



HEALTHCARE TREND OF GENERATION *MZ*

MZ세대 건강관리 트렌드

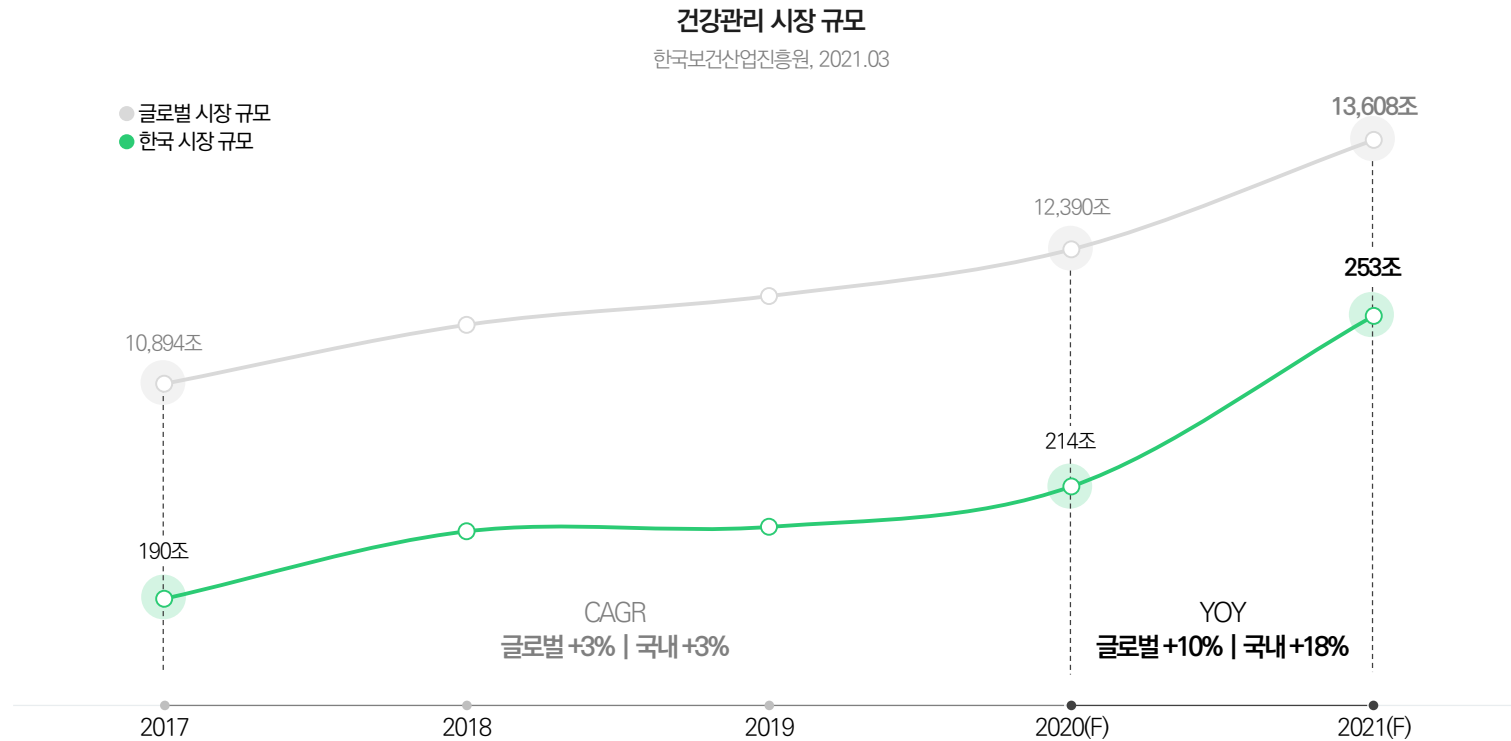
코로나19로 건강관리 시장 급성장

일상이 된 건강관리

코로나19가 발생한 최근 2년간 건강관리 시장은 급격하게 성장했습니다.

2021년 건강관리 시장 규모는 글로벌 13,608조 원, 국내 253조 원에 달합니다.

사람들은 건강을 관리하기 위해 많은 시간과 노력, 비용을 소요하고 있습니다.



건강관리 주소비자로 부상한 MZ세대

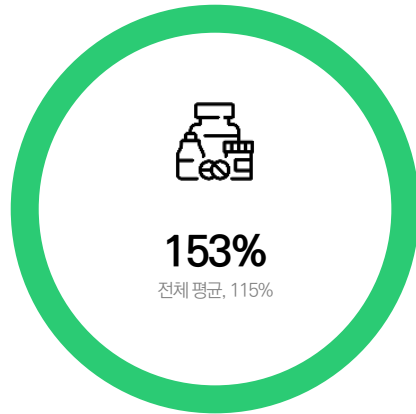
갓생을 위해 건강을 관리하다

건강에 대한 관심이 젊은층까지 확산되며 MZ세대가 건강관리 시장의 큰손으로 주목 받고 있습니다.

이들은 소위 '갓생(God生)'이라 하는 계획적이고 부지런한 삶을 지향하며, 이를 위해 건강을 적극적으로 관리합니다.

