



HGI 2020 임팩트 리포트

# HGI

## Impact Report





# HGI

*Impact Report*





## CEO MESSAGE



HGI 정경선 대표

안녕하세요, HGI CEO 정경선입니다.

2019년 홍콩에서 민주시위가 벌어지고, 미국과 중국의 무역 분쟁으로 위기감이 고조되던 때 사람들은 세계 상황이 더 안 좋아질 것이라고 예상하지 못했던 것 같습니다.

그러나 COVID-19가 등장했습니다. 19년 말에 나타난 바이러스는 춘절에 중국을 초토화하였고, 이내 한국을 휩쓸며 1분기 이전에 사실상 전 세계를 섰다운 시켰습니다. 현세대가 겪어보지 못한 팬데믹-전염병 대유행-은 우리가 익숙해졌던 많은 것들-여행, 출근, 통학, 외출-의 행동 양식 변화를 강제하고, 현대 사회의 민낯을 드러나게 하였습니다.

시장 중심의 효율성을 강제한 서구 선진국들의 복지, 의료 인프라가 얼마나 허술한지 증명되었고, 정부 부양책과 과잉소비로 겨우 돌아가고 있던 경제가 어떻게 우리에게 폭탄으로 돌아올 수 있는지도 체감할 수 있었습니다. 또한 인류의 경제활동이 일시 중단되면서 빠르게 자연이 회복되는 모습은 지구온난화가 인류 행위의 결과물이 아니라고 주장하던 지구 온난화 불신론자들의 논리를 간단히 무너뜨렸습니다.

하지만 그렇기에 지금은 오히려 점진적이고 회복 탄력성이 높은 사회를 지향하는 임팩트 비즈니스에 중요한 기회가 있다고 생각합니다. 더 이상 소수의 주주들과 이익집단들의 이익만이 극대화되는 사회가 아니라, 앞으로 점점 더 심각하게 닥쳐올 지구온난화와 전염병 위기를 헤쳐 나갈 수 있는 사회를 만들기 위해서는 이해관계자들과 자연에 대한 사려 깊은 고민을 하는 임팩트 비즈니스의 존재가 절대적으로 필요할 것입니다.

그리하여 HGI는 지금보다 훨씬 더 적극적으로 보다 많은 사람들이 저렴한 가격에 양질의 의료 서비스를 누리도록 돕는 헬스케어 인프라, 더욱 안전하고 건강한 도시를 만들기 위한 지속가능한 도시 기술들, 새롭게 재편된 사회에서 개인의 성장을 위해 필요한 지식을 쌓는 교육 서비스, 과잉 유통성으로 점점 자산 가치가 올라가는 상황에서 소외된 계층들의 금융 접근성을 높여주는 핀테크 등 COVID-19 이후의 사회에서 필수적이고, 유의미한 임팩트를 만들어낼 수 있는 회사들을 투자하고 육성해 나가고자 합니다.

이번 임팩트 리포트는 저희가 어떤 활동들을 통하여 이런 결론에 이르게 되었고 앞으로 어떻게 나아가고자 하는지에 대한 내용들을 담고 있습니다. 아무쪼록 이 내용이 많은 분들에게 우리의 믿음과 경험을 공유하고, 함께 만들어 나갈 수 있는 임팩트에 대한 영감을 제공했으면 합니다.

감사합니다.

## ABOUT THIS REPORT

### 보고서 개요

HGI는 임팩트 비즈니스 회사로서 사회적 가치 창출의 성과를 이해관계자에게 투명하게 소통하고자 2020년 임팩트 리포트를 발간합니다. 이번 보고서는 임팩트 커뮤니케이션 전문 기업 트리플라잇<sup>(주)</sup>과 함께 작업을 진행했습니다.

### 보고 내용

HGI Inside Impact에서는 HGI 임팩트 투자의 종합적인 성과와 HGI 사업 및 자회사의 비즈니스 내용을 담았으며, HGI Portfolio Impact에서는 포트폴리오사를 중심으로 HGI 투자 이후의 사회적 가치 성과와 활동을 담았습니다. 기업별 투자 시점과 성장 단계, 비즈니스 모델을 종합적으로 고려해 개별 기업의 임팩트가 설명되도록 설계했으며, 핵심 정량 성과에 대해서는 연도별 추이 분석이 가능하도록 전년도 수치를 함께 기술하였습니다.

### 작성 기준

본 보고서는 루트임팩트의 임팩트 체인과 트리플라잇<sup>(주)</sup>의 임팩트 커뮤니케이션 방법론 3PL Framework를 바탕으로 투자 기업과 연계된 이슈와 목적, 목표와 비즈니스 전략, 변화 과정을 측정 및 분석한 내용을 담았습니다. HGI 2020 임팩트 리포트는 [Step 1] SDGs Target&Issue Mapping, [Step 2] 3PL Framework Canvas, [Step 3] Impact Chain Analysis, [Step 4] Principle Monitoring&Assurance 등 4단계에 걸쳐 면밀한 분석과 검증이 이뤄졌습니다.

### 작성 방법

본 보고서 작성 과정에서 HGI 투자 심사역과 포트폴리오사 대표 및 이해관계자와의 인터뷰를 기반으로 구체적으로 사업의 임팩트를 검토했으며, 임팩트 측정 및 검증 과정에서는 트리플라잇<sup>(주)</sup>의 의견이 일부 반영되었습니다.

## CONTENTS

### HGI Inside Impact

HGI Journey	8
Impact Story Inside	
- HG initiative	12
- 더패밀리랩	17
- 안전가옥	20
- MGRV	23

### HGI Portfolio Impact

Why Impact Communication?	28
SDGs Lens Impact	32
Embed Impact	
- 플코스킨	36
- 메디픽셀	42
- 리베스트	48
Expand Impact	
- 테코플러스	56
- 엔비저블	62
- 심플프로젝트컴퍼니	68
- 알엘에이피	74
Focus on Impact Experience	
- 에누마	82
- 트라이어스앤컴퍼니	84
- 메디블록	86
HGI Impact Family	88

### Beyond 2020





# HGI

*Impact Report*

## HGI Inside Impact

HG Initiative가 임팩트 비즈니스 회사로서 걸어온 길과 투자 철학을 살펴보고, 지난 6년간 HGI의 사업 성과 및 임팩트를 HGI의 핵심 가치와 연결해 분석합니다. 2020년을 맞이하며, HGI 자회사들의 새로운 도전 스토리를 소개합니다.



# HGI Journey



HGI는 우리 사회가 당면하고 있는 많은 문제들을 지속가능하고 혁신적인 비즈니스 아이디어로 풀어내고자 하는 **임팩트 비즈니스 회사**입니다.

## Vision

모든 사람이  
가치 기반의  
삶을 살 수 있는 세상

## Mission

가치 기반의  
라이프스타일을 위해  
필요한 제품과 서비스를  
만들어내는  
소셜벤처를 돕는다

많은 사람들이  
가치 기반의 라이프스타일을  
일상으로 향유할 수 있는 도시,  
Holistic Community를  
구축한다

## HGI Impact History

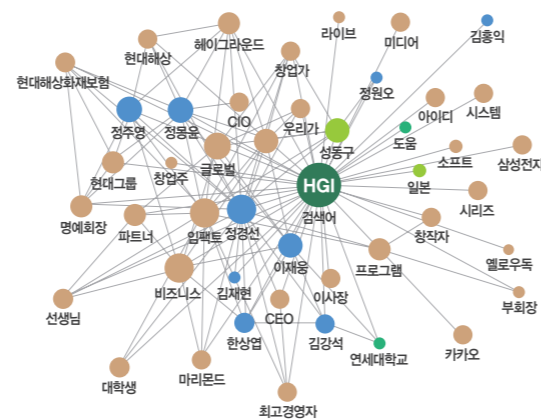
임팩트를 만들어내기 위해 걸은 HGI의 발자취를 소개합니다.

- HGI inside history  
HGI 및 자회사 히스토리입니다
- HGI investment history  
HGI 투자 히스토리입니다



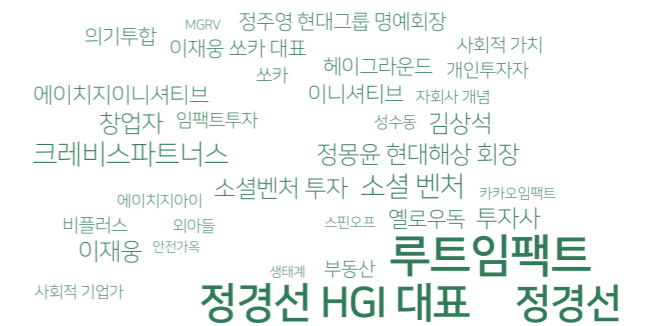
## 뉴스 관계도 분석

HGI에 대한 관계도 분석 결과, 1위는 '정경선'(인물, 가중치 30), 2위는 '임팩트'(키워드, 가중치 26), 3위는 '성수동'(장소, 가중치 23) 순으로 결과가 나타났습니다.



## 뉴스 연관어 분석

HGI에 대한 연관 키워드 분석 결과, 1위는 '루트임팩트'(가중치 8.73, 키워드 빈도수 78), 2위는 '정경선 HGI 대표'(가중치 8, 키워드 빈도수 9), 3위는 '정경선'(가중치 7.73, 키워드 빈도수 9) 순으로 결과가 나타났습니다.



HGI Media analysis 2014년 4월 1일부터 2020년 4월 1일까지. 언론사 54곳(중앙지 1곳, 경제지 8곳, 방송사 5곳) 외에 HGI 키워드로 노출된 뉴스를 분석했습니다. 검색값 중 이연도금강원(HGI), 예드보트리얼 뉴스 등은 데이터 클렌징 작업을 거쳐 총 50개의 뉴스를 분석했습니다.





## Impact Story Inside





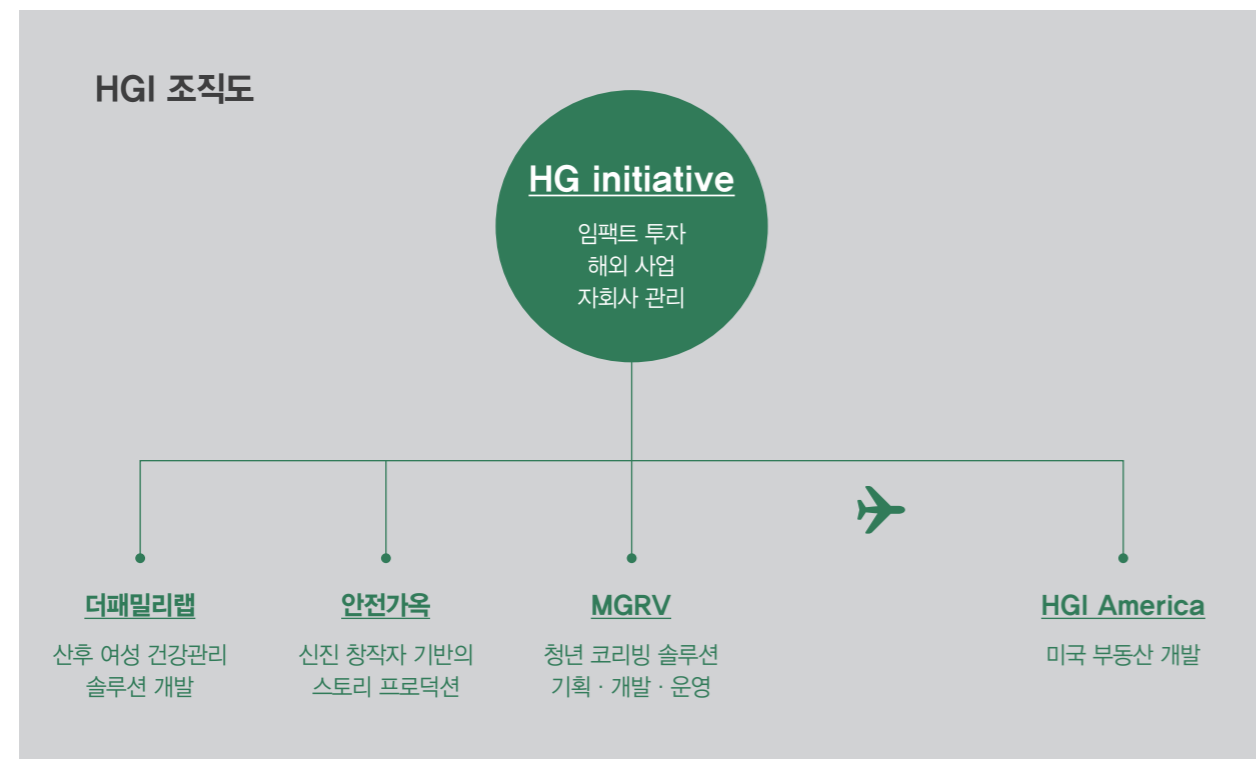
## Impact Story Inside



HGI가 정의하는 가치 기반의 삶이란, 다양한 생각을 하고 다양한 취향을 인정받으며 어울릴 수 있는 '다양성', 소외된 이웃과 취약계층에 관심을 두고 이들에게 보다 많은 기회를 제공하는 '포용성', 육체적·정신적으로 건강한 삶을 영위할 수 있는 '웰빙'이 실현되는 삶입니다. 이러한 가치 기반의 삶은 주거, 금융, 의료, 교육, 먹거리, 문화 등 삶 전반에 걸친 일상 속에서 실현되어야 하며, 이러한 가치가 실현되기 위해서는 우리 삶에 영향을 미치는 중요한 사회문제들을 해결해 나가야 합니다.

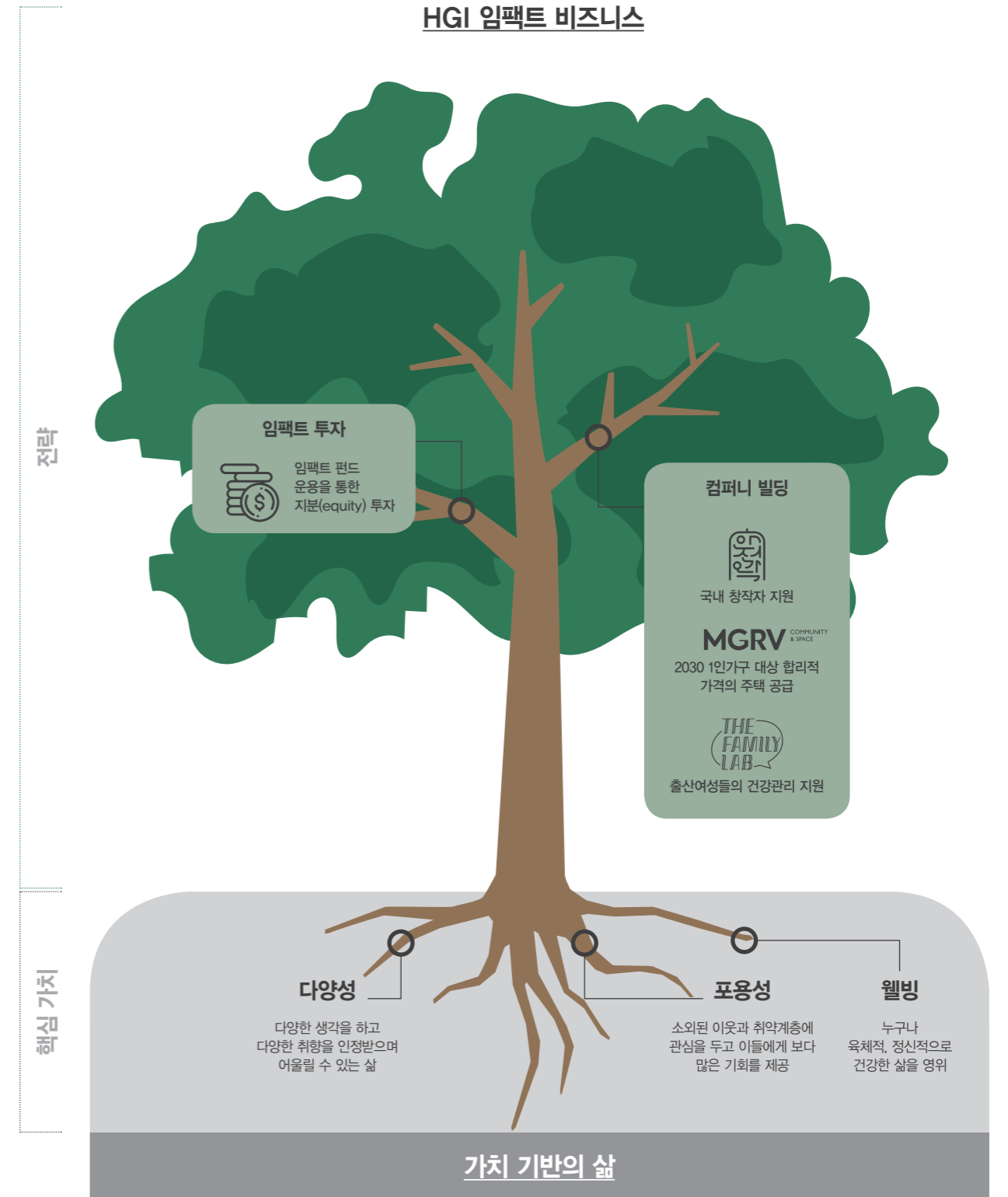
HG Initiative는 Holistic Growth Initiative, 즉 전체론적인 성장을 견인한다는 의미입니다. 사회를 구성하는 많은 요소들은 상호 긴밀하게 연결되어 있기에, 어느 특정 부분에 치우치는 것이 아니라 다양한 요소들의 성장을 함께 견인하는 것이 사회를 더 발전된 방향으로 이끄는 동력이라는 믿음을 바탕으로 합니다. 또한 어떤 한 개인과 그룹, 조직과 지역만 물질적·정신적으로 성장하고 풍요를 누리는 세상이 아니라, 모든 사람들이 함께 성장하여 궁극적으로 가치 기반의 삶을 살 수 있는 사회를 만들고자 하는 HGI의 의지를 반영하고 있습니다.

HGI의 임팩트 비즈니스는 이러한 철학에 기반하여 우리의 일상에 중요한 사회문제들을 해결하는데 기여하고자 합니다. 먼저, HGI는 자회사 컴퍼니 빌딩을 통해 우리 세대가 심각하게 겪고 있는 사회문제를 해결하고 있습니다. 부모들의 육아 문제, 창작자들의 창작환경 문제, 청년들의 주거 문제를 구체적인 이니셔티브로 설정하고 다양한 시도를 해오고 있습니다. 또한, HGI는 임팩트 투자자로서 소비자들이 가치 기반의 라이프 스타일을 향유할 수 있는 제품과 서비스를 만들어내는 소셜벤처를 돕고 있습니다. 설립 이후 2019년까지 다양성, 포용성, 웰빙의 가치를 실현하는 23개의 소셜벤처에 투자를 실행하였고 함께 성장해 왔습니다.



## HGI Impact: Impact Tree

HGI는 다양성, 포용성, 웰빙이라는 3가지 핵심 가치를 뿌리에 두고, 자회사 설립과 임팩트 투자 등을 통해 사회문제를 해결하는 회사들의 성장을 지원하고 있습니다.



## HGI 투자의 지향점

### 재무적 가치 및 사회적 가치의 성장 가능성을 보유하고, 시장 수익률 이상의 수익을 창출할 수 있는 기업

HGI는 사회문제를 해결하기에 적합하면서도 지속가능한 성장을 할 수 있는 비즈니스 모델을 가진 기업에 투자하며, 시장수익률 이상의 수익을 추구하는 투자를 지향합니다. 이를 위해 제품 및 서비스의 차별성, 시장 규모, 핵심 인력의 보유, 사업 지속성 등의 검토를 통해 재무적 가치가 어떻게 성장할 것인지에 대한 추정과 동시에 사회적 가치의 성장 가능성 또한 깊이 있게 확인합니다. 사회에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 술, 담배, 도박 등의 재화 및 서비스에 투자하지 않습니다.

### 사회문제 해결에 기여하고자 하는 강한 의지를 가진 기업가

HGI는 기업가가 어떤 사회문제에 주목하였고 해당 사회문제가 어떻게 변화하기를 바라는지, 영위하고 있는 사업의 수익 창출이 어려울 때 미션을 포기하지 않을 수 있을지 끊임없이 질문하며 깊이 살펴봅니다. 또한 성장 가능성 있는 혁신적인 기술과 솔루션을 보유하고 있고 사회 문제 해결에 기여하고 싶은 강한 의지가 있으나, 임팩트 방법론에 대한 이해도가 높지 않아서 사회적 가치 창출의 방향성 수립을 어려워하고 있을 때, 이러한 기업들이 가치 중립적인 기술 기업이라는 이유로 사회 혁신의 과정에서 소외되지 않도록 충분한 사전 미션 논의와 사후 임팩트 관리에 대한 강한 의지치 확인을 통해 임팩트 투자를 검토합니다.

### 윤리 및 준법 의식을 지닌 기업가

HGI는 사회 혁신을 향한 진정성은 기업가 스스로의 윤리적 책임

의식을 기반으로 수립된다고 믿습니다. 개인의 삶과 구성원에 대한 태도가 윤리적 가치를 기반으로 하지 않는 기업이라면, 현재 사업 모델의 지향점은 사회적 가치를 향하고 있을 지라도 윤리, 준법, 평판 등 임팩트 창출 기업으로서 비사업 리스크를 보유하고 있다고 판단합니다.

### 열린 마음으로 논의할 수 있는 기업가

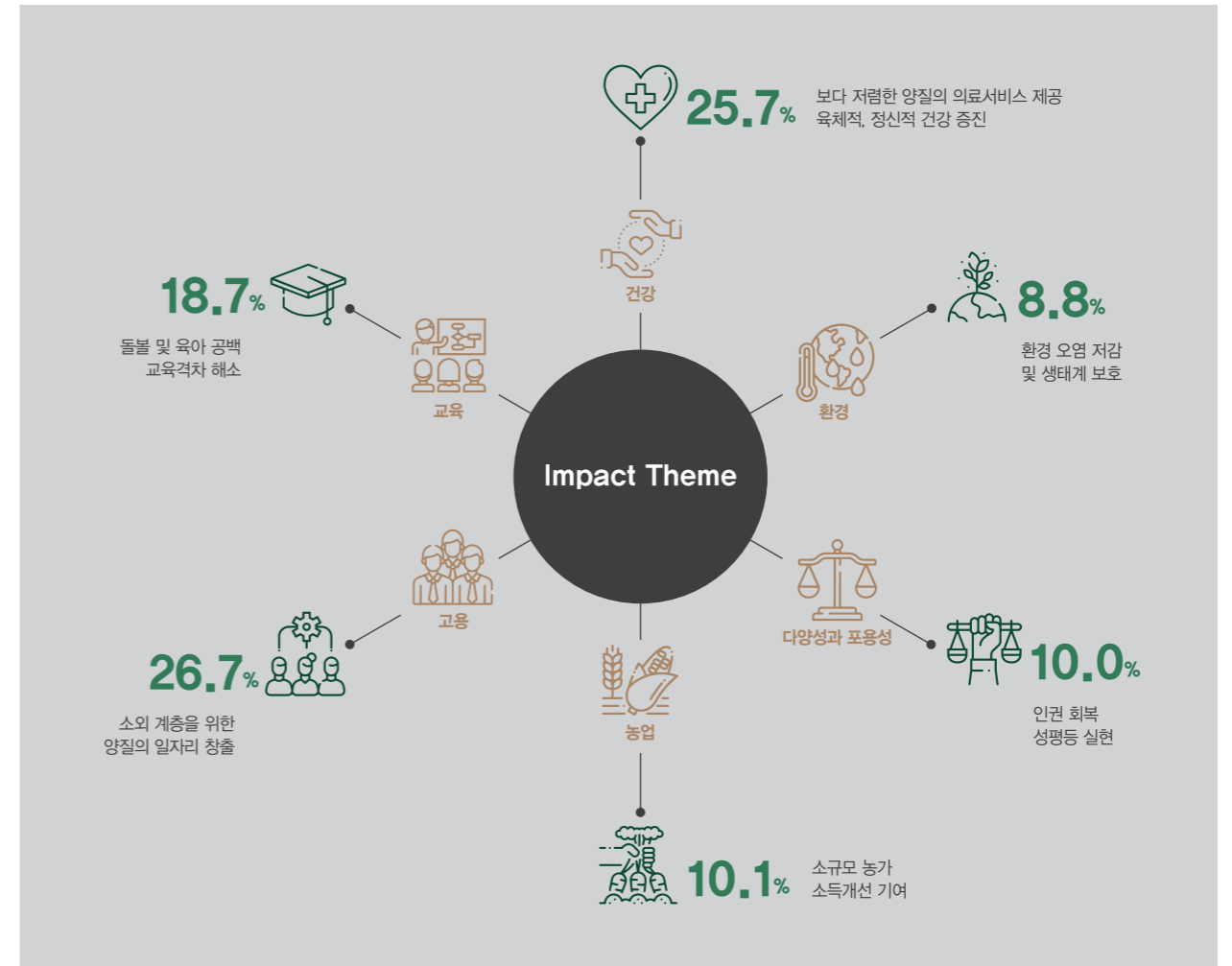
임팩트 투자자는 성장을 위한 자금이 필요한 기업에 적시에 자금을 공급할 뿐만 아니라, 기업이 성장해 나가는 과정에서 사업의 방향과 전략, 그리고 임팩트 창출 및 관리에 대한 지속적 논의를 함께 해 나갑니다. HGI는 투자 이후 기업의 사업 모델과 임팩트 창출에 대해 지속적으로 열린 마음으로 커뮤니케이션을 할 수 있는 기업가를 중요하게 확인합니다.

### HGI의 자회사 및 포트폴리오사와의 시너지를 창출할 수 있는 기업

HGI는 임팩트 생태계의 임팩트 AUM을 극대화하기 위해 투자, 컴퍼니빌딩을 실행하고 이 기업들을 육성해 나가고 있습니다. 자회사로는 청년 주거를 위한 부동산 회사 'MGRV', 여성 생애주기에 최적화된 프로페셔널 운동 콘텐츠를 제공하는 헬스케어 회사 '더패밀리랩', 장르 문학 창작자들을 위한 콘텐츠 커뮤니티 플랫폼 회사 '안전가옥'을 보유하고 있으며, 헬스케어·교육·육아 및 보육·지속가능한 생산과 소비 등의 영역에서 포트폴리오를 구축해 왔습니다. HGI는 유사 영역에서 사회 문제 해결을 위한 다각도의 솔루션을 마련하기 위해 기존에 지분을 보유하고 있는 기업들과 사업적 시너지를 창출할 수 있는 기업을 대상으로 투자를 검토합니다.

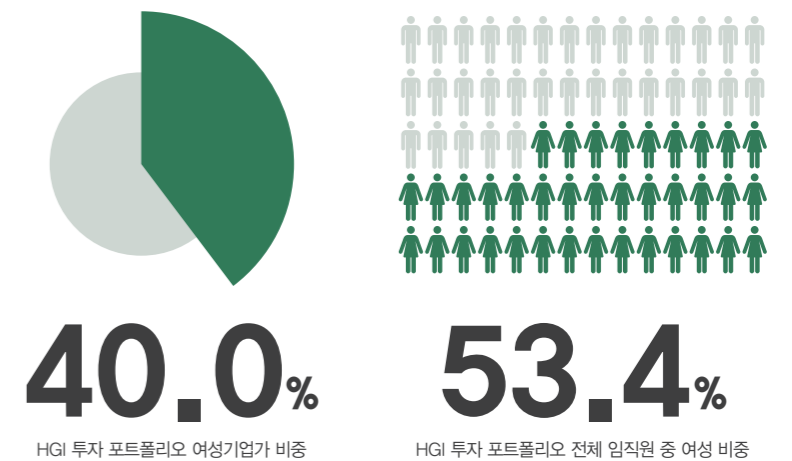
## 임팩트 테마별 투자 현황

투자 비율(%), 2014~2019년



HGI 임직원 단체 사진. 둘째 줄 가운데가 정경선 대표

## Gender Lens Investing





## HGI의 투자 후 임팩트 관리

환경 및 시장의 빠른 변화 속에서 살아남기 위해 많은 사업 모델들이 변화하게 되며, 이 때 기업이 창출해 나가는 사회적 가치 또한 변화할 수 있습니다. HGI는 투자한 기업의 사업적, 재무적인 영역에 대한 관리 외에도 기업이 창출하는 사회적 가치를 극대화할 수 있도록 소셜 임팩트에 대한 관리를 병행합니다. 기업가들의 미션과 철학과 사업을 진심으로 지지하며, 사회혁신의 여정이 외롭지 않도록 곁에서 함께 고민하는 파트너가 됩니다.

HGI는 투자 이후 육성이 필요한 기업들의 우선 순위를 도출, 우선 대상 중심으로 맞춤형 육성과 사회적 가치의 성장을 지원합니다. 임팩트 커뮤니케이션이 어려운 초기 단계의 기업의 경우 투자 전부터 투자 이후까지 비즈니스를 통해 해결하고자 하는 사회문제를 이슈 리서치 및 이해관계자 인터뷰를 통해 함께 명료화하고, 이를 기업의 미션으로 정의하여 정관 및 사업 계획서, 홈페이지, 직원 워크샵에 반영하는 작업을 지원합니다.

이미 미션이 명확히 수립된 기업들의 경우 비즈니스 활동이 사회 문제를 해결해 나가는 과정과 어떻게 연결되어 성과를 만들어 낼 수 있는지, 사업 모델과 연계되어 창출 가능한 핵심 사회적 가치 요소 및 주요 이해관계자에게서 창출해야 할 가치는 어떤 것인지를 확인하는 워크샵을 실행하여 전략적 측정 및 점검을 실행해 나갑니다. 이를 통해 변화하는 사업과 더불어 함께 변화하는 사회적 가치 창출의 전략을 지속적으로 확인할 수 있습니다.

## HGI 투자 배제 원칙

- HGI는 핵심 가치인 포용성(예: 럭셔리 산업), 다양성(예: 인종 차별, 성 차별을 조장하는 회사), 웰빙(예: 담배, 술)을 해치는 회사에 투자하지 않습니다.
- HGI는 비즈니스 자체로(자원금 혹은 기부금에 의존하는) 지속가능하지 않은 회사에 투자하지 않습니다.
- HGI는 타겟하는 고객이 명확하지 않거나 시장 규모가 너무 작다고 판단되는 회사에 투자하지 않습니다.
- HGI는 차별적 경쟁력이 없거나 해당 사업을 끌어갈 핵심 역량이 부족한 팀에 투자하지 않습니다.

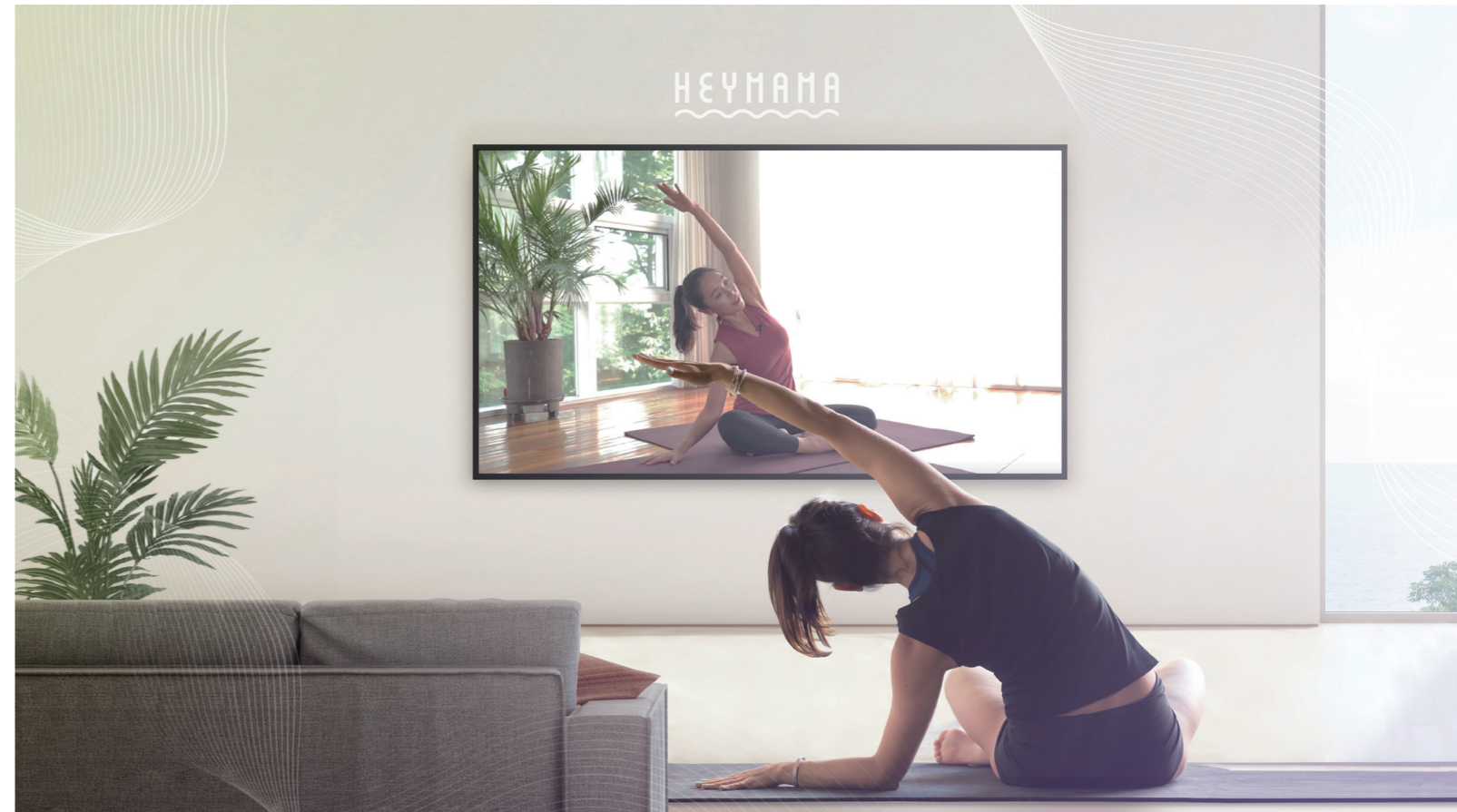
### HGI America는...

