



2026 대한민국 대학생 광고대회(KOSAC, Korea Student Advertising Competition)는 광고산업 활성화와 예비 광고인의 실무 역량 강화를 목표로 마련된 국내 대표 산학연계 프로그램입니다. 올해는 기존 '크리에이티브 영상 부문'에 '아이디어 영상 부문'을 새롭게 추가해 「KOSAC 영상콘텐츠 챌린지」를 확대 운영하오니, 많은 관심과 참여 부탁드립니다.

주최



문화체육관광부

주관



한국광고총연합회
KOREA FEDERATION OF ADVERTISING ASSOCIATIONS

- ☐ 주최 : 문화체육관광부
- ☐ 주관 : 한국광고총연합회
- ☐ 후원 : 우아한 형제들, SM C&C, J4D, 피알원, RUNLAB, The SMC
TBWA KOREA, 스프링엔플라워, 드림인사이트, 빅밴드앤코, 애드리치,
와이즈버즈, 한국광고학회, 한국광고홍보학회, 한국광고PR실학회
- ☐ 행사기간 : 2026년 9월~12월
- ☐ 대회주제

「배민과 함께하는 더 나은 일상의 변화」 프로젝트

- 최근 배달 플랫폼은 단순한 음식 배달을 넘어 소비자의 일상을 지원하는 생활 플랫폼으로 진화하고 있습니다. 배달의민족 역시 배달 서비스를 시작으로 장보기·쇼핑 등 커머스 영역을 확장하며, 사회공헌과 신규 서비스 개발을 통해 소비자의 삶에 새로운 가치를 더하고 있습니다.
- 이에 KOSAC과 배달의 민족은 대학생들과 함께 소비자의 일상 속에서 배민이 제공할 수 있는 새로운 가치와 역할을 고민하고, 더 나은 일상을 만들어갈 다양한 커뮤니케이션 및 사회공헌 아이디어를 발굴하고자 합니다.

아래 주제 중 한 가지를 선택하여 영상콘텐츠를 제작해 주세요

① 크리에이티브영상 부문

- ① 주제 1 : '세상 모든 것이 식지 않도록' 배민 [브랜드 미션] 영상 제작
- ② 주제 2 : 2030 소비 일상에 변화를 준 배민 [커머스]의 브랜드 필름

② 아이디어영상 부문

- ① 주제 1 : 아이들을 위한 신규 [사회공헌] 프로그램 제안
- ② 주제 2 : 2030의 라이프스타일/니즈를 반영한 신규 [서비스] 제안

※각 주제 별 세부과제는 본 시행요강 13페이지 참고!

※ '아이디어영상 부문' 신설

o '아이디어 영상 부문' 은 주제에 대한 핵심 아이디어(Big Idea)를 제시하고 이에 대한 실현방안을 영상으로 제안하는 부문입니다.

- ① 1학기 캠페인기획서 부문이 주제에 대한 전체적인 IMC 캠페인(시장 및 현황 분석, 커뮤니케이션 전략, 매체전략 등)을 문서(PPT)로 제안하는 것이라면,
 - ② 이번에 신설된 '아이디어 영상 부문'은 그 범위를 좁혀 대회주제(과제)를 해결하기 위한 핵심 아이디어(Big Idea)와 실현방안, 기대효과를 최대 2분 이내 영상으로 제안하는 부문입니다.
- 실제로 아이디어를 실행하거나, 실현할 필요는 없으며, 아이디어가 실제로 어떻게 구체화 될 수 있는지를 제시하고, 이에 따른 기대효과까지 제시하면 됩니다.

※영상구성(예시)

①문제정의(상황분석/해결해야할 문제점 제시) → ②아이디어(핵심 아이디어 제시) → ③아이디어 배경(아이디어가 필요한 이유/도출근거 제시) → ④실행방안(핵심 아이디어가 실제 어떻게 구현될 수 있는지 제시) → ⑤기대효과(아이디어 실행으로 기대되는 효과 제시)

※위 내용은 예시이며, 형식에 제한 없이 자유롭게 제작 가능

o '아이디어 영상 부문' 의 표현 방식은 자유이나, 심사위원이 핵심 아이디어와 실행 방안을 명확하게 이해할 수 있도록 구성해 주시기 바랍니다.

- ① AI생성 영상, 애니메이션, 인터뷰 형식, 뉴스형식, 브이로그 형식, 다큐멘터리 형식, 모션그래픽, UI/UX 시연 등 다양한 방식으로 제작 가능하나,
- ② 단순한 PPT 애니메이션 녹화화면, PPT 화면 단순 낭독, 생성형 AI 결과물의 단순 나열 등 아이디어 전달력이 부족한 표현은 지양해 주시기 바랍니다.

