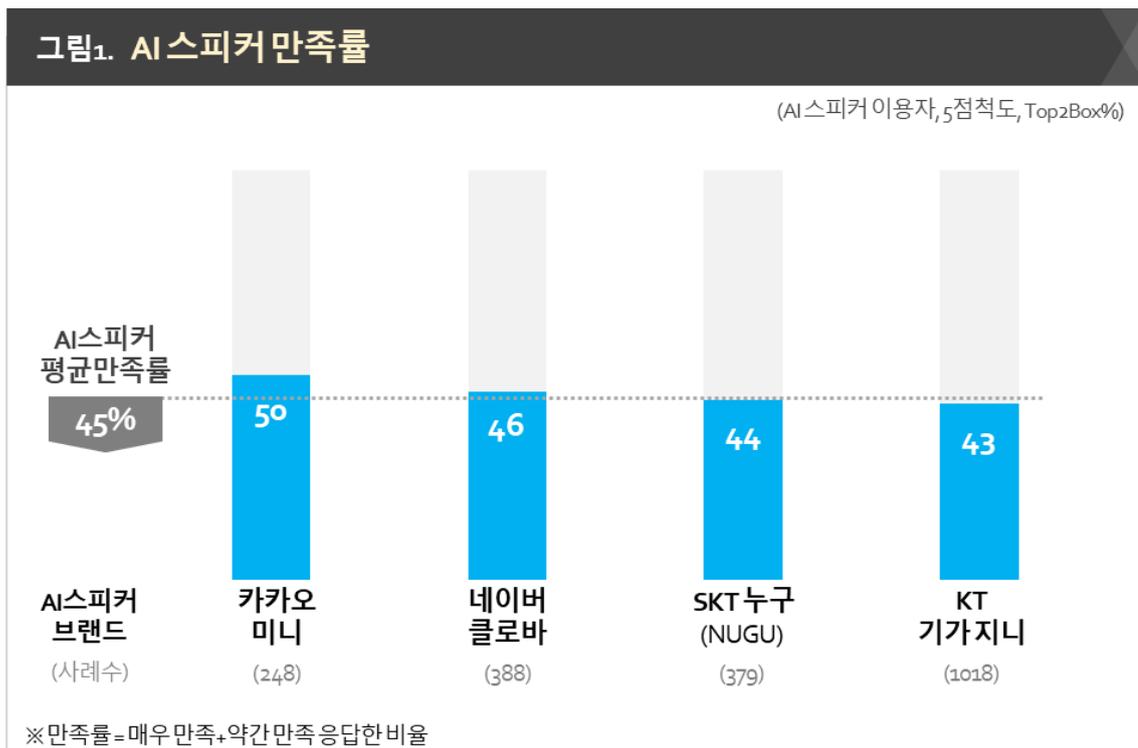


낮은 AI 스피커 만족도, 1위는 카카오 미니

- AI 스피커 '만족한다', 50%에 못미쳐
- '자연스러운 대화 불가능'이 최우선 개선 과제
- 인터넷 기업 AI스피커 만족도가 통신사 제품 보다 높아

인공지능(AI) 스피커의 보급이 급속히 증가해 2019년 국내 AI 스피커 보급 대수는 800만대에 이를 것으로 보인다. 그러나 소비자의 만족률은 절반을 넘지 못하는 수준이다. 소비자의 만족도를 끌어올리기 위해서는 가격을 낮추고, 소프트웨어를 개선하는 등의 개선이 필요하다.

이동통신 전문 리서치기관인 컨슈머인사이트의 '제28차 이동통신 기획조사'(2018년 10월 실시)에서 AI 스피커 이용자의 전반적 만족률은 45%로 절반에 미치지 못했다[그림1]. 스마트폰의 AI 서비스의 만족도 41%보다는 높지만 만족할 만한 수준과는 큰 거리가 있다.



Qv: 현재 이용하고 계신 AI 서비스에 얼마나 만족 혹은 불만족하십니까?

