

코로나19 사태 속 '언택트' 현상 비대면 서비스 'AI로봇' 인기

**코트야드 메리어트 서울 보타닉가든
편의점배달 '코봇' 이용 3배 ↑**

**우아한형제들
배달로봇 '딜리타워' 안심 배달**

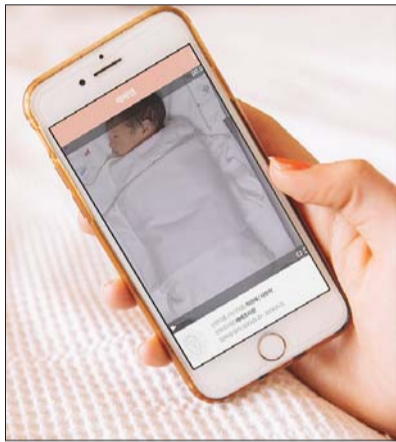
**레드타이 '챗봇 플랫폼'
'레드타이버틀러' 이용 급증**

**아이앤나 '산후조리원 CCTV'
'아이보리 베베캠' 문의 늘어**



코트야드 메리어트 서울 보타닉가든의 명물이 된 AI 배달로봇 '코봇'. 투숙객이 프런트 데스크에 전화해 어메니티 등을 요청할 때 객실 등으로 직접 전달해준다.

/코트야드 메리어트 서울 보타닉가든



아이앤나의 '아이보리 베베캠' 서비스. 외부에서 앱으로 산후조리원에 있는 아기의 영상을 실시간으로 확인할 수 있다.

/아이앤나

코로나19 사태가 견잡을 수 없이 확산돼 '언택트' 현상이 두드러지면서 사람과 접촉하지 않아도 되는 인공지능(AI)과 로봇이 각광을 받고 있다.

'언택트'는 부정을 의미하는 '언(Un)'에 접촉을 뜻하는 '컨택트(Contact)'를 합성한 단어로, 사람과의 접촉을 최소화하는 비대면 방식을 가리킨다.

코트야드 메리어트 서울 보타닉가든과 우아한형제들은 모바일 편의점이나 AI 배달 로봇 등 비대면 서비스를 도입해 호응을 얻고 있으며, 레드타이는 호텔 프런트를 방문할 필요 없이 채팅으로 예약 및 정보를 얻을 수 있는 호텔 컨시어지 챗봇을 운영해 사용량이 크게 증가했다. 또 아이앤나의 외부에서 앱으로 신생아 영상을 볼 수 있는 서비스와 메이크봇의 병원예약을 온라인으로 해결하는 AI 챗봇도 큰 호응을 얻고 있다.

이들 서비스는 코로나19 사태 이후 이용량이 2.5~3배까지 증가하기도 했다.

코트야드 메리어트 서울 보타닉가든은 최근 어메니티를 배달하는 AI 배달로봇, 필요한 스낵 및 생필품을 객실에서 주문하는 모바일 편의점, 모바일 체크인 등 다양한 언택트 서비스를 선보였는데, 코로나19 사태로 최근 이용이 급증하고 있다.

지난 1월 론칭한 모바일 편의점의 경우, 지난 2월초와 비교해 코로나19 사태가 불거진 2월 중순부터 매출이 2.5배 가량 급상승했다.

이 호텔 관계자는 "실제로 체험한 고객들이 긍정적인 코멘트들과 함께 SNS(소셜네트워크서비스) 등을 통해 영상이나 사진으로 서비스를 소개하면서 홍보 효과도 얻고 있다"고 설명했다.

모바일 편의점은 객실 투숙객들이 안내문의 QR코드를 휴대폰으로 스캔하면 편의점에 바로 접속 가능해, 편의점에서 판매하는 음식과 생필품 뿐 아니라 호텔의 미니바 등의 원하

는 상품을 구매할 수 있다. 주문된 상품은 AI 로봇인 '코봇'을 통해 객실 앞까지 배달된다. 코봇은 지난 1월 1대를 추가해 총 2대가 있으며, 투숙객이 프런트 데스크에 전화해 어메니티 등을 요청할 때 객실 등으로 직접 배달해주는 역할도 한다.

또 모바일 체크인은 체크인 시간 설정 후, 모바일 키(key)를 요청하면 호텔 직원이 객실을 배정하고, 배정이 끝나면 고객 애플리케이션으로 모바일 키가 발급되는 서비스이다. 프런트 데스크를 거치지 않고 블루투스 기반 모바일 키로 엘리베이터 탑승부터 객실 문까지 열 수 있어 큰 호응을 얻고 있다.

