

초점

September 2026 No.6

디지털 플랫폼과 생성형 AI의 연결 방식: 유형별 특징과 국내 플랫폼의 대응

이선희 부연구위원

정보통신정책연구원 디지털정책연구실 플랫폼정책그룹

디지털 플랫폼과 생성형 AI의 연결 방식: 유형별 특징과 국내 플랫폼의 대응

이선희 부연구위원

정보통신정책연구원 디지털정책연구실 플랫폼정책그룹, imediagod@kisdi.re.kr

요약

- 본고는 디지털 플랫폼과 생성형 AI의 연결 방식을 사용자 진입점을 기준으로 AI 중심형과 플랫폼 중심형으로 나눠 특징과 사례를 살펴보고, 국내 플랫폼의 대응 현황을 정리하여 시사점을 도출하고자 함
 - ‘AI 중심형’은 ① AI 인터페이스에 서비스 노출, ② AI 인터페이스에서 거래 완결로 구분하였으며, ‘플랫폼 중심형’은 ① 자체 AI 모델 내재화, ② 멀티모델 활용, ③ 외부 AI 활용 등으로 구분
- AI 대화창 안에서 플랫폼 서비스의 기능과 콘텐츠가 직접 제공되는 수준까지 확대되고 있으나, 거래 전 과정이 AI 환경 내에서 완결되는 사례는 아직 제한적인 상황임
- 국내 플랫폼은 글로벌 주요 AI 사업자와의 프론티어 모델 경쟁에서는 격차가 있으나, 기존 플랫폼을 통해 확보한 이용자 접점과 축적된 데이터를 바탕으로 AI를 자사 서비스에 적용을 확대하고 있음
- AI 시대 플랫폼이 경쟁력을 확보하기 위해서는, AI가 단독으로 대체하기 어려운 실시간 운영 데이터와 이를 처리·활용하는 플랫폼의 역량을 AI 환경에서도 지속적으로 확보하고 활용하는 것이 필요함
- 아울러 AI와의 연결 방식의 선택에서 외부 AI에 대한 의존도를 관리하고, 특정 AI 사업자에 대한 종속으로 이어지지 않도록 자사 서비스, 데이터, 기술 자산에 대한 주도권을 확보하는 것이 플랫폼사업자의 주요 과제가 될 것으로 보임

이 세 론

- 생성형 AI는 텍스트·이미지 생성을 넘어, 이용자의 궁극적인 목표까지 한 번에 처리할 수 있는 에이전틱 AI로 진화하고 있음
- OpenAI, Anthropic 등 프론티어 모델을 보유한 AI 기업은 범용 기능을 넘어 특화 영역으로 확장하기 위해, 시장 전문성과 데이터를 갖춘 기존 디지털 서비스와 다양한 방식으로 연계하여 실시간 정보와 거래 실행 역량을 확보하고 있음
 - 여행(Booking.com), 음악(Spotify), 커머스(Shopify) 등 도메인별 플랫폼과의 제휴를 통해 서비스 및 거래 정보를 확보하거나, 공개 데이터를 활용하여 도메인 정보를 보완
 - 특히 에이전틱 커머스 분야에서 빠른 속도로 표준화 작업, 커머스 서비스와의 제휴 및 계약이 진행
- 반면, Google과 같이 자체 AI 모델과 플랫폼 서비스를 보유한 기업의 경우, 자사 서비스에 자체 AI를 적용하여 기존 기능의 향상과 신규 서비스 개발로 연결하는 등 플랫폼과 AI 생태계를 연계하는 전략을 구사함
- 국내에서는 검색엔진, 메신저 등에서 로컬 서비스들이 강세를 보이고 있으나, 프론티어 AI 경쟁에서는 미·중 선도 기업과의 격차가 존재
 - 정부의「독자 AI 파운데이션 모델」 프로젝트에 참여 중인 LG AI연구원·SK텔레콤·업스테이지 등은 글로벌 AI 모델과의 성능 격차를 좁혀 가고 있으며, 네이버는 자체 모델(하이퍼클로바X)을 검색·쇼핑 등 자사 플랫폼 서비스에 적용하고 있음
 - 다만 국내 기업들은 ChatGPT와 Gemini 같은 범용 생성형 AI 서비스와 직접 경쟁하기보다, AI를 플랫폼 서비스에 적용하는 경향이 두드러짐
- 국내 플랫폼사업자는 이용자 접점과 축적된 데이터라는 자산을 보유하고 있으나, 에이전틱 AI가 확산할 경우 이용자가 해당 서비스를 직접 방문하지 않고 AI 인터페이스에서 탐색을 시작하면서 접점의 일부가 이동할 수 있음
- 이에 플랫폼사업자는 고객 접점을 유지하고 서비스 역량을 강화하기 위해 AI를 도입하고 있으며, 플랫폼 서비스와 AI를 연결하는 방식 또한 다양하게 나타남
 - ※ 본고에서 '연결'은 플랫폼 서비스와 생성형 AI가 결합되어 이용자에게 제공되는 방식을 의미하며, AI 인터페이스를 통해 플랫폼 서비스를 제공하는 경우와 플랫폼 서비스 내부에 AI 기능을 통합하는 경우를 모두 포함
 - 연결 방식에 따라 이용자의 진입 인터페이스, 트래픽 발생 및 데이터 축적 위치 등에 차이가 발생하여, 기존 플랫폼의 역할과 수익구조에도 영향을 미칠 수 있음

- 연결 방식의 선택은 사업 전략의 문제인 동시에 플랫폼 시장의 주도권 변화 가능성과도 맞닿아 있어 다양한 시각이 존재
- 이에 본고는 디지털 플랫폼과 생성형 AI의 주요 연결 방식을 유형화하여 각 유형의 특징과 사례를 살펴보고, 국내 플랫폼의 대응 현황을 정리하여 시사점을 도출하고자 함
- ※ 본고는 디지털 플랫폼을 중심으로 생성형 AI와의 연결 방식을 다루며, A2A 등 AI 간 연결은 논의에서 제외

02 플랫폼-생성형AI 연결 방식의 유형과 특징

1) 디지털 플랫폼과 AI의 연결 방식

- 본고는 플랫폼과 AI의 연결 방식을 서비스를 이용하는 사용자 진입점(인터페이스)을 기준으로 크게 ‘AI 중심형’과 ‘플랫폼 중심형’으로 구분하여 살펴봄
- ‘AI 중심형’은 AI 인터페이스를 통해 플랫폼 서비스를 제공하는 방식으로, AI가 플랫폼 서비스의 진입점 역할을 수행하는 구조를 의미
 - ※ AI 대화 맥락에서 플랫폼의 정보 및 서비스가 제공되며, 제휴·계약 범위에 따라 AI 안에서 예약·구매 등 거래까지 수행 가능
 - ‘AI 중심형’의 구현 방식은 ① AI 인터페이스에 서비스 노출(Apps SDK, MCP Apps 등), ② AI 인터페이스에서 거래 완결(UCP, ACP 등)로 구분되며, 플랫폼 서비스가 AI 인터페이스에 노출되는 수준과 AI 안에서 거래가 완결되는지에 따라 차이가 있음
- ‘플랫폼 중심형’은 사용자가 플랫폼의 서비스 앱·웹으로 진입하고, AI는 검색·추천·고객응대 등 플랫폼 내부 기능으로 통합되는 구조를 의미함
 - ‘플랫폼 중심형’의 구현 방식은 ① 자체 AI 모델 내재화, ② 멀티모델(자체 및 외부 모델 조합) 활용, ③ 외부 AI(API·오픈소스) 활용 등으로 구분되며, 플랫폼사업자의 AI 기술 역량, 투자 여력 및 사업 전략에 따라 적절한 방식을 선택
- AI 중심형은 AI 사업자가 규격과 참여 조건을 정하고 플랫폼이 참여 여부와 범위를 정하는 등 양측의 선택이 맞물려 성립하는 반면, 플랫폼 중심형은 플랫폼의 선택에 따라 AI 도입 방식이 결정됨
- 두 연결 방식은 고객 접점의 위치(AI 또는 플랫폼), 데이터 통제권, 수익 배분 구조, 외부 AI 의존성 및 AI 구축 비용 측면에서 차이를 보이며, 플랫폼사업자의 AI 도입 전략에 따라 경쟁력과 리스크 수준이 달라질 수 있음

- AI 중심형은 플랫폼 기업이 AI 인터페이스를 새로운 고객 접점으로 활용하여 서비스의 접근성과 유입 채널을 확대할 수 있으나, 고객 접점과 데이터의 일부가 AI 사업자로 이동할 가능성이 있음
- 반면, 플랫폼 중심형은 고객 접점과 데이터를 플랫폼이 직접 관리할 수 있어, 기존 서비스와 AI 기능의 통합 및 자사 데이터를 활용한 서비스 차별화가 용이함
- 플랫폼 중심형 중 외부 AI를 활용하는 경우, 초기 투자 부담을 줄일 수 있으나, AI 사업자의 가격 정책이나 모델 변경에 영향받을 수 있음
- 반면 자체 AI 모델(LLM 등)을 구축하면 대규모 투자와 기술 역량이 요구되지만, 데이터 통제권 확보와 자사 서비스에 최적화된 모델 운영 측면에서 장점이 있음

표 1 | 생성형 AI와 디지털 플랫폼 연결 방식

구분	AI 중심형	플랫폼 중심형
정의	AI 인터페이스를 통해 플랫폼 서비스 제공	플랫폼 내부에 AI 기능을 통합하여 서비스 제공
사용자 진입점	생성형 AI 서비스 등의 AI 인터페이스	플랫폼 앱·웹
구현 방식	① AI 인터페이스에 서비스 노출 (Apps SDK, MCP Apps 등) ② AI 인터페이스에서 거래 완결(UCP, ACP 등)	① 자체 AI 모델 내재화 ② 멀티모델(자체+외부 모델 조합) 활용 ③ 외부 AI(API·오픈소스) 활용
사례	① ChatGPT 앱(Booking.com, Zillow, 요기요, 무신사), Claude 연동(Spotify) ② UCP(Google·Shopify 주도), ACP(OpenAI·Stripe 주도)	① Google(Gemini), 네이버(하이퍼클로바X), 카카오(카나나) ② Amazon(Nova·Claude), 야놀자(EVE·Gemini) ③ 카카오(ChatGPT for Kakao), 무신사(AWS 협업)
서비스 제공 방식	• AI 대화 맥락에서 플랫폼 정보·서비스 제공 • 제휴·계약 범위에 따라 예약·구매 등 거래 수행 가능	• 기존 UX를 유지하면서 검색·추천·고객응대 등에 AI 적용
주요 특징	• AI가 사용자 경험을 주도 • 다수 플랫폼을 AI 인터페이스에서 통합 이용	• 플랫폼이 사용자 경험을 주도 • AI를 활용한 서비스 고도화
관련 이슈	• (고객 접점) 일부가 AI로 이동 가능 • (데이터) 연동 구조·약관에 따라 AI 사업자에 이용자 데이터 축적 가능 • (수익) 서비스 노출 단계에서는 수익 배분 기준 미형성, 거래 연동 시 수수료 구조는 사업자별로 상이 • (의존성) 특정 AI 사업자에 대한 종속 가능성 • (비용) 자체 AI 구축 부담이 상대적으로 낮음	• (고객 접점) 플랫폼에 유지 • (데이터) 플랫폼이 고객 데이터 통제권 유지 • (수익) 플랫폼 중심의 수익 창출 • (의존성) 외부 모델·개발 도구 활용 시 해당 AI 사업자에 대한 의존 가능성 • (비용) 구현 방식에 따라 상이 - 자체 모델(LLM 등) 구축 시 투자 부담 - 외부 API 활용 시 사용료 부담

주1. AI 중심형과 플랫폼 중심형은 개념적 구분이며, 실제 서비스는 두 유형을 병행하거나 단계적으로 전환 가능

주2. AI 중심형의 구현 방식에서 단순 웹 크롤링·검색 노출(예: AI 검색엔진의 일반 인용)은 플랫폼의 능동적 연동이 아니므로 본 분류에서 제외함

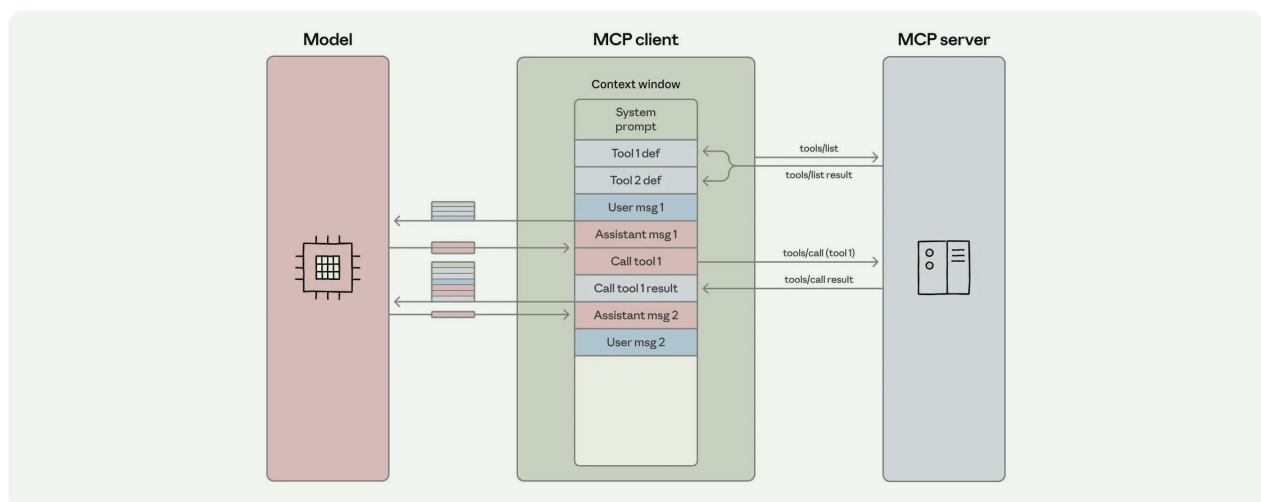
주3. MCP 등 표준 연동 규격은 양 유형 모두에서 활용될 수 있으며, 해당 표준은 2장 2)에서 별도로 다룸

주4. AI 중심형에서는 플랫폼사업자가 AI 사업자가 제시한 연동 규격에 참여할지와 개방 범위를 판단하는 반면, 플랫폼 중심형에서는 AI 역량의 확보 방식을 직접 설계함