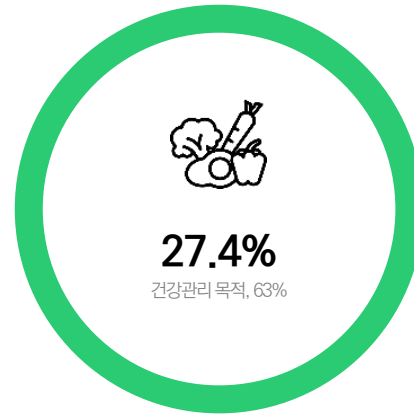
MZ세대는 기능식품 섭취, 채식, 운동 등 다양한 방식으로 건강을 관리하고 있습니다.

2030세대 평균
건기식 결제 증가율



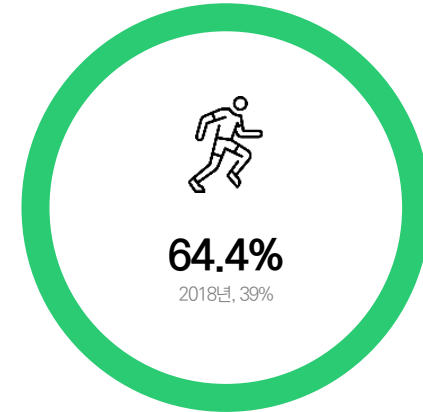
신한카드, 19.1Q - 21.1Q, 2021

MZ세대 간헐적
채식 실천자 비율



20대연구소, 2021

서울마라톤 2030세대
참가자 비율



서울마라톤, 2021

MZ세대에게 건강관리는 곧 자기개발

건강한 심신은 장기적인 성장의 기반

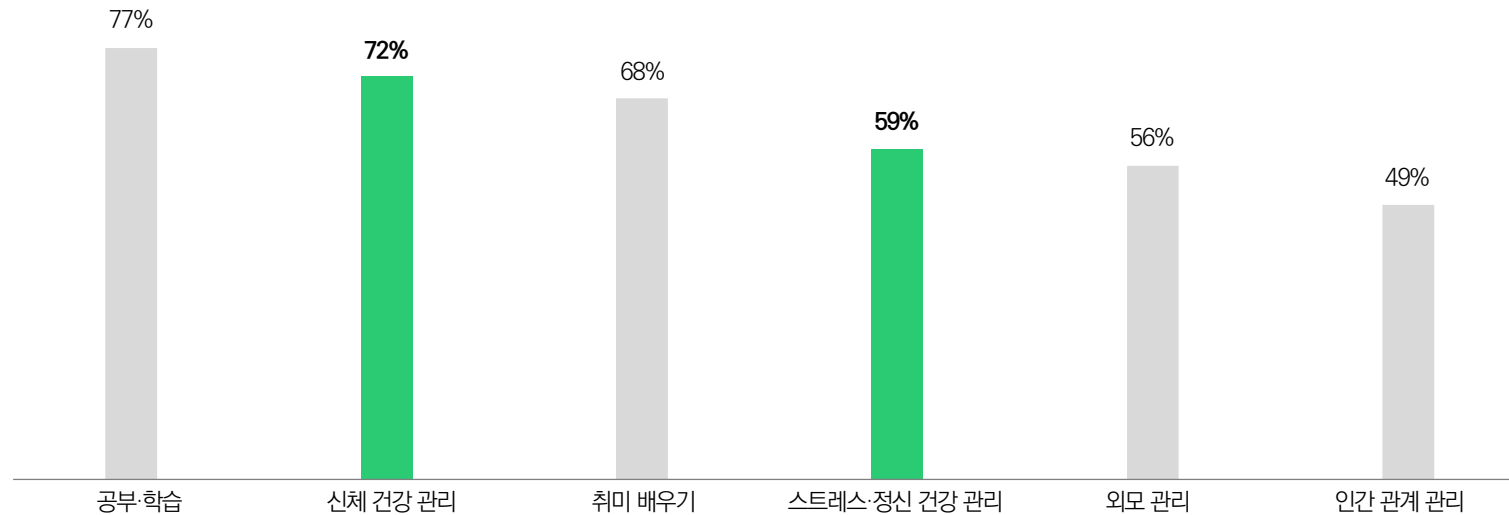
MZ세대는 신체의 건강은 물론, 정신과 마음의 건강도 중요하게 여깁니다.

이들에게 건강관리는 단순히 건강한 몸을 만드는 활동이 아닌, 자기개발 활동의 일환이기 때문입니다.

이들은 장기적인 자기 발전을 위해서는 건강한 몸과 마음이라는 기반이 필수라고 생각합니다.

MZ세대가 자기개발이라고 생각하는 활동

대학내일 20대연구소, 2021



MZ세대, 건강관리에 즐거움을 더하다

키워드로 보는 MZ세대 건강관리 트렌드

건강관리를 삶을 위한 투자 활동으로 인식하기 시작하면서 MZ세대가 건강관리를 대하는 방식도 달라졌습니다.

이들은 자신만의 활동 루틴을 만들어 관리를 습관화하고, 이를 타인과 공유하며 동기부여를 얻고, 관리 과정에서 즐거움을 찾습니다.

과거의 건강관리가 감내하고 절제하는 방식이었다면, 이제는 즐겁고 자발적인 건강관리가 MZ세대를 중심으로 확산되고 있습니다.

