

세이프리스트(SafeList) 사업계획서

공개 DB 기반 아토피·기저질환 맞춤 성분 분석 및 O4O 안심 유기농 커머스 솔루션

SAFE



만성질환자와 아토피 환자에게 쇼핑은 '지뢰찾기'와 같습니다.

대형 마트 진열 상품의 **80% 이상**이 잠재적 알레르기 유발 물질이나
기저질환 트리거 성분을 은닉하고 있습니다.

접촉성 알레르기
유발 보존제

숨겨진 유제품 파생물
(Highly processed soy/wheat)

환경호르몬 의심 물질

글로벌 시장의 성공 공식: '개인화, 독립성, 그리고 대안 제시'

SkinSAFE (미국)

20만 개 이상 DB

Mayo Clinic 공동 개발.
'Safe For Me' 기능으로
틴세이프(Teen SAFE),
향료 무첨가 등 정밀 필터링.
B2B 인증 마크 수익화.

Fig (미국)

50개 이상 스토어 연동

Low FODMAP, 히스타민
등 복잡한 식이 제한 스캐너.
프리미엄 멤버십 구독
수익화.

Yuka (프랑스/글로벌)

5,000만 명 이상 유저

100% 독립적
스코어링(0-100점).
유해 제품 스캔 시 우수
대체재(Excellent)
즉각 추천.

[Insight] 글로벌 리딩 앱들은 '단순 정보 제공'을 넘어
'맞춤형 대안 추천'으로 유저를 락인(Lock-in)시켰습니다.

국내 시장 분석: 단순 정보 앱의 한계와 커머스 결합의 필연성

엄선 (Eomsun)

회원 수 82만 명, 2022년 9월 B2C 서비스 전면 중단.

⚠️ 식품 성분 데이터만으로는 B2C 유저의 지불의향(WTP)이 낮음. 커머스 연계 없는 단순 중개로는 DB 유지비 감당 불가.

화해 (Hwahaе)

단순 성분 분석에서 '화해 쇼핑' 및 B2B 마케팅(리뷰
독뷰 독템단)으로 내재화하여 폭발적 매출 창출.

닥터키친 (Dr. Kitchen)

대학병원 임상 검증을 거친 '맞춤형 밀키트' 직접 생산.
2021년 국내 1위 HMR 기업 프레시지에 M&A.

단순 정보는 함정이다.
정보와 직접 구매(Commerce)의 통합만이
지속 가능한 수익 모델이다.

세이프리스트(SafeList): 데이터와 커머스의 완벽한 통합 생태계

[Public Medical DB]

피부과/소아과 전문의 및
공공 데이터 기반의 객관성.

[Custom Exclusion Memory]

유저별 기피 성분 상시 기억 및
필터링 (SkinSAFE 모델).

[SafeList 솔루션]

‘불안’을 ‘안심’으로 바꾸는
맞춤형 커머스 경험.

[O4O Organic Commerce]

성분 확인부터 안전한 유기농 제품의
즉각적 온·오프라인 구매 연결.

실시간 OCR 및 바코드 성분 스캐너 명세



초고속 텍스트 인식(OCR),
바코드 연동 오픈 API
DB 실시간 대조.



5단계 성분 평가 스코어링 엔진 및 대체재 추천 알고리즘

[공공 의료 DB 필터]

Screens for baseline toxicity and common endocrine disruptors

[유저 맞춤형 기피 기억 필터]

Applies the user's personal dietary/allergy profile

Score: 2 - Poor

Top 3 Safe Alternatives

대체재 추천: ✓
A브랜드 유기농 과자
- Excellent

'기피 성분 기억(Exclusion Memory)': 궁극의 락인(Lock-in) 도구



매번 라벨을 읽을 필요 없이, 한 번의 설정으로 평생 맞춤형 큐레이션 제공.
압도적인 유저 리텐션 확보.

O4O UI/UX 매장 쇼핑 프로세스: 오프라인에서의 완벽한 심리스(Seamless) 경험



B2C 수익 모델: 프리미엄 구독과 직매입 고마진 커머스의 결합



**‘정밀 의료 필터’ 프리미엄 구독
(Yuka/Fig 벤치마킹).**

가족 구성원 다중 프로필,
전문가 1:1 영양 상담 기능 제공.

[Recurring Revenue]



**자체 PB 상품 및 안심 유기농 대체재
직접 유통 (Thrive Market 모델).**

단순 정보 제공(엄선)의 마진 한계를
극복하는 고수익 구조 창출.

[High Margin Revenue]

B2B 수익 모델: 브랜드 신뢰를 매출로 연결하는 데이터 플랫폼



1. [브랜드 인증 (SafeList Trusted)]

임상 및 DB 검증을 통과한 브랜드에 공식 배지 부여 (SkinSAFE 모델).



