



AI쇼핑부터 배속·요약까지
초단축 소비

2024년 소비 트렌드 시리즈 - 02

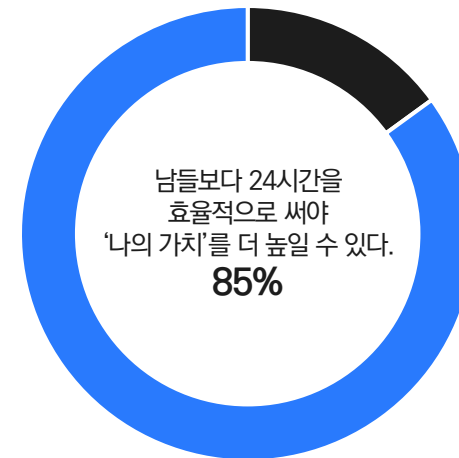
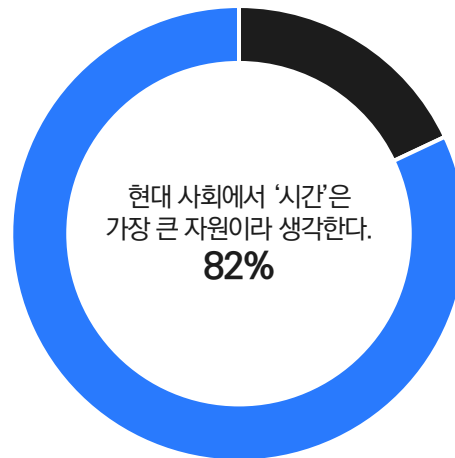
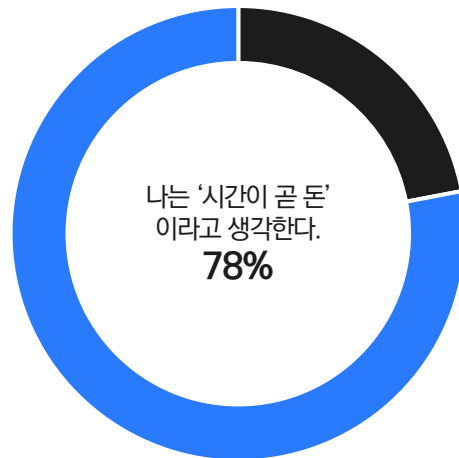
시간이 곧 돈이 된 현대 사회

효율적인 시간 활용에 대한 중요성 증대

볼거리, 놀거리, 먹을거리가 다양해지며 한정된 시간을 얼마나 가치 있게 사용하는가에 대한 소비자들의 관심이 여느 때보다 높습니다.

관련 설문조사에 따르면 10명 중 8명이 시간은 곧 돈이자 중요한 자원이며, 나의 가치를 높이기 위해 24시간을 효율적으로 사용해야 한다고 응답했습니다.

이에 따라 실패의 경험은 줄이고 시간 절약엔 도움이 되는 제품·서비스, 장편보단 짧은 영상 위주의 숏폼 등을 소비하는 트렌드가 나타나고 있습니다.



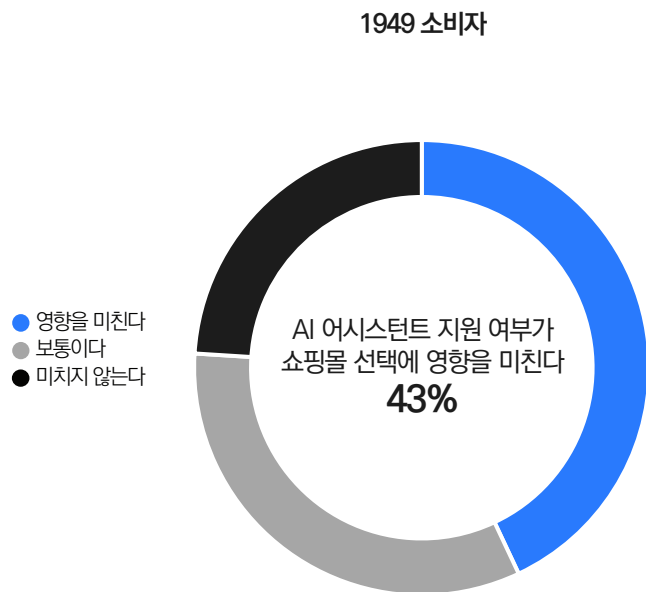
트렌드 1. 시간 효율성을 극대화하는 ‘AI 쇼핑 어시스턴트’

최소한의 시간으로 최대한의 쇼핑 정보 획득

온라인 커머스에서 잇따라 AI 어시스턴트를 도입하는 가운데, 해당 기능의 지원 여부가 소비자의 쇼핑물 선택에도 영향을 미치고 있습니다.

