연구조사자료 2003-1

2003년 보험소비자 설문조사

2003. 3

동향분석팀

보험개발원

보험연구소

머 리 말

2003년에는 방카슈랑스의 시행과 더불어 진입장벽 완화와 온라인 보험시장의 활성화, 투자규제 완화 등이 더욱 진전될 전망이며, 이는 보험회사에 있어서 기회확대와 함께 위협요인으로 작용할 것입니다. 특히 IT산업의 발전과 지식경제 시대의 도래로 다양한 정보획득이 가능해지면서 소비자의 니드가 다양화·세분화되고 있으며, 고령화의 급속한 진행과 공적연금에 대한 만족도 저하로 노후생활보장에 대한 금융소비자의 욕구가 증대되고 있습니다. 이와 함께 개인의 금융자산의 증가로 재정설계나 웰스매니지먼트란 이름으로 개인자산자문서비스가 금융권 전반에서 새로운 시장을 형성해 나가고 있으며, 금융거래의 원스톱(One-stop) 쇼핑에 대한 소비자의 욕구도 높아지고 있습니다.

공급 및 수요의 양면에서 나타나는 이러한 근본적인 환경변화로 보험산업은 공급자 중심에서 소비자 중심의 시대로 전환되고 있으며, 그 결과 소비자의 니드에 부응하는 다양한 상품 및 서비스가 개발되고, 판매채널도 소비자의 편의를 위주로 재편되고 있습니다. 소비자 니드의 변화를 미리 예지하고, 최적의 자원배분을 수행하는 전략적 의사결정이 더욱 필요할 때입니다.

이에 따라 우리 원은 보험시장 변화에 대한 패러다임을 제공하고 또한 보험회사가 이를 바탕으로 경영전략을 수립하여 보험소비자에게 보다 향상된 서비스를 제공하는데 도움이 되기 위해 『2003 보험소비자 설문조사』를 발간하게 되었습니다.

본 설문조사는 주5일 근무제 확산과 금융겸업화 등에 따른 소비자 니드의 근본적인 변화추세를 파악하고 보험소비자의 구매성향, 만족도, 판매채널 선호도, 금융기관별 경쟁력 등을 조사·분석함으로써 현실에 기초한 미래 경영전략의 수립과 새로운 수요창출의 기회로 활용할 수

있도록 구성되었습니다.

본 보고서가 변화를 앞서 준비하고 도전하는 보험회사들의 상품 및 마케팅 전략 등 경영전략 수립에 유용한 자료로서 활용되기를 바라며, 향후에도 보험수요를 중심으로 변화하는 소비자 니드 조사를 지속적으로 실시하고 이를 기반으로 유익한 분석자료를 제공할 예정입니다.

이번 설문조사는 보험연구소 동향분석팀과 코리아리서치센터(Korea Research Center)와의 공동작업으로 수행되었으며, 연구보고서 완결에 이르기까지 최선을 다해준 작성자 여러분과 유익한 조언 및 자문을 아끼지 않았던 보험업계의 많은 분들에게 고마움을 전합니다.

2003년 3월

保 險 開 發 院

院長 林 宰 永

요 약

1. 개 요

□ 조사의 목적

– 금융 및 보험 소비자의 니드와 성향의 근본적인 변화를 파악하여 보험산업의 정확한 위치를 진단함으로써 보험회사의 경영전략 수립을 위한 기초자료로 활용하고자 함.

□ 조사의 개요

– 조사기간 : 2003.1.20 2.10 (22일간)

– 자료수집방법 : 일대일 개별 면접(face-to-face interview)

– 최대허용오차 : 95% 신뢰수준에서 ±2.83%

– 조사기관 : 코리아리서치

□ 기대효과

– 보험시장에 대한 전반적인 정보 수집 및 분석을 통하여 보험수요와 그에 대한 만족도를 측정함으로써 상품개발 및 경영전략 수립에 활용하고자 함.

· 또한, 보험산업에 대한 조사연구 및 정책수립을 위한 기초자료

로 활용 및 보험소비자에 대한 서비스 제고와 보험시장의 변화추이를 예측할 수 있는 자료가 될 것으로 기대됨.

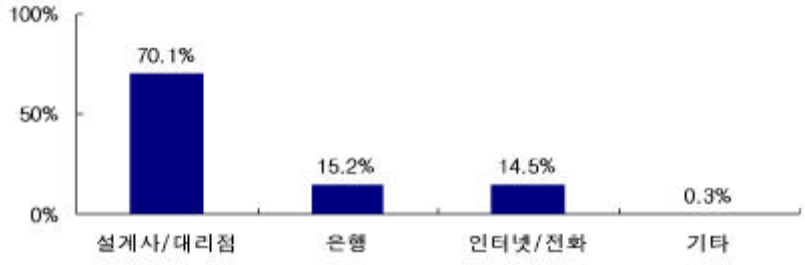
2. 보험 및 일반금융

□ 주5일 근무제 시행관련 보험상품에 개한 태도

- 주5일제 확산에 따른 추가 보험가입 필요성은 14.2%로 이에 대한 소비자의 니드가 부족하나, 법정 근로시간 단축으로 본격 시행시 소비자 니드의 확대가 예상되므로 관련상품의 개발을 위한 적극적인 노력이 요구됨.
  - 추가가입 희망상품으로는 여행/ 레저용보험(51.8%), 휴일확대자동차보험(41.2%), 교통상해보험(30.6%)을 들었음.

□ 향후 보험상품 구매 경로

- 보험설계사, 보험대리점 등 전통적인 방식 이외에 은행, 인터넷, 전화 등 새로운 형태의 구입방식을 선호하는 소비자가 29.7%에 이르고 있음.
- 은행을 통한 보험 구입은 안전하고 양호한 서비스(45.6%)를 이유로 선호하고 있으며, 주로 저축성보험(33.5%) 및 건강/ 상해보험(32.4%)의 구입을 희망하는 것으로 나타남.
- 인터넷 및 전화의 경우, 가격저렴성(52.0%)을 이유로 자동차보험(33.1%), 건강/ 상해보험(28.6%)의 구입을 선호하는 것으로 조사됨.



