

연구조사자료 2008-3

## **2008년 보험소비자 설문조사**

2008. 4

안철경 · 기승도 · 이상우

**보험연구원**





## 머 리 말

최근 들어 보험시장의 규모가 확대되고 일반 소비자의 보험에 대한 인식이 크게 제고되고 있다. 2008년 보험가입 실태조사 결과 가구별 가입률 98%, 개인가입률 93%가 말해 주듯이, 보험은 이제 일개 산업 차원 내에 머무르지 않고 이를 둘러싼 타 산업과의 연계 속에서 소비자와 국가정책의 중요한 분야로 부각되고 있다.

이러한 가운데 국내 보험시장은 경쟁회사의 수가 증가하고 은행, 증권을 비롯한 타 금융권까지 보험시장 참여자로 진입함으로써 생존을 위한 경쟁이 더욱 가열되고 있다. 보험판매 조직 간 경쟁이 격화되고 있으며, 이로 인한 보험회사의 영업환경도 급변하고 있다. 보험판매를 주도하던 보험설계사 등 전통채널 위주의 영업패턴은 점차 TM, CM, DM 등 직판과 방카슈랑스 등 신채널로 상당부분 대체되고 있다. 아울러 소비자들의 특성에 맞춘 복합적이고 다양화된 상품이 등장하면서 상품·채널·소비자 특성의 조화가 마케팅 전략의 핵심과제가 되고 있다.

이와 같이 보험의 사회적 역할과 환경 변화의 큰 흐름 속에서 향후 보험소비자 수요의 변화추세를 파악하여 보험회사의 상품 및 서비스를 차별화하고, 보험회사의 고객/채널/타 금융권 분석 등을 통한 마케팅 전략을 수립하며, 아울러 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 정보를 제공하고자 본 설문조사를 매년 정기적으로 실시하고 있다.

본 설문조사는 2가지 형태로 이루어진다. 첫째, 보험가입 실태 및 소비자 수요파악에 역점을 두는 조사로서, 주요 항목은 보험가입실태, 판매채널 분석, 향후 보험수요조사 및 보험회사 서비스 만족도와 보험회사의 주요 보상위험, 금융기관 성향 및 가입희망 보험회사이다. 둘째, 이슈별 조사로서 올해에는 보험회사의 사회적 활동 관련, 고령화 사회와 직결되는 연금보험 및 노후생활 자금마련 실태, 보험회사의 광고 현황과 영향에 대하여 조사하였다.

이번 설문조사는 보험연구원과 코리아리서치의 공동작업으로 수행되었다. 아무쪼록 이 보고서가 보험회사의 경영전략 수립은 물론 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 자료로 활용될 수 있기를 기대한다. 마지막으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구자 개인의 의견이며, 우리 원의 공식견해가 아님을 밝혀둔다.

2008년 4월

보 험 연 구 원

원장 나 동 민



# 목 차

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| [요약] 2008 보험소비자 설문조사 주요 이슈 ..... | 1  |
| 제1부 조사의 개요 .....                 | 25 |
| 제2부 생명보험 .....                   | 35 |
| I. 생명보험 가입현황 .....               | 37 |
| 1. 생명보험 가구별 가입현황 .....           | 37 |
| 2. 생명보험 개인별 가입현황 .....           | 40 |
| II. 생명보험 채널별 활용 분석 .....         | 45 |
| 1. 생명보험 채널별 활용 .....             | 45 |
| 2. 생명보험 종목별 채널별 활용 .....         | 49 |
| 3. 생명보험 채널별 선호도 .....            | 58 |
| 4. 생명보험 채널별 가입이유 .....           | 61 |
| III. 향후 생명보험 가입의향 조사 .....       | 65 |
| 1. 생명보험 상품별 가입의향 .....           | 65 |
| 2. 생명보험 회사군별 가입의향 .....          | 68 |
| IV. 생명보험회사 서비스 만족도 .....         | 71 |
| 1. 생명보험 계약서비스 만족도 .....          | 71 |
| 2. 생명보험 보상위험 분석 .....            | 76 |
| 3. 생명보험 보상서비스 만족도 분석 .....       | 79 |
| 제3부 손해보험 .....                   | 83 |
| I. 손해보험 가입현황 .....               | 85 |
| 1. 손해보험 가구별 가입현황 .....           | 85 |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 2. 손해보험 개인별 가입현황 .....            | 88         |
| <b>II. 손해보험 채널별 활용 분석 .....</b>   | <b>91</b>  |
| 1. 손해보험 채널별 활용 .....              | 91         |
| 2. 손해보험 종목별 채널별 활용 .....          | 95         |
| 3. 손해보험 채널별 선호도 .....             | 101        |
| 4. 손해보험 채널별 가입이유 .....            | 104        |
| <b>III. 향후 손해보험 가입의향 조사 .....</b> | <b>107</b> |
| 1. 손해보험 상품별 가입의향 .....            | 107        |
| 2. 손해보험 회사군별 가입의향 .....           | 110        |
| <b>IV. 손해보험회사 서비스 만족도 .....</b>   | <b>113</b> |
| 1. 손해보험 계약서비스 만족도 .....           | 113        |
| 2. 손해보험 보상위험 분석 .....             | 118        |
| 3. 손해보험 보상서비스 만족도 분석 .....        | 120        |
| <b>제4부 생명보험·손해보험 공통 .....</b>     | <b>125</b> |
| <b>I. 금융기관 성향 .....</b>           | <b>127</b> |
| 1. 조사목적 .....                     | 127        |
| 2. 조사결과 및 시사점 .....               | 127        |
| 3. 세부분석 .....                     | 128        |
| <b>II. 보험회사 광고 및 활동평가 .....</b>   | <b>136</b> |
| 1. 보험회사 광고 접촉 실태 .....            | 136        |
| 2. 보험회사 광고 영향 평가 .....            | 141        |
| 3. 보험회사의 활동 평가 .....              | 145        |
| <b>제5부 연금보험 및 노후생활 관련 .....</b>   | <b>149</b> |
| <b>I. 연금 가입 실태 .....</b>          | <b>151</b> |
| 1. 연금 가입률 .....                   | 151        |
| 2. 연금 만족도 .....                   | 153        |

|                     |         |
|---------------------|---------|
| II. 노후 생활 .....     | 155     |
| 1. 노후생활 불안 요소 ..... | 155     |
| 2. 노후생활 대비 자금 ..... | 156     |
| <br>[설문지] .....     | <br>161 |

## <표 차례>

### <제2부> 생명보험

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| <표 I-1> 생명보험 가구별 가입률/가입건수 .....             | 37 |
| <표 I-2> 생명보험 가구별 가입률 : 거주지역별 .....          | 38 |
| <표 I-3> 생명보험 가구별 가입률 : 보험종목별 .....          | 39 |
| <표 I-4> 생명보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부 .....         | 41 |
| <표 I-5> 생명보험 개인별 가입률 : 연령별 .....            | 41 |
| <표 I-6> 생명보험 개인별 가입률 : 거주지역별 .....          | 42 |
| <표 I-7> 생명보험 개인별 가입률 : 학력별 .....            | 42 |
| <표 I-8> 생명보험 개인별 가입률 : 직업별 .....            | 43 |
| <표 I-9> 생명보험 개인별 가입률 : 소득별 .....            | 43 |
| <표 I-10> 생명보험 개인 가입률 : 보험종목별 .....          | 44 |
| <표 II-1> 생명보험 가입 채널별 구성비 추이 .....           | 45 |
| <표 II-2> 생명보험 채널별 구성비 : 성별 .....            | 46 |
| <표 II-3> 생명보험 채널별 구성비 : 연령별 .....           | 46 |
| <표 II-4> 생명보험 채널 구성비 : 거주지역별 .....          | 47 |
| <표 II-5> 생명보험의 채널별 구성비 : 직업별 .....          | 47 |
| <표 II-6> 생명보험 채널 구성비 : 학력별 .....            | 48 |
| <표 II-7> 생명보험 채널별 구성비 .....                 | 49 |
| <표 II-8> 생명보험 채널별 구성비 : 저축성 보험 .....        | 50 |
| <표 II-9> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 성별 .....      | 50 |
| <표 II-10> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 연령별 .....    | 51 |
| <표 II-11> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 거주지역별 .....  | 51 |
| <표 II-12> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 직업별 .....    | 52 |
| <표 II-13> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 학력별 .....    | 52 |
| <표 II-14> 생명보험 채널별 구성비 : 사망보장보험 .....       | 53 |
| <표 II-15> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 성별 .....    | 53 |
| <표 II-16> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 연령별 .....   | 53 |
| <표 II-17> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별 ..... | 54 |
| <표 II-18> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 직업별 .....   | 54 |
| <표 II-19> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 학력별 .....   | 55 |
| <표 II-20> 생명보험 채널별 구성비 : 질병보장보험 .....       | 55 |
| <표 II-21> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 성별 .....    | 55 |

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| <표 II-22> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 연령별    | 56 |
| <표 II-23> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별  | 56 |
| <표 II-24> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 직업별    | 57 |
| <표 II-25> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 학력별    | 57 |
| <표 II-26> 생명보험 채널별 선호도                 | 58 |
| <표 II-27> 생명보험 채널별 선호도 : 성별            | 59 |
| <표 II-28> 생명보험 채널별 선호도 : 연령별           | 59 |
| <표 II-29> 생명보험 채널별 선호도 : 거주지역별         | 60 |
| <표 II-30> 생명보험 채널별 선호도 : 소득별           | 60 |
| <표 II-31> 생명보험 채널별 선호도 : 학력별           | 60 |
| <표 II-32> 생명보험 채널별 가입이유(복수응답)          | 62 |
| <표 II-33> 생명보험 채널별 가입이유 : 저축성보험(복수응답)  | 63 |
| <표 II-34> 생명보험 채널별 가입이유 : 사망보장보험(복수응답) | 63 |
| <표 II-35> 생명보험 채널별 가입이유 : 질병보장보험(복수응답) | 64 |
| <표 II-36> 생명보험 채널별 가입이유 : 변액보험(복수응답)   | 64 |
| <표 III-1> 생명보험 상품별 가입의향                | 65 |
| <표 III-2> 생명보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별      | 66 |
| <표 III-3> 생명보험 상품별 가입의향 : 연령별          | 67 |
| <표 III-4> 생명보험 상품별 가입의향 : 거주지역별        | 67 |
| <표 III-5> 생명보험 상품별 가입의향 : 소득별          | 68 |
| <표 III-6> 생명보험 회사군별 가입의향(1순위 기준)       | 68 |
| <표 III-7> 생명보험 회사군별 가입의향 : 성별          | 69 |
| <표 III-8> 생명보험 회사군별 가입의향 : 연령별         | 70 |
| <표 III-9> 생명보험 회사군별 가입의향 : 거주지역별       | 70 |
| <표 III-10> 생명보험 회사군별 가입의향 : 소득별        | 70 |
| <표 IV-1> 생명보험 계약서비스 만족도 : 성별           | 72 |
| <표 IV-2> 생명보험 계약서비스 만족도 : 연령별          | 73 |
| <표 IV-3> 생명보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별        | 73 |
| <표 IV-4> 생명보험 계약서비스 만족도 : 직업별          | 74 |
| <표 IV-5> 생명보험 계약서비스 만족도 : 학력별          | 74 |
| <표 IV-6> 생명보험 계약서비스 만족도 : 소득별          | 75 |
| <표 IV-7> 생명보험 보상 항목 : 성·연령별            | 77 |
| <표 IV-8> 생명보험회사 보상위험 : 직업별             | 78 |
| <표 IV-9> 생명보험 보상서비스 만족도 : 성별           | 80 |
| <표 IV-10> 생명보험 보상서비스 만족도 : 연령별         | 80 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <표 IV-11> 생명보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별 | 81 |
| <표 IV-12> 생명보험 보상서비스 만족도 : 직업별   | 81 |
| <표 IV-13> 생명보험 보상서비스 만족도 : 학력별   | 82 |
| <표 IV-14> 생명보험 보상서비스 만족도 : 소득별   | 82 |

### <제3부> 손해보험

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| <표 I-1> 손해보험 가구별 가입률/가입건수        | 85 |
| <표 I-2> 손해보험 가구별 가입률 : 거주지역별     | 86 |
| <표 I-3> 손해보험 가구별 가입률 : 소득별       | 87 |
| <표 I-4> 손해보험 가구별 가입률 : 보험종목별     | 87 |
| <표 I-5> 손해보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부    | 88 |
| <표 I-6> 손해보험 개인별 가입률 : 연령별       | 89 |
| <표 I-7> 손해보험 개인별 가입률 : 거주지역별     | 89 |
| <표 I-8> 손해보험 개인별 가입률 : 학력별       | 89 |
| <표 I-9> 손해보험 개인별 가입률 : 직업별       | 90 |
| <표 I-10> 손해보험 개인별 가입구성비 : 보험종목별  | 90 |
| <표 II-1> 손해보험 채널별 구성비 추이         | 91 |
| <표 II-2> 손해보험 채널별 구성비 : 성별       | 92 |
| <표 II-3> 손해보험 채널별 구성비 : 연령별      | 93 |
| <표 II-4> 손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별    | 93 |
| <표 II-5> 손해보험 채널별 구성비 : 직업별      | 94 |
| <표 II-6> 손해보험 채널별 구성비 : 학력별      | 94 |
| <표 II-7> 손해보험 채널별 구성비            | 95 |
| <표 II-8> 자동차보험 채널별 구성비 : 성별      | 95 |
| <표 II-9> 자동차보험 채널별 구성비 : 연령별     | 96 |
| <표 II-10> 자동차보험 채널별 구성비 : 거주지역별  | 96 |
| <표 II-11> 자동차보험 채널별 구성비 : 직업별    | 96 |
| <표 II-12> 자동차보험 채널별 구성비 : 학력별    | 97 |
| <표 II-13> 장기손해보험 채널별 구성비 : 성별    | 97 |
| <표 II-14> 장기손해보험 채널별 구성비 : 연령별   | 97 |
| <표 II-15> 장기손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별 | 98 |
| <표 II-16> 장기손해보험 채널별 구성비 : 직업별   | 98 |
| <표 II-17> 장기손해보험 채널별 구성비 : 학력별   | 99 |
| <표 II-18> 일반손해보험 채널별 구성비 : 성별    | 99 |

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| <표 II-19> 일반손해보험 채널별 구성비 : 연령별 .....         | 99  |
| <표 II-20> 일반손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별 .....       | 100 |
| <표 II-21> 일반손해보험 채널별 구성비 : 직업별 .....         | 100 |
| <표 II-22> 일반손해보험 채널별 구성비 : 학력별 .....         | 100 |
| <표 II-23> 손해보험 채널별 선호도 .....                 | 101 |
| <표 II-24> 손해보험 채널별 선호도 : 성·결혼여부별 .....       | 102 |
| <표 II-25> 손해보험 채널별 선호도 : 연령별 .....           | 102 |
| <표 II-26> 손해보험 채널별 선호도 : 거주지역별 .....         | 103 |
| <표 II-27> 손해보험 채널별 선호도 : 소득별 .....           | 103 |
| <표 II-28> 손해보험 채널별 선호도 : 학력별 .....           | 103 |
| <표 II-29> 손해보험 채널별 가입이유(복수응답) .....          | 104 |
| <표 II-30> 손해보험 채널별 가입이유 : 자동차보험(복수응답) .....  | 105 |
| <표 II-31> 손해보험 채널별 가입이유 : 장기손해보험(복수응답) ..... | 106 |
| <표 II-32> 손해보험 채널별 가입이유 : 일반손해보험(복수응답) ..... | 106 |
| <표 III-1> 손해보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별 .....      | 108 |
| <표 III-2> 손해보험 상품별 가입의향 : 연령별 .....          | 108 |
| <표 III-3> 손해보험 상품별 가입의향 : 거주지역별 .....        | 109 |
| <표 III-4> 손해보험 상품별 가입의향 : 소득별 .....          | 109 |
| <표 III-5> 손해보험 회사군별 가입의향 .....               | 110 |
| <표 III-6> 손해보험 회사군별 가입의향 : 성별 .....          | 111 |
| <표 III-7> 손해보험 회사군별 가입의향 : 연령별 .....         | 111 |
| <표 III-8> 손해보험 회사군별 가입의향 : 거주지역별 .....       | 112 |
| <표 III-9> 손해보험 회사군별 가입의향 : 소득별 .....         | 112 |
| <표 IV-1> 손해보험 계약서비스 만족도 : 성별 .....           | 114 |
| <표 IV-2> 손해보험 계약서비스 만족도 : 연령별 .....          | 115 |
| <표 IV-3> 손해보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별 .....        | 115 |
| <표 IV-4> 손해보험 계약서비스 만족도 : 직업별 .....          | 116 |
| <표 IV-5> 손해보험 계약서비스 만족도 : 학력별 .....          | 116 |
| <표 IV-6> 손해보험 계약서비스 만족도 : 소득별 .....          | 117 |
| <표 IV-7> 손해보험 보상위험 분석 : 성·연령별 .....          | 119 |
| <표 IV-8> 손해보험 보상위험 : 직업별 .....               | 119 |
| <표 IV-9> 손해보험 보상서비스 만족도 : 성별 .....           | 121 |
| <표 IV-10> 손해보험 보상서비스 만족도 : 연령별 .....         | 121 |
| <표 IV-11> 손해보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별 .....       | 122 |
| <표 IV-12> 손해보험 보상서비스 만족도 : 직업별 .....         | 122 |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| <표 IV-13> 손해보험 보상서비스 만족도 : 학력별 ..... | 123 |
| <표 IV-14> 손해보험 보상서비스 만족도 : 소득별 ..... | 123 |

#### <제4부> 생명보험 · 손해보험 공통

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| <표 I-1> 금융기관별 성향 평가(복수응답) .....               | 127 |
| <표 I-2> 생명보험회사 성향 평가 : 계층별 분석 .....           | 129 |
| <표 I-3> 손해보험회사 성향 평가 : 계층별 .....              | 131 |
| <표 I-4> 은행 성향 평가 : 계층별 분석 .....               | 132 |
| <표 I-5> 증권회사 성향 평가 : 계층별 .....                | 133 |
| <표 I-6> 투자신탁회사 성향 평가 : 계층별 .....              | 135 |
| <표 II-1> 보험회사 광고 접촉률 : 계층별 분석 .....           | 137 |
| <표 II-2> 보험회사 광고 상기율 : 계층별 분석 .....           | 138 |
| <표 II-3> 광고 회상 내용 : 계층별 .....                 | 140 |
| <표 II-4> 인상에 남는 광고의 보험회사 : 계층별 .....          | 141 |
| <표 II-5> 인지도, 친밀도, 신뢰도 영향 평가 : 계층별 .....      | 143 |
| <표 II-6> 보장내용 및 상품 선택 시 광고의 영향 평가 : 계층별 ..... | 144 |
| <표 II-7> 보험회사의 사회봉사활동 .....                   | 147 |
| <표 II-8> 보험회사의 사회적 책임감 .....                  | 148 |

#### <제5부> 연금보험 및 노후생활 관련

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| <표 I-1> 연금 상품별 가입률 : 계층별 .....       | 152 |
| <표 I-2> 연금보험 상품별 불만족 이유 .....        | 153 |
| <표 I-3> 연금보험 상품별 만족도 : 계층별 .....     | 154 |
| <표 II-1> 노후생활 불안 요소 계층별 분석 .....     | 156 |
| <표 II-2> 노후대비 생활자금 마련 방법 .....       | 157 |
| <표 II-3> 노후대비 생활자금 마련 방법 : 성별 .....  | 158 |
| <표 II-4> 노후대비 생활자금 마련 방법 : 연령별 ..... | 159 |
| <표 II-5> 노후대비 생활자금 마련 방법 : 직업별 ..... | 160 |
| <표 II-6> 노후대비 생활자금 마련 방법 : 소득별 ..... | 160 |

## <그림 차례>

### <제2부> 생명보험

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| <그림 I-1> 생명보험 가구별 가입률 및 가입건수 추이 .....    | 38 |
| <그림 II-1> 생명보험 채널별 구성비 추이 .....          | 45 |
| <그림 II-2> 생명보험 가입 채널 선호 이유(복수응답) .....   | 62 |
| <그림 III-1> 생명보험 상품별 가입의향 .....           | 66 |
| <그림 III-2> 생명보험 가입 시 선호 회사(1순위 기준) ..... | 69 |
| <그림 IV-1> 생명보험 계약서비스 만족도 추이 .....        | 71 |
| <그림 IV-2> 생명보험 보상 항목(복수응답) .....         | 76 |
| <그림 IV-3> 생명보험 보상서비스 만족도 .....           | 79 |

### <제3부> 손해보험

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <그림 I-1> 손해보험 가구별 가입률 및 가입건수 추이 .....    | 86  |
| <그림 II-1> 손해보험 가입 채널별 구성비 추이 .....       | 92  |
| <그림 II-2> 손해보험 선호채널 구성비 .....            | 101 |
| <그림 II-3> 손해보험 채널별 가입이유(복수응답) .....      | 105 |
| <그림 III-1> 손해보험 상품별 가입의향 .....           | 107 |
| <그림 III-2> 손해보험 가입 시 선호 회사(1순위 기준) ..... | 110 |
| <그림 IV-1> 손해보험 계약서비스 만족도 .....           | 113 |
| <그림 IV-2> 손해보험 보상 항목(복수응답) .....         | 118 |
| <그림 IV-3> 손해보험 보상서비스 만족도 추이 .....        | 120 |

### <제4부> 생명보험 · 손해보험 공통

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| <그림 I-1> 금융기관별 성향 평가(1순위 기준) .....                | 128 |
| <그림 I-2> 생명보험회사 성향 평가 .....                       | 128 |
| <그림 I-3> 손해보험회사 성향 평가 .....                       | 130 |
| <그림 I-4> 은행 성향 평가 .....                           | 132 |
| <그림 I-5> 증권회사 성향 평가 .....                         | 133 |
| <그림 I-6> 투자신탁회사 성향 평가 .....                       | 134 |
| <그림 II-1> 보험회사 광고접촉률(N=1200) 및 광고상기률(N=973) ..... | 136 |
| <그림 II-2> 광고 회상 내용 .....                          | 139 |
| <그림 II-3> 인지도, 친밀도, 신뢰도 영향 평가 .....               | 142 |
| <그림 II-4> 보장내용 및 상품 선택 시 광고의 영향 평가 .....          | 142 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| <그림 II-5> 보험회사 그룹별 사회봉사활동 .....  | 145 |
| <그림 II-6> 보험회사 그룹별 사회적 책임감 ..... | 146 |

**<제5부> 연금보험 및 노후생활 관련**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <그림 I-1> 연금 상품별 가입률 .....  | 151 |
| <그림 I-2> 연금 상품별 만족도 .....  | 153 |
| <그림 II-1> 노후생활 불안 요소 ..... | 155 |

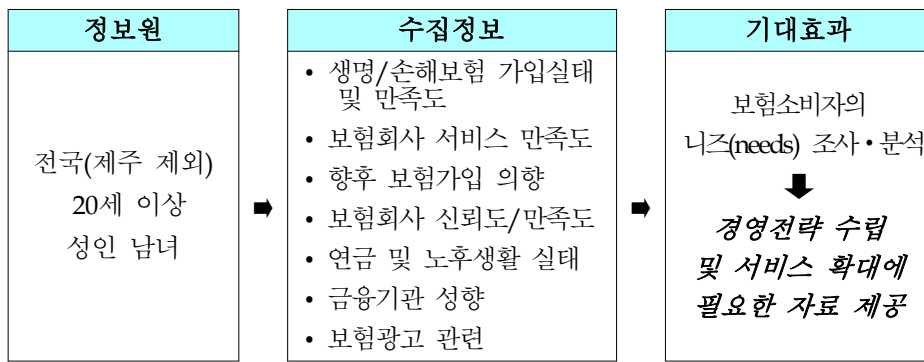
## [요 약]

### 1. 조사개요

#### □ 조사 목적

- 보험소비자 수요의 변화 추세를 파악하여 보험회사의 상품 및 마케팅 전략 수립 및 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 자료를 제공하는 데 조사의 목적이 있음.

<표 1> 보험 소비자 대상 설문조사의 목적 및 기대효과 흐름도



- 조사기간 : 2008년 1월 5일 ~ 2월 26일(21일간)
- 자료 수집방법 : 일대일 개별 면접(face-to-face interview)
- 최대 허용오차 : 95% 신뢰수준 …… ±2.83%
- 조사기관 : (주)코리아리서치센터

#### □ 기대효과

- 보험소비자 수요의 변화 추세를 파악하여 보험회사가 상품 및 서비스를 차별화하고, 보험회사의 고객/채널/타금융권 분석 등을 통한 마케팅 전략을 수립하며, 아울러 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 정보를 제공함.

## 2. 보험소비자 설문조사 주요 이슈

### 가. 보험가입 실태조사

□ 2008년 가구별 보험가입률은 97.7%, 개인별 보험가입률은 92.9%로 포화상태를 기록함.

○ 가구별 보험가입률은 해마다 증가하여 2003년 93.4%에서 2007년 97.7%를 기록함으로써 가구별 가입률 수준이 이미 포화상태로 진입함.

－ 가구별 보험가입률을 산업별로 보면 생명보험은 2003년 기준으로 연평균 1.4%, 손해보험은 연평균 1.9%씩 성장하여 2008년에 생명보험은 90.8%, 손해보험은 86.3%에 도달함.

<표 2> 가구별 보험가입률 추이

(단위 : %)

| 구 분  | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 생명보험 | 84.6  | 86.0  | 87.2  | 90.8  |
| 손해보험 | 78.4  | 78.5  | 82.3  | 86.3  |
| 전 체  | 93.4  | 94.4  | 95.6  | 97.7  |

○ 개인별 가입률은 가구별 가입률보다 낮으나, 2008년에 전체적으로 92.9%( 생명보험 83.7%, 손해보험 61.3%)로 성인 10명 중 9.3명이 한 개 이상의 보험에 가입한 것으로 드러남.

<표 3> 개인별 보험가입률

(단위 : %)

| 구 분  | 가입   | 비가입  |
|------|------|------|
| 생명보험 | 83.7 | 16.3 |
| 손해보험 | 61.3 | 38.8 |
| 전 체  | 92.9 | 7.1  |

□ 생명보험 개인가입률 조사 결과, 저소득층 및 50세 이상 고연령층의 경우 연금보험을 통한 노후생활 대비가 미흡한 수준으로 분석됨.

- 질병보장보험, 사망보장보험의 보험가입율이 각각 약 70%, 35%대로 높은 수준이지만, 노후생활대비 성격이 강한 연금 등 저축성보험의 가입률은 약 22%에 불과함.
- 특히 저소득층의 저축성보험(연금포함) 가입률은 고소득층의 3분의 1 수준인 11.7%로 10명당 1.2명 정도만 저축성(연금)보험을 활용하고 있는 것으로 나타남.

<표 4> 생명보험 개인 가입률 : 보험종목별

(단위 : %)

| 보험 종목별<br>계층별 |        | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험(중신) | 저축성보험<br>(연금 포함) | 변액보험 |
|---------------|--------|------------|----------------|------------------|------|
| 연령별           | 30대    | 68.2       | 45.8           | 22.4             | 11.9 |
|               | 40대    | 74.9       | 38.9           | 28.0             | 8.4  |
|               | 50대 이상 | 75.8       | 28.0           | 22.6             | 2.5  |
| 소득별           | 저소득    | 64.8       | 31.0           | 11.7             | 3.4  |
|               | 중소득    | 72.6       | 34.4           | 23.9             | 6.8  |
|               | 고소득    | 71.2       | 41.1           | 33.5             | 10.6 |
| 가입률           |        | 69.8       | 34.8           | 21.9             | 6.6  |

□ 우리나라 국민은 노후생활 대비 수단으로 연금(공적연금 및 개인연금)을 충분히 활용하지 못하고 있는 것으로 나타났음.

- 노후에 충분히 대비하기 위해서는 국민연금 이외에 개인연금보험에 추가로 가입하여야 하나 개인연금 가입률이 공적연금가입률의 절반에 미치지 못한 수준인 것으로 조사됨.
- 어떠한 연금에도 가입하지 않는 비율이 15.3%로 높은 수준을 보이고 있어, 우리나라 국민이 연금보험(공적연금 포함)을 통한 노후 대비가 미흡한 수준으로 나타남.

&lt;표 5&gt; 연금상품별 가입률

(단위 : %)

| 구 분 | 국민연금 | 기타공적연금 | 개인연금 | 비가입  |
|-----|------|--------|------|------|
| 가입률 | 75.1 | 7.8    | 31.8 | 15.3 |
|     | 82.9 |        |      |      |

주 : 본 조사는 전체 조사대상자 중 가입률을 계산하였으므로, 국민연금 가입률은 실제 가입률(가입대상자 중 가입자 비율)과 차이가 있어, 본 조사에서 가입률은 연금상품 간 가입률의 상대적 값만 의미가 있음.

□ 연금상품별 가입 조사 결과, 저소득층의 개인연금 가입률(공적연금 제외)이 고소득층의 절반 수준으로, 저소득층은 노후생활 위험에 충분히 대응하지 못하고 있는 것으로 드러남.

- 공적연금을 포함하여 어떠한 연금에도 가입하지 않은 비율(미가입률) 역시 저소득층이 고소득층에 비해 2배 정도 높은 수준임.
- 따라서 저소득층이 노후생활 대비를 위해 연금(공적연금 및 개인연금)에 가입할 수 있도록 정책적 배려가 필요함.

&lt;표 6&gt; 연금상품별 가입률

(N=1200 / 단위 : %)

| 연금상품별<br>계층별 |        | 국민연금 | 기타<br>공적연금 | 개인연금        | 비가입         |
|--------------|--------|------|------------|-------------|-------------|
| 연령별          | 30대 이하 | 74.6 | 8.5        | 30.7        | 16.6        |
|              | 40대    | 75.0 | 8.3        | 36.9        | 12.2        |
|              | 50대    | 75.3 | 7.7        | 30.8        | 16.4        |
|              | 60대 이상 | 75.8 | 4.8        | <b>25.0</b> | 16.1        |
| 소득별          | 저소득    | 71.1 | 4.4        | <b>21.6</b> | <b>22.1</b> |
|              | 중소득    | 78.7 | 8.0        | 34.4        | 11.7        |
|              | 고소득    | 73.3 | 12.7       | 42.4        | 12.7        |

## 나. 보험상품 수요 조사

□ 향후 1년 이내 가입의향을 생명보험 상품에 대해 종목별로 조사한 결과 질병 보장, 저축성보험이 높은 것으로 나타남.

- 질병보장보험의 경우 현재 가입률이 70%로 매우 높은 수준임에도 불구하고 1년 이내 추가 가입의향 역시 가장 높은 것으로 나타나 암, 당뇨, 여성건강, 장기간병 등 질병의 발병 및 치료에 소요되는 의료비용을 보장받고자 하는 수요가 큰 것으로 분석됨.
- 또한 고령화 진전, 노후생활에 대한 사회경제적 불안감 등의 영향으로 저축성보험(연금 등)의 수요가 높게 나타나고 있는 반면, 현재 동 보험의 가입률은 20%대에 불과하여 향후 생명보험시장의 핵심 상품군으로 기대됨.
- 자본시장의 성장 및 호황과 선진국 보험시장의 영향으로 투자형 상품인 변액보험의 성장 잠재력이 매우 클 것으로 보이며, 현재의 저조한 가입률을 고려할 때 향후 생명보험시장의 성장을 주도할 가능성이 높아 보임.

\* 미국 생명-연금보험의 구성비(2005년 기준)는 생명(26.3%), 연금(51.5%), 상해건강(21.7)이며, 생명보험의 경우 유니버설(40%), 변액유니버설(14%), 정기(23%), 종신(22%)임.

<표 7> 생명보험 상품별 가입률 및 가입의향

(단위 : %)

| 구 분   | 질병보장<br>(건강보험) | 사망보장<br>(종신보험) | 저축성보험<br>(연금보험) | 변액보험 |
|-------|----------------|----------------|-----------------|------|
| 가 입 률 | 69.8           | 34.8           | 21.9            | 6.6  |
| 가입의향  | 24.3           | 13.8           | 19.2            | 7.5  |

<표 8> 생명보험 상품별 가입의향 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분   | 질병보장<br>(건강보험) | 사망보장<br>(종신보험) | 저축성보험<br>(연금보험) | 변액보험       |
|-------|----------------|----------------|-----------------|------------|
| 20대   | <b>34.1</b>    | <b>21.5</b>    | 22.4            | <b>9.8</b> |
| 30대   | 19.6           | 16.1           | <b>24.1</b>     | <b>8.4</b> |
| 40대   | 20.7           | 11.6           | 21.8            | <b>9.8</b> |
| 50대이상 | 24.2           | 8.9            | 11.7            | 3.8        |

&lt;표 9&gt; 생명보험 상품별 가입의향 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험       | 변액보험        | 기타   |
|-----|------------|------------|-------------|-------------|------|
| 저소득 | 24.5       | 13.8       | 15.1        | 5.5         | 13.5 |
| 중소득 | 23.6       | 14.8       | <b>21.3</b> | 6.8         | 11.3 |
| 고소득 | 26.3       | 11.9       | 20.3        | <b>12.7</b> | 10.2 |

○ 손해보험 상품별 향후 가입할 의향은 장기손해보험(36.3%)이라는 응답이 가장 높았고, 그 다음으로 자동차보험(28.0%), 상해보험(4.9%) 순으로 높게 나타남.

- 장기손해보험의 가입 니즈가 자동차보험의 가입 니즈보다 큰 점은 향후 장기손해보험의 성장가능성이 더 있는 것으로 판단할 수 있는 근거가 됨 (자동차보험은 자동차를 구입해야 하는 물리적 한계가 존재하므로 니즈보다 성장가능성은 낮을 것으로 판단됨).

#### 다. 보험 판매채널

□ 직판, 방카슈랑스 등 새로운 보험 판매채널의 등장으로 보험설계사 등 전통 채널의 비중이 감소하는 추세임.

- 전통채널의 경우 향후 선호도와 현행 가입율 간의 차이인 성장가능성은 2008년에 더 악화된 것으로 나타남.
- 반면 직판은 손해보험이 전년보다 다소 낮아졌지만, 2008년에도 여전히 성장가능성이 높은 것으로 나타났으나 생명보험은 정체상태이며, 은행은 생명보험의 경우 성장가능성이 증가하였지만 손해보험은 낮아진 것으로 나타남.

&lt;표 10&gt; 전통채널의 성장가능성

(단위 : %)

| 구분   | 2007년     |           |               | 2008년     |           |               |
|------|-----------|-----------|---------------|-----------|-----------|---------------|
|      | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) |
| 생명보험 | 83.4      | 89.9      | ▽6.5          | 85.6      | 95.3      | ▽9.7          |
| 손해보험 | 82.8      | 88.3      | ▽5.5          | 83.8      | 91.2      | ▽7.3          |

&lt;표 11&gt; 직판채널의 성장가능성

(단위 : %)

| 구분   | 2007년     |           |               | 2008년     |           |               |
|------|-----------|-----------|---------------|-----------|-----------|---------------|
|      | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) |
| 생명보험 | 13.5      | 8.1       | 5.4           | 7.7       | 3.9       | 3.8           |
| 손해보험 | 13.1      | 11.2      | 11.2          | 14.3      | 8.0       | 6.3           |

&lt;표 12&gt; 은행채널의 성장가능성

(단위 : %)

| 구분   | 2007년     |           |               | 2008년     |           |               |
|------|-----------|-----------|---------------|-----------|-----------|---------------|
|      | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) | 향후<br>선호율 | 현행<br>가입률 | 성장<br>가능성(%p) |
| 생명보험 | 3.1       | 2.0       | 1.1           | 7.2       | 4.6       | 2.6           |
| 손해보험 | 4.1       | 0.5       | 3.6           | 1.9       | 2.6       | ▽0.7          |

□ 보험가입률이 90%를 초과하고 있는 상태이고, 보험설계사 등 전통채널의 가입선호도가 낮아지고 있는 상황에서 상품별/채널별 특성을 감안한 채널전략의 수립·실행이 필요함.

- 생명보험 채널 선호 이유로는 가입편리성, 정보획득 용이, 전문성(재무컨설팅 등), 친절한 서비스 순이 높았음.
  - 채널별로는 보험설계사 등 전통채널은 친절한 서비스 및 권유자의 친분 등 대면접촉 측면과 밀접한 관계가 있고, 직판은 저렴한 가격, 은행은 정보 획득의 용이성 측면에서 상대적으로 장점이 있는 것으로 나타남.
- 손해보험 채널 선호 이유로는 가입편리성, 권유자 친분, 정보획득 용이, 시간절약, 저렴한 가격 순으로 높았음.
  - 채널별로는 보험설계사 등 전통채널은 권유자와 친분, 은행은 가입편의성 및 시간절약 등 측면에서 상대적으로 강점이 있고, 직판은 저렴한 가격에 강점이 있는 것으로 나타남.

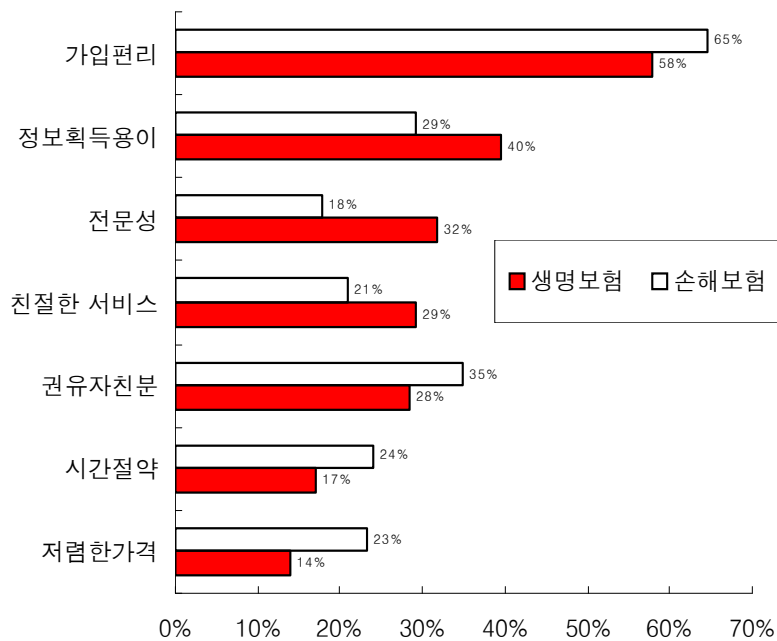
&lt;표 13&gt; 채널별 가입이유(복수응답)

| 구 분     | 생명보험  |    |    | 손해보험  |    |    |
|---------|-------|----|----|-------|----|----|
|         | 보험설계사 | 직판 | 은행 | 보험설계사 | 직판 | 은행 |
| 가입편리    | ◎     | ◎  | ◎  | ◎     | ◎  | ◎  |
| 정보획득 용이 | ○     | ○  | ◎  | ○     | ○  | ○  |
| 전문성     | ○     | X  | ○  | ○     | X  | ○  |
| 친절한 서비스 | ○     | X  | ○  | ○     | X  | ○  |
| 권유자 친분  | ○     | X  | ○  | ○     | X  | X  |
| 시간절약    | ○     | ○  | ○  | ○     | ○  | ○  |
| 저렴한 가격  | X     | ◎  | ○  | X     | ◎  | ○  |

주 : 1) 응답비율(복수응답 허용) : 40% 이상 ◎, 10~40% 미만 ○, 10% 미만 ×  
 2) 손보 은행채널은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 떨어짐.

&lt;그림 7&gt; 채널 선택 시 이유(복수응답)

(생보 : N=598 / 손보 : N=746)



- 생명보험 상품별로 소비자들이 채널을 선택하게 되는 이유를 분석한 결과 다음과 같이 나타남.

〈표 14〉 채널별 가입이유 순위

(단위 : 순위)

| 구 분     | 생명보험      |          |          |          | 손해보험      |          |          |
|---------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|----------|
|         | 저축성<br>보험 | 사망<br>보험 | 질병<br>보장 | 변액<br>보험 | 자동차<br>보험 | 장기<br>손해 | 일반<br>손해 |
| 가입 편리성  | <b>1</b>  | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>3</b> | <b>1</b>  | <b>1</b> | <b>1</b> |
| 정보획득 용이 | <b>2</b>  | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>1</b> | <b>3</b>  | <b>2</b> | <b>2</b> |
| 전문성     | <b>3</b>  | 5        | 5        | <b>2</b> | 7         | 5        | 6        |
| 친절한 서비스 | 4         | 4        | 4        | 5        | 6         | 4        | 7        |
| 권유자 친분  | 5         | <b>3</b> | <b>2</b> | 4        | <b>2</b>  | <b>3</b> | 4        |
| 시간절약    | 6         | 6        | 6        | 6        | 5         | 6        | <b>3</b> |
| 저렴한 가격  | 7         | 7        | 7        | 7        | 4         | 7        | 5        |

#### 라. 보험회사 서비스 만족도

- 보험에 대한 소비자 만족도가 지속적으로 향상하고 있으며, 특히 계약서비스에 비해 보상서비스의 만족도가 증가하고 있는 것으로 나타남.

- 생명보험의 경우 계약서비스는 전년대비 11.6%p 증가한 74.4%, 보상서비스는 7.2%p 증가한 76.2%로 나타나 고객만족도가 크게 증가한 것으로 나타남.

〈표 15〉 생명보험 서비스 만족도

(단위 : 5점 만점, %)

| 구분    | 2007 |      | 2008 |      | 차이<br>(%p) |
|-------|------|------|------|------|------------|
|       | 점수   | 비율   | 점수   | 비율   |            |
| 계약서비스 | 3.14 | 62.8 | 3.72 | 74.4 | 11.6       |
| 보상서비스 | 3.45 | 69.0 | 3.81 | 76.2 | 7.2        |

- 손해보험의 경우 계약서비스는 전년대비 4.8%p 증가한 75.2%, 보상서비스는 3.6%p 증가한 76.0%로 나타나 생명보험과 마찬가지로 고객만족도가 증가한 것으로 나타남.

&lt;표 16&gt; 손해보험 서비스 만족도

(단위 : 5점 만점, %)

| 구분    | 2007 |      | 2008 |      | 차이<br>(%p) |
|-------|------|------|------|------|------------|
|       | 점수   | 비율   | 점수   | 비율   |            |
| 계약서비스 | 3.52 | 70.4 | 3.76 | 75.2 | 4.8        |
| 보상서비스 | 3.62 | 72.4 | 3.8  | 76.0 | 3.6        |

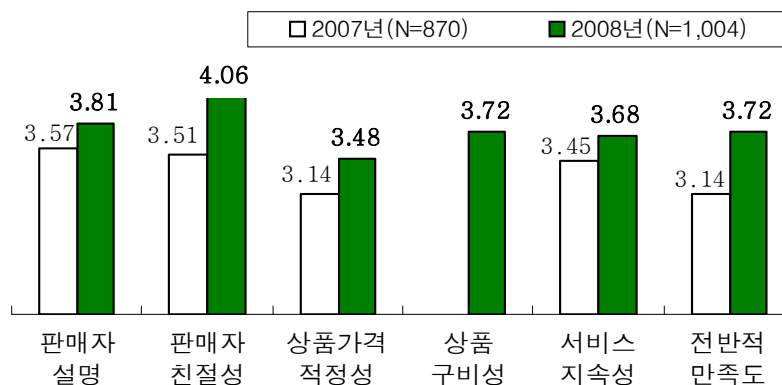
□ 서비스 종류별 만족도 조사 결과, 보상 경험이 보험회사 서비스 만족도에 긍정적 영향을 미치고 있음을 보여주며, 따라서 보험 고유의 기능인 보상서비스의 강화가 보험산업의 경쟁력 제고를 위해서는 필수적임을 시사함.

○ 생명보험 및 손해보험 공히 보상서비스 만족도가 계약서비스 만족도에 비해 높은 것으로 나타남.

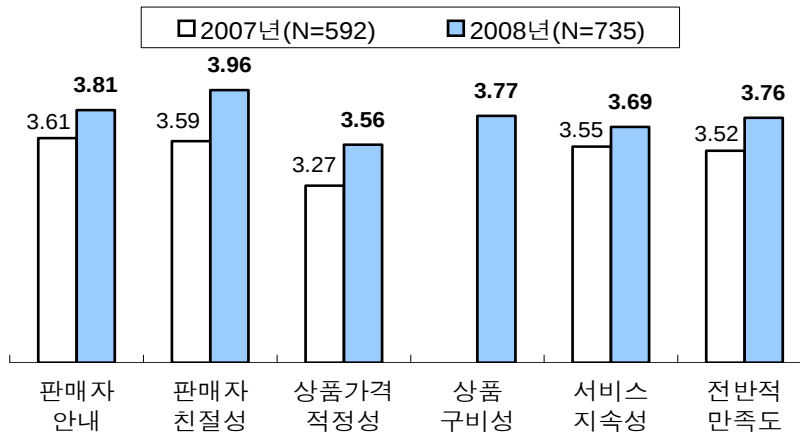
○ 계약서비스 만족도를 세부 항목별로 보면,

- 생명보험의 경우 판매자의 친절성, 판매자의 설명 등 인적차원 서비스에 대한 만족도가 높은 반면, 가격의 적절성과 같은 상품 만족도가 상대적으로 낮게 평가되어, 보험상품 만족도 제고를 위한 노력이 필요함.
- 손해보험의 경우, 생명보험과 유사하게 판매자의 친절성, 판매자의 설명 등 인적차원 서비스에 대한 만족도가 높게 나타나고, 가격의 적절성, 서비스의 지속성은 상대적으로 낮게 평가되어, 이들 항목의 만족도 제고를 위한 노력이 더 필요한 것으로 나타남.

&lt;그림 8&gt; 생명보험 계약서비스 만족도

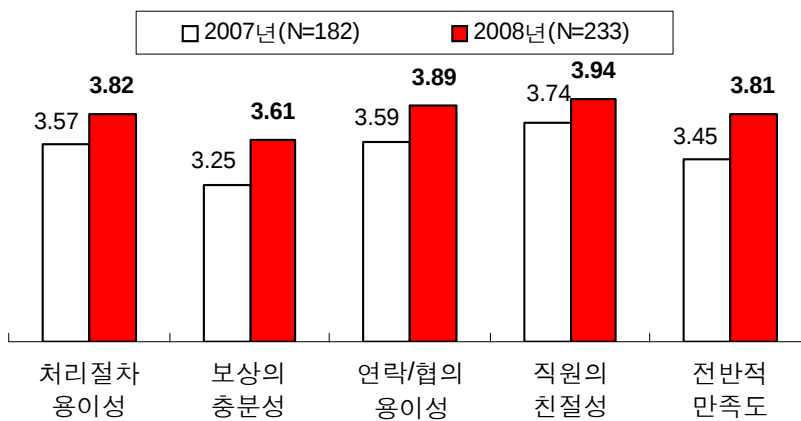


〈그림 9〉 손해보험 계약서비스 만족도

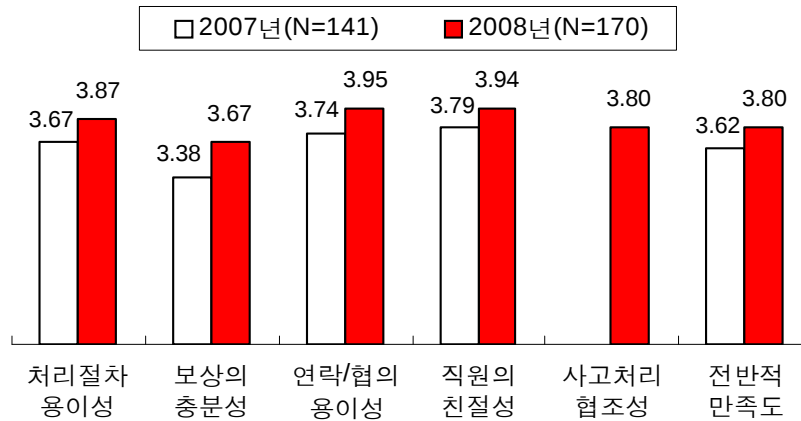


- 보상서비스 만족도를 세부 항목별로 보면, 모든 항목에서 전년에 비해 만족도가 증가한 가운데 생손보 공히 보상금액의 충분성을 제외한 대부분의 항목에서 만족도가 높은 수준으로 나타남.

〈그림 10〉 생명보험 보상서비스 만족도



〈그림 11〉 손해보험 보상서비스 만족도 추이



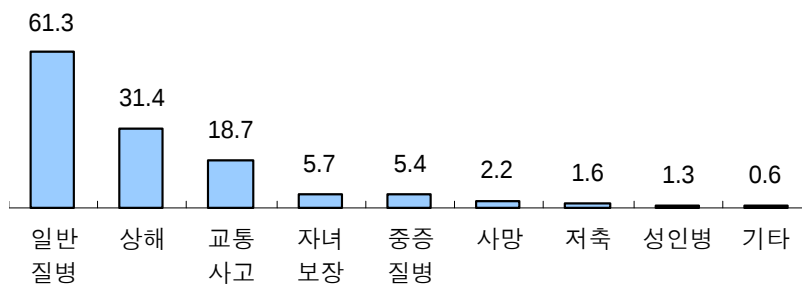
- 만족도 향상 추이가 지속되고 있는 것은 그동안의 **보험산업 차원의 지속적인 서비스 기능 확대 및 전사적 고객지향적 노력의 결과**로 보여지며, 향후에도 고객만족도는 보험 재가입률 제고와 타금융권역에 대한 경쟁력 제고에 중요한 항목이므로 **보험회사는 보험서비스 만족도 향상에 지속적으로 노력**해야 할 것임.

