

국민의 의식구조와 보험인식 제고방안

- 손해보험을 중심으로 -



高 順 福
한국보험공사 이사

1. 머리말

우리나라의 보험산업은 지난 1970년대 후반기 이후 정부당국의 「보험산업 근대화시책」과 몇차례 계속된 경제개발계획의 성공적인 추진에 의한 경제성장과 더불어 괄목할만한 발전을 하여왔다.

미래의 예측할 수 없는 위험에 대처하는 경제적인 제도적 장치의 하나로서 사회보험제도를 민간적인 차원에서 보완하는 기능을 가진 보험제도는 복지국가 건설을 지상과제로 삼고있는 현대국가에서는 오늘날 어느 국가에서나 마찬가지로 중요한 경제제도의 하나로 받아 들여지고 있다.

흔히 보험제도가 얼마나 발전되어 있느냐에 따라서 그 나라의 경제적 또는 사회복지적 수준이 어느 정도인가를 가늠하는 척도로 삼는다. 일반국민의 보험에 관한 인식문제는 역사적·사회적·경제적·사상적 배경과 제반환경, 그리고 개인의 소득수준등 여러가지 복합적 요인에 의하여 결정되는 것으로 한마디로 간단히 말할 수는 없다. 우리나라의 경우 경제성장과 소득수준의 향상등으로 보험에 관한 일반적 인식이 최근 많이 좋아지기는 하였으나, 아직까지도 그다지 좋은 상태라고는 말할 수 없다고 생각된다.

본고에서는 보험인식에 대한 일반적인 문제점과 보험과 관련하여 일반국민의 인식이 좋지 못한 요인을 국민의 의식구조의 측면에서 살펴 보고 끝으로 인식제고를 위한 몇가지 개인적인 소견을 피력하고자 한다.

2. 일반국민의 보험인식 실태

보험에 대한 일반국민의 인식은 최근 많이 좋아진 것이 사실이다. 이와같은 사실은 경제성장과 소득수준의 향상에 따라 어느 정도 국민의 생활에 경제적 여유가 생기게 된것이 제일 큰 요인이 아닌가 생각되며, 한편으로는 몇년전부터 시행되고 있는 의료보험제도가 “보험제도” 자체에 대한 일반적인 인식을 높여주는데 기여를 하였다고 느껴진다. 그리고 또한 근년에 일어났던 대형화재 사고, 해상사고, 비행기사고 등도 보험의 필요성을 일깨워 주는데 큰 계기가 되

었다고 생각된다.

그러나 보험에 대한 일반의 인식은 아직까지도 부정적인 면이 많은 것 또한 사실이다.

첫번째로, 최근 한국보험공사와 대한손해보험협회에서 실시한 각종 조사에 나타난 보험인식에 관한 조사결과를 중심으로 하여 일반인의 보험에 대한 인식상황에 관하여 살펴보면,

먼저 공사의 모니터설문조사중 보험에 대한 일반인의 이해도를 묻는 설문에서 “보험은 유익한 제도이긴 하나 경제적 사정등으로 가입을 꺼리는 사람이 많다.”는 응답이 전체의 60%이고 “보험의 유익성을 모르는 사람이 많다”는 응답이 24%로 나타났다.

그리고 공사에서 실시한 보험홍보실태조사에 의한 국민의 보험인식도조사에서도 보험제도를 잘 모르고 있거나 알고는 있으나 인식이 나쁘다가 90.1%를 점하고 있는 것으로 나타났다.

또한 협회에서 실시한 조사중 손해보험종류에 대한 회상율을 묻는 설문에서는 화재보험이 33.8%로 가장 높고 그 다음이 자동차보험 12.8%, 상해보험 2.8%의 순으로 나타난 반면, 40%가 “모르겠다”는 응답을 보이고 있어 보험에 대한 일반인의 인식이 제대로 되어있지 못하고 있음을 보여주고 있다.

한편 협회의 손해보험에 대한 가입경험율조사에서는 가입율이 20.5%로 나타났으며, 그중 자동차보험이 8.8%, 화재보험 5.0%, 자동차종합 2.0%, 상해 1.2%의 순으로 응답이 있었다.

그리고 일반인이 보험에 가입하지 아니하는 이유를 조사하였던 바 공사와 손보험회의 조사에서 공히 “경제적 여유가 없어서”와 “가입의 필요성을 느끼지 못하여서”라는 설문에 가장 많은 반응을 보이고 있다.

