

IV

조사 결과

제4장은 설문조사 결과와 정성조사 결과를 종합하여 제조업종 중소기업의 리스크관리 및 보험가입 현황, 잠재 보험 수요, 현재 거래 형태 및 향후 변화 가능성 등을 제시한다. 조사 결과는 기본적으로 설문조사 구성에 따라 서술했다. 각 항목별 서술 과정에서 설문조사 결과를 보완하거나 시사점을 줄 수 있는 정성조사 결과가 있는 경우 추가적인 설명을 덧붙였다.

1. 중소기업의 리스크 인식도 및 리스크관리 현황

가. 중소기업의 주요 사업리스크

국내 제조업종 중소기업들은 사업에 영향을 미칠 주요 리스크로 경기침체, 숙련된 인력의 부족, 업종 내 시장 변화, 공급망 위기, 제품 결함에 따른 배상책임과 리콜, 법규 및 규제 변화, 사회적 인프라 붕괴와 가격폭등 등을 꼽았다.

복수 응답 기준으로 경기침체는 중소기업들의 67.4%가 현재 시점에서 가장 우려하는 사업리스크였다. 숙련된 인력 부족이라는 사업리스크가 50.3%로 두 번째 주요 사업리스크로 나타났다. 이는 전통적인 제조업의 리스크이면서 인력 부족에 시달리는 중소기업의 현실을 반영하는 것으로 해석할 수 있다. 세 번째는 업종 내 시장 변화로 35.7%이다. 최근의 전 세계적 공급망 위기를 반영하여 공급망 위기(32.8%)가 네 번째 사업리스크로 꼽혔다. 제품을 생산하는 제조업종의 전통적인 리스크인 제품 결함에 따른 손해배상 피해(26.4%)가 다섯 번째이다. 다음 순서로 법규 및 규제 변화(20.6%), 사회적 인프라 붕괴와 가격폭등(18.2%) 등이 있다.

1순위 응답 기준으로 보면, 경기침체가 36.4%로 다른 리스크에 비해 압도적으로 높은 리스크였다. 다음으로 숙련된 인력 부족 13.4%, 업종 내 시장 변화 9.2%, 제품 결함 관련 리스크 8.8%, 공급망 위기 8.4%의 순서였다.

〈표 IV-1〉 국내 제조업종 중소기업 리스크 순위

(단위: %)

구분	복수 응답 기준	1순위 기준
경기침체	67.4	36.4
숙련된 인력의 부족	50.3	13.4
영위 업종의 시장 변화	35.7	9.2
공급망 위기	32.8	8.4
제품 결함, 리콜 등	26.4	8.8
법규 및 규제 변화	20.6	5.3
사회적 인프라의 붕괴와 가격 폭등	18.2	3.0
기술발전	10.3	2.3
화재폭발	8.7	3.9
감염병위기	4.4	1.7
자연재해	4.3	1.5
제3자에 대한 배상책임피해발생	3.9	0.8
환경오염피해	3.8	1.6
에너지위기	3.6	1.1
기후위기, 이상기후	3.0	1.1
정치적 위험	2.7	0.4
명예훼손·브랜드가치하락	2.3	0.9
사이버리스크	1.7	0.3

이러한 조사 결과는 국내 중소기업들이 최근의 경기 상황에 대한 위기 의식이 높음을 보여주고, 상품의 제조와 판매, 수익성에 영향을 미치는 전통적인 사업리스크(숙련된 인력 부족, 업종 내 시장 변화, 제품 결함 및 리콜, 법규 및 규제 변화 등)가 주요 사업리스크로 인식되고 있음을 보여준다. 코로나19 감염병 위기 국면에서 벗어난 엔데믹 상황을 반영하여 감염병 위기의 리스크 중요도는 4.4%(복수 응답 기준, 이하 동일)로 매우 낮게 나타났다. 전통적인 사업리스크인 화재·폭발, 자연재해, 제3자배상책임은 각각 8.7%, 4.3%, 3.9%로 중요도 순위가 높지 않았다.

최근 전 세계적으로 관심을 받고 있는 사이버리스크, 에너지위기, 공급망붕괴, 기후위기

등의 리스크들에 대한 국내 중소기업의 인식을 살펴보면, 네 번째로 꼽은 공급망 위기를 제외하면 국내 기업의 리스크 현안으로 인식하는 비율이 매우 낮다. 알리안츠가 실시한 글로벌 리스크 순위 조사⁵⁰⁾에서 해외 중소기업들은 사이버리스크(31%)를 가장 중요한 사업리스크로 꼽았다. 네 번째 순위가 에너지위기(23%)였고, 기후위기(15%)는 여덟 번째였다. 국내 중소기업들의 사업리스크 순위에서 사이버리스크는 1.7%로 가장 낮은 비중으로 나타났다. 기후위기(3.0%), 에너지위기(3.6%)도 매우 낮은 사업리스크이다.

〈표 IV-2〉 세계 소기업¹⁾ 사업리스크 순위

(단위: %)

사이버리스크	거시경제 상황	공급망붕괴 및 기업휴지리스크	에너지위기	법규변화
31	28	23	23	20
숙련인력부족	자연재해	기후위기	시장변화	화재·폭발
17	15	15	14	13

주: 1) 소기업 기준은 연매출 2.5억 달러 미만임
 자료: Allianz Global Corporate & Specialty(2023)

일본 중소기업 설문조사 결과(〈표 II-25〉)도 우리나라 조사 결과와 상당히 다른 모습을 보인다. 일본의 지리적 특성을 반영하여 기업들은 자연재해(51.8%)를 가장 중요한 사업리스크로 꼽았다. 감염병 리스크(38.4%)는 3위로 나타났다.⁵¹⁾ 일본 중소기업의 두 번째 사업리스크는 고객 및 거래상대방의 폐업·도산 등에 따른 매출 감소(41.8%)였다. 일본의 설문조사 결과에서 정보의 누출 6위(23.2%), 사이버리스크 8위(20.1%)로 나타난 것도 주목할만한 점이다. 사이버리스크는 해외 중소기업의 글로벌 리스크 순위 1위였고, 일본의 중소기업의 경우에도 상당히 높은 관심을 받고 있는 것이다. 우리나라 제조업종 중소기업은 국제 비교의 관점에서 보면 주요국에 비해 사이버 관련 리스크 인식도가 낮다.

국내 중소기업 보험담당자를 대상으로 한 좌담회를 통한 정성조사에서 중소기업들은 업종 특성에 따라 인식하는 리스크의 편차가 매우 큰 것으로 나타났다. 예를 들면 의약품 제조업종은 임상시험이라는 규제 리스크를, 건설 관련 제조업종은 노조파업이나 중대재해 처벌법 리스크를 핵심 리스크로 인식하고 있었다. 정성조사에서도 최근의 환경변화를 반

50) Allianz Global Corporate & Specialty(2023)

51) 이는 일본 중소기업 설문조사가 2022년 기준이고, 우리나라 설문조사는 2023년이라는 점을 고려해서 보아야 함

영한 사업리스크를 핵심리스크로 꼽는 기업들이 있었다. 정밀계측기 업종은 내연기관 자동차에서 전기차로의 이행에 따른 수요 리스크를, 반도체 프레임 제조사는 반도체 경기침체 리스크를 핵심 리스크로 꼽았다. 영위 업종 내 시장 변화나 경기침체 등의 사업리스크 순위가 높았던 것은 중소기업의 이러한 현실 인식을 반영한다.

중대재해처벌법은 2021년 제정되어 2022년부터 50인 이상 기업을 대상으로 시행 중이다. 이 법은 개인 사업자, 법인 등이 운영하는 사업장에서 중대 산업재해가 발생한 경우 사업주와 경영책임자, 법인을 처벌함으로써 기업 종사자의 안전권을 보장하고자 도입되었다.⁵²⁾ 중대재해처벌법은 기업의 리스크 인식에 상당한 영향을 미친 것으로 알려져 있다. 따라서 이 제도에 대한 중소기업 인식을 별도로 조사했다. 우선, 제도의 직접적인 영향을 받고 있는 50인 이상 사업장을 소유한 중소기업을 대상으로 이 제도가 사업주와 경영책임자에게 얼마나 위협이 되는지 조사했다. 조사 결과, 위협도 점수는 5점 만점에 3.55점으로 나타났다. 이는 기업들 중 위협을 느끼는 비중이 더 많다는 것을 의미한다.⁵³⁾ 위협으로 인식한다는 비중(약간 위협, 매우 위협의 합)은 49.2%로 매우 높게 나타났다. 매우 위협이라고 응답한 비중도 13.8%에 이르렀다.

이와 함께 제도 적용 예정인 50인 미만 기업⁵⁴⁾에 대해서 인지도와 위협도를 조사하였다. 이 제도에 대해 잘 모르고 있다고 응답한 비중이 15.4%로 나타났다. 50인 미만 중소기업 중 아직 제도에 대한 인지도가 없는 기업도 일정 비율로 존재했다. 큰 위협이라고 생각하는 기업의 비중은 23.1%로 나타났다. 반면, 이 제도를 인지하고 있으나 크게 위협적이지 않다고 느끼는 기업의 비중은 61.5%였다.

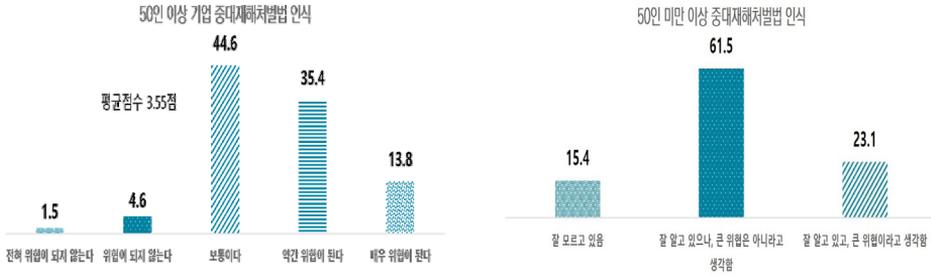
52) 고용노동부(2021), pp. 5~38

53) 이 보고서에서는 5점 척도 질문 항목에 대해 평균 점수를 제시하는데, 3점이 보통 수준이고, 3점보다 높을수록 질문 항목에 대해 긍정적인 응답 비중이 높고, 3점보다 낮을수록 부정적인 응답 비중이 높은 것을 의미함

54) 설문조사 시점에 2024년 제도 도입 예정인 점을 전제로 질문하였음

〈그림 IV-1〉 제조업중 중소기업의 중대재해처벌법 리스크 인식도

(단위: %)



정성조사 결과 건설 관련 제조업 등 산업재해 위험성이 높은 업종의 기업들에게 중대재해 처벌법은 리스크관리에 대한 인식을 제고하는 중요한 계기가 되었다. 해당 기업들은 사업주와 경영책임자의 처벌 조항으로 관련 리스크관리의 중요성을 절감하고, 이에 대응하기 위한 리스크관리 컨설팅을 받고, 실질적인 예방 프로세스를 정립하고 실행하는 경험을 하였다. 또한 리스크관리 프로세스 정립을 위해 상당한 비용도 지불했다.

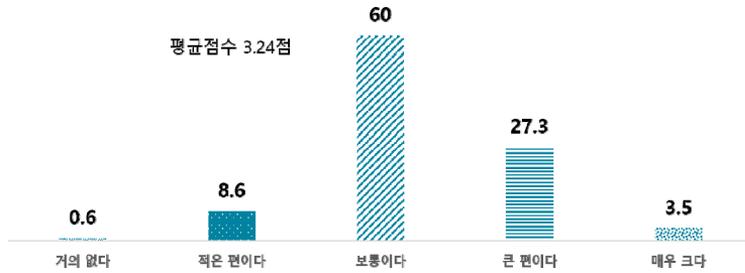
나. 중소기업의 리스크관리 인식도 및 활동 수준

다음으로 중소기업의 리스크관리 중요성에 대한 인식도와 현재 수행 중인 리스크관리 활동 수준에 대해 조사하였다.

리스크관리가 사업의 생존과 발전에 미치는 영향에 대한 인식도는 5점 척도 기준 평균 점수 3.24점이었다. 리스크관리 중요성에 대한 인식도는 보통(3점)에 비해 약간 높은 수준이다. 리스크관리 중요성 인식도가 높은(큰 편이다와 매우 큰 편이다의 합) 비중은 30.8%로 나타났다. 리스크관리의 영향이 없거나 적다고 본 비율은 9.2%였다.

〈그림 IV-2〉 제조업종 중소기업의 리스크관리 중요성 인식도

(단위: %)



기업의 주요 리스크관리 활동은 리스크 식별 및 측정, 리스크 통제, 리스크 재무 등으로 구성된다.⁵⁵⁾

첫 번째 리스크관리 단계인 리스크의 식별과 측정 활동 수행 평균 점수는 3.19점으로 나타났다. 이는 리스크관리 중요성 인식도인 3.24점보다 낮은 점수이다. 리스크 식별 및 측정 활동의 적극 수행 비중(약간 그렇다와 매우 그렇다의 합)은 26.2%였다. 이 또한 리스크관리 중요성 인식도가 높은 그룹의 비중 30.8% 보다 낮은 수준이다.

리스크관리의 두 번째 단계는 리스크 통제이다. 리스크 통제를 위한 인적·물적 투자 정도를 조사한 결과 평균 점수는 3.10점으로 나타났다. 이는 리스크관리 중요성 인식(3.24점)이나 식별 및 측정 활동(3.19점) 점수보다 낮은 점수이다. 리스크 통제의 적극 수행 비중은 24.3%였다. 이 또한 리스크관리 중요성 인식 그룹 비중(30.8%), 리스크 식별 및 측정 활동 적극 수행 그룹 비중(26.2%)보다 낮았다.

제조업종 중소기업의 리스크관리 중요성 인식도와 리스크관리 활동 수행을 살펴본 결과, 중소기업들은 리스크관리 인식 및 활동 모두 “보통” 이상이지만, 리스크관리 인식도에 비해 리스크 식별 및 측정 활동 수준이 낮고, 리스크 통제 활동 수준은 더 낮은 것으로 나타났다.

55) 보험경영연구회(2019), pp. 32~45

〈표 IV-3〉 제조업종 중소기업의 리스크관리 활동

(단위: 점, %)

구분	평균점수	적극 수행 비중
리스크 식별 및 측정	3.19	26.2
리스크 통제	3.10	24.3

정성조사 결과 중소기업들은 리스크관리 전담팀을 두지 않고, 현업 수행 과정에서 리스크에 개별적으로 대응하고 있었다. 또한 중소기업들은 리스크 예방보다는 사고 발생 후 수습에 초점을 맞추고 있었다. 이러한 상황은 중소기업의 자금과 인력의 한계 때문이다. 보험을 통한 리스크관리 업무는 대부분 인사, 총무, 재무 등의 부서에서 다른 업무와 함께 병행하고 있었다. 해당 보험 업무는 보험 갱신 등 특정 시기에 수행하는 업무로 인식되고 있었다.

기업 리스크관리의 또 다른 축은 리스크 재무(Risk financing) 활동이다. 중소기업의 리스크 재무 활동을 조사한 결과, 리스크 발생 시 회복 자금 등으로 준비금 적립을 하는 기업 비중은 29.1%였고, 외부에 리스크를 전가하는 보험 또는 공제를 활용하는 비중은 36.8%로 나타났다. 준비금 적립과 보험 또는 공제 가입을 모두 수행하는 기업 비중은 22.1%로 나타났다. 이는 리스크 재무 활동을 수행하는 기업들 다수가 준비금 적립과 보험 활용을 모두 수행한다는 것을 보여준다.

〈표 IV-4〉 제조업종 중소기업의 리스크 재무 활동

(단위: %)

구분	준비금 적립 비중	보험 및 공제 활용 비중
리스크 재무	29.1	36.8

설문조사는 리스크관리 활동의 한 종류인 사업연속성계획(Business Continuity Plan, 이하 'BCP'라 함) 활동을 별도로 조사했다. 사업연속성계획은 일반적으로 테러, 전쟁, 사이버 공격과 같은 인위적 재해, 태풍, 지진, 홍수 등 자연재해, 감염병, 데이터 손상 또는 손실, 공급망 중단, 근로자 파업, 기술 혁신 등 예상하지 못한 내·외부적 요인에 의해 발생한 사고로 인한 경영 환경의 변화에 대응하여 기업의 핵심이 되는 업무의 계속 혹은 조기 복구를 가능하게 하기 위한 방침, 태세, 절차 등의 계획을 수립하는 전반적인 프로세스 체계를

의미한다.⁵⁶⁾

사업연속성계획을 수립하는 기업 비중은 33.8%로 나타났다. 사업연속성계획을 수립한 기업을 대상으로 수립 계획의 효과성에 대한 인식을 조사한 결과, 평균 점수가 3.36점이었다. 사업연속성계획이 효과적으로 만들어졌다고 응답한 비중은 36.7%였다.

이와 함께 기업들이 리스크관리와 사업연속성계획 수립을 위해 보험회사 또는 전문기관의 지원을 필요로 하는지를 조사했다.

전체 중소기업의 23.9%가 지원이 필요하다고 응답했다. 지원 필요성에 대한 응답을 사업연속성 계획을 수립한 기업과 수립하지 않는 기업으로 구분하여 보았다. 사업연속성계획을 수립한 기업 중 32.2%가 전문기관 지원 필요성을 느낀다고 응답한 반면, 이 계획을 수립하지 않은 기업은 19.6%만이 전문기관 지원 필요성을 느낀다고 응답했다. 또한, 효과적으로 사업연속성계획을 만들었다고 응답한 기업의 62.1%가 보험회사 또는 전문기관의 지원이 필요하다고 응답했다. 이는 리스크관리에 적극적인 기업이 보험회사 및 전문기관의 리스크관리 서비스에 대한 니즈도 높은 것으로 해석할 수 있다.

〈표 IV-5〉 제조업종 중소기업 사업연속성계획(BCP) 수립 현황

(단위: 점, %)

BCP 수립 기업 비중	BCP의 효과적 구축 비중 ¹⁾ (평균 점수)	전문기관·보험회사의 리스크관리 지원 필요성			
		전체 기업	BCP 미수립기업	BCP 수립기업	효과적 BCP 수립기업
33.8	36.7 (3.36)	23.9	19.6	32.2	62.1

주: 1) 약간 그렇다와 매우 그렇다의 합

정성조사에서는 사업연속성 계획에 대한 중소기업의 인식도가 매우 낮다는 것을 확인했다. 정성조사에 참여한 5개 기업의 보험담당자는 모두 사업연속성계획에 대해 알지 못하고 있었다.

56) 한상용·홍보배(2022), p. 2에서 재인용함, 기존 문헌에서 BCP는 사업연속성계획, 사업계속계획, 업무연속성계획, 업무지속계획 등 다양한 용어로 사용됨

2. 중소기업의 보험 활용에 대한 태도

기업의 주요 리스크관리 수단 중 하나인 보험에 대해 중소기업이 어떤 인식을 가지고 있는지는 국내 중소기업 보험가입률과 보험가입 행태를 이해하는 데 중요한 단서가 될 수 있다.

