

# 한국 및 독일 보험회사의 해외 진출 모델 비교 연구\*

-독일 법률비용보험회사의 사례를 중심으로-

신동호\*

\*상명대학교 금융보험학부

e-mail : sdh5325@hanmail.net

## The Study of Comparison Model, when Korean and German Insurance Company go into foreign Market - a case of german Legal Expenses Insurance Company -

Dong-Ho Shin\*

\*Division of Finance & Insurance, Sang Myung University

### 요 약

본 논문은 한국 및 독일 보험회사의 해외 진출 모델을 비교 연구한다. 특히, 독일 법률비용보험회사의 한국 진출 사례를 분석하여 국내 보험회사의 해외진출에 주는 시사점을 제시한다. 연구방법론으로서 한국 및 독일 보험회사의 해외 진출사례를 수집하여 비교 분석한다. 이를 위하여 각 보험회사의 해외진출 담당자와 면담, 이메일(e-mail), 전화상담 방법을 사용한다. 그리고 문헌연구를 통하여 연구의 이론적 배경과 기존의 연구결과를 분석한다. 본 연구에서는 보험회사 해외진출의 이론적인 배경으로서 고객지향 현지화전략, 수익지향전략, 신규특화시장 개척전략, 성장시장 진출전략 4개 요인으로 구분한다. 국내 보험회사는 해외 성장시장 진출 측면에서 긍정적인 반면에 수익지향, 현지화전략과 해외 신규 특화시장 개척 부분에서 아직 개선될 부분이 있는 것으로 분석되었다. 독일 보험회사는 한국 시장에 진출하면서 철저한 현지화전략, 특화시장 개척, 성장시장에 진출의 3개 부분에서 모두 긍정적인 것으로 분석되었다.

보험회사 해외진출의 이론적 배경 4개 요인을 적용하여 비교 분석한 결과 독일 보험회사의 사례와 같이 한국 보험회사가 해외에 진출할 경우에 보다 철저한 현지화 전략과 특화시장 개척 전략이 필요하다는 점을 제시한다. 본 연구의 한계점은 독일 법률비용보험회사 1개사를 대상으로 하고 있다는 점이며, 진출 초기라서 아직 경영실적이 뒷받침되지 않고 있다는 점이다. 향후 연구과제로서 일정시점이 지난 후에 국내 보험시장에서 독일 법률비용보험회사의 발전추이를 분석하여 시사점을 분석하고 법률보험시장에서 도덕적 위태 방지 연구, 소비자 보호를 강화할 수 있는 방안 연구를 향후 연구과제로 제시한다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 목적

#### 1.1.1. 연구의 필요성

글로벌시대를 맞이하여 외국계 보험회사의 국내 진출이 활발한 반면에, 국내 보험회사의 해외진출은 제한적인 수준이다. 대부분의 국내 보험회사는 해외 교민 및 해외 한국회사를 대상으로 해외에 진출하고 있다(중앙일보, 2010.3.11). 최근 독일 보험회사가 국내에서 틈새시장인 법률비용보험시장에 한국인 및 한국기업을 대상으로 진출하는 사례(인터넷 법률신문, 2009.6.15)는 시사 하는 바가 크다. 이에 독일 보험회사의 국내 진출모델을 분석하고, 국내 보험회사가 해외에 진출할 때 벤치마킹할 수 있는 시사점을 연구하고자 한다.

#### 1.1.2. 연구의 목적

본 연구에서는 독일 법률비용보험회사의 국내 진출을 계기

로 다음과 같은 3가지를 연구의 목적으로 한다. 첫째, 보험회사의 해외진출을 설명할 수 있는 이론적 배경을 검토한다. 둘째, 독일 보험회사가 국내에 진출하는 틈새시장인 법률비용보험시장 현황을 분석하고 한·독간 현황을 비교한다. 셋째, 해외진출의 이론적 배경을 근거로 독일 법률비용보험회사의 국내 진출모델과 국내 보험회사의 해외진출모델을 비교, 분석하여 시사점을 제시한다.