HGI America는 뉴욕에 위치한 부동산 개발 회사로 2018년에 설립되었습니다. 서울의 본사와 마찬가지로 소셜 임팩트를 추구하고, 저희가 추구하는 가치가 일상에 스며들 수 있는 커뮤니티를 개발하고자 합니다. 저희는 미국에서 역사적으로 소외된 지역에 사회적 기업가, 소규모 기업, 그리고 지역 단체가 번창할 수 있는 공간을 개발하는데 집중합니다.

HGI America는 오피스 공간, 상업 공간, 어포터블 하우스(affordable housing), 커뮤니티 시설 등의 개발을 통하여 사회문제 해결을 위한 소셜벤처와 체인지메이커들의 활동을 지원하고, 새로운 기회를 발굴하고 경제발전을 촉진함으로써 커뮤니티의 다양한 이해관계자들에게 공정한 결과를 제공하고자 합니다. 2020년 뉴욕 브롱스에 완성될 헤이그라운드-브롱스(Heyground-Bronx)는 4만4,750 제곱피트의 오피스 및 상업시설로, 지역 스타트업 및 사회적 기업가를 양성하는 허브가 될 것 입니다.



## Impact Story Inside



더패밀리랩은 출산을 경험한 여성의  
가뿐하고 활기찬 일상을 위한  
생애주기 건강관리 솔루션을 만드는  
헬스케어 기업입니다.



더패밀리랩은 HGI의 육아 커뮤니티팀에서 시작된 사내 벤처입니다. 더패밀리랩은 2017년 9월 자회사로 분리가 되었고, 2017년 11월에는 산후운동 오프라인 스튜디오 헤이비핏앤편을 론칭하며 아기동반 피트니스 프로그램을 제공해왔습니다. 2019년 말부터는 2년간의 아이 동반 오프라인 피트니스 스튜디오를 운영한 경험을 바탕으로 주요 비즈니스 모델을 피벗하여 산후여성을 대상으로 하는 디지털 피트니스 전문 기업, '더패밀리랩'의 2.0을 준비하고 있습니다.



2017년 9월



남 0명, 여 9명 / 총인원 9명



www.thefamilylab.co.kr



## 하이수 CEO가 말하는 더패밀리랩 2.0

### 비즈니스 모델의 변화

지난 2년 간의 사업을 통해 발견한 사실은 엄마와 아이와 함께하는 오프라인 운동에는 변수가 많다는 것이었습니다. 아이의 돌봄에는 많은 이슈가 따릅니다. 미세먼지도 그렇고, 최근 코로나 또한 주요한 이슈입니다. 엄마들이 몸을 건강하게 챙기도록 돕는 것이 저희의 목표인데, 공간 비즈니스로서는 한계가 있었습니다. 더 많은 엄마들에게, 시공간의 한계를 넘어 솔루션을 제공하기 위해서는 디지털 피트니스의 방법이 필요하다고 생각했고 2020년 5월, '헤이마마' 앱 서비스 출시를 앞두고 있습니다.

### 헤이마마의 차별점

헤이마마는 아이를 낳은 엄마를 타겟으로 합니다. 임신을 하게 되면 무게 중심이 달라져요. 자세도 구부정해지죠. 헤이마마의 운동은 다이아터가 아니라 임신과 출산으로부터 '회복'을 도와주는 디지털 피트니스입니다. 출산 후유증은 어느 수준인지 문진을 통해 확인하고, 출산 후 회복 단계와 운동 니즈에 맞게 운동 플랜을 추천해드리는 방식으로 고객 경험을 설계했습니다.

### 2020년 계획

우선 '헤이마마' 앱을 성공적으로 론칭해야 하겠죠! 저희는 엄마들에게 운동이 일상이 되었으면 해요. 그래서 앱을 기획할 때도 엄마들이 혼자 힘으로도 운동 효과를 충분히 누리면서 꾸준히 운동해 나갈 수 있도록 만드는 데 가장 초점을 맞췄어요. 또한 솔루션을 만드는 것 이상으로 출산 후 건강과 다이어트에 대한 엄마들의 인식을 바꾸는 것도 중요하다고 생각해요. 엄마의 몸과 마음을 다독이는 다양한 건강 콘텐츠를 만드는 데에도 많은 투자를 하고 있습니다. 헤이마마가 엄마들의 건강을 이야기할 수 있는 따뜻한 커뮤니티로 성장하길 기대합니다.

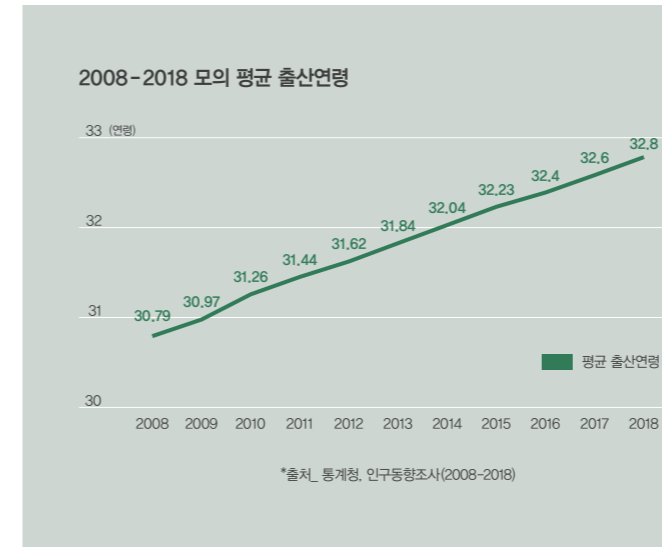
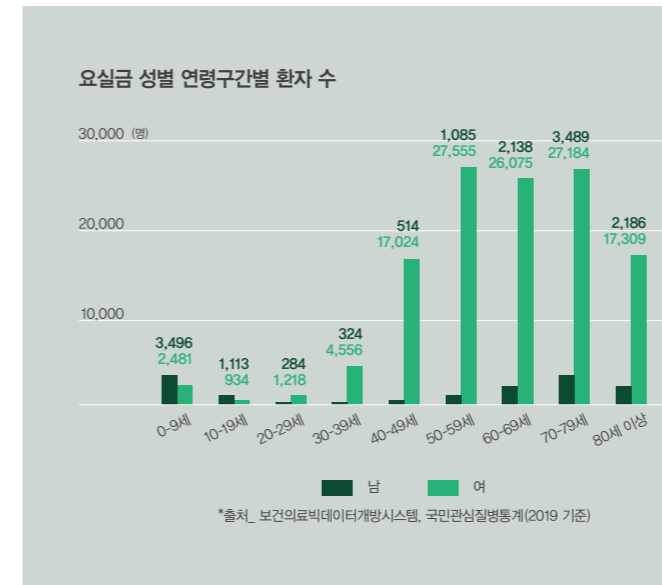


더패밀리랩 임직원 단체 사진. 첫째 줄 왼쪽이 하이수 대표

## Problem

\*더패밀리랩이 주목하는 사회 문제와 비즈니스 기회

출산을 경험한 여성은 전체 여성 인구의 약 80%를 차지하지만<sup>1</sup>, 출산 이후 생애주기 건강을 전문적으로 다루는 헬스케어 솔루션은 부족합니다. 국내 여성 운동은 젊고 건강한 출산 전 여성을 위한 몸매 관리 프로그램에 편중되어 있습니다. 하지만 여성이 임신을 하게 되면 코어 근육이 약화되며, 출산의 충격은 출산 이후 생애주기 전체에 영향을 미치게 됩니다. 근골격계 통증과 요실금으로 대표되는 출산 후유증은 심각한 상황입니다. 여성의 요실금은 남성대비 20배에 달합니다. 더구나 최근 초산 연령 증가로 인한 난산 리스크가 증가하고 있으며, 일하는 엄마들이 늘어나면서 자기 건강을 돌볼 시간 또한 절대적으로 부족한 상황입니다.



## People

\*더패밀리랩이 주목하는 핵심 이해관계자

더패밀리랩의 핵심 이해관계자는 출산을 경험한 여성 소비자입니다. 2017년부터 지금까지 산후여성운동 오프라인 수업을 수강한 누적 소비자는 9,809명, 약 1만명에 달합니다. 2019년에는 디지털 피트니스로서의 피벗을 준비하며, 네이버 카페를 활용하여 파일럿 테스트를 진행했습니다. 지금까지 누적 약 33만명의 사용자가 유튜브, 인스타그램 라이브 방송 등을 통해 온라인 운동 영상을 조회했습니다. 헤이마마는 산후 여성들의 피드백에 주목하며, 엄마들의 건강한 일상을 관리할 수 있는 서비스를 설계하고 있습니다.

### 헤이마마 파일럿 서비스 참가자 피드백

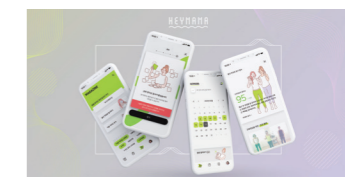
“일지 작성할 걸 생각하면서 데일리카드를 하나씩 어떤 동작이 잘 안되고 언제 통증이 있었는지 더 집중해서 생각하게 되었어요” 파일럿 참가자 민OO

“사실 혼자 운동 하다보면 나만 힘든가, 나만 안되나 그런 생각으로 좌절하고 쉽게 포기하곤 했어요. 그런데 다른 분들의 후기를 보면서 괜히 동질감도 느끼고 동지애도 가지면서 으쌰으쌰 할 수 있었던 것 같아요” 파일럿 참가자 신OO

## Product

\*더패밀리랩이 제공하는 솔루션

더패밀리랩은 모든 출산 여성에게 예방적 헬스케어 목적의 산후재활 프로그램을 디지털 피트니스 방식으로 제공합니다. 디지털 피트니스는 단순 영상 재생 수준의 홈트와 달리 셀프 트레이닝의 제약 조건들을 해소하는 서비스를 설계합니다. 출산 후유증을 검사하고, 결과에 따라 플랜을 추천하게 되며, 그동안의 산후 여성 지도 경험을 바탕으로 다양한 서비스를 제공합니다.



1 통계청, 2018 국민생활체육 참여실태조사



## Impact Story Inside

안전가옥은 잠재력 있는  
신진 창작자들과 함께  
세상을 바꿀 이야기를 만드는  
스토리 프로덕션입니다.

안전가옥은 2017년 6월, 창작자를 지원하는 커뮤니티를 만드는 것을 주요 미션으로 설립되었습니다. 성수동에 창작자를 위한 오프라인 공간을 오픈했고, 멤버십 기반의 커뮤니티를 만들었으며, 출판 지원 등 창작 지원 서비스를 제공했습니다. 오프라인 공간 운영을 기반으로 사업을 한지 만 2년, 안전가옥은 새로운 모습으로의 변화를 시도했습니다. 2019년 8월부터는 오프라인 공간 운영을 종료하고, 이야기를 고민하고 개발하는 '스토리 프로덕션'으로서의 역할에 집중하고 있습니다.



2017년 6월



남 4명, 여 5명 / 총인원 9명



www.safehouse.kr



안전가옥 임직원 단체 사진. 첫째 줄 왼쪽이 김홍익 대표

### 김홍익 CEO가 말하는 안전가옥 2.0

#### 비즈니스 모델의 변화

초기엔 작가분들에게 제공할 수 있는 밸류(Value · 가치)가 공간이라고 생각했어요. 그런데 2년 동안 오프라인 공간을 운영하면서 알게된 사실은 작가분들 각각이 공간에 대해 가지고 있는 이미지가 다르다는 것이었어요. 그런데 저희의 공간은 가변적이지 않은 형태였기 때문에, 한정된 작가분들만 사용할 수 있었죠. 특히 성수동에 위치해 있었기 때문에, 성동구에 접근성이 좋은 분들만 사용하게 되는 경향이 있었습니다. 이전에는 창작자 커뮤니티가 메인이고 여러 무기들 중 하나가 이야기를 개발하는 것이었다면, 이제는 이야기를 개발하는 것에 집중하는 것이 저희의 핵심 무기입니다.

#### 안전가옥 출판 서비스의 차별점

안전가옥이 2019년 말까지 6권의 책을 냈고, 올해 말까지는 23종을 출판할 예정이에요. 사실 국내에서 한국 작가의 소설을 30종으로 가지고 있는 출판사가 많지 않아요. 많은 출판사들이 번역서를 내고 있는데, 번역서는 작업 시간도 예측이 가능하고, 잘 팔릴 가능성이 높기 때문이죠. 그런데 저희는 번역서 없이 순종 한국 작가의 창작물을 출판하고 있어요. 다만, 책만 팔아서는 비즈니스적으로 유의미하지 않아요. 책을 출판한다는 것보다는 이야기의 권리를 확보하는 것이 메인 비즈니스입니다.

#### 2020년 계획

2020년의 계획을 한 마디로 이야기한다면 '스케일'입니다. 더 정확히는 IP(Intellectual Property · 지식재산)의 양과 질을 늘리는 거죠. 연말 시점 누적 30권의 책을 낼 수 있도록 열심히 노력하고 있습니다. 추가적인 비즈니스 모델 또한 하나씩 반응이 오고 있어요. 올해 범유진 작가의 <선택의 아이>, 김효인 작가의 <우주인, 조안>, 심너울 작가 <세상을 끝내는 데 필요한 점프의 횟수> 등 3개의 작품이 리디북스 단편 웹툰에 각색되어 선보일 예정이고, 이 중에서 <우주인, 조안>은 2020년 상반기 MBC 단막극 시리즈에서 드라마로도 만나보실 수 있을 겁니다.



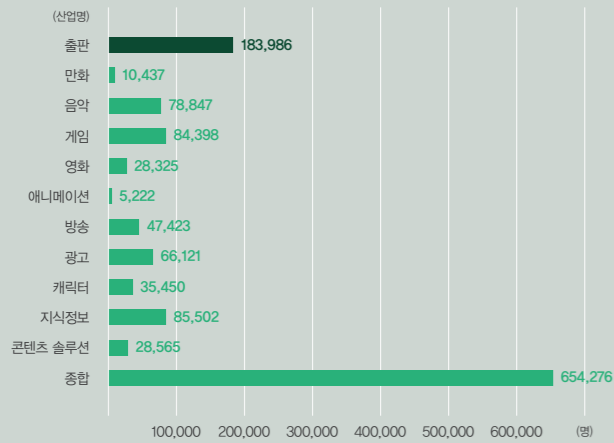


## Problem

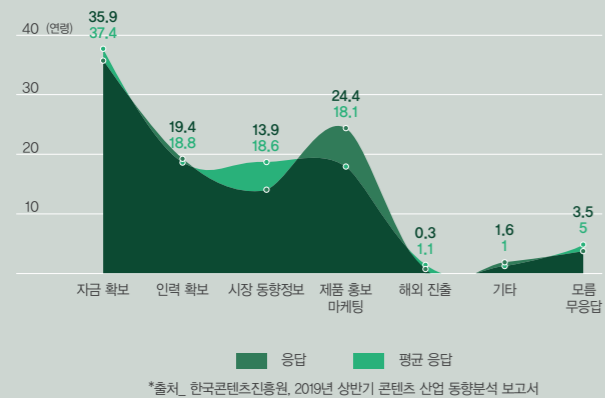
\*안전가옥이 주목하는 사회 문제와 비즈니스 기회

콘텐츠 산업 내에서 출판 산업에 종사하는 사람이 18만 3,986명으로 가장 많습니다(2019년 상반기 기준). 비율로는 약 28%에 달합니다. 출판 산업의 핵심은 이야기를 만들어내는 작가라고 볼 수 있습니다. 작가들의 창작 환경이 개선될수록 출판 산업 전체에 끼치는 긍정적인 임팩트 또한 커지며, 작가들의 어려움을 해결할수록 비즈니스 기회도 커질 수 있습니다. 출판 산업 종사자들은 출판 산업의 경영 애로사항 1순위로 '제품 홍보 및 마케팅'을 꼽고 있습니다. 이런 상황에서 IP를 활용한 추가 비즈니스 모델을 확보하는 것은 경쟁력이 될 수 있습니다.

2019 상반기 콘텐츠 산업 전체 종사자 수



출판 산업 경영애로사항



## People

\*안전가옥이 주목하는 핵심 이해관계자

안전가옥의 핵심 이해관계자는 국내 창작자입니다. 창작 프로그램, 공모전 등을 통해 창작자들의 창작 활동을 지원하고 있습니다. 2017년부터 지금까지 4회의 공모전을 통해 657편의 작품을 발굴했고, 창작 프로그램을 통해 100편의 작품이 만들어졌으며, 40명의 작가를 발굴했습니다. 안전가옥은 국내 창작자들의 가능성에 주목하며 오리지널 픽션을 발굴하고 개발합니다.

### 안전가옥이 창작자와 협업하는 방법

- 안전가옥은 창작자와 PD가 협업하여 이야기를 개발합니다. 텍스트를 넘어 다양한 매체의 콘텐츠로 완성될 수 있는 이야기를 만듭니다.
- 안전가옥은 '재미'와 '의미'를 담은 이야기를 만듭니다. 이야기의 서사적 쾌감을 추구하고 '지금, 여기에' 필요한 이야기가 무엇인지 고민합니다.
- 안전가옥은 국내 창작자들의 가능성에 주목합니다. 공모전과 다양한 프로그램을 통해 창작자를 발굴하고, 시스템과 원칙을 기반으로 프로듀싱합니다.

## Product

\*안전가옥이 제공하는 솔루션

안전가옥은 잠재력 있는 신진 창작자들을 발굴해 함께 이야기를 만드는 스토리 프로덕션입니다. 일차적으로는 창작물의 출판을 지원하며, 드라마, 웹툰, 영화 등 IP를 활용한 사업을 통해 창작물의 부가적인 가치를 높입니다. 예비 창작자들을 위한 공모전 등을 통해 작가로서의 데뷔 무대를 지원하며, 창작자들의 창작 환경을 개선하고 있습니다.

## Impact Story Inside



MGRV는 다양한 삶이 성장하는 터전을 기획 · 개발 · 운영하는 부동산 스타트업입니다.

**MGRV** COMMUNITY & SPACE

MGRV는 다양성, 포용성, 웰빙의 가치를 비즈니스를 통해 회복하는 임팩트 디벨로퍼입니다. 개인의 삶과 맞닿은 사회적 이슈 중 어려운 청년층의 주거문제를 포착, 삶의 질과 안전을 보장하며 혜택까지 더하는 코리빙 솔루션을 기획, 개발, 운영합니다. 이지스 자산운용의 핵심 파트너로서 국내 최초의 코리빙 전용 부동산 펀드에 참여하고 있으며, 2020년 6월 종로구 송인동에 '맹그로브 1호점' 오픈을 시작으로 2022년 국내 최대규모(309실)의 코리빙 프로젝트를 위해 개발에 박차를 가하고 있습니다.

2018년 9월

남 9명, 여 6명 / 총인원 15명

www.mangrove.city



## 조강태 CEO가 말하는 MGRV

### MGRV의 코리빙과 셰어하우스와의 차이

코리빙은 도심 속 1인 가구가 함께 사는 주거 형태라는 면만 보면, 셰어하우스와 다르지 않습니다. 하지만, 단순히 건물을 나눠 사용하고 생계를 이어나가는 것에 그치지 않고, 공유된 공간을 바탕으로 삶을 공유하는 데에 그 차이가 있습니다. 같은 건물의 옆방에 살고 있는 사람이 아닌, 맨그로브에서는 새로운 형태의 관계가 생겨납니다. 맨그로브가 기획한 커뮤니티 공간과 프로그램으로 자연스럽게 입주자들과 일상을 공유하고 삶의 폭이 더 넓어질 수 있습니다. 공유주거의 환경에서도 프라이버시를 향상하기 위한 솔루션을 마련하고, 도시의 주거환경에서 는 소유하기 어려운 Gym과 같은 공간을 확보해 1인 주거의 한계점을 보완할 수 있습니다.

### 타 코리빙 비즈니스 대비 MGRV만의 강점

MGRV는 코리빙 사업을 시작한 동기와 접근 방식이 다릅니다. 청년들의 열악한 주거환경에 대한 문제의식과 더 나은 삶을 제안하는 것에서 시작되었기 때문에 '수익'만을 중심으로 생각하는 플레이어들과 달리, 공간은 물론 그 안에서 만나게 되는 사용자의 경험을 중요하게 생각합니다. 사적 공간의 프라이버시를 높이는 한편, 사용자의 공용공간에 대한 심리적 장벽을 낮추는 세밀한 설계와 프로그램까지 준비되어 있습니다. 실제로 MGRV는 2년 동안 1인 가구 고객들과 함께 살고, 관찰하고, 이야기하면서 코리빙 경험을 세심하게 디자인을 했습니다. '고객의 경험과 가치'에 대해 가장 깊게 고민하고 공간과 운영에 반영하는 것이 MGRV가 다른 플레이어와 가장 다른 점이라고 자부합니다.

### MGRV의 미션과 비전

MGRV는 공간을 통해 1인 가구의 건강한 일상을 일구고자 합니다. 그 일상의 중심이 되는 터전, 맨그로브에서 만날 수 있는 가치는 크게 3가지로 볼 수 있습니다.

- 1 안정적인 일상:** 안전하며 쾌적한 공간으로 위험은 물론 타인의 간섭으로부터 보호받을 수 있습니다. 공유주거이지만, 온전히 나로 존재할 수 있는 집의 기본적인 역할은 물론, 편리한 교통까지 갖춰진 집을 합리적인 가격에 만날 수 있습니다.
- 2 느슨한 연결:** 자유롭게 참여할 수 있는 열린 커뮤니티를 통해 1인 가구가 상대적으로 공유하기 어려운 유대감과 소속감을 채울 수 있습니다.
- 3 건강한 성장:** 균형잡힌 콘텐츠와 프로그램을 통해 스스로를 발견함으로써 각자가 꿈꾸는 삶에 더 가까워질 수 있습니다.



MGRV 임직원 단체 사진. 첫째 줄 맨 오른쪽이 조강태 대표

## Problem

\*MGRV가 주목하는 사회 문제와 비즈니스 기회

MGRV는 늘어나고 있는 1인 가구 문제에 주목합니다. 지난해 1인 가구가 우리나라 가구 형태의 대명사 격이었던 '부부+미혼자녀' 가구 비중을 추월했습니다. 2019년 1인 가구(598만7,000가구)는 전체 가구의 29.8%로 늘어난 반면, 부부와 미혼자녀로 구성된 가구의 비율은 2017년 31.4%에서 29.6%(596만2,000가구)로 줄었습니다. 1인 가구를 구성하는 다양한 연령대의 사람들 중에서도 2030 세대의 생활 경험에 주목하고 있습니다. 2030 세대는 특히 삶의 만족도와 건강에 집중하는 웰니스(wellness)를 중요한 가치로 생각하는 경향이 있으나, 현재 국내에서는 세대의 특징을 반영한 주거 형태가

부족합니다. 한편으로 20대 우울증 환자가 지속적으로 증가하고 있는 상황에서, 변화하는 가구 특성에 맞춘 새로운 라이프 스타일을 설계할 필요가 있습니다.

## People

\*MGRV가 주목하는 핵심 이해관계자

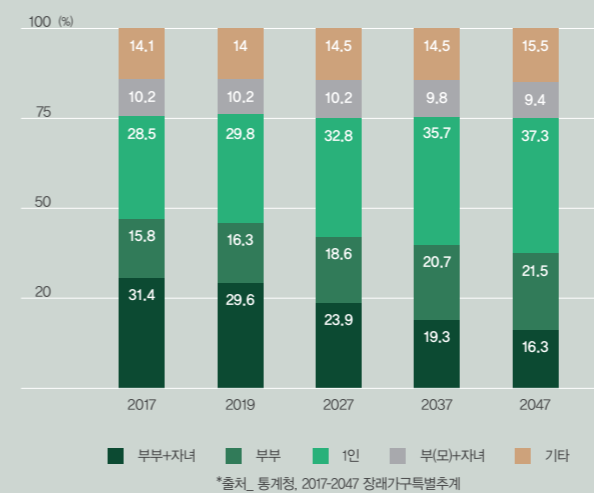
MGRV의 현재 핵심 이해관계자는 서울에 사는 1인 가구이며, 그 중 2030 세대입니다. 디지털과 친숙해 교류 방식과 소비패턴까지도 이전 세대와는 다른 밀레니얼 세대가 요구를 반영해 독립적이면서도 교류의 장이 되는 새로운 집을 완성해가고 있습니다. 맨그로브의 공간과 서비스는 저성장 시대의 2030 세대가 감당하기 어려운 서울의 집값과 이에 반해 열악한 주거환경을 해결할 수 있는 방법이 될 수 있습니다. 이를 위해 지속적으로 1인 가구의 주거환경을 관찰하고 개선해가고 있습니다.

## Product

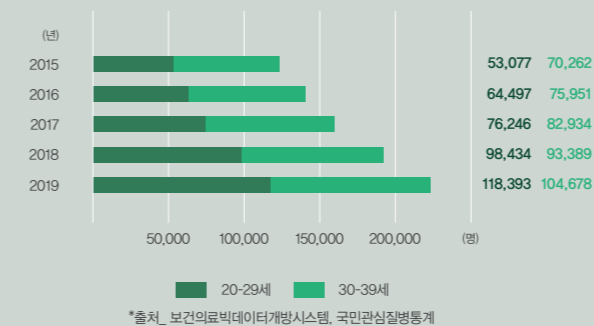
\*MGRV가 제공하는 솔루션

MGRV는 '코리빙' 사업을 통해 2030 청년세대에 높은 수준의 삶과 더불어 살 수 있는 커뮤니티 경험을 합리적인 가격에 제공합니다. 심신의 보호에 있는 집의 전통적인 기능에 충실하면서, 편리한 교통과 입지 조건에 따라 커지는 경제적 부담을 덜 수 있게 됩니다. 프라이버시가 보장되는 1인 공간 외에 목적과 규모에 따라 세분화된 커뮤니티 공간과 웰니스 기반의 다양한 프로그램이 제공되어 다양한 삶의 경험을 가진 사람들과의 교류와 즐거움을 만날 수 있습니다.

2017~2047 장래가구특별추계



국내 2030 세대 우울증 환자 현황







HGI  
*Impact Report*

# HGI Portfolio Impact

HGI 2020 임팩트 리포트에 적용된 임팩트 커뮤니케이션 방법론을 소개하며, SDGs를 중심으로 포트폴리오사의 임팩트를 분석합니다. 기업별 투자 시점과 성장 단계, 비즈니스 모델을 종합적으로 고려해 4단계로 나누어 임팩트를 설명합니다.



## Why Impact Communication

HGI는 루트임팩트의 'Impact Chain(임팩트 체인)'과 트리플라잇(주)의 임팩트 커뮤니케이션 방법론 '3PL Framework'를 바탕으로 투자 기업과 연계된 이슈와 목적, 목표와 비즈니스 전략, 변화 과정을 분석했습니다.

### Purpose | 임팩트 커뮤니케이션의 목적

#### Impact는 무엇인가요?

수많은 기업이 사회문제를 해결하기 위해 노력하고 있지만, 여전히 많은 사람들이 임팩트는 어렵고 모호하다고 말합니다. 사회문제가 얼마나 어떻게 해결되고 있는지, 그 변화를 눈으로 체감하기 어렵다고도 합니다. 임팩트에 대한 기업의 고민도 깊어지고 있습니다. 우리 기업의 방향이 맞는지, 차별점은 무엇인지, 사회문제를 제대로 해결하고 있는지, 속 시원한 답을 내놓기 어렵다고 합니다.

#### Impact를 어떻게 설명해야 할까요?

임팩트는 우리를 둘러싼 다양한 경제, 사회, 환경 이슈 중에서 사람(People), 비즈니스(Profit), 지구(Planet)에 미치는 긍정적·부정적인 영향력(변화)을 말합니다. 임팩트 커뮤니케이션은 보다 나은 미래를 위해 우리가 주목해야 하는 이슈에서 출발합니다. 사회문제를 해결하려는 목적은 무엇인지, 주요 이해관계자는 누구인지 통합적으로 고려하며, 긍정적인 임팩트를 최대화하고 부정적인 임팩트를 최소화하는 과정과 목표 대비 성과, 그로 인한 변화를 보다 명확하고 투명하고 효과적으로 설명하는 전략입니다.

### Screening | 임팩트 커뮤니케이션 스크리닝

기업의 규모, 특성, 차별점을 고려한 분석을 통해 맞춤형 임팩트 커뮤니케이션 전략 방안을 마련합니다. 임팩트 커뮤니케이션 스크리닝을 통해 보다 명확한 목적과 방향의 제시가 가능하며, 기업 특성에 따른 정량적·정성적 분석을 통해 투명성·진정성을 높입니다.



2020 HGI Impact Report Screening Focus ©triplelight

#### 01 Embed Impact

사회문제 해결을 가속화할 수 있는 기술 기업의 임팩트 내재화 전략 분석



#### 02 Expand Impact

제품 및 서비스를 통한 사회문제 해결 과정과 변화 과정 분석



#### 03 Focus on Impact Experience

기술과 문제 해결의 만남, 사용자의 임팩트 경험 분석

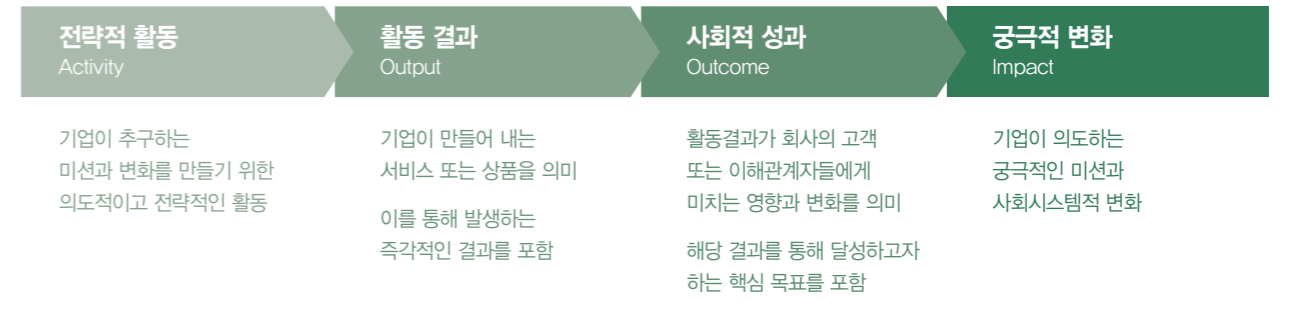


## Impact Chain

HGI는 기업이 추구하는 임팩트를 분석하기 위해 루트임팩트의 임팩트 체인을 주요 방법론으로 사용하고 있습니다.

### Impact Chain | 임팩트 체인

임팩트 체인은 사회 전체의 시스템에 미치는 긍정적 변화(Social Impact)와 기업 비즈니스상 부가가치 창출에 직접 또는 간접적으로 관련된 활동·기능·프로세스의 연계 및 진행 과정(Value Chain)을 말합니다. 소셜벤처는 비즈니스 활동을 통해 사회문제를 해결해 나가는 과정에서 의도적이고 전략적으로 다양한 비즈니스 기능을 수행합니다. 임팩트 체인 수립을 통해 기업이 의도한 임팩트를 올바르게 달성하고 있는지에 대해 유의미한 측정 및 점검을 주기적으로 할 수 있으며, 임팩트 측정(Impact Measurement)을 넘어 임팩트 관리(Impact Management)로 나아갈 수 있습니다.



