



NUDGE
HEALTHCARE
UNLOCK YOUR MOTIVATION

Investor Relations

Dec. 2023

Contents

***01* Company Overview**

***02* Business Overview**

***03* Appendix**

01 Company Overview

- Our Mission
- 회사 연혁
- 일반현황
- 3개년 실적



Our Mission

우리는 금전적 보상(Financial Incentive)과 촉진네트워크(Facilitated Network)를 통해 사람들의 건강행태를 동기부여하여 만성질환을 관리 및 예방할 수 있게 돕는다.

01 Company Overview 회사 연혁



▪ 법인 정보

회사명	넛지헬스케어 주식회사	주요사업	소프트웨어 개발 및 공급
대표이사	박정신	임직원수	180명 (2023.10)
설립일	2016년 7월 27일	본사주소	서울특별시 강남구 역삼로1길 8
자본금	712백만원 (2023.10)	홈페이지	https://cashwalk.com

▪ 경영진 소개



박정신 대표이사

- 한동대학교 전산전자공학부 졸업
- 삼성전자 SW센터 개발자 근무
- 원더래빗(주) 창업
- 넛지헬스케어(주) 창업



나승균 CSO(최고전략책임자)

- 울산대학교 의과대학 졸업
- 서울아산병원 근무
- 서울아산병원 예방의학과 수련
- 고대안암병원 근무
- 넛지헬스케어(주) 창업

한상범 CTO(최고기술책임자)

- 서울대학교 전기정보공학부 졸업
- 원더래빗(주) 공동창업
- 넛지헬스케어(주) 공동창업

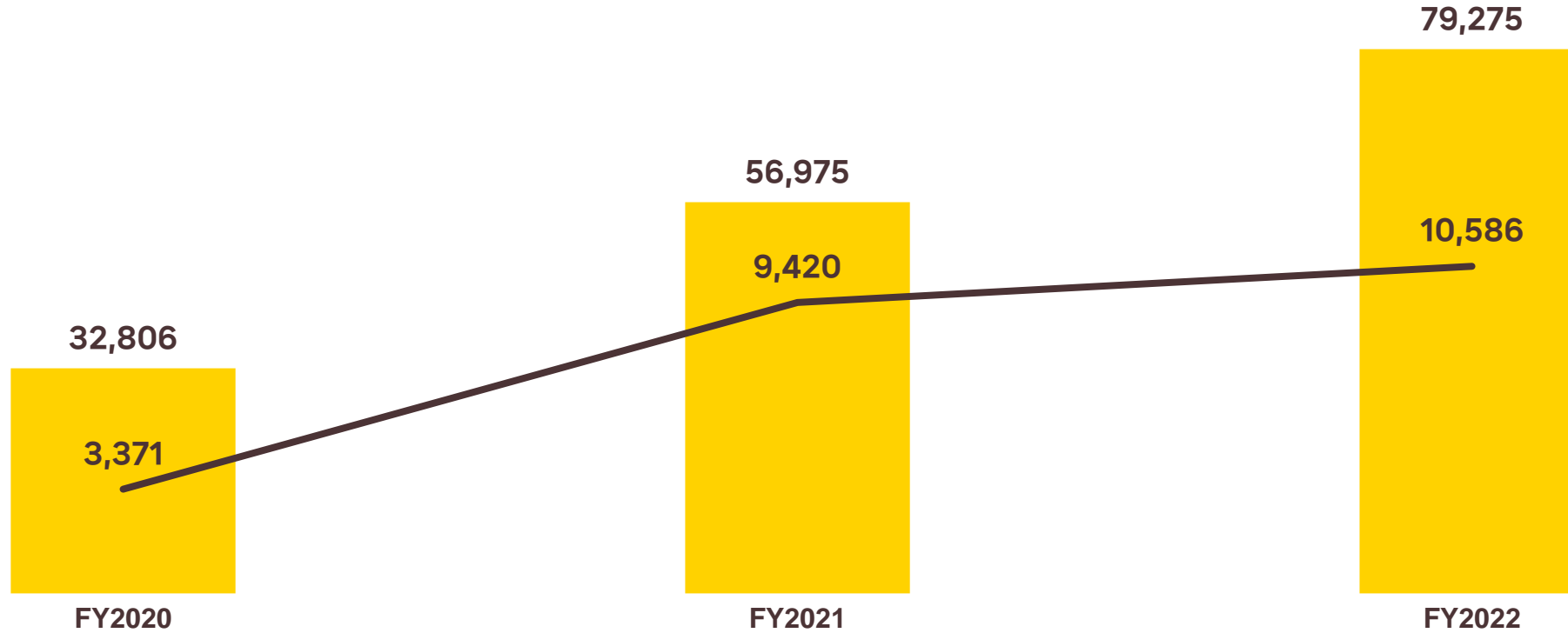
정승은 Medical Director

- 가정의학과 전문의
- 의학전문 채널 '굿라이프' 자문의사

▪ 최근 3개년 영업실적

(K-IFRS 연결재무제표 기준 / 단위 : 백만원)

구분	FY2020	FY2021	FY2022
매출액	32,806	56,975	79,275
영업이익	3,371	9,420	10,586
영업이익율	10.3%	16.5%	13.4%



