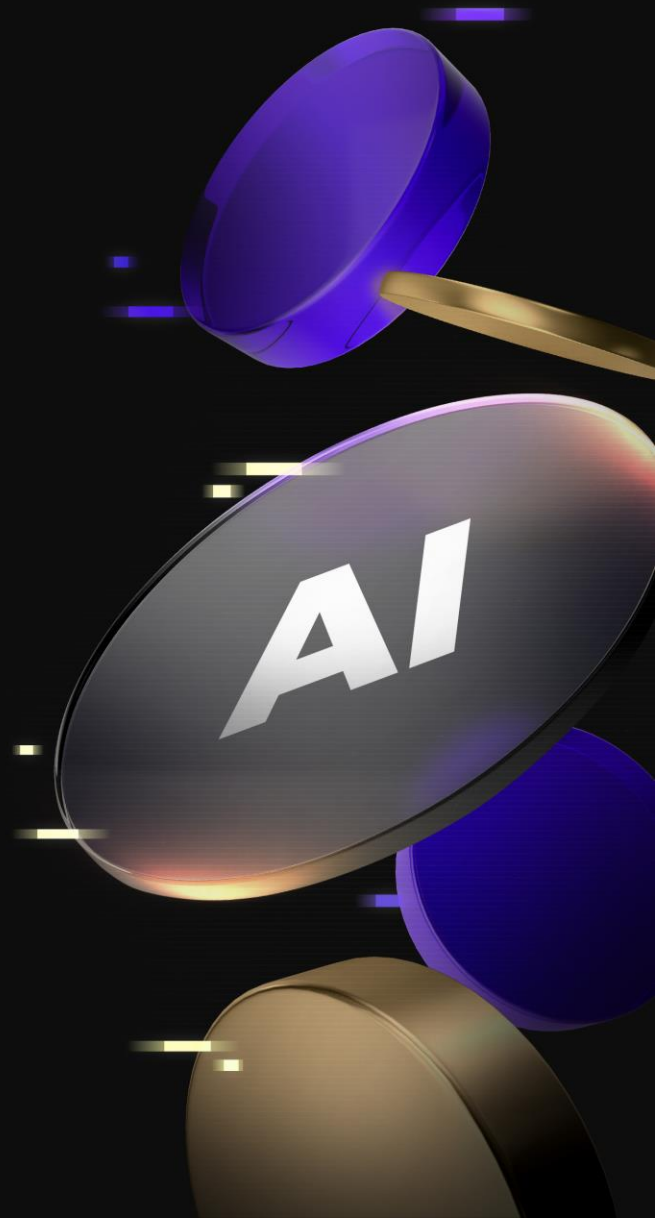


생성형 AI에 대한 소비자 인식 조사



INDEX

01. 생성형 AI 서비스	04
02. 생성형 AI 챗봇 서비스	07
03. 광고·마케팅에서의 활용 제언	11

조사 목적	생성형 AI에 대한 소비자 인식 조사
조사 방법	온라인 설문
조사 지역	서울/경기, 5개 광역시
조사 대상	만 15~59세 남녀
조사 규모	총 1,000명
조사 기간	2023.07.14~2023.07.19

PROJECT OVERVIEW

2023년, 'AI 대중화' 시대 개막

Chat GPT가 대중에게 공개된 22년 11월 이후, 생성형 AI에 대한 인식은 완전히 변화하였습니다. 이전의 AI가 혁신적이지만 일반인에게 어려운 기술이었다면, 이제는 누구나 쉽게 접근하고 활용할 수 있는 대중 서비스가 되었기 때문입니다. 이는 키워드 쿼리 분석 서비스 '구글 트렌드'를 통해서도 확인할 수 있습니다. '생성형 AI' 키워드의 관심도는 22년 11월 '0'부터 꾸준히 상승하여 23년 11월 최대 수치인 '100'을 기록했습니다.

우리의 삶을 변화시킨 '생성형 AI'

생성형 AI의 등장 전후로 우리의 일상은 크게 변화하였습니다. 과거에 며칠이 걸리던 과제와 업무들이 이제 몇 개의 키워드(프롬프트)만 입력하면 짧은 시간 내 인공지능이 작성해주기 때문입니다. 이는 텍스트뿐만 아니라 이미지·음악·영상 등의 생성에도 활용됩니다. 일각에선 이러한 기술이 인간의 창의성 영역을 침해할 것이라는 우려의 목소리도 존재하지만, 시간과 비용을 아껴주는 혁신적 기술임에는 모두가 동의하는 모습입니다.