#### 마. 보상위험 분석

- **생명보험회사로부터 지급받은 보험금 항목은 일반질병, 상해, 교통사고, 자녀보장, 중증질병, 사망 순으로 나타남.**
- 보험금을 지급받은 경험자들이 보험회사 서비스 평가의 주요 계층이므로 이들에 대한 리스크 관리의 물론 보상서비스 수준을 높이기 위한 노력이 필요함.

〈그림 12〉 생명보험 보상 항목(복수응답)

(N=315 / 단위 : %)

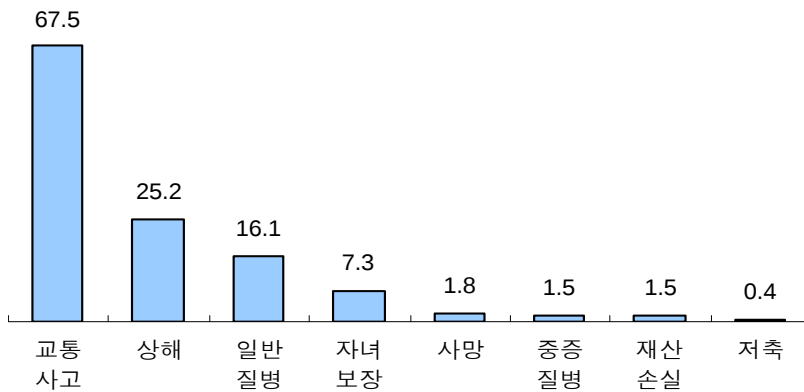


□ 손해보험의 보상 수혜 경험자의 보험금 수혜항목을 분석한 결과, 교통사고 및 상해로 인한 사회적 비용을 줄이기 위한 노력이 필요한 것으로 나타남.

- 손해보험회사로부터 보험금을 수령한 사람 10명 중 6.8명이 교통사고로 인한 보험금 수령인 것으로 나타났으며, 이러한 추세는 전년(68.6%)에 이어 지속되고 있는 것으로 분석됨.
- 따라서 교통법규단속 강화 등 정책적 노력과 함께 보험회사의 보험금 지급심사 강화, 보험사기 방지 등을 통해 보험회사의 경영수지 개선 및 교통사고로 인한 사회적 비용을 줄이기 위한 노력이 필요한 실정임.

<그림 13> 손해보험 보상 항목(복수응답)

(N=274 / 단위 : %)



- 교통사고로 인한 보상은 남자(71.9%)가 여자(63.0%)보다 많은 것으로 나타났는데, 이는 남자운전자가 여자에 비해 상대적으로 사회활동이 많은 것에 기인하며, 연령별로는 20대의 젊은층, 50대 이상의 장년층 순으로 높게 나타남.

<표 17> 손해보험 보상위험 분석 : 성·연령별

(단위 : %)

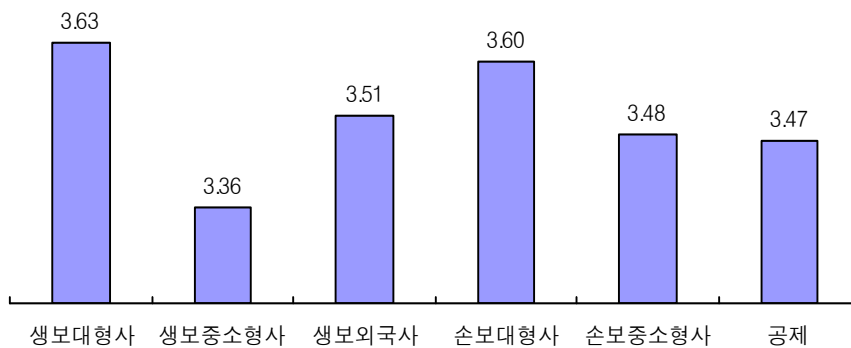
| 구 분  | 전체   | 성별          |      | 연령별         |      |      |             |
|------|------|-------------|------|-------------|------|------|-------------|
|      |      | 남성          | 여성   | 20대         | 30대  | 40대  | 50대 이상      |
| 교통사고 | 67.5 | <b>71.9</b> | 63.0 | <b>76.6</b> | 64.1 | 62.5 | <b>69.4</b> |
| 상해   | 25.2 | 25.2        | 25.2 | 23.4        | 24.4 | 28.1 | 24.7        |
| 일반질병 | 16.1 | 12.9        | 19.3 | 12.8        | 17.9 | 17.2 | 15.3        |
| 자녀보장 | 7.3  | 5.8         | 8.9  | 0.0         | 14.1 | 12.5 | 1.2         |

## 바. 보험회사 이미지

- 보험시장의 규모가 확대되고 보험의 사회적 책임과 역할을 고려할 때 향후 사회봉사활동을 통한 지역사회에의 기여가 보험회사 경쟁력의 중요한 전략으로 대두될 것이 예상됨.
- 사회봉사활동에 대한 소비자들의 인지도 조사결과 평균 3.57점으로 비교적 높은 점수를 받았으며, 회사 그룹별로는 국내 대형생보사(3.63점)와 대형손보사(3.60점)가 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 생보외국사, 손보중소형사 순임.

<그림 14> 보험회사 그룹별 사회봉사활동

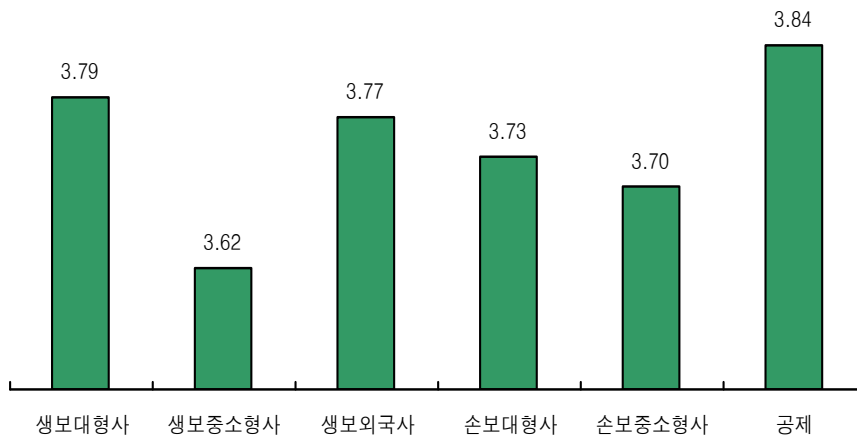
(N=1150/ 단위 : 5점 만점)



- 회사가 사회적 책임감이 있는 경영을 하고 있다는 인식은 보험회사의 이미지와 명성(reputation) 제고에 기여를 하고, 이는 회사의 경영성파로 이어지므로 사회적 책임감을 제고할 수 있는 경영활동이 필요함.
- 보험회사의 사회적 책임감 유무에 대한 조사 결과, 평균 3.75점으로 비교적 높게 나타나 보험회사가 지역사회에 관심을 갖고 사회적 책임감을 느껴야 한다는 면에 긍정적 의견을 나타냄.

<그림 15> 보험회사 그룹별 사회적 책임감

(N=1150 / 단위 : 5점 만점)



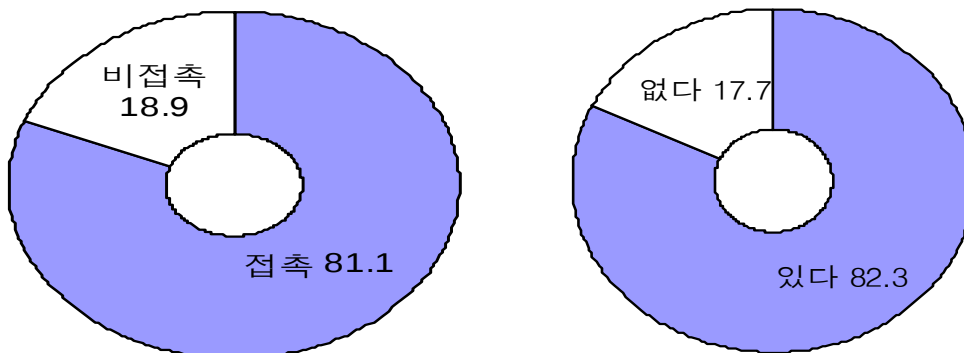
\* 공제의 경우는 통계량(n=38)이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

#### 사. 보험회사 광고

□ 국민 5명 중 4명이 보험회사 광고를 보거나 들은 적이 있으며, 이들 중 80%는 인상에 남는 보험회사 광고를 기억하고 있는 것으로 조사되어 보험광고가 대다수 소비자들에게 광범위하게 인지되고 있는 것으로 분석됨.

○ 보험회사 광고 접촉률과 상기률은 성별로는 여성, 연령별로는 2~30대의 젊은 층, 직업별로는 블루칼라와 주부계층에서 비교적 높은 것으로 분석됨.

<그림 16> 보험회사 광고접촉률(N=1200) 및 광고상기률(N=973)

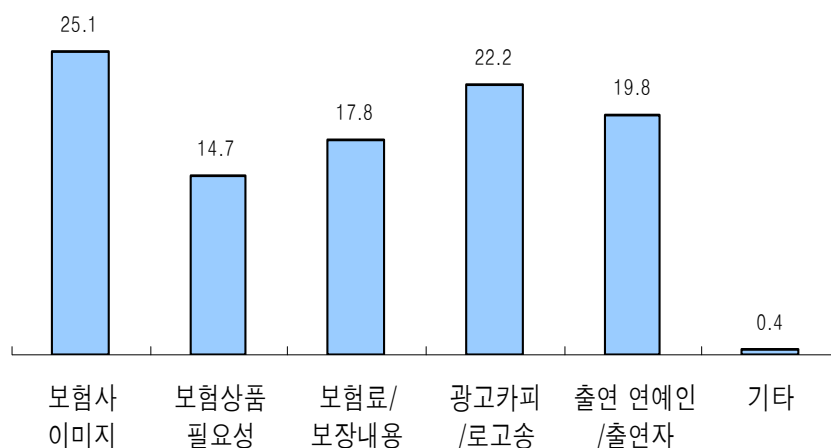


□ 광고회상의 내용은 비보험 측면(광고카피/로고송, 출연 연예인 및 출연자)이 보험 측면(보험료 및 보장내용, 보험상품의 필요성)보다 비교적 높게 회상되는 것으로 나타남.

- 회상 내용(이미지, 보험이해, 출연진 등)이 계층별로 각각 상이하게 회상되는 것으로 나타남에 따라 광고목적과 대상에 부합되는 계층별 광고 전략의 수행이 필요할 것임.
- 광고에 대한 인상을 결정하는 여러 요인(매체종류, 횟수, 출연자, 로고송 등) 측면에서 외국계 생보사가 인상적인 광고를 수행하고 있는 것으로 나타난 반면 국내 중소형사는 광고활동이 부진한 것으로 조사됨.

<그림 17> 광고 회상 내용

(N=973 / 단위 : %)



□ 인상에 남는 광고의 보험회사로는 생명보험회사(75.2%)가 손해보험회사(24.7%)에 비해 훨씬 높게 나타났으며, 20대 이하에서는 손보사 광고에 대한 기억율이 30.4%로 비교적 높았고, 50대 이상에서는 생보사 광고에 대한 기억율이 79.4%로 높게 나타남.

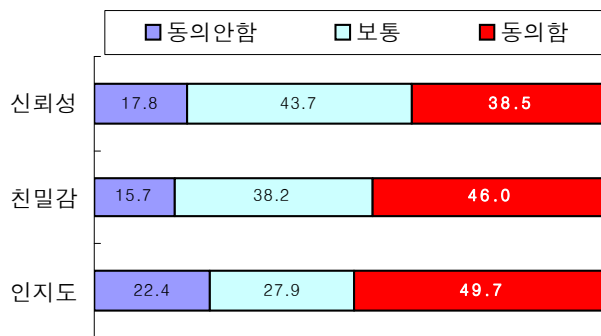
- 그룹별로는 외국계생보사(46.2%)가 압도적으로 높은 가운데 국내 대형생보사(19.4%) 국내 대형손보사(18.7%)가 비슷한 수준으로 소비자들의 인상에 남는 보험회사로 기억되고 있으며 국내 중소형사나 직판사는 저조한 수준임.
- 계층별 분석을 보면 외국계 생보사의 경우 전체적으로 고른 분포를 보이는 가운데 블루칼라와 자영업군에서 상대적으로 높게 나타났으며, 대형생보사는

읍면지역, 40대 이상, 화이트칼라, 저학력, 고소득층에서, 대형손보사는 읍면 지역, 20대 이하, 블루칼라 및 무직, 저소득층에서 비교적 높게 나타남.

- 보험회사 광고를 접한 후 보험회사를 알게 된 비율이 50%, 보험회사에 대한 친밀감과 보험상품 구매에 영향을 미치는 비율이 45% 수준으로 나타나 광고를 통해 보험회사에 대한 인지도, 친밀감 및 회사선택에 영향을 미치고 있음을 시사함.
- 보험회사 광고를 통해 인지도, 친밀감 및 신뢰도에 비교적 높게 영향을 받고 있는 경우는 지역별로는 읍면지역, 연령별로는 20대 이하, 직업별로는 블루칼라와 주부인 것으로 나타남.
- 보험회사 광고를 통해 보장내용 홍보 및 상품선택에 긍정적인 영향을 미치는 비율이 55% 수준으로 광고에 따른 영향을 받고 있는 것으로 분석됨.

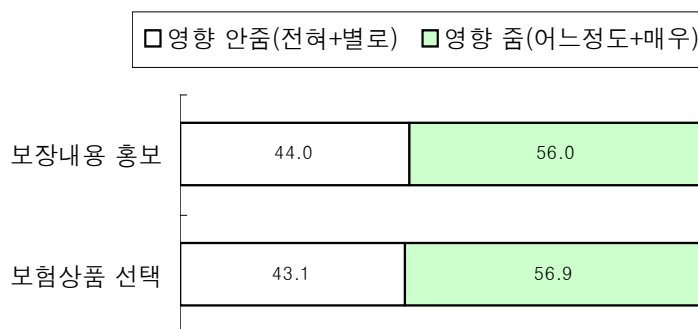
<그림 18> 인지도, 친밀도 신뢰도 영향 평가

(N=973 / 단위 : %)



<그림 19> 보장내용 및 상품 선택 시 광고의 영향평가

(N=973 / 단위 : %)



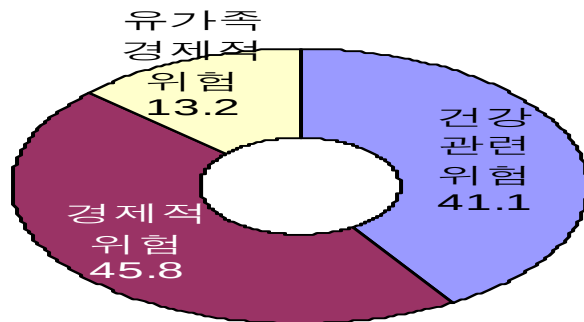
### 아. 노후생활 위험 및 자금마련

□ 노령화 사회로 진입함에 따라 수명은 연장된 반면 조기 퇴직 등으로 인한 소득 불안, 그리고 건강에 대한 우려가 높은 것으로 나타남.

- 노후생활에 있어 가장 불안하다고 느끼는 부분으로, 소득감소에 따른 경제적 위험(45.8%)과 의료비 및 신체기능 장애 등 건강관련 위험(41.1%)을 주로 꼽은 반면 본인 및 배우자 사망에 따른 유가족의 경제적 위험은 13.2%임.

<그림 20> 노후생활 불안 요소

(N=1200 / 단위 : %)



□ 소득 수준에 따른 불안요소로는 고소득층인 경우 건강관련 위험을 저소득층인 경우는 경제적 위험을 제일 크게 생각하는 것으로 나타남.

<표 18> 노후생활 불안 요소 계층별 분석

(N=1200 / 단위 : %)

| 계층별 | 사례 수  | 건강관련 위험     | 경제적 위험      | 유가족 경제적 위험 |
|-----|-------|-------------|-------------|------------|
| 저소득 | (384) | 37.0        | <b>50.8</b> | 12.2       |
| 중소득 | (573) | 40.3        | <b>47.8</b> | 11.9       |
| 고소득 | (236) | <b>50.0</b> | 32.6        | 17.4       |

□ 노후생활자금으로 부동산수입에 대한 의존도가 높은 것으로 나타남.

- 노후대비 생활자금 마련에 적합한 방법으로 부동산수입(19.3%), 공적연금(17.2%), 연금보험(12.6%), 퇴직연금(12.2%), 예금상품(10.5%) 등의 순으로 조사됨.

\* 일본의 경우 공적연금, 예금상품, 연금보험, 퇴직연금 순(2004년 생명보험문화센터 조사)으로 나타남.

〈표 19〉 노후대비 생활자금 마련방법

(N=1200 / 단위 : %)

| 노후대비 생활자금           | 1순위  | 1+2순위 | 일본 <sup>4)</sup> |
|---------------------|------|-------|------------------|
| 부동산수입               | 19.3 | 34.8  | 4.1              |
| 공적연금                | 17.2 | 24.3  | 83.4             |
| 연금보험 <sup>1)</sup>  | 12.6 | 22.8  | 36.5             |
| 퇴직연금 <sup>2)</sup>  | 12.2 | 21.4  | 33.9             |
| 예금상품                | 10.5 | 24.0  | 64.1             |
| 연금저축                | 8.1  | 17.7  | 3.8              |
| 저축성보험 <sup>3)</sup> | 6.4  | 18.8  | 18.6             |
| 연금펀드                | 5.1  | 9.6   | 5.3              |
| 노후소득                | 4.8  | 12.8  |                  |
| 일반펀드                | 2.0  | 6.7   |                  |
| 주식/채권               | 1.3  | 3.9   | 4.0              |
| 자녀지원                | 0.6  | 2.7   |                  |

주 : 1) 손해보험회사의 연금보험 포함.

2) 퇴직금이 포함된 응답.

3) 생명보험 대상.

4) 일본 사례는 2004년 생명보험문화센터의 조사임(샘플 수 4,202, 복수응답).

- 연령별로 보면, 저연령층인 경우는 퇴직연금, 연금펀드, 일반펀드, 주식/채권, 고연령층인 경우는 공적연금, 부동산수입 등의 비중이 상대적으로 더 높게 나타남.
- 소득별로 보면, 저소득층의 경우는 공적연금, 예금상품, 고소득층인 경우는 부동산수입, 공적연금, 연금보험, 퇴직연금의 비중이 상대적으로 더 높게 나타남.

〈표 20〉 노후대비 생활자금 마련 방법 : 연령별/소득별

(N=1200 / 단위 : %)

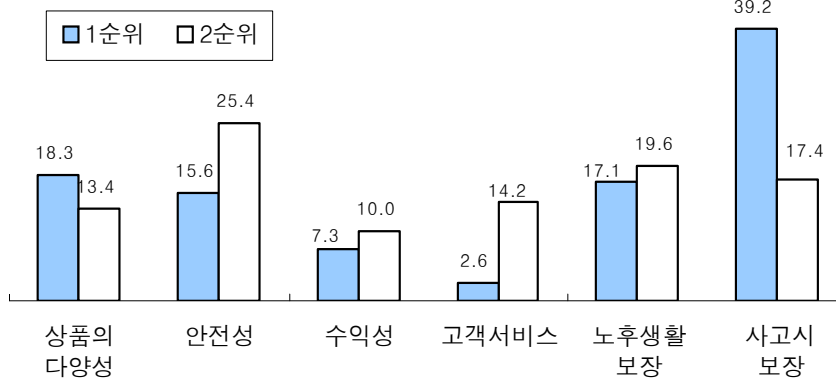
| 노후대비<br>생활자금 | 연령별    |      |      |        | 소득별  |      |      |
|--------------|--------|------|------|--------|------|------|------|
|              | 20대 이하 | 30대  | 40대  | 50대 이상 | 저소득  | 중소득  | 고소득  |
| 공적연금         | 14.6   | 14.7 | 22.2 | 17.0   | 18.0 | 15.9 | 17.4 |
| 퇴직연금         | 13.4   | 11.5 | 11.6 | 12.2   | 10.9 | 12.6 | 13.6 |
| 연금보험         | 12.2   | 13.3 | 12.7 | 12.2   | 9.6  | 13.1 | 16.5 |
| 저축성보험        | 7.7    | 5.2  | 9.5  | 4.3    | 5.5  | 7.7  | 5.1  |
| 연금펀드         | 9.3    | 7.0  | 3.3  | 2.3    | 5.5  | 5.2  | 4.2  |
| 연금저축         | 6.9    | 10.8 | 7.6  | 7.1    | 7.8  | 8.6  | 7.6  |
| 예금상품         | 10.2   | 10.5 | 9.1  | 11.7   | 14.6 | 9.6  | 6.4  |
| 일반펀드         | 4.5    | 2.1  | 0.7  | 1.3    | 1.8  | 2.3  | 1.7  |
| 주식/채권        | 3.3    | 1.0  | 1.1  | 0.5    | 1.0  | 1.4  | 1.7  |
| 부동산수입        | 15.9   | 17.8 | 18.5 | 22.9   | 19.0 | 17.3 | 24.2 |
| 노후소득         | 2.0    | 5.6  | 3.6  | 6.9    | 4.9  | 6.3  | 1.3  |
| 자녀지원         | 0.0    | 0.3  | 0.0  | 1.5    | 1.3  | 0.2  | 0.4  |

#### 자. 금융기관 이미지

- 생명보험회사는 사고 시 보장, 상품의 다양성 및 노후생활보장 이미지가 강하며, 손해보험회사는 사고 시 보장 및 안정성의 이미지가 강한 것으로 나타남.
- 생명보험회사에 대해 소비자들이 가장 적합하다고 생각하는 성향으로 사고 시 보장이 39.2%로 높은 것으로 나타났으며, 이어서 상품의 다양성(18.3%), 노후생활 보장(17.1%), 안전성(15.6%) 등의 성향도 비교적 고르게 인식함.
- 생보사의 가장 높게 인식되는 사고 시 보장, 노후생활보장, 상품의 다양성 성향은 종신보험, 연금보험, 건강보험 등 개별 보험상품의 목표시장 전략수립 시 활용될 수 있을 것임.

&lt;그림 21&gt; 생명보험회사 성향 평가

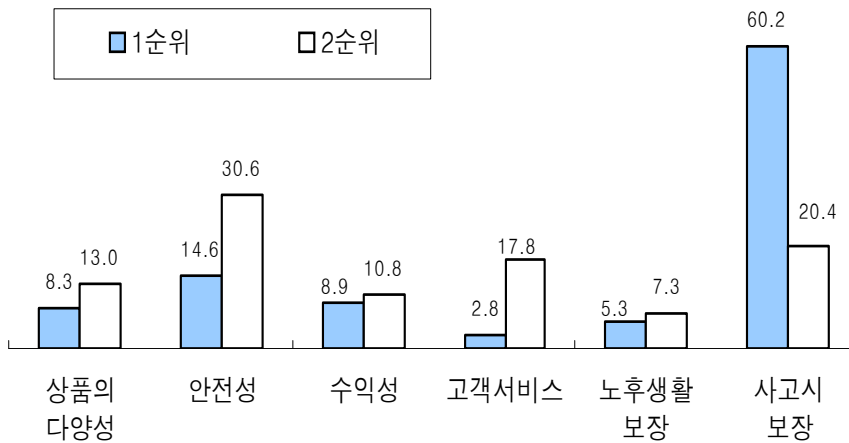
(N=1200 / 단위 : %)



- 손해보험회사에 대해 가장 적합하다고 생각하는 성향으로 사고 시 보장(60.2%)이 생명보험 및 타 금융기관에 비해 매우 높게 인식되고 있으며, 노후 생활보장 성향(5.3%)은 장기보험을 취급함에도 불구하고 매우 낮게 나타나 이에 대한 개선 노력이 필요함
- 특히 손보사의 경우 사고 시 보장 외 금융기관의 다양한 성향에 대한 인식 수준이 저조한 것으로 나타나 검열화 및 종합금융화를 위해서는 인식의 전환 노력이 절실함.

&lt;그림 22&gt; 손해보험회사 성향 평가

(N=1200 / 단위 : %)



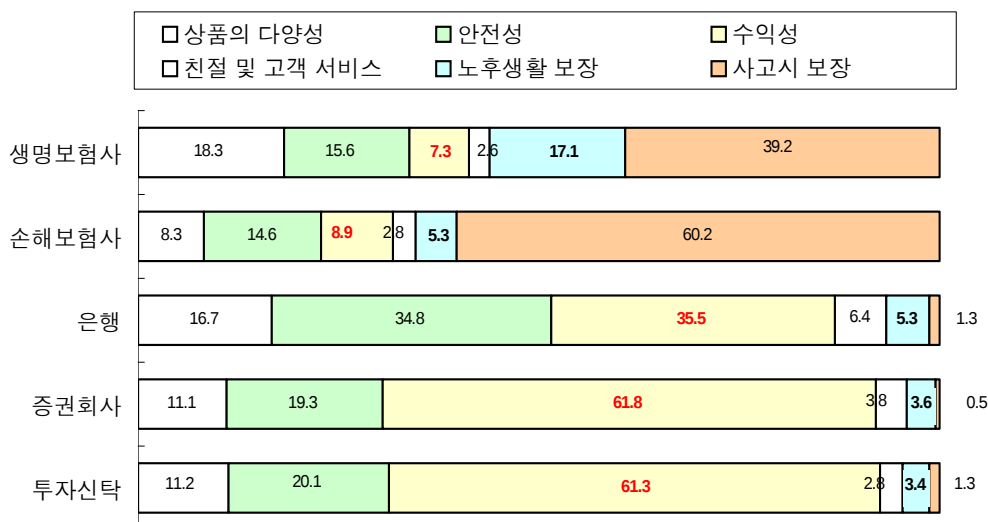
□ 은행은 안전성 및 수익성 측면에서 높게 평가되며, 증권회사와 투자신탁회사는 수익성 측면에서 가장 높은 평가를 받음.

○ 금융상품을 선택하는 소비자에게 가장 중요한 회사 이미지 항목이 안정성이라는 점을 감안할 때, 경쟁 금융기관인 은행 등과 비교하여 그 수준이 낮은 것으로 나타난 점을 보면, 보험회사가 회사의 안정성 이미지 제고를 위해서 노력해야 할 시점인 것으로 판단됨.

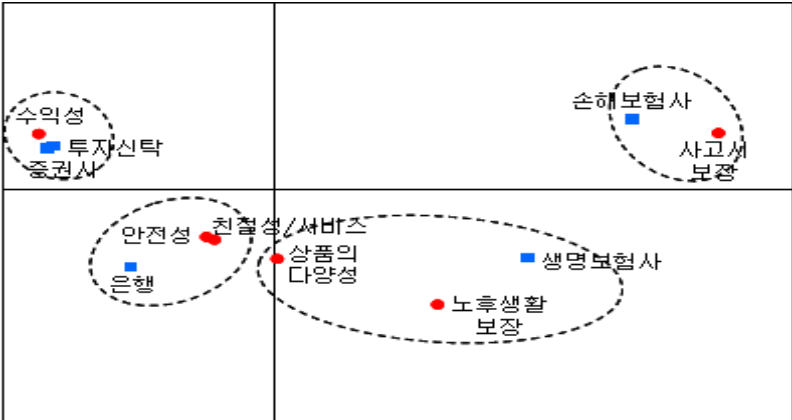
○ 현재 보험시장은 새로운 시장창출보다는 기존시장의 확대전략이 필요한 때이므로, 이러한 환경에 가장 부합되는 상품인 연금 상품 판매를 확대하기 위해서 보험회사는 안정성과 노후생활보장 측면에서 보험회사가 가장 적합하다는 이미지 제고를 위해 노력해야 할 것임.

<그림 23> 금융기관별 성향 평가(1순위 기준)

(N=1200 / 단위 : %)



<그림 24> 금융기관과 금융기관 이미지 맵(1순위 기준)





## 제 1부 : 조 사 의 개 요

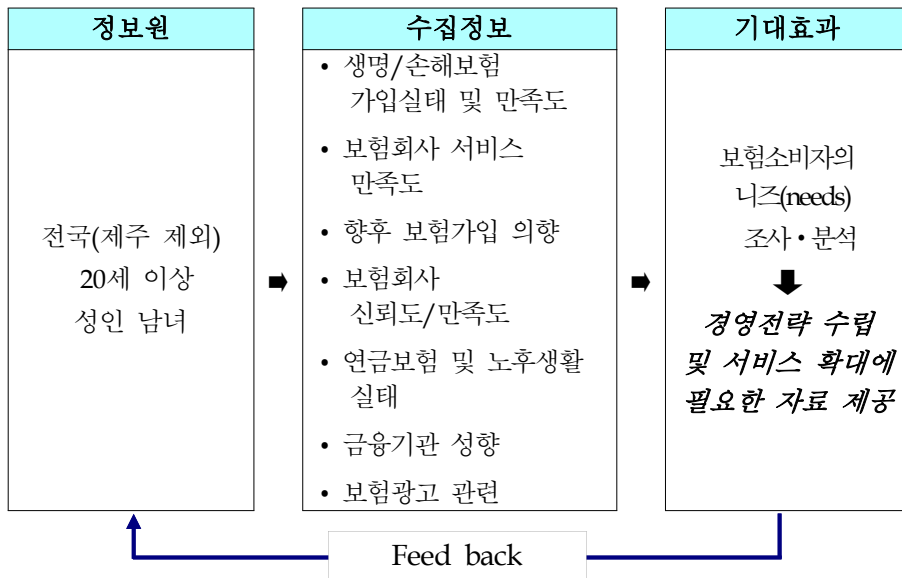


# I . 조 사 의 개 요

## 1. 조사의 목적

- 홈쇼핑·인터넷·통신판매와 같은 직판 및 은행 등 금융기관을 통하여 보험상품을 판매하는 방카슈랑스 등 새로운 판매방식의 도입으로 보험모집 조직 간 경쟁이 격화되고 있으며, 이로 인한 보험회사의 영업환경도 급변하고 있음.
- 이에 본 조사에서는 보험가입 실태, 판매채널, 보험가입 의향 등 보험수요의 변화 추세와 금융기관 성향, 보험광고의 실태 및 영향을 조사하여 보험회사의 상품 및 마케팅 전략 수립 및 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 자료를 제공하고자 함.

<표 1> 보험 소비자 대상 설문조사의 목적 및 기대효과 흐름도



## 2. 주요 조사항목

- 생명/손해보험 가입실태 및 가입경로, 만족도(가구별/개인별)
  - 생명/손해보험 가입률(가구/개인)
  - 생명/손해보험 상품종류별 가입률 및 가입건수(가구/개인)

- 생명/손해보험 상품종류별 가입경로(개인)
- 가입한 생명/손해보험회사(개인)
- 보험금 수급 경험률(가구/개인)
- 보험금 지급 항목(가구)
- 향후 생명/손해보험 가입의향 및 선호 가입경로
  - 향후 1년 내 가입의향(생명/손해보험)
  - 향후 가입 시 선호 가입경로 및 선호 이유(생명/손해보험)
  - 향후 가입 시 선호 보험회사(생명/손해보험사)
- 생명/손해보험회사 서비스 만족도
  - 계약 서비스 항목별 만족도
  - 보상 서비스 항목별 만족도
- 보험회사 신뢰도 및 만족도
  - 계약서비스 만족도
  - 보상위험 분석
  - 보상서비스 만족도
- 금융기관 성향 및 보험광고 관련
  - 금융기관 성향 평가
  - 생명/손해 보험사 광고 접촉률
  - 보험회사 광고 중 인상에 남는 부분
  - 보험회사의 광고 효과 및 영향에 대한 인식
- 연금보험 및 노후생활
  - 연금보험 상품별 가입률
  - 연금보험 상품별 만족도 및 불만족 이유
  - 노후생활 불안요소
  - 적합한 노후대비 생활자금

### 3. 조사방법

#### 가. 조사 대상

- 전국(제주 제외) 만 20세 이상 성인남녀

나. 표본 크기

○ 총 1200명(유효표본)

다. 자료 수집방법

○ 구조화된 설문지를 이용한 가정방문 일대일 개별 면접

라. 표본 추출방법

○ 거주 지역별 인구구성비에 따른 비례 할당 추출법(통계청, 2006년 주민등록 통계 기준)

※ 2008년부터 표본추출 방법을 기존 가구기준에서 개인기준으로 변경하였으므로, 연도별 추이를 비교할 때에는 이를 고려하여야 함.

마. 최대 허용오차

○ 95% 신뢰수준에서 ±2.83%

바. 조사기간

○ 2008년 1월 9일 ~ 2월 5일

사. 조사기관

○ (주)코리아리서치센터

4. 표본의 특성

<표 2> 표본의 특성

|    |   |   |   |    | 사례 수(명) | %    |
|----|---|---|---|----|---------|------|
| 전  | 체 |   |   |    | 1200    | 100  |
| ●거 | 주 | 지 | 역 | 별● |         |      |
| 서  |   |   |   | 울  | 260     | 21.7 |
| 인  | 천 | / | 경 | 기  | 327     | 27.3 |
| 대  | 전 | / | 충 | 청  | 121     | 10.1 |
| 광  | 주 | / | 전 | 라  | 130     | 10.8 |
| 대  | 구 | / | 경 | 북  | 128     | 10.7 |
| 부  | 산 | / | 울 | 산  | 197     | 16.4 |
| 강  |   |   | 경 | 남  | 37      | 3.1  |
|    |   |   | 원 |    |         |      |

<계속>

|                  | 사례 수(명) | %    |
|------------------|---------|------|
| ●지 역 규 모 별●      |         |      |
| 대 도 시            | 571     | 47.6 |
| 중 소 도 시          | 518     | 43.2 |
| 군 지 역            | 111     | 9.3  |
| ●성 남 여 별●        |         |      |
| 남                | 591     | 49.3 |
| 여                | 609     | 50.8 |
| ●응 답 자 연 령 별●    |         |      |
| 20 대             | 246     | 20.5 |
| 30 대             | 286     | 23.8 |
| 40 대             | 275     | 22.9 |
| 50 대 이 상         | 393     | 32.8 |
| ●세 대 주 연 령 별●    |         |      |
| 30 대 이 하         | 283     | 23.6 |
| 40 대             | 312     | 26.0 |
| 50 대             | 481     | 40.1 |
| 60 대 이 상         | 124     | 10.3 |
| ●응 답 자 직 업 별●    |         |      |
| 화 이 트 칼 라        | 296     | 24.7 |
| 블 루 칼 라          | 246     | 20.5 |
| 자 영 업            | 369     | 30.8 |
| 농 / 립 / 수 산 업 *  | 8       | 0.7  |
| 주 부              | 233     | 19.4 |
| 무 응 답 / 무 직 / 기타 | 48      | 4.0  |
| ●세 대 주 직 업 별●    |         |      |
| 화 이 트 칼 라        | 391     | 32.6 |
| 블 루 칼 라          | 176     | 14.7 |
| 자 영 업            | 534     | 44.5 |
| 농 / 립 / 수 산 업 *  | 20      | 1.7  |
| 주 부              | 23      | 1.9  |
| 무 응 답 / 무 직 / 기타 | 56      | 4.7  |

\* 직업별 분석에서 농/림/수산업의 경우 표본수가 현저히 적어 분석결과의 활용 시 신뢰성이 떨어지므로, 이를 유의하여야 함.

<계속>

|                  | 사례 수(명) | %    |
|------------------|---------|------|
| ●응답자 교육 수준별●     |         |      |
| 중졸 이하            | 100     | 8.3  |
| 고졸               | 594     | 49.5 |
| 대재 이상            | 502     | 41.8 |
| 모름 / 무응답         | 4       | 0.3  |
| ●세대주 교육 수준별●     |         |      |
| 중졸 이하            | 106     | 8.8  |
| 고졸               | 565     | 47.1 |
| 대재 이상            | 517     | 43.1 |
| 모름 / 무응답         | 12      | 1.0  |
| ●연간 가구 소득 별●*    |         |      |
| 저소득(3000만원 이하)   | 384     | 32.0 |
| 중소득(3001~5000만원) | 573     | 47.8 |
| 고소득(5001만원 이상)   | 236     | 19.7 |
| 모름 / 무응답         | 7       | 0.6  |

\* 소득별 기준이 전년(2007년)과 달라 연도별 비교 시 이에 대한 고려가 필요.

<표 3> 2007년 소득별 기준

| 구분            | 소득               |
|---------------|------------------|
| ●연간 가구 소득 별●* |                  |
| 저소득           | 월평균 200만원 이하     |
| 중소득           | 월평균 200~400만원 이하 |
| 고소득           | 월평균 400만원 이상     |

## 5. 구분 기준

### 가. 직업분류

- 화이트 칼라 : 경영/관리/전문/자유직, 사무관련직/기술직
- 블루칼라 : 서비스/판매/영업직, 생산/단순/노무직
- 자영업 : 자영업
- 농축수산업 : 농축수산업
- 주부 : 주부

## 나. 보험회사 그룹 구분

### ○ 생명보험회사

- 대 형 사 : 대한생명, 삼성생명, 교보생명(3개사)
- 중소형사 : 흥국생명, 녹십자생명, 신한생명, 동부생명, 동양생명, 우리-아비바생명, 금호생명, 미래에셋생명, 하나생명, SH&C, KB생명(11개사)
- 외 국 사 : 알리안츠생명, 메트라이프생명, PCA생명, 뉴욕생명, ING생명, AIG생명, 라이나생명, 프루덴셜생명(8개사)

### ○ 손해보험회사

- 대 형 사 : 삼성화재, 동부화재, 현대해상, LIG손해보험(4개사)
- 중소형사 : 메리츠화재, 한화손해보험, 롯데손해보험, 그린화재, 흥국쌍용화재, 제일화재, AIG손해보험(7개사)
- 직 관 : 교보AXA자동차, 교원나라자동차, 다음다이렉트, 현대하이카(4개사)

## 다. 보험종목

### ○ 생명보험상품 : 개인보험에 한함(단체보험 제외)

| 구 분     |                         | 설 명                                                                                                                                                                      |
|---------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 질 병 보 장 | 질병치료<br>중점보장<br>보험      | 주로 각종 암, 과로사 관련 특정질병, 뇌혈관질환, 심장질환, 당뇨병, 여성만성질환, 부인과질환 등과 같은 질병의 발병 및 치료에 소요되는 의료비용을 가입자의 선택에 따라 의료비용 및 생활자금 보장 (ex) 암, 질병, 여성질환, 장기간병보험 등                                |
|         | 치명적<br>질병<br>보험<br>(CI) | CI보험은 치명적 질병(Critical Illness)발병 시, 사망보험금의 일부를 생활자금으로 선지급 하여 환자 및 가족들이 피보험자 사망 전에 고액의 치료비, 가족생활비, 간병비 등 필요자금으로 활용하게 하고 사망 시에는 잔여보험금으로 유족의 생활안정을 도모하게 하는 상품으로 2002년 처음 도입 |
| 사 망 보 장 | 종신<br>보험                | 계약자의 가입으로 평생보장이 가능하며, 어떠한 형태의 사망이든 사망보험금이 지급되는 보험으로 가입자의 선택에 따라 입원특약, 암특약, 재해특약, 성인병 특약 등과 같은 각종 특약을 조립하여 다양한 보장을 받을 수 있는 상품                                             |

| 구 분                   |                  | 설 명                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 저<br>축<br>성<br>보<br>험 | 저축성<br>보험        | 실세금리를 반영한 이율로 적립하는 저축상품으로 단기수익을 목적으로 하는 일시납상품과 목돈마련을 목적으로 하는 적립형상품 등과 함께 사망·장해 보험금 등의 보장성을 가미한 보험                                                                            |
|                       | 연금<br>보험         | 노후생활자금 마련을 위한 보험으로 경제활동기(연금지급개시 전)에는 각종 사고에 대한 위험보장이 가능하고 노년기(연금지급개시 후)에는 매년 일정액의 연금 지급                                                                                      |
|                       | 교육<br>보험         | 자녀의 교육자금 마련을 위한 보험으로 교육기간별로 적정 학자금을 받으며, 예기치 못한 부모의 사망 등과 같은 경제능력 상실 시에도 자녀의 학자금 및 자립자금 지원                                                                                   |
| 기<br>타                | 재해중점<br>보장<br>보험 | 각종 재해로 인한 사망, 장해 시 고액의 보장을 받을 수 있는 보험으로, 각종 선택특약을 부가하여 재해로 인한 수술 및 입원비, 생활보조금 지급 등 추가보장이 가능 (ex) 상해보험, 재해보험 등                                                                |
|                       | 변액<br>보험         | 변액보험은 다수의 보험계약자가 납입하는 보험료 중 저축보험료를 따로 분리하여 주식이나 국채, 공채, 사채 등 주로 수익성이 높은 유가증권에 투자하여 그 투자수익을 보험계약자의 환급금(해약환급금 또는 만기환급금)에 반영하는 한편, 투자수익의 성과에 따라 보험금지급사유 발생시에 지급되는 보험금액이 변동되는 상품 |

○ 손해보험상품 : 개인(가계성)보험에 한함(기업성보험 제외)

| 구 분                        |     | 설 명                                                                     |
|----------------------------|-----|-------------------------------------------------------------------------|
| 자동차<br>보험                  |     | 자동차 운행 중 발생한 사고에 대하여 보상하는 개인용 자동차보험                                     |
| 장<br>기<br>손<br>해<br>보<br>험 | 상해  | 신체의 상해를 보장하는 상해보험 (ex) 운전자 보험 등                                         |
|                            | 건강  | 암, 성인병 등 질병에 걸리거나 질병으로 인한 입원, 수술 등을 보장하는 건강보험 (ex) 의료비, 질병 등            |
|                            | 종합  | 재물손해, 신체손해, 배상책임손해 보장 중 두 가지 이상의 손해를 보장하는 종합보험 (ex) 재물, 상해 등            |
|                            | 저축성 | 노후생활자금 준비 및 중장기 목돈마련 등을 위한 저축성보험                                        |
|                            | 어린이 | 자녀의 질병과 상해를 중점보장하는 어린이보험                                                |
| 상해<br>보험                   |     | 일상생활 중 우연한 외래의 사고로 인하여 신체에 상해를 입을 경우 약정한 보험금을 지급하는 보험상품으로 보험기간은 1년 이하임. |

**라. 판매채널 분류**

- 보험설계사 : 보험설계사(컨설턴트), 보험대리점 등 전통채널
- 직      판 : 보험회사 인터넷 사이트, 통신판매(전화/우편/카드)
- 은      행 : 은행 등 금융기관 대리점
- 기      타 : 보험회사 임직원, TV 홈쇼핑 채널, 대형 할인점 등

## 제 2부 : 생 명 보 험



## I. 생명보험 가입현황

### 1. 생명보험 가구별 가입현황

#### 가. 조사목적

- 국내 총가구별 보험가입가구 실태(가입률, 가입건수) 조사를 통해 가구별 보험가입 성향과 신시장 개척 및 추가 판매가능 시장을 파악하고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 2008년 생명보험 가구별 가입률은 90.8%로 2007년(87.2%) 대비 3.6%p 증가하였고, 건수기준으로는 2007년과 동일한 4.1건으로 나타났다.
- 2003년 85%수준이었던 생명보험 가구 가입률은 꾸준히 상승하여 5년이 지난 현재 90%를 넘어 포화상태에 진입하고 있는 것으로 판단됨.
- 전통적 보험에 의한 가구별 보험가입률 및 가입건수의 성장이 한계에 도달한 것으로 판단되지만, 향후 다양한 리스크에 따른 신상품 개발, 개인재무 컨설팅 및 자산운영 기능강화에 따른 잠재성장 여력은 여전히 남아 있는 것으로 판단됨.

<표 I -1> 생명보험 가구별 가입률/가입건수

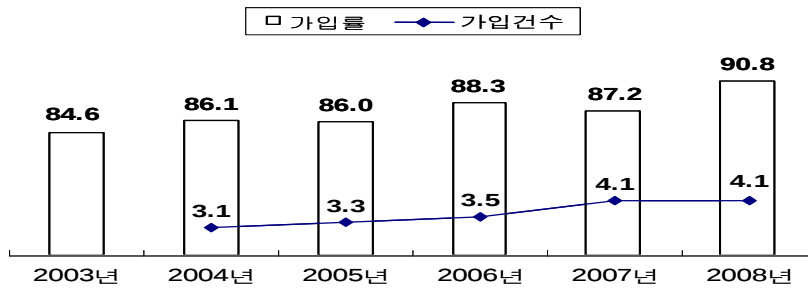
(단위 : %, 건)

| 구 분  | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 가입률  | 84.6  | 86.0  | 87.2  | 90.8  |
| 가입건수 | -     | 3.3   | 4.1   | 4.1   |

주 : 2008년부터 표본추출방법이 변경됨(가구기준→개인기준). 이하 동일.

<그림 I -1> 생명보험 가구별 가입률 및 가입건수 추이

(N=1200 / 단위 : %, 건)



#### 다. 세부분석

##### □ 생명보험 가구별 가입률 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 가구별 가입률은 큰 차이를 보이지 않으며, 대도시 (91.9%), 읍면지역(90.1%), 중소도시(89.8%) 순으로 높게 나타남.
- 거주지역별 가입률은 2003년 이후 대도시와 중소도시에서 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타났으며, 반면 읍면지역의 가입률은 2008년 조사에서 큰 폭으로 상승하였는바 이는 표본추출방법의 변경에 따른 것으로 추정됨.
- 지역규모에 따른 생명보험 가구 가입률에는 큰 차이가 없으나, 가입건수는 지역규모가 클수록 높게 나타남 (대도시 4.3건 > 중소도시 4.0건 > 읍면지역 3.7건).

<표 I -2> 생명보험 가구별 가입률 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 대도시  | 83.7  | 86.1  | 87.3  | 91.9  |
| 중소도시 | 85.7  | 86.6  | 87.9  | 89.8  |
| 읍면지역 | 84.8  | 83.8  | 83.9  | 90.1  |

##### □ 생명보험 가구별 가입률 : 보험종목별

- 보험 종목별 가입률을 보면, 질병치료중점보장보험 가입률이 79.9%로 가장 높고, 다음으로 재해중점보장보험(50.0%), 종신보험(48.3%), 연금보험(21.0%),

저축성보험(18.9%), 변액보험(11.8%), 치명적 질병보험(CI : 11.3.%) 순으로 나타남.

- 전년대비 가입률을 비교하면 재해중점보장보험 10.6%p, 종신보험 2.8%p, 저축성보험 2.5%p 상승하였으며, 고보장 상품인 치명적 질병보험(CI)과 투자성격이 강한 변액보험의 가입률은 10%대를 기록함.
- 치명적 질병보험 및 연금보험의 경우, 암과 같은 중증 질병 발생률 증가와 노령화 사회의 진입 등에 따라 상대적으로 다른 보험상품에 비해 가입여력이 높을 것으로 판단됨.
- 연도별 가입건수의 경우 큰 변화가 없는 것으로 나타났는데, 높은 가입률 수준을 감안하면 향후 보험회사 마케팅 활동은 추가판매(up-selling) 및 교차판매(cross-selling)를 통해 가구별 보험자산의 상향조정(up-grade)이 필요함.

<표 I -3> 생명보험 가구별 가입률 : 보험종목별

(N=1200)

| 구 분             | 구 분        | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-----------------|------------|-------|-------|-------|
| 가입률<br>(%)      | 질병치료중점보장보험 | 70.4  | 77.6  | 79.9  |
|                 | 재해중점보장보험   | 41.2  | 39.4  | 50.5  |
|                 | 종신보험       | 43.7  | 45.5  | 48.3  |
|                 | 저축성보험      | 14.9  | 16.4  | 18.9  |
|                 | 연금보험       | 22.5  | 22.1  | 21.0  |
|                 | 교육보험       | 7.7   | 17.7  | 8.8   |
|                 | 치명적 질병보험   | 3.6   | 10.9  | 11.3  |
|                 | 변액보험       | 1.0   | 7.7   | 11.8  |
| 가입<br>건수<br>(건) | 질병치료중점보장보험 | 2.0   | 2.2   | 2.2   |
|                 | 재해중점보장보험   | 1.6   | 1.7   | 1.6   |
|                 | 종신보험       | 1.3   | 1.5   | 1.4   |
|                 | 저축성보험      | 1.3   | 1.4   | 1.3   |
|                 | 연금보험       | 1.2   | 1.3   | 1.2   |
|                 | 교육보험       | 1.5   | 1.6   | 1.4   |
|                 | 치명적 질병보험   | 1.4   | 1.4   | 1.4   |
|                 | 변액보험       | 1.3   | 1.2   | 1.2   |

## 2. 생명보험 개인별 가입현황

### 가. 조사목적

- 국내 개인별 보험가입 실태(비율, 가입건수) 조사를 통해 개인별 보험가입 성향과 추가판매 가능 시장을 파악하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 개인별 생명보험 가입률은 83.7%이며 성별로는 여성(87.5%)이 남성(79.7%)에 비해 높고, 가입건수 역시 여성(2.2건)이 남성(1.8건)에 비해 생명보험에 더 많이 가입해 있는 것으로 나타나, 여성에 대한 마케팅 측면의 접근 용이성과 여성이 남성에 비해 건강(질병) 및 노후생활에 대한 준비가 비교적 잘 이루어지고 있는 것으로 분석됨.
- 연령별로는 40대(89.5%), 거주지역별로는 대도시(85.6%), 직업별로 주부(89.7%), 소득별로 고소득층(87.3%)에서 가입률이 비교적 높게 나타남.
- 고소득층 및 여성(주부 포함)의 역할이 보험가입에서 중요한 역할을 하고 있는 것으로 보임에 따라 이들 계층을 대상으로 한 차별화된 마케팅전략이 필요함.
- 질병보장보험, 사망보장보험의 가입률이 각각 70%, 35%대로 높은 수준이지만, 노후생활보장 성격이 강한 연금 등 저축성보험의 가입률은 22%에 불과하며, 특히, 저소득층의 가입률(11.7%)은 고소득층의 1/3 수준으로 나타나 보험(연금)을 통한 노후생활대비가 부족한 것으로 나타남.
- 그러므로 고령화의 진전 및 보건의료 수준의 향상에 따른 의료서비스 및 의료비 지출 수요에 부응하기 위해 중증 질병보험 및 장기간병보험 등에 대한 다양한 상품개발과 20대·30대 연령층에 대해서도 보험수요를 흡수할 수 있는 계층별 차별화된 판매전략이 필요할 것으로 판단됨.

