

## 창간 23주년 및 지령 500호 특별기획-불법 옥외광고물 심층 진단

# 옥외광고인 64%가 “불법을 행한 적 있다” 응답

“불법으로 하는 것 봤다” 89%... 73%는 ‘나는 불법 피해자’ 응답  
 불법 원인은 법적 기준의 미비→소비자의 요구→처분·단속 미약 순  
 불법 책임은 소비자→지자체→옥외광고 사업자→입법기관 순  
 불법 해결책은 처벌 강화→단속 강화→사업자 변화→법령 정비 순

또한 응답자의 58%(166명)는 출력광고물의 절반 이상이 불법이라고 답했고 일반광고물(간판)과 상업광고물의 과반이 불법이라고 인식하는 옥외광고인도 각기 38%(110명)와 34%(97명)에 달했다.

불법 옥외광고로 인한 피해를 당했는지를 묻는 질문에는 73%(208명)가 그렇다고 답했고 반면에 이익을 봤다고 한 응답자는 44%(125명)에 그쳐 옥외광고인들이 불법에 대해 큰 피해의식을 갖고 있음을 보여줬다.

불법 옥외광고의 원인을 5개 복수응답으로 선택하도록 한 질문의 경우 가장 많은 선택을 받은 원인은 ‘법적 기준이 현실에 맞지 않아서’였다. 179명이 선택을 했다. 이어 ‘소비자들의 요구’(166명), ‘처분이 너무 미약해서’(144명), ‘사업자들의 경각심 부족’(137명), ‘단속의 지 부족’(134명) 순으로 불법의 원인으로 꼽았다.

누가 불법 옥외광고에 책임이 큰지를 묻는 2개 복수응답 질문에는 가장 많은 160명이 소비자를 꼽았고 이어 단속지자체(154명), 옥외광고 사업자(150명), 입법기관(94명) 순으로 책임이 크다고 답했다. 불법 옥외광고 문제를 해결하기 위한 조치를 묻는 2개 복수응답 질문에 대해서는 가장 많은 125명이 ‘법적 처벌 기준 강화’를 꼽았고 이어 ‘단속 강화’(123명), ‘사업자의 인식 개선’(119명), ‘법령 정비’(109명), ‘일반 국민들의 인식 개선’(81명) 순으로 선택했다.

조사 응답자 288명의 소속 업체 연간 매출액을 묻는 질문에 대해서는 67%인 192명이 ‘10억원 미만’이라고 답했고 ‘100억원 이상’이라고 답한 응답자는 30명(11%)에 불과해 옥외광고업이 얼마나 영세한 업종인지를 잘 보여줬다.

관련기사 4면, 5면, 6면



각양각색의 불법 광고물들.

옥외광고업에 종사하는 옥외광고인들의 64%가 직접 불법을 행한 적이 있다고 응답한 조사 결과가 나왔다. 응답자의 89%는 다른 사람이 불법으로 광고물 제작이나 설치, 대행 등 옥외광고 사업을 하는 것을 목격한 적이 있다고 응답했다.

이같은 사실은 SP투데이가 창간 23주년 및 지령(紙齡) 500호 기념 기획특집을 마련하기 위해 실시한 ‘불법 옥외광고에 관한 옥외광고인 설문 조사’에

서 나타났다. 그동안 불법 옥외광고물의 실태에 관한 조사는 많이 있어 왔지만 그 광고물을 제작 설치하거나 운영하는 사업자들을 대상으로 직접 제작 설치 운영을 했거나 목격한 경험을 확인한 조사는 이번이 처음이다.

SP투데이가 네이버 폼과 카카오톡대화방을 통해 실시한 이번 조사에는 모두 288명의 옥외광고인이 응답했다. 이 가운데 188명이 스스로 불법행위 사실을 밝히고 257명이 타인의 불법행위를

목격했다고 응답한 이번 조사 결과는 불법 옥외광고 문제가 얼마나 심각한 상황에 있는지를 여실히 보여주는 것으로 풀이된다.

불법의 심각성을 묻는 질문에는 141명(49%)이 ‘매우 심각하다’, 106명(37%)이 ‘어느 정도 심각하다’고 답해 심각성을 인식하는 옥외광고인의 비중이 86%나 됐다. 불법 광고가 옥외광고 산업의 발전에 장애가 된다고 응답한 비율도 85%(244명)나 됐다.

www.kointec.co.kr

**KOINTEC**  
(주)코인텍

27년 전통 점착 sheet & 필름제조  
UV·라텍스 전용필름

실사·수성 코팅지 솔벤트 라텍스 전용소재  
칼라시트 (내부용/외부용) 인테리어 필름 창문용 (윈도우필름)

(주)코인텍 본사/공장 | 경기도 광주시 초월읍 하오개길 38 구.함양산업 TEL: 031)764-1226-7 FAX: 031)764-7186  
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

**SP투데이**  
www.sptoday.com

**광고문의**  
**010-4234-9917**

수도권 광고의 숨겨진 블루오션, 인천에서 시작하세요!

# 서울보다 넓고, 서울보다 가깝다.

## 인천시 광역버스 광고 사업권 획득

| 강남역 노선 200대

| 홍대입구역 · 신촌역 · 마포역 · 공덕역 노선 200대

## 인천 지하철 1호선 전동차 광고 사업권 획득

## 수인분당선 전동차 광고 사업권 획득

인천 1호선 전동차내 편성



### 버스 광고

인천 시내버스 외부 · 내부 광고  
인천 광역버스 외부 · 내부 광고  
인천 버스정류장 · 택시 광고  
고양 · 파주 버스 외부 · 내부 광고

### 음성 광고

서울 수도권 시내버스 음성 광고  
서울 수도권 광역버스 음성 광고

### 옥상빌보드

우신빌딩 옥상 빌보드



창간 23주년 및 지령 500호 특별기획-불법 옥외광고물 심층 진단

# 사업자들의 불법 옥외광고에 관한 인식 첫 조사 '의미'

## <옥외광고인의 불법 옥외광고 인식 조사 결과>

◆ 불법이 심각하다	86%	◆ 불법 광고 직접 경험	64%
◆ 산업 발전의 장애요인	85%	◆ 불법 광고 목격 경험	89%
◆ 상업광고물 과반이 불법	34%	◆ 불법 광고로 인한 피해 경험	73%
◆ 일반광고물 과반이 불법	38%	◆ 불법 광고로 인한 이익 경험	43%
◆ 출력광고물 과반이 불법	58%	◆ 연간 매출액 10억원 미만	67%

SP투데이가 창간 23주년 및 지령 500호 기념 특별 기획으로 마련한 이번 불법 옥외광고물에 관한 옥외광고인 인식 조사는 지난 12월 26일부터 1주일간 카카오톡 대화방을 통해 이

뤄졌다. 이번 조사는 옥외광고 사업자들이 불법 옥외광고에 대해 어떤 생각을 갖고 있고 사업적으로 어떤 경험들을 해왔는지를 조사한 최초의 사례라는 점에서 큰 의미를 지니고

있다. 질문은 네이버 폼 양식을 이용한 객관식 15개와 서술형으로 된 주관식 1개로 이뤄졌으며 업체 대표자 198명과 임직원 92명 등 총 288명이 이번

조사에 응했다. 네이버 폼에 기록된 항목별 설문 결과를 캡처로 정리했다. 서술형으로 진행된 주관식 설문 결과는 6면에 별도로 정리했다.

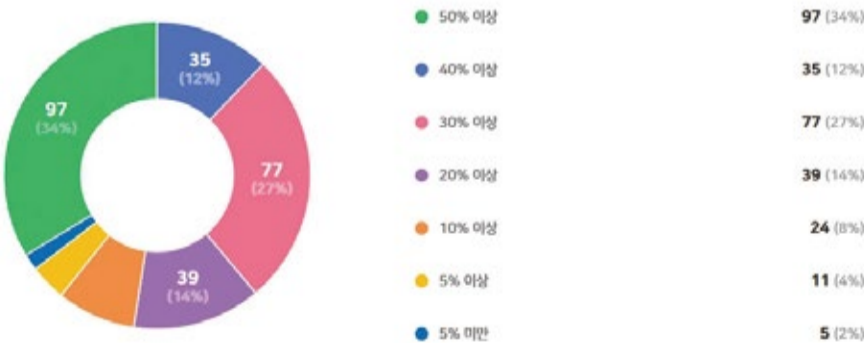
1. 귀하는 불법 옥외광고물의 심각성에 대해 어느 정도의 인식을 갖고 있습니까  
답변 288 · 미답변 0



2. 귀하는 불법 옥외광고가 옥외광고 산업 발전에 어느 정도로 장애가 된다고 생각하십니까  
답변 288 · 미답변 0



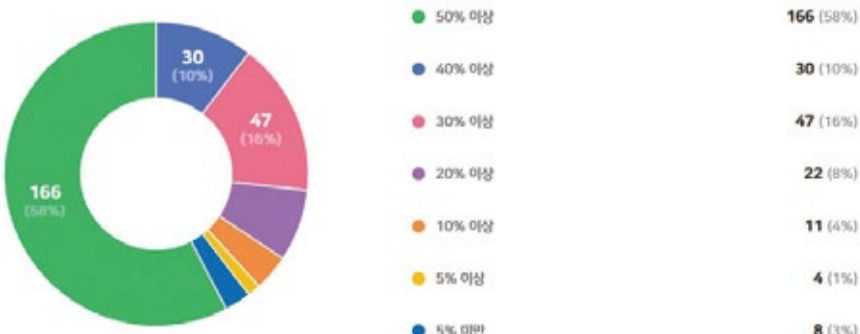
3. 귀하는 상업 광고매체중 어느 정도가 불법 광고물에 해당한다고 생각하십니까  
답변 288 · 미답변 0



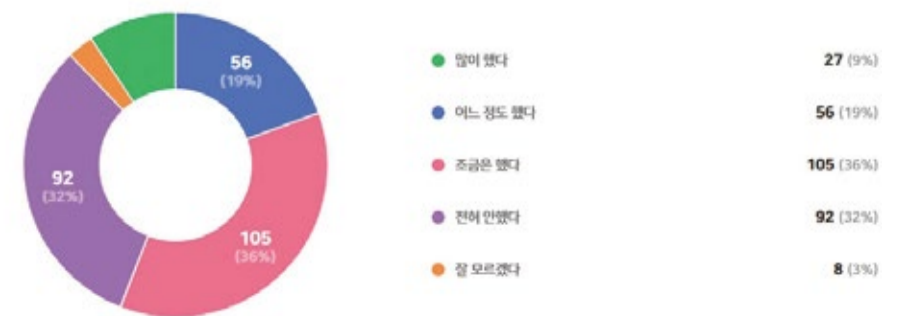
4. 귀하는 일반 광고물(간판)중 어느 정도가 불법 광고물에 해당한다고 생각하십니까  
답변 288 · 미답변 0



5. 귀하는 출력 광고물(현수막 등)중 어느 정도가 불법 광고물에 해당한다고 생각하십니까  
답변 288 · 미답변 0



6. 귀하는 지금까지 불법 옥외광고를 실행(집행)한 적이 있습니까  
답변 288 · 미답변 0



# 창간 23주년 및 지령 500호 특별기획-불법 옥외광고물 심층 진단

## 7. 귀하는 지금까지 불법 옥외광고를 실행(집행)하는 사업자를 본 적이 있습니까

답변 288 · 미답변 0



## 8. 귀하는 불법 옥외광고로 인해 어느 정도의 피해를 당하고 있다고 생각하십니까

답변 288 · 미답변 0



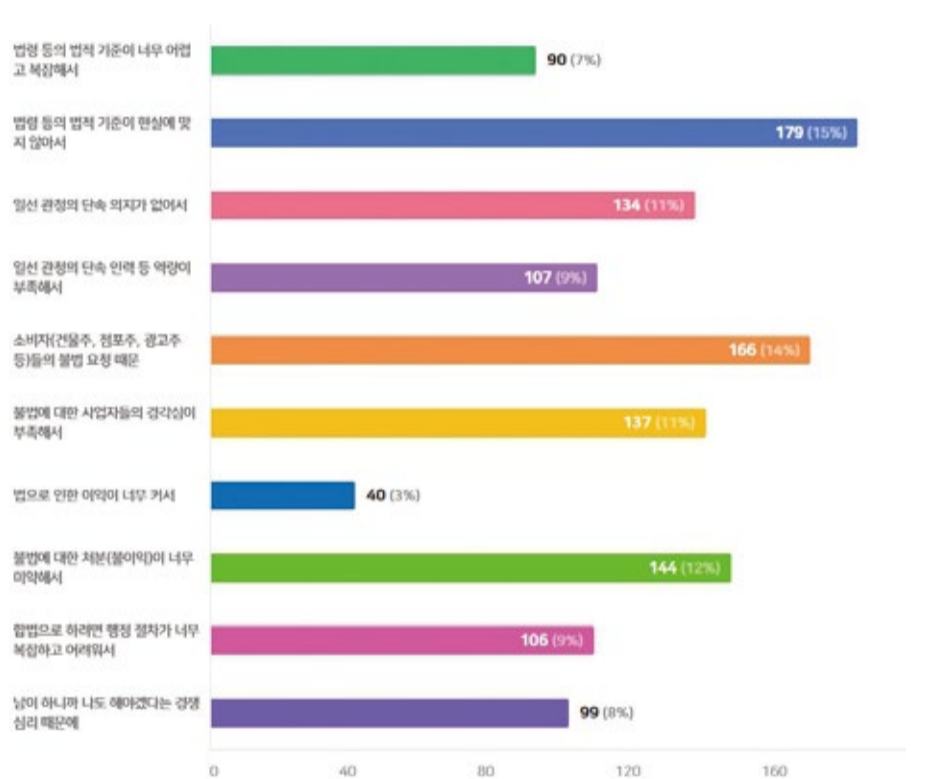
## 9. 귀하는 불법 옥외광고로 인해 어느 정도의 이익을 봤다고 생각하십니까

답변 288 · 미답변 0



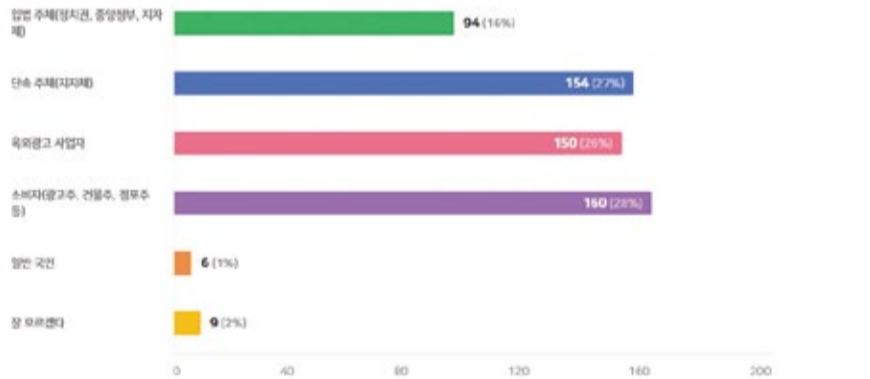
## 10. 귀하가 생각하는 불법 옥외광고의 주된 원인 5가지를 선택해 주십시오(복수응답 5개 가능)

답변 288 · 미답변 0



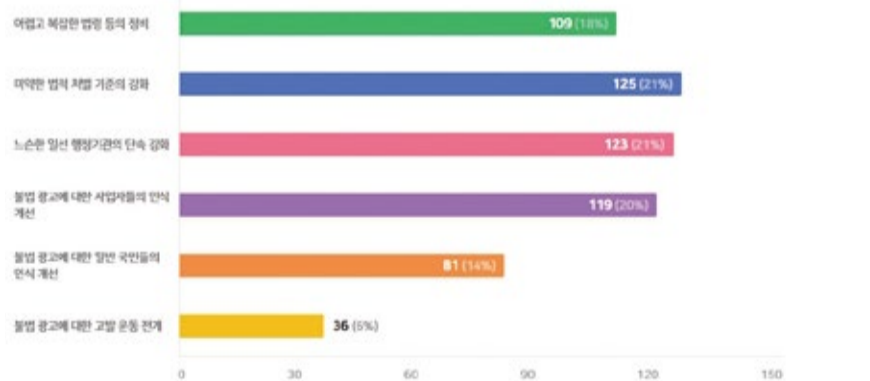
## 11. 귀하가 생각하는 불법 옥외광고에 있어 책임이 가장 큰 주체 2가지를 선택해 주십시오(복수응답 2개 가능)

답변 288 · 미답변 0



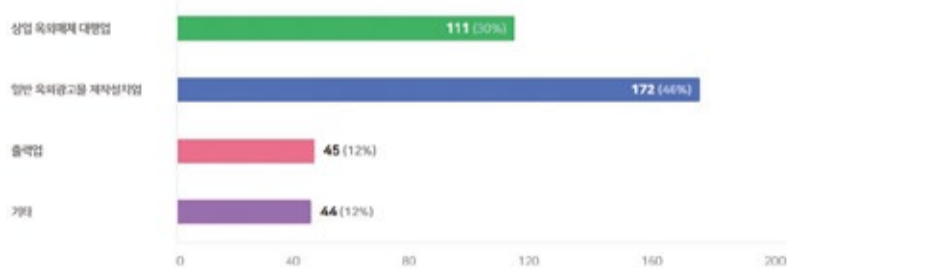
## 12. 불법 옥외광고 문제를 해결하기 위해 어떤 조치들이 필요하다고 생각하는지 2가지만 선택해 주십시오(복수응답)

답변 288 · 미답변 0



## 14. 귀하가 영위중인 옥외광고 업종의 종류를 선택해 주십시오(해당 업종 전체 복수응답)

답변 288 · 미답변 0



## 15. 소속 회사의 연간 매출액 규모가 대략 얼마인가

답변 288 · 미답변 0



## 16. 귀하의 소속 회사내 직위를 선택해 주십시오

답변 288 · 미답변 0



<창간 22주년 특별기획> 제2기 옥외광고물 자유표시구역 심층 진단

# “벌칙과 단속 강화해야... 합법화 통한 개선도 필요”

자유 서술형 주관식 질문에 응답자 288명중 125명이 의견 개진  
불법 옥외광고물의 원인과 해법에 대한 다양한 의견 제시돼



불법 옥외광고물 문제에 대한 자유 서술형 질문에 대해 전체 응답자 288명중 절반 가까이 되는 125명이 답글을 달아 의견을 제시했다. 의견은 불법은 반드시 근절해야 하며 이를 위해 단속을 강화하고 처벌 수위를 대폭 높여야 한다는 내용이 주를 이뤘다. 제시된 의견들을 간추려 소개한다.

▲합법적인 테두리 안에서 사업할 수 있도록 간편한 행정절차 마련이 필요하다.

▲불법광고의 원인부터 제거해야 한다. 합법은 비싸기 때문에 불법 매체로 눈을 돌리는 경우가 많다. 특히 로컬의 경우가 심각하데 작은 매체라도 적은 비용으로 운영할 수 있도록 하면 좋을 것 같다.

▲불법 매체 신고포상 제도가 필요하다. 사업을 못하게 할 정도의 강력한 법이 필요하다.

▲허가나 신고서류를 간소화하고 허가 기간 연장신청 누락으로 인한 불법 방지방안이 필요하다.

▲지자체별로 규제가 다르고 같은 지자체에서도 구역별로 달라 확인이

어려운 관계로 불법을 할 수밖에 없는 게 현실이다. 규정을 전국 단위로 통일할 필요가 있다.

▲현실에 맞지 않는 법령 개선이 급선무다. 현실에 맞게 규제를 완화하고 절차를 간소화해야 한다.

▲소비자와 사업자의 인식이 함께 개선돼야 하고 디자인 수준을 높여야 한다.

▲불법을 해도 된다는 인식이 문제다. 강력한 처벌과 이를 위한 법령 정비가 뒤따라야 한다.

▲무등록 무자격 업자 단속을 강화해야 한다. 인테리어 업자들이 광고업체에 하청을 주거나 자재상에서 자재를 구입해 직접 설치하는 일이 비일비재한 상황이다.

▲법령의 구조를 안되는 것만 제한하고 나머지는 폭넓게 인정하는 네거티브 시스템으로 바꿨으면 한다.

▲불법 광고를 가장 많이 하는 주체는 소비자와 무허가 업자다. 무허가 광

고물은 저렴하고, 세금 안내도 되고, 책임도 없다. 성수동과 한남동의 불법 대형 래핑광고는 경고와 철거유예기간을 이용해 2주 단위로 적게는 2,000만원에서 1억원 넘게 집행되고 있다. 최근에는 강남대로와 흥대 등에도 아무렇지 않게 불법 래핑광고가 판을 치고 있다. 도산대로 한복판에도 대형 전광판이 아무렇지 않게 불법으로 운영 중이다. 법적으로 과태료가 회당 500만원씩 한해 2회만 부과되니, 1년 해보야 고작 1구좌값도 안된다. 몇 억 버는데 그 정도 비용만 지불하면 그만이다. 법적 기준 자체가 낮으니 지자체가 단속하려 해도 업자나 광고주는 그저 웃을 뿐 타격이 없다. 지자체에서 형사고발한다 해도 현실적으로 실행이 쉽지 않아 전혀 위협적이지 않다. 과태료 기준과 부과 횟수를 높이고, 옥외광고센터에 불법광고 단속 전담팀을 구성해 강력하게 집중 단속할 필요가 있다. 불법광고를 진행하는 옥외광고업체, 광고대행사, 건물주, 광고주 각각에 대해 과태료를 부과하고, 해당 기업들을 공개할 필요성이 있다. 공개조치를 통해 불법광고를 집행하는 브랜드의 격을 떨어뜨려 할 업무를 못내게 할 필요성이 있다. 안그래도 대기업과 언론사가 장악한 초대형 전광판들로 인해 부익부 빈익빈 현상이 심각해지고 중소기업은 더욱 어려워지고 있다. (자유표시 구역제도로) 설치 규제가 완화되고, 고가의 대형 매체들이 지속 증가하는 상황에서 불법 광고가 고가로 거래되고 있는 건 말이 안된다.

▲불법 광고물의 법적 처벌 수준이 솥방망이다. 단속기관 관계자들과 업체의 결탁도 문제다. 국회의원, 시의원, 구의원 등이 업체 뒤를 봐준다는 소문도 있다. 단속 강화로 광고주, 광고업체, 건물주 모두의 경각심을 일깨워야 된다.

▲불법 광고물의 가장 큰 책임은 행정기관이다. 광고주는 불법광고만큼 매력적인 홍보수단이 없다. 광고사업자에게 과태료 등을 떠넘기기 때문에 돈만 많이 지급하면 아무 문제가 없다는 인식이 강하다. 건물주도 광고사업자가 다 책임지는 조건으로 광고를 유치하기 때문에 이득은 쉽게 취하고 도

덕적으로 잘못이라는 인식을 갖기 힘들다. 그러므로 행정기관이 강력한 단속 의지를 갖고 광고주와 건물주에게 강한 책임을 물으면 불법 광고물은 자연스럽게 없어질 수밖에 없다.

▲행정기관, 광고주, 광고사업자, 건물주 모두에게 책임을 지우는 의무책임제와 과태료 상향조정, 대집행까지 해서 불법 광고물을 완전 정비하자. 이행강제금과 행정대집행을 현실화하고 불법광고물 정비를 시민단체에 위탁할 수 있도록 하자.

▲무자격 업자들이 문제다. 법을 잘 모르거나 알아도 무시한다. 이들이 불법 광고물을 많이 설치한다.

▲이미 많은 광고물이 규격에 맞지 않게 설치되어 있기 때문에 기준에 맞는 광고물을 설치하면 전혀 보이지 않는다. 규정을 완화한 후 그 규정을 벗어나는 광고물들을 강력 규제해야 한다.