더욱 강력한 변화가 예상되는 2024년

생성형 AI로 인한 사회 변화는 2024년 더욱 강력해 질 것이며, 영향력의 저변 또한 더욱 빠르게 확대될 것으로 전망됩니다. 각 비즈니스뿐만 아니라 광고·마케팅 업계에서도 광고 제작부터 고객 관리까지 적극적으로 서비스를 도입하고 있기 때문입니다. 이번 보고서에서는 이러한 변화 속에서 생성형 AI에 대한 소비자들의 이용 행태와 인식 조사를 하여, 현재의 현황을 파악하고 미래 전략 수립 시 도움이 되는 데이터를 제공하고자 합니다.

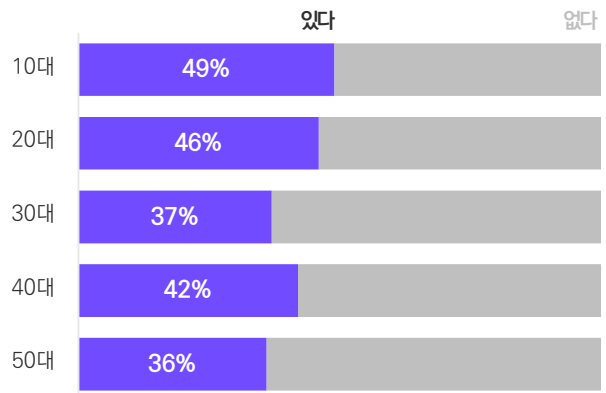
개념	설명	대표 서비스
생성형 AI	빅데이터를 기반으로 훈련된 딥러닝 모델을 사용하여 콘텐츠를 생성하는 AI	-
텍스트 생성 AI	단순한 텍스트 요약부터 언어 번역, 보고서 작성, 다양한 콘텐츠 생성 가능	Chat GPT, Bard
이미지 생성 AI	프롬프트를 입력하면 이미지 생성, 원하는 화풍·스타일·색상 선택 가능	DALL·E, Midjourney
음악 생성 AI	머신러닝을 통해 인간의 목소리를 생성, 이미지 분위기에 맞는 음악 생성 가능	MusicLM, Pozalabs
영상 생성 AI	프롬프트를 입력하여 영상 제작, 원하는 형태의 사이즈·스타일로 변환 가능	Make-A-Video
프롬프트	AI에게 원하는 결과를 얻기 위해 명령·지시·질문·요청 등에 사용되는 메시지	-

01. 생성형 AI 이용 행태

누구나 쉽게 생성형 AI 서비스에 접근이 가능해지며 1050세대 10명 중 4명은 이미 생성형 AI를 이용해본 경험이 있습니다. 특히 신기술에 대해 친화성이 높은 1020세대의 경우, 타 연령대에 비해 생성형 AI를 이용해본 비율이 더욱 높게 나타났습니다. 이들이 가장 많이 이용한 서비스는 사람처럼 대화할 수 있고 기사·소설·시 등의 창작물을 만들어주는 '텍스트 생성 AI'였습니다.

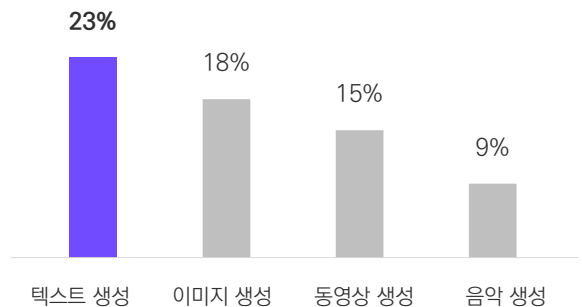
Q. 생성형 AI를 이용해본 적이 있나요?

10명 중 4명은 이용 경험



Q. 이용해본 생성형 AI의 종류는 무엇인가요? (중복응답)

1위. 텍스트 생성



01-1. 생성형 AI가 만든 광고 주목도

광고·마케팅 업계에서도 텍스트·이미지·영상·음악 분야의 생성형 AI를 활용하여 광고 콘텐츠를 기획·제작하는 모습입니다. 제품 이미지를 음악으로 변환하여 광고의 BGM으로 사용하고, 영상의 장면들을 AI로 그려내는 등 활용 범위는 다양합니다. 이에 대한 소비자의 주목도는 높지 않지만 다양한 시도가 계속되고 있어 우수한 사례들은 더욱 많아질 것으로 전망됩니다.