2) 연결을 매개하는 표준 - MCP

- 연결 유형(AI 중심형, 플랫폼 중심형)과 관계없이 플랫폼과 AI 간 연계를 지원하는 표준 프로토콜이 확산되고 있으며, MCP가 대표적인 사례임
 - MCP는 AI 중심형에서는 플랫폼 서비스를 AI 인터페이스에 노출하는 데, 플랫폼 중심형에서는 플랫폼이 외부 AI 모델이나 도구를 호출하는 데 각각 활용됨
 - 이에 본고에서는 MCP를 연결 유형과 별도로 살펴봄
- (정의) MCP(Model Context Protocol)는 AI가 외부 데이터·애플리케이션·서비스와 표준화된 방식으로 통신할 수 있도록 하는 개방형 프로토콜로, 주요 AI 기업들이 채택하며 사실상 AI와 외부 서비스 간 연계를 위한 표준으로 자리 잡고 있음(Google Cloud 홈페이지)
 - ※ 2024년 11월 Anthropic이 오픈소스 공개한 이후, OpenAI(2025년 3월), Google(2025년 4월), Microsoft(2025년 7월), AWS(2025년 11월) 등이 채택
 - MCP는 AI가 외부 시스템으로부터 필요한 정보를 조회하거나 기능을 실행할 수 있도록 연결하는 역할을 수행하며, AI가 단순 질의응답을 넘어 실제 업무를 수행하는 에이전트로 발전할 수 있는 기반을 제공함
- (구조) [그림 1]과 같이, AI는 MCP 클라이언트를 통해 MCP 서버를 운영하는 외부 서비스와 연결하여 데이터 조회 및 기능 실행을 수행함
 - 사용자에게 요청받은 사항을 모델이 판단하여 필요한 부분을 MCP 클라이언트에 지시하면 MCP 클라이언트는 외부 시스템(MCP Server)에 요청을 전달하고 실행 결과를 다시 모델에 반환함

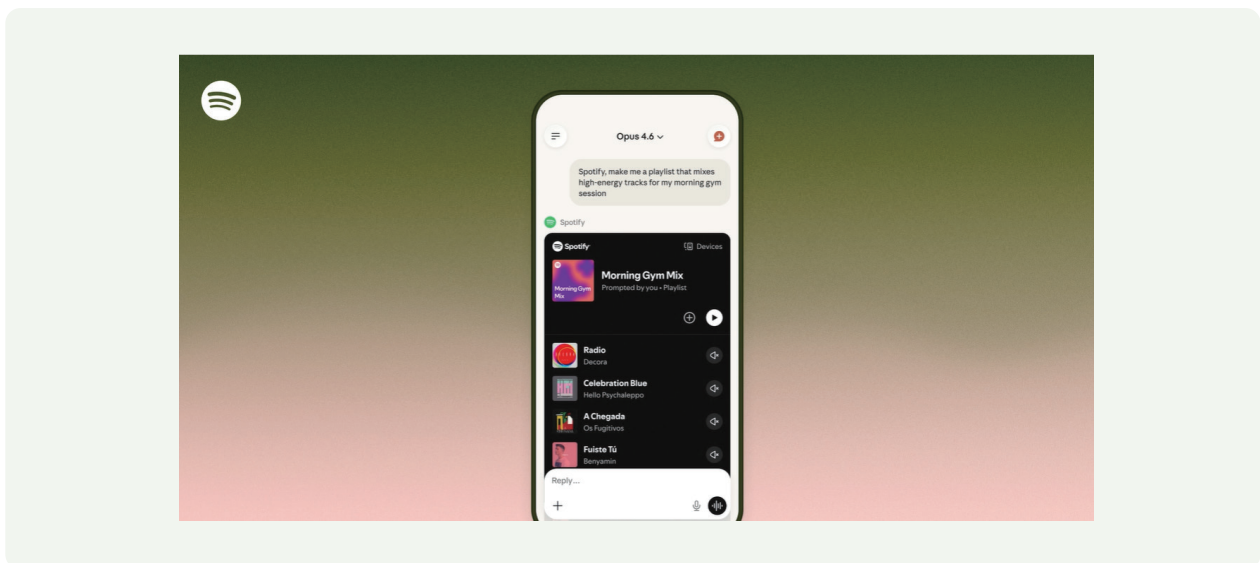
■ 그림 1 | AI와 외부 서비스 간 표준 연계 구조(MCP)



출처: Anthropic(2025.11.4.)

- (플랫폼 도입 사례) 플랫폼사업자는 이용자가 AI 환경에서도 기존 플랫폼 서비스를 이용할 수 있도록 MCP 서버를 구축하고 있음
 - 음악 스트리밍 플랫폼 Spotify는 '26년 4월부터 사용자가 계정을 Claude에 연결하여 취향과 청취 기록을 기반으로 한 맞춤 추천을 받을 수 있도록 서비스를 통합
 - ※ Spotify가 직접 제작·호스팅하는 MCP 서버를 Claude 커넥터로 제공하며, 이용자는 대화에서 음악·팟캐스트 추천을 받아 미리 듣기·저장·재생하거나 Spotify 앱으로 이동할 수 있음(Claud 홈페이지, 「Spotify」)

Ⅰ 그림 2 Ⅰ Claude 내 플랫폼 통합 사례(예시. Spotify)



출처: Spotify(2026.4.23.)

- (플랫폼 측면의 의미) MCP는 플랫폼이 AI 서비스별로 별도의 연동 방식을 개발하지 않고도 다양한 AI 서비스와 연계할 수 있는 기반을 제공한다는 점에서 의미가 있음
 - 플랫폼은 MCP 서버를 구축함으로써 여러 AI 서비스와의 연계 가능성을 확대할 수 있으며, AI 인터페이스가 새로운 고객 유입 경로가 될 수 있음
 - 플랫폼 중심형에서도 자사 서비스가 외부 AI 모델이나 도구를 호출하는 데 활용 가능
 - 나아가 MCP를 통해 제공할 수 있는 기능이 확대되면서, 플랫폼은 단순히 정보를 제공하는 수준을 넘어 AI 서비스에서도 기존 플랫폼의 주요 기능을 직접 이용할 수 있는 환경을 구현할 수 있음
 - ※ MCP는 UI 제공 기능까지 확장되었으며(MCP Apps), 이는 AI 인터페이스 내 서비스 제공에 해당하므로 3장('AI 중심형')에서 다룸

03 AI 중심형

1) AI 인터페이스에 서비스 노출

- AI 서비스 전용 SDK는 플랫폼사업자가 AI 서비스 내에서 앱(App) 형태의 서비스를 개발·등록할 수 있는 개발 도구로, AI 중심형 구현의 대표적인 방식임
- 대표적인 사례로 OpenAI가 '25년 10월에 공개한 Apps SDK를 들 수 있는데, 이를 통해 외부 플랫폼 서비스가 ChatGPT 내에서 앱 형태로 제공되거나 대화 맥락에서 호출될 수 있음

I OpenAI의 ChatGPT 내부 앱 방식

- '25년 10월, OpenAI는 ChatGPT 내에서 대화시 외부 서비스가 노출될 수 있도록 앱 개발툴(Apps SDK)을 공개하였으며, 이 SDK는 MCP를 기반으로 함(OpenAI, 2025.10.5.)
 - ※ 유럽 외부에서 ChatGPT 사용자(Free, Go, Plus, Pro 플랜)는 로그인시 앱 사용 가능
 - OpenAI는 Apps SDK를 공개하면서 기존 플러그인 중심의 외부 서비스 연계 방식을 Apps 중심의 생태계로 전환하였으며, 주요 변화는 다음과 같음

I 표 2 | ChatGPT의 외부 서비스 연계 구조 변화

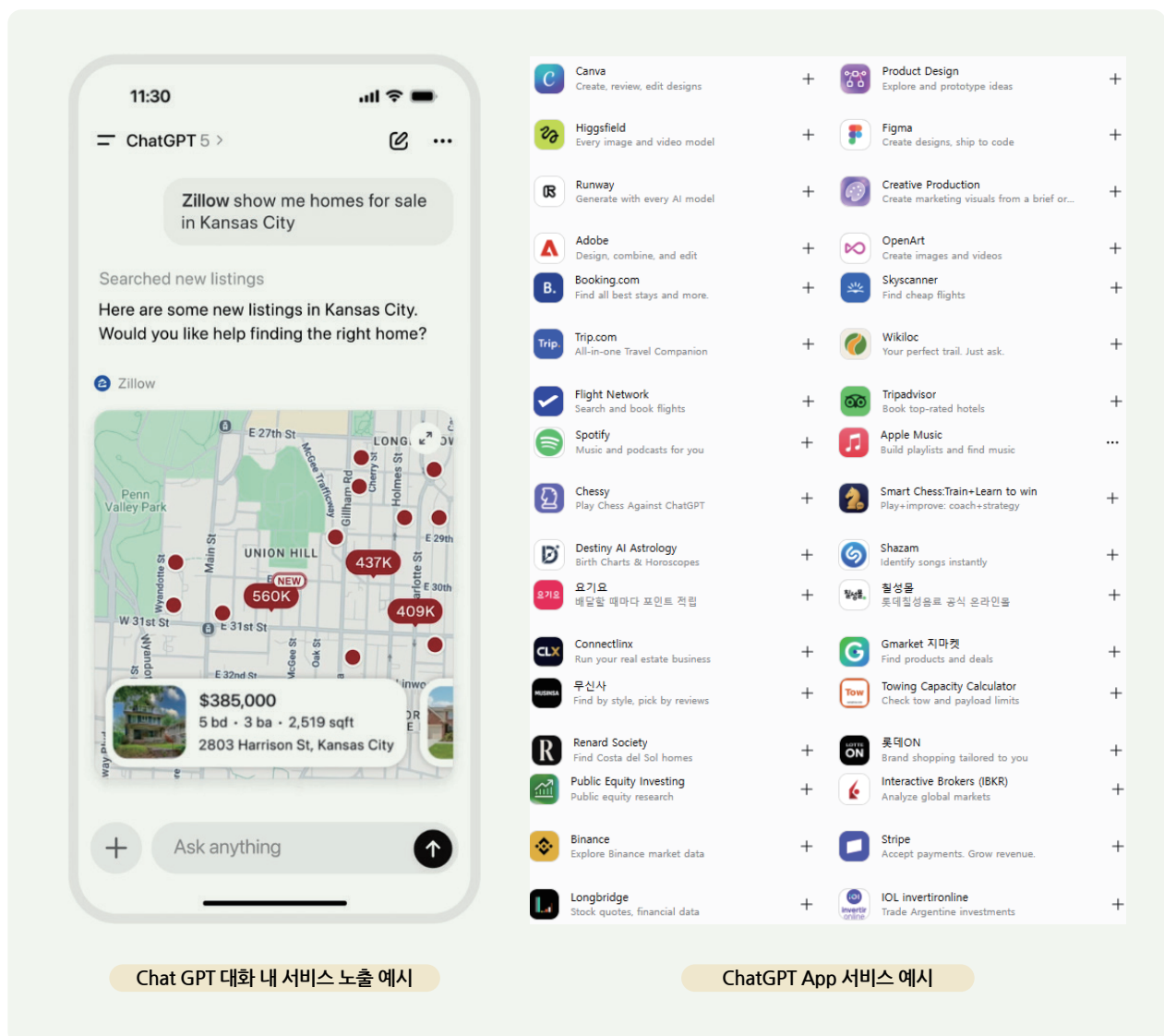
구분	과거	현재
명칭	플러그인(Plugins)	앱(Apps in ChatGPT)
등장시기	2023년 3월	2025년 10월
역할	외부 기능 호출	외부 서비스의 기능을 챗GPT 내에서 실행
형태	API 기반 기능	앱(App)
화면/UX	ChatGPT가 Plugin의 기능을 호출하고 결과를 대화로 제공	외부 서비스의 UI·컨텐츠를 ChatGPT 대화 안에서 직접 이용 가능
사용자 경험	별도 플러그인 설치·선택	대화 맥락 기반 제안·호출

주. 2026년 7월 9일부터 챗GPT에서 'Skill'이 포함되면서 App 탐색 위치가 'App'에서 'Plugin Directory'로 변경. 과거 Plugin은 외부 서비스의 기능을 ChatGPT와 연계하는 개념이었으나, 현재 Plugin은 App-Skill 등을 포함하는 상위 워크플로 패키지 단위로 재정의(OpenAI, 「ChatGPT의 앱」)

- 플랫폼 서비스 사업자가 ChatGPT 내에서 Apps 형태로 서비스를 제공하는 구조로, 이러한 앱(Apps)은 이용자가 선택하여 대화할 수 있으며, 때에 맞게 대화 중에 제안되거나 사용자가 앱(서비스명)을 호출하여 해당 서비스 기능을 이용할 수 있음

- 이용자는 ChatGPT와 대화를 이어가며 필요에 따라 여러 서비스 기능을 호출할 수 있어, 개별 플랫폼에 접속하지 않고 대화 안에서 원하는 작업을 수행할 수 있음
 - ※ ChatGPT에 등록된 앱 중 이용자가 연동한 앱에 한하여 이용 가능
- 특히, 기존 플러그인은 외부 API 호출 도구로서, 역할을 했다면 GPT Apps는 외부 서비스가 앱 생태계로 들어오는 형태임
- 현재는 GPT Apps는 별도의 수익 배분 체계를 운영하고 있지 않음

그림 3 | GPT App의 서비스 제공 예시



출처: (좌) OpenAI(2025.10.6.), (우) ChatGPT

- (플랫폼 파트너십 현황) GPT Apps에는 OpenAI의 자체 생산성 서비스뿐 아니라 다양한 외부 버티컬 플랫폼 서비스*도 제공되고 있음

* 여행(예시, Booking.com, Tripadvisor), 교통(Uber), 음악스트리밍(Spotfy), 부동산(Zillow), 커머스(Target), 음식배달(Doordash), 식당예약(TheFork), 교육(Coursera) 등

- 국내 플랫폼의 경우, 뷰티 플랫폼 ‘올리브영’, 음식배달주문플랫폼 ‘요기요’, 패션 커머스 플랫폼 ‘무신사’, 커머스 플랫폼 ‘롯데On’, 홈서비스플랫폼 ‘미소’, 차량 공유 플랫폼 ‘쏘카’, 지도 플랫폼 ‘카카오T 길찾기’ 등이 등록되어 있음(’26년 8월 기준)