※출품작 제작 시 주의사항



- o 좌측 '배달이' 캐릭터는 현재 배달의 민족에서 광고와 마케팅 등에 활용하고 있지 않습니다. 따라서 해당 캐릭터를 활용한 출품작 제작은 지양해 주시기 바랍니다.
- o 단, 배달라이더를 직접 제작한 캐릭터로 표현하거나 실제 인물이 연기하는 방식 등은 가능합니다.

□ 참가자격

- 2년제 이상 대학 및 대학원 재(휴)학생/지도교수를 선임한 2~5인의 팀 구성 필수
- ※ 2027년도 2월 졸업예정자, 국내 대학에 재학 중인 외국인도 참가 가능
- ※ 광고업계 종사자, 사회인, 해외 대학에 재학 중인 외국인, 한국인 유학생은 참가 불가

□ 제출방식

- (부문) 크리에이티브영상 부문(기존부문) / 아이디어영상 부문(신규부문)
- (출품형식) 출품 주제에 대한 영상콘텐츠
- (규격)

크리에이티브영상 부문	아이디어영상 부문
○ 최대 60초 이내(MP4 기준), 단편으로만 응모가능 * <u>숏츠, 틱톡, 릴스, TV광고 등 영상의 형식 제한 없음</u> ○ MP4 형식만 제출가능 / FHD급 화소 / 500MB 이하 / 가로세로 구분 없음 ○ 출품작에 대한 요약설명이 담긴 아이디어 보드 제출 필수(장표 1장)	○ 아이디어와 실현방안을 설득력 있게 전달하는 영상(최대 120초 이내), 단편으로만 응모가능 ○ MP4 형식만 제출가능 / FHD급 화소 / 800MB 이하 / 가로형식만 가능 ○ 출품작에 대한 요약설명이 담긴 아이디어 보드 제출 필수(장표 1장)

- * 아이디어 보드는 자유 형식으로 1장의 장표로 제작하되, 인사이트(기획 의도), 아이디어, 기대 효과는 반드시 포함해야 함
- * 예심심사는 인터넷이 연결되지 않은 노트북으로 심사를 진행하기 때문에 아이디어 보드 내 인터넷 연결이 필요한 URL 등은 삽입금지

○ (유의사항)

① 파일형식 : 출품영상(MP4), 아이디어 보드(PDF)

- ※ 아이디어 보드를 제작하는 프로그램은 제한이 없으나 해당 파일을 PDF로 변환하여 제출해야 함. 단, 전국대회 진출 시 프레젠테이션은 PPT로 진행

② 출품방법 : 홈페이지(<http://kosac.ad.co.kr>)를 통한 온라인 접수(우편, 방문접수 불가)

- ③ 최종PT심사(전국대회) 진출팀에게는 프레젠테이션을 위한 별도의 발표파일 작성기간을 부여 예정

□ 출품 및 제작규정

o (PPT표지 및 내지 규정)

- ① KOSAC 심사 전 과정은 Blind로 진행
- ② 출품작(영상) 및 아이디어 보드에 팀명, 작품 제목 외에는 학교, 학과, 기타 소속, 이름 등 개인정보 작성 금지
- ③ 전국대회 발표 PPT 내지에도 학교, 학과, 기타 소속, 이름 등 개인정보 노출 금지 특히 각 학교 내 설문진행 결과자료 등에 학교명, 개인이름 작성 금지
(예: '광고대학교 3학년 김코삭' → 'OO대학교 3학년 김OO'으로 기입)

※ 제출방식을 준수하지 않은 작품은 심사에 불이익을 당할 수 있습니다.

o (제작규정)