먼저 제조업종 중소기업이 사고발생 확률이 낮지만 거대한 손실을 야기할 수 있는 리스크에 대비하기 위해 보험료를 부담하면서 보험을 가입할 필요성을 얼마나 느끼는지를 조사하였다. 이 문항에 대한 측정 점수는 3.24점이다. 이는 리스크관리 수단으로서 보험가입 필요성에 대해 긍정적인 비중이 더 많다는 것을 의미한다. 이 중 적극적인 필요성 인식(약간 그렇다와 그렇다의 합) 비중은 30.1%로 나타났다.

다음으로 좀 더 구체적으로 보험료 비용이 발생하더라도 화재보험 이외에 다른 보험가입이 필요하다고 생각하는지를 조사하였다. 대부분의 기업에게 인지도가 높고 가입률도 높은 화재보험을 제외하여 리스크관리 수단으로서 보험 필요성에 대한 기업 인식을 보다 명확하게 확인하고자 했다. 이 문항에 대한 측정점수는 3.13점으로 긍정적 비중이 높은 것으로 나왔다. 하지만, 일반적인 의미의 리스크관리 수단으로서 보험가입 필요성 점수보다 화재보험을 제외했을 때 보험 필요성에 대한 점수가 낮음을 확인할 수 있다. 화재보험 이외의 보험가입 필요성을 적극적으로 인식하는 비중은 25.4%였다. 이 또한 일반적 보험가입 필요성에 대한 적극적 필요성 인식 비중(30.1%)보다 낮았다.

(그림 IV-3) 제조업종 중소기업 보험 인식 특성(1)

(단위: %)



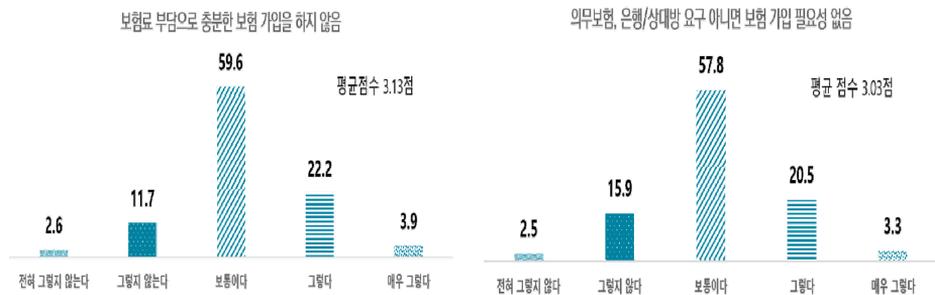
다음으로 리스크관리를 위해 보험이 필요하다고 생각하지만 보험료 부담으로 충분한 보험가입을 하고 있지 않는 상황인지를 질문했다. 이에 대한 측정 점수는 3.13점으로 그렇다고 응답한 기업 비중이 높았다. 보험료 부담으로 충분한 보험가입을 하지 않다고 응답

(약간 그렇다와 매우 그렇다의 합) 비중은 26.1%였다. 이는 보험료 부담으로 필요한 보험가입을 하지 못한다고 인식하는 기업이 상당히 존재한다는 것을 의미한다.

보험가입에 대한 인식도를 다른 측면에서 조사하기 위해 법령상 보험가입 의무화, 은행의 요구, 거래상대방의 요구 등이 아니면 보험가입 필요성을 느끼지 않는다는 항목을 질문으로 제시했다. 이 문항에 대한 측정점수는 3.03점으로 긍정 답변과 부정 답변의 비중이 비슷했다. 이 중 약간 그렇다와 매우 그렇다의 합은 23.8%로 나타났다. 중소기업들 중 일정 비율은 보험가입을 불필요한 비용으로 느끼고 있는 것이다.

〈그림 IV-4〉 제조업중 중소기업 보험 인식 특성(2)

(단위: %)

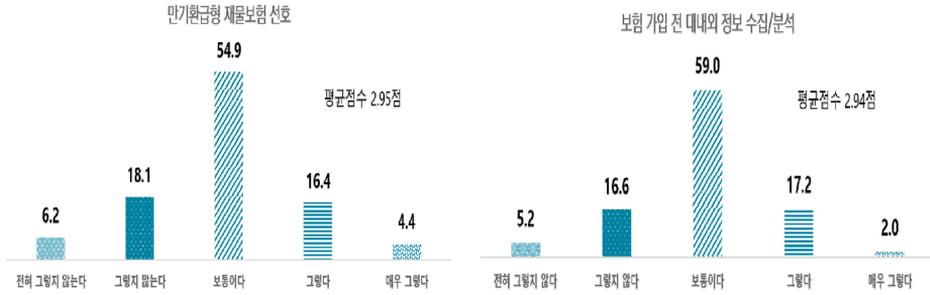


국내 중소기업의 보험가입 특징 중 하나인 만기환급형 재물보험(장기재물보험)에 대한 선호도를 조사했다. 만기환급형 재물보험 선호도의 측정 점수는 2.95점으로 선호하지 않는 기업 비중이 조금 더 높은 것으로 나타났다. 적극적인 선호를 보인 비중이 20.8%였고, 적극적인 비선호를 보인 비중이 24.3%였다. 이는 만기환급형 재물보험을 선호하는 중소기업이 국내에 일정 비율로 존재함을 확인해 주는 의미가 있다.

조사 문항의 하나는 기업보험가입을 위해 대내외 정보를 수집하고 분석하는지이다. 이 질문은 적극적인 보험가입 행태를 가진 기업 비중을 조사하는 것이다. 이러한 활동에 대한 측정 점수는 2.94점에 불과했다. 보험가입을 위한 적극적 분석 및 정보 취합 활동 기업 비중(약간 그렇다와 매우 그렇다의 합)은 19.4%로 매우 낮은 수준으로 나타났다. 이러한 비중은 앞서 조사한 리스크관리 활동이나 보험가입에 대한 적극적 인식 및 행위 비중과 비교할 때 가장 낮은 수치이다.

〈그림 IV-5〉 제조업중 중소기업 보험 인식 특성(3)

(단위: %)



보험 활용에 대한 태도를 조사하기 위한 마지막 질문은 중소기업의 실제 보험가입 동기이다. 중소기업의 주요 보험가입 동기는 예상치 못한 손실 대비, 보험회사 및 공제기관을 통한 사고 보상처리, 법적 보험가입 의무, 은행의 요구 등이었다.

1순위 응답을 기준으로 볼 때, 예상치 못한 대형 손실 대비가 26.6%로 가장 높게 나타났다. 사고 발생 시 처리 용이성이 두 번째인 20.4%를 기록했다. 하지만, 보험가입 의무(16.8%), 은행 등 금융기관 요구(13.6%), 거래상대방 요구(4.5%) 등 외부적인 보험가입 요구를 모두 합치면 34.9%가 된다. 즉, 보험가입을 강제하는 외부적 환경 영향이 상당히 큰 수준으로 나타났다. 사고발생가능성이 높아서라고 응답한 비중은 8.4%로 나타났다. 보험료에 대한 손비인정 등 세금 효과를 응답한 비중은 7.4%였다. 정부 지자체 등의 보험료 지원 효과는 0.7%로 미미했다.

복수 응답을 기준으로 한 결과도 유사했다. 예상치 못한 손실 대비 67.3%, 사고 발생 시 사고처리 용이 55.9%, 법적인 보험가입 의무 44.1%, 은행 요구 35.0%, 높은 사고 발생 가능성 35.0% 순이었다. 여기서도 외부의 보험가입 강제 환경이 상당히 영향력이 높은 것으로 나타났다. 법적인 보험가입 의무 44.1% 이외에도 은행 요구 35.0%, 거래 상대방 요구 21.8%가 그것이다. 세금 효과는 24.9%의 기업이 보험가입 동기로 응답했다.

〈표 IV-6〉 제조업종 중소기업 보험가입 동기

(단위: %)

구분	1순위	복수 응답 기준
예상치 못한 대형 손실에 대비한 리스크관리 목적	26.6	67.3
사고발생 시 사고조사, 피해자보상, 소송 대응 등 사후 처리가 용이하므로	20.4	55.9
법적인 보험가입 의무	16.8	44.1
은행 대출 등 금융기관의 요구	13.6	35.0
사고 발생 가능성이 높다고 생각해서	8.4	35.0
보험료에 대한 손비 처리 등 세금 효과	7.4	24.9
사업상 거래 상대방의 요구	4.5	21.8
만기환급금을 받기 위해	1.7	12.3
정부, 지방자치 단체, 기타 기관 등의 보험료 지원	0.7	3.8

3. 보험가입 현황

가. 보험가입 현황 총괄

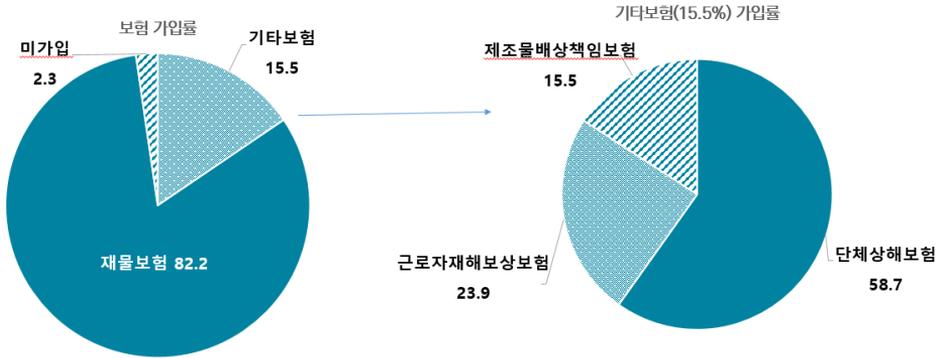
1) 통합 보험가입률

통합 보험가입률은 설문 참여 기업 중 1개 이상 보험 또는 공제에 가입한 기업의 비율이다. 제조업종 중소기업의 통합 보험가입률은 97.7%로 나타났다. 재물보험가입자 비율은 82.2%이다.⁵⁷⁾ 재물보험을 가입하지 않은 기업이면서 재물보험 이외의 기업성 보험을 가입한 기업의 비중은 15.5%이다. 재물보험 미가입 기업이 주로 가입한 보험은 단체상해보험(58.7%), 근재보험(23.9%), 제조물배상책임보험(15.5%) 등으로 나타났다.

57) 여기서 재물보험가입자는 설문조사에서 화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험 주보험에 가입하지 않고 특약 또는 담보만 가입한 것으로 응답한 기업도 포함하여 산출하였음

〈그림 IV-6〉 제조업중 중소기업의 통합 보험가입률 현황

(단위: %)



기업 규모별로 살펴보면, 소기업보다 중기업의 보험가입률이 높았지만, 차이는 크지 않았다. 소기업의 보험가입률이 97.6%, 중기업 98.2%였다.

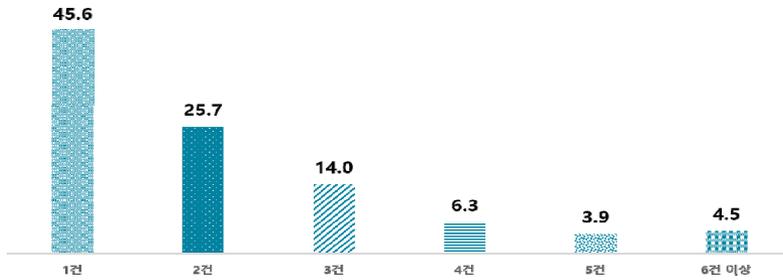
2) 보험상품 가입 건수

보험가입 기업들은 평균 2.2개의 보험상품을 가입한 것으로 나타났다.

보험상품 가입 건수 분포를 살펴보면, 1건의 보험상품을 가입한 비중이 45.6%, 2건 25.7%, 3건 14.0%, 4건 6.3%, 5건 3.9%, 6건 초과 4.5%이다.

〈그림 IV-7〉 제조업중 중소기업의 보험가입 건수 분포

(단위: %)



(단위: %)

구분	1건	2건	3건	4건	5건	6건이상
소기업	47.2	25.8	13.3	5.3	3.8	4.6
중기업	37.7	25.1	17.4	11.4	4.2	4.2

보험가입 건수는 기업 규모가 클수록 종사자 수가 많을수록 많아진다. 기업 규모별로 보면, 소기업 2.1건, 중기업 2.3건으로 나타났다. 1건 및 2건 가입 비중을 보면, 소기업 47.2%, 25.8%, 중기업 37.7%, 25.1%로 나타나, 보험가입 건수가 낮은 구간에서는 소기업 비중이 크게 나타난다. 반면, 3건 이상 구간에서는 중기업의 비중이 높았다. 3건, 4건, 5건 비중을 보면, 소기업이 13.3%, 5.3%, 3.8% 비중을 보이고, 중기업이 17.4%, 11.4%, 4.2%로 나타났다. 종사자 수 기준으로 보면, 50인 미만 2.1건, 50인 이상 2.7건으로 종사자가 수가 많을수록 보험가입 건수가 많았다.

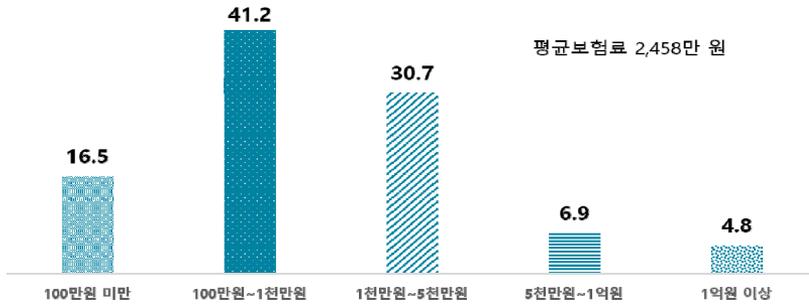
3) 보험료 현황

1건 이상 보험을 가입한 제조업중 중소기업의 연 평균보험료는 2,458만 원으로 조사되었다. 보험료 수준별 분포를 살펴보면, 100만 원 이하가 16.5%, 100~1,000만 원이 41.2%, 1,000~5,000만 원 30.7%, 5,000만~1억 원 6.9%, 1억 원 초과 4.8%였다.

순수보장형 재물보험의 평균보험료가 926만 원임에도 불구하고, 중소기업 평균보험료가 2,458만 원에 이르는 것은 장기재물보험 및 단체상해보험의 보험료가 높았기 때문이다. 기업의 평균보험료에 영향을 미치는 종목별 평균보험료와 종목별 보험가입률은 종목별 보험가입 현황에서 상세히 다룰 예정이다.

〈그림 IV-8〉 제조업종 중소기업 보험료 분포

(단위: %)



평균보험료 수준은 기업 규모와 종업원 수에 비례한다. 소기업과 중기업의 평균보험료는 각각 1,911만 원, 5,116만 원으로 기업 규모에 따른 보험료 수준 차이가 뚜렷하다. 50인 미만 기업의 평균보험료는 2,044만 원인 반면, 50인 이상 기업의 평균보험료는 7,170만 원이었다. 평균보험료 차이는 종사자 수에 따라 더욱 뚜렷한 차이를 보인 것으로 나타났다. 보험료 분포도 종사자 수에 따라 큰 차이를 보였다. 50인 미만 기업의 경우, 100만 원 미만 17.5%, 100~1,000만 원이 43.0%, 1,000~5,000만 원 30.8%, 5,000만~1억 원 5.3%, 1억 원 이상이 3.3%의 분포를 가진다. 반면, 50인 이상 기업의 경우, 100만 원 미만 5.1%, 100~1,000만 원이 20.3%, 1,000~5,000만 원 29.1%, 5,000만~1억 원 24.1%, 1억 원 이상이 21.5%의 분포를 가진다.

〈표 IV-7〉 제조업종 중소기업 종사자 수별 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

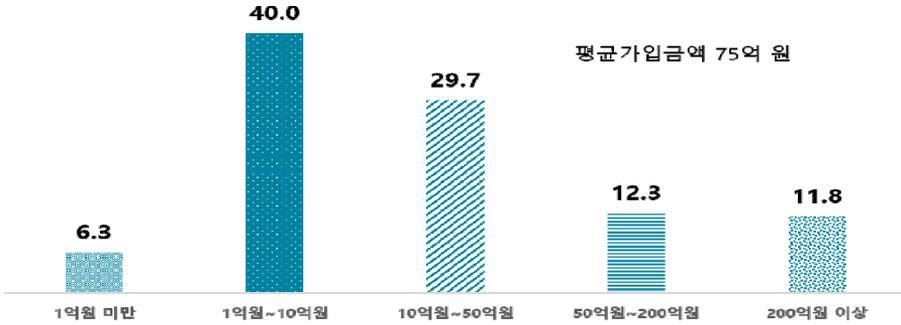
구분	평균보험료	100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000만~1억 원	1억 원 이상
50인 미만	2,044	17.5	43.0	30.8	5.3	3.3
50인 이상	7,170	5.1	20.3	29.1	24.1	21.5

4) 보험가입금액 현황

제조업 중소기업의 평균 보험가입금액은 75억 원으로 조사되었다. 보험가입금액별 분포를 살펴보면, 1억 원 미만 6.3%, 1~10억 원 이하 40.0%, 10~50억 원 29.7%, 50~200억 원 12.3%, 200억 원 이상이 11.8%였다.

〈그림 IV-9〉 제조업종 중소기업 보험가입금액 분포 현황

(단위: %)



기업 규모별로 보면, 소기업의 평균 보험가입금액은 58억 원, 중기업은 155억 원으로 나타났다. 종사자 수 기준으로 구분하면, 50인 미만 66억 원, 50인 이상 179억 원으로 나타났다.

〈표 IV-8〉 제조업종 중소기업 기업 규모별 종사자 수별 보험가입금액 현황

(단위: 억 원)

기업규모별		종사자 수별	
소기업	중기업	50인 미만	50인 이상
58	155	66	179

5) 보험공급기관 분포

중소기업 보험공급기관의 분포는 보험계약 건수 기준의 구성비와 보험료 기준 구성비를 통해 살펴볼 수 있다. 보험계약 건수 기준 보험공급기관 구성비는 손해보험회사 87.7%, 생명보험회사 7.8%, 공제기관 2.6%, 신용보험제공기관 2.0%로 나타났다. 보험료 기준 보험공급기관 구성비는 손해보험회사 84.2%, 생명보험회사 14.6%, 공제기관 1.0%, 신용보험제공기관 0.3%이다.⁵⁸⁾ 이러한 설문조사 결과는 기업성 보험의 보험공급기관에 관한 기존의 인식과 상당히 다른 측면을 드러내고 있다. 그것은 기업성 보험 공급에서 생명보

58) 설문조사에 응한 기업 담당자들이 보험종목별 보험공급기관을 정확히 알지 못하는 사례가 존재하여 오류가 있을 경우 원자료를 수정하거나 제외하여 분석하였음

협회사가 가지는 비중이 상당하다는 점이다. 이 점은 보험료 기준으로 살펴보면 더욱 뚜렷하게 나타난다. 기업성 보험 중 생명보험회사가 판매하는 상품은 단체상해보험이다. 생명보험회사가 판매하는 단체상해보험이 보험계약 건수 기준 7.8%, 보험료 기준 14.6%를 차지하고 있었다. 이는 생명보험 단체상해보험의 건당 보험료가 다른 공급기관 보험료에 비해 상당히 높은 수준임을 보여준다.