©루트임팩트

### Impact Management | 임팩트 관리

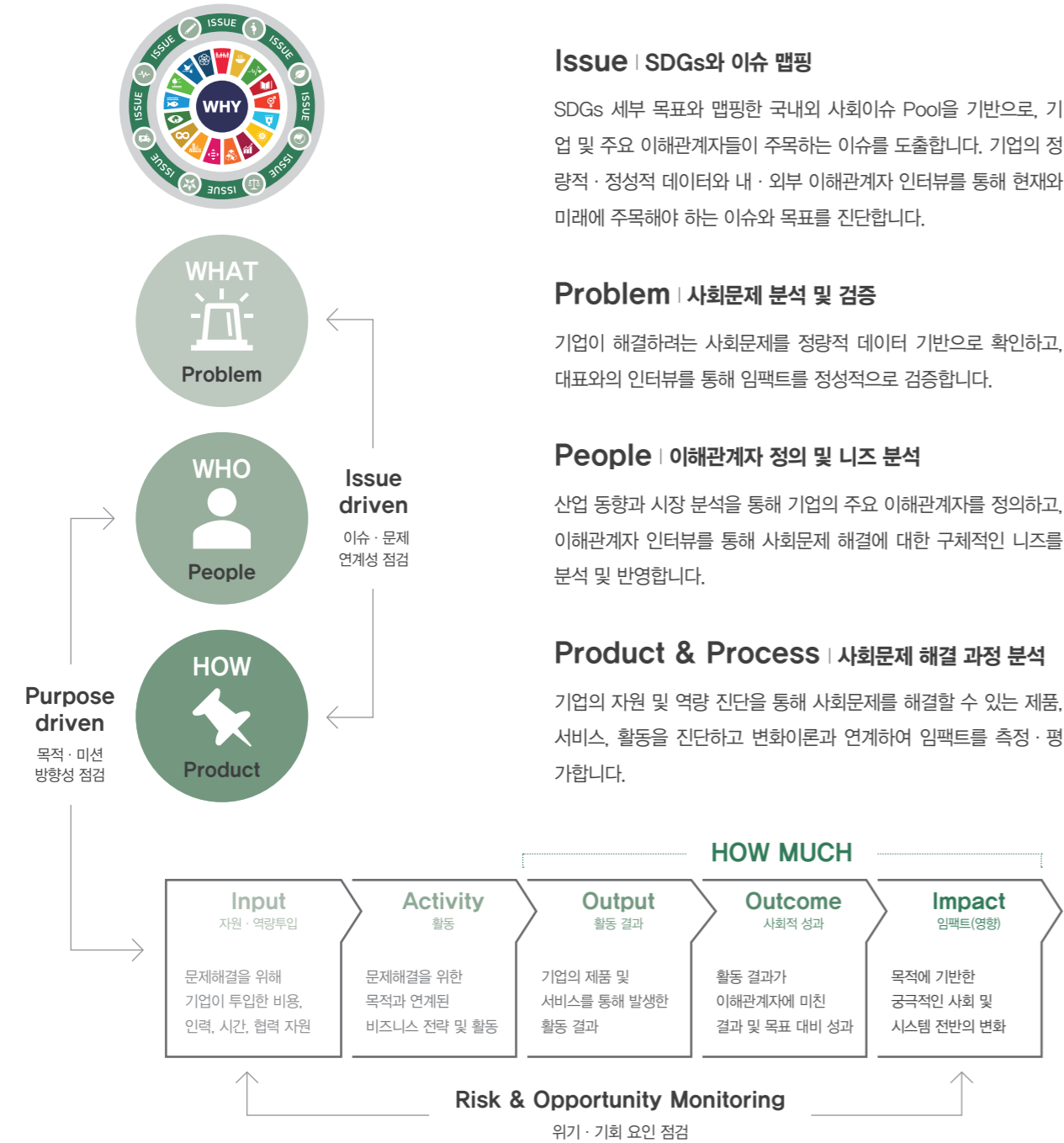
임팩트를 정의하고 측정, 관리하기 위한 임팩트 체인은 크게 4단계를 거쳐 수립됩니다. 수립된 임팩트 체인은 이해관계자들을 설득하고 참여시키기 위한 커뮤니케이션 수단으로 활용되며, 내부적으로 주기적인 임팩트 점검, 피드백을 통해 더 큰 임팩트를 창출할 수 있도록 도와줍니다. 한 번 수립된 임팩트 체인은 완성된 것이 아니며, 사업의 내외부적 상황 변화에 따라 지속적으로 보완되는 과정을 거치게 됩니다.



©루트임팩트

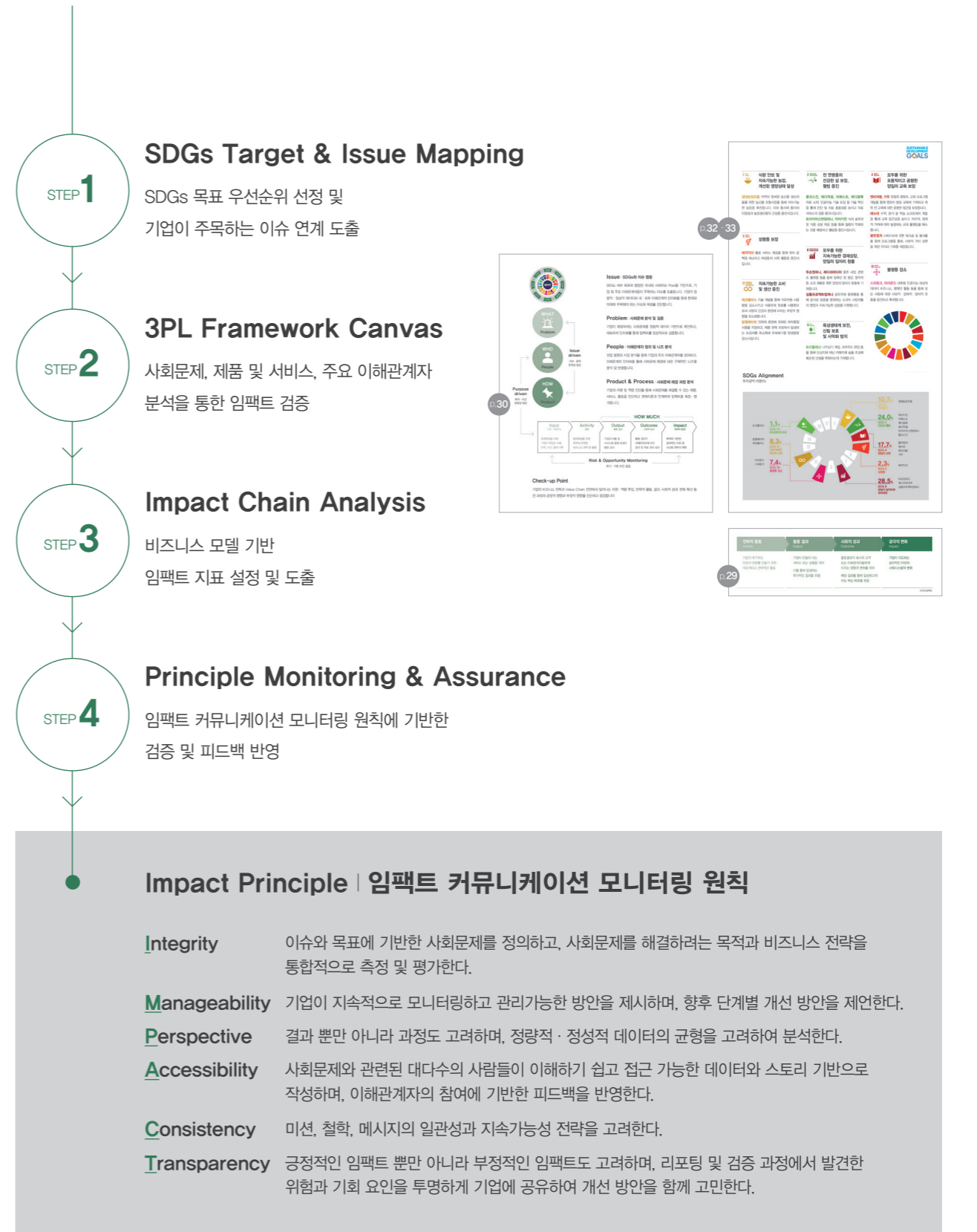
# 3PL Framework Canvas\_ From Issue to Impact

HGI는 2020 임팩트 리포트 작업을 진행하면서 기업의 비즈니스와 해당 기업이 해결하고자 하는 사회문제 간의 연계성에 주목했고, 트리플라잇(주)의 3PL Framework를 중심으로 임팩트를 커뮤니케이션했습니다. 3PL Framework는 기업의 비즈니스를 Problem, People, Product&Process 중심으로 연결하여(Link) 이슈를 진단하고 임팩트를 설명하는 트리플라잇(주)의 방법론입니다. 금번 리포트에서는 'Process' 부분에서 변화이론에 기반하여 만든 루트임팩트의 Impact Chain 모델과 연계하여 작업하였습니다.



# Impact Reporting Process

HGI 2020 임팩트 리포트는 [Step 1] SDGs Target&Issue Mapping, [Step 2] 3PL Framework Canvas, [Step 3] Impact Chain Analysis, [Step 4] Principle Monitoring&Assurance 등 4단계에 걸쳐 면밀한 분석과 검증이 이뤄졌습니다.



# SDGs Lens Impact (SDGs: Sustainable Development Goals)



지속가능발전목표(SDGs)는 전 세계의 빈곤 문제를 해결하고 지속가능한 발전을 실현하기 위해 2030년까지 유엔과 국제사회가 달성해야 할 인류 공동의 목표로, 총 17개 목표와 169개 세부목표로 구성되어 있습니다.

HGI는 건강과 웰빙(SDG 3), 양질의 교육(SDG 4), 양질의 일자리와 경제성장(SDG 8)을 달성하기 위한 솔루션에 가장 많은 투자를 했습니다. HGI가 투자한 포트폴리오사의 비즈니스를 중심으로 SDGs를 설명합니다.

## 2 ZERO HUNGER **식량 안보 및 지속가능한 농업, 개선된 영양상태 달성**

**생생농업유통** 지역의 영세한 농산물 생산자들을 위한 농산물 유통사업을 통해 지속가능한 농업을 촉진합니다. 이와 동시에 종자의 다양성과 농업생산물의 건강을 증진시킵니다.

## 5 GENDER EQUALITY **성평등 보장**

**패각악어** 돌봄 서비스 제공을 통해 육아 공백을 해소하고 여성들의 사회 활동을 증진시킵니다.

## 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION **지속가능한 소비 및 생산 증진**

**테코플러스** 기술 개발을 통해 석유자원 사용량을 감소시키고 식물유래 원료를 사용함으로써 사람의 건강과 환경에 미치는 부정적 영향을 최소화합니다.

**알엘에이피** 인체와 환경에 유해한 화학물질 사용을 지양하고, 제품 판매 과정에서 발생하는 포장재를 최소화해 유해폐기물 발생량을 감소시킵니다.

## 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING **전 연령층의 건강한 삶 보장, 웰빙 증진**

**플코스킨, 메디픽셀, 리베스트, 메디블록** 의료 소재, 인공지능 기술 도입 등 기술 혁신을 통해 진단 및 치료 효율성을 높이고 의료 서비스의 질을 증대시킵니다.

**트라이어스앤컴퍼니, 닥터키친** 식이 솔루션 및 식품 성분 제공 등을 통해 질병이 악화되는 것을 예방하고 웰빙을 증진시킵니다.

## 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH **모두를 위한 지속가능한 경제성장, 양질의 일자리 창출**

**두손컴퍼니, 래디쉬미디어** 물류 사업, 콘텐츠 플랫폼 등을 통해 장애인 및 청년, 창작자 등 소외 계층을 위한 양질의 일자리 창출에 기여합니다.

**심플프로젝트컴퍼니** 공유주방 플랫폼을 통해 음식로 업종을 영위하는 소규모 사업자들의 창업과 지속가능한 성장을 지원합니다.

## 15 LIFE ON LAND **육상생태계 보전, 산림 보호 및 사막화 방지**

**트리플래닛** 나무심기 게임, 크라우드 펀딩 등을 통해 도심지와 재난 피해지에 숲을 조성해 훼손된 산림을 복원하는데 기여합니다.

## 4 QUALITY EDUCATION **모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장**

**엔비저블, 키두** 양질의 콘텐츠, 교육 프로그램 개발을 통해 영유아 발달 교육에 기여하고 취학 전 교육에 대한 공평한 접근을 보장합니다.

**에누마** 수학, 읽기 등 학습 소프트웨어 개발을 통해 교육 접근성을 높이고 지리적, 경제적 격차에 따라 발생하는 교육 불평등을 해소합니다.

**볼런컬처** 사회이슈에 대한 워크숍 및 봉사활동 참여 프로그램을 통해, 사회적 가치 실현을 위한 지식과 기회를 제공합니다.

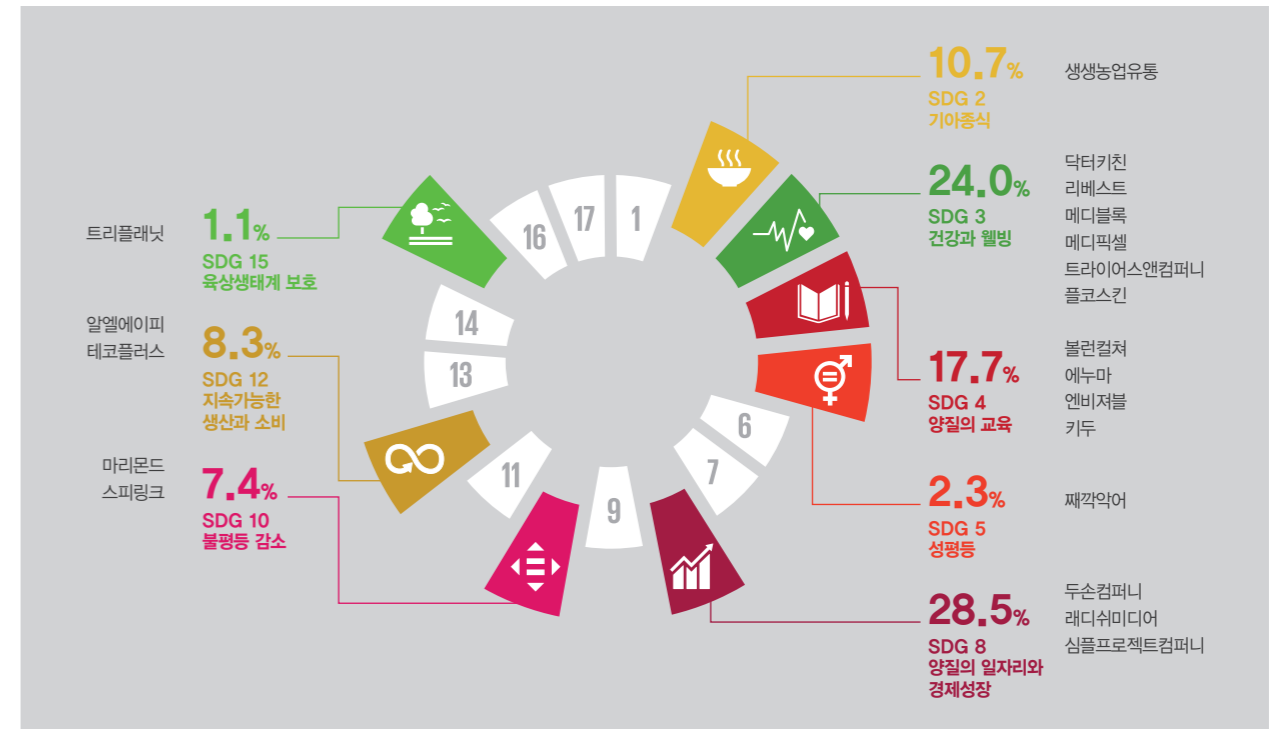
## 10 REDUCED INEQUALITIES **불평등 감소**

**스피링크, 마리몬드** 대화형 인공지능 대상의 데이터 비즈니스, 캠페인 활동 등을 통해 모든 사람에게 대한 사회적·경제적·정치적 포용을 증진하고 확대합니다.

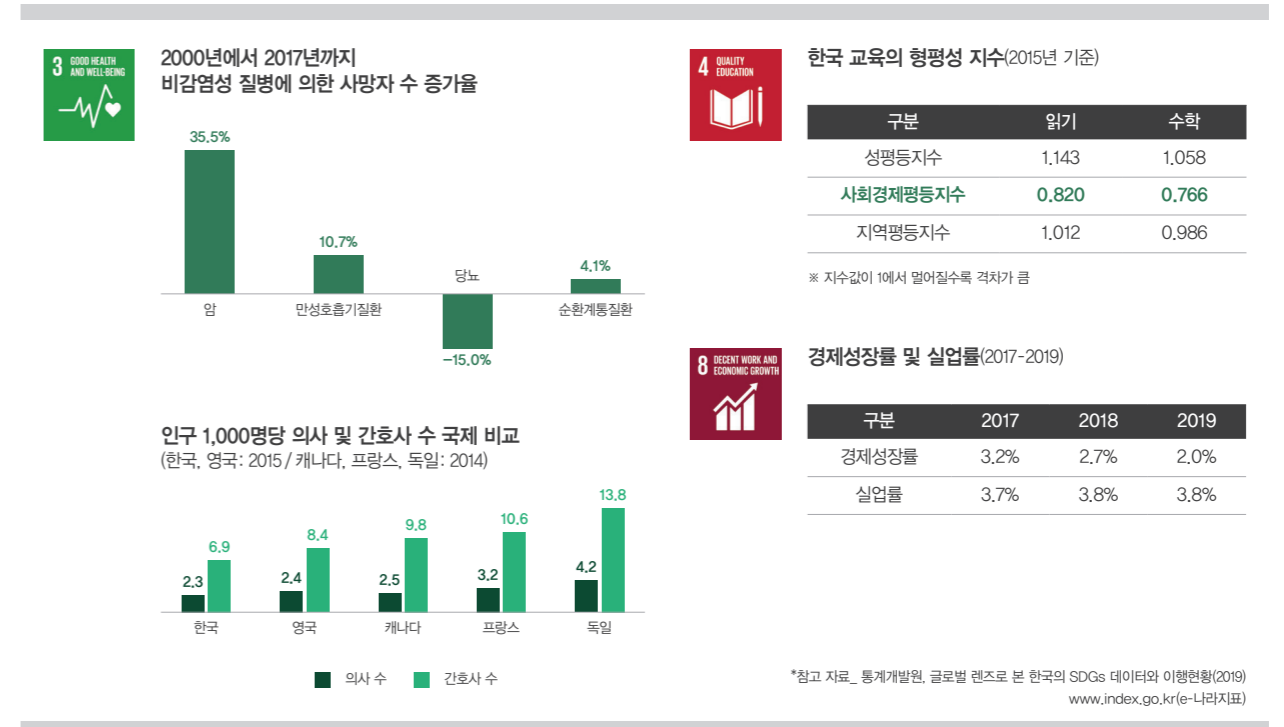


# SDGs Alignment

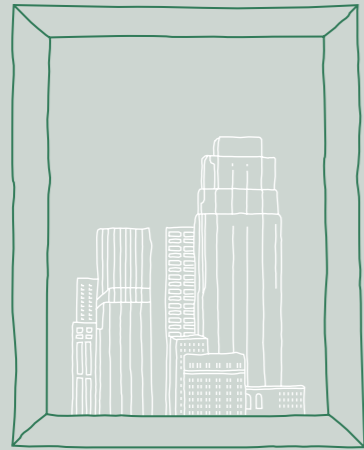
투자금액 비중(%)



# 투자비중 TOP3 SDGs 목표별 한국 주요 지표 현황







플코스킨  
메디픽셀  
리베스트

## Embed Impact

HGI는 기술로 사회혁신을 가속화하는 기업들의 가능성에 주목합니다. 플코스킨, 메디픽셀, 리베스트는 인공지능, 헬스케어 솔루션 등 다양한 기술로 우리 사회의 문제를 해결하고자 합니다. 3개 기업은 현재 제품과 솔루션의 개발 및 검증 단계로, 해당 기업들의 제품과 솔루션 개발이 완료된 이후에 발생할 임팩트를 정의하고, 향후 관리할 임팩트 지표들을 함께 반영해 임팩트를 설명합니다.

### Special Survey

기업 3곳의 전 직원 설문조사 결과 ①미션 ②성장가능성 ③임팩트에 대한 전 직원의 인식 및 체감도는 매우 높게 나타났습니다. 회사의 성장가능성을 가장 높게 평가했고(4.72점/5점 만점), 회사의 미션 공유 및 실현 의지는 4.54점, 제품 및 서비스 등 회사의 임팩트는 4.27점으로 조사됐습니다. 임팩트 측정 및 공유 수준(4.11점)과 제품 및 서비스의 최종 임팩트(4.15점)가 상대적으로 낮게 나타났습니다.



\*5점 만점, 3개사 전 직원 미션 & 임팩트 설문조사 결과

# 플코스킨

인류 건강에 기여하는 바이오 기업



PLC OSKIN



백우열 대표



2017년 설립



2019년 투자



9명(여성비중 44%) \*2020년 1월 기준



www.plcoskin.com

## Investment Theme

웰빙  
포용성



HGI 핵심 가치

임팩트 테마

## SDGs Alignment



**SDG 3.4** 플코스킨은 환자 맞춤형 의료소재 및 기기 개발을 통해 2025년까지 약 5,000명의 유방재건 환자에게 더 나은 건강한 삶을 제공하고, 비용 부담 절감을 통한 의료 접근성 향상과 수술 안정성을 높일 것입니다.

## About

플코스킨은 환자 맞춤형 치료와 의료비 절감이 가능한 의료소재 및 기기를 개발하며, 피부 손상을 최소화하면서도 안전한 화장품을 개발 및 판매하여 사람들의 건강하고 아름다운 삶에 기여합니다.

## Issue Data

유방암은 전 세계 여성암 발생률 1위, 사망률 1위 질환으로<sup>1</sup>, 전체 여성암의 24.2%를 차지하며, 사망률 또한 15%로 가장 높습니다. 전 세계적으로 2012년에 대비 2018년 유방암 발생률은 무려 23% 증가<sup>2</sup>했습니다. 2018년 세계 유방암 발병자는 약 200만명으로, 2040년에는 약 306만명까지 증가할 것으로 예측됩니다.<sup>3</sup>

한국은 북미, 서유럽과 함께 암 발생률이 높은 국가로, 특히 유방암은 전체 여성암의 20.3%를 차지<sup>4</sup>합니다.

2000년 여성 인구 10만 명당 전체 유방암 환자수는 26.3명이었고, 2016년을 기점으로 100명을 넘어섰습니다. 1990년 유방암으로 인한 사망률은 여성 인구 10만 명당 2.8명이었으나, 2018년에는 9.6명으로 점차 증가했습니다.<sup>5</sup>



국내 여성 유방암 발생추이



## Impact Story

유방암은 진단부터 치료 이후까지 여성의 몸과 마음의 건강에 커다란 영향을 미칩니다. 특히 유방절제술을 받게 되면 신체 변화에 따른 불만족, 수치심, 대인관계 위축 등의 문제는 물론 불안, 우울감 등의 심리적 부정성을 경험하는 정도가 매우 높습니다.<sup>6</sup> 이에 원래의 유방 형태를 복원하는 유방재건술이 유방암 치료에서 중요한 과정으로 고려됩니다. 2015년 4월부터 유방 전체를 제거하는 전절제술 이후 이어지는 유방재건술에 건강보험이 적용되기 시작하면서 수술 건수가 2015년 3,560건에서 2018년 1만7천건으로 증가<sup>7</sup>할 정도로 관심이 높아지고 있지만, 검사 및 수술 등 약 400만원(50% 보험 적용 후, 1개 기준) 비용은 여전히 환자에게 큰 부담입니다.

대학병원 성형외과 교수로 유방재건 및 조직재생 관련 연구와 수술을 지속해온 백우열 대표는 유방재건술 비용의 절반 이상을 차지하는 ADM(Acellular Dermal Matrix, 인체유래진피)을 대체하는 방안을 고민하게 됐습니다. 유방재건 시 부작용을 최소화하기 위해 ADM으로 보형물을 감싸게 되는데 생산 공정이 복잡하며, 수입에 의존하다보니 가격이 높고, 두께나 탄력성 등이 제품마다 제각각이라 수술 시간이 오래 걸립니다. 또한 기증받은 사체의 피부를 채취하여 화학 약품 처리를 하다보니 부작용이나 감염 가능성도 있습니다. 보형물 삽입 후 균형있는 모양의 보완을 위해서 지방이식이 필요한 경우가 있는데, 현재는 별도의 수술을 또 받아야 하는 번거로움이 있습니다. 플코스킨은 PCL(Polycaprolactone, 폴리카프로락톤)을 활용한 지지체를 개발해 ADM을 대체하고자 합니다.

1 IARC, 2018  
 2 GCO(Global Cancer Observatory Available), 2019  
 3 WHO, International Agency for Research on Cancer  
 4 국가암정보센터(cancer.go.kr), 2019  
 5 통계청, 2019  
 6 Lechner, Carver, Antoni, Weave & Phillips, 2006  
 7 국가암등록사업 연계보고서, 건강보험심사평가원



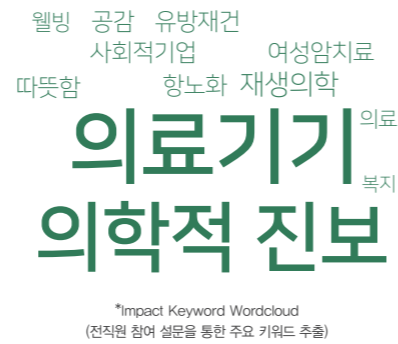


플코스킨 임직원들의 모습. 왼쪽에서 세번째가 백우열 대표

“ 유방재건술을 하면 보형물의 모양이 한정되어 있기 때문에 불균형을 맞추는 지방이식 수술이 필요합니다. 그런데 ADM은 생착되기까지 오래 걸려서 동시에 지방이식 수술을 할 수 없고, 몇 개월 후에 별도로 수술을 해야하죠. ADM의 두께, 탄성, 강도가 모두 달라서 의사가 수술할 때 적합한 형태로 고정 및 전처리 작업을 하는데 전체 수술 시간의 20~30%가 소요됩니다. 저희가 개발 중인 PCL지지체로 대체하면 보형물을 원하는 두께로 온전히 감쌀 수 있어서 수술 시간도 단축되고 무엇보다 기존 제품의 절반 이상 단가를 낮춰서 환자의 수술 비용과 병원 및 정부의 부담도 줄어듭니다. 최소 5~10년 내에 보형물 없이 자기 조직만으로 100% 재생 가능한 시트를 개발하는 것이 목표입니다. 탄성과 강도 조절이 가능하다는 강점을 살려 향후 인공인대, 복벽보강 소재 등으로 확장할 계획입니다. ”

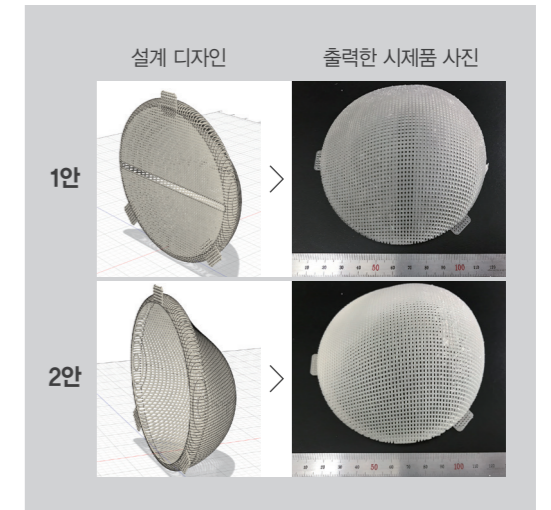
### Impact Keyword

플코스킨은 환자들의 건강한 삶을 위한 의학적 진보를 지향합니다. 현재 개발 중인 PCL지지체는 실험 및 검증이 완료되면, 유방재건술에 적합한 3D모델링 기반 보형물 지지체이자 자가지방 생착에 유리한 세계 최초 모델이 됩니다. 여성암 치료와 환자들의 웰빙을 위해 전 직원이 재생의학을 지속적으로 연구해왔습니다. 플코스킨은 '유방재건술용 ADM(인체유래진피) 대체를 위한 3차원 고분자 복합구조체 개발' 연구를 통해 특허 출원과 국제학술지 논문을 게재한 바 있고, 인공 방사형 나노 섬유 시트의 개발 및 지지체 선행 연구도 진행해왔습니다. 또한 항노화 성분을 통해 피부 손상을 최소화하는 연구 및 제품 개발도 지속하고 있습니다.



### Key Findings

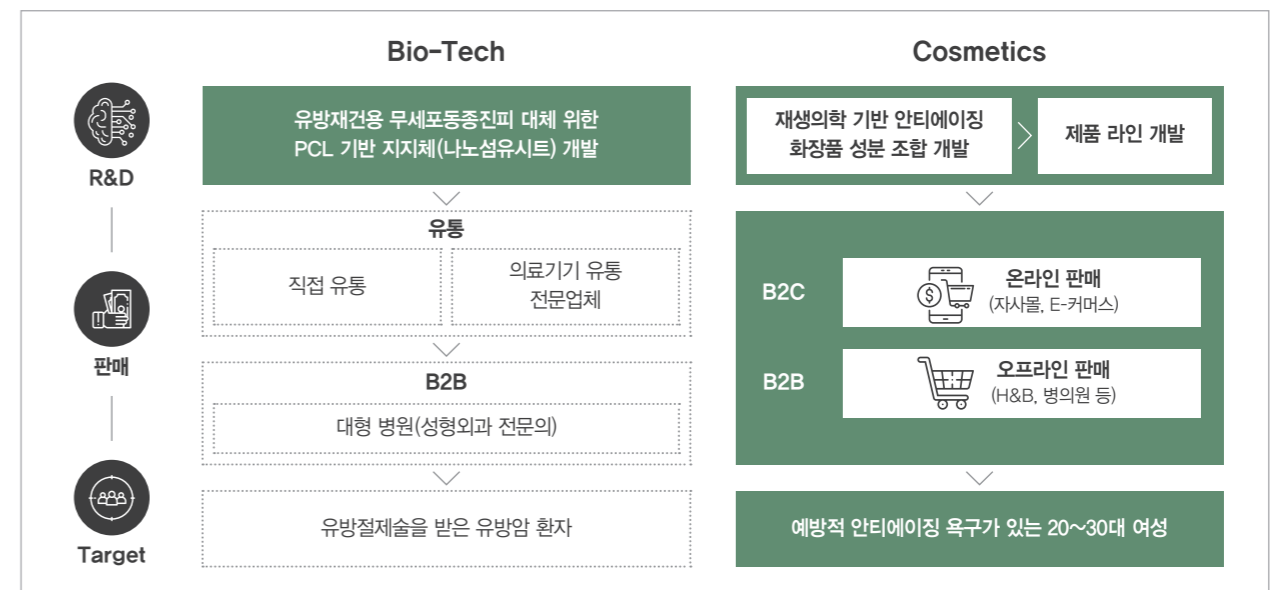
- 플코스킨 제품의 주요 소재로 활용되는 PCL은 2001년 미국 FDA와 유럽 연합 통합안전인증(CE)으로부터 승인을 받은 생체적합한 폴리머 소재로, 조직반응과 염증반응이 적고 부작용 없이 분해되어 안전함
- 세브란스 병원 성형외과 수술의사가 대표로서, 유방재건술을 하는 의사들의 실제 니즈에서 출발하였음. 이에 국내외 병원과의 긴밀한 협력을 통한 개발, 임상, 영업을 용이함
- 화학약품을 사용하는 공정을 거치지 않기 때문에 약품 노출로 인한 부작용 우려가 전혀 없음
- ADM(인체유래진피)과 달리 모든 제품의 품질이 균일하고 최적화된 디자인을 가지고 있으므로 제품 처리를 위한 추가 작업이 필요없어 수술 시간이 단축되며, 유방재건 시 지방이식을 동시에 할 수 있음(유방재건용 보형물 지지체, 오른쪽 사진)



### Business Activities

플코스킨은 환자 맞춤형 치료와 의료비 절감이 가능한 의료소재 및 기기 개발을 통해 인류 건강에 기여하는 바이오 기업입니다. 유방재건술의 높은 비용의 원인으로 꼽히는 유방재건용 ADM(인체유래진피)을 대체하는 폴리머(PCL) 기반 지지체를 개발해 염증반응, 자가지방 활성화 등 안정성 테스트와 전임상을 진행 중입니다. 2020년 GMP(Good Manufacturing Practice) 시설 및 설비를 확보하고, 대동물 임상을 진행 중이며 2020년까지 임상 완료 후 대형병원을 중심으로 제품을 본격 판매할 계획입니다. 전세계 연부 조직으로 인해 발생하는 시장 규모는 약 6.9조원으로, 그 중 조직재생 시장은 약 3.1조원에 달합니다. 플코스킨이 개발하는 PCL지지체는 아직까지 국내외에서 개발되지 않은 최초 모델로 환자의 의료계 모두에게 긍정적인 효과를 높일 것이라 기대하고 있습니다.

또한 플코스킨은 피부 건강을 위한 의료용 소재와 재생의학 기반의 화장품도 개발하고 있습니다. 플코스킨이 출시한 안티에이징 화장품 '유리프(youlif)'는 재생의학 기술을 적용한 제품으로 노화예방에 니즈가 있는 20~30대 여성을 타겟으로 2019년부터 온오프라인 채널을 통해 판매되고 있습니다. 유리프 화장품 판매 수익의 일부는 환자 맞춤형 의료소재 및 기기 개발을 위한 연구 개발에 사용되며, 향후 환자들의 피부 건강을 위한 제품 개발에도 쓰일 예정입니다.



