



코로나19로 인한 개인보험 소비자 수요 변화: 인터넷 검색량 분석

김세중 연구위원, 최예린 연구원

- 코로나19의 확산과 이에 따른 급격한 경제적 충격은 개인보험 소비자들의 보험 해지, 보험종목별 수요, 판매채널 선호도 등에 영향을 미칠 수 있으며, 본 보고서에서는 관련 검색어의 인터넷 검색량 추이를 바탕으로 이를 확인함
 - 본 보고서는 우리나라 검색포털 중 검색어별 검색량 추이를 제공하고 있는 네이버 데이터 랩의 검색량 추이 데이터를 분석함
- 코로나19로 인한 급격한 경기둔화는 개인보험 가입자의 보험 해지를 확대했을 것으로 판단되며, 관련 검색량은 3월 중순 최고치를 기록한 이후 현재까지도 높은 수준을 유지하고 있음
 - 연령별로 구분해보면 주로 40대 후반에서 '보험 해지'에 대한 관심도가 증가한 것을 알 수 있으며, '보험 해지'와 관련된 검색어 중 '보험료 납입유예'에 대한 관심도도 증가했던 것으로 나타남
 - 한편 4월 이후 '보험 해지'와 '보험약관 대출' 검색량 감소에는 정부의 긴급재난지원금 지급 결정(3월 30일), 긴급재난지원금 지급 개시(5월 13일) 등도 영향을 미쳤을 것으로 보임
- 보험상품별 검색량 추이를 살펴보면 코로나19 확산 시기 건강보험과 변액보험에 대한 관심이 급증한 것을 확인할 수 있으나 지속성은 크지 않은 것으로 판단되며, 온라인(디지털)보험에 대한 관심도 증가한 것으로 나타남
 - 건강보험의 경우 40대 이상 장년층의 관심도가 상대적으로 크게 상승했던 것으로 보이며, 변액보험 종목별로는 변액연금과 변액종신보험에 대한 관심이 확대된 것으로 나타남
 - 코로나19로 인한 '사회적 거리두기'로 인해 온라인(디지털) 보험, 다이렉트 보험 등 비대면 채널 보험에 대한 관심도가 소폭 증가한 것을 확인할 수 있음
 - 온라인 보험 등에 대한 관심은 지속되고 있는 것으로 보이나, 건강보험 및 변액보험에 대한 관심은 지속성이 약한 것으로 나타남
- 보험회사는 개인보험 수요의 결과로 나타나는 실적 데이터뿐만 아니라 IT기술을 기반으로 소비자의 태도 및 인식 변화를 간접적으로 관찰할 수 있는 다양한 데이터를 활용하여 보험시장 변화에 대응하여야 할 것임