□ 재정설계 · 재테크 자문 관련

- 재정설계 및 자산운용의 목적은 노후생활자금(48.5%), 비상시준비금(28.7%), 자녀교육 및 결혼자금(10.2%), 주택구입 및 확장(9.2%), 사업자금(3.3%) 순으로 나타남.
- 재정설계 및 재테크를 위한 자문 금융기관으로는 은행(66.8%), 생보사(15.3%), 투신사(8.7%)의 순으로 나타났으며, 응답자의 88.1%가 수익성보다는 안정성을 우선한 자산 운용을 선호함.
- 하나의 금융기관에서 예 · 적금, 투자상품, 보험, 증권 등을 제공하는 종합금융서비스 이용 의향이 55.8%로 나타남.
- 재정설계 등을 위해 전문가의 자문이 필요하다는 응답은 32.6%로 나타났으며, 자문금융기관으로는 은행(66.8%), 보험(18.6%)의 순으로 선택하는 것으로 나타남.
  - 필요로 하는 개인자산관리서비스로 보험/ 노후설계를 선택한 응답자(42.9%)가 대출 · 신탁 · 증권 등 자산운용(49.2%)에 이어 2위를 차지함.

- 고령화 추세와 함께 개인의 금융자산이 늘어나면서 개인자산관리 업무의 중요성과 노후생활보장을 위한 재정설계의 필요성이 부각됨.
  - 금융소비자들은 부실화 우려(56.1%)와 보험료 부담(19.4%), 보장불충분(16.9%)으로 공적연금에 대한 만족도(불만족 40.1%)가 낮으므로 노후생활에 대비한 민영보험의 보완적 수요는 증대됨.

□ 항목별 최적 금융기관

- 안전성, 상품의 다양성, 수익성, 친절성 및 고객서비스, 노후생활 보장, 전반적 만족도 등 6개 항목별로 가장 적합한 금융기관을 조사함.
- 은행의 경우 상품의 다양성(55.4%), 안전성(63.8%), 친절성 및 고객서비스(61.8%), 전반적 만족도(72.5%)에서 다른 금융기관에 비해 매우 높은 선호도를 나타냄.
- 투자신탁회사의 경우 수익성(29.3%), 생명보험회사는 노후생활보장(53.8%)에서 높은 선호도를 보였으며, 우체국은 안전성(17.3%) 측면에서 보험사보다 높은 선호도를 받음.
- 국내에서 은행의 브랜드 이미지가 타 금융기관에 비해 높은 현실이지만, 생보사의 브랜드 이미지도 은행 다음으로 높은 인지도와 친밀도를 가지고 있는 것으로 확인됨.

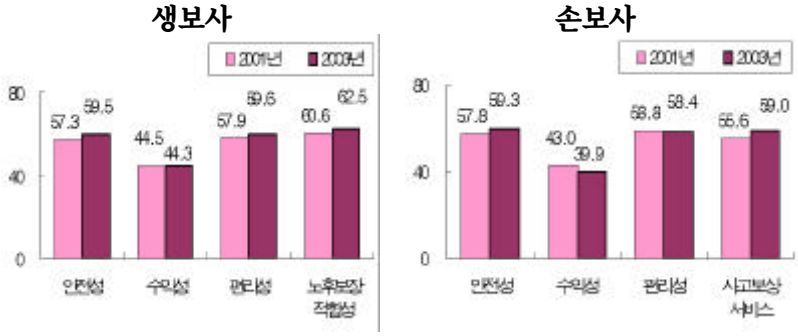
기관 \ 항목	상품의 다양성	안전성	수익성	친절성/ 서비스	노후생 활보장
은행	**55.4(1)**	**63.8(1)**	21.2(3)	**61.8(1)**	35.8(2)
생보사	33.2(2)	12.8(3)	14.4(4)	17.8(2)	**53.8(1)**
손보사	2.5(5)	2.7(4)	2.3(7)	4.0(5)	2.6(4)
증권사	2.8(4)	1.1(6)	22.2(2)	2.8(7)	0.4(7)
투신사	1.8(6)	0.6(7)	**29.3(1)**	3.8(6)	1.0(6)
우체국	3.3(3)	17.3(2)	2.4(6)	5.0(3)	4.8(3)
신협 / 금고	1.1(7)	1.8(5)	8.3(5)	4.8(4)	1.5(5)

주) ( )는 순위

□ 생명보험회사 및 손해보험회사 이미지

- 국내 생·손보사 이미지 조사 결과 생보사의 경우 노후보장적합성(62.5점)이 가장 높게 나타났고, 손보사는 안전성(59.3점), 사고보상서비스(59.0점)에서 높은 점수를 받음.

· 반면, 수익성에 있어서는 생·손보사 모두 부정적인 이미지가 큰 것으로 나타나, 보험사의 저수익성 이미지 탈피가 중요한 과제로 대두됨.



— 생손보사 모두 안전성과 회사규모가 회사선택의 가장 중요한 기준으로 선호되었으며 특히, 손보사의 경우 서비스와 가격경쟁력도 비교적 중요한 기준으로 조사됨.

— 생보사는 손보사에 비해 안전성과 회사 규모의 비중이 높아, 응답자들은 주로 대형보험사를 선호하였음.

— 손보사의 경우 대형보험사 선호현상은 여전하였으나, 생보사의 경우에 비해 서비스(생보:5.1%, 손보:13.3%)와 저렴한 보험료(생보:1.3%, 손보:4.6%)를 선택기준으로 내세운 응답자가 많았음.

	1위	2위	3위	4위
생보사	안전성(46.8%)	회사규모(22.5%)	설계사친분(14.1%)	서비스(5.1%)
손보사	안전성(38.6%)	회사규모(17.7%)	설계사친분(16.0%)	서비스(13.3%)

□ 거래하고 싶은 보험회사 선호 이유

— 보험산업 구조조정이 마무리에 접어들면서 국내사의 선호도가 향상된 것으로 조사됨.