■ 현재 진행 중 □ 진행 예정

## Social Issue

### 유방암 발생률 증가

세계 여성 암 발생률 1위  
세계 여성 암 사망률 1위  
국내 여성 암 발생률 1위



**+23%**  
12~18년 전세계 증가율

**209만명** 18년 세계 환자수  
**2.6만명** 16년 국내 환자수

### 유방절제술

그 이후



**43%**  
유방절제술을 받은 환자가 유방재건술을 하지 않는 이유는 고가의 수술 비용으로 나타났으며, 수술 합병증 및 수술 자체에 대한 두려움이 높음

\*참고 자료  
한국유방암학회, 유방암백서(2019)  
유방절제술을 받은 사회심리적 문제 및 유방재건술에 대한 인식조사(정일용 외, 2011)  
의학신문, "유방재건술 보형물 환자 2배 늘었죠" (2016.10.18)



**40대**  
2016년 유방암 발생률이 가장 높은 연령대(34.2%)



**31.6%**  
유방암 진단자 중 유방전절제술 비중



**평균 400만원**  
유방재건술 비용은 2015년 보형 적용 이후 800만~1,400만 원에서 50% 수준으로 낮아졌고, 유방재건술 환자 수가 2배 이상 증가함



**삶의 질 하락**  
유방전절제술을 받은 여성들은 신체 이미지 손상에 대한 상실감 뿐 아니라 신체활동의 제약(공중목욕탕, 수영장 등)과 우울, 불안 등 심리적 안정감과 삶의 만족도가 하락함

## Problem

현재 유방재건술에서 보형물의 부작용을 최소화하기 위해 사용되는 ADM(인체유래진피)는 사체에서 유래된 조직으로 다양한 문제점이 존재합니다.

품질의 비균일성	약품 노출 가능성	높은 단가	높은 공급 변동성
수술에 적합한 형태로 별도 작업이 필요해 수술 시간 및 감염 가능성 증가	후처리 과정에서 사용하는 화학약품으로 인한 염증 발생	까다로운 후처리 과정으로 인한 제작 및 판매 단가 상승	기증 상황에 따라 필요시 제때 공급 받지 못할 가능성 존재

이같은 문제를 가진 기존 제품을 대체하기 위해 플코스킨은 품질이 균일하고, 안정적인 공급이 가능하며, 환자에게 가격 접근성이 높고 보다 안전한 유방재건용 보형물 지지체 개발을 시작했습니다.

## People

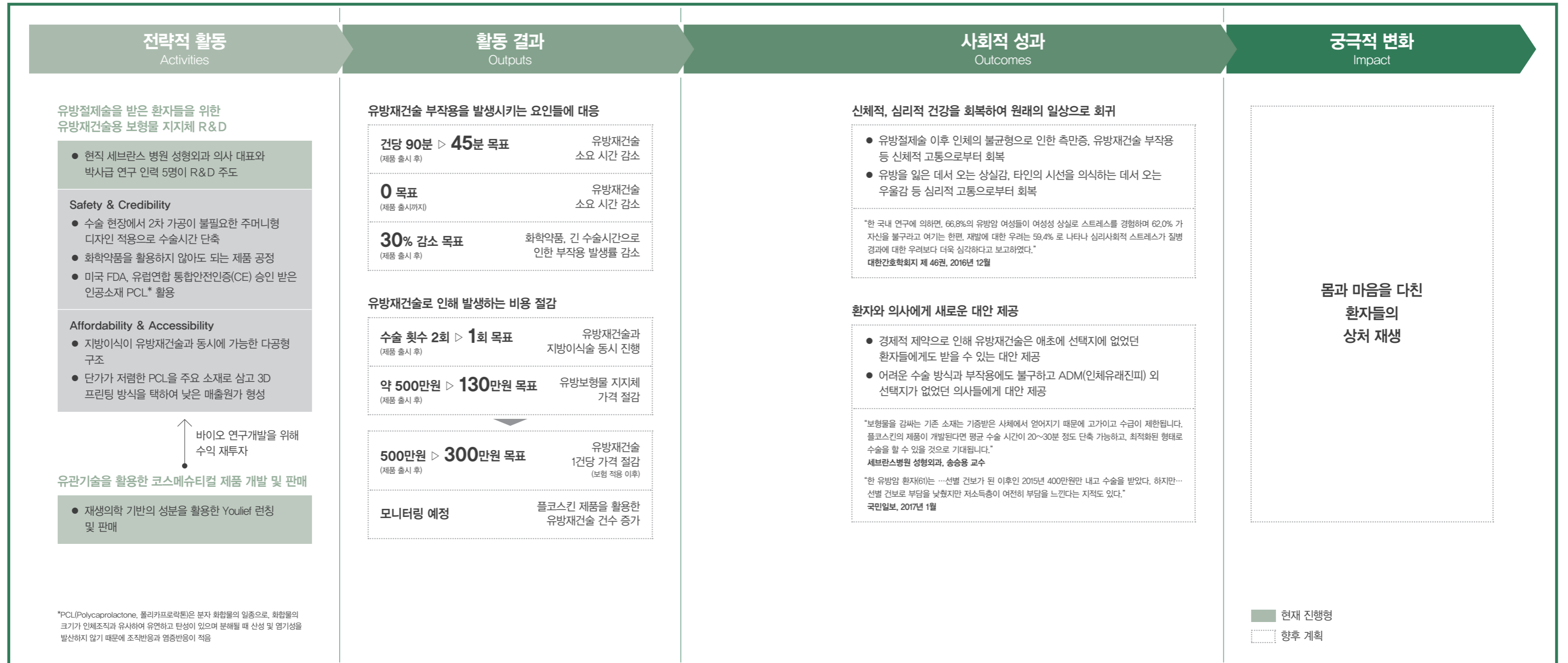


유방절제술로 인한 유방재건 수술이 필요한 유방암 환자들  
유방재건술 의료진

## Product

유방재건용 인체유래진피 대체를 위한 PCL 기반 보형물 지지체 개발

## IMPACT CHAIN



\*PCL(Polycaprolactone, 폴리카프로락톤)은 분자 화합물의 일종으로, 화합물의 크기가 인체조직과 유사하여 유연하고 탄성이 있으며 분해될 때 산성 및 염기성을 발생하지 않기 때문에 조직반응과 염증반응이 적음

■ 현재 진행형  
□ 향후 계획



# 메디픽셀


인공지능 기반의 헬스테크 기업



 송교석 대표

 2017년 설립

 2018년 투자

 10명(여성비중 20%) \*2020년 1월 기준

 www.medipixel.io

## Investment Theme

웰빙



건강

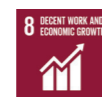
HGI 핵심 가치

임팩트 테마

## SDGs Alignment



**SDG 3.4** 메디픽셀은 인공지능 헬스케어 솔루션을 통해 의료 영상 판독 및 진단의 확실성을 높이고 심혈관 질환자에게 발생할 수 있는 시술 위험성을 낮춰 2025년까지 1,000명의 환자에게 보다 안전한 시술을 제공할 것입니다.



**SDG 8.2** 산업 다변화 속에서 노동집약적이며 정교도를 요구하는 의료 산업 내 기술 혁신을 통해 의료서비스의 질을 향상시킵니다.

## About

메디픽셀은 인공지능(Artificial Intelligence, AI) 기술을 헬스케어에 접목해 인류의 삶의 질을 높이고자 합니다. 최첨단 강화학습 기술을 적용해, 진단과 치료의 혁신을 이끕니다. 환자에게는 보다 안전한 시술을, 의사에게는 보다 안정적인 시술을 가능하게 합니다.

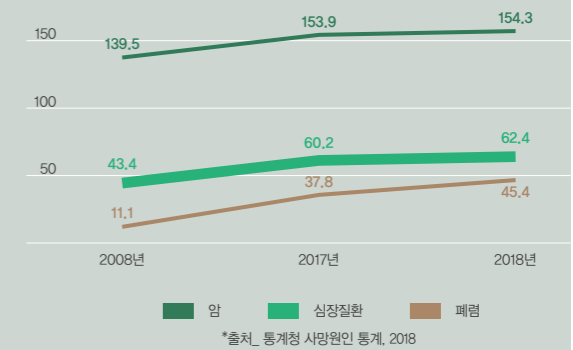
## Issue Data

심혈관 질환은 전 세계 1위 질환으로, WHO는 2030년까지 연간 2,360만명이 심혈관 질환으로 사망할 것이라고 예측하고 있습니다.<sup>1</sup> 심장질환은 한국인의 사망원인 2위로 꼽히며, 10년간 사망률이 약 20% 증가했습니다.<sup>2</sup>

그 중에서도 관상동맥질환으로 인한 국내 사망률은 인구 10만 명당 28.3명입니다. 또한 2017년 기준 급성심근경색증으로 입원 30일 이내 사망한 치명률은 9.6%로 OECD 평균(6.9%) 보다 높습니다. 특히 심장 혈관이 완전히 막혀버린 '완전폐쇄병변'의 경우 혈류가 공급되지 않아 사망할 확률이 5배 이상 높습니다.<sup>3</sup>

한국인 사망원인

200 (인구 10만 명당 사망률 %)



## Impact Story

인공지능은 우리 주변 곳곳에서 활용되고 있습니다. 소비 습관 예측을 통한 상품 서비스, 자율 주행 자동차, 스마트 스피커, 농작물 성장 관리 등 인공지능의 활용 범위와 규모도 갈수록 커지고 있습니다. 안랩에서 보안 솔루션 업무를, 카네기 멜론 대학에서 컴퓨터 사이언스를 공부한 송교석 메디픽셀 대표는 인공지능 기술을 활용해 우리 사회에 좋은 영향을 주고 싶었습니다. 인공지능 관련 스터디를 만들고 지인 및 전문가들과 꾸준히 기술을 쌓아가던 그는 아산병원에서 개최한 의료빅데이터 콘테스트에서 흉부 CT 영상을 학습해 폐암을 진단하는 인공지능 솔루션을 개발했고, 이를 계기로 인공지능을 통해 사람을 살리는 헬스테크 기업을 설립하게 됩니다.

메디픽셀은 인공지능 강화학습(Deep Learning)을 통해 심혈관 질환 진단 및 시술을 돕는 시스템을 개발하고 있습니다. 혈관이 완전히 막혀버리는 완전폐쇄병변은 혈류가 제대로 공급되지 않아 사망률이 높고, 조영제를 주입해도 막힌 부분부터는 혈관의 모양을 확인할 수 없어서 시술 시간이 오래 걸리며 위험성도 큼니다. 그럼에도 불구하고 혈관 확인을 위해 조영제를 계속 사용하기 때문에 부작용의 가능성도 높습니다. 메디픽셀은 심혈관 조영 영상과 심장 CT를 정합해 혈관의 경로를 시각화하여, 보다 정교하고 안전한 시술을 가능하게 합니다.

1 WHO(World Health Organization) homepage Key facts, 2017

2 통계청 사망원인 통계, 2018

3 OECD '2019 한 눈에 보는 보건(Health at a Glance)' 중 보건의료의 질과 성과, 2019





메디픽셀 임직원들의 모습, 뒷줄 오른쪽에서 두 번째가 송교석 대표

“ 치료보다는 진단, 진단보다는 예방이 우선이라고 생각합니다. 우선 인공지능 강화학습 기술로 진단과 시술 단계의 어려움을 해소하고 싶습니다. 국내에도 수술 로봇은 있지만 AI의 강화학습을 의료기기에 접목한 소프트웨어 기술은 아직까진 저희 뿐이거든요. 해외에서도 유사 연구 몇 건만 진행됐을 정도고요. 3D 혈관 모형 실험에선 99% 경로를 잘 찾아갈 정도로 실험이 마무리되고 있어요. 불규칙한 심장박동과 호흡을 제어하는 정합기술을 고도화하는 중입니다. 현재 협착된 담관을 뚫는 시술 솔루션도 개발 중인데, 강화학습이라는 인공지능 기술로 3년 안에 3가지 의료기기 및 솔루션을 개발하는 것이 목표입니다. ”

### Impact Keyword

메디픽셀은 인공지능 기술을 활용한 의료 접근성과 인류의 삶의 질 개선을 위한 헬스테크를 지향합니다. 특히 심혈관 질환 진단 및 시술의 안전성, 효율성을 높이는 강화학습 기반의 솔루션을 개발하고 있습니다. 인공지능 기반으로 흉부 CT를 분석해 폐암 여부를 판별하는 진단 솔루션을 개발한 바 있는 메디픽셀은 존슨앤존슨(Johnson&Johnson) QuickFire Challenge에서 인공지능 기반 로봇 PCI(Percutaneous Coronary Intervention) 솔루션으로 우승했고, 의료 영상 촬영장치의 영상 정밀도 제어장치, 머신러닝 기반 병리 진단 방법 및 장치, 머신러닝 기반 결절 이미지 자동 연속 표시 장치 등에 대한 특허 출원과 함께 기존 의료장비 하드웨어에 유연하게 적용 가능한 소프트웨어 솔루션을 보유하고 있습니다.



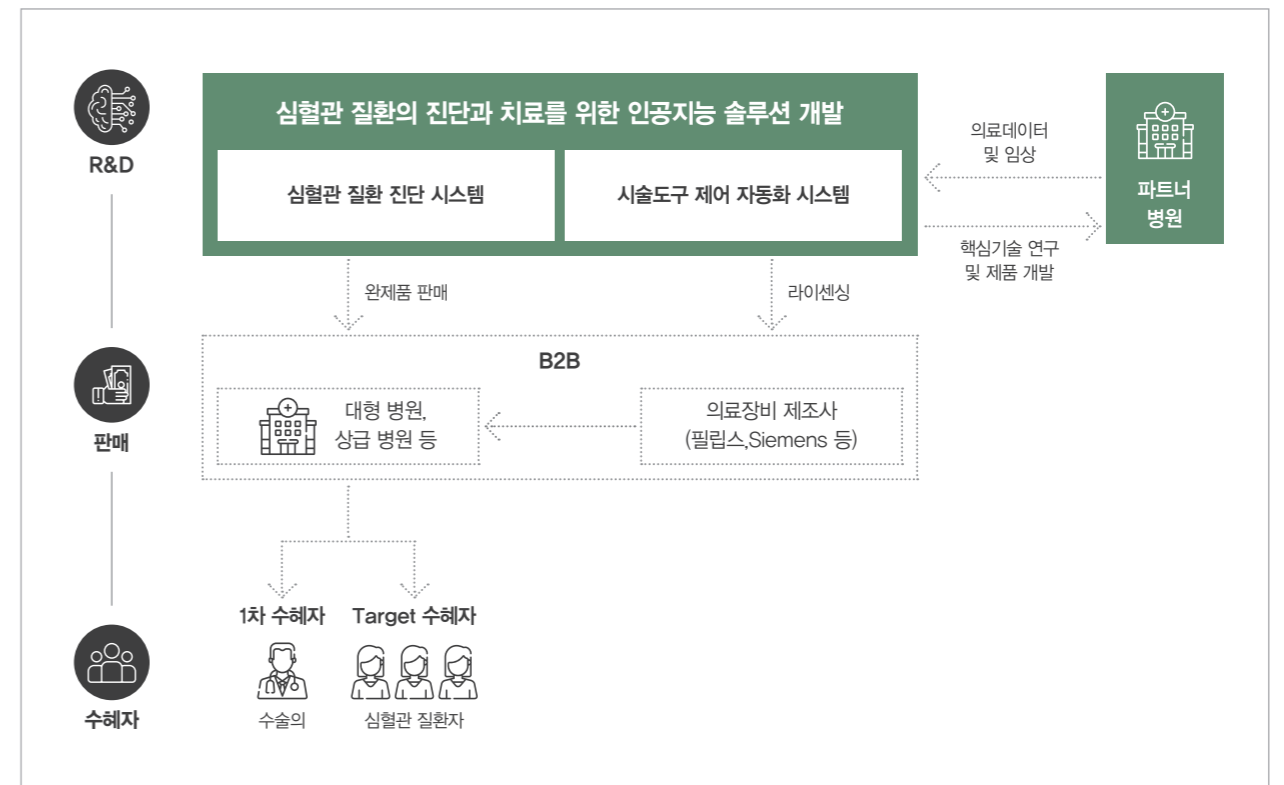
### Key Findings

- 심혈관 질환 진단 및 시술을 하는 의사들의 실제 니즈에서 출발해, 병원과의 긴밀한 협력을 통한 인공지능 강화학습 솔루션을 적용 및 개발 중임(정량적 관상동맥 조영술(QCA) 분석 화면, 오른쪽 사진)
- 특정 영역에만 제한되어 있는 타 기업 제품과 달리 완전폐쇄병변 뿐만 아니라 일반 심혈관, 말초혈관, 뇌혈관 시술 등 타 분야로 쉽게 확대 적용이 가능함
- 시술 장비와 소프트웨어를 동시 구매해야 하는 경쟁사 제품과 달리 메디픽셀의 시스템은 각 제조사의 하드웨어에 소프트웨어만 업그레이드하여 활용 가능함



### Business Activities

메디픽셀은 헬스케어 분야에 인공지능 기술을 접목해 인류의 건강한 삶에 기여하는 헬스테크 기업입니다. 병원 등 의료계와 긴밀한 협력으로 빅데이터를 확보해 강화학습에 기반한 의료 영상 분석 소프트웨어를 개발하고 있습니다. 의료 영상 판독에 인공지능을 이용해 진단 소견을 보완하고, 영상 분석에 걸리는 시간을 줄입니다. 이를 통해 의료의 질을 상향 평준화하고 오진, 부작용 등 환자에게 미치는 부정적인 효과를 낮출 것으로 기대하고 있습니다. 현재 메디픽셀은 심혈관 의료 영상 분석 솔루션과 시술 시 가이드 와이어 삽입 과정을 자동화하는 솔루션을 함께 개발 중입니다. 강화학습 기술을 활용해 대량의 의료 영상 기록을 처리하여 진단과 시술의 안전성과 정확성을 높이고, 시술 과정을 돕는 의료 보조 도구를 개발하고 있습니다.



■ 현재 진행 중 □ 진행 예정

## Social Issue

의료 서비스 개선  
요구 증가



### 진단의 정확성

의료 데이터의 복잡성 심화로  
데이터 선별 및 판독의 어려움 존재



### 치료의 안전성

환자 및 질환 특성에 따른  
시술의 애로점 존재



### 의료 서비스 질적 저하

고령화, 만성질환으로 인한 의료  
수요 증가 대비 의사 수 부족

보건의료 분야  
인공지능 기술 필요성



### 질병 진단 인공지능

#### 보조 시스템 도입

머신러닝, 인공 신경망 등을  
적용한 보다 정확한 진단 가능



### +41.9% 진단 성과 향상

축적된 의료 데이터를 바탕으로  
인공지능 알고리즘 적용 시 치료 가능한  
질환의 정밀진단 및 조기 발견 가능



### -10% 의료비 절감

2025년 의료비 예상 절감율 23% 중 10%는  
빅데이터와 첨단 IT 기술에서 기인

\*참고 자료  
한국보건산업진흥원, 의료인공지능 현황 및 과제(2016)  
인디애나 대학 Casey Bennett(2013)  
McKinsey&Company, "Global growth:Can productivity save the day in an aging world?"(2015)

## Problem

메디픽셀은 심혈관 질환 중에서도 협착된 혈관을 확장하는 과정에서 발생하는 어려움을 해소하는 솔루션에 주목했습니다. 기존의 의료 장비로는 폐쇄된 혈관 모양과 크기를 실시간 확인하기 어렵기 때문에 의사의 숙련도와 컨디션에 의존하는 상황입니다. 막힌 혈관을 확인하기 위해 조영제를 계속 사용하게 되기 때문에 비용 부담은 물론이고 조영제 부작용 가능성도 높습니다. 시술 시간도 오래 걸려 상대적으로 방사선 노출도 증가하고 회복 시간도 오래 걸립니다.

### 기존 솔루션의 한계

- 진단 및 시술 시간과 난이도 증가
- 조영제 사용으로 인한 부작용 및 비용 증가
- 방사선 노출 및 회복 시간 증가

이러한 문제를 해결하기 위해 인공지능을 활용해 막힌 혈관을 가시화하고, 시술 중인 가이드 와이어의 위치를 실시간 확인할 수 있는 솔루션을 개발하고 있습니다.

## People



시술 및 치료가 필요한  
심혈관 질환(완전폐쇄병변)  
환자들

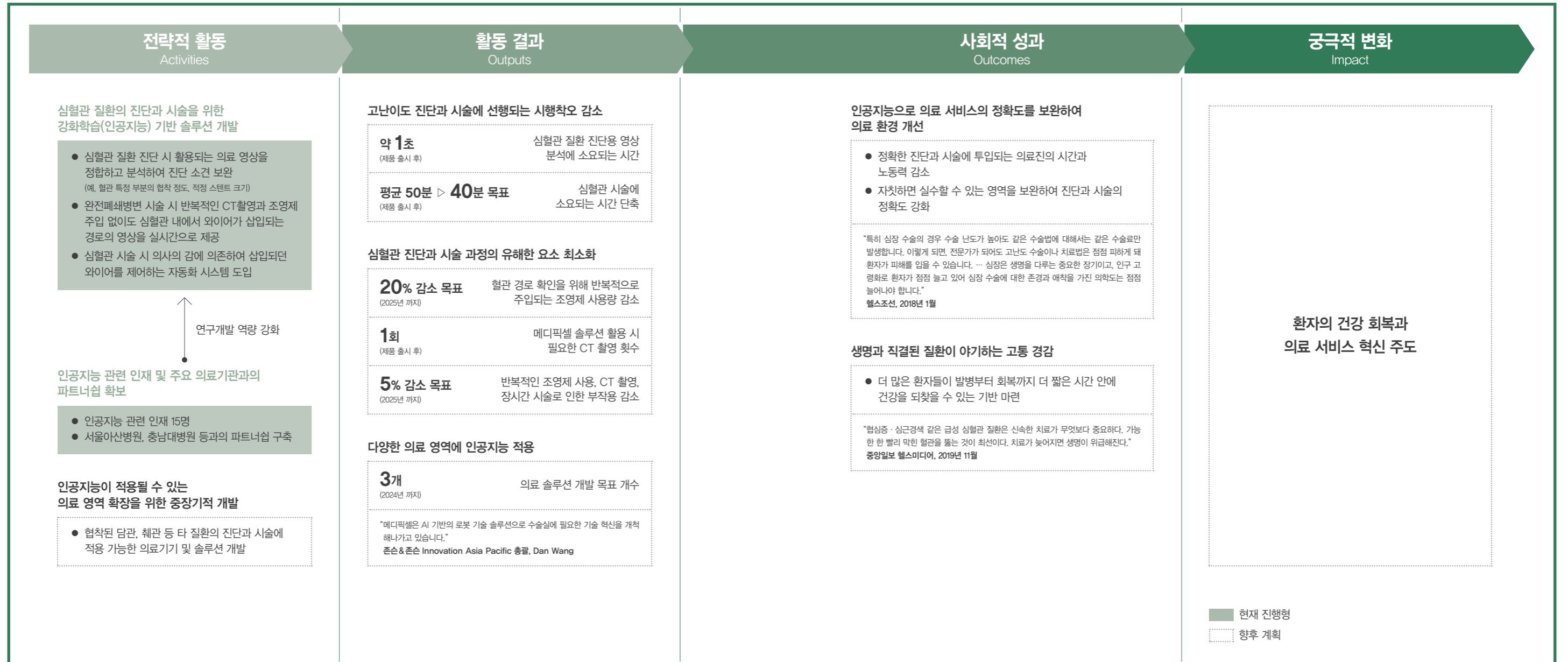


심혈관 질환  
(완전폐쇄병변)  
시술 의료진

## Product

강화학습이 적용된 컴퓨터 비전(영상 처리)  
기술 및 의료 도구 제어하는 시술용  
솔루션 개발

## IMPACT CHAIN



■ 현재 진행형  
□ 향후 계획



# 리베스트 플렉시블 배터리 전문 제조업체



리베스트가 개발한 플렉시블 배터리는 글로벌 제조사와 함께 제품 테스트를 진행 중이다. ©An iWatch prototype Image Credit\_ VeneStudio



- 김주성 대표
- 2016년 설립
- 2019년 투자
- 13명(여성비중 38%) \*2020년 1월 기준
- www.libest.co

## Investment Theme

웰빙, 포용성



건강

HGI 핵심 가치

임팩트 테마

## SDGs Alignment



**SDG 3.4** 리베스트는 플렉시블 배터리를 활용한 웨어러블 디바이스의 대중화로, 의료 접근성이 낮은 사람들의 건강관리에 기여하고자 합니다.

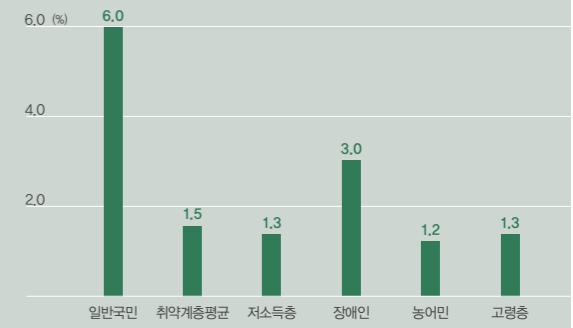
## About

리베스트는 플렉시블 배터리를 개발해 웨어러블 디바이스를 혁신하고, 보편적 의료 서비스를 제공하는데 기여합니다.

## Issue Data

한국의 경제·사회적 불평등은 디지털 정보 및 서비스 경험에도 영향을 미칩니다. 일반 국민과 장애인·고령층 등 취약계층의 인공지능(AI) 기기 및 서비스 경험을 격차는 약 3배에 이릅니다. 특히 취약계층의 웨어러블 디바이스 보유율은 1.5%로 일반 국민(6%)의 1/4 수준에 불과합니다. 웨어러블 디바이스의 경험률도 일반 국민과 취약계층이 각각 6.7%, 1.8%로 약 4배의 격차를 보였습니다. 그러나 웨어러블 디바이스의 실용성은 취약계층에게 더 높은 것으로 나타나고 있습니다. 웨어러블 디바이스를 경험한 사람들을 대상으로 '기술의 도움' 정도를 조사한 결과, 일반 국민(3.14점/4점) 보다 취약계층(3.25점/4점)이 더 높게 나타났습니다. 특히 장애인(3.49점/4점)이 가장 도움이 많이 된다고 응답했습니다.<sup>1</sup>

웨어러블 디바이스 기기 보유율

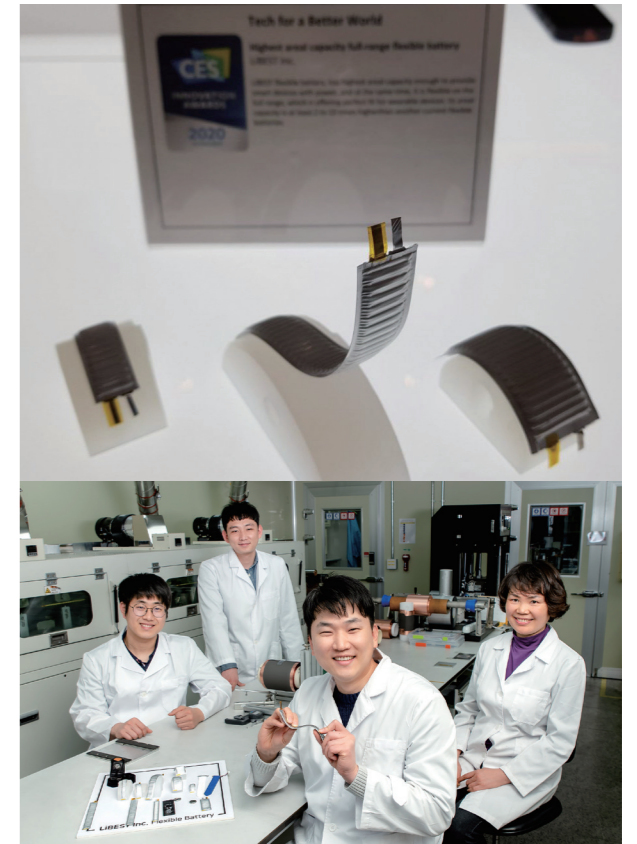


\*출처\_ 2019 디지털정보격차 실태조사 보고서, 한국정보화진흥원(2020)

## Impact Story

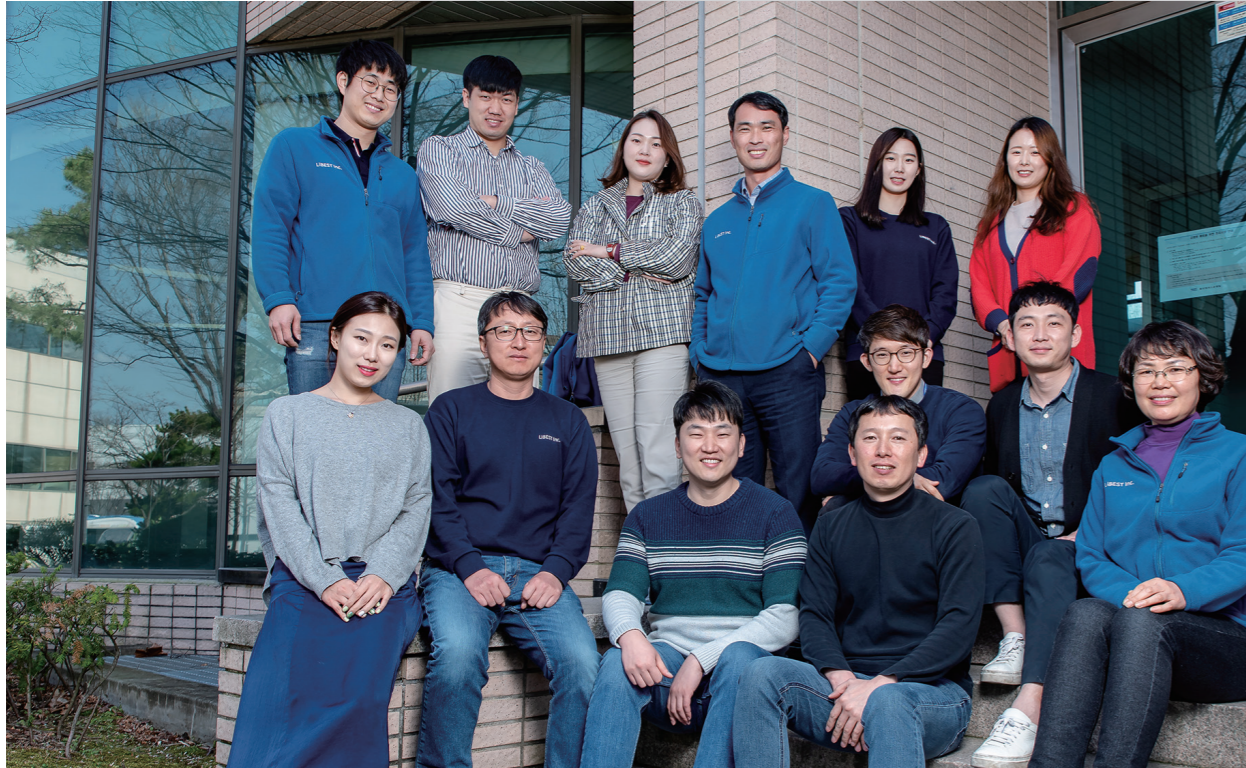
김주성 리베스트 대표는 2013년 카이스트 석사 과정부터 플렉시블 리튬 이온 배터리를 연구하고 개발했습니다. 리베스트의 플렉시블 배터리는 자유롭게 휘어지면서도 일반 배터리만큼의 용량을 갖추고 있어 스마트워치 등 헬스케어용 웨어러블 디바이스에 활용되기에 적합합니다. 이는 다양한 웨어러블 디바이스의 개발과 대중화에 기여할 수 있습니다.

리베스트의 제품은 여타 배터리에 비해 수명이 길다는 이점도 있습니다. 수명이 긴 배터리는 기기 자체의 수명을 연장시키며, 전체 시장에서 소비되는 원재료를 절감하는 환경적 임팩트도 있습니다.