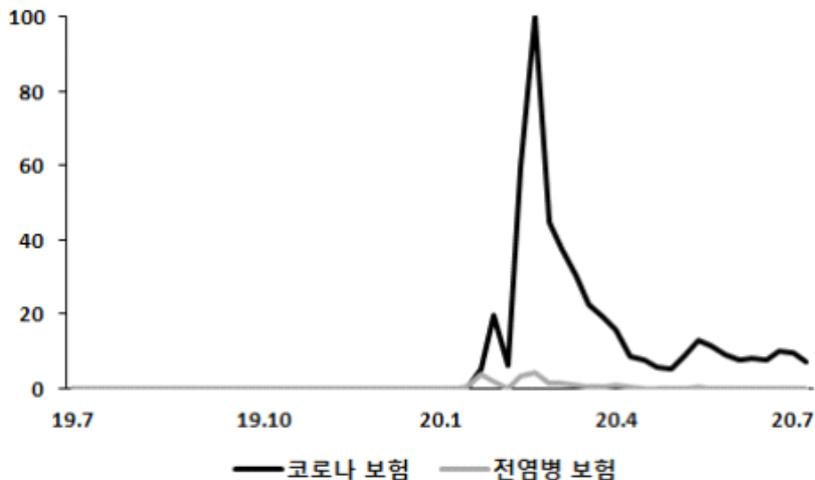
1. 검토 배경



- 코로나19의 확산은 다양한 경제환경 변화를 야기하는 한편, 개인보험 소비자의 수요 변화를 유발할 수 있기 때문에 보험회사는 이를 모니터링 할 필요가 있음
 - 2020년 초 발생한 코로나19의 확산은 급격한 경기둔화, 금리하락, 금융시장 변동성 확대 등 보험산업에 불리한 경제환경 변화를 야기하였음
 - 한편 사상 초유의 전염병 확산과 이로 인한 급격한 경제적 충격은 소비자의 행태에도 영향을 미치고 있으며, 장기적인 소비자 태도 및 인식 변화를 유발할 가능성이 있음
 - 따라서 보험회사는 경제환경 변화뿐만 아니라 소비자 수요 변화를 모니터링하고 장기 지속성 여부를 판단할 필요가 있음

- 코로나19의 확산과 이에 따른 급격한 경제적 충격은 개인보험 소비자들의 보험 해지, 보험종목별 수요, 판매채널 선호도 등에 영향을 미칠 수 있으며, 본 보고서에서는 관련검색어의 인터넷 검색량 추이를 바탕으로 이를 확인해 보고자 함
 - 코로나19로 인한 소비자의 수요 변화를 직접적으로 관찰하기는 어렵지만, 많은 소비자들이 보험관련 정보 획득을 위해 인터넷 검색을 활용한다는 점에서 인터넷 검색량 추이 분석은 간접적인 정보 획득 수단이 될 수 있음
 - 일례로 ‘코로나’와 ‘보험’을 함께 검색한 검색량은 코로나가 확산되기 시작한 2020년 1월 말경부터 증가하기 시작하여 코로나19 환자가 급증했던 2월 말 최고치를 기록한 것으로 나타났으며, 이후 지속적인 검색이 이루어지고 있음을 알 수 있음
 - 본 보고서는 우리나라 검색포털 중 검색어별 검색량 추이를 제공하고 있는 네이버 데이터 랩의 검색량 추이 데이터를 분석함
 - 네이버 데이터 랩은 네이버사가 다양한 시사점을 사용자 스스로가 찾아볼 수 있게 하자는 취지로 2016년 1월 14일 오픈한 서비스이며, 특정 검색어의 검색횟수를 일간·주간·월간 단위로 보여줌
 - 검색량 그래프는 검색량이 가장 높았던 시기를 100으로 한 상대적인 수치임

