

리콜 리스크관리와 보험의 역할

2018. 12

김세환

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 12

1. 연구 배경 및 목적 / 12
2. 선행연구 / 14

II. 리콜제도 개요 / 17

1. 리콜제도의 의의 / 17
2. 리콜의 종류와 방법 / 19
3. 우리나라 리콜제도 및 리콜현황 / 20

III. 글로벌 리콜리스크 트렌드 / 35

1. 리콜리스크의 추세 / 35
2. 리콜보험사고 분석 / 37
3. 리콜의 확산 원인 / 41

IV. 리콜 리스크관리 / 51

1. 리콜 리스크관리의 개요 / 51
2. 리콜 리스크관리에서 보험의 역할 / 56

V. 리콜보험 / 60

1. 리콜보험의 특성 / 60
2. 리콜보험 약관 / 64
3. 리콜보험시장 동향 / 79

VI. 결론 및 시사점 / 85

| 참고문헌 | / 89

| 부록 | / 90

■ 표 차례

- 〈표 II-1〉 품목별 리콜제도 현황 / 20
- 〈표 II-2〉 시정계획서의 필수 기재 사항 / 25
- 〈표 II-3〉 품목별 위해성 등급 분류기준 / 27
- 〈표 II-4〉 소비자 제공 리콜 정보 / 29
- 〈표 II-5〉 주요 품목별 리콜 실적(2015~2016년) / 33
- 〈표 II-6〉 주요 법률별 리콜 실적(2016년) / 34
- 〈표 II-7〉 지방자치단체별 주요 리콜 실적(2016년) / 34
- 〈표 III-1〉 배상책임보험금의 지급사유별 비중 / 38
- 〈표 III-2〉 주요 분야별 리콜보험금 지급 현황 / 39
- 〈표 III-3〉 리콜보험 보험금의 편재성 / 40
- 〈표 IV-1〉 위기관리 컨설팅업체 / 58
- 〈표 V-1〉 제품 결함과 관련한 보험 / 61
- 〈표 V-2〉 영업이익의 계산방식 / 69
- 〈표 V-3〉 리콜보험시장 인수여력 변동 추이 / 83
- 〈표 V-4〉 리콜보험회사별 인수여력 / 83

■ 그림 차례

〈그림 II-1〉 연도별 리콜 실적 / 30

〈그림 II-2〉 최근 3년간 유형별 리콜 실적 비교(2014~2016년) / 31

〈그림 II-3〉 주요 품목별 리콜 실적 비중 / 32

〈그림 IV-1〉 리콜 리스크관리 체제 / 55

요약

I. 서론

- 리콜보험은 제조사업자가 제조·판매한 제품의 결함을 원인으로 소비자의 신체 상해 또는 재산상의 손해가 발생하거나 발생할 우려가 있을 때 해당 제품의 회수, 검사, 수리 등에 소요되는 비용을 담보하는 보험임
 - 미국 등 선진국에서는 징벌적 손해배상제도, 집단소송제도 등이 강력해 리콜이 활성화되어 있으며, 리콜보험이 리콜 리스크관리의 주요 수단으로 활용되고 있음
 - 우리나라의 경우는 기업들이 리콜 자체에 대해 소극적인 자세를 취하고 있기 때문에 리콜보험도 활성화되지 못하고 있음
- 이 보고서의 목적은 우리나라 기업이 장래 발생하게 될 리콜에 대비하여 리콜 리스크관리 체계를 수립하는데 도움을 주고, 그 과정에서 리콜보험이 수행하는 역할을 밝혀 그 필요성을 인식시키는 데 있음
 - 이를 위해 세계적으로 발생한 주요 리콜과 그로 인한 기업의 손실 발생현황을 살펴보고 리콜리스크가 기업에 현실적인 위협이 될 수 있음을 제시함
 - 리콜보험을 통한 리스크 전가로 어떤 방식으로 리콜 관련비용을 보상받을 수 있는지를 살펴보고, 그 외에도 리콜보험이 리콜 리스크관리 과정에서 수행하고 있는 위기관리자로서의 역할을 소개함
 - 아울러 최근 세계적으로 발생하고 있는 주요 리콜의 추세와 동인, 리콜보험시장에 참여하고 있는 주요 보험회사와 최근 시장동향을 조사함

II. 리콜제도 개요

1. 리콜제도의 의의

- 리콜이라 함은 소비자의 생명·신체 및 재산상에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제품결함이 발견된 경우, 결함 제품으로 인한 위해 확산을 방지하고자 하는 소비자보호 제도임
 - 사업자 스스로 또는 정부의 명령에 의해 소비자 등에게 제품의 결함내용을 알리고 제품 전체를 대상으로 수거·파기 및 수리·교환·환급 등의 적절한 시정조치를 취하여야 함
 - 위해(Hazard)란 소비자의 생명, 신체 또는 재산상에 해를 끼친 실제적 상황, 즉 물품 및 용역의 사용으로 생명을 잃거나 신체적 손상이 발생한 사고를 말함
 - 위해를 끼칠 우려가 있다는 의미는 위해에 이르지 않는 않았으나 물품 및 용역에 의해 신체적 상해나 사고 등 위해가 발생할 가능성, 즉 위험(Risk)이 있다는 것을 말함

2. 리콜의 종류

- 리콜을 시점에 따라 분류하면 사전적 리콜과 사후적 리콜로 나눌 수 있음
 - 사전적 리콜은 위해 발생 전에 실시하는 리콜로, 제품이 시중에 유통되기 전에 실시되므로 사후에 취하는 리콜보다 효율적이고 적은 비용이 소요됨
 - 사후적 리콜은 소비자에게 신체 또는 재산상의 피해가 발생한 후에 시행하는 리콜로, 소비자 피해의 확산을 신속히 방지하는데 의의가 있음
- 리콜을 강제성의 여부에 따라 분류하면 자발적 리콜과 강제적 리콜로 나눌 수 있음
 - 자발적 리콜은 사업자가 자발적 의사에 따라 결함제품에 대한 자진수거, 파기

등 리콜 절차를 이행함으로써 스스로 결함을 시정하는 조치임

- 강제적 리콜은 정부의 명령에 의해 제조, 판매금지 및 결함사실 공표 등의 리콜 절차를 이행하는 것을 말함

3. 우리나라 리콜제도 및 리콜현황

■ 우리나라에서는 리콜제도는 품목별로 16개 개별 법률에 도입되어 있음

- 1996년 4월 소비자기본법이 제정되어 개별법에 적용을 받지 않는 모든 소비자 및 용역을 대상으로 한 리콜제도가 도입됨

■ 이 보고서에는 모든 제품에 대한 리콜의 기본법이 되는 소비자기본법상의 리콜제도를 중심으로 소개하고자 함

- 사업자가 제공한 물품 등에 의해 소비자에게 위해 발생이 우려되는 경우에는 공정거래위원회 등은 관계중앙행정기관의 장에게 그 법령의 규정에 따른 조치를 요청할 수 있음(시정조치의 요구)
- 사업자는 소비자에게 제공한 물품 등에 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 중대한 결함이 있는 사실을 알게 된 때에는 이를 관계당국에 보고하여야 함(결함정보의 보고의무)
- 사업자는 소비자에게 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 경우에는 당해 물품을 리콜하여야 함(자발적 리콜)
- 관계당국은 사업자가 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우에는 그 사업자에 대하여 당해 물품의 리콜을 권고할 수 있음(리콜 권고)
- 관계당국은 사업자가 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우에는 그 물품 등의 리콜을 명령할 수 있음(리콜 명령)

- 소비자에게 리콜 정보를 쉽고 빠르고 정확하게 전달할 수 있도록 리콜 공통 가이드라인이 2017년 10월 11일부터 시행됨

- 정부 각 부처는 현재 16개 법령에서 저마다 정하고 있는 리콜 관련 법령과 지침을 가이드라인의 주요 내용을 반영하기 위해 개정 중임

■ 2016년 소비자기본법, 제품안전기본법, 식품위생법, 자동차관리법 등 관련 법률에 따른 총 리콜 건수는 1,603건으로 2015년(1,586건) 대비 17건(1.07%) 증가함

- 공산품 및 식품, 의약품 품목에서의 리콜 건수가 다소 감소하였으나, 자동차 및 화장품 품목에서의 리콜 건수가 크게 증가하여 전반적인 리콜 건수가 약간 증가한 것으로 분석됨

III. 글로벌 리콜리스크 트렌드

1. 리콜보험사고 분석

■ 리콜보험전문회사인 Allianz Global Corporate & Specialty사는 단독 또는 공동으로 지급한 367건의 리콜보험사고(28개국 12개 산업분야에서 발생) 보험금을 분석하였음

- 자동차산업 분야가 손해액 기준으로 70% 이상을 차지함
 - 복잡한 공학기술, 시장출시기간 단축, 제품시험시간의 축소, 연구개발의 아웃소싱, 원가절감 압력, 동일 부품의 공동 사용으로 대량의 리콜이 발생함
- 식·음료품 분야가 손해액 기준으로 전체 16%로 두 번째를 기록함
 - 앨러지 유발항원 표시누락(성분표시오류 포함)과 리스테리아나 살모넬라 같은 병원균, 유리나 플라스틱·금속 등 외부 이물질로 인한 오염이 주요 리콜 원인임

2. 리콜의 확산 원인

- 전 세계적으로 제품안전에 대한 규제가 엄격해지고 처벌이 가혹해지면서 리콜은 규모나 건수 면에서 크게 증가하고 있음
 - 대규모 다국적 기업의 수 증가, 글로벌 공급망의 복잡성 증가와 소수의 공급사 업자에 대한 부품·원재료의 집중에도 원인을 찾을 수 있음
 - 앨러지 유발항원 표시 누락과 독소나 세균·이물질 오염 등 환경오염이 새로운 리콜 유발요인으로 급부상하고 있으며, 경쟁심화로 인한 인적 오류와 범죄행위 가 제품 결함으로 이어져 리콜을 유발함
 - 이슬람 할랄 식품이나 극단적 채식주의자용 비건 식품과 관련된 식재료 조작, 노예노동으로 생산된 식품에 대한 비난 등 안전과는 무관하여 법률상 하지 않아도 되는 리콜을 하는 경우도 늘고 있음
 - 그 외에도 규제 강화나 냉동식품의 보급으로 인한 리콜리스크 노출기간의 연장, 소송 위협의 증대, 제품시험에서의 기술적 진보, 소비자 의식의 증대, 대중 매체나 소셜미디어에 의한 상황 악화 등도 주요 원인임

IV. 리콜 리스크관리

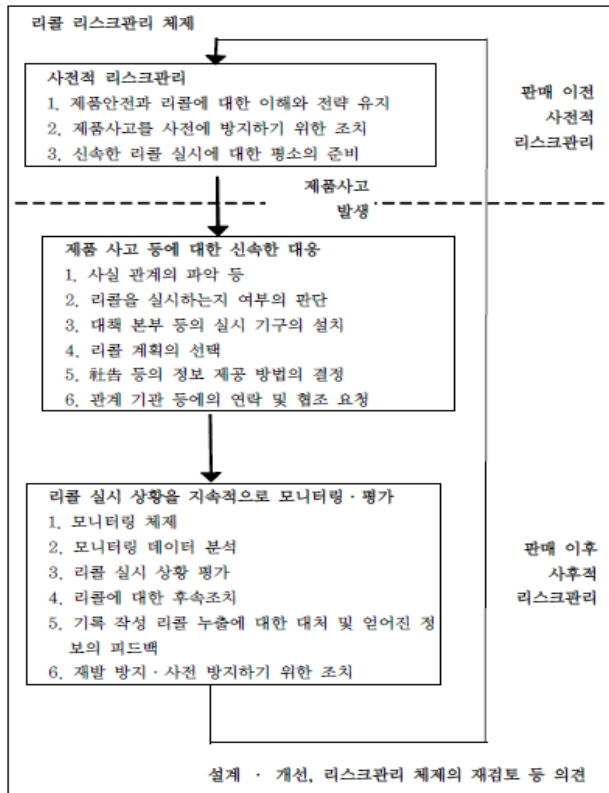
1. 리콜 리스크관리의 개요

- 리콜 리스크관리란 제품 결함으로 인해 소비자의 생명 또는 신체에 위해나 피해의 확대를 방지하고 기업의 신뢰 회복을 위해 법적 또는 자의적으로 사업자들의 취하 여야 하는 조치임
 - 제조사업자, 수입사업자, 판매사업자 등 리콜 주체의 리콜에 대한 평소 준비 상황, 제품사고 확인 후의 신속하고 정확한 대응 방안, 리콜 후속 조치 실시와 리콜의 실효성 제고 방안 등이 있음

■ 리콜 리스크관리는 판매 전 제품사고를 사전에 방지하기 위한 사전적 리스크관리와 제품사고 후 신속하고 정확한 대응을 하기 위한 사후적 리스크관리로 나눌 수 있음

- 사전적 리스크관리는 기업 내에 제품안전과 리콜에 대한 이해와 전략을 수립하고 제품사고를 사전에 방지하기 위한 조치를 취하며, 신속한 리콜 실시를 위해 평소에 사전준비를 하는 것임
- 사후적 리스크관리는 제품사고에 신속히 대응하고 리콜 실시 상황을 지속적으로 모니터링·평가하여 설계·개선, 리스크관리 체제의 재검토 등 재발 방지를 위한 조치임

〈요약 그림 1〉 리콜 리스크관리 체제



2. 리콜 리스크관리에서 보험의 역할

- 전사적 리콜 리스크관리 프로그램의 일환으로 특화된 리콜보험은 기업이 위기에 서 더 빨리 회복할 수 있도록 컨설팅 서비스와 손실에 대한 금전 보상을 제공함
 - 제품사고 발생 전 준비와 사전계획이 리콜의 규모와 재무 및 평판 피해에 큰 영향을 미침
 - 전문 리콜보험회사 직원 직무의 75% 정도가 사고 발생 전 위기 컨설팅, 프로토콜과 리콜계획의 테스트, 피보험회사 위기대응팀의 역량을 시험해보기 위한 시나리오를 가동해보는 일로 구성됨
 - 제휴관계에 있는 독립적인 컨설팅업체에 의뢰하는 경우도 있으며, 이 때는 총 보험료의 5% 내지 10%가 제휴 컨설팅업체에 지급됨
 - 보험사고가 발생한 이후에도 리콜 실시 및 보험금 청구를 위한 절차에 대해 컨설팅업체의 도움을 받을 수 있으며, 피보험자가 지급한 컨설팅 수수료는 별도의 공제 없이 전액 보험계약에서 보상됨
 - 리콜로 인한 최대손해는 매출 감소와 영업 지장으로 인한 손해로 리콜 그 자체가 원인이 되거나 리콜로 인한 평판 손상에서 비롯됨
 - 그 외에도 결함제품의 확인 및 추적, 수리·처분·대체, 제3자 컨설팅, 실험실 시험 및 조사, 오염공장의 방역, 브랜드 회복에 도움이 되는 복구 관련 비용을 리콜보험에서 보상받을 수 있음

V. 리콜보험

1. 보장하는 손해

- 리콜보험에서는 보험사고의 결과로 인해 직접적·전적으로 발생한 다음 비용을 손해액(Loss)으로 인정해 보상하여 줌. 다만 그 비용이 합리적이며 필수적으로 발생

하야야 함

- 제품회수비용: 리콜대상 보험목적물을 회수하거나 폐기하기 위하여 피보험자 또는 피보험자의 유통사업자가 부담하는 합리적인 필수비용
- 영업지장손실: 보험사고의 결과로 발생한 상실 영업이익과 추가 비용
- 추가비용: 보험사고가 발생한 피보험자의 소재지(피보험자가 소유 또는 운영)를 청소하고 수리하는데 소요되는 필수적·합리적 비용
- 교체비용: 피보험자가 리콜된 보험목적물을 상품성 있는 품질로 복원하거나 유사한 가치의 제품으로 교체하여 재유통하기 위해 부담하는 비용
- 복구비용: 보험목적물을 보험사고 이전에 합리적으로 예측된 매출액 및 기대시장점유율 수준으로 복구시키기 위해 피보험자가 보험사고의 직접적 결과로 실제로 직접 부담한 비용
- 방어비용: 보험자의 사전 서면 동의하에 피보험자가 또는 피보험자를 대신하여 법적 절차를 위해 소요한 합리적인 필수 수수료, 경비 및 비용
- 컨설팅 및 자문 비용: 보험사고 시 피보험자를 지원하기 위해 보험회사의 사전서면 동의하에 의뢰된 제품안전·보안·홍보 컨설팅과 자문에 대한 비용 및 수수료
- 제품 금품갈취협박 비용: 보험기간 중에 이루어지고 보고된 제품 금품갈취협박에 대한 직접적인 반응으로 피보험자가 지급한 제품 금품갈취협박 지급금
- 제3자 리콜비용: 결함이 있는 보험목적물이 피보험자의 고객이 제조, 유통, 취급하는 제품의 일부분이 되어 피보험자가 그 고객에게 제품의 리콜비용을 보상해주어야 하는 경우 그 제품의 회수비용과 교체비용
- 파기비용: 보험사고의 결과로 사용 또는 재활용할 수 없는 회수된 보험목적물의 미사용 포장과 판매시점 마케팅자료를 적절히 처분하기 위해 피보험자 또는 피보험자의 유통업체가 피보험자를 대신하여 부담한 비용

2. 기타 일반 보험조건

- 피보험자는 통합, 합병, 최다 주주권의 취득, 자산 인수를 하여 추가 노출이 발생하였을 경우 90일 이내에 보험회사에 서면통지를 하여야 함
- 보험증권은 피보험자가 해지 발효 시점 10일 전까지 사전 서면통지를 하는 경우 해지할 수 있음. 보험회사는 해지 발효 시점 120일 전까지 피보험자의 주소로 서면통지를 함으로써 보험증권을 해지할 수 있음
- 피보험자가 초과보험에 가입할 때 회사에 이를 서면으로 통지하면 보험증권에 기재된 배상책임 한도를 초과하는 부분에 대해서는 보험증권의 효력을 침해받지 않고 다른 보험에 가입할 수 있음
- 보험사고로 추정되는 사고가 발생한 후 보험기간 내 또는 보험증권 만기 후 30일이 경과하기 전에 가능한 빨리 보험회사에 서면으로 손해청구통지서를 보내야 함

3. 리콜보험시장 동향

- 2017년 손해보험시장의 손해율이 상승하여 지난 몇 년 동안 특종보험시장으로 유입되어오던 자금이 보험요율이 상승추세에 있는 다른 보험종목 시장으로 이동하였음
 - 자금 공급의 긴축으로 단기적으로는 보험요율이 상승압력을 받아 2018년 계약갱신 시에는 언더라이팅이 강화되고 더 높은 보험요율이 제시되고 있는 추세임
- 식·음료제품에 대한 리콜리스크가 증가하여 언더라이팅이 강화되고 있음
 - 그 중에서도 식품가공사업자나 원재료 유형의 제품 유통사업자가 특별히 주목받고 있음

- 2017년에는 많은 기업에 납품되어 수많은 제품에 사용된 원재료 결함의 2차적 피라미드 효과로 대형 리콜사고가 몇 건 발생해 언더라이터들이 원재료 리스크를 높게 평가하거나 아예 인수를 거절하고 있는 실정임
- 2017년 후반 글로벌 리콜보험회사 중 하나인 Liberty International Underwriters(LIU)가 미국의 리콜보험시장에서 철수를 선언함
 - Liberty Mutual은 2017년 5월 Ironshore Inc. 인수를 완료하였고 LIU US의 기존 계약은 Ironshore의 미국 비즈니스에 양도됨
- 리콜보험 회사 수는 지난 몇 년간 서서히 증가하여 2014년 27개사에서 2016년 이후 33개사를 유지 중임
 - 시장 인수여력(Market Capacity)은 지난 5년간 50% 정도로 상당하고 꾸준히 증가하였으나 그 성장률은 지난 3년간 하락 중임
 - 많은 보험회사들의 손해율이 악화되었으나 인수여력이 꾸준히 확대된 결과 보험요율은 안정적으로 유지됨

VI. 결론 및 시사점

- 시장 경쟁의 심화로 인한 제품 출시 주기의 단축, 복잡한 구성의 결합제품의 증가, 글로벌 공급망 관리의 어려움 등으로 제품 품질에 대해 예방적인 차원에서 충분한 관리가 어려워짐
 - 따라서 기업이 제품의 결함을 사전에 완전 방지하는 것은 거의 불가능에 가까운 일이 되었음
 - 제품이 유통되는 지역의 넓이나 제품의 용도에 따라 리콜로 인한 기업의 피해 손실규모가 상상 이상으로 커질 수 있어 글로벌 기업의 경우 리콜 리스크관리가 필수적인 업무가 되고 있음

- 리콜의 실시로 기업의 입장에서는 재정적 손실 및 브랜드 이미지 악화 등 직·간접적 비용이 발생하므로 리콜 시행을 회피하려는 유인이 존재함
 - 그러나 다른 한편으로는 기업이 사전예방 차원에서 리콜을 실시할 경우 결함제품의 위험요소 방치로 인해 발생할 수 있는 사고로부터 발생할 벌금, 소송비용 및 손해배상비용을 절감할 수 있음
 - 뿐만 아니라 소비자의 위험을 예방하고자 노력하는 긍정적 이미지를 소비자들에게 심어주는 역할을 할 수 있어 전화위복의 계기가 될 수도 있음

- 전사적 리콜 리스크관리 프로그램의 일환인 리콜보험에 가입하면 전문가들이 위기관리계획을 사전에 수립하거나 기업이 수립한 프로세스 검증 시뮬레이션을 실시하여 개선점을 발굴하는 등 위기관리서비스를 제공하여 줌
 - 리콜로 인해 기업이 입은 비용손해와 브랜드 가치 하락에서 빨리 회복할 수 있도록 도움을 받을 수 있음
 - 또한 영업지장손해뿐만 아니라 악의적인 제품 훼손이나 그 협박으로 인한 금품갈취 등과 같은 새로운 리스크로부터 보호받을 수 있음

- 제품안전에 대한 규제 강화, 리콜에 대한 소비자나 기업의 인식 변화, 대규모 리콜 경험으로 이제 우리 주변에서도 리콜이 일상화되고 있어 향후 리콜보험에 대한 수요가 늘어날 것으로 보임
 - 리콜보험은 매우 특화된 보험으로 그 판매를 위해서는 리콜 리스크관리전문가의 양성이 필요함
 - 우리나라 손해보험회사들은 자동차나 그 부품회사뿐만 아니라 다양한 분야로 저변을 확대하여 리콜보험을 향후의 성장동력으로 삼기 위해 노력해야 할 것임

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

리콜제도로 인해 기업이 지게 되는 리콜리스크는 오늘날 기업이 맞게 되는 최대의 리스크 중 하나이다. 세계 각국의 안전규제 강화, 국제교역의 증가로 더욱 복잡해지는 글로벌 공급망, 소비자의식의 증대, 소셜미디어의 영향력 증가로 인해 리콜의 빈도와 심도가 증가하고 있다. 악의적인 제품훼손이나 금품갈취협박도 리콜리스크를 증가시키고 있다. 한편 DNA분석기술의 발전으로 특정 사건과 기업과의 관계를 증명하기 쉬워졌기 때문에 리콜이 증가하기도 한다.

제조물책임사고는 한두 개의 제품에서 발생하지만, 리콜의 경우 다수의 결함 있는 제품이 관련되어 사고의 심도가 높고 손실규모 예측이 어렵다. 또 제품이 유통되는 지역의 넓이나 제품의 용도에 따라 피해손실규모가 매우 커질 수 있다. 리콜로 인한 기업의 손실은 비용손실과 같은 재무적 손실보다는 이미지 실추나 리콜기간 중 영업 지장으로 인한 부가적인 손실이 더욱 크다고 할 수 있다.

리콜보험은 제조사업자가 제조·판매한 제품의 결함을 원인으로 소비자인 제3자의 신체 상해 또는 재산상의 손해가 발생하거나 발생할 우려가 있을 때 해당 제품의 회수, 검사, 수리 등에 소요되는 비용과 영업지장손실, 브랜드 복구비용 등을 담보하는 보험이다. 미국 등 선진국에서는 손해배상제도, 집단소송제도 등이 강력해 리콜이 활성화되어 있고, 리콜업무의 원활한 수행과 기업경영의 안정화를 위해서는 리콜보험이 리콜 리스크관리의 주요 수단으로 활용되고 있다.

우리나라의 경우는 2003년 리콜보험이 최초 도입되었으나 아직 활성화되지 못하고 있다. 현재 국내에서는 일부 손해보험회사가 리콜보험을 판매하고 있으나 보험사당 판

매 건수가 10건에 못 미치는 등 가입이 미미한 실정이다.¹⁾

리콜보험 가입률이 낮은 이유는 국내 기업들이 리콜 자체에 대해 소극적인 자세를 취하고 있기 때문이다. 국내 기업은 소비자 위해가 발생한 제품에 한해 교환, 환불, 수리 등의 조치만 하고 판매된 전체 제품을 대상으로 리콜을 하지 않으려고 한다. 또 다른 이유는 국내 기업들이 리콜리스크 자체를 과소평가하고 있어 매출액의 1% 정도로 산정되는 보험료가 리스크에 비해 과도하게 높다고 생각하고 있기 때문이다.²⁾

그러나 국내에서도 여러 번 대형 리콜이 발생하고 리콜이 불량제품으로부터 소비자를 보호하기 위한 필수적인 선택이라는 인식이 확산되고 있다. 또한 2018년 4월 19일부로 개정된 생산물 배상책임법이 시행되어 결함의 존재를 알면서도 방치한 제조사업자에게 법원이 재량으로 실제 손해액의 3배까지 가중된 배상책임을 부과할 수 있게 되었다. 이러한 징벌적 손해배상을 피하기 위해 판매된 제품의 결함 인지 시 리콜을 자진 실시하는 기업이 늘어날 것으로 보인다.

최근 세계 곳곳에서 일어난 리콜사고를 보면 그 비용의 규모가 상상을 초월할 정도로 커지고 있으며, 대규모 리콜이 선언된 후 제조사업자가 지게 되는 재무적 손실은 물론 비용으로 환산될 수 없는 회사의 평판 손실을 초래하기도 한다.

따라서 이 보고서에서는 세계적으로 발생한 주요 리콜과 그로 인한 기업의 손실 발생현황을 살펴보고 리콜 추세가 어떻게 변화되고 있는지를 먼저 제시하고자 한다. 리콜리스크가 얼마나 거대할 수 있으며 기업에 현실적인 위협이 될 수 있는지를 이해할 수 있을 것이다. 다음으로 우리나라를 비롯한 주요국의 리콜제도를 간략히 살펴보고 선진 기업들이 수립하고 있는 리콜 리스크관리 체제를 소개하여 국내 기업들이 이를 참고하고자 한다. 또한 리콜보험이 리스크 전가를 통한 리콜 관련 비용 보상 외에도 리콜 리스크관리 과정에서 어떠한 역할을 하고 있는지를 알아보하고자 한다.

리콜보험은 담보위험 및 부보조건이 표준화·일반화되어 있지 않으며, 보험수요자

1) 미디어펜(2016. 9. 12), “리콜리스크 확산되는데 기업은 리콜보험 외면, 왜?”, <http://www.mediapen.com/news/view/186030>

2) 매경이코노미(2016. 9. 20), “갤노트7 리콜 사태로 주목받는 리콜보험…보험 들었으면 삼성 수천억 아꼈을 텐데”, <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=024&aid=0000054142>

의 요구나 리콜 시나리오에 맞게 맞춤형으로 제시되는 경우가 많다. 우리나라의 경우에는 국문약관이 없고 외국의 재보험사가 제시하는 영문약관이 사용되고 있다. 따라서 글로벌 손해보험회사가 일반적인 소비재에 적용하는 가장 포괄적인 리콜보험약관을 대상으로 리콜보험을 소개하고자 한다.

마지막으로 이러한 리콜보험시장에 참여하고 있는 주요 보험회사와 최근 시장동향을 조사하고자 한다.

이 보고서의 목적은 우리나라 기업이 장래 발생하게 될 리콜에 대비하여 리콜 리스크관리 체계를 수립하는데 도움을 주고, 그 과정에서 리콜보험이 수행하는 역할을 밝혀 그 필요성을 인식시키는 데 있다. 아울러 리콜보험을 판매하고 있는 손해보험회사나 보험중개사들이 기업의 리콜보험 수요를 촉진하기 위한 마케팅자료로도 이 보고서를 활용할 수 있기를 기대한다.

2. 선행연구

리콜 리스크관리에 대한 자료로는 먼저 자국 내 제조사업자 등의 기업이 소비자의 생명 또는 신체에 대한 위하나 피해의 확대 방지를 위해 리콜을 실시하는 방법과 절차, 의무 등을 설명한 각국의 리콜지침서가 있다.

미국의 경우 대중을 소비재와 관련된 비합리적인 상해와 사망 위험으로부터 보호하는 책임을 맡은 독립적 규제기관인 소비재안전위원회(U.S. Consumer Product Safety Commission, CPSC)가 리콜핸드북³⁾을 2012년 3월 발간하였다. 이 핸드북에는 소비재를 생산·수입·유통·판매하는 사업자가 자사의 상품이 심각한 제품 위해를 만들어낼 수 있는 결함을 내재하고 있다는 것 등을 아는 경우 실시해야 하는 소비재보호법에 따른 보고의무(Reporting Requirements)를 설명하고 있다. 또 잠재적 위험이 있는 소비재를 초기 단계에서 파악하는 방법, 위해(Hazards)를 처리하기 위한 시정조치계획

3) U.S. Consumer Product Safety Commission(2012)

(Corrective Action Plans)을 개발하고 시행하는 절차 등에 관해 설명하고 있다.

유럽의 경우 제품안전집행당국의 전문조직인 PROSAFE가 소비자를 보호하기 위한 시정조치계획의 모범규준(Best Practice)으로 유럽에서 사업을 영위하는 기업들이 모두 준수하여야 할 가이드라인⁴⁾을 제시하였다.

일본의 경우 경제산업성이 자국 내 제조사업자 등의 리콜에 대한 평소 대처 방안과 제품사고 확인 시 신속하고 정확하게 리콜을 실시하는 방법, 리콜 후 필요한 조치 등을 알리기 위해 발간하는 리콜핸드북⁵⁾을 발간하고 있다.

리콜보험에 관한 문헌은 국내외를 불문하고 모두 찾기가 어렵다. 외국의 경우 주로 리콜보험을 판매하는 손해보험회사나 보험중개사들이 고객에게 리콜보험 가입의 필요성을 홍보하기 위해 작성한 자료가 주를 이루고 있다.

2017년에 우리나라에 지점을 설립한 바 있는 알리안츠그룹 산하 기업 및 특수보험 전문보험사인 Allianz Global Corporate & Specialty사(이하 'AGCS'라 함)는 현재 또는 새롭게 부각되고 있는 리콜리스크와 손해 발생 추세를 검토하고 자사의 통계를 토대로 리콜보험사고를 분석한 결과를 소개하고 있다. 이 보고서는 사고 발생 시 부정적 효과를 완화하기 위해 시행되는 조치와 리콜 시나리오에서 리콜보험회사가 제공하는 위기관리서비스의 역할도 설명하고 있다.⁶⁾

리스크, 퇴직연금, 건강보험 분야에서 전문서비스를 제공하고 있는 Aon사는 매년 제품 리콜과 오염 리스크관리 분야에서 부각되고 있는 추세에 관한 보고서를 발간하고 있다. 2018년 보고서에는 2017년 리콜보험시장에서 발생한 주요 사건 일부를 요약하고, 새로운 규정과 규제 검토, 기업의 리스크 평가 및 완화를 지원하기 위해 동사가 개발한 새로운 툴에 관해 설명하고 있다.⁷⁾

리콜보험에 대한 국내 문헌으로 송윤아(2016)는 삼성전자 갤럭시노트7의 리콜을 계기로 리콜에 소극적인 국내 기업의 리콜 문화와 리콜손실위험에 대한 인식이 제고될

4) PROSAFE(2014)

5) 經濟産業省(2016)

6) Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

7) Bernie Steves(2018)

것이며, 이에 따라 리콜보험도 활성화될 필요가 있다고 주장하였다. 정인영(2017)은 소비자들의 건강에 대한 관심 증가와 식품안전규제 강화 등의 영향으로 전 세계적으로 생산물회수비용보험, 상품오염담보보험 등에 대한 관심이 증가하고 있는 현상을 소개하였다.

이 보고서의 내용은 앞서 소개한 문헌들과 리콜보험의 약관에서 발췌·정리한 자료가 주를 이루고 있다.

II. 리콜제도 개요

1. 리콜제도의 의의

리콜이라 함은 소비자의 생명·신체 및 재산상에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제품결함이 발견된 경우, 사업자 스스로 또는 정부의 명령에 의해 소비자 등에게 제품의 결함내용을 알리고 제품 전체를 대상으로 수거·파기 및 수리·교환·환급 등의 적절한 시정조치를 취함으로써 결함 제품으로 인한 위해 확산을 방지하고자 하는 소비자 보호 제도이다.⁸⁾ 미국 등 주요 선진국에서는 1960년대부터, 우리나라에서는 1991년 2월 자동차 배출가스로부터 대기환경을 보존하기 위해 대기환경보전법에 자동차 배출가스가 허용기준을 초과할 경우 해당 사업자에게 결함을 시정하도록 하는 리콜제도를 최초로 도입하여 운영하였다.

우리나라는 소비자보호법 등 16개 법률에서 리콜 관련 조항이 마련되어 있으나, 법률상 ‘리콜’이라는 용어를 사용하지 않고, ‘결함물품에 대한 수거·파기·수리·교환·환급 등의 시정조치’라는 표현을 사용한다. 미국이나 유럽 등에서도 관련 법령에 시정조치(Corrective Action)라는 용어를 사용하고 있으나 대부분의 국가에서 리콜이라는 말이 보편적으로 쓰이고 있다.

리콜의 정의에서 사용되는 위해(Hazard)란 용어는 소비자의 생명, 신체 또는 재산상에 해를 끼친 실제적 상황, 즉 물품 및 용역의 사용으로 생명을 잃거나 신체적 손상이 발생한 사고를 말한다. 또 위해를 끼칠 우려가 있다는 의미는 위해에 이르지 않았으나 물품 및 용역에 의해 신체적 상해나 사고 등 위해가 발생할 가능성, 즉 위험(Risk)이 있다는 것을 말한다.⁹⁾

8) 한국소비자원(2013b), p. 3

9) 한국소비자원(2010), p. 20

제품에 위해나 위험이 발생하는 원인은 다음과 같이 나눌 수 있다.¹⁰⁾ 첫째, 설계상의 결함으로 물품의 제조시기에 있어서의 과학과 기술수준에 비추어 볼 때 당연히 갖추어야 될 부분이 갖추어지지 않았거나, 갖추어져 있다 하더라도 구조적으로 문제가 있는 경우이다.

둘째, 제조상의 결함으로 설계에서 지정된 제반사항(원재료, 구조, 각종 규격, 품질 특성, 점검 및 검사사항 등)을 지키지 않고, 설계에서 지정된 품질수준에 달하지 않은 물품이 소비자에게 위해를 입혔거나 입힐 우려가 있는 경우이다.

셋째, 경고·표시 및 유통상의 결함으로 물품특성, 사용방법, 주의사항 등 표시사항이 빠져있거나 불충분하여 소비자가 위해를 입었거나 입을 우려가 있는 경우이다.

넷째, 악의적인 제품 훼손으로 제3자가 물품을 의도된 대로 사용하는 것을 부적합 또는 위험하게 만들거나 소비자에게 그런 효과를 각인시키기 위해 물품을 의도적·고의적·악의적으로 부당 훼손하여 소비자가 위해를 입었거나 입을 우려가 있는 경우이다.

마지막으로 개발 도상의 위험으로 종래의 지식수준에 의하여 위험이 없는 것으로 여겨졌던 물품이 뜻밖에도 유해하다고 판명이 나는 경우이다.

리콜제도의 효과를 소비자의 입장에서 보면 결함제품에 의한 피해의 확산을 방지하여 안전한 소비 생활을 영위할 수 있게 하며, 이를 기업의 입장에서 보면 안전사고를 사전에 방지함으로써 소비자피해에 대한 손해배상의 부담을 줄일 수 있게 한다는 점이다. 또한 기업이 비용이 들더라도 자기가 만든 제품에 대해 끝까지 책임을 지는 윤리 경영을 실천함으로써 사회적 책임에 대한 깊은 인식을 소비자에게 각인시켜 주게 되고, 소비자로부터 존경과 신뢰를 받아 기업의 이미지를 제고시킬 수 있는 부수적 효과도 누릴 수 있다.

10) 한국소비자원(2010), pp. 20~21에서 일부 발췌함

2. 리콜의 종류와 방법¹¹⁾

리콜을 시점에 따라 분류하면 사전적 리콜과 사후적 리콜로 나눌 수 있다. 사전적 리콜은 위해 발생 전에 실시하는 리콜로, 제품이 시중에 유통되기 전에 실시되므로 사후에 취하는 리콜보다 효율적이고 적은 비용이 소요된다. 사후적 리콜은 소비자에게 신체 또는 재산상의 피해가 발생한 후에 시행하는 리콜로, 소비자 피해의 확산을 신속히 방지하는데 의의가 있다.

리콜을 강제성의 여부에 따라 분류하면 자발적 리콜과 강제적 리콜로 나눌 수 있다. 자발적 리콜은 사업자가 자발적 의사에 따라 결함제품에 대한 자진수거, 파기 등 리콜 절차를 이행함으로써 스스로 결함을 시정하는 것이며, 강제적 리콜은 정부의 명령에 의해 제조, 판매금지 및 결함사실 공표 등의 리콜절차를 이행하는 것을 말한다.

수거된 리콜대상제품은 파기 및 수리·교환·환급하게 되는데 이를 리콜 방법이라 한다. “수거·회수”란 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우에 해당 물품 등이 더 이상 판매·유통·사용되지 않도록 거두어들이는 것을 말한다. “파기·폐기”란 결함이 있는 물품 등으로 인한 위해 또는 위해 우려를 제거하거나 보관비용으로 인해 발생하는 손실을 줄이기 위하여 해당 물품 등을 제거하는 것을 말한다. “수리·결함시정”이란 부품 교환 등의 방법으로 물품 등의 결함을 완전히 바로잡는 것을 말한다. “교환”이란 결함이 있는 물품 등을 결함이 없는 동종의 물품 등으로 바꾸어주거나, 동종의 물품 등으로 바꾸어주는 것이 불가능한 경우에는 동등한 가치의 물품 등으로 바꾸어주는 것을 말한다. “환급”이란 결함이 있는 물품 등을 구매한 소비자에게 해당 물품 등의 구입가격을 되돌려주는 것을 말한다.

11) 한국소비자원(2010), pp. 27~28

3. 우리나라 리콜제도 및 리콜현황

가. 리콜 관련 법률 체계

우리나라에서 리콜제도는 품목별로 16개 개별 법률이 도입되어 있다. 1996년 4월 소비자기본법이 제정되어 개별법에 적용을 받지 않는 모든 소비자 및 용역을 대상으로 한 리콜제도가 도입되었다. 소비자기본법은 소비자의 안전 등 소비자의 권익을 보장하기 위한 기본법이므로 제품별로 안전을 관장하는 개별 법규에 리콜 관련 규정이 존재하면, 해당 제품의 리콜은 개별법의 조항에 따라 진행되며, 또한 개별법에 소비자기본법의 관련 제도가 규정되어 있지 아니한 경우는 소비자기본법과 개별법의 리콜조항을 동시에 적용할 수 있다.

〈표 II-1〉 품목별 리콜제도 현황

품목	근거법률	주관부처	리콜 요건
모든 물품 및 용역	소비자기본법	중앙행정기관의 장 시·도지사 소비자원	소비자의 생명·신체 및 재산상의 안전에 현저한 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있 는 경우
식품	식품위생법	식약처장 시·도지사 시장·군수·구청장	식품위생상 위해가 발생하였거나 발생 할 우려가 있다고 인정되는 때
	식품안전기본법	관계 중앙 행정기관의 장	국민건강에 위해가 발생하였거나 발생 할 우려가 있다고 인정되는 때
건강기능 식품	건강기능식품에 관한 법률	식약처장 시장·군수·구청장	위생상의 위해가 발생하였거나 발생할 우려가 있다고 인정되는 때
축산물	축산물 위생관리법	식약처장 시·도지사 시장·군수·구청장	공중위생상 위해가 발생하였거나 발생 할 우려가 있는 축산물
의약품	약사법		관련 법령을 위반하여 안전성, 유효성에 문제가 있는 경우
의료기기	의료기기법		품질불량 등으로 인체에 위해를 끼치거 나 끼칠 위험이 있거나 사용 시 국민건강 에 중대한 피해를 주거나 치명적 영향을 줄 가능성이 있는 것으로 인정되는 경우

〈표 II-1〉 계속

품목	근거법률	주관부처	리콜 요건
공산품	제품안전기본법	중앙행정기관의 장	제품의 제조·설계 또는 제품상 표시 등의 결함으로 인해 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 경우
	전기용품 및 생활용품 안전관리법	시·도지사	안전인증을 받지 않았거나 안전기준에 부적합한 경우 등
	어린이제품안전 특별법	산업통상자원부장관	어린이의 생명·신체에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 경우 등
	환경보건법	환경부장관	환경유해인자의 사용제한 등 고시내용을 지키지 아니하거나 위해성평가 결과 위해성이 크다고 인정되는 경우 등
생활 화학제품	화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률	환경부장관	안전기준·표시기준에 적합하지 아니한 위해우려제품을 판매·증여함으로써 사람의 건강이나 환경에 피해를 초래할 수 있다고 인정하는 경우 등
자동차	자동차 관리법	국토교통부장관	안전기준에 부적합하거나 안전 운행에 지장을 주는 결함이 다수의 자동차에 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우
자동차 배출가스	대기환경 보전법	환경부장관	배출가스 관련부품에 대한 결함 확인 검사결과 제작자 배출 허용기준을 위반하였을 경우
먹는물	먹는물관리법	환경부장관 시·도지사	먹는샘물 등의 수질이나 용기와 포장 등이 기준에 미달하여 국민건강상의 위해가 발생하거나 발생할 우려가 있는 경우
화장품	화장품법	식약처장	전부 또는 일부가 변패된 경우, 병원 미생물에 오염된 경우, 이물이 혼입되었거나 부착된 경우 등

자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

나. 소비자기본법상의 리콜제도

이하에서는 우리나라에서 모든 제품에 대한 리콜의 기본법이 되는 소비자기본법상의 리콜제도를 중심으로 리콜제도를 소개하고자 한다.

1) 시정조치의 요구

소비자기본법에 따르면 다른 법령에서 정한 안전조치를 따르지 아니하여 사업자가 제공한 물품 등에 의해 소비자에게 위해발생이 우려되는 경우에는 공정거래위원회 또는 시·도지사는 관계중앙행정기관의 장에게 그 법령의 규정에 따른 조치를 요청할 수 있다(법 §46 ① 1). 또한 다른 법령에서 안전기준이나 규격을 정하고 있지 아니하는 경우에는 관계중앙행정기관의 장에게 리콜의 권고나 명령, 과태료 처분을 요청할 수 있다(법 §46 ① 2). 그 요청을 받은 관계중앙행정기관의 장은 조치 여부 및 그 내용을 신속히 공정거래위원회 또는 시·도지사에게 통보하여야 한다(법 §46 ② 2).

2) 결함정보의 보고의무

사업자는 소비자에게 제공한 물품 등에 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 제조·설계 또는 표시 등의 중대한 결함¹²⁾이 있는 사실을 알게 된 때에는 그 결함의 내용을 소관 중앙행정기관의 장에게 보고하여야 한다(법 §47 ① 1). 제조·수입·판매 또는 제공한 물품등과 동일한 물품등에 대하여 외국에서 결함이 발견되어 사업자가 다음 자발적 리콜이나 강제 리콜에 해당하는 조치를 한 경우 또는 외국의 다른 사업자가 해당 조치를 한 사실을 알게 된 경우에도 보고의무가 있다(법 §47 ① 2).

결함의 내용을 보고하여야 할 사업자는 물품 등을 제조·수입 또는 제공하는 자, 물품에 성명·상호 그 밖에 식별 가능한 기호 등을 부착함으로써 자신을 제조자로 표시한 자, 대규모점포를 설치하여 운영하는 자¹³⁾이다(시행령 §34 ③).

