법의 허점을 악용한 치밀한 구조 속에서 발생한 것으로 단순히 개인의 일탈이 아닌, 제도와 관리 체계가 무너진 구조적 부패 문제"라며 "정현울 시장은 계약 비리와 관련해 시민 앞에서 공식적으로 사과하고, 실효적인 재발 방지 대책을 제시하라"고 주장했다.



30대 남성이 리모컨을 이용해 LED 간판을 오작동되는 것처럼 보이게 조종하고 있는 모습이 CCTV에 잡힌 장면.

■소상공인 전광판 먹통 만들고 수리비 챙긴 일당 검거

소상공인들이 사용하는 홍보용 LED전광판을 무선 리모컨을 이용해 고장난 것처럼 보이게 한 뒤 수리비 명목으로 금품을 뜯어낸 일당이 붙잡혔다.

부산 사하경찰서는 지난 8월 18일 재물손괴 및 사기 혐의로 A씨(30대)와 B씨(40대)를 불구속 상태로 검찰에 송치했다.

이들은 지난 4월 부산 사하구 하단동 소재 건물 5곳에서 리모컨을 이용해 건물 밖에 설치돼 있던 소형 LED전광판을 오작동되는 것처

럼 보이게 한 뒤 수리비 명목으로 55만원을 편취한 혐의를 받는다.

업주로부터 피해 신고를 접수한 경찰은 폐쇄회로(CC)TV 영상 분석 등을 통해 혐의를 포착하고 이들을 검거했다. 조사 결과 A씨는 전광판 설치·수리 업체를 운영하고 있고, B씨는 A씨의 직원인 것으로 조사됐다.

경찰 관계자는 "이들이 만든 리모컨만 있으면 어떤 간판이든 조종할 수 있다"며 "A씨의 경우 사기 전과가 다수 있었고 지난 5월 또 다른 사기 사건으로 구속됐다고 설명했다."

■고소 간판 작업자 사망한 업체 대표 집행유예

작년 고소작업차에 올라 간판 철거 작업을 하던 50대 노동자가 숨진 사고와 관련해 제대로 된 안전 조치없이 작업을 지시한 업체 대표가 징역형의 집행유예를 선고받았다.

인천지법 형사17단독 김은혜 판사는 8월 28일 업무상과실치사와 산업안전보건법 위반 혐의로 기소된 옥외광고업체 대표 A(52)씨에게 징역 1년에 집행유예 2년을 선고했다.

A씨는 지난 2024년 4월 8일 오

전 10시 25분께 인천시 계양구 상가건물 4층 외벽에서 간판 철거 작업을 진행하면서 안전 관리를 제대로 하지 않아 작업자인 50대 남성 B씨를 숨지게 한 혐의로 기소됐다.

당시 B씨는 고소작업차에 올라 건물 외벽 간판을 철거하던 중 작업대 연결 나사가 부러지면서 균형을 잃고 10m 아래 바닥으로 추락한 것으로 파악됐다. 조사 결과 A씨는 당시 추락 예방 안전대책을 포함한 작업계획서를 작성하지 않았고 고소작업대 정기 점검도 제대로 이행하지 않았다. 또 고소작업대에 안전난간이 제대로 설치되지 않았는데도 B씨에게 안전대를 착용하지 않은 채 작업하게 한 것으로 조사됐다.

김 판사는 "업무상 과실 정도가 중하고 피해자가 사망하는 돌이킬 수 없는 결과가 발생했다"면서도 "유가족에게 일정 금액을 지급하고 합의해 유족이 피고인의 처벌을 원하지 않고 있는 점 등을 고려했다"고 양형 이유를 밝혔다.



간판 철거 작업자가 고소 차량에서 떨어진 사고 현장의 재구성 이미지.

에pson 2헤드 수성프린터

- ✓ 고객을 생각한 출력품질 세팅
- ✓ 소재 인식 자동 미디어센서
- ✓ 에pson 정품 i3200 2헤드
- ✓ 책임질 수 있는 큰 회사
- ✓ 충분한 기술 엔지니어 팀

hanwool



hanwool **전문상담** 010-2513-0594 한철기 이사

뉴욕시 버스·지하철서 술 광고 다시 본다

MTA, 대중교통시설 내 주류 광고 7년만에 재허용 “옥외광고만 규제하는 것 청소년 보호에 효용성 없다” 판단



주류 광고 규제가 이뤄지기 전 뉴욕 지하철에 게시된 주류 광고의 모습.

뉴욕시 대중교통 시설에서 술 광고가 금지된 지 7년만에 다시 허용된다. 지난 7년 동안 뉴욕시의 대중교통시설 내

서는 청소년들의 음주문화를 부추긴다는 이유로 주류 광고가 허용되지 않았다.

미주한국일보 등 언론 보도에 따르면 메트로폴리탄교통공사(MTA)는 최근 주류 광고 허용안을 통과시키고 시행에 들어갔다.

이번 허용안에서는 뉴욕시 전철, 버스, 롱아일랜드레일로드(LIRR), 메트로노스 등 기차와 전철, 버스 내외부에 설치돼 있는 광고판의 크기를 초과하지 않는 범위에서 주류 광고를 부착할 수 있게 했다. 사실상 전면적으로 광고를 허용한 셈이다. 다만 시정부가 소유한 버스정류장은 적용에서 제외됐고 LED 전광판 등 디지털 광고판의 경우 학생들의 등하교 시간인 평일 오전 6~8시와 오후 2~5시에는 금지된다.

MTA측은 이번 주류 광고 허용 재개에 따라 연간 700만~1,000만 달러의

광고 수익을 다시 거두게 될 것으로 전망했다.

한편, MTA는 지난 2018년 1월부터 뉴욕시 대중교통 시설에 주류와 관련된 광고 부착을 일제히 금지했다. 지역 문제로 부상했던 미성년자의 음주를 막기 위한 조치였다.

당시 MTA측은 “미성년자의 음주를 막아서 얻을 수 있는 사회적 이익이 광고수익보다 더 중요하다”고 금지 이유를 밝혔다.

하지만 주류 광고를 다시 허용한 것은 최근 유튜브·SNS 등 다양한 디지털 플랫폼의 활성화에 따라 더 이상 옥외광고만을 규제하는 것은 미성년자 보호에 별로 효용성이 없다는 판단에 따른 것이다.

‘2025 부산국제마케팅광고제’ 해운대 일원서 개최

‘AI 광고 마케팅 시대’ 주제로 다양한 프로그램 진행

제18회 ‘부산국제마케팅광고제(MAD STARS 2025)’가 지난 8월 27일부터 29일까지 해운대 시그니엘 부산 일원에서 열렸다.

올해 18회째를 맞은 이 행사는 아시아 최대 규모이자 국내 유일의 국제 광고제다. 부산국제마케팅광고제조직원회가 주관하고 부산시와 문화체육관광부가 후원한다.

올해는 ‘AI-vertising, AI 광고 마케팅 시대’를 주제로 업계 최신 동향과 미

래 전략을 집중 조명했다.

김중현 제일기획 사장, 알렉스 아브란치스 아이리스 월드와이드 북미 CCO 등 글로벌 업계 리더들이 기조연설자로 나서 △디지털 옥외광고(DOOH)의 진화 △생성형 AI의 실무 적용 △FAST(광고 기반 스트리밍) 시장의 성장 △브랜드의 인간적 스토리텔링 전략까지 약 40여개의 강연이 진행됐다.

또한 올해 신설된 CMO 세션에서는 쏘카, 아워홈, 토스, 투썸플레이스, 티



2025 부산국제마케팅광고제 현장의 모습들.



빙, 한국코카콜라 등 주요 기업의 마케팅 총책임자들이 각사의 전략을 직접

공유하며, 업계 변화에 대응하는 구체적인 사례들을 소개하기도 했다.

“올 한해 국내 최고의 광고 작품을 찾습니다!”

2025 대한민국광고대상 10월 2일까지 출품작 접수

한국광고총연합회가 ‘2025 대한민국 광고대상’의 출품작을 접수한다.

올해로 32회를 맞는 대한민국광고대상은 국내를 대표하는 광고제로 매년 2,000개 이상의 작품이 출품되고 있다. 특히 미디어 환경의 변화, 달라진 소비자 라이프 등을 반영해 매년 출품 카테고리를 개선함으로써 광고업계의 트렌드를 정확하게 진단하는 행사로 자리매김하고 있다는 평을 받았다.

올해 출품 부문은 △TV영상(단편, 시리즈) △온라인영상(숏필름, 롱필름, 숏

폼) △디자인 △인쇄 △오디오 △소셜커뮤니케이션 △브랜드콘텐츠&엔터테인먼트 △브랜드 익스피리언스, △OOH △공익광고 △PR △이노베이션 △필름 크래프트 등이다.

작품 접수는 9월 15일부터 10월 2일까지 ‘대한민국광고대상’ 홈페이지를 통해 온라인으로 진행되며, 출품 자격은 2024년 9월 1일부터 2025년 10월 2일 사이에 국내매체 또는 내국인을 대상으로 온라인 매체에 집행된 광고여야 한다.

광고주·광고회사·제작사 등 출품작 관

련 회사들이 공동으로 출품하는 것을 원칙으로 하되 이 중 한 회사의 대표자 명의로 제출해야 한다. 더 자세한 내용은 대한민국광고대상 홈페이지에서 출품시행요강을 다운받아 참고하면 된다.

수상작은 각 부문별 대상, 금상, 은상, 동상 등 약 70여개 작품이 선정되며, 시상식은 12월 2일 더플라자호텔서울 그랜드볼룸에서 열릴 예정이다.

문의는 한국광고총연합회 출품 담당자(02-2144-0792, adkor@ad.co.kr)에게 하면 된다.

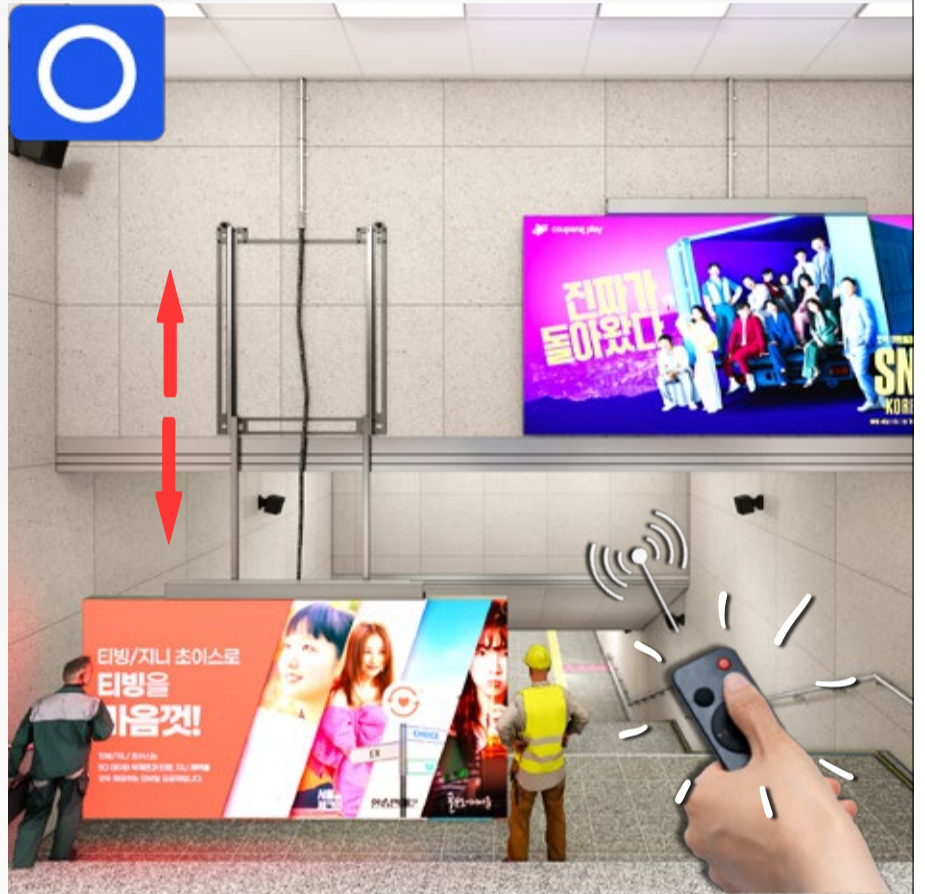
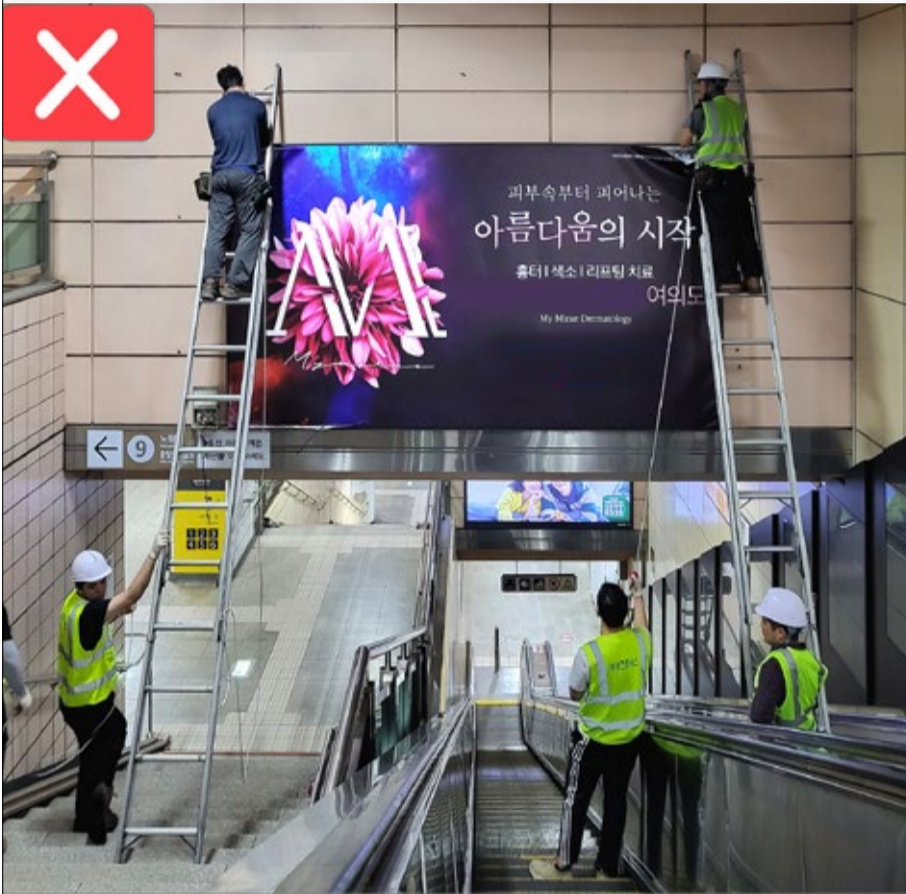


‘2025 대한민국광고대상’ 공식 포스터.

수직 이동형 광고판 승강장치

"이젠 사다리도, 비계도 필요 없습니다!" 리모컨 하나면 OK!

광고 출력물 교체를 안전하고, 간편하게!



국내 최초 특허 보유!

수직 이동형 광고판 승강장치만의 특징점!

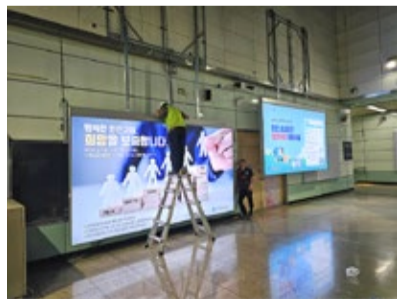
- 사고예방 ----- 산업재해 고위험군인 사다리 추락사고 방지
- 비용절감 ----- 전문장비 또는 인력이 필요치 않아 비용 절감
- 시간단축 ----- 야간에만 가능했던 작업이 주간에도 가능
- 장비 간소화 -- 리모컨 하나로 별도의 고소장비 없이 게, 폐첩 가능
- 산업안전 ----- 산업안전보건법 및 중대재해처벌법으로부터 해방

- ✓ 반영구적 맞춤 설계
각 현장별 실사와 맞춤 설계로 최초 설치 후 반영구적 사용이 가능합니다.
- ✓ 전도 및 추락 방지 설계
높은 위치에 고정되어 있는 광고판이 전도 및 추락되지 않도록 구조적으로 설계되었습니다.
- ✓ 유지보수
설치 후 문제가 발생하더라도 손쉽게 유지보수 및 A/S가 가능합니다.
- ✓ 비상시 전원차단 기능 장착
비상시에 동작중인 광고판을 전원차단 기능으로 즉시 멈추도록 설계되었습니다.

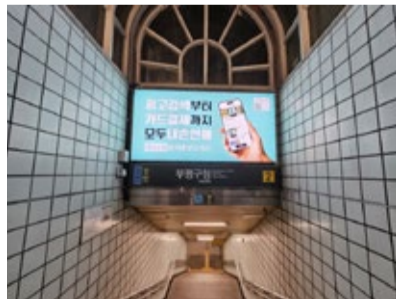
이런 곳에 수직 이동형 광고판 승강장치를 설치하세요!



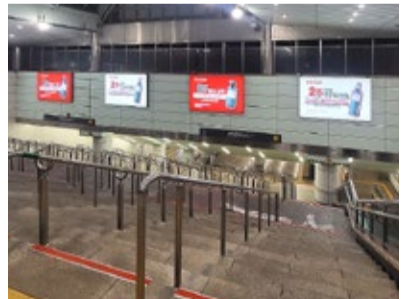
공항 및 버스터미널 광장



기차역, 지하철역 대합실



출입구 상단 캐노피



계단 캐노피

불법 광고물의 천적 '전화 폭탄' 합법화된다

개정 옥외광고물법 공포... 자동경고발신 법적 근거 마련



자동경고발신시스템의 운영 구성도.

거리에 무분별하게 설치되고, 바닥에 뿌려지는 불법 광고물을 대상으로 실행되는 '자동경고발신시스템'이 합법화된다.

행정안전부는 이같은 내용이 담긴 개정 '옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률'을 8월 14일자로 공포했다. 이 개정 법은 단속이 어려운

불법 선정성 광고물을 차단하기 위해 활용되는 자동경고발신시스템 구축과 운영의 법적 근거를 마련한 것이 골자다. 자동경고발신시스템의 구체적인 구축 및 운영에 필요한 사항은 각 시도 조례로 정하게 된다.

'전화폭탄'이라는 별칭으로도 불리는 자동경고발신시스템은 불법광고물의

천적으로 불리며, 불법광고 예방 및 계도 효과가 매우 뛰어나다는 평가를 받고 있다. 하지만, 법적 근거가 미비해 활용상의 제약이 따랐다. 이번 개정을 통해 명확한 법적 근거가 마련된 만큼, 전국 지자체에서 본격적으로 이 시스템을 운용할 것으로 전망된다.

현재 자동경고발신시스템은 99개 지자체에서 운영하고 있으며, 실제 제주에서는 2019년 시스템 도입 이후 전화발신 불법 광고물이 2,032건에서 628건으로 감소하는 효과도 나타났다.

▲불법 광고물에 적힌 번호로 자동·반복해서 전화 발신

자동경고발신시스템은 불법 광고물에 적힌 전화번호가 실질적으로 활용되지 못하고, 통화가 어렵도록 일정 시간에 자동·반복적으로 전화를 거는 시스템이다.