I AI 채팅창 내 플랫폼 인터페이스 제공 - MCP Apps

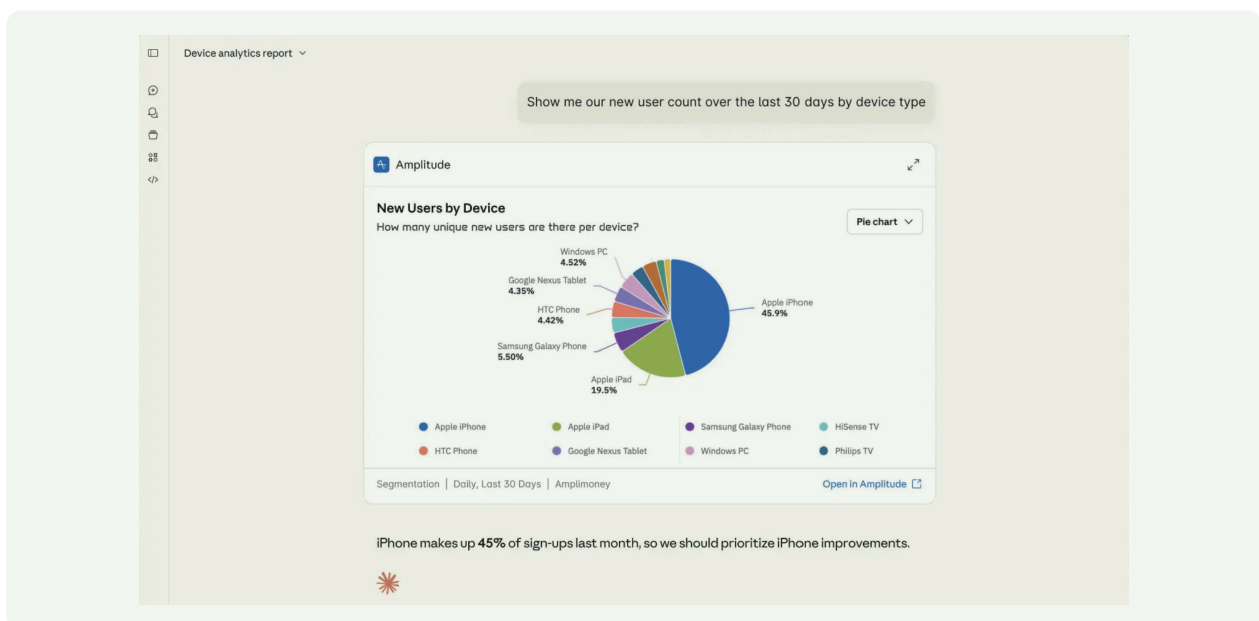
- ’26년 1월, MCP의 공식적인 기능 확장으로 ‘MCP Apps’를 출시하여, 기존에 텍스트 중심으로 제공되던 외부 서비스 정보를 인터랙티브 UI 형태로 AI 대화창 안에서 직접 제공할 수 있게 됨(MCP Blog, 2026.1.26.)

※ MPC Apps의 SEP(Specification Enhancement Proposal)는 OpenAI와 Anthropic의 MCP 코어 관리자, MCP-UI 개발자 및 MCP UI 커뮤니티 워킹그룹의 주요 관리자가 함께 등록(2025년 11월, SEP-1865)

- 기존에는 AI가 외부 서비스 정보를 텍스트 중심으로 제공하였다면, MCP Apps는 대시보드, 양식, 결제창 등 인터랙티브 UI를 AI 대화창 안에서 직접 제공할 수 있도록 기능이 확장됨

※ 도구가 UI 리소스를 선언하면 호스트는 샌드박스 처리된 iframe에 해당 리소스를 렌더링하고 사용자는 대화에서 직접 상호작용할 수 있음

I 그림 4 I Claude 대화 내 MCP Apps 활용 예시



출처: Mezha(2026.1.27.)

- MCP Apps는 Claude, ChatGPT, Visual Studio Code 등 다양한 AI 서비스와 개발 환경에서 활용되고 있음
- 현재는 주로 생산성 중심의 SaaS*가 MCP Apps 기능을 사용하고 있으나, 향후 다양한 서비스 제공사가 참여하여 AI 인터페이스 내에서 활용할 수 있는 기능의 범위가 확대될 것으로 보임(The Register, 2026.1.26.)

* 협업 디자인(예시. Figma), 비주얼 콘텐츠 제작(Canva), 팀 커뮤니케이션(Slack), 프로젝트관리(Asana, monday.com), 제품 분석(Amplitude), 세일즈 자동화(Clay), 데이터 분석(Hex), 파일 관리·보안(Box) 등이 포함

2) AI 인터페이스에서 거래 완결

- (도메인 전용 프로토콜의 등장) MCP가 AI와 외부 서비스 간 연결 방법을 표준화한 것이라면, 커머스의 결제나 숙박·여행의 예약과 같은 도메인 고유 절차는 별도의 정의가 필요하여 도메인 전용 프로토콜이 병존
 - 에이전틱 커머스*를 지원하는 대표적인 표준 연결 방식에는 Google과 OpenAI가 각각 주도하는 UCP(Universal Commerce Protocol)와 ACP(Agentic Commerce Protocol)가 있으며, 상품 탐색 및 비교, 결제 등의 일련의 쇼핑 프로세스를 AI로 실행 가능하게 함
- (프로토콜 구축 현황) 생성형 AI 기업별로 프로토콜을 구축하고 있으며, 기존 플랫폼(특히 커머스)과의 제휴를 활발히 진행하며 시장 선점 경쟁을 전개
 - 이러한 표준 프로토콜은 대체로 오픈소스로 공개되어 더 많은 상점과 개발자가 AI를 쉽게 연동할 수 있도록 함

* AI 에이전트가 소비자를 대신해 제품을 탐색하고, 비교하며, 구매 결정을 지원하는 자율형 소비 시스템을 의미(LG CNS, 2025.11.18.)

※ AI 간 연결 프로토콜(A2A 등)은 본고의 범위에 포함되지 않아 별도로 서술하지 않음

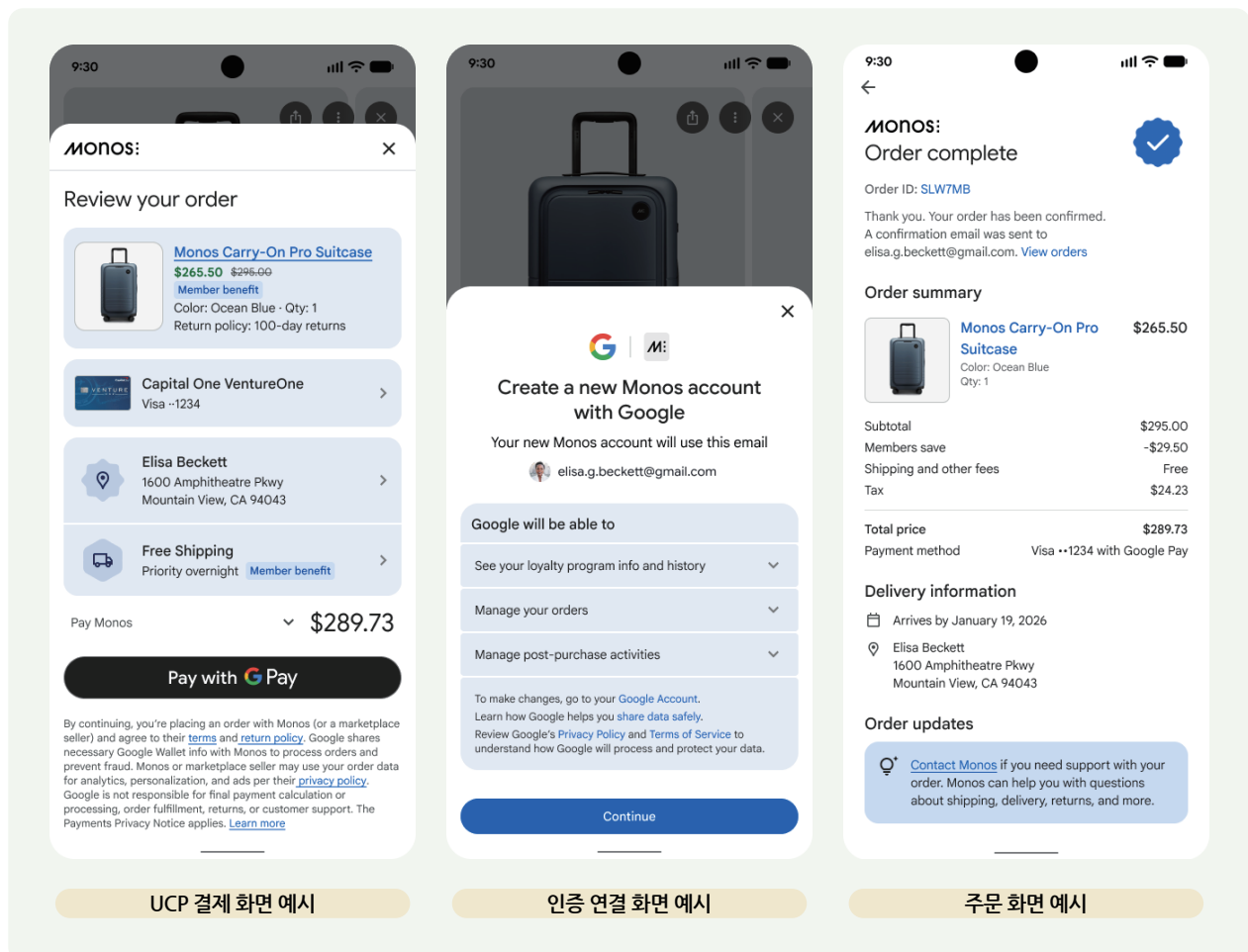
I UCP(Universal Commerce Protocol)

- (정의) UCP(Universal Commerce Protocol)는 AI가 다양한 커머스 플랫폼과 표준화된 방식으로 상품 탐색, 장바구니, 결제, 주문관리 등 상거래 기능을 수행할 수 있도록 설계된 개방형 상거래 프로토콜임(Google for Developers, 2026.1.11.)
 - Google은 주요 커머스 플랫폼 및 결제 사업자 등 20여 개 파트너와 공동으로 UCP를 개발하여 '26년 1월 공개함

※ UCP는 5개의 공동 개발사(Shopify, Etsy, Wayfair, Target, Walmart), 카드 네트워크(Visa, Mastercard, Amex), 결제 처리 업체(Stripe, Adyen), 주요 소매업체(Best Buy, Home Depot 등)를 포함한 20개 이상의 제휴 파트너가 참여

- UCP는 상품 탐색부터 주문·결제, 사후 지원까지 상거래 전 과정을 AI 환경에서 표준화된 방식으로 수행할 수 있도록 설계됨(UCP 홈페이지, 「Universal Commerce Protocol The common language for platforms, agents and businesses」)
- UCP는 Google 검색 AI 모드와 Gemini 앱 등 Google의 AI 서비스에 순차적으로 적용될 예정임(Checkout.com, 2026.1.11.)
- (구조) UCP는 쇼핑 서비스(shopping service)·기능(capability)·확장(extension)의 3계층 구조로, 에이전트는 판매자의 UCP 프로필을 조회한 후 REST, JSON-RPC, MCP, A2A 등 표준 프로토콜을 통해 필요한 기능을 호출(Eco 홈페이지, 「UCP Explained」)
- 이를 통해 상품 검색, 주문, 결제, 고객관리 등 다양한 상거래 기능을 플랫폼별과 관계없이 동일한 방식으로 수행 가능

그림 5 | 생성형 AI 서비스 내 UCP 구현 화면 예시



출처: Universal Commerce Protocol (UCP), 「Universal Commerce Protocol The common language for platforms, agents and businesses」

- (구현) UCP를 연동한 판매자는 AI 서비스 내에서 자격 요건을 충족한 상품에 대해 대화 중 바로 결제를 진행할 수 있으며, 현재 Google 검색 AI 모드와 Gemini에 적용*되고 있음(Google Merchant Center 고객센터)

* 미국·캐나다·오스트레일리아에서 자격 요건을 충족하는 제품과 제휴 판매자·파트너에게만 적용되며, 결제 기능은 현재 일부 판매자에게만 제공(참여 희망 시 요구사항 충족 후 신청)

* 이용자는 Google 월렛에 저장된 결제 수단과 배송 정보를 사용하여 Google Pay로 결제 가능

- 판매자는 Merchant Center에서 상품, 배송, 반품 정보를 등록하고 UCP 프로필을 인증한 후 결제 정보를 연계하여 서비스를 제공함

※ 공동 개발사인 Shopify는 플랫폼 차원에서 UCP를 통합하고 있어, 입점 판매자는 별도의 UCP 구축 없이 AI 기반 쇼핑 서비스에 참여 가능함

- 기존 결제 버튼은 판매자 사이트에서 거래가 이루어지는 반면, UCP 기반 결제 환경에서는 판매자가 등록 판매자 지위를 유지한 채 Google 표시 경로에서 직접 결제가 완료
- 이용자(고객)는 판매자의 이용약관을 따르며, 결제 과정에서 수락하여야 진행(Google UCP Guide 홈페이지)

※ 거래 데이터에 대한 소유권은 판매자에게 있음

- (기능 확장) '26년 3월, Google은 장바구니, 카탈로그, 회원(ID) 연계 기능 등을 추가하여 UCP 기반 쇼핑 경험을 고도화하였으며, 향후 온보딩 절차를 간소화하여 더 많은 판매자가 UCP 생태계에 참여할 수 있도록 지원할 예정(Google, 2026.3.19.)