12) 사업자가 보고하여야 하는 중대한 결함은 물품등의 제조·설계·표시·유통 또는 제공에 있어서 통상적으로 기대할 수 있는 안전성이 결여된 결함으로서 소비자에게 사망, 의료기관에서 3주 이상의 치료가 필요한 골절·질식·화상·감전 등 신체적 부상이나 질병, 2명 이상의 식중독 위험을 야기하거나 야기할 우려가 있는 결함이나 물품등이 관계 법령이 정하는 안전기준을 위반한 결함이다(시행령 §34 ①)

13) 「유통산업발전법」제2조제3호에 따른 대규모점포의 종류 중 대형마트·전문점·백화점·쇼핑센터·복합쇼핑몰 또는 그 밖의 대규모점포를 설치하여 운영하는 자를 말한다(시행령 §34 ③)

사업자는 자신이 제공한 물품 등에 중대한 결함이 있다는 사실을 알게 되면 그 날부터 5일 이내에 서면으로 소관 중앙행정기관의 장에게 그 결함사실을 보고하여야 한다. 다만, 물품등의 중대한 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 및 재산상의 안전에 긴급한 위험을 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 판단되면 지체 없이 구술로 그 결함사실을 보고하여야 한다. 보고하여야 할 사항은 사업자의 이름(상호나 그 밖의 명칭 포함)·주소 및 연락처, 물품 등의 명칭과 제조연월일 또는 공급연월일, 중대한 결함 및 위해의 내용, 중대한 결함사실을 알게 된 시점과 경로, 소비자의 피해가 실제로 발생한 경우에는 피해를 입은 소비자의 인적사항 등이 있다(시행령 §35 ①). 보고를 받은 중앙행정기관의 장은 사업자가 보고한 결함의 내용에 관하여 시험·검사기관 또는 한국소비자원 등에 시험·검사를 의뢰하며((법§47 ②). 54), 그 물품 등의 결함 여부가 확인될 때까지는 해당 결함보고사실을 공개하여서는 아니 된다(시행령 §35 ④). 물품 등의 중대한 결함의 내용을 보고하지 아니하거나 허위로 보고한 자에 대해서는 3천만 원 이하의 과태료에 처한다(법 §86 ①).

3) 자발적 리콜

사업자는 소비자에게 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위험을 끼치거나 끼칠 우려가 있는 경우에는 당해 물품 등의 수거·파기·수리·교환·환급 또는 제조·수입·판매·제공의 금지 그 밖의 필요한 조치를 취하여야 한다(법§48).

사업자가 자발적 리콜을 하려는 경우에는 시정계획서를 소관 중앙행정기관의 장에게 제출하여야 한다. 시정계획서에는 결함이 있는 물품등의 명칭과 제조연월일 또는 공급연월일, 결함과 위해의 내용 및 원인, 결함이 있는 물품 등으로 인하여 발생하는 위험과 주의사항, 자진시정조치의 방법과 기간, 소비자 또는 판매자 등에게 자진시정조치계획을 알리기 위한 방법 등이 포함되어야 한다. 자발적 리콜을 마친 사업자는 그 결과를 소관 중앙행정기관의 장에게 보고하여야 한다(시행령 §36).

4) 리콜 권고

중앙행정기관의 장은 사업자가 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우에는 그 사업자에 대하여 당해 물품 등의 수거·파기·수리·교환·환급 또는 제조·수입·판매·제공의 금지 그 밖의 필요한 조치를 권고할 수 있다(법 §49 ①). 시정권고를 하고자 하는 중앙행정기관의 장은 시정권고의 대상이 되는 사업자의 이름, 시정권고의 대상이 되는 물품 등의 명칭과 제조연월일 또는 공급연월일, 결함과 위해의 내용, 시정권고의 내용, 시정권고 수락 여부의 통지기한, 시정권고를 수락하지 아니하는 경우의 조치계획 등을 적은 서면으로 하여야 한다(시행령 §37 ②).

시정권고를 받은 사업자는 7일 이내에 소관 중앙행정기관의 장에게 서면으로 시정권고의 수락 여부를 통지하여야 한다. 사업자의 서면에 의한 통지에는 사업자의 이름·주소 및 연락처, 물품등의 명칭, 시정권고의 수락 여부, 시정권고를 수락하는 경우에는 조치계획, 시정권고의 수락을 거부하는 경우에는 그 사유 등이 포함되어야 한다(시행령 §37 ③).

중앙행정기관의 장은 시정권고를 받은 사업자가 정당한 사유 없이 시정권고를 따르지 아니하면 사업자의 이름, 시정권고의 대상이 되는 물품 등의 명칭, 시정권고의 내용과 사업자의 시정권고 수락거부사유, 사업자의 시정권고 수락거부사유에 대한 중앙행정기관의 장의 의견 등을 신문·방송 등을 통하여 공표할 수 있다. 다만, 사업자가 자신이 제공한 물품 등의 안전성에 대하여 객관적 자료를 제시한 경우에는 공표하여서는 아니 된다(시행령 §37 ④).

사업자가 리콜권고를 수락한 경우에는 자발적인 리콜조치가 이루어진다(법 §49 ③).

5) 리콜 명령

중앙행정기관의 장은 사업자가 제공한 물품 등의 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우에는 그 물품 등

의 수거·파기·수리·교환·환급을 명하거나 제조·수입·판매 또는 제공의 금지를 명할 수 있고, 그 물품 등과 관련된 시설의 개수 그 밖의 필요한 조치를 명할 수 있다(법 §50 ① 본문). 리콜명령을 내리는 중앙행정기관의 장은 그 사유와 의무사항 및 이행에 필요한 상당한 기간을 정하여 서면으로 알려야 한다(시행령 §38 ②). 다만 소비자의 생명·신체 또는 재산에 긴급하고 현저한 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 인정되는 경우로서 그 위해의 발생 또는 확산을 방지하기 위하여 불가피하다고 인정되는 경우에는 그 절차를 생략할 수 있다(법 §50 ① 단서).

리콜명령을 받은 사업자는 7일 이내¹⁴⁾에 시정계획서를 소관 중앙행정기관의 장에게 제출하고 시정조치를 하여야 한다. 시정계획서에는 <표 II-2>의 필수 기재 사항이 포함되어야 한다.(시행령 §38 ③).

시정계획서를 제출받은 중앙행정기관의 장은 제3항에 따라 제출받은 시정계획서가 소비자의 생명·신체 또는 재산에 끼치거나 끼칠 우려가 있는 위해를 제거하는 데 미흡하다고 인정되면 그 시정계획서의 보완을 요구할 수 있다(시행령 §38 ④).

시정계획서를 제출한 사업자는 지체 없이 시정조치를 이행하여야 하며, 시정조치를 마치면 시정조치의 내용과 실적, 시정조치를 이행하지 못한 물품등에 대한 조치계획, 위해의 재발 방지를 위한 대책을 적어 서면으로 시정조치의 결과를 소관 중앙행정기관의 장에게 보고하여야 한다(시행령 §38 ⑥).

<표 II-2> 시정계획서의 필수 기재 사항

1. 결함이 있는 물품등의 명칭과 제조연월일 또는 공급연월일
2. 결함과 위해의 내용 및 원인
3. 결함이 있는 물품등으로 인하여 발생하는 위험과 주의사항
4. 시정조치의 이행방법과 이행기간
5. 소비자 또는 판매자 등에게 시정조치계획을 알리기 위한 다음 방법
 - 가. 소비자의 주소를 알고 있는 경우: 등기우편에 의한 방법
 - 나. 소비자의 주소를 모르거나 다수의 소비자 또는 판매자 등에게 시정조치계획을 신속하게 알릴 필요가 있는 경우: 방송이나 신문에 광고하는 방법 및 대형마트등이나 물품등의 판매·제공장소에 안내문을 게시하는 방법

14) 이 경우 소관 중앙행정기관의 장은 소비자의 안전에 긴급하고 현저한 위해를 끼칠 우려가 있는 경우에는 시정계획서의 제출기한을 단축할 수 있다(시행령 §38 ③ 단서)

또한 사업자가 시정계획서상의 시정조치기간 이내에 그 물품 등을 수거하여 파기하지 아니하는 경우에도 중앙행정기관의 장은 소속 공무원에게 이를 수거하여 파기하게 할 수 있다(시행령 §38 ⑦). 이 경우 사업자를 참여시켜야 하며, 사업자가 이에 따르지 아니하거나 상당한 기간 사업자의 소재를 알 수 없는 경우에는 중앙행정기관 소속 공무원 외에 관계 공무원을 1명 이상 참여시켜야 한다(시행령 §38 ⑧). 이때 수거·파기에 드는 비용은 사업자가 부담한다. 다만 사업자의 파산 등으로 사업자가 비용을 부담할 수 없으면 그 물품 등을 수거·파기하는 중앙행정기관이 그 비용을 부담할 수 있다.(시행령 §38 ⑨).

사업자가 리콜명령에 따르지 아니하는 경우 3년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처한다(법 §84 ①).

중앙행정기관의 장은 결함이 있는 물품등의 명칭과 제조연월일 또는 공급연월일, 결함과 위해의 내용 및 원인, 결함이 있는 물품 등으로 인하여 발생하는 위험과 주의사항, 시정조치의 이행방법과 이행기간, 사업자의 이름·주소 및 연락처를 신문·방송 또는 소비자종합지원시스템 등을 통하여 공표할 수 있다(시행령 §38 ⑨).

다. 리콜 공통 가이드라인

공정거래위원회는 소비자들에게 리콜 정보를 쉽고 빠르고 정확하게 전달할 수 있도록 정부 부처 전체에 적용 되는 리콜 공통 가이드라인을 마련하고 2017년 10월 11일부터 시행하고 있다. 정부 각 부처는 현재 16개 법령에서 저마다 정하고 있는 리콜 관련 법령과 지침을 가이드라인의 주요 내용을 반영하기 위해 소비자 친화적으로 개정해 나가고 있다.

1) 위해성 등급제 적용 대상(품목) 확대

미국, 유럽은 물품 등의 위해성을 3~4등급으로 분류하고 등급에 따라 회수 절차, 전달 매체 선정 등을 달리하고 있으나, 우리의 경우 식품, 의약품 등 일부 품목에만 등급

제가 도입되어 대부분의 리콜에서 차별화된 후속 조치가 이루어지지 못하고 있는 상황이다.

현재 식품, 의약품, 의료 기기, 건강 기능 식품 등 4개 품목에 도입된 위해성 등급제를 자동차, 축산물, 공산품, 먹는 물, 화장품, 생활 화학 제품 등으로 확대해 나갈 예정이다. 따라서 앞으로 중앙행정기관은 물품 등의 위험성, 위해 강도, 위해 대상 집단의 취약성 등을 종합적으로 고려하여 품목별로 위해성 등급 분류 기준을 마련하고 이에 상응한 후속 조치를 해야 한다.

〈표 II-3〉 품목별 위해성 등급 분류기준

품목	위해성 등급별 내용	
식품	1등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 매우 크거나 중대한 위반 행위의 경우 - 식품사용 금지원료, 병원성 대장균 등 심각한 식중독균 등
	2등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 크거나 일시적인 경우 - 중금속, 황색포도상구균 등 식중독균 등
	3등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 비교적 작은 경우 - 대장균, 식품첨가물 사용기준 위반 등
건강 기능 식품	1등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 매우 크거나 중대한 위반 행위의 경우 - 식품사용 금지원료, 병원성 대장균 등 심각한 식중독균 등
	2등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 크거나 일시적인 경우 - 중금속, 황색포도상구균 등 식중독균 등
	3등급	식품 섭취, 사용으로 인해 인체의 건강에 미치는 위해 영향이 비교적 작은 경우 - 대장균, 식품첨가물 사용기준 위반 등
의약품	1등급	가. 의약품등의 사용으로 인하여 완치불가능한 중대한 부작용을 초래하거나 사망에 이르게 하는 경우 나. 치명적 성분이 섞여 있는 경우 다. 의약품등에 표시기재가 잘못되어 생명에 영향을 미칠 수 있는 경우
	2등급	가. 의약품등의 사용으로 인하여 일시적 또는 의학적으로 완치 가능한 부작용을 일으키는 경우 나. 주성분의 함량이 초과되는 등 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 품질기준에 맞지 아니하거나 치명적이지 아니한 경우

〈표 II-3〉 계속

품목	위해성 등급별 내용	
	3등급	가. 의약품등의 사용으로 인하여 부작용을 거의 초래하지 아니하나 유효성이 입증되지 못하는 경우 나. 의약품등의 사용으로 인하여 부작용을 거의 초래하지 아니하나 색깔이나 맛의 변질, 포장재의 변형 등이 발생하여 안전성·유효성에 문제가 있는 경우
의료기기	1등급	의료기기의 사용으로 완치될 수 없는 중대한 부작용을 일으키거나 사망에 이르게 하거나, 그러한 부작용 또는 사망을 가져올 우려가 있는 의료기기
	2등급	의료기기의 사용으로 완치될 수 있는 일시적 또는 의학적인 부작용을 일으키거나, 그러한 부작용을 가져올 수 있는 의료기기
	3등급	의료기기의 사용으로 부작용은 거의 일어나지 아니하나 의료기기법 제19조에 따른 기준규격에 부적합하여 안전성 및 유효성에 문제가 있는 의료기기
자동차	1등급	자동차 또는 자동차 부품이 자동차안전기준 또는 부품안전기준에 적합하지 아니하거나 안전운행에 지장을 주는 등의 결함이 있는 경우
자동차 배출가스	1등급	배출가스보증기간 내에 운행 중인 자동차에서 나오는 배출가스로 인해 호흡기 질환 등 인체 건강에 악영향을 미치고, 환경오염이 우려되는 경우
축산물	분류 예정(소관: 식품의약품안전처)	
공산품	분류 예정(소관: 산업통상자원부)	
먹는 물	분류 예정(소관: 환경부)	
화장품	분류 예정(소관: 식품의약품안전처)	
생활화학제품	분류 예정(소관: 환경부)	

자료: 공정거래위원회(2017)

2) 소비자들에게 제공되는 리콜 정보의 내용 확대

현재 리콜 정보는 위해 원인만 표시하고 위해결과, 취약 대상 및 소비자 행동 요령 등 중요 정보를 제공하지 않고 있고, 어려운 전문 용어가 사용되어 소비자가 이해하기 어려웠다. 자동차 경우를 예를 들면 “에어백 인플레이터 제조 불량”, “충돌 사고 시 1단계 에어백 전개 불량” 등의 전문용어가 이에 해당한다. 향후 중앙행정기관 및 사업자는 〈표 II-4〉와 같이 리콜 대상 물품 정보, 리콜 이유, 소비자 유의사항 및 리콜 방법을 포함한 리콜 정보를 소비자가 이해하기 쉬운 용어를 사용하여 제공해야 한다.

〈표 II-4〉 소비자 제품 리콜 정보

정보 항목	상세 내용
리콜 대상 물품의 정보	• 물품명, 제조사, 제조연월일, 모델명, 제조번호 등 리콜 대상 물품임을 식별할 수 있는 정보 • 주요 판매처 • 해상도가 높은 물품 이미지
리콜을 하는 이유	• 결함의 내용 • 위해 원인 및 위해 결과 • 위해 강도 및 취약 대상자 • 사고 내용, 사고 발생 일자 및 사고 발생 장소
소비자 유의사항	• 소비자가 즉시 취해야 하는 행동 요령 • 물품 등 취급 시의 주의사항
리콜 방법	• 리콜 기간, 리콜 장소 및 구체적인 리콜 절차 • 문의처 및 추가 정보(사업자 주소 및 연락처, 그 밖에 리콜에 필요한 사항 등)

3) 위해성 등급에 따른 리콜 정보 제공 매체 선정

그 동안 의약품, 식품을 제외한 다른 품목의 경우 위해성 등급을 고려한 매체 선정 기준이 없어 리콜 정보 전달에 실패한다는 지적이 많았으며, 리콜 정보 제공 사이트도 부처별로 분산·운영되어 소비자들이 리콜 정보를 종합적으로 파악하기 어려웠다. 특히 공산품은 리콜 정보 제공에 대한 구체적 지침이 없어, 사업자들은 정보를 자사 홈페이지에만 게시하는 등 소극적으로 대처했다. 앞으로 중앙행정기관 및 사업자는 물품 등의 리콜 시, 공정위가 운영하는 소비자 종합 지원 시스템에 리콜 정보를 게재하고, 위해성 등급에 따라 선정된 매체를 통하여 즉시 리콜 정보를 전달해야 한다. 리콜 공통 가이드라인이 시행된 이후 공정위가 운영하는 소비자 종합 지원 시스템(<https://www.consumer.go.kr>)에서 모든 품목에 대한 리콜 정보를 확인할 수 있게 되었다.

위해성이 중대한 1등급에 해당하는 물품 등을 리콜하는 경우에는 소비자 전달 효과가 큰 매체에 의해 리콜 정보가 제공하여야 한다. 소비자의 주소나 연락처를 확인할 수 있는 경우에는 우편, 전화, 문자메시지 등에 의한 방법을 이용하여야 한다. 소비자의 주소나 연락처를 확인하기 어려운 경우에는 전국 규모의 일간지, TV광고, 대형마트 등 물품 등의 판매 장소 내 안내문 게시, SNS 등에 의한 방법을 이용하여야 한다. 위해성

2·3등급에 해당하는 물품 등을 리콜하는 경우에는 정부 기관 또는 사업자의 홈페이지 등을 통해 리콜 정보가 제공된다.

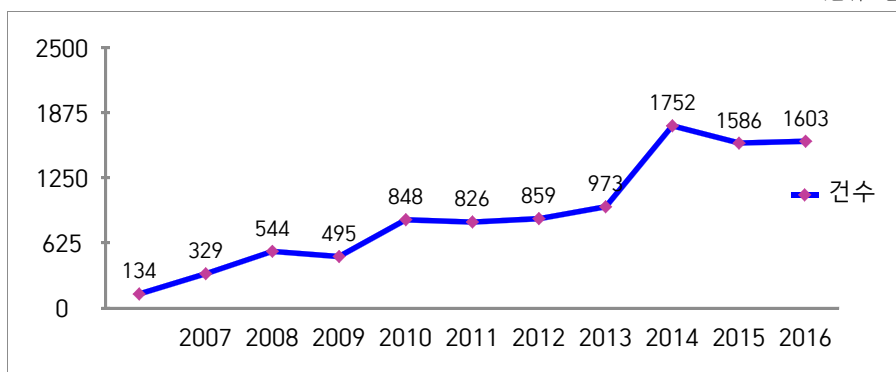
라. 국내 리콜 관련 통계

현재 이용할 수 있는 리콜 관련 최신 통계는 공정거래위원회가 2017년 분석하여 발표한 리콜 실적이다.¹⁵⁾

2016년 소비자기본법, 제품안전기본법, 식품위생법, 자동차관리법 등 관련 법률에 따른 총 리콜 건수는 1,603건으로 2015년(1,586건) 대비 17건(1.07%) 증가했다. 공산품 및 식품, 의약품 품목에서의 리콜 건수가 2015년보다 다소 감소하였으나, 자동차 및 화장품 품목에서의 리콜 건수가 크게 증가하여 전반적인 리콜 건수가 약간 증가한 것으로 분석된다.

〈그림 II-1〉 연도별 리콜 실적

(단위: 건)



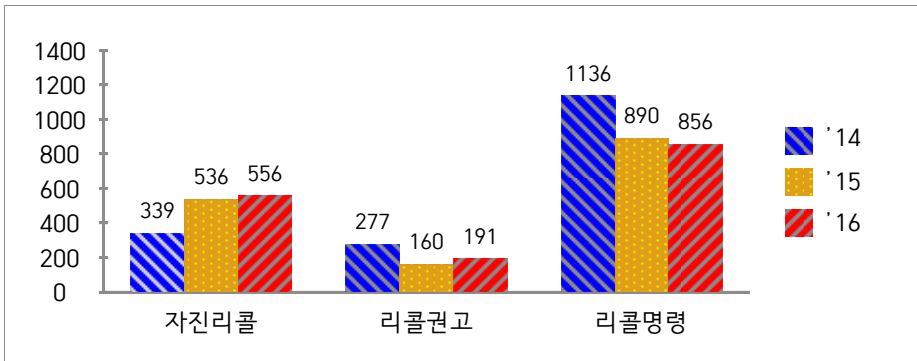
주: 2014년은 식약처가 품질부적합 원료로 제조한 한약재 561건에 대해 리콜명령하여 급증
 자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

15) 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가", 분석 대상: 국토교통부(이하 '국토부'라 함), 국가기술표준원(이하 '국표원'이라 함), 식품의약품안전처(이하 '식약처'라 함), 환경부, 각 지방자치단체, 소비자원 등의 식품, 의약품, 공산품, 자동차 등 리콜 실적임

이를 리콜 유형별로 살펴보면 리콜명령은 2016년 856건으로 2015년(890건)에 비해 34건(3.8%) 감소하였다. 리콜권고¹⁶⁾는 2016년 191건으로 2015년(160건)에 비해 31건(19.4%) 증가하였다. 자진리콜은 2016년 556건으로 2015년(536건)에 비해 20건(3.7%) 증가하였다. 자진리콜은 2014년에 대비하면 64% 증가하였는데, 이는 소비자 안전에 대한 사회적 관심이 높아지고, 결함 제품의 자발적 리콜을 통해 긍정적 이미지를 구축하려는 기업의 노력 등에 따른 것으로 판단된다.

〈그림 II-2〉 최근 3년간 유형별 리콜 실적 비교(2014~2016년)

(단위: 건)



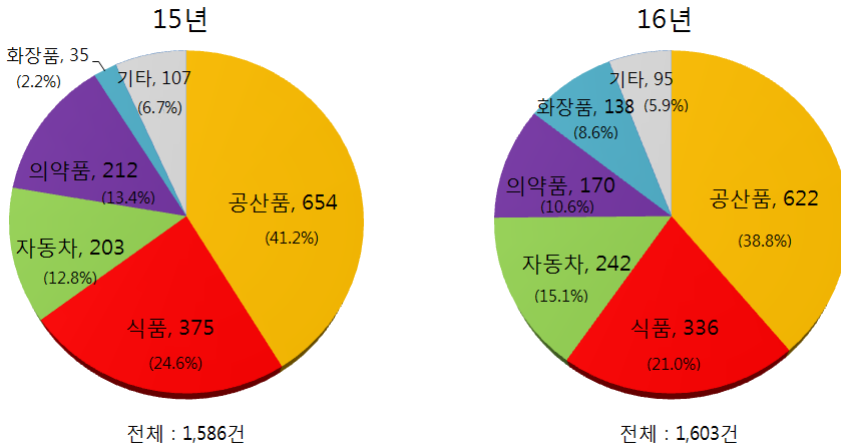
자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

주요 품목별로 리콜 실적을 분석해보면 일반 공산품 리콜이 전체 리콜의 38.8%인 622건으로 가장 많았고, 식품 336건(21.0%), 자동차 242건(15.1%), 의약품(한약재 포함) 170건(10.6%), 화장품 138건(8.6%) 등의 순이었다.

16) 리콜권고는 「제품안전기본법」과 「소비자기본법」에서만 규정함

〈그림 II-3〉 주요 품목별 리콜 실적 비중

(단위: 건)



자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

공산품을 살펴보면 제품안전기본법상 리콜명령 제도 강화¹⁷⁾에 따른 사업자들의 인식 제고 요인 등으로 2016년 리콜 건수는 2015년(654건) 대비 4.9%(32건) 감소한 622건으로 예년에 비해 소폭 감소하였다. 식품은 2015년(375건) 대비 10.4%(39건) 감소한 336건이었으나, 최근 3년 평균(317건)보다는 약 6.3%(19건) 높은 수치이다.

자동차는 자동차 안전 기준 또는 부품 안전 기준에 적합하지 않은 결함 등에 따른 리콜 조치가 늘어나서 2015년(203건) 대비 19.2%(39건) 많은 242건으로 대폭 증가하였다. 특히 사업자들의 자진리콜이 2015년(187건) 대비 16%(30건) 증가한 217건이었으며, 리콜권고 및 리콜명령도 다소 증가했다.

의약품은 2015년(212건) 대비 19.8%(42건) 감소한 170건으로 집계되었다. 화장품은 식약처 및 소비자원에서 적극적으로 리콜 조치를 실시하여 2015년(35건) 대비 371.4%(103건) 많은 138건으로 대폭 증가하였다. 특히 화장품의 보존제로 사용되는 성분의 기준을 위반한 국내외 제품에 대한 리콜 조치 등이 크게 늘어난 것으로 분석되었다.

17) 개별법령에 따른 제품의 인증, 신고·확인 절차 뒤 부품을 변경함으로써 소비자 피해가 발생하거나 우려되는 경우 리콜명령 및 처벌조항을 신설함(2015. 5. 18)

〈표 II-5〉 주요 품목별 리콜 실적(2015~2016년)

(단위: 건)

품목	리콜 유형	2015년	2016년		
		건수	건수	증감	전년비
공산품	자진리콜	92	94	2	2.2%
	리콜권고	140	151	11	7.9%
	리콜명령	422	377	△45	△10.7%
	소계	654	622	△32	△4.9%
식품	자진리콜	152	139	△13	△8.6%
	리콜권고	8	6	△2	△25.0%
	리콜명령	215	191	△24	△11.2%
	소계	375	336	△39	△10.4%
자동차	자진리콜	187	217	30	16.0%
	리콜권고	12	19	7	58.3%
	리콜명령	4	6	2	50.0%
	소계	203	242	39	19.2%
의약품	자진리콜	24	23	△1	△4.2%
	리콜권고	-	2	2	-
	리콜명령	188	145	△43	△22.9%
	소계	212	170	△42	△19.8%
화장품	자진리콜	4	35	31	775.0%
	리콜권고	-	13	13	-
	리콜명령	31	90	59	190.3%
	소계	35	138	103	371.4%

자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

16개 관련 법률 중 제품안전기본법·식품위생법·자동차관리법·약사법·소비자기본법 등 5개 법률에 근거한 리콜 실적이 전체(1,603건)의 약 82.8%(1,327건)를 차지했다.

〈표 II-6〉 주요 법률별 리콜 실적(2016년)

(단위: 건)

구분	리콜 실적				소관법령별 비중(%)
	자진 리콜	리콜 권고	리콜 명령	합계	
제품안전기본법	94	27	328	449	28.01
식품위생법	139	0	191	330	20.59
자동차관리법	213	0	0	213	13.29
약사법	23	0	145	168	10.48
소비자기본법	3	164	0	167	10.42
화장품법	35	0	90	125	7.80
축산물위생관리법	43	0	12	55	3.43
건강기능식품에 관한 법률	2	0	32	34	2.12
화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률	0	0	26	26	1.62
기타*	4	0	32	36	2.25
합계	556	191	856	1,603	100.00

주: 기타는 먹는물 관리법, 어린이제품안전특별법 등 7개 법률임

자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

일부 지방자치단체에서도 식품위생법, 축산물위생관리법 등에 따라 리콜을 실시하였다. 지방자치단체의 리콜은 2015년 대비 7.5%(8건) 증가한 총 115건의 리콜이 있었으며, 충북·인천·서울·강원·부산 등의 순으로 리콜제도 운용이 활발한 것으로 나타났다.

〈표 II-7〉 지방자치단체별 주요 리콜 실적(2016년)

(단위: 건)

구분	리콜실적				비고
	자진 리콜	리콜 권고	리콜 명령	합계	
충청북도	20	0	11	31	식위생법 26, 축위생법 5
인천광역시	6	0	15	21	어린이안전법 12, 식위생법 5, 축위생법 4
서울특별시	3	0	17	20	식위생법 14, 전안법 3, 소비자법 3
강원도	8	0	6	14	식위생법 12, 축위생법 2
부산광역시	2	0	11	13	식위생법 11, 품공법 2

자료: 공정거래위원회 보도자료(2017. 8. 3), "2016년 리콜 총 1,603건, 자동차·화장품 리콜 증가"

Ⅲ. 글로벌 리콜리스크 트렌드

1. 리콜리스크의 추세¹⁸⁾

리콜로 인한 기업의 리스크가 점차 증가하고 있다. 예전에는 리콜이 비교적 단순하여 대중에게 알리지 않고도 진행할 수도 있었다. 지금은 리콜이 훨씬 더 복잡해졌으며 회사의 이익과 평판에 잠재적 악영향을 미친다는 점에서 위험부담도 더 크다.

엄격한 규제와 가혹한 처벌, 대규모 다국적 기업의 수 증가, 점차 복잡화·통합화하는 공급망, 사회·경제적 환경 변화, 소송 위협의 증대, 제품시험에서의 기술적 진보, 소비자 의식의 증대, 대중매체 이용의 증가가 지난 10년간 리콜리스크를 급속히 증가시킨 요인 중 일부라 할 수 있다. 오늘날에는 예전에 볼 수 없었던 규모의 대형 리콜이 심심찮게 발생하고 있다.

미국의 경우를 보면 2016년까지 3년 연속으로 리콜된 차량이 늘어나고 있다. 미국에서 자동차 리콜을 관리하고 있는 국립고속도로교통안전위원회(National Highway Traffic Safety Administration)에 따르면 2016년에는 2012년 1,650만 대의 3배에 달하는 5,320만 대의 차량이 리콜되었다. 이러한 현상은 유럽 전역에서도 동일하게 발생되었다. Stericycle Expert Solutions사에 따르면 2016년에는 자동차산업의 리콜 건수가 전년 대비 76% 상승한 415건을 기록하였다. 이 수치는 유럽연합이 안전리스크가 있는 비식품제조물에 대한 조기경보시스템(RAPEX, Rapid Alert System)을 시작한 이래 최고의 기록이다. 에어백·가속페달·연소스위치의 결함 등 자동차산업에서 최근 발생한 사건처럼 손해액이 10억 달러를 넘어가는 사건들도 이제 심심치 않게 볼 수 있다.

식·음료품분야도 리콜리스크에 심각하게 노출된 분야 중 하나이다. 식·음료품분야

18) Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

의 리콜은 거대한 재무적 손해를 가져온다는 점 외에도 대중의 건강을 해칠 수도 있다는 점에서 심각하게 받아들여지고 있다. 미국 식품 분야에서 역사적으로 가장 규모가 큰 리콜 중 하나는 땅콩 오염과 관련된 것으로 40개 주에서 700명 이상의 사람들이 질환을 앓고 난 후에야 리콜이 시작되었다. 그 결과 리콜에 책임이 있는 회사가 파산하고 CEO가 수감되게 되었다.

식·음료품분야에서 보고된 사고 건수도 증가하고 있다. 재보험사인 Swiss Re사에 따르면 미국 내 식품 리콜은 지난 10년 동안 2배로 증가하였고, 2016년에는 병원균과 앨러지 항원 표시 누락으로 미국과 캐나다의 식품 리콜 건수가 전년대비 20% 이상 증가하였다. 동일 시기에 유럽연합 전역에서 음식물 앨러지 항원 표시에 관한 새로운 법률이 도입되어 2016년에는 60% 이상 리콜이 증가하였다.

관련 비용이 10억 달러 이상인 것으로 나타난 초대형 리콜을 최근 발생한 순으로 살펴보면 다음과 같다. 2016년 휴대폰 폭발사건으로 배터리 과열로 인한 발화와 폭발을 사용자가 신고한 후 삼성은 250만 대의 갤럭시 노트 7을 리콜하였는데 관련 비용이 50억 달러 이상¹⁹⁾인 것으로 추정되었다. 2015년에는 에어백 전개 시 내부의 금속부품이 파괴되면서 파편이 튀어나와 인체손상을 야기하는 오작동으로 인해 역대 최고의 리콜이 발생하였다. 일본의 에어백 제조업체인 Takata사는 2017년 파산 신청을 하였으며, 관련 비용은 250억 달러 이상²⁰⁾으로 추정되었다. 최소 19개 자동차 제작사의 6천~7천만 대의 차량이 세계 각지에서 지금도 리콜되고 있다.

2014년에는 점화스위치 하자 등의 문제로 제너럴모터스사가 3천만 대의 차량을 리콜하였으며 관련 비용은 40억 달러 이상²¹⁾으로 추정되었다. 2010년에는 Johnson & Johnson사의 자회사인 DePuy Orthopaedics는 높은 재수술률로 인해 인공고관절을 리콜하였다. 세계 각지에서 9만 건 이상의 장치가 이식된 상태로 관련 비용은 30억 달러 이상²²⁾으로 추정되었다. 2009년에는 자동차 제작사인 토요타가 운전자의 의도와는

19) money.cnn.com(2016. 10. 14), "Samsung's Losses from Note 7 disaster keep mounting"

20) Bloomberg(2016. 3. 30), "Takata puts worst-case airbag recall costs at \$24bn"

21) money.cnn.com(2015. 2. 4), "GM's total recall cost: \$4.1bn"

22) Reuters(2012. 7. 12), "As lawsuits climb, J&J may have new hip trauma"

달리 가속을 하게 하는 페달 결함을 수리하기 위해 4백만 대 이상의 차량리콜을 발표하였다. 모두 9백만 대의 차량이 페달 결함으로 결국 리콜되었으며, 관련 비용은 30억 달러²³⁾로 추정되었다.

2008년에는 미국 역사상 역대급 식품 리콜이 발생하였는데 땅콩에 감염된 살모넬라균 공포로 촉발되었다. 200개 이상의 업체가 생산한 4천 개 이상의 제품이 이 병원균에 감염되어 업계 전체로 통산 25%의 땅콩 매출이 감소하였다. 원인을 제공한 Peanut Corporation of America사는 파산 신청을 하였으며, 관련 비용은 10억 달러²⁴⁾로 추정된다.

2005년 미 식약청은 화이자의 관절염약인 Bextra에 대해 부작용을 이유로 시장에서 회수하라고 요청하였다. 관련 비용은 30억 달러²⁵⁾로 추정된다. 2004년에 Merck사는 관절염약 Vioxx를 복용한 환자가 심근경색과 뇌출혈에 걸릴 확률이 더 높다는 연구결과가 나오자 이를 리콜하였는데, 관련 비용은 50억 달러²⁶⁾로 추정된다.

2. 리콜보험사고 분석

가. 배상책임보험 보험사고 분석²⁷⁾

AGCS가 5개년(2011. 1. 1~2016. 9. 13) 동안 세계 100개국 이상에서 지급한 배상책임보험의 보험사고 100,073건을 분석한 결과 기업의 리콜 관련 리스크가 증가하고 있음을 볼 수 있다. 제품이나 작업 결함으로 인한 사고로 5년 동안 20조 달러 이상의 배상책임 보험금이 지급되었는데, 분석대상인 전체 보험금의 거의 1/4(23%)를 차지하

23) Bloomberg(2013. 1. 17), "The most expensive product recalls"; Time(2010. 1. 29), "Top 10 product recalls"

24) Aon, "2016 Emerging Trends in Product Recall and Contamination Risk Management"

25) 24/7 Wall St(2010. 12. 10), "The ten worst drug recalls in the history of the FDA"

26) Bloomberg(2013. 1. 17), "The most expensive product recalls"

27) Allianz Global Corporate & Specialty(2017b)

였으며, 보험사고 건수 기준으로 3번째 원인으로 나타났다. AGCS는 부품이나 원재료 관련 문제가 공급망을 통해 흘러 들어와 사고 건수가 점차 증가할 뿐만 아니라 지급보험금도 커지고 있어 제품 결함으로 인한 배상책임이 점점 더 해결하기 힘든 분야가 되어가고 있다고 분석하였다.

〈표 III-1〉 배상책임보험금의 지급사유별 비중

순위	보험사고 원인	보험금 비중
1	결함 제품/용역(Defective Product/Work)	23%
2	충돌/전복(Collision/Crash)	22%
3	인간의 오류(Human Error)	19%
4	우연한 본성/손상(Accidental Nature/Damage)	6%
5	미끄러짐/추락/추락물(Slips/Falls/Falling Objects)	6%
6	물/불/연기 손상(Water/Fire/Smoke Damage)	3%
7	환경피해(Water/Fire/Smoke Damage)	3%
8	자연적 위해(Natural Hazards)	2%
9	파괴주의/테러리즘(Vandalism/Terrorism)	1%
10	재물손상(Property Damage)	1%

주: 보험사고의 원인에는 신체 상해나 사망으로 인한 보상금을 포함함. 재무적 손해를 보상하는 종류의 보험금은 제외함

자료: Allianz Global Corporate & Specialty(2017b)

나. 리콜보험 보험사고 분석²⁸⁾

AGCS는 자사가 단독 또는 공동으로 지급한 28개국 12개 산업분야에서 발생한 367건의 리콜보험사고의 보험금을 분석하였다. 총지급보험금은 3억 1,240만 유로(3억 6,700만 달러)에 달한다. 전반적으로 보면 제품이나 용역의 결함이 모든 산업분야에서 리콜 클레임의 주요 원인이며, 건수 기준으로 80% 이상을 차지하고 있다. 제품오염이 12%로 뒤를 잇고 있는데, 음식료품분야에서 매우 두드러지게 나타나고 있다.

산업분야별로 보험금 비중을 살펴보면 자동차산업분야가 전체 손해액의 70% 이상

28) Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

을 차지하고 있다. 다수의 차량에 영향을 미치는 리콜이 늘고 있는데 그 이유는 복잡한 공학기술, 시장출시기간 단축, 제품시험시간의 축소, 연구개발의 아웃소싱, 원가절감 압력과 같은 추세에서 찾을 수 있다. 여러 제작사에서 공동으로 같이 사용하는 부품이 많아 한 부품의 결함이 수백만 대의 차량에 영향을 미칠 수도 있다. 식·음료품분야가 두 번째로 손해액이 높은 분야로 전체의 16%를 차지하고 있다. 알러지 유발항원 표시 누락(성분표시오류 포함)과 리스테리아나 살모넬라 같은 병원균, 유리나 플라스틱·금속 등 외부 이물질로 인한 오염이 주요 리콜 원인이다.

리콜보험사고 비중을 건수 기준으로 살펴보면 자동차와 식·음료품분야에서 리콜보험사고가 가장 빈번히 발생하여 전체 리콜보험 사고 건수의 60% 가량을 점유하고 있다. 세탁기나 냉동·냉장고 같은 가전제품분야도 전체 리콜보험 사고 건수 중 10% 정도를 차지하고 있다. 그러나 그 심도가 매우 낮아 금액기준으로 보면 전체 손해액의 1% 미만으로 나타나고 있다.

〈표 III-2〉 주요 분야별 리콜보험금 지급 현황

(단위: 만 유로)

순위	분야	주요 리콜 원인	비중		평균 보험금
			금액 기준	건수 기준	
1	자동차/중장비	전자조향장치시스템의 오류, 에어컨 작동 정지, 백미러의 하자 등	71%	42%	212.0
2	식·음료품	크림 오염, 유아용 분유 오염, 포장 셀러드의 알러지 항원 미표시	16%	18%	134.0
3	IT/ 전자제품	탭박스의 하자, 태블릿의 배터리 결함, 랩탑 컴퓨터의 과열	3%	10%	110.0
4	생활잡화	유아복의 헐거워진 단추, 식탁의 하자, 장난감 결함	3%	7%	64.9
5	제조/포장/금속가공/산업기계류	예인 바의 결함, 에어 컴프레서의 하자, 레인 인젝터의 결함	3%	6%	72.2
6	의료	주사기나 반창고 결함, 위해 우려로 각 성제의 자발적 리콜, 피부 부착 패치의 하자	2%	5%	-

〈표 III-2〉 계속

순위	분야	주요 리콜원인	비중		평균 보험금
			금액 기준	건수 기준	
7	운송/물류	플랜트나 보일러 부품의 하자, 트랜스포머 결함	1%	5%	-
8	가전제품	화재 손상 이후 식기세척기의 리콜, 세탁기의 폭발, 화재 후 회전식 빨래 건조기의 리콜	1% 미만	3%	-
9	화학	가전제품	1% 미만	2%	-
10	토목/건설	슬러리 라인의 누수, 건축용 건조기의 하자	1% 미만	1%	-
전체		-	31,240 유로	367건	85.1

주: 제약산업의약품 리콜은 분석대상에서 제외함

자료: Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

평균 보험금은 대상 자료 중 극단치의 영향을 받아 낮게 나타났다. 예를 들면 자동차 분야에서 57%의 보험사고가 보험금이 10만 유로 이하이기 때문에 평균 보험금이 낮게 나타났다. 보험금이 1백만 유로 이하인 보험사고를 제외하면 자동차 분야의 평균 보험금은 1,240만 유로, 음식료품 분야는 792만 유로, 기타 분야는 1,050만 유로로 나타나고 있다.

〈표 III-3〉 리콜보험 보험금의 편재성

(단위: 건, 유로)

보험금 구간	보험사고 수	평균보험금	구성비	
			금액기준	건수 기준
1백만 유로 이하	317	88,885	86%	9%
1백만~5백만 유로	29	2,189,980	8%	20%
5백만 유로 이상	21	10,511,239	6%	71%

자료: Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

규모 면에서 10대 리콜보험금이 분석대상인 전체 리콜보험금의 50% 이상을 차지하여 대규모 리콜 손해가 발생한 사건의 상당한 영향력을 보여 주고 있다. 이 사건 중 9

건이 자동차/중장비 분야에서 발생하였다. 이 분야는 분석대상 손해액의 71%를 점하고 있어 가장 보험금이 많이 지급된 분야이다. 이 분야의 거대 리콜사고 관련 평균보험금은 1,240만 유로(1,450만 달러)이지만 제일 큰 리콜 사고는 매출이나 평판 손해, 과태료 및 벌금, 소송비용 등 다른 비용을 감안하면 수억 달러, 심지어 수십억 달러까지 이를 수 있다.

3. 리콜의 확산 원인

가. 파급효과

리콜은 규모나 건수 면에서 증가하고 있다. 그 주요 원인은 엄격해진 규제 외에도 글로벌 공급망의 복잡성 증가와 소수의 공급사업자에 대한 부품·원재료의 집중에서 찾을 수 있다.

글로벌기업들은 이제 자사제품을 수백만 명의 소비자에게 판매한다. 예를 들어 2007년 iPhone 출시 이후 Apple사는 10억 대 이상의 스마트폰을 판매하였다. 또 폭스바겐과 도요타는 2016년 기준으로 각각 천만 대 이상의 차량을 생산하고 있다.

이와 함께 공급망이 단순해지고 글로벌화되면서 많은 제조사업자들이 부품이나 성분, 원재료를 소수의 공급사업자에게 구매하고 있다. 이로 인해 리콜리스크 평가액이 엄청나게 증가하였고 파급효과(Ripple Effect)라 불리는 승수효과가 발생하여 리콜 한 건만으로도 많은 제조사업자, 브랜드, 국가에 영향을 미치게 되어 평판 손상과 대규모의 재무적 손해를 가져오게 되었다.

이 파급효과는 최근 발생한 대규모 리콜, 특히 식료품과 자동차산업에서 크게 나타났다. 예를 들어 2016년 리스테리아균 감염으로 인한 해바라기씨 리콜로 수십 개 브랜드의 수백 개 제품이 리콜대상이 되었다. 2015년에도 이와 비슷하게 쿠민 향신료가 땅콩에 오염되어 14개 기업, 100개 브랜드, 153개의 개별 제품, 756개의 포장 제품이 리콜되었다.

2008년에 Peanut Corporation of America사가 판매한 살모넬라균 오염 땅콩으로 인해 역대 최고 수준의 리콜이 실시되었다. PCA사는 미국 땅콩 공급량의 2% 정도만을 차지하고 있었으나 동사의 땅콩이 약 200개 이상의 기업이 생산한 4,000개 이상의 제품에 재료로 사용되었다. 동 리콜 사태로 식품업계는 땅콩 매출이 24% 감소하였고 10억 달러 정도의 손실을 입게 되었다. 일부 선도 브랜드는 본 리콜 사태에 연루되지 않았는데도 불구하고 매출이 절반 수준으로 급감하여 파산을 신청하여야 했다.

자동차분야에서도 에어백과 연소 스위치 관련 대규모 리콜이 글로벌 공급망을 타고 파급효과를 가져와 여러 국가 여러 브랜드의 수백만 대 차량에 영향을 미쳤다.

