

인공지능과 교감하며 자라는 첫 세대

GEN-AI REPORT



인공지능 대중화에 지대한 영향을 미친 **AI 3대 쇼크**

2016

알파고 쇼크

인공지능의 잠재력 증명
글로벌 빅테크기업들이 AI 연구 조직에
천문학적 자금을 쏟아붓기 시작한 결정적 도화선

2022

Chat GPT 출시

1인 1AI 범용 도구화
글로벌 빅테크 간의 생성형 AI 전면전이 발발
직장과 학교에서 AI 활용 능력이 새로운 스펙으로 대두

2024

SORA 쇼크

가상과 현실의 붕괴
영상 콘텐츠 제작 비용이 혁신적으로 절감하게 된 계기
인간 고유의 영역이라 믿었던 창작마저 AI가 강력하게 침해

이로 인해,
디지털 시대를 넘어
AI 시대로 대전환

	디지털 시대	AI 시대
핵심 기술	스마트폰, 초고속 인터넷, 모바일 플랫폼	생성형 AI, 대화형 에이전트, 로봇
기술 태도	디지털 기기를 도구로 인식	AI를 협업 파트너로 인식
정보 획득	포털 사이트나 유튜브 기반의 '검색'	AI와의 상호작용을 통한 '질문과 생성'
학습 형태	디지털 콘텐츠의 수동적 시청 및 활용	실시간 상호작용을 통한 개인화된 콘텐츠 생성
필요 역량	수많은 정보 중 가짜를 가려내는 정보 판별력	AI에게 정확하게 명령하는 프롬프트 및 질문 능력

키워드로 정답을 찾는 검색 시대에서

대화로 답변을 완성하는 시대로 전환

가장 큰 변화는 정보 탐색의 패러다임

기존 검색엔진에서

2026년 가을 패션 트렌드



2026년 가을 패션 트렌드 관련 광고

www.Gmarket.com/kr

● 인플루언서 1 - 2026 봄여름 패션 트렌드, 한눈에 정리

● 인플루언서 2 - 2026 FW 하반기 패션 트렌드

● 포털 지식In

Q. 2026년 뷰티 패션의 핵심은 무엇일까요?

키워드와 데이터베이스를 단순 매칭하여
정보가 포함된 웹페이지 링크 목록 제공.
사용자가 각각의 링크를 클릭하며 정보 탐색

생성형 AI 엔진으로

컬톤에 어울리는 가을 데이트룩 추천해줘



2026년 가을 패션 트렌드는 편안함과 실용성을 바탕으로 하면서도, 고전적인 미니멀리즘과 화려한 수공예 디테일이 공존하는 것이 핵심입니다. 컬톤에 어울리는 가을 데이트룩 추천해 드릴게요.

IMAGE1

IMAGE2

IMAGE3

🎨 핵심 컬러 트렌드
👗 실루엣 및 아우터
🧶 원단 및 디테일

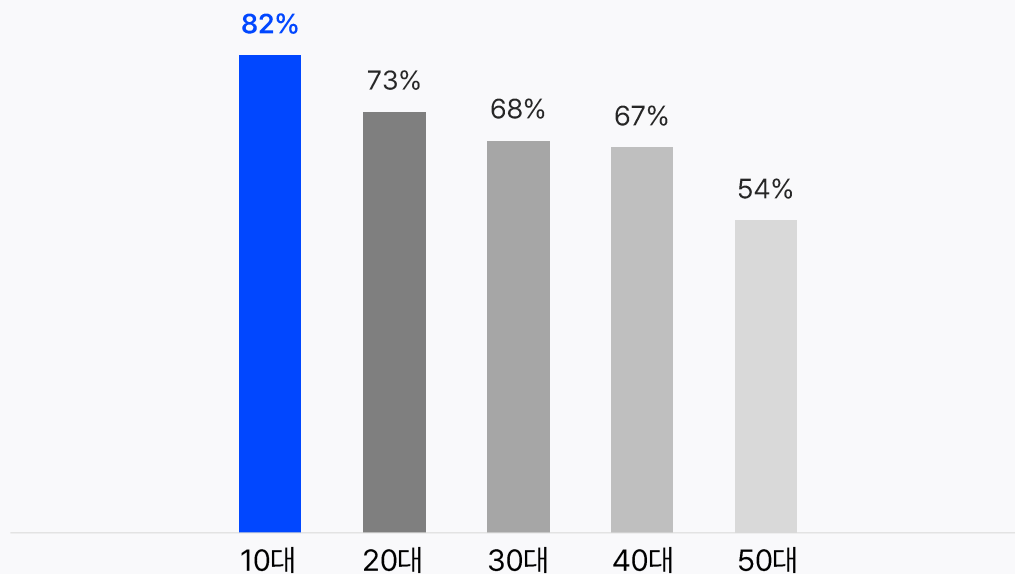
● 참고한 출처

질문의 문맥과 의도 파악 후 문장을 생성하여
대화 기록과 맥락을 반영한 맞춤형 답변 제공.
생성형 AI와 대화하며 원하는 결과 도출

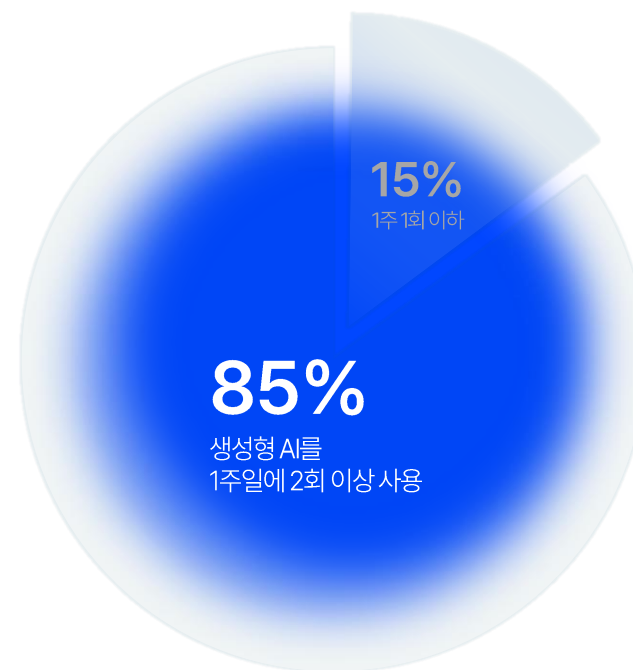
이러한 시대에 가장
빠르게 적응한 **10대**
타 연령 대비 풍부한
AI 이용 경험 보유

