
2026 NAB Show 참관 결과보고서

2026.4.18.(토) ~ 4.23.(목)
(3박 6일 / 미국 라스베이거스)

2026. 04.

I

출장 개요

□ 출장 목적

- 국제 방송장비 전시회인 2026 NAB Show 참관을 통해 최신 방송 장비 동향, AI·디지털 기반 방송기술 개발 현황 등 파악

□ 출장 세부내용

- (출장기간) '26. 4. 18.(토) ~ 4. 23.(목), 3박 6일
- (출장지역) 미국(라스베이거스)

□ 주요 일정

일 자	출발지	도착지	주요 일정
4.18. (토)	ICN	LAS	○ 이동(인천 → 라스베이거스) 및 NAB Show 등록
4.19. (일)	LAS		○ 기조연설 및 세미나 참석
			○ 유관기관 행사 및 전시 참관
			○ NAB 경영진 면담 등 업무 협의
4.20. (월)	LAS		○ AI 기반 콘텐츠 제작·송출·유통 기술 전시 참관
			○ 기업 간담회 참석 및 협력 논의
4.21 (화)	LAS		○ TV & Radio HQ 세미나 참관
			○ 미디어 데이터 및 AI 기술, 유통 구조 등 최신 동향 파악
			○ VP 업체 방문 등 최신 기술 동향 파악
4.21(화) ~23(목)	LAS	ICN	○ 이동(라스베이거스 → 인천)

□ NAB Show 행사 개요

- 인공지능, 클라우드 가상화, 크리에이터 경제, 스포츠 및 스트리밍을 포괄하여 방송·미디어 산업을 변화시키는 트렌드를 조망

	2023 NAB	2024 NAB	2025 NAB	2026 NAB
키 워 드	· AI/ML · Cloud · Immersive Media · ATSC 3.0	· AI · Creator Economy · Live, Streaming · Virtual Production	· AI · Cloud Computing · Creator Economy · Sports · Streaming	· AI · Cloud Virtualization · Creator Economy · Sports · Streaming

Ⅱ 주요 출장 결과

1 2026 NAB Show 기조연설 및 세미나

① 지능형 미디어 구현 : AI 실험을 넘어 실제 성과로 (마이크로소프트 후원)

- (AI 활용 진단) Microsoft 글로벌 부사장 Sylvia Candiani는 현재 다수의 미디어 기업들이 여전히 AI를 실험 수준에서 활용하고 있으며, 핵심 업무 프로세스 전반에 통합하지 못하고 있는 상황이라고 진단
- (AI 도입 성공 조건) 특정 AI 모델의 선택이 아니라, 조직 내 데이터와 업무 맥락을 반영한 '지능(Intelligence)적 활용'과 이를 실제 운영에 적용할 수 있는 '신뢰(Trust)' 확보가 중요
- (제작 구조 변화) 기존에는 콘텐츠 산업이 자본과 제작 인프라 중심으로 운영되었으나, AI 도입 이후 창작자 중심의 제작 구조로 전환되었으며, 제작 과정에서 다중 AI 모델과 시각효과(VFX), 제작 워크플로우를 통합함으로써 제작 효율을 높이고 있음

※ AI 기반 영화, 스포츠·요리 프로그램, 디지털 배우 구현 등 다양한 콘텐츠 제작

② AI 제대로 이해하기 (Deloitte 후원)

- (AI의 역할) AI는 완전히 새로운 것을 창출하는 기술이라기보다, 기존 아이디어와 업무를 더 빠르고 효율적으로 실행하는 '가속기(Accelerator)*' 역할
 - * AI 활용의 핵심은 인간의 창의성과 판단 능력을 유지하면서 이를 보완하는 방식
- (제약 요인) AI 도입 성과가 제한적인 원인으로 '문화 격차(culture gap)' 지적
 - ※ 기술 도입 대비 구성원 참여 부족 → 신뢰 저하 및 활용 저해
- (핵심 과제) 한계를 극복하기 위해서는 단순한 기술 도입을 넘어 '인간-AI 협업 구조'를 설계하는 것이 중요
- (운영 기반) AI 도입에는 거버넌스, 윤리, 책임 기준이 반드시 필요하며 도입목적과 방향을 명확히 공유해야 수용성과 활용도가 높아짐

③ **NBC Sports 플레이북 중계권 파트너십 그리고 향후 방향** (NBC Sports Jon Miller 등)

