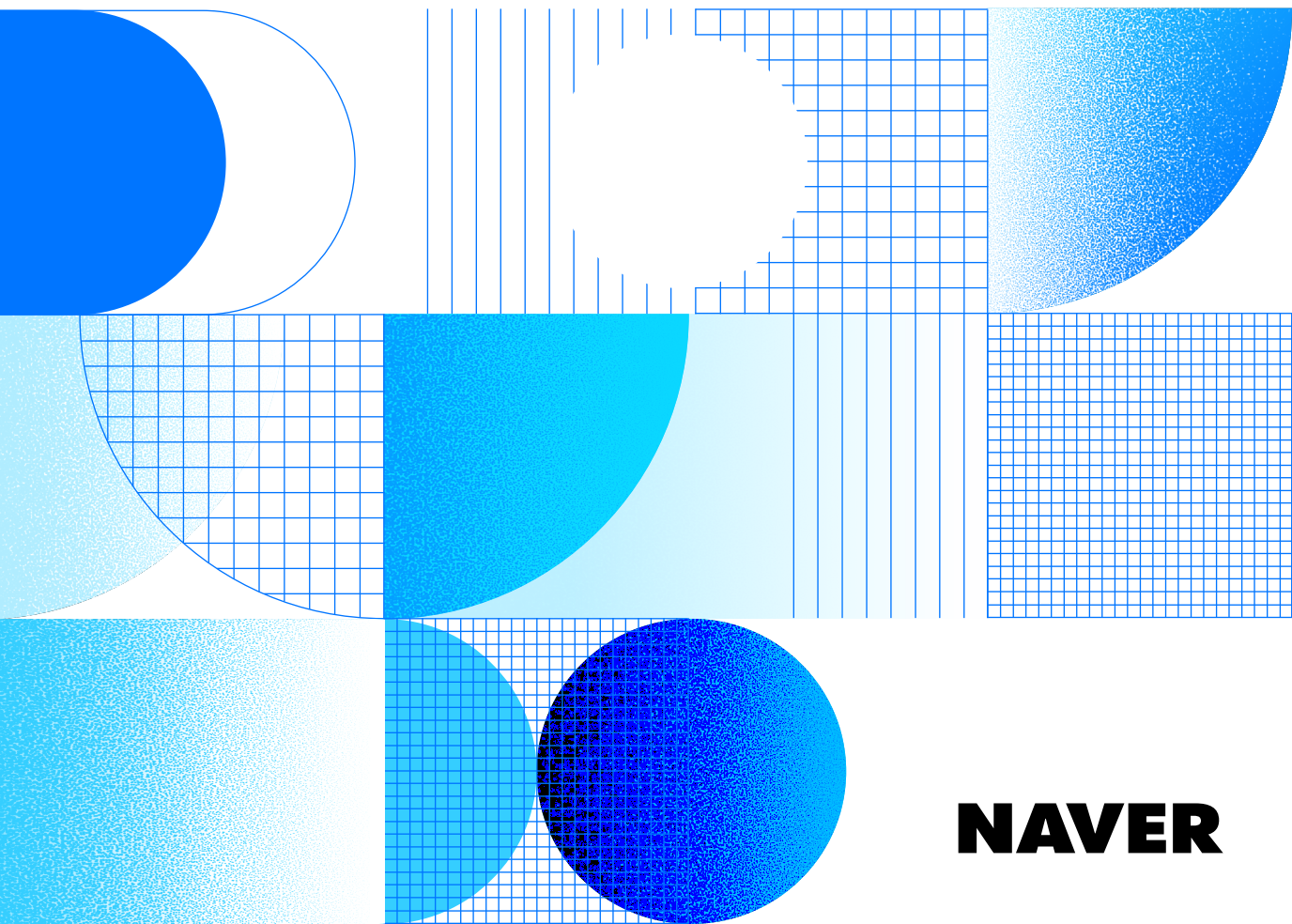
네이버 AI탭 서비스브리프

검색에서 행동까지: AI탭이 바꾸는 검색 경험

네이버 × 김경외(연세대학교) 연구진



NAVER

EXECUTIVE SUMMARY

AI 서비스가 확산되면서 이용자가 검색에 기대하는 바가 달라지고 있습니다. 지금까지 검색이 관련된 문서와 정보를 모아 보여주면 그중 필요한 것을 가려내 종합하는 역할은 이용자에게 있었습니다. AI가 검색에 결합되며 이 역할이 옮겨가고 있습니다. 이제는 검색이 이용자의 의도와 맥락을 파악하고 여러 문서에 흩어져 있던 내용을 모아 하나의 답변으로 정리해 제시하는 방식으로 바뀌고 있습니다.

네이버는 오랜 기간 축적해온 검색 자산 위에 생성형 AI 기술을 결합한 AI탭을 선보였습니다. 2026년 4월 네이버 멤버십 이용자를 대상으로 베타로 먼저 공개한 뒤, 6월 25일 모든 이용자에게 정식으로 오픈했습니다. AI탭은 네이버 검색창에서 시작되는 '대화형 검색 서비스'로, 이용자에게 질문을 받으면 정보를 정리해 보여줍니다.