〈표 IV-9〉 제조업중 중소기업 보험공급기관 구성비

(단위: %)

구분	손해보험회사	생명보험회사	공제기관	신용보험제공기관
계약 건수 기준	87.7	7.8	2.6	2.0
보험료 기준	84.2	14.6	1.0	0.3

6) 판매채널 분포

기업성 보험의 판매채널 분포도 보험계약 건수와 보험료 기준으로 나누어 살펴볼 수 있다. 보험계약 건수를 기준으로 판매채널별 구성비를 살펴보면, 전속설계사 38.5%, 임직원 17.8%, 보험회사 전속대리점 15.6%, 독립보험대리점(GA) 11.1%, 보험중개사(브로커) 10.7%, 은행 1.9%이다.⁵⁹⁾ 기업 규모별로 살펴보면, 소기업의 경우 전속설계사 비중(39.7%)이 더 높은 특징을 보인다. 중기업의 경우 전속설계사 비중(33.2%)이 상대적으로 낮고 임직원 채널 비중(22.4%)이 더 높은 특징을 보인다.

보험료 기준으로 판매채널별 구성비를 살펴보면, 전속설계사 35.0%, 보험중개사(브로커) 18.8%, 임직원 16.9%, 전속대리점 14.0%, 독립보험대리점(GA) 10.7%, 은행 0.5%로 나타난다. 보험계약 건수 기준 구성비와 비교하면, 보험료 기준 구성비에서 보험중개사(브로커)의 비중이 상당 폭 증가하고, 보험설계사와 은행의 비중이 감소하는 특징이 나타났다.

59) 기업들이 판매채널의 종류를 정확히 구분하지 못할 수 있다는 점을 고려하여 설문조사 결과를 해석할 필요가 있음. 예를 들면 기업 보험담당자들이 전속설계사와 전속대리점을 정확히 구분하지 못할 수 있고, 보험중개사와 독립대리점을 정확히 구분하지 못할 수 있음

〈표 IV-10〉 제조업종 중소기업 판매채널 구성비

(단위: %)

구분		보험회사 임직원	보험 중개사	보험회사 전속대리점	독립보험 대리점	보험회사 전속 보험 설계사	은행	기타
가입 건수 기준	전체	17.8	10.7	15.6	11.1	38.5	1.9	4.5
	소기업	16.8	10.8	15.4	11.1	39.7	2.0	4.3
	중기업	22.4	10.3	16.2	11.1	33.2	1.5	5.3
보험료 기준		16.9	18.8	14.0	10.7	35.0	0.5	4.1

나. 보험종목별 보험가입 현황

1) 재물보험

재물보험은 종합적인 리스크관리 상품의 성격을 지닌다. 재물보험은 화재손해를 주담보로 하되 특약을 통해 배상책임, 풍수해, 기업휴지 등 다양한 리스크를 보장할 수 있다. 재물보험 특약가입률은 기업의 리스크관리 특성을 보여주는 중요한 지표이다. 국내에서 재물보험은 해외 국가에서도 보편적인 유형인 화재보험, 재산종합보험뿐만 아니라 장기재물보험의 형태로도 판매된다. 국내 기업들의 재물보험가입 특성을 분석하기 위해서는 장기재물보험가입 비중과 장기재물보험가입자의 가입 특성(보험료, 특약 가입률 등)을 다른 재물보험과 비교할 필요가 있다. 이러한 국내의 특성을 고려하여 재물보험가입 현황 조사는 화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험으로 구분하여 이루어졌다. 특약 가입 현황도 재물보험 유형별로 구분하여 조사했다. 본 연구는 이러한 재물보험 설문조사 결과를 3가지 부분으로 나누어 정리한다. 첫 번째 부분은 재물보험 총괄 가입 현황이다. 이 부분은 3가지 주보험 중 어느 보험을 가입하던 재물보험가입자로 정의한 후 재물보험의 가입률, 보험료 및 보험가입금액, 보험공급기관, 판매채널 현황을 보여준다. 둘째 부분은 3가지 주보험 중 어느 보험을 가입하던 재물보험가입자로 정의한 후 재물보험가입자의 특약 가입률을 보여준다. 세 번째 부분은 화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험별 비교 분석이다. 이 분석 영역은 각 재물보험 유형별 구성비, 유형별 보험료 및 가입금액 특성, 유형별 특약 가입률 현황으로 구성된다.

가) 재물보험가입 현황 총괄

① 보험가입률

제조업중 중소기업의 재물보험 가입률은 82.2%로 조사되었다.

정성조사에서 기업의 보험담당자들은 대부분의 기업들이 재물보험을 가입하고 있으며, 가입 필요성에 대해 논란도 거의 없다고 말한다. 우선, 사업주는 화재에 따른 자산 손실 리스크를 명확하게 인식하고 있기 때문에 소유 자산 보호를 위해 꼭 필요한 보험으로 생각한다. 또한 화재 사고의 경우 대규모 손실을 포함해 실제 사례를 지인을 비롯하여 주변으로부터 듣기 때문에 사업주와 보험담당자 모두 사고발생 가능성에 대한 인식도가 높다. 철강제품 제조업과 같이 화재 사고 및 사고에 따른 손실 가능성이 낮다고 인식하는 경우조차 기업들은 재물보험에 가입해야 하는 상황에 처할 수 있다. 법률상 특수건물의 경우 화재보험가입 의무가 있다. 은행 여신거래에 따른 질권 설정 요구로 재물보험가입이 불가피한 경우도 있다. 원청의 요구에 따라 재물보험 및 관련 특약을 모두 가입하기도 한다.

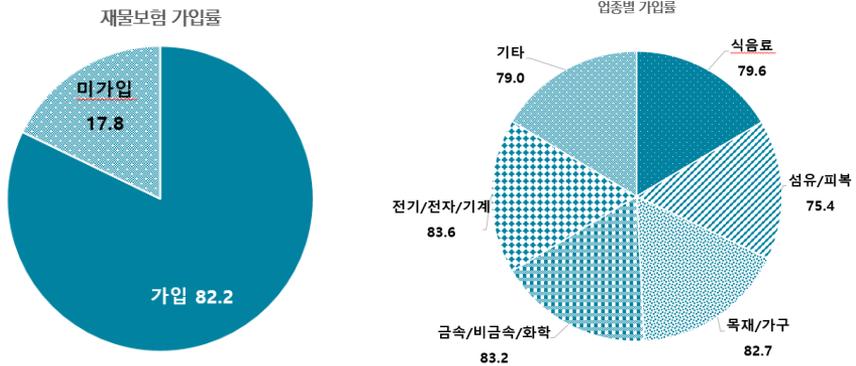
판매채널 정성조사에서 기업의 재물보험 미가입 사유로 파악된 것은 재정 여력과 리스크 인식도이다. 대부분 기업이 재물보험을 가입하지만, 보험료 지불 여력이 없다면 기업은 재물보험가입을 하지 않는다. 일부 기업은 화재 발생 가능성이 거의 없다고 인식하거나 발생하더라도 손실이 거의 없다고 인식하여 재물보험가입을 불필요하다고 인식하기도 한다. 재정 여력이 우량해 은행 여신이 없으면서 화재 발생 가능성이 거의 없다고 생각하는 사업주도 대표적인 재물보험 미가입 유형의 하나이다.

국내 제조업중 중소기업 재물보험 가입률은 일본 중소기업의 재물보험 가입률 66.8%보다 상당히 높은 수준이다. 이는 공장을 보유한 직접 생산 제조업종으로 설문조사 대상을 한정할 효과가 영향을 미친 것으로 보인다.

재물보험 가입률은 제조업 내 세부 업종별로 차이를 보였다. 섬유·피복이 75.4%, 식음료가 79.6%로 나타나 이들 업종의 보험가입률이 상대적으로 낮았다. 전기·전자·기계가 83.6%, 금속·비금속·화학이 83.2%로 상대적으로 높은 가입률을 보였다.

〈그림 IV-10〉 제조업종 중소기업의 재물보험 가입률

(단위: %)



② 보험료 및 보험가입금액

제조업종 중소기업의 재물보험 보험료는 기업당 평균 1,666만 원으로 조사되었다. 보험료 분포는 100만 원 이하 26.0%, 100~1,000만 원 45.2%, 1,000~5,000만 원 23.0%, 5,000만~1억 원 1.7%였고, 1억 원 초과가 4.1%였다.

기업 규모별로 보험료를 살펴보면, 소기업은 1,301만 원, 중기업은 3,477만 원으로 기업 규모가 클수록 보험료가 높았다. 100만 원 이하 구간의 비중이 소기업은 28.2%인 반면, 중기업은 15.2%로 훨씬 적었다. 5천만 원 초과 구간 비중의 경우 소기업이 4.0%인 반면, 중기업이 15.2%에 달했다.

〈표 IV-11〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

구분	평균보험료	100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000~1억 원	1억 원 이상
전체	1,666	26.0	45.2	23.0	1.7	4.1
소기업	1,301	28.2	46.1	21.8	1.2	2.8
중기업	3,477	15.2	40.6	29.0	4.3	10.9

재물보험의 보험가입금액은 기업당 평균 46억 원으로 조사되었다. 가입금액 분포를 살펴보면, 10억 원 미만이 54.1%, 10~50억 원이 26.6%, 50~200억 원이 11.9%였다. 보험가

입금액 200억 원 초과 기업의 비중은 7.4%로 나타났다.⁶⁰⁾ 기업규모별로는 소기업의 보험가입금액이 34억 원, 중기업의 경우 105억 원으로 나타났다.

〈표 IV-12〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

구분	평균가입금액	1억 원 미만	1~10억 원	10~50억 원	50~200억 원	200억 원 이상
전체	46	7.7	46.4	26.6	11.9	7.4
소기업	34	8.0	51.2	25.8	9.5	5.4
중기업	105	5.8	22.5	30.4	23.9	17.4

③ 보험공급기관

재물보험은 손해보험회사와 공제기관에서 판매한다. 재물보험 계약 건수를 기준으로 보험공급기관 구성비를 조사한 결과, 손해보험회사가 99.3%, 공제기관 0.7%로 나타났다. 대부분의 기업이 손해보험회사를 통해 재물보험에 가입하였다.

〈표 IV-13〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험공급기관 구성비

(단위: %)

구분	손해보험회사	공제기관
계약 건수 기준	99.3	0.7

④ 판매채널

재물보험의 판매채널 구성비를 계약 건수 기준으로 조사하였다. 재물보험의 주된 판매채널은 전속 보험설계사와 전속 대리점이었다. 전속 보험설계사의 비중이 38.3%로 가장 높았고, 전속 대리점이 16.6%로 두 번째 비중이었다. 임직원채널이 15.5%로 나타났다. 다음으로 독립보험대리점(GA) 13.5%, 보험중개사(브로커) 8.7%, 은행 3.2%의 순서였다. 기업 규모별로 판매채널 구성비가 상이한 특성을 볼 수 있다. 소기업의 경우 전속설

60) 보험설계사 및 독립보험대리점(GA) 채널은 보통 보험가입금액 200억 원 초과 계약을 중대형 계약 또는 통계적 요율이 아닌 재보험자 구득 요율 사용 계약으로 인식함

계사(39.1%)과 독립보험대리점(13.8%) 비중이 중소기업보다 높은 특성을 보였다. 중소기업의 경우 임직원채널 비중(22.1%)이 크게 높은 특징을 보였다.

〈표 IV-14〉 제조업종 중소기업 판매채널 구성비(계약 건수 기준)

(단위: %)

구분	보험회사 임직원	보험 중개사	보험회사 전속대리점	독립보험 대리점	보험회사 전속 보험 설계사	은행	기타
전체	15.5	8.7	16.6	13.5	38.3	3.2	4.2
소기업	14.0	9.2	16.2	13.8	39.1	3.2	4.5
중기업	22.1	6.7	18.4	12.3	34.4	3.1	3.1

나) 재물보험 특약별 가입 현황

① 배상책임특약 가입률

건물에 화재가 발생하여 제3자의 신체와 재산에 손해를 끼치면 기업은 손해배상책임을 지게 된다. 이러한 대인 및 대물 배상책임을 담보하는 특약이 신체손해배상특약과 화재대물배상책임특약이다. 특수건물, 다중이용시설, 재난취약시설 등의 경우 이러한 배상책임보험특약 가입이 의무화되어 있다. 따라서 특수건물을 보유한 중소기업은 신체손해배상특약과 화재대물배상책임특약을 가입해야 한다.

의무보험가입 대상이 아닌 공장이나 건물의 경우, 기업은 임의특약인 화재대물배상책임특약과 영업배상책임특약을 가입한 경우 대인 및 대물 배상책임손해를 보험회사로부터 보상받을 수 있다. 영업배상책임특약은 의무특약에 비해 보상 범위가 넓다. 화재에 따른 손해 이외에도 해당 시설의 소유 관리 중 발생한 제3자 배상책임손해를 포괄적으로 보장받을 수 있다.⁶¹⁾ 영업배상책임특약은 보장내용에 따라 공장이나 건물의 관리 이외의 영업활동에서 발생하는 다른 제3자 손해배상책임을 보상하기도 한다.

재물보험가입자의 배상책임특약 가입률은 42.0%로 나타났다. 여기서 배상책임특약은 신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 영업배상책임특약을 통합한 개념이다.⁶²⁾

61) 이러한 영업배상책임특약을 시설소유자배상책임특약이라고 함

설문조사 대상 기업 중 12.2%는 의무보험가입 대상인 특수건물을 보유한다.⁶³⁾ 이러한 의무 가입 기업을 제외하면 재물보험 가입자 중 배상책임특약 가입비율은 32.0%로 조사되었다.⁶⁴⁾

기업 규모에 따라 배상책임특약 가입률을 구분해 보면 중기업의 가입률이 소기업보다 높은 것으로 나타났다. 소기업의 특약 가입률은 37.7%였고, 중기업은 63.8%였다.

〈표 IV-15〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 배상책임특약 가입률

(단위: %)

전체	소기업	중기업
42.0	37.7	63.8

② 풍수해특약 가입률

재물보험가입자의 풍수해특약 가입률을 조사한 결과 10.3%로 나타났다. 기업 규모에 따른 풍수해특약 가입률을 구분하면, 소기업의 가입률 9.3%, 중기업의 가입률 15.2%로 나타났다. 기업 규모가 클수록 풍수해특약 가입률이 높았다.

〈표 IV-16〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 풍수해특약 가입률

(단위: %)

전체	소기업	중기업
10.3	9.3	15.2

풍수해보험은 풍수해리스크가 높은 기업일수록 많이 가입한다고 가정할 수 있다. 이러한 가정을 검증하기 위해서는 설문조사 대상기업의 풍수해위험 수준별 보험가입 현황을 분석해야 한다. 기업의 풍수해위험은 설문조사 대상 기업의 공장 주소가 침수 이력, 하천 범람 위험, 내수 침수 위험 중 하나라도 존재하는 경우로 정의했다.⁶⁵⁾ 설문조사 대상 기

62) 설문조사에서 기업들은 특수건물을 보유하지 않은 경우에도 신체손해배상특약을 가입한 것으로 응답한 경우가 있음. 이러한 경우는 영업배상책임특약 가입을 신체손해배상책임특약으로 혼동한 것일 수 있음. 이러한 오류 응답 가능성을 고려하여 신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 영업배상책임특약별 가입률을 제시하지 않음

63) 이는 재물보험가입 기업의 14.8%에 해당함

64) 특수건물을 제외한 재물보험가입자 701개 중 배상책임특약 가입자 224개의 비중임

업 중 공장주소가 있는 기업은 99.4%였다. 공장 주소에 따른 침수이력, 하천 범람 위험, 내수 침수 위험은 행정안전부 등 정부 자료를 바탕으로 위험전문기관이 작성한 풍수해위험지도에 기반했다. 분석대상 기업의 풍수해특약 가입률은 8.5%였다. 이를 풍수해위험도 보유 여부로 구분하여 가입률을 분석하면, 풍수해위험을 가진 기업의 가입률 8.2%, 풍수해위험을 가지지 않은 기업의 가입률 8.6%로 나타났다. 즉, 풍수해위험도 여부에 따른 풍수해특약 가입률은 크게 차이가 나지 않았다. 이는 풍수해위험도가 중소기업 보험 가입률에 큰 영향을 미치지 않았음을 보여준다. 풍수해특약 가입 기업 중 풍수해위험지역 기업 비중은 9.4%에 불과하다. 이는 제조업중 중소기업의 낮은 풍수해위험 인지도가 풍수해위험 리스크관리와 보험가입을 크게 제약하는 요인이 될 수 있음을 시사한다.

〈표 IV-17〉 풍수해위험과 풍수해특약 가입률

(단위: 개, %)

구분	전체	풍수해위험지역		풍수해위험지역 이외	
		기업 수	비중	기업 수	비중
대상기업 수	995	98	16.6	897	38.3
보험가입자 수	85	8	16.2	77	39.1
가입률	8.5	8.2	18.4	8.6	34.4

주: 설문조사 표본 중 공장 위치를 확인할 수 있는 995개 기업을 대상으로 한 분석 결과임

정성조사에 따르면, 풍수해특약에 관심이 없었던 기업들이 최근 태풍이나 홍수로 인해 주변 공단 지역에서 피해 사례가 발생하면서 가입하거나 가입을 고려하는 경우가 많다고 한다. 정성조사 참여 기업 중 한 곳도 입주 공단 내 풍수해 피해 사례와 산악 인접지역이라는 위험도를 고려하여 최근 풍수해특약을 가입한 것으로 확인되었다. 많은 중소기업들은 풍수해특약에 대한 인지도가 높고 판매채널도 권유를 하는 경우가 많아 재물보험 보장 구조 검토 시 풍수해특약 가입 여부를 고민한다고 한다. 정성조사에 참여한 판매채널은 풍수해특약 보험료가 커서 중소기업이 가입을 하지 못하는 경우도 상당하다고 언급했다.