〈그림 1〉 ‘코로나 보험’ 검색량 추이



주: 검색량 수치는 검색량이 가장 높았던 시기를 100으로 한 상대적인 수치임
 자료: 네이버 데이터 랩

2. 개인보험 소비자 수요 관련 검색량 추이

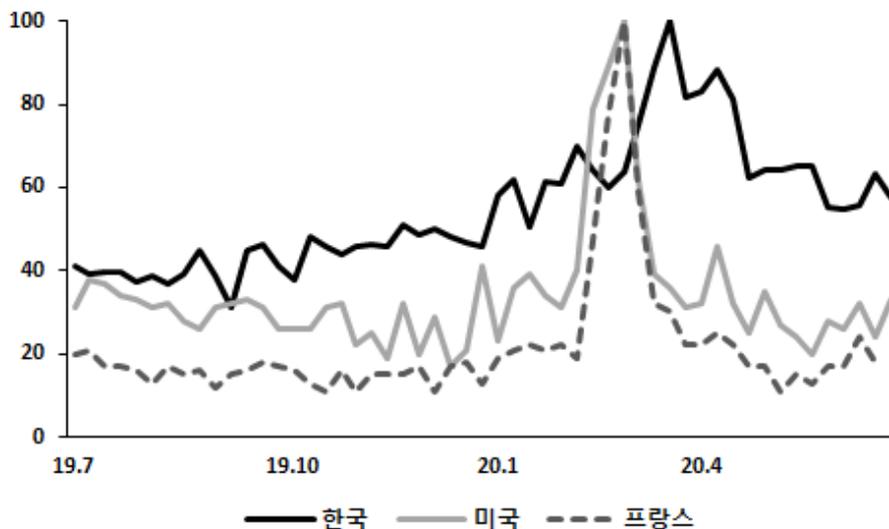


- 코로나19로 인한 급격한 경기둔화는 개인보험 가입자의 보험 해지를 확대했을 것으로 판단되며, 관련 검색량은 3월 중순 최고치를 기록한 이후 현재까지도 높은 수준을 유지하고 있음
 - ‘보험 해지’ 검색어¹⁾의 급증은 코로나19의 본격적인 확산에 다소 후행하는 모습을 보이는데 보험계약의 해지 시 환급율이 낮을 수 있고 재가입이 어려울 수 있다는 점 때문에 타 금융상품에 비해 의사결정이 늦다는 이유일 수 있음
 - 한편 ‘보험 해지’ 검색어는 2020년 이후 서서히 상승한 것으로 나타나며, 코로나19가 어느정도 진정된 7월 현재에도 2019년 수준으로 낮아지지 않고 지속되는 모습임
 - 이러한 결과는 코로나19가 현재와 같은 수준으로 유지된다고 해도 소비자의 해지 의향은 지속될 수 있다는 점을 보여줌
- 한편 미국과 프랑스의 경우에도 각 국가에서 코로나가 크게 확산되기 시작한 3월 경 ‘보험 해지(Insurance Cancellation)’ 검색량(구글 트렌드)은 크게 증가한 것으로 나타남

1) 보험 소비자가 ‘보험 해약’으로 검색했을 가능성이 있으므로 동 검색어의 검색량 변화를 확인해 본 결과 급격한 증가는 관찰되지 않음

- 그러나 이들 국가에서는 3월 이후 해당 검색어 검색량이 2019년 수준으로 다시 낮아진 것이 관찰되어 보험 해지에 대한 태도가 지속적이지 않고 일시적이었음을 추측할 수 있음
- 한편 해당 검색어는 행사 취소, 여행 취소와 관련하여 보험금 지급 가능 여부를 검색하는 경우도 포함되어 있을 수 있기 때문에 일반화에는 한계가 있음

