

‘시니어 스마트케어’ 국내 1위 하이디어솔루션즈

“수면·활동량 분석... 노인 맞춤형 건강 관리”

강소기업 탐구

고령화 시대에 접어들면서 노인 맞춤형 건강 관리 서비스산업이 주목받고 있다. 특히 독거노인 가구의 증가로 장기간 가정에서 요양이 필요하거나 수면 관리 등 규칙적인 건강 관리를 원하는 수요가 급증하는 추세다. 하이디어솔루션즈는 사물인터넷(IoT)과 빅데이터 기술을 활용해 이같은 시니어(노인) 스마트케어 서비스를 제공하는 업체다. 시니어케어 서비스 시장을 국내에서 처음 개척해 독보적인 1위를 유지하고 있다.

◆“수면 효율을 백분율로 표시” 하이디어의 ‘리본 스마트케어’ 구독 서비스를 신청하면 집 안 곳곳에 도어 센서, 레이더 센서, IoT 조명 등을 설치해 준다. 센서로부터 개인 활동량, 수면상태, 외출 패턴 등이 감지되고 관련 데이터는 실시간으로 전용 앱을 통해 보호자에게 전송된다. 만약 침실 센서에서 움직임 감지 반응이 계속 없다면 자동으로 응급상태로 판단해 보호자나 119에 연락하는 등 고령자의 위급 상황을 미리 파악할 수 있도록 설계된 게 특징이다. 회사 모토도 ‘사전 돌봄(Care in advance)’이다.

이승엽 하이디어 대표는 “밤에 화장실을 자주 간다든지, 잠을 뒤척이는 것까지 모두 파악해 수면 효율을 백분율(%)로 표시해 준다”며 “이런 빅데이터를 바탕으로 사전에 노인이 긴급 상황에 빠지지



이승엽 하이디어솔루션즈 대표가 자사가 개발한 노인 스마트케어 장비를 소개하고 있다. 김동현 기자

집안 곳곳 24시간 감지 센서 위급시 자동으로 119 등 통보

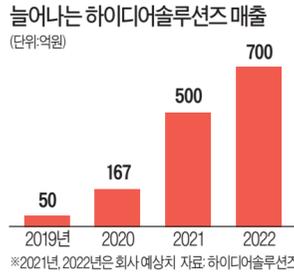
특정 질병 등 빅데이터 활용 대형병원·해외대학과 임상도 헬스케어·보안 서비스도 진출

전 미리 대처 방안을 제시하는 게 목표”라고 설명했다.

정보기술(IT)을 활용해 노인 건강을 챙기는 서비스를 먼저 시작했던 영국 톤스틀, 미국 ADT 등은 아직 신체에 센서 기기를 부착해 이상 징후를 파악하는 수준에 그치고 있다. 하이디어는 신체에 아무것도 부착하지 않고 예방·관리까지 할 수 있어 보다 진보된 케어 서비스로 평가받는다.

회원의 빅데이터를 통해 국내외 우수 병원들과 특정 질병을 앓는 노인의 특이 증상을 밝히는 임상도 진행하고 있다. 삼성서울병원과 근골격계 환자 임상용, 스위스 로잔대와 파킨슨병 임상을 진행 중이다. 경희의료원에서 노인 우울증 환자를 대상으로 임상을 하고 있다. 이 대표는 “노인 우울증이 심해지면 주위가 추워도 난방을 하지 않는 등 특이 행동이 나타난다”며 “임상 연구를 통해 미리 패턴을 이해하면 증세가 본격적으로 나타나기 전에 위험을 예측할 수 있다”고 설명했다.

◆“헬스케어 및 보안 서비스도 출시” 고려대에서 기계공학을 전공한 이 대표는 박사 과정 중이던 2011년 창업 동아리 활동을 하면서 하이디어를 창업했다. 사업 초기에 무선 센서 기술을 이용한 네트워크 장비를 만들다 2007년 본격 시니어



\*2021년, 2022년은 회사 예상치 자료. 하이디어솔루션즈

스마트케어산업에 진출했다.

