

요약

고령화와 디지털 경제의 시대, 디지털 헬스케어 시장의 성장세 가팔라

인구구조 고령화와 웰빙 욕구 증가에 기인하여 헬스케어 시장이 성장한다는 사실은 새로운 전망이 아니다. 하지만 최근 두드러지게 나타나는 새로운 현상은 ‘디지털’ 헬스케어 서비스 시장이 급성장하고 있다는 점이다. 디지털 기술의 발달로 소비자는 쉽게 자신의 질병과 건강상태를 체크하고 관리받을 수 있게 되었다. 또 코로나19 상황에서 비대면 서비스를 경험하면서 디지털 헬스케어 서비스의 소비자 친화성이 증대되었고, 이를 통해 예견된 디지털 헬스케어 시장의 급성장이 가속화되었다. 2027년까지 전 세계적으로 연평균 15% 이상의 증가가 전망되고 있다. 중앙정부는 ‘디지털 헬스케어 서비스산업 육성 전략’(2022.2.24.)을 발표했으며 서울시는 디지털 헬스케어 기업 전용 건물을 제공하는 등 적극적으로 노력을 펼치는 중이다.

서울 헬스케어 기업은 다양한 분야, 대도시 시장 중심으로 활동

디지털 헬스케어 분야는 과거에 비해 훨씬 더 다양해졌다. 현재 서울의 기업은 7대 헬스케어 분야 중심으로, 건강관리 목적(wellness) 분야의 ‘개인용 건강관리 기기’, ‘디지털 건강관리 솔루션’, 의료 목적(illness) 분야의 ‘현장진단 휴대형 기기’, ‘식약처 허가를 받는 의료기기’, ‘지능형 질병관리 서비스’, ‘병원-환자 매칭 플랫폼’, ‘빅데이터 관리분석서비스’ 등이 있다. 서울 헬스케어 기업은 수도권 대도시 소비자 시장, 고차적인 의료 인프라, 정보통신 역량 등을 기반으로 활동하고 있다.

서울시, 실증·인증·매칭과 해외 진출 기회 제공해야

헬스케어 산업이 아직 표준화되지 않은 초기 융합산업인만큼, 기업의 생명력은 신제품 개발과 시장 안착에 달려 있다. 헬스케어 기업을 개발하는 데 있어 가장 큰 애로사항은 복잡한 규제나 인허가 지연이다. 서울시는 중앙정부에 규제 완화를 촉구할 필요가 있다. 이와 별도로, 서울시는 신제품 개발력을 높이기 위하여 협업·융합·전환에 대한 수요를 조사하고 헬스케어 기업에게 ‘실증·인증 기회’, ‘매칭 기회’, 그리고 우리나라 규제를 우회하는 ‘해외 진출 기회’를 제공할 필요가 있을 것이다.