1 2019 디지털정보격차 실태조사 보고서, 한국정보화진흥원(2020)





리베스트 임직원들의 모습, 아래줄 왼쪽에서 세 번째가 김주성 대표

“ 리베스트는 고령자나 치매환자의 건강관리에 도움을 주는 웨어러블 디바이스용 플렉시블 배터리 제작을 검토 중입니다. 치매환자의 경우, 기기가 불편하거나 두께가 충분히 얇지 않으면 벗어 버릴 위험이 있는데, 리베스트의 플렉시블 배터리를 적용하게 되면 신체 굴곡에 맞게 구부러지고 가볍고 얇아 착용하기 더 편리합니다. 향후 휠체어 등 퍼스널 모빌리티 기구나 의수, 의족 등에 필요한 급속충전 배터리를 개발해, 교통약자나 장애인을 위한 기구의 보급에도 기여할 예정입니다. ”

### Impact Keyword

리베스트는 플렉시블 배터리 개발을 통한 웨어러블 디바이스의 혁신을 추구합니다. 플렉시블 배터리는 자유롭게 휘어지면서 일반 배터리만큼의 용량을 확보해 인류의 건강 증진에 기여하는 다양한 헬스케어 디바이스의 개발을 가능하게 합니다. 웨어러블 디바이스는 활동량, 심박수, 혈압 등 다양한 건강 데이터를 원격으로 확보할 수 있어 향후 원격의료의 가능성도 열어줍니다. 리베스트는 고령자, 치매환자 등 사회적 약자를 위한 제품을 개발해 보편적 의료 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

헬스케어 디바이스  
플렉시블 배터리  
**웨어러블 혁신**  
원격의료 혁신 사회적 약자  
공유 혁신 의료 기술 사회공헌  
건강증진 뉴폼팩터 더 나은 삶

\*Impact Keyword Wordcloud  
(전직원 참여 설문을 통한 주요 키워드 추출)

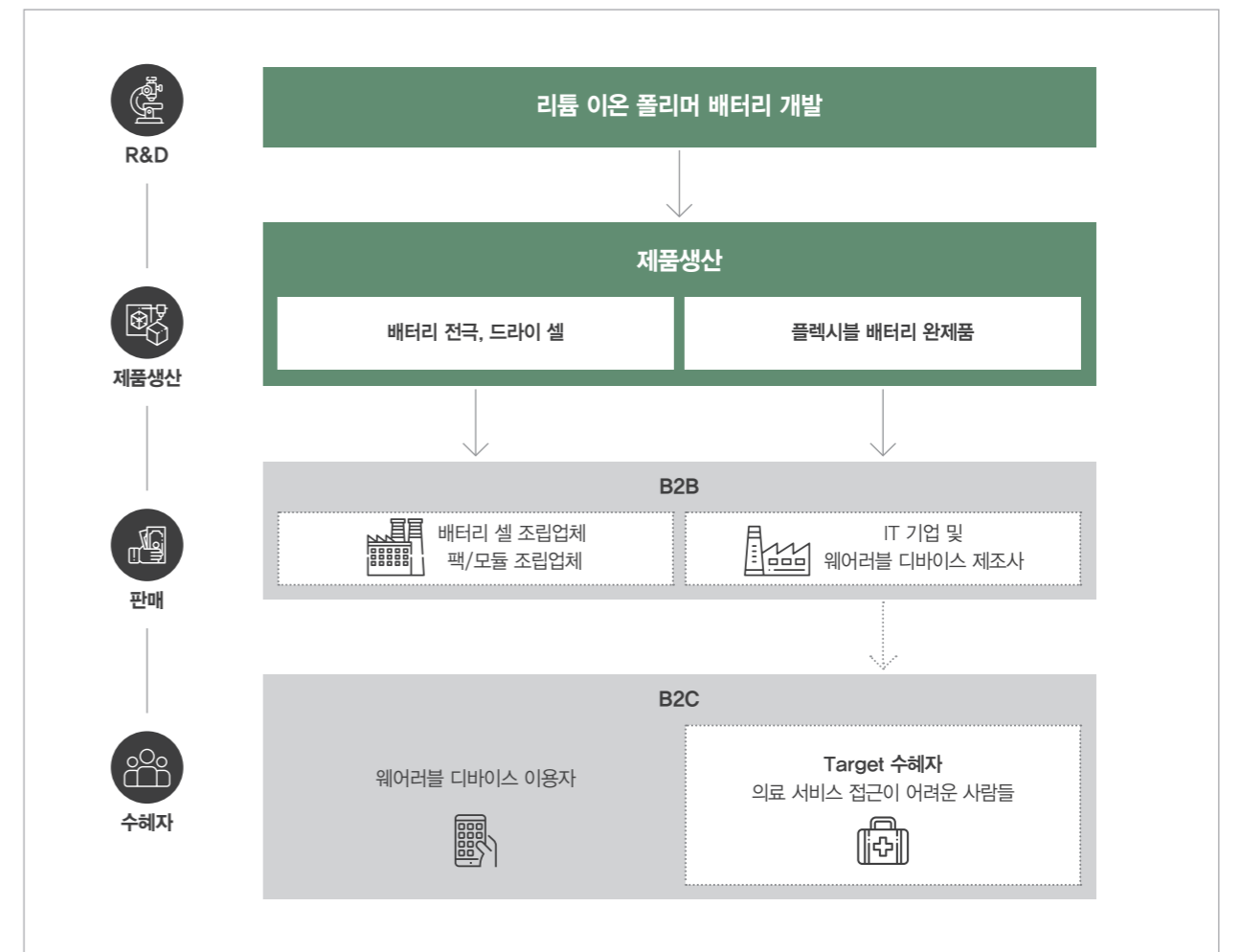
### Key Findings

- 플렉시블 배터리를 개발해 웨어러블 디바이스의 기술 혁신에 기여
- 고령자, 치매환자 등 사회적 약자에 특화된 제품 개발로 의료 서비스 대중화에 기여

### Business Activities

리베스트는 리튬이온 폴리머 배터리 개발 및 제조 역량을 기반으로 플렉시블 배터리를 개발했습니다. 유사 경쟁사 제품 대비 우수한 물리적 유연성 및 내구성, 용량을 특징으로 가지고 있습니다. 2019년 말 기준 플렉시블 배터리 관련해 국내외 42건의 특허를 출원 및 등록했으며, 동 제품으로 '국제전자제품박람회(CES 2020) 혁신상'을 수상했습니다.

현재 시제품 제조 시설을 완비하고, 스마트폰, 스마트워치, 헤드셋, 스마트 반지 등 국내외 다양한 웨어러블 디바이스 제조사와 협력해 시제품을 테스트 중이며 2020년 설비 증설을 통해 생산을 확대할 계획입니다. 리베스트는 웨어러블 디바이스의 기능과 디자인 혁신을 도울 제품으로 성능이 우수한 플렉시블 배터리를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 이외에도 배터리가 내장된 스마트워치용 시계끈(스트랩)을 개발해 판매를 준비하고 있으며, 외부 업체 배터리 기술 컨설팅 등을 제공하고 있습니다.



■ 현재 진행 중 □ 진행 예정

## Social Issue

\*참고 자료  
 Endeavor Partners survey(2014)  
 2019 디지털정보격차 실태조사 보고서, 한국정보화진흥원(2020)


<p><b>취약계층 웨어러블 디바이스 격차</b></p>  <p><b>4배</b>                  일반국민 대비 취약계층 웨어러블 디바이스 보유율 격차                  (일반국민 보유율 6.0%, 취약계층 평균 보유율 1.5%)</p>	<p><b>3.7배</b>                  일반국민 대비 취약계층 웨어러블 디바이스 경험률 격차                  (일반국민 경험률 6.7%, 취약계층 평균 경험률 1.8%)</p>	<p><b>3.25점/4점</b>                  취약계층 웨어러블 디바이스 관련 기술 도움 정도 평가                  (일반국민 3.14점)</p>
<p><b>웨어러블 디바이스 딜레마</b></p>  <p><b>낮은 사용자 효용</b>                  부정확한 센싱, 정보 입력의 번거로움과 같은 기술적 문제부터 사용자의 동기부여 및 상호작용 부재와 같은 사용자 경험 요소들이 충족되지 못하고 있음</p>	<p><b>낮은 지속 사용성</b>                  활동량 측정 웨어러블 디바이스 구매 후 15개월 경과 시 구매자의 절반 정도의 사용자만이 웨어러블 디바이스를 사용</p>	

## Problem

웨어러블 디바이스가 활용되는 대표적인 분야는 헬스케어입니다. 웨어러블 디바이스는 우리 몸에 밀착 착용이 가능해 연속적이고 정량적인 건강 데이터(활동량, 심박수, 혈압, 혈당, 뇌파, 감정, 발작 등)를 실시간 원격으로 획득할 수 있습니다. 환자 유래 건강 데이터는 정밀 의료와 예측, 예방 의료를 구현하는 핵심 기술로 꼽힙니다. 과거 모바일 혁명이라 불리는 스마트폰, 태블릿 PC의 보급 및 대중화는 금융, 교육 서비스 접근성을 증대시켰고, 이로 인해 아프리카, 아시아 BoP(Bottom of Pyramid) 지역의 극빈·취약계층의 삶의 질을 개선시키는 효과를 낳았습니다. 웨어러블 디바이스의 확산 역시, 원격 의료를 통해 의료소외계층의 서비스 접근성을 증가시키고 삶의 질을 개선해줄 수 있습니다.

다양한 웨어러블 디바이스 개발을 막는 가장 큰 제약 요인은 배터리 기술입니다. 신체에 밀착되고, 의료 데이터를 보다 정밀하게 측정하려면 유연하고, 용량과 내구성이 뛰어난 배터리 개발이 필요합니다. 리베스트는 웨어러블 디바이스 혁신을 이끌 핵심 요소로 플렉시블 배터리에 주목했습니다.

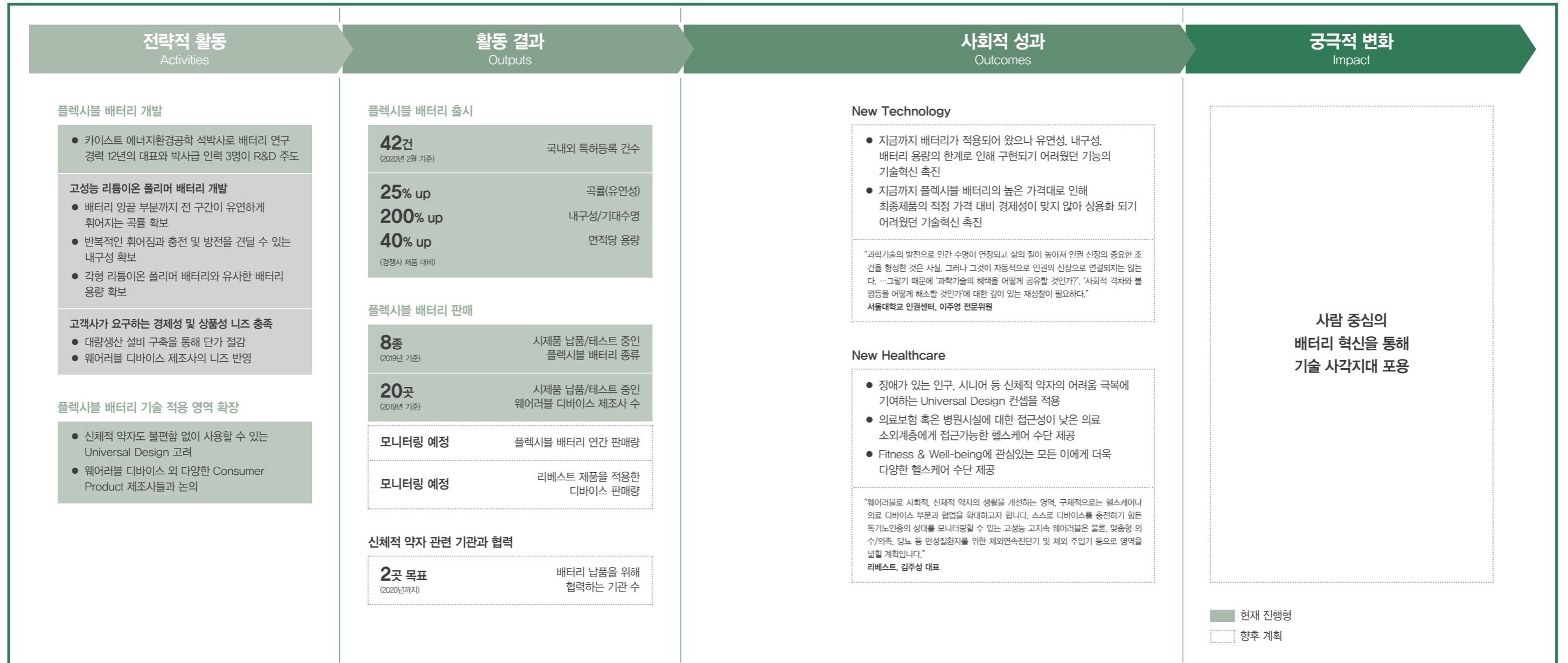
## People

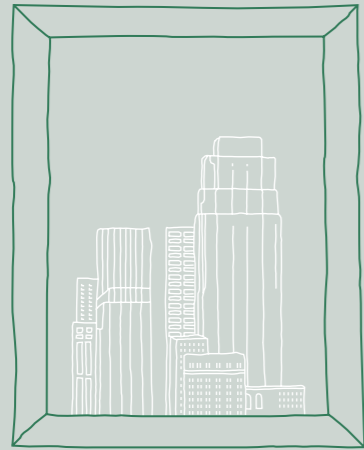
  
 공간, 시간, 비용 등의 이슈로 의료 서비스 접근성이 낮은 의료소외계층

## Product

웨어러블 디바이스를 위한 플렉시블 배터리 개발 및 제조

## IMPACT CHAIN





테코플러스  
엔비저블  
심플프로젝트컴퍼니  
알엘에이피

## Expand Impact

HGI는 임팩트를 확산하는 기업들의 성장을 돕습니다. 테코플러스, 엔비저블, 심플프로젝트컴퍼니, 알엘에이피는 친환경 제품 개발, 유아용 뉴미디어 콘텐츠 제작, 창업자들을 위한 솔루션 제공 등 다양한 방법으로 우리 사회의 문제를 해결하고 있습니다. 4개 기업이 인식하고 있는 사회 문제와 소비자에게 제공하고 있는 제품의 임팩트에 주목해 기업들의 성과를 설명합니다.



# 테코플러스

친환경 소재 전문 기업



	유수연 대표
	2016년 설립
	2018년 투자
	8명(여성비중 63%) *2020년 1월 기준
	www.tecoplus.co.kr

## Investment Theme

웰빙



환경

HGI 핵심 가치

임팩트 테마

## SDGs Alignment



**SDG12 12.4** 테코플러스는 플라스틱의 석유 함량을 절반 가량으로 낮추고 미네랄, 사탕수수 등의 원료를 배합한 친환경 플라스틱 원료를 개발해, 인간의 건강과 환경에 미치는 부정적 영향을 줄입니다.



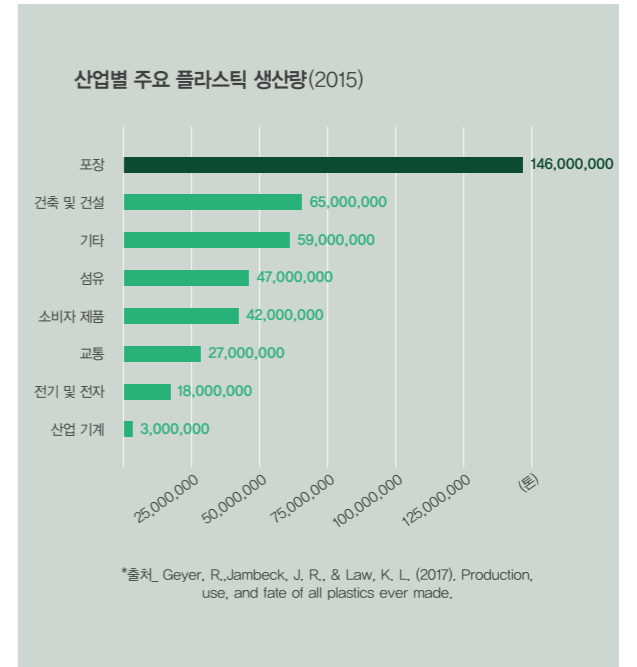
**SDG13 13.1** 테코플러스의 친환경 플라스틱은 분해 촉진 첨가제를 활용해 일정 기간(6~60개월) 내 생분해가 가능하기 때문에, 매립 시 야기되는 토질 저하 및 환경오염을 절반 가량으로 낮출 수 있습니다. 이를 통해 자연재해에 대한 복원력과 적응 능력을 강화할 수 있습니다.

## About

테코플러스는 '신뢰할 수 있는 친환경 플라스틱'을 개발합니다. 친환경 바이오 베이스 플라스틱을 개발해 환경에도 덜 유해하며, 소비자에게 보다 안전하고 신뢰할 수 있는 플라스틱을 공급합니다.

## Issue Data

1950년부터 지금까지 전 세계 플라스틱 누적 생산량은 83억 톤에 달하며, 이 중 절반 가량이 지난 13년 동안 생산되었을 정도로 사용량이 급격히 증가하고 있습니다.<sup>1</sup> 포장재로 사용되기 위해 생산된 플라스틱은 연간 1억4,600만톤에 달하며, 이는 전체 산업에서 1/3이 넘습니다. 한편, 플라스틱 사용량의 79% 이상이 재활용되지 않고, 매립되거나 유실되고 있습니다. 이렇게 매립 및 유실된 플라스틱 쓰레기는 자연 분해되는데 400년 이상이 소요됩니다.<sup>2</sup>



## Impact Story

친환경 플라스틱 시장의 맹점은 '원료를 눈으로 확인하기 어렵다'는 사실에 있습니다. 즉 '친환경'이라는 말로 속여서 판매하기 쉽습니다. 무역업에 종사하던 유수연 테코플러스 대표는 '그린 워싱'으로 포장된 친환경 플라스틱 시장 행태를 목격했고, 전문가들과 함께 직접 창업에 나섰습니다.

테코플러스는 미네랄 및 사탕수수, 옥수수 등 식물 유래 물질이 포함된 친환경 플라스틱 원료 및 첨가제를 개발했습니다. 코코넛 껍질 원료를 확보하기 위해 태국 정글에 들어간 적도 있을 정도로, '믿을 수 있는' 원료 사용을 중요하게 생각했습니다. 테코플러스가 개발한 플라스틱은 기존 플라스틱의 석유 함량 중 절반 가량을 친환경 원료로 대체해, 플라스틱의 내구성은 유지하면서도 환경적인 부정적 임팩트는 절반 가량 줄일 수 있습니다. 현재 편의점 도시락 용기 소재, 화장품 친환경 용기 등으로 납품되고 있으며, 미국 FDA · USDA · UL, 독일 LFGB, 싱가포르 그린 라벨 등 국제공인인증을 기반으로 안정성 및 친환경성에 대한 신뢰를 구축하는 것을 핵심 가치이자 경쟁력으로 생각하고 있습니다.



테코플러스의 친환경 도시락 용기 패키지 ©테코플러스

1 The University of California, Santa Barbara(2017)  
2 Single-use plastics: A roadmap for sustainability(2018)



테코플러스의 임직원 모습. 왼쪽에서 세 번째가 유수연 대표

“ 편리하고 가격경쟁력 있는 원료가 좋은 원료라고 생각해요. 현재 50%로 줄인 플라스틱을 천연물로 대체하는 테스트를 하고 있지만, 시간이 오래 걸리겠죠. 더 싸고, 더 단단한 친환경 원료를 찾으려면요, 사실 저희와 같은 스타트업이 우선적으로 할 수 있는 것은 친환경 포장용기의 제품군을 늘리는 거라고 생각해요. 일회용 포크도 만들고, 접시도 만들고, 캠핑 제품들도 만들 수 있겠죠. 그리고 10년 후에는 종이류에 도전하려고 해요. 플라스틱이 문제가 되면서 종이 포장이 늘어나고 있는데, 이 또한 환경적 문제가 될 수 있거든요. '친환경 포장 왕'에 도전하려고 합니다(웃음). ”

## Impact Experience

테코플러스의 친환경 플라스틱은 플라스틱 용기 생산 업체에, 시트 원단은 성형 업체에, 완제품 플라스틱 용기는 B2C 플라스틱 용기 제조 및 유통사에 판매하고 있습니다. 테코플러스의 기술력이 담긴 제품은 2020년 3월부터 배민상회(배달의민족 B2B 배달 비품 쇼핑몰) '친환경' 카테고리에 선보이고 있습니다. (오른쪽 참고 사진)



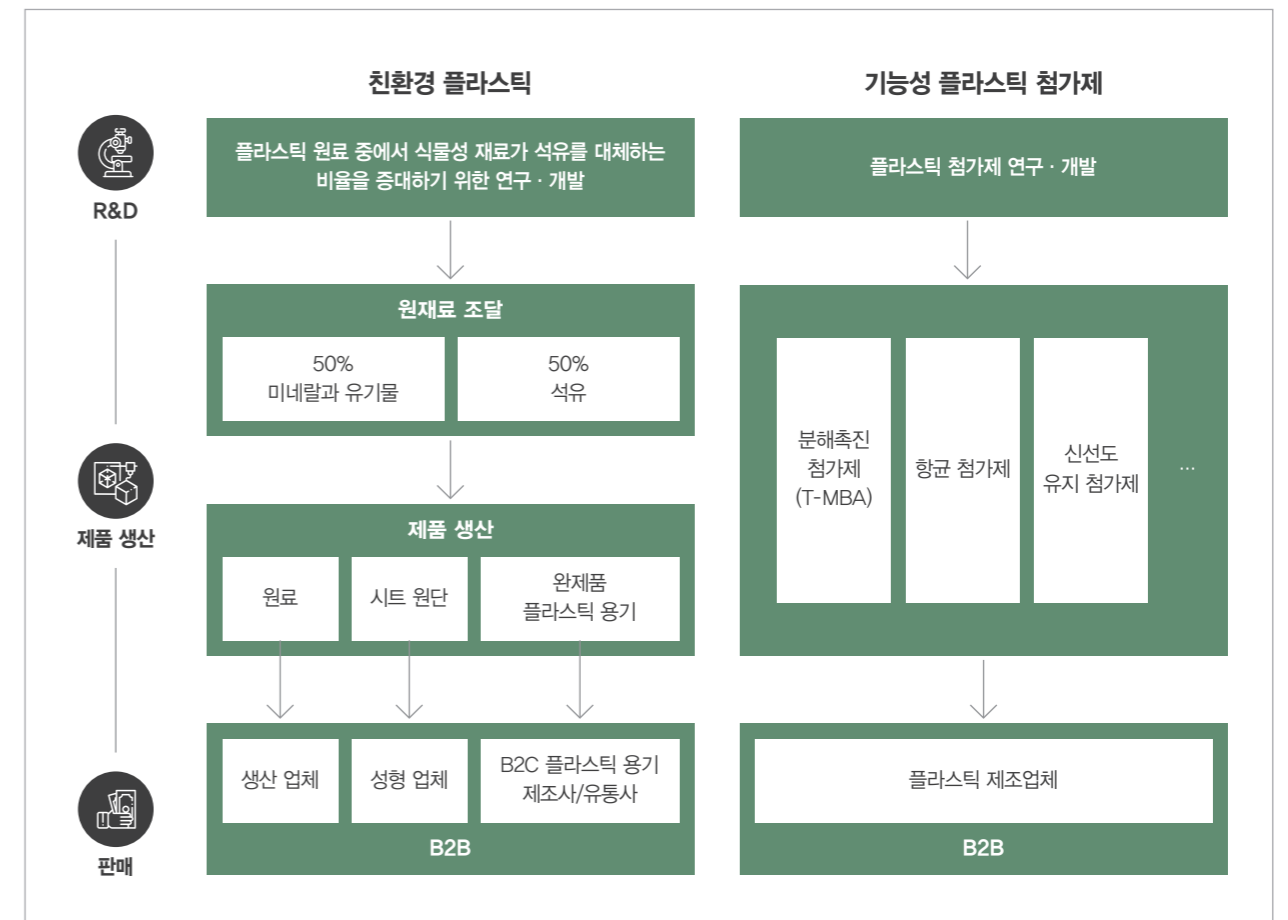
## Key Findings

- 플라스틱 원재료의 절반 가량을 미네랄, 사탕수수, 코코넛 등 인체에 무해한 자연 작물로 사용함
- 플라스틱 분해촉진 첨가제(T-MBA)가 첨가된 친환경 플라스틱 제품은 1차 저분자화, 2차 생분해 과정을 거쳐 물과 이산화탄소로 분해됨
- 특허 및 국내외 인증을 통해 친환경성과 안전성이 검증됨

## Business Activities

테코플러스는 플라스틱 원료 기술을 바탕으로 플라스틱 분해촉진 첨가제와 친환경 플라스틱 용기 완제품 및 중간재를 생산하는 친환경 소재 전문 기업입니다. 미네랄 및 사탕수수, 옥수수 등 식물 유래 물질이 포함된 친환경 플라스틱 원료 및 첨가제를 판매하고 있습니다. 플라스틱 분해촉진 첨가제의 경우, 플라스틱 포장에 가장 많이 사용되는 폴리프로필렌(PP) 수지에 1% 첨가하여 생산하면, 일반 플라스틱에 비해 빠른 시간 안에 분해가 가능합니다. 이 같은 기술력을 바탕으로 석유 사용량은 50% 감소시켰으나 물성은 기존 플라스틱과 유사하며 가격경쟁력을 보유한 친환경 플라스틱 용기를 함께 판매하고 있습니다.

국내 플라스틱 분해촉진 첨가제 최초로 싱가포르 그린라벨 인증을 받는 등 국내·외 인증을 통해 테코플러스 제품들은 친환경성 및 인체 안전성을 검증 받았습니다. 테코플러스는 환경에 미치는 부정적 영향을 줄이고자 원재료 내 바이오 매스(Biomass) 함유량을 높이기 위한 기술 개발에 지속적으로 매진하고 있습니다.





## Social Issue

\*참고 자료  
미국 캘리포니아주립대와 조지아주립대 공동연구팀, 사이언스 어드밴시스  
한국과학기술한림원, 플라스틱 오염 현황과 그 해결책에 대한 과학기술 정책(2018)  
Geyer, R., Jambeck, J. R., & Law, K. L.(2017)  
경기연구원, 폐플라스틱 관리정책의 한계와 시사점(2019)

### 플라스틱 폐기물 이슈



한국, 2016년 기준  
플라스틱 사용량 세계 1위

**63억톤**  
1950~2015년 플라스틱 폐기물 발생량



**79%**  
1950~2015년 전체 플라스틱 폐기물 중  
매립되거나 자연에 버려진 쓰레기 비율



**47%** (2015년 기준)  
플라스틱 폐기물 중 포장재 비율

### 플라스틱 폐기물의 부정적 영향



미세 플라스틱으로  
전환되어 미치는 영향

**토지 오염**  
매립가스 발생, 첨가제 등 화학 물질이  
침출수로 유출



**58%**  
국내 해양 쓰레기 중 플라스틱  
폐기물 비율



**인체건강 위협**  
해양의 미세 플라스틱은  
먹이사슬 단계를 통해 발암 등  
인체 건강에 해로운 영향을 미침

## Problem

테코플러스는 플라스틱의 사용이 불가피한 상황에서 이를 보완하고 개선하기 위한 솔루션으로 플라스  
틱 생산원료에 주목했습니다. 현재까지 개발된 친환경 플라스틱은 지구 환경에서 빠른 속도로 분해되  
기 어렵거나, 기존 플라스틱의 물성을 구현하지 못해 상용화되지 못하고 있습니다.

### 기존 솔루션(생분해 플라스틱) 한계

- 일반 플라스틱에 비해 비싼 가격
- 유통 과정에서 조기 생분해 위험
- 열에 취약하고 낮은 물성을 보유

이와 같은 문제를 해결하기 위해 테코플러스는 기존에 개발된 생분해 플라스틱에 비해 내구성과 가격  
경쟁력을 보유한 친환경 플라스틱 제품을 생산합니다. 또한 다른 제품에 비해 분해 속도가 빠르며 분  
해 개시시점을 조절할 수 있는 플라스틱 분해촉진 첨가제를 개발해 이를 적용한 친환경 플라스틱 포장  
재를 생산하고 있습니다.

## People

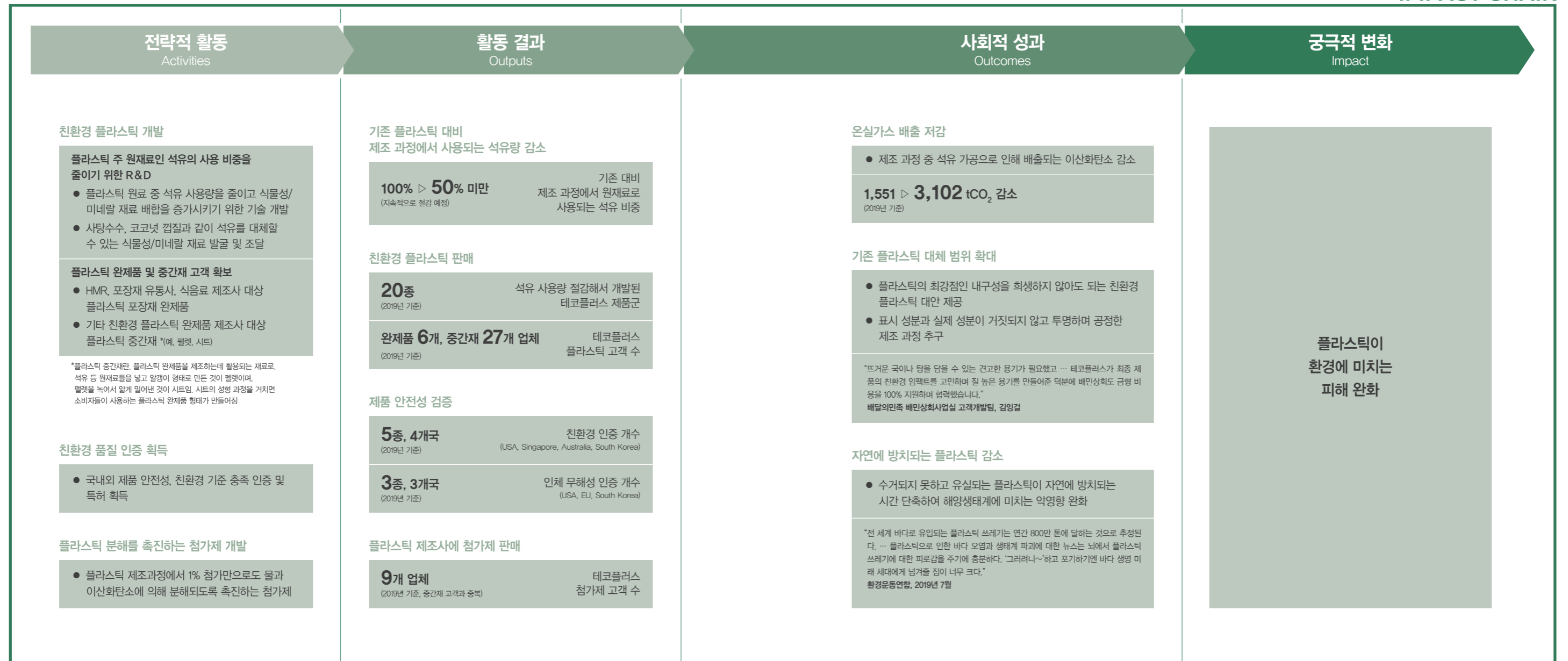


친환경 비즈니스로의 혁신을 시도하는  
플라스틱 용기 제조사 및 유통사

## Product

바이오매스(Biomass) 함유량 높은  
플라스틱 원료 및 친환경 플라스틱 포장재  
제조 · 판매

## IMPACT CHAIN



# 엔비저블

유아용 인터랙티브 미디어 및 교육 콘텐츠 개발 전문 기업



# en visible

-  방현우 대표, 허윤실 대표
-  2009년 설립
-  2019년 투자
-  36명(여성 비중 44%) \*2020년 1월 기준
-  www.funtory.house

## Investment Theme

다양성



HGI 핵심 가치

임팩트 테마

## SDGs Alignment



**SDG4 4.2** 엔비저블은 유아기 미디어 콘텐츠 노출이 높아지는 상황에서, 신체활동과 두뇌활동을 함께 경험할 수 있는 인터랙티브 콘텐츠를 개발해 양질의 영유아 발달을 돕습니다.

## About

엔비저블은 '유아용 인터랙티브 미디어 및 교육 콘텐츠'를 개발합니다. 아이들은 엔비저블의 뉴미디어 콘텐츠를 통해 신체활동과 두뇌 활동을 함께 경험하며, 미래기술 교육을 학습할 수 있습니다.

## Issue Data

유아동의 스마트폰 의존이 심해지고 있습니다. 2017년 기준 유아동(3~9세)의 19.1%가 스마트폰 과의존 위험군에 해당하는 것으로 나타났습니다. 유아동 중 과의존 위험군 비율은 2015년 12.4%, 2016년 17.9%에 이어 2017년에는 19.1% 증가세입니다. 스마트폰 과의존 위험군은 하루 4시간 이상 스마트폰을 사용하는 사용자를 의미합니다. 전문가들은 어린 나이에 전자 미디어에 노출되면 언어지체, 집중력(주의력) 저하, 비만, 공격적인 행동, 수면 문제 등 건강에 악영향을 미칠 가능성이 커진다고 경고하고 있습니다.

대상별 스마트폰 위험군 현황



## Impact Story

서울대 기계공학부 교수 출신의 미디어 아티스트이자 스타트업 창업가. 방현우 엔비저블 대표 앞에 붙는 이색적인 수식어입니다. 방현우 대표는 대학 시절부터 기술과 미디어를 결합한 뉴미디어 아트에 매료되어 아내 허윤실 대표와 함께 작품 활동을 해왔습니다. 이후 대학 교수의 길을 걸으며 대한민국 인재들의 뜻밖의 천재성이 증명된 콘텐츠 산업에 큰 관심을 갖게 됩니다. K-팝, K-컬처로 대표되는 글로벌 K-웨이브가 대한민국 미래 인재들이 뛰어놀게 될 운동장이라 판단하고, 그 지평을 넓히는데 일조하고자 인터랙티브 미디어를 중심으로 한 콘텐츠 회사 엔비저블을 설립합니다.

