

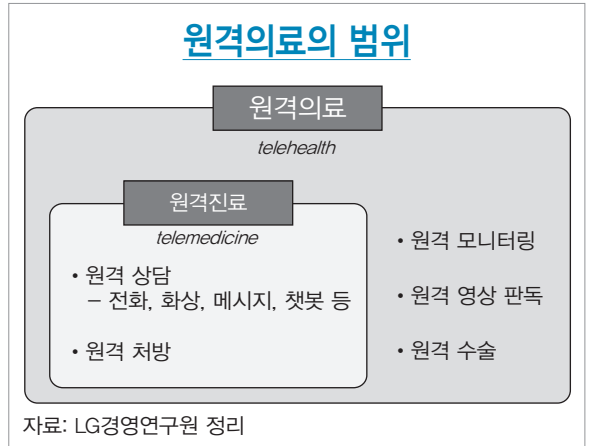
# 진화하는 미국 원격의료 시장, 사업모델 다양화에 주목

고은지

코로나19 팬데믹을 거치며 전세계적으로 원격의료 이용이 증가하는 계기를 맞았습니다. 원격의료 가장 활성화된 미국 시장을 중심으로, 원격의료 서비스 변화 동향과 이에 따라 다양화되는 사업모델에 대해 살펴보았습니다.

## 팬데믹이 가져온 변화

코로나19 팬데믹이 장기화되며 가장 많은 영향을 받은 분야 중 하나가 의료 산업이다. 환자와 의사가 직접 만나는 것이 어려웠던 상황에서 원격의료<sup>1</sup>는 자연스럽게 활용될 수밖에 없었다. 특히 미국의 원격의료 시장은 상당한 성장을 경험했다. 팬데믹이 정점을 찍었던 2020년 4월 미국의 원격의료 이용률은 70%에 달했다. 팬데믹 이후 대면진료가 정상 수준으로 회복되면서 원격의료 이용률은 감소했지만, 팬데믹 이전의 5%와 비교해서는 높은 수준인 20~25%대로 유지되고 있는 것으로 나타났다.<sup>2</sup>



자료: LG경영연구원 정리

팬데믹의 경험을 통해 원격의료는 낮은 의료 접근성, 의사 공급 부족 등 미국의 고질적인 의료 문제들을 혁신할 수 있는 잠재력을 보여주었다. 의사들의 원격의료에 대한 인식도 과거보다는 개선되고 있는 것으로 보인다. 2022년 미국의사협회 설문조사에 의하면 의사의 80% 이상이 원격医료를 통해 환자가 치료에 더욱 잘 접근할 수 있다고 답변했다. 원격의료에 대해 메디케어 보험에서 환급을 인정해 주는 등 규제 변화 영향이 큰 것으로 보인다.<sup>3</sup> 아직 원격의료 수가 책정 기준, 처방 가능 의약품 범위 등 관련 규제를 정립하는 단계에 있고, 보안 등 기술적 문제 해결이 필요하다는 점 등에서 원격의료 시장의 성장에는 여러 변수가 존재한다. 하지만 원격의료 도입을 결정하는 중요한 주체인 보험사와 고용주<sup>4</sup>들이 의료비용 절감 압박을 계속 받고 있는 상황에서, 대면진료 대비 상대적으로 저렴한 원격의료 활용 수요는 꾸준히 증가할 것으로 보인다.

