

# “검색 넘어 실행까지 연결되는 ‘AI 통합 에이전트’ 서비스”

## 네이버 데이터·콘텐츠전략 발표

독자 콘텐츠 기반 AI 경쟁력 강화  
내달 신규 버전 스마트렌즈 공개  
“5년간 1조 규모 기술외적 시도”

네이버가 인공지능(AI) 시대 핵심 경쟁력을 ‘데이터·콘텐츠·서비스 경험’으로 규정하며 창작자 생태계 확대와 AI 검색 고도화에 속도를 낸다.

네이버는 28일 서울 중구 더플라자호텔에서 ‘AI 시대 네이버의 데이터·콘텐츠 전략’을 주제로 미디어 라운드 테이블을 열고 AI 검색 경쟁력 강화와 창작자 생태계 확대 전략을 공개했다.

이날 행사에는 김광현 네이버 최고 데이터·콘텐츠책임자(CDO), 이일구 네이버 콘텐츠 서비스 부부장, 김상범 네이버 검색플랫폼 부부장이 참석했다.

네이버는 생성형 AI 경쟁이 단순 모델 성능 경쟁을 넘어 데이터 품질과 서비스 경험 경쟁으로 이동하고 있다고 진단하며, 독자 콘텐츠 생태계를 기반으로 AI 경쟁력을 강화하겠다는 방향을 제시했다.



28일 진행된 ‘미디어 라운드 테이블’ 현장에서 발표하는 네이버 김광현 CDO /네이버

### ◆“AI 핵심은 데이터와 서비스”...5년간 1조 투자

김광현 CDO는 “AI 플랫폼 경쟁의 중심이 모델 자체에서 데이터 품질과 서비스 경쟁력으로 이동하고 있다”며 “창작자 생태계와 외부 파트너십을 통해 실행형 에이전트 기반이 되는 양질의 데이터를 축적하고, 이를 AI와 연결해 차별화된 사용자 경험을 만들겠다”고 밝혔다.

이어 “네이버가 25년 이상 구축한 독자 콘텐츠 생태계는 무엇보다도 비할 수 없는 핵심 자산”이라며 “좋은 콘텐츠와 창작자

를 발굴하기 위한 기술 외적 시도를 향후 5년간 1조 원 규모로 확대할 계획”이라고 말했다.

네이버는 AI 시대 핵심 콘텐츠 자산으로 사용자 제작 콘텐츠 UGC를 강조했다. 블로그·카페· 지식인·프리미엄 콘텐츠 등 플랫폼 전반에서 활동하는 창작자와 함께 AI 생태계를 구축하겠다는 전략이다.

이를 위해 신규 펠로우십 프로그램 네이버 메이트’를 도입한다. 네이버는 전문성과 다양성을 갖춘 우수 창작자 약 3000명을 AI 브리핑 인용수 등을 기준으로 매

달 공개할 예정이다.

네이버 메이트는 오는 6월 블로그·카페· 지식인·프리미엄 콘텐츠 창작자를 대상으로 먼저 시작하며, 하반기에는 클럽 창작자까지 확대할 계획이다.

이일구 부부장은 “AI 시대에도 실제 경험과 인사이트가 담긴 UGC는 AI 다양성과 전문성을 높이는 핵심 자산”이라며 “좋은 창작자와 콘텐츠에 대한 사용자 공감대를 확대하는 서비스 실험을 지속하겠다”고 말했다.

### ◆AI 검색 넘어 ‘실행형 AI’로...스마트렌즈도 고도화

네이버는 검색을 넘어 실제 행동과 실행까지 연결되는 ‘AI 통합 에이전트’ 구현도 핵심 목표로 제시했다.

김상범 부부장은 서비스 시나리오에 최적화된 프로젝트 네이버트 LLM과 100억 건 규모 데이터, API 툴, 안정적 서비스 운영 역량 등을 네이버 AI 경쟁력의 핵심 자산으로 꼽았다.

그는 “검색 생태계를 자체 기술로 구축하고 운영해온 경험 자체가 네이버만의 강점”이라며 “차세대 하이퍼클로바X 모델도 조만간 적용될 예정”이라고 설명했다.

네이버는 현재 AI 검색 서비스 고도화에도 속도를 내고 있다. 지난 3월 출시한 ‘AI 브리핑’은 월 사용자 3000만 명 규모 핵심 검색 서비스로 자리 잡았고, 지난 4월 베타 출시한 ‘AI 탭’ 역시 한 달 만에 누적 사용자 300만 명을 돌파했다.

특히 AI 탭은 대화형 검색 기반으로 심화 탐색과 서비스 실행 기능을 결합한 형태로, 네이버는 이를 통해 검색 중심 플랫폼에서 실행형 AI 플랫폼으로 진화하겠다는 구상이다.

네이버는 오는 6월 말 신규 버전 스마트렌즈도 공개한다. 카메라 기반 검색 서비스인 스마트렌즈는 촬영만으로 정보를 탐색하고 실행까지 연결하는 방식으로 AI 브리핑·AI 탭과 연계성을 강화할 예정이다.

김 부부장은 “6월 AI 탭 정식 출시 이후 모든 네이버 사용자가 모바일과 PC에서 대화형 검색을 활용할 수 있게 된다”며 “한국 사용자의 일상과 맥락을 가장 잘 이해하는 플랫폼으로서 검색을 넘어 실제 실행까지 연결되는 에이전트 AI 서비스를 구현하겠다”고 말했다.

/최빛나 기자  
vitna@metroseoul.co.kr



# LG U+, 요금제 개편 추진... 데이터 사용 등 ‘고객체감’ 방점

## ‘심플리 2.0’ 발표... 혜택 등 재설계 “어떤 요금제라도 끊임없이 데이터 사용”

LG유플러스가 통신 요금제 개편에 나선다. 현재의 복잡한 체계를 간소화하고 상품명도 직관적으로 바꾼다. LG유플러스는 28일 이같은 내용의 ‘심플리 2.0’ 전략을 온라인 기자간담회를 통해 밝혔다.

LG유플러스는 고객 의견 약 1만 건을 분석해 요금·혜택·가입 과정을 전반적으로 재설계했다. 먼저 요금제를 기존 53종에서 18종으로 줄였다. 5G·LTE 통신망을 통합적으로 사용하며, 특징에 따라 플러스 플랜과 데이터 플랜으로 구분했다. 두가지 모두 데이터를 소진하더라도 데이터 안심옵션(QoS)을 통해 망과 연결되는 게 특징이다. 가입자들은 기본 데이터와 이후 제공하는 속도 기준만 보고 요금제를 선택하면 된다.

데이터 플랜 14종은 300MB 요금제(2만



LG유플러스의 강진욱 모바일·디지털사업그룹장(왼쪽)과 장준영 마케팅그룹장이 28일 열린 온라인 기자간담회에서 질문에 답하고 있다. /LG유플러스

8000원)부터 무제한(8만5000원)까지 세분화했다. QoS 옵션은 400Kbps부터 5Mbps까지 총 3가지다.

연령별 혜택도 별도 신청 없이 자동으로 적용된다. 예를 들어 만 13세가 되는 고객은 생일 그 다음달 첫날에 키즈에서 청소년 혜택을 받게 된다. 만 65세 이상 시

니어 고객 혜택도 강화한다. 추가 요금 없이 음성·문자를 무제한 제공한다.

모바일과 인터넷 상품을 패키지로 하나로 구성한 올인원 요금제 ‘플러스 플랜’ 4종도 선보인다. 데이터 무제한에 티빙, 넷플릭스, 디즈니, 유튜브 프리미엄 등 OTT와 함께 인터넷을 기본 제공한다. 요금제는

OTT 구성에 따라 월 9만5000원부터 시작한다.

해외 로밍도 간편해진다. 익시오 로밍 앱을 통해 해외 170여개국에서 5G 망으로 무제한 통화할 수 있다.

올해 3분기에는 ‘심플리 3.0’을 공개한다. 이날 장준영 마케팅그룹장(상무)은 “3.0에서는 익시오 중심의 마케팅을 고민하고 있고, 나아가서는 제휴 파트너와 생태계를 확장할 계획”이라고 말했다. 앞서 “심플리 1.0에서 유플러스 통합 앱을 통해 디지털 경험에 집중했다면 2.0에서는 고객 입장에서 통신 본질에 해당하는 요금의 단순화를 완성한 단계”라고도 했다.

강진욱 모바일·디지털사업그룹장(상무)은 “고객 체감 요소는 어떤 요금제를 사용하더라도 끊임없이 데이터를 사용할 수 있다는 것”이라며 “이번 개편으로 유튜브나 카카오톡의 무제한 사용 시대를 열었다고 생각한다”고 했다. /조민선 기자 msjo@



SK텔레콤 임직원들이 AI 에이전트 서비스 ‘에이닷 비즈 코워크’ 베타 버전을 사용하고 있다. /SK텔레콤

## SKT, 업무 AX 가속화

사내 ‘에이닷 비즈 코워크’ 적용

SK텔레콤이 사내 인공지능전환(AI) 혁신에 나선다.

SK텔레콤은 AI 에이전트 서비스 ‘에이닷 비즈 코워크’ 베타 버전을 사내 업무에 적용한다고 28일 밝혔다.