오늘날 자동차산업의 공급망은 15년이나 20년 전과는 완전히 판판이다. 자동차산업의 통합으로 효율성은 가져올 수 있었으나 리콜리스크를 증가시켜 리콜규모가 대형화되고 있다. 자동차공학이 보다 복잡해지고 시장출시속도 증가, 제품테스트 기간의 단축, 1차 및 2차 협력업체로의 연구개발 아웃소싱, 원가절감 압력이 그 주요 원인이다. 자동차 제작사(Original Equipment Manufacturers)의 모듈화 전략으로 인해 리콜 대상 단위제품 수가 더욱 증가하는 경향도 있다. 자동차산업의 기술이 전자 및 자율주행화 하는 경향에 있어 장래 리콜리스크는 더욱 증가할 것이다.

일본 에어백 제조업자인 타카타사의 리콜 사례에서 리콜리스크가 얼마나 집중될 수 있는지를 볼 수 있다. 동 리콜은 미국 자동차산업에서 발생한 가장 큰 규모의 리콜로 전 세계에서 적어도 19개사 이상의 제작사에서 생산한 6천만 내지 7천만 대 정도의 차량 에어백이 리콜될 것으로 예상된다. 그 비용은 최종 250억 유로에 달할 것으로 추정된다.

이전에는 인체에 무해하였던 제품이 갑자기 한 산업분야에 수십억 달러의 재무적 손해를 가져올 수도 있다. 기업들은 대개 자신의 리스크관리 능력을 확신하고 있지만 공급업자의 경우에는 이야기가 달라진다. 복잡한 글로벌 공급망을 1년 365일 내내 관리할 수만은 없다. 이것이 리콜보험에 가입하여 보장을 받으려는 주요 동인이다.

나. 엄격해진 소비자규제

세간의 이목을 끄는 리콜 건수 증가와 제품의 품질과 안전에 대한 소비자의 기대 증가로 규제의 강도가 전 세계적으로 증가하고 있다. 많은 국가에서 제품안전법을 강화하고 있다.

기업들이 결함제품이나 오염제품을 어떻게 처리하고 대응하는지, 제품안전시스템을 어떻게 회복하는지에 대해 지금은 많은 관심을 받고 있다. 기업이 위기에 대응하는 방법에 따라 소비자들이 의사결정을 하므로 과거보다 자주 소비자들이 고려대상의 일부가 되고 기업의 행동을 결정하는 동인이 된다.

정부당국은 이제 훨씬 더 적극적이다. 특히 음·식료품분야에서 그런 경향이 뚜렷하게 나타나고 있다. 미국에서는 치명적 감염 이후 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, 이하 'FSMA'라 함)이 2011년 제정되어 70년 이상 유지된 식품안전법이 전면 개정되었다. 동법으로 규제의 초점이 조치에서 예방으로 이동되어 미국 식약청(US Food and Drug Administration, FDA)이 리콜을 조사·명령할 수 있는 강력한 권한을 가지게 되었다. 영아 분유 관련 오염사건 후 중국도 2015년 식품안전법을 개정하였다.

한편 영국에서는 2015년 대비 2016년 리콜 건수가 48% 증가하였다. 소비재, 자동차, 제약산업에서 리콜 건수도 증가하였지만 특히 식품분야에서 리콜 건수가 급격히 증가하였다. 이는 음식의 알러지 유발항원 표시에 관한 EU의 새로운 법률 시행이 원인이 되었다. 제도 도입 이후 음·식료품의 알러지 유발항원 표시 누락 관련 리콜 건수가 2015년 대비 2016년에 62% 증가하였다.

자동차와 소비재산업에서도 제품안전규제가 증가하였다. 예를 들면 2008년에는 미국에서 소비재안전개선편이 개정되어 내부고발자 보호, 소비재 내부의 납과 같은 물질에 대한 시험 요구조건이 신설되었다.

미국, 유럽, 아시아를 불문하고 규제의 빗장이 높아졌으며 그로 인해 리스크 영역이 넓어졌다. 기업은 자사에 적용되는 안전문화에 적응하면서도 이전보다 더 높은 표준을 유지해야 하는 통합능력이 필요한데, 이로 인해 리스크가 증가할 수 있다.

다. 새로운 리콜 유발요인의 증가

알러지 유발항원 표시 누락, 독소, 환경오염이 최근 새로운 리콜 유발요인으로 급부상하고 있다. 기업이 제품을 리콜해야 하는 다양한 이유가 있을 수 있지만 전형적인 리콜은 신체에 해를 주거나 상해를 입힐 수 있는 안전상의 우려로 촉발된다.

2016년 주요 식품 리콜이 알러지 유발항원 표시 누락과 세균 오염(특히 리스테리아균이나 대장균, 살모넬라균)으로 촉발되었다. 예를 들어 소프트치즈나 냉동채소, 아이스크림, 사과, 칸탈루프에서 발견된 리스테리아균으로 인해 최근 미국에서 대규모 리콜이 발생되었다.

북미와 유럽 전역에서 알러지 유발항원(Allergens)은 심각한 사회적 문제가 되었다. 미국인 중 1,500만 명 가량이 음식물 알러지 유발항원을 갖고 있기 때문이다. 사실 알러지 유발항원 표시 누락은 미국에서 식품 리콜의 일차적인 원인으로 최근에서야 급부상하였다. 2015년 1/4분기 리콜의 95%가 알러지 유발항원 표시 누락으로 인한 것이며, 그 중 91%는 땅콩 등 견과류 성분의 표시 누락으로 인한 것이다.

알러지 유발항원 표시 누락(Undeclared Allergens)으로 인한 리콜(주로 견과류, 유, 밀, 콩 관련)은 표시 오류나 포장 오류, 우연한 상호오염 등 단순 제조실수의 결과일 경우가 많지만 식품사기(Food Fraud)의 결과일 수도 있다.

한편 특히 아시아에서 수입된 소비재에 많이 들어가 있는 독소가 최근 또 다른 우려의 원인이 되고 있다. 납·비소·카드뮴이 장난감과 장신구·화장품에서 발견되어 많은 리콜이 발생하였고 안전규제가 강화되었다. 2007년에는 Fisher-Price사가 납중독 가능성 때문에 전 세계 각지에서 150만 개의 장난감을 리콜하였다. 또한 중국에서 만들어진 어린이 장신구에서 발견된 카드뮴으로 인해 최근 몇 년간 판매사업자들이 일련의 리콜을 실시하였다.

환경오염도 최근 몇몇 대규모 리콜의 원인이다. 제조업 및 농업에서 사용된 화학약품과 플라스틱이 음식에 유입된 결과이다. 2017년 8월 네덜란드 계란에서 살충제 성분이 발견되어 16개 유럽국가뿐만 아니라 중국과 같이 원거리 국가에서 생산된 계란에 대해서도 대규모 리콜이 발생하였다. 네덜란드 양계농가에서 리콜이 발생하였을 때

1개월 동안에 입은 손실만 거의 4천만 달러에 이른다는 초기 추정치가 있었다. 이 외에도 중국에서는 식품에 유입된 중금속 성분으로 많은 리콜이 발생하였다.

미세 및 초미세 플라스틱은 환경오염의 또 다른 잠재적 근원이다. 맨눈으로 볼 수 없는 조그마한 플라스틱 조각이 해산물과 식염, 벌꿀, 설탕과 맥주에서 발견되었다.

라. 경제적 압박과 식품사기 증가

경제적 압박이 많은 산업분야에 지속되고 있으며 점차 많은 기업들과 공급망이 경제적 압박에 시달리고 있다. 이로 인해 일부 경우에는 인적오류와 범죄행위의 리스크가 증가하고 있다. 가혹한 거래조건으로 인해 기업이 저단가 납품업자를 찾거나 숙련된 인력을 해고할 수도 있다. 또한 저품질의 값싼 성분이나 부품을 사용하는 등의 사기행위로 유인되기도 한다.

경제적 불순화(Economic Adulteration)와 위조상품(Counterfeiting) 등 식품사기가 리스크를 늘리고 있다. 올리브 오일부터 와인, 벌꿀이나 계피에 이르기까지 식품사기는 수익성이 높은 사업이 되어가고 있다. 조직범죄집단이 식품을 값싼 재료와 섞거나 원래 저품질인 식품을 고급식품으로 위장하여 판매하기도 한다. 이와 함께 일부 기업들도 이익을 부풀릴 동기로 사기를 범할 유혹에 빠질 수도 있다. 가장 유명한 사건 중 하나는 2008년 중국에서 발생한 영아용 분유 사건이다. 분유에 고의로 멜라민을 섞은 것이다. 2013년 영국의 말고기 사건도 대규모 리콜을 불러온 사건으로 유명하다. 제조업자가 수입된 말고기를 쇠고기와 섞어 100% 쇠고기로 판매한 것이다.

식품사기는 대규모 리콜, 평판 손실과 큰 재무적 손해를 가져오는 주요 문제로 등장하였다. 마육사기가 대표적 사례이나, 유기농 식품, 종교적 식품, 분유 등에서 유사 사례를 볼 수 있다. 음식 사기로 인한 손해 중 일부는 리콜보험으로 처리될 수 있기는 하지만 대부분의 손해는 보장되지 않는다. 현재 보험산업은 이를 처리하기 위한 해법을 찾고 있는 중이다.

이와 함께 제품개발 사이클의 단축화 추세로 제품을 시험하거나 신물질이나 신성분이 건강에 미치는 영향을 완전히 규명하는데 소요되는 시간이 짧아지게 되었다. 예를

들어 식품포장에 사용된 비소페놀A는 10년 전에는 문제가 되지 않았지만 지금은 인간의 건강과 환경에 미치는 잠재적 영향에 대해 의문이 일고 있다. 장난감이나 화장 등의 제품에 사용되는 프탈레이트라는 화학용제에도 현재 건강상의 문제가 제기되고 있다.

마. 안전과 무관한 리콜 증가와 리콜 실시기간의 장기화

최근 안전과는 무관한 리콜(Non-safety Recalls)이 하나의 유행처럼 이루어지고 있다. 이 리콜들은 제품 생산에 아동이나 노예의 노동력 이용에 대한 비난, 상표 관련 문제, 이슬람 종교식품(Halal Food)이나 극단적 채식주의의 식품(Vegan Food) 등 종교적·윤리적으로 지정된 식품을 속여 파는 음식사기와 관련이 있다. 이런 분야에서 소비자들의 기대가 충족되지 않으면 기업은 평판을 보호하기 위해 제품 리콜을 결정할 수도 있다.

미국이나 영국 판매사업자들은 대중매체가 어떤 수산품이 아시아에서 노예 노동력을 이용하는 어선에서 나온 것임을 보도하자 식품을 회수시켰다. 2015년 미국과 영국의 제과회사들은 아동 노동력으로 생산된 코코아제품을 사용하였다고 비난받았다.

이런 식으로 법률상 또는 규제상 리콜을 요구받지 않음에도 리콜을 해야 하는 사건이 일어날 수 있다. 이것이 바로 기업이 대비해야 하는 진짜 경영리스크이다.

한편 리콜 익스포저의 지속기간이 점점 더 길어지고 있다. 예를 들어 아직 냉동식품이 리콜된 적이 없지만, 2016년에는 미국 소재 식품제조사업자인 CRF Frozen Foods의 냉동야채에 리스테리아균이 함유된 것이 발견되어 42개의 독립 브랜드가 판매한 456개 소비재가 리콜되었다. 냉동식품의 특성상 식품이 소비된 이후에야 오염이 드러날 수 있기 때문이다. 소비시점이 생산된 지 몇 개월 후, 심지어 유효기간이 24개월에 달할 정도로 긴 냉동식품도 있다.

자동차산업분야에서는 미국은 지금은 제조사업자에게 최소 15년의 기간 이상에 걸쳐 100% 리콜률 달성을 위해 노력할 것을 요구하고 있다. 최근의 연소 스위치 리콜 대상은 수백만 대에 달하는데 그 일부는 18년 이상 된 노후차량이다. 소비자에게 통지를 하여 노후차량을 수리하는 일은 신차의 경우보다 복잡하고 비용이 많이 소요된다.

바. 소셜미디어에 의한 상황 악화

소셜미디어는 리콜에 대해서는 양날의 검이라 할 수 있다. 고객과의 효과적인 소통 수단이며 문제의 조기 확인과 사고 후 브랜드 가치와 평판 회복을 도와 줄 수 있다. 그러나 관리가 제대로 되지 않으면 소셜미디어는 불만 고객이나 단체의 원성 분출구로 이용되어 리콜리스크를 악화시킬 수도 있다.

나쁜 뉴스는 빨리 확산되므로 상황이 급속도로 악화되어 통제불능 상태에 빠질 수 있다. 따라서 비교적 소규모 리콜임에도 큰 위기가 될 수 있다. 소셜미디어 채널을 통해 오보나 가짜 정보가 급속히 확산되어 기업 브랜드를 해칠 수도 있다. 잘못된 기사와 트윗은 평판 손해를 가져와 리콜 규모에 직접적 영향을 미친다. 소셜미디어로 인해 리콜에는 새로운 차원의 손해가 추가되므로 기업은 훨씬 더 신속히 대응하여야 한다.

소셜미디어가 리콜과 아무 관련 없는 브랜드(Innocent Brand)에도 영향을 미친다는 연구도 있다.²⁹⁾ 제작사 4곳의 리콜 발표 이후 1,000개의 자동차 산업 관련 소셜미디어 사이트를 분석한 결과 리콜에 직접 연관된 제작사뿐만 아니라 아무 관련이 없는 제작사에 대한 비난도 증가한 것으로 밝혀졌다. 이 연구에서는 이 현상 즉, 리콜차량의 문제를 타인이 공유하여 갖게 되는 생각을 “삐뚤어진 후광(Perverse Halo)”이라고 불렀다.

이 현상은 기업가치에도 영향을 미칠 수 있다. 연구진이 분석대상이 된 브랜드의 차량 모델을 합산한 결과 라이벌 브랜드의 리콜에 의해 촉발된 비난으로 인해 아무 관련이 없는 기업의 시가총액이 불과 6일 만에 730만 달러 증발하였다.

소셜미디어 관리 부실은 기업이 위기를 통제하지 못하고 있다는 것을 의미한다. 전문적이고 민감한 방식으로 접근한다면 소셜미디어는 리콜을 관리하에 진행하는데 실질적인 도움이 될 수도 있다.

사. 중국 등 아시아지역의 리콜과 리콜보험 증가세

글로벌 공급망이 점차 동쪽으로 이동되고 있고, 그 지역에 소재한 많은 국가가 전통

29) Abhishek Borah 외(2016)

적으로 제품 품질 관리에 취약하므로 미국과 유럽에서 아시아산 제품이 리콜 건수 기준 점유율이 상품 점유율에 비해 더 높게 나타나고 있다.

미중 경제안보위원회(US-China Economic and Security Review Commission)는 2014년 기준으로 미국 내 상품의 23%를 중국산 상품이 점하고 있지만 리콜 기준으로는 51%를 차지하고 있다고 밝혔다. 미국 장난감 리콜에서 중국산 제품이 차지하는 비중은 1988년 10%에서 2007년 98%로 상승하였다. 2015년에는 미국산 제품의 리콜이 686건인데 비해 중국산 제품의 리콜은 2,124건에 달했다. 2015년 EU에서 발표된 제품 안전경고(Product Safety Alerts)의 62%가 중국제품으로 인한 것이었다. 리콜 손해액과 아시아나 중국으로의 공급망 편중은 명확한 상관관계가 있다. 아시아의 제품 품질 관리 수준은 향상되고 있지만, 아직 미국이나 유럽 수준까지는 도달하지 못했다.

아시아는 북미나 유럽에 비해 리콜보험시장은 비교적 적은 편이다. 아시아 기업들은 미국이나 유럽으로 수출하는 제품(특히 자동차산업분야)에 대해서만 리콜보험에 가입하여 왔다. 그러나 제품안전규제가 강화되고 소비자의 기대가 상승함에 따라 지금은 많은 기업들이 자국시장에서 판매되는 제품을 보장하는 리콜보험도 구입하기 시작하고 있다. 아시아, 특히 중국에서 정부 주도의 리콜이 점차 일반화되고 있으며, 필리핀과 싱가포르 등 아시아 각지에서도 리콜 건수가 증가하고 있다.

아시아든 어디든 간에 저품질의 결함제품으로는 어떤 기업이라도 시장에서 살아남기 어렵다. 따라서 점점 더 많은 아시아 기업들, 심지어 국내에서만 활동하는 기업들까지도 리콜보험에 가입하는 것이 의미가 있다고 느끼고 있으므로 아시아에서도 이제 리콜보험시장이 확대되리라 예상된다.

아. 기술 진보와 혁신

기술 진보는 리콜의 좋은 친구이자 도전이기도 하다. 한편에서는 제품의 품질과 추적성(Traceability)을 향상시킬 수 있는 기회를 제공하기도 하지만 다른 한편에서는 새로운 리스크를 만들어낸다. 오늘날 공급망 관리에서 볼 수 있는 것들이 불과 5년 전만 해도 불가능해 보이던 것들이다. 제품안전 향상을 향한 발전 속도와 가능성은 매우 놀랍다.

제조공장들은 이제 대부분 자동화되었다. 자동화가 효율성을 증가시키고 인간적 실수를 줄이기는 하지만 사이버 공격 리스크가 생기기도 한다. 협박에 의한 갈취 또는 악의적 의도로 해커들이 기계류를 장악하거나 공정을 변경하여 제조과정에 있는 상품을 훼손 또는 오염시키는 것이 이론적으로는 가능하다. 예를 들어 미국 국토안보국(Department of Homeland Security)의 최근 경고와 같이, 세계 각지의 병원에서 사용되고 있는 주사기 펌프(Syringe Pumps)가 해킹에 취약하여 해커들이 환자에게 투여되는 투약량을 변경시킬 수 있다는 결함을 가지고 있다.

기술 그 자체는 점차 미래 리콜의 동인으로서 그 역할이 더 커질 것이다. 사이버 보안을 둘러싼 리콜이 증가할 수도 있고 리콜 관리 과정에서 인공지능이나 나노기술, 생체기술처럼 혁신적이지만 아직 시험되지 않은 과학기술이 도입될 수도 있다.

리콜 분야에서 사이버 분야는 지금은 과소평가되고 있지만 자동차나 카메라 등에서 사이버보안의 취약을 이유로 발생한 리콜 사태를 이미 경험한 바 있다. 자동화와 머신러닝에 관한 관심도 리콜리스크의 증가를 가져올 수 있다.

2015년에는 크라이슬러사가 보안연구가에 의해 밝혀진 소프트웨어 결함으로 140만 대의 차량을 리콜하였으며, 2016년에는 사이버 공격 이후 웹캠(WEBCAM)을 리콜한 사례가 있다. 2017년 8월에는 FDA가 사이버 보안 취약성을 이유로 거의 50만 개 가량의 심장박동기(Pacemakers) 리콜을 명령한 사례가 있다.

시장에서는 소재과학(Material Sciences), 인공지능(Artificial Intelligence), 생체기술(Biotechnology)의 혁신과 진보를 바라는 거대한 압력이 있다. 급속히 진화하는 기술은 제품의 효율성 측면에서는 좋은 소식이지만 새로운 리콜리스크를 낳을 수도 있다. 시험시간이 부족하거나 시험이 충분치 않은 경우 고장이 일어날 수 있다. 복잡한 과학기술을 적용하는 과정에서 인간의 실수가 생기는 경우도 있어 리콜리스크가 증가된다.

신기술 관련 리콜은 지금의 리콜보다는 규모가 크고 복잡해질 가능성이 높다. 예를 들면 자율주행자동차의 확산으로 배상책임이 개인으로부터 제작사에게 넘어갈 가능성이 있으므로 리콜리스크가 증가할 수도 있다. 사고가 계속 일어나 자율주행차에 적용된 인공지능의 안전성에 관한 우려가 증가한다면 대규모 리콜이 촉발될 수 있다.

신기술은 배상책임과 보험에 관련하여 흥미로운 질문을 던져준다. 생산물배상책임

보험과 리콜보험, 사이버보험 등 보험계약들은 서로 어떻게 상호작용을 할 것인가에 대해 아직 명확한 답을 제기하기는 어렵다.

항공기 부품부터 식품까지 전역에서 이미 제품 제조에 이용되고 있는 약학, 생체세포학, 3D프린팅 등도 리콜 익스포저를 변화시킬 수 있는 또 다른 영역이다. 미래의 리콜은 새로운 분야에서도 등장할 것이다. 보험회사의 입장에서는 사전 대비와 대책 수립을 위해 나노기술, 3D프린팅 등 신기술 관련 이슈를 잘 파악해 두어야 한다.

IV. 리콜 리스크관리

1. 리콜 리스크관리의 개요

가. 리콜 리스크관리의 의의

리콜 리스크관리란 제품 결함으로 인해 소비자의 생명 또는 신체에 위해나 피해의 확대를 방지하고 기업의 신뢰 회복을 위해 법적 또는 자율적으로 사업자인 기업들이 취해야 하는 조치를 의미한다. 구체적으로는 제조사업자, 수입사업자, 판매사업자, 유통사업자, 수리사업자, 설치사업자 등이 리콜에 대해 평소 어떻게 대처해야 하는지, 제품사고가 확인된 경우 어떻게 신속하고 정확하게 리콜을 실시해야 하는지, 리콜 후속 조치를 어떻게 실천하고 리콜의 실효성을 높일 것인지에 대한 관리방법을 말한다.

사업자가 소비자에게 안전한 제품을 공급하는 것은 기본적인 책무이다. 그러나 최근의 기술 진보를 바탕으로 한 세심한 제품 안전 관리 체제를 구축하고 운영하고 있더라도 제품 사고의 발생을 완전히 방지할 수 없다. 따라서 제품사고는 언제든 일어날 수 있다는 전제하에 리콜에 대비하여 준비하고, 제품 사고 등의 발생 또는 징후를 발견한 단계에서 신속하고 정확한 리콜을 자체적으로 실시하는 것이 필수적이다.

결함 등의 증상이나 제품 사고 등의 발생을 은닉하거나 허위의 정보를 공개하는 것은 소비자를 위험에 빠뜨리는 행위로 사회적으로 허용되지 않는다. 또한 특히 소비자에게 인적 피해가 발생·확대될 가능성이 있는 것으로 나타나는데도 리콜 등 적절한 조치를 하지 않아 심각한 피해를 일으킨 경우에는, 행정 처분 대상뿐만 아니라 손해배상 책임과 형사책임으로 발전하는 경우도 있다. 이것은 제조사업자 및 수입사업자는 물론 판매사업자, 유통사업자, 수리사업자, 설치사업자 등에게도 마찬가지로 적용된다.

신속하고 정확하게 리콜을 실시하는 것은 사업자에게 점점 더 중요해지고 있으며, 이렇게 함으로써 사업자는 소비자를 비롯해 사회 전체의 신뢰를 되찾을 수 있다.

나. 리콜 리스크관리의 주체

소비자에게 신속한 정보 전달 등의 대응을 위해서는 제조사업자 또는 수입사업자 뿐만 아니라 소비자에게 가까운 존재인 판매사업자와 유통사업자, 제품의 설치 및 수리·점검을 실시하고 있는 수리사업자와 설치사업자 등의 협력이 필요하다.

1) 제조사업자 또는 수입사업자

제조사업자 또는 수입사업자들은 시장에 먼저 제품을 출시하는 사업자이다. 또한 제품의 설계·제조·가공·조립 또는 수입 행위 등을 통해 제품 사고의 원인을 결과적으로 생기게 하는 사업자이다. 제조사업자 또는 수입사업자가 제품 사고의 사전 방지 및 확대 방지를 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 자발적으로 리콜을 실시하여야 한다.

또한 리콜을 실시하고 있는 제조사업자 또는 수입사업자가 파산하는 경우 수탁자에게 리콜의 계속 실시를 의뢰하여야 하며, 흡수·합병되는 경우 존속 회사에서 해당 리콜이 계속될 수 있어야 한다.

OEM 생산(주문자 상표 부착 생산)의 경우 생산위탁계약에 리콜 실시 주체를 명시하는 것이 중요하다. 그러나 실시 주체 측이 도산이나 파산 상태에 있고, 리콜 실시가 불가능한 경우에는 다른 주체가 리콜 실시 주체가 되어야 한다.

2) 판매사업자 또는 유통사업자 등

판매사업자 또는 유통사업자 등은 생산사업자 또는 수입사업자보다 소비자에게 가까운 존재이며, 리콜 제품의 소재 확인과 소비자에 대한 정보가 더 빨리 전달될 가능성이 많기 때문에 신속하고 정확한 리콜 실시에 중요한 역할을 하게 된다.

소비자제품의 소매판매를 하는 자가 중대한 제품 사고의 발생을 알았을 때는 이를

해당 제품의 제조사업자 또는 수입사업자에게 통지하여야 한다. 제조·수입사업자는 물론 소매판매사업자도 제품사고정보를 수집하고 이를 소비자에게 적절하게 제공하도록 항상 노력해야 한다.

특히 소비자의 생명·신체의 안전에 관련된 심각한 위해가 문제가 되는 경우 이를 인식할 수 있는 입장에 있는 관계사업자가 법률 또는 규정상 의무가 없는 경우에도 신속히 리콜을 해야 하는 경우도 있으므로 주의가 필요하다. 또한 제조사업자 또는 수입사업자가 파산 상태에 있고, 실질적으로 리콜 실시자가 될 수 없는 경우에는 판매사업자 또는 유통사업자가 리콜을 실시하여야 한다.

또한 판매사업자, 유통사업자가 개인 브랜드(PB) 제품을 제조·판매하는 경우에는 제조사업자 및 수입사업자와 같은 위치에 서게 된다.

3) 수리사업자, 설치사업자

수리사업자, 설치사업자는 수리 및 설치에 따른 소비생활용 제품에 중대한 제품 사고가 생긴 것을 안 때에는 그 취지를 당해 소비자제품의 제조사업자 또는 수입사업자에게 통지하여야 한다.

또한 리콜 실시 사업자로부터 요청이 있을 경우 제품 소재에 대한 정보 제공 및 리콜 포스터 게시 등 적극적으로 협력하여야 한다.

4) 부품·원재료 제조사업자

부품 제조사업자에게 외주한 부품의 결함으로 인해 사고가 발생한 경우에도 리콜은 완제품에 대해 실시되므로 리콜을 실시하는 사업자는 원칙적으로 완제품의 제조사업자이다.

따라서 부품·원재료 생산사업자가 납품한 제품으로 인해 최종 완제품에 제품 사고 등이 발생한 경우에는 즉시 거래처 사업자에게 알려야 한다. 또한 동일한 부품을 여러 회사에 납품하고 있는 경우 한 납품처의 사업자가 리콜을 시작하면 다른 납품처 사업

자에게도 해당 정보를 제공하여야 한다.

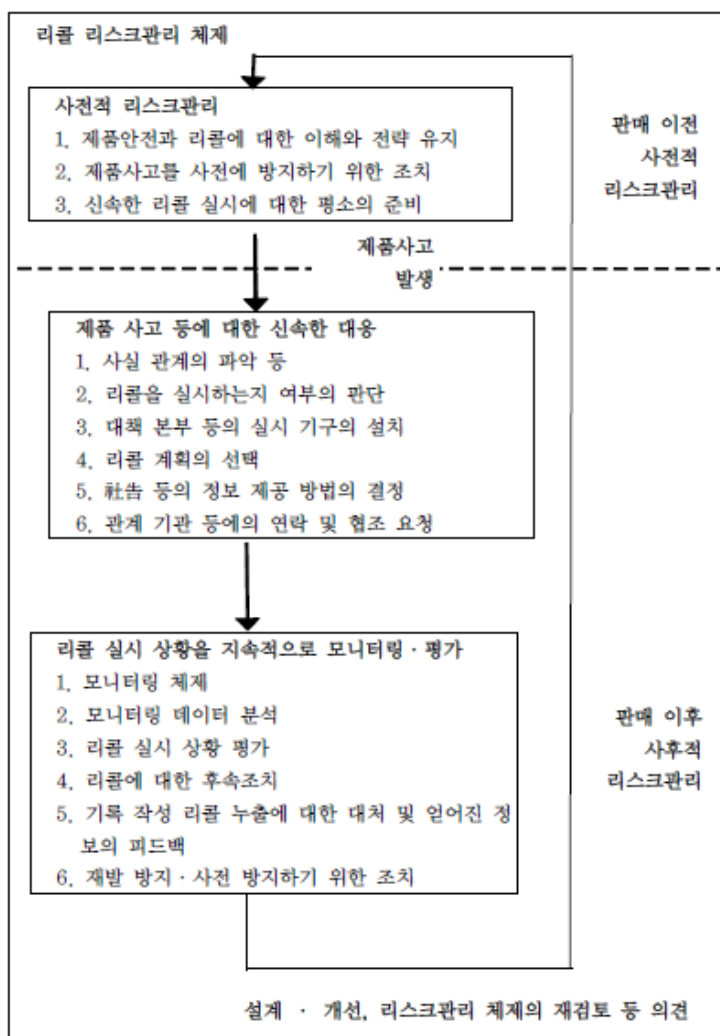
부품·원재료 생산사업자는 완제품 제조사업자가 실시하는 리콜에 따른 제반 비용을 부담하여야 한다. 그러나 소비자에 대한 책임을 가지고 리콜을 실시하여야 하는 자는 부품에 원인이 있는 경우에도 원칙적으로 완제품 생산이다. 완제품 제조사업자가 부품·원재료 생산사업자를 대신해 실시하는 리콜을 제3자 리콜(Third Party Recall)이라고 한다.

다. 리콜 리스크관리 체제

리콜 리스크관리는 판매 전 제품사고를 사전에 방지하기 위한 사전적 리스크관리와 제품사고 후 신속하고 정확한 대응을 하기 위한 사후적 리스크관리로 나눌 수 있다. 사전적 리스크관리는 기업 내에 제품안전과 리콜에 대한 이해와 전략을 수립하고 제품사고를 사전에 방지하기 위한 조치를 취하며, 신속한 리콜 실시를 위해 평소의 준비 자세를 유지하는 것이다.

사후적 리스크관리는 제품사고에 신속히 대응하고 리콜 실시 상황을 지속적으로 모니터링·평가하여 설계·개선, 리스크관리 체제의 재검토 등 재발 방지를 위한 조치를 취하는 것이다. 리콜 리스크관리에 대한 세부적인 방안은 〈부록 II〉에 소개되어 있다.

〈그림 IV-1〉 리콜 리스크관리 체제



2. 리콜 리스크관리에서 보험의 역할³⁰⁾

제품사고 발생 전 준비와 사전계획이 리콜의 규모와 재무 및 평판 피해에 큰 영향을 미친다. 전사적 리콜 리스크관리 프로그램의 일환으로 특화된 리콜보험은 기업이 위기에서 더 빨리 회복할 수 있도록 도와줄 수 있다.

리콜비용이나 영업지장비용을 보장할 뿐만 아니라 악의적인 제품 훼손과 같이 새롭게 부각되는 리스크로부터 보호해 줄 수 있다. 리콜보험회사는 리콜 및 위기관리계획을 수립하거나 기업이 사전수립한 절차를 테스트하기 위한 시뮬레이션을 조직하거나 개선되어야 할 영역을 부각시키는 등 기업의 준비를 도와줄 수 있는 위기관리 서비스를 제공하기도 한다. 기업이 주기적으로 추적훈련을 하고 있더라도 대중매체, 소비자와 기타 이해관계자들을 포함한 통합적 리콜 시뮬레이션이 필요하다.

특히 디지털 시대에서 제품안전이 문제가 되는 때에는 신속한 조치가 절대적이다. 의사결정이 신속히 이루어져야 하나 무분별한 의사결정으로 추가 비용이 소요되고 평판에 해를 입을 수 있다. 리콜 규모를 줄이기 위해서는 대처능력을 기르는 것이 필수적이다. 리콜보험회사에서 제공하는 위기관리서비스를 수용하여 DNA의 일부로 만든 기업은 대형 사고로 고생할 가능성이 현저히 낮아진다.

가. 위기관리 컨설팅서비스

사고 발생 전 준비와 계획은 리콜규모와 재무 및 평판손해액에 큰 영향을 미친다. 전문 리콜보험회사 직원 직무의 75% 정도가 사고 발생 전 위기관리 컨설팅, 프로토콜과 리콜계획의 테스트, 피보험회사 위기대응팀의 역량을 시험해보기 위한 시나리오를 가동해보는 일로 구성되어 있다.

리콜보험에 가입하면 전문가의 위기관리 컨설팅을 이용할 수 있고, 가상적인 리콜을 직접 체험해볼 수 있다. 기업이 리콜과 위기관리계획을 실시하는 잠재적인 상황을 준비하는데 컨설턴트들의 경험을 활용할 수 있다. 위기관리계획은 최소 연 1회 실시

30) Allianz Global Corporate & Specialty(2017a)

및 테스트되어야 한다.

컨설턴트들이 기업의 리콜 및 위기관리 절차를 검증하기 위해 리콜 시뮬레이션을 실시할 수도 있다. 시뮬레이션을 통해 개선사항을 발견할 뿐만 아니라 피보험회사의 직원들이 위기관리계획과 컨설팅에 익숙해지도록 만든다. 기업이 자체적·주기적으로 추적성 훈련(Traceability Exercise)을 할 수는 있지만 전문 컨설턴트들이 제공하는 리콜 시뮬레이션은 여기서 한발 더 나아가 소셜미디어나 전통적인 매체, 고객과 다른 이해관계자들도 시뮬레이션 범위에 포함시키게 된다.

리콜을 처리하는 방식은 리콜규모뿐만 아니라 소송 가능성, 고객 이탈, 브랜드 가치나 평판에 영향을 줄 수 있다. 아직도 많은 기업들이 리콜 준비 측면에서 몹시 불완전하다. 그러나 리콜보험과 함께 제공되는 위기관리 컨설팅서비스는 무엇을 해야 할지 알지 못할 때 귀중한 지침을 줄 수 있다. 리콜을 얼마나 신속하게 잘 처리하느냐는 준비(Prepare)와 예방(Prevent), 실천(Practice)에 달려 있다. 준비가 잘 된 기업은 화학분 석결과나 점검표 등 리콜가능성이 있다는 정보를 미리 얻을 수 있어 당국과 소비자들에게 주의를 줄 시간을 확보하게 된다.

리콜보험회사들은 위기관리서비스를 직접 제공하기도 하지만 제휴관계에 있는 독립적인 컨설팅업체에 의뢰하기도 하며, 이때는 총 보험료의 5% 내지 10%가 제휴 컨설팅업체에 지급된다. 위기관리서비스는 사전에 손해발생가능성을 최소화하기 위해 리콜계획이나 추적가능성 계획의 검토, 품질관리절차나 공급자실사과정(Vendor Audit Procedures) 등이 포함된다. 보험사고가 발생한 이후에도 동일한 컨설팅업체를 이용할 수 있다. 피보험자가 지급한 컨설팅 수수료는 별도의 공제 없이 보험계약에서 보장된다. 제품 리콜에 리스크관리 프로그램을 응용하여 리콜위기를 관리하는데 귀중한 자료와 지원을 제공하고 있는 세계적인 컨설팅 기업들은 <표 IV-1>과 같다.

〈표 IV-1〉 위기관리 컨설팅업체

회사명	웹사이트
RQA, Inc.	https://www.rqa-inc.com/na_home.html
Red 24	https://red24.com/nonmembers/
Security Exchange	http://www.securityexchange24.com/
The Acheson Group	http://www.achesongroup.com/
Control Risks	https://www.controlRisks.com/
UL Everclean	http://www.evercleanservices.com/
Specialty Risk Management	http://Riskybsns.com/
Stericycle	http://www.stericycleexpertsolutions.com/services/product-recall/
Cahill Consultants	http://www.cahillconsultants.com/
Matrix Risk	http://www.matrixsciences.com/
NSF	http://www.nsf.org

보험회사와 제휴한 컨설팅회사 외에도 다른 컨설팅회사를 언더라이터의 동의를 받고 이용할 수 있다. 대관업무, 리콜물류, 제품시험전문가도 포함될 수 있다. 그러나 그 수수료나 경비를 보험계약에서 보장받으려면 언더라이터의 사전 동의를 반드시 구해야 한다.

나. 리콜로 인한 재무리스크 및 평판리스크로부터의 보호

리콜로 인한 평판 손상과 재무적 손해가 기업가치에 상당한 영향을 미친다는 인식이 점차 커져 리콜보험에 대한 수요는 지난 10년간 증가하고 있다. 식·음료품분야의 경우 규제수준이 높고 익스포저에 대비해 기업 규모가 작아 리콜보험을 가장 많이 구입하고 있다. 자동차, 소비재, 제약사, 의료용구제작사들도 전형적인 리콜보험의 구매자이다.

제품리콜보험은 제품이 실제 신체상해나 재물손상을 야기하거나 임박한 리스크가 있는 경우에만 보상하는 것이 일반적이다. 그러나 어떤 상황에서는 식·음료품 분야의 악의적 훼손(Malicious Tampering) 등 다른 리스크를 포함하도록 확장될 수 있다.

자동차산업분야에서 가장 주요한 트리거는 신체상해나 재물손상이지만 제작 시 의도된 기능을 이행하지 못하여 제품이 리콜된 경우 하자수리비용을 특약으로 보장에 포함시킬 수도 있다.

리콜로 인한 최대손해는 매출 감소와 영업 지장으로 인한 손해로 리콜 그 자체가 원인이 되거나 리콜로 인한 평판 손상에서 비롯된다. 다른 비용으로는 결함제품의 확인 및 추적, 수리·처분·대체, 제3자 컨설팅, 실험실 시험 및 조사, 오염공장의 방역, 브랜드 회복에 도움이 되는 복구 관련 비용을 들 수 있다.

리콜 발생 시 기업이 부담한 전체비용을 살펴보면 그 기업의 예상치보다 많이 발생하는 것이 일반적이다. 기업들은 최선을 기대하고 최악을 대비해 계획하지 않는 경향이 있기 때문이다.

리콜 시 브랜드 복구비용도 리콜 물류비용 못지않게 소요된다. 어떤 경우에는 이 브랜드 복구비용이 리콜로 인한 재무적 손해 이상으로 나오기도 한다. 리콜보험은 브랜드 가치를 보호할 수 있도록 여러 가지 면에서 도움을 준다. 리콜 리스크관리 계획의 수립과 위기관리 시뮬레이션 외에도 위기 도중에 위기관리전문가를 이용할 수 있다. 이 비용은 리콜보험에서 보상된다. 브랜드가치 복구비용과 제품 매출을 리콜 전 수준으로 회복하는데 필요한 추가비용도 보상받을 수 있다.

평판을 잃으면 계속기업이 될 수 없다. 재무적 손해를 보상해주는 것 못지않게 브랜드 가치를 보호해 주는데도 리콜보험이 중요한 역할을 수행한다.

V. 리콜보험

제품 리콜이 증가하면서 기업에 큰 위협이 되고 있다. 기업은 생산물배상책임보험으로 결함 있는 제조물로부터 발생한 인적 및 물적 손상을 보상할 수 있다. 그러나 이러한 보험들은 제조물 리콜로 인해 발생한 순수한 재무적 손해(Financial Loss)는 보장하지 않기 때문에 이러한 리스크를 보장받기 위해서는 리콜보험에 가입하여야 한다. 이 장에서는 일반손해보험과 리콜보험의 차이점을 먼저 살펴보고 리콜보험약관 내용을 상세히 소개하고자 한다.

1. 리콜보험의 특성³¹⁾

가. 보장대상

리콜보험은 발견 또는 추정된 제품 결함으로 인해 제품의 리콜이 필요할 경우 발생하는 재무적 손해를 보장한다. 제품결함으로 인한 인체 상해나 재물 손상에 대한 배상책임은 보장하지 않는다. 제품 결함에 따른 손해 유형을 살펴보면 결함제품의 회수나 수리, 교환 비용, 휴업손해 등 제조업자의 손해가 있고 결함제품으로 인해 제3자의 신체장해나 재물손해에 대한 배상책임비용손해가 있다. 리콜보험은 결함제품의 리콜로 인한 제조업자의 손해를 보장하며 결함제품으로 인한 배상책임비용은 생산물배상책임으로 보장된다.

31) Christian Becker(2012)에서 주로 발췌·정리함

〈표 V-1〉 제품 결함과 관련한 보험

보험종목	제3자 대인· 대물배상비용	리콜비용	제품자체의 수리·교환비용
생산물배상책임보험	○	×	×
리콜보험	×	○	×
하자보증보험 ¹⁾	×	×	○

주: 1) 하자보증책임보험은 무상수리기간에만 적용됨

자료: <http://www.insucompany.com/2015/12/recall-insurance.html?gclid=Cj0KCQiAkZHTBRCBARIsAMbXLh>

GvNOYM2xp8OGNo5t40HYII8vRCm2e65uWbXsbZpd3fk9jFu4xjNZwaArCnEALw_wcB

리콜은 신체 상해를 피하기 위한 목적이어야 한다. 보험계약자가 단지 물적 손상만을 피하기 위한 목적으로 리콜을 한다면 보험보장이 제공되지 않는다. 예를 들어 세탁기 제조업자가 연결관의 누수위험을 이유로 침수손상을 피하기 위해 세탁기를 리콜한다면 리콜보험으로 보장받을 수 없다. 리콜이 물적 손상(건물손상)을 피하기 위한 목적에 국한되었기 때문이다.

그러나 물적 손상만 발생하지 않고, 인적 피해의 우려가 있는 경우에는 리콜보험으로 보상을 받을 수 있다. 세탁기가 화재 가능성이 있고, 그로 인한 인체의 상해 가능성이 있다면 보험으로 보장받을 수 있다.

대신 리콜보험은 피보험자가 손해발생 시 일정 수준까지의 공제금액을 우선 부담하게 하고 그 이상 발생하는 손해에 대해서도 일정비율을 보험자와 공동 부담하게 하여 무분별한 리콜 발생을 방지하고 있다. 또 기업에게 부담하게 제기될 수 있는 리콜 요구를 차단하기 위해 피보험자가 리콜보험에 가입하였다는 사실을 공개하지 않기 위해 최선을 다해야 한다는 기밀유지조항이 리콜보험 약관에 포함되기도 한다.

나. 보험사건

리콜보험의 보험사건으로 리콜이 요구된다. 리콜이란 보험계약자나 관계당국이 법적 의무를 근거로 소비자에게 인도된 제품이 결함이 있는지 검사하고 결함 발견 시 이를 수리 받도록 요청하는 것이다.

예를 들어 전자제품 제조사업자가 절연능력이 부족한 토스터를 인도하였다면 제조

사업자는 소비자에게 토스터를 반품하여 건강상 리스크가 될 수 있는 결함을 수리할 것을 요청할 수 있다.

다. 리콜의무

리콜은 법적인 의무를 기반으로 하여야 한다. 그렇지 않으면 보험으로 보장되지 않는다. 법적 의무로써 리콜은 감시의무(Duty of Surveillance)나 공적 명령을 근거로 발생하게 된다.

1) 감시의무에서 발생하는 리콜의무

리콜의무는 제조사업자의 감시의무에서 발생할 수 있다. 제조사업자는 안전유지에 대한 법적 책임을 준수하여야 한다. 시장에 제품을 출하한 제조사업자는 인도 이후 과실과 실수(Default and Errors)를 감시하여야 한다. 제품에 고객의 건강이나 생명에 대한 어떤 리스크가 있다는 것이 확인되면 제조사업자는 피해를 막기 위한 조치를 취하여야 한다. 소비자에게 단순한 위험을 알리는 것으로 불충분한 경우 위험한 제품의 리콜이 필요하게 된다. 여러 국가의 법령에서 정하고 있는 자발적 리콜 요건에 해당하는 경우 그 비용을 리콜보험으로 보장받을 수 있다.

2) 공적 명령에 의한 리콜

리콜의무는 공적 명령에서 발생할 수도 있다. 제조업자가 시장에 사용으로 인해 소비자의 안전과 건강을 위협할 수 있는 제품을 출하한다면 관계 당국은 리콜을 명령할 수 있다. 공적 명령을 기반으로 한 리콜은 리콜보험의 보험사건으로 인정된다.

라. 보장기간

1) 보장기간 제한

보험기간 중 선언된 리콜에 대해서만 보험에서 보장한다. 보험기간 중에 인도된 결함제품으로 인해 보험계약이 종료된 이후 리콜이 일어났다면 보험으로 보장되지 않는다. 그러나 보험기간 중에 발생한 제품사고로 인해 보험기간이 종료된 후 일정기간 이전에 리콜이 이루어지는 경우 보상해 주는 경우도 있다.