## 전문 진료, 만성질환 관리로 서비스 영역 확대

팬데믹 기간 중 미국에서 원격의료는 응급 진료를 중심으로 가장 많이 활용되었다. 환자가 응급 상황에서 의사와의 원격 상담을 통해 필요한 경우에만 응급실을 이용하도록 해 비싼

1 원격의료는 의사-환자 간 대면진료를 대체하는 원격진료와 원격 환자 모니터링 등을 모두 포함하는 개념  
 2 미국의사협회(AMA, American Medical Association)의 2022년 조사 결과  
 3 코로나19 기간 동안 원격진료 이용 시 메디케어(Medicare, 65세 이상이 가입하는 공보험)에서 보험 환급 가능한 코드를 일시적으로 적용했는데, 긴급의료상황 이후에도 일부 규제를 제외하고 이 변경사항이 영구적으로 적용될 예정  
 4 환자가 소속된 직장이 건강보험의 관리 주체가 되는 경우이다. 현재 미국 인구의 절반 이상이 고용주 보험에 가입

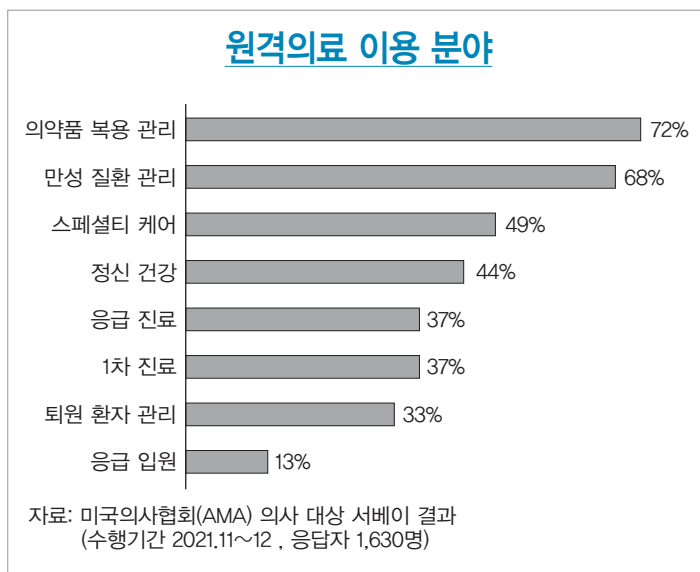
응급실 비용을 절약할 수 있었기 때문이다.<sup>5</sup> 미국의 원격의료는 이제 응급 진료 뿐 아니라 1차 진료, 2차(전문) 진료, 만성질환 관리, 원격 환자 모니터링 등으로 가능한 서비스가 확대되고 있다.

전문 진료 중에서는 특히 행동 치료(Behavioral Health)와 같은 정신과 분야에서의 원격의료 이용이 높아졌다. 행동 치료 분야는 코로나19 대유행 시기(2020년 2분기) 전체 진료의 72%가 원격으로 이루어졌는데, 팬데믹이 종료된 이후에도(2022년 2분기) 54%의 이용률을 보였다.<sup>6</sup> 원격의료 규제가 완화되면서 정신과 진료에 대한 접근성이 확대되었고, 전문의 및 병상 부족 또한 원격의료로의 전환을 촉진하는 요인이 되고 있다.

만성질환 관리는 최근 미국 원격의료 시장에서 가장 중요한 분야로 부상하고 있다. 환자 입장에서는 당뇨·심부전 등 만성질환 관리에 비용이 많이 드는데, 원격 관리를 통해 적시에 치료 가이드를 받을 수 있어 입원까지 가는 상황을 방지할 수 있다. 팬데믹을 기점으로 원격 환자 모니터링의 활용도 증가했다. 메이요 클리닉(Mayo Clinic)의 연구 결과에 의하면 팬데믹 기간 동안 환자의 외래 관리를 위해 원격 환자 모니터링을 실시했는데, 환자들의 참여율은 79%에 달했고 응급실 방문과 입원율을 각각 11%, 9%씩 감소시키는 결과를 얻은 것으로 나타났다.