사전 절차를 거쳐 불법 광고물이 적발되면 광고물에 적힌 전화번호를 자동경고발신시스템에 입력하면 된다. 발신 주기는 사용자가 임의로 정할 수 있는데 보통은 1차로 20분마다 자동으로 전

화를 걸어 옥외광고물법 위반사항과 행정처분 안내를 예고하게 된다. 1차 전화에도 불법행위가 지속되면 10분, 5분 등으로 발신 간격을 줄여 해당 광고에 게재된 번호 사용 자체를 무력화하는 방식이다. 상대방이 전화를 바로 끊으면 대기시간없이 바로 전화를 다시 건다.

지자체의 이런 대응에 광고가 제기능을 못하고 오히려 사업을 방해하는 역할만 하게 되다 보니 잘못을 인정하고 계도 조치를 따르는 불법 광고업체들도 늘고 있다는 게 관련 지자체들의 설명이다.



무분별하게 뿌려진 불법 광고물들의 모습.

넷플릭스 등 OTT기업 광고매출 공개 의무화 추진

과기부, 방송통신광고비 조사에 OTT 포함안 논의

과학기술정보통신부가 매년 자체 시행하고 있는 '방송통신광고비 조사'에 온라인동영상서비스(OTT) 기업을 포함시키는 방안을 본격적으로 추진한다. 넷플릭스 등 OTT기업의 광고 매출을 의무적으로 공개하게 하기 위해서다.

그동안 OTT기업의 광고 매출은 제대로 집계되지 않았다. 이 방안이 현실화되면 OTT기업들의 광고 매출도 윤곽을 드러낼 것으로 전망된다. 관련 대표기업인 넷플릭스는 지난해 한국에서 1조원에 가까운 매출을 거두고도 납부한 법인세가 50억원에 그쳤다. 특히 최근에는 구독료에 광고 요금제를 도입해 한국에서 거두는 광고 매출 역시 막대할 것으로 예상되지만 매출 규모는 베일에 싸여 있다. 매출 집계는 본격 시행될 경우 넷플릭스 등 OTT기업에 대한 정확한 과세가 가능할 것으로 보인다.

이와 관련해 과기부는 최근 '광고 환경 변화에 따른 방송통신광고비 조사 개선 방안 도출' 연구용역을 마무

리했다. 현재 시행되는 방송통신광고비 조사의 개선 방안을 마련해 정책 개선에 활용하기 위한 취지다.

연구용역 결과는 방송통신광고비 조사를 기존에 포함되지 않았던 광고까지 포괄할 수 있도록 범위를 넓혀야 하는 것으로 나왔다. 매출 파악 방안으로는 △특정 규모 이상의 매출을 올리는 디지털 광고 플랫폼의 광고 매출 정부 보고 의무화 법안 도입 △광고주 대상 설문 등을 통한 광고비 집계 방식 △광고 대행사와 매체 대행사 업계 종사자를 통한 디지털 매체 집행비 추정 방식 등을 제안했다. 사실상 광고 매출 보고를 강제하는 방법들이기 때문에 본격 시행될 경우 베일에 싸여있던 넷플릭스의 광고 매출도 파악할 수 있게 된다.

방송통신광고비 조사는 온라인(디스플레이·검색 광고), 방송(중간광고·방송협찬 등), 옥외(옥상·벽면 등) 광고 매출액을 조사해 시장 규모를 산출해내는 자료다. 하지만 디지털 플랫폼들에

대한 광고 매출은 집계되지 않는 한계가 있었다.

이에 따라 OTT 광고 매출이 과약되면 정확한 과세로 이어질 수 있다. 넷플릭스는 한국에서 막대한 매출을 거두고도 납부하는 세금은 매우 적어 논란이 끊이지 않았다.

금융감독원 전자공시시스템에 따르면 넷플릭스의 한국 법인인 '넷플릭스 서비스코리아'는 지난해 8,997억원의 매출을 기록했다. 또 다른 한국 법인인 넷플릭스엔터테인먼트코리아는 지난해 499억원의 매출을 올렸다. 두 법인의 매출을 합치면 1조원에 육박한다.

하지만 두 법인이 낸 법인세는 각각 39억원과 13억원에 불과해 매출 규모에 비해 턱없이 적었다.

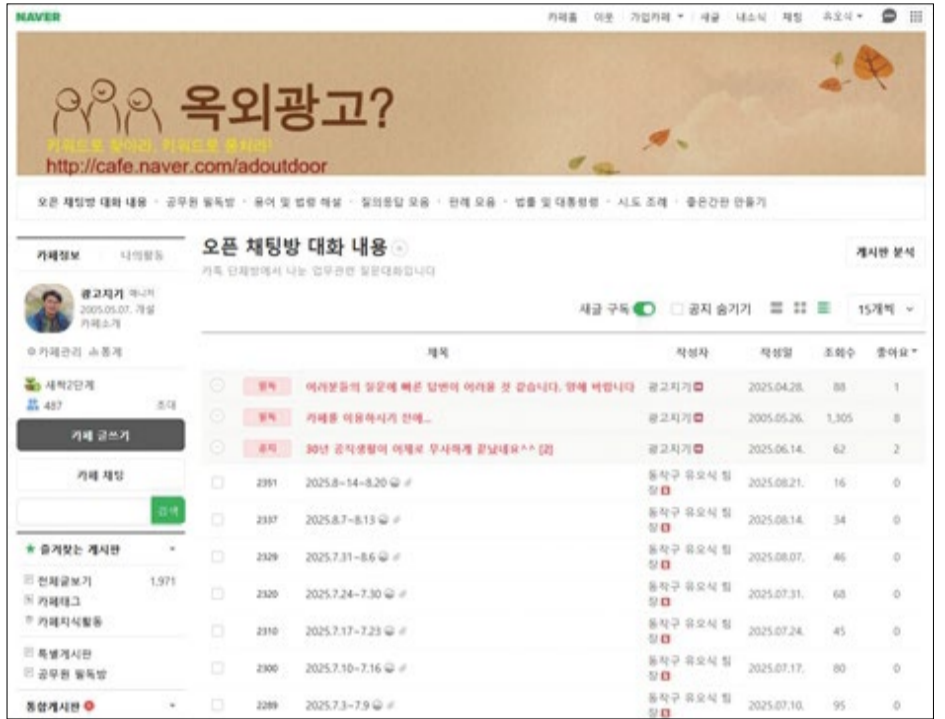
특히 넷플릭스 국내 이용자중 상당수가 고정요금을 줄이고 광고를 시청하는 '광고형 요금제'를 이용하고 있는 만큼, 광고 매출이 상당할 것으로 업계는 보고 있다.



넷플릭스 등 OTT기업들의 광고매출을 방송통신비조사에 포함하는 방안이 본격 추진된다.

옥외광고 담당공무원 오픈채팅방, 행정 Q&A 명소로 정착

반년만에 400명 참여... 전국 옥외광고 행정 플랫폼으로 기능 향후 AI 아카이브 및 자동응답 시스템도 구축해 나갈 계획



개설 6개월만에 약 400명의 담당공무원이 참여하는 옥외광고 행정 소통채널로 성장한 '전국 옥외광고 담당자 오픈채팅방'(왼쪽부터)과 실제 질의응답 사례, 네이버 '옥외광고?' 카페 캡처 사진들.

지난해 12월 11일 개설된 '전국 옥외광고 담당자 오픈채팅방'이 옥외광고 행정 현장의 새로운 소통 허브로 부상하고 있다.

공공기관디자인협의회(회장 유오식) 옥외광고분과에서 제안·개설한 이 채널은 옥외광고 행정업무의 난해함을 해소하기 위해 전국 담당공무원간 실시간 질의응답 네트워크를 구축한 것인데, 현재 명실공히 전국 단위 옥외광고 행정 협력 플랫폼으로 자리잡았다.

■공문과 메일을 통한 전국적 확산

운영진은 개설 직후 행정안전부, 광역 및 기초 자치단체, 한국옥외광고센터 등 관계 기관에 공문을 보내고, 전국 470여명 담당공무원들에게 개별 이메일로 안내하여 참여를 독려했다. 그 결과 초기부터 담당자들이 빠르게 참여했고, 6개월이 지난 시점에서 약 400명이 상시 접속하며 하루에도 수십 차례의 질의응답이 오가는 활발한 공

간으로 성장했다. 특히 20~30년간 옥외광고 업무에 전념한 10여명의 베테랑 전문가 그룹이 운영 초반부터 답변에 나서면서, 경험 기반의 실무 조언이 즉각적으로 제공되는 점이 큰 신뢰를 얻었다. 이같은 효과성을 인정해 한국옥외광고센터는 올해 4월 전국 지자체에 별도 공문을 발송, 오픈채팅방 참여를 공식 안내했다.

■네이버 카페와 AI 아카이브 운영

오픈채팅방과 연계된 네이버 카페 '옥외광고?'는 또 다른 축을 담당하고 있다. 카페에서는 채팅방에서 논의된 질의응답을 주 단위로 AI 요약하여 체계적으로 아카이빙하고 있다. 이를 통해 신규 담당자나 후배 공무원들은 누적된 사례를 손쉽게 열람할 수 있다.

나아가 축적된 데이터를 기반으로 AI 챗봇과 자동응답 시스템을 구축, 향후 옥외광고 행정업무 지원을 디지털화한다는 계획이다. 단순한 정보 교류를 넘

어 행정업무의 지속가능한 혁신 모델로 확장될 수 있다는 점에서 기대를 받고 있다.

■현장 목소리를 담은 실시간 소통 공간

오픈채팅방은 집회 현수막의 법 적용 범위, 불법광고물 행정명령 해석, 정당 현수막 처리 절차, 간판 설치 수량 기준 등 전국 담당공무원들이 현장에서 직면하는 복잡한 사안을 즉각적으로 공유하고 답변하는 창구가 되고 있다.

이러한 질의응답은 곧바로 현장 행정에 반영되어, 개별 지자체가 독자적으로 해석하기 어려운 문제에 대한 공동의 기준을 마련하는 기능을 하고 있다는 평가다.

■ 옥외광고 행정의 미래를 열다

개설 6개월만에 400명 넘는 참여자가 활동중인 네트워크로 성장한 오픈채팅방은 이제 옥외광고 행정의 전국적인 공

동 학습 및 집단 지성 기반으로 진화하는 단계로 접어들고 있다. 참여자도 지속적으로 늘어날 것으로 예상되고 있다.

오픈채팅방 관계자는 "현 정부에서 중요 정책으로 지향하고 있는 것이 AI 정부"라면서 "데이터 아카이브와 AI 기반 자동응답 시스템 구축이 가시화되면 옥외광고 행정의 디지털 전환 시범 모델로 기능할 수 있을 것"이라고 전망했다.

한 지자체 담당공무원은 "이제는 현장에서 고민이 생기면 바로 채팅방에 올려 전문가들과 함께 해결할 수 있다"며 "예전에는 몇날며칠 법령을 뒤져야 했던 문제들이 실시간으로 해결된다"고 밝혔다.

'전국 옥외광고 담당자 오픈채팅방'과 네이버 카페 '옥외광고?'가 단순한 온라인 모임을 넘어 옥외광고 행정 혁신의 거점이자 향후 AI 행정지원 체계 구축의 초석으로 자리매김해 나갈 수 있을지 귀추가 주목된다.

PDF 파일 휴대폰 전송 서비스 안내

SP투데이가 오프라인 매체인 인쇄신문(SP투데이), 온라인 매체인 인터넷홈페이지(www.sptoday.com)에 이어 **모바일 매체(PDF 파일) 휴대폰 전송**을 시작합니다.

PDF 파일 수신을 원하시는 독자는 010-4234-9917번에 '파일 수신 희망' 문자를 남겨 주시기 바랍니다.

문의 010-4234-9917, 02-336-9940



2002년 12월 창간
(2002년 10월7일 등록 서울다-06082)
본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.

발행·편집인 최병열 | 인쇄인 이승훈

www.sptoday.com

(05751) 서울특별시 송파구 마천로51길 23 유니빌딩 6층 (주)SP투데이 <월간>

편집국 02)336-9940

팩스 02)336-2003

광고·구독 문의 및 신청 010-4234-9917

구독료 연간 5만원 국민 : 293801-01-070728 입금계좌(예금주 : SP투데이)

지하철 역사에 자율주행 광고 로봇 등장

브이디로보틱스, 9호선 2개 역사에서 시범 운영



브이디로보틱스가 9호선 동작역과 노량진역에서 실증을 진행하고 있는 광고 로봇 푸두봇 프로(왼쪽)와 안내 로봇 케티봇의 모습.

9호선 지하철역에 자율주행 광고 로봇이 등장했다. 로봇 전문업체 브이디로보틱스는 9호선 2개 역사에서 자사의 광고·안내 로봇의 실증을 진행 중이다. 이번 실증은 대표적 공공 공간인 지하철 역사에서 상업 광고매체로서의 로봇의 가능성과 공공적 가치를 동시에 검증하는 것이 목적이다. 실증 대상 역사는 9호선 노량진역과 동작역 2곳으로 광고 로봇과 안내 로봇을 각 특성에 최적화된 공

간에 배치해 시민의 반응과 운영 효과를 측정하게 된다. 9호선 1차 개통 구간(김포~신논현역)중 환승 구간이 길어 로봇 노출에 유리한 동작역과 이용객 수가 많은 노량진역을 선정했다는게 회사측의 설명이다. 이번 실증에 사용되는 로봇은 '푸두봇 프로'와 '케티봇' 2종이다. 푸두봇 프로는 580×535×1,290mm 규격의 이동형 광고 로봇으로 30인치 대형 LCD화면을 통해 커머

셜 광고를 송출한다. 이번 실증에서는 스스로 이동하며 주행 경로를 따라 광고를 노출함으로써 승객의 주목도를 확보하고 사업성을 검증하는 데 초점을 맞춘다.

케티봇은 디스플레이 기반 안내 로봇으로 지하철 이용객들이 자주 묻는 질문이나 민원성 질문 등에 대해 디스플레이 시각 정보를 통해 안내 서비스를 제공한다. 460×440×1,120mm로 푸두봇 프로보다 컴팩하고 화면 사이즈도 18.5인치로 작다. 따라서 좁은 공간에서의 활용에 유리하다. 역무원들이 반복적으로 받는 문의에 대응하는 부담을 줄이고, 이용자 편의를 높이기 위한 공익적 목적에서 운영된다. 유실물센터, 화장실 등 주요 위치까지 이용자를 안내할 수 있다.

회사측은 이번 실증을 통해 지하철 역사에서의 로봇 광고 효과와 이용자의 인지율을 분석해, 향후 상업용 로봇 매체로서의 확장 가능성을 면밀하게 분석한다는 계획이다.

이 회사 관계자는 “기존 공공과 민간 로봇사업은 조달 용역 구조로 많이 운영됐는데, 이번 프로젝트는 공사와 민간업체의 공동사업 가능성을 확인하는 데 초점을 맞췄다”며 “실증 결과를 통해 도시 공간내 광고 로봇 활용의 새로운 기준을 제시할 것”이라고 밝혔다. 신한중 기자

카카오모빌리티, 서울역 '플랫폼111' 디지털 광고 론칭

KTX서울역 동편 맞이방에 총길이 111m 규모로 구축

KTX 서울역 대합실의 대형 라이트박스 광고물들이 길이 111m 규모의 초대형 LED전광판으로 변신했다.

카카오모빌리티는 KTX 서울역 동편 대합실에 신규 디지털 광고 '플랫폼111'을 론칭, 9월 1일자로 운영에 들어갔다.

이 매체는 기존 대형 아날로그 라이트박스 10기로 구성돼 있던 광고물을 단일 디지털 광고로 개선한 것으로, 역사 내부를 파노라마처럼 감싸는 형태로 구축됐다.

플랫폼111은 전광판의 가로 길이가 111m라는 것을 상징하는 이름이다. 매체 명칭과 별도로 카카오모빌리티측은 플랫폼111이 설치된 맞이방 일대를 '서울과 노라마'라는 브랜드로 운영한다는 방침이다.

카카오모빌리티는 올해 3월 21일자로 코레일 유통이 공고한 'KTX 서울역 동편 맞이방 영상 광고매체' 광고대행 입찰을 통해 이 매체의 사업권을 확보했다. 운영기간은 매체 론칭일로부터 36개월간이다.

코레일에 따르면 입찰은 가격평가(30점)와 제안서 평가(70점)를 통해 진행됐고, 카카오모빌리티는 전국 단위로 검증된 CMS 운영 실적과 온·오프라인을 통합 관리할 수 있는 독자적 광고 시스템 역량을 인정받아 사업자로 선정됐다.

가격 평가에 있어서도 기초금액 22억9,486만4,965원의 약 5배 수준인 124억7,400만원을 제시했다.

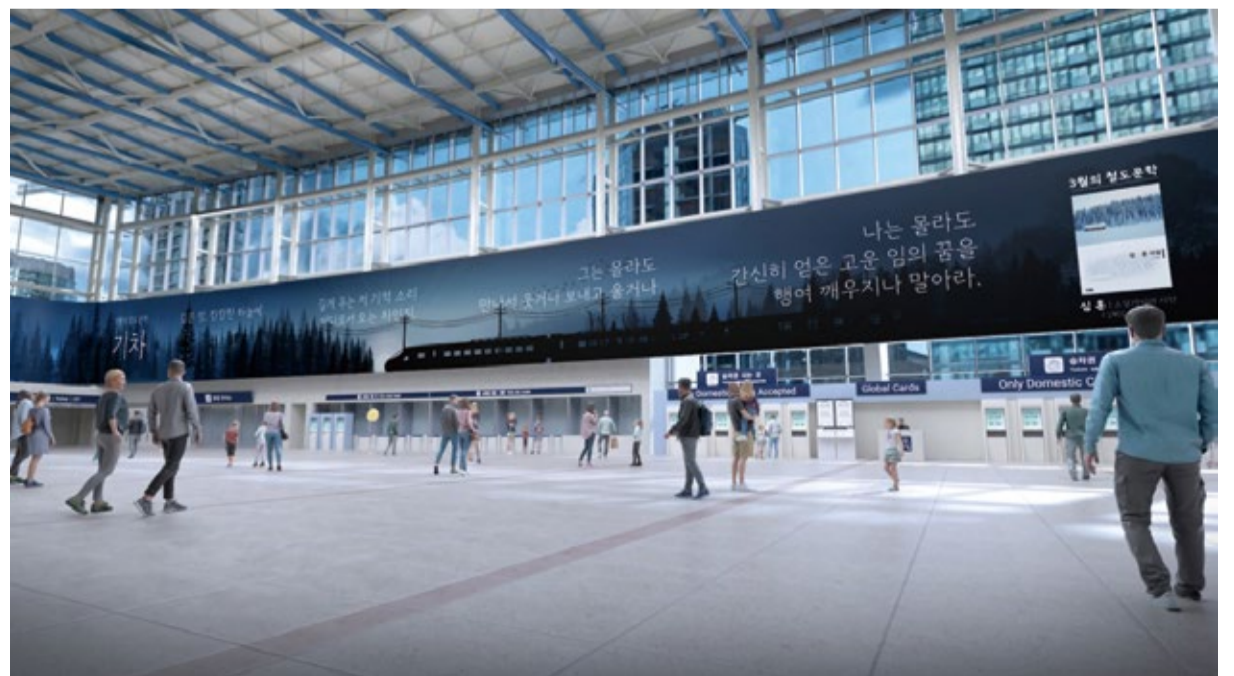
카카오모빌리티는 플랫폼111을 미디어 랜드마크로

자리잡도록 한다는 목표다. 이를 위해 열차 운행 정보와 날씨 정보 등 실용적 콘텐츠는 물론, 외국인 관광객을 고려한 K-POP 영상, 미디어아트와 같은 엔터테인먼트 기반의 콘텐츠도 개발한다는 방침이다.