- (방송 중심 유통) 미디어 환경이 스트리밍 중심으로 변화하고 있으나, 방송 플랫폼이 여전히 스포츠 콘텐츠 유통의 핵심 역할 수행
- (스트리밍의 보완적 역할) NBC는 Peacock과 같은 자체 스트리밍 플랫폼을 추가 콘텐츠 및 신규 서비스 제공 수단으로 활용
- (플랫폼 전략) 리그 및 스포츠 단체들은 방송과 스트리밍 등 다양한 플랫폼을 병행하여 콘텐츠를 유통 중이나, 여전히 방송이 핵심 유통 채널
- (전망) 스포츠 콘텐츠는 대규모 동시 시청과 광고 수익을 기반으로 하는 특성을 가지고 있어, 향후에도 방송 중심의 유통 구조가 일정 부분 유지 전망

④ **라디오, 새로운 부띠끄(Boutique) 비즈니스인가?** (RadioWorld 후원)

- (지역 기반 경쟁력) 라디오는 지역과 밀접하게 연결된 콘텐츠를 제공하는 매체로, 지역 주민·행사·정치 및 행정 이슈와 직접 연결되는 정보 전달
→ 단순한 음악 송출 매체를 넘어 지역 커뮤니티의 소통 플랫폼으로 기능
- (운영 구조) 라디오는 콘텐츠 제작보다 사업 운영 성격이 강하며, 소규모 조직 중심으로 인력·영업·기술 기능을 동시에 수행
- 초기 단계에서는 인력, 영업, 기술 등 다양한 기능을 동시에 수행해야 하며, 사실상 스타트업과 유사한 운영 구조
- (핵심 자산: 관계 기반) 라디오는 사람 중심의 네트워크 산업으로, 인적 관계와 신뢰가 핵심 자산으로 작용하고 있으며 지속 가능성 확보를 위해 젊은 인력 유입 및 디지털·로컬 결합 전략 필요

⑤ **방송사 수익 모델 구축 : 라디오와 TV 리더들은 디지털 수익을 어떻게 가속화하는가?**
(Nuleaf Digital powered by Crowdfire Solutions 후원)

- (광고 효과) 라디오는 여전히 지역 기반 신뢰와 도달력을 보유하고 있으나, 광고주는 단순 노출이 아닌 매출·고객 유입 등 성과 중심 효과를 요구

- (사업 모델 전환 요구) 라디오는 방송과 디지털을 결합한 통합 전략을 통해, 멀티플랫폼 기반 미디어로 전환 필요
 - (사업자 역할 재정의) 단순 매체 판매를 넘어 광고주가 필요로 하는 문제 해결 중심(이용자 맞춤형 마케팅 등)의 통합 마케팅 솔루션 제공자로 역할 변화 필요
- (디지털 전환의 핵심 과제) 디지털 전환을 위해서는 기술 도입뿐 아니라, 라디오 조직 및 영업 구조 변화가 필요
 - (조직 개선 방향) 영업 인력에 대한 교육 강화와 조직 구조 개선 필수
 - (핵심 과제) 특히 디지털 상품 판매 역량을 확보하기 위한 인력 재교육 및 평가 체계 개선이 중요한 과제로 제시됨

2 주요 기업 전시관 참관

□ AI와 클라우드 기반 미디어 산업 구조 전환 및 핵심 인프라화

- (산업구조 전환 가속화) 2026 NAB Show 전시는 미디어 산업이 AI와 클라우드를 중심으로 구조 전환 단계에 진입했음을 보여주었으며, AI는 실험 단계를 넘어 제작·유통 전반의 핵심 워크플로우로 통합되고 클라우드 기반 인프라 전환이 가속화되는 흐름 확인
- (AI 기술 적용 범위 확대) AI 기술은 단순 자동화 수준을 넘어 제작·운영 전 과정에 적용되는 통합 기술로 확장되고 있으며, 미디어 제작 프로세스 전반에서 활용되는 핵심 요소로 자리 잡는 추세
- (제작 프로세스 자동화) 자동 자막·번역, 편집, 썸네일 생성, 콘텐츠 검색·분류 등 기능이 확대되며, 기존 인력 중심 작업을 대체·보완
 - 또한 AI 아나운서 및 자동 뉴스 제작 등 실시간 콘텐츠 생성 영역에서도 AI 활용이 확대되는 추세
- (생성형 AI) 생성형 AI는 콘텐츠 생성·편집·구성·개인화를 가능하게 하며, 제작 시간 단축과 비용 절감을 넘어 콘텐츠 다양성과 확장성을 동시에 강화하는 핵심 기술로 부상