Q. AI가 만든 광고 **텍스트**

보통이다 51%

그렇다 26% | 그렇지 않다 23%

Q. AI가 만든 광고 **이미지**

보통이다 49%

그렇다 28% | 그렇지 않다 23%

Q. AI가 만든 광고 **영상**

보통이다 49%

그렇다 29% | 그렇지 않다 22%

Q. AI가 만든 광고 **음악**

보통이다 49%

그렇다 29% | 그렇지 않다 22%



사례1. 롯데리아 ‘버거, 음악이 되다’
이미지를 음악으로 변환하는 AI 기술을 활용해 불고기버거 이미지의 라인과 색상에 따라 음원 제작



사례2. 한국관광공사 ‘VISITED KOREA’
생성형 AI를 활용해 한국의 대표적인 관광지를 세계적인 화가 11명의 화풍으로 그려 소개

<참고> 생성형 AI 글로벌 광고시장 규모

생성형 AI 광고시장 규모는 현재 미미하지만 향후 10년간 큰 성장세를 보일 것으로 예상됩니다.

2022년 0.6억 달러 수준이지만 매년 125%의 꾸준한 증가 추세가 예측되기 때문입니다.

2032년에는 1,925억 달러 규모까지 성장할 것으로 전망되는데, 이는 한화로 약 250조 원 수준입니다.



출처: Bloomberg Intelligence, IDC, eMarketer, Statista, 2023

02. 생성형 AI 챗봇 이용 행태

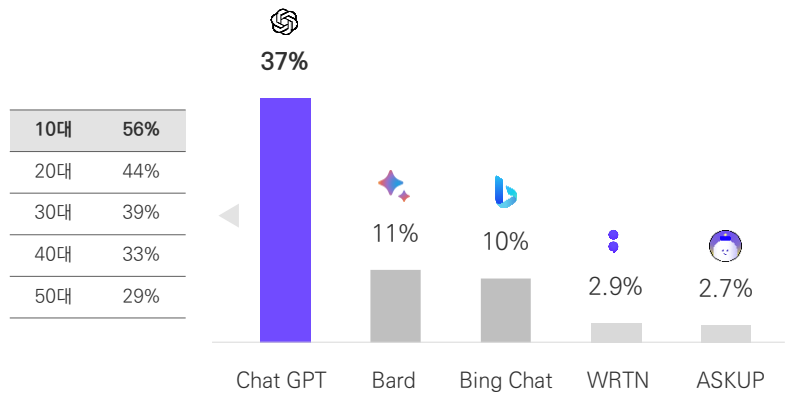
가장 인기있는 생성형 AI 챗봇 서비스는 'Chat GPT'입니다. 특히 10대의 2명 중 1명은 사용 경험이 있다고 응답했습니다.

AI 챗봇의 이용 목적으로는 '호기심'이라는 의견이 가장 많았으며 '빠르게 답변을 얻기 위해'라는 의견이 그 뒤를 이었습니다.

이용 빈도는 '1주일에 1회 이상'과 '1개월에 1회 이하'가 모두 40% 이상으로 양분화된 이용 패턴을 보이고 있습니다.

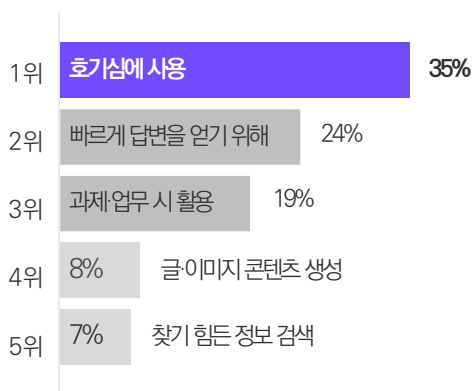
Q. 이용해 본 적 있는 생성형 AI 챗봇 서비스는? (중복응답)

1위. Chat GPT



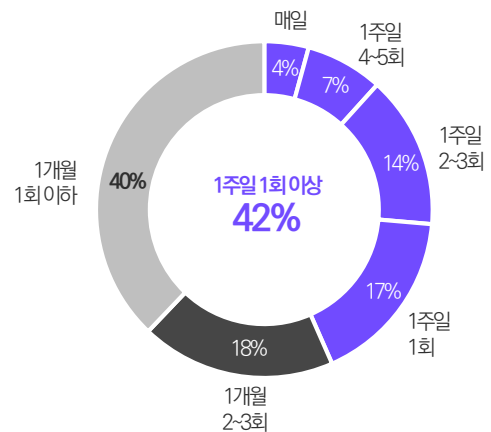
Q. 이용 목적은?

