

‘서치’ vs ‘메신저’… 네카오, 플랫폼·초거대 AI 맞대결

〈네이버·카카오〉

네이버 서치플랫폼 사업서 호실적
‘하이퍼클로바X’ 기업용 확장 예정
운영 경비 ¼로 줄여 투자 효율화

카카오 포털 다음 사업 매각 설
선방한 메신저 앱 기반 사업 중점
‘KoGPT·칼로2.0’에 공격적 투자

네이버와 카카오가 ‘서치플랫폼과 메신저플랫폼’을 내세워 시장 대결에 나선다. 네이버는 1분기 주력인 서치플랫폼 사업에서 호실적을 거둔바 있다. 카카오는 포털 비즈니스에서 무려 27%나 감소한 성과를 거뒀다. 또 카카오는 포털 ‘다음’에 대해 사내독립기업(CIC)을 오는 15일 설립하는 등 메신저플랫폼 사업을 더욱 강화하겠다는 의지를 피력했다. 또 양사는 챗GPT와 같은 생성 AI(인공지능)를 여름이나 하반기에 공개한다. 초거대 AI를 접목한 B2B(기업용) AI 제품도 선보인다는 전략이다.

◆ 네이버 서치플랫폼 vs 카카오 메신저 플랫폼

네이버는 1분기 서치플랫폼 검색 부분 매출이 전년 동기 대비해 0.2% 증가했다. 특히 ▲서치플랫폼 ▲커머스 ▲핀테크 ▲콘텐츠 ▲클라우드 등 5개 사업 중에서 가장 큰 매출을 기록했다. 네



최수연 네이버 대표.

/네이버

이버는 서치플랫폼이 계절적인 비수기에도 불구하고 전 분기 수준을 유지한 것을 긍정적으로 평가하고 있다.

카카오는 포털 비즈 매출이 전년 같은 기간 대비 큰 폭으로 감소한 836억원을 기록하는 데 그쳤다. 이는 네이버 매출의 1/10에 해당하는 수치다. 카카오는 이에 따라 지난주 포털사이트 다음을 사내 CIC로 분사하겠다는 계획을 발표했다. 이에 대해 일각에서는 ‘카카오가 다음 사업을 매각하는 것이 아니라’는 설이 나오고 있다.

하지만 카카오측은 선방했다. 1분기 카카오측 기반의 특비즈 매출은 전년 동기 대비 12%가 늘어난 5156억원을 기록했다. 카카오는 다음 사업을 독립 기업으로 양성하는 반면, 메신저 앱 기



홍은택 카카오 대표.

/카카오

반 사업을 크게 강화하면서 경쟁력 있는 사업에 중점을 두려 하고 있다.

◆초거대 AI로 경쟁… 투자 규모 차이
네이버와 카카오는 올해 하반기에 챗GPT에 대응할 초거대 AI를 속속 선보이면서 승부수를 띄울 예정이다. 특히 B2B용 AI 제품을 선보이면서 기업 시장 공략에도 나선다는 전략이다. 네이버와 카카오는 생성 AI를 업무에 도입해 생산성을 높이기 위한 기업 수요를 공략해 B2B 시장을 선점한다는 계획을 세우고 있다.

네이버는 올 여름 초거대 AI 모델인 ‘하이퍼클로바’를 고도화시킨 모델인 ‘하이퍼클로바X’를 출시한다. 하이퍼클로바X를 활용하면 이미지 및 음성을 이해하고 계산기, 지도 등 API(응용프

로그램 인터페이스)를 활용한 답변도 가능해진다. 또 상반기 중으로 검색에서 생성 AI 사내 베타 테스트를 진행할 계획으로 이를 준비하고 있다.

최수연 네이버 대표는 “하이퍼클로바X를 검색은 물론 네이버 서비스 전반에 적용할 계획이다. 더 나아가 B2B 기업용 서비스를 선보일 것”이라며 “일본에서는 연내에 라인웍스, 네이버웍스 등 생산성도구에 하이퍼클로바X를 접목한 기업용 서비스를 선보일 계획이다. 현재 네이버의 기업용 소프트웨어를 AI와 결합한 플랫폼으로 확장하는 프로젝트도 진행하고 있다”고 밝혔다.

카카오는 한국형 AI 언어모델인 ‘코지피티(KoGPT) 2.0’을 하반기에 선보일 계획이다. 우선 상반기 내로 메시지 기반 AI 챗봇 서비스에 대해 테스트를 진행한 후 모델을 고도화해, 파라미터(매개변수)와 데이터 토큰 규모가 확장한 언어모델을 내놓겠다는 방침이다.