- ① 출품작은 반환하지 않으며, 출품작의 저작권은 출품자에게 귀속됩니다. 단, 수상작에 한해 연합회와 후원사(우아한 형제들)에서 대회홍보, 마케팅, 교육 등의 목적으로 출품작을 사용할 수 있습니다.
- ② 후원사(우아한 형제들)는 수상작 아이디어를 실제 사업이나 서비스 운영에 적용할 수 있습니다. 또한 수상작의 아이디어를 수정·보완(2차적 저작물 작성)하여 활용할 수 있으며, 이 과정에서 수상자와 긴밀히 소통할 예정입니다.
- ③ 연합회와 후원사(우아한 형제들)가 수상작 외의 출품작을 활용하고자 할 경우, 출품자와 별도로 협의하여 결정할 예정입니다.
- ④ 출품작품은 기존에 발표되지 않은 순수한 창작 작품이어야 합니다. 표절 또는 모방작으로 판명될 경우 심사에서 제외되며, 수상하였더라도 추후에 표절 사실이 밝혀질 경우 수상을 취소합니다.
- ⑤ 모든 결과물은 출품팀의 순수 창작물이어야 하므로 타인(출품팀 및 지도교수 외)에게 대가를 지불하여 제작하거나, 대가를 지불하지 않았다 하여도 타인의 힘을 빌려 제작한 것이 밝혀질 경우 수상이 취소됩니다.

- ⑥ 인공지능(AI)을 활용할 수 있으나 사용프로그램, 활용한 부분 등을 작품 내 명시해야 합니다.
- ⑦ Mac OS 환경에서 제작한 작품 파일은 Windows 환경에서도 정상적으로 열람될 수 있도록 사전에 호환 여부를 반드시 확인한 후 제출해 주시기 바라며, 심사 및 프레젠테이션은 Windows 운영체제 환경에서 진행됩니다.
- ⑧ 출품작에 사용하는 모든 저작물(영상, 사진, 음성, 음악, 폰트 등) 등은 저작권을 침해하지 않은 소재여야 하며 제출된 작품과 관련하여 발생하는 저작권 등 법적 분쟁에 대한 책임은 참가자에게 귀속됩니다.
- ⑨ 출품작 제작 시 촬영 허가, 장소 사용 허가, 출연자 초상권 등 저작권 관련 사항을 해결해야 합니다. KOSAC 측은 필요에 따라 증빙 자료를 요청할 수 있으며, 관련 문제 발생 시 모든 책임은 참가자에게 귀속됩니다.
- ⑩ 수상작은 KOSAC 홈페이지와 공식 소셜미디어(유튜브, 인스타그램 등)를 통해 공개됩니다. 출품작을 제출하기 전에 반드시 유튜브에 업로드 테스트 하여 영상 및 배경음악 등의 저작권 침해여부를 자체검수바랍니다. 추후 KOSAC 유튜브 업로드 시 저작권 침해 등의 사유로 업로드가 불가할 경우 수상을 취소합니다.
 - 단, 유튜브 자체검수는 영상 및 음악 등에 대한 저작권 침해여부를 확인하는 것으로 출품작 자체에 대한 표절 여부(영상구성, 아이디어, 스토리 등) 검수와는 무관합니다.
- ⑪ 위의 규정을 준수하지 않아 발생하는 모든 문제는 출품팀에게 있습니다.

o (출품 규정)

- ① 참가지역 구분(6개 지역)은 재학 중인 학교를 기준으로 등록하셔야 합니다. 지역을 잘못 지정한 경우에는 해당지역으로 심사권이 넘어가게 되며, 규정사항 미준수로 실격처리 됩니다. 또한 수상하였더라도 추후에 해당 사실이 밝혀질 경우에도 수상을 취소합니다.

※ 분교 또는 캠퍼스가 분리되어 있는 경우 해당 캠퍼스 소재지로 출품

- ② 출품 시 반드시 해당 출품부문(크리에이티브영상 부문, 아이디어영상 부문)을 정확히 선택하여 등록하여야 합니다. 출품부문을 잘못 지정한 경우, 출품작은 별도의 부문 변경 없이 등록된 부문을 기준으로 심사가 진행되며, 출품부문 관련 규정 미준수로 실격 처리됩니다. 또한 수상하였더라도 추후에 해당 사실이 밝혀질 경우에도 수상을 취소합니다.
- ③ 팀 구성이 여러 학교인 경우, 팀원의 과반수가 속한 지역을 선택하여야 하며, 지역비율이 2:2로 동일한 경우는 지도교수님의 소속지역으로 선택하십시오.
- ④ 출품이 마감시간에 집중되어, 일시적 서버다운 등의 현상이 발생할 수 있으니, 가급적 마감시간 최소 3시간 전에는 작품 및 아이디어보드를 업로드 해주시길 권장합니다.
- ⑤ 1팀(명)이 동일 부문에 2작품 이상 출품할 수 있으며, 각 부문에 1작품 이상씩 동시 출품하는 것도 가능합니다. 단, 2작품 이상 출품하는 경우 작품 간 유사성(컨셉트, 크리에이티브 등)이 없어야 합니다. 동일하거나 유사한 작품을 중복 출품한 경우 해당 작품은 출품이 취소되며, 수상 이후 확인된 경우에도 수상이 취소됩니다.
- ⑥ 영문 또는 영문·국문을 혼용하여 출품작을 제작할 수 있으며, 영어 프레젠테이션(전국대회) 가능합니다. ※영문 출품작, 영어PT에 대한 별도의 가산점 없음

□ 기타사항

- 출품작 평가결과에 대해 일체 이의를 제기할 수 없으며, 평가점수 및 세부결과는 공개하지 않습니다.

