



# 2019년 업종보고서 **보험**

트렌드기획팀 | 2019.02

01

시장  
현황

02

주요  
이슈

03

소비자  
분석

04

캠페인  
사례

---

01

---

시장  
현황

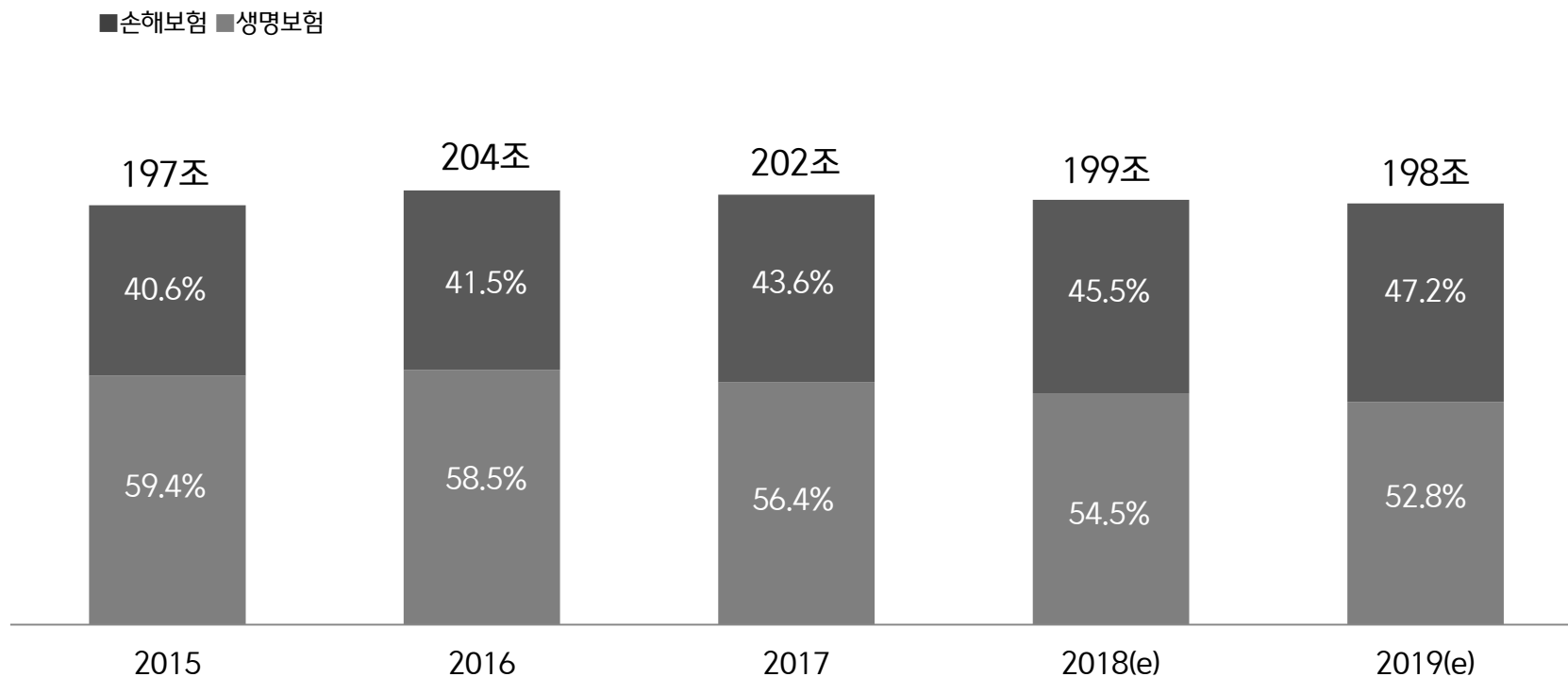
“국내 보험시장 규모 약 200조”

“디지털 광고비 3년 연속 30% 내외 성장”

# '19년 보험 시장 규모 약 200조 수준으로 전년 대비 유사

- 국내 보험 시장은 시장 포화 및 각종 제도적 요인으로 2017년 이후 감소세를 보임
- 손해보험은 시장 규모 유지 중이지만, 생명보험 시장은 소폭 감소 추세

