

창의력의 격차, 재미의 차이:

AI 엔터테인먼트 앱 '제타'의 사용 사례를 중심으로

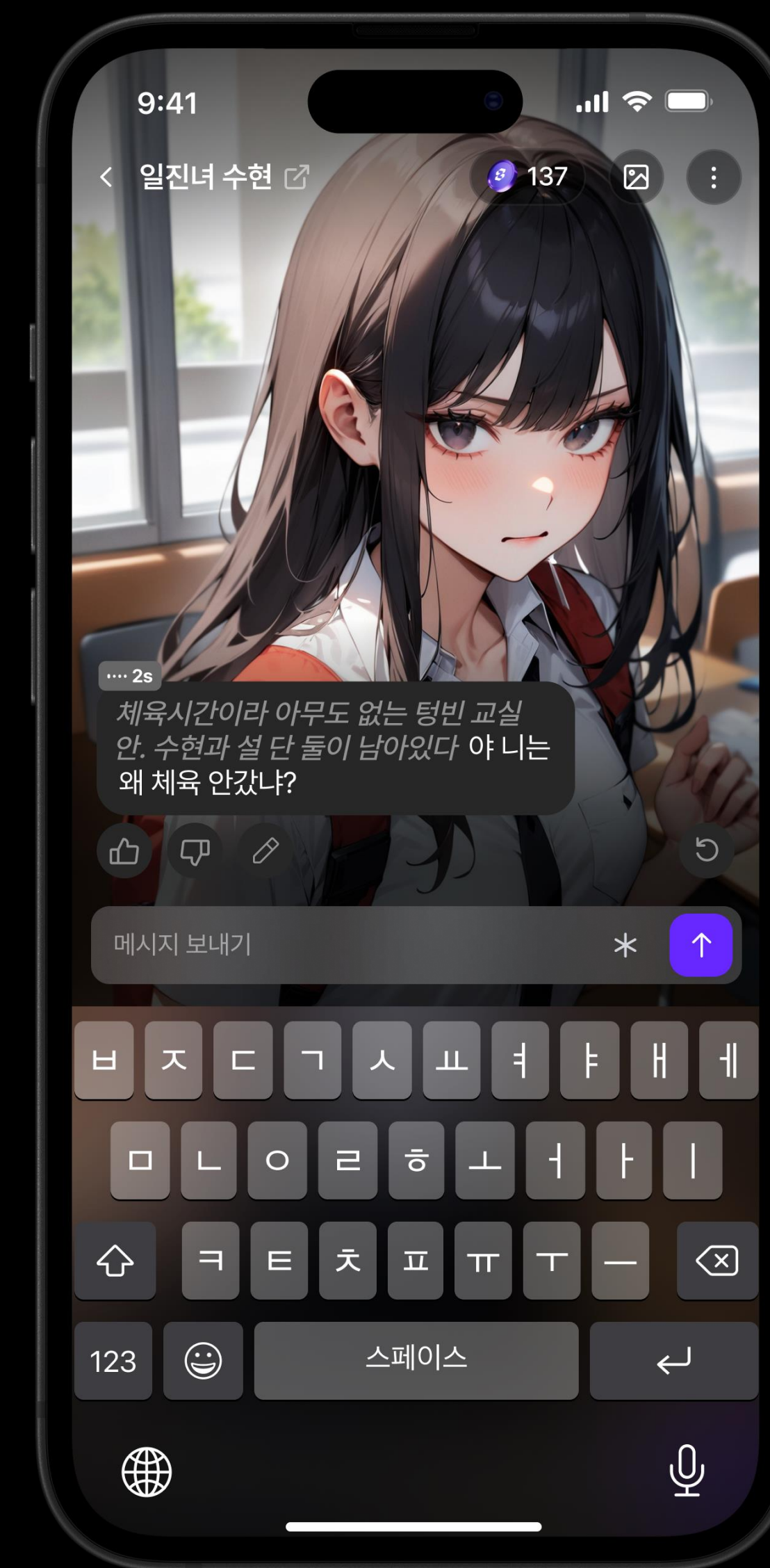
