

대중성 화재보험상품 개발되어야

1. 머리말

우리나라의 화재보험이 전체 손해보험종목중에서 차지하는 비중은 수입보험료기준으로 볼때, 1963년에 65.2%이던 것이 1980년을 전후하여 10% 이내로 줄어 들었다.

이는 산업구조가 고도화되고 사회가 복잡해짐에 따라 자동차보험을 비롯하여 각종 특종보험의 수요가 폭발적으로 증가한데 기인하는 현상으로, 전세계적인 추세이기도 하다.

그러나 미국이나 일본 등 보험선진국에서는 화재를 단일위험으로 담보하는 일년만기 화재보험은 감소되었지만, 그대신 화재위험외에 파손등 다른 위험을 함께 담보하는 종합상품이나 장기화재보험이 인기를 얻고 있음을 감안해 본다면, 화재위험 그자체의 보험수요가 크게 줄었다고 보기는 어렵다. 우리나라에 있어 화재보험산업의 발전방향을 모색하는 데는 종래의 보장성 단기화재보험, 구미형의 종합상품, 그리고 일본에서 많이 판



김 병 기
〈동국대학교수·경제학박사〉

매되고 있는 장기상품을 모두 염두에 두어야 한다. 전통적인 화재보험의 판매실적이 너무 저조하다고 하여 초조할 것까지는 없다고 본다.

그러나 우리나라 화재보험시장은 다른 나라에 비하여 낙후되어 있고 화재보험상품과 요율체계가 서있지 않는 등 여러가지 문제점이 있다.

2. 우리나라 화재보험시장의 특성

1970년대 후반부터 화재해상보험과 같은 기업보험시장은 경제의

고도성장의 둔화로 인하여 포화상태에 이르렀다는 인식이 근래 업계와 관계인들에 의하여 공통적으로 제기되어 왔다.

그러나 한 조사에 의하면, 우리나라의 제조업체중에서 화재보험에 가입되어 있지않은 공장이 태반이라는 사실이 밝혀진 바 있다. 이것이 사실이라면 화재보험에 있어 기업보험시장은 더 이상 개척의 여지가 없다는 주장은 재고되어야 하며, 기업물건에 대한 화재보험가입가능성을 자세히 점검해볼 필요가 있다. 마케팅에 있어 가장 중요하며 초보적인 단계인 시장조사가 안되고 있는 것은 우리나라 손해보험업계가 그동안 각종제도나 법률의 과보호속에서 지나왔기 때문이라 할 수 있다.

이같이 화재보험분야에서 마케팅관리기법이나 고객관리능력이 개발되지 않은 상태에서 일본과 구미에서 판매되는 장기화재보험과 종합위험을 담보하는 Package policy, Multi-peril policy를 도입하기 시작한 것은 1970년대 초부터이다.

1969년 11월에 손해보험업계가

공동으로 인기를 받아 판매하기 시작한 「가계종합보험」이 그 효시이며, 「장기화재보험」이 1972년 9월에 인가되어 판매된 것을 생각해 보면 우리가 선진국의 상품을 도입하는 과정은 상당히 신속하였다.

그러나 이러한 신상품들이 일본이나 구미에서의 판매실적에 크게 뒤지고 있는 바, 그 원인은 여러가지 있겠으나 앞에서 지적한 바와 같이 제도적으로 창출된 화재보험 시장을 각사가 분할해가는 방식에만 익숙하고 근대적인 마케팅활동에 미숙하였기 때문이라 할 수 있다.

특히 이같은 대중성 보험의 판매에는 본사의 마케팅조직 외에 대리점과 모집인과 같은 외야조직이 발달되어야 하는데, 기업보험의 모집에 익숙한 손해보험회사들은 조직에 착수한지 2년이 가까운 오늘날에도 생명보험회사 외야조직의 1950년대 수준에 머물고 있다고 하여도 과언이 아니다.

또한 전통적인 1년만기 보장성 주택화재보험은 화재발생률의 감소추세에 따라 일반인의 위험에 대한 인식이 낮아지고 있는 데다가 보험료가 영세하여 손해보험대리점이나 모집인들이 판매의욕을 상실한지 오래다. 주택물건의 화재보험료가 얼마나 저렴한가를 보면 1등지, 1급건물의 화재보험요율은 0.017%이다. 이경우 1억원의 보험계약을 체결한다해도 모집수수료는 5,100원에 불과하다. 그리하여 이 보험은 금융기관대출창구나 「화재로 인한 재해보상과 보험가입에 관한 법률」에 의존하여 명맥을 유지하고 있는 실정이다.

그리고 우리나라 화재보험의 특이한 점은 국·영문 약관이 혼용

되고 있다는 점이다.