- 보장내용 동일시 국내사 선호도는 생명보험 91.0%, 손해보험 93.7%으로 나타남.
- 외국계 보험사 선호자만을 대상으로 한 외국사 선호이유는 안전성(36.7%)→수익성(30.3%)→운영노하우(14.7%)→전문설계사(11.0%)→부가서비스(7.3%) 순으로 조사됨.

3. 생명보험 분야

□ 생명보험 가입실태

- 생명보험 설문조사 결과 유사보험을 포함하여 2003년 현재, 10가구중 8가구 이상의 세대가 생명보험에 가입하였으며, 향후 종신보험에 대한 가입의향이 가장 높은 것으로 나타났음.
  - 상품별 가구당 가입은 질병보험이 가장 높았으며, 다음으로 재해보험, 종신보험, 연금보험, 저축성보험, 교육보험의 순임.
  - 2001년 대비 질병보험, 재해보험, 종신보험, 연금보험 등의 보장성보험 및 노후소득 보장상품의 가입이 증가하는 추세임.
  - 특히, 종신보험의 경우 2002년에 비해 12.6% 상승한 28.7%의 가입률로 우리나라 10가구 중 3가구 정도가 이 상품에 가입한 것으로 나타났음.
- 우리나라의 생명보험시장은 최근 가구당 가입률이 지속적으로 증가하고 있는 등 향후 확대될 가능성은 충분한 것으로 예상됨.
  - 그러나 생명보험 가입률은 이미 미국 및 일본과 거의 비슷한 수준에 이르고 있으며, 선진국의 생명보험시장이 정체현상을 나타내고 있어 우리나라 생보산업의 위치를 감안할 경우 향후 지속적인 성장에는 다소 한계가 있을 것으로 분석됨.

□ 생명보험 만족도

- 생명보험 가입가구만을 대상으로 한 상품별 종합만족도는 종신보

험이 가장 높고, 다음으로 질병보험, 교육보험, 재해보험, 저축성보험, 연금보험의 순으로 높았음.

- 만족도를 상품별로 비교해본 결과 종신보험이 보험가입시 설계사의 설명, 보험회사의 고객서비스, 부가서비스(대출 등), 체감만족도 등에서 가장 높아 종합만족도 점수가 1위인 것으로 나타남.
- 연금보험의 경우 보험료수준, 보장내용, 수익률, 설계사의 설명, 고객서비스, 부가서비스 등에서 만족도가 낮아 전체 상품중 종합만족도 점수에서 최하위인 것으로 나타남.
- 항목별 만족도에서 평균점수가 설계사의 설명이 가장 높았으며, 다음으로 전반적 체감만족도, 보장내용, 고객서비스, 보험료수준, 부가서비스, 수익률 순으로 높았음.

— 보장성보험 및 저축성보험에 대한 상반된 고객만족 추세는 최근 생보사의 보장성보험 상품을 중심으로 한 판매전략이 어느 정도 반영된 것으로 판단됨.

- 연금보험의 경우 종합만족 점수가 최하위인 것으로 나타났는데 향후 연금보험이 신성장시장으로 확대되기 위해서는 저금리의 금융환경에 부합된 금리연동형 및 변액보험 형태의 연금상품 개발과 적극적인 고객서비스 개선이 필요함.

□ 공적연금 및 개인연금 가입실태

— 설문조사 결과 공적연금의 가입률은 84.8%, 만족도 평균점수는 42.6점으로 나타났으나, 공적연금 부실화 우려에 대한 이유 등으로 여전히 불만족이 큰 것으로 조사됨.

- 지속적인 제도 개선에도 불구하고 공적연금에 대한 불만이 사회 전반적으로 광범위하게 퍼져 있는 것으로 나타나 기업연금 및 개인연금 등 민영보험에 대한 역할이 더욱 중요한 시기임.

— 개인연금의 경우 3가구당 1가구 정도가 가입(34.2%)하여 만족도 평균점수가 56.0점으로 나타났으며, 불만족 비율도 소수에 불과

한 것으로 나타났음.

· 개인연금의 경우 최근 가입률 하락추세를 보이고 있는데 이는 외환위기 이후 소득감소, 저금리 추세, 신개인연금에 대한 세제 혜택 불만족, 보험사의 소극적 판매 등의 영향에 기인한 것으로 분석됨.

□ 간병보험의 가입의향

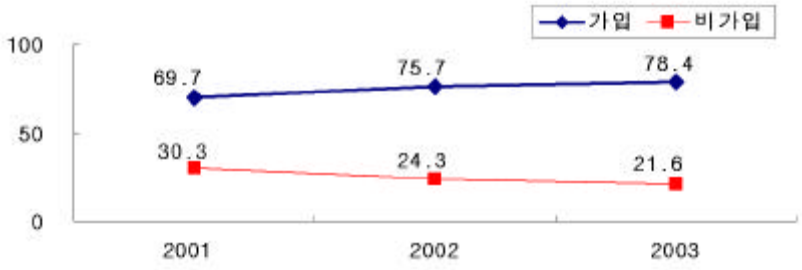
— 향후 간병보험에 대하여 가입의향이 있다고 응답한 가구가 42.0%로 조사되어 간병보험에 대한 관심과 사회적 인식이 높아지고 있는 것으로 나타났음.

· 장기간병보험에 대한 관심 고조와 잠재성이 있는 것으로 판단되므로 향후 장기간병보험 수요 확대에 대비한 선진형 상품 및 서비스 개발을 위해 적극적인 준비가 필요함.

4. 손해보험 분야

□ 가입실태

— 손해보험 가입률은 78.4%로 2001년 이후 증가추세이며, 상품별 가입률은 자동차보험(76.6%), 장기상해/ 건강보험(27.1%), 장기종합보험(2.9%), 상해보험(1.1%)으로 조사되었음.