여기까지는 우리가 흔히 접하는 생성형 AI 서비스와 다르지 않습니다. 하지만 AI탭은 한 걸음 더 나아갑니다. 정리된 답변에서 네이버 쇼핑, 지도/플레이스와 같은 네이버 생태계 안에 있는 버티컬 서비스로 연결되면서, 이용자는 단순히 정보를 얻는 데서 그치지 않고 구매와 예약이라는 '행동'까지 나아갈 수 있습니다. **정보에서 행동으로 자연스럽게 연결하는 것, 이것이 네이버가 그리는 에이전틱 검색 경험의 첫걸음입니다.**

이번 리포트는 AI탭을 소개하고, 실제 이용 데이터를 바탕으로 이용자가 AI탭에 무엇을 묻는지, 답변을 본 뒤 어디로 가는지, 그 양상이 연령대에 따라 어떻게 다른지를 분석합니다. 이를 통해 AI탭이 이용자의 정보 탐색 과정에서 어떤 역할을 하고 있으며, 검색 경험에 어떤 의미를 더하고 있는지 살펴보고자 했습니다.

AI탭은 정보에서 실제 행동까지 연결합니다.

AI탭은 답변을 만들 때 질문에 맞는 네이버 서비스를 불러옵니다. 상품을 물으면 네이버 쇼핑을, 장소를 물으면 네이버 지도/플레이스를 호출해 그 결과를 답변에 반영합니다. 이용자가 입력한 목적·예산·위치 같은 조건으로 추려진 선택지는 가격·배송 정보가 붙은 액션 카드로 제시되어, 비교에서 구매와 예약까지 끊기지 않고 이어집니다.

네이버가 자체적으로 진행한 설문에 따르면, AI탭을 써 본 사람 중 절반 이상이 AI 답변을 본 뒤 실제 구매, 예약, 방문으로 이어졌다고 답했습니다. 실제 서비스 데이터에서도 AI탭 안의 네이버 쇼핑과 지도/플레이스 클릭률이 각각 40%를 넘어, 설문 결과와 같은 경향이 나타났습니다.

이러한 결과는 AI탭이 정보 확인을 넘어, 이용자가 선택지를 살펴보고 구매나 예약까지 나아가는 과정에 활용되고 있음을 보여줍니다.

AI탭은 생생한 경험 정보에 기반해 더 나은 선택을 지원합니다.

육아 관련 고민처럼 정답이 하나로 정해져 있지 않은 질문에는 비슷한 경험을 한 사람의 고민과 후기가 중요한 참고자료가 됩니다. AI탭은 카페와 블로그, 지식iN 등에 쌓인 이러한 경험 정보를 재료로 답변을 구성합니다. 네이버 이용자가 그동안 직접 찾아 비교해온 글들을 하나의 답으로 정리해주는 셈입니다. 여기에 출처를 함께 제시해, 이용자는 출처 원문으로 옮겨가 사례를 더 살펴볼 수 있습니다.

실제로 이용자들은 AI탭의 답변을 확인한 뒤, 답변에 출처로 제시된 카페나 블로그 등 네이버 서비스로 이동하는 경향을 보였습니다. 근거가 된 경험 정보를 직접 확인하며 자연스럽게 탐색을 이어간 것입니다.

맺으며

AI탭이 정식 공개된 이후 아직 오랜 시간이 지나지 않은 만큼, 이번 분석이 보여주는 것은 초기의 이용 양상입니다. 다만 그 안에서도 AI탭의 답변이 추가 탐색을 거쳐 구매와 예약 같은 실제 행동으로 이어지는 흐름을 확인할 수 있었습니다.

이러한 흐름이 가능한 이유는 네이버가 지금까지 쌓아온 경험 정보와 네이버 쇼핑, 지도/플레이스 등 실행에 필요한 서비스 생태계에 있습니다. 네이버의 경험 정보는 이용자가 자신의 상황에 맞는 선택지를 판단하도록 돕고, 네이버 쇼핑과 같은 버티컬 서비스는 그 선택을 실제 행동으로 옮길 수 있는 경로를 제공합니다.

에이전트가 이용자의 목적을 이해하고 실행까지 지원하려면, 답변의 정확성과 함께 실제 서비스를 연결하는 역량이 필요합니다. **AI탭은 아직 그 출발점에 있지만, 이번에 관찰된 탐색과 행동의 연결은 네이버가 에이전틱 검색 경험을 향해 첫발을 떼었음을 보여줍니다.**

앞으로 이용 경험이 쌓이고 이용자의 목소리가 서비스에 반영되면서, AI탭이 일상의 질문에서 행동까지 자연스럽게 잇는 검색 경험으로 널리 자리매김하기를 기대합니다.

CONTENTS

01.
AI탭 소개 ____ 05

02.
AI탭의 주요 특징 ____ 07

03.
데이터로 발견한 AI탭의 이용 특성 ____ 11

04.
맺음말 ____ 16

01.

