



ftk 2021 FTK 인터뷰

④ 국내 첫 '식신앱' 출시 안병익 식신 대표 및 푸드테크 협회장

“e식권 서비스를 올 거래액 1000억 기대 잠재력 커... 3년내 거래액 2조 예상”

사람들이 맛집을 찾을 때 맛집 추천 애플리케이션(앱)을 이용하는 시대가 도래했다. 매경헬스의 설문조사 결과, 맛집을 찾아갈 때 대다수인 73% 가량이 포털 검색을 이용하지만, 약 84%가 추천 맛집에 대해 실망한다는 분석이 나왔다. 반면, 맛집 추천앱은 포털 검색에 비해 조금 더 믿을만하다는 의견은 30% 정도 집계됐다.

포스트 코로나 시대가 오면 맛집을 똑똑하게 찾아가고 다양한 음식을 즐기는 트렌드가 다시 찾아올 것이다.

이러한 맛집 추천앱 트렌드의 중심에는 식신의 안병익 대표가 있다. 안병익 대표가 운영하는 식신은 지난 2013년 국내 최초로 국민맛집 식신 앱을 출시했다. 이 식신앱은 지금까지 약 400만 다운로드를 기록하고 있으며 등록된 리뷰도 110만건에 이른다. 식신은 국내 78만개의 음식점 정보와 9만개의 '핫플레이스', 6400개의 '별맛집' 정보를 제공하고 있다.

뿐만 아니라 식신이 보유한 식신e식권 서비스는 400여 개 고객사와 10만명 임직원의 편리한 점심, 야근 식사 결제

를 책임진다. 얼마 전에는 식신e식권 서비스에 새로운 결제방식인 식신페이 도입, 별도의 결제단말기나 바코드 리더 등이 필요 없이 스마트폰 모바일 식권 터치 한번으로 가맹 음식점에서 식대를 처리할 수 있게 했다. 안병익 식신 대표이자 한국 푸드테크협회를 만나 향후 식신 운영 방향과 포스트코로나 시대 푸드테크에 대해 이야기를 들었다.

-e식권 서비스의 거래액이 매년 2배씩 성장하고 있다는데.

“e식권 서비스는 작년 거래액이 500억 원 정도였고 올해 1000억원 가량의 거래액을 기대하고 있다. 직장인들이 1900만 명 정도 되고 27조원 정도 식대 시장이 있어 시장 자체가 워낙 잠재력이 있다. 3년 내에 적어도 1조에서 2조 가량 거래액이 발생하리라 것으로 예상한다.

현재 식신 전체 매출의 90% 가량이 e식권 서비스에 발생한다. b2b의 e식권을 b2c로 확장해 운영한다면 예상 거래액을 달성할 수 있지 않을까 싶다. 현재 이식권에 들어간 식당만 8500개 정도 있고 프랜차이즈도 많이 있는데 이중

**‘식신앱’ 400만 다운로드 기록
국내 78만개 음식점 정보 제공
매주 십여개 ‘테마 맛집’ 소개도**

**‘식신e 식권’ 고객사 400곳 보유
직장인 식습관 데이터 기록 쌓여
‘헬스케어 서비스’ 사업에도 관심**



원하는 곳에서 직장인들이 e식권으로 식대를 쓰는 것이다. 이 부분을 일반인들도 식신페이 등을 통해 사용할 수 있게 하는 것이 b2c 서비스로의 확장이다. 여기에 저희가 할인이라던가 혜택을 붙여 서비스를 제공한다면 많은 사용자가 편리함을 느낄 수 있을 것이다.

-식신에서 별점으로 식당을 평가하는 게 다양성을 충족하고 있는가.

