

“서초구 로컬브랜드 사업 확대… 더 많은 일자리 기회 창출”

인터뷰

박영우

서초여성일자리주식회사 대표
늘봄카페 등 고용선순환 모델 구축
플랜테리어 사업 ‘늘풀’ 확장 계획
박 대표 “공공성·수익성 함께 고민”



서초여성일자리주식회사 박영우 대표가 서울 양재동에 있는 ‘살롱 in 양재천’에서 포즈를 취하고 있다. /김승호 기자

서울 서초구 양재천 카페거리에 있는 양재공영주차장. 여기에 있는 카페 ‘살롱 in 양재천’에 들어서면 인테리어와 가구 등에서 이국적 분위기가 물씬 풍긴다. 마치 유럽의 호텔이나 레트로 감성이 넘치는 레스토랑에 들어온 느낌이다.

‘살롱 in 양재천’은 서초여성일자리주식회사가 서초구 내에서 수익사업으로 운영하는 5군데 ‘늘봄카페’ 중 한 곳이다.

“늘봄카페를 통해 바리스타 등 여성들의 일자리를 만들고, 수익금을 다시 일경험을 제공할 수 있는 사업에 재원으로 활용, 고용선순환 모델로 만들어

가고 있다. 카페는 올해 하반기에 1곳을 추가로 열 예정이다. 물론 지역상권과 충돌하지 않도록 제품 가격을 적정하게 유지하기 위해 노력하고 있다.”

살롱 in 양재천에서 만난 서초여성일

자리주식회사 박영우 대표의 설명이다.

2021년 9월에 출범한 서초여성일자리주식회사(서여주)는 서초구가 100% 출자한 상법상 주식회사다. 서울시 25개 자치구 중에 ‘일자리주식회사’를 두고 있는 곳은 몇군데가 있지만 ‘여성’ 관련 회사는 서여주가 처음이다. 전국에서도 최조다.

박 대표는 2대 대표로 지난 5월 1일부터 서여주를 이끌고 있다.

지자체가 출자한 회사이기 때문에 돈을 적게 벌어서도, 그렇다고 많이 벌어서도 안된다. ‘적정한 수익구조’가 가장 중요하다.

박 대표는 “회사 특성상 공공성과 수익성을 함께 고민할 수밖에 없다. 회사가 현재 진행하고 있는 공공대행사업을 통해 지역에서 안정적인 일자리를 제공하는 동시에 사회적 가치를 만들어가고, 수익사업은 새로운 비즈니스 모델을 찾으면서 지역경제 활성화를 돕는 방향으로 고민하고 있다”고 전했다.

공공성을 확보할 수 있는 사업 중 하나가 바로 ‘로컬 브랜드’다. 대표적으로

‘양재아트살롱’과 ‘케미스트리트 강남역 로컬브랜드’ 사업이 있다.

서여주는 봄과 가을, 양재천 일대에서 ‘양재아트살롱’이라는 이름의 프리마켓 등을 통해 사람들을 모이게 만들고 주변 상권 활성화에 큰 기여를 하고 있다. 매년 상·하반기에 프리마켓을 운영하고 있으며 올해 9월에 축제를 벌일 준비도 하고 있다.

박 대표는 “강남역 뉴욕제과는 90년대 대표적인 ‘만남의 장소’였다. 현재 강남역 9·10번 출구가 바로 그곳이다. 올해 ‘케미스트리트 강남역 로컬브랜드’ 사업을 통해 특히 9번 출구 주변 상권을 되살리는 사업을 서여주가 진행하고 있다. 빠르게 변화하는 시대에 발맞춰 ‘K-맛, 멋, 미’를 컨셉으로 세대와 지역을 연결하고 공존할 수 있도록 해볼 작정”이라고 말했다.

서여주는 수익사업 중 하나인 ‘꿈이 꿈을 교육’도 관내에 있는 경력단절 여성들을 위해 더 많은 일자리를 창출하고 일경험을 제공하는 방향으로 리브랜딩할 계획이다.

회사 출범 초기 서울시 공모사업으로 시작했다. 수익사업으로 전환한 플랜테리어 사업 ‘늘풀’ 역시 기존의 정체성을 유지하면서 확장성을 추가로 고민 중이다.