고객의 검색 키워드·구매 이력 등을 AI가 분석하여 최적의 상품을 제안해주고, 챗봇으로 24시간 상담이 가능해지며 편의성을 극대화시켰기 때문입니다.

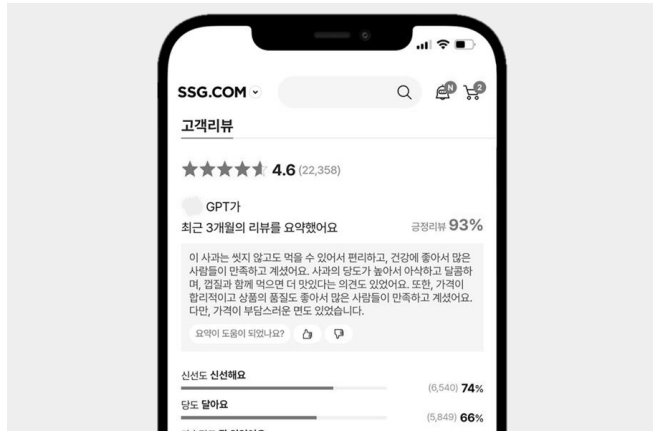
AI 쇼핑 어시스턴트는 소비자가 제품을 찾거나 정보를 획득하는 시간을 큰 폭으로 절감시킴에 따라, 소비자의 사용성과 만족도 모두를 크게 높였습니다.



순위	AI 쇼핑 어시스턴트 이용 시 가장 유용하다고 생각하는 기능 (중복응답)
1	제품 문의 및 상담 (59%)
2	상품 재고·가격·프로모션 안내 (42%)
3	정확도 높은 상품 검색 (30%)
4	최근 본 제품 리스팅업 (25%)
5	개인화 제품 추천 (18%)

<참고> 이커머스 플랫폼의 AI 기술 활용 방식

리뷰 요약



SSG닷컴

국내 이커머스 업계 최초로 생성형 AI를 활용한 리뷰 요약 기능 도입,
여러 고객들이 작성한 리뷰를 한 문단으로 요약해 보여주며
품질, 맛, 가격 등 속성별로도 확인 가능

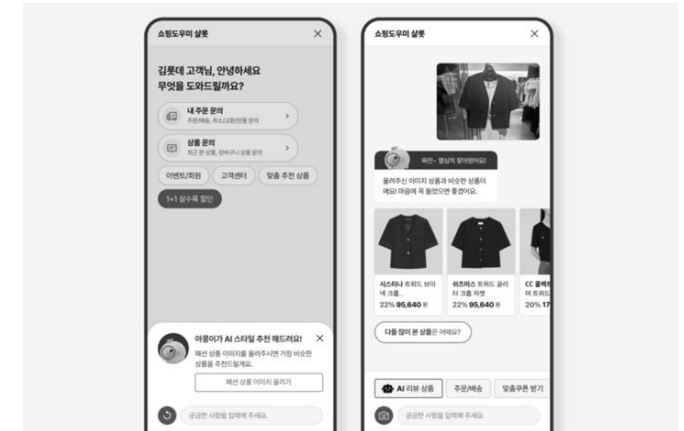
개인화 제품 추천



에이블리

자체 개발한 AI 기술로 이용자 개개인별 맞춤 제품을 추천,
이용자의 취향을 분석하여 패션 상품은 물론
좋아할 만한 뷰티·라이프 카테고리의 제품까지 다양하게 추천

이미지 검색



롯데ON

AI 챗봇 창에 원하는 제품의 이미지를 업로드하면
롯데ON에서 판매중인 비슷한 제품을 제안하는 서비스 제공,
이용자들은 원하는 스타일의 옷을 빠르고 쉽게 탐색 가능

트렌드 2. 시간 제약 없이 즐기는 ‘방치형 게임’