## 플랫폼 모델 중심에서 다양한 결합 모델 등장

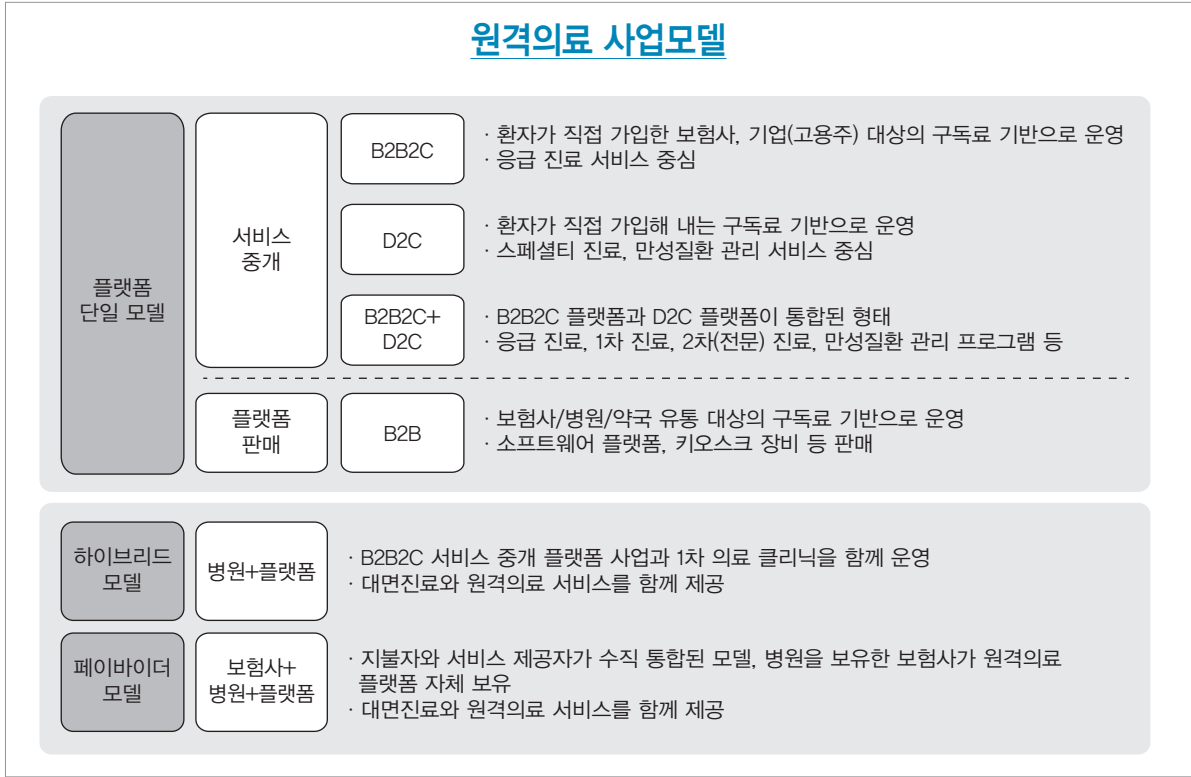
원격의료 서비스 범위가 확대되고 고객들의 니즈가 고도화되면서 사업모델도 다양해지고 있다. 그동안 미국 원격의료 시장에서는 보험사·기업(고용주)·병원 등의 고객을 대상으로 서비스를 중개하거나(B2B2C 모델), 소프트웨어 플랫폼을 판매하는 플랫폼 모델(B2B 모델)이 시장을 주도해 왔는데, 최근에는 대면진료와 원격의료 플랫폼이 결합된 하



5 미국의 응급실 진료 비용은 일반 진료(1차 진료, Primary Care) 비용보다 12배 가량 고가(United Health Group, 2019년 조사)

6 맥킨지의 2020.1Q ~ 2022.2Q 미국 시장 원격의료 이용률 조사 결과

이브리드 모델, 보험사와 병원, 원격의료 플랫폼이 결합된 ‘페이바이더(Payvider, Payer+Provider) 모델’ 등이 존재감을 높이고 있다.