▲먼저 정치 현수막부터 없애야 한다. 지자체들도 불법으로 현수막을 단다. 그러니 너도 나도 달아도 되는 거 아닌가 한다.

▲바주기식 행정과 대가성 행정 등 결탁 척결이 절실하다. 과태료 조율 협의가 말이 되나.

▲상업광고 영역은 합법의 범주가 협소하고 고리타분하다. 크리에이티브 측면에서 합법으로는 실행이 불가하므로 불법 광고가 선호되는 면도 있다. 집행기간을 단기화하되 표현형식을 자율화하는 특수광고 영역을 합법화시킬 필요가 있다.

▲70% 이상이 하는 광고물이라면 합법화할 필요가 있다. 현실적이지 못한 법을 그대로 적용하기보다는 기준을 완화하고 신고나 허가 서류를 간략하게 정리해서 쉽게 접근할 수 있도록 개선했으면 한다.

▲불법을 없애려면 법을 강하게 해야 하고 반드시 집행되는 풍토를 마련해야 한다.

# 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

# 한울에서 광고기계



### 라텍스 프린터

냄새,유해물질없는  
친환경프린터  
프린터가 다 해주는  
최첨단자동프린터



### 슈마 컷팅기

메이드인 벨기에  
작업시작이 편하고  
원단이 틀어지지 않는  
세계최고 돔보컷팅기



### 수성 프린터

소재폭 자동측정  
미디어센서 장착  
4헤드/6헤드 선택  
국산피더장치기본



### 평판 컷팅기

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



### 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**

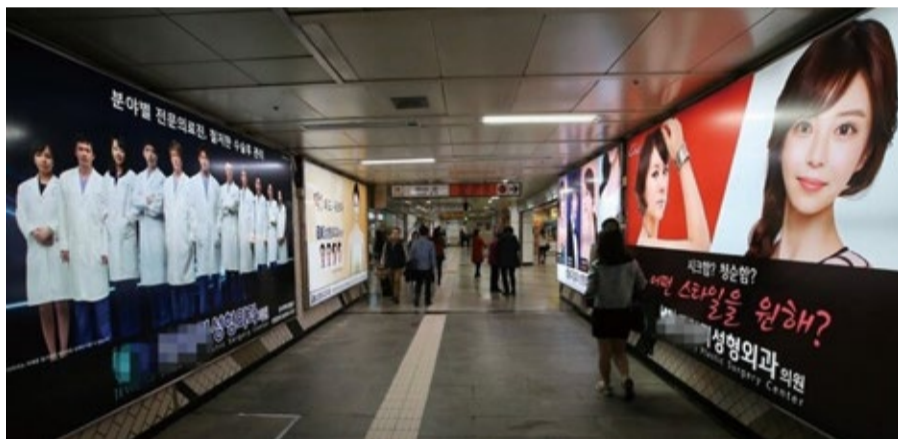
테이블용접기 : 잔널용  
파이버용접기 : 갈바용  
다년간의 엔지니어  
경험으로 하자 AS  
빠른대처 가능

# 퇴출 위기 지하철 성형 광고, 규제 문턱 다시 낮춘다

## 서울교통공사, 의료협회 심의필 조건으로 재허용하기로 게임 광고도 이용등급 제한 기준 삭제 등 규제 완화



기존의 규제로 명함식으로도만 진행되고 있는 성형 광고 사례.



수많은 성형 광고들이 부착돼 있었던 2017년 서울 지하철역의 모습.



게임 광고도 이용 등급 제한 기준이 사라지고 성인용 게임의 광고가 가능해졌다.

서울교통공사가 퇴출 대상으로 보고 강도높은 규제를 시행해 왔던 성형 광고에 대해 규제의 문턱을 대폭 낮춘다.

최근 서울교통공사는 광고관리규정을 개정해 성형 광고를 '의료협회 심의필'을 조건으로 허용하기로 했다. 그간

지하철 역사와 열차 안에서는 원칙적으로 성형 광고가 금지되고 명함식 광고만 허용됐다. 광고물 심의 과정에서도 성형 전 또는 후 사진 게시 여부, 객관적 입증이 곤란한 표현 여부, 구체적인 성형 비용 명시 등 성형을 직접 유도하는 내용이 있는지 여부 등을 면밀하게 따졌다.

그러나 이번 규제 완화에 따라 의료협회 심의필이 적용될 경우 조건부로 성형 광고를 허용하고, 일반인 모델을 내세우거나 진료 내용을 표현하는 문구도 허용한다. 일반인 모델을 쓴다는 것은 해석에 따라 성형 전·후 비교 광고로 연결될 수도 있는 만큼 기존 규제 기준에서 크게 물러선 조치다.

성형 광고에 대한 규제는 지난 2017년으로 거슬러 올라간다. 당시 성형 광고가 외모지상주의를 조장하고 여성의 신체를 대상화한다는 사회적 비판이 커지자 공사는 성형 광고 퇴출을 목표로 강도 높은 규제에 나섰다. 지하철 광고를 둘러싼 민원의 대부분이 성형·여성 관련 광고에 집중되면서 공공 교통 공간에서 의료 상업성을 차단해야 한다는 여론이 정책으로 이어진 결과다.

실제 2016년 집계한 지하철 광고 관련 시민 민원 1,182건 중 91.4%인 1,080건이 성형 광고였을 정도로 당시 역사 내 성형 광고에 대한 비판 여론이 높았다. 이에 공사는 2020년 1~2호선부터 시작해 2022년 3~4호선까지 단계적으로 '성형 광고 제로'를 달성하겠다는 '지하철 광고 혁신 방안'을 내놓기도 했다.

하지만 8년이 지난 지금 공사는 누적 적자와 광고 수익 감소 등을 이유로 규제 완화를 선택했다. 공사가 제시한 자료에 따르면 2024년 적자는 7,228억원, 누적 적자는 7조3,360억원이다. 2028년에 이르면 적자는 1조705억원, 누적 부채는 10조원을 넘길 것으로 추산되고 있다.

또한 성형에 대한 대중의 의식도 당

시와는 많이 달라진 만큼 규제의 문턱을 낮추고 심의 기준을 통해 관리한다는 계획이다.

광고업계도 성형 광고를 무조건 배제하기보다 허위·과장 표현을 엄격히 걸러내는 방식으로 관리해야 한다는 의견을 지속적으로 제기해 왔다. 성형 광고는 이미 온라인과 SNS를 통해 무제한적으로 노출되고 있는 만큼 공공 공간을 규제하는 방식의 실효성도 크지 않다는 점에서도.

그러나 성형광고 조건부 허용에 대한 우려의 목소리도 적지 않다. 성형 광고는 의료 정보 제공을 넘어 소비를 자극하는 마케팅 성격이 강해 공공 공간에서의 노출 자체가 의료의 상업화를 부추길 수 있다는 지적이다. 특히 성형 전·후 효과를 암시하거나 외모 기준을 강화하는 표현이 다시 확산될 경우 과거와 같은 사회적 논란이 고스란히 재연될 수 있다는 우려도 여전하다.

한 지하철 광고 매체사 관계자는 "광고 품목 자체의 금지보다는 광고의 내용을 시민의 눈높이에 맞게 규제하는 것이 옳은 방향인 만큼, 이번 조치는 적절해 보인다"며 "다만 시민의 불편을 야기할 수 있는 광고내용이 남발될 경우 또 다시 여론의 뭇매를 맞을 수 있기 때문에 성형 광고의 집행에 각별한 주의를 기울여야 할 것"이라고 말했다.

한편, 이번의 성형광고 규제 완화 조치와 함께 게임 광고 규제도 완화된다. 그간 게임 광고는 이용 등급 15세 이하 광고만 조건부 허용됐고 청소년 이용 불가 등급은 광고가 허용되지 않았다. 심의 과정에서는 폭력이나 반사회적 행동을 조장하는가, 공포감이나 혐오감을 조성하는가, 사회적 위화감이나 열등감을 조성하는가, 캐릭터 등을 과도하게 선정적으로 표현하는가 등을 따져 왔다.

그런데 이번 규제 완화로 게임 이용 등급 제한 기준이 삭제된다. 아울러 광고 도안의 선정성, 폭력성 등을 심의해 청소년 이용 불가 등급 게임의 광고까지도 조건부로 허용하기로 했다.

신한중 기자

### PDF 파일 휴대폰 전송 서비스 안내

SP투데이가 오프라인 매체인 인쇄신문(SP투데이), 온라인 매체인 인터넷홈페이지(www.sptoday.com)에 이어

모바일 매체(PDF 파일) 휴대폰 전송을 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 2일 창간  
(2002년 10월 7일 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)

# 엡손 2헤드 수성프린터

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

hanwool



hanwool **전문상담** 010-2513-0594 한철기 이사

# 의정부시 전자게시대 사업권 입찰도 불법·불공정 논란

## 법에 정해진 자격조건 누락 및 특정업체 특혜 의혹 제기돼 잇따르는 지자체 전자게시대 문제에 “특단의 대책 필요” 목소리

지자체의 전자게시대 사업권자 선정 입찰을 둘러싸고 또 불법 및 불공정 논란이 일고 있다. 이번에는 경기도 의정부시다. 업계에서는 일정 시차를 두고 계속 불거지는 전자게시대 문제에 대한 특단의 대책이 필요하다는 목소리가 커지고 있다.

의정부시는 지난해 11월 27일 시 홈페이지를 통해 'LED 전자게시대 설치 및 운영 민간투자사업 제안 공고(협상에 의한 계약)' 입찰을 공고했다. 관내에 4기 이내의 전자게시대를 설치하여 계약 기간 5년에 연장 5년 등 최대 10년간 운영할 수 있는 사업권 입찰이다.

그런데 이 입찰을 두고 특정 업체 맞춤형 입찰이라는 소문이 나도는 가운데 업계가 여러 가지 불법 및 불공정 문제를 제기하고 나서면서 논란으로 번지고 있다. 더욱이 업계 관계자와 의정부시 공무원간에 서로 고소고발을 거론하는 감정대립 상황이 벌어지는가 하면 의정부시가 응찰까지 이뤄진 상태에서 돌연 입찰 진행 절차를 중단하고 이후

계획도 밝히지 않고 있어 논란이 의혹으로 번지는 모습이다.

업계가 이 입찰에 대해 제기하는 문제는 우선 법령 위반이다. 전자게시대는 중소기업자간 경쟁제품인 안내전광판이어서 정보통신공사법과 판로지원법에 의거해 정보통신공사법 등록과 직접생산 증명을 갖춘 업체만이 공사 및 운영을 할 수 있도록 돼있다. 그런데 이 두 가지 자격이 입찰 참가 자격 조건에 포함돼 있지 않다.

업계는 또한 제안요청서가 처음 작성됐을 때 5점으로 돼있었던 평가항목의 재정상태 배점이 3점으로 변경됐다면 이는 사전에 고시된 제안평가 기준을 임의 변경한 것이어서 지방계약법 시행령 위반이라고 지적하고 있다.

업계는 특정 업체의 유불리에 직접 영향을 끼치는 불공정 문제도 다양하게 지적하고 있다.

의정부시는 입찰 참가 업체 자격을 경기도 등록 업체로 제한했다. 그런데 업체는 경기도내 자격 업체가 10개 미만

이어서 지방계약법 시행규칙에 따라 인접 시도 등록 업체로 확대해야 한다고 주장하고 있다.

또한 업계는 이 사업이 광고수익을 통해 투자비를 회수하는 구조인데 입찰서에 광고단가, 표준단가, 적정수익률에 대한 기본 정보가 전혀 명시되지 않아 평가의 공정성과 실효성이 훼손되고 정보 비대칭에 따른 불공정 문제가 야기되고 있다고 주장한다.

뿐만 아니라 광고사업에서 가장 중요한 것이 수량과 위치인데 이 두 가지가 미정이어서 사실상 감감이 입찰이라고 비판한다. 입찰서에는 수량이 '4기 이내'로, 위치가 관내 상업지역 및 지하철역 광장, 전통시장 주변 등 법령에 따른 설치 가능 지역(※설치 위치 및 수량은 업체 선정 후 확정)으로 돼있다.

평가 기준의 수행실적 항목에 대해서도 문제를 제기하고 있다. 입찰서에는 사업주수실적이 7건 이상이면 만점인 10점, 4건 이하면 1점이다. 전자게시대 연간 광고매출액은 30억원 이상이면 만

점인 7점, 20억원 미만이면 0점이다. 업계는 이같은 평가 구간간의 과도한 점수차는 평가 기준의 비례성과 투명성 원칙을 훼손하는 것이라며 만점 기준에 해당하는 특정 업체를 의식한 맞춤형 기준이라고 비판하고 있다.

업계는 여러 업체 연명으로 국민신문고 민원을 의정부시에 정식으로 제기하고 입찰 재공고를 요구했다. 그러나 의정부시는 △지역 제한 확대는 의무 규정 아니므로 △광고단가 미제시도 민간투자 사업이어서 문제가 안되며 △평가 항목 배점 변경은 내부 검토과정에서 조정된 사항이라는 등의 이유를 제시하며 입찰을 강행했다.

그런데 지난 12월 12일 응찰이 이뤄졌음에도 이후 절차가 갑자기 중단돼 그 배경에 의문이 제기되고 있다. 입찰서에는 연말까지 평가를 마치도록 돼있다. 의정부시는 평가 절차를 중단한 이유와 향후 계획을 밝히지 않고 있어 의문을 키우고 있다.

업계에서는 특정 업체가 미비된 자격을 보완할 수 있도록 시간을 벌어주기 위해 절차의 진행을 중단한 것이 아닌가 의심의 시선을 보내고 있다.

# 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 불LED가 좌우로 회전하며 돌아가는 스텐포인트 / 택2 - 원형돌출 테두리에 불LED가 점멸 or 디밍되는 스텐포인트
  - 불LED 색상 : 적, 청, 녹, RGB(택1)
- ※ 실용신안등록 제품



제품 및 가격문의 : 각 지역 광고자재점

자세한 규격 및 사항은 홈페이지에서 **NAVER**



**(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

# 레미콘·굴착기 등 건설기계에 자기광고 가능해졌다

행안부, 개정 옥외광고물법 시행령 12월 16일자로 시행

구분	현행	개정
자기광고 가능 건설기계 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1종</li> <li>- 덤프트럭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8종 추가</li> <li>- 콘크리트믹서트럭, 트럭지게차 등*</li> <li>* 책임보험 가입을 통해 도로 주행이 가능한 건설기계(자동차손배법 시행령 제2조 준용)</li> </ul>
전광판 사용 가능 자동차 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3종</li> <li>- 영업중인 푸드트럭</li> <li>- 교통법규 단속차량</li> <li>- 교통시설 점검차량</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18종 추가</li> <li>- 구급차 등 긴급자동차 13종*</li> <li>* 도로교통법 제2조 준용</li> <li>- 시내버스·도시철도차량 등 대중교통수단 5종*</li> <li>* 대중교통법 제2조 준용</li> </ul>

옥외광고물법 시행령 개정안 주요 내용.

앞으로 콘크리트 믹서 트럭(레미콘 트럭)이나 굴착기에 광고 표시가 가능해지고, 노선버스와 구급차 등에 안내용 소형 전광판 사용이 허용된다.

행정안전부는 이러한 내용의 옥외광고물등관리법 시행령 일부개정령을 지난 12월 16일자로 시행한다고 밝혔다. 이번 시행령 개정은 건설경기 침체로 어려움을 겪는 건설기계 사업 종사자 등의 영업환경을 개선하기 위한 조치다.

개정령에 따르면 도로 운행을 위해 책임보험 가입이 의무화된 건설기계 9종까지 자기광고 집행이 가능해지게 된다. 이에 따라 옥외광고 허용이 확대된 건설기계 소유 기업이나 개인은 자가 사용중인 상호와 전화번호 등을 광고할 수 있다. 기존에는 교통수단이 용 광고의 경우 건설기계중에서는 덤프트럭만 유일하게 허용됐다.

자기광고가 허용된 9종의 건설기계는 △덤프트럭 △콘크리트 믹서트럭(

레미콘 트럭) △타이어식 기중기 △트럭 적재식 콘크리트 펌프 △트럭 적재식 아스팔트 살포기 △타이어식 굴착기 △트럭 지게차 △도로보수 트럭 △노면 측정 장비다.

국토교통부에 따르면 2024년 기준 국내 등록된 건설기계는 약 55만대에 이른다. 정부는 이중 절반 수준인 27만 5,000대에 광고가 부착될 것으로 예상하고 있다.



시행령 개정에 따라 자기광고가 가능해진 건설기계들.

전광판을 부착해 사용할 수 있는 교통수단의 범위도 확대됐다. 그동안은 영업중인 푸드트럭과 교통법규 단속차량, 교통시설 정비·점검 차량만 전광판 사용이 가능했다. 이번 시행령 개정에 따라 소방차·경찰차·호송차 등으로 교통법상 긴급자동차 13종과 노선버스, 도시철도 차량 등 대중교통법상 대중교통수단 5종에도 안내용 전광판 설치가 허용된다.

행안부는 이를 통해 긴급자동차는 긴급상황 정보를, 대중교통수단은 노선 정보를 주변에 보다 쉽게 알릴 수 있어 안전사고 예방과 교통정보 시인성 개선 효과가 있을 것으로 기대하고 있다.

행안부 관계자는 “시행령 개정을 통해 건설기계 사업 종사자의 영업활동에도 도움이 되고, 공익목적 자동차의 안전성과 편의성이 높아질 것으로 기대한다”며 “앞으로도 일선 현장의 규제 개선 요구와 불편 사항을 수렴해 관련 규제를 적극 개선하겠다”고 말했다. 신한중 기자

## 과천시, 지식정보타운 내 ‘옥외광고물 특정구역’ 지정 추진

옥외광고물 설치 기준 강화해 무질서한 광고 규제



과천시 지식정보타운 일대의 모습.

경기 과천시가 지식정보타운 내 무분별한 옥외광고물 확산을 막기 위해 ‘옥외광고물 특정구역’ 지정과 광고물 정비 시범 사업을 동시에 추진한다고 최근 밝혔다.

이번 특정구역 지정은 상업시설 입점 확대로 시트지 광고, 대형 간판, 강한 조명 등 불법 또는 과도한 광고물이 증가하며 도시경관 훼손 우려가 커진 데 따른 조치다. 특히 과천 신도시중 가장 먼저 조성되는 지식정보타운의 특성을 고려해 입주 초기부터 무질서한 광고 환경이 고착되지 않도록 선제 대응에 나선다는 방침이다.

우선 지식정보타운 전역을 옥외광고물 특정구역으로 지정할 계획이다. 지

정 이후에는 간판의 수량, 크기, 조명 사용 기준 등이 일반 지역보다 강화되며 기준 위반시 시정명령, 과태료 부과, 이행강제금, 행정대집행 등 단계별 행정처분이 이루어진다.

이와 함께 정비 시범 사업도 병행된다. 대상지는 공공주택지구 9개소 약 3만4,080㎡ 규모로 간판 디자인 컨설팅, 창문이용광고물 개선, 업종 맞춤형 디자인 제안 등이 진행된다.

옥외광고물 특정구역은 ‘옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률’에 따라 광고물의 종류, 모양, 크기, 색깔, 설치 방법 등의 허가 또는 신고 기준을 완화할 수 있는 제도다.

대형채널



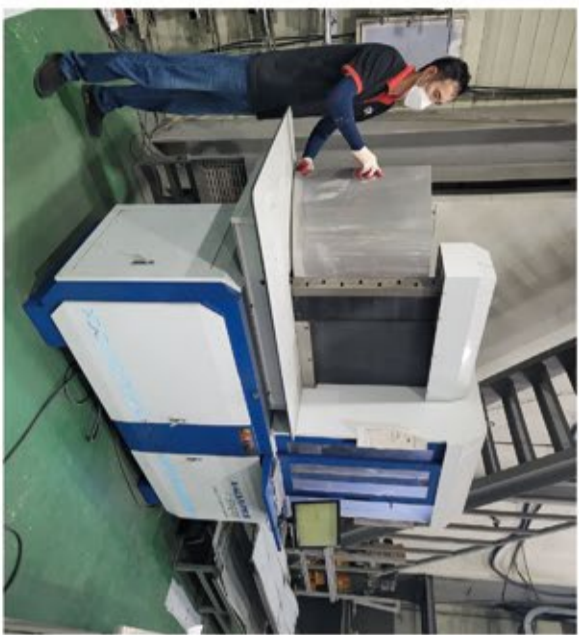
아크릴면발광



티타늄채널(골드스텐)



대형채널장비(600mm벤딩가능)



본사전경



전 · 후광채널



에폭시, 일체형 채널



# 오케이인코싱

[www.okinc.co.kr](http://www.okinc.co.kr)

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

# 옥외광고협회 28대 회장에 변중식 전 경기협회장

12월 9일 임시총회에서 대의원 만장일치 무투표 당선  
3월 정기총회때 취임... 임기는 3년



변중식 28대 회장 당선자(왼쪽 세번째)가 선관위 관계자들과 사진촬영을 하고 있다.

옥외광고 업종 최대 사업자단체인 한국옥외광고협회 중앙회 제28대 회장에 변중식(57) 전 경기도옥외광고협회 회장이 선출됐다.

협회는 지난해 12월 9일 서울 잠실 광고문화회관에서 대의원 임시총회를 열고 단독 출마한 변 후보를 투표 없이 만장일치 차기 중앙회장으로 선출했다. 선거총회에는 재적 대의원 361명 가운데 217명이 참석했다.

협회 선거관리규정은 중앙회장·시도협회장·지부장 및 감사의 선거에 있어서 입후보자 등록 마감후 입후보자가 1인인 경우에는 투표를 실시하지 아니

하고, 그 입후보자를 당선인으로 결정할 수 있도록 돼 있다.

변 당선인은 오는 3월에 개최될 중앙회 정기총회에서 취임식을 가질 예정이다 임기는 취임한 날부터 2029년 3월 정기총회때까지다.

변 당선인은 앞서 4대와 5대 경기도협회 회장을 지내면서 시도협회 사상 최초로 자체 회관을 마련하고 대출금 전액을 임기 내에 완납한 바 있다. 그리고 이번 중앙회장에 입후보하면서는 신림동 소재 중앙회관 건물의 재건립을 위한 TF팀 구성 및 운영을 공약으로 제시, 이목을 끌었다.

## 동의받지 않은 얼굴 사용 현수막 금지법안 발의

본인이 동의하지 않은 얼굴을 사용한 현수막이 금지될 전망이다.

김동아 국회의원(더불어민주당, 서울 서대문구갑)은 타인의 얼굴을 동의없이 활용한 혐오성 현수막이 난립하고 있는 문제 해소를 위한 옥외광고물법 일부개정안을 지난해 12월 16일자로 대표 발의했다.

현행 옥외광고물법은 범죄행위를 정당화하거나 음란·퇴폐적인 내용의 광고물은 금지하고 있으나 타인의 얼굴을 동의없이 사용하는 광고물에 대한 명확한 금지 규정은 마련돼 있지 않다. 이로 인해 명백한 초상권 침해 우려가 있음에도 불구하고 행정적 제재가 어렵다는 문제가 지속적으로 제기돼 왔다.

특히 최근 정치적 목적의 혐오 표현에 타인의 얼굴이 무단 활용되는 사례가 늘어나면서 초상권 침해는 물론 공공 질서와 사회적 갈등을 심화시킨다는 비판이 커지고 있다.

이번 개정안은 본인의 동의없이 타인의 얼굴이나 초상을 사용하거나 이를 합성한 이미지를 활용한 옥외광고물의

설치 및 표시를 금지하는 게 골자다. 이와 함께 공공장소에 게시되는 현수막이나 벽보 등 광고물이라 하더라도 특정 인물의 얼굴을 사진이나 합성 등 어떠한 형태로든 무단 사용해 비방·조롱·혐오를 조장하는 경우에는 명확히 규제할 수 있도록 하려는 취지를 담고 있다.