습관화



#리추얼라이프

의식, 의례를 뜻하는 단어 Ritual과 Life의 합성어
규칙적인 습관을 통해 일상을 가꾸는 것을 의미,
MZ세대는 자신만의 루틴을 만들어 지속적으로 건강을 관리

공유



#오운완

'오늘 운동 완료'의 줄임말로 SNS에 운동을 인증할 때 사용,
관리 과정을 기록하고 공유하며 원동력을 얻는
MZ세대의 특성을 보여주는 신조어

즐거움



#어다행다

'어차피 다이어트할 거면 행복하게 하자'의 줄임말,
MZ세대는 참고 견디는 방식 대신
맛있게 먹고 즐겁게 운동하며 건강을 관리

MZ세대, 건강관리에 디지털을 더하다

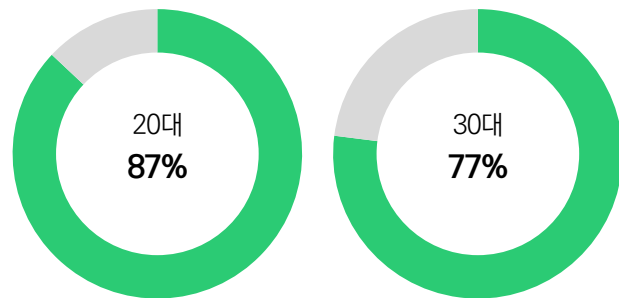
건강관리를 위해 디지털 수단 적극 활용

디지털 환경에 익숙한 MZ세대는 건강관리 과정에서 디지털 수단을 적극적으로 활용하는 특징을 보입니다.

유튜브의 가이드 영상을 보며 트레이닝하고, 운동할 때는 웨어러블 기기를 사용하며, 신체 상태와 식단 등을 앱에 기록합니다.

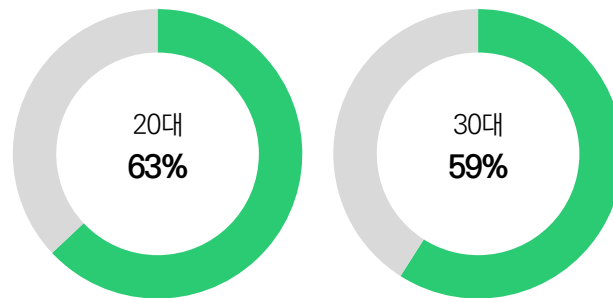
이들은 최적의 정보를 얻기 위해, 효과적인 목표 달성을 위해 디지털 서비스와 디바이스를 활발히 이용합니다.

홈트레이닝 시 유튜브 영상을 활용한다

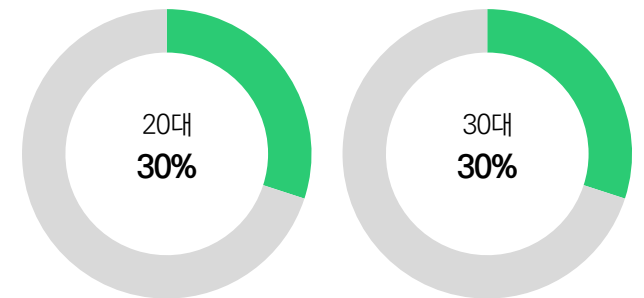


건강 관련 사항 기록 시 모바일 앱을 활용한다

오픈서베이, 2021



건강 관련 사항 기록 시 스마트워치를 활용한다



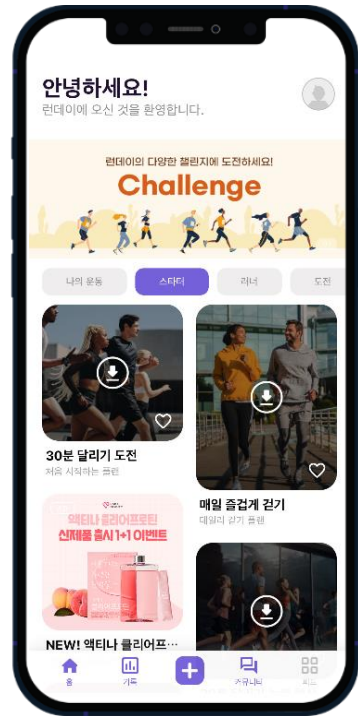
목표 달성을 도와주는 온라인 소통

목표를 공유하며 작심삼일 극복

MZ세대는 건강관리 목표 달성을 위한 수단 중 하나로 온라인 소통을 활용합니다.

공통의 목표를 가진 사람들과 온라인에서 계획과 기록을 공유하며, 서로에게 서포터가 됩니다.

같은 목표를 향한 경쟁과 응원은 끝까지 완주할 수 있는 힘이 됩니다.

