

“원도심에 활력을” 사회관계망 복원하며 돌봄 실천

동명어울림마을관리 사회적협동조합

청년센터·목재문화센터 등 위탁받아 공모사업 운영
청년 멘토링·골목마실길축제·직장인 퇴근후 모임 등
공동 막걸리브랜드 ‘동명가양주’ 개발 수익공유 추진



심성식 이사장

지역사회의 관계망을 복원하고 생활 속 돌봄을 실천하는 사회적협동조합이 주목받고 있다.

동명어울림마을관리사회적협동조합은 지난 2022년 4월 설립된 비영리 사회적협동조합으로, 도시재생 공동이용시설 관리, 노인 돌봄 커뮤니티케어, 골목환경 정비·관리 사업 등 동명동 마을 관리·발전에 앞장서고 있다.

조합원 62명과 직원 7명으로 구성된 조합은 청년부터 어르신까지 세대를 아우르는 다양한 프로그램과 공간을 운영 중이다.

조합은 2022년부터 매년 ‘오래 쓰고 이어 쓰는 오이마켓(5월)’, ‘동명동 골목마실길 축제(10월)’를 통해 지속 가능한 소비와 마을 공동체의 가치를 전하고 있다.

또 마을공동체 공모 사업, 광주사회적경제지원센터 사회적협동조합사업 참여와

슬로우 조깅, 요가교실, 치매예방 목공교실 등을 운영하며 청년과 주민 간 교육·교류 기회를 넓혔다.

조합이 위탁 운영하는 공간은 동명어울림센터, 동구청년센터(청년아지트 D. GIT), 동구목재문화센터 등이다.

동명어울림센터에서는 일상돌봄사업을 통해 지난 2023년부터 매주 월·수요일 주민 5명이 1개조를 구성해 음식 만들기, 운동, 요가, 운동 등을 통해 복지 사각지대 해소에 나섰다.

동구청년센터에서는 진로·직무와 관련된 고민, 정보를 나눌 수 있는 ‘영 파일럿 멘토링’과 직장인 모임 ‘퇴근후 소셜다이닝’ 프로그램이 청년에게 인기를 얻고 있다.

영 파일럿 멘토링은 50여명의 구직 청년이 한국전력, 광주환경공단 등 공

공기관과 사업가, 프리랜서 등 70여명의 멘토를 직접 선택해 자기소개서·면접지도, 창업 컨설팅, 진로 상담 등 받았다.

네트워킹 시간과 퇴근 후 힐링시간으로 구성된 ‘퇴근후 소셜 다이닝’은 직장인에게 재미를 선사했다. 다채로운 프로그램이 알차다는 입소문에 지난해 청년 7600여명이 이곳을 찾았다.

지난 10일 개소한 동구목재문화센터는 지난 2019년부터 추진해 온 도시재생 뉴딜사업의 대표 성과다. 지난 2023년부터 올해까지 총사업비 52억원이 투입돼 연면적 990.61㎡, 지상 4층 규모로 완공됐다.

내부는 과거 지역 목재 유통의 중심지였던 ‘나무전거리’의 역사성과 나무의 가치를 배우고 직접 체험할 수 있도록 무인카페(1층), 상설 목재놀이터(2층), 목공예 체험실(3층), 운영지원

실(4층)로 구성됐다. 조합이 센터의 위탁 운영을 맡아 푸른길과의 연계 프로그램, 주텍가 인접 입지 등을 활용해 지역 문화 프로그램을 운영할 계획이다.

이외에도 지역 고유의 전통과 이야기를 담은 마을 공동 막걸리 브랜드 상품인 ‘동명가양주’를 개발하며 제품 출시에 힘을 쏟고 있다.

조합의 운영 수익은 지역사회에 환원해 일자리 창출과 지속 가능한 지역 발전을 도모하는 선순환 구조를 만드는 방침이다.

심성식 이사장은 “주민이 단순 참여자가 아닌 기획자이자 운영자로 자리매김할 수 있는 구조를 마련할 것이다”며 “사회경제적 기반의 협력 네트워크를 강화해 공동체 회복과 지속 가능한 마을공동체 모델로 발전하는 협동조합으로 거듭나겠다”고 말했다. 글·사진·송태영 기자 sty1235@



동명어울림마을관리사회적협동조합은 최근 동구목재문화센터에서 주민에게 목재놀이터, 목공예 체험, 교육, 전시 등 다양한 목재문화체험을 진행했다.