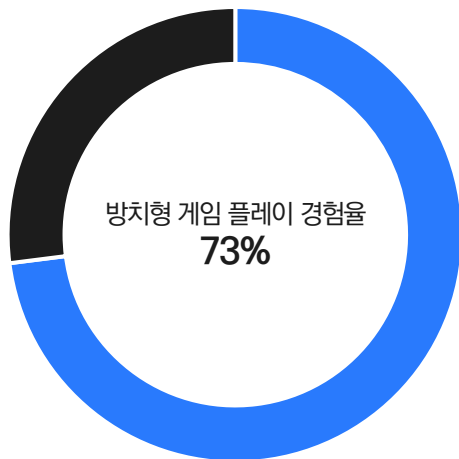
최소한의 시간으로 최대한의 성취감 획득

버섯커 키우기, 세븐나이츠 키우기 등 별다른 조작을 하지 않아도 캐릭터가 성장하고 재화가 증가하는 방치형 게임이 인기입니다.

플레이 중에도 다른 일을 할 수 있고, 자투리 시간을 틈틈이 활용하기에도 좋아 시간 투자 대비 높은 성취감을 얻을 수 있기 때문입니다.

리니지와 같이 두터운 팬층을 보유한 대형 IP 또한 방치형 게임을 출시할 것이라고 발표하고 있어, 관련 장르의 인기는 계속될 것으로 보입니다.

1949 남성 소비자



순위	방치형 게임 플레이 이유 (중복응답)
1	특별한 조작 없이도 아이템 획득·레벨업 돼서 (45%)
2	게임을 켜놓고 다른 행동을 할 수 있어서 (44%)
3	플레이 방법이 쉬워서 (43%)
4	시간과 노력이 비교적 적게 들어서 (41%)
5	자투리 시간 틈틈이 플레이하기 좋아서 (34%)

〈참고〉 주요 게임사들의 방치형 게임 출시 현황

조이 나이스 게임즈



버섯커 키우기

쉽고 단순한 게임 방식으로 인기를 얻은 '버섯커 키우기'는 24년 1월~4월 한국 시장에서 1억 달러의 매출을 올리며 한국 모바일 게임 시장 매출 1위 기록 (출처: 센서타워)

넷마블



일곱개의 대죄 키우기

'세븐나이츠 키우기'를 성공적으로 흥행시킨 넷마블은 인기 애니메이션 '일곱개의 대죄' IP를 활용한 방치형 게임 출시, 원터치 드로우 방식으로 쉽고 간편한 게임 진행 가능

엔씨소프트



리니지 키우기

'리니지' IP를 기반으로 한 방치형 게임 출시 예정, 대규모 팬덤을 보유한 자사의 대표 게임 IP를 활용하여 유저들의 기대감을 고조시키고 흥행 실패 리스크 최소화

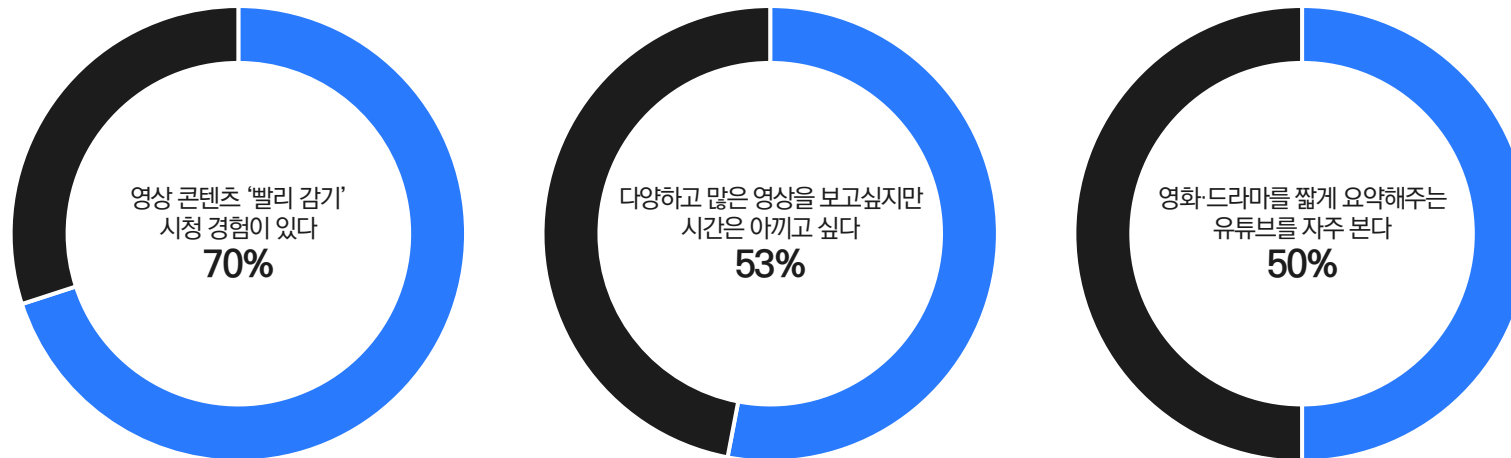
트렌드 3. 시청 시간을 줄이는 ‘배속·요약 콘텐츠’

