

광고 기반 동영상 시장의 고성장과 생성형 AI 확산 속 콘텐츠 품질·신뢰 이슈

사례포커스

AI Slop 확산과 'No AI' 전략 등장

생성형 AI 영상 제작이 확산되며 반복적이고 차별성이 낮은 콘텐츠가 대량 생산되는 이른바 'AI Slop' 현상이 나타나고 있음. 이에 일부 기업은 'No AI' 전략을 통해 브랜드 차별성과 신뢰를 강조하며 대응하고 있음.

| 글로벌 주요 기업의 AI 광고 활용 사례 |

- Base44: 누구나 맞춤형 앱을 만들 수 있다는 메시지로 AI 기반 앱 개발 도구의 접근성과 활용성을 강조
- Wix: Harmony 플랫폼을 통해 AI 기반 웹사이트 디자인 기능을 소개하며 웹 제작 과정의 자동화·간소화 부각
- Artist.io: 전 과정이 AI로 제작된 광고를 공개하며, 저비용·단기간 제작 가능성을 강조
- Svedka Vodka: 과거 광고 캐릭터 'Fembot'을 AI로 재해석하고 TikTok 출 데이터를 학습시켜 콘텐츠 제작에 활용
- Xfinity: 영화 'Jurassic Park'(1993) 출연진을 AI로 절제 구현하는 등 기존 콘텐츠를 활용한 사회적 효과 강화

뉴스브리프

이용자가 무료로 영상을 시청하는 대신 광고를 통해 수익을 창출하는 **광고 기반 동영상 시장**이 빠르게 성장 중임. 시장조사기관 옴디아(Omdia)는 **글로벌 광고 기반 동영상 시장**이 향후 5년간 약 75% 성장해 2030년 5,400억 달러(원화 약 826.4조 원)¹⁾ 규모에 이를 것으로 전망했으며, 특히 소셜미디어 중심 영상 광고가 콘텐츠 소비와 수익화 방식을 재편하는 핵심 동력이라고 분석함.

한편 인공지능을 활용한 광고 시장 역시 고성장 국면에 진입함. **글로벌 광고분야 AI 시장** 규모는 2025년 111억 7천만 달러(원화 약 17.1조 원)에서 2030년 363억 4천만 달러(원화 약 55.6조 원)로 확대될 전망이다. 특히 영상 광고 영역에서는 생성형 AI를 활용한 영상 제작이 시간과 비용을 절감시키며, 마케팅 생산성을 획기적으로 높이는 수단으로 자리매김함.

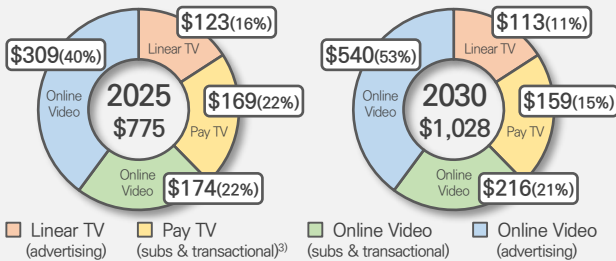
다만 이러한 성장 과정에서 새로운 문제도 나타나고 있음. 대표적으로 'AI 슬롭(AI Slop)²⁾' 문제와 소비자 신뢰 저하 이슈가 제기됨. AI 영상 생성 도구의 확산으로 누구나 빠르게 콘텐츠를

제작할 수 있게 되었지만, 그 결과 반복적이고 차별성이 낮은 콘텐츠가 너무나 쉽게 대량으로 생산되고 있음. 이는 브랜드의 차별성을 약화시키고 광고 효과를 저해하는 요인으로 작용하기도 함. 일부 기업들은 오히려 'No AI' 전략을 통해 차별화를 시도하기도 함. 시장조사기관 가트너(Gartner)에 따르면 현재, 영상 콘텐츠 소비자의 68%가 콘텐츠 내용의 진위 여부를 의심하고 있으며, 50%는 AI를 사용하지 않는 브랜드를 더 선호하는 경향이 나타남. 또한 AI 사용 여부 공개에 대한 요구도 증가하면서, 광고 산업 전반에서 AI 콘텐츠의 투명성과 신뢰 확보가 중요한 과제가 됨.

