

은행이야? 박물관이야? 가슴벅찬 100년의 역사, 이 곳에

KEB하나은행 본점 3·1운동 100주년 사진전

을지로 본점서 색다른 전시 열어 타임라인 형식으로 역사 기록해 독립운동가 명언으로 여운까지 다양한 콘텐츠로 고객 발목잡아

“은행 업무를 보러 왔다가 잠시 발걸음을 멈추고 감상하기 좋은 전시인 것 같아요.”

6일 서울 을지로에 위치한 KEB하나은행 본점을 찾은 시민들은 은행 업무를 보던 중 색다른 전시에 발길을 멈췄다. 삭막할 것만 같은 시중은행 본점 로비에 3·1운동과 임시정부수립 100주년을 기념한 사진전이 열린 것.

KEB하나은행은 지난 4일부터 을지로 본점 1층 로비에서 3·1운동 및 임시정부수립 100주년을 기념해 ‘가슴벅찬 그 이름 대한민국’ 사진전을 열고 있다. 서울지방보훈청, 독립기념관과 함께 준비한 이번 전시는 단순한 나열식 전시를 지양하고 직접 열람할 수 있는 독립신문과 소장 가능한 독립운동가 엽서를 비치해 참신함을 더했다.



전시는 타임라인 형식으로 1910년부터 1940년까지의 역사기록을 보여주며 시작된다. 3·1운동의 준비부터 대한민국 임시정부의 수립 및 활동, 광복군의 창설을 역사 순으로 따라가며 되짚어 볼 수 있다. 3·1운동 이전 태극기를 빨리 찍어 만들기 위해 제작한 태극기 목각판, 천안 아우내 장터에서 독립만세를 외치다 붙잡힌 독립운동가 유관순의 수형기록표 등 쉽게 볼 수 없었던 사진 유물들이 설명과 함께 녹아들어 전시의 색을 살린다.

독립신문에 대한 설명과 함께 인쇄본을 비치해 관람객으로 하여금 열람할 수 있도록 한 점도 인상적이다. 기사와 논설은 물론 광고까지 담은 독립신문의 지면을 직접 볼 수 있어 여가의 한 페이지를

엿볼 수 있다. 또 전시 공간 한편에서는 태극기의 역사를 비롯해 그 속에 담긴 의미를 세부적으로 설명해 관람객에게 태극기의 소중함을 다시금 일깨운다.

대한민국 임시정부와 독립운동 당시를 기록한 특별한 사진도 눈에 띈다. 중국 상하이에 위치한 대한민국 임시정부청사부터 한민애국단 입단 선서를 하는 윤봉길 의사, 대한민국 정부 수립 국민 축하식까지 약 30년간의 기록을 사진으로 전달한다. 각 사진에는 설명을 보충하는 문서 등 자료가 더해

져 이해를 도왔다.

전시의 끝에는 독립운동을 소재로 제작한 ‘2019년 이달의 독립운동가’ 엽서가 비치돼 있어 관람을 끝낸 손님이 가져갈 수 있도록 했다. 1월부터 12월까지 달별로 제작된 엽서 속에는 독립운동가의 사진과 명언이 수록돼 전시를 마친 관람객에게 여운을 남긴다.

아이와 함께 전시를 관람한 한 고객은 “아이와 함께 은행 업무를 보러 왔다가 전시가 눈에 띄어 보러 오게 됐다”며 “무료로 이런 전시를 볼 수 있고, 아이에게는 역사공부가 됐다”고 했다. 은행 업무를 보기

위해 본점에 들른 또 다른 고객은 “점심시간을 이용해 은행 업무를 보러 왔다가 들렀다”며 “요즘 미세먼지도 많은데 막걸리를 이용해 전시를 즐길 수 있는 점이 좋다”고 전했다.

