

MARKET BRIEFING

네이버가 구글에 처음 밀렸다

검색창을 떠나는 한국인 ,
'AI 검색' 이 30 년 질서를 흔든다

2026 년 7 월 모바일 MAU 역전이 의료 · 마케팅 시장에 던지는 신호



30년 만에 처음, 순위가 뒤집혔다

모바일 앱 이용자 수에서 구글이 네이버를 처음으로 넘어섰습니다. 격차 자체는 미미하지만 순위가 바뀌었다는 사실이 눈에 띕니다.

구글 앱 MAU

4,702 만 2,854 명

지난해 7월 약 3,617 만명에서
1년 사이 1,000 만명 이상 증가

네이버 앱 MAU

4,684 만 5,017 명

30년 가까이 지켜온 국내 1위
자리를 처음으로 내줬습니다

두 서비스의 격차

17 만 7,837 명

전체 이용자 규모로 보면
0.4% 에도 미치지 않는 차이

※ 자료 : 아이지에이웍스 모바일인덱스, 2026년 7월 기준. MAU는 한 달에 한 번 이상 앱을 이용한 사람을 집계한 지표로, 검색 횟수나 검색시장 점유율을 뜻하지 않습니다.

구글은 검색을 AI 중심으로 다시 설계했다

구글 앱의 국내 MAU 증가를 AI 효과만으로 설명할 수는 없지만 , 구글의 전 세계 AI 통합과 한국 이용자 증가가 같은 시기에 나타나고 있습니다 .

01

AI 모드 , 1 년 만에 10 억명

올해 구글 I/O 자료 기준 ‘AI 모드’ 이용자는 출시 1 년 만에 전 세계 월간 10 억명을 넘었고 , 검색량은 분기마다 두 배 이상 늘었습니다 .

02

제미나이 4 억 → 9 억명

지난해 I/O 당시 4 억명이던 제미나이의 세계 월간 이용자는 올해 5 월 9 억명을 넘어섰습니다 . 1 년 만에 두 배 이상입니다 .

03

에이전트 중심으로 개편

하루 일정을 먼저 정리하는 ‘데일리 브리프’ 와 24 시간 업무를 수행하는 ‘제미나이 스파크’ 가 추가됐습니다 .

04

25 년 만의 최대 검색창 개편

키워드를 넣고 링크를 하나씩 여는 구조에서 , AI 가 질문을 이해하고 정보를 종합해 답하는 구조로 이동합니다 .

진짜 위협은 앱이 아니라 안드로이드와 크롬이다

구글의 AI 는 특정 앱 안에 머물지 않습니다 . 제미나이는 검색을 넘어 브라우저와 운영체제까지 확장되고 있습니다 .

1

2026.04

제미나이 인 크롬

브라우저 안에서 AI 가 페이지를 읽고 바로 답합니다 .

2

2026.06

오토 브라우즈

안드로이드 크롬에 에이전트형 브라우징이 도입됐습니다 .

3

2026 여름

제미나이 인텔리전스

최신 갤럭시와 픽셀을 시작으로 단말에 기본 탑재됩니다 .