## 재직자 AI·디지털(AID) 집중과정

# AID 옥외광고 디자인·기획 과정



수강신청 바로가기

**수강 방법** K-MOOC(한국형 온라인 공개강좌)플랫폼 회원가입 후

강좌 → 
 재직자 AI·디지털(AID) 집중과정 → 
 AID 옥외광고 디자인·기획 과정 → 
 수강신청 → 
 수강

**운영 기간** 2025. 12. 29. (월) ~ 2026. 02. 20.(금)      **신청 기간** 2025. 12. 29. (월) ~ 2026. 02. 06.(금)



AID 옥외광고물법 분석 및 활용



AID 옥외광고물 제안서 제작 실무



AID 옥외광고물 디자인 실무

### AID 옥외광고물 디자인·기획 전문 인재 양성! 누구나 무료 수강 가능!

**문의처** 동서울대학교 평생교육원 / AID류음강좌 운영팀    Tel. 031-724-2382    E-mail. sjh8572@du.ac.kr



Happy New Year 2026

# 보상/할인 이벤트

행사기간 : 2026년 01월 31일까지 납품분에 한함

## New Head Q UANTUM

- 신형 8채널 퀀텀 헤드
- 최고출력속도 145m<sup>2</sup>/h (300x600 1Pass)
- MIMAKI 정품 트윈롤
- MWDT 기술로 압도적인 품질 구현



## Pigment

**NEW** Aqueous Pigment Inkjet Printer  
**JV330K-190**

소비자가 2,280만원 → **최대보상 500**만원

최대 보상이 프린터 TS34, JV300K(정상적용기)에 한함

## Solvent



**NEW** Solvent Inkjet Printer  
**JV200-160**

소비자가 1,880만원 → **최대할인가 1,580**만원

330엔진 탑재로 최소 3pl 잉크 방울 제어 / 실제 출력속도 22.0m<sup>2</sup>/h (600x1200 4pass)  
믿을 수 있는 압도적인 생산성 / 고정밀, 고밀도 인쇄로 아름다운 품질 표현

## UV-LED



UV LED Inkjet Print&cut  
**UCJV300-160**

소비자가 2,980만원 → **최대할인가 1,880**만원

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



**NEW** Solvent Inkjet Printer  
**JV330-160**

소비자가 2,980만원 → **최대할인가 1,880**만원

신형 8채널 퀀텀 헤드 / GREENGUARD GOLD 친환경잉크(ISO21 100%)  
미디어 체인저로 롤 3개 동시장착 / MWDT 기술로 압도적인 품질 구현



**NEW** UV LED Inkjet Print&cut  
**UCJV330-160**

소비자가 3,480만원 → **최대할인가 2,580**만원

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

## Cutting

### CG-60AR



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

소비자가 220만원 → **최대할인가 180**만원

### CG-130AR



소비자가 390만원 → **최대할인가 350**만원

### CG-130FX II Plus



ID CUT  
최대 커팅압력 500g  
최대소재폭 1,580mm  
최대커팅폭 1,300mm

소비자가 590만원 → **최대할인가 540**만원

보상 장비 별도 문의

2026년 01월 31일부로 이벤트 종료함 / 보상 프린터 기종 및 상태에 따라 보상이 상이함 / 자세한 상담은 담당 영업부에 확인 요망  
소비자가는 2025년 12월 기준 가격임 / 상기 금액은 VAT 별도가임 / 본 이벤트는 당사의 사정에 따라 예고 없이 변경 또는 종료될 수 있음

# 2026 광고시장 핵심 화두는 ‘DOOH’와 ‘AI’

CJ메조미디어 ‘2026 광고시장 트렌드 리포트’ 발행

“기술 진보와 규제 완화로 옥외광고시장 제2 전성기 맞아”



디지털 옥외광고를 활용한 3D 아나모픽 광고.



여러 개의 디지털 광고를 연동시킨 다중스크린 광고.



QR코드를 활용한 인터랙티브 옥외광고.

2026년 전체 광고 시장에서 디지털 옥외광고가 핵심 화두가 될 것이라는 전망이 나왔다.

CJ메조미디어는 광고 마케팅 시장의 최신 동향과 미래 전망을 집대성한 ‘2026 트렌드 리포트’를 최근 발행했다. 이 리포트에서는 2026년의 핵심 키워드로 △DOOH(디지털 옥외광고) △AI 마케팅 △발견형 커머스 △OTT를 선정하고 이에 대한 심층 분석과 전략적 제언을 담았다.

먼저 ‘DOOH’는 기술 진보와 규제 완화에 힘입어 제2의 전성기를 맞이했다고 분석했다. 전통적 옥외광고가 디지털 기술과 결합되면서 보다 다양한 크리에이티브가 가능해졌다는 점을 주요 이유로 꼽았다. 3D아나모픽과 다중스크린 연동 기술, 인터랙티브 마케팅

전략 등 새로운 기술이 DOOH를 통해 실현되면서 시장의 가능성이 날로 확대되고 있다는 내용이다.

시장 환경 측면에서도 유통사는 자사 리테일 미디어네트워크(RMN)와 옥외광고를 결합해 광고 사업을 넓히고 있으며, 빅테크 기업은 옥외광고에 AI와 빅데이터를 접목해 시장 내 경쟁 우위를 확보해 나가고 있다고 설명했다.

이러한 변화는 기존 프로그래매틱 디지털 옥외광고(pDOOH)를 넘어 AI와 머신러닝 기반의 AI pDOOH 시대로의 전환을 이끌 것으로 예측했다. 이를 통해 불특정 다수가 아닌 광고주의 타겟에게 최적화된 메시지를 전달하는 초개인화 DOOH 광고 집행이 가능해질 전망이다이라고 강조했다.

일례로 무선통신 기술을 이용해

DOOH와 모바일을 연동하는 사례를 설명했다. DOOH에 접근한 타겟에게 모바일 푸시 알림을 전송해 온라인 행동을 유도하고, 고객 데이터를 수집해 다시 마케팅에 활용하는 형태다. 이를 통해 유동인구를 잠재고객으로 전환시킬 수 있으며, 오프라인 광고에서부터 온라인 광고에 이어지는 통합 마케팅이 가능하다고 소개했다.

‘AI 마케팅’에서는 광고 운영, 콘텐츠, 미디어 등 산업 전반에 걸쳐 AI가 주도하는 광고 산업의 미래를 조망했다. 광고 운영 측면에서는 타게팅 설정부터 자동 입찰, 실시간 성과 측정까지 전 과정을 AI가 완전 자동화해 운영 효율과 성과를 동시에 극대화할 것으로 예측했다.

또 주목할 점은 자율적으로 추론하

고 행동하는 ‘에이전틱(Agentic) 커머스’로의 진화다. 사용자의 명령 없이도 AI가 선제적으로 상품을 제안하는 환경이 도래함에 따라 기업들이 AI 에이전트의 선택을 이끌어낼 수 있는 새로운 차원의 마케팅 전략을 수립해야 한다고 제언했다.

‘발견형 커머스’에서는 이커머스의 소비 패러다임이 구매 의도를 갖고 검색하는 목적형에서 콘텐츠를 즐기며 자연스럽게 상품을 접하는 발견형으로 급변하고 있음을 짚었다.

주요 플랫폼들은 라이브 커머스와 커뮤니티 서비스 등 고객 참여형 콘텐츠를 도입하거나 이용자 관심사에 기반한 숏폼 콘텐츠를 제공해 소비자가 자연스럽게 상품을 발견하도록 유도하고 있다. 이러한 발견형 커머스의 핵심 동력으로 AI 추천 기술을 꼽았으며, 고도화된 기술력이 향후 발견형 쇼핑 플랫폼의 발전을 가속화할 것이라 내다봤다.

## 베테랑 공무원이 안내하는 옥외광고 업무의 길잡이 중구청 장성진 팀장 ‘시행령 중심 옥외광고업무 실무’ 서적 출간

국내 옥외광고 시장은 디지털 옥외광고, 옥외광고물 자유표시구역 조성 등으로 새로운 도약기를 맞이하고 있다. 하지만 업무 현장에서는 관련 법률에 대한 해석 여부와 실무 담당자들의 정보 부족으로 인해 행정기관과 옥외광고 사업자간에 갈등이 야기되는 경우가 많다.

이런 일선 현장의 혼란과 갈등을 최소화할 수 있도록 정확한 법 정보와 실무 노하우를 제공하는 ‘광고물법 시행령 중심 옥외 광고물업무 실무’ 책이 출간됐다. 이 책은 명확한 정보 제공을 통해 옥외광고물법이 실효성있게 적용될 수 있도록 돕는

것을 목적으로 간행됐다.

행정안전부에서 발간 배포한 ‘옥외광고물법 해설’을 기반으로 법령 정보를 비롯해 다양한 판례, 법령 해석 사례, 질의 회신 사항 등 실무에서 발생하는 여러 쟁점들을 알기 쉽게 풀어서 담았다.

저자 장성진은 서울 중구청에서 20년 이상 옥외광고물 업무를 전담했던 이력을 지닌 옥외광고 행정 전문가다.

그가 이 책을 쓰게된 계기는 불분명한 정보와 모호한 법 언어로 인해 행정기관과 산업계 사이에서 발생하는 문제들을 해소하고 싶어서다.

또한 법을 왜곡해 사리를 취하는 소수의 사업자들로 인해 문제가 생기는 일도 왕왕 발생하는 만큼 공무원과 산업 관계자 모두에게 정확한 정보와 실천적 노하우를 제공하고 싶었다는 게 그의 저술 취지다.

“서울 중구는 상업지역이 가장 넓게 분포한 관계로 광고물이 집중된 도시로 옥외광고물 관리의 중요성과 복잡성을 가장 단적으로 보여주는 공간입니다. 이곳에서의 오랜 업무를 통해 쌓아온 지식과 경험을 담았습니다. 저의 책이 일선 현장의 공무원들과 산업계 관계자 모두에게 조금이나마 보탬이 되길 바랍니다.”



‘광고물법 시행령 중심 옥외광고업무 실무’ 서적.

이 책은 오랜 기간 옥외광고 업무만을 담당했던 베테랑 공무원이 안내하는 옥외광고 업무의 길잡이자, 실천적 지침서다. 신한중 기자

**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**

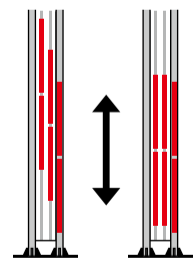
- 현수막 하강시 그대로 내려옴
- 공간이 협소하여도 설치가능
- 기둥내에서 움직이므로 보행자 위험없음
- 현수막이 그대로 내려와 탈부착 용이

**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

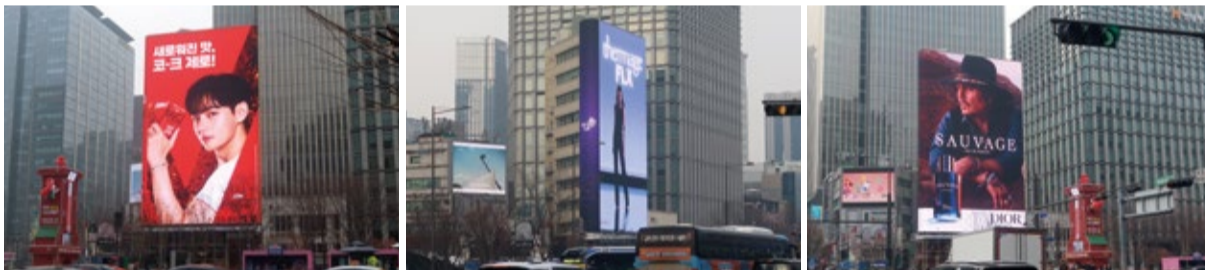
※ 위 제품들은 특허등록된 제품으로 무단 제작시 민,형사상의 책임을 묻겠습니다.

# 아이딘컴, 중소기업 최초 자유구역 매체 구축 '쾌거'

## 세광빌딩 외벽에 광화문스퀘어 4호 디지털 옥외광고물 설치



아이딘컴이 구축한 광화문 세광미디어의 모습.



다양한 각도에서 매체를 바라본 모습.

광화문스퀘어는 제2기 옥외광고물 자유표시구역 3곳 가운데 현재 가장 속도감있게 매체 조성이 이뤄지고 있는 공간이다. 다른 구역들이 1호 매체 론칭 이후 정체돼 오고 있는 동안 이곳에서는 벌써 4호 매체가 불을 밝혔다. 특히 이번 4호 매체인 세광빌딩 미디어는 1기와 2기 옥외광고물 자유표시구역을 통틀어 대기업의 관여없이 중소기업 LED전광판 전문기업이 단독으로 제작과 설치의 전과정을 수행한 최초의 사례라는 점에서 관련 업계의 이목이 집중되고 있다.

### ▲아이딘컴만의 독자 기술력으로 압도적 화질 구현

LED전광판 제작업체 아이딘컴은 광화문 세광빌딩(세종로 201-1)에 디지털 광고물인 '세광미디어' 설치를 완료하고 시범운영을 시작했다고 최근 밝혔다. 세광미디어는 기설치돼 있던 옥상 광고물을 철거하고 벽면형 디지털 광고물로 신규 구축한 사례다. 운전자 영향 평가, 인근 문화재 영향 평가 등 다층적으로 진행된 행정 및 안전성 검토를 완료하고 독자적인 설계를 통해 새로운 매체로 거듭났다.

세광미디어는 22.18×30.47m 사이즈의 초대형 LED전광판이다. 건물 3층부터 12층까지의 전면부 전체와 측면 일부를 커버하는 형태로 설치됐다. 전체 스크린 면적은 675㎡로 앞서 광화문 일대에 설치된 매체들에 비해 다소 작지만 주목도는 결코 떨어지지 않는다. 압도적인 화질을 보여주는데다 삼각형에 가까운 건물 모서리를 동그랗게 감싸는 독특한 커브드 스크린 구조로 강력한 임팩트를 구현한다.

아이딘컴에 따르면 스크린에는 피치 간격 10mm의

고집적 LED모듈을 적용해 고해상도 화질을 보여준다. 또한 경쟁 매체들의 화면 밝기가 8,000~1만cd/㎡ 수준인 것에 비해 최대 1만2,000cd/㎡의 고휘도 LED가 사용돼 강한 직사광이 내리쬐는 한낮에도 또렷하고 깨끗한 화면을 구현한다. 또한 시야각에 따라 시인성이 떨어지는 것을 개선하기 위해 모든 LED패키지에 초소형 광각렌즈를 장착해 측면부에서의 휘도저하를 방지한 것도 특징이다. 따라서 어느 방향에서라도 아주 선명한 영상을 볼 수 있다.

### ▲20cm 초슬림 구조에 내구성·안전성까지 확보

세광미디어는 차별화된 기술력이 단순히 눈에 보이는 것 이상으로 잘 적용된 사례다. 삼각기둥에 가까운 특이한 건물 구조로 인해 급격한 커브드 스크린의 구현 자체가 매우 난해했던데다 건축법 문제로 전광판의 두께가 약 20cm에 불과한 초슬림으로 설계돼야 했던 까닭이다. 이런 구조적 난제를 해결하면서도 내구성과 안전성 문제까지 완벽하게 해결해야 했다. 때문에 오랜 기획끝에 여러 부분에 새로운 방식의 설계를 반영했다.

우선 급격한 곡률을 가진 삼각형 형태의 모서리를 감싼 부분에는 범용 제품이 아닌, LED가 빛살처럼 펼쳐지는 형태의 LED모듈을 새롭게 개발해 장착했다. 이 형태를 통해 LED광원의 각도 차이로 인해 발생하는 단차 및 왜곡을 최소화하고 자연스럽게 연결되는 화면을 완성했다.

또 한 가지 핵심적 특징은 초슬림 구조다. 이 전광판은 두께가 20cm에 불과하다. LED전광판이 돌출

돼 건축법에 따른 건축한계선을 침범하는 것을 방지하기 위해 최대한 얇게 했다. 일반적인 대형 옥외 LED전광판이 통상 수십cm 이상의 두께로 제작되는 것을 감안하면 매우 난이도가 높은 설계라는데 회사측의 설명이다.

이 문제의 해결을 위해 아이딘컴은 LED디스플레이 후면에 면방열을 할 수 있도록 면방열 방식을 채택하고 상부에서 하부로 공기 순환이 진행되는 독자적 방열 구조를 새롭게 개발, 적용했다. 이를 통해 전광판의 두께를 대폭 줄이면서도 효율적인 방열이 이뤄지도록 했다. 안전성과 효율을 높이는 기술도 다양하게 적용됐다. 절전형 시스템을 적용해 소비전력이 650W/㎡ 수준으로 에너지 부담을 완화했고, 방열을 최소화하는 시스템을 적용했다. 또한 ㎡ 단위로 총 770개의 온도센서를 장착해 디스플레이 구간별 온도를 실시간으로 모니터링할 수 있다. 과열 등의 문제로 화재가 발생할 경우를 대비한 자동소화장치도 탑재했다. 전광판 내부에서 스파크가 발생하더라도 15초 안에 즉각적인 소화작업이 진행되기 때문에 최고 수준의 안전성을 확보했다.

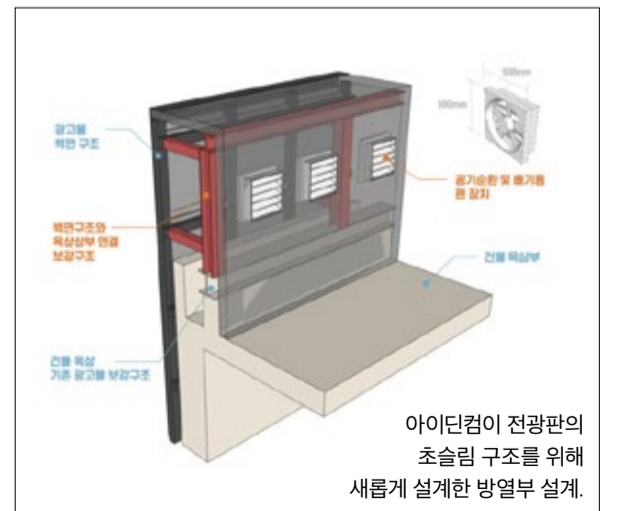
### ▲광고용 LED전광판 선도기업 위상 재확인

아이딘컴은 지난 2001년 창립한 이후 국내 옥외광고의 디지털화를 견인하는 주요한 역할을 해 왔다. 특히 국내 첫 초대형 세로 LED전광판인 강남구 신사동의 S&S전광판을 필두로 세로형과 커브드 등 특수구조의 LED전광판 분야에서 국내 최고 수준의 입지를 쌓아 왔다. 실제로 국내 광고용 LED전광판의 상당수가 이 회사의 기술을 통해 완성됐다.

특히 이번 세광미디어 프로젝트를 성공적으로 완료함에 따라 옥외광고 분야에서는 명실상부한 선도업체로 거듭났다는 평가다. 디스플레이 대기업인 삼성과 LG가 독식해 온 옥외광고물 자유표시구역 매체를 구축했다는 점에서, 세광미디어는 지금까지 설치된 자유표시구역 매체 10여기 중 중소기업이 직접 수주·제작·설치한 첫 사례다.

아이딘컴 황석규 대표는 "세광미디어는 초슬림 구조와 곡률이 매우 높은 곡면형 설계, 고휘도 광학설계 등을 동시에 이뤄낸 사례로 국내는 물론 해외에서도 전례를 찾기 어려운 시도였다"면서 "세계가 주목하고 있는 대한민국 옥외광고물 자유표시구역에서 우리의 기술력을 알리는 계기가 된 만큼 앞으로도 기술개발에 더욱 박차를 가할 것"이라고 밝혔다.

신한중 기자



아이딘컴이 전광판의 초슬림 구조를 위해 새롭게 설계한 방열부 설계.



See more work

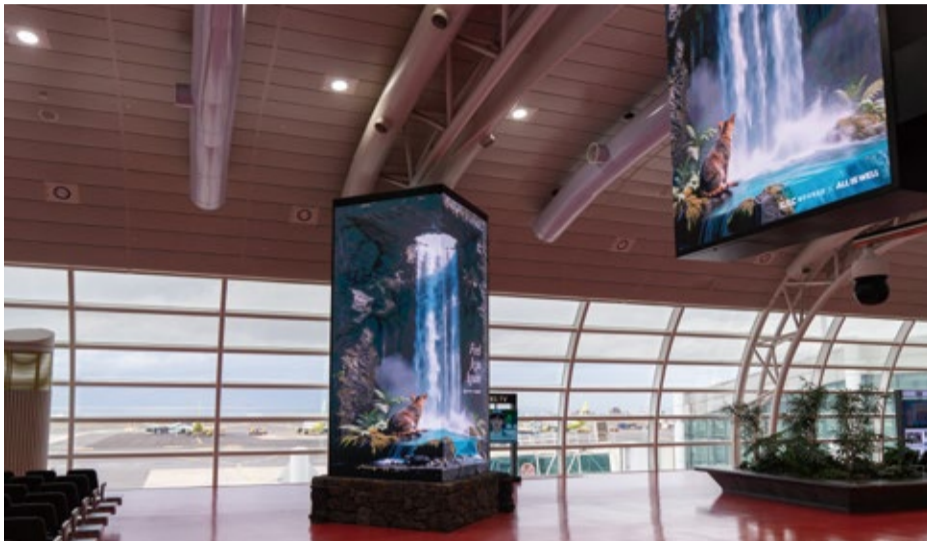
[www.idincom.com](http://www.idincom.com)

# LED DISPLAY INSTALLATION IN KOREA

# 올이즈웰의 도전은 계속된다... 제주공항 새 광고환경 완성

## 국내선과 국제선 통합 광고사업권 확보... 사업기간 5+5년

### 국제선 랜드마크 디지털광고 등 신규매체 완공하고 마케팅 강화



제주공항 국제선에 신규 설치된 미디어칼럼(왼쪽)과 양면 플래그 디지털광고.

제주공항을 글로벌 넘버원 광고 명소로 도약시키기 위한 올이즈웰의 도전이 계속된다.

지난 2023년 국내선의 노후된 광고 매체들을 첨단 사양과 세련된 디자인의 디지털광고로 변모시켜 화제를 모았던 올이즈웰이 최근 국제선에도 새로운 디지털광고를 선보이며 놀라운 풍경을 만들어 냈다.

올이즈웰은 지난 연말 국내선과 국제선 광고를 통합해 치러진 '제주국제공항 광고물 운영자 선정' 입찰을 통해 5종 74기의 광고물에 대한 사업권을 확보했다. 연간 약 40억원 수준의 임대료를 납입하는 조건이다. 영업기간은 사업 개시일로부터 5년이며, 추가 5년의 연장계약이 가능하다.

올이즈웰은 작년 하반기 기설치 매체의 보수작업 및 신규 디지털광고 설치를 완료하고 공격적인 영업에 나섰다.

#### ▲국제선 최대 밀집 구역의 새 랜드마크 '이목'

회사가 이번 사업권 확보 이후 가장 역점을 둔 부분은 국제선 매체의 랜드마크화(化) 작업이다.

국내선 매체의 경우 3년 전 대대적인 디지털 리노베이션 작업을 완료한

만큼, 이번에는 국제선의 매력도를 높이기 위한 매체 개발에 역점을 뒀다. 특히 제주공항 국제선 이용객이 꾸준히 확대되고 있는 만큼, 이들을 사로잡을 수 있는 새롭고 매력적인 매체 개발이 필요했다는게 회사측의 설명이다.