한편, 이번 사업의 핵심은 모빌리티 기업이 가진 핵심 자산 즉 '이동 데이터'를 오프라인 광고와 결합하는데 있는 것으로 보인다. 회사는 지난 2022년부터 이용자의 이동 데이터를 기반으로 한 프로그래매틱 광고

기술을 개발해 왔다. 이를 통해 특정 장소 정보와 사용자 이동 경로 데이터를 융합한 맞춤형 타겟 광고를 집행할 수 있을 것으로 보인다.

예를 들어 특정 시간대 서울역에 도착하는 특정 지역 승객들에게 맞춤형 광고를 노출하거나 특정 공연장이나 쇼핑몰을 방문한 이력이 있는 이용자들에게 관련 광고를 송출하는 정교한 타겟팅이 가능하다는게 회사측의 설명이다. 신한중 기자



언제 어디서나 만나는 대중교통 매체광고 양진텔레콤이 선도합니다

서울시내버스 음성광고 | 서울시내버스 내부 인쇄물 광고
234호선 전동차내 음성광고 | 5678호선 전동차내 음성광고
1234호선 승강장 음성광고 | 1234호선 디지털보드
SRT수서·동탄·평택지체 | KTX익산·정읍역 광고

[함께할 영업사원을 모집합니다]

경력, 나이제한 없음, 적극적이고 창의적인 성격의 소유자

|주|양진텔레콤
YANGJIN

서울시 송파구 삼전로 1길 2 (잠실동, 양진빌딩) T 02.412.4130 F 02.412.4139 www.yangjintel.com

입찰 동향

KT, 서울시 버스정류장 광고 사업권 확보

서울시가 지난 8월 18일자로 입찰에 부친 '서울 가로변·당산역광역환승센터·스마트셀터 버스정류소 시설물' 입찰에서 KT가 운영 사업자로 선정됐다.

이번 사업은 서울시 내 가로변 정류소 2,547개소, 서울스마트셀터 3개소(송파구 방이사거리 방면, 천호역 풍납시장 방면, 천호역 강동역 방면), 당

산역 광역버스 환승센터의 광고물 및 부속 시설을 운영·관리하는 사업이다.

구체적인 광고물량은 가로변 정류소내 표지판 광고 2,586기(광고면 5,682면), 당산역광역환승센터 광고물 8기(광고면 32면), 스마트셀터 내외부 광고시설 8기(광고면 14기) 등 총 2,602개 광고물이다. 기존 광고물을 사업자의 필요에 따라 시와 협의 후 디지털

광고로 전환해 운영하는 게 가능하다.

운영 기간은 10월 22일부터 2026년 12월 31일까지다. 연간 사용료에 대한 총액입찰로 진행된 입찰에서 KT는 시가 제시한 예정가격 33억1,200만원의 배 수준인 63억2,140만원을 적어내 사업자로 선정됐다.

송파구 스마트셀터(위)와 당산역 광역버스 환승센터 승차장.



김해국제공항 라이트박스·프로모션존 사업자 입찰 공고

한국공항공사는 지난 8월 28일자로 '김해국제공항 라이트박스 광고 및 프로모션존' 사업을 입찰 공고했다.

이 사업은 김해국제공항 국제선 및 국내선 내 광고물을 운영하는 것이다. 광고는 국내선의 경우 △격리 벽면 광고(국내선 4,500×2,500mm) 6기 △격리 도착장 벽면 광고(3,700×1,700mm) 2기 △격리 하행 E/S 벽면 광고(4,000×2,000mm) 2기 △일반 벽면 광고(4,000×1,800

mm) 4기 등 총 14기의 라이트박스 광고로 구성된다.

국제선은 △격리 B도착장 광고(국내선 4,000×2,200mm) 2기 △입국심사 구역 벽면 광고(5,000×2,500mm) 2기 △격리 세관 벽면 광고(8,000×2,000mm) 2기 △격리 면세품 인도장 인근 벽면 광고(10,000×2,700mm) 4기 등 총 6기다.

프로모션존은 공항 일반 광장 1곳

에 정해진 규격 내에서 조성할 수 있다.

사업기간은 영업 준비일 30일을 제외한 3년이며, 총액 입찰로 진행된다. 공사가 제시한 연간 최소 임대료는 8억6,000만원이다.

입찰 마감은 9월 11일 오후 4시이며 개찰은 12일 오전 9시다.

김해국제공항 라이트박스 광고(위)와 프로모션존.



에듀윌, 브랜드발전소 전격 합병 추진

AI 기반 교육 플랫폼의 마케팅 시너지 목적



에듀윌이 지하철역 매체에 광고를 집행한 모습들.



에듀윌이 브랜드발전소와의 합병을 전격 추진한다.

에듀윌측에 따르면 이번 합병은 회사가 추진중인 AI 기반 교육 생태계 전환을 위해 강력한 외부 홍보 역량 확보를 위해서다. 이번 합병을 통해 교육 콘텐츠와 플랫폼, 광고 전략을 유기적으로 연계해 △브랜드 인지도 확대 △콘텐츠 확산 △소비자 접점 극대화 등의 전략을 수행한다는 방침이다.

에듀윌 관계자는 “에듀윌은 단순한 교육을 넘어 미래형 AI 플랫폼 기업으로 진화하고 있다”며 “이번 합병은 그 변화의 속도를 높이고, 브랜드 메시지를 더 명확하고 강력하게 전달하기 위한 전략적 선택”이라고 설명했다.

그러나 업계에서는 이번 합병이 브랜드발전소 경영악화에 따른 어쩔 수 없는 처방이 아니냐는 분석도 나온다.

2014년에 설립된 브랜드발전소는 양

행남 에듀윌 회장 일가가 지분 100%를 보유하고 있는 기업이다. 설립과 동시에 대규모 투자를 통해 서울·인천·부산·대구 등 주요 도시의 대단위 교통매체 사업권을 확보해 성장했다.

브랜드발전소의 성장에는 에듀윌의 역할이 컸다. 에듀윌은 지하철과 버스 광고 등의 사업을 벌이는 브랜드발전소를 통해 회사를 홍보했다. 사실상 에듀윌이 오너 가족회사인 브랜드발전소에

일종의 통행세를 주는 구조였다고 볼 수 있다.

하지만 최근 에듀윌이 경영난을 겪으면서 브랜드발전소도 덩달아 위기를 맞았다. 그간 브랜드발전소가 에듀윌로부터 광고 물량을 받아 성장했던 만큼 모회사의 위기가 오면 일가의 회사에 악영향을 끼치는 모양새다.

에듀윌의 매출액은 2022년 1,462억원에서 2024년 826억원으로 43.5% 감소했다. 브랜드발전소 또한 2022년 466억원, 2023년 457억원의 매출을 기록했지만 작년에는 19% 급락한 371억원을 올렸다.

에듀윌의 상황이 여의치 않자 브랜드발전소를 통해 집행할 광고비가 대폭 줄은 영향이 크다. 에듀윌은 2021년에 광고선전비 395억원 가운데 절반 규모인 152억원을 브랜드발전소에 지급했다. 2022년에도 그 비용은 124억원에 달했으나 지난해에는 0원을 기록했다.

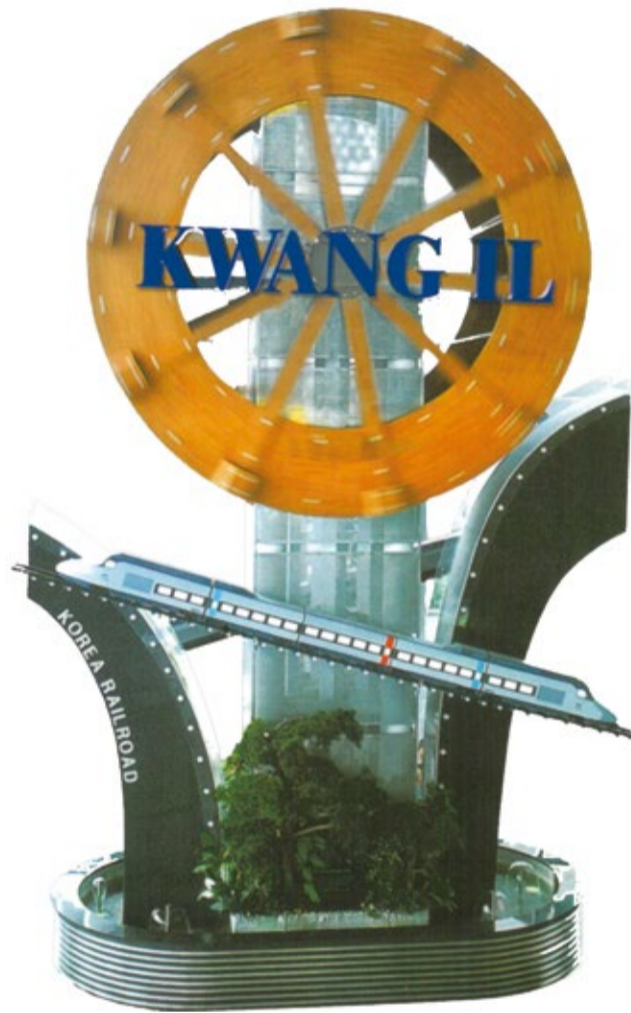
한 옥외광고 매체사 관계자는 “최근 브랜드발전소의 직원들이 대거 퇴사한 것으로 알고 있다”며 “바이럴마케팅을 중심으로 하는 회사임에도 공식 블로그나 SNS 활동이 요즘은 거의 없어 업계에서 경영 위기에 봉착한게 아니냐는 소문이 돌고 있다”고 전했다.

신한중 기자



(주) 광일
KWANGIL CO., LTD.

Advertising Culture Leader
KWANG IL



광고 50여년!

오직 이 길만이 나의 길이라 생각하고
걸어온 50여년의 광고 인생길
광고인의 자긍심을 더욱
살릴 수 있도록
최선을 다하겠습니다.

본 사 : 서울특별시 서초구 강남대로 331 광일프라자 / <http://www.kiad.co.kr>
서울특별시 동대문구 장한로 2길 23 광일빌딩 / TEL : 02)2248-2939 / FAX : 02)2242-0037

업종별 옥외광고 크리에이티브 - 피부암(Skin Cancer) 예방 광고

‘흥미롭게 때론 아찔하게’... 피부암의 위험성 경고

기발한 아이디어 통해 자외선 차단 중요성 알려

올여름 역대급 폭염이 이어지고 있다. 올해 6월 1일~7월 29일 기준 전국 폭염 일수는 15일, 열대야 일수는 6.9일이며 각각 역대 3위를 기록하고 있다.

이런 폭염이 가져오는 또 다른 문제는 강력한 자외선으로 인한 피부질환이다. 자외선은 단순히 피부를 그을리는 데서 그치지 않고, 피부 노화를 촉진할뿐 아니라 장기적으로는 피부암 위험까지 높인다. 세계보건기구(WHO)는 자외선을 1급 발암물질로 지정한 바 있다.

최근 기후온난화로 인해 전세계적으로 자외선이 강해지면서 많은 단체들이 ‘피부암’을 경고하는 다양한 옥외광고를 집행하고 있다. 이 광고들은 흥미로우면서도 때론 아찔한 모습으로 자외선의 위험성을 경고한다.

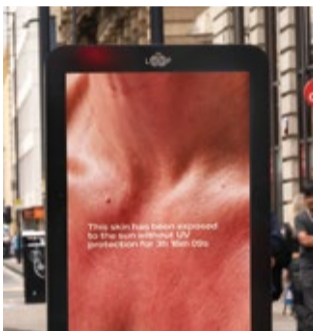
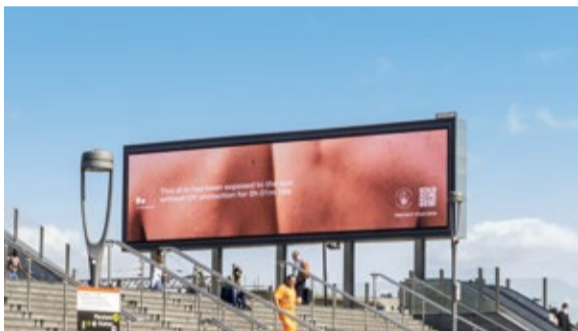
시를 이용해 자외선으로 피부가 상하는 모습을 실시간으로 보여주는가 하면, 흑색종의 발병 사례를 통해 자외선 차단 중요성을 알리기도 한다.

한편, 피부암 예방 광고는 기업들의 자외선 차단제(선크림) 광고와 맥을 같이 하는 경우가 많다.

피부암 예방을 위해서는 선크림 사용이 필수이고, 따라서 선크림 제조사들이 피부 질환 예방을 주요 마케팅 포인트로 삼기 때문이다.

실제로 최근 자외선 차단제 광고는 기업들의 마케팅 차원이 아니라, 피부암 예방 관련 기관들의 캠페인성 광고로도 종종 나타난다. 기후 변화에 따라 과도하게 자외선이 강해지면서 피부암 예방을 위한 필수품이 되고 있는 까닭이다.

신한중 기자



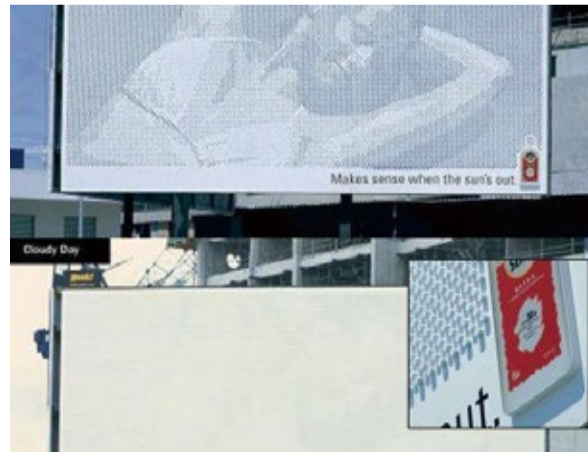
영국피부재단(The British Skin Foundation)은 자외선 차단제의 중요성을 알리기 위해 런던과 맨체스터에서 자외선이 다양한 피부톤에 미치는 영향을 실시간으로 보여주는 DOOH 캠페인을 전개했다. 광고는 실시간 자외선 데이터를 시에 적용했다. 수천 개의 AI 생성 프레임 만들어 태양빛에 의한 피부 손상 과정을 실시간으로 보여주며 선크림의 필요성을 강조했다.

영국의 흑색종기금(Melanoma Fund)은 자외선 차단제를 사용하지 않고 여름철 야외 스포츠를 하는 것의 위험성을 알리는 옥외광고 ‘실루엣(Silhouettes)’을 전개했다. 광고판 속에는 흑색종 발병사례중 종양 모양(실루엣)이 축구, 수영, 사이클 선수를 닮은 모습을 찾아내 담았다. 스포츠를 할 때 자외선 차단제의 중요성을 간과하는 사람들에게 햇빛 노출의 실질적인 위험을 알렸다.



얼핏 화장품 회사의 마케팅으로 보이는 이 광고는 호주암협회(Australian Cancer Society)에서 진행했다. 광고판을 멀리서 보면 사람 손 이미지 가운데 종양같은 반점이 보이는데, 이곳에서는 무료 선크림이 제공된다. 피부암을 예방하기 위해 꼭 선크림을 바르라는 메시지다.

미국 마이애미의 마운트시나이의료센터(Mount Sinai Medical Center)가 판매하는 MB(Miami Beach) 선크림은 마이애미 비치의 공식 선크림이다. 센터는 자사의 선크림 홍보를 위해 해변가 50곳에 제품 형태의 선크림 디스펜서를 설치, 방문자들이 무료 사용할 수 있도록 했다.



미국의 의료용 선크림 제조사 라이프재킷(LifeJacket)은 2022년 카타르 월드컵때 축구팬들을 타깃으로 나이키의 전설적인 광고를 패러디한 옥외광고로 이슈를 만들어 냈다. 광고는 자외선으로 얼굴과 팔 등 피부가 십자가 모양으로 붉게 변한 한 남성을 담고 있다.

뉴질랜드 엘티(ELTEA)사의 선크림 빌보드. 흰색 바탕에 1만2,000개의 동그란 알루미늄 조각을 달아 그래픽을 만들었다. 햇빛이 없을 때는 광고판이 비어 있는 것처럼 보이지만 햇빛이 비추면 일광욕하는 여성이 나타난다. ‘해가 떠 있을 때 의미가 있다’라는 광고 카피가 인상적이다.

광고물 설치가 잘못된 것처럼 보이는 이 광고판은 폰즈(POND'S) 화장품의 선크림 광고다. 이미지나 출력물을 광고판보다 길게 만들어서 광고판 위로 덮인 출력물이 모델의 얼굴에 그늘을 만들었다. 햇빛을 차단하는 선크림의 효과를 간단한 아이디어로 재미있게 표현했다.

대형채널



아크릴면발광



티타늄채널(골드스텐)

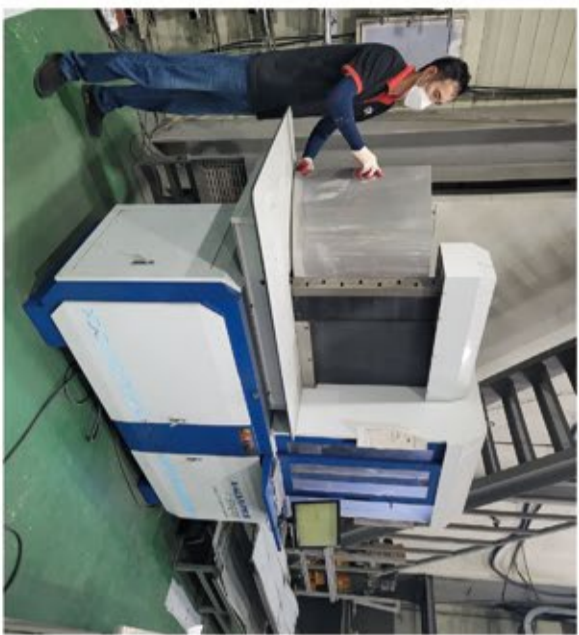


오케이엔드럭

www.okinc.co.kr

경기도 부천시 산업로 88(오정동, 739-6)
Tel. 032)674-0000 Fax. 032)677-1110

대형채널장비(600mm벤딩가능)



본사전경



전 · 후광채널



에폭시, 일체형 채널



K-프린트(K-PRINT) 2025 현장 스케치 - 디지털프린터①

급변하는 디지털프린팅 산업의 트렌드 확인

다품종 소량 생산 흐름 뚜렷... 범용성·효율성 높은 신제품들 인기

국내 최대 규모의 프린팅 전문 전시회 'K-프린트(K-PRINT) 2025'가 8월 20일부터 나흘간 고양시 킨텍스 2전시장에서 개최됐다.

