

연구보고서

2024

02

국내 중소기업의 리스크관리와 보험가입에 관한 연구

김혜성·김석영·김연희

본 보고서에 수록된 내용은 집필자 개인의 의견이며 우리원의 공식 의견이 아님을
밝혀 둔다.



목 차

• 요약	1
I. 서론	2
1. 연구 배경과 목적	2
2. 선행 연구	3
3. 연구내용과 방법	4
II. 중소기업 보험시장 현황과 이슈	6
1. 기업성 보험의 정의와 현황	6
2. 국내 중소기업 시장 현황과 이슈	26
3. 해외 중소기업 시장 현황과 이슈	38
III. 조사 개요	44
1. 조사 대상 및 방법	44
2. 표본의 속성	48
3. 조사 내용	50
IV. 조사 결과	52
1. 중소기업의 리스크 인식도 및 리스크관리 현황	52
2. 중소기업의 보험 활용에 대한 태도	60
3. 보험가입 현황	63
4. 향후 보험 수요	98
5. 중소기업의 보험 거래 경험	106
6. 보험가입 행태의 변화 가능성	115
V. 결론	119
• 참고문헌	124
• 부록	126

표 차례

〈표 II-1〉 기업성 일반손해보험의 종류	8
〈표 II-2〉 연구 대상 기업성 보험의 범위	12
〈표 II-3〉 기업성 보험 공급기관 현황	12
〈표 II-4〉 보험개발원 제시 기업성 보험 현황	15
〈표 II-5〉 기업경영분석의 기업성 보험료 현황(2022년)	16
〈표 II-6〉 기업성 자동차보험(공제) 및 보증보험 현황	17
〈표 II-7〉 국내 기업성 일반손해보험 추정	20
〈표 II-8〉 장기재물보험의 유형	21
〈표 II-9〉 장기재물보험 중 기업성 보험 추정	21
〈표 II-10〉 주요 기업성 손해공제 실적	23
〈표 II-11〉 국내 신용보험 제공 현황	24
〈표 II-12〉 신용보험 보험료 실적	25
〈표 II-13〉 국내 기업성 보험시장의 국제적 지위	26
〈표 II-14〉 국내 중소기업 정의	27
〈표 II-15〉 주요국 중소기업 정의	28
〈표 II-16〉 국내 중소기업의 경제적 비중	29
〈표 II-17〉 기업경영분석 중소기업 보험시장	29
〈표 II-18〉 보험종목별 중소기업 비중 분포	31
〈표 II-19〉 일반손해보험 중소기업 보험료 및 비중	33
〈표 II-20〉 기타 중소기업 보험료·공제료 추정	35
〈표 II-21〉 일반손해보험 모집형태별 보험료 현황	37
〈표 II-22〉 주요국 중소기업 보험시장 조사 사례	38
〈표 II-23〉 미국 및 일본의 기업후지보험가입 현황	39
〈표 II-24〉 일본 중소기업의 리스크 의식·대책 실태 조사 개요	40
〈표 II-25〉 일본 중소기업의 사업리스크 및 대응	40
〈표 II-26〉 일본 중소기업 기업보험 가입률	41
〈표 II-27〉 일본 중소기업 향후 보험가입 수요	42
〈표 III-1〉 제조업종 기업 구성 현황	45
〈표 III-2〉 제조업종 중소기업 모집단 분포	46
〈표 III-3〉 표본집단 분포	48

표 차례

〈표 III-4〉 응답 기업 기초 통계량	49
〈표 III-5〉 조사 대상 보험상품 및 특약	50
〈표 III-6〉 설문조사지 주요 구성	51
〈표 IV-1〉 국내 제조업종 중소기업 리스크 순위	53
〈표 IV-2〉 세계 소기업 사업리스크 순위	54
〈표 IV-3〉 제조업종 중소기업의 리스크관리 활동	58
〈표 IV-4〉 제조업종 중소기업의 리스크 재무 활동	58
〈표 IV-5〉 제조업종 중소기업 사업연속성계획(BCP) 수립 현황	59
〈표 IV-6〉 제조업종 중소기업 보험가입 동기	63
〈표 IV-7〉 제조업종 중소기업 종사자 수별 보험료 현황	66
〈표 IV-8〉 제조업종 중소기업 기업 규모별 종사자 수별 보험가입금액 현황	67
〈표 IV-9〉 제조업종 중소기업 보험공급기관 구성비	68
〈표 IV-10〉 제조업종 중소기업 판매채널 구성비	69
〈표 IV-11〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험료 현황	71
〈표 IV-12〉 제조업종 중소기업 재물보험 가입금액 현황	72
〈표 IV-13〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험공급기관 구성비	72
〈표 IV-14〉 제조업종 중소기업 판매채널 구성비(계약 건수 기준)	73
〈표 IV-15〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 배상책임특약 가입률	74
〈표 IV-16〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 풍수해특약 가입률	74
〈표 IV-17〉 풍수해위험과 풍수해특약 가입률	75
〈표 IV-18〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 동산특약 가입률	76
〈표 IV-19〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 특약 가입률 비교	77
〈표 IV-20〉 재물보험 유형별 구성비	78
〈표 IV-21〉 재물보험 유형별 보험료 및 보험가입금액	79
〈표 IV-22〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 보험료 분포	80
〈표 IV-23〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 가입금액 분포	80
〈표 IV-24〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 보험공급기관·판매채널 현황	81
〈표 IV-25〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 특약 가입률 비교	82
〈표 IV-26〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 가입률	83
〈표 IV-27〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험료 현황	84

표 차례

〈표 IV-28〉 제조업중 중소기업 영업배상책임보험 보험가입금액 현황	84
〈표 IV-29〉 제조업중 중소기업 영업배상책임보험 보험공급기관·판매채널 현황	84
〈표 IV-30〉 제조업중 중소기업 제조물 관련 배상책임보험 가입률	85
〈표 IV-31〉 제조업중 중소기업 제조물배상책임보험 보험료 현황	86
〈표 IV-32〉 제조업중 중소기업 제조물배상책임보험 보험가입금액 현황	86
〈표 IV-33〉 제조업중 중소기업 제조물배상책임보험 보험공급기관·판매채널 현황	87
〈표 IV-34〉 제조업중 중소기업 배상책임보험 가입률 비교	89
〈표 IV-35〉 제조업중 중소기업 배상책임보험 평균보험료 비교	90
〈표 IV-36〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 가입률	91
〈표 IV-37〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 보험료 현황	92
〈표 IV-38〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 가입금액 현황	92
〈표 IV-39〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 보험공급기관 구성비	93
〈표 IV-40〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 판매채널 구성비	93
〈표 IV-41〉 제조업중 중소기업 근로자재해보상보험 가입률	94
〈표 IV-42〉 제조업중 중소기업 근로자재해보상보험 보험료 현황	94
〈표 IV-43〉 제조업중 중소기업 근로자재해보상보험 가입금액 현황	94
〈표 IV-44〉 제조업중 중소기업 근재보험 보험공급기관 구성비	95
〈표 IV-45〉 제조업중 중소기업 단체상해보험 판매채널 구성비	95
〈표 IV-46〉 제조업중 중소기업 기타 보험가입 현황	96
〈표 IV-47〉 보험미가입 사유 현황	97
〈표 IV-48〉 가입 보험의 지속 가입 의향(전 상품 합계)	98
〈표 IV-49〉 보험종목별 가입 중단 의향	98
〈표 IV-50〉 재물보험 유형별 특약 가입 중단 의향	99
〈표 IV-51〉 가입보험의 확대·축소 의향(통합)	99
〈표 IV-52〉 보험종목별 가입 축소 또는 확대 의향	100
〈표 IV-53〉 보험종목별 신규 보험 수요 I(전체 미가입자 대상)	101
〈표 IV-54〉 보험종목별 신규 보험 수요 II(특정 리스크 보유 미가입자 대상)	102
〈표 IV-55〉 재물보험 특약 신규 수요(전체)	104
〈표 IV-56〉 화재보험가입자의 특약 신규 수요	105
〈표 IV-57〉 장기재물보험가입자의 특약 신규 수요	106

표 차례

〈표 IV-58〉 재산종합보험가입자의 특약 신규 수요	106
〈표 IV-59〉 보상처리 만족도	107
〈표 IV-60〉 보험회사 변경 사유	109
〈표 IV-61〉 거래 보험공급기관 만족도	110
〈표 IV-62〉 거래 보험공급기관 변경 의향	110
〈표 IV-63〉 판매채널 변경 사유	111
〈표 IV-64〉 판매채널 만족도	112
〈표 IV-65〉 판매채널별 변경 의향	113
〈표 IV-66〉 보험가입 시 고려 사항 순위	114
〈표 IV-67〉 보험 거래 결정 유형	114
〈표 IV-68〉 보험가입 촉진 요인	116
〈표 IV-69〉 온라인 보험 거래 이용 의향	117
〈표 IV-70〉 기업성 보험의 온라인 거래 이용 의향이 낮은 이유	118

그림 차례

〈그림 II-1〉 일반손해보험의 고객군별 분류	9
〈그림 II-2〉 손해보험 종목별 원수보험료 구성비 변동 추이	14
〈그림 IV-1〉 제조업종 중소기업의 중대재해처벌법 리스크 인식도	56
〈그림 IV-2〉 제조업종 중소기업의 리스크관리 중요성 인식도	57
〈그림 IV-3〉 제조업종 중소기업 보험 인식 특성(1)	60
〈그림 IV-4〉 제조업종 중소기업 보험 인식 특성(2)	61
〈그림 IV-5〉 제조업종 중소기업 보험 인식 특성(3)	62
〈그림 IV-6〉 제조업종 중소기업의 통합 보험가입률 현황	64
〈그림 IV-7〉 제조업종 중소기업의 보험가입 건수 분포	65
〈그림 IV-8〉 제조업종 중소기업 보험료 분포	66
〈그림 IV-9〉 제조업종 중소기업 보험가입금액 분포 현황	67
〈그림 IV-10〉 제조업종 중소기업의 재물보험 가입률	71
〈그림 IV-11〉 재물보험 유형 간 전환 의향	100
〈그림 IV-12〉 보험사고 경험	107
〈그림 IV-13〉 보험회사 변경 경험	108
〈그림 IV-14〉 판매채널 변경 경험	111

A Study on Risk Management and Insurance Subscription among SME in Korea

In the United States, the United Kingdom, and Germany, the SME insurance market constitutes a significant portion, encompassing more than 60% of the commercial lines. Researches on overseas SME insurance markets have covered various fields, including risk management, insurance subscription status, new insurance demands, and customer satisfaction. In contrast, there were few basic studies on the SME insurance market in Korea. This study aims to comprehensively investigate the risk management and insurance subscription status of SMEs to serve as a starting point for domestic research.

Initially, the study estimates the size of the domestic SME insurance market. In the field of commercial line(non-life insurance), the SME accounts for 34.2% of the market. It shows low maturity of domestic SME commercial lines compared to major foreign counterparts. The new findings shown by this study are that, unlike other countries, long-term insurance products are important components of the SME insurance market.

To understand the specifics of SME insurance market characteristics, the study employs surveys and focus group discussions(FGD). The survey sample comprises 1,001 SME in the manufacturing industry with factories. The FGD was conducted on two groups, the people in charge of insurance and the insurance sales channels, to unveil the causes and characteristics of insurance subscription behavior that could not be identified in the surveys.

The SME survey encompasses risk management, corporate attitudes towards in-

insurance utilization, insurance subscription status, future insurance demand, characteristics of insurance transaction experience, and potential changes in insurance transaction behavior in the future.

According to the findings, SME in the domestic manufacturing industry exhibits low awareness of risk management, and the insurance subscription rate, excluding fire insurance and group accident insurance, is notably low. The additional insurance demand among SMEs in the manufacturing industry ranges from 8.1% to 23.9% for each product and rider.

The research and analysis outcomes are expected to offer valuable insights for formulating policies to reduce protection gap of SME and developing strategies for insurance providers to tap into the SME market.

미국, 영국, 독일 등에서 중소기업 보험시장은 기업성 보험시장의 60% 이상의 비중을 차지하는 주요 시장이다. 해외 중소기업 보험시장 연구는 리스크관리, 보험가입 현황, 신규 보험 수요, 보험가입 행태 등 다양한 분야에 걸쳐 있다. 이에 반해 국내 중소기업 보험시장에 관해서는 기초 연구조차 거의 존재하지 않는다. 본 연구는 국내 연구를 위한 출발점을 제공할 목적으로 중소기업의 리스크관리와 보험가입 현황을 종합적으로 조사했다.

먼저 본 연구는 국내 중소기업 보험시장 규모와 비중을 추정했다. 일반손해보험 영역에서 중소기업 보험시장은 기업성 보험의 34.2%로 추정되었다. 이는 국내 중소기업 보험시장이 해외 주요국에 비해 성숙하지 않았음을 보여준다. 본 연구는 중소기업 보험시장에서 장기재물보험 2.7조 원을 포함한 장기보험이 중요한 비중을 차지한다는 점을 밝혔다.

본 연구는 중소기업 보험시장의 특성을 보다 구체적으로 파악하기 위해 설문조사와 정성조사를 수행했다. 설문조사 표본은 공장을 보유한 제조업종 중소기업 1,001개였다. 설문조사에서 파악할 수 없는 보험가입 행태 특성을 밝히기 위해 본 연구는 중소기업 보험담당자와 판매채널을 대상으로 그룹 인터뷰를 병행했다.

중소기업 설문조사는 중소기업 리스크관리, 중소기업의 보험 활용에 대한 태도, 보험가입 현황, 향후 보험 수요, 보험 거래 경험 특성, 향후 보험 거래 행태 변화 가능성으로 구성되어 있다. 본 연구는 이러한 조사 분야별로 설문조사 및 정성조사 결과를 정리했다. 설문조사를 통해 국내 제조업종 중소기업은 리스크관리 의식이 높지 않고, 재물보험과 단체상해보험을 제외한 보험가입률이 상당히 낮은 수준을 보이는 것으로 나타났다. 제조업종 중소기업의 추가 보험 수요는 상품 및 특약별로 8.1~23.9%의 분포를 가진다.

본 연구의 조사 및 분석 결과는 향후 국내 중소기업의 보장 공백 해소를 위한 정책 수립과 보험공급기관의 중소기업 시장 접근 전략 수립에 많은 시사점을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

1. 연구 배경과 목적

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

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

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

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

2. 선행 연구

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

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

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

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

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

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

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

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

3. 연구내용과 방법

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

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

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

이러한 조사방법론에 기반하여 수행한 연구 결과를 다음과 같이 정리했다.

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

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

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

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

II

중소기업 보험시장 현황과 이슈

1. 기업성 보험의 정의와 현황

가. 기업성 보험의 정의

기업은 사업 활동과 관련된 리스크를 전가하기 위해 다양한 보험상품 및 공제상품을 가입한다. 이렇게 사업 활동으로부터 발생하는 예상치 못한 손실로부터 기업을 보호하기 위한 보험을 기업성 보험(Commercial insurance)이라고 한다.³⁾

기업성 보험은 일반적으로 손해보험의 한 영역으로 인식된다. 국내에서 사용되는 기업성 보험이란 용어도 그러하다. 국내 보험업을 규율하는 기본 법령인 보험업법은 보험종목을 정의할 뿐 기업성 보험을 별도로 정의하고 있지 않다. 기업성 보험이란 용어는 보험업법의 하위 규정인 행정규칙 중 보험업감독규정에서 등장한다. 이 개념은 보험업법상 보호 대상인 일반보험계약자와 구별되는 전문보험계약자를 정의하는 데 사용된다.⁴⁾ 보험업감독규정에 따르면 전문보험계약자의 범위⁵⁾에 기업성 보험계약을 체결하려는 자가 포함된다. 여기서 기업성 보험은 일반손해보험 중 가계성 일반손해보험과 자동차보험을 제외한 것을 의미한다.⁶⁾ 가계성 보험은 개인 또는 가계의 일상생활 중 발생하는 위험을 보장하는 보험을 의미한다.

이러한 기업성 보험은 리스크의 거대성 및 개별성, 보험자와 계약자 간 대등한 계약 관계라는 특징을 지닌다. 기업성 보험의 보장 위험은 거대성 및 개별성을 가지고 있어 기업성 물건에 대해 비통계요율 적용을 허용하는 등 특수성을 인정한다.⁷⁾ 다음으로 기업성 보험

3) Investopedia website(2023), "What Is Commercial Insurance?"를 참조함. 기업성 보험은 Commercial insurance 이외에 Business insurance, Commercial line이라고도 불림

4) 보험업감독규정 제1-4조의2(전문보험계약자의 범위)

5) 전문보험계약자는 국가, 한국은행, 민간 또는 공적 금융기관, 주권상장법인, 지자체, 단체보험계약을 체결하고자 하는 자, 기업성 보험계약을 체결하고자 하는 자 등으로 구성됨

6) 보험업감독규정 제1-2조(정의)

7) 보험업감독규정에서 비통계요율 사용 가능(제7-73조), 비통계요율 사용 시 신상품 출시 관련 사전 신고기준 면제

의 계약자는 보험회사와 대등한 경제적 지위에서 계약조건을 정할 수 있으므로 “보험계약자 등의 불이익변경 금지의 원칙”⁸⁾의 예외를 인정하고 계약자를 보호하기 위해 보험회사에 부여된 각종 규제를 완화한다.⁹⁾

그렇다면, 기업성 보험은 일반손해보험¹⁰⁾ 보험종목 중 어떤 것을 의미할까? 일반손해보험 보험종목은 보험업법, 보험업법시행령, 보험업감독규정에 다양하게 정의되어 있다. 본 연구는 이 중 보험업감독업무시행세칙 별표 14 <부표 1>의 보험종목 분류를 기준으로 기업성 보험을 정의한다.¹¹⁾ <표 II-1>는 화재보험, 해상보험, 기술보험, 근로자재해보상보험(이하 ‘근재보험’이라 함), 책임보험, 상해보험, 권리보험, 기타보험 중 본 연구에서 사용하는 기업성 보험을 정리한 것이다.¹²⁾

(제7-48조), 비통계요율 사용 시 기초서류에 보험요율 기재 면제(제7-64조) 등이 규정되어 있음

- 8) 상법 제663조 (보험계약자 등의 불이익변경 금지) 이 편의 규정은 당사자간의 특약으로 보험계약자 또는 피보험자나 보험수익자의 불이익으로 변경하지 못한다. 그러나 재보험 및 해상보험 기타 이와 유사한 보험의 경우에는 그러하지 아니하다.
- 9) 보험업감독규정에서 보험사가 소비자에게 계약관리내용(년1회) 제공할 의무면제(규정 제7-45조), 상품설명서, 상품요약서, 기초서류 인터넷 공시의무 면제(규정 제7-45조), 약관이해도 평가 제외(규정 제7-82조) 등이 규정됨. 다만, 기업성 보험을 가입하는 전문보험계약자에 대한 보험자 의무 면제가 상황에 따라 작용되지 않은 경우도 존재함. (예를 들어) 해상보험에서 중소계약자에 대하여 보험자의 설명의무를 요구하는 판례도 있음
- 10) 보험업법에서는 손해보험이라는 용어를 사용하지만, 보험업감독규정 및 실무에서는 일반손해보험이라는 용어를 사용함. 일반손해보험의 개념은 손해보험회사가 판매하는 보험종목 중 장기손해보험과 구별하기 위한 것임. 장기손해보험은 손해보험회사가 개발하여 판매하는 보험상품 중 보험기간이 3년 이상인 것을 의미함. 보장하는 리스크 종류에 따라 장기인보험(질병보험, 상해보험, 간병보험), 장기재물보험으로 구분하기도 함
- 11) 이 분류 기준은 손해보험회사가 금융감독당국에 제출하는 손해보험 업무보고서의 사업실적표(보험업감독규정시행세칙 별지 제26호 손해보험업무보고서 AI059 사업실적표)에서 사용하는 보험종목 구분과 일치함
- 12) 다만, 서울 편익상 보험업감독업무시행세칙 별표 14 <부표 1>의 일반손해보험 보험종목 중 보증보험을 제외하였음

〈표 II-1〉 기업성 일반손해보험의 종류

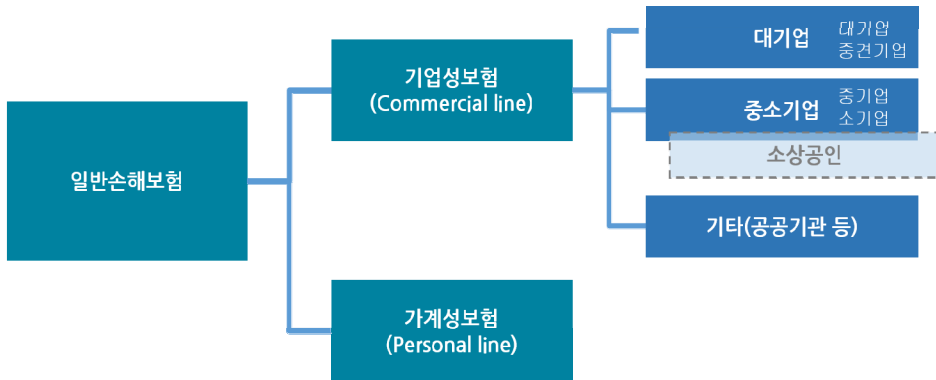
구분		내용
화재 보험	일반화재	주택이나 공장을 제외한 일반 건물 및 그 수용 동산의 화재 보장
	공장화재	공장 건물 및 그 수용 동산의 화재 보장
해상 보험	선박	선박에 대한 손해를 보장
	적하	화물의 해상운송 위험을 보장
	운송	육상 및 내륙 운송 화물의 위험 보장
	항공	항공기 관련 손해 보장, 손해배상책임 보장
기술 보험	건설	건설공사 중 공사 목적물에 생긴 손해 및 손해배상책임 보장
	조립	조립 공사 중 조립 목적물에 생긴 손해 및 손해배상책임 보장
	기계	기계에 대한 손해 보장
	전자기기	전자기기에 대한 손해 및 자료복구 비용 등을 보장
근로자 재해보상 보험	국내	국내 근로자에게 생긴 산업재해보상보험법 상 재해보상책임 보장 및 법률상의 보상책임을 초과하여 사용자가 부담하게 되는 민법상의 사용자배상책임을 보장
	해외	해외근로자에게 생긴 업무상재해로 인하여 피보험자가 부담하는 산업재해보상보험법상 재해보상책임 보장 및 사용자배상책임 보장
	선원	선원법상 재해보상책임 및 사용자배상책임 보장
	직업훈련생	직업훈련생에 대한 근로자직업훈련촉진법상의 재해보상책임 보장 및 사용자배상책임 보장
책임 보험	일반배상	시설 및 업무수행에 기인하여 타인의 신체나 재물에 손해를 입힘으로써 발생하는 손해배상책임 보장
	생산물	피보험자가 제조, 판매 또는 취급한 재물이나 작업 결과에 기인한 배상책임 손해 보장, 생산물의 결함에 의한 사고로 배상책임이 발생되었거나 발생 우려가 있는 경우 생산물 회수비용 보장, 생산물 자체의 하자나 결함을 보상
	전문직업인	전문직업인이 사람의 신체에 관한 전문직업상의 행위로 부담하게 되는 손해배상책임 보장, 전문직업인이 전문직업상의 행위로 부담하게 되는 손해배상책임 보장
상해 보험	단체상해	단체 또는 기업 구성원 대상 급격하고 우연한 사고로 피보험자의 신체에 상해를 입은 경우의 손해 보장
종합 보험	기업성	기업의 재물손해, 손해배상책임 및 구성원의 신체 손해 보장 중 두가지 이상의 손해를 보장
기타		유리보험, 원자력보험, 비용보험, 농작물재해보험, 가축재해보험, 풍수해보험, 상금보상보험, 기타

주: 보험종목의 종류 중 기업성 보험 중심으로 편집하였고, 보증보험, 재보험 등을 제외함

자료: 보험업감독업무시행세칙 [별표 14] 표준사업방법서 제5-13조 관련 〈부표 1〉

여기서 일반손해보험이란 보험료 산출 시에 할인율을 적용하지 않고 순보험료가 위험보험료만으로 구성된 손해보험을 말한다. 일반손해보험은 고객이 누구인지를 기준으로 가계성 보험과 기업성 보험으로 구분할 수 있다. 기업성 보험은 다시 고객군을 기준으로 대기업, 중소기업, 기타로 세분화될 수 있다. 이를 정리한 그림이 <그림 II-1> 일반손해보험의 고객군별 분류이다.

<그림 II-1> 일반손해보험의 고객군별 분류



그런데 국내 기업들은 앞에서 나열한 기업성 일반손해보험의 보험종목 이외의 보험종목에도 가입한다. 장기재물보험, 장기단체상해보험, 생명보험, 보증보험, 자동차보험 등이 그것이다. 본 연구는 기업성 보험의 연구 범위에 일반손해보험 이외에 장기재물보험과 장기단체상해보험, 신용보험을 포함하고, 보증보험, 생명보험, 자동차보험을 제외하고자 한다.

국내 기업이 가입하는 보험 중 다른 국가에서 거의 발견되지 않는 보험종목으로 장기재물보험과 장기단체상해보험이 있다. 장기보험은 일반적으로 보험기간이 3년 이상인 보험을 의미한다. 일반손해보험이 보험료 산출 시에 할인율을 적용하지 아니하고 순보험료가 위험보험료만으로 구성된 것과 비교하여 장기보험은 보험료 산출 시에 할인율을 적용하고, 순보험료에 위험보험료뿐만 아니라 만기환급금 등을 위한 적립보험료를 포함하는 특성이 있다.

먼저, 장기재물보험은 화재손해와 배상책임손해를 보장하면서 보험 만기 시 만기환급금을 지급하는 상품이다. 장기재물보험은 국내에서 손해보험회사 및 손해공제기관이 판매한다. 생명보험회사는 장기재물보험을 판매할 수 없다. 장기재물보험은 기업성 보험과 가

계성 보험으로 구분되는데, 가계성 보험은 주택화재와 일상생활배상책임을 주된 보장 내용으로 하고, 기업성 보험은 공장 또는 일반 건물의 화재손해와 관련 배상책임손해를 주된 보장 내용으로 한다. 장기재물보험은 만기환급금을 위한 적립보험료가 부가되어 순수 보장형 화재보험보다 보험료가 비싸다. 기업성 장기재물보험은 대표적인 기업성 일반손해보험인 화재보험 및 기업성 종합보험의 대체재라고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 장기재물보험을 국내 기업의 리스크관리 수단 중 하나로 보고 연구 범위에 포함했다.

또 다른 기업성 장기보험으로 장기단체상해보험이 있다. 이러한 유형의 단체상해보험은 주로 종업원의 재해 또는 상해¹³⁾에 따른 사망이나 장해에 대해 보험가입금액에서 정한 정액의 보험금을 지급한다. 산업재해보상보험(이하 '산재보험'이라 함)에 비해 업무 외의 사유에 따른 종업원의 사고도 보장한다. 산재보험의 보험금에 추가로 보험금을 중복 지급하여 종업원의 인적 리스크 대응을 강화한다. 또한 이 보험은 상품 설계에 따라 입원, 수술, 통원을 보장하거나, 질병 진단 급부를 보장하기도 한다. 이런 유형의 단체상해보험은 손해보험회사의 장기손해보험으로 판매되기도 하고, 생명보험회사 상해보험으로 판매되기도 한다. 이 상품은 만기환급금을 위한 적립보험료가 부가되어 있어 순수보장형 보험보다 보험료 수준이 높다. 장기단체상해보험은 기업 입장에서 일반손해보험의 보험종목에 속하는 단체상해보험의 대체재이기 때문에 본 연구의 연구 범위에 포함했다.

다음으로 기업성 보험에 보증보험과 신용보험이 포함될 수 있는지 살펴보자.

기업은 거래상대방의 요구에 따라 보증에 가입하기도 한다. 계약이행보증이나 금융성보증(대출관련 보증)이 대표적이다. 이러한 보증상품은 보험회사가 제공하는 경우 보증보험, 공제기관이 제공하는 경우 보증공제라고 불리고, 은행, 증권 등에서 제공할 때는 보증이라고 한다. 보증, 보증공제, 보증보험은 채권자를 위해 채무자가 가입하는데 그 본질은 채권자-채무자-보증인 3자 간에 이루어지는 민법상 법인보증계약이다.¹⁴⁾ 따라서 보증보험 또는 보증공제는 그 이름에도 불구하고 보험 또는 손해공제에 속한다고 볼 수 없다.

국내 보증보험회사는 보증보험 이외에 신용보험을 판매하고 있다. 신용보험은 상품 또는 용역을 제공하는 기업이 구매자의 지급불능이나 이행지체로 인해 발생하는 손실을 보상받기 위해 스스로 보험계약자 겸 피보험자가 되어 가입하는 보험이다.¹⁵⁾ 신용보험은 보

13) 손해보험회사는 상해를 보장하고, 생명보험회사는 재해를 보장함

14) 조재린 외(2021), 보증과 보증보험의 성격에 관해서 p.104를 참조하기 바람

15) 조재린 외(2021), pp.104~105

증보험과 달리 상품 및 서비스 제공 기업이 스스로 가입 여부를 결정한다. 이런 의미에서 신용보험은 보증과 달리 이론적으로 손해보험의 고유영역에 속한다.¹⁶⁾ 국내에서 신용보험은 SGI서울보증보험, 신용보증기금, 한국무역보험공사에서 판매하고 있다. 신용보험 중 단기수출보험의 경우 국내 손해보험회사도 판매할 수 있다.

본 연구는 기업성 보험에 신용보험을 포함하고, 보증보험을 제외한다.

