



# 보험산업의 가상현실(Virtual Reality) 활용 가능성

이성은 연구원

## 요약

- 최근 글로벌 ICT 기업들이 가상현실(VR)기기를 출시함에 따라 동 시장의 성장 가능성에 대한 기대가 높아지고 있음. VR은 엔터테인먼트, 의료, 교육, 관광 산업 등 폭 넓게 사용되고 있으며 보험산업에서도 교육, 광고, 판매채널, 언더라이팅 등에 활용 가능할 것으로 기대됨.
- 최근 글로벌 ICT<sup>1)</sup> 기업들이 차세대 신성장 동력으로 주목하고 있는 가상현실(VR: Virtual Reality)은 엔터테인먼트 산업뿐 아니라 의료, 교육, 관광 등 여러 산업에서 폭넓게 사용될 수 있음.
  - VR(AR<sup>2)</sup> 포함)은 시각·청각·촉각 등의 감각정보와 동작인식을 이용하여 하드웨어와 상호작용을 통해 가상공간에서 실감적으로 체험할 수 있는 기술<sup>3)</sup>을 의미함.
  - 2016년 약 2억 달러로 추정<sup>4)</sup>되는 VR 관련 시장 규모를 골드만삭스는 2025년까지 약 800억 달러에 달할 것으로 전망하였음.<sup>5)</sup>
  - VR은 일반적으로 영화 및 게임 등의 엔터테인먼트 산업과 관련이 있을 것으로 여겨지지만 최근 의료<sup>6)</sup>, 교육<sup>7)</sup>, 관광<sup>8)</sup> 등의 분야에서도 활용 사례가 늘고 있음.
- VR은 위에 언급된 산업들뿐만 아니라 보험산업에서도 활용될 수 있음.
  - 보험산업은 VR을 보험소비자 교육, 광고, 판매채널, 언더라이팅 수단으로 활용 가능함.

1) Information and Communications Technologies.  
 2) 증강현실(Augmented Reality)의 약자로 실제 현실을 배경으로 가상사물이나 정보를 합성하여 원래의 현실배경에 존재하는 것처럼 보이도록 하는 기술을 의미하며 VR의 광의적 개념에 포함되기도 하므로 본고에서도 포함하여 사용함.  
 3) 전병화(2011), 「가상현실 기술의 발전방향」, 『TTA 저널』, 통권 제133호, 한국정보통신기술협회, pp. 56~62.  
 4) Digi-Capital(2015. 4); 우운택(2015), “증강현실 그리고 증강휴먼!”에서 재인용.  
 5) Goldman Sachs(2016. 1), “Virtual & Augmented Reality: Understanding the race for the next computing platform”.  
 6) 워싱턴 대학이 환자 치료 시 스노우월드(SnowWorld)라는 가상세계에서의 즐거운 경험을 제공하여 진통제 사용을 줄임.  
 7) 구글이 가상 현장학습을 위한 프로그램인 익스피디션(expeditions)을 공개하고 서비스 중에 있음.  
 8) 메리어트 호텔이 신혼부부를 대상으로 런던과 하와이 체험이 가능한 이벤트를 시행함.

■ 보험회사는 VR을 자동차보험과 연금분야의 보험소비자 교육을 위해 활용할 수 있음.

- 자동차보험과 관련하여 호주 보험회사인 NRMA는 소비자 안전인식 제고를 목적으로 VR을 활용한 자동차 충돌 시뮬레이션 이벤트를 시행한 바 있음.<sup>9)</sup>
  - 체험 참여자는 VR헬멧을 착용하고 충돌 시의 느낌을 줄 수 있도록 설계된 자동차에 착석하여 자동차 충돌사고를 경험하게 됨.
- 연금 교육과 관련하여서는 사람들로 하여금 빈곤한 노년을 VR로 경험하게 한 결과, 저축에 대한 인식변화가 있는 것으로 나타남(스탠포드대학 인간상호작용 연구소).<sup>10)</sup>

■ VR을 광고수단으로 활용할 경우 신기술에 익숙한 젊은 층을 대상으로 보험회사의 브랜드 인지도 제고 효과를 극대화할 수 있음.

- 프랑스 보험그룹 AXA는 가상현실에서의 광고효과 증대를 위해 게임 개발회사 나이안틱(Niantic Labs)과 제휴를 맺고 캠페인을 시행하여 브랜드 인지도를 제고하였음.<sup>11)</sup>
  - 현실세계의 지형을 기반으로 전투를 펼치는 게임 인그레스(Ingress)에서 AXA는 게임 아이템 (AXA Shield)을 배포하거나 오프라인 점포를 전투장으로 활용하게 하여 방문자 수를 높임.

■ VR의 은행 판매채널 활용 시도 사례에 비추어 볼 때, 보험산업의 판매채널에도 적용될 수 있을 것으로 판단됨.

- 미국의 대형은행인 웰스파고(Wells Fargo)는 디지털연구소(Digital Labs)를 설립하고 VR기기를 활용한 가상점포 활용에 대한 테스트를 하고 있는 것으로 알려짐.<sup>12)</sup>
  - 가상점포를 활용하게 되면 소비자들이 시간과 공간의 제약 없이 금융 관련 상담을 받을 수 있고, 개인정보 보호 기능도 강화될 수 있을 것임.

■ VR이 보험 언더라이팅의 수단으로 활용될 수 있을 것으로 전망됨.

- 현실세계의 보험물건에 대한 언더라이터의 방문을 줄일 수 있게 되어 언더라이팅을 위한 시간 및 비용을 절감할 수 있을 것임. **kiri**

9) Tech Times(2014. 3. 17), "Oculus Rift gives drivers a first person POV of car crashes".

10) Fortune(2014. 5. 5), "Virtual reality: It's not just for video games".

11) [a]list daily(2015. 7. 15), "Google's Ingress and AXA Redefine Mobile Game Ads".

12) WSJ(2014. 9. 30), "Banking From an Oculus Rift? Google Glass-Clad Tellers? Wells Fargo Tests It Out".