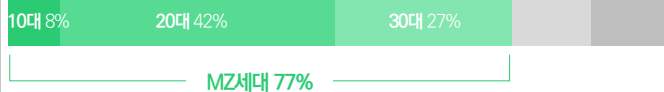


런데이

맞춤형 달리기 플랜, 보이스 트레이닝, 실시간 비대면 마라톤 등 러닝과 관련된 다양한 서비스와 프로그램 제공. 이용자들은 앱에서 러닝 크루를 만들어 비대면 달리기를 즐기고 기록을 공유, 소통과 경쟁을 통해 꾸준한 러닝 실천

이용자 연령

(외이즈앱, 22년 1월 기준)

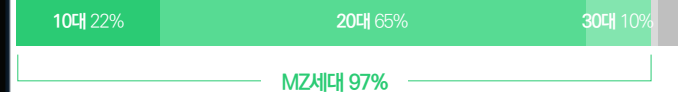


투두 메이트

하루 동안 해야 할 일을 정리하는 체크리스트 앱이지만 일정표와 완료 상황을 타인과 공유할 수 있어 MZ가 열광, 친구는 물론, 키워드 검색으로 같은 목표를 가진 사람을 찾아 응원할 수 있는 소통 기능으로 동기부여에 도움이 된다는 평

이용자 연령

(외이즈앱, 22년 1월 기준)



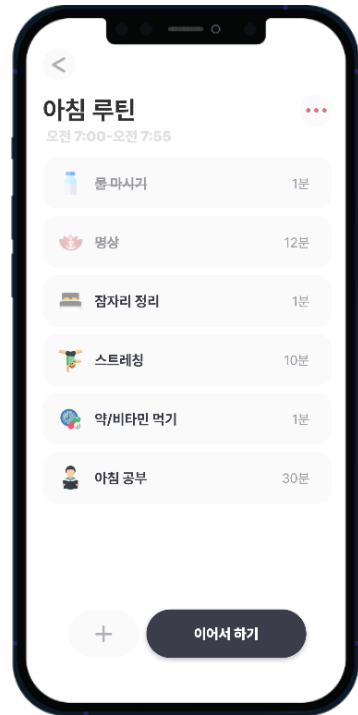
건강관리 습관을 만드는 루틴 앱

루틴을 지키며 성취감을 극대화

조사 결과에 따르면 MZ세대의 77%는 매일 실천하는 루틴이 있다고 합니다. (대학내일 20대연구소, 2021)

MZ세대는 작은 행동 하나하나가 쌓여 자신을 변화시킨다고 믿기 때문에 건강관리를 위한 자신만의 루틴을 형성합니다.

물 마시기, 스트레칭 하기, 비타민 먹기와 같이 사소하지만 삶의 질을 높이는 행동들을 규칙적으로 실천하며 성취감을 얻습니다.

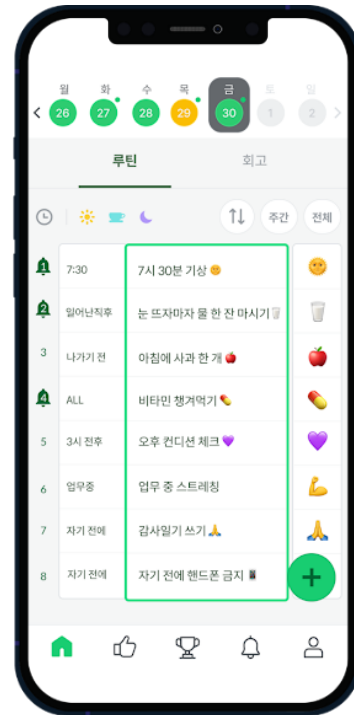
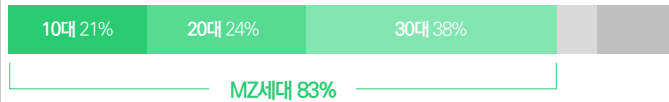


루티너리

운동하기, 물 마시기 등 하루 동안 수행해야 하는 루틴을 정하고
실행 여부와 시간을 체크할 수 있는 앱,
루틴 시작 시 타이머가 작동해 집중할 수 있도록 도움,
출시 1년여 만에 전 세계 다운로드 80만 건 돌파

이용자 연령

(외이즈앱, 22년 1월 기준)

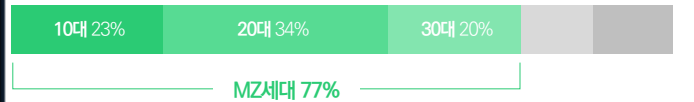


마이루틴

일일 루틴을 계획표 형태로 작성하고 실행 여부를 기록하는 앱,
성취율에 따라 배지, 스탬프를 수여하고
월간 통계를 한눈에 확인할 수 있어 꾸준한 실천에 도움,
다른 유저들과 서로 루틴을 공유하는 것도 가능

이용자 연령

(외이즈앱, 22년 1월 기준)



마음 건강을 지켜주는 멘탈 케어 앱

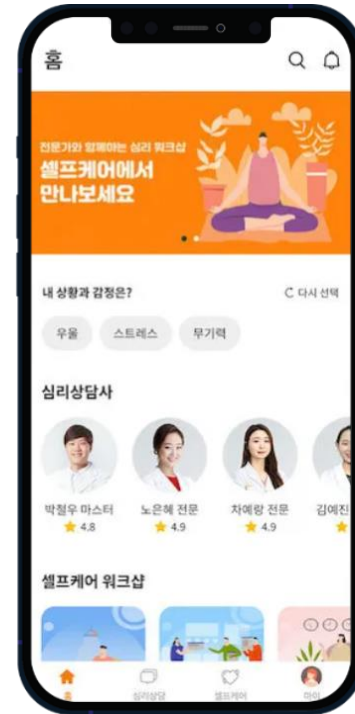
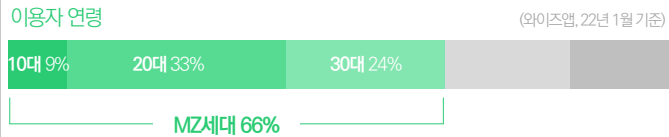
일상적, 지속적 멘탈 케어