올해 K-프린트에는 많은 업체들이 일제히 신제품을 내놓으면서 참관객들의 이목을 사로잡았다. 올 하반기 공급사들의 시장 주도권 잡기 경쟁이 한층 가열차게 전개될 것으로 전망할 수 있는 대목이다.

특히 출력폭 2m 이하의 중소형 장비들이 다양하게 출품됐으며, 다수의 업체는 공간 활용성이 좋은 데스탑형 장비를 선보이기도 했다. 위축된 경기로 인해 대규모 투자가 부담스러워진 환경인 만큼 공급사들도 가격 접근성이 좋고 다품종 소량 생산에 유리한 중소형 장비 위주로 돌파구를 찾고자 하는 것으로 풀이된다.

또 DTF 및 UV DTF 프린팅같이 새롭게 성장하고 있는 분야에서 공급사들의 경쟁이 치열해지는 모습도 눈에 띄는 부분이다. 해당 분야의 경우 그동안 중국산 장비가 시장을 주도해 왔는데, 이번에는 한국엡손, 마카스, 한국롤랜드디지 등 메이저 공급사들이 일제히 관련 제품을 선보이면서 소비자들의 선택 폭을 넓혔다.

텍스타일 프린팅의 다양한 가능성이 부각되기도 했다. 텍스타일 프린팅은 이제까지 옥외광고 시장에서 중요한 솔루션이 되지는 않았다. 하지만 텍스타일 굿즈 시장이 빠르게 성장하고 있는데다, 정부의 환경 규제로 현수막 시장이 위축되면서, 상대적으로 재 활용이 용이한 전사 현수막과 소프트 사이니지 등이 대안으로 주목을 받는 양상이다.

신한중 기자



한국엡손은 'SC-V7000' UV 평판프린터와 자사의 첫 DTF 프린터인 'SC-G6040' 등을 출품했다.



마카스는 '미마키 CJV200-160' 프린트엔컷과 'UJV300DTF-75' UV DTF 프린터 등의 마케팅에 나섰다.



한국 시장에 최적화된 사양을 탑재한 무토 '익스퍼트젯 1682SR Pro'를 주력으로 선보인 코스테크.



강력한 생산성의 프린트엔컷 장비 트루비스 XG-640'을 공개한 한국롤랜드디지.

▲메이저 장비 공급사들, 전략적 신제품 일제 전개

한국엡손은 최근 주력하고 있는 고화질 평판 UV프린터 'SC-V7000'를 전면에 두고 홍보하는 한편, 'SC-G6040' DTF 프린터, 'SC-P20540' 파인아트 프린터 등 올해 새롭게 출시한 신제품 라인업을 소개하는데 역점을 뒀다.

특히 'SC-G6040'의 경우 이번에 처음 선보이는 DTF 장비로 출력 품질과 기계적 완성도가 우수하다는 평을 얻었다. 최대 출력폭 900mm의 와이드 타입이며, 1.6ℓ 밀폐형 팩 타입 잉크를 사용하는데다, 자동 노즐 진단 및 클리닝 기능이 탑재돼 잉크 침전없이 안정적인 운용이 가능하다. 벽에 밀착 설치할 수 있도록 설계돼 공간 활용성도 높다.

마카스는 에코솔벤트 프린트엔컷 'CJV200-160'과 DTF 프린터 'UJV300 DTF-75' 두 신제품을 중심에 두고 전시를 진행했다.

CJV200-160은 안정적이고 유지보수가 쉬운 싱글 헤드 장비로 복잡한 기능들을 배제하고 꼭 필요한 기능만을 담아 경제성·안정성을 높인 것이 장점이다. 'UJV300DTF-75'는 UV DTF 프린터로 출시 1달이 안된 최신 제품이다. 미마키만의 기술력을 통해 아주 안정적으로 UV 전사 필름을 출력할 수 있다. 점착필름으로 인해 프린터 헤드의 고장이 잦은 UV DTF 프린터의 고질적 단점을 개선하기 위해 '미디어 잼 센서'를 적용했다. 출력중 용지나 자재가 걸리는 미디어 잼 현상을 즉각 파악, 출

력을 중단함으로써 프린터 헤드를 보호하고 보다 안정적인 출력을 지원한다.

코스테크는 무토의 하이엔드 장비 'XPJ(익스퍼트젯)' 시리즈를 중심으로 했다. 특히 무토가 코스테크인크(XP1000)의 안정성과 품질을 인정해 정품 잉크로 채택하고 전용의 잉크젯 파형을 개발해 완성한 'XPJ-1682SR Pro'에 관심이 모였다. 무토 고유의 뛰어난 하드웨어 기술과 최신 헤드, 코스테크 잉크의 조합으로 뛰어난 출력 품질과 강력한 생산성을 구현한다.

소형 장비에 대한 니즈가 높아지고 있는 시장 흐름을 정조준한 무토 최초의 프린트&컷 장비 'XPJ-C641SR Pro'도 눈길을 끈 제품이다. 출력폭 630mm의 콤팩트형 장비로 작은 사이즈에도

무토의 하이엔드 라인업 XPJ시리즈의 DNA를 물려받아 우수한 출력 품질을 보여준다. 사용 편의성도 좋고 커팅 성능도 우수하기 때문에 작업 공간이 좁은 업소에서 아주 유용하다.

한국롤랜드디지는 하이엔드 장비인 1,615mm폭 '트루비스 XG-640' 프린트엔컷을 주력으로 전시에 임했다. 새로운 구조의 듀얼 스테이지 헤드 배열과 고속 데이터 처리 기능을 통해 롤랜드디지의 프린트엔컷 제품 중 가장 빠른 속도를 구현하는 장비다. 다양한 자동화 옵션으로 생산 효율성을 높일 수 있는 것도 장점이다. 8색 구성으로 PVC 소재를 출력할 때 표준 모드에서 15.2m²/h의 속도로 출력된다. 4색 구성에서는 22.5m²/h의 속도를 구현한다.



HP코리아는 올인원 프린터 '라텍스 R530' 등의 신제품을 선보였다.

라텍스 프린터 신제품도 공개돼 참관객들의 눈길을 사로잡았다. HP코리아는 최근 출시한 '730W', '830W' 등 롤투를 라텍스 프린터와 올인원 프린터 'R530' 등의 신제품을 일제히 출품했다. 특히 '올인원 프린터'라는 새로운 콘셉트의 'R530'에 관심이 집중됐다. 'R530'은 라텍스 시리즈의 강력한 출력 품질을 구현하면서도 롤 소재와 평판 소재에 모두 대응할 수 있는 장비다. 기존과는 다른 차원의 실용성과 범용성을 보여준다는게 회사측의 설명이다. 현장에서는 롤 프린터와 평판 프린터를 모두 갖추는 게 부담스러운 소규모 사업자나 공간 효율성을 중시하는 소비자층에서 높은 관심을 받았다.

휴프라이름은 가격과 성능의 균형을 맞춘 수성 및 UV 출력 솔루션을 선보였다. 주력 제품인 'SuperX-G4B'는 합리적인 가격과 뛰어난 기본기를 갖춘 1,900mm 폭 수성 프린터다. 최대 185m²/h의 고속 출력을 지원하며, 대량 생산 환경에 최적화된 설계를 자랑한다. UV 프

린터로는 SMART-AQ1800 UV를 선보였다. 빠른 출력 속도는 물론이고 빌트인 LED, 화이트 잉크 순환 시스템 등의 기능이 탑재되어 출력 편의성이 탁월하다.

한편 회사는 자사의 장비와 잉크를 활용해 품질을 높이고 가격대는 낮춘 전사 현수막을 현장에서 소개해 이목을 끌기도 했다.

▲검증된 스테디 셀러의 인기는 여전

국산 UV 프린터의 자존심 달리는 신형 '네오타이탄 플러스 FB' UV 평판 프린터, 다양한 작업에 효과적인 네오어스 하이브리드 프린터, UV 라벨 프린터인 '네오 피카소 플러스' 등 다양한 제품을 전시했다.

옥외광고 업계를 대상으로는 코니카 aSHE 헤드를 적용한 네오타이탄 플러스를 주력으로 홍보했다. 이 제품은 자동 프라이머 분사 기능을 통해 금속·아크릴·타일·유리 등에 인쇄할 때도 수작업 전처리없이 사용할 수 있어 효율성



휴프라이름은 'SuperX-G4B' 프린터 등 제품 홍보와 더불어 전사 현수막 솔루션을 소개했다.

이 높다.

최근 텍스타일 장비 제조사 디젠을 인수합병한 디지아이는 폭넓은 장비 라인업을 소개했다. 디젠의 주력 장비 3.3m 폭 디지털 날염기 '탈리오스' 시리즈와 자사의 스테디셀러인 포세이돈의 신작 '포세이돈2' 전사 프린터를 소개해 관심을 끌었다. 포세이돈2는 최대 출력폭 1,820mm 장비로 최신의 교체라 헤드를 적용해 전작에 비해 최대 4배 가량 속도가 빨라졌다. 8헤드 4컬러(1pass 기준)로 사용할 경우 최대 760m²/h의 속도를 구현한다. 새로운 수냉식 헤드 냉각 시스템을 도입해 고속 출력 작업시 발생하는 프린트 헤드의 발열을 안정적으로 관리해 출력 안정성을 높인 것도 장점이다.

재현테크는 플로라 'XTRA 2512S' UV 평판 프린터 등 플로라 브랜드의 다양한 UV프린터 라인업을 소개했다. 'XTRA 2512S' UV 평판 프린터는 6~18pl의 베리어블 도트 구현이 가능한 그레이 스케일 헤드를 채용했으며,

C·M·Y·K+화이트 잉크가 적용됐다. 함께 출품한 디지털 평판 커팅기 '멀티컷 프로 시리즈'는 중국산 제품에 대한 부정적 인식을 깨는 놀라운 성능으로 인기를 얻고 있는 제품이다. 최고 사양의 고속 정밀 모션 제어 시스템으로 탁월한 커팅 성능을 보여주는데다, 편의·안전성에서도 뛰어난 스펙이 적용됐다.

에이치알티는 디지아이의 신형 수성 프린터 '아테나 시리즈'의 홍보와 더불어 'PCT-3300' UV 롤투를 프린터의 마케팅에 주력했다. PCT-3300은 조명 박스가 출력부에 기본으로 적용했다. 조명시 컬러를 바로 확인할 수 있어 조명용 광고물 제작에 유용하다. 리코 젠 5 헤드와 젠 6 헤드중 선택 가능하며, 3개의 텐션롤러와 테이크업 시스템으로 정교한 피딩이 이뤄진다.

이외 디지털 평판커팅기 BK시리즈도 홍보했다. 파나소닉의 고성능 서브 시스템을 적용, 커팅 소재의 두께에 맞춰 헤드의 칼날 높이가 조절돼 안정적인 커팅 작업이 진행된다.



'네오타이탄 플러스 FB'와 '네오피카소' 등 다양한 UV프린팅 솔루션을 홍보한 딜리.



디지아이는 '포세이돈2' 전사 프린터와 '프레스토' 싱글패스 프린터 등을 출품했다.



플로라의 UV프린터 라인업과 '멀티컷 프로' 평판 커팅기를 전시한 재현테크.



신형 수성 프린터 '아테나'와 'PCT-3300' UV 롤투를 프린터 등의 홍보에 나선 에이치알티.

(주)세영씨앤씨그래픽스 HP Sign&Graphics 부분판매/서비스 25년 연속1위!!

HP 4.2세대 Roll & Flatbed 하이브리드 화이트 출시!!
 세계 No.1 Real White/White 황변X/White 유해 공기오염X/
 White 유해 경고라벨 필요X/White 냄새X



HP 하이브리드 라텍스 R530 (1,626폭)

- ✓ 4 X 8 사이즈 평판 출력 세계 No.1 품질
- ✓ 출력속도 시간당 31㎡(4 Pass 기준)
- ✓ 헤드 높이 최대 50.8mm, 고퀄리티 화이트 잉크 탑재 아크릴, 폼보드, 포맥스 등 다양한 소재 다이렉트 출력
- ✓ HP 픽셀 컨트롤로 최상의 색상 제공

HP 라텍스 730&830 프린터 (1,626폭)

- ✓ 왜 HP라텍스 4.2세대 인가?
- ✓ 고부가가치 가성비 작업으로 비즈니스 향상
- ✓ 납기일 걱정없는 생산성과 라텍스 오버코트 잉크의 효율성
- ✓ 작업자의 건강을 지키고 환경을 지키는 지속가능성



ZUND 한국총판
 Graphics & Packaging

ZUND G3 스위스 디지털 재단기

- ✓ 실사 업체의 큰 고민, 후가공을 완벽하게 해결! (후가공 인원 4명 이상 대체 가능)
- ✓ 타사 대비 성능 · 속도 · 정밀도 · 다양성 2배 이상 경쟁력 확보
- ✓ [가공품목]
 POP, 시트지, 폼보드, 포맥스, Box 포장, 아크릴, 정밀 가공분야 외

(주)세영씨앤씨그래픽스

라텍스 호환 소재 **국내 최다 보유**
 라텍스 전용 플렉스(조명용) 세계 최초 개발 및 국내 총판

서울시 금천구 가산디지털2로 144
 현대테라타워 가산DK 10층 1010호
문의 및 상담_Tel. 02-2273-4211

관공서 선호도 1위 제품

여성기업-우선구매

1988년 - 각목과 노끈이 필요 없는 탱탱 걸이대 특허획득 (세계 최초)
 2007년 - 친환경 태양광으로 작동하는 전자동게시대 특허획득(세계최초)
 2011년 - 전자동/반자동 겸용으로 작동하는 겸용게시대 출시(세계최초)

디자인형 현수막게시대

게시대 관리의 편리함, 도시미관의 향상, 지역 컨셉에 맞게 디자인하여 제작하여 드립니다~!



전반자동겸용 풍속감지자동승하강, 버튼 핸들겸용
반자동게시대 핸들형, 고장 잘 없어요
저단형게시대 찌그러지지 않아요



안전성

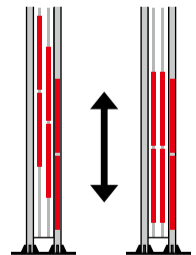
- 현수막 하강시 그대로 내려옴
- 공간이 협소하여도 설치가능
- 기둥내에서 움직이므로 보행자 위험없음
- 현수막이 그대로 내려와 탈부착 용이

편리성

- 핸들 돌릴때의 부드러움 (유치원생도 돌릴 수 있습니다)
- 손쉬운 현수막 탈부착
- 조립해체가 간단하여 이전설치가 쉬움

다양성

- 디자인 게시대 제작
- 나무무늬목
- 열처리칼라도장
- 스텐판 등



- 생산 제품 종류
 - 각종 현수막 게시대 (주문제작가능)
 - 게시판, 안내판 등

- 남신테크 보유 지적재산권
 - 특허증 16건
 - 의장 및 상표 등록증 4건

※ 위 제품들은 특허등록된 제품으로 무단 제작시 민,형사상의 책임을 묻겠습니다.

K-프린트(K-PRINT) 2025 현장스케치 - 디지털프린터②



'슈퍼칼라 H4' 프린터와 '슈퍼컷' 커팅기를 전시한 탑미디어.



'FB1810' 소형 평판 UV프린터를 선보인 누어텍스.



'옵티멈 EP3200 시리즈' 주력으로 전시한 티피엠



제트릭스 'LXiR320' 및 'LXiR160' UV프린터를 출품한 잉크테크.



케이엠테크는 4헤드 고속 프린터 '익스트림 1800 F1'을 선보였다.



'DMP6090UV-3H' 평판 UV프린터를 선보인 DMP5.

▲합리적인 가격에 고스펙... 가성비 장비들 총출동

합리적인 가격에 우수한 스펙을 갖춘 디지털프린터 제품들도 다양하게 출품됐다. 특히 중국산 장비의 경우, 이제는 강력한 가성비로 시장을 주도하는 주류 흐름 중 하나로 작동하고 있어 관련 제품에 대한 참관객들의 관심도 높았다.

탑미디어는 합리적 가격에 좋은 품질과 속도까지 만족시키는 수성 프린터 '슈퍼칼라 H4'를 주력으로 전시에 임했다. I3200헤드 4개가 탑재된 이 제품은 1Pass 설정에서 220㎡/h의 매우 빠른 속도를 구현하기 때문에 현수막 등의 대량 생산 작업에 유용하다. 이와 더불어 디지털 평판 커팅기 '슈퍼컷 시리즈'의 라인업 홍보에도 주력했다. 슈퍼컷은 독일제 고화질 CCD 포지셔닝 카메라가 장착돼 정밀한 측정이 이뤄지는 것이 특징으로 다양한 소재에서 정확

한 재단이 가능하다.

티피엠은 3.2m 폭의 수성 프린터 '옵티멈 EP3200 시리즈'를 전시했다. 엡손 I3200 헤드를 탑재한 제품으로 높은 생산성과 출력품질을 제공한다. 옵티멈 EP3200 시리즈는 2헤드 구성의 'EP3202', 4 헤드 구성의 'EP3204' 2가지 라인업으로 출시됐다. 필요에 따라 수성·솔벤트·전사 중 선택해 구매할 수 있다. EP3202의 경우 최대 80㎡/h, 4헤드 모델인 EP3204는 최대 160㎡/h의 출력 속도를 구현한다.

잉크테크도 주력 장비인 3.2m 롤투를 UV 프린터 '제트릭스 LXiR320'를 들고 전시에 임했다. 코니카미놀타의 프린트헤드 KM1024i MHE를 장착한 이 장비는 CMYK, Lc, Lm 등 6색과 화이트잉크를 지원하며, 생산성과 출력품질 모두에서 준수한 성능을 보여준다. 특히 이번 전시에서는 대형 장비 외에도 최근의 트렌드에 맞춰 신규 출시한

1600mm 폭의 'LXiR160'도 선보이면서 다양한 프로모션을 전개했다.

중국의 고성능 UV 프린터들을 선별해 국내 공급하고 있는 누어텍스는 이번에 다품종 소량 생산 트렌드에 맞춰 중소형 UV 프린터들을 들고 전시에 임했다. 1800mm 폭 롤투를 UV 프린터인 'NT1800U-PRO'와 소형 평판 UV프린터 'FB1810' 등이 중심이 됐다. 특히 'FB1810'의 경우 작은 사이즈에도 좋은 활용성을 보여주는 제품으로, 프라이머 헤드를 적용해 전처리의 효율성을 높였으며 출력 높이도 최대 100mm에 대응하기 때문에 두꺼운 판재·제품의 출력에도 효과적이다.

케이엠테크가 선보인 익스트림 시리즈도 호응을 얻었다. 특히 수성·솔벤트·UV 겸용으로 개발된 '익스트림 1800 F1'은 4개의 I3200 헤드를 탑재해 초고속 출력이 이뤄지며 3개의 가변 핀치를러, 소재별 자동 높이조절 기능 등을 통

해 보다 안정적인 운용이 가능하다.

