



저성장기 생명보험 마케팅 전략

기승도 수석연구원

요약

■ 소비자들은 우리나라가 저성장기에 있다고 인식하고 있으며, 저렴한 상품을 선호하는 등 저성장기의 행동 패턴을 보이고 있음. 보험권에서도 보험해지 및 약관대출 증가, 저렴한 보험상품 선호와 같은 저성장기의 소비자 행동이 나타나고 있음. 따라서 저성장기의 소비자 특성에 부합하는 저렴한 상품 개발 및 공급, 저성장기의 생명보험상품 활용방법 홍보 등 저성장기에 적합한 적극적 마케팅 전략이 필요한 것으로 생각됨.

■ 경제성장률이 매년 낮아지는 현상을 볼 때, 현재 우리나라는 저성장기 경제상황에 놓여있는 것으로 보임.

- 2015년 우리나라 경제성장률은 약 2.6%를 기록하였으며, 2016년 경제성장률에 대해서도 정부는 3.1%¹⁾, 해외 IB는 2.6% 성장을 예측하는 등 전반적으로 경제성장률이 낮아질 것으로 예상됨.
- 현재와 같은 저성장기에 보험회사의 마케팅 전략도 저성장기 소비자 특성에 부합되도록 변화될 필요가 있음.

■ 텍스트마이닝 기법²⁾으로 현 경제상황에 대한 소비자 인식 및 소비행태를 파악해 본 결과, 소비자들은 저렴한 가격을 소비선택의 중요 판단근거로 하는 것으로 분석됨(그림 1) 참조).

- 소비자들은 소비재 상품을 렌탈하거나, 저렴한 상품을 선호하는 경향을 보이는 등 전형적인 저성장기의 소비행태를 보이는 것으로 나타남.
- 생명보험 산업에서도 보험료 수준에 대한 예민한 반응, 환급, 약관대출 및 보험계약 해지³⁾ 증가 순으로 그 특징이 보이는 등 저성장기의 보험소비자 특성이 나타남.

1) 한국은행은 2016년 경제성장률을 2.8%로 하향 조정함(2016년 4월).

2) 텍스트마이닝(text mining)은 트위터, 페이스북, 블로그 등은 물론, 카페나 웹게시판, 온라인 뉴스 등 웹상에 존재하는 방대한 비정형 데이터에서 패턴 또는 관계를 추출하여 의미 있는 정보를 찾아내는 빅데이터 분석기법의 하나로 마케팅, 여론 분석, 감성분석 등 다양한 분야에서 활용되고 있음.

3) 해지란 계약당사자 한쪽의 의사표시에 의하여 계약에 기초한 법률관계를 말소하는 것을 말함.

〈그림 1〉 저성장기의 소비자 행동특성

일반 소비자시장 특성

생명보험시장 특성

주: 1) 2016년 2~3월 사이의 한 달간 기사화된 신문내용을 Naver의 기사검색기능으로 찾아 텍스트마이닝 기법으로 분석한 결과임

2) 텍스트마이닝 기법으로 분석한 결과를 그림으로 표현하는 기법을 워드클라우드(위 그림)이라고 하며, 글씨크기가 큰 순서로 키워드가 분석자료에 많이 등장했다는 것을 의미함(예, 생명보험시장의 특성에서 보험, 보험료, 상품, 보험료 환급, 해지, 중신 등의 순서로 키워드가 많이 언급되고 있음).

- 생명보험회사는 이러한 저성장기의 소비자 태도에 부합하도록 저렴한 상품의 개발 및 공급, 소비자의 충성도 제고, 저성장기의 생명보험상품 필요성 홍보 등 다각적인 노력이 필요할 것으로 생각됨.

- 생명보험 산업의 주력상품인 사망보험의 경우, 저해지환급 종신보험과 같은 저렴한 종신보험상품 개발, 정기보험 공급 확대 등 저렴한 상품개발에 주력해야 할 것임.
- 상품내용이 단순한 상품 위주로 온라인을 통해 공급하는 판매전략도 고려해 볼 필요가 있음.
- 보험상품을 중도해지할 경우 불이익을 받을 수 있다는 점, 저성장기의 보험상품 유용성과 약관대출 활용 필요성 등 소비자에게 저성장기의 생명보험상품 활용방안을 소개할 필요가 있음. [kifi](#)