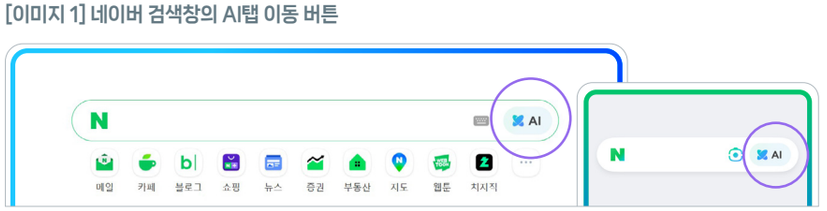
AI탭 소개

네이버는 AI탭을 통해 기존 검색에 생성형 AI를 더한 검색 경험을 제공합니다. AI탭은 단순한 사실 확인을 넘어 장소 추천, 상품 비교, 생활 정보 탐색, 여행 계획처럼 여러 정보를 함께 검토해야 하는 상황에서 이용자가 필요로 하는 **정보들을 종합해 제시**합니다. 또한 네이버 검색·쇼핑·플레이스·지도 등 네이버의 기존 서비스와 연계되어, 정보 탐색이 **예약이나 구매와 같은 후속 행동**으로 이어지도록 지원합니다.

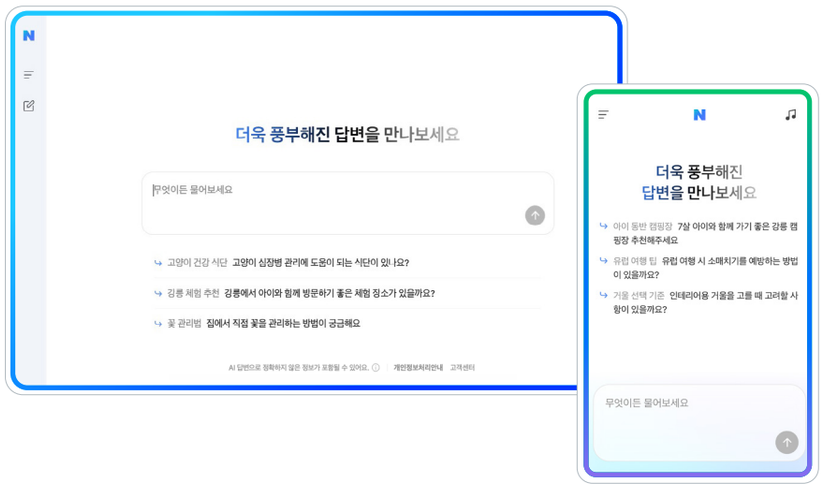
AI탭의 기능

AI탭은 네이버 검색창에서 AI탭 버튼을 클릭하거나, AI 브리핑 하단에 질문을 추가해 시작할 수 있습니다. 시작 화면에는 질문을 직접 입력할 수 있는 검색창과 함께 추천 질문이 제시되며, 추천 질문은 이용자가 허용한 범위 내에서 검색 이력, 구매 이력, 위치 정보 등의 개인 데이터를 활용해 구성됩니다.

[이미지 1] 네이버 검색창의 AI탭 이동 버튼



[이미지 2] AI탭 서비스 화면

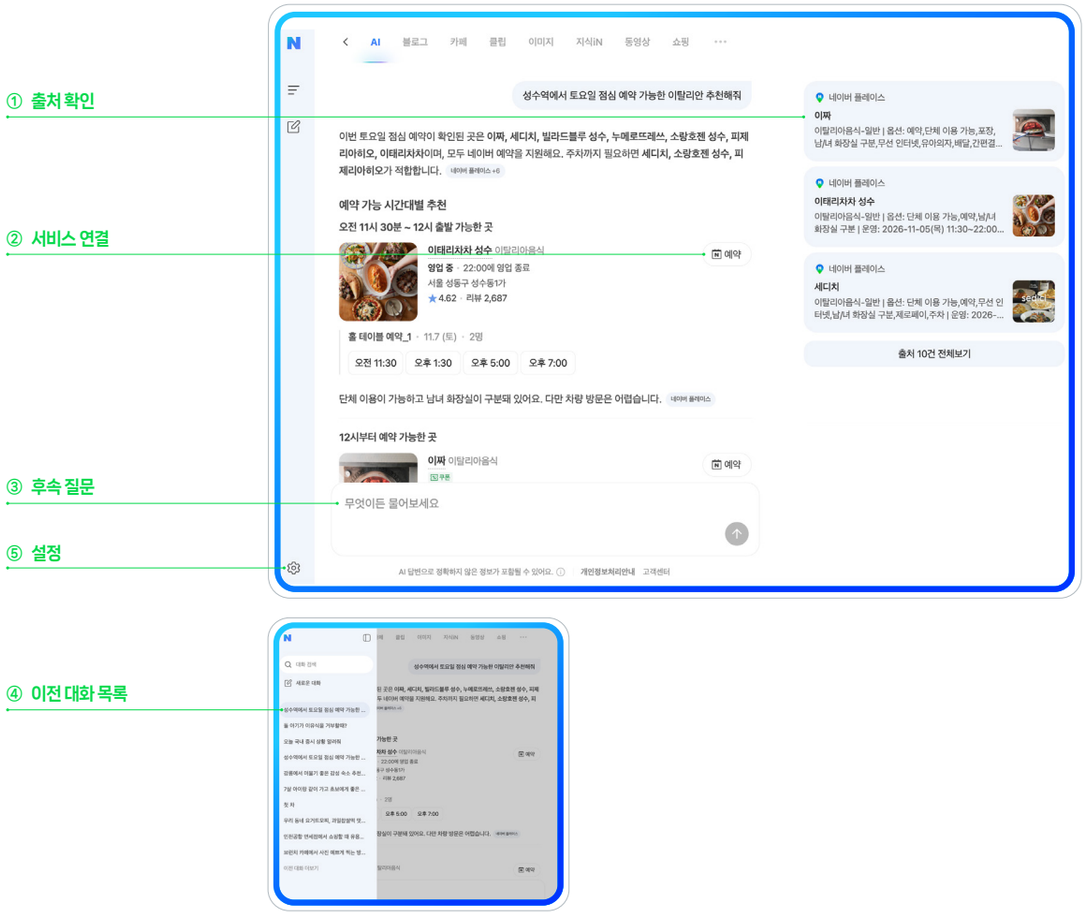


01. AI탭 소개

검색 결과 화면에는 답변의 근거를 확인하고 탐색을 이어갈 수 있도록 다음 기능을 제공합니다([이미지 3]).