소형 UV프린터를 전문으로 공급하는 디엠피에스는 'DMP6090UV-3H' 평판 UV프린터를 새롭게 들고 나왔다. '컬러+화이트+컬러'의 고속 3웨이 출력 기능이 적용돼 고부가 출력물을 빠르게 제작할 수 있는 것이 장점이다. 또한 소재에 따른 헤드 자동 높이조절 시스템과 헤드 보호 시스템 등을 탑재해 작업과정에서의 신뢰성도 높다.

씨엠테크도 '노카이 UV 프린터' 라인업을 소개했다. 노카이 UV 프린터는 좋은 성능과 합리적 가격으로 소형 UV 프린터 시장에서 빠르게 입지를 다져가고 있는 분위기다. 이번에는 화이트+컬러+바니시를 동시 출력할 수 있는 'NC-UV0609 PE III S', 음압 방식과 캡탑 방식의 장점을 결합한 'NC-UV0609 Max' UV 프린터 등의 제품을 주력으로 홍보하면서 바람몰이에 나섰다.



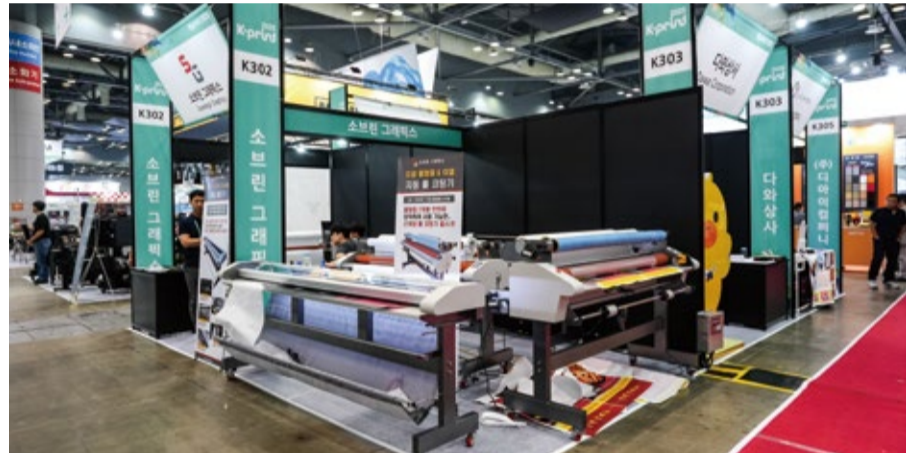
피앤에스테크놀러지가 선보인 '준드 G3' 디지털 평판 커팅기.



평판 롤 합지기 'FA1400M'을 출품한 로얄소브린.



디지털 평판 커팅기 '이노컷' 시리즈를 전시한 나눔테크놀러지.



미열 기능을 탑재한 자동 롤 코팅기 라인업을 소개한 소브린그래픽스.

▲실사출력의 편의성·부가가치 높이는 후가공 장비들

커팅기와 라미네이팅 장비 등 출력 후가공 관련 장비는 실사출력 작업 편의성을 위해서는 필수적인 제품들이다. 이번 전시에도 다수의 업체들이 참가해 최신의 장비들을 선보였다.

피앤에스테크놀러지는 스위스 준드사의 고성능 디지털 평판 커팅기 '준드 G3'를 홍보했다. 국내 시장에서도 인기가 높은 G3는 11개 이상의 다양한 커팅 툴을 이용해 고무, 플라스틱, 시트, 아크릴 등의 다양한 소재를 정밀하게 가공할 수 있는 장비다. 자동 툴 초기화 시스템을 적용해 운영자의 실수를 줄여주며 정확하고 완벽한 결과물을 생산해 내는 게 특징이다. 섬유 소재를 정밀하게 가공할 수 있는 전용 레이저 모듈 옵션도 새롭게 소개했다.

로얄소브린은 코팅기·커팅기 등 다양

한 후가공 장비를 선보였는데, 이번에는 신규 출시한 평판롤합지기 'FA1400M'의 마케팅에 주력했다. 작업폭 1,400X2,400mm의 제품으로 대형 130파이 롤러에 미열 기능을 추가해 합지·코팅의 편의성을 개선했다. 최대 70mm 두께 소재의 합지작업에 대응할 수 있으며 롤러의 압력을 3단계로 조절 가능해 다양한 소재에 폭넓게 활용할 수 있다.

나눔테크놀러지는 자사의 디지털 평판 커팅기 '이노컷' 시리즈를 출품했다. 이노컷 시리즈는 저렴한 가격과 준수한 성능을 구현하는 디지털 평판기로 작업 사이즈에 따라 6종류로 출시됐다. 고성능 돋보 카메라가 적용돼 신속하고 정교한 커팅이 가능하며 듀얼헤드로 작업 편의성을 높였다. 저소음 진공 흡착 시스템을 탑재해 작업중 소재를 확실히 고정시킬 수 있으며, 작업구역만을 자동 선택해 고정시킴으로써 더 효율

적인 작업을 지원한다.

소브린그래픽스는 강력한 국산 모터를 장착한 자동 코팅기 라인업으로 이목을 끌었다. 이 제품은 코팅기에 최고 50도의 미열 기능을 적용해 겨울철 솔벤트 코팅시 발생하는 미세한 백화현상을 최소화하고 보다 안정적인 작업을 지원한다.

▲텍스타일 프린팅의 다양한 가능성 소개

섬유 원단을 소재로 하는 텍스타일 프린팅은 전통적인 옥외광고 업계에서 다소 관심도가 떨어지는 분야다. 하지만 DTF 프린팅 등 새로운 텍스타일 기술들이 대중화되기 시작하면서 업체들의 관심도 높아지고 있다.

B2B디지털은 깃발·배너·조명 광고물 등의 제작에 적합한 다이렉트 텍스타일 프린터 '폴라시스' 시리즈와 함께

전사 프린팅을 이용한 깃발 배너 등 소프트 사이니지 제작에 특화된 원단 '플래그 폰지 1880PG'를 소개했다. 이 원단은 견뢰도가 우수해 빗물 등에 노출되더라도 잉크 번짐이 없는데다, 잉크의 배면 침투력도 우수하다.

국내 DTF 시장을 선도적으로 개척한 맨프로텍은 자사의 DTF 프린터 '그라피티'와 판촉물 제작에 유용한 '아발란체' DTV 전사 시스템, 그리고 최근 다양한 분야에서 시장이 확대되고 있는 UV DTF 장비인 '프린테라 프로' 등 다양한 DTF 제품군을 선보이며 이목을 집중시켰다.

엔티에스터블유는 차별화된 컬러를 구현하는 신형 DTF 프린터 'A-6202'를 출품해 관심을 모았다. 이 제품은 9개의 형광 컬러와 화이트 잉크를 활용해 선명한 형광 컬러를 표현하는 것이 장점이다.



B2B디지털은 '폴라시스' 다이렉트 텍스타일 프린터를 전시했다.

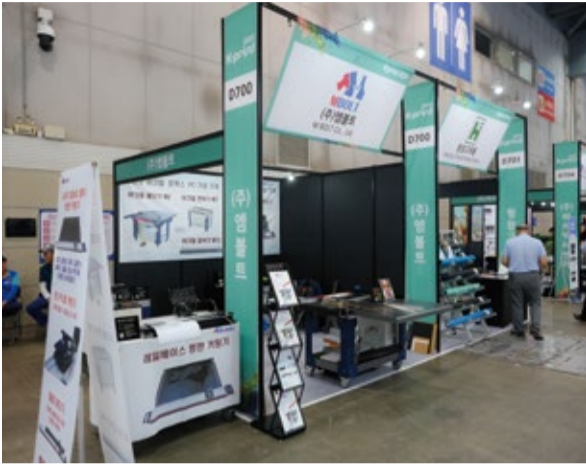


DTF 프린터 '그라피티'와 UV DTF 장비인 '프린테라 프로' 등을 홍보한 맨프로텍.



9색 형광 컬러를 탑재한 'A-6202' DTF 프린터를 출품한 엔티에스터블유.

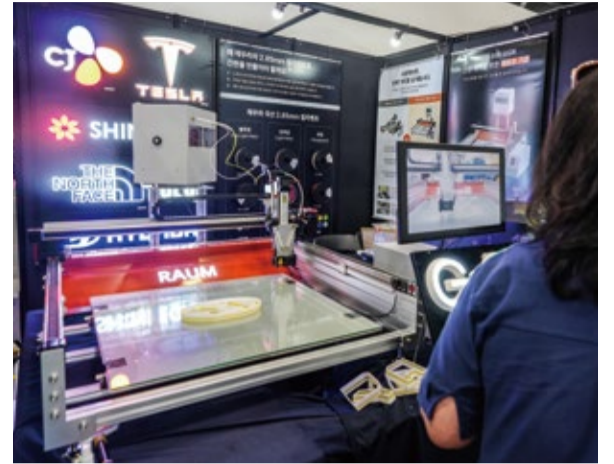
K-프린트(K-PRINT) 2025 현장스케치 - 사인 완성품 및 제작장비



엠블트는 업그레이드된 아크릴 재단기 'M2' 등의 제품 홍보에 나섰다.



소형 레이저 커팅기 'HL시리즈'를 출품한 호원씨앤씨.



채우라가 출품한 '라운드 사인' 3D프린터.

더 편리해진 사인 제작장비와 이색 사인 시스템에 '눈길'

'K-프린트 2025'는 인쇄 전문 전시회지만 간판 완성품 및 제작 관련 솔루션 업체들도 많이 참가한다. 이번에도 직전 행사보다 색다른 간판과 POP 시스템들을 선보이면서 이목을 집중시켰다.

▲'작지만 강하다'... 편의성 개선한 소형 사인 제작장비들

엠블트는 자사의 글로벌 스테디셀러인 아크릴 재단기 'M2'의 편의 기능을 개선한 신형 모델을 선보여 이목을 끌었다. M2 아크릴 재단기는 아크릴 판재를 비롯해 다양한 소재를 가공할 수 있는 재단기다. 협소한 공간에서도 효과적인 활용이 가능해 다양한 업역에서 인기를 얻고 있다. 신형 제품은 작업 정확성을 높일 수 있는 옵션과 새로운 가이드레일 적용 등 전작 대비 사용자 편의성면에서 개선이 이뤄져 작업 속도와 정밀도 등에 있어 한층 유리해졌다.

호원씨앤씨는 다양한 레이저 커팅기를 소개하는데 주력했다. 소형 레이저 커팅기 'HL시리즈'는 작지만 빠르고 정교한 작업이 가능하며, 고성능의 CCD 카메라를 적용해 정교한 돋보커팅이 이뤄진다. 사인·디스플레이 제작은 물론, UV 평판 프린터로 출력된 소재를 가공하는데 유용하기 때문에 출력업체 종사자들의 관심도 컸다.

간판용 하이브리드 3D프린터 신제품 '라운드 사인'을 출품한 채우라도 호응을 얻었다. 라운드 사인은 상업용 간판 제작에 최적화된 3D프린터로 최대 출력 사이즈는 800×800mm, 출력 높이는 90mm까지 대응한다. 따라서 실내 사인은 물론, 옥외에서 일반적으로 사용되는 대형 채널, 시제품 등도 쉽게 제작할 수 있다. 특히 투인원 노즐을 적용해 컬러를 변경할 때마다 필라멘트 자체를 교체해야 하는 불편을 줄여 편의

성을 높였다. 또한 습도를 조절할 수 있는 필라멘트 건조기가 필라멘트가 눅눅해지는 것을 방지함으로써 최적의 출력 환경을 제공한다.

▲색다른 디자인·기능 적용한 POP 제품들에 '이목'

간판 및 배너, POP 제품들도 직전 행사에 비해 다양하게 등장했다.

리얼네온은 실리콘 소재의 LED로프 라이트와 이를 활용한 다양한 사인 제품을 전시했다. LED로프라이트는 매우 유연하고 빛의 확산력이 탁월해 네온사인과 같은 고급스러운 연출이 가능하다. 특히 아크릴판에 CNC라우터

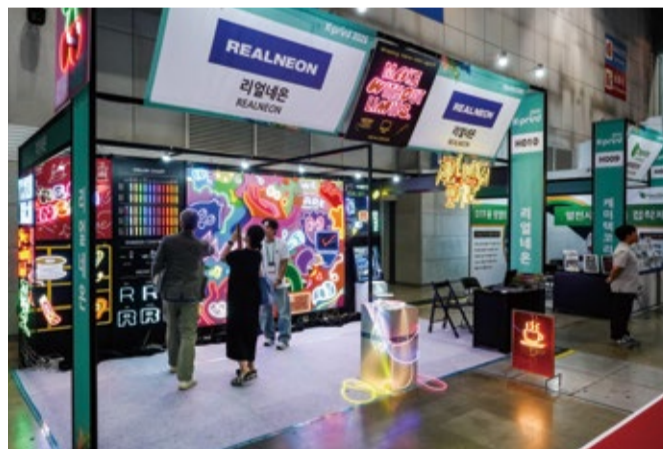
로 글자·그림 모양으로 홈을 파 LED로프라이트를 끼워 넣는 형태로 사인을 만들거나, 글자 구조물을 제작해 로프라이트를 접착 고정해 독특한 디자인의 사인 제작도 가능하다. 해당 제품들은 아날로그 네온사인과 흡사한 레트로풍의 연출이 가능하다는 점에서도 인기를 끌었다.

무세는 초저가 및 초절전을 캐치프레이즈로 하는 LED배너 제품군을 선보였다. 기존 배너의 뒤편에 경량의 LED박스를 부착해 야간 시인성을 높인 제품으로 무프레임 방식의 심플한 디자인이 강점이다. 전용 배터리를 적용해 설치와 이동 편의성을 개선한 '충전식 LED

배너'를 선보이기도 했다.

다양한 배너 시스템을 공급하고 있는 사인디피는 새롭게 개발한 'LED 양면 철제 라운드 입간판'의 홍보에 주력했다. 상하가 라운드 처리된 세련된 디자인이 장점이며, 직하방식의 고효율 LED를 사용해 어두운 공간에서도 선명한 시인성을 보여준다.

케이알디스플레이가 선보인 '포터블 디스플레이 시스템'도 흥미로운 제품으로 주목받았다. 다양한 규격의 LED박스를 조립해 배너, 포토존, 부스, 진열대 등 다양한 조명 광고물 및 시설을 제작할 수 있는 시스템 사인으로 범용성과 확장성이 우수하다.



리얼네온이 실리콘 로프라이트 LED사인을 홍보하고 있는 모습.



'충전식 배터리 LED배너' 등 경량 LED배너 제품을 소개한 무세.



'LED 양면 철제 라운드 입간판' 등의 제품을 전시한 사인디피.



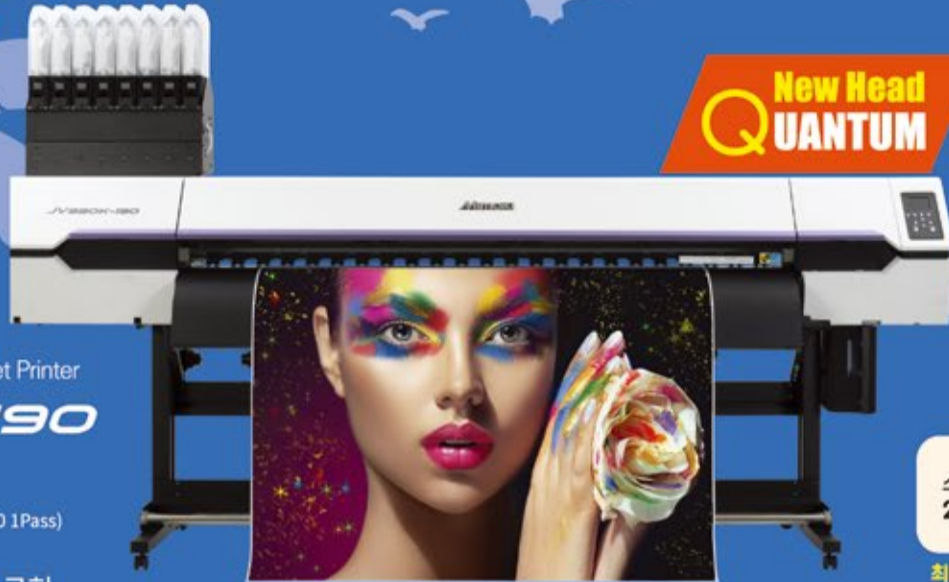
케이알디스플레이의 '포터블 디스플레이 시스템'이 구축된 부스 전경.

연장 2025 SUMMER FESTIVAL

Pigment

NEW Aqueous Pigment Inkjet Printer JV330K-190

- 신형 8채널 퀀텀 헤드
- 최고출력속도 145m²/h (300x600 1Pass)
- MIMAKI 정품 트윈롤
- MWDT 기술로 압도적인 품질 구현



New Head
Q UANTUM

소비자가 2,280만원 → 최대보상가 500만원
최대 보상이 프린터 TS34, JV300K(정상작동기기에 한함)

Solvent Solvent Inkjet Printer



NEW CJV200-160 Printer & Cutter

- 330엔진 탑재로 최소 3pl 잉크 방울 제어
- 실제 출력속도 22.0m²/h (1pass/10.5)
- 믿을 수 있는 압도적인 생산성
- 고정밀, 고밀도 인쇄로 아름다운 품질 표현

소비자가 1,980만원 → 최대할인가 1,680만원



JV330-160

- 신형 8채널 퀀텀 헤드
- GREENGUARD GOLD 친환경잉크(ISO15391 인증)
- 미디어 체인저로 롤 3개 동시장착
- MWDT 기술로 압도적인 품질 구현

소비자가 2,980만원 → 최대할인가 1,880만원

UV-LED UV LED Inkjet Print&cut



UCJV300-160

- UV-LED 8색 잉크(C,M,Y,K,Lc,Lm+W+CL)
- 1~5 레이어 프린트 기능 지원
- Print&Cut 프린트 후 즉시 커팅 가능
- 친환경 잉크, 그린가드 골드 인증 획득

소비자가 2,980만원 → 최대할인가 1,830만원



NEW UCJV330-160

- 신형 8채널 퀀텀 헤드
- Print&Cut 프린트 후 즉시 커팅 가능
- 2.5D 입체 출력 가능(파인아트, 텍스처 표현)
- 신개발 잉크 토출 기술

소비자가 3,480만원 → 최대할인가 2,580만원

Cutting



CG-60AR/130AR

- 동급 최대 커팅압력 550g
- 두꺼운 판지 커팅을 위한 새로운 옵션
- 라벨 / 스티커 / 윈도우 광고 / 패키지
- 케이크토퍼 / 여행토퍼 / 페이퍼크라프트

소비자가 220만원 → 최대할인가 180만원

소비자가 390만원 → 최대할인가 350만원



CG-130FXII Plus

- ID Cut
- 최대 커팅압력 500g
- 최대소재폭 1,580mm
- 최대커팅폭 1,300mm
- 보상 장비 별도 문의

소비자가 590만원 → 최대할인가 540만원

행사기간 : 2025년 09월 30일까지 납품분에 한함

2025년 09월 30일부로 이벤트 종료함 / 보상 프린터 기종 및 상태에 따라 보상이 상이함 / 자세한 상담은 담당 영업부에 확인 요망
소비자는 2025년 07월 기준 가격임 / 상기 금액은 VAT 별도가임 / 본 이벤트는 당사의 사정에 따라 예고 없이 변경 또는 종료될 수 있음

스위스 최고의 UV프린팅 솔루션 국내 상륙한다

코스테크, 글로벌 디지털프린터 명가 스위스큐프린트와 파트너십
UV 평판·롤프린터 전 라인업 전개... 판교에 데모센터 구축



민경원 코스테크 대표(왼쪽 세번째)와 아드리아노 구트 스위스큐프린트 매니저(왼쪽 두번째) 등 양사 관계자들이 파트너십 체결 후 기념촬영을 하고 있다.



