

‘독자 AI 탈락’ 네이버, C레벨 체제 ‘온서비스 AI’로 돌파

기존 최수연 대표 포함 6인 리더
글로벌 경쟁환경 대응 조직개편

버티컬 서비스에 AI 에이전트 구현
조직·운영까지 전사적 AI 전환

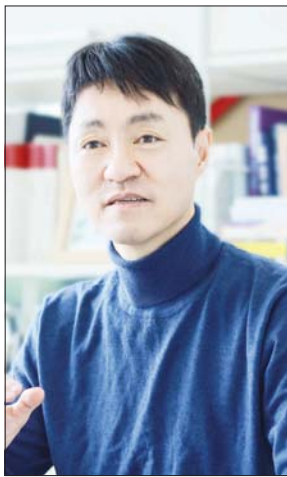
국가대표 인공지능(AI) 사업 탈락이라는 뼈아픈 결과를 받아든 네이버가 조직 개편 카드로 정면 돌파에 나섰다. 최수연 대표 체제에 힘을 실어주는 여섯 명의 C레벨 리더십을 전격 가동함으로써 독자 AI 생태계 구축과 서비스 전반의 AI 전환에 속도를 낸다는 구상이다.

26일 IT업계에 따르면 네이버는 내달 1일자로 ▲김광현 최고데이터·콘텐츠책임자(CDO) ▲유봉석 최고책임경영책임자(CRO) ▲황순배 최고인사책임자(CHRO)를 새로 선임한다. 기존 최수연 대표(CEO)와 김범준 최고운영책임자(COO), 김희철 최고재무책임자(CFO)에 더해 C레벨 리더는 총 6명으로 확대된다.

해외 사업은 김남선 전략투자부문 대표(북미), 채성주 전략사업 대표(사우디아라비아), 최인혁 테크비즈니스 대표



김광현
최고데이터·콘텐츠책임자(CDO)



유봉석
최고책임경영책임자(CRO)



황순배
최고인사책임자(CHRO)

(인도·남유럽)로 이어지는 ‘삼각편대’가 맞는다. 글로벌 확장과 투자, 현지 사업을 분담하는 구조다.

◆다시 힘 실린 C레벨 리더십

네이버가 C레벨 체제를 본격적으로 재정비한 것은 최수연 대표가 취임한 2022년 이후 약 4년 만이다. 회사는 2021년 직장 내 괴롭힘 사건 이후 주요 CXO들이 잇따라 물러나며 리더십 공백을 겪었다. 당시 이사회는 급격히 커진 조직과 복잡해진 사업 구조가 기존 리더십의

부담을 넘었다고 진단했다.

최 대표는 취임 초기 김남선 전략투자 부문 대표와 투톱 체제를 꾸렸고, 2024년 초 김범준 전 우아한형제들 대표를 CRO로 영입하며 운영 부담을 분산했다. 지난해 3월에는 이해진 창업자가 이사회 의장으로 복귀해 경영의 무게추를 더했다. 연임에도 성공하며 체제를 공고히 하는 듯했다.

하지만 병오년 시작부터 난관에 봉착했다. 정부의 ‘독자 AI 파운데이션 모

델’ 프로젝트에서 조기 탈락하며 상징적 타격을 입었다. 자체 개발을 강조했지만 중국 알리바바의 오픈소스 AI 모델 ‘큐웬’의 비전 인코더와 가중치를 활용한 사실이 알려지며 논란이 커졌다. 비전 인코더는 이미지를 AI가 인식하도록 수치화하는 핵심 구성 요소이고, 가중치는 학습 결과를 담은 판단의 기준이다.

네이버는 검증된 외부 인코더 채택이 호환성과 효율성 측면에서 합리적 선택이었다고 설명했다. 그러나 과학기술정보통신부는 가중치를 초기화해 학습하는 것이 독자 모델의 기본 조건이라며 선을 그었다.

◆‘온서비스 AI’ 확산에 총력

아쉬운 성적표에도 네이버는 멈추지 않겠다는 입장이다. 이번 C레벨 재편은 AI 중심으로 급변하는 글로벌 경쟁 환경에 대응하기 위한 조직적 선택이라는 설명이다. 최 대표도 최근 사내 소통 자리에서 “앞으로가 더 중요하다”며 전열 재정비를 강조했다.