※ ① 장바구니 옵션이 추가되어 한 번에 여러 상품을 장바구니에 추가 기능 ② 제품 변형, 재고, 가격 등 특정 제품 정보를 실시간으로 검색 가능한 신규 카탈로그 기능 ③ 소매업체 사이트와 동일한 로열티 또는 회원 혜택을 받을 수 있도록 ID 연결 기능 등을 도입

- '26년 상반기에 Identity linking(로그인 시 멤버십 할인·무료배송 등 혜택 연동), Order management(주문 추적·관리), Cart(여러 상품 한 번에 담기), Product discovery(실시간 재고·가격·옵션 조회) 등의 기능이 추가

- (플랫폼 도입 사례) Google은 다양한 커머스 플랫폼 및 리테일 기업과 공동으로 UCP를 개발하여 출시 초기부터 주요 플랫폼의 상품과 서비스를 자사 AI 생태계와 연결할 수 있는 기반을 마련함

- Amazon은 독자적 에이전틱 커머스 생태계를 구축했으나, 최근 메타·MS·세일즈포스·스트라이프와 UCP 기술위원회에 합류하며 외부 AI 에이전트와의 플랫폼 연결을 확장할 가능성도 존재

※ '26년 4월, UCP Tech Council에 Amazon·Meta·Microsoft·Salesforce·Stripe가 합류하여 총 10개 기관 체제로 변화

- 쇼핑 플랫폼 Shopify는 쇼핑객, 판매자, 개발자 등 다양한 이해관계자와 이에 따른 단계별 구매 프로세스로 인해 쇼핑객용(Storefront, Customer Account), 결제용(Checkout), 개발자용(Dev)의 MCP 서버(4개)를 구축하였으며, AI상에서 결제 표준화를 위해 UCP를 도입

I 표 3 | Shopify의 MCP 서버 종류와 특징

MCP 서버	목적	인증	사용자
Dev MCP	• 문서 검색, API 스키마 분석, 코드 생성	없음	Claude Code / Cursor를 통한 개발자
Storefront MCP	• 상품 검색, 장바구니 관리, 결제 안내	없음	AI 쇼핑 어시스턴트
Customer Account MCP	• 주문 추적, 반품, 계정 정보	OAuth 2.0 + PKCE	인증된 고객 서비스 에이전트
Checkout MCP	• 결제 세션 생성/수정/완료/취소	UCP 에이전트 프로필 필요	파트너사만 선택 가능

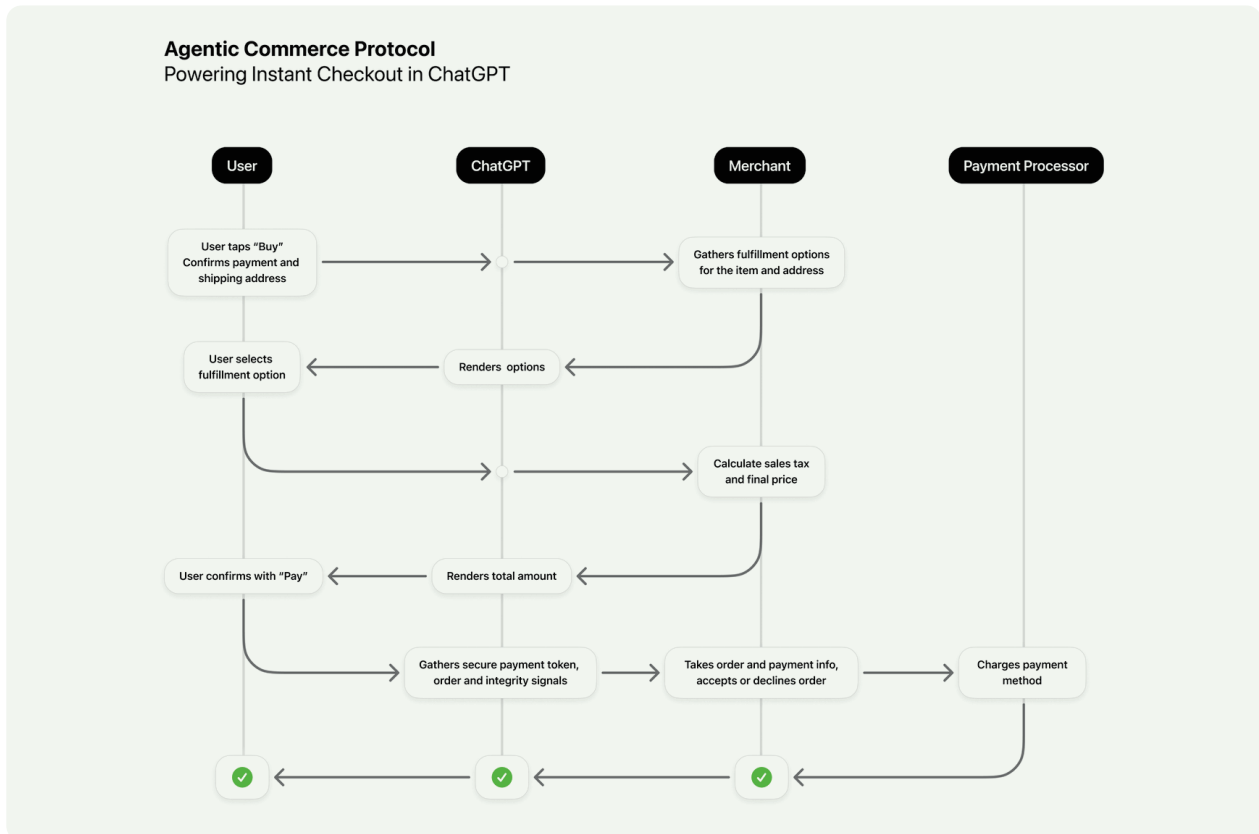
출처: Shopify Expert Tenten(2026.3.29.)

I ACP(Agentic Commerce Protocol)

- (정의) ACP(Agentic Commerce Protocol)는 구매자, 구매자의 AI 에이전트, 판매자 간의 프로그래밍 방식 교환을 통해 구매를 완료할 수 있도록 하는 개방형 상거래 프로토콜(ACP 홈페이지, 「Introduction」)로, OpenAI와 결제플랫폼사인 Stripe가 개발(‘25년 9월 공개)
 - ACP를 통해 ChatGPT는 구조화된 카탈로그 데이터를 수집하고, 판매자의 재고를 파악하며, 문맥에 맞는 관련 제품을 안내 가능(OpenAI Developers 홈페이지, 「Agentic Commerce Protocol」)
 - ACP는 에이전트가 결제를 진행하고 자격 증명을 안전하게 전달하는 방법에 대한 공통 인터페이스 세트(MCP와 유사)를 정의(ACP 홈페이지)
 - ※ 에이전트 구매 가능 결제: 에이전트가 사이트를 직접 탐색하는 대신, 예측 가능하고 프로그래밍 방식으로 구매 경험을 제공
 - ※ 안전한 자격 증명 중계: 에이전트는 판매자 및 결제 서비스 제공업체(PSP)와 상호 작용하여 결제 자격 증명을 제공하고 중계 가능
 - ‘25년 9월, ACP를 기반으로 ChatGPT 내에서 즉시 결제 기능(Instant Checkout)을 도입하여 제품 탐색뿐 아니라 실제 구매까지 직접 연결하였으나, ‘26년 3월부터는 이를 축소하고 결제를 판매자 자체 시스템(사이트·앱)으로 라우팅하는 방식으로 전환
 - ※ 챗GPT에서 다음과 같이 안내 “OpenAI는 ChatGPT에서 별도의 인스턴트 결제 경험을 제공하는 방식 대신 더 나은 상품 탐색과 판매자 중심의 결제 경험에 집중합니다. 사용자는 ChatGPT에서 상품을 탐색하고 비교할 수 있지만, 실제 구매는 판매자의 웹사이트나 앱에서 이루어집니다.”(ChatGPT, 「ChatGPT에서 상품 노출하기」)
 - ‘26년 1월, Microsoft는 PayPal, Shopify Stripe과 협력하여 ACP 기반의 Copilot Checkout을 출시하는데, 4월 기준 가맹점 수가 50만 개를 확보하며(Yahoo Tech, 2026.4.22.), 자체 결제 시스템을 유지하고 있어 ChatGPT와는 다른 행보를 보임
 - ※ 마이크로소프트는 ACP 기반 Copilot Checkout(거래·체크아웃 레이어)과 UCP 지원 Merchant Center 피드(발견·상품신호 레이어)를 함께 운영하며, 두 프로토콜이 서로 다른 레이어를 지원하는 구조로 활용

- (구조) ACP 기반 즉시 결제를 지원하기 위해 판매자는 ① 상품 정보(Product Feed), ② 주문 처리(Agentic Checkout Spec), ③ 위임 결제(Delegated Payment Spec)를 ChatGPT와 연동하여야 함(OpenAI Developers, 「Key concepts」)

그림 6 | ACP(Agentic Commerce Protocol)의 데이터 흐름



출처: OpenAI Developers, 「Key concepts」

- (상품정보) 판매자는 판매 상품, 재고 현황, 가격 정보를 제공하며, 상품명(최대 150자), 상품 설명(최대 5,000자), ISO 4217 통화 코드가 포함된 가격, 재고 상태, 이미지, 검색 및 결제 가능 여부 등의 상세 정보를 포함(Opascope, 2026.4.16.)

※ 판매자는 식별자, 설명, 가격, 재고, 미디어 및 주문 처리 옵션과 같은 주요 세부 정보가 포함된 안전하고 정기적으로 업데이트되는 피드(CSV 또는 JSON)를 제공

- (주문처리) Agentic Checkout Spec은 AI가 고객의 에이전트로서 주문을 처리하고 AI 인터페이스에 내장된 결제 환경을 제공할 수 있도록 정의

※ 다만 ChatGPT에서는 '26년 3월 인챗 결제가 중단되어 현재 결제는 판매자 웹사이트·앱에서 이루어지며, 해당 스펙은 Copilot Checkout 등 다른 서비스에서 활용

- (위임결제) Delegated Payment Spec은 OpenAI는 결제 정보를 판매자 또는 지정된 결제 서비스 제공업체(PSP)와 안전하게 공유하도록 지원
 - ※ '26년 3월, OpenAI는 "Instant Checkout의 초기 버전은 원하는 수준의 유연성을 제공하지 못했다"고 밝히며, 판매자가 자체 결제 시스템을 활용해 거래를 완결하는 방식으로 전환(Tech Informed, 2026.3.30.)
- (기능 확장) '26년 3월, 상품 탐색을 지원하도록 검색 결과의 인터페이스와 검색 속도 개선 등 ACP 기능을 확장(ChatGPT, 「ChatGPT에서 상품 노출하기」)
 - ※ 이미지 기반 상품 탐색, 제품 비교 기능, 검색 정확도 및 결과 범위 개선 등을 개선
- OpenAI는 Shopify 판매자 등 파트너 온보딩을 확대하고 있으며, 연내 판매자 직접 설정 가능한 셀프서비스 포털(self-service merchant portal) 제공 예정(ChatGPT, 상기와 동일)
 - ※ Shopify 판매자의 경우, Shopify Catalog를 통해 제품 데이터가 이미 ChatGPT에 직접 연동되어 있어 별도의 추가 작업 없이 사용 가능
- 커머스 플랫폼 외에 개별 리테일 브랜드가 ACP를 도입하여 기존 커머스 전문 플랫폼을 거치지 않고 에이전틱 커머스에 진입할 가능성이 높을 것으로 예상
- (플랫폼 도입 사례) ACP는 판매자가 상품 피드를 제출하고 결제를 개별 연동하는 구조로, 플랫폼 단위의 일괄 연결이 이루어진 사례는 제한적
 - 초기에는 커머스 플랫폼과 대형 리테일러가 인챗 결제까지 연동하였으나, '26년 3월 Instant Checkout 중단 이후 대부분 탐색 연동 또는 자체 앱 운영으로 전환
 - ※ 종합리테일(에시, Target), 패션(Nordstrom), 뷰티(Sephora), 홈리모델링·DIY(Lowe's, The Home Depot), 전자(Best Buy), 홈퍼니싱(Wayfair) 부문의 리테일 기업들이 제품 탐색을 위해 ACP에 통합됨(OpenAI, 2026.3.24.)

3) 소결

- (AI 인터페이스로의 서비스 편입 확대) Apps SDK·MCP Apps를 통해 플랫폼 서비스가 AI 대화 안에서 UI 단위로 제공되는 단계까지 확장함
 - 기존 플랫폼 이용자들은 플랫폼 서비스로 이동할 필요 없이 AI 서비스 상에서 해당 플랫폼의 기능을 경험할 수 있게 됨
 - 분산된 다양한 플랫폼 서비스가 AI 서비스로 모일 경우, 이용 접점이 된 AI 서비스에 체류시간과 트래픽이 집중되어 플랫폼이 위축될 가능성이 있음
 - AI 인터페이스가 새로운 이용 접점이 되고 있으나, 달리 서비스 노출 단계에서는 AI 사업자와 플랫폼 간 수익 배분 방식이 아직 명확하게 정립되지 않은 상황임
 - ※ 연동 방식에 따라 이용자 행동 데이터가 AI 사업자에 축적될 수 있으나, 실제 귀속 범위는 서비스별 연동 구조와 약관에 따라 상이

- (커머스 프로토콜 경쟁과 거래 완결의 한계) Google과 OpenAI가 각각 UCP, ACP를 주도하며 대형 리테일러·커머스 플랫폼과의 제휴를 통해 표준 선점 경쟁을 벌이고 있으나, 실제 결제 실행까지는 제한적인 범위에 머물러 있음
 - ACP는 '25년 9월 도입한 인챗 결제를 '26년 3월 철회하고 판매자 시스템으로 라우팅하는 방식으로 전환
 - UCP는 AI 인터페이스 내 결제를 유지하고 있으나, 미국·캐나다·호주의 일부 제휴 판매자를 대상으로 한 초기 접근 단계에 머물러 있음
 - 두 프로토콜 모두 판매자가 등록 판매자(merchant of record)로서 거래 책임을 지고 있어, 현재까지 AI는 거래를 대체하기보다 탐색과 결제를 매개하는 역할에 머물러 있음
 - 다만 프로토콜이 확산될 경우 개별 리테일러가 커머스 플랫폼을 거치지 않고 AI에 직접 연결할 수 있어, 판매 창구의 멀티호밍이 확대되고 AI와 기존 커머스 플랫폼 간 경쟁 구도에 변화가 나타날 가능성이 있음