65) 침수 이력은 해당 주소에 실제 하천 범람이 발생한 경우임. 하천 범람 위험은 시물레이션 기반 극한 강우 조건에서 하천 범람 심도가 0 이상인 경우임. 내수 침수 위험은 시물레이션 기반 극한 강우조건에서 하천이 범람하지 않았어도 강우량이 도심 내 빗물처리 용량을 초과하여 침수 피해가 발생할 위험을 보여주는 지표임

③ 동산특약 가입률

재물보험의 주보험은 화재로 인한 건물과 설비 피해만을 보장하기 때문에 기업이 화재 등 사고에 따른 완제품이나 원자재에 발생한 피해를 보상받기 위해서는 동산특약에 가입해야 한다. 재물보험가입자의 동산특약 가입률을 조사한 결과 5.5%로 나타났다.⁶⁶⁾ 기업 규모에 따른 동산특약 가입률 차이를 보면, 기업 규모가 클수록 가입률이 높았다. 소기업의 가입률은 5.0%, 중기업의 가입률은 8.0%였다.

〈표 IV-18〉 제조업중 중소기업 재물보험가입자의 동산특약 가입률

(단위: %)

전체	소기업	중기업
5.5	5.0	8.0

④ 기업휴지특약 가입률

재물보험가입자의 기업휴지특약 가입률을 조사한 결과 3.8%로 나타났다.⁶⁷⁾ 기업휴지특약은 재물보험 특약 중 가장 가입률이 낮다.

정성조사에서 기업휴지특약은 대다수 기업이 인지하고 있지 않은 특약으로 나타났다. 기업 보험담당자 5명 중 1명만이 기업휴지특약을 알고 있었다. 기업 보험담당자들은 대부분 판매채널로부터 기업휴지특약 가입 제안을 받지 않았다고 언급하였다. 판매채널 정성조사에서는 기업의 관심 부족과 보험회사의 인수 거절 가능성으로 영업담당자가 기업휴지특약 제안을 하지 않는다고 했다. 기업휴지손실은 간접 손실이라 리스크관리 수준이 매우 높은 기업만이 관심을 가진다. 게다가 보험료도 매우 높은 점이 큰 걸림돌이 된다. 영업담당자가 기업휴지특약 가입을 설득한 경우에도 보험회사가 인수를 거절하는 경우가 많기 때문에 판매채널이 가입 제안을 하기 힘들다고 한다.

지금까지 나타난 재물보험가입자의 특약 가입률을 비교하면, 배상책임특약 가입률이 42.0%로 가장 높고, 풍수해특약이 10.3%로 다음으로 높다. 동산특약과 기업휴지특약 가

66) 동산에 대한 보장을 별도의 동산보험으로 담보할 수 있으나 설문조사에서는 주보험으로서 동산보험가입을 조사하지 않았음. 따라서 동산담보 가입률은 과소 추정될 수 있음

67) 장기재물보험 특약에 휴업손해특약은 기업휴지특약과 유사한 성질이 있으나 조사 항목에 포함하지 않았음

입률은 매우 낮은 수준으로 나타났다.

〈표 IV-19〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 특약 가입률 비교

(단위: %)

배상책임특약	풍수해특약	동산특약	기업휴지특약
42.0	10.3	5.5	3.8

다) 재물보험 유형별 가입 특성

① 재물보험 유형별 구성비

중소기업 재물보험가입 유형은 크게 순수보장형 화재보험과 장기재물보험으로 구분할 수 있다. 전통적인 화재보험은 보험기간이 1년이고, 보험기간이 종료될 때까지 보험사고가 발생하지 않으면 만기환급금 없이 계약이 소멸하고, 보험계약을 갱신할 때 보험회사가 보험계약 여부를 심사하고 심사 결과에 따라 보험료가 변동하기도 한다. 이러한 보험을 순수보장형 화재보험으로 정의했다. 이에 비해 장기재물보험은 보험기간이 3년 이상이고, 보험기간 동안 보험사고가 발생해도 별도의 보험계약 심사 없이 계약이 유지되고, 보험료도 변동하지 않는다. 보험기간은 3년, 5년, 7년, 10년, 15년 등이 있다. 또한 보험기간이 종료되었을 때 사전에 계약된 만기환급금이 지급된다. 이러한 장기재물보험은 우리나라에서 기업 및 가계의 화재보험으로 널리 판매되고 있으나 다른 나라에서는 찾아보기 힘들다.⁶⁸⁾ 이러한 우리나라의 특수성을 고려하여 재물보험의 유형별 가입 현황을 별도로 제시한다.

재물보험가입자 중 장기재물보험 비중은 23.5%였다. 이에 비해 순수보장형 화재보험의 구성비는 82.9%였다. 2가지 비중의 합이 100%를 넘는 것은 여러 유형의 재물보험에 중복 가입한 경우가 있기 때문이다.

순수보장형 화재보험가입 비중을 화재보험과 재산종합보험으로 구분⁶⁹⁾하면, 화재보험

68) 우리나라 이외에 일본의 운영 사례가 있음

69) 설문조사에 참여한 기업들이 화재보험과 재산종합보험을 명확하게 구분하지 못할 수 있음. 손해보험회사의 순수보장형 화재보험상품에서 기업성 종합보험 비중이 증가하는 추세임. 설문조사에 참여한 기업들은 종합보험임에도 화재보험으로 생각하는 경우가 있을 수 있음. 설문조사 결과의 해석에서 이러한 점을 고려해야 함

80.4%, 재산종합보험 6.0%이다.⁷⁰⁾

기업 규모별 재물보험가입유형 특성을 살펴본 결과 장기재물보험의 소기업(23.4%)과 중기업(23.9%) 간 가입 비중은 큰 차이가 없었다. 재산종합보험의 경우 소기업 6.0%, 중기업 14.0%로 중기업의 가입 비중이 높았다.

〈표 IV-20〉 재물보험 유형별 구성비

(단위: %)

구분	순수보장형 화재보험			장기재물보험
	소계	화재보험	재산종합보험	
전체	82.9	80.4	6.0	23.5
소기업	82.0	80.0	6.0	23.4
중기업	87.0	82.6	14.0	23.9

판매채널 정성조사에서 어떤 기업이 장기재물보험가입 니즈를 가지고 있는지 살펴보았다. 장기재물보험은 만기환급금을 목적으로 하는 적립보험료가 포함되어 동일한 보장 내용일 때 보험료가 비싼 상품이다. 따라서 재정적으로 부담이 있는 기업은 장기재물보험에 가입하지 않고 순수보장형 화재보험을 가입한다. 따라서 재정적으로 보험료 부담 여력이 있는 기업이 장기재물보험을 가입한다. 반면, 재정 여력이 있더라도 보험가입금액이 큰 공장이나 건물을 가진 기업의 경우⁷¹⁾ 장기재물보험가입이 어렵다. 여기에는 2가지 이유가 작용한다. 하나는 보험가입금액이 커서 장기재물보험의 통계요율을 사용할 수 없고 해외재보험자 구득요율이나 판단요율을 사용하는 경우이다. 둘째는 보장보험료가 너무 커져서 환급형 적립보험료를 포함한 장기재물보험 보험료가 너무 높아지는 경우이다. 따라서 보험가입금액이 매우 크지 않으면서 보험료 부담 여력이 있는 두가지 조건이 충족되어야 한다. 이런 조건을 가진 기업들 중 장기재물보험을 가입하는 경우는 사업주가 만기환급금을 사업 자금⁷²⁾으로 활용하는 것을 선호하는 경우라고 한다. 여기에 만기환급금을 사업 자금, 많은 경우 대출금 상환 자금용으로 활용할 목적을 가진 기업 CEO가 장기재물보험을 선호한다고 한다.

70) 여기서도 합이 100%를 넘는 것도 중복 가입이 포함되었기 때문임

71) 실무적으로 판매채널은 이를 보험가입금액 200억 원 이상으로 인식함

72) 사업 자금의 사례로 대출금 상환이나 기계나 설비 교체 비용 충당 등을 들 수 있음

② 재물보험 유형별 보험료 및 보험가입금액 비교

재물보험 유형별 보험료를 장기재물보험과 순수보장형 화재보험으로 구분하면, 장기재물보험 평균보험료는 3,831만 원으로 나타났다. 장기재물보험은 중소기업이 가입하는 보험 상품 중 가장 보험료가 큰 상품에 속한다. 기업 규모별로 보면, 소기업 3,433만 원, 중기업 5,760만 원으로 나타났다.

순수보장형 화재보험의 평균보험료는 926만 원이다. 순수보장형 화재보험을 화재보험과 재산종합보험으로 구분하면, 화재보험 373만 원, 재산종합보험 7,851만 원이다. 순수보장형 화재보험을 기업 규모별로 구분하면, 소기업 608만 원, 중기업 2,415만 원이다.

〈표 IV-21〉 재물보험 유형별 보험료 및 보험가입금액

(단위: 만 원, 억 원)

구분		평균보험료	가입금액	
재물보험 계		1,666	46	
순수보장형 화재보험	전체	926	39	
	소기업	608	27	
	중기업	2,415	95	
	재산종합	전체	7,851	78
		중기업	12,779	153
		소기업	5,461	41
	화재보험	전체	373	34
		중기업	748	78
		소기업	295	25
장기재물보험	전체	3,831	60	
	중기업	5,760	94	
	소기업	3,433	53	

장기재물보험 평균보험료는 순수보장형 화재보험 평균보험료의 4.1배에 이른다. 가입금액이 높은 물건의 비중이 높은 재산종합보험을 제외한 화재보험과 비교하면 10배를 상회한다. 장기재물보험 가입금액은 60억 원으로 순수보장형 화재보험 중 재산종합보험을 제외한 화재보험(34억 원)과 비교하면 1.8배 크다. 따라서 장기재물보험의 보험료 격차 10배는 보험가입금액의 격차보다 만기환급금을 위한 적립보험료 효과에 주로 기인한다.

재물보험에 가입한 설문조사 대상기업 중 장기재물보험가입 기업의 구성비는 23.5%이지만, 총재물보험료에서 차지하는 비중은 54%에 이른다. 이는 제조업중 중소기업의 재물

보험 총보험료에서 장기재물보험의 적립보험료가 차지하는 비중이 매우 높고 나아가 제조업종 중소기업 총보험료 중에서도 상당 비중이 적립보험료 효과임을 의미한다. 기업성장기재물보험이 중소기업의 보험가입 행태와 보장 공백에 미치는 영향에 대해서는 추후 연구가 필요한 과제이다.

재물보험 유형별 보험료 분포를 보면, 장기재물보험에서 높은 보험료 구간 비중이 높다. 순수보장형이 보험료 1,000만 원 미만 구간이 84.1%에 이르는 반면 장기재물보험에서는 25.9%에 불과하다. 장기재물보험은 1,000만 원 이상 보험료 구간이 74.1%에 이르고, 1,000~5,000만 원 구간 비중이 59.2%로 다수를 차지한다.

〈표 IV-22〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 보험료 분포

(단위: %)

구분	100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000만~1억 원	1억 원 이상
순수보장형 화재보험	32.6	51.5	12.9	1.0	2.0
장기재물보험	3.6	22.3	59.2	3.6	11.3

재물보험 유형별 보험가입금액 분포를 살펴보면, 장기재물보험이 화재보험보다 가입금액이 낮은 구간 비중이 낮고 가입금액이 높은 구간 비중이 높다. 화재보험의 10억 원 미만 구간 비중이 58.0%인데 비해 장기재물보험 46.6%이고, 화재보험의 10억 원 이상 구간 비중이 41.9%인데 비해, 장기재물보험 53.4%이다.

〈표 IV-23〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 가입금액 분포

(단위: %)

구분	1억 원 미만	1~10억 원	10~50억 원	50억 원 이상
화재보험	9.2	48.8	26.4	15.5
장기재물보험	3.6	43.0	25.4	28.0

③ 재물보험 유형별 보험공급기관 및 판매채널

화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험은 대부분 손해보험회사가 공급기관이고, 공제기

관의 비중은 미미한 것으로 조사되었다.

장기재물보험에서 판매채널 비중은 보험설계사의 비중(41.5%)이 압도적으로 높은 가운데 임직원 비중⁷³⁾, 전속대리점, 독립대리점 순이다. 화재보험은 보험설계사(38.7%)가 가장 비중이 크고, 전속대리점, 독립대리점의 순서를 보인다. 재산종합보험은 임직원채널 비중(22.4%)이 가장 높은 것이 특징적이다.

〈표 IV-24〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 보험공급기관·판매채널 현황

(단위: %)

구분	보험공급기관		판매채널					
	손해 보험회사	공제 기관	보험 설계사	전속 대리점	독립 대리점	보험 중개사	임직원	은행
화재보험	98.2	0.8	38.7	17.8	14.2	9.5	11.5	4.1
장기재물보험	99.5	0.5	41.5	12.4	9.8	5.2	27.5	-
재산종합보험	100	-	20.4	16.3	18.4	12.2	22.4	4.1

주: 보험계약 건수 기준 구성비

④ 재물보험 유형별 특약 가입률

재물보험 유형별 특약 가입 특성을 비교해 보면, 재산종합보험가입자의 특약 가입률이 가장 높으며, 장기재물보험, 화재보험 순서로 나타났다.

배상책임특약의 경우, 재산종합보험가입자가 69.4%의 가입률을 보인 반면, 장기재물보험 가입자 45.6%, 화재보험가입자 41.2%였다. 장기재물보험과 화재보험가입자의 풍수해특약 가입률을 비교하면, 장기재물보험 14.5%, 화재보험 9.5%로 나타났다. 동산특약의 가입률을 화재보험과 재산종합보험 간 비교하면, 재산종합보험은 10.2%인데 비해, 화재보험은 6.2%로 나타났다.

장기재물보험의 특약 가입률이 화재보험의 경우에 비해 높은 것은 장기재물보험가입자가 보험료 지출을 위한 지불 여력이 더 컸기 때문으로 보인다. 또한 이러한 기업에 대해 보험 판매자들도 적극적인 보장 설계와 특약 제시를 한다고 해석할 수 있다.

73) 실제 장기재물보험 판매에서 임직원은 비중이 높지 않아 설문 응답자의 판매채널 구분에서 혼동이 존재하였을 것으로 보임

〈표 IV-25〉 제조업중 중소기업 재물보험 유형별 특약 가입률 비교

(단위: %)

구분	배상책임특약	풍수해특약	동산특약
화재보험	41.2	9.5	6.2
재산종합보험	69.4	-	10.2
장기재물보험	45.6	14.5	-

정성조사에 참여한 재물보험을 가입한 기업들 사이에 특약 가입률은 매우 상이했다. 이것은 무엇보다 기존 계약의 특약구조에 따른 영향이 큰 것으로 보인다. 기존에 가입한 다양한 특약은 그대로 갱신하는 반면, 기존에 가입하지 않았던 특약은 추가 가입하기 쉽지 않다. 최근에 풍수해특약에 신규 가입한 기업의 사례는 공장이 위치한 공단 지역의 다른 공장의 침수 사례가 발생하면서 풍수해특약 가입이 이루어진 것이었다. 가입률이 높지 않은 동산특약 및 도난특약을 가입한 기업의 경우 원청업체의 요청⁷⁴⁾에 따른 것이었다. 한편, 기업이 신설되어 빠르게 성장해 온 중소기업의 사례는 공장 확장 등에 따라 보험가입이 증가하면서 판매채널이 다양한 화재보험 특약을 추천함에 따라 특약 가입이 확대된 것으로 나타났다. 화재보험의 특약 추가 가입에 영향을 미친 요소로 주변의 손실 사례, 원청의 요청, 판매채널의 추천 등이 있는 것으로 확인된 것이다.

2) 배상책임보험

배상책임보험가입 현황은 15개의 배상책임보험을 대상으로 조사가 이루어졌다. 배상책임보험 유형은 크게 영업배상책임보험, 제조물배상책임보험 및 유사보험군, 가스배상책임보험, 환경책임보험, 기업중대사고배상책임보험, 임원배상책임보험, 사이버리스크 관련 배상책임보험군 등 7가지로 구분할 수 있다.

74) 이 기업의 사례에서 도난특약은 재고품 특성상 도난 발생 가능성이 없음에도 불구하고 가입한 것이었음

가) 영업배상책임보험

① 영업배상책임보험 가입률

영업배상책임보험은 재물보험의 특약으로 가입할 수도 있고, 단독의 주보험으로 가입할 수도 있다. 영업배상책임보험의 가입 현황을 자세히 살펴보기에 앞서 이러한 특약과 주보험을 합친 영업배상책임보험 가입률(이하 ‘영업배상책임보험 가입률Ⅰ’이라 함)을 추정했다. 영업배상책임보험 가입률Ⅰ은 전체 조사 대상 기업 중 12.2%로 나타났다. 기업 규모에 따라 구분해 보면, 소기업 가입률이 11.4%인 반면, 중기업 가입률은 15.8%였다.

주보험만으로 한정된 영업배상책임보험 가입률(이하 ‘영업배상책임보험 가입률Ⅱ’라 함)은 10.9%로 나타났다. 기업 규모에 따라 가입률 차이가 발생하는데, 소기업 10.4%, 중기업 13.8%였다. 업종별로는 식음료업종(16.2%), 전기·전자·기계업종(14.2%)의 가입률이 높게 나타났다.

〈표 IV-26〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 가입률

(단위: %)

구분	영업배상책임보험 가입률Ⅰ	영업배상책임보험 가입률Ⅱ
전체	12.2	10.9
중기업	15.8	13.8
소기업	11.4	10.4

주: 영업배상책임보험 가입률Ⅰ은 영업배상책임특약과 영업배상책임보험 합산, 영업배상책임보험 가입률Ⅱ는 주보험 영업배상책임보험에 한정함

참고로 중소기업의 배상책임담보 통합가입률을 별도로 산출한 결과, 조사 대상 기업의 40.1%로 나타났다. 여기서 배상책임담보 통합가입률이란 조사 대상 기업이 신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 영업배상책임특약, 영업배상책임보험 중 하나라도 가입한 경우를 의미한다.

② 영업배상책임보험 보험료 및 보험가입금액

영업배상책임보험의 평균보험료는 313만 원으로 나타났다. 기업 규모별로는 소기업 289만 원, 중기업 402만 원이다. 보험료 구간별 분포는 100만 원 미만이 57.0%이고,

100~1,000만 원 33.6%, 1,000만 원 이상이 9.4%이다.

〈표 IV-27〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

평균보험료			100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000만 원 이상
전체	소기업	중기업				
313	289	402	57.0	33.6	7.5	1.9

영업배상책임보험의 평균 가입금액은 28억 원으로 나타났다. 기업 규모별로는 소기업 14억 원, 중기업 32억 원이다. 보험가입금액 구간별 분포는 1억 원 미만 16.8%이고, 1~10억 원 49.5%, 10~50억 원 18.7%, 50억 원 이상이 15.0%이다.

〈표 IV-28〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

평균 가입금액			1억 원 미만	1~10억 원	10~50억 원	50억 원 이상
전체	소기업	중기업				
28	14	32	16.8	49.5	18.7	15.0

③ 영업배상책임보험 보험공급기관 및 판매채널

영업배상책임보험의 보험공급기관 분포는 계약 건수 기준으로 손해보험회사 96.2%, 공제기관 3.8%였다.