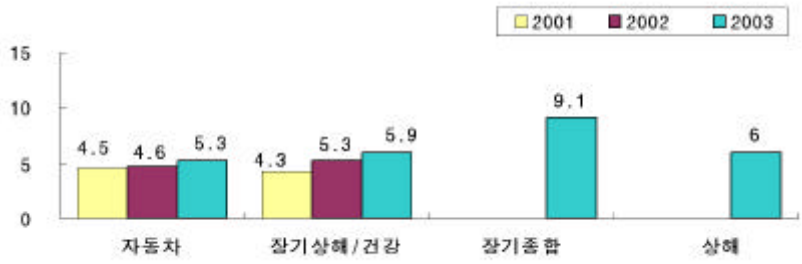


— 장기상해/ 건강보험의 경우, 2001년 이후 종신형 보험상품의 판매 확대로 인해 가입률이 급증하였음(2001년 7.4%→2003년 27.1%).

- 조사 결과에 나타난 바와 같이 손해보험 가입가구의 97.7%가 자동차보험에 가입하고 있는 반면, 최근 장기상해/ 건강보험의 판매 확대에도 불구하고 기타 손해보험의 가입률은 30%를 넘지 못하고 있음.
- 이에 따라, 자동차보험 외의 소비자 수요에 적합한 다양한 상품의 개발, 특히 노후생활 대비 관련 상품의 적극적인 개발이 요구됨.
  - 향후 가입선호 손해보험 상품에 대한 조사 결과, 상해/ 건강보험(25.6%), 장기건강보험(20.5%), 연금보험(21.5%)에 대한 수요가 높게 나타났음.

□ 상품별 월평균 납입보험료

- 종신형 보험상품 판매 이후 장기상해/ 건강보험의 월납입보험료가 증가추세임(2001년 4.3만원→2002년 5.3만원→2003년 5.9만원).
- 자동차보험의 경우, 배기량이 높은 고급차량 및 보험료가 상대적으로 높은 다인승/ 승합차량 증가로 인해 최근의 보험요율인하에도 불구하고 월납입보험료는 증가하였음.



□ 상품별 만족도

- 전체 손해보험에 대한 종합만족도는 60.8점으로 나타났으며, 보험료 수준(55.7점)의 만족도가 가장 낮게 조사되었음.
- 자동차보험은 높은 가입률에도 불구하고 전반적인 만족도 수준은 60.1점으로 가장 낮게 조사되었으나, 2001년(56.0점)에 비해 향상되었음.

· 가격자유화 이후 보험사간 경쟁이 심화되고 고객서비스가 향상된 결과, 각 항목별 만족도가 높아진 것으로 분석됨.

손해보험 상품별/항목별 만족도 점수

구 분	보험료수준	보장내용	설계사설명	고객서비스	종합만족도
자동차 보험	53.6	62.7	63.6	60.2	60.1
장기 손해보험	59.9	63.0	65.0	61.2	62.2
전체 손해보험	55.7	61.5	64.3	61.3	60.8

□ 자동차보험 보상/부가서비스 경험 및 만족도

— 자동차사고에 따른 손해보상서비스 경험비율은 7.6%로 2001년(11.0%)에 비해 감소, 부가서비스 경험비율은 9.1%로 2001년(6.4%)보다 증가함.

— 보상/ 부가서비스에 대한 만족도 조사 결과, 부가서비스 내용(69.1점), 친절성(67.6점)에 대한 만족도는 높은 반면, 보상서비스 내용(62.9점), 신속한 사고처리(65.6점)는 상대적으로 낮게 조사됨.

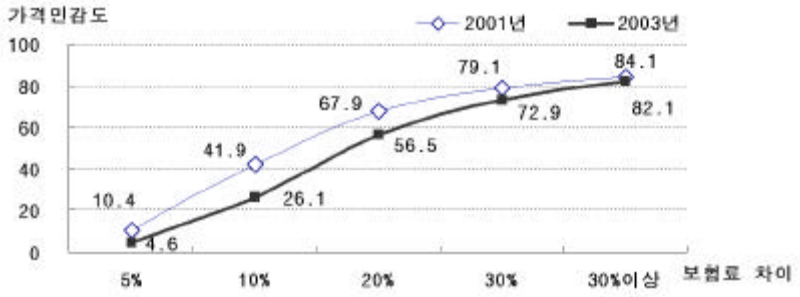
— 2001년 8월 가격자유화 이후 각 보험사마다 경쟁력 강화를 위해 대고객서비스에 주력한 결과, 서비스에 대한 경험비율과 만족도가 전반적으로 상승한 것으로 분석됨.

□ 자동차보험 가격민감도

— 가격(보험료)에 따라 가입회사를 선택 또는 변경하고자 하는 성향, 즉 가격민감도는 2001년 조사시보다 둔화되는 추세임.

· 10%의 보험료 차이가 날 경우, 가입회사를 변경하겠다는 비율이 2003년 26.1%(2001년 41.9%)로 감소되었음.

— 이러한 자동차보험의 민감도 둔화 경향은 손보사의 고객로열티(loyalty) 제고 노력이 성공적이었음을 시사함.



— 가격경쟁력을 갖춘 온라인 자동차보험시장에 있어서도 소비자의 가격민감도 둔화 추세를 고려할 때 가격 이외의 최소한의 부가서비스에 대한 고객 수요와 중요성을 인식함이 필요함.