02 Business Overview

- 넛지헬스케어의 차별점
- 서비스 별 상세현황

행동경제학(Behavioral economics)을 기반으로 한 금전적 보상(Financial Incentive)이 사람들의 건강습관 변화에 가장 강력한 영향을 끼칠 수 있다는 수 많은 연구 결과

Open access
Original research

BMJ Open Effect of a financial incentive (shopping point) on increasing the number of daily walking steps among community-dwelling adults in Japan: a randomised controlled trial

Fumiya Tanji^{1,2}, Yasutake Tomata¹, Saho Abe¹, Sanae Matsuyama¹, Yumioka Kotaki¹, Dieta Numika¹, Koichi Matsumoto¹, Yingxu Liu¹, Shu Zhang¹, Yukai Lu¹, Yumi Sugawara¹, Shino Bando^{1,3}, Teiichiro Yamazaki¹, Tatsui Otsuka¹, Toshimasa Sone¹, Ichiro Tsuji¹

ABSTRACT

Objective The aim of this study was to investigate the effect of a financial incentive on the number of daily walking steps among community-dwelling adults in Japan.

Study design Two-arm, parallel-group randomised controlled trial.

Setting/participants We recruited physically inactive community-dwelling adults from Sendai city, Japan. Eligible participants were randomly allocated to an intervention or a wait list control group. Pedometers were used to assess the mean number of daily steps in three periods: baseline (weeks 1–3), intervention (weeks 4–6) and follow-up (weeks 7–9).

Intervention The intervention group was offered a financial incentive (shopping points) to meet the target number of increased daily steps in the intervention period.

Main outcome measures The primary outcome was an increase in the mean number of daily steps in the intervention and follow-up periods compared with baseline.

Results Seventy-two participants (69.4% women; mean age, 61.2±16.2 years; mean number of daily steps at baseline, 6364±2804) were randomised to the intervention (n=36) and control groups (n=36). During the intervention period, the increase in mean daily steps was significantly higher in the intervention group (1650, 95% CI=1182

Strengths and limitations of this study

- ▶ This study is unique in offering financial incentives in the form of local shopping points.
- ▶ The financial incentive was a fairly small amount.
- ▶ The intervention involved only one type of financial incentive.
- ▶ Only the effect of a short-term intervention (over 3 weeks) was evaluated.

INTRODUCTION
Physical inactivity is a serious problem all around the world. According to the Global Action Plan on Physical Activity 2018–2030,¹ one in four adults (1.4 billion people worldwide) do not meet the WHO recommendations for physical activity levels. According to reports from the USA,^{2,3} a failure to meet the recommended physical activity levels is associated with approximately US\$117 billion in annual healthcare costs and 10% of all premature deaths. Therefore, physical inactivity imposes a substantial burden on healthcare costs and longevity. To help solve these

Vlaev et al. BMC Public Health (2019) 19:1059
https://doi.org/10.1186/s12889-019-7407-8
BMC Public Health

DEBATE
Open Access

Changing health behaviors using financial incentives: a review from behavioral economics

Ivo Vlaev^{1*}, Dominic King^{2*}, Ara Darzi³ and Paul Dolan⁴

Abstract

Background: Incentives are central to economics and are used across the public and private sectors to influence behavior. Recent interest has been shown in using financial incentives to promote desirable health behaviors and discourage unhealthy ones.

Main text: If we are going to use incentive schemes to influence health behaviors, then it is important that we give them the best chance of working. Behavioral economics integrates insights from psychology with the laws of economics and provides a number of robust psychological phenomena that help to better explain human behavior. Individuals' decisions in relation to incentives may be shaped by more subtle features – such as loss aversion, overweighting of small probabilities, hyperbolic discounting, increasing payoffs, reference points – many of which have been identified through research in behavioral economics. If incentives are shown to be a useful strategy to influence health behavior, a wider discussion will need to be had about the ethical dimensions of incentives before their wider implementation in different health programmes.

Conclusions: Policy makers across the world are increasingly taking note of lessons from behavioral economics and this paper explores how key principles could help public health practitioners design effective interventions both in relation to incentive designs and more widely.

Keywords: Behavior change, Healthcare, Incentives, Behavioral economics, Nudge

Background
The effect of individual behavior on health outcomes is considerable with estimates that up to 40% of premature deaths in the developed world are attributable to unhealthy behaviors, such as smoking, poor diet and sedentary lifestyle [1]. Reducing morbidity and mortality losses in the future is likely to depend as much on motivating changes in behavior as on developing new treatments or technologies and many countries and health

is a relatively recent phenomenon [4]. Incentives can take a number of forms including cash or alternatively vouchers that can then be exchanged for desirable items. The apparent enthusiasm for using incentives to influence health behaviors has come about as the full economic and social costs of unhealthy behaviors have become apparent and with the finding that health behaviors can be significantly affected by the structure of economic incentives that individuals face [5, 6]. Examples of incentive schemes

가장 중요한 것은 금전적 보상을 대규모 인구집단에 장기간 지속적으로 지급하기 위한 자원 마련

왜 모든 M2E(Move to Earn) 업체들이 실패 하였는가?

