

AI TREND REPORT

ATR 2026

AI MATE

한국인의 AI 동반자 지도



2026 ATR

AI는 이미 우리 곁의 누군가(MATE)가 되었다

함샤우트 글로벌 AI 연구소가 발행하는 ATR(AI Trend Report)는
기술의 진화 속도(Speed)가 아닌,
그 기술을 받아들이는 사람들의 변화(Adaptation)를 기록합니다.

2026 핵심 키워드 : AI MATE의 네 가지 얼굴

2026 ATR 데이터가 가리키는 2026년 대한민국 AI 트렌드의 핵심은 'AI MATE'입니다. 이는 AI가 일과 삶의 '동반자(Mate)'로 자리 잡았음을 상징하며, 동시에 한국 사회의 AI 현주소를 설명하는 네 가지 키워드(M.A.T.E)의 약어입니다.

M Mismatch Society
AI 미스매치 사회
안다는 것과 쓴다는 것의 거리

Almost-free Alconomy
공짜 AI 경제
고성능 무료 시대의 역설

A

T Time Hacker
타임 해킹
물리적 시간의 한계를 AI로 돌파하는 사람들

Emotional Silver Generation
감성 실버 세대
기술은 어렵지만, 마음은 활짝 연 60대

E

KEY INSIGHT



Mismatch Society

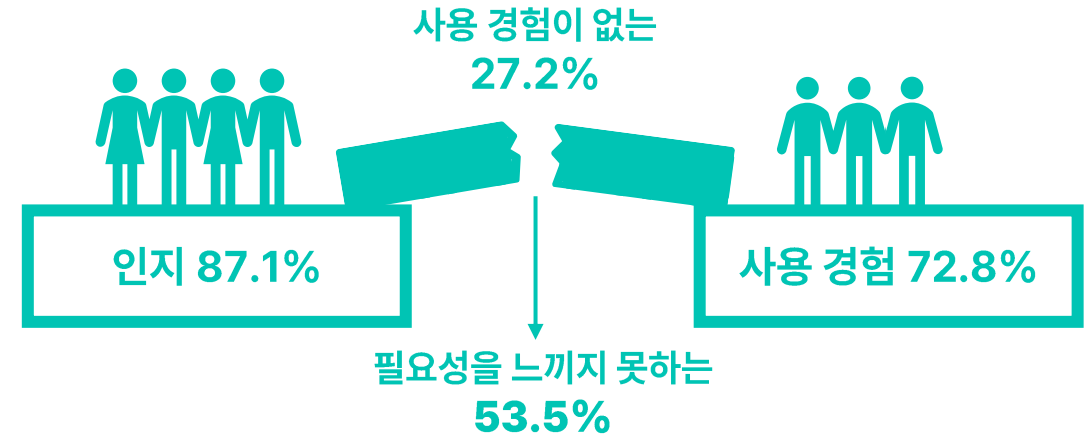
“안다는 것과 쓰다는 것의 거리”

AI 도구를 안다는 것만으로는 충분하지 않습니다. **‘필요성’이라는 다리가** 놓여야 합니다. 응답자의 87.1%가 생성형 AI를 알고 있지만, 이들 중 72.8%만 생성형 AI 사용 경험이 있다고 답했습니다. 모두가 AI를 ‘내 것’으로 만들지는 못한 것이죠.

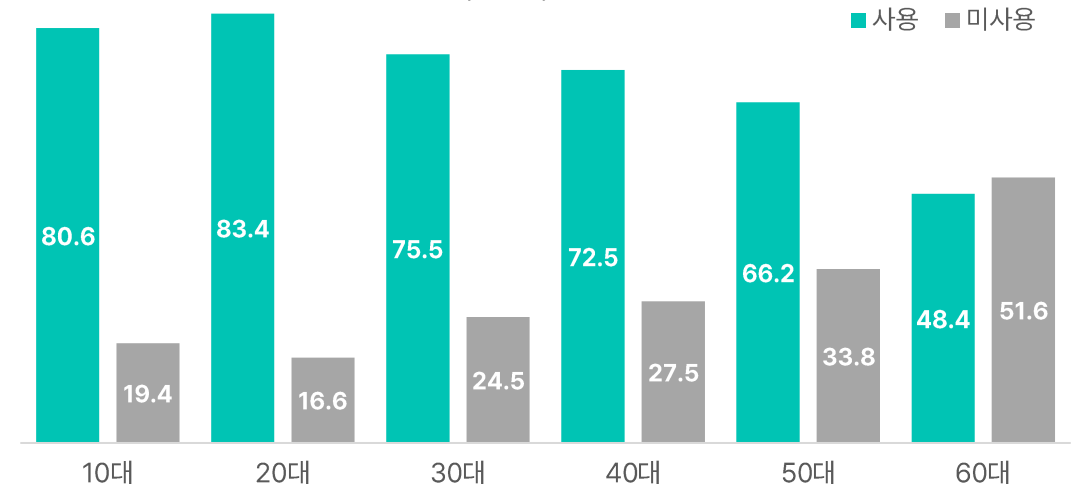
사람들을 막아서는 건 복잡한 사용법이 아닙니다. 생성형 AI에 대해 알고 있지만 사용하지 않는 사람들 중 **53.5%가 ‘필요성을 못 느껴서 쓰지 않는다고** 답했습니다. ‘이걸 써서 내 삶이 어떻게 좋아지는데?’라는 질문에 답을 얻지 못한 것입니다.