참고 I UCP와 ACP 비교

구분	UCP	ACP
개발	Google, Shopify 등 공동 개발 ※ Tech Council에 Amazon·Meta·MS·Salesforce·Stripe 등 합류 (2026.4.)	OpenAI와 Stripe 공동 개발
공개 시점	2026.1.	2025.9.
연계 구조	판매자가 자신의 도메인에서 UCP 프로필을 제공하고, AI 서비스가 이를 탐색	판매자가 상품 피드를 제공하고, AI 서비스가 이를 상품 카탈로그로 활용
거래 처리	AI 서비스 화면에서 결제 완료 ※ 판매자는 등록 판매자 지위를 유지하며, 결제는 연계된 결제 인프라에서 처리	AI 서비스별로 상이 • ChatGPT: 2026.3. 인챗 결제 중단, 판매자 웹사이트·앱에서 처리 • Copilot: ACP 기반 Copilot Checkout 운영('26.1. 출시)
구현 사례	Google 검색·Gemini, Microsoft Copilot 등	ChatGPT, Microsoft Copilot 등

04 플랫폼 중심형

1) 자체 AI 모델 내재화

- 자체 AI 모델 내재화는 플랫폼이 AI 모델을 직접 개발하거나 오픈소스 모델을 파인튜닝해서 자사 인프라에 구축·운영하는 방식으로, 성능이 우수한 AI 모델과 버티컬 플랫폼을 함께 갖춘 경우에 가능하므로 해당 사례는 많지 않음
- (Google) Google은 자사 서비스(브라우저, 검색 및 광고, 쇼핑, 동영상공유서비스 등)에 자체 AI 기술인 Gemini를 적용하여 AI 기반으로 다양한 기능을 도입
 - (검색) Google은 제미나이 기반 ‘AI 모드’와 ‘AI 개요’를 검색서비스에 제공하여, 하위 주제와 데이터 소스를 대상으로 관련 검색어를 실행하는 ‘검색 확장’ 기법을 통해 답변을 생성하며, 이용자가 추가로 콘텐츠를 탐색할 수 있도록 관련 링크를 함께 표시(Google Search Central, 「AI 기능 및 웹사이트」)
 - ※ ‘AI 개요’는 복잡한 질문이나 여러 출처가 필요한 정보를 검색했을 때, 검색 결과 최상단에 다양한 출처의 정보를 요약하고 출처 링크를 함께 제공하는 기능
 - ※ ‘AI 모드’는 제미나이가 검색창 전면에 결합하여 사용자에게 맞춤형 솔루션을 직접 제공하는 인터페이스
 - (광고) Google Ads는 AI 기술(제미나이 등)을 도입해 광고 캠페인 생성부터 입찰, 맞춤형 소재 제작, 결제까지 자동화하는 AI 기반 마케팅 솔루션(‘AI Max’)*을 제공
 - ※ AI Max는 지능형 타겟팅(사용자의 검색 의도를 파악하여 잠재 고객 확인), 광고 소재 자동 생성(제품 데이터 등을 기반으로 사용자에게 관련성 높은 광고 제목과 설명을 AI가 자동 맞춤 제작), 효율적인 경로 안내(사용자 클릭시 웹사이트 내에서 가장 적절한 페이지로 연결) 등 검색과 쇼핑 등 다양한 영역에서 복잡한 설정 과정을 줄여주도록 설계된 통합 솔루션
 - ※ ‘26년 9월, Google은 기존의 다이내믹 검색 광고(DSA), 자동 생성 애셋(ACA), 캠페인 수준의 확장검색 설정을 AI 기반 검색 캠페인 시스템인 ‘AI Max’로 전면 업그레이드 예정(Google Ads & Commerce Blog, 2026.4.15.)
 - (쇼핑) 쇼핑 영역에서 Google은 생성형 AI(Gemini)에 UCP로 쇼핑 플랫폼과 연결하면서, 기존의 검색 기반의 쇼핑에서도 AI 기술을 적용하여 쇼핑객이 검색창을 벗어나지 않고 쇼핑 정보를 얻을 수 있게 하였으며, 판매자에게도 고도화된 상품관리, 마케팅, 성과 측정 등의 기능을 제공
 - ※ 이용자 측면에서는 대화형 상품 검색(‘AI 모드’), 가상피팅(‘Try it on’), 에이전트 체크아웃(‘Buy for me’), 맞춤형 가격 추적 알림(‘Track price’) 등을 제공(일부 제외 미국 내 제품 목록만 적용)
 - ※ 판매자에게는 구글 검색으로 들어온 쇼핑객과 대화할 수 있는 브랜드 전용 AI 에이전트(‘Business Agent’), 머천트센터*를 통한 AI 상품 등록 자동화 등을 제공

2) 자체-외부 멀티모델 구축*

* 멀티모델은 자체 모델과 외부 모델을 함께 쓰는 형태로, 두 방식(자체 AI 모델 내재화, 외부 AI 모델 활용)의 조합에 해당

- 멀티모델 오케스트레이션(Multi-Model Orchestration)은 작업을 수행하기 위해 여러 AI 모델을 통합하고 관리하는 것으로, 모든 출력에 하나의 모델만 사용하는 대신, 워크플로는 각 모델의 고유한 강점을 활용해 전략적으로 다양한 모델을 활용 가능(Activepieces, 「Multi-Model Orchestration」)

※ 멀티모델 오케스트레이션은 AI 오케스트레이션, LLM 오케스트레이션 등 다양한 용어로 불리며 AI에이전트 오케스트레이션까지 확장하여 사용되는 용어로, 여러 AI 모델을 강점에 맞게 워크로드별로 적용하여 통합하는 것을 의미

- 이는 다양한 모델의 강점을 고유하게 설계된 과제에 발휘할 수 있는 AI 시스템 구축을 가능하게 하며(IBM, 「What is AI orchestration?」), 다양한 모델 포트폴리오에 걸쳐 워크로드를 조율할 수 있는 플랫폼이 가치를 창출할 수 있음(Gartner, 2026.3.25.)

※ 일상적이고 빈도가 높게 수행되는 작업은 보다 효율적인 소형 도메인 특화 언어 모델로 처리해야 하며, 이러한 모델은 특수 워크플로에 맞춰 사용될 경우 일반적인 모형보다 훨씬 저렴한 비용으로 더 나은 성능을 제공 가능

- 하나의 서비스 안에서 자연어 이해, 추론, 이미지·영상 생성, 코드 실행 등 각 역할에 특화된 모델을 조율·조합함으로써, 단일 모델로는 달성하기 어려운 서비스 품질을 구현 가능
- 플랫폼 기업 중에는 서비스단계/영역별로 자체와 외부의 AI 모델을 혼합 및 통합하여 서비스를 구현하는 경우가 있는데, 이는 필요한 기능만 선별하여 사용하되 외부 기술에만 의존하지 않는 전략임
- (Amazon) 아마존은 여러 공급사의 파운데이션모델을 단일 API로 묶어 제공하는 Bedrock*을 공통 기반으로, 작업 성격에 따라 자사 Nova와 Anthropic Claude 등 외부 모델을 선택적으로 라우팅하는 방식으로 커머스 플랫폼에 AI기능을 구현

* AWS가 제공하는 생성형 AI 애플리케이션과 에이전트를 구축하기 위한 플랫폼으로, 주요 파운데이션모델, 에이전트를 배포 및 운영하기 위한 서비스, 모델을 미세 조정, 보호 및 최적화하기 위한 도구, 애플리케이션을 최신 데이터에 연결하기 위한 지식 기반을 제공(AWS, 「Amazon Bedrock」)

- 아마존은 엔트로픽과의 전략적 제휴를 배경으로, Bedrock을 통해 Claude를 외부 고객에게 유통하는 한편 알렉사 포 쇼핑·Seller Assistant 등 자사 커머스 서비스에도 활용(CNBC, 2026.2.4.)

※ 아마존은 '23년 9월에 엔트로픽에 대한 첫 투자를 시작으로 전략적 제휴 관계를 이어왔으며, '26년 4월, 이를 대폭 확대하는 협약을 체결한 바 있음. 엔트로픽은 향후 10년간 AWS 기술에 1,000억\$ 이상을 투자하고, 최대 5GW의 컴퓨팅 용량을 확보하는 한편, 아마존은 기존 80억 달러에서 최대 250억\$를 엔트로픽에 추가로 투자(CNBC, 2026.4.20.)

- '26년 2월에는 오픈AI와도 전략적 제휴를 체결했으나, 현재까지는 AWS 인프라 제공과 Bedrock을 통한 모델·개발 도구 공급에 머물러 있으며 커머스 적용 사례는 아직 확인되지 않음

※ '26년 2월, 아마존은 오픈AI와 전략적 제휴를 체결. 아마존이 오픈AI에 500억\$를 투자하고(초기 150억\$ + 특정 조건 충족시 350억\$), 오픈AI는 AWS에서 2GW 규모의 Trainium 용량을 사용하기로 함. 양사는 오픈AI 모델로 구동되는 Stateful Runtime Environment를 공동 개발해 Amazon Bedrock에서 제공하기로 함(OpenAI, 2026.2.27.)

- 아마존은 '24년 2월에 아마존 쇼핑 앱에 내장된 생성형 AI 쇼핑 어시스턴트인 Rufus를 출시한 바 있는데, Rufus는 Amazon Nova, Anthropic의 Claude Sonnet, 그리고 자체 커스텀 모델을 조합해 운영

※ Rufus는 내부적으로 각 쿼리를 Amazon Bedrock에 호스팅된 여러 LLM으로 라우팅함. Anthropic의 Claude Sonnet, Amazon Nova, 그리고 아마존 카탈로그·리뷰·Q&A·스토어 지식으로 훈련된 커스텀 모델을 혼합하여, 작업 유형에 따라 최적의 모델 조합을 선택(All About AI, 2025.11.18.)

- (소비자 서비스) '26년 5월, 아마존은 Rufus와 Alexa+*를 통합하여 다양한 기기에서 개인화 되고 유용한 쇼핑 경험을 제공하는 AI 어시스턴트인 'Alexa for Shopping'를 출시하였으며, 아마존 쇼핑 서비스(웹/앱)에서 미국 고객에게 제공(Amazon seller central, 「Alexa for shopping」)

* 아마존의 AI어시스턴트인 Alexa+에서 Amazon Bedrock을 통해 Claude에 연결(Anthropic, 2025.2.26.)

※ Alexa for Shopping은 기존 AI 어시스턴트인 Alexa의 모든 기능을 제공하지 않으나, 가격 이력 조회 및 알람·자동구매, 리뷰 요약, 주문 조회 등이 쇼핑 관련 핵심 기능이 탑재되어 있으며, 쇼핑과 직접 관련 없는 일상적 질문에도 답할 수 있다는 점이 특징

- (판매자 서비스) 아마존은 판매자용 생성형 AI 도구인 'Seller Assistant*'를 제공하고 있는데, 이는 Amazon Bedrock을 기반으로 Amazon Nova와 Anthropic Claude를 활용하고 있음(Amazon News, 2025.9.17.)

* Seller Assistant는 판매자의 질문에 추론하여 응답하고, 모니터링을 통해 재고를 최적화하고, 판매자 요구사항을 예측하고 전략적 솔루션을 개발하는 등의 역할을 수행

※ '24년 9월, 아마존은 판매자를 위한 AI 개인 비서인 'Project Amelia(현 Seller assistant)' 베타 버전 출시 이후, '25년 9월, 에이전트형 AI 추가, '26년 3월 'Canvas' 제공 등 기능을 지속 확장

표 4 | Amazon 쇼핑 서비스의 자체+외부 AI모델 활용 사례

구분	서비스명	사용 AI 모델·인프라	주요 기능
구매자	Alexa for Shopping (Rufus와 Alexa+ 통합, '26.5.13.)	Bedrock 기반 Claude Sonnet 등 + Amazon Nova + 자체 커스텀 모델 라우팅	자연어 상품 추천, 멀티턴 대화, 가격 이력 조회, 목표가 도달 시 자동구매, Scheduled Actions, Buy for Me, 기기 간 맥락 유지
판매자	Seller Assistant (구 Project Amelia)	Bedrock 기반 Amazon Nova + Anthropic Claude	재고 능동 모니터링·재입고 추천, 계정 헬스 요약, 컴플라이언스 문서 누락 사전 감지, 승인 시 자동 실행
판매자	Creative Agent (Creative Studio 내 기능)	Bedrock 기반 Amazon Nova + Anthropic Claude	대화형 프롬프트로 상품·오디언스 리서치, 스토리보드 형태 콘셉트 개발, 영상·디스플레이 광고 생성

주. Alexa for Shopping의 사용 AI 모델 구성은 아마존이 별도로 공개한 바 없어, 통합 이전 Rufus(Amazon News, 2025.11.18.) 및 Alexa+(Anthropic, 2025.2.26) 기준으로 확인된 내용을 기재함

자료: Amazon News(2025.9.17.), Amazon Ads(2025.9.17.), Amazon seller central 등 저자 정리

3) 외부 AI 모델 활용

- 플랫폼 기업들은 자체 AI 모델이 없거나 외부 모델을 활용하는 것이 유리한 경우, AI 기반 서비스 개발을 위해 타사 모델을 도입하게 되는데, 크게 API 호출과 오픈소스 활용 방식이 있음
 - AI 모델 활용 방식은 기업의 사업 영역, 서비스 성격, 개발 단계에 따라 다르게 선택될 수 있으며, 하나의 방식만 고집하기보다 상황에 따라 혼용하는 것이 일반적임

① API 호출

- 외부 AI API 호출 방식은 제공사 서버의 모델을 원격으로 호출하여 자사 서비스에 연결하는 방식으로, API를 직접 호출하거나 클라우드 관리형(Amazon Bedrock, Google Vertex AI 등)을 통해 외부 AI 기능을 도입하는 형태임
 - 외부 AI API를 도입하는 경우, 공급사 모델의 다양한 기능을 활용할 수 있고 최신 모델을 신속하게 적용할 수 있는 반면, 특정 공급사에 종속되기 쉬워 공급사의 환경 변화(가격 인상, 서비스 종료 등)에 대응하기 어렵고, 타 API로 전환 시 기술적 전환 비용(코드 재작성, 테스트, 재배포 등)이 발생함