판매채널 분포는 전속 보험설계사, 전속대리점, 독립보험대리점(GA), 보험중개사(브로커), 임직원, 은행의 순서로 나타났다. 전속 보험설계사는 43.0%를 차지했고 전속대리점은 19.6%였다.

〈표 IV-29〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험공급기관·판매채널 현황

(단위: %)

보험공급기관		판매채널					
손해 보험회사	공제 기관	보험 설계사	전속 대리점	독립 대리점	보험 중개사	임직원	은행
96.2	3.8	43.0	19.6	13.1	12.1	9.3	1.9

나) 제조물배상책임보험

① 제조물배상책임보험 및 유사 배상책임보험 가입률

제조물책임법은 기업이 생산한 제품으로 인한 제3자배상책임에 대해 엄격책임주의⁷⁵⁾를 부과하고 있어 기업의 책임을 폭넓게 인정하고 있다. 제조업의 경우 제조물배상책임 리스크는 가장 중요한 사업리스크 중 하나이다. 이러한 제조물배상책임보험 가입률은 14.3%로 나타났고, 배상책임보험 가입률 중 가장 높은 수준이다. 제조물배상책임보험 가입률은 기업 규모보다 업종에 따라 차이가 나는 특징을 가진다. 식음료업종(39.8%)의 가입률이 매우 높은 반면, 금속/비금속제조업(9.0%)의 가입률은 낮게 나타났다.

제조물배상책임보험과 유사하게 제품 생산에 따른 리스크를 보장하는 보험으로 제품보증보험과 리콜보험이 있다. 제품보증보험과 리콜보험은 각각 가입률이 4.6%, 1.6%로 조사되었다.

국내에서 특정 제품 관련 업종에 제조물배상책임보험과 유사한 성격의 의무보험이 부과된 경우가 있다. 산업융합신제품사업자배상책임보험, 규제자유특구신제품사업자배상책임보험, 신재생에너지배상책임보험, 수소사업자배상책임보험 등이 그것이다. 산업융합신제품사업자배상책임보험의 가입률은 3.0%, 규제자유특구신제품사업자배상책임보험은 2.5%, 신재생에너지배상책임보험 0.6%, 수소사업자배상책임보험은 0.1%의 가입률을 보였다.

이러한 7가지 배상책임보험을 모두 포함하여 제조물 관련 배상책임리스크의 통합 보험가입률은 20.5%로 나타났다.

〈표 IV-30〉 제조업종 중소기업 제조물 관련 배상책임보험 가입률

(단위: %)

제조물배상 책임보험	제품보증 보험	리콜보험	산업융합신제품 사업자보험	규제자유특구 신제품사업자보험	신재생 에너지보험	수소사업자 보험
14.3	4.6	1.6	3.0	2.5	0.6	0.1

75) 제조물배상책임에 대한 입증 책임을 피해자가 아닌 제조물 생산자에게 부과하는 것을 특징으로 함

정성조사에서 제조물배상책임보험은 업종에 따라 필요성을 느끼는 정도가 상이했다. 일반 소비자를 대상으로 하는 의약품제조업종 기업은 가입 필요성을 크게 느끼고 있는 반면, 기업 간 거래가 중심인 제조업종에서는 가입 필요성을 느끼지 못한다는 의견이 대다수였다.

판매채널 대상의 정성조사에서도 제조물배상책임 가입 수요가 크지 않다는 의견이 많았다. 기업들은 제조물에 따른 리스크가 생명에 위협을 주지 않는 경우에는 별 영향이 없다고 생각한다. 기업들은 국내에서 제조물배상책임이 외국처럼 소송에 따른 막대한 배상책임액으로 귀결되는 일이 거의 없을 것이기 때문에 약간의 금전적 보상으로 소비자 민원 대응이 가능하다고 보고 있다.

② 제조물배상책임보험 보험료 및 보험가입금액

제조물배상책임보험의 평균보험료는 227만 원으로 나타났다. 기업 규모별로는 소기업 205만 원, 중기업 333만 원이다. 보험료 구간별 분포는 100만 원 미만 60.0%이고, 100~1,000만 원 36.4%, 1,000만 원 이상이 3.5%이다.

〈표 IV-31〉 제조업종 중소기업 제조물배상책임보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

평균보험료			100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000만 원 이상
전체	소기업	중기업				
227	205	333	60.0	36.4	1.4	2.1

제조물배상책임보험의 평균 가입금액은 15억 원으로 나타났다. 기업 규모별로는 소기업 13억 원, 중기업 23억 원이다. 보험가입금액 구간별 분포는 1억 원 미만 19.3%이고, 1~10억 원 50.0%, 10~50억 원 20.7%, 50억 원 이상 10.0%이다.

〈표 IV-32〉 제조업종 중소기업 제조물배상책임보험 보험가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

평균 가입금액			1억 원 미만	1~10억 원	10~50억 원	50억 원 이상
전체	소기업	중기업				
15	13	23	19.3	50.0	20.7	10.0

③ 제조물배상책임보험 보험공급기관 및 판매채널

제조물배상책임보험의 보험공급기관 분포는 계약 건수 기준으로 손해보험회사 91.7%, 공제기관 8.3%였다. 보험종목들 중 공제기관의 비중이 가장 높게 나타난 것이 특징이다.

판매채널 분포는 전속 보험설계사, 임직원, 전속대리점, 독립보험대리점(GA), 보험중개사(브로커), 은행의 순서로 나타났다. 전속 보험설계사는 40.7%를 차지했다. 임직원 채널이 22.1%로 두 번째로 높은 비중을 차지한 점이 특징적이다.

〈표 IV-33〉 제조업종 중소기업 제조물배상책임보험 보험공급기관·판매채널 현황 (단위: %)

보험공급기관		판매채널					
손해 보험회사	공제 기관	보험 설계사	전속 대리점	독립 대리점	보험 중개사	임직원	은행
91.7	8.3	40.7	14.3	8.6	6.4	22.1	2.9

주: 보험계약 건수 기준 구성비

다) 기타 배상책임보험

① 가스배상책임보험

설문대상 기업 중 가스 제조 또는 사용 기업은 17.9%였고, 가스배상책임보험 의무가입 대상은 전체 기업의 6.0%였다. 설문조사를 통해 나타난 가스배상책임보험 가입률은 6.8%였다. 이는 가스 제조 또는 사용 기업 중 38%가 가스배상책임보험에 가입했고, 의무가입대상이 아닌 가스 제조 또는 사용 기업 중 4.5%가 가입했다는 것을 의미한다.

가스배상책임보험의 평균보험료는 63만 원이다.

② 환경책임보험

환경책임보험은 제조 과정에서 환경오염물질을 배출하는 시설이 가입 대상이다. 우리나라는 일정 기준 이상의 환경오염물질 배출 시설을 가진 기업에 대해 환경책임보험을 의무

화하고 있다. 설문조사 대상 기업 중 환경오염물질 배출시설을 운영 중이라고 인식하는 기업의 비중은 16.0%였다. 보험가입률은 의무가입 대상 기업 비율인 5.8%이다.

환경책임보험의 평균보험료는 71만 원이다.⁷⁶⁾

③ 기업중대사고배상책임보험

2021년 도입된 중대재해처벌법과 관련된 보험가입 상황도 조사했다. 기업중대사고배상 책임보험은 3.2%의 가입률을 보였다. 현재 중대재해처벌법이 적용되고 있는 50인 이상 사업장의 경우 7.6%가 가입한 반면, 2024년도 도입 예정인 50인 미만 사업장의 경우 2.9%로 나타났다.

기업중대사고배상책임보험의 평균보험료는 249만 원이다.

④ 임원배상책임보험

임원배상책임보험 가입률은 2.2%로 나타났다. 임원배상책임보험 보험료는 309만 원이다.

⑤ 사이버리스크 관련 배상책임보험

사이버리스크 관련 보험으로 개인정보보호배상책임보험, 이비즈(E-biz)배상책임보험, 사이버보험 등이 있다. 기업의 인터넷 또는 모바일 네트워크 활동은 전자상거래를 포함해 다양한 형태로 이루어진다. 정보통신서비스제공 기업의 개인정보 유출 리스크에 대한 의무보험이 개인정보보호배상책임이다. 연 매출액 5천만 원 이상, 개인정보 관리 대상 이용자 수 일 평균 1천 명 이상이 의무보험가입 대상 기업이다. 전자상거래 기업이 인터넷 및 네트워크 활동과 관련된 행위에 기인하여 발생한 보험사고로 인하여 피해자에게 손해가 발생한 경우 배상책임손해를 보장하는 보험이 이비즈(E-biz)배상책임보험이다.⁷⁷⁾ 최근 전 세계적으로 가장 주목받는 보험은 사이버보험이다. 사이버보험은 사이버 공격을

76) 환경책임보험가입 현황 조사는 환경책임보험 의무가입 현황과 비교한 결과 응답 오류가 확인되었음. 의무가입 현황 통계를 기초로 조사 결과를 수정하였으며, 평균보험료는 의무가입 현황 통계와 일치하는 응답자 통계를 사용하여 산출함

77) 황현아·김혜성·정성희(2022)

중심으로 한 사이버 사고로 발생하는 제3자 배상책임과 기업의 재산 피해를 보장한다.

설문조사 결과, 개인정보보호배상책임보험의 가입률은 0.9%, 이비즈(E-biz)배상책임보험 가입률은 0.4%, 사이버보험 가입률은 0.3%에 불과했다. 이러한 유형의 보험을 모두 포괄한 사이버리스크 관련 통합 보험가입률도 1.3%에 불과하다.

사이버리스크 관련 보험의 가입률이 극히 미미한 낮은 수준이지만, 제조업종 중소기업들은 사이버리스크가 상당히 존재하는 것으로 인식하고 있다. 설문조사 결과, 개인정보보호 배상책임보험가입대상이라고 인식하는 기업의 비율이 15.1%였다. 홈페이지 운영, 전자상 거래를 포함한 네트워크 활동을 하는 기업 비중은 27.4%였다. 또한, 기업 네트워크가 해킹 등에 따른 공장 가동 중단, 재산 피해 등이 우려된다고 응답한 기업의 비중은 9.1%였다. 즉, 사이버 관련 리스크를 인식하는 제조업종 중소기업의 비중이 15.1~27.4%이고, 사이버 리스크에 따른 위협을 느끼는 비중도 9%에 이르는 것이다. 이러한 인식도에도 불구하고 중소기업의 보험가입은 현재 거의 이루어지고 있지 않다. 사이버 리스크 인식도를 가진 기업을 기준으로 가입률을 계산하면, 개인정보보호책임보험 의무가입 대상자 중 가입률은 6.1%이다, 네트워크 활동 기업 중 이비즈(E-biz)배상책임보험 및 사이버보험 가입률은 1.5%, 1.1%이다. 해킹 등에 따른 공장 가동 중단, 재산 피해 등이 우려된다고 응답한 중소기업의 이비즈(E-biz)배상책임보험 및 사이버보험 가입률도 4.5%, 3.4%에 불과하다.

보험료 수준을 살펴보면, 개인정보보호배상책임보험의 평균보험료는 49만 원이다.

지금까지 살펴본 배상책임보험의 가입률을 비교해보면, 10%를 상회하는 것은 제조물배상책임보험과 영업배상책임보험에 불과하다. 다음으로 가입률이 높은 가스배상책임보험과 환경책임보험은 5~6%에 불과하다. 나머지 보험은 아직 가입률이 매우 미미한 수준이고, 사이버리스크 관련 보험가입률이 가장 낮은 모습을 보인다.

〈표 IV-34〉 제조업종 중소기업 배상책임보험 가입률 비교

(단위: %)

제조물 배상책임	영업배상 책임	가스배상 책임	환경책임	기업중대사고 배상책임	임원배상 책임	개인정보 보호책임
14.3	10.9	6.8	5.8	3.2	2.2	0.9

주요 배상책임보험의 평균보험료는 영업배상책임보험이 가장 높고, 임원배상책임보험,

기업중대사고배상책임보험, 제조물배상책임보험의 순서이다. 개인정보보호배상책임보험, 가스배상책임보험, 환경책임보험은 보험료가 낮은 수준이다.

〈표 IV-35〉 제조업종 중소기업 배상책임보험 평균보험료 비교

(단위: 만 원)

제조물 배상책임	영업배상 책임	가스배상 책임	환경책임	기업중대사고 배상책임	임원배상 책임	개인정보 보호책임
227	313	63	71	249	309	49

3) 종사자 인적 리스크 관련 보험

기업이 보유한 주요 리스크 중 하나는 근로자의 인적 리스크이다. 인적 리스크란 재해(상해) 또는 질병으로 인한 사망이나 장애 발생, 치료비 발생 등을 의미한다. 기업은 이러한 리스크와 관련하여 사회보험인 산재보험을 의무적으로 가입한다. 하지만, 기업은 산재보험의 보상 범위를 넘는 책임에 대해 민사상 사용자배상책임을 가진다. 이러한 상황에서 기업은 산재보험의 보상한도를 넘는 사용자배상책임을 담보하는 근재보험을 가입하기도 하고, 산재보험 보상과 중복으로 보상이 이루어지는 단체상해보험을 가입하기도 한다. 단체상해보험은 근로자 복지를 위해 기업이 가입하는 보험이다. 단체상해보험의 보상 범위는 산재보험의 보장 대상인 업무상 재해(상해)를 보장하는 부분 이외에도 업무외 재해(상해)도 보장한다.⁷⁸⁾ 단체상해보험은 계약에 따라 가족 구성원으로 보장 범위를 넓히거나 재해(상해) 이외에 질병을 보장하거나, 입원, 수술, 통원, 질병 진단자금을 보장하기도 한다. 종사자 인적 리스크 관련 보험에서는 근재보험과 단체상해보험가입 현황 조사 결과를 제시한다.

가) 단체상해보험

기업성 일반손해보험에서 단체상해보험은 기업 복지의 일환으로 근로자에게 제공되는 일반적인 유형의 단체상해보험과 외국인상해보험⁷⁹⁾을 포함한다. 단체상해보험 가입률은

78) 손해보험회사는 상해를 보장하고, 생명보험회사는 재해를 보장하는데 큰 차이는 없음

79) 외국인상해보험은 외국인 근로자에 대한 의무보험인 출국만기보험, 귀국비용보험, 상해보험을 포괄하는 것으로 위

39.1%로 조사되었다. 이는 중소기업이 가입한 기업성 보험 중 화재보험 다음으로 가입률이 높은 것이다. 단체상해보험의 가입률은 기업 규모보다 종사자 수와 관련이 높기로 나타났다. 50인 미만 기업은 37.3%인데 비해 50인 이상 기업은 59.5%의 높은 가입률을 보였다.

〈표 IV-36〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 가입률

(단위: %)

전체	50인 미만	50인 이상
39.1	37.3	59.5

정성조사에 따르면 단체상해보험은 직원 복지 효과가 있어 기업에서 필요성을 느끼는 경우가 많고, 많은 기업에서 보험가입 여부를 검토하는 대상이다. 한편, 단체상해보험은 높은 보험료로 인해 가입을 주저하기도 한다. 최근에는 중대재해처벌법에 따른 형사처벌 리스크의 회피나 축소 효과가 있을 것으로 판단하여 단체상해보험을 가입한 사례들이 많다고 한다.

단체상해보험 평균보험료는 2,121만 원으로 나타났다. 단체상해보험 평균보험료는 종사자 수에 따라 차이가 발생하는데, 50인 미만 기업이 1,658만 원, 50인 이상 기업이 5,511만 원이다. 보험료 구간별 분포를 살펴보면, 1,000만 원 미만이 45.8%, 1,000~2,500만 원이 31.7%, 2,500만 원 이상이 22.5%였다. 종사자 수에 따라 보험료 구간별 분포가 매우 상이한 모습을 보였는데, 50인 미만 기업은 1,000만 원 미만이 51.5%인 반면, 50인 이상 기업은 2,500만 원 이상이 63.8%였다. 단체상해보험 평균보험료는 기업성 보험 중 장기재물보험(3,831만 원) 다음으로 높은 평균보험료 수준이다.⁸⁰⁾

국인근로자를 고용하는 기업 또는 외국인근로자에게 의무보험임. 출국만기보험은 외국인근로자의 퇴직금 지급을 위한 보험으로 사업주의 의무보험임. 귀국비용보험은 외국인근로자의 출국 시 귀국 교통비용을 총당을 위한 보험이고, 상해보험은 외국인근로자의 업무 외 사망 등의 사고를 보장하는 보험인데, 외국인근로자가 의무 가입해야 함. 외국인근로자와 관련된 이 3가지 보험은 전담 보험회사인 삼성화재의 외국인상담센터를 통해 가입 업무가 이루어짐

80) 계약 건수가 적은 재산종합보험을 제외한 순위인데, 재산종합보험은 7,851만 원임

〈표 IV-37〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

구분	평균보험료	1,000만 원 미만	1,000~1,500만 원	1,500~2,500만 원	2,500만 원 이상
전체	2,121	45.8	15.3	16.4	22.5
50인 미만	1,658	51.5	15.7	16.0	16.9
50인 이상	5,511	4.3	12.8	19.1	63.8

단체상해보험 가입금액은 기업당 평균 35억 원으로 조사되었다. 가입금액 분포를 살펴보면, 10억 원 미만이 62.9%, 10~50억 원이 19.7%, 50~200억 원이 10.0%, 200억 원 이상이 7.4%였다.

〈표 IV-38〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

구분	평균가입금액	1억 원 미만	1~10억 원	10~50억 원	50~200억 원	200억 원 이상
전체	35	14.3	48.6	19.7	10.0	7.4

설문조사에 나타난 중소기업 단체상해보험 평균보험료는 매우 높은 수준이다. 단체상해보험 보험료는 종사자 수에 비례하는데, 인당 평균보험료가 73만 원이다. 이 보험료는 재해(상해)에 따른 사망 또는 장애보험료와 실손의료비 보험료보다 높은 수준이다. 더욱이 기업 중 종사자 인당 보험료가 200만 원이 넘는 기업도 존재했다. 이는 단체상해보험이 기업성 일반손해보험, 즉 순수보장형 보험상품만으로 구성되지 않았다는 것을 의미한다. 가입금액 대비 보험료도 다른 보험종목에 비해 높은 수준인 점도 이를 반증한다. 즉, 단체상해보험 보험료에는 만기환급금을 위한 적립보험료가 포함되어 있는 것이다.⁸¹⁾

판매채널 정성조사에서 확인한 바에 따르면 중소기업들은 장기보험의 형태로 단체상해보험을 가입한 경우가 상당히 존재한다고 한다. 중소기업들 중에는 단체상해보험을 종업원 복지를 위한 보장과 사업 자금 마련을 동시에 수행하는 수단으로 선호하는 경우가 있다.

