

만화가 광고효과 배가 시킨다

애드툰 등 전문 업체들 인기

만화는 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 매체다. 한 컷의 만화를 통해서도 세상의 많은 의미를 해학적으로 혹은 독설적으로 표출할 수 있는 것이 만화가 갖는 큰 매력이다. 만화가 단순한 그림책이 아닌 시대를 반영하는 문화의 장르로 구분되는 연유도 여기에 있다. 최근에는 문자만 가득한 일반 광고물에 만화나 캐릭터 등을 가미시킨 독특한 광고들이 제작되는 등 광고 분야에도 만화가 활용되고 있다.

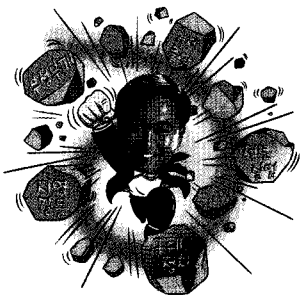
만화 매체 이용한 광고회사 '애드툰'

4대 매체를 비롯한 각종 매체의 광고는 유명연예인을 등장시키며 광고효과를 얻고 있다. 인지도 있는 실제 모델이 화려하게 매체에 등장하며 각종 상품과 브랜드를 광고하는 방식은 가장 효과적인 광고의 형태이다. 그러나 최근 들어 만화 이미지로 광고를 집행해 광고 효과를 보는 경우도 종종 볼 수 있다. 이러한 이유는 만화매체에 대한 친숙한 인식과 화려하지 않는 대신 거부감을 덜어줘 상대적인 광고효과를 볼 수 있기 때문이다.

이와 관련된 기업들도 인기를 모으고 있다. 애드툰(대표 진홍만)은 그 대표적 회사. 지난 1990년 홍보만화 전문회사 애드코스라는 이름으로 설립된 홍보업체다. 2006년 애드툰으로 상호를 변경하고 지금까지 19년 동안 출판과 관공서, 기업체의 카툰 부분 기획을 비롯한 홍보작업을 진행해 오고 있다. 그리고 현재는 '만화와 디자인'이라는 새로운 컨셉을 기반으로 본격적으로 광고업계 진출을 모색하고 있다.



진홍만 대표 캐리커처

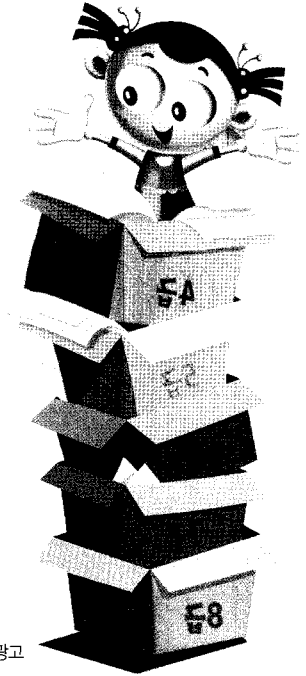
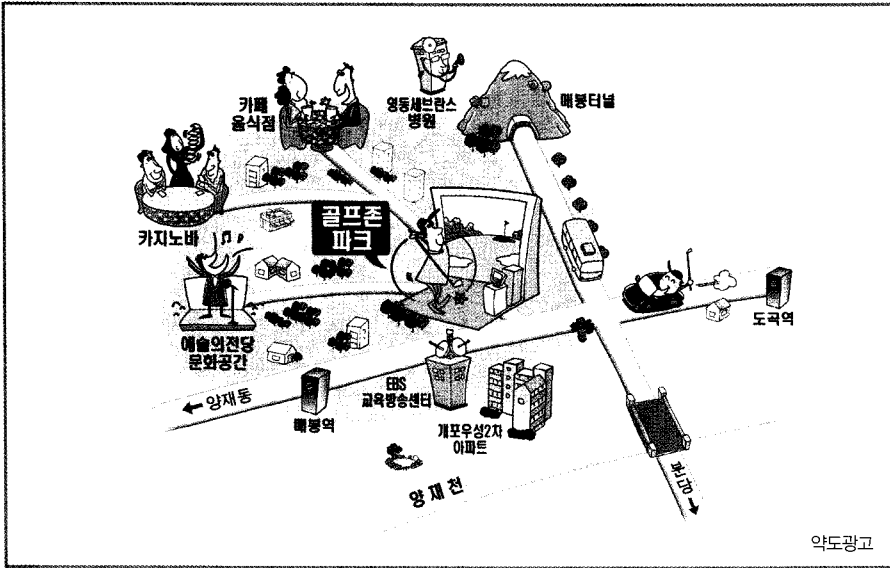