스위스큐프린트의 UV프린터 제품들.

올 하반기에 스위스장인들의 손길로 완성되는 글로벌 최고 수준의 UV프린팅 솔루션이 국내에 상륙한다.

코스테크는 스위스의 디지털프린팅 솔루션 기업 스위스큐프린트(SwissQprint, www.swissqprint.com)와 공식 파트너십을 체결, 국내 전개에 나선다고 최근 밝혔다.

이번 파트너십은 국내 시장에서 고품질 UV 출력 솔루션에 대한 수요가 빠르게 증가함에 따라, 다양한 핵심 산업군을 대상으로 맞춤형 제품과 서비스를 제공하기 위해 추진됐다.

스위스큐프린트는 스위스에 본사를 둔 라지포맷 UV 프린터 전문 제조업체로 6개 해외 법인과 40여개국 파트너십 네트워크를 통해 제품 및 서비스를

공급하고 있다. 특히 설계부터 부품 제조까지 거의 모든 제작공정이 스위스 자체 공장에서 이뤄지는 하이엔드 장비로 글로벌 시장에서도 정평을 얻고 있다. 출력 품질과 생산성은 물론 안정성과 내구성에서도 압도적인 성능을 구현한다는 평가다.

▲최고 수준 장비와 코스테크의 기술력·인프라 '시너지'

스위스큐프린트측에 따르면 코스테크가 한국시장에서 축적해 온 다양한 경험과 탄탄한 기술 지원 역량, 고객 만족을 최우선으로 하는 경영 철학 등이 높이 평가해 공식 파트너로 선정했다.

아드리아노 구트(Adriano Gut) 스위스큐프린트 키어카운트 매니저는 “이

번 양사의 파트너십은 시장의 변화와 수요에 대응하기 위한 전략적 선택”이라며 “한국 시장에 대해 코스테크가 지닌 다양한 경험과 영향력, 우수한 인프라는 우리의 장비가 한국 시장에 성공적으로 정착하는데 중요한 역할을 할 것으로 기대한다”고 밝혔다.

협약에 따르면 양사는 즉각 협력 체계를 가동하며 전세계 40여개국에 걸친 스위스큐프린트 글로벌 네트워크에 코스테크가 합류한다. 이를 통해 사인·디스플레이부터 고급 인테리어, 예술 작품 레플리카, 패키징 등 다양한 고부가가치 산업을 대상으로 스위스큐프린트 UV프린터 라인업의 국내 시장 공급에 나선다.

코스테크측은 전국적인 대리점 네트

워크와 숙련된 엔지니어 팀을 기반으로, 스위스큐프린트 고객이 기대하는 수준높은 기술 서비스 품질을 제공한다는 계획이다. 아울러 11월에는 잠재 고객이 직접 기기 성능과 품질을 체험할 수 있도록 경기도 판교 코스테크 데모센터에 스위스큐프린트 장비를 시연할 수 있는 데모센터도 조성한다.

민경원 코스테크 대표는 “우리는 고객들이 새로운 비즈니스 기회를 발굴하고, 새로운 시장을 열어가길 수 있도록 최고의 제품과 서비스를 공급하기 위해 노력하고 있다”며 “이번 스위스큐프린트와의 파트너십을 통해서 하이엔드 출력 시장을 타깃으로 하는 소비자 기반을 더욱 확대해 나갈 수 있을 것”이라고 말했다. 신한중 기자

KCC, 색상으로 거리 안전 개선... '서울시 표준 색상집' 발간

관급 공사 및 안내판·가판대 등 공공시설물 디자인에 활용

KCC가 서울시와 손잡고 '서울시 표준색상집(Seoul Color Standard Collection)'을 제작해 배포했다고 최근 밝혔다.

이 표준색상집은 서울시의 컬러 정체성을 강화하고 공공디자인의 안전성과 일관성을 확보하기 위해 마련된 공식 색상 가이드다. 올해 서울의 트렌드 컬러인 '그린 오로라(Green Aurora)'를 비롯해 '표준형 공공시설물 개발 프로젝트'를 통해 개발된 '서울 공공시설 표

준색', 긴급 상황에서 시인성을 높이고 안전한 대피를 유도하기 위한 '서울 안전빛 색', 산업현장에서 다양한 위험 요소를 인지하고 근로자의 안전 사고를 예방하기 위해 선정된 '서울 안전색' 등 총 25개 색상이 담겼다.

표준색상집에 담겨있는 색상들은 향후 관급 공사 및 공공시설물 디자인에 활용될 예정이다. 대표적 사례는 서울 안전빛 색에 선정된 축광도료 '루미세이프'다. 서울시 일부 터널에 적용된 이

컬러는 비상시 시인성을 확보해 신속하게 대피할 수 있게 해 공공시설의 안전성을 높이는 역할을 한다. 이 밖에도 안내판, 가판대 등 다양한 공공시설물에 단계별로 확대 적용될 예정이다.

한편, KCC와 서울시는 지난해 12월 '서울색 구현 및 활성화를 위한 업무협약'을 체결한 데 이어 올 3월에는 '서울 표준형 안전디자인 개발 및 확산을 위한 업무협약'을 체결했다. 쾌적한 도시 환경을 조성하고, 시민과 함께 공유할



KCC가 제작한 '서울시 표준색상집'. 올해의 서울색인 '그린오로라'를 비롯해 공공시설 표준색, 안전빛 색 등 총 25가지 컬러가 담겼다.

수 있는 컬러 아이덴티티를 개발하기 위한 협력이라는 게 KCC측의 설명이다.

전국 지자체 전자게시대 | 전자현수막

설치 및 유지관리 광고운영 전문회사



무엇이 다를까요?

- 높은 시인성
- 주야간 광고노출
- 효율적인 운영관리
- 탁월한 광고효과
- 공간 최적화
- 환경친화적인 광고

서울시 마포구 서강로 14길 3
 www.한성디자인.com
 banner114@hanmail.net

문의전화

1533-0570
 02-711-3737

정부, 배리어프리 키오스크 의무화 규제 완화 추진

기존 기기 보완 및 보조인력 배치 등으로 대체토록 시행령 개선 가닥



배리어프리 키오스크가 운영되고 있는 모습.

정부가 장애인 편의가 적용된 '배리어프리' 키오스크 의무화 규제 완화를 추진한다.

현행대로라면 내년 1월부터는 50㎡(15평) 이상 100인 미만 매장은 사용하던 키오스크를 전부 배리어프리로 교체해야 한다. 지난 2023년 '장애인 차별금지

및 권리구제 등에 관한 법률(이하 장애인금지법)'이 개정되면서 의무 대상이 단계적으로 확대돼 왔기 때문이다. 올해 1월부터 50㎡(15평) 이상 100인 미만 사업장으로 확대된 바 있지만 현재는 내년 1월 28일까지 유예기간중인 상황이다.

하지만 이 제도에 대해서는 키오스크 교체에 들어가는 비용 부담, 제도 변화에 대한 안내가 미흡하다는 등의 이유로 소상공인들의 반발이 계속됐다. 전문가들 사이에서도 현실성이 떨어진다는 지적이 많았다.

이에 정부는 현장의 혼란을 고려해 상반기 개선 방안을 마련하겠다고 한 발 물러난 바 있다. 그리고 최근 발표한 '새정부 경제성장전략'에 규제 합리화 방안으로 '완화된 배리어프리 단말기 교체 의무 적용'이 포함됐다. 이 방안에 따르면 보조인력 배치와 도움벨 설치 또는 호환 보조기기·소프트웨어 설치 등으로 배리어프리 키오스크 설치를 갈음할 수 있도록 하는 방향으로 윤곽이 잡혔다.

관계 부처인 과기부와 복지부가 규제 완화를 추진중이고, 복지부는 곧 장애인금지법 시행령을 개정해 입법예고할

예정이다.

과기부 관계자는 "보조인력을 두면 기존 키오스크를 사용할 수 있다는 내용이 아직 장애인금지법에는 담겨 있지 않기 때문에 관련법 개정을 위해 소관 부처인 복지부와 소통을 하고 있다"고 설명했다.

이어 "모든 소상공인에게 기존 기기를 전부 바꾸라고 하는 건 현실적으로 어려움이 있는 게 사실"이라며 "보완책으로 점자 키패드를 연결해서 기준에 맞출 수 있다면 사용할 수 있게 하는 등 교체가 아니라 기기를 업그레이드하는 등의 방안도 고려하고 있다"고 설명했다.

복지부는 조만간 완화된 방안을 담아 입법예고할 계획이다. 시행령을 손보는 것이기 때문에 개정 및 공포가 빠르게 이뤄질 것으로 보인다.

신한중 기자

카멜, 세련된 디자인의 소형 디지털사이니지 출시

듀얼 스탠드 및 이젤형 사이니지 2종... 콤팩트한 구조로 실용성 높여

카멜이 소상공인 매장 광고에 최적화된 소형 디지털사이니지 신제품 2종을 선보였다.

이번에 출시한 제품은 '듀얼 스크린 스탠드'와 '이젤형 사이니지'로 어느 장소에서나 쉽게 사용할 수 있도록 콤팩트하면서도 세련된 디자인이 적용된 것이 특징이다.

두 제품 모두 매장 POP나 인테리어 소품, 행사 안내용 사이니지 등 다양한 용도로 활용할 수 있도록 실용성을 높였다는 게 회사측의 설명이다.

듀얼 스크린 스탠드는 두 개의 디스플레이를 하나의 스탠드에 설치해 사용할 수 있는 제품으로 다양한 방향에

서 광고 이미지나 영상을 제공할 수 있다. 고해상도의 광시야각 LCD패널을 탑재해 소비자의 위치에 관계없이 선명한 화면을 보여준다. 상하좌우 각도 및 높이를 조절할 수 있어 사용자가 원하는 대로 최적화된 설치가 가능하다. 디스플레이 크기는 22인치와 24인치 두 가지로 다양한 공간과 용도에 맞는 선택을 할 수 있다. 전원을 켜면 자동으로 광고 콘텐츠가 재생되는 방식이기 때문에 운영이 간편한 것도 장점이다.

이젤형 사이니지는 이젤 구조를 활용해 대화면의 안정적인 거치가 가능하다. 40인치, 43인치, 55인치 세 가지 규격의 디스플레이를 선택할 수 있다. 이

젤 거치 타입인 만큼 디스플레이의 규격 변경도 용이하며, 화면을 가로세로 방향으로 조정해 사용할 수 있다. 요일별 콘텐츠 재생 설정과 동영상, 이미지 재생 순서를 쉽게 조정할 수 있어 콘텐츠 관리가 용이하다. 설정값 백업 및 동기화 기능을 통해 효율적인 콘텐츠 운영도 지원한다.

이 회사 관계자는 "신제품들은 깔끔하고 세련된 디자인에 실용성을 더한 제품으로 소상공인 매장에서 효과적으로 사용 가능하다"고 설명했다.

문의 : 카멜 1811-4493



카멜이 출시한 듀얼 스크린 스탠드(위)과 이젤형 사이니지.

높이 19m 저유탱크가 미디어 아트 스크린으로 대변신

울산시·SK 저유탱크 4기 외벽 활용한 '장생포 라이트' 가동

울산시 남구가 저유탱크를 활용한 초 대형 미디어파사드를 구축했다.

남구는 SK이노베이션 울산컴플렉스와 민·관 협력으로 구축한 '장생포 라이트'의 가동을 시작했다고 최근 밝혔다.

장생포 라이트는 SK이노베이션이 보

유한 높이 19m의 대형 저유탱크 4기의 외벽에 설치된 2,850㎡ 스크린에 프로젝션 영상을 쏘아 만들어 내는 상설 미디어파사드 시스템이다. 여기에서는 남구 소개 콘텐츠, 유명 명화를 주제로 한 미디어아트를 송출하게 된다. 또한 프

로포즈 이벤트, 마음 메시지 등 시민 참여형 이벤트도 추진한다.

남구 관계자는 "장생포 라이트는 산업 경관을 야간 관광 콘텐츠로 재해석한 사례로서의 의미가 있다"고 말했다.



SK의 대형 저유탱크 4기를 활용한 장생포 라이트.

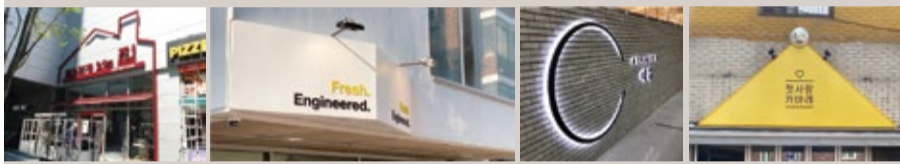
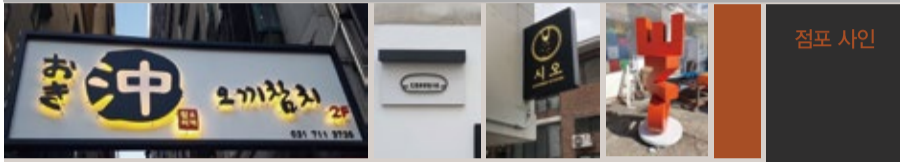
다양한 사인 제작/시공 노하우

“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



맞춤형 공공사인 제작/시공

“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



벌브채널 / LED채널간판 / 경관조명 / 각종 철 구조물 / 레이저 가공 / CNC 조각 제품 / 옥외용 시계탑 / 실사출력물 / 현수막

벌브채널 / LED채널간판 / 경관조명 / 각종 철 구조물 / 레이저 가공 / CNC 조각 제품 / 옥외용 시계탑 / 실사출력물 / 현수막



QR코드

간단한 현수막 설치와
철거 QR코드로 확인하세요



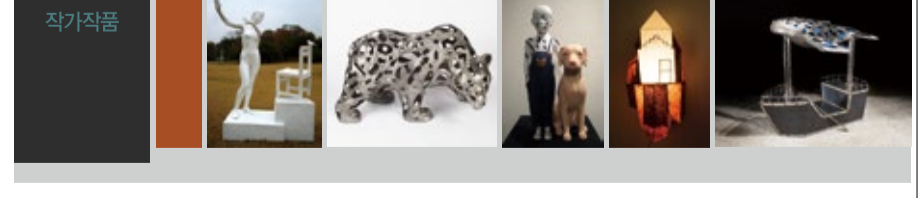
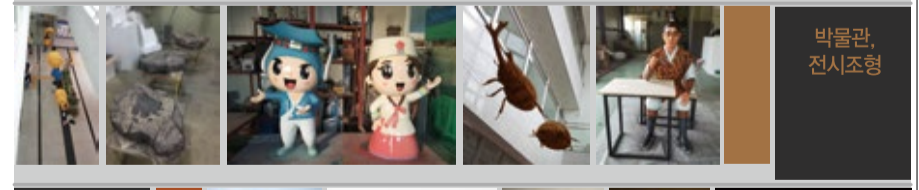
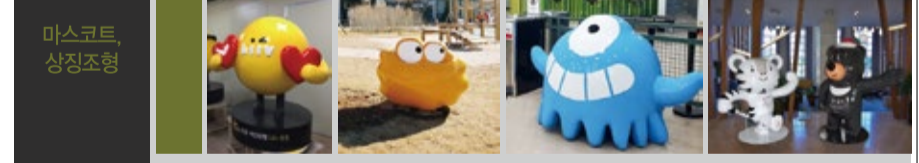
현수막 게시대의 혁신,
쉽고, 빠르고, 안전하게!

『저단형 현수막 게시대』

“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”

『맞춤형 조형물 제작/시공』

“높은 작품성과 축적된 기술로 가치를 높이는 조형 수연아트가 함께합니다.”



 (주)유원광고기업
YU WON Co., Ltd.

홈페이지 · 이메일
http://www.yuwon.kr
ssm8425@naver.com

연락처
TEL. 02-2692-8425 FAX. 02-2693-9466
H.P 010-9852-8425
서울특별시 양천구 국회대로 25 (주)유원광고기업

이 기술이면 고소 광고물 교체작업 안전하고 신속하게

사다리 없이 높은 위치의 광고물 설치 및 교체 간단하게 이뤄져

작업자의 키를 훌쩍 뛰어넘는 높은 위치에 설치된 광고물의 이미지를 교체하는 작업은 아주 까다롭고 위험하다. 특히 실내의 경우 고소 차량을 이용할 수 없기 때문에 사람이 다니지 않는 새벽 시간에 작업자가 사다리 또는 비계

에 올라 작업을 할 수밖에 없다. 이런 사다리 작업은 산업 재해 중에서도 고위험군에 꼽힌다. 특히 산업안전보건법 및 중대재해처벌법에 의해 현장의 안전이 무엇보다 중요해진 지금 고공 사다리 작업 등으로 발생할 수 있는 사고를 예방

하고 작업자의 안전을 보호하는 게 매우 중요해지고 있다. 이에 최근 일부 업체들은 이런 고소 광고물 교체작업을 보다 안전하고 편리하게 진행할 수 있는 새로운 시스템을 개발, 관련 시장의 변화를 이끌어 가고 있다. 신한중 기자



인천 지하철 1호선 대합실에 설치된 나눔씨에스의 '원격 수직 승강장치 광고판'.

■나눔씨에스, 중대형 광고용 '원격 수직 승강장치 광고판'

광고물 전문 개발업체 나눔씨에스가 개발한 '원격 수직 승강장치 광고판'은 지하철 등 교통시설과 유통업 시설 등의 중대형 광고물에 효과적으로 사용할 수 있는 최신 기술로 주목받고 있다.

원격 수직 승강장치라는 이름 그대로 광고 교체가 필요할 때 광고판을 자동으로 내리고 올릴 수 있는 시스템이다. RF통신을 통해 리모컨 버튼만 누르면 작업이 용이한 위치까지 광고판이 내

려오게 된다. 따라서 작업자는 안전한 위치에서 쉽게 교체 작업을 진행하고, 이미지 교체가 완료되면 다시 원격으로 본래 위치로 올릴 수 있다.

이런 수직 상하 이동은 광고판 상단에 연결된 와이어 시스템과 벽면에 설치된 레일을 이용해 이뤄진다. 와이어가 광고판을 당기면 벽면의 레일을 타고 광고판이 오르내리는 방식이다. 전동 와이어 시스템은 인장강도를 극대화한 스테인리스 소재가 사용되며, 벽면 레일은 강도와 내식성이 우수한 AL6063 소재로 제작된다. 이처럼 철저히 내

구성을 검증한 소재를 사용해 반영구적 사용이 가능하다.

높은 위치의 무거운 광고판을 지탱하는 만큼 사고를 예방할 수 있도록 이중 삼중의 다중 안전장치를 적용한 것도 아주 중요한 특징이다. 이동 작업이 없을 때 광고판이 정위치에서 단단히 고정될 수 있도록 상시 잠금 장치를 탑재했으며, 0.1초 만에 작동하는 강력한 모터 브레이크 기능을 적용해 만일의 사고에 즉각 대응할 수 있도록 했다.

