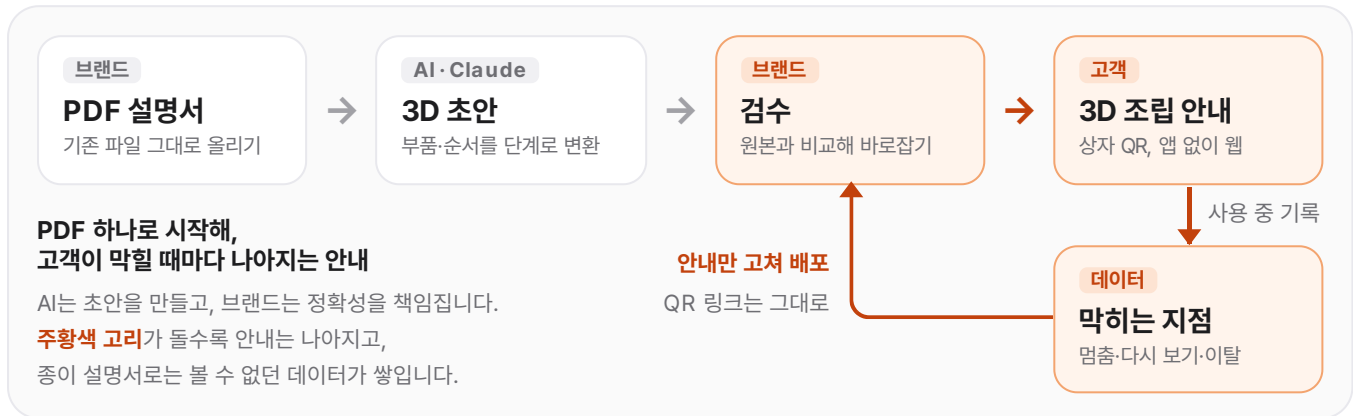


이케아도 그림만으론 부족했다

Stepcast는 브랜드가 가진 **PDF 설명서 한 부를, 고객이 앱 없이 웹에서 바로 돌려 보는 단계별 3D 조립 안내**로 바꾸는 AI입니다.



동영상을 보라는 그림까지 그려 넣은 이케아

이케아 설명서에 글자가 거의 없는 것은 번역 없이 전 세계에서 같은 설명서를 쓰기 위해서입니다. 그 대신 그림만 보고 부품의 방향과 위치를 머릿속에서 입체로 바꾸는 일은 고객의 몫이 됐습니다. 이케아는 2012년부터 유튜브에 조립 영상을 올리기 시작했는데, 당시 이를 다룬 기사 제목은 "**답답해하는 고객을 돕기 위해**"였습니다.

2026년에 나온 수납 시스템 LÅDMAKARE 설명서 표지에는 역설적인 장면이 담겼습니다. QR을 찍으면 동영상이 나온다는 사실을 다시 '그림'으로 그려 넣은 것입니다. 다른 설명서에는 원하는 언어로 설명을 보려면 QR을 찍으라고 적혀 있습니다. 그림 한 장으로 설명하는 데 누구보다 능숙한 회사도 평면 그림만으로는 부족하다고 인정한 셈입니다.

이케아는 그림과 실제 조립 사이의 간극을 사람으로 메울 수 있습니다. 조립 영상을 찍고 편집하는 인력도, "이 나사는 어디에 들어가요?"라는 전화를 받는 상담원도 있습니다. **상담 전화는 한 통에 13.50달러**가 듭니다. 하지만 온라인으로 가구와 운동기구를 파는 중소 브랜드는 이런 인력을 둘 여력이 없습니다. 영상을 찍으려 해도 시간이 걸리고, 제품이 바뀔 때마다 다시 찍어야 합니다.

PDF 한 부에서, 움직이는 3D 조립 안내까지

우리는 그 일을 AI로 바꿉니다. 브랜드가 이미 가지고 있는 PDF 설명서를 올리면, AI가 부품과 순서를 읽어 웹에서 바로 열리는 단계별 3D 조립 안내를 만듭니다. 고객은 상자의 QR을 찍어 앱 없이도 바로 볼 수 있습니다. 영상과 달리 화면을 멈춰 두고 돌려 보거나 안쪽을 투시해 볼 수도 있습니다. 지금 끼울 나사는 크게 보이고, 옆에는 원본 설명서 페이지가 그대로 함께 뜹니다.