과거에는 정신적 고통을 참고 견디거나, 술이나 담배 등에 의존해 스트레스를 해소하곤 했습니다.
그러나 MZ세대는 정신 건강의 중요성을 높이 두고, 이를 관리하기 위해 보다 능동적이고 적극적인 방법을 이용합니다.
멘탈 케어 앱 서비스는 일상에서 수시로 관리할 수 있다는 장점을 갖고 있어 MZ세대 사이에서 각광받고 있습니다.



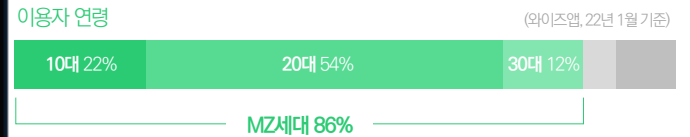
마보

수면, 우울, 불안 등 상황이나 기분에 따라 다양한 명상 사운드를 제공하는 앱.
마보 앱 내에서 MZ세대의 평균 명상 시간은 32분으로 다른 연령층에 비해 3배 이상 길게 이용하는 것으로 확인



트루스트

화상채팅을 통해 다른 사람들과 함께 참여하는 심리워크샵, 전문가와의 비대면 심리 상담 서비스 등을 제공하는 멘탈케어 앱.
최근에는 자존감 키우기, 무기력 이겨내기 등 테마에 따라 정해진 루틴을 실천하며 감정을 관리할 수 있는 신규 서비스를 출시

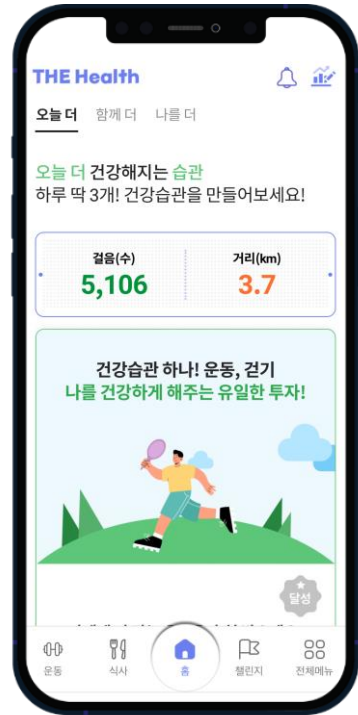


올인원 건강관리 플랫폼의 등장

쉽고 간편하게, 앱 하나로 가능해진 건강관리

건강 습관 형성, 챌린지 프로그램, 스트레스 관리, 전문가 코칭 등 다양한 건강관리 서비스가 관심을 받으면서 여러 서비스를 하나의 채널에서 제공하는 건강관리 플랫폼이 등장했습니다.

플랫폼으로 모이는 방대하고 복합적인 데이터는 관리 서비스의 질적 향상, 관련 산업의 발달로 이어집니다.



삼성생명 '더헬스'



건강 습관 체크

운동·식사·마음 건강 활동 기록,
기록 분석을 통해 운동과 식단 추천



챌린지 프로그램

1만 보 걷기, 2리터 물 마시기 등
목표 달성 시 리워드를 주는 챌린지 진행



생활 건강 데이터

증상 체크, 부위별 질병 검색 기능과
주변 병원·약국 찾기 기능 제공



라이나생명 'TuneH'



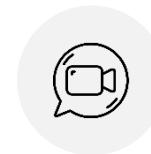
TuneH 코치

건강 스코어와 스트레스 지수 분석,
체계적으로 관리할 수 있는 패키지 추천



건강 목표 설정

활동·영양·수면·마음 등
사용자의 수준에 맞는 목표 제안



전문가 콘텐츠

홈트레이닝부터 마인드/슬립케어 등
전문가가 알려주는 영상 콘텐츠 제공

건강관리와 구독서비스, 완벽한 조합

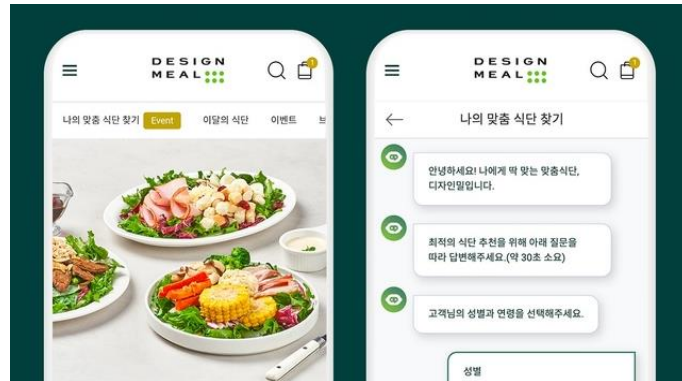
루틴 = 정기배송

건강관리 루틴을 만드는 트렌드와 구독서비스는 반복적·지속적이라는 공통점을 가지고 있습니다.