기업은 생명보험을 가입하기도 한다. 종업원이나 경영자를 위해 정기보험과 종신보험을 가입하는 경우가 존재한다.¹⁷⁾ 이러한 생명보험가입은 기업의 리스크관리 수단으로서의 성격이 어느 정도인지 판단하기 어렵다. 본 연구에서는 생명보험을 기업성 보험의 범위에서 제외한다.¹⁸⁾

마지막으로 본 연구에서 자동차보험을 제외하는 이유는 다음과 같다. 사실 대부분 기업들이 자동차보험을 가입한다. 영업용 자동차를 가진 운송업체의 경우 자동차보험료는 핵심 원가 요소이다. 그렇지 않은 기업도 업무용 자동차¹⁹⁾로 인해 자동차보험료가 원가 요소의 하나이다. 그럼에도 불구하고 본 연구에서 자동차보험을 제외하는 것은 다른 기업성 보험종목과 함께 다루기에는 단일 보험종목으로 너무 비중이 큰 종목이기 때문이다. 기업성 자동차보험은 별도의 주제로 분석이 필요한 종목이다. 또한, 자동차보험은 자동차손해배상보장법 및 운송업체의 관련 법령에 따라 보험가입이 의무화되어 있다.²⁰⁾ 본 연구는 중소기업의 보장 공백에 초점을 맞추고 있기 때문에 의무보험 중심의 자동차보험을 제외하는 것이 연구 목적에 더 부합할 것이다.

지금까지의 검토를 종합한 것이 <표 II-2>이다. 본 연구는 기업성 보험의 범위를 기업성 일반손해보험, 장기재물보험, 장기단체상해보험, 신용보험으로 한정했다. 보증보험, 생명보험, 자동차보험은 연구범위에서 제외했다.

16) 국내 보험업법에서는 신용보험을 보증보험으로 분류하여 보증보험회사에만 허용함. 다만, 단기수출보험에 한해 2016년부터 손해보험회사에 허용됨

17) 기업의 경영자를 포함한 핵심 인력 사망, 장애 등에 따른 기업 피해를 담보하기 위한 생명보험은 Keyman insurance라 불림. 또한 기업은 저축성보험인 양로보험, 생존보험, 연금보험을 가입하기도 함

18) 실제 설문조사에서 기업들이 설문조사 문항 이외에 기타 보험으로 응답한 보험은 대부분 경영자종신보험이었음

19) 다만, 업무용 자동차를 소유하지 않고 렌트카를 사용하는 경우 보험료가 발생하지 않음

20) 임의보험의 경우에도 대다수가 가입하고 있음

〈표 II-2〉 연구 대상 기업성 보험의 범위

포함	제외
기업성 일반손해보험 장기재물보험 장기단체상해보험 신용보험	보증보험 생명보험 자동차보험

리스크 전가 수단을 제공하는 공급기관은 보험업법에 의한 보험회사 이외에도 다양한 유형이 존재한다. 〈표 II-3〉은 기업성 보험 공급기관 현황을 보여준다. 건설공제조합, 전문건설공제조합, 한국해운조합, 한국선주상호보험조합 등 업종별 공제조합이 손해공제상품을 판매하는 기관이다. 새마을금고, 수협, 신협, 중소기업중앙회 등도 손해공제상품을 개발하여 판매할 수 있다. 공공기관 중에서도 기업에 대한 정책적 지원을 목적으로 민영보험회사에 제공하기 힘든 리스크 전가 수단을 제공하는 경우가 있는데 신용보험을 공급하는 신용보증기금, 한국무역보험공사 등이 대표적이다.

〈표 II-3〉 기업성 보험 공급기관 현황

구분	공급기관	판매상품
보험회사	보험업법에 따른 손해보험회사	일반손해보험 장기재물보험 장기단체상해보험 단기수출보험(신용보험)
	보험업법에 따른 보증보험회사	신용보험
	보험업법에 따른 생명보험회사	장기단체상해보험
공공기관	신용보증기금, 한국무역보험	신용보험
공제조합 및 유사기관	수협, 새마을금고, 신협	손해공제 ¹⁾ 장기손해공제 정책성보험 ²⁾
	건설공제조합, 전문건설공제조합, 전기공사공제조합 정보통신공제조합, 소방공제조합	
	중소기업중앙회	
	한국해운조합, 한국선주상호보험조합, 조선공제	선주상호책임보험(Protection & Indemnity, P&I), 선박공제, 여객공제
	한국LPG가스판매중앙회, 한국LPG산업협회공제, 어린이집안전공제,	배상책임공제, 상해공제

주: 1) 화재공제, 배상책임공제, 특종공제, 근로자재해공제, 건설공사공제, 단체상해보험 등 다양한 상품이 존재함

2) 어선재해보장보험, 어선원재해보장보험, 양식재해보험 등이 있음

자료: 송윤아·한성원(2020)을 참고하여 연구자가 작성함

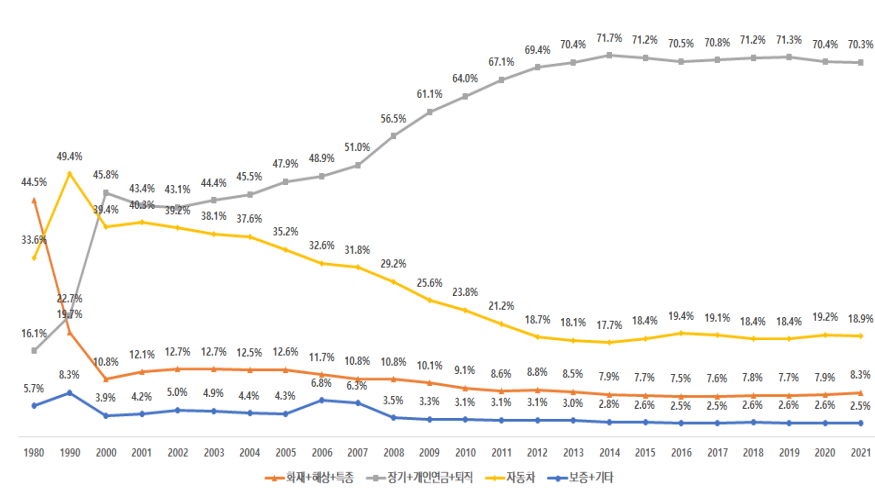
나. 국내 기업성 보험의 낮은 시장 지위

리스크관리는 기업의 가치 극대화 과정에서 필수 불가결한 활동의 하나이다. S&P, 무디스 등 세계적인 신용평가기관의 기업 평가에서 리스크관리시스템의 평가는 핵심 평가 기준의 하나로 자리를 잡았다. 리스크 식별, 통제, 재무 활동이 체계적으로 이루어지고 있는 기업의 경우에도 대규모 손실리스크를 피할 수 없기 때문에 기업성 보험은 가장 효과적이고 효율적인 리스크 전가 수단이다. 기업 파산 리스크의 감소 나아가 이와 관련된 재원 조달 비용 측면에서도 보험은 매우 효과적인 파산 리스크 및 파산 비용 감소 수단이다. 또한 기업성 보험은 사전적인 위태(Hazard) 감시, 사후적인 손실보상 및 복구를 보험회사라는 리스크관리 전문가를 통해 효과적으로 달성하는 수단이기도 하다.

해외 주요국에서 기업성 보험은 가계성 보험과 함께 보험시장의 양대 축을 이루고, 국가에 따라서는 기업성 보험의 비중이 더 큰 경우도 있다. 기업 리스크관리와 사후적 회복탄력성 측면에서 기업성 보험은 주요국 경제 시스템에서 중요한 역할을 수행하고 있는 것이다. 이러한 상황과 비교할 때 국내 보험산업은 생명보험, 장기손해보험, 자동차보험 등 가계성 보험을 중심으로 성장하였고, 기업성 보험은 크게 발전하지 못한 상황이다.

이러한 현실은 국내 손해보험산업 내에서 일반손해보험의 시장 지위 변화 추세를 보면 잘 알 수 있다. 국내 일반손해보험은 주로 기업성 보험 중심으로 이루어져 있다. 〈그림 II-2〉 손해보험종목별 구성비 변동 추이에서 볼 수 있듯이 국내 손해보험산업에서 1980년대 40%를 차지하던 기업성 보험 중심의 일반손해보험 비중은 2020년대에 7%대까지 하락하였다.

〈그림 II-2〉 손해보험 종목별 원수보험료 구성비 변동 추이



자료: 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도

손해보험산업의 매출 구성비에서 일반손해보험의 비중 하락은 공급과 수요 양 측면에서 설명할 수 있다. 보험 공급 측면에서 손해보험산업은 1990년대부터 보험설계사 채널을 중심으로 가계를 대상으로 한 장기손해보험 중심의 성장 전략을 추진해 왔고, 이는 현재도 진행 중에 있다. 다만, 장기손해보험 성장의 중심 채널은 설계사 채널에서 독립대리점 채널(GA)로 변화했다. 보험 수요 측면에서 가계성 고객 중심의 장기보험은 저축성 보험, 건강보험, 운전자보험, 통합보험, 장기간병보험 등이 순차적으로 성장 동력으로 작용하면서 보험침투율이 급격히 높아졌다. 반면, 일반손해보험은 대기업 고객을 위주로 한 기업성 보험 중심으로 발전하였는데, 기업의 낮은 리스크관리 의식과 보험료의 비용 중심 인식으로 대기업의 경우조차도 보장 공백이 높은 것으로 알려져 있다. 본 연구는 국내 기업성 보험 중에서도 보장 공백이 크고 시장 형성이 불충분한 것으로 알려진 중소기업의 보험시장 현황을 자세히 탐색함으로써 국내 기업성 보험의 저성장의 원인 중 하나를 분석하고자 한다. 이러한 의미에서 중소기업 보험시장 연구는 국내 손해보험산업의 새로운 성장동력 탐구라는 성격을 지닌다.

다. 국내 기업성 보험시장 현황

1) 선행 연구 검토

기업성 보험시장 규모를 제시한 선행 연구는 보험개발원(2022a)과 송윤아·한성원(2020)이 있다.

보험개발원의 기업성 보험 통계분석보고서는 손해보험회사의 통계를 기준으로 기업성 보험을 분류한다. 이 보고서의 방법론을 적용할 경우, <표 II-4>에서 보는 바와 같이 2022년 기준 기업성 보험 보험료는 5조 2,854억 원, 일반손해보험 총 보험료의 45.3%이다. 이 분석은 기업성 보험에 대해 보험종목별로 구분하여 업종별, 가입금액별 구성비 등 세부 구성비를 제시한 유일한 사례라는 의미가 있다.

〈표 II-4〉 보험개발원 제시 기업성 보험 현황

(단위: 건, %)

구분		2020	2021	2022	'22년 성장률 (전년 대비)
화재	건수	355,484	366,298	356,266	-2.7
	보험료	204,740	208,759	213,787	2.4
해상	건수	2,836,877	3,531,940	2,983,964	-15.5
	보험료	699,833	742,090	874,784	17.9
기술	건수	17,882	19,509	20,677	6.0
	보험료	298,704	365,398	441,662	20.9
배상	건수	1,797,175	1,563,601	1,699,498	8.7
	보험료	1,212,367	1,347,045	1,473,690	9.4
종합	건수	274,917	300,137	310,577	3.5
	보험료	1,671,344	2,000,825	2,281,468	14.0
합계	건수	5,282,335	5,781,485	5,370,982	-7.1
	보험료	4,086,988	4,664,117	5,285,391	13.3
	구성비 (총보험료비)	42.6	43.3	45.3	2

자료: 보험개발원, 『2022년 기업성 보험 통계분석보고서』; 2022년 실적은 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 참조하여 작성함

하지만, 이 분석은 기업성 보험을 화재보험, 종합보험, 배상책임보험, 해상보험, 기술보험으로 제한하고 있다. 상해보험 중 단체상해보험, 특종보험 중 농작물재해보험, 농기계보험, 가축재해보험, 풍수해보험, 원자력보험 등 다양한 기업성 보험이 제외되어 있다. 따라서 국내 기업성 보험의 전체 모습을 파악하는 데 한계가 있다. 국내 기업성 일반손해보험 실적을 추정하기 위해서는 기업성 보험 통계분석보고서의 분석 방법론을 확장하여 다른 기업성 일반손해보험을 포함하는 것이 필요하다.

송윤아·한성원(2020)은 한국은행의 기업경영분석 통계를 이용하여 기업성 보험 규모를 제시하였다. 이 연구 방법론을 사용하여 2022년 실적을 보면, 기업성 보험료는 21조 2,259억 원이다. 이 연구는 기업 규모별 보험료, 업종별 보험료, 매출액 대비 보험료 비율 등을 제시하고 있다. 2022년 기준 전 산업 매출액 대비 보험료 비율은 0.38%이다. 기업 규모별로 보면, 대기업에 비해 중소기업 보험료가 크다. 중소기업 보험료는 전체 보험료의 69.3%를 차지한다. 매출액 대비 보험료 비율도 중소기업(0.66%)이 대기업(0.20%)보다 높은 것으로 나타났다.

〈표 II-5〉 기업경영분석의 기업성 보험료 현황(2022년)

(단위: 억 원, %)

구분		매출	보험료	매출액 대비 보험료 비율
전체		55,318,539	212,559	0.38
기업 규모	대기업	33,026,320	65,198	0.20
	중소기업	22,292,218	147,361	0.66
업종별	제조업	24,860,911	68,041	0.27
	비제조업	30,457,626	144,517	0.47

자료: 한국은행, 『2022년 기업경영분석』

여기서 기업성 보험료 실적은 보험개발원의 방법론에 비해 기업성 보험의 범위가 넓다. 따라서, 보험료 규모도 보험개발원의 수치보다 훨씬 크다. 하지만, 이 자료는 보험종목별 현황을 보여주지 못하는 한계가 있다. 한국은행 통계는 본 연구의 범위에서 제외한 자동차보험, 자동차공제, 보증보험 실적을 포함하고 있다. 〈표 II-6〉은 한국은행 통계에 포함된 자동차보험과 보증보험 실적의 추정치이다. 자동차보험 및 공제 실적은 6.7조 원²¹⁾

21) 2022년 기업성 자동차보험 실적 5.2조 원과 2021년 영업용 자동차공제 실적 1.5조 원을 합산한 것임

에 이를 것으로 추정된다. 기업성 보증보험 실적은 1.3조 원²²⁾으로 추정된다. 이를 합산하면 한국은행 기업경영분석의 보험료 실적 중 자동차보험 및 공제와 보증보험 규모²³⁾는 8조 원 수준으로 추정된다.

〈표 II-6〉 기업성 자동차보험(공제) 및 보증보험 현황

(단위: 조 원)

구분	보험료
영업용+업무용 자동차보험(손해보험) ¹⁾	5.2
자동차공제(버스/화물/택시/렌트카 등) ²⁾	1.5
기업성 보증보험(SGI서울보증보험) ³⁾	1.3
소계	8.0

주: 1) 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 집계함
 2) 보험개발원, 『2021년 보험통계연감』 자료를 기준으로 하되, 렌트카 실적은 한국공제신문(2022. 11. 16)을 참조함
 3) 보증보험 전체 실적은 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월) 기준이지만, 기업성 보증보험을 추정하기 위한 차감 항목인 신용보험 및 가계성 보증보험 추정치는 보험개발원, 『2021년 손해보험통계연보』 실적을 사 용함
 자료: 1) 보험개발원, 『2021년 보험통계연감』; 보험개발원, 『2021년 손해보험통계연보』, 단, 2022년 실적은 손해 보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 집계함
 2) 한국공제신문(2022. 11. 16), “렌터카공제조합, 창립 10주년 기념행사 개최”를 참조함

2) 기업성 보험시장 추정

앞서 설명한 바와 같이 이 연구에서 정의한 기업성 보험은 자동차보험을 제외한 일반손해 보험 및 일반손해공제, 장기재물보험, 장기단체상해보험, 신용보험 등이다. 각 보험종목 별로 기업성 보험 시장규모를 추정한다.

22) 2022년 SGI서울보증보험 전체 실적과 2021년 보증보험종목별 실적을 활용하여 기업성 보증보험 실적을 연구자 가 추정하였음
 23) 보증보험료, 보증공제료, 보증료는 손익계산서상 보험료 또는 수수료로 인식될 수 있음. 여기서는 기업들이 SGI서 울보증보험의 보증보험료 등을 손익계산서상 보험료로 인식하였다고 가정함. 실제에서는 보증보험료를 수수료로 인식할 수도 있고, 보증공제료를 보험료로 인식할 수도 있음

가) 기업성 일반손해보험

국내 손해보험산업의 종목별 보험료 중 기업성 보험과 가계성 보험의 명확한 구분이 가능한 종목은 화재보험과 종합보험이다. 화재보험의 경우 주택, 일반, 공장으로 구분되어 있고, 종합보험은 가계성 종합보험과 기업성 종합보험으로 구분되어 있기 때문이다. 화재보험 및 종합보험에서 기업성 보험 비중은 각각 66.9%, 99.2%이고, 2가지 종목을 합산할 경우 95.4%이다. 가계성 보험의 합산 비중은 4.6%이다.

해상보험, 기술보험, 근재보험은 모두 기업성 보험으로 분류할 수 있다. 배상책임보험의 경우, 개인배상책임보험을 제외하면 대부분 기업성 보험으로 볼 수 있다. 기타 특종보험 중 유리보험, 비용보험, 원자력보험, 상금보상보험 등은 기업성 보험에 속한다. 풍수해보험의 경우 주택은 가계성 보험인데 비해, 온실 및 소상공인은 기업성 보험에 속한다.

최종 수요자가 개인 또는 가계이지만, 보험상품 판매가 기업 채널을 통해 단체계약의 형태로 이루어지는 경우가 있다. 이런 경우는 계약자가 사업자이기 때문에 기업성 보험으로 보일 수 있다. 하지만, 이러한 계약 형태를 취하더라도 실질적인 보험료 납부와 피보험자가 개인 또는 가계이면 기업성 보험으로 분류하는 것이 타당하다고 보기 어렵다. 기업 간 계약을 통해 최종 소비자인 개인과 거래가 형성되는 이런 유형의 거래는 흔히 B2B2C²⁴⁾ 거래로 불린다. 이런 유형에 해당하는 것이 여행보험, 휴대폰보험, 부동산잔존가액보장보험(Residual Value Insurance, 이하 ‘RVI’라 함)²⁵⁾, 부동산권리보험, 아파트단체보험 등이다. 보험산업 실무에서는 이렇게 기업 간 보험계약을 통해 최종 소비자를 확보하는 경우를 기업성 보험으로 분류한다. 하지만 본 연구에서는 이를 가계성 보험으로 분류하고자 한다.

상해보험의 경우 단체상해보험은 명확히 기업성 보험이고, 개인상해보험은 명확히 가계성 보험이다. 여행보험은 대부분 가계성 보험이다.²⁶⁾ 여행보험의 경우 개인이 여행사를 통해 가입하는 경우 보험산업 실무에서는 기업성 보험으로 분류하지만, 본 연구에서는 가계성 보험으로 분류한다.

24) Business to Business to Customer

25) RVI에는 휴대폰 RVI, 부동산가격 RVI 등이 있음. 휴대폰 RVI의 보험료는 통신사의 마케팅 비용으로 지출되기 때문에 통신사가 보험료를 부담하는 기업성 보험의 성격도 강함. 하지만, 본 연구에서는 가계성 보험으로 분류함

26) 여행보험 중 출장 등 목적의 기업성 보험이 일부 있을 수 있으나 그 비중은 미미할 것으로 보임

휴대폰보험의 경우 주로 개인이 가입하지만 보험계약은 주로 통신대리점 등을 통해 이루어진다. 기업성 보험의 외형을 띠지만 보험료 납입 주체가 가계인 경우가 대부분이라 본 연구에서 휴대폰보험은 가계성 보험으로 분류한다.

금융기관의 부동산담보대출 시 담보부동산의 가격하락리스크를 담보하는 RVI, 부동산거래상 사기로부터 임차인이나 매수인을 보호하는 부동산권리보험 등도 최종 소비자도 가계가 대부분이다. 이 보험도 외형상 기업성 보험인데, 주로 대출을 하는 금융기관과의 계약 형태를 띠기 때문이다. 본 연구에서는 RVI와 부동산권리보험을 가계성 보험으로 분류한다.

농작물재해보험, 가축재해보험, 농기계보험은 농업인이 가입하는데, 농업이나 축산업을 위한 사업용 보험이므로 기업성 보험에 해당된다.²⁷⁾

국내 일반손해보험은 2022년 기준 9조 7,126억 원²⁸⁾이다. 이 중 종목별 구성비를 살펴보면, 화재보험 및 종합보험을 합친 비중이 27.1%로 가장 크고, 기타 특종보험이 24.1%, 상해보험 18.5%, 책임보험 14.3% 등이다. 2022년 국내 일반손해보험 실적을 앞에서 서술한 방법론에 따라 기업성 보험과 가계성 보험으로 구분한 결과가 <표 II-7>이다. 기업성 보험은 전체 원수보험료의 87.4%, 8조 4,874억 원으로 추정된다. 일반손해보험 중 대다수가 기업성 보험임을 확인할 수 있다. 해상보험, 기술보험, 근재보험, 책임보험, 농작물재해보험, 가축재해보험 등 다수의 보험종목은 전체 보험료 중 기업성 보험 비중이 100%이다. 기업성 보험과 가계성 보험이 혼재된 보험종목들에서 기업성 보험 비중이 높은 순서대로 살펴보면, 종합보험(99.2%), 상해보험(82.0%), 화재보험(66.9%), 기타특종보험(40.2%, 농작물재해보험 및 가축재해보험 제외) 등으로 나타난다. 기업성 보험의 종목별 구성비를 살펴보면, 화재보험 및 종합보험 비중 29.5%, 단체상해보험 17.4%, 책임보험 16.4%, 농작물재해보험 및 가축보험 15.1%, 해상보험 10.3%, 기술보험 5.2%, 기타특종보험(농작물재해보험 및 가축재해보험 제외) 5.0%, 근재보험 1% 등이다.

27) 다만, 한국은행, 『2023 기업경영분석』에서는 농업인의 농작물재해보험 보험료 중 상당 부분이 포함되어 있지 않음. 왜냐하면 농업인 중 상당수가 중소기업에 속하지 않기 때문임. 중소기업 통계상 소상공인을 포함한 농업 기업 수는 52,745개인데, 농작물재해보험가입 대상인 농업경영체(농업인 및 농업법인 포함) 수는 183만 개에 이릅니다.

28) 일반손해보험 실적 중 보증보험과 해외원보험을 제외한 수치임

〈표 II-7〉 국내 기업성 일반손해보험 추정

(단위: 억 원, %)

구분	원수보험료		기업성 보험			가계성보험	
	보험료	구성비	보험료	비중	구성비	보험료	비중
화재보험	3,195	3.3	2,138	66.9	2.5	1,058	33.1
종합보험	23,097	23.8	22,919	99.2	27.0	178	0.8
해상보험	8,762	9.0	8,762	100	10.3	-	0
기술보험	4,419	4.5	4,419	100	5.2	-	0
근재보험	872	0.9	872	100	1.0	-	0
책임보험	13,932	14.3	13,931	100	16.4	1	0
상해보험	17,993	18.5	14,760	82.0	17.4	3,233	18.0
질병보험	345	0.4	-	-	-	345	100
부동산권리보험	1,115	1.1	-	-	-	1,115	100
기타특종보험	23,396	24.1	17,074	73.0	20.1	6,322	27.0
농작물보험	10,595	10.9	10,595	100	12.5	-	0
가축보험 ¹⁾	2,235	2.3	2,235	100	2.6	-	0
기타 ¹⁾	10,567	10.9	4,244	40.2	5.0	6,322	59.8
계	97,126	100	84,874	87.4	100	12,253	12.6

주: 1) 보험회사 내부 자료, 2021년 실적 등에 기초한 추정치를 포함한 수치임

자료: 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 집계 및 추정함(보증보험 및 해외원보험 제외)

나) 기업성 장기재물보험 및 장기단체상해보험

국제적 비교 관점에서 국내 손해보험산업의 가장 큰 특징은 장기손해보험의 높은 비중이다. 장기손해보험은 보험기간이 3년 이상인 손해보험이다. 장기손해보험은 보험기간 동안 보험료가 변동하지 않고 만기환급금을 목적으로 한 적립보험료가 보험료의 한 구성 부분을 차지하는 특징을 지닌다. 보험계약이 종료되면 보험계약자는 만기환급금을 수령한다. 이러한 장기손해보험은 주로 가계성 보험의 성격을 지닌 것으로 인식된다. 하지만, 장기손해보험은 기업성 보험으로도 판매되고 있다. 장기손해보험시장에서 기업성 보험시장의 비중과 역할은 지금까지 제대로 알려져 있지 않고 분석의 대상이 된 적이 없다.

장기손해보험 중 장기재물보험은 화재손해 및 배상책임손해 등을 담보하는 보험이다. 장기재물보험은 가계의 주택화재를 보장하면서 만기환급금을 지급하는 보험도 있지만, 기업성 보험의 형태로도 판매된다. 기업성 보험으로서의 장기재물보험은 소상공인 및 기업의 건물 및 공장의 화재를 주담보로 하여 특약을 통해 영업활동 중의 배상책임손해 등 다

양한 위험을 담보하는 구조를 가진다.

〈표 II-8〉 장기재물보험의 유형

구분	보장담보		적립담보
	재물	배상책임	
가계성 보험	주택화재	일상생활배상책임	적립보험료
기업성 보험	일반화재 공장화재	영업배상책임 신체손해배상특약 대물배상책임특약	적립보험료

장기재물보험은 2022년 기준으로 원수보험료가 4조 원에 이른다. 하지만 장기재물보험 실적은 기업성 보험과 가계성 보험으로 별도로 구분되어 있지 않다. 본 연구는 기업성 장기재물보험 실적을 추정하기 위해 국내 주요 손해보험회사의 내부 분석 자료를 활용했다. 추정에 사용된 손해보험회사의 실적은 전체 장기재물보험 실적의 47.5%를 차지한다. 내부 분석자료에서 나타난 기업성 보험 비중은 76%였다. 연구자의 기업성 장기재물보험 비중 추정치는 68~76%²⁹⁾이다. 이를 보험료 실적으로 환산하면 기업성 장기재물보험은 2.7~3.0조 원 수준으로 추정된다.

〈표 II-9〉 장기재물보험 중 기업성 보험 추정

장기재물보험	기업성 보험 비중	가계성 보험 비중
3조 9,914억 원	68~76%	24~32%

자료: 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 연구자가 추정함

일반손해보험의 단체상해보험과 달리 장기단체상해보험은 손해보험회사 및 생명보험회사 모두 판매한다. 장기단체상해보험 실적은 보험회사 업무보고서의 영업실적 공시 자료를 기준으로 추정하기 어렵다. 손해보험회사의 장기단체상해보험은 장기손해보험 중 상해보험의 일부이고, 생명보험회사의 장기단체상해보험은 단체보험의 보장성 보험 중 기타 보

29) 내부 분석자료를 제공한 손해보험회사는 2개사임. 나머지 손해보험회사들의 장기재물보험 중 기업성 보험 비중은 60~76%로 가정하였음. 화재 및 배상책임담보의 연간 경과위험보험료 중 기업성 담보의 비중을 보여주는 산업통계(보험개발원 통계)는 기업성 보험 비중이 압도적으로 높은 수준을 보였음. 위험보험료 비중보다 가계성 보험의 비중이 높은 것은 가계성 보험에서 적립보험료 비중이 더 크기 때문으로 추정됨

험의 일부이다. 더욱이 그 비중은 매우 미미한 수준으로 추정된다. 장기단체상해보험의 실적 추정은 보험회사 내부 통계 자료나 설문조사를 통해 추가적인 연구가 필요하다.

다) 손해보험산업 이외 기업성 손해공제 추정

기업성 보험시장의 전체 모습을 파악하기 위해서는 보험회사 실적뿐만 아니라 공제기관이 판매하는 손해공제상품 실적을 별도로 취합하고 분석할 필요가 있다. 하지만, 현재 공제기관은 기업성 손해공제 실적을 별도로 구분하여 공시하지 않는다. 본 연구는 주요 공제기관의 손해공제상품 실적을 살펴보고, 논리적 추론을 통해 기업성 손해공제상품 실적을 추정하였다.

실적 집계가 이루어진 주요 공제기관 중 손해공제료가 가장 큰 기관은 수협이다. 수협은 어민을 대상으로 한 정책성 보험을 판매하고, 손해공제상품도 공급한다. 어민을 대상으로 한 정책성 보험은 의무보험인 어선재해보상보험과 어선원재해보상보험과 임의보험인 양식수산물재해보험이 있다. 어민, 양식업자 등이 가입하는 이들 정책성 보험은 어업인의 사업리스크를 보장하는 보험으로 기업성 보험으로 분류할 수 있다. 2021년 기준 실적을 보면, 어선·어선원재해보상보험 2,533억 원, 양식수산물재해보상보험 242억 원에 이른다. 정책성 보험 이외의 손해공제상품 실적은 142억 원이다. 수협의 공제료 2,900억 원은 기업성 손해공제 실적으로 추정된다.³⁰⁾

새마을금고와 신협도 화재공제, 특종공제, 장기손해공제를 판매하는데 상당수가 기업성 공제로 추정된다. 손해공제 실적은 각각 549억 원, 578억 원으로 추정했다.³¹⁾

중소기업중앙회는 파란우산공제, 제조물책임보험 등을 판매하는데 2021년 기준 실적이 195억 원이다. 건설업에서 다양한 공제조합이 존재하는데 대표적인 공제조합이 건설공제조합 및 전문건설공제조합이다. 2021년 기준 이들 공제조합의 손해공제 실적은 각각 550억 원, 664억 원이다.

30) 수협의 손해공제 중 가계성 공제가 일부 포함되지만, 집계에서 제외한 장기공제에도 기업성 공제가 존재한다는 점을 고려하여 전체 손해공제 실적을 기업성 손해공제 실적으로 추정함

31) 새마을금고의 기업성 손해공제 실적은 계약 건수 기준으로 가계성 손해공제 비중을 차감하였음. 신협의 경우 가계성 손해공제가 포함된 실적이지만, 기업성 손해공제로도 판매되는 장기공제 실적이 제외한 점을 감안하여 전체 손해공제 실적을 기업성 실적으로 추정함

선주들은 해상보험 이외에 선주책임상호보험을 가입한다. 이는 선박의 운항과 관련하여 발생한 사고로 인하여 제3자가 입은 손해에 대한 선주의 배상책임을 선주 상호 간에 담보하는 보험으로 P&I 보험으로 불리며, 해상보험 증권에서 담보하지 않는 위험을 담보한다. 이러한 선주책임상호보험을 제공하는 공제조합으로 한국해운조합과 한국선주상호보험조합이 있다. 각각 745억 원(2022년), 440억 원(2021년)의 공제로 실적을 거수했다.³²⁾

주요 공제기관의 기업성 공제로 실적은 <표 II-10>과 같이 6,621억 원 규모이다. 여기서 열거한 공제조합 이외에 다양한 공제조합³³⁾이 기업성 손해공제상품을 판매하고 있으므로 기업성 손해공제 실적은 표에서 집계한 실적보다 더 많다.

