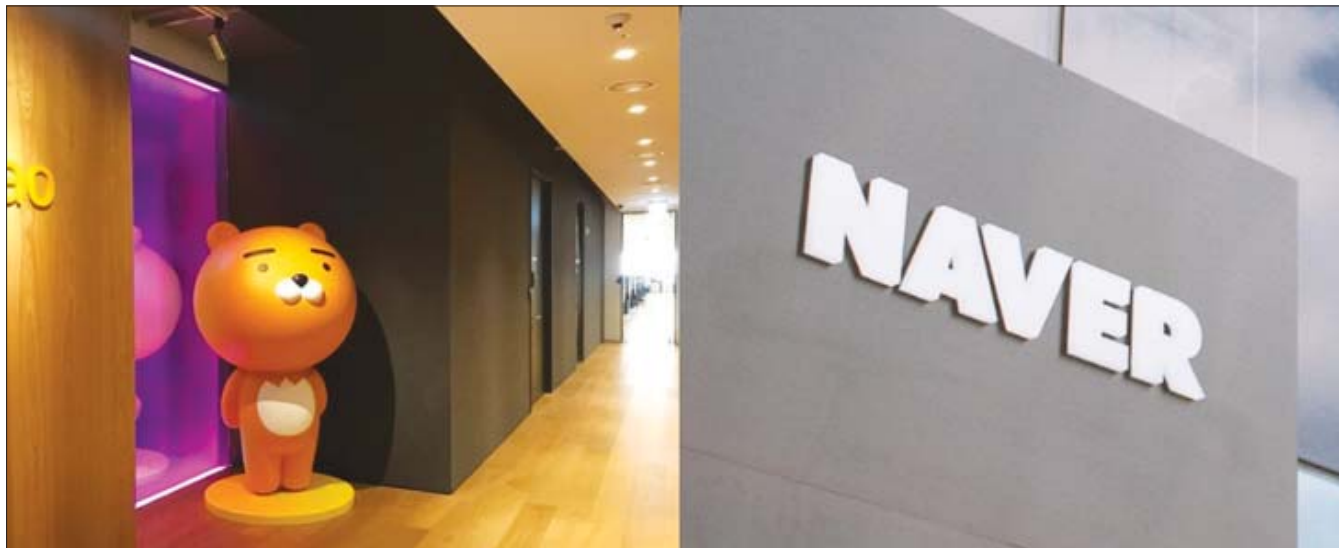


# 네카오, 자체 AI서 '투트랙'으로... 외부 LLM 본격 도입

〈네이버·카카오〉

〈거대언어모델〉

네이버, '하이퍼클로바X' 투트랙 행보  
카카오, AI 오케스트레이션 본격화  
'서비스 고도화', B2B·B2C 맞춤형 적용  
IT업계 "독자 AI 동력 약화" 지적



카카오와 네이버 사옥의 이미지. 2022년 챗GPT 공개 이후 불었던 거대언어모델(LLM) 개발 붐에서 자체 LLM 개발에 집중했던 네이버와 카카오가 자체 LLM과 함께 외부 LLM을 이식하는 전략으로 선회했다. /뉴시스

네이버와 카카오가 자사 인공지능(AI) 기술만을 사용하는 데서 타사 거대언어모델(LLM)을 함께 사용하는 방향으로 사업 전략을 수정했다. 기술 선도적인 외부 LLM을 이식함으로써 사업 또는 서비스 고도화에 속도를 내려는 것으로 분석된다.

10일 업계에 따르면 네이버와 카카오는 잇따라 자체 LLM만을 고집하던 기존 전략을 수정하고 필요에 따라 여러 LLM을 함께 사용하는 투트랙 전략을 구사하겠다고 밝혔다.

그동안 네이버는 '하이퍼클로바X', 카카오는 '카나나' 두 LLM을 자체적으로 각자 개발하고 있었다.

그러나 이 가운데 네이버는 지난 7일 네이버 4분기 실적발표 컨퍼런스콜을 통해 AI 전략을 수정했다고 밝히면서 최수연 네이버 대표의 'AI 행동 정상회의' 참석 일정에도 관심이 쏠리고 있다. AI 행동 정상회의에는 글로벌 AI 기업 수장들이 한 데 모이는 만큼, 관계자들과 만나 AI사업과 관련한 논의를 이어갈 수 있다는 것이다.

최수연 대표는 지난 컨퍼런스콜에서 "글로벌 빅테크 LLM 등 외부 다양한 LLM과 협업 가능성을 열어뒀다"면서 "아직 서비스 제공에 타사 LLM을 활용한 사례는 없지만 상대적으로 유연성을 갖고 외부 LLM 도입을 검토할 수 있다"고 밝혔다.

그러면서 "경쟁사들이 무제한적으로 AI 성능을 확장하는 반면, 하이퍼클로바X는 네이버 서비스에 최적화된 모델 능력과 속도를 효율적으로 구축하는 것이 목표"라고 덧붙였다.