김명희 KEB하나은행 직원행복센터 차장은 “무심코 지나칠 수 있는 본점 로비에 사진전 등 다양한 콘텐츠를 조성해 직원은 물론 은행을 찾은 손님도 잠시 발걸음을 멈추고 문화를 즐길 수 있도록 한 것이 포인트”라며 “앞으로도 이같은 전시를 지속적으로 이어갈 예정”이라고 말했다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

구글 “개발자 교육 확대… 韓 성장 돕겠다”

존 리 구글코리아 사장

향후 5년간 5만명 개발자 교육 목표 韓과 함께 성장하고 혁신해 나갈 것

구글이 국내 개발자 교육 확대를 비롯해 다양한 지원을 지속하며 한국의 성장과 혁신을 돕겠다고 밝혔다.

존 리 구글코리아 사장은 6일 오전 서울 신라호텔에서 열린 ‘AI with Google 2019 Korea-모두를 위한 AI’ 환영사에서 “한국은 현재 선진화된 나라이지만, 경제 불확실성과 기술 선진 국가의 자리를 고수해야 하는 어려움의 측면에서 보면 미래가 밝지만은 않다”며 “구글은 한국에서 해야 할 역할이 크다고 생각하며, 한국과 함께 성장하고 혁신해 나갈 것”이라고 밝혔다.

존 리 사장은 구글의 여러 지원 프로그램 중 ‘개발자 교육의 확대’를 강조했다. 그는 “올해 1만명의 한국 개발자를 교육하고, 향후 5년간 5만명의 개발자 교육이 목표”라며 “머신러닝(기계학습)에 대해 배우는 과정을 통해 다양하고 유익한 아이디어가 나올 것으로 생각한다”고 말했다.

개발자 교육은 머신러닝 ‘스터디 잼’을 통해 이뤄진다. 머신러닝 스터디 잼은 참가자들이 직접 스터디 그룹을 결성해 머신러닝에 대해 학습하고, 서로의 지식을 공유하고 소통하면서 머신러닝과 AI를 배우는 프로그램이다.

이 같은 프로그램은 구글의 AI 비전에서 나왔다. 구글은 사용자의 삶을 향상시키고, 인류의 핵심 난제를 해결하는 AI의 혜택이 사회 구성원 모두에게 돌아가야 한다는 원칙을 내걸고 있다.

이를 바탕으로 구글은 한국에서도 다양한 활동을 펼치고 있다. 스타트업 지원, 대학의 연구 지원, 오픈 머신러닝 플랫폼을 통한 개발 환경 조성 등이다. 현재 구글은 서울대학교, 카이스트와의 협력



존 리 구글코리아 사장이 6일 오전 서울 신라호텔에서 열린 ‘AI with Google 2019 Korea-모두를 위한 AI’에서 환영사를 하고 있다. /구글코리아

을 통해 연구 장학금을 지원하는 등 기술 개발을 진행 중이다.

개발자를 위한 텐서플로우를 통해 AI 커뮤니티를 조성했다. 텐서플로우는 AI 개발을 위한 오픈소스 플랫폼으로 현재 국내에서 가장 큰 AI 커뮤니티다. 많은 사용자들이 텐서플로우를 통해 성과를 이뤄내고 있다.

환영사에 이어 홍준성 구글코리아 엔지니어링 총괄은 ‘모두를 위한 AI’를 주제로 사용자의 삶의 질을 향상시키고, 다른 기업의 혁신을 지원하고, 인류의 핵심 난제 해결을 돕는 다양한 AI 활용 사례에 대해 발표했다.

신경자 구글코리아 마케팅 총괄과 김천석 구글코리아 마케팅 매니저는 ‘사용자를 위한 AI’를 주제로 음성 인식과 자연어 처리 기술에 머신러닝과 인공지능 기술을 집약한 AI 비서 ‘구글 어시스턴트’와 구글 어시스턴트가 탑재된 음성 인식 스피커 ‘구글 홈’ 등 AI를 기반으로 사용자의 일상 속에서 최적의 서비스를 제공하고자 하는 다양한 구글 제품 및 서비스를 선보였다.

/구세윤 기자 yuni2514@

무인인듯 무인 아닌 무인숍 화장품 셀프스토어 성공할까

이니스프리 ‘셀프 스토어’

행사 소식·베스트셀러 정보 등 알려 곳곳마다 안내 문구로 이용도 손쉽게

‘점원의 도움이 필요하신 경우 HELP 버튼을 누-욱 눌러주세요!’