때문에 MZ세대는 건강한 습관을 이어가기 위해 제품·서비스가 지속 제공되는 구독서비스를 적극적으로 활용합니다.

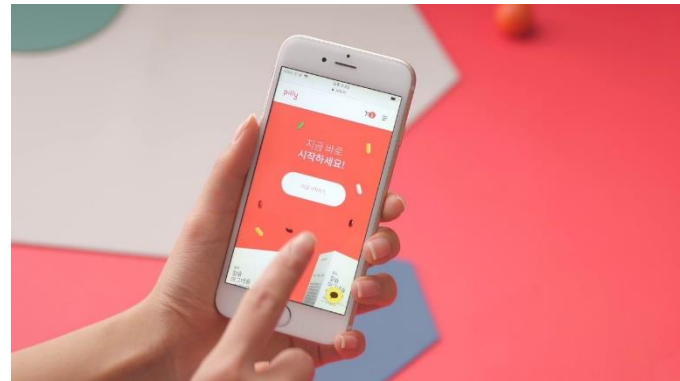
건강관리와 구독서비스가 만나 건강한 생활을 영위하는 것이 더욱 편리해졌습니다.

건강 식단 구독서비스 '디자인밀'



한국인의 식습관을 고려하여 당 흡수를 줄이고
영양균형을 채우는 과학적인 식단을 제공,
1일 1~2식 당노케어 · 정성헌상 중 선택하여 배송

건강기능식품 구독서비스 '필리'



생활 습관을 고려한 건강 설문 시스템으로
사용자의 건강상태에 맞는 영양성분을 추천,
맞춤형 건강기능식품을 매달 정기적으로 배송

호텔 침구 구독서비스 '클린베딩'



사용자가 선택한 교체 주기에 맞추어
커버이불로 구성된 세탁한 호텔 침구 배송,
수면의 질까지 고려하는 MZ세대가 핵심 소비자

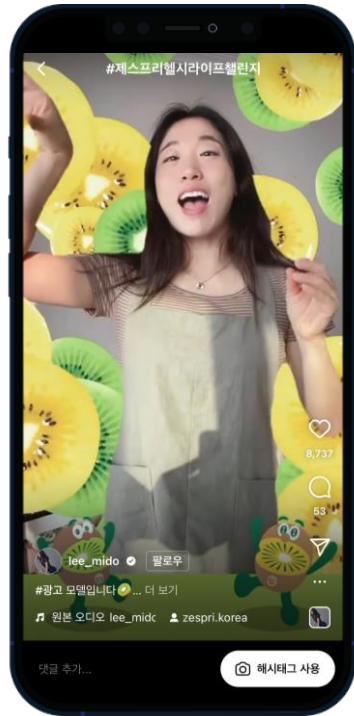
건강관리와 챌린지 마케팅, 확실한 조합

건강한 습관을 만드는 건강한 이벤트

특정 행동을 릴레이로 이어가는 챌린지 마케팅은 브랜드의 긍정적인 이미지를 구축하는 데 유용합니다.

특히 건강에 대한 관심이 높아진 만큼 건강관리와 관련된 챌린지는 MZ세대와 효과적으로 소통할 수 있는 수단이 될 수 있습니다.

참여자는 이벤트에 응모하면서 건강한 습관을 만들 수 있고, 브랜드는 적극적인 참여와 확산을 기대할 수 있습니다.