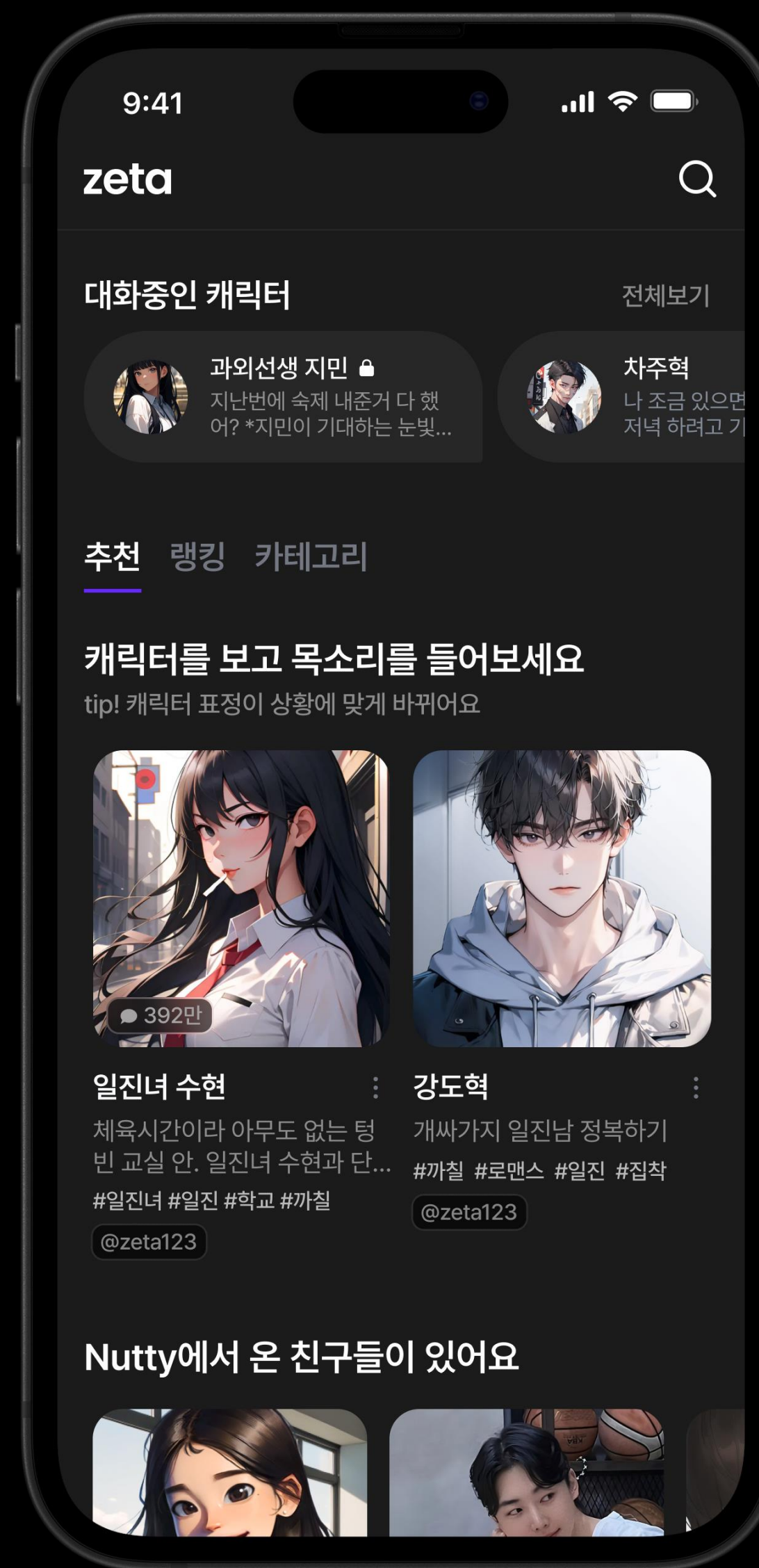
김 종 윤 (CEO)