<표 II-10> 주요 기업성 손해공제 실적

(단위: 억 원)

구분	공제로	비고
수협	2,900	어선·어선원재해보상보험, 양식수산물재해보험, 손해공제
새마을금고	549	손해공제
신협	578	화재공제, 특종공제
신협	578	화재공제, 특종공제
중소기업중앙회	195	파란우산공제, PL 단체보험
건설공제조합	550	손해공제
전문건설공제조합	664	손해공제
한국해운조합	745	P&I 등
한국선주상호보험조합	440	P&I 등
합계	6,621	-

자료: 보험개발원, 『2021년 보험통계연감』; 건설공제조합(2023); 전문건설공제조합(2023); 한국해운조합(2023); 코리아쉬핑가제트(2023. 3. 28), “토종 해상보험사, 올해 10억 흑자 전망”

32) 한국해운조합(2023); 코리아쉬핑가제트(2023. 3. 28), “토종 해상보험사, 올해 10억 흑자 전망”

33) 2014년 기준 손해공제상품 제공 공제조합은 73개에 이른다. 송윤아·한성원(2020), pp. 15~18에서 인용함

라) 신용보험 추정

상품 및 서비스 거래를 행하는 기업들은 거래상대방의 매출채권 미회수 리스크에 직면한다. 이러한 리스크를 보장하는 상품을 통칭하여 신용보험이라고 한다. 신용보험에 해당하는 상품 명칭은 공급기관마다 조금씩 다른데 상업신용보험, 수출보험, 매출채권보험 등으로 불린다.

국내에서 신용보험은 민간 보험회사로 SGI서울보증보험, 공공기관으로 신용보증기금, 한국무역보험공사가 판매한다. 2016년부터는 손해보험회사도 신용보험의 한 종류인 단기수출보험을 판매한다. 신용보증기금과 한국무역보험공사는 정부 출연 기금을 바탕으로 기업 지원을 목적으로 민영 보험시장에서 제공하기 힘든 가격과 조건으로 신용보험을 공급하고 있다. 각 기관별로 제공하는 신용보험은 <표 II-11>과 같다. 중소기업 지원의 일환으로 정부 및 지방자치단체가 신용보험에 가입하는 중소기업들을 위해 보험료를 지원하기도 한다.

<표 II-11> 국내 신용보험 제공 현황

구분	상품	SGI서울보증 보험	신용보증 기금	한국무역 보험공사
신용보험	상업신용보험	○	○	○
	재무신용보험	○	-	○
	정치신용보험	○	-	○
	선급금신용보험	-	-	○

자료: 보험연구원·보험연구원 산학연구센터(2020)

신용보험 실적은 한국무역보험공사 및 SGI서울보증의 2021년 실적과 손해보험회사와 신용보증기금의 2022년 실적을 기준으로 총 6,179억 원으로 집계된다. 신용보험은 모두 기업성 보험으로 볼 수 있다.

〈표 II-12〉 신용보험 보험료 실적

(단위: 억 원)

제공기관	상품 구분	보험료
SGI서울보증	상업신용보험	507
손해보험회사	상업신용보험(단기수출보험)	35
한국무역보험공사	단기신용보험	1,936
	장기신용보험	3,120
	환보험	32
신용보증기금	매출채권보험	549
합계		6,179

자료: 보험개발원, 『2021년 손해보험통계연보』; 신용보증기금(2023), 단, 손해보험회사 실적은 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 집계함

지금까지 제시한 기업성 보험 실적 추정을 종합하면, 손해보험회사의 기업성 일반손해보험, 장기재물보험, 공제조합 등의 손해공제, 신용보험 공급기관에 의한 신용보험 등을 합산하여 12.2~12.8조 원에 이른다. 이 추정치에는 집계에 포함하지 않은 여러 손해공제조합 실적 및 장기단체상해보험 실적이 제외되어 있다.

3) 국내 기업성 보험시장의 평가

세계 기업성 보험시장 규모 추정은 손해보험시장을 중심으로 이루어지고 있다. 스위스리의 분석³⁴⁾에 따르면 2022년 세계 기업성 보험시장 규모는 8,400억 달러이다. 이중 재물보험은 37%인 3,100억 달러, 배상책임보험은 43%인 3,600억 달러, 기타 보험은 2,300억 달러이다. 국제 비교에서 우리나라 기업성 보험시장은 일반손해보험시장 전체 보험료 실적으로 정의된다. 이러한 기준으로 산출하면 국내 기업성 보험시장은 세계시장 대비 0.9%로 추정된다.³⁵⁾ 이 수치는 우리나라 보험시장의 세계시장에서의 지위와 점유율과 비교할 때 기업성 보험시장의 시장 지위 및 시장점유율이 상대적으로 낮음을 보여준다. 국내 보험시장은 생명보험과 손해보험을 합쳐서 2022년 기준 세계 7위 규모이고, 세계 시장점유율은 2.7% 수준이다. 손해보험시장으로 한정하더라도 세계 7위 규모이고 시장 점유율은 2.4%이다. 우리나라 손해보험시장의 높은 시장 지위는 국내 손해보험 매출의

34) Swiss Re(2023), p. 19

35) Swiss Re(2023)의 달러 기준 한국 손해보험 보험료에서 일반손해보험 실적 비중을 감안하여 추정한 수치임. 이 때 일반손해보험 실적 비중은 원화 기준 국내 손해보험산업 실적에서 일반손해보험 실적을 사용하였음

72%를 차지하는 장기손해보험시장에 의한 것으로 판단된다. 해외 손해보험시장과 동일 기준으로 국내 손해보험시장을 평가하려면 장기손해보험 실적을 제외한 실적(일반손해보험 및 자동차보험)을 기준으로 비교할 수 있다. 이 경우 국내 손해보험시장 지위는 세계 15위 수준으로 추정된다. 이 중 보험료 비중이 높은 자동차보험만의 시장 지위를 OECD 등의 통계를 기반으로 살펴보면, 우리나라보다 시장 규모가 큰 국가는 미국, 중국, 일본, 독일, 프랑스, 이탈리아 정도에 불과하다. 즉, 손해보험시장 중 자동차보험시장에서 우리나라 시장의 지위는 세계 7위, 시장점유율 1.9% 수준으로 추정된다. 따라서 장기손해보험과 자동차보험을 제외한 국내 기업성 보험시장은 다른 보험종목에 비교할 때 상당히 국제적으로 낮은 시장 지위를 가진다고 결론지을 수 있다.

〈표 II-13〉 국내 기업성 보험시장의 국제적 지위

(단위: 억 달러, %)

구분	시장규모 및 비중	비고	
세계 기업성 보험시장	8,400	재물	3,100억 달러
		배상	3,600억 달러
		기타	2,300억 달러
국내 기업성 보험시장의 비중	0.9	일반손해보험 실적 기준	
국내 전체 보험시장의 비중	2.7	세계 7위	
국내 생명보험시장의 비중	3.1	세계 9위	
국내 손해보험시장의 비중 (장기손해보험/자동차보험/ 일반손해보험 합산)	2.4	세계 7위	
국내 자동차보험시장의 비중	1.9 ¹⁾	세계 7위 ²⁾	

주: 1) Swiss Re(2023), p. 19의 세계 자동차보험 실적 대비 국내 자동차보험 실적 비중임

2) OECD Statistics의 국가별 자동차보험 실적과 중국 자동차보험 실적 자료 참조하여 추정함

자료: Swiss Re(2023); OECD Statistics

2. 국내 중소기업 시장 현황과 이슈

가. 중소기업의 정의

중소기업의 정의는 국가마다 상이하다. 국내 중소기업의 정의는 중소기업기본법에 규정되어 있다. 이에 따르면 중소기업은 자산총액 5천억 원 미만, 독립성 기준 충족, 업종별

매출액 400~1,500억 원 미만 기업을 의미한다.

〈표 II-14〉 국내 중소기업 정의

구분		정의	
관계 법령		중소기업 기본법	
적용 대상		영리를 목적으로 사업을 영위하는 법인(상법상 회사) 또는 사회적 기업	
적용 요건	자산 총액 기준	5천억 원 미만	
	독립성 기준	상호출자제한대상기업집단 소속사로 지정된 기업은 중소기업에서 제외	
	매출액 기준	의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	평균매출액 등 1,500억 이하
		가죽, 가방 및 신발 제조업	
		펄프, 종이 및 종이제품 제조업	
		1차 금속 제조업	
		전기장비 제조업	
		가구 제조업	
		농업, 임업, 어업, 광업	평균매출액 등 1,000억 이하
		식료품 제조업	
		담배 제조업	
		섬유제품 제조업(의복 제조업 제외)	
		목재 및 나무제품 제조업(가구 제조업 제외)	
		코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	
		화학물질 및 화학제품 제조업(의약품 제조업 제외)	
		고무제품 및 플라스틱제품 제조업	
		금속가공제품 제조업(기계 및 가구 제조업 제외)	
		전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	
		그 밖의 기계 및 장비 제조업	
		자동차 및 트레일러 제조업	
		그 밖의 운송장비 제조업	
		전기업, 수도업, 건설업, 도매 및 소매업	평균매출액 등 800억 이하
		음료 제조업	
		인쇄 및 기록매체 복제업	
		의료용 물질 및 의약품 제조업	
		비금속 광물제품 제조업	
		의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	
		그 밖의 제품 제조업	평균매출액 등 600억 이하
		임대서비스업, 사회복지서비스업, 여가관련 서비스업	
		숙박 및 음식점업, 금융 및 보험업, 임대업, 교육서비스업	평균매출액 등 400억 이하

자료: 중소기업중앙회(2022)

국가별로 살펴보면, 일본은 고용자 수, 자본금을 기준으로 중소기업을 정의하고, 미국은 종업원 수 또는 매출액을 기준으로 한다. 독일은 종사자 수 및 매출액을 동시에 고려하고, 영국은 종업원 수와 매출액을 사용한다. 각 국가마다 종사자 수, 매출액, 자본금 기준도 모두 상이하다.

〈표 II-15〉 주요국 중소기업 정의

구분	정의
일본	상시 고용 50~300인 이하, 자본금 5천 만~3억 엔 이하(제조업 300인 이하, 자본금 3억 엔 이하)
미국	업종별로 종업원 또는 연간매출액 기준(제조업/도매업은 종업원 수 기준, 광업은 세부업종별로 종업원 수 또는 매출액, 이외 업종은 매출액 기준), 예를 들면, 제조업 500~1,500인 이하, 건설업 600만 달러 미만
독일	종사자 수 250인 미만 & 연간 매출액 5천 만 유로 미만
영국	종업원 250인 미만, 연간 매출액 2,280만 파운드 미만

자료: 중소기업중앙회(2022)

중소기업 연구는 국가 간 중소기업 범위가 상이하므로 학문적 엄밀성 측면에서 국제 비교가 어렵다. 국가별로 공적으로 사용하는 정의가 상이할 뿐만 아니라 연구자에 따라서도 다른 기준을 사용할 수 있다. 따라서 중소기업 보험시장 연구 결과에 근거한 국제 비교는 이러한 한계를 염두에 두고 해석되어야 한다.

나. 중소기업의 중요성

국내에서 중소기업은 경제생태계의 근간을 이루고 있다. 중소기업은 전체 기업 수의 99.9%를 차지하고, 종업원 수 기준으로는 81.3%를 고용하고 있으며, 매출도 47.2%로 절반의 비중을 기록하고 있다.³⁶⁾ 이러한 구성비를 감안하면 중소기업 보험시장은 높은 시장 잠재력을 가지고 있다고 할 수 있다.

36) 한국은행, 『2023년 기업경영분석자료』를 보면, 설비자산(건물 및 구축물 등)은 전체의 29.6%로 다른 항목에 비해 상대적으로 낮은 비중을 차지함

〈표 II-16〉 국내 중소기업의 경제적 비중

구분	내용	비중
기업 수	7,286,023개	99.9%
종사자 수	17,541,182명	81.3%
매출액	2,673조 원	47.2%

자료: 중소기업중앙회(2022)

중소기업이 경제와 기업성 보험시장 모두에서 가지는 중요성 중 하나는 앞으로의 성장 가능성이이다. 중소기업은 대기업에 비해 높은 성장률을 기록하고 있다. 기업성 보험에 관한 선행 연구도 중소기업 보험료가 대기업에 비해 빠르게 증가하고 있음을 제시한 바 있다. 지난 10년간 대기업은 매출액 연평균 성장률 3.9%, 보험료 연평균 성장률 4.4%였던 것에 비해, 중소기업은 매출액 6.5%, 보험료 9.6% 성장한 것으로 나타난다.³⁷⁾ 중소기업의 시장 잠재력은 지속적인 창업 측면에서도 볼 수 있다. 지난 4년간 국내 연간 창업기업 수는 129~148만개, 법인으로 한정하더라도 10~13만 개에 이른다.³⁸⁾ 이는 중소기업 보험 시장에서 지속적인 신규 수요가 존재함을 의미한다.

다. 중소기업 시장 규모의 추정

중소기업 시장 규모를 제시한 선행 연구는 송윤아·한성원(2020)이 유일하다. 선행 연구는 한국은행 기업경영분석을 이용하였다. 이 방법론에 따른 2022년 중소기업 보험시장 규모는 14조 7,360억 원, 매출액 대비 보험료 비율 0.66%이다.

〈표 II-17〉 기업경영분석 중소기업 보험시장

(단위: 조 원, 억 원, %)

구분	2012	2016	2020	2022
매출액	1,189	1,580	1,814	2,229
보험료	59,022	93,609	120,272	147,360
매출액 대비 보험료 비중	0.50	0.59	0.66	0.66

자료: 한국은행, 『기업경영분석』, 각 연도

37) 한국은행, 『기업경영분석』, 각 연도 실적을 기준으로 연구자가 계산함

38) 중소벤처기업부(2023. 3. 3), “2022년 연간창업기업 동향 발표” 보도자료

본 연구는 자동차보험, 생명보험, 보증보험을 제외하고 중소기업의 보험시장을 추정하고자 한다. 앞에서 서술하였듯 자동차보험 및 보증보험시장 총 규모는 최대 8조 원으로 추정되고, 이 중 다수가 중소기업 보험료로 추정된다. 왜냐하면 영업용 자동차보험가입자의 상당 부분이 중소기업이고, 업무용 자동차보험과 보증보험의 경우에도 대기업의 비중이 높다고 보기 어렵다. 자동차보험과 보증보험을 제외할 경우 중소기업 시장 규모는 선행 연구에 비해 상당히 적은 수치를 보일 것이다.

본 연구가 선행 연구와 다른 또 다른 특징은 보험종목별로 중소기업 시장을 추정하는 데 있다. 일반손해보험의 종목별 시장 규모를 추정하는 데 존재하는 제약은 손해보험회사 내부 통계를 활용하여 극복될 수 있다. 반면, 장기재물보험, 손해공제, 신용보험 등은 여전히 중소기업 시장 추정이 어려워 활용할 수 있는 자료를 기반으로 연구자의 추정치를 제시한다.

1) 중소기업 일반손해보험시장

지금까지 일반손해보험의 중소기업 시장 실적 자료는 보험산업 내에도 존재하지 않았다. 이는 기업 규모 분류에 따른 고객 세분화와 마케팅 전략이 손해보험회사의 주요 관심사가 아니었기 때문이다. 손해보험회사 고객 구분의 초점은 대기업을 장기적인 고객 관계를 맺어온 대기업 그룹군과 일반 대기업으로 구분하는 것이었다. 손해보험회사의 채널 전략은 임직원, 보험중개사(브로커), 대기업 고객을 가진 대리점 등을 통해 이러한 대기업 고객군에 영업을 전개하는 데 주로 초점이 맞추어졌다. 반면, 중소기업 시장은 주로 보험설계사, 전속대리점, 독립대리점(GA) 중심으로 영업 활동이 이루어지고 있다. 따라서 손해보험산업의 실무에서는 중소기업 시장을 보험설계사, 독립대리점(GA) 등을 통한 일반손해보험 판매 시장으로 정의하기도 한다.

중소기업 시장을 엄밀하게 구분하기 위해서는 원수보험료 실적을 보험계약자의 속성을 기준으로 분류할 수 있어야 한다. 보험계약자의 사업자번호가 있는 경우 사업자번호를 기준으로 대기업(대기업과 중견기업), 중소기업(중기업, 소기업, 소상공인)으로 분류할 수 있다. 이럴 경우 사업자번호 없이 개인식별번호를 쓰는 소상공인, 자영업자 등의 보험계약이 기업성 보험계약에서 누락될 수 있다. 이런 경우 중소기업계약은 보험상품을 기준으로 추가로 식별할 수 있다.

본 연구는 보험종목별 중소기업 실적을 추정하기 위해 대형 손해보험회사 3개 사, 중소형 손해보험회사 1개 사의 2022년 원수보험료 기준 보험종목별 중소기업 매출 자료를 이용했다. 중소기업 원수보험료는 보험계약자의 사업자번호가 중소기업에 해당하는 경우로 정의했다. 다만, 보험계약자의 개인주민번호를 사용한 계약의 경우에도 세부 보험종목이 기업성 보험이면 중소기업 실적으로 수정하였다. 추정에 사용한 4개 보험회사 보험료는 손해보험산업 원수보험료의 48%를 차지한다.

본 연구는 다음과 같은 방법론을 사용하여 중소기업 일반손해보험시장을 추정했다.

먼저, 보험종목은 <표 II-19>의 11개 구분을 사용했다. 보험종목별 중소기업 매출 실적이 존재하지 않는 손해보험회사는 총 16개 사이다. 이들 손해보험회사의 종목별 중소기업 비중은 4개 보험회사의 비중을 활용하여 추정했다. 이때 보험종목별 중소기업 비중 추정치는 보험회사별 고객 특성을 감안하여 연구자가 추정했다. 예를 들면 대형 보험회사의 보험종목별 중소기업 비중은 유사한 대형 보험회사 비중을 참조하여 추정했고, 중소형 보험회사의 비중 추정치는 중소형 보험회사의 비중치 특성을 감안하여 산출했다. <표 II-18>은 4개 보험회사의 주요 보험종목별 기업성 원수보험료 대비 중소기업 비중의 분포이다.

<표 II-18> 보험종목별 중소기업 비중 분포

(단위: %)

구분		기업성 원수 보험료 대비 중소기업 보험료 비중
화재보험	일반화재	51.6~76.5
	공장화재	48.5~98.0
기업성 종합보험		8.1~52.2
해상보험		3.9~16.1
기술보험		2.6~41.0
근재보험		18.8~76.3
책임보험		13.8~36.9
단체상해보험		2.9~42.0

자료: 보험회사 내부 자료

추정 결과, 2022년 기준 중소기업 일반손해보험 원수보험료는 2.9조 원로 나타났다. 이

는 일반손해보험 전체 원수보험료의 29.9%, 기업성 보험의 34.2%이다.

대다수의 손해보험산업 종사자들은 일반손해보험에서 중소기업 비중이 상당히 낮은 수준이라고 인식하고 있다. 이러한 인식에 비해 중소기업 매출 비중이 전체 원수보험료의 29.9% 수준인 것은 상당히 높은 편이라 할 수 있다. 일반적 인식과 추정 결과치가 차이를 보이는 주요 원인 중 하나는 농작물재해보험, 가축재해보험, 단체상해보험 중 외국인상해보험 실적과 관련이 있다. 본 연구는 농작물재해보험, 가축재해보험, 외국인상해보험을 중소기업 보험 실적에 포함했다. 농업 및 축산업 종사자들이 가입하는 농작물재해보험 및 가축재해보험은 규모가 1.3조 원에 달한다. 외국인상해보험은 규모가 4천억 원에 육박한다.³⁹⁾ 또한 이 실적들은 일부 보험회사만 판매하기 때문에 다른 손해보험회사의 중소기업 비중에 영향을 주지 않는다. 따라서 손해보험산업 전체 실적과 개별 보험회사 실적이 차이를 보이는 중목이 있음에 따라 회사별로 중소기업 매출 비중에 대한 인식의 차이가 발생하기도 한다.⁴⁰⁾

이러한 인식상의 문제점을 고려하여 농작물재해보험, 가축재해보험, 단체상해보험을 제외한 중소기업 보험시장 규모와 비중을 살펴볼 필요가 있다. 이렇게 산출할 경우, 중소기업 보험료 추정치는 1.3조 원, 일반손해보험 원수보험료 대비 18.4%, 기업성 보험 대비 22.3%이다.

중소기업 시장의 보험종목별 구성비를 살펴보면, 농작물재해보험 및 가축재해보험의 구성 비중은 43.7%에 이른다. 외국인상해보험이 포함된 단체상해보험 비중은 11.9%로 추정된다. 화재보험 및 종합보험의 비중은 21.0%이고, 책임보험 비중은 12.8%로 추정된다. 해상보험과 기술보험은 각각 3.1%, 근재보험은 1.6%로 추정된다.

중소기업 보험료가 기업성 보험에서 차지하는 비중 추정치를 보험종목별로 살펴보면 농작물재해보험, 가축재해보험, 풍수해보험(이하 100%), 화재보험(75.3%), 근재보험(54.8%), 책임보험(26.7%), 단체상해보험(23.5%) 등의 순서로 높은 비중을 보인다. 중소기업 시장 비중이 매우 낮은 보험종목들을 살펴보면, 해상보험(10.2%), 기업성 종합보험(19.5%), 기술보험(20.5%) 등의 순서를 보인다.

39) 외국인상해보험은 삼성화재를 중심으로 한 컨소시엄 실적이고, 간사사의 콜센터를 통해 운영됨. 본 연구에서 외국인상해보험 실적은 모두 중소기업 보험 실적으로 가정하였음

40) 농작물재해보험의 100%, 가축재해보험의 대부분이 NH농협손해보험 실적임. 외국인상해보험의 경우에도 삼성화재의 중소기업 매출 비중을 상당히 증가시키는 요인이 됨

〈표 II-19〉 일반손해보험 중소기업 보험료 및 비중¹⁾

(단위: 억 원, %)

구분	원수 보험료	기업성 보험료	중소기업 보험		비중	
			보험료	구성비	전체보험료 대비	기업성 보험료 대비
화재보험	3,195	2,138	1,614	5.6	50.5	75.3
종합보험	23,097	22,919	4,470	15.4	19.4	19.5
해상보험	8,762	8,762	896	3.1	10.2	10.2
기술보험	4,419	4,419	904	3.1	20.5	20.5
근로자재해보상보험	872	872	478	1.6	54.8	54.8
책임보험	13,932	13,931	3,723	12.8	26.7	26.7
상해보험	17,993	14,760	3,461	11.9	19.2	23.5
기타특종보험	23,396	17,074	13,515	46.5	57.8	79.2
농작물재해보험	10,595	10,595	10,595	36.5	100	100
가축재해보험	2,235	2,235	2,235	7.7	100	100
풍수해보험	722	542	542	1.9	75.1	100
기타	9,845	3,702	143	0.5	1.5	3.9
합계 1 ²⁾	97,126	84,874	29,061	100	29.9	34.2
합계 2 ³⁾	69,537	57,285	12,770	-	18.4	22.3

주: 1) 2022년 보험종목별 원수보험료를 기준으로 연구자 추정 결과임

2) 전체 보험료 기준임

3) 전체 보험료에서 농작물재해보험, 가축재해보험, 상해보험 제외 기준임

자료: 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월) 및 4개 손해보험회사 내부 자료를 기준으로 연구자가 추정함

2) 기타 중소기업 보험시장

일반손해보험 원수보험료 이외의 보험 및 공제 실적 중 중소기업 보험시장을 추정할 수 있는 충분한 자료는 존재하지 않는다. 따라서 본 연구는 보험종목과 보험공급기관의 특성을 고려한 연구자의 논리적 추론을 사용했다. 아래에서 보험종목별 추정 근거와 추정 수치를 제시한다.

앞에서 장기재물보험 중 기업성 보험은 2022년 원수보험료 기준으로 2.7~3조 원 수준으

로 추정했다. 기업성 장기재물보험은 대부분이 중소기업 보험료로 추정된다. 왜냐하면, 대기업의 공장이나 건물은 가입금액과 보험료가 매우 커서 적립보험료를 부가한 장기재물보험으로 판매하기 어렵다. 더욱이 이런 대형 물건은 정형화된 통계요율이 아닌 재보험자 구득요율이나 판단요율을 적용하므로 장기재물보험으로 가입하기도 어려운 제약도 있다. 따라서 기업성 장기재물보험 추정치의 하단 2.7조원을 중소기업 보험 실적으로 추정했다.

손해공제상품은 공제기관의 성격에 따라 중소기업 매출 비중이 다를 것이다. 새마을금고, 신한, 중소기업중앙회의 손해공제 및 보험상품은 모두 중소기업 실적으로 간주해도 무방할 것으로 판단된다. 전문건설공제조합은 다수가 중소기업 실적으로 판단되어 90%를 적용하였고, 건설공제조합은 대기업 물건 비중이 보다 높을 수 있어 50%로 가정했다.

수협인 손해공제 및 정책성 보험도 대부분이 중소기업 시장으로 추정된다. 보험료 비중이 높은 어선·어선원재해보상보험은 원양어업 및 외항화물운송사업의 경우 가입 대상에서 제외된다. 수협 실적의 90%를 중소기업 실적으로 추정했다.

한국해운조합, 한국선주상호보험조합은 조합원 중 대기업이 존재할 것이므로 실적의 50%를 중소기업 실적으로 추정했다.

신용보험 제공기관 중 신용보증기금의 매출채권보험은 중소기업매출채권보험 실적인 반면, 손해보험회사의 단기수출보험은 모두 대기업 실적으로 가정했다. 한국무역보험공사 및 SGI서울보증보험의 신용보험에는 대기업 및 기타 기관이 상당히 포함되어 있을 것이다. 따라서 SGI서울보증보험의 신용보험 및 무역보험 중 단기신용보험의 30%를 중소기업 실적으로 가정했다.

이러한 추정을 모두 종합한 결과가 <표 II-20>이다. 기업성 장기재물보험, 신용보험, 손해공제 실적을 합산한 중소기업 보험료 및 공제료 실적은 3.4조 원으로 추정된다. 여기에는 분석에 포함하지 않은 장기단체상해보험과 기타 다수 공제조합의 공제료 실적이 제외되어 있다.

〈표 II-20〉 기타 중소기업 보험료·공제료 추정

구분		보험료	비고
기업성 장기재물보험		2.7조 원	기업성 장기재물보험 추정치 하단 적용
공제	새마을금고/신협 /중소기업중앙회	1,322억 원	100% 가정
	수협	2,610억 원	90% 가정
	한국해운조합/한국선주상보험조합	592억 원	50% 가정
	건설공제조합/전문건설공제조합	873억 원	건설공제조합 50% 가정 전문건설공제조합 90% 가정
신용 보험	서울보증보험	152억 원	30% 가정
	한국무역보험공사	581억 원	단기신용보험의 30% 가정
	신용보증기금	549억 원	100% 가정
합계		3.4조 원	-

주: 2021년 및 2022년 각 사 실적을 기준으로 연구자가 추정한 수치임

라. 중소기업 보험시장 이슈

1) 보장 공백

국내 중소기업을 포함한 기업성 보험시장의 주요 문제점 중 하나는 보장 공백(Protection gap)이다. 국내 기업들의 대표적인 보장 공백 사례는 기업휴지보험(Business interruption insurance)의 낮은 가입률이다. 기업휴지보험은 화재, 침수 등 재난에 따른 사업 중단으로부터 발생하는 간접 손실인 수익 상실을 담보하는 보험이다. 재난이 발생하면 수리비용, 복구비용 등 직접 손실보다 사업 중단에 따른 수익 상실이 더 크게 발생하는 경우가 많다. 따라서 기업휴지보험은 기업이 재난으로부터 회복탄력성을 갖기 위한 핵심적인 리스크관리 수단이다. 국내에서는 일부 대기업을 제외하면 대다수 기업이 기업휴지보험을 가입하지 않는 것으로 알려져 있다. 2022년 태풍 힌남노로 인한 포스코 포항제철소 침수와 100일간의 가동 중단, 2023년 한국타이어 대전공장 화재는 기업휴지보험에 대한 국내의 관심을 높이는 사례가 되었다. 포스코와 한국타이어는 사고로 인해 가동 중단으로 막대한 규모의 영업 손실이 발생했지만 기업휴지보험에 가입하지 않아 보험으로 간접 손실을 보상받지는 못했다. 이 사례는 국내에서 대기업을조차 기업휴지보험에 가입하지 않는다는 사실을 확인시켜주었다.

보험개발원(2022)에 따르면 재산종합보험 재물담보 가입자 27만 7천 건 중 기업휴지특약 가입 비율은 3.3%에 불과하다. 이기형·한상용(2009)은 낮은 기업휴지보험 가입률을 국내 기업 경영자들의 위험관리에 대한 낮은 인식과 기업휴지보험가입을 기업의 사업연속성 확보를 위한 투자가 아닌 소멸성 비용으로 인식하는 태도로 설명하고 있다. 송윤아·한성원(2020)의 설문조사에 따르면 중소기업이 기업휴지리스크 발생가능성이 높다고 본 비율이 14.1%이지만, 중소기업은 거의 기업휴지보험을 가입하지 않았다.

기업의 보장 공백은 기업휴지보험에 한정된 이슈는 아니다. 송윤아·한성원(2020)의 설문조사에서 중소기업 중 일반배상책임 및 제조물배상책임 리스크 발생가능성이 높다고 본 비율이 18.4%, 10.8%이지만, 리스크를 인식한 기업들의 보험가입 비율은 49%, 46%에 머물렀다.

본 연구는 중소기업의 보장 공백 현황을 설문조사와 정성조사를 통해 보다 자세히 확인할 예정이다.