제주도관광협회에 따르면 지난 12월 31일을 기준으로 2025년 누적 관광객 수는 1,384만6,961명으로 집계되며 4년 연속 1,300만명을 넘어섰다. 특히 국제선을 이용하는 외국인이 224만 4,169명으로 전년(190만7,945명)보다 17.7% 급증했다. 이처럼 국제선 이용이 확대됨에 따라 공항의 심미적 환경 변화도 중요한 과제가 됐다.

올이즈웰은 한국공항공사와의 긴밀한 협의를 거쳐 국제선 출국장과 입국장 등 주요 구역에 새로운 형태의 미디어 랜드마크 시설들을 구축했다. 국제선 일대 환경 개선과 더불어 광고 수익을 극대화하기 위해서다.

특히 주목할 매체는 국제선 면세점 앞 로비에 신규 설치된 기둥형 랜드마크 매체 '미디어칼럼(Media Column)'이다. 4각 기둥 구조에 4면 디스플레이가 적용된 이 디지털광고는 실내 미디어 중에서는 대형 사이즈와 세련된 디자인으로 압도적 위용을 자랑한다.

또한 근접 거리에 위치하게 되는 공항의 공간적 특성을 고려해 매체의 해상도도 최고 수준으로 끌어 올렸다. 따라서 가까이에서도 선명한 고화질 화면을 볼 수 있다. 4면의 기둥 전체를 둘러싼 화면이 베젤없이 자연스럽게 이어지기 때문에 심미성이 좋은데다 스크린의 확장 효과도 크다. 이용객이 반드시 거쳐야 하는 구간에 위치하고 있기 때문에 매체의 매력도도 높다.

미디어칼럼 인근 상단 벽면에는 플래그 타입 대형 양면 디지털광고물 3기도 추가했다. 미디어칼럼과 3기의 디지털 플래그 광고는 서로 연동돼 독립 또는 연계 등 다양한 방식으로 운영 가능하다. 상업 광고와 더불어 제주도의 사계절을 표현한 미디어아트 콘텐츠를 송출하는 갤러리로도 활용되면서 공항 이용객들의 사랑을 받고 있다.

이외에도 국제선 1층 도착장 수화물 센터 상단의 대형 디지털광고 및 2층 입국장 벽면 광고를 최신 사양의 디지털 디스플레이로 개선했다.

올이즈웰 한주원 대표는 "제주공항 국제선은 중국과 대만, 일본 등 아시아권에서 찾는 관광객들이 많은 공간으로 이들을 타깃으로 한 광고가 가능하다"며 "기존 국내선 매체와 연계해 다각적인 마케팅을 전개하고 있다"고 밝

혔다.

#### ▲세계 최고 하늘길 '김포~제주'의 통합 광고기업으로 '우뚛'

'김포~제주' 노선은 전 세계에서 단일 노선으로 가장 많은 사람이 이용하는 항공노선이다.

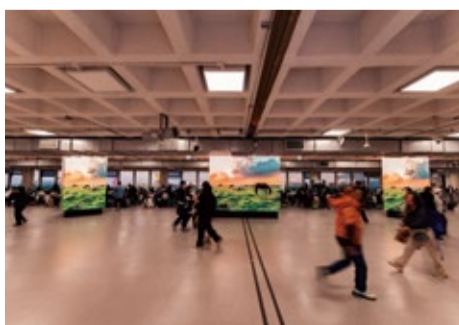
국제항공운송협회(IATA) 통계에 따르면 김포~제주 노선은 운항 규모와 회전율 모두에서 전 세계 장거리·중거리 간선 노선을 수 배 이상 따돌렸다. 수송량뿐 아니라 회전율과 운항 편수에서도 타 노선을 압도하고 있다.

올이즈웰은 작년 김포국제공항 국내선과 국제선 광고사업에 이어 제주 국내선·국제선 사업까지 따내면서 세계에서 가장 이용량이 많은 하늘길의 광고를 오롯이 확보하게 됐다.

특히 제주공항의 경우 최근 비행기 티켓 확보가 어려울 만큼 제주 관광이 성황을 이루는데다, 주요 광고 매체들도 핵심적인 위치에 잘 배치돼 있어 광고 매력도가 급상승했다는 평가를 받는다. 또한 이용객 대부분이 소비 성향이 강한 20~40대인데다, 국내 대기업 관계자와 제주국제학교 학부모 등 구매력이 높은 VIP급 이용객들도 많다. 이에 글로벌 브랜드들도 제주공항을 핵심 마케팅 스페이스로 보는 경향이 점점 확대되고 있는 분위기다.

한주원 대표는 "제주공항은 이용객 집중도가 인천공항의 7배에 이를 만큼 이용객이 좁은 장소에 집중돼 도달률이 매우 높은 특징을 갖고 있다"면서 "김포~제주 노선의 출발지 겸 도착지인 두 공항의 시너지를 극대화해 공항광고의 위상을 도약시킬 계획"이라고 강조했다.

신한중 기자



국내선 광고 매체들의 모습.



서울의 핵심지역을 당신의 브랜드존으로

# 올림픽대로와 여의도 그 중심에서 로드블럭 여의12를 만나보세요

# 옥외광고 표준화 첫발... 새 분류체계·측정지표 마련

## 옥외광고센터 “표준화는 당면 과제... 모두의 합의와 신뢰가 중요” 강조



작년 12월 16일 개최된 '옥외광고 효과지표 표준화 얼라이언스 성과공유회' 현장.



주제 발표 이후 김대원 한국OOH협회 부회장(왼쪽 끝)과 천용석 옥외광고센터 수석연구원(왼쪽 두 번째)이 토론을 진행하고 있다.

옥외광고의 효과 분석은 옥외광고 시장의 역사 만큼이나 다양한 시도가 이뤄져 왔지만 지금까지 의미있는 결과로 이어지지 못했다. 불특정 다수에 대한 광고효과를 정교하게 측정할 수 있는 기준이 모호한데다, 측정 방식도 기업·매체별로 상이해 공신력 확보가 어려웠던 까닭이다. 이런 가운데 옥외광고 효과 측정에 대한 산·관·학의 오랜 논의가 일부 성과로 나타나 주목된다.

한국옥외광고센터(이하 센터)는 '옥외광고 효과지표 표준화 얼라이언스 성과공유회'를 작년 12월 16일 서울 중구 프레스센터에서 개최했다. 이날 행사에서 센터는 옥외광고의 체계적 분류체계와 효과 측정에 대한 새 기준을 제시하는 한편, 이를 기반으로 한 '옥외광고 통합 데이터 플랫폼'을 첫 공개했다.

지난 2024년 2월 센터를 중심으로 출범한 표준화 얼라이언스는 옥외광고 효과 측정의 표준화를 통한 산업 성장을 목적으로 하는 조직이다. 광고대행사 및 매체사, 애드테크 기업, 공공기관 등 약 40여개 주체가 참여하고 있다.

차병준 센터장은 “옥외광고 효과를 과학적으로 측정하는 것은 업계의 오랜 숙제”라며 “이번 표준화 성과가 옥외광고 시장이 더욱 투명하고 효율적인 데이터 기반 시장으로 나아가는 계기가 되길 바란다”고 말했다.

### ■“표준화는 글로벌 빅 트렌드... 성장의 기반 될 것”

행사는 한국OOH협회 김대원 부회장(포도미디어네트워크 대표)의 ‘글로벌 옥외광고 효과측정 트렌드’ 발표로 시작했다.

김 부회장은 먼저 글로벌 옥외광고 시장의 변화와 한국 시장의 위상 변화를 짚었다. 지금 한국은 세계 최고 수준의 옥외광고 하드웨어를 기반으로 세계가 주목하는 시장으로 성장했다. 그러나 프로그래매틱 거래 등 소프트웨어 측면에서는 글로벌 선도 그룹의 수준에 미치지 못하고 있다는 점을 지적했다.

발표에 의하면 코로나 팬데믹 이후 효과측정 표준을 도입한 미국·영국·호주 등의 국가는 옥외광고 시장 회복 속도가 빠르고 이후의 성장률도 굉장히 높지만, 관련 준비가 미흡했던 일본은 업황을 회복하는 데 굉장한 어려움을 겪고 있다. 그만큼 세계적으로 표준화의 중요성이 강조되고 있는 시점이라는 설명이다.

김 부회장은 “우리도 옥외광고 시장이 중요한 전환점에서 있는 만큼 산업 전체가 참여하는 단일 거래 기준을 먼저 만드는 것이 무엇보다 중요한 상황”이라며 “이제 효과측정 데이터는 단지 기술이 아닌, 시장을 움직이는 성장 동력이 될 것”이라고 말했다.

이어 “완성형 표준화 모델의 개발은

장기적 과제가 될 수밖에 없으며, 기술보다 더 중요한 것은 기준에 대한 업계의 합의와 신뢰”라고 표준화의 중요성을 강조했다.

### ■3가지 지표 활용해 객관적·과학적 데이터 도출

센터 천용석 수석연구원은 ‘옥외광고 효과측정 기준 데이터’ 발표를 통해 얼라이언스 차원의 표준화 개발 성과와 주요 방향성을 소개했다.

우선 새로운 분류 체계를 소개했다. △설치위치(Oudoor, Indoor, Vehicle) △움직임(Fixed, Mobility) △시야거리(Long, Close) 3개 기준으로 나눠서 효과 분석이 용이하게 했다. 일례로 건물 벽면의 대형 전광판은 OFL(Oudoor, Fixed, Long, 옥외 고정형 장거리 매체)로 규정하게 된다.

효과 측정에 있어서는 △유동인구(Traffic) △노출인구(Exposed Audience) △주목인구(Attentive Audience)의 3단계 지표를 기준으로 세웠다.

1단계 유동인구는 매체 반경 안에 존재하는 잠재적 인구에 대한 조사로 매체의 형태와 크기에 따라 반경의 규모를 조정해 측정한다. 2단계 노출인구는 물리적으로 매체를 뚜렷하게 볼 수 있는 거리 내에 있는 인구의 측정값이다. 3단계에서는 비전 AI와 카메라·센서 등의 기술을 활용해 1초 이상 유의미하게 광고를 바라본 인구를 조사해 최종 결과값을 도출한다.

천 수석연구원은 “옥외광고 업계에는 너무 많은 용어와 정의들이 산재돼 있어 통합적인 분류 체계를 만들게 됐다”면서 “또한 글로벌 가이드라인의 표준화 방식과 결을 맞추면서도 국내 환경의 특수성을 감안해 최적화된 효과측정 기준을 만들려고 노력했다”고 말했다.

이론의 검증을 위한 실증 작업도 진행했다. 서울 강남대로와 강남역, 부산 주요 거점을 테스트베드로 구축하고 얼

라이언스 소속 기업들의 역량을 집결해 주요 데이터를 확보했다. 통신 관련 기업(SKT, KT, 포도미디어)의 유동인구 데이터와 애드테크 기업(모토브, 이모티스, 피치에이아이)의 와이파이 센싱 데이터, AI 기반 기업들(애드, 사운드그래프, 스페이스비전에이아이)의 데이터까지 다양한 형태의 정보를 결합·보정해 신뢰도 높은 효과측정 데이터를 완성했다.

천 연구원은 “테스트베드를 통해 다양한 이종 데이터를 통합하는 알고리즘을 개발하는 등 최선을 다하고 있지만, 우리의 방식만이 정답이라고 할 수는 없다”며 “표준화의 핵심은 결국 협의와 합의인 것이고, 다함께 해답을 찾아가는 과정”이라고 강조했다.

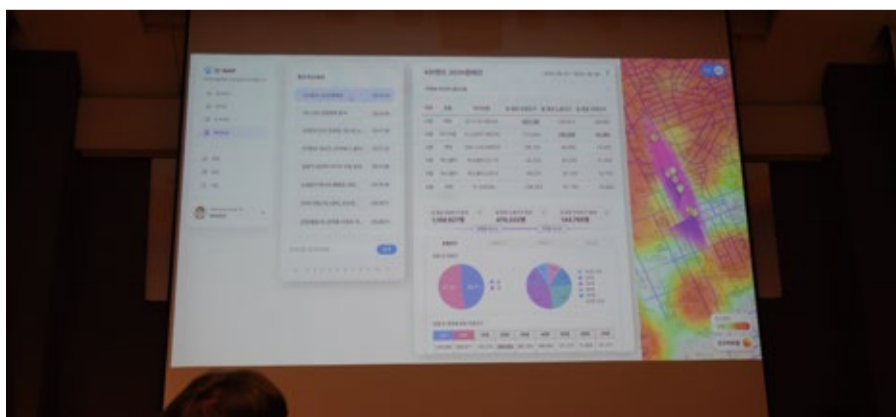
### ■‘통합 데이터 플랫폼’ 프로토타입도 시연... 연내 상용화 목표

행사의 대미는 ‘옥외광고 효과 분석 데이터 통합 플랫폼’의 공개였다. 이 플랫폼은 지도(네이버 로드맵)상에서 매체의 형태·위치·가시거리 등을 한눈에 볼 수 있는 인터페이스를 갖췄다. 여기에 얼라이언스 차원에서 개발한 효과 측정 데이터가 적용되는 방식이다.

총 노출수(Total Impressions)와 평균 주목률(Avg Attention Rate), 성별·연령별 인구통계(Demographics) 정보 등을 연동함으로써, 매체의 외적·지리적 정보뿐 아니라, 다양한 광고효과 측정 데이터를 통해 매체를 다각적으로 분석할 수 있게 돕는다. 사용자가 필요한 매체를 선택해 저장하면 그에 대한 자료는 리포트 형태로도 받아 볼 수 있다.

천 연구원은 “현재는 프로토타입으로 올 상반기중 상용화를 목표로 진행하고 있으며, 얼라이언스 소속 기업은 누구나 사용할 수 있는 방식으로 운영될 것”이라고 설명했다.

신한중 기자



‘옥외광고 효과 분석 데이터 통합 플랫폼’의 시연 장면.

# 전국 지자체 전자게시대 | 전자현수막

## 설치 및 유지관리 광고운영 전문회사



친환경·고효율 홍보매체

☎ 02-711-3737

전자현수막

문의 ☎ 1533-0570

### 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

# 한국경제신문, 잠실야구장 광고매체 수성(守城)

연간 사용료 152억7,700만원 적어내 사용권 재확보



잠실 야구장 전경

LG스포츠가 작년 12월 11일자로 공고한 잠실야구장 광고 입찰에서 기존 운영사인 한국경제신문이 또 한 번 수성에 성공했다. 잠실야구장은 LG트윈스와 두산베어스가 공동으로 사용하는 홈구장으로 국내 프로야구를 대표하는 상징적 스포츠 시설이다.

1년 사용료에 대한 최고가 입찰로 진행된 이번 입찰에서 한국경제신문은 예가 88억7,500만원의 172%에 이르는 152억7,700만원을 적어내 사용권을 재확보하는데 성공했다.

계약기간은 2026년 1월 1일부터 2027년 12월 31일까지 2년이다. 단 '잠실 스포츠 및 MICE 복합공간 조성 민간투

자사업'의 진행 상황에 따라 조기 종료 가능성이 있다.

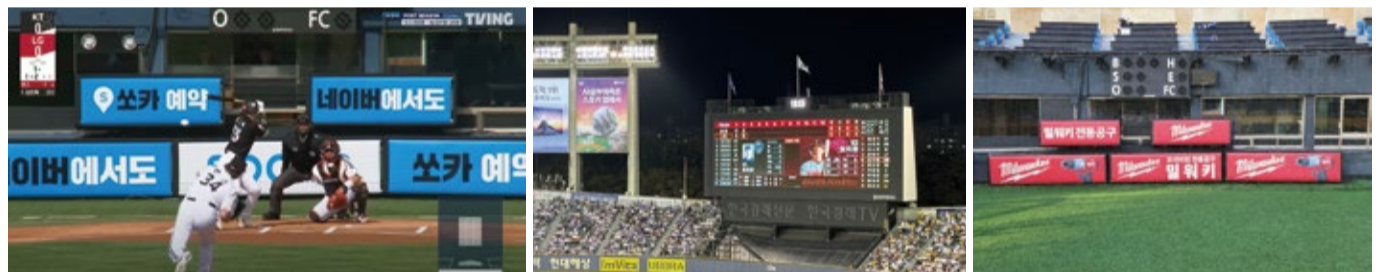
이 사업의 광고 물량을 구체적으로 살펴보면 △본부석 회전식보드 △본부석 현수막 △외야 LED전광판 △외야 하단의 트라이비전 △조명탑 고정식 보드 △덕아웃 바닥 페인팅 △불펜 벽면 고정식 보드 △파울 풀대 고정식 보드 △그라운드 페인팅 광고 등 야구장 내 40여종의 광고물이다.

프로야구는 정규시즌 관중수가 1,200만명을 넘어서는 등 흥행 열기를 이어가고 있다. 이런 야구의 인기만큼이나 잠실야구장 광고 또한 입찰이 등장할 때마다 옥외광고 업계의 관심을 집중시키는 대형 사업권이다.

특히 스포츠 전문 유선방송과 스마트폰의 대중화로 매체가 방송과 온라인에 등장하는 빈도가 많다는 점도 잠실야구장 광고의 인기가 높은 이유다.

그중에서도 본부석 자리에 있는 A보드의 경우 30개 가량의 광고가 시간대별로 돌아가는데 이 매체가 잠실야구장의 핵심이라고 할 수 있다. 특히 최근에는 쇼츠 영상들에 대한 화제성도 높아지면서 오프라인 이상으로 온라인 광고로서의 효과도 높아지고 있다는 분석이다.

특히 야구장의 주요 관람객인 20~30대는 현장 경험을 SNS를 통해 빠르게 확산시키는 데 익숙하고, 굿즈 소비와 브랜드 협업 콘텐츠에 대한 반응도 높아 광고 효과의 파급력이 크다는 평가를 받는다. 신한중 기자



잠실 야구장 내의 광고매체들.

# LED광고판 단 배달 오토바이 강남 달린다

우아한청년들, LED배달통 단 전기 이륜차 100대 시범 운영



실증특례가 시작된 배달의민족 LED배달통 광고.



배달의민족의 배달 오토바이가 이동하는 광고판으로 활용된다.

배달의민족 물류서비스를 전담하는 우아한청년들은 작년 12월 11일 'LED 배달통 이륜차 출고식'을 갖고 서울 강남3구(강남·서초·송파)를 중심으로 초기 100대 규모의 실증 운영을 시작했다.

이 배달통 광고는 작년 11월 국토교통부와 한국교통안전공단으로부터 '이륜차 LED 배달통을 활용한 광고서

비스'에 대한 규제샌드박스 실증특례 승인을 받은 이후 처음 공개되는 모델이다. 직육면체 형태의 배달통 좌우 2면에 적용된 LED스크린을 통해 텍스트와 이미지 광고를 송출하는 기능이 탑재됐다. 사전에 LED 패널 휘도 기준과 전자파 적합성 등 각종 안전검사를 통과하며 기술적 검증을 마쳤다.

회사측에 따르면 시범운영 기간 동안 우선 LED배달통을 활용한 안전 메시지 송출과 야간 시인성 개선 효과를

실증한다. 야간 배달시 어두운 조명으로 인해 발생하던 이륜차 식별 문제를 해결하고 사고 예방 데이터를 축적하는 것이 1차적 목표다. 아울러 LED배달통 광고의 효과에 대해서도 다각적인 검증을 추진한다.

우아한청년들은 실증 기간 동안 축적되는 데이터를 기반으로 LED배달통의 효과를 면밀히 분석하고 관계기관과 제도 개선 방향을 논의한다는 방침이다. 실증 결과에 따라 운행 지역과 규모의 단계적 확대도 추진한다. 향후에는 광고 수수료 제공을 통해 라이더의 추가 수입원 확보도 가능해지도록 운영한다는 계획이다.

한편, 옥외광고 업계는 이번 배달통 광고가 뉴코앤드윈드의 '디디박스'를 모태로 한 것으로 보고 있다.

뉴코앤드윈드의 디디박스는 오토바이 배달통에 LCD 디스플레이와 무선 통신망을 장착해 실시간 광고 송출이 이뤄지는 배달통 광고로 국내외 해외 다수 국가에 특허가 등록됐다. 당시 실

정법상 운영이 불가함에 따라 2019년 규제샌드박스를 신청해 '실증특례 1호'로 서비스로 선정됐다.

회사는 2022년 일부 지역에서 실증특례를 진행하기도 했지만, 우여곡절을 겪으며 같은 해 딜리버리히어로와 디디박스 생산·판매·전산통합 및 운용에 관한 LOI(Letter of Intent)를 체결했다. 딜리버리히어로는 독일에 본사를 둔 세계 1위 배달 전문기업으로 2019년 배달의민족을 인수했다.



2019년 실증특례를 받은 뉴코앤드윈드의 '디디박스'.

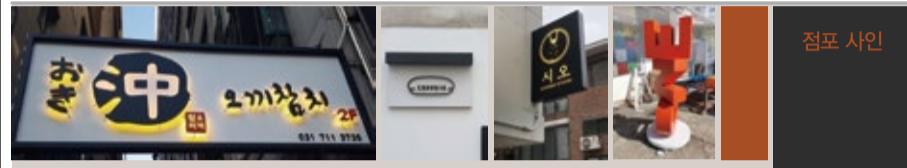
### 다양한 사인 제작/시공 노하우

“ 30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



### 맞춤형 공공사인 제작/시공

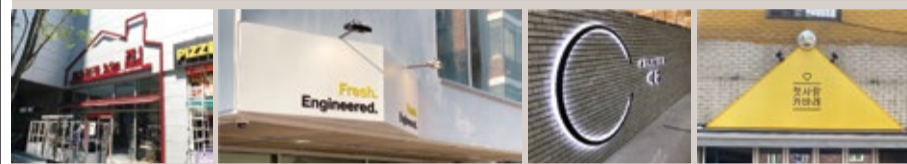
“ 30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



점포 사인



게이트 사인



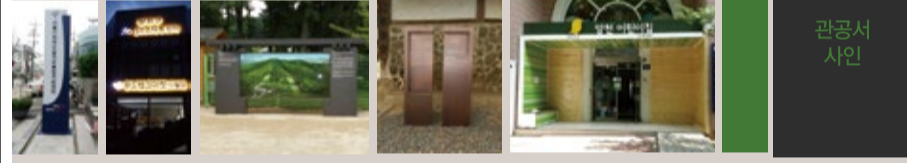
공공시설 1



기업 / 체인점 사인



공공시설 2



관광서 사인



경관조명

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



게시, 철거  
3분 이내

현수막 게시대의 혁신,  
쉽고, 빠르고, 안전하게!

### 『저단형 현수막 게시대』

“ 30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



### 『맞춤형 조형물 제작/시공』

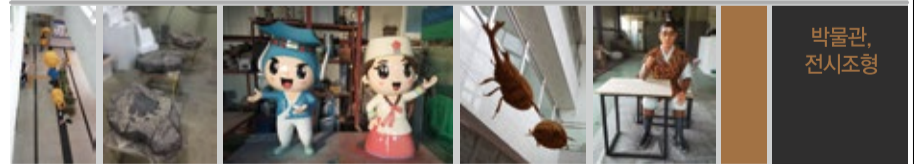
“ 높은 작품성과 축적된 기술로 가치를 높이는 조형 수연아트가 함께합니다.”



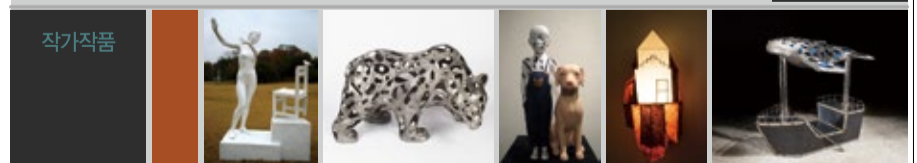
인테리어, 간판조형



마스코트, 상징조형



박물관, 전시조형



작가작품



(주)유원광고기업  
YU WON Co., Ltd.