국내 보험업종 - 연도별 전체 시장 규모

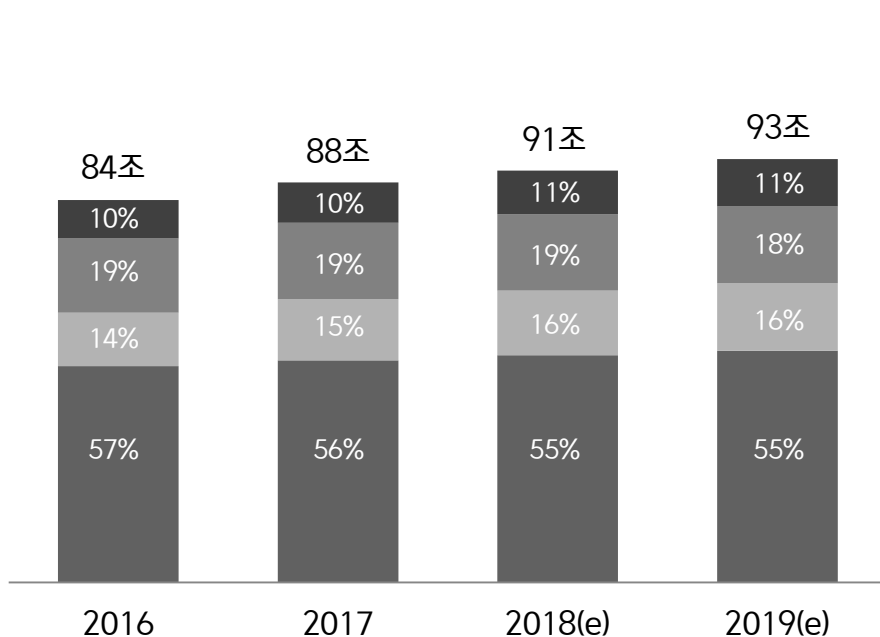


# 손해보험 성장 둔화, 생명보험 성장 감소 예상

- 손해보험 : 연금, 자동차 보험 시장의 성장세 둔화로 성장률은 전년과 유사할 것으로 예상
- 생명보험 : 저축성 보험의 부진과 금융시장의 변동성 확대로 성장 감소될 것으로 예상