② 오픈소스 활용

- 오픈소스 AI 모델은 가중치(weights)와 코드가 공개되어 누구나 다운받아 자유롭게 사용·수정·배포할 수 있으며, 폐쇄형 API와 달리 외부 서버가 아닌 사용자의 자체 인프라에서 직접 실행됨
 - ※ 주요 오픈소스 AI로는 Meta의 Llama, Google의 Gemma, Alibaba의 Qwen, Mistral의 Mistral Small, Zhipu AI의 GLM, DeepSeek의 DeepSeek V 등이 있으며, '25년 8월에 OpenAI도 gpt-oss 모델을 공개하는 등 오픈소스 참여 기업이 확대되고 있음
 - 오픈소스 모델 활용 시, 데이터 외부 유출 없이 보안·컴플라이언스 측면에서 유리하고, 자사 데이터 기반 파인튜닝을 통한 도메인 특화가 가능하며, 특정 공급사에 종속되지 않아 모델 전환이 자유로움
 - 반면, GPU 서버 등 자체 인프라 구축·운영 비용이 발생하고 모델 업데이트 및 보안 패치를 직접 관리해야 하는 기술적 부담이 있으며, 프런티어급 최신 폐쇄형 모델 대비 성능이 제한될 수 있음

③ AI 사업자 지원 도구

- AI 사업자들은 모델 API 제공을 넘어, 버티컬플랫폼이 자사 AI를 에이전트 방식으로 손쉽게 내장할 수 있도록 에이전트 프레임워크·SDK 등 개발 도구를 함께 제공하는 추세임

- '25년 10월, OpenAI는 자사 AI의 API를 쉽게 외부가 사용하고 특히, GPT의 Chat UI를 사용자의 플랫폼 서비스에서 구현할 수 있도록 Agent Kit을 제공(OpenAI, 2025.10.6.)
 - ※ 응답 API 및 에이전트 SDK는 '25년 3월에 출시
 - AgentKit은 개발자와 기업이 에이전트를 개발, 배포, 최적화하는 데 활용할 수 있는 전체 도구 모음으로, 개발자는 이를 이용하여 워크플로를 시각적으로 설계하고 에이전트식 UI를 더 빠르게 임베딩 가능
 - AgentKit에는 에이전트 빌더, 커넥터 레지스트리, ChatKit의 빌딩 블록이 존재
 - ※ 에이전트 빌더: 드래그 앤 드롭 노드를 활용해 로직을 구성하고, 도구를 연결하고, 맞춤형 안전 조치를 구성하기 위한 시각적 canvas를 제공
 - ※ 커넥터 레지스트리: 관리자가 OpenAI 제품과 데이터 및 도구의 연결을 관리하며, 데이터 소스를 ChatGPT와 API의 단일 관리 패널에 통합
 - ※ ChatKit: 사용자 제품에 맞춘 채팅 기반 에이전트 기능을 임베딩하기 위한 툴킷
 - 아직은 기업 내부 워크플로우·고객지원·세일즈·업무 자동화 같은 내부 업무용 및 B2B 중심의 버티컬 영역에서 주로 활용되며, 일반 소비자와의 점접을 가진 B2C 서비스로 확대 가능
 - ※ OpenAI(2025.10.6.)에 따르면, ChatKit가 내부 지식 지원 및 온보딩 지원부터 고객 지원과 리서치 에이전트 등 다양한 사용 사례를 지원한다고 언급(예시. 마케팅/영업 및 고객 관리 SW기업 HubSpot은 customer support agent에 ChatKit을 활용)
- '25년 9월, Anthropic은 Claude Code의 기능을 활용하여 AI 에이전트를 프로그래밍 방식으로 구축할 수 있는 Claude Agent SDK를 제공(npm, 「Claude Agent SDK」)
 - ※ '26년 6월 15일부터 Claude 구독 플랜 사용자는 매월 Agent SDK 크레딧을 제공받으며, 이를 통해 Claude Agent SDK 사용 가능(Claude Support, 「Use the Claude Agent SDK with your Claude plan」)
 - Agent SDK에는 파일 읽기, 명령 실행, 코드 편집을 위한 내장 도구가 포함되어 있어 도구 실행 기능을 직접 구현하지 않고도 에이전트를 즉시 사용 가능(Claude Code Docs, 「Agent SDK overview」)
 - OpenAI의 Agent Kit의 경우, 아이디어 단계부터 실제 작동하는 AI 에이전트를 최대한 원활하게 구현할 수 있도록 설계된 도구 패키지인 반면, Anthropic의 Claude Agent SDK는 개발자가 코드로 직접 제어하는 SDK 중심 접근임(eesel, 2025.10.19.)

4) 소결

- (수직 통합형 - 모델·인프라·서비스 보유) 자체 모델을 자사 서비스 전반에 직접 적용하여 기존 기능을 고도화하고 신규 서비스로 확장
 - Google은 Gemini를 검색·광고·쇼핑 등에 적용해, 이용자가 자사 서비스를 벗어나지 않고 정보 탐색과 거래를 이어가도록 구성

- 고객 접점·데이터·수익이 모두 자사 생태계에 유지되며, 외부 AI 사업자와의 조건 협상이 불필요
 - 반면에 모델 개발·운영에 대규모 투자와 기술 역량이 요구되어 수행 가능한 사업자가 제한적임
 - 국내에서는 네이버가 자체 모델을 자사 서비스 전반에 적용하는 유사한 전략을 취하고 있으며, 구체적인 내용은 5장에서 다룸
 - (외부 모델을 자사 인프라 위에서 활용) 자체 모델과 외부 모델을 병행하되, 조달 경로 자체를 자사가 통제하는 형태로, 대표적인 예시로는 Amazon이 있음
 - Amazon은 AWS Bedrock을 공통 기반으로 자사 Nova와 외부 AI 모델(Claude 등)을 작업 성격에 따라 라우팅하여 Alexa for Shopping과 같이 커머스 서비스에 적용
 - 외부 모델을 사용하더라도 유통·운영 계층을 자사가 보유하고 있어, 모델 공급사 변화에 대한 대응 여지가 상대적으로 큼
- ※ 엔트로픽·오픈AI와의 대규모 투자 및 제휴가 이러한 조달 구조를 뒷받침
- 반면 자체 모델을 보유하지 않거나 조달 기반이 없는 플랫폼은 외부 API·오픈소스에 직접 의존하게 되며, 모델뿐 아니라 이를 내장하기 위한 개발 도구(AgentKit, Claude Agent SDK 등) 역시 AI 사업자가 제공하는 구조
 - 진입점은 플랫폼에 유지되더라도 기술 기반에서의 의존 관계는 남음

05 국내 디지털 플랫폼의 AI 도입 사례

- 국내 플랫폼은 각 기업의 여건(AI 투자 여력, R&D 인력 등)과 도메인의 특성 및 서비스 형태에 따라 사업에 AI를 도입하는 형태는 다양함
 - (자체 모델 중심) 네이버의 경우, 자체 AI 모델 중심으로 서비스 생태계를 구축
 - (자체·외부 병행) 카카오는 자체 모델과 외부 생성형 AI 서비스를 서비스별로 선택해 적용하고 있으며, 야놀자는 자체 및 외부 모델을 활용한 여행 특화 솔루션을 개발해 제휴 사업자에게 공급
 - (외부 모델 중심) 무신사는 외부 AI를 활용해 상품 추천·검색을 고도화하는 한편, 자체 MCP를 구축해 ChatGPT 내 앱을 제공('26.6)하며 이용 접점을 확대
 - (AI 서비스 노출) 요기요, 올리브영 등은 AI 서비스(ChatGPT) 내 앱 형태로 서비스를 노출하되, 주문·결제는 자사 앱·웹에서 처리

- 플랫폼의 도메인과 서비스 특성이 다양한 만큼 AI 도입 형태도 상이하므로, 본고에서는 연결 방식이 공개적으로 확인되는 국내 주요 플랫폼을 중심으로 사례를 정리함

I 네이버

- 자체 LLM을 보유한 네이버는 별도의 생성형 AI 서비스 운영하는 대신 기존의 검색(‘AI브리핑’, ‘AI탭’), 쇼핑(‘쇼핑 AI에이전트’) 등 자체 서비스에 AI를 도입하는 내재화 전략을 구사
 - 네이버는 하이퍼클로바X 기반 대화형 AI 서비스인 ‘클로바X’와 AI 검색서비스 ‘큐’를 ‘26년 4월 종료하고, ‘26년 2분기 ‘AI 탭’을 출시하여 쇼핑·로컬·금융·건강 등 버티컬 에이전트가 협력하는 통합검색 체계를 구축(ZDNET Korea, 2026.4.10.)
 - ※ ‘26년 4월, 멤버십 이용자 대상 베타 서비스를 거쳐 동년 6월 26일 전체 이용자 대상으로 출시. 베타 이후 약 2개월 만에 누적 사용자 400만 명을 돌파하였으며, 상품과 장소 카드 클릭률(CTR)은 각각 20% 이상을 기록(네이버, 2026.6.26.)
 - AI 탭은 정보 탐색과 함께 지도 확인, 실시간 예약 등을 지원하여 AI 에이전트를 지향하고 있으며, ‘26년 연내에 부동산, 건강 에이전트를 추가할 예정(네이버, 2026.6.26.)
 - ‘26년 7월, 네이버는 광고 에이전트가 광고 노출 적합성을 판단하여 AI 브리핑 지면에 광고를 노출하는 AI 브리핑 광고를 도입(네이버 광고주센터, 2026.6.15.)
- 또한 네이버는 AI에 노출되는 자사의 콘텐츠 자산(블로그, 카페, 지식인 등)을 양질로 육성하기 위해 이용자 대상으로 인센티브를 제공
 - ※ 네이버는 블로그·카페·지식인·프리미엄 콘텐츠 등 자사 플랫폼에서 활동하는 UGC 창작자를 AI 생태계의 공식 파트너로 육성하는 펠로우십 프로그램 네이버 메이트를 2026년 하반기부터 운영(이코노미스트, 2026.8.22.)
- 네이버는 검색을 포함한 종합 포털로서 다수의 이용자 접점을 보유하고 있으며, 이러한 시장 내 위치를 유지하기 위해 외부 AI에 접점을 내주기보다 자사 서비스 내에서 AI를 적용하는 플랫폼 중심형 전략을 취함
 - AI 브리핑에 광고를 도입(‘26.7)하여 고객 접점 유지와 수익화를 함께 추진

I 카카오

- 카카오는 서비스별로 자체 AI 시스템과 외부 AI 서비스를 선택적으로 활용하는 멀티모델 전략을 펼침
 - 카카오는 주력 서비스인 메신저에 외부 생성형 AI 서비스(‘카카오용 ChatGPT’)를 부가 서비스로 제공하고 있으며, 자체 모델인 ‘카나나(Kanana)’ 기반으로 서비스 고도화 및 신규 서비스 개발을 진행

- (외부 AI 서비스 탑재) '25년 10월, OpenAI와 공동으로 'ChatGPT for Kakao'를 출시하여 카카오톡 안에서 ChatGPT를 이용할 수 있도록 하여, 진입점은 내부 유지되나 해당 서비스상에서의 발생하는 데이터는 양사로 구분되어 귀속됨
 - 이는 자사 서비스 기능을 고도화하는 방식이 아니라 외부 AI 서비스를 플랫폼에 탑재하는 형태이며, 대화 중 Kakao Tools를 통해 멜론, 선물하기 등 카카오 서비스가 호출되는 구조임
 - 대화의 주도권은 외부 AI에 있고 카카오 서비스는 호출 대상이 되므로, 진입점은 유지하되 플랫폼 내부에 AI 중심형 연결이 결합된 형태
 - (데이터 처리) Kakao Tools 사용 시 요청 이행에 필요한 정보가 해당 카카오 서비스와 공유되며, 카카오 영역의 데이터 처리·보관·권한은 카카오 정책을, ChatGPT에 저장되는 대화 사본은 OpenAI의 정책을 따름
 - ※ 카카오는 이용자가 직접 대화 내용 저장 여부와 AI 학습 반영 여부를 자유롭게 선택할 수 있으며, 이용자 정보는 카카오와 ChatGPT의 개인정보 보호 정책에 따라 안전하게 보호된다고 밝힘(카카오, 2025.10.28.)
 - ※ [참고] 카카오톡 ChatGPT 관련 '개인정보 보호 및 데이터' 관련 약관

카카오톡 ChatGPT를 사용하면 서비스 제공을 위해 대화가 처리됩니다. 카카오 도구를 사용하면 요청을 처리하는 데 필요한 정보가 해당 카카오 서비스와 공유됩니다. 카카오 내 데이터 처리, 보관 및 권한에는 카카오 정책이 적용되며, ChatGPT에 있는 각 대화 사본에는 OpenAI의 정책과 제어 기능이 적용됩니다.

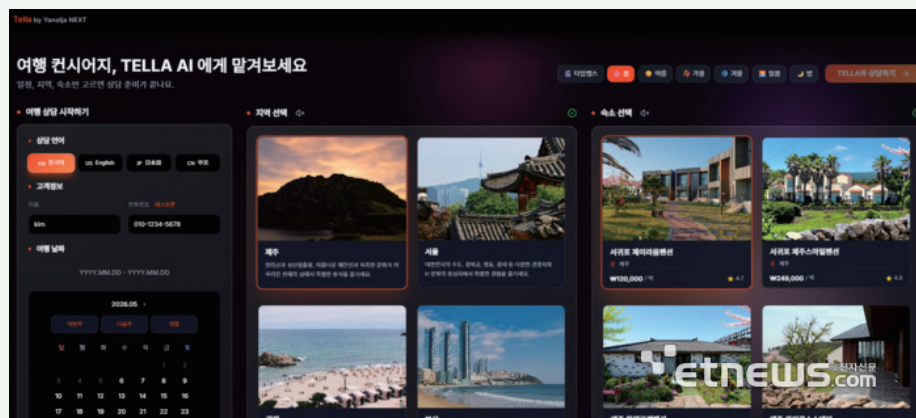
출처: OpenAI, 「카카오톡 ChatGPT: 개요 및 카카오 도구」

- (자체 모델 기반 서비스) 카카오는 자체 AI 모델 '카나나'를 기반으로 AI 에이전트 서비스를 앱·웹으로 운영해 왔으며(TechM, 2025.10.28.), '26년에는 카카오톡에 에이전트 기능을 탑재한 '카나나인 카카오톡'을 제공
 - '카나나 인 카카오톡'은 온디바이스 AI 모델을 기반으로 이용자의 대화 맥락을 이해하고, 필요한 정보를 제안하는 AI 서비스로, 카카오톡 내 친구 목록에서 Kanana를 선택하여 이용 가능(카카오, 「Kanana in KakaoTalk」)
 - ※ (AI모델) 카카오는 '24년 10월, 독자 AI 모델 '카나나'를 발표하고, '25년 2월, 오픈소스 공개를 시작으로, 최근 'Kanana-2'등을 기반으로 오픈소스 모델을 업그레이드
- 카카오는 자체 모델을 개발해 왔으나 주력 서비스에 적용할 수준에 이르기까지 카카오톡에는 외부 AI 서비스를 활용하였고, 현재는 자체·외부 AI를 함께 제공하며 외부 의존도를 점차 낮추는 방향으로 전환하고 있음
 - 카카오는 절대적인 모델 크기 경쟁보다 다양한 크기의 모델을 서비스 목적에 맞게 활용하는 전략과 더불어, 외부 AI 모델에 대한 비용 의존도를 낮추기 위해 자체 모델을 개발하고자 함(이데일리, 2026.9.6.)