<목 차>

Ⅰ. 조사의 개요 1

1. 조사의 목적 1
2. 주요 조사 항목 2
3. 조사 방법 4
4. 표본의 특성 5
5. 상품별 종합만족도 산출 방식 7

Ⅱ. 보험 및 금융 분야 **10**

1. 주5일 근무제 시행관련 보험상품에 대한 태도 10
2. 향후 보험상품 구매 경로 12
3. 재정설계·재테크 자문 관련 20
4. 항목별 최적 금융기관 29
5. 생명보험회사 이미지 38
6. 손해보험회사 이미지 43
7. 거래하고 싶은 보험회사 선호 이유 47
8. 국내 보험회사 對 외국 보험회사 선호도 50

Ⅲ. 생명보험 분야 **54**

1. 생명보험 가입실태 54
2. 생명보험 상품별 만족도 56
3. 공적연금에 대한 견해 79
4. 개인연금보험·저축·신탁 관련 82
5. 노후생활 대비 관련 87
6. 향후 가입 선호 생명보험상품 92

Ⅳ. 손해보험 분야 **94**

1. 손해보험 가입실태 94
2. 손해보험 상품별 만족도 98
3. 자동차보험 관련 106

4. **향후 가입 선호 손해보험상품** 112

[부록 Ⅰ : 통계표] **115**

[부록 Ⅱ : 설문조사표] **297**

<표 차 례>

<표 Ⅰ-1> 표본의 특성 5
<표 Ⅱ-1> 주5일 근무제 시행 관련 보험 가입 필요성 11
<표 Ⅱ-2> 계층별 향후 보험상품 구매 선호 경로 14
<표 Ⅱ-3> 자산운용시 우선 고려 항목 21
<표 Ⅱ-4> 계층별 통합금융서비스 이용의향 22
<표 Ⅱ-5> 재정설계 및 자산운용 목적 24
<표 Ⅱ-6> 계층별 재정설계·재테크 전문가 자문 필요성 25
<표 Ⅱ-7> 계층별 재정설계·재테크 자문 금융기관 선호도 27
<표 Ⅱ-8> 항목별 최적 금융기관 평가(1순위 기준) 30
<표 Ⅱ-9> 계층별 최적 금융기관 : 상품의 다양성(1순위) 31
<표 Ⅱ-10> 계층별 최적 금융기관 : 안전성(1순위) 32
<표 Ⅱ-11> 계층별/ 항목별 최적 금융기관 : 수익성(1순위) 33
<표 Ⅱ-12> 계층별/ 항목별 최적 금융기관 : 친절성 및 고객서비스(1순위) 34
<표 Ⅱ-13> 계층별/ 항목별 최적 금융기관 : 노후생활보장(1순위) .. 35
<표 Ⅱ-14> 계층별/ 항목별 최적 금융기관 : 전반적 만족도(1순위) 36
<표 Ⅱ-15> 계층별 생명보험회사 이미지 : 안전성 39
<표 Ⅱ-16> 계층별 생명보험회사 이미지 : 수익성 40
<표 Ⅱ-17> 계층별 생명보험회사 이미지 : 편리성 41
<표 Ⅱ-18> 계층별 생명보험회사 이미지 : 노후보장기관 적합성 ... 42
<표 Ⅱ-19> 계층별 손해보험회사 이미지 : 안전성 44
<표 Ⅱ-20> 계층별 손해보험회사 이미지 : 수익성 45
<표 Ⅱ-21> 계층별 손해보험회사 이미지 : 편리성 46
<표 Ⅱ-22> 계층별 손해보험회사 이미지 : 사고보상 서비스 47
<표 Ⅱ-23> 계층별 생명보험회사 선호 이유 48
<표 Ⅱ-24> 계층별 손해보험회사 선호 이유 49
<표 Ⅱ-25> 계층별 국내 생명보험회사 對 외국 생명보험회사 선호도 .. 51

<표 Ⅱ-26> 국내 손해보험회사 對 외국 손해보험회사 선호도 52
<표 Ⅲ-1> 국가별 생명보험 가입률 추이 54
<표 Ⅲ-2> 한·일 생명보험 가구당 평균 가입건수 55
<표 Ⅲ-3> 생명보험 항목별 중요도 56
<표 Ⅲ-4> 생명보험 상품별/ 항목별 만족도 점수 58
<표 Ⅲ-5> 계층별 공적연금가입자만족도 80
<표 Ⅲ-6> 계층별 개인연금가입실태 83
<표 Ⅲ-7> 개인연금 계약현황 추이 83
<표 Ⅲ-8> 계층별 개인연금보험·저축·신탁가입자만족도 85
<표 Ⅲ-9> 계층별 노후생활 불안요소 88
<표 Ⅲ-10> 계층별 간병보험 가입 의향 89
<표 Ⅲ-11> 계층별 가장 적합한 노후대비 저축수단 91
<표 Ⅲ-12> 계층별 향후가입선호생명보험상품(복수응답) 93
<표 Ⅳ-1> 장기상해/ 건강보험 가입률 95
<표 Ⅳ-2> 보험 상품별 가입건수 97
<표 Ⅳ-3> 손해보험 상품별 가입경로 98
<표 Ⅳ-4> 손해보험 항목별 중요도 98
<표 Ⅳ-5> 손해보험 상품별/ 항목별 만족도 점수 100
<표 Ⅳ-6> 자동차보유실태별 서비스 만족도 108
<표 Ⅳ-7> 계층별 고급형 자동차보험 미가입자의 가입의향 110
<표 Ⅳ-8> 계층별 향후 가입 선호 손해보험상품(복수응답) 113
<표 Ⅳ-9> 장기상해/ 건강보험 가입선호도 114