AI 사용 빈도 또한
10명 중 9명이
주 2회 이상으로 활발

Chat GPT 이용 경험 **[있다]**



*출처: 메조미디어 <TARGET SURVEY, 만15-59세대대상>, 26.05



*출처: 메조미디어 <GEN-AI SURVEY, 만15-19세대대상>, 26.07

그 이유는 태어날 때부터 지금까지 AI 생태계와 함께 성장

1세



알렉스넷의 이미지넷 대회 우승

알렉스넷이 이미지 인식 대회에서 압도적 성능으로 우승을 차지하며 딥러닝의 가능성을 입증.
AI 기술 발전을 가속화한 계기

4세



알파고와 이세돌의 세기의 대결

이세돌 9단과 바둑 AI '알파고'의 대결에서 인공지능이 승리.
인공지능 대중화의 신호탄이자 전 세계에 AI 잠재력을 각인

8세



AI 기반 원격 교육 가속화

코로나19로 초등학교 입학 시기에 비대면 수업을 받으며, AI 기반 학습 추천 프로그램과 안면인식 출결 등을 접함

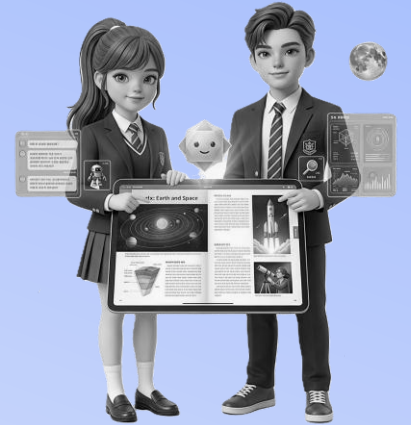
10세



생성형 AI 시대의 개막

초등학교 고학년 시절, 인간처럼 대화하고 글을 쓰는 ChatGPT가 등장하며 누구나 AI를 사용하는 세상이 시작

14세



중학교 입학 및 AI 디지털 교과서 첫 도입

공교육 사상 처음으로 'AI 디지털 교과서' 도입.
이로 공부하는 첫 세대로 맞춤형 AI 교육을 직접 경험

즉 이들이 바로 **AI 네이티브 세대,** 학습부터 여가까지 일상 전반이 AI 생활권

학습&교육

녹음본 AI 실시간 요약·시각화
모르는 개념 AI와 1:1 질의 응답
[#Second_Brain](#) [#효율극대화](#)



소비&쇼핑

사진 검색 기반 AI 이미지 쇼핑
AI 추천 알고리즘 위주의 제품 구매
[#초개인화](#) [#검색의 종말](#)



관계&소통

AI 가상 친구·페르소나 감정 상담
카톡 분석·AI에게 갈등 조언 구하기
[#AI친밀감](#) [#감정시뮬레이션](#)



건강&루틴

식단 사진 인식·칼로리 자동 분석
AI 가상 트레이너의 실시간 자세 교정
[#데이터웰니스](#) [#실시간피드백](#)

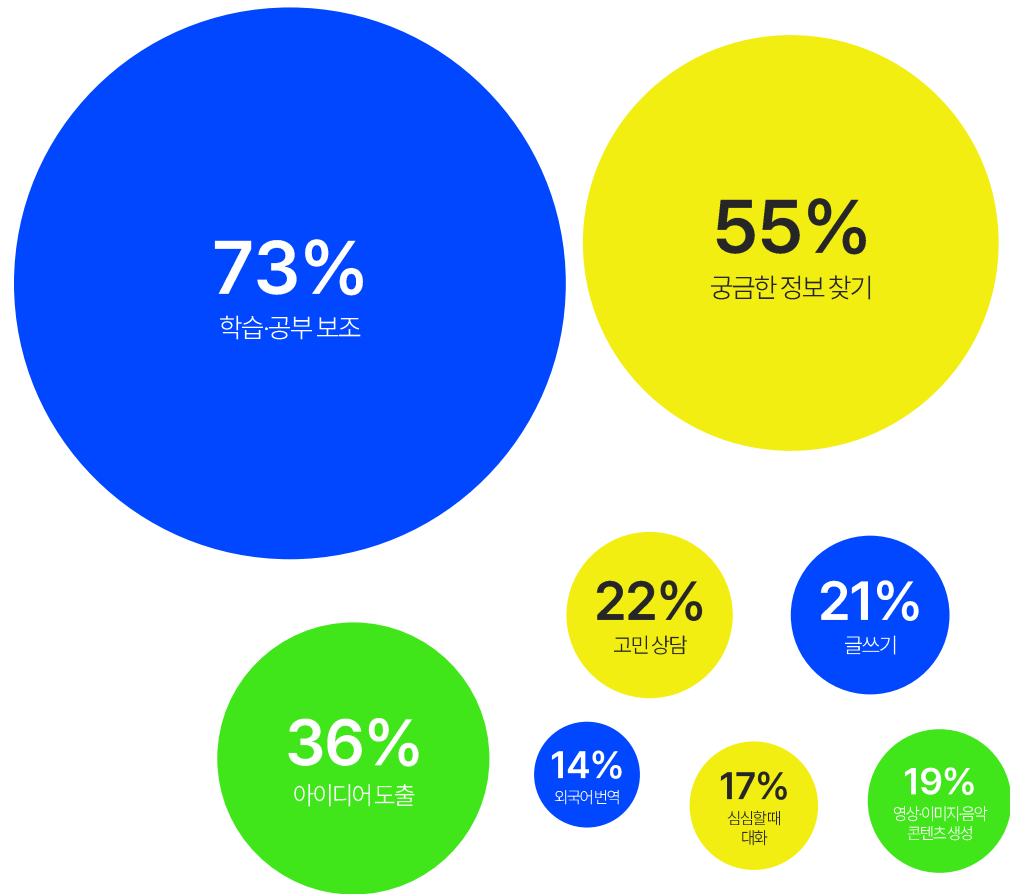
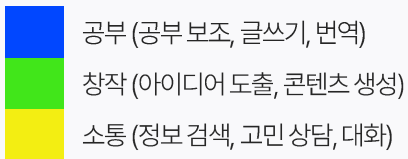