2. [홀세일 데이터 (Wholesale Data)]

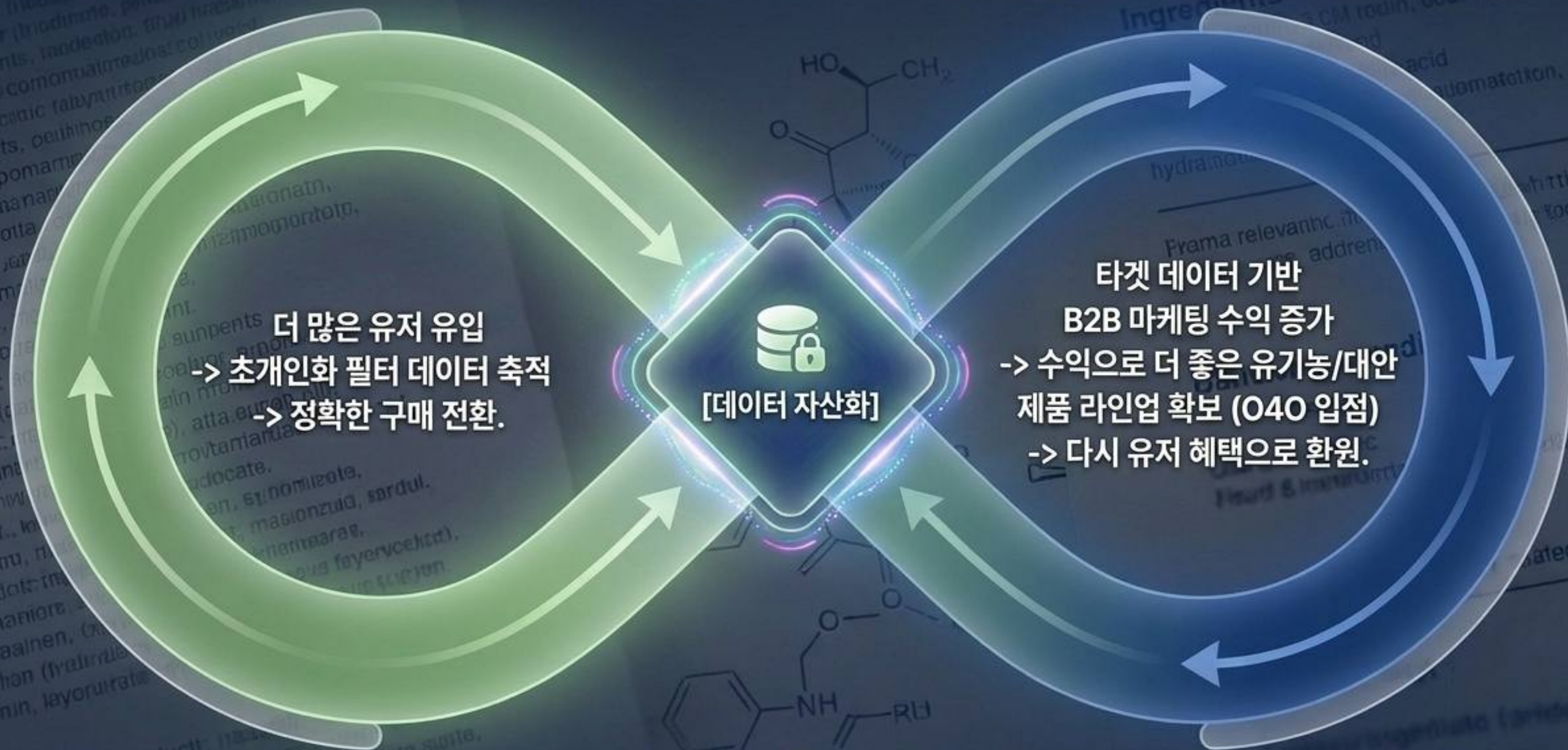
신제품 기획을 위한 성분 트렌드 및 기피 성분 데이터 판매.



3. [타겟 마케팅 (Target Marketing)]

핏이 맞는 인플루언서 시딩 및
꼼평단(리뷰단) 연계
(화해 B2B 마케팅 모델).

세이프리스트 생태계: 폭발적 성장을 이끄는 플라이휠(Flywheel)



압도적 신뢰도 구축: 의료기관 및 전문가 파트너십



피부과/소아과 전문의 자문단 구성 및
임상 데이터 검증 교차 진행
(닥터키친 성공 모델 차용).



Mayo Clinic과 협업한 SkinSAFE 사례처럼,
앱 내 모든 점수에 의학적 근거(References) 투명성 제공.



철저한 의료정보 보호 및 데이터 비식별화 규정 준수.

3개년 사업 로드맵: 정보 플랫폼에서 통합 솔루션으로의 확장

[Phase 1 (1년 차): DB & Tech Launch]

핵심 스캐너 및 알고리즘 런칭,
공공 DB 구축, 초기 진성 유저
(환우회 등) 10만 명 확보.

[Phase 2 (2년 차): O4O Commerce Integration]

B2C 커머스 엔진 가동, 주요 유기농
오프라인 매장 제휴(30개점),
자체 PB 대체재 상품 기획.

[Phase 3 (3년 차): B2B Platform & Scale]

Hwaha-style B2B 대시보드 오픈,
브랜드 인증 비즈니스 본격화,
MAU 100만 달성 및 손익분기점 돌파.

SafeList: 수백만 명의 '불안'을 '완벽한 안심'으로 바꿉니다.



100% SAFE - Perfect Match