원격 수직 승강장치 광고판의 최대 장점은 무엇보다 안전성이다. 현장의 안전이 무엇보다 중요해진 지금, 고공 사다리 작업 등으로 발생할 수 있는 사고를 예방하고 작업자의 안전을 보호할 수 있다는 점에서 장점이 크다. 또한 주간에 잠깐의 통제만으로도 신속한 교체 작업이 가능한데다, 위험한 작업이 없는 만큼 적은 인원이 빠르게 다수의 광고판을 교체할 수도 있어 인건비 절감효과도 크다.

문의 : 나눔씨에스 02-872-0401

■티앤티플러스, 자동 와이어 방식의 '업다운 배너거치대'

티앤티플러스는 기존 천장걸이 배너의 불편을 효과적으로 개선한 '업다운(UP DOWN) 배너 거치대'를 전개하고 있다.

천장걸이 배너는 실내 천장에 와이어를 이용해 배너를 거는 제품으로, 공중에 매달린 형태로 인해 '행잉배너'라고 불린다. 공간에 구애받지 않고 눈에 잘 띄는 위치에 설치할 수 있는게 장점으로 보통 마트·대형쇼핑몰·전시장 등 천장이 높은 공간에서 많이 활용된다. 다만 천장이 높은 경우에는 사다리를 이용해야 하는 등 광고물 설치·교체가 까다로운 점이 단점으로 지적돼 왔다.

티앤티플러스가 개발한 업다운 배너 거치대는 릴 타입의 자동 와이어를 사용해 높은 곳에 매달린 배너를 간편하게 교체할 수 있도록 개발된 제품이다. 최대 5m 높이까지 사다리없이 배너를 교체하는 게 가능하다.

사용법도 쉬운데, 설치돼 있는 배너를 죽 잡아 내리면 릴이 와이어를 고정시킨다. 교체가 쉬운 위치까지 내려서 배너를 교체하면 된다. 그리고 다시 배너를 잡아 당겼다 놓으면 릴이 감기면서 정해진 위치에서 배너가 고정된다. 와이어 상부에

부착된 멈치를 조정해 배너가 정지될 높이와 수평을 조절할 수 있기 때문에 필요한 위치에 정확하게 배너를 거칠 수 있다.

개당 0.8kg까지 고정 가능한 본체 2개가 1세트로 구성돼 최대 1.6kg의 무거운 배너까지 거는 게 가능하다. 1.2mm 두께의 고강도 와이어를 사용하기 때문에 안전성도 좋다.

티앤티플러스 관계자는 "우리 제품을 사용하면 영업 시간대에 관계없이 쉽고 빠르게 천장걸이 배너의 교체작업이 이뤄진다"며 "특히 교체 작업 과정에서 사고 발생을 최소화할 수 있어 작업자의 안전도 확보할 수 있다"고 설명했다.

문의 : 티앤티플러스 031-282-4163



티앤티플러스의 업다운 배너가 유통시설에 설치돼 있는 모습.



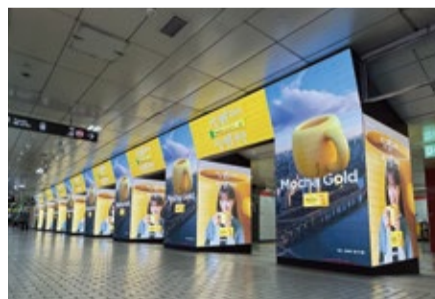
옥외광고의 모든것! '전홍'

1975년부터 우리는 도시의 흐름을 읽고, 지하철에서부터 고속도로까지 반세기가 넘는 오랜 시간 동안 여러분의 브랜드 가치를 세상과 연결해 왔습니다. 살아있는 역동적인 도시의 맥박 위에 고객의 꿈을 실어 온 50년은 우리의 자랑이 아니라 앞으로 달려갈 우리의 에너지가 되었습니다. 더 나은 만족, 더 나은 우리의 꿈을 위해 내일을 밝히며 나아가는 기업이 되겠습니다.



기금 조성 옥외광고물

- 주요고속도로 (인천공항, 경부, 중부, 서울양양)



지하철 1~8호선

- 공간활용 프로모션
- 디지털옥외광고 (DOOH)
- 성수역 프로모션(New! Media)



지하철 1~5호선

- LED 사각기둥 (PSP)
- 사각기둥 조명광고



지하철 2~3호선, 수도권 전동차

- 2호선 전동차내 광고
- 3호선 역구내 및 전동차내 광고
- 수도권 전동차내 광고

첨단 디스플레이 기술로 살펴본 광복 80주년의 의미

광복절 맞아 AI, 드론 군집비행 등 최신 옥외광고·조명 기술 총출동



광화문에 프로젝션 매핑으로 송출된 독립열사들의 모습.



4,000여장의 사진으로 제작된 서울 꿈새김판의 광복절 기념 광고.

지난 8월 15일 광복절을 맞이해 독립을 기념하는 다양한 옥외광고가 집행됐다. 특히 올해는 최신 디스플레이 기술과 AI, 드론까지 첨단 기술을 통해 독립운동가들의 모습을 재현하는 등 새로운 방식으로 자주 독립의 의미를 되살리며 다양한 화제거리를 만들어 냈다.

▲대형 랜드마크들 일제히 광복 기념 영상 송출

국가보훈부는 광복 80년을 맞아 8월 23일까지 광화문광장에서 대규모 및 축제 '80개의 빛, 하나된 우리'를 개최했다. 광화문과 외벽 80m에 프로젝션 매핑 기술을 활용해 1945년 광복부터 현재까지의 80년 역사를 송출했다.

서울시는 광복절을 맞아 시청 외벽의 대형 광고판인 꿈새김판에 안중근 의사의 혈서 태극기를 형상화한 대형 작품을 걸었다. 이 작품은 서울의 독립 유공자 사진 150여 점과 광복 당시 및 이후 서울 주요 장소의 모습을 담은 4,000여 장의 사진을 활용한 포토 모자이크로 제작됐다.

국내뿐 아니라 해외의 옥외 매체를

통해서도 대한민국 광복의 의미를 알렸다. 충남콘텐츠진흥원은 미국 현지시각 기준 8월 15일 오후 8시부터 1시간 가량 뉴욕 타임스퀘어의 대형 디지털 광고판을 통해 유관순 열사 등 순국선열들의 영상을 공개했다. 뉴욕에 사는 유 열사의 친족 유혜경씨가 소장한 미공개 가족사진을 재구성하는 등 독립운동가의 헌신과 희생을 보여주면서 현지의 이목을 사로잡았다.

▲AI와 드론으로 선명하게 되살아난 독립 영웅의 모습

SK텔레콤은 독립기념관과 함께 자사의 AI 기술을 활용해 독립운동가의 모습을 복원한 영상 콘텐츠 '광복의 기쁨, 27년만의 환국'을 제작, 독립기념관의 LED미디어큐브와 각 지역 SK 연계 옥외광고판 등의 매체를 통해 선보였다.

이 콘텐츠는 독립기념관이 소장한 '대한민국 임시정부 요인 한국 기념 서명포'를 바탕으로 제작한 것으로 서명포에 글귀를 남긴 독립운동가중 건국훈장 대한민국장을 받은 김구, 김규식, 신익희, 이시영, 조소앙 선생 등 5인의

목소리와 모습을 SK텔레콤의 AI 기술을 활용해 복원했다.

SK텔레콤은 그동안 자사의 AI 미디어 개선 및 복원 솔루션인 '슈퍼노바(SUPERNOVA)'를 활용해 독립기념관이 소장중인 자료를 복원하고 콘텐츠를 개발해 왔다. 이번에는 생성형 AI 기술을 접목해 독립운동가들의 오래된 흑백사진의 손상과 왜곡을 제거하고, 자연스럽게 컬러를 입혀 생동감을 더했다. 또한 AI 딥러닝 기반의 '음원분리 및 생성' 기술을 활용해 아날로그 매체의 노이즈와 에코 현상을 제거하고 독립운동가들의 육성을 또렷하게 되살렸다. 육성 자료가 없는 김규식·이시영 선생의 경우 직계 손자의 음성을 활용하고 한국 당시 나이를 고려해 목소리를 복원, 대중에게 소개했다.

이번 광복절에는 드론의 역량도 돋보였다. 국가보훈부는 드론 퍼포먼스 업체 유비파이와 함께 국회의사당과 광화문, 부산 광안리에서 광복절 기념 드론 공연을 진행했다.

이 공연은 2,000여대 드론의 대규모 군집비행을 통해 독립운동가들의 얼굴



신세계스퀘어에서 데니 태극기가 3D아나모픽 영상으로 송출되는 장면.



충남콘텐츠진흥원이 뉴욕 타임스퀘어에 집행한 광복절 광고.

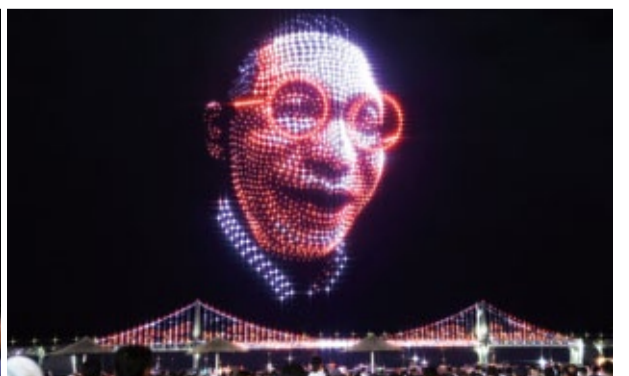
과 태극기, 한반도, 평화의 상징물들을 정교하면서도 웅장하게 그려냈다. 안정성·정밀 위치 제어·무선 통신 등 관련 최신 기술이 총동원된 이 공연은 드론이 단순한 이동 수단을 넘어, 문화적 매체로 활용될 수 있다는 것을 효과적으로 알렸다는 평가다. 신한중 기자



SK텔레콤의 AI 기술로 복원한 독립 운동가들의 영상이 독립기념관 LED미디어큐브를 통해 송출되고 있는 모습.



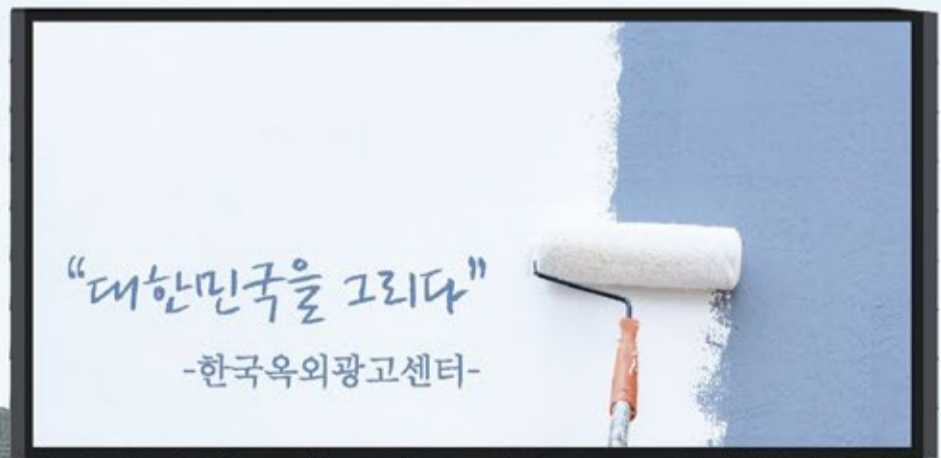
부산 광안리에서 펼쳐진 드론쇼. 독립운동가들의 모습을 바다 위에 웅장하게 그려냈다.



www.ooh.or.kr



기금조성용 옥외광고사업은 국제행사와 바람직한 옥외광고 문화를 지원합니다.



황정선 칼럼

인천시, 스마트미디어 정책을 기대한다

인천시가 '한국판 타임스퀘어' 조성을 위해 노력하는 모습이다. 중앙정부가 추진하는 디지털 시너지(Digital Signage) 산업 활성화에 적극 대응하는 것이다. 디지털 시너지 산업은 디지털 기술을 활용해 디스플레이 등을 원격 관리하는 광고 사업이다. LED나 LCD 화면을 이용해 광고나 정보를 표시하는 것으로, 관제센터에서 통신망을 통해 내용을 제어할 수 있는 광고판을 의미한다. 지하철이나 버스 정류장, 건물 외벽 등 유동 인구가 많은 곳에서 흔히 볼 수 있는 옥외광고 시스템이다. 최근에는 예술작품 전시나 상호간의 체험공간 등 다양한 용도로 활용되는 최첨단 옥외광고 시스템이기도 하다.

정부는 지난 2016년 이같은 사업을 위해 1기로 서울 코엑스 일대를 '옥외광고물 자유표시구역'으로 지정했다. 이어 지난해 말 서울 명동 및 광화문광장과 함께 부산 해운대를 옥외광고물 2기 자유표시구역으로 지정했다. 이 과정에서 인천시는 송도 경제자유구역 옥외광고물 자유표시구역으로 신청했지만 탈락했다. 정부가 추가 지정을 추진중인 것으로 알려지고 있는 3기 자유표시구역은 아직은 가시화되지 않고 있는 상태다.

미국 뉴욕 맨하탄 브로드웨이 중심가에 있는 타임스퀘어에는 세계를 쥐락펴락하는 금융 기업들이 밀집해 있다. 이곳은 세계 엔터테인먼트 산업의 중심지이면서 세계에서 가장 붐비는 보행자용 교차로중 한 곳이다. 타임스퀘어 일대에서 살아 숨쉬는 화려한 광고 영상을 보면, 그야말로 세계를 움직이는 기업의 미래와 꿈꾸는 듯 세계를 보는 것같은 착각에 빠지기도 한다. 광고의 힘이다.

시선을 축소해 보자. 인천시가 시행하고 있는 '인천 i 바다패스' 정책이 시민들에게 큰 호응을 얻고 있다. '인천 i 바다패스'는 1,500원으로 인천의 모든 섬을 자

유롭게 오갈 수 있는 정책이다. 저렴한 가격으로 해상 교통을 이용해 아름다운 인천의 섬을 방문한다는 매력 때문일 것이다. 게다가 교통과 복지 분야에서도 시민들의 호평이 이어지고 있다.

이는 지난 7월 9일부터 27일까지 시민 1만2,758명을 대상으로 네이버폼을 통해 실시한 여론조사 결과다. 이번 조사는 인천시가 추진한 10대 역점 정책을 대상으로 각 사업에 5점 만점의 별점 평가 방식으로 이뤄졌다. 그 결과 인천도시철도 1호선 검단 연장과 출생아 증가, 경인고속도로 및 경인전철 지하화 사업들이 큰 호응을 얻었다. 인천시로서는 대대적으로 홍보해야 할 대목이다. 그런데 인천시민들조차 이번 조사 결과를 제대로 알지 못하는 듯하다. 인천시를 알리는 광고나 홍보를 제대로 접하지 못했기 때문이다.

게다가 서울과 인근 수도권 주민들조차 인천의 무한 잠재력에 관심이 없는 듯하다. 인천에 대한 홍보와 광고가 부족한 탓이다. 저평가되고 있는 탓에 인천시민들은 부지불식간에 열등감에 빠질 수밖에 없는 현실이다. 이러한 상황에서 인천시가 옥외광고물 자유표시구역 지정을 통해 인천시를 알리겠다는 정책이 본격화하고 있다.

이제 인천은 스마트미디어 도시로 도약해야 한다. 인천은 세계적인 국제공항과 항만을 갖춘 도시이기 때문이다. 현재 운영되는 도시전광판의 기능이 단순 안내판이 아닌 공공데이터와 결합한 교통이나 환경, 관광 정보 등을 실시간으로 시각화할 수 있는 미디어 공간을 마련해야 한다. 특히 공공과 민간 옥외광고매체에 IoT나 빅데이터 기반의 디지털 광고 시스템을 도입하는 것도 중요하다. 인천시의 성과를 알리는 광고는 더욱 빼놓을 수 없다.

특히 인천을 벗어나 서울의 옥외광고물 자유표시 구역은 물론 수도권 시민 밀집 지역에 대한 인천시의

황정선은?



미디어 산업계에서 37년 넘게 실무와 경영을 아우르며 광고 경험을 축적해 온 광고 전문가다. '행복이 가득한 집'을 시작으로 다수의 전문지에서 광고 영

업, 매체 기획 및 런칭을 선도해 왔고 한국 광고개발연구소에서 광고기획 모델 및 소비자 커뮤니케이션을 연구했다. 옥외광고 분야에서는 동아미디어오픈 대표이사를 지냈고 현재는 미디어오픈과 애드메카 대표를 맡고 있다. 지역 인터넷 언론인 '애드뉴스 인천'의 발행인으로서 '뉴스와 광고의 융합'이라는 새로운 콘텐츠 생태계 실현을 위해 노력중이다.

광고가 실행돼야 한다. 인천지역 밖의 시민들이 인천을 찾아오도록 해야 하지 않겠는가. 이를 통해 인천 경제의 활성화는 물론이고 저평가된 인천의 가치를 되살려야 한다. 이는 인천시의 의무다. 더 나아가 인천에 뿌리내리고 있는 시민들이 요구하는 권이기도 하다. 인천시의 적극적인 홍보와 광고가 필요한 때다.

성형사인 / 메폭시사인 / 아크릴사인

간판프레임 | 채널문자 | 칠물가공
메폭시 채널용 V커팅기 | 성형장비 설비 제작

거성산업

www.gssign.net

TEL. 대표 031)968-7093 FAX. 031)968-7095
 계좌 : 농협 217043-52-014926 (예금주)송무경
 웹하드 ID. liza77 PW.1234
 경기도 고양시 일산동구 석사동 254-8번지



광고주의 매체 고민을 덜어드립니다

매체상담란에 매체판매정보를 게재하고자 하는 분은 H.P 010-3146-8974번으로 연락 주시기 바랍니다.