그 어떤 사업자도 지속가능한 금전적 보상을 위한 자원 마련에 성공하지 못하였기 때문입니다.



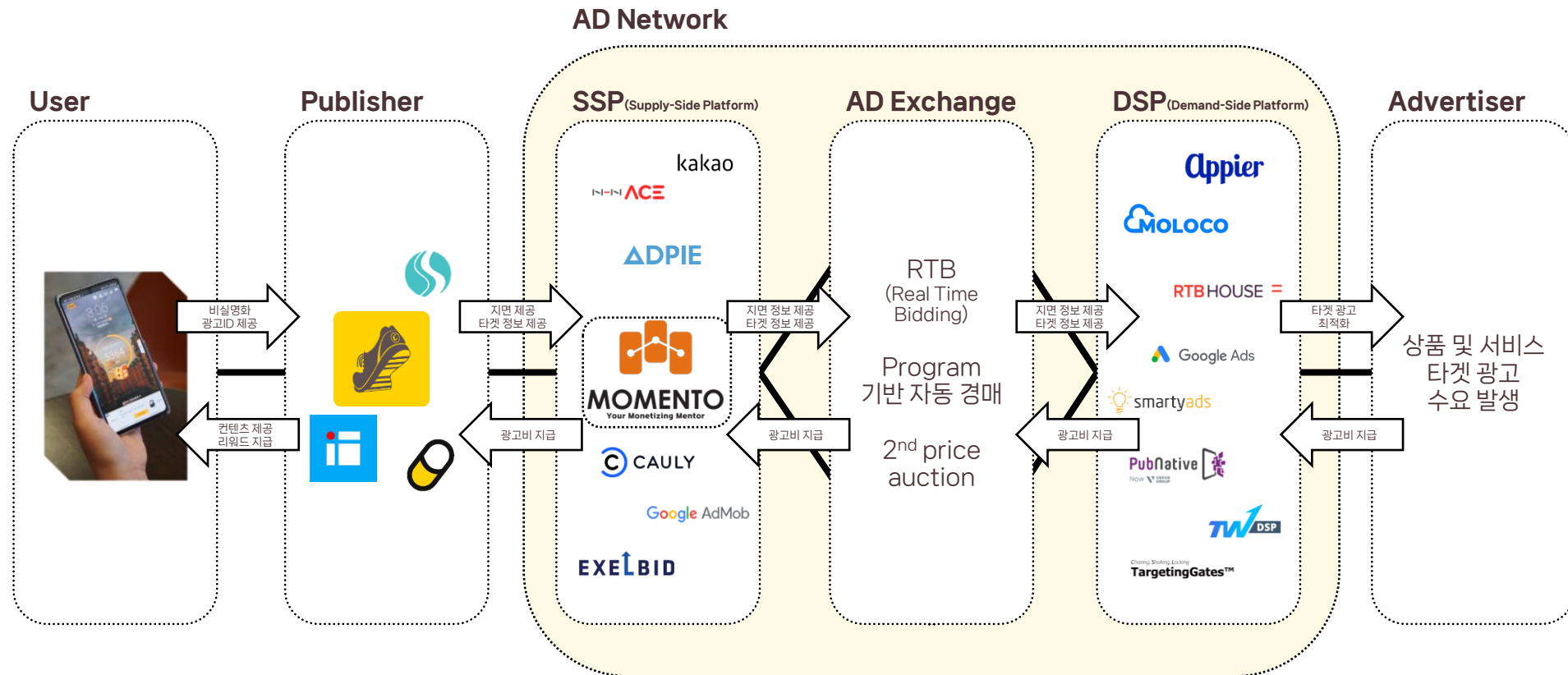
넛지헬스케어는 대규모 인구집단을 대상으로

장기간 지속적인 금전적 보상(Financial Incentive)을 지급할 자원을 마련하면서도

이익을 낼 수 있는 비즈니스 모델을 세계 최초로 구축한 사업자입니다

02 Business Overview 넛지헬스케어의 차별점

- **AI기반 프로그래매틱 광고 시스템에 집중 투자하여 최적화 광고 기술 플랫폼(모멘토) 개발 및 운영**
 - 애드테크에서의 독보적인 기술력을 통하여 광고수익을 확보
 - 광고수익을 극대화하여, 사용자에게 지속가능한 금전적인 보상 실현



02 Business Overview 넛지헬스케어의 차별점

▪ 국내 건강&피트니스 앱 부문 1위, "캐시워크"

- 누적 다운로드 수, 2100만
- 일간 활성 사용자 수(DAU) 360만 / 월간 활성 사용자 수(MAU) 560만
- 대한민국 3명 중 1명이 사용하는 대표 건강 서비스로 자리 매김

- 캐시워크 연도 별 누적 다운로드 수 추이 -

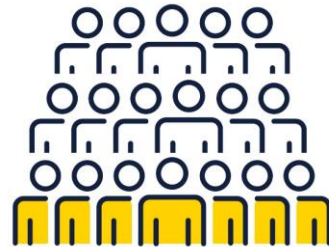
(단위: 만 건)

캐시워크 누적 다운로드 수
2,100만 건 돌파!

