

한림의료원, 의료진 아이디어 사업화… ‘K-헬스테크’ 육성

의료기술 사업화 지원 체계 미흡
개발 초기부터 기업·기관 등 참여
아이디에 투자·규제·시장 연결

국내 의료진의 임상 역량은 세계 최고 수준으로 평가받지만 현장 중심 새로운 아이디어가 실제 기술수출, 투자, 시장 진입으로 이어지지 못하고 소멸하는 구조적 한계가 지속되고 있다.

한국보건산업진흥원에 따르면 의사 창업 현황을 분석한 결과, 지난해 기준 국내 의료 인공지능(AI) 프로젝트의 시범 단계 실패율은 80%에 달하고, 기술 개발 실패율 역시 70%를 상회하는 것으로 집계됐다. 인허가 규제 장벽, 네트워크 부재, 사업화 시스템 부족 등이 실패 원인으로 꼽힌다.

이에 한림대학교 의료원은 정면 돌파를 시도하고 있다. 의료진, 기술기업, 투자자(VC), 정부 및 지원 기관이 실질적인 개선을 도모해 한국형 헬스테크 플랫폼을 조성한다는 방침이다.

오는 9월 서울 코엑스에서 국내 의료 기술 사업화 생태계를 구축하기 위한 컨퍼런스 ‘MEeT 2026’이 열린다. 행사 개최를 앞두고 13일 열린 기자 간담회에서 한



(왼쪽부터) 이즈피엠피 김은정 이사, 윤은주 한국컨벤션전시산업연구원 원장, 유경호 한림대학교 의과대학 학장, 김용균 한림국제항생제내성센터장·한림대학교춘천성심병원 감염내과 교수.

림의료원 및 관계자들은 성장 방안을 제시했다.

◆**젊은 의사들 “현장 문제 어떻게 풀까”**
현재 의사 창업 기업의 81.4%가 2016년 이후 설립됐을 만큼 의료 기술 사업화는 최근 들어 급격히 부상한 화두다. 정부 역시 2026년 의과대학자 양성 예산을 1200억원 이상으로 확대하고 보건복지부 R&D 예산을 전년 대비 12.6% 늘린 1조 652억원으로 책정했다.

다만 의대생과 젊은 의료진의 의식 변화 속도를 기존 인프라가 따라가지 못한다는 지적이다.

한림대학교 의과대학 유경호 학장은 “의료 현장에서 당면한 의료 문제에 대해

서 임상 연구와 첨단 기술을 활용해 환자에게 도움을 줄 방법을 모색하고 있다”며 “문제 발견부터 연구, 검증, 응용 과학 역량에 중점을 두고 교과 과정 개편을 추진 중”이라고 밝혔다.

특히 유 학장은 본인의 창업 경험을 언급하며 “규제 준수, 의료법 및 개인정보보호법 저촉, 병원 내부 업무 프로세스 적용 등 비기술적 장벽에서 어려움을 느꼈다”며 “기술 개발 이후가 아니라 시작 단계부터 투자자, 규제 전문가, 현장 의료진이 함께 대화하는 통합 생태계가 절실하다”고 강조했다.

◆**글로벌 파트너십… “K의료 경쟁력 제고”**
한림대춘천성심병원 감염내과 김용균

교수는 실제 사례를 공유했다. 김 교수는 전 세계 사망 원인 9%, 국내 사망 원인 4위에 해당하는 ‘항생제 내성’ 문제를 해결하기 위해 맞춤형 정밀 진단과 치료를 연구해 오던중, 한림의료원과 스웨덴 옉살라대 학교의 학술 행사에서 전환점을 맞았다.

김 교수는 “옉살라 연구진이 창업한 헬스케어 기업 아렉스다이나믹스와 교류하며 공동연구가 이뤄졌고 지난해 8월 유럽 연합(EU)의 국제 R&D 프로그램 ‘유로 스타스’에서 선정되는 쾌거를 거뒀다”며 “이어 올해 8월 국내 조인트벤처(JV) 법인 설립 정식 승인까지 마쳤다”고 설명했다.

공동연구에 그치지 않고 후속 사업화로 확장되고 있는 모습이다. 실제로 김 교수

는 스웨덴 혁신 기업들과 파트너십을 다각도로 확대하고 있다.

한림의료원은 이러한 글로벌 모델을 국내 의료 산업에도 이식한다는 구상이다. 단발성 행사에 그치지 않고 민간 주도의 지속가능성에 중점을 둔다.