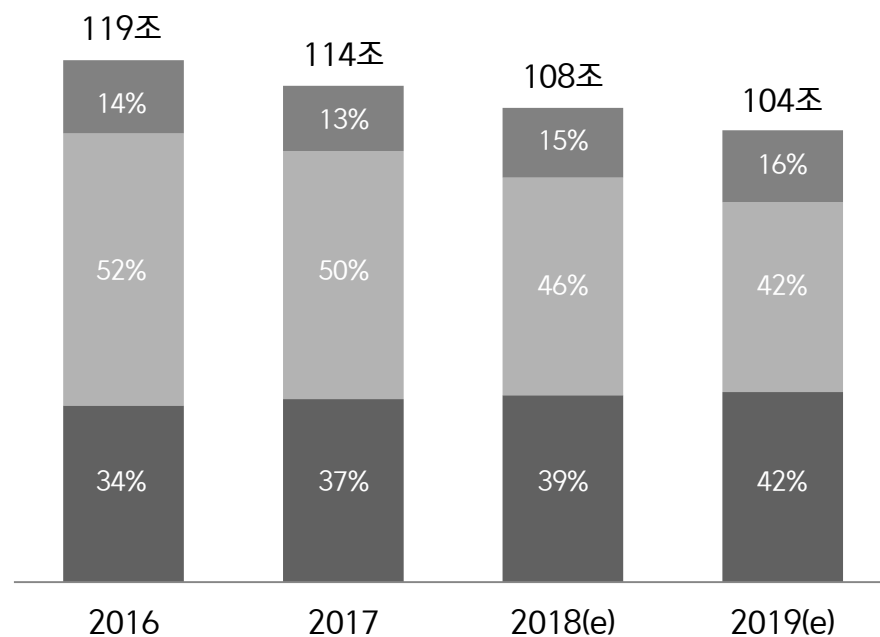
손해보험 - 상품 유형별 규모

■ 장기손보 ■ 연금부문 ■ 자동차 ■ 일반손보



생명보험 - 상품 유형별 규모

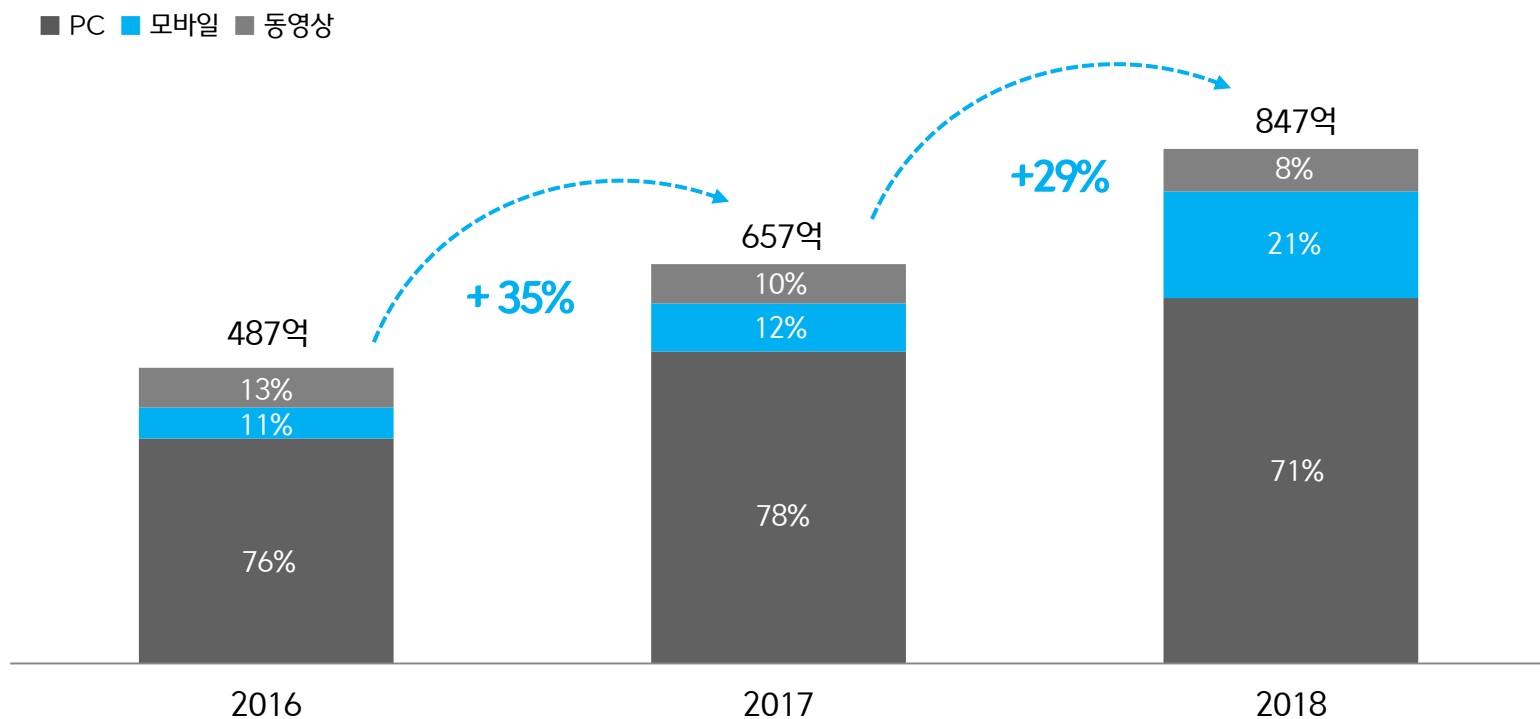
■ 보장성 보험 ■ 저축성 보험 ■ 퇴직연금



# 보험 업종 디지털 광고비는 3년 연속 30% 내외의 고성장 중

- 2030 타겟의 젊은 소비자를 대상으로 한 디지털 마케팅 증가로 지속적인 광고비 성장
- 특히, 모바일을 중심으로 한 마케팅 사례가 증가하면서 모바일 광고 비중 급증

국내 보험업종 - 연도별 디지털 광고비

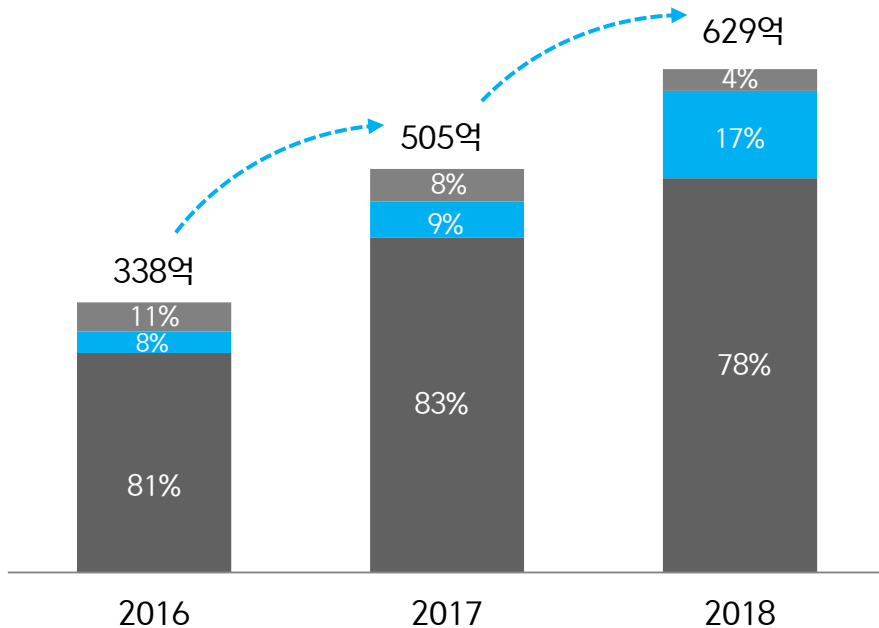


# 전체 광고비 성장과 함께, 모바일 광고 부분 고속 성장세

- 손해보험 : 매년 디지털 광고비 증가세를 보이고 있으며, 모바일 성장률 지속 증가
- 생명보험 : 모바일 광고비에서 높은 성장세를 보이며, 18년도 광고비 상승

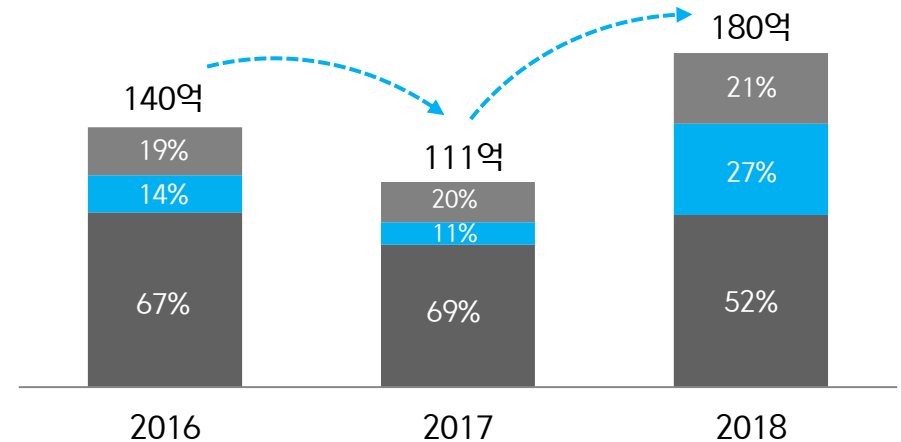
## 손해보험 - 연도별 디지털 광고비

■ PC ■ 모바일 ■ 동영상



## 생명보험 - 연도별 디지털 광고비

■ PC ■ 모바일 ■ 동영상



02

주요  
이슈

“보험산업의 디지털 변화, 인슈어테크”

“비대면 채널 거래 확대에 따른 플랫폼 경쟁”

“반려동물 1,000만 시대, 펫보험 시장”