2) 중소기업 보험 판매채널

손해보험회사들은 일반손해보험시장에서 대기업과 단체보험시장에 집중해 왔다. 이러한 주력 시장에 접근하는 판매채널은 법인영업부로 불리는 임직원채널, 보험중개사(브로커), 대기업 고객을 가진 대리점이다. 따라서 손해보험회사의 일반손해보험 영업전략은 이러한 판매채널 전략에 초점을 맞추어 왔다.

〈표 II-21〉은 일반손해보험 판매채널 구성을 보여준다. 이는 일반손해보험 판매채널 구성이 설계사와 대리점 중심으로 영업이 이루어지는 생명보험이나 장기손해보험과 다르다는 것을 보여준다. 가장 특징적인 점은 임직원과 보험중개사(브로커)가 주요 판매채널로 등장한다는 점이다. 2022년 원수보험료 기준으로 일반손해보험 특종보험 실적의 판매채널 구성비를 보면, 임직원 37.9%, 대리점 24.3%⁴¹⁾, 보험중개사(브로커) 18.0%로 나타났다. 특종보험은 종합보험, 상해보험, 책임보험, 기술보험, 기타 특종보험 등으로 구성되어 있고, 일반손해보험 매출에서 구성비가 가장 높다. 특종보험에서 임직원채널의 비중이 가장 높고, 보험설계사의 경우 2.4%로 매우 낮다. 기업성 보험의 특성을 가장 잘

41) 대리점은 대기업고객을 가진 일반손해보험 중심 대리점, 생명보험 및 장기보험을 주력으로 판매하는 독립대리점(GA), 보험회사 전속보험대리점이 모두 포함된 개념임. 따라서 대리점이라는 구분은 다양한 채널을 포함하고 있어 판매채널 특성을 보여주지 어려운 문제점이 있음

보여주는 보험종목은 해상보험이다. 임직원(50.1%), 보험중개사(브로커)(20.7%), 대리점(26.2%)이 해상보험 실적의 대부분을 차지한다.

〈표 II-21〉 일반손해보험 모집형태별 보험료 현황

(단위: 억 원, %)

구분	임직원	보험중개사	대리점	설계사	은행	합계
특종보험	29,669 (37.9)	14,085 (18.0)	19,008 (24.3)	1,882 (2.4)	12,733 (16.3)	78,236 (100)
해상보험	3,727 (50.1)	1,540 (20.7)	1,948 (26.2)	30 (0.4)	10 (0.1)	7,436 (100)
화재보험	253 (7.9)	39 (1.2)	1,952 (61.3)	318 (10.0)	576 (16.3)	3,185 (100)

자료: 손해보험회사 업무보고서(2022년 12월)를 기준으로 연구자가 작성함

대기업 시장과 달리 중소기업 시장은 보험설계사, 전속대리점, 독립대리점(GA) 등을 중심으로 영업이 이루어진다. 〈표 II-21〉에서 화재보험은 이러한 중소기업 보험에 대한 판매 채널 구성의 특성을 일부 보여준다. 임직원과 보험중개사는 7.9%와 1.2%로 매우 비중이 낮다. 반면, 화재보험의 판매채널 구성에서는 대리점이 61.3%로 가장 높은 구성을 차지한다. 여기서 대리점은 대기업 고객을 가진 일반보험 전문 대리점이라기 보다는 독립보험대리점(GA)와 보험회사 전속대리점을 의미한다. 다음으로 은행, 설계사 채널이 높은 비중을 보인다.

손해보험회사 내에서 일반손해보험 사업 부문은 중소기업 시장에 대한 마케팅 전략 등에는 관심이 별로 없고⁴²⁾ 주로 보험설계사, 독립대리점 등에서 유입되는 중소기업 보험계약에 대한 인수 여부 결정에 초점을 맞춘다.⁴³⁾ 따라서 손해보험회사 내에서 중소기업 보험시장 판매채널과 고객은 논의의 초점이 되고 있지 않다. 이러한 상황은 중소기업 보험 판매채널에 관한 자료와 정보의 집적을 제약한다. 이러한 문제의식하에서 본 연구는 중소기업 판매채널 연구의 기초가 되는 자료도 설문조사를 통해 확보하고자 했다.

42) 중소기업 일반보험 영업전략은 보통 개인영업 사업 부문에서 보험설계사 및 전속대리점, 독립대리점(GA)에 대한 채널전략의 한 구성 요소임. 다만, 이 경우에 개인영업 사업 부문은 장기손해보험과 자동차보험에 대한 마케팅전략이 초점임

43) 손해보험회사 임직원 채널이 중소기업 보험에 초점을 맞추는 경우는 업종별 공제조합이나 협회 등을 통한 단체계약인 경우로 한정됨

3. 해외 중소기업 시장 현황과 이슈

가. 해외 중소기업 시장 규모 조사 사례

보험시장이 발달한 주요국에서 중소기업 시장 비중은 기업성 보험 내에서 상당한 비중을 차지하는 것으로 알려져 있다. McKinsey & Company(2016, 2020, 2022)의 선행 연구에 따르면, <표 II-22>에서 보는 바와 같이 미국, 영국, 독일에서 중소기업 보험시장은 기업성 보험시장에서 60% 이상의 비중을 차지한다. 이러한 해외 주요국의 중소기업 비중은 국내 추정치인 22.3~34.2%⁴⁴⁾보다 크게 높은 수준이다. 이러한 해외 사례 비교는 국내 손해보험산업 내 일반손해보험의 낮은 비중의 한 원인이 중소기업 보험시장의 미발전일 수 있음을 시사한다.

<표 II-22> 주요국 중소기업 보험시장 조사 사례

구분	내용
미국	- 기업성 보험시장의 60% - 소기업 103bil 달러 - 중기업 88bil 달러
영국	기업성 보험시장의 60% 초과
독일	기업성 보험시장의 60~65%
호주	- 중소기업 시장 규모 24억 호주 달러(약 16억 달러) * 소기업의 연간보험료 2.1만 호주 달러(약 1.4만 달러)

자료: McKinsey & Company(2016, 2020, 2022); 최창희·장윤미(2021)

나. 해외 중소기업의 보장 공백 조사 사례

해외 주요 보험 선진국은 우리나라에 비해 기업성 보험시장이 발전해 있고, 보험가입률도 국내에 비해 높은 것으로 알려져 있다. 다만, 어느 나라든 보편적인 현상 중 하나는 중소기업이 대기업에 비해 보험가입률이 낮다는 것이다.

하지만, 기업성 보험시장에서 중소기업의 높은 비중이 시사하듯 국내에 비해 해외 중소기

44) 22.3%는 농작물재해보험, 가축재해보험, 단체상해보험 제외 기준임

업들의 보장 공백은 우리나라와 비교하여 상대적으로 낮다. 우리나라 보장 공백의 대표적인 사례인 기업휴지보험 가입률 조사 사례를 살펴보면 그 차이가 명확하게 드러난다.

미국의 경우 중소기업의 30~40%가 기업휴지보험에 가입하는 것으로 조사되어 있다. 나아가 미국 손해보험산업은 중소기업의 사업연속성 계획 수립을 적극적으로 지원하고 있다. 일본의 경우에도 중소기업의 31%가 기업휴지보험에 가입한 것으로 조사되었다.⁴⁵⁾

〈표 II-23〉 미국 및 일본의 기업휴지보험가입 현황

구분	내용
미국	중소기업의 30~40%가 기업휴지보험가입 * 미국 손해보험산업은 비영리연구소를 통해 사업연속성 계획 수립 프로그램을 개발하여 중소기업의 사업연속성 계획 수립을 지원
일본	중소기업의 31%가 기업휴지보험가입

자료: NAIC website; 한상용·홍보배(2022); 澤田他(2017)

다. 해외 중소기업 보험가입률 및 신규 수요 조사 사례

1) 일본 중소기업 리스크 의식 및 대응 실태

일본 손해보험협회는 2021년부터 중소기업의 리스크 대응 현황 파악과 손해보험산업의 대응 역량 제고(상품개발능력 제고 및 시장 니즈 파악)를 목적으로 매년 정기적 조사를 하고 있다.⁴⁶⁾ 이 조사는 인터넷을 통해 매년 1천 개의 표본조사를 한다. 설문조사 항목은 중소기업 리스크 인식, 리스크관리 및 손해보험가입 현황, 손해보험 미가입 원인, 향후 보험 수요, 보험가입 시 정보원 및 선택기준 등이다. 〈표 II-24〉는 일본 손해보험협회의 정기 설문조사 개요를 보여준다.

45) 日本損害保険協会(2022) 는 14.3%의 가입률을 제시하고 있고, 澤田他(2017)(한상용·홍보배 2022)에서 재인용 함)는 31%를 제시함

46) 日本損害保険協会(2022)

〈표 II-24〉 일본 중소기업의 리스크 인식·대책 실태 조사 개요

구분	내용
대상	- 일본 중소기업 - 제조업, 서비스업, 도매업, 소매업, 건설업 등 업종별
표본 수	1,031
조사 주기 및 방법	- 매년 수행, 시계열 분석도 시행 - 인터넷 조사
주요 조사 항목	- 중소기업 리스크 인식 상황 - 중소기업의 리스크관리와 보험가입 현황 - 중소기업 손해보험 미가입 원인 - 중소기업의 향후 보험 수요 - 중소기업 보험가입 정보원 및 손해보험 선택 기준
수행기관	일본 손해보험협회

자료: 日本損害保険協会(2022)

일본 중소기업의 사업리스크 순위는 자연재해, 고객 및 거래상대방 폐업·파산에 따른 매출 감소, 감염병, 근무 중·이동 중 손해배상, 경제환경 리스크, 정보 유출 등으로 나타났다. 이러한 사업리스크 대응 방법은 손해보험가입 54.3%, 공제 가입 15.9%로 나타났고, 저축을 통한 대응이 22.1%였다.

〈표 II-25〉 일본 중소기업의 사업리스크 및 대응

(단위: %)

구분		비중
사업리스크 순위	자연재해	51.8
	고객 및 거래상대방 폐업·파산에 따른 매출 감소	41.8
	감염병	38.4
	근무 중·이동 중 손해배상	34.4
	경제환경 리스크	28.3
	정보 유출	23.2
	손해보험가입	54.3
사업리스크 대응 방법	대응 없음	27.5
	저축	22.1
	보조금 등 활용	20.5
	공제	15.9

자료: 日本損害保険協会(2022)

일본 중소기업의 기업성 보험가입률은 총가입률이 75.6%로 나타났다. 보험종목별로 보면, 화재보험 66.8%, 상해보험 39.4%, 지진특약 37.6%, 노동재해종합보험 23.2%, 기업휴지보험 14.3%, 동산종합보험 14.0%, 시설물배상책임보험 13.2% 등으로 나타났다.

〈표 II-26〉 일본 중소기업 기업보험 가입률

(단위: %)

구분	비중	구분	비중
총가입률	75.6	동산종합보험	14.0
화재보험	66.8	시설물배상책임보험	13.2
상해보험	39.4	생산물배상책임보험	11.6
지진특약	37.6	D&O보험	7.5
노동재해종합보험	23.2	정보누출배상책임보험	5.2
기업휴지보험	14.3	사이버보험	4.7

자료: 日本損害保険協会(2022)

일본 중소기업들의 보험 미가입 이유는 리스크 발생 가능성이 낮아서 32.8%, 비용부담 29.3%, 보험료 대신 다른 용도 사용 19.0%, 관련 리스크 인식 부재 20.5%, 보험상품 인식 부재 14.9%였다.

일본 중소기업이 향후 보험으로 대응하고 싶은 리스크를 살펴보면, 일본의 지리적 특성을 반영하여 자연재해가 42.6%로 1위였다. 2위는 고객 및 거래상대방 폐업·파산에 따른 매출감소, 3위는 감염병, 4위는 근무 중·이동 중 손해배상, 5위는 경제환경 리스크였다.

중소기업의 향후 보험 수요를 살펴보면, 보험 추가 가입 의향은 42.7%로 나타났다. 이중 기업휴지보험이 가장 높은 25.5%였다. 사이버 보험도 25%로 높은 가입 의향을 보였다. 또한, 상해보험, 신용보험, 정보유출배상책임보험, 임원배상책임보험, 노동재해보험이 20%를 넘는 가입 의향을 보였다.

〈표 II-27〉 일본 중소기업 향후 보험가입 수요

(단위: %)

구분	비중	구분	비중
총가입 의향률	42.7	정보유출배상책임보험	23.1
휴업보상보험	25.5	D&O보험	22.4
사이버보험	25.0	노동재해보험	22.0
상해보험	23.3	시설물배상책임보험	17.0
신용보험	23.2	환경오염배상책임보험	15.9
지진특약	23.1		

자료: 日本損害保険協会(2022)

2) 해외 주요국의 중소기업 보험 니즈 변화 조사 사례

Deloitte(2022)는 중소기업의 보험 수요 변화에 관한 글로벌 조사 결과를 발표했다. 이 조사는 정규직 5~75명을 가진 기업을 중소기업으로 정의했고, 14개국 5,300개 기업 대상 설문조사였다. 설문조사 대상 국가는 미국, 캐나다, 영국, 아일랜드, 벨기에, 스위스, 프랑스, 이탈리아, 덴마크, 노르웨이, 스웨덴, 중국, 일본, 호주 등이다.

이 조사에 따르면 코로나19 이후 중소기업의 보험에 대한 태도와 행동이 변화하고 있는데, 26%의 중소기업이 가까운 미래에 기업성 보험에 더 많은 지출을 할 것으로 예상했다. 기업성 보험가입 가능성을 높이는 주요 요인으로는 팬데믹으로 인해 기업이 경험한 미래 손실을 피하려는 욕구(50%), 재무 취약성(46%), 기업이 직면한 위험에 대한 인식 증가(39%) 등으로 조사되었다.

현재 가입하지 않은 보험 중 추가 가입 의향이 있는 보험은 팬데믹보험(27%), 사이버보험(25%), 기업휴지보험(24%) 순으로 나타났다. 또한, 향후 3년 이내에 중소기업이 자신의 보험포트폴리오에 추가할 의향이 있는 보험은 기업휴지보험(21%), 재택 근무 보험(20%), 업무 재산 보험(19%) 순으로 나타났다.

이러한 국제 비교는 국가별로 중소기업 변화 동향이 상이하다는 것을 드러낸다. 국가별로는 미국은 사이버보험에 관한 가입 의향(21%)이 다른 나라에 비해 높은 반면, 중국은 제3자 배상책임보험(24%)과 신용보험(23%)의 가입 의향이 크게 높은 것으로 나타났다. 국가별로는 신규 보험가입 수요 측면에서 중국이 가장 높았고, 일본, 호주, 아일랜드, 캐나다,

미국, 프랑스, 영국 등이 다음 순서였다.

이 조사는 보험가입 및 거래 행태의 변화도 추적하고 있다. 일부 국가의 중소기업은 기업성 보험가입을 위한 정보 조사 및 가입 채널의 변경을 고려하는 것으로 나타났다. 호주의 경우 17%, 스위스·스웨덴의 경우 20%의 기업이 보험중개사(브로커) 사용을 중단하고, 자체 조사를 하겠다고 응답했다.

McKinsey & Company(2022)도 독일 중소기업을 대상으로 중소기업 보험시장의 변화를 분석하여 제시하였다. 중기업은 7%만이 보장 공백이 있다고 응답한 반면, 소기업은 1/3이 보장 공백이 있다고 응답했다. 이는 중소기업 시장잠재력이 주로 소기업에 있음을 보여준다. 맥킨지는 소기업 보장 공백에 따른 시장잠재력을 20억 유로로 추정했다.

또한, 중소기업 고객군을 기업성 보험 관련 기대와 선호를 기준으로 5개로 구분하여 보험 거래에 관한 심도 있는 분석을 수행하였다. 중소기업군을 온라인 리서치 선호(25%), 맞춤형 기업보험 자문 선호(22%), 저렴한 가격 선호(19%), 보험중개사(브로커) 없는 보험회사 직거래 선호(18%), 맞춤형 종합서비스 제공하는 보험회사 선호(16%)로 구분했다.

보험회사 교체 행동 유형에 관해서도 설문조사를 바탕으로 4가지로 구분하여 제시했다. 여기서 충성 고객군은 59%이지만, 이 고객군도 높은 만족도에 따른 충성고객군 35%, 교체의 불편함에 따른 충성고객군 24%로 구분하여 제시한다. 마찬가지로 교체 의향 고객군 41%도 교체 실행 고객군 21%와 교체 의향이 있지만 교체 미실행 고객군 20%로 세분한다.

이러한 조사 사례들은 주요 국가들에서 중소기업 기업성 보험시장에 대해 정기적인 가입 현황, 신규 수요 조사들이 이루어지고 있음을 보여준다. 이 연구들 중 일부는 중소기업 보험 거래 행태와 그 변화 추세에 대한 분석과 이를 토대로 한 보험회사의 중소기업 시장 접근 전략까지 제시하고 있다.

Ⅲ 조사 개요

제2장에서 국내 중소기업 보험의 시장 규모와 보험종목별 구성에 대한 추정치를 제시했다. 하지만, 우리는 중소기업 보험시장을 분석하는 데 필요한 다른 자료와 정보가 없는 상황이다. 중소기업 보험시장을 이해하는 데 필요한 기초 자료는 보험가입률, 보험료 및 보험가입금액 현황, 보험공급기관 및 판매채널의 선택 행태, 추가 보험가입 수요 등이다. 이러한 중소기업 보험가입 현황과 행태적 특성 자료를 산출하기 위해 이 연구는 설문조사 방법을 선택했다. 이와 함께 설문조사만으로 나타나지 않는 사항을 파악하기 위해 기업 보험담당자 및 기업보험 전문 판매채널 대상의 좌담회를 시행했다. 제3장은 설문조사 및 정성조사의 방법론, 설문조사 표본의 속성을 설명한다.

1. 조사 대상 및 방법

이 연구는 설문조사 대상을 제조업종으로 한정했다. 전체 산업을 대상으로 하는 설문조사는 중소기업 전체의 보험가입률과 종목별 가입률 정보를 얻는 장점이 있다. 하지만, 중소기업은 산업분류 대분류 기준으로 18개의 산업군으로 구성되어 있고, 각 산업별로 보험가입 특성이 매우 상이할 것으로 예상된다. 예를 들어 농업 및 어업의 경우 농작물재해보험, 농기계보험, 어선원재해보상보험, 어선재해보상보험, 양식수산물재해보험 등 정책성 보험가입이 보험가입 특성에 중요한 영향을 미친다. 해상사업의 경우, 선박과 선원, 승객 및 화물에 대한 의무보험, 교역 조건에 따른 적하보험가입 등으로 인해 보험가입률이 높은 특성이 존재한다. 운수업은 자동차보험가입 의무가 존재한다. 건설업의 경우에도 거래상대방의 요구에 따른 건설공사보험, 조립보험 등의 보험가입률이 높게 나타날 수 있다. 반면, 도매 및 소매업, 숙박 및 음식업 등은 특수건물, 다중이용업소, 재난취약시설 등에 해당할 경우 화재보험 의무가입 대상인 경우도 있지만, 보험가입 의무가 있는 영역의 비중이 높지 않다. 예산 제약에 따라 설문조사 표본 수를 한정해야 하는 상황에서 전체 산업을 대상으로 하는 설문조사 결과는 중소기업의 보험가입 특성을 대표한다고 보기 어

렵고 그 결과를 해석하기에도 많은 한계를 가질 수밖에 없다. 본 연구는 이러한 한계를 감안하여 설문조사를 제조업종으로 한정했다.

제조업종은 도·소매업과 함께 우리나라 중소기업의 주력업종 중 하나이다. 제조업은 중소기업 수의 8.0%를 차지하지만, 종업원 수의 18.9%, 매출액의 25.6%를 차지한다. 특히 기업의 보험가입금액에 중요한 영향을 미치는 요소 중 하나인 설비자산⁴⁷⁾ 금액의 비중은 37.8%에 이른다. 제조업은 사업 영위 과정에서 다양한 리스크에 노출되어 있어 광범위한 영역의 보험상품에 대한 수요를 가진다. 전통적인 기업성 보험종목 중 재물보험(화재보험 및 재산종합보험)에서는 제조업이 가장 큰 비중을 차지한다. 제조업은 배상책임보험, 단체상해보험, 근재보험, 신용보험, 적하보험 등 다양한 보험상품 수요를 가지고 있다. 다만, 자동차보험이나 해상보험에서는 제조업이 차지하는 비중이 낮다.

제조업은 의무보험 영역이 크지 않은 특성을 가진다. 제조업의 의무보험 영역은 일정 규모 이상인 특수건물, 일정 기준 이상의 오염물질 배출 시설, 일정 기준 이상의 가스 제조 및 사용 시설, 일부 제조물배상책임보험 의무가입 대상 등으로 한정된다. 임의보험 중심의 제조업 특성은 국내 중소기업의 리스크관리 인식도와 보험가입 특성, 보장 공백 현황을 분석하는 데 적합하고 볼 수 있다.

설문조사는 제조업 중에서 소상공인을 제외한 중기업 및 소기업을 대상으로 한다. 소상공인을 제외한 중소기업은 <표 III-1>에서 보는 바와 같이 제조업종 중소기업의 12.3%를 차지한다. 소상공인은 중소기업 수의 대다수를 차지하지만 보험가입률이 매우 낮은 특성을 가질 것으로 추정된다. 이런 상황에서 소상공인을 포함한 설문조사는 중소기업 보험가입 특성을 왜곡할 수 있다. 소상공인에 대한 조사는 별도로 수행하는 것이 필요하다. 또한 소상공인은 기업 수에서 절대 다수를 차지하지만 종사자 수의 24.8%, 매출액의 8.9%로 중소기업 전체에서 차지하는 비중이 낮다는 점도 고려했다.

〈표 III-1〉 제조업종 기업 구성 현황

(단위: 개, %)

전체	중소기업				대기업
		중기업	소기업	소상공인	
587,778 (100)	585,151 (99.6)	12,767 (2.2)	59,192 (10.1)	513,192 (87.3)	2,627 (0.4)

자료: 중소기업중앙회(2022)

47) 설비자산은 건물, 구축물, 기계장치, 선박, 차량운반구 등으로 구성됨

설문조사의 모집단은 2022년 4월 22일 추출된 통계청 기업통계등록부 산업 중분류별 기업 수를 기준으로 산정했다. 제조업중 중소기업의 모집단은 <표 III-2>와 같은 같은 구성을 가진다. 또한, 설문조사는 조사 대상을 공장을 보유한 기업으로 한정하였다. 제조업종 중에는 공장을 보유하지 않고 위탁생산을 하는 기업들도 존재한다. 이러한 기업들은 리스크 인식 및 관리, 보험가입 특성이 공장 보유기업과 상이할 수 있다. 공장 보유 직접 생산 기업은 위탁 생산 업체에 비해 재물 리스크, 근로자 리스크 등의 노출도가 높다. 리스크 노출도가 보다 높은 공장 보유 기업으로 한정하는 것이 국내 중소기업의 리스크관리 및 보험가입 특성, 보장 공백 특성을 잘 드러내는 방법론이 될 수 있다고 판단했다. 반면, 설문조사 결과의 해석에서 이러한 설문 대상 제한 요소를 고려할 필요도 있다.

〈표 III-2〉 제조업중 중소기업 모집단 분포

(단위: 개)

산업별(10차) 중분류(2)		소기업	중기업
식음료		4,519	925
	식료품 제조업	4,362	885
	음료 제조업	157	40
섬유/피복		3,990	1,009
	섬유제품 제조업: 의복 제외	2,522	643
	의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	1,087	273
	가죽, 가방 및 신발 제조업	381	93
목재/가구		3,895	708
	목재 및 나무제품 제조업: 가구 제외	843	174
	펄프, 종이 및 종이제품 제조업	1,538	411
	가구 제조업	1,514	123
금속/비금속/화학		21,879	4,352
	코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	-	26
	화학물질 및 화학제품 제조업: 의약품 제외	2,334	652
	의료용 물질 및 의약품 제조업	304	122
	고무제품 및 플라스틱제품 제조업	5,048	1,510
	비금속 광물제품 제조업	2,365	395
	1차 금속 제조업	2,088	697
	금속가공제품 제조업: 기계 및 가구 제외	9,740	950

〈표 III-2〉 계속

산업별(10차) 중분류(2)		소기업	중기업
전기/전자/기계		22,466	4,516
	전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	3,029	717
	의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	2,115	533
	전기장비 제조업	3,820	695
	기타 기계 및 장비 제조업	8,796	1417
	자동차 및 트레일러 제조업	3,486	914
	기타 운송장비 제조업	1,220	240
기타		2,355	1,257
	기타 제품 제조업	1,074	167
	인쇄 및 기록매체 복제업	1,160	171
	산업용기계 및 장비수리업	121	919
소계		59,192	12,767

표본설계는 표준산업 중분류 기준 25개 산업군⁴⁸⁾, 기업 규모 기준 중기업과 소기업 구분에 입각하여 이루어졌다. 표준산업 분류상의 업종 및 기업 규모별로 층화 표본설계를 하여 조사를 진행하였다. 최소 표본 확보를 위해 층화 기준을 중분류 25개 군에서 6개 층으로 최소화하였다. 설비를 포함한 공장을 직접 가동하는 업체를 조사 대상으로 한정함에 따라 공장 보유 여부에 대한 정확한 정보를 확보하는 것이 조사 이전에 불가능하여 세부적인 층화 할당 설계를 진행하기보다 층별 무선 추출을 통하여 1,000개의 표본이 임의 할당되도록 조사를 진행하였다.

설문조사는 2023년 8월 25일부터 10월 6일까지 대면조사 방식으로 수행되었다. 본 연구의 설문조사는 기업보험상품에 대한 전문적 지식이 필요한 영역으로 기업보험 전문 컨설턴트를 설문조사원으로 활용했다. 층화 표본설계에 기초하여 총 3,215개의 기업을 대상으로 설문조사를 진행해 총 1,001개의 응답 결과를 얻었다. 응답률은 31.1% 였다.

기업성 보험가입 행태에 대한 분석을 위해 정량적 설문조사와 함께 기업의 보험담당자와 판매채널에 대한 정성조사를 병행했다. 정성조사 참여 기업은 의약품 제조, 철골구조물 제조, 플랜트 엔지니어링, 정밀계측기 제조사, 반도체 프레임 제조사 등 5개 업종 기업으

48) 단, 층화 표본설계 시 기업 수가 미미한 담배제조업은 제외함

로 구성되어 있다. 보험가입 특성으로 순수보장형 화재보험과 장기재물보험가입 기업을 모두 포함했다. 판매채널은 독립보험대리점의 기업보험 컨설턴트와 영업관리자, 3개 손해보험회사의 영업관리자로 구성했다. 2023년 11월 15일부터 11월 16일 사이 두 그룹에 대해 대면 좌담회를 개최하였다.

2. 표본의 속성

실사 표본집단의 구성은 <표 Ⅲ-3>과 같다. 기업 규모별로 소기업이 83.0%, 중기업이 17.0%였다. 종사자 수 기준으로 50인 미만 92.1%, 50인 이상 7.9%였다. 업종별로 식음료업종이 11.1%, 섬유/피복 3.5%, 목재/가구 5.4%, 금속/비금속/화학 41.9%, 전기/전자/기계 28.1%였다.

<표 Ⅲ-3> 표본집단 분포

(단위: 개, %)

구분		전체	
		사례 수	비중
전체		1,001	100.0
산업 분류	식음료	111	11.1
	섬유/피복	35	3.5
	목재/가구	54	5.4
	금속/비금속/화학	419	41.9
	전기/전자/기계	281	28.1
	기타	101	10.1
기업 규모	중기업	170	17.0
	소기업	831	83.0
종사자 수	50인 미만	822	92.1
	50인 이상	79	7.9

응답 기업의 주요 속성에 관련된 기초 통계량은 <표 Ⅲ-4>와 같다. 응답 기업은 매출액 기준으로 20억 원 이하 22.9%, 20~50억 원 35.8%, 50~100억 원 23.5%, 100억 원 초과 17.9%의 구성을 가진다. 의무보험가입 대상인 특수건설물 보유 기업은 12.2%였다. 수출업 종사 기업은 20.1%, 가스 사용 또는 제조 기업 비중은 17.9%, 환경오염 물질 배출 기업은 16.0%, 사고 발생으로 인한 재무적 손실 경험 기업은 15.4%였다. 네트워크 활동을 하는 기업 비중은 27.4%, 지적재산권 소유기업의 비중은 41.9%였다.

<표 Ⅲ-4> 응답 기업 기초 통계량

(단위: %)

구분		비중
매출액	20억 원 이하	22.9
	20~30억 원	15.9
	30~50억 원	19.9
	50~100억 원	23.5
	100억 원 초과	17.9
특수건설물 보유 여부	예	12.2
	아니오	87.8
수출업 종사 여부	예	20.1
	아니오	79.9
지적재산권 보유 여부	예	41.9
	아니오	58.1
가스 사용 또는 제조 여부	예	17.9
	아니오	82.1
환경오염 물질 배출 여부	예	16.0
	아니오	84.0
사고 발생으로 인한 재무적 손실 경험 여부	예	15.4
	아니오	84.6
업무포털, 홈페이지 등 네트워크 활동 여부	예	27.4
	아니오	72.6
지적재산권 보유 여부	예	41.9
	아니오	58.1

3. 조사 내용

이 연구에서 사용된 설문조사지는 크게 6가지 부분으로 구성된다.

첫 번째 부분은 중소기업의 리스크관리 일반이다. 여기서는 주요 사업리스크, 리스크관리 인식도, 리스크관리 활동 수준 등을 조사했다.

두 번째 부분은 리스크관리를 위한 보험 활용에 대한 태도이다. 리스크관리 수단인 보험에 대한 기업 인식의 다양한 측면과 보험가입 동기 등을 조사했다.

세 번째는 보험가입 현황이다. 보험상품별 가입 여부, 보험료, 가입 금액, 가입 회사, 보험상품 가입 채널 등을 조사했다. 여기서 보험상품은 <표 Ⅲ-5>에서 보는 바와 같이 크게 화재보험 중심의 재물보험⁴⁹⁾, 배상책임보험, 기타 보험으로 구분했다. 재물보험은 화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험 3가지 유형으로 구분하여 주 담보인 화재 담보와 특약 가입 여부를 조사했다. 배상책임보험은 영업배상책임보험을 비롯한 15개의 상품 가입에 대해 조사하였다. 기타 보험은 해상보험 등 5개의 상품 가입에 대해 조사하였다. 이와 함께 보험 미가입 사유를 조사했다.