이 끊어진 연결고리는 **세대별 격차**로 이어집니다. 20대(80.6%)는 AI를 당연한 도구로 여기지만, 60대(48.4%)에게는 여전히 낯선 기술입니다.

- Q. 생성형 AI를 들어본 적이 있습니까?
Q. 생성형 AI를 사용한 경험이 있나요? (단일 응답)
Q. 생성형 AI를 사용하지 않는 이유는 무엇인가요? (중복 응답)



Q. 생성형 AI를 사용한 경험이 있나요? (단위%)



KEY INSIGHT



Almost free Alconomy

“고성능 무료 시대의 역설”

현대의 AI는 ‘돈 내고 쓰는 서비스’가 아닙니다. **전체 사용자의 97.7%가 무료 버전을 사용**하고 있으며, 오직 유료로만 서비스를 경험한 사용자는 단 2.3%에 불과합니다. 이는 현재의 AI 생태계가 사실상 **‘거대한 무료 경제’** 위에서 돌아가고 있음을 증명합니다.

이들이 지갑을 열지 않는 이유는 단순합니다. 유료 서비스의 성능이 부족해서가 아니라, 무료 AI 성능이 이미 임계점을 넘었기 때문입니다. 기업들이 경쟁적으로 최신 모델 (ChatGPT-5, 제미니 3 등)을 무료로 공개하면서, 사용자들은 충분한 성능의 무료 선택지가 많아졌습니다. ‘더 좋은 성능’이 유료화의 무기가 되지 못하는 딜레마에 빠진 것입니다.

이 공짜 AI 경제는 챗GPT가 쌓아 올린 성벽과 같습니다. **사용자의 93.2%가 챗GPT를 사**용하며 생성형 AI의 표준이 되었습니다. 사용자들은 무료로 풀린 ‘가장 좋은 1등 도구’ 하나에 집중하고 있으며, 후발 주자들에게 단순한 성능 이상의 가치를 요구하고 있습니다.

Q. 사용하시는 생성형 AI 도구는 주로 어떤 방식입니까? (복수 응답)



Q. 최근 3개월 동안 가장 많이 사용한 AI 도구가 있다면 모두 체크해주세요. (복수 응답)



챗GPT 93.2%



제미니 43.4%



퍼플렉시티 16.4%

KEY INSIGHT



Time Hacker

“물리적 시간의 한계를 AI로 돌파하는 사람들”

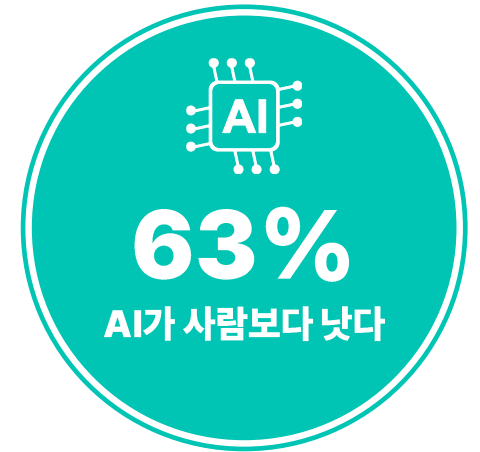
타임 해커(Time Hacker)는 AI를 단순한 기술이 아닌 ‘시간을 벌어주는 도구’입니다. 이들에게 중요한 건 **탐색의 과정이 아니라 즉각적인 결과**입니다.