4

2026 연말

생활기기 전반

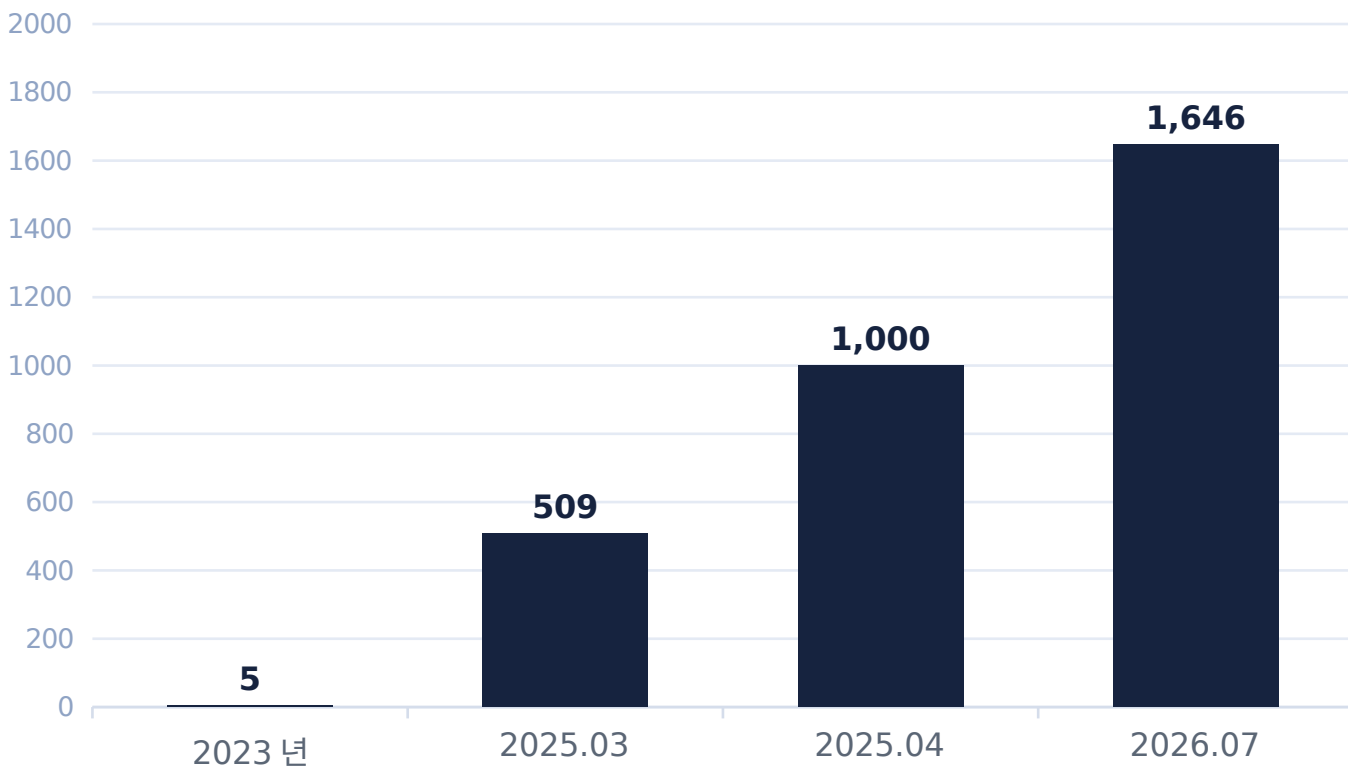
스마트워치 · 자동차 · 스마트안경 · 노트북으로 넓힙니다 .

구글이 가진 가장 강력한 무기

검색엔진 하나가 아니라 검색 - 브라우저 - 운영체제 - AI 를 하나로 연결할 수 있다는 점입니다 .

검색의 경쟁자가 더 이상 검색회사가 아니다

국내 챗 GPT 앱 MAU 는 2023 년 약 5 만명에서 올해 7 월 1,645 만 6,151 명까지 늘었습니다 . 약 3 년 사이 300 배 이상입니다 .



약 3 년 사이

300 배 이상 증가

이용 목적이 달라졌습니다

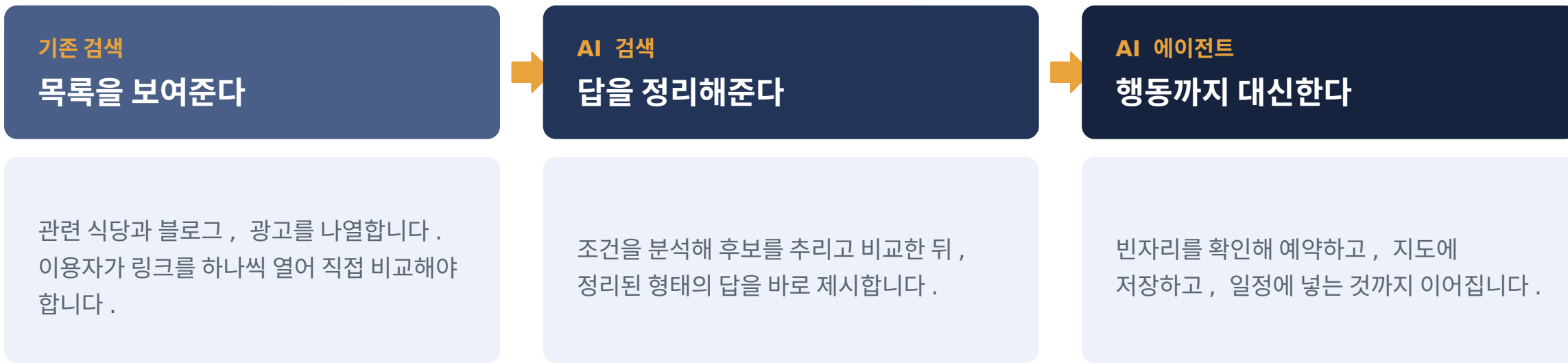
예전에는 키워드를 넣고 링크를 열어 답을 찾았습니다 .
생성형 AI 는 그 중간 과정을 줄입니다 .