1위. 호기심 (35%)



Q. 이용 빈도는?

1위. 1주일 1회 이상 (42%)



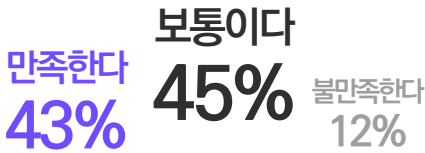
02-1. 생성형 AI 챗봇 이용 만족도

응답자들의 대화형 AI 이용 만족도는 보통이다(45%) > 만족한다(43%) > 불만족한다(12%) 순으로 나타났습니다.

만족하는 이유로는 '응답 결과가 빠르게 나와서, 사용 방법이 간단해서, 다양한 정보를 종합 해줘서'라는 의견입니다.

불만족하는 이유로는 '응답 결과가 정확하지 않아서, 정보의 출처가 불분명해서, 결과가 자세하지 않아서' 라고 답했습니다.

Q. 생성형 AI 챗봇 서비스의 이용 만족도는?



Q. 만족 이유는? (중복응답)

1위	응답 결과가 빠르게 나와서	58%
2위	사용 방법이 간단해서	34%
3위	다양한 정보를 종합해줘서	30%
4위	구체적인 질문이 가능해서	29%
5위	응답 결과가 자세해서	27%
6위	응답 결과가 정확해서	25%
7위	참신한 답변을 해줘서	10%

Q. 불만족 이유는? (중복응답)

1위	응답 결과가 정확하지 않아서	52%
2위	정보의 출처가 불분명해서	33%
3위	응답 결과가 자세하지 않아서	31%
4위	구체적인 질문이 어려워서	30%
5위	뻔한 답변을 해서	20%
6위	응답 결과가 느려서	13%
7위	사용 방법이 복잡해서	10%

02-2. 생성형 AI 챗봇 서비스에 대한 신뢰도

1050세대 남녀는 AI 챗봇 서비스의 결과에 대해 아직은 높은 신뢰를 갖고 있지 않습니다.

이는 거짓 정보를 사실인 것처럼 답하는 할루시네이션(Hallucination)현상으로 '가짜 뉴스 및 정보 생성'이 우려되기 때문입니다. 또한 데이터 수집 과정에서 정보 보안의 논란도 있어 '개인정보·사생활 침해'나 '저작권 무단 도용'에 대한 걱정도 적지 않습니다.

Q. 생성형 AI 챗봇 서비스의 결과는 신뢰할 만하다.

보통이다 56%

그렇다 29% | 그렇지 않다 15%

우려되는 문제 (중복응답)

1위	가짜 뉴스 및 정보 생성	46%
2위	인력 대체로 인한 실업률	39%
3위	개인정보·사생활 침해	37%
4위	인간의 창작성·예술성 침해	34%
5위	저작권 무단 도용	27%
6위	과제·시험에서의 부정행위	17%
7위	학문 발전 저해 우려	12%
8위	혐오 발언 및 편견 확산	11%
9위	빈부 격차 심화	9%
10위	일상 생활 소통 문제 야기	0.1%



02-3. 생성형 AI 챗봇 서비스에 대한 향후 전망

응답자들은 생성형 AI 챗봇의 가장 큰 우려점인 '할루시네이션' 현상이 점차 보완될 것이라고 기대하고 있습니다.

생성형 AI 시장 선점을 위해 빅데이터의 양적 확보에만 집중하던 기업들이 질적 향상을 위한 개선의 노력을 시작했기 때문입니다.

또한 AI 챗봇의 활용성과 유용성이 입증되며, 서비스의 영향력이 점차 확대되고 사용 의향 또한 높아질 것이라고 응답했습니다.