박 대표는 “‘늘풀’은 공공장소를 자연친화적으로 가꾸 실내의 환경을 개선하는 일 뿐만 아니라 독거노인분들을 위한 반려식물 보급사업, 공공시설물 연말 트리 제작, 어린이등 대상 가드닝 교육, 반려식물 공급 및 키트 제작 등 다양한 사업을 진행하고 있다”면서 “공공성을 담보하면서도 자생력을 강화하기 위한 새로운 먹거리가 무엇일지를 생각하고 있다”고 전했다.

지역사회와의 상생, 유관기관들과의 시너지도 늘 고민이다.

“서여주가 주어진 임무와 미션을 잘 이행하기 위해선 관내 유관기관들과 협업이 무엇보다 중요하다. 그러면서도 일자리 창출, 일경험 제공, 지역경제 활성화 등에서 우리가 할 수 있는 게 무엇인지 고민하고 하나씩 찾아나갈 것이다.”

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

달라진 생리대 시장… 성분 등 ‘경험 설계’ 경쟁

스타트업, 구독 등 맞춤형 서비스 제공
대기업, 유기농 라인 확대 등 대응 나서

2017년 생리대 유해물질 논란 이후 국내 생리대 시장의 지형이 7년 만에 근본적으로 바뀌고 있다. 과거에는 대기업 제품이 유통과 인지도 측면에서 시장을 사실상 독점해왔지만, 이제는 성분 투명성과 고객 맞춤형 서비스를 전면에 내세운 스타트업들이 시장의 재편을 주도하고 있다.

대표적으로 해피문데이와 라엘(Rael)은 제품 설계부터 고객 접점까지 전방위에서 기존 생리대 산업의 방식과 다른 전략을 채택했다. 두 기업 모두 유기농 인증 원료와 전 성분 공개, 유해 성분 배제 등을 원칙으로 삼고 있으며, 생리주기에 맞춘 정기구독 서비스를 통해 사용자 편의성과 충성도를 끌어올리고 있다. 특히 2030세대 여성 소비자를 중심으로 이들 브랜드의 입지는 빠르게 확장 중이다.

해피문데이는 지난해 하반기 기준 사용자 수와 앱을 중심으로 한 월경용품 구독 고객의 재구매율이 90%를 상회하고



피부에 편안한 프리미엄 생리대. /라엘

있으며, 월간 이용자 수는 약 200만 명에 이른다. 제품군도 빠르게 확장되고 있다. 생리대 외에도 유기농 탐폰, 질세정제, 월경통 완화 제품, 생리팬티, Y존케어 라인까지 포함되며, 자사물을 기반으로 일상 전반을 아우르는 ‘월경 경험 플랫폼’으로 전환 중이다.

해외에서 설립된 라엘은 미국과 한국 양국을 동시에 공략하며 글로벌 브랜드로 성장했다. 라엘은 미국 내 유기농 생리대 시장에서 아마존 판매 1위를 기록한 이후, 월마트와 타깃 등 대형 유통망

에 입점하며 오프라인 유통에서도 입지를 확보했다. 최근에는 면역 기능 강화 및 피부 진정 기능을 결합한 신제품을 출시하며 ‘헬스케어 뷰티’ 접점을 강화하고 있다.

이들 브랜드는 제품 자체의 경쟁력뿐 아니라, 고객 접점에서도 대기업과 뚜렷한 차별화를 보이고 있다. 해피문데이와 라엘은 모두 사용자 피드백을 기반으로 제품 개선 주기를 짧게 가져가고 있으며, 정기적으로 사용자 대상 설문조사 및 테스트를 시행해 제품 기획에 반영한다. 또한 SNS, 커뮤니티, 브랜드 콘텐츠 등을 통해 월경·성건강·여성 라이프에 대한 정보 접근성을 넓히며 단순 위생용품을 넘어선 ‘경험 설계’ 전략을 취하고 있다.

이에 따라 대기업들도 유기농 라인과 성분 정보 표기 확대를 중심으로 대응에 나서고 있다. 유한킴벌리는 기존 ‘좋은느낌’ 브랜드에 유기농 코튼 커버를 적용한 제품군을 선보였고, LG유니참은 ‘소피 내추럴’ 시리즈로 무염소표백·무형광·무합성향료 제품군을 강화했다.

/최빛나 기자 vitna@



CCUS 준공식 행사 참석자들이 탄소중립실천 협약서 교환 퍼포먼스를 진행하고 있다. / 김호석 유회학

금호석유화학, CCUS 설비 구축 완료

연간 7.6만 t 이상화탄소 포집 가능

금호석유화학이 이산화탄소를 자원으로 전환하는 CCUS(이산화탄소 포집·활용·저장) 설비 구축을 완료했다.