또한 보험계약자가 제품을 인도한 후 일정기간(예: 3년) 이내에 발생한 리콜비용만 보장해주는 방식으로 보장기간을 제한할 수도 있다.

예를 들어 제조사업자가 2012년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 리콜보험에 가입하고 결함 또는 위험 제품을 2012년 1월 1일에 인도한 경우 2017년 1월 1일 이행된 리콜은 보험보장이 되지 않는다. 보험계약은 리콜 시점에 여전히 유효하지만 제품을 인도한 후 3년 이상이 경과하였기 때문이다.

2) 사전 손상에 대한 미보장

인도 이전에 발생한 손상도 면책되므로 보험보장은 제한된다. 보험조건에 따라 아직 소비자에게 인도되지 않은 제품과 관련한 비용에서 발생하는 손해는 보험으로 보장되지 않는다. 예를 들어 인도 이전에 전기선의 결함을 발견한 토스터 제조사업자가 손상을 피하기 위한 조치를 취하였다면 관련된 재무적 손해(전기선 교환비용)은 보험으로 보장되지 않는다. 이러한 사전 손상은 리콜보험이 요구하는 소비자의 건강 위협이 아직 발생하지 않았기 때문에 보험보장에서 면책된다. 즉, 제품 리콜 전에 발생한 보험계약자의 재무적 손실은 보험회사가 보상해주지는 않는다.

2. 리콜보험 약관

리콜보험은 비교적 새롭게 시장에 도입된 보험상품으로 아직 표준화된 유형의 약관이 없다. 그러나 최근 일부 보험계약에서는 리콜비용, 브랜드 회복비용, 위기관리비용, 제품오염이나 악의적 제품 훼손까지 모두 포괄하여 보장해주는 보험약관이 사용되고 있으므로 이 약관을 중심으로 리콜보험을 소개하고자 한다.³²⁾

가. 보장내용

보험회사는 보험기간 중에 최초 발생하고 보험기간 중에 보고되거나 보험기간 종료 후 60일 이내에 보고된, 보험사고로 인해 또는 그 결과로 발생하는 손해액 중 공제금액을 초과하는 부분을 배상책임한도를 초과하지 아니할 때까지 피보험자에게 보상한다.

1) 보험기간

보험기간(Policy Period)은 보험증권의 별지에서 정한 기간으로 대개 1년이다. 그러나 보험증권을 해지하는 경우에는 더 단기가 될 수 있다.

2) 보험사고

보험사고라 함은 결함, 악의적 제품 훼손, 제품 금품갈취협박으로 인해 발생하는 모든 리콜 또는 정부리콜을 말한다.

결함(Defect)은 사용 시 신체손상이나 재물손상을 가져오거나 가져올 수 있는 위험한 상태를 초래하는 보험목적물의 결함(Defect)·결손(Deficiency)·부적합(Inadequacy)이다.

악의적 제품 훼손(Malicious Product Tampering)은 제3자(피보험자의 고용인 포함)가 보험목적물을 의도된 대로 사용하는 것을 부적합 또는 위험하게 만들거나 대중에

32) AIG Insurance Group의 리콜보험약관을 소개함

게 그런 효과를 각인시키기 위해 보험목적물을 의도적·고의적·악의적으로 부당 훼손하는 것을 의미하며, 실제로 발생하지 않고 위협에 그친 경우도 포함한다.

제품 금품갈취협박(Product Extortion)은 피보험자에게 부당한 금품갈취 요구가 전달된 악의적 제품훼손을 의미한다.

신체손상(Bodily Injury)은 사망이나 명확하고 확인 가능한 내·외부의 상해·질환·질병의 가시적인 육체 증상을 의미하며, 육체의 상해·질환·질병으로 비롯한 것이 아닌 경우에는 정서적 고통 또는 정신적 고통은 포함되지 않는다. 재물손상(Property Damage)은 유형자산의 물리적 손상, 손해 또는 파괴를 말한다.

제품리콜(Product Recall)이란 신체손상이나 재물손상을 일으켰거나 일으킬 것이 합리적으로 예상되는, 보험목적물과 직접적으로 관련된 알려진 또는 의심되는 하자·악의적 제품훼손·제품 금품부당청구협박으로 인해 상업상의 유통경로에서 보험목적물을 수거 또는 회수하는 것을 의미하며 아래 제품에 한한다.

① 보험개시일 이후 상업상의 유통경로에 처음 들어간 제품

② 피보험자, 그 대리인이나 고용인이 더 이상 물리적으로 보유하고 있지 아니한 제품
정부리콜(Governmental Recall)은 결함, 악의적 제품 훼손 또는 제품 금품갈취협박의 결과로 정부 당국이나 규제기관에서 공식적인 리콜명령을 내린 경우나 정부나 규제기관의 리콜기준에 해당하여 리콜명령이 임박했을 경우에 실시하는 리콜을 의미한다.

3) 보험목적물

보험목적물(Insured's Product)은 청약서나 그 부록으로 보고되어 보험증권의 유효기간 동안 보험회사에 정리 기록되어 있는 완제품이나 구성부품으로 다음에 해당하는 제품을 말한다.

① 피보험자가 제조, 취급 또는 유통하고 있는 제품

② 하도급업자가 피보험자를 위해 제조하고 있는 제품

③ 피보험자가 판매 또는 시장에 내어 놓은 제품

그 외에도 다음 조건을 모두 충족시키는 경우에는 보험목적물이 될 수 있다.

- ① 판매 개시일로부터 90일 이전에 보험회사에 서면 통지된 제품
- ② 보험회사에 서면 통지한 날 이후로 피보험자가 그 제품과 구성부품에 결함, 악의적 제품훼손, 제품 부당금품강요가 발생하였다는 것을 알지 못하거나 알지 못하는 것이 합리적으로 기대되는 경우
- ③ 보험회사가 해당 제품이나 구성부품에 대한 서면 수락을 한 경우. 보험회사의 수락은 부당하게 지연되어서는 안 되며, 서면 통지를 받은 날로부터 30일 이내에 수락 여부를 밝혀야 한다. 보험 회사가 이를 수락하면 보험회사의 판단으로 보험증권의 보험조건과 보험료가 변경될 수 있다.

4) 공제금액

공제금액(Deductible)은 보험증권의 별지에 기재된다. 공제금액은 발생 손해액 중 피보험자가 부담하여야 할 부분이며, 다른 보험에 가입하지 않고 무보험상태로 유지되어야 한다. 공제금액은 보험기간 중 발생하는 손해액에 별개로 적용된다.

5) 배상책임한도

보험증권하의 보험회사의 배상책임은 보험증권 별지에 기재된 배상책임한도(Limits of Liability) 금액으로 제한된다. 배상책임의 제한은 이 보험증권의 조건에 따라 보험기간 내에 결함·발견·보고된, 모든 피보험자의 모든 손해액에 대한 보험회사의 배상책임 전체 합계액에 적용된다.

추가로 보험증권 만기 후 30일 이내까지 보고된 손해액도 보험기간 중에 보고된 것으로 간주되며, 배상책임 한도의 적용을 받는다. 그러나 방어비용을 포함한 손해액이 배상책임한도를 초과하는 경우 배상책임한도를 초과하는 합리적인 방어비용은 보장받을 수 있다.

보험증권의 유지 연수나 보험료 납입횟수 또는 다른 상황에 모두 관계없이 이 보험

증권하의 보험사건에 관한 보험회사의 총배상책임은 연수나 기간이 경과함에 따라 누적되지는 않는다. 피보험자가 1명을 초과하는 경우 피보험자 중 일부나 그 전체가 입은 손해에 대한 회사의 총배상책임의 한도는 손해가 피보험자 중 1명에게 발생한 경우에 부담하는 배상책임액을 초과하지 않는다.

6) 공동보험(Co-insurance)

피보험자는 매 손해액당 공제금액을 초과한 부분의 공동보험비율 비례분을 본인의 위험으로 무보험상태로 감수하고 지급하여야 한다. 이 보험증권하의 손해액에 대한 보험회사의 배상책임은 그 손해액의 잔여분에만 적용되며 해당 공동보험금 부분을 피보험자가 지급하지 않은 정도에 비례해서 보험회사도 그 부분에 해당하는 잔여 손해액을 보장할 책임을 지지 않는다. 공동보험금 지급은 이 보험증권하의 배상책임한도의 전제가 되지 않으며 그 한도를 줄이는 근거가 되지 않는다.

7) 피보험자

피보험자(Insured) 보험증권 별지에 기재된 개인기업, 동업기업, 또는 법인기업을 말한다.

나. 보장하는 손해

리콜보험에서는 보험사고의 결과로 인해 직접적이며 전적으로 발생한 다음 비용을 손해액(Loss)으로 인정해 보상해준다, 다만 그 비용이 합리적이며 필수적으로 발생하여야 한다.

영업지장손해 및 제품금품갈취 비용과 관련하여 달리 규정된 경우를 제외하고 손해액은 보험사고가 발생한 지 12개월 이내에 발생한 경비 또는 비용으로 제한된다. 하나의 보험사고로 청구되고 보상된 금액이 다른 보험사고로도 보상되지는 않는다.

1) 피보험자의 리콜비용

피보험자의 리콜비용(Insured's Product Recall Costs)은 보험사고에 의하여 리콜대상 보험목적물을 회수하거나 폐기하기 위하여 피보험자 또는 피보험자의 유통사업자가 부담하는 합리적인 필수비용을 의미한다. 보험목적물의 리콜비용에는 다음 항목이 포함되지만 반드시 이에 한정되지는 않는다.

- ① 신문·잡지 등의 인쇄 광고비용(전자 또는 기타), 라디오·텔레비전을 통한 사고(社告)나 광고, 보험목적물의 리콜을 효과적으로 하기 위해 필요한 부수비용
- ② 피보험자의 리콜에 직접 관련된 필수 운송 및 보관 비용
- ③ 피보험자의 정규 직원 이외로 보험목적물의 리콜을 위해서만 일하는 추가 인원을 고용하는 데 드는 비용
- ④ 정규 직원이 보험목적물의 리콜만을 위해 일한 시간외근무수당
- ⑤ 운송비 등 보험목적물의 리콜만을 위해 상기 ③ 및 ④의 직원이 가지급한 필수 경비(Out-of-pocket Expenses)
- ⑥ 최대 12개월 동안 보험목적물의 리콜을 위해 창고 또는 적치공간을 추가로 임차하거나 빌리는 비용
- ⑦ 보험목적물을 구매자, 유통사업자 또는 사용자로부터 피보험자가 지정하는 장소로 운송하는 비용

2) 영업지장손실

영업지장손실(Business Interruption)은 보험사고의 결과로 발생한 상실 영업이익과 추가 비용을 의미한다.

가) 상실 영업이익

상실 영업이익(Loss of Gross Profit)은 영업이익률에 다음 항목의 차이를 곱하여 산출된다.

- ① 표준영업수익과 비교하여 보험사고 발견 이후로부터 12개월 동안 보험사고의 전적이고 직접적인 결과에 따른 수익의 감소
- ② 영업이익으로 지급하는 경비와 비용 중에 보험사고의 결과로 12개월 동안 중단 또는 경감된 금액

보험사고의 발견 이후 12개월 동안 보험목적물의 상실 영업이익이 보험금이 청구된 리콜대상제품과 동일 생산라인에서 생산되는 다른 보험목적물의 판매증가로 상쇄된다면 그만큼 감액되어 손해액으로 인정된다.

표준영업수익(Standard Revenue)이란 보험사고일 직전 12개월 동안의 영업수익을 의미하며, 영업이익(Gross Profit)은 <표 V-2>와 같이 계산한다. 기초 및 기말 제품과 재공품 금액은 피보험자의 통상적인 회계처리방식에 따라 계산되며, 적절한 방식으로 감가상각이 이루어져야 한다.

영업이익률(Rate of Gross Profit)이란 보험사고일 이전 12개월 동안 영업수익에서 차지하는 영업이익의 비율이며, 영업수익(Revenue)은 보험목적물의 판매 대가로 피보험자에게 지불된 또는 지불되어야 할 금전을 의미한다.

<표 V-2> 영업이익의 계산방식

수익과 기말제품/기말재공품의 금액 합계

-

기초제품 및 기초재공품의 금액 합계 + 판매하지 못하여 발생하지 않았지만 원래 발생하였어야 할 변동비(원재료비와 기타 미발생 비용 포함)

나) 추가비용

추가비용(Extra Expense)은 손해의 경감만을 목적으로 보험사고가 발생한 피보험자의 소재지(피보험자가 소유 또는 운영)를 청소하고 수리하는데 필요한 기간 동안 사업활동을 수행 하는데 일상적으로 소요되는 총비용을 초과하여 발생한 필수적·합리적 비용을 의미한다. 보험사고가 일어나지 않았다는 가정하에 동일한 기간 동안 사업활동

을 수행하는데 소요된 비용을 초과하여 발생한 추가비용만 보상된다.

추가비용에는 다음 필수적·합리적 소요 비용이 포함될 수 있지만 반드시 이 비용으로 국한되는 것은 아니다.

- ① 제품을 안전하게 제작하고 취급할 수 있는 환경으로 복원하기 위해 오염된 제품의 제작과 취급에 사용된 기계류나 작업장을 청소하는데 필요한 비용
- ② 제품을 안전하게 제작하고 취급할 수 있는 상태로 피보험자의 시설을 복원하는데 필요한 기간 동안 도급업자에게 제조과정의 일부 또는 전부를 하도급하는데 소요된 증가 비용으로 보험회사의 동의를 받은 비용

3) 교체비용

교체비용(Replacement Costs)은 피보험자가 리콜된 보험목적물을 상품성 있는 품질로 복원하기 위해 또는 판매에 부적합하거나 원래 용도로 사용 부적합한 회수된 보험목적물을 유사한 가치의 제품으로 교체하거나 재유통하기 위해 부담하는 비용을 말한다.

4) 복구비용

복구비용(Rehabilitation Expense)이란 보험목적물을 보험사고 이전에 합리적으로 예측된 매출액 및 기대 시장점유율 수준으로 복구시키기 위해 피보험자가 보험사고의 직접적 결과로 실제로 직접 부담한 비용이다.

5) 방어비용

방어비용(Defence Costs)은 보험자의 사전 서면 동의하에 피보험자가 또는 피보험자를 대신하여 법적 절차를 위해 소요한 합리적인 필수 수수료, 경비 및 비용을 말한다. 방어비용에는 피보험자나 그 고용인의 임금·급여 또는 기타 보수는 포함되지 아니한다. 법적 절차(Legal Proceedings)는 소송, 중재, 조정, 판결 또는 기타 분쟁 해결의 과정을 의미한다.

6) 컨설팅 및 자문 비용

컨설팅 및 자문 비용(Consultant and Advisor Costs)은 보험사고 시 피보험자를 지원하기 위해 보험회사의 사전서면 동의하에 의뢰된 제품안전·보안·홍보 컨설팅과 자문에 대한 비용 및 수수료를 의미한다. 보험회사가 미리 보험증권의 <별표>에서 지명한 컨설턴트를 이용하는 경우에는 사전서면 동의가 필요치 않다.

7) 제품 금품갈취협박 비용

제품 금품갈취협박 비용(Product Extortion Costs)에는 다음 항목의 비용이 포함된다.

- ① 보험기간 중에 이루어지고 보고된 제품 금품갈취협박에 대한 직접적인 반응으로 피보험자가 지급한 제품 금품갈취협박 지급금
- ② 피보험자에게 제품 금품갈취협박 지급금의 유치권을 위임받은 자가 취급이나 운송하는 과정에서 그 지급금을 파괴, 실종, 몰수, 불법 도용함에 따른 운송 또는 전달 손해
- ③ 제품 금품갈취협박의 직접적 결과만을 이유로 피보험자가 부담하고 지급한 합리적이고 필수적인 제품 금품갈취협박 비용이나 수수료에는 다음이 포함되나 이 항목으로만 국한되지는 않는다.
 - i) 피보험자가 특정의 제품 금품갈취협박 관련 정보를 얻기 위해 정보원에게 지급한 보상(Reward). 보상은 제품 금품부당청구 비용 경감으로 이어진 정보의 대가로 지불된 금전을 말한다.
 - ii) 보험협자가 제품 금품갈취협박 지급금을 지급하기 위해 금융기관에서 차입한 차입금의 이자비용
 - iii) 제품 금품갈취협박에 대해 협상하기 위해 피보험자 또는 그 대리인이 부담한 여행 및 숙박비용
 - iv) 제품 금품갈취협박을 담당하거나 협상하거나 그 지급금을 취급하는 과정에 직접 관련된 자가 발생 시킨 의료서비스 및 입원비용, 마지막 금품부당청구

요구 이후 36개월 까지 보상되며 신경과·정신과 치료비용, 성형수술 비용, 그런 처치를 위한 입원비용이 포함되나 이 항목으로만 국한되지는 않는다.

v) 피보험자가 의뢰한 독립적 포렌식 분석비용

vi) 피보험자를 지원하는 유자격 통역 비용

vii) 회사의 사전승인하에 첫 번째 제품 금품갈취협박 이후 90일 동안 보안경비 고용, 무장차량 임차, 현 보안요원에 대한 시간외근무수당 등 보안 컨설턴트가 권장하는 보안 증가비용이 포함되나 이 항목으로만 국한되지는 않는다.

제품 금품갈취협박 지급금(Product Extortion Monies)은 제품 금품갈취협박 이후 피보험자가 지급하거나 운송 중 분실한 금액을 말한다. 금품에는 현금, 현금성 자산, 금·은괴, 유가증권의 공정시장가액, 유형재산과 서비스가 포함된다.

정보원(Informant)은 피보험자가 제공하는 보상을 대가로 그렇지 않았으면 획득 불가능하였던 정보를 제공하는 자를 말한다.

8) 제3자 리콜비용

제3자 리콜비용(Third Party Product Recall Costs)은 보험목적물이 고객이 제조, 유통, 취급하는 제품의 일부분이 되고 피보험자가 그 고객에게 피보험자 제품의 리콜비용과 교체비용을 보상해줄 법적 의무가 있는 경우 그 고객이 합리적으로 소요한 보험목적물의 리콜비용과 교체비용을 의미한다. 그러나 그 비용에 대한 손해 인정액은 피보험자가 그런 고객의 제품을 직접 리콜하였더라면 부담하였을 전체 비용을 초과할 수는 없다.

9) 파기비용

파기비용(Destruction Costs)은 보험사고의 결과로 사용 또는 재활용할 수 없는 회수된 보험목적물의 미사용 포장과 판매시점 마케팅자료를 적절히 처분하기 위해 피보험자 또는 피보험자의 유통업체가 피보험자를 대신하여 부담한 비용을 말한다.

나. 면책사항

리콜보험증권의 면책조항을 살펴보면 다음과 같다. 리콜보험은 다음 일체의 사항에서 직·간접적으로 발생·기인·관련되거나 이를 기반으로 한 손해, 배상청구, 상황에는 적용되지 않는다.

- ① 관할 국가의 법률에 따라 부보가능성이 없다고 간주되는 문제
- ② 보험목적물과 유사한 경쟁자의 제품, 또는 보험목적물과 유사한 경쟁자의 제품의 리콜로부터 발생
- ③ 고객 취향, 경쟁 환경, 경제 상황, 인구 변화 또는 계절별 판매 변동
- ④ 재료, 구성품, 포장 간의 결합이나 상호작용 등을 포함해서 보험목적물의 화학적 구조의 자연적인 열화, 분해 또는 변형. 단 그러한 열화, 분해 또는 변형이 보험목적물의 제조과정에서의 어떤 행위나 오류나 누락의 직접적 결과일 때는 이 면책조항은 적용되지 아니함.
- ⑤ 보험목적물의 보관과 소비, 이용에 관해 피보험자가 규정한 절차의 준수에 위배
- ⑥ 피보험자의 리콜비용 또는 제3자 리콜비용 외로 피보험자가 아닌 자가 행한 보험목적물의 사용과 소비 관련. 이 항목에는 그러한 배상청구 또는 손해에 대한 방어비용이 포함됨.
- ⑦ 민형사 벌금, 과태료, 징벌적 보상금·손상·비용·이자, 징벌적·가중적·본보기식 손상, 다중손상의 복합 부문, 비금전적인 손상
- ⑧ a) 다음 상황과 관련된 정부 또는 규정상의 요구사항에 대한 피보험자의 고의적 위반
 - i) 보험목적물의 시험, 제조, 보관, 유통, 판매
 - ii) 이전에 정부나 규제기관에서 금지 또는 안전하지 못한 것으로 선언된 재료, 구성품과 포장의 제조과정에서의 사용
 - iii) 정부나 규제기관의 현 요구표준에 따라 제조과정의 적절한 서류화 유지
- b) 보험목적물의 안전성에 관한 정부규정이나 대중의 인식 변화
- c) 피보험자의 임원이나 수탁자의 불법 행위

⑨ 석면

⑩ 다음 문제

- a) 피보험자 또는 피보험자의 직원·임원·이사가 보험개시일 이전에 실제 알고 있
었거나 알고 있었던 것으로 추정되는 문제
 - b) 피보험자 또는 피보험자의 직원·임원·이사가 보험목적물의 생산, 준비 또는
제조 과정에서의 편차 또는 결함을 알고 난 후 발생한 항목 또는 그러한 편차
또는 결함을 초래할 가능성이 상당히 있는 상황에서 피보험자가 합리적인 시
정조치를 취하지 않아 발생한 문제
 - c) 피보험자가 이 보험증권으로 보상되는 손해가 발생한다는 것을 합리적으로 예
상할 수 있었던 문제
- ⑪ 통제 여부, 손해의 직·간접성 여부, 원인으로 하는지 근인으로 하는지의 여부, 직
접 또는 간접 원인으로 하는지의 여부, 부분적 또는 전반적인 원인으로 하는지의
여부, 발생원인으로 하는지 악화 원인으로 하는지의 여부를 불문하고 핵반응 또
는 핵방사 또는 그에 수반된 행위나 상황의 결과로 발생한 방사성 오염(보험목적
물을 특별히 고의적으로 방사성 훼손한 경우는 제외)
- ⑫ 근인 또는 원인인지, 직접·간접적인지의 여부를 불문하고 전쟁, 침략, 적대 행위
(선전포고 여부와는 관계 없음), 내전, 반란, 혁명, 봉기 또는 군사력 또는 찬탈된
정권
- ⑬ 보험목적물을 설계, 재설계, 제작, 재제작, 재보정, 설비 교체 하기 위한 경비와
관련된 비용
- ⑭ 아래의 모든 리콜
- a) 적합성 보증 위반을 포함해서, 명시적이든 묵시적이든, 보험목적물이 의도된
목적에 달성하지 못해서 시작된 리콜
 - b) 보험목적물의 지정된 수명 만료로 인해 시작된 리콜
 - c) 정부당국이나 규제기관이 보험기간 이전에 판매를 금지한 보험목적물의 리콜
또는 정부당국이나 규제기관이 금지한 후에 피보험자가 유통 또는 판매한 보
험목적물의 리콜

- ⑮ 피보험자에 의해 또는 피보험자를 대신하여 다른 피보험자에게 제기된 법적 절차나 문제
- ⑯ 저작권, 특허권, 영업 비밀, 지식재산권 또는 상표권 침해로 인한 리콜
- ⑰ 피보험자가 계약 또는 협정으로 책임을 맡은 경우의 리콜
(이 면책조항은 그 계약이 나 협정이 없었을 시 피보험자가 지게 될 수 있는 손해에 대한 배상책임에는 적용되지 않음)
- ⑱ 토지(재산이 위치한 땅 포함)·물·재배 농작물·잔디에 대한 손해, 흉작손해, 또는 가축손해

다. 일반조건

1) 인수합병으로 인한 추가노출

피보험자는 통합, 합병 또는 인수일 기준으로 피보험자의 영업수익의 10%를 초과하는 수익을 가진 다른 어떤 실체를 통합 또는 합병, 최다 주주권의 취득, 자산 인수를 하여 추가 노출이 발생하였을 경우 90일 이내에 보험회사에 서면통지를 하여야 한다.

보험회사는 단독 재량으로 그러한 추가 노출을 수락하거나 거부할 수 있으며, 회사가 서면으로 승인할 때까지 추가 노출은 보장되지 않는다. 보험회사는 서면 통지를 받은 후 30일 이내에 수락이나 거절여부를 알려주어야 하며 이를 부당하게 지연하여서는 안 된다. 수락 시에는 보험조건이나 보험료가 변경될 수 있다.

그러나 피보험자가 이 조항에 따라 통지를 할 때 그 추가 노출에 영향을 주는 결함, 악의적 제품훼손 또는 제품 부당금품청구가 이미 발생하였음을 알거나 알 것으로 합리적으로 예상되는 경우에는 보험회사가 수락하였더라도 그 추가 노출은 보상을 받을 수 없다.

2) 1차 피보험자의 대리권

보험증권의 별지에 기재된 1차 피보험자가 이 보험증권에 관한 한 권리 행사와 의

무 면제에 관해 모든 피보험자들을 대리한다. 대리사항은 아래와 같으나 반드시 여기에 국한되지만은 않는다.

- ① 보험조건의 협상
- ② 보장 내용 결정
- ③ 손해 통지
- ④ 해지 통지의 수신과 발신
- ⑤ 보험료 납부 및 환급보험료 발생 시 수령
- ⑥ 공제금액의 납부
- ⑦ 배서의 협상 및 수령
- ⑧ 배상청구, 손해나 법적 절차를 변호할 변호사 선임
- ⑨ 이 보험증권에 따라 보험회사가 지급하는 금액의 수령

3) 보험계약의 해지

보험증권은 피보험자가 해지 발효 시점 10일 전까지 사전 서면 통지를 하는 경우 해지할 수 있다. 보험회사는 피보험자의 주소로 통지시점으로부터 120일 이후를 해지발효 시점으로 한다는 서면 통지를 함으로써 이 보험증권을 어떤 이유에서든 해지할 수 있다. 그러나 피보험자의 보험료 미납입으로 인한 해지의 경우 보험회사가 피보험자에게 우송 또는 전달한 서면 통지 후 15일 이내에 미납입보험료가 납입되지 않는 경우 해지 발효일자가 기재된 서면통지로 보험증권을 해지할 수 있다. 그 경우 해지 발효일자는 피보험자가 서면통지를 받은 때를 기준으로 21일 이후부터 지정 가능하다.

피보험자가 이 보험증권을 해지한 때에는 보험회사는 일할계산한 연간보험료를 수취한다. 보험회사가 이 보험증권을 해지한 때에는 보험회사는 일할계산한 연간보험료를 수취한다. 회사의 미경과보험료 지급이나 변제가 실효성 있는 해지의 우선 조건은 아니지만 현실적으로 가능한 빨리 지급하여야 한다.

4) 초과보험과 타보험

피보험자가 초과보험에 가입할 때 회사에 이를 서면으로 통지하면 이 보험증권에 기재된 배상책임 한도를 초과하는 부분에 대해서는 이 보험증권의 효력을 침해받지 않고 다른 보험에 가입할 수 있다. 다른 보험증권이 존재한다고 해서 이 보험증권하의 보험회사의 배상책임이 축소되지는 않는다.

피보험자는 공제금액과 공동보험 부분을 미보험상태로 유지한다면 이 보험증권과 동일한 조건으로 작성되어진 타보험에 가입할 수 있다. 다른 보험회사가 제공하는 보장과 모든 손해를 공동보장하는 경우에는 이 보험증권에서 제공하는 보험이 모든 사례에서 우선한다.

5) 손해 통지

이 보험증권의 조건에 따라 보상받을 수 있는 사고가 발생한 경우 피보험자는 보험회사의 배상책임에 대한 우선조건으로 다음 행위를 하여야 한다.

- ① 보험사고로 추정되는 사고가 발생한 후 보험기간 내 또는 보험증권 만기 후 30일이 경과하기 전에 가능한 빨리 보험회사에 서면으로 손해청구통지서를 보내야 한다.
- ② 피보험자는 손해액의 전체 명세, 손해액의 항목과 구성의 초기 계산과 예상이 기재된 초기 손해액명세서를 ①에 따른 통지 후 10일 이내에 자산의 비용으로 서면으로 보험회사에 보내야 한다.
- ③ 보험사고 동안 발생한 행위에 맞게 최신 정보로 수정된 손해명세서를 정기적이고 시의성 있게 서면으로 보험회사에 제출하여야 한다.
- ④ 피보험자에게 최선의 이익이 될 것 같거나 법에 의한 요구가 있는 경우 법률 집행당국이나 기타 정부의 관할 기관에 통지를 하여야 한다.

손해액의 일부가 지급되었는지의 여부를 떠나 상실 총이익 이외 모든 항목의 손해액에 관한 최종손해액명세서가 보험사고가 일어난 때로부터 12개월 내지 24개월 까지

보험회사에 서면으로 제출되어야 한다. 상실영업이익에 대한 최종 손해명세서는 보험 사고로 인해 보험목적물의 판매 감소가 시작된 후 24개월 내에 제출되어야 한다.

6) 기타 조건

피보험자는 자신의 비용으로 보험증권과 관련된 모든 문제에 대해 보험회사와 협력하여야 한다. 여기에는 청문회 및 재판 참석, 증거의 확보 및 전달, 증인 출석 확보, 합의 체결과 법적 절차 진행시의 지원 등이 포함된다.

보험증권 및 그에 따른 권리는 보험회사의 서면 동의 없이 양도할 수 없다. 보험증권은 보험계약에 관한 피보험자와 보험회사 간의 모든 합의를 담고 있다. 보험회사의 대표자에 대한 통지, 보험회사의 대표자나 기타 제3자가 알고 있다고 해서 보험증권의 일부 내용이 포기 또는 변경되지 않으며 그 사실로 인해 보험회사가 이 보험증권상의 일체의 권리를 행사하지 못하게 되는 것은 아니다. 보험증권의 조건은 보험회사나 보험회사의 위임대표자가 서면으로 합의하지 않으면 포기 또는 변경될 수 없다.

보험증권의 피보험자가 금액 등의 사항에서 손해에 관한 사기성 있는 통지를 한 경우 보험회사는 보험회사의 다른 권리의 손상 없이 이 보험증권이 개시되지 못하게 할 수 있다. 피보험자는 이 보험증권의 존재를 공개하지 않기 위해 모든 합리적 노력을 기울여야 한다.

피보험자는 보험사고를 피하기 위해 합리적이고 실용적인 모든 조치를 취하는데 신의성실을 다하여야 하며, 보험사고의 결과로 나타난 손해를 경감하기 위해 모든 합리적인 노력을 기울여야 한다.

피보험자는 합리적이라 할 수 있는 빈도의 요구가 있을 경우 보험회사가 지정한 자에게 구조가능성의 여부를 불문하고 모든 리콜대상 보험목적물을 보여주어야 한다. 또 회사가 지정하는 자에게 검사를 받기 위해 이를 제출하여야 하며, 검사결과에 동의하여야 하며, 관할 법률의 상응하는 절차에 따라야 한다.

피보험자는 합리적이라 할 수 있는 빈도의 요구가 있을 경우 모든 회계장부, 할인권, 계산서, 송장, 스케줄, 회계정보, 손해 계산 관련 서류, 원본 분실 시에는 그 유효

사본을 합리적인 시간 내에 보험회사나 그 대표가 지정한 장소에 검토를 위해 보여주어야 하며, 발췌나 사본 작성을 허용하여야 한다.

보험회사는 보험증권의 만기 또는 해지 후 3년까지 보험의 목적과 관련된 피보험자의 사업 문서를 검사하고 감사할 수 있다. 존재는 했지만 보고되지 않았던 노출에 대한 보험료는 회사가 실시한 감사를 통해 결정된다.

3. 리콜보험시장 동향³³⁾

가. 리콜보험시장 동향

2017년 보험산업, 특히 손해보험시장의 기록적인 손해로 지난 몇 년 동안 특종보험 시장으로 유입된 자금은 보험요율이 상승추세에 있는 종목으로 이동하였다. 자금 공급의 긴축으로 단기적으로는 현재 보험요율이 상승압력을 받을 것으로 보인다. 이전에는 리콜보험 갱신 시 동일일 수준의 요율이나 인하된 요율이 적용되었다. 2018년 계약 갱신 시에는 언더라이팅이 강화되고 최하 동일 요율이나 더 높은 요율이 제시되고 있는 추세이다.

식·음료제품에 대한 리콜리스크가 증가하고 있어 언더라이팅이 강화되었다. 그 중에서도 식품가공사업자나 원재료 유형의 제품 유통사업자가 특히 주목받고 있다. 2017년에는 기업에 유통되어 많은 제품에 사용된 원재료가 잘못되어 대형 리콜사고가 몇 건 일어났다. 2차적 리콜의 피라미드효과로 많은 언더라이터들이 원재료 리스크를 높게 평가하거나 아예 인수를 거절하고 있다. 2016년 이후 발생한 4건의 주요 식품오염사건과 그 후속 리콜이 2017년 리콜보험시장에서 주목을 받았다.

2016년 봄 한 냉동회사가 리스테리아균 감염 가능성이 있는 냉동식품을 리콜하였다. 50개 주 모두에서 판매된 350개 이상의 최종 냉동식품이 리콜되었으며, 모두 42개의 브랜드 네임을 가진 제품이었다.

33) Bernie Steves(2018)에서 발췌·정리함

식품 및 제과제빵회사에 제분된 밀을 공급하는 한 사업자가 스낵 케이크, 쿠키, 동물 크래커, 프레첼, 케이크와 파이 등 수많은 제품을 리콜하였다. 리콜 이유는 땅콩 잔여물의 표시 누락이었다. 많은 대형 소비자 상품 브랜드에서 나온 스낵 음식류, 쿠키와 제과제빵상품이 리콜의 대상이 되었다.

여러 제품에 사용된 해바라기씨 제품이 리스테리아 모노사이토제니스 감염 가능성으로 리콜되었다. 리콜된 최종 제품에는 전국 브랜드와 자체 브랜드로 출시된 포장된 씨, 샐러드 토픽, 스낵바와 해바라기씨가 포함된 혼합제품 등 다양한 제품들이 포함되었다.

대형 유제품 제조사업자가 살모넬라균 감염 가능성으로 인해 저지방분유와 무발효 크림버터 밀크가루 50파운드 백의 리콜을 선언하였다. 이 제품은 소비자에게 직판하는 것이 아니고 많은 식품의 재료로 사용되었다. 그 결과 제과제빵류부터 스낵과 캔디까지 12종 이상의 최종 제품이 리콜되었다.

나. 리콜보험회사 동향

2017년 후반 Liberty International Underwriters(LIU)가 미국의 리콜 시장에서 철수를 선언한 것이 대형 보험회사에 생긴 변화 중의 하나이다. Liberty Mutual은 2017년 5월 Ironshore Inc. 인수를 완료하였고 LIU US의 기존 계약은 Ironshore의 미국 비즈니스에 양도되었다. 통합과정 중 일부로 인수 종목 수에 관한 전략적 경영 의사결정이 내려졌다. 그 중 하나가 미국과 영국에서 더 이상 리콜보험을 판매하지 않겠다는 것이었다.

LIU는 지난 수십년 동안 리콜보험시장에서 중요한 글로벌 보험회사였고 2015년 팀 리더쉽에 생긴 최근 변화에도 불구하고 꾸준히 리콜보험사업을 영위해온 회사였다. 보험인수 및 보험중개 커뮤니티에서 양자 모두 예상하지 못한 일로 전체 리콜보험 시장에 매우 실망스러운 진전이었다. LIU는 호주, 캐나다, 라틴 아메리카와 아시아에서 리콜보험 등 위기관리 보험상품에만 전념하겠다고 선언하였다.

로이드 Pembroke Syndicate는 2016년 Liberty Mutual의 Ironshore 인수로 LIU 그

룹의 일부가 되었는데도 리콜보험을 계속 제공할 예정이다. 또 Liberty는 로이드의 Hiscox 신디케이트와 보험계약 갱신 시 리콜 포트폴리오를 이전하는 협약을 맺었다고 밝혔다.

2017년 MS Amlin은 리콜팀의 대표 언더라이터로 Ed Mitchell이 임명되었다고 발표하였다. MS Amlin plc는 미스이스미토모 보험회사가 100% 소유한 자회사이다. 이 회사는 로이드에서 가장 큰 신디케이트인 Lloyds of London 신디케이트 2001 소속으로 운영되고 있다. 런던에 근거지를 두고 Mitchell은 다양한 범주의 산업분야를 위한 혁신적인 리콜 솔루션을 개발할 책임을 지며, 그의 합류로 MS Amlin은 리콜 시장에서 보다 적극적인 역할을 할 것으로 보인다.

10월에는 AXIS Capital이 Novae Group PLC의 인수를 확인해주었다. AXIS Capital은 버뮤다 소재의 특종보험과 특약재보험 전문 글로벌 보험회사이다. 이 인수로 런던에 자본금 20억 달러, 전 세계 수입보험료 60억 달러에 달하는 거대 보험회사가 생겨났으며, 이는 로이드 내 10위 (재)보험회사에 해당한다. 이 거래로 경쟁하에 있는 각각의 특종보험시장에서 리더십 포지션과 규모를 유지하고자 하는 AXIS의 전략이 앞당겨졌다. Novae의 포트폴리오가 AXIS의 현행 보험종목(Book of Business)을 보완하여 새 회사는 새롭고 더 큰 규모의 보험종목을 인수할 수 있고 유통 플랫폼을 확장시킬 수 있게 되었다. Novae Syndicate 2007은 몇 년간에 걸쳐 리콜보험을 제공해온 회사로 자본금이 2017년에 1천만 달러에서 2천만 달러로 증가하였다.

2018년에 로이드의 Apollo가 New Apollo Specialty Consortium 9807 아래 추가로 Excess Recall(부품리스크만 인수)을 5백만 달러 더 인수할 수 있는 여력을 성공적으로 마련하였다. 이 추가 인수여력은 Apollo's Syndicate 9398이 전액 참가한 후 그 위의 레이어로만 활용할 수 있다.

Aon Client Treaty는 Aon사의 Global Broking Centre와 Aon사 고객만 이용할 수 있는 특별한 인수여력이다. 인수일로부터 2년이 완전히 지나면 이 인수여력은 Aon's Global Broking Centre를 통해 들어온 주문에 20%가 자동할당된다. 보험료, 워딩, 조건은 런던의 선도 언더라이터를 그대로 따른다. Aon Client Treaty의 인수여력은 S&P A+ 등급인 100% 로이드 자금으로 로이드의 지급보증(Lloyd's Chain of Security)을 받는다.

Aon Client Treaty의 전체 리더는 XL Catlin사이며, 특정 보험종목마다 리더가 지정되어 있다. Aon Client Treaty에 인수여력을 제공하는 로이드의 신디케이트는 오랫동안 Aon Client Treaty에만 전념하고 있으며 3년 협정까지 가입한다. Aon Underwriting Managers는 Aon Client Treaty의 MGA 역할을 하며, 신디케이트 판넬의 언더라이팅, 보고, 모델링, 요율 견적을 지원한다.

리콜보험회사의 총수는 지난 몇 년간 서서히 증가하여 2014년 27개사에서 2016년 이후 33개사를 유지하고 있다. 3개사가 없어졌으나 새로 진입한 보험회사로 대체되었다.

다. 리콜보험 인수여력

시장 인수여력(Market Capacity)의 관점에서 보면 지난 5년간 상당히 꾸준한 증가가 있었다. 그러나 성장률은 지난 3년간 낮아지고 있다. 지난 5년간 손해를 본 보험회사가 많고 많은 보험회사들이 손해율이 악화되었으나 인수여력이 꾸준히 확대된 결과 보험요율은 안정적으로 유지되었다.

리콜 인수여력은 피보험제품의 유형에 따라 지난 5년간 50% 가까이 증가하였다. 그러나 대다수 보험회사가 상당한 인수여력을 유지하고 있으나 소수의 보험회사는 인수여력 전부를 어떤 한 리스크에만 제공하고 있다. 또 보험회사들은 인수여력을 어떤 한 프로그램 내에서도 원수보험이나 초과재보험에 분산하여 리스크를 평활하게 만들려고 하고 있다. 마지막으로 언더라이터들은 한 범주 내 특정 상품 유형의 어느 한 리스크의 노출에만 집중하고 있다. 이러한 이유로 전체 시장의 인수여력이 잘못 이해될 수 있다. 예를 들어 식품 리콜 인수여력이 6억 달러를 넘는 않지만 특정제품의 선택과 어느 한 회사의 리스크에 전체 인수여력의 집중을 최소화하려는 언더라이터의 의도로 피보험자당 인수여력은 2억 5천만 달러로 희석될 수 있으며, 부품이나 원료 등 위험하다는 인식을 갖고 있는 제품은 이용 가능한 인수여력이 더 제한될 수 있다. 어떤 보험회사들은 어떤 피보험자의 일반배상책임 프로그램에 참여하고 있는 경우 인수여력을 제한하기도 한다. 역으로 어떤 보험회사들은 일반배상책임 프로그램에 참여하고 있을 때에만 인수여력을 제공하기도 한다.

〈표 V-3〉 리콜보험시장 인수여력 변동 추이

(단위: 백만 달러)

연도	보험회사 수	인수여력		
		음·식료품	소비재	자동차
2014	27	465	350	260
2015	30	455	410	320
2016	33	635	650	490
2017	33	610	630	480
2018	33	650	660	500

주: 보험회사 수와 인수여력은 추정치임. 여러 국가에서 서로 중복되는 인수여력을 환율을 감안하여 차감 조정하였으며, 재보험특약이 역년을 기준으로 갱신되므로 인수여력이 변경되었을 가능성이 있음

자료: Bernie Steves(2018)

〈표 V-4〉 리콜보험회사별 인수여력

(단위: 백만 달러)

보험자명	소재지	식음료		비 식품	
		우연	악의	소비재	자동차
Aon Client Treaty	런던	20%	20%	20%	20%
Chubb European Group	유럽/런던	15	15	15	15
AIG(Lexington)	미국 버뮤다	35	50	25	n/a
AIG(London)	런던	25	50	10	n/a
Allianz	런던	50유로	50유로	50유로	50유로
Allianz	미국	35	35	35	25
Allied World	미국	15	15	15	n/a
Amlin Syndicate 2001	로이드	15	15	15	15
Apollo Consortium 9398	로이드	10	10	10	10
Apollo Specialty Consortium 9807	로이드	n/a	n/a	n/a	5
Arch Syndicate 2102	로이드	n/a	n/a	n/a	15*
ArgoRe	버뮤다	25	25	25	25
Ascot Syndicate 1414	로이드	n/a	n/a	25*	25*
Aspen	버뮤다	25	25	n/a	n/a
Aspen Syndicate 4711	런던	25	25	n/a	n/a
Aspen	미국	25	25	n/a	n/a
AXIS(Novae Synd. 2007)	로이드	20	20	20	20
Berkley Specialty	미국	15	15	15	n/a
Berkshire Hathaway	런던	25	25	25	25
Brit Syndicate 2987	로이드	n/a	n/a	3*	3*
CFC	로이드	12	12	10	15
Chubb	미국	15	15	15	15

〈표 V-4〉 계속

보험자명	소재지	식음료		비 식품	
		우연	악의	소비재	자동차
Crum & Forster	미국	10	10	10	10
C. V. Starr Syndicate 1919	로이드	15	25	15	n/a
C. V. Starr	미국	15	25	15	n/a
Great American	미국	10	10	10	10
Hardy Syndicate 382	로이드	n/a	n/a	30*	30*
HDI Global SE	런던	15유로*	15유로*	15유로*	case by case
Hiscox Syndicate 3624	런던	50	50	50	50
Houston Casualty	미국	10	10	n/a	n/a
Houston Casualty Excess	미국	15	15	15	15
Liberty International	아시아 태평양 캐나다	15	25	15	10
Markel	버뮤다	25	25	10	10
Markel	런던	25	25	10	10
Munich Re	런던	15유로*	15유로*	15유로*	15유로*
Pembroke Syndicate 4000	로이드	15	15	15	15
PLIS	로이드	25	25	25	n/a
QBE Syndicate 0386/1886	로이드	n/a	n/a	n/a	15유로*
QBE Insurance (Europe) Limited	런던	n/a	n/a	n/a	15유로*
Royal Sun Alliance	런던	25	25	n/a	n/a
SwissRe	미국	25	25	25	25
SwissRe Internationa	유럽/런던	50유로*	50유로*	50유로*	50유로*
Talbot Syndicate 1183	로이드	50	50	25	25
Tokio Marine Kiln Syndicate 0510	로이드	20	20	n/a	n/a
W.R. Berkley Syndicate 1967	로이드	15	15	15	15
XL Insurance Syndicate 1209	로이드	75	75	75	75
XL Insurance	버뮤다	75	75	75	75
Zurich Insurance plc	런던	25유로*	25유로*	25유로*	n/a

주: *는 미국 이외 지역에서만 이용가능한 인수여력

자료: Bernie Steves(2018)

VI. 결론 및 시사점

안전규제 강화, 국제교역의 증가로 더욱 복잡해지는 글로벌 공급망, 소비자의식의 증대, 소셜미디어의 영향력 증가로 인해 리콜의 빈도와 심도가 증가하고 있다. 악의적인 제품훼손이나 금품갈취협박도 리콜리스크를 증가시키고 있다. 한편 DNA분석기술의 발전으로 특정 사건과 기업과의 관계를 증명하기 쉬워졌기 때문에 리콜이 증가하기도 한다.