배달의민족을 운영하는 우아한형제들은 사내 자율주행 배달 로봇인 '딜리타워'에 대한 시범 테스트를 지난 10월 1차로 진행한 이후 이를 확대해 현재도 이 로봇을 회사 건물에서 운영하고 있다. 코로나19 사태로 음식 주문이 크게 늘어나면서 배달원(라이더)과 대면을 꺼리는 소비자들이 늘고 있는데, '딜리타워'는 1층에서 라이더가 음식을 실으면 주문자가 있는 층까지 엘리베이터를 타

고 이동해 문 앞까지 전달해 주기 때문에 더 안심하고 이용할 수 있다.

레드타이는 AI 컨시어지 챗봇 플랫폼 '레드타이버틀러'의 버전 2.0을 최근 선보였는데 코로나19 사태가 불거진 이달 챗봇 이용률이 크게 증가했다고 밝혔다.

정승환 레드타이 대표는 "한 5성급 대형호텔의 컨시어지 챗봇을 집계해보니 이번 달에만 이전 대비 2.5~3배 정도 챗봇을 통한 상담 메시지가 증가한 것으로 집계됐다"며 "이는 코로나19로 면대면보다 비대면을 선호하는 사람들이 늘어나면서 호텔 투숙객이 컨시어지 챗봇을 이용하는 건수가 크게 늘어난 것"으로 분석했다.

이 회사는 AI 호텔 컨시어지 챗봇을 200~300여개 호텔에 서비스하고 있는데 호텔 홈페이지에 뜬 레드타이의 챗봇에서 호텔 예약, 부대시설 예약, 룸서비스 등을 신청할 수 있고, 여행상품 및 주변 맛집 정보도 제공한다. 한국어는 물론 영어, 중국어, 일본어에도 제공해 정보를 얻으러 호텔 컨시어지를 방문할 필요가 없다.

아이앤나는 AI를 활용해 산후조리원에 설치된 CCTV를 통해 실시간으로 촬영되는 아기의 영상을 외부에서 앱으로 볼 수 있게 하는 '아이보리 베베캠' 서비스를 제공하고 있는데, 최근 코로나19로 감염 사태를 방지하기 위해 아빠, 조부모 등 외부 출입을 통제하는 곳이 늘면서 문의가 크게 증가했다고 밝혔다.

아이앤나관계자는 "산후조리원을 예약하는 이용자들 중 이 서비스를 요청하는 고객들이 많아져 산후조리원에서도 아이보리 베베캠 문의가 급증하고 있다"며 "올해 더 많은 조리원에서 서비스를 확대할 수 있을 것"으로 기대했다.

메이크봇도 별도로 병원을 방문하거나 상담원을 전화로 연결할 필요 없이 카카오톡 채팅으로 연결해 병원의 진료시간대를 선택하고 예약할 수 있는 24시간 병원 예약 챗봇인 '메이크봇H'를 서비스해 관심을 모으고 있다.

/채윤정 AI전문기자 echo@metroseoul.co.kr

새로 나온 책

부유한 세상 속 가난해진 식탁

과거에 비해 풍족한 시대라지만 식탁에 올라오는 음식의 질은 떨어졌다. 사람들은 짭짤하고 기름진 스낵, 설탕을 입힌 시리얼, 한 번도 발효된 적이 없는 빵, 다양한 빛깔의 가당 음료, 일반 요구르트보다도 설탕이 많이 들어간 '건강 요구르트'에 무차별적으로 노출돼 있다.

굵주림으로 죽어가는 이는 줄었지만 비만, 당뇨병, 심장병 같은 성인병으로 목숨을 잃는 사람들은 늘어났다. '아보카도 치즈 토스트'와 같은 식생활은 풍요 속의 빈곤이라는 결과를 가져왔다.

이들은 인간의 본능을 이용해 사람들이 더 맵고, 더 달고, 더 짜고, 더 자극적인 음식을 찾도록 갖은 방법을 동원했다. 그 결과 우리의 입에는 '쓰레기에 가까운' 음식이 들어오고 있다. 책은 형편없이 값싼 공장제로 전락한 빵, 시리얼·인스턴트 라면·탄산음료와 같은 초가공식품이 범람하는 현실을 짚는다.