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

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

옥외광고 Creative - 인공지능 플랫폼(AI Platform) 옥외광고

# 간결한 이미지와 메시지로 AI에 대한 인식 환기

## AI 시대에 대한 상상력과 호기심 유발하는 아이디어도

지금 모든 산업계는 인공지능(AI, Artificial Intelligence)의 도입으로 기술적 르네상스를 맞이하고 있다.

이런 AI 산업의 첨단에서 있는 건 오픈AI, 구글 등을 위시한 AI플랫폼 기업이다. 이들이 개발한 AI 플랫폼이 다양한 산업에서 응용·변주되면서 관련 생태계를 만들어가고 있다.

특히 주목할 부분은 예전 닷컴 경쟁 시절처럼 초기 시

장의 주도권을 가져오기 위한 기업간 경쟁이 매우 치열하다는 점이다. 흥미로운 것은 온라인 기반의 서비스임에도 옥외광고 매체를 적극 활용하고 있다는 점이다. 불특정 다수를 대상으로 광범위하고 창의적인 캠페인이 가능한데다 AI에 대한 대중의 인식 환기 측면에서 옥외광고가 유리하다는 판단에서다.

AI 플랫폼 기업들의 옥외광고는 의외로 심플하게 진행

되는 경향이 강하다. AI 프롬프트가 진행되는 모습을 통해 자사 서비스의 성능과 활용성을 소개하는 형태가 주를 이루는 편이다.

그렇다고 그 속내까지 단순하지는 않다. 기술 홍보를 넘어서 AI가 삶을 침범하는 것에 대해 재중이 지닌 불안감을 단순한 이미지를 통해 해소하려는 고도의 전략으로 볼 수 있다.

신한중 기자



**오픈AI**

챗GPT(ChatGPT)를 운영하고 있는 오픈AI(OpenAI)는 대중들에게 자사의 AI가 어떤 상황에서 어떻게 사용될 수 있는지 등의 질문이 적힌 대화형 옥외광고를 대대적으로 집행했다. '멍하니 있을 때 뭐해?', '플랜B는 무엇이야?' 등 일상적인 질문을 통해 AI가 쓰일 수 있는 다양한 상황을 알리는 한편, 사람들이 자사의 AI를 보다 친숙하게 느낄 수 있게 했다.

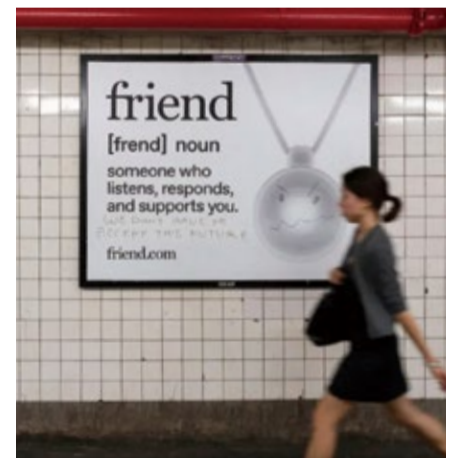
**오픈AI**

오픈AI의 또 다른 옥외광고 캠페인. 기존의 질문형 광고와 형태적으로는 유사하지만 이 광고에서는 '여전히 인간이니?', '이제 누가 하인이니?' 등 시로 인한 디스토피아적 시나리오를 기반으로 한 질문을 던진다. AI에 대한 막연한 두려움 등 부정적 감정까지 마케팅 요소로 활용한 노이즈 광고로서 화제를 모았다.



**구글**

구글(Google)이 자사의 AI 플랫폼 제미니(Gemini) 홍보를 위해 다수의 IT기업과 협업을 통해 싱가포르에 설치한 투명 디지털 광고판. 이 광고판은 투명한 화면 뒤로 보이는 건축물의 모습에 AI가 생성한 창의적 콘텐츠를 결합해 실제 모습과 AI 영상이 결합하는 증강현실 콘텐츠를 송출한다. 건물 외벽을 따라 흘러내리는 버블티 물결, 도시 거리를 활보하는 공룡, 도심 한복판에 열리는 우주 포털 등 놀라운 광경을 보여준다.



**프렌즈**

미국의 AI 스타트업 프렌드(FRIEND)가 목걸이형 AI 디바이스 '프렌즈'를 홍보하기 위해 뉴욕 지하철 일대에 집행한 옥외광고. 목걸이 이미지와 함께 '친구란 누군가의 이야기를 듣고, 반응하며, 지지해주는 사람'이라는 카피를 넣어 디바이스의 기능을 설명했다. 하지만 광고 이후 AI는 친구가 아니라는 낙서가 광고에 도배되는 등 시민들의 거센 반발을 사기도 했다.



**구글**

구글이 영국 워털루역에 집행한 광고. 영국 철도청(National Rail) API 데이터를 활용해 AI가 맞춤형 광고 메시지를 송출한다. 사람들이 역을 걸어가면 위치에 맞는 여행 추천 정보를 제공하고, '오늘은 20도입니다. 젤라토는 어디서 찾을 수 있을까요?' 같이 기온에 맞춰 그에 걸맞는 광고를 송출하기도 한다.



**LG유플러스**

LG유플러스(LGU+)가 자사의 AI 플랫폼 익시(ixi)를 알리기 위해 서울시내 버스 쉼터에 전개한 광고. 이 광고 하단의 QR 코드를 생성하면 익시로 연결된다. 이곳의 프롬프트 창에 자신이 생각하는 미래도시에 대한 수식어를 채워 넣으면 AI가 그 수식어에 해당하는 스마트폰 월페이퍼 이미지를 자동으로 만들어 준다.



**KT**

KT가 AI 플랫폼 기가지니(Gigajini) 홍보를 위해 집행한 빌보드 광고. 광고판 속에 나열된 영문은 문장이 아닌 개인·기업·사회·AI 관련 단어의 나열이다. 모든 사회 전반에 스며드는 AI 인프라라는 점을 '단어 지도(word map)'처럼 구성해 자사의 AI전략을 홍보했다.



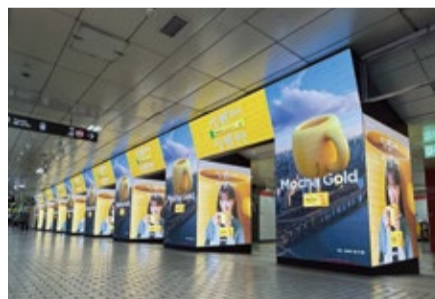
# 옥외광고의 모든것! '전홍'

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

# 롤투롤 프린터도 이젠 출력 질감으로 승부

2.5D 출력 등 텍스처 표현력 강화한 신장비 출시 잇따라  
그래픽에 생생함 더해... 차별화된 고부가 상품 개발에 최적



마카스가 공급하는 미마키 'UCJV330-160' UV프린터.



UCJV330-160의 2.5D 출력으로 개발된 상품들.

최근 롤투롤 프린터에서 색다른 질감을 구현할 수 있는 제품들이 등장하면서 업계의 관심을 끌고 있다.

이 프린터들은 그래픽 표면에 입체적인 텍스처를 정교하게 구현함으로써 색다른 고부가가치 상품을 개발해 실사 출력 시장의 저변을 확대하는 역할을 하고 있다.

## ▲2.5D 출력 가능한 미마키 'UCJV330' UV프린터

마카스가 작년에 선보인 UV 롤투롤 프린터 'UCJV330' 시리즈는 출력품질부터 속도, 편의성까지 여러 면에서 혁신이 이뤄진 장비다. 탁월한 성능과 활용성으로 UV프린터의 대중화를 견인했던 전자과 비교해서도 괄목할만한 변화가 이뤄져 업계의 호응이 높다.

출력 품질과 속도는 물론, 전자에서 주목받았던 멀티레이어 출력 기능도 더욱 개선돼 차세대 UV프린터의 새로운 기준을 제시했다는 평가도 나온다.

이 장비의 주요 특징 중 하나는 2.5D 반입체 출력이 가능하다는 점이다. 2.5D 출력은 중첩 인쇄를 통해 출력물에 불

룩한 입체감을 구현할 수 있는 기술로, 평판 UV장비가 아닌 롤투롤 타입 프린터에 적용된 것은 첫 사례다.

2.5D 출력을 활용하면 광고 이미지에서 로고나 특정 이미지 등 강조하고 싶은 부분을 입체화해 고부가가치 출력물을 개발할 수 있다.

예를 들면 엠블렘 표현이 중요한 자동차 업체들의 광고물이나 알약의 크기를 보여줘야 하는 약품 관련 홍보물 등에서 유효하다. 시설 안내 사인 등 고급 공간의 표지판 분야에서도 공간의 모습을 입체적으로 표현하거나 방향 표시 등을 강조할 수 있다. 시각 장애인을 위한 안내판의 점자 개발에도 효과적이다.

예술품이나 굿즈 등의 개발에도 유용하다. 유화의 터치감을 정교하게 재현할 수 있으며, 굿즈에도 다양한 텍스처를 입혀 상품의 퀄리티를 높일 수 있다.

## ▲고급 인테리어를 위한 롤랜드디지털 'DA-640' 수성 프린터

한국롤랜드디지털은 입체 텍스처 효과 연출에 최적화된 '디멘스(DIMENSE)

DA-640' 수성 프린터를 선보였다.

DA-640은 커스터마이징 홈데코 및 아트 프린팅 시장을 타겟으로 개발된 새로운 개념의 수성장비다. 가장 큰 특징은 출력물의 표면에 3D 엠보싱(Embossing) 패턴 등의 입체 텍스처 효과를 적용할 수 있다는 점이다.

기존에도 입체 텍스처를 구현하는 장비들은 존재했지만 본래의 용도를 보조하는 수준이었다면, DA-640은 이런 입체 텍스처 출력 전용으로 개발된 프린터로 가죽·목재·금속 등의 질감을 아주 생생하게 표현할 수 있다.

회사측에 따르면 입체 효과가 발생하는 위치를 정밀 제어할 수 있게 개발된 듀얼 프린트 헤드도 적용됐다. 또한 독자적인 스트러처(Structure)잉크가 탑재돼 최대 2mm 높이의 엠보싱 패턴 텍스처를 정교하게 구현할 수 있다.

DA-640의 활용성을 극대화할 수 있는 '디멘스 미디어'도 주목해 볼만하다. 부직포와 직물 기반의 캔버스 소재 등으로 구성된 라인업으로 PVC-free 기반으로 만들어져 환경친화적이고 냄새

와 이염이 없다. DA-640과 디멘스 미디어를 효과적으로 활용하면 커스터마이징 벽지와 고급 책자 표지, 예술 작품, 인테리어 제품 등 다양한 고부가 상품을 개발할 수 있다.

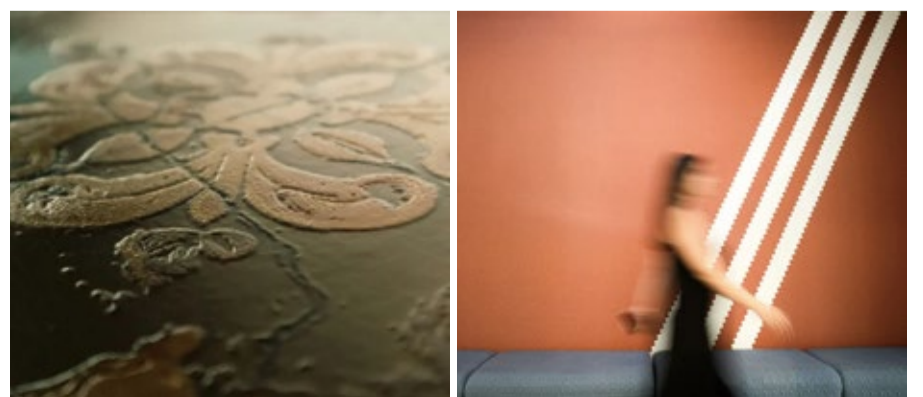
DA-640의 또 한 가지 특징은 출력물 위에 전용으로 개발된 친환경 페인트를 칠해 차별화된 분위기의 어플리케이션을 개발할 수 있다는 점이다. 그래픽없이 엠보싱 효과만을 출력한 미디어에 이 페인트를 칠하면 디지털 인쇄와는 다른 고전적이면서 창의적인 출력물을 만들 수 있다.

롤랜드디지털 글로벌 영업·마케팅 부문 류고 니무라(Ryugo Nimura) 사장은 "최근 상업매장과 예술공간에서는 커스터마이징 벽지 및 데코 상품을 요구하는 수요가 확대되고 있다"며 "DA-640은 이런 시장의 요구를 충족시킬 수 있는 제품으로 디자인·출력 기업들이 변화하는 시장에서 새로운 기회를 창출하는데 주요할 역할을 할 것"이라고 설명했다.

신한중 기자



한국롤랜드디지털이 출시한 '디멘스(DIMENSE)' 수성 프린터.



DA-640으로 개발된 입체 텍스처 출력물들의 모습.

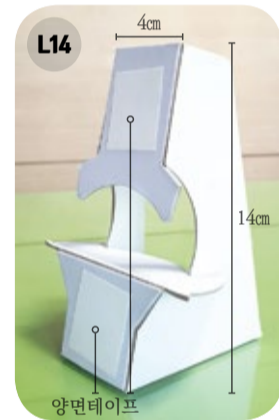


- #종이지지대
- #종이거치대
- #종이받침대
- #등신대지지대
- #마닐라지지대
- #POP지지대
- #미니등신대
- #캐릭터등신대

우드락, 폼보드의 뒷면에 부착하는

# 종이 지지대

튼튼한 500g 마닐라지 / 견고한 조립식 구조 / 상, 하 부착면 - 양면테이프



상품명	높이	가격
L14	14cm	550원
L17	17cm	600원
L20	20cm	650원
L23	23cm	700원
L26	26cm	750원
L30	30cm	800원

\*부가세 별도  
 \*100개 이상 주문 시 택배비 무료  
 \*대량 주문 및 주문 제작 문의 환영

우드락 / 폼보드 / 포맥스 ▶▶▶ 자동돋승기 / 수동돋승기 / 합지기 / 3T우드락 자동돋승 가능

투엘미디어

경기도 고양시 일산동구 장대길 64-10(장항동 587-15) T. 070-4106-7422 F. 0505-115-7422

# 초고속 라미네이팅이 필요하다면 이 장비에 주목

## 탐미디어, 고생산성 라미네이터 'MF1700-F1 PLUS' 전개

### 분당 50㎡로 초고속 작업 가능... 커팅 기능 통합해 생산성 'UP'



탐미디어가 출시한 초고속 라미네이팅 장비 'MF1700-F1 PLUS'.

탐미디어가 대형 출력물 후가공 시장을 겨냥한 초고속라미네이팅기 'MF1700-F1 PLUS'를 전개한다.

MF1700-F1 PLUS는 대형 롤 라미네이팅과 커팅 기능을 통한 고생산성 장비다. 속도·정밀도·안정성을 두루 충족하기 때문에 대량 생산 환경에서 요구되는 최고의 효율을 이끌어 낼 수 있다. 최대 코팅 가능한 소재 폭은 1,630mm, 두께는 28mm로 얇은 그래픽 필름부터 두꺼운 소재의 코팅까지 폭넓은 작업이 가능하다.

이 장비의 가장 큰 특징은 분당 최대 50㎡에 달하는 코팅 속도다. 일반적인

라미네이팅 장비와는 비교 불가한 속도로 작업이 진행되기 때문에 대량의 코팅 작업이 필요한 환경에서 생산성을 극대화할 수 있다.

작업 퀄리티도 우수하다. 직경 150mm

의 대형 실리콘 롤러가 아주 균일한 압력으로 라미네이팅을 진행하는데, 최대 60℃까지 올라가는 미열 기능을 탑재해 깔끔한 표면 마감과 접착 안정성을 구현한다. 고강성 프레임 구조를 통해 고속 작업에서 발생하는 진동과 편차를 최소화한 것도 퀄리티를 높이는 요인 중 하나다.

장비의 조작 및 운영 편의성 부분에서도 장점이 많다. 전·후면 조작 패널과 함께 듀얼 방식의 풋 페달을 제공해 구동 제어 및 롤러의 높낮이 조정 등을 편리하게 진행할 수 있다. 또한 무거운 대형 롤 소재의 교체가 잦은 작업 환경을 고려해, 빠르게 소재를 교체할 수 있는 스윙 인·아웃 방식의 공압 샤프트를 적용했다. 샤프트 한쪽을 옆으로 스윙시켜서 쉽게 롤을 거치할 수 있는 방식으로 소재 교체가 빠르고 편리하게 진행된다. 소재 소진시 자동 감속 및 정지되는 것도 편리한 부분이다.

전용의 'SMART PRO' 제어 시스템

을 통해 라미네이팅 속도와 온도 등 작업 상태를 실시간으로 모니터링할 수 있으며 작업 데이터는 자동으로 저장된다. 최근 30일간의 작업 기록을 확인할 수 있기 때문에 작업 조건 관리와 품질 유지 측면에서 활용도가 높다.

자동 커팅 기능이 내장돼 있어 공정이 간편해지는 것도 장점이다. 장비 후면에 장착된 공압식 커터가 자동 추적·보정을 통해 빠르고 정교하게 커팅 작업을 진행한다. 이런 통합 구조는 공정의 병목을 줄여 대량 작업을 보다 빠르게 수행할 수 있으며 일관된 품질을 유지하는데도 주효하다.

탐미디어 관계자는 "최근 작업량이 많은 대형 출력소 위주로 고속 라미네이팅 장비에 대한 관심이 늘고 있다"며 "우리가 공급하는 신장비는 생산성과 정밀도, 편의성까지 고객들이 원하는 특성을 잘 갖추고 있는 만큼 시장의 좋은 반응을 기대한다"고 말했다.

신한중 기자

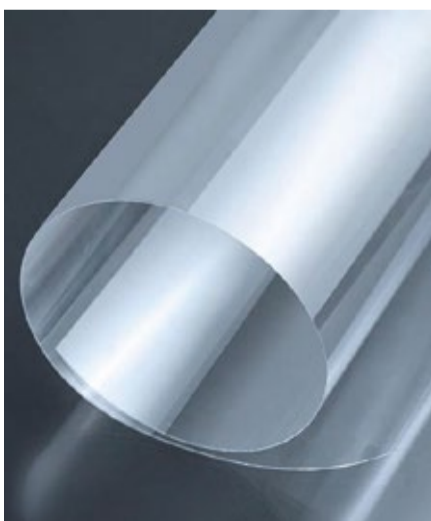
문의 : 02-473-6696



왼쪽부터 전면부 조작 패널, 스윙 인·아웃 방식의 에어 샤프트, 후면 공압식 커터.

# 정부, 중국산 저가 PET 반덤핑 관세율 대폭 상향

## 현행 2.2~3.84%에서 7.31~36.98%로 최대 10배 올려



중국산 PET 필름의 반덤핑 관세율이 대폭 상향된다.

산업통상자원부 산하 무역위원회가 중국산 PET 필름에 부과되고 있던 반덤핑 관세율을 중간 재심사를 통해 10배 가까운 수준으로 높이기로 했다. 무역위가 한국 기업 요청에 따라 중간재심사 제도를 활용해 반덤핑 관세율을 다시 들여다본 것은 이번이 처음이다.

무역위는 작년 12월 20일 회의를 열고 이같은 내용의 '중국산 PET 필름에 대한 덤핑방지 관세부와 중간재심사' 안건을 심의·의결했다고 밝혔다.

이 안건은 현재 2.2~3.84% 수준의 반덤핑 관세율 7.31~36.98%로 상향조정하는 것이 핵심이다. 재심사 대상이 된 PET는 음료 용기나 포장재 등으로 일

상 생활에서 광범위하게 쓰이는 석유 화학 제품이다. 광고업계에서 많이 사용하는 배너, 윈도 그래픽 필름 등도 이 소재로 제작된다.

해당 제품에 대해서는 지난 2023년 5월부터 반덤핑 관세율이 적용되고 있었다. 그런데 중국의 천진완화·강웨이 등 일부 기업 제품 수입이 급증하자 올해 2월 코오롱인더스트리·효성화학 등 국내 4개사에서 이들에 대한 반덤핑 관세율 인상을 요청하면서 재심 절차가 개시됐다. 중국의 저가 밀어내기를 막기 위해 정부가 반덤핑 관세 재심이라는 카드까지 꺼내든 것이다.

국내 산업 보호를 위해서는 의미있

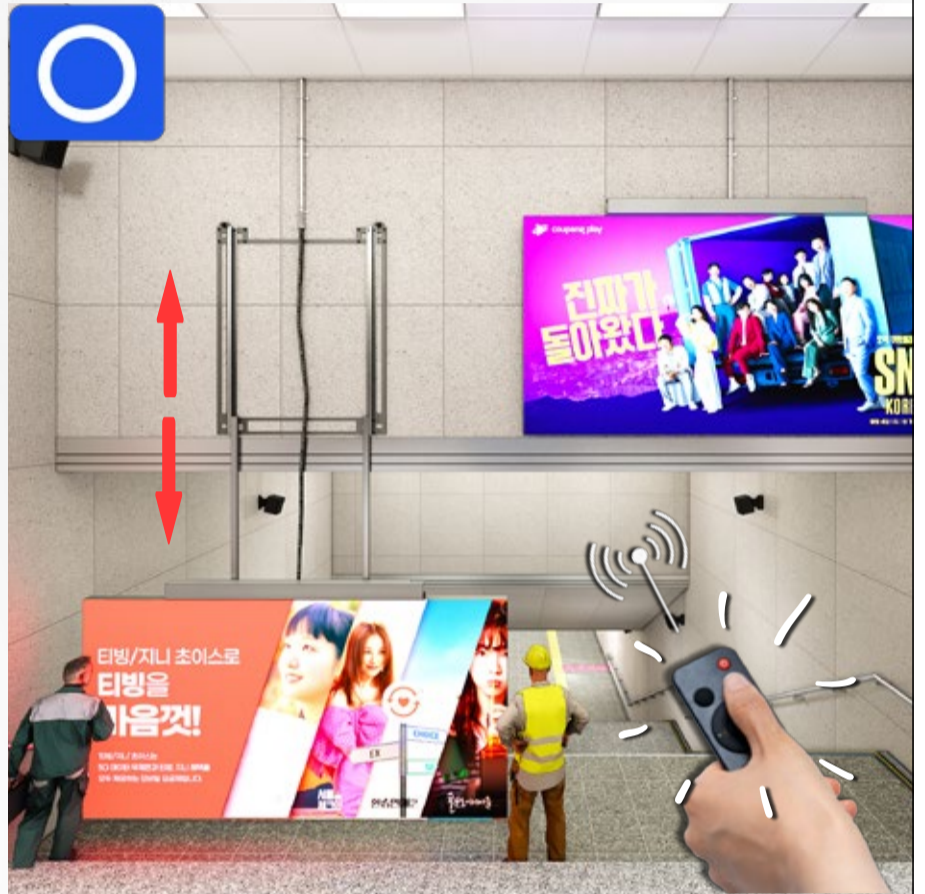
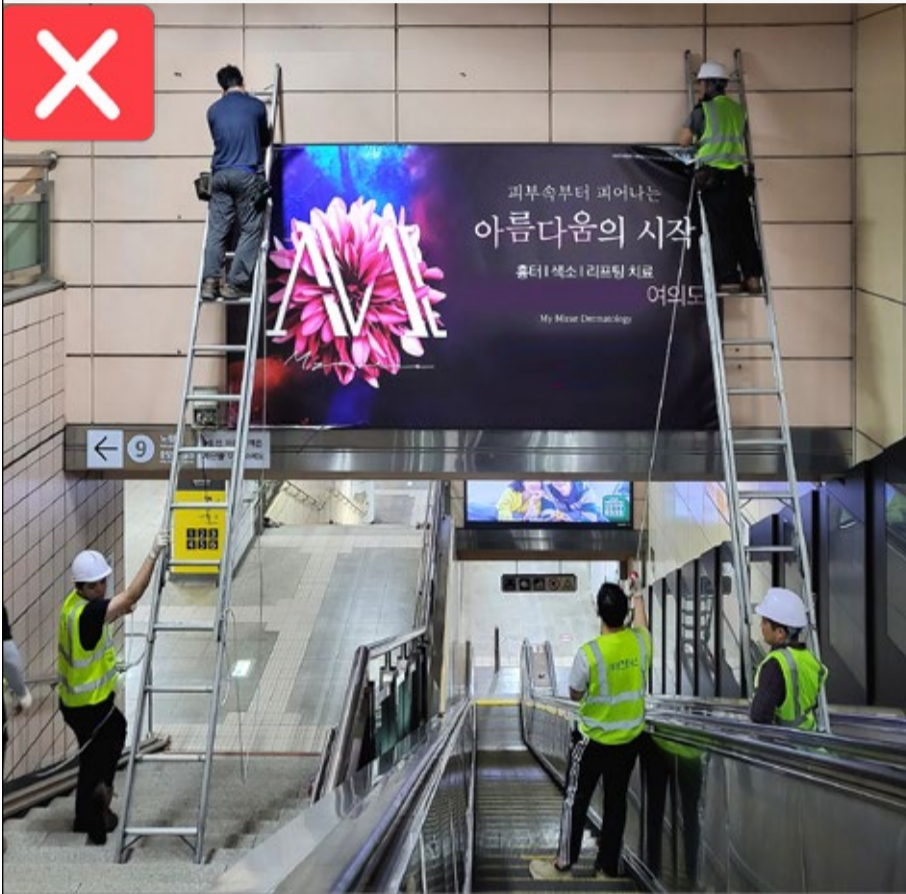
는 조치이지만 저렴한 가격의 중국산 PET 소재 사용이 많은 중소 옥외광고 업체들의 경우 어느 정도의 타격을 감수해야 할 것으로 보인다.