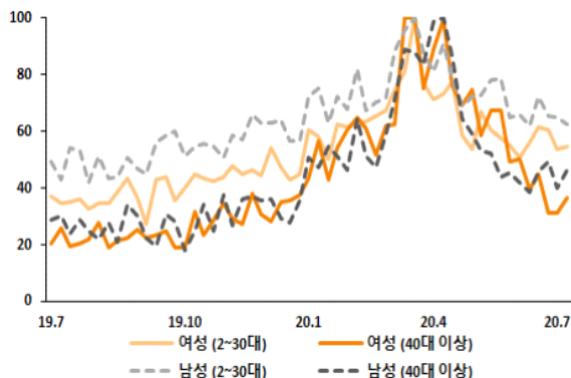
〈그림 2〉 한국·미국·프랑스 ‘보험 해지’ 검색량 추이



자료: 네이버 데이터 랩; Google Trends Search

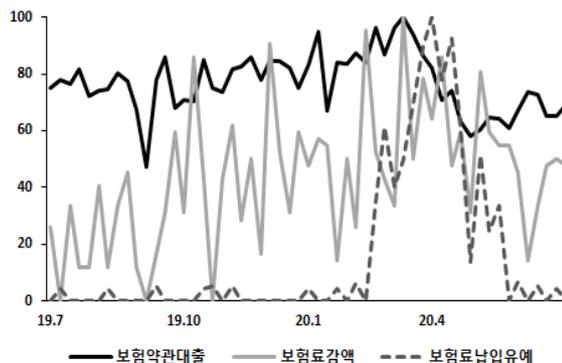
- **성별·연령별로 구분해보면 주로 40대 후반에서 ‘보험 해지’에 대한 관심도가 증가한 것을 알 수 있으며, ‘보험 해지’와 관련된 검색어 중 ‘보험료 납입유예’에 대한 관심도도 증가했던 것으로 나타남**
 - 성별·연령별로 ‘보험 해지’ 검색량을 구분해 보면, 성별 차이보다는 연령별로 차이가 나타나며, 20~30대의 젊은층보다는 40대 이상의 장년층에서 검색량 증가폭이 크게 나타남
 - 재무적인 어려움이 발생할 경우 보험계약을 해지하지 않고, 계약을 유지하면서 부담을 경감할 수 있는 방법으로는 보험약관 대출, 보험료 감액, 보험료 납입유예 등이 있음
 - ‘보험약관 대출’ 검색은 2020년 초까지 지속적으로 상승하다가 ‘보험 해지’ 검색량이 급증한 3월 이후 하락한 모습을 보이고 있으며, 한편 ‘보험료 납입유예’ 검색량은 상대적으로 크게 증가했던 것을 알 수 있음
- 한편 4월 이후 ‘보험 해지’와 ‘보험약관 대출’ 검색량 감소에는 정부의 긴급재난지원금 지급 결정(2020년 3월 30일), 긴급재난지원금 지급 개시(2020년 5월 13일) 등도 영향을 미쳤을 것으로 보임

〈그림 3〉 보험 해지 관련 검색량 추이



자료: 네이버 데이터 랩

〈그림 4〉 보험약관 대출, 보험료 감액, 보험료 납입유예 검색량 추이

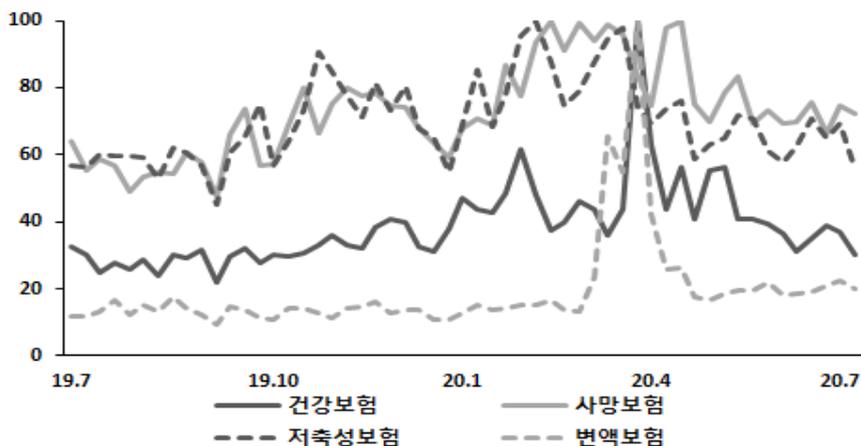


자료: 네이버 데이터 랩

■ 보험상품별 검색량 추이를 살펴보면 코로나19 확산 시기 건강보험과 변액보험에 대한 관심이 급증한 것을 확인할 수 있으나, 지속성은 크지 않은 것으로 판단됨

- 전염병의 확산은 개인의 건강 리스크에 대한 인식을 확대하는 계기가 될 것으로 예상할 수 있으며, 코로나19 확산 시기 ‘건강보험’에 대한 검색량 증가는 이를 뒷받침한다고 볼 수 있음
- 그러나 4월 이후 검색량이 평상시 수준으로 하락한 것은 건강보험에 대한 소비자의 관심이 지속적이지는 않을 수 있다는 점을 의미함
- 한편 코로나19 이후 금리 인하로 인한 유동성 확대로 주식시장이 급반등하면서, 변액보험에 대한 관심이 크게 증가한 것을 확인할 수 있음