### 다. 세부분석

#### □ 생명보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부

- 성별·결혼 유무별로는 기혼 남녀 및 미혼 여성의 가입률이 80%대를 상회하여 매우 높은 수준이나 미혼 남성의 경우 66.9%로 비교적 저조하여 이들 계

층의 경우 충분한 성장 잠재력을 갖고 있어 집중적인 판매력 강화가 필요할 것으로 판단됨.

- 기혼자의 가입률이 높은 것은 부양가족이 있는 기혼자가 많으며, 가족의 부양의무에 대한 책임이 미혼자보다 상대적으로 높기 때문인 것으로 분석됨.

<표 I -4> 생명보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부

| 구분      | 남성    |       | 여성    |       |
|---------|-------|-------|-------|-------|
|         | 결혼    | 미혼    | 결혼    | 미혼    |
| 사례 수    | (431) | (160) | (507) | (102) |
| 가입률(%)  | 84.5  | 66.9  | 89.0  | 80.4  |
| 가입건수(건) | 2.0   | 1.2   | 2.3   | 1.6   |

주 : 가입건수는 생명보험 가입자들의 1인당 가입건수임.

#### □ 생명보험 개인별 가입률 : 연령별

- 개인별 생명보험 가입률을 연령별로 보면, 40대 연령층이 89.5%, 30대 연령층이 86.7%, 50세이상 연령층은 83.7%였으나, 30세 미만 저연령층 가입률은 73.6%로 상대적으로 낮았음.
- 30세 미만은 다른 연령층에 비해 경제활동기간이 짧고 상대적으로 소득이 낮아 가입률이 저조한 것으로 보이므로 저연령층의 보험가입률을 제고할 수 있는 상품개발 및 채널전략을 마련할 필요가 있음.

<표 I -5> 생명보험 개인별 가입률 : 연령별

| 구 분     | 20대 이하 | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|---------|--------|-------|-------|--------|
| 사례 수    | (246)  | (286) | (275) | (393)  |
| 가입률(%)  | 73.6   | 86.7  | 89.5  | 83.7   |
| 가입건수(건) | 1.4    | 2.1   | 2.3   | 2.1    |

#### □ 생명보험 개인별 가입률 : 거주지역별

- 개인별 생명보험 가입률을 거주지역별로 보면, 대도시의 가입률이 85.6%로 가장 높고, 읍면지역(82.9%), 중소도시(81.7%) 순이었음.
- 중소도시 이하 개인 가입률이 낮은 것은 경제활동률이 낮은 고령자가 많이 거주하는 것이 주요 요인인 것으로 분석됨.

&lt;표 I -6&gt; 생명보험 개인별 가입률 : 거주지역별

| 구 분  | 사 례 수 | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|------|-------|--------|---------|
| 대도시  | (571) | 85.6   | 2.0     |
| 중소도시 | (518) | 81.7   | 2.0     |
| 읍면지역 | (111) | 82.9   | 2.0     |

## □ 생명보험 개인별 가입률 : 학력별

- 개인별 생명보험 가입률을 학력별로 보면, 고졸(84.5%, 2.1건), 대재이상(83.7%, 2.0건), 중졸 이하(78.0%, 1.6건)의 순으로 가입률과 가입건수가 높았음.
- 고졸이상의 계층에서 가입률이 높은 이유는 이들 계층의 소득이 상대적으로 높아 보험에 가입할 여력이 있기 때문인 것으로 분석됨.

&lt;표 I -7&gt; 생명보험 개인별 가입률 : 학력별

| 구 분   | 사 례 수 | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|-------|-------|--------|---------|
| 중졸 이하 | (100) | 78.0   | 1.6     |
| 고졸    | (594) | 84.5   | 2.1     |
| 대재 이상 | (502) | 83.7   | 2.0     |

## □ 생명보험 개인별 가입률 : 직업별

- 개인별 생명보험 가입률을 직업별로 보면, 주부(89.7%), 화이트칼라(87.2%), 자영업(84.3%)의 순으로 높았으며, 가입건수는 화이트칼라(2.2건), 주부 및 자영업(2.1건), 블루칼라(1.7건) 순이었음.
- 생명보험 가입률이 80%를 넘어가고 있으므로, 생명보험시장 성장률 제고를 위해 가입률이 낮은 계층(블루칼라)에는 신규시장 창출전략, 가입률이 높은 계층(화이트칼라)에는 추가 가입 유도전략으로 이원화된 접근이 필요할 것으로 판단됨.

<표 I -8> 생명보험 개인별 가입률 : 직업별

| 구 분       | 사례 수  | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|-----------|-------|--------|---------|
| 화이트칼라     | (296) | 87.2   | 2.2     |
| 블루칼라      | (246) | 79.3   | 1.7     |
| 자영업       | (369) | 84.3   | 2.1     |
| 농/림/수산업   | (8)   | 50.0   | 1.1     |
| 주부        | (233) | 89.7   | 2.1     |
| 무응답/무직/기타 | (48)  | 56.3   | 0.9     |

주 : 농/림/수산업은 표본이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

□ 생명보험 개인별 가입률 : 소득별

- 개인별 생명보험 가입률을 소득별로 보면, 고소득(87.3%)의 가입률이 가장 높았으며, 중소득(85.9%), 저소득(77.9%)순이고, 가입건수도 고소득(2.5건), 중소득(2.0건), 저소득(1.6건) 순임.

<표 I -9> 생명보험 개인별 가입률 : 소득별

| 구 분 | 사례 수  | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|-----|-------|--------|---------|
| 저소득 | (384) | 77.9   | 1.6     |
| 중소득 | (573) | 85.9   | 2.0     |
| 고소득 | (236) | 87.3   | 2.5     |

□ 생명보험 개인별 가입현황 : 보험종목별

- 개인별 생명보험 종목별 가입률은 질병중점보장보험 가입률이 69.8%로 가장 높고, 다음으로 사망보장보험(34.9%), 저축성보험(21.9%), 변액보험(6.6%)순으로 높게 나타남.
- 질병보장보험은 성별로 여성(75.5%)이 남성(64.0%)보다, 연령이 높고, 소득이 높을수록 가입률이 높았고, 사망보장보험 가입률은 남성과 여성의 가입률이 비슷한 수준(34%대)이며, 30대 ~ 40대의 연령계층이 높고, 고소득층 일수록 상대적으로 높음.
- 40·50대의 개인별 질병보장보험의 가입률이 높은 것은 경제적으로 안정되고

부양가족에 대한 책임이 있는 이들 연령층들이 중증 질병 발생 시 의료비 지출 증가로 인한 가족의 경제적 상실에 대비하기 위한 주요 수단으로 활용하기 때문인 분석됨.

- 변액보험도 계층별 가입률은 저축보험과 유사한 패턴을 보이고 있으나, 30대의 젊은 연령층 및 고소득층이 상대적으로 높은 특징을 보임.

<표 I -10> 생명보험 개인 가입률 : 보험종목별

(단위 : %)

| 계층별 | 보험 종목별 | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험 | 변액보험 | 기타   |
|-----|--------|------------|------------|-------|------|------|
| 성별  | 남성     | 64.0       | 34.9       | 21.2  | 4.6  | 32.8 |
|     | 여성     | 75.5       | 34.8       | 22.7  | 8.5  | 37.9 |
| 연령별 | 20대 이하 | 56.5       | 28.5       | 13.4  | 4.9  | 21.5 |
|     | 30대    | 68.2       | 45.8       | 22.4  | 11.9 | 33.2 |
|     | 40대    | 74.9       | 38.9       | 28.0  | 8.4  | 44.4 |
|     | 50대 이상 | 75.8       | 28.0       | 22.6  | 2.5  | 39.4 |
| 소득별 | 저소득    | 64.8       | 31.0       | 11.7  | 3.4  | 34.1 |
|     | 중소득    | 72.6       | 34.4       | 23.9  | 6.8  | 34.2 |
|     | 고소득    | 71.2       | 41.1       | 33.5  | 10.6 | 40.7 |
| 가입률 |        | 69.8       | 34.8       | 21.9  | 6.6  | 35.4 |

## II. 생명보험 채널별 활용 분석

### 1. 생명보험 채널별 활용

#### 가. 조사목적

- 개인별 생명보험 가입 경로 실태 조사를 통해 추가 개발 가능한 가입 경로를 파악하고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 생명보험의 주요 판매채널은 설계사채널인 것으로 나타났으며, 손해보험과는 달리 직판채널보다는 은행채널의 성장이 두드러짐.
- 설계사채널의 경우 2003년 조사 이후 감소하고 이를 직판, 은행, 기타 신채널이 대체하고 있는 추세가 이어지고 있어 보험판매채널 측면에서 다중채널 전략이 중요함.

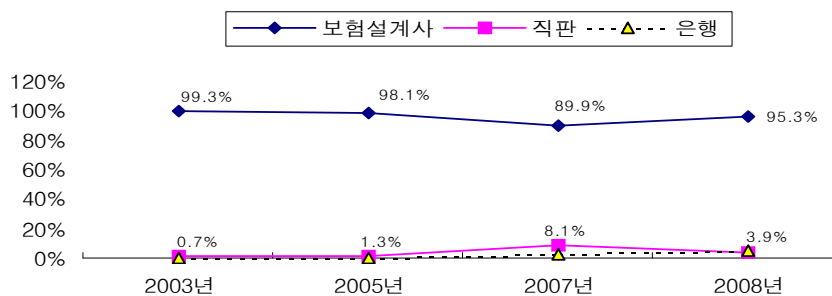
<표 II-1> 생명보험 가입 채널별 구성비 추이

(N=1,004 / 단위 : %)

| 구분    | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보험설계사 | 99.3  | 98.1  | 89.9  | 95.3  |
| 직판    | 0.7   | 1.3   | 8.1   | 3.9   |
| 은행    | -     | 0.6   | 2.0   | 4.6   |

- 주 : 1) 상기 가입률 구성비는 설문조사 결과로서 실제 채널별 가입률과 차이가 날 수 있음.  
 2) 2003, 2005년은 가구(가입) 기준, 2007, 2008년은 개인(가입) 기준임(이하 동일).  
 3) 2008년은 복수응답을 포함하며, 기타 채널은 생략함(이하 동일).  
 4) 2008년부터 표본추출방법이 변경됨(가구기준→개인기준, 이하동일)

<그림 II-1> 생명보험 채널별 구성비 추이



## 다. 세부분석

### □ 생명보험 채널별 구성비 : 성별

- 생명보험의 채널 구성비를 성별로 보면, 설계사채널은 여성(96.2%)이 남성(94.3%)보다 다소 높고, 직판채널(4.1%), 은행채널(4.7%)은 여성이 남성보다 상대적으로 많이 활용하는 것으로 나타났다.

<표 II -2> 생명보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성   | 여성   |
|-------|------|------|
| 보험설계사 | 94.3 | 96.2 |
| 직판    | 3.6  | 4.1  |
| 은행    | 4.5  | 4.7  |

### □ 생명보험 채널별 구성비 : 연령별

- 모든 연령층에서 설계사채널을 통한 가입이 90%대로 가장 높았음.
- 직판과 은행채널의 경우 30대와 50대 이상이 상대적으로 활용도가 높음.

<표 II -3> 생명보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
|-------|------|------|------|--------|
| 보험설계사 | 93.9 | 95.6 | 96.7 | 94.8   |
| 직판    | 2.8  | 4.4  | 3.7  | 4.3    |
| 은행    | 4.4  | 5.2  | 3.3  | 5.2    |

### □ 생명보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 설계사채널을 통한 판매는 대도시(95.7%) 지역이 가장 높았으며, 직판채널을 통한 판매는 읍면지역(5.4%) 및 중소도시(4.7%) 순이었음.
- 은행채널을 통한 판매는 읍면지역(7.6%)이 상대적으로 많이 이용되었음.

<표 II -4> 생명보험 채널 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분               |       | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 대<br>도<br>시      | 보험설계사 | 99.0  | 97.6  | 92.2  | 95.7  |
|                  | 직판    | 1.0   | 1.4   | 6.3   | 2.9   |
|                  | 은행    | -     | 0.9   | 1.6   | 4.3   |
| 중<br>소<br>도<br>시 | 보험설계사 | 99.9  | 98.3  | 87.2  | 95.0  |
|                  | 직판    | 0.1   | 1.4   | 10.2  | 4.7   |
|                  | 은행    | -     | 0.3   | 2.6   | 4.3   |
| 읍<br>면<br>지<br>역 | 보험설계사 | 99.7  | 99.3  | 92.8  | 94.6  |
|                  | 직판    | 0.3   | 0.4   | 6.8   | 5.4   |
|                  | 은행    | -     | 0.4   | 0.5   | 7.6   |

□ 생명보험 채널별 구성비 : 직업별

- 직업별로 보면, 주부, 자영업, 블루칼라 계층이 보험설계사를 채널로 활용하는 비중이 다른 직업군에 비해 상대적으로 높았음.
- 화이트칼라에서는 은행채널(8.1%)과 보험회사의 직판채널(5.0%)을 이용하는 비중이 상대적으로 다소 높았음.
- 화이트칼라, 주부 계층이 직판채널에서 판매비중이 높은 것은 상대적으로 다른 직업군에 비해 TV, DM, TM, CM 등에 노출되어 있는 시간이 많은 직업군이며, 비대면채널을 활용한 일반상품의 구매경험이 높기 때문인 것으로 분석됨.

<표 II -5> 생명보험의 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직/<br>기타 |
|-------|-----------|------|------|-------------|------|-----------|
| 보험설계사 | 93.4      | 95.9 | 96.1 | 100.0       | 97.1 | 85.2      |
| 직판    | 5.0       | 3.1  | 3.5  | 0.0         | 3.8  | 3.7       |
| 은행    | 8.1       | 2.6  | 3.5  | 0.0         | 2.9  | 11.1      |

주 : 농/림/수산업은 표본이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

□ 생명보험 채널별 구성비 : 학력별

- 생명보험 판매채널 구성비를 학력별로 보면, 대재 이상은 은행채널(7.4%) 및 직판채널(4.0%), 고졸은 설계사채널(95.8%)을 통한 가입이 상대적으로 많았음.

<표 II -6> 생명보험 채널 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분   | 중졸 이하 | 고졸   | 대재 이상 |
|-------|-------|------|-------|
| 보험설계사 | 93.6  | 95.8 | 95.0  |
| 직판    | 3.8   | 3.8  | 4.0   |
| 은행    | 3.8   | 2.4  | 7.4   |

## 2. 생명보험 종목별 채널별 활용

### 가. 조사목적

- 보험 종목별 생명보험 가입 경로 실태 조사를 통해, 보험 종목별 가입경로 선택 성향과 추가 개발 가능 경로를 파악하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 채널 구성비를 보면, 설계사채널의 비중이 높은 가운데, 사망보장보험 가입 시 설계사채널 이용 비율이 98.3%로 특히 높았음.
- 은행은 방카슈랑스 허용 종목인 저축성보험(9.6%)에서 다른 판매채널에 비해 상대적으로 나타났으며, 상품에 대한 설명 및 보험료, 보험금이 상대적으로 고액으로 판매가 어려운 사망보장보험의 경우 설계사채널 의존도가 매우 높아 향후 겸업화의 진전, 채널 다각화에 대응하기 위한 상품별 선호채널에 대한 다각적 검토가 필요한 것으로 판단됨.
- 은행채널을 통한 가입비중의 증가는 2003년 방카슈랑스가 처음으로 도입된 이후 지속적으로 방카슈랑스에 대한 인지도가 높아져 은행채널을 통한 보험가입이 늘어나고 있기 때문인 것으로 분석됨.

<표 II -7> 생명보험 채널별 구성비

(단위 : %)

| 구분    | 저축성보험 | 사망보장보험 | 질병보장보험 | 기타보험 |
|-------|-------|--------|--------|------|
| 보험설계사 | 86.9  | 98.3   | 93.0   | 89.2 |
| 직판    | 1.6   | 0.2    | 3.0    | 4.0  |
| 은행    | 9.6   | -      | 2.0    | 3.1  |

### 다. 저축성보험

#### □ 생명보험 저축성보험의 채널별 구성비

- 저축성보험의 판매채널별 구성비는 설계사채널(86.9%)의 비중이 가장 높았으며, 은행채널(9.6%), 직판채널(1.6%) 순이었음.

- 방카슈랑스 진전의 영향으로 과거에 비해 은행채널을 통한 판매가 크게 증가하였으며, 설계사채널의 비중이 다소 낮아지는 추세를 보임.

<표 II-8> 생명보험 채널별 구성비 : 저축성 보험

(단위 : %)

| 구분    | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보험설계사 | 100.0 | 97.7  | 91.5  | 86.9  |
| 직판    | -     | 0.2   | 4.4   | 1.6   |
| 은행    | -     | 2.1   | 4.1   | 9.6   |

□ 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 성별

- 성별로 보면, 여성(87.6%)이 남성(86.1%)에 비해 설계사채널을 통한 가입 비중이 상대적으로 높았음.
- 남·여 모두 최근 은행채널을 통한 가입 비중이 크게 증가한 것으로 나타났음(2007년 남성(2.1%), 여성(5.4%) → 2008년 남성(9.7%), 여성(9.5%)).

<표 II-9> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성    | 여성    |
|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (144) | (169) |
| 보험설계사 | 86.1  | 87.6  |
| 직판    | 0.7   | 2.4   |
| 은행    | 9.7   | 9.5   |

□ 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 연령별

- 연령별로 보면, 20대·30대는 은행(평균 12.6%)을 채널로 하는 비중이, 40대·50대는 보험설계사(88.7%)를 채널로 하는 비중이 다른 연령에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- 은행채널의 활용비중이 40대·50대에 비해 20대·30대가 높은 이유는 경제활동이 활발한 20대·30대가 은행의 지점망을 통한 가입의 편리성과 재무컨설팅

팅 등에 대한 은행의 전문성을 더 선호하기 때문인 것으로 분석됨.

<표 II-10> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대이하 | 30대  | 40대  | 50대이상 |
|-------|-------|------|------|-------|
| 사례 수  | (41)  | (86) | (91) | (95)  |
| 보험설계사 | 85.4  | 83.7 | 89.0 | 88.4  |
| 직판    | 0.0   | 2.3  | 2.2  | 1.1   |
| 은행    | 12.2  | 12.8 | 6.6  | 8.4   |

□ 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 2008년에 도시지역에서는 설계사채널(대도시: 91.7%, 중소도시 : 83.1%, 읍면지역 80.8%)을 통한 가입비중이 높았음.
- 읍면지역의 경우 사례 수가 적지만 은행채널(19.2%)을 통한 보험가입 활용도가 상대적으로 높게 나타났는데, 이는 은행채널의 넓은 지점망이 활용된 결과로 보임.

<표 II-11> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분   |       | 2003년 | 2005년  | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|--------|-------|-------|
| 대도시  | 사례 수  | (282) | (248)  | (141) | (145) |
|      | 보험설계사 | 100.0 | 97.1   | 90.8  | 91.7  |
|      | 직판    | -     | -      | 4.2   | 1.4   |
|      | 은행    | -     | 2.9    | 5.0   | 6.2   |
| 중소도시 | 사례 수  | (270) | (218 ) | (146) | (142) |
|      | 보험설계사 | 100.0 | 98.3   | 90.3  | 83.1  |
|      | 직판    | -     | 0.4    | 5.6   | 1.4   |
|      | 은행    | -     | 1.3    | 4.1   | 11.3  |
| 군지역  | 사례 수  | (78)  | (43)   | (33)  | (26)  |
|      | 보험설계사 | 100.0 | 97.7   | 100.0 | 80.8  |
|      | 직판    | -     | -      | -     | 3.8   |
|      | 은행    | -     | 2.3    | -     | 19.2  |

#### □ 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 직업별

- 직업별로 보면, 설계사채널의 판매채널 이용은 자영업과 주부(94.6%, 94.6%)에서 가장 높았으며, 은행채널은 화이트칼라(17.9%), 주부(5.4%)에서 상대적으로 높았음.

<표 II-12> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직/기타 |
|-------|-----------|------|------|-------------|------|-------|
| 사례 수  | (106)     | (53) | (93) | (1)         | (56) | (4)   |
| 보험설계사 | 78.3      | 86.8 | 94.6 | 0.0         | 94.6 | 50.0  |
| 직관    | 1.9       | 3.8  | 1.1  | 0.0         | 0.0  | 0.0   |
| 은행    | 17.9      | 3.8  | 4.3  | 0.0         | 5.4  | 50.0  |

주 : 농/림/수산업은 표본이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

#### □ 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 학력별

- 학력별로 보면, 은행채널의 이용비율은 대재 이상 학력에서 15.6%로 높게 나타남.

<표 II-13> 생명보험 저축성보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구분    | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|-------|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (10)  | (154) | (147) |
| 보험설계사 | 80.0  | 91.6  | 82.3  |
| 직관    | 10.0  | 0.6   | 2.0   |
| 은행    | 10.0  | 3.9   | 15.6  |

주 : 중졸 이하는 표본이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

### 라. 사망보장보험

#### □ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비

- 종신보험 등 사망보장보험의 경우 설계사채널을 주요 채널로 활용하고 있는 것으로 나타남.

- 설계사채널의 비중이 높은 것은 방카슈랑스에서 보장성보험의 판매가 제한되고 있기 때문인 것으로 분석됨.

<표 II-14> 생명보험 채널별 구성비 : 사망보장보험

(단위 : %)

| 구분    | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보험설계사 | 99.7  | 99.4  | 97.4  | 98.3  |
| 직판    | 0.3   | 0.4   | 1.6   | 0.2   |

□ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 성별

- 성별로 보면, 전체적으로 설계사채널을 주요 채널로 활용하고 있음.

<표 II-15> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성    | 여성    |
|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (206) | (212) |
| 보험설계사 | 98.5  | 98.1  |
| 직판    | 0.5   | 0.0   |

□ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 연령별

- 연령별로 보면, 사망보장보험의 경우 모든 연령층에서 설계사채널을 주요채널로 활용하고 있음.

<표 II-16> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대  | 30대   | 40대   | 50대이상 |
|-------|------|-------|-------|-------|
| 사례수   | (70) | (131) | (107) | (110) |
| 보험설계사 | 98.6 | 96.9  | 99.1  | 99.1  |
| 직판    | 1.4  | 0.0   | 0.0   | 0.0   |

□ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 거주 지역별로 보면, 사망보장보험의 경우 전 지역에서 설계사채널을 주요채널로 활용하고 있음.

<표 II-17> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분               |       | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 대<br>도<br>시      | 사례수   | (146) | (251) | (172) | (202) |
|                  | 보험설계사 | 100.0 | 99.2  | 97.7  | 98.0  |
|                  | 직판    | -     | 0.4   | 1.7   | 0.5   |
| 중<br>소<br>도<br>시 | 사례수   | (152) | (194) | (181) | (185) |
|                  | 보험설계사 | 99.4  | 100.0 | 98.4  | 99.5  |
|                  | 직판    | 0.6   | -     | 0.5   | 0.0   |
| 읍<br>면<br>지<br>역 | 사례수   | (44)  | (55)  | (46)  | (31)  |
|                  | 보험설계사 | 100.0 | 98.2  | 93.5  | 93.5  |
|                  | 직판    | -     | 1.8   | 4.3   | 0.0   |

□ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 직업별

- 직업별로 보면, 사망보장보험의 경우 설계사채널을 주요채널로 활용하고 있음.

<표 II-18> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업   | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직/기타 |
|-------|-----------|------|-------|-------------|------|-------|
| 사례수   | (116)     | (78) | (141) | (1)         | (75) | (7)   |
| 보험설계사 | 97.4      | 98.7 | 98.6  | 100         | 98.7 | 100   |
| 직판    | 0.0       | 0.0  | 0.7   | 0.0         | 0.0  | 0.0   |

주 : 농/림/수산업은 표본이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

□ 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 학력별

○ 학력별로 보면, 사망보장보험의 경우 설계사채널을 주요채널로 활용하고 있음.

<표 II-19> 생명보험 사망보장보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분   | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|-------|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (22)  | (203) | (191) |
| 보험설계사 | 100   | 98.0  | 98.4  |
| 직판    | 0.0   | 0.5   | 0.0   |

마. 질병보장보험

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비

○ 질병보장보험의 판매채널별 구성비는 설계사채널이 대다수를 차지하고 있는 가운데 일부 직판채널(3.0%)과 은행채널(2.0%)을 활용하고 있는 것으로 나타남.

<표 II-20> 생명보험 채널별 구성비 : 질병보장보험

(단위 : %)

| 구분    | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보험설계사 | 99.3  | 97.6  | 86.9  | 93.0  |
| 직판    | 0.7   | 2.2   | 11.9  | 3.0   |
| 은행    | -     | 0.2   | 1.3   | 2.0   |

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 성별

○ 질병보장보험 판매채널별 구성비를 성별로 보면, 여성(94.3%)이 남성(91.3%)보다 설계사채널을 더 많이 활용함.

<표 II-21> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성    | 여성    |
|-------|-------|-------|
| 사례수   | (378) | (460) |
| 보험설계사 | 91.3  | 94.3  |
| 직판    | 3.4   | 2.6   |
| 은행    | 1.9   | 2.2   |

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 연령별

- 연령별로 보면, 연령층이 높을수록 설계사채널에 의한 판매 비중이 높아지고, 은행채널은 20대 및 50대 이상에서 상대적으로 높음.

<표 II-22> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대   | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|-------|-------|-------|-------|--------|
| 사례 수  | (139) | (195) | (206) | (298)  |
| 보험설계사 | 90.6  | 92.8  | 93.7  | 93.6   |
| 직판    | 2.2   | 3.1   | 2.9   | 3.4    |
| 은행    | 3.6   | 1.5   | 1.0   | 2.3    |

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 설계사채널은 대도시(94.2%), 직판채널은 중소도시(3.8%), 은행채널은 읍면지역(3.7%)이 상대적으로 높고, 은행채널은 읍면지역(3.7%)이 높음.

<표 II-23> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분               |       | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 대<br>도<br>시      | 사례수   | (430) | (403) | (370) | (411) |
|                  | 보험설계사 | 98.6  | 96.5  | 91.7  | 94.2  |
|                  | 직판    | 1.4   | 3.0   | 7.5   | 2.2   |
|                  | 은행    | -     | 0.5   | 0.8   | 1.9   |
| 중<br>소<br>도<br>시 | 사례수   | (336) | (363) | (404) | (345) |
|                  | 보험설계사 | 100.0 | 98.1  | 81.6  | 91.6  |
|                  | 직판    | -     | 1.9   | 16.4  | 3.8   |
|                  | 은행    | -     | -     | 2.0   | 1.7   |
| 읍<br>면<br>지<br>역 | 사례수   | (111) | (90)  | (84)  | (82)  |
|                  | 보험설계사 | 100.0 | 100.0 | 94.1  | 92.7  |
|                  | 직판    | -     | -     | 5.9   | 3.7   |
|                  | 은행    | -     | -     | -     | 3.7   |

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 직업별

- 직업별로 보면, 대부분의 직업군이 설계사채널을 활용한 가입이 높게 나타났음.
- 기타를 제외한 화이트칼라의 경우 다른 직업군보다 상대적으로 설계사채널을 통한 가입이 낮은 수준이나, 반면 직관채널(3.3%), 은행채널(3.8%)을 활용도가 상대적으로 높은 수준임.

<표 II -24> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라  | 자영업   | 주부    | 무직/기타 |
|-------|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (212)     | (152) | (276) | (175) | (20)  |
| 보험설계사 | 89.2      | 93.4  | 95.3  | 94.9  | 80.0  |
| 직관    | 3.3       | 2.6   | 2.5   | 3.4   | 5.0   |
| 은행    | 3.8       | 1.3   | 1.4   | 1.1   | 5.0   |

□ 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 학력별

- 학력별로 보면, 고졸에서 설계사채널(94.3%)을 통한 가입, 대재 이상에서 은행 채널(3.5%), 중졸 이하에서 직관채널(4.2%)을 통한 가입이 상대적으로 높았음.

<표 II -25> 생명보험 질병보장보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분   | 중졸이하 | 고졸    | 대재이상  |
|-------|------|-------|-------|
| 사례수   | (72) | (421) | (342) |
| 보험설계사 | 93.1 | 94.3  | 91.2  |
| 직관    | 4.2  | 2.9   | 2.9   |
| 은행    | 2.8  | 0.7   | 3.5   |

### 3. 생명보험 채널별 선호도

#### 가. 조사목적

- 생명 보험 상품 구입 시 이용할 의향이 있는 가입 경로를 파악하여 향후 성장 가능 판매경로를 파악하고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 채널별 선호도는 설계사채널의 현행에서 향후 선호도(85.6%)는 현행(91.8) 가입 보다 낮은 것으로 나타나 이에 대비한 준비가 필요한 것으로 보인 반면, 보험회사 직판채널(3.9%→7.7%) 및 은행채널(4.6%→7.2%)은 현행 가입에서 향후 선호도가 크게 높아진 것으로 나타났음.
- 설계사채널에 대한 선호는 50세 이상 고연령, 대도시와 읍면지역, 중소득층에서 특히 높으며, 직판채널에 대한 선호는 20대의 젊은층, 대도시지역 대재 이상 고학력에서 상대적으로 높게 나타났음.
- 은행채널에 대한 선호는 30대~40대, 중간소득층, 대재 이상 계층이 상대적으로 높았으며, 설계사채널의 선호도가 줄어드는 것은 은행 및 홈쇼핑 등 신규 판매채널의 진입에 따른 영향이 주요인인 것으로 판단됨.
- 금융겸업화가 진전됨에 따라 새로운 판매채널이 시장에 계속 등장할 것으로 예상되므로 전통채널의 경쟁력 강화가 향후 보험산업의 중요한 이슈가 될 것으로 전망됨.

〈표 II-26〉 생명보험 채널별 선호도

(단위 : %)

| 구분    | 현행   | 향후선호 |
|-------|------|------|
| 보험설계사 | 95.3 | 85.6 |
| 직판    | 3.9  | 7.7  |
| 은행    | 4.6  | 7.2  |

## 다. 세부분석

### □ 생명보험 채널별 선호도 : 성별

- 성별 채널별 선호도의 차이는 거의 없는 것으로 나타남.
- 결혼여부별로는 보험설계사는 기혼(88.2%), 직관은 미혼(15.1%), 은행은 기혼(8.0%) 계층에서 선호도가 높은 것으로 나타남.

<표 II-27> 생명보험 채널별 선호도 : 성별

(단위 : %)

| 구분       |    | 보험설계사 | 직관   | 은행  |
|----------|----|-------|------|-----|
| 성        | 남성 | 86.0  | 7.6  | 7.6 |
|          | 여성 | 85.2  | 7.7  | 6.7 |
| 결혼<br>여부 | 기혼 | 88.2  | 5.0  | 8.0 |
|          | 미혼 | 78.6  | 15.1 | 5.0 |

### □ 생명보험 채널별 선호도 : 연령별

- 연령별로 보면, 연령층이 젊을수록 설계사채널에 대한 선호가 낮고, 보험회사 직관채널에 대한 선호가 상대적으로 높아, 젊은 층을 중심으로 생명보험 가입경로 다각화 현상이 나타나는 것으로 분석됨.
- 생명보험에서 직관채널 및 은행채널 선호도가 높아지는 현상이 나타나고 있으므로 직관채널 및 은행채널에 특화된 상품 및 서비스를 제공하는 경영전략 수립이 필요함.

<표 II-28> 생명보험 채널별 선호도 : 연령별

(단위 : %)

| 구분     | 보험설계사 | 직관   | 은행  |
|--------|-------|------|-----|
| 20대 이하 | 77.8  | 17.9 | 5.6 |
| 30대    | 87.8  | 5.4  | 8.2 |
| 40대    | 87.6  | 2.9  | 9.5 |
| 50대 이상 | 90.1  | 3.3  | 5.9 |

#### □ 생명보험 채널별 선호도 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 대도시(86.7%) 및 읍면지역(86.8%), 직판채널 선호도는 대도시(8.5%), 은행채널 선호도는 읍면지역(11.8%)에서 높게 나타남.

〈표 II-29〉 생명보험 채널별 선호도 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 보험설계사 | 직판  | 은행   |
|------|-------|-----|------|
| 대도시  | 86.7  | 8.5 | 6.3  |
| 중소도시 | 84.2  | 7.7 | 6.9  |
| 읍면지역 | 86.8  | 4.4 | 11.8 |

#### □ 생명보험 채널별 선호도 : 소득별

- 소득별로 보면, 설계사채널에 대한 선호는 전체 소득층에 걸쳐 가장 높게 나타나는 가운데 직판채널에 대한 선호도는 고소득일수록 높게 나타났으며, 은행채널에 대한 선호도는 모든 소득계층에서 큰 차이가 없음.

〈표 II-30〉 생명보험 채널별 선호도 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 보험설계사 | 직판   | 은행  |
|-----|-------|------|-----|
| 저소득 | 85.2  | 5.1  | 6.8 |
| 중소득 | 86.4  | 8.0  | 7.3 |
| 고소득 | 85.0  | 10.5 | 6.8 |

#### □ 생명보험 채널별 선호도 : 학력별

- 학력별로 보면, 설계사채널에 대한 선호는 학력이 낮을수록 높으며, 직판채널과 은행채널에 대한 선호는 학력이 높을수록 선호도가 높음.

〈표 II-31〉 생명보험 채널별 선호도 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분   | 보험설계사 | 직판  | 은행  |
|-------|-------|-----|-----|
| 중졸 이하 | 97.2  | 0.0 | 5.6 |
| 고졸    | 86.3  | 7.7 | 6.3 |
| 대재 이상 | 83.4  | 8.7 | 8.3 |

#### 4. 생명보험 채널별 가입이유

##### 가. 조사목적

- 생명보험 상품 구입 시 이용할 의향이 있는 가입경로 선호 이유를 종목별로 파악하여, 향후 판매경로 개발의 참고 자료로 활용함.

##### 나. 조사결과 및 시사점

- 설계사채널을 통해 보험에 가입하고자 하는 주요 이유로는 가입의 편리성(52.4%), 정보획득 용이(34.9%), 친절한 서비스(32.9%), 권유자의 친분(32.0%) 순으로 나타났으며, 직판채널의 경우에는 저렴한 가격(71.4%)과 가입 편리성(65.1%) 때문이라는 응답이 상대적으로 많았음.
- 은행채널은 가입 편리성(59.3%)과 정보획득 용이(42.6%)라는 응답이 높게 나타났으나 친절한 서비스(14.8%), 저렴한 가격(16.7%) 항목에 대한 응답이 낮게 나타났는데 이는 소비자가 은행채널을 직판채널과는 달리 저비용 채널로 인식하지 않고 있기 때문인 것으로 판단됨.
- 가입이유 중 가격부문은 설계사채널이 가장 낮은 것으로 나타났는데, 채널 간 실제 상품가격 차이가 크지 않은 점을 감안하여 가격 차이에 대한 소비자의 이해를 높일 수 있도록 홍보가 필요한 것으로 판단됨.
- 종합하면, 보험설계사 등 전통채널은 친절한 서비스 및 권유자의 친분 등과 밀접한 관계가 있고, 직판채널은 저렴한 가격, 은행은 정보획득 용이성 측면에서 상대적으로 장점이 있는 것으로 인식됨.
- 보험설계사가 보험상품 및 판매에 관한 가장 높은 전문성을 보유하고 있다는 일반적 인식에도 불구하고 은행채널의 전문성이 높게 나타난 것은 은행직종이 전문성이 있는 직종으로 인식하고 응답한 결과로 보여짐.

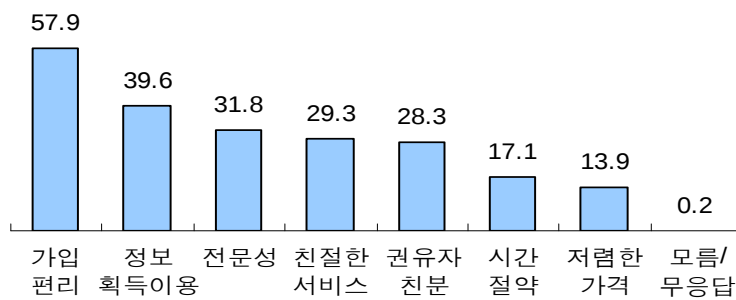
&lt;표 II -32&gt; 생명보험 채널별 가입 이유(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례 수    | (826) | (63) | (54) |
| 가입 편리   | 52.4  | 65.1 | 59.3 |
| 정보획득 용이 | 34.9  | 31.7 | 42.6 |
| 전문성     | 27.0  | 9.5  | 29.6 |
| 친절한 서비스 | 32.9  | 1.6  | 14.8 |
| 권유자 친분  | 32.0  | 1.6  | 16.7 |
| 시간절약    | 14.4  | 15.9 | 18.5 |
| 저렴한 가격  | 4.8   | 71.4 | 16.7 |
| 모름/무응답  | 0.1   | -    | -    |

&lt;그림 II -2&gt; 생명보험 가입 채널 선호 이유(복수응답)

(N=598 / 단위 : %)



#### 다. 세부분석

##### □ 생명보험 채널별 가입이유 : 저축성보험

- 저축성보험 가입의향자들의 채널별 가입이유를 보면, 가입의 편리성은 은행 채널(77.8%), 직판채널(72.7%) 순으로 높았고, 정보획득 용이는 설계사(38.5%)가 가장 높았음.
- 전문성은 설계사채널(29.9%), 시간절약은 은행채널(29.6%), 저렴한 가격은 직판채널(72.7%)에서 상대적으로 높게 나타남.
- 설계사채널을 이용하는 주요 이유는 가입 편리, 직판채널은 가입 편리와 저

렴한 가격을 주요 가입이유로 들고 있어 소비자가 채널마다 인식에 차이가 있음.

<표 II-33> 생명보험 채널별 가입이유 : 저축성보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례 수    | (221) | (11) | (27) |
| 가입 편리   | 52.9  | 72.7 | 77.8 |
| 정보획득 용이 | 38.5  | 9.1  | 33.3 |
| 전문성     | 29.9  | 18.2 | 22.2 |
| 친절한 서비스 | 31.7  | 9.1  | 11.1 |
| 권유자와 친분 | 27.1  | 0.0  | 7.4  |
| 시간절약    | 13.1  | 18.2 | 29.6 |
| 저렴한 가격  | 5.0   | 72.7 | 18.5 |

주 : 직판 및 은행은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

□ 생명보험 채널별 가입이유 : 사망보장보험

- 사망보장보험 가입자들은 보험 설계사 등은 가입 편리성(50.7%), 정보획득 용이(36.8%), 직판채널은 저렴한 가격(70.0%), 가입 편리(40.0%), 시간절약(40.0%) 때문에 이용하는 것으로 나타남.

<표 II-34> 생명보험 채널별 가입이유 : 사망보장보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   |
|---------|-------|------|
| 사례 수    | (152) | (10) |
| 가입편리    | 50.7  | 40.0 |
| 정보획득 용이 | 36.8  | 30.0 |
| 권유자와 친분 | 32.2  | 10.0 |
| 친절한 서비스 | 32.9  | 0.0  |
| 전문성     | 29.6  | 10.0 |
| 시간절약    | 11.8  | 40.0 |
| 저렴한 가격  | 5.3   | 70.0 |

주 : 직판은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

# □ 생명보험 채널별 가입이유 : 질병보장보험

- 질병보장보험은 직판채널의 경우 가입 편리성(86.4%), 저렴한 가격(81.8%), 설  
계사채널의 경우 가입 편리성(54.4%)이 주요 가입이유인 것으로 나타남.

<표 II-35> 생명보험 채널별 가입이유 : 질병보장보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례 수    | (272) | (22) | (5)  |
| 가입 편리   | 54.4  | 86.4 | 20.0 |
| 권유자와 친분 | 34.9  | 0.0  | 60.0 |
| 정보획득 용이 | 32.0  | 22.7 | 40.0 |
| 친절한 서비스 | 34.2  | 0.0  | 40.0 |
| 전문성     | 21.3  | 0.0  | 0.0  |
| 시간절약    | 16.2  | 9.1  | 20.0 |
| 저렴한 가격  | 5.1   | 81.8 | 20.0 |

주 : 직판 및 은행은 통계량이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

# □ 생명보험 채널별 가입이유 : 변액보험

- 변액보험은 설계사채널의 경우 전문성(46.0%)과 정보획득 용이(42.9%)때문에  
이용한다고 하는 응답이 상대적으로 높았음.

<표 II-36> 생명보험 채널별 가입이유 : 변액보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례수     | (63)  | (7)  | (18) |
| 정보획득 용이 | 42.9  | 85.7 | 55.6 |
| 전문성     | 46.0  | 28.6 | 55.6 |
| 가입 편리   | 38.1  | 28.6 | 50.0 |
| 권유자와 친분 | 33.3  | 0.0  | 5.6  |
| 친절한 서비스 | 22.2  | 0.0  | 5.6  |
| 시간 절약   | 14.3  | 14.3 | 5.6  |
| 저렴한 가격  | 3.2   | 28.6 | 16.7 |

주 : 직판 및 은행은 통계량이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

### III. 향후 생명보험 가입의향 조사

#### 1. 생명보험 상품별 가입의향

##### 가. 조사목적

- 향후 1년 이내 생명보험 상품에 대해 종목별로 가입의향을 조사함으로써 미래 보험가입 수요를 예측하고 이 경우 가입희망 보험회사 그룹을 파악하고자 함.

##### 나. 조사결과 및 시사점

- 생명보험 상품별로 보면, 질병보장보험과 저축성보험 가입의향이 가장 높고, 그 다음으로 사망보장보험의 가입의향이 높았음.
- 현재 질병보험의 높은 가입률(69.8%)에도 불구하고, 질병보장보험의 가입의향이 높은 것은 건강에 대한 높은 관심과 생존보장에 대한 소비자들의 니즈가 높아졌기 때문인 것으로 판단됨.
- 저축성보험의 가입의향이 높은 것은 고령화의 진전으로 보장자산에 대한 관심이 높아지고, 공적연금만으로는 노후생활에 충분한 연금액이 되지 못하므로 이에 대비하는 소비자들의 니즈가 높기 때문인 것으로 판단됨.
- 향후 생명보험회사의 상품개발과 채널전략은 저출산 및 고령화의 인구·사회적 변화에 대비하는 소비자의 니즈에 부합하는 방향으로 추진될 필요성이 있으며 특히, 연령별, 결혼유무별로 차별화된 상품개발과 마케팅전략을 수립하는 것이 바람직함.
- 아울러 사회보장을 보완하는 생명보험의 역할과 고령화 진전에 따른 사적보험에 대한 기능을 확대할 수 있도록 보험료 소득공제와 보험차익 비과세 등을 확대하여 조세제도를 통하여 개인의 노후보장을 국가가 지원하는 것을 검토할 필요가 있음.

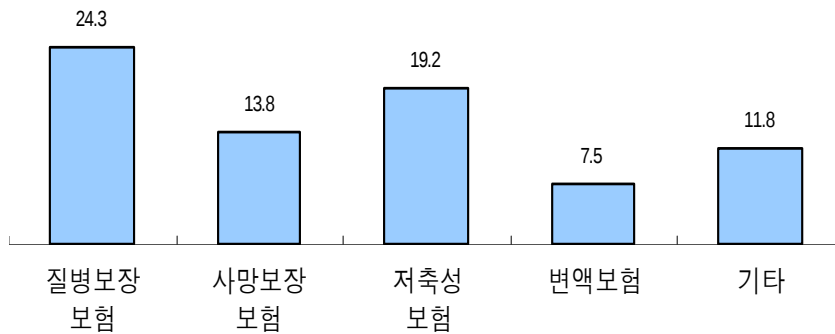
<표 III-1> 생명보험 상품별 가입의향

(단위 : %)

| 구 분   | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험 | 변액보험 | 기타   |
|-------|------------|------------|-------|------|------|
| 2008년 | 24.3       | 13.8       | 19.2  | 7.5  | 11.8 |

〈그림 Ⅲ-1〉 생명보험 상품별 가입의향

(N=1200 / 단위 : %)



#### 다. 세부분석

##### □ 생명보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별

- 성·결혼여부별로 보면, 저축성보험 가입의향이 있다는 응답은 기혼 남성(20.2%)에서 상대적으로 높았음.
- 질병보장보험 가입의향이 있다는 응답은 미혼 남성(30.6%)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 기혼 남성의 경우에는 저축성보험 가입의향률이 높다는 특징이 있음.
- 미혼 남녀 모두 기혼자에 비해 질병보장보험과 사망보장보험에 가입의향이 상대적으로 높은 것으로 나타났는데, 이는 결혼이 늦어지면서 미래에 대한 불안감이 확대되고 있고, 기혼자의 경우 미혼자보다 보험가입률이 높아 상대적으로 보험가입 여력이 높지 않은 것이 주요인으로 분석됨.

〈표 Ⅲ-2〉 생명보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별

(단위 : %)

| 구 분 |    | 질병보장<br>보험 | 저축성<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 변액보험 | 기타보험 |
|-----|----|------------|-----------|------------|------|------|
| 남자  | 결혼 | 22.3       | 20.2      | 10.0       | 8.6  | 9.3  |
|     | 미혼 | 30.6       | 18.8      | 20.0       | 6.3  | 19.4 |
| 여자  | 결혼 | 22.9       | 18.3      | 13.4       | 6.3  | 10.1 |
|     | 미혼 | 30.4       | 19.6      | 22.5       | 10.8 | 18.6 |

□ 생명보험 상품별 가입의향 : 연령별

- 연령별로 보면, 20대 연령층에서는 질병보장보험(34.1%) 및 사망보장보험(21.5%)이 높은 것으로 나타남.
- 30대 연령층에서는 저축성 보험(24.1%), 40대는 질병보장보험(20.7%), 50대 이상은 질병보장보험(24.2%)에서 높게 나타남.
- 비교적 저연령층에서 보험가입 의향이 높은 이유는 보험가입율이 고연령층에 비해 상대적으로 낮아 보험에 가입하고자 하는 니즈와 경제적 여력이 높기 때문인 것으로 분석됨

<표 III-3> 생명보험 상품별 가입의향 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분    | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험 | 변액보험 | 기타   |
|--------|------------|------------|-------|------|------|
| 20대    | 34.1       | 21.5       | 22.4  | 9.8  | 19.5 |
| 30대    | 19.6       | 16.1       | 24.1  | 8.4  | 9.1  |
| 40대    | 20.7       | 11.6       | 21.8  | 9.8  | 12.4 |
| 50대 이상 | 24.2       | 8.9        | 11.7  | 3.8  | 8.4  |

□ 생명보험 상품별 가입의향 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 질병보장보험은 읍면지역(35.1%), 사망보장보험은 중소도시(17.0%), 저축성보험은 읍면지역(27.0%), 변액보험은 대도시(8.9%)에서 가장 높은 가입의향이 있는 것으로 나타남.

<표 III-4> 생명보험 상품별 가입의향 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험 | 변액보험 | 기타   |
|------|------------|------------|-------|------|------|
| 대도시  | 23.1       | 10.9       | 18.7  | 8.9  | 10.7 |
| 중소도시 | 23.4       | 17.0       | 18.0  | 6.6  | 11.8 |
| 읍면지역 | 35.1       | 14.4       | 27.0  | 4.5  | 17.1 |

## □ 생명보험 상품별 가입의향 : 소득별

- 소득별로 보면, 저축성보험 및 변액보험의 경우 비교적 소득이 높은 계층에서 가입의향이 높으며, 질병보장보험 및 사망보장보험의 경우 고른 가입의향이 있는 것으로 나타남.
- 고소득층은 질병보험(26.3%), 변액보험(12.7%)에 가입의향이 상대적으로 높았으며, 중소득층은 사망보장보험(14.8%)과 저축성보험(21.3%)에 가입의향이 높음.

