



게임화 전략의 보험산업 활용

이선주 연구원

- 게임화는 게임 이외의 산업에 점수, 경쟁 등과 같은 게임 요소와 기술을 활용하여 행동 변화와 참여를 유도할 수 있도록 하는 것임. 게임화는 주요 선진 보험회사에서 브랜드 인지도 제고, 고객참여 유도, 소비자 및 직원 교육 등의 많은 영역에서 활용되고 있으며, 이를 통해 손해율이 경감되고 수익이 증대되고 있음. 하지만 게임화를 보험산업에 활용 시 사용이 쉽지 않거나 비즈니스 목표에 부합하지 않는 경우에는 실패할 수 있으며, 개인정보, 지적재산권, 허위광고 등의 법적 문제를 고려할 필요가 있음.

- 게임화(Gamification)는 게임 이외의 산업에 점수, 경쟁 등과 같은 게임 요소와 기술을 통해 행동 변화와 참여를 유도할 수 있도록 하는 것을 의미함.¹⁾

- 게임화의 공통 요소로는 진행상황, 가상재화, 상호작용, 제약조건 등이 있음.
 - 진행상황은 프로그레스바(progress bar)²⁾ 및 배지(badges)³⁾로 표현되고, 가상재화는 참여자들 간에 물건, 점수 등 가상화폐를 교환함으로써 획득할 수 있음.
 - 팀워크나 소셜네트워크를 통해 상호작용을 유도하고, 정해진 시간 이내에 해야만 하는 제약조건이 있음.

- 게임화는 주요 선진 보험회사에서 브랜드 인지도 제고, 고객참여 유도, 소비자 및 직원 교육 등의 영역에 활용되고 있으며 이를 통해 손해율이 경감되고 수익이 증대되고 있음.

- 미국 손해보험회사 Travelers는 주택화재 위험요인을 주어진 시간 내에 발견하도록 하는 게임인 'Fire Safety Game'을 제공함.

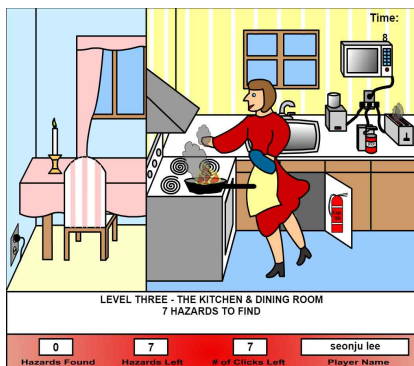
1) Ernst&Young(2016), "Implementing a gamification strategy".

2) 진행상황을 나타내는 막대로 게임 완료 시까지 얼마나 남았는지를 보여줌.

3) 사람들의 지위와 상태를 알려주는 역할을 하며 더 좋은 배지를 얻기 위한 동기유발 요소로 작용함.

- 각 위험요인에 대한 설명을 첨부하여 주택화재 예방에 대한 주의를 환기시킴으로써 손해율 경감에 도움을 줌.
- 호주 보험회사 NRMA는 사고발생률이 높은 젊은 운전자에게 ‘Car Park Challenge’라는 디지털 주차 게임에서 높은 점수를 획득하면 보험료를 할인해 주고 있음.⁴⁾
 - 방향키를 이용하여 가상 주차장에서 주어진 공간 안에 정확하게 주차할수록 높은 점수를 얻을 수 있으며, 가상연습으로 인한 젊은층 가입자의 손해율 경감 및 이익 창출 효과가 기대됨.
- 미국 생명보험회사 Northwestern Mutual Life는 건강상태를 점검하고 예상수명 정보를 예측하는 게임인 ‘Longevity Game’을 통해 질병 관련 지급보험금이 8% 감소됨.⁵⁾
 - 게임 참여자의 생활패턴, 건강관리 등과 관련된 12가지 질문에 응답하면 예상수명을 수치화하고 건강상태를 코믹하게 시각적으로 보여줌으로써 소비자에게 건강관리의 중요성을 인식시킴.

〈그림 1〉 보험산업의 게임화 활용



자료: Travelers.



자료: NRMA.



자료: Northwestern Mutual Life.

■ 보험산업에 대한 게임화 활용이 성공하기 위해서는 유연성 확보와 개인정보, 지적재산권, 허위광고 등의 법적 문제를 고려할 필요가 있음.⁶⁾

- 게임화는 게임 목표, 사용자 특성, 게임 메타포(Metaphor)⁷⁾ 등의 변화를 반영하여 시간에 따라 유연하게 변화시켜 활용할 필요가 있음.
- 게임화 과정에서 개인 행동추적에 따른 개인정보 문제 및 사용자가 생성한 콘텐츠에 대한 지적재산권 문제 등이 발생할 수 있음.⁸⁾ **kiqi**

4) Imelda Mangundaya(2016, 10, 21), “New wave of innovation and opportunity”, PWC.
 5) 신한금융그룹(2016), 「해외 금융회사들의 게임화(Gamification) 적용 사례 및 시사점」, 『신한리뷰』, 2016년 8월호.
 6) Karlyn Carnahan(2015), “Game Revolution: Gamification in the Insurance Industry”.
 7) 메타포는 은유 또는 비유를 의미하고, 게임의 메타포는 실생활에서 사용하는 것을 게임에 비유적으로 적용한 것을 말함.
 8) 한국콘텐츠진흥원(2013), 「Gamification의 동향과 사례」, 『CT 인사이트』, 통권 30호.