

AI 업은 구글, ‘국내 검색 1위’ 네이버 바짝 추격

구글, 유튜브 결합으로 경쟁력 ↑
링크 → 답변 제공 중심으로 이동

네이버, 생활밀착형 서비스 연계에
AI 전환 과정서 고려사항 많아져



국내 검색 시장에서 네이버와 구글 간 격차가 빠르게 좁혀지고 있다. 생성형 인공지능(AI) 전환기를 맞아네이버의 ‘안방 1위’ 지위가 구조적 도전에 직면했다는 분석이 나온다.

27일 업계에 따르면 구글은 최근 검색 서비스 전반에 생성형 AI 모델 ‘제미니’를 본격 적용하며 검색 경험 개편에 속도를 내고 있다. 단순 키워드 검색을 넘어 이용자의 질문 의도를 파악해 요약형 답변을 제공하고, 이미지·영상까지 아우르는 멀티모달 검색을 강화하는 전략이다.

특히 유튜브와의 결합 효과가 구글 검색 경쟁력을 끌어올리고 있다는 평가다.

검색 결과 상단에 영상 콘텐츠 노출을 확대하고, 쇼츠와 롬폼 콘텐츠를 정보 탐색 흐름 안에 자연스럽게 연결하면서 검색과 콘텐츠 소비를 동시에 흡수하고 있다. 텍스트 중심 검색에 강점을 가졌은 국내 플랫폼과 차별화되는 지점이다.

시장조사업체 집계에 따르면 국내 검색 점유율에서 네이버는 여전히 1위를 유지하고 있지만, 구글과의 격차는 최근 수년간 지속적으로 축소되고 있다. 특히 모바일 환경과 20·30대 이용자층을 중심으로 구글 검색 이용 비중이 빠르게 확대되며 체감 격차는 더욱 줄어든 상황이다.

업계에서는 검색 서비스의 본질 자체가 변하고 있다는 점에 주목한다. 생성

형 AI 도입 이후 검색은 ‘링크제공’에서 ‘답변 제공’ 중심으로 이동하고 있으며, 이 과정에서 글로벌 데이터와 대규모 AI 모델을 동시에 보유한 구글이 구조적으로 유리한 위치에 있다는 분석이다.

반면 네이버는 쇼핑, 지도, 블로그, 카페 등 국내 이용자 기반의 생활 밀착형 서비스와 검색을 연계해 경쟁력을 유지해 왔다. 다만 AI 기반 검색 전환 과정에서는 기존 검색 구조와 광고·커머스 생태계를 동시에 고려해야 하는 부담도 안고 있다. AI 요약 검색과 서비스 개편을 추진하고 있지만, 전환 속도와 체감 효과를 두고는 평가가 엇갈린다.

업계 관계자는 “AI 전환기는 단순 점유율 경쟁이 아니라 검색의 정의를 누가 선점하느냐의 문제”라며 “네이버와 구글의 경쟁은 단기 수치보다 이용자 체류 시간과 서비스 충성도를 둘러싼 장기전으로 이어질 가능성이 크다”고 말했다.

AI 기술을 둘러싼 플랫폼 경쟁이 본

격화되면서 국내 검색 시장도 새로운 균형점을 향해 재편되고 있다. ‘검색 제왕’ 자리를 둘러싼 네이버와 구글의 경쟁은 이제 전환기의 분수령에 들어섰다는 평가다.

이와 함께 생성형 AI 기반 검색 확산은 검색 시장의 수익 구조에도 변화를 예고하고 있다. 요약형 답변과 대화형 검색이 확대될 경우 이용자의 클릭 경로가 줄어들 수 있어, 기존 키워드 광고 중심의 검색 비즈니스 모델에 대한 재검토 필요성도 제기된다. 네이버 역시 AI 전환에 대응해 검색 전반의 AI 적용 범위를 확대하고 있으며, 쇼핑·지도·콘텐츠 서비스와의 결합을 통해 이용자 체류 시간과 플랫폼 충성도를 높이는 전략을 병행하고 있다. 다만 글로벌 플랫폼과의 기술 경쟁 속에서 전환 속도와 서비스 완성도를 동시에 끌어올려야 하는 과제는 여전히 남아 있다는 평가다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

펼어비스 ‘붉은사막’ 북미·유럽 기대작으로

펼어비스의 오픈월드 액션 어드벤처 신작 ‘붉은사막’이 북미와 유럽 주요 게임 미디어로부터 올해 최고 기대작으로 잇따라 선정됐다.

펼어비스는 ‘붉은사막’이 IGN을 비롯한 글로벌 주요 미디어로부터 기대작으로 소개됐다고 27일 밝혔다.

북미 최대 게임 매체 IGN은 기대작을 독점 조명하는 프로그램 ‘IGN First’를 통해 붉은사막의 전투 시스템과 오픈월드, 퀘스트, 보스전 등을 집중적으로 다뤘다. IGN은 전투 시스템에 담긴 개발 의도와 다층적인 설계, 창의적인 접근 방식이 인상적이었다며 풍부한 콘텐츠 완성도를 높이 평가했다.