〈표 Ⅲ-5〉 생명보험 상품별 가입의향 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 질병보장<br>보험 | 사망보장<br>보험 | 저축성보험 | 변액보험 | 기타   |
|-----|------------|------------|-------|------|------|
| 저소득 | 24.5       | 13.8       | 15.1  | 5.5  | 13.5 |
| 중소득 | 23.6       | 14.8       | 21.3  | 6.8  | 11.3 |
| 고소득 | 26.3       | 11.9       | 20.3  | 12.7 | 10.2 |

## 2. 생명보험 회사군별 가입의향

### 가. 조사목적

- 생명보험회사군을 3개로 구분하여 국내 대형사, 국내 중소형사, 외국사별 향후 1년 이내 가입의향을 파악함으로써 단기적으로 생명보험 시장 점유율 증감을 예측하고 각 회사별 잠재 수요층을 예측함으로써 마케팅 자료로 활용토록 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 대형사에 대한 선호(73.5%)가 단연 높았고, 그 다음으로 외국사에 대한 선호(12.6%)가 높게 나타나고, 중소형사에 대한 선호는 9.6%에 그침.
- 보험선택의 중요한 원인은 회사의 명성(Reputation)이므로 중소형사의 경우 회사의 이미지를 높일 수 있는 방안을 강구하는 것이 필요함.

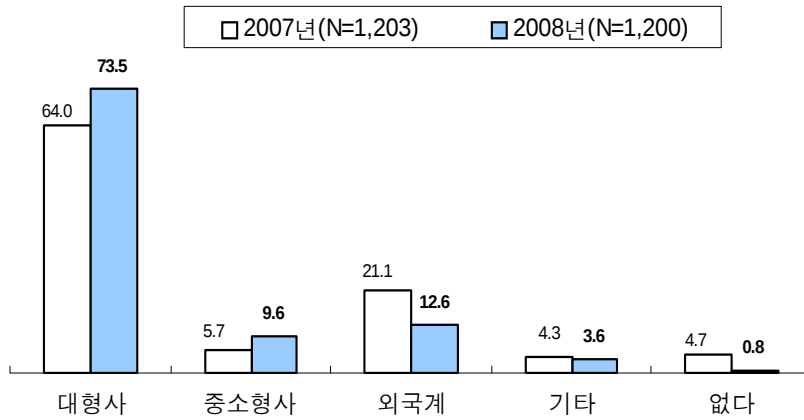
〈표 Ⅲ-6〉 생명보험 회사군별 가입의향(1순위 기준)

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 외국사  | 기타/무응답 |
|-----|------|------|------|--------|
| 구성비 | 73.5 | 9.6  | 12.6 | 4.3    |

<그림 III-2> 생명보험 가입 시 선호 회사(1순위 기준)

(단위 : %)



#### 다. 세부분석

##### □ 생명보험 회사군별 1년 이내 가입의향 : 성별

- 성별로 보면, 대형 보험회사 선호도는 여성(75.0%)이 남성(71.9%) 보다 상대적으로 높았으며, 외국계와 중소형 보험회사 선호도는 남성이 다소 높게 나타남.

<표 III-7> 생명보험 회사군별 가입의향 : 성별

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 외국사  |
|-----|------|------|------|
| 남성  | 71.9 | 10.3 | 13.9 |
| 여성  | 75.0 | 8.9  | 11.3 |

##### □ 생명보험 회사군별 1년 이내 가입의향 : 연령별

- 연령별로 보면 대형사 선호도는 50대 이상에서 81.4%로 높았으며, 외국계 보험회사 선호도는 30대(18.9%)에서 상대적으로 높았음.
- 중소형 보험회사 선호도는 30대에서 13.3%로 상대적으로 높았는데 외국사를 선호하는 30대 연령층과 회사군별 선호도가 상호 경쟁관계에 있는 것으로 나타남.

&lt;표 III-8&gt; 생명보험 회사군별 가입의향 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분    | 대형사  | 중소형사 | 외국사  |
|--------|------|------|------|
| 20대    | 72.8 | 8.5  | 13.4 |
| 30대    | 65.0 | 13.3 | 18.9 |
| 40대    | 71.6 | 10.5 | 13.8 |
| 50대 이상 | 81.4 | 6.9  | 6.6  |

□ 생명보험 회사군별 1년 이내 가입의향 : 거주지역별

- 거주지역별로 보면, 외국사에 대한 가입의향은 대도시(14.0%)에서, 국내 중소형사에 대한 가입의향은 읍면지역(11.7%)에서 상대적으로 높았음.

&lt;표 III-9&gt; 생명보험 회사군별 가입의향 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 대형사  | 중소형사 | 외국사  |
|------|------|------|------|
| 대도시  | 72.5 | 9.6  | 14.0 |
| 중소도시 | 75.9 | 9.1  | 11.2 |
| 읍면지역 | 67.6 | 11.7 | 11.7 |

□ 생명보험 회사군별 1년 이내 가입의향 : 소득별

- 소득별로 보면 회사군별 선호도는 모든 소득계층에서 큰 차이를 보이지 않음.

&lt;표 III-10&gt; 생명보험 회사군별 가입의향 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 외국사  |
|-----|------|------|------|
| 저소득 | 74.5 | 9.6  | 12.5 |
| 중소득 | 73.3 | 8.9  | 13.1 |
| 고소득 | 74.2 | 11.0 | 11.0 |

## IV. 생명보험회사 서비스 만족도

### 1. 생명보험 계약서비스 만족도

#### 가. 조사목적

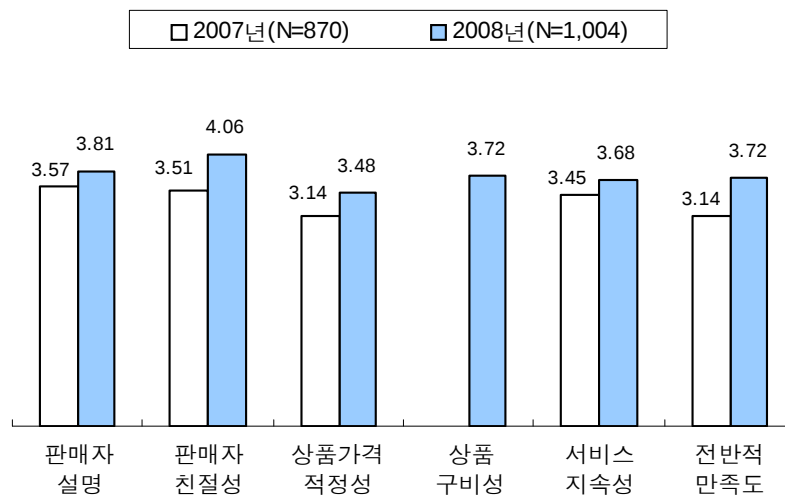
- 국내 생명보험회사에 대한 소비자의 계약서비스에 대한 만족도를 소비자 특성별로 분석하고, 계약서비스 만족도에 영향을 미치는 요인을 찾아 향후 생명보험회사의 계약 서비스 질 향상에 필요한 자료를 제공함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 생명보험계약서비스에 대한 전반적 만족도는 3.72점(74.4%)으로 전년대비 11.6%p 증가하였으며, 항목별로는 판매자의 친절성(4.06점)이 가장 높게 나타남.
- 반면, 상품가격 적절성이 3.48점, 서비스의 지속성이 3.68점으로 상대적으로 낮아, 주요 고객 타게팅을 통한 상품가격 책정 및 상품가격의 다변화, 그리고 지속적인 서비스 제공이 필요함.

<그림 IV-1> 생명보험 계약서비스 만족도 추이

(단위 : 점 / 5점 만점)



## 다. 세부분석

### □ 생명보험 계약서비스 만족도 : 성별

- 생명보험 회사 계약서비스에 대한 전반적 만족도는 3.72점으로 높은 수준이었으며, 세부 항목별로는 판매자의 친절성(4.06점), 판매자 설명안내(3.81점)가 상대적으로 높게 평가된 반면 상품 가격(3.48점) 및 지속적 서비스(3.68점)가 전체 평균보다 낮게 평가됨.
- 계약서비스 만족도를 성별로 보면, 전반적으로 여성의 평가가 남성의 평가보다 높게 나타났는데, 여성은 모든 계약서비스 항목에서 남성과 비교하여 상대적으로 높거나 동일한 것으로 나타남.
- 판매자의 친절성과 같은 인적서비스에 대한 만족도에 비해 상품의 가격과 같은 상품 자체에 대한 만족도가 상대적으로 낮게 평가됨.

〈표 IV-1〉 생명보험 계약서비스 만족도 : 성별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 남성    | 여성    | 전체     |
|----------|-------|-------|--------|
| 사례 수     | (471) | (533) | (1004) |
| 판매자 설명안내 | 3.79  | 3.83  | 3.81   |
| 판매자 친절성  | 4.00  | 4.12  | 4.06   |
| 가격 적정성   | 3.48  | 3.48  | 3.48   |
| 상품 구비성   | 3.70  | 3.74  | 3.72   |
| 지속적 서비스  | 3.63  | 3.72  | 3.68   |
| 전반적 만족도  | 3.70  | 3.73  | 3.72   |

### □ 생명보험 계약서비스 만족도 : 연령별

- 생명보험 회사 계약 서비스에 대한 전반적 만족도는 연령별로 20대 연령층(3.78점)에서 가장 높았고, 그 다음으로 50대 이상(3.74점), 40대(3.72점) 순으로 높게 나타남.
- 생명보험 회사 계약 서비스에 대해, 전반적 만족도를 비롯한 모든 세부항목 평가에서 20대 연령층의 평가가 높게 나타났으며, 30대와 40대 연령층에서는 항목별로 차이가 크지 않았음.

<표 IV-2> 생명보험 계약서비스 만족도 : 연령별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 20대   | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|----------|-------|-------|-------|--------|
| 사례 수     | (181) | (248) | (246) | (329)  |
| 판매자 설명안내 | 3.88  | 3.80  | 3.78  | 3.80   |
| 판매자 친절성  | 4.18  | 4.02  | 4.08  | 4.02   |
| 가격 적정성   | 3.53  | 3.42  | 3.43  | 3.53   |
| 상품 구비성   | 3.76  | 3.69  | 3.69  | 3.75   |
| 지속적 서비스  | 3.77  | 3.63  | 3.63  | 3.71   |
| 전반적 만족도  | 3.78  | 3.63  | 3.72  | 3.74   |

□ 생명보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별

- 생명보험 회사의 계약서비스에 대한 전반적 만족도는 거주지역별로 읍면지역 (3.88점)에서 가장 높았고, 그 다음으로 대도시 지역(3.73점), 중소도시(3.67점) 순으로 높았음.
- 세부항목별로는 판매자 설명안내, 보험회사 친절성, 보험가격 적절성, 상품구성비, 지속적 서비스 등 모든 측면에 대한 평가가 읍면지역에서 높았음.

<표 IV-3> 생명보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 대도시   | 중소도시  | 읍면지역 |
|----------|-------|-------|------|
| 사례 수     | (489) | (423) | (92) |
| 판매자 설명안내 | 3.82  | 3.79  | 3.86 |
| 판매자 친절성  | 4.04  | 4.08  | 4.11 |
| 가격 적정성   | 3.49  | 3.45  | 3.57 |
| 상품 구비성   | 3.73  | 3.67  | 3.91 |
| 지속적 서비스  | 3.67  | 3.66  | 3.80 |
| 전반적 만족도  | 3.73  | 3.67  | 3.88 |

□ 생명보험 계약서비스 만족도 : 직업별

- 생명보험회사 계약서비스 만족도를 직업별로 보면, 전반적 만족도는 주부층

(3.73점), 자영업(3.72점), 블루칼라(3.72점), 화이트칼라(3.71점) 순으로 높게 나타났다으나, 거의 유사한 수준의 만족도를 보임.

- 세부항목별로 보면, 판매자의 판매자 친절성(4.14점) 및 설명안내(3.87점), 상품의 구비성(3.82점) 항목에 대한 평가는 블루칼라층에서 높았음.

**<표 IV-4> 생명보험 계약서비스 만족도 : 직업별**

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 화이트칼라 | 블루칼라  | 자영업   | 농/림/수산업 | 주부    | 무직/기타 |
|----------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 사례 수     | (258) | (195) | (311) | (4)     | (209) | (27)  |
| 판매자 설명안내 | 3.82  | 3.87  | 3.8   | 2.75    | 3.78  | 3.89  |
| 판매자 친절성  | 4.05  | 4.14  | 3.98  | 3.50    | 4.14  | 4.04  |
| 가격 적정성   | 3.53  | 3.48  | 3.46  | 3.75    | 3.44  | 3.48  |
| 상품 구비성   | 3.65  | 3.82  | 3.72  | 3.00    | 3.76  | 3.52  |
| 지속적 서비스  | 3.64  | 3.68  | 3.66  | 3.25    | 3.78  | 3.56  |
| 전반적 만족도  | 3.71  | 3.72  | 3.72  | 3.50    | 3.73  | 3.63  |

주 : 농/림/수산업은 표본이 적어 통계적 의미가 낮음.

**□ 생명보험 계약서비스 만족도 : 학력별**

- 생명보험 계약서비스에 대한 전반적 만족도와 세부항목 만족도는 대체로 학력이 낮을수록 높았음.

**<표 IV-5> 생명보험 계약서비스 만족도 : 학력별**

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|----------|-------|-------|-------|
| 사례 수     | (78)  | (502) | (420) |
| 판매자 설명안내 | 3.87  | 3.82  | 3.79  |
| 판매자 친절성  | 4.24  | 4.03  | 4.06  |
| 가격 적정성   | 3.53  | 3.49  | 3.46  |
| 상품 구비성   | 3.87  | 3.73  | 3.69  |
| 지속적 서비스  | 3.77  | 3.71  | 3.62  |
| 전반적 만족도  | 3.81  | 3.75  | 3.67  |

□ 생명보험 계약서비스 만족도 : 소득별

- 생명보험 회사 계약서비스에 대한 전반적 만족도는 중간소득(3.73점)이 가장 높게 나타났으며, 저소득(3.71점)과 고소득(3.71점) 층은 동일하게 나타남.
- 판매자의 설명안내 항목에 대해서는 소득이 낮을수록 높게 나타났으나, 가격의 적절성, 지속적 서비스에 대해서는 소득이 높을수록 높게 평가하였음.

<표 IV-6> 생명보험 계약서비스 만족도 : 소득별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 저소득   | 중소득   | 고소득   |
|----------|-------|-------|-------|
| 사례 수     | (299) | (492) | (206) |
| 판매자 설명안내 | 3.83  | 3.81  | 3.79  |
| 판매자 친절성  | 4.09  | 4.04  | 4.07  |
| 가격 적정성   | 3.46  | 3.48  | 3.52  |
| 상품 구비성   | 3.75  | 3.71  | 3.72  |
| 지속적 서비스  | 3.65  | 3.68  | 3.72  |
| 전반적 만족도  | 3.71  | 3.73  | 3.71  |

## 2. 생명보험 보상위험 분석

### 가. 조사목적

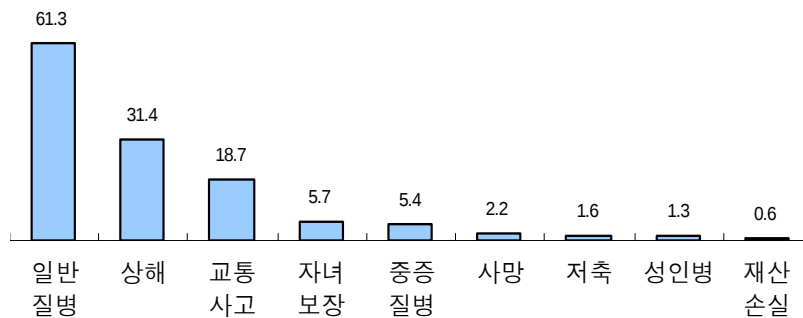
- 생명보험 보상 수혜 경험자의 보험금 수혜 항목을 파악하여 항목별 보상위험을 분석함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 생명보험회사로부터 지급받은 보험금 항목은 일반질병이 61.3%로 가장 많았고, 그 다음으로 상해(31.4%), 교통사고(18.7%), 자녀보장(5.7%), 중증질병(5.4%), 사망(2.2%) 순으로 많았음.
- 일반질병, 상해, 교통사고로 보험금을 지급받은 경험자들이 보험회사 보상서비스 평가의 주요 계층이므로 이들 계층에 대한 보상서비스 수준향상을 위한 노력을 계속해야 할 것으로 판단됨.

<그림 IV-2> 생명보험 보상 항목(복수응답)

(N=315 / 단위 : %)



### 다. 세부분석

#### □ 생명보험 보상위험 : 성·연령별

- 성별로 보험금 지급 항목을 보면, 남성의 경우 상해(35.1%), 교통사고(22.1%), 사망(4.6%), 저축(3.1%) 등에서 여성보다 보험금을 지급받은 경험이 상대적으로 많은 것으로 나타남.
- 여성의 경우에는 일반질병(64.1%), 자녀에 대한보장(7.1%)에서 남성보다 보험

금을 지급받은 경험이 상대적으로 많은 것으로 나타남.

- 보험금 수혜 항목을 연령별로 보면, 일반질병의 경우 30대에서 69.6%로 가장 높았으며, 상해는 40대(42.5%), 교통사고는 연령이 높을수록, 자녀에 대한 보상은 30대 연령층에서 상대적으로 높았음.

<표 IV-7> 생명보험 보상 항목 : 성·연령별

(단위 : %)

| 구 분       | 전체    | 성별    |       | 연령별  |      |      |        |
|-----------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|           |       | 남성    | 여성    | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
| 사례 수      | (315) | (131) | (184) | (49) | (79) | (80) | (107)  |
| 일반질병      | 61.3  | 57.3  | 64.1  | 57.1 | 69.6 | 50.0 | 65.4   |
| 상해        | 31.4  | 35.1  | 28.8  | 32.7 | 26.6 | 42.5 | 26.2   |
| 교통사고      | 18.7  | 22.1  | 16.3  | 12.2 | 17.7 | 22.5 | 19.6   |
| 자녀에 대한 보장 | 5.7   | 3.8   | 7.1   | 4.1  | 11.4 | 7.5  | 0.9    |
| 중증질병      | 5.4   | 3.8   | 6.5   | 6.1  | 1.3  | 6.3  | 7.5    |
| 사망        | 2.2   | 4.6   | 0.5   | 2.0  | 3.8  | 3.8  | 0.0    |
| 저축(연금포함)  | 1.6   | 3.1   | 0.5   | 2.0  | 2.5  | 1.3  | 0.9    |
| 성인병       | 1.3   | 1.5   | 1.1   | 6.1  | 1.3  | 0.0  | 0.0    |
| 재산손실      | 0.6   | 0.8   | 0.5   | 0.0  | 0.0  | 1.3  | 0.9    |

#### □ 생명보험 보상위험 : 직업별

- 생명보험 수혜 항목을 직업별로 보면, 일반질병, 교통사고, 자녀에 대한 보장 등에 대해서는 전반적으로 블루칼라가 다른 직업군보다 상대적으로 보험금을 지급받은 경험이 상대적으로 많은 것으로 나타남.
- 저축은 화이트칼라층(3.9%)에서 높게 나타났으며, 상해는 주부층(32.1%)에서 상대적으로 높게 나타났음.
- 주부층에서는 대체로 상해나 일반질병(2위), 자녀에 대한 보장(2위)으로 인한 보험금 지급이 많이 나타나고 있음.

〈표 IV-8〉 생명보험회사 보상위험 : 직업별

(단위 : %)

| 구 분       | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 농/림/수<br>산업 | 주부   | 무직<br>/기타 |
|-----------|-----------|------|------|-------------|------|-----------|
| 사례 수      | (77)      | (57) | (89) | (2)         | (78) | (12)      |
| 일반질병      | 58.4      | 66.7 | 59.6 | 50.0        | 65.4 | 41.7      |
| 상해        | 29.9      | 31.6 | 31.5 | 0.0         | 32.1 | 41.7      |
| 교통사고      | 19.5      | 21.1 | 19.1 | 0.0         | 15.4 | 25.0      |
| 자녀에 대한 보장 | 3.9       | 8.8  | 5.6  | 0.0         | 6.4  | 0.0       |
| 중증질병      | 6.5       | 7.0  | 2.2  | 50.0        | 5.1  | 8.3       |
| 사망        | 3.9       | 5.3  | 0.0  | 0.0         | 0.0  | 8.3       |
| 저축(연금포함)  | 3.9       | 1.8  | 1.1  | 0.0         | 0.0  | 0.0       |
| 성인병       | 0.0       | 7.0  | 0.0  | 0.0         | 0.0  | 0.0       |
| 재산손실      | 1.3       | 0.0  | 0.0  | 0.0         | 1.3  | 0.0       |

주 : 농/림/수산업은 통계량이 적어 신뢰성이 낮음.

### 3. 생명보험 보상서비스 만족도 분석

#### 가. 조사목적

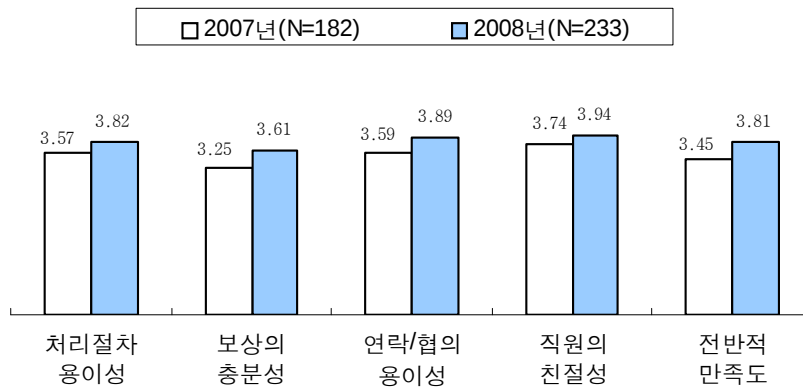
- 국내 생명보험회사에 대한 보상서비스 만족도를 소비자 특성별로 파악하여 향후 개선해야 할 보상서비스 항목을 도출함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 보상서비스에 대한 만족도는 3.81점( $76.2\% = 3.81 \div 5 \times 100$ )으로 2007년 대비 7.2%p 증가하였으며, 모든 항목에서 지난해 대비 만족도가 상승한 가운데, 보상금액의 충분성(3.61점) 만족도가 상대적으로 낮음.
- 보상서비스 만족도(3.81점)가 계약서비스 만족도(3.72점)보다 높은 것은 보험이 사고 시 계약자 보호를 받을 수 있는 중요한 수단이라는 것을 입증하는 것임.
- 따라서, 보험 고유의 기능인 보상서비스의 강화가 보험산업의 경쟁력 제고를 위해서는 필수적이라고 판단됨.

<그림 IV-3> 생명보험 보상서비스 만족도

(단위 : 5점 만점)



#### 다. 세부분석

##### □ 생명보험 보상서비스 만족도 : 성별

- 보상서비스에 대한 전반적 만족도를 성별로 보면, 전반적 만족도를 비롯하여 모든 세부 항목 만족도 평가에서 여성이 남성보다 높게 평가되어 남성 및 여성에 대한 차별화된 보상서비스가 필요한 것으로 판단됨.

〈표 IV-9〉 생명보험 보상서비스 만족도 : 성별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 남성   | 여성    | 전체    |
|-----------|------|-------|-------|
| 사례 수      | (94) | (139) | (233) |
| 처리절차 용이성  | 3.80 | 3.83  | 3.82  |
| 보상의 충분성   | 3.50 | 3.68  | 3.61  |
| 연락/협의 용이성 | 3.83 | 3.93  | 3.89  |
| 직원의 친절성   | 3.87 | 3.99  | 3.94  |
| 전반적 만족도   | 3.76 | 3.84  | 3.81  |

□ 생명보험 보상서비스 만족도 : 연령별

- 보상 서비스 만족도를 연령별로 보면, 전반적 만족도는 각 계층별 차이가 거의 없는 것으로 나타났음.
- 세부 항목별로 보면, 40대에서는 보상직원 친절도(3.98점), 사고 시 신속한 연락(3.95점), 보상 처리 절차(3.89점) 항목에 대한 평가가 상대적으로 높게 나타났으며, 30대는 보상의 충분성(3.82점)이 다른 연령계층보다 높게 나타남.

〈표 IV-10〉 생명보험 보상서비스 만족도 : 연령별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
|-----------|------|------|------|--------|
| 사례 수      | (29) | (55) | (63) | (86)   |
| 처리절차 용이성  | 3.59 | 3.84 | 3.89 | 3.83   |
| 보상의 충분성   | 3.62 | 3.82 | 3.32 | 3.67   |
| 연락/협의 용이성 | 3.69 | 3.85 | 3.95 | 3.93   |
| 직원의 친절성   | 3.86 | 3.93 | 3.98 | 3.94   |
| 전반적 만족도   | 3.69 | 3.84 | 3.81 | 3.83   |

□ 생명보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별

- 생명보험 보상 서비스에 대한 전반적 만족도는 읍면지역, 대도시, 중소도시의 순으로 높게 평가되었으며, 대도시의 경우 사고 시 신속한 연락(3.97점) 및 직원의 친절성(3.97점)에 대한 평가가 상대적으로 높게 나타났음.

<표 IV-11> 생명보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 대도시   | 중소도시 | 읍면지역 |
|-----------|-------|------|------|
| 사례 수      | (121) | (92) | (20) |
| 처리절차 용이성  | 3.84  | 3.72 | 4.10 |
| 보상의 충분성   | 3.64  | 3.49 | 3.95 |
| 연락/협의 용이성 | 3.97  | 3.77 | 3.95 |
| 직원의 친절성   | 3.97  | 3.85 | 4.20 |
| 전반적 만족도   | 3.83  | 3.72 | 4.05 |

□ 생명보험 보상서비스 만족도 : 직업별

- 생명보험 보상서비스에 대한 전반적 만족도는 주부(3.94점)가 가장 높게 평가하였으나 직업별로 큰 차이가 없으며, 보상 서비스에 대한 만족도는 대체로 주부에서 높게 평가됨.

<표 IV-12> 생명보험 보상서비스 만족도 : 직업별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 화이트 칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 농/림/수산업 | 주부   | 무직/기타 |
|-----------|--------|------|------|---------|------|-------|
| 사례 수      | (50)   | (40) | (73) | (1)     | (65) | (4)   |
| 처리절차 용이성  | 3.76   | 3.85 | 3.77 | 4.00    | 3.91 | 3.50  |
| 보상의 충분성   | 3.66   | 3.40 | 3.47 | 4.00    | 3.85 | 3.50  |
| 연락/협의 용이성 | 3.74   | 4.00 | 3.82 | 4.00    | 4.03 | 3.50  |
| 직원의 친절성   | 3.90   | 4.00 | 3.88 | 3.00    | 4.05 | 3.50  |
| 전반적 만족도   | 3.80   | 3.80 | 3.70 | 4.00    | 3.94 | 3.75  |

주 : 농/림/수산업은 통계량이 적어 통계적 신뢰성이 낮음.

#### □ 생명보험 보상서비스 만족도 : 학력별

- 생명보험 보상 서비스에 대한 전반적인 만족도를 학력별로 보면, 고졸이 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, 보상 서비스 만족도도 대체적으로 고졸에서 높게 평가한 것으로 나타남.

〈표 IV-13〉 생명보험 보상서비스 만족도 : 학력별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|-----------|-------|-------|-------|
| 사례 수      | (21)  | (122) | (89)  |
| 처리절차 용이성  | 3.95  | 3.84  | 3.76  |
| 보상의 충분성   | 3.46  | 3.72  | 3.47  |
| 연락/협의 용이성 | 3.72  | 4.00  | 3.78  |
| 직원의 친절성   | 3.81  | 4.02  | 3.88  |
| 전반적 만족도   | 3.67  | 3.93  | 3.67  |

#### □ 생명보험 보상서비스 만족도 : 소득별

- 생명보험 보상 서비스 만족도를 소득별로 봤을 때, 전반적 만족도는 중간 소득(3.93점), 고소득과 저소득(각각 3.67점)의 순이었으며, 모든 항목에서 중간 소득층의 만족도 평가가 상대적으로 높았음.

〈표 IV-14〉 생명보험 보상서비스 만족도 : 소득별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 저소득  | 중소득   | 고소득  |
|-----------|------|-------|------|
| 사례수       | (57) | (123) | (51) |
| 처리절차 용이성  | 3.65 | 3.91  | 3.75 |
| 보상의 충분성   | 3.46 | 3.72  | 3.47 |
| 연락/협의 용이성 | 3.72 | 4.00  | 3.78 |
| 직원의 친절성   | 3.81 | 4.02  | 3.88 |
| 전반적 만족도   | 3.67 | 3.93  | 3.67 |

## 제 3부 : 손 해 보 험



## I . 손 해 보 험 가 입 현 황

### 1. 손해보험 가구별 가입현황

#### 가. 조사목적

- 국내 가구의 보험가입실태(가입률, 가구별 가입건수)를 인구통계 변수별로 분석하여 보험가입자 성향과 추가 판매가능성이 있는 시장을 파악하고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 가구별 가입률은 2003년 78.4% 대비 연평균 1.9p% 성장하여 2008년에는 86.3%(가입건수 2.1건)에 달하고, 가입건수는 2005년 1.4건에서 2008년 2.1건으로 증가함.
- '07년 12월 현재 자동차대수가 약 1천 6백만 대로 거의 1가구당 1대의 자동차를 보유하고 있고, 대인배상 I 가입률이 100%이므로, 가구별 손해보험 가입건수에서 자동차보험가입건수를 제외할 경우, 2008년에 손해보험 가구별 가입건수는 1.1건임.
- 가구별 가입율의 연평균 성장추이가 점점 둔화되고 있는 점을 볼 때 손해보험 시장은 포화상태로 수렴 중인 것으로 보임.
- 가입률은 도시지역과 저소득이 높은 것으로 나타나고 있으며, 보험이 필요한 계층이 중·저소득층인 점을 감안할 때 저렴한 보험상품을 개발하여 이들 계층에 대한 시장 확대를 검토할 필요가 있음.

<표 I -1> 손해보험 가구별 가입률/가입건수

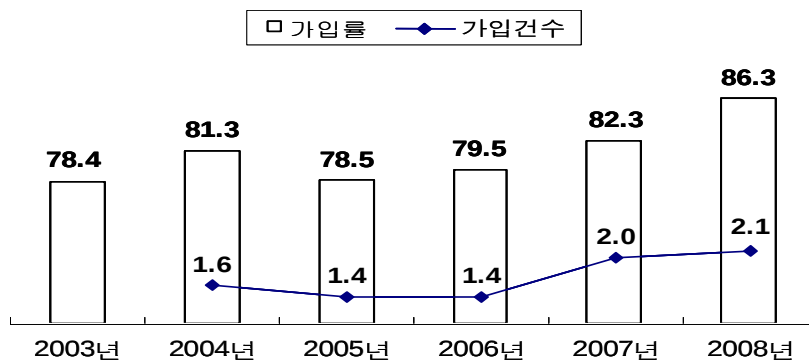
(단위 : %, 건)

| 구 분  | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 가입률  | 78.4  | 78.5  | 82.3  | 86.3  |
| 가입건수 | -     | 1.4   | 2.0   | 2.1   |

주 : 2008년부터 표본추출방법이 변경됨(가구기준→개인기준). 이하 동일.

<그림 I -1> 손해보험 가구별 가입률 및 가입건수 추이

(N=1200 / 단위 : %, 건)



#### 다. 세부분석

##### □ 손해보험 가구별 가입률 : 거주지역별

- 2008년 기준으로 볼 때, 중소도시와 읍면지역의 가입률이 대도시보다 상대적으로 낮은 수준임
- 따라서, 중소도시 및 읍면지역에 특화된 상품개발 및 마케팅 활동이 필요함

<표 I -2> 손해보험 가구별 가입률 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|
| 대도시  | 73.4  | 77.9  | 80.7  | 87.4  |
| 중소도시 | 84.2  | 80.8  | 84.6  | 85.7  |
| 읍면지역 | 79.9  | 73.6  | 80.0  | 82.9  |

##### □ 손해보험 가구별 가입률 : 소득별

- 고소득의 가입률은 중소득 및 저소득보다 낮은 수준으로 신규수요가 있는 시장이나, 중소득이나 저소득은 가입률이 다소 높은 수준임.
- 따라서, 고소득은 신규수요 창출 및 재가입을 유도하는 마케팅이 필요하고, 중소득은 연금보험 등 저축성보험을 중심으로 추가가입을 유도하는 등 세분 시장별 마케팅활동을 강화할 필요가 있음.

<표 I -3> 손해보험 가구별 가입률 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| 고소득 | 93.5  | 92.1  | 91.3  | 76.8  |
| 중소득 | 85.5  | 83.2  | 87.5  | 89.5  |
| 저소득 | 62.0  | 63.5  | 65.4  | 93.6  |

□ 손해보험 가구별 가입률 : 보험종목별

- 장기손해보험 가입률(장기상해, 건강, 종합보험 합산)은 2003년부터 연평균 23.7%씩 높은 증가추이를 보이고 있는 것으로 나타남.

<표 I -4> 손해보험 가구별 가입률 : 보험종목별

(단위 : %, 건)

| 구 분   |           | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 가입률   | 자동차보험     | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
|       | 장기손해 상해보험 | 23.8  | 23.4  | 41.6  | 48.3  |
|       | 장기손해 건강보험 | 3.3   | 5.2   | 14.8  | 17.1  |
|       | 장기손해 종합보험 | 2.9   | 3.3   | 9.3   | 6.3   |
|       | 저축성보험     | -     | 0.8   | 3.4   | 2.9   |
|       | 어린이 보험    | -     | 3.7   | 5.8   | 7.3   |
|       | 상해보험      | 1.1   | 0.8   | 3.1   | 3.3   |
|       | 기타        | 0.3   | 0.4   | 0.9   | 0.8   |
| 가입 건수 | 자동차보험     | 1.2   | 1.2   | 1.2   | 1.2   |
|       | 장기손해 상해보험 | 1.2   | 1.2   | 1.2   | 1.2   |
|       | 장기손해 건강보험 | 1.4   | 1.5   | 1.6   | 1.6   |
|       | 장기손해 종합보험 | 1     | 1.1   | 1.2   | 1.2   |
|       | 저축성보험     | -     | 1.1   | 1.3   | 1.3   |
|       | 어린이 보험    | -     | 1.8   | 1.7   | 1.6   |
|       | 상해보험      | 1.1   | 1.6   | 1.1   | 1.1   |
|       | 기타        | -     | 1.0   | 1.2   | 1.0   |

주 : 자동차보험 가입률은 자동차를 소유한 가구를 기준으로 산출함

## 2. 손해보험 개인별 가입현황

### 가. 조사목적

- 개인의 보험가입실태(가입률, 가구별 가입건수)를 인구통계 변수별로 분석하여 보험가입자 성향과 추가 판매가능이 있는 시장을 파악하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 현재 손해보험회사에 본인 이름으로 계약된 비율이 61.1%이며, 개인별 손해보험 가입자들의 가입건수는 평균 1.1건임.
- 현재의 개인별 가입률 수준을 볼 때, 사고로 인한 경제적 손실을 보전하기 위한 수단으로서 손해보험의 역할이 다소 낮은 것으로 나타남.
- 손해보험상품 가입률이 낮은 계층은 여성, 미혼, 저연령 및 주부 계층으로 나타났다으므로, 가입률을 높이기 위해서는 장기보험상품에 대하여 이들 계층에 특화된 상품전략 및 마케팅전략을 수행할 필요가 있음.

### 다. 세부분석

#### □ 손해보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부

- 개인별로는 남자 및 결혼한 사람의 가입률이 여자 또는 미혼보다 높은 것으로 나타났는데, 미혼의 증가, 여성경제활동 증가 등의 사회현상을 볼 때 이들을 대상으로 하는 상품개발 및 판매전략이 필요할 것임.
- 기혼자의 가입률이 높은 것은 '기혼자는 경제적으로 안정'이 되고, '가장이 사고로 경제활동을 하지 못하게 될 때 가족을 경제적 곤란에서 보호하려는 니드'가 있었기 때문임.

<표 I -5> 손해보험 개인별 가입률 : 성·결혼여부

| 구분      | 남성    |       | 여성    |       |
|---------|-------|-------|-------|-------|
|         | 결혼    | 미혼    | 결혼    | 미혼    |
| 사례수     | (431) | (160) | (507) | (102) |
| 가입률(%)  | 85.2  | 53.1  | 49.1  | 33.3  |
| 가입건수(건) | 1.6   | 0.9   | 0.9   | 0.5   |

주 : 가입건수는 손해보험 가입자들의 1인당 가입건수임.

## □ 손해보험 개인별 가입률 : 연령별

- 경제활동을 시작하거나, 노후를 대비할 계층인 20대와 50대 이상은 가입률이 낮은 반면, 경제활동이 활발한 40대(76.0%)의 가입률이 가장 높게 나타남.
- 20대는 신체활동이 활발하여 위험에 대한 대비의 필요성을 느끼지 않고, 50대는 경제활동에서 물러나기 시작하는 연령대이기 때문인 것으로 판단됨.

&lt;표 I -6&gt; 손해보험 개인별 가입률 : 연령별

| 구 분     | 20대   | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|---------|-------|-------|-------|--------|
| 사례 수    | (246) | (286) | (275) | (393)  |
| 가입률(%)  | 46.3  | 63.3  | 76.0  | 58.8   |
| 가입건수(건) | 0.8   | 1.2   | 1.4   | 1.1    |

## □ 손해보험 개인별 가입률 : 거주지역별

- 거주지역별 가입률은 지역별로 큰 차이가 없는 것으로 나타나지만, 중소도시의 가입률(62.7%)이 가장 높고, 읍면지역의 가입률(58.6%)이 상대적으로 낮음.

&lt;표 I -7&gt; 손해보험 개인별 가입률 : 거주지역별

| 구 분  | 사례 수  | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|------|-------|--------|---------|
| 대도시  | (571) | 60.4   | 1.1     |
| 중소도시 | (518) | 62.7   | 1.2     |
| 읍면지역 | (111) | 58.6   | 1.0     |

## □ 손해보험 개인별 가입률 : 학력별

- 학력이 높을수록 개인별 보험가입률이 높아지는 양상을 보이는데, 이는 학력에 따라 소득이 차이가 나는 현상에 기인한 것으로 볼 수 있음.

&lt;표 I -8&gt; 손해보험 개인별 가입률 : 학력별

| 구 분  | 사례수   | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|------|-------|--------|---------|
| 중졸이하 | (100) | 36.0   | 0.6     |
| 고졸   | (594) | 60.4   | 1.1     |
| 대재이상 | (502) | 66.9   | 1.2     |

□ 손해보험 개인별 가입률 : 직업별

○ 자영업(76.2%), 화이트칼라(67.6%), 블루칼라(58.1%) 순으로 가입률이 높음.

<표 I -9> 손해보험 개인별 가입률 : 직업별

| 구 분       | 사례 수  | 가입률(%) | 가입건수(건) |
|-----------|-------|--------|---------|
| 화이트칼라     | (296) | 67.6   | 1.3     |
| 블루칼라      | (246) | 58.1   | 1.0     |
| 자영업       | (369) | 76.2   | 1.4     |
| 농/림/수산업   | (8)   | 25.0   | 0.4     |
| 주부        | (233) | 40.8   | 0.7     |
| 무응답/무직/기타 | (48)  | 29.2   | 0.5     |

□ 손해보험 개인별 보험종목별 가입률

○ 개인별 손해보험 가입률은 자동차보험(100.0%), 장기손해보험(51.5%), 상해보험(1.6%)의 순서로, 성은 남성, 연령은 30세·40세, 소득은 중·고소득층이 높음.

<표 I -10> 손해보험 개인별 가입구성비 : 보험종목별

( 가입률 N=1200, 가입건수 N=종목별가입자 )

| 보험 종목별<br>계층별 |        | 자동차<br>보험 | 장기<br>상해 | 장기<br>건강 | 장기<br>종합 | 장기<br>저축성 | 장기<br>어린이 | 상해<br>보험 | 기타  |
|---------------|--------|-----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----|
| 가입률(%)        |        | 100.0     | 31.6     | 12.6     | 3.8      | 1.4       | 2.1       | 1.6      | 0.6 |
| 성별            | 남성     | 72.1      | 43.1     | 9.1      | 4.9      | 1.5       | 1.9       | 2.0      | 0.8 |
|               | 여성     | 31.0      | 20.4     | 15.9     | 2.8      | 1.3       | 2.3       | 1.1      | 0.3 |
| 연령별           | 20대 이하 | 35.0      | 24.0     | 11.4     | 2.8      | 0.8       | 1.6       | 1.2      | 0.0 |
|               | 30대    | 53.5      | 33.2     | 12.9     | 4.2      | 1.7       | 4.2       | 0.7      | 0.3 |
|               | 40대    | 64.4      | 39.6     | 14.2     | 3.6      | 2.9       | 2.5       | 2.5      | 1.8 |
|               | 50대 이상 | 50.6      | 29.5     | 12.0     | 4.3      | 0.5       | 0.5       | 1.8      | 0.3 |
| 소득별           | 저소득    | 45.6      | 23.7     | 9.4      | 3.6      | 0.8       | 1.6       | 1.8      | 0.3 |
|               | 중소득    | 52.7      | 34.4     | 10.8     | 2.6      | 1.4       | 1.9       | 1.0      | 0.3 |
|               | 고소득    | 57.6      | 38.1     | 22.5     | 7.2      | 2.5       | 3.4       | 2.5      | 1.7 |
| 가입건수(건)       |        | 1.0       | 1.0      | 1.2      | 1.0      | 1.1       | 1.4       | 1.1      | 1.0 |

주 : 1. 가입상품 건수기준임

2. 자동차보험 가입률은 자동차 소유자를 대상으로 재산출한 값임.

## II. 손해보험 채널별 활용 분석

### 1. 손해보험 채널별 활용

#### 가. 조사목적

- 보험시장에 설계사 등 기존판매채널 이외에 최근에 직판(인터넷, 전화, 홈쇼핑 등), 은행을 포함한 금융기관 대리점 등 다양한 채널이 도입되고 있음.
- 따라서, 본 조사에서는 현행 보험가입자들이 선택한 채널의 구성비를 분석하여 판매채널의 효율성을 제고할 방안에 대한 시사점을 얻고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 전통채널인 보험설계사의 구성비는 점점 줄어드는 추세이며, 직판 및 은행 등 금융기관 대리점을 통한 가입률이 크게 성장하고 있음.

<표 II-1> 손해보험 채널별 구성비 추이

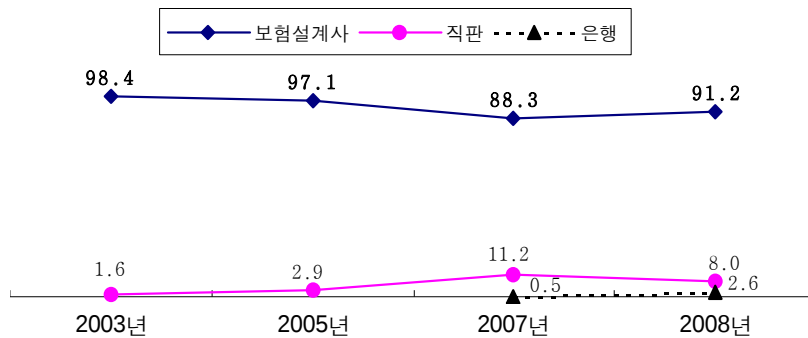
(단위 : %)

| 구분    | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보험설계사 | 98.4  | 97.1  | 88.3  | 91.2  |
| 직판    | 1.6   | 2.9   | 11.2  | 8.0   |
| 은행    | -     | -     | 0.5   | 2.6   |

주 : 1) 상기 가입률 구성비는 설문조사 결과로서 실제 채널별 가입률과 차이가 날 수 있음.  
2) 2003, 2005년은 가구(가입)기준, 2007, 2008년은 개인(가입)기준임(이하 동일).  
3) 2008년은 복수응답을 포함하며, 기타 채널은 생략함(이하 동일).  
4) 2008년부터 표본추출방법이 변경됨(가구기준→개인기준, 이하 동일).

&lt;그림 II-1&gt; 손해보험 가입 채널별 구성비 추이

(N=손해보험 가입자 / 단위 : %)



## 다. 세부분석

## □ 손해보험 채널별 구성비 : 성별

- 보험설계사 등 전통채널의 경우 남자는 91.4%, 여자는 90.8%를 보였으며, 직판 채널은 각각 9.7%, 5.3%로 남성이 높은 것으로 조사되었으나, 은행채널의 경우 여성이 3.9%로 남성 1.8%보다 높음.

&lt;표 II-2&gt; 손해보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성   | 여성   |
|-------|------|------|
| 보험설계사 | 91.4 | 90.8 |
| 직판    | 9.7  | 5.3  |
| 은행    | 1.8  | 3.9  |

## □ 손해보험 채널별 구성비 : 연령별

- 연령대별 채널 선호도 차이는 크지 않으나, 고연령계층이 대면채널(설계사 및 은행 등 금융기관 대리점)을 다소 선호하는 것으로 나타남.

<표 II -3> 손해보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
|-------|------|------|------|--------|
| 보험설계사 | 89.5 | 89.5 | 93.3 | 91.3   |
| 직판    | 7.0  | 8.8  | 7.7  | 8.2    |
| 은행    | 1.8  | 2.8  | 1.9  | 3.5    |

□ 손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 보험설계사의 가입률은 군지역으로 갈수록 높아지고, 대도시는 낮아지고 있는 반면, 대도시로 갈수록 직판상품의 가입률은 높고 군지역은 낮아짐.
- 이는 읍면지역으로 갈수록 고연령자의 구성비가 높기 때문임.

<표 II -4> 손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분   |       | 2003년 | 2005년 | 2007년 | 2008년 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 대도시  | 보험설계사 | 99.0  | 97.6  | 86.9  | 89.9  |
|      | 직판    | 1.0   | 1.4   | 12.7  | 9.0   |
|      | 은행    | -     | 0.9   | 0.4   | 2.3   |
| 중소도시 | 보험설계사 | 99.9  | 98.3  | 88.2  | 91.7  |
|      | 직판    | 0.1   | 1.4   | 11.0  | 7.4   |
|      | 은행    | -     | 0.3   | 0.8   | 3.1   |
| 읍면지역 | 보험설계사 | 99.7  | 99.3  | 94.8  | 95.4  |
|      | 직판    | 0.3   | 0.4   | 5.2   | 6.2   |
|      | 은행    | -     | 0.4   | -     | 1.5   |

□ 손해보험 채널별 구성비 : 직업별

- 직업별로는 화이트칼라가 상대적으로 직판채널을 많이 이용하고, 블루칼라·자영업자·농수산업 종사자·주부는 전통채널을 상대적으로 많이 이용함.

〈표 II-5〉 손해보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직<br>/기타 |
|-------|-----------|------|------|-------------|------|-----------|
| 보험설계사 | 90.5      | 90.9 | 91.5 | 100.0       | 91.6 | 92.9      |
| 직판    | 12.5      | 4.2  | 7.1  | 0.0         | 6.3  | 14.3      |
| 은행    | 4.5       | 0.7  | 2.5  | 0.0         | 2.1  | 0.0       |

□ 손해보험 채널별 구성비 : 학력별

- 학력이 높을수록 직판 채널의 활용도가 높아지고, 학력이 낮을수록 대면접촉을 하는 전통채널의 판매비중이 높음.

〈표 II-6〉 손해보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구분    | 중졸 이하 | 고졸   | 대재 이상 |
|-------|-------|------|-------|
| 보험설계사 | 91.7  | 91.6 | 91.1  |
| 직판    | 0.0   | 5.8  | 10.7  |
| 은행    | 11.1  | 1.1  | 3.3   |

## 2. 손해보험 종목별 채널별 활용

### 가. 조사목적

- 본 조사에서는 현행 보험가입자들이 선택한 채널의 구성비를 보험종목별로 분석하여 판매채널의 효율성 제고방안에 대한 시사점을 얻고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 자동차보험 및 일반손해보험은 직판채널이 상대적으로 활성화된 것으로 나타났다. 장기보험은 직판채널의 구성비가 낮은 수준임.

<표 II-7> 손해보험 채널별 구성비

(단위 : %)

| 구분    | 자동차보험 | 장기보험 | 일반손해보험 |
|-------|-------|------|--------|
| 보험설계사 | 87.8  | 90.7 | 73.1   |
| 직판    | 9.1   | 3.6  | 11.5   |
| 은행    | 0.0   | 3.0  | 7.7    |

### 다. 자동차보험

#### □ 자동차보험 채널별 구성비 : 성별

- 남녀별로 큰 차이가 없음.

<표 II-8> 자동차보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성    | 여성    | 전체    |
|-------|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (426) | (189) | (615) |
| 보험설계사 | 87.3  | 88.9  | 87.8  |
| 직판    | 10.1  | 6.9   | 9.1   |

주 : 자동차보험은 은행채널이 없으므로, 은행채널 통계는 제외함. 이하 동일.

#### □ 자동차보험 채널별 구성비 : 연령별

- 30세 미만에서 직판이 다소 높은 수준이지만 연령별로 차이가 크지 않음

〈표 II-9〉 자동차보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대  | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|-------|------|-------|-------|--------|
| 사례 수  | (86) | (153) | (177) | (199)  |
| 보험설계사 | 84.9 | 85.6  | 90.4  | 88.4   |
| 직관    | 8.1  | 10.5  | 7.9   | 9.5    |

□ 자동차보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 보험설계사 등 전통채널은 읍면지역(93.2%), 직관채널은 대도시(10.2%)에서 채널 구성비가 상대적으로 높음.

〈표 II-10〉 자동차보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분    | 대도시   | 중소도시  | 읍면지역 |
|-------|-------|-------|------|
| 사례 수  | (285) | (271) | (59) |
| 보험설계사 | 86.0  | 88.6  | 93.2 |
| 직관    | 10.2  | 8.5   | 6.8  |

□ 자동차보험 채널별 구성비 : 직업별

- 보험설계사 등 전통채널은 자영업(89.5%)에서, 직관채널은 화이트칼라(13.5%)에서 채널별 구성비가 높은 것으로 나타남.

