

혈당에 만성질환 관리까지... '헬스케어 플랫폼' 잇따라 등장

롯데헬스케어, '캐즐' 맞춤형 서비스 카카오펀드케어, AI 기반 '파스타' 모바일로 셀프 혈당관리 도와줘 GC케어, '어떠케어' 영양제 체크

디지털 헬스케어 시장을 선점하기 위한 경쟁이 치열한 가운데, 기업들이 플랫폼을 활용하는 전략에 집중하고 있어 주목을 끌고 있다.

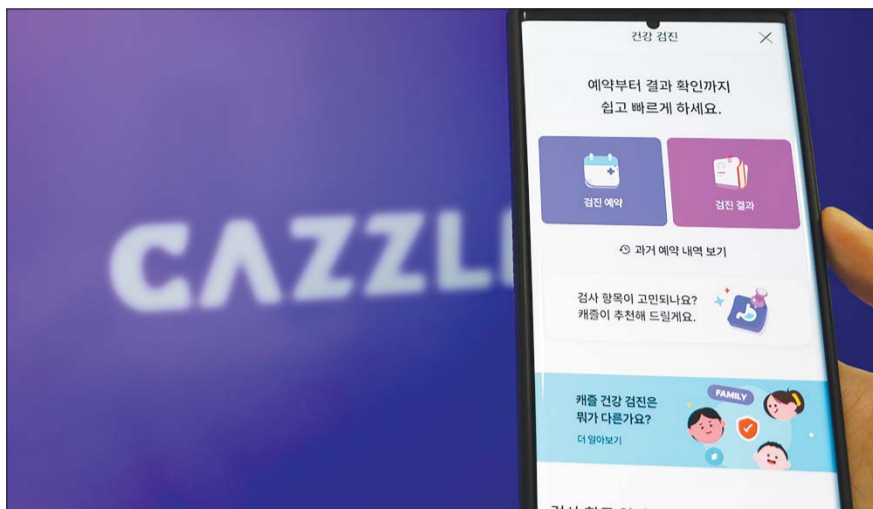
7일 관련 업계에 따르면 롯데헬스케어는 매출 규모를 키우기 위한 플랫폼 고도화를 지속 추진 중이다. 롯데헬스케어는 '캐즐'을 통해 특정 질병이나 질환이 아닌, 일상 속 건강관리를 지향하고 있다.

최근에는 '캐즐'에서 마음 건강 관리, 기업 건강검진 서비스 등을 통해 롯데헬스케어는 사업 영역을 기업간 거래(B2B)까지 확장했다. 마음 건강과 기업 건강검진의 경우, 서비스 시작 후 일주일 간 평균 가입자수는 출시 초기 대비 각각 184%, 534% 상승하기도 했다. 이는 롯데헬스케어 측의 설명이다.

이와 함께 롯데헬스케어의 자회사 테라젠헬스는 유전자 분석을 기반으로 개인 맞춤형 서비스를 상품화하고 있다. 수면, 필라테스 등 다양한 산업군과 접목해 고객과의 접점을 늘린다는 전략이다. 한편, 금융감독원 전자공시에 따르면 롯데헬스케어는 지난해 연결 포괄손익계산서 기준 매출 8억3661만원, 영업손실 228억9463만원을 기록했다.

롯데헬스케어는 롯데지주가 지분 전부를 보유한 비상장법인으로 분기별 실적 공시의무가 요구되지는 않는다. 다만 롯데헬스케어 자산 총액은 703억 원으로 외부감사 대상 기준을 넘으면서 지난 5일 롯데헬스케어는 감사보고서를 공시하게 됐다. 롯데지주는 지난 2022년 700억원을 출자해 롯데헬스케어를 설립한 바 있다.

롯데헬스케어에 따르면 지난해 영업손실은 급여, 복리후생비 등 인건비와



롯데헬스케어 개인 맞춤형 건강관리 플랫폼 '캐즐'.

/롯데헬스케어

플랫폼 운영비 등 지급수수료에서 발생했다. 보고서를 살펴보면 급여와 퇴직급여, 복리후생비로 지출된 금액은 약 87억원에 이른다. 지급수수료와 광고선전비는 각각 68억원, 29억원이 쓰였다.

이와 관련 롯데헬스케어는 올해 지급수수료 등을 40% 이상 절감해 비용 개선에 나선다는 방침이다.

카카오펀드케어는 '파스타'를 통해 '만성질환 관리'에 나섰다.

