

GS리테일, KT와 맞손... AI 디지털물류운송 혁신 추진

AI·빅데이터·IT플랫폼 등 활용 내달 고양·제주물류센터 대상 두달간 '물류운송 최적화' 시범



GS리테일이 17일 KT와 진행한 '디지털물류 사업협력을 위한 업무협약식'에서 허연수 GS리테일 부회장(오른쪽)과 구현모 KT 사장이 기념사진을 촬영하고 있다. /GS리테일

GS리테일이 KT와 협력해 인공지능(AI)을 활용한 디지털 물류운송 사업을 추진한다.

GS리테일이 서울 강남구 역삼동에 위치한GS타워에서KT와 '디지털물류 사업협력을 위한 업무협약'을 체결했다고 17일 밝혔다.

양사는 이번 협약으로 GS리테일이 보유한 온·오프라인 물류데이터와 KT 인공지능(이하 AI) 물류최적화 플랫폼을 통한 물류운송 최적화 시범사업을 추진한다. AI, 빅데이터, IT 플랫폼 등을 활용해 물류데이터를 융합·분석하고 최적화된 물류 및 운송환경을 구현하는

디지털물류 공동사업을 위해 손을 맞잡게 된 것이다.

향후에는 물류와 모빌리티를 융합한 미래형 서비스개발과 친환경 물류시장 선도를 위한 EV(Electric Vehicle)기반의 모빌리티 사업개발도 공동 추진해

미래 신성장 사업영역까지 협력을 다각화할 계획이다.

우선GS리테일과KT는내달부터약 2개월간GS리테일 고양물류센터와 제주물류센터를 대상으로 KT AI 물류최적화 플랫폼을 활용한 '물류운송 효율

화 시스템' 시범사업을 진행한다. 업무협약에 앞서GS리테일은KT와의 물류센터 사전컨설팅 진행으로 물류산업 내 디지털혁신이라는 공동의 사업협력 목표를 확인하고 물류운송 최적화의 가능성을 확인한 바 있다.

이번 시범사업으로 GS리테일은KT의 AI 기술을 활용해 최적의 운송경로와 운행일정을 자동 수립해주는 '물류 최적화 서비스'를 도입한다. 이 서비스는KT AI 물류최적화 플랫폼과 연동된 전용 내비게이션을 GS리테일의 배송 매니저 애플리케이션 통해 제공할 계획이다.

AI 물류최적화 플랫폼은 기존의 운송데이터와 실시간 교통상황, 화물량 및 영업점별 인수시간 등 복잡한 변수까지 포함해 적용되며, 화물차의 높이, 길이, 무게와 좁은 길, 유턴, 회피옵션 등 외부환경까지 반영한 최적의 경로를

안내함으로써 운전편의성을 높이고 이동거리 단축에 도움을 준다.

GS리테일과KT는 각사의 핵심역량과 혁신기술을 바탕으로 데이터 연계분석을 진행함으로써 빅데이터 기반의 스마트한 디지털물류 환경을 구현하고 친환경 물류시장을 선도하는 미래 신(新) 성장동력을 발굴한다는 방침이다.

허연수 GS리테일 부회장은 "양사가 지닌 역량과 인프라, 기술력을 바탕으로 상호 협력적인 관계를 유지 발전시키며 차별화된 신 성장사업 개발과 더불어 새로운 비즈니스 기회 발굴의 초석이 되길 희망한다"고 말했다.

구현모 KT 대표는 "국내 최고 수준의 AI 기술을 보유한 KT와 대한민국 대표 유통회사인 GS리테일의 사업협력은 국내 물류 분야 디지털 혁신을 주도하는 큰 바람이 될 것"이라고 말했다

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

쿠팡, 국민연금 4.3만명 가입... 고용 '빅3'

삼성전자·현대차 이어 고용규모 3위 2~9월 신규일자리 1만3744명 창출

쿠팡이 국민연금 가입자 수 기준으로 삼성전자, 현대차에 이어 고용 규모 3위를 차지한 것으로 조사됐다.

17일 CEO스코어가 분석한 국민연금 공단의 국민연금 가입자 수에 따르면, 쿠팡과 물류센터를 운영하는 쿠팡풀필먼트서비스는 지난 3분기 말 4만3171명을 고용하고 있다. 2분기 4위에 올랐던 쿠팡은 3분기 LG전자를 제치고 빅3에 올랐다.

신규 일자리 역시 쿠팡이 가장 많이 창출했다. 2~9월 국민연금 가입자 수를 보면 쿠팡은 1만3744명 일자리를 만들어 냈다. 같은 기간 2위 한화솔루션은 3025명, 삼성전자는 2895명이었다. 나머지 10위까지 순고용 합인 1만1398명보다도 2000여 명 많은 수치다. 쿠팡이 만들어낸 신규 일자리는 국내 500대 기업에서 줄어든 1833명의 7배가 넘는다.

배송 직원인 '쿠친'(쿠팡친구) 증가가 신규 일자리 창출에 큰 몫을 했다. 쿠팡이 직고용하는 쿠친은 주5일 52시간 근무, 15일 연차, 퇴직금 등이 보장된

다. 산재보험 등 4대 보험과 종합건강검진을 비롯한 건강케어 프로그램도 제공된다.

택배기사 과로사 문제의 핵심 쟁점으로 떠오른 분류 업무를 위해 4400명의 별도 인력을 운영하고 있다. 이 같은 근로 조건에 지난 7월 말 쿠친은 1만명을 넘어섰다.