관공서 삽화(위)와 선거용 광고(아래)

만화와 인사의 만남

광고는 업체의 상호를 비롯해 업체를 알리는 가장 중요한 수단이다. 따라서 광고는 소비자의 눈에 잘 띄어야 하며 오랫동안 인지되면 금상첨화다. 이에 애드툰 진홍만 대표는 "이제 광고는 크고 화려한 것이 아닌 심플하면서도 주목도가 높은 것이어야 한다"며 "만화는 캐릭터를 이용한 매체로서 대상의 특징을 잘 살려내어 표현하기 때문에 주목도가 상당히 높다고 밝혔다. 실제로 애드툰은 관공서 및 기업체를 대상으로 만화의 특성을 잘 적용시켜 깔끔하면서도 주목성이 높은 광고물을 제작·기획하고 있다.

이어 진 대표는 "물론 광고물이 소비자의 시선을 가장 빨리 끌고 더불어 기억까지 남도록 한다면 가장 좋은 광고물이며, 소비자의 시선을 끄는 방법으로 유명한 모델을 이용하는 것은 좋은 방법이 될 수 있다"고 전제하면서도 "그러나 일반 광고물에 유명 모델을 기용해 디자인을 하는 것은 현실적으로 불가능하며 적절하지도 않다"고 말했다. 또 "실존 유·무를 떠나 특성이 잘 드러난 캐릭터를 이용하는 것은 소비자의 시선을 끄는데 충분한 역할을 하며 비교적 저렴한 가격으로 이에 상응하는 광고효과를 볼 수 있을 것"이라고 자신했다.



만화는 고부가가치 산업이다

최근 들어 만화를 비롯한 캐릭터에 관심과 가치가 높아지면서 거대한 산업으로 성장해 수많은 고부가가치 상품들을 양산해 내고 있다. 이에 대해 진 대표는 “만화는 게임 산업 등과 접목되면서 캐릭터 등의 고부가가치 콘텐츠로 분류되고 있다. 이러한 만화요소를 광고물에 접목시키면 경쟁력 있는 콘텐츠가 될 것”이라고 말했다. 이어 “만화 디자인은 업체별로 특성과 전문성을 갖고 있어, 각 업체별로 독특한 만화 디자인 요소를 개발한다면 가격경쟁으로 얼룩진 광고시장 상황을 개선하고 고부가가치 산업으로 발전할 가능성이 충분하다”고 밝혔다.

이처럼 애드톤은 광고물 시장이 만화 디자인요소와 결합되면 광고주와 소비자를 모두 만족시킬 수 있는 분야라고 판단하고 있으며, 일반 광고물 디자인 작업에 만화 디자인 요소를 적용시키고 있다. 애드톤에서는 현재 관공서, 기업체 등의 안내광고물과 일반가게 간판에 들어가는 캐릭터 및 BI, CI 등을 디자인하고 있다. 물론 현재 까지 만화가 들어간 광고에 대한 인식의 부족으로 특별한 차별성을 두고 두각을 나타내는 것은 아니다. 하지만 애드톤은 만화를 이용한 광고물 디자인에 대한 전문성을 확보하고, 단순 광고물이 아닌 광고문화를 만들어가는 비전을 바라보고 성장해 가고 있다.



소방방재청(위) 광고와 5단 리플릿 광고

재미있고 효과 있는 만화 디자인 광고

최근 각 지자체별로 광고물 사업에 대한 움직임이 활발하다. 이러한 움직임은 더 이상 광고물이 상호만을 알리기 위해 화려하게 만드는 수준이 아닌 건전한 광고문화 조성의 필요성에 관심이 높아지고 있기 때문이다. 진 대표는 “최근 들어 다른 광고물의 재미요소를 예를 들며 디자인 의뢰를 해오는 경우가 있다”며 “이러한 예시의 광고물은 소비자들에게 재미있으면서 친숙한 느낌을 주는 것들이 대부분”이라고 말했다.

이어 진 대표는 “편(fun)한 요소가 소비에 있어서 중요한 역할을 하는 요즘의 경향에 맞춰 웃음과 신바람을 줄 수 있는 광고는 누구나 좋아 할 수 있는 광고일 것”이라며 “만화를 이용한 광고물은 재미와 광고효과를 동시에 제공할 수 있을 것”이라고 강조했다.



제품사용설명서 광고

박성권 기자 vovsys@print.or.kr