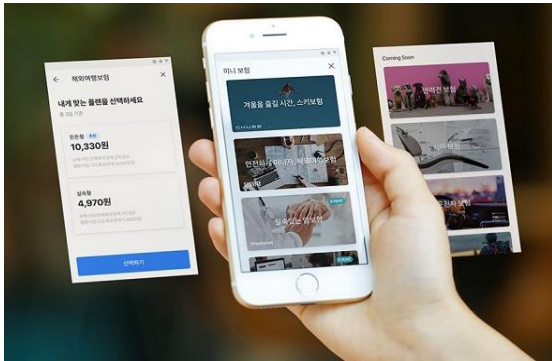
# 보험산업의 디지털 변화 인슈어테크(INSURETECH)

- 핀테크 기업들의 보험시장으로 영역 확장 및 다양한 형태의 MOU 진행
- 맞춤형 보험상품 추천 및 머신러닝 활용한 개별 보험 진단 등 개인화 서비스 집중

● 인슈어테크 : 보험(Insurance)과 기술(Technology)의 합성어로, 빅데이터·AI 등 ICT를 활용해 기존 보험사업을 혁신하는 서비스

※ 참고 - 각종 기사 및 해당 기업 홈페이지

## Toss & 국내보험사와 협업



2015.2월 국내 최초로 간편송금 선보인 토스는, 국내 기업들과의 업무 협업을 활발하게 진행 중

2019.1월, 삼성화재, 에이스손해보험, 교보라이프 플레닛생명 등과 전략적 제휴를 맺고 미니보험 상품 출시

펫보험, 등산·골프 등 레저와 관련된 미니보험 등 지속적으로 출시 예정

## UBI 보험상품



사용자기반보험 UBI(Usage Based Insurance)의 사용자 습관과 연계해 보험료를 인하해 주거나 혜택을 제공하는 보험 상품

**AIA생명** : AIA 바이탈리티 앱을 통해 건강 상태를 확인할 수 있고, 제시된 운동량을 충족시키면 포인트 제공

**SK텔레콤** : T맵에서 운전습관을 점수화 해, 자동차 보험료를 할인해주는 특약상품 출시

## AI보험진단 - 마이리얼플랜



인슈어테크 스타트업 마이리얼플랜이 인공지능 기술을 기반으로 한 보험진단 앱 '보험닥터' 출시

2015년부터 3년간 수집한 보험진단 결과를 머신러닝 기술을 사용하여, 사용자들의 보험을 진단하는 서비스 제공

진단 결과를 기반으로 사용자에게 맞춤형 보험 상품 추천 및 보험설계 서비스를 제공

# 비대면 채널 거래 확대에 따른 플랫폼 경쟁

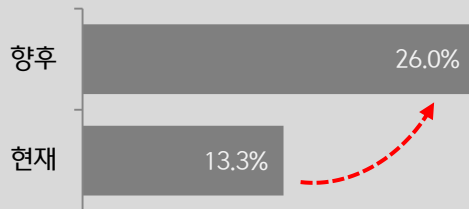
- 비대면 채널 거래에 대한 소비자 인식이 변화하면서, 비대면 채널 서비스 경쟁 심화 예상
- 보험사들의 비대면 채널 이용 편의성을 위한 다양한 서비스 출시 및 플랫폼 강화

## 소비자 조사)

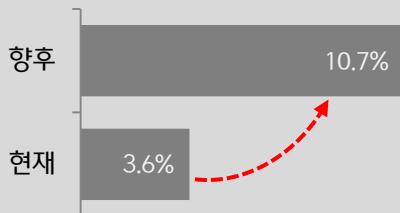
### Q. 비대면 채널을 통해 보험상품에 가입할 의사가 있습니까?

- 판매채널 변화가 보험 산업에 미치는 영향\_보험연구원(2018.12.)

#### 1) 손해보험가입



#### 2) 생명보험가입



## 국내 보험사 - 서비스 및 플랫폼 강화 현황



### 챗봇 서비스 '따봇' (2018.11)

딥러닝 기술을 토대로 고객과 문답을 나누며 문맥을 이해할 수 있으며, 보험계약조회/대출관련 업무/상품 추천 등 다양한 서비스 제공



### 챗봇 서비스 '홍미봇' (2018. 5)

AI기반의 상품 추천 서비스와 딥러닝 기반의 자동상담 서비스를 제공하고 있음. 챗봇 플랫폼을 통한 보험계약 대출 서비스 및 위치기반 지점안내 서비스 등을 제공



### 맞춤형 통합 모바일앱 (2019.1)

다양한 보험 관련 서비스를 하나의 앱으로 통합해 제공하는 고객 맞춤형 모바일 앱 출시. 보안 및 이용 편의성 강화, 보험금 청구 단계 간소화 서비스 제공



### 고객맞춤형 사이버창구 (2019.1)

별도의 앱 설치 없이 모바일 웹창구를 신설해, 다양한 업무처리를 진행할 수 있도록 서비스 제공. 로그인 간소화, 서비스 강화 등을 통한 맞춤형 서비스 제공