엔비저블 콘텐츠의 핵심 소비자는 유아동입니다. 현재 아이들이 소비할 수 있는 콘텐츠는 스마트폰, TV 등을 통한 일방향이적이고 수동적인 메시지 위주입니다. 신체 활동이 필요한 시기에 전자 미디어에 과도하게 노출되는 위험을 가지고 있죠. 엔비저블은 인터랙티브 콘텐츠를 경험할 수 있는 오프라인 공간 판토리아우스를 운영하며, 유아동들이 신체활동과 두뇌활동을 함께 경험할 수 있도록 서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 그래픽 및 소프트웨어, 하드웨어 전문 개발 인력을 다수 보유하고 있으며, 인하우스 팹랩(Fab-Lab)을 통해 공학 기술을 접목한 하드웨어 장치들을 지속적으로 개발하고 있습니다.



판토리아우스 내부 모습 ©엔비저블





엔비저블의 임직원 모습. 왼쪽에서 세 번째가 허윤실 대표, 네 번째가 방현우 대표

“ 요즘 엄마들 공통 질문이 ‘애들 휴대폰 어떻게 뺐나?’는 거라고 하죠. 집집마다 싸움의 주 제입니다. 근데 그렇다고 애들이 건전하게 놀 수 있는 건 ‘동화책’ 정도죠. 사실 아이들이 콘텐츠에 대한 수요와 호기심이 많은데, 충족이 안 된 거라고 봐요. 그래서 신체활동이 들 어간 교육적 콘텐츠를 저희가 제공하면서, 그 니즈를 건강하게 채워줄 수 있는거죠. 그리고 치료 효과가 있는 콘텐츠도 준비하고 있어요. 몰입도 있는 콘텐츠를 통해 집중력을 향상시 킬 수 있거든요. 치매를 지연시키는 등 기능적 게임의 영역에서도 엔비저블의 기술력이 적 용될 부분이 많다고 봐요. ”

## Impact Experience

엔비저블이 운영하는 오프라인 공간 펀토 리하우스에는 50여종이 넘는 어린이 전용 인터랙티브 콘텐츠가 있습니다. 플레이존 (Play Zone)에는 신체활동 및 다양한 두뇌 활동을 유도하는 콘텐츠들로 구성되어 있 으며, 어린이용 헬스 기구와 미디어 콘텐츠 가 결합된 펀토리 짐(Funtory Gym) 공간 도 있습니다. (오른쪽 참고 사진)



\*펀토리하우스 소개 동영상 보기

## Key Findings

- 콘텐츠 기획부터 캐릭터, 디자인, 소프트웨어, 전자부, 기구부, 미디어 시공 전 과정을 자체 운영하며 유아용 콘텐츠를 완성도 높게 구현함
- 환경호르몬 없는 무독성 소재로 제작하는 스페이스 브릭 등 안전성이 검증된 공간 인테리어용 최고급 자재를 설계해 생산함
- 서울대 공과대학 교수, 서울대 미술대학 박사, 이화여대 교육공학 박사 등 교육 분야 전문 연구진을 중심으로 미래기술 및 융합교육 관련 커리큘럼 기획, 교재 및 교구 개발함



## Business Activities

엔비저블은 유아동에게 최적화된 인터랙티브 및 미래기술 콘텐츠를 경험할 수 있는 에듀테인먼트 놀이 공간인 펀토리하우스를 운영하고 있습니다. 2019년 말 기준 서울, 경기 지역 중심으로 총 7곳의 오프라인 공간을 통해 신체활동과 두뇌활동을 함께 유도하는 인터랙티브 미 디어 콘텐츠를 자체 개발해 제공하고 있습니다. 또한 펀토리하우스 매장 설비를 활용해 돌봄 사각지대가 발생하는 초등학생을 대상으로 방 과후 돌봄 서비스를 제공할 계획입니다.

그동안 축적해 온 콘텐츠 제작 노하우를 기반으로 융합·창의형 미래 인재 교육을 위해 유아동 스스로 학습해 나갈 수 있는 STEAM 교육 키트를 개발했으며 2020년 본격 유통할 계획입니다. 엔비저블은 스마트 기기를 통해 미디어를 접하고 자라는 4차 산업혁명 시대의 유아동 들이 교육적이고 무해한 형태의 뉴미디어를 외부 공간, 가정 등 다양한 환경에서 체험해 나갈 수 있도록 콘텐츠를 만들어 나갑니다.



■ 현재 진행 중 □ 진행 예정



## Social Issue

\*참고 자료  
한양대학교 의과대학 연구진, 유아 스마트 기기 사용 현황의 변화(대한소아신경학회지, 2018)  
한국보건사회연구원, 아동종합실태조사(2013)

### 유아용 스마트 기기 사용 증가



**85~95%**  
유아기 스마트 기기\* 사용 비율  
\*스마트TV, 디지털 장난감, 웨어러블 기기 등



**77~79%**  
유아 스마트 기기 사용 목적 중 단순 동영상 시청 비율



**40~50%**  
유아가 스마트 기기를 혼자 사용하는 비율

### 유아 미디어 콘텐츠 이슈



**콘텐츠 부작용 발생**  
스마트폰 중독 및 영상 의존도 심화로 사고력 발달 저해, 집중력 약화 등 부작용 발생 가능성 증가



**제한적 교육 효과**  
유아의 발달 교육 과정에서 사회적 상호 작용이 보다 중요한



**40.9%** 3~5세 아동이 최근 7일 30분 이상 운동한 날이 '0일'인 비율  
**25.1%** 5~8세 아동이 최근 7일 30분 이상 운동한 날이 '0일'인 비율

## Problem

유아기 스마트 기기 사용을 통해 미디어 콘텐츠를 접하는 횟수와 시간은 날로 증가하고 있습니다. 그러나 스마트 기기를 통해 대부분 단순 동영상 시청으로 소비되고 있으며, 체험이나 감각이 중요한 유아기 특성을 반영한 콘텐츠는 접하기 힘든 상황입니다.

### 체험 교육이 중요한 유아기

유아기는 인지발달단계 중 감각·운동기에서 조작기로 넘어가는 전조작기에 해당되며 감각의 자극과 체험이 중요한 시기임

### 개인형 미디어의 한계

콘텐츠 사용자가 유아 1명인 콘텐츠는 또래집단 간에 느낄 수 있는 다양한 심리 작용 및 협동 방법 체득이 어려움

이와 같은 문제 의식을 기반으로 엔비저블은 체험형 인터랙티브 미디어 콘텐츠들을 개발하고 있습니다. 미디어 기술의 혁신과 신체를 이용하는 놀이를 결합한 에듀테인먼트 콘텐츠를 활용해 인지 발달과 또래집단 간 협력을 경험하게 합니다.

## People

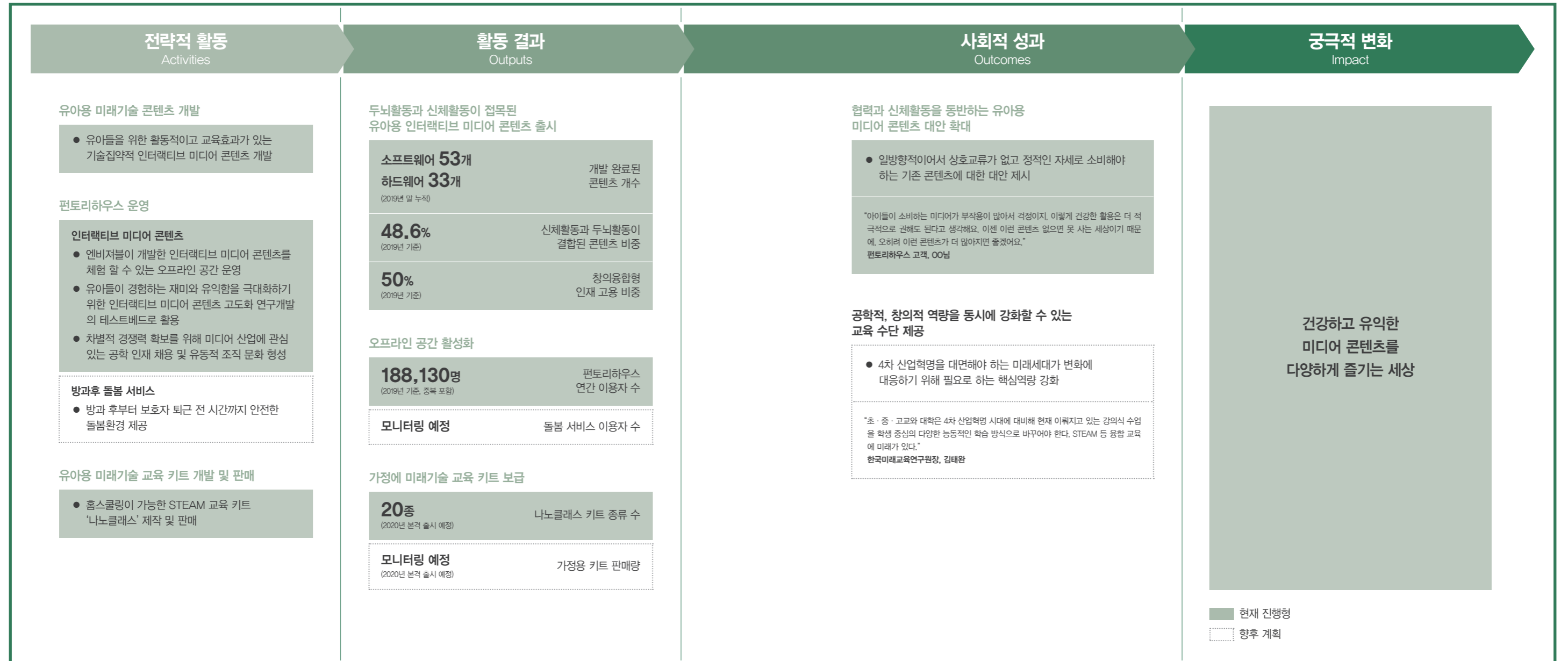


교육적이고 유익한 콘텐츠가 필요한 유아동 양육자

## Product

유아용 인터랙티브 미디어 및 미래기술 교육 콘텐츠 개발, 오프라인 놀이 및 체험 공간 제공

## IMPACT CHAIN



■ 현재 진행형  
□ 향후 계획



# 심플프로젝트컴퍼니

푸드 플랫폼 및 콘텐츠 운영 회사



## SIMPLE PROJECT & CO



김기웅 대표



2015년 설립



2019년 투자



99명(여성비중 51%) \*2020년 1월 기준



www.simpleproject.co.kr  
www.wecook.co.kr

### Investment Theme

포용성, 다양성



고용

HGI 핵심 가치

임팩트 테마

### SDGs Alignment



**SDG 8 8.2** 심플프로젝트컴퍼니는 공유주방 시스템을 도입해 F&B 창업의 고정비용을 절감하고 생산성 향상에 기여합니다.

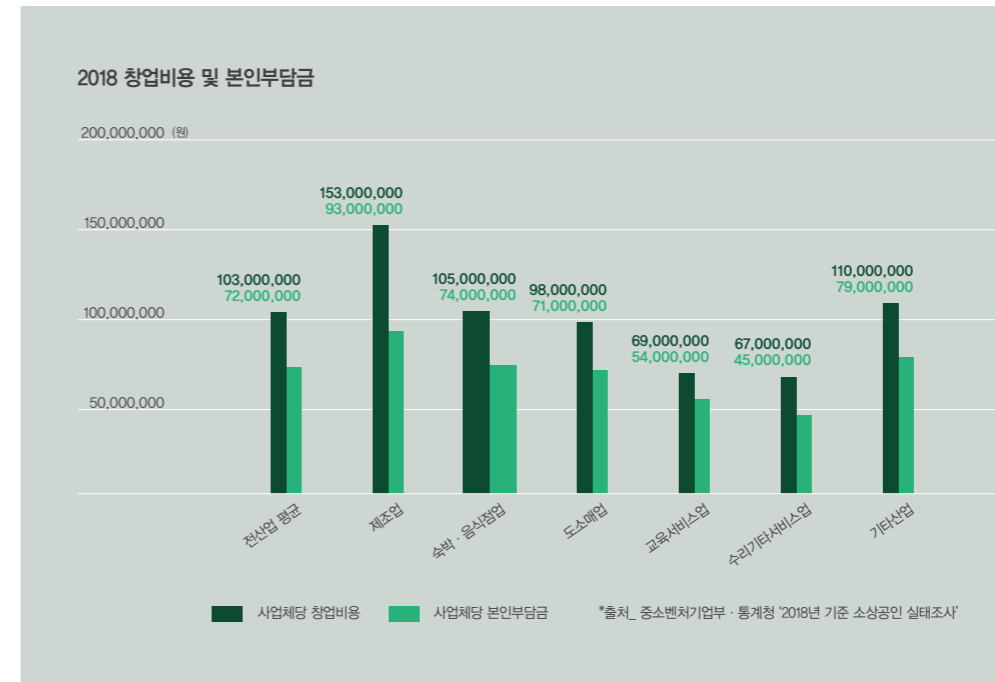
**8.3** 심플프로젝트컴퍼니는 공유주방 운영과 인큐베이팅, 외부 자원 매칭 등으로 F&B 창업의 실패비용을 줄이고, 지속적인 성장을 독려합니다.

### About

심플프로젝트컴퍼니의 미션은 '푸드메이커들을 돈과 시간에서 자유롭게 한다'입니다. 창업 초기에 감당해야할 비용이 높고, 일주일 내내 자기 시간을 갖기 힘든 푸드메이커들이 금전적, 시간적 비용 측면에서 자유를 얻을 수 있도록 필요한 자원을 연결합니다.

### Issue Data

F&B(Food and Beverage · 식음료) 시장에 진입하려는 예비 창업자는 초기에 높은 투자비용을 지불합니다. 숙박 · 음식점업 소상공인들의 평균 창업비용은 1억500만원으로, 소상공인 전체 평균 비용(1억 300만원)을 웃돌았습니다(2018년 기준). 이 중 창업자의 자기부담금은 7,200만원으로, 비용의 68.6%에 달합니다. 국내 숙박 · 음식점업 소상공인의 기준은 매출 10억원 이하, 근로자 5명 이하를 말합니다.



### Impact Story

F&B 시장은 경쟁이 치열하고, 투자비용이 높아 소규모 자영업자의 성장이 어렵습니다. 증권사를 나와 도시락 매장 창업을 경험한 김기웅 대표는 시장이 포화상태라 매출액 증가가 더딘데 비해, 고정비용은 계속 증가하고 있음을 발견했습니다. 김기웅 대표는 문제를 해결하기 위해 공유주방 모델을 구상했고, 소규모 자영업자의 성장을 지원할 F&B 비즈니스 플랫폼 '위콧(WECOOK)'을 런칭했습니다.

위콧의 핵심은 공간을 채우는 '푸드메이커'들입니다. 업체를 입점시켜 고정 임대료 수입만을 올리는 여타 공유주방 브랜드와 달리, 위콧은 거대한 브랜드를 운영하는 관점에서 푸드메이커들의 성장에 필요한 모든 것을 마련해줍니다. 푸드메이커들은 위콧 공유주방에서 설비투자 없이 사업을 시작하고, 초기 인큐베이팅부터 유통, 마케팅, 온오프라인 세일즈 등 각종 지원을 받습니다. 2018년 런칭한 자체 유통채널 '위콧마켓', 공유식당 '부타이', '단상' 등을 통해 고객을 직접 만날 수 있습니다.





심플프로젝트컴퍼니 임직원들의 모습, 둘째줄 왼쪽에서 네 번째가 김기웅 대표

“ 산업이 공유경제형 플랫폼 체제로 바뀌고, 식품제조업과 음식점의 경계가 허물어지고 있습니다. 앞으로 비건 등 스페셜티 푸드가 많아지고, 소비도 많아질 겁니다. 업계 트렌드와 소비자의 취향이 빠르게 변화하면서, 한 영역에만 있는 사람이 큰 꿈을 꾸기가 힘들어졌습니다. 위cue는 플랫폼이기에 이를 돌파할 수 있습니다. 앞으로도 푸드메이커의 니즈를 파악해 자원을 연결하며, 트렌드를 분석해 화두를 던지는 R&D 역량을 강화해 푸드메이커들을 자유롭게 한다는 미션에 충실할 예정입니다. ”

### Impact Experience

위cue는 공유주방과 공유식당을 통해 F&B 사업을 하는 예비 및 초기 창업자에게 주방 설비와 제조공간, 식당공간을 임대해줍니다. F&B 인큐베이팅을 통해 창업자들을 지원하며, 브랜딩, 주방설비, 인테리어 등 필요한 외부 자원과 연결해줍니다.



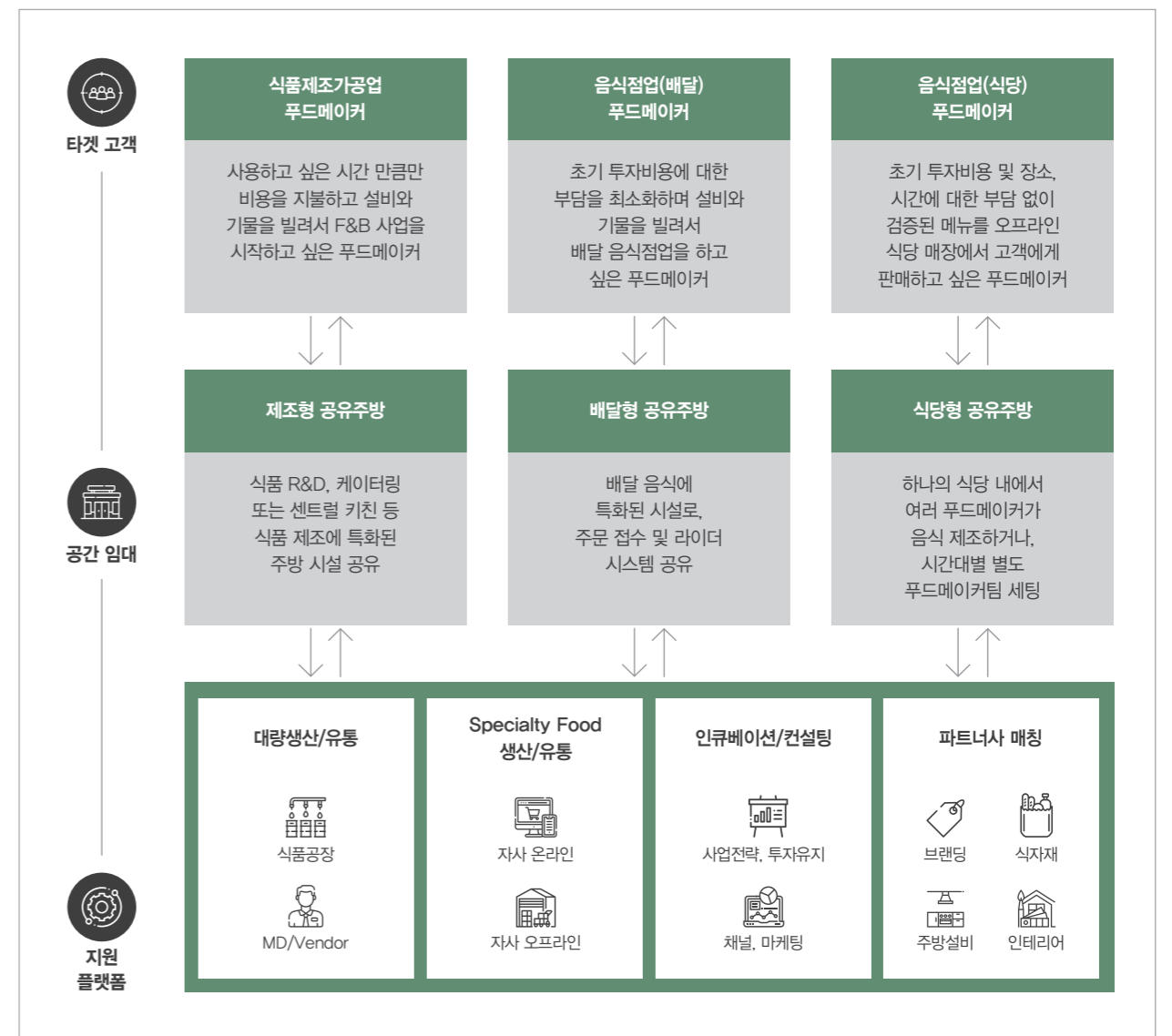
### Key Findings

- 공유주방 모델을 통해 F&B 창업자들의 초기 투자 비용 절감
- 제조형, 배달형, 식당형 등 사업 유형별로 공간 임대 및 설비를 지원하며 F&B 창업자들의 효과적인 사업 전략 수립 가능
- 식자재 공급망, 브랜딩 등 다양한 기능별 파트너 연계를 통해 창업자의 정보 불균형 문제 해결



### Business Activities

심플프로젝트컴퍼니는 2019년 말 11곳의 공유주방을 구축하고, F&B 분야 창업자들이 창업 및 운영비용을 절감할 수 있도록 지원하고 있습니다. 인큐베이팅 프로그램을 통해 예비 창업자들이 제품 개발에 집중하고 창업 아이템을 테스트 할 수 있도록 지원해 성공 가능성을 높여 주고 있습니다. 또한 온·오프라인 유통 판매를 지원하고, 분야별로 검증된 파트너사를 매칭함으로써 푸드메이커들이 효율적이고 안정적으로 사업을 시작하고 성장할 수 있도록 지원합니다.



■ 현재 진행 중 □ 진행 예정



## Social Issue

\*참고 자료  
공유주방 산업 발전을 위한 연구(한국외식산업경영연구원, 2019) / 산업별 종사자수(통계청, 전국사업체조사, 2017)  
소상공인실태조사(중소벤처기업부&통계청, 2019) / 업종별 사업자 현황(국세청, 국세통계, 2018)  
양적 성장에 가려진 외식산업 10년사의 민낯보고서(한국외식산업연구원, 2019)

### F&B 창업 환경



#### 과당 경쟁

**691,851개**  
17년 기준 음식점수  
국민 73.1명당  
음식점 1개 운영

**14.1%**  
17년 기준 신규사업자  
중 음식점 사업자 비중  
(전체 업종 중 3위)



#### 소규모 운영

**2.9명(3인 미만)**  
17년 기준 음식점업 사업체당  
평균 종사자 수



#### 높은 투자비

**1억500만원**  
18년 숙박·음식점업  
평균 창업비용  
(전체 평균 상회)

**7,400만원**  
창업비용 중  
본인 부담분  
(70.5%차지)

### 사업성 둔화



#### 매출액

**10%**  
10년간(08~17년) 외식산업 매출액  
연평균 성장률



#### 영업이익

**-2%**  
10년간(08~17년) 외식산업 영업이익  
연평균 성장률



#### 높은 폐업률

**22.0%**  
18년 기준 음식점업  
폐업률(전체 업종 중  
폐업률 2위)

**19.1%**  
18년 기준  
숙박·음식점업  
5년 생존율

## Problem

F&B 창업 시 발생하는 높은 투자 비용은 폐업 시 실패비용을 발생시키는 문제점을 가지고 있습니다. 불황과 경쟁 심화로 창업 성공 확률이 낮아지는 상황에서 소규모 창업자들은 낮은 진입장벽으로 인한 과당 경쟁, 경쟁력 약화 등 다양한 사업적 리스크를 가지게 됩니다.

<b>높은 실패비용</b> 창업 실패 시 높은 폐업 비용 발생	<b>평균 8.7개월의 짧은 창업준비기간</b> 준비 및 노후유가 부족한 상태에서 사업 개시	<b>경영상의 다양한 애로사항 존재</b> 상권 쇠퇴 및 경쟁 심화, 주요 비용(원재료, 임금, 임대료) 상승
--	--	--

이와 같은 이슈를 해결하기 위해 심플프로젝트컴퍼니는 공유주방 위주 운영을 통해 창업자들의 초기 비용을 낮추고, 사업 성공 가능성을 높이기 위한 다양한 서비스를 제공하고 있습니다.

\*참고 자료\_ 통계청, 소상공인실태조사(2019)

## People

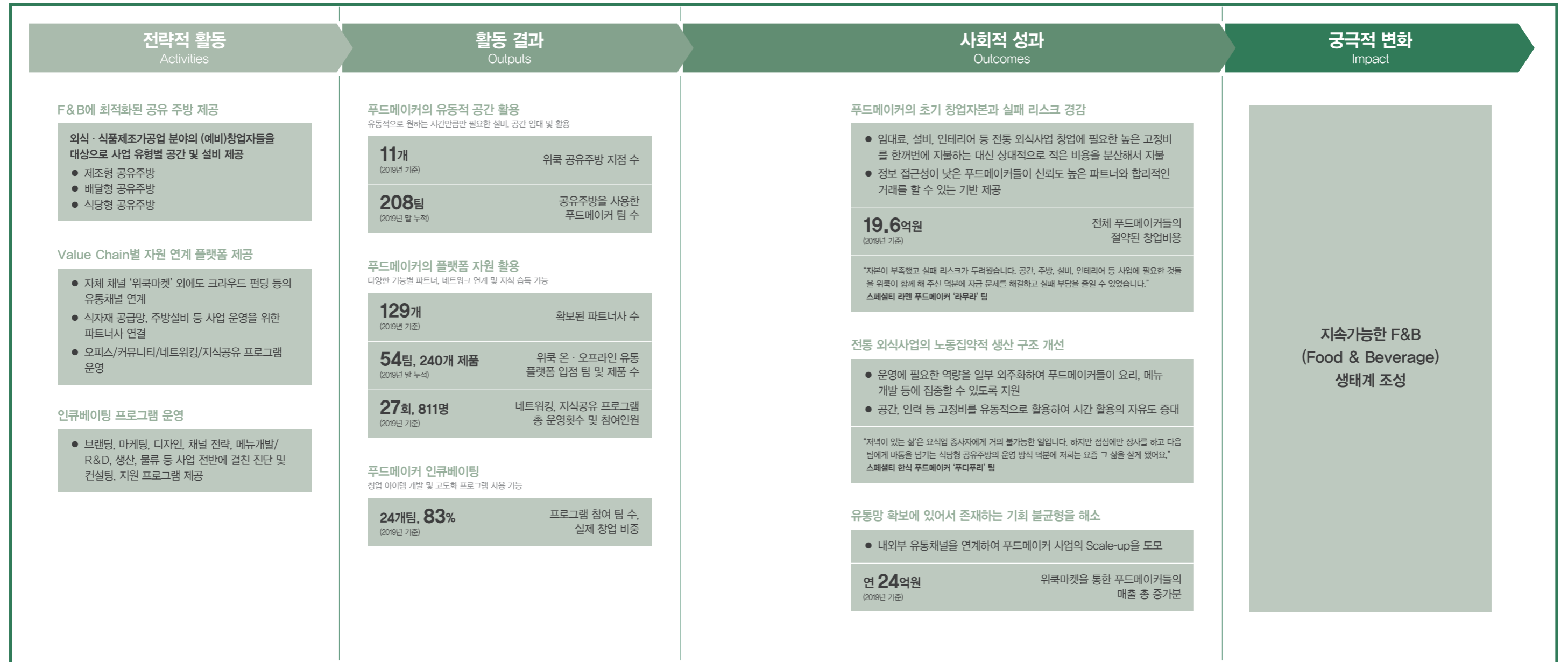


F&B 사업을 시작하려는 예비 및 초기 창업자

## Product

공유주방 운영, F&B 인큐베이팅 및 다양한 부가서비스 제공

## IMPACT CHAIN





## 알엘에이피

더마 스킨케어 브랜드



# ROVECTIN

	이성수 대표
	2011년 설립
	2019년 투자
	35명(여성비중 89%) *2020년 1월 기준
	www.rovectin.co.kr

### Investment Theme

웰빙, 다양성



건강

HGI 핵심 가치

임팩트 테마

### SDGs Alignment



**SDG12 12.4** 알엘에이피는 화장품 생산에 사용되는 유화제, 방부제, 유기자외선차단제 등 인체와 환경에 유해한 화학물질 사용을 지양하고, 친환경적이고 피부에도 좋은 저자극 화장품을 만듭니다.

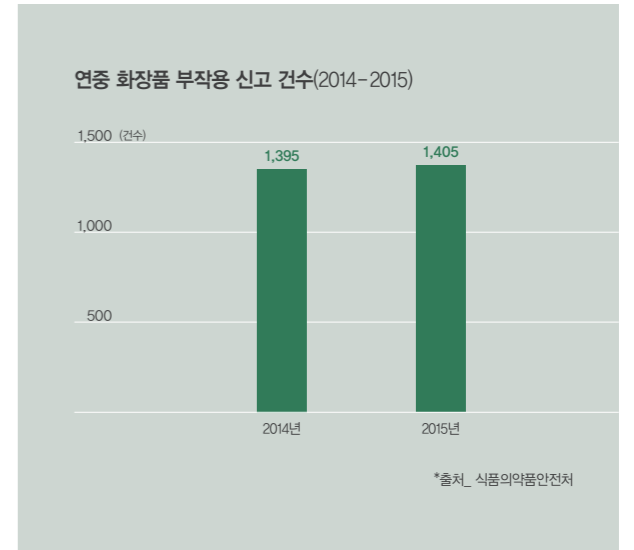
**12.5** 알엘에이피는 환경에 피해를 주는 화장품 용기 폐기물을 줄이기 위해 친환경 화장품 용기를 도입하고 사용을 확대해가고 있습니다.

## About

알엘에이피의 미션은 '화장품을 통해 피부 관련 삶의 질을 향상시킨다'입니다. 저자극 및 친환경 브랜드인 '로벡틴'을 통해 사용자들의 건강한 피부를 만들고, 환경에 기여하고자 합니다. 또한 동물과 공존하고 화장으로 인한 뷰티 스트레스를 줄이는 등 가치있는 소비를 할 수 있도록 돕고자 합니다.

## Issue Data

식품의약품안전처가 2016년 국회 국정감사 자료로 제출한 '화장품 부작용 모니터링 결과'에 따르면, 판매자·소비자 등이 화장품 사용 중 신고한 부작용은 2014년 1,395건, 2015년 1,405건에 달했습니다. 신고된 이상반응의 유형은 가려움, 따가움·화끈거림, 여드름, 붉은 반점 등이었습니다.



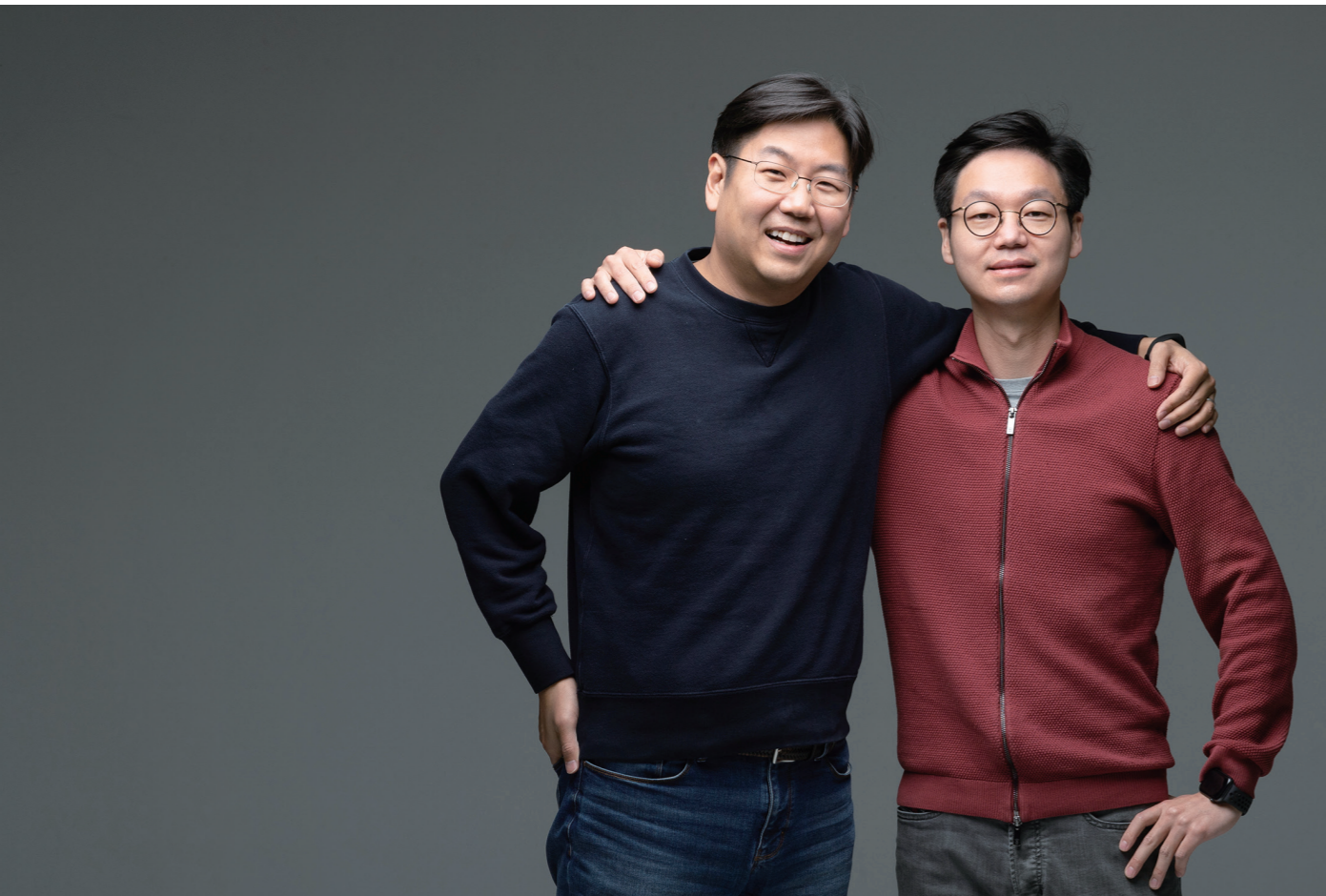
## Impact Story

이성수 대표는 10년 전 항암치료 중인 지인이 피부 부작용으로 신체적, 사회적 고통을 받는 것을 발견했습니다. 암 질환자는 화장품 속 화학 물질에 민감하고, 아토피 질환과 유사하게 피부가 가렵고 쓰라린 부작용을 겪기도 합니다. 이성수 대표는 암 질환자를 위한 저자극 화장품(더마 코스메틱)을 개발하고자 결심합니다. 알엘에이피는 암 질환자들의 손상된 피부를 개선하는 화장품 개발에 나섰고, 2011년 '로벡틴 울트라 크림'을 시작으로 제품 판매를 시작했습니다.