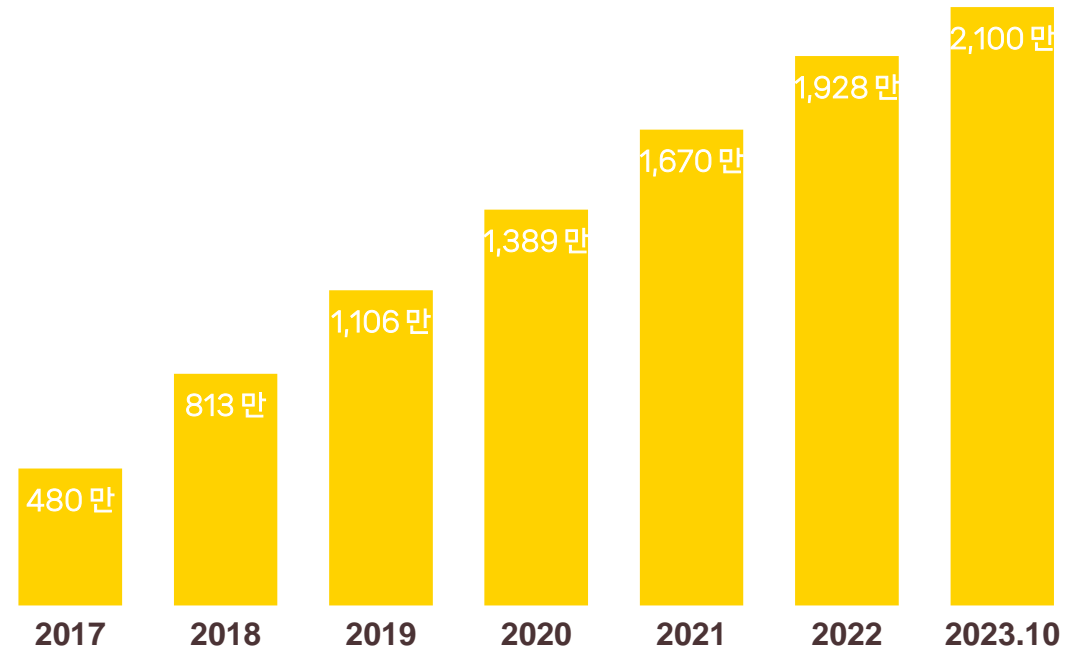


누적 다운로드
2,100만
(2023.10)

캐시워크 일일 활성 사용자 수
360만 명 돌파!



일간 활성 사용자(DAU)
360만
(2023.10)



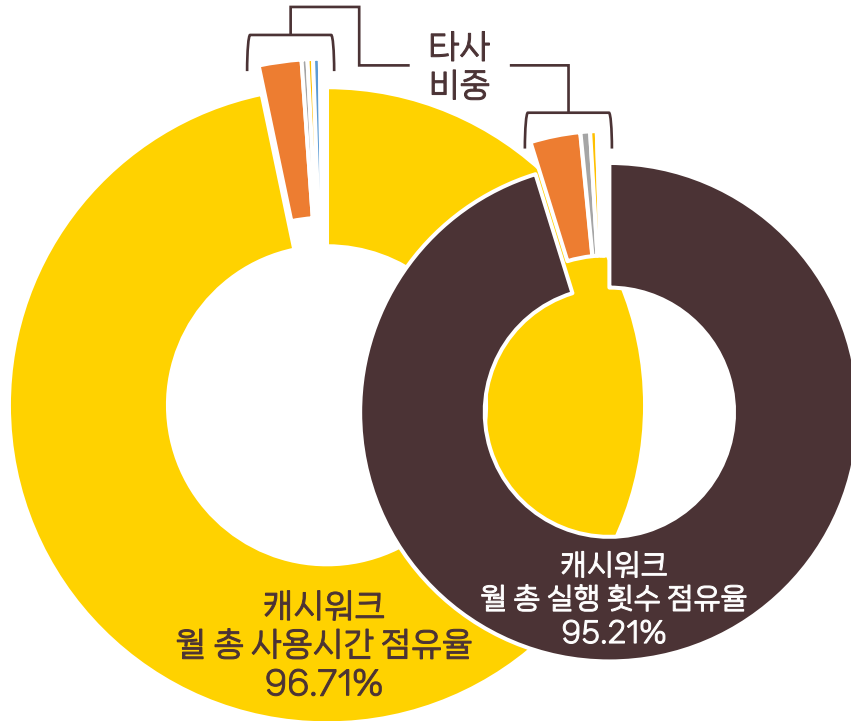
건강&피트니스 부문 DAU 동 부문 2위 Samsung Health 대비 약 3배

02 Business Overview 넛지헬스케어의 차별점

▪ 국내 건강&피트니스 앱 체류시간 및 실행횟수 압도적 1위

- 대부분 헬스케어 서비스들은 스마트폰에 설치만 되어 있고, 실행이 되지 않고 있습니다.
- 사용자들의 습관(Habit)에 영향을 주려면 사용빈도(Frequency)가 높아야 합니다.