〈표 II-11〉 자동차보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라  | 자영업   | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직<br>/기타 |
|-------|-----------|-------|-------|-------------|------|-----------|
| 사례 수  | (178)     | (117) | (248) | (2)         | (62) | (8)       |
| 보험설계사 | 84.3      | 88.9  | 89.5  | 100.0       | 90.3 | 75.0      |
| 직관    | 13.5      | 5.1   | 8.1   | 0.0         | 6.5  | 25.0      |

주 : 농/림/수산업은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

□ 자동차보험 채널별 구성비 : 학력별

- 학력이 높을수록 직관채널의 비중이 높고, 학력이 낮을수록 보험설계사의 판매비중이 높은 것으로 나타남.

<표 II-12> 자동차보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구분    |       | 구성비   |
|-------|-------|-------|
| 중졸 이하 | 사례 수  | (26)  |
|       | 보험설계사 | 100.0 |
|       | 직판    | 0.0   |
| 고졸    | 사례 수  | (303) |
|       | 보험설계사 | 89.4  |
|       | 직판    | 6.6   |
| 대재 이상 | 사례 수  | (283) |
|       | 보험설계사 | 85.5  |
|       | 직판    | 12.4  |

## 라. 장기손해보험

### □ 장기손해보험 채널별 구성비 : 성별

- 보험설계사 및 직판채널은 남성(92.4%), 은행 등 금융기관 대리점은 여성(4.8%)에서 채널별 구성비가 가장 높은 것으로 나타남.

<표 II-13> 장기손해보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성    | 여성    | 전체    |
|-------|-------|-------|-------|
| 사례 수  | (288) | (209) | (497) |
| 보험설계사 | 92.4  | 88.5  | 90.7  |
| 직판    | 4.2   | 2.9   | 3.6   |
| 은행    | 1.7   | 4.8   | 3.0   |

### □ 장기손해보험 채널별 구성비 : 연령별

- 직판채널과 은행은 30대 및 50대에서, 설계사 채널은 40대에서 채널구성비가 높은 것으로 나타남.

<표 II-14> 장기손해보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대  | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|-------|------|-------|-------|--------|
| 사례 수  | (86) | (124) | (132) | (155)  |
| 보험설계사 | 90.7 | 90.3  | 93.9  | 88.4   |
| 직판    | 3.5  | 4.8   | 3.0   | 3.2    |
| 은행    | 1.2  | 4.0   | 1.5   | 4.5    |

#### □ 장기손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 보험설계사 등 전통채널은 중소도시(91.9%) 및 읍면지역(91.2%), 직판채널은 대도시(4.8%)에서 높으나, 은행 등 금융기관 대리점은 지역별로 큰 차이가 없음.

〈표 II-15〉 장기손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분    | 대도시   | 중소도시  | 읍면지역 |
|-------|-------|-------|------|
| 사례 수  | (228) | (235) | (34) |
| 보험설계사 | 89.5  | 91.9  | 91.2 |
| 직판    | 4.8   | 2.6   | 2.9  |
| 은행    | 3.1   | 3.0   | 2.9  |

#### □ 장기손해보험 채널별 구성비 : 직업별

- 보험설계사 채널은 화이트칼라(92.5%) 및 블루칼라(92.5%), 직판채널은 주부(6.9%), 은행 등 금융기관 대리점은 화이트칼라(5.2%)에서 가장 높고, 직판은 주부 계층에서 채널별 구성비가 높은 것으로 나타남.

〈표 II-16〉 장기손해보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트<br>칼라 | 블루칼라 | 자영업   | 농/림/<br>수산업 | 주부   | 무직<br>/기타 |
|-------|-----------|------|-------|-------------|------|-----------|
| 사례 수  | (134)     | (93) | (187) | (1)         | (72) | (10)      |
| 보험설계사 | 92.5      | 92.5 | 89.8  | 100.0       | 86.1 | 100.0     |
| 직판    | 3.7       | 3.2  | 2.7   | 0.0         | 6.9  | 0.0       |
| 은행    | 5.2       | 0.0  | 3.2   | 0.0         | 2.8  | 0.0       |

주 : 농/림/수산업 및 무직/기타는 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

#### □ 장기손해보험 채널별 구성비 : 학력별

- 보험설계사 등 전통채널 및 직판채널은 고졸(전통 91.8%, 직판 4.5%)에서 가장 높은 것으로 나타났고, 은행 등 금융기관 대리점은 중졸 이하에서 채널별 구성비가 높은 것으로 나타남.

<표 II-17> 장기손해보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분   | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|-------|-------|-------|-------|
| 사례수   | (23)  | (243) | (227) |
| 보험설계사 | 78.3  | 91.8  | 91.6  |
| 직판    | 0.0   | 4.5   | 2.6   |
| 은행    | 17.4  | 1.2   | 3.5   |

주 : 중졸 이하는 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

#### 마. 일반손해보험<sup>1)</sup>

##### □ 일반손해보험 채널별 구성비 : 성별

- 일반손해보험에서 여성은 남성보다 보험설계사 및 은행에 대한 의존성이 더 높고, 직판채널은 성별로 차이가 없는 것으로 나타남.

<표 II-18> 일반손해보험 채널별 구성비 : 성별

(단위 : %)

| 구분    | 남성   | 여성   | 전체   |
|-------|------|------|------|
| 사례수   | (17) | (9)  | (26) |
| 보험설계사 | 70.6 | 77.8 | 73.1 |
| 직판    | 11.8 | 11.1 | 11.5 |
| 은행    | 5.9  | 11.1 | 7.7  |

##### □ 일반손해보험 채널별 구성비 :연령별

- 보험설계사 등 전통채널의 비중은 20대(100.0%)와 40대(75.0%), 직판채널은 30대(33.3%), 은행은 50대(12.5%)가 높은 것으로 나타남.

<표 II-19> 일반손해보험 채널별 구성비 : 연령별

(단위 : %)

| 구분    | 20대   | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
|-------|-------|------|------|--------|
| 사례 수  | (3)   | (3)  | (12) | (8)    |
| 보험설계사 | 100.0 | 66.7 | 75.0 | 62.5   |
| 직판    | 0.0   | 33.3 | 8.3  | 12.5   |
| 은행    | 0.0   | 0.0  | 8.3  | 12.5   |

- 1) 1. 상해보험, 화재보험, 가정종합보험, 보증보험, 통합형보험, 기타보험 등  
2. 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

#### □ 일반손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

- 보험설계사 등 전통채널은 읍면지역(80.0%), 은행등 금융기관 대리점은 중소도시(14.3%), 직판채널은 대도시(14.3%)와 읍면지역(20.0%)이 높은 것으로 나타남.

<표 II-20> 일반손해보험 채널별 구성비 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구분    | 대도시  | 중소도시 | 읍면지역 |
|-------|------|------|------|
| 사례 수  | (7)  | (14) | (5)  |
| 보험설계사 | 71.4 | 71.4 | 80.0 |
| 직판    | 14.3 | 7.1  | 20.0 |
| 은행    | 0.0  | 14.3 | 0.0  |

#### □ 일반손해보험 채널별 구성비 : 직업별

- 보험설계사는 화이트칼라(77.8%), 자영업자(75.0%), 직판은 화이트칼라(11.1%), 은행 등 금융기관 대리점은 화이트칼라(11.1%) 및 자영업자(8.3%)가 높은 것으로 나타남.

<표 II-21> 일반손해보험 채널별 구성비 : 직업별

(단위 : %)

| 구분    | 화이트칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 주부   | 무직/기타 |
|-------|-------|------|------|------|-------|
| 사례수   | (9)   | (2)  | (12) | (2)  | (1)   |
| 보험설계사 | 77.8  | 50.0 | 75.0 | 50.0 | 100.0 |
| 직판    | 11.1  | 0.0  | 8.3  | 50.0 | 0.0   |
| 은행    | 11.1  | 0.0  | 8.3  | 0.0  | 0.0   |

#### □ 일반손해보험 채널별 구성비 : 학력별

- 학력이 낮을수록 보험설계사 등 전통채널의 구성비가 높은 것으로 나타남.

<표 II-22> 일반손해보험 채널별 구성비 : 학력별

(단위 : %)

| 구분    | 중졸 이하 | 고졸   | 대재 이상 |
|-------|-------|------|-------|
| 사례수   | (2)   | (9)  | (15)  |
| 보험설계사 | 100.0 | 77.8 | 66.7  |
| 직판    | 0.0   | 11.1 | 13.3  |
| 은행    | 0.0   | 11.1 | 6.7   |

### 3. 손해보험 채널별 선호도

#### 가. 조사목적

- 손해보험 상품 구입 시 이용할 의향이 있는 가입경로를 파악하여 향후 성장 가능판매경로 파악.

#### 나. 조사결과 및 시사점

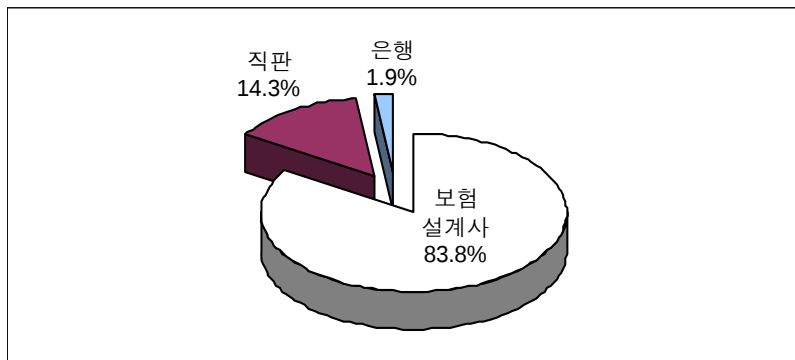
- 보험설계사 등 전통채널(향후 : 83.8%)의 선호도가 여전히 높은 것으로 나타났다, 현재 가입 채널(91.2%)에 비하여는 약 7.4%p 낮은 것으로 조사됨.
- 전통채널에 대한 선호도가 낮아진 것은 직판(8.0%→14.3%)이 성장하였기 때문이며, 이러한 추이는 당분간 지속될 가능성이 큰 것으로 판단됨.
- 손해보험 상품은 보장성이 강하여 은행의 저축 이미지와 어울리지 않은 면이 있어, 은행 채널에 대한 소비자 선호도가 낮은 것으로 나타남.

<표 II-23> 손해보험 채널별 선호도

(단위 : %)

| 구분    | 현행   | 향후선호 |
|-------|------|------|
| 보험설계사 | 91.2 | 83.8 |
| 직판    | 8.0  | 14.3 |
| 은행    | 2.6  | 1.9  |

<그림 II-2> 손해보험 선호채널 구성비



## 다. 세부분석

### □ 손해보험 채널별 선호도 : 성·결혼여부별

- 채널별 가입경로에 대한 성별 선호도 차이는 크지 않은 것으로 나타났으나, 결혼여부별로 보험설계사는 기혼(85.2%), 직판채널은 미혼(19.7%) 계층에서 선호도가 가장 높은 것으로 나타남.
- 기혼자는 주로 대면접촉의 기회가 많은 반면, 미혼자는 비대면접촉에 익숙하기 때문으로 판단됨.

〈표 II-24〉 손해보험 채널별 선호도 : 성·결혼여부별

(단위 : %)

| 구 분  |    | 보험설계사 | 직판   | 은행  |
|------|----|-------|------|-----|
| 성    | 남성 | 83.6  | 15.4 | 1.4 |
|      | 여성 | 84.0  | 13.0 | 2.5 |
| 결혼여부 | 기혼 | 85.2  | 12.9 | 1.9 |
|      | 미혼 | 78.3  | 19.7 | 1.9 |

### □ 손해보험 채널별 선호도 : 연령별

- 연령이 높을수록 보험설계사 등 전통채널을 선호하고, 연령이 낮을수록 직판 등 비대면채널을 선호하는 것으로 나타남.
- 은행에 대한 선호도 차이는 연령대별로 크지 않음.

〈표 II-25〉 손해보험 채널별 선호도 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분    | 보험설계사 | 직판   |      | 은행  |
|--------|-------|------|------|-----|
|        |       | 전체   | 인터넷  |     |
| 20대    | 77.6  | 21.1 | 15.8 | 2.0 |
| 30대    | 80.8  | 16.7 | 11.6 | 2.0 |
| 40대    | 87.6  | 10.2 | 7.9  | 1.7 |
| 50대 이상 | 87.7  | 11.0 | 6.4  | 1.8 |

□ 손해보험 채널별 선호도 : 거주지역별

- 보험설계사 등 전통채널은 읍면지역(90.8%), 직관은 중소도시(16.0%)에서 선호도가 높은 것으로 나타남.

<표 II-26> 손해보험 채널별 선호도 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 보험설계사 | 직관   | 은행  |
|------|-------|------|-----|
| 대도시  | 84.9  | 13.8 | 0.8 |
| 중소도시 | 80.7  | 16.0 | 3.3 |
| 읍면지역 | 90.8  | 10.5 | 1.3 |

□ 손해보험 채널별 선호도 : 소득별

- 소득이 높을수록 보험설계사(86.1%) 등 전통채널을 선호하는 것으로 나타남.
- 직관 및 은행은 중·저소득 계층에서 선호하는 것으로 나타남.

<표 II-27> 손해보험 채널별 선호도 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 보험설계사 | 직관   | 은행  |
|-----|-------|------|-----|
| 고소득 | 86.1  | 10.8 | 1.3 |
| 중소득 | 83.1  | 15.8 | 1.9 |
| 저소득 | 81.8  | 16.1 | 2.8 |

□ 손해보험 채널별 선호도 : 학력별

- 학력이 낮을수록 보험설계사 등 전통채널을 선호하고, 학력이 높을수록 직관 채널을 선호하는 것으로 나타남.

<표 II-28> 손해보험 채널별 선호도 : 학력별

(단위 : %)

| 구 분    | 보험설계사 | 직관   |      | 은행  |
|--------|-------|------|------|-----|
|        |       | 전체   | 인터넷  |     |
| 고졸 이하  | 93.0  | 2.3  | 0.0  | 0.0 |
| 대졸 이하  | 85.6  | 11.3 | 7.9  | 1.4 |
| 대학원 이상 | 81.0  | 18.7 | 13.2 | 2.6 |

#### 4. 손해보험 채널별 가입이유

##### 가. 조사목적

- 손해보험 상품 구입 시 이용할 의향이 있는 가입경로 선호 이유를 종목별로 파악하여, 판매경로 개발의 참고자료로 활용함.

##### 나. 조사결과 및 시사점

- 보험설계사는 가입편리성(61.4%), 권유자와의 친분(38.0%), 정보획득용이(28.7%), 친절한 서비스(23.5%) 순으로 가입이유가 높은 것으로 나타났음.
- 보험설계사의 가장 큰 장점은 대면으로 소비자에게 정보를 제공하는 것인데 전문성 부분이 다소 낮게 나온 점은 개선해야 할 부분으로 판단됨.
- 직판은 저렴한 가격(89.1%), 가입편리성(59.0%), 시간절약(22.4%) 순으로 높은 것으로 나타났음.
- 저렴한 가격이 직판채널의 두드러진 강점으로 나타났으며, 직판채널은 고객과 제한된 접촉을 할 수 밖에 없으므로 가입편리성이 높아야 하나 조사결과 낮은 것으로 나타났으므로 경쟁력 강화를 위해서 상품의 단순화가 필요함.
- 은행은 가입편의성(76.2%), 정보획득용이 및 시간절약(모두 28.6%), 저렴한 가격(23.8%)의 순으로 높게 나타났으며, 가입편의성이 다른 채널보다 상대적으로 높은 것은 은행지점이 곳곳에 산재되어 접근성이 용이한 결과로 판단됨.

〈표 II-29〉 손해보험 채널별 가입이유(복수응답)

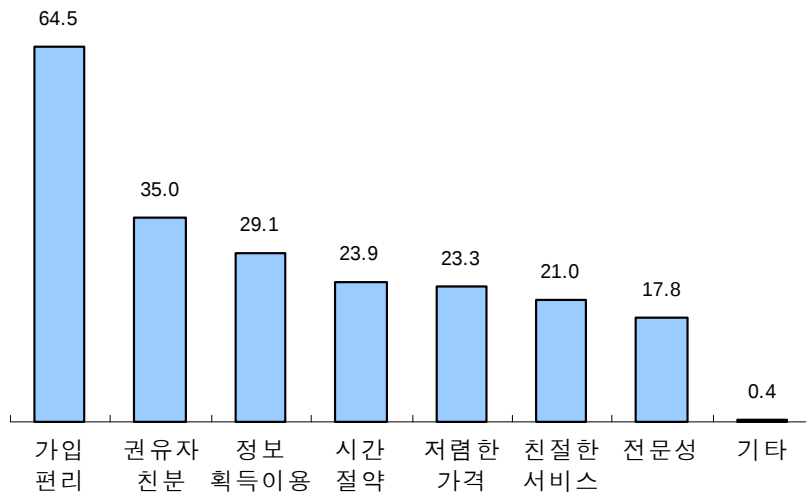
(단위 : %)

| 구 분    | 보험설계사  | 직판    | 은행   |
|--------|--------|-------|------|
| 사례수    | (1020) | (156) | (21) |
| 가입편리   | 61.4   | 59.0  | 76.2 |
| 권유자와친분 | 38.0   | 3.2   | 0.0  |
| 정보획득용이 | 28.7   | 19.2  | 28.6 |
| 시간절약   | 19.4   | 22.4  | 28.6 |
| 저렴한가격  | 8.0    | 89.1  | 23.8 |
| 친절한서비스 | 23.5   | 1.3   | 14.3 |
| 전문성    | 18.0   | 4.5   | 19.0 |

주 : 은행채널은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

&lt;그림 II-3&gt; 손해보험 채널별 가입이유(복수응답)

(N=746 / 단위 : %)



## 다. 세부분석

## □ 손해보험 채널별 가입이유 : 자동차보험

- 보험설계사 등을 통한 가입은 가입 편리(62.9%), 권유자와의 친분(44.4%) 및 정보획득 용이(24.5%) 순으로 가입이유가 높으며, 직판은 저렴한 가격(89.8%), 가입 편리(58.0%), 시간절약(28.4%) 순으로 가입이유가 높음.

&lt;표 II-30&gt; 손해보험 채널별 가입이유 : 자동차보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   |
|---------|-------|------|
| 사례수     | (498) | (88) |
| 가입 편리   | 62.9  | 58.0 |
| 권유자와 친분 | 44.4  | 3.4  |
| 정보획득 용이 | 24.5  | 13.6 |
| 저렴한 가격  | 9.4   | 89.8 |
| 시간 절약   | 19.5  | 28.4 |
| 친절한 서비스 | 22.7  | 0.0  |
| 전문성     | 13.5  | 4.5  |

□ 손해보험 채널별 가입이유 : 장기손해보험

- 보험설계사는 가입편리(59.7%), 정보획득 용이(31.7%), 친절한 서비스(24.5%) 및 전문성(22.4%) 순으로 가입이유가 높으며, 직판은 저렴한 가격(90.2%), 가입편리성(62.3%) 정보획득 용이(26.2%) 순으로 가입이유가 높음.
- 장기보험의 주요한 특징이 저렴한 가격으로 나타난 것은 자동차보험 직판 상품의 광고효과가 전이된 결과도 일부 원인인 것으로 판단됨.

<표 II-31> 손해보험 채널별 가입이유 : 장기손해보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례 수    | (477) | (61) | (14) |
| 가입 편리   | 59.7  | 62.3 | 78.6 |
| 정보획득 용이 | 31.7  | 26.2 | 14.3 |
| 권유자와 친분 | 32.7  | 3.3  | 0.0  |
| 친절한 서비스 | 24.5  | 3.3  | 14.3 |
| 전문성     | 22.4  | 4.9  | 28.6 |
| 시간절약    | 19.9  | 9.8  | 28.6 |
| 저렴한 가격  | 7.1   | 90.2 | 28.6 |

주 : 은행채널은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음

□ 손해보험 채널별 가입이유 : 일반손해보험

- 보험설계사 등 전통채널은 가입편리(62.2%), 정보획득(44.4%), 권유자와의 친분(24.4%), 전문성(22.2%)과 친절한 서비스(22.2%)가 채널 선택의 주요이유로 나타났다.

<표 II-32> 손해보험 채널별 가입이유 : 일반손해보험(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분     | 보험설계사 | 직판   | 은행   |
|---------|-------|------|------|
| 사례 수    | (45)  | (7)  | (3)  |
| 가입 편리   | 62.2  | 42.9 | 66.7 |
| 정보획득 용이 | 44.4  | 28.6 | 66.7 |
| 시간절약    | 13.3  | 57.1 | 33.3 |
| 권유자와 친분 | 24.4  | 0.0  | 0.0  |
| 저렴한 가격  | 2.2   | 71.4 | 33.3 |
| 전문성     | 22.2  | 0.0  | 0.0  |
| 친절한 서비스 | 22.2  | 0.0  | 0.0  |

주 : 직판 및 은행은 통계량이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

### Ⅲ. 향후 손해보험 가입의향 조사

#### 1. 손해보험 상품별 가입의향

##### 가. 조사목적

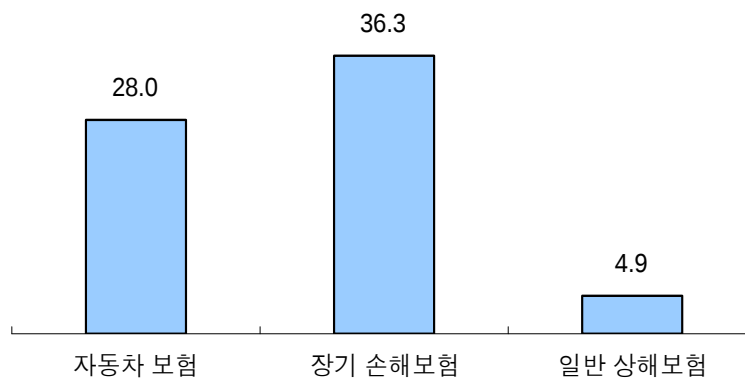
- 향후 1년간 보험가입 의향을 보험상품별, 인구통계학적으로 분석함으로써 미래 보험가입 수요를 예측하기 위함(자동차보험은 자동차를 소유하지 않은 사람을 대상으로 조사).

##### 나. 조사결과 및 시사점

- 손해보험 상품별 향후 가입할 의향을 보면, 장기손해보험(36.3%)이 가장 높았고, 그 다음으로 자동차보험(28.0%), 상해보험(4.9%) 순서임.
- 자동차를 소유하고자 하는 니즈, 손해보험 장기보험 상품을 재구매하고자 하는 니즈가 상당히 높은 것으로 조사되었으므로 이들 시장에 대한 적극적인 마케팅 활동이 필요할 것으로 판단됨.
- 장기손해보험의 가입니즈가 자동차보험 가입니즈보다 큰 것은 향후 장기손해보험의 성장가능성이 더 있는 것으로 판단할 수 있는 근거가 됨(자동차보험은 자동차를 구입해야 하는 물리적 한계가 존재하므로 조사된 니즈보다 성장가능성은 낮을 것으로 판단됨).

<그림 Ⅲ-1> 손해보험 상품별 가입 의향

(N=1200 / 단위 : %)



### 다. 세부분석

#### □ 손해보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별

- 자동차보험은 남성(35.1%) 또는 미혼(36.1%) 계층에서 가입의향이 가장 높고, 장기손해보험과 일반손해보험은 모든 계층에서 가입의향이 유사함.

〈표 Ⅲ-1〉 손해보험 상품별 가입의향 : 성·결혼여부별

(단위 : %)

| 구 분      |    | 자동차보험 | 장기손해보험 | 일반손해보험 |
|----------|----|-------|--------|--------|
| 성        | 남성 | 35.1  | 37.9   | 5.6    |
|          | 여성 | 22.2  | 34.6   | 4.3    |
| 결혼<br>여부 | 기혼 | 23.7  | 35.9   | 5.0    |
|          | 미혼 | 36.1  | 37.4   | 4.6    |

#### □ 손해보험 상품별 가입의향 : 연령별

- 자동차보험은 40대 이하에서 가입의향이 높고, 50대 이상에서는 낮은 것으로 나타남.
- 이는 자동차를 주로 운전하는 계층이 40대 이하인 점이 주요 원인임.
- 장기손해보험과 일반손해보험은 전 연령 계층에서 가입의향이 유사한 것으로 나타났음.

〈표 Ⅲ-2〉 손해보험 상품별 가입의향 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분    | 자동차보험 | 장기손해보험 | 일반손해보험 |
|--------|-------|--------|--------|
| 20대    | 37.9  | 41.1   | 4.9    |
| 30대    | 41.3  | 41.6   | 3.5    |
| 40대    | 41.4  | 34.9   | 7.3    |
| 50대 이상 | 7.7   | 30.3   | 4.3    |

## □ 손해보험 상품별 가입의향 : 거주지역별

- 자동차보험은 읍면지역에서 가입의향이 가장 낮은 것으로 나타났으며, 기타 보험종목은 지역별로 차이가 크지 않음.

&lt;표 III-3&gt; 손해보험 상품별 가입의향 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 자동차보험 | 장기손해보험 | 일반손해보험 |
|------|-------|--------|--------|
| 대도시  | 33.3  | 36.4   | 6.5    |
| 중소도시 | 25.5  | 36.7   | 3.7    |
| 읍면지역 | 11.1  | 33.3   | 2.7    |

## □ 손해보험 상품별 가입의향 : 소득별

- 소득별 가입의향은 상품별로 차이가 크지 않으나, 중·고소득이 저소득보다 다소 높은 수준임.
- 소비자의 지출 내역 중 보험상품이 차지하는 비중이 낮다고 인식된 점을 감안할 때, 소득이 어느 정도 있는 계층에서 보험에 가입할 여력이 더 높은 것으로 판단됨.

&lt;표 III-4&gt; 손해보험 상품별 가입의향 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 자동차보험 | 장기손해보험 | 일반손해보험 |
|-----|-------|--------|--------|
| 저소득 | 25.2  | 33.9   | 3.4    |
| 중소득 | 30.7  | 37.5   | 5.2    |
| 고소득 | 35.0  | 37.7   | 6.8    |

## 2. 손해보험 회사군별 가입의향

### 가. 조사목적

- 향후 1년간 손해보험 가입의사를 회사군별, 인구통계학적 변수별로 파악하여 회사그룹별 미래 수요를 조사함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 대형사의 선호도(80.6%)가 가장 높고, 중소형사(10.7%) 및 직판 보험회사(6.1%)는 비교적 낮은 선호도를 보였음.
- 전년(2007년) 조사와 비교할 때 대형사의 선호도가 증가한 반면 중소형사의 선호도는 낮아진 것으로 조사됨.

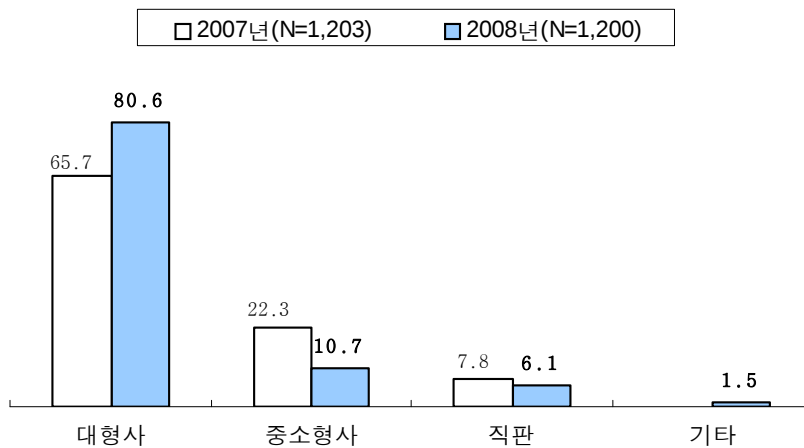
〈표 III-5〉 손해보험 회사군별 가입의향

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 직판사 |
|-----|------|------|-----|
| 구성비 | 80.6 | 10.7 | 6.1 |

〈그림 III-2〉 손해보험 가입 시 선호 회사(1순위 기준)

(단위 : %)



## 다. 세부분석

## □ 손해보험 회사군별 가입의향 : 성별

- 대형사, 중소형사, 직판사의 성별 가입의향 차이는 크지 않으나, 직판(7.6%)은 남성의 가입의향이 여성에 비하여 다소 높음.

&lt;표 III-6&gt; 손해보험 회사군별 가입의향 : 성별

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 직판  |
|-----|------|------|-----|
| 남성  | 80.7 | 10.3 | 7.6 |
| 여성  | 80.5 | 11.0 | 4.6 |

## □ 손해보험 회사군별 가입의향 : 연령별

- 대형사, 중소형사, 직판사의 연령별 가입의향을 보면, 대형사는 20대 이하(81.7%), 40대(80.0%), 50대 이상(83.5%)에서, 중소형사는 30대(14.0%), 40대(12.0%)에서, 직판은 30대(8.7%), 40대(6.5%)에서 가입의향이 상대적으로 높음.

&lt;표 III-7&gt; 손해보험 회사군별 가입의향 : 연령별

(단위 : %)

| 구 분   | 대형사  | 중소형사 | 직판  |
|-------|------|------|-----|
| 20대이하 | 81.7 | 8.9  | 6.1 |
| 30대   | 76.2 | 14.0 | 8.7 |
| 40대   | 80.0 | 12.0 | 6.5 |
| 50대이상 | 83.5 | 8.4  | 3.8 |

## □ 손해보험 회사군별 가입의향 : 거주지역별

- 대형사 선호도는 거주지역별로 차이가 없으며, 중소형사는 대도시와 읍면지역이, 직판사는 대도시와 중소도시가 높은 것으로 나타남.
- 직판사의 선호도가 대도시와 중소도시가 높은 이유는 도시지역을 주요 목표 시장으로 영업하는 직판상품의 특성이 반영된 결과로 판단됨.

〈표 Ⅲ-8〉 손해보험 회사군별 가입의향 : 거주지역별

(단위 : %)

| 구 분  | 대형사  | 중소형사 | 직관  |
|------|------|------|-----|
| 대도시  | 80.2 | 11.4 | 6.3 |
| 중소도시 | 81.1 | 9.7  | 6.4 |
| 읍면지역 | 80.2 | 11.7 | 3.6 |

□ 손해보험 회사군별 가입의향 : 소득별

- 대형사는 소득계층별로 선호도에 큰 차이가 없으나 중소득(79.1%)계층이 약간 낮으며, 중소형사는 저소득(10.2%)과 중소득(11.3%) 계층에서 선호도가 약간 높고, 직관사는 중소득(6.6%)과 고소득(6.4%) 계층이 다소 높음.
- 직관사는 주로 자동차보험 상품을 판매하고, 가격이 다른 손해보험회사보다 저렴함에도 저소득계층보다 중소득 및 고소득계층의 선호도가 높은 이유는 중·고소득계층의 자동차 소유비율이 높은 점, 중·고소득계층의 거주지역이 직관사가 주로 영업하는 도시지역인 점이 반영된 결과로 판단됨.

〈표 Ⅲ-9〉 손해보험 회사군별 가입의향 : 소득별

(단위 : %)

| 구 분 | 대형사  | 중소형사 | 직관  |
|-----|------|------|-----|
| 저소득 | 82.6 | 10.2 | 4.9 |
| 중소득 | 79.1 | 11.3 | 6.6 |
| 고소득 | 82.2 | 9.3  | 6.4 |

## IV. 손해 보험 회사 서비스 만족도

### 1. 손해보험 계약서비스 만족도

#### 가. 조사목적

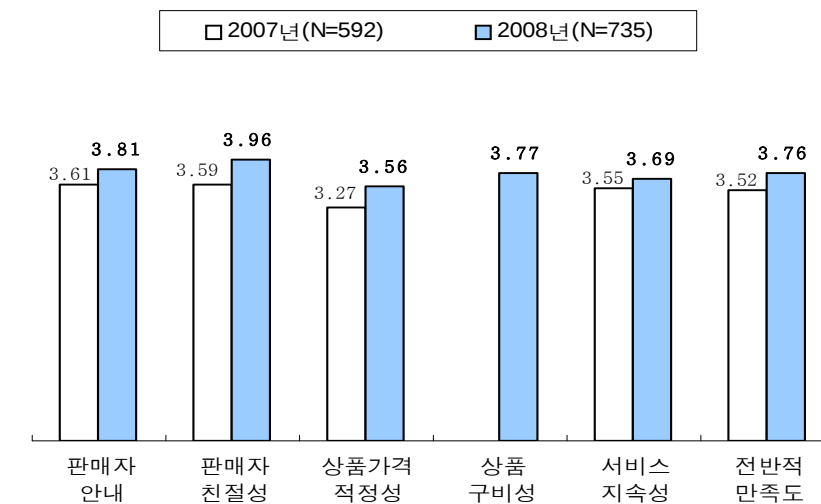
- 국내 손해보험회사에 대한 소비자 계약서비스 만족도를 조사하고, 이에 영향을 미치는 요인을 찾아 향후 보험회사에서 제공하는 서비스 질 향상에 필요한 자료를 제공함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 손해보험 계약서비스에 대한 전반적 만족도는 3.76점이며, 세부 항목별로는 판매자 친절성(3.96), 판매자 설명안내(3.81점)가 상대적으로 높게 평가되었으나, 상품가격(3.56점) 항목은 낮게 평가됨.
- 판매자의 설명안내와 같은 인적차원 서비스에 대한 만족도는 높은 반면, 상품가격과 같은 상품자체에 대한 만족도가 상대적으로 떨어지는 것으로 인식되고 있으므로 상품내용 측면의 서비스 강화가 필요할 것으로 보임.

<그림 IV-1> 손해보험 계약서비스 만족도

(단위 : 5점 만점)



주 : 2008년부터 표본추출방법이 변경됨(가구기준→개인기준). 이하 동일.

## 다. 세부분석

### □ 손해보험 계약서비스 만족도 : 성별

- 계약서비스 전 분야에서 여성이 남성보다 만족도가 높은 것으로 나타남.
- 전반적인 만족도 측면에서도 여성(3.81점)이 남성(3.73점)보다 높은 것으로 나타났으며, 전반적 만족도에 가장 기여한 계약서비스 항목은 남성·여성 모두 판매자의 친절성 및 판매자의 안내가 주요한 역할을 한 것으로 조사됨.
- 판매자의 설명안내, 친절성과 같은 인적차원 서비스에 대한 만족도는 높은 반면, 상품가격과 같은 상품자체에 대한 만족도가 상대적으로 떨어지는 것으로 인식되는 점은 남·여 모두 동일함.

〈표 IV-1〉 손해보험 계약서비스 만족도 : 성별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 남성    | 여성    | 전체    |
|----------|-------|-------|-------|
| 사례 수     | (452) | (283) | (735) |
| 판매자 안내   | 3.79  | 3.86  | 3.81  |
| 판매자 친절성  | 3.94  | 3.99  | 3.96  |
| 상품가격 적정성 | 3.49  | 3.68  | 3.56  |
| 상품 구비성   | 3.75  | 3.81  | 3.77  |
| 서비스 지속성  | 3.64  | 3.77  | 3.69  |
| 전반적 만족도  | 3.73  | 3.81  | 3.76  |

### □ 손해보험 계약서비스 만족도 : 연령별

- 전반적 만족도를 비롯한 세부항목 평가에서 연령이 낮아질수록 높게 나타났고, 20대인 저연령층의 평가가 높음.
- 전반적 만족도에 영향을 준 세부항목을 살펴보면, 20대는 판매자의 안내(3.88점), 판매자 친절성(4.00점), 상품구비성(3.81점)이 높은 항목이며, 30대는 판매자 안내(3.79점), 판매자 친절성(3.88점)이 전반적 만족도 증가에 기여한 항목이고, 40대는 판매자 안내(3.78점) 및 판매자 친절성(3.97점), 50대 이상은 판매자 안내(3.83점), 판매자 친절성(3.98점), 상품구비성(3.81점)이 높은 항목임.
- 연령별 전반적인 계약서비스 만족도에 영향을 준 요인이 판매자의 친절과 같

은 대면접촉 요인이 중요한 만족도 향상의 원인 것으로 나타남.

- 보험회사와 소비자와 신뢰향상의 주요 요인 중 하나인 서비스 지속성, 상품 가격 적정성 등은 향후에 개선되어야 할 사항인 것으로 나타남.

〈표 IV-2〉 손해보험 계약서비스 만족도 : 연령별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 20대   | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|----------|-------|-------|-------|--------|
| 사례 수     | (114) | (181) | (209) | (231)  |
| 판매자 안내   | 3.88  | 3.79  | 3.78  | 3.83   |
| 판매자 친절성  | 4.00  | 3.88  | 3.97  | 3.98   |
| 상품가격 적정성 | 3.68  | 3.55  | 3.54  | 3.54   |
| 상품 구비성   | 3.81  | 3.73  | 3.75  | 3.81   |
| 서비스 지속성  | 3.73  | 3.67  | 3.68  | 3.70   |
| 전반적 만족도  | 3.80  | 3.70  | 3.77  | 3.77   |

□ 손해보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별

- 전반적 만족도는 읍면지역(3.92점)이 가장 높고, 대도시(3.74점) 및 중소도시(3.74점)는 동일한 것으로 나타남.
- 앞서 성·연령별 분석과 동일하게 판매자의 친절성 등 판매자의 태도 관련 항목이 지역별 계약서비스 전반적 만족도에서 주로 영향을 주는 요인인 것으로 나타남.

〈표 IV-3〉 손해보험 계약서비스 만족도 : 거주지역별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 대도시   | 중소도시  | 읍면지역 |
|----------|-------|-------|------|
| 사례 수     | (345) | (325) | (65) |
| 판매자 안내   | 3.84  | 3.76  | 3.89 |
| 판매자 친절성  | 3.98  | 3.94  | 3.95 |
| 상품가격 적정성 | 3.58  | 3.51  | 3.74 |
| 상품 구비성   | 3.77  | 3.74  | 3.89 |
| 서비스 지속성  | 3.66  | 3.70  | 3.85 |
| 전반적 만족도  | 3.74  | 3.74  | 3.92 |

#### □ 손해보험 계약서비스 만족도 : 직업별

- 손해보험 회사 계약 서비스 만족도를 직업별로 보면, 전반적 만족도는 블루칼라(3.81점), 화이트칼라층(3.78점), 주부(3.76점), 자영업(3.73점) 순으로 높게 나타남.
- 앞서 성·연령별 분석과 동일하게 판매자의 친절성 등 판매자의 태도 관련 항목이 직업별 계약서비스 전반적 만족도에서 주로 영향을 준 요인인 것으로 나타남.

〈표 IV-4〉 손해보험 계약서비스 만족도 : 직업별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 화이트<br>칼라 | 블루칼라  | 자영업   | 농/림<br>/수산업 | 주부   | 무직<br>/기타 |
|----------|-----------|-------|-------|-------------|------|-----------|
| 사례 수     | (200)     | (143) | (281) | (2)         | (95) | (14)      |
| 판매자 안내   | 3.75      | 3.90  | 3.83  | 3.50        | 3.81 | 3.64      |
| 판매자 친절성  | 3.86      | 4.02  | 3.98  | 4.00        | 4.03 | 3.79      |
| 상품가격 적정성 | 3.59      | 3.70  | 3.45  | 3.50        | 3.66 | 3.50      |
| 상품 구비성   | 3.76      | 3.82  | 3.77  | 3.50        | 3.80 | 3.50      |
| 서비스 지속성  | 3.74      | 3.68  | 3.68  | 3.50        | 3.72 | 3.29      |
| 전반적 만족도  | 3.78      | 3.81  | 3.73  | 3.50        | 3.76 | 3.50      |

#### □ 손해보험 계약서비스 만족도 : 학력별

- 손해보험 계약서비스에 대한 전반적 만족도는 학력이 낮을수록 높게 나타났으며, 판매자 관련 만족도가 주요 긍정적 영향요인이었으며, 저학력계층에서는 상품 구비성도 주요한 영향요인으로 나타남.

〈표 IV-5〉 손해보험 계약서비스 만족도 : 학력별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 중졸 이하 | 고졸    | 대재 이상 |
|----------|-------|-------|-------|
| 사례 수     | (36)  | (359) | (336) |
| 판매자 안내   | 4.03  | 3.82  | 3.78  |
| 판매자 친절성  | 4.19  | 3.96  | 3.92  |
| 상품가격 적정성 | 3.81  | 3.53  | 3.57  |
| 상품 구비성   | 4.17  | 3.75  | 3.75  |
| 서비스 지속성  | 3.92  | 3.69  | 3.67  |
| 전반적 만족도  | 4.06  | 3.75  | 3.73  |

## □ 손해보험 계약서비스 만족도 : 소득별

- 소득별 계약서비스의 전반적 만족도는 고소득(3.77점), 중간소득(3.76점), 저소득(3.75점) 순으로 높게 나타남.
- 앞의 분석과 같이 판매자의 친절성 등 판매자의 태도 관련 항목이 직업별 계약서비스 전반적 만족도에서 주로 영향을 주는 요인인 것으로 나타남.

&lt;표 IV-6&gt; 손해보험 계약서비스 만족도 : 소득별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분      | 저소득   | 중소득   | 고소득   |
|----------|-------|-------|-------|
| 사례수      | (208) | (362) | (162) |
| 판매자 안내   | 3.83  | 3.80  | 3.81  |
| 판매자 친절성  | 3.98  | 3.92  | 3.99  |
| 상품가격 적정성 | 3.53  | 3.55  | 3.62  |
| 상품 구비성   | 3.73  | 3.78  | 3.79  |
| 서비스 지속성  | 3.63  | 3.72  | 3.71  |
| 전반적 만족도  | 3.75  | 3.76  | 3.77  |

## 2. 손해보험 보상위험 분석

### 가. 조사목적

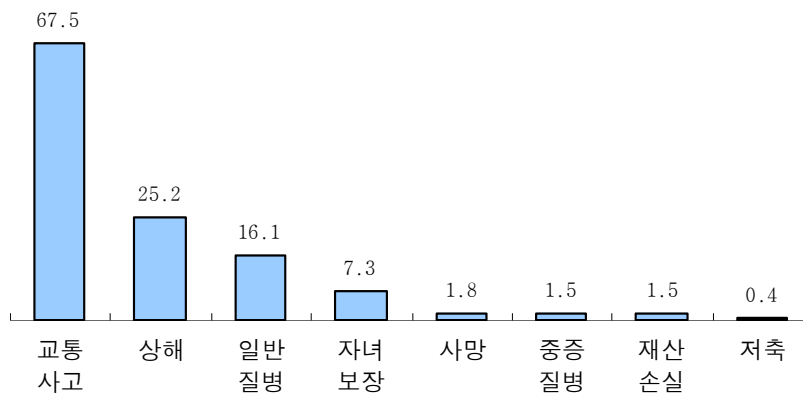
- 손해보험 보상 수혜 경험자의 보험금 수혜항목을 파악하여 보험회사의 보험 상품 개발에 필요한 위험(담보)관련 정보를 제공하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 손해보험에서 보상경험이 있다고 응답한 비율이 23.1%이며, 손해보험 보상경험은 교통사고(67.5%)가 가장 많았던 것으로 나타남.
- 교통사고로 인한 수혜 경험자는 성별로 남자, 연령은 20대, 직업별로 블루칼라, 화이트칼라층에서 많았음.

<그림 IV-2> 손해보험 보상 항목(복수응답)

(N=274 / 단위 : %)



### 다. 세부분석

#### □ 손해보험 보상위험 : 성·연령별

- 손해보험회사로부터 보험금을 지급받은 항목은 교통사고(67.5%)가 가장 많았고, 그 다음으로 상해(25.2%)가 많았음.
- 교통사고로 인한 보상은 성별로 남자(71.9%)가 여자(63.0%)보다 많은 것으로 나타났는데, 이는 남자운전자가 여자에 비해 상대적으로 사회활동이 많은 것에 기인함.

- 손해보험에서 보험금 수혜 항목을 연령별로 보면, 일반질병 및 자녀보장은 30대 이상에서 크게 나타났으며, 교통사고는 20대가 가장 높음.

〈표 IV-7〉 손해보험 보상위험 분석 : 성·연령별

(단위 : %)

| 구 분  | 전체    | 성별    |       | 연령별  |      |      |        |
|------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|      |       | 남성    | 여성    | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
| 사례 수 | (274) | (139) | (135) | (47) | (78) | (64) | (85)   |
| 교통사고 | 67.5  | 71.9  | 63.0  | 76.6 | 64.1 | 62.5 | 69.4   |
| 상해   | 25.2  | 25.2  | 25.2  | 23.4 | 24.4 | 28.1 | 24.7   |
| 일반질병 | 16.1  | 12.9  | 19.3  | 12.8 | 17.9 | 17.2 | 15.3   |
| 자녀보장 | 7.3   | 5.8   | 8.9   | 0.0  | 14.1 | 12.5 | 1.2    |
| 사망   | 1.8   | 2.9   | 0.7   | 2.1  | 1.3  | 1.6  | 2.4    |
| 중증질병 | 1.5   | 0.7   | 2.2   | 0.0  | 0.0  | 6.3  | 0.0    |
| 재산손실 | 1.5   | 2.2   | 0.7   | 2.1  | 1.3  | 0.0  | 2.4    |
| 저축   | 0.4   | 0.7   | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 1.2    |

□ 손해보험 보상위험 : 직업별

- 직업별로 보면, 교통사고는 블루칼라(73.1%)와 화이트칼라(71.8%)에서 높게 나타났다, 일반질병은 주부(9.1%)가 가장 낮고, 자녀보장은 주부(13.6%)가 가장 높음.

〈표 IV-8〉 손해보험 보상위험 : 직업별

(단위 : %)

| 구 분  | 화이트칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 주부   | 무직/기타 |
|------|-------|------|------|------|-------|
| 사례 수 | (71)  | (52) | (99) | (44) | (8)   |
| 교통사고 | 71.8  | 73.1 | 65.7 | 59.1 | 62.5  |
| 상해   | 22.5  | 25.0 | 26.3 | 29.5 | 12.5  |
| 일반질병 | 22.5  | 13.5 | 16.2 | 9.1  | 12.5  |
| 자녀보장 | 9.9   | 7.7  | 3.0  | 13.6 | 0.0   |
| 사망   | 2.8   | 1.9  | 1.0  | 2.3  | 0.0   |
| 중증질병 | 4.2   | 1.9  | 0.0  | 0.0  | 0.0   |
| 재산손실 | 0.0   | 0.0  | 3.0  | 0.0  | 12.5  |
| 저축   | 1.4   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0   |

### 3. 손해보험 보상서비스 만족도 분석

#### 가. 조사목적

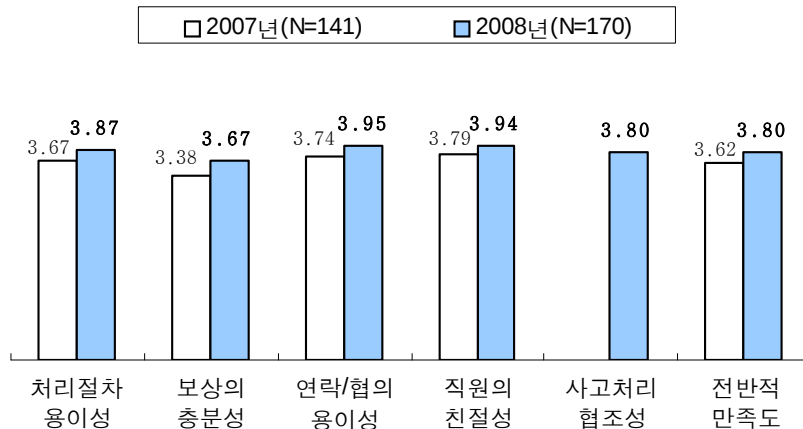
- 손해보험 보상서비스에 대한 만족도를 항목별로 파악하여 향후 주요 보상서비스 개선항목을 도출함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 손해보험 회사의 보상서비스 만족도는 보상의 충분성 항목을 제외한 대부분의 항목이 높은 수준인 것으로 나타남.
- 보상 서비스 만족도는 대체로 성별로 남성층, 연령별로 20대, 거주지역별로 읍면지역, 직업별로는 화이트칼라 및 자영업자, 소득별로 저소득층 및 고소득층에서 상대적으로 낮게 평가됨.
- 보상서비스에 대한 전반적 만족도는 3.8점이었으며, 세부항목별로 보면, 보상직원 협의용이성(3.95점) 및 친절성(3.94점)이 가장 높았고, 그 다음으로 보상처리절차(3.87점), 보상의 충분성(3.67점) 순으로 나타남.

<그림 IV-3> 손해보험 보상서비스 만족도 추이

(단위 : 점 / 5점 만점)



## 다. 세부분석

## □ 손해보험 보상서비스 만족도 : 성별

- 성별로 보면, 보상처리절차를 제외하고는 전반적 만족도를 비롯하여 모든 세부 항목 평가에서 남자가 여자보다 상대적으로 낮게 평가함.