<표 Ⅲ-5> 조사 대상 보험상품 및 특약

구분		보험상품
재물 보험	화재보험	신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 기업휴지특약, 풍수해특약, 동산특약
	장기재물보험	신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 풍수해특약, 영업배상책임특약
	재산종합보험	재물담보, 신체손해배상책임특약, 화재대물배상책임특약, 기계담보, 영업배상책임담보, 기업휴지담보, 동산담보
배상책임보험		영업배상책임보험, 제조물배상책임보험, 신재생에너지배상책임보험, 수소관련사업자배상책임보험, 리콜보험, 제품보증보험, 임원배상책임보험, 기업중대사고배상책임보험, 환경책임보험, 가스사고배상책임보험, 개인정보보호배상책임보험, 이비즈(E-biz)배상책임보험, 사이버보험, 산업융합신제품사업자배상책임보험, 규제자유특구신제품사업자배상책임보험
기타보험		적하보험, 근로자재해보상보험, 단체상해보험, 지적재산권보험, 매출채권보험/신용보험/수출보험

49) 본 보고서에서는 화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험을 통칭하여 재물보험으로 표기함

네 번째는 향후 보험 수요 변화를 조사하였다. 가입 보험상품의 지속 가입 의향, 축소 또는 확대 계획, 재물보험상품 유형의 변경, 미가입 상품 또는 특약의 추가 수요 등을 조사하였다.

다섯 번째는 중소기업의 보험 거래 경험을 조사하는 영역이다. 보상처리 만족도, 보험회사 변경 경험, 보험회사 만족도와 변경 의향, 판매채널 변경 경험, 판매채널 만족도와 변경 의향 등을 조사했다.

여섯 번째는 향후 보험 거래 행태의 변화 가능성을 조사하는 부분이다. 기업의 보험 추가 가입을 촉진할 수 있는 요인들의 효과성, 기업보험의 온라인 거래 가능성 등을 조사했다.

〈표 Ⅲ-6〉 설문조사지 주요 구성

구분	내용
리스크관리 일반	주요 사업리스크, 리스크관리 인식도, 리스크관리 활동 수준
보험 활용에 대한 태도	보험에 대한 기업 인식의 다양한 측면과 보험가입 동기
보험가입 현황	보험상품별 가입 여부, 보험료, 가입 금액, 가입 회사, 보험상품 가입 채널, 미가입 사유
향후 보험 수요 변화	지속 가입 의향, 축소 또는 확대 계획, 재물보험상품 유형의 변경, 미가입 상품 또는 특약의 추가 수요
보험 거래 경험	보상처리 만족도, 보험회사 변경 경험, 보험회사 만족도와 변경 의향, 판매채널 변경 경험, 판매채널 만족도와 변경 의향
향후 거래 행태 변화	기업의 보험 추가 가입을 촉진할 수 있는 요인들의 효과성, 기업보험의 온라인 거래 가능성

IV

조사 결과

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

1. 중소기업의 리스크 인식도 및 리스크관리 현황

가. 중소기업의 주요 사업리스크

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

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

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

〈표 IV-1〉 국내 제조업종 중소기업 리스크 순위

(단위: %)

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

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

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

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

〈표 IV-2〉 세계 소기업¹⁾ 사업리스크 순위

(단위: %)

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

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

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

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

50) Allianz Global Corporate & Specialty(2023)

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

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

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

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

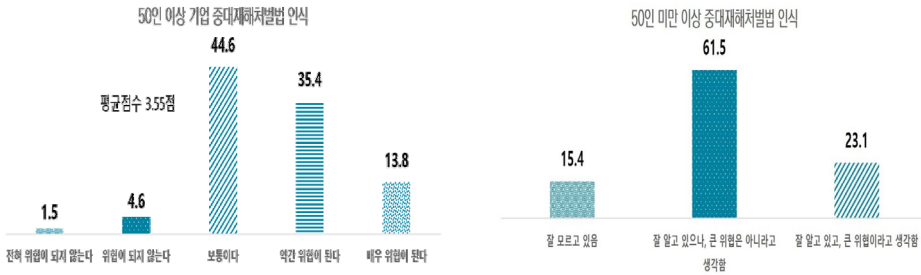
52) 고용노동부(2021), pp. 5~38

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

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

〈그림 IV-1〉 제조업중 중소기업의 중대재해처벌법 리스크 인식도

(단위: %)



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

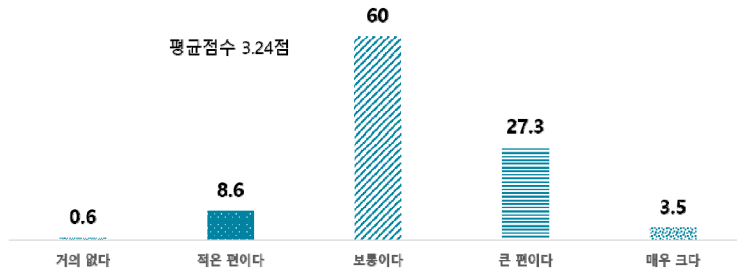
나. 중소기업의 리스크관리 인식도 및 활동 수준

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

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

〈그림 IV-2〉 제조업중 중소기업의 리스크관리 중요성 인식도

(단위: %)



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

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

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

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

55) 보험경영연구회(2019), pp. 32~45

〈표 IV-3〉 제조업종 중소기업의 리스크관리 활동

(단위: 점, %)

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

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

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

〈표 IV-4〉 제조업종 중소기업의 리스크 재무 활동

(단위: %)

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

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

의미한다.⁵⁶⁾

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

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

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

〈표 IV-5〉 제조업종 중소기업 사업연속성계획(BCP) 수립 현황

(단위: 점, %)

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

주: 1) 약간 그렇다와 매우 그렇다의 합

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

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

2. 중소기업의 보험 활용에 대한 태도

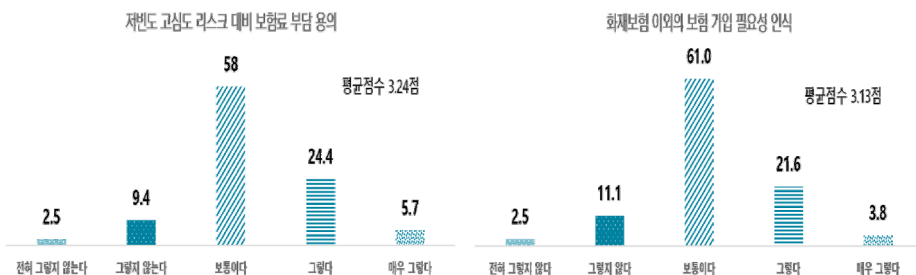
기업의 주요 리스크관리 수단 중 하나인 보험에 대해 중소기업이 어떤 인식을 가지고 있는지는 국내 중소기업 보험가입률과 보험가입 행태를 이해하는 데 중요한 단서가 될 수 있다.

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

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

〈그림 IV-3〉 제조업종 중소기업 보험 인식 특성(1)

(단위: %)



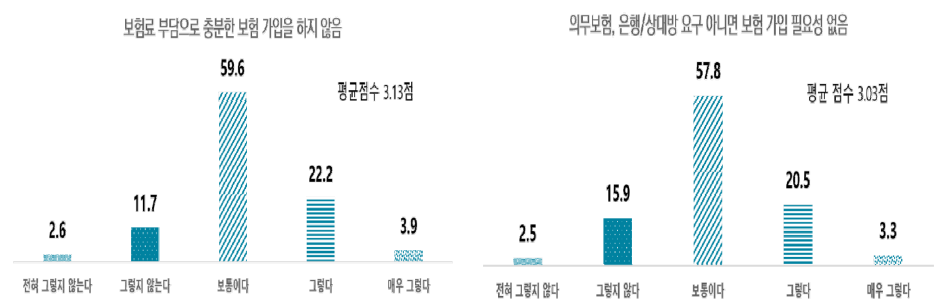
다음으로 리스크관리를 위해 보험이 필요하다고 생각하지만 보험료 부담으로 충분한 보험가입을 하고 있지 않는 상황인지를 질문했다. 이에 대한 측정 점수는 3.13점으로 그렇다고 응답한 기업 비중이 높았다. 보험료 부담으로 충분한 보험가입을 하지 않다고 응답

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

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

〈그림 IV-4〉 제조업중 중소기업 보험 인식 특성(2)

(단위: %)

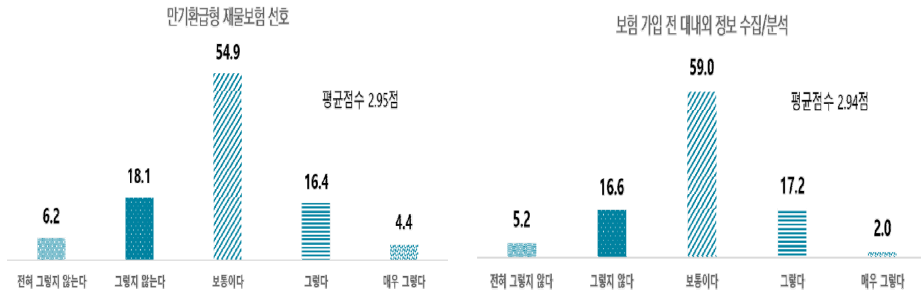


국내 중소기업의 보험가입 특징 중 하나인 만기환급형 재물보험(장기재물보험)에 대한 선호도를 조사했다. 만기환급형 재물보험 선호도의 측정 점수는 2.95점으로 선호하지 않는 기업 비중이 조금 더 높은 것으로 나타났다. 적극적인 선호를 보인 비중이 20.8%였고, 적극적인 비선호를 보인 비중이 24.3%였다. 이는 만기환급형 재물보험을 선호하는 중소기업이 국내에 일정 비율로 존재함을 확인해 주는 의미가 있다.

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

〈그림 IV-5〉 제조업중 중소기업 보험 인식 특성(3)

(단위: %)



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

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

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

〈표 IV-6〉 제조업종 중소기업 보험가입 동기

(단위: %)

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

3. 보험가입 현황

가. 보험가입 현황 총괄

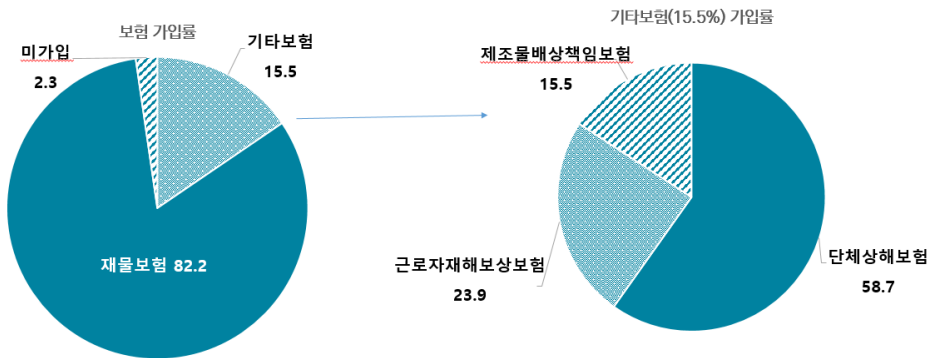
1) 통합 보험가입률

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

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

〈그림 IV-6〉 제조업종 중소기업의 통합 보험가입률 현황

(단위: %)



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

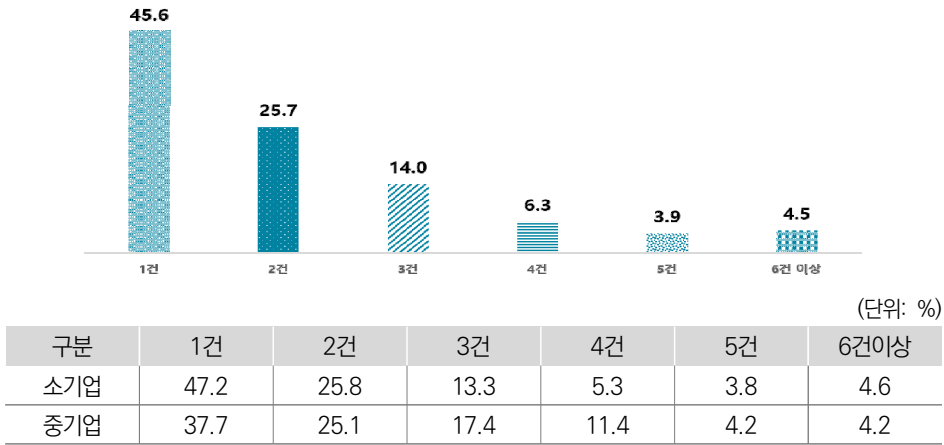
2) 보험상품 가입 건수

보험가입 기업들은 평균 2.2개의 보험상품을 가입한 것으로 나타났다.

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

〈그림 IV-7〉 제조업종 중소기업의 보험가입 건수 분포

(단위: %)



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

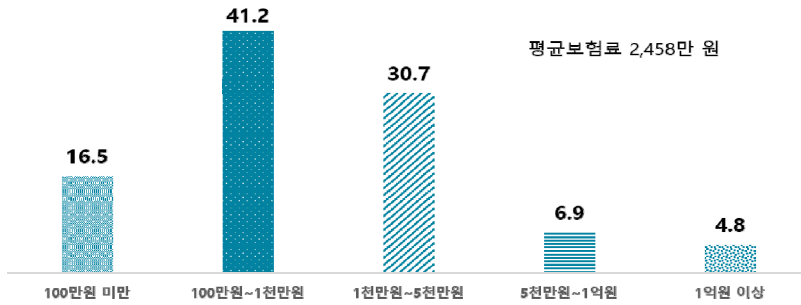
3) 보험료 현황

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

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

〈그림 IV-8〉 제조업종 중소기업 보험료 분포

(단위: %)



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

〈표 IV-7〉 제조업종 중소기업 종사자 수별 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

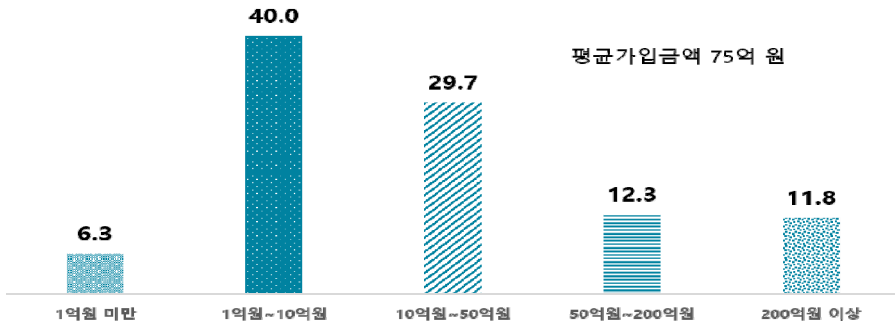
구분	평균보험료	100만 원 미만	100~1,000만 원	1,000~5,000만 원	5,000만~1억 원	1억 원 이상
50인 미만	2,044	17.5	43.0	30.8	5.3	3.3
50인 이상	7,170	5.1	20.3	29.1	24.1	21.5

4) 보험가입금액 현황

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

〈그림 IV-9〉 제조업종 중소기업 보험가입금액 분포 현황

(단위: %)



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

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

(단위: 억 원)

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

5) 보험공급기관 분포

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

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

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

〈표 IV-9〉 제조업중 중소기업 보험공급기관 구성비

(단위: %)

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

6) 판매채널 분포

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

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

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

〈표 IV-10〉 제조업종 중소기업 판매채널 구성비

(단위: %)

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

나. 보험종목별 보험가입 현황

1) 재물보험

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

가) 재물보험가입 현황 총괄

① 보험가입률

제조업중 중소기업의 재물보험 가입률은 82.2%로 조사되었다.

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

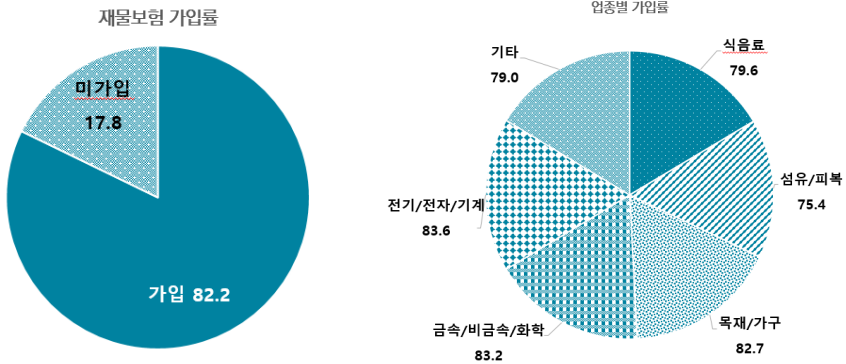
판매채널 정성조사에서 기업의 재물보험 미가입 사유로 파악된 것은 재정 여력과 리스크 인식도이다. 대부분 기업이 재물보험을 가입하지만, 보험료 지불 여력이 없다면 기업은 재물보험가입을 하지 않는다. 일부 기업은 화재 발생 가능성이 거의 없다고 인식하거나 발생하더라도 손실이 거의 없다고 인식하여 재물보험가입을 불필요하다고 인식하기도 한다. 재정 여력이 우량해 은행 여신이 없으면서 화재 발생 가능성이 거의 없다고 생각하는 사업주도 대표적인 재물보험 미가입 유형의 하나이다.

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

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

〈그림 IV-10〉 제조업종 중소기업의 재물보험 가입률

(단위: %)



② 보험료 및 보험가입금액

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

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

〈표 IV-11〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

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

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

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

〈표 IV-12〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험가입금액 현황 (단위: 억 원, %)

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

③ 보험공급기관

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

〈표 IV-13〉 제조업종 중소기업 재물보험 보험공급기관 구성비 (단위: %)

구분	손해보험회사	공제기관
계약 건수 기준	99.3	0.7

④ 판매채널

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

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

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

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

(단위: %)

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

나) 재물보험 특약별 가입 현황

① 배상책임특약 가입률

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

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

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

61) 이러한 영업배상책임특약을 시설소유자배상책임특약이라고 함

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

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

〈표 IV-15〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 배상책임특약 가입률 (단위: %)

전체	소기업	중기업
42.0	37.7	63.8

② 풍수해특약 가입률

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

〈표 IV-16〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 풍수해특약 가입률 (단위: %)

전체	소기업	중기업
10.3	9.3	15.2

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

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

63) 이는 재물보험가입 기업의 14.8%에 해당함

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

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

〈표 IV-17〉 풍수해위험과 풍수해특약 가입률

(단위: 개, %)

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

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

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

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

③ 동산특약 가입률

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

〈표 IV-18〉 제조업종 중소기업 재물보험가입자의 동산특약 가입률

(단위: %)

전체	소기업	중기업
5.5	5.0	8.0

④ 기업휴지특약 가입률

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

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

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

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

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

입률은 매우 낮은 수준으로 나타났다.

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

(단위: %)

배상책임특약	풍수해특약	동산특약	기업휴지특약
42.0	10.3	5.5	3.8

다) 재물보험 유형별 가입 특성

① 재물보험 유형별 구성비

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

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

순수보장형 화재보험가입 비중을 화재보험과 재산종합보험으로 구분⁶⁹⁾하면, 화재보험

68) 우리나라 이외에 일본의 운영 사례가 있음

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

80.4%, 재산종합보험 6.0%이다.⁷⁰⁾

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

〈표 IV-20〉 재물보험 유형별 구성비

(단위: %)

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

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

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

71) 실무적으로 판매채널은 이를 보험가입금액 200억 원 이상으로 인식함

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

② 재물보험 유형별 보험료 및 보험가입금액 비교

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

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

〈표 IV-21〉 재물보험 유형별 보험료 및 보험가입금액

(단위: 만 원, 억 원)

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

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

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

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

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

〈표 IV-22〉 제조업중 중소기업 재물보험 유형별 보험료 분포

(단위: %)

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

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

〈표 IV-23〉 제조업중 중소기업 재물보험 유형별 가입금액 분포

(단위: %)

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

③ 재물보험 유형별 보험공급기관 및 판매채널

화재보험, 장기재물보험, 재산종합보험은 대부분 손해보험회사가 공급기관이고, 공제기

판의 비중은 미미한 것으로 조사되었다.

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

〈표 IV-24〉 제조업종 중소기업 재물보험 유형별 보험공급기관·판매채널 현황 (단위: %)

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

주: 보험계약 건수 기준 구성비

④ 재물보험 유형별 특약 가입률

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

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

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

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

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

(단위: %)

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

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

2) 배상책임보험

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

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

가) 영업배상책임보험

① 영업배상책임보험 가입률

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

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

〈표 IV-26〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 가입률

(단위: %)

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

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

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

② 영업배상책임보험 보험료 및 보험가입금액

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

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

〈표 IV-27〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험료 현황 (단위: 만 원, %)

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

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

〈표 IV-28〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험가입금액 현황 (단위: 억 원, %)

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

③ 영업배상책임보험 보험공급기관 및 판매채널

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

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

〈표 IV-29〉 제조업종 중소기업 영업배상책임보험 보험공급기관·판매채널 현황 (단위: %)

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

나) 제조물배상책임보험

① 제조물배상책임보험 및 유사 배상책임보험 가입률

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

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

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

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

〈표 IV-30〉 제조업종 중소기업 제조물 관련 배상책임보험 가입률

(단위: %)

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

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

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

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

② 제조물배상책임보험 보험료 및 보험가입금액

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

〈표 IV-31〉 제조업종 중소기업 제조물배상책임보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

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

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

〈표 IV-32〉 제조업종 중소기업 제조물배상책임보험 보험가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

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

③ 제조물배상책임보험 보험공급기관 및 판매채널

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

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

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

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

주: 보험계약 건수 기준 구성비

다) 기타 배상책임보험

① 가스배상책임보험

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

가스배상책임보험의 평균보험료는 63만 원이다.

② 환경책임보험

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

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

환경책임보험의 평균보험료는 71만 원이다.⁷⁶⁾

③ 기업중대사고배상책임보험

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

기업중대사고배상책임보험의 평균보험료는 249만 원이다.

④ 임원배상책임보험

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

⑤ 사이버리스크 관련 배상책임보험

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

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

77) 황현아·김혜성·정성희(2022)

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

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

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

보험료 수준을 살펴보면, 개인정보보호배상책임보험의 평균보험료는 49만 원이다.

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

〈표 IV-34〉 제조업종 중소기업 배상책임보험 가입률 비교

(단위: %)

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

주요 배상책임보험의 평균보험료는 영업배상책임보험이 가장 높고, 임원배상책임보험,

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

〈표 IV-35〉 제조업종 중소기업 배상책임보험 평균보험료 비교

(단위: 만 원)

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

3) 종사자 인적 리스크 관련 보험

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

가) 단체상해보험

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

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

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

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

〈표 IV-36〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 가입률

(단위: %)

전체	50인 미만	50인 이상
39.1	37.3	59.5

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

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

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

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

〈표 IV-37〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 보험료 현황

(단위: 만 원, %)

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

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

〈표 IV-38〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 가입금액 현황

(단위: 억 원, %)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

주: 보험계약건수 기준 구성비

나) 근로자재해보상보험

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

기업은 12.8%인데 비해 50인 이상 기업은 17.7%였다.

〈표 IV-41〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 가입률 (단위: %)

전체	50인 미만	50인 이상
13.2	12.8	17.7

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

〈표 IV-42〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 보험료 현황 (단위: 만 원, %)

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

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

〈표 IV-43〉 제조업종 중소기업 근로자재해보상보험 가입금액 현황 (단위: 억 원, %)

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

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

〈표 IV-44〉 제조업종 중소기업 근재보험 보험공급기관 구성비

(단위: %, 만 원)

구분	손해보험회사	공제기관
계약 건수 기준	92.4	7.6

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

〈표 IV-45〉 제조업종 중소기업 단체상해보험 판매채널 구성비

(단위: %)

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

주: 보험계약 건수 기준 구성비

4) 기타 보험

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

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

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

82) 설문조사 대상 기업의 41.9%임

〈표 IV-46〉 제조업종 중소기업 기타 보험가입 현황

(단위: %, 만 원)

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

다. 보험 미가입 사유

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

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

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

〈표 IV-47〉 보험미가입 사유 현황

(단위: %)

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

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

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

4. 향후 보험 수요

가. 가입 보험의 수요 변화

1) 지속 가입 의향 및 가입 중단 의향

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

〈표 IV-48〉 가입 보험의 지속 가입 의향(전 상품 합계)

(단위: 점, %)

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

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

〈표 IV-49〉 보험종목별 가입 중단 의향

(단위: %)

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

주: 없는 편과 전혀 없다는 합임

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

〈표 IV-50〉 재물보험 유형별 특약 가입 중단 의향

(단위: %)

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

주: 없는 편과 전혀 없다는 합임

2) 보험가입 확대 또는 축소 의향

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

〈표 IV-51〉 가입보험의 확대·축소 의향(통합)

(단위: 점, %)

평균점수	축소의향	확대의향
2.99/5.0	10.3	10.1

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

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

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

〈표 IV-52〉 보험종목별 가입 축소 또는 확대 의향

(단위: 점, %)

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

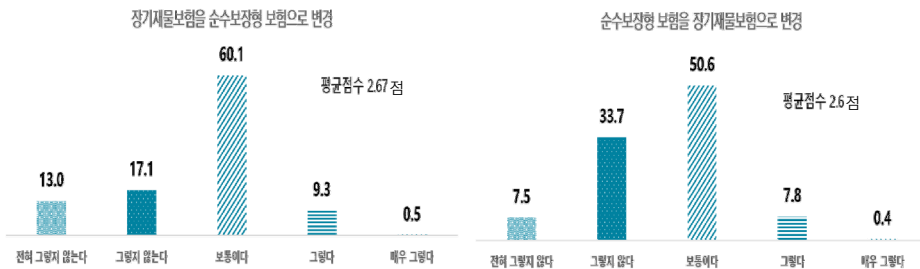
정성조사에서 기업들은 기존의 화재보험 주보험 및 특약 구성을 그대로 갱신하는 경우가 대부분이라고 응답했다. 기업들은 계약 갱신 시 가입하고 있는 특약 등에 대한 검토를 상세히 하지 않는 편인데, 그 이유는 내용을 잘 몰라서 그렇다는 응답과 특별히 변경할 만한 이유가 없다는 2가지 유형으로 나타났다. 다만 어느 쪽이든 기존의 가입 관행을 변경하는 것이 쉽지 않다는 의견을 보였다.

3) 화재보험의 가입유형별 전환 수요

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

〈그림 IV-11〉 재물보험 유형 간 전환 의향

(단위: %)



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

나. 신규 보험 수요

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

1) 보험종목별 신규 보험 수요

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

먼저 전체 미가입자 대상 신규 보험 수요를 살펴본다.

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

(단위: %)

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

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

을 표시했다.

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

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

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

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

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

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

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

(단위: %)

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

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

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

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

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

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

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

83) 해킹으로 시스템을 마비시키고 비트코인을 요구한 사례임

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

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

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

수출업자로서 신용보험 미가입자의 신용보험 신규 가입 의향은 11.4%였다.

2) 재물보험가입자의 특약 신규 수요

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

가) 재물보험 전체 특약 신규 수요

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

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

〈표 IV-55〉 재물보험 특약 신규 수요(전체)

(단위: %)

배상책임특약	기업휴지특약	동산특약	풍수해특약
11.2	9.2	9.0	8.1

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

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

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

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

나) 재물보험 유형별 특약 신규 수요

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

〈표 IV-56〉 화재보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

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

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

〈표 IV-57〉 장기재물보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

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

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

〈표 IV-58〉 재산종합보험가입자의 특약 신규 수요

(단위: %)

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

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

5. 중소기업의 보험 거래 경험

가. 보험사고 경험과 만족도

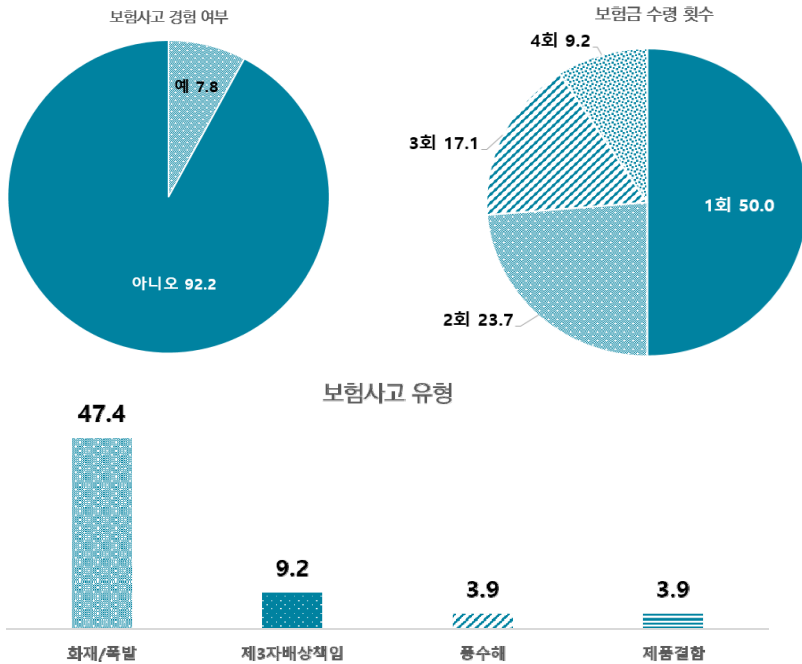
1) 보험사고 경험 비중

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

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

〈그림 IV-12〉 보험사고 경험

(단위: %)



2) 보상 처리 만족도

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

〈표 IV-59〉 보상처리 만족도

(단위: 점, %)

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

나. 보험회사 및 판매채널 거래 경험과 거래 지속성

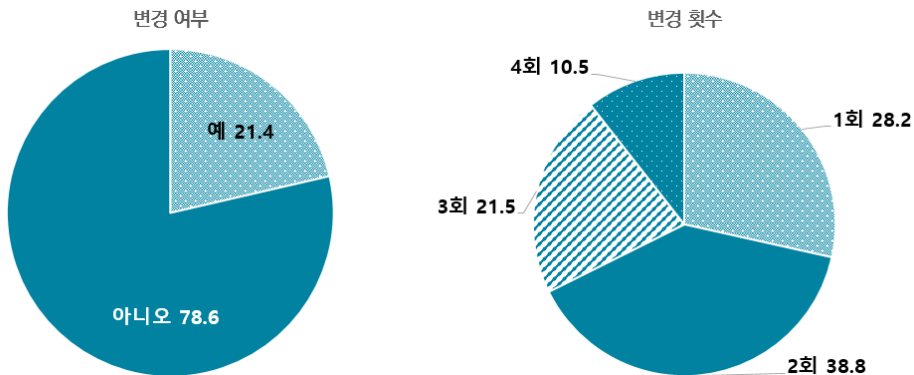
1) 보험회사 변경 경험

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

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

〈그림 IV-13〉 보험회사 변경 경험

(단위: %)



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

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

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

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

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

영업배상책임보험은 보험료와 지인 소개가 함께 1위이다.