로벡틴은 성분을 엄격하게 선택하고, 불필요하거나 유해한 재료를 사용하지 않으므로써 피부 건강이 회복될 수 있는 제품을 만듭니다. 또한 환경 동물 복지를 위해 동물실험을 하지 않으며 100% 식물성 원재료를 사용한 비건 화장품을 출시해 판매하고 있습니다. 로벡틴은 제품 제조 과정에서 들어가는 성분을 투명하고 정직하게 공개한다는 원칙을 가지고 있습니다.







알엘에이피 임직원의 모습, 왼쪽이 이성수 대표

“ 로벡틴은 클린뷰티 대표주자로서 건강하고 친환경적인 화장품 브랜드를 만드는 것이 목표입니다. 비건·친환경 화장품은 신생 분야라 인증이나 규제가 규격화돼있지 않지만, 공장 구획을 철저히 구분하고, 제품 개발, 제조 가이드라인을 철저히 지키며 비건 제품을 만들고 있습니다. 타협하지 않고 좋은 제품을 만들고, 우리의 가치를 이해하는 고객이 늘면 그것이 차별점이 될 것이라고 생각합니다. ”

### Impact Experience

로벡틴 전 제품에는 발암 가능 물질을 포함한 각종 자극성 성분이 일체 들어가지 않아 극민감성 피부도 안심하고 사용할 수 있습니다. 효과가 입증된 꼭 필요한 성분만 포함하며, 동물유래 원료를 사용하지 않는 100% 비건 화장품 라인을 제공하고 있어 생태계 친화적인 소비가 가능합니다. 화장품 포장재 역시 종이로 만들어져 환경에 기여합니다.



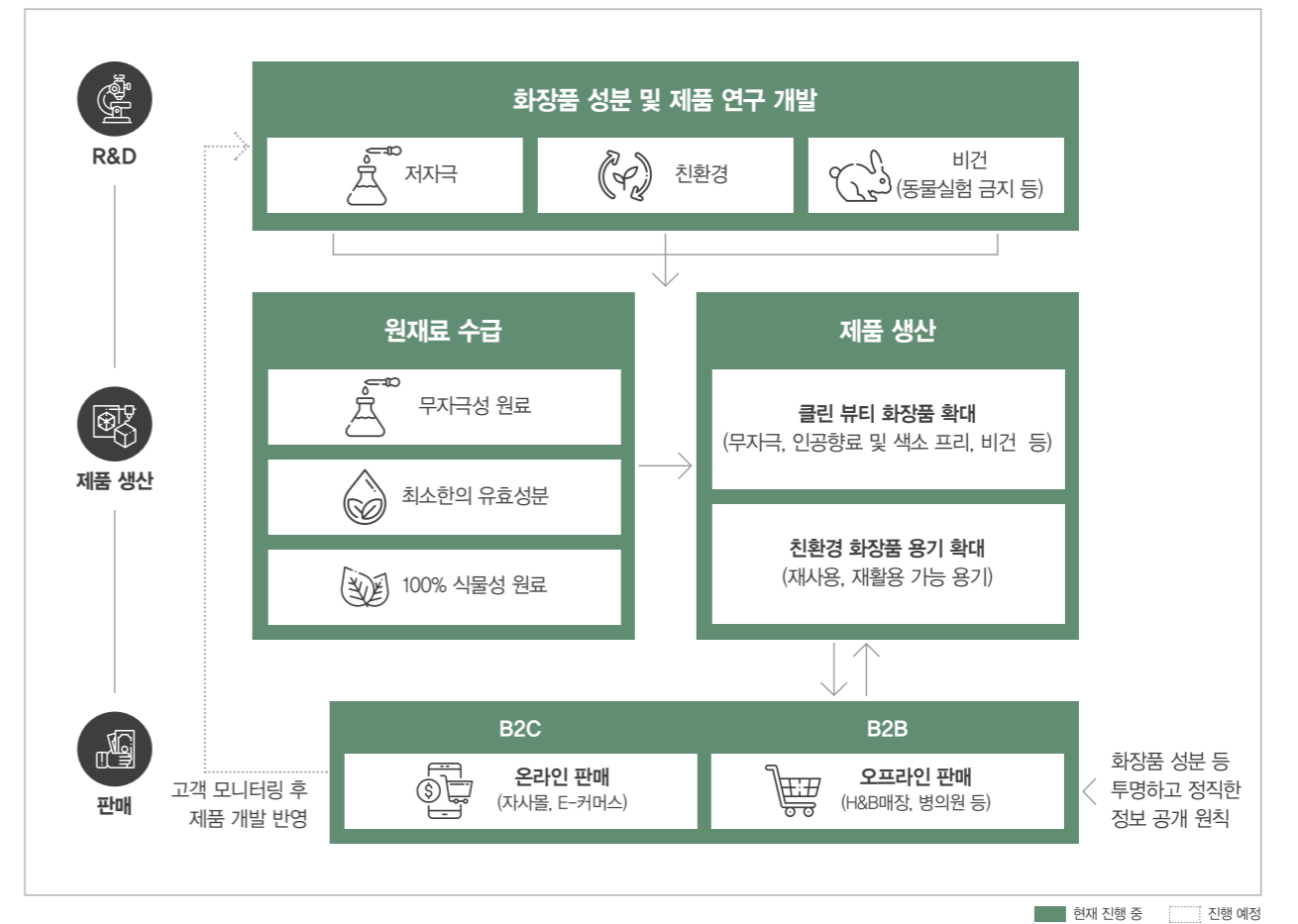
### Key Findings

- 무자극, 인공향료 및 색소 프리 등 저자극 화장품을 통해 소비자들의 뷰티 스트레스 감소 및 피부 건강에 기여함
- 비건 성분 원칙을 적용한 화장품, 환경 파괴 성분을 배제한 화장품 개발을 통한 친환경 액션 경험을 제공함
- 재사용, 재활용이 가능한 친환경 포장 용기 확대로 환경에 기여함

### Business Activities

알엘에이피는 암 질환자들의 수술 후 피부 건강을 회복시키기 위한 화장품을 개발했습니다. 국내 최초의 암환자 전문 스킨케어 브랜드인 '로벡틴'은 암센터, 피부과 등 병원을 중심으로 판매를 시작했고, 신규 제품 라인을 확대하면서 온·오프라인 유통 채널을 통해 일반 고객에게 판매하고 있습니다.

로벡틴은 저자극 스킨케어 제품을 만들기 위해 엄격하게 성분을 선택하고 불필요하거나 무해한 재료를 사용하지 않고 있습니다. 또한 환경에 미치는 부정적 영향을 감소시키고 동물 복지를 위해 동물 실험을 하지 않으며, 100% 식물성 원재료를 사용한 비건 화장품 라인을 출시해 판매하고 있습니다.



## Social Issue

\*참고 자료  
화장품 부작용 신고 1년에 1,400건... "화장품은 건강 직결" TV조선 언론보도(2017.09.07)  
화장품도 '플라스틱 아웃'... 친환경 용기 개발 붐(조선비즈 기사, 2019.06.19)

### 화장품 성분 이슈



**1,400여 건**

발진과 여드름 등 피부질환으로 식약처에 한 해 접수되는 부작용 발생 건수



**유해 성분 함유**

유화제, 방부제 등 화장품 생산 시 사용되는 일부 화학성분은 인체에 해로운 물질임

### 환경 및 생태계에 미치는 영향



**150억 병+**

해마다 생산되는 화장품 포장재의 양

**9%**

화장품 용기 중 재활용 비중



**동물 실험 이슈**

안구 자극 및 피부 자극 테스트를 위해 토끼 및 생쥐 등 동물을 독성 실험 테스트에 활용



**1만4,000톤**

한해 동안 자외선 차단제가 하와이 및 카리브해로 흘러들가는 양. 이는 산호의 DNA를 손상시켜 백화현상을 가속화시킴

## Problem

원료 생산부터 판매, 소비에 이르는 화장품 Value Chain에는 다양한 이슈가 발생합니다. 자외선 차단제 등에 포함된 일부 성분은 피부 건강에 해를 끼치는 것은 물론, 바다로 녹아들어 산호초를 죽입니다. 화장품을 담은 용기 또한 대부분 재활용 되지 못하고 버려집니다.



알엘에이피는 화장품 내 유해성분이 피부 건강에 끼치는 영향 뿐 아니라 제품 생산 및 판매 과정에서 발생하는 오염과 해양 생태계 위협 등 환경적 영향에 주목했습니다.

## People

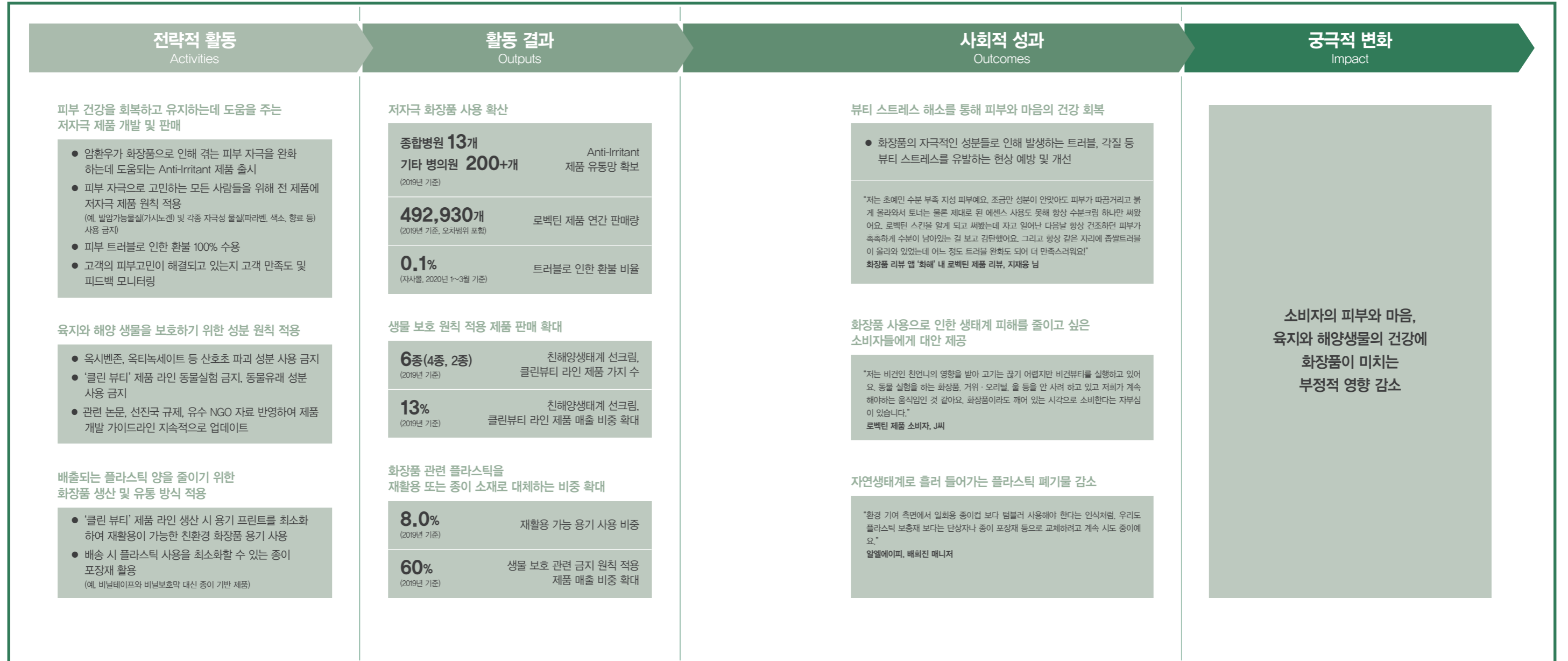


건강과 환경에 무해한 화장품을 소비하려는 고객

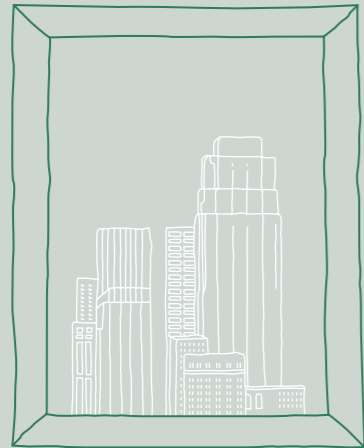
## Product

친환경적이고 피부에 좋은 저자극 화장품 개발 및 판매

## IMPACT CHAIN







에누마  
트라이어스앤컴퍼니  
메디블록

## Focus on Impact Experience

HGI는 모바일 앱(애플리케이션) 서비스를 통해 사용자에게 직접 임팩트를 전달하는 파트너들과 협력하고 있습니다. 에누마의 '토도수학'과 '킷킷스쿨', 트라이어스앤컴퍼니의 '엄선', 메디블록의 '메디패스'는 교육 격차 해소, 건강한 식품 정보 제공, 의료 서비스 이용자 편의 제고 등 다양한 분야에서 기여하고 있습니다. 3개 기업이 앱을 통해 사용자에게 전달하는 임팩트 경험에 주목해 기업들의 성과를 돌아봅니다.

## 에누마

글로벌 에듀테크 회사

### Investment Theme

**포용성**  
HGI 핵심 가치

**교육**  
임팩트 테마



### SDGs Alignment



**SDG4 4.1** 2030년까지 모든 여아와 남아가 적절하고 효과적인 학습 성과를 거둘 수 있도록 공평한 양질의 무상 초등교육과 중등교육의 이수를 보장한다.

**4.2** 2030년까지 모든 여아와 남아에게 양질의 영유아 발달교육, 보육 및 취학 전 교육에 대한 접근을 보장하며 이들의 초등교육을 준비할 수 있도록 한다.

**4.5** 2030년까지 교육에서의 성불평등을 해소하고 장애인, 토착민, 취약한 상황에 처한 아동을 포함한 취약 계층이 모든 수준의 교육과 직업훈련에 평등하게 접근하도록 보장한다.

### Mission

**탁월함** **대담함** **존중**

에누마는 학습이 어려운 아이들도 혼자서 사용할 수 있는 디지털 학습도구를 만듭니다. 학습이 가장 어려운 곳으로부터 학습 성과를 만들어냄으로써 전 세계 교육시스템의 디지털 전환을 선도합니다.

에누마는 시장 최고의 제품을 추구하며 '글로벌 러닝 XPRIZE' 대상, 'Parents Choice Gold Award' 등을 수상했으며, 새로운 제품과 비즈니스 모델을 대담하게 추구해왔습니다. 사용자 중심의 디자인과 구성원간 상호 존중을 실현하고 있습니다.

	이수인 대표
	2012년 설립
	2018년 투자
	68명(여성 비중 53%) *2020년 1월 기준
	www.enuma.com

### Problem

전 세계 문맹 아동은 2억5,000만 명이며, 기초 문해를 달성하지 못한 학생은 6억 명이 넘습니다. 지역, 국가, 소득별 교육 격차에 따라 교육의 질이 천차만별이며, 이는 사회 불평등을 심화시킵니다.

<p><b>2억명이 넘는 전 세계 문맹 아동 인구</b></p> <p>전 세계 문맹 아동은 2억5,000만 명이며, 기초 문해를 달성하지 못한 학생은 6억7,000만 명에 달함</p>	<p><b>교육 격차로 인한 사회 불평등 심화</b></p> <p>지역, 국가, 소득별 교육 격차에 따라 교육의 질이 천차만별이며, 이는 사회 불평등을 심화시킴</p>
--	---

에누마는 디지털 학습 도구를 활용해 학습이 어려운 현장에서 학습 성과를 만들어내며, 교육 기회 박탈로 인한 사회 불평등을 완화하고자 합니다.

### Product

#### 학습이 어려운 아이들을 위한 기초 교육 솔루션 제공

- ① 킷킷스쿨 | 학교 밖 아동을 위한 기초 학습 앱**  
학교 밖 아동이 스스로 학습할 수 있는 기초 문해/수리 학습 앱. 게임을 통해 언어, 수학 등을 학습할 수 있으며, 130개 이상의 전자책과 음악, 그림 그리기 등의 학습 툴을 제공함
- ② 토도수학 | 기초 수학 학습 앱**  
학습이 어려운 아이들이 쉽게 따라할 수 있는 기초 수학 학습 앱. 700여개 이상의 게임을 통해 쉽게 수학 문제를 해결하도록 함
- ③ 토도영어 | 가정용 디지털 영어학습 서비스**  
시청각 영어 학습 콘텐츠를 제공하는 디지털 앱 서비스. 효과적이고 저렴한 영어 학습을 통해 유년기부터 시작되는 영어 격차를 해결함
- ④ 에누마글방 | 다문화 가정 아동을 위한 한글 교육 앱**  
(연중 런칭 예정)

### Progress

에누마는 2012년 이수인, 이근호 부부가 실리콘밸리에서 창업한 교육 스타트업입니다. 2013년 출시한 '토도수학'은 기초 수학 교육과정에 게임 방식을 적용한 학습 앱(애플리케이션)으로, 미국, 중국 등 세계 20개국 애플 앱스토어 교육 부문 1위에 올랐고, 1,300여개 미국 초등학교에서 수업 교재로 활용되며 주목 받았습니다. 에누마의 또 다른 교육 앱인 '킷킷스쿨'은 학교 밖 아동이 스스로 학습할 수 있는 기초 문해 및 수리 학습 교육 앱입니다.

#### 비즈니스 KPI(2019)

토도수학 누적 다운로드 수 **700만건**

#### 임팩트 KPI(2019)

킷킷스쿨 제공 언어 개수 **3개**  
킷킷스쿨 이용 NGO 파트너 수 **6개**  
직접 수혜자 수 **1,700명**

에누마의 '토도수학'은 2019년 기준 누적 다운로드 수 700만건을 돌파했으며, 20여 개국 앱스토어의 어린이/교육 부문 1위에 올랐습니다. 에누마 임팩트의 핵심인 '킷킷스쿨'은 3개 언어로 개발돼 1,700여명의 아동들에게 교육을 제공했습니다.

### People

- 기초 학습이 필요한 유치원~초등학교 연령의 아동 및 부모들
- 디지털 학습 앱을 활용하는 교육 기관 및 관계자들
- 코이카(KOICA), NPO/NGO 등 해외 교육 구호 활동 기관들

"학생들은 킷킷스쿨 앱에 접속하자마자 학습을 시작했습니다. 교실 안의 30명의 학생이 그렇게 열심히 몰입하는 장면은 처음 봤어요. 우리가 처음 킷킷스쿨 앱으로 수업을 시작했을 때만 해도, 결석생들이 정말 많았습니다. 수업을 계속하면서, 많은 아이들이 학교에 매일매일 오고 싶어했어요."

Xavier Project(에누마의 협력 NGO), Edmund Page

### Impact Experience

- ① 다양한 교육 활동을 통해 기초 언어와 수학을 학습 (Learning app)**  
1,200여개의 단계별 교육 활동을 통해 스스로 문해능력과 기초 수학을 습득함
- ② 독해능력에 맞는 전자책을 통해 이야기를 듣고, 읽으며 학습 (Library)**  
소설, 비소설, 전래동화 등 다양한 주제와 개발도상국의 문화에 맞는 콘텐츠로 구성
- ③ 다양한 도구를 활용해 창의성 함양(Tools)**  
드럼, 실로폰, 칠판, 그림 그리기, 공책 등 다양한 툴을 활용해 자신을 표현함



## 트라이어스앤컴퍼니

식품 성분 검색 그린(green) 플랫폼



### Investment Theme



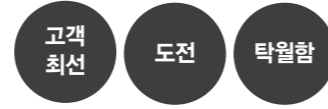
### SDGs Alignment



**SDG3 3.9** 2030년까지 유해한 화학물질이나 공기, 수질, 토지 오염으로 인한 사망 및 질병을 대폭 줄인다.

	조기준 대표
	2016년 설립
	2018년 투자
	13명(여성 비중 46%) *2020년 1월 기준
	www.umsun.co.kr

### Mission



트라이어스앤컴퍼니의 미션은 누구나 건강하고 맛있게 먹고 이에 대한 경험을 연결하는 것입니다. 이를 위해 1등 식품 콘텐츠 플랫폼을 구축해 1,000만명이 쓰는 대한민국 필수 앱이 되며 식품 콘텐츠의 한류를 이끈다는 비전을 가지고 있습니다. 트라이어스앤컴퍼니의 핵심 가치는 고객 최선, 도전, 탁월함입니다. 고객 만족을 위해 최선을 다하며, 장기적이고 폭발적인 성장을 위해 함께 도전합니다.

## Problem

가습기 살균제의 위해화학성분, 치약과 물티슈의 살균제 성분, 살균제 계란 발암 성분 등 시중에서 판매되는 식품과 생활용품 내 화학성분의 위해성 이슈가 지속되고 있습니다. 하지만 소비자는 상품을 구입하기 전 충분히 정보를 탐색하기는 어렵습니다.

<b>식품 내 화학성분 위해성 이슈</b> 알레르기를 일으키거나 아이에게 유해한 식품 성분 존재	<b>식품 구매 전 성분 정보 탐색 어려움</b> 주의성분과 유해성분에 대한 정보가 접근이 어렵고 알아보기 어려움	<b>식품 성분 정보 플랫폼 부재</b> 식품 성분을 알기 쉽게 확인할 수 있는 플랫폼 부재
--	--	--

트라이어스앤컴퍼니는 구매 전 단계에서 식품 속 화학성분을 알고 싶어 하는 7세 미만 아이의 엄마들을 위한 검색 플랫폼을 구축했습니다.

## Product

### 식품성분 DB 검색 앱 개발(맞춤형 상품 광고, 데이터 제공)

#### ① umsun | 식품성분 DB 검색 앱

소비자가 3만여 개 식품성분 DB를 쉽고 편하게 검색하도록 한 모바일 앱 서비스. 식품정보와 성분등급, 알레르기 등의 세부 정보를 제공하고, 자녀의 연령과 알레르기 유무에 따라 개인 맞춤형 식품을 추천해 소비자가 건강한 식품을 비교, 선택할 수 있는 앱

#### ② umsun 데이터랩 | 최신 식품 트렌드 데이터 플랫폼

상품 기획, 개발, 마케팅 등 인사이트를 얻으려는 식품업계 기업을 대상으로 식품 트렌드, 식품 키워드, 식품 성분 정보 등 데이터를 제공하는 플랫폼

## Progress

트라이어스앤컴퍼니는 2017년 아이들이 먹는 식품의 첨가물을 확인할 수 있는 'umsun' 앱을 런칭했습니다. umsun은 소비자가 식품 구매 전 한 번에 정보를 탐색하고 비교해 건강한 식품을 선택하도록, 식품정보와 성분등급, 알레르기 등 식품성분 DB를 제공합니다. umsun은 가치 있는 데이터를 기반으로 최근에는 최신 식품 트렌드를 제공하는 'umsun 데이터 랩', 식품제조사와 소비자를 연결하는 '온라인 시식 서비스' 등을 런칭해 비즈니스 기회를 확장하고 있습니다.

### 비즈니스 KPI(2019)

누적 다운로드 수 **43만건**

### 임팩트 KPI(2019)

실 사용자 리뷰 수

매달 **2배 이상 증가(2019년 10월 이후)**

umsun 앱은 2017년 런칭 이후 연평균 59%씩 다운로드 수가 증가해 왔습니다. 실 사용자 리뷰 수 역시 2019년 10월 이후 매달 2배 이상 늘어나고 있습니다.

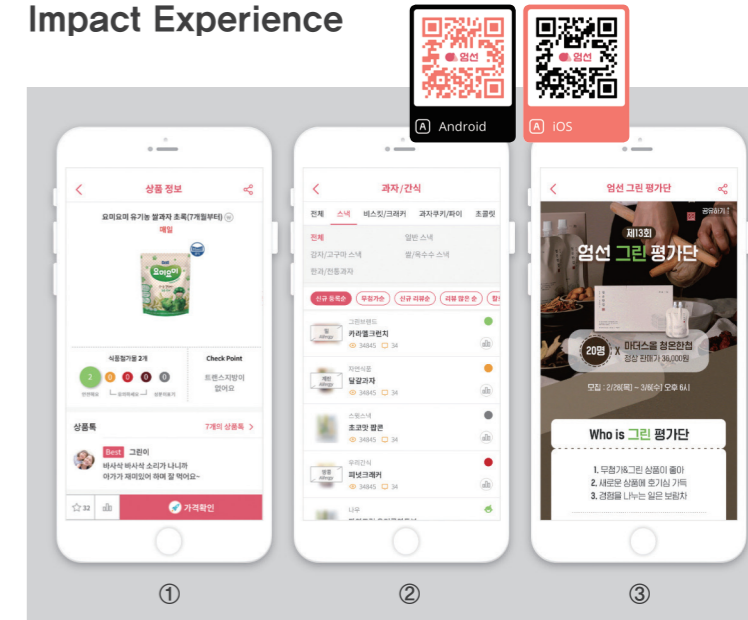
## People

- 식품 성분 정보를 꼼꼼히 확인해 건강한 식품을 소비하려는 엄마들
- 식품 관련 트렌드와 관련 데이터를 소비하려는 식품 기업
- 건강식단을 소비하려는 헬스케어 관련 기업

“평소 식품 구매할 때 뒷면의 성분표를 꼼꼼히 살펴보는 편이에요. 가족들이 비염이 있고, 아이가 어릴 때 전신 두드러기로 고생한 적이 있거든요. 가공육 제품은 거의 안사는 편인데, 이 제품은 umsun에서 안심 성분으로 표기돼 있어 안심하고 구매했어요.”

소비자(umsun 앱 내 리뷰), 민트그린 님

## Impact Experience



#### ① 상품 검색

소비자가 건강한 식품(그린식품)을 쉽게 검색할 수 있음

#### ② 성분 확인(주의성분, 영양성분, 상품댓글)

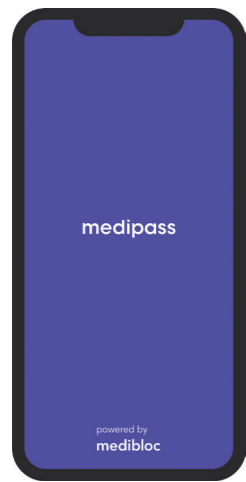
궁금했던 식품의 성분정보를 확인하고, 피해야 하는 성분이 포함된 식품을 가려낼 수 있음  
- 성분 등급: 식품첨가물 성분 등급을 시각화해 소비자에게 정보 제공

#### ③ 건강한 식품 선택(주의성분, 영양성분, 사용자 정보)

모르고 있던 건강한 식품을 새롭게 발견  
- umsun랭킹: 데이터 활용해 건강한 식품 랭킹 제공  
- 건강식단 제안: 개인의 건강 목표에 따라 식단 추천  
- 그린 평가단: 소비자가 평가단으로 참여해 그린식품을 무료 체험

## 메디블록

의료정보 접근성을 높여 맞춤형 의료 서비스의 질을 제고하는 의료정보 기술 회사



### Investment Theme



HGI 핵심 가치      임팩트 테마

### SDGs Alignment



**SDG3 3.8** 재무위험관리, 양질의 필수 보건서비스에 대한 접근, 양질의 안전하고 효과적이며 적정가격의 필수 약품 및 백신에 대한 접근을 보장함으로써, 모두를 위한 보편적 의료보장(UHC)을 달성한다.

	고우균 대표, 이은솔 대표
	2017년 설립
	2019년 투자
	32명(여성 비중 28%) *2020년 1월 기준
	www.medibloc.org

### Mission



메디블록의 미션은 의료정보의 교류를 촉진시켜 데이터 기반 의료 발전에 기여함으로써 사람들이 더 건강한 삶을 살 수 있게 돕는 것입니다.

메디블록의 핵심 가치는 신뢰와 편리함, 상호운용성입니다. 메디블록은 블록체인 기술을 사용해 투명하고 신뢰할 수 있는 정보 교류의 환경을 제공합니다. 제품 개발에 있어 사용자 경험을 극대화하는 편리함을 추구합니다. 또한 서로 다른 주체 간 정보 교류가 가능하도록 국제 표준에 상응하는 정보 형태를 추구합니다.

## Problem

의료정보는 정부 규제와 기술적 한계, 데이터를 병원이 소유하는 구조 등으로 인해 개인이 접근하기 어렵고 충분히 활용되지 못합니다. 의료정보를 활용하는 보험 청구 과정에서 개인과 의료기관, 보험사 등은 아래와 같은 불편을 겪습니다.

<b>접근하기 힘든 의료정보</b> 규제와 기술적 한계, 소유 구조 등으로 인해 데이터의 활용도가 낮고 혁신이 더딤	<b>보험 청구 과정의 이용자 불편</b> 개인이 보험 청구 시 의료기관에서 필요한 데이터를 받아, 보험사에 전달해야 함	<b>보험 청구 과정의 복잡한 인증 절차</b> 보안 이슈로 보험 청구 시마다 복잡한 인증 절차를 거침
---	--	--

메디블록은 블록체인 등 최신 기술을 통해 개인의 의료정보 접근성을 높이고, 의료정보에 대한 자기결정권을 확보할 수 있도록 의료정보 인프라와 의료정보 비즈니스, 개인맞춤형 디지털 헬스케어 비즈니스를 시작했습니다.

## Product

### 의료기관 대상 SaaS 제공 & 보험사 대상 서비스 제공

- ① 패너시어(Panacea) | 의료 서비스를 위한 블록체인 플랫폼  
블록체인 기반의 신원 및 데이터 인증을 통해 프라이버시는 보호하고 의료정보의 신뢰성을 극대화한 데이터 인프라
- ② 메디패스(Medipass) | 보험금 간편청구 서비스  
개인이 직접 병원 진료기록을 내려받아 보험금 청구까지 할 수 있는 간편 청구 서비스
- ③ 닥터팔레트(Dr.palette) | 환자 기록 및 병원 운영을 위한 전자차트 프로그램  
의료기관 외부로 정보 전송이 가능하도록 국제표준 의료정보 메시지 프로토콜(HL7-FHIR)을 기반으로 만들어진 전자차트 프로그램

## Progress

메디블록은 개인이 의료정보를 활용할 수 있는 방안을 고민하며, 2019년 말 보험금 간편청구 서비스인 '메디패스'를 개발했습니다. 현재 서울대학교병원, 삼성서울병원, 삼성화재 등과 파트너십을 맺었으며, 2020년 의료기관 운영 솔루션인 '닥터팔레트'를 출시할 계획입니다. 메디블록은 의료정보를 개인 중심으로 유통할 수 있는 네트워크를 구축하고, 의료 분야의 데이터 혁신을 이끌어내고자 합니다.

### 비즈니스 KPI(2019)

- 파트너 기관**
- 의료기관: 서울대학교병원, 삼성서울병원, 신촌세브란스병원(예정)
  - 보험사: 삼성화재, 신한생명(예정)

### 임팩트 KPI(2019)

메디패스 연동 기관 수 **3개**  
 닥터팔레트 적용 기관 수(파일럿 포함) **3개**  
 패너시어 내 헬스케어 서비스 관련 Transaction 수 **2,000건**

메디패스 앱은 현재 3개 의료기관이 연동돼 서비스 중이며, 올해 기관 숫자를 늘려갈 예정입니다. 아직 정식 출시가 되지 않은 '닥터팔레트'는 3개 기관이 파일럿 테스트 중입니다.

