

제 23회 마케팅프론티어대상 부문별 Final List

대기업 부문

1



YG 엔터테인먼트는 싸이, 빅뱅, 2EN1 등의 아티스트를 통하여 한국 문화의 국제화에 일조한 것은 물론, 홀로그램 콘서트와 같은 방식으로 여러 기술혁신을 도입하고 있다. 또한 관련 사업 다각화 차원에서 YG e-Shop, YG Music, YG Bangs 등으로 MD, 음원, 캐릭터 사업을 하고 있으며 YG With으로 공연 수입의 일부를 사회에 환원하고 있다. 또한 루이비통으로 부터 투자를 유치하여 화장품과 패션 등 콘텐츠를 사용한 신규 사업도 준비하고 있다.

2



네이버 라인은 네이버톡의 부진을 극복하고 글로벌시장을 공략하여 일본, 중동, 중화인민공화국, 동남아시아 지역을 중심으로 전 세계 108개국에서 이용되며, 대한민국 내 이용자보다 국외 이용자가 월등히 많다. 현재 다양한 서비스 제공을 하였던 카카오톡의 사례를 참고하여 다양한 서비스를 제공하고 있다. 라인 매출의 80%는 일본에서 이루어지며 라인의 총 매출 중 30%는 라인 스티커 서비스에서 올리고 있다.

3



"LG트롬 트윈와시 세탁기"는 하나의 바디에 위에는 트롬 아래는 통돌이로 구성되는 두 개의 세탁기를 갖춘 혁신적인 제품으로서, 주부 소비자들의 빨래감을 구별해서 세탁하려는 욕구와 시차 없이 동시에 세탁했으면 하는 섬세한 욕구를 만족시키는 제품으로서 꾸준한 기술개발과 혁신적인 제품 컨셉트로 마케팅을 충실히 구현한 제품이다.

4



2015년에 출시된 티볼리는 쌍용 자동차가 14만 대를 판매하는 데 견인차 역할을 한 신규 SUV이다. 기존 SUV는 딱딱하고 남자위주의 제품이라는 선입견을 깬 티볼리는 세련된 도시적인 디자인과 접근성 있는 가격에 힘입어 SUV를 처음 구매하는 젊은 층과 여성에게도 인기를 끌고 있다. 티볼리는 국내 뿐만 아니라 서유럽에서도 호평을 받았는데 벨기에와 네덜란드어권 자동차협회 VAB가 주최하는 '제 29회 VAB Family Car 시상식'에서 준중형차 부문에서 올해의 팔리리카에 선정됐다. 높은 평가를 받은 요소에는 높은 연료 효율성, 강력한 엔진 퍼포먼스와 다이내믹한 주행성 등이 꼽혔다.

제 23회 마케팅프론티어대상 부문별 Final List

중소/중견기업 부문

1



다이소는 '천원' 균일가로 1997년 1호점을 시작하여 현재는 전국에 1,000개 이상의 매장을 운영하는 대표적인 대한민국 토종 생활용품 유통기업이다. 마케팅 원칙에 충실하게, 고객들이 진정한 가치(value)를 느끼면서 즐겁게 쇼핑하고 싶은 곳으로 자리 매김함으로써 불황기에도 꾸준히 성장하고 있다.

2



(주)하림은 닭고기와 계육가공식품의 대표기업으로서, 양계농가에 적절한 단가를 제공하여 농가소득을 크게 향상시킴으로써 동반성장의 모범기업이다. 또한 질소처리를 통한 동물복지 실현하고 항생제를 투여하지 않은 브랜드 '자연실록'을 개발하여 고객가치 제고하여 시장경쟁력을 확보하였다.

3



반도체, 전자재료, 에너지 등 첨단 산업에 탁월한 연구, 개발 마케팅으로 괄목할 만한 성장을 지속하며 감사를 핵심가치로 탁월한 기업문화로 고객과 종업원을 만족시키는 기업이다. 네페스의 뜻, 영원한 생명이며, 설립 연월 1990년 10월 설립하여 1999년 12월(KOSDAQ 033640) 상장한 반도체, 전자재료, 에너지, Display, Life Science 등 제조 판매회사이다.

4



자연 생태계와 조화를 이루며 밥상살림, 농업살림, 생명살림을 위해 30여년 지속, 성장해온 환경 생명 기업, 협동조합이다. 한살림은 사람과 자연, 도시와 농촌이 더불어 사는 생명세상을 실현하기 위해 1986년 12월 4일 작은 쌀가게로 출발해 자연 생태계와 조화를 이루며 밥상살림, 농업살림, 생명살림을 위해 노력하고 있다.

제 23회 마케팅프론티어대상 부문별 Final List

비영리/지방기업 부문

1



한국 천주교 카리타스 수녀회에서 설립한 위캔쿠키는 우리 밀만 사용한 전문 유기농 쿠키제조 회사이다. 2008년에 사회적 기업으로 출범한 위캔쿠키는 중증 장애인 40명을 고용하고 있다. 일반 고용인에 비하여 생산성도 떨어지고 그들 재활과 복지를 위해 다양한 노력을 해야 하지만 좋은 재료와 맛으로 승부하여 연간 24억 이상의 높은 매출액을 올리고 있다.

2



아름다운재단
The Beautiful Foundation

아름다운 재단은 우리 사회에 올바른 기부문화를 확산하고, 도움이 필요한 소외계층 및 공익활동을 지원한다. 시민의식의 성장과 공동체 발전을 위해 기여하는 개인과 단체를 지원한다. 모든 정치적 단체에 대하여 중립적 입장을 견지하고, 다양한 공익사업을 전개한다.

3



전주한옥마을은 서울 북촌이나 경주, 안동에 자리 잡고 있는 한옥마을들과 달리 전주한옥마을의 한옥들은 대규모로 도심에 운집해있다. 전주한옥마을의 한옥들은 전통적 한옥이 아닌 도시 환경과 구조에 맞게 발전되어온 '도시형 한옥'이다. 이러한 도시형 한옥들과 기존에 존재하고 있던 경기전, 풍남문 같은 문화 유적지들의 만남이 전주한옥마을만의 특별한 가치를 형성하고 있다. 아름다운 한옥의 모습뿐만 아니라 여러 가지 전통체험과 먹거리들도 함께 즐길 수 있기 때문에 전주한옥마을에는 관광객들이 많이 찾아온다.

4



우리나라 최초의 세계적인 수준의 국제영화제로서, 1996년 아시아 중심의 세계영화제를 꿈꾸면서 시작된 부산국제영화제(BIFF)는 그간 지속적인 발전을 통해, 문화적 기반이 약한 '문화불모지'에서 성공할 수 있을까라는 우려를 성공적으로 극복해내고 아시아최대규모, 최고권위의 영화제로 성장하는데 성공했다. 2015년 영화제에서는 현장에서 표를 구하기 위해 해외 관광객들이 개막 3일 전부터 줄을 서는 진풍경을 연출했고, 한국영화를 세계에 알리는 데에도 크게 기여하고 있다. 대외경제정책연구원 추한 생산·부가가치 유발효과 2172억원(2013년 기준), 고용 유발효과 2483명인 BIFF는 대한민국의 문화경쟁력에 기여한 국가브랜드로 자리매김했다고 판단된다.