동명어울림마을관리사회적협동조합은 지난 2022년 동명동 도시재생 주민제안공모사업 ‘동명을 물들이고 쓰레기는 즐기고’를 진행했다.

광주신세계, 톰 브라운 이어 불가리 입점

내일 본관 1층 오픈…‘큰 손’ 고객 겨냥 매출 확대

광주신세계가 유명 브랜드 입점을 통해 ‘큰 손’ 고객 모시기에 공을 들이고 있다.

15일 광주신세계에 따르면 17일 본관 1층에 이탈리아 명품 주얼리 브랜드 불가리(BVLGARI)가 문을 열 예정이다.

불가리 매장은 기존 전시 이벤트를 이어 있던 자리에 들어선다.

불가리는 지난 1992년 본격적으로 향수 시장에 진출한 이후 이탈리아 장인 정신과 불가리만의 주얼리 정제성을 바탕으로

로 ‘몸에 뿌리는 보석’이라는 칭호에 맞게 감각적인 향수들을 선보여 왔다.

현재 본관 1층에는 루이비통, 티파니, 버버리, 구찌, 디올 등 명품 브랜드가 자리했다.

앞서 광주신세계는 해외브랜드 유치에 공격적인 모습을 보이고 있다.

덴마크 대표 컨템퍼러리 패션 브랜드 ‘가니(GANNI)’가 지난 11일 본관 4층에서 오픈했다. 가니는 편안한 실루엣과 유

니크한 컬러 패턴을 바탕으로 일상 스타일에 특별함을 더하는 모던 감성 디자인을 선보이며 MZ세대에서 인기가 높다.

같은 날 본관 4층에 새로 문을 연 락앤본(rag & bone)은 2002년 뉴욕에서 론칭한 브랜드로 런던의 클래식한 전통에서 영감을 받은 테일러드 실루엣에 뉴욕의 쿨하고 모던한 감성을 결합한 옷을 선보인다. 높은 퀄리티의 소재와 패턴을 바탕으로 간결하고 동시대적 디자인을 지향한다.

지난달 28일 본관 2층에 호남권 최초로 미국 명품브랜드 ‘톰 브라운(Thom Browne)’ 여성 단독매장이 신규 오픈했

다. 지역에서 첫 선보이는 톰 브라운 여성 단독 매장에서는 완벽한 테일러링과 최고급 소재, 기존 스타일과는 다른 것을 원하는 여성들을 위한 아메리칸 뉴 럭셔리 쿠티어링 톰 브라운의 26SS 컬렉션을 만나 볼 수 있다.

톰 브라운은 40개국에 걸쳐 300개 이상의 주요 백화점과 부티크를 운영하고 있으며, 뉴욕, 런던, 밀라노, 도쿄, 홍콩, 베이징, 상하이, 서울 등 110개의 직영 매장을 운영 중이다

광주신세계는 ‘The Great Gwangju SHINSEGAE Town’이란 장기 비전을 설정하며 백화점 확장 오픈, 복합개발사업을 통한 중장기 성장동력 확보 및 수익성 개선 구상을 밝혔다.

송태영 기자 sty1235@gwangnam.co.kr



갓 수확한 바질로 당일 제조…롯데광주점, 바질페스토 팝업 롯데백화점 광주점은 오는 18일까지 지하1층 행사장에서 당일 수확한 바질로 당일 제조한 신선한 바질장을 선보이는 ‘마이크로아티징’ 팝업 행사를 진행한다. 이번 행사에서는 농장에서 갓 따낸 바질을 단 3km 이내 제조장에서 당일 소량 생산해 더욱 신선하고 품질이 좋은 바질장을 제공한다.

에이에이엔티, AI기업 손잡고 헬스케어시장 선도

인디제이와 협약 체결
피부분석 서비스 개발

광주 바이오 뷰티 기업과 인공지능(AI) 기업이 맞춤형 뷰티·헬스케어 시장을 선도하기 위해 손을 맞잡았다.