경쟁 상대가 넓어졌습니다

경쟁자는 구글 검색 하나가 아니라 , 기존 검색이
담당하던 ‘정보 탐색 시간’ 을 가져가는 생성형 AI
전체입니다 .

검색 결과 10 개보다 ‘한 번의 실행’ 이 중요해진다

예시 질문 — “이번 주말 부모님과 서울에서 조용하게 식사할 한식당을 찾아줘”



검색의 경제학이 달라집니다

‘결과 페이지에 얼마나 많이 불러오는가’ 에서 ‘의도를 얼마나 정확히 파악해 거래까지 완결하는가’ 로 이동합니다 .

네이버의 반격은 ‘한국형 데이터’ 다

6 월 25 일 정식 출시한 ‘AI 탭’ 은 한 달도 지나지 않아 누적 이용자 1,000 만명을 넘어섰습니다 .

1,000 만명 +

AI 탭 누적 이용자 (출시 한 달 이내)

7 배

베타 대비 일평균 질의량 증가

1.7 배

이용자 한 명당 질의 수 증가

구글과 다른 전략

**세계 전체가 아니라 ,
국내 30 년치 데이터를 하나의 AI 로 묶는다**

- 검색 · 블로그 · 카페 · 쇼핑 · 지도와 지역정보
- 맛집 , 아파트 비교 , 상품 구매 , 병원 찾기처럼 실시간 지역정보와 후기가 중요한 검색에서 강합니다
- 질문에 답하는 데서 끝나지 않고 쇼핑 · 장소 탐색 · 구매 · 예약까지 잇는 ‘에이전틱 검색’ 이 목표입니다
- AI 모델 성능이 아니라 한국인의 생활 데이터와 서비스 연결성으로 차별화합니다

카카오는 검색 대신 5,000 만명의 ‘대화’ 를 택했다

카카오에는 검색시장 점유율보다 훨씬 강력한 자산이 있습니다 . 카카오톡입니다 .

01

대화창 안의 에이전트

카카오톡 안에서 맛집과 장소를 추천하고 예약으로 바로 연결하는 기능을 이미 도입했습니다 .

02

AI 국민비서 · 카나나

자체 AI 모델 ‘카나나’ 를 활용해 전자증명서 발급과 공공시설 예약까지 대화창 안에서 처리합니다 .

03

카카오툴즈 파트너 연결

올리브영 , 무신사 , 현대백화점 , 삼점삼 , 마이리얼트립 , 사람인 등 외부 서비스 연결을 넓히고 있습니다 .

네이버가 ‘검색 → AI → 실행’ 을 노린다면 , 카카오는 ‘대화 → AI → 실행’ 이라는 경로를 만드는 셈입니다 .

네이버 · 구글 · 카카오, 세 갈래의 길

국내 인터넷 시장의 경쟁구도는 포털과 메신저의 대결에서 생성형 AI 까지 포함하는 다층 경쟁으로 바뀌고 있습니다 .