여가&문화

개인 맞춤형 플래너·여가 파트너
함께 놀고 창작하는 문화적 놀이터
[#디지털자비스](#) [#창작파트너](#)



가장 활발하게 이용하는 분야는 공부·창작·소통



검색부터 창작 감정 교류까지, AI와 인간의 공생 시대 주도

[검색] 인지적 파트너

키워드 및 정보 검색의 시대는 종료. AI가 사용자의 맥락과 의도를 파악해 복잡한 데이터를 단 몇 초 만에 요약하고, 최선의 대안까지 제시. 사용자는 정보 검색에 쏟던 에너지를 줄이고, AI가 도출한 답변을 바탕으로 '더 가치 있는 최종 의사결정'에 집중



[창작] 생산적 파트너

글쓰기, 그림 그리기, 코딩, 영상 제작까지 이제 전문 기술이 없어도 상상력과 기획력만 있다면 누구나 크리에이터가 될 수 있는 시대 도래. 기술의 진입장벽이 붕괴되며, AI가 초안을 작성하고 사용자가 디테일을 수정하는 방식으로 창작 생태계 다각화



[감정] 정서적 파트너

AI가 차가운 기계를 넘어 사람과의 관계성을 형성. 사용자의 기분을 파악하고 위로를 건내며, 때로는 고민을 나누는 대화 상대로 진화. 기술적 편리함을 넘어 사용자와 심리적 유대감을 형성하며, 마음을 치유해주는 동반자로 관계 형성



AI 네이티브 세대, 기존 세대와 무엇이 다를까?

SURVEY로 보는 AI 네이티브 세대의 특징

[AI 네이티브 설문조사 개요]

- 조사대상: 서울 및 5대 광역시에 거주 중인 만 15~18세 남녀, 총 500명
- 조사일시: 2026. 06. 29~ 2026. 07. 03
- 조사방법: 온라인 설문

01



AI 이용

Legacy

도구



AI-Native

파트너

- ✓ 속마음까지 털어놓는 정서적 파트너
- ✓ 공부할 때 가장 먼저 찾는 학습 파트너

02



정보 탐색과 구매

Legacy

검색



AI-Native

질문

- ✓ 원하는 정보가 있으면 생성형 AI에게 질문
- ✓ 살까?말까? 구매 판단도 AI에게 위임

03



콘텐츠 소비

Legacy

현실



AI-Native

가상

- ✓ 버추얼 크리에이터 콘텐츠도 적극 수용
- ✓ 메타버스 공간에서 타인과 교류하고 소통

04



광고 인식

Legacy

신선함



AI-Native

진정성

- ✓ AI 광고, 신선함보다 진정성이 중요
- ✓ 진짜 사람 같을수록 AI 광고 호감도는 하락

AI, 속마음까지 털어놓는 정서적 파트너가 되다

◆ 생성형 AI 이용 빈도

41%

거의 매일 생성형 AI를 이용한다



◆ 생성형 AI와 일상적인 대화 경험

81%

생성형 AI에게 일상적인 수다를 나눴던 적이 있다

◆ 일상적인 대화 빈도

13%

거의 매일 한다

50%

1주일에 1회 이상 한다

◆ 생성형 AI에게 속마음을 털어놓은 경험

74%

생성형 AI에게 속마음이나 고민을 말한 적이 있다

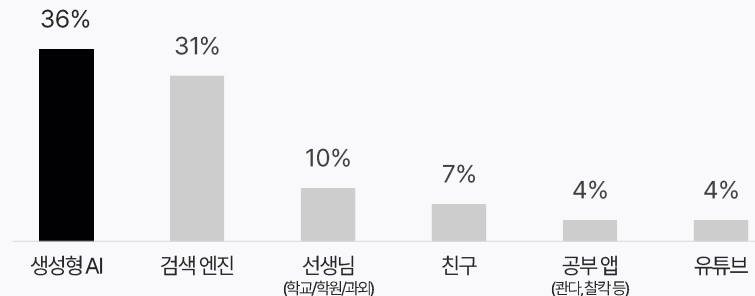


공부하다 궁금하면 선생님, 네이버보다 AI부터 찾는다

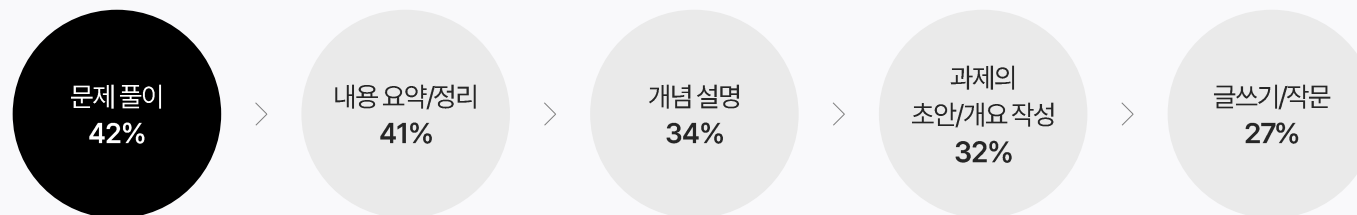
◆ 공부하다 궁금한 것이 생겼을 때 가장 먼저 찾는 것
(1순위 응답)

생성형 AI

1순위



◆ 학습 및 교과 공부 시 AI 이용 목적 (1+2+3순위 응답)



◆ 학습 및 교과 공부 시 생성형 AI 이용 빈도

86%

1주일에 1회 이상 공부에 생성형 AI를 이용한다

◆ 공부에 생성형 AI를 이용하는 이유 (1+2+3순위 응답)

1위.	질문에 대한 답이 즉시 나와서	61%
2위.	언제 어디서나 질문할 수 있어서	59%
3위.	이해하기 쉽게 설명해줘서	40%
4위.	타인에게 물어보기 어려운 것을 편하게 물어볼 수 있어서	32%
5위.	나에게 맞춤형 된 답변을 받을 수 있어서	27%