# 반려동물 1,000만 시대, 불붙은 펫보험 시장

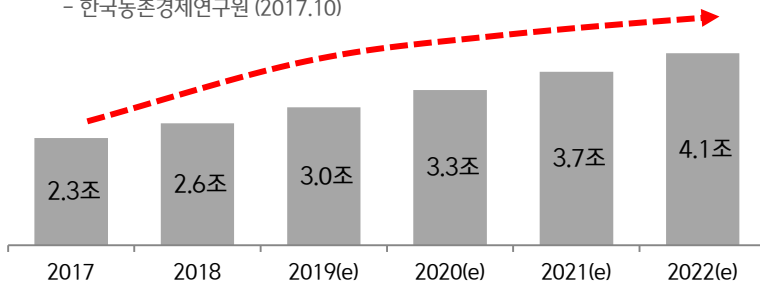
- 반려동물 시장이 커지면서 연관 산업군의 시장규모가 꾸준한 성장세를 보일 것으로 예상
- 보험업계 역시, 상품의 전면 재정비 등 단계별 계획을 통해 6,000억 원 시장으로 확대할 계획

## 반려동물 시장 국내 규모 및 국가별 보험 가입률

### 1) 국내시장규모

- 한국농촌경제연구원 (2017.10)

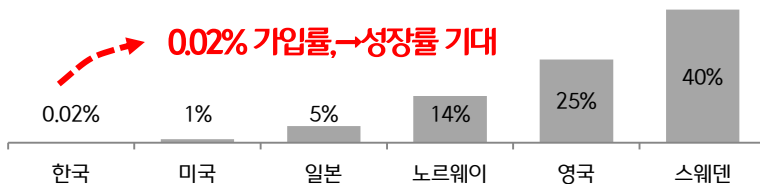
연평균 +14. % 성장



### 2) 국가별 반려동물보험 가입률

- 보험개발원 (2018.02)

0.02% 가입률, -성장률 기대



## 대형 보험사들의 잇따른 펫보험 상품 출시 현황

보험사	상품명	특징
메리츠화재	펫퍼민트 Puppy&Dog	미 등록견의 가입을 허용한 장기 펫보험
DB손해보험	아이러브펫보험	슬개골/고관절/피부질환 보장 장례비지원 등
삼성화재	애니펫	반려견의 입/통원의료비 수술비 배상책임 사망위로금 등을 보장
현대해상	하이펫애견보험	질병당 100만원, 1년에 500만원까지 보상
KB손해보험	사회적협동조합 반려동물보험	개, 고양이 대상으로 조합운영 동물병원 의료비 보상
교보라이프 플래닛생명	펫사랑m정기보험	보호자 사망 시 500만원 지급 반려동물 케어 서비스
한화손해보험	펫플러스보험	슬개골 탈구, 피부/ 구강질환 보장

03

## 소비자 분석

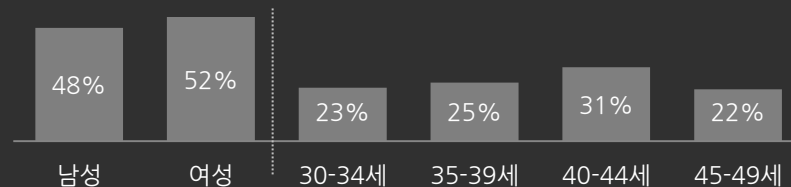
“인터넷 이용 시간대 및 평균시간”  
“디지털 활용 & 광고 호감 요인”  
“비대면채널 인식”

### ■ 조사설계

조사방법  
조사지역  
조사대상  
표본수  
실사기간

Online-Survey  
서울 및 5대 광역시  
본인 명의의 보험에 가입한 3-49세 남녀  
최소 300명 이상  
2019. 1.28 ~ 2.07

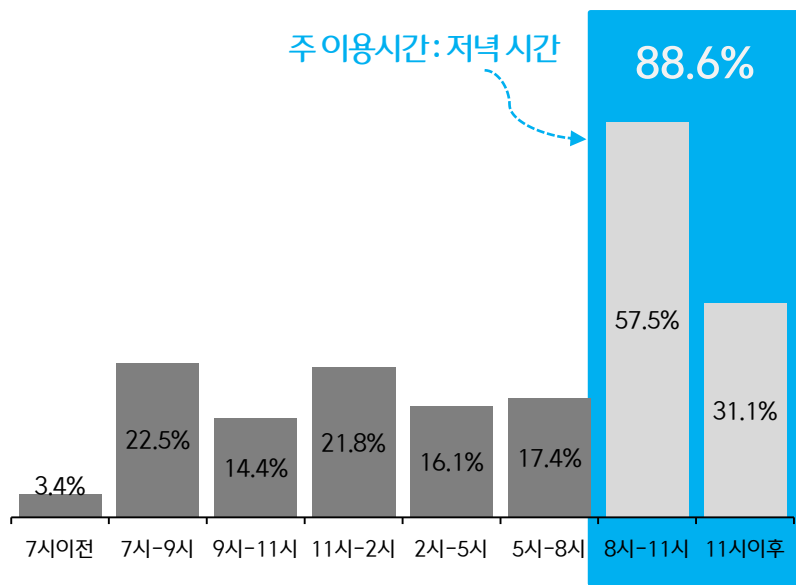
### ■ 응답자 특성 | 수집 사례수 409명



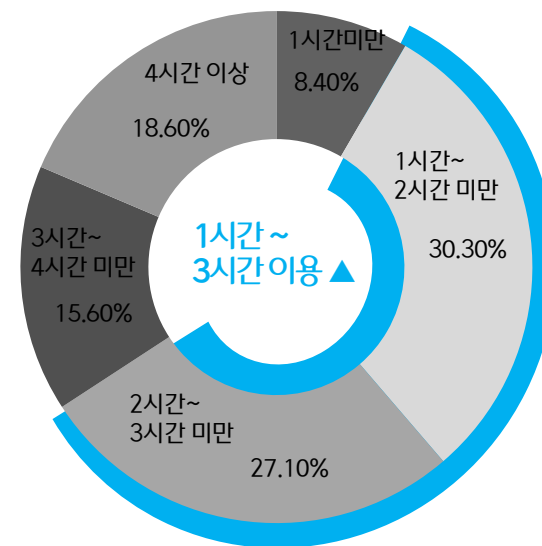
## 저녁 시간대 이용률 높고, 평균 1시간~2시간 미만 사용

- 보험업종 소비자(주요 소비자 30대~40대)는 밤 8시~11시 이후 사용률 88.6%로 높게 나타남
- 일 평균 이용시간은 1시간~3시간 미만이 57.4%로 높게 나타남