I 야놀자

- 여행·숙박 예약 플랫폼인 야놀자는 자체 개발 모델과 외부 모델을 함께 활용하여 여행 특화 AI 솔루션을 개발하고, 이를 자사 서비스와 제휴 사업자에게 제공함으로써 생태계 결속을 강화
 - '25년 9월 국내 여행업계 최초로 OpenAI의 ChatGPT 엔터프라이즈를 도입하였으며, API 연동 공동 프로젝트와 AI 기반 여행자 데이터 플랫폼 고도화 등으로 협력 확대를 검토(야놀자, 2025.9.5.)
 - 앞서 '25년 2월에는 OpenAI의 AI 에이전트 모델 Operator에 자사 여행 데이터를 연동하여, 아시아 지역 이용자가 AI 환경에서 여행 상품을 검색·예약할 수 있는 경험을 제공한 바 있음(야놀자, 2025.9.5.)
 - AI R&D 조직 야놀자넥스트를 통해 자체 파운데이션 모델 EEVE와 실시간 가격 조정 시스템 Y-Price 등을 개발해 여행 밸류체인 전반에 공급(전자신문, 2026.5.12.)
 - 제휴사의 예약·정보 조회·응대 업무를 AI가 수행하는 B2B 에이전트 솔루션 '텔라(Tella by Yanolja NEXT)'를 제공하여(Biz watch, 2026.4.12.), 제휴 사업자의 업무 편의성을 높이고 자사 생태계 내 결속력을 강화
 - ※ 텔라는 VoIP 기술과 AI를 결합한 솔루션으로, 야놀자가 자체 개발한 여행 특화 LLM '이브 로제타(EEVE Rosetta)'를 기반으로 하며 NLP 엔진은 Google Gemini를 API로 연동(ZDNET Korea, 2025.9.30.)
 - 소비자 대상 서비스로는 '26년 5월 「국제인공지능대전」에서 AI 기반 대화형 탐색 서비스 'AI 노리'와 일정 생성 서비스 'AI 여행 일정'을 공개하였으나, 아직 상용화에는 이르지 않음(인공지능신문, 2026.5.7.)

I 그림 7 I 야놀자넥스트의 '텔라' 화면

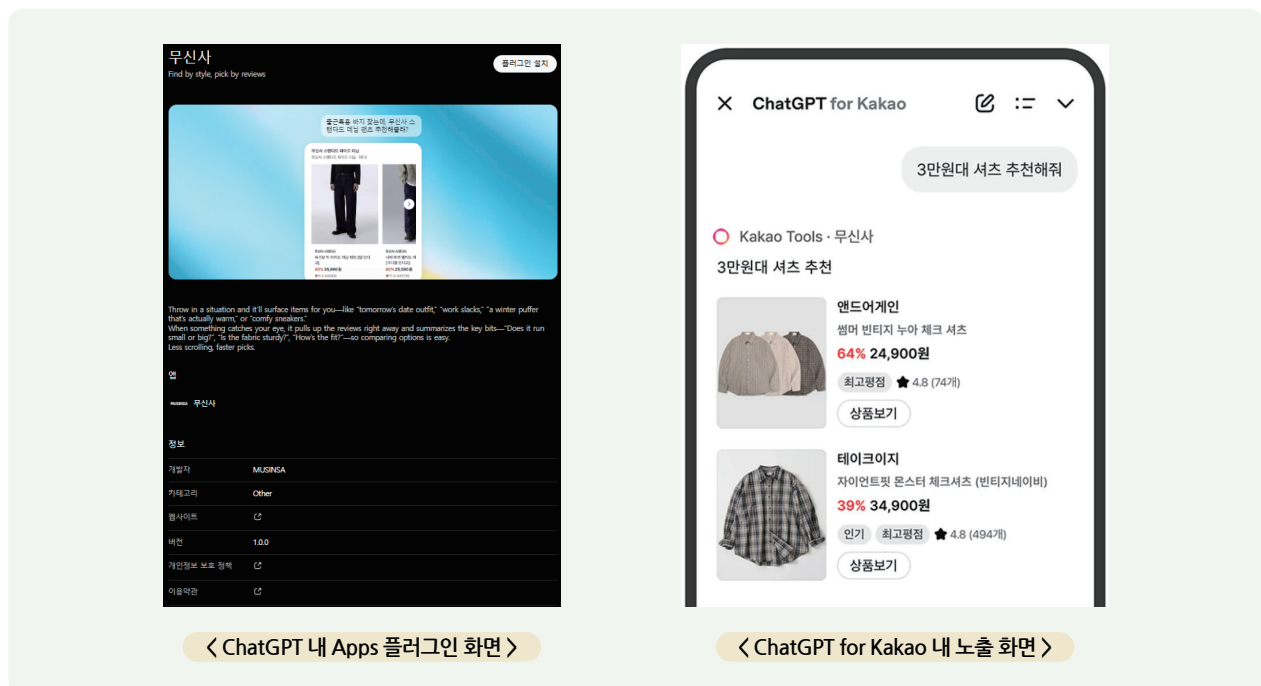


출처: 전자신문(2026.5.12.)

I 무신사

- 패션 플랫폼인 무신사는 생성형 AI 서비스로의 노출 창구 확대, AI 기술 기반의 이용자 서비스 고도화 및 광고 솔루션 도입 등을 다각도로 시를 활용
- (생성형 AI 서비스로의 창구 확대) 외부 AI 서비스 내에 무신사 서비스를 노출하여 이용 접점을 확대하되, 구매는 자사 앱·스토어에서 이루어지도록 연결하는 구조
 - '26년 3월, 무신사는 카카오와 OpenAI가 제공하는 'ChatGPT for Kakao'의 파트너사로, 카카오톡 내에서 상품 탐색, 추천, 후기 확인이 가능한 대화형 쇼핑 서비스를 개시(무신사, 2026.3.4.)
 - ※ 무신사는 해당 탐색 환경을 커머스 프로토콜인 ACP(Agentic Commerce Protocol) 개념을 바탕으로 자사 서비스에 최적화해 구현하였다고 밝힘
 - '26년 6월, 오픈AI의 ChatGPT에 무신사 전용 앱을 출시하여 글로벌 이용자로 접점을 확대(무신사, 2026.6.9.)
 - ※ 자체 개발한 커머스 탐색 인터페이스 '무신사 MCP'를 적용
 - 두 서비스 모두 대화 중 상품을 선택하면 무신사 앱·스토어로 연결되는 구조이며, 무신사는 이를 자사 스토어로의 트래픽 유입 수단으로 설명(무신사, 2026.6.9.)

I 그림 8 I 무신사의 외부 생성형 AI 서비스 노출 화면



출처: (좌) ChatGPT 화면 캡처, (우) 무신사(2026.3.4.).

- (이용자 서비스 고도화) 개인화 추천과 이미지 기반 탐색 등 자사 서비스의 핵심 기능에 AI를 적용하여 고도화
 - 무신사는 과거 구매 이력뿐 아니라 실시간 행동 데이터와 시간대, 날씨, 위치 등 이용 맥락을 반영한 개인화 추천을 제공(매드타임즈, 2025.6.26.)
 - 무신사는 스냅인플루언서 개발팀과 AWS PACE팀과의 협업을 통해 AI 기술을 활용한 상품 추천 및 검색 시스템의 프로토타입을 구축하여 이미지 기반 SNS 서비스(‘스냅’)를 개발한 바 있음(AWS, 2025.7.8.)
- (AI 광고) 입점 브랜드의 콘텐츠·상품 노출을 지원하기 위해 외부 AI 광고 솔루션을 도입(Moloco, 2025.6.16.)
 - ※ 브랜드가 노출을 직접 설계·실행할 수 있도록 몰로코의 AI 기반 온사이트 광고 솔루션 ‘MCM(Moloco Commerce Media)’을 도입하였으며, 앱 내 실시간 행동 데이터를 분석해 상품과 콘텐츠를 노출하고 외부 채널로도 자동 노출을 확장

06 시사점 및 결론

I 연결 유형별 특성과 이슈

- 디지털 플랫폼과 생성형 AI의 연결은 사용자 진입점을 기준으로 AI 중심형과 플랫폼 중심형으로 구분되며, 고객 접점의 위치와 데이터 통제권, 수익구조, 외부 의존성 측면에서 상이한 특성을 보임
- (AI 중심형) 플랫폼 서비스가 AI 인터페이스에 노출되는 범위는 빠르게 확대되어, Apps SDK와 MCP Apps를 통해 대화창 안에서 UI 단위로 서비스가 제공되는 단계에 이름
 - 반면 AI 인터페이스 내에서 거래가 완결되는 사례는 미미한 수준인데, 이는 커머스 표준 프로토콜의 독점적 결제방식의 철회 및 대상 범위의 제한과도 연결
 - ※ ACP는 '25년 9월 도입한 인챗 결제를 '26년 3월 철회하였고, UCP는 인챗 결제를 유지하고 있으나 미국·캐나다·호스트레일리아의 일부 제휴 판매자를 대상으로 한 초기 접근 단계에 머물러 있음
 - 양측 모두 판매자가 등록 판매자 지위를 유지하고 있어, AI가 거래 전 과정을 대체하기보다 결제 실행 지점을 제공하는 구조에 가까움
 - 즉 탐색 단계가 AI로 이동하는 한편 거래 단계는 플랫폼에 남는, 역할의 분화에 가까운 양상을 보임
 - 다만 노출 단계에서는 AI 사업자와 플랫폼 간 수익 배분 구조가 형성되지 않은 상태에서 연동이 진행되고 있어, 플랫폼사업자는 정산 기준이 부재한 상태에서 연동 여부를 판단해야 함

- 연결 규격은 Google·Shopify(UCP), OpenAI·Stripe(ACP) 등 해외 AI 및 커머스 사업자를 중심으로 설계되었으며, 결제 기능의 적용 범위도 일부 국가·판매자로 한정되어 있어 참여 경로가 넓지 않음
- (플랫폼 중심형) 진입점과 데이터를 플랫폼이 유지하는 대신, AI 역량을 어디에서 조달하는지에 따라 통제권과 의존도가 달라짐
 - 모델과 서비스를 함께 보유한 경우 점점·데이터·수익이 자사 생태계에 유지되나, 대규모 투자와 기술 역량이 요구되어 수행 가능한 사업자는 소수에 그침
 - 외부 모델 활용시 모델을 배포·운영하는 인프라를 자사가 보유한 경우에는 복수 사업자의 모델을 선택적으로 활용할 수 있음
 - ※ 예시. Amazon은 Bedrock을 공통 기반으로 자체 모델(Nova)과 외부 모델(Claude 등)을 작업 성격에 따라 선택적으로 활용
 - 반면 이러한 인프라를 보유하지 않은 경우, 모델뿐 아니라 이를 자사 서비스에 내장하기 위한 개발 도구(AgentKit, Claude Agent SDK 등)까지 AI 사업자가 제공하는 것을 활용하게 됨
 - 즉 진입점은 플랫폼에 유지되더라도 기술 기반에서의 의존 관계는 남으며, 그 정도는 AI 조달 구조에 따라 상이함

I 국내 플랫폼의 현재 위치

- 국내 플랫폼의 AI 연결은 대체로 플랫폼 중심형에 위치하며, AI 중심형 연결은 서비스 노출 단계에 머물러 있음
 - 결제까지 연동한 커머스 프로토콜 도입 사례는 확인되지 않으며, 이는 사업자의 소극적 대응이라기보다 앞서 언급한 참여 경로의 제약과도 관련되어 있음
 - ※ 무신사가 ACP 개념을 참조해 탐색 환경을 구현한 사례가 있으나, 결제 연동에는 이르지 않음
 - 국내 플랫폼의 AI 중심형 연결은 대부분 해외 AI 서비스를 대상으로 이루어지고 있음
- 한편 자체 모델 보유 여부와 서비스 특성에 따라 대응 방식에 차이가 나타남
 - 네이버는 자체 모델을 자사 서비스에 적용하는 내재화 전략을, 야놀자는 자체·외부 모델을 조합한 특화 솔루션을 개발해 제휴 사업자에게 공급하는 방식을 택함
 - 카카오는 카카오톡 내에 외부 AI 서비스를 탑재하여 진입점은 유지하되 플랫폼 내부에 AI 중심형 연결이 결합된 형태를 취하는 한편, 자체 모델 기반 서비스를 병행하고 있음
 - 무신사는 자체 MCP를 구축해 ChatGPT 내 앱을 제공하면서 이를 자사 스토어 유입 경로로 활용하고 있어, 두 유형을 병행하는 사례에 해당함