〈표 IV-60〉 보험회사 변경 사유

(단위: %)

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

2) 보험공급기관 만족도 및 변경 의향

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

〈표 IV-61〉 거래 보험공급기관 만족도

(단위: 점, %)

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

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

〈표 IV-62〉 거래 보험공급기관 변경 의향

(단위: 점, %)

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

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

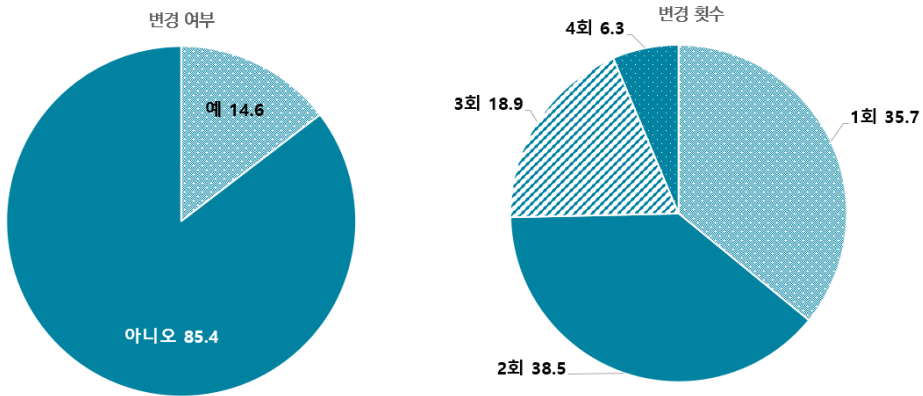
3) 판매채널 변경 경험

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

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

〈그림 IV-14〉 판매채널 변경 경험

(단위: %)



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

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

〈표 IV-63〉 판매채널 변경 사유

(단위: %)

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

4) 판매채널 만족도 및 변경 의향

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

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

〈표 IV-64〉 판매채널 만족도

(단위: 점, %)

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

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

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

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

〈표 IV-65〉 판매채널별 변경 의향

(단위: 점, %)

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

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

다. 보험가입의 고려 사항 및 선택 기준

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

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

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

〈표 IV-66〉 보험가입 시 고려 사항 순위

(단위: %)

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

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

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

〈표 IV-67〉 보험 거래 결정 유형

(단위: %)

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

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

6. 보험가입 행태의 변화 가능성

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

가. 중소기업 보험가입 촉진 요인 탐색

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

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

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

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

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

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

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

〈표 IV-68〉 보험가입 촉진 요인

(단위: 점, %)

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

나. 기업성 보험의 온라인 거래 가능성 탐색

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

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

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

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

〈표 IV-69〉 온라인 보험 거래 이용 의향

(단위: 점, %)

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

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

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

〈표 IV-70〉 기업성 보험의 온라인 거래 이용 의향이 낮은 이유

(단위: %)

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

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

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

국내 중소기업은 리스크관리가 취약하고 보장 공백이 큰 것으로 알려져 있다. 중소기업의 리스크관리 선진화와 보장 공백 해소는 중소기업 경영의 안정성과 역동성을 높일 뿐만 아니라 보험산업의 성장동력을 마련하는 계기가 될 수 있다. 하지만, 중소기업의 리스크관리 현황과 보장 공백에 관한 실증 연구는 거의 이루어지지 않은 상황이다. 본 연구는 중소기업 보험시장 연구를 위한 기초 자료를 확보하기 위해 시장 추정 연구와 설문조사 및 정성조사를 수행했다. 우리는 제2장에서 국내 기업성 보험 및 중소기업 시장 추정 결과를 제시했고, 제4장에서 설문조사와 좌담회를 통해 나타난 제조업종 중소기업의 리스크관리 현황, 보험가입 현황, 보험 거래 행태 및 신규 수요 특성 등을 분석했다.

국내 중소기업 보험시장 중 기업성 일반손해보험은 자동차보험을 제외한 일반손해보험 보험료(9.7조 원, 2022년 기준)의 29.9%인 2.9조 원, 농작물재해보험, 가축재해보험, 단체상해보험 제외 시 18.4%, 1.3조 원으로 추정된다. 기업성 보험시장에서 중소기업의 비중은 34.2%(농작물재해보험 등 제외 시 22.3%)로 추정된다. 우리나라 중소기업 보험시장이 기업성 일반손해보험의 22.3~34.2%인데 비해 해외 주요국의 중소기업 시장 비중은 60%에 이른다. 이는 국내 중소기업 시장이 국제 비교 관점에서 낮은 발전 단계에 머물러 있고 여러 개선 과제를 가지고 있을 수 있음을 시사한다.

본 연구를 통해 밝혀진 국내 중소기업 기업성 보험시장의 특징은 적립보험료를 주요 구성요소로 하는 장기보험이 상당한 비중을 차지하고 있다는 점이다. 중소기업이 가입하는 주요 보험 중 다른 국가에서 찾아보기 힘든 보험상품이 장기재물보험과 장기단체상해보험이다. 이 중 장기재물보험시장 규모는 2.7조 원으로 추정된다. 장기단체상해보험의 경우 설문조사를 통해 생명보험회사가 주요 보험공급기관 중 하나라는 점이 확인되었다.

공장을 보유한 제조업종 중소기업을 대상으로 한 설문조사를 통해 우리는 국내 중소기업의 보장 공백 수준을 정량적으로 제시했다. 제조업종 중소기업은 가입률 82.2%의 재물보험과 39.1%의 단체상해보험을 제외하면 주요 보험종목에서 낮은 보험가입률을 보였다. 기업성 보험종목 중 가입률 10%를 상회하는 것이 제조물배상책임보험(14.3%), 근재보

험(13.2%), 영업배상책임보험(11.4%)에 불과했다. 나머지 보험종목들은 0.3~6.9%의 분포를 보였다. 재물보험의 특약 가입률 분석은 배상책임특약을 제외하면 풍수해특약(10.3%), 동산특약(5.5%), 기업휴지특약(3.8%) 등이 모두 낮은 수준에 머문다는 것을 보여주었다.

이러한 낮은 보험가입률은 중소기업의 낮은 리스크관리 인식도 및 보험료 부담과 관련성이 높은 것으로 분석된다. 설문조사 결과 중소기업 중 리스크관리가 사업에 미치는 영향이 중요하다고 본 비중은 30.8%에 머물렀고, 리스크 측정 활동 수행 비중(26.2%), 리스크 예방 활동 수행 비중(24.3%)은 이보다 낮았다. 중소기업들이 화재보험 이외 보험가입이 필요하다고 느끼는 비중은 25.4%에 불과했다. 보험 미가입 사유를 조사한 결과 중소기업의 58.9%(복수응답 기준)가 보험가입 필요성이 있으나 보험료 지출이 경영에 부담되어 보험가입을 하지 않았다고 응답했다. 기업의 보험담당자 및 판매채널 대상 정성조사에서 나타난 공통 의견은 중소기업 보험 미가입의 핵심 원인이 보험료 부담이라는 것이다.

설문조사 결과는 제조업종 중소기업 보험료 구성비에서 적립보험료가 포함된 장기보험의 비중이 매우 크다는 것을 확인시켜 주었다. 재물보험 유형별 구성비를 보면 계약 건수 기준 장기재물보험 비중이 23.5%였는데, 재물보험 총보험료 기준 장기재물보험 비중은 54%에 이른다. 단체상해보험의 높은 보험료 수준도 장기보험 중심의 가입 행태에 따른 영향으로 추정된다.

제조업종 중소기업은 상품 및 특약별로 8.1~23.9%의 추가 가입 수요를 보인다. 재물보험가입자들의 특약 추가 가입 수요는 배상책임특약 11.2%, 기업휴지특약 9.2%, 동산특약 9.0%, 풍수해특약 8.1%의 순서로 나타났다. 설문조사와 정성조사를 통해 중소기업의 기업휴지특약 잠재 수요가 상당히 존재한다는 것을 확인했다. 전체 미가입자를 대상으로 한 신규 수요 조사에서 기업중대사고배상책임보험(18.1%), 단체상해보험(16.9%), 근재보험(14.0%), 제조물배상책임보험(11.0%) 등의 순서로 잠재 수요가 높은 것으로 나타났다. 특정 리스크를 보유한 미가입자의 신규 수요 조사에서는 사이버보험(23.9%), 개인정보보호배상책임보험(11.3%), 이비즈(E-biz)배상책임보험(10.7%), 가스사고배상책임보험(15.3%), 환경책임보험(12.6%), 지적재산권보험(11.6%), 신용보험(11.4%) 등의 순서로 잠재 수요가 존재했다. 국내 제조업종 중소기업들은 해외 주요국과 비교하여 사이버리스크 인식도와 보험가입률이 매우 낮은 수준을 보였다. 하지만, 주목할 만한 조사 결과 중 하나는 국내 중소기업에게 사이버리스크 인식도가 증가하고 있고, 잠재 보험 수요가 상당히

존재한다는 점이다.

본 연구는 중소기업 보험시장의 판매채널 특성을 실제 데이터를 통해 분석했다. 설문조사 결과 중소기업 보험시장은 임직원(직급) 채널과 보험중개사(브로커) 채널이 중요한 비중을 차지하는 대기업 보험시장과 달리 전속 보험설계사와 전속 보험대리점 비중이 높은 것이 특징이다. 중소기업 보험시장의 특징 중 하나인 장기재물보험시장 및 장기보험 중심의 단체상해보험시장에서도 전속 보험설계사의 높은 비중이 두드러지게 나타난다.

기업성 보험 거래 경험의 조사 결과, 제조업중 중소기업들의 보험회사 및 판매채널 변경 빈도가 상당하다는 것으로 나타났다. 지난 10년간 보험회사를 변경한 기업의 비중은 21.4%, 판매채널을 변경한 기업의 비중은 14.6%였다. 변경 횟수는 각각 2.4회와 2.1회였다. 중소기업의 보험회사와 판매채널 변경 사유 중 1위는 모두 지인의 요청이나 소개였고, 이러한 특징은 판매채널 변경에서 더욱 두드러지게 나타난다.

중소기업의 보험 거래 특성 중 하나는 보험가입의 결정과 상품 선택에서 판매채널의 영향력이 높다는 점이다. 중소기업 보험 거래 선택 유형 중 판매채널 추천 우선형 비중이 36.2%였다. 정성조사는 판매채널 영향력이 설문조사에서 나타난 결과보다 더 클 수 있음을 시사한다. 특히 판매채널이 기업 내 의사결정자의 지인일 경우 판매채널의 영향력은 더욱 커진다.

중소기업 보험가입 행태의 변화 가능성을 조사한 결과, 중소기업 보험가입률을 촉진하는 요인으로 정부 또는 지방자치단체의 보험료 지원 효과가 가장 높은 것으로 나타났다. 기업성 보험에서 온라인 거래 의향 비중은 12.1~18.0% 수준으로 나타났다. 기업성 보험의 온라인 거래 가능성을 제약하는 핵심 요인이 중소기업 보험 담당 조직 및 인력의 보험 전문성의 취약이라는 점이 설문조사를 통해 확인되었다. 정성조사에서는 보험가입에서 지인 영향력이 온라인 거래 확대 가능성을 낮추는 요인이 된다는 점이 지적되었다.

본 연구는 국내 중소기업의 리스크관리와 보험가입 특성을 종합적으로 분석했다는 데 의미가 있다. 본 연구의 분석 결과는 향후 국내 중소기업의 보장 공백 해소를 위한 정책 수립과 보험공급기관의 중소기업 시장 접근 전략 수립에 많은 시사점을 줄 수 있을 것으로 기대된다. 설문조사 결과는 중소기업의 잠재 보험 수요가 존재한다는 것을 보여주고 있지만, 이러한 잠재 수요를 실제 수요로 전환하고, 중소기업의 보장 공백을 축소시키는 일은 매우 어려운 과제라고 할 수 있다. 이러한 어려움은 중소기업의 보장 공백을 해소하기 위한 정책 연구와 중소기업 보험시장 확대를 위한 보험공급기관의 마케팅 전략 연구가

필요한 이유이기도 하다.

향후 연구는 본 연구에서 집적한 자료와 분석을 바탕으로 다음과 같은 영역으로 확장될 필요가 있다. 우선, 여기서 집적된 데이터를 기반으로 중소기업의 보험 수요결정 요인 연구를 발전시킬 필요가 있다. 본 연구에서 집적한 설문조사 데이터를 기업의 일반 현황 및 재무 데이터 등 다양한 기업 데이터와 결합한다면 보다 깊이 있는 보험 수요 결정 요인 분석 모델 수립과 검증이 가능할 것이다. 다음으로 집계된 데이터를 바탕으로 제조업중 중소기업의 보험시장 및 잠재 시장 추정 연구를 수행할 수 있다. 이 연구는 전체 중소기업 보험시장 및 잠재 시장 추정 연구로 확장될 필요가 있다. 이러한 잠재 시장 추정은 중소기업의 보장 공백 해소 정책과 중소기업 보험시장 확대 전략 수립의 기준점이 될 것이다. 한편으로 설문조사 통계를 기반으로 후속 연구는 중소기업 시장 마케팅 전략 수립을 위한 미시적 연구로 확장될 필요가 있다. 설문조사 결과는 기업 속성 및 거래 경험 특성, 리스크관리 및 보험가입 경험 특성을 연계한 중소기업 고객군 세분화 연구에 활용될 수 있다. 이러한 고객세분화 연구는 보험공급기관의 목표 고객 설정과 목표 고객별 마케팅 전략 수립을 지원할 수 있을 것이다.

한편, 국내 중소기업의 보장 공백 연구는 국제 비교 관점으로 확장될 필요가 있다. 국내 중소기업의 낮은 보험가입률과 기업성 보험 중 중소기업 보험시장의 낮은 비중은 보험 수요 및 보험 공급 양 측면에서 원인 분석과 해결 방안 모색이 필요하다. 국내 중소기업의 보험 수요가 해외 주요국과 어떤 차이가 있는지 분석될 필요가 있는데, 특히, 법률 및 경제 제도 등 기업의 대외 환경 측면과 기업의 리스크관리 의식 등 기업 내부 환경 측면의 차이를 조사할 필요가 있다. 또한 국내 보험공급기관의 공급 역량이 해외 보험산업과 비교하여 어떤 격차가 있는지 연구될 필요가 있는데, 특히, 상품개발, 인수 및 보유, 마케팅 전략 측면의 비교 분석이 필요하다.

본 연구는 설문조사를 제조업종으로 제한하였다. 따라서 본 연구의 결과를 중소기업 전체의 특성으로 해석하는 것은 많은 한계가 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해 향후 연구는 제조업종 이외의 다른 업종으로 확장될 필요가 있다. 또한 1회성 설문조사 연구로는 중소기업의 리스크관리 및 보험가입 특성을 분석하는 데 한계가 있으므로 중소기업 리스크관리 발전 정책 수립을 위해 정부와 중소기업, 보험 및 공제산업이 협력하여 중소기업 보험 가입에 관한 시계열 자료를 확보하는 것이 필요하다. 이런 점에서 일본의 사례는 시사하는 바가 크다. 일본 손해보험협회는 중소기업의 리스크의식·대응 실태조사를 2021년부터

터 정기적으로 실시하고 있다. 국내에서도 중소기업 리스크관리 및 보험가입 현황에 관한 정기적 설문조사 수행을 검토할 시점이다. 또한, 제2장에서 살펴보았듯이 국내에서 기업성 보험과 중소기업 기업성 보험에 관한 통계가 존재하지 않으므로 기업성 보험과 중소기업 보험시장에 관한 체계적 통계 집적 방안을 검토하고 실행할 필요가 있다.

참고문헌

- 건설공제조합(2023), 『FY2022 건설공제조합 공제사업 경영공시』
- 고용노동부(2021), 『중대재해처벌법 해설』
- 농림축산식품부(2023), 『농업경영체 등록정보 현황 서비스』
- 보험경영연구회(2019), 『리스크와 보험』, 문영사
- 보험개발원, 『보험통계연감』, 각 연도
- _____, 『손해보험통계연보』, 각 연도
- _____, 『기업성 보험 통계분석보고서』, 각 연도
- 보험연구원·보험연구원 산학연구센터(2020), 『글로벌 보증보험 상품 연구』, 연구용역보고서
- 손재희·변혜원·오병국·김혜성(2023), 「새로운 성장을 위한 도전과 과제(I): 보장격차로 살펴본 국내보험 신시장」, 『CEO Report』, 23-07, 보험연구원
- 송윤아(2021), 「사이버사고의 진화와 사이버보험 시장 동향」, 『Kiri 리포트』, 보험연구원
- 송윤아·한성원(2020), 「기업의 보험수요에 관한 연구」, 『연구보고서』, 보험연구원
- 신용보증기금(2023), 『2022년 중소기업매출채권보험제정 감사보고서』, 우리회계법인
- 신협(2023), 『2022년도 신협공제사업 경영 현황』, 공제기획본부
- 이기형·한상용(2008), 「기업휴지보험의 활성화 방안 연구」, 『정책보고서』, 보험연구원
- 전문건설공제조합(2023), 『FY2022 전문건설공제조합 경영공시자료』
- 조재린·김혜성·김진익(2021), 「민간 발주 소방시설공사 공사대금 지급보증제도 도입에 관한 연구」, 소방산업공제조합 연구용역
- 중소기업중앙회(2022), 『2022년 중소기업 현황』
- _____(2023), 『2022년 사업보고 요약』
- 최창희·장윤미(2021), 「호주 중소기업 기업성 보험 온라인 판매채널 사례 연구」, 『위킹페이퍼』, 보험연구원
- 한국무역보험공사(2023), 『2022년 감사보고서』
- 한국은행, 『기업경영분석』, 각 연도

한국해운조합(2023), 『2022년 경영공시(결산)』

한상용·홍보배(2022), 「중소기업 위험관리에 대한 연구 : 사업연속성계획(BCP) 중심」, 『연구보고서』, 보험연구원

황현아·김혜성·정성희(2022), 「카카오서비스 중단 사태와 보험산업 과제」, 『CEO Brief』, 보험연구원

日本損害保険協会(2021), “中小企業のリスク意識・対策実態調査2021 調査結果報告書”

_____ (2022), “中小企業のリスク意識・対策実態調査2022 調査結果報告書”

澤田他(2017), “日本企業における災害時リスクファイナンスの現像と課題”

Allianz Global Corporate & Specialty(2023), “Allianz Risk Barometer 2023”

David L. Eckles, Robert E. Hoyt, and Johannes C. Marais(2022), “The History and Development of Business Interruption Insurance”, *Journal of Insurance Regulation* 2022, 7

Deloitte(2022), “The future of small business insurance - What do customers want?”

McKinsey & Company(2016), “Small Commercial Insurance: A Bright Spot In the U.S. Property-Casualty Market”

_____ (2020), “Insurers must rethink the SME segment: Lessons from the United Kingdom”

_____ (2022), “Small and medium-size commercial insurance: The big opportunity”

Swiss Re Institute(2023), “World insurance : stirred, and not shaken”, *Sigma*, 3

Investopedia(www.investopedia.com)

NAIC(<https://content.naic.org/cipr-topics/business-interruptionbusinessowners-policies-bop>)
Last updated 2/1/2023)

OECD Statistics(<https://stats.oecd.org/>)

중소기업 기업보험가입수요 설문 문항(안)

안녕하십니까? 조사 기관 OOO리서치입니다.

이번에 저희 회사에서는 중소기업 기업보험 수요에 관한 조사를 수행 중입니다.

(*생명보험, 5대 사회보험, 자동차보험 등은 설문조사에 포함되지 않음을 안내드립니다.)

본 설문의 질문은 맞고 틀리는 답이 없으며, 응답하신 내용은 통계법 및 개인정보 보호법에 의거하여 통계자료처리의 목적으로만 사용되며 개인정보는 철저히 보호됩니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 설문에 응해 주시면 감사하겠습니다.

2023년 8월

응답 업체 일반문항

Q1. 귀사의 이름은 무엇입니까

()

Q2. 귀사의 주 종사 산업군을 선택하여 주십시오.

1. 1차 금속 제조업	2. 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	3. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업
4. 금속가공제품 제조업	5. 식료품 제조업	6. 기타 제품 제조업
7. 기타 운송장비 제조업	8. 자동차 및 트레일러 제조업	9. 전기장비 제조업
10. 가구 제조업	11. 가죽, 가방 및 신발 제조업	12. 기타 기계 및 장비 제조업
13. 고무 및 플라스틱제품 제조업	14. 펄프, 종이 및 종이제품 제조업	15. 의복, 의복 액세서리 및 모피제품 제조업
16. 화학물질 및 화학제품 제조업	17. 섬유제품 제조업; 의복제외	18. 비금속 광물제품 제조업
20. 목재 및 나무제품 제조업	21. 의약품 물질 및 의약품 제조업	22. 산업용 기계 및 장비 수리업
23. 인쇄 및 기록매체 복제업	24. 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	

	예	아니오
6. 홈페이지, 전자상거래 운영, 기타 인터넷 및 네트워크 활동을 하고 있다.	1	2
7. 사이버공격에 의한 해킹, 랜섬웨어, 변조 등으로 거래 영향, 공장가동 중단 등이 우려된다.	1	2
8. 산업융합신제품사업자배상책임보험 의무가입 대상이다.	1	2
9. 규제자유특구신제품사업자배상책임보험 의무가입 대상이다.	1	2
10. 산업군에 수출업이 있다.	1	2
11. 지적재산권을 보유하고 있다.	1	2

DQ3-1. 귀사는 환경책임보험 의무가입시설입니까? (DQ2-3 문항 1.예 응답자)

1. 예 2. 아니오

DQ3-2. 귀사는 가스사고배상책임보험 의무가입시설입니까? (DQ2-4-1문항 1.예 응답자)

1. 예 2. 아니오

리스크관리 일반

Q1. 귀사의 사업에 가장 부정적 영향을 크게 미칠 것으로 생각하는 리스크가 무엇인지 다음 항목 중 3가지를 선택해주세요.

1순위 () / 2순위 () / 3순위 ()

1. 자연재해	2. 화재 폭발	3. 사이버리스크
4. 감염병 위기	5. 공급망 위기	6. 법규 및 규제 변화
7. 영위업종의 시장 변화	8. 경기침체	9. 숙련된 인력의 부족
10. 기술발전	11. 정치적 위험	12. 명예훼손/브랜드가치하락
13. 제3자에 대한 배상 책임 피해 발생	14. 기후위기, 이상기후	15. 에너지위기
16. 제품결함, 리콜 등	17. 환경오염피해	18. 사회적 인프라의 붕괴와 가격 폭등 등

사이버리스크란?

해킹, 변조, 랜섬웨어 등 사이버 공격에 따른 정보유출, 기업 시스템 운영중단 등 기업의 피해 및 이로 인한 고객 피해에 따른 제3자 배상책임 피해

Q2. 귀사는 리스크관리가 사업의 생존과 발전에 얼마나 중요한 영향을 미친다고 생각하십니까?

거의 없다	적은 편이다	보통이다	큰 편이다	매우 크다
1	2	3	4	5

Q3. 귀사의 리스크관리 활동에 관한 다음 질문에 답변해주시오.

Q3-1. 우리 회사는 사업에서 발생할 수 있는 리스크의 식별과 측정을 위해 노력하고 있다.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

Q3-2. 우리 회사는 리스크 발생의 사전 예방과 사고 발생시 손실 감축에 초점을 둔 리스크 통제활동을 수행하기 위해 인적 노력 및 물적 투자를 하고 있다.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

Q3-3. 우리 회사는 리스크관리의 일환으로 손실발생에 대비해 준비금을 적립한다.

1. 예
2. 아니오

Q3-4. 우리 회사는 리스크관리의 일환으로 보험 또는 공제를 적극적으로 활용한다.

1. 예
2. 아니오

Q3-5. 재해 발생, 기타 내외부 환경 변화 등으로 인한 사업중단 리스크와 사업 중단 사태 이후의 신속한 회복 등의 리스크관리를 위해 사업연속성계획을 수립하고 있다.

1. 예
2. 아니오

Q3-6. 현재 수립한 사업연속성 계획은 리스크관리를 위해 효과적으로 만들어져 있다.
(Q3-5번 문항 1.예 응답자)

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

리스크관리를 위한 보험 활용에 대한 태도

Q6. 리스크관리 수단인 보험 활용에 대한 귀사의 생각을 알기 위한 다음 질문에 답해주세요.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사는 사고발생확률이 낮고 보험료가 발생하더라도 거대한 손실이 발생하는 리스크에 대해서는 보험가입이 필요하다고 생각한다	1	2	3	4	5
2. 우리회사는 의무보험이나 은행의 요구, 거래상대방의 요구 등이 아니면 보험가입의 큰 필요성을 느끼지 않는다	1	2	3	4	5
3. 우리 회사는 비용이 들더라도 리스크관리를 위해 화재보험 이외에 필요한 여러 가지 보험을 가입하는게 필요하다고 생각한다	1	2	3	4	5
4. 우리회사는 화재보험을 만기환급형 보험으로 가입하는 것을 선호한다	1	2	3	4	5
5. 우리 회사는 리스크관리를 위해 보험이 필요하다고 생각하지만 보험료가 부담되어 가입을 충분히 하고 있지 않다	1	2	3	4	5
6. 우리 회사는 리스크관리를 위해 보험가입을 하는 것이 필요하고 유용한지에 대해 판단하기 위해 내부적으로 분석하거나 외부 전문가로부터 정보를 받아본다	1	2	3	4	5

Q7. 귀사가 보험가입을 하는 주된 동기가 무엇인지 다음 항목 중 3가지를 선택해주세요.
오. (3순위 모두 입력)

1순위 () / 2순위 () / 3순위 ()

1. 예상치 못한 대형 손실에 대비한 리스크관리 목적
2. 사고발생가능성이 높다고 생각해서
3. 법적인 보험가입 의무
4. 은행 대출 등 금융기관의 요구
5. 사업 상 거래상대방의 요구
6. 보험료에 대한 손비 처리 등 세금 효과
7. 만기환급금을 받기 위해
8. 정부, 지방자치단체, 기타기관 등의 보험료 지원
9. 사고발생 시(사고조사, 피해자보상, 소송 대응 등)에서 보험회사(공제조합)를 통한 사후 처리가 용이하므로

보험가입 현황 및 향후 수요 변화

8-1. 아래 보험상품에 대한 귀사의 가입 여부를 응답해주시시오.

* 자동으로 선택된 보험상품 중 실제로 가입하지 않은 상품이 있다면, 선택을 해제해 주시기 바랍니다.

			Q8-1 가입 여부
화재 및 종합보험	A. 화재보험	1. 화재보험(공장화재보험, 일반화재보험)	☐
		2. 신체손해배상특약	☐
		3. 화재대물배상특약	☐
		4. 기업휴지특약	☐
		5. 풍수해특약	☐
		6. 동산특약	☐
	B. 장기보험	7. 장기화재보험	☐
		8. 신체손해배상특약	☐
		9. 화재대물배상특약	☐
		10. 풍수해특약	☐
		11. 영업배상책임(시설소유자배상책임)	☐
	C. 종합보험	12. 재산종합보험 재물담보	☐
		13. 신체손해배상특약	☐
		14. 화재대물배상특약(특수건물 의무)	☐
		15. 재산종합보험 기계담보	☐
		16. 재산종합보험 영업배상책임담보 (시설소유자배상책임, CGL)	☐
		17. 재산종합보험 기업휴지담보	☐
		18. 재산종합보험 동산담보	☐
배상책임보험 (화재 배상 제외)	배상책임보험	19. 영업배상책임보험(시설소유자배상책임 등)	☐
		20. 제조물배상책임보험	☐
		21. 신재생에너지배상책임보험 (제조물배상책임보험)	☐
		22. 수소관련사업자배상책임보험 (제조물배상책임보험)	☐
		23. 리콜보험	☐
		24. 제품보증보험	☐
		25. 임원배상책임보험	☐
		26. 기업중대사고 배상책임보험 (중대재해처벌법 관련)	☐
		27. 환경책임보험 및 환경오염배상관련보험	☐

			Q8-1 가입 여부
		28. 가스사고배상책임보험	☐
		29. 개인정보보호배상책임보험	☐
		30. 이비즈(E-biz)배상책임보험	☐
		31. 사이버보험(재물+배상책임보험)	☐
		32. 산업융합신제품사업자배상책임보험	☐
		33. 규제자유특구신제품사업자배상책임보험	☐
기타	해상보험	34. 적하보험	☐
	근재보험	35. 근로자재해보상보험중사용자배상책임보험	☐
	상해보험	36. 단체상해보험	☐
	기타	37. 지적재산권보호보험	☐
		38. 매출채권보험/신용보험/수출보험	☐
		39. 기타()	☐

※ 현재 가입하신 보험의 현황을 응답해 주십시오.