종합하면, 광고 기반 동영상 시장은 AI 기술 확산으로 제작 효율성이 극대화되며 급성장하고 있는 동시에, **콘텐츠 품질 저하, 브랜드 차별성 약화, 소비자 신뢰 문제 등과 함께 저작권 및 IP 관련 문제들도** 발생시키고 있음. 이에 향후 시장 경쟁력은 단순한 AI 활용 여부가 아니라, AI를 활용하면서도 '창의성·진정성·신뢰'를 유지하는 전략적 균형 확보 여부에 의해 결정될 것으로 판단됨.

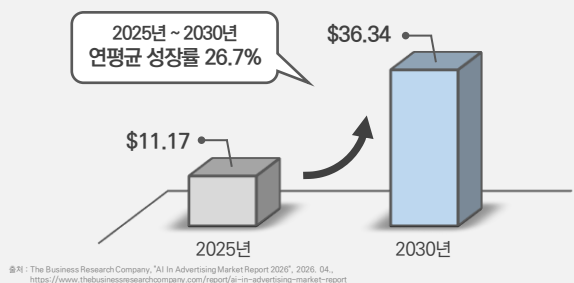
글로벌 전통 TV 및 온라인 영상 매출 구조

기준: 2025년&2030년, 단위: 십억 달러, %



글로벌 광고분야 AI 시장 규모

기준: 2025년&2030년, 단위: 십억 달러



본 보고서의 주요내용

광고 기반 동영상 시장은 빠르게 성장하는 가운데, 생성형 AI로 광고 제작 효율성이 향상되고 있음. 그러나 동시에 저급 콘텐츠, 신뢰도 하락, 저작권 이슈 등 부작용도 함께 나타남.

본 보고서의 시사점

광고 산업 경쟁력은 AI 활용 자체보다 콘텐츠의 창의성·진정성·신뢰를 유지하는 전략에 달려 있음. 향후 기업은 효율성과 브랜드 가치 사이의 균형 확보가 핵심 과제로 부상할 전망이다.

1) 1달러=1,530.50원(2026.04.01. KEB 하나은행 최초 매매기준을 적용, 이하 동일)
 2) AI 슬롭(AI Slop): 기술적으로는 작동하지만 창의성이 부족하고, 반복적이거나 인위적으로 보이는 콘텐츠
 3) Sub&Transactional: 구독형(Subscription)과 건별 결제(Transactional)를 의미함

* 내용 출처: Mediapost, "2030 Forecast: Ad-Supported Video Soars 75% To \$540B", 2026.04.03., <https://www.mediapost.com/publications/article/414069/2030-forecast-ad-supported-video-soars-75-to-54.html>
 The Business Research Company, "AI In Advertising Market Report 2026", 2026.04., <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/ai-in-advertising-market-report>
 Unite.AI, "How Brands Can Avoid 'AI Slop' in Video Advertising", 2026.03.18., <https://www.unite.ai/how-brands-can-avoid-ai-slop-in-video-advertising/>
 The Wall Street Journal, "Brands Adopt 'No AI' Disclaimers to Stand Out Amid the Slop", 2026.04.06., <https://www.wsj.com/cmo-today/brands-adopt-no-ai-disclaimers-to-stand-out-amid-the-slop-a92352af>

* 통계 출처: Mediapost, "2030 Forecast: Ad-Supported Video Soars 75% To \$540B", 2026.04.03., <https://www.mediapost.com/publications/article/414069/2030-forecast-ad-supported-video-soars-75-to-54.html>
 The Business Research Company, "AI In Advertising Market Report 2026", 2026.04., <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/ai-in-advertising-market-report>