“별점은 한국인이 좋아하는 레스토랑 기준에 부합하도록 맛, 인기, 만족도를 중심으로 엄격하게 선정한다. 식신에서 3스타를 받은 2020년 최고의 레스토랑은 109곳밖에 되지 않는다. 또 정확

한 사용자 평가를 위해 평가점수를 0.5점 간격으로 세분화해 1~5점까지 평가할 수 있도록 했고, 팔로워·팔로잉, 댓글 등 사용자 간의 소셜 기능도 강화했다. 다양한 주제로 매주 십여 개의 주제별 맛집을 소개하는 ‘테마 맛집’은 식신 앱에서도 인기있는 서비스로 조회수가 수십만에 이른다. 이 테마 맛집에는 사용자의 성향에 따라 비건 맛집 등의 세심한 정보도 제공하고 있다. 또 식신은 매년 별 인증 맛집 발표 외에도 맛집 지도, 테마별 맛집, 소상공인 성장을 돕는 백년가게 등 다양한 식당 콘텐츠를 전달 중이다.”

-타분야 진출도 꿈꾸고 있다고 들었다.

“e식권을 하다보니까 직장인들이 매일 무엇을 먹는지 기록이 쌓인다. 이에 대해 저희는 자연스럽게 데이터로 쌓을 수 있게 된다. 사용자들이 앱에서 어떤 메뉴를 선택하는지에 관한 정보가 사진 자료와 리뷰 등으로 쌓이기 때문이다. 메뉴에 대해 칼로리라던가 영양 정보를 덧붙인다면 앞으로 헬스케어적인 서비스도 제공할 수 있을 것으로 보인다. 우선

은 부가적인 서비스로 구성을 하고 있고 향후 음식의 미생물 정보, 사용자의 평소 건강검진 데이터 등과 결합한다면 헬스케어 서비스 사업도 충분히 가능성이 있다. 당뇨병, 심장병 등 5대 성인병이 음식과 밀접하게 관련이 있기 때문이다.

- ‘푸드테크산업진흥법’ 추진을 위해 노력하고 있는 점은 무엇인가.

“축산물을 온라인으로 판매하는 회사가 냉동이나 냉장 설비를 갖춰야만 운영이 가능했고, 국내 빵집이 온라인 물로 빵을 팔 수가 없었다. 요즘에는 이런 것들이 많이 해소됐다. 규제 관련한 법이 25개 정도 되는데 식품 위생법이라는 가장 큰 법이 있고 축산물 운송·유통법이 있고 주세법도 있다. e식권이나 식신에서는 식권이 현재 상품권으로 분류돼 있다보니 법에서 구매하는 것도 제한되고 굉장히 복잡하다. 식품에 있어서 온라인과 모바일 거래가 늘어나는 상황을 가로 막고 있는 규제들이 많아 이를 완화하면 식품 기술 진흥, 식품 스타트업 부흥이 활발해질 것이다.”

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

LG화학, 미국서 ‘통풍 신약’ 약효 확인

‘LC350189’ 임상2상 성공적
글로벌 차별화 신약개발 청신호

LG화학이 통풍 신약 미국 임상 2상을 성공적으로 마친 결과, 높은 약효를 확인했다고 밝혔다. 글로벌 신약 개발에도 청신호가 켜졌다.

LG화학은 1일 통풍치료제 ‘LC350189’의 미국 임상 2상 결과, 1차와 2차 유효성 평가지표를 모두 높은 수준으로 충족시키며 기존 약물과 차별화된 신약 개발 가능성을 확인했다고 밝혔다.

‘LC350189’는 통풍의 주요 원인인 요산을 생성하는 효소 ‘잔틴 옥시다제’의 발현을 억제해 요산의 과다 생성을 막는 1일 1회 복용의 경구용 통풍 치료



LG화학 생명과학사업본부 연구원들이 신약연구 활동을 진행하고 있다.

제이다.

LG화학은 ‘LC350189’ 50·100·200mg과 위약 등 총 4개군(피험자 수각 34, 38, 37, 34명)과 탐색적 활성대조군인 페복소스타트군(13명)으로 구분해 3개

월간 시험을 진행했다.

그 결과, 1차 평가지표인 복용 3개월 시점 혈청 요산 농도 5mg/dL 미만 달성률은 ‘LC350189’ 200mg군이 62%로 나타난 반면, 위약군 3%, 페복소스타트군이 23%로 나타나 ‘LC350189’와 큰 차이를 보였다. ‘LC350189’ 50mg과 100mg 등 저용량군의 달성률도 각각 47%, 45%로 높게 나타났다.