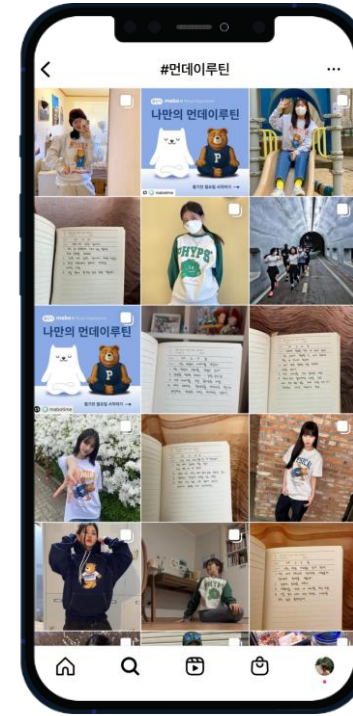
제스프리
헬시라이프 챌린지

신나리셔스 댄스, 키워 먹기 등
매주 새로운 주제의 챌린지 진행
챌린지 영상 조회수 275만 뷰 이상



한화생명
라이프게임 챌린지

참가자들은 상금 1억 원을 걸고
수면관리·멘탈케어 챌린지 등에 도전
챌린지 참가자 총 2만 6423명



마보
먼데이루틴 챌린지

매주 월요일 명상, 요가, 조깅 등
자신만의 습관을 기록하는 챌린지
SNS 해시태그 게시물 약 200개

폭발적으로 성장하는 디지털 헬스케어 시장

새로운 서비스, 확산되는 수요

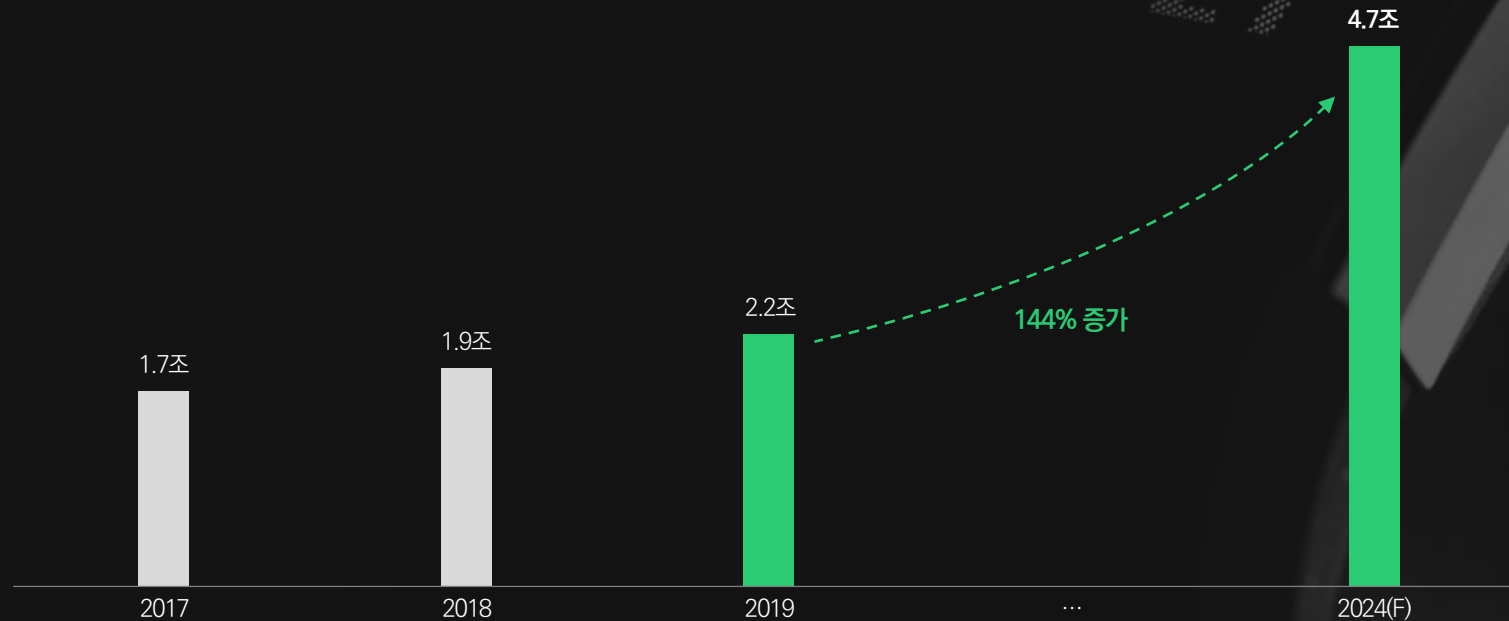
디지털 기술의 발달에 힘입어 디지털 헬스케어 시장은 질적으로, 양적으로 성장하고 있습니다.

이러한 추세에 따라 2024년 국내 디지털 헬스케어 시장은 4.7조 규모에 이를 것으로 전망합니다.

AR·VR, 메타버스 등 새로운 기술이 헬스케어와 결합하면서 전에 없던 서비스들이 등장했습니다.

국내 디지털 헬스케어 시장 규모

마켓스앤마켓, 한국보건산업진흥원, 2020



몰입을 높이는 게이미피케이션

게임으로 즐기며 운동 효과 극대화

최근 메타버스, AI 동작 인식, NFT 등 IT 기술과 결합한 트레이닝 서비스의 인기가 높습니다. 이들 서비스의 공통점은 운동 활동에 새로운 기술, 그리고 게임 요소를 접목했다는 것입니다. 트레이닝 서비스와 게임이 결합하자 이용자들의 몰입도가 높아지고 목표 달성률이 향상되었습니다.

메타버스 트레이닝 '아핏 사이클'



가상세계와 사이클을 연동하여 세계 주요 도시를 자전거로 주행하는 트레이닝 서비스, 다른 사용자들과 경쟁하고 미션을 수행하며 몰입이 극대화

AI LIVE 홈트레이닝 '하우핏'



인공지능 동작 인식 기술로 사용자 자세를 인식하여 바른 자세로 운동할 수 있도록 코칭하는 홈트레이닝 서비스, 자세 정확도에 따라 점수를 부여하는 방식으로 성취 욕구를 자극

M2E '코인워크'



이용자의 운동량에 따라 가상 자산을 리워드로 제공하는 Move To Earn 서비스로, 서비스 내에서 착용하는 NFT 신발에 레벨 등급·고유 효과 등 게임의 특성을 부여하여 흥미를 자극

가상 공간에서 이루어지는 건강관리

시공간의 제약이 없는 헬스케어

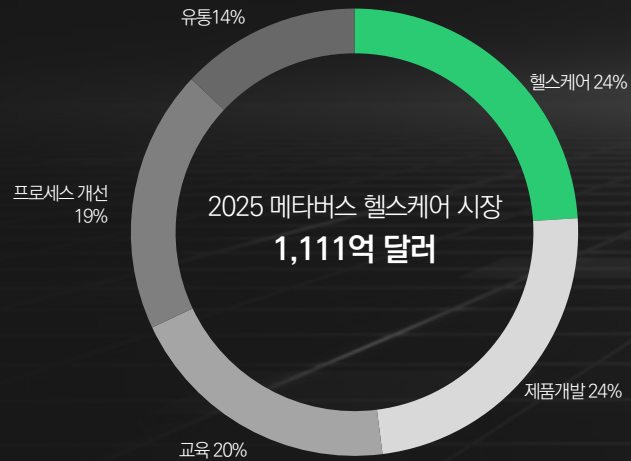
가상 공간에서 이루어지는 건강관리는 신체 활동과 관련된 영역에서 가장 빠르게 발전하고 있습니다.