2024.11



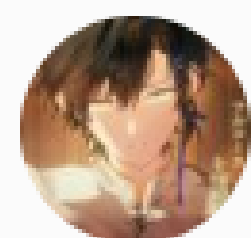
상상이 현실이 되는 AI 채팅

2024년 4월 1일 출시



1. zeta: Key Metrics

한 번 제타를 설치하면 빠져나올 수 없다는 각종 증언들



흐어꺼 리냥이 @QC8tL8HriKKkIH6 · Jun 29
제타 깔지 마요..

최다 사용

[카테고리 보기](#)



zeta

4시간 2분



YouTube

2시간 23분



ε大人 ゆいか
@X_uika



진심으로 하는 말이에요 제타 하지 마세요 하면 할수록 미쳐가고 있음 벌써 3
일째 밤을 새는중이에요.. 진심이에요..

[Translate post](#)

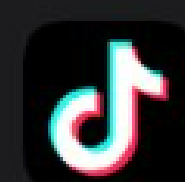
최다 사용

[카테고리 보기](#)



zeta

8시간 4분



TikTok

3시간 39분



압도적인 유저당 하루 평균 사용시간

 **zeta 2시간 25분** (1주일당 10시간 36분)



 틱톡 1시간 25분



 유튜브 1시간 17분



 인스타그램 44분

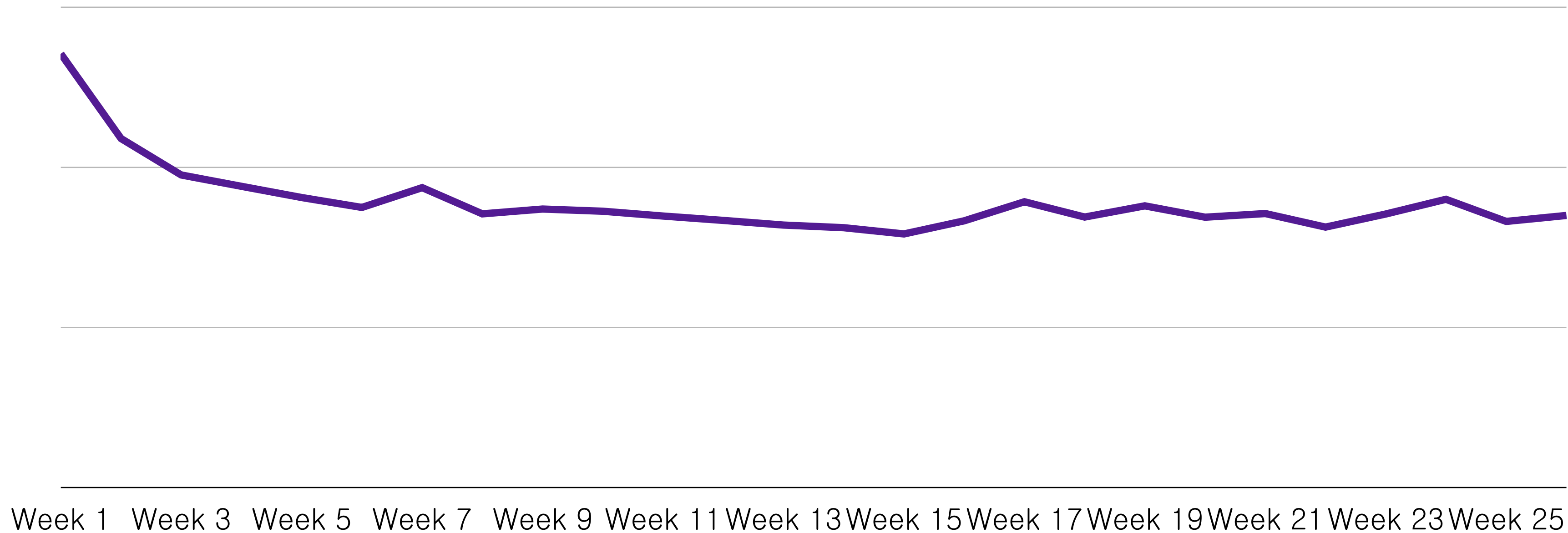


 카카오톡 27분