IT 업계에서는 최 대표의 발언을 토대로 두 가지 가능성을 제시한다. 하이

퍼클로바X는 네이버가 최근 이어가는 네이버 서비스 간의 연계에 활용하고 외부 LLM은 서비스 내부에서 고도화하는 데에 활용되는 방안과, B2B 사업 등 폐쇄형 모델이 필요한 영역과 B2C 사업 등 빠른 변화 대처가 필요한 영역으로 나눠 활용할 것이라는 분석이다.

카카오는 지난 4일 샘 올트먼 오픈AI 대표와 함께 기자간담회를 열고 카나나에 오픈AI의 챗GPT를 이식할 예정이라고 소개했다.

정신아카카오 대표는 키노트 발표에서 "글로벌 기술 경쟁력을 보유한 오픈AI와 협력해 혁신적 고객경험을 제공

함으로써 AI 서비스의 대중화를 이끌겠다"고 제휴 배경을 설명했다.

카카오는 카카오톡, 카나나 등 카카오의 주요 서비스에 오픈AI의 최신 AI 기술 API를 활용하기로 했다. 아울러 'AI 네이티브 컴퍼니(AI native company)'로의 전환을 가속하기 위해 챗GPT 엔터프라이즈도 도입하기로 결정했다.

카나나는 일대일 대화뿐 아니라 그룹 대화에서도 맥락을 이해한 답변을 제시함으로써 이용자의 관계 형성 및 강화를 돕는 AI 에이전트 서비스다. 오픈AI의 기술로 이를 더욱 고도화하여 이용

자에게 최고 수준의 AI 경험을 제공하려는 것이다.

카카오는 일찌감치 외부 LLM을 활용하는 'AI 오케스트레이션' 전략을 세우고 이를 위한 준비를 진행했다. 지난해 하반기 카카오는 글로벌 빅테크 LLM을 활용하기 위한 전략을 세우는 AI 오케스트레이션 조직을 별도로 조직한 바 있다.

카카오의 AI 오케스트레이션 전략은 상대적으로 뒤쳐진 카카오의 AI 역량을 보완하기 위한 것으로 풀이된다. 카카오는 지난해 차일피일 출시를 미루던 자체 LLM '코GPT'를 내려놓고 아예 재시작을 선언했다.

정신아 대표도 "지금언어모델 싸움에서 사용자가 쓸 수 있는 의미있는 서비스로 넘어가는 게임이 됐다. 카카오는 우리 서비스에 접목할 수 있는 AI를 고민 중"이라고 밝혔다.

네이버와 카카오의 외부 LLM을 활용하는 투트랙 전략을 두고 일각에서는 우려의 목소리를 비추기도 한다. 한 IT업계 관계자는 "최근 AI 주권을 뜻하는 '소버린 AI'라는 개념이 떠오르고 있다"며 "외부 LLM 활용을 통한 투트랙 전략이 자체 LLM 개발에 대한 소홀함으로 이어지지 않길 바란다"고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 배민·쿠팡 '배달 전쟁'... 무료배달·구독으로 격차 좁힌다

쿠팡, '무료 배달' MAU 1000만 돌파  
배민,구독 락인 전략으로 방어전 돌입  
배민 '수수료 개편', 쿠팡이츠 '공세 지속'

배달 애플리케이션(앱) 시장이 배달의민족과 쿠팡이츠의 양강 체제로 굳어지는 가운데, 두 업체가 배달을 넘어 테이블오더와 구독 서비스 등 다양한 분야로 전선을 넓히며 경쟁을 가속화하고 있다.

10일 정보기술(IT) 업계에 따르면, 쿠팡이츠는 '무료 배달' 전략을 내세워 빠르게 시장 점유율을 확대하고 있다. 쿠팡이츠는 지난해 5월부터 쿠팡 와우 멤버십과 연계해 로켓배송 고객을 대상으로 주문 횟수나 금액, 거리 제한 없이 배달비를 무료로 제공했다.

그 결과 쿠팡이츠의 월간활성이용자



GPT로 생성한 '배달 앱 업계가 시장 주도권을 두고 치열한 경쟁을 벌이는 모습'을 담은 AI 이미지.

(MAU)는 지난 1월 기준 1000만명을 돌파했다. 아이지이에이웍스의 모바일인덱스에 따르면, 지난달 쿠팡이츠의 MAU는 1002만명으로, 직전 달(963만

명) 대비 39만명 증가했다.

같은 기간 배달의민족 MAU는 2261만명으로 직전 달보다 18만명 증가했지만, 쿠팡이츠의 성장 속도를 감안하면 업계 1위 자리도 안심할 수 없다는 평가가 나온다.

이에 배달의민족은 최근 구독 서비스 '배민클럽'을 전국으로 확대하며 이용자 락인(lock-in) 전략으로 점유율 방어에 나섰다.