금호석유화학은 CCUS 설비 구축을 마치고 준공식을 가졌다고 16일 밝혔다.

금호석유화학의 발전설비에서 배출되는 이산화탄소를 포집해 활용하는 CCUS 설비는 최대 가동 시 연간 약 7만 6000톤의 이산화탄소를 포집할 수 있

다. 포집된 이산화탄소는 K&H특수가스의 처리 과정을 거쳐 드라이아이스, 식음료용 탄산을 비롯해 용접 및 절단, 원예 등 농업, 폐수처리 등 다양한 분야에서 사용된다.

또한 금호석유화학은 이산화탄소 포집 시설에 직접 투자하여 포집 공정 기술을 확보했고 이를 바탕으로 하루 220톤의 이산화탄소를 포집한다. 특히 금호석유화학은 배출권거래제 할당대상업체로서 온실가스 감축 효과도 누릴 수 있을 것으로 기대하고 있다. /차현정 기자 hyeon@

벤처업계, 민간 주도 생태계 연결 ‘맞손’

K-VIP DAY

벤처기업협회 등 3대 단체 연합 기획
‘네트워킹 기반 투자 플랫폼’ 첫발

벤처 관련 3대 단체가 ‘벤처 30주년’을 맞아 민간 주도의 생태계 연결을 위해 더욱 힘을 모으기로 했다.

벤처기업협회, 한국벤처캐피탈협회, 한국엔젤투자협회는 지난 15일 서울 여

의도 티오더 본사에서 ‘K-VIP DAY’(Korea Venture Investment Partnership Day)를 개최했다고 16일 밝혔다.

K-VIP DAY는 벤처 30주년을 맞아 처음으로 3개 벤처 단체가 연합해 기획한 네트워킹 행사다. 벤처기업, 벤처캐피탈(VC), 팁스(TIPS) 운영사, 엔젤투자자 등 벤처 생태계의 핵심 주체들 간 실질적인 교류와 상호 협력을 촉진하는 목적을 갖고 기획했다.

특히 행사는 단순 IR을 넘어 ‘관계 중심의 네트워킹 기반 투자 플랫폼’으로서 첫발을 내디뎠다는 데에 큰 의미를 부여하고 있다.

이날 행사에선 협회가 추천해 선정한 유망 벤처·스타트업 7개사가 참여해 자사의 핵심 사업을 발표했다.

송병준 벤처협회장은 “30년 벤처 역사를 함께 써온 지금 가장 중요한 가치는 결국 ‘연결’이라면서 “K-VIP DAY’가 그런 만남의 출발점이자 미래 협업을 여는 중요한 계기가 되길 바란다”고 밝혔다.

/김승호 기자

SK네트웍스 여름맞이 대규모 프로모션

SK네트웍스가 보유 사업들을 통해 고객의 여름 일상을 시원하게 책임질 다채로운 프로모션을 선보인다.

SK네트웍스는 호텔, 웰니스 가전, 자동차 정비, 중고폰 유통 등 본·자회사의 다양한 사업별 프로모션을 제공하고 16일 밝혔다.

SK인텔릭스의 헬스 플랫폼 브랜드 SK매직은 오는 8월 31일까지 ‘쿨 써머 이벤트’를 열고, ‘윈코크 플러스 얼음물 정수기’ 등 여름철 인기 제품의 렌탈료를 최대 18개월간 반값으로 지원한다.

SK스피드메이트는 AXA손해보험

과 함께 장거리 운전이 많은 여름 휴가철 고객들의 안전 운행을 지원하기 위한 오는 10월 말까지 ‘안심 차량케어 서비스’를 실시한다.

위커히 호텔앤리조트는 오는 9월 초까지 야외 수영장 ‘리버파크’와 연계한 서머 패키지를 선보이며 도심 속 완벽한 ‘풀캉스’를 제안한다. 이와 함께 위커히를 대표하는 6곳의 레스토랑에서는 ‘여름 보양 미식의 완성’을 주제로 시즌 한정 프로모션을 진행한다.

ICT 리사이클 기업 민트는 갤럭시 Z7 출시에 맞춰 이달 22일부터 중고폰 보상 이벤트를 시행해 고객들에게 소소한 행복을 전할 계획이다.

/차현정 기자