① **출처 확인:** 답변 문장에 연결된 출처를 열어 근거가 된 원문을 확인합니다.
② **서비스 연결:** 네이버지도·네이버 쇼핑 등 관련 서비스로 이동해 다음 행동을 이어갑니다.
③ **후속 질문:** 답변과 관련된 질문을 선택해 탐색 범위를 좁히거나 넓힙니다.
④ **이전 대화 목록:** 과거 대화를 확인하고 이어가기·수정·공유·삭제를 합니다.
⑤ **설정:** 개인 맞춤, 메모리 저장, 대화 활용 범위를 조정하고 저장된 기록을 삭제합니다.

[이미지 3] AI탭 검색 결과



02. AI탭의 주요 특징

최신 정보를 빠르게 종합합니다.

오늘 증시가 왜 이렇게 움직였는지 알고 싶을 때, 보통은 여러 개의 기사를 찾아보게 됩니다. 지수는 한 기사에서 확인하고, 외국인 순매수 같은 수치는 다른 기사에서 찾고, 그래서 왜 이런 흐름이 나왔는지는 또 다른 기사에서 읽는 식입니다.

AI탭은 이 과정을 하나로 종합합니다. 주요 지수의 등락뿐 아니라 국내 시장이 어떻게 반응했는지, 투자자들의 돈이 어디로 움직였는지, 그 배경에 무엇이 있었는지까지 한 번에 묶어 보여줍니다([이미지 4]). 이용자는 기사를 여러 개 돌아다니지 않고도 지금 상황과 핵심 지표를 한 번에 파악할 수 있습니다.

이것이 가능한 이유는 AI탭이 **네이버의 검색 인프라와 실시간으로 갱신되는 서비스 데이터 위에서 답하기 때문**입니다. 미리 학습한 지식만으로 답하는 것이 아니라, 네이버 검색 인프라와 실시간으로 갱신되는 서비스 데이터를 활용해 실시간으로 최신 정보를 모아 종합합니다.

[이미지 4] AI탭을 활용한 국내 증시 검색 결과 예시



이하 답변은 화면 지면상 생략

02. AI탭의 주요 특징

생생한 경험이 담긴 정보에 기반해 더 나은 선택을 지원합니다.

질문 중에는 정답이 하나로 정해져 있기보다 다양한 경험과 비교가 중요한 것들이 있습니다. 예를 들어 돌 지난 아기가 이유식을 거부할 때는 일반적인 영양 정보뿐 아니라, 같은 시기를 먼저 겪은 부모들이 실제로 어떻게 해결했는지가 매우 중요한 참고 자료가 됩니다. 식감이나 온도를 바꿔봤는지, 유아식으로 넘어가는 시기를 어떻게 잡았는지, 얼마나 기다리니 다시 먹기 시작했는지처럼 아기를 직접 키워본 부모만이 아는 경험이 있기 때문입니다([이미지 5]). 이런 질문에서는 정리된 정보 못지않게, 비슷한 상황을 직접 겪어본 사람의 경험이 중요합니다.

네이버 이용자는 그동안 카페와 블로그에서 이러한 경험과 후기를 찾아보고 여러 의견을 비교하며 자신에게 맞는 선택을 해왔습니다. **AI탭은 그렇게 쌓인 경험 정보를 재료로 답변을 구성합니다.** 네이버 이용자가 그동안 직접 찾아 읽고 비교해온 글들을 하나의 답변으로 정리해주는 셈입니다.

정리된 답변에는 출처가 함께 제시됩니다. 출처를 함께 보여주는 것 자체는 이제 AI 서비스에서 드문 일은 아니지만, **AI탭에서 달라지는 지점은 출처를 눌렀을 때 도착하는 곳입니다.** 이용자는 외부 웹페이지가 아니라 카페와 블로그, 지식iN 등에 쌓인 실제 경험 글로 이동하며, 그곳에서 다른 글을 더 찾아보거나 비교하는 탐색을 이어갈 수 있습니다.

[이미지 5] AI탭을 활용한 아기 이유식 관련 검색결과 예시

경험 정보를 담은 카페, 블로그 글 등을 바탕으로 답변 제공

더 깊은 탐색을 위한 출처 제공



질문에 맞는 적절한 경험 정보를 찾아오는 일은 생각보다 복잡합니다. 어떤 글을 봐야 할지, 어떤 서비스를 불러와야 할지, 질문마다 이용자 의도에 맞춰 AI가 그때그때 판단해야 하기 때문입니다. 이를 위해 네이버는 AI에게 단순히 모범답안을 가르치는 대신, 실제 서비스 환경에 들여보내 직접 판단하게 했습니다. 가상의 이용자가 질문을 던지면, AI가 스스로 필요하다고 판단하는 실제 네이버 서비스를 직접 호출하고, 돌아온 결과를 바탕으로 다음 판단을 내리는 과정을 반복했습니다. 그리고 도구를 정확히 썼는지, 그 결과에 근거해 답했는지, 이용자의 요구를 끝까지 충족했는지에 따라 보상을 받으며, 점점 나은 판단을 익혀 갔습니다.