리본 스마트케어 서비스는 지난해 보건복지부가 선정한 독거노인 및 장애인을 위한 응급안전서비스사업 대상자로 선정됐다. 전국 220여 개 지방자치단체에서 약 10만 가구가 구독자로 가입돼 서비스를 제공 중이다. 민간 구독 회원이 늘면서 매출도 점차 증가할 전망이다. 회사 측은 지난해 167억원인 매출 규모가 올해 500억원, 내년 700억원까지 가능할 것으로 보고 있다.

하이디어는 고령층 스마트케어 사업 외에도 헬스케어, 안전, 스마트홈 서비스까지 아우르는 기술을 개발하고 있다. 헬스케어 사업은 체온계, 혈압계, 열당계 등의 기기로 측정된 데이터를 인공지능(AI) 알고리즘과 빅데이터 시스템을 통해 분석, 건강 관리 서비스를 제공하는 것이다.

김동현 기자 3code@hankyung.com

LG하우시스 車소재부문 매각 무산

현대비엔지스틸과 인수협상 중단 양사 인수 조건 이견 못 좁혀

LG하우시스의 자동차소재-산업용필름 사업부 매각이 원점으로 돌아갔다.

LG하우시스와 현대비엔지스틸은 자동차소재-산업용필름 사업부 매각 및 인수를 위해 맺은 양해각서(MOU)를 해제하고 협상을 중단한다고 31일 공식했다. 두 회사는 지난 1월 26일 MOU를 체결하고 실무 및 협상을 진행했으나 결국 매각이 무산됐다. LG하우시스 관계자는 “향후 매각과 관련해 확정된 것은 없다”고 말했다.

LG하우시스의 자동차소재-산업용필름 사업부는 자동차 대시보드 등 실내 부품 및 소재를 비롯해 인테리어용 필름, 가전제품용 코팅필름 등을 생산하고 있다. 매출은 꾸준히 9000억원 내외를 유지하고 있지만 사업성이 악화하며 2018년부터 영업적자로 돌아서 매각설이 지속적으로 제기됐다. 지난해에는 매출이 8585억원으로 8.7% 감소했으며 영업손실은 453억원으로 107.8% 증가했다.

현대비엔지스틸은 현대자동차그룹 내에서 스테인리스 냉연강관을 생산하는 계열사다. LG하우시스의 사업부를 인수해 친환경 자동차 관련 소재 부문으로 사업을 다각화하려는 시도라는 관측이 많았다. 이 회사는 스테인리스 냉연강관 사업 매출이 전체의 95% 이상을 차지해 사업 다각화 필요성이 꾸준히 제기됐다.

적자 사업을 매각하겠다는 LG하우시스와 사업 다각화가 필요한 현대비엔지스틸의 이해관계가 맞아떨어졌다는 분석이 나왔지만, 협상 과정에서 양사의 조건이 맞지 않은 것으로 알려졌다.

현대비엔지스틸이 인수 후 재무 부담이 커질 것을 우려했다는 분석도 나온다. 지난 1월 당시 매각가는 약 3400억원으로 추산됐다. 하지만 현대비엔지스틸의 유동자산은 397억원 수준으로 인수를 위해서는 외부에서 자금을 조달해야 할 상황이었다. 현대비엔지스틸로 인수 이후 부채비율이 높아지는 상황이 부담스러울 수밖에 없다. LG하우시스가 자동차 경량화 소재 분야에 투자하겠다는 입장도 언급될 것이라는 관측도 제기됐다.

서기열 기자 philos@hankyung.com

친환경 ‘복사파’ 활용한 도로 건조기 공급

옴즈테크 쓰리텍

에너지 사용량 55% 절감 산업현장 ESG 경영에 기여

도로건조는 자동차, 선박, 중장비 제조 등 산업 현장의 필수 공정 과정이다. 국내 산업 현장에선 대부분 화석연료를 태워 만든 뜨거운 바를 뿌려내는 열풍 건조 설비를 사용하고 있다. 부산의 도로 건조 설비 제조업체 쓰리텍은 친환경 복사파 건조 방식의 HSWG 지능형 건조기를 국내의 산업현장에 공급하며 ESG(환경·사회·지배구조) 경영 실현에 앞장서고 있다.