● 플랫폼 모델

원격의료 서비스 영역이 확대되면서 환자들은 1차 진료, 정신건강 상담, 만성질환 관리 등을 하나의 통합된 플랫폼에서 편리하게 이용하기를 원하고 있다. 따라서 플랫폼 모델에서 통합 원격의료 플랫폼 개발은 필수적인 요소가 되고 있다. 단발성 진료 중심으로 성장한 텔라닥(Teladoc)이 2020년 22조원을 투자해 원격 당뇨 관리 전문 업체인 리봉고(Livongo)를 인수한 이유도 만성질환 관리 D2C 플랫폼을 확보해 통합적인 서비스를 제공하기 위한 목적이었다. 스페셜티 영역 중심의 D2C 원격의료 플랫폼도 1차 진료 분야로 확장하는 추세이다. D2C 플랫폼인 힘스 앤 허스(Hims & Hers)는 그동안 탈모, 성 건강 분야 의약품 판매, 비만 관리 등에 집중해 왔는데, 그동안 확보한 충성도 높은 고객군을 바탕으로 최근에는 1차 진료까지 사업 범위를 넓히고 있다.

● 하이브리드 모델

지속적인 질환 관리 관점에서 병의원의 대면진료와 원격의료가 합쳐진 하이브리드(병원

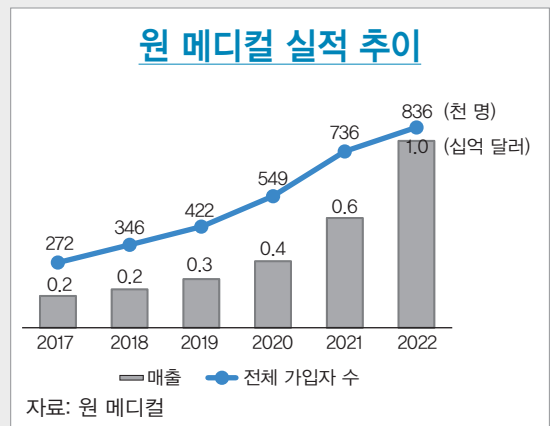
+플랫폼) 모델이 늘고 있다. 대면 혹은 원격 진료로 시작해 원격 만성질환 관리, 원격 환자 모니터링 등으로 이어지는 방식이며, 의료진이 환자와 지속적으로 커뮤니케이션하면서 약 복용, 생활습관 관리 등을 지도하고, 치료 효과를 개선할 수 있다는 장점이 있다. 하이브리드 모델에서는 의사-환자 원격진료 시 의료 보조원이 상주하는 지역 진료소를 활용하게 되는데, 의료 보조원이 환자 의무기록 조회를 돕거나 검사가 필요할 때 환자와 함께 현장에서 검사를 수행한다. 이 모델을 통해서 환자는 대면진료보다 더 정기적으로 자주 의사와 접촉할 수 있기 때문에, 의사와 더 나은 관계를 형성하는 데 도움을 받을 수 있다. 또한 환자의 상태가 여러 전문가 집단의 도움이 필요한 상황이라면, 환자의 주치의가 쉽게 다른 전문가와 상담하고, 의료 기록을 공유하고, 의료 보조원 등과 협력해 치료 계획을 세울 수 있다. 1차 진료 클리닉과 자체 원격 의료 플랫폼을 보유한 아마존의 원 메디컬(One Medical)이 이러한 하이브리드 서비스를 제공하고 있다.