이와 함께 무역위는 태국산 섬유판에 대한 최종 반덤핑 세율을 결정하기 위한 공청회도 진행했다. 섬유판은 목재나 목질 제품에서 섬유질을 분리추출해 5mm 이하 두께로 가공한 판재로 건축 내·외장재로 사용된다. 태국산 섬유판에 대한 반덤핑 관세 역시 내년 상반기 중 확정될 가능성이 높은 것으로 알려지고 있다. 그동안에는 지난 9월 25일 확정된 잠정 관세율 11.92~19.43%가 적용된다.

# 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.

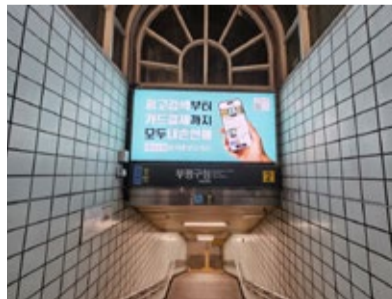
이런 곳에 수직 이동형 광고판 승강장치를 설치하세요!



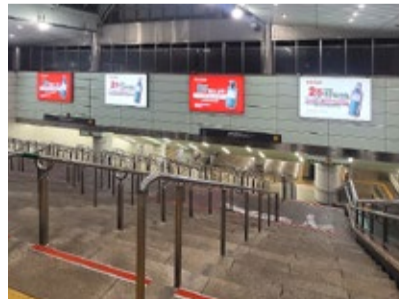
공항 및 버스터미널 광장



기차역, 지하철역 대합실



출입구 상단 캐노피



계단 캐노피

# 한국엡손, '친환경 디지털 텍스타일' 공모전 시상식

대상은 고도영·권구진·배서윤의 'Rainy Day's Stingray'



공모전 참가자들이 기념 촬영을 하고 있는 모습.

한국엡손이 '제3회 내일을 위한 디지털 텍스타일 프린팅 공모전(Details for Tomorrow with U)'의 시상식을 지난 12월 19일 개최했다고 밝혔다.

한국패션비즈니스학회와 협업해 진행하는 이 공모전은 친환경 디지털 텍스타일 프린팅 산업을 이끌어갈 미래 인재 양성과 시장 활성화를 위한 행사로 관련 분야 전공 학생들을 대상으로 매년 개최되고 있다.

이번 시상식에는 1차 심사를 통과한 55개 팀이 참가해 현장에서 직접 작품

을 발표하고 평가를 받았다. 심사위원으로는 엡손과 한국패션비즈니스학회 관계자를 비롯해 국내 패션업계에서 활약 중인 전문가 총 8인이 참여했다.

심사는 △상품화 가능성 △창의적 아이디어 △지속가능성의 요소 적용 등을 기준으로 평가를 진행해 친환경 프린팅 대상과 금상을 포함한 총 15팀이 수상했다.

대상은 '비를 피하기보다 즐기려는 태도에서 착안한 방수 셋업'을 선보인 고도영·권구진·배서윤씨의 의상 'Rainy Day's Stingray' 작품이 선정됐으며 상장과 상금 300만원이 수여됐다.

## 엡손의 모나리자(Monna Lisa) DTP 프린터는?

모나리자는 원단에 직접 출력하는 다이렉트 패브릭 (Direct Fabric) 방식의 디지털 텍스타일 프린터다. 섬유에 직접 출력하기 때문에 전후 처리 및 날염 과정에서 사용되는 물과 에너지 소비량이 적어 환경친화적이고 작업 공정을 줄여 생산성을 높일 수 있다.

모나리자의 가장 큰 특징은 한 대의 프린터가 다양한 원단에 대응할 수 있도록 개발돼 활용성을 개선한

점이다. 제네스타 잉크(GENESTA INK)를 사용해 패브릭 광고, 커튼과 같은 일반적인 직물 소재는 물론이고 스포츠웨어같은 기능성 섬유, 스카프나 넥타이같은 액세서리 소재까지 출력이 가능하다.

한국엡손에 따르면 아날로그 전사 방식의 경우 디자인부터 샘플, 메인 생산까지 1.5개월에서 2개월 정도가 소요되는 반면 모나리자는 3일에서 2주 정도로 출력시간을 대폭



엡손의 모나리자 텍스타일 프린터.

단축할 수 있다.

출력 퀄리티도 매우 우수하다. 정교한 헤드 컨트롤 기술로 잉크가 정확한 위치에 도포돼 깔끔하고 뚜렷

하게 인쇄할 수 있다. 따라서 가는 선이나 기하학적 무늬와 같이 정밀한 출력이 필요한 상품 개발에 최적화됐다.

# '2025 폐현수막 순환 경진대회' 최우수 기관은 서울시

민관 협업 분야 최우수 사례에는 '건강보험-현대아울렛'



서울시 폐현수막 집하장의 모습.



현대아울렛의 폐현수막 재활용 방식.

'2025년 폐현수막 자원순환 문화 조성 경진대회'에서 최우수기관에 서울시가, 민관협업체 부문 최우수 사례로는 '건강보험공단-현대아울렛'이 선정됐다.

행정안전부와 기후에너지환경부는 '2025년 폐현수막 자원순환 문화 조성 경진대회'에서 우수한 성과를 거둔 기관 6곳을 선정해 발표했다.

이 대회는 지난 2024년 옥외광고물법 개정 이후 정당현수막 철거·정비 물량이 증가하고, 각종 대규모 정치·사회 일정으로 현수막 발생이 급증하는 상황에서 폐현수막의 체계적 수거와 재활용, 발생 억제를 통한 자원순환 문화를 확산하기 위해 지난해부터 시작했다.

올해 대회는 공공 부문과 민·관협의

체 부문으로 개최됐다. 총 17개 기관에서 우수 사례를 제출했으며, 옥외광고 및 환경 전문가 6인의 평가를 거쳐 최종 5개 기관이 선정됐다. 평가는 △현수막 발생 억제 정책 추진 여부 △수거·관리체계 구축 수준 △재활용 실적 및 방식 △민관 협력 및 확산 가능성 △사회·경제적 파급효과 등을 중심으로 진

행했다.

공공부문에서는 서울시가 최우수상에 선정됐으며, 경북 예천군과 부산 동래구가 우수상을 수상했다.

서울시는 폐현수막 전용 수거함과 공용집하장을 설치해 체계적인 관리 기반을 마련하고, 자치구를 대상으로 한 처리 매뉴얼 배포 등 행정 관리의 표준화를 추진한 점에서 높은 평가를 받았다.

예천군은 전문인력을 활용한 폐현수막 재활용 작업장을 운영해 지역 일자리 창출과 자원순환을 연계하는 정책을 추진했다. 동래구는 불법현수막 수거 보상제와 지정계시대 관리시스템을 통해 현수막 관리의 실효성을 높였다.

민관 협업 부문에서는 국민건강보험공단(부산울산경남지역본부)-현대아울렛가든과이브점이 최우수상에 선정됐으며, 충북 청주시-SK케미칼·카카오·세진플러스, 경북 구미시-에코섬코리아·구미자활센터팀이 우수상에 선정돼 기후에너지환경부장관상을 받았다.

(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

**NEW!**



## 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

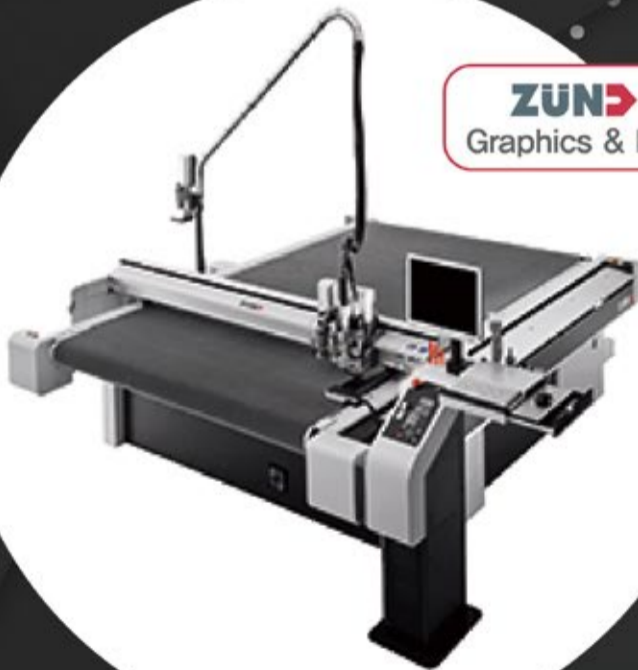
## HP 라텍스 730&830 프린터 (1,626폭)

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

**NEW!**



**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**

# 유토-한양대 공동개발 '테라픽셀' CES2026 혁신상 수상

## 전통 타일과 AI 기반 LED솔루션의 결합... 미디어파사드의 새 방향성 제시



테라픽셀이 적용된 건물의 주간 모습과 미디어파사드가 가동된 모습.

테라코타 건축자재 전문기업 유토(EUTO)가 노영태 한양대학교 데이터사이언스학부 교수 연구팀과 공동 개발한 테라픽셀(TeraFixell)이 세계 최대 IT 전시회 'CES 2026'에서 혁신상에 선정됐다. 해당 기술은 기존 미디어파사드의 구조적 제약을 넘어 도시 단위에서 통합적으로 운영될 수 있는 새로운 스마트시티 솔루션을 제시했다는 점에서 높은 평가를 받은 것으로 알려졌다.

테라픽셀은 유약없이 점토를 구워 제작하는 테라코타(Terracotta) 타일에 LED를 적용한 AI 조명 시스템이다. 테라코타 타일 고유의 자연스러운

질감과 건축적 미학을 유지하면서 야간에 미디어파사드를 구현할 수 있다.

타일의 뒤쪽에서 빛이 뿜어져 나오는 간접 발광 구조를 적용해 조명이 비활성화된 상태에서는 일반 건물과 동일한 외관을 유지하지만, 조명이 가동되면 건축물이 하나의 LED미디어로 전환되는 형태다. 블록 1개가 1개의 픽셀이 되는 구조이기 때문에 '테라픽셀'이라는 명칭이 붙었다.

특히 주목할 점은 확장성이다. 기존 미디어파사드는 건물별로 LED 시스템이 독립적으로 운영돼 콘텐츠가 단절되고 유지보수가 복잡해지는 등 구조적 한계가 지적돼 왔다. 또한 고장이

발생할 경우 외관 훼손 가능성도 높아 도시 단위의 통합된 미디어 환경을 구현하기에는 기술적·경제적 제약이 존재했다.

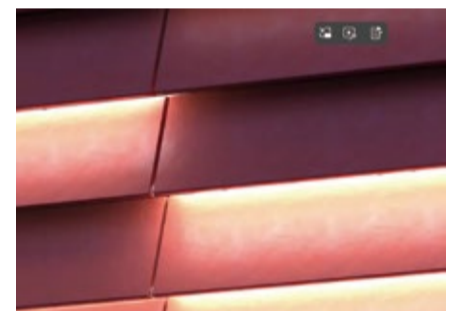
양측에 따르면 테라픽셀은 AI 기반 중앙 통합 제어 시스템을 구축해 도시 전역의 외벽을 하나의 네트워크로 연결하는 기술이 적용됐다. 이를 통해 기존처럼 건물이 개별적으로 콘텐츠를 출력하는 방식이 아니라, 도시 전체가 데이터 흐름에 맞춰 반응하고 상호작용하는 '지능형 미디어파사드 생태계' 구현이 가능하다.

CES 주관 기관인 CTA는 테라픽셀이 구현한 AI 기반 통합 제어 구조, 디

자인 혁신성, 지속가능성 등을 높이 평가했다. 특히 건축 산업에서 보기 드문 AI 기반 중앙 제어 시스템과 친환경적 에너지 효율성, 그리고 모듈형 구조를 통한 유지보수 편의성을 혁신적 요소로 꼽았다.

유토 관계자는 "전통 건축 미학과 첨단 기술을 융합한 한국형 스마트시티 솔루션이 세계적으로 인정받은 성과"라며 "한양대 연구팀과 함께 글로벌 시장 경쟁력을 강화해 우리의 테라픽셀을 미래 도시 환경의 새 솔루션으로 발전시켜 나갈 것"이라고 말했다.

양측은 1월중 미국 라스베이거스에서 열리는 'CES 2026'을 통해 테라픽셀을 대중에게 첫 공개한다는 방침이다. 신한중 기자



타일 뒤편에서 조명이 켜지는 간접조명이 적용됐다.

# 현대기아차, 모빌리티 광고 로봇 '모베드' 공개

## 탑모듈 교체방식 적용해 광고·안내·배달·물류 등 다양한 활용 가능

최근 디지털사이니지 시장의 관심사 중 하나는 소형 모빌리티 로봇 광고다. 지하철역, 쇼핑몰 등에서 관련 제품이 본격적으로 활용되기 시작하면서 업계는 물론 대중의 관심도 높아지면서다. 이런 가운데 현대기아자동차가 자사의 소형 모빌리티 로봇을 본격 공개하면서 이목이 집중되고 있다.

현대차는 차세대 자율주행 모빌리티 로봇 플랫폼인 '모베드(MobED)'의 양산형 모델을 최근 공개했다.

모베드는 다양한 배송·광고·물류·촬영 등 다양한 산업 환경에서 유연하게 대응할 수 있는 탑모듈 결합 방식의 모빌리티 로봇이다. 지난 2022년 CES에서 콘셉트 모델로 공개된 이후 3년간 개발을 거쳐 완성됐다. 혁신적인 구동계를 통해 지형 제약을 최소화한 주행 안정성이 특징이다.

모베드는 DnL(Drive-and-Lift) 모듈을 기반으로 4개의 독립 구동 휠과 편심 자세 제어 메커니즘을 갖췄다. 크기는 너비 74cm, 길이 115cm이며, 최대



광고·안내용 대형 디지털스크린을 장착한 모베드 사이니지.



디지털스크린이 결합된 물품 적재함을 탑재한 모베드 딜리버리.

속도는 10km/h에 이른다. 1회 충전으로 최대 4시간 주행할 수 있고 적재중량은 모델에 따라 47~57kg 수준이다. 각 휠에 탑재된 세 개의 모터가 동력·조향·자세 제어 기능을 수행해 경사나 요철 구간에서도 안정적으로 균형을 유지하며 최대 20cm 높이의 연석도 무리없이 주행할 수 있다.

탑모듈 방식으로 활용성을 대폭 넓힌 것도 기존 모빌리티 로봇과 차별화되는 부분이다. 구동계 위에 마운팅 레일이 적용돼 사용 목적에 따라 다양한

장치를 간편하게 결합해 사용할 수 있다. 음식 배달을 위한 박스 모듈을 비롯해 대형 디지털사이니지를 결합해 광고 및 안내 로봇으로 활용할 수도 있다. 순찰을 위한 CCTV 모듈을 달아 방범 시스템으로 이용하는 것도 가능하다.

금번 공개된 양산형 모베드는 베이직(Basic)과 프로(Pro) 두 가지 라인업으로 구성된다. 베이직 모델은 연구용 플랫폼으로 사용자가 자체 개발한 자율주행 소프트웨어를 적용할 수 있도록 설계됐다. 프로 모델은 AI 기반 알

고리즘과 라이더·카메라 융합 센서를 탑재해 자율주행 기능을 수행하며, 실내외 환경에서 안전하고 효율적인 주행이 가능하다.

현대기아차 관계자는 "모베드는 단순한 이동 수단을 넘어 다양한 산업과 일상에서 활용 가능한 차세대 모빌리티 솔루션"이라며 "양산형 모델 공개를 통해 글로벌 로봇 시장의 새로운 기준을 제시하고 광고·방범·배달 등 다양한 분야에서 시장 영역을 확대해 갈 것"이라고 말했다.

SP투데이  
창간 23주년을  
축하드립니다.

# 2026년 붉은 말의 기운으로 물든 옥외광고판들

## 대형 디지털 광고판들 일제히 신년 메시지 담은 미디어아트 송출

2026년 새해 전국이 붉은 말의 빛으로 물들었다. 올해는 병오년(丙午年). 불의 기운을 지닌 '병(丙)'과 말을 상징하는 '오(午)'가 만난 '붉은 말의 해'다.

병오년의 시작을 기념해 전국의 대형 랜드마크와 광고판들은 새해인사와 더불어 역동적인 붉은 말의 모습을 일

제히 송출했다. 광화문에서 프로젝션 매핑을 통해 붉은 말이 달리는 모습이 나타나고, 올림픽대로의 디지털 야립광고(로드블록 여의12)도 붉은 말과 떠오르는 태양의 이미지로 새해를 알렸다.

옥외광고물 자유표시구역의 신규 디지털 광고들도 동참

했다. 명동스퀘어의 신세계스퀘어, 광화문스퀘어의 K-비전과 룩스, KT스퀘어, 해운대스퀘어의 그랜드조선미디어 등이 매체 구축 이후 첫 신년 카운트다운쇼에 나섰다. 역동적인 붉은 말의 기운으로 병오년의 시작을 멋지게 장식한 국내 광고판과 주요 건물들의 모습을 담아봤다. 신한중 기자



광화문스퀘어 옥외광고물 자유표시구역에서는 코리아나호텔, 동아일보, KT웨스트, 세광빌딩 등 9개 건물에 설치된 디지털 광고물들이 일제히 연동돼 새해 인사와 미디어아트를 송출했다.



올림픽대로 6기의 디지털 야립광고에서 병오년을 상징하는 붉은 말 이미지가 송출되고 있다.



붉은 말 주제의 3D아나모픽 애니메이션을 선보인 케이팝스퀘어.



잠실 롯데월드타워의 새해맞이 미디어아트 불꽃쇼.



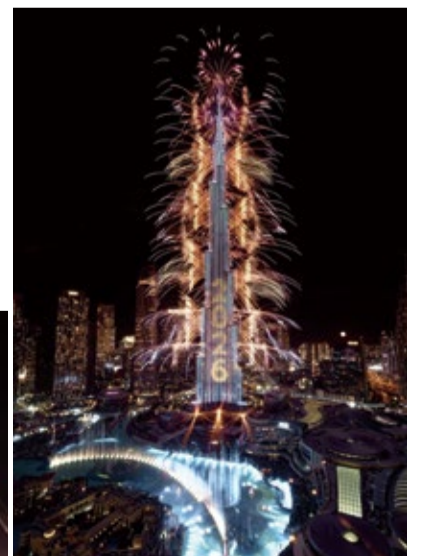
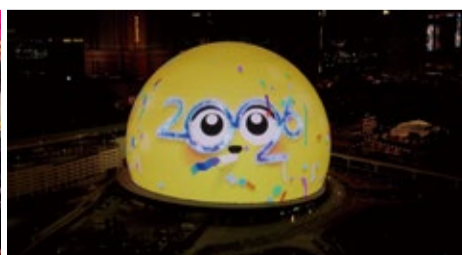
명동 신세계스퀘어의 2026 카운트다운쇼.

### 글로벌 랜드마크들도 일제히 신년인사 나서

글로벌 미디어 랜드마크들도 새해맞이 이벤트를 통해 2026년의 시작을 환하게 밝혔다. 특히 주요 대도시의 대형 옥외광고판 및 랜드마크들이 일제히 신년 카운트

다운 미디어쇼를 통해 메시지를 송출하면서 멋진 풍경을 만들어 냈다. 미국 라스베이거스의 세계 최대 디지털 광고물인 '스피어'는 공 모양의 초대형 미

디어파사드를 통해 귀여운 2026 캐릭터 영상을 선보였다. 두바이 최고층 건물 부르즈칼리파도 성대한 불꽃과 함께 카운트다운 영상을 쏘아 올렸다. 이외에 대형 LED미디어파사드 기술을 갖춘 세계 랜드마크들이 일제히 대규모 신년 영상 송출에 나섰다.



미국 뉴욕 타임스퀘어의 초대형 2026 채널사인. 라스베이거스의 스피어에서 신년 영상이 나오는 모습. 일본 도쿄도청 건물의 3D 프로젝션 매핑 신년 영상. 두바이 부르즈칼리파 외벽의 LED 미디어파사드.

# 달려요! 대한민국 경제

서울시내버스외부광고와 인천공항터미널,  
잠실야구장, 시티큐브 광고는  
국내 옥외광고 1등 플랫폼!  
한국경제신문이 운영합니다



광고문의  
ooh.hankyung.com | 02.360.4477

한국경제신문

# 한울, 1500W 탁상형 파이버 레이저 용접기 출시

## 1.5mm 두께 알루미늄 소재도 깔끔하고 정교하게 용접 가능



한울이 출시한 1,500W 탁상형 파이버 레이저 용접기.

간판 업계에서 레이저 용접기의 활용이 꾸준히 늘고 있는 가운데 한울상사가 1,500W 탁상형 파이버 레이저 용접기를 새롭게 출시하면서 관련 시장 공략에 나섰다.

새롭게 출시된 탁상형 파이버 레이저 용접기는 견고한 설계와 우수한 성능은 물론이고 작업자가 앉아서 용접을 진행할 수 있어 작업 편의성도 우수하다. 특히 1,500W의 강력한 레이저 소스가 탑재돼 △갤브 △알루미늄 △스테인리스 △티타늄 플레이트 등 다양한 금

속 소재 용접에 대응할 수 있다.

특히 1.5mm 두께의 알루미늄 소재에 용접이 가능하기 때문에 기존의 탁상형 용접기로 작업이 까다로웠던 알루미늄 용접도 아주 깔끔하고 쉽게 작업할 수 있다.