북미 게임 전문 매체 MMORPG.com은 붉은사막을 ‘올해 최고의 기대작’으로 선정했다. 기자단 투표로 진행된 이번 선정에서 참여 기자 절반 이상이 붉은사막을 선택했다.

북미 종합 엔터테인먼트 매체 Comic Book은 붉은사막을 올해 가장 주목할 오픈월드 게임으로 꼽으며, 아름다운 자연 환경과 활기찬 도시, 다양한 탐험 요소가 인상적이라고 전했다.

유럽 미디어의 평가도 이어졌다. 영국 TechRadar는 붉은사막을 가장 야심찬 오픈월드 액션 게임 중 하나로 평가했으며, 독일 GameStar는 뛰어난 오픈월드 가시성과 자체 엔진 기반 그래픽 기술을 강점으로 꼽았다.

/최빛나 기자

LG CNS, AI·클라우드 성장세에 ‘연 매출 6조’ 첫 돌파

지난해 영업이익은 5558억 기록
전년비 매출 2.5%, 영업이익 8.4% ↑
AI·클라우드 매출, 7% 성장한 3.5조

LG CNS가 인공지능(AI)과 클라우드 사업의 가파른 성장세에 힘입어 사상 처음으로 연 매출 6조원 시대를 열었다. 금융과 제조 등 전통적 강세 분야의 디지털 전환(DX)을 넘어, 스스로 판단하고 행동하는 ‘에이전틱 AI’와 물리적 로봇을 결합한 ‘피지컬 AI’를 미래 먹거리로 낙점하며 차세대 시장 주도권 확보에 속도를 내고 있다.

27일 LG CNS는 실적 발표를 통해 2025년 연결 기준 매출 6조1295억원, 영업이익 5558억원을 기록했다고 밝혔다. 이는 전년 대비 각각 2.5%, 8.4% 증가한 수치다. 영업이익률 역시 9.1%로 상승하며 수익성 개선을 입증했다. 특히



LG CNS 본사 전경. /LG CNS

핵심 동력인 AI·클라우드 분야 매출이 전년보다 7.0% 성장한 3조5872억원을 달성하며 전체 실적을 견인했다.

LG CNS는 올해를 AI가 직접 의사 결정을 내리고 업무를 수행하는 ‘에이전틱 AI’ 사업의 원년으로 삼을 계획이

다. 이미 에이전틱 AI 풀스택 플랫폼인 ‘에이전틱웍스’를 통해 금융·제조 등 대외 고객사를 대거 확보했으며, 최근 한국은행과 협력해 국내 최초로 AI 기반 디지털화폐 자동결제 시스템 실증에 성공하는 등 가시적인 성과를 내고 있다.

또한 국가대표 AI 선발전인 ‘독자 AI 파운데이션 모델’ 프로젝트에도 LG AI연구원 컨소시엄의 일원으로 참여해 기술적 토대를 탄탄히 다지고 있다.

미래 성장 동력으로는 로봇 전환(RX)을 겨냥한 ‘피지컬 AI’가 꼽힌다. LG CNS는 로봇의 두뇌 역할을 하는 로봇 파운데이션 모델(RFM)을 활용해 산업 현장 데이터로 로봇의 동작을 정교화하고 있다. 현재 10여 개 고객사의 물류센터와 공장에서도 산업용 휴머노이드 로봇 투입을 위한 개념검증(PoC)을 진행 중이며, 향후 자체 로봇 통합 운영 플랫폼

과 고성능 하드웨어를 결합한 통합 서비스를 제공한다는 구상이다.

글로벌 시장 영토 확장도 가속화된다. LG CNS는 북미 지역 계열사 공장의 완전 자동화를 위한 로봇 도입 사업을 확대하는 한편, 인도네시아에서 국내 기업 최초로 AI 데이터센터 구축 사업을 수주했다. 아태지역을 중심으로 한 ‘K-뱅킹’ 시스템 수출 역시 올해 주요 글로벌 전략 과제로 추진된다.

현신균 LG CNS 사장은 최근 ‘피지컬 AI의 경쟁력은 하드웨어가 아닌 현장 이해력에 있다’며 실질적인 비즈니스 가치 창출을 강조한 바 있다. LG CNS는 올해 에이전틱 AI의 산업별 특화 에이전트를 추가 개발하고 글로벌 빅테크와의 파트너십을 강화해 글로벌 AX(AI 전환) 시장에서의 영향력을 공고히 할 방침이다.

/김서현 기자 seoh@

LG U+ 알뜰폰 플랫폼 ‘알닷’ 누적 가입 50만명 돌파

LG유플러스는 알뜰폰 통합 플랫폼 ‘알닷’의 누적 가입자 수가 50만명을 넘어섰다고 27일 밝혔다.

알닷은 LG유플러스 망을 사용하는 알뜰폰 사업자 25곳의 900여 개 요금제를 한 번에 비교하고, 비대면으로 개통할 수 있는 온라인 플랫폼이다.