3. 당면과제와 발전방향

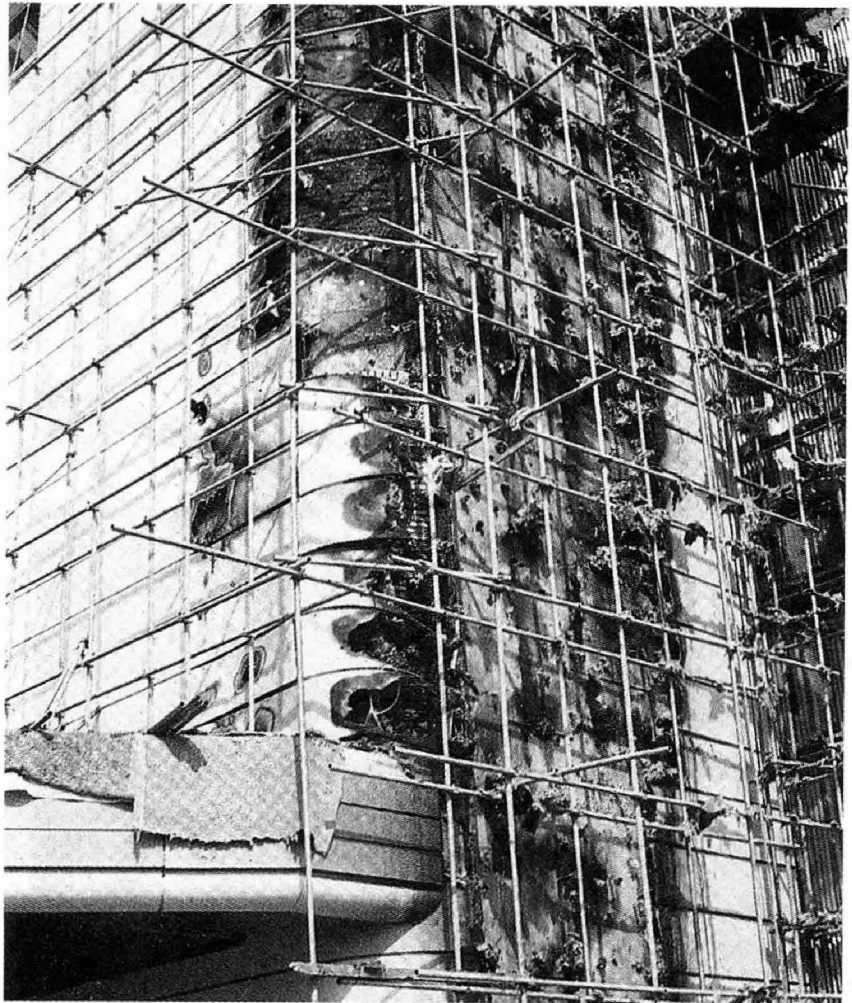
첫째, 화재보험의 상품과 요율의 개선이 필요하다.

우리나라는 1960년대부터 1970년대에 걸친 급격한 경제성장과 산업의 고도화로 대형공장물건이 늘어남에 따라 외국출재를 위하여 각종 영문화재보험약관을 도입, 사용하여 왔다.

그 결과 화재위험에 약간의 특약을 붙인 것과 거의 같은 FOC약관, American Standard Fire policy, Commercial Union Fire policy 등 약8종의 외국화재보험증권이 무분별하게 사용되어 왔다. 그런가 하

면 국내에서 재보험이 소화되는 중소기업물건에 대하여는 국문증권이 사용됨으로써, 동일위험을 담보하면서 약관상의 내용과 보상방법이 다르고, 특히 국영문증권간의 적용요율에 엄청난 격차를 발생시켰다. 다시말하면 국문증권을 사용하는 중소기업물건에 대하여는 훨씬 높은 국내의 협정요율을 적용하고, 대형물건은 외국 약관을 사용함으로써 자유경쟁요율이 적용되어 매우 저렴한 보험료가 부담되었던 것이다. 화재보험료의 적용에서 조차 대기업위주의 정책 또는 빈익빈 부익부의 현상을 초래하고 있다.

이와같이 이중의 부당하고 불공정한 화재보험의 판매가격 적용에 대해서 외국출재를 이유로 들고 있



지만, 그 이면에는 대기업측의 영향력과 각 손해보험회사들의 과당 경쟁이 빚어낸 현상이 아닌가 한다. 왜냐하면 해외재보험자들은 약관만을 그들이 선호하는 영문증권을 사용하기를 원할 뿐이지 보험요율이 보다 높은 국내의 협정요율을 쓰는데 대하여 반대할 하등의 이유가 없기 때문이다.

그동안 감독당국이 이를 시정하지 않고 있는 것은 외국의 저렴한 요율을 사용케 함으로써 해외출재보험료를 절약, 국제수지에 기여한다는 보험외적인 고려가 크게 작용하였다.