핵심은 서비스 전반에 AI를 녹여내는 ‘온서비스 AI’ 전략이다. 김광현 CDO는 검색, 광고, 로컬, 쇼핑 등 주요 버티

컬 서비스 전반에 AI 에이전트 경험을 구현하는 중책을 맡는다. 이용자가 일상에서 체감할 수 있는 변화를 만드는 것이 목표다.

주력 검색 서비스에서는 이미 성과가 나타났다. 지난해 도입한 ‘AI 브리핑’은 단순 결과 나열을 넘어 개인화된 콘텐츠와 여행·쇼핑 정보를 추천하며 체류 시간과 클릭률을 끌어올렸다. 웹 분석 사이트 인터넷트렌드 기준으로 네이버는 2025년 검색 점유율 62.86%를 기록해 구글(29.55%)과의 격차를 크게 벌렸다. 3년 만에 60%대 점유율을 회복한 셈이다.

황순배 CHRO는 AI 시대에 맞춘 조직 구조와 인재 전략을, 유봉석 CRO는 전사 정책과 리스크 관리 체계를 총괄한다. 기술과 서비스뿐 아니라 조직과 운영까지 AI 전환을 전사적으로 밀어붙이겠다는 의지다.

네이버 관계자는 “C레벨 리더십 중심의 책임 경영 체제 아래 사업과 기술 역량을 유기적으로 결합해 AI 경쟁력을 고도화하고, 새로운 글로벌 사업 기회를 지속적으로 발굴할 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

SKT, 새 학기 앞둔 학생·학부모 위한 혜택

‘아이러브 ZEM 새 학기 페스티벌’
오는 3월 31일까지 경품행사 진행
ZEM 앱 만 15세까지 사용연령 확대

SK텔레콤은 2026년 새 학기를 앞두고 학생과 학부모 고객을 위한 혜택을 모은 ‘아이러브 ZEM(젬) 새 학기 페스티벌’을 26일부터 3월 31일까지 진행한다.

ZEM은 만 12세 이하 어린이를 위한 단말과 요금제, 서비스를 중심으로 운영돼 왔으며, ZEM 앱을 통해 자녀의 스마트폰 이용을 관리할 수 있도록 지원하고 있다. SK텔레콤은 새 학기 시즌을 맞아 ZEM 앱의 사용 가능 연령을 스마트폰 사용이 늘어나는 중학생, 만 15세까지 확대했다.

이번 페스티벌 기간에는 ZEM 앱 신규 가입 고객과 자녀 스마트폰 구매 고객을 대상으로 한 경품 이벤트를 비롯해 ZEM 앱·단말 리뷰 이벤트, T다이렉트 삼기획전 등 다양한 프로모션이 함께 진행된다.

먼저 ZEM 부모 앱에 새로 가입한 고객을 대상으로 3월 31일까지 경품 이벤트가 열린다. 응모 고객 중 추첨을 통해 가전제품, 모바일 상품권, 스마트 태그, 기프트



SK텔레콤은 2026년 새 학기를 앞둔 학생과 학부모 고객을 위한 다양한 혜택을 한데 모은 ‘아이러브 ZEM 새 학기 페스티벌’을 오늘(26일)부터 3월 31일까지 진행한다. /SKT

카드 등 다양한 경품이 제공될 예정이다.

자녀에게 신규 스마트폰을 구매하는 가족 고객을 위한 이벤트도 2월 22일까지 진행된다. ZEM 앱 이용 고객이 최근 출시된 갤럭시 또는 아이폰 시리즈를 구매하면 응모할 수 있으며 태블릿, 헤드폰, 스마트워치, 모바일 금액권 등 경품이 마련돼 있다.

ZEM 앱 이용 고객을 대상으로 한 리뷰 이벤트도 함께 열린다. 공식 체험단으로 선정된 참여자가 ZEM 앱 사용 후기를 개인 SNS에 게시하면 상품권이 제

공되며, 우수 리뷰어에게는 추가 혜택이 주어진다.