3 심사 및 시상

□ 작품접수

- (접수기간) 2026년 11월 2일(월) ~ 11월 9일(월), 23:50까지
- (접수방법) 홈페이지(<http://kosac.ad.co.kr>)를 통한 온라인 접수

※ 출품작을 제출하기 전에 유튜브에 업로드 테스트를 하여 영상 및 배경음악 등의 저작권 침해여부 자체검수 필수

□ 예심

- o (개최일정) 2026년 11월 17일(화)
- o (심사방식) 전체 출품작(영상) 심사, 1차 본심 진출팀 선정(지역별 11개 팀)
 - ※ 지역별 각 부문의 1차 본심 진출팀은 해당 지역의 부문별 출품 비율에 따라 배정하며, 소수점 발생 시 반올림하여 조정
 - ※ 출품 작품수가 최소 출품지역과 2배 이상인 지역은 15팀이 1차 본심심사 진출
- o (심사위원) 광고업계 전문가 30명 내외로 구성(광고주, 광고대행사, 매체사 등 광고 관련 회사 전문가로 구성)

□ 1차 본심

- o (개최일정) 2026년 11월 18일(수)
- o (심사방식) 1차 본심진출팀 대상 지역구분 없이 총 16개팀 선정
 - ※ 각 부문의 전국대회 진출팀은 전체 출품작 수 대비 부문별 출품 비율에 따라 배정하며, 산정 결과 소수점이 발생하는 경우 반올림하여 조정
- o (심사위원) 광고업계 전문가 10명 내외로 구성(광고주, 광고대행사, 매체사 등 광고관련 회사 전문가로 구성)
- o (시상내역) 1차 본심 진출팀 전원 '파이널리스트' 상장 제공
 - ※ 1차 본심 미선발팀 대상 KOSAC챌린저상 지역별 15%내외 선정(상장지급)

□ 전국대회(최종본심)

- o (참가자격) 1차 본심을 통과한 16개 팀
- o (개최일정)
 - 일자 : 2026년 11월 27일(금)
 - 내용 : 최종PT심사 및 시상
 - 장소 : 한국광고문화회관(서울 잠실)
- ※ 상기 개최일자 및 장소는 내부사정에 의해 변경될 수 있음

o (심사방식)

- 경쟁 프레젠테이션 심사 : 프레젠테이션 능력을 포함한 종합평가, 최종 수상자 선정 ※영어프레젠테이션 가능
- 심사대상 : 1차 본심에서 선발된 16개 팀
- 발표시간 : 5분 (별도의 질의응답 시간 없음)

o (심사위원) 주요 광고주, 광고대행사, 매체사 등 광고계 전문가 7명 내외로 구성

o (시상내역)

- ① 대상(1팀) : 상장 및 트로피, 상금 500만원 ※대상은 부문 구분 없이 1팀 선정
 - 문화체육관광부 장관상 수여
 - 2026 대한민국광고대상 특별상(SM C&C 라이징크리에이터 賞) 수여
 - 특별상은 대한민국광고대상 시상식(12월초)에서 대상팀에게 직접 수여
- ② 금상(2팀) : 상장 및 트로피, 상금 각 150만원
 - 크리에이티브영상 부문 / 아이디어영상 부문 각 1팀 수여
- ③ 은상(4팀) : 상장 및 트로피, 상금 각 100만원
- ④ 동상(5팀) : 상장 및 상금 각 60만원
- ⑤ 장려상(4팀) : 상장수여

※ 은상~장려상의 부문별 수상팀 수는 전체 출품작 수 대비 각 부문의 출품 비율에 따라 배정하며, 산정 결과 소수점이 발생하는 경우 반올림하여 조정

※ 전국대회 수상팀 지도교수 수상 트로피 지급

※ 코삭챌린저상~대상 수상팀 지도교수 대상 '지도교수상' 상장 별도 수여

o (추가 수상혜택)