&lt;표 IV-9&gt; 손해보험 보상서비스 만족도 : 성별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 남성    | 여성   | 전체    |
|-----------|-------|------|-------|
| 사례 수      | (108) | (62) | (170) |
| 보상처리절차    | 3.89  | 3.84 | 3.87  |
| 보상의 충분성   | 3.61  | 3.77 | 3.67  |
| 연락/협의 용이성 | 3.92  | 4.00 | 3.95  |
| 직원의 친절성   | 3.89  | 4.03 | 3.94  |
| 사고처리 협조성  | 3.78  | 3.84 | 3.80  |
| 전반적 만족도   | 3.78  | 3.84 | 3.80  |

## □ 손해보험 보상서비스 만족도 : 연령별

- 보상서비스의 전반적 만족도는 30대 이상에서 높게 나타남.
- 세부 항목별로 보면, 20대는 전 분야가 유사하며, 30대 이상에서는 보상의 충분성을 제외한 대부분의 항목이 전반적 만족도에 긍정적인 영향을 줌.

&lt;표 IV-10&gt; 손해보험 보상서비스 만족도 : 연령별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 20대  | 30대  | 40대  | 50대 이상 |
|-----------|------|------|------|--------|
| 사례 수      | (18) | (47) | (45) | (60)   |
| 보상처리절차    | 3.83 | 4.00 | 3.80 | 3.83   |
| 보상의 충분성   | 3.83 | 3.74 | 3.58 | 3.63   |
| 연락/협의 용이성 | 3.78 | 4.00 | 3.91 | 3.98   |
| 직원의 친절성   | 3.83 | 3.98 | 4.00 | 3.90   |
| 사고처리 협조성  | 3.83 | 3.85 | 3.82 | 3.73   |
| 전반적 만족도   | 3.67 | 3.89 | 3.76 | 3.80   |

#### □ 손해보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별

- 손해보험 보상 서비스에 대한 전반적 만족도는 대도시(3.87점), 중소도시(3.72점), 읍면지역(3.60점) 순이며, 보상의 충분성을 제외한 대부분이 보상만족도에 긍정적인 영향을 주었으나, 읍면지역에서는 사고처리 협조성 및 보상처리절차에서 다소 부정적임.

〈표 IV-11〉 손해보험 보상서비스 만족도 : 거주지역별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 대도시   | 중소도시 | 읍면지역 |
|-----------|-------|------|------|
| 사례수       | (100) | (60) | (10) |
| 보상처리절차    | 3.96  | 3.78 | 3.50 |
| 보상의 충분성   | 3.83  | 3.47 | 3.30 |
| 연락/협의 용이성 | 4.07  | 3.77 | 3.80 |
| 직원의 친절성   | 4.05  | 3.82 | 3.60 |
| 사고처리 협조성  | 3.87  | 3.75 | 3.40 |
| 전반적 만족도   | 3.87  | 3.72 | 3.60 |

#### □ 손해보험 보상서비스 만족도 : 직업별

- 손해보험 보상서비스에 대한 전반적 만족도는 직업별로 화이트칼라(3.74점)와 블루칼라(3.84점)에서 상대적으로 높았음.
- 세부 항목별로 보면, 보상처리절차는 블루칼라(4.00점)가 높았고, 주부는 보상처리절차를 제외한 전체영역에서 높은 만족도를 보이는 것으로 평가됨.

〈표 IV-12〉 손해보험 보상서비스 만족도 : 직업별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 화이트칼라 | 블루칼라 | 자영업  | 주부   | 무직/기타 |
|-----------|-------|------|------|------|-------|
| 사례 수      | (43)  | (32) | (71) | (21) | (3)   |
| 보상처리절차    | 3.86  | 4.00 | 3.82 | 3.95 | 3.33  |
| 보상의 충분성   | 3.70  | 3.75 | 3.51 | 4.10 | 3.33  |
| 연락/협의 용이성 | 3.95  | 4.03 | 3.86 | 4.24 | 3.00  |
| 직원의 친절성   | 3.86  | 4.13 | 3.86 | 4.24 | 3.00  |
| 사고처리 협조성  | 3.70  | 4.00 | 3.72 | 4.05 | 3.33  |
| 전반적 만족도   | 3.74  | 3.84 | 3.76 | 4.05 | 3.33  |

□ 손해보험 보상서비스 만족도 : 학력별

- 손해보험 보상 서비스에 대한 만족도는 학력이 높을수록 낮은 것으로 나타났으며, 세부항목별로 보상의 충분성과 사고처리 협조성 부분이 낮음.

<표 IV-13> 손해보험 보상서비스 만족도 : 학력별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 중졸 이하 | 고졸   | 대재 이상 |
|-----------|-------|------|-------|
| 사례 수      | (5)   | (90) | (75)  |
| 보상처리절차    | 4.00  | 3.89 | 3.84  |
| 보상의 충분성   | 4.00  | 3.69 | 3.63  |
| 연락/협의 용이성 | 4.40  | 4.01 | 3.84  |
| 직원의 친절성   | 4.00  | 4.01 | 3.85  |
| 사고처리 협조성  | 4.20  | 3.79 | 3.79  |
| 전반적 만족도   | 4.00  | 3.83 | 3.75  |

□ 손해보험 보상서비스 만족도 : 소득별

- 소득별로는 전반적 만족도가 중간소득(3.90점), 고소득(3.78점), 저소득(3.64점) 순이었음. 보상의 충분성은 모든 소득계층에서 낮았으며, 사고처리 협조성은 고소득 계층에서 낮은 보상서비스 항목인 것으로 나타남.

<표 IV-14> 손해보험 보상서비스 만족도 : 소득별

(단위 : 5점 만점)

| 구 분       | 저소득  | 중소득  | 고소득  |
|-----------|------|------|------|
| 사례 수      | (45) | (79) | (45) |
| 보상처리절차    | 3.78 | 4.01 | 3.71 |
| 보상의 충분성   | 3.49 | 3.81 | 3.60 |
| 연락/협의 용이성 | 3.78 | 4.11 | 3.80 |
| 직원의 친절성   | 3.89 | 4.03 | 3.82 |
| 사고처리 협조성  | 3.73 | 3.92 | 3.64 |
| 전반적 만족도   | 3.64 | 3.90 | 3.78 |



## 제 4부 : 생 명 보 험 • 손 해 보 험 공 통



# I . 금융기관 성향

## 1. 조사목적

- 금융겸업화 및 금융상품 가격자유화 등으로 금융상품 선택의 폭이 넓혀지고 있는 가운데 소비자들이 가장 적합하다고 생각되는 금융기관별 성향을 파악(1순위, 2순위)하여 분석함으로써 겸업화에 대응한 보험회사의 이미지 제고를 위한 기초자료로 활용하고자 함.

## 2. 조사결과 및 시사점

- 생명보험회사 및 손해보험회사의 경우 공히 가장 적합한 금융기관 성향으로는 사고 시 보장인 것으로 나타났으며, 그 밖에도 생보사의 경우 상품의 안전성, 다양성 및 노후생활보장, 손보사의 경우 안정성 측면을 높게 인식함.
- 은행은 안전성과 수익성 측면에서 적합한 것으로 인식되며, 증권회사와 투자신탁회사는 수익성 측면을 가장 높게 인식함.
- 보험회사의 경우 타 금융기관에 비해 사고 시 보장과 노후생활보장(생보)에 대한 인식에서 경쟁우위에 있는 것으로 평가되지만, 수익성과 친절성 및 고객서비스 측면은 비교적 낮게 평가되어 이에 대한 대응이 필요함.
- 금융겸업화 진행에 따라 영역 간 구분이 모호해지고 금융기관 간 경쟁이 치열해지는 상황에서 보험회사에 대한 평가가 상대적으로 부진하게 나타나는 일부 성향에 대하여는 이에 대한 보완책 마련이 필요함.

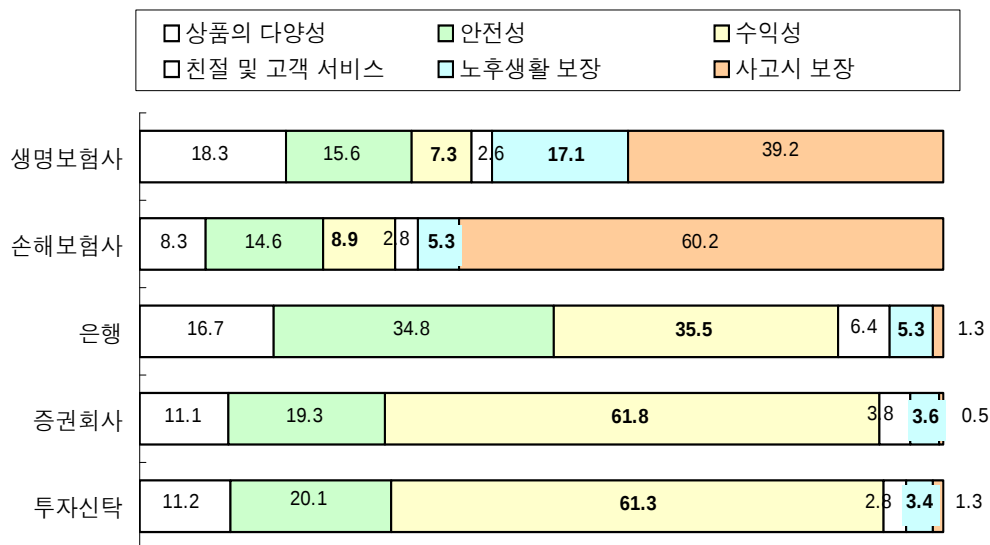
<표 I -1> 금융기관별 성향 평가(복수응답)

(단위 : %)

| 구 분         | 생명보험 | 손해보험 | 은행   | 증권회사 | 투자신탁 |
|-------------|------|------|------|------|------|
| 상품의 다양성     | 31.7 | 21.3 | 31.0 | 27.9 | 27.3 |
| 안전성         | 41.0 | 45.2 | 64.9 | 51.3 | 54.7 |
| 수익성         | 17.3 | 19.8 | 59.6 | 86.7 | 85.6 |
| 친절성 및 고객서비스 | 16.8 | 20.7 | 24.8 | 22.3 | 17.2 |
| 노후생활보장      | 36.7 | 12.5 | 15.8 | 9.3  | 11.6 |
| 사고 시 보장     | 56.6 | 80.6 | 3.5  | 2.3  | 3.5  |

<그림 I -1> 금융기관별 성향 평가(1순위 기준)

(N=1200 / 단위 : %)



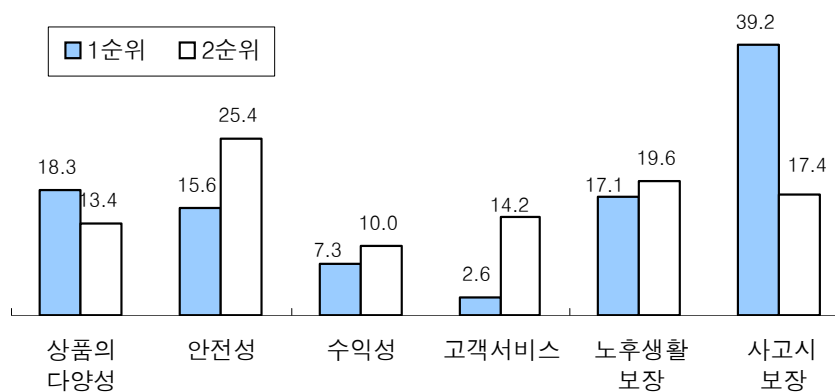
### 3. 세부분석

#### □ 생명보험회사

- 생명보험회사에 대해 소비자들이 가장 적합하다고 생각하는 성향으로 사고시 보장이 39.2%로 높은 것으로 나타났으며, 이어서 상품의 다양성(18.3%), 노후생활보장(17.1%), 안전성(15.6%) 등의 성향도 비교적 고르게 인식함.

<그림 I -2> 생명보험회사 성향 평가

(N=1200 / 단위 : %)



- 생보사의 가장 높게 인식되는 사고 시 보장, 노후생활보장, 상품의 다양성 성향은 종신보험, 연금보험, 건강보험 등 개별 보험상품의 목표시장 전략수립 시 활용될 수 있을 것임.
- 지역별로 보면 노후생활보장 성향은 대도시(14.5%)보다 읍면지역(20.7%)이 높게 인식되고 있었으며, 안전성 및 수익성에 대하여는 도시지역이 읍면지역에 비해 높게 인식함.
- 연령별로 보면 노후생활보장 성향에 대하여 고연령일수록 높게 인식하는 경향을 나타냈으며, 사고 시 보장 성향은 저연령층에서 비교적 높게 인식하는 것으로 드러남.
- 직업별로 보면 사고 시 보장 성향은 무직, 블루칼라에서 비교적 높은 것으로 나타나며, 상품의 다양성은 화이트칼라에서 비교적 높게 인식됨.
- 소득별로 보면 사고 시 보장 성향은 저소득층일수록 높게 인식하며, 노후생활보장 성향은 고소득층에서 높게 인식됨.

〈표 I -2〉 생명보험회사 성향 평가 : 계층별 분석

(1순위 기준, N=1200 / 단위 : %)

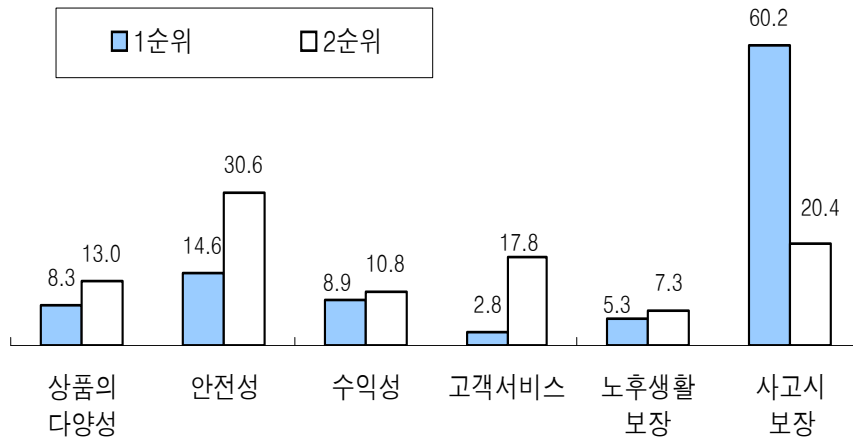
| 계층별    | 성향      | 상품의 다양성 | 안전성  | 수익성  | 고객 서비스 | 노후 생활보장 | 사고시 보장 |
|--------|---------|---------|------|------|--------|---------|--------|
| 거주 지역별 | 대도시     | 17.9    | 14.9 | 8.1  | 3.0    | 14.5    | 41.7   |
|        | 중소도시    | 18.5    | 17.4 | 6.8  | 1.9    | 19.1    | 36.3   |
|        | 읍면지역    | 18.9    | 10.8 | 6.3  | 3.6    | 20.7    | 39.6   |
| 연령별    | 20대이하   | 20.3    | 13.8 | 7.7  | 2.8    | 14.6    | 40.7   |
|        | 30대     | 15.7    | 16.8 | 9.1  | 2.1    | 16.1    | 40.2   |
|        | 40대     | 19.6    | 14.9 | 7.6  | 4.0    | 16.4    | 37.5   |
|        | 50대이상   | 17.8    | 16.3 | 5.6  | 1.8    | 19.8    | 38.7   |
| 직업별    | 화이트칼라   | 21.6    | 15.9 | 9.1  | 3.4    | 15.9    | 34.1   |
|        | 블루칼라    | 16.7    | 14.6 | 4.5  | 4.5    | 16.7    | 43.1   |
|        | 자영업     | 18.2    | 16.5 | 7.9  | 1.4    | 17.3    | 38.8   |
|        | 농/림/수산업 | 0.0     | 37.5 | 0.0  | 0.0    | 25.0    | 37.5   |
|        | 주부      | 18.5    | 14.6 | 6.4  | 1.3    | 20.2    | 39.1   |
|        | 무직/기타   | 8.3     | 12.5 | 12.5 | 4.2    | 8.3     | 54.2   |
| 소득별    | 저소득     | 18.8    | 14.8 | 6.0  | 2.3    | 14.6    | 43.5   |
|        | 중소득     | 18.8    | 18.2 | 6.8  | 2.6    | 16.2    | 37.3   |
|        | 고소득     | 16.1    | 11.0 | 11.0 | 3.0    | 22.9    | 36.0   |

## □ 손해보험회사

- 손해보험회사에 대해 가장 적합하다고 생각하는 성향으로 사고 시 보장(60.2%)이 생명보험 및 타 금융기관에 비해 매우 높게 인식되고 있으며, 노후 생활보장 성향(5.3%)은 장기보험을 취급함에도 불구하고 매우 낮게 나타나 이에 대한 개선 노력이 필요함.
- 특히 손보사의 경우 사고 시 보장 외 금융기관의 다양한 성향에 대한 인식 수준이 저조한 것으로 나타나 겸업화 및 종합금융화를 위해서는 인식의 전환 노력이 절실함.
- 지역별로 보면 사고 시 보장 성향은 대도시(66.4%)가 읍면지역(53.2%)보다 높은 반면 상품의 다양성과 안전성에 대하여는 읍면지역이 더 높게 인식됨.
- 연령별로 보면 안전성 성향만이 저연령일수록 비교적 높게 인식하는 것으로 나타났으나 다른 성향에 대하여는 큰 차이를 보이지 않음.
- 직업별로 보면 각 성향별로 인식 수준에 큰 차이를 나타내지 않음.
- 소득별로 보면 사고시 보장 성향은 생보사에 대한 인식과 마찬가지로 저소득(62.2%)층에서 비교적 높게 인식하며, 수익성에 대하여는 고소득층(10.6%)에서 비교적 높게 평가하는 것으로 드러남.

<그림 I -3> 손해보험회사 성향 평가

(N=1200 / 단위 : %)



&lt;표 I -3&gt; 손해보험회사 성향 평가 : 계층별

(1순위 기준, N=1200 / 단위 : %)

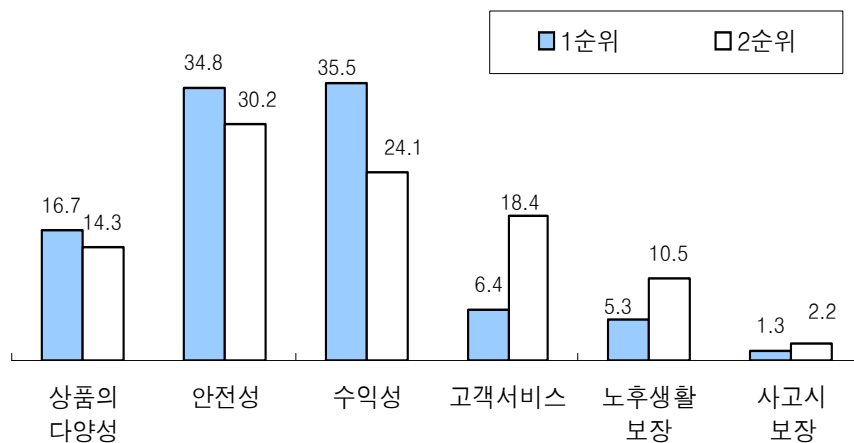
| 계층별       | 성향      | 상품의<br>다양성 | 안전성  | 수익성  | 고객<br>서비스 | 노후<br>생활보장 | 사고 시<br>보장 |
|-----------|---------|------------|------|------|-----------|------------|------------|
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 6.0        | 12.8 | 7.4  | 2.1       | 5.4        | 66.4       |
|           | 중소도시    | 9.5        | 15.6 | 11.0 | 3.3       | 5.8        | 54.8       |
|           | 읍면지역    | 14.4       | 18.9 | 7.2  | 4.5       | 1.8        | 53.2       |
| 연령별       | 20대 이하  | 8.9        | 17.1 | 5.7  | 3.7       | 5.3        | 59.3       |
|           | 30대     | 8.0        | 14.0 | 12.2 | 2.1       | 4.5        | 59.1       |
|           | 40대     | 7.6        | 14.9 | 10.5 | 2.5       | 4.7        | 59.6       |
|           | 50대 이상  | 8.4        | 13.2 | 7.4  | 3.1       | 6.1        | 61.8       |
| 직업별       | 화이트칼라   | 11.1       | 13.5 | 9.1  | 1.7       | 3.0        | 61.5       |
|           | 블루칼라    | 8.9        | 15.0 | 7.7  | 2.4       | 6.5        | 59.3       |
|           | 자영업     | 6.0        | 14.9 | 7.9  | 3.0       | 5.7        | 62.6       |
|           | 농/림/수산업 | 0.0        | 25.0 | 0.0  | 12.5      | 0.0        | 62.5       |
|           | 주부      | 7.7        | 12.0 | 13.3 | 3.4       | 6.9        | 56.7       |
|           | 무직/기타   | 8.3        | 27.1 | 2.1  | 6.3       | 2.1        | 54.2       |
| 소득별       | 저소득     | 9.9        | 14.1 | 6.3  | 2.6       | 4.9        | 62.2       |
|           | 중소득     | 6.1        | 16.6 | 10.1 | 2.6       | 5.8        | 58.8       |
|           | 고소득     | 11.0       | 11.0 | 10.6 | 3.8       | 4.7        | 58.9       |

## □ 은행

- 은행에 대해 소비자들이 가장 적합하다고 생각하는 성향으로는 수익성(35.5%)과 안전성(34.8%)이 비교적 균형을 이루면서 높게 인식되는 것으로 나타나 무엇보다 안전하고 이자 등의 수익에 대한 기대가 높은 것을 반영함.
- 반면 노후생활보장(5.3%)이나 사고시 보장(1.3%)성향은 방카슈랑스를 하고 있음에도 불구하고 보험회사에 비해 현저하게 낮은 것으로 인식됨.
- 지역별로 보면 안전성에 대한 인식은 읍면지역(38.7%)이 대도시(31.9%)에 비해 높게 나타났으며, 수익성 성향은 반대로 대도시(39.4%) 응답자가 은행에서의 펀드판매 등의 영향으로 읍면지역(26.1%)보다 높게 인식하는 것으로 조사됨.
- 연령별로 보면 상품의 다양성 측면에서 고연령(18.1%)일수록 높게 인식하는 경향을 보였으나, 다른 성향의 경우 특별한 차이를 보이지 않음.
- 직업별로 보면 안전성은 블루칼라(43.5%), 수익성은 자영업(39.6%) 및 무직 등(41.7%), 상품의 다양성은 화이트칼라(21.6%)에서 상대적으로 높게 인식됨.
- 소득별로 보면 안전성과 수익성 측면에서 저소득층(38.3%, 37.0%)이 고소득층(33.5%, 33.9%)에 비해 높게 인식하는 것으로 나타남.

〈그림 I-4〉 은행 성향 평가

(N=1200 / 단위 : %)



〈표 I-4〉 은행 성향 평가 : 계층별 분석

(1순위 기준, N=1200 / 단위 : %)

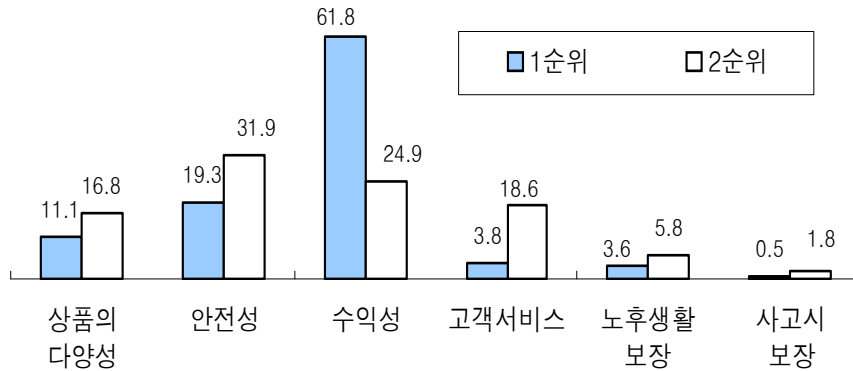
| 계층별    | 성향      | 상품의 다양성 | 안전성  | 수익성  | 고객 서비스 | 노후 생활보장 | 사고 시 보장 |
|--------|---------|---------|------|------|--------|---------|---------|
| 거주 지역별 | 대도시     | 15.6    | 31.9 | 39.4 | 5.3    | 6.1     | 1.8     |
|        | 중소도시    | 17.8    | 37.1 | 33.2 | 6.8    | 4.2     | 1.0     |
|        | 읍면지역    | 17.1    | 38.7 | 26.1 | 10.8   | 6.3     | 0.9     |
| 연령별    | 20대 이하  | 14.6    | 32.5 | 38.2 | 8.1    | 4.9     | 1.6     |
|        | 30대     | 16.1    | 37.1 | 33.6 | 5.9    | 6.6     | 0.7     |
|        | 40대     | 17.1    | 32.7 | 38.5 | 5.5    | 5.1     | 1.1     |
|        | 50대 이상  | 18.1    | 35.9 | 33.1 | 6.4    | 4.8     | 1.8     |
| 직업별    | 화이트칼라   | 21.6    | 32.1 | 32.1 | 7.4    | 6.4     | 0.3     |
|        | 블루칼라    | 13.0    | 43.5 | 30.5 | 4.9    | 5.7     | 2.4     |
|        | 자영업     | 16.5    | 30.9 | 39.6 | 6.8    | 5.1     | 1.1     |
|        | 농/림/수산업 | 12.5    | 37.5 | 25.0 | 12.5   | 12.5    | 0.0     |
|        | 주부      | 15.5    | 35.2 | 37.8 | 5.6    | 4.3     | 1.7     |
|        | 무직/기타   | 12.5    | 33.3 | 41.7 | 8.3    | 2.1     | 2.1     |
| 소득별    | 저소득     | 14.3    | 38.3 | 37.0 | 5.5    | 3.9     | 1.0     |
|        | 중소득     | 19.7    | 32.3 | 35.4 | 6.5    | 5.4     | 0.7     |
|        | 고소득     | 13.6    | 33.5 | 33.9 | 8.1    | 7.6     | 3.4     |

#### □ 증권회사

- 증권회사에 대해 소비자들이 가장 적합하다고 생각하는 성향으로는 수익성이 61.8%인 반면 안전성은 19.3%에 불과해 은행과 비교할 때 안전성보다는 수익적 측면에 강한 금융기관이란 인식이 높음.

&lt;그림 I -5&gt; 증권회사 성향 평가

(N=1200 / 단위:%)



&lt;표 I -5&gt; 증권회사 성향 평가 : 계층별

(1순위 기준, N=1200 / 단위 : %)

| 계층별    | 성향      | 상품의 다양성 | 안전성  | 수익성  | 고객 서비스 | 노후 생활보장 | 사고 시 보장 |
|--------|---------|---------|------|------|--------|---------|---------|
| 거주 지역별 | 대도시     | 10.9    | 18.9 | 61.5 | 3.5    | 4.6     | 0.7     |
|        | 중소도시    | 11.4    | 19.1 | 63.9 | 3.1    | 2.3     | 0.2     |
|        | 읍면지역    | 10.8    | 22.5 | 53.2 | 8.1    | 4.5     | 0.9     |
| 연령별    | 20대 이하  | 11.8    | 18.3 | 62.2 | 3.7    | 3.7     | 0.4     |
|        | 30대     | 8.7     | 21.3 | 61.5 | 4.2    | 3.5     | 0.7     |
|        | 40대     | 12.7    | 18.5 | 62.5 | 3.3    | 2.5     | 0.4     |
|        | 50대 이상  | 11.2    | 19.1 | 61.1 | 3.8    | 4.3     | 0.5     |
| 직업별    | 화이트칼라   | 11.5    | 19.6 | 60.5 | 3.0    | 3.7     | 1.7     |
|        | 블루칼라    | 11.4    | 19.5 | 62.6 | 4.5    | 2.0     | 0.0     |
|        | 자영업     | 13.0    | 22.2 | 59.1 | 2.4    | 3.3     | 0.0     |
|        | 농/림/수산업 | 0.0     | 12.5 | 87.5 | 0.0    | 0.0     | 0.0     |
|        | 주부      | 7.3     | 15.9 | 65.7 | 5.6    | 5.6     | 0.0     |
|        | 무직/기타   | 12.5    | 12.5 | 62.5 | 6.3    | 4.2     | 2.1     |
| 소득별    | 저소득     | 8.6     | 20.3 | 64.1 | 3.9    | 2.6     | 0.5     |
|        | 중소득     | 11.2    | 19.2 | 61.6 | 3.7    | 4.2     | 0.2     |
|        | 고소득     | 15.3    | 18.6 | 57.2 | 3.8    | 3.8     | 1.3     |

- 지역별로 보면 수익성에 대한 인식이 중소도시(63.9%)가 가장 높게 나타났으며, 안전성에 대하여는 대도시(18.9%)보다 읍면지역(22.5%)에서 높게 인식하는 것으로 조사됨.
- 연령별로는 각 성향에 대해 특별한 차이를 보이지 않음.
- 직업별로 보면 안전성은 자영업(22.2%), 수익성은 주부(65.7%)에서 상대적으로 높게 인식함.

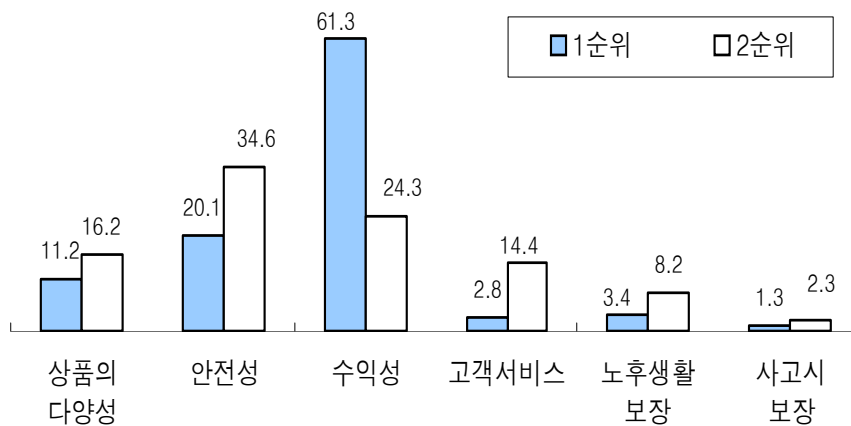
- 소득별로 보면 은행에 대한 조사결과와 유사하게 안전성과 수익성 측면에서 저소득층(20.3%, 64.1%)이 고소득층(18.6%, 57.2%)에 비해 상대적으로 높게 인식하는 것으로 나타남.

#### □ 투자신탁회사

- 투자신탁회사에 대해 소비자들이 가장 적합하다고 생각하는 성향은 증권회사에 대한 인식과 유사하게 수익성이 61.3%, 안전성이 20.1%로 조사되어 안전성보다는 수익적 측면이 강한 금융기관으로 조사됨.
- 지역별로 보면 중소도시가 수익성(63.7%)에서 가장 높게 인식된 반면, 안전성에 대하여는 대도시(21.0%), 읍면지역(23.4%)에 비해 낮은 18.3%로 나타남.
- 연령별로는 수익성에 대하여는 40대(65.5%)가 가장 높게 인식하고 있으며, 저연령층에서 안전성에 대한 인식이 대체로 높게 나타남.
- 직업별로 보면 안전성은 블루칼라(22.8%)와 자영업(21.4%), 수익성은 주부(64.8%)와 무직 등(66.7%)에서 상대적으로 높게 인식함.
- 소득별로 보면 안전성 측면에서 저소득층(22.7%)이 고소득층(17.8%)에 비해 상대적으로 높게 인식하는 것은 은행이나 증권회사의 조사결과와 유사함.

<그림 I -6> 투자신탁회사 성향 평가

(N=1200 / 단위 : %)



〈표 I -6〉 투자신탁회사 성향 평가 : 계층별

(1순위 기준, N=1200 / 단위 : %)

| 계층별       | 성향      | 상품의<br>다양성 | 안전성  | 수익성  | 고객<br>서비스 | 노후<br>생활보장 | 사고시<br>보장 |
|-----------|---------|------------|------|------|-----------|------------|-----------|
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 10.7       | 21.0 | 60.8 | 2.6       | 4.2        | 0.7       |
|           | 중소도시    | 12.4       | 18.3 | 63.7 | 2.3       | 2.5        | 0.8       |
|           | 읍면지역    | 8.1        | 23.4 | 53.2 | 5.4       | 3.6        | 6.3       |
| 연령별       | 20대이하   | 8.1        | 23.2 | 59.8 | 4.9       | 3.7        | 0.4       |
|           | 30대     | 12.6       | 21.3 | 59.8 | 1.4       | 3.5        | 1.4       |
|           | 40대     | 11.3       | 17.1 | 65.5 | 1.8       | 3.3        | 1.1       |
|           | 50대이상   | 12.0       | 19.3 | 60.6 | 3.1       | 3.3        | 1.8       |
| 직업별       | 화이트칼라   | 12.2       | 19.3 | 59.5 | 2.4       | 5.1        | 1.7       |
|           | 블루칼라    | 9.8        | 22.8 | 61.4 | 2.8       | 1.6        | 1.6       |
|           | 자영업     | 11.9       | 21.4 | 59.6 | 3.0       | 3.3        | 0.8       |
|           | 농/림/수산업 | 12.5       | 12.5 | 75.0 | 0.0       | 0.0        | 0.0       |
|           | 주부      | 9.4        | 18.5 | 64.8 | 2.1       | 3.9        | 1.3       |
|           | 무직/기타   | 14.6       | 10.4 | 66.7 | 6.3       | 2.1        | 0.0       |
| 소득별       | 저소득     | 9.6        | 22.7 | 61.2 | 2.3       | 2.3        | 1.8       |
|           | 중소득     | 12.0       | 19.5 | 61.1 | 2.6       | 3.8        | 0.9       |
|           | 고소득     | 11.9       | 17.8 | 61.0 | 3.8       | 4.2        | 1.3       |

## II. 보험회사 광고 및 활동평가

### 1. 보험회사 광고 접촉 실태

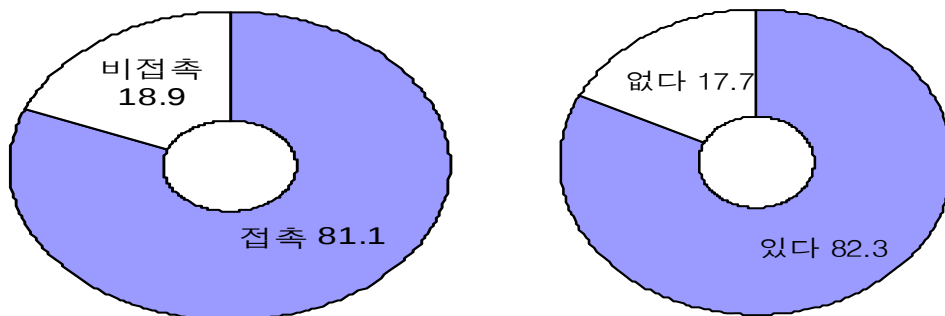
#### 가. 조사목적

- 소비자들의 보험회사 광고접촉률, 광고 상기율 회상내용 및 회상 보험회사 등 보험광고 실태조사를 통해 보험회사가 광고 전략으로 활용할 수 있도록 이에 대한 시사점을 제공하고자 함.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 국민 5명 중 4명이 보험회사 광고를 보거나 들은 적이 있으며, 이들 중 80%는 인상에 남는 보험회사 광고를 기억하고 있는 것으로 조사됨.
- 보험회사 광고 접촉률과 상기율은 성별로는 여성, 연령별로는 2~30대의 젊은 층, 직업별로는 블루칼라와 주부계층에서 비교적 높은 것으로 분석됨.
- 보험상품의 종류 및 보험회사 이미지에 따라 광고 컨셉이 다양하고, 광고의 물량도 많음에 따라 소비자들의 광고회상 내용(분야) 역시 분산되게 나타남.
- 광고회상의 내용은 비보험 측면(광고카피/로고송, 출연 연예인 및 출연자)이 보험 측면(보험료 및 보장내용, 보험상품의 필요성)보다 비교적 높게 회상되는 것으로 나타남.
- 광고에 대한 인상을 결정하는 여러 요인(매체종류, 횟수, 출연자, 로고송 등) 측면에서 외국계 생보사가 인상적인 광고를 수행하고 있는 것으로 나타난 반면 국내 중소형사는 광고활동이 부진한 것으로 조사됨.

<그림 II-1> 보험회사 광고접촉률(N=1200) 및 광고상기률(N=973)



## 다. 세부분석

### □ 보험회사 광고 접촉률

- 보험회사 광고 접촉률 조사결과 81.1%의 응답자가 보험회사의 광고를 보거나 들은 경험이 있다고 응답하여 보험광고가 대다수 소비자들에게 광범위하게 인식되고 있는 것으로 분석됨.
- 계층별 분석을 보면 성별로는 여성(83.7%), 지역별로는 중소도시(83.2%), 연령별로는 30대(87.8%), 직업별로는 블루칼라(85.4%)와 주부(85.0%), 소득별로는 고소득층(84.7%)이 비교적 보험회사 광고 접촉 경험이 높은 것으로 조사됨.
- 반면 50대 이상(72.5%)의 장년층, 저소득층(76.6%), 특히 중졸 이하(57.0%) 저학력층에서는 광고 접촉률이 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

<표 II-1> 보험회사 광고 접촉률 : 계층별 분석

(N=1200 / 단위 : %)

| 계층별       |         | 접촉   | 비접촉  |
|-----------|---------|------|------|
| 전체        |         | 81.1 | 18.9 |
| 성별        | 남       | 78.3 | 21.7 |
|           | 여       | 83.7 | 16.3 |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 79.7 | 20.3 |
|           | 중소도시    | 83.2 | 16.8 |
|           | 읍면지역    | 78.4 | 21.6 |
| 연령별       | 20대 이하  | 82.9 | 17.1 |
|           | 30대     | 87.8 | 12.2 |
|           | 40대     | 84.7 | 15.3 |
|           | 50대 이상  | 72.5 | 27.5 |
| 직업별       | 화이트칼라   | 80.4 | 19.6 |
|           | 블루칼라    | 85.4 | 14.6 |
|           | 자영업     | 77.8 | 22.2 |
|           | 농/림/수산업 | 25.0 | 75.0 |
|           | 주부      | 85.0 | 15.0 |
|           | 무직/기타   | 79.2 | 20.8 |
| 학력별       | 중졸 이하   | 57.0 | 43.0 |
|           | 고졸      | 83.0 | 17.0 |
|           | 대재 이상   | 83.5 | 16.5 |
| 소득별       | 저소득     | 76.6 | 23.4 |
|           | 중소득     | 82.5 | 17.5 |
|           | 고소득     | 84.7 | 15.3 |

## □ 보험회사 광고 상기를

- 보험회사 광고를 접한 사람 중 인상에 남는 생명보험회사 또는 손해보험회사 광고가 있다는 응답(상기율)이 82.3%로 나타남.
- 계층별 분석을 보면 남성(78.6%)보다는 여성(85.7%), 그리고 20대 이하(88.7%)의 젊은 연령층, 블루칼라(85.2%)와 주부(83.8%)층에서 광고 상기율이 특히 높게 나타남.
- 반면, 광고 접촉률과 비슷하게 읍면지역(25.3%), 50대 이상(21.8%)의 장년층과 중졸 이하(29.8%) 저학력층은 광고 상기율이 상대적으로 낮게 나타남.

〈표 II-2〉 보험회사 광고 상기율 : 계층별 분석

(N=973 / 단위 : %)

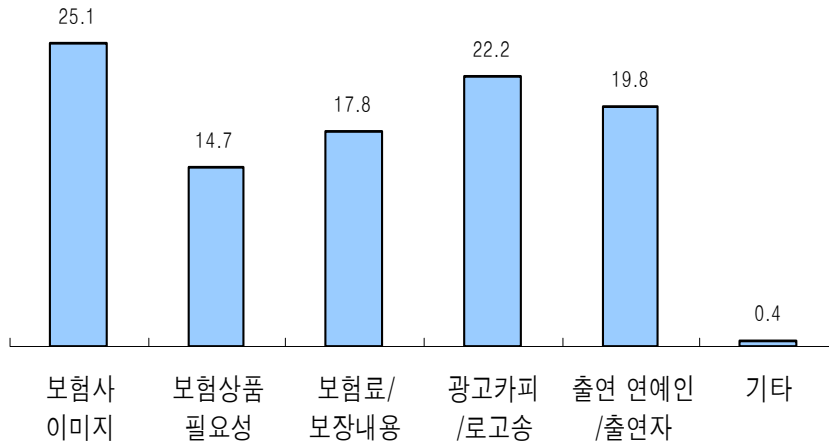
| 계층별       |         | 상기   | 비상기  |
|-----------|---------|------|------|
| 전체        |         | 82.3 | 17.7 |
| 성별        | 남       | 78.6 | 21.4 |
|           | 여       | 85.7 | 14.3 |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 79.6 | 20.4 |
|           | 중소도시    | 86.8 | 13.2 |
|           | 읍면지역    | 74.7 | 25.3 |
| 연령별       | 20대 이하  | 88.7 | 11.3 |
|           | 30대     | 82.5 | 17.5 |
|           | 40대     | 81.5 | 18.5 |
|           | 50대 이상  | 78.2 | 21.8 |
| 직업별       | 화이트칼라   | 81.9 | 18.1 |
|           | 블루칼라    | 85.2 | 14.8 |
|           | 자영업     | 79.8 | 20.2 |
|           | 농/림/수산업 | 50.0 | 50.0 |
|           | 주부      | 83.8 | 16.2 |
|           | 무직/기타   | 81.6 | 18.4 |
| 학력별       | 중졸 이하   | 70.2 | 29.8 |
|           | 고졸      | 86.2 | 13.8 |
|           | 대재 이상   | 79.5 | 20.5 |
| 소득별       | 저소득     | 83.0 | 17.0 |
|           | 중소득     | 82.9 | 17.1 |
|           | 고소득     | 79.5 | 20.5 |

□ 광고 회상 내용

- 기억에 남거나 인상에 남는 광고내용으로는 보험회사의 이미지(25.1%), 광고 카피/로고송(22.2%), 출연 연예인 및 출연자(19.8%), 보험료 및 보장내용(17.8%), 보험상품 필요성(14.7%) 순으로 나타남.
- 보험사 이미지가 회상된다는 응답은 읍면지역(31.0%), 40대(28.3%), 화이트칼라(29.8%), 고학력(26.3%), 고소득(34.5%)층에서 높게 나타남.
- 보험상품의 필요성이 회상된다는 응답은 50대 이상(20.0%), 자영업자(17.1%), 저학력(17.5%), 고소득(17.0%)층에서, 보험료 및 보장내용이 회상된다는 응답은 중소도시(21.1%), 주부(20.7%), 저학력(28.1%), 저소득(18.4%)층에서 높게 나타남.
- 광고카피/로고송 회상 응답은 20대 이하(25.0%), 무직(23.7%) 또는 블루칼라(23.8%), 고학력(24.6%) 및 저소득(25.5%)층에서 높게 나타났으며, 연예인/출연자 회상 응답은 대도시(25.3%), 20대 이하(24.0%), 무직(28.9%) 또는 블루칼라(23.8%), 저소득(22.1%)층에서 높게 나타남.
- 회상 내용(이미지, 보험이해, 출연진 등)이 계층별로 각각 상이하게 회상되는 것으로 나타남에 따라 광고목적과 대상에 부합되는 계층별 광고 전략의 수행이 필요할 것임.

<그림 II-2> 광고 회상 내용

(N=973 / 단위 : %)



〈표 II-3〉 광고 회상 내용 : 계층별 분석

(N=973 / 단위 : %)

| 계층별       |         | 보험사<br>이미지 | 보험<br>상품<br>필요성 | 보험료/<br>보장<br>내용 | 광고<br>카피/<br>로그송 | 출연<br>연예인/출<br>연자 |
|-----------|---------|------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|
| 전체        |         | 25.1       | 14.7            | 17.8             | 22.2             | 19.8              |
| 성별        | 남       | 26.1       | 15.3            | 17.9             | 20.7             | 19.4              |
|           | 여       | 24.1       | 14.1            | 17.6             | 23.5             | 20.2              |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 24.6       | 13.2            | 15.2             | 21.5             | 25.3              |
|           | 중소도시    | 24.4       | 16.0            | 21.1             | 22.7             | 15.1              |
|           | 읍면지역    | 31.0       | 16.1            | 14.9             | 23.0             | 14.9              |
| 연령별       | 20대 이하  | 23.5       | 9.8             | 17.6             | 25.0             | 24.0              |
|           | 30대     | 25.5       | 12.0            | 17.9             | 23.9             | 19.9              |
|           | 40대     | 28.3       | 15.5            | 16.7             | 23.6             | 15.0              |
|           | 50대 이상  | 23.2       | 20.0            | 18.6             | 17.5             | 20.7              |
| 직업별       | 화이트칼라   | 29.8       | 13.9            | 17.6             | 21.8             | 16.4              |
|           | 블루칼라    | 22.4       | 12.4            | 17.1             | 23.8             | 23.8              |
|           | 자영업     | 23.0       | 17.1            | 17.1             | 21.6             | 20.6              |
|           | 농/림/수산업 | 100.0      | 0.0             | 0.0              | 0.0              | 0.0               |
|           | 주부      | 24.7       | 15.7            | 20.7             | 21.7             | 17.2              |
|           | 무직/기타   | 23.7       | 10.5            | 13.2             | 23.7             | 28.9              |
| 학력별       | 중졸 이하   | 19.3       | 17.5            | 28.1             | 17.5             | 17.5              |
|           | 고졸      | 24.7       | 17.0            | 17.0             | 20.7             | 20.1              |
|           | 대재 이상   | 26.3       | 11.5            | 17.4             | 24.6             | 19.8              |
| 소득별       | 저소득     | 20.1       | 13.6            | 18.4             | 25.5             | 22.1              |
|           | 중소득     | 24.1       | 14.2            | 18.2             | 22.6             | 20.5              |
|           | 고소득     | 34.5       | 17.0            | 16.0             | 16.5             | 15.5              |

## □ 인상에 남는 광고의 보험회사

- 인상에 남는 보험회사 광고로는 생명보험회사(75.2%)가 손해보험회사(24.7%)에 비해 훨씬 높게 나타났으며, 20대 이하에서는 손보사 광고에 대한 기억률이 30.4%로 비교적 높았고, 50대 이상에서는 생보사 광고에 대한 기억률이 79.4%로 높게 나타난다.
- 그룹별로는 외국계생보사(46.2%)가 압도적으로 높은 가운데 국내 대형생보사(19.4%)와 국내 대형손보사(18.7%)가 비슷한 수준으로 소비자들의 인상에 남는 보험회사로 기억되고 있으며 국내 중소형사나 직판사는 저조한 수준임.

- 계층별 분석을 보면 외국계 생보사의 경우 전체적으로 고른 분포를 보이는 가운데 블루칼라와 자영업군에서 상대적으로 높게 나타났으며, 생보대형사는 읍면지역, 40대 이상, 화이트칼라, 저학력, 고소득층에서, 손보대형사는 읍면지역, 20대 이하, 블루칼라 및 무직, 저소득층에서 비교적 높게 나타남.

<표 II-4> 인상에 남는 광고의 보험회사 : 계층별

(N=973 / 단위 : %)

| 계층별       |         | 생보<br>대형사 | 생보<br>중소형 | 생보<br>외국사 | 손보<br>대형사 | 손보<br>중소형 | 손보<br>직판사 |
|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 전체        |         | 19.4      | 9.6       | 46.2      | 18.7      | 4.1       | 1.9       |
| 성별        | 남       | 18.4      | 10.2      | 46.7      | 18.7      | 4.1       | 1.9       |
|           | 여       | 20.1      | 9.2       | 45.8      | 18.8      | 4.1       | 1.8       |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 20.7      | 8.6       | 45.3      | 19.1      | 3.9       | 2.5       |
|           | 중소도시    | 17.4      | 11.0      | 47.1      | 18.2      | 4.5       | 1.6       |
|           | 읍면지역    | 23.1      | 7.7       | 46.2      | 20.0      | 3.1       | 0.0       |
| 연령별       | 20대이하   | 16.6      | 7.2       | 45.9      | 22.7      | 4.4       | 3.3       |
|           | 30대     | 18.4      | 9.2       | 47.3      | 21.3      | 1.9       | 1.9       |
|           | 40대     | 21.6      | 12.6      | 41.6      | 17.9      | 4.7       | 1.1       |
|           | 50대이상   | 20.6      | 9.4       | 49.3      | 13.9      | 5.4       | 1.3       |
| 직업별       | 화이트칼라   | 24.6      | 11.8      | 39.0      | 17.9      | 4.1       | 2.6       |
|           | 블루칼라    | 16.2      | 7.8       | 46.9      | 23.5      | 2.2       | 3.4       |
|           | 자영업     | 18.8      | 7.4       | 53.3      | 15.7      | 3.9       | 0.9       |
|           | 농/림/수산업 | 100.0     | 0.0       | 0.0       | 0.0       | 0.0       | 0.0       |
|           | 주부      | 19.2      | 13.3      | 42.8      | 17.5      | 6.0       | 0.6       |
|           | 무직/기타   | 6.5       | 3.2       | 54.8      | 25.8      | 6.5       | 3.2       |
| 학력별       | 중졸이하    | 25.0      | 7.5       | 47.5      | 15.0      | 5.0       | 0.0       |
|           | 고졸      | 19.8      | 9.9       | 43.8      | 21.4      | 3.8       | 1.2       |
|           | 대재이상    | 18.3      | 9.6       | 48.9      | 15.9      | 4.2       | 3.0       |
| 소득별       | 저소득     | 16.8      | 10.2      | 47.5      | 20.9      | 2.9       | 1.6       |
|           | 중소득     | 19.4      | 9.4       | 45.7      | 18.6      | 4.6       | 2.3       |
|           | 고소득     | 23.3      | 8.8       | 45.9      | 16.4      | 3.8       | 1.3       |

## 2. 보험회사 광고 영향 평가

### 가. 조사목적

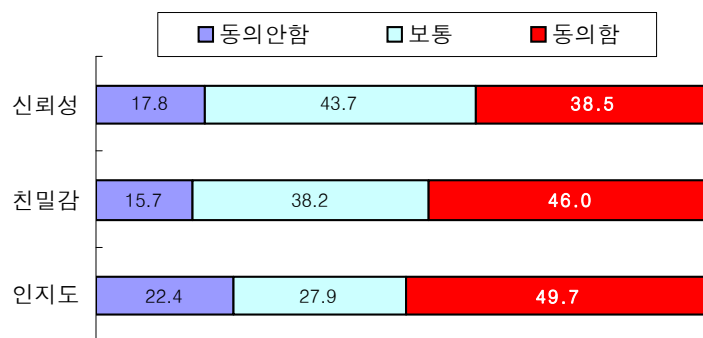
- 보험회사 광고를 통해 보험회사 인지도, 친밀감, 신뢰성과 보장내용 홍보 및 상품선택에 미치는 영향을 평가함으로 보험회사의 광고전략의 효과성에 대한 시사점을 제공하고자 함.