제조물책임사고는 한두 개의 제품에서 발생하지만, 리콜의 경우 다수의 결함 있는 제품이 관련되어 사고의 심도가 높고 손실규모 예측이 어렵다. 또 제품이 유통되는 지역의 넓이나 제품의 용도에 따라 피해손실규모가 매우 커질 수 있다. 리콜로 인한 기업의 손실은 비용손실과 같은 재무적 손실보다는 이미지 실추나 리콜기간 중 영업 지장으로 인한 부가적인 손실이 더욱 크다고 할 수 있다.

시장에서의 경쟁이 치열해지고 소비자의 욕구가 점점 더 다양해지며 제품 소비시장의 트렌드가 빠르게 변화하고 있고 이를 충족시키기 위한 제품출시 주기는 더욱 짧아지고 있다. 이로 인해 제품 품질에 대한 예방적 차원의 충분한 관리가 어려워지게 되어 제품의 결함이 발생할 가능성이 높아지고 있다.

또 자동차와 같은 복잡한 결합제품이 늘어나면서 수많은 부품에 대한 품질을 최종 제사업자가 일일이 관리하기가 어렵게 되고 있다. 국제교역의 증가로 외국에서 수입한 식약품 등의 원료에서 뜻하지 않은 결함과 부작용이 발생하기도 한다.

이제 기업의 입장에서 보면 제품의 결함을 사전에 완전 방지하는 것은 거의 불가능에 가까운 일이 되고 있다. 제품이 유통되는 지역의 넓이나 제품의 용도에 따라 리콜로 인한 기업의 피해손실규모가 상상 이상으로 커질 수 있어 글로벌 기업의 경우 리콜 리스크관리가 필수적인 업무가 되고 있다.

우리나라의 경우 제품안전에 대한 규제가 주요 선진국보다 약한 편이며 위반 시 벌칙도 약한 편이다. 또 제품 안전에 대한 기업의 인식이 부족하여 리콜 자체를 제조사 입장에서 '제품의 실패'라고 받아들이며 리콜을 통해 발생할지도 모르는 여러 재무적·비재무적 손실을 두려워한다. 따라서 다수로 드러난 제품의 결함을 공개하여 리콜하지 않고 접수된 민원만 비공개로 A/S 처리하기도 한다.

2018년 8월 20일부터 이루어지는 BMW 코리아의 리콜이 그 한 예로 들 수 있다. 리콜 규모는 42개 디젤 차종 모두 10만 6천317대로, 국내에서 이뤄진 수입차 리콜 사상 최대 규모이다. 2018년 1월부터 8월까지 BMW 자동차의 운행 중 화재사고만 40건에 달하고 있다. 차량화재는 인명 사상을 가져오는 심각한 제품결함임에도 불구하고 공개적 리콜을 실시하지 않고 안전진단만을 해오던 BMW 코리아는 정부의 차량운행 자체 권고가 있고나서야 비로소 자발적 리콜을 실시하게 되었다. 형식은 자발적 리콜이지만 정부의 압력과 여론의 비난에 몰려 억지로 리콜을 하는 모양새를 보인 것이다.

리콜은 기업의 입장에서 동전의 양면과 같은 이중적 성격의 특징을 지니고 있다. 즉, 리콜의 실시는 소비자에게 리콜 시행 기업의 제품에 대한 이미지의 악화를 초래하게 된다. 이에 따라 기업의 입장에서는 재정적 손실 및 브랜드 이미지 악화 등과 같은 리콜에 따른 직·간접적 비용이 발생하므로 리콜 시행을 회피하려는 유인이 존재한다. 그러나 다른 한편으로는 기업이 사전예방 차원에서 리콜을 실시할 경우 결함제품의 위험요소 방치로 인해 발생할 수 있는 사고로부터 발생할 벌금, 소송비용 및 손해배상비용을 절감할 수 있을 뿐만 아니라 소비자의 위험을 예방하는 노력을 하고자 하는 긍정적 이미지를 소비자들에게 심어주는 역할을 할 수 있어 전화위복의 계기가 될 수도 있다.

앞에서도 언급했듯이 우리나라에서도 소비자들에게 리콜 정보를 쉽고 빠르고 정확하게 전달할 수 있도록 정부 부처 전체에 적용 되는 리콜 공통 가이드라인을 마련하여 2017년 1월부터 시행하고 있다. 또한 2018년 4월 19일부로 개정된 생산물배상책임법이 시행되어 결함의 존재를 알면서도 방치한 제조사업자에게 법원이 재량으로 실제 손해액의 3배까지 가중된 배상책임을 부과할 수 있게 되었다. 이와 함께 자동차관리법 개정안(한국형 레몬법)이 2019년 1월 1일부터 시행되어 신차 구입 후 일정기간 내에 동일한 하자가 반복될 경우 교환·환불을 받을 수 있게 되었다. BMW 코리아의 자동차

리콜을 계기로 집단소송제도까지 국회에서 입법논의되는 등 국내에서도 제품 안전관련 규제가 점차로 강화되고 있다.

최근의 설문조사 결과 리콜 실시 기업에 대한 소비자의 호의도가 상당히 높고³⁴⁾ 기업 역시 자발적 리콜을 실시한 기업에 대한 신뢰도가 높아진다고 보고 있다.³⁵⁾ 리콜이 불량제품으로부터 소비자를 보호하기 위한 필수적인 선택이라는 인식이 확산되고 있어 향후 적극적으로 리콜을 실시하는 기업이 늘어날 것으로 예상되고 있다.

리콜 사고 발생 전에 기업이 어떤 준비와 사전계획을 가지고 있었느냐가 리콜의 규모와 소요비용, 브랜드 피해에 큰 영향을 미친다. 리콜보험회사의 전문가들이 리콜 및 위기관리계획을 사전에 수립하거나 기업이 정한 프로세스를 테스트하기 위한 시뮬레이션을 실시하여 개선점을 발굴하는 등 위기관리 서비스를 제공해준다. 기업 스스로 주기적인 제품추적훈련을 하지만 대중매체, 소비자와 기타 이해관계자들을 포함한 전면적 리콜 시뮬레이션이 필요하다.

전사적 리콜 리스크관리 프로그램의 일환으로 리콜보험에 가입하는 경우 기업이 입은 비용손해와 브랜드 가치 하락에서 빨리 회복할 수 있도록 도움을 받을 수 있다. 리콜비용이나 영업지장비용을 보장할 뿐만 아니라 악의적인 제품 훼손이나 그 협박으로 인한 금품갈취 등과 같은 새로운 리스크로부터 보호받을 수 있다.

우리나라 기업의 경우 아직 대형 리콜 사태를 많이 겪어보지 않아 이상 비싼 보험료를 부담하고 리콜보험에 가입하기를 꺼려하는 경향이 있다. 그러나 우리나라도 2016년 삼성 갤럭시노트7의 경우처럼 초대형 리콜³⁶⁾을 경험한 바 있다. 제품안전에 대한 규제 강화, 리콜에 대한 소비자나 기업의 인식 변화, 대규모 리콜의 출현가능성 증대 등으로 향후 리콜보험에 대한 수요가 늘어날 것으로 보인다.

34) 우리나라 소비자의 88.3%는 리콜을 실시하는 기업에 대해 호의적인 태도를 보이고 있음, 최은실(2012)

35) 리콜 실시 기업에 대해 소비자가 인식하는 이미지에 대해 리콜 종류별 기업 담당자의 의견을 파악한 결과, 자발적 리콜에 대해 소비자가 긍정적인 이미지를 가졌을 것으로 판단하는 기업이 54.0%였으며, 리콜권고는 26.0%, 강제적 리콜은 10.3%에 불과한 것으로 나타났다. 한국소비자원(2013a)

36) 정확한 규모는 알려져 있지는 않으나 언론에 따라 10억 달러에서 50억 달러까지로 리콜비용을 추정함

우리나라의 리콜 정보가 통합공시되는 행복드림 열린소비자포털³⁷⁾을 방문해보면 2018년 1월부터 11월까지 1,200건 가량의 리콜이 실시되고 있는 것을 볼 수 있다. 이제 우리 주변에서도 리콜이 일상화되고 있는 것이다. 그 품목을 살펴보면 자동차나 그 부품 외에도 음·식료품, 농축산물, 공산품, 의료기기, 제약 등 매우 다양하다. 리콜보험에 대한 수요는 많지만 리콜 리스크관리 수단으로 리콜보험에 대한 기업의 인식이 부족한 측면이 있으므로 시장의 잠재력은 충분할 것으로 보인다.

리콜보험은 매우 특화된 보험으로 그 판매를 위해서는 리콜 리스크관리 전문가의 양성이 필요하다. 리콜 품목별로 필요한 전문지식이 다를 수도 있다. 우리나라 손해보험회사들은 자동차나 그 부품회사뿐만 다양한 분야로 리콜보험의 저변을 확대하여 향후 성장동력으로 삼기 위해 노력해야 할 것이다.

37) 행복드림 열린소비자포털(<https://www.consumer.go.kr/consumer/index.do>)

참고문헌

- 공정거래위원회(2017), 「리콜 공통 가이드라인」
- 송윤아(2016), 「생산물 리콜보험의 활성화 필요」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원
- 오수진·곽윤영(2015), 「리콜 정보의 소비자활용도 제고방안 연구」, 한국소비자원
- 정인영(2017), 「식품안전사고와 보험산업」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원
- 최은실(2012), 『리콜제도 현황 및 의식조사를 통한 개선방안 연구』, 한국소비자원
- 한국소비자원(2013a), 『기업의 리콜제도 운영 현황 및 의식조사를 통한 개선방안』
- _____ (2013b), 「리콜제도 쉽게 이해하기」
- _____ (2010), 「리콜제도와 최근의 이슈」
- Abhishek Borah, Gerard J. Tellis(2016), *Halo(Spillover) Effects in Social Media: Do Product Recalls of One Brand Hurt or Help Rival Brands*
- Allianz Global Corporate & Specialty(2017a), *Product Recall Managing the Impact of the New Risk Landscape*
- _____ (2017b), *Global Claims Review: Liability In Focus*
- Bernie Steves(2018), *2018 Emerging Trends in Product Recall and Contamination Risk Management*, Aon Risk Services Crisis Management Practice
- Christian Becker(2012), *Characteristics of Recall Insurance*, Wilhelm Rechtsanwälte
- PROSAFE(2014), *Product Safety In Europe: A Guide to corrective action including recalls*
- U.S. Consumer Product Safety Commission(2012), Recall Handbook
- 경제산업省(2016), “消費生活用製品のリコールハンドブック”

부록: I. 주요국의 리콜제도

1. 미국의 리콜제도³⁸⁾

미국은 각종 소비생활용 물품으로부터 소비자의 피해를 방지하기 위하여 위해물품에 대한 리콜이나 경고를 가장 활발하게 실시하고 있는 국가이다. 1960년대 이전부터 이미 판례로서 정착된 제조물책임제도와 집단소송제도가 확립되어 있어 소비제품과 관련된 위해사고에 대하여 소비자들이 해당 기업을 상대로 손해배상 청구소송을 제기하는 것이 일반화되어 있고 기업은 이로 인하여 상당한 비용부담을 초래하고 있다. 즉 기업은 자신이 생산한 제품 중 결함제품으로 인한 위해사고가 발생할 경우 책임을 면할 수 없다는 것을 인식하고 있었기 때문에 1960년대부터 각종 소비생활용제품에 대한 리콜제도가 기업의 별다른 반발 없이 도입되었다.

가. 식·음료제품의 리콜

1906년에 제정된 연방식품·의약품(Food and Drug Act)은 1930년대 이후 1960년대에 이르기까지 법안을 수정하고, 공공보건법, 방사선 통제법 등과 통합되면서 연방식품·의약품·화장품법(Food and Drug Cosmetic Act)으로 발전하였다. 이 법에 의해 식품의약품관리청(Food and Drug Administration, FDA)이 식음료제품, 의약품, 화장품, 의료기기, 담배, 비타민 보충제, 사료, 수의학제품, 의료장비의 안전을 감독할 권한을 갖는다. 미국 농무부(U.S. Department of Agriculture, USDA)도 육류, 가금류, 가공란에 대한 감독을 맡는다. 이들 두 기관이 공공의 보건을 촉진하고 보호할 책임이 있다.

38) Bernie Steves(2018)

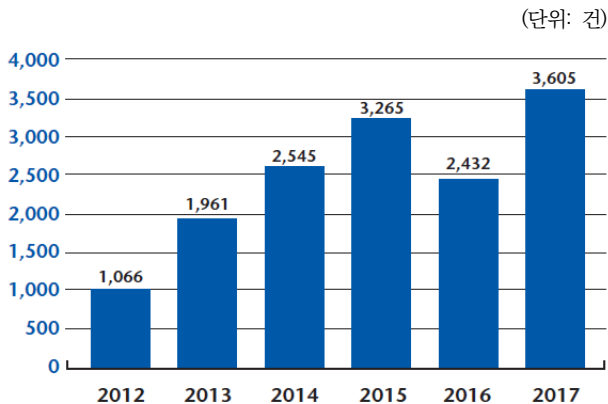
식품과 농산물 분야는 거의 전적으로 자영업자 중심이며, 210만 개의 농장과 935,000여 개의 식당, 200,000명 이상의 등록 제조·가공·보관시설이 있다.

식품료제품의 리콜을 일으키는 주요 원인은 대장균·살모넬라균·리스테리아균과 같은 세균 감염, 세척용 솔벤트와 같은 화학물질의 우연 또는 고의적 오염, 나무·유리·금속과 같은 이물질의 우연 또는 고의적 오염, 알러지 유발항원의 성분 표시 누락·부적절한 사용설명서와 같은 라벨링 문제이다.

1) 식품·의약품관리청(FDA)

약 80%의 식품료제품이 FDA의 관할하에 있으며, 소비재 상품 중 1조 달러 이상을 차지하고 있다. FDA의 규제권한은 연방 식품·약품·화장품법(Federal Food, Drug and Cosmetic Act)에 따라 부여되었으며 관할 범위가 매우 넓다. FDA의 리콜은 지난 6년 동안 큰 폭으로 증가하여 2017년은 2012년에 비해 3배 이상 많은 건수의 리콜이 발생하였다.

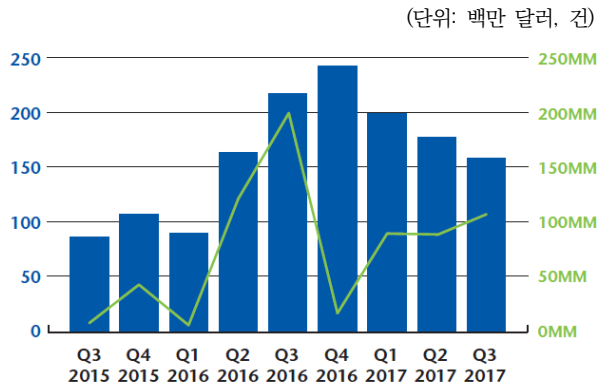
〈부록 그림 I-1〉 연도별 FDA 총 리콜 건수



자료 : Bernie Steves(2018)

근래의 리콜실적을 살펴보면 FDA의 식품 리콜은 2017년 3분기 11% 감소하여 158건을 기록하였다. 이는 2016년 2/4 분기 이후에 가장 낮은 수치이다. 리콜된 FDA 식품 리콜 단위 개수는 19% 증가한 106만 6천 개로 최근 22분기 중 20번째로 많았다.

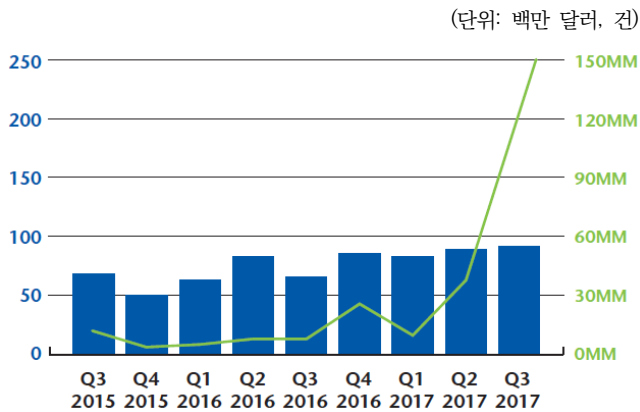
〈부록 그림 I-2〉 분기별 FDA 식품약품 리콜



자료: Bernie Steves(2018)

약품 리콜은 3% 증가한 89건이며 2015년 1분기 이후 최대치이다. 리콜 단위 개수는 290%가 증가하여 2012년 2분기 이후 최대이며, 2005년 1분기 이후 4번째로 높다.

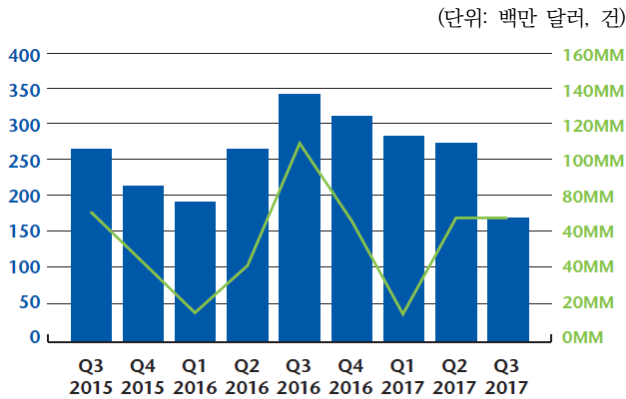
〈부록 그림 I-3〉 분기별 FDA 약품 리콜



자료: Bernie Steves(2018)

의료장비 리콜은 39% 감소한 167건이며 2011년 4분기 이후 가장 낮은 수치이다. 이 같은 감소에도 불구하고 리콜 단위 개수는 1% 올라 6,800만 개로 최근 19분기 중 16위를 기록하였다.

〈부록 그림 1-4〉 분기별 FDA 의료장비 리콜



자료: Bernie Steves(2018)

Food Safety Modernization Act(FSMA)는 70년 이상된 식품안전법을 일대 개혁한 법률로 평가받는데 2011년 4월 오바마 전대통령이 서명하였다. FSMA는 FDA가 식품 공급의 안전과 보안을 강화할 수 있게 하여 공공의 건강 보호를 향상시킬 수 있게 하였다. 동법에 따라 FDA는 발생한 후의 이슈에 대응하기 보다는 식품안전이슈를 추적하고 방지하는데 초점을 맞춘 식품안전규정을 정할 수 있는 권한을 가지게 되었다. FSMA는 사업의 종류 및 규모에 따라 규제준수일자를 달리하고 있다. 영세사업자를 지원하기 위해 FDA는 새로운 소프트웨어 툴인 Food Safety Plan Builder를 2017년 가을에 출시하여 사업자들이 자신의 시설에 맞는 식품안전계획(Food Safety Plan)을 세울 수 있도록 지원하고 있다. 모든 부분이 완료되면 사업자는 운영에 필요한 식품안전기준을 가지게 되고 이를 식품안전감독관에게 제출하게 된다.

Food Safety Plan Builder를 이용해 수립된 식품안전기준에는 다음 사항들이 포함된다.

- 시설정보
- 예방조치
- 적합한 제조관행(GMP 및 사전 프로그램)
- 위해분석 및 예방관리 결정
- 프로세스 예방관리
- 식품 알러지 유발항원 예방관리

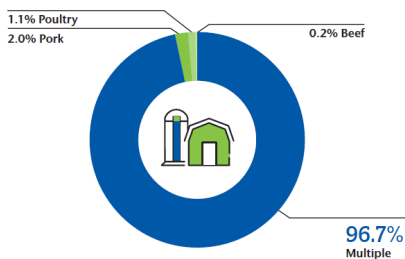
- 위생 예방관리
- 공급망 예방관리
- 리콜계획
- 식품안전계획의 재분석
- 기록보관절차
- 중요 연락처

2) 농무부(U.S. Department of Agriculture)

미국 농무부는 연방육류검사법(Federal Meat Inspection Act), 가금류제품검사법(Poultry Products Inspection Act), Egg Products Inspection Act(가공란검사법)에 따라 육류, 가금류, 가공란이 안전하고 건전하며 적절한 표시 하에 상업적으로 공급되는지를 감독한다. 농무부 내 식품안전검사국(Food Safety and Inspection Service, FSIS)에서 이 기능을 수행하며, 각 주간 거래되는 모든 육류, 가금류, 가공란을 검사할 수 있는 권한을 갖는다.

2017년 3/4분기 USDA 리콜은 49% 감소한 24건으로 2014년 4분기 이후 가장 낮은 수치이다. USDA 리콜제품 무게는 750만 파운드로 지난 7분기 중 5번째를 차지하고 있다.

〈부록 그림 I-5〉 중량기준 리콜 상품유형



자료: Bernie Steves(2018)

나. 소비재의 리콜

또한 일반공산품의 경우는 1972년 제정된 연방소비재보호법(Consumer Product Safety Act, CPSA)에 따라 미국소비재안전위원회(U.S. Consumer Product Safety Commission, CPSC)가 소비재와 관련된 비합리적인 상해와 사망 위험으로부터 소비자를 보호하는 책임을 맡고 있다. CPSC는 가정, 학교, 레크리에이션, 기타 장소에서 사용되는 15,000여 개 유형의 소비재에 대한 관할권을 갖는다.

CPSC는 전국 각처에 있는 병원과 전산망으로 연결된 위해정보수집시스템(NEISS), 전용 핫라인(Hot-Line), 각종 시험검사기관, 소비자단체, 기타 소송사례 및 기업 등을 통하여 위해정보를 수집하며, 수집된 위해정보를 분석하여 제품의 결함 및 위해성 여부에 대해서 조사·시험검사를 실시하거나 관련 전문가의 자문을 받아 평가를 실시하며 평가를 통하여 위해성 등급을 분류한다.

미국은 기업의 자발적 리콜을 활성화하는 수단으로서 리콜을 권고하는 방식을 적극 활용한다. 즉 평가 결과 결함제품이 소비자에게 실질적으로 위해를 입힐 수 있다고 판단되면 CPSC는 일단 해당기업에 통보하여 자발적인 시정조치를 권고하게 된다. 그러나 해당 기업이 리콜권고를 수락하지 않을 경우에는 관계당국의 추가 조사를 통한 리콜명령과 결함사실의 공표 등의 조치를 취하게 된다. 이 때 기업들은 정부의 명령을 수용하거나, 리콜명령 전 청문절차를 통해 이의를 제기할 수 있으나 대부분의 기업들은 리콜명령에 따른 이미지 실추를 우려해 스스로 리콜하거나 정부의 권고에 응하고 있다.

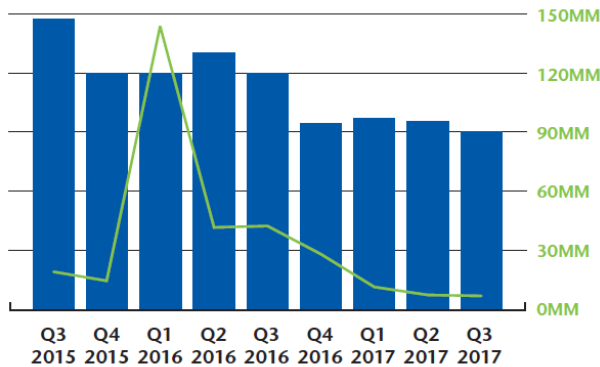
자발적으로 리콜을 수행하려는 기업에 대하여는 제품결함에 대한 CPSC의 예비판정 단계를 생략함으로써 보다 신속한 리콜이 가능하도록 하는 신속리콜프로그램을 실시하고 있는데 이 프로그램은 공산품 리콜 전담기관인 CPSC와 리콜수행 기업 모두에게 유리한 제도로써 실제로 자발적 리콜을 이행하는 기업의 절반 이상이 이 프로그램을 따르고 있다.

2017년 3/4분기 소비재의 리콜은 8% 감소하여 59건을 기록하였는데, 2015년 2분기 이후 2번째로 낮은 수치이다. 리콜된 단위 개수는 35% 증가한 460만 개로 2013년 1사분기 이후 2번째로 낮은 수치이다. 2017년 3/4분기에 리콜된 소비재의 76%가 가정용

가구나 설비인 것으로 나타났다.

〈부록 그림 I-6〉 분기별 소비재 리콜 건수

(단위: 백만 달러, 건)



자료: Bernie Steves(2018)

다. 자동차 관련 리콜

자동차에 대하여는 고속도로상에서 발생되는 자동차사고의 상당부분이 자동차의 구조적 결함에 기인하고 있을 뿐 아니라, 이로 인한 신체 및 경제적 손실이 막대하다는 것이 조사 결과 밝혀져 1966년 전미교통및자동차안전법(National Traffic and Motor Vehicle Safety Act)이 제정되면서 전미고속도로교통안전위원회(National Highway Traffic Safety Administration, NHTSA)가 차량안전기준을 설정하고 제조사업자에게 안전관련 결함이나 연방안전기준에 맞지 않는 차량을 리콜할 것을 요구할 수 있는 권한을 가지게 되었다.

NHTSA는 자동차 또는 자동차부품에 나타나는 안전과 관련된 결함정보의 신속·정확한 수집을 위하여 수신자부담 자동차안전 핫라인(Toll-Free Auto Safety Hot-Line)을 가동하고 핫라인 이외에도 자동차 보험회사, 주정부, 경찰서, 소비자단체 등으로부터 안전관련 정보를 수집하고 있다. 수집된 정보는 NHTSA의 기술전문가에 의하여 결함여부가 상세히 검토되고 또한 이 정보를 해당 제조업체에게도 보내어 조사하도록

요청하기도 하며 또한 예비조사, 엔지니어링분석, 청문 등의 절차를 거쳐서 결함여부에 대하여 최종 판정하게 한다.

지금까지 미국에서 3억 9천만 대 이상의 승용차, 트럭, 버스, RV, 모터사이클, 전기자전거와 4,600만 개의 타이어, 6,600만 개의 차량 부품, 4,200만 개의 아동보호좌석이 안전 결함을 교정하기 위해 리콜되었다.

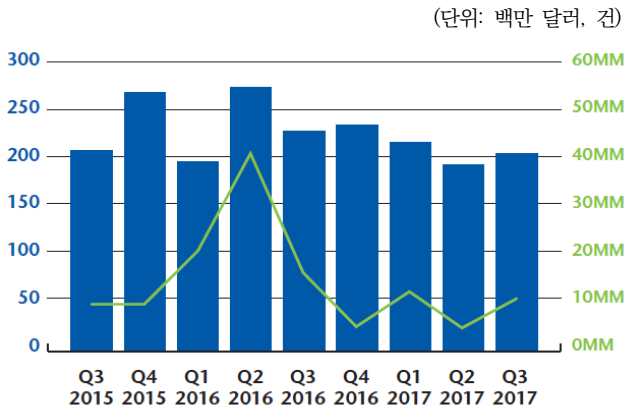
이 리콜들 중 대부분은 제조사업자가 자발적으로 시작한 리콜이나 일부는 NHTSA 조사의 영향으로 또는 법원을 거친 NHTSA의 명령에 따라 실시되었다. 안전 결함이 발견되면 제조사업자는 차량이나 설비 소유자, 딜러, 유통사업자뿐만 아니라 NHTSA에게 통지하여야 한다. 그 후 제조사업자는 소유자에게 비용 청구 없이 그 문제를 교정하여야 한다. NHTSA는 리콜 캠페인을 성공적으로 완료하게 하기 위하여 제조사업자의 시정조치를 모니터링할 책임을 진다.

전반적으로 보면 자동차산업은 근래 리콜이 크게 증가한 산업으로 특별한 주목을 받고 있다. 차량제작사(Original Equipment Manufacturer) 외에도 자동차 산업의 주변에 있는 부품 공급업자들도 리콜의 주체이다. 감독기관도 리콜의 필요성뿐만 아니라 100% 리콜 완수율 달성에 아주 민감하다. 리콜 알림통지도 이제 제1종 우편에 추가하여 전자포맷으로 제공되기도 한다.

리콜에 대한 관심 고조로 공급사와 제작사 간의 역학도 변화하였다. 전통적으로 보면 자동차산업은 제작사와 공급업자·고객 간의 관계가 밀착적·종속적이라는 특징이 있었으나, 이제는 제작사가 계약상의 책임을 가능하면 공급자에게 이전하려고 하는 경향이 늘고 있다. 설계와 조립에 대한 책임을 둘러싼 이슈는 과실의 주체가 누구인지를 밝히는 일을 복잡하게 만들 수 있다.

2017년 3/4분기 NHTSA 리콜 건수는 5% 증가한 197건으로 2년 연속 200건 미만으로 나타났다. 2013년 4/4분기와 2014년 1/4분기에도 리콜 건수가 200건 미만이었다. 리콜대상 단위 개수는 76% 증가한 950만 건을 보였다.

〈부록 그림 I-7〉 분기별 차량 리콜 건수



자료: Bernie Steves(2018)

2. 영국의 리콜제도³⁹⁾

영국에는 리콜관련 법규가 없으며 철저히 사업자에 의해 자발적으로 리콜이 실시되고 있다. 그러나 영국은 미국과 마찬가지로 엄격책임 위주의 제조물 책임제도가 도입되어 있어서 제조업자등이 결함있는 제품의 사전리콜조치를 하지 않을 경우 발생한 피해자의 손해에 대하여 소송당할 가능성이 높고 이에 따라 기업의 이미지훼손 우려 등으로 인하여 자발적 리콜이 활성화되어 있다.

또한 정부당국에서도 제조업자를 안전의무 위반에 관련된 기소 여부를 결정할 때 해당 제조업자의 자발적 리콜조치 여부를 주요 고려사항으로 간주하고 있다. 이러한 배경이 영국에서 직접리콜을 규정하고 있는 실정법규가 존재하지 않는 이유 중의 하나가 되고 있다. 다만 「소비자보호법」(Consumer Protection Act)과 하위 규정인 「일반 제품안전규정」(General Product Safety Regulation) 등에서 규정한 안전규정 위반제품에 대한 판매금지, 업무정지처분 등 행정벌조항들이 간접적으로 기업들로 하여금 자발적으로 리콜을 하도록 유인을 제공하고 있다.

39) 한국소비자원(2010), p. 53

유럽연합의 경우 RAPEX(Rapid Alert System for dangerous Non-Food Consumer Products)에서 식품을 제외한 대부분의 상품에 대한 리콜관련 정보를 취합, 관리하고 있다. 유럽의 PROSAFE는 2011년 “Product Safety in Europe: a GUide to Corrective Action Including Recalls”를 발표하고, 유럽의 소비자 제품 안전과 관련된 위해성 평가 및 리콜 결정에 참고할 수 있는 자료의 제안, 시정조치 및 리콜 공고문 등에 대한 규정을 구체적으로 정하고 있다.

가. 공산품

공산품 안전을 관장하는 법규로는 「소비자보호법」과 하위 규정인 「일반제품안전규정」이 있으며 통상산업성(Department of Trade and Industry) 소비자안전과(Consumer Safety Unit)에서 담당하고 있다. 공산품 안전을 관장하는 통상산업성은 사업자의 자발적 리콜을 활성화하기위하여 관련업체와 공동으로 「소비자제품리콜지침서」(Consumer Product Recall- A Good Practice Guide)를 마련하여 구체적인 리콜 시행방법을 안내하고 있다.

나. 자동차

자동차안전업무는 운수성(Department for Transport)산하의 차량면허청(Vehicle& Operator Services Agency, VOSA)에서 담당하며 자동차리콜과 관련하여 VOSA는 사업자의 리콜을 관리.감독하는 역할을 수행하고 있는데 자동차 리콜을 결정하는 1차적 책임은 자동차 제조업체에게 있으며 VOSA는 재량으로 자동차 제조업체가 제시한 리콜조치방법에 대하여 기관의 견해를 밝힐 수 있다. 1979년 운수성과 자동차업체 간의 협의를 통해서 마련된 「자동차 안전결함에 대한 행동강령」(Code of Practice on Vehicle Safety Defects)에 따라 자발적 리콜제도를 운영하고 있다.

3. 일본의 리콜제도⁴⁰⁾

일본은 소비생활용품으로부터 발생하는 일반 소비자의 생명 및 신체적 위해를 방지하기 위한 목적으로 1973년 「소비생활용품안전법」을 제정하였으며 또한 국민건강보호를 위하여 특정한 유해물질을 함유하는 가정용품에 대하여는 「유해물질을 함유하는 가정용품 규제에 관한 법률」을 제정하는 등 소비자 안전에 관한 전담법규를 제정하면서 리콜제도가 도입되었다.

그러나 일본의 경우 이들 법규에서 소비자의 안전을 저해하는 결함상품에 대하여 리콜을 실시할 수 있는 법적근거가 마련되어 있음에도 불구하고 리콜제도가 그다지 활성화되지 못하다가 제조물책임법이 시행된 지난 1995년 이후 리콜을 실시하는 기업이 점차 증가하고 있다.

가. 자동차

담당기관은 운수성 도로교통국이며 관련법규로는 도로운송차량법이 있으며, 일본의 자동차 리콜제도는 자동차의 결함이 사회적으로 문제되었던 1969년에 「도로운송차량법」에 근거한 운수성령인 「자동차형식지정규칙」에 의거 최초로 도입되었으며 그 후 25년이 지난 1994년도에 도로운송차량법이 개정되면서 동법에 자동차 리콜제도가 도입되었고 「리콜신고등에관한취급요령」이 제정되었다.

일본에서 리콜제도가 국내 및 국제적으로 쟁점화된 사건은 지난 2000년 자동 차결함 관련 리콜 정보를 조직적으로 은폐한 사실이 발각됨으로써 63만 대 이상의 차량을 강제리콜 당한 이른바 미쓰비시 자동차 리콜사건이다. 이 사건과 일련의 리콜명령으로 인해 동 회사는 기업 이미지 실추와 함께 판매부진, 수익악화, 주가폭락 등으로 이어져 도산위기에 직면하는 어려움을 겪었으며, 이 사건은 발견된 제품의 결함을 자발적으로 리콜하지 않음으로써 겪게 되는 결과를 보여주는 대표적 사례가 되고 있다.

40) 한국소비자원(2010), pp. 49~51

나. 공산품

담당기관은 경제산업성이며 관련법규로는 소비생활용품안전법이 있으며 안전기준에 적합하지 않은 위험한 특정제품(가정용 압력밥솥, 유아용침대, 롤러 스케이트 등)이 다음과 같이 시중에 유통된 경우에는 제조업자등에게 「소비생활용품안전법」에 의한 위해방지명령을 발동하여 해당제품의 회수를 도모하는 등 위해의 확산을 방지하기 위하여 필요한 조치를 취하는 것이 가능하다.

일본은 경제산업성에서 2016년에 소비자제품의 리콜 핸드북을 발표하였다. 이 핸드북에는 리콜에 관한 상세한 지침이 수록되어 있다.

부록 Ⅱ. 리콜 리스크관리 방안⁴¹⁾

1. 사전적 리콜 리스크관리

사업자는 제품 사고 등의 사전 방지를 위한 보다 안전한 제품을 공급하기 위해 다양한 노력을 하고 있다. 그러나 세심한 제품 안전관리체제를 구축하고 운용을 하고 있어도 제품 사고의 발생을 완전히 방지할 수는 없다. 따라서 평소부터 리콜에 적극적으로 임하는 자세를 사내외에 철저하고 명확하게 표명해야 한다. 또한 사업자는 소비자 등으로부터 제품사고 등에 관한 정보를 소중히 수집하여 빠르고 폭넓게 사고 정보를 파악하는 것이 중요하다.

가. 제품안전과 리콜에 대한 이해와 전략 유지

1) 리콜에 대한 경영자의 긍정적 인식 유지

임직원들이 리콜에 대한 긍정적인 인식을 갖추기 위해서는 우선 경영자가 사내외에 리콜에 대한 긍정적 태도를 표명하는 것이 중요하다. 제품 사고 등의 정보는 사업자에게 부정적인 정보로 받아들여진다고 해서 이를 무시해서는 안 된다. 물론 이러한 정보는 사업자에게 단기적으로는 부정적인 평가로 이어지겠지만 사업자가 제품 사고 등에 어떻게 대응했는지에 따라 사업자에 대한 최종 사회적 평가는 크게 달라질 수 있다. 리콜 통지에 즈음하여 경영자원을 투입한 대규모 캠페인을 지속적으로 실시하여 소비

41) 經制産業省(2016); PROSAFE(2014); U.S. Consumer Product Safety Commission(2012) 등 일본·미국·EU의 리콜핸드북의 내용을 발췌·정리함

자에게 주의 환기 및 리콜 대상 제품의 회수를 진행, 제품사고 등의 확대 가능성을 방지함으로써 오히려 긍정적인 평가를 받을 수도 있다.

2) 임직원의 의식 향상을 위한 교육·연수

제품사고 등을 심각한 위기로 파악하고, 신속하고 정확한 대응을 하기 위해서는 시스템과 매뉴얼의 정비뿐만 아니라 경영자를 포함한 모든 임직원이 리콜 리스크관리에 대한 의식을 정착하고 이를 향상시켜야 한다. 또한 사내의 원활한 정보 전달 및 공유가 매우 중요하다.

경영자는 제품사고 등의 발생 시 피해자 및 관계자에 대한 대응, 제품 회수 등의 체제를 정비하고 스스로 리더십을 발휘하여 사업자로서 신속하고 적절한 판단과 행동을 해야 한다. 필요한 정보가 경영자에게 전달되면 경영자가 리콜 실시 의사를 명확하게 표명하여야 한다는 것을 항상 의식하고 회사 경영에 적용하는 것이 필요하다. 또한 위기관리 시뮬레이션 훈련 등의 실시로 리콜 리스크관리 체제의 검증과 함께 리콜 실시시의 대응 능력을 향상시키는 것도 효과적이다.

제품사고의 발생이 예상되는 결함 등의 징후에 대한 내·외부의 정보에 신속하게 반응하기 위해서는 전문적인 지식과 분석 능력을 가짐과 동시에 소비자의 안전 확보에 높은 의식을 가진 관리자를 육성해야 한다. 리콜을 신속하게 실시할 수 있는 체제를 정비해 두는 것은 업무 관리, 인사 관리, 예산 관리 등과 함께 중요한 관리 사항 중 하나이다.

리콜은 특정 부서에서만 책임지고 실시한다고 인식하는 것은 잘못된 것이다. 한 사람, 한 사람의 위기의식이 기반이 되고 조직이 하나가 될 때 리콜 대응이 가능하다. 기획설계부문, 생산관리부서, 품질보증부서, 영업부서, 고객지원부서 등 각각에 수집된 정보는 다양하다. 직무에 관계없이 모든 임직원이 위기의식을 갖고 자신이 소비자의 관점에 서야 많은 정보가 모이게 되고 적절한 리콜을 실시하기 위한 지식이나 판단이 생기게 된다.

이러한 의식을 침투시키기 위해서라도 소비자의 안전 확보 및 리콜에 대한 지속적

인 사내 교육과 계발이 중요하다.

나. 제품사고를 사전에 방지하기 위한 조치

리콜 리스크관리를 위해서는 제품사고를 사전에 방지하기 위한 평소의 노력이 중요하다.

1) 안전기준 및 안전규칙 등의 준수

제품사고를 사전에 방지하기 위해 지켜야 할 최소한의 안전 조치가 각종 법령이나 기준과 규칙으로 정해져 있다. 또한 준수해야 할 국제 규격, 공업규격, 산업표준 및 기타 안전기준 및 안전 규칙이 있는 경우 이를 참조하여 안전설계에 고려하여야 한다.

2) 리스크 평가 실시

소비자의 안전을 보장하기 위해 안전한 제품을 생산하고 공급하는 것이 사업자의 기본적 의무이다. 따라서 사업자는 안전한 제품의 생산, 공급을 실현하기 위해, 제품의 기획·설계 단계 및 제품 판매 후 단계에서 리스크 평가를 반복하여 해당 제품의 리스크를 사회적으로 허용되는 범위까지 저감하여야 한다.

3) 제품사고나 클레임 정보 등의 수집체제 정비 및 제품에 대한 피드백

원활한 리콜 실시를 위해 제품사고나 제품 사고의 발생을 예상할 수 있는 결함 등에 대한 정보를 적절하게 수집하는 체제를 정비하는 것이 중요하다. 제품사고 정보가 사업자의 모든 부서, 임원·직원에게 전달될 수 있다는 것을 염두에 두고 체제를 정비하여야 한다. 제품 사고 등의 정보 발신 주체와 정보 수집 주체는 <부록 표 II-1>과 같다.

〈부록 표 II-1〉 정보 발신 주체와 수집 주체

정보 발신 주체	정보 수집의 주체
소비자	콜센터 등 고객지원부서
거래처·판매점	영업 부문
원자재 및 부품 공급 업체	조달 부문
설치, 시공 사업자	서비스 부문
수리 사업자	서비스 부문
경제 산업성, 소비자청, NITE	관리부서, 품질보증부문
국민 생활 센터, 지방 자치 단체의 각 소비자 센터	관리부서, 품질보증부서, 고객지원부서
기타 행정(경찰·소방 등)	관리부서, 품질보증부서, 고객지원부서
업계 단체	관리부서, 품질보증부문
언론	관리부서(홍보)

판매사업자, 유통사업자, 수리사업자, 설치사업자 등은 각각 스스로가 취급하는 제품의 안전성에 대해 민사상 책임을 부담할 뿐만 아니라 중대한 제품 사고를 알게 된 때는 제조사업자 및 수입사업자에게 그 사실을 통지하여야 한다. 따라서 제조사업자나 수입사업자는 판매사업자 등으로부터 사고 정보 제공이 있는 경우는 유용한 정보를 제공한 것에 대해 긍정적으로 평가해야 하며, 기피해야 할 정보를 가져왔다는 이유로 다음 사업에서 차별하여서는 안 된다.

또한 얻어진 정보를 바탕으로 어떤 대응조치를 취했는지에 대해 정보 제공자 등에게 피드백하는 것도 중요하다.

4) 안전한 제품 사용방법 계발 및 정보 제공

안전하다고 생각하여 제조·공급한 제품이라 하더라도 당초 감안하지 않았던 오용이나 예상하지 않은 환경에서의 사용에 의한 제품사고나 위험이 발생할 수 있다. 이러한 경우에는 제품 측면에서의 대책을 검토하고, 제품사고 등을 사전에 방지하기 위해 위험성, 사용상의 주의 환기, 위험 회피를 위한 방법 등을 계발하여 전달하거나 그에 관한 정보를 제공할 필요가 있다. 리콜에 앞서 잠정 조치로서 소비자의 주의 환기가 필요한 경우도 있다.

다. 신속한 리콜 실시를 위한 평소의 준비 조치

사업자는 제품 사고 등의 사전에 방지하기 위한 노력뿐만 아니라, 정작 리콜이 필요한 경우 당황하지 않고 신속하게 리콜을 수행할 수 있도록 하기 위해 평소 대응 매뉴얼 등의 준비를 하여야 한다.

1) 제품의 추적성 파악을 위한 체제

빠르고 정확한 리콜을 실시하기 위해 대상 제품이 어떤 생산라인의 것인지, 또 어떤 판매 경로를 거쳐 소비자의 손에 넘어 갔는지, 다른 사업자, 예를 들어 수리사업자 등이 참여하였는지의 여부 등에 관한 정보를 신속하게 파악하는 것이 중요하다.