I AI 시대 플랫폼 경쟁력 측면의 고려 사항

- 국내 플랫폼은 프론티어 모델 경쟁에서는 격차가 있으나, 이용자 접점과 축적된 데이터라는 자산을 바탕으로 AI를 자사 서비스에 적용하고 있음
 - 네이버 AI 탭은 베타 출시 약 2개월 만에 누적 400만 명을 확보하였으며, AI 브리핑에는 광고가 도입되어 접점이 수익으로 연결되고 있음
- 재고·가격·예약·배송 등 실시간 운영 데이터와 이를 처리하는 역량은 AI가 단독으로 대체하기 어려운 영역이므로, 플랫폼이 이를 직접 보유·운영하는 동시에 AI 환경에서도 조화·실행될 수 있는 형태로 제공하는 것이 필요
 - ACP는 결제를 판매자 자체 시스템에서 처리하는 방식으로 전환하였고, UCP에서도 판매자가 등록 판매자 지위를 유지하고 있어, 현재까지 이러한 영역은 플랫폼·판매자에 남아 있음
- 플랫폼이 AI로 대체하기 어려운 기능과 이용 경험을 지속적으로 확보할 경우, 이용자의 진입 경로와 관계없이 해당 플랫폼이 선택될 수 있음
 - (이용자 측면) 멤버십 혜택, 구매·이용 이력 기반의 개인화, 서비스 간 연계 등은 플랫폼이 보유한 데이터와 운영 역량에 기반하는 것으로, AI 인터페이스에서 그대로 재현되기 어려움
 - (사업자 측면) 입점·제휴 사업자에 대한 상품 관리, 마케팅, 정산 등 운영 지원 역시 플랫폼이 축적한 거래 관계에 기반하는 것으로, AI 사업자가 단독으로 수행하기 어려움
 - (거래 이후) 주문 이행, 반품·교환, 분쟁 처리 등의 책임도 플랫폼과 판매자에 남아 있으며, UCP와 ACP 모두 판매자가 등록 판매자(merchant of record) 지위를 유지하도록 설계되어 있음
- 연결 방식의 선택에서 외부 AI에 대한 의존, 나아가 특정 AI 사업자에 대한 종속을 줄이는 구조를 확보하는 것이 플랫폼사업자의 과제가 될 것으로 보임
 - 외부 모델을 활용하는 경우 공급사의 가격 정책·모델 변경에 영향을 받으며, 다른 모델로 전환할 때에도 기술적 비용이 발생
 - 이에 대응하는 방식은 사업자별로 상이한데, 카카오는 자체 모델을 고도화하여 외부 모델에 대한 의존을 낮추는 방향을 추진하고 있음
 - 한편, MCP와 같은 개방형 규격은 한 번 구축하면 복수의 AI와 연계할 수 있어, 자체 연동 기반을 갖추는 것이 선택지를 넓히는 방안이 될 수 있음
- 다만 현시점에서 시장 주도권 변화를 판단하기에는 근거가 충분하지 않으며, AI 인터페이스를 경유한 거래 규모와 매출 기여도, 수익 배분 규칙의 형성 여부 등을 확인할 필요가 있음
 - AI 환경에서 이루어지는 거래는 플랫폼의 기존 계측 체계에 포착되지 않을 수 있어, 연결 방식이 확산할수록 자사 거래 현황 파악이 어려워질 가능성도 존재

참고문헌

[국내 문헌]

- 네이버 광고주센터(2026.6.15.). “네이버 AI 광고 출시 안내”, <https://ads.naver.com/notice/31888>
- 네이버(2026.6.26.). “네이버, 대화형 검색 ‘AI탭’ 정식 출시… 5,000만 사용자의 일상으로”, <https://www.navercorp.com/media/pressReleasesDetail?seq=10034429>
- 매드타임즈(2025.6.26.). “[리얼 캠페인 탐구] 무신사, AI 초개인화 추천으로 ‘내 옷장’을 만들다”, <https://www.madtimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=24364>
- 무신사(2026.3.4.). “카카오톡과 무신사 앱을 잇는 AI 쇼핑”, <https://www.musinsa.com/content/1483689909228820984>
- 무신사(2026.6.9.). “무신사, 글로벌 AI 패션·뷰티 시장 정조준… 챗GPT 무신사 전용 앱 출시”, <https://corp.musinsa.com/newsroom/press/detail/1609>
- 야놀자(2025.9.5.). “야놀자, 국내 여행업계 최초 OpenAI 엔터프라이즈 도입 … 글로벌 여행 특화 버티컬 AI 가속화”, https://www.yanoljagroup.com/ko/press_release/view?id=1490
- 이데일리(2026.9.6.). “[단독] 카카오, 1550억개 ‘카나나’ 승부수… “외부 AI 의존 벗고 서버비 낮춘다”“, <https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=01971286645577496>
- 이코노미스트(2026.8.22.). “내 블로그 AI에서 인용하더니…네이버, 창작자에 월 최대 1000만원”, <https://economist.co.kr/article/view/ecn202608210026>
- 인공지능신문(2026.5.7.). “야놀자, ‘AI EXPo KOREA 2026’ 참가…AI로 여는 차세대 여행 생태계 공개”, <https://www.aitimes.kr/news/articleView.html?idxno=39933>
- 전자신문(2026.5.12.). “[대한민국 AI 혁신 리더] 야놀자, AI 에이전트 ‘텔라’ 앞세워 글로벌 트래블 테크 경쟁력 강화”, <https://www.etnews.com/20260511000202>
- 카카오(2025.10.28.). “카카오, ‘ChatGPT for Kakao’ 출시…손쉬운 AI 경험으로 ‘일상 AI’ 본격화”, <https://www.kakaocorp.com/page/detail/11780>
- 카카오. ‘Kanana in KakaoTalk’ <https://kanana.kakao.com/>
- Biz watch(2026.4.12.). “야놀자, ‘텔라’ 앞세워 아날로그 장벽 허문다”, <https://news.bizwatch.co.kr/article/mobile/2026/04/08/0030>
- LG CNS(2025.11.18.). “에이전틱 커머스(Agentic Commerce), 소비자 대신 행동하는 AI의 등장”, <https://www.lgcns.com/kr/moa/insight/detail.119>
- TechM(2025.10.28.). ““먼저 챙겨주는 AI” 카카오, ‘카나나 인 카카오톡’ 내년 1분기 출시”, <https://www.techm.kr/news/articleView.html?idxno=145798>
- ZDNET Korea(2025.9.30.). “야놀자, ‘텔라’로 한국데이터산업진흥원장상 수상”, <https://zdnet.co.kr/view/?no=20250929165820>

ZDNET Korea(2026.4.10.). “네이버, 빅테크 챗봇 경쟁 접고 생태계 AI 전략 시동 건다”, <https://zdnet.co.kr/view/?no=20260410180248>

[해외 문헌]

Agentic Commerce Protocol, “Introduction”, <https://www.agenticcommerce.dev/d>

Agentic Commerce Protocol, “Introduction”, <https://www.agenticcommerce.dev/docs>

All About AI(2025.11.18.). “Rufus Just Got Smarter: Inside Amazon’s New Personalized AI Shopping Assistant”, <https://www.allaboutai.com/ai-news/inside-amazon-new-personalized-ai-shopping-assistant/>

Amazon Ads(2025.9.17.). “아마존 광고, 전문가 수준의 광고를 만드는 새 에이전트 AI 도구 출시”, <https://advertising.amazon.com/library/news/amazon-ads-agentic-ai-creative-tool>

Amazon News(2025.11.18.). “Amazon’s next-gen AI assistant for shopping is now even smarter, more capable, and more helpful”, <https://www.aboutamazon.com/news/retail/amazon-rufus-ai-assistant-personalized-shopping-features>

Amazon News(2025.9.17.). “Amazon introduces agentic AI across the seller experience, transforming how sellers manage their businesses”, <https://www.aboutamazon.com/news/innovation-at-amazon/seller-assistant-agentic-ai>

Amazon seller central. “Alexa for shopping”, https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/external/GYYH9SLHSTHKT3CZ?mons_sel_locale=ko_KR

Activepieces. “Multi-Model Orchestration”, <https://resources.activepieces.com/glossary/multi-model-orchestration>

Anthropic(2025.2.26.). “Claude and Alexa+”, https://www.anthropic.com/news/claude-and-alexaplus?trk=public_post_comment-text&utm_source=chatgpt.com

Anthropic(2025.11.4.). “Code execution with MCP: Building more efficient agents”, <https://www.anthropic.com/engineering/code-execution-with-mcp>

AWS(2025.7.8.). “무신사의 AI 기반 상품 추천 및 검색 시스템 구현 사례”, <https://aws.amazon.com/ko/blogs/tech/musinsa-ai-base-product-recommendation/>

AWS. “Amazon Bedrock”, <https://aws.amazon.com/ko/bedrock/>

ChatGPT. “ChatGPT에서 상품 노출하기”, https://chatgpt.com/ko-KR/merchants/?openaicom_referred=true

Checkout.com(2026.1.11.). “OpenAI’s ACP and Google’s UCP: What’s the difference?”, <https://www.checkout.com/blog/openai-acp-google-ucp-difference>

Claude. “Spotify”, <https://claude.com/ko/connectors/spotify>

Claude Code Docs. “Agent SDK overview”, <https://code.claude.com/docs/en/agent-sdk/overview#capabilities>

Claude Support. “Use the Claude Agent SDK with your Claude plan”, <https://support.claude.com/en/articles/15036540-use-the-claude-agent-sdk-with-your-claude-plan?q=Agent+SDK>

- CNBC(2026.2.4.). "OpenAI models could help power Alexa as part of Amazon investment deal", <https://www.cnbc.com/2026/02/04/open-ai-alexa-amazon-investment.html>
- CNBC(2026.4.20.). "Amazon to invest up to another \$25 billion in Anthropic as part of AI infrastructure deal", <https://www.cnbc.com/2026/04/20/amazon-invest-up-to-25-billion-in-anthropic-part-of-ai-infrastructure.html>
- Eco. "Universal Commerce Protocol (UCP) Explained", <https://eco.com/support/en/articles/14839408-universal-commerce-protocol-ucp-explained>
- eesel(2025.10.19.). "OpenAI AgentKit vs Anthropic API: Which is best for AI agents in 2025?", <https://www.eesel.ai/blog/agentkit-vs-anthropic-api>
- Gartner(2026.3.25.). "Gartner Predicts That by 2030, Performing Inference on an LLM With 1 Trillion Parameters Will Cost GenAI Providers Over 90% Less Than in 2025", <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2026-03-25-gartner-predicts-that-by-2030-performing-inference-on-an-llm-with-1-trillion-parameters-will-cost-genai-providers-over-90-percent-less-than-in-2025>
- Google Ads & Commerce Blog(2026.4.15.). "We're upgrading Dynamic Search Ads to AI Max", <https://blog.google/products/ads-commerce/dsa-upgrade-to-ai-max-2026/>
- Google Cloud. "MCP란 무엇이며 어떻게 작동하나요?", <https://cloud.google.com/discover/what-is-model-context-protocol?hl=ko>
- Google for Developers(2026.1.11.). "Under the Hood: Universal Commerce Protocol (UCP)", <https://developers.googleblog.com/under-the-hood-universal-commerce-protocol-ucp/>
- Google Merchant Center 고객센터, "Google의 범용 상거래 프로토콜(UCP) 및 UCP 기반 결제 기능 정보", <https://support.google.com/merchants/answer/16837055?hl=ko>
- Google Search Central. "AI 기능 및 웹사이트", <https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ko>
- Google UCP Guide. "FAQ", <https://developers.google.com/merchant/ucp/faq>
- Google(2026.3.19.). "AI shopping gets simpler with Universal Commerce Protocol updates", <https://blog.google/products-and-platforms/products/shopping/ucp-updates/>
- IBM. "What is AI orchestration?", <https://www.ibm.com/think/topics/ai-orchestration>
- Mezha(2026.1.27.). "Anthropic integrates Slack, Figma, and Canva directly into Claude via MCP Apps", <https://mezha.ua/en/news/slack-figma-in-claude-308045/>
- Model Context Protocol Blog(2026.1.26.). "MCP Apps - Bringing UI Capabilities To MCP Clients", <https://blog.modelcontextprotocol.io/posts/2026-01-26-mcp-apps/>
- Moloco(2025.6.16.). "무신사가 AI광고로 브랜드를 성장시키는 방식", <https://www.moloco.com/ko/case-studies/musinsa-mcm>
- npm. "Claude Agent SDK", <https://www.npmjs.com/package/@anthropic-ai/claude-agent-sdk>

- Opascope(2026.4.16.). “AIShoppingAssistantGuide2026:AgenticCommerceProtocols”, <https://opascope.com/insights/ai-shopping-assistant-guide-2026-agentic-commerce-protocols>
- OpenAI(2025.10.6.). ‘ChatGPT 내 앱과 새로운 Apps SDK를 소개합니다’, <https://openai.com/ko-KR/index/introducing-apps-in-chatgpt/>
- OpenAI Developers. “Key concepts”, <https://developers.openai.com/commerce/guides/key-concepts>
- OpenAI Developers. “Agentic Commerce Protocol”, <https://developers.openai.com/commerce>
- OpenAI(2025.10.6.). “AgentKit를 소개합니다”, https://openai.com/ko-KR/index/introducing-agentkit/?utm_source=chatgpt.com
- OpenAI(2026.2.27.). “OpenAI와 Amazon, 전략적 파트너십 발표”, <https://openai.com/ko-KR/index/amazon-partnership/>
- OpenAI. ‘카카오용 ChatGPT: 개요 및 카카오 도구’, <https://help.openai.com/ko-kr/articles/12677933-chatgpt-for-kakao-overview-and-kakao-tools>
- OpenAI. “ChatGPT의 앱”, https://help.openai.com/ko-kr/articles/11487775-apps-in-chatgpt?utm_source=chatgpt.com
- Shopify Expert Tenten(2026.3.29.). “Shopify AI Dev Ecosystem + MCP Server: The CTO’s Guide to Agentic Commerce Architecture in 2026”, <https://shopify.tenten.co/shopify-ai-dev-ecosystem-mcp-server-the-cto-s-guide-to-agentic-commerce-architecture-in-2026>
- Spotify(2026.4.23.). “Spotify Brings Music and Podcast Recommendations to Claude”, <https://newsroom.spotify.com/2026-04-23/claude-integration/>
- Tech Informed(2026.3.30.). “OpenAI refocuses ChatGPT shopping on discovery”, <https://techinformed.com/openai-refocuses-chatgpt-shopping-on-discovery/>
- The Register(2026.1.26.). “Claude can now disgorge interface elements from other apps”, <https://www.theregister.com/special-features/2026/01/26/claude-supports-mcp-apps-presents-ui-within-chat-window/4645652>
- Universal Commerce Protocol (UCP). “Universal Commerce Protocol The common language for platforms, agents and businesses.”, <https://ucp.dev/>
- Yahoo Tech(2026.4.22.). “Copilot now supports in-app checkout and merchant data from 500,000 sellers – faster purchases and smarter recommendations”, <https://tech.yahoo.com/ai/copilot/articles/copilot-mobile-app-just-got-135202521.html>

KISDI Perspectives 발간 내역

KISDI Perspectives는 국내외 정보통신미디어 관련 주요 정책 및 동향을 분석한 리포트입니다.

문의: 노희윤 부연구위원(정보통신정책연구원 미디어정책연구실, hyooooon@kisdi.re.kr, 043-531-4042)