특히 ‘MEeT 2026’의 경우 발표 및 전시로 구성된 학술 대회나 스타트업 투자 유치에 치중된 데모데이 형식을 탈피했다. 미국 스탠포드대학교 대표 산학협력 ‘스파크’를 설립한 케빈 그레이스 교수 등 글로벌 전문가들이 직접 참석하며 이들의 전문 세션과 컨설팅 등이 제시된다.

윤은주 한국컨벤션전시산업연구원장은 “미국 스탠포드 스파크 방법론을 전 세계 40개 이상의 학술 기관에 확산한 케빈 교수의 방한 등 선진 모델이 K헬스케어 발전에 어떤 시사점을 줄 수 있는지를 논의하는 국내 최초의 자리라는 점에서 큰 의미를 갖는다”며 “처음 개최되는 MEeT 2026은 기존 행사의 연장선이 아니라, 의료 기술 사업화에 필요한 만남과 대화를 중심으로 새롭게 설계한 행사”라고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

CJ온스타일, 3년간 80개 브랜드 키웠다

CJ온큐베이팅 거래액 16배 증가
판매 채널 확대 등 지원 범위 넓혀

CJ온스타일은 CJ온큐베이팅 선발 브랜드들의 2026년 상반기 합산 거래액이 브랜드 육성을 본격화한 2023년 하반기 대비 약 16배 증가했다고 13일 밝혔다.

육성 규모도 확대됐다. CJ온큐베이팅은 2023년 9개 브랜드를 시작으로 3년간 총 80여개 브랜드를 선발했다. 초기 상품 기획과 마케팅, 판로 지원에서 출발해 콘텐츠 기획, 판매 채널 확대, 투자, 글로벌 유통까지 지원 범위를 넓혔다.

성장 가능성이 확인된 브랜드는 CJ온스타일의 모바일과 TV라이브 등 판매 채널을 활용해 고객 접점을 확대한다. 이후 투자와 글로벌 유통을 연계해 브랜드의 사업 확장을 지원하는 구조다.

바이오 뷰티 브랜드 ‘아로셀’은 2025년 1월 CJ온스타일 입점 이후 약 1년 반 만에 누적 거래액 300억원 돌파를 앞두고 있다. 같은 해 4월 CJ온큐베이팅 4기로 선



CJ온스타일이 ‘2026 CJ온큐베이팅’ 최종 30개 브랜드를 선발했다.

/CJ온스타일

발된 이후 월평균 거래액은 선발 이전보다 361% 증가했다. 해외에서는 인도네시아 ‘부츠(Boots)’와 ‘더 푸드홀(The Food hall)’ 등으로 판매처를 확대했다.

초기 선발 브랜드들도 사업 확장을 이어가고 있다. 1기 ‘넷세틴’과 3기 에스테틱 브랜드 ‘똘’ 등이 대표적이다. 단백질 셰이크 브랜드 ‘플레이밀’은 판매 채널 확대에 이어 투자 유치와 해외 진출로 사업 영역을 넓혔다. 운영사 에프앤엘코퍼레이션은 지난해 중소벤처기업부 통합경진대회에서 장관상을 수상했다.

올해 선발된 브랜드 가운데서는 뷰티 디바이스 브랜드 ‘EOA(이오에이)’가 상반기에만 약 50억원의 주문액을 기록했다.

CJ온스타일은 CJ온큐베이팅 운영 성과 등을 바탕으로 2024년과 2025년 2년 연속 중소벤처기업부 장관상을 수상했다.

브랜드 육성을 위한 외부 협력도 확대하고 있다. 최근 서울경제진흥원(SBA)과 업무협약을 맺고 유망 브랜드 발굴부터 상품 개발, 판로 확대, 글로벌 진출까지 공동 지원하기로 했다.

/김서현 기자 seoh@

콜마비엔에이치, 중간배당·자사주 소각

주주가치 제고, 신성장동력 확보

국내 대표 건강기능식품 제조개발생산(ODM) 기업 콜마비엔에이치가 주주 환원과 포트폴리오 확장에 나섰다. 사업 구조 개편을 통해 수익성을 끌어올린 데 이어 주주가치 제고와 신성장동력 확보를 위한 전략을 구체화한다.

콜마비엔에이치는 지난 12일 이사회에서 중간배당, 자기주식 소각, 한국콜마 치약사업 양수 등을 의결했다고 13일 밝혔다.

먼저 보통주 1주당 60원의 현금 중간배당을 실시하고 보유 중인 자기주식 112만 636주 중 64만주를 소각한다. 총 배당금은 약 17억원 규모이며 배당 기준일은 오는 26일이다.

특히 이번 배당은 자본준비금을 활용한 감액배당 방식으로 주주들의 배당소득세 부담을 낮췄다. 향후 분기배당을 기본 방향으로 안정적인 배당정책을 추진해 나갈

계획이다.