이를 위해 생산 단계, 유통 단계의 각 단계에서 추적성을 확보하기 위한 정보 수집이 필요하다. 제품에 따라 최종 소비자까지의 판매 경로를 완전히 파악할 수 없는 경우도 있기 때문에 어디까지 파악할 수 있는지를 사전에 확인해 둘 필요가 있다.

로트 번호와 일련번호에 의한 유통·판매 경로 추적 체제를 정비하고, 사용자 등록 및 고객 대장 등에 의한 고객 정보 관리를 하여야 한다. 제조사업자나 수입사업자가 리콜 실시할 때 판매사업자·유통사업자·수리사업자·설치사업자의 제휴나 협력을 신속하게 얻을 수 있도록 평소부터 신뢰 관계를 구축해 두어야 한다.

또한 고객 정보는 정보 보호에 최선을 다해 적절하게 수집·관리하고 소비자의 안전 확보를 위해서만 활용하여야 한다.

2) 대응 매뉴얼 작성

제품 사고 등의 발생이나 결함 등의 징후를 발견한 경우 먼저 무엇을 어떻게 해야 하는가를 정확하게 판단하고 실행하여야 한다. 필요한 절차를 잘못하거나 필요한 조치를 취하지 않으면 소비자의 피해가 확대될 뿐만 아니라 사업자 자신의 신용과 사업의 지속성을 크게 저해하게 된다. 그렇게 되지 않기 위해서라도 사전에 대응 매뉴얼을 작성·정비하여 만일의 경우에 조직적으로 신속하게 대응할 수 있도록 해야 한다. 대응

매뉴얼에 필요한 기본 사항은 다음 4가지이다.

가) 기본 방침의 명시

아래와 같은 제품사고 등의 대응이나 리콜 실시에 관한 기본 방침을 정하고 모든 임직원에게 주지하여야 하며, 리콜 실시 시에는 항상 이 기본 방침으로 대응한다. 이 방침에는 소비자의 생명 신체의 안전 확보를 최우선으로 하며, 단기적 이익이 아닌 경영이념에 입각한 대응 방침을 결정한다. 비용과 효과는 고려하여야 하지만 리콜 실시에 필요한 비용이 리콜을 실시하지 않음으로써 발생할 수 있는 손실보다 큰 경우 리콜을 실시하지 않는다고 일률적으로 판단하여서는 안 된다.

나) 정보 전달 시스템 및 의사 결정 체제의 정비

제품 사고 등의 발생이나 발생을 예상할 수 있는 징후에 대한 정보가 있는 경우 제품 사고·불만 접수 창구는 어디로 할 것인가, 제품 사고·불만 접수 보고서의 형식과 보고경로를 어떻게 할 것인가, 리콜 실시 여부 결정을 하기까지 어떤 조치를 취할 것인가, 의사 결정 후 대책본부 등 리콜 실시 담당 조직을 어떻게 수정할 것인가에 대한 매뉴얼을 만들고 유지·갱신하는 것이 중요하다.

다) 보고 등을 요하는 기관 등의 확인

소비자에게 정보 전달을 제대로 하는 것이 리콜 실시 시의 최우선 과제 중 하나이다. 따라서 목표를 달성하기까지 필요한 정보를 계속 제공하여야 한다. 또한 제품 사고 발생 시 관계 기관 등에 보고가 요청되는 경우가 많으므로 보고대상기관과 보고시기 및 문의처 등을 미리 확인해 두는 것도 중요하다.

그 외에도 정보를 제공하여야 하는 대상은 임직원, 거래처(판매사업자 및 유통사업자 등), 업계, 사용자단체, 변호사 또는 법률전문가, 보험회사, 언론 등이 있다.

라) 리콜 실시 기준의 책정

신속하고 적절한 대응으로 피해를 사전에 방지하거나 그 확대를 방지하기 위해서는 사전에 리콜의 판단기준을 정해 두어야 한다. 리콜 실시 결정에 있어서는 잔류 위험의 크기를 고려하는 것은 물론 법령 등의 준수 여부, 상품성, 사회적 영향 등의 요소를 감안하여 경영상의 판단을 해야 하며, 이때 평가 항목과 기준에 대해서도 사전에 정해 둘 필요가 있다.

3) 리콜을 원활히 하기 위한 지원기관의 상담

평소에 신뢰할 수 있는 전문가의 조언을 받거나 또한 적절한 컨설팅 회사의 강의를 받는 등의 준비를 해 두는 것도 중요하다. 콜센터도 대규모 지원 창구를 시급히 마련하기 어려운 경우도 있으므로 사전에 콜센터 설치 시스템과 서비스 내용을 확인해 두는 것도 유용하다.

4) 리콜에 소요되는 비용의 확인·확보

리콜에는 많은 비용이 소요된다. 리콜 실시에 소요되는 비용을 미리 고려하여 리콜 보험에 가입하는 것도 좋은 방법이다. 이외에도 피해자에 대한 배상 등의 비용, 판매사업자에 대한 손실보상 등의 비용, 리콜 후 자사 신용 회복을 위한 활동비용, 설계 및 제조 방법의 개선이나 변경에 따른 경비 등이 필요할 수 있다.

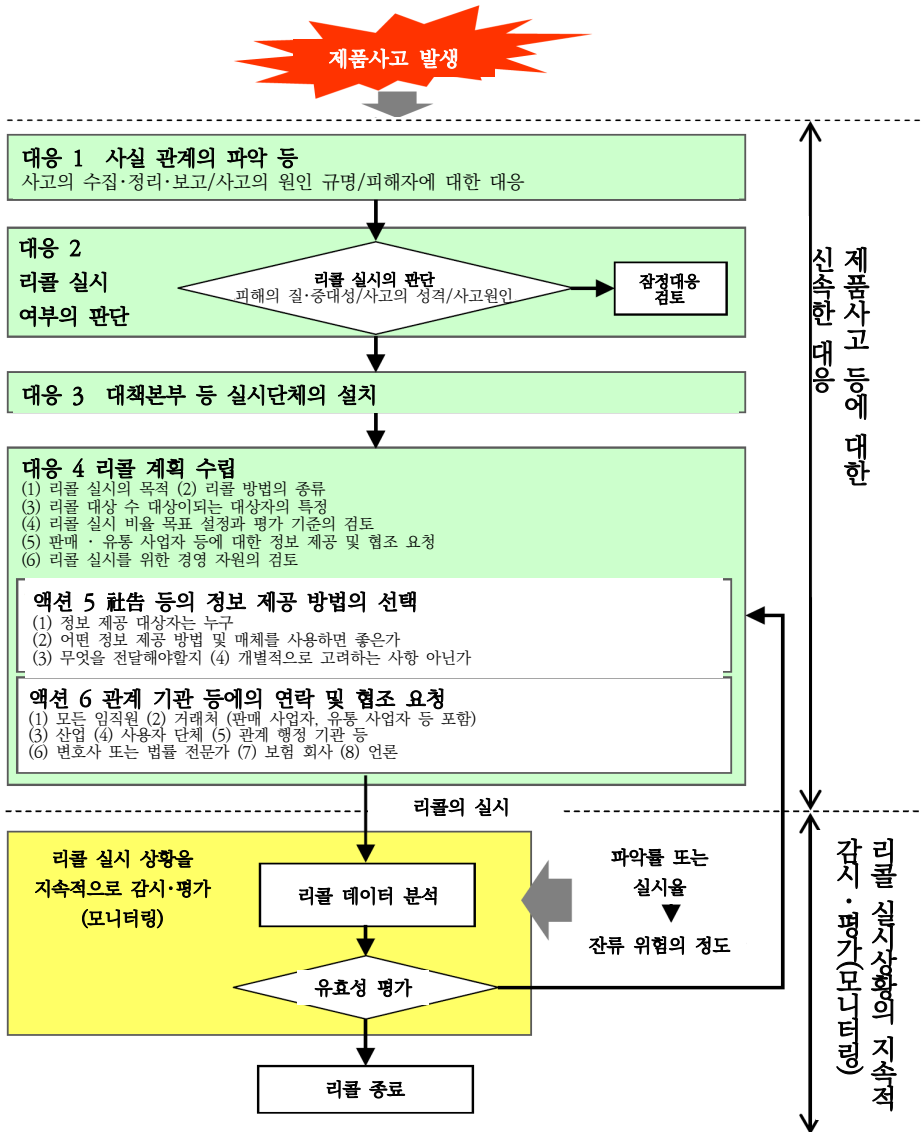
〈부록 표 II-2〉 리콜 실시에 소요되는 비용(예)

- i) 원인 규명 비용
- ii) 수리용 부품, 대체품 등의 제작비용
- iii) 정보 제공을 위한 비용
- iv) 정보 수집을 위한 비용(소비자의 접근을 위해 준비하는 수신자부담 전화비용 등)
- v) 회수, 교환, 개선, 대체품 대여를 위한 비용(회수제품의 일시보관 비용을 포함)
- vi) 임시 대응을 위한 인건비
- vii) 변호사 비용
- viii) 판매 중지 기간 동안의 경비
- ix) 외부 컨설턴트, 지원 서비스 등의 이용비용

2. 제품사고 등에 대한 신속한 대응

제품사고 발생 또는 그 징후를 발견한 경우 취하여야 하는 대응과정은 〈부록 그림 II-1〉과 같다.

〈부록 그림 II-1〉 제품사고 발생 시의 대응과정



PL사고의 피해자(n=162) 중 31%가 신체상 피해, 30.5%가 재산상 피해를 입었고, 신체·재산상 피해를 동시에 입은 소비자는 19.1%이다. PL사고로 인한 피해금액은 ‘신체상 피해’는 평균 31.0만 원으로 가장 크고, ‘재산상 피해’(30.5만 원), ‘신체·재산상 피

해'(19.1만 원)인 것으로 조사되었다. 신체상 피해의 경우 큰 금액을 보인 집단을 보면, 남성이 평균 83.1만 원으로 여성(4.3만 원)보다 높고, 연령대에서는 60세 이상의 소비자가 피해정도가 평균 122.3만 원으로 가장 높다. 그리고 학력별 차이에서는 대졸이 평균 43.7만 원으로 다른 학력군에 비해 높은 것으로 조사되었다.

최근 5년 동안 PL사고 피해자 162명이 겪은 제조물은 캔과 통조림이 69.1%로 압도적으로 많았으며, 밥솥(4.8%), 전자제품군(4.8%), 헤어 관련 제품(4.2), 부엌용품(3.6%), 핸드폰(1.8%) 순으로 나타났다. PL사고의 피해 심각성은 15.8%(매우 심각 1.3% + 보통 심각 14.5%)만 심각하였고, 57.6%는 심각하지 않은 것으로 나타났다.

가. 사실관계의 파악

1) 사실 관계의 파악, 내용 정리, 관할기관 등의 보고

제조물사고 등의 발생 또는 발생을 예상할 수 있는 징후를 발견한 경우 첫 번째 작업은 사실관계의 파악, 내용의 정리 등이라 할 수 있다. 소비자의 안전 확보의 관점에서 긴급을 요하는 경우, 모든 정보를 확인할 수 있을 때까지 기다리지 말고 먼저 알려진 사실 관계를 정리하고 부서 내의 책임자, 기타 관련 부서에 보고하여야 한다.

가) 제조물사고 등의 내용 정리, 정부 보고

해당 사안이 중대한 제품 사고에 해당한다고 판단되는 경우, 관리자 수준의 승인을 거쳐 법에서 정한 기한 내에 정부에 보고해야 한다.⁴²⁾ 해당 사안이 중대하지 않은 제

42) 우리나라의 경우 사업자가 자신이 제공한 물품 등에 중대한 결함이 있다는 사실을 알게 되면 그 날부터 5일 이내에 서면으로 소관 중앙행정기관의 장에게 그 결함사실을 보고하여야 한다. 다만, 물품 등의 중대한 결함으로 인하여 소비자의 생명·신체 및 재산상의 안전에 긴급한 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있다고 판단되면 지체 없이 구술로 그 결함사실을 보고하여야 함(소비자기본법 시행령 §35 ①). 일본의 경우 사고를 알게 된 때부터 10일 이내에 소비자청에 보고하여야 함(소비자안전법 §35 ②). 미국의 경우 제품의 결함이 존재하거나 제품이 심각한 상해나 사망으로 이어지는 비합리적인 위험을 발생 시킨다는 것을 알게 된 때에는 그 중대성 여부를 떠나 24시간 이내에 소비자안전위원회(U.S. Consumer Product Safety Commission)에 보고하여야 함(소비재보호법 §2064(b) ⑤(b))

품 사고에 해당한다고 판단되는 경우 법에서 정한 기한 내에 위해정보수집기관에 보고를 하여야 한다.⁴³⁾

중대한 제품 사고 및 중대하지 않은 제품 사고의 발생에 신속보고가 무엇보다 중요하다. 자세한 정보를 수집하는 것은 물론 중요하지만, 상세한 정보 수집 및 원인 규명에 주력한 나머지 사고 발생 사실 공표를 지연하여 결과적으로 사고가 재발하는 것이 반드시 피해야 한다.

나) 제품의 추적성 파악과 정리

사실 관계의 파악에서 대상 리콜 대상제품을 특정하고 제품의 판매 경로를 추적할 수 있는 정보를 정리할 필요가 있다. 평소에도 제품의 추적성 파악을 위한 체제를 정비해 두어야 원활하게 필요한 정보를 파악할 수 있다.

〈부록 표 II-3〉 제품의 판매 경로, 추적 정보의 정리

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> i. 제품의 특정 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명, 모델번호, 로트번호, 일련번호 등 · 설계, 제조 또는 판매시기 · 판매 경로 ii. 출하처·판매 루트의 특정 <ul style="list-style-type: none"> · 자사 대리점뿐인가? · 대규모 가전 양판점, 마을의 소규모 전자제품점, 쇼핑몰 등 iii. 유통 및 판매 수량 확인 <ul style="list-style-type: none"> · 시장 유통량 · 사내 재고량 · 생산 계획 단계의 예정 수량 iv. 소비자의 특정 <ul style="list-style-type: none"> · AS 이력, 인터넷 제품등록 상황 등 |
|--|

43) 우리나라의 경우 중대하지 않은 결함의 경우에는 보고의무가 없음. 일본의 경우 중대하지 않은 제품사고의 경우 사고를 알게 된 때로부터 10일 이내에 독립 행정법인인 제품평가기술기반기구(NITE)에 보고하여야 함

다) 제품사고에 대한 정보의 정리

사내에서 제조물사고 등의 발생의 징후에 대한 정보를 얻은 경우에는 그 정보를 정리하고 결과를 예측하여야 한다. 해당 사안이 중대한 제조물사고 발생의 가능성이 없다고 하더라도 중대한 제품 사고에 이르지 않는 동종 제품 사고 등이 복수 발생할 경우에는 시정 조치가 요구되는 경우도 있기 때문이다.

해당 사안에 대해 중대한 제품 사고가 발생할 가능성이 높아 긴급을 요하는 경우에는 모든 정보의 확인을 기다리는 것이 아니라 먼저 알려진 사실 관계를 정리하고 경영자, 관계 부서 등에 보고해야 한다.

라) 주변 정보 파악 및 정리

제품 사고 등의 다발·확대 가능성에 대해 자사 내의 정보만으로는 명확하게 판단할 수 없는 경우가 있을 수 있으므로 주변 정보 파악과 정리가 필요하다. 주변 정보로는 전문가의 검토의견, 관련 기술 정보의 확인 및 파악, 다른 기업, 다른 업계의 유사 제품 사고 등이 있다.

2) 원인 규명

사실 관계 파악과 함께 원인 규명을 위한 신속한 대응이 필요하다. 유의해야 할 점은 다음과 같다.

국산품의 경우 원칙적으로 제품으로 완성시킨 제조사업자가 원인 규명의 책임이 있다. 그러나 개별 부품의 품질 관리 문제 및 재료 특성이 사고 원인에 관련된 경우가 많기 때문에 부품 제조사업자의 협력이 매우 중요하다.

수입품의 경우 국내에서는 원칙적으로 수입사업자에게 원인 규명의 책임이 있다. 자사에서 실시가 곤란한 경우 제품의 종류와 제품 사고 등의 상황에 따라 공공 또는 민간의 적절한 원인 규명 기관을 이용할 수 있다.

수집한 정보를 바탕으로 설계 결함(소재·구조·강도 등의 타당성 등), 제조 결함(생

산 설비의 부진, 사람의 실수 등), 사용상 정보 제공 미비(설명서의 내용이나 경고 표시 불명확 등) 등 가능한 모든 측면에서 원인 규명을 실시한다.

원인 규명에 시간이 걸릴 경우는 알려진 사실 관계를 바탕으로 사고의 재발 방지를 위한 대책을 먼저 실시하여야 한다. 효과적인 재발 방지책을 강구하기 위해서는 원인 규명이 필수 전제이지만 원인이 명확하게 특정될 때까지 사고 예방을 위한 대책을 아무것도 실시하지 않으면 피해가 확대될 우려가 있다.

3) 피해자에 대한 대응

해당 제품 사고 등으로 피해가 발생하는 경우 피해자에 대한 대응은 최우선 과제 중 하나로 사실 관계 파악과 함께 적절한 피해자 대응이 필요하다. 법적 책임을 결정하는데 전제가 되는 사실·원인 규명에 최선을 다해야 하며, 피해자에 대한 도의적 책임의 범위는 법적 책임의 유무 및 정도에 따라 판단한다.

나. 리콜 실시 여부 결정

즉시 리콜을 실시하거나 잠정 대응만을 우선 실시해야 하는지 등의 의사 결정이 필요하다. 경영자가 이사회를 거쳐 의사결정을 하는 것이 중요하다.

1) 의사 결정에 있어서의 판단 요소

의사 결정에 있어서의 판단 요소를 유형화하여 나타내면 다음과 같다.

〈부록 표 II-4〉 리콜 실시 여부의 판단요소

피해의 질·중대성	① 사람에게 피해 유무·가능성 ↔ ② 경미한 물적 손해
사고(피해)의 성격	③ 다발·확대 가능성 ↔ ④ 단품 불량
사고원인과의 관계	⑤ 제품결함 ⑥ 소비자의 오용 ⑦ 수리·설치 공사 실수 ⑧ 개조에 의한 사고 ⑨ 노후화

가) 피해의 질과 중대성

인적 피해의 유무, 대소에 대해 먼저 판단해야 한다. 또한 피해의 확대 가능성과 동시에 다발성에 대해서도 검토가 필요하다. 이 경우 특히 주의해야 할 3가지가 있다.

첫째, 사망 등 심각한 인적 피해가 발생한 경우이다. 이 경우는 특히 신속하게 리콜 실시를 결정해야 한다.

둘째, 결과가 물적 손해뿐이라도 간접적으로 인적 피해의 가능성이 있는 경우는 사람에게 피해가 있을 수 있다고 판단해야 한다.

셋째, 인적 피해(또는 그 가능성)에 있어서 유아, 어린이, 노인, 장애인 등 사회적 약자가 피해를 입은 경우에는 특히 주의가 필요하다.

나) 사고의 성격

인적 피해나 그 가능성이 없거나 안전과 직접 관계가 없는 품질과 성능에 관한 문제 등은 리콜의 대상이 되지 않는다. 그러나 경미한 물적 손해만 발생하지 않고 인적 피해의 우려와 다발 및 확대 가능성이 인정되는 경우에는 리콜을 검토하는 것이 적절하다. 유사제품 사고 등이 발생할 가능성이 있는 경우는 다발·확대의 가능성이 있다고 판단한다.

사람에게 피해 또는 사람에게 피해 가능성은 있지만, 다발가능성이 없는 단품 불량이라고 생각되는 경우에도 리모델링, 수리 등의 방식으로 피해자에 대한 개별 대응이 필요하다.

다) 사고 원인과의 관계

① 제품결함 여부

「결함 여부」는 리콜을 실시할지 여부를 판단함에 있어서 필수적 판단 요소가 아니며 또 리콜을 실시했다고 해서 반드시 제품에 결함이 있는 것도 아니다. 중요한 것은 소비자의 안전을 최우선으로 하는 것이다. 이러한 관점에서 리콜을 실시할지 여부의

판단을 하는 시점에서는 사고가 제품의 결함에 의한 것인지 여부를 명확히 하는 것보다 기업의 사회적 책임을 다하기 위하여 소비자 안전 확보를 우선하여 사고의 재발 및 확대 방지를 도모하기 위한 신속한 대응을 검토해야 한다.

② 소비자의 오용

제품 사고 등의 원인이 사업자가 의도한 본래의 용도·용법과는 다른 사용 방법에 의한 것이었던 경우 주의가 필요하다. 따라서 오용이나 부주의로 인한 사고를 방지하기 위해서도 그 사고 모두가 소비자의 책임이라는 판단을 하지 말고 여러 가지 검토를 할 필요가 있다.

제품이 오용 또는 부주의로 인한 사고가 발생하기 쉬운 구조 또는 디자인인지, 예상되는 오용에 대한 예방 조치가 설계에 충분히 강구될 수 있는지, 경고 표시 등의 주의 사항 등은 충분한지를 검토하여야 한다. 또 사고의 확대 방지를 위해 다른 소비자에게 사용상의 주의를 환기시키는 것도 필요하다.

③ 수리 및 설치 공사 실수로 인한 제품사고

수리 및 설치 공사 등에서 실수가 발생하여 제품사고 등에 이를 경우에도 수리사업자, 설치사업자만의 문제로 치부해서는 안 된다. 수리 및 공사 실수가 일어나기 쉬운 제품구조인지, 설치 안내가 되어 있지 않거나 실수에 대한 경고가 충분한지 확인하여야 한다.

④ 개조에 의한 제품사고 등에 대한 대응

개조가 제조물사고 등으로 이어진 경우에 있어도 개조사업자만의 문제로 정리하는 것은 적절하지 않다. 합리적으로 예견되는 개조에 대해서는 개조에 대한 금지를 경고하는 등의 대응이 요청되는 것이고, 제품의 개발·설계 시 개조 방지 설계⁴⁴⁾를 강구하여야 한다.

44) 예를 들어, 사고로 이어질 위험한 개조를 하려고 하면 제품 자체가 손상되어 사용할 수

⑤ 노후화 문제

고령화와 핵가족화 및 제품 품질 향상 등의 이유로 소비자는 사업자가 의도한 기간 이상의 장기간에 걸쳐 제품을 보유하고 계속 사용하는 경향이 있다. 따라서 제품이 노후화로 기능이 중지되고 사용 불가능하게 되는 것이 아니라 열화에 의한 마모, 부식된 부품이나 제품에 축적된 먼지나 수분 등이 원인이 되어 사용 중에 제품사고 등이 발생하는 사례가 보고되고 있다.

사업자는 장기사용제품 안전점검제도와 장기사용제품 안전표시제도를 실시하고 향후 도입하는 제품에 관해서는 노후화에 의해 발생하는 위험 감소방법을 충분히 고려해야 한다.

라) 잠정 대응의 필요성

상황에 따라 대처방법을 결정할 수 없어 즉시 대응하지 못하는 경우⁴⁵⁾가 있을 수 있다. 그러나 사고 다발 및 확장 가능성이 있는 경우에는 즉시 잠정조치라도 먼저 실시해야 한다. 잠정조치에는 제조, 유통 및 판매를 일시 중지하거나 사고(社告) 등에 의한 사용의 중지 요청, 주의 환기 등이 있다.

다. 대책본부 등의 실시 조직 구성

리콜은 전사적으로 추진되어야 한다. 리콜을 실시하는 경우는 최고경영자 아래 각 관련 부서장이 중심이 된 대책본부가 책임지고 구체적인 리콜 계획 수립, 실시 등을 해야 한다. 대책본부는 일상적인 품질보증상의 관점에서 위기관리활동을 수행하는 조직이 전신이 되는 경우와 이사회나 중역회의, 경영자 산하에 임시로 편성될 수도 있다.

대책본부는 주로 리콜 계획 수립, 신속하고 정확한 리콜 실시, 리콜 실시 상황을 모

없게 되는 구조를 채용하는 것도 개조 방지 설계의 하나임

45) 예를 들면, 수리·교환, 설계공사 등을 수반하는 제품의 경우와 리콜 내용에 따라 사고의 재발 방지를 위해서는 핵심 부품 등의 수리·교환이 필요하지만, 해당 부품의 수리·교환용 부품의 입수나 안전 검사 등에 시간이 걸리는 경우 등이 있음

니터링한다. 그 외에도 피해자에 대한 대응, 원인규명, 결합 여부의 검증, 제품 개량, 신제품 개발 시 방향성의 재검토 등도 수행한다.

라. 리콜 계획 수립

1) 기본원칙

리콜 통지는 단순히 신문에 사고(社告)를 내는 것이라든지 자사의 홈페이지에 게재하는 방식으로만 이루어지는 것은 아니다. 신문 사고나 홈페이지 사고는 통지 방법의 하나일 뿐으로 확실하게 제품의 안전 정보를 전달할 통지방법을 강구하는 것이 중요하다. 특히 심각한 피해의 발생 가능성이 있는 경우 신속하고 안정적으로 소비자에게 위험을 알릴 수 있는 통지방식을 취할 필요가 있다.

판매점, 모회사, 공공기관, 감독관청, 업계단체 등과 연계·협력하여, 자사만으로는 대응이 어려운 부분을 보완하는 방안을 고려할 필요가 있다. 통지방법의 효과가 좋으면 반복하거나 좋지 않으면 타이밍에 맞게 다른 방법을 검토하여야 한다.

이 때 물론 비용 절감 효과도 고려하여야 한다. 예방 조치, 리콜체제 구축, 리콜 시 경영컨설팅뿐만 아니라 콜센터, 배송서비스 등의 아웃소싱을 활용하는 것도 대안 중 하나이다. 그러나 리콜의 책임자는 당사자인 실시 사업자이다. 리콜 종료 등의 중요한 의사 결정은 실시 사업자가 책임지고 판단해야 한다.

2) 리콜 계획의 구체적 내용

가) 리콜 실시 목적

리콜 실시의 목적은 판매 후 제품에 의한 제품사고로부터 소비자를 보호하는 것이며, 제품사고로 인한 소비자 피해의 확대 방지를 도모하는 것이다.

나) 리콜 방법의 종류

리콜 방법의 종류는 주로 다음과 같이 나눌 수 있다. 어떤 방법을 사용할지는 각각의 방법을 채용한 경우에 어느 정도의 위험감소 효과가 기대되는지 검토한 후 결정한다.⁴⁶⁾

- ① 제조·유통 및 판매 중지 / 유통 및 판매 단계에서 회수
- ② 소비자에게 위험에 대한 적절한 정보 제공
- ③ 유사한 사고의 사전 방지를 위해 필요한 주의사항 등의 정보 제공을 포함하여 소비자에 대한 주의 환기
- ④ 소비자의 보유 제품의 교환, 보수(점검·수리·부품 교체 등) 또는 환불

또한 제품사고의 확대 가능성이 있다는 취지의 적절한 정보를 소비자뿐만 아니라 판매사업자, 유통사업자, 수리사업자, 설치사업자 등 해당 제품에 관련된 사업자에게 널리 제공하여 관계자의 이해와 협력을 얻어야 한다.

타사도 사용하는 공용부품의 경우 자사만의 문제로 여기지 말고 관련 회사에 연락하여 리콜의 종류를 결정해야 한다. 경우에 따라서는 같은 제품을 취급하는 사업자와 공동으로 리콜을 실시하거나 관련 업계단체, 관련 기관과 연계하여 리콜을 실시할 수도 있다.

다) 리콜 대상건수·타깃이 되는 대상자의 특징

기본적으로는 리콜 제품의 전체 출하량(더 정확하게는 전체 출하량에서 유통 및 판매 이전 단계에 있는 것을 제외한 수량)을 리콜대상 제품 수로 설정하는 것이 바람직하다.

자사가 보유하고 있는 소유자 정보와 판매사업자로부터 구매자 정보를 제공받는 등의 방식으로 시장에 유통되고 있는 대상 제품을 추적하여 소비자 또는 도착지를 확인하여야 한다. 리콜 대상자를 특정할 수 있는지의 여부에 따라 효과적인 통지방법 및 리콜 방법을 검토한다.

46) 취급제품에 비교적 저렴한 제품이 많은 사업자는 점검·수리 리콜 방식은 비용(인건비)이 너무 많이 소요되기 때문에 일반적으로 해당 제품을 회수하고 대체품으로 교환 또는 환불 방법을 택하는 사례가 있음

라) 리콜 실시비용 목표 설정과 평가기준의 검토

리콜 실시 시 사용하는 각각의 방법(일반적으로 여러 가지 방법을 동시 또는 시간차를 달리하여 도입)을 언제 실시하고 어느 정도의 기간에 어느 정도의 실시율(대상 제품 수 대비 회수 등 실행이 확인된 비율)을 달성하여야 하는가와 같은 목표 설정과 평가기준을 검토한다.

마) 판매·유통 사업자 등에 정보 제공 및 협조 요청

판매사업자, 유통사업자 등에 대한 설명과 협력 요청은 유효한 리콜을 실행하는데 있어서 중요한 사항이다. 판매·유통 단계 제품의 판매중지 및 회수를 위해 판매사업자, 유통사업자의 이해와 협력을 얻을 필요가 있다. 또한, 수리사업자, 설치사업자의 협력이 중요하다고 할 수 있다. 이러한 사업자에게 리콜 공표 전에 충분한 설명을 하여야 한다.

판매사업자, 유통사업자가 배송사업자 등과도 연계하여 고객정보를 소급할 수 있는 체제를 가지고 있는 경우도 있어 우편 통지 등의 직접 전달이 가능하다. 또한 고객을 특정하지 못해도 그 고객이 판매사업자에게 다시 올 가능성이 있기 때문에 매장 통지가 유효한 경우가 있다.

수리사업자 및 설치사업자가 수리 및 설치 기록을 바탕으로 리콜 대상제품의 소유자를 특정할 수 있는 가능성도 있다. 리콜 대상 제품을 구입한 소비자가 해당 제품이 리콜 대상 제품임을 모르고 수리 요청 등을 의뢰하는 경우가 있다. 그 때 리콜 정보의 전달과 제품 회수 및 수리 등을 할 수도 있다.

바) 리콜 실시를 위한 경영 자원의 검토

리콜 실시로 사업자의 일상업무에 새로운 부하가 발생하게 된다. 따라서 위에서 결정한 실시 방법의 실현에 필요한 경영 자원의 질과 양을 추정하여 조달하여야 한다.

① 인적 자원

리콜 대응에 종사하는 직원을 선임한다(리콜 실시 총량에서 추인).

② 물적 자원

리콜 실시를 원활화하기 위한 회수 및 반환을 위한 물류수단, 보관장소 확보, 대책부품, 대체품, 특수공구, 지그, 테스터류 등을 확보한다.

③ 금전적 자원

리콜 실시에 따른 직접·간접비용의 견적을 실시하고, 지출의 시기·금액을 파악한다.

④ 정보 자원

리콜 실시 시 및 모니터링을 수행하는 데 필요한 정보를 수집·활용할 수 있는 상태로 만든다.

마. 사고(社告) 등의 정보 제공 방법의 선택

1) 정보 제공 대상자

정보를 제공하는 대상이 누구인지를 결정하여야 한다. 예를 들면 구매자, 사용자, 소유자, 사용자의 보호자 또는 사용 관리자(기구를 관리하는 학교, 탁아소, 병원이나 시설 등)가 있을 수 있다. 또한 제품 구매자를 특정하는 요소로는 지역, 제품의 사용환경, 제품의 구매루트(판매점의 종류나 형태 등) 등도 있다.

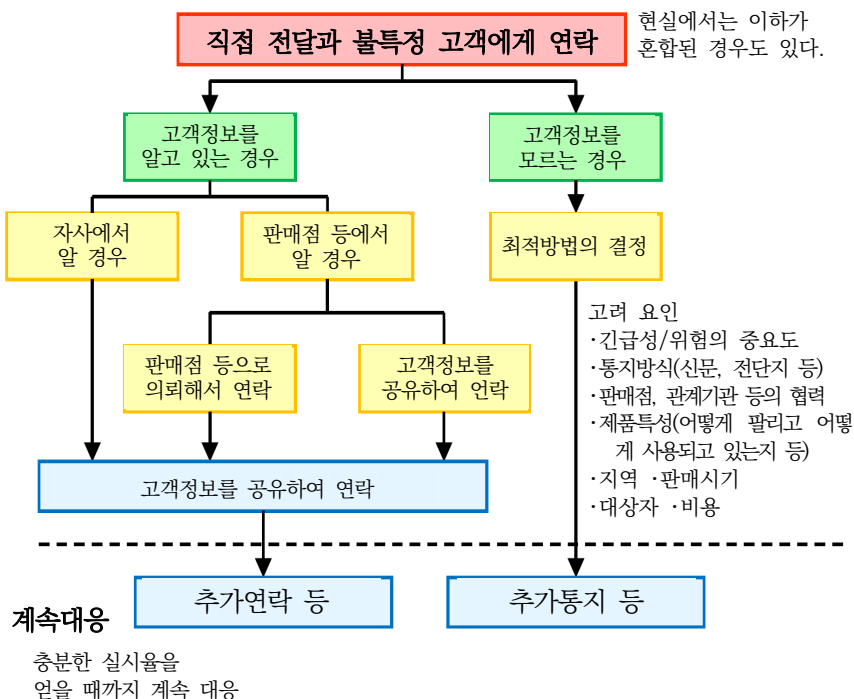
2) 정보 제공 방법 및 매체 선택

리콜의 메시지를 전하는 방법은 신문 사고(社告)나 홈페이지 사고(社告)뿐만이 아니다. 소비자에게 리콜 메시지를 전달하기 가장 효과적이고 효율적인 방법을 결정해야 한다.

제품의 판매 경로가 다양한 경우가 종종 있다. 일반 판매점과 통신판매사업자의 판매 등을 병용하는 경우 등이다. 일반 판매점 루트는 포인트카드 등의 방식을 채용하여 고객 정보를 특정할 수 있는 케이스도 있지만 고객 정보를 확인할 수 없는 경우도 많다. 이와 같이 고객 정보를 확인할 수 없는 경우에는 신문 사고(社告) 등 불특정 다수의 사람에게 정보를 전달할 수 있는 방법을 고려하여야 한다. 고객 정보를 확인할 수 있는 경우 유통·판매 사업자 및 통신판매사업자의 협력을 얻어 다이렉트 메일 등으로 직접 전달하는 방법이 있다.

〈부록 그림 II-2〉 직접 전달과 고객을 특정할 수 없는 경우 정보 전달의 차이

우선 고객 정보의 유무(정보 제공해야 할 대상자가 모두 찾을 수 있는지)에 따라 대책이 크게 나눌 수 있다.



가) 고객정보를 아는 경우

먼저 직접 우편으로 리콜 통지를 하는 방법이 있다. 직접 우편으로 통지하는 경우에는 당해 편지나 엽서에 리콜 통지사항임을 명시하여야 한다. 판촉 등 일반적인 우편 광고와는 다르다는 것을 강조하는 것이 바람직하다. 전화의 경우 대상에게 연결되지 않는 경우에는 요일과 시간대를 바꾸어 반복하면 효과적이다. 제품의 구매절차 과정과 등록 과정에서 이메일 주소의 등록이 이루어진 경우 구매제품과 이메일 주소를 사용하여 대상 고객에게 리콜 정보를 전송하는 것이 효과적이다. 주소를 아는 경우 직접 방문하는 방법도 있다.

다음으로 판매사업자, 유통사업자 등을 통해 연락하는 방법이다. 판매사업자나 유통사업자는 직접제품공급업체(판매점, 전문배송업체 등), 렌탈사업자, 통신판매사업자, 수리사업자, 설치사업자 등이 있다.

나) 고객정보를 모르는 경우

일반 소비자에게 제품을 판매하는 경우에는 정보를 제공할 대상자를 모두 특정할 수 있는 가능성은 낮다. 판매사업자 또는 유통사업자가 파산한 경우에도 대상자를 파악할 수 없게 될 가능성이 있다. 이럴 때는 제품이나 업종에 따라 최적의 정보 제공 매체를 결정하는 것이 바람직하다. 그러나 이때 하나의 매체를 사용하는 것이 아니라 효과적인 매체를 여러 개 선택하고 실행하는 것이 바람직하다. 또한 가정 사용자(어린이와 노인, 성별이나 연령층 등), 사용 장소 및 사용 계절, 전문성이 한정되어 있는 제품이라면 그러한 사용자가 관심을 가지는 매체와 모이는 장소 등에 주목하여 정보 제공 매체를 선정하는 것이 좋다.

소비자 문의 등의 반응이 있었다면 어떤 매체에서 정보를 얻었는지를 확인하고, 효과 검증 이후의 대응에 참고하는 것이 바람직하다.

① 언론사에 대한 발표(보도자료)

리콜 내용을 보도자료로 언론사에 배포하고 기사화를 시도한다. TV 뉴스와 신문에 서 리콜이 보도된 직후에 있어서는 소비자들의 문의가 쇄도하므로 다른 매체에 비해 효과가 높다고 할 수 있다. 그러나 이때 준비된 콜센터 전화 용량 및 대응인원을 훨씬 넘는 수의 통화가 발생해 버리는 경우도 있다. 보도자료를 배포할 때는 다음 단계의 대응에 관련해 경영자원이 충분히 할당되어 있는지 확인하는 것이 중요하다.

② 신문사고·광고

신문 사고(社告)의 경우 한정된 공간에 최대한 명확하고 간결하게 리콜 실시 내용을 표기해야 한다. 따라서 사과의 표현을 우선하여 여러 차례 하기보다는 한정된 공간에서 효과적으로 필요한 정보를 제공해야 한다.

③ 홈페이지/웹사이트

일반적으로 자사 또는 판매사업자의 웹사이트를 이용하여 사고(社告)를 게재할 수 있다. 홈페이지에 알기 쉬운 형태로 장기간(리콜 대상 제품에 따라 다르지만 최소 36개월 이상) 사고(社告) 페이지 링크 등을 게재하여야 한다. 소비자가 사고(社告) 게재 후 즉시 홈페이지를 보는 경우가 거의 없기 때문이다.

아이의 성장에 맞추어 부모가 해당 사업자의 홈페이지를 방문할 가능성이 높은 유아 대상 제품 생산사업자와 같이 리콜대상 제품을 소유한 소비자가 홈페이지를 지속적으로 볼 가능성이 높은 경우에는 이 방법이 효과적이다.

④ 기타 매체의 이용

지자체, 소비생활센터, 보건소 등에 협조를 요청해 게시판이나 홍보지 등의 공공시설이나 설비에 리콜 통지를 게재한다. 포털 사이트 등의 인터넷 공용 공간에 배너 광고를 하는 경우도 있다. 또 해당 제품의 이용자가 자주 읽을 가능성이 있는 전문지를

이용할 수 있으며, 전단지나 텔레비전/라디오 광고 등의 방식이 있다.

⑤ 판매사업자·유통사업자에게 협력 요청

판매점에 POP, 포스터, 리콜 정보가 게시된 판매 카탈로그류 등의 배포 및 설치를 부탁하는 방법이다. 매장용은 일반 소비자뿐만 아니라 판매점 직원에 대한 정보제공에도 도움이 될 수 있다. 점포의 관내 방송, 쇼핑백, 영수증의 뒷면 인쇄 등으로 리콜 실시와 제품에 대한 정보를 제공하는 방법도 있다.

판매사업자가 발행하는 포인트카드 등에 기록되어 있는 고객정보와 판매기록을 바탕으로 리콜대상 제품을 구매한 소비자를 추출하여 직접 메일 발송을 의뢰하는 방법이 있다. 또한 고객 정보의 공유 요청을 하고 해당 정보를 바탕으로 우편이나 이메일 발송 등으로 리콜을 통지하는 방법도 있다.

⑥ 배송·보수·정비 사업자에 협력 요청

유지보수 및 점검은 소비자들의 지속적인 상담이 있기 때문에 어떤 관련 제품이 리콜 중인지 정보를 정리·제공하여 관련 제품 리콜 상담에 응할 수 있도록 하는 방법도 있다. 정비사업자 등에 대하여 점검·수리 등의 시점에 관련 제품 리콜 전단지를 배포하는 방법도 있다. 또한 제품 정비 시 주택 내에서 리콜 제품의 수색을 의뢰할 수도 있다.

⑦ 기타 IT 기술 등을 사용한 새로운 방법

근래 IT 기술의 발달을 배경으로 휴대 전화를 이용한 정보제공서비스, 지상디지털 방송을 이용한 통지방법 등 새로운 기술을 이용한 정보 제공방법도 고려하는 것이 좋다. 최근에는 개인 컴퓨터뿐만 아니라 스마트폰이나 태블릿 PC의 보급으로 이른바 Facebook 등으로 대표되는 소셜네트워크서비스(SNS)가 급속히 퍼지고 있다. 사업자는 리콜 통지 및 진척 모니터링의 수단으로 시장에 전개되고 있는 각각의 커뮤니케이션 방법의 특성을 잘 이해한 후 유효하게 활용하는 것이 필요하다.

SNS를 이용한 적극적인 방법은 다음과 같다.

- ① 사업자의 계정에 등록된 소비자들에게 리콜이나 주의 환기 등의 정보 발신을 실시, 등록된 소비자가 소속 된 다른 그룹에 정보 전개를 도모
- ② 등록된 소비자가 사업자에게 접수한 문의나 의견이나 불만(예를 들면, 환불 방법이나 수리시간 문의)에 대해 직접 답변하고, 효과를 얻을 수 있었던 경우에는 추가 조치로 이를 시장에 공개

한편, SNS의 특성상 정보는 짧은 시간 내에 광범위하게 전해지므로 활용 시 다음에 유의해야 한다.

- ① SNS는 사업자의 유연하고 빠른 응답이 요구되기 때문에 소비자 조회에 대해 사업자로부터의 답변과 대응 지연에 따라 불만 등으로 발전 될 수 있음
- ② 의도 여부에 관계없이 소비자가 위험을 과대하게 전하는 등 풍문 피해가 발생할 수 있음
- ③ 정보의 일부만을 거론하여 잘못된 해석이 이루어지는 등 정보가 발신자의 의도와 다르게 사용될 우려가 있음

3) 정보전달 항목

사고(社告) 등을 통해 소비자에게 통지해야 할 정보(메시지)에는 <부록 표 II-5>의 모든 사항이 망라되어 있어야 한다. 또한 임시 조치로 주의 환기만 하는 경우에도 위험 여부, 제품을 식별하기 위한 정보와 어떤 주의를 해야 하는가의 정보를 정확하게 전달할 수 있어야 한다.

〈부록 표 II-5〉 통지해야 할 사항

- 리콜 대상제품 또는 대상제품군 판매기간
- 리콜 실시 주체
- 리콜 실시하게 된 경위
 - 제품 사고가 발생하는 경우에는 그 사고 개요 및 사고 원인
 - 제품 사고가 발생하지 않은 경우에는 내부 조사를 통해 사고 발생의 가능성을 발견 한 취지
- 위해의 내용
- 위해가 발생했을 경우 그 정도
- 리콜 대상제품 사용이 예상되는 사용자
- 소비자에 대한 주의 환기 위험 해결 방법
- 사업자 측의 대응
 - 리콜 실시주체에서 어떤 활동을 실시해 나갈 것인가?
- 대상자(사용자)가 리콜 실시 주체와 소통하는 방법
 - 리콜 대상제품 보유를 확인한 소비자가 사업자로부터 회수 등의 요청에 응답하고 명시 된 곳에 연락 요청 등의 메시지

바. 관계기관 등 연락과 협조 요청

리콜을 실시할 때는 피해자나 피해의 가능성이 있는 소비자에게 필요한 정보를 전달하는 것이 중요하다. 또한 리콜 실시를 시작했을 때 뿐만 아니라 목표가 달성될 때까지 지속적으로 필요한 정보를 계속 전달해야 한다.

또한, 관계기관 등에 대해서도 리콜 정보의 내용을 보고하고, 제품과 업종 등에 따라 다르지만 목표 달성을 향한 협력을 요청하는 등의 대응도 필요하다.

1) 모든 임직원

모든 임직원이 필요한 정보를 공유함으로써 불필요한 혼란과 불안을 방지하고 잘못된 정보의 유출을 방지할 수 있다.