#### 1.1.3. 선행연구와의 비교

안철경(2003)은 국내 보험회사의 해외진출이 성공적으로 정착되지 못하고 있으며, 글로벌 보험회사들과 경쟁에서 앞서기 위한 경쟁우위 분야가 있어야 한다고 주장한다. 이순재(2005), 서대교(2008)는 국내 보험산업이 초보적인 글로벌화 단계에 머물고 있는 것으로 평가한다. 미국의 보험회사는 자국 제조업체의 해외진출로 인해 안전하게 동반진출 하는 경향이 높다는 연구결과가 있으며(Hellman, 1994), 해외에 진출한 미국 기업들을 따라 동반, 혹은 시차를 두고 진출하였다는

\*본 논문은 상명대학교 2009년 학술연구비 지원에 의하여 수행되었음.

연구결과가 있다(Bowers, 2000).

법률비용보험에 대한 국내 선행연구에서는 김형기(1996)가 소송비용보험이라는 명칭을 사용하였으며, 유럽, 미국, 일본의 소송비용보험제도를 비교, 분석하였다. 신동호(1999)가 소송비용보험의 도입 가능성을 검토한 선행연구가 있다.

**1.2. 연구 방법 및 내용**

연구방법론으로서 국내의 문헌연구와 전문가 면담법을 사용한다. 문헌연구를 통하여 보험회사의 해외진출 이론적 근거를 제시하고 기존의 연구결과를 분석한다. 국내 및 독일의 법률비용보험시장 현황을 분석한다. 유럽에서 가장 활성화된 독일의 법률비용보험시장을 분석하고, 독일 법률비용보험회사의 국내 진출모델과 국내 보험회사의 해외진출 모델을 비교분석한다. 이를 위하여 2009년 6월부터 2010년 1월까지 국내 보험회사들의 해외진출 담당 부서장과 전화 및 면담을 통하여 해외진출 현황 자료를 수집하였다. 독일 보험회사 한국 진출 담당자<sup>1)</sup>와는 이메일과 국제전화를 이용하여 자료를 수집하였다.

**1.3. 기대 효과**

대부분의 국내 보험회사들이 백화점식 경영을 하고 있는 시점에 독일의 전업 법률비용보험회사의 국내 진출은 많은 점을 시사하고 있다. 국내 법률비용보험시장이 태동되는 시점에서 독일 보험회사의 국내 틈새시장 진출은 매우 혁신적이다. 외국 보험회사의 국내 진출모델 연구는 역으로 국내 보험회사의 해외진출을 위한 모범사례로 활용될 수 있는 기대효과가 있다. 법률비용보험시장에 대한 공급의 확대는 궁극적으로 개인, 자영업자 및 중소기업의 수요를 신규창출하고, 변호사, 로펌 등의 법률서비스 공급이 확대되는 효과가 기대된다. 본 연구를 계기로 국내 법률비용보험에 대한 논의가 본격화될 수 있는 기대효과가 예상된다.

**2. 한국 및 독일 법률비용보험 시장 비교**

**2.1. 국내 법률비용보험 시장 현황**

**2.1.1. 법률비용 관련 보험상품**

국내에서 최근 LIG법률비용보험이 출시되었으나, 보장 범위와 한도가 제한적이라서 실효성이 낮다<sup>2)</sup>. 그 외에 자동차보험의 법률비용서비스특별약관에서 운전자가 부담하는 벌금, 형사합의 지원금, 변호사 보수 등 소액의 방어비용을 보장하고 있다. 운전자보험의 방어비용특별약관에서 변호사보수 등의 방어비용을 보상한다. 또한 10대 중과실 사고 또는 사망사고로 발생하는 형사합의금도 보장한다. 그러나 방어비용이 소액(300만원)에 불과해 실효성이 없다.

1) Y. Bitter-Park, DAS International, Germany

2) 변호사비용은 연간 1사건에 한하며, 변호사 서면/전화상담은 연5회로 제한하고 있다.(www.lig.co.kr)

배상책임보험에서 피보험자가 보험회사의 사전 동의를 받아 지급한 소송비용, 변호사비용, 중재, 화해 또는 조정에 관한 비용이 담보된다(금융감독원, ‘배상책임보험표준약관’, 2009). 그러나 타인의 불법행위에 대한 손해배상금을 보험가입금액 내에서 담보하므로 소송비용은 손해배상금이 보상한도액보다 작은 경우에만 효용이 있는 구조적인 문제점이 있다.

