

1. 연구 배경과 목적

중소기업 기업성 보험 및 공제 시장은 기업 리스크관리 측면에서 보장 공백(Protection gap)이 큰 것으로 인식되고 있다. 하지만, 보험회사를 비롯한 보험공급기관은 중소기업 시장 확대에 큰 관심을 가지지 않는 것으로 보인다.

중소기업에 대한 주된 보험공급기관인 손해보험회사는 기업성 보험을 주력으로 하는 일반손해보험 영역에서 직급채널 및 보험중개사(브로커)를 중심으로 대기업, 단체계약, 정책성 보험 등에 초점을 맞추어 성장해 왔다. 따라서 중소기업 시장은 손해보험회사의 주된 관심이 아니었다. 마찬가지로 보험 학계에서도 중소기업에 관한 연구를 찾아보기 힘들다.

이러한 배경에는 중소기업 보험 및 공제 시장에 관한 통계와 정보가 부재하다는 사실이 자리 잡고 있다. 이러한 통계와 정보 부재는 중소기업 보험시장의 보장 공백이나 시장잠재력에 대한 의미 있는 접근을 어렵게 한다. 또한 중소기업 시장의 보험 및 공제의 수요와 공급 측면에서 나타나는 행태적 특성이나 그 변화 양상에 대한 미시적 논의도 이 시장에 참여하는 판매채널을 중심으로 실무적 차원에서만 이루어지고 있을 뿐이다.

본 연구는 국내 중소기업 보험 및 공제 시장 통계에 대한 접근을 시도하고, 설문조사 및 정성조사를 통해 중소기업 보험가입 및 거래 현황에 관한 기초자료를 확보하는 데 초점을 두었다. 이러한 기초 연구는 중소기업 보험 및 공제 시장에 관심을 가진 정책당국, 학계, 보험공급기관에게 정책적·전략적 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 정책당국은 보장 공백 현실에 대한 파악에 기반하여 중소기업 리스크관리 및 보험 및 공제 가입 행태 개선을 지원하는 정책을 검토할 수 있다. 중소기업 관련 학계와 보험 학계는 조사 자료와 정보를 기반으로 중소기업 리스크관리와 보험 및 공제 수요에 관한 연구를 발전시킬 수 있을 것이다. 보험산업 및 공제기관은 새로운 성장 동력의 하나로 중소기업 시장 전략에 관해 검토할 기회를 얻을 수 있을 것이다.

2. 선행 연구

중소기업 보험시장에 관한 선행 연구는 송윤아·한성원(2020)의 연구가 유일하다. 이 연구는 한국은행 기업경영분석 자료를 기초로 국내 중소기업의 지출보험료가 14.2조 원(2017년 기준), GDP의 0.82%, 매출액 대비 0.36% 수준이라고 제시했다. 또한 전체 기업 보험료에서 중소기업 비중이 70%이고, 연 평균 증가율이 대기업의 보험료 증가율에 비해 5배에 육박하며, 매출액 대비 보험료 비중도 대기업 대비 3배로 높다는 특징을 보여주었다. 이 연구는 중소기업 전체 보험료 규모에 대한 유일한 모수 통계를 이용한다는 장점이 있지만 기업성 보험의 세부 구성을 확인할 수 없다는 한계를 가진다. 즉, 중소기업이 재물보험, 배상책임보험, 해상보험, 단체상해보험 등 보험종목별로 어떤 기업성 보험을 얼마나 가입하고 있는지는 파악할 수 없다. 선행 연구에서 중소기업의 지출보험료 규모가 매우 큰 것으로 나타났는데, 이는 자동차보험과 보증보험의 영향이 큰 것으로 보인다.¹⁾ 본 연구는 중소기업의 자발적 리스크관리와 보장 공백에 초점을 맞추기 위해 의무보험이 대부분을 차지하는 자동차보험·공제와 채권자의 요구로 가입하는 보증보험·공제를 제외하고자 한다.

선행 연구는 824개 중소기업 대상 설문조사를 통해 중소기업의 리스크 인식 및 리스크관리 인식, 리스크별 영향도와 보험 이용 수준을 분석했다. 국내 중소기업들은 재물 손실 리스크 이외에 이익상실, 평판, 거래상대방, 인적 손실 리스크에도 민감한 것으로 나타났다. 중소기업들은 재산 손실, 인적 손실, 영업배상책임, 제조물배상책임 등의 전통적 리스크의 경우는 보험을 통해 관리하는 비중이 높았다. 반면, 기업휴지 리스크의 경우 리스크 인식은 하지만 보험가입은 소극적이었다. 하지만, 선행 연구는 비대면 설문조사의 한계로 이러한 리스크관리 인식과 태도가 어떤 정량적인 보험 및 공제 이용 현황으로 나타나는지 밝히지 못했다.