그러나 국제수지가 흑자기조로 돌아선 지금에 와서는 그러한 경제정책적인 고려는 문제가 되지 않으며, 화재보험의 건전한 발전을 위하여 보험가입자에 대한 공평한 처우가 우선되어야 한다고 본다.

보험감독의 일차적인 목적은 보험계약자의 보호에 있다. 미국의 경우 보험요율과 약관의 적용에 있어서 공평성(Equity)을 지키도록 감독법규에 명문화할 정도로 소비자를 위한 정책이 시행되고 있다. 따라서 화재보험이 정상적으로 발전하기 위하여는 지금까지 말한 구조적인 모순을 시정하여야 한다. 원리에 충실해야만 그 기반이 튼튼하고, 불공정한 거래를 일삼지 말아야 국민의 신뢰를 받아 지속적인 발전이 약속되는 것이다.

시정방법으로는 손해율이 좋은 국내의 협정요율은 인하하고 영문증권을 사용하는 대형물건에 대하여도 협정요율을 적용시켜 보험료를 인상시키도록 함으로써 요율체계를 바로잡아야 한다. 또한 매우 낮은 손해율을 보이고 있는 주택물건의 요율도 인하해야 할 것이다.

둘째, 일반의 구미에 맞는 대중성 화재보험의 개발이 필요하다.

근래 세계적인 금융혁신으로 저축, 증권투자, 위험의 보장을 하나의 금융상품으로 결합할 수 있는 신종상품이 등장하여 선풍적인 인기를 얻고 있다. 이것이 가능하게 된 것은 정보통신기술의 발달에 힘입은 것이며, 금융서비스가 세계 어느곳에서나 24시간 간단없이 제공되고 있다.

얼마안가서 보험, 증권, 은행이라는 시장영역이 사라질 것이라고 예견하는 사람들이 많다.

이와같은 추세에 맞추어 화재보험에 있어서도 가계나 중소기업들을 대상으로 하는 대중성보험은 투자수익에 중점을 두는 고수익성 상품을 개발, 위험보장부분을 저축보험료부분의 투자수익으로 수용하는 획기적인 상품개발에 역점을 두어야 할 것이다. 1년정기 주택화재보험, 즉 전통적인 화재보험상품은 화재발생율의 감소와 소액의 보험료로 인하여 자발적인 수요가 힘들고 대리점이나 모집인에게는 판매유인을 제공하기 힘들어 획기적인 시장확대책이 나올 수 없을 것으로 보이기 때문이다.

또한 장기보험의 개발에 있어서는 화재보험은 미평가보험(Unvalued policy)일 경우 인플레이에선 일부 보험이 되기쉬워 보험가입자가 손해를 본다는 인식이 팽배해있다. 비례보상방식만 고집할 것이 아니라 공동보험조합, 신가보험 등 보험소비자에게 소구력을 갖는 상품이 되도록 해야 할 것이다.

세째, 보험모집제도를 개선하고 판매경로조직을 다양화해야 한다.

보험판매에 있어 가장 중요한 것은 보험대리점과 모집인이다. 그

들이 보험판매에 전념하고도 충분히 생계가 유지될 수 있도록 제도적인 측면에서 지원해야 한다. 예를 들면, 가계물건에 적용되는 최저보장료의 인상과 보험료의 구성상 부가보험료를 높여주어 수수료율을 높이는 것과 같은 것이 그것이다.

또한 현대사회는 가정보다 사업장별, 직장별로 모든 일이 이루어지고 있음을 감안하여 사우회, 행우회, 각종 동업자조합의 협력단체를 대리점이나 부업대리점으로 적극 활용해야 한다.

이밖에도 아파트관리사무소에 보험료수납 업무를 대행시킴으로써, 주민과의 긴밀한 관계를 가진 그들로 하여금 신계약과 추진관리에 협조토록 할 수 있을 것이다. 각종 금융기관간의 업무 영역이 허물어져 가는 추세를 보아 생명보험과 손해보험과의 제휴, 그리고 금융기관이나 백화점과도 긴밀한 관계를 맺는 등 판매경로조직을 다양화해야 할 것이다.

4. 맺는말

이상과 같은 여러가지 조치를 강구하여 화재보험시장의 기반을 구축하고 업무영역을 넓혀가는 한편, 경영면에서는 합리적인 언더라이팅과 업무, 영업부서간의 긴밀한 협조를 기하며 공정하고 신속한 보상이 이루어지도록 해야 한다.

나아가서는 위험관리측면에서 손해보험회사들이 보험가입자에 대하여 컨설턴트역할을 해주는 것이 필요하다. 위험에 대한 인식을 고취시키고 지속적인 고객관리를 하는 데는 최상의 방법이 되기 때문이다. (㉞)