<그림차례>

<그림 Ⅰ-1> 생명보험 상품별 종합만족도 산출 구조도 8
<그림 Ⅰ-2> 손해보험 상품별 종합만족도 산출 구조도 9
<그림 Ⅱ-1> 주5일 근무제 시행관련 보험가입 필요성(%) 10
<그림 Ⅱ-2> 주5일 근무제 시행에 따른 가입희망 보험상품(N=170,%) · 12
<그림 Ⅱ-3> 향후 보험상품 구매 선호 경로(%) 13
<그림 Ⅱ-4> 향후 보험상품 구매시 은행 선호 이유(N=182,%) 15
<그림 Ⅱ-5> 향후 은행 구매시 선호 보험상품(N=182, 1순위 기준,%) .. 16
<그림 Ⅱ-6> 향후 보험상품 구매시 인터넷 선호 이유(N=175,%) ... 17
<그림 Ⅱ-7> 향후 보험상품 인터넷 구매시 선호 보험상품(N=175,%) 18
<그림 Ⅱ-8> 자산운용시 우선 고려 항목(%) 20
<그림 Ⅱ-9> 통합금융서비스 이용의향 (%) 22
<그림 Ⅱ-10> 재정설계 및 자산운용 목적(%) 23
<그림 Ⅱ-11> 재정설계ㆍ재테크 전문가 자문 필요성(%) 25
<그림 Ⅱ-12> 재정설계ㆍ재테크를 위한 자문 금융기관 선호도 (N=392,%) 26
<그림 Ⅱ-13> 재정설계 및 자산운용 선호 서비스 27
<그림 Ⅱ-14> 항목별 최적 금융기관 : 상품의 다양성(%) 31
<그림 Ⅱ-15> 항목별 최적 금융기관 : 안전성(%) 32
<그림 Ⅱ-16> 항목별 최적 금융기관 : 수익성(%) 33
<그림 Ⅱ-17> 항목별 최적 금융기관 : 친절성 및 고객서비스(%) ... 34
<그림 Ⅱ-18> 항목별 최적 금융기관 : 노후생활보장(%) 35
<그림 Ⅱ-19> 항목별 최적 금융기관 : 전반적 만족도(%) 36
<그림 Ⅱ-20> 생명보험회사 항목별 이미지 평가 점수(점) 38
<그림 Ⅱ-21> 연도별 생명보험회사 이미지 : 안전성(%) 39
<그림 Ⅱ-22> 연도별 생명보험회사 이미지 : 수익성(%) 40
<그림 Ⅱ-23> 연도별 생명보험회사 이미지 : 편리성(%) 41

<그림 Ⅱ-24> 연도별 생명보험회사 이미지 : 노후보장기관 적합성 42
<그림 Ⅱ-25> 손해보험회사 항목별 이미지 평가 점수(점) 43
<그림 Ⅱ-26> 연도별 손해보험회사 이미지 : 안전성(%) 44
<그림 Ⅱ-27> 연도별 손해보험회사 이미지 : 수익성(%) 45
<그림 Ⅱ-28> 연도별 손해보험회사 이미지 : 편리성(%) 46
<그림 Ⅱ-29> 연도별 손해보험회사 이미지 : 사고보상 서비스(%) ..47
<그림 Ⅱ-30> 연도별 생명보험회사 선호 이유 48
<그림 Ⅱ-31> 연도별 손해보험회사 선호 이유(%) 49
<그림 Ⅱ-32> 국내 생명보험회사 對 외국 생명보험회사 선호도(%)51
<그림 Ⅱ-33> 국내 손해보험회사 對 외국 손해보험회사 선호도(%)52
<그림 Ⅱ-34> 국내 보험회사 對 외국 보험회사 선호도(%) 53
<그림 Ⅲ-1> 생명보험 상품별 종합만족도 점수 57
<그림 Ⅲ-2> 질병치료중점보장보험 항목별 만족도(N=896, 단위:점) . 59
<그림 Ⅲ-3> 재해중점보장보험 항목별 만족도(N=456, 단위:점) 63
<그림 Ⅲ-4> 종신보험 항목별 만족도(N=344, 단위:점) 67
<그림 Ⅲ-5> 저축성보험 항목별 만족도(N=203, 단위:점) 70
<그림 Ⅲ-6> 연금보험 항목별 만족도 (N=319, 단위:점) 74
<그림 Ⅲ-7> 교육보험 항목별 만족도(N=137, 단위:점) 77
<그림 Ⅲ-8> 공적연금 가입실태 (%) 79
<그림 Ⅲ-9> 공적연금 가입자 만족도(N=1,017, %) 80
<그림 Ⅲ-10> 공적연금 불만족자의 불만족 이유(N=408, %) 81
<그림 Ⅲ-11> 개인연금보험 · 저축 · 신탁 가입실태 (%) 82
<그림 Ⅲ-12> 개인연금보험 · 저축 · 신탁 가입자 만족비율(N=411, %) . 84
<그림 Ⅲ-13> 개인연금보험 · 저축 · 신탁 불만족자의 불만족 이유 (N=39, %) .. 85
<그림 Ⅲ-14> 추가불입 가능한 월평균 연금 납부액 (%) 86
<그림 Ⅲ-15> 노후생활 불안요소 (%) 87
<그림 Ⅲ-16> 간병보험 가입 의향 (%) 89
<그림 Ⅲ-17> 가장 적합한 노후대비 저축수단 (%) 91
<그림 Ⅲ-18> 향후 가입 선호 생명보험상품(복수응답)(%) 92
<그림 Ⅳ-1> 손해보험상품 가입여부(%) 94

<그림 Ⅳ-2> 손해보험 상품별 가입률(복수응답, %) 95
<그림 Ⅳ-3> 손해보험 상품별 월평균 납입보험료(만원) 96
<그림 Ⅳ-4> 손해보험 상품별 종합만족도 점수(점) 99
<그림 Ⅳ-5> 자동차보험 항목별 만족도(N=919,%) 100
<그림 Ⅳ-6> 장기손해보험 항목별 만족도(N=318,%) 103
<그림 Ⅳ-7> 상해보험 항목별 만족도(N=14,%) 105
<그림 Ⅳ-8> 자동차보험 가입자의 보상·부가서비스 경험여부(N=919,%) .. 107
<그림 Ⅳ-9> 보상·부가서비스 경험자의 만족도(N=189 290,%) . 108
<그림 Ⅳ-10> 고급형 자동차보험 미가입자의 가입의향(N=834,%) 109
<그림 Ⅳ-11> 타사 보험상품으로 변경 가능한 보험료 차이(N=919,%) ... 111
<그림 Ⅳ-12> 향후 가입 선호 손해보험상품(복수응답,%) 113