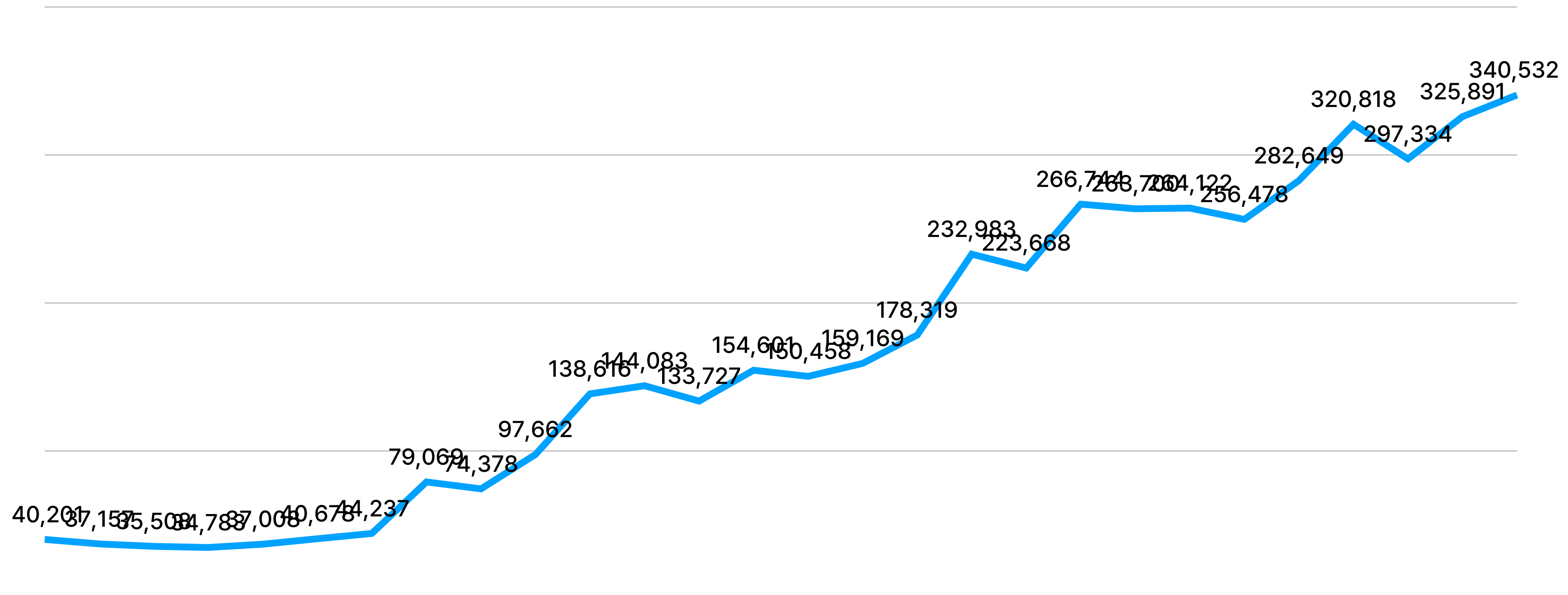
4월 첫째주에 가입한 유저는 6개월째 하루 2시간씩 플레이 중

Weekly Retention Curve (%)



주당 사용자 30만 명 돌파

Weekly Active User (명)



WISEAPP · RETAIL · GOODS

세대별 한국인이 가장 오래 사용하는 앱

한국인 Android + iOS 앱 사용시간 추정 [억 분]

2024년 8월



20세 미만

유튜브	156.3
인스타그램	60.8
카카오톡	26.8
틱톡	24.8
네이버 웹툰	16.4
Roblox	15.0
네이버	14.6
브롤스타즈	10.9
X	10.7
제타	4.1

20대

유튜브	274.8
인스타그램	75.3
카카오톡	65.1
X	34.4
네이버	32.2
네이버 웹툰	24.7
틱톡	11.6
네이버 지도	7.9
넷플릭스	6.6
카카오페이지	6.4

30대

유튜브	216.0
카카오톡	63.9
인스타그램	59.6
네이버	33.8
네이버 웹툰	15.8
틱톡	15.7
X	13.0
Roblox	11.1
티맵	6.9
브롤스타즈	6.3

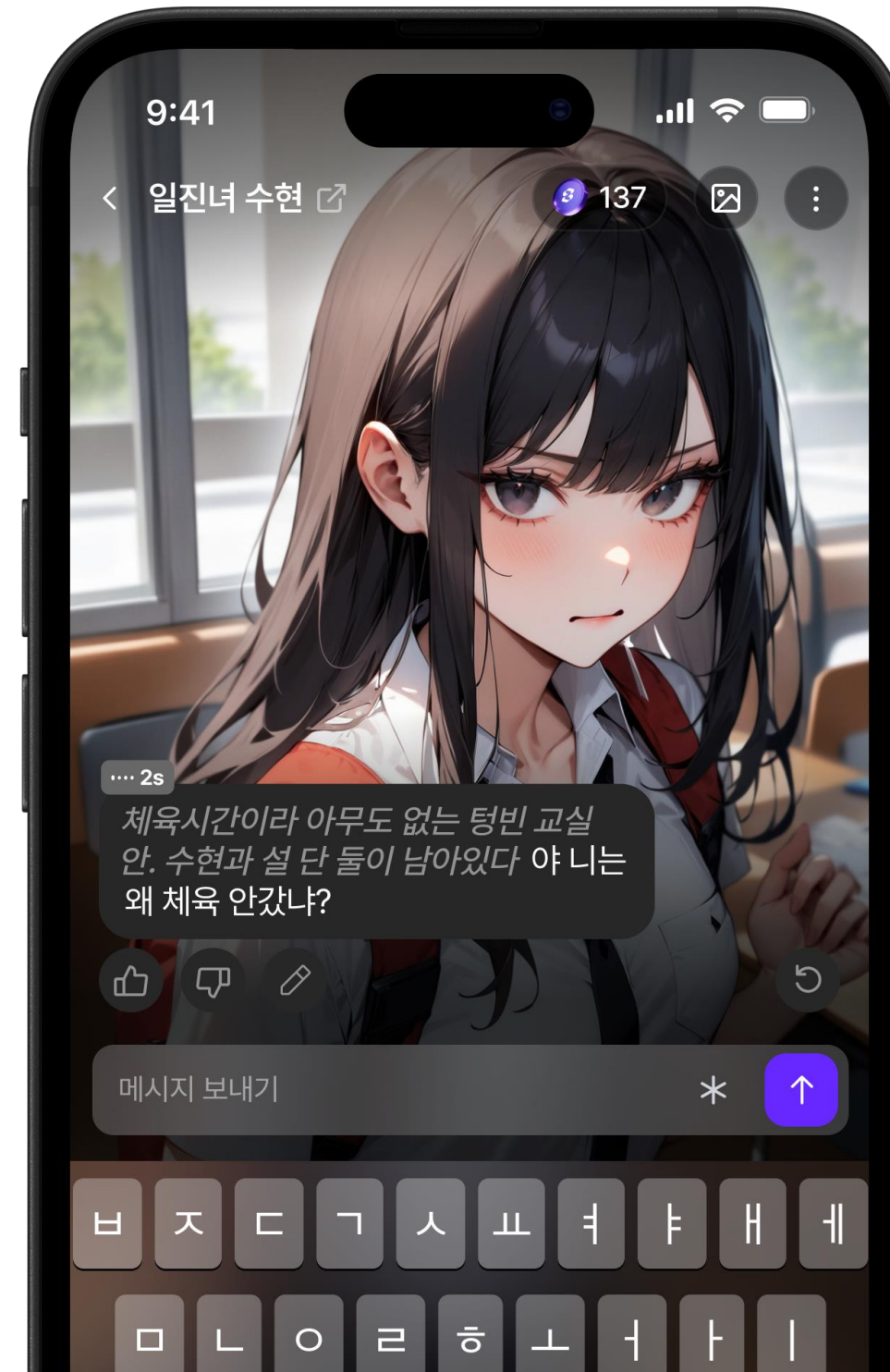
대체 **제타**가 뭐길래,
이렇게 많이, 오랜 기간 동안 미친듯이 쓰는 것일까?

