
I. 서론

우리나라 자동차보험 제도는 1963년 자동차손해배상보장법 도입 이후 1983년 자동차보험 다원화, 1990년대 초 자동차보험 책임/임의 일원화, 1990년대 이후부터 시작되어 2000년대에 완성된 자동차보험 요율자유화에 이르게 되었다.

자동차보험과 관련된 굵직한 제도변화, 특히 자동차손해배상보장법 도입 등의 새로운 제도 도입, 경제성장, 인구증가 등의 영향으로 자동차보험 시장규모도 급속히 성장하였다. 1963년 자동차대수가 약 27,000대 수준이었고, 수입보험료는 약 9,100만 원 수준이었다. 이후 경제성장과 더불어 자동차등록대수(2011년 12월 말 기준)는 1,830만대로 늘어났고, 자동차손해배상보장법의 영향으로 자동차가 늘어난 만큼 자동차보험료 규모도 비례하여 증가하였다. 그 결과, FY2011 수입 보험료가 약 12조 원에 이르게 되었다. 그런데 최근에는 자동차보험시장을 이끌었던 이러한 성장요인들의 추세가 점점 약해지면서 자동차보험시장의 성장이 정체되는 모습이다.

이에 따라 국내 손해보험회사들은 해외에서 성장기회를 잡으려 하고 있다. 국내 손해보험회사가 관심을 가지고 있는 지역으로는 최근 경제가 급성장하고 인구가 많은 중국, 인도 등이다. 중국으로는 삼성화재, 현대해상, 동부화재, LIG 손해보험 등이 1995년부터 진출하고 있다. 특히 이들 회사 중 삼성화재 및 현대해상은 자동차보험으로 중국시장에 진출해 있다.

국내 손해보험회사뿐 아니라 해외의 다국적 손해보험회사들도 중국 손해보험 시장(자동차보험시장 포함)에 뛰어들었으나, 2012년 현재에 그 실적은 미미한 실정이다. 기승도(2011)에 따르면, 2006년에서 2010년까지 외자계 손해보험회사의 중국시장 점유율이 1.1% 내지 1.2%로 미미한 수준이며, 국내 손해보험회사의

경우 시장점유율이 0.1%에 지나지 않은 것으로 알려져 있다.

중국 손해보험시장에 뛰어든 외자계 보험회사²⁾의 시장점유율이 낮은 것은 중국 내에 존재하는 여러 진입장벽 등을 포함한 여러 요인 때문일 것으로 생각된다. 이에 본 연구에서는 중국 손해보험시장의 약 70%를 차지하는 자동차보험시장을 중심으로, 국내 손해보험회사들이 중국시장에 진출하여 시장점유율을 확대하고자 할 때 마주칠 수 있는 여러 장벽들을 살펴보고, 이것을 극복할 수 있는 방법, 즉 경영전략, 특히 마케팅 전략을 찾아 제시하고자 한다.

이러한 연구의 목적에 따라 본 보고서는 다음 6개의 장으로 구성하였다. 제2장에서는 중국의 정치 및 행정체계를 살펴봄으로써 중국에 대한 전체적인 윤곽을 그려보았다. 제3장에서는 중국 자동차보험 제도에 대한 이해를 도모하고, 제4장에서는 중국 자동차보험 시장환경 분석(또는 시장여건 분석)과 소비자 분석을 실시함으로써 중국시장의 성장가능성 그리고 중국 소비자의 자동차보험에 대한 태도, 진출지역 그리고 중국 자동차보험 소비자의 특성을 파악하고자 하였다. 제5장에서는 제2장부터 제4장까지 조사 분석한 내용을 토대로 중국 자동차보험 시장 진출시 시장점유율을 확대하기 위해서 취할 수 있는 전략을 마케팅 측면에서 제안하였다. 마지막으로 제6장에서는 본 연구의 전반적 내용을 요약하고, 본 연구의 한계점을 제시하였다.

2) 외자계 회사라 함은 외국자본의 투자로 설립된 회사를 의미하며, 중국자본으로 설립된 회사는 '중자계'라고 한다.