압도적인 체류시간과 실행횟수 점유율



헬스케어 상위 앱
총 사용시간/실행 횟수

구분	월 총 사용시간	월 총 실행횟수
캐시워크	3,361,815,000분	7,175,683,000회
삼성헬스	75,264,000분	243,812,000회
화해	10,320,000분	46,435,000회
똑닥	9,770,000분	32,070,000회
챌린저스	11,895,000분	13,919,000회
인바디	3,281,000분	8,808,000회
헤이문	1,395,000분	6,326,000회
강남언니	1,770,000분	8,271,000회
닥터나우	848,000분	1,385,000회

"캐시워크" 앱을 설치한 사용자의 93.1%는 매일 앱을 실행하여 사용하고 있습니다.

이를 통해 캐시워크는 헬스케어 슈퍼 앱으로 도약하고 있습니다.



캐시워크를 기반으로 촉진네트워크 구현



TeamWalk

팀워크

B2G, B2B와의 상호작용



지니어트

식단관리와 운동관리를 통한
건강관리 서비스



마인드키

모바일 멘탈케어 서비스



캐시닥

병원과의 상호작용



모두의챌린지

오픈채팅방 형식의 그룹 챌린지



캐시딜

헬스케어 제품 커머스

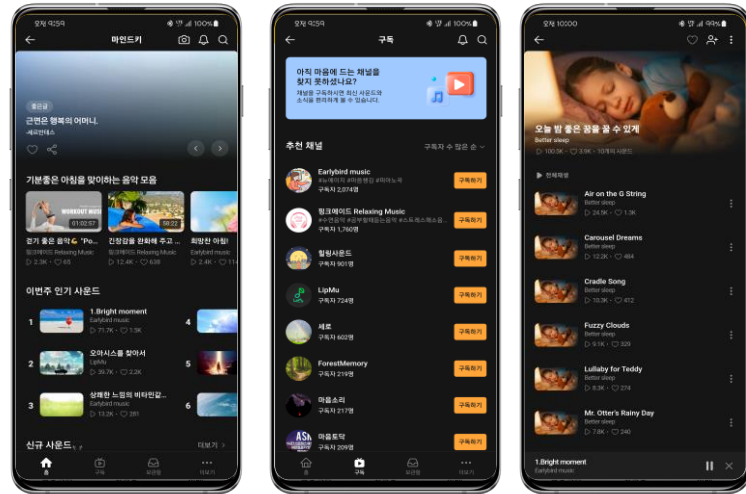


돈버는퀴즈
MONEY-MAKING QUIZ

돈버는퀴즈

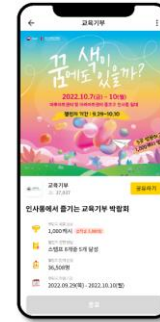
헬스케어 제품 광고주

02 Business Overview 서비스 별 상세현황



마인드키(mindkey)

- 다수의 크리에이터가 참여하여 제공하는 음원 등의 콘텐츠를 통해 유저들과 소통하고 함께 힐링 할 수 있는 플랫폼
- 유저들이 가볍게 고민상담을 올리고 공감을 받을 수 있는 심리전문 커뮤니티 운영



팀워크 X 한국과학창의재단
교육기부문화확산을 위한
스탬프 챌린지 성료!
3만6천명 참가!



팀워크 X 한국뇌전증협회 X 남양유업
뇌전증 인식 개선을 위한
1차 건강 챌린지 성료



팀워크

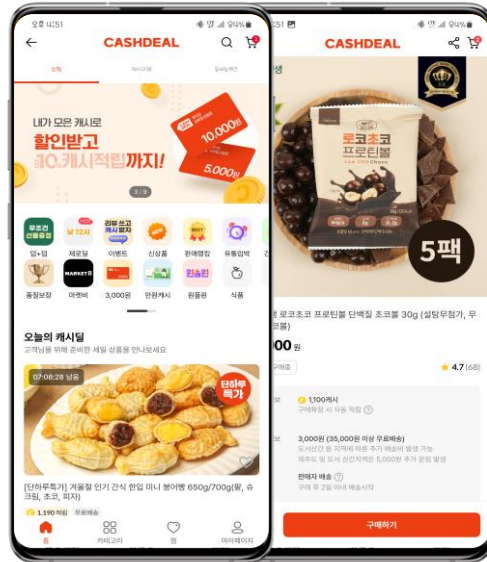
- Team(팀)과 Walk(걷기)의 합성어로 지자체(B2G), 기업(B2B) 또는 기타 단체 모임의 걷기 운동을 장려함으로써 촉진네트워크를 강화하기 위한 플랫폼