이중 온도제어 시스템과 HD급 고화질 CCD 조준부를 통해 아주 정교한 작업이 가능하기 때문에 형태가 복잡한 고급형 사인 제작에도 유리하다. 또한 스팟의 모양과 크기를 변경해 용접폭과 공차범위를 조절할 수 있어 보다 다

양한 작업에 효과적으로 대응할 수 있는 것도 특징이다.

생산성면에서도 장점이 많다. 작업 과정도 편리하고 빠르게 진행되는 데다 용접면도 아주 깔끔하게 마감되기 때문에 샌딩작업 등 후처리에 들어가는 시간을 최소화할 수 있다. 또한 그을음 등 용접 주변부 변형으로 인한 로스 발생도 줄임으로써 생산성과 경제성을 높여준다.

편의 사양도 우수하다. 이동식 포지셔닝 장치가 적용돼 작업 형태나 작업자의 스타일에 맞춰 포지션을 이동할 수 있다. 캐비닛 통합형 작업대로 제작돼

다양한 관련 물품을 보관하기도 좋다. 아울러 지능형 워터 쿨러가 적용돼 안정적인 사용이 가능한 것도 장점이다.

한울 관계자는 “신규 탁상형 파이버 레이저 용접기는 광범위한 금속 소재의 용접이 가능해 다양한 활용이 가능하며 내구성과 정확도 등 신뢰성도 우수하다”며 “간판의 퀄리티 향상은 물론 빠른 공정을 통해 생산성도 높일 수 있어 제작업체의 경쟁력을 키울 수 있는 주요한 솔루션이 될 것”이라고 말했다.

신한중 기자

문의 : 010-2513-0594

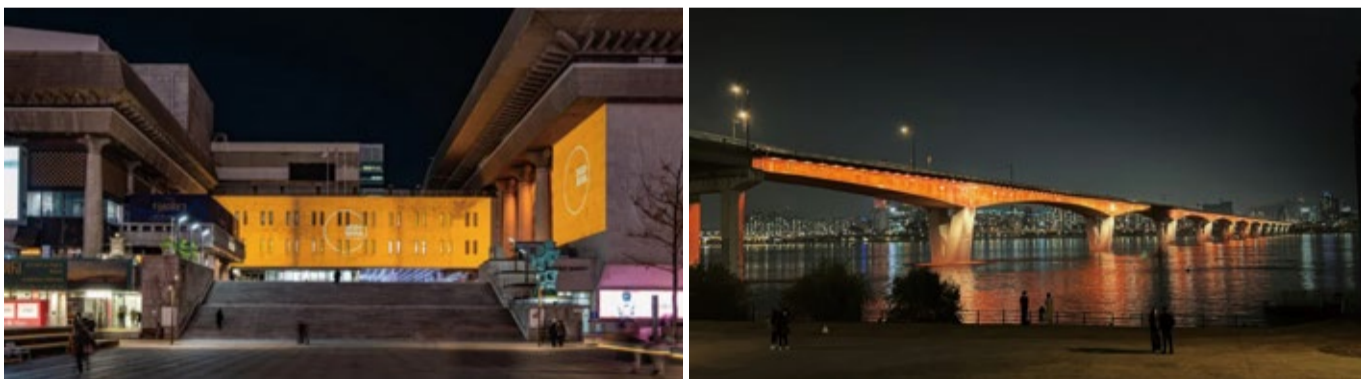


한울 로드쇼에서 시연되고 있는 모습.

# 올해 서울의 컬러는 아침 해의 노란빛

## 서울시, 2026년도 서울색 ‘모닝옐로우’ 발표

## 사인·경관조명 등 공공디자인 및 서울 굿즈 등에 바로 적용



모닝옐로우 컬러가 적용된 서울 경관조명과 도로 및 굿즈의 모습.

시민의 하루를 여는 아침의 빛이 올해 서울의 정체성을 상징하는 색으로 결정됐다.

서울시는 2026년 서울색으로 아침 해의 노란빛을 담은 ‘모닝옐로우(Morning Yellow)’를 선정했다고 최근 밝혔다.

이번 서울색은 시민들의 정서와 바람을 담아 ‘무탈하고 맑은 하루를 노란빛의 햇살로 표현했다. 2024년 ‘스카이크

랄’(한강 노을), 2025년 ‘그린오로라’(여름 밤 가로수)에 이어 세 번째 서울색이다.

모닝옐로우는 시민들이 촬영해 공유했던 ‘서울의 아침 해’ 이미지 3,000여 건을 수집해 국가기술표준원(KSCA) 기준으로 분석해 도출됐다. 시민이 바라본 아침빛의 실제 색감을 기반으로 안정감과 활력을 동시에 담을 수 있는 컬러를 찾았다. 지난해 사회 전반에서 크

고 작은 변화가 잦았던 만큼 시민들이 원하는 ‘안정감’과 ‘일상의 활력’을 시각화했다는게 서울시의 설명이다.

모닝옐로우 컬러는 서울시청·남산 서울타워·DDP·롯데월드타워·광화문광장 등 서울 주요 명소의 사인과 경관조명 등 공공디자인에 적용된다. 올해는 우선 원효대교, 청계천 나래교, 오간수교, 강남역 미디어폴 등의 경관조명 연

출에 활용해 도시 곳곳에서 모닝옐로우의 분위기를 체감할 수 있게 한다는 방침이다. 특히 오렌지에서 옐로우로 자연스럽게 바뀌는 색 전환을 구현해 서울 야경 속에 아침빛의 평온함을 더한다는 계획이다.

아울러 모닝옐로우를 활용한 도로, 컬러북, 굿즈 등 민간 협업 제품도 선보인다. 현재 노루페인트와 KCC가 서울색 페인트와 컬러북을 제작중이며 다수의 IT 및 패션 업체, 작가들과 협력해 굿즈 개발을 진행하고 있다.

시 관계자는 “올해 서울색인 모닝옐로우는 공공디자인의 품격과 시인성을 높일 수 있으며 서울의 야경과도 조화롭게 적용될 수 있는 색”이라며 “모닝옐로우가 시민의 하루에 평온한 활력과 희망을 전하고, 도시의 매력을 높이는 역할을 할 수 있도록 다양한 분야로 확대 적용해 나갈 것”이라고 말했다.



모든 것은  
소문 하나에서  
시작합니다.

Marketing

Mobile

Media

**M.BUSH**

Tel. 02-2268-7738    Mail. admin@bushad.com

Addr. 3F, 114, Seocho-daero, Seocho-gu, Seoul

# ‘색다른 돌출간판 원한다면 화살표는 어때?’

민트콘 ‘유니크 화살표 첼제간판’ 소상공인 매장서 인기



민트콘이 판매하는 ‘유니크 화살표 첼제간판’.

재미있는 연출이 가능한 화살표 형태의 돌출간판이 소상공인 매장서 호응을 얻고 있다.

민트콘은 최근 ‘유니크 화살표 첼제간판’을 출시하고 다각적인 판매에 나서고 있다. 설치 위치에 따라 재미있는 연출이 가능한 제품으로 특히 소상공인들로부터 인기가 많다는 게 회사측 설명이다.

이 제품은 LED채널 구조를 이용해 입체적인 화살표 구조를 구현한 제품이다. 돌출 간판으로 외부 활용시에는 매장의 입구 방향을 안내하는 재미있는 연출로 매장 주목도를 높일 수 있다. 일반적인 돌출간판 위치는 물론, 매장 하

단 벽면이나 모서리 등에 설치해도 색다른 연출이 가능한 게 특징이다. 매장 상호 홍보는 물론 공간 형태에 따라서는 시설안내사인으로 활용할 수도 있다.

양산형 제품으로 규격은 400×500mm, 두께 50mm의 단일 사이즈로 판매된다. 화면 크기는 100×550mm다. 색상은 시인성이 좋은 옐로가 기본 컬러이며 퍼플·민트·핑크·비리디안 등 일부 컬러는 주문 제작이 가능하다. 문구·이미지는 그라픽 필름을 부착하는 방식으로 표기되며, 필요에 따라서는 UV프린팅으로 직접 출력도 가능하다.

문의 : 070-4351-3323



제작이 가능한 컬러들.

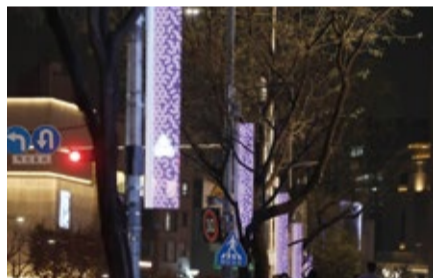
# 강남구, 청담동 일대에 주얼리형 경관조명 구축

가로등 60개로 화려한 풍경 연출... 바닥 투사형 조명도 적용

서울 강남구가 압구정로테오역부터 청담사거리까지 이어지는 청담동 명품 거리에 가로등과 연계된 경관조명을 설치했다.

이 경관조명은 총 700m 구간 양방향 가로등에 설치됐다. 300×2400mm 규격의 직사각 구조 조명기구를 가로등 기둥부에 설치한 형태다. 가로등 센서와 연계돼 가로등이 켜지면 점등되고 가로등 소등시 함께 꺼지는 방식으로 운영된다.

강남구에 따르면 이 경관조명의 설치



강남구에 설치된 가로등 경관조명과 바닥 투사형 조명.

는 지역 내 명품 브랜드들의 후원으로 진행됐다. 그래서 조명의 디자인에도 명품 주얼리를 상징하는 보석 형태의



디자인이 반영됐다. 이와 함께 꽃다발, 나비, 포인세티아 등 4종의 이미지를 도보에 표출하는 이미지 송출형 도보 조

명도 설치됐다.

구는 올 상반기 중으로 이 경관조명을 청담역까지 총 1.3km구간으로 확대할 계획이다. 청담건영아파트 리모델링 조합 후원으로 청담사거리~청담공원사거리(600m) 구간에 경관 조명 42개, 특화 조명 12개, 이미지 조명 3개를 추가 설치할 계획이다.

강남구 관계자는 “새롭게 조성된 청담동 빛의거리는 도시 브랜드를 강화하고, 명품거리를 상징하는 랜드마크 역할도 할 수 있을 것”이라며 “올해 중 조명 설치를 확대해 더 아름답게 빛나는 거리를 조성해 갈 계획”이라고 말했다.

# 사찰 앞 장식한 초대형 석재 문자 간판 ‘눈길’

영주시, 부석사 진입로에 자연석 가공한 문자 조형물 구축



부석사 진입로에 세워진 석재 문자 조형물.

경북 영주 부석사로 들어가는 진입로에 문자 간판 형태의 초대형 석재 조형

물이 등장해 화재다. 최근 영주시는 부석사 일대의 문화·관광 인프라 개선의

일환으로 부석사 진입로에 사찰의 역사성과 지역 정신을 담은 문자 조형물을 구축했다. 특히 이 조형물은 영주 지역 고유의 석재 문화를 알리기 위해 자연석을 소재로 사용해 주목된다.

최근 많은 지자체들이 관광 인프라를 위해 대형 문자 조형물을 구축하고 있으나 금속이나 FRP가 아닌 자연석을 사용하는 것은 드문 사례다. 무게와 가공의 어려움으로 인해 문자 형태로는 제작이 아주 까다롭기 때문이다.

이 조형물은 조형물 전문 업체인 줌톤이 제작을 담당했다. 짙은 회색의 석재를 가공해 층위별로 배치함으로써 독특한 조형미를 구현했으며, 문자 우

측에는 전통 회귀문(귀갑문) 조각을 담았다. 회귀문은 사찰 건축에서 길상과 보호의 의미를 담은 문양으로, 그 자체로 부석사의 고유한 정체성을 상징한다.

줌톤측에 따르면 부석사가 지닌 역사적 숭고함을 현대적인 기술로 풀어내기 위해 고난도의 정밀 석재 공법을 적용했다. 이를 통해 시간이 흐를수록 가치를 더할 수 있는 작품을 완성했다.

사인의 소재로서 돌은 굳건함을 상징한다. 오랜 세월의 풍파에도 썩거나 부식되지 않고 언제나 그 자리를 우직하게 지키는 견고한 이미지를 담고 있기 때문이다. 따라서 자연석을 가공해 만들어진 석재 사인은 고유의 역사성을 담은 공간에서 주로 활용된다.



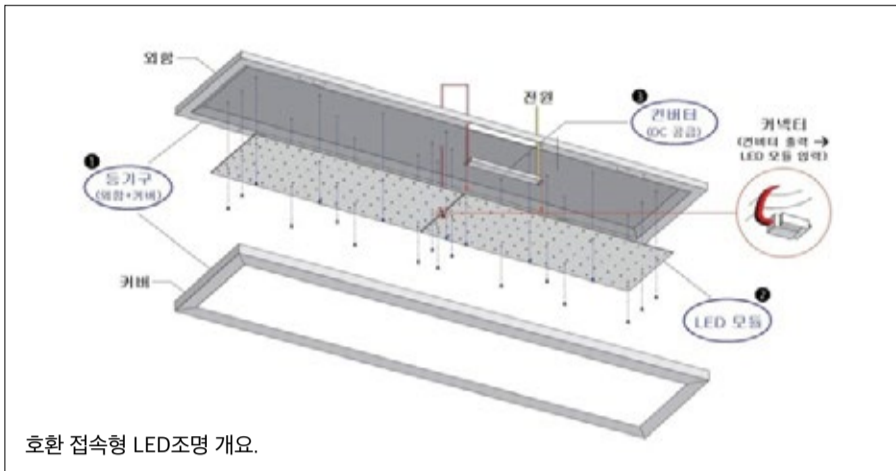
세계옥외광고협회 APAC FORUM SEOUL 2025  
 성공적인 개최에 보내주신 성원에 감사드리며,  
**SP투데이 창간 23주년을 축하드립니다.**



**(사) 한국OOH협회**  
 Korea Out of Home Association

# LED조명 고장나면 이제 부품만 교체

## 기술표준원, 등기구·모듈·컨버터 규격 통일하는 표준안 마련



앞으로 LED조명을 교체할 때마다 등기구 전체를 바꿔야 하는 불편함이 사라질 전망이다. 산업통상자원부 국

가기술표준원은 '부품 호환'을 전제로 한 LED 조명 표준안(KS인증 제정안)을 마련하고 업계 및 소비자를 대상으

로 의견 수렴에 착수했다.

표준안의 핵심은 LED조명을 구성하는 주요 부품의 규격을 통일하는데 있다. 적용 대상은 등기구, LED 모듈, 컨버터 등 세 가지 부품이며 각 부품의 크기와 고정홀 위치, 나사 규격을 동일하게 구성해 제조사와 모델이 달라도 부품별 교환이 가능하도록 했다. 아울러 LED모듈과 컨버터는 전류 조건과 접속단자 규격·극성까지 명확히 규정해 전기적 호환성도 확보하는 방향으로 제시됐다.

현재 LED조명 제품들은 LED조명 제조사별로 부품 규격이 모두 다르다. 이로 인해 조명 고장시 자사 부품 교환이 가능한 일부 제품을 제외하면, 조명

을 통째로 교체해야 하는 단점이 따랐다. 부품 규격이 표준화되면 고장난 부품만 교체해 사용할 수 있어 비용 절감은 물론이고 등기구 교체에 따른 불편도 크게 개선될 것이라는게 기표원측의 설명이다.

표준안은 시장에서 쓰임새가 큰 제품군부터 적용된다. 1200×300mm, 600×600mm, 600×300mm 3종의 사각 매립등과 지름 600mm 원형등이 우선 포함 대상이다.

기표원 관계자는 "이번 표준이 제정되면 조명 고장시 부품만 교체할 수 있어 비용 부담이 줄고 폐기물 발생량도 감소할 것으로 예상된다"며 "제조사 입장에서 사후관리 범위가 좁아져 운영 부담 완화를 기대할 수 있기 때문에 올해 상반기까지 제정을 완료할 계획"이라고 말했다.

# LED로프라이트용 릴이 종이 소재로 바뀐다고?

## ams오스람-쭌토벨, LED용 플라스틱 릴 대체 종이 릴 공동 개발



ams오스람이 개발한 LED로프라이트용 종이 릴.

스트랩 타입의 LED로프라이트 조명의 포장 및 고정용 기재인 플라스틱 릴이 앞으로 종이 소재로 교체될 전망이다. ams오스람(ams OSRAM)이 쭌토벨그룹(Zumtobel Group)과 공동으로 LED 스트립과 구성 요소를 운송하는 데 사용되는 플라스틱 릴의 대체재를 개발했다고 최근 밝혔다.

asm오스람에 따르면 종이 릴은 플라스틱 릴과 비교해 무게가 3분의 1 이상 가볍고 이산화탄소(CO<sub>2</sub>) 배출도 4분의 3 이상 줄일 수 있다. 또한 기존 플라스틱 릴을 새로운 종이 릴로 전환할

때 추가 비용도 발생하지 않는다.

종이는 플라스틱에 비해 여러 가지 장점이 있다. 강성 등 내구성은 유사하며 무게 측면에서 플라스틱 릴은 217g인 반면 종이 릴은 140g에 불과해 약 35%의 무게 감소 효과를 볼 수 있다. 따라서 보관과 운송 과정에서의 메리트가 높다.

또한 플라스틱 릴은 원자재 추출·생산 및 폐기 과정에서 약 1.075kg의 탄소 배출량이 발생하는 반면, 종이 릴은 203g 정도로 약 80%의 환경 오염 개선 효과도 나타난다. 폐기시에 재활용 및

생분해가 가능하다는 점도 장점이다.

기존 릴을 종이 릴로 전환하는 데에는 큰 추가 비용이 발생하지 않는다. 자재 및 생산 비용은 비슷한 수준이며 물류와 폐기 비용을 절감할 수 있어 장기적으로는 경제성도 높다고 회사측은 설명한다. 현재 이 종이 릴은 일부 고객을 대상으로 시범 공급을 진행하고 있으며 조만간 시장에 출시할 계획이다.

ams오스람 관계자는 "종이 릴은 LED 업계의 지속가능한 포장 솔루션을 위한 대표적인 프로젝트로 '생산부터 폐기까지 공급망 전체에 걸쳐 탄소 배출량도 줄일 수 있어 획기적 ESG경영이 가능하다'고 밝혔다.

# 애즈윈 '스마트 전원 공유 전광판' 조달혁신제품 지정

## 전원부 장애시 우회 전원 공급... 송출 중단 문제 개선

애즈윈은 자사의 '스마트 전원 공유 LED전광판 시스템'이 지난 12월 18일자로 조달청 혁신제품으로 지정되었다고 밝혔다. 이번 지정은 현장에서 지속적으로 제기되어 온 전광판 전원 장애와 그에 따른 정보 송출 중단 문제를 해결했다는 점이 높이 평가된 결과다.

'스마트 전원 공유 LED전광판'은 회사가 LED전광판 제조 분야에서 쌓은 노하우를 통해 개발된 기술로 LED전광판의 전원공급장치(SMPS)에서 장애가 발생하는 것을 실시간 감지하고 바로 해결할 수 있는 기술이 적용됐다.

이 기술은 전원부 문제 발생시 별도의 설정없이 다른 전원에 우회방식으로

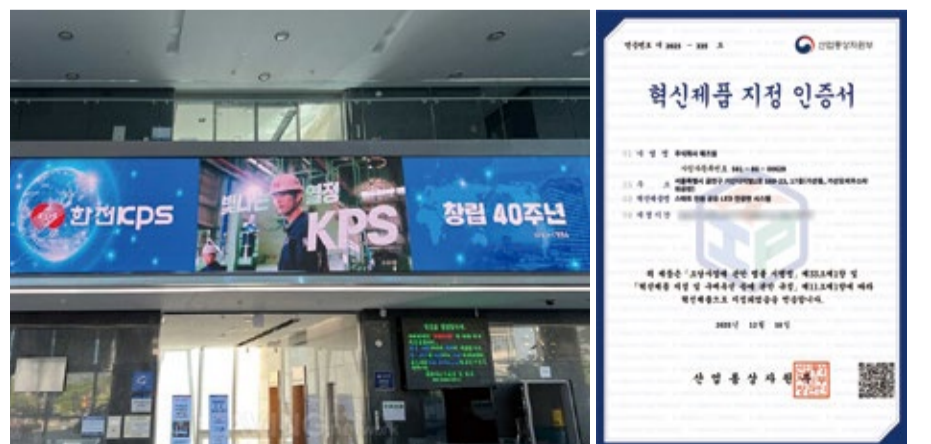
접속해 지속적으로 전원이 공급되게 핵심이다. 이를 통해 고장이 나도 전광판 운영 중 콘텐츠 중단 현상을 최소화한다. 또한 실시간 모니터링과 운영자 알림 기능으로 장애 발생시 신속한 대응이 가능하다.

공공기관 등은 전원 장애 상황에서 안정적인 정보 송출이 가능해 운영 신뢰성을 높일 수 있으며 유지보수 비용도 절감된다. 혁신제품 구매에 따른 제도적 혜택을 적용받을 수 있어 효율적인 도입이 가능할 것으로 기대된다.

애즈윈 관계자는 "전광판 전원 장애로 인한 운영 중단 현상을 줄이기 위해 노력한 끝에 이 기술을 개발했고, 이번

혁신제품 지정이라는 성과로도 이어졌다고 밝혔다. 혁신조달제품은 공공조달

을 통해 기술 혁신과 공공서비스 개선 효과가 뛰어난 제품을 선정하는 제도다. 혁신제품 지정시 공공기관 우선 구매 대상이 되어 수의계약이 가능하다.



애즈윈의 스마트 전원 공유 전광판과 혁신조달제품 지정 확인서.

SPT투데이

창간 23주년을 축하합니다.

우리 협회는 옥외광고산업의 발전과  
 진흥을 위해 노력하고  
 옥외광고업계의 대변자로서  
 회원사와 옥외광고사업자의  
 권익보호와 수익창출을 위하여  
 최선을 다하겠습니다.



사단법인 한국옥외광고미디어협회  
 Association of Korean Out of Home Advertising Media

서울시 영등포구 영등포로51길 10-1, 301호(영등포동2가, 동빌딩)

뜨는 거리를 가면 간판 트렌드가 보인다 - 청담동 명품 거리



스페인 구겐하임 미술관을 설계한 프랭크 게리의 손으로 탄생한 '루이 비통 청담'.



건물 전체를 수직 정원화해 색다른 풍경을 연출한 '구찌 청담'.



자사 시그니처 패턴을 유리 파사드에 구현한 '셀린느'.

# 글로벌 패션 명가들의 플래그십 격전지

## 명품을 알리기 위한 명품 간판들의 모습도 볼만

청담동은 대한민국의 부촌을 꼽을 때 첫손에 들어가는 곳이다. 특히 이곳을 상징하는 상권인 청담 명품 거리는 글로벌 패션 명가들의 플래그십 스토어 전략이 가장 뚜렷하게 나타나는 거리로, 그 시절 가장 럭셔리한 브랜드들의 최고급 매장들이 거리를 차지한다.

물론 엄청나게 높은 임대료 부담과 MZ세대를 중심으로 한 소비 흐름이 성수동, 강남역, 압구정 로데오 등으로 이동하면서 청담동의 위상도 예전같지는 않다. 그럼에도 여느 곳보다 가장 럭셔리하게 단장한 매장들이 속속 진입하고 있는데, 그 이유중 첫 번째는 청담동이라는 주소지 자체가 강력한 광고 수단이 되기 때문이다.

브랜드의 역량을 집결한 플래그십 스토어들이 자리한 공간인 만큼, 사인과 익스테리어 모습도 범상치 않다. 소재부터 디자인, 컬러, 마감까지 명품의 이미지를 뚜렷하게 보여줄 수 있는 사인들을 볼 수 있다. 특히 청담 명품거리의

경우 대부분 단일 브랜드가 건물 전체를 사용하는 게 대부분이기 때문에 사인 자체만을 보기보다는 건물 전체 속에서 사인의 어울림을 보는 게 더 흥미롭다. 멋지게 꾸며진 건축물 자체가 여러 구성요소들과 조화된 거대한 사인이 되기 때문이다.