최소한의 시간으로 최대한의 즐거움 획득

숏폼의 유행과 함께 OTT·유튜브·웹툰 등 엔터테인먼트의 유형이 다양해지며 사람들의 콘텐츠 소비 방식도 이전과 달라졌습니다.

한정된 시간 내에 최대한 많은 것을 보기 위해 유튜브나 OTT 영상을 배속 재생하고, 영화나 드라마처럼 긴 호흡의 작품은 요약된 버전으로 시청합니다.

이제 소비자들은 자신의 시간과 조건에 맞는 최적의 콘텐츠를 발견하고, 다양한 콘텐츠를 경험하는 것에서 즐거움을 획득하고 있습니다.



〈참고〉배속·요약 서비스 및 콘텐츠 사례

스포츠



스포키

LG유플러스의 스포츠 플랫폼 ‘스포키’는 축구 경기의 하이라이트 장면을 AI를 통해 실시간으로 제작해 게재, 장면 추출 및 편집 시간을 단축시켜 이용자들이 빠르게 시청 가능

도서



밀리의 서재

책 한 권을 1시간 내외로 요약한 ‘요약 오디오북’ 서비스 제공, 라디오처럼 듣는 형태로 언제 어디서나 즐길 수 있으며 책을 다 읽지 않고도 짧은 시간 안에 핵심 내용을 파악 가능

드라마



KBS

KBS는 ‘KBS Drama’ 유튜브 채널에 자사 인기 드라마를 4~5시간 분량으로 요약해서 보여주는 ‘전편요약’ 콘텐츠 제공
드라마 ‘프로듀사’ 콘텐츠의 경우 조회수 329만 회 기록

초단축 지향 소비자를 공략한 마케팅 사례

AI 선별 시스템, 커뮤니티와 쇼핑 결합, 숏툰 제작, 10분 스낵 무비

자신의 시간을 보다 가치 있게 사용하길 원하는 소비자의 니즈에 발맞춰 기업들이 다양한 마케팅 활동을 전개 중입니다.

이들은 AI 기술 도입, 커뮤니티와 쇼핑 기능 결합, 숏툰 제작 등 시간 절감 편익을 더한 기술이나 아이디어로 제품과 서비스를 효과적으로 알리고 있습니다.