(주)에이에이엔티(AA&T)와 (주)인디제이(inDJ)는 지난 13일 광주 동구 에이에이엔티 본사 세미나실에서 전략적 파트너십 구축을 위한 업무협약을 체결했다고 15일 밝혔다.

이번 업무협약식에는 기동호 (주)에이에이엔티 대표, 정우주 인디제이 대표를 비롯해 주승일 총장상인회장, 이여진 광주 동구문화관광재단 이사, 양사 관계자가 참석했다.

이들은 업무협약을 계기로 바이오(화장품·피부관리·탈모방지)와 인공지능(AI)을 결합한 피부분석 서비스 모델 개



(주)에이에이엔티(AA&T)와 (주)인디제이(inDJ)는 지난 13일 광주 동구 에이에이엔티 본사 세미나실에서 전략적 파트너십 구축을 위한 업무협약을 체결했다.

발·운영, 공동 연구개발(R&D) 과제, 뷰티 체험·피부관리 사업장 공간 활용, 홍보 활동 등을 추진한다. 또 지방 소멸을 대응하기 위해 총장동과 금남로 등의 원

도심 활성화에 나설 계획이다.

협약식 이후 참석자들은 에이에이엔티의 화장품 연구실과 피부관리 체험장 등을 살펴며 해파리 콜라겐 추출 기술과 제품화 현황을 확인했다.

에이에이엔티는 한국원자력연구원의로부터 ‘고 에너지밀 파동기술’을 이전 받아 해파리 콜라겐 추출을 통해 화장품 사업화를 추진하고 있다.

인디제이는 AI 기반 감성 지능·인지 기억 통합 기술을 보유한 유망한 스타트업이다.

기동호 대표는 “한국원자력연구원의 첨단 기술과 인디제이의 혁신적인 AI 기술 결합은 단순한 제품 개발을 넘어, 광주를 대표하는 바이오-AI 성공 모델이 될 것이다”며 “지역 경제 활성화와 고용 창출에도 기여하겠다”고 말했다.

정우주 대표는 “3년 연속 CES 혁신상 수상 AI기술을 바탕으로 에이에이엔티의 뷰티·헬스케어 기술과 시너지를 창출하겠다”며 “광주에서 시작된 AI 기술 혁신이 전국, 글로벌 시장으로 확산되도록 노력하겠다”고 밝혔다. 글·사진·송태영 기자 sty1235@

‘K-신품종 과일’ 아세안서 경쟁력 확인

aT, 수출통합조직과 신선 품평회 개최

국내 육종 신품종 딸기, 포도와 단감이 아세안 시장 확대 가능성을 확인했다.

aT는 최근 베트남 하노이 JW 매리어트 호텔에서 ‘아세안 통합바이어 신선 품평회’를 개최했다고 15일 밝혔다.

이번 행사는 수출통합조직인 (주)케이베리(대표 김문규), 한국포도수출연합회(대표 이승희), 한국단감수출회(대표 이상득)와 처음으로 협력해 진행됐다.

이벤 행사는 수출통합조직인 (주)케이베리(대표 김문규), 한국포도수출연합회(대표 이승희), 한국단감수출회(대표 이상득)와 처음으로 협력해 진행됐다.

베트남, 태국, 싱가포르 등 아세안 7개국에서 신선 수입바이어와 대형 유통업체, 현지 인플루언서 등 100여명이 참석해 뜨거운 관심을 보였다.

마케팅스트라지 진행됐다. 딸기는 금실, 홍희, 비타베리, 포도는 홍주씨들리스, 글로리스타, 코코볼 등 프리미엄 신품종이, 단감은 부유, 감원치 등 단감가공품 등이 소개됐다.

바이어들은 다양한 품종에 대해 품종별 특징, 식감, 향미, 색깔 등을 비교하며 현지 시장성에 대해 높은 관심을 보였다.

행사에 참석한 태국 한 수입유통사는 “금실과 홍희 같은 한국 딸기는 단단한 식감과 진한 향으로 프리미엄 시장에서 경쟁력이 매우 높다”며 “적색·흑색 신품종 포도는 사인머스캣과 또 다른 매력 있어 프리미엄 라인업 확대를 위해 수입을 고려 중이다”고 말했다.

나주=조환현 기자 pose007@gwangnam.co.kr