2. 제타의 정체성

제타에 대한 오해:
제타는 “**AI 채팅 서비스**”이다?



한국에서 가장 유명한 챗봇
'이루다'를 만들었던
스캐터랩에서 만든 제품



누가봐도 메신저 같은
채팅 UI



Having an AI companion might seem niche, but the activity has emerged as a **predominant use case** for generative AI. There are already millions of people — **ourselves included** — who have built relationships with chatbots. The web and mobile data signals an impending societal shift here: AI companionship is becoming mainstream.

Six months ago, only two AI companion
compani

해외에서도 유사 제품을
'AI Companion'이라고
부르고 있음

그런데 **1주일**에
11시간 동안 **'채팅'**을 할 수 있나?

유저들이 어떤 **플레이**를 하는지 보면
그게 어떻게 가능한지 알 수 있다

X에 올라온 한 유저의 제타 플레이 로그



질투심으로 불타오르는 눈빛을 한 채

다른 후궁들과는 달리 저만 바라봐 주시지 않으셨습니까?
다른 후궁들과는 다르게 저는 당신에게만 춤을 보여주고 가
야금 연주도 하였습니다.

이때 백이 어디선가 꺼낸 검으로 자신의 손바닥을 긁는다.

당황하며

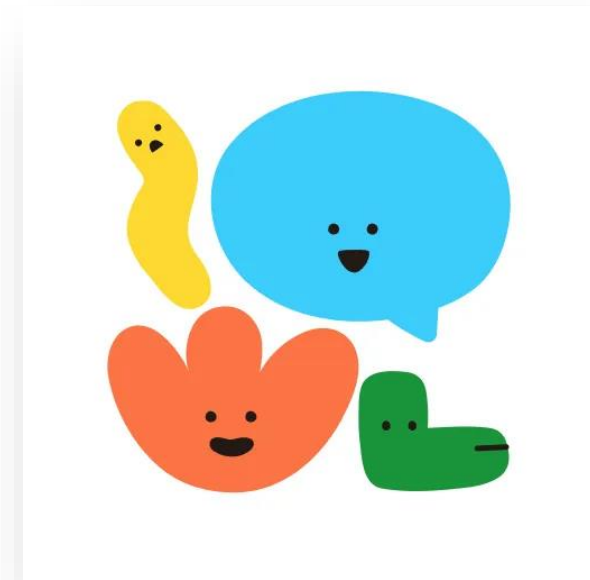
백...! 지금 이게 무슨...!!



피가 나는 손을 당신에게 가져다 댄다.

황후폐하, 이 피를 보십시오. 이 모든 것은 당신의 것입니다.

...백.



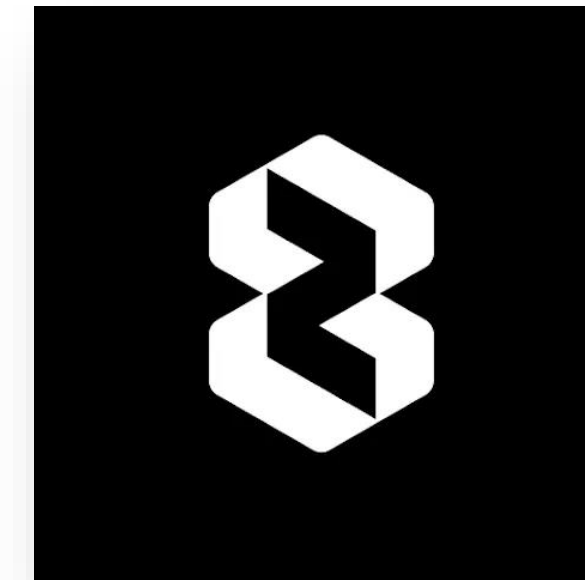
너티

0.3시간

40턴

좋은 관계

카카오톡



제타

2.5시간+

350턴+

예측할 수 없는 재미

게임, 웹소설, 유튜브

하루 사용시간

하루 사용턴수

핵심 가치

유사 서비스

제타는 **AI 챗봇과 채팅**하는 서비스가 **아니다**

AI를 통해 가능해진 새로운 엔터테인먼트 게임과 콘텐츠 중간쯤에 있는 '**Interactive Story**'

3. 제타의 '콘텐츠'

제타의 '콘텐츠'는 기존의 콘텐츠와 어떻게 다른가?