## People

- 보험청구를 위해 물리적, 시간적 비용을 지불한 의료기관 이용자
- 의료, 의료보험 서비스를 제공하는 의료기관, 보험사 등
- 의료정보와 시스템을 관리하는 정부

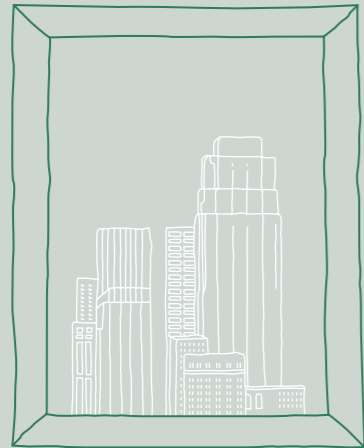
"과거엔 예약 시스템이 차트와 연동되지 않아서 원무과 직원들이 아침마다 고생했어요. 닥터팔레트와 마이팔레트 예약 시스템 연동을 통해서 예약 환자 중복을 방지하고, 예약 취소 환자 슬롯까지 활용해서 더 많은 환자들이 편리하게 병원을 예약할 수 있게 되었어요. 원무과 직원들이 항상 수기로 모든 내용을 입력하던 모습도 이제 과거의 일이 되었네요."  
 우리아이들병원, 정성관 이사장 (Dr.palette의 일부 기능 사용중)

## Impact Experience



- ① 메디패스  
개인은 메디패스 앱을 통해 진료이력, 가입보험 등을 간편하게 확인할 수 있으며, 조회된 진료기록을 기반으로 보험사에 간편하게 보험금을 청구할 수 있음
- ② 닥터팔레트  
의료기관에서는 닥터팔레트를 활용해 비대면 진료 접수도 가능하며, 예방접종 등 정부 데이터와 실시간 연동가능하고, 다양한 차트 서식을 활용해 의료정보를 관리할 수 있음





패각악어  
두손컴퍼니  
닥터키친  
트리플래닛  
생생농업유통  
마리몬드  
키두  
래디쉬미디어  
스피링크  
블런컬처

## HGI Impact Family

HGI는 상생과 협력을 기반으로 장기간 함께 한 파트너들을 '임팩트 패밀리(Impact Family)'라고 말합니다. 임팩트 패밀리는 HGI가 2014년부터 2018년까지 투자한 10개 기업들로, 창업 초기부터 HGI와 고민과 노하우를 나누며 더불어 성장해왔습니다. 10개 기업이 최근 3년 간 창출한 임팩트 KPI(핵심성과지표)에 주목해 기업들의 성과를 돌아봅니다.

## 째깍악어

아이돌봄 서비스

### Investment Theme

**웰빙**  **교육**

HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment

 **SDG5**     **SDG8**



	김희정 대표
	2016년 설립
	2017년 투자
	32명(여성비중 72%) *2020년 1월 기준
	www.tictocroc.com

## Problem

- 기존 아이 돌봄 서비스의 낮은 접근성  
기존 공공·민간의 돌봄 서비스는 시설 중심 운영, 높은 비용 등으로 이용에 한계가 있음
- 아이 돌봄 서비스 내 공백 존재  
운용인력 부족, 소득 수준 등의 이유로 돌봄 서비스를 이용하지 못하는 계층 존재
- 전문직 여성의 높은 경력단절 비율  
전문직인 보육교사, 특기교사는 육아로 인해 경력이 단절된 경우가 다수
- 본업과 겸할 수 있는 틈새 일자리 부족  
보육교사, 대학생 등이 본업과 병행할 수 있는 유연한 시간제 일자리 부족

## Product

아이 돌봄이 필요한 양육자에게 돌봄 서비스 매칭 및 제공

- ① **째깍악어: 아이돌봄 앱 서비스**  
만 1세부터 초등학교 아이와 대학생, 보육교사, 특기교사를 연결해 놀이와 돌봄 서비스를 제공
- ② **째깍섬 키즈클래스: 돌봄 공간 운영**  
다양한 놀이와 클래스 프로그램을 제공하는 창의 놀이 공간

## Progress

째깍악어는 육아에 도움이 필요할 때 언제 어디서든 검증된 교사와 돌봄 콘텐츠를 제공하기 위해, 돌봄매칭 앱 '째깍악어', 오프라인 공간사업인 '째깍섬 키즈클래스', 기업부설 아동 창의연구소를 운영하고 있습니다. 현재 국내 아이돌봄 업계에서 돌봄 누적 시간과 부모·교사 회원 수 기준 시장점유율 1위를 기록하고 있습니다. 째깍악어는 앞으로도 양육자들과 경력단절 보육교사들이 자신의 시간을 디자인할 수 있는 돌봄의 대안을 제시해 모두가 행복한 돌봄 환경을 조성하려 합니다.

### 비즈니스 KPI(2017-2019)

	부모 회원 수(명)	교사 회원 수(명)	총 돌봄 시간(시간)
2017	6,500	2,300	7,644
2018	2만3,000	8,600	3만6,620
2019	6만	2만4,000	8만6,400

### 임팩트 KPI(2017-2019)

째깍악어의 부모 및 교사 회원 수는 지난 3년간 연평균 200% 이상 성장해왔습니다. 이를 통해 제공된 아이 돌봄 시간 역시 평균 230%씩 증가해왔습니다. 2019년 기준 기업 돌봄 거래처는 20곳, 3개월 이내 서비스 재이용률은 93%에 달합니다.

## 두손컴퍼니

온라인 물류 풀필먼트  
스타트업

### Investment Theme

**포용성**  **고용**

HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment

 **SDG8**     **SDG10**



	박찬재 대표
	2013년 설립
	2015년 투자
	57명(여성비중 32%) *2020년 1월 기준
	www.dohands.com www.poomgo.com www.do-wing.com

## Problem

- 일자리 취약계층의 고용 환경 악화  
인구절벽과 낮아지는 퇴직연령으로 고령자, 노숙인 등 취약계층의 일자리 지속적 감소

## Product

온라인 물류 풀필먼트 사업

- ① **폼고(poomgo): 이커머스 전문 풀필먼트 서비스**  
IT 물류 시스템으로 입고, 보관, 포장, 반품, 해외배송 등을 전담하는 이커머스 특화 풀필먼트 서비스
- ② **두윙(dowing): 클라우드 펀딩 전문 배송 서비스**  
클라우드펀딩, 프리오더(선주문), 프로모션 배송 등 단기 배송에 특화된 물류 서비스

## Progress

두손컴퍼니는 '일자리를 통한 빈곤퇴치'라는 미션 아래 취약계층을 위한 더 좋은 일자리를 만들고 있습니다. 현재 이커머스 사업자를 위한 풀필먼트 서비스 '폼고'와 클라우드 펀딩 전문 배송 서비스 '두윙' 등 IT시스템 기반의 차별화된 풀필먼트 서비스를 제공합니다. 2019년 40억원 투자를 유치했으며, 남양주/파주 인근에 약 2,000평 규모의 전용 창고를 운영하며 누적 물동량 약 200만건, 취급 제품 종수 약 3만건을 넘겼습니다. 두손컴퍼니는 직접 취약계층의 일자리를 만들 뿐 아니라, 향후 다른 회사들의 취약계층 고용이 활성화될 수 있도록 체계를 구축하고자 합니다.

### 비즈니스 KPI(2017-2019)

	고객사 수(개)
2017	43
2018	69
2019	120

### 임팩트 KPI(2017-2019)

	취약계층 고용(명)	취약계층 인건비(원)
2017	9	9,368만
2018	11	1억9,015만
2019	14	2억8,268만

두손컴퍼니는 지난 3년간 취약계층의 고용을 꾸준히 늘려왔습니다. 취약계층 1인당 인건비는 연평균 40%씩 증가해, 2019년 기준 1인당 평균 2,000만원의 보수를 지급했습니다.



## 닥터키친

데이터 중심의  
식이요법 전문 연구 기업

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



SDG3

## DR. KITCHEN

	박재연 대표
	2015년 설립
	2016년 투자
	52명(여성비중 54%) *2020년 1월 기준
	www.doctorkitchen.co.kr

### Problem

- **질환 관리를 위한 식이요법 서비스 부재**  
식이요법은 개인의 노력과 의지에 의존해 전문성이 떨어지고 실패하기 쉬움
- **양질의 질환 관리 식단 부재**  
맛없고 빈약한 식단으로 질환자 불편 초래

### Product

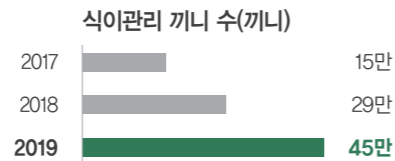
질환별 전문 식이 프로그램 운영 & 일반인 대상 간편식(HMR) 판매

- ① **정기식단 프로그램: 맞춤 당뇨식단, 고단백 면역식단, 건강관리 식단**  
당뇨, 암 질환자 및 고위험군 일반인 대상 프로그램 운영
- ② **닥키 마트**  
키토제닉, 베지테리언 식단 등 비만관리를 위한 일반인 대상으로 간편식(HMR) 개발 및 유통

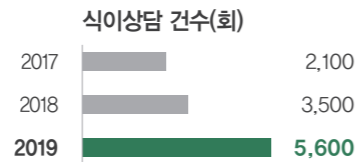
### Progress

닥터키친은 식이요법이 필요한 질환자 및 고위험군 일반인을 위한 식이요법을 연구하고 제공하고 있습니다. 국내 최초로 의사, 영양사, 셰프 등과 함께 건강하고 맛있는 540여개 레시피를 개발했으며, 다양한 질환별 전문 식이 프로그램을 운영하고 있습니다. 일반인을 대상으로도 맛있고 건강한 간편식(HMR) 상품도 개발해 판매하고 있습니다. 닥터키친은 자체 연구 결과와 국내 대학병원의 임상을 통해 식이요법 관련 데이터를 보유하고 관련 식단, 진단키트 등 콘텐츠를 개발하고 있습니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



닥터키친이 지난 3년간 판매한 식이관리 끼니 수는 연평균 73%씩 증가했으며, 식이상담 건수 역시 63%씩 늘었습니다.

## 트리플래닛

나무를 심고 숲을  
가꾸는 방법을 제시하는  
사회 혁신 기업

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



SDG12



	김형수 대표
	2010년 설립
	2014년 투자
	15명(여성비중 73%) *2020년 1월 기준
	www.treepla.net

### Problem

- **대기오염**    미세먼지, 온실가스 등 대기질 악화
- **산림 파괴**    도시 개발, 자연재해 등으로 산림 파괴
- **생태계 파괴**    산림 파괴로 멸종위기 동식물 생태계 파괴

### Product

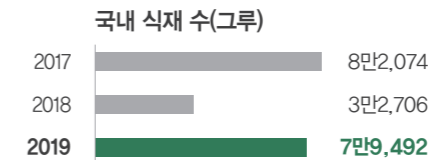
도심지, 재난피해지, 멸종위기종 복원 숲 조성

- ① **초등학교 미세먼지 방지 교실숲 조성:** 초등학교 교실의 실내 공기정화를 위한 식물을 보급함
- ② **강원 산불피해 복구 숲 조성:** 국유림 산불피해지를 복구해 생태계 복원
- ③ **백두대간수목원 멸종위기종 복원 숲 조성:** 멸종위기 식물 증식, 복원 사업
- ④ **커피나무 농장 조성 사업(해외):** 개발도상국에 커피나무를 심고 가공시설을 제공해 농장의 생산성 향상

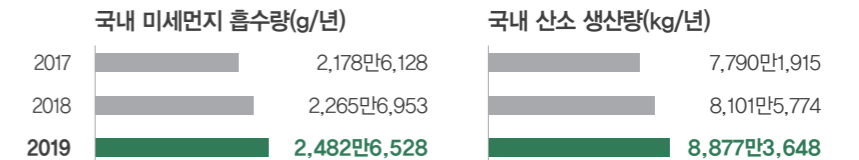
### Progress

트리플래닛은 나무를 심는 사회혁신 기업으로 숲을 조성해 환경적·사회적 문제를 해결합니다. 2010년 창업 이래 나무심기 게임, 크라우드펀딩, 반려나무, MYF커피 등 다양한 프로젝트를 진행하며 전 세계 13개국에 284개의 숲을 조성하고, 90만여 그루의 나무를 식재해 왔습니다. 앞으로도 시민들에게 환경의 중요성을 알리고, 대기질 개선과 동식물 보호, 생태계 복구를 위한 혁신적인 방안을 찾아내고자 합니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



트리플래닛은 지난 3년간 연평균 6만5,000그루의 나무를 심었습니다. 이렇게 심어진 나무들은 2019년 한 해 동안 약 2,483만g의 미세먼지를 흡수했으며, 약 8,877만kg의 산소를 새로 만들어냈습니다.

## 생생농업유통 (소녀방앗간)

청정재료 한식밥집으로  
농촌과 도시를 잇는 기업

### Investment Theme



### SDGs Alignment



### 청정재료 한식밥집 소녀방앗간

	김가영 대표
	2014년 설립
	2015년 투자
	29명(여성비중 69%) *2020년 1월 기준
	www.millcompany.co.kr

### Problem

- 지역 취약계층 농가 소득 감소  
거래가 꾸준하지 않고 전문 역량이 부족해 경제적 어려움 겪음
- 유통과정 중 폐기되는 농업 생산물  
상당수의 농업 생산물이 헐값에 필요량 이상 판매돼 사용 전 폐기됨
- 질 낮은 식사에 노출된 도시인들  
화학조미료를 사용하지 않고 청정재료로 만든 식사 대안 부족

### Product

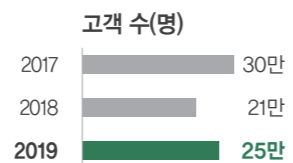
직거래, 생산관리를 통한 청정 농산물 유통 & 도시 소비자를 위한  
합리적 가격의 한식 서비스 운영

- ① 청정지역 농산물 유통  
지역 취약계층 농가와 3년 이상의 지속가능한 계약을 유도해  
생활 안정과 역량 강화에 기여함
- ② 소녀방앗간: 청정재료 한식밥집 운영  
식사와 식재료 판매에 필요한 수량의 재료만 구입해 음식물 처리업체를  
이용하지 않으며, 적정 가격에 질 높은 청정재료로 만든 식사를 제공함
- ③ 케이터링 · 도시락 서비스: 소규모 농가의 판로 확대

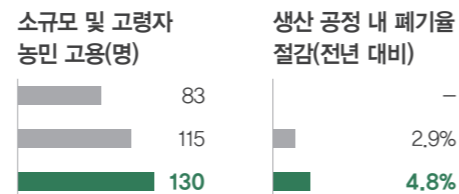
### Progress

생생농업유통은 유통 경로가 많지 않은 청정 식재료를 직거래, 생산관리하여 도시 소비자와 연결합니다. 소비자는 건강한 농산물을 맛보고, 생산자는 지속적으로 농산물을 거래할 수 있도록, 장기적인 기획 아래 농업생산물을 거래하고 유통합니다. 생생농업유통은 식재료 생산 단계에서부터 최종 식음료 제공 단계까지 다품종 소량 수직계열화에 최적화돼 있습니다. 농업생산 유통망에서 나아가 한식 음식점인 '소녀방앗간'을 만들고, 지역의 이야기와 정확한 정보를 담아 농산물을 전하고 있습니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



생생농업유통은 지난 3년간 평균 25%씩 소규모 및 고령자 농민 고용을 늘려왔습니다. 생산 공정 중 폐기되는 농업생산물의 비율은 2018년부터 전년 대비 2.9%, 4.8% 가량 절감하고 있습니다.

## 마리몬드

인권을 위해 행동하고  
폭력에 반대하는  
라이프스타일 브랜드

### Investment Theme



### SDGs Alignment



### MARYMOND

	홍리나 대표
	2012년 설립
	2016년 투자
	23명(여성비중 70%) *2020년 1월 기준
	www.marymond.kr

### Problem

- 일본군 위안부 피해 할머니 인권 침해
- 여성, 아동 등 약자에 대한 인권 침해  
위안부를 비롯한 사회적 약자의 인권 침해 문제 심화

### Product

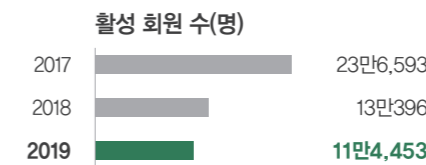
일본군 위안부 피해 할머니의 스토리를 반영한 디자인 제품 및 패턴 그래픽 라이선스 판매

- ① 일본군 위안부 피해 할머니 스토리 기반 디자인 제품 제작 및 판매  
할머니들의 압화 작품을 모티브로 한 디자인, 할머니들의 삶을 꽃으로 표현한 플라워 패턴을 통해 할머니들의 스토리를 확산하고 대중의 기부와 공감을 일으킴  
(영업이익의 50%를 기부)
- ② 사회적 약자 관련 캠페인 및 콘텐츠 제작  
일본군 위안부 피해 할머니를 포함한 약자의 인권침해에 대해 인식, 제도, 법률 개선을 위한 캠페인 진행

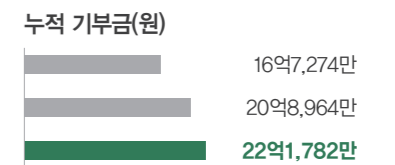
### Progress

마리몬드는 정의와 평화를 위해 용기를 낸 일본군 위안부 피해 할머니의 삶에서 영감을 받아 인권이 존중받는 사회를 만들기 위해 시작했습니다. 마리몬드는 일상 속에서 향유할 수 있는 제품을 통해, 모두가 인권 문제에 공감할 수 있게 하고, 캠페인을 통해 함께 행동합니다. 마리몬드는 우리 사회가 존중해야 할 인권을 끈질기게 찾아 재조명하고 행동해 나갈 것입니다. 지켜야 할 가치를 담은 디자인 제품과 콘텐츠, 적극적인 행동을 통해 실제적인 변화를 만들어 나가고자 합니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



마리몬드는 판매하는 전 제품에 회사의 철학과 메시지를 담아 출시하고 있으며, 영업이익의 50% 이상을 기부한다는 원칙에 따라 매년 판매수익의 상당 부분을 기부하고 있습니다. 2019년 기준 누적 기부금은 약 22억원에 달합니다.



## 키두

유아 전문 UX 디자인 기업

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



SDG4

## kidu

	정세경 대표
	2014년 설립
	2018년 투자
	6명(여성비중 83%) *2020년 1월 기준
	www.kidu.co.kr www.rolebox.co

## Problem

### - 지역 간 진로교육 격차 존재

산업구조가 빠르게 변화하고 있는 현대 사회에서 자신을 명확히 알아가고 미래를 탐색하기 위한 교육이 필요하나, 이러한 교육은 대도시 및 인근에서 직업 체험 공간으로 비싸게 제공되고 있어 접근성에 한계가 있음

## Product

### 유아용품 사업 & 직업 체험 교육 콘텐츠 및 키트 개발

#### ① 롤박스: 영유아 직업 체험 놀이교육 프로그램

아이의 눈높이에 맞춘 직업 미션 콘텐츠와 직업 체험 교구, 교사/부모 가이드북 등 제공

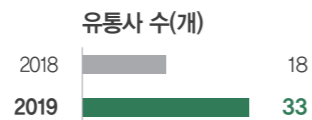
#### ② 유아 아이디어 용품 사업

안전벨트용 인형 '허그돌' 등 아이들을 위한 양질의 제품 개발 및 수입

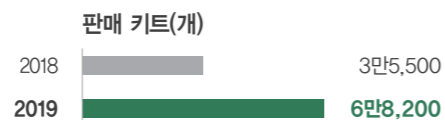
## Progress

키두는 유아를 위한 안전벨트용 인형 '허그돌' 등 유아용품의 개발을 시작으로 2014년 설립했습니다. 2017년 이후 아이들의 미래에 긍정적 영향을 주기 위해 사업을 교육 분야로 전환, 영유아를 위한 직업 체험 키트 '롤박스'를 만들었습니다. 아이들은 다양한 직업 미션들을 수행해 보며 창의적 문제해결능력을 키우고, 자신이 무엇을 좋아하고 잘하는지 발견할 수 있습니다.

### 비즈니스 KPI(2018-2019)



### 임팩트 KPI(2018-2019)



키두는 지난 3년간 유통사와 문화센터 강의를 매년 늘리며, 매출을 확대하고 있습니다. 2019년 기준 키두는 약 6만8,200개의 직업 체험 키트를 판매했고, 문화센터 14곳에 직업 체험 교육을 제공했습니다.

## 래디쉬미디어

모바일 기반  
웹소설 연재 플랫폼

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



SDG8    SDG10

## Radish

	이승윤 대표
	2017년 설립
	2018년 투자
	38명(여성비중 55%) *2020년 1월 기준
	www.radishfiction.com

## Problem

### - 다양성이 부족한 제도권 출판 업계

백인 남성 위주의 콘텐츠 생산

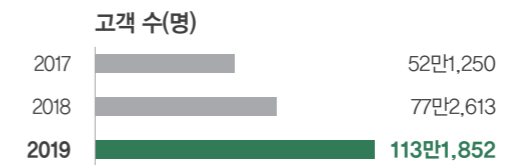
## Product

### 다양성 기반 콘텐츠 제작 및 플랫폼 '래디쉬' 운영

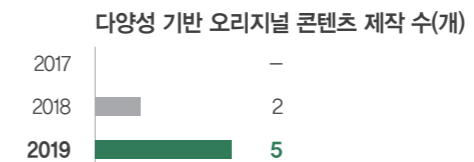
## Progress

래디쉬미디어는 여성, LGBTQ, 다인종 인물을 주인공으로 한 다양성 기반 콘텐츠를 생산합니다. 영미권 시장에서 빠른 전개와 짧은 호흡을 특징으로 한 모바일 특화 웹소설 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 래디쉬미디어의 모바일 플랫폼 '래디쉬'는 2016년 앱 출시 이후 미국 앱스토어 책 부문에서 매출 2위를 기록하고 있습니다. 앞으로도 지적재산권(IP)을 바탕으로 게임, 드라마, 영화 등 2차 저작물 비즈니스를 확대해 나갈 계획입니다.

### 비즈니스 KPI(2017-2019)



### 임팩트 KPI(2017-2019)



래디쉬를 이용한 고객 수는 지난 3년간 연평균 47%씩 증가했습니다. 2019년에는 5개의 다양성 기반 오리지널 콘텐츠가 래디쉬미디어를 통해 제작되었습니다.

## 스피링크

언어 전문가 그룹으로  
구성된 데이터 기업

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



## Spirink

	고경민 대표
	2015년 설립
	2016년 투자
	4명(여성비중 50%) *2020년 1월 기준
	www.textnet.kr www.simyalink.com

### Problem

- 소득 하위 계층의 정신 건강 문제 대두  
심리상담 서비스는 고비용으로 소득 하위 계층의 접근성이 떨어짐
- 가치 편향된 기존의 대화 인공지능  
기존의 대화 인공지능은 윤리적, 사회문화적으로 편향된 가치를 반영함

### Product

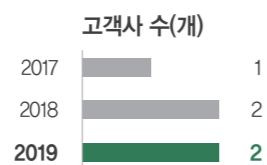
온라인 심리케어 서비스(심야상담소, EAP Service) & 대화형 인공지능 구현

- ① 심야상담소: B2C 대상 온라인 심리케어 서비스  
온라인 채팅을 통해 공인 자격을 갖춘 전문상담관리사가 실시간 상담을 제공하는 웹 서비스
- ② EAP: B2B 대상 온라인 심리케어 서비스  
기업의 생산성에 영향을 미칠 수 있는 다양한 문제를 해결하도록 돕는 프로그램
- ③ Textnet: 대화형 인공지능 엔진 구현  
인공지능 스피커, 챗봇 등 다양한 대화형 AI 플랫폼에 성평등 및 윤리를 준수하는 대화설계 및 모델링 기술을 보급

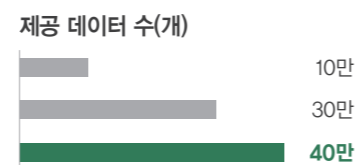
### Progress

스피링크는 2015년 설립 이후 만 5년간 온라인 상담 서비스를 운영해왔습니다. 가장 인간다운 대화인 심리상담 대화를 기반으로 인공지능 기술의 최전선에 위치한 대화형 인공지능을 가치있게 만드는 서비스 개발과 데이터 비즈니스를 진행하고 있습니다. 스피링크는 2030년까지 50여개국 이상에 저렴한 상담심리적 대화를 무한 활용할 수 있는 서비스를 개발, 보급하고자 합니다. 또한 인공지능 스피커, 챗봇 등 대화형 플랫폼에 관련 기술을 보급해 성평등 및 윤리를 준수하는 인공지능 대화를 전 세계에 공급하는 것이 목표입니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



스피링크는 온라인 상담 서비스를 발판으로 매년 제공 데이터 수를 늘려왔으며, 대화형 인공지능이 갖춘 도메인 지식의 영역을 심리와 Q&A, SNS, 게임 등으로 넓혀가고 있습니다.

## 볼런컬처

사회적 가치를 실현하는  
봉사 및 나눔 전문 기획사

### Investment Theme



HGI 핵심 가치    임팩트 테마

### SDGs Alignment



Volunculture

	고다연 대표
	2016년 설립
	2016년 투자
	3명(여성비중 100%) *2020년 1월 기준
	www.volunculture.com

### Problem

- 낮은 자원봉사 참여율  
한국의 20세 이상 성인 자원봉사 참여율은 21.4%(행정안전부, 2017년 기준)

### Product

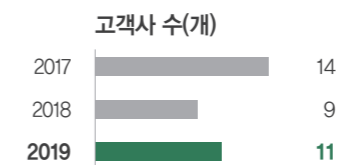
사회공헌 프로젝트 기획 및 실행

- ① 기업봉사프로그램(CVP) 및 사회적 이슈 관련 워크숍 제공  
사회적 이슈에 대한 기업 임직원들의 이해도를 높이는 프로그램 운영
- ② 기업봉사플랫폼 운영  
기업들이 비영리단체와 소셜벤처의 봉사활동에 참여할 수 있는 플랫폼 제공  
(2020년 3월 런칭)

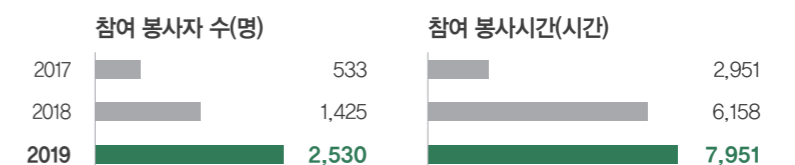
### Progress

볼런컬처는 사람들이 시간적, 금전적 비용을 들여서라도 참여하고 싶어 하는 봉사활동을 제안하기 위해 시작했습니다. 돈 대신 시간을 낚을 받는 '봉사 경매', 게임 속에 사회적 이슈를 가미한 '비어폰 프로젝트' 등을 진행했으며, 기업 임직원 대상 자원봉사 프로젝트도 진행합니다. 볼런컬처는 기업들이 소셜 섹터 봉사활동에 참여할 수 있는 '기업봉사 플랫폼', 대중에게 신뢰할 만한 정보를 제공하는 '대중 봉사 플랫폼' 등을 구축할 예정입니다.

#### 비즈니스 KPI(2017-2019)



#### 임팩트 KPI(2017-2019)



볼런컬처는 2019년 기준 11개 기업 클라이언트에게 기업봉사 프로그램을 제공했습니다. 볼런컬처의 프로그램을 통해 봉사 활동에 참여한 봉사자 수는 3년간 매년 평균 117%씩 늘었고, 참여 봉사시간은 60%씩 증가했습니다.





*HGI*  
*Impact Report*

**Beyond 2020**



HGI는 2020년부터 6대 사회문제를 설정하고, 이에 대한 연구와 임팩트 투자를 실행하고 있습니다. 해당 사회문제는 모두 심각하고 큰 문제일 뿐만 아니라, 많은 시장 비효율이 내재되어 있어 혁신적인 해결책을 제시하는 회사들에게는 큰 사업 성장의 기회가 존재합니다. HGI가 주목하는 사회문제 해결의 6가지 영역은 ①보다 저렴한 양질의 의료 서비스 ②친환경 도시 ③혁신적인 교육 ④포용적 금융 ⑤기후 탄력성 구축 ⑥다양성과 평등의 실현입니다.

또한 HGI는 2020년부터 파트너십을 통한 사업 확장과 개발을 추진합니다. 보다 많은 투자자들과 펀드를 만들고, 대기업들과 파트너십으로 신사업을 기획하며, 한국을 넘어 아시아 차원에서 해외 파트너들과도 적극적으로 사업을 준비하고 있습니다. HGI가 앞으로 만들어 나갈 임팩트의 여정에 많은 분들의 응원 부탁드립니다.

## HGI가 주목하는 6대 사회문제 해결의 영역

### 보다 저렴한 양질의 의료 서비스

의료비 지출의 증가세 속에서 소득 수준에 따라 의료 혜택을 누릴 수 있는 접근성의 격차가 점점 커지고 있습니다. 보다 많은 사람들이 의료 서비스를 누리려면 저렴한 양질의 의료 서비스가 확대되는 것이 필요합니다. HGI는 '예방적인 건강관리'에 대한 인식과 중요도가 커지고 있는 헬스케어 영역에서 평균 수명의 연장, 건강에 대한 관심의 증대, 보험사 등 유관기업들의 고객 관리 수요 증대 등 관련된 시장 및 고객군 확대에 주목했습니다. 이에 따라 필수적인 의료 서비스를 합리적 가격대로 제공하며 의료 접근성을 높이거나 기존에 부재하던 예방적 헬스케어 솔루션을 제공하는 소셜벤처에 투자를 실행합니다.

### 친환경 도시

전 세계 인구와 소득 수준이 지속적으로 증가하면서 도시인구가 늘어나고 있습니다. 이런 추세 속에서 도시화에 따른 환경 파괴와 도시 내 소득 격차가 심화되고 있습니다. 이에 따라 탄소배출을 줄일 수 있는 친환경 인프라와 효율적 에너지 소비, 그리고 도시를 더 안전하게 만드는 기술에 대한 수요가 증가하고 있으며, 도시 내 삶의 질 격차를 줄여나갈 수 있는 주거, 금융, 일자리 등에 대한 필요성이 대두되고 있습니다. HGI는 친환경 인프라 구축을 위해

필요한 전후방 사업, 보편적 안전과 연결되어 있는 ICT 기술, 그리고 포용적 도시화에 기여하는 기반 산업에 투자해 나갈 것입니다.

### 혁신적인 교육

세계화, 자동화 등으로 빠르게 변화하는 시대를 대응해 나가기 위한 교육 솔루션은 충분치 않습니다. 동시에 소득 격차가 미래를 준비하기 위한 사교육비 지출의 차이로 연결되고 있습니다. 이런 교육 기회의 불평등은 학업 성적 및 미래 준비에 직접적으로 영향을 미치면서 격차를 심화시키고 있습니다. HGI는 글로벌 수준의 인재 양성 및 선제적 대응 측면의 교육을 위해 다양한 기술과 교육 솔루션이 필요하며 이에 빠르게 대응할 수 있는 에듀테크 기업에 투자 기회가 존재하다고 판단, 새로운 시대의 교육에 부합하는 솔루션을 제공하거나 교육 접근성 문제를 해결해 나가는 에듀테크 기업에 투자하고 있습니다.

### 포용적 금융

금융에 대한 낮은 접근성과 정보 비대칭은 자금 수요와 공급의 불균형을 유도하며, 이는 서민·취약계층의 고금리 대출로 인한 사회적 비용을 초래하고 소득의 격차를 확대합니다. HGI는 개인의 금융 관련 리스크를 더 정확하게 판단할 수 있는 데이터 사

이언스의 발전과 더 다양한 고객들에게 더 적은 리스크로 금융 서비스를 제공하여 신성장 동력을 모색하고자 하는 금융 업계의 수요에 주목했습니다. 이를 기반으로 경제·사회적 지위나 능력에 상관없이 적정 비용으로 다양한 금융 자원에 접근하고 금융 서비스를 이용할 수 있도록 하는 스타트업에 투자해 나가고자 합니다.

### 기후 탄력성 구축

지구 온도 상승에 따라 해수면이 상승하고, 다수의 지역에서 이상 기후 현상이 빈번하게 발생하고 있습니다. 이에 전 세계적으로 지구 온난화 및 기후 위기에 대응하여 전방위적으로 정책이 수립되고 규제가 강화되고 있는 상황입니다. HGI 또한 기후 위기에 고통 받는 이들을 최소화하기 위한 다양한 기술들에 투자해 나가고자 합니다.

### 다양성과 평등의 실현

빠르게 진행되는 세계화에도 불구하고 아직 사회에서는 다른 성별, 인종, 소득군 등에 대한 경제적, 문화적, 정치적 차별이 만연합니다. HGI는 다양성을 권장하고 충족시키는 넓은 스펙트럼의 콘텐츠, 그리고 다음에 의해 차별되었던 개인들의 한계를 제거할 뿐만 아니라 역량을 개발하고 활용할 수 있도록 돕는 기술과 솔루션들에 투자해 나갑니다.



## HGI 2020 **임팩트 리포트**

2020.5.

서울 성동구 독성로1나길 5 헤이그라운드(HEYGROUND) 2층 G202호  
[www.hginitiative.com](http://www.hginitiative.com)

**기획 · 제작** HGI · 트리플라잇(triplelight)

**임팩트 파트너** 루트임팩트 · 한국성장금융

**디자인** 디자인아크

**사진 촬영** 바라봄사진관