오늘 해커톤에서 우리가 넣은 것은 이케아 KALLAX의 24쪽짜리 설명서 PDF 하나뿐이었습니다. Claude가 설명서를 읽어 부품 9종과 조립 14단계를 찾아냈고, 이를 바탕으로 판재는 오크 질감의 3D로, 나사와 나무못은 제 모양대로 구현했습니다. 단계마다 부품이 제자리로 들어가고 육각렌치와 망치가 실제로 돌아가며, 카메라는 지금



이케아
LÅDMAKARE
설명서 표지. 오른쪽
위에 QR 코드와,
폰으로 찍으면
동영상이 나온다는
그림이 들어 있다.
(이케아 원본 PDF)

끼울 부품으로 다가갑니다. 결과물은 웹 링크 하나로 열립니다. 같은 방식으로 훨씬 복잡한 프라모델 비행기 키트 설명서도 3D 조립 안내로 만들 수 있다는 것까지 확인했습니다.

물론 조립 안내는 나사 하나만 틀려도 조립이 막히기 때문에, AI가 만든 초안을 그대로 내보내지는 않습니다. 제품을 가장 잘 아는 브랜드 직원이 검수 화면에서 원본과 비교하며 바로잡을 수 있게 했습니다. 3단계의 나사를 1번에서 2번으로 바꾸면 남은 단계의 부품 목록과 수량도 그에 맞춰 함께 바뀝니다. **AI는 초안을 만들고, 브랜드는 정확성을 책임지는 구조**입니다.

이미 돈을 내는 시장, 바뀌는 제작 방식

3D 조립 안내에 돈을 내는 시장은 이미 형성돼 있습니다. 미국의 BILT는 디자이너가 실물을 직접 조립해 보며 제품 하나에 3~6일을 들여 3D 안내를 만듭니다. 약 300개 브랜드가 쓰고 있으며, 2024년에는 2,100만 달러를 투자받았습니다. 한 고객사는 도입 후 조립 상담 전화가 30% 줄었다고 밝혔습니다. BILT는 자사 구독료가 종이 설명서를 인쇄하는 것보다 싸다고 말합니다.

하지만 사람이 하나하나 만드는 방식이다 보니 고객사는 큰 브랜드에 머뭅니다. **Wayfair 한 곳에만 공급사가 약 2만 곳** 있는데, 상당수는 이름이 알려지지 않은 소규모 업체입니다. 사람이 매달려 며칠씩 걸리던 일을 우리처럼 AI가 초안을 잡고 브랜드가 검수하는 방식으로 바꾸면, 이들도 충분히 낼 수 있는 가격이 됩니다. AI 비용이 계속 내려가면 종이 설명서를 찍는 비용보다 낮아질 수도 있습니다.

타이밍도 잘 맞습니다. 우리가 쓰는 Claude Opus 5.5는 한 달 전인 2026년 9월 22일에 출시됐는데, Anthropic은 Opus 5보다 돌리는 비용이 40% 적게 든다고 발표했습니다. 도표 인식 점수도 83.4%에서 89.0%로 올랐습니다. **설명서를 읽는 AI는 좋아지고 싸지는데, 시장에서는 이 일을 아직 사람 손으로 하고 있습니다.** 지금이 초기입니다.

쌓아야 할 것은 설명서가 아니라 '막히는 지점'

설명서가 웹 위에서 작동하기 시작하면 우리에게 쌓이는 것은 따로 있습니다. **소비자가 어느 단계에서 멈추고, 다시 보고, 그만두는지 보여주는 기록**입니다. 종이 설명서만으로는 브랜드가 한 번도 볼 수 없던 데이터입니다. 여러 브랜드에서 이 기록이 모이면 어떤 단계가 사람을 헛갈리게 하는지 알 수 있고, 브랜드는 이를 바탕으로 안내와 제품 설계를 고칠 수 있습니다.

고치는 방식도 종이와 다릅니다. 상자에 찍힌 QR 링크는 그대로 두고 안내 내용만 언제든 고치면 됩니다. 종이를 다시 찍을 필요가 없습니다. 고객이 막힌 지점을 찾아 고치고 다음 고객의 반응을 다시 확인하는 순환이 바로 우리가 쌓아 갈 경쟁력입니다.

이케아도 그림만으로는 부족했던 종이 설명서를, 이제 고객이 막히는 지점마다 새로워지는 3D 안내로 바꿉니다.