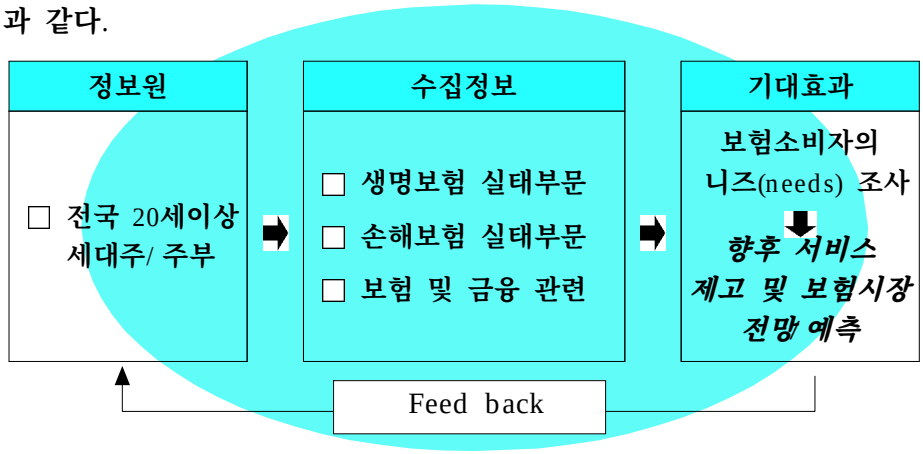
Ⅰ. 조사의 개요

1. 조사의 목적

보험시장 개방 및 방카슈랑스 등 금융기관 시스템 변화에 따라 새로운 시장개발 접근 방법이 요구됨과 동시에, 소비자의 니즈(needs)가 더욱 다양화·세분화되고 있어 보험시장에 대한 보다 구체적인 정보확보가 필요한 실정이다. 이에 따라 보험개발원에서는 2001년부터 3년간 보험 시장에 대한 전반적인 정보를 수집하고, 체계적인 분석을 통해 향후 보험가입률 예상 및 보험정책 수립에 대한 기초자료를 확보할 수 있는 조사를 실시하여 급변하는 보험시장에 탄력적으로 대응할 수 있는 제도 마련을 위한 준비작업을 실시해왔다.

이에 본 조사는 생명보험 및 손해보험 가입자, 비가입자 또는 잠재가입자에 대한 설문조사를 실시하여 보험가입자의 보험료 수준 및 만족도, 금융 및 보험에 대한 인식과 태도 등을 파악하여 보험소비자에 대한 보다 나은 서비스를 제공하고, 3년간 진행된 자료를 취합, 분석하여 향후 보험시장의 변화추이를 예측하는데 목적이 있다.

본 조사의 목적 및 기대효과를 흐름도(Flow-Chart)로 살펴보면 다음과 같다.



2. 주요 조사 항목

가. 생명보험 분야

1) 생명보험 가입여부 및 상품별 가입률

- 질병치료중점보장보험
- 재해중점보장보험
- 종신보험
- 저축성보험
- 연금보험
- 교육보험

2) 보험상품별 납입보험료

3) 보험상품별 가입건수 및 가입경로

4) 보험상품별 만족도
- 보험료수준 만족도
- 보장내용(보장금액 및 보장범위) 만족도
- 수익률(배당금, 이자율, 세제혜택 등) 만족도
- 보험가입시 설계사의 설명 만족도
- 보험회사(설계사 포함)의 고객서비스 만족도
- 부가서비스(대출 등) 만족도
- 전반적인 체감만족도

5) 공적연금에 대한 견해

6) 개인연금보험 · 저축 · 신탁 관련

7) 노후생활 대비 관련

8) 향후 가입 선호 생명보험상품

나. 손해보험 분야

1) 손해보험 가입여부 및 상품별 가입률

- 자동차보험
- 장기손해보험(상해/ 건강/ 종합)
- 화재보험
- 상해보험

2) 보험상품별 납입보험료

3) 보험상품별 가입건수 및 가입경로

4) 보험상품별 만족도
- 보험료수준 만족도
- 보장내용(보장금액 및 보장범위) 만족도
- 보험가입시 설계사의 설명 만족도
- 보험회사(설계사 포함)의 고객서비스 만족도
- 전반적인 체감만족도

5) 자동차보험 관련

6) 향후 가입 선호 손해보험상품

다. 보험 및 금융 분야

1) 주5일 근무제 시행관련 보험상품에 대한 태도

2) 향후 보험상품 구매 선호 경로

3) 재정설계·재테크 자문 관련

4) 항목별 최적 금융기관

5) 생명보험회사 이미지

6) 손해보험회사 이미지

7) 거래하고 싶은 보험회사 선호 이유

8) 국내 보험회사 對 외국 보험회사 선호도

3. 조사 방법

가. 조사 대상

- 전국의 만 20세 이상 세대주 및 주부

나. 표본 크기

- 총 1,200명(유효표본)

다. 자료 수집방법

- 구조화된 설문지를 이용한 가구방문 일대일 개별 면접
  (Face-to-Face Interview)

라. 표본 추출방법

- 지역별 세대주 연령비에 따른 다단계 할당 추출법
  (Proportionate Quota Sampling)

※ 통계청의 2000년 인구센서스 자료 사용

마. 최대 허용오차

- 95% 신뢰수준에서 ±2.83% point

바. 조사기간

- 2003년 1월 20일 2월 10일(22일간)

사. 조사기관

- (주)코리아리서치센터

4. 표본의 특성

이번 조사에서 나타난 가구 및 응답자의 계층별 특성을 표로 나타내면 <표 1-1>과 같다.