두번째로, 보험에 대한 국민의 인식문제와 관련하여 현실적으로 나타나고 있는 보험분쟁의 실태를 보험공사에 설치된 보험분쟁심의위원회의 심의실적을 중심으로 알아보면 선액 또는 조정지급되는 건수가 '84년의 경우 60%가 넘는 것으로 나타났다.

그리고 이들 분쟁의 유형을 보면 약관해석에 관한 분쟁이 많은 것으로 나타났으며 그외에 보험사고발생시기의 가입전후문제, 또는 당해사고가 재해사고인지의 여부

등과 같은 사실판단에 관한 분쟁도 있는 것으로 나타났다.

그리고 보험에 관한 민원은 매년 증가하는 추세에 있으며 이는 일반국민의 보험에 대한 관심이 높아지고 있음을 보여주는 것이라고 생각된다.

3. 보험에 대한 부정적 인식의 요인분석

앞에서 개략적으로 살펴 본 바와 같이 보험에 대한 국민의 일반적 인식은 그다지 좋지 못한 것이 사실이나, 보험에 대한 인식이 좋지 못한 요인을 간단하게 이야기할 수는 없다.

왜냐하면 거기에는 역사적·사회적·경제적배경과 제반여건, 국민의 의식구조, 소득수준, 그리고 보험에 관한 제도적 장치, 운영상의 여러가지 문제, 보험에 종사하고 있는 보험인들의 자세, 보험에 대한 홍보활동등 여러 분야, 여러 부문의 요소와 제반문제들이 복합적으로 엉켜져 있기 때문이다.

그러므로 보는 관점에 따라서 의견을 달리하는 사람들도 많겠지만 본고에서는 편의상 현행보험제도와 운영상의 문제점들을 먼저 살펴본 후 우리나라의 역사적·경제적배경, 보험제도와 국민의 의식구조와의 관계의 순으로 보험의 부정적 인식에 대한 요인을 분석, 고찰하고자 한다.

(1) 보험제도와 운영상의 문제

제1차적으로 현행 보험제도와 그 운영에 관하여는 여러가지의 문제점과 개선을 요하는 분야들이 많을 것이다. 그러나 객관적으로 어떤 제도와 그 운영방법이 가장 합리적이나는 문제는 일률적으로 말할 수는 없다. 왜냐하면 이 문제 역시 나라와 시대에 따라 다르고 그 나라와 그 시대의 특수한 사회적·경제적여건과 배경, 소득수준, 의식구조 등 복합적인 요인에 의하여 결정되어지는 것이기 때문이다.

그러므로 현제도에 대한 문제점에 대하여는 각 분야별로 깊이있는 분석과 대책의 마련이 있어야 하는 것으로 본고에서는 논외로 한다. 다만 앞에서 살펴본 보험분쟁의 유형으로 미루어 보아 일반적으로 가장 많은

분쟁의 요인이 되고 있는 “보험약관의 해석”과 “손해사정”에 관한 문제가 시급히 그리고 중점적으로 개선을 요하는 분야가 아닌가 생각된다.

사실 보험계약의 기술성, 전문성과 부합계약의 성격으로 미루어 보아 보험계약 조건이 되는 보험약관의 평이화와 명확화는 보험가입자의 권익보호를 위하여 조속히 이루어져야 하는 과제로 생각된다. 그리고 보험 사고가 발생했을 때 지급될 보험금의 결정에 관한 “손해사정”의 문제 역시 합리적인 절차에 의하여 공정하게 처리되도록 제도적인 장치를 보완하거나 운영상의 문제점을 개선하는 것도 보험인식의 제고를 위하여 매우 중요한 일이라고 생각된다.

(2) 한국 보험사업의 경제적 배경

보험제도는 하나의 경제적 현상으로서 그 나라의 역사적·사회적·경제적 배경과 상황아래에서 특징지어진다.

그러므로 우리나라의 보험제도의 생성과 발전과정 그리고 이에 대한 국민의 일반적 인식등도 우리나라의 특수한 역사적·사회적·경제적 배경과 아울러 고찰하여 봄이 좋을 것으로 사료된다. 그러나 지면관계로 역사적·사회적 배경은 생략하고 경제적 배경을 살펴 보기로 한다.

경제적 배경의 문제는 상당히 광범위한 것으로 여기서는 국민의 소득수준을 기준으로 하여 살펴 보기로 하겠다.