네이버	구글	카카오
출발점 검색 핵심 무기 30 년치 한국 생활 데이터 (블로그 · 카페 · 쇼핑 · 플레이스) 경로 검색 → AI → 실행 현재 지표 AI 탭 한 달 만에 1,000 만명	출발점 플랫폼 핵심 무기 검색 · 크롬 · 안드로이드 · 제미나이를 하나로 묶는 유통망 경로 OS· 브라우저 전반에 AI 상시 배치 현재 지표 국내 앱 MAU 4,702 만명	출발점 대화 핵심 무기 카카오톡 이용자 기반과 카나나 · 카카오톨즈 연결 경로 대화 → AI → 실행 현재 지표 AI 국민비서 · 파트너 연동 확대

이 숫자로 승자가 바뀌었다고 보기는 이르다

7 월 MAU 하나로 국내 검색시장의 승자가 바뀌었다고 결론 내리는 것은 성급합니다 . 세 가지를 함께 봐야 합니다 .

첫째

17 만명은 0.4% 에도 미치지 않는 차이입니다

전체 이용자 규모를 고려하면 순위를 가르기에는 너무 얇은 격차입니다 .

둘째

MAU 는 이용빈도와 체류시간을 보여주지 않습니다

한 달에 한 번 쓴 사람과 매일 수십 번 쓴 사람이 똑같이 한 명으로 집계됩니다 .

셋째

두 앱은 서비스 구조 자체가 다릅니다

네이버는 검색 · 뉴스 · 쇼핑 · 카페 · 지도를 , 구글은 안드로이드 · 크롬 · 제미나이를 함께 안고 있습니다 .

정확한 해석

‘ 검색 점유율 역전 ’ 이라기보다 , 한국인의 모바일 생활에서 구글의 접점이 네이버 수준까지 확대됐다는 신호입니다 .

앞으로 더 중요해질 네 가지 숫자

단순 MAU 보다 , 질문 이후 어떤 행동으로 이어지는지를 보여주는 지표가 시장의 향방을 가릅니다 .

1

질의 횟수

AI 탭에서 이용자가
하루에 몇 번 질문하는가

2

전환 비율

AI 답변 이후 얼마나 많이
쇼핑과 예약으로 이동하는가

3

체류 시간

구글 AI 모드에서 기존 검색보다
얼마나 오래 머무는가

4

대체 비율

검색 대신 챗 GPT 를 쓰는 비율이
얼마나 증가하는가

양측이 쥔 카드

네이버는 한국어 검색 데이터와 블로그 · 카페 콘텐츠 , 쇼핑 · 플레이스 · 지도 · 예약 · 결제를 한 서비스 안에서 연결할 수 있습니다 .
구글은 세계 최대 검색엔진과 안드로이드 · 크롬이라는 유통망에 제미나이를 기본 결합할 수 있습니다 .

그래서 지금 무엇을 준비해야 하는가

검색 노출을 관리하던 방식에서 , AI 가 인용하고 실행까지 연결하는 구조를 만드는 방향으로 준비가 필요합니다 .

1

AI 인용 구조

질문형 제목과 명확한 답변
문단 , 구조화 데이터를 갖춘
콘텐츠 설계

2

네이버 AI 탭 대응

플레이스 정보와 후기 , 블로그
최신성 등 한국형 데이터 축적

3

구글 AI 모드 대응

기술 SEO 와 크롤링 허용 정책
점검 , 정보 신뢰 근거 정비

4

AI 노출 실측

챗 GPT· 제미나이에서
병원명과 진료 질의의 노출
현황 정기 점검

5

실행 경로 설계

답변 이후 상담 · 예약 ·
결제까지 이어지는 최단 동선
구축

핵심 관점

다음 1 위는 가장 좋은 검색창을 가진 곳이 아니라 , 질문에서 예약 · 결제까지 가장 짧게 연결하는 곳입니다 .

CONCLUSION

30 년 검색전쟁의 규칙이 바뀌었다

지난 30 년의 질문

“사람들이 어디에서
검색하는가”

AI 시대의 질문

“더 이상 검색하지 않아도 되는
순간을 누가 먼저 만드는가”

지켜야 할 것

네이버 생태계의
지역 · 후기 데이터 관리

새로 잡을 것

AI 답변에 인용되는
콘텐츠 구조

연결할 것

질문에서 예약 · 결제까지
이어지는 실행 경로

AI 검색 대응 진단 문의 · 크로스디자인그룹

출처 : 시사프리즘, 「네이버가 구글에 처음 밀렸다」 (2026.08.12, 박형록 기자) | 데이터 : 아이지에이웍스 모바일인덱스, 구글 I/O 2026