플랫폼 이용자 수는 2025년 12월 기준 전년 동월 대비 266% 증가했다. 이에 LG유플러스는 지난해 11월 알닷을 전면 개편해 서비스 기능을 확대했다. 개편 이후 요금제 사용 내역과 할인 기간 조회, 요금 납부, 선불 요금제 유심·이심 개통 및 충전, 부가서비스 관리, 인터넷·IPTV 결합 상담 신청 등의 기능을 제공하고 있다.

/김서현 기자

넥슨, ‘메이플 키우기’ 설정오류 논란 사과

강대현·김정욱 공동대표, 공지 통해 “확률 오류에 안내 없이 패치 진행”

넥스코리아가 인기 방치형 역할수행 게임 RPG ‘메이플 키우기’의 확률 조작 논란에 대해 공식 사과했다. 확률형 요소 오류를 인지하고도 이용자 안내 없이 수정 패치를 진행한 사실이 드러나, 이용자 신뢰 훼손 논란이 확산되는 모습이다.

27일 넥스코리아에 따르면 강대현·김정욱 공동대표는 지난 26일 모바일 게임 메이플 키우기 공식 홈페이지 공지를 통해 “이용자분들께 큰 실망을 끼쳐 드리게 된 점 진심으로 사과드린다”고 밝혔다.

공동대표는 공지를 통해 “지난해 11월 6일부터 12월 2일까지 약 한 달간 어빌리티 옵션의 최대 수치가 안내된 확률대로 등장하지 않았다”며 “담당 부서에서 12월 2일 해당 문제를 발견한 뒤 이

용자 안내 없이 수정 패치를 진행했다”고 설명했다.

어빌리티 옵션은 게임 내 캐릭터에 추가 능력치를 부여하는 요소로, 유료 재화인 ‘명예의 훈장’을 소모해 무작위로 변경할 수 있다. 이용자들에 따르면 게임 출시 이후 약 한 달간 능력치를 반복적으로 재설정해도 설정 가능한 최대 수치가 등장하지 않았으며, 이를 고객센터에 문의한 뒤에도 별도 안내나 보상 없이 패치가 이뤄졌다는 지적이 이어졌다.

논란이 확산되자 넥슨은 같은 날 저녁 추가 공지와 사과문을 통해 오류 발생 경위와 보상안을 공개했다. 넥슨에 따르면 게임 코드 내 계산식에서 최대 수치 등장 확률이 ‘이하’로 설정돼야 했으나 ‘미만’으로 잘못 설정되면서 정상적으로 작동하지 않았던 것으로 확인됐다.

운영진은 문제 발생 기간 동안 어빌



넥슨 ‘메이플 키우기’대표 이미지. /넥슨

리티 재설정을 위해 재화를 소모한 이용자에게 사용한 ‘명예의 훈장’을 100% 환급하고, 유료 구매에 사용한 재화의 200%를 보상하기로 했다. 아울러 전체 이용자에게도 사과의 의미를 담아 게임 아이템을 지급하겠다고 밝혔다.

‘메이플 키우기’는 앞서 캐릭터의 ‘공격 속도’ 수치가 일정 수준을 넘기면 추가로 수치를 올려도 효과가 발생하지 않는 구조가 드러나며 또 다른 논란에 휩싸인 바 있다. 이에 대해 넥슨은 “기기 발열과 끊김 현상을 줄이기 위해 1초당 공격 모션의 최대 프레임을 설정한 것”이라고 해명했다.

/최빛나 기자

LG헬로비전 오리지널 콘텐츠 ‘꽃보다 미소’ 공개

LG헬로비전은 27일 새해 첫 오리지널 콘텐츠로 중장년층 엄마들의 치아 건강과 삶을 조명한 프로그램 ‘꽃보다 미소(부제: 엄마, 이젠 웃어요)’를 첫 방송한다.

‘꽃보다 미소’는 주 1회, 회당 60분씩 총 10부작으로 편성됐다. 더라이프와 더라이프2, LG헬로비전 지역채널을 통해 방송되며 LG헬로비전 공식 유튜브 채널 ‘헬로라이프’에서도 공개된다.

이 프로그램은 평생 가족을 위해 헌신해 온 중장년층 엄마들이 치아 건강 회복을 계기로 자존감과 일상을 되찾는 과정을 담는다. 치료 중심의 의료 프로그램을 넘어 가족과의 관계, 삶의 변화 과정을 함께 조명하는 점이 특징이다.

프로그램은 가족이 직접 엄마의 사연을 신청하는 방식으로 진행된다. 선정된 사연의 주인공을 출연진이 직접 찾아가 전문의 진단을 바탕으로 맞춤형 치과 치료를 제공하고, 이후 엄마의 일상 변화를 따라간다.

진행은 3MC 체제로 구성됐다. 가수 장민호가 사연을 듣고 공감을 전하는 역할을 맡고, 셰프 조서형은 사연자를 직접 찾아가 요리를 통해 소통한다. 치과 전문의 장혁진은 출연자의 치아 상태를 진단하고 치료 과정을 담당한다.

프로그램은 치료 이후 자신감을 회복한 엄마가 평소 해보고 싶었던 일에 도전하는 모습도 함께 담는다. 엄마의 변화 과정과 가족, 출연진이 함께 만들어 가는 이야기가 주요 내용이다.

/김서현 기자