

# 올해 국내 가구 40% AI스피커 보유 전망, 키즈 콘텐츠가 핵심

국내 인공지능(AI) 스피커 보급에 점점 속도가 붙으며 내년에는 전체 가구 10곳 중 4곳이 보유할 것이라는 전망이 나왔다. KT그룹의 디지털 미디어랩 나스미디어가 펴낸 '2019 디지털 미디어 &마케팅 전망'에 따르면 내년도 국내 AI 스피커 보급 대수는 800만대에 이를 것으로 예측됐다. 이는 한 집에 한 대씩이란 가정 아래 국내 2천여만 가구의 약 40%가 AI 스피커를 보유하는 것이다.

2017년 100만대 수준이던 AI 스피커 보급 대수는 올해 300만대로 뛴 데 이어 내년에도 큰 폭으로 증가할 것으로 분석됐다.

나스미디어는 "AI 스피커 제품이 다양화되고 기능이 업그레이드되며 대중화에 속도가 붙을 것"이라며 "통신사와 인터넷 사업자가 주도하던 국내 시장에 구글홈이 진출하면서 시장 선점을 위한 업체 간 경쟁이 가속화되고 있다"고 진단했다.

국내 AI 스피커 시장은 SK텔레콤이 2016년 9월 '누구'를 처음 내놓은 이후 KT의 '기가지니'와 네이버의 '웨이브', 카카오의 '카카오미니' 등 제품이 줄줄이 나왔다.

이들은 유·무선 통신이나 음원 서비스와 연계 마케팅을 펼치며 사용자 확보에 주력하고 있다.

지난 9월 국내에 출시된 세계 최대 인터넷 업체 구글의 '구글홈'과 '구글홈미니'도 국내 유통사의 적극적인 마케팅 속에 사용자층을 넓혀 가고 있다. 특히 AI 스피커 활용 분야 중 어린이 콘텐츠 및 음성 쇼핑 서비스에서 경쟁이 치열해질 것으로 나스미디어는 예측했다.

나스미디어는 "AI 스피커 시장 점유율 경쟁의 시작은 키즈 콘텐츠"라며 "초기 단계인 시장의 점유율 확대를 위해 콘텐츠 충성도 및 이용자 저변 확대, 락인(묶어두기) 효과를 기대할 수 있는 유·아동 콘텐츠를 우선 공략할 것"이라고 예상했다. 또 음성 인식 기술의 발전과 맞물려 수익화를 꾀할 수 있는 음성 쇼핑 분야도 성장 가능성이 큰 것으로 예측했다.

글로벌 컨설팅 업체인 'OC&C스트래티지컨설턴트'는 전 세계 음성 쇼핑 시장규모가 현재 20억 달러(2조2천430억원)에서 오는 2022년에는 400억 달러(44조8천600억 원)로 20배 정도 성장하리라 전망했다. 한편, 시장조사업체 컨슈머인사이트에 따르면 국내 AI스피커 시장의 플랫폼별 이용율은 지난 7월 기준 KT '기가지니' 39%, SK텔레콤 '누구' 26%, 네이버 '클로바' 16%, 카카오 '미니' 12% 순이었다. **KAA** 이명진 soziro01@kaa.or.kr

국내 AI스피커 보급 수

(단위 : 만대)

