

## "이제 에이전틱 AI 시대" 네이버, 올해 더 큰 변화 온다

입력 2026.01.06. 오후 3:24 수정 2026.01.07. 오전 4:20



네이버플러스스토어 MAU 추이/그래픽=김다나

올해 네이버(NAVER)가 전 서비스에 에이전틱 AI(인공지능)를 도입한다. 사용자 지시에 따르는 수동적인 AI 에이전트와 달리, 에이전틱 AI는 사용자를 위해 먼저 서비스를 제공하는 손 안의 비서다. 네이버는 올해 에이전틱 AI의 원년을 맞아 사용자가 효능감을 가장 크게 느낄 커머스를 시작으로 검색, 중계 등 다양한 서비스로 에이전틱 AI 도입을 넓혀나간다. 최종 '에이전트 N'도 선보인다.

6일 아이지이에이웍스 모바일인덱스에 따르면 네이버의 대표 쇼핑 앱(애플리케이션)인 네이버플러스스토어(이하 네플스)의 지난해 MAU(월간활성이용자수)는 3월 268만여 명에서 12월 630만여명으로 2.3배 늘었다. 지난해 3월 출시된 네플스는 2분기에 성장세가 주춤했으나 3분기 들어서는 매월 성장해 지난달 600만명을 넘어섰다.

네플스의 성장세는 최근 '탈팡(쿠팡 탈퇴)' 흐름에 연말 세일 여파가 영향을 미쳤다. 그러나 7월 이후 꾸준히 신규 고객이 더해지며 6개월 연속 성장한 데는 AI 큐레이션으로 인한 쇼핑의 편리함도 한몫 했다는 분석이다.

실제 네이버에 따르면 지난 3분기 네플스의 'AI 추천' 기능을 통해 유입된 쇼핑 거래액은 2분기보다 48% 증가했다. 지난해 11월 기준 네플스 앱의 'AI 쇼핑가이드'를 통한 구매전환율 역시 같은 기간 160% 이상 증가했다. 이에 네이버는 해당월부터 AI 쇼핑가이드가 적용되는 검색 키워드를 2배 이상 늘리고, AI 개인화 추천 비중을 80%로 확대했다.

네플스는 이에 더해 올해 1분기 중 에이전틱 AI를 선보인다. 지금까지는 검색한 아이템의 연관 상품이나 상품 정보를 AI가 정리해주는 형태였다면, 앞으로는 그간 검색 이력과 취향, 예산, 리뷰를 바탕으로 개인에게 먼저 상품을 추천해준다.

네이버 관계자는 "에이전틱 AI를 커머스에 더하기 위해 스케줄에 맞춰 개발을 고도화하고 있다"면서 "AI가 최종적으로 나의 취향을 파악해 알아서 주기적으로 상품을 추천해주는 기능 도입도 고려 중"이라고 밝혔다.

AI 취향 분석 기능은 사업자에게도 '에이전트 N포 비즈니스'라는 이름으로 제공된다. 내 스토어 고객층, 인기 품목 분석은 물론 동종업계와의 비교까지 가능하다.

올해 여름엔 검색에 별도의 AI 탭을 선보인다. 늦어도 8월께 선보일 예정이다. AI 브리핑에 익숙해진 이용자들은 최근 '추천 맛집' 등의 단순 검색어보다 서술 형태의 긴 문장을 입력해 검색한다. 이에 AI 브리핑이 전체 검색 쿼리에서 차지하는 비중도 20%를 돌파했다. 지난해 9월말 15%에서 5%포인트 늘었다.

하반기에는 AI에 XR 기술을 더해 '치치직'의 스트리머 방송과 '함께 보기' 기능을 더욱 몰입감 있게 바꾸는 방안도 추진한다. 경기 중 스트리머가 필요할 만한 영상을 AI가 알아서 보내는 방식으로 라이브 방송을 알차게 꾸미고, XR 디바이스를 더해 몰입감을 더한다.

네이버 관계자는 "올해는 에이전틱 AI의 원년"이라며 "지난해 '단 2025'에서 밝힌 일

정을 차질없이 진행하기 위해 서비스 개발에 주력하고 있다"고 말했다.



최수연 네이버 대표이사가 지난해 단25(DAN25) 컨퍼런스에서 발표를 하고 있다. (네이버 제공. 재판  
매 및 DB 금지) /사진=뉴스1

김소연 기자 (nicksy@mt.co.kr)

Copyright © 머니투데이. All rights reserved. 무단 전재 및 재배포, AI 학습 이용 금지.