For more Information

문의: 박경희 본부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

브랜드별로는 카카오 ‘미니’가 50%로 가장 높았고, 그 다음은 네이버 ‘클로바’(46%), SKT ‘누구’(44%) KT ‘기가지니’(43%) 순이었다. 카카오 ‘미니’는 2위 네이버 ‘클로바’ 보다 4%p 높았고, 나머지 브랜드는 모두 1-2%p 차이로 몰려 있다. 카카오 ‘미니’가 타 브랜드 보다 확실히 높은 만족도를 보였다. 전반적으로 인터넷기업 제품의 만족도가 통신사 제품(KT ‘기가지니’, SKT ‘누구’) 보다 우위에 있다고 할 수 있다.

시스피커의 만족도는 4개 차원, 7개 항목으로 평가되었다. 차원별 만족도는 ▲하드웨어(음질, 디자인), ▲컨텐츠(다양성, 충분성) ▲소프트웨어(음성인식 정확도 및 대화), ▲가격 순으로 높았다[표1]. 7개 항목별로는 ▲스피커 음질이 가장 높은 평가를 받은 반면, ▲가격과 ▲자연스런 대화 기능이 가장 낮았다.

표1. 시스피커 차원별 만족률

(시스피커 이용자, 5점척도, Top2Box%)

		전체	카카오 미니	네이버 클로바	SKT 누구	KT 기가지니
(사례수)		(2,209)	(248)	(388)	(379)	(1,018)
만족률		45	50	46	44	43
하드웨어	스피커 음질	56	59	✓ 62	53	54
	디자인/크기	52	54	58	54	✓ 46
컨텐츠	다양한 기능/서비스	41	41	37	40	42
	컨텐츠 충분성	38	✓ 44	35	36	39
소프트웨어	음성인식 정확도	38	✓ 44	37	34	37
	자연스런 대화가능	34	35	33	✓ 29	35
기기 가격*		37	41	39	34	32
(직접 구입자 사례수)		(878)	(149)	(112)	(161)	(384)

* 기기 가격은 직접 구입자만 평가함
 ** 만족률 = 매우만족 + 약간만족 응답한 비율

Q: 현재 이용하고 계신 AI 서비스에 얼마나 만족 혹은 불만족하십니까?

브랜드별 특징을 보면 카카오 ‘미니’는 ▲음성인식, ▲컨텐츠 측면에서 경쟁 우위인 반면 특별한 약점이 없어 1위에 올랐다. 반면 KT ‘기가지니’는 ▲디자인 측면에서 특히 낮은 평가를 받았고, SKT ‘누구’는 ▲자연스런 대화 가능 측면에서 20%대의 낮은 평가를 받았다.

For more Information

문의: 박경희 본부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr
 서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

현재 AI 스피커에 대한 소비자의 평가는 높지 않고, 불만의 주된 이유는 자연스러운 대화가 가능하지 않다는 점에 있다. 인공지능의 완성도를 평가하는 가장 일반적인 기준이 자연스러운 대화라는 점을 감안하면 최우선 개선 과제가 무엇인지 자명해 진다.

컨슈머인사이트는 2005년 상반기 이후 13년간 연2회 대규모 기획조사를 실시해 왔습니다. 위 결과는 '18년 하반기(28차) 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다.

◆ 참고: 컨슈머인사이트 '이동통신 기획조사' 개요

응답대상자	전국 14세~64세 휴대폰 사용자	[누적 표본구성 현황] 총 1,907,403명			
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP (Invitation Based Panel)				
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출				
자료수집방법	이메일 조사				
표본 수	회당 4만명 (16차 부터) *15차까지 회당 8만명 이상				
주요 정보	이동통신 이해 및 시장 Trend 파악 이동통신 서비스 및 단말기 품질 경쟁력 파악				
조사 주기	년 2회 (Bi-annual)수행 상반기: 3~4월, 하반기: 9~10월 자료 수집				
		28차	36,079	14차	81,344
		27차	37,349	13차	85,605
		26차	37,174	12차	87,426
		25차	40,189	11차	88,876
		24차	38,405	10차	85,935
		23차	39,355	9차	74,893
		22차	40,172	8차	76,469
		21차	20,461	7차	92,210
		20차	41,874	6차	100,615
		19차	41,390	5차	100,752
		18차	42,195	4차	100,901
		17차	44,168	3차	100,000
		16차	73,365	2차	110,455
		15차	88,967	1차	100,779

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

문의: 박경희 본부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984

E-mail: Homepage: www.consumerinsight.co.kr

For more Information

문의: 박경희 본부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@consumerinsight.kr

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr