

‘AI 검색’ 삼국시대… 핵심 요약하고 정확한 답변 제공한다

네이버, ‘AI 탭·AI 브리핑’ 선포 검색 점유율 66% 수준으로 상승 구글, ‘AI 오버뷰’ 국내시장 공략 핵심내용 제공 뒤 관련 출처 제시 다음, ‘AI 요약 서비스’ 베타 공개 업스테이지 LLM ‘솔라’ 활용



네이버, 구글, 다음이 AI 검색 서비스를 확대하며 국내 검색시장이 ‘답변 경쟁’ 시대로 접어들었다. /AI가 만든 이미지

국내 검색시장이 생성형 인공지능(AI)을 앞세운 ‘답변 경쟁’ 시대로 접어들었다. 네이버가 AI 브리핑과 AI 탭으로 검색 혁신에 나선 데 이어 구글은 AI 오버뷰를 확대했고, 다음도 AI 요약 서비스를 출시하면서 국내 AI 검색 경쟁이 본격화하는 모습이다. 검색 결과를 단순히 나열하는 시대를 넘어 AI가 이용자의 질문을 이해하고 직접 답을 제시하는 방식이 새로운 표준으로 자리 잡는 추세다. 7일 정보기술(IT) 업계에 따르면 네이버와 구글, 다음은 최근 잇달아 AI 기반 검색 서비스를 확대하며 이용자 확보 경

쟁에 돌입했다. 세 서비스 모두 검색 결과 최상단에서 AI가 핵심 내용을 먼저 요약해 제공하고, 필요하면 원문으로 연결하는 구조를 채택했다. 검색의 기준이 ‘많은 링크’에서 ‘정확한 답변’으로 바뀌고 있다는 분석이다. ◆네이버 AI 탭 앞세워 점유율 반등… 구글은 AI 오버뷰 확대 가장 적극적인 곳은 네이버다.

네이버는 지난달 대화형 검색 서비스인 AI 탭을 전체 이용자에게 공개한 데 이어 AI 브리핑 적용 범위도 확대하고 있다. AI 탭은 이용자의 질문 의도를 먼저 파악한 뒤 후속 질문까지 이어갈 수 있는 대화형 검색 서비스다. AI 브리핑은 통합검색에서 여러 출처를 종합해 핵심 내용을 요약하고 쇼핑·플레이스·콘텐츠 등 네이버 서비스와 연결하는 역할을 맡는다.

실제 성과도 나타나고 있다. 모바일인덱스 기준 네이버 검색 점유율은 AI 검색 서비스 확대 이후 약 66% 수준까지 상승하며 생성형 AI 확산으로 검색이 위축될 것이라는 우려와 달리 오히려 점유율을 높이고 있다. 구글 역시 AI 오버뷰를 중심으로 AI 검색을 확대하고 있다. 이용자가 질문하면 여러 웹페이지를 종합해 핵심 내용을 먼저 제공한 뒤 관련 출처를 함께 제시하는 방식이다. 글로벌 시장에서 축적한 생성형 AI 기술력을 앞세워 국내 검색시장 공략도 강화하고 있다. ◆다음도 AI 요약 출시…포털 검색 경쟁 재점화 카카오의 포털 다음도 반격에 나섰다. 다음은 지난 1일부터 AI 요약 서비스를 베타 형태로 선보였다. 이용자가 검색하면 AI가 핵심 내용을 먼저 정리해 보여주고, 근거가 되는 검색 결과를 함께 제공한다. 정보가 변경되면 AI가 내용을 자동으로 갱신하는 기능도 적용했다. 서비스에는 업스테이지의 대규모언어모델(LLM)

‘솔라’가 활용됐다. 업계에서는 다음의 AI 요약 출시로 국내 주요 검색 플랫폼 모두 AI 답변 서비스를 갖추게 되면서 검색 경쟁이 새로운 국면에 접어들었다고 보고 있다. 한 업계 관계자는 “검색의 경쟁력이 웹 페이지를 얼마나 많이 보여주느냐에서 얼마나 빠르고 신뢰도 높은 답변을 제공하느냐로 바뀌고 있다”며 “AI 검색은 앞으로 광고와 쇼핑, 지도, 예약 등 플랫폼 전체 생태계와 연결되는 핵심 서비스가 될 것”이라고 말했다. 업계에서는 하반기 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망한다. 네이버는 이달부터 AI 브리핑 광고를 도입하고 연말까지 AI 브리핑 적용 범위를 전체 검색의 약 40%까지 확대할 계획이다. 구글 역시 AI 오버뷰 적용을 넓히고 있으며, 다음도 AI 검색 고도화를 예고하면서 국내 검색시장은 본격적인 ‘AI 검색 삼국지’에 돌입했다는 평가가 나온다. /최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr metro

휴대폰 안면인증 시행… 상권따라 체감 달라

6개월간의 계도 기간에 ‘익숙’ 20~40대, 안면인식 노하우 전수 50대 이상, 대기 시간 길어질 때도



〈메트로경제신문〉 기자가 7일 여의도 인근 휴대폰 매장에서 안면 인식을 진행하고 있다. /조민선 기자

지난 6일부터 전국 통신 직영·대리점에서 정부가 휴대폰 개통 방지 등을 위해 추진하는 휴대폰 안면인증 제도를 동시에 시작했다. 국내 신규가입·번호이동 등 고객을 대상으로 얼굴 인식을 통한 본인 확인 절차를 추가한 제도다. 현장 일선에서 고객을 맞는 직원들의 체감 차이는 상권마다 차이가 있었다. 7일 기자는 서울 여의도와 용산의 통신 3사 매장을 차례로 찾았다. 약 6개월간의 계도 기간을 거친 탓에 제도 시행을 알리는 홍보물이 모두 부착된 상태는 아니었다. 직원들도 이미 개통 절차의 일부처럼 익숙하게 받아들인 분위기였다. SK텔레콤에서 근무하는 한 직원은 “지난해 계도 기간부터 계속 안면 인식 운영을 했다”며 “처음에는 고객들에게 필수적으로 거쳐야 하는 과정이라 설명하니 ‘그럼 오늘까지 꼭 개통을 해야겠네요’라며 극단적인 반응을 보이기도 했지만 이후에는 안면 인식을 거부하면서 진행이 안된 경우는 한 번도 없었다”고 말했다.

인증 과정은 간단했다. 먼저 신분증(주민등록증) 진위 확인을 위해 전산 프로세스를 통해 스캔을 진행한다. 이후 고객 본인의 휴대폰으로 매장에서 제시하는 QR코드에 접속해 신분증 실물을 다시 한번 촬영한다. 고객의 얼굴 인식은 과정에서 이뤄진다. 직접 휴대폰을 들고 음성 안내에 따라 고개를 좌우로 돌리거나 카메라 정면을 쳐다보는 등 인증을 거치면 끝이다. 실제로 기자가 각 매장에서 안면 인식을 진행했는데 결과는 각각 달랐다. 금융·방송 상권이 밀집한 여의도는 20~40대 직장인들이 주요 고객층이다. LG유플러스 매장 직원은 “다양한 직군이 밀집한 만

큼 연령이나 모자를 쓴 경우에는 단번에 안면 인식이 안되는 경우도 있다”고 했다. 카메라 위치를 위로 올리거나, 고개를 좌우로 조금씩 움직이는 등 노하우가 쏟아졌다. 50대 이상의 어르신인 많은 용산 상권은 사정이 조금 달랐다. 아파트 상가 인근 KT 대리점에서 근무하는 직원은 “휴대폰으로 셀프 카메라를 찍는 게 익숙하지 않은 어르신들은 제가 직접 휴대폰을 들고 촬영 해드리기도 한다”며 “대기 시간이 길어져서 고객이 안제 되냐고 물어볼 때는 조마조마할 때가 있다”고 털어놨다. 다만 모바일 신분증 등 대체인증 수단을 보유한 고객들이 많아 크게 어려움을 느끼지 않는다는 설명도 있었다. 한편 이번 제도는 정부가 개인정보 유출 증가 및 위·변조 기술 발전에 따른 국민 피해를 최소화 하기 위해 신원 확인을 강화하는 차원에서 추진됐다. 개인정보보호위원회 등의 권고를 반영해 모바일 신분증과 당일 발급한 주민등록초본을 대체 수단으로 제공하고 있다. 다만, 이같은 수단이 없더라도 안면 인증 실패 시 당분간 상황 기록 등을 하며 개통을 허용하기로 했다. /조민선 기자 msjo@

네이버-KAI, 국방 특화 ‘소버린 AI’ 개발

KAI 국방 안보 분야 기술자립 목표



팀네이버와 KAI가 ‘항공우주·방산 AI분야 협력’을 위한 전략적 업무협약을 체결했다. (왼쪽부터) 최수연 네이버 대표, 김종출 KAI 대표이사 사장, 김유원 네이버클라우드 대표. /네이버

네이버와 네이버클라우드, 한국항공우주산업(KAI)이 국내 독자 기술을 기반으로 방산 특화 인공지능(AI) 모델과 피지컬 AI 기반 미래 전투체계 플랫폼을 공동 개발한다. 네이버, 네이버클라우드, KAI는 6일 경남 사천 KAI 본사에서 최수연 네이버 대표, 김유원 네이버클라우드 대표, 김종출 KAI 대표이사 사장 등이 참석한 가운데 이 같은 내용을 담은 업무협약(MOU)을 체결했다고 7일 밝혔다. 이번 협약은 국내 대표 AI 기업인 팀네이버와 국내 대표 항공우주방산 기업인 KAI가 국방 안보 분야의 기술 자립을 목표로 협력에 나섰다. 이번 협력이 의미 있다. 양측은 외산 기술 의존도를 낮추고 국내 국방 환경에 최적화된 ‘소버린 AI’를 구현해 안보 리스크를 최소화하는 한편 국방 기술 주권 확보에 기여한다는 계획이다. 양사는 우선 방산 분야에 특화된 AI 파운데이션 모델을 공동 개발한다. 이를 기반으로 정부 연구개발(R&D) 과제와 불

록펀딩 사업에도 공동 참여해 차세대 방산 피지컬 AI 핵심 기술을 확보하고 후속 사업까지 연계할 방침이다. 이번 협력은 KAI가 개발 중인 차세대 공중전투체계(NACS)와도 연계된다. 유·무인 전투기와 위성이 초연결되는 미래 전장 환경에서 무인기 플랫폼과 AI 파일럿 등 피지컬 AI 기술 개발을 가속화하고, 유·무인복합체계(MUM-T) 등 미래 항공우주 플랫폼의 자율화 수준도 높일 계획이다. 아울러 방산·항공 분야 협력사와 AI 협력 체계를 확대해 국내 AI 생태계와 산업 경쟁력 강화에도 힘을 모은다. /최빛나 기자

NHN, ‘AI 에이전트’ 활용 사례 공유

임직원 대상 ‘에이전트 데이’ 열어 AI 에이전트 중심 업무 문화 정착

이’를 개최했다고 7일 밝혔다. 행사에는 약 600명의 임직원이 참석했다. 에이전트 데이는 구성원들이 업무와 사업 현장에 적용한 AI 에이전트 활용 사례와 성과를 공유하는 행사다. AI 활용 경험을 조직 전반으로 확산하고 AI 에이전트 중심의 업무 문화를 정착시키기 위해 마련했다. 행사는 발표 세션과 데모 부스, AI 튜토리얼존으로 구성됐다. 발표 세션에서는 각 법인의 AI 프로젝트가 소개됐다. 김윤희 NHN 게임컨버전스랩 이사는

자연어 기반 데이터 분석 사례를 발표하며 “워리를 몰라도 자연어 한 줄만으로 기존 3~4일 걸리던 데이터 분석을 30분 수준으로 단축할 수 있게 됐다”면서도 “환각 현상 등 AI의 한계를 고려해 사람이 개입해야 하는 기준을 명확히 해야 한다”고 말했다. 조영일 NHN클라우드 AI개발센터장은 AI를 활용한 보안 취약점 자동 점검 체계를 소개하고 사내 공용 보안 취약점 점검 서비스 데모 버전을 처음 공개했다. 이 서비스는 AI 토큰 사용을 최소화해 효율성을 높인 것이 특징으로 NHN클라우드에서 우선 적용한 뒤 그룹사 전체로 확대할 계획이다. /최빛나 기자

SKT, 한정판 ‘포켓몬 잉어킹’ 카드 배부

내달 31일까지 실시… 온라인 예약제

자 본인 수령만 가능하며 방문 시 신분증을 반드시 지참해야 한다. 이와 함께 전국 배부처를 포켓몬 콘셉트로 재단장했다. 매장 특성에 따라 잉어킹과 가라도스 캐릭터로 외관을 꾸미고 이색 인증샷 배경을 제공한다. 키링·우양 산·손선풍기 등 포켓몬 경품 증정 이벤트도 연다. 특히 T팩토리에서는 전 고객을 대상으로 ‘포켓몬 미니 포레스트’ 공간을 선보인다. 피카츄 등 대표 캐릭터 조형물과 사진을 찍고 포켓몬 세계관을 만끽할 수 있도록 조성했다. 무료 짐 보관 서비스와 음료 제공 등 혜택도 있다. 기간은 내달 31일까지다. /조민선 기자

SK텔레콤이 7일부터 내달 31일까지 전국 매장에서 한정판 포켓몬 카드 배부인 포켓몬 잉어킹 프로모 카드 배부를 시작한다고 7일 밝혔다. 지금 대상은 지난 6월 포켓몬코리아가 진행한 챌린지 행사에서 1km 러닝 미션을 완수한 참가자에게 제공한다. 총 11만명 규모다. SK텔레콤은 전국 T월드 매장 또는 T팩토리에서 온라인 예약제를 통해 배부를 실시한다. 대상자들은 사전에 문자 안내로 받은 링크를 통해 수령지를 지정하고 방문 날짜를 예약하면 된다. 카드는 신청