실제로 AI를 쓰는 압도적 1위 목적은 ‘편리함과 시간 절약(36.9%)’으로, 고민할 시간에 실행을 택하는 **‘시성비(Time-efficiency)’** 중심의 태도를 보여줍니다.

이들은 ‘더 잘하기 위해’ 일을 맡깁니다. 실생활 문제 해결을 위해 AI를 쓰는 응답자들의 **63%가 "AI가 사람보다 낫다"**고 평가했다는 점은, 이들이 왜 AI에게 업무를 맡기는지 설명해 줍니다.

효율을 향한 본능은 공간을 가리지 않습니다. 직장(57.4%)과 집(55.6%)의 사용 비중이 대등하다는 것은, 타임 해커들이 업무 시간 단축(Work)뿐만 아니라 개인의 삶(Life)까지 **AI로 최적화하며 24시간 내내 효율을 추구**하고 있음을 시사합니다.

Q. 생성형 AI를 사용할 때 가장 큰 목적은 무엇입니까? (단일 응답)
Q. AI를 사용할 때 사람보다 낫다고 느낀 적이 있나요? (단일 응답)



Q. 생성형 AI를 주로 어디에서 쓰나요? (복수 응답)



KEY INSIGHT



Emotional Silver Generation

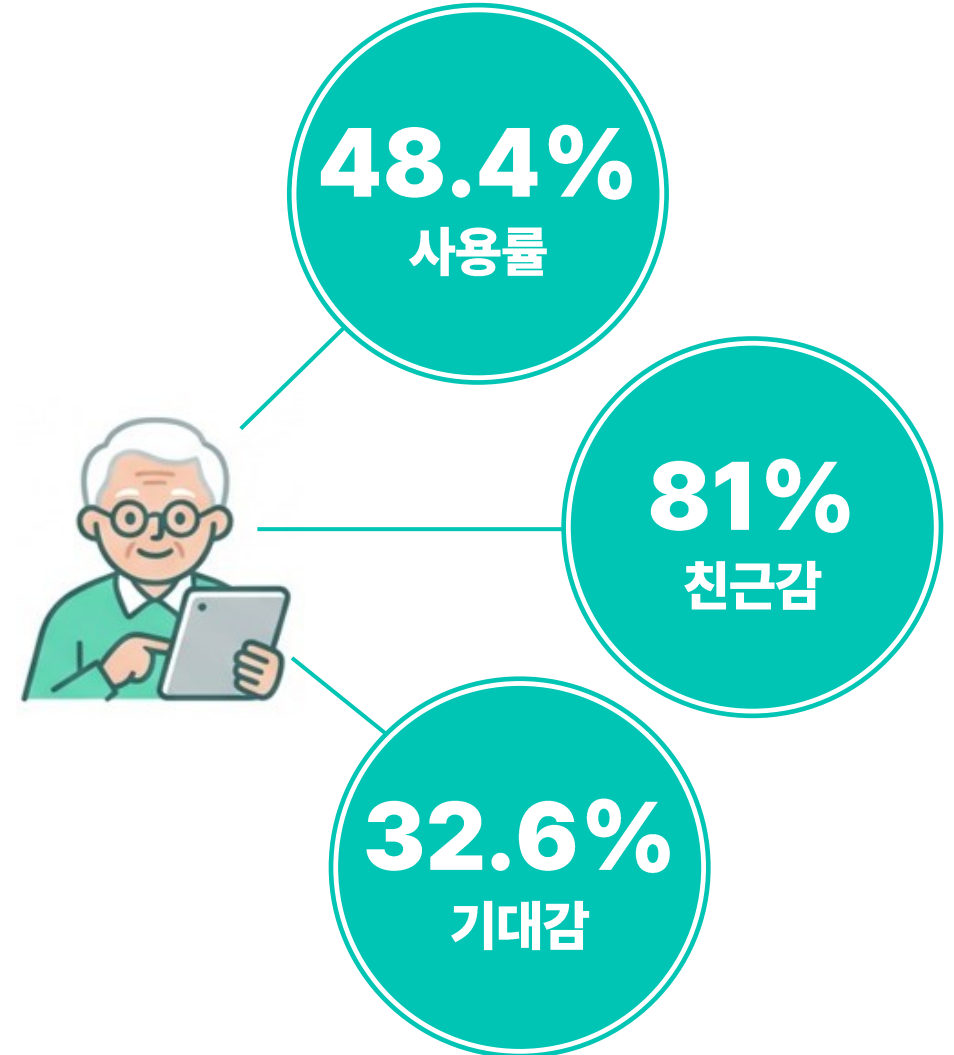
“기술은 어렵지만, 마음은 활짝 연 60대”

ATR 데이터는 60대를 ‘디지털 소외 계층’이 아닌 **‘가장 잠재력 높은 사용자’**라는 힌트를 줍니다. 60대의 AI 사용률은 48.4%로 전 연령대 중 가장 낮으며, 20대(83.4%)와 비교하면 35%p 이상의 큰 격차를 보입니다. 아직 AI에 대한 필요성을 못 느끼거나(31%) ‘어려워 보여서(25.7%)’ 혹은 ‘방법을 몰라서(31.3%)’ 멈춰선 결과입니다.