쿠팡 관계자는 "과거 경제 성장기 삼성과 현대처럼 최근엔 쿠팡이 유일하게 고용을 동반한 성장을 이뤄내고 있다"며 "앞으로도 지속적인 채용과 투자를 통해 양질의 근로환경을 만들어 내겠다"고 말했다. /조효정 기자 princess@



오비맥주 카스 캠핑 브랜드 '밤켈'과 하드쿨러.

카스-밤켈, 협업 하드쿨러 3종 한정판매

카스가 인기 캠핑 용품 브랜드 '밤켈'과의 협업으로 '카스X밤켈 하드쿨러' 3종을 온라인 셀렉트숍 29CM를 통해 한정 판매한다고 17일 밝혔다.

'카스X밤켈 하드쿨러' 제품은 20쿼터(18.9L), 35쿼터(33L), 45쿼터(42.6L) 총 3종의 용량으로 구성되었으며, 튼튼하고 완벽한 보냉 기능을 자랑한다. 색상은 카스 브랜드 고유의 컬러를 적용한 '베이비 블루'와 '카스 블루' 컬러 두 종류로 선보인다. /조효정 기자

청정원, 중소기업 상생 '푸드마크' 론칭

마케팅 노하우, 영업망 지원

대상 청정원이 중소기업 상생협력 브랜드 '푸드마크'를 론칭했다고 17일 밝혔다.

'푸드마크'는 푸드 전문가 청정원의 노하우와 정직하고 착한 중소기업이 함께 손잡고 만든 식품 전문 브랜드다. 대상 청정원은 장인 정신과 정통성을 가진 작지만 강한 기업과의 협력을 통해 동반성장에 나가면서도 고객에게 더 좋은 제품을 제공하기 위해 '푸드마크'를 론칭했다. 대상 청정원은 제품력이 뛰어난 중소기업을 선정하고, 청정원이 보유한 마케팅 노하우와 영업망 지원을 통해 판로를 확대해 나가며 동반성장을 꾀할 계획이다.

'푸드마크' BI에는 '청정원의 맛있는 선택'이라는 브랜드 슬로건과 함께 'FOOD'의 앞부분 'O' 2개가 교차된 모양으로 청정원과 착한 기업이 손을 맞잡고 정직한 음식을 제공하겠다는 의지를 반영했다. 'MARK'에는 청정원의 간간하고 엄격한 품질, 맛 기준에 대한 검증 등 거친 좋은 제품을 보증하는 마크라는 의미를 담았다. /조효정 기자

청정원의 맛있는 선택



'푸드마크' 론칭을 통해 제품을 출시한 협력업체는 '풍국면'과 '보습식품' 두 곳이다.

'풍국면'은 87년을 이어온 대구지역 국수 전문회사로 꾸준한 품질개발을 통해 2012년 국수 업계 최초로 HACCP 인증을 받았으며, 국수 완전자동화 생산 시스템을 구축했다. '풍국면'은 이번 협력을 통해 '졸깃한 풍국소면'을 선보였다.

'보습식품'은 30년 전통의 돈육 가공업체로 보습회관, 미쓰족발 등 프랜차이즈를 운영중이며, 전통의 맛을 계승하고 건강하고 안전한 식생활을 선도하는 강소기업이다. 이번 협력으로 '찰진순대'와 '맛있고 졸깃한 편육'을 선보였다. /조효정 기자



신세계 본점 외관 장식

100만개 LED 켜 크리스마스 분위기 물씬

신세계백화점 본점 외관 장식

신세계백화점이 연말 크리스마스 분위기를 물씬 풍기는 연출로 본점 외관을 장식했다고 17일 밝혔다.

매년 말 아름답고 화려한 조명으로 이슈를 불러일으키는 신세계백화점은 올해 크리스마스 분위기를 자아내는 외

관 디자인에 더해 3분 가량의 스토리가 있는 미디어 파사드를 준비했다.

100만개의 LED칩을 사용한 크리스마스외관 스크린에는 여행을 의미를 담은 '기차' 이미지를 담았으며 '올 한 해도 수고하셨습니다'라는 영상 메시지를 통해 지친 일상에 위로를 더 할 예정이다. /조효정 기자

유통단신

오리온

'든든하게 힘내바' 출시

오리온은 수능, 공무원 시험 시즌 등을 앞두고 오리온 인기 바 3종으로 구성된 '오리온 #간식이필요해 든든하게 힘내바(사진)'를 출시한다고 17일 밝혔다. '에너지바', '단백질바', '하브레이크' 등을 담은 이 제품은 수험생, 가족, 지인 등에게 '행운'을 기원한다는 의미로 각 제품을 7개씩 넣어 '럭키 세븐' 테마로 구성한 것이 특징. 비대면 응원 메시지와 안부를 전하는 온라인 선물로도 호응 받을 것으로 기대된다. /조효정 기자



동서식품

명작영화 스페셜 패키지

동서식품은 미국의 영화 제작사인 '유니버설 스튜디오'와 손잡고 '조스', '백투더퓨처', '주라기공원' 등 명작 영화를 활용한 '맥심X유니버설 스튜디오 스페셜 패키지'를 한정 판매한다고 17일 밝혔다. 개봉한 지 오랜 시간이 지났지만 여전히 전 세계적으로 큰 사랑을 받고 있는 유니버설 스튜디오의 클래식 무비가 지닌 감성을 맥심 브랜드에 녹여낸 것이 특징이다. /조효정 기자