AI 선별 과일 판매

AI 선별 시스템으로 수박 속 상태를 미리 파악,
소비자들은 고민 과정 없이 맛있는 과일 구매 가능



커뮤니티와 쇼핑 기능 결합

자신에게 어울리는 제품을 검색하고
스타일링 노하우 습득, 구매까지 한번에 가능한 앱



웹툰을 1분 요약한 숏툰 제작

웹툰 줄거리를 1분 내외로 요약하여
쉽게 이해할 수 있는 애니메이션으로 영상화



10분 스낵 무비 개봉

숏폼에 익숙해진 소비자들을 겨냥,
CGV 상영관에서 12분 길이의 PPL 영화 개봉

실패율 제로, AI 선별 과일로 고객 만족도 향상

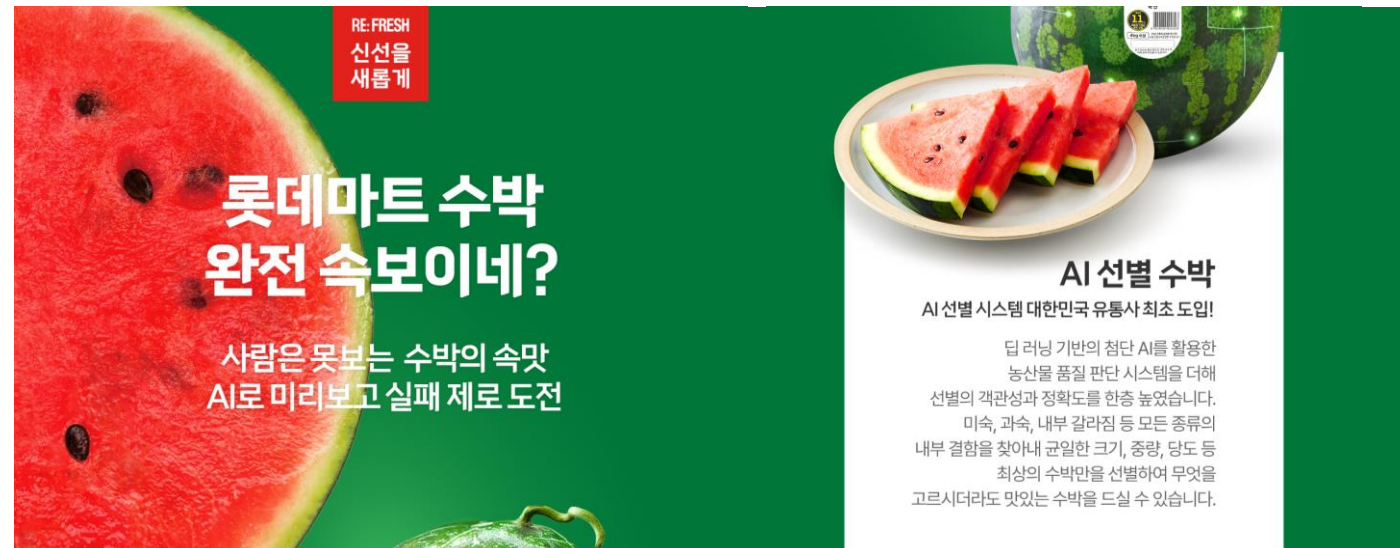
롯데마트, '수박 실패 제로' 캠페인

매년 여름철, 맛있는 수박을 원하는 소비자들은 많지만 구매 전 과일의 미숙·과숙·내부 갈라짐 등 내부 결함을 확인하긴 어렵습니다.

롯데마트는 이러한 소비자들의 불편을 해소하고, 제품 선택과 반품에 드는 시간을 최소화하기 위해 AI 선별 시스템을 도입했습니다.

이는 고객의 편의성을 크게 향상시켰을 뿐만 아니라 실패 없는 경험으로 시간의 효율성도 극대화시키며, 소비자들의 높은 호응과 만족을 유도해냈습니다.

사례



성과



AI 선별기에 수백 수천통의 수박 데이터를 학습,
가장 맛있고 이상적인 수박 밀도를 1,000으로 설정



더 나아가, 높은 당도의 상품 뿐만 아니라 다양한 맛의 데이터까지
수집·학습시켜 단순히 '단' 것과 '맛'이 있는 상품을 구별



검수 과정이 추가되며 다른 제품보다 500 ~ 1,000원 정도 비싸지만,
고객의 반응이 좋아 전체 수박 제품의 30%까지 AI 선별 제품으로 구성

스타일 검색부터 제품 구매까지, 올인원 앱 구축

유니클로, 패션 스타일 커뮤니티 '스타일 힌트'

SNS에는 패션 정보들이 넘쳐나지만 나에게 맞는 스타일링은 무엇인지, 제품은 어디에서 구매할 수 있는지 등의 정보를 한 번에 확인하기 어렵습니다.

유니클로는 패션 스타일 검색 앱을 자체 개발하여 타인의 스타일 노하우를 습득하고, 내가 선호하는 스타일을 제안 받을 수 있는 커뮤니티를 구축했습니다.

더 나아가 해시태그를 통해 제품 정보 확인과 구매까지 하나의 앱에서 이루어질 수 있게 함으로써, 탐색부터 구매까지의 쇼핑 시간을 단축시켰습니다.