2) 거래처(판매사업자·유통사업자 등 포함)

특히 소비자에게 정보 전달을 위해 해당 제품에 관련된 판매사업자, 유통사업자, 설치사업자, 수리사업자 등에 대한 정보 제공 및 협조 요청이 필수적이다. 리콜 실시 후 신뢰 회복과 거래를 재개할 수 있도록 리콜의 원인 리콜 실시 상황, 결과, 개선내용 등을 정확하게 알려 이해를 얻는 자세가 중요하다.

3) 업계

제품사고 등의 내용에 따라 업계 차원에서 재발 방지를 위한 자체 기준을 만들거나 기존 기준 등의 개정, 오용 또는 부주의 사고 방지를 위한 캠페인 실시가 필요한 경우가 있다. 또한 다른 사업자도 사용하는 공용부품 및 공용재료로 인한 사고라면 여러 사업자에 의한 리콜 실시가 있을 수 있다. 이처럼 여러 사업자가 관련된 것이라면 업계 전체가 재발방지책을 실시하는 것이 바람직하기 때문에 업계단체 등에게 정보를 제공하여야 한다. 또한 해당 제품이 인증 관련 제품인 경우 인증기준에의 영향도 있어 위해 관련 인증기관에 보고하여야 한다.

4) 사용자 단체 등

제품에 대한 정보를 상시 제공하고 있는 관련 사용자 단체가 있는 경우 사고 등의 발생 시나 리콜 실시 결정 시 이러한 단체에 즉시 연락하여 협조 요청을 하여야 한다. 또한 소비자 단체 등에도 필요한 정보를 제공하며 도움을 요청하여야 한다.

5) 관계 행정기관 등

사업자는 각지의 위해 정보수집센터나 관계 행정기관 등에 리콜 계획 등을 보고하고, 협력하여 사고의 사전 방지, 재발 방지에 노력하여야 한다.

6) 변호사 또는 법률전문가

책임의 판단이 필요할 경우도 있기 때문에 신속하게 사실 관계를 파악하고 상담하는 것이 바람직하다.

7) 보험 회사

보험에 가입하고 있는 경우 제품사고 등 발생 시 신속한 피해자 구제를 위해 생산물 배상책임보험(PL 보험) 및 제조물회수비용보험(리콜보험)을 원활히 적용해야 한다. 또한, 실제로 피해자가 있었다고 해도 제대로 리콜을 실시하지 않은 경우나 재발 방지를 위한 공정·제품 개량 등을 하지 않으면 보험금이 지급되지 않는 경우가 있기 때문에 사고의 정보를 입수 한 뒤의 대응은 신속하고 적절하게 수행되어야 한다.

8) 언론

신문, TV 등 언론에 대한 대응은 신속하고 정확하게 리콜을 실시하기 위해 중요하다. 기자회견을 열어 리콜사태에 대한 기업의 자세를 사회에 표명하거나 사회의 이해를 얻도록 해야 한다. 또한 정보제공활동으로 리콜내용에 따른 보도자료를 언론사에 배포하고 기사화를 부탁하는 것도 유용한 조치이다.

3. 리콜 실시 상황의 지속적인 모니터링

리콜은 반드시 처음 계획대로 진행되지는 않는다. 그래서 리콜이 얼마나 유효하게 기능하고 있는지를 파악하기 위해 리콜 실시 상황을 지속적으로 모니터링해야 한다. 모니터링을 적절하게 함으로써 실시중인 리콜 방법의 타당성을 평가할 수 있고, 제품 사고의 소비자 피해 가능성을 낮추기 위해 리콜 방법을 개선할 수 있다. 모니터링 활동이 나아가 리콜 실시 사업자 및 관계자의 신뢰 회복과 이후의 제품 안전 관리 체제의 충실화로 이어질 수도 있다.

가. 모니터링 체제

1) 소비자정보 모니터링

리콜 중인 제품에 대한 소비자로부터의 연락이 반드시 전용 콜센터를 통해서만 들어오지는 않는다. 리콜 실시 중인 제품임을 모르고 고객센터창구나 대리점에 문의하는 경우도 있다. 또한 홈페이지에서 이메일, 팩스 등의 방법으로 연락하거나 심지어 판매경로(채널), 관계기관, 소비자센터, 행정기관 등을 통해 문의 및 연락이 오는 경우도 있다. 이러한 다양한 경로에서의 정보가 포함되도록 정보공유 체제를 갖추는 것이 매우 중요하다.

또한 과거의 연락처 정보와 실시된 수리 등의 정보도 현재와 미래의 리콜과 관련된 유용한 정보가 될 수 있다. 이러한 다양한 소비자정보를 종합적·기능적으로 통합할 수 있는 모니터링 체제를 갖추어야 한다.

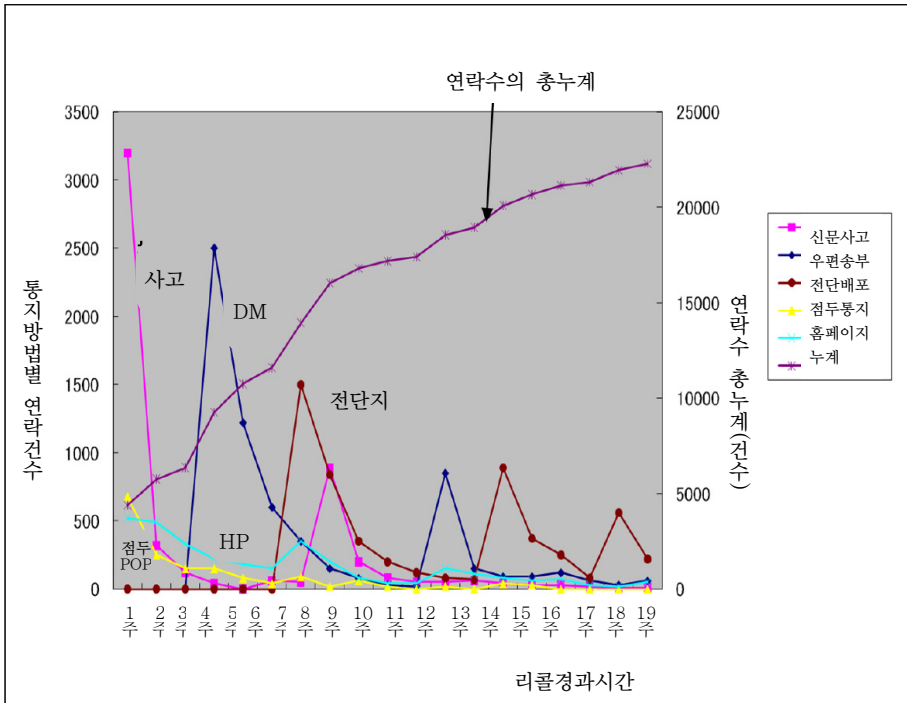
2) 대상제품 파악률 모니터링

리콜은 일반적으로 여러 가지 방법을 사용하여 동시 또는 순차적으로 공시하게 된다. 복수의 공시를 일제히 실시하는 경우에는 콜센터 통화용량을 충분히 확보해야 한다.

어떤 방법으로 어느 지역에 공시하느냐 등의 통지방법과 루트에 따라 소비자의 연

락상황을 전제적으로 빠짐없이 관리하는 모니터링 체제를 구축하는 것이 중요하다.

〈부록 그림 II-3〉 통지방법에 따른 소비자 연락 회수



자료: 經濟産業省(2016)

고객 정보를 부분적으로 소급할 수 없는 경우 먼저 전국에 사고(社告)로 공시하고, 초기 반응 상태를 우선 모니터링하고 그 상황을 보면서 후속 통지방법을 강구하는 것도 유용한 방법이다.

3) 회수 등 리콜 진행상황 모니터링

소비자로부터 연락을 아무리 많이 받아도 회수, 수리 등의 구체적인 조치가 취해지지 않으면 연락을 한 소비자가 해당 제품을 계속 사용하게 된다. 따라서 소비자의 연락을 받은 후 회수율(실시율)을 향상시킬 수 있느냐가 리콜의 중요한 과제가 된다.

수리나 교환까지의 조치에 시간이 걸릴 경우 소비자에게 해당 제품의 위험성을 확실히 전달하고 수리 등이 끝날 때까지 사용을 자제하거나 주의를 환기시키는 등 잠정적인 대응수단을 알려줄 필요도 있다.

이상과 같이 리콜 모니터링을 위해서는 ① 소비자로부터의 연락이 어느 정도 오는지(대상 제품의 파악률)를 모니터링하는 동시에 ② 연락을 해 온 소비자에 대한 제품 회수 등의 조치(리콜의 회수율(실시율))가 어느 정도 진행되었는지를 파악할 수 있는 체제를 갖추어야 한다. 파악율과 회수율(실시율)을 수식으로 나타내면 다음과 같다.

〈부록 표 II-6〉 파악률과 회수율

$$\text{대상제품의 파악률} = \frac{\text{소비자의 연락으로 파악한 대상제품수}}{\text{리콜대상제품수}} \times 100$$

$$\text{리콜의 회수율(실시율)} = \frac{\text{리콜실시제품수}}{\text{리콜대상제품수}} \times 100$$

나. 모니터링 데이터 분석

모니터링을 통해 어떤 통지방법을 사용하면 얼마의 소비자들이 연락을 해오는지, 회수 및 수리 등의 대응조치가 얼마나 신속하고 효율적으로 실시되고 있는지 등에 관한 정보가 수집된다. 그 후 진행 중인 리콜의 타당성과 유효성을 객관적으로 평가하기 위해 모니터링 데이터를 분석해야 한다. 특히 제품 사용자에게 얼마나 빠짐 없이 정보가 전해지고 있는지를 파악하고, 정보가 전달되지 않은 소비자에 대해 어떤 대응조치를 해야 하는지를 다시 검토하여야 한다.

1) 통지방법의 유효성 분석

통지방법을 선택할 때 비용을 무한히 투입할 수 있다면 더 많은 방법을 채택할 수 있을지도 모르지만 현실적으로는 한정된 비용하에서 효율적으로 수행할 수 있는 방법

을 선택할 수밖에 없다. 그래서 어떤 통지방법이 가장 효율적으로 작동하고 있는지를 검증하면서 리콜을 실시해 나가야 한다.

그러기 위해서는 소비자가 어떤 통지방법을 보고 연락을 취해왔는가를 모니터링하는 작업이 필요하다. 구체적으로는 콜센터와의 통화 시 어떤 매체를 보고 연락을 했는지 질문을 하거나 연락경로가 전자우편 또는 직접우편에 대한 회신 등인지 연락창구별로 종류를 분류하고 정리해야만 어떤 통지 방법이 얼마나 유효하게 기능하고 있는지를 모니터링할 수 있다.

이 결과를 보고 반복통지를 할 경우 어떤 방법이 가장 효과적이며 효율적인지를 평가할 수 있게 된다. 또한 어떤 방법도 효과가 없다고 판명되면 새로운 통지방법과 루트를 모색하기 위해서도 이러한 모니터링 데이터의 분석은 필요하다.

2) 개별 통지방법의 문제점 분석

다음은 신문사고(社告), 홈페이지, 직접우편 등 각각의 통지방법이 제대로 소비자에게 전달되는지 모니터링을 하면서 평가해 나가는 작업이 중요하다.

콜센터 등에 대한 소비자의 연락 시 사고(社告) 등의 문서의 표현에 문제가 없는지를 파악해야 한다. 예를 들어 신문사고(社告)만으로는 많은 사람들이 제품의 특정방법을 잘 모르거나 위험의 유무를 판단할 수 없을 경우도 있다. 신문사고(社告)처럼 게재 정보에 한계가 있는 경우에는 알기 쉽게 홈페이지 등에 있는 상세한 정보의 표기 위치로 유도하는 등의 보완이 필요하다.

또한 ‘위험성은 드물지만 ...’, ‘최악의 경우를 생각해 ...’ 같이 위험 여부를 소비자가 확인하기 어려운 표현이 있는지에 대해서도 소비자들의 문의 내용 등으로부터 추측할 수 있다. 소비자에게 난해한 전문용어, 국내외의 법제도 등의 안내, 관계사업자 간의 책임을 서로 미루는 표현은 사용하여서는 안 되며, 소비자에게 정확한 정보가 전달될 수 있어야 한다.

이상과 같은 표현상의 문제는 소비자센터 등 관계기관에서도 제기될 수 있다. 그 문의나 지적은 진지하게 받아 들여 통지표현 자체를 검토·수정하고, 알기 쉬운 표현으로

다시 통지하여야 한다.

3) 회수 등 리콜 실시 방법에 문제점 분석

소비자로부터의 연락이나 문의에 리콜 실시 방법 자체에 대한 불만과 지적이 포함되어 있을 수 있다. 예를 들면 다음과 같은 불만이 제기될 수 있다.

- 포장하여 제품을 반송하라고 하고 있지만, 쉽게 할 수 없다.
- 오래된 제품이므로 번호 등의 제품 정보를 판별할 수 없다.
- 제품은 확인할 수 있었지만, 지시대로 검사를 잘 할 수 없다.
- 부품을 보내 왔지만, 아마추어가 쉽게 교환이나 수리할 수 없다.
- 여러 번 걸어도 콜센터가 연결되지 않는다.
- 수리를 기다리라는데 언제쯤 오는가?
- 이미 검사 해달라고 요청했는데도 다른 루트에서 계속 연락이 온다.

이와 같은 불만은 리콜 실시에 따라 제품 검사, 반품, 회수 등을 위하여 소비자에게 요청하는 사항에 있어서의 문제점과 유의점을 보여준다. 원활한 리콜 실시를 위해 이상과 같은 불만과 지적을 진지하게 받아 들여 제품을 보내는 방법을 변경하거나 콜센터 창구의 회선 증설과 전문 수리·점검자를 신속하게 파견할 수 있는 체제로의 변경이 필요하다.

4) 제품의 이용자 정보의 분석을 리콜에 활용

리콜 모니터링을 실시하여 진척도를 분석하는 데이터뿐만 아니라 이용자 정보를 추론하는 분석 데이터도 수집한다. 연락해온 소비자의 특성(성별, 연령, 지역, 누가 이용, 누가 연락해 왔는지 등), 이용 상황, 위험확대 가능성 등 향후 리콜에 대한 검토에 도움이 되는 정보가 많이 포함되어 있기 때문이다.

통신판매 등 고객정보가 등록되어 있는 시스템에서는 해당 제품의 이용자 특성, 즉, 지역·연령·성별·사용기간(교체나 수리 정보) 등이 명시되어 있다. 따라서 직접우편으로 리콜 안내를 보내는 경우 어떤 계층의 이용자의 반응 수(문의를 포함하여 연락이 오는 건수)가 높은지를 알게 된다.

그러나 고객 정보가 특정되어 있지 않은 경우는 제품 특성과 마케팅 정보에서 구매자층과 이용자층을 추측할 수 있지만 한계가 있다. 그래서 처음 실시한 신문사고(社告)에 반응하여 연락을 해 온 소비자의 정보를 분석하고 이용자층을 최대한 분해하고 더 효과적인 리콜 통지 방법을 모색하는 것이 바람직하다. 예를 들어, 주택설비의 경우 연락이 있었던 소비자의 주변에 같은 시기에 지어진 가옥에 해당 제품들이 들어 있다든지, 공통의 설치업자의 설치 및 수리가 있었는지 등의 정보를 얻을 수 있다. 또한 제품에 따라 새로운 주택보다 오래된 주택에 많이 설치되어 있다든지, 일반 주택이 아닌 별장이나 방치되어 있는 주택에 아직 남아 있다든지, 중고품으로 많이 유통되고 사용하고 있다는 등의 사실이 확인되는 경우도 있다.

또한, 최근에는 소비자의 리콜 관련 조회정보를 전문가가 분석하는 서비스 등도 나오고 있기 때문에 가능한 기동적으로 리콜을 실시할 수 있도록 해당 서비스를 이용하는 것도 고려할 수 있다.

다. 리콜 실시 상황의 평가

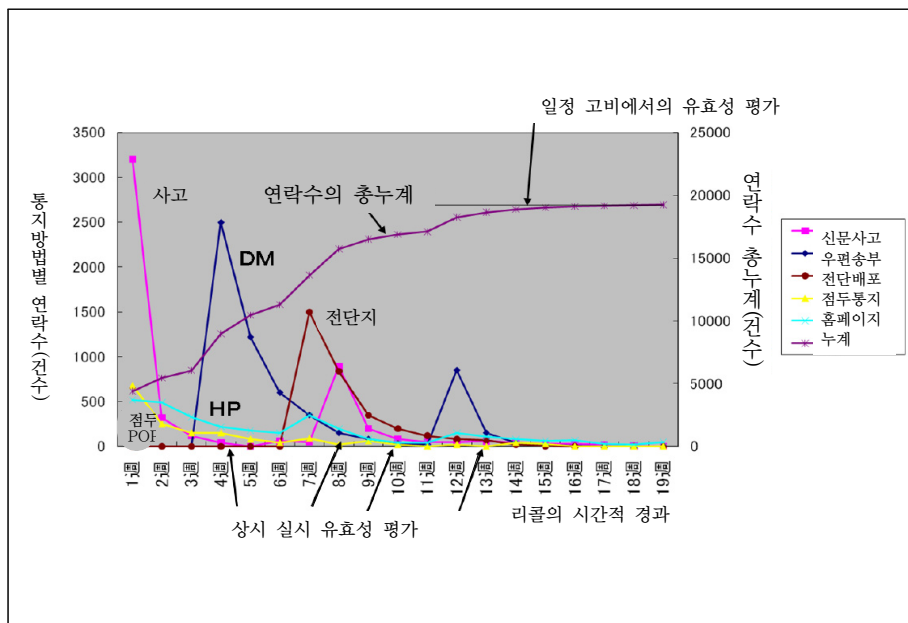
리콜 실시 상황 평가는 그 리콜을 어떤 방법으로 언제까지 할 것인지를 평가하고 판단하는 것이다. 리콜 유효성 평가는 다음과 같이 두 가지로 나눌 수 있다.

「상시 유효성 평가」는 리콜 실시 중 각 통지방법의 이행상황을 지속적으로 파악하면서, 그 통지방법 자체의 효과를 평가하는 것이다. 필요에 따라 통지방법 루트와 사고(社告)의 기재내용 등을 보완·변경하면서 더 널리 소비자에게 정보 제공을 하기 위한 활동이다.

「일정한 고비에서 수행 효과 평가」라 함은 실시하고 있는 모든 통지를 종합적으로 평가하고 파악율과 실시율이 더 이상 오르지 않는 단계에서 통지방법을 어떻게 할지

판단하기 위한 유효성 평가이다. 여기에서 향후 대응에 대한 전체적인 방향성의 평가와 판단이 이루어진다.

〈부록 그림 II-4〉 리콜의 유효성 평가의 타이밍



자료: 經濟産業省(2016)

1) 상시 실시 유효성 평가

리콜 실시 초기에는 신문사고(社告)를 본 소비자로부터 다수의 문의가 있었지만 일정 기간이 지나면 소비자의 문의 건수가 더 이상 증가하지 않는 상태가 될 수 있다. 이 상태가 되면 그 통지방법이 한계에 달했다고 볼 수 있다. 이 경우 단지 기다리는 것만으로는 목표 파악률 또는 회수율(실시율)을 달성할 수 없다. 새로운 리콜 방법을 강구하여야 한다.

복수의 통지 방법을 채용하는 경우에는 유효성 평가는 1회뿐만 아니라 통지방법 수 만큼 할 수 있다. 지속적으로 유효성을 평가하여 보다 효율적이라고 판단되는 방법을 계속 실행한다. 상시 실시 유효성 평가의 판단 요소는 다음과 같다.

가) 개별 통지방법의 타당성

신문사고(社告), 전단지, 다이렉트 메일 등과 같이 동시에 실시하고 있는 통지 방법 중 어느 것이 얼마나 유효하게 기능하고 있는지를 개별적으로 평가한다. 효율이 오르는 가장 좋은 방법을 중점적으로 수행함으로써 실시율을 향상시킬 수 있다. 신문사고(社告) 등은 일정 기간이 지나면 소비자로부터의 연락이 오지 않는 상태가 될 수 있지만, 그 때는 반복 실시하거나 표기방법과 게재 신문을 바꾸는 등 실시율 향상을 도모하여야 한다.

나) 통지 정보의 타당성

통지방법에 따라 게재된 표현이 이해하기 어렵거나 게재에 한계가 있어 충분히 전달되어야 할 정보가 전달되지 않는 경우가 있다. 소비자들의 문의 내용을 잘 들어 보고 실시 중인 통지방법의 표현이나 기재방법을 최선의 스타일에 맞게 검토하고 수정하여야 한다. 직접우편이나 전단지도 읽지 않고 버려지지 않도록 표기 스타일을 바꾸는 것도 한 방법이라 할 수 있다.

다) 상담 창구의 타당성

리콜 공지 이후 폭주하는 상담으로 콜센터의 기능이 마비될 수도 있다. 콜센터 등의 상담창구는 어떤 공지방법을 어느 타이밍에 실시할지 등을 고려하여 상담능력을 조정할 수 있어야 한다. 또한 소비자의 상담이 반드시 콜센터에만 집중되지 않고 기존의 고객센터창구와 홈페이지, 이메일 등으로 많이 이루어지는 경우 그 창구에 인력을 투입하여 신속한 대응이 가능한 체제를 갖추어야 한다.

라) 점검방법·수리방법 등의 타당성

회수 등의 대응방법에 문제가 없는지 평가하여야 한다. 특히 소비자에게 점검·수리·부품교환을 요구하는 리콜의 경우 소비자가 정확하게 실시할 수 없는 경우가 있다. 그

런 경우 소비자 대신에 기술자가 점검이나 수리를 안정적으로 수행하도록 하여야 한다.

또한 점검이나 수리가 제대로 시행되고 있는지를 감독할 책임은 리콜 실시주체에 있다. 직원뿐만 아니라 외부 협력업체가 실행하는 경우에도 적절한 검사방법 등을 지시하고 사진을 찍는 등 적확하게 이행되었는지를 확인할 수 있는 체제가 있는지 등도 모니터링하여야 한다.

소비자에게 제품을 보내달라는 요청을 하는 경우에는 제품 자체가 크고 무거워 소비자가 반송하기 어려울 수 있기 때문에 주의가 필요하다. 이런 경우에는 전문운송회사를 지정해 이용하여야 한다.

마) 진행의 타당성

사업자가 실시하는 회수 등의 대응이 지연되지 않았는지 평가한다. 사업자가 수리를 행하는 리콜의 경우 사업자 측의 수리능력 한계를 넘은 건수의 연락이 오면 수리대기 상태가 발생하여 소비자가 해당 제품을 계속 사용해버리는 경우가 있다. 사업자는 항상 소비자의 문의와 수리 등의 리콜 진행 상황을 파악하고 있어야 하고 그 균형을 감안하여 리콜을 공지하고 인력 등의 투입 체제를 정비하는 것이 필요하다.

2) 일정 고비 유효성 평가(리콜 대응의 축소 결정을 위한 평가)

장기간 경과 후 상시 실시 유효성 평가에 따라 각종 추가 조치 등을 실시하여도 파악률 또는 회수율(실시율)이 정체되는 경우 앞으로의 대응 방침에 대해 검토한다. 즉 적극적인 리콜 대응을 계속할지 축소(시장 감시는 계속하지만 새로운 정보 제공 및 회수율 증진을 위한 노력은 중지)할 것인지를 검토한다. 그러나 적극적인 리콜 대응은 하지 않더라도 리콜은 아직 종료되지 않았다는 점에 유의해야 한다.

그 시점에서 사업자는 시장에 남아있는 해당 제품의 사고 발생률 및 제품사고가 발생했을 경우 피해의 크기 등을 감안하여 잔류위험의 크기에 따라 향후 실시할 대응이나 그 대응을 위해 투입해야 할 경영 자원을 검토하는 것이 바람직하다. 잔류위험이 커서 사회적으로 허용되지 않는다고 판단되면 적극적인 리콜을 계속해야 하고 통지를

받지 못한 소비자에게 어떤 방법으로 다시 통지를 할 것인지를 고민해야 한다.

한편 잔류 위험이 사회적으로 허용 가능한 범위까지 감소되면 적극적인 리콜 대응은 중지하지만 고객상담창구 등에서 상담 접수를 계속하여야 한다. 또한 자사 홈페이지나 관계행정조직, 관계기관, 민간 등의 리콜 관련 인터넷 정보 검색 페이지 등에 지속적으로 리콜통지를 게재해 두어야 한다.

또한 회수율(실시율)이 95% 이상이라도 시장에 잔류하고 있는 제품에 중대한 제품 사고가 발생하는 사례도 있으므로 적극적인 리콜 대응을 중지하기 전 신중한 검토가 필요하다.

라. 리콜에 대한 후속조치

전술한 바와 같이 리콜의 유효성 평가는 모니터링 과정에서 지속적으로 실시하는 것과 일정한 고비에서 하는 것이 있다. 유효성 평가 결과 계속해서 리콜을 실시해 나가게 되었을 경우 통지방법 등 리콜 방법을 기존 방법으로 할지 여부도 다시 검토해야 한다. 새로운 리콜통지 방법의 결정과 사내 리콜체제의 재검토·유지가 필요하다. 그러나 모니터링과 그 분석결과를 고려하여 유효한 통지방법은 계속 사용해야 한다. 리콜에 대한 후속조치는 수립된 리콜계획을 재검토하는 것을 의미한다.

1) 리콜 공지에 대한 후속조치

실시 중의 통지방법의 유효성을 평가한 후 현재 방법을 보완할지 새로운 방법을 사용할지 결정하게 된다.

가) 현재 방법의 보완

지금까지 실시해 온 통지방법으로는 이미 소비자로부터의 연락을 받는데 한계에 달했다고 판단하더라도 그 통지방법을 재검토하여 소비자가 인지를 더 쉽게 할 수 있도록 변경하여야 한다.

신문사고(社告)도 전국신문 중심에서 지방지 게재로 전환하고 기재 내용을 인지하기 쉽도록 변경하는 등의 방안이 있을 수 있다. 「리콜사고(社告)」의 제목을 크게 표기하거나 위험을 보다 인지하기 쉽게 표현하는 것 등이 그 방법이다. 제품이 사용되는 시기와 환경을 고려하여 적당한 때에 다시 사고를 게재하는 등의 방법도 있다. 전단지의 경우도 마찬가지이다.

또한 고객 정보를 알고 있는 경우에도 한두 차례의 직접우편에는 소비자가 응하지 않는 경우도 있으므로 포기하지 말고 반복하여 연락해야 한다. 전화 통화로 보완을 하거나 직접우편도 광고로 오인되지 않도록 명확하게 ‘리콜’이라고 쓰는 등 더 인지하기 쉬운 표현을 사용하여야 한다.

리콜 체제에 관해서도 마찬가지로 재검토가 필요하다. 모니터링 데이터를 분석하여 소비자로부터의 연락이 콜센터뿐만 아니라 이메일이나 상설 고객상담센터 등에 많이 접수되는 경우에는 오히려 그 창구를 보완하는 등 소비자와의 채널을 충실히 해야 한다.

나) 새로운 방법의 결정

상시 실시 유효성 평가에 따라 각종 추가 조치 등을 실시하여도 파악률 또는 회수율(실시율)이 정체되어 여전히 소비자의 수중에 대상 제품이 남아 있고 제품사고의 가능성이 없어지지 않은 경우 지금까지와는 다른 공지방법 및 리콜 방법을 생각해야 한다.

그때까지 연락을 받은 소비자의 모니터링 정보에서 어떤 사람들 또는 어떤 지역에서 아직까지 그 제품을 사용하고 있을 가능성이 있는지, 어떤 이용자와 소유자들이 연락을 하지 않고 있는지 등을 분석하고 대책을 수립하여야 한다. 지금까지 채택하지 않은 특정 지역의 가구에 직접 전단지를 전달하거나 업체단체 등과의 공동리콜, 지자체 등의 협력 의뢰, 특정 소유자가 없는 공동 이용 환경이나 중고품 시장 등에서 제품을 탐색하는 방안 등도 생각할 수 있다.

마케팅 기법 등을 활용한 데이터 분석을 전문으로 하는 컨설턴트 및 리콜을 지원하는 전문 업체에 상담하는 것도 좋은 방법이다. 또한 법률전문가, 관계 행정기관, 동업자나 경험이 많은 기업, 관계 업종(전력회사, 가스회사, 주택업자, 제휴 모회사, 제휴사

등) 등에 상담하는 일도 생각할 수 있다.

2) 검토된 리콜 방법의 실행과 지속적인 모니터링

리콜을 계속해 나갈 것을 결정하고 새로운 통지방법 및 리콜 방법을 결정한 후 그 실행과 함께 그 효과에 대한 모니터링도 필요하다. 또한 새로운 리콜 방법의 실효성을 높이기 위해 사내 및 관계 기관 등과의 협력관계에 대해서도 검토하고 그에 따라 리콜 체제도 정비할 필요가 있다.

마. 기록의 작성, 미회수제품에 대한 대처 및 획득 정보의 피드백

1) 기록의 작성

유사 제품 사고 등의 발생이 없도록 발생 원인을 확인하고, 확실하게 제품의 개선으로 연결해야 하기 때문에 제품 사고 등의 발생 경위를 기록하는 것이 중요하다.

2) 미회수 제품에 대한 대처

사용자 등의 정보 제공 대상자를 확인할 수 없는 리콜의 경우 리콜 실시 비율을 100%로 달성하는 것은 매우 어렵기 때문에 리콜되지 않고 누락된 제품이 남아 있을 수 있다.

미회수제품이 있는 경우는 사고의 재발 방지를 위해 홈페이지 등에 지속적인 정보를 올리고 창구에서 고객의 연락을 접수할 수 있는 대응체제를 유지하여야 한다.

3) 얻어진 정보의 피드백

리콜 실시에서 얻은 경험은 제품 안전관리체계와 리콜 실시 여부 판단기준을 재검토할 때 매우 유용한 정보가 된다. 재검토가 필요하다고 생각되는 경우에는 즉시 개선

하고 유사한 사고가 발생했을 경우에 필요한 대응을 할 수 있게 하는 것이 중요하다.

또한 리콜을 실시하게 된 원인이 기본적인 기업 자세나 관리자와 직원의 윤리의 문제일 수 있다. 그런 경우는 다시는 같은 문제가 발생하지 않도록 기업이념, 경영방침을 검토하고 경영자와 직원의 의식 개혁을 위한 교육, 계발에 관한 근본적이고 구체적인 조치를 내·외부에 보여주어야 한다.

또한 같은 리콜이 모회사, 계열사, 다른 사업부에서 반복적으로 발생하는 경우가 있을 수 있다. 경험을 활용하기 위해 관련된 모회사, 계열사, 다른 사업부 등으로 이를 피드백하고 피드백 된 정보를 업무에 확실히 반영하는 것이 매우 중요하다.

마. 리콜 종료

소비자의 수중에 있는 제품을 모두 파악하고 회수 등의 리콜 대응이 완벽하게 구현되면, 즉 회수율(실시율)이 100%가 되면 리콜은 종료된다.

부록 III. 주요 리콜사고(1982~2017)⁴⁷⁾

제품명	사업자	연도	국가	리콜 내용
타이레놀	McNeil Labs	1982	미국	시안화물에 훼손된 의심되는 진통제 3천만 병 대상 제품 금품갈취 협박사고. 추정비용 1억 달러 이상으로 대부분의 손실은 상실매출과 재품교체비용
페리에르수 (발포성 광천수)	Perrier Water	1990	미국 프랑스	벤젠 오염으로 1억 6천만 병 리콜. 브랜드는 리콜 전 상태로 회복 불능. 상실매출과 폐기비용 합계 4천만 달러 추정
펩시	PepsiCo	1993	미국	다이어트 펩시제품을 바닐라로 훼손한 혐의. 상실매출, 복구 및 광고비용에 3,500만 달러 이상 손실
Jack-in-the-Box	Foodmaker	1993	미국	West Coast의 간 쇠고기의 대장균 오염. 많은 신체손상 클레임과 청소년 4명 사망. 상실매출과 브랜드 복구비용으로 1억 달러 이상 손해
Cheerios	General Mills	1994	미국	재배회사가 부적절한 농약을 사용하여 곡물 오염. 7,500만 달러 이상의 손실
간 쇠고기	Hudson Foods	1997	미국	간 쇠고기 패티의 대장균 오염. 2천만 파운드 이상의 간 쇠고기 리콜. 가장 치명적 결과는 직접적 리콜비용이 아니라 동사의 오랜 고객이었던 패스트푸드계의 거대기업 버거킹의 손해. 동사는 영업을 중단
핫도그	Sara Lee	1998	미국	리스테리아로 인해 3,500만 파운드의 고기가 리콜됨. 리콜 자체비용은 7,600만 달러이나 설비 개조에 2,500만 달러 소요
코카콜라	Coca-Cola Company	1999	벨기에 유럽	벨기에로부터 유럽 5개국의 확장된 리콜로 1억 달러 이상 손해 발생
Snickers and Mars Bars	Snickers and Mars Bars	2005	호주	독극물 오염 우려가 있는 제품 금품갈취협박으로 3백만 개의 캔디바가 리콜 및 폐기됨. 추정 손실액 천만 달러 이상

47) Bernie Steves(2018)

제품명	사업자	연도	국가	리콜 내용
캐드베리 초콜렛	Cadbury Schweppes	2006	영국	살모넬라균 오염으로 100만 개의 초콜렛바를 리콜, 추정손실 5천만 달러 이상
시금치	Natural Selection Foods	2006	미국	리콜비용 및 추정 상실매출 3억 5천만 달러
애완동물 사료	Menu Foods	2007	캐나다 미국	중국 공급자 때문에 여러 애완동물 사료에 사용된 밀 글루텐의 펠라민 오염으로 6천만 포장의 애완동물 사료 리콜. 상실매출 외 리콜에만 4,200만 달러 손해
피터팬 땅콩버터	ConAgra Foods	2007	미국	7,800만 달러 리콜비용과 5,500만 달러 상실매출, 시설정비 1,500만 달러 추정
Pot Pies	ConAgra Foods	2007	미국	살모넬라균 감염 우려로 자체제작 브랜드의 pot pies 및 모든 연회용 식품 자진리콜. 2/4분기 직접리콜비용만 2,700만 달러로 추정
토마토 후추	다수	208	미국	FDA가 토마토와 간접적으로 관련되었다고 하는 살모넬라균 사태로 토마토산업은 100만 달러 이상의 손해를 입었음, 연관산업의 손해는 최고 3억 5천만 달러에 달할 것으로 추정. 결국은 오염원은 멕시코의 제파노와 세라노 후추농장인 것으로 밝혀짐
텔리 고기제품	Maple Leaf Foods	2008	캐나다	소금에 절인 쇠고기와 구운 쇠고기 제품에서 리스테리아균 오염을 발견. 리콜은 동사에서 생산된 243개의 다른 고기제품으로 확대. 포장육 리콜은 영업에 많은 영향을 미쳐 1회성 직접비용 1,900만 달러를 포함해서 세전 기준으로 5,900만 달러에서 6,900만 달러까지 손해 발생
땅콩	Peanut Corp. of America	2008	미국	살모넬라균에 오염된 땅콩이 200개 이상 기업의 2천 종류의 제품에 영향을 미침. 업계 손실은 10억 달러 이상으로 추산. 회사는 파산. Kellogg사는 이 리콜로 7천만 달러의 손해 발생을 보고
Cookie Dough	Nestle	2009	미국	0157 대장균으로 인한 전국적인 질환 사태가 제품과 연관. 회사는 리콜비용을 3천만 달러~5천만 달러로 추정
식물단백질 가수분해물	Basic Food Flavors	2010	미국 캐나다	살모넬라균 오염으로 177종의 상품 리콜, 미국과 캐나다의 벌크제품, 인스턴트 제품, 즉석조리제품이 대상
처방전 없이 살 수 있는 어린이약	Johnson & Johnson	2010	미국 캐나다	Johnson&Johnson사의 자회사인 McNeil Consumer Healthcare에서 생산한 처방전 없이 살 수 있는 어린이약 43종(1억 3,500만

제품명	사업자	연도	국가	리콜 내용
				병) 리콜. 최소 12개 주에서 리콜이 이루어졌음. 2012년 3/4분기 보고서에 리콜비용으로 6억 6,500만 달러 기재
계란	Wright County의 계란농장	2010	미국	살모넬라균 오염으로 5억 개의 날계란 리콜. GMA는 날계란산업에 1억 달러 손실 추정
영아용 조제분유	Abbott Labs	2010	미국	5백만 통의 잘 팔리는 Similac 조제분유를 딱정벌레와 벌레유충으로 인한 오염 가능성 때문에 리콜. 판매된 분유의 회수로 3/4분기 수익이 1억 달러 줄어든 것으로 추정
Cantaloupe	Jensen Farms	2011	미국	25년간의 가장 치명적인 감염 사태로 리스테리아균 감염으로 30명이 사망하였고 수백 명이 질병에 걸렸음. 4주 내에 판매액이 55.7%로 급감하여 회사는 파산 선언
간 칠면조 고기	Cargill Meat Solutions Corp.	2011	미국	역사적으로 가장 큰 육류리콜로 3,600만 파운드의 간 칠면조 고기(연간 소비량의 6%)가 살모넬라균 오염 가능성으로 리콜. 리콜과 뒤이은 농장 폐쇄로 130명의 근로자가 실직되었고 육류분야에서 가장 “저조한 분기”가 됨
오이 새싹	유럽 농가	2011	유럽	오이가 최소 48명의 사망과 4천 명 이상의 질병에 연루된 것으로 알려졌으나 German Federal Ministry of Food, Agriculture and Consumer Protection은 이집트에서 수입한 호로파(Fenugreek)의 시가 감염원이라고 후에 발표. EU 농가는 6억 1,100만 달러 손실을 주장
땅콩버터	Sunland, Inc.	2012	미국	200종 이상의 제품이 리콜됨. FSMA에 따른 FDA의 권한으로 처음으로 시설 영구폐쇄를 당함. 회사는 2013년 채무 5천~1억 달러로 파산을 선언
닭고기 제품	YUM! Brands	2012	중국	독성 화학물질로 가금류를 사육했다는 혐의로 상당한 브랜드 손실을 입었고 중국 1/4분기 손해의 41%를 차지. 2013년 1분기 매출이 20% 감소
유청 단백질	Fonterra	2013	뉴질랜드	보툴리눔 식중독을 일으키는 박테리아에 대한 잘못된 보고. 리콜제품의 교체 관련비용으로 Fonterra사는 1,400만 뉴질랜드 달러 손실 기록. 고객인 Danone사가 제품에 원료로 사용된 유청 단백질 때문에 4억 7백만 달러의 추정 손실을 입은 후 Fonterra사를 뉴질랜드 고등법원에 제소
냉동식품	Rich	2013	미국	대장균 오염으로 오염 가능성이 있는 제품 1

제품명	사업자	연도	국가	리콜 내용
	Products Corp.			천만 파운드 이상 리콜. 리콜비용, 제품 가액, 상실 이익 등 손해가 1천만 달러 이상으로 추정
요구르트	Chobani	2013	미국	그리스의 유명 요구르트 제조사업자가 유제품 관련 곰팡이로 리콜 실시. 평판 악화, 제품 폐기, 환불로 상당한 재무적 손실 초래. 실제 손해규모는 알려지지 않음
자동차	General Motors	2014	미국	General Motors사는 2,900만 대에 달하는 60건 이상의 리콜을 발표. 2/4분기 이익이 전년 대비 80% 감소, 리콜 관련 수리비용이 12억 달러 발생
과일	Wawona	2014	미국	핵과(Stone Fruits)와 오염된 과일로 만든 제과상품의 전국적 리콜
맥주	Constellation Brands	2014	미국	유리 오염으로 인한 Corona Extra 맥주의 리콜로 1천만 달러 이상의 리콜 관련 비용 발생
아이스 크림	Blue Bell Creameries	2015	미국	Blue Bell사는 리스테리아 모노사이토제니스에 감염가능성이 있는 아이스크림, 냉동 요구르트, 냉동 스낵 등 모든 공장에서 만들어진 모든 제품들을 자진 리콜. 상실수익 및 리콜 관련 비용으로 1억 달러 이상 손실 추정
에어백 공기주입기	Takata	2015	미국	미국 역사상 가장 큰 자동차 리콜로 12개 제작사의 3,400만 유닛이 대상. NHTSA는 이 회사에 2억 달러의 민사벌금(Civil Penalty) 부과
냉동 야채	CRF Frozen Foods	2016	미국	냉동 야채가 유전적으로 리스테리아 모노사이토제니스와 연관됨. 42개 독립 브랜드로 판매된 약 358종 소비재가 리콜됨
갤럭시 노트7 스마트폰	삼성	2016	미국	배터리 과열로 190만 대가 리콜. 결국 공국이 비행기 내 소지를 금지. 50억 달러 이상의 손실 추정
ConAir (Cuisinart)	Food processors	2016	미국	절단용 칼날이 파손되어 식품을 오염. 1996년부터 생산된 8백만 대의 제품이 리콜 대상. 역사상 가장 큰 가전제품 리콜 중 하나
트럭	Ford Motor Co.	2017	미국	130만 대 트럭이 차문 걸쇠의 결함으로 리콜. 수리비 2억 6,700만 달러 예상
맥주	Sierra Nevada	2017	미국	병맥주 6개 브랜드가 유리 파편과 오염으로 36개주에서 리콜됨

부록 IV. 리콜보험약관⁴⁸⁾

PRODUCT RECALL INSURANCE

DECLARATIONS

Policy Number: -----

Item I. Insured:

Mailing Address:

Item II. Policy Period: From to

(12:01 A.M. standard time at the address stated in Item 1 above)

Item III. Limits of Liability: a. \$ Each covered incident

b. \$ Aggregate for the period

Item IV. Deductible: each and every Loss

Item V. Premium: Annual Premium: \$

Days -- 365

Total To Pay: \$

Item VI. Jurisdiction:

Item VI. Territory:

Item VIII. Insured Products:

*Item VIII. Endorsements attached at
issuance:*

Broker :

Address :

Signed for and on behalf of the Insurer

Signature Date

⁴⁸⁾ AIG Insurance Group의 리콜보험약관

APPENDIX I - Notification Procedures & Consultants

WHAT TO DO IN A CRISIS

CRISIS CENTRE HOTLINE

In the event of an incident that may be covered under the terms of the policy, contact the CRISIS CENTRE HOTLINE. You will then be contacted by an independent specialist crisis management consultant company.

The crisis management consultants are available globally, 24 hours a day, 7 days a week on a priority basis to advise, assist and respond to emergency situations involving AIG Crisis Management policy holders worldwide.

Notification to the CRISIS CENTRE HOTLINE is independent of, and does not supersede, policy requirements of notice to the Company. (See General Condition 4.17)

The 24-hour crisis response contact number for the CRISIS CENTRE HOTLINE is:-

00-1-817-826-7000

Please have the insurance policy number when calling. Callers will speak directly to or receive an immediate callback from an experienced consultant.

CRISIS MANAGEMENT CONSULTANTS

No prior written consent will be required from AIG Europe for the use of the following Crisis Management consultants:

- RQA Europe
- Clayton Consultants Inc
- Edelman

Product Recall Insurance

This Policy is effective when the accompanying Schedule is signed by an authorised representative of AIG Israel Insurance Company Ltd. (hereafter “*Insurer*”).

In consideration of the insured's obligation to pay the premium and in reliance upon the statements made to the *Insurer* in the proposal form, its attachments, all underwriting information submitted and the material incorporated therein forming a part hereof, the *Insurer* and the *Insured* agree as follows:

1. Insurance Cover

The *Insurer* will reimburse the Insured for its Loss in excess of the *Deductible*, but not exceeding the Limit of Liability, **caused by or resulting from any Insured Event that first takes place during the Policy Period and is reported to the Insurer in writing during the Policy Period or up to sixty (60) days after expiry of the Policy.**

2. Definitions

2.1. Bodily Injury means:

- a) death;
- b) clear, identifiable, internal or external visible physical symptoms of injury, sickness or disease sustained by a person.

Bodily Injury does not include emotional distress or mental anguish unless due to physical injury, sickness or disease.

2.2. ***Business Interruption*** means the *Loss of Gross Profit* and *Extra Expense* incurred as a result of an *Insured Event*.