정보 탐색할 때 검색 엔진 vs. 생성형 AI 비슷해진 무게추

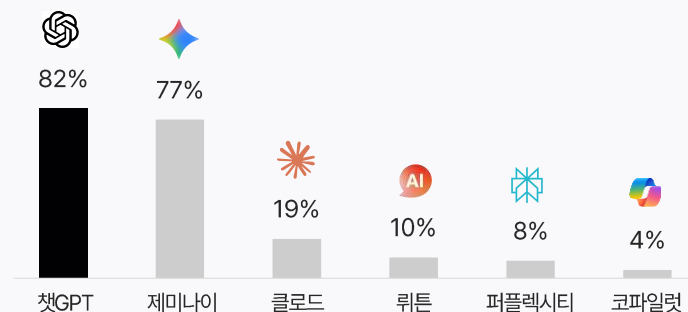
◆ 정보 탐색 시 검색 엔진 vs. 생성형 AI 이용 비중 (%)

검색 엔진 : 생성형 AI
55 : 45

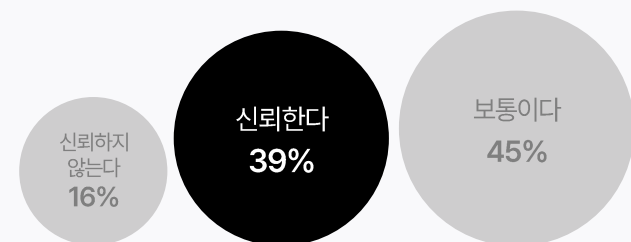
◆ 생성형 AI로 주로 탐색하는 정보의 종류 (1+2+3순위 응답)



◆ 정보 탐색 시 가장 자주 이용하는 AI 서비스 (1+2+3순위 응답)



◆ 생성형 AI 답변에 대한 신뢰도



살까?말까? 구매 결정의 중요한 기준이 된 AI

◆ 제품 구매를 위한 생성형 AI 이용 경험

82%

제품을 구매하기전 생성형 AI를 이용해 본 적 있다

◆ 생성형 AI 추천 제품 구매 경험

40%

생성형 AI가 언급 또는 추천해 준 제품을 구매한 적 있다

◆ 제품 구매 시 생성형 AI 이용 방법 (중복 응답)

순위	이용 방법	응답률
1	제품에 대한 정보 물어보기	39%
2	구매할지 말지 물어보기	37%
3	이미지 검색으로 비슷한 제품 찾기	33%
4	여러 제품 비교하기	28%
5	상황이나 원하는 것 설명하고 제품/브랜드 추천 받기	28%
6	패션/코디 추천 받기	23%
7	최저가 찾기	19%
8	리뷰 요약해서 보기	18%
9	가상 제품(옷, 화장품 등) 피팅하기	9%

크리에이터 콘텐츠, 가상과 현실의 경계가 사라지다

◆ 버추얼 크리에이터 콘텐츠에 대한 인식

41%

일반 크리에이터 콘텐츠와 별 차이 없이 똑같이 즐긴다



◆ 버추얼 아이돌에 대한 인지 및 음악 감상 경험

* 한국콘텐츠진흥원 <2025 음악이용자 조사>, 10대 응답률 (n=337)