HSWG 지능형 건조기의 핵심은 전기 에너지를 복사파로 변환하는 방식 기술이다. 도로가 묻어 있는 표면 위주로 열을 집중하는 최적화 도파 기술과 복사파의 밀도를 조절해 온도를 제어하는 기술이 적용됐다. 기존적인 건조 기술은 사용 범위가 70cm 수준이었으나, 쓰리텍은 복사파가 나가는 거리를 20m까지 늘려 에너지 효율이 55%가량 적은 게 장점이다. 복사파 발생 장치와 도로 사이에 공기 열을 전달해 주는 매질이 필요 없어 에너지 손실이 적기 때문이다. 배출한 열

을 다시 흡수해 활용하는 배열 회수 기능을 적용한 것도 에너지 사용량을 최소화한 비결이다.

이 제품은 액화천연가스(LNG)를 연소하는 대신 복사파를 사용하기 때문에 이산화탄소 배출량이 기존 열풍 건조 설비보다 30% 정도 적다. 조소양 쓰리텍 대표는 “연소 과정에서 발생하는 유해 가스도 거의 나오지 않는 데다 화재사고 위험도 적다”며 “설비 내외부 온도는 열풍 건조기에 비해 40도 이상 낮아 근로자에게 쾌적한 근로 환경을 제공할 수 있다”고 설명했다.

2016년 HSWG 지능형 건조기 개발에 이어 쓰리텍은 2018년 특허 출원하고 현대자동차 의연연구소에서 실증 테스트를 마쳤다. 이듬해 현대차 울산-전주 공장, 기아 인도 공장 등에 복사파 건조 설비를 공급했다. 올해는 현대차 인도네시아 공장에 기존 열풍 건조기 대비 길이를 50% 축소한 복사파 건조 설비 모듈을 납품했다.

조 대표는 “HSWG 지능형 건조기는 환경보호, 산업안전, 비용절감 등 기업이 ESG 경영을 내재화하는 데 기술적 뒷받침이 될 것”이라며 “향후 공정 빅데이터를 활용해 품질 개선 및 제품군을 다양화하고 글로벌 시장 진출의 초석을 마련하겠다”고 강조했다.

민경진 기자 min@hankyung.com

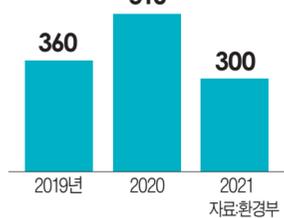
“수요예측 어떻게 했길래”... 친환경보일러 보조금 벌써 ‘바닥’

현장에서 서기열 기자 중소기업벤처부



보일러 교체 권장하더니 보조금 전년비 41% ↓ 현실 무시한 ‘탁상행정’ 비판

급감한 친환경보일러 설치 지원 예산 (단위: 억원) 2019년 360, 2020년 510, 2021년 300



친환경 보일러는 36만 대로, 당초 목표치였던 35만 대를 넘어섰다. 보일러업체들의 친환경 보일러 판매 비중도 의무화 전 40%대에서 지난해 80% 이상으로 확대됐다.

수요는 늘었지만 올해 정부 예산은 거꾸로 줄었다. 환경부는 2019년 360억

원(국고 기준)이었던 예산을 작년 510억 원까지 늘렸으나 올해는 300억원으로 41.1% 축소됐다. 환경부 관계자는 “2019년 예산 소진율이 19.8%에 불과한 데다 작년 4월 실시한 지자체 조사에서도 수요가 높게 나오지 않았다”고 예산 감액 이유를 설명했다.

정부 오판에 따른 피해는 고스란히 소비자가 보고 있다. 보일러업체에 따르면 서울과 부산은 보조금 예산을 소진했으며 인천도 소진율이 97%에 이른 것으로 알려졌다. 경기에선 수원 안성, 김포 화성 등 동두천 남양주에 예산이 바닥 드러났다. 한 소비자는 “친환경 보일러 설치 의무화로 보조금이 늘었다고 정책 효과를 홍보하더니 정책 예산은 줄었다”며 “정책 효과와 적정 수요를 내다보지 못하는 탁상행정이 아쉽지만 하다”고 말했다.

philos@hankyung.com

제43기 결산공고 재무상태표 (2020년 12월 31일 현재) (단위: 원)

제11기 결산공고 재무상태표 (2020년 12월 31일 현재) (단위: 원)

제47기 결산공고 재무상태표 (2020년 12월 31일 현재) (단위: 원)

제15기 결산공고 재무상태표 (2020년 12월 31일 현재) (단위: 원)