이와 함께 콜마비엔에이치는 최근 설립한 콜마오랄스에 200억원을 출자한다.

콜마오랄스는 구강케어 제품 제조개발 생산(ODM) 계열사다. 콜마비엔에이치는 한국콜마의 치약 사업을 양수해 구강케어 사업으로 사업 영역을 넓힌다는 방침이다. 차별화된 소재와 제형 기술을 구강케어 제품 개발에 접목해 제품 경쟁력을 높일 계획이다. 또 건강기능식품과 구강케어를 연계해 새로운 성장축을 육성한다는 복안이다.

이승화 콜마비엔에이치 대표는 “실적 회복을 바탕으로 주주환원을 확대하는 동시에 새로운 성장동력 확보를 위한 투자에 나섰다”며 “앞으로도 지속적인 주주환원 정책과 미래 성장을 위한 투자를 균형 있게 추진해 지속가능한 성장을 이어가겠다”고 말했다.

/이청하 기자

오스텀임플란트, 이중중대성 평가 도입

ESG 경영 체계 강화

오스텀임플란트가 기술 혁신을 넘어, 투명한 경영과 환경·사회적 책임을 대폭 강화하고 있다.

오스텀임플란트는 ‘2025 지속가능경영 보고서’를 발간했다고 13일 밝혔다. 이는 지난해 추진한 ESG 경영 활동 및 성과를 종합적으로 수록한 보고서다.

이번 보고서에서 기업 경영 활동이 환경·사회에 미치는 영향과 외부 요인이 기업 가치에 미치는 영향을 동시에 측정하는 ‘이중중대성 평가’를 정식 도입했다.

이를 통해 ▲환자 건강·안전 향상 ▲윤리 경영 준수 ▲치과 접근성 강화 ▲고객 소통 확대 ▲혁신 추진 등 5개 핵심 과제를 도출했다. 오스텀임플란트는 핵심성과지표(KPI)와 연계한 성과 관리 체계도 구축하고 있다.

환경(E) 측면에서는 지난해 새로 조성한 송도 사옥 ‘트리플타워’는 녹색건축 인증과 에너지효율 1++ 등급을 획득했다. 금속 부산물 재활용 확대 및 종이 없는 사무실 전환으로 종이 사용량을 62% 줄이고 재생에너지 생산량도 전년 대비 58% 가량 늘렸다.

사회(S) 분야에서는 예방 중심 시스템을 가동해 ‘중대재해 Zero’를 달성했다. 근로 손실 재해율도 전년 대비 46% 이상 낮췄다. 337개 거래처 및 협력사와 행동강령 준수 서약을 맺고 6단계 실사(리스크 관리) 프로세스를 도입하는 등 공급망 체계도 정비했다. 아울러 치과계 장학 및 사회공헌 사업도 확대했다.

지배구조(G) 영역을 살펴보면, 지난해 5월 이사회 직속 ‘ESG위원회’를 출범해 지속가능경영을 최고 의사결정 단계로 격상했다. 국제 규범준수 시스템(ISO 37301) 강화와 더불어 정보보안 경영시스템(ISO 27001) 인증을 신규 확보하며 디지털 헬스케어 플랫폼 확장을 위한 보안 기초체력도 다졌다. /김수정 수습기자 kcrystal@

다이소 전용 제품으로 출시

동국제약이 균일가 생활용품점 다이소 전용 제품으로 ‘이너케어 필름 4종(사진)’을 새롭게 선보인다고 13일 밝혔다.

이번 신제품은 물 없이 입안에서 가볍게 녹여 먹는 필름 제형을 갖췄다. 하루 한 장으로 간편하게 건강을 관리할 수 있다. 개인 건강에 맞춰 선택할 수 있도록 PDRN, 글루타치온, 홍삼, 프로폴리스 및 아연 등 4가지 핵심 성분을 각각 처방했다.

‘마데카 PDRN 필름’은 연어아리추출물(PDRN)에 비타민C, 콜라겐 등이 더해졌다. ‘마데카 글루타치온 필름’은 리포좀 글루타치온 효모추출물을 처방했다. 레몬 맛을 구현해 글루타치온 특유의 냄새를



줄여 섭취 부담을 없앴다.

‘면역력 홍삼 필름’은 국내산 6년근 홍삼을 홍삼근7, 홍미삼3등 황금 비율로 배합한 것이 특징이다. 면역력 증진, 피로 개선 등에 중점을 뒀다. ‘프로폴리스&아연 필름’은 호주산 프로폴리스와 아연을 활용했다.

/이청하 기자