또 AI 이미지 생성모델인 ‘칼로2.0’은 이달 내로 선보여 이미지 및 언어를 포함하는 멀티모달의 경쟁력을 높인다는 전략이다.

홍은택 카카오 대표는 “카카오의 AI 자회사인 카카오브레인은 하반기 중으로 KoGPT 2.0의 공개를 목표로 하고 있다”며 “또 칼로를 통해 AI를 ‘카카오스

럽게’ 쉽고 대중적으로 녹여낼 계획”이라고 밝혔다.

또 카카오의 IT 서비스 자회사인 카카오엔터프라이즈는 기업 및 기관을 대상으로 기업용 초거대 AI를 기반으로 한 기업용 생성 AI인 ‘카카오 iGPT’에 대한 클로즈드 베타 서비스(비공개 시험)을 진행하고 있다.

하지만 네이버와 카카오의 AI 투자에 대한 방향에서는 큰 차이를 보이고 있다. 네이버는 AI에 대한 투자를 효율화하는 반면 카카오는 AI에 공격적인 투자를 단행한다는 전략이다.

네이버는 초거대 AI 분야에서도 운영 경비 효율화에 나서고 있다. 최수연 대표는 “챗GPT에 대해 내놓는 AI 모델인 하이퍼클로바X는 운영 경비를 타사 수준의 ¼로 줄인 것이 특징”이라고 강조했다.

배재현 카카오 투자총괄 대표는 “내부적으로 AI 분야를 더 공격적으로 해야겠다는 결론에 이르렀다”며 “올해는 AI 투자가 정점에 이르고, 내년부터는 투자가 줄어들 것으로 예상한다”고 밝혔다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



현대차그룹, 로봇 친화형 빌딩 만든다

무인 주차·택배 로봇 기술 등을
이시스자산운용 ‘스마트 빌딩 OS’ 연계

자동차가 주차와 충전을 스스로 하고, 로봇이 내가 일하는 자리까지 택배를 가져다주는 미래 사무실 모습이 현대자동차그룹의 로봇틱스 기술을 통해 현실이 된다. 현대차그룹은 국내 대표 대체투자 운용사인 이시스자산운용과 함께 로봇 친화형 빌딩 사업화를 위한 업무협약을 체결했다고 9일 밝혔다.

이날 의왕연구소에서 진행된 업무협약 체결식에는 현대차·기아 연구개발 본부장 김용화 부사장, 로봇틱스랩장 현동진 상무, 이시스자산운용 리얼에셋 부문 정석우 대표, 이철승 전무 등 양사 관계자들이 참석했다.

이번 협력은 첨단 스마트 오피스 건물을 위한 ‘로봇틱스 토탈 솔루션’을 개발하고 미래 성장 기업들의 핵심 거점에 로봇 친화형 빌딩을 구축하기 위해



현대차·기아의 실내외 배송 로봇(왼쪽)과 모베드(MobED, 오른쪽)가 놓인 가운데 현대차·기아 연구개발본부장 김용화 부사장(앞줄 왼쪽)과 이시스자산운용 리얼에셋부문 정석우 대표(앞줄 오른쪽)가 로봇 친화형 빌딩 사업화를 위한 업무협약을 체결한 뒤 기념 사진을 촬영하고 있다.

추진됐다. 현대차그룹이 보유한 ▲실내외 배송 로봇 ▲무인 주차 로봇 ▲안내·접객 로봇 ▲전기차 충전 로봇 ▲퍼스널 모빌리티 ▲무인 택배 시스템 등의 다양한 로봇 기술들을 이시스자산운용이 개발중인 ‘스마트 빌딩 OS(Operating System)’와 연계한다.

이러한 기술로 구현된 로봇 친화형 빌딩에서는 ①전기차로 충전 ②스마트 존 하차 ③무인 주차 및 자동 충전 ④엘

리프팅을 통한 출입 관리 ⑤스마트 좌석 예약 ⑥식음료 로봇 배송 ⑦무인 택배 시스템 등 비즈니스 라이프 스타일 전반에 걸친 로봇틱스 서비스가 제공된다.

현대차그룹은 이번 협약체결을 통해 ‘서울 서남부권역 바이오 클러스터’와 ‘성수 크리에이티브 클러스터’ 등 국내 주요 핵심 거점에 위치한 신축 빌딩에 ‘로봇틱스 토탈 솔루션’을 적용해 나갈 예정이다.

/양성운 기자 ysw@

LG U+, 송실대서 사이버 보안 인재 양성

채용 연계 계약 ‘정보보호학과’ 신설
2024학년도부터 신입생 20명 선발

LG유플러스와 송실대학교가 채용 연계형 계약학과인 ‘정보보호학과’를 신설하고 사이버 보안분야에 특화된 전문인재 양성에 나선다.