사례

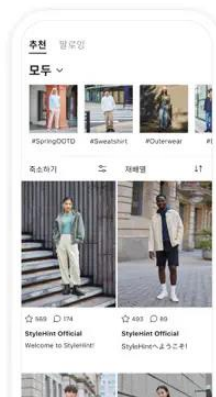
성과

나만의 스타일을 찾는
새로운 방법



Your Style Search Engine
StyleHint

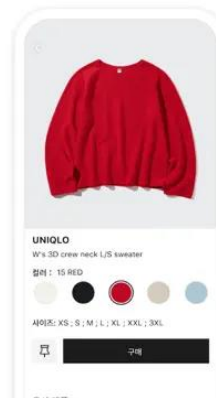
매일 업데이트 되는 스타일링



한 눈에 보는 스타일링과 제품 정보



마음에 드는 제품은 바로 구매



스타일로 소통하는 SNS 기능



19개 국가 및 지역에서 업로드하는 사진을 통해
다양한 인물들의 유니클로 스타일 노하우와 추천 착장 확인



고객이 설정한 조건 및 키워드를 분석해 어울리는 제품을 추천해주며,
마음에 드는 제품은 유니클로 온라인몰에서 즉시 구매 가능



제품 정보 확인에 어려움이 있었던 이전의 커뮤니티 형태와는 다르게
정보 습득과 구매까지 하나의 앱에서 진행될 수 있어 시간 효율 극대화

스토리 1분 요약, 숏폼으로 웹툰 미리 보기

네이버웹툰, 재연재 웹툰 ‘시즌1 하이라이트 영상 제작’

한 작품 당 연재 기간이 긴 웹툰의 특성 상 휴재 또는 시즌 분할은 흔한 일입니다. 때문에, 재연재 시 다시 구독자들을 끌어들이는 것은 중요한 미션입니다.

네이버웹툰은 이 임무를 달성하고자 과거 웹툰의 줄거리를 1분 남짓의 짧은 애니메이션으로 요약, 주요 숏폼 채널인 유튜브와 틱톡에 영상을 업로드했습니다.

이는 단시간에 주요 내용을 임팩트 있게 설명·확산시켜 재연재 작품에 대한 구독자의 진입장벽을 낮췄고, 많은 수의 조회수와 매출을 올릴 수 있었습니다.

사례



성과



지난 6월 20일, 화산귀환 시즌2 연재에 맞춰
'화산귀환 시즌1 60초로 맛보기' 콘텐츠 유튜브와 틱톡에 업로드



기존 구독자 뿐만 아니라 신규 구독자들도 시즌1 내용을 한번에
이해할 수 있게 되며, 연재 하루 만에 수요일 인기 웹툰 1위 차지



유튜브에서는 약 61만 회, 틱톡에서는 약 270만 회 조회수 기록,
네이버웹툰 작품 중 최초로 하루 만에 4억 원 이상 매출 달성

짧고 강력한 PPL, 10분 내외의 단편영화 개봉

현대자동차, 러닝타임 12분 59초 영화 '밤낚시'

짧고 강렬한 슷폼에 익숙해진 소비자들에게 기존 방식의 자동차 홍보 영상은 흥미롭지 않은 콘텐츠입니다.

현대자동차는 신차 아이오닉5의 기능을 참신하게 알리기 위해 12분 내외의 짧은 PPL 영화를 극장에서 개봉하고, 작품성을 위해 배우 손석구·감독 문병곤과 협업했습니다.

영화의 스토리는 자동차의 전방·후방·측방·실내 카메라 시점으로만 전개함으로써, 많은 카메라가 장착되어 사각지대를 최소화한 아이오닉5만의 USP를 간접적으로 나타냈습니다.