*AI 챗봇 답변의 퀄리티 향상을 위한 기업들의 노력

Chat GPT

강화학습(RLHF) 도입

인간 트레이너와 챗봇이 나눈 대화를 기반으로 작업 방법을 터득하는 기술로 대중에게 더 선호되는 답변을 하도록 훈련

Bard

복수 답변제 & 출처 기입

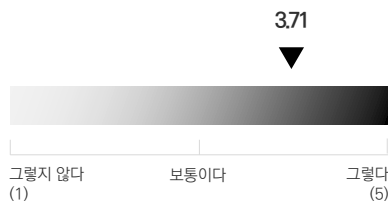
이용자에게 2개의 답안을 제시해 더 좋은 답변을 선택할 수 있게 하며, 답변에 출처 정보를 함께 제공

CLOVA X

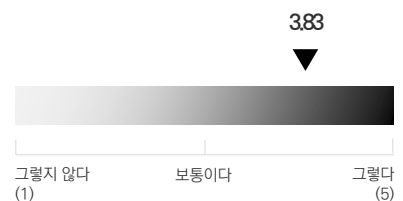
한국어 특화 학습

한국어 데이터를 챗GPT 대비 6,500배 이상 학습하여, 복잡하고 긴 한국어 질문에도 정확도 향상

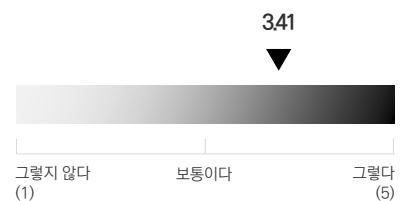
Q. AI 챗봇 서비스의 결과는 앞으로 더 정확해질 것이다.



Q. AI 챗봇 서비스의 영향력은 점차 더 확대될 것이다.



Q. 앞으로도 AI 챗봇 서비스를 사용할 것이다.



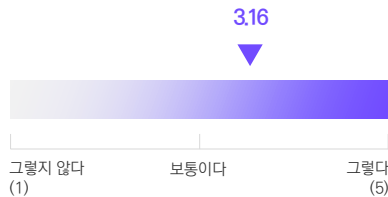
03. 생성형 AI로 더욱 개인화되는 광고·마케팅

개인화에 대한 소비자의 니즈가 높아짐에 따라, 광고·마케팅에도 생성형 AI의 활용이 더욱 많아질 것으로 전망됩니다.

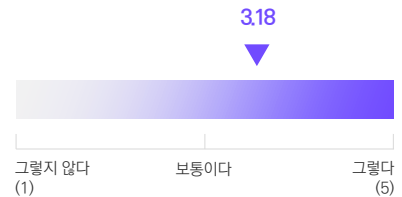
생성형 AI를 활용하면 맞춤형 소재부터 실시간 챗봇까지 소비자에게 더욱 개인화된 서비스를 제공할 수 있기 때문입니다.

이는 창작과 운영에 드는 비용과 시간을 절감하여, 최소한의 자원으로 캠페인의 효율을 극대화시킬 수 있을 것으로 기대됩니다.

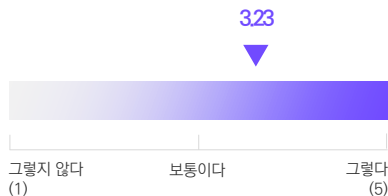
Q. AI를 활용해 개인맞춤형 커뮤니케이션과
제품을 제공·추천 받기를 원한다.



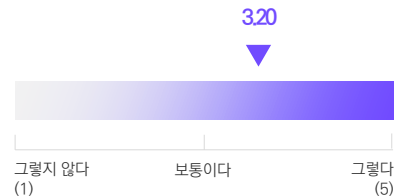
Q. 개인맞춤형으로 제공되는 서비스는
나의 니즈를 잘 파악한 후 제공되고 있다.



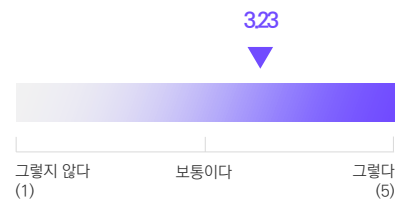
Q. 개인맞춤형 서비스가 제공하는 정보
덕분에 선택과 결정이 편리해졌다.



Q. 개인맞춤형 서비스를 제공받았을 때
구매 의향이 높아진다.



Q. 앞으로 더 많은 개인맞춤형 서비스를 이용할 것이다.



INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락·문의](#)



[뉴스레터 구독신청](#)



[INSIGHT M 자료실](#)