이와 함께 T다이렉트샵에서는 자녀 스마트폰을 준비하는 고객을 위한 기획전이 이달 말까지 진행된다. 플렛 이벤트를 통한 단말 할인권 제공과 스마트폰 구매 고객 대상 사은품 증정이 포함된다. 기존 스마트폰으로 유심 또는 이심을 개통해 ZEM 전용 요금제에 가입하거나 번호 이동을 하는 고객에게는 네이버페이 포인트를 일정 기간 지급하는 프로모션도 마련됐다. /김서현 기자 seoh@

네이버, 건강검진표 등 전자문서 범위 확대

행정비용, 분실·지연 문제 ↓

네이버는 국민건강보험공단의 건강검진표와 각종 안내문을 네이버 전자문서로 제공한다고 26일 밝혔다. 종이 우편 중심이던 건강검진 안내를 디지털로 전환해 이용자 편의성과 보안성을 높인다는 취지다.

이용자는 네이버 앱 또는 네이버 전자문서함을 통해 건강검진 대상 여부, 검진 결과지, 검진 일정 안내 등을 확인할 수 있다. 본인 인증을 거쳐 열람하는 방식으로 개인정보 보호 수준도 강화했다. 문서는 암호화 저장되며, 열람이력 관리도 가능하다.

공단은 그동안 연간 수천만 건의 건강

검진 안내문을 우편으로 발송해 왔다. 이번 전자문서 도입으로 행정 비용 절감과 함께 분실·지연 문제도 줄어들 것으로 기대된다. 네이버는 전자문서 서비스 범위를 공공·금융·생활 영역으로 지속 확대하고 있다.

이번 협력은 공공기관의 디지털 전환을 민간 플랫폼과 연계한 사례로 평가된다. 네이버는 접근성과 사용자 경험을, 공단은 공공 신뢰성과 데이터를 결합해 시너지를 낸다는 전략이다. /최빛나 기자

카카오그룹-4대 과기원, AI 인재 키운다

AI 인재육성 프로젝트 결선·시상식

카카오그룹이 국내 4대 과학기술원과 함께 추진한 AI 인재 육성 프로젝트의 결선 및 시상식을 개최했다. 카카오는 26일 산학 협력을 통해 실전형 인공지능(AI) 인재를 발굴하고, 미래 기술 경쟁력을 강화하겠다는 전략이다.

이번 프로젝트에는 KAIST, GIST, DGIST, UNIST 등 4대 과기원이 참여했다. 각 학교에서 선발된 학생들은 카카오현업 조직이 제시한 실제 문제를 주제로 AI 솔루션을 개발했다.

결선에서는 생성형 AI, 추천 알고리즘, 데이터 분석 등 다양한 분야의 프로젝트가 발표됐다. 카카오는 기술 완성도뿐 아니라 서비스 적용 가능성과 문제 해결 과정 전반을 종합 평가해 수상 팀을 선정했다.

카카오는 이번 프로젝트를 단발성 행사가 아닌 장기 협력 모델로 확장할 계획이다. 우수 인재에게는 인턴십 및 채용 연계 기회를 제공하고, 공동 연구 과제도 확대한다는 방침이다. 그룹 전반의 AI 기술 내재화를 위한 인재 파이프라인 구축이 목표다. /최빛나 기자



지난 25일 경기 성남 네이버 1784 사옥에서 열린 치지직 파트너스 데이에서 참석자들이 기념 촬영하고 있다.

치지직 “스트리머·시청자와 동반성장”

오픈 2주년… 중장기 로드맵 공개

네이버의 스트리밍 플랫폼 ‘치지직’이 오픈 2주년을 맞아 서비스 성과와 함께 2026년까지의 중장기 로드맵을 공개했다. 단순 중계 플랫폼을 넘어 스트리머와 시청자가 함께 성장하는 생태계로 진화하겠다는 전략이다. 치지직은 2024년 1월 베타 서비스를 거쳐 정식 출범한 이후 게임 스트리밍을 중심으로 빠르게 이용자를 확대해 왔다.

26일 네이버에 따르면 치지직은 스트리머 수와 누적 시청 시간 모두 꾸준한

성장세를 이어가며 국내 대표 게임 스트리밍 플랫폼 중 하나로 자리 잡았다. 특히 네이버 로그인 기반의 접근성과 채팅·후원 구조의 단순화가 진입 장벽을 낮췄다는 평가다.

2주년을 맞아 네이버는 2026년까지의 서비스 로드맵도 함께 제시했다. 핵심은 스트리머 수익 구조 다변화와 시청 경험 고도화다. 광고·후원 중심 구조에서 벗어나 멤버십, 굿즈 연계, IP 협업 등 수익 모델을 확장하고, AI 추천을 활용한 개인화 콘텐츠 노출도 강화할 계획이다. /최빛나 기자