〈그림 5〉 보험상품별 검색량 추이

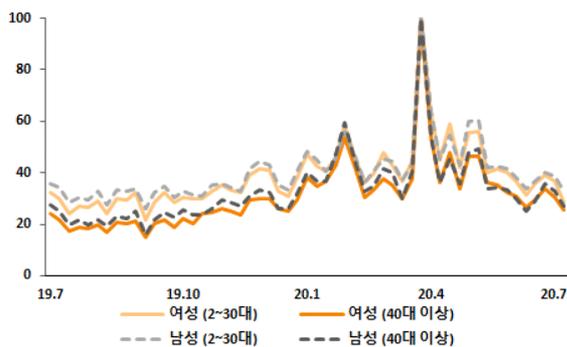


자료: 네이버 데이터 랩

■ 건강보험의 경우 40대 이상 장년층의 관심도가 상대적으로 크게 상승했던 것으로 보이며, 변액보험 종목별로는 변액연금과 변액종신보험에 대한 관심이 확대된 것으로 나타남

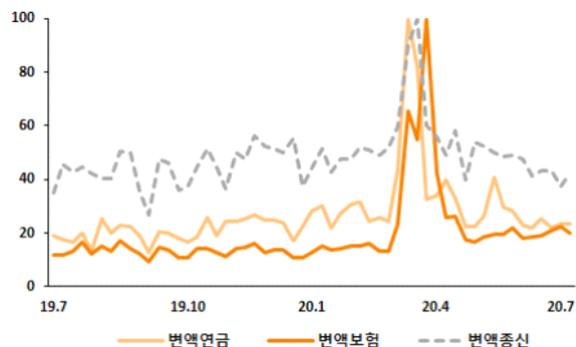
- ‘건강보험’ 검색량을 성별·연령별로 구분해보면 남성과 여성 모두에서 40대 이상 장년층의 검색량이 젊은층에 비해 소폭 크게 증가한 것으로 나타남
- 변액보험을 종목별로 살펴본 결과 ‘변액연금’과 ‘변액종신’의 검색량이 크게 증가한 것으로 나타났고 이중 ‘변액연금’ 검색량 증가가 ‘변액종신’ 검색량 증가에 비해 상대적으로 컸으며, ‘변액 유니버설’, ‘변액 CI’ 등의 검색량은 큰 변화가 없는 것으로 나타남
- 코로나19 이후 주식시장은 큰 폭의 하락을 경험하였으나 해외 주요국의 적극적인 통화정책으로 급반등 하였으며, 주식시장 반등 국면에서 변액보험에 대한 관심이 증가한 것으로 나타나지만 관심도 변화가 지속적이지는 않은 것으로 보임

〈그림 6〉 건강보험 검색량 추이



자료: 네이버 데이터 랩

〈그림 7〉 변액보험 검색량 추이

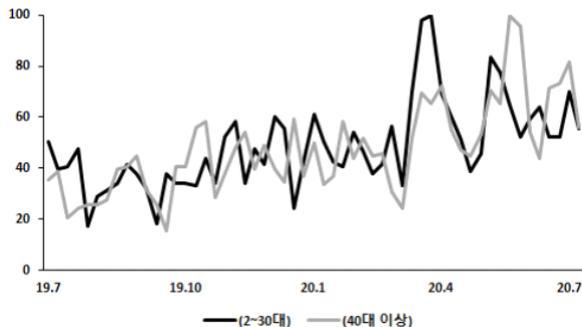


자료: 네이버 데이터 랩

■ 코로나19로 인한 ‘사회적 거리두기’는 개인보험 소비자의 온라인 보험, 다이렉트 보험 등 비대면 채널 보험에 대한 관심을 확대했을 것으로 예상할 수 있으며, 해당 검색어 추이를 살펴본 결과 관심도가 소폭 증가한 것을 확인할 수 있음