- ① 후원사(J4D, 피알원, RUNLAB, The SMC, TBWA KOREA, 스프링애플라워, 드림인 사이트, 빅밴드앤코, 애드리치, 와이즈버즈) **인턴십 지원**
 - ※ 전국대회 PT심사에 대회 후원사 인사실무담당자가 참여 인턴십 면접대상자 선발 (각 회사별 면접진행 후 1~2명 내외 채용예정)
 - ※ 대상 수상팀을 포함하여 인턴십 기간, 급여 등 관련 세부사항은 채용 회사에서 결정

- ② 전국대회 수상팀 대상 심사위원 1:1 온·오프라인멘토링(진로상담 등) 진행(~12월 중)
- ③ 1차본심 및 전국대회 진출팀 대상(지도교수 포함) 수상작품집 제작 및 배포

□ 심사기준

○ 예심 및 1차 본심

○ (심사방법)

- 총 100점 만점으로 심사항목 별 점수 차등배점
- 작품별 부여받은 심사점수의 평균값으로 순위 산출

○ (심사기준)

① 크리에이티브 영상 부문

구분	심사내용	배점
주제부합성	o 크리에이티브가 주제와 타겟에 부합하여 제작되었는지 여부 o 문제에 대한 분석과 적합성 o 영상이 목표 타겟과 부합하는지 여부	20점
창의성	o 주제를 바라보는 시각과 접근의 참신함 o 기존 틀에서 벗어난 독창적인 아이디어 여부 o 남다른 인사이트와 이를 뒷받침하는 설득력 있는 해석 여부	50점
현실성	o 콘텐츠의 실제 활용 가능성 여부	10점
영상 표현력	o 영상의 종합적인 표현력	20점

* 심사결과 동점작 발생 시 배점 및 중요도가 높은 '창의성', '주제부합성' 및 '영상 표현력'의 합산점수, '현실성' 순으로 고득점 작품을 우선하여 순위를 결정

② 아이디어 영상 부문

구분	심사내용	배점
주제부합성	o 과제의 목적과 요구사항을 정확히 이해하였는지 여부 o 타겟의 특성을 고려하여 적합한 아이디어를 제안하였는지 여부	20점
창의성	o 새로운 관점의 핵심아이디어(Big Idea) 제시 여부 o 기존 접근과 차별화된 독창적인 아이디어 여부 o 아이디어의 실현가능 여부	60점
영상 전달력	o 아이디어와 실행 방안을 효과적으로 전달하였는지 여부	20점

* 심사 결과 동점작 발생 시 배점 및 중요도가 높은 '창의성', '주제부합성', '영상 전달력' 순으로 고득점 작품을 우선하여 순위를 결정

○ 전국대회(최종본심)

○ (심사방법)

- 총 100점 만점으로 심사항목 별 점수 차등배점
- 작품별 부여받은 심사점수의 평균값으로 순위 산출
- PT심사는 지정된 발표시간 초과 시 30초 당 0.5점 감점

○ (심사기준)

① 크리에이티브 영상 부문

구분	심사내용	배점
주제부합성	○ 크리에이티브가 주제와 타겟에 부합하여 제작되었는지 여부 ○ 문제에 대한 분석과 적합성 ○ 영상이 목표 타겟과 부합하는지 여부	20점
창의성	○ 주제를 바라보는 시각과 접근의 참신함 ○ 기존 틀에서 벗어난 독창적인 아이디어 여부 ○ 남다른 인사이트와 이를 뒷받침하는 설득력 있는 해석 여부	40점
현실성	○ 콘텐츠의 실제 활용 가능성 여부	10점
영상 표현력	○ 영상의 종합적인 표현력	20점
프레젠테이션	○ 내용을 정확하고 논리적으로 전달하는지 여부 ○ 자신감 있는 태도로 청중과 상호작용하는지 여부	10점

* 심사결과 동점작 발생 시 배점 및 중요도가 높은 '창의성', '주제부합성' 및 '영상 표현력'의 합산점수, '현실성 및 프레젠테이션의 합산점수' 순으로 고득점 작품을 우선하여 순위를 결정

② 아이디어 영상 부문

구분	심사내용	배점
주제부합성	○ 과제의 목적과 요구사항을 정확히 이해하였는지 여부 ○ 타겟의 특성을 고려하여 적합한 아이디어를 제안하였는지 여부	20점
창의성	○ 새로운 관점의 핵심아이디어(Big Idea) 제시 여부 ○ 기존 접근과 차별화된 독창적인 아이디어 여부 ○ 아이디어의 실현가능 여부	60점
영상 전달력	○ 아이디어와 실행 방안을 효과적으로 전달하였는지 여부	10점
프레젠테이션	○ 내용을 논리적이고 자신감 있게 전달하였는지 여부 ○ 자신감 있는 태도로 청중과 상호작용하는지 여부	10점

