

생성형 AI로 확장하는 라이더 브랜드 비주얼 콘텐츠부터 제품 화보까지

우아한 청년들 배민 라이더웨어
AI 화보 프로젝트 사례

발표 **안채빈** 브랜드 디자이너 (우아한 청년들)
정리 어센드미디어 내부 공유용 요약본

CONTENTS

- 01 왜 기존 방식을 버렸나
- 02 작게 실험하고 콘텐츠로 확장
- 03 완벽해서 가짜 같았던 문제
- 04 3단계 제작 프로세스
- 05 성과와 우리 업무 적용 포인트

촬영 비용

약 1억 원

0원

제작 기간

2달

3.5주

투입 인원

13명 이상

1명

한눈에 보기

1억 원짜리 브랜드 화보를,
디자이너 1명이 3.5주 만에 AI로 다시 만들었다.

촬영 기반 프로세스를 전면 폐기하고 Adobe Firefly 중심의 생성형 AI 워크플로로 교체한 사례.
실제 판매 페이지와 커머스 소재에 그대로 투입됐다.

기존 방식 vs AI 방식

촬영 비용

100% 절감

기존

약 1억 원

AI

0원

제작 기간

약 59% 단축

기존

2달

AI

3.5주

투입 인원

약 92% 감소

기존

13명 이상

AI

1명

프로젝트 전체 흐름

STEP 01

문제 정의

비용, 활용도, 브랜드 전략 세 가지 한
계 확인

STEP 02

AI 실험

기존 사진 변형 테스트로 감 잡고 콘
텐츠, 영상까지 확장

STEP 03

화보 제작

현실감 확보 + 3단계 프로세스로 판
매용 화보 완성

왜 기존 방식을 버렸나

2025년 제품 라인업 확장에 맞춰 도심 속 세련된 라이더 콘셉트로 화보를 찍었지만, 촬영 중심 프로세스에서 세 가지 한계가 반복해서 드러났다.

01

과도한 리소스

한 번의 화보를 위해 비용, 시간, 인력이 모두 크게 투입됐다.

단발성 결과물 대비
고정비 부담이 큼

02

낮은 활용도

촬영본을 프로모션이나 이벤트 소재에 그대로 쓰기 어려운 경우가 많았다.

필요한 것이 생길 때마다
재촬영 또는 대체가 필요

03

전략 불확실성

패션 화보 톤이 실제 타겟인 라이더에게 통하는지 확신이 없었다.

브랜드 이미지와
실사용자 정서의 간극

화보 1회 제작에 들어간 리소스

약 1억원

촬영 비용

2달

제작 기간

13명 이상

투입 인원

그래서 내린 결정

BEFORE

촬영 중심 프로세스

기획, 섭외, 로케이션, 촬영, 보정이 순차로 묶여 있어 한 것을 바꾸려면 전체를 다시 돌려야 했다.

AFTER

생성형 AI 프로세스

Adobe Firefly와 생성형 AI를 도입해 프로세스를 전면 교체. 리소스 절감, 활용도 향상, 전략 적합성 세 과제를 동시에 겨냥했다.

배민 라이더웨어는 2024년 배민 조끼를 시작으로 라이더의 안전과 효율을 위한 기능성 배달 용품을 기획, 제작해 온 브랜드다.

작게 실험하고, 콘텐츠로 넓혔다

바로 화보에 뛰어들지 않았다. 이미 가지고 있던 사진을 AI로 변형해 보는 저위험 테스트로 감을 잡은 뒤, 이미지와 영상 콘텐츠로 범위를 넓혀 갔다.

1 기존 사진을 AI로 바꿔 보기

촬영해 둔 이미지의 시간대를 낮에서 밤으로 바꿔 야간 라이더 컷을 만들었다. 라이더스쿨 종강 사진 속 라이더에게 자사 제품을 입혀 보는 테스트로 가능성을 확인했다.

시간대 변경

의상 교체

실사 기반 노하우 확보

2 촬영 없이 연출 컷 생성

기존 리소스 없이 AI만으로 한강대교 위를 달리는 라이더 이미지를 하루 만에 완성했다. 실제 촬영이었다면 수일이 걸릴 작업이다.

제작 기간 1일

로케이션 섭외 불필요

3 영상 콘텐츠로 확장

데미 패딩은 남산타워가 추워서 패딩을 입었다는 설정의 페이크 다큐 영상으로 풀었다. Firefly 비디오, 오디오 툴에 이미지 두 장과 프롬프트만 넣어 완성했다.

버거 가방은 여러 장면을 AI로 생성한 뒤 클로즈업되며 조명이 밝아지는 연출까지 프롬프트로 구현했다.

이미지 2장 + 프롬프트

카메라 무빙 프롬프트

4 BGM까지 생성

영상에 맞는 배경음악도 Firefly로 만들었다. 앰비언트 스타일의 밴드 사운드 같은 키워드 입력만으로 트랙을 뽑았다.