81) 단체상해보험 설문조사 결과에 외국인상해보험이 포함되어 있는지는 확인하기 어려움. 외국인상해보험 중 출국만기보험은 외국인근로자의 퇴직금 재원 마련을 목적으로 하여 외국인근로자의 1개월 급여에 해당하는 금액이 보험료가 되므로 근로자 1인당 보험료 수준이 매우 높은 특징을 지님. 설문조사에 응한 보험담당자가 출국만기보험을 단체상해보험으로 인식하였는지 퇴직금 준비 목적으로 저축성 보험으로 인식하였는지는 확인할 수 없음

이러한 경우 보험료는 보장보험료와 만기환급금을 위한 적립보험료로 구성되어 높은 보험료 수준을 보인다. 이런 선호를 가진 기업주에게 영업담당자는 손해보험회사의 장기보험 또는 생명보험회사의 단체상해보험을 권유한다. 일반적으로 생명보험회사 단체상해보험을 가입하는 경우가 손해보험회사 장기보험보다 적립보험료 수준이 더 높은 편이다.

단체상해보험의 주요 구성이 장기단체상해보험이라는 것은 보험공급기관 구성비에서 확인된다. 계약 건수 기준 공급기관 구성을 살펴보면, 생명보험회사가 39.1%로 상당히 높은 비중을 차지한다. 보험공급기관별 평균보험료를 보면, 생명보험회사가 2,916만 원으로 손해보험회사 1,769만 원보다 크게 높다.

〈표 IV-39〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 보험공급기관 구성비 (단위: %, 만 원)

구분	손해보험회사	생명보험회사
계약 건수 기준	60.9	39.1
평균보험료	1,769	2,916

단체상해보험의 판매채널 구성비를 계약 건수 기준으로 조사하였다. 장기단체상해보험 비중이 높은 특성을 반영하여 보험설계사의 비중이 46.3%로 매우 높게 나타났다. 다음으로 보험중개사 16.4%, 전속대리점 12.0%, 임직원 11.5%, 독립보험대리점(GA) 10.2%의 순서였다.

〈표 IV-40〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 판매채널 구성비 (단위: %)

구분	보험회사 임직원	보험 중개사	보험회사 전속대리점	독립보험 대리점	보험회사 전속 보험 설계사	은행	기타
전체	11.5	16.4	12.0	10.2	46.3	0.3	3.3

주: 보험계약건수 기준 구성비

나) 근로자재해보상보험

근재보험 가입률은 13.2%로 조사되었다. 이는 재물보험, 단체상해보험, 제조물배상책임보험 다음으로 높은 가입률이다. 근재보험의 가입률은 종사자 수에 비례한다. 50인 미만

기업은 12.8%인데 비해 50인 이상 기업은 17.7%였다.

〈표 IV-41〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 가입률

(단위: %)

전체	50인 미만	50인 이상
13.2	12.8	17.7

정성조사에 따르면 근재보험은 재물보험 다음으로 기업의 인지도가 높은 상품군에 속했다. 근재보험 평균보험료는 252만 원으로 나타났다. 근재보험 평균보험료는 종사자 수에 비례하는데 50인 미만 기업이 227만 원, 50인 이상 기업이 460만 원이다. 보험료 구간별 분포를 살펴보면, 100만 원 미만이 53.0%, 100~1,000만 원이 39.4%, 1,000~5,000만 원 6.8%, 5,000만 원 이상이 0.8%였다.

〈표 IV-42〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

구분	평균보험료	100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000만 원 이상
전체	252	53.0	39.4	7.6
50인 미만	227	55.9	39.0	5.0
50인 이상	460	28.6	42.9	28.6

근재보험 가입금액은 기업당 평균 30억 원이다. 50인 미만 기업 26억 원, 50인 이상 기업 68억 원으로 가입금액은 종사자 수에 비례했다. 가입금액 분포를 살펴보면, 10억 원 미만이 74.3%, 10~50억 원이 12.1%, 50억 원 이상이 13.6%였다.

〈표 IV-43〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

전체	평균가입금액		10억 원 미만	10~50억 원	50~200억 원	200억 원 이상
	50인 미만	50인 이상				
30	26	68	74.3	12.1	9.1	4.5

계약 건수 기준 공급기관 구성을 살펴보면, 손해보험회사가 92.4%이고, 공제기관 7.6%였다.

〈표 IV-44〉 제조업종 중소기업 근재보험 보험공급기관 구성비

(단위: %, 만 원)

구분	손해보험회사	공제기관
계약 건수 기준	92.4	7.6

근재보험의 판매채널 구성비를 계약 건수 기준으로 조사한 결과, 보험설계사 38.6%, 임직원 17.4%, 보험중개사 14.4%, 전속대리점 및 독립대리점 각각 12.9%순으로 나타났다.

〈표 IV-45〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 판매채널 구성비

(단위: %)

구분	보험회사 임직원	보험 중개사	보험회사 전속대리점	독립보험 대리점	보험회사 전속 보험 설계사	기타
전체	17.4	14.4	12.9	12.9	38.6	3.8

주: 보험계약 건수 기준 구성비

4) 기타 보험

신용보험 가입률은 6.9%로 조사되었다. 신용보험의 평균보험료는 204만 원이다.

생산한 제품을 선박 등을 통해 수출하는 기업은 교역조건에 따라 적하보험가입을 필요로 한다. 설문대상 제조업 중소기업의 적하보험 가입률은 2.9%로 조사되었다. 이를 수출 기업 대비 비중으로 보면 14.4%이다. 평균보험료는 100만 원으로 나타났다.

지적재산권을 소유한 기업이 지적재산권 관련 분쟁이 발생하였을 때 소송비용을 담보하는 보험이 지적재산권보험이다. 이 중에는 정부가 보험료를 지원하는 정책성 보험인 중소기업기술보호정책보험도 있다. 중소기업의 지적재산권보험 가입률은 2.2%였다. 지적재산권 보유 기업⁸²⁾ 대비는 5.2%이다. 평균보험료는 278만 원 수준이었다.

82) 설문조사 대상 기업의 41.9%임

〈표 IV-46〉 제조업종 중소기업 기타 보험가입 현황

(단위: %, 만 원)

구분	신용보험	적하보험	지적재산권보험
가입률	6.9	2.9	2.2
보험료	204	100	278

다. 보험 미가입 사유

중소기업의 주된 보험 미가입 사유는 필요성 미인식, 보험료 부담, 기대 대비 높은 보험료, 보험상품 미인지 등으로 나타났다. 복수응답을 기준으로 미가입 사유 순위를 보면, 사고발생의 빈도나 심도가 낮을 것으로 판단한 비중이 61.0%, 보험가입 니즈에도 보험료 지출 부담에 따른 미가입이 58.9%로 가장 높게 나타났다. 보험료가 예상보다 비싸서 미가입한 경우가 46.6%이고, 보험상품을 알지 못해서라는 응답도 44.6%로 나타났다. 보험상품의 적합성 부족을 지적한 응답이 40.5%였고, 필요한 보상을 받지 못할 것 같다는 응답은 32.1%였다.

1순위 응답 기준으로 살펴보더라도, 사고 발생의 빈도나 심도가 낮을 것으로 본 비중 24.9%와 보험료 지출 부담 23.7%가 팽팽하게 나타났다. 해당 보험상품이 있는지 모른다는 비중도 16.4%로 다음으로 높게 나타났고, 보험료가 비쌌다는 응답이 12.5%였다.

1순위 응답 기준으로 살펴보면, 보험가입 필요성이 높지 않다고 판단한 비중이 24.9%로 제일 높았지만, 보험료 부담으로 가입을 하지 않는다는 점이 23.7%에 이른다는 점은 상당한 잠재 수요가 존재함을 의미하므로 주목할 필요가 있다. 나아가 중소기업에서 리스크관리를 위한 다양한 보험상품이 있다는 인지도가 낮았던 점(16.4%)이 보험 미가입의 중요한 사유가 된다는 점은 중소기업 리스크관리 선진화와 보장 공백 해소라는 측면에서 보험산업 및 정책당국에 주는 시사점이 크다. 또한 보험공급기관 측 가입 장애 요인으로 볼 수 있는 보험료가 높아서(12.5%), 보장 내용이 적합하지 않아서(10.6%), 적시에 보장을 받지 못할 것 같아서(7.4%), 가입 조건이 까다롭거나 거절해서(2.7%, 1.0%) 등과 같은 미가입 사유도 합쳐서 34.2%에 달하는 것으로 나타났다. 이 또한 중소기업 리스크관리의 보장 공백 해소를 위해 보험산업 및 정책당국이 노력해야 하는 영역이 많이 존재한다는 것을 시사한다.

〈표 IV-47〉 보험미가입 사유 현황

(단위: %)

구분	복수응답 기준	1순위 기준
사고 발생 가능성이 거의 없거나 발생하더라도 피해가 크지 않다고 판단되어	61.0	24.9
보험가입 필요성이 있으나 보험료 지출이 경영에 부담되어	58.9	23.7
보험가입을 하고자 하였으나 보험료가 기대 대비 높아서	46.6	12.5
이런 종류의 보험상품이 있는지와 보험가입 시 어떤 도움이 되는지 알지 못하여	44.6	16.4
보험회사가 제시한 보험상품의 보장 내용과 구성 등이 회사에 적합하지 않아서	40.5	10.6
보험에 가입하더라도 적시에 필요한 보상을 받기 어려울 것 같아서	32.1	7.4
보험가입을 하고자 하였으나 보험회사(공제조합)의 보험가입 조건이 까다로워서	8.4	2.7
보험가입을 하고자 하였으나 보험회사(공제조합)가 보험가입을 거절하여	6.3	1.0

기업의 보험담당자 정성조사에서 일치된 견해는 보험 미가입의 가장 주된 요인이 비용 부담이라는 점이다. 기업은 리스크관리를 위해 필요한 여러 가지 상품이 있는 것을 알지만, 비용 부담으로 충분히 가입하지 못하고 있다. 상품 인지도 측면에서는 화재보험처럼 유형의 리스크는 인지도도 높고 가입 필요성을 느끼지만, 무형의 리스크에 대해서는 인지도도 낮고 적극적인 검토도 어렵다는 점을 지적했다. 보험상품들 중 화재보험, 단체상해보험, 근재보험, 가스배상책임보험 등은 인지도가 높다. 기업휴지보험, 사이버보험 등은 인지도가 매우 낮은 상품이다. 기업보험담당자들은 보험상품 인지도가 높아지면 보험가입률이 상승할 것으로 판단했다.

판매채널 정성조사에서도 중소기업 보험 미가입의 핵심 요인은 재정적 문제로 인한 보험료 부담으로 나타났다. 중소기업들은 사회적 이슈가 되는 재난 뉴스나 주변 사고 경험이 아니면 화재보험 이외의 무형적 리스크를 인지하기가 쉽지 않다. 판매채널은 기업휴지특약을 제안하지 않는 경우가 더 많았다. 이러한 행동에는 기업휴지특약의 높은 보험료 부담과 함께 보험회사의 인수거절 가능성이 영향을 미쳤다.

4. 향후 보험 수요

가. 가입 보험의 수요 변화

1) 지속 가입 의향 및 가입 중단 의향

가입 보험에 대한 지속 가입 의향을 상품 및 특약별로 조사했다. 상품별로 지속 가입 의향은 5점 척도 기준으로 2.68~4.0점의 분포를 가졌고, 대부분 2.9~3.7점 구간에 있다. 이를 모두 합산한 평균 지속 가입 의향은 3.45점으로 나타났다. 가입 중단 의향이 있는 기업의 비중은 평균 7.9%였다.

〈표 IV-48〉 가입 보험의 지속 가입 의향(전 상품 합계)

(단위: 점, %)

평균점수	가입 중단 의향		
	합계	없는 편	전혀 없음
3.45/5.0	7.9	6.4	1.4

보험가입률이 6% 이상인 보험종목을 중심으로 종목별 가입 중단 의향을 살펴보았다. 재물보험 중에는 재산종합보험의 가입 중단 의향이 12.2%(전혀 없다 2%)로 나타났다. 화재보험 및 장기재물보험은 6.0%, 3.6%로 나타났다. 만기환급형 보험에 대한 가입 중단 의향이 가장 낮았다. 신용보험의 가입 중단 의향은 16.4%(전혀 없다 6%)였다. 이는 주요 보험종목 중 가장 높다. 다음으로 영업배상책임보험 10.3%(전혀 없다 1.9%), 제조물 배상책임보험 7.9%(전혀 없다 2.1%), 근재보험 7.6%(전혀 없다 2.3%), 단체상해보험 4.1%(전혀 없다 1%)의 순서였다.

〈표 IV-49〉 보험종목별 가입 중단 의향

(단위: %)

화재보험	장기재물 보험	재산종합 보험	영업배상 책임보험	제조물 배상책임 보험	근로자 재해보상 보험	단체상해 보험	신용보험
6.0	3.6	12.2	10.3	7.9	7.6	4.1	16.4

주: 없는 편과 전혀 없다는 합임

재물보험 유형별로 특약의 가입 중단 의향을 보면, 화재보험의 경우, 동산특약(9.8%), 기업휴지특약(7.1%), 화재대물배상책임특약(6.9%), 풍수해특약(6.3%) 순이었다. 장기재물보험의 경우, 영업배상책임특약(7.4%), 화재대물배상책임특약(7.3%), 풍수해특약(3.6%) 순서였다.

〈표 IV-50〉 재물보험 유형별 특약 가입 중단 의향

(단위: %)

화재보험				장기재물보험		
동산특약	기업휴지특약	화재대물배상책임특약	풍수해특약	영업배상책임특약	화재대물배상책임특약	풍수해특약
9.8	7.1	6.9	6.3	7.4	7.3	3.6

주: 없는 편과 전혀 없과의 합임

2) 보험가입 확대 또는 축소 의향

모든 종목의 보험가입 확대 또는 축소 의향을 합산한 결과 5점 척도 기준 확대 또는 축소 의향은 2.99점으로 중립적인 수준으로 나타났다. 축소 의향을 표시한 기업 비중이 10.3%, 확대의향을 표시한 기업 비중이 10.1%였다.

〈표 IV-51〉 가입보험의 확대·축소 의향(통합)

(단위: 점, %)

평균점수	축소의향	확대의향
2.99/5.0	10.3	10.1

보험가입률이 6% 이상인 보험종목에 대해 보험종목별 축소 또는 확대 의향을 살펴보았다.

재물보험 주보험 중에는 재산종합보험의 경우 평균 점수 3.04점, 축소 의향 10.2%, 확대 의향 18.4%로 나타났다. 장기재물보험은 평균 점수 2.96점, 축소 의향 8.8%, 확대 의향 5.7%로 나타났다. 화재보험은 평균 점수 2.99점, 축소 의향 9.4%, 확대 의향 8.8%였다.

확대 의향이 조금 더 높은 보험종목이 단체상해보험(3.04점), 제조물배상책임보험(3.01점), 축소 의향이 조금 더 높은 종목이 영업배상책임보험(2.92점), 신용보험(2.93점)이다.

〈표 IV-52〉 보험종목별 가입 축소 또는 확대 의향

(단위: 점, %)

구분	화재 보험	장기재 물보험	재산종합 보험	영업배상 책임보험	제조물 배상책임 보험	근재 보험	단체상 해보험	신용 보험
평균점수	2.99	2.96	3.04	2.92	3.01	3.0	3.04	2.93
축소의향	9.4	8.8	10.2	14.0	8.6	10.6	6.9	14.9
확대의향	8.8	5.7	18.4	7.5	11.4	10.6	10.0	13.4

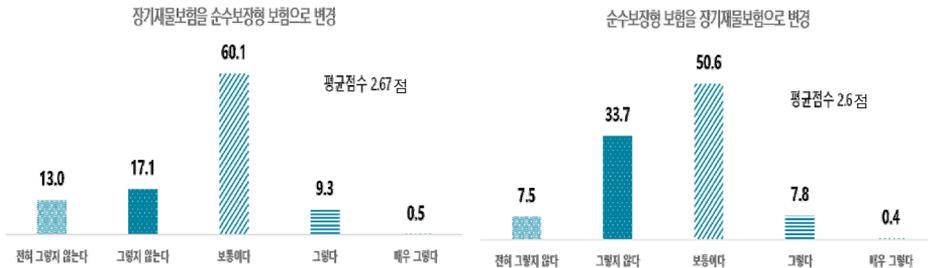
정성조사에서 기업들은 기존의 화재보험 주보험 및 특약 구성을 그대로 갱신하는 경우가 대부분이라고 응답했다. 기업들은 계약 갱신 시 가입하고 있는 특약 등에 대한 검토를 상세히 하지 않는 편인데, 그 이유는 내용을 잘 몰라서 그렇다는 응답과 특별히 변경할 만한 이유가 없다는 2가지 유형으로 나타났다. 다만 어느 쪽이든 기존의 가입 관행을 변경하는 것이 쉽지 않다는 의견을 보였다.

3) 화재보험의 가입유형별 전환 수요

장기재물보험가입자가 순수보장형 보험으로 변경할 의향을 조사한 결과 전체 가입자의 9.8%로 나타났다. 순수보장형 재물보험가입자가 장기재물보험으로 변경할 의향은 전체 가입자의 8.2%였다.

〈그림 IV-11〉 재물보험 유형 간 전환 의향

(단위: %)



정성조사에서 기업들은 재물보험의 갱신에서 기존 보험을 그대로 갱신하는 편이라고 응답했는데, 관행을 변경할 근거를 마련하기가 쉽지 않다는 것이 그 이유였다. 재물보험 유형의 결정도 마찬가지이다.

나. 신규 보험 수요

설문조사의 한 영역으로 미가입 보험이나 특약에 대한 추가 가입 의향을 조사했다. 모든 주보험과 특약에 대한 추가 가입 의향을 통합한 평균 점수는 2.53점이었고 추가 가입 의향(약간 그렇다와 매우 그렇다의 합) 비중의 평균은 10.8%였다.

1) 보험종목별 신규 보험 수요

재물보험을 제외한 보험종목 중 신규 보험 수요를 조사한 결과 보험종목별로 6.6~23.9%의 분포를 보였다. 여기서 신규 보험 수요란 보험 미가입자의 추가 가입 의향(약간 그렇다와 매우 그렇다의 합)을 의미한다. 신규 보험 수요는 전체 미가입자 대상 신규 보험 수요 조사 영역과 특정 리스크 보유자 중 미가입자 대상 신규 보험 수요 조사 영역으로 구분할 수 있다.

먼저 전체 미가입자 대상 신규 보험 수요를 살펴본다.

