

## 4차 산업혁명과 광고산업의 미래

### 서울AP클럽 세미나, AI, VR 활용한 미래 광고산업 논의



지난 9월 20일 광고홍보 분야 원로인사들 모임인 서울AP클럽(회장 정만석)이 한국프레스센터 외신기자클럽에서 ‘4차 산업혁명과 광고산업의 미래’라는 주제로 ‘2017년 정기 학술세미나’를 개최했다.

이번 세미나에서는 4차 산업혁명의 키워드인 인공지능(AI), 가상현실(VR)을 활용한 미래 광고산업과 디지털 마케팅에 대해 논의하고, 지상파 방송의 중간광고, 결합 판매, 광고 규제 개혁 방안에 대해서도 논의하는 시간을 가졌다.

먼저 ‘프로그래매틱 디지털 광고마케팅’을 주제로 발표를 한 DMC미디어 박종서 이사는 “디지털 광고 마케팅 시장에서도 4차 산업혁명의 주요 키워드가 빠른 속도로 적용되어 가고 있다”고 설명하며 “Mobile을 중심으로 플랫폼 영역이 생성되고 광고회사들도 플랫폼 자체 보유를 통한 영역 확장을 하고 있다”고 덧붙였다. 박 이사는 글로벌 AD-Tech 기업의 국내 진출이 러시를 이루고 있으며 국내 AD-Tech 전문기업도 다수 출현하고 있는 상황에서 아직까지 한국의 프로그래매틱 광고 비중은 하위권인데, 글로벌시장에서 프로그래매틱 광고는 2012년 13%에서 2017년 58%로 급증이 예상되는 가운데 한국은 2013년 6%에서 올해 20% 정도 증가할 것으로 예상한다고 말했다.

‘4차 산업혁명과 AI, VR 광고산업’을 주제로 발표한 코아소프트 장성복 이사는 “4차 산업혁명이란 소프트웨어를 통한 지능형 공장과 제품의 탄생”을 말하며 이는 기계와 제품이 지능을 갖고 연결됨을 의미한다고 설명했다. 소프트웨어 파워란 상상력(Imagination-인풋)이 원료가 되어 이노베이션(Innovation-아웃풋)이 일어나는 것을 말하며, 사람과 기계, 기계와 기계, 사람과 사이버 세상, 리얼 월드와 사이버월드가 연결됨을 의미한다고 덧붙였다. 장 이사는 페이스북, 우버, 에어비앤비처럼 시가 총액이 수

백, 수십조에 이르는 회사들의 특징을 보면 제조보다는 연결로 이루어진 비즈니스를 취하고 있으며 이들은 제조업의 성장 시간보다 더욱 빠른 시간에 성장한다는 특징을 보인다고 말했다. 설명했다. 글로벌 시장조사업체 IDC에 따르면 세계 AI 시장규모는 2016년부터 2020년까지 5년간 연평균 55.1% 성장할 것이며, 2016년 약 9조3000만원에서 2020년 약 55조원까지 성장할 것으로 예측했다.

4차 산업혁명 시대의 핵심 기술은 다양한 산업에서 새로운 가치를 창출하는 연결고리로서 역할을 한다. 미국 예일대학교가 352명의 AI(Artificial Intelligence, 인공지능) 전문가들을 대상으로 인공지능 미래 로봇이 언제쯤이면 인간을 대체할 수 있을지 연구한 결과, 2136년이면 AI가 사람을 완전히 대신할 것으로 전망했다. 2024년까지 인간보다 더 나은 언어를 번역하고, 2026년까지 고등학교 수준의 에세이를 작성하며, 2027년까지 트럭을 운전, 2031년까지 유통매장 직원으로 일하며, 2049년까지 책을 쓰고, 2053년까지 수술을 수행할 수 있을 것이라고 예측했다.

컨설팅업체인 맥킨지는 2055년까지 50% 정도의 업무 활동이 로봇과 AI에 의해 자동화될 수 있다고 지적했다. 2013년 영국 옥스퍼드대 연구진은 10~20년 안에 로봇에 의해 사라질 가능성이 큰 직업들을 분석했고, 미국의 702개 직업을 대상으로 로봇 대체 가능성을 분석한 결과, 전체 직업의 47% 정도가 로봇에 의해 자동화될 수 있다는 결과가 나왔다. 6400만개 정도의 일자리가 로봇으로 대체될 수 있다는 이야기다.

한국노동연구원이 2015년 발간한 보고서에 따르면, 한국에 있는 전체 고용 인원의 55~57%는 로봇에 의해 자동화될 가능성이 큰 직업군에서 일하고 있다고 밝혔다. **KAA**

이수지 susie@kaa.or.kr