비 윌슨은 음식을 시장 원리에만 말



식사에 대한 생각

비 윌슨 지음/김하연 옮김/어크로스

겨서는 안 된다고 주장한다. 좋은 음식은 삶의 질에 매우 중요한 역할을 하기 때문에 정부가 식품 품질 규제에 돈을 쓰는 것은 낭비가 아니라고 이야기한다.

무엇을 먹을 것인가는 개인의 문제지만, 국민의 식습관을 긍정적인 방향으로 이끄는 것은 정부의 역할이라는 것이다. 세상은 부유해졌지만 매일의 식탁은 가난해진 오늘날, 우리가 먹고 있는 것은 무엇인가.

516쪽. 1만7800원. /김현정 기자 hik1@

내 주위에는 왜 멍청이가 많을까

장 프랑수아 마르미용 지음/이주영 옮김/시공사



우리 주변에는 늘 멍청이들이 넘쳐난다. 이들은 눈치 없이 행동하거나 헛소리를 늘어놓거나, 어리석은 결정을 내리는 등 다양한 방법으로 사람들을 못살게 군다. 게다가 이들은 멍청함이라는 불치병을 앓고 있으면서도 병을 치료하려 하지 않는다. 지피지기면 백전백승. 심리학자, 신경학자, 철학자 등 각 분야 전문가 29인이 자기만의 방식으로 멍청함을 탐구했다. 주변의 멍청이들을 물리치는 방법.

400쪽. 1만7000원.

새벽 세 시의 몸들에게

김영옥·메이·이지은·전희경 지음/봄날의책



새벽 세 시는 어떤 시간일까. 대개는 세상 모르고 잠들어 있는 시간이지만 누군가에게는 극심한 고통에 비명 지르며 제발 잠이 찾아오기를, 통증이 잦아들기를 바라는 시간이다. 또 그 모습을 옆에서 지켜보며 못지않게 간절히 통증이 멈추기를 기도하는 시간이기도 하다. 책은 질병, 돌봄, 노년에 대한 이야기를 다룬다. 지금 아픈 사람들, 아픈 사람을 돌보는 이들, 나이 들어가는 것이 불안하고 겁나는 사람들을 위한 책.

304쪽. 1만5000원.

실리콘 제국

루시 그린 지음/이영진 옮김/예문아카이브(예문사)



기술이 약속하는 미래는 매혹적이다. 기술 혁신의 중심에 서 있는 실리콘밸리의 '혁신'은 기존의 다른 분야를 기술로 '붕괴'시키는 과정에서 탄생한다. 그들은 케이블 통신, 종이 신문과 잡지, 택시업, 소매업 등 여러 산업 분야를 파괴시켰다. 저자는 빅 테크 기업이 편협한 관점으로 세상을 대변할 때 정치와 사회가 위협에 처할 수 있다고 경고한다.

392쪽. 1만8000원.

월 사용자 4485만명, 하루 메시지 110억건

'국민 메신저' 카카오톡 10주년

'국민 메신저'로 불리는 카카오톡이 세상에 나온 지 10주년을 맞는다.

카카오톡은 2010년 3월 18일 아이폰용으로 처음 카카오톡을 선보였으며, 같은 해 8월 안드로이드용으로 출시했다. 출시 이후 단숨에 한국인 대부분이 이용하는 스마트폰 메신저로 자리 잡은 카카오톡은 지난 10년 동안 우리 생활에서 떼놓을 수 없는 일부로 녹아들었다.

지난해 4분기 기준 국내 카카오톡 월 간활성사용자(MAU)는 4485만명, 하루 평균 송수신 메시지는 110억건에 달한다. 시장조사 업체 랭커에 따르면 2월 셋째 주 기준 카카오톡 1인 하루 평

균 사용 시간은 41분17초를 기록했다.

또 단순한 메신저 앱에서 그치지 않고 카카오톡은 검색·게임·음악·쇼핑·콘텐츠·결제 등 카카오톡이 벌이는 여러 새 서비스의 플랫폼 역할을 하며 점점 더 일상생활 속으로 파고들어 오고 있다.

카카오톡은 지난 10년 동안 국내 정보통신기술(ICT) 업계 곳곳에도 큰 발자국을 남겼다. 출시 6개월 만에 가입자 100만명, 1년 만에 1000만명 돌파라는 놀라운 초반 성장세의 배경에는 당시 스마트폰의 본격적인 보급 덕이라는 분석이 대체적이지만, 거꾸로 카카오톡이 있었기에 국내에 스마트폰이 빠르게 보급됐다는 평가도 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@



레드타이는 컨시어지 챗봇 플랫폼 '레드타이버틀러'.

/레드타이