* 심사 결과 동점작 발생 시 배점 및 중요도가 높은 '창의성', '주제부합성', '영상 전달력 및 프레젠테이션의 합산점수' 순으로 고득점 작품을 우선하여 순위를 결정

구분	일정	내용
홍보	9~11월	- 전국 대학 홍보(온/오프라인) - 집행위원회 개최
출품준비	9~11월	- 각 대학 광고관련 수업 연계 진행 - 기획서 및 작품 준비
작품접수	11.2(월)~11.9(월)	- 홈페이지를 통해 작품접수 (http://kosac.ad.co.kr/) ※마감시간 : 11.9(월) 23:50까지
예심 및 발표	11.17(화)	- 1차 본심 대상 총 66개 팀 선정 (6개 지역X11개 팀)
1차 본심	11.18(수)	- 최종PT심사(전국대회) 진출 총 16개 팀 선정
전국대회 (최종본심)	11.27(금)	- 공개 프레젠테이션 심사 및 시상식 개최 - 광고회사 인사 담당자 등 초청
작품집 제작·배포	12월	

※ 상기 일정은 사정상 변경될 수 있으며, 변경 시 추후 홈페이지를 통해 안내됩니다.

"배민과 함께하는 더 나은 일상의 변화" 프로젝트

① 크리에이티브 영상 부문

주제1 '세상 모든 것이 식지 않도록' 배민 [브랜드 미션] 영상 제작

□ 제안배경

- 배민은 '세상 모든 것이 식지 않도록'이라는 브랜드 미션 아래, 음식 배달을 넘어 고객·파트너·라이더가 함께 성장하는 배달 생태계를 만들어가고 있음
- 배민은 사장님을 위해 배민아카데미(사업 노하우 교육)·배민외식업광장(외식업 정보 커뮤니티)을, 라이더를 위해 배민개러지(라이더 교육공간) 등을 운영하며 파트너·라이더의 성장을 지원해왔음
- 그러나 고객에게 배민은 여전히 '음식을 배달해주는 서비스'로만 인식되는 경우가 많으며, 배민이 배달을 매개로 더 많은 사람들의 삶에 밀접하게 연결되어 있다는 사실이 체감되지 않는 상태임

□ 기대방향

- 배민은 브랜드 미션 수립 후 사장님·라이더 등 다양한 사람들과 함께 성장하며 더 나은 배달 생태계를 만들어가고 있음. 배민이 단순한 음식 배달 서비스를 넘어 더 넓은 역할과 가치를 만들어가는 브랜드임을 전달할 수 있는 영상을 기대함
- 본 과제는 '세상 모든 것이 식지 않도록'이라는 브랜드 미션을 바탕으로, 배달을 통해 연결되는 사람들의 노력과 성장, 관계와 가치를 조명하여 '배달 이상의 배민'을 전달하는 브랜드 필름 제작을 목적으로 함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 브랜드 미션 소개](#)
- 파트너 : [배민아카데미](#) / [배민외식업광장](#) / [배민파트너페스타](#)
- 라이더 : [배민라이더페스타 영상](#)

주제2 2030 소비 일상에 변화를 준 배민 [커머스]의 브랜드 필름

□ 제안배경

- 2030세대의 소비 패턴은 빠르게 변화하고 있음. 정해진 예산 안에서 필요한 만큼만 소량으로, 실속 있게 소비하려는 성향이 커지고 있음. 다만, 가격이 저렴하더라도 품질에 대한 기준은 낮추지 않는 특징을 보임.
- 이러한 변화에 발맞춰 배민은 '배민커머스(B마트, 장보기·쇼핑 서비스)'를 통해 음식 배달을 넘어 일상에 필요한 생필품·식재료 등을 전달하며 2030세대의 일상에 실질적인 편의를 더해왔음 (예: 매장과 동일한 특가로 누릴 수 있는 '최저가도전', 합리적인 가격에 품질까지 엄선했던 '배민단독상품'과 PB 브랜드 상품 '배민이지', 신선식품 카테고리에 특화된 '신선보장' 등)