Q. 보험소비자 - 인터넷 이용 시간대 (12순위중복응답)



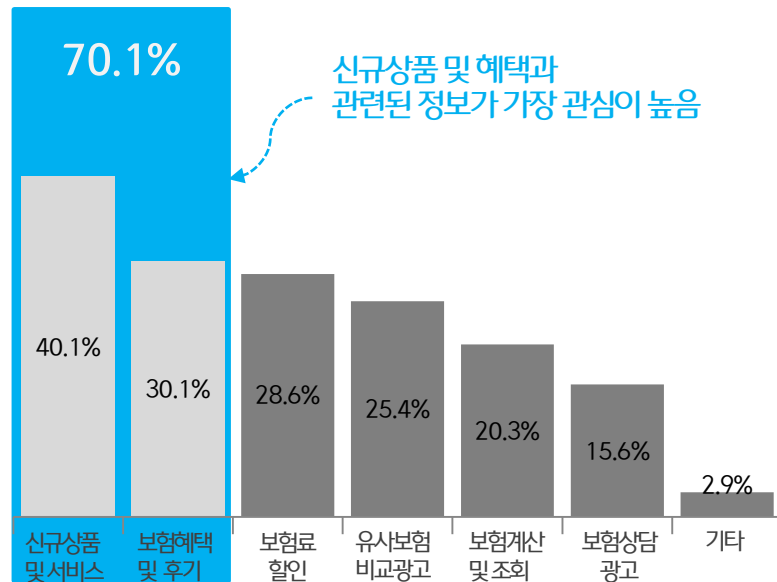
Q. 보험소비자 - 일 평균 인터넷 이용 시간 (12순위중복응답)



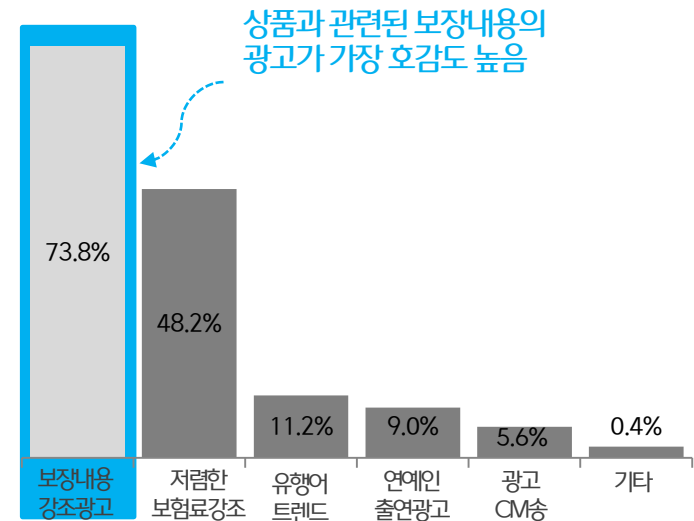
## 보험업종의 경우, 타업종 대비 정보전달 중요

- 보험관련 검색 시, 신규상품 및 서비스/혜택 등에 대한 검색률이 매우 높게 나타남
- 보험상품 정보 및 보험료 등 직접적인 소비자 혜택을 강조하는 광고 선호도가 높음

Q. 인터넷 검색 시 가장 관심 있는 보험 정보 (12순위중복응답)



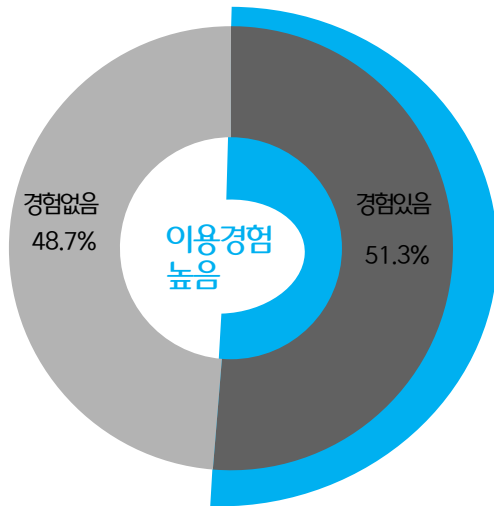
Q. 보험광고 중 가장 호감가는 광고 요인 (12순위중복응답)