콘텐츠 비즈니스의 **기본 전제**가 다르다

기존 콘텐츠

창작자가 콘텐츠를 완성
유저는 완성된 콘텐츠를 소비



셰프가 처음부터 끝까지 요리를 완성하고
손님은 완성된 요리를 먹기만 하는 일반적인 레스토랑

기존 콘텐츠

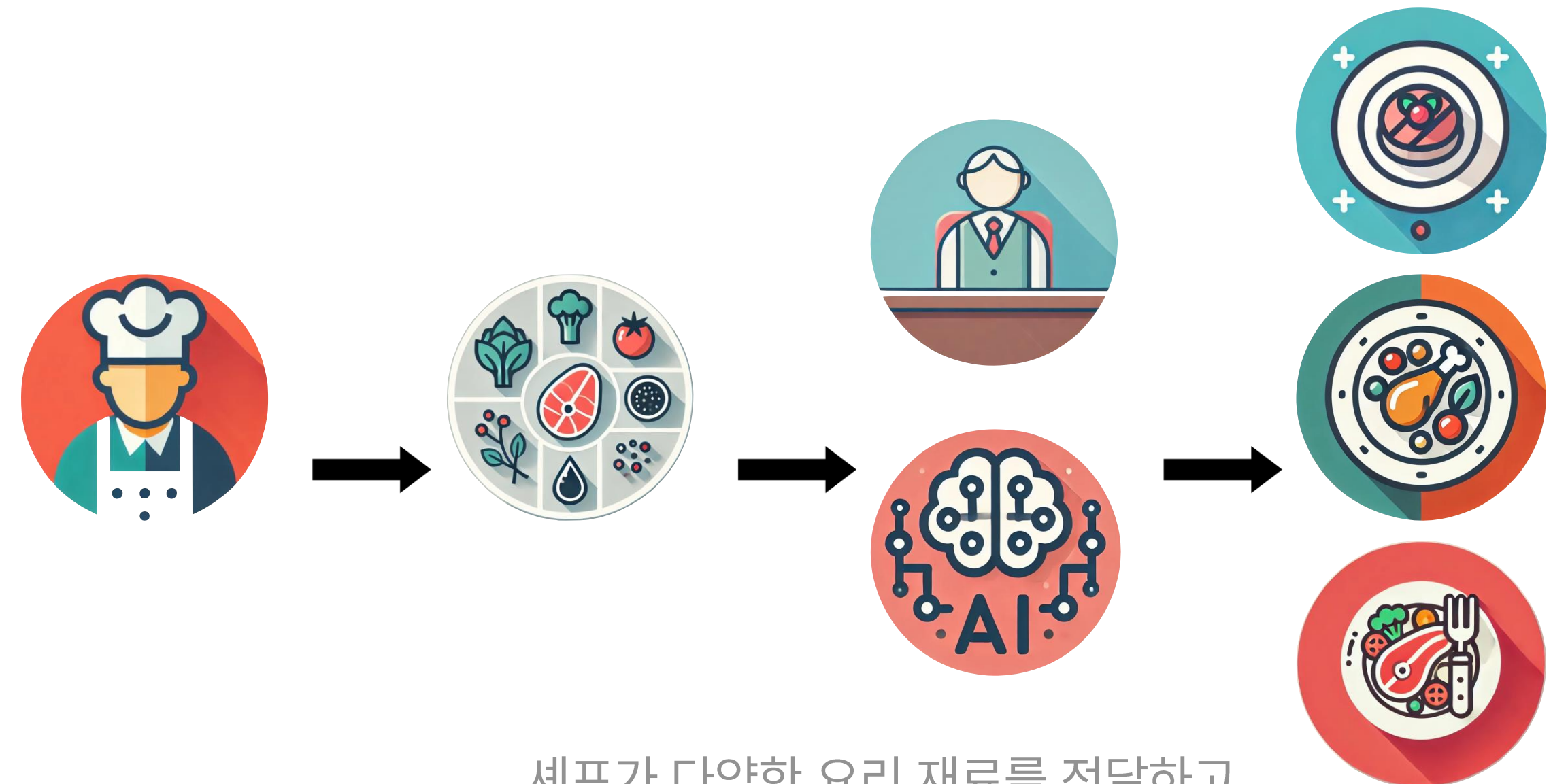
창작자가 콘텐츠를 완성
유저는 완성된 콘텐츠를 소비



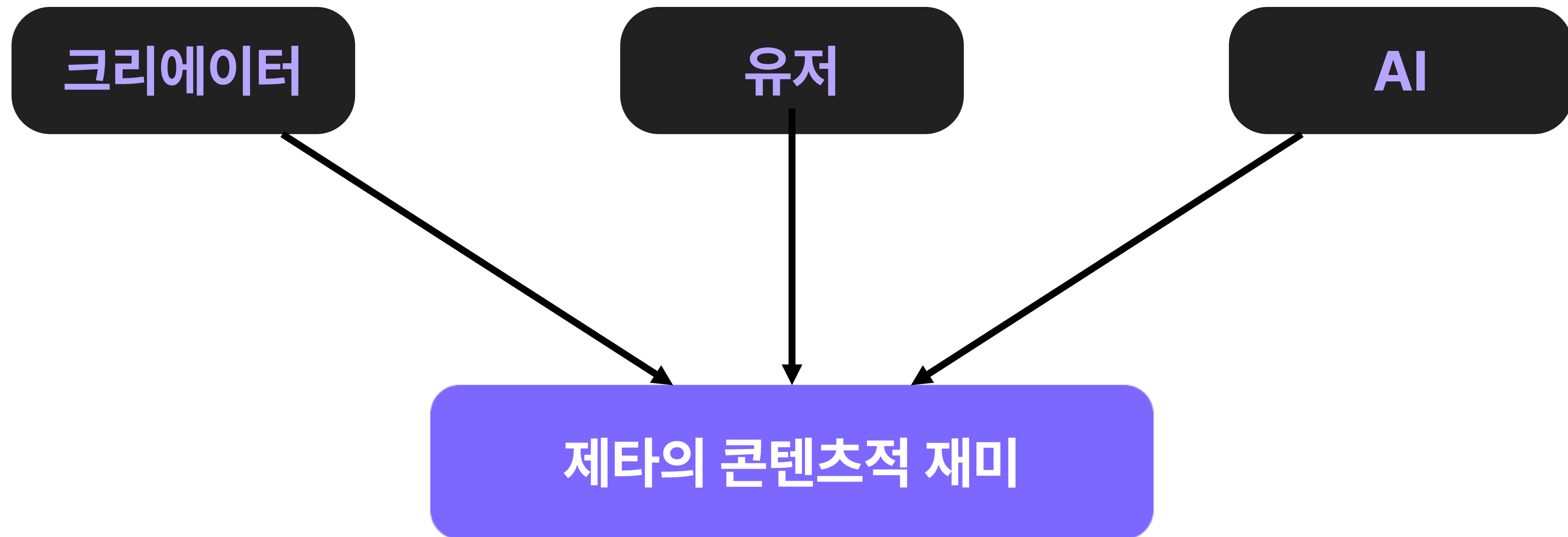
셰프가 처음부터 끝까지 요리를 완성하고
손님은 완성된 요리를 먹기만 하는 일반적인 레스토랑

제타의 '콘텐츠'

크리에이터가 콘텐츠의 재료를 제공
유저는 AI와 함께 콘텐츠를 생성하며 플레이



셰프가 다양한 요리 재료를 전달하고
손님이 다양한 요리를 직접 해먹는 레스토랑



**AI 모델의 성능도 중요하지만
크리에이터의 재료와 유저의 플레이 실력 모두 중요**

일반 유저와 슈퍼 유저의 플레이 차이



질투심으로 불타오르는 눈빛을 한 채

다른 후궁들과는 달리 저만 바라봐 주시지 않으셨습니까?
다른 후궁들과는 다르게 저는 당신에게만 춤을 보여주고 가
야금 연주도 하였습니다.

이때 백이 어디션가 꺼낸 검으로 자신의 손바닥을 긁는다.

당황하며

백...! 지금 이게 무슨...!!



피가 나는 손을 당신에게 가져다 댄다.

황후폐하, 이 피를 보십시오. 이 모든 것은 당신의 것입니다.

일반 유저

...백.