● **페이바이더 모델**

하이브리드 모델의 한 종류라고도 볼 수 있는데, 보험사와 병원, 원격의료 플랫폼이 합쳐진 서비스 형태가 등장하고 있다. 미국 의료 시장에서 워낙 대형 의료보험사의 영향력이 크기 때문에 나타나는 현상이기도 하다. 미국에서는 보험사가 병원을 직접 소유할 수 있는데, 병원을 소유한 일부 대형 보험사들이 직접 원격의료 플랫폼을 운영하는 방식을 선택하고 있다. 보험사+병원 결합 모델은 플랫폼 업체들처럼 고객들로부터 서비스 구독료를 받지 않는 대신, 원격의료를 통해 절감한 의료비용이 수익이 되는 구조로 운영된다. 최근 확대되는 미국

**하이브리드 모델: 원 메디컬 사례**

2023년 아마존이 40억 달러에 인수한 원 메디컬은 미국 보스턴, 시카고 등에서 원격의료와 대면진료를 결합한 하이브리드 서비스를 제공하는 기업이다. 사업 초기 원 메디컬은 대도시 젊은 사용자층 중심으로 서비스를 전개했으나, 2021년 메디케어(65세 이상 공보험) 환자 대상으로 서비스를 제공하는 아이오라 헬스(Iora Health)를 인수하며 사업 범위를 확장했다. 현재 원 메디컬은 미국 20여개 도시에서 직고용 의사들을 바탕으로 한 220개의 오프라인 클리닉을 운영하는 동시에, B2B2C 형태의 원격의료 플랫폼 서비스 고객으로 8,500여 개의 기업·기관을 확보하고 있다. 원 메디컬은 1차 진료, 메디케어 환자 전용 진료, 특정 기업(집단) 전용 진료, 만성 질환/통합 정신건강 관리 프로그램, 소아/가정 건강 프로그램 등 서비스 영역을 계속 확장해 나가고 있다.





의 가치기반 의료(Value-based Care) 지불 제도<sup>7</sup> 하에서는 보험사와 병원의 사업 목표가 의료비용 절감 수익을 최대화하는 데 있기 때문에 운영 가능한 모델이라고 볼 수 있다.

### 보험사, 약국 유통 등 참여자 증가로 경쟁 심화

미국 원격의료 시장은 그간 서비스 중개 모델에 집중하는 전문 플랫폼 업체들을 중심으로 성장해 왔다. 그러나 보험사, 병원, 약국 유통, 빅테크 등 다양한 플레이어들이 직접 시장에 참여하면서 기존의 경쟁 구도에 변화가 있을 것으로 보인다. 먼저 대형 보험사들은 자체적으로 원격의료 플랫폼을 갖추거나 전문 플랫폼 업체를 인수하고 있다. 선두업체 유니티드 헬스(United Health)는 의료서비스 자회사 옵тім 헬스(Optum Health)에서 원격의료 서비스를 제공하고 있다. 또다른 대형 보험사 시그나(Cigna)는 원격의료 플랫폼 업체 엠디 라이브(MD Live)를 인수해 서비스를 내재화했다.

병원에서는 원격의료 통합 서비스 플랫폼으로 발전하면서 의무기록·보험청구·전자처방 등 병원 내 다른 정보시스템과의 통합, 데이터 호환성이 더욱 중요해지고 있다. 따라서 원격의료 전문 플랫폼 업체뿐 아니라, 올스크립츠(Allscripts)·에픽(Epic) 등 대형 병원정보시스템 업체 및 필립스(Philips)·메드트로닉(Medtronic) 등 의료기기 업체들이 자체 개발과 전문 플랫폼 인수를 병행하며 원격의료 분야를 강화하고 있다. 대형 병원들은 아예 직접 원격의료 플랫폼 개발에 나서기도 한다. 메이요 클리닉에서는 중증 환자 관리를 위한 원격 모니터링 플랫폼을 직접 개발하고 있다.

원격의료는 약물 치료 중심의 만성질환 관리나 정신과 영역에 적합하다는 점에서 원격 처방, 약 배송과의 연계가 중요해지고 있다. 이러한 측면에서 1차 진료 클리닉을 보유한 약국 유통 업체들도 원격의료 서비스에 나서고 있다. CVS 파머시(CVS Pharmacy)는 미닛 클리닉(Minute Clinic)이라는 의원을 약국 내에 함께 운영하는데, 여기서 대면진료와 원격의료 서비스를 함께 제공한다. 빅테크 기업들도 원격의료 시장에 가세했다. 온라인 약국 유통 사업을 전개하는 아마존도 원 메디컬을 인수하며 원격의료 시장에 본격적으로 진입했다.