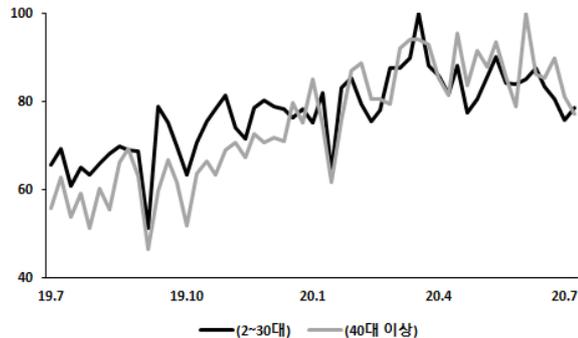
- 코로나19로 인한 ‘사회적 거리두기’로 소비자들은 설계사와 같은 대면 채널보다 온라인 채널, 다이렉트 채널 등의 비대면 채널에 대한 선호가 높아졌을 것으로 예상할 수 있음
- 코로나19 확산 시기의 ‘온라인 보험’과 ‘다이렉트 보험’ 검색량 추이를 살펴보면 2020년 3월경부터 검색량이 소폭 증가한 것을 알 수 있으며, ‘온라인 보험’에 대한 관심도 증가는 최근까지 지속되고 있는 것으로 보임

〈그림 8〉 온라인 보험 검색량 추이



자료: 네이버 데이터 랩

〈그림 9〉 다이렉트 보험 검색량 추이



자료: 네이버 데이터 랩

3. 시사점



- 코로나19 확산 시기 개인보험 수요 변화를 인터넷 검색량을 통해 간접적으로 살펴본 결과 보험 해지, 건강보험, 변액보험, 온라인 보험에 대한 관심이 증가한 것을 알 수 있으며, 이는 예상했던 결과와 부합한다고 볼 수 있음
 - 코로나19로 인한 경기둔화, 주식시장 급반등, 사회적 거리두기, 건강에 대한 우려 확대 등은 소비자의 보험 해지를 유발하고 건강보험 및 변액보험에 대한 관심을 확대하며, 비대면 판매채널에 대한 관심을 촉발할 수 있음
 - 그러나 소비자의 관심도 변화의 지속성은 다르게 나타나고 있는데, 보험 해지, 온라인 보험 등에 대한 관심은 지속되고 있는 것으로 보이나, 건강보험 및 변액보험에 대한 관심은 지속성이 약한 것으로 나타남
 - 한편 ‘코로나 보험금’, ‘코로나 면책’, ‘보험금 청구’, ‘모바일 보험금 청구’ 등 보험금 지급관련 검색어는 검색량 추이에 큰 변동이 없거나 검색빈도가 미미한 것으로 나타남
- 개인보험 소비자의 수요 관련 검색량 추이는 직접적인 수요 변화를 의미하지는 않으나, 이러한 상황에서 소비자의 태도 변화를 실시간으로 파악할 수 있다는 점에서 의미가 있음
 - 본 보고서에서 살펴본 검색량 추이는 소비자의 잠재적인 관심변화를 유추하기 위한 대리변수 이기 때문에 소비자의 실제 수요변화가 이루어졌는지에 대해서는 차후 실적 데이터로 확인해야 함
 - 그럼에도 불구하고 코로나19와 같은 이례적인 이벤트에 대해 소비자가 어떻게 반응하고 있는지를 실시간으로 파악할 수 있다는 점에서 검색량 분석은 의미를 가진다고 할 수 있음
 - 본 보고서에서는 검색포털 네이버에서 제공하는 네이버 데이터 랩의 결과만을 분석하고 있으나 소비자들

의 정보 검색 수단이 다양해짐에 따라 향후에는 보다 다양한 분석이 가능해 질 수 있음

- 보험회사는 개인보험 수요의 결과로 나타나는 실적 데이터뿐만 아니라 IT기술을 기반으로 소비자의 태도 및 의식 변화를 간접적으로 관찰할 수 있는 다양한 데이터를 활용하여 보험시장 변화에 대응하여야 할 것임 **kiri**