LG유플러스와 송실대학교는 지난 8일 서울특별시 송실대학교 베어드홀에서 LG유플러스 황현식 대표이사, 송실대학교 장범식 총장 등이 참석한 가운데 정보보호학과 신설 및 운영을 위한 협약식을 가졌다고 밝혔다. LG유플러스가 대학교와 손을 잡고 계약학과를 만든 것은 이번이 처음이다.

LG유플러스는 지난 2월 16일 개인 정보보호 및 정보보안 강화를 위해 발표한 ‘사이버 안전혁신안’의 일환으로 정보보호학과 설립을 추진해 왔다. LG유플러스는 이번 협약을 통해 국가 차원의 보안 전문 인재 양성에 기여하고 육성된 전문 인력을 채용함으로써 회사 자체 정보 보안 역량을 지속적으로 높여 나간다는 계획이다.

송실대학교는 IT대학내 정보보호학과를 신설하고 현재 고 3 학생들이 대학에 입학하는 2024학년도부터 매년 신입생 20명을 선발해 사이버 보안분야 전문인재를 육성할 예정이다. 이를 위해 송실대학교는 지난 달 교육부에 학과 신설 신고를 완료했다.

정보보호학과 교육과정 구성, 수업 운영 등은 기존 소프트웨어학부 교수진이 담당한다.

학생들은 정보보안 실무에서 가장 중요한 코드(Code) 관리 역량부터 ▲모바일 보안 ▲데이터 보안 ▲인공지능(AI



LG유플러스 황현식 대표이사(사진 오른쪽)와 송실대학교 장범식 총장(사진 왼쪽)이 기념촬영을 하고 있다.

/LG유플러스

I) 보안 등 사이버 보안 영역 전반에 걸친 체계적인 이론, 실습 교육을 통해 사이버 보안 인재로 성장하게 된다.

정보보호학과는 4년제 학부 과정으로 운영되며, 입학생 전원에게는 2년간 LG유플러스가 전액 등록금은 물론 소정의 생활지원금을 지원한다. 2학년을 마친 후 별도 전형을 거쳐 산학 장학생을 선발하며, 해당 학생에게는 졸업할 때까지 추가 전액 등록금 및 생활지원금, 모바일 통신 요금과 더불어 LG유플러스에 입사할 수 있는 기회가 주어진다.

LG유플러스 황현식 대표(사장)은 “보안 전문 인력을 양성하는 국내 대학이 많지 않은 현실을 감안할 때 보안 및 컴퓨터 공학 분야 전문성을 보유한 송실대학교와 이번 협약이 대한민국 보안 전문 인재 양성에 크게 기여할 것으로 기대된다”고 말했다.

송실대학교 장범식 총장은 “국내 최초로 기업 채용 연계형 보안 전문 인력 양성 학과를 유치하게 되어 자랑스럽고 이러한 기회를 마련해 준 LG유플러스에 감사드린다”고 화답했다.

/채윤정 기자

철근도 인터넷 쇼핑… ‘H코어 스토어’ 론칭

현대제철, 시범 운영 후 7월 오픈

현대제철이 철강재 내수 판매 강화 및 디지털 판매 채널 확보를 위해 전자상거래 플랫폼 ‘H코어 스토어’를 선보였다고 9일 밝혔다. H코어 스토어에서 판매하는 제품은 철근, 형강, 강관 등 건설용 강재다.

현대제철은 시범 운영 기간 동안 사

용자들의 의견을 취합하고 세부 사안들을 보완해 오는 7월 그랜드 오픈할 계획이다. 이 플랫폼의 인터페이스는 사용자 편의성을 최우선으로 고려해 직관적인 용어와 단순한 디자인으로 구성했다.

원하는 제품 재고가 있다면 수량을 입력하고 최저가 매칭을 통해 제품을 비교 구매할 수 있다. 원하는 공급사에서 단골 구매하거나 특가상품 확인이

가능한 ‘파트너 찾기’도 제공한다. 재고가 없는 제품을 원하는 가격으로 견적 요청한 후 입찰을 통해 구매할 수 있는 ‘견적요청’ 서비스도 있다.

이번에 현대제철이 구축한 HCORE STORE는 제조업체와 유통, 수요가가 함께 상생할 수 있는 플랫폼으로 철근, 형강, 강관 등 다양한 제품을 취급하는 50여개의 파트너유통사가 참여하고 있으며 전국 70여곳의 하치장을 통해 전국적인 판매망을 확보하게 된다.

/채윤정 기자