지난 4일부터 전국으로 확대된 배민클럽은 월 3990원의 구독료를 내면 알뜰배달비 무료, 한집배달비 할인, 추가 거리 배달비 무료 등의 혜택을 제공한다.

프로모션 기간 동안 1990원에 이용 가능하지만, 지난해 8월 무료로 제공하던 배민클럽을 유료화한 이후 이용자가 이탈은 가속화되고 있다는 분석도 나

온다.

◆점유율 방어 위한 '수수료 개편·테이블오더' 경쟁

배달의민족은 업주들의 부담을 줄이기 위해 수수료 정책에도 변화를 주고 있다. 논란이 많았던 '울트라콜' 서비스를 종료하고, 오는 26일부터 '상생요금제'를 도입한다.

울트라콜은 월 8만8000원을 내면 업주가 원하는 특정 지역 고객들에게 자신의 가게를 노출해 주문을 받을 수 있도록 하는 정액제 광고 상품이다.

하지만 자본력이 있는 업체들이 다수의 깃발을 꽂아 독점하는 등의 문제가 발생하면서 정치권에서도 꾸준히 지적받아왔다. 이에 배민은 '상생요금제'를 도입해 업주들의 부담을 줄이겠다고 밝혔다 /이혜민 기자 hyem@



KT가 반려동물의 생애주기를 고려한 장례 서비스 '우리펫상조' 제휴상품을 출시했다.

KT

반려동물 '우리 펫상조'

전국 8개 장묘 시설, 장례 서비스 제공

KT는 반려동물 장례 서비스 '우리펫상조' 제휴상품을 출시했다고 10일 밝혔다.

우리펫상조는 펫 상조 전문회사인 '우리마인즈'와 제휴해 기존 펫보험의 보장 범위를 넘어 반려동물의 마지막 순간까지 보호자를 지원한다. 국내 최대 지점을 보유한 합법 반려동물 장례식장 '포포즈'를 포함한 전국 8개 장묘 시설을 통해 장례 서비스를 제공한다.

이번 서비스는 ▲우리펫상조 라이트(월 1만9800원/24개월) ▲우리펫상조 베이직(월 2만2000원/36개월) ▲우리펫상조 평생(월 2만2000원/36개월) 3종으로 구성된다. 보호자의 경제적 부담을 줄이기 위해 분할 납부 옵션을 도입했다. 개물림 사고 배상보험과 반려견 장례 미생물 검사 서비스(베이직 상품 한정)를 포함해 반려동물의 건강 관리까지 지원한다.

KT는 패스(PASS) 앱 내 '펫쿵' 메뉴와 KT의 '아껴드림' 서비스를 통해 간편하게 가입하고 이용할 수 있도록 했다. /구남영 기자 koogija\_tea@

## SK세븐모바일, AI 상담사 '티파니' 도입

부정가입 차단·민원 52% 감소

SK세븐모바일이 인공지능(AI) 상담사 '티파니'를 도입해 알뜰폰 부정가입을 효과적으로 차단, 관련 민원이 52% 감소했다. SK텔레콤의 알뜰폰 브랜드 'SK세븐모바일'이 업계 최초로 AI 상담사를 도입해 부정가입 방지 효과를 극대화했다고 10일 밝혔다.

최근 온라인 셀프 개통 증가로 알뜰폰 업계에서 부정 가입 문제가 증가함

에 따라, SK세븐모바일은 2023년부터 모든 신규 가입 고객을 대상으로 해피콜을 확대 시행했다.

초기에는 고객보호실 상담사 1명이 하루 30~50건의 해피콜을 수행했으나 2023년 5월 AI 상담사 '티파니'를 시범 도입 후 티파니가 하루 최대 1200콜의 해피콜을 처리하고 있다. 상담사 12명의 업무량을 대체한 것으로, 연간 약 6억원의 인건비 절감 효과를 거두고 있다. /이혜민 기자 hyem@

## 'NHN 클라우드 기술 인증 자격증' 선포

전문성·기술력 인증하는 민간 자격증

NHN클라우드가 'NHN 클라우드 기술 인증 자격증'을 출시했다고 10일 밝혔다. NHN 클라우드 자격증은 개인의 클라우드 및 NHN 클라우드에 대한 전문성과 기술력을 인증하는 자격증이다. 민간 자격에 등록되어 있어 공신력을 갖췄으며 취업 및 경력 개발에 실질적인 도움을 준다는 점이 특징이다. 시험 난이도에 따라 ▲NHN 클라우드 예

센셜(CES) ▲NHN 클라우드 아키텍트-어쏘시에이트(CAA) ▲NHN 클라우드 아키텍트-프로페셔널(CAP) 순으로 단계별 취득이 가능하다.

NHN 클라우드가 가장 먼저 공개한 NHN 클라우드 에센셜(CES)은 클라우드 및 NHN 클라우드에 대한 기본 지식 수준과 역량을 인증하는 자격증이다. 작년 12월 16일 첫 시험을 치렀다.

/김서현 기자 seoh@