국내에서 중소기업의 보험가입 현황에 관한 연구가 거의 존재하지 않는 것에 비해 해외에서는 다양한 측면의 중소기업 보험시장 연구가 이루어지고 있다.

McKinsey & Company(2016, 2020, 2022)는 주요 국가의 중소기업 보험시장 현황을 제시하고, 중소기업 시장의 성장잠재력과 보험회사의 시장 접근 전략을 분석한다. 이 연구에서 주요 국가의 중소기업 기업성 보험은 전체 기업성 보험시장의 60~65%를 차지하는

1) 자세한 내용은 제2장 제1절 기업성 보험 정의와 현황을 참조하기 바람

것으로 나타난다. 해외 중소기업 시장은 대기업 시장보다 높은 성장률과 우량한 수익성을 보이고 있고, 높은 보장 공백으로 인해 성장잠재력도 높다. 이 연구들 중 최근 독일 중소기업 시장 연구는 중소기업 시장 접근 전략으로 인슈어테크 기술 발전을 활용한 마케팅 및 인수 전략의 효율성 개선과 맞춤형 고객 확보 전략을 제시한다. 이는 중소기업 보험시장에서 기술 발전에 기반한 새로운 전략이 효과적일 수 있음을 시사한다.

日本損害保協會(2021, 2022)는 최근 정기적인 일본 중소기업 보험시장 현황 조사를 개시했다. Deloitte(2022)는 국제적 차원에서 다양한 국가의 중소기업을 대상으로 보험가입 동기, 보험상품 선택 기준, 신규 보험 수요 등을 조사하여 비교 연구를 수행한 대표적인 사례이다.

이러한 해외의 중소기업 보험시장 연구 사례는 국내의 중소기업 시장 조사 및 연구 부재라는 상황과 대비된다. 다양한 해외 연구 사례들의 존재는 국내 중소기업 시장 연구를 기획한 주요 배경 중 하나이다.

3. 연구내용과 방법

본 연구는 기업성 보험 및 공제(이하 '기업성 보험'이라 함)를 중심으로 중소기업 보험 및 공제 시장(이하 '중소기업 보험시장'이라 함)²⁾을 추정하고, 제조업종 중소기업에 대한 설문조사를 통해 중소기업의 리스크관리와 보험 활용에 관한 기초 자료를 확보하는 데 목적이 있다.

이를 위해 크게 3가지 조사를 수행하였다. 첫 번째로 보험산업의 기업성 보험 실적과 개별 보험회사의 내부 분석자료 등을 활용하여 국내 기업성 보험 및 중소기업 보험시장 규모를 추정했다. 두 번째로 제조업종 중소기업을 대상으로 설문조사를 시행하여 중소기업 리스크관리 및 보험가입에 관한 정량 데이터를 수집하고 이를 분석했다. 세 번째로 정성 조사를 수행하여 설문조사에서 파악하기 힘든 중소기업의 보험가입 행태 특성을 밝히고자 했다. 정성조사 방법론은 중소기업 보험담당자와 중소기업 보험 판매채널을 대상으로 하는 좌담회 개최였다.

2) 본 보고서에서 기업성 보험 또는 중소기업 보험시장은 보험 및 공제를 포괄하는 개념으로 사용함

이러한 조사방법론에 기반하여 수행한 연구 결과를 다음과 같이 정리했다.

제2장은 연구 대상인 기업성 보험을 정의하고 국내 기업성 보험시장과 중소기업 보험시장 규모 추정 결과를 제시한다. 이와 함께 국내 및 해외의 중소기업 보험시장 이슈를 정리했다. 특히, 해외 연구는 본 연구와 관련이 높은 자료를 중심으로 국제 비교 관점에서 제시했다.

제3장에서는 연구 방법론인 설문조사 및 정성조사의 방법을 설명하고, 설문조사 결과인 표본 속성과 설문지 주요 구성을 서술했다.

제4장은 정량조사 및 정성조사를 통해 나타난 결과를 정리했다. 여기서는 설문조사를 중심으로 분석 결과를 제시했다. 정성조사 결과는 분석 영역별로 설문조사 결과를 해석하는데 필요한 범위 내에서 보조적으로 제시되었다. 분석 결과는 중소기업의 리스크 인식도 및 리스크관리 현황, 보험 활용에 대한 태도, 보험가입 현황, 향후 보험 수요, 중소기업 보험 거래 경험, 중소기업 보험가입 행태 변화 가능성 등 6개 영역으로 구분하여 정리하였다.

제5장 결론에서는 조사 결과를 요약하고 시사점, 향후 연구과제, 연구의 한계를 제시했다.