**2.1.2. 변호사 수**

우리나라의 변호사 1인당 국민 수는 5,060명이다(대한변호사협회, 2009). 인구 1,000명당 변호사 수는 0.17명으로 OECD 국가 가운데 가장 적다. 판사나 검사 수도 미국, 독일에 비해 현저히 부족한 상황이다.

[표 1] 국내의 법조인 수 비교

(단위 : 명)

| 구분          | 한국     | OECD, 독일      |
|-------------|--------|---------------|
| 변호사(인구 천명당) | 0.17   | 0.75(OECD 평균) |
| 의사(인구 천명당)  | 1.8    | 3.00(OECD 평균) |
| 판사(1인당 국민수) | 26,350 | 3,940(독일)     |
| 검사(1인당 국민수) | 35,107 | 16,308(독일)    |

자료: 이병희 외(2007.8), p.10.

**2.1.3. 민사소송 변호사보수 및 소송비용**

국내 민사소송에서 승소한 자가 소송상대방으로부터 받을 수 있는 변호사 선임비용은 성공보수 등의 실제 지급한 금액이 아니고 ‘변호사보수의 소송비용 산입에 관한규칙’(대법원규칙 제2116호)에 의한다. 예들 들어 소송물가액 1,000만원의 경우 변호사보수는 80만원이다.

**2.2. 독일 법률비용보험시장 현황**

**2.2.1. 독일 법률비용보험시장 규모**

독일의 법률비용보험시장은 유럽에서 가장 활성화되어 있다. 2007년 현재 법률비용보험회사가 51개에 이르며, 수입보험료 규모는 3,158백만 유로, 지급보험금은 22.23억 유로이다. 법률비용보험은 손해보험시장(42.0십억 EURO)에서 7.51%의 점유율을 나타내고 있다. 손해율은 1980년의 65.2%에서 2007년에 70.7%로 다소 증가하였으나 안정적인 상황이다(GDV, 2008 a).

[표 2] 독일 법률비용보험시장 현황

| 연도   | 회사 수 | 보험료 (십억EUR) | 보험금 (십억EUR) | 손해율 (%) |
|------|------|-------------|-------------|---------|
| 1980 | 26   | 0.840       | 0.532       | 65.2    |
| 1990 | 33   | 1.631       | 1.118       | 69.5    |
| 1995 | 45   | 2.216       | 1.776       | 81.6    |
| 2000 | 48   | 2.690       | 1.922       | 71.5    |
| 2005 | 50   | 3.014       | 2.229       | 74.2    |
| 2006 | 51   | 3.066       | 2.215       | 72.4    |
| 2007 | 51   | 3.158       | 2.223       | 70.7    |

자료: GDV(2008 a), p.61.

**2.2.2. 법률비용보험상품 종류 및 담보 내용**

독일 보험협회(GDV)에서 권장하고 있는 ‘법률비용보험 표준약관(2008)’에 의한 보험상품 종류는 도로교통법률비용보험, 운전자법률비용보험, 자영업자법률비용보험, 개인법률비용보험, 기업법률비용보험, 그리고 부동산 및 임차인법률비용보험이다(GDV, 2008 b).

법률비용보험에서 담보하는 내용은 일상생활에서 발생할 수 있는 민형사 및 고용계약법 관련 손해배상, 조세행정, 도로교통 관련 행정, 벌금, 교통법규위반, 고용, 사회보장과 관련된 소송과 관련하여 원고 및 피고 입장에서의 법정 변호사 수입료 및 소송 관련 비용을 보장한다. 또한 가족관련(결혼, 이혼, 유산, 호적) 법률 자문서비스를 제공한다. 보험회사가 보상하지 않는 손해는 손해보험에서 일반적으로 면책사항인 전쟁, 폭동, 내란, 지진 등 이외에 피보험자의 불법적인 고의 행위로 인하여 기소되었을 경우에 형사법 관련 소송비용이다. 그 외에 도로교통에서도 주정차 위반 관련 법정분쟁, 주택건축, 도박, 내기, 투기 등의 법률분쟁 비용은 담보하지 않으며, 유산은 