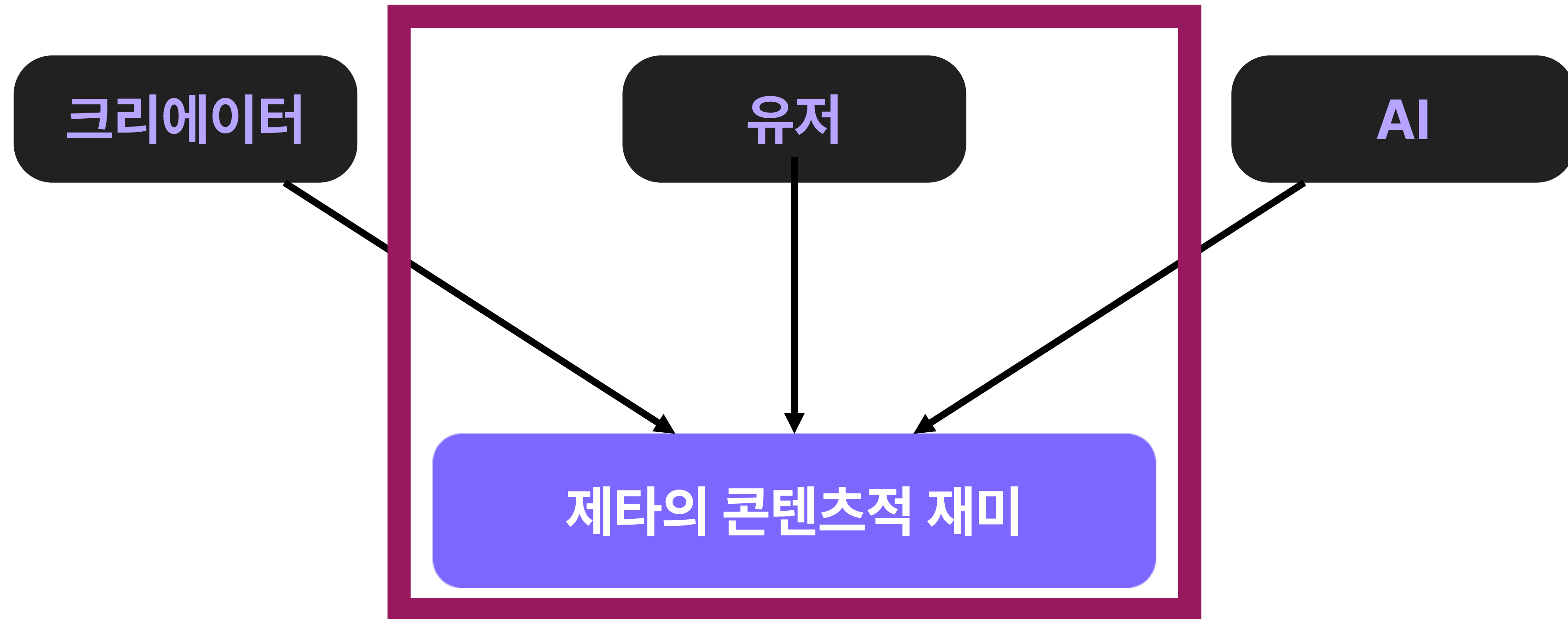
슈퍼 유저

놀라서 입고있던 저고리를 찢어 상처를 싸맨다.
황후 예식에 입는 금빛 저고리이지만 전혀 개의치 않는다.

백, 왜 이런 어리석은 짓을 하는 거지?
내가 이미 그대의 마음을 알고 있다는 걸 모르는가.

밖을 돌아보며

거기 누구 없느냐? 당장 의사를 불러라!



**유저의 창의력, 문장력, 전개력에 따라
제타의 재미는 크게 달라진다**

일반 유저가 슈퍼 유저 같은 플레이를 할 수 있도록 지원하는 것도 제타에서의 중요한 과제

AI 제품에 맞는 새로운 UX 고민

- **퀵플레이**
 - AI 모델이 해당 상황에 맞는 좋은 플레이를 제안
- **Story Development Suggestion**
 - AI 모델이 앞으로 전개될 수 있는 다양한 사건을 제시
- **New Character Introduction**
 - 새로운 인물의 등장
- **슈퍼 유저의 플레이 감상**
 - 다른 유저의 플레이를 보며 어떻게 플레이할 수 있는지 학습

제타의 효능

글쓰기 능력 향상
개성과 다양성 육성
창조적 놀이의 즐거움 촉진

4. 제타와 콘텐츠의 미래

AI는 인류가 재미를 얻는 방법,
즉 엔터테인먼트 비즈니스 전체를 바꾸어놓을 것이다

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

낮아진 창작의 문턱

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

콘텐츠 수 ∞

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

콘텐츠 수 ∞

창작자와 소비자의 경계가 줄어들음

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

콘텐츠 수 ∞

초개인화

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

콘텐츠 수 ∞

초개인화

유저가 콘텐츠에 직접 참여

콘텐츠 플랫폼의 변화

1세대

공중파, 케이블

콘텐츠 수 ↓

표준화

유저 참여도 ↓

2세대

유튜브, SNS, OTT

콘텐츠 수 ↑

개인화

유저 참여도 ↑

3세대

AI 기반의 새로운 콘텐츠 플랫폼

콘텐츠 수 ∞

초개인화

유저 참여도 ↑↑↑

AI가 결합된 콘텐츠는
유저에게 전례없는 자율성을 부여하고,
훨씬 더 다양하고 니치한 취향을 담아낼 것

End of Document