



## 2019 미국 보험소비자 설문조사 결과

권오경 연구원

미국 보험연구기관인 LIMRA는 보험소비자의 재무적 불안요인, 생명보험 가입 필요성, 보험에 가입하지 않는 이유 등에 대한 설문조사 결과를 매년 발표하고 생명보험에 대한 소비자의 인식, 태도, 구매행동 변화를 관찰하고 있음. 2019년 미국 성인의 보험가입률은 생명보험 57%, 상해보험 20%, 장기요양보험 15%인 것으로 조사됨. 미국 소비자들은 생명보험 상품 가입 이유로 가족의 소득 보장이 37%로 가장 높았고, 장례비(30%), 자산 이전(28%), 모기지 상환(27%)의 순으로 응답함. 미국 소비자들이 가장 우려하는 재무적 불안 요인은 은퇴자금 마련으로 4명 중 1명이 걱정하고 있는 것으로 조사됨. 2019년 보험소비자 설문조사의 주요이슈로는 간편심사보험(Simplified Underwriting), 소셜미디어를 통한 재무상담, 결합형 생명보험상품(Combination Life Products) 등이 제기됨

- 미국 보험연구기관인 LIMRA는 보험소비자의 재무적 불안요인, 생명보험 가입 필요성, 보험에 가입하지 않는 이유 등에 대한 설문조사 결과를 매년 발표하고 생명보험에 대한 소비자의 인식, 태도, 구매행동 변화를 관찰하고 있음<sup>1)</sup>
- 2019년 미국 성인의 보험가입률은 생명보험(Life Insurance) 57%, 상해보험(Disability Insurance) 20%, 장기요양보험(Long-Term Care) 15%인 것으로 조사됨
  - 보험가입 니즈와 가입률의 차이로 추정된 보험상품 가입기회는 장기요양보험 40%, 상해보험 28%, 생명보험 9%로 나타나 생명보험이 상해보험 및 장기요양보험에 비해 가입기회가 가장 낮은 것으로 나타남
    - 생명보험에 가입한 57% 중 개인보험 가입률은 28%, 단체보험 가입률은 18%, 개인 및 단체보험 모두 가입률은 11%로 조사됨
- 미국 소비자들은 생명보험 상품 가입 이유로 가족의 소득 보장이 37%로 가장 높았고, 장례비(30%), 자산 이전

1) James T. Scanlon, Maggie Leyes, and Mali Fan(2019. 3. 29), "2019 Insurance barometer report"; LIMRA. 18~65세 이상인 2,000명 이상의 미국 소비자를 대상으로 2019년 1월 온라인으로 실시한 설문조사 데이터를 나이, 교육 수준, 인종, 소득수준으로 가중평균함

(28%), 모기지 상환(27%)의 순으로 응답함

- 보험가입 이유 중 모기지 상환, 사업 목적, 승환 계약, 상속세 대비, 대학교육 자금, 기부 연금 등의 응답률이 전년에 비해 상승함
- 생명보험에 가입하지 않는 이유로 생명보험 가입이 충분함(32%), 기타 재무 우선순위가 있음(22%), 생명보험 가입여력이 없음(15%), 타 금융상품 선호(12%), 판매압박이 높음(5%) 등의 순임

■ 미국 소비자들이 가장 우려하는 재무적 불안 요인은 은퇴자금 마련으로 4명 중 1명이 걱정하고 있는 것으로 조사됨

- 두 번째 불안요인은 장기요양 비용으로 재무상담가는 이와 관련된 수요를 이끌어 낼 수 있을 것임
  - 예를 들어, 의료보험기능이 강화된 결합형 생명보험 상품 가입을 권유할 수 있음
- 그리고 투자 손실, 월 생활비, 장해 비용, 카드 대출, 의료비, 긴급자금 마련 등의 순임

■ 2019년 보험소비자 설문조사의 주요이슈로는 간편심사보험(Simplified Underwriting), 소셜미디어를 통한 재무상담, 결합형 생명보험상품(Combination Life Products) 등이 제기됨

- 보험 소비자는 기존 보험상품에 비해 간편심사보험을 더 선호한다는 응답이 47%로 나타났으나, 2018년 조사에 비해 5%p 하락함
  - 간편심사보험의 장점으로 빠르고 쉬운 처리과정이 63%로 가장 높았고, 객관적 처리(57%), 리스크 및 가격산정의 투명성(57%), 무진단(56%), 혈액 및 체액 무검사(55%)가 꼽힘
- 재무상담을 위해 사용하는 소셜미디어는 페이스북(13%), 유튜브(8%)가 가장 많은 것으로 나타남
  - 미국 성인의 1/3이 개별적으로 한 명의 전담 재무상담가가 있지만, 전담 재무상담가가 없다는 비율도 50%인 것으로 조사됨
  - 세대별<sup>2)</sup>로 베이비붐세대(22%)에 비해 X세대(17%)와 밀레니엄세대(29%)가 재무상담가를 원하는 것으로 나타났고, 밀레니엄 세대의 51%는 재무상담가를 찾기 위해 소셜미디어를 활용하는 것으로 조사됨
- 미국 소비자들에게 결합형 생명보험상품이 여전히 인기가 있으나 전반적인 인기는 감소하고 있음
  - 미국 성인의 17%가 결합형 생명보험상품을 선호한다고 했으나, 2016년에 비해 7%p 감소함
  - 결합형 생명보험상품 가입이유는 장기요양보험 비용 우려가 36%로 가장 높고, 가입하지 않는 이유는 높은 가격(34%)과 가입여력 없음(33%)의 응답이 높음 **kiri**

2) 세대별 범주는 밀레니엄세대(1981년~1998년생, 만 19~37세), X세대(1965년~1980년생, 만 38~53세), 베이비붐세대(1946년~1964년생, 만 54~72세), 노인세대(1945년생 이전, 만 73세 이상)로 구분함