국내 화장품 로드숍에서도 언택트(Untact, 비대면) 쇼핑이 가능해졌다. 내게 맞는 제품을 찾아 계산하기까지, 모든 과정을 혼자서 해결할 수 있게 된 것이다.

지난 4일 서울 동대문디자인플라자(DDP)에 오픈한 아모레퍼시픽 브랜드 이니스프리의 ‘셀프 스토어’는 기존 매장 형태에 무인화 시스템을 전면 도입한 매장이다.

2016년 체험형 매장인 ‘그린 라운지’, 2017년 매장 내에 자판기를 설치하는 ‘미니숍’ 등을 선보이며 무인 매장의 가능성을 시험한 이니스프리는 한 달간의 시범 운영 끝에 ‘셀프 스토어’를 정식 오픈했다.

◆입장부터 퇴장까지 ‘나홀로’

지난 5일 방문한 이니스프리 셀프스토어는 기존 화장품 로드숍과는 사뭇 분위기가 달랐다. 매장에 들어설 때 흔히 들리는 직원의 인사나 도움 안내 멘트조차 들을 수 없었다.

대신 다양한 안내 문구가 제품 진열대를 비롯한 매장 곳곳에 부착돼 있었다. 특히, ‘셀프 스토어’라는 명칭답게 디지털 기기 사용을 적극 유도하고 있었다.

이곳에는 ▲브랜드 체험영상을 시청하고, 제품 상세 정보를 확인할 수 있는 ‘디지털 셀프’ ▲이벤트와 할인 행사 소식, 매장 내 제품 위치나 베스트 셀러 정보를 볼 수 있는 ‘카운셀링 키오스크’ ▲디지털 문진을 통해 피부에 맞는 시트팩을 추천하는 ‘시트팩 밴딩 머신’ ▲피부 상태를 체크해 피부 타입에 맞는 제품을 추천하는 ‘뷰티톡 미러’ 등이 비치되어 있다.

결제 역시 ‘셀프’다. 무선주파수 인식장치(RFID) 기술을 기반으로 셀프 결제와 자동 포장 가능한 ‘셀프 카운터’가 마련돼 있다. 말 한마디 하지 않고도 오프라인 매장에서의 쇼핑이 가능한 것이다.

물론, 제품을 찾고 결제하기까지 모두 스스로 해야 하기 때문에 생소한 시스템이란 느낌을 지울 수 없었다. 하지만 안내 문구를 차근차근 따라가다보니, 기존 매장보다 느긋하게 쇼핑을 할 수 있다는 장점이 느껴졌다.

기기들의 사용법이 간단하고, 눈 돌리는 곳마다 안내 문구가 부착돼 있어 기계에 능숙하지 않은 ‘기계치’들도 긴장하지 않고 방문해도 되겠다 생각이 들었다.



이니스프리 셀프 스토어. /김민서 기자

◆꼼꼼한 셀프 시스템…중장년에게 ‘글세’ 셀프 스토어라지만 시간대별로 직원 1~2명이 매장을 지킨다. 기계 오작동이나 이외에 직원의 도움이 필요할 때 직접 말을 걸거나 호출벨을 누르면 된다.

셀프 스토어는 기존 매장보다 달리 직원이 고객을 직접 응대하는 시간이 길지 않다. 다른 업무의 효율성이 높아질 수 있다는 의미다. 한 직원은 “이곳은 셀프 스토어라는 특성 때문인지 매장 관리나 제품 진열에 더욱 꼼꼼하게 신경쓰고 있다”고 말했다.

이니스프리는 동대문디자인플라자에 위치한 1호점에서 테스트 운영을 거친 뒤, 개선점을 보완해 추후 셀프 스토어를 더욱 확산한다는 계획이다.

셀프 스토어의 타깃층은 10~30대. 외국인들도 영어 등 언어로 손쉽게 검색이 가능한 디지털 기기를 잘 활용하는 모양새였다. 다만 셀프 시스템이 낯선 중장년층을 위한 새로운 방안은 필요할 듯 보였다.

/김민서 기자 min0812@



이니스프리 셀프 스토어 매장. /이니스프리