하지만 ‘마음의 거리’는 정반대입니다. **60대의 81%가 ‘AI를 친구나 조언자로 느낀 적이 있다’**고 답했으며 전 세대 중 가장 높게 나타났습니다. 이는 젊은 세대가 AI를 유용한 ‘기능’으로 소비할 때, **실버 세대는 정서적 ‘교감’의 대상**으로 받아들이고 있음을 의미합니다.

이러한 개방성은 AI에 대한 태도에서도 확인됩니다. 60대가 느끼는 AI에 대한 **기대감 (32.6%)은 두려움(12.9%)을 압도**하며, 심지어 20대의 기대감(30.2%)보다도 높습니다. 기술은 어렵지만 마음은 이미 활짝 열린 이들은, AI를 일상의 동반자로 활용할 준비를 마쳤습니다.

- Q. 생성형 AI를 사용한 경험이 있나요? (단일 응답)
Q. AI를 친구나 조언자로 느낀 적이 있나요? (단일 응답)
Q. 생성형 AI 기술에 대해 떠올릴 때 가장 가까운 감정을 모두 선택해주세요. (복수 응답)



조사 개요

TARGET AUDIENCE

**2,185** 명

전국 만 14~69세 남녀

SURVEY PERIOD

**2025.10.23 ~ 11.07**

16일간 진행

METHODOLOGY

**온라인 패널 조사 (CAWI)**

구조화된 설문지를 이용한 정량 조사

데이터 한계 및 주의사항

디지털 소외 계층의 과소 반영

온라인 패널 조사 특성상 인터넷 사용이 어려운 고령층 등의 의견이 충분히 반영되지 않았을 수 있으며, 실제 인구 대비 디지털 숙련도가 높게 나타날 가능성이 있음

고관여층의 적극적 응답

생성형 AI 주제에 관심이 많은 응답자가 조사에 더 적극적으로 참여했을 가능성이 존재하여, 일반 대중보다 인지율 및 사용률이 다소 높게 측정될 수 있음

주관적 평가의 한계

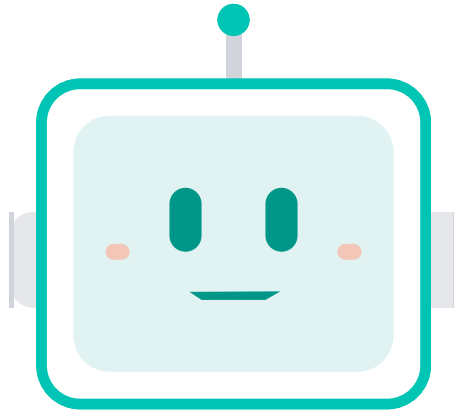
"사람보다 낫다"와 같은 정성적 평가는 응답자의 개별적 경험과 사용 목적(창의성 vs 정확성 등)에 따라 해석이 달라질 수 있으므로 수치 해석에 유의 필요

자체 조사 데이터 기준

본 보고서의 모든 통계는 2025년 10-11월 수행된 ATR 2026 자체 조사 결과에 기반하며, 타 기관의 통계나 글로벌 지표와는 조사 기준이 다를 수 있음

AI TREND REPORT

ATR 2026



더 자세한 데이터가 담긴
ATR 2026 풀버전은
아래 링크에서
다운받을 수 있습니다.

ATR 2026
풀버전 다운로드 (클릭!!)

데이터 활용

본 보고서는 함샤우트 글로벌 AI 연구소에서 자체 발행한 자료입니다. 데이터 임의 가공 및 전체 내용 무단 배포를 금합니다.

리포트를 인용할 경우 아래 표기법을 꼭 지켜주세요.

- 회사명: 함샤우트 글로벌 AI 연구소
- 자료명: 함샤우트 글로벌 ATR 2026

관련 문의

- 이메일: ai_labs@hahmshoutg.com