에이닷 비즈 코워크는 임직원의 업무 방식을 AI가 학습해 업무 루틴을 자동화한다. 스스로 실행 계획을 세우고 코드 작성과 결과 검증을 수행한다. 법무 담당자가 계약서 검토 기준을 학습시키면 이후 AI가 동일한 기준으로 검토 결과를 정리해주는 식이다. 복수의 서류를 AI가 읽고 필요한 조건을 추출해 비교표로 만들기도 한다. 사내에서 활용하는 아웃룩, 팀즈 등도 연동되고 향후 범위를 넓힐 계획이다.

전사 AX 관리 플랫폼 ‘AXMS’도 1.5 버전으로 업데이트 했다. 전사 AX 과제를 통합된 대시보드에서 관리하고 과제 등록 및 관리 등이 주요 기능이다. 업데이트를 통해 SK텔레콤은 AX 과제 등록·관리 체계를 강화하고, 구성원이 아이디어를 실제 과제로 발전시켜 실행할 수 있도록 지원 기능도 확대했다.

SK텔레콤 윤현상 에이닷기획담당은 “구성원이 자신의 직무에 맞춰 다수의 AI 에이전트를 직접 구현하고 활용할 수 있는 환경을 만들어 일하는 방식을 혁신해 가겠다”고 말했다. /조민선 기자

## NHN 한게임 포커 콘텐츠 확대

신규모드 ‘러시홀덤’ 추가

NHN이 모바일 한게임 포커에 빠른 진행 방식의 신규 모드 ‘러시홀덤’을 추가하며 이용자 경쟁 콘텐츠 강화에 나섰다.

NHN은 모바일 웹보드 게임 한게임 포커에 신규 모드 ‘러시홀덤’을 출시했다고 28일 밝혔다.

러시홀덤은 기본 홀덤 규칙에 속도감 있는 플레이를 결합한 신규 콘텐츠다. 한 테이블당 최대 6명이 참여하며 이용자는 자신의 순서가 아니더라도 다이 기권 이후 즉시 새로운 게임에 참여할 수 있다. 다른 이용자의 배팅을 기다리지 않고 연속 플레이가 가능하다. /최빛나 기자

## NC AI 컨소시엄, 피지컬 AI 국책과제 수행

현대로템 협력... ‘월드 모델’ 총괄

NC AI가 현대로템과 손잡고 국방과학연구소의 피지컬 AI 국책과제 참여를 통해 방산 AI·로봇 시장 공략에 본격 나선다.

NC AI는 현대로템과 컨소시엄을 구성해 국방과학연구소가 발주한 ‘피지컬 AI 기반 통합 시뮬레이터 및 모듈형 로봇 시스템’ 연구개발 과제의 최종 사업자로 선정됐다고 28일 밝혔다.

이번 사업은 미래 전장 환경에서 유무인 복합 무기체계 효율성을 높이기 위해 다종·다중 무인 로봇을 통합 제어하고, 디지털트윈 기반 시뮬레이터와 모듈형 로봇 시스템을 구축하는 대형 국책 프로젝트다.

NC AI는 이번 사업에서 로봇 파운데이션 모델(RFM) 구현의 핵심 기술인 ‘월드 모델’ 개발을 총괄한다.

월드모델은 로봇이 현실 세계 물리 법칙과 환경 변화를 반영해 다양한 상황을 시뮬레이션하고 학습 데이터를 생성하는 피지컬 AI 핵심 기술이다. 특히 가상 환경에서 학습한 로봇이 실제 환경에서 발생하는 변수로 오작동하는 ‘시뮬레이션-현실 격차’를 줄이는 기술로 주목받고 있다.

NC AI는 자사가 보유한 3차원 가상 세계 구축 기술과 3D 생성형 AI 기술을 결합해 국방 지형과 전장 상황을 구현하고, 로봇 학습용 대규모 합성 데이터 생성과 인프라인까지 구축할 계획이다.

업계에서는 이번 과제를 두고 글로벌 빅테크 중심으로 형성됐던 피지컬 AI·월드모델 분야에서 국내 기술 경쟁력을 인정받은 사례라는 평가도 나온다.

앞서 NC AI는 지난 3월 글로벌 최고 수준 모델 대비 약 25% 수준의 GPU 자원만으로 유사 성능을 구현한 월드 파운데이션 모델(WFM) 기술을 공개한 바 있다. 기존 방식이 대규모 영상 생성 후 이를 다시 추론하는 구조였다면, NC AI는 잠재공간 정보에서 로봇 행동을 직접 도출하는 경량화 구조를 적용했다.

NC AI는 이번 사업을 계기로 범용 AI를 넘어 산업특화 AI 기업으로서 입지를 강화한다는 전략이다. 특히 병력 감소와 안보 환경 변화 속에서 유무인 복합 전투체계 중요성이 커지는 만큼 국방 AI 전환 시장 공략에도 속도를 낼 방침이다. /최빛나 기자