가입 보험 현황	Q8-2 보험료 (공제료)	Q8-3 가입금액	Q8-4 가입회사	Q8-5 가입채널
1. 화재보험(공장화재보험, 일반화재보험)	()백만 원	()천만 원	()	()
7. 장기화재보험	()백만 원	()천만 원	()	()
12. 재산종합보험	()백만 원	()천만 원	()	()
19. 영업배상책임보험 (시설소유자배상책임 등)	()백만 원	()천만 원	()	()
20. 제조물배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
21. 신재생에너지배상책임보험(제조물 배상책임보험)	()백만 원	()천만 원	()	()
22. 수소관련사업자배상책임보험(제조물 배상책임보험)	()백만 원	()천만 원	()	()
23. 리콜보험	()백만 원	()천만 원	()	()
24. 제품보증보험	()백만 원	()천만 원	()	()
25. 임원배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
26. 기업중대사고 배상책임보험(중대재 해처벌법 관련)	()백만 원	()천만 원	()	()
27. 환경책임보험 및 환경오염배상관 련보험	()백만 원	()천만 원	()	()
28. 가스사고배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
29. 개인정보보호배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
30. 이비즈(E-biz)배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
31. 사이버보험 (재물+배상책임보험)	()백만 원	()천만 원	()	()
32. 산업융합신제품사업자배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()

가입 보험 현황	Q8-2 보험료 (공제료)	Q8-3 가입금액	Q8-4 가입회사	Q8-5 가입채널
33. 규제자유특구신제품사업자배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
34. 적해보험	()백만 원	()천만 원	()	()
35. 근로자재해보상보험 중 사용자배상책임보험	()백만 원	()천만 원	()	()
36. 단채상해보험	()백만 원	()천만 원	()	()
37. 지적재산권보호보험	()백만 원	()천만 원	()	()
38. 매출채권보험/신용보험/수출보험	()백만 원	()천만 원	()	()
39. 기타(Q8-1 39 기타값 입력)	()백만 원	()천만 원	()	()

Q8-4. 귀사가 보험가입한 회사를 각 보험별로 응답하여 주십시오.

1. 삼성화재	2. KB 손해보험	3. 현대해상	4. 더케이
5. 롯데	6. 메리츠	7. 에이스아메리카	8. 한화
9. 흥국	10. AIG	11. AXA	12. DB손해보험
13. NH농협	14. 서울보증	15. 한국무역보험공사	16. 신용보증기금
17. 건설공제조합	18. 새마을금고	19. 수협	20. 신한
21. 우체국	22. 전기공사공제조합	23. 전문건설공제조합	24. 중소기업중앙회
25. 한국해운조합	26. 공제조합/공제회/협회	27. 생명보험회사	28. 기타

Q8-5. 귀사가 보험가입한 채널을 각 보험별로 응답하여 주십시오

1. 보험회사(공제조합, 공제회, 공공기관 등) 임직원
2. 보험중개사(브로커)
3. 독립보험대리점(여러 보험회사 상품을 취급하는 보험대리점, GA로 불림)
4. 보험회사 전속 보험대리점
5. 보험회사 전속 보험설계사
6. 온라인(보험회사의 온라인채널 또는 보험대리점의 온라인채널)
7. 기타()
8. 은행(방카슈랑스)

Q8-6. 다음은 미가입 보험입니다. 다음 보험을 가입하지 않은 이유로 가장 가까운 보기를 순서대로 3가지 선택하여 주십시오.

미가입 보험 현황		
1. 화재보험 (공장화재보험, 일반 화재보험)	2. 신체손해배상특약	3. 화재대물배상특약
	4. 기업휴지특약	5. 풍수해특약
	6. 동산특약	
7. 장기화재보험	8. 신체손해배상특약	9. 화재대물배상특약
	10. 풍수해특약	11. 영업배상책임(시설소유자배상책임)
12. 재산종합보험 재물 담보	13. 신체손해배상특약	14. 화재대물배상특약(특수건물 의무)
	15. 재산종합보험 기계담보	16. 재산종합보험영업배상책임담보(시설소 유자배상책임, CGL)
	17. 재산종합보험 기업휴지담보	18. 재산종합보험 동산담보
배상책임보험	19. 영업배상책임보험(시설소유자배상책임 등)	20. 제조물배상책임보험
	21. 신재생에너지배상책임보험(제조물배상 책임보험)	22. 수소관련사업자배상책임보험(제조물배 상책임보험)
	23. 리콜보험	24. 제품보증보험
	25. 임원배상책임보험	26. 기업중대사고 배상책임보험
	27. 환경책임보험 및 환경오염배상관련보 험	28. 가스사고배상책임보험
	29. 개인정보보호배상책임보험	30. 이비즈(E-biz)배상책임보험
	31. 사이버보험(재물+배상책임보험)	32. 산업융합신제품사업자배상책임보험
	33. 규제자유특구신제품사업자배상책임보 험	
기타 보험	34. 적하보험	35. 근로자재해보상보험 중 사용자배상책 임보험
	36. 단체상해보험	37. 지적재산권보호보험
	38. 매출채권보험/신용보험/수출보험	

1순위 () / 2순위 () / 3순위 ()

1. 사고발생 가능성이 거의 없거나 발생하더라도 피해가 크지 않다고 판단되어
2. 보험가입 필요성이 있으나 보험료 지출이 경영에 부담되어
3. 보험가입을 하고자 하였으나 보험료가 기대 대비 높아서
4. 보험가입을 하고자 하였으나 보험회사(공제조합)이 보험가입을 거절하여
5. 보험가입을 하고자 하였으나 보험회사(공제조합)의 보험가입조건이 까다로워서
6. 이런 종류의 보험상품이 있는지와 보험가입 시 어떤 도움이 되는지 알지 못하여
7. 보험회사가 제시한 보험상품의 보장 내용과 구성 등이 회사에 적합하지 않아서
8. 보험에 가입하더라도 적시에 필요한 보상을 받기 어려울 것 같아서
9. 기타()

※ 현재 가입하신 보험에 대하여 다음 질문에 대해 응답해 주십시오.

가입 보험 현황	Q8-7 가입금액의 축소확대 계획이 있습니까?					Q8-8 향후 지속 가입 의향은 얼마나 있습니까?				
	매우 축소 하고 싶다	약간 축소 하고 싶다	변경 없다	약간 확대 하고 싶다	매우 확대 하고 싶다	전혀 없다	없는 편이다	보통이다	다소 있다	매우 있다
1. 화재보험(공장화재보험, 일반화재보험)										
2. 신체손해배상특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. 화재대물배상특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. 기업휴지특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. 풍수해특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. 동산특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. 장기화재보험										
8. 신체손해배상특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9. 화재대물배상특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10. 풍수해특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. 영업배상책임(시설소유자배상책임)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. 재산종합보험 재물담보										
13. 신체손해배상특약	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14. 화재대물배상특약(특수건물 의무)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15. 재산종합보험 기계담보	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16. 재산종합보험 영업배상책임담보(시설소유자배상책임, CGL)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17. 재산종합보험 기업휴지담보	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18. 재산종합보험 동산담보	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19. 영업배상책임보험 (시설소유자배상책임등)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. 제조물배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21. 신재생에너지배상책임보험 (제조물배상책임보험)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
22. 수소관련사업자배상책임보험(제조물배상책임보험)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
23. 리콜보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
24. 제품보증보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
25. 임원배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
26. 기업중대사고배상책임보험 (중대재해처벌법 관련)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
27. 환경책임보험 및 환경오염배상관련보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

가입 보험 현황	Q8-7 가입금액의 축소확대 계획이 있습니까?					Q8-8 향후 지속 가입 의향은 얼마나 있습니까?				
	매우 축소 하고 싶다	약간 축소 하고 싶다	변경 없다	약간 확대 하고 싶다	매우 확대 하고 싶다	전혀 없다	없는 편이 다	보통 이다	다소 있다	매우 있다
28. 가스사고배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
29. 개인정보보호배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
30. 이비즈(E-biz)배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
31. 사이버보험(재물+배상책임보험)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
32. 산업융합신제품사업자배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
33. 규제자유특구신제품사업자배상책임 보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
34. 적화보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
35. 근로자재해보상보험 중 사용자배상책임보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
36. 단체상해보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
37. 지적재산권보호보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
38. 매출채권보험/신용보험/ 수출보험	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
39. 기타	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Q8-9. 귀사는 현재 가입 중인 장기재물보험을 순수보장형인 화재보험 또는 재산 종합보
험으로 변경할 의향이 있으신가요? (장기화재보험가입자)

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

Q8-10. 귀사는 현재 가입 중인 순수보장형인 화재보험 또는 재산종합보험을 장기재물보
험으로 변경할 의향이 있으신가요? (화재보험, 재산종합보험가입자)

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

※ 현재 미가입 보험의 향후 보험가입 의향을 응답해주십시오

가입 보험 현황	Q8-11. 해당 보험에 대한 추가가입 의향이 있습니까?				
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 화재보험(공장화재보험, 일반화재보험)	1	2	3	4	5
2. 신체손해배상특약	1	2	3	4	5
3. 화재대물배상특약	1	2	3	4	5
90. 기계특약	1	2	3	4	5
4. 기업휴지특약	1	2	3	4	5
5. 풍수해특약	1	2	3	4	5
6. 동산특약	1	2	3	4	5
7. 장기화재보험	1	2	3	4	5
8. 신체손해배상특약	1	2	3	4	5
9. 화재대물배상특약	1	2	3	4	5
91. 기계특약	1	2	3	4	5
92. 기업휴지특약	1	2	3	4	5
10. 풍수해특약	1	2	3	4	5
93. 동산특약	1	2	3	4	5
11. 영업배상책임(시설소유자배상책임)	1	2	3	4	5
12. 재산종합보험 재물담보	1	2	3	4	5
13. 신체손해배상특약,	1	2	3	4	5
14. 화재대물배상특약(특수건물 의무)	1	2	3	4	5
15. 재산종합보험 기계담보	1	2	3	4	5
16. 재산종합보험 영업배상책임담보(시설소유자배상 책임, CGL)	1	2	3	4	5
17. 재산종합보험 기업휴지담보	1	2	3	4	5
18. 재산종합보험 동산담보	1	2	3	4	5
19. 영업배상책임보험(시설소유자배상책임 등)	1	2	3	4	5
20. 제조물배상책임보험	1	2	3	4	5
21. 신재생에너지배상책임보험(제조물배상책임보험)	1	2	3	4	5
22. 수소관련사업자배상책임보험(제조물배상책임보 험)	1	2	3	4	5
23. 리콜보험	1	2	3	4	5
24. 제품보증보험	1	2	3	4	5
25. 임원배상책임보험	1	2	3	4	5
26. 기업중대사고 배상책임보험(중대재해처벌법 관련)	1	2	3	4	5

가입 보험 현황	Q8-11. 해당 보험에 대한 추가가입 의향이 있습니까?				
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	약간 그렇다	매우 그렇다
27. 환경책임보험 및 환경오염배상관련보험	1	2	3	4	5
28. 가스사고배상책임보험	1	2	3	4	5
29. 개인정보보호배상책임보험	1	2	3	4	5
30. 이비즈(E-biz)배상책임보험	1	2	3	4	5
31. 사이버보험(재물+배상책임보험)	1	2	3	4	5
32. 산업융합신제품사업자배상책임보험	1	2	3	4	5
33. 규제자유특구신제품사업자배상책임보험	1	2	3	4	5
34. 적하보험	1	2	3	4	5
35. 근로자재해보상보험(사용자배상책임보험)	1	2	3	4	5
36. 단체상해보험	1	2	3	4	5
37. 지적재산권보호보험	1	2	3	4	5
38. 매출채권보험/신용보험/수출보험	1	2	3	4	5
39. 기타	1	2	3	4	5

Q9. 귀사가 보험가입을 결정할 때 가장 중요한 고려사항은 무엇입니까? 중요한 순서대로 3가지를 선택해주세요

1순위 (____) / 2순위 (____) / 3순위 (____)

1. 낮은 보험료
2. 보험상품의 보장 내용의 충분성
3. 사고발생 시 보상처리 역량
4. 보험회사의 재무건전성 등 신뢰도
5. 판매채널과의 신뢰도
6. 보험회사의 리스크관리서비스 제공
7. 기타 ()

보험 거래 관련 경험

Q10. 귀사는 가입한 보험에 해당하는 보험사고 발생으로 창사이래 보험금을 받은 적이 있습니까?

1. 예 (____) 회
2. 아니오

Q10-1. 가장 기억에 남는 사고와 당시 받은 사고의 종류와 금액을 작성하여 주십시오.
(Q10 문항 1. 예 응답자)

1. 사고종류	1. 화재/폭발사고 2. 풍수해사고 3. 제3자배상책임사고 4. 거래상대방의 사고로 인한 사업중단 5. 거래상대방 부도 6. 제품결함 7. 기타 ()
2. 지급된 보험금액	() 만 원

Q10-2. 귀사는 사고 발생으로 인한 지금까지의 보상처리와 보험금 지급에서 어느정도 만족하셨습니다까? (Q10 문항 1. 예 응답자)

전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
1	2	3	4	5

Q11. 귀사는 지난 10년동안 보험회사를 변경하신 경험이 얼마나 있습니까?

1. 예 () 회 2. 아니오

Q12. 다음은 귀사가 가입한 보험의 현황입니다. 현재의 가입하신 보험 중에서 최근의 갱신과정에서 보험회사를 변경하신 것이 있다면 모두 선택해 주세요. (Q11 문항 1. 예 응답자)

가입 보험 현황	보험회사 변경 여부
1. 화재보험(공장화재보험, 일반화재보험)	☐
7. 장기화재보험	☐
12. 재산종합보험 재물담보	☐
19. 영업배상책임보험(시설소유자배상책임 등)	☐
20. 제조물배상책임보험	☐
21. 신재생에너지배상책임보험(제조물배상책임보험)	☐
22. 수소관련사업자배상책임보험(제조물배상책임보험)	☐
23. 리콜보험	☐
24. 제품보증보험	☐
25. 임원배상책임보험	☐
26. 기업중대사고 배상책임보험(중대재해처벌법 관련)	☐
27. 환경책임보험 및 환경오염배상관련보험	☐
28. 가스사고배상책임보험	☐
29. 개인정보보호배상책임보험	☐

가입 보험 현황	보험회사 변경 여부
30. 이비즈(E-biz)배상책임보험	☐
31. 사이버보험(재물+배상책임보험)	☐
32. 산업융합신제품사업자배상책임보험	☐
33. 규제자유특구신제품사업자배상책임보험	☐
34. 적하보험	☐
35. 근로자재해보상보험 중 사용자배상책임보험	☐
36. 단체상해보험	☐
37. 지적재산권보호보험	☐
38. 매출채권보험/신용보험/수출보험	☐
39. 기타	☐

Q12-1. 귀사가 [Q12 응답 보험]의 갱신 과정에서 보험회사를 변경한 이유는 무엇입니까?
변경한 보험별로 응답하여 주십시오. (Q11 문항 1.예 응답자)

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1. 보험료 | 2. 보상처리 불만족 |
| 3. 보험회사 서비스 불만족 | 4. 보장내역이 더 많아져서 |
| 5. 컨설턴트가 마음에 들지 않아서 | 6. 아는 지인을 소개받아 변경 |
| 7. 보험가입 거절 | 8. 금융기관 등의 요구 |
| 9. 기타 () | |

Q13. 귀사가 현재 거래하고 있는 보험회사 [Q8-4 응답 회사명]에 대하여 응답하여 주십시오.(Q8-4응답 가입회사별로 제시)

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 현재 거래하고 있는 보험회사에 대하여 만족한다.	1	2	3	4	5
2. 현재 거래하고 있는 보험회사를 변경할 의향이 있다.	1	2	3	4	5

Q14. 귀사는 지난 10년 동안 보험판매채널을 변경하신 경험이 있습니까?

1. 예 () 회 2. 아니오

Q14-1. 귀사가 보험판매채널을 변경한 이유는 무엇입니까?

1. 기존 판매채널 서비스 불만족

2. 지인의 요청
3. 다른 판매채널에서 더 좋은 조건의 제시
4. 다른 판매채널의 높은 신뢰도
5. 거래 관계에 있는 다른 상대방의 요청
6. 기타 ()

Q15. 귀사는 현재 거래하고 있는 판매채널[Q8-5 응답 가입채널명]에 대하여 응답하여 주십시오.(Q8-5응답 가입채널별로 제시)

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 현재 거래하고 있는 판매채널에 대하여 만족한다.	1	2	3	4	5
2. 현재 거래하고 있는 판매채널을 변경할 의향이 있다.	1	2	3	4	5

Q16. 귀사는 보험 거래를 결정할 때 다음 중 어떤 선택 기준에 더 부합하십니까?

1. 보험회사의 신뢰도를 보험 거래의 중요한 기준으로 생각한다
2. 보험판매채널을 신뢰하여 보험판매채널의 추천에 따라 보험가입을 결정한다
3. 보험상품의 보장내용이나 가격을 기준으로 스스로 보험회사를 결정한다
4. 기타 ()

향후 보험 거래 니즈 변화

Q17. 귀사는 현재 가입하고 있지 않은 기업보험상품 또는 보장담보를 어떤 경우에 추가로 가입할 의향이 높아질 것으로 생각하는지 다음 항목별로 답해주시요.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 우리 회사는 보험료가 인하되면 추가 상품에 가입할 것이다	1	2	3	4	5
2. 우리 회사는 은행 또는 거래상대방이 요구하면 추가 상품에 가입할 것이다	1	2	3	4	5
3. 우리 회사는 정부 및 지방자치단체 등에서 보험료 지원이 있으면 추가 상품에 가입할 것이다	1	2	3	4	5

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
4. 우리 회사는 보험회사나 판매채널이 회사에 필요한 리스크 관리 컨설팅 등의 서비스를 제공하고 이와 관련된 보험상품을 제안하면 추가 상품에 가입할 것이다	1	2	3	4	5

Q18. 귀사는 다음 항목과 같은 새로운 서비스가 제공된다면 이를 이용할 의향이 어느 정도인지 답해주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
1. 우리회사는 온라인플랫폼을 통해 여러 보험회사의 기업보험상품과 보험료를 비교하는 사이트가 있으면 이를 이용하여 기업보험에 가입할 것이다	1	2	3	4	5
2. 우리 회사는 기업보험상품을 다이렉트(온라인)으로 제공하는 보험회사가 있다면 이를 통해 상품을 조사하고 가입을 할 것이다	1	2	3	4	5
3. 우리 회사는 온라인 플랫폼을 통해 기업의 리스크를 진단하고 맞춤형 상품을 제안하면 이러한 판매채널을 통해 보험가입을 할 것이다	1	2	3	4	5

Q18-1. 기업보험에 관한 온라인(다이렉트) 상품비교 또는 보험회사의 온라인(다이렉트) 가입 사이트 이용 의향이 높지 않은 이유는 무엇입니까? (Q18번 1or2 응답자)

1. 기업보험에 대한 지식이 없어서 스스로 선택하기보다는 사람의 설명이 필요할 것 같아서
2. 기업보험에 대한 기본 지식은 있지만 기업보험가입은 전문가의 컨설팅을 통해 가입하는 것이 더 나을 것 같아서
3. 온라인 상품가입은 신뢰도가 높지 않을 것 같아서
4. 온라인 상품은 상품의 종류도 적고 선택의 폭이 넓지 않을 것 같아서
5. 온라인 상품은 기업 상황에 맞는 맞춤형 보험가입이 어려울 것 같아서
6. 온라인 보험가입이 더 복잡하고 어려울 것 같아서

1. 중소기업 리스크관리 인식(기업 보험담당자 좌담회)

가. 업종별 사업리스크와 대응

1) 의약품 제조업

구분	의약품 제조
리스크 요인	정부/법제 요인
	식약처 기준 변화 및 원료 수급
주요 사업 리스크 내용	· 임상 1상, 2상, 3상 각 단계별로 1년 이상 소요, 심의 과정에서 식약처의 기준이 변경되는 경우, 전망 폐기 · 이월 경우 원료 및 개발, 허가부터 다시 시작해야 함 · 원료의 경우 원료 품종 뿐 아니라, 생산 지역에 따라 성분이 다르기 때문에 다양한 대안을 고려해야 함 · 또한 자연 약의 원료는 식품이기 때문에 유통 기한까지 고려 필요
사례	“식약처가 까다로워요. 임상 한 번 효과 미비로 날아가면, 최소 몇 십억이라 리스크가 어마어마해요. 임상 3상, 4상까지 가서 문제가 생기면 돈은 돈대로 투자했지만, 물건 회수를 해서 다 폐기해야 해요. 그 리스크가 회사 입장에서는 되게 커요” “같은 한약재라도 지역에 따라 효과가 틀려요. 그럼 허가가 안나와요. 그런 원재료 수급하는데도 문제가 있고요”
리스크 대처방법	· 비슷한 원료/ 제품군 등으로 인허가 관련 서류 및 대응 내용 사전 준비
리스크 전담 조직 여부	· 별도의 전담팀은 없으나, 개발팀에서 주도 · 개발 단계에서 개발팀 내 20여명이 사전 준비 작업을 병행
사례	“처음에 허가를 신청할 때, 비슷한 제품 군을 넉넉하게 열어놓고 가는 거죠” “영국산 비타민 C가 가장 좋지만, 그 외에 인도산을 미리 선점하는거죠. 처음에 허가를 영국산으로만 받으면, 중간에 못 바꾸고 제품 군을 처음부터 다시 만들어서 가야 해요”
리스크관리 : 예방 or 사후 수습	· 사후 수습 중심

2) 철골구조물 제조업

구분	철골구조물 제조
리스크 요인	정부/법제 요인
	중대재해처벌법 강화
주요 사업 리스크 내용	· 하청업체 사고라도 대기업 원청사 현장에서 발생 시 제재가 매우 큼 · 회사 직원은 50여명이나, 이하 몇 백명의 현장 일용직으로 통제가 어려운 경우가 대부분 · 반면 해당 이슈는 대표이사 구속, 영업 정지가 될 수 있어 원청사가 민감한 사안임 · 원청사에서 강력한 리스크 대처를 요구하고 있는 상황임
사례	“저희는 매월 매출을 일으키고 그 다음에 받고 사업비를 뿌리고 하는 작은 회사인데, 대표이사 구속되고 영업 정지가 되면 작은 회사들은 그냥 망하는 거거든요. 이게 저희한테 굉장히 엄청난 큰 리스크로 다가왔어요” “직원은 50명 안팎이지만, 이하 몇 백 명이 투입되는데 일용직이니까 현장에서 컨트롤이 잘 안 되는 부분이 있어요. 굉장히 계도를 많이 하고 교육도 많이 했지만 안 되는 부분이 있습니다”
리스크 대처방법	· 안전관리 컨설팅 업체를 통해 건설안전관리 평가를 받은 후 관련 교육 및 프로그램, 공문 서류 등을 전 직원이 투입되어 준비함
리스크 전담 조직 여부	· 원청사 요구 및 일부 지원으로 안전관리 컨설팅 업체를 이용 · 리스크 전담팀은 부재
사례	“사고가 중요한 게 아니고 이 관련 서류가 있냐 없느냐가 중요해요. 사진, 녹음, 교육 영상 모두 준비해서 이 사람이 그냥 그걸 안 한 것 같다. 이런 식으로 이제는 어느 정도 대책이 생겼어요”
리스크관리 : 예방 or 사후 수습	· 사후 수습 중심

3) 플랜트 엔지니어링업

구분	플랜트 엔지니어링
리스크 요인	시장 요인
	건설노조의 파업
주요 사업 리스크 내용	· 건설노조의 2개월 이상 파업으로 공사 기간 내 완료하지 못해도 건설노조에 임금을 지불함 · 추가 계약은 가능 했으나, 2개월 분의 임금 및 날씨로 인한 공사 기간의 연장으로 인한 추가 인건비가 발생 · 4년차 신생 기업으로, 리스크 대응을 전혀 하지 못함
사례	“두 달 정도를 건설노조가 파업 해서 기간 안에 이제 공사를 못 끝낸 거예요. 노조가 파업을 하면, 일은 할 수 없지만, 노조한테 임금은 또 다 줘야 되거든요. 그것 때문에도 손해가 있었지만, 저희는 이미 제조를 해서 납품을 했으니까, 저희 제조사들한테 돈을 이미 다 지급을 한 상태였어. 계약 완료가 두 달 정도가 미뤄지는 바람에 고생을 많이 했어요”
리스크 대처방법	· 신생기업으로 리스크 대응을 전혀 하지 못함 · 회사 내 여유자금으로 긴급 운용
리스크 전담 조직 여부	· 파업 리스크 경험 이후 비상경영을 하면서 체계적인 위기 관리에 대한 필요 니즈가 촉발, 위기관리팀 세팅 중
사례	“그 일 때문에 저희가 비상 경영을 해서 이제 위기 관리팀을 좀 만들고 있는 중” “내년에 좀 더 큰 공사를 계약을 좀 하게 됐는데, 경영팀에서도 자금 관리를 어떻게 더 하실 것인가. 또 노조 쪽은 또 어떻게 관리할 것인가. 좀 체계적으로 좀 관리를 하려고 준비를 하고 있습니다”
리스크관리 : 예방 or 사후 수습	· 조금 미리 예방하는 노력을 하는 편

4) 정밀 계측기 제조업

구분	정밀 계측기 제조
리스크 요인	시장 요인
	영위 업종의 시장 변화
주요 사업 리스크 내용	· 내연기관 → 전기차로 시장 이동 중이며 자동차 부품이 2만 여개에서 몇 백개 수준으로 감소 · 자동차 부품회사에서 사용하는 기기 측정용 게이지 제조를 하고 있는데, 이러한 전기차 전환 때문에 미래 먹거리 발굴이 절실한 상황임
사례	“전기차로 바뀌면서 부품 수가 크게 줄어들이요. 부품의 기계측정을 하는 우리같은 게이지 제조사는 쓰임새가 많이 이제 줄어드는 거죠. 특히 지금이 과도기 상태라 가장 위험성이 많아요”
리스크 대처방법	· 코엑스, 킨텍스 등 전시회 탐색으로 신규 사업 발굴
리스크 전담 조직 여부	· 막연히 리스크를 예상하고 있으나, 직접적인 체감은 없는 편임 · 리스크전담팀 없음
사례	“매출에 영향이 있지만, 사실상 할 수 있는 게 거의 없어요”
리스크관리: 예방 or 사후 수습	· 사후 수습 중심

5) 반도체 프레임 제조업

구분	반도체 프레임 제조
리스크 요인	시장 요인
	영위 업종의 시장 변화
주요 사업 리스크 내용	· 불황으로 반도체 대기업의 투자 축소가 회사 매출에 직결하나, 대안이 없는 상황임
사례	“경기 불황 때문에 대기업에서 투자를 안해요. 설비 증설이나 보안 이런 쪽으로 해야지 일이 들어가는데, 저희도 1차 업체가 아니다 보니까 그런 대기업에 투자를 안 하면 저희도 매출에 영향이 바로 있어요”
리스크 대처방법	· 직원수/매출이 작을수록 리스크에 대해 대응이 취약
리스크 전담 조직 여부	· 인력 및 자금 측면에서 리스크 대응 능력은 거의 없음 · 리스크 전담팀 없음
리스크관리 : 예방 or 사후 수습	· 사후 수습 중심 · “대기업은 여력이 되기 때문에 예방할 수 있지만 중소기업은 예방할 자금이나 인력이 사실 쉽지 않습니다”

나. 중대재해처벌법과 사업연속성계획(Business Continuity Plan)

1) 중대재해처벌법 강화에 따른 리스크관리 변화

구분	내용
영향 업종	철골구조물 제조업, 플랜트 엔지니어링 등 건설 관련 업종
리스크관리 강화 배경	· 대기업 납품 업체는 중대재해처벌법 강화로 대기업 원청사의 안전관리가 크게 증가
사례	“중대재해처벌법 관련 컨설팅 평가나 프로그램이 없으면 건설사 입찰 참여를 못해요. 참여를 하려면 이걸 해야 되기 때문에 다 무조건 의무로 하죠”
리스크관리 변화	· 원청사 지원, 자체 자금 등으로 안전관리 평가 컨설팅업체 의한 건설안전관리, 기업 평가 시행, 안전관리 프로그램 실행 · 리스크관리팀을 신설하는 경우도 있음
플랜트 엔지니어링 사례	“저희도 중대재해처벌법에 대표이사님이 많이 민감하세요. 현재는 자체적으로 관리를 하고 있거든요. 경영팀에서도 자금 관리를 어떻게 더 하실 것인가. 또 노조 쪽은 또 어떻게 관리할 것인가에 대해 체계적으로 해보려고 준비를 하고 있습니다”
철골구조물 제조업 사례	“큰 회사들은 관련 전담 팀이 있는데, 저희는 총무 일도 하고, 인사팀도 하고 이것을 같이 하다 보니까 실제로는 대응이 안 돼요. 컨설팅을 위해 몇 주에 걸쳐 서류를 준비해야 하는 일이라서 일은 많고…. 그래서 관련 없는 임원 들까지 끌어와서 다 달라붙어서 합니다”
중대재해처벌법의 영향	· 건설, 플랜트 등 재해에 민감한 업종에서 안전관리에 대한 사회적 요구 강화, 관련 프로그램 및 평가가 대기업 입찰 필수 조건화 등 기업 경쟁환경이 변화함으로써 중소기업의 리스크/안전관리에 대한 각성을 유도

2) 사업연속성계획

- 사업연속성계획에 대한 알고 있는 기업 보험담당자가 없음

2. 중소기업 보험 인식 및 가입 현황(기업 보험담당자 좌담회)

가. 보험 관리 현황

1) 보험 담당 조직

구분	내용
담당조직	· 중소기업 규모 특성상 경영관리, 인사 또는 총무팀 등에서 1인 또는 2인이 담당
사례	“중소기업에서는 자기 고유 업무가 없어요. 만약에 총무부서라고 그러면 일반 대기업 같은 경우는 인사, 총무 이렇게 세부적으로 나뉘어서 다 자기 고유 업무가 있지만, 중소기업은 그걸 다 해야 돼요”

2) 보험 업무에 대한 인식

구분	내용
보험 업무 권한	· 기업주 /임원 및 연고 설계사 영향력 ★★★★★ · 참여 중소기업 모두 회사 임원, 대표의 지인을 통해 보험을 가입 · 보험 업무 담당자의 권한은 거의 없음
사례	“아무리 비교견적을 갖다 드리고, 이렇게 해서 경비 절감이 나오고, 이 사람들은 어떤 서비스를 다 해준다고 하는데 라고 얘기를 하는데, 위에서 선택하는 건 결국 거기(대표이사의 지인)에 요.. 한 2~3년 갔다가 포기했죠.” “담당은 제가 데리고 있는 직원이 하는데, 권한은 뭐 1도 없고 대표 지인에 의해서 하니까” “이제 전무님이 제안을 하죠. 영업 배상은 요번에 내가 아는 사람 하자. 이런 식으로 하는 경우도 있고.” “저희는 5년짜리 장기보험을 가입한 거여서 27년이 만기예요. 이거는 대표님이 저 오기 전부터 들어 놓으신 거라서”