한편, 이곳에 나타나는 색다른 변화도 주목해 볼만하다. 최근 이곳에는 명품 패션 브랜드들이 직접 운영하는 레스토랑이나 카페가 늘고 있다. 이 거리의 쇼윈도 앞을 지나가는 사람들은 의류나 액세서리 구매가 아니라 브랜드 로고가 새겨진 음식들을 즐기기도 줄을 선다.

이러한 변화의 시작은 프랑스 럭셔리 브랜드 루이 비통부터다. 루이 비통은 최근 자사 플래그십 스토어 4층에 '르 카페 루이 비통(Le Café Louis Vuitton)'을 공식 오픈했다. 루이 비통의 아이덴티티라 할 수 있는 여행용 트렁크를 모티프로 한 인테리어가 멋진 공간이다.

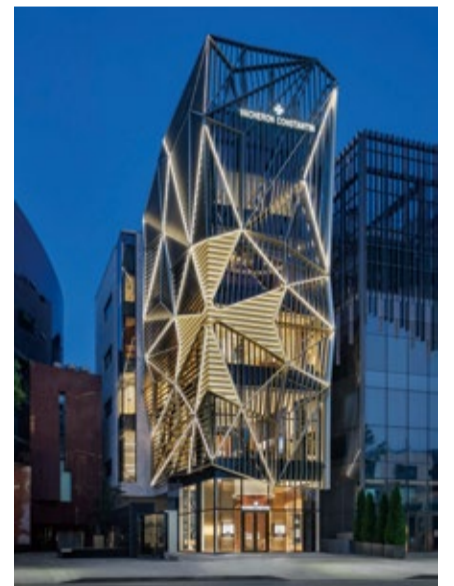
이탈리아를 대표하는 브랜드 구찌도 '구찌 오스테리아 다 마사모 보투라 서울(Gucci Osteria da Massimo Bottura Seoul)'을 오픈하며 미식 전쟁에 참전했다. '도심 속 공중 정원'을 연상시키는 공간으로 인기를 끌고 있다.

식탁을 차린 것은 해외 브랜드만이 아니다. 국내 한섬도 지난 11월 타임의 플래그십 스토어를 청담동에 오픈하며, 자체 브런치 카페 브랜드 '카페 타임(Café TIME)'을 스킨십 형태로 선보였고, 같은 달 오픈한 디자이너 우영미의 첫 번째 서울 플래그십 스토어 '우영미 이태원'에는 브랜드 감성을 담은 '카페 드 우영미(Café de Wooyoungmi)'가 문을 열었다.

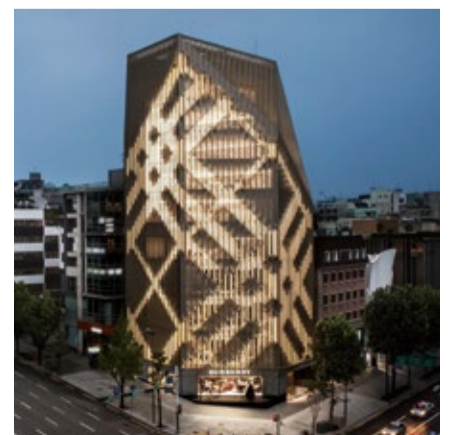
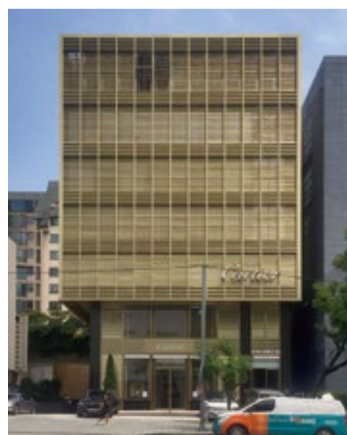
이처럼 청담동에서 패션 브랜드들이 F&B 사업에 공들이는 배경의 특징은 결국 마케팅의 방식이 달라지고 있다는 점이다. 디지털로 인해 오프라인 매장이 힘을 잃고 있는 지금, 브랜드 차별화와 잠재 고객의 확보를 위해서는 기존

처럼 시각에 의존하는 게 아니라 후각과 미각까지 다양한 감각을 전달해 하나의 브랜드 세계관을 각인시키는 게 기업들의 목표가 되고 있는 모습이다.

신한중 기자



하인엔드 시계 브랜드 '바세론 콘스탄틴'의 매장 전경.



(왼쪽부터) 거대한 기계장치를 보는 것같은 '돌체앤가바나 청담', 브랜드 분위기를 잘 살린 '까르띠에 청담', 초록빛 익스테리어로 청량한 느낌을 주는 '로에베 청담', 고유의 체크무늬를 형상화한 '버버리' 매장 전경.

# 세계일류 도시 서울

## 세계 옥외광고문화 서울옥외광고협회가 이끌어가겠습니다.



### (사)서울특별시옥외광고협회

서울특별시 송파구 올림픽로 35길 137, 10층(신천동, 한국광고문화회관)

Tel. 02)882-9500 Fax. 02)882-0557

[www.soaa.or.kr](http://www.soaa.or.kr)



이현의 글로벌 OOH 인사이드

# AI 시대에 더 강해진 전통 매체의 물리적인 존재감

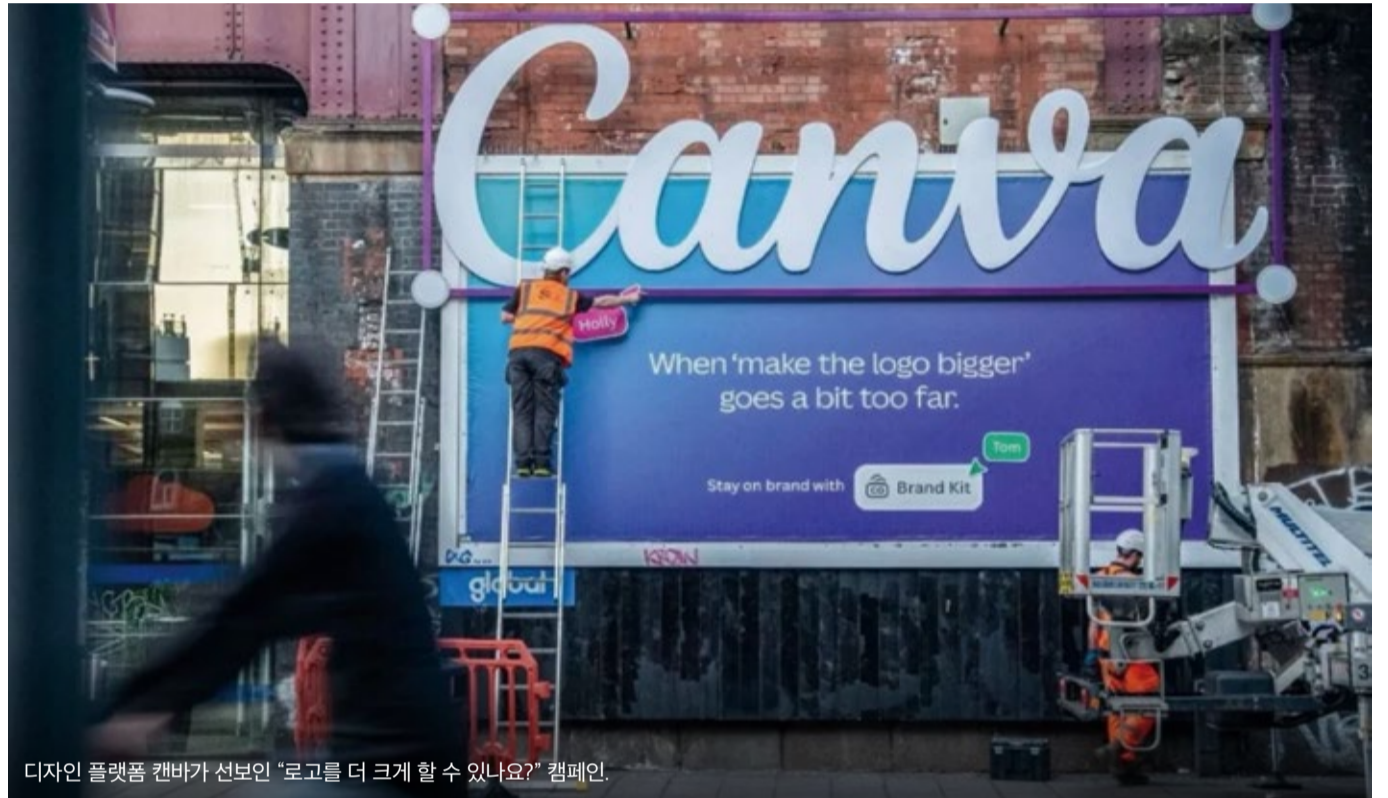
페이머스 캠페인, 2025년을 빛낸 전통적 빌보드 캠페인 40선 공개

“AI와 디지털 콘텐츠의 범람 속에서 빌보드가 오히려 주인공이 됐다”

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



**이현**  
WOO 한국대표



디자인 플랫폼 캔바가 선보인 “로고를 더 크게 할 수 있나요?” 캠페인.

AI와 CGI 중심의 디지털 마케팅이 일상화된 2025년, 옥외광고(Out-of-Home, OOH)가 다시 한 번 존재감을 드러내고 있다.

마케팅 전문 매체 페이머스 캠페인(FAMOUS Campaigns)은 최근 “The 40 Best Billboards of 2025”를 발표하며, 지난해 가장 주목받은 글로벌 빌보드 캠페인 40선을 공개했다. 페이머스 캠페인은 “AI와 디지털 콘텐츠가 범람하는 환경 속에서 빌보드는 오히려 장면을 훑치는 주인공이 됐다”고 평가했다.

이번 선정은 단순한 시각적 화제성을 넘어 장소성과 맥락을 정확히 읽은 설치 방식, 그리고 제작 완성도를 핵심 기준으로 삼았다. 거리에서 사람들의 발길을 멈추게 한 빌보드들은 소셜미디어로 빠르게 확산되며, 물리적 공간과 디지털 대화가 결합된 새로운 문화적 과급력을 만들어냈다. 페이머스 캠페인은 이러한 흐름을 옥외광고의 ‘실질적인 르네상스’로 규정했다.

리스트에는 2025년 한 해 동안 가장 많이 회자된 사례들이 포함됐다. 교통 흐름을 멈출 만큼 강한 주목도를 보여준 작업, SNS에서 자발적인 공유를 이끌어낸 캠페인, 그리고 옥외광고가 여전히 강력한 브랜드 스토리텔링 수단임을 입증한 사례들이 중심을 이룬다. 이들 캠페인은 페이머스 캠페인의 주간 뉴

스레터 ‘Famous Five’와 링크드인 채널을 통해 순차적으로 소개돼 왔다.

대표적인 사례로는 디자인 플랫폼 캔바(Canva)가 선보인 캠페인이 꼽힌다. 스텝 스튜디오(Stink Studios)와 협업해 런던 워털루 스테이션 일대에서 전개된 이 시리즈는 “로고를 더 크게 할 수 있나요?”라는 광고 업계에서 가장 흔한 피드백을 전면에 내세웠다. 클라이언트와 에이전시 간의 창작적 긴장과 반복되는 수정 과정을 유머로 풀어낸 이 작업은 업계 종사자와 일반 대중 모두의 공감을 얻었다.

자동차 브랜드 아우디는 워블던 테니스 대회를 계기로 또 하나의 인상적인 빌보드를 선보였다. 워블던으로 향하는 주요 동선에 설치된 이 캠페인은 절제된

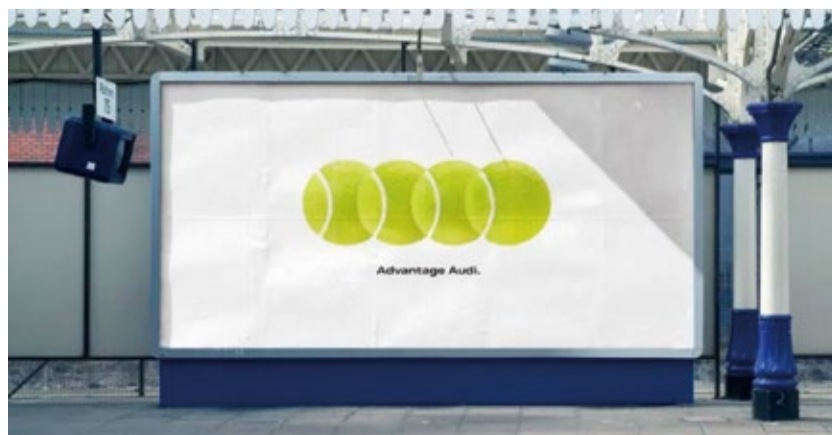
그래픽과 명확한 메시지로 테니스 팬과 디자인 업계의 호평을 동시에 받았다. BBH 런던이 제작한 이 작업은 장소와 타이밍이 얼마나 중요한지를 보여주는 사례로 평가된다.

사회적 메시지를 전면에 내세운 캠페인도 주목을 받았다. 영국 일간지 가디언은 미국 시장을 겨냥한 첫 대규모 브랜드 캠페인을 뉴욕에서 진행했다. 러키 제너럴스(Lucky Generals)가 제작한 이 빌보드는 시민들이 직접 ‘검열’ 스티커를 떼어내야 메시지가 드러나는 구조로 설계됐다. 언론 자유와 미디어 검열이라는 주제를 물리적 참여로 체감하게 만든 이 캠페인은, 정적인 매체로 인식돼 온 빌보드를 참여형 미디어로 확장했다는 평가를 받는다.

페이머스 캠페인은 이번 선정 결과를 통해 분명한 흐름을 짚는다. 디지털 콘텐츠가 무한히 소비되는 환경일수록, 실제 공간에서 마주치는 물리적 경험은 오히려 더 강한 기억을 남긴다는 점이다. 장소, 타이밍, 인간적인 통찰을 정확히 짚어낸 빌보드는 단순한 광고를 넘어 사회적 대화를 만들어내고 있다.

옥외광고 업계에서는 이를 두고 옥외광고가 더 이상 과거의 매체가 아니라, 다시 한 번 창의성과 문화적 영향력의 중심으로 돌아오고 있다는 평가가 나오고 있다.

페이머스 캠페인이 선정한 40개중 이번에 소개한 3개를 제외한 나머지 캠페인들은 지면 관계상 다음 호에 게재할 예정이다.



장소와 타이밍이 얼마나 중요한지를 잘 보여주는 아우디의 광고.



가디언 광고는 시민들이 직접 ‘검열’ 스티커를 떼어내야 메시지가 드러난다.

www.goaa.or.kr

변화의중심 기회의경기

광고문화를 선도하는 경기도옥외광고협회!



# (사) 경기도 옥외광고협회

Gyeonggi-do Outdoor Advertising Association

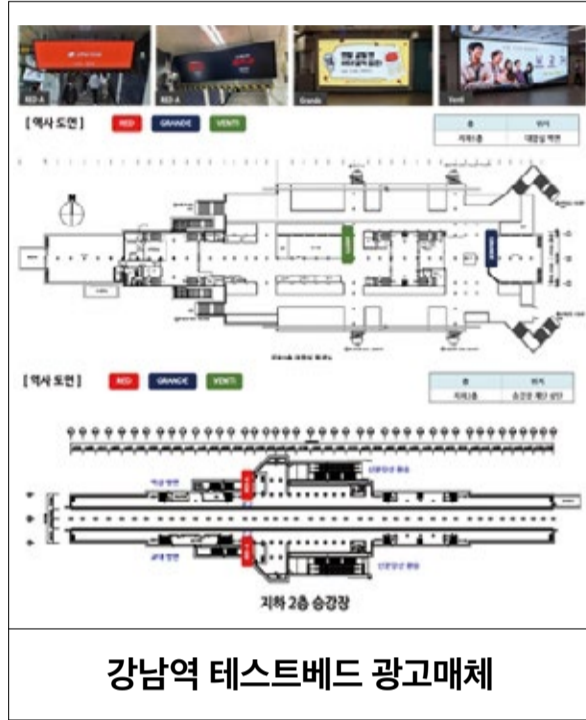
경기도 수원시 권선구 산업로 156번길 142-10 수원벤처밸리2 A동 414호  
TEL. 031.251.8600 FAX. 251.2777 Mail. gdoaa@hanmail.net



주호일의 옥외광고 에세이 - 오십 다섯번째 이야기

지속가능한 옥외광고 이야기\_2026년을 전망하다.

# 2026년의 화두는 합종연횡(合從連橫)?



옥외광고 효과지표 측정을 위한 테스트베드 운영지역 및 매체(자료: 한국옥외광고센터)

부를 비롯한 공공기관, 여러 학회와 협회 등 많은 관계자들이 참석하였다. 2024년 2월 출범식을 통해 본격적인 활동을 시작하였으며, 옥외광고산업의 오랜 숙제였던 ‘광고효과’라는 아젠다를 30여 사업자들이 연합하여 도출해낸 성과를 발표했다. 다양한 유형의 옥외광고 매체들을 4개의 체계로 분류하고 유동인구, 노출인구, 주목인구에 대한 효과측정 지표도 정의했다. 또한 서울 강남대로의 전광판과 미디어폴 등 주요 매체에 대한 ‘최종 유효 주목인구’를 측정함으로써 객관적인 데이터 활용 가능성을 보여주었다. 2026년은 이를 플랫폼화하여 활용도를 높인다는 계획으로 업계의 활용 여부가 주목된다.

2025년의 연장선에 있는 2026년 올해도 녹록지 않게 시작될 전망이다. 대형 전광판과의 경쟁을 위한 기존 전광판 사업자들의 고군분투 또한 예상된다. 2026년이다. 옥외광고의 춘추전국시대를 맞이하는 새해이다. 합종연횡(合從連橫)을 통한 업계 이해관계자들의 거버넌스 구축의 필요성을 제언해 보며, 2026년도 업계의 질적인 발전을 기대해 본다.

2026년 병오년의 새해가 밝았다. 올해는 2월 밀라노 동계올림픽을 시작으로 3월 월드베이스볼클래식(WBC)을 거쳐 6월에는 북중미 월드컵이 열리는 스포츠의 해다. 특히 6월은 11연속 본선에 진출하는 대한민국을 다시금 뜨거운 월드컵의 열기 속으로 몰아넣을 것으로 예상된다. 공식후원사뿐만 아니라 스포츠 브랜드 중심의 마케팅이 활발하게 펼쳐질 것으로 보인다. 글로벌 스포츠 대회들이 2026년 옥외광고산업 발전의 마중물이 되었으면 하는 바람이다.

2026년은 경기회복을 기대하면서 전광판들의 지속적인 구축과 시내버스 승차대의 디지털화(digitalizing) 확대 등이 예정되어 있다. 매체의 개체수 증가와 고도화(高度化)가 복합적으로 진행될 예정이다. 2기 자유표시구역이 지정 3년 차로 접어들면서 지난해에 이어 명동을 중심으로 전광판들이 신규 구축되거나 기존 전광판들의 규격이 확대될 전망이다. 아울러 서울

시내버스 승차대는 디지털화와 함께 권역화(3~4개)가 동시에 진행될 예정이다. 권역 구성과 디지털화가 가시화되면 시설투자에 대한 비용 부담 등 중소기업자들의 입찰 참여는 더욱 쉽지 않을 듯싶다. 중소기업들과 상생할 수 있는 제도 마련과 업계의 상생 노력이 더욱 필요한 새해다.

한편 주요 언론사들의 옥외광고 시장 참여에 이어 중소 규모 언론사들의 옥외광고 시장 진입도 활발히 이루어질 전망이다. 업계에 미칠 긍정과 부정의 영향 모두 있겠지만 시장에 대한 충분한 이해와 스테디가 전제되었으면 한다. 또한 전통적인 업계 옥외광고 회사들과의 협업을 고려한다면 안정적인 시장 진입이 가능할 수도 있지 않을까 제언해 본다.

지난해 12월 16일 한국옥외광고센터는 옥외광고 효과지표 표준화 얼라이언스의 성과발표회를 개최했다. 기존 얼라이언스 회사들뿐만 아니라 행정안전



주호일

매일경제신문 옥외광고 팀장  
평택대 겸임교수  
한양대 광고홍보학과 겸임교수



통신 와이파이 데이터 및 비전 시를 통한 최종 유효 주목인구(자료: 한국옥외광고센터)

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 사용하실 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 톨날로 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](#)

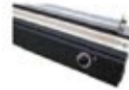
**아크릴 가공기계**



**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

**성형사인 / 메폭시사인 / 아크릴사인**

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

[www.gssign.net](http://www.gssign.net)



**거성산업**

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

디지털매체, 유튜브 콘텐츠, 기업 브랜딩·행사, 미디어아트 영상 기획&제작

**CREATIVE VISUAL**

영상 제작의 모든것 **그림형제플러스**

*그림형제*  
(주)그림형제플러스

견적문의 010-3742-9026

회사주소 서울시 강남구 도산대로 38길 20 3층



# 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

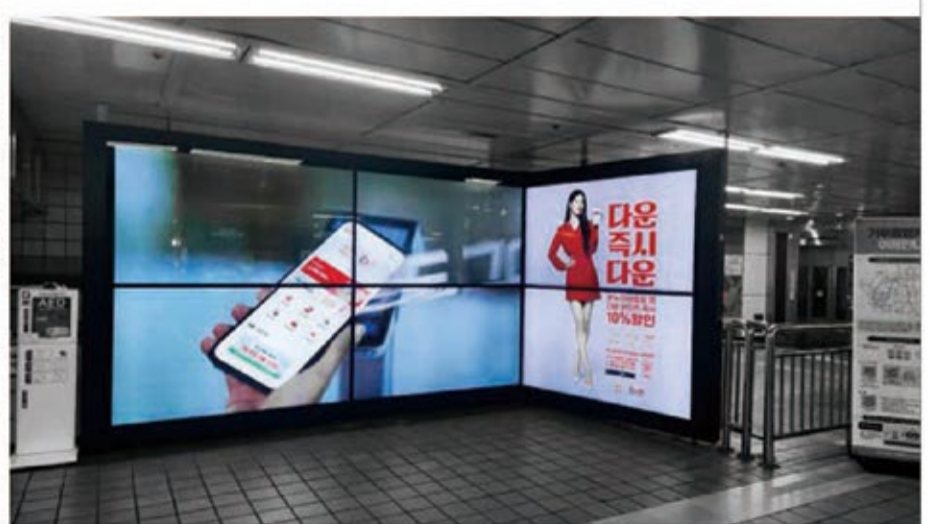
매일매일 소비자와 가장 가까운 곳에서 만나는  
새로운 디지털 매체, 경기도 G BUS TV



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]





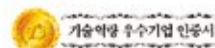
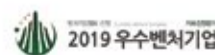
WWW.koreasign.co.kr

# 대한민국을 넘어 **세계로**, **코리아싸인**의 도전은 멈추지 않습니다.

2026년 글로벌 시장 진출 본격화, 한국에서 증명한 기술력을 통해 세계로 도약합니다.



| 주 | 코리아싸인  
T : 031-924-0477  
경기도 고양시 일산서구 덕이로 282-14



# LED

KOREASIGN

# 전광판은 코리아싸인

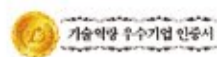
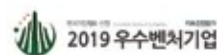
WWW.koreasign.co.kr



| 주 | 코리아싸인

T : 031-924-0477

경기도 고양시 일산서구 덕이로 282-14



ISO 9001 / ISO 14001

조달청 (Procurement Agency)

# [ 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

