KiRi 리포트 2020.11.9.

글로벌 이슈

코로나19로 인한 소비자 행태 변화가 보험산업에 미치는 영향

홍민지 연구원

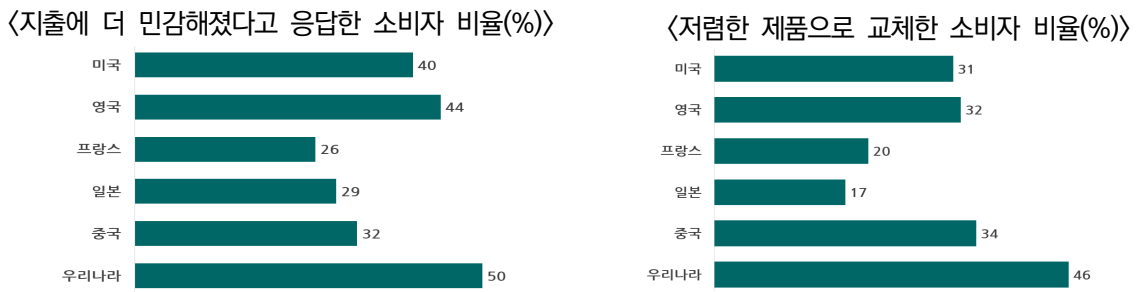
요약

코로나19 시대의 자가 격리 및 경제적 불확실성 증대는 소비자 행동 양식을 변화시킴. 해당 시기의 소비자 경험은 팬데믹 이후의 소비자 행태를 결정하는 계기가 될 것임. 보험산업은 코로나19로 인해 보험소비자의 가격 민감도가 상승하고, 디지털 채널 이용이 증가하며, 사용량 기반 보험이 성장할 것으로 예상됨. 보험회사가 변화한 보험 소비자 수요를 지속하기 위해서는 긍정적인 소비자 경험을 주는 것이 중요할 것임

코로나19 시대의 자가 격리 및 경제적 불확실성 증대는 소비자 행동 양식을 변화시킴[1)]

- 코로나19로 인한 실업 및 경제적 불확실성이 증가하면서 전체 소비가 감소함
  - 소비자들이 지출에 민감해지고, 절약하기 위해 저렴한 제품을 구매하는 경향을 보임(〈그림 1〉 참조)
- '집'은 일터이자, 학교, 여가공간 등 다양한 역할을 가진 공간이 되었고, 집과 관련한 소비(요리, 홈엔터테인먼트, 집 개선)는 오히려 증가함
- 온라인 쇼핑 및 재택근무는 디지털 서비스가 급속도로 성장하는 계기가 됨[2)]
  - 미국 내 최근 8주간의 전자상거래 배송서비스 성장률은 지난 10년간의 성장률에 괄목하는 수준임

〈그림 1〉 코로나19 이후 소비자 쇼핑 습관 변화



자료: Mckinsey & Company(2020. 7. 2.), "A global view of how consumer behavior is changing amid 코로나19", p. 8

1) Mckinsey & Company(2020. 8), "Meet the next-normal consumer", pp. 2~5
2) OTT서비스인 디즈니플러스는 넷플릭스가 7년간 달성한 구독자 수 5천만 명을 5개월 만에 달성함. 원격회의 어플리케이션인 Zoom의 1일 사용자 수는 3개월 만에 1천만 명에서 2억 명으로 20배 증가함

■ 해당 시기의 소비자 경험은 팬데믹 이후의 소비자 행태를 결정하는 계기가 될 것이며, 국가별 인프라 및 기업의 디지털화 준비도가 소비자 경험에 중요한 역할을 할 것임

- 온라인 쇼핑에 대한 소비자 만족도는 국가별로 상이하게 나타나는데, 이는 국가별로 온라인과 배송서비스를 연계하는 인프라 수준이 다르기 때문임
  - 미국, 영국, 중국 등 배송 인프라가 잘 갖추어진 국가는 팬데믹 이후에도 전자상거래가 활성화 될 것으로 기대됨
  - 온라인 배송서비스 인프라가 빈약한 유럽대륙국가(프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인 등)의 소비자는 팬데믹 이후에 온라인 쇼핑을 지속적으로 이용하지 않을 것으로 예상됨[3]

■ 보험산업 측면에서 보면, 코로나19로 인해 보험소비자의 가격 민감도가 상승하고, 디지털 채널을 이용하는 소비자가 증가하며, 사용량 기반 보험상품이 성장할 것으로 예상됨[4]

- 보험료에 대한 가격 민감도가 높아지면서 소비자는 상대적으로 보험료가 저렴한 보험회사로 이동하는 경향을 보임
  - 팬데믹 사태로 가계재정이 취약해지면서, 보험료 납부를 일시 유예하거나, 보험을 해지하는 소비자가 증가함
  - 지난 12개월간 손해보험회사를 교체한 소비자의 약 60%, 생명보험회사를 교체한 소비자의 40%가 가격을 요인으로 보험회사를 교체하였음[5]
- 최근 1년간 전 세계 보험소비자의 디지털 채널 이용도가 20% 증가하여, 보험업계 디지털화가 가속화될 것임[6]
  - 해당기간 보험회사 디지털 채널 이용 성장률은 2016~2019년 4년간 연평균 성장률의 4배를 상회함
- 경제적 불확실성과 가격 민감도 상승으로 인해 사용량 기반 보험상품에 대한 보험소비자의 관심도가 높아질 것임
  - 우리나라에서도 주행거리에 따라 보험료를 지불하는 자동차보험 상품이 출시됨[7]

■ 보험회사가 코로나19 로 인해 변화한 보험 소비자 수요를 팬데믹 이후에도 지속하기 위해서는 해당 기간 동안 긍정적인 소비자 경험을 주는 것이 중요할 것임 KiRi

---

3) 이탈리아의 경우 전염병 위기로 인해 60%의 소비자가 온라인 쇼핑을 경험하였으나, 10% 미만이 해당 경험에 만족한 것으로 나타남
4) Bain & Company(2020. 7. 23), "How Insurance Consumers Are Reponding to 코로나19"
5) 미국 내 43,600명의 소비자를 대상으로 설문조사를 실시함
6) Bain & Company(2020. 9. 14), "A Digital Reckoning for Insurance Companies"; 17개국 135,000명의 소비자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과임
7) 올해 2월 캐롯손해보험에서 출시한 '퍼마일 자동차보험'의 가입자는 현재 5만 명 수준임; 보험매일(2020. 10. 14), "스위치 보험, 시장 반응 긍정적… "예측은 아직""