사례



성과



한 남성이 전기차 충전소에서 겪는 의문의 사건을
자동차에 설치된 카메라로만 담아내는 독특한 연출 방식의 영화 연출



국내 최초 러닝타임 10분 내외의 단편 영화를 CGV 극장에서 개봉
: 러닝타임 12분 59초, 티켓가 1천원

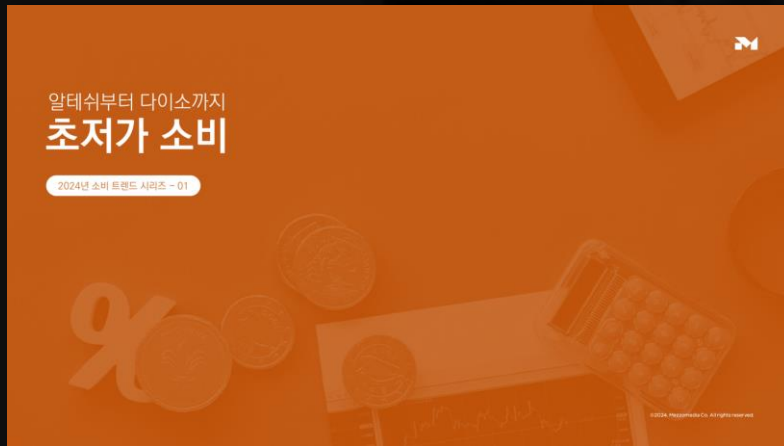


제한적 상영에도 불구하고 관객 4만 명 돌파, 상영 기간 및 상영관 확대,
CGV 골든 에그 지수에서 93%에 달하는 스코어 기록

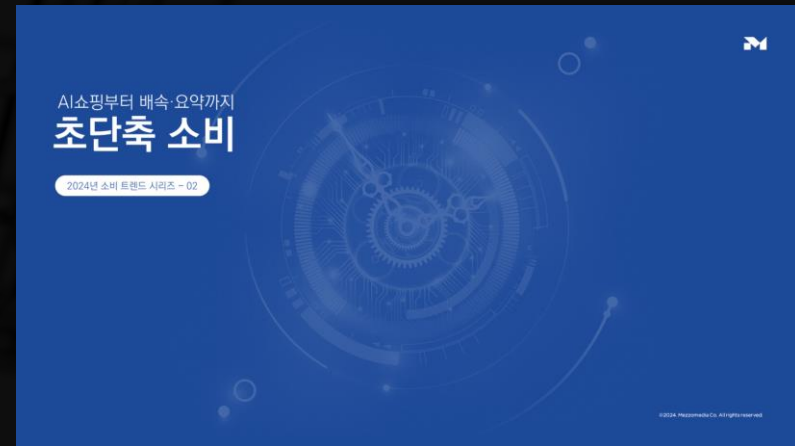
초단축 지향 소비자를 겨냥한 미디어

카테고리	매체명	매체 특징	주요 상품	디바이스	소재 유형
커머스	SSG닷컴	- SSG닷컴, 이마트몰, 신세계몰, 신세계백화점 사이트에 노출할 수 있는 플랫폼 - 국내 최대 규모의 통합 이커머스 플랫폼, DAU 평균 400만 명	- 검색 광고 (AI 추천 광고, CPC, CPP) - 디스플레이 광고 (이마트몰, 신세계몰) - 타겟 광고 (푸시 광고)	PC/MO	이미지
	에이블리	10대부터 40대까지 스타일에 진심인 쇼핑 헤비 유저가 모인 플랫폼 3년 연속 전문몰 앱 설치자/사용자 수 1위, DAU 800만 명 돌파	- 혜택 탭 TOP/리스트 배너 - 마이 페이지 배너 - 검색 페이지 배너	MO	이미지/동영상
동영상	META	- 국내 SNS/커뮤니티 앱 사용자 기준 1위 인스타그램, 3위 페이스북 - Meta 패밀리 앱 DAU 30억 명, MAU 38억 명, 전 세계 SNS 사용 인구의 84%가 이용	- 인스타그램 릴스 - 페이스북 릴스	PC/MO	동영상
	틱톡	- 대표적인 숏폼 플랫폼으로 아시아 지역에서 가장 많이 다운로드 된 앱 - 이용 국가 150여 개, 75개 이상의 언어, 사용자 수 11억 명	- 인피드 광고 - 탐뷰 - 펄스	MO	동영상
	CJ유튜브	- CJ ENM & DIA TV 포함 720여 개 채널 보유, 국내 방송사 중 유튜브 조회수 1위 - 월 평균 조회수 22억 뷰, 월 최대 광고 도달자 수 4,230만 명, 구독자 중 1844 비율 71%	15초 논스킵 5초 스킵 - 범퍼애드	PC/MO	동영상
	KBS유튜브	- KBS DRAMA, KBS NEWS, 애니멀봐 등 KBS의 모든 유튜브 채널에 광고 가능 - 전 채널 누적 구독자 수 5,000만 명 이상, 누적 조회수 50억 회 이상	- 프로그램 타겟팅 - 장르 타겟팅 - 오디언스 타겟팅	PC/MO	동영상
	스포티비	- 프리미어리그, MLB, NBA 등 콘텐츠를 보유한 대한민국 NO.1 스포츠 채널 - 앱 다운로드 800만 건, 가입 회원 수 500만 명, MAU 150만 명	- 유튜브 쇼츠 가상 - SNS 쇼츠 가상	MO	동영상

2024년 소비 트렌드 시리즈



01 초저가 소비



02 초단축 소비

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