〈표 IV-53〉 보험종목별 신규 보험 수요 I(전체 미가입자 대상)

(단위: %)

구분	신규 수요	구분	신규 수요	구분	신규 수요
기업중대사고배상책임보험	18.1	제품보증보험	8.1	제조물배상책임보험	11.0
근로자재해보상보험	14.0	리콜보험	6.6	영업배상책임보험	8.8
임원배상책임보험	9.1	단체상해보험	16.9	신용보험	7.4

가장 높은 신규 보험 수요를 보인 보험종목은 기업중대사고배상책임보험이다. 이 보험을 가입하지 않은 969개 기업 중 신규 가입 의향을 보인 기업 비중은 18.1%였다. 다음은 단체상해보험이다. 단체상해보험에 가입하지 않은 610개 기업 중 16.9%가 신규 가입 의향

을 표시했다.

정성조사에서 재물보험만을 가입하고 다른 보험가입 필요성을 느끼지 못하는 중소기업이 단체상해보험에 대해서는 신규 가입 의향이 있다고 했다. 이는 다른 보험의 효과에 비해 기업 복지 측면에서 근로자들에 대한 혜택이 명백하기 때문이었다.

근재보험을 가입하지 않은 869개 기업 중 근재보험 신규 가입 의향을 보인 기업은 14.0%로 나타났다. 제조물배상책임보험을 가입하지 않은 861개 기업 중 11.0%가 신규 제조물배상책임보험가입 의향이 있는 것으로 나타났다. 제조물 관련 리스크를 보장하는 다른 보험종목인 제품보증보험의 경우 955개 기업 중 8.1%가 가입 의향을 보였고, 리콜보험의 경우 미가입 기업 983개 중 6.6%가 신규 가입 의향을 보였다.

정성조사에서 제조물배상책임보험 미가입 기업은 2가지 유형이 존재했다. 생산 제품의 특성상 제3자에 대한 피해를 야기할 가능성이 없다고 본 경우가 그 한 유형이고, 또 다른 유형은 제조물배상책임보험을 알지 못하는 경우였다. 정성조사에서 2개 업종의 기업 보험담당자가 새로 인지한 제조물배상책임보험에 대해 유용하다고 인식했고, 알았다면 가입을 긍정적으로 검토했을 것이라고 응답했다.

임원배상책임보험을 가입하지 않은 979개 기업을 대상으로 신규 보험가입 수요를 조사한 결과 9.1%의 기업이 가입 의향을 보였다. 영업배상책임보험의 경우 미가입기업 894개 중 8.8%가 가입 의향을 표시했다. 재물보험의 영업배상책임특약 가입 의향을 포함하면 신규 보험 수요는 9.7%까지 증가한다.

신용보험의 경우 미가입 기업 934개 기업 중 7.4%가 신규 보험 수요가 있는 것으로 나타났다.

다음으로 전체 기업이 아닌 특정 리스크 보유 기업 중 관련 보험 미가입 기업의 신규 수요 조사 결과를 살펴본다.

〈표 IV-54〉 보험종목별 신규 보험 수요 II(특정 리스크 보유 미가입자 대상)

(단위: %)

구분	신규 수요	구분	신규 수요
사이버보험	23.9	가스사고배상책임보험	15.3
환경책임보험	12.6	지적재산권보험	11.6
개인정보보호배상책임보험	11.3	이비즈(E-biz)배상책임보험	10.7
신용보험(수출업자)	11.4		

가장 높은 신규 보험가입 의향을 보인 종목은 사이버보험(23.9%)이었다. 기업의 전산시스템이 외부 네트워크와 연결된 기업(27.4%)이면서 사이버리스크를 우려하는 기업(9.7%) 중 사이버보험 미가입 기업 88개를 대상으로 조사한 결과이다.

정성조사에 따르면, 제조업의 경우에도 네트워크 활동을 하고 있는 경우가 다수이다. 정성조사에 참여한 기업들 대다수가 외부망과 연결된 네트워크를 사용하고 있었다. 이들 모두 외부로부터의 해킹 등 침입에 따른 기업 핵심 자료의 유출이나 기업 운영시스템 마비를 우려하고 있었다. 또한 실제로 이로 인한 손실을 경험한 사례⁸³⁾도 존재했다. 중소기업의 경우 내부망과 외부 인터넷망 분리가 되어 있지 않은 경우가 대다수이고, 이 경우 사이버보안리스크에 노출되어 있다고 할 수 있다. 정성조사 참여 기업의 다수가 사이버보험을 알지 못했고, 가입 의향이 있다고 응답했다. 다만, 사이버보험가입을 추진해 본 중소기업은 망 분리가 되어 있지 않은 경우 보험료가 과도하게 비싸거나 인수 거절 대상이어서 실제 보험가입이 어렵다는 경험을 가지고 있었다. 중소기업들은 외부망과 내부망 분리에 따른 투자 비용을 감당하기 어려워 보험가입에 현실적 제약이 존재하는 것으로 보인다.

또한, 개인정보보호배상책임보험 의무가입대상이면서 미가입자인 142개 기업의 개인정보보호배상책임보험 신규 수요는 11.3%였다. 전자상거래 등 네트워크활동을 하는 기업으로 이비즈(E-biz)배상책임보험을 가입하지 않은 270개 기업의 이비즈(E-biz)배상책임보험 신규 가입 의향은 10.7%였다.

설문조사와 정성조사를 종합하면, 사이버보험 가입률은 극히 미미한 수준이지만, 국내 제조업중 중소기업의 경우에도 상당한 사이버보험시장 잠재력이 존재한다고 할 수 있다.

가스를 제조하거나 제조 과정에서 가스를 사용하는 기업으로 가스배상책임보험을 가입하지 않은 111개 기업 중 가스배상책임보험 신규 가입 의향을 가진 기업은 15.3%로 나타났다.

환경오염물질을 배출하는 것으로 인식하는 기업으로 의무보험가입 대상이 아닌 135개 기업의 환경책임보험 신규 가입 의향은 12.6%로 나타났다.⁸⁴⁾

83) 해킹으로 시스템을 마비시키고 비트코인을 요구한 사례임

84) 환경오염물질 배출 기업 중 의무보험가입 대상 여부와 가입 여부에 대한 응답 오류가 존재하는 것으로 확인되었음. 환경책임보험사업단의 자료 협조를 기초로 설문 응답 결과를 조정하여 신규 보험 수요를 계산함

지적재산권을 보유한 기업(41.9%) 중 지적재산권보험에 가입하지 않은 기업의 신규 보험 수요는 11.6%였다.

정성조사에서 지적재산권을 보유한 기업들은 지적재산권 유출이나 탈취 리스크를 가지고 있다고 응답했다. 다만, 이들은 국내에서 지적재산권 분쟁을 경험하지 못했기 때문에 보험가입의 필요성을 높게 체감하지는 못하고 있었다. 또한, 이들은 특허 등 지적재산권 관련 분쟁의 발생 가능성이 원청과의 관계 속에 주로 존재하고, 분쟁 시 원청과 거래를 중단해야 하는 위험이 있어 현실적으로 분쟁을 진행하기가 어렵다고 언급했다.

수출업자로서 신용보험 미가입자의 신용보험 신규 가입 의향은 11.4%였다.

2) 재물보험가입자의 특약 신규 수요

재물보험 특약 신규 수요는 2가지로 정리했다. 첫째는 3가지 재물보험 유형 중 하나라도 가입한 전체 가입자의 신규 특약 수요다. 둘째는 재물보험의 각 유형별 특약 신규 수요다.

가) 재물보험 전체 특약 신규 수요

재물보험가입자 중 배상책임특약에 대한 신규 가입 의향 비율은 11.2%로 나타났다. 여기서 배상책임특약 신규 수요란 신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 영업배상책임특약 중 하나라도 추가 가입할 의향이 있는 경우이다.

국내 중소기업 가입률이 미미한 기업휴지특약의 신규 수요는 9.2%였다. 동산특약의 신규 가입 의향은 9.0%, 풍수해특약은 8.1%였다.

〈표 IV-55〉 재물보험 특약 신규 수요(전체)

(단위: %)

배상책임특약	기업휴지특약	동산특약	풍수해특약
11.2	9.2	9.0	8.1

풍수해위험지도를 사용하여 풍수해위험을 가진 기업을 추출하여 미가입 기업의 풍수해 특약 신규 가입 의향을 별도로 계산했다. 대상 기업 62개 중 2개 기업 3.2%만이 신규 가

입 의향이 있었다. 이는 국내 제조업중 중소기업이 공장 위치 지역의 풍수해위험 인지도가 매우 낮은 수준임을 시사한다.

정성조사에서 가장 특기할만한 점은 대다수 기업들이 기업휴지특약에 대해 알지 못했다는 점이다. 정성조사 참여기업 5개 중 1개 기업은 기업휴지특약을 알고 있으나 가입 필요성이 없다고 판단하고 있었다. 나머지 기업 보험담당자들은 기업휴지특약이 리스크관리를 위해 필요한 것으로 보이고, 향후 도입을 검토할 의향이 있다고 했다. 판매채널이 이 특약을 추천하지 않은 이유에 대해서는 보험료가 비싼 경우 기존 보험계약 갱신에 부담을 주므로 추천하지 않았을 것이라고 추정했다. 기업의 보험담당자들 중 일부는 기업휴지특약 이외에도 풍수해특약과 동산특약에 대해 판매채널로부터 가입 제안을 받았다면, 추가 가입을 검토했을 것이라고 응답했다.

이러한 정성조사 결과는 다양한 재물보험 특약에 대한 낮은 인지도와 판매채널의 정보 전달 부족이 낮은 특약 가입률의 한 요인일 수 있음을 시사한다.

나) 재물보험 유형별 특약 신규 수요

화재보험가입자의 화재대물배상책임특약 신규 수요는 12.2%, 기계특약 11.9%, 기업휴지특약 및 풍수해특약 8.0%, 동산특약 7.9%로 나타났다.

〈표 IV-56〉 화재보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

화재대물 배상책임특약	기계특약	기업휴지특약	풍수해 특약	동산특약
12.2	11.9	8.0	8.0	7.9

장기재물보험가입자의 특약 신규 수요는 영업배상책임특약 13.3%, 기업휴지특약 및 기계특약 11.9%, 화재대물배상책임특약 9.9%, 동산특약 9.3%, 풍수해특약 8.5%의 순서로 나타났다.

〈표 IV-57〉 장기재물보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

영업배상 책임특약	기업휴지 특약	기계특약	화재대물 배상책임특약	동산특약	풍수해특약
13.3	11.9	11.9	9.9	9.3	8.5

재산종합보험가입자의 특약 신규 수요는 동산담보 22.7%, 기계담보 19.4%, 화재대물배상책임특약 18.2%, 영업배상담보 14.0%, 기업휴지담보 13.3%의 순서이다.

〈표 IV-58〉 재산종합보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

동산담보	기계담보	화재대물 배상책임특약	영업배상 책임담보	기업휴지담보
22.7	19.4	18.2	14.0	13.3

재물보험 유형별로 보면 특약 신규 수요가 재산종합보험이 제일 높고, 장기재물보험, 화재보험 순서이다.

5. 중소기업의 보험 거래 경험

가. 보험사고 경험과 만족도

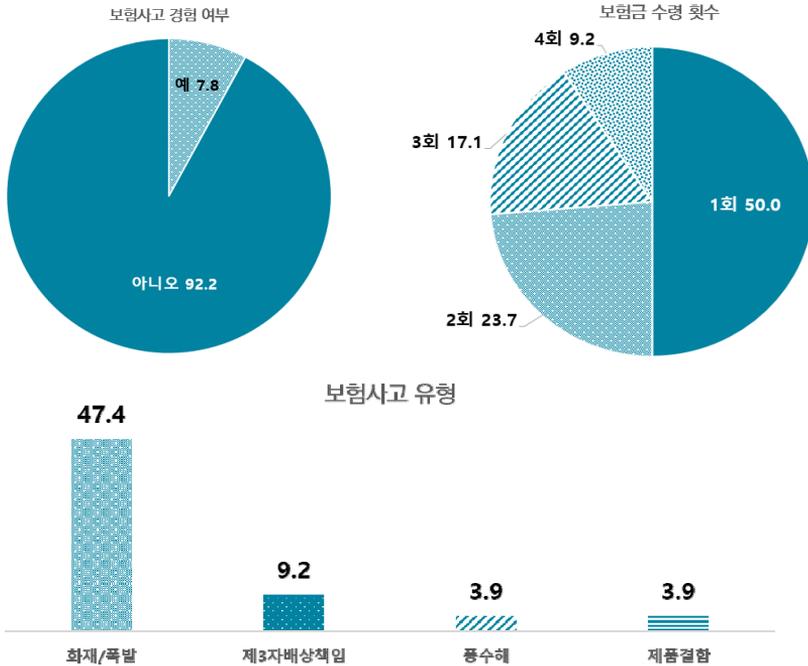
1) 보험사고 경험 비중

조사 대상 기업 중 보험사고 및 보험금 수령 경험한 기업의 비중은 7.8%로 나타났다. 평균 보험금 수령 횟수는 2.6회이다. 보험금 수령 횟수 분포는 1회 50%, 2회 23.7%, 3회~5회 17.1%, 5회 초과 9.2%였다.

기업들이 경험한 보험사고의 유형을 조사한 결과 화재·폭발이 47.4%로 가장 많았고, 제3자배상책임손해 9.2%, 풍수해손해 및 제품결함 각각 3.9%의 순으로 나타났다.

〈그림 IV-12〉 보험사고 경험

(단위: %)



2) 보상 처리 만족도

보험사고를 경험한 기업들의 보상 처리 만족도를 조사한 결과 5점 척도 기준으로 2.97, 보통 수준이었다. 이 중 불만족 기업의 비중은 23.7%였다. 이 중 매우 불만족한 기업 비중은 5.3%였다. 만족 기업의 비중은 25%였고, 매우 만족한 기업의 비중은 1.3%였다.

〈표 IV-59〉 보상처리 만족도

(단위: 점, %)

평균점수	불만족		만족	
	매우 불만족	불만족	만족	매우 만족
2.97	5.3	18.4	23.7	1.3

나. 보험회사 및 판매채널 거래 경험과 거래 지속성

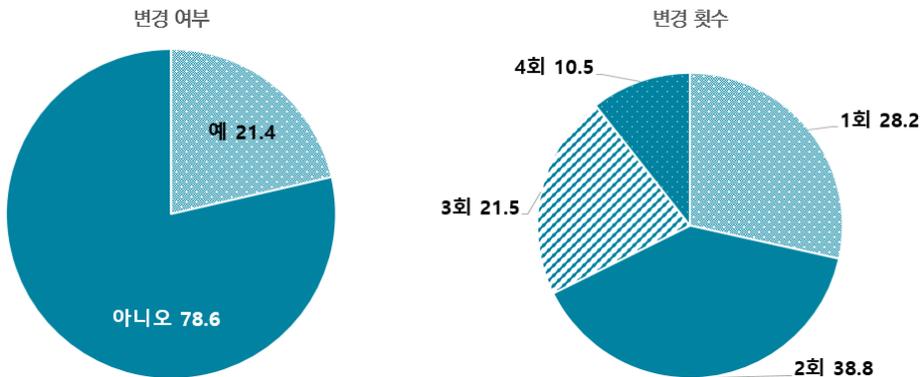
1) 보험회사 변경 경험

지난 10년간 보험회사 변경 경험을 조사한 결과 대상 기업의 21.4%가 지난 10년간 보험회사를 변경한 경험이 있는 것으로 조사되었다. 이는 중소기업 보험시장에서 보험회사 충성도가 높지 않음을 시사한다.

평균 보험회사 변경 횟수는 10년간 2.3회로 나타났다. 이들 기업의 보험회사 거래 지속성이 높지 않음을 의미한다. 보험회사 변경 경험의 분포를 조사한 결과, 1회 변경 28.2%, 2회 38.8%, 3회 21.5%의 분포를 보였다. 4회~5회 변경 기업도 10.5%에 달했다.

〈그림 IV-13〉 보험회사 변경 경험

(단위: %)



보험회사 변경의 이유를 추적하기 위해 최근 갱신 과정에서 보험회사 변경 사례(204개 기업)를 조사했다.

보험회사 변경 사유 중 가장 큰 비중을 차지한 것은 〈표 IV-60〉에서 보는 바와 같이 지인 소개 32.6%, 두 번째가 보험료 30.7%였다. 다음으로 보장 내역이 많아져서(9.1%), 금융기관 요구(8.3%), 보험회사 서비스 불만(7.2%), 컨설턴트 불만(4.9%), 보상 처리 불만족(2.7%), 보험회사의 가입 거절(1.9%) 순이었다.

보험종목별로 보험회사 변경 사유가 상이하다. 재물보험은 보험료 1위, 지인 소개 2위다.

여기서는 은행 등 금융기관 요구가 10.9%로 3위인 것이 특징적이다. 한편, 재물보험 중 장기재물보험은 지인 소개가 57.1%로 압도적 1위라는 특성을 가진다. 재물보험 중 화재 보험은 보험료가 1위이고, 금융기관 요구가 3위이다.

단체상해보험은 지인 소개가 압도적 1위이다. 2위가 보장 내역이 많아져서인 것이 다른 종목에서 보기 힘든 특징이다. 여기서 적립보험료가 중요한 비중을 차지하는 단체상해보험과 장기재물보험에서 지인 소개가 압도적이라는 점이 주목할 만한 부분이다.

영업배상책임보험은 보험료와 지인 소개가 함께 1위이다.

〈표 IV-60〉 보험회사 변경 사유

(단위: %)

구분	전체	재물보험	단체상해보험	영업배상보험	근재보험
아는 지인을 소개받아 변경	32.6	31.2	37.5	27.8	35.7
보험료	30.7	37.7	16.1	27.8	14.3
보장내역이 더 많아져서	9.1	5.8	17.9	5.6	14.3
금융기관 등의 요구	8.3	10.9	1.8	11.1	7.1
보험회사 서비스 불만족	7.2	5.8	8.9	11.1	7.1
컨설턴트 불만족	4.9	3.6	12.5	-	7.1
보상처리 불만족	2.7	2.2	3.6	11.1	-
보험가입 거절	1.9	1.4	-	5.6	7.1
기타	2.7	1.4	1.8	-	7.1

2) 보험공급기관 만족도 및 변경 의향

보험회사, 공제기관 등 보험공급기관에 대한 만족도를 조사한 결과, 평균 점수가 3.42점, 불만족 비중 3.1%, 만족 비중 33.3%로 상당히 양호한 만족도 수준을 보였다. 보험공급기관별 만족도는 2.4~4.5점까지 편차를 보였지만, 대부분의 회사가 3.2~3.8점 사이에 분포하고 있었다.

〈표 IV-61〉 거래 보험공급기관 만족도

(단위: 점, %)

평균점수	불만족		만족	
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇다	매우 그렇다
3.42	0.7	2.4	20.7	12.6

보험회사 변경 의향은 2.59점으로 낮게 나타났다. 변경 의향이 있는 기업 비중은 8.2%였다. 불만족 비율 3.1%에 비해 변경 의향은 8.2%로 높아졌다. 이는 보험공급기관 변경 의향에 보험공급기관에 대한 불만족 이외 다른 요인이 영향을 미치고 있음을 의미한다.