## 나. 조사결과 및 시사점

- 보험회사 광고를 접한 후 보험회사를 알게 된 비율이 50%, 보험회사에 대한 친밀감과 보험상품 구매에 영향을 미치는 비율이 45% 수준으로 나타나 광고를 통해 보험회사에 대한 인지도, 친밀감 및 회사선택시 영향을 미치고 있음을 시사함.
- 보험회사 광고를 통해 인지도, 친밀감 및 신뢰도가 비교적 높게 영향을 받고 있는 경우는 지역별로는 읍면지역, 연령별로는 20대 이하, 직업별로는 블루칼라와 주부인 것으로 나타남.
- 보험회사 광고를 통해 보장내용 홍보 및 상품선택에 긍정적인 영향을 미치는 비율이 55% 수준으로 광고에 따른 영향을 받고 있는 것으로 분석됨.

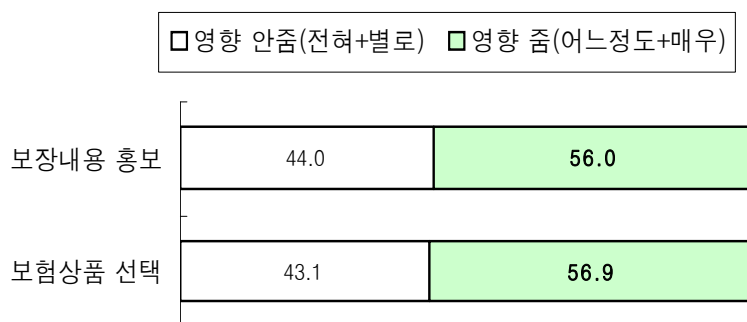
<그림 II-3> 인지도, 친밀도, 신뢰도 영향 평가

(N=973 / 단위 : %)



<그림 II-4> 보장내용 및 상품 선택 시 광고의 영향 평가

(N=973 / 단위 : %)



### 다. 세부분석

#### □ 인지도, 친밀도, 신뢰도 및 회사선택 시 영향

- 광고를 보고 보험회사를 알게 된 비율(인지도)은 읍면지역(60.9%), 20대 이하(54.4%), 블루칼라(53.3%) 및 주부(53.5%), 저학력(52.6%) 및 저소득층(53.7%)에서 상대적으로 높게 나타남.
- 보험회사 광고를 통해 보험회사에 대해 친밀감이 든 비율(친밀도)은 읍면지역(57.5%), 무직·기타(55.3%), 저소득층(50.3%)에서 상대적으로 높게 나타남.
- 보험회사 광고를 통해 보험회사에 대해 신뢰하게 된 비율(신뢰도)은 읍면지역(51.7%), 40대(41.2%), 블루칼라(42.4%) 및 고소득층(44.5%)에서 상대적으로 높게 나타남.

<표 II-5> 인지도, 친밀도, 신뢰도 영향 평가 : 계층별

(N=973 / 단위 :%)

| 항목별<br>계층별 |         | 인지도   | 친밀도  | 신뢰도   |
|------------|---------|-------|------|-------|
| 전체         |         | 49.7  | 46.0 | 38.5  |
| 성별         | 남       | 48.2  | 48.4 | 40.0  |
|            | 여       | 51.2  | 43.9 | 37.3  |
| 거주<br>지역별  | 대도시     | 53.8  | 46.6 | 38.2  |
|            | 중소도시    | 43.2  | 43.2 | 36.2  |
|            | 읍면지역    | 60.9  | 57.5 | 51.7  |
| 연령별        | 20대 이하  | 54.4  | 47.1 | 37.3  |
|            | 30대     | 49.4  | 48.6 | 37.1  |
|            | 40대     | 48.9  | 42.5 | 41.2  |
|            | 50대 이상  | 47.4  | 46.0 | 38.6  |
| 직업별        | 화이트칼라   | 45.8  | 44.5 | 33.6  |
|            | 블루칼라    | 53.3  | 46.7 | 42.4  |
|            | 자영업     | 48.8  | 44.6 | 39.0  |
|            | 농/림/수산업 | 100.0 | 50.0 | 100.0 |
|            | 주부      | 53.5  | 47.5 | 39.9  |
|            | 무직/기타   | 39.5  | 55.3 | 34.2  |
| 학력별        | 중졸 이하   | 52.6  | 42.1 | 33.3  |
|            | 고졸      | 51.7  | 48.5 | 41.4  |
|            | 대재 이상   | 47.0  | 43.4 | 35.8  |
| 소득별        | 저소득     | 53.7  | 50.3 | 35.7  |
|            | 중소득     | 47.8  | 42.5 | 37.8  |
|            | 고소득     | 48.5  | 48.0 | 44.5  |

### □ 상품홍보 및 선택 시 미치는 영향

- 보험회사 광고가 상품 홍보에 영향을 미친다는 응답이 56.0%, 상품 선택 시 영향을 준다는 응답이 56.9%로 나타나 보험회사 광고를 통해 마케팅 전략을 수행하는 것에 대해 긍정적 성과가 나타날 것임을 시사함.
- 광고가 보장내용 홍보 및 상품 선택에 ‘영향을 준다’는 응답은 계층별로 큰 차이를 보이지 않지만, 지역별로는 대도시보다는 중소도시 및 읍면지역에서 비교적 높은 것으로 나타났으며, 연령별로는 30대에서 높은 것으로 나타남.

〈표 II-6〉 보장내용 및 상품 선택 시 광고의 영향 평가 : 계층별

(N=1200 / 단위 : %)

| 계층별    |         | 항목별 |  | 보장내용 홍보 |       | 보험상품 선택 |       |
|--------|---------|-----|--|---------|-------|---------|-------|
|        |         |     |  | 영향 없음   | 영향 있음 | 영향 없음   | 영향 있음 |
| 전체     |         |     |  | 44.0    | 56.0  | 43.1    | 56.9  |
| 성별     | 남       |     |  | 44.8    | 55.2  | 41.6    | 58.4  |
|        | 여       |     |  | 43.2    | 56.8  | 44.5    | 55.5  |
| 거주 지역별 | 대도시     |     |  | 47.1    | 52.9  | 44.5    | 55.5  |
|        | 중소도시    |     |  | 41.3    | 58.7  | 41.7    | 58.3  |
|        | 읍면지역    |     |  | 40.5    | 59.5  | 42.3    | 57.7  |
| 연령별    | 20대 이하  |     |  | 42.7    | 57.3  | 45.1    | 54.9  |
|        | 30대     |     |  | 38.8    | 61.2  | 37.4    | 62.6  |
|        | 40대     |     |  | 45.5    | 54.5  | 41.5    | 58.5  |
|        | 50대 이상  |     |  | 47.6    | 52.4  | 47.1    | 52.9  |
| 직업별    | 화이트칼라   |     |  | 43.6    | 56.4  | 40.9    | 59.1  |
|        | 블루칼라    |     |  | 42.3    | 57.7  | 42.3    | 57.7  |
|        | 자영업     |     |  | 45.5    | 54.5  | 43.6    | 56.4  |
|        | 농/림/수산업 |     |  | 62.5    | 37.5  | 62.5    | 37.5  |
|        | 주부      |     |  | 43.3    | 56.7  | 45.1    | 54.9  |
|        | 무직/기타   |     |  | 43.8    | 56.3  | 43.8    | 56.3  |
| 학력별    | 중졸 이하   |     |  | 47.0    | 53.0  | 48.0    | 52.0  |
|        | 고졸      |     |  | 42.3    | 57.7  | 42.3    | 57.7  |
|        | 대재 이상   |     |  | 45.6    | 54.4  | 43.2    | 56.8  |
| 소득별    | 저소득     |     |  | 41.9    | 58.1  | 42.2    | 57.8  |
|        | 중소득     |     |  | 47.1    | 52.9  | 45.4    | 54.6  |
|        | 고소득     |     |  | 40.3    | 59.7  | 39.0    | 61.0  |

### 3. 보험회사의 활동 평가

#### 가. 조사목적

- 보험소비자가 가입하고 있는 보험회사를 대상으로 그들의 사회봉사활동과 사회적 책임감에 대해 조사·분석함으로써 향후 보험회사 경영 및 사회적 공헌을 위한 전략 수립 시 기초자료로 활용하고자 함.

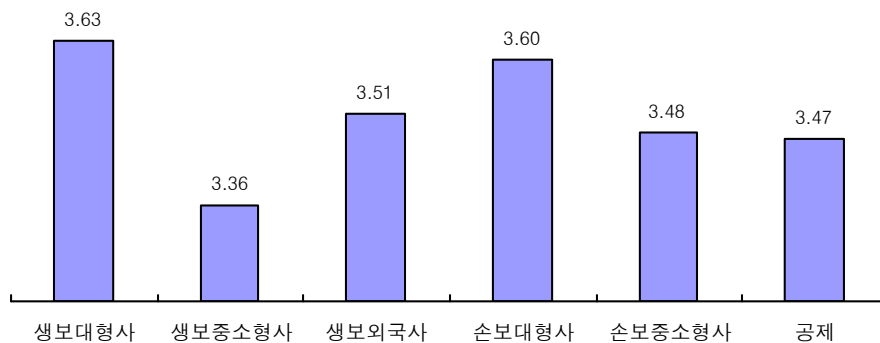
#### 나. 조사결과 및 시사점

##### □ 사회봉사활동

- 사회봉사활동에 대한 소비자들의 인지도 조사결과 평균 3.57점으로 비교적 높은 점수를 받았으며, 회사 그룹별로는 국내 대형생보사(3.63점)와 대형손보사(3.60점)가 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 생보외국사, 손보중소형사 순임.
- 보험시장의 규모가 확대되고 보험의 사회적 책임과 역할을 고려할 때 향후 사회봉사활동을 통한 지역사회에의 기여가 보험회사 경쟁력의 중요한 전략으로 대두될 것이 예상됨에 따라 이에 대한 투자 확대를 고려할 시점임.

<그림 II-5> 보험회사 그룹별 사회봉사활동

(N=1150/ 단위 : 5점 만점)



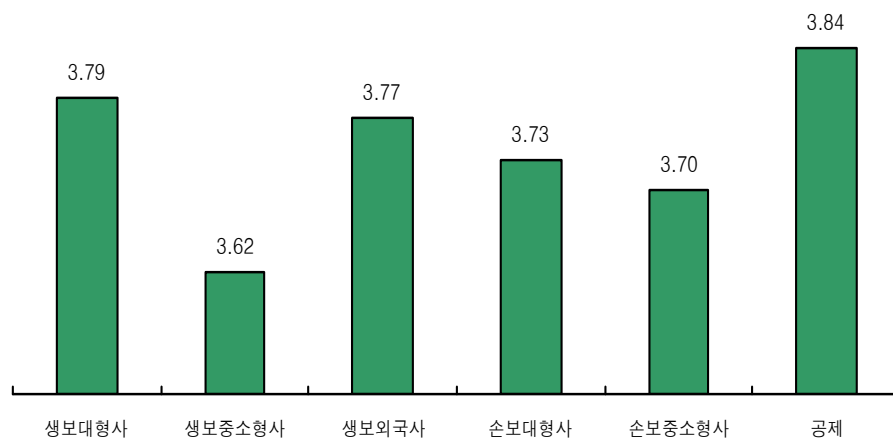
주 : 공제의 경우 통계량(n=38)이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

## □ 사회적 책임감

- 보험회사의 사회적 책임감 유무에 대한 조사 결과, 평균 3.75점으로 비교적 높게 나타나 보험회사가 지역사회에의 관심을 갖고 사회적 책임감을 느껴야 한다는 면에 긍정적 의견을 나타냄.
- 이러한 사회적 책임을 가져야 한다는 응답은 공제(3.84점), 생보대형사(3.79점), 생보외국사(3.77점) 순으로 나타나, 특히 공제에 대하여 사회적 책임감을 강조한 것으로 판단됨.

<그림 II-6> 보험회사 그룹별 사회적 책임감

(N=1150/ 단위 : 5점 만점)



주 : 공제의 경우 통계량(n=38)이 적어 통계의 신뢰성이 낮음.

## 다. 세부분석

### □ 사회봉사활동

- 계층별로는 읍면지역, 고연령, 고소득일수록 본인이 가입한 보험회사의 사회 봉사활동에 대해 높게 인식하고 있는 것으로 조사됨.
- 공제의 경우 사회봉사활동에 대한 인지도가 대형사보다는 낮은 수준이지만 중소형 보험회사와 대등한 수준으로 활동하고 있는 것으로 조사되었는데, 이는 공제조직이 지역사회에 기반을 둔 활동에 강점이 있기 때문으로 보임.

<표 II-7> 보험회사의 사회봉사활동

(N=1150 / 단위 : %)

| 계층별       |         | 부정평가 | 보통   | 긍정평가 |
|-----------|---------|------|------|------|
| 전체        |         | 7.3  | 35.7 | 57.0 |
| 성별        | 남       | 7.8  | 36.6 | 55.6 |
|           | 여       | 6.8  | 34.9 | 58.3 |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 8.3  | 36.4 | 55.3 |
|           | 중소도시    | 6.3  | 36.6 | 57.1 |
|           | 읍면지역    | 6.8  | 28.2 | 66.0 |
| 연령별       | 20대 이하  | 9.6  | 35.5 | 54.8 |
|           | 30대     | 6.1  | 39.8 | 54.1 |
|           | 40대     | 7.3  | 36.7 | 56.0 |
|           | 50대 이상  | 6.8  | 32.1 | 61.1 |
| 직업별       | 화이트칼라   | 9.4  | 34.0 | 56.6 |
|           | 블루칼라    | 9.5  | 36.8 | 53.7 |
|           | 자영업     | 6.4  | 37.4 | 56.2 |
|           | 농/림/수산업 | 0.0  | 50.0 | 50.0 |
|           | 주부      | 4.4  | 32.2 | 63.4 |
|           | 무직/기타   | 5.1  | 46.2 | 48.7 |
| 학력별       | 중졸 이하   | 5.8  | 27.9 | 66.3 |
|           | 고졸      | 6.7  | 36.9 | 56.4 |
|           | 대재 이상   | 8.3  | 35.8 | 55.8 |
| 소득별       | 저소득     | 8.1  | 42.6 | 49.3 |
|           | 중소득     | 7.9  | 33.6 | 58.5 |
|           | 고소득     | 4.8  | 30.8 | 64.3 |

□ 보험회사의 사회적 책임감

- 계층별로는 대도시(3.72점) 보다는 읍면지역(3.92점), 주부(3.81점), 고학력(3.71점)보다는 저학력(3.97점) 층에서 본인이 가입한 보험회사의 사회적 책임감이 있다고 응답함.

〈표 II-8〉 보험회사의 사회적 책임감

(N=1150 / 단위 : %)

| 계층별       |         | 부정평가 | 보통   | 긍정평가 |
|-----------|---------|------|------|------|
| 전체        |         | 2.5  | 28.1 | 69.4 |
| 성별        | 남       | 2.8  | 30.4 | 66.7 |
|           | 여       | 2.2  | 25.8 | 72.0 |
| 거주<br>지역별 | 대도시     | 2.2  | 29.9 | 67.9 |
|           | 중소도시    | 2.6  | 28.3 | 69.1 |
|           | 읍면지역    | 3.9  | 17.5 | 78.6 |
| 연령별       | 20대 이하  | 1.8  | 28.1 | 70.2 |
|           | 30대     | 2.2  | 31.2 | 66.7 |
|           | 40대     | 3.6  | 26.2 | 70.2 |
|           | 50대 이상  | 2.4  | 27.2 | 70.4 |
| 직업별       | 화이트칼라   | 3.5  | 28.8 | 67.7 |
|           | 블루칼라    | 3.9  | 27.3 | 68.8 |
|           | 자영업     | 2.2  | 27.7 | 70.1 |
|           | 농/림/수산업 | 0.0  | 50.0 | 50.0 |
|           | 주부      | 0.9  | 25.1 | 74.0 |
|           | 무직/기타   | 0.0  | 46.2 | 53.8 |
| 학력별       | 중졸 이하   | 1.2  | 15.1 | 83.7 |
|           | 고졸      | 2.6  | 27.8 | 69.7 |
|           | 대재 이상   | 2.7  | 30.6 | 66.7 |

## 제 5부 : 연금보험 및 노후생활 관련



# I. 연금 가입 실태

## 1. 연금 가입률

### 가. 조사목적

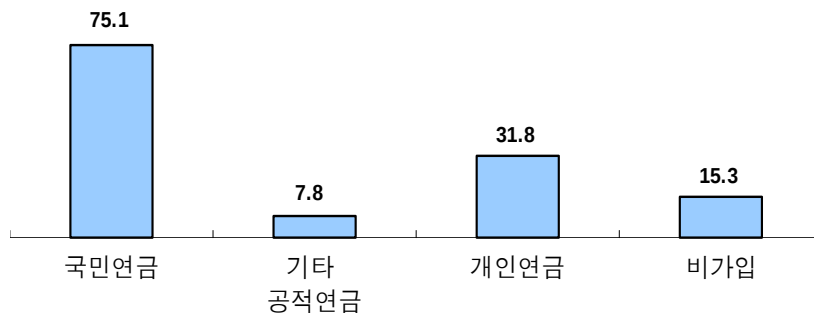
- 국민연금 및 개인연금 등의 가입률을 비교하여, 국민들이 노후보장을 위해 주로 이용하는 연금이 어느 것인지를 파악하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 연금 종류별 가입률을 조사한 결과, 국민연금이 75.1%로 가장 많고, 공무원, 군인 등 공적연금은 7.8%, 개인연금 가입률은 31.8%로 나타남.
- 개인연금 가입률은 2005년 22.7% 대비 9.1%p 증가한 것으로 조사됨.
- 연금보험을 가입하지 않았다는 가구는 15.3%로 나타남.

<그림 I-1> 연금 상품별 가입률

(N=1200 / 단위 : %)



주 : 본 조사는 전체 조사대상자 중 가입률을 계산하였으므로, 국민연금 가입률은 실제 가입률(가입대상자 중 가입자 비율)과 차이가 있으므로, 본 조사에서 가입률은 연금상품 가입률의 상대적 값만 의미가 있음.

### 다. 세부분석

#### □ 계층별가입률

- 국민연금 가입은 대부분 계층에서 높은 가운데, 미혼보다는 기혼(77.0%), 중간소득계층(78.7%)의 국민연금 가입률이 특히 높게 나타남.

- 기타 공적연금은 화이트칼라(17.6%), 대재 이상(11.4%)의 세대주, 고소득층(12.7%)에서, 개인연금 역시 40대(36.9%), 화이트칼라(39.1%), 대재이상(39.5%)의 세대주, 고소득층(42.4%)에서 가입률이 높음.
- 연금 비가입은 중졸이하(26.4%) 세대주, 저소득(22.1%) 가구에서 상대적으로 높아, 오히려 연금이 필요한 계층의 가입률이 상대적으로 낮음.
- 세대주 연령별로 보면, 국민연금가입률 및 개인연금 가입률이 높으며, 비가입률도 약 16% 수준으로 연금 소외계층이 아직도 높은 수준이므로 이들의 가입을 유도할 방안이 필요함.
- 세대주 직업별로 보면, 농/림/수산업 등 1차 산업 종사자 및 주부의 비가입률이 약 40% 수준에 달하여 이들이 연금혜택의 취약계층인 것으로 조사됨.
- 교육수준별로 보면 교육수준이 낮을수록, 결혼여부는 미혼일수록, 소득별로는 저소득일수록 연금혜택의 취약계층인 것으로 조사됨.

〈표 1-1〉 연금 상품별 가입률 : 계층별

(N=1200 / 단위 : %)

| 연금상품별<br>계층별 |         | 사례수   | 국민연금 | 기타<br>공적연금 | 개인연금 | 비가입  |
|--------------|---------|-------|------|------------|------|------|
| 연령별          | 30대이하   | (283) | 74.6 | 8.5        | 30.7 | 16.6 |
|              | 40대     | (312) | 75.0 | 8.3        | 36.9 | 12.2 |
|              | 50대     | (481) | 75.3 | 7.7        | 30.8 | 16.4 |
|              | 60대이상   | (124) | 75.8 | 4.8        | 25.0 | 16.1 |
| 직업별          | 화이트칼라   | (391) | 72.4 | 17.6       | 39.1 | 10.2 |
|              | 블루칼라    | (176) | 77.3 | 3.4        | 25.6 | 15.9 |
|              | 자영업     | (534) | 79.2 | 2.1        | 28.7 | 16.5 |
|              | 농/림/수산업 | (20)  | 45.0 | 10.0       | 30.0 | 35.0 |
|              | 주부      | (23)  | 52.2 | 0.0        | 39.1 | 39.1 |
|              | 무직/기타   | (56)  | 67.9 | 8.9        | 26.8 | 21.4 |
| 교육<br>수준별    | 중졸이하    | (106) | 67.0 | 4.7        | 14.2 | 26.4 |
|              | 고졸      | (565) | 75.8 | 5.0        | 27.6 | 15.9 |
|              | 대재이상    | (517) | 77.0 | 11.4       | 39.5 | 12.0 |
| 결혼<br>여부별    | 기혼      | (938) | 77.0 | 8.2        | 32.7 | 13.4 |
|              | 미혼      | (262) | 68.3 | 6.1        | 28.2 | 22.1 |
| 가구<br>소득별    | 저소득     | (384) | 71.1 | 4.4        | 21.6 | 22.1 |
|              | 중소득     | (573) | 78.7 | 8.0        | 34.4 | 11.7 |
|              | 고소득     | (236) | 73.3 | 12.7       | 42.4 | 12.7 |

## 2. 연금 만족도

### 가. 조사목적

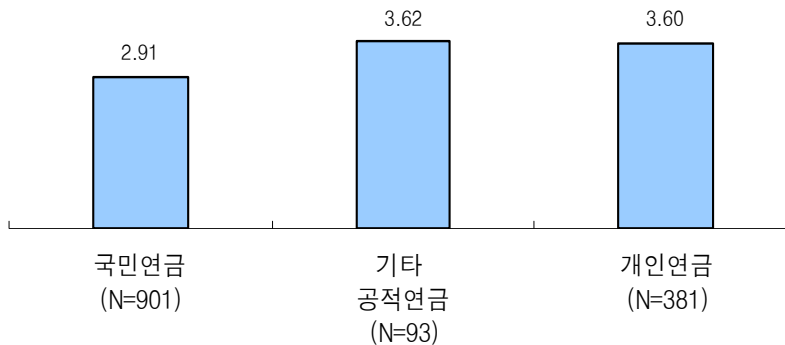
- 국민연금 및 개인연금 등의 만족도를 비교하여, 국민들이 만족할 만한 연금 상품을 개발할 수 있도록 보험회사에게 시사점을 제공함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 연금보험 가입자를 대상으로 가입한 연금에 대한 만족도를 측정한 결과, 기타 공적연금(3.62점)과 개인연금(3.60점)의 만족도는 3.6점으로 비슷한 반면, 국민연금은 2.91점으로 만족도가 낮음.
- 국민연금에 불만족하는 이유로는 공적연금 부실화 우려(43.6%)와 예상 연금액 불충분(35.2%)을 주로 꼽아, 향후 국민연금 고갈에 따른 수급 불안이 주요 원인으로 나타남.

<그림 I-2> 연금 상품별 만족도

(단위 : 점 / 5점 만점)



<표 I-2> 연금보험 상품별 불만족 이유

(단위 : %)

| 연금상품별<br>항목별 | 국민연금<br>불만족자 | 기타 공적연금<br>불만족자 | 개인연금보험<br>불만족자 |
|--------------|--------------|-----------------|----------------|
| 사례 수         | (298)        | (5)             | (10 )          |
| 예상 연금액 불충분   | 35.2         | 20.0            | 40.0           |
| 공적연금 부실화 우려  | 43.6         | 80.0            | 10.0           |
| 보험료 부담 큼     | 13.1         | -               | 30.0           |
| 사회적 형평성 결여   | 7.0          | -               | 20.0           |
| 기타           | 1.0          | -               | -              |

## 다. 세부분석

### □ 계층별만족도

- 국민연금에 대한 만족도는 읍면지역(3.25점), 50대(3.05점)와 중졸 이하(3.24점)의 세대주에서 3점 이상으로 상대적으로 높음.
- 반면, 개인연금에 대한 만족도는 대부분의 계층에서 3.5점 이상으로 계층 간의 만족도 차이가 크지 않음.

〈표 I -3〉 연금보험 상품별 만족도 : 계층별

(N=상품별 가입 가구 / 단위 : 5점 만점)

| 계층별       | 연금상품별   | 국민연금 | 기타 공적연금 | 개인<br>연금보험 |
|-----------|---------|------|---------|------------|
| 지역<br>규모별 | 대도시     | 2.81 | 3.52    | 3.54       |
|           | 중소도시    | 2.96 | 3.67    | 3.63       |
|           | 읍면지역    | 3.25 | 3.78    | 3.70       |
| 연령별       | 30대 이하  | 2.77 | 3.63    | 3.63       |
|           | 40대     | 2.82 | 3.35    | 3.50       |
|           | 50대     | 3.05 | 3.84    | 3.68       |
|           | 60대 이상  | 2.87 | 3.50    | 3.45       |
| 직업별       | 화이트칼라   | 2.93 | 3.64    | 3.62       |
|           | 블루칼라    | 2.93 | 3.67    | 3.56       |
|           | 자영업     | 2.88 | 3.82    | 3.58       |
|           | 농/림/수산업 | 3.44 | 2.50    | 3.50       |
|           | 주부      | 2.50 | -       | 3.44       |
|           | 무직/기타   | 2.92 | 3.40    | 3.87       |
| 교육<br>수준별 | 중졸 이하   | 3.24 | 3.40    | 3.53       |
|           | 고졸      | 2.88 | 3.64    | 3.62       |
|           | 대재 이상   | 2.88 | 3.63    | 3.58       |
| 가구<br>소득별 | 저소득     | 2.91 | 3.59    | 3.63       |
|           | 중소득     | 2.86 | 3.72    | 3.60       |
|           | 고소득     | 3.03 | 3.50    | 3.57       |

## II. 노후 생활

### 1. 노후생활 불안 요소

#### 가. 조사목적

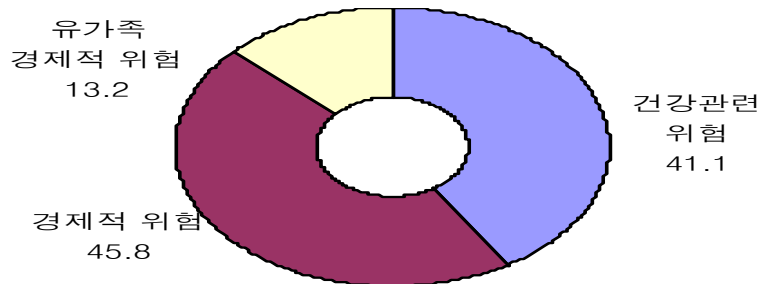
- 국민이 노후생활에 불안을 느끼는 주요요소를 파악하여, 노후생활보장 니드에 부합된 상품을 개발하기 위한 시사점 제시.

#### 나. 조사결과 및 시사점

- 노후생활에 있어 가장 불안하다고 느끼는 부분으로, 소득감소에 따른 경제적 위험(45.8%)과 의료비 및 신체기능 장애 등 건강관련 위험(41.1%)을 주로 꼽음. 본인 및 배우자 사망에 따른 유가족의 경제적 위험은 13.2%임.
- 노령화 사회로 진입함에 따라 수명은 연장된 반면 조기 퇴직 등으로 인한 소득 불안, 그리고 건강에 대한 우려가 높게 나타남.

<그림 II-1> 노후생활 불안 요소

(N=1200, 단위:%)



#### 다. 세부분석

##### □ 계층별 분석

- 소득감소에 따른 경제적 위험은 남성(48.1%), 20대 이하(50.4%), 30대(48.3%)의 젊은 연령층, 블루칼라(51.2%)와 중·저소득층에서 상대적으로 높음.
- 건강에 대한 위험은 주부(47.6%), 고소득층(50.0%)에서 높아, 계층별로 노후생활 불안 요인이 다소 다름.

〈표 II-1〉 노후생활 불안 요소 계층별 분석

(N=1200 / 단위 : %)

| 계층별          |           | 사례 수  | 건강관련<br>위험 | 경제적<br>위험 | 유가족<br>경제적<br>위험 |
|--------------|-----------|-------|------------|-----------|------------------|
| 성별           | 남성        | (591) | 39.4       | 48.1      | 12.5             |
|              | 여성        | (609) | 42.7       | 43.5      | 13.8             |
| 연령별          | 20대 이하    | (246) | 39.0       | 50.4      | 10.6             |
|              | 30대       | (286) | 38.5       | 48.3      | 13.3             |
|              | 40대       | (275) | 42.9       | 40.7      | 16.4             |
|              | 50대 이상    | (393) | 43.0       | 44.5      | 12.5             |
| 응답자<br>직업별   | 화이트칼라     | (296) | 40.9       | 46.3      | 12.8             |
|              | 블루칼라      | (246) | 35.4       | 51.2      | 13.4             |
|              | 자영업       | (369) | 40.4       | 46.1      | 13.6             |
|              | 농/림/수산업   | (8)   | 75.0       | 12.5      | 12.5             |
|              | 주부        | (233) | 47.6       | 39.1      | 13.3             |
|              | 무응답/무직/기타 | (48)  | 39.6       | 50.0      | 10.4             |
| 연간가구소득<br>특별 | 저소득       | (384) | 37.0       | 50.8      | 12.2             |
|              | 중소득       | (573) | 40.3       | 47.8      | 11.9             |
|              | 고소득       | (236) | 50.0       | 32.6      | 17.4             |

## 2. 노후생활 대비 자금

### 가. 조사목적

- 노후 생활에 필요한 자금항목 중 연금의 필요성 수준을 조사함으로써, 연금 상품의 니드를 파악하고자 함.

### 나. 조사결과 및 시사점

- 노후대비 생활자금 마련에 적합한 방법으로 부동산수입(19.3%), 공적연금(17.2%), 연금보험(12.6%), 퇴직연금(12.2%), 예금상품(10.5%) 등의 순으로 조사됨.
- 국민연금에 대한 불안 및 그로 인한 불만은 높으나, 노후를 대비한 방법으로 적합하다고 인식함(1순위 기준).
- 일본의 경우 노후대비 생활자금 마련 방법으로 공적연금, 예금상품, 연금보험, 퇴직연금 순으로 높게 나타났으며, 부동산 수입이나 주식·채권은 매우 낮은 것으로 조사됨(2004년 생명보험문화센터 조사, 표본 수 4,202).

&lt;표 II-2&gt; 노후대비 생활자금 마련 방법

(N=1200 / 단위 : %)

| 노후대비 생활자금 | 1순위         | 1+2순위 | 일본                 |
|-----------|-------------|-------|--------------------|
| 부동산수입     | <b>19.3</b> | 34.8  | 4.1                |
| 공적연금      | <b>17.2</b> | 24.3  | 83.4               |
| 연금보험      | 12.6        | 22.8  | 36.5 <sup>1)</sup> |
| 퇴직연금      | 12.2        | 21.4  | 33.9 <sup>2)</sup> |
| 예금상품      | 10.5        | 24.0  | 64.1               |
| 연금저축      | 8.1         | 17.7  | 3.8                |
| 저축성보험     | 6.4         | 18.8  | 18.6 <sup>3)</sup> |
| 연금펀드      | 5.1         | 9.6   | 5.3                |
| 노후소득      | 4.8         | 12.8  |                    |
| 일반펀드      | 2.0         | 6.7   |                    |
| 주식/채권     | 1.3         | 3.9   | 4.0                |
| 자녀지원      | 0.6         | 2.7   |                    |

주 : 1) 손해보험회사의 연금보험 포함.

2) 퇴직금이 포함된 응답.

3) 생명보험 대상.

4) 일본 사례는 2004년 생명보험문화센터의 조사임(샘플 수 4,202, 복수응답).

## 다. 세부분석

## □ 노후대비 생활자금 마련방법 : 성별

- 성별 노후자금 마련 방법은 연금보험, 저축성보험 및 연금저축 등에서 여성의 비율이 높은 반면, 남성은 공적연금이나 부동산에 대한 선호도가 높은 것으로 나타남.

&lt;표 II-3&gt; 노후대비 생활자금 마련 방법 : 성별

| 노후대비 생활자금 | 남자    | 여자    |
|-----------|-------|-------|
| 사례 수      | (591) | (609) |
| 공적연금      | 17.9  | 16.4  |
| 퇴직연금      | 11.3  | 13.0  |
| 연금보험      | 9.8   | 15.3  |
| 저축성보험     | 5.6   | 7.2   |
| 연금펀드      | 5.1   | 5.1   |
| 연금저축      | 9.6   | 6.6   |
| 예금상품      | 11.0  | 10.0  |
| 일반펀드      | 2.0   | 2.0   |
| 주식/채권     | 1.7   | 1.0   |
| 부동산수입     | 20.6  | 17.9  |
| 노후소득      | 4.9   | 4.8   |
| 자녀지원      | 0.3   | 0.8   |

## □ 노후대비 생활자금 마련방법 : 연령별

- 공적연금, 부동산수입 및 노후소득에 대한 의존도는 연령이 높을수록, 특히 40대가 높은 것으로 나타났으며, 저축성보험, 일반펀드 등에 대한 의존도는 저연령일수록 높은 것으로 나타남.
- 기타 노후 생활자금 마련 원천은 연령별로 큰 차이가 없음.
- 노후 생활자금 원천으로써 보험(연금 및 저축성 보험)의 의존도는 연령에 관계없이 낮은 수준인 것으로 나타남.

&lt;표 II-4&gt; 노후대비 생활자금 마련 방법 : 연령별

| 노후대비<br>생활자금 | 20대 이하 | 30대   | 40대   | 50대 이상 |
|--------------|--------|-------|-------|--------|
| 사례 수         | (246)  | (286) | (275) | (393)  |
| 공적연금         | 14.6   | 14.7  | 22.2  | 17.0   |
| 퇴직연금         | 13.4   | 11.5  | 11.6  | 12.2   |
| 연금보험         | 12.2   | 13.3  | 12.7  | 12.2   |
| 저축성보험        | 7.7    | 5.2   | 9.5   | 4.3    |
| 연금펀드         | 9.3    | 7.0   | 3.3   | 2.3    |
| 연금저축         | 6.9    | 10.8  | 7.6   | 7.1    |
| 예금상품         | 10.2   | 10.5  | 9.1   | 11.7   |
| 일반펀드         | 4.5    | 2.1   | 0.7   | 1.3    |
| 주식/채권        | 3.3    | 1.0   | 1.1   | 0.5    |
| 부동산수입        | 15.9   | 17.8  | 18.5  | 22.9   |
| 노후소득         | 2.0    | 5.6   | 3.6   | 6.9    |
| 자녀지원         | 0.0    | 0.3   | 0.0   | 1.5    |

## □ 노후대비 생활자금 마련방법 : 직업별

- 공적연금에 대한 의존도는 주부를 제외하고 연령별로 큰 차이가 없으며, 연금보험에 대한 의존도는 화이트칼라 및 주부의 의존도가 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- 부동산수입에 대한 의존도는 자영업자, 블루칼라 및 주부에게서 높게 나타났으며, 자녀지원에 대한 의존도는 전 직업계층에서 낮은 수준으로 조사됨.
- 예금에 대한 의존도는 주부 및 자영업자에게서 높게 나타남.

## □ 노후대비 생활자금 마련방법 : 소득별

- 저소득층은 공적연금, 예금상품 및 부동산수입에, 중소득층은 공적연금, 퇴직연금 및 부동산수입에 의존도가 높고, 고소득층은 부동산수입에 대한 의존도가 월등히 높은 가운데 공적연금 및 연금보험에 대한 의존도 순으로 높음.

&lt;표 II-5&gt; 노후대비 생활자금 마련 방법 : 직업별

| 노후대비<br>생활자금 | 화이트<br>칼라 | 블루칼라  | 자영업   | 농/림/수<br>산업 | 주부    | 무직 등 |
|--------------|-----------|-------|-------|-------------|-------|------|
| 사례 수         | (296)     | (246) | (369) | (8)         | (233) | (48) |
| 공적연금         | 20.3      | 15.4  | 18.2  | 0.0         | 13.7  | 18.8 |
| 퇴직연금         | 18.6      | 9.3   | 7.9   | 0.0         | 15.0  | 8.3  |
| 연금보험         | 13.2      | 12.2  | 11.1  | 12.5        | 14.6  | 12.5 |
| 저축성보험        | 5.1       | 10.2  | 6.5   | 0.0         | 4.3   | 6.3  |
| 연금펀드         | 5.7       | 5.3   | 4.1   | 0.0         | 4.7   | 10.4 |
| 연금저축         | 8.4       | 6.9   | 8.9   | 25.0        | 6.4   | 10.4 |
| 예금상품         | 8.4       | 8.9   | 11.4  | 25.0        | 12.4  | 12.5 |
| 일반펀드         | 0.3       | 6.1   | 0.5   | 0.0         | 2.6   | 0.0  |
| 주식/채권        | 2.0       | 1.6   | 0.8   | 0.0         | 0.9   | 2.1  |
| 부동산수입        | 14.9      | 18.3  | 23.0  | 25.0        | 19.7  | 18.8 |
| 노후소득         | 3.0       | 5.3   | 7.0   | 12.5        | 3.9   | 0.0  |
| 자녀지원         | 0.0       | 0.4   | 0.5   | 0.0         | 1.7   | 0.0  |

&lt;표 II-6&gt; 노후대비 생활자금 마련 방법 : 소득별

| 노후대비 생활자금 | 저소득   | 중소득   | 고소득   |
|-----------|-------|-------|-------|
| 사례 수      | (384) | (573) | (236) |
| 공적연금      | 18.0  | 15.9  | 17.4  |
| 퇴직연금      | 10.9  | 12.6  | 13.6  |
| 연금보험      | 9.6   | 13.1  | 16.5  |
| 저축성보험     | 5.5   | 7.7   | 5.1   |
| 연금펀드      | 5.5   | 5.2   | 4.2   |
| 연금저축      | 7.8   | 8.6   | 7.6   |
| 예금상품      | 14.6  | 9.6   | 6.4   |
| 일반펀드      | 1.8   | 2.3   | 1.7   |
| 주식/채권     | 1.0   | 1.4   | 1.7   |
| 부동산수입     | 19.0  | 17.3  | 24.2  |
| 노후소득      | 4.9   | 6.3   | 1.3   |
| 자녀지원      | 1.3   | 0.2   | 0.4   |

[설문지]





## 2008년도 보험 소비자 설문 조사

안녕하십니까?

본 조사는 매년 보험개발원과 (주) 코리아리서치가 함께 금융/보험에 대한 소비자의 수요를 파악하는 조사입니다.

본 조사를 통해 파악된 보험소비자의 수요변화 추세는 보험회사들의 상품설계, 마케팅정책 등 경영전략 수립에 반영될 예정이므로, 보험소비자에 대한 서비스가 확대가 개선될 것으로 예상됩니다.

본 조사 자료는 통계처리 이외의 목적에는 절대 사용되지 않으니 ○○님의 의견을 솔직하게 말씀해 주시면 고맙겠습니다. 아무쪼록 바쁘시더라도 잠시 시간을 내시어 조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2008년 1월

대표이사 김 덕 영

담당 연구원 구 지 연/문 정 아

문의 전화 02) 3415-5112/5127

|                    |                                                                                  |              |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>SQ1. 거주지역</b>   | ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산<br>⑧ 경기 ⑨ 강원 ⑩ 충북 ⑪ 충남 ⑫ 경북 ⑬ 경남 ⑭ 전북<br>⑮ 전남 |              |
| <b>SQ2. 거주규모</b>   | ① 대도시 ② 중소도시 ③ 읍면지역                                                              |              |
| <b>SQ3. 성</b>      | ① 남성 ② 여성                                                                        |              |
| <b>SQ4. 결혼여부</b>   | ① 기혼 ② 미혼                                                                        |              |
| <b>SQ5. 세대주 확인</b> | ○○님께서 현재 ○○님 가구의 세대주이십니까?<br>① 예 ② 아니오                                           |              |
| <b>SQ6. 연령</b>     | ※ 본인과 세대주가 동일할 경우에는 동일한 연령을 적어 주십시오.                                             |              |
|                    | 본인 (만____세)                                                                      | 세대주 (만____세) |

※ 응답자 인적사항을 가장 나중에 기록할 것!

♠ 다음은 생명보험 가입 및 실태와 관련한 질문입니다 ♠

문1. 본인을 포함하여 ○○님 댁(가구)에서는 현재 가입한 생명보험이 있으십니까?

- ① 있다  문 2번으로      ② 없다  문 10번으로

문2. (문1에서 ①번 응답자만) 본인을 포함하여 ○○님 댁(가구)에서 가입한 생명보험 상품 종류와 가입한 보험 상품별 가입건수를 말씀해 주십시오.

| 보험상품종류 |                      | 가입 여부       | 가입 건수 |
|--------|----------------------|-------------|-------|
| 2-1    | 질병치료중점보장보험(암보험 등)    | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-2    | 재해중점보장보험(교통상해보험 등)   | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-3    | 종신보험                 | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-4    | 저축성보험(저축중심, 보장겸비)    | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-5    | 연금보험(공무원, 국민연금 등 제외) | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-6    | 교육보험                 | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-7    | 치명적 질병보험(CI)         | ①가입    ②비가입 | 건     |
| 2-8    | 변액보험(유니버설 보험 포함)     | ①가입    ②비가입 | 건     |

문3. 본인을 포함하여 ○○님 댁(가구)에서 가입하신 생명보험에서 다음 항목(위험)으로 보험금을 지급받은 경험이 있는 경우를 모두 말씀해 주십시오.(복수응답)

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| ① 중증질병 (암, 심혈관질환, 등) | ② 일반질병             |
| ③ 성인병(당뇨, 고혈압 등)     | ④ 상해               |
| ⑤ 치매                 | ⑥ 사망               |
| ⑦ 저축(연금 포함)          | ⑧ 교통사고(자동차, 기타 교통) |
| ⑨ 재산손실               | ⑩ 자녀(18세미만)에 대한 보장 |
| ⑪ 기타(기재 : _____ )    | ⑫ 지급받은 경험 없음       |

문4. ○○님(본인)께서는 현재 가입한 생명보험이 있으십니까?

- ① 있다  문 5번으로      ② 없다  문 10번으로

문5. ○○님(본인)께서는 가입한 생명보험 상품과 해당 보험상품의 가입건수, 가입하고 계신 생명보험의 대표적인 가입경로([보기] 참고), 그리고 가입경로에 대한 만족도를 '매우 불만족'이면 1점, '매우 만족' 5점으로 1점에서 5점사이

로 평가해주시시오(같은 보험종목 2개 이상 가입한 경우, 중요한 보험상품 기준).

| 보험상품종류 |                       | 가입<br>여부    | 가입<br>건수 | 가입<br>경로 | 가입경로에 대한 만족도 |            |    |           |          |
|--------|-----------------------|-------------|----------|----------|--------------|------------|----|-----------|----------|
|        |                       |             |          |          | 매우<br>불만족    | 불만족<br>하는편 | 보통 | 만족<br>하는편 | 매우<br>만족 |
| 5-1    | 질병치료중점보장보험 (암보험 등)    | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-2    | 재해중점보장보험 (교통상해보험 등)   | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-3    | 종신보험                  | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-4    | 저축성보험 (저축중심,보장겸비)     | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-5    | 연금보험 (공무원, 국민연금 등 제외) | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-6    | 교육보험                  | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-7    | 치명적 질병보험 (CI)         | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 5-8    | 변액보험 (유니버설 보험 포함)     | ①가입<br>②비가입 | 건        |          | ①            | ②          | ③  | ④         | ⑤        |

| [보기] 가입경로                 |                  |
|---------------------------|------------------|
| ① 보험설계사                   | ② 보험대리점          |
| ③ 보험회사 임직원등               | ④ 보험회사 인터넷 사이트   |
| ⑤ 보험회사 통신판매(전화/우편/카드)     | ⑥ 은행, 증권회사, 저축은행 |
| ⑦ TV 쇼핑채널(홈쇼핑)            |                  |
| ⑧ 대형 할인점 등 기타(기재요망_____ ) |                  |

문6. ○○님(본인)께서 현재 가입하고 있는 생명보험회사를 모두 말씀해주세요.(복수 응답)

| [보기] 보험회사 |                                                                                                                                                                                                      |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 대형사       | ① 대한생명      ② 삼성생명      ③ 교보생명                                                                                                                                                                       |
| 중소형사      | ④ 흥국생명    ⑤ 녹십자생명    ⑥ 신한생명    ⑦ 동부생명<br>⑧ 동양생명    ⑨ LIG생명        ⑩ 금호생명    ⑪ 미래에셋생명<br>⑫ 하나생명    ⑬ SH&C생명    ⑭ KB생명                                                                                 |
| 외국사       | ⑮ 알리안츠 <input type="checkbox"/> 메트라이프생명 <input type="checkbox"/> PCA생명 <input type="checkbox"/> 뉴욕생명<br><input type="checkbox"/> ING생명 <input type="checkbox"/> AIG생명            ⑰ 라이나생명    ⑱ 푸르덴셜생명 |
| 공제        | ⑲ 우체국      ⑳ 농협등 기타공제                                                                                                                                                                                |
| 기타        | ㉑ 기타(기재 : _____ )                                                                                                                                                                                    |

문7. ○○님(본인)께서 가입하신 **생명보험회사**에서 제공하고 있는 **계약서비스**에 어느 정도 만족하십니까?

| 항 목 |                                | 매우<br>불만족 | 불만족<br>하는편 | 보통 | 만족<br>하는편 | 매우<br>만족 |
|-----|--------------------------------|-----------|------------|----|-----------|----------|
| 7-1 | 보장내용 및 약관에 대해 판매자가 명확하게 설명해 준다 | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 7-2 | 판매자의 태도가 친절하다                  | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 7-3 | 상품 가격이 적정하다                    | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 7-4 | 고객요구에 맞는 상품을 구비하고 있다           | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 7-5 | 계약기간중 신속한 서비스를 지속적으로 제공한다      | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 7-6 | 전반적 만족도                        | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |

문8. ○○님(본인)께서는 **생명보험회사**에서 보험금을 지급받으신 적이 있으십니까?