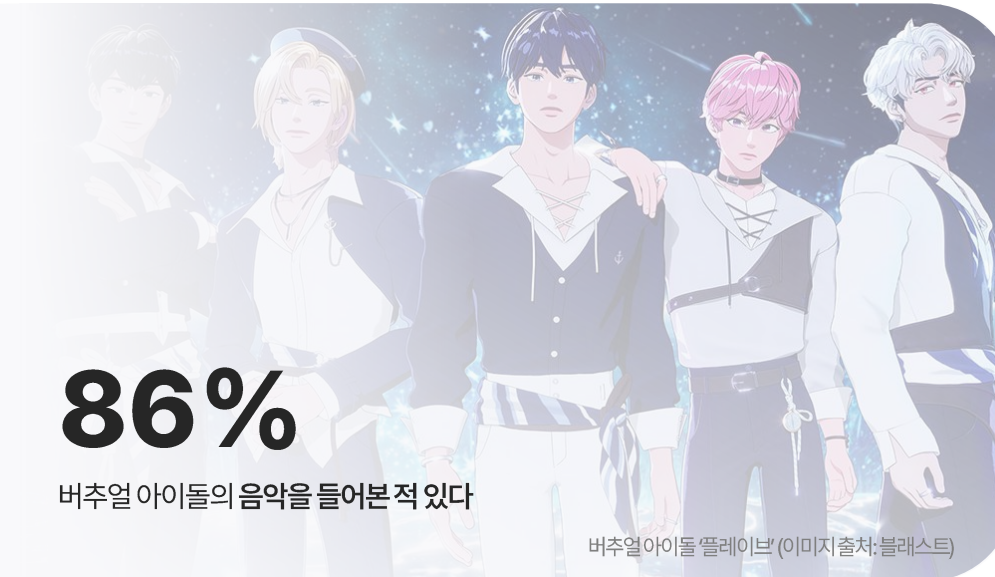
68%

버추얼 아이돌에 대해 알고 있다

>>>

86%

버추얼 아이돌의 음악을 들어본 적 있다



게임을 넘어, 타인과의 교류의 장이 된 메타버스

◆ 메타버스 플랫폼 사용률

64%

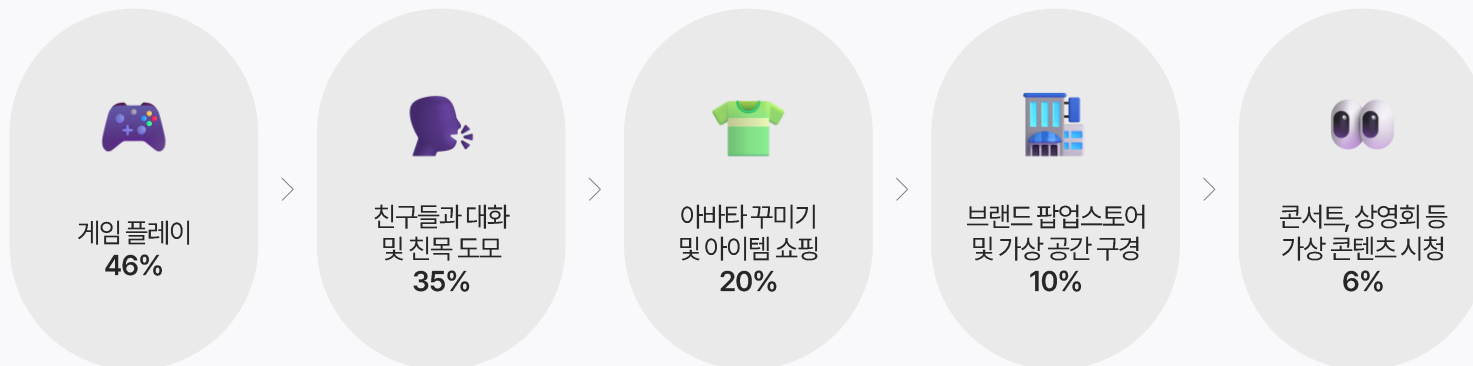
로블록스, 마인크래프트 등 메타버스 게임을 한다

◆ 10대 인기 게임 순위 TOP 7

* 코리안클릭, 7세~18세 MAU (2026.06 기준)



◆ 메타버스 플랫폼 내 주요 활동



AI 광고, 이제 익숙하지만 진정성이 없다면 외면

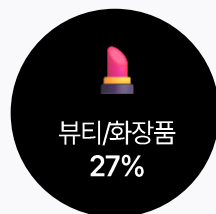
◆ AI 광고 시청 경험

85%

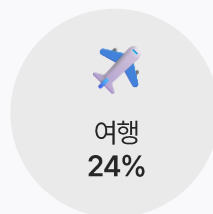
AI로 생성된 광고를 시청한 적 있다



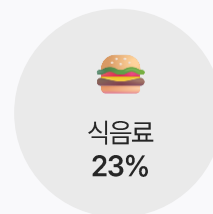
◆ 시청한 AI 광고의 카테고리 (1+2+3순위 응답)



>



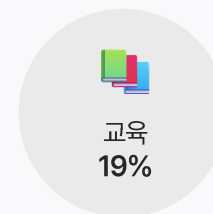
>



>



>



◆ AI 광고에 대한 인식

긍정 이유 1위
새로운 시도를 하는 모습이 긍정적
(34%)



16%
긍정적



36%
보통

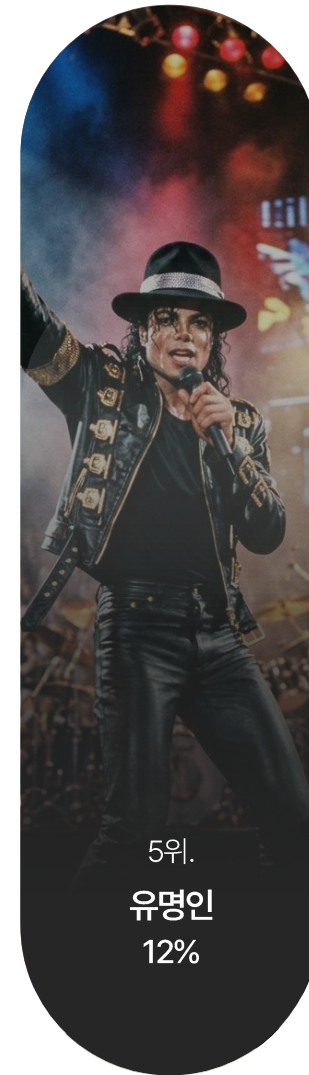
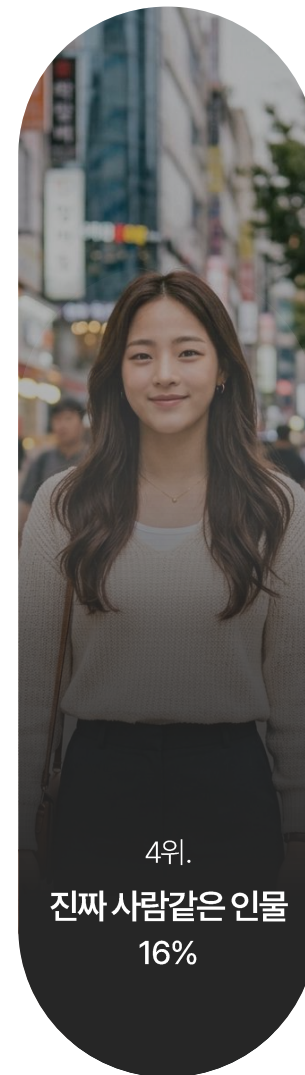
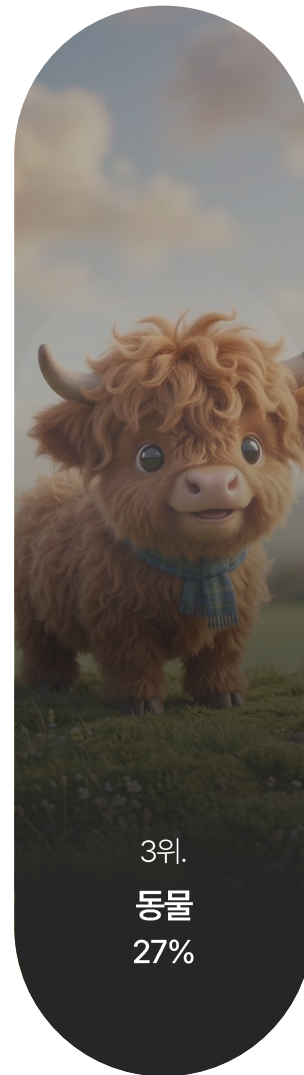
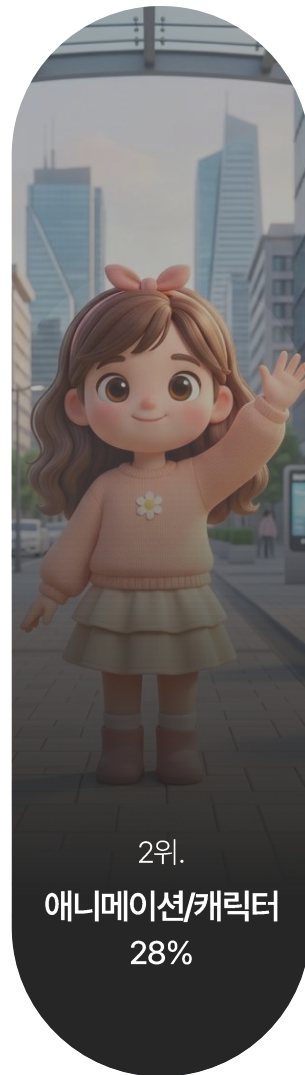


