



생산물 리콜보험 시장의 최근 동향

김유미 연구원

생산물 관련 리스크는 기업이 갖고 있는 큰 리스크 중 하나인데, 최근 글로벌 기업이 증가하고 소비자의 의식 및 소셜미디어의 영향력이 확대됨에 따라 리콜의 발생 규모는 지속적으로 증가하고 있음. 규모면에서는 자동차 산업이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 음식료품, IT산업 순으로 제품의 리콜이 많이 발생함. 리콜보험은 리콜로 인한 기업의 재무적 손실뿐만 아니라, 평판 훼손과 같은 비재무적 손실을 예방하는데 큰 역할을 할 것으로 기대됨

- 지난 10년간 리콜로 인한 기업의 손실은 500억 달러에 이르는 것으로 추정되고 있으며, 생산물 관련 리스크는 기업이 갖고 있는 가장 큰 리스크 중 하나임¹⁾
 - 제품의 결함은 소비자 안전상의 문제뿐만 아니라 제품 회수 등으로 인한 기업의 재무적 손실, 브랜드 가치 하락 등으로 인한 비재무적 손실을 발생시킴
 - 삼성 핸드폰 배터리 발열(2016년), 일본 타카타사 에어백 결함(2015년), 미국 GM사 차량 점화스위치 결함(2014년) 등 대규모 리콜로 인해 평균 60억 달러의 손실이 발생한 바 있음
- 글로벌 기업이 증가하고 소비자 안전에 대한 사회적 관심과 소셜미디어의 영향력이 증가함에 따라 리콜의 규모는 증가하고 파급효과도 확대되고 있음
 - 전 세계 소비자를 대상으로 제품을 생산하는 글로벌 기업이 증가하고 동시에 많은 제조업체에서 아웃소싱, 부품/원료 및 플랫폼 공유를 통해 제품을 생산함에 따라 품질 문제가 발생할 경우, 리콜의 파급효과는 산업 전체로 확대될 수 있음
 - 제품 품질 및 안전성에 대한 소비자의 기대치가 높아짐에 따라 주요국에서는 생산물 안전 및 소비자 보호 관련 규제를 강화하고 있으며,²⁾ 이로 인해 리콜의 범위가 확대되고 있음

1) Allianz Global Corporate & Specialty(2017), "Product recall managing the impact of the new risk landscape"

- 2016년 영국은 유럽연합의 식품 알레르기 관련 법안이 새롭게 제정된 후, 잘못 표기된 알레르기가 포함된 식음료품의 리콜이 60% 이상 증가하였음
 - 제품의 결함 외에도 기업이 제품을 생산하는 과정에서 윤리 및 법에 위배되는 행위를 하였거나 소비자의 불만에 신속하게 대응하지 못하여 평판 및 브랜드 가치가 훼손된 경우에도 리콜이 발생함
 - 2015년 미국과 유럽의 제과업체가 코코아를 생산하는 과정에서 아동의 노동력을 착취하였다는 사실이 드러나 여론의 비난을 받으며 관련 제품을 자체 회수한 바 있음
- 산업별로 차이는 있으나 리콜의 발생빈도 및 규모는 점차 증가하고 있으며 리콜보험 청구금액 기준으로 자동차(71%), 음식료품(16%), IT(3%) 산업 순으로 리콜이 많이 발생한 것으로 나타남
- 자동차 산업의 경우, 글로벌 아웃소싱이 확대되고 빠른 제품출시에 따른 테스트 시간 단축 등으로 인해 리콜이 증가하고 있으며, 규모와 빈도 측면에서 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있음³⁾
 - 2016년 미국의 자동차 리콜 건수(5,320만 대)는 2012년 대비 3배 이상 증가하였으며, 2015년 일본 타카타사는 에어백 결함 리콜로 250억 달러의 손실을 입었고 파산을 신청함
 - 음식료품 산업의 경우, 리콜로 인한 기업의 손실 외에도 대중의 건강을 위협하여 더 큰 파급효과를 가져올 수 있는데, 주요 요인으로는 알레르기 유발성분, 라벨링 오류, 기타 이물질 등이 있음
 - 미국의 경우 2008년 땅콩에서 살모넬라균이 검출되어 9명이 사망하고 700여명의 식중독 환자가 발생하였으며, 기업의 제품 자체회수에 따른 손실비용은 10억 달러 이상에 이름
 - IT산업의 경우 주로 배터리 결함, 전자제품 과열 등의 문제로 리콜이 발생하며, 삼성전자의 휴대폰 배터리 결함으로 약 100만 대의 제품이 회수되고 50억 달러 이상의 손실이 발생하였음
- 리콜보험은 제품 회수 및 영업중단 등에 따른 기업의 재무적 손실비용을 보상할 뿐만 아니라 기업의 평판 및 브랜드 가치를 회복하는 데에도 상당한 역할을 할 것으로 기대됨
- 기업은 리콜로 인해 단기적으로 제품 관련 손실비용과 장기적으로 기업의 브랜드 가치 회복을 위한 비용까지 발생하므로 손실의 규모는 예상보다 커질 수 있음
 - 소비자 보호를 위한 규제 및 제도적 장치, 소셜미디어의 영향력 확대 등으로 리콜 규모가 점점 커지고 있는 상황에서 기업은 이에 대한 리스크를 인식하고 리콜보험을 적극적으로 활용할 필요가 있음 **kiri**

2) 캐나다(Safe Food for Canadians Act), 미국(Consumer Product Safety Improvement Act; Food Safety Modernization Act; US TREAD Act), 유럽연합(European Consumers Product Safety and Market Surveillance Regulation; EU Food Information for Consumers Regulation) 등이 제정됨

3) AON(2016), "2016 Emerging Trends in Product Recall and Contamination Risk Management"