- ① 있다  문 9번으로      ② 없다  문 10번으로

문9. ○○님(본인)께서 가입하고 있는 **생명보험회사**에서 제공하고 있는 **보상서비스(보험금 지급서비스 포함)**에 어느 정도 만족하십니까?

| 항 목 |                      | 매우<br>불만족 | 불만족<br>하는 편 | 보통 | 만족<br>하는 편 | 매우<br>만족 |
|-----|----------------------|-----------|-------------|----|------------|----------|
| 9-1 | 보상처리절차가 쉽다           | ①         | ②           | ③  | ④          | ⑤        |
| 9-2 | 보상금액이 충분하다           | ①         | ②           | ③  | ④          | ⑤        |
| 9-3 | 보상직원과 연락하거나 협의하기가 쉽다 | ①         | ②           | ③  | ④          | ⑤        |
| 9-4 | 보상직원이 친절하다           | ①         | ②           | ③  | ④          | ⑤        |
| 9-5 | 전반적 만족도              | ①         | ②           | ③  | ④          | ⑤        |

문10. ○○님께서 향후 1년 이내에 생명보험 상품에 가입할 의향이 있으십니까? 또한, **향후 생명보험상품에 가입시(보험가입 의향 ③, ④번 응답자)**, 어느 경로를 통해 보험에 가입하시겠습니까? 가입의향과 선호하는 가입경로, 선호이유(2개)를 [보기]에서 골라 보험종류별로 말씀해 주십시오.

| 항 목                    | 향후 보험가입 의향 |          |          |          | 선호<br>가입경로<br>(③, ④번<br>응답자)<br>[보기 1] | 선호이유<br>[보기 2] |     |
|------------------------|------------|----------|----------|----------|----------------------------------------|----------------|-----|
|                        | 전혀<br>없다   | 별로<br>없다 | 약간<br>있다 | 매우<br>많다 |                                        | 이유1            | 이유2 |
| 10-1 질병치료중점보장보험(암보험 등) | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-2 재해중점보장(교통상해보험등)   | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-3 종신보험              | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-4 저축성보험(저축중심, 보장겸비) | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-5 연금보험(공무원, 국민연금제외) | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-6 교육보험              | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-7 치명적 질병보험(CI)      | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 10-8 변액보험(유니버설 보험 포함)  | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |

| [보기1] 선호 가입경로         |                  |
|-----------------------|------------------|
| ① 보험설계사               | ② 보험대리점          |
| ③ 보험회사 임직원등           | ④ 보험회사 인터넷 사이트   |
| ⑤ 보험회사 통신판매(전화/우편/카드) | ⑥ 은행, 증권회사, 저축은행 |
| ⑦ TV 쇼핑채널(홈쇼핑)        | ⑧ 대형 할인점         |
| ⑨ 기타(기재요망_____)       |                  |

| [보기2] 선호 이유     |                    |
|-----------------|--------------------|
| ① 가입이 편리해서      | ② 가격이 저렴해서         |
| ③ 정보획득이 용이해서    | ④ 재무컨설팅 등의 전문성 때문에 |
| ⑤ 시간을 절약할 수 있어서 | ⑥ 권유자와의 친분 때문에     |
| ⑦ 친절하고 서비스가 좋아서 | ⑧ 기타(적을 것 : _____) |

문11. 그렇다면, ○○님께서 향후 생명보험 가입한다면, 가입하고 싶은 생명보험회사를 가입하고 싶은 순서대로 2개를 말씀해 주십시오.  
1순위 회사 : ( ) 2순위 회사 : ( )

| [보기] 보험회사 |                                 |
|-----------|---------------------------------|
| 대형사       | ① 대한생명      ② 삼성생명      ③ 교보생명  |
| 중소형사      | ④ 흥국생명    ⑤ 녹십자생명      ⑥ 신한생명   |
|           | ⑦ 동부생명    ⑧ 동양생명      ⑨ LIG생명   |
|           | ⑩ 금호생명    ⑪ 미래에셋생명              |
|           | ⑫ 하나생명    ⑬ SH&C생명      ⑭ KB생명  |
| 외국사       | ⑮ 알리안츠    □ 메트라이프생명 □ PCA생명     |
|           | □ 뉴욕생명    □ ING생명      □ AIG생명  |
|           | ⑯ 라이나생명 ⑰ 푸르덴셜생명                |
| 공 제       | ⑱ 우체국      ⑲ 농협등 기타공제           |
| 기타가입      | ⑳ 기타(기재 : _____)      ㉑ 가입하지 않음 |

♣ 다음은 손해보험 가입 및 실태와 관련한 질문입니다 ♣

문12. ○○님 본인을 포함하여 택(가구)에서는 현재 가입한 손해보험이 있으십니까?

- ① 있다  문 13번으로      ② 없다  문 21번으로

문13. (문12에서 ①번 응답자만) ○○님 본인을 포함한 택(가구)에서 가입한 손해보험 상품과 가입한 보험 상품의 가입건수를 말씀해 주십시오.

| 보험상품종류 |                       |                | 가입여부       | 가입건수 |
|--------|-----------------------|----------------|------------|------|
| 13-1   | 자동차보험(개인용 승용차)        |                | ①가입   ②비가입 | 건    |
| 13-2   | 장기손해보험                | 상해 (운전자보험 등)   | ①가입   ②비가입 | 건    |
|        |                       | 건강 (의료비, 질병 등) | ①가입   ②비가입 | 건    |
|        |                       | 종합 (재물+상해)     | ①가입   ②비가입 | 건    |
|        |                       | 저축성 보험         | ①가입   ②비가입 | 건    |
|        |                       | 어린이보험          | ①가입   ②비가입 | 건    |
| 13-3   | 상해보험 (여행, 교통상해 1년 이내) |                | ①가입   ②비가입 | 건    |
| 13-4   | 기타 (기재 요망 : _____ )   |                | ①가입   ②비가입 | 건    |

※ 기타 : 주택(화재)보험, 가정종합(화재+상해+배상)보험, 배상책임보험, 통합보험 등

문14. ○○님 본인을 포함한 택(가구)에서는 가입하신 손해보험에서 다음 항목(위협) 으로 보험금을 지급받은 경험에 있는 경우를 모두 말씀해 주십시오.

- ① 중증질병 (암, 심혈관질환, 등)   ② 일반질병  
 ③ 성인병(당뇨, 고혈압 등)   ④ 상해  
 ⑤ 치매   ⑥ 사망  
 ⑦ 저축(연금 포함)   ⑧ 교통사고(자동차, 기타 교통)  
 ⑨ 재산손실   ⑩ 자녀(18세미만)에 대한 보장  
 ⑪ 기타   ⑫ 지급받은 경험 없음

주 : 교통사고에는 자동차보험으로 보장받은 경우도 포함됩니다.

문15. ○○님(본인)께서는 현재 가입한 손해보험이 있으십니까?

- ① 있다  문 16번으로      ② 없다  문 21번으로

문16. ○○님(본인)께서 가입한 손해보험 상품과 해당 보험상품의 가입건수, 가입하고 계신 손해보험의 대표적인 가입경로([보기] 참고), 그리고 가입경로에 대한 만족도를 ‘매우 불만족’이면 1점, ‘매우 만족’ 5점으로 1점에서 5점

사이로 평가해주시요.(같은 보험종목 2개 이상 가입한 경우, 중요한 보험상품 기준)

| 보험상품종류 |                            | 가입여부             | 가입건수        | 가입경로 | 가입경로에 대한 만족도 |        |    |       |       |
|--------|----------------------------|------------------|-------------|------|--------------|--------|----|-------|-------|
|        |                            |                  |             |      | 매우 불만족       | 불만족하는편 | 보통 | 만족하는편 | 매우 만족 |
| 16-1   | 자동차보험<br>(개인용 승용차)         | ①가입<br>②비가입      | 건           |      |              |        |    |       |       |
| 16-2   | 장기손해보험                     | 상해<br>(운전자보험 등)  | ①가입<br>②비가입 | 건    |              |        |    |       |       |
|        |                            | 건강<br>(의료비,질병 등) | ①가입<br>②비가입 | 건    |              |        |    |       |       |
|        |                            | 종합<br>(재물+상해)    | ①가입<br>②비가입 | 건    |              |        |    |       |       |
|        |                            | 저축성 보험           | ①가입<br>②비가입 | 건    |              |        |    |       |       |
|        |                            | 어린이보험            | ①가입<br>②비가입 | 건    |              |        |    |       |       |
| 16-3   | 상해보험<br>(여행, 교통상해<br>1년이내) | ①가입<br>②비가입      | 건           |      |              |        |    |       |       |
| 16-4   | 기타(기재 : _____ )            | ①가입<br>②비가입      | 건           |      |              |        |    |       |       |

| [보기] 가입경로                |                  |
|--------------------------|------------------|
| ① 보험설계사                  | ② 보험대리점          |
| ③ 보험회사 임직원등              | ④ 보험회사 인터넷 사이트   |
| ⑤ 보험회사 통신판매(전화/우편/카드)    | ⑥ 은행, 증권회사, 저축은행 |
| ⑦ TV 쇼핑채널(홈쇼핑)           |                  |
| ⑧ 대형 할인점등 기타(기재요망_____ ) |                  |

문17. ○○님(본인)께서 현재 가입한 **손해보험회사**를 모두 말씀해주세요(복수응답)

| [보기] 보험회사 |                                                                              |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------|
| 대형사       | ① 삼성화재    ② 현대해상    ③ LIG손해(구 LG화재)<br>④ 동부화재                                |
| 중소형사      | ⑤ 메리츠화재(구 동양화재) ⑥ 한화손보<br>⑦ 대한화재    ⑧ 그린화재    ⑨ 흥국쌍용화재 ⑩ 제일화재<br>⑪ AIG손해     |
| 직판회사      | ⑫ 교보자동차보험                      ⑬ 교원나라 자동차보험<br>⑭ 다음다이렉트자동차보험    ⑮ 현대하이카자동차보험 |
| 공제        | <input type="checkbox"/> 우체국 <input type="checkbox"/> 농협등 기타공제               |
| 기타/비가입    | <input type="checkbox"/> 기타(기재 : _____ )                                     |

문18. ○○님(본인)께서 가입하고 있는 **손해보험회사**에서 제공하고 있는 **계약서** **비스**에 어느 정도 만족하십니까?

| 항 목  |                                | 매우<br>불만족 | 불만족<br>하는편 | 보통 | 만족<br>하는편 | 매우<br>만족 |
|------|--------------------------------|-----------|------------|----|-----------|----------|
| 18-1 | 보장내용 및 약관에 대해 판매자가 명확하게 설명해 준다 | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 18-2 | 판매자의 태도가 친절하다                  | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 18-3 | 상품 가격이 적정하다                    | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 18-4 | 고객요구에 맞는 상품을 구비하고 있다           | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 18-5 | 계약기간 중 신속한 서비스를 지속적으로 제공한다     | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 18-6 | 전반적 만족도                        | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |

문19. ○○님(본인)께서는 **손해보험회사**에서 보험금을 지급받으신 적이 있으십니까?

- ① 있다     **문 20번으로**                      ② 없다     **문 21번으로**

문20. ○○님(본인)께서 가입하고 있는 손해보험회사에서 제공하고 있는 보상서비스에 어느 정도 만족하십니까?

| 항 목  |                      | 매우<br>불만족 | 불만족<br>하는편 | 보통 | 만족<br>하는편 | 매우<br>만족 |
|------|----------------------|-----------|------------|----|-----------|----------|
| 20-1 | 보상처리절차가 쉽다           | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 20-2 | 보상금액이 충분하다           | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 20-3 | 보상직원과 연락하거나 협의하기가 쉽다 | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 20-4 | 보상직원이 친절하다           | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 20-5 | 자동차사고처리에 협조적이다       | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |
| 20-6 | 전반적 만족도              | ①         | ②          | ③  | ④         | ⑤        |

문21. ○○님께서서는 향후 1년 이내 손해보험 상품에 가입할 의향이 있으십니까? 또한, 향후 손해보험 상품에 가입한다면, 어느 경로를 통해 보험에 가입하시겠습니까? 가입의향과 선호하는 가입경로, 선호이유(2개)를 [보기]에서 골라 보험 종류별로 말씀해 주십시오.

| 항 목  |                       |                   | 향후 보험가입 의향 |          |          |          | 선호<br>가입경로<br>(③, ④번<br>응답자)<br>[보기 1] | 선호이유<br>[보기 2] |     |
|------|-----------------------|-------------------|------------|----------|----------|----------|----------------------------------------|----------------|-----|
|      |                       |                   | 전혀<br>없다   | 별로<br>없다 | 약간<br>있다 | 매우<br>많다 |                                        | 이유1            | 이유2 |
| 21-1 | 자동차보험<br>(개인용 승용차)    |                   | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 21-2 | 장기<br>손해<br>보험        | 상해<br>(운전자보험 등)   | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
|      |                       | 건강<br>(의료비, 질병 등) | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
|      |                       | 종합<br>(재물+상해)     | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
|      |                       | 저축성 보험            | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
|      |                       | 어린이보험             | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 21-3 | 상해 보험<br>(여행, 교통상해 등) |                   | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |
| 21-4 | 기타<br>(기재 : _____ )   |                   | ①          | ②        | ③        | ④        |                                        |                |     |

※기타 : 주택(화재)보험, 가정종합(화재+상해+배상)보험, 보증보험, 배상책임보험, 통합보험등

| 【보기1】 선호 가입경로          |                  |
|------------------------|------------------|
| ① 보험설계사                | ② 보험대리점          |
| ③ 보험회사 임직원등            | ④ 보험회사 인터넷 사이트   |
| ⑤ 보험회사 통신판매 (전화/우편/카드) | ⑥ 은행, 증권회사, 저축은행 |
| ⑦ TV 쇼핑채널(홈쇼핑)         | ⑧ 대형 할인점         |
| ⑨ 기타(기재요망_____ )       |                  |

| 【보기2】 선호 이유     |                     |
|-----------------|---------------------|
| ① 가입이 편리해서      | ② 가격이 저렴해서          |
| ③ 정보획득이 용이해서    | ④ 재무컨설팅 등의 전문성 때문에  |
| ⑤ 시간을 절약할 수 있어서 | ⑥ 권유자와의 친분 때문에      |
| ⑦ 친절하고 서비스가 좋아서 | ⑧ 기타(적을 것 : _____ ) |

문22. ○○님(본인)께서 가입하고 싶은 손해보험회사를 2개 고르시오.

1순위 회사 : ( \_\_\_\_\_ )      2순위 회사 : ( \_\_\_\_\_ )

| 【보기】 보험회사 |                                                                             |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 대형사       | ① 삼성화재    ② 현대해상    ③ LIG손해(구 LG화재)<br>④ 동부화재                               |
| 중소형사      | ⑤ 메리츠화재(구 동양화재) ⑥ 한화손보<br>⑦ 대한화재    ⑧ 그린화재    ⑨ 흥국쌍용화재<br>⑩ 제일화재    ⑪ AIG손해 |
| 직판회사      | ⑫ 교보자동차보험                  ⑬ 교원나라 자동차보험<br>⑭ 다음다이렉트자동차보험    ⑮ 현대하이카자동차보험    |
| 공제        | <input type="checkbox"/> 우체국 <input type="checkbox"/> 농협등 기타공제              |
| 기타/비가입    | <input type="checkbox"/> 기타(기재 : _____ ) <input type="checkbox"/> 가입하지 않음   |

♣ 다음은 생명/보험회사의 신뢰도 및 만족도에 대한 질문입니다 ♣

문23. ○○님께서 현재 가입하고 있는 보험회사 중 가장 중요하다고 느끼는 1개의 회사를 선택하시고, 선택하신 회사에 대하여 다음 사항에 답하십시오.[보기카드 제시]

(회사 명 : \_\_\_\_\_ )

문24. ○○님께서 현재 가입하고 있는 보험회사의 활동 등에 대한 질문입니다.

| 항 목  |                                    | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|------------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 24-1 | 내가 가입한 보험회사는 보험시장에서 아주 중요하게 평가 받는다 | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-2 | 내가 가입한 보험회사는 보험시장에서 아주 유명하다        | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-3 | 내가 가입한 보험회사는 보험시장에서 아주 능력있는 회사이다   | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-4 | 내가 가입한 보험회사는 재무적으로 안전하다            | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-5 | 내가 가입한 보험회사는 파산하지 않을 것이다           | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-6 | 내가 가입한 보험회사는 계속 성장할 것이다            | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-7 | 내가 가입한 보험회사는 많은 사회봉사활동을 한다         | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 24-8 | 내가 가입한 보험회사는 사회적 책임감이 있다           | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

문25. ○○님께서 현재 가입하고 있는 보험회사의 판매자에 대한 질문입니다.

| 항 목  |                                                         | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|---------------------------------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 25-1 | 내게 보험가입을 권유했던 판매인의 능력은 믿을 만하다                           | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-2 | 내게 보험가입을 권유했던 판매인은 나에게 대한 상황을 완전히 분석·이해하고 나에게 상품을 권유하였다 | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-3 | 내게 가입을 권유했던 판매인은 지적능력이 있다                               | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-4 | 내게 가입을 권유했던 판매인은 판매하고 있는 상품을 매우잘 안다                     | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-5 | 내게 가입을 권유했던 판매인은 전문가이다                                  | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-6 | 나에게 상품을 판매한 판매인과 나의 관심사항은 유사하다                          | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-7 | 나에게 상품을 판매한 판매인과 나는 유사한 가치를 공유한다                        | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 25-8 | 나에게 상품을 판매한 판매인과 나는 만은 면에서 유사하다                         | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

문26. ○○님께는 가입하고 있는 보험회사(또는 판매자)가 여러분께 제공한 서비스에 대하여 어떻게 느끼십니까?

| 항 목  |                                                 | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|-------------------------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 26-1 | 나는 선택한 보험회사(또는 판매자)가 제공한 서비스를 만족하게 생각한다         | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 26-2 | 보험가입 전에 생각했던 것 보다 보험회사(또는 판매자)가 제공하는 서비스가 만족스럽다 | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 26-3 | 나는 보험회사(또는 판매자)를 잘 선택했다고 생각한다.                  | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

문27. ○○님께서 현재 가입하고 있는 보험회사의 신뢰성에 대한 질문입니다.

| 항 목  |                                 | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|---------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 27-1 | 내가 가입한 보험회사를 신뢰한다               | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 27-2 | 내가 가입한 보험회사는 약속을 잘 지킨다          | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 27-3 | 내가 가입한 보험회사가 제시하는 충고를 의심하지 않는다. | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

문28. ○○님께서 현재 가입하고 있는 보험회사에 대한 충성도 질문입니다.

| 항 목  |                                 | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|---------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 28-1 | 내가 가입한 보험회사의 상품을 재구입할 의향이 있다    | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 28-2 | 내가 가입한 보험회사를 다른 사람에게 추천할 의향이 있다 | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 28-3 | 내가 가입한 보험회사에 보험을 오래 유지할 생각이다    | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

♣ 다음은 연금보험 및 노후생활 대비에 관한 질문입니다♣

문29. ○○님을 포함한 댁(가구)에서는 노후생활 보장을 위한 연금에 가입하고 계십니까? 아래 연금 보험상품의 가입여부와 가입한 연금 상품에 대한 만족도를 ‘매우 불만족’ 1점, ‘매우 만족’ 5점으로 1에서 5점 사이로 평가해 주시고, 불만족하실 경우(①, ②번 응답), 그 이유를 아래 [보기]에서 찾아 말씀해 주십시오

| 보험상품종류 |                                                   | 가입여부        | 연금보험 상품 종류별 만족도 |            |    |           |          | 불만족<br>이유<br>(①,②번<br>응답자) |
|--------|---------------------------------------------------|-------------|-----------------|------------|----|-----------|----------|----------------------------|
|        |                                                   |             | 매우<br>불만족       | 불만족<br>하는편 | 보통 | 만족<br>하는편 | 매우<br>만족 |                            |
| 29-1   | 국민연금                                              | ①가입<br>②비가입 | ①               | ②          | ③  | ④         | ⑤        |                            |
| 29-2   | 기타 공적연금<br>(공무원 · 교직원 · 군인<br>연금)                 | ①가입<br>②비가입 | ①               | ②          | ③  | ④         | ⑤        |                            |
| 29-3   | 개인연금보험 · 저축 ·<br>신탁<br>(보험사, 은행, 투신사,<br>농협 등 판매) | ①가입<br>②비가입 | ①               | ②          | ③  | ④         | ⑤        |                            |

| 【보기】연금보험 상품 불만족 이유 |                   |
|--------------------|-------------------|
| ① 예상 연금액이 불충분하기 때문 | ② 공적연금의 부실화 우려 때문 |
| ③ 보험료부담이 크기 때문     | ④ 사회적 형평성이 결여되어서  |
| ⑤ 기타(적을 것 : _____) |                   |

문30. ○○님께서서는 노후 생활에서 어떤 점이 가장 불안하다고 생각하십니까?

- ① 의료비, 신체기능 장애 등 건강관련 위험
- ② 소득감소에 따른 경제적 위험
- ③ 본인 및 배우자 사망에 따른 유가족의 경제적 위험
- ④ 기타(적을 것 : \_\_\_\_\_)

문31. ○○님께서서는 노후대비 생활자금으로 다음 중 적합하다고 생각되시는 것을 두 가지만 선택하여 주십시오. ( 1

순위 : \_\_\_\_\_ ), (2순위 : \_\_\_\_\_ )

- ① 공적연금(국민연금 등) ② 퇴직연금·퇴직금 ③ 보험사의 연금보험
- ④ 저축성 보험 ⑤ 은행 연금저축 ⑥ 은행 예금상품
- ⑦ 연금 펀드 ⑧ 일반 펀드 ⑨ 주식 및 채권
- ⑩ 부동산 수입 ⑪ 노후의 근로소득 ⑫ 자녀의 경제적 지원
- ⑬ 기타(적을 것 : \_\_\_\_\_)

**♣ 다음은 금융기관 성향 및 위험 보장 관련 사항입니다. ♣**

문32. 금융겸업화 및 금융상품 가격 자율화 등으로 소비자들의 금융기관 선택 폭이 넓어지고 있습니다. 【보기】를 보시고 다음 각 기관별로 가장 적합하다고 생각되는 금융기관 성향을 순서대로 2개만 골라 주십시오.

| 【보기】금융기관성향 |                    |
|------------|--------------------|
| ① 상품의 다양성  | ② 안전성              |
| ③ 수익성      | ④ 친절성 및 고객서비스      |
| ⑤ 노후생활보장   | ⑥ 사고시 보장 ( _____ ) |

문 32-1. 생명보험회사 (1순위 : \_\_\_\_\_, 2순위 : \_\_\_\_\_)

문 32-2. 손해보험회사 (1순위 : \_\_\_\_\_, 2순위 : \_\_\_\_\_)

- 문 32-3. 은행(농/수협 포함) (1순위 : \_\_\_\_\_, 2순위 : \_\_\_\_\_)
- 문 32-4. 증권회사 (1순위 : \_\_\_\_\_, 2순위 : \_\_\_\_\_)
- 문 32-5. 투자신탁회사 (1순위 : \_\_\_\_\_, 2순위 : \_\_\_\_\_)

♠ 다음은 보험광고에 관련한 질문입니다. ♠

문33. ○○님께서서는 생명보험이나 손해보험 회사의 광고를 보거나 들으신 적이 있으십니까?

- ① 예  문 34번으로 ② 아니오  문 37번으로

문34. 생명보험이나 손해보험 회사 광고를 생각하면 떠오르거나 인상에 남는 보험 회사가 있으십니까?

- ① 예  문 34-1번으로 ② 아니오  문 35번으로

문34-1. 인상에 남는 보험회사 광고가 있다면 어느 회사입니까?

( \_\_\_\_\_ )

문35. 그렇다면 ○○님께서서는 생명보험이나 손해보험 회사 광고 중 가장 기억에 남거나 인상에 남는 부분이 무엇입니까?

- ① 보험사의 이미지 ② 광고하는 보험 상품의 필요성  
③ 보험료 및 보장내용 ④ 광고 카피 및 로고송  
⑤ 광고 출연 연예인 및 출연자 ⑥ 기타(기재 : \_\_\_\_\_ )

문36. ○○님께서 보신 광고로 생명/손해보험 회사에 대한 다음 사항에 어느정도 동의하십니까? '전혀 그렇지 않다' 1점, '매우 그렇다' 5점으로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

| 항 목  |                              | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇지<br>않은<br>편이다 | 보통<br>이다 | 그런<br>편이다 | 매우<br>그렇다 |
|------|------------------------------|-----------------|------------------|----------|-----------|-----------|
| 36-1 | 광고를 보고 보험회사를 알게 되었다          | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 36-2 | 광고에 나온 보험회사에 대하여 친밀한 느낌이 들었다 | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 36-3 | 광고에 나온 보험회사에 대하여 신뢰하게 되었다    | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |
| 36-4 | 보험을 구매할 때 보험회사 선택에 영향을 주었다   | ①               | ②                | ③        | ④         | ⑤         |

문37. ○○님께서 생명/손해 보험 회사의 광고가 보장내용 홍보에 어느 정도 영향을 준다고 생각하십니까?

- ① 전혀 영향을 주지 않는다                      ② 별로 영향을 주지 않는다
- ③ 어느정도는 영향을 준다                    ④ 매우 많은 영향을 준다

문38. 그렇다면, ○○님께서 생명/손해 보험 회사의 광고가 소비자의 보험상품 선택에 어느 정도 영향을 준다고 생각하십니까?

- ① 전혀 영향을 주지 않는다                      ② 별로 영향을 주지 않는다
- ③ 어느정도는 영향을 준다                      ④ 매우 많은 영향을 준다

♠ 마지막으로 통계처리를 위해 몇 가지 더 여쭙겠습니다. ♠

SQ7. ○○님 택(가구)은 자동차(개인용 승용차)를 소유하고 계십니까?

② 아니오

SQ8. ○○님 본인과 세대주의 직업은 각각 어떻게 되십니까?

| SQL-1. 본인의 직업  | SQL-2. 세대주의 직업 |
|----------------|----------------|
| ① 경영/관리/전문/자유직 | ① 경영/관리/전문/자유직 |
| ② 사무관련직/기술직    | ② 사무관련직/기술직    |
| ③ 자영업          | ③ 자영업          |
| ④ 서비스/판매/영업직   | ④ 서비스/판매/영업직   |
| ⑤ 농·축·수산업      | ⑤ 농·축·수산업      |
| ⑥ 생산/단순/노무직    | ⑥ 생산/단순/노무직    |
| ⑦ 주부           | ⑦ 주부           |
| ⑧ 무직/기타        | ⑧ 무직/기타        |
| ⑨ 모름/무응답       | ⑨ 모름/무응답       |

주 : 본인이 세대주인 경우에는 본인과 세대주의 직업을 동일하게 작성

SQ9. 실례하지만, ○○님 본인과 세대주의 학력은 어떻게 되십니까?

| SQ9-1. 본인의 학력 | SQ9-2. 세대주의 학력 |
|---------------|----------------|
| ① 중졸이하        | ① 중졸이하         |
| ② 고졸          | ② 고졸           |
| ③ 대졸(대학생) 이상  | ③ 대졸(대학생) 이상   |
| ④ 모름/무응답      | ④ 모름/무응답       |

주 : 본인이 세대주인 경우에는 본인과 세대주의 학력을 동일하게 작성

SQ10. OO님 **택(가구)**의 연간 총수입은 연 평균 얼마나 되십니까? (보너스 등 기타 수입 포함)

( \_\_\_\_\_만원)

SQ11. ○○님 **택(가구)**의 납입보험료는 얼마나 되십니까?

11-1. 자동차보험(년) (연간 \_\_\_\_\_ 만원)

11-2. 자동차 보험을 제외한 기타 보험(월) ( 월간 만원)

♣ 바쁘신 데도 불구하고 시간을 내주셔서 대단히 고맙습니다 ♣

## 보험개발원(KIDI) 발간물 안내

### ■연구보고서

- 2000-1 손해보험의 부가보험요율 산출 및 운영방안 연구 / 이희춘, 조혜원 2000.3
- 2000-2 ART를 활용한 손보사의 위험관리 방안 연구 / 신동호 2000.3
- 2000-3 생명보험회사 투자포트폴리오 결정요인과 투자행동 / 목진영 2000.3
- 2000-4 생명보험상품의 손익기여도 분석 / 노병윤, 장강봉 2000.3
- 2000-5 보험산업의 전자상거래 구축 및 효율적 운영방안 / 안철경, 박일용, 오승철 2000.3
- 2000-6 금융겸업화에 대비한 보험회사의 경영전략 / 김현수 2000.6
- 2000-7 보험회사 지식자산의 가치측정모형 연구 / 이도수, 김해식 2000.8
- 2000-8 환경변화에 대응한 생보사의 상품개발전략 / 류건식, 이경희 2000.9
- 2000-9 향후 10년간 국내보험산업 시장규모 및 트렌드 분석 / 동향분석팀 2000.11
- 2000-10 보험회사의 판매채널믹스 개선방안 연구 / 정홍주 2000.12
- 2001-1 사이버시장 분석 및 향후 과제 / 안철경, 장동식 2001.1
- 2001-2 OECD 국가의 생명보험산업 현황 및 효율성에 관한 연구 / 정세창, 권순일, 김재봉 2001.1
- 2001-3 손해보험 종목별 투자수익 산출 및 요율 적용 방안 / 이희춘, 조혜원 2001.1
- 2001-4 생명보험회사의 리스크관리 실태분석 / 류건식, 이경희 2001.3
- 2001-5 보험회사의 북한 진출에 관한연구 / 신동호, 안철경, 박홍민, 김경환 2001.3
- 2001-6 생명보험회사의 예정이율 리스크에 관한 연구 / 류건식, 이도수 2001.4
- 2001-7 보험회사 CRM에 관한 연구 : CRM 성공요인 및 성과분석을 중심으로 / 안철경, 조혜원 2001.8
- 2001-8 생명보험산업의 자산운용규제 개선 방향에 관한 연구 / 김재현, 이경희 2001.10
- 2001-9 건강보험에서의 보험회사 역할 확대방안 / 박홍민, 김경환 2001.10
- 2001-10 노령화사회의 진전에 따른 민영장기간병보험 발전방안 / 김기홍 2001.12
- 2001-11 국제보험회계기준 연구 / 김해식 2001.12
- 2002-1 국내외 보험사기 관리 실태 분석 / 안철경, 김경환, 조혜원 2002. 3
- 2002-2 기업연금시장 활성화와 보험회사 대응전략 / 박홍민, 이경희 2002. 3
- 2002-3 보험회사 리스크 감독 및 관리방안 연구 / 류건식, 정석영, 이정환 2002. 5

- 2002-4 생명보험회사의 시장지위별 마케팅 경쟁 / 신문식, 김경환 2002. 5
- 2002-5 생명보험사 RBC제도에 관한 연구 / 류건식, 천일영, 신동현 2002. 10
- 2002-6 생명보험회사의 고객유지전략 / 신문식, 장동식 2002. 10
- 2002-7 방카슈랑스 환경에서의 보험회사 대응전략 / 정세창, 박홍민, 이정환 2002. 12
- 2002-8 생명보험사 보험리스크 평가에 관한 연구 / 류건식, 신동현, 배윤희 2002. 12
- 2003-1 민영건강보험의 언더라이팅 선진화 방안 / 오영수, 이경희 2003. 3
- 2003-2 보험회사의 실버산업 진출방안 / 박홍민, 권순일, 이한덕 2003. 3
- 2003-3 보험회사 사이버마케팅의 활용전망 / 신문식, 장동식 2003. 3
- 2003-4 생명보험사 RAS제도에 관한 연구 / 류건식, 김해식, 정석영 2003. 7
- 2003-5 보험소비자를 위한 보험교육방안 / 이기형, 조재현 2003. 11
- 2003-6 보험설계사 조직의 개편방안 / 신문식, 이경희, 이정환 2003. 12
- 2004-1 부유층 시장에 대한 보험회사의 자산관리사업 운영방안 / 신문식, 이경희 2004. 3
- 2004-2 퇴직연금 규제감독체계에 관한 연구 / 류건식, 이태열 2004.7
- 2004-3 보험회사의 퇴직연금 리스크 관리전략 / 류건식, 김세환 2004.7
- 2004-4 퇴직연금 활성화를 위한 세제체계 연구 / 임병인, 김세환 2004.9
- 2004-5 신용리스크 전가시장과 보험회사 참여에 대한 연구 / 주민정, 조재현 2004.10
- 2004-6 보험회사의 퇴직연금 마케팅 전략 / 류건식, 신문식, 정석영 2004.12
- 2004-7 예금보험제도의 개선방안 / 이순재 2005.1
- 2005-1 보험산업의 비전과 대응전략 / 신문식, 임병인, 조재현 2005.
- 2005-2 전환기의 손해보험회사 발전방안 / 정중영 2005.
- 2005-3 손해보험사 RBC제도에 관한 연구 / 이기형, 나우승, 김해식 2005.5
- 2005-4 저금리 추이에 따른 이차역마진 현상과 대응방안 / 김석영, 나우승 2005.9
- 2005-5 예금보험제도의 국제적 정합성 평가와 개선방안 / 류건식, 김해식 2005.10
- 2005-6 모집조직 다변화에 따른 보험모집제도 개선방안 / 신문식, 조재현, 박정희 2005.11
- 2005-7 퇴직연금제도 재정평가체계에 관한 연구 / 류건식, 이상우 2005.11

2006-3 보험지주회사제도 도입 및 활용방안 / 안철경, 이상우 2006.8

2005-8 민영건강보험의 의료비 지급·심사제도 개선방안 / 조용운, 김세환 2005.11

2005-9 보험산업 주요지표의 중장기 전망 / 동향분석팀 2005.12

2006-1 보험회사의 은행업 진출 방안 / 류근욱 2006.1

2006-2 보험시장의 퇴출 분석과 규제개선방향 / 김현수 2006.3

2006-4 보험회사의 리스크공시체계에 관한 연구 / 류건식, 이경희 2006.12

2007-1 국제보험회계기준도입에 따른 영향 및 대응방안 / 이장희, 김동겸 2007.1

2007-2 민영건강보험료를 결정요인 분석 / 조용운, 기승도 2007.3

2007-3 퇴직연금 손·익 위험 관리전략에 관한 연구 / 성주호 2007.3

2007-4 확률적 프런티어 방법론을 이용한 손해보험사의 기술효율성 측정 / 지홍민 2007.3

■ 연구조사자료

- 2000-1 세계 재보험시장의 발전과 규제환경 / 임창희 2000.3
- 2000-2 보험사의 지식경영 도입방안 / 김해식 2000.3
- 2001-1 보험회사 겸업화 추세와 국내 보험회사의 대응전략 / 이경희 2001.1
- 2001-2 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 보험2본부 2001.1
- 2001-3 지방재보험 제도 도입방안 / 안철경, 임창희 2001.3
- 2001-4 금융·보험 니드에 관한 소비자 설문 조사 / 동향분석팀 2001.3
- 2001-5 종업원복지 재구조화를 위한 보험회사의 역할 / 오영수, 박홍민, 이한덕 2001.6
- 2001-6 보험환경 변화와 보험제도 변화(I) / 보험1본부 2001.11
- 2001-7 보험환경 변화와 보험제도 변화(II) / 보험연구소 2001.11
- 2002-1 보험니드에 관한 소비자 설문조사 / 보험연구소 2002.3
- 2002-2 국내 유사보험 감독 및 사업현황 / 김진선, 안철경, 권순일 2002.9
- 2003-1 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 2003.3
- 2003-2 보험회사의 경영리스크 관리방안 / 천일영, 주민정, 신동현 2003.3
- 2004-1 2004년도 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 2004.3
- 2004-2 보험회계의 국가별 비교 / 김해식 2004.
- 2005-1 금리 시나리오 생명모델 연구 / 김석영 2005.3
- 2005-2 2005년도 보험소비자 설문조사 / 신문식, 김세환, 조재현 2005.3
- 2006-1 2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환, 조재현, 박정희 2006.3
- 2006-2 주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점 / 류건식, 김석영, 이상우, 박정희, 김동겸 2006.7
- 2007-1 보험회사 경영성과 분석모형에 관한 비교연구 / 류건식, 장이규, 이경희, 김동겸 2007.3
- 2007-2 보험회사 브랜드 전략의 필요성 및 시사점 / 최영목, 박정희
- 2007-3 2007년 보험소비자 설문조사 / 안철경, 기승도, 오승철
- 2007-4 주요국의 퇴직연금개혁 특징과 시사점 / 류건식, 이상우
- 2007-5 지적재산권 리스크 관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형

## ■ 정책연구자료

- 2000-1 2001년도 보험산업 전망과 과제 / 보험연구소 2000.10
- 2001-1 신용보험의 활성화 방안 연구 / 신동호, 김경환 2001.1
- 2001-2 2002년도 보험산업 전망과 과제 / 보험연구소 2001.11
- 2001-3 세계금융서비스 산업의 겸업화와 감독기구의 통합 및 시사점 / 정세창, 권순일 2001.12
- 2002-1 2003년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2002.11
- 2003-1 주요국의 방카슈랑스 규제 / 안철경, 신문식, 이상우, 조혜원 2003.7
- 2003-2 2004년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2003.12
- 2004-1 2005년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2004.11
- 2005-1 영국 통합금융업법상 보험업의 일반성과 특수성 /한기정 2005.2
- 2005-2 2006년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2005.12
- 2006-1 2007년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2006.12
- 2006-2 의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철 2006.12
- 2007-1 퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희 2007.2
- 2007-2 보험상품의 불완전판매 개선방안 / 차일권, 이상우 2007.3
- 2007-3 퇴직연금 비급보증제도의 효율체계에 관한 연구:미국과 영국을 중심으로/ 이봉주 2007.3
- 2007-4 보험고객정보의 이용과 프라이버시 보호의 상충문제 해소방안 / 김성태 2007.3
- 2007-5 방카슈랑스가 보험산업에 미치는 영향 분석 / 안철경, 기승도, 이경희 2007.4

## ■ 연구논문집

- 1호 보험산업의 규제와 감독제도의 미래  
/ Harold D. Skipper, Robert W. Klein, Martin F. Grace 1997.6
- 2호 세계보험시장의 변화와 대응방안  
/ D. Farny, 전천관, J. E. Johnson, 조해균 1998.3
- 3호 제1회 전국대학생 보험현상논문집 1998.11
- 4호 제2회 전국대학생 보험현상논문집 1999.12

## ■ 영문발간물

- 1호 Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years :  
Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung  
Kim, Sango Park, 1995.5
- 2호 Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4
- 3호 Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2
- 4호 Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2
- 5호 Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2
- 6호 Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2
- 7호 Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8
- 8호 Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10
- 9호 Korean Insurance Industry 2007 / Insurance Research Center, 2007.9

## ■ Insurance Business Report

- 1호 일산생명 파산과 시사점 / 이기형 1997.5
- 2호 OECD 회원국의 기업연금제도 / 정재욱, 정영철 1997.10
- 3호 손해보험의 금융재보험 동향 / 이기형, 김평원 1997.11
- 4호 금융위기에 대한 대책과 보험산업 / 김호경 1997.12
- 5호 멕시코 보험산업의 IMF 대응사례와 시사점 / 정재욱 1998.3
- 6호 주요국 기업연금보험 개요 및 세제 / 양성문 1998.3
- 7호 일본의 보험개혁과 보험회사의 대응 / 이기형, 장기중 1998.5
- 8호 구조조정에 따른 보험산업의 대응전략 : 상품, 마케팅, 자산운용, 재무건정성을 중심으로 / 노병윤, 안철경, 이승철 1999.2
- 9호 보험산업에서의 정보기술(IT)의 활용 : 손해보험 중심으로 / 최용석 1999.3
- 10호 자동차보험 가격자유화의 영향과 대책 / 박중영 1999.3
- 11호 IMF체제 이후 보험산업의 환경변화와 전망 / 양성문, 김해식 1999.3
- 12호 최근의 환경변화와 생명보험회사의 대응 / 강중철, 목진영 1999.10
- 13호 21세기 보험산업 환경변화와 보험회사의 전략적 대응방안 / 오영수, 최용석, 이승철 1999.12
- 14호 중국의 WTO 가입과 보험시장 개방 / 정희남 2002.4
- 15호 주 5일 근무제 도입에 따른 보험산업의 영향과 대응 / 동향분석팀 2002. 9
- 16호 2010년 보험산업 트렌드 분석 및 시사점 / 조혜원 2003.5
- 17호 유럽보험회사 파산사례의 리스크 분석 및 감독방안 / 신동현 2003.5
- 18호 미국 배상책임보험의 최근 현황과 시사점 / 이기형, 조재현 2003.8
- 19호 공정가치회계가 보험사 경영에 미치는 영향 -보험사 CEO 대상 설문조사 결과 / 이기형, 김해식 2004.10
- 20호 선진 보험사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장이규 2006.11
- 21호 지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11
- 22호 선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12
- 23호 미국과 영국의 손해보험 직판시장 동향분석 및 시사점 / 안철경, 기승도 2007.7
- 24호 보험회사의 자본비용 추정과 활용: 손해보험회사를 중심으로 / 이경희 2007.7
- 25호 영국손해보험의 행위규제 적용과 영향 / 이기형, 박정희 2007.9

■ CEO Report

- 2000-1 일본 제일화재의 파산에 따른 국내 손보산업에의 시사점 / 양성문, 김혜성 2000. 5
- 2000-2 일본 제백생명의 파산에 따른 국내 생보산업에의 시사점 / 보험연구소 2000. 6
- 2000-3 최근 금융시장 불안과 보험회사 자산운용 개선방안/김재현 2000. 10
- 2000-4 보험회사의 보험사기 적발 및 방지활동과 기대효과 / 안철경 2000. 11
- 2001-1 부동산권리보험 도입현황과 시사점 / 신문식, 권순일 2001. 8
- 2001-2 자동차보험 가격경쟁 동향과 향후과제 / 서영길, 기승도 2001. 8
- 2001-3 일반 손해보험 가격자유화 추진 경과와 향후 과제 / 이희춘, 문성연 2001. 10
- 2002-1 금융재보험의 도입과 향후과제 / 보험연구소 2002. 4
- 2002-2 PL법 시행에 따른 PL보험 시장전망과 선진사례 시사점 / 손해보험본부 2002. 6
- 2002-3 종신보험상품의 예상 리스크 및 시사점 / 생명보험본부 2002. 6
- 2002-4 주 5일 근무제와 자동차보험 / 자동차보험본부 2002. 9
- 2002-5 CI(Critical Illness)보험의 개발과 향후 운영방안 / 생명보험본부 2002. 10
- 2002-6 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부 2002. 10
- 2003-1 장기손해보험 상품운용전략 / 장기손해보험팀 2003. 2
- 2003-2 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 2003. 3
- 2003-3 인구의 노령화와 민영보험의 대응 / 오영수 2003. 6
- 2003-4 국가재해관리시스템 개편에 따른 보험제도 운영방향 / 손해보험본부 2003. 7
- 2003-5 생명보험산업에서의 경험통계 활용방안 / 생명보험본부 2003. 7
- 2003-6 OECD의 기업연금 재정안정화 논의와 시사점 / 동향분석팀 2003. 8
- 2003-7 퇴직연금시장 전망과 보험회사의 대응과제 / 류건식, 남효성, 박홍민 2003. 12
- 2004-1 자동차보험 예정기초율 연구 및 전략적 시사점 /자동차보험본부 2004. 2
- 2004-2 보험회사의 방카슈랑스 채취 성공전략 / 연구조정실 2004. 2
- 2004-3 보험부채의 공정가치 평가와 향후과제 / 생명보험본부 2004. 2
- 2004-4 자동차보험 손해율 악화원인 분석 및 전략적 시사점 / 자동차보험본부 2004. 2
- 2004-5 생명보험가입자의 사망원인 분석 및 시사점 / 생명보험본부 2004. 3

2004-6 역모기지 ( Reverse Mortgage) 시장전망 및 대응방안 / 생명보험본부 2004. 3

2004-7 자동차 보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 / 자동차보험본부 2004. 4

2004-8 EU 지급여력제도 개선추세 및 시사점 / 생명보험본부 2004. 6

2004-9 퇴직연금시대 도래와 보험회사의 진입전략 / 보험연구소 2004. 7

2004-10 자동차보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 / 자동차보험본부 2004. 4

2004-11 손보사의 자연재해보험시장의 참여전략 / 손해보험본부 2004. 9

2004-12 국제보험회계기준에 대한 해외보험사 CEO들의 인식과 시사점 / 보험연구소  
2004. 10

2004-13 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부 2004. 11

2004-14 적재물배상책임보험 도입과 향후과제 / 손해보험본부 2004. 12

2005-1 생명보험 계약자 속성분석 및 시사점 / 생명보험본부 2005. 3

2005-2 민영건강보험의 리스크관리 방안 / 보험연구소 2005. 4

2005-3 차명모델별 자동차보험료 차등화 도입방안 / 자동차보험본부 2005. 3

2005-4 FY2005 수입보험료 전망 / 보험연구소 2005. 6

2005-5 최근 환경변화에 대응한 합리적인 차량수리비 관리방안 / 자동차기술연구소  
2005. 7

2005-6 자연재해 리스크 관리와 CAT 모델 / 손해보험본부 2005. 7

2005-7 교통사고 발생추이 및 감소방안 / 자동차보험본부 2005. 7

2005-8 국가 암조기검진 사업 및 국민건강보험 확대에 따른 암보험 대응방안 / 보험  
연구소 2005. 10

2006-1 생보사 개인연금보험 생존리스크 분석 및 시사점 / 생명보험본부 2006. 1

2006-2 보험회사의 퇴직연금 운용전략 / 보험연구소 2006.1

2006-3 생보사 FY2006 손익 전망 및 분석 / 생명보험본부 2006.2

2006-4 의무보험제도의 현황과 과제 / 손해보험본부 2006.2

2006-5 자동차보험 지급준비금 분석 및 과제 / 자동차보험본부 2006.3

2006-6 보험사기 관리실태와 대응전략 / 정보통계본부 2006.3

2006-7 자동차보험 의료비 지급 적정화 방안 / 자동차보험본부 2006.3

2006-8 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부 2006.4

2006-9 날씨위험에 대한 손해보험회사의 역할 강화 방안 / 손해보험본부 2006.4

2006-10 장기손해보험 상품운용전략 -손익관리를 중심으로- / 손해보험본부 2006.5

2006-11 자동차 중고부품 활성화 방안 / 자동차기술연구소 2006.5

|                                              |         |
|----------------------------------------------|---------|
| 2006-12 장기간병보험시장의 활성화를 위한 상품개발 방향 / 보험연구소    | 2006.6  |
| 2006-13 보험산업 소액지급결제시스템 참여방안 / 보험연구소          | 2006.7  |
| 2006-14 생명보험 가입형태별 위험수준 분석 / 리스크 통계관리실       | 2006.8  |
| 2006-15 「민영의료보험법」 제정(안)에 대한 검토 / 보험연구소       | 2006.9  |
| 2006-16 모기지보험의 시장규모 및 운영방안 / 손해보험본부          | 2006.9  |
| 2006-17 생명보험 상품별 가입 현황 분석 / 생명보험본부           | 2006.10 |
| 2006-18 자동차보험 온라인시장의 성장 및 시사점 / 자동차보험본부      | 2006.10 |
| 2007-1 퇴직연금제 시행 1년 평가 및 보험회사 대응과제 / 보험연구소    | 2007.4  |
| 2007-2 외국의 협력정비공장제도 운영현황과 전략적 시사점 / 자동차기술연구소 | 2007.4  |
| 2007-3 예금보험제 개선안의 문제점 및 과제 / 보험연구소           | 2007.6  |
| 2007-4 자본시장통합법 이후 보험산업의 진로 / 보험연구소           | 2007.7  |
| 2007-5 방카슈랑스 확대 시행과 관련한 주요 이슈 검토 / 보험연구소     | 2007.11 |
| 2007-6 자동차보험 시장변화와 전략적 시사점 / 자동차보험본부         | 2007.11 |

## 정기간행물

### ■ 계간

- 보험동향
- 보험개발연구

# 도서회원 가입안내

## 회원 및 제공자료

| 구분<br>내용 | 법인회원                                                                                                                                 | 특별회원                                                                                                                                 | 개인회원                                                                                                                                 | 연속간행물 구독회원                                                                                       |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 연회비      | ₩ 300,000원                                                                                                                           | ₩ 150,000원                                                                                                                           | ₩ 150,000원                                                                                                                           | 간행물별로 다름                                                                                         |
| 제공자료     | -연구조사보고서<br>• 연구보고서 (10~15회/년)<br>• 조사연구자료 (5~10회/년)<br>• 정책연구자료 (3~5회/년)<br>• 기타 보고서<br><br>-연속간행물<br>• 보험개발연구 (3~4회)<br>• 보험동향(계간) | -연구조사보고서<br>• 연구보고서 (10~15회/년)<br>• 조사연구자료 (5~10회/년)<br>• 정책연구자료 (3~5회/년)<br>• 기타 보고서<br><br>-연속간행물<br>• 보험개발연구 (3~4회)<br>• 보험동향(계간) | -연구조사보고서<br>• 연구보고서 (10~15회/년)<br>• 조사연구자료 (5~10회/년)<br>• 정책연구자료 (3~5회/년)<br>• 기타 보고서<br><br>-연속간행물<br>• 보험개발연구 (3~4회)<br>• 보험동향(계간) | -보험개발연구<br>(연간3회 ~ 4회<br>₩ 30,000)<br><br>-보험통계월보<br>(월간 ₩ 50,000)<br><br>-보험동향<br>(계간 ₩ 20,000) |
|          | -본원 주최 각종 세미나 및<br>공청회 자료<br>-보험통계월보<br>-영문발간자료                                                                                      | -                                                                                                                                    |                                                                                                                                      |                                                                                                  |

※특별회원 가입대상: 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

## 가입문의

보험개발원 도서회원 담당  
 전화 : 368-4414,4415 팩스 : 368-4099

## 회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401-01-125198)
- 예금주 : 보험연구원
- 지로번호 : 6937009

## 가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)의 Knowledge Center에서 도서회원가입신청서를 작성 등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

## 자료구입처

서울: 보험연구원 자료실, 교보문고, 영풍문고, 을지서적, 서울문고, 세종문고  
 부산: 영광서적

## 저자약력

안 철 경  
숭실대학교 경영학 박사  
현 보험연구원 산업연구실 연구위원  
(ckahn@kiri.or.kr)

기 승 도  
고려대학교 경영학 석사  
한국외국어대학교 통계학 박사 수료  
현 보험연구원 산업연구실 수석연구원  
(kaebi@kiri.or.kr)

이 상 우  
일본 中央大學 상학석사  
현 보험연구원 산업연구실 선임연구원  
(swlee@kiri.or.kr)

연구조사자료 2008-3

### 2008년 보험소비자 설문조사

---

|       |                      |
|-------|----------------------|
| 발 행 일 | 2008년 4월 일           |
| 발 행 인 | 나 동 민                |
| 편 집 인 | 나 동 민                |
| 발 행 처 | 보 험 연 구 원            |
|       | 서울특별시 영등포구 여의도동 35-4 |
|       | 대표전화 (02) 368-4400   |
| 인 쇄 소 | 유 성 사                |

---

ISBN 978-89-5710-062-2

定價 10,000