48%
부정적

부정 이유 1위
진정성이 느껴지지 않아서
(56%)

AI 광고 인식 - 소재

AI 광고 소재 선호도, 진짜 사람과 비슷할수록 오히려 낮아진다



AI 시대, 기존 마케팅과 무엇이 다를까?

마케팅 인더스트리 변화

소비자의 검색 행태 변화에 따른 AI 검색 엔진 최적화의 중요성 대두

기존 검색엔진

● 키워드 검색



● 키워드에 일치하는 결과만 확인



● 웹 서핑 및 광고 링크 클릭



● 직접 비교·분석



● 자체 결론 도출

AI 검색엔진

● 문장형 질문



● AI의 자료 요약·인사이트 확인



● AI에 추가 질문



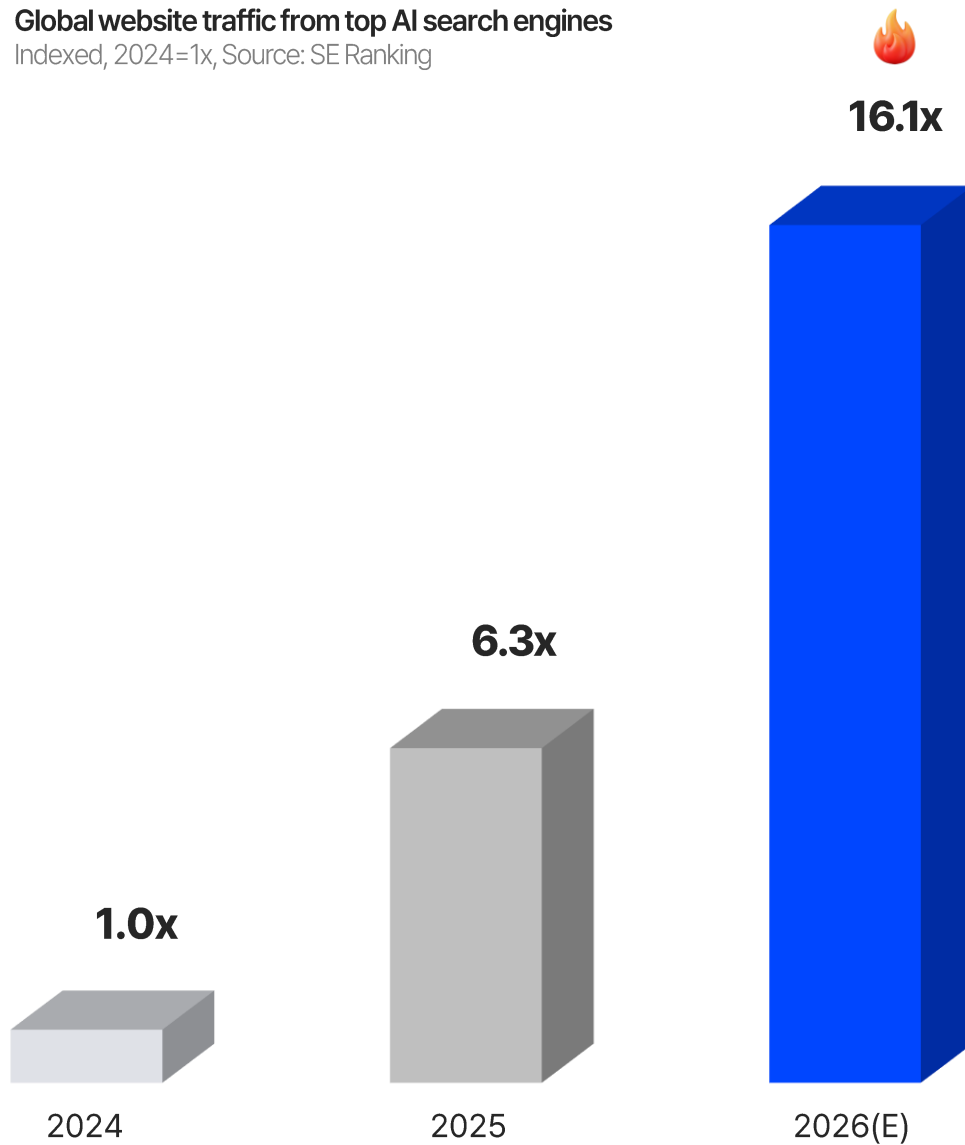
● 초개인화 답변

추가 질문 없을 시
ZERO-CLICK으로 문제 해결

중요성 대두 - 이유 1

AI에서 언급된 웹사이트 트래픽 2년 새 16배 성장

Global website traffic from top AI search engines
Indexed, 2024=1x, Source: SE Ranking



중요성 대두 - 이유 2

AI 답변 내 **인용**
웹사이트 유입과
브랜드 노출도를
향상시키는 **열쇠**

◆ 생성형 AI에서 언급된 웹사이트의 트래픽 증가율

* 193개 웹사이트에서 4억 7,500만 건 이상의 세션을 분석(25.1Q vs 26.1Q) | 2025년 5월부터 11월까지 Gemini를 통한 유입 트래픽 분석