□ 기대방향

- 배민 커머스의 속도(Speed) 경쟁력은 이미 많이 커뮤니케이션되고 또 2030에게 충분히 소구되었다고 보지만, 여기에 더해 가격 합리성(Price)과 품질보장(Quality)까지 갖춘 서비스라는 점이 2030에게 다층적으로 전달되기를 기대함
- 본 과제는 배민 커머스가 2030의 일상에 만들어온 편의성과 그 가치를 전달하는 브랜드 필름을 제작하는 것을 목적으로 함. 속도(1시간 이내 배달)라는 기본 강점 위에, 가격과 품질이라는 메리트가 2030의 일상적 장보기에 자연스럽게 녹아들 수 있는 스토리를 기대함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 커머스 사업소개](#)
- [배민 장보기·쇼핑 광고](#) (장보기도 역시 배민이었어!)
- [배민 장보기·쇼핑 엘리베이터 광고](#) (배민엔 다 있어요!)
- [배민 B마트 광고](#)
- [배민이지\(자체 기획 상품\) 광고](#)

2 아이디어영상 부문

주제1 아이들을 위한 신규 [사회공헌] 프로그램 제안

□ 제안배경

- 배민은 2020년부터 방학 중 학교급식을 받지 못하는 아이들의 식사 공백을 해소하기 위해 '배민방학도시락' 캠페인을 운영해왔으며, 이를 통해 급식 사각지대에 놓인 아이들에게 18만 개의 도시락을 지원해 왔음
- 다만 방학 중 급식 공백은 방학 중 도시락 지원만으로는 완전히 해소되기 어려운 문제이며, 지역·계절·상황에 따라 여전히 다양한 형태의 사각지대가 존재함 (예: 방학이 아닌 주말·공휴일의 공백, 도시락 배송이 닿기 어려운 지역, 단순 식사 제공을 넘어선 정서적 지원의 필요성 등)
- 이에 배민은 기존 '배민방학도시락'의 문제의식을 이어가는 동시에, '배민이 아이들을 위해 새롭게 할 수 있는 일은 무엇일까?'라는 관점에서 사회공헌의 새로운 방향을 모색하고자 함

□ 기대방향

- 본 과제는 '배민방학도시락'의 취지와 히스토리를 참고하여, 아동·청소년을 위해 배민이 사회적으로 기여할 수 있는 새로운 캠페인을 제안하고 이를 영상으로 제안하는 것을 목적으로 함. 기존의 식사 사각지대 문제를 확장·발전시키는 방향 혹은 배민의 커머스 역량을 활용해 '아이'와 '배민'을 새롭게 연결하는 방식의 접근도 가능함
- 아이들의 식사 문제는 하나의 캠페인만으로 해결하기 어려운 지속적인 사회적 과제인 만큼, 본 주제(아이디어 영상 1)에서는 기존의 접근방식을 넘어 새로운 관점에서 문제를 바라보고 해결할 수 있는 아이디어를 기대함

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민방학도시락 공식 홈페이지](#)
- [2025 배민방학도시락 프로젝트 - 처음 만난 날](#)
- [2026 배민응원도시락 프로젝트 - 달려온 너에게 맛있는 응원을](#)
- [어르신안부를묻는우유배달 \(우유배달로 독거 어르신 안부를 살피는 돌봄활동\)](#)
- [쉬운 배달앱 사용법 \(발달장애인·어르신을 위한 쉬운 배달앱 가이드 지원\)](#)
- [모두의 민트트랙 \(장애인 이동 편의를 위한 경사로 설치 지원\)](#)

주제2

2030의 라이프스타일/니즈를 반영한 신규 [서비스] 제안

□ 제안배경

- 배민은 1인가구의 불편함을 해결하기 위해 '배민한그릇'을 출시하는 등, 특정 세대와 라이프스타일에서 나타나는 새로운 니즈와 불편함을 발견하고 이를 서비스로 구체화해 온 경험을 갖고 있음. (예: 혼자 먹기 애매한 양을 위한 배민한그릇, 선물·나눔 문화 확산을 위한 배민선물하기, 특정 시간대·상황별 주문 니즈를 파악한 배민타임세일 등)
- 다만, 2030세대는 라이프스타일과 소비 방식이 계속 세분화되고 있어, 아직 배민 앱 안에서 충분히 다뤄지지 않은 니즈나 불편함이 존재할 수 있음
- 이에 이번 과제는 2030세대의 변화하는 일상 속에서 아직 충족되지 않은 니즈와 불편함을 새롭게 발견하고, 이를 배민만의 방식으로 풀어낼 수 있는 서비스 아이디어 제안을 목적으로 함.