카카오펀드케어가 올해 2월 선보인 '파스타'는 인공지능(AI) 기반 모바일 혈당 관리 서비스다. '파스타'는 별도 회원가입 없이 본인의 '카카오 계정'을 활용해 로그인할 수 있고 국내 기업 아이센스의 '케어센스 에어', 미국 기업 텍스콤의 'G7' 등 2개 연속혈당측정기(CGM) 센서와 연동이 가능하다.

카카오펀드케어는 올해 2분기까지 '파스타'를 글로벌 제약사 노보노디스크의 인슐린 펜 '말리아 스마트 캡'과도 연동할 계획이다. 인슐린 집중 치료 당뇨병 환자를 위한 것이다.

이밖에 카카오펀드케어는 최근 헬스케어 스타트업 '브레이브컴퍼니'와 혈당 관리에 필요한 운동 콘텐츠 개발 및 확산을 위한 업무협약도 체결했다.

제약 회사도 디지털 플랫폼에 도전하고 있다.

GC(녹십자홀딩스)의 헬스케어 자회사

인 GC케어는 지난 2022년부터 건강 생활습관 앱 '어떠케어'를 운영하고 있다.

특히 GC케어는 '어떠케어'를 앞세워 건강검진 비교 및 예약 시스템을 구축했다. GC케어는 기업간거래(B2B) 형태로 대기업 및 중소기업들의 건강검진 대행 서비스를 시작했다. 이후 일반 소비자로 서비스 대상을 확대했다. 모바일 앱 '어떠케어'로 누구나 쉽게 건강검진을 비교하고 한 번에 예약까지 할 수 있다.

또 GC케어는 '어떠케어'에서 영양제 추천, 영양제 간 중복 및 과다 섭취 여부 확인 등의 기능을 갖췄다.

한 업계 관계자는 "영양제 섭취부터 일상생활 속 만성질환 관리까지 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아진 만큼 디지털 시대에 헬스케어 플랫폼 역할은 커질 것"이라며 "다양한 디지털 플랫폼이 건강 관리에 도움이 되길 바란다"고 말했다.

실제로 글로벌 시장 조사 기관 GIA가 발표한 '디지털 헬스: 글로벌 시장 동향 및 분석' 보고서에 따르면, 글로벌 디지털 헬스케어 산업은 지난 2019년 약 205조원 규모에서 오는 2027년 약 686조원 규모로 성장할 것으로 전망된다. 연평균 성장률은 18.8%에 달한다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

에이지투웨니스, 日 소비자 공략 본격화

도쿄서 신제품 설명 세미나 개최

생활뷰티기업 애경산업의 화장품 브랜드 '에이지투웨니스(AGE20'S)'가 일본 시장 공략에 나섰다.

애경산업은 에이지투웨니스가 지난 5일 일본 도쿄에 위치한 아카사카인터 시티 빌딩에서 신제품을 설명하는 세미나를 열었다고 7일 밝혔다. 에이지투웨니스가 일본에서 신제품 설명회를 진행한 것은 이번이 처음이다.

에이지투웨니스는 이번 설명회에서 일본 전용 제품을 선보였다. 신제품 '에이지투웨니스 베일 누디 에센스 팩트 글로우'는 브랜드 대표 제품인 '에센스 팩트'를 일본 메이크업 시장 특성에 맞게 현지화한 제품이다. 에이지투웨니스는 오랜 기간 일본 현지 컨설팅을 거쳐 기존 제품의 장점에 일본 소비자 취향을 더했다고 설명한다.

해당 제품은 일본 소비자들이 선호하는 순수 비타민C 유도제 성분을 함유하고 있다. 또 에이지투웨니스 독자 기술인 에센스 포켓 기술을 활용해 시원한 사용감을 갖췄다.

촉촉하고 화사한 피부 메이크업을



에이지투웨니스가 일본에서 '베일 누디 에센스 팩트 글로우'를 출시한다. /애경산업

완성해 주는 이번 신제품은 일본 메이크업 색상 체계에 따라 '00오클', '10오클', '20오클' 등 세 가지 호수에 구성됐다. 제품 디자인에도 일본인들의 선호도를 반영한 핑크 색상과 레더 소재가 적용됐다.

이날 행사에서 에이지투웨니스는 일본 유명 메이크업 아티스트 유즈코가 '베일 누디 에센스 팩트 글로우'를 응용해 보이는 메이크업 쇼도 진행했다. 에이지투웨니스는 일본 화장품 시장에서 이번 신제품을 '필수 메이크업 아이템'으로 육성하는 데 집중할 계획이다.