- 2.3. ***Consultant and Advisor Costs*** means fees and costs of product safety, security or public relations consultants or advisors hired with the *Insurer's* prior written consent to assist the Insured with an *Insured Event*. No prior written consent will be required for the use the consultants named in Appendix I.

Consultant and Advisor Costs include the costs of chemical analysis or other such efforts to identify the cause(s) or potential effect of contamination.

- 2.4. ***Deductible*** means the amount referred to in item x of the schedule.
- 2.5. ***Defect*** means a Defect, deficiency or inadequacy of the *Insured Product* that creates a dangerous condition when used that would or has resulted in *Bodily Injury* or *Property Damage*.
- 2.6. ***Defence Costs*** means reasonable and necessary fees, costs and expenses incurred by or on behalf of the *Insured* with the prior written consent of the *Insurer* for *Legal Proceedings*. ***Defence Costs* do not include wages, salaries or other remuneration of any *Insured* or employee.**
- 2.7. ***Destruction Costs*** means expense incurred by the *Insured*, or by the *Insured's* distributor on behalf of the *Insured*, to properly dispose of the unused packaging and point of purchase marketing material of recalled *Insured Product(s)* if they cannot be used or reused as a result of an *Insured Event*.
- 2.8. ***Extra Expense*** is any necessarily and reasonably incurred excess expense above the total cost of conducting business activities during the period of time necessary to clean or repair the location (owned or operated by the *Insured*) where the *Insured Event* occurred for the sole purpose of reducing the Loss. **This Policy only covers those *Extra Expenses* which are over and above the cost of such activities during the same period of time had no *Insured Event* occurred.**

Extra Expense may include, but is not limited to, the following necessarily and reasonably incurred expenses:

1. The cost necessary to clean the machinery or location involved in the manufacture or handling of the contaminated product in order to restore an environment in which products can be manufactured or handled safely.
2. The increased cost incurred with the consent of the Insurer, which shall not be unreasonably withheld, of subcontracting some or all of the manufacturing process to a contract manufacturer for a period of time necessary to restore the *Insured's* facilities to a state in which products can be manufactured or handled safely.

2.9. ***First Inception Date*** means the date specified in the Schedule.

2.10. ***Governmental Recall*** means where, as the result of a *Defect, Malicious Product Tampering, or Product Extortion*:

- a) an official recall order is issued by any authorized governmental or regulatory body; or
- b) where all governmental or regulatory recall criteria have been satisfied and the official recall order is imminent.

2.11. ***Gross Profit*** is calculated by determining the amount by which:

The sum of the *Revenue* and the amounts of the Closing Stock and Work in Progress

exceeds

The sum of the amounts of the Opening Stock and Work in Progress, plus the variable costs that would have been incurred, but which have been saved as a result of not making these sales (including the cost of raw materials, and all other saved costs).

The amounts of the Opening and Closing Stocks and Work in Progress shall be arrived at in accordance with the **Insured's** normal accountancy methods,

due provision being made for depreciation.

2.12. ***Informant*** means any person providing information not otherwise obtainable, in return for a *Reward* offered by the *Insured*.

2.13. ***Insured*** means the sole proprietorship, partnership, or corporation stated in Item 1 of the Schedule.

2.14. ***Insured Event*** means any *Product Recall* or *Governmental Recall* resulting from any:

- a) *Defect*,
- b) *Malicious Product Tampering*, or
- c) *Product Extortion*.

as provided for under item 4 Limits of Liability of the Schedule.

2.15. ***Insured Product(s)*** means

a) Any finished product(s) and/or component parts that have been reported to the *Insurer* in the proposal on file with the *Insurer* for the effective dates of this Policy or by addendum to such proposal, provided such products have been:

- i) manufactured, handled or distributed by the *Insured* or
- ii) manufactured by any contract manufacturer for the *Insured* or
- iii) sold or marketed by the *Insured* and/or

b) Any finished product(s) and/or component parts that were not reported to the *Insurer* in the proposal on file with the *Insurer* for the effective dates of this Policy or by addendum to such proposal, **provided that:**

- i) **written notice is given to the Insurer no less than ninety (90) days prior to its introduction for sale; and**
- ii) **the *Insured* did not know nor could reasonably have been expected to**

know, as of the date of the written notice to the *Insurer*, that a *Defect*, *Malicious Product Tampering*, or *Product Extortion* affecting the product(s) and/or component parts had occurred; and

- iii) the *Insurer* has given written acceptance of such product(s) and/or component parts. Such acceptance will not be unreasonably withheld and will be given or refused within thirty (30) days of receipt of written notice in accordance with (i). At the sole discretion of the *Insurer*, such acceptance by the *Insurer* may be accompanied by changes in one or more of the terms, conditions or premium of the Policy.

2.16. *Insured's Product Recall Costs* means reasonable and necessary costs incurred by the *Insured* or by the *Insured's* distributor to withdraw or destroy such affected *Insured Product(s)* pursuant to an *Insured Event*. *Insured's Product Recall Costs* also include, but are not limited to:

- a) The cost of newspaper, magazine or any printed advertising (whether electronic or otherwise), radio and television announcements or commercials, as well as the cost of correspondence, necessary to effect the recall of the *Insured Product(s)*
- b) Essential transportation and accommodation costs directly attributable to the recall of the *Insured Product(s)*
- c) The cost of hiring additional person(s), other than regular employees of the *Insured*, devoted exclusively to effect the recall of the *Insured Product(s)*
- d) Overtime paid to regular employees of the *Insured* for work devoted exclusively to the recall of the *Insured Product(s)*
- e) The necessary out-of-pocket expenses of personnel under paragraphs (c) and (d) above, including transportation, incurred exclusively for the purpose of such recall of the *Insured Product(s)*.
- f) Expense of renting or hiring additional warehouse or storage space for the recall of the *Insured Product(s)* for a maximum period of twelve (12) months;
- g) The cost of shipping the *Insured Product* from any purchaser, distributor or user to the place or places the *Insured* designates;

- 2.17. **Insurer** means AIG Israel Insurance Company Ltd.
- 2.18. **Legal Proceedings** means litigation, arbitration, mediation, adjudication or any other process of dispute resolution.
- 2.19. **Loss** means all reasonable and necessary:
- a) *Insured's Product Recall Costs*;
 - b) *Business Interruption*;
 - c) *Replacement Costs*;
 - d) *Rehabilitation Expenses*;
 - e) *Defence Costs*;
 - f) *Consultant and Advisor Costs*;
 - g) *Product Extortion Costs*;
 - h) *Third Party Product Recall Costs*
 - i) *Destruction Costs*.
- incurred directly and solely as the result of an Insured Event.

Except as otherwise provided with respect to *Business Interruption* and *Product Extortion Costs*, Loss is limited to expenses or costs incurred within twelve (12) months after the *Insured Event* took place. In no event will any amounts claimed and paid under one *Insured Event* be recoverable under another *Insured Event*.

Loss does not include matters that may be deemed uninsurable under the law pursuant to which this Policy is construed.

- 2.20. **Loss of Gross Profit** is calculated by multiplying the *Rate of Gross Profit* times the difference between:
- 1. The decrease in *Revenue* caused solely and directly by an *Insured Event* during the twelve (12) months beginning after at the date of discovery of the *Insured Event* as compared to the *Standard Revenue*, and
 - 2. Any sum saved during the twelve (12) months beginning after the date of

discovery of the *Insured Event* in respect of the charges and expenses payable out of *Gross Profit* as may cease or be reduced in consequence of the *Insured Event*

If during such twelve (12) month period after at the date of discovery of the *Insured Event* the *Loss of Gross Profit* of the *Insured Product(s)* is offset by increased sales of another *Insured Product(s)* within the same product line as the affected product(s) claimed in the *Loss* as a result of an *Insured Event* such offset will reduce the actual *Loss* sustained.

- 2.21. ***Malicious Product Tampering*** means any actual, alleged or threatened, intentional, malicious, and wrongful alteration of the *Insured Product(s)*, by any person (including an employee of the Insured), so as to render the *Insured Product(s)* unfit or dangerous for its intended use or to create such impression to the public.
- 2.22. ***Policy Period*** means the period set forth in the Schedule or any shorter period arising as a result of cancellation of the Policy.
- 2.23. ***Product Extortion*** means any *Malicious Product Tampering* involving a *Product Extortion Monies* demand communicated to the *Insured*.
- 2.24. ***Product Extortion Costs*** include:
- a) *Product Extortion Monies* paid by the *Insured* in direct response to a *Product Extortion* made and reported during the *Policy Period*
 - b) In transit or delivery Loss due to their destruction, disappearance, confiscation or wrongful appropriation of *Product Extortion Monies* while being handled or conveyed by anyone who is authorised by the *Insured* to have custody thereof; provided, however, that the *Product Extortion* demand which gave rise to the delivery is covered hereunder; and
 - c) Reasonable and necessary extortion expenses or fees which are incurred and paid by the *Insured* solely as a direct result of a *Product Extortion* including but

not limited to:

- i. the amount paid by the *Insured* as a *Reward* to an *Informant* for information relevant to a specific *Product Extortion* demand;
- ii. interest costs for a loan from a financial institution made to the *Insured* for the purpose of paying *Product Extortion Monies*
- iii. costs of travel and accommodations incurred by or on behalf of the *Insured* while attempting to negotiate a *Product Extortion* demand;
- iv. medical services and hospitalisation costs incurred by any person(s) directly involved in the handling or negotiating of a *Product Extortion* demand and/or the handling of *Product Extortion Monies*, **for up to thirty six (36) months following the last credible *Product Extortion***, including, but not limited to, any costs for treatment by a neurologist or psychiatrist, costs for cosmetic surgery, and expense of confinement for such treatment;
- v. costs of an independent forensic analysts engaged by the *Insured*
- vi. costs of a qualified interpreter assisting the *Insured*
- vii. increased costs of security recommended by a security consultant which has been pre-approved by the Insurer including, but not limited to, hiring of security guards, hiring of armoured vehicles, and overtime pay to existing security staff **for a period of up to 90 days**, after the first *Product Extortion* demand.

2.25. ***Product Extortion Monies*** means any monies which the Insured has paid or were lost in transit subsequent to a *Product Extortion*. For purposes of this Policy, the term monies includes cash, monetary instruments, bullion, or the fair market value of any securities, tangible property or services.

2.26. ***Product Recall*** means the withdrawal or recall from the stream of commerce of an *Insured Product* because of a known or suspected *Defect*, *Malicious Product Tampering* or *Product Extortion* directly related to the *Insured Product* which has caused or is reasonably expected to cause *Bodily Injury* or *Property Damage* **provided that such:**

- a) product was first introduced into the stream of commerce after the *First*

Inception Date

and

- b) the product was no longer in the physical possession of the Insured, its agents or employees.

2.27. **Property Damage** means physical damage to, Loss of or destruction of tangible property.

2.28. **Rate of Gross Profit** means the rate of *Gross Profit* earned on the *Revenue* during the twelve (12) months immediately before the date of the *Insured Event*.

2.29. **Rehabilitation Expense** means expenses actually incurred directly by the Insured as a direct result of an *Insured Event* to re-establish the *Insured Product(s)* to the reasonably projected level of sales or market share anticipated prior to the *Insured Event*.

2.30. **Replacement Costs** means costs incurred by the *Insured* to restore any recalled *Insured Product(s)* to merchantable quality or replace or redistribute any recalled *Insured Product(s)* that has been destroyed, is unfit for sale or for its original use, with product(s) of similar value.

2.31. **Revenue** means the money paid or payable to the *Insured* for *Insured Product(s)*.

2.32. **Reward** means monies paid for information which results in *Product Extortion Costs* mitigation.

2.33. **Standard Revenue** means the Revenue during the period in the twelve (12) months immediately before the date of the *Insured Event*.

Adjustments to the *Rate of Gross Profit* and *Standard Revenue* shall be made as may be necessary to provide for the trend of the *Insured* and for variations in or special circumstances affecting the *Insured* either before or

after the *Insured Event* or which would affected the *Insured* had the *Insured Event* not occurred, so that the figure thus adjusted shall represent as nearly as may be reasonably practicable the results which but for the *Insured Event* would have been obtained during the relative period after the *Insured Event*.

2.34. ***Third Party Product Recall Costs*** means *Insured's Product Recall Costs* and/or *Replacement Costs* that have been reasonably incurred by a customer of the *Insured* in the event that the *Insured Product(s)* becomes a part of a product manufactured, distributed or handled by such customer where the *Insured* is legally obligated to reimburse the customer for such *Insured's Product Recall Costs* and/or *Replacement Costs*. **However, the amount of such costs shall not exceed the total cost the *Insured* would have incurred in recalling such customer's products.**

2.35. ***Unsafe*** means that the use or consumption of the *Insured Product(s)* would result in *Bodily Injury* or *Property Damage*.

3. Exclusions

The Policy does not apply to any Loss, claim, circumstance arising out of, based upon, attributable to or involving, directly or indirectly any:

- 3.1. Matters that may be deemed uninsurable under Israeli law;
- 3.2. A product of a competitor that is similar to an *Insured Product(s)* or arising out of a recall of any competitor's product that is similar to the *Insured Product(s)*;
- 3.3. Change in customer tastes, competitive environment, economic conditions, population, or seasonal sales variations;
- 3.4. Natural deterioration, decomposition, or transformation of the chemical

structure of any *Insured Product(s)*, including, but not limited to, any combination or interaction among ingredients, components or packaging. Notwithstanding, this exclusion will not apply if the deterioration, decomposition or transformation is a direct result of an act, error or omission in the manufacturing of the *Insured Product*;

- 3.5. Failure by any party to adhere to procedures prescribed by the *Insured* regarding the storage, consumption, or use of any *Insured Product(s)*;
- 3.6. Connection with the use or consumption of the *Insured Product(s)* brought by any non-*Insured* except *Insured's Product Recall Costs* or *Third Party Product Recall Costs*. This includes any Defence Costs related to any such claim or Loss;
- 3.7. Civil or criminal fines, penalties, punitive awards, damages, costs and interest, punitive, aggravated, or exemplary damages, the multiplied portion of multiple damages or non-pecuniary damages;
- 3.8. a) Intentional violation by the *Insured* of any governmental or regulatory requirements in connection with the:
 - i. testing, manufacturing, storage, distribution, or sale of any *Insured Product(s)* or
 - ii. use of any ingredients, components and/or packaging in the manufacturing process which have been previously banned or declared Unsafe by any governmental or regulatory body; or
 - iii. maintenance of adequate documentation of the manufacturing process in compliance with any existing governmental or regulatory standards;
 or
 - b) Changes in governmental regulations or public perceptions with respect to the safety of any *Insured Product(s)* or
 - c) Illegal act(s) of any of the *Insured's* directors, officers or trustees;
- 3.9. Asbestos;

3.10. Matter which:

- a) an Insured, employee, officer or director of the Insured had actual or constructive knowledge of prior to the Policy inception date; or
- b) occurs after an Insured, employee, officer or director of the *Insured* has knowledge of a *Defect* or deviation in the production, preparation or manufacturing of *Insured Product(s)*, or circumstance(s) which have or are reasonably likely to result in such deviation or *Defect*, and the *Insured* fails to take reasonable corrective action; or
- c) an Insured could have reasonably expected to produce a *Loss* under this Policy

3.11. Nuclear reaction or nuclear radiation or radioactive contamination (except a radioactive tampering specifically aimed at the *Insured Product(s)*), all whether controlled or uncontrolled, or resulting from any act or condition incident to any of the foregoing, whether such *Loss* be direct or indirect, proximate or remote, or be in whole or in part caused by, contributed to, or aggravated by an *Insured Event* or otherwise;

3.12. Proximate or remote consequence, whether direct or indirect, of war, invasion, hostilities(whether war be declared or not), civil war, rebellion, revolution, insurrection, or military or usurped power;

3.13. Costs associated with the expense to design, redesign, engineer, re-engineer recalibrate or retool any *Insured Product*

3.14. Any recall:

- a) that is initiated due to the failure of an *Insured Product* to accomplish its intended purpose, including any breach of warranty of fitness, whether written or implied; or
- b) that is initiated due to the expiration of the designated life of the *Insured Product* or
- c) of any *Insured Product* which has been banned from the market by any

authorized governmental or regulatory body prior to the Policy Period or distributed or sold by the *Insured* subsequent to any governmental or regulatory ban;

- 3.15. Matter or Legal Proceedings made or brought by or on behalf of any Insured against any other *Insured(s)*;
- 3.16. Any recall due to copyright, patent, trade secret, trade dress or trademark infringements;
- 3.17. Any recall where the *Insured* has assumed liability in a contract or agreement. This exclusion does not apply to liability for damages that the Insured would have had in the absence of the contract or agreement;
- 3.18. *Loss* to land (including land on which property is located), water, or growing crops or lawns; crop failure; or livestock.

4. General Conditions

- 4.1. **Additional exposures:** The Insured will give the Insurer written notice within ninety (90) days of any additional exposure arising from:
 - a) consolidation or merger with; or
 - b) acquisition of the majority stock ownership of; or
 - c) acquisition of the assets of
 any other entity whose revenues are in excess of 10% of the gross revenue of the Insured as of the date of consolidation, merger or acquisition.

The *Insurer* may elect to accept or reject such additional exposure at its sole discretion and **there shall be no cover for such additional exposure until it is accepted by the Insurer in writing.** Such acceptance will not be unreasonably withheld, and will be given or refused within thirty (30) days of receipt of such

written notice, and may be accompanied by changes in one or more of the terms, conditions or premium of the Policy.

However, no cover shall apply to any additional exposure accepted by the Insurer if at the time of giving notice pursuant to this provision the Insured knew or could reasonably have been expected to know that any *Defect, Malicious Product Tampering, or Product Extortion* affecting such additional exposure had occurred.

4.2. **Assistance and co-operation:** The *Insured* will at its own expense cooperate with the Insurer in all matters relating to this Policy. This may include, but is not limited to, attending hearings and trials, securing and giving evidence, obtaining the attendance of witnesses, assisting in effecting settlements, and in conducting *Legal Proceedings*.

4.3. **Assignment:** This Policy and any rights hereunder cannot be assigned without written consent of the *Insurer*.

4.4. **Notice and authority:** It is agreed that the first *Insured* listed on the Schedule acts on behalf of all *Insureds* with respect to the exercise of all their rights and the discharge of all their duties in respect of this Policy, including but not limited to:

- a) negotiating the terms and conditions of cover;
- b) binding cover;
- c) the notification of a *Loss*
- d) the giving and receiving of any notice of cancellation;
- e) the payment of premium and the receipt of any refund of premium that may become due;
- f) the payment of the *Deductible*
- g) the negotiation and receipt of any endorsement;
- h) the appointment of lawyers to defend a claim, *Loss or Legal Proceeding*
- i) the receipt of amounts payable by the Insurer under this Policy.

4.5. **Cancellation:** This Policy may be cancelled by the Insured by giving ten (10)

days advance written notice to the Insurer, stating when thereafter such cancellation will be effective. This Policy may be cancelled for any reason by the Insurer by written notice to the Insured at the address specified in item 1 of the schedule stating when, not less than one hundred and twenty (120) days thereafter, the cancellation will be effective. However, in the event of cancellation for non-payment of premium by the *Insured*, and in case the outstanding premium remains unpaid within fifteen (15) days after a written notice shall be mailed or delivered by the Insurer to the *Insured*, the Insurer may cancel the policy by giving written notice stating the effective date of cancellation, which shall be not less than twenty-one (21) days after such notice was received by the *Insured*. The mailing of any notice by registered mail will be sufficient proof of notice and this Policy will terminate at the date and hour specified in such notice.

If this Policy is cancelled by the *Insured*, the Insurer will retain the pro-rata portion of the annual premium hereon.

If this Policy is cancelled by the *Insurer*, the *Insurer* will retain the pro-rata portion of the annual premium hereon. Payment or tender of any unearned premium by the *Insurer* will not be a condition precedent to the effectiveness of cancellation, but such payment will be made as soon as practicable.

4.6. **Changes:** This Policy contains all the agreements between the Insured and the *Insurer* concerning this insurance. Notice to any of the *Insurer's* representatives or knowledge possessed by any the *Insurer's* representative(s) or by any other person will not effect a waiver or a change in any part of the Policy or prevent the Insurer from asserting any right under the terms of this Policy, nor can the terms of this Policy be waived or changed unless agreed to in writing by the Insurer or the *Insurer's* authorized representative.

4.7. **Coinurance:** The *Insured* shall excess of the *Deductible* bear uninsured at its own Risk and pay the *Coinurance* percentage proportion of each Loss. The Insurer's liability hereunder with respect to a *Loss* shall apply only to the remaining percentage of such Loss and the insurer shall have no obligation to

pay to the extent that any applicable coinsurance is not paid by the Insured. Payments of coinsurance shall not be subject to and do not reduce any limits of liability under this policy.

- 4.8. **Fraud:** Without prejudice to the *Insurer's* other rights, however arising, **the Insurer shall be entitled to avoid this Policy from inception in the case of any fraudulent notice of Loss made by any Insured under this Policy as regards amount or otherwise.**
- 4.9. **Confidentiality:** The *Insured* will use all reasonable efforts not to disclose the existence of this Policy unless required by law to do so.
- 4.10. **Deductible(s):** The *Deductible(s)* stated in item 6 the Schedule will apply separately to each and every *Loss*. **The *Deductible(s)* is to be borne by the Insured and remain uninsured.**
- 4.11. **Due diligence:** The *Insured* will exercise due diligence to do all things reasonable and practical to avoid any *Insured Event* and make all reasonable efforts to mitigate any *Loss* arising as a result of an *Insured Event*.
- 4.12. **Examination under oath:** The *Insured*, as often as may be reasonably be required, shall exhibit to any person designated by the *Insurer* all affected *Insured Product(s)* whether salvageable or otherwise, and shall submit to examinations under oath by any person named by the *Insurer*, and subscribe the same; or shall submit to any equivalent procedure under Israeli law; and, as often as may reasonably be required, shall produce for examination all books of account, vouchers, bills, invoices, schedules, accounting information, and any documentation relating to the calculation of *Loss*, or certified copies thereof if originals be lost, at such reasonable time and place as may be designated by the *Insurer* or its representative, and shall permit extracts and copies thereof to be made.
- 4.13. **Excess insurance:** The *Insured* may purchase other insurance in excess of the

Limit of Liability set forth in this Policy without prejudice to this Policy, provided that the Insurer is notified in writing of the details of such other excess insurance at the time such other insurance is acquired. The existence of such other insurance, if any, will not reduce the *Insurer's* liability under this Policy.

- 4.14. **Inspection and audit:** The *Insurer* may examine and audit the Insured's business documents relating to the subject matter of this insurance for up to three (3) years after this Policy has expired or has been cancelled. Any premium due for exposures which exist but were not reported will be determined through audit by the *Insurer*.
- 4.15. **Limits of liability:** The Insurer's liability hereunder will be limited to the amounts stated in the Schedule. The Limit of Liability is the total aggregate limit of the *Insurer's* liability for all *Losses* of all *Insureds* under this Policy combined, discovered and reported during the Policy Period in accordance with the terms herein. Additionally, Losses reported up to thirty (30) days after expiry of the Policy will also be considered reported during the *Policy Period* and will also be subject to the Limit of Liability. Notwithstanding the above, and solely in respect of *Legal Proceedings* filed against the Insured within the jurisdiction of the courts of Israel, it is agreed, pursuant to Section 66 of the Insurance Contract Law, that in the event of a Loss, including *Defence Costs*, exceeding the Limit of Liability, this Policy shall cover reasonable *Defence Costs* exceeding the Limit of Liability.
- 4.16. **Non-accumulation of liability:** Regardless of the number of years this Policy may continue in force, and of the number of premiums which may be payable or paid, or of any other circumstances whatsoever, the aggregate liability of the Insurer under this Policy with respect to any Insured Event(s) will not be cumulative from year to year or period to period. **When there is more than one Insured, the aggregate Limit of Liability of the *Insurer* for *Loss(es)* sustained by any or all of them will not exceed the amount for which the *Insurer* would be liable if all *Loss(es)* were sustained by any one of them.**

4.17. **Discovery and Notice of Loss:** In the event of an incident that may be covered under the terms of this Policy, the *Insured* will as a condition precedent to the liability of the *Insurer* under this Policy:

a) Send to the *Insurer* a written notice of a claim of *Loss* as soon as practicable within the *Policy Period* after the alleged *Insured Event* has taken place, or up to thirty (30) days after the expiry of the Policy;

and

b) Provide to the *Insurer* at their own expense within 10 days of the notice provided in accordance with (a), an initial written statement of *Loss*, stating the full particulars of the *Loss* and its initial calculations and/or projections of the elements and composition of the *Loss*.

c) Provide the *Insurer* with periodic and timely updates concurrent with activity taking place during the *Insured Event*.

All notifications must be in writing and properly addressed to the *Insurer* at the following address:

AIGClaims@aig.com

Attention: Claims Manager

d) If it appears to be in the best interest of the *Insured* or to be required by law, notify law enforcement authorities or any other governmental agencies having jurisdiction over the matter.

4.18. **Final Statement of Loss:** Whether or not any partial payments have been made, a final statement of *Loss* with respect to all items of *Loss* other than *Loss of Gross Profit* must be submitted to the *Insurer* in writing no earlier than twelve (12) months and no later than twenty four (24) months after an *Insured Event* takes place. A final statement of *Loss* with respect to *Loss of Gross Profit* must be submitted in writing no later than (24) months after the beginning of a reduction in sales of the *Insured Product(s)* caused by an *Insured Event*.

4.19. **Action against the Insurer:** No suit, action, or proceedings for recovery of

any *Loss* under this Policy will be sustainable in any court of law, equity, or other tribunal unless all the requirements of this Policy are complied with and is commenced within twenty four (24) months after a final statement of *Loss* has been submitted to the *Insurer* by the *Insured* in accordance with General Provision 4.18.

- 4.20. **Choice of law:** The construction, validity and performance of this Policy will be governed by Israeli law.
- 4.21. **Other insurance:** The *Insured* may purchase other insurance written on the same terms and conditions as this Policy provided the *Deductible* and *Coinsurance* as described in Sections 4.10 and 4.7 herein remains uninsured. The insurance provided under this Policy will be primary in all instances except where a policy issued by a company which is not part of American International Group Inc (AIG) exists covering similar exposures, in which event the insurance provided under this Policy will coinsure all *Losses* where coverage is also provided by such non-AIG company.
- 4.22. **Representation:** In granting cover to the *Insured*, the *Insurer* has relied upon the material statements and particulars in the proposal together with its attachments and other information supplied. These statements, attachments and information are the basis of cover and are considered incorporated into, and constituting part of, this Policy.
- 4.23. **Salvage:** Any salvage or other recovery, after expenses incurred in salvage or recovery are deducted, will accrue entirely to the benefit of the *Insurer* until the sum paid by the *Insurer* has been recovered. In case of damage to property bearing a brand or trademark, or which in any way carries or implies the guarantee or the responsibility of the *Insured*, the salvage value of such damaged property will be determined after removal in the customary manner of all such brands or trademarks or other identifying characteristics, the costs of which will be borne by the *Insured*.

The goodwill and public image of the *Insured* will be considered in

determining whether any *Insured Product(s)* should be involved in salvage recovery. The *Insurer's* right to salvage will not be unreasonably restricted by the Insured. The *Insured* will have full right to the possession of all goods involved in any *Loss* under this Policy and will retain control of all damaged goods. There can be no abandonment of any property to the *Insurer*.

4.24. Severability, construction and conformance to statute:

- a) If any provision contained in this Policy is, for any reason, held to be invalid, illegal or unenforceable in any respect, it is deemed to be severed and to have no effect on any other valid legal and enforceable provision of this Policy.
- b) If any provision contained in this Policy can be construed as being invalid, illegal or unenforceable for any reason, it will be construed by limiting it so as to be valid, legal, and enforceable to the extent compatible with applicable law.
- c) Any provisions of this Policy which are in conflict with the statutes or regulations of the state or country wherein this Policy is issued are hereby amended to conform to such statutes or regulations.

4.25. Territory: This Policy applies to an *Insured Event* anywhere in the world unless specifically limited by the *Insurer* through endorsement or where the *Insured* or any beneficiary under the Policy is a citizen or instrumentality of the government or, any country(ies) against which any laws and/or regulations governing this Policy and/or the *Insurer*, its parent insurer or its ultimate controlling entity have established any embargo or other form of economic sanction which have the effect of prohibiting the Insurer to provide insurance coverage, transacting business with or otherwise offering economic benefits to the Insured or any other beneficiary under this Policy. No benefits or payments will be made to any beneficiary(ies) who is/are declared unable to receive economic benefits under the laws and/or regulations governing this Policy and/or the Insurer, its parent or its ultimate controlling entity.

4.26. Valuation clause: In determining the amount of Gross Profit, Extra Expense

and other covered Loss, due consideration will be given to the experience of the business before the Insured Event and the probable experience thereafter, had the Insured Event not occurred. The probable level of sales and experience of the business had the Loss not occurred must be demonstrated with reasonable certainty by the *Insured*.

- 4.27. **Subrogation:** In the event of any payment under the Policy, the Insurer will be subrogated to the extent of such payment to all the *Insured's* rights of recovery. In such case the Insured will execute all documents required and will do everything necessary to secure and preserve such rights including the execution of such documents necessary to enable the *Insurer* effectively to bring suit.
- 4.28. **Policy Interpretation:** Titles of paragraphs are inserted solely for the convenience of reference and will not limit, expand, or otherwise affect the provisions to which they relate. Words and expressions in the singular include the plural and vice versa. Words in italics have special meaning and are defined. Words that are not specifically defined in this Policy have the meaning normally attributed to them. The words and expressions used in definitions 2.10 and 2.34 shall have the meanings usually attached to them in the Books and Accounts of the *Insured*.
- 4.29. **No Rights for Third Parties:** Nothing in this Policy is intended to confer a directly enforceable benefit on any party other than the Insured.

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

※ 2017년부터 기존의 연구보고서, 정책보고서, 경영보고서, 조사보고서가 연구보고서로 통합되었습니다.

■ 연구보고서

- 2017-1 보험산업 미래 / 김석영·윤성훈·이선주 2017.2
- 2017-2 자동차보험 과실상계제도 개선방안 / 전용식·채원영 2017.2
- 2017-3 상호협정 관련 입법정책 연구 / 정호열 2017.2
- 2017-4 저소득층 노후소득 보장을 위한 공사연계연금 연구 / 정원석·강성호·마지혜 2017.3
- 2017-5 자영업자를 위한 사적소득보상체계 개선방안 / 류건식·강성호·김동겸 2017.3
- 2017-6 우리나라 사회안전망 개선을 위한 현안 과제 / 이태열·최장훈·김유미 2017.4
- 2017-7 일본의 보험회사 도산처리제도 및 사례 / 정봉은 2017.5
- 2017-8 보험회사 업무위탁 관련 제도 개선방안 / 이승준·정인영 2017.5
- 2017-9 부채시가평가제도와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·이혜은 2017.8
- 2017-10 효율적 의료비 지출을 통한 국민건강보험의 보장성 강화 방안 / 김대환 2017.8
- 2017-11 인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰 / 박소정·박지윤 2017.8
- 2017-12 생산물 배상책임보험 역할 제고 방안 / 이기형·이규성 2017.9
- 2017-13 보험금청구권과 소멸시효 / 권영준 2017.9
- 2017-14 2017년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2017.10
- 2017-15 2018년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2017.11
- 2017-16 퇴직연금 환경변화와 연금세제 개편 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2017.12
- 2017-17 자동차보험 한방진료 현황과 개선방안 / 송윤아·이소양 2017.12
- 2017-18 베이비부머 세대의 노후소득 / 최장훈·이태열·김미화 2017.12
- 2017-19 연금세제 효과연구 / 정원석·이선주 2017.12
- 2017-20 주요국의 지진보험 운영 현황 및 시사점 / 최창희·한성원 2017.12
- 2017-21 사적연금의 장기연금수령 유도방안 / 김세중·김유미 2017.12
- 2017-22 누적전망이론을 이용한 생명보험과 연금의 유보가격 측정 연구 / 지홍민 2017.12
- 2018-1 보증연장 서비스 규제 방안 / 백영화·박정희 2018.1

- 2018-2 건강생활서비스 공·사 협력 방안 / 조용운·오승연·김동겸 2018.2
- 2018-3 퇴직연금 가입자교육 개선 방안 / 류건식·강성호·이상우 2018.2
- 2018-4 IFRS 9과 보험회사의 ALM 및 자산배분 / 조영현·이혜은 2018.2
- 2018-5 보험상품 변천과 개발 방향 / 김석영·김세영·이선주 2018.2
- 2018-6 제리적 관점에서 본 실손의료보험 개선 방안 / 조재린·정성희 2018.3
- 2018-7 국내 보험회사의 금융겸업 현황과 시사점 / 전용식·이혜은 2018.3
- 2018-8 장애인의 위험보장 강화 방안 / 오승연·김석영·이선주 2018.4
- 2018-9 주요국 공·사 건강보험 연계 체계 분석 / 정성희·이태열·김유미 2018.4
- 2018-10 정신질환 위험보장 강화 방안 / 이정택·임태준·김동겸 2018.4
- 2018-11 기초서류 준수 의무 위반 시 과징금 부과기준 개선방안 / 황현아·백영화·권오경 2018.8
- 2018-12 2018년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2018.9
- 2018-13 상속법의 관점에서 본 생명보험 / 최준규 2018.9
- 2018-14 호주 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이경희 2018.9
- 2018-15 빅데이터 기반의 사이버위험 측정 방법 및 사이버사고 예측모형 연구 / 이진무 2018.9
- 2018-16 빅데이터 분석에 의한 요율산정 방법 비교: 실손의료보험 적용 사례 / 이항석 2018.9
- 2018-17 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토 / 백영화·손민숙 2018.10
- 2018-18 보험회사 해외채권투자와 환헤지 / 황인창·임준환·채원영 2018.10
- 2018-19 베트남 생명보험산업의 현황 및 시사점 / 조용운·김동겸 2018.10
- 2018-20 여성 관련 연금정책 평가와 개선 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2018.10
- 2018-21 디지털 경제 활성화를 위한 사이버보험 역할제고 방안 / 임준·이상우·이소양 2018.11
- 2018-22 인구 고령화와 일본 보험산업 변화 / 윤성훈·김석영·한성원·손민숙 2018.11
- 2018-23 퇴직연금기금 디폴트 옵션 도입 방안 및 부채연계투자전략에 관한 연구 / 성주호 2018.11
- 2018-24 보험 산업의 블록체인 활용: 점검 및 대응 / 김현수·권혁준 2018.11
- 2018-25 생명보험산업의 금리위험 평가: 보험부채 중심으로 / 임준환·최장훈·한성원 2018.11
- 2018-26 보험회사의 장수위험에 관한 연구 / 김세중·김유미 2018.11
- 2018-27 보험산업 전망과 과제: 2019년 및 중장기 / 동향분석실 2018.11
- 2018-28 보험산업 중장기 전망 / 전용식·김유미·최예린 2018.12

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목·장동식·김동겸 2008.1
- 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
- 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식·이경희·김동겸 2008.3
- 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안 / 안철경·권오경 2009.1
- 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.2
- 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원·이혜은 2009.3
- 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식·이창우·김동겸 2009.3
- 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도·김대환 2009.8
- 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도·김대환·김혜란 2010.1
- 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원·이혜은 2010.4
- 2010-2 생명보험 상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태·이경희 2010.5
- 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익·김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
- 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호·최 원 2008.3
- 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·이태열·신종협·황진태·유진아·김세환·이정환·박정희·김세중·최이섭 2008.11
- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익·이민환·유경원·최영목·최형선·최 원·이경아·이혜은 2009.2
- 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
- 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수·김경환·이종욱 2009.3
- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·황진태·변혜원·이경희·이정환·박정희·김세중·최이섭 2009.12
- 2009-5 금융상품판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경·변혜원·권오경 2010.1

- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송운아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·김대환·이경희·이정환·최 원·김세중·최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자 보호 체계 개선방안 / 오영수·안철경·변혜원·최영목·최형선·김경환·이상우·박정희·김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수·김경환·박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산·고령화와 금융의 역할 / 윤성훈·류건식·오영수·조용운·진 익·유진아·변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자 보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경·이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·황진태·이정환·최 원·김세중·오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린·이기형·정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형·변혜원·정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환·유진아·이경아 2012.11
- 2012-4 소비자중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형·임준환·김해식·이경희·조영현·정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우·윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식·김대환·이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·이정환·최 원·김세중·채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체제 개편과 보험산업 역할 / 진 익·오병국·이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준·김해식·조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·최 원·김세중·채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준·강민규·이해량 2014.3
- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린·김해식·김석영 2014.3
- 2014-3 공·사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열·강성호·김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·이아름·이해량 2014.11

- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공·사건강보험 협력방안 / 조용운·김경환·김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제-IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식·조재린·이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·이아름·이해랑 2015.11
- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호·정봉은·김유미 2016.2
- 2016-2 국민건강보험 보장을 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준·이정택·김혜란 2016.11
- 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업후지보험 활성화 방안 연구 / 이기형·한상용 2009.3
- 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
- 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익·유시용·이경아 2009.3
- 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목·최 원 2009.6
- 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경·권오경 2010.2
- 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수·김경환 2010.2
- 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식·이창우·이상우 2010.3
- 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실·정책연구실·동향분석실 2010.6
- 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실·재무연구실 2010.6
- 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재·장동식·서성민 2010.4
- 2010-6 RBC 내부모형 도입 방안 / 김해식·최영목·김소연·장동식·서성민 2010.10
- 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
- 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경·변혜원·서성민 2011.1
- 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목·김소연·김동겸 2011.2
- 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도·황진태 2011.3
- 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태·기승도·권오경 2011.5
- 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아·정인영 2011.6
- 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운·황진태·김미화 2011.8

- 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식·김대환·이상우 2011.9
- 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 / 김대환·류건식·이상우 2011.10
- 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현·전용식·이혜은 2012.7
- 2012-2 보험산업 비전 2020 : @ sure 4.0 / 진 익·김동겸·김혜란 2012.7
- 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식·김석영·김세영·이혜은 2012.9
- 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환·류건식·김동겸 2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 / 조재린·황진태·권용재·채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 / 전용식·채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도·조용운·이소양 2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로 / 최창희·황인창·이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식·강성호·김동겸 2016.5

■ 조사보고서(구)

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문·김진역·지재원·박정희·김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경·기승도·이상우 2008.4
- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경·이상우·권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크 평가모형 및 측정 방법 연구 / 장동식 2009.3

- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면·이정환·최이섭·정증영·최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진 익·김상수·김종훈·변귀영·유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환·전선애·최 원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교·오영수·김영진 2009.4
- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환·이민환·윤건용·최 원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운·김세환·김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식·장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협·최형선·최 원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교·김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우·이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원·박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송윤아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준·이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운·서대교·김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진 익·김해식·유진아·김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식·이창우·이상우 2010.7
- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경·황진태·서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환·최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익·김해식·김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우·이기형 2011.8
- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운·변혜원·이승준·김경환·오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태·전용식·윤상호·기승도·이상우·최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체제 특징과 시사점 / 이상우·오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식·김경환 2012.12

- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식·황진태·변혜원·정원석·박선영·이상우·최 원 2013.8
- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운·황진태·조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식·변혜원·황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원·조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영·권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석·강성호·이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정·최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태·박선영·권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주·전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토 / 전용식·윤성훈·채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운·오승연·김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환·강민규·이해량 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식·변혜원·정원석·박선영·오승연·이상우·최 원 2014.8
- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영·김세중·김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식·조영현·채원영 2014.12
- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영·권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·조재린·김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 - 대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희·정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열·황진태·이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연·김유미 2015.8
- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식·조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준·민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식·김세중·김현경 2016.4

- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식·송윤아·채원영 2016.4
- 2016-5 금융·보험세제연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석·임 준·김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린·황인창·이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중·소형 보험회사의 생존전략 / 이태열·김해식·김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중·김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형·김혜란 2016.9

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원·김세중 2014.6
- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 - Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식·이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호·정원석·김동겸 2015.1
- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험사의 치매신탁 도입방안 / 정봉은·이선주 2015.2
- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원·이해랑 2015.4
- 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근·박춘원·이항용 2015.5
- 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주·박선영·김유미 2015.5
- 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석·김미화 2015.5
- 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영·김혜란 2015.12
- 2018-1 변액연금 최저보증 및 사업비 부과 현황 조사 / 김세환 2018.2

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
- 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3

- 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
- 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
- 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
- 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
- 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
- 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
- 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1
- 제 10 호 2017년 연차보고서 / 보험연구원 2018.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
- 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
- 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
- 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10
- 제11호 Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
- 제12호 Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
- 제13호 Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.8
- 제14호 Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.8
- 제15호 Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.8
- 제16호 Korean Insurance Industry 2017 / KIRI, 2017.8
- 제17호 Korean Insurance Industry 2018 / KIRI, 2018.8
- 제 7 호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
- 제 8 호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
- 제 9 호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
- 제10호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
- 제11호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
- 제12호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
- 제13호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8
- 제14호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2015 / KIRI, 2015.11
- 제15호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2015 / KIRI, 2016.2
- 제16호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2015/ KIRI, 2016.6
- 제17호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2016/ KIRI, 2016.9
- 제18호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2016/ KIRI, 2016.12
- 제19호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2016/ KIRI, 2017.2

- 제20호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2016/ KIRI, 2017.5
 제21호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2017/ KIRI, 2017.9
 제22호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2017/ KIRI, 2017.11

■ CEO Report

- 2008-1 자동차보험 물적담보 손해를 관리 방안 / 기승도 2008.6
 2008-2 보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
 2008-3 FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
 2008-4 퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식·서성민 2008.12
 2009-1 FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
 2009-2 퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식·김동겸 2009.3
 2009-3 퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식·이상우 2009.6
 2009-4 퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식·이상우 2009.10
 2010-1 복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환·이상우·김혜란 2010.4
 2010-2 FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
 2010-3 보험소비자 보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
 2010-4 장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환·이기형 2010.9
 2010-5 퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식·이상우 2010.9
 2010-6 우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
 2011-1 G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 / 김동겸 2011.2
 2011-2 영국의 공동계정 운영체제 / 최형선·김동겸 2011.3
 2011-3 FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
 2011-4 근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환·류건식 2011.8
 2012-1 FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8
 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운·이상우 2012.11
 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈·전용식·전성주·채원영 2012.12
 2012-4 새정부의 보험산업 정책(I): 정책공약집을 중심으로 / 이기형·정인영 2012.12
 2013-1 새정부의 보험산업 정책(II): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한

- 평가 / 김대환·이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(III): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험사업 매각 원인과 시사점 / 전용식·윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영·김세중 2014.6
- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열·조재린·황진태·송운아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환·황인창·이혜은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호·류건식·정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10
- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
- 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
- 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창·조재린 2016.7
- 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희·이태열 2016.9
- 2017-1 보험부채 시가평가와 보험산업의 과제 / 김해식 2017.2
- 2017-2 2017년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2017.7
- 2017-3 1인 1 퇴직연금시대의 보험회사 IRP 전략 / 류건식·이태열 2017.7
- 2018-1 2018년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2018.7
- 2018-2 북한 보험산업의 이해와 대응 / 안철경·정인영 2018.7

■ Insurance Business Report

- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식·김동겸 2008.2
- 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
- 28호 일본 금융상품판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
- 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
- 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경·권오경 2008.7
- 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식·김동겸 2008.7

32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진 익 2008.7

33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희·서성민 2008.9

■ 간행물

○ 보험동향 / 연 4회

○ 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『 도서 회원 가입 안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY
	- 영문연차보고서	-	-

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775 - 9080 팩스 : (02) 3775 - 9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401 - 01 - 125198)

예금주 : 보험연구원

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 자료실 (02-3775-9115 / cbyun@kiri.or.kr)

저 자 약 력

김 세 환

서강대 경영학 박사 수료

고려대 조사통계학 석사

보험연구원 금융정책실 부장

(E-mail : shkim@kiri.or.kr)

조사자료집 2018-2

리콜 리스크관리와 보험의 역할

발행일 2018년 12월

발행인 한 기 정

발행처 **보 험 연 구 원**

서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38

화재보험협회빌딩

대표전화 : (02) 3775-9000

조판및
인 쇄 고려씨엔피

정가 10,000원