한 나라의 국민소득수준이 1,000\$을 넘어서는 수준에 이르러서야 보험이 제대로 그나라 국민의 생활속에 정착을 하게 되고, 보험사업도 발전할 수 있게 된다고 한 외국의 어느 학자의 말을 빌리지 않더라도 국민의 소득수준과 보험은 아주 밀접한 상관관계에 있다고 할 수 있다.

1950년대까지만 해도 우리나라의 경제여건이나 국민소득수준은 통계를 인용할 필요도 없이 극히 보잘것없는 것이었다. 8.15해방과 6.25동란의 국가적·사회적 격동기를 겪는 동안 높은 실업율, 높은 Inflation, 저소득, 극심한 부의 편재현상 등으로 점철된 1950년대에는 경제적·사회적 여건으로 미루어 보아 보험이 도저히 우리사회에 정착될 수 없는 시기였었다. 사실 의식주를 걱정하여야 하는 긴박한 생활환경속에서 살아가는 사람들

에게 미래, 그것도 앞으로 닥칠지도 모르는 장래의 불행에 대비하는 보험을 거론한다는 것은 논리적 근거를 떠나서 그 자체가 무리한 것이고 어쩌면 사치스러운 사고라고도 할 수 있겠다.

1960년대의 의욕적인 경제개발계획의 추진과 더불어 경제적 환경이 점차 좋아지고 소득수준도 높아지기 시작하는 과정을 거쳐, 1970년대말에는 고도의 경제성장속에서 국민소득이 1,000\$을 넘어서게 되었던 것이다.

이상에서 극히 단편적으로 살펴본 것이긴 하지만 이를 보험의 인식과 관련하여 종합적으로 요약하여 보면 첫째, 보험제도가 우리나라에서 자생적으로 생성된 제도가 아니고 외국상사들에 의하여 비자발적으로 도입된 제도로서 도입초기부터 일제식민통치시대, 6.25동란등을 거치는 동안 국민들에게 아무런 혜택도 주지 못하고 오히려 수탈의 수단으로 사용되거나 재산상의 손해를 당하는 경우가 많음으로 인하여 보험에 대한 일반국민의 인식이 처음부터 좋지 못하게 되었다고 할 수 있다.

둘째, 최근까지 의식주를 걱정하여야만 하는 좋지 못한 국민경제 여건속에서 장래 불행에의 대처를 생각할 만한 경제적·정신적인 여유가 우리 국민들에게는 없었다는 것이다.

가. 보험제도의 특수성

일반국민의 보험인식과 관련하여 보험제도의 몇가지 특수성에 관하여 간략하게 살펴보면

첫째, 보험이란 본질적으로 장래의 예측할 수 없는 화재·질병·도난 등 불유쾌한 위험을 전제로 하여 마련된 제도이므로 그 자체가 이미 일반국민에게는 별로 기분좋은 것이 못된다. 누구에게든 미래는 불확실한 것이고 예측이 불가능한 것이기는 하지만 자신의 불행을 예측하고 싶은 사람은 아무도 없으며, 불행은 자기 하고는 아무런 상관도 없는 것으로 생각하기를 바라는 심정은 누구에게나 마찬가지이기 때문이다.

둘째, 불행을 전제로 하는 보험의 본질에 비추어 일반인에게는 보험에 대한 자발적인 수요를 기대하기가 어려운 특성이 있다. 보험상품에 대한 욕구는 의식주와 같은 인간의 기본적인 생존욕구와는 달리 장래의 위험에 대비하는 안전을 추구하는 욕구이다. 따라서 보험상품에 대한 소비성향은 다른 재화나 용역에 비하여 상대적으로

낮아서 이에 대한 수요자의 입장은 능동적이지 않고 수동적인 입장이 된다. 이와 같이 보험에 대한 수요는 인간의 기본적인 욕구가 충족된 다음 단계에서 일어나는 특성이 있으며 이를 보험수요의 간접성이라고 한다.

셋째, 보험상품은 무형의 상품으로 판매 그 자체가 단순한 보험보호의 약속이므로 추상적인 성질이 있으며, 구매력이 극히 약한 상품이다. 따라서 일반국민은 다른 일반상품과는 달리 직접적으로 보험상품에 대한 효용을 느끼거나 어려운 특성이 있다.

넷째, 보험제도나 상품의 내용이 전문성과 기술성을 요하고 있는 것으로 일반국민은 이를 쉽게 이해할 수가 없고 따라서 친근감을 주는 것이 아니라는 것이다.