나. 판매채널에 대한 인식

구분	내용
주사용 판매채널	· 보험설계사 : 보험회사 전속설계사 또는 독립대리점 소속 설계사
만족도 결정요인과 충성도	· 판매채널의 회사 대표 또는 임원의 지인 여부는 판매채널에 대한 만족도와 무관 · 판매채널 만족도는 고객 중심의 업무 처리와 업무처리 역량에 따라 달라짐 · 고객 중심 업무 처리와 사고 처리에 대한 만족도가 높은 경우 기업 보험 담당자는 재가입 충성도를 가짐 · 하지만, 만족도가 낮아도 대표, 임원의 지인이 경우 해당 판매채널로 갱신함
만족도 높은 사례	· 고객중심 업무 처리 “사장님 지인이 소개해 준 설계사예요. 대표님 지인의 소개라지만, 교차 검증을 했거든요. 비용은 적당한지 또 어느 정도 서비스가 있는지를 다른 업체들과 비교를 좀 많이 했어요” “그분이 저희가 할 수 있는 일을 대부분 다 대신 해주세요. 자동차 보험 같은 것도 대신 가서 등록도 다 해 주시고, 매주 오셔서 현재 보험이 어떻게 되는지 브리핑도 해 주시고” “더 중요한 거는 제가 잘 모르니까 제가 많이 물어보거든요. 보험이 어떤 거고, 또 뭐가 좋고 이러면 다 가르쳐주세요” “전무님 지인인데 거의 15년 넘게 하고 있는 담당자예요. 저희 담당자가 견적을 받아봐도 제일 저렴하긴 해요” “아마 더 비쌌어도 이분이랑 했을걸요” · 사고처리 “100점이라고 할 수 있을 것 같아요. 왜냐하면 저희가 사고가 안 난 게 아니거든요. 화재가 실제로 있었고 저희 사고 났어요. 이렇게 하면 본인이 가서 뭐가 이제 조사도 하고 그 보험 조사 관하고 서로 통화도 하고, 저희한테 이제 과정하고 결과를 얘기해 주고, 이런 식으로 중간다리 역할을 잘 해요”
불만족 사례	· 판매 담당자의 무성의 & 무례한 태도 “전화해서 고지서 요구하듯이, ‘회장 바뀌’, 저는 목소리밖에 못 들어요. 딱 그 시즌 돼서 요구 하신다니까요. 자료 안 냅냐고 보험 시즌 돼서 한 보름 전에 연락 오세요” “바빠서 일이 조금 늦을 수도 있잖아요. 제가 좀 한가한 시즌이면 한가하거나, 일이 터져 가지고 다른 일을 해결하는데, 자기 오늘 밖에 없으니까 오늘 안에 넣으라고, 전화해서 당연하다는 듯이 요구를 하시니까, 회사에 한 번도 오신 적이 없고, 어떻게 생기신 분인지도 모르고, 목소리만 알아요” · 판매 담당자의 이윤만 추구 “자기 수당 높은 걸로 가입시키려고 하는 그런 게 좀 보여서. 제 눈에 개인 보험을 많이 영업 하세요”

다. 화재보험가입과 미가입 사유

1) 가입 사유

구분	내용
화재보험 가입 상황	· 참여 기업 모두 화재보험가입
기업주의 자산보호	“오너 입장에서 제일 큰 건 자산이잖아요. 이 회사가 문제 생겼을 때 내 자산이 날아가니까 그 쪽으로 강화를 시키는 건 일단 맞는 건데, 다른 사고에 대한 경각심은 없어요. 근데, 화재는 내 재산이 날아가는게 눈에 보여요. 너무 커요. 그렇기 때문에 이거는 꼭 들어야 되는 거, 화재보험은 꼭 들어야 되는 거로 인지를 하죠”
리스크관리 목적	“리스크관리 측면이죠” “화재보험이나 이런 것들은 단체보험이나 상해보험은 어느 정도 다 언론 등에서 접하기 때문에 알죠”
직/간접 리스크 경험에 따른 민감도	“화재보험이나 배상 책임 정도는 그래도 일상적으로 많이들 사용하는 언어이기도 하고 실제 사례가 나는 발생하는 사례들을 왕왕 보고하는 분들이 있기 때문에, 위험에 대한 거 기본적으로 가져가야 되겠구나 정도 생각은 할 거예요”
여신거래에 따른 금융기관 요구	“화재위험성이 적은 업종 인데도, 화재보험을 드는 이유는 은행하고 여신 거래하면서 건물이 담보로 제공되잖아요. 그러다 보니까 이게 우리 재산이 아니고 은행 재산이 되기 때문에, 은행에서 화재보험을 유도를 해요”

2) 미가입 사유

구분	내용
재정 상황	“돈이 없는 경우죠. 기업이 보험을 보험료를 지불할 만큼의 이익이 나지 않기 때문에, 지금 내가 지금 밥도 굶어 죽겠는데, 이게 되겠어?라고 생각해서 안드는데”

라. 화재보험 이외의 특약 및 보험상품 가입 현황

구분	내용
가입 사유	· 중소기업 규모가 클수록, 리스크 인식이 높을수록 화재보험 이외에 기계특약, 풍수해특약, 근재보험, 영업배상책임보험 등에 대한 가입 필요성이 큼 · 기업이 성장함에 따라 리스크 인식이 증가하고 보험가입 범위를 확대하기도 함 · 풍수해보험은 지리적 특성에 영향을 받음 · 리스크관리 필요성이 낮아도 원청의 요구로 다양한 특약을 일괄 가입함 · 산재 위험이 높으면 보험료가 비싸도 근재보험을 가입하게 되고, 근로자 재해 위험도가 낮으면 단체상해보험을 가입함
사례	“기계, 풍수해, 도난 이런 게 기본적으로 다 들어가 있어요. 이게 바뀐 적도 없고, 원가 사실 추가할 것도 없어요” “건물 화재보험 들어간다고 해서 건물만 들어가는 게 아니고, 기계, 시설물 다 들어가는 거고” “건물 내에 시설이나 하나당 억 단위가 넘는 연구장비들을 넣기 때문에, 정밀 가공 시설들이 있기 때문에 그걸 안 들고 갈 수도 없고, 거기서 불을 다루고 뭘 하고 그러니까 가입을 안 할 수 가 없어” “재고 자산의 80% 이상을 저희가 이제 두는 경우도 있고, 시설 장치도 가입하고 예를 들어 창고 건물이 있고, 제조시설, 포장 시설, 관리시설 관리동 이런 시설이 있잖아요. 거기에 따라서 시설 들어가는 걸 다 계산해서 전체 들어가죠. 기계 담보는 당연히 넣고요” “저희는 이제 계속 회사가 성장을 하고 있잖아요. 작년에 공장을 매입을 하면서 처음에는 공장에 아무도 없어서 화재보험만 들었거든요. 그러다가 임대업장도 들어오고. 생산직들도 들어오고, 기계도 저희가 많이 구매를 해서. 기계 특약을 넣었지요. 근재도 곧 들어갈거예요” “풍수해보험은 관심이 없었는데 최근에 추가했어요. 공단 지역이 산악지역이고 몇 년 전에 난리가 나서 이제 들어 놓은거죠” “자재를 공장에 야적 하면, 강철이다 보니 녹이 스는 이슈가 있으나, 무거운 강철이라 도난 이슈는 없거든요. 여기에 화재, 도난보험을 가입할 이유는 없지만 원청에서 무조건 요청을 했기 때문에 100% 든 거예요. 지금보증은 비싸서, 동산보험을 가입해요” “규모가 작고, 위험도가 낮은 업체는 근재보험 대신 단체상해보험을 가입”

마. 보험 사고 경험과 만족도

구분	내용
보험 사고 경험과 만족도	· 보험 사고 처리에서 판매채널이 소통 채널 역할을 수행하는 경우가 있음 · 판매채널의 보상 처리에 만족도가 높을 경우 충성도 제고 효과 발생
사례	“공장에서 한 3년 전에, 휴일에 화재가 났었어요. 가스 관련 설비가 있는데 크게는 아닌데, 그 부분만 전소가 됐어요. 주말 지나고 주중에 월요일에 보고가 돼서 사진을 찍으러 담당자를 보내고, 저희 설계사한테 이제 얘기를 했죠. 저희 담당 설계사가 해당 보험회사에 얘기를 했고요. 금액을 받는 데까지가 일주일도 안 걸렸어요. 기간으로 따지면, 금액이 사실 뭐 이렇게 크진 않았어요. 200~300 정도로 이렇게 큰 화재는 아니어서, 그 정도로 처리가 됐어요” “3~4년 전, 그리고 올해 여름에도 현장에 저희가 지게차 관련 사고가 있었어요. 보험금 지금 관련해서 알아보려면 전화하고 이렇게 조율도 하고 해야 되는데, 저희 담당설계사에게 전화를 하면 하면 본인이 가서 뭔가 조사도 하고 그 보험 조사관하고 서로 통화도 하고, 저희한테 이제 과정과 결과를 얘기해 주고, 이런 식으로 중간다리 역할을 잘 해줬어요” “신규로 들어온 직원이 미숙하다 보니까 손가락이 좀 이렇게 절단까지는 아닌데, 다쳤어요. 바로 봉합하고 병원으로 이송을 했는데 보험회사에 제가 전화를 했거든요. 바로 보험 처리를 해주시고 사고 처리나 이런 것도 다 직접 했고, 이제 하면서 이제 저희 혹시 다른 직원들은 다친 직원이 없는지 조사도 하고, 그렇게 해서 처리를 했었어요”

3. 판매채널의 중소기업 보험시장 인식(판매채널 좌담회)

가. 중소기업 일반보험 영업의 특성

구분	내용
중소기업 고객 확보	· 기업보험은 보험 구매 의사결정자인 key man을 확보하는 것에서 출발 · 설계사나 GA의 경우 인보험 고객 중 기업주나 회사의 보험 구매 담당 부서 근무자가 있는 경우 접근 용이
고객 접근 방법	· 기업 보험담당자가 가입 보험에 대해서 잘 모르는 경우가 많아 접근 용이 “중소기업의 보험 담당자가 보험을 잘 모르고 내 회사에 무슨 보험이 있는지, 제대로 잘 들고 있는지 몰라요. 그냥 의례적으로 하던 대로 그냥 할 뿐이지, 실제로 제대로 알고 있지 않은 부분들이 굉장히 많거든요”

구분	내용
고객 관계의 유지/확대	“저희 같은 경우 일반 보험 하나로 계약을 하지만, 장기 보험, CEO 보험 단체보험, 또 법인에 필요한 그런 재무적인 상담이라든가, 그런 게 이제 대표님과 같이하다 보면 좋아해요”
고객의 구성	· 기 고객 재가입률 80~90% · 신규 고객 10~20%
보상처리와 고객관계	· 보상 처리 결과가 고객 유지에 큰 영향 : 고객 기대 수준과 보상 결과가 유사하면 만족도가 높아지는 반면, 차이가 발생하면 판매채널 변경 유인 발생 “통상적으로 보면 보험 사고 터진 다음에 바뀌는 경우가 되게 많아요. 이제 그런 사고가 딱 하고 터졌는데 애초에 말한 내용과 보험사고 터져 가지고 보험금 받고자 할 때 좀 갭 차이가 많이 발생이 되면, 그때 판매채널을 바꾸는 경우가 되는 거죠”
중소기업 영업의 어려움	· 견적 제시 이후, 타 설계사의 요율 및 견적을 노출, 낮은 요율 및 리베이트 요구 * 경쟁에 따른 요율 인하 시 수수료는 급격히 감축 · 설계 완료 후 기업주 또는 임원의 연고 설계사를 통해, 계약을 가로채는 경우가 종종 발생

나. 화재보험가입과 미가입 사유

1) 가입 사유

구분	내용
기본보험으로 인식	“화재보험가입은 당연히 하셔야 된다는 거 정도는 인식”
타의에 의한 불가피한 가입	· 은행 여신, 계약 수주 목적의 화재보험가입 “대출을 받았기 때문에, 그거는 거의 필수적으로 좀 가입을 하려고 하고, 근데 이제 거기서 그 안에 기계 장치나 시설이나 인테리어까지 한꺼번에 그거를 이제 안내하면 CEO분께서 보험료가 좀 비싸서 나머지까지 할 건지를 이제 판단을 하죠”

2) 미가입 사유

구분	내용
재정 상황	· 화재보험 미가입은 재정 여력 부족 “사실 공장이라든지 동산이라든지 이런 거에 보험료 1%면, 보험료 부담이 크죠. 그래서 돈이 여유가 있으면 안 드실 분은 없을 거라고 저는 생각해요”
낮은 발생가능성	“실제로 불은 그렇게 자주 나지 않아요” “정말 리스크가 적거나, 여기 불이 나봐야 뭐가 있다고 상관없어. 그래서 가입 안하시는 분들 이죠. 그 외의 분들은 가입하세요”

3) 화재보험 특약 등의 미가입 사유

구분	내용
미가입 사유	· 보험료 지출 부담 · 특약 이해 부족 · 사고 발생 가능성 낮다는 인식
사례	“보험료 문제인 건데. 니즈가 없는 거죠. 그 위험에 대한. 다양한 특약에 대해 설명해주어도 이런 것들이 나한테는 낯선 담보들이고, 충분히 컨설턴트가 설명을 해주고 해줘도 막상 닥치지 않으면 그 위험에 대한 크기를 알 수가 없기 때문에 간과하고 넘긴다 정도로 할 것 같아요” “의무 보험은 당연히 과태료를 내지만, 일반보험은 실손보험처럼, 내 니즈에 따르는 거죠. ‘나는 사고 안 나. 내 돈으로 내지 그 돈으로 더 벌어서 내가 내지’, 이렇게 하는 사고 때문이니까 똑같은 거예요. 특약도 같은 이유지요”

다. 장기단체상해보험가입 현황

구분	내용
정성조사 대상 판매채널	· 이하 내용은 독립대리점 소속 보험컨설턴트의 판매 경험 조사 사례
가입 사유	· 산재보험의 급부가 제한적 · 단체상해보험은 업무상 재해의 경우 산재보험에 중복하여 정액 급부 제공 · 업무상 재해 이외에도 업무 외 재해에 대한 근로자 보상하여 복지 증진 · 중대재해처벌법에 따른 형사 책임 감경에 도움을 줄 것을 기대

구분	내용
보장급부 내용	· 재해사망 및 재해장해를 기본 급부로 설계함 * 재해 사망 1억, 장해 급부 5천만 원을 많이 선호함 · 기업에 따라 입원, 통원, 수술 급부 등을 추가하기도 함 * 특약으로 질병 관련 급부를 부가할 수 있고, 그렇게 원하는 경우도 있음
만기환급금 설정 목적	· 장기단체상해보험은 기업주가 단체상해보험의 보장에 더해서 만기 시 사업 자금 마련을 목적으로 선호 · 만기환급금으로 대출금 상환 또는 목돈으로 기계 설비 교체 목적
판매상품의 종류와 구조	· 손해보험회사와 생명보험회사가 모두 만기환급금이 있는 장기의 단체상해보험을 판매 · 보험기간은 3년, 5년, 7년, 10년, 15년형이 있음 · 10년, 15년형의 장기에 대한 선호도 상당히 존재함 · 생명보험회사 단체상해보험의 경우가 손해보험회사 상품보다 보험료가 고액인 경우가 많음 · 생명보험회사 상품으로 설계하는 경우 적립보험료를 중도인출하여 사용하는 용도에 대한 선호도 상당히 있고, 이로 인해 고액의 보험료가 되기도 함
중소기업 가입 특성	· 중소기업에 판매하는 단체상해보험은 1년형 단체상해보험보다 장기단체상해보험이 많은 것 같음

4. 중소기업의 보험상품별 수요 및 거래 행태(기업 보험담당자 및 판매채널 좌담회)

가. 기업휴지보험

구분	내용
기업 보험담당자 중 긍정적 수용도	· 참석 기업 중 1개 기업 이외에 기업휴지보험에 대해 들어본 적 없음 · 이들 모두가 기업휴지보험에 대한 긍정적 수용도를 보임 · 기업휴지보험의 보장 범위가 기업 리스크관리에 매우 필요한 것이라고 판단 · 보험료가 비싸더라도 가입 필요성 있는 것으로 보임
사례	“엔지니어링 설계를 하는 회사다 보니까 설계를 잘못하는 경우도 있더라고요. 저희 회사는 그렇지 않았는데, 어떤 회사가 설계를 잘못해서 그 공장이 폭발을 하고, 그거를 저희가 좀 재설계를 해주겠다고 이제 간 적이 있거든요. 근데, 그 회사는 이제 거의 파산한 수준이 됐으니까, 만약에 그 회사도 그걸 알았다면 보험 보상을 받았을 텐데, 아마 그 회사도 안 든 걸로 알고 있거든요. 제가 최종 결정하는 사람은 아니지만, 화재 보험료만큼이라고 해도 그래도 보고는

구분	내용
	할 수 있을 것 같아요. 결정하는 사람한테 이런 보험이 있고 이걸 가입하면 금액은 크지만 이렇게 보장이 된다고 보고할 것 같습니다.” “기업휴직보험의 보험료가 높다면, 보험설계사가 기업휴직보험을 우리에게 추천하지 않을 수 있다고 본다. 보험 갱신 과정에서 기업휴직보험으로 보험료가 상승하면 의사결정에 시간이 소요되고 보험료가 상승하는 경우 의사결정을 받기 어렵기 때문에 추천 자체를 안했을 것 같다”
기업 보험담당자 중 부정적 수용도	· 1개 기업 보험담당자는 설계 제안을 받아보았음 · 보험료가 너무 비싸서 가입하지 않았음
판매채널	· 리스크관리에 대한 최고 단계의 기업만이 관심을 가지는 영역 · 보험회사의 인수 거절 가능성이 높기 때문에 추천을 하기 힘들
사례	“BI를 들은 회사는 거의 없을 거예요. BI라는 거는 실제로 가장 보상의 마지막이거든요. 내가 실제로 불이 났던 어떤 재무적인 손해가 났던 배상 책임이 났는데 마지막에, 그래서 내가 영업을 못했거든, 그 손해 어떻게 할 거야? 이거예요, 사실은, 그러니까 내가 그러다 보니까 그거는 정말 여유가 있는, 어느 정도 또 위험에 대해서 굉장히 그런 인식이 있는 기업이 아니면 거의 안 들어 와요” “소기업은 보험료가 부담돼서 가입을 안 하죠. 또 저희가 뭐 재조달 가격이나 휴직보험은 승인을 올려도 승인이 안 나요. 승인이 안 나서 괜히 얘기를 꺼내서 되지도 않을 걸 괜히 또 굶어 부스럼 만드는 케이스가 있기 때문에 일도 많고. 저희가 또 가서 일일이 다 확인해가지고. 언더라이팅에 하고 또 다 했는데 승인이 안 나면 헛일이잖아요.”

나. 풍수해보험

구분	내용
기업 보험담당자	· 여름철 풍수해 피해 증가로 최근 풍수해보험에 대한 관심 증대
사례	“풍수해에 대해서는 별로 저기가 없었는데 요즘 여름철에. 풍수해는 최근에 추가한 거예요. 최근에 이제 여름에 비가 하도 많이 오니까” “우리가 또 공단 지역에 이렇게 약간 이게 산악지역이여가지고. 몇 년 전에도 난리가 났었거든요. 공장 주변이. 그래 가지고 이제 들어놓은 거죠.”
판매채널	· 풍수해보험은 고객의 기대와 실제 보상 수준 차이로 갈등이 발생하기도 함 · 보험료가 비싸 기업이 가입하지 않은 경우가 많음
사례	“쿠평에 납품하는 업체였는데, 물류 창고로 가입해서 전체 가격이 한 100억 정도 된 회사에, 동산이 한 50억 정도 되고, 건물이 한 50억 정도 돼서 50억을 가입을 해 드렸거든요. 그런데 실제로 풍수해로 판넬이 날아가는 케이스가 생겼어요. 이런 케이스는 보험으로 보상이 됐어요. 그런데, 어떤 경우에는 풍수해를 들었는데 건물 판넬이 날아간 거예요. 날아가서 타인의 재물

구분	내용
	을 망가뜨린 케이스인데, 이건 보상이 이제 아예 안 된 케이스라, 이제 고객이 좀 그거에 대해서 실망을 좀 하고” “풍수해, 태풍은 다되는 줄 알아요. 실제 보상을 받을 때는 아주 협소하게 보상이 나가거든요. 배수구 관리사항이라든가 이런 걸 손해사정해서 지급하기 때문에” “풍수해보험료가 너무 높아 고객으로부터 컴플레인을 받았어요”

다. 사이버보험

구분	내용
기업 보험담당자	· 5개 참여 기업 중 1개 기업만 인지도가 있었음 · 사이버리스크 실제 사례 경험 기업도 존재함 · 사이버보험가입 필요성을 다수 기업이 인정함 · 내부망과 외부망 분리를 하지 않을 경우 보험료가 너무 비싸거나 인수 거절이 된다면, 실제 가입은 힘들 것 같다는 입장을 보임 * 내부망과 외부망 분리 투자 여력 없음
사례	“저희는 올해 초에 실제로 해킹을 당했어요 본사에서, 그래서 그 사람이 외국인이겠죠. 메일을 보내서 공장에 있는 컴퓨터 다 락을 걸었어요. 그래서 너네 코인 몇 개, 코인을 원해서 저희 돈이 나간 적이 있어요. 자체적인 시스템 없으면 가입이 안 된다고 하면, 저희도 자금 문제 때문에 구축이 안 되니까 힘들 것 같은데” “저희는 필요해서 알아보긴 했는데 이제 포기한 이유는 자체 네트워크나 어떤 서버 관리가 좀 독자적으로 완벽하게 구축이 돼야 되더라고요. 그게 안 돼 있으면 보험료가 엄청나더라고요. 사내의 어떤 외부 인터넷망이 그냥 연결돼 있으면 그건 보험가입 조건에도 안 들어가 저요”
판매채널	· 사이버보험에 대한 인지도와 이해도가 너무 낮아 판매하기 힘들
사례	“많이 안 파는 것 같아요. 인지도도 약하고 의무보험인 거 빼놓고는 뭐 그렇게 인지도가 높지는 않아요. 개인정보보호법에 대한 것에 대해서만 이제 막 인지가 돼 있지, 사실은 이런 해킹이라든가 아까 말씀하신 것처럼 그런 등등에 대한 사이버 리스크를 이 정도에 대해서만 의무구나 라는 정도만 알고 있는 거지, 그 상품이 어떻게 지금 구성돼 있더라는 것까지 잘 모르는 분들이 되게 많을 거라고 생각이 들어요”

라. 장기재물보험

구분	내용
기업 보험담당자	· 5개 참여 기업 중 2개 기업이 장기재물보험가입 · 화재보험 유형(순수보장형 화재보험 또는 장기재물보험)은 기존에 기업주나 임원이 결정한 것이기 때문에 변경에 대해 고민하기 어렵다는 입장을 보임
사례	“과거에 회사라는 건 과거의 관행을 또 따라가게끔 돼 있거든요. 굳이 바꾸자고 하기가 아까처럼 설득하는 작업이 너무 힘들기 때문에, 관행을 웬만하면 그냥 따라가요. 위에서 그걸 원해서 바뀌주는 경우는 있지만, 위에서 원하지 않으면 굳이 바꾸려고 안 해요. 담당자 쪽에서 힘들어서 바꾸려고 안 해요”
판매채널	· 장기재물보험은 보험료가 비싸 재정 여력이 있는 기업 중 기업주가 선호도가 있는 경우 판매 가능 · * 목돈을 통한 대출상환 등 사업 자금 축적 필요가 있는 기업주가 선호 · 장기재물보험은 보험가입금액이 200억을 넘는 재보험자 협의를 대상인 경우에도 가입할 수 없음
사례	“설계사 입장에서 계약 하나 하면 수수료가 길게 들어오니까 훨씬 더 좋긴 하죠.” “저희 같은 경우도 500만 원, 1천만 원, 1,500만 원도 장기로 해요. 고객이 대출금 갚을 거야. 왜냐하면 다른 거 하자니까 이거 매년 1년 뭐 하나까 돈이 안 모이더라. 차라리 여기다 좀 돈 1천만 원 넣어놓고 나중에 대출금 갚을 수 있다면 그냥 잊어 먹고 간다는 개념으로 저희가 하지 말래도 또 보내요. 돈 있는 분들은” “아까 얘기한 것처럼 이제 그 안은 200억 이하 시장에서만 이제 일부 일어나는 것들이고”

마. 제조물배상책임보험

구분	내용
기업 보험담당자	· 의약품 제조업 기업만이 제조물배상책임보험가입 · 소비자 생산 업체는 제조물배상책임 리스크를 느끼는 반면, 기업을 위한 제품을 생산하는 업체는 리스크를 크게 느끼지 않는 편
사례	“우리 제품이 쓰이는 데는 일반 소비자가 아니고, 대부분 이제 현장에 있던 직원들이 쓰는 거는 크게 거기에서 배상하고 뭐 할 이유가 없어요. 일반 소비자한테 나가는 제품이 아니기 때문에 크게 리콜을 할 수 있는 그런 게 아니에요.” “자기가 원하는 도면 대로 만들어줬는데, 거기에 대해서 누가 뭐라고 그러겠어요”

구분	내용
	“환경측면도, 산업공단 안에 있기 때문에 그거는 우리 업체별로 대응할 사안이 아니고, 공단 차원에서 대응할 문제이기 때문에 영향은 없을 것 같아요”
판매채널	· 국내 배상책임 사고에서의 미미한 보상 판결 등으로 기업의 배상책임리스크 인식도는 낮은편 · 기업들의 보험료 기대와 현실 요율의 차이도 가입을 제약
사례	“실제 현장에서는 생명과 전혀 지장 없는 상황이고 클레임 들어와봐야 크게 문제되지 않는다는 얘기를 하더라고요. 우리나라는 뭐 그냥 내가 뭐 잘못했어도, 그냥 돈 좀 찢러주고, 적당히 해결할 수가 있는데, 외국 같은 데는 다 소송이잖아요” “난 여기보다 훨씬 더 우리 공정관리나 품질 관리 훨씬 깨끗한데, 사고 날 확률도 덜하고 여기랑 우리랑 보험료가 똑같냐고 할거예요. 그 다음에 이건 생명에 크게 지장은 없어. 그냥 조금 해봐야 상해 정도 해봐야 100만 원 이하니까, 몇 백만 원씩 이런 얘기를 많이 해요”

바. 온라인 거래

구분	내용
기업 보험담당자	· 근재보험, 영업배상책임보험 같은 표준화된 상품은 온라인 거래 가능할 것으로 판단 · 기업의 보험담당자들은 일반보험에 대한 이해가 부족하다고 느끼고 있어 판매채널의 대면 설명이 필요하다고 느낌 · 인공지능이나 온라인 거래가 확산되는 사회적 변화를 감안하면 궁극적으로 온라인 거래가 기업보험에서의 트렌드가 될 것이라고 판단
사례	“근재나 영업 배상 같은 경우는 오프라인으로 하고, 자동차라든지 보증보험은 온라인으로 하고 있는데, 사실 근재나 영업 배상도 어차피 같거든요. 조건은 같아요. 저희 회사에 정보를 놓고, 인건비를 넣으면 근재나 영업 배상 금액이 나오는 건 같은데 온라인으로 안 할 이유는 굳이 없을 것 같아요. 어차피 특약 설명돼 있는 거고, 자동차도 따지면 마찬가지죠” “저는 별로, 일단은 저희가 일반인들이 보험에 대해서 잘 모르는 경우가 많고요, 보험 약관을 보면 되게 뭔가 설명이 필요한 부분들이 있고요. 근데 그거를 다이렉트로 들게 되면 비용은 적을 수 있는데, 잘 모르고 들 수도 있기 때문에. 와서 설명을 듣고 충분히 이해를 하고 나서 듣는 게 맞다고 생각합니다”
판매채널	· 아직까지 기업 보험담당자의 일반보험에 대한 이해도가 부족하여 대면채널 접촉 없이 일반보험 가입이 어려울 것임 · 하지만, 표준화된 상품 중심으로 온라인 거래 활성화는 불가피할 것으로 판단
사례	“일반손해보험의 경우 인수 심사 등의 문제로 온라인 거래가 어려운 측면이 있음” “시장이 커지는 건 어쩔 수 없는 거니까요. 가계성 보험에서 온라인 거래가 지속적으로 확장되어 온 것처럼 기업보험도 그렇게 확장될 수 있죠. 일단 기본적으로 일반 점포라든가 가벼운 상품들부터 시작하여 시장이 커질 수 있어요”

도서회원 가입안내

회원	연회비	제공자료	
법인 회원	₩300,000원	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · 해외 보험동향 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	영문 연차보고서 추가 제공
특별 회원	₩150,000원		
개인 회원	₩150,000원		

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



가입 문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02)3775-9113 | 팩스 : (02)3775-9102



회비 납입 방법

무통장입금

- 계좌번호 : 국민은행 (400401-01-125198) | 예금주: 보험연구원



자료 구입처

서울 : 보험연구원 자료실(02-3775-9113 | lsy@kiri.or.kr)

| 저자약력

김혜성 서강대학교 경영학 박사 / 연구위원
E-mail : goldencomet@naver.com

김석영 University of Arizona Dept. of Mathematics 박사 / 선임연구위원
E-mail : skim@kiri.or.kr

김연희 성균관대학교 문화학 석사 / 연구원
E-mail : yeonhee@kiri.or.kr

연구보고서 2024-02

국내 중소기업의 리스크관리와 보험가입에 관한 연구

발행일 2024년 2월
발행인 안철경
발행처 보험연구원
주 소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
인쇄소 고려씨엔피

ISBN 979-11-93021-38-5
979-11-85691-50-3(세트)

(정가 10,000원)