02 Business Overview 서비스 별 상세현황

금전적 보상을 제공하는 효과적인 광고를 통한 광고주 대량 유입

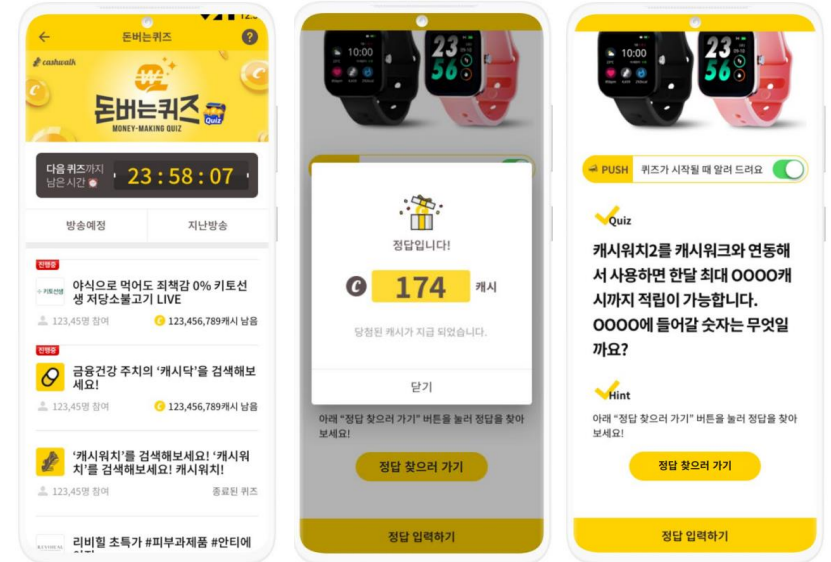
▪ 캐시딜

- 캐시워크 앱 내 헬스케어 커머스
- 캐시워크에서 지급받은 금전적 보상(캐시)을 사용하여 입점사가 판매하는 다양한 상품을 구매할 수 있고, 구매금액의 일부를 금전적 보상(캐시)으로 추가 적립이 가능한 서비스



▪ 돈버는퀴즈/돈버는라방

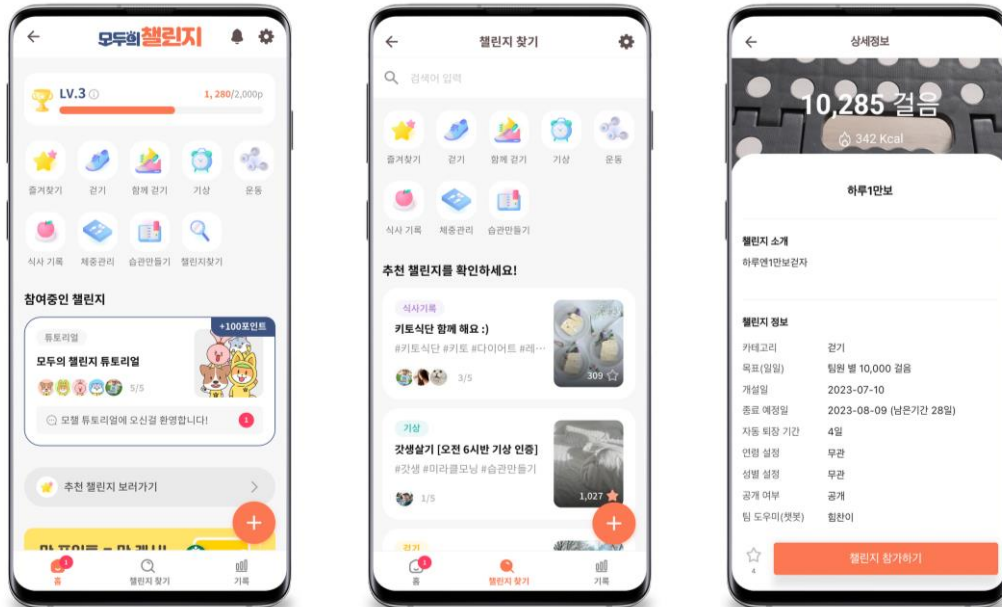
- 광고주의 브랜드를 캐시워크 사용자가 확실히 기억하게 만드는 퀴즈
- 캐시워크 자체 대규모 인원을 제품 페이지로 직접 보내어, 사용자의 흥미를 일으키는 퀴즈 형식으로 제품을 기억하고 구입으로 이어지도록 하는 유일한 광고 상품



02 Business Overview 서비스 별 상세현황

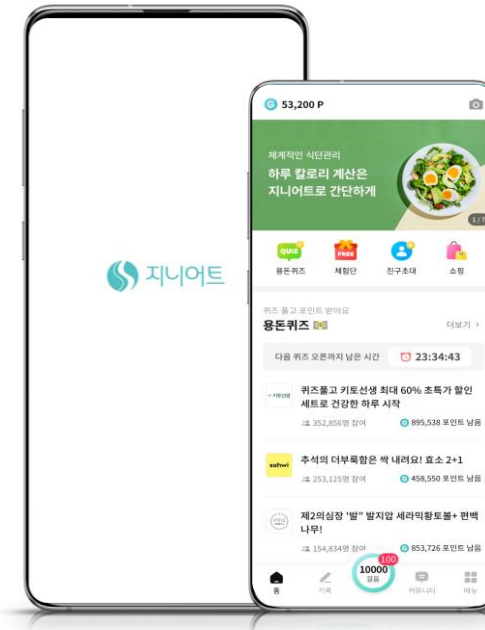
모두의챌린지

- 일상 속 건강관리에 강력한 동기부여를 하는 서비스
- 동일한 건강 목표를 가진 사용자들이 팀을 이루어 챌린지에 도전하면 달성도에 따라 보상을 제공함으로써 건강행태 개선에 도움을 줌