키워드 기반 사운드 생성

KEY POINT

**영상 제작 경험이 전혀 없던 디자이너가
기획부터 완성까지 AI 툴만으로 해냈다.**

툴 숙련도가 아니라 무엇을 만들지 정하는 능력이 병목이라는 점을 보여 준 구간.

완벽해서 가짜 같았다

판매 페이지에 쓸 수준의 제품 화보로 넘어가자 새로운 벽이 나타났다.
AI가 만든 이미지가 너무 완벽해서 오히려 사람처럼 보이지 않는 문제였다.

문제

관념적 완벽함

AI는 학습된 이상적인 얼굴을 만들어 낸다. 결과물이 매끈할수록 실제 사람이 아니라는 신호가 강해졌다.

- 매끈하고 균일한 피부
- 완전히 대칭인 이목구비
- 정지된 듯한 완성형 포즈

해결

불안정함의 미학

인간 고유의 불완전함을 의도적으로 더했다. 현실의 결함이 오히려 사실성을 만든다는 판단이었다.

- 모공과 피부 질감을 살림
- 비대칭 얼굴과 편안한 표정
- 움직이는 순간을 포착한 것

가상 모델 배민영

모델 캐스팅 대신 일반적인 라이더의 모습을 참고해 가상 모델을 직접 설계했다.

A

현실적인 얼굴

모공, 비대칭 이목구비, 힘을 뺀 편안한 표정으로 평범한 사람의 인상을 만들었다.

B

스냅샷 연출

정적인 구도를 버리고 움직이는 순간을 잡는 방식으로 바꿨다.

C

자연광과 프레임링

자연광과 과감한 프레임링을 써서 찍힌 사진처럼 보이게 했다.

정리하면 AI 화보의 완성도는 해상도나 모델 성능이 아니라, 어디까지 흐트러뜨릴지를 정하는 디렉션에서 갈랐다.

3단계로 통제하는 제작 프로세스

초기에는 AI가 장면을 자유롭게 재해석하면서 제품 형태가 왜곡되는 실패가 잦았다.
한 번에 완성을 노리지 않고 단계를 쪼개 통제권을 되찾았다.

STEP 01

베이스 이미지 생성

보여 주려는 장면의 배경과 구도를 먼저 만든다. 인물과 제품은 아직 넣지 않는다.

STEP 02

모델과 의상 교체

완성된 연출 컷 위에 모델 얼굴과 실제 제품을 교체해 올린다.

STEP 03

후반 보정

최종 보정으로 톤과 디테일을 맞춰 판매용 수준으로 마감한다.

효과 장면과 제품을 분리하니 AI의 재해석 오류를 단계별로 잡을 수 있었고, 제품 묘사 정확도가 올라갔다.

완성 결과물

배민 라이더 2024 SS 시즌 화보

재정립한 3단계 프로세스로 최종 제작을 완료하고, 아래 소재로 실제 투입했다.

제품 상세 페이지

커머스 디자인 소재

RESULT 프로젝트 성과

촬영 비용

0원

기존 약 1억 원
발표자 인건비 제외

제작 기간

3.5주

기존 2달
약 59% 단축

투입 인원

1명

기존 13명 이상
디자이너 단독 수행

AI는 효율을 주지만 완성도를 주지는 않는다

발표자 결론

**AI는 업무 효율을 크게 올려 주지만
만족스러운 결과물을 보장하지는 않는다.**

완성도 높은 결과물은 결국 디자이너의 기획, 검수, 수정에서 나온다. 툴이 아니라 판단이 품질을 결정한다.

디자이너의 역할은 어떻게 바뀌나

우려

AI가 일자리를 위협한다

실행 능력이 곧 경쟁력이던 시기에는 자동화가 곧 대체로 읽혔다.

실제

영역을 넓힐 기회

반복 작업에서 벗어나 감각과 기획력에 더 투자하고, 예전이 라면 시도조차 못 했을 크리에이티브를 실험할 수 있게 됐다.

우리 업무에 가져올 포인트

POINT 01

작게 먼저 테스트한다

이미 있는 촬영본을 변형하는 저위험 실험부터 시작해 감을 잡고 본 과제로 넘어갔다.

POINT 02

한 번에 완성하지 않는다

배경, 모델과 제품, 보정을 분리하면 AI의 오류를 단계마다 잡아 낼 수 있다.

POINT 03

완벽함을 목표로 두지 않는다

실사처럼 보이게 하려면 오히려 결함을 설계해야 한다. 디렉션이 리얼리티를 만든다.

POINT 04

검수 공수는 남겨 둔다

생성 시간이 줄어든 만큼 기획과 검수에 시간을 배분해야 결과물 수준이 유지된다.

출처 안채빈 브랜드 디자이너 (우아한 청년들) 세미나 발표 내용을 어센드미디어 내부 공유용으로 재구성한 자료입니다.