/이청하 기자 mlee236@

더페이스샵, 새 모델 '세븐틴 원우' 발탁

클린뷰티 브랜드 이미지 강화

LG생활건강의 '더페이스샵'이 새로운 모델과 함께 브랜드 경쟁력 강화에 나선다. LG생활건강은 클린뷰티 브랜드 더페이스샵 모델로 그룹세븐틴 멤버 '원우'를 새롭게 발탁했다고 7일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 자연 원료와 효능 성분을 강조하는 더페이스샵의 뷰티 철학과 원우만의 꾸미지 않아도 드러나는 순수한 매력이 소비자들에게 차별화한 고객 경험을 제공한다.

원우의 첫 번째 모델 활동은 광고 촬영이다. 이번 광고에서 원우는 클렌징 폼을 비롯해 전체 품목 누적 판매 3600만 개를 달성한 '미감수' 제품군, 7년 만에 재단장한 '잉크래스팅 파운데이션 슬림핏 뉴', 신제품 '울티미 멀티 비



'더페이스샵' 브랜드 모델 그룹 세븐틴 멤버 '원우'. /LG생활건강

타 10% 세럼' 등을 홍보한다. LG생활건강은 향후에도 원우와 함께 하는 다양한 활동을 통해 글로벌 MZ세대 고객으로 브랜드 영역을 확장한다는 계획이다. /이청하 기자

CJ온스타일, 3040세대 여성 '맘' 공략 속도

유튜브 채널 '매진임박' 선보여 요즘 엄마들 트렌드 탐방 등 진행

CJ온스타일이 본격적인 유튜브 라이브커머스 사업 확장에 나섰다.

CJ온스타일은 웹 콘텐츠 전문 제작사 스튜디오에피소드와 합작해 기획한 신규 유튜브 채널 '매진임박'을 선보였다고 7일 밝혔다. 매진임박은 CJ온스타일이 지난해 10월 업계 최초 개국한 '오픈런'에 이은 두번째 라이브커머스 전용 유튜브 채널이다.

매진임박 론칭을 시작으로 라이브커머스 채널 이원화 전략에 더욱 박차를 가한다. 유튜브 등 외부채널 통해 라이브커머스 전문 채널로서의 존재감을 강화하는 한편, 팬덤 구축에 특화된 CJ온스타일 앱 라이브커머스 채널과의 시너지 효과를 높여 압도적 트래픽과 신규 고객 록인(Lock-in) 등의 두마리 토끼를 잡겠다는 복안이다. 2년 내에



스튜디오에피소드와 협업해 선보이는 신규 유튜브 채널 '매진임박'의 콘텐츠 엄카찬스 씬 네일. /CJ온스타일

100만 구독자 이상의 메가유튜브 채널을 2개 이상 육성하겠다는 목표다.

매진임박은 모델테이너(모델+엔터테이너) 이현이와 함께 30~40대 여성이 공감할 수 있는 콘텐츠와 상품을 선보인다. 매진임박의 첫 콘텐츠는 매주 금

요일 오후 6시에 공개되는 '엄카찬스'다. 엄마 카페 찬스라는 의미로 이현이가 각 지역의 핫한 카페를 찾아다니며 요즘 엄마들의 트렌드를 탐방하고 진솔한 소통을 펼치는 리얼 웹 예능이다.

/최빛나 기자 vitna@

동아에스티, 면역항암제 연구개발 앞장

'DA-4511' 전임상 결과 발표

동아에스티가 세계 최초 SHP1 알로스테릭 억제제 및 새로운 면역항암제 개발에 앞장서고 있다.

동아에스티는 오는 10일까지 미국 캘리포니아주 샌디에이고에서 열리는 '미국암연구학회'에서 SHP1 알로스테릭 억제제·면역항암제 'DA-4511'의 전임상 결과를 포스터 발표한다고 7일 밝혔다.

이번 학회에서 동아에스티는 DA-4511을 통한 면역세포의 사이토카인 분비 증가와 대식세포의 식세포 기능 촉진 효과 데이터를 공개한다.

SHP1을 억제하는 기전은 면역세포의 면역 기능을 높이고 암세포에 대한 공격을 강화할 수 있다. 동아에스티는 DA-4511을 개발함으로써 SHP1을 선택적으로 억제할 수 있는 저분자 화합물 발굴에 성공한 것이다.

/이청하 기자