〈표 IV-62〉 거래 보험공급기관 변경 의향

(단위: 점, %)

평균점수	변경 의향 없음		변경 의향 있음	
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇다	매우 그렇다
2.59	13.3	23.7	7.6	0.6

한편, 개별 보험공급기관별로 중소기업의 변경 의향에 편차가 존재한다. 15건 이상 표본이 존재하는 보험공급기관을 대상으로 향후 변경 의향을 살펴보면, 3.4~18.5%의 넓은 분포를 보이는 것으로 나타났다.

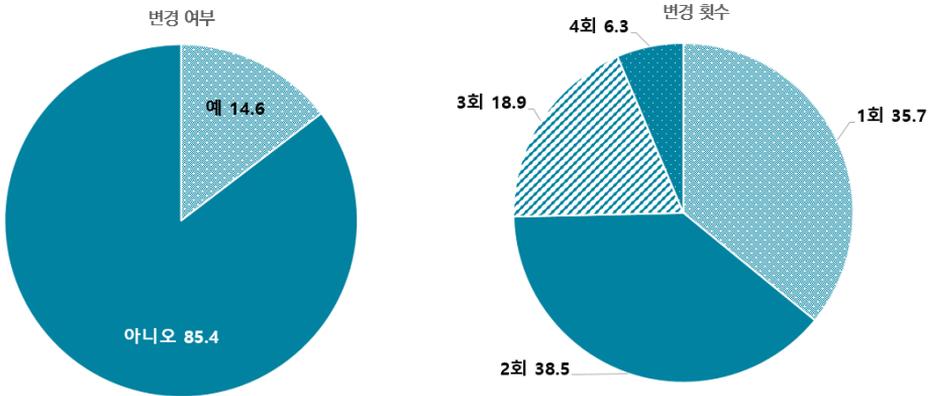
3) 판매채널 변경 경험

지난 10년간 판매채널 변경 경험을 조사한 결과 변경 경험 비율은 14.6%였다. 판매채널 변경은 보험회사 변경에 비해 빈도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 보험가입과 유지에서 판매채널과의 관계가 더 중요할 수 있음을 시사한다.

평균 판매채널 변경 횟수는 10년간 2.1회로 나타났다. 판매채널 변경 경험의 횟수 분포를 보면, 1회 변경 35.7%, 2회 변경 38.5%, 3회 18.9%, 4~5회 6.3%였다. 보험회사 변경 경험에 비해 변경 강도가 조금 낮은 수준이다.

〈그림 IV-14〉 판매채널 변경 경험

(단위: %)



판매채널 변경을 경험한 143개 기업을 대상으로 그 변경 사유를 조사했다. 판매채널 변경 사유 중 1위는 지인의 요청 41.3%다. 이는 다른 사유의 비중과 큰 격차를 보인다. 보험회사 변경 사유와 판매채널 변경 사유 1위가 모두 지인 관련이고, 판매채널 변경 사유에서 지인 요청이 더 큰 영향력을 가진다.

두 번째 변경 사유는 다른 판매채널에서 더 좋은 조건을 제시 26.6%이다. 다른 판매채널의 신뢰도는 10.5%로 3위였다. 다음으로 거래상대방의 요구 10.5%, 기존 판매채널에 대한 불만족 8.4%의 순서다.

〈표 IV-63〉 판매채널 변경 사유

(단위: %)

구분	비중
지인의 요청	41.3
다른 판매채널에서 더 좋은 조건 제시	26.6
다른 판매채널의 높은 신뢰도	10.5
거래 관계에 있는 다른 상대방의 요청	10.5
기존 판매채널 서비스 불만족	8.4
기타	2.8

4) 판매채널 만족도 및 변경 의향

판매채널 만족도는 3.42점으로 나타났다. 불만족 비율은 3.8%로 불과한 반면, 만족 비율은 33.5% 수준이다. 상당히 양호한 판매채널 만족도로 평가할 수 있다.

판매채널별로 만족도를 비교하면 독립보험대리점(GA)이 가장 높은 3.76점으로 나타났다. 만족 비율이 57.6%로 다른 채널에 비해 크게 높게 나타났다. 다음으로 설계사 채널 3.43점, 전속대리점 3.38점, 임직원채널 3.36점, 보험중개사 3.33점 순으로 나타났다. 불만족 비중은 채널별로 2.1~5.5%의 분포를 나타냈다.

〈표 IV-64〉 판매채널 만족도

(단위: 점, %)

구분	평균점수	만족비율	불만족비율
전체	3.42	33.5	3.8
임직원	3.36	28.2	3.2
보험중개사	3.33	30.3	5.5
독립보험대리점	3.76	57.6	4.8
전속대리점	3.38	31.2	3.7
전속보험설계사	3.43	32.2	2.1
기타	3.11	18.2	11.4

판매채널 변경 의향 점수는 2.57점으로 낮게 나타났다. 변경 의향 기업 비중은 8.3% 수준이었다.

불만족 비율 3.8%에 비해 변경 의향 비율은 크게 높은 8.3%이다. 이는 판매채널 변경 의향에 판매채널에 대한 불만족 이외에 다른 요인이 영향을 미치고 있음을 의미한다.

판매채널별 변경 의향을 비교하면 보험중개사 채널의 변경 의향이 가장 높고, 임직원 채널이 가장 낮다. 변경 의향이 없는 비중은 독립대리점 채널에서 가장 높고, 보험중개사 채널에서 가장 낮았다.

〈표 IV-65〉 판매채널별 변경 의향

(단위: 점, %)

구분	평균점수	변경 의향 있음	변경 의향 없음
전체	2.57	8.3	36.9
임직원	2.64	6.9	30.9
보험중개사	2.72	9.7	24.1
독립보험대리점	2.36	8.0	49.6
전속대리점	2.51	9.0	44.4
보험설계사	2.54	8.0	37.8
기타	2.91	13.6	15.9

정성조사에서 기업의 보험담당자들 중 3명은 현재의 판매채널에 대해 만족도가 높다고 응답했다. 그것은 내부 의사결정권자의 지인 여부와 상관 없이 판매채널이 보험상품 설명, 관련 업무처리, 사고 발생 시 보상처리 등 공적 업무처리 측면에서 우수하면서 사적인 친밀 활동도 잘했기 때문이었다. 반면, 2명은 현재 판매채널에 대해 만족도가 낮았다. 그 이유는 판매채널이 보험가입 관련 내부 의사결정권자와의 지인 관계에만 의존하면서 보험 갱신 시에만 연락하거나, 판매자의 수당에만 초점을 맞추어 영업을 하는 것으로 보였기 때문이다. 다만, 판매채널이 보험가입 의사결정권자, 특히 기업 소유자의 지인인 경우 판매채널 만족도가 판매채널의 변경 여부에 영향을 미치지 않는다.

다. 보험가입의 고려 사항 및 선택 기준

설문조사 대상 기업의 보험가입 결정에서 가장 중요한 고려 사항은 보장 내용의 충분성과 사고 발생 시 보상 처리 역량과 같은 보험의 기본 가치와 관련된 항목들이었다. 1순위 응답 기준으로 보면, 보험상품의 보장 내용 충분성(28.4%)이 가장 중요한 고려 요소이고, 사고 발생 시 보상처리 역량(22.9%)은 세 번째 중요 고려 요소였다.

낮은 보험료(24.5%)는 두 번째로 중요한 고려 사항이다. 이는 중소기업들이 보험료에 매우 민감하다는 것을 보여준다. 보험회사의 리스크관리서비스 제공은 네 번째인 10.7%였다. 다음으로 보험회사의 재무건전성 등 신뢰도를 꼽은 응답자가 8.5%, 판매채널과의 신뢰도를 꼽은 응답자가 5.1%였다.

복수 응답 기준으로 보면, 보험상품의 보장 내용 충분성(74.8%)과 사고 발생 시 보상 처리 역량(72.5%)이 거의 대등한 수준으로 1위 및 2위였다. 낮은 보험료는 59.8%로 3위였다. 다음으로 보험회사의 리스크관리서비스 제공 39.3%, 보험회사 신뢰도 29.3%, 판매채널 신뢰도 24.2% 순이다.

〈표 IV-66〉 보험가입 시 고려 사항 순위

(단위: %)

구분	1순위 기준	복수 응답 기준
보장상품의 보장 내용의 충분성	28.4	74.8
낮은 보험료	24.5	59.8
사고발생 시 보상처리 역량	22.9	72.5
보험회사의 리스크관리 서비스 제공	10.7	39.3
보험회사의 재무건전성 등 신뢰도	8.5	29.3
판매채널과의 신뢰도	5.1	24.2

중소기업의 보험 거래 선택 유형을 3가지로 구분하여 설문조사 대상 기업들이 어떤 유형에 속하는지 살펴보았다. 위에서 조사한 보험가입에서 가장 중요한 고려 사항과 별개로 설문조사 대상 기업들이 실제 보험 거래 시에 어떤 선택 기준을 따르는지를 조사한 것이다.

설문조사 기업의 40.6%는 보장 내용과 가격을 기준으로 기업 스스로 결정하는 편이라고 응답했다. 판매채널을 신뢰하여 그 추천에 따라 보험가입을 결정하는 유형의 비중은 36.2%였다. 보험회사 신뢰도가 핵심 기준이 되는 기업의 비중은 22.3%였다. 이러한 거래 선택 기준 조사는 보험가입 시 고려 사항 조사에 비해 판매채널의 영향력을 조금 더 보여준다.

〈표 IV-67〉 보험 거래 결정 유형

(단위: %)

상품·가격 기반 기업 스스로 선택 우선형	판매채널 추천 우선형	보험회사 신뢰도 우선형
40.6	36.2	22.3

정성조사는 설문조사에서 나타난 결과보다 판매채널의 영향력이 더 클 수 있음을 시사한다. 정성조사에 참여한 기업들은 모두 판매채널의 추천과 설명에 주로 의존하여 보험가입을 결정하는 것으로 설명했다. 나아가 이러한 보험가입에 결정적인 영향을 미치는 판매채널은 회사 내 보험가입 의사결정권자의 지인인 경우가 다수였다. 정성조사에서는 5개 기업 중 1개 기업의 판매채널만 현재의 기업 내 임직원의 지인이 아니면서 기존에 거래를 해온 판매채널이었다. 판매채널이 회사 내 임직원의 지인 중에서도 최고 의사결정권자의 지인인 경우가 보험가입과 갱신에서 가장 영향력이 크다. 최고 의사결정권자의 지인이 아닌 판매채널이 경합하는 경우에는 보험상품별로 거래가 배분되기도 한다. 지인 채널을 사용하는 기업의 보험담당자도 보험가입을 위해 다른 판매채널의 비교 견적을 받는다. 하지만 비교 견적은 대개 보험 조건 비교와 비용 효율화를 위해 활용되는 수준에 머물고 지인 채널의 변경으로 이어지지는 않는다.

6. 보험가입 행태의 변화 가능성

마지막으로 중소기업 보험가입 관련 정책적·전략적 시사점을 도출하기 위해 보험가입 행태의 변화를 촉진할 수 있는 요소들에 대해 조사했다.

가. 중소기업 보험가입 촉진 요인 탐색

우선, 어떤 요인이 중소기업의 보험 추가 가입을 통한 보장 공백 감축 효과가 있는지를 조사했다. 보험료 인하, 정부 및 지방자치단체 보험료 지원, 맞춤형 리스크관리서비스, 은행 등 거래상대방 요구 등이 그것이다.

정부 또는 지방자치단체의 보험료 지원의 보험 추가 가입 촉진 효과가 가장 큰 것으로 나타났다. 이 항목의 추가 가입 촉진 효과는 평균 점수 3.15점으로 유일하게 3점을 넘었다. 보험료 지원 시 추가 가입 의향 기업 비중은 28.5%였다. 리스크관리 필요성을 느끼지만 보험료가 비용 부담으로 작용하는 중소기업에게 정부나 지방자치단체의 보험료 지원은 보장 공백 해소에 긍정적인 촉진 작용을 할 수 있음을 시사한다.

보험료 인하가 추가 가입 촉진 요인으로 작용한다고 응답한 비중은 20.8%였다. 보험공급기

관의 리스크관리 컨설팅서비스가 보험가입 촉진요인이 된다고 응답한 비중은 17.9%였다.

정량조사 및 정성조사에서 중소기업 중 일정 비율은 보험료의 비용 부담, 기대보다 높은 보험료로 인해 필요한 보험을 가입하지 못하는 것으로 나타났다. 중소기업의 다양한 보험 상품에 대한 낮은 인지도가 낮은 보험가입률의 한 원인이라는 점도 분명하게 나타났다.

기업 보험담당자들은 정성조사에서 기업의 리스크 특성에 맞는 효율적이고 효과적인 리스크관리 컨설팅이 있다면 좀 더 관심을 가지고 보험가입을 고려할 용의가 있다고 했다. 이들은 기존 판매채널의 보험가입 제안이 판매채널의 수수료 수입의 관점에서 이루어진다고 생각하고, 판매채널의 리스크관리 컨설팅서비스의 유용성을 체감하지 못했다고 한다. 대신 기업 입장에서 필요한 보험을 추가하고 불필요한 보험을 제거하거나 줄이는 효과적인 보험가입 컨설팅 서비스에 대한 기대를 가지고 있었다.

은행 또는 거래상대방의 요구가 추가 보험가입 동인으로 작동할 것이라고 응답한 비중은 14.2%였다.

〈표 IV-68〉 보험가입 촉진 요인

(단위: 점, %)

구분	평균점수	추가 가입 의향 비중
우리 회사는 정부 및 지방자치단체 등에서 보험료 지원이 있으면 추가 상품에 가입할 것이다	3.15	28.5
우리 회사는 보험료가 인하되면 추가 상품에 가입할 것이다	2.97	20.8
우리 회사는 보험회사나 판매채널이 회사에 필요한 리스크관리 컨설팅 등의 서비스를 제공하고 이와 관련된 보험상품을 제안하면 추가 상품에 가입할 것이다	2.95	17.9
우리 회사는 은행 또는 거래상대방이 요구하면 추가 상품에 가입할 것이다	2.85	14.2

나. 기업성 보험의 온라인 거래 가능성 탐색

전체적으로 중소기업들은 기업성 보험의 온라인 거래에 대해 다소 부정적인 평가를 하는 것으로 나타났다. 기업성 보험 온라인 서비스 3가지 유형에 대한 이용 의향 점수는 3점 미만이었다.

상품 및 가격 비교 온라인 사이트 이용 의향 점수는 2.74점, 보험회사의 다이렉트 보험가입 사이트 이용은 2.83점, 기업 리스크 진단과 맞춤형 상품 제안 온라인플랫폼은 2.87점이다.

여기서는 전체적인 의향 점수보다 새로운 서비스를 이용하고자 하는 선도적 계층의 비율이 중요하다. 온라인 기업성 보험가입 서비스에 대한 이용 의향 비중은 12.1~18.0%의 범위에 있었다.

이 중 기업의 리스크 진단과 맞춤형 상품 제안 온라인 플랫폼 이용 의향은 18.0%로 가장 높았다. 보험회사의 다이렉트 보험가입 사이트 이용 의향은 16.2%였다. 상품 및 가격 비교 사이트 이용 의향은 12.1%로 조금 더 낮게 나왔다.

〈표 IV-69〉 온라인 보험 거래 이용 의향

(단위: 점, %)

구분	평균점수	추가 가입 의향 비중
우리회사는 온라인플랫폼을 통해 여러 보험회사의 기업보험상품과 보험료를 비교하는 사이트가 있으면 이를 이용하여 기업보험에 가입할 것이다	2.74	12.1
우리회사는 기업보험상품을 다이렉트(온라인)로 제공하는 보험회사가 있다면 이를 통해 상품을 조사하고 가입을 할 것이다	2.83	16.2
우리 회사는 온라인 플랫폼을 통해 기업의 리스크를 진단하고 맞춤형 상품을 제안하면 이러한 판매 채널을 통해 보험가입을 할 것이다	2.87	18.0

기업성 보험의 온라인 거래 이용에 대해 부정적인 의향을 명시적으로 표현한 기업을 대상으로 그 원인을 조사했다.

기업보험에 대한 지식 부족으로 사람의 설명이 필요하다는 응답(30.6%)과 기업보험에 대한 기본 지식이 있지만 기업보험의 특성상 전문가 컨설팅이 필요하다는 응답(30.3%)이 가장 높은 비중을 차지했다. 응답자들은 기업성 보험가입에 필요한 전문성을 온라인이 효과적으로 대체할 수 없다고 보았다. 온라인 보험가입이 더 복잡할 것으로 본 비중은 13.3%로 나타났다. 온라인 상품가입이 신뢰도가 높지 않을 것으로 본 비중이 9.6%, 온라인 상품이 선택 폭이 좁을 것으로 본 비중은 3.4%였다.

〈표 IV-70〉 기업성 보험의 온라인 거래 이용 의향이 낮은 이유

(단위: %)

구분	비중
기업보험에 대한 지식이 없어서 스스로 선택하기보다는 사람의 설명이 필요할 것 같아서	30.6
기업보험에 대한 기본 지식은 있지만 기업보험가입은 전문가의 컨설팅을 통해 가입하는 것이 더 나을 것 같아서	30.3
온라인 보험가입이 더 복잡하고 어려울 것 같음	13.3
온라인 상품은 기업 상황에 맞는 맞춤형 보험가입이 어려울 것 같아서	12.7
온라인 상품가입은 신뢰도가 높지 않을 것 같아서	9.6
온라인 상품은 상품의 종류도 적고 선택의 폭이 넓지 않을 것 같아서	3.4

정성조사에서 기업 보험담당자들은 온라인을 통한 다이렉트 기업성 보험가입에 대해서는 상반된 의견을 보였다. 한편으로 기업성 보험이 가진 전문성과 보상의 복잡성으로 인해 판매채널의 직접 대면 설명을 듣고 보험을 가입해야 한다고 보는 입장이 존재했다. 다른 한편에서는 근재보험, 영업배상책임보험 등 가입 과정에서 필요한 정보와 절차가 표준화된 보험상품은 온라인을 통한 가입이 가능하다는 입장도 있었다. 다만 공통적으로 온라인을 통한 다이렉트 보험가입이 가능하더라도 보험가입에서 지인 영향력이 크기 때문에 지금의 현실에서 대면 보험가입으로 변화하기가 쉽지 않다는 의견을 보였다.

온라인 리스크 컨설팅에서 대해서도 인공지능 등을 통해 많은 것들이 대체되고 있는 추세를 감안하면 대면 판매채널 없는 방향으로 변화가 가능할 것이라고 보는 견해와 여전히 판매채널의 대면 설명이 필요하다는 견해로 의견이 갈렸다.