2차 평가지표인 복용 3개월 시점 혈청 요산 농도 6mg/dL 미만 달성률은 ‘LC350189’ 200mg, 100mg, 50mg군 각각 78%, 63%, 59%로 나타난 반면 위약군은 3%로 분석되며 유의한 차이를 보였다. 페복소스타트군은 54%의 달성률을 보였다.

또 복용 2주 내에 효과가 확인될만큼 빠른 약효가 주요 특징으로 확인됐으며, 부작용 측면에서도 위약군과 유사한 수준의 안전성 및 내약성을 가진 것으로 평가됐다.

조아제약, 의료기기 전시회 ‘아랍헬스’ 참가

중동·아프리카 시장 개척 기대

조아제약이 중동·아프리카 지역 최대 의료기기 전시회 ‘아랍 헬스’에 9년 연속 참가해 수출 상담을 마쳤다고 1일 밝혔다. 아랍 헬스 2021은 지난 6월 21일부터 24일까지 나흘간 두바이 세계무역센터에서 열렸다. 62개국 1500여 업체가 참여했으며, 2만명 이상이 참관한 것으로 조사됐다.

조아제약은 ‘나이는 숫자에 불과하다’라는 슬로건을 활용해 중동과 아프리카 시장에서 선호하는 자양강장, 면

역력 강화, 다이어트&뷰티 제품 등을 적극적으로 홍보했다. 또, 제조와 유통뿐만 아니라 개발까지 다루는 신뢰받는 기업의 이미지를 전달하는데 노력했다고 밝혔다.

전시회 기간 조아제약 부스에는 38개국 179개 업체가 방문하는 성과를 거두었다. 이는 지난해 개최된 동일 전시회 대비 방문 업체 수 26% 증가, 방문 국가 수 5% 증가한 수치다. 특히, 부스를 방문한 아프리카 기업 수가 전년 대비 52% 증가해 신규 시장 개척에 대한 기대감을 높였다.

/이세경 기자

아워홈, 골프장 전용메뉴 2종 출시

해물파전에 ‘빙커전’ 메뉴명 붙여

종합식품기업 아워홈이 골프장 전용 메뉴를 출시하고 골프장 식음서비스 강화에 나선다고 1일 밝혔다.

최근 골프가 MZ세대 유입과 야외활동 증가 등으로 인해 대중화됨에 따라 국내 골프장이 호황을 맞았다. 이에 그늘집, 클럽하우스 등 골프장 식당을 찾는 고객도 급격하게 증가했다.

실제로 현재 아워홈이 운영하고 있는 골프장 점포 수는 전년 대비 50% 증가했다. 아워홈은 골프장 전용 이색 메뉴, 차별화 서비스를 더욱 강화하여 골프장 식음매장을 공격적으로 확대한다는 방침이다.

아워홈은 최근 ‘빙커전’과 ‘콩카페 코코넛 소프트 아이스크림’ 총 2종을 골프장 점포에 출시했다. 골프공이 빙커에 들어가지 않고 바로 앞에 떨어졌을 경우 ‘빙커전’이라고 하며 골프장에서 “세상에서 가장 맛있는 전은 빙커전”이라는 말도 있다.

야외 라운딩 중간에 무더위를 식혀줄 시원한 메뉴도 선보인다. ‘콩카페 코코넛 소프트 아이스크림’은 베트남 대표 카페 브랜드 콩카페와 협업해 베트남 콩카페 시그니처 메뉴의 맛을 구현한 아이스크림이다. 해외 골프를 즐기 못하는 골퍼들의 아쉬움을 달래 줄 스페셜 메뉴다.

/조효정 기자 princess@

오늘의 날씨

7월 2일 (금)
음력 : 5월 23일

수도권 날씨
23~32°C

운동 지수 ██████████
빨래 지수 ██████████
세차 지수 ██████████
외출 지수 ██████████

해돋이 / 05:15 | 해질 / 19:57

연천 20/32, 동두천 20/31, 가평 19/31, 파주 21/31, 서울 23/32, 양평 21/31, 인천 23/30, 수원 23/32, 용인 23/32, 평택 21/31, 백령도 20/27

·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr

/이세경 기자 seilee@