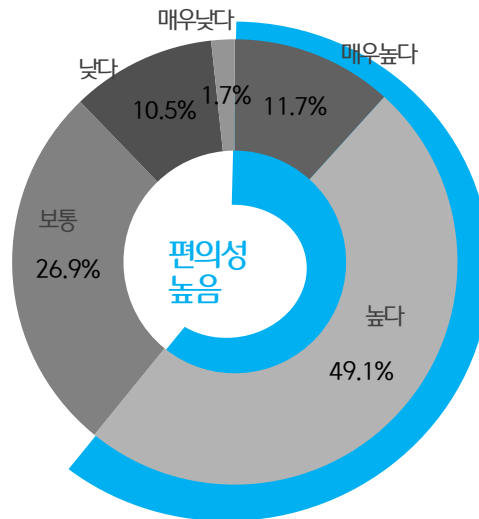
# 채널 편의성은 높으나 서비스 신뢰도는 낮음

- 조사 대상의 절반 이상이 비대면 채널을 이용했으며, 편의성이 높다고 응답함
- 반면, 채널의 편의성에 비해 서비스 신뢰도에 대한 긍정 반응률은 35%로 낮은 것으로 나타남

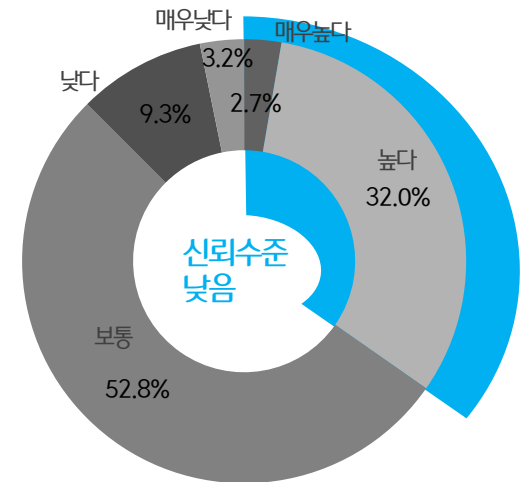
Q. 비대면 채널 이용 경험



Q. 비대면 채널 편의성 평가



Q. 비대면 채널 서비스 신뢰도



04  
—————  
캠페인  
사례

“2030 소비자 확대를 위한 마케팅 증가”  
“비대면 채널 활성화를 위한 마케팅 활발”



# 2030 소비자 확대를 위한 마케팅 증가

- 기존 주 소비층이 아닌, 2030 소비자 확대를 위한 마케팅 지속적으로 증가함
- 에세이, 웹툰 등을 활용한 감성 마케팅/ 페이스북, 유튜브 등을 활용한 SNS 마케팅 증가

## 교보생명 - 자토의 그림 에세이



## 라이나생명 - 누구나 라이나



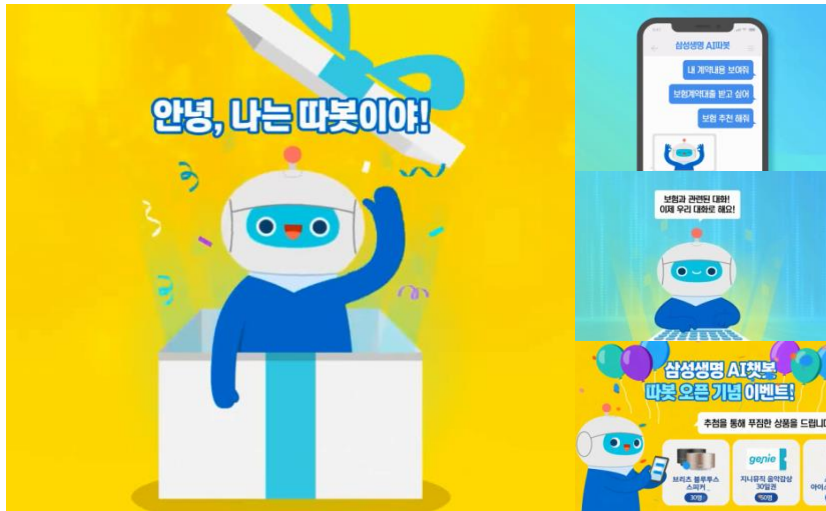
• 캠페인기간	2018.04 ~ 2018.12
• 특 징	교보생명 공식 페이지와 페이스북 통해, 그림 에세이 게시. 보험가입에 소극적인 2030 세대가 공감할 수 있는, 감성 에세이 연재를 통해 소비자 관심 형성
• 효 과	총 9개의 에세이 등록 건 별 100건 이상 소비자 반응 유도 (댓글, 좋아요 등)

• 캠페인기간	2018.07 ~ 2018.09
• 특 징	유튜브를 통해 보험, 건강 관리 필요성 강조하는 스토리텔링 영상 캠페인 진행 2030 소비자들의 관심 제고 위해 인기 셀럽과 유튜브 채널 적극 활용
• 효 과	영상별 평균 조회수 230만 건 기록하며, 2030 소비자의 높은 관심 형성

# 비대면 채널 활성화를 위한 마케팅 활발

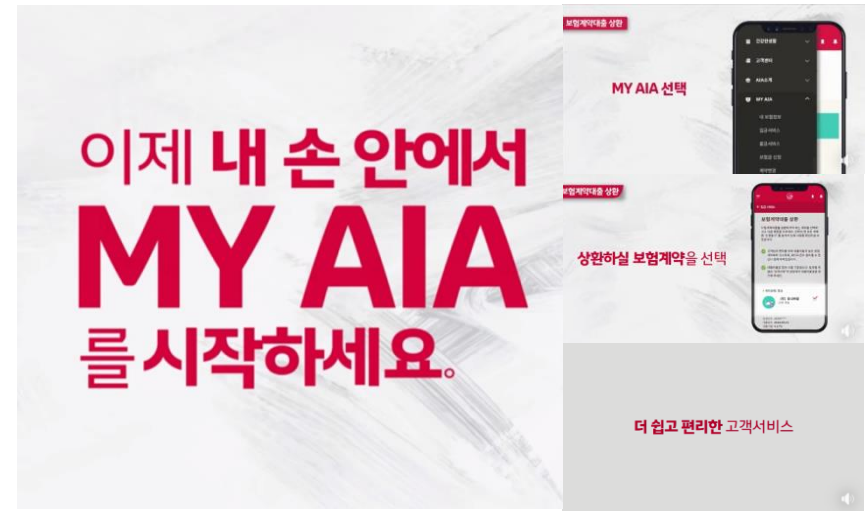
- 각 보험사별 비대면 채널 개설 후, 가입/서비스 등 활성화를 위한 고객 유치 마케팅 활발
- 2019년 역시, 비대면 채널을 위한 소비자 유치 마케팅이 지속적으로 증가할 것으로 예상