그 뒤를 이어 여러 건강관리 영역이 가상 공간으로 이동을 시도하고 있어, 곧 다양한 서비스를 가상 공간에서 만나게 될 전망입니다.

MZ세대에게 메타버스는 일상과 맞닿은 공간으로, 메타버스 건강관리 서비스의 수요자는 매우 명확합니다.

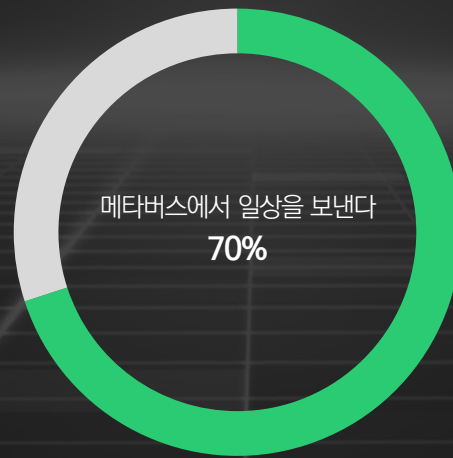
2025년 메타버스 주요 응용시장 전망

PwC, 하나금융연구소, 2021



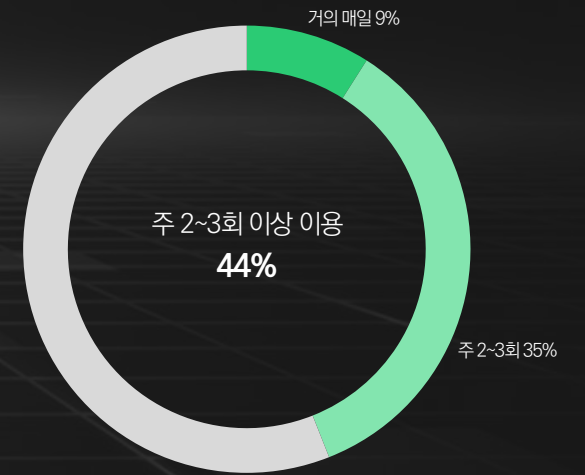
메타버스에서 일상을 보내는 MZ세대

알바천국, 2022



MZ세대가 메타버스에서 일상을 보내는 빈도

알바천국, 2022



디지털 헬스케어 트렌드를 이끌 MZ세대

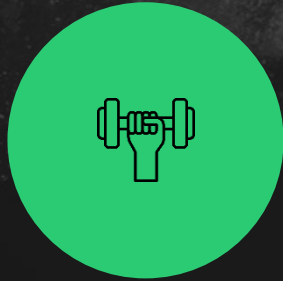
디지털 세대, 디지털 헬스케어를 소비하다

당연하게도, 디지털 헬스케어 서비스의 주 소비자는 MZ세대가 될 것입니다.

이들은 새로운 기술·시스템에 대한 이해와 적응이 빠르고, 건강에 대한 관심이 크기 때문입니다.

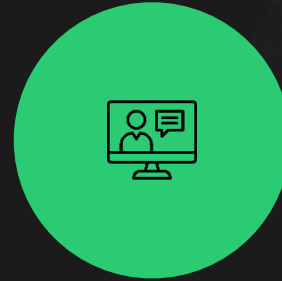
건강관리의 효율은 늘어나고 시간간의 제약은 사라진 디지털 헬스케어 시장에서 MZ세대의 소비는 더욱 늘어날 것입니다.

피지컬 케어



웨이트 트레이닝, 요가, 사이클 등 다양한 운동을 메타버스에서 진행,
시간간의 제약 없이 전 세계 이용자와 함께 즐길 수 있고
운동 과정과 신체 상태가 디지털 기기에 연동되어 관리가 편리,
디지털 생태계에 익숙한 MZ세대 활동이 활발할 것

비대면 진료



메타버스 의료 기관을 방문하여 진료 기록과 디바이스 측정 데이터로
원격 진료를 받고 의료진은 환자의 상태에 따라 약을 처방,
처방은 의약품 배달 서비스와 연동되어 환자에게 즉시 전달,
비대면을 선호하는 MZ세대는 메타버스 진료 이용률이 높을 것

메타버스 릴렉싱



가상 공간에 구축된 자연 속에서 풍경을 감상하거나
명상, 음악, 릴렉싱 활동 등 스트레스를 완화하는
다양한 콘텐츠 경험을 통해 심리적 안정을 획득,
일상적인 멘탈 케어를 선호하는 MZ세대 선호도가 클 것

디지털 마켓 트렌드 아카이브, 메조미디어 트렌드기획팀

연락 문의



뉴스레터 구독신청



INSIGHT M 자료실