Chat GPT

200%

Siege Media, 2026

Gemini

388%

Digiday, 2025

◆ 매일 Chat GPT를 사용하는 인구

8.1B

Samanyou Garg Interview, 2026

◆ Z세대, 일반 검색보다 AI 검색 선호율

82%

Raven Labs, 2025

◆ 구글 검색 시 AI 브리핑이 노출되는 비율

MO

48%

Stackmatix, 2026

PC

42%

Stackmatix, 2026

따라서, SEO·AEO·GEO 3단계 통합 관리 필요성 증대

1단계

발견을 위한 기반 SEO



검색엔진 최적화

포털사이트 검색 결과 상위에 브랜드의 콘텐츠·웹사이트·광고 링크 노출. 검색 결과 '상위 노출'로 이용자의 클릭·전환을 유도하는 것이 핵심 목표

키워드
검색 순위

클릭수

노출수

2단계

전달을 위한 속도 AEO



AI 답변 최적화

검색엔진 상단 AI 브리핑 내 답변 영역(Zero-Click) 점유. 이용자가 개별 링크를 클릭하지 않고도, AI 답변을 통해 '즉시' 브랜드를 확인하게 만드는 것이 핵심 목표

답변
점유율

AI 플랫폼
커버리지

데이터
일치도

3단계

선택을 위한 차별화 GEO



생성형 AI 최적화

생성형 AI 답변에서 타 브랜드보다 자사의 브랜드가 먼저 추천되도록 하는 작업. 브랜드의 신뢰도를 높여서 AI의 답변 속 '주인공'로 자리 잡는 것이 핵심 목표

브랜드
노출 순위

인용·출처
점유율

AI 맥락
호감도

AI에게 선택되는 브랜드만이 생존 GEO 최적화를 위한 마케팅 업계의 변화

에이전시·미디어·브랜드의 변화

에이전시 •
생성형 AI 답변 맞춤
GEO 컨설팅 시작

미디어 •
AI 검색 환경에 맞춘
새로운 광고 상품 출시

브랜드 •
Chat GPT 전용
플러그인 앱 출시

GEO 관리 사례 - 브랜드

CJ온스타일 Chat GPT 전용 플러그인 앱 출시

생성형 AI 플랫폼을
통한 앱·웹 유입 증가

4X

25.01 VS 26.01

AI 기반 개인화
추천 영역 취급고 증가율

37%

25.01~04 VS 26.01~04



CJ온스타일 Chat GPT 플러그인 앱

소비자가 Chat GPT의 CJ온스타일 앱에서 질문하면 CJ온스타일에서 보유한 60만개의 상품 데이터 안에서만 답변 및 방송 정보 제공. 더 나아가 클릭 시 모바일 앱이나 웹사이트의 구매 링크 및 실시간 방송 화면으로 연동