02. AI탭의 주요 특징

조건에 맞춘 답변에서 행동까지 이어줍니다.

AI탭의 답변은 정보를 정리하는 데서 끝나지 않습니다. AI탭은 먼저 이용자의 질문에 포함된 목적, 예산, 위치 등을 바탕으로 선택지를 좁히고, 질문에 맞는 네이버 서비스를 직접 불러와 그 결과를 답변에 담습니다. **이용자는 답을 확인한 자리에서 바로 다음 행동으로 넘어갈 수 있습니다.**

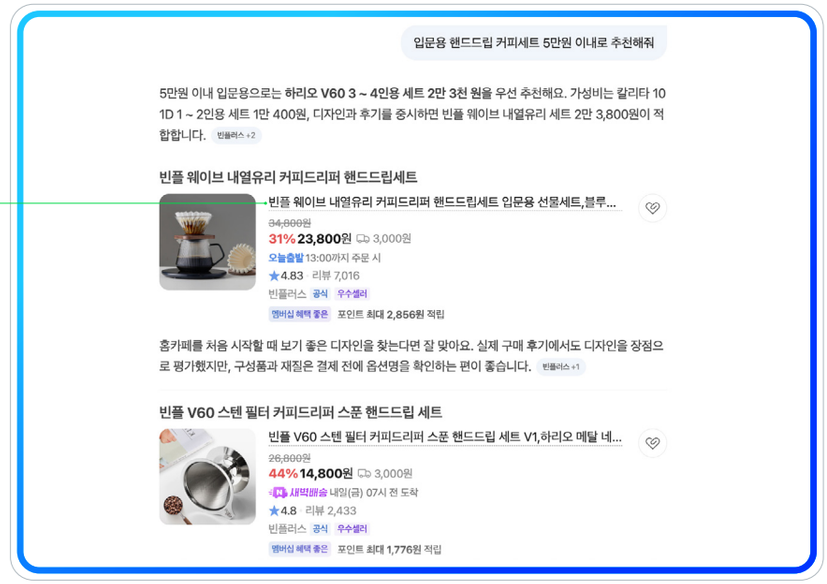
이용자가 "입문용 핸드드립 커피 세트를 5만 원 이내로 추천해줘"라고 질문하면, AI탭은 '입문용', '세트 구성', '5만 원 이내'라는 조건에 맞는 상품을 선별합니다([이미지 6]). 결과는 가격과 배송 정보가 포함된 결과는 가격과 배송 정보가 포함된 네이버 쇼핑 기반의 답변으로 제시되며, 이용자는 상품을 비교한 뒤 바로 구매 단계로 이동할 수 있습니다.

어떤 서비스를 불러올지는 AI가 직접 판단합니다. AI탭은 질문을 받으면 곧바로 답을 작성하지 않고, 먼저 답변에 필요한 것을 판단한 뒤 그에 맞는 서비스를 불러옵니다. 커피 세트 질문이라면 먼저 '5만 원 이내 입문용 세트를 찾으려면 쇼핑 데이터가 필요하다'고 판단하고, 네이버 쇼핑을 불러와 조건에 맞는 상품을 가져옵니다. 가져온 결과를 확인한 뒤 상품이 충분한지, 가격이나 배송정보 등 추가 정보를 더 가져와야 하는지 다시 판단해 답변을 구성합니다.

이 흐름이 가능한 것은 AI탭이 네이버 쇼핑, 지도/플레이스 등 서비스와 직접 연결되어 있기 때문입니다. AI탭은 **정보를 정리해주는 데서 그치지 않고, 답변 안에 바로 후속 행동을 실행할 수 있는 구조를 갖추고 있습니다.**

[이미지 6] AI탭을 활용한 네이버 쇼핑

클릭 시 네이버 쇼핑으로 이동



03. 데이터로 발견한 AI탭의 이용 특성

이번 장에서는 AI탭의 실제 이용 데이터를 통해 이용자는 AI탭에 무엇을 묻는지, 답변을 확인한 뒤 어디로 이동하는지, 그 흐름이 실제 구매와 예약 즉 행동으로 이어지는지를 확인했습니다.