지니어트 앱

- 건강한 습관 형성을 돕는 똑똑한 다이어트 앱
- 자동 측정된 걸음 수와 직접 입력한 식단, 인바디 등 각종 건강데이터를 통해 사용자들에게 금전적 보상을 제공하는 서비스



02 Business Overview 서비스 별 상세현황

- **글로벌 캐시워크의 북미시장 성공을 바탕으로 글로벌 서비스 전개**
 - 2020년 12월 출시 이후 2년 6개월만에 누적 다운로드 수 200만 돌파
 - 북미 지역에 이어 영국 및 EU까지 성공적으로 진출
 - 향후 일본 등 아시아 지역까지 진출 계획

글로벌 캐시워크, 누적 다운로드 수
200만 건 돌파



글로벌 캐시워크는 북미와 EU에 성공적으로 진출하며 순항 중입니다.

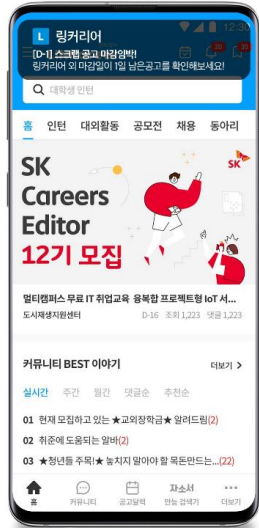
03 Appendix

- 관계사 사업현황

- 링커리어
- 모멘토
- 캐시닥
- 지니어트(씨씨양/키토선생)
- 언니의파우치
- 더쑤코리아
- 제나랩
- 디테
- 라이프서클

링커리어

커리어 플랫폼 "링커리어"와 시간관리 웰니스 라이프스타일 앱 "타임스프레드" 운영사



링커리어

- 대학생/취업준비생 커리어 플랫폼
 - 기업 담당자와 구직자 간 자유로운 소통 가능한 커뮤니티
 - 구직자에게는 적합한 기업에 대한 양질의 정보를 제공하고, 기업에게는 직무와 문화에 맞는 인력 확보의 기회를 제공

타임스프레드

- 시간관리를 돕는 웰니스 라이프스타일 앱 "타임스프레드"
- 건강한 시간관리에 기여한 만큼 금전적 보상 지급으로 시간에 가치를 부여



03 Appendix 모멘토 / 캐시닥

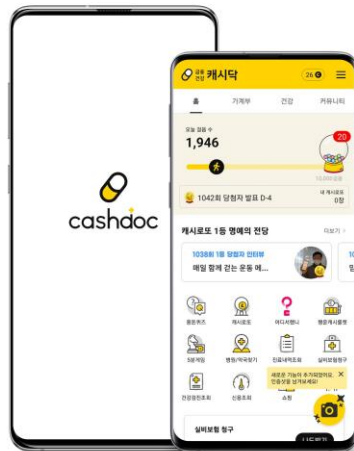


▪ 모멘토

- **첨단 광고 기술을 통하여 모바일 앱 매체를 보유한 고객사의 수익을 창출해주는 애드테크 전문 기업**
- 인 앱 인벤토리의 특성을 분석하여 최적화된 광고 집행
- RTB(Real Time Bidding, 실시간 경매 방식) 기술을 기반으로 인벤토리에 적합한 광고 집행
- 매체사의 수익 효율을 끌어올려, 광고수익을 최대화

▪ 캐시닥

- **캐시도 주고 건강도 챙겨주는 건강관리 리워드 앱 "캐시닥" 운영사**
- EMR(전자의무기록) 전문업체 전능아이티와의 JV로 설립



▪ 캐시닥(앱)

- 캐시도 주고 건강도 챙겨주는 건강관리 리워드 앱
- 무료 AI 건강검진 서비스, 실비보험청구, 건강검진조회, 진료내역조회 등의 기능을 지원

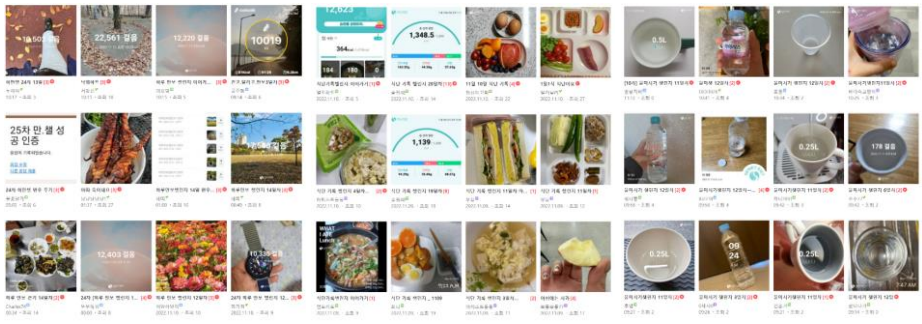


지니어트

- 건강한 식습관 관리에 동기를 부여하는 키토제닉 전문브랜드 "키토선생"
- 건강한 다이어트 습관을 만드는 "씨씨앙" 커뮤니티와 "지니어트" 앱 운영