*출처: CJ온스타일 보도자료

네이버·크리테오 AI 검색 환경에 맞춘 새로운 광고 상품 출시

네이버 AI브리핑
롱테일 쿼리 성장세

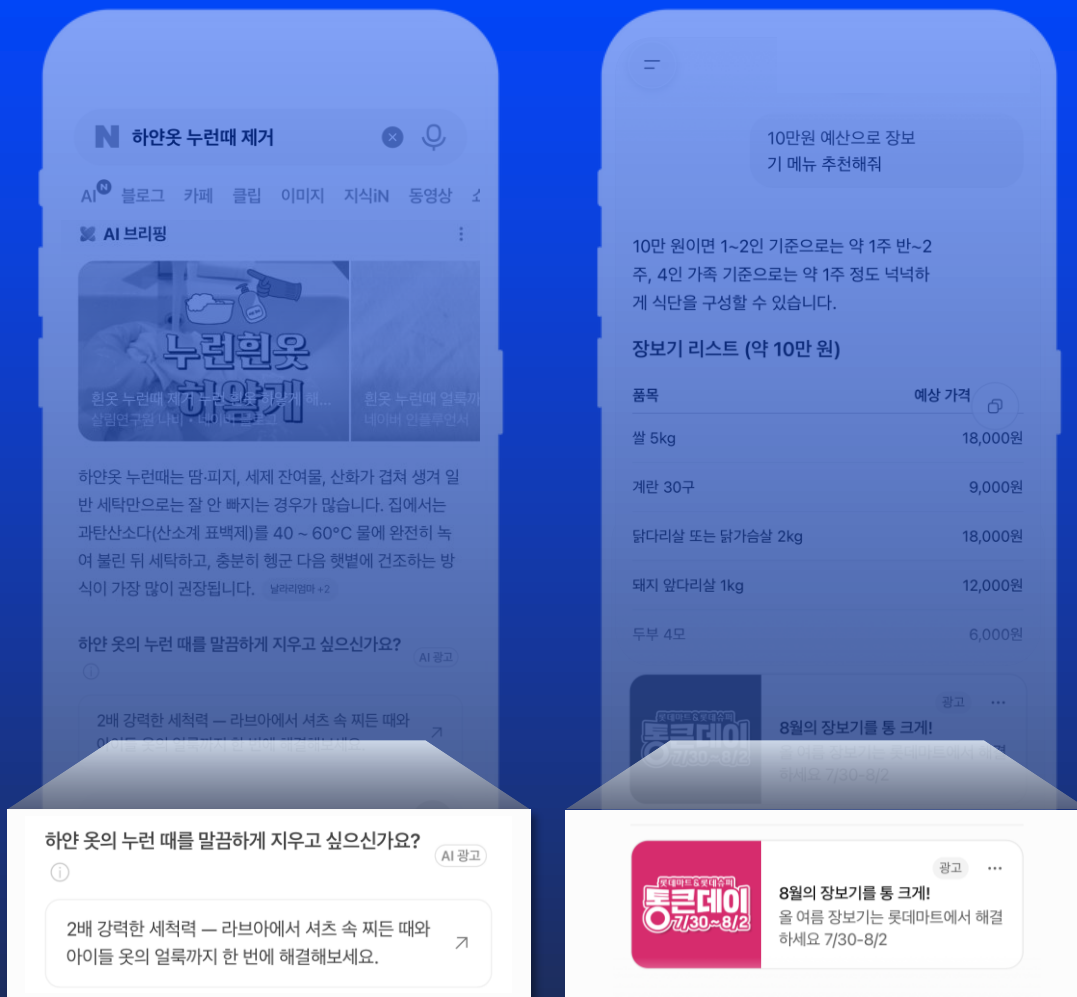
AI 광고를 통해 유입된
트래픽 중 신규 고객 비율

2.5X

25.03 vs 26.03

2-3X

*출처: 네이버 | 크리테오 보도자료



네이버 - ADVoost Max 광고

사용자 검색 의도와 탐색 맥락까지 분석하여, 적합한 광고 형태와 노출 시점을 자동으로 결정하는 AI 기반 검색광고

크리테오 - Chat GPT 프롬프트 최적화 광고

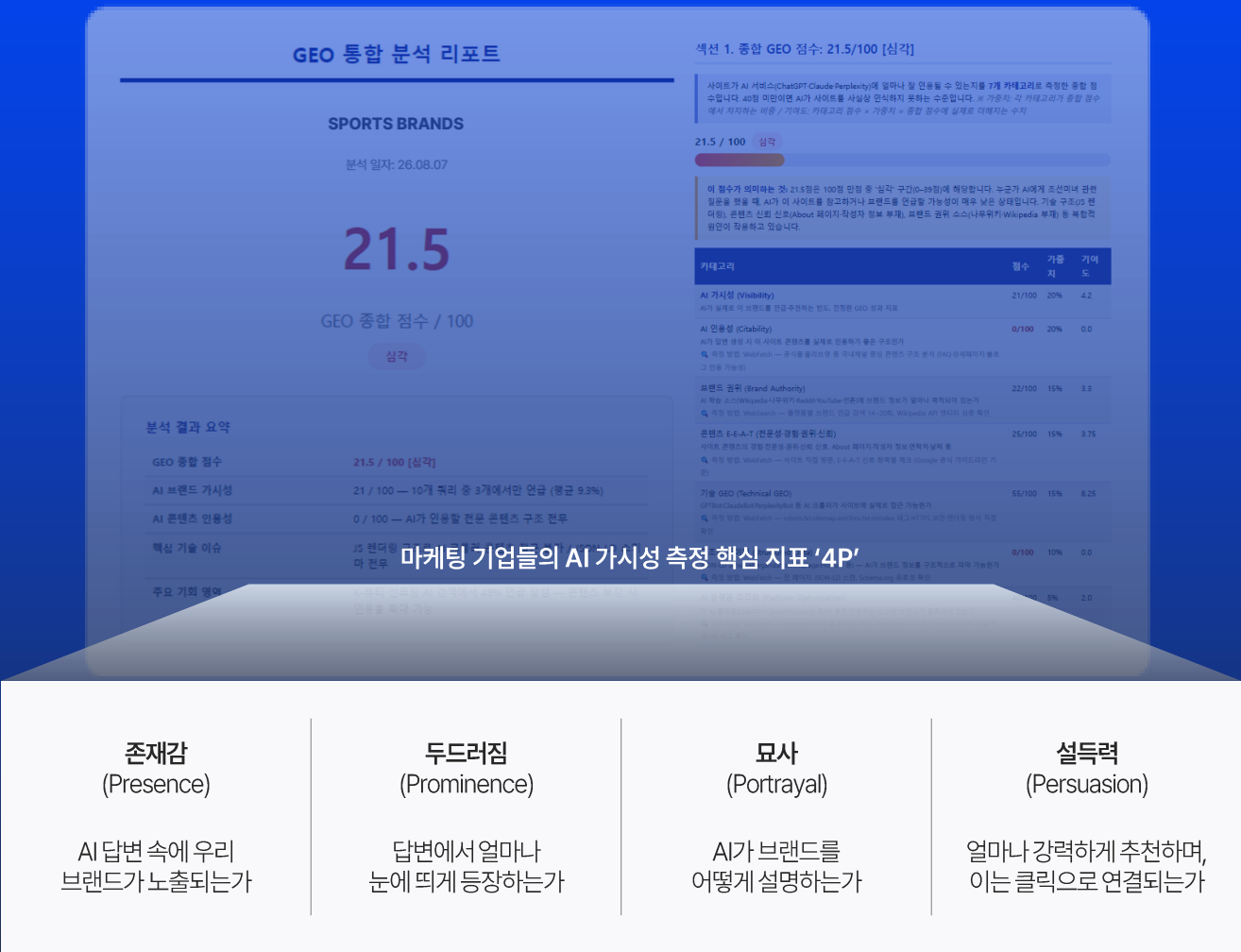
상품 데이터 기반 인사이트를 결합해 소비자 질문의 맥락에 최적화된 광고 크리에이티브와 상품 설명을 자동 생성

대행사·웹사 생성형 AI 답변 맞춤 GEO 컨설팅 시작

마케팅 업계 GEO 최적화 솔루션 출시 현황

회사명	솔루션명	출시일
HSAD	AIEO Studio	25.09
DMC	D.SaiO(디싸이오)	26.02
플레이디	SpAlder(스파이더)	26.04
제일기획	제일 GEO 오케스트레이터	26.05
대홍기획	GEO BOOST	26.05
DXE	GEO 원스톱 컨설팅	26.07

*이미지: DXE – GEO 분석 리포트 일부 발췌



with. CJ메조미디어·DXE

**변화한 소비자에 맞춘
변화한 마케팅 ⚡
지금 바로 준비해보세요!**

AI 검색 광고
관련 문의

mezzoad@cj.net

GEO 컨설팅
관련 문의

dxe_home@cj.net

함께 보면 좋은 CJ 메조미디어 추천 콘텐츠 🔍

2026 DIGITAL LIFESTYLE REPORT

01 생성형 AI

AI 광고 상품 가이드 리포트

한 눈에 보는 체계적 AI 광고 상품

INSIGHT

© 2024 CJ Media&Contents All rights reserved.

AI 시대의 소비 트렌드

AI 시대, 사람들은 무엇을 소비하고 어떻게 소비하나

INSIGHT

© 2024 CJ Media&Contents All rights reserved.

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락·문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실



※ 본 보고서의 저작권은 CJ메조미디어에게 있습니다. 무단 도용·배포·복제를 금하며, 인용·활용 시에는 반드시 사전 동의를 득해야 합니다. ※ 본 보고서의 이미지는 나노바나나2로 제작되었습니다.