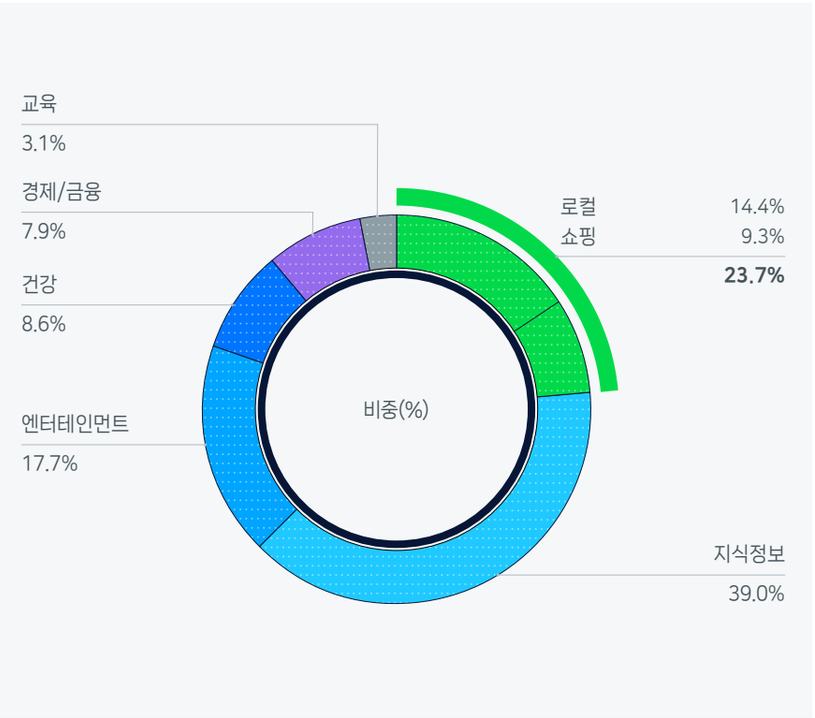
AI탭 전체 질의 4건 중 1건은 실제 행동으로 연결될 수 있습니다.

실제 AI탭 질의 데이터(2026년 7월~8월)를 살펴보면, 지식정보 39%, 엔터테인먼트 17.7%, 로컬 14.4%, 쇼핑 9.3% 등으로 이루어져 있습니다([그래프 1]).

이를 질의의 성격에 따라 구분해보면, 지식정보·엔터테인먼트처럼 정보를 아는 것 자체가 목적인 '정보형', 그리고 로컬·쇼핑처럼 예약·구매·방문 등 후속 행동으로 이어지는 '행동 전환형'으로 나눌 수 있습니다.

이러한 기준에서 살펴보면, AI탭 전체 질의 4건 중 1건(약 24%)은 실제 행동으로 연결될 수 있는 행동 전환형에 해당합니다. 이는 단순 학습, 업무용 보조 도구에 그치지 않고 실질적인 서비스 이용으로 연결되는 AI탭의 차별점을 보여줍니다.

[그래프 1] AI탭 전체 질의의 주제별 비중



03. 데이터로 발견한 AI탭의 이용 특성

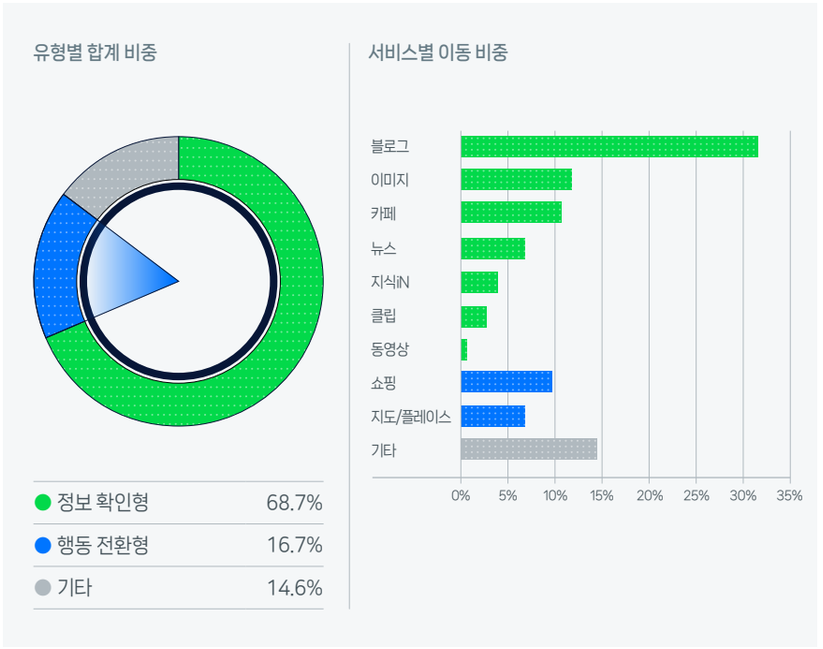
AI탭은 답변에 그치지 않고, 추가 탐색과 행동으로 이어지는 경로를 만듭니다.

AI탭의 답변을 확인한 이용자들은 블로그, 쇼핑, 지도/플레이스 등 네이버 서비스로 이동했습니다. 이동한 서비스를 성격에 따라 분류하면 크게 두 가지 경로로 나뉩니다([그래프 2]).

- **정보 확인형 경로:** 네이버 블로그·카페·뉴스·지식iN 등으로 이동하여 정보의 원문이나 후기를 검증
- **행동 전환형 경로:** 네이버 쇼핑·플레이스·지도로 이동하여 상품·장소를 직접 확인하고 구매나 예약을 실행

이는 AI탭 이용자의 탐색이 답변 화면에서 멈추지 않고 네이버 안에서 계속 이어진다는 것을 보여줍니다. 생성형 AI 서비스에서는 답변 확인 후 이용자가 외부 서비스로 이동해야 하지만, AI탭은 네이버 안에 있는 쇼핑·플레이스 서비스와 연결되어 하나의 흐름을 제공합니다. AI가 단순 정보 요약을 넘어 이용자의 행동을 대행하는 에이전트 방향으로 진화하는 가운데, AI탭은 이미 탐색에서 실행까지 연결되는 구조를 갖추고 있다고 볼 수 있습니다.