나. 한국민의 의식구조

국민의 보험에 관한 일반적 인식과 관련하여 한국민의 의식구조를 고찰하기 위하여는 시간에 대한 정서적인 반응인 시간 이미지(Image)에 관하여 살펴 보는 것이 좋을 것이다. 시간 이미지에 초점을 맞추어 한국민의 의식구조를 과거·현재·미래로 나누어 분석하여보면

첫째, 한국민은 과거를 갈망하는 과거지향적인 특성을 지니고 있다. 시간 이미지는 그 반응에 따라 긍정적인 평가와 부정적인 평가로 구분할 수 있다.

긍정적인 시간 이미지는 시간의 흐름에 따라 인생이나 사회가 보다 행복해 지리라고 믿는 평가로 항상 현재보다 미래에 가치를 둔 미래지향적인 것이되며 대체로 구미 사람들의 시간 이미지가 여기에 속한다고 할 수 있다.

이에 비하여 한국민의 시간 이미지는 부정적 측면이 강하다. 한국민에게 있어서는 현재의 것은 항상 과거의 것보다 못하다고 여기며, 과거를 동경한다. 과거에 이상적 기준을 두고 생각하는 한국민의 의식구조는 부정적 시간 이미지가 강한 과거지향적인 특성을 가지고 있다고 할 수 있다.

둘째, 한국민은 현재의 어려운 상황을 잘 감내하는 특성을 가지고 있다. 한국민은 과거보다 현재가 못하다고 여기지만, 현재의 시간을 탈피하려고 괴로워하고 발버둥치는 염세적인 성향은 별로 없고 현재의 진행시간 속에 지그시 존재하며 그것을 감내한다.

셋째, 한국민은 미래부정적인 현재를 살고 이를 향유하는 특성이 있다. 한국민은 현재의 상황이 괴로우면 현재를 참고 살고, 괴롭지 않으면 현재를 즐기며 산다. 한

국민의 시간관은 “고금” 즉 과거와 현재를 연결하는 것이 중요하고, 현재와 미래를 연결하는 “금명”은 별로 중요하지 않다. 금명의 연결도 먼 미래를 뜻한다기 보다는 가까운 미래를 의미하는 것이다. 한국민에 있어서 미래가 뜻이 있다면, 이는 현재의 고통을 나누어 주리라는 소극적 프라스 이미지 밖에 없다.

“세월이 약이다.”라는 표현은 미래의 시간의 힘에 대한 소극적 신뢰라고 하겠으며, 이와 같은 의식구조는 미래지향적이라기 보다는 오히려 미래시간의 현재이용이라고 보는 것이 타당할 것이다.

다. 부정적 반응

이상에서 간략하게 살펴 본 보험제도 자체의 특수성과 한국민의 의식구조를 연결하여 생각하여 볼 때 미래의 불행에 대비하는 보험제도 자체가 한국민의 의식구조상 근본적으로 거부적인 반응을 보일 수 밖에 없다고 생각 한다.

보험제도 자체가 미래지향적인 서구분화권에서 시작된 경제제도이므로 과거지향적, 현재감내 및 향유적 미래부정적인 한국민의 의식구조에 직접긍정적으로 연결되기는 어렵다. 이를 위하여서는 경제적, 사회적 제반여건과 상황의 변화·발전, 의식구조의 변화등이 매우 중요한 선결 요인이라고 사료된다.

4. 보험인식제고를 위한 몇가지 제언

지금까지 보험에 대하여 일반국민이 느끼고 있는 인식 상황과 문제점, 그리고 보험에 대한 인식이 부정적으로 된 요인에 관하여 개략적으로 분석하여 보았다.

결론적으로 이야기하면, 현재 복지국가의 건설을 위하여는 필요불가결한 경제시설의 하나인 보험제도가 건실하게 발전하고, 보험이 국민의 일상생활속에 조속히 뿌리를 내려야 한다는 당위성에 대하여는 두말할 여지가 없다. 이를 위하여는, 보험에 대한 일반국민의 인식과 신뢰도를 제고함이 매우 중요한 일이라고 생각된다.

보험인식의 제고에 관하여는 앞에서 분석하여 본 세요인들과 연결하여 생각해 볼때 대체적으로 경제성장, 국민소득수준의 향상과 아울러 국민의 의식구조의 진취적이고도 적극적인 미래지향성 성향으로의 변화, 현재의 보험제도의 미비점의 개선보완과 서서비스 확동의 강화,

그리고 끝으로 적극적인 보험활동의 전개 등으로 요약할 수 있을 것이다.