씨씨앙(네이버카페)

- 약 47만명의 회원을 보유한 **국내 1위 다이어트 커뮤니티**
- 실제 다이어트에 성공한 회원들의 식단, 운동, 후기, 리뷰, 보조제 등 다이어트에 필요한 모든 정보를 교환
- 주기적으로 광고주 후원을 통해 챌린지 이벤트를 진행하여 재미있게 다이어트를 할 수 있도록 유도



키토선생

- 키토제닉 식품 전문 브랜드
- 닥터바리스타, 소이비럽, 저당굴림만두 등 식음료를 판매하여 키토제닉 식단관리를 쉽고 간편하게 도와주는 브랜드
- 한국경제신문 "2022년 대한민국 명품브랜드 대상" 수상

*저당질 키토제닉 다이어트 부문



언니의 파우치

■ 언니의파우치

- **화장품 사용 리뷰를 공유하고 뷰티에 대한 궁금증을 해결하는 뷰티 전문 플랫폼**
- 가입단계에서 본인의 피부 타입과 나이, 선호 브랜드를 입력하도록 해 개인별로 최적화된 뷰티 정보를 제공
- 화장품과 화장법 등의 관심사가 같은 일반인 유저들이 모여 다양한 개인간 의견을 나누는 활성화된 커뮤니티 운영
- 콘텐츠 작성 시 금전적 보상(포인트) 지급하여 사용자들의 참여를 높이고 있음



03 Appendix 더줌코리아

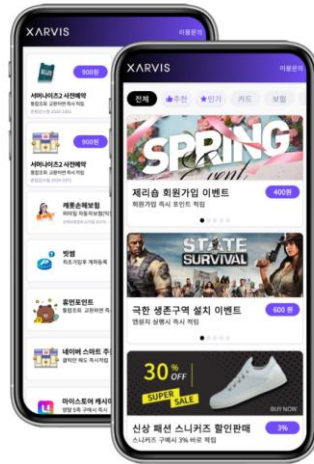
더줌코리아

- 오픈월 네트워크 플랫폼 "XARVIS"를 운영하고, 국내 최대 복지몰(폐쇄몰) 운영사인 이지웰에 다양한 상품을 공급

제휴 네트워크
12,500 개
APP/Mobile Web/PC

오픈월 참여건수
300 만개
CPS, CPA, CPI 등 월간 캠페인 참여자수

참여형 광고 참여건수
100 만개
CPA 월간 참여자수



XARVIS

- 국내 프리미엄 매체들을 중심으로 보상형 광고서비스를 제공하는 오픈월 네트워크 플랫폼
- 오픈월 : 유저가 특정 조건(상품구매, 회원가입, 다운로드)을 만족하면 유저에게 금전적보상을 제공하고 광고주와는 특정조건 달성 수치를 기준으로 광고비 정산을 하는 광고 유형

커머스

- 국내 최대 복지몰(폐쇄몰)인 이지웰에 더줌코리아 만의 노하우를 통해 다양한 상품을 공급
- 현재는 캐시워크 앱 내 커머스 마켓인 캐시딜에도 다양한 상품을 공급하고 있음

03 Appendix 제나랩

GenaLab

- 제나랩
 - 더마 코스메틱 브랜드 "제나벨"과 건강보조식품 브랜드 "노티프" 운영
 - 건강한 삶의 가치를 기반으로 다양한 브랜드를 선보이고 있음
- 제나벨(Genabelle)
 - 라틴어로 '얼굴'이라는 의미의 'Gena'와 프랑스어로 '아름다운'이라는 의미의 'Belle'의 합성어
 - 피부 문제 해결이라는 본질에 충실하여 타 브랜드와의 차별화를 지님

- 노티프(notif)
 - 당신의 삶에 가치 있는 알리를 전달하는 웰니스 케어 브랜드
 - 건강기능식품에 기반한 다양한 웰니스케어 제품 판매

Genabelle



notif.



03 Appendix 소휘/닥터퀸트

▪ 디테

▪ 꾸준함을 기반으로 내면의 건강부터 채우는 이너헬스 브랜드 "Sohwi" 운영 법인

- Steady(꾸준한) Our(우리의) Habit(습관) With(함께) Innerhealth(내면의 건강) 의 약자로 내면의 건강을 위해 꾸준한 습관을 만드는 ' 이라는 의미
- 소비자들에게 건강한 라이프를 선사할 수 있는 건강 식품 판매
 - 대표 상품 : 소휘 스테디자임 효소 , 소휘 스테디비타 글루타치온, 소휘 스테디부스터



▪ 라이프서클

▪ 의사가 직접 개발한 다이어트 식품 브랜드 "Dr. Queent" 운영 법인

- 합성감미료가 없고 작은 크기로 만들어져 간편하게 휴대하며
살찜 부담 없이 맛있게 즐길 수 있는 식품을 판매
 - 대표상품 : 닥터퀸트 제로 아이스티





NUDGE
HEALTHCARE
UNLOCK YOUR MOTIVATION