[그래프 2] 서비스별 이동 비중



주: 연령 미상, 비로그인 제외, 메인/검색 및 통합검색은 검색 복귀로 대상에서 제외했습니다.
이동비중의 분모는 메인/검색, 통합검색을 제외한 서비스별 이동 이용자 수 합계입니다.

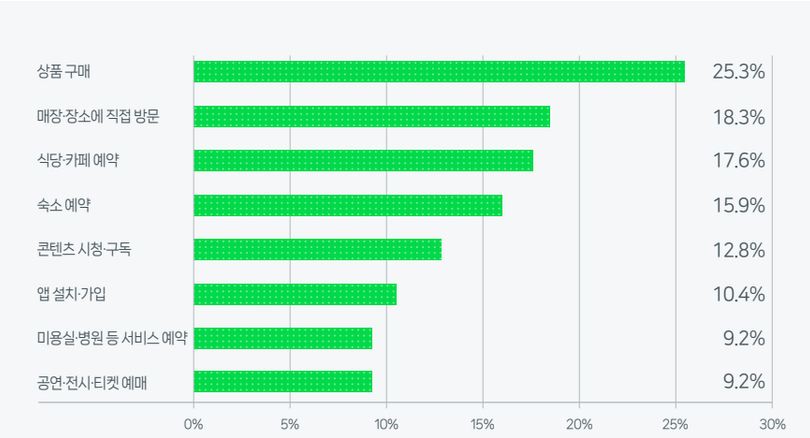
AI탭에서 시작한 탐색이 실제 구매· 예약으로 이어지고 있습니다.

네이버가 자체 진행한 설문조사 결과, AI탭 이용자의 절반 이상(53.5%)이 답변을 통해 실제 예약·구매·방문 등의 경험으로 이어졌다고 답했습니다([그래프3]). 유형별로는 상품 구매, 매장·장소 직접 방문, 식당·카페 예약, 숙소 예약 순으로 높았고, 공연·전시 티켓 예매와 미용실·병원 등 예약이 뒤를 이었습니다.

이러한 설문 결과와 유사한 흐름이 실제 서비스 데이터에서도 확인됩니다. AI탭에서 쇼핑·로컬 관련 질의를 하고 답변을 본 뒤 네이버 쇼핑, 지도/플레이스로 이동하는 클릭률(CTR)은 각각 40%를 넘어서는 것으로 나타났습니다.

이용자가 스스로 느낀 경험과 실제 데이터가 같은 방향을 가리키고 있다는 점이 주목할 만합니다. AI탭을 통한 탐색이 단순 정보 조회에 그치지 않고 실제 실행으로 이어지고 있음이 이용자 설문 응답과 서비스 데이터에서 교차로 확인된 것입니다.

[그래프 3] AI탭 답변에서 이어진 실제 경험의 유형 비중



주: AI탭 이용 경험이 있는 이용자 415명 중 실제 실행 경험이 있다고 답한 응답자를 대상으로, 경험의 세부 유형을 조사했습니다. (복수응답 가능)
조사기간: 2026.08.20~08.21

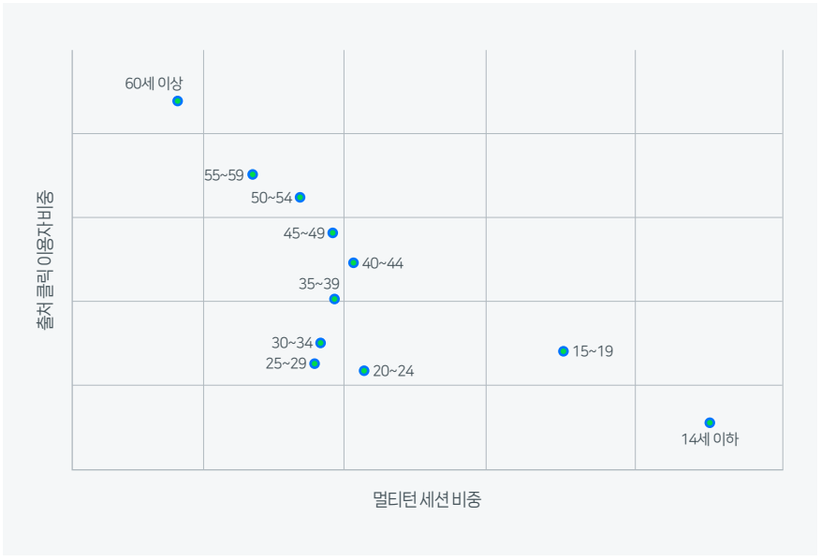
03. 데이터로 발견한 AI탭의 이용 특성

전 연령이 각자의 방식대로 이용하고, 구매 전환은 40세 이상에서 뚜렷합니다.

AI탭은 14세 이하부터 60세 이상까지 전 연령대에서 이용되고 있습니다. 네이버 검색 이용자 대비 AI탭 이용 비율도 연령대 간 편차가 크지 않아, 특정 연령에 치우치지 않고 고르게 퍼져 있는 것으로 나타났습니다.