□ 기대방향

- 본 과제의 제안은 크게 두 가지 방향으로 가능함. 하나는 배민 앱 내에 아직 존재하지 않는 완전히 새로운 서비스를 기획하는 것이고, 다른 하나는 기존 서비스를 2030세대에게 더 잘 맞게 확장·개선한 기능을 제안하는 것임. 두 방향 모두 출품 가능하며, 반드시 완전히 새로운 서비스일 필요는 없음.
- '배민한그릇'처럼 세대의 니즈에서 새로운 서비스가 시작될 수 있는 만큼, 본 과제에서는 2030세대의 일상 속 새로운 니즈와 불편함을 발견하고, 이를 배민에서 고객들이 실제로 이용할 수 있는 서비스 또는 기능으로 구체화할 수 있는 아이디어를 기대함.

□ 참고자료 *각 참고자료 제목 클릭

- [배민 배달/픽업 서비스 소개](#)
- [배민 커머스 서비스 소개](#)
- [배민 '한그릇' 관련 영상-"배민한그릇, 고객들은 어떻게 써먹고 있을까"](#)
- [배민 '타임세일' 오픈기사](#)
- [배민 '픽업' 마감할인 판매 기사](#)
- [배민 '함께주문' 더치페이 기능 오픈 기사](#)
- [배민 '환경의 날' 다회용기 사용 프로모션 기사](#)
- [배민 학교급식표 조회 기능 오픈 기사](#)

2026 KOSAC Video Content Challenge

Theme: “Creating a Better Everyday Life with Baemin” Project

- o In recent years, delivery platforms have evolved beyond simple food delivery services into lifestyle platforms that support consumers’ everyday lives. Baemin is also expanding its business beyond delivery services into areas such as grocery shopping and commerce, while continuing to create new value for consumers through social contribution initiatives and the development of new services.
- o In response, KOSAC and Baemin invite university students to explore new ways in which Baemin can add value to consumers’ everyday lives and to discover creative ideas that can contribute to building a better future.

Choose one of the topics below and create video content.

1. Creative Video Category

Topic 1: Create a Baemin Brand Mission Video based on the message, “Keeping Everything in the World from Getting Cold”

Topic 2: Create a Brand Film for Baemin Commerce that showcases how it is transforming the everyday shopping experiences of people in their 20s and 30s

2. Idea Video Category

Topic 1: Propose a New Social Contribution Program for Children

Topic 2: Propose a New Service that reflects the lifestyles and needs of people in their 20s and 30s

o Judgment Criteria

1. Creative Video Category

I . Preliminary & First Round

Division	Judgment items	points
Relevance to the Topic	- o Alignment with the creative brief and target audience - o Quality and appropriateness of the analysis of the task - o Relevance of the video to the intended target audience	20
Creativity	- o Originality of the perspective and approach to the theme - o Distinctive ideas that go beyond conventional approaches - o Compelling interpretation that offers new insights and perspectives	50
Practicality	o Potential for real-world application of the content	10
Creative Execution	o Overall quality and effectiveness of the video's creative expression	20

II . Final Round

Division	Judgment items	points
Relevance to the Topic	- o Alignment with the creative brief and target audience - o Quality and appropriateness of the analysis of the task - o Relevance of the video to the intended target audience	20
Creativity	- o Originality of the perspective and approach to the theme - o Distinctive ideas that go beyond conventional approaches - o Compelling interpretation that offers new insights and perspectives	40
Practicality	o Potential for real-world application of the content	10
Creative Execution	o Overall quality and effectiveness of the video's creative expression	20
Presentation	- o Logical and clear delivery of the content - o Confident engagement and interaction with the audience	10

2. Idea Video Category

I . Preliminary & First Round

Division	Judgment items	points
Relevance to the Topic	- o Accurate understanding of the objectives and requirements of the task - o Appropriateness of the proposed idea based on an understanding of the target audience	20
Creativity	- o Presentation of a fresh and compelling Big Idea - o Originality and differentiation from conventional approaches - o Feasibility of the proposed idea	60
Communication Effectiveness	o Effectiveness in communicating the idea and its proposed execution	20

II . Final Round

Division	Judgment items	points
Relevance to the Topic	- o Accurate understanding of the objectives and requirements of the task - o Appropriateness of the proposed idea based on an understanding of the target audience	20
Creativity	- o Presentation of a fresh and compelling Big Idea - o Originality and differentiation from conventional approaches - o Feasibility of the proposed idea	60
Communication Effectiveness	o Effectiveness in communicating the idea and its proposed execution	10
Presentation	- o Logical and clear delivery of the content - o Confident engagement and interaction with the audience	10