(1) 국민소득수준의 향상과 의식구조의 변환

국민의 생활수준의 향상과 보험의 발전은 비례적 상관 관계에 있다. 따라서 보험사업이 건전하게 발전하고 보험의 생활화가 이루어지기 위하여는 경제발전과 국민소득수준의 향상이 절대적인 요건이라고 할 수 있다. 그리고 지성학적인 특수성과 역사적 특수상황 아래에서 형성되어온 소극적·과거지향적인 우리국민의 의식구조도 보다 발전적인 국가건설을 위하여 진취적이고도 적극적인 미래지향적 의식구조로 변환되어야 할 것이다.

그러나 이와같은 일들은 모두 보험의적인 조건으로, 우리 국민 모두가 힘을 합쳐서 이룩해 나가야할 명제들이다.

(2) 보험제도와 운영상의 문제점 개선과 서어비스활동의 강화

앞에서 이미 살펴본 바와 같이 현행 보험제도나 그 운영상의 문제점을 분석하여 좋은 방향으로 개선발전시켜 나가고, 보험가입자에 대한 각종의 서어비스 활동을 보다 강화하여 나가야 할 것이다.

구체적으로 현행제도의 어떤 부문에 문제점이 있는가 또 운영상의 개선을 요하는 점이 무엇인가에 관하여는 각분야별로 전문적이고 깊이있는 분석이 필요하겠지만, 어쨌든 국민에게 불편을 주거나 불만의 요인이 되는 제도나 운영상의 문제를 조속히 또한 적극적으로 개선하도록 스스로 노력하여야 한다는 것이다. 그리고 보험가입자에 대하여는 봉사활동을 보다 강화하여야 할 것이며, 국민의 기호에 부합되는 좋은 상품의 개발을 위하여도 노력하여야 할 것이다.

일반 국민이 보험에 대하여 불신을 갖고 있는 요인중에는 보험에 종사하고 있는 사람들의 잘못된이나 무관심에 기인한 것도 상당한 비중을 차지하고 있는 것으로 생각된다. 이렇듯 보험인식의 제고에 관한 문제는 우리 보험인들의 중요한 당면과제중의 하나이므로, 우리들 스스로

의 노력이 다른 무슨 조건보다도 선행되어야 할 것이다.

(3) 적극적인 보험홍보활동의 전개

현대 정보사회에 있어서 기업의 홍보활동은 극히 중요한 경영전략중의 하나이다. 특히 무형의 보험보호란 서어비스를 판매하고 자발적인 수요의 환기를 기대할 수 없는 보험자체의 속성등을 감안하여 볼때, 보험사업에 있어서 홍보활동은 다른 어느 분야의 기업에서 보다도 중요한 의미를 갖는다. 보험홍보활동에 관한 몇가지 소견을 제시해보면 다음과 같다.

1) 보험홍보는 특정 기업이나 상품위주의 PR보다는 보험제도자체의 유익성을 계도하는데 역점을 두고 추진되어야 할 것이다.

2) 보험가입자에 대하여 봉사활동과 아울러 안내 홍보활동을 보다 강화하여야 할 것이다.

3) 언론기관에 대한 보다 적극적이고 능동적인 홍보활동의 전개와 아울러 간접적인 퍼브리시티(Publicity)활동을 강화하여야 할 것이다.

4) 사회복지형 산업에 대한 보험자금의 투자를 확대함으로써 보험에 대한 간접적인 이미지 쇄신에 노력하여야 할 것이다.

5) 보험기업종사자들에 대한 교육을 강화하고 회사에 대한 귀속감을 고취하여, 이들이 모두 홍보요원화하도록 힘써야 할 것이다.

6) 보험홍보비용을 생산을 위한 투자로 인식하고 비록 비용이 많이 소요되더라도 가장 파급효과가 큰 TV등 전파매체등을 적극 활용하는 과감한 홍보투자가 이루어져야 할 것이다.

7) 홍보활동에 대한 분석평가기능을 강화하고 보다 합리적인 계획홍보의 추진을 위하여 노력하여야 할 것이다.



※ 자료

- 한국보험공사에서 실시한 제 2 회 보험 모니터 설문조사서 (1984)
- 대한손해보험협회에서 실시한 손해보험인식도조사(1982. 12)
- 한국보험공사에서 실시한 손해보험분쟁심의 실적 및 유형별 분류(1981~1984)
- 申守植著 「한국보험사」, 「무역경영사」, 「보험경영론」, 方甲洙著 「최신보험학」, 本田 守著 「보험총론」, 韓東湖著 「보험학」, 尹泰林著 「한국인」, 李圭泰著 「한국인의 의식구조」