경쟁 환경 변화에 대응하기 위해 원격의료 전문 플랫폼 업체들은 대형화 전략으로 맞서고 있다. 텔라닥이나 암웰(Amwell) 등 원격의료 전문 플랫폼 업체들은 서비스 영역 확대

<sup>7</sup> 진료를 많이 볼수록 병원의 수익이 늘어나는 행위별 수가제도와 달리, 가입자 인당 부과된 고정된 금액 안에서 진료를 수행하고 남은 수익을 가져가는 시스템

와 추가적인 고객 확보를 목적으로 중소형 플랫폼 업체를 인수합병하는 전략을 지속적으로 추진하고 있다.

### 통합 서비스 기반으로 본격 성장기에 접어들 전망

지금까지 살펴보았듯이 미국 원격의료 시장은 코로나19를 겪으면서 서비스 영역이 확대되고 사업 참여자가 증가하는 등 많은 변화를 겪고 있다. 특히 원격의료 서비스의 주요 고객인 보험사와 고용주들의 니즈가 변화함에 따라, 원격의료 사업모델이 단편적인 포인트 솔루션으로부터 통합 서비스 형태로 진화하는 모습을 보이고 있다.

현재 주류를 차지하고 있는 플랫폼 모델에서는 의사들을 직접 확보하고 프로그램을 개발해야 하는 서비스 중개 모델보다는, 보험사나 병원에 인프라를 지원하는 플랫폼 판매 모델이 상대적인 성장 기회가 있을 것으로 예상된다. 플랫폼 판매 업체들은 고객의 특화 프로그램에 맞춰 플랫폼을 설계하고 운영을 지원하는데, 보험사, 병원, 약국 유통 업체 등에서 플랫폼을 직접 운영하려는 사례가 늘고 있으므로 이 분야에 대한 수요는 앞으로도 확대될 가능성이 있다.

의료는 의사와 환자 간의 신뢰와 상호 연결이 매우 중요한 분야라는 점에서, 대면진료와 분리된 원격의료 서비스는 가치를 인정받기 어려워질 것이다. 따라서 장기적으로 볼 때 플랫폼 단일 사업모델은 점차 경쟁력을 잃을 가능성이 높다. 대신 하이브리드, 페이바이더 모델 등 대면진료와 원격의료의 결합된 사업모델이 유리한 위치를 점할 것으로 보인다.

미국에서도 원격의료에 대한 규제는 아직 확립되지 않았고, 정부 정책과 규제 변화에 따른 불확실성이 여전히 존재한다. 하지만 미국에서 원격의료는 의료비용 절감 차원에서 여전히 효과적 수단으로 여겨지며, 진료 가능한 영역도 더욱 넓어질 것으로 전망된다.<sup>8</sup> 이러한 환경에서 병원과 보험사가 원격의료와 대면진료가 공존할 수 있도록 운영을 재구성하는 데 고민하고 있는 것이다. 특히 1차 진료 단계를 중심으로 많은 수직·수평적 통합이 일어날 것으로 예상되며 여기서 원격의료의 역할이 중시될 것으로 보인다. 미국 원격의료 시장이 본격적 사업화를 향해 나아가는 단계에서, 원격의료에 관심 있는 기업들은 미국 의료 시장 내 주요 이해관계자들과의 파트너십을 차근차근 구축하며 장기적인 관점에서 사업 기회를 탐색해 볼 필요가 있다. LG경영연구원

8 현재 미국에서 이뤄지는 환자 진료의 약 30%는 원격의료로 대체될 수 있을 것으로 예측(Omada Health의 연구 결과)