애드케이

서울마을버스광고
(서울,경기)

02)333-6751 구미랑 팀장

화성이엔에이(주)

서울역광장 전광판, 명동 전광판, 신촌 전광판, 대구신세계백화점 외벽 전광판, 대구 범어네거리 전광판, 대구 동성로 전광판, 대구반월당역 터널전광판, 상인역 터널전광판, 대구국제공항 모든 광고물, 대구 지하철 1,2,3호선 80%소유, 대구시내버스 내부 전체 소유
대표전화 : 053-766-2470
정원중국장(010-3259-7539), 신준용팀장(010-4368-1111)



010-9254-9321

실리콘두께 창틀과 시트간격을조정하여컷터칼로 일정하게자르는도구
사용용도:일정한선긋기,번팅후일정한 마감절단,강화도아 시트마감절단등

매체주를 모십니다

문의 : 010-3146-8974

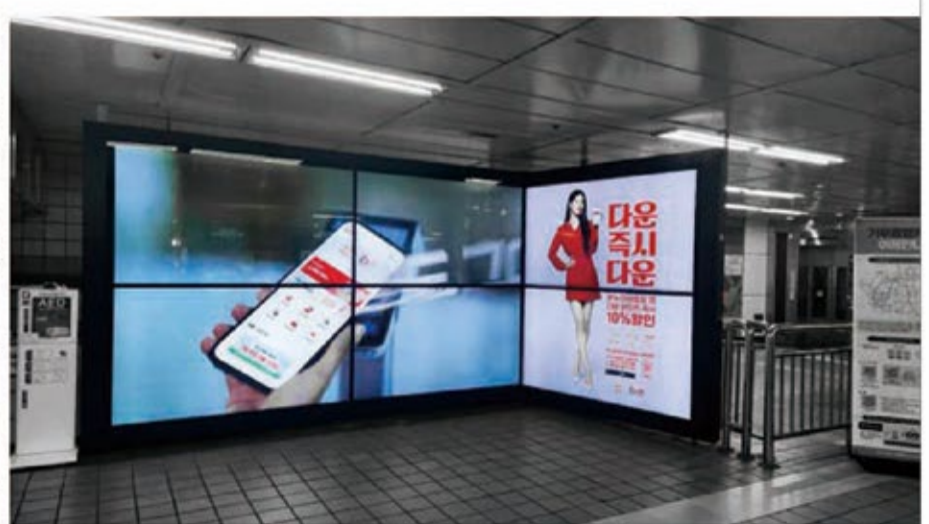
매일매일 소비자와 가장 가까운 곳에서 만나는
새로운 디지털 매체, 경기도 G BUS TV



경기도 내부영상광고

문의 | 02)780-0456
010-5230-0306

애드박스 박준규 국장



MAX VISION 맥스비전

서울지하철 1-4호선 승강장 및 대합실25개 역사 52개 스크린 동시송출

86인치 스크린 1type~6type 규격 (1구좌 / 일 120회 / 20초 기준)

광고예산에 맞는 다양한 상품패키지(Full / Harf / 선택역사, 개별역사)

파스텔미디어(주)

www.pastelm.co.kr

서울시 서대문구 충정로53 골든타워빌딩 1403~4호

[광고문의: 02-364-2585]



이현의 글로벌 OOH 인사이드

디지털 옥외광고의 기본, 여전히 장점많은 '구좌 구매' 방식

이 면은 이현 세계옥외광고 협회(WOO) 한국대표가 세계 옥외광고의 현황, 트렌드, 전망을 취재 정리해서 전해주는 글로벌 OOH 코너입니다. '옥 뉴스(www.oohnews.co.kr)'를 접속하면 보다 자세하고 다양한 해외 소식과 사진 자료들을 만나볼 수 있습니다.



이현
WOO 한국대표

디지털 옥외광고(DOOH) 시장은 최근 몇 년 사이 빠르게 진화하고 있다. 특히 프로그래매틱 방식의 도입은 소규모 예산을 가진 광고주들에게도 전국 단위의 다양한 스크린 접근을 가능하게 하며, 옥외광고 생태계를 확장하는 데 기여하고 있다.

그럼에도 구좌 기반 구매는 디지털 옥외광고 집행 방식중 가장 전통적이면서도 여전히 유효한 모델로 꼽힌다. 일정 시간 동안 광고가 정해진 순서대로 반복 송출되는 구조를 갖춘 이 방식은 일반적으로 한 화면 내 1분 또는 2분 단위의 구좌(loop)를 기준으로 광고 슬롯이 구성된다. 광고주는 이 중 특정 슬롯을 사전에 구매해 고정된 빈도로 자사 광고를 노출시키게 된다.

예를 들어 1분짜리 구좌에 총 6개의 광고 구좌가 있다면 각 광고는 10초씩 송출된다. 광고주는 이 중 한 구좌를 선택해 일정 간격으로 반복 송출한다. 구좌는 정해진 순서로 계속 재생되기 때문에 광고 노출 주기와 스케줄이 예측 가능하고 안정적이다.

구좌 기반 구매는 고정된 가격과 사전 계약 구조를 기반으로 하므로, 실시간 입찰이나 가격 변동성이 존재하는 프로그래매틱 방식과는 다르다. 이러한 구조는 대형 브랜드나 장기 캠페인을 운영하는 광고주에게 특히 적합하며, 안정적인 반복 노출과 높은 도달률을 확보하는데 유리하다.

또한 구좌 기반 모델의 특징 중 하나는 '보너스 노출'이다. 많은 미디어 오너

들이 자사 디지털 스크린을 연말 성수기(11월~12월)를 제외하면 100% 점유하지 못하는 경우가 많다. 이로 인해 광고주가 구매한 슬롯 외에도 여유 슬롯에 동일한 광고가 반복 송출되며, 이로 인한 무상 노출은 광고주의 실질적 수익률(ROI)을 끌어올리는 부가가치로 작용한다. 예컨대, 10개의 광고 슬롯 중 6개만 판매된 경우, 나머지 4개 슬롯에서도 기존 광고가 반복되며 자연스럽게 노출 빈도가 증가하게 된다.

경제적 관점에서 보더라도 구좌 기반 구매는 여전히 높은 효율성을 자랑한다. 1,000회 노출당 비용(CPM)을 기준으로 볼 때 프로그래매틱 DOOH는 보통 5~15달러의 단가를 형성한다. 이는 DSP(Demand-Side Platform)를 통한 실시간 타겟팅과 최적화 기능이 반영된 결과다.

반면 구좌 기반 구매는 교통량이 많은 주요 도심 지역 기준으로 CPM 기준 약 0.5달러 수준의 집행도 가능하다. 이는 동일 예산으로 훨씬 더 많은 노출을 확보할 수 있다는 의미다. 도달률과 빈도면에서 프로그래매틱 방식보다 명확한 우위를 점할 수 있다.

물론 프로그래매틱 DOOH가 효과



적인 경우도 분명히 존재한다. 일반적으로 25만달러 수준의 예산을 가진 광고주가 전국 단위로 단기 집중 집행을 원할 경우 실시간 최적화 기능과 동적 크리에이티브, 정밀 타겟팅 기능은 특정 캠페인 목적 달성에 유용하게 작용한다.

옥외광고 업계의 핵심 과제는 이러한 두 모델의 구조적 차이를 광고주들이 명확하게 이해하도록 돕는 일이다. 프로그래매틱 DOOH의 기술적 유연성과 진보성은 분명하지만, 구좌 기반 구매가 제공하는 경제성과 안정적인 노출 구조 또한 간과해서는 안된다.

디지털 시대에도 강력한 전통적 옥외광고의 존재감

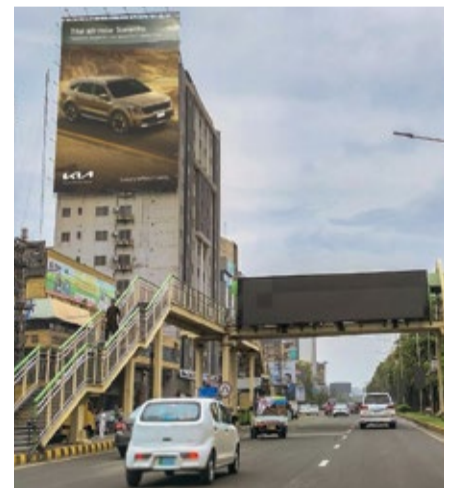
기아, 파키스탄에서 SUV 옥외광고 마케팅 대대적으로 전개

기아가 파키스탄 SUV 시장 공략을 위해 대규모 옥외광고 캠페인을 선보였다. 최근 파키스탄 주요 간선도로에 설치된 전통적 옥외광고 매체들은 고해상도 비주얼과 강렬한 메시지를 통해 운전자와 보행자들의 이목을 집중시키고 있다. 해당 광고는 '럭셔리 한계를 넘어(Luxury Without Limits)'라는 슬로건 아래 7인승 SUV '올 뉴 쏘렌토'를 전면에 내세운 것이 특징이다.

기아가 파키스탄 시장에서 대대적인 전통적 옥외광고 캠페인에 나선 배경에는 현지 자동차 시장의 구조적 변화가 있다. 총인구 2억4,000만명에 달하는 파키스탄은 최근 중산층 확대와 급격한 도시화로 인해 SUV 수요가 가파르게 증가하고 있다. 이에 따라 글로벌 완성차 브랜드들이 파키스탄을 새로운 성장거점으로 주목하고 있으며, 현지 OOH 광고 역시 글로벌 트렌드를 적극적으로

로 반영하는 방향으로 빠르게 진화하고 있다. 특히 고화질 대형 비주얼, 감성적 메시지, 전략적 도심 입지 중심의 매체 집행 등은 현지에서도 중요한 마케팅 전략으로 자리잡고 있다.

이번 사례는 디지털 중심의 미디어 환경 속에서도 전통적 옥외광고가 여전히 감성적 메시지 전달과 브랜드 가치 강화에 있어 효과적인 수단임을 보여준다.



지금 세계 옥외광고는 어디로 가고 있을까?

도시를 연결하고 마음을 움직이는 강력한 광고 미디어

NEXT OOH

AI 시대를 이끄는
글로벌 옥외광고 트렌드

이 현 지음



세계옥외광고협회
툼 고다드 회장
추천도서



NEXT OOH

세계옥외광고협회(WOO) 대한민국 앰배서더 이현이 전하는
AI 시대를 이끄는 글로벌 OOH의 현재와 미래 이야기

전 세계 OOH 트렌드를 이토록 입체적으로 정리한 책은 없었다.

『Next OOH』는 단순한 정보 전달을 넘어,
OOH 미디어와 도시를 연결하는 글로벌 OOH 세계를 탐구하는 지도 같다.
옥외광고 실무자라면 반드시 읽어야 할 책!

교보문고 · 예스24 · 알라딘 · 밀리의서재 · 리디북스, 전자책 절찬 판매 중

주호일의 옥외광고 에세이 - 오십 번째 이야기

지속가능한 옥외광고 이야기_다매체 시대의 경쟁력 확보 전략(part 1)

브랜드 체험을 위한 IMC 전략



7월 25일부터 8월 17일까지 코엑스에서 집행된 삼성전자의 '언폴더(Unfolders)' 옥외광고. 밀레니엄 광장과 건물 내부 주요 스팟에서 동시다발적으로 진행되었다.

작렬하는 여름 태양이 올해 하반기 옥외광고 시장을 예표하고 있다. 플랫폼을 기반으로 한 디지털 매체들이 광고 시장을 지배하고 있지만, 오프라인 디지털 매체를 대표하는 디지털 사이니지 역시 만만치 않은 기세로 광고 시장에서 다양한 포지셔닝(positioning) 전략을 꾀하고 있다.

디지털 사이니지의 물리적 차별화는 자유표시구역의 등장으로 대형화(Big)와 장소성(Placeness)을 키워드로 한다. 대형 전광판을 보유한 매체사들은 콘텐츠를 통한 차별화를 경쟁력으로 준비중이다. 2021년 KPOP의 디지털 웨이브(Digital Wave)를 통해 콘텐츠의 중요성이 대두된 이후, 복수의 기업들이 단발적인 콘텐츠 제작(운영)을 넘어 구독사업까지 진행중이다. 대기업과 언론사 중심으로 편재되고 있는 옥외광고 시장에서 중소 사업자의 사업 기회를 제공하는 긍정적 역할도 하고 있다. 다만 명동과 광화문의 대형 전광판들이 경합을 벌일 4분기에는 브랜드 노

출 전략만으로는 차별적 경쟁력 확보가 여의치 않을 수 있다. 브랜드 체험이 가능한 IMC(Integrated Marketing Communication) 전략의 필요성이 대두되는 이유이다. 마케팅의 대가 필립 코틀러는 그의 저서 '마케팅 6.0'에서 AI 이후 마케팅은 체험(Experience) 중심의 패러다임이 될 것이라고 주장하였다. 마케팅 1.0의 제품 중심에서 고객과 가치, 기술 주도를 거쳐 브랜드 체험으로 변화되어 왔음을 강조하고 있다. 이는 다채널 다매체 시대와 함께 다제품, 다서비스의 다브랜드 시대가 되었음을 반증하고 있다.

최근 1기 옥외광고물 자유표시구역과 연계하여 삼성전자 '언폴더(Unfolders)' 행사가 코엑스에서 7월 25일부터 8월 17일까지 진행되었다. 과거 코엑스뿐만 아니라 사람들이 모이는 장소에서는 다양한 이벤트가 많았다. 코로나 팬데믹 시기를 제외하고 집객(集客)이 가능한 마케팅 활동을 많은 기업들이 진행해 왔다. 이번 이벤트

가 더욱 주목할만한 것은 매체를 통한 행사 고지와 복수의 장소에서 진행되었다는 것이다. 과거 밀레니엄 광장 중심에서 코엑스 내부 주요 스팟(spot)에서 동시다발적으로 진행되었다. 규모의 차이만 있을 뿐 새로운 신제품 출시 고지와 함께 직접 해당 제품을 체험하는 마케팅 장(場)을 열었다. 또한 팝업 매장을 운영함으로써 더욱 적극적인 브랜드 체험 행사를 주도했다.

옥외광고의 기본이자 핵심 특징은 특정 '장소(place)'와 '공간(space)'을 지배한다는 것이다. 과거보다 매체 유형과 개체 수가 늘어나고 있어 단순한 광고 메시지(CM) 노출만으로는 광고 목표 달성에 힘이 부치는 현재이다. 즉 브랜드 인지도나 회상도, 그리고 구매 의도를 타겟들에게 전달하기에는 너무 많은 매체가 존재한다. 매체 증가가 피할 수 없는 시장 현실이라면 좀 더 타겟(소비자)들에게 접근할 수 있는 매체전략이 필요하다. 브랜드 체험이야말로 경쟁적 차별화를 증폭할 수 있는 강력한

무기가 될 것이다. 미디어와 이벤트를 활용한 IMC 전략에 대한 심도있는 고민이 필요한 시기다.



주호일

매일경제신문 옥외광고 팀장
평택대 겸임교수
한양대 광고홍보학과 겸임교수

iClickart
www.iclickart.co.kr

It's
superfantastic!



www.iclickart.co.kr

아이클릭아트 회원제 서비스 특징

저작권이 확보된 다양한 디자인 소스 제공 일러스트, 포토, 클립아트 등의 이미지소스부터 배너템플릿, 웹 템플릿, 편집이미지, 파워포인트 템플릿 등의 템플릿 소스까지 40만여 컷에 달하는 저작권이 확보된 디자인 소스를 제공합니다. **정기적인 신규 콘텐츠 업데이트** 트렌드에 민감한 디자이너들의 특성을 고려하여 회원의 의견이 충분히 반영된 신선한 콘텐츠를 다양한 테마로 1,000여 컷 이상 매주 정기적으로 업데이트 해드리고 있습니다. **재 가입 을 80%의 최다 회원을 보유한 신뢰할 수 있는 사이트** 지난 2000년 서비스를 시작한 이래 현재 30만 명 이상의 회원이 안심하고 서비스를 이용하고 있습니다. **고품질이미지를 합리적인 가격으로** CD 1장, 이미지 1컷을 구입할 수 있는 비용이면 충분합니다. 한번 가입으로 추가 비용 없이 1년 365일, 24시간 내내 원하는 이미지를 언제든지 바로 바로 다운 받아 쓸 수 있고 컷 수 에 제한 없이 무한 다운로드가 가능합니다. **보다 강력해진 검색 인덱스** 각 파일 타입 별 카테고리 검색 및 콘텐츠 별 동일 스타일 검색, 이미지다이어리를 통한 월별 테마 이미지 검색 기능의 지원으로 원하는 이미지를 보다 빠르고 편리하게 찾아 사용할 수 있습니다. **3만 여 컷의 무료이미지 제공** 무료회원 가입만으로도 3만여컷을 무료로 이용하실 수 있습니다. **싱글 컷 구매 가능** 소량의 콘텐츠만 필요할 경우 1컷에서 5컷까지 저렴한 가격으로 필요한 컷 수 대로 구매하여 사용이 가능합니다. **아이클릭아트 고객센터 1666-3571**

아크릴 재단기



아크릴 재단기 M2

- 아크릴 PC 포맥스 MDF 합판 PVC 하나의 톱날로 재단 가능
- 1220mm x 2440mm (4' x 8') 원장 최대 두께 30 T(mm) 재단 가능
- 집진 장치가 내장되어 있어서 분진이 거의 발생하지 않습니다

▶ 엠볼트 아크릴 재단기 🔍

아크릴 가공기계



아크릴 면취기 M7

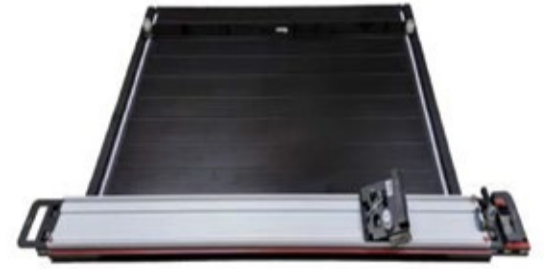


아크릴 절곡기 M12



▶ 엠볼트 아크릴 장비 🔍

시트지, 폼보드 평판 커팅기



- 작업영역 최대 3000 x 3000 주문 제작 가능
- 시트지, 폼보드, 얇은 포맥스 페트지, 가죽, 박스지 재단
- 평판지그로 동일 사이즈 반복재단

▶ 레일베이스 평판 🔍



문의 전화 031-999-6733



엠볼트

신개념 돌출 포인트

1. 무드 포인트

- 규격 : 600파이 (돌출 / 단면)
- 특징 : 원형 등기구 테두리에 다양한 색상을 갖도록 하여 다중컬러의 발광색상을 표출할 수 있도록 하는 엘이디포인트
- 테두리 색상 : 적, 청, 녹, 월, RGB(택1) 각 색상 점멸가능
- ※ 특허등록 / 디자인등록 제품



2. 반/반 포인트

- 규격 : 가로(600) * 세로(400) 가로(400) * 세로(600)
- 특징 : 좌측(A) → 우측(B) → 전체화면(A+B) 이 순차적으로 돌아가며 점등되는 포인트
- ※ 실용신안등록 / 디자인등록 제품



3. 테두리 포인트

- 규격 : 스텐 원형 600파이 (돌출 / 단면)
- 특징 : 택1 - 원형돌출 테두리에 볼LED가 좌우로 회전하며 돌아가는 스텐포인트 택2 - 원형돌출 테두리에 볼LED가 점멸 or 디밍되는 스텐포인트
- 볼LED 색상 : 적, 청, 녹, RGB(택1)
- ※ 실용신안등록 제품



제품 및 가격문의 : 각 지역 광고자재점

자세한 규격 및 사항은 홈페이지에서 NAVER 현대지티씨

LED

KOREASIGN

전광판은 코리아싸인

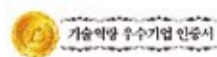
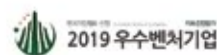
WWW.koreasign.co.kr



| 주 | 코리아싸인

T : 031-924-0477

경기도 고양시 일산서구 덕이로 282-14



ISO 9001 / ISO 14001

[엘씨기획]

특수 채널 전문

엘씨기획 제품 라인업

에폭시전광 / 에폭시전후광 / 3D채널 / 갈바채널 / 스텐채널 / 골드스텐채널
아크릴면발광 / 일반캡채널 / 캡채널전후광 / 일체형전광 / 일체형전후광



에폭시전광



에폭시전후광



3D에폭시



갈바후광



스텐후광



골드스텐후광



아크릴면발광



일체형



캡채널전후광

< 채널 제작 및 견적 문의 >

견적 문의 010-3689-1883 / 010-7609-1883

이메일 lcsign@daum.net

웹하드 ID: lcsign / PW: 1234

전체 채널 단가표 확인하기