<표 Ⅰ-1> 표본의 특성

(단위 : 명, %)

전 체	사례수	%
◐거 주 규 모 별◑		
대 도 시	575	47.9
중 소 도 시	461	38.4
군 지 역	164	13.7
◐세 대 주 여 부 별◑		
기 혼 세 대 주	572	47.7
미 혼 세 대 주	67	5.6
주 부	561	46.8
◐응 답 자 연 령 별◑		
20 대	150	12.5
30 대	406	33.8
40 대	349	29.1
50 대 이 상	295	24.6
◐세 대 주 연 령 별◑		
20 대	131	10.9
30 대	357	29.8
40 대	368	30.7
50 대 이 상	344	28.7
◐월 평 균 소 득 별◑		
1 0 0 만 원 미 만	40	3.3
100 - 150 만원 미만	120	10.0
150 - 200 만원 미만	235	19.6
200 - 300 만원 미만	474	39.5
300 - 400 만원 미만	237	19.8
4 0 0 만 원 이 상	93	7.8
모 름 / 무 응 답	1	0.1

<계속>

(단위 : 명, %)

전 체	사례수	%
◐응 답 자 직 업 별◑		
화 이 트 칼 라	215	17.9
블 루 칼 라	267	22.3
자 영 업	266	22.2
농 / 축 / 수 산 업	31	2.6
주 부	408	34.0
무 직 / 기 타	12	1.0
모 름 / 무 응 답	1	0.1
◐세 대 주 직 업 별◑		
화 이 트 칼 라	381	31.8
블 루 칼 라	318	26.5
자 영 업	407	33.9
농 / 축 / 수 산 업	54	4.5
주 부	13	1.1
무 직 / 기 타	25	2.1
모 름 / 무 응 답	2	0.2
◐응답자 교육 수준별◑		
중 졸 이 하	141	11.8
고 졸	755	62.9
대 재 이 상	302	25.2
모 름 / 무 응 답	2	0.2

5. 상품별 종합만족도 산출 방식

가. 주요 용어 정의

1) 항목만족도 점수

항목만족도 점수는 상품별로 가입가구의 만족도에서 전반적인 체감만족도를 제외한 개별 항목(생명보험 : 6개 항목, 손해보험 : 4개 항목)에 대한 평가를 5점 척도로 측정한 후 이를 100점으로 환산한 점수이다.

매우 불만족	불만족 하는편	보통	만족 하는편	매우 만족
1	2	3	4	5
↓	↓	↓	↓	↓
0점	25점	50점	75점	100점

2) 전반적인 체감만족도 점수

전반적인 체감만족도 점수는 보험에 가입한 가구의 세대주나 주부가 보험상품에 대해 전반적으로 어느 정도 만족하는지를 5점 척도로 측정한 후 이를 100점으로 환산한 점수이다.

매우 불만족	불만족 하는편	보통	만족 하는편	매우 만족
1	2	3	4	5
↓	↓	↓	↓	↓
0점	25점	50점	75점	100점

3) 항목중요도

보험가입 가구만을 대상으로 생명보험과 손해보험으로 분리한 후 가입 보험상품에 대한 항목만족도(생명보험 : 6개, 손해보험 : 4개)를 독립변수로 하고 전반적인 체감만족도를 종속변수로 하여 다중회귀분석(Mutiple Regression Analysis)을 통해 항목별 Beta값의 합이 1이 되도록 환산한 값이다. 따라서 생명보험과 손해보험의 중요도 산출식은 다르지만, 이에 속한 상품별로는 동일한 중요도를 적용하였다.

4) 상품별 종합만족도 점수

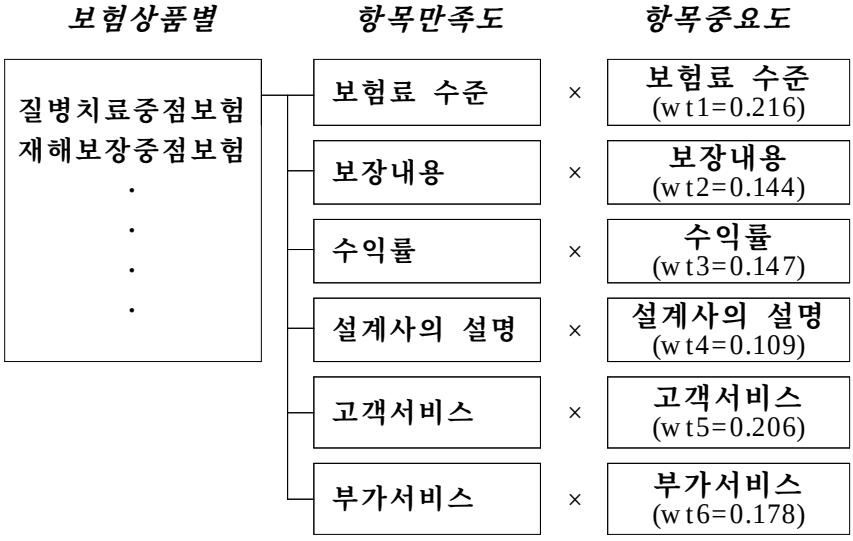
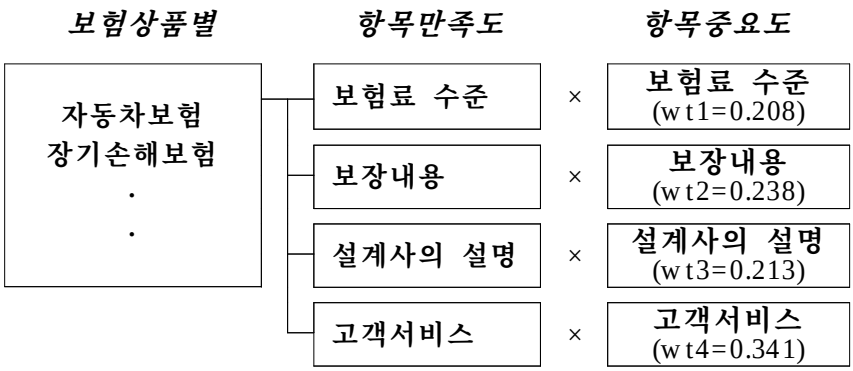
상품별로 항목만족도 점수에 항목중요도 가중치를 감안하여 합산한 점수이다.

종합만족도 = ∑(항목만족도 × 항목중요도)

나. 상품별 종합만족도 산출 구조

상품별 종합만족도는 다음과 같은 구조를 통해 산출되었다.

<그림 Ⅰ-1> 생명보험 상품별 종합만족도 산출 구조도



<그림 Ⅰ-2> 손해보험 상품별 종합만족도 산출 구조도