- (클라우드와 AI의 결합) ‘지능형 미디어(Intelligent Media)’ 환경 구축의 기반 기술로 작용하며, 제작·편집·송출·유통을 통합 관리하는 ‘미디어 라이프사이클 관리(Media Lifecycle Management)’ 개념 확산
 - ※ 유연성과 확장성을 기반으로 멀티플랫폼 유통 구조를 가능하고, 하나의 콘텐츠를 방송, OTT, 모바일, 소셜 등 다양한 채널로 동시에 배포하는 환경 일반화
- (클라우드 기반 제작 환경) 원격 제작과 분산 협업을 가능하게 하며 제작 방식의 변화를 주도. 브라우저 기반 제작 시스템과 글로벌 네트워크를 활용한 실시간 제작 환경이 확대되면서 물리적 인프라 의존도 낮아짐

< 주요 참관기업 예시 >

기업명	내용
Twelve Labs	영상, 음성, 텍스트 정보를 통합 분석하는 멀티모달 AI 기반 영상 분석 솔루션
Eleven Labs	AI 기반 음성 합성 기술 등을 활용한 음성 콘텐츠 생성 솔루션 제공
VoiceInteraction	음성 인식 및 음성 인터페이스 기반 AI 음성 솔루션 제공
Broadcast Bionics	라디오 및 방송 운영 자동화를 위한 통합 플랫폼 제공
Link Electronics	방송 신호 처리·테스트·모니터링 장비 기반 방송 인프라 솔루션 제공
BitFire	클라우드 기반 원격 제작 및 영상 전송 솔루션 제공
Amazon Web Services	방송·미디어 관련 클라우드 인프라 및 콘텐츠 처리 서비스 제공
Google Cloud	데이터 분석 및 AI 기반 클라우드 콘텐츠 운영 플랫폼 제공
Insta360	360도 및 VR 촬영 기반 몰입형 콘텐츠 제작 솔루션 제공
XGRIDS	실사 공간을 3D로 스캔하는 공간 데이터 기술 제공
Qimera	3D 데이터 처리 및 시각화 기반 솔루션 제공
Kokusai Denki	방송용 영상 장비 및 시스템 솔루션 제공
허드슨에이아이	실시간 스포츠 더빙 및 드라마 더빙 연기 등 장르 최적화 실시간 다국어 더빙
캐스트이즈	개인의 미디어 소비 이력을 축적한 AI가 맞춤형 콘텐츠 및 광고 제공
MBC충북컨소시엄	방송영상 원시데이터 수집 및 정제, 라벨링 등 AI 학습용 데이터 구축
디지캡	방송국의 ATSC 3.0 전송 환경을 안정적으로 운영하기 위한 중앙관리시스템

Ⅲ 시사점 및 제언

□ AI·데이터·클라우드 기반으로 미디어 산업 구조 전환 가속화

- AI는 실험 단계를 넘어 제작·유통 전반에 적용되는 핵심 인프라로 전환되었으며, 클라우드 기반 미디어 환경으로의 구조적 전환이 가속화
 - 특히, 콘텐츠 제작, 편집, 송출, 유통 등 전 과정이 통합된 ‘지능형 미디어’ 환경으로 변화. 국내 미디어 산업도 AI, 데이터, 클라우드를 통합적으로 활용하는 제작·운영 체계 마련 필요

□ 방송제작 방식의 비선형·자동화 구조로 전환

- 기존 선형적 제작 방식에서 벗어나 버추얼 프로덕션, XR, 클라우드 기반 제작 환경이 확대되며 제작·편집·송출 전반에 AI가 적용
 - 글로벌 시장에서 AI, VP 및 XR 기반 제작 기술이 보편화됨에 따라 국내 제작 환경 고도화를 위한 인프라 구축 및 기술 지원 필요
 - 제작 효율성과 콘텐츠 품질 향상을 위한 관련 기술 도입 확대 필요

□ 콘텐츠 유통 구조의 글로벌·다국어 확장 강화

- AI 기반 자막, 번역, 더빙 기술의 고도화로 콘텐츠의 언어 장벽이 낮아지고, 글로벌 유통이 확대되고 있음. AI 더빙과 다국어 자막 적용은 이용자의 몰입도를 높이고, 해외 시청자의 접근성을 확대하는 핵심 수단으로 부상
 - AI 기반 다국어 기술은 드라마, 예능, 교육, 공공 콘텐츠 등 다양한 분야에서 해외 확산(유통) 가능성을 높이는 전략적 도구로 활용 가능

□ 데이터 기반 미디어 운영 및 수익 구조 전환

- 시청자 데이터, 콘텐츠 이용 데이터, 광고 반응 데이터 등을 활용한 개인화 서비스와 광고·수익 모델 확대
 - 콘텐츠 제작뿐만 아니라 유통, 시청, 참여, 광고 성과까지 데이터 기반으로 분석·운영되는 미디어 생태계로 변화. 국내 산업도 이용자 정보 등 데이터 수집·분석 체계, 개인정보 보호 기준, 콘텐츠 성과 측정 지표 등 정비 필요