## 삼성생명 — 따봇 오픈 기념 이벤트



• 캠페인기간	2018.05
• 특 징	비대면 서비스에 대한 친숙함 및 이용 독려 위해 AI 챗봇 서비스 런칭에 맞춰 이벤트 진행 실제 따봇 서비스를 3회 이상 이용한 고객 대상의 경품 이벤트 진행
• 효 과	이벤트 영상 평균 3만 건 이상의 조회 수 기록하며 높은 소비자 관심 형성

## AIA생명 — MY AIA



• 캠페인기간	2018.11 ~ 2018.12
• 특 징	비대면 모바일 플랫폼 MY AIA 앱의 인지/활용도 제고 위해 SNS 공식 채널에 동영상 콘텐츠 게시 이용 편의성 강조 위해 5개 기능별 상세 동영상 매뉴얼 제작
• 효 과	게시 영상별 평균 3천 건 이상의 조회 수 기록하며 서비스 이해도 제고에 기여

# 보험업종 소비자가 선택한 가장 관심 있는 디지털 키워드

## 1. 개인맞춤형 추천/광고/큐레이션

복잡한 보험 약관, 상품 구조 등을 이해하는데 다수의 소비자가 피로감을 느낌에 따라 빅데이터, 머신러닝을 기반으로 한 개인 맞춤형 상품 추천 서비스가 각광  
데이터 분석 및 개인 추천 기능에 강점을 갖고 있는 핀테크 기업들의 보험 시장 진출이 본격화 되며,  
다양한 개인 맞춤형 서비스를 제공하며, 서비스 경쟁이 치열해질 전망

## 2. 비대면 유통

디지털 서비스 인프라 확대와 비대면/문자 커뮤니케이션을 선호하는 밀레니얼 소비자들의 특성으로  
비대면 채널에 대한 관심이 매우 증가하고 있음  
챗봇 활용, 메신저 앱과의 연계, 모바일 플랫폼 강화 등 이용 편의성을 강조한 서비스가 강화될 전망

## 3. 간편 결제

간편 청구/간편 납입 등 보험 상품간 차별화 포인트로 중요시 됨에 따라 간편결제에 대한  
소비자 관심 증가. 특히, 서비스 커버리지 확대를 목적으로 한 간편결제 사업자들의 보험업종 진출과  
함께 간편결제와 연계한 다양한 형태의 미니보험 대거 출시될 예정

# APPENDIX)

## 2019년 디지털 키워드 10

1. AR/VR	현실 이미지 위에 가상 정보를 입혀 보여주거나 현실과 차단된 가상의 환경에 완벽히 몰입할 수 있도록 하는 기술	6. 동영상 콘텐츠	5G 환경, 스마트 폰 확산에 따른 디지털 환경의 발전으로, 다양한 동영상 콘텐츠 및 플랫폼 및 서비스 출시
2. 시스피커	인공지능을 기반으로 이용자의 음성 명령을 이해해 음악 감상, 정보 검색 등의 기능을 수행하는 스피커	7. 인플루언서 마케팅	SNS가 발달함에 따라 각 SNS 채널별로 영향력을 발휘하고 채널 보유자를 인플루언서라 칭하며, 이들을 활용한 마케팅을 의미함
3. 개인맞춤형 추천/광고/큐레이션	인공지능 알고리즘을 통해 이용자의 정보, 취향 등을 분석해 최적의 상품, 콘텐츠 등을 제안하는 형태의 서비스	8. 이미지/동영상 검색	동영상 중심 콘텐츠 이용이 증가함에 따라 최근 각광 받고 있는 이미지, 동영상 등의 멀티미디어 정보를 활용하는 검색
4. 비대면유통	사람과의 접촉 대신 문자나 메신저 앱 등을 통해 구매/이용하는 무인서비스로 AI, AR 기술 고도화와 함께 다양한 형태로 진화 중	9. SNS 쇼핑	주요 SNS의 커머스 기능 강화로 주목 받고 있는 SNS기반의 전자상거래로 인플루언서를 활용한 SNS 쇼핑사례 증가
5. 간편결제	간단한 인증, 결제 과정으로 지급 결제 프로세스를 단순화하는 서비스로 스마트폰 확산, 인증 기술 고도화 등과 함께 급성장 중	10. LIVE 영상	실시간 소통 기능 등이 연계된 라이브 스트리밍 서비스로 스포츠 중계, 공연 등 다양한 콘텐츠와 연계되어 활용 중

2019 Industry Analysis Report

※ 이미지를 클릭하시면 각 업종별 자료 확인이 가능합니다



보험



교육



게임



식음료



유통



화장품

# 감사합니다

자료관련문의 | 트렌드기획팀  
mezzo\_report@cj.net