다만 답변을 확인한 뒤 탐색을 이어가는 방식에서는 연령대별 차이가 뚜렷했습니다. 후속 탐색 방식은 크게 두 가지로 관찰됩니다. AI에게 다시 묻는 방식(멀티턴)과 답변에 제시된 출처를 열어 원문을 확인하는 방식입니다. 20세 미만은 멀티턴 비중이 가장 높고 출처 클릭 비중은 가장 낮았으며, 40세 이상은 정반대로 출처 클릭 비중이 높고 멀티턴 비중은 낮았습니다. 20~39세는 두 방식 모두 중간 수준으로, 연령이 올라갈수록 대화를 이어가는 방식에서 근거를 확인하는 방식으로 무게가 옮겨가는 흐름이 나타납니다([그래프 4]).

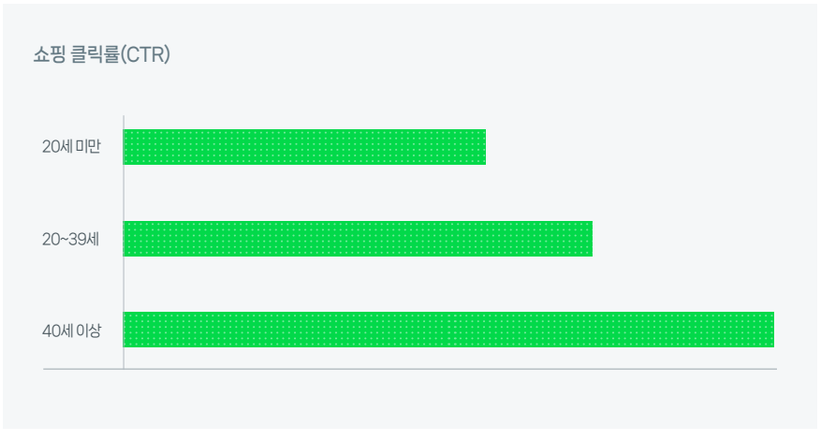
[그래프 4] 연령대별 멀티턴 세션 비중과 출처 클릭 이용자 비중



주: 멀티턴 비중은 첫 주제 기준 전체 세션 중 멀티턴 세션의 비중입니다.
출처 클릭 비중은 출처 클릭 이용자 수 합계 ÷ DAU 일합계 × 100입니다.
두 지표는 각각 세션과 이용자를 기준으로 하며, 연령 미상·비로그인은 제외했습니다.

탐색 이후 행동 단계에서는 40세 이상의 활동이 두드러졌습니다. 쇼핑 클릭률은 연령대가 높아질수록 상승해 40세 이상에서 가장 높게 나타났습니다([그래프 5]). 20세 미만의 구매 전환율이 뚜렷하게 낮은 것은 미성년 이용자의 결제 여건을 함께 고려할 필요가 있습니다.

[그래프 5] 연령대별 AI탭 내 쇼핑 클릭률(CTR)



주: 클릭률 = 쇼핑 클릭 이용자수 합계 ÷ 쇼핑 유효 대화수 합계 × 100.
연령 미상·비로그인 제외.

이는 하나의 서비스가 연령대에 따라 서로 다른 방식으로 활용되고 있음을 보여줍니다. 젊은 이용자에게는 대화를 이어가며 답을 좁혀가는 도구로, 고연령 이용자에게는 기존 검색처럼 근거를 확인하면서 구매까지 이어가는 도구로 쓰이고 있습니다. AI 답변에서 곧바로 구매로 넘어가는 경험은 아직 낯선 방식임에도 40세 이상에서 활발하게 나타나는데, AI탭이 네이버 쇼핑, 지도/플레이스처럼 이미 익숙한 서비스와 연결되어 있어 행동으로 넘어가는 문턱이 낮았던 점이 작용한 것으로 보입니다.

04. 맺음말

이번 리포트에서는 AI탭의 주요 특징과 이용자가 AI탭을 실제로 어떻게 이용하는지 살펴보았습니다. 질의는 지식 확인뿐만 아니라 장소와 상품 탐색까지 넓게 분포했고, 답변을 본 이용자는 카페, 블로그 등으로 이동해 탐색을 이어가며, 일부는 구매와 예약까지 나아갔습니다.

이러한 이용 양상은 AI탭의 역할이 단순히 질문에 답하는 데 그치지 않음을 보여줍니다. AI탭은 탐색을 끝내는 도구가 아니라, 정보 탐색에서 선택과 실행으로 이어지는 과정을 연결하는 역할을 하고 있습니다.

이러한 연결의 기반에는 네이버가 오랫동안 축적해 온 경험 정보와 커머스·로컬 서비스 생태계가 있습니다. 카페와 블로그 등에 쌓인 경험 정보는 이용자의 선택을 돕는 답변의 재료가 되고, 쇼핑·플레이스·지도 등 버티컬 서비스는 그 선택을 구매와 예약으로 옮길 수 있는 경로를 제공합니다.

이제 AI는 이용자의 목적을 이해하고 실제 행동까지 지원하는 에이전트로 진화하고 있습니다. AI 에이전트가 이용자의 실행을 지원하려면, 정보를 종합하는 능력과 함께 실제 서비스를 연결하는 역량이 필요합니다. **네이버가 선보인 AI탭은 아직 초기 단계이지만, 네이버의 정보와 서비스 생태계를 기반으로 이용자의 선택과 실행을 지원하는 에이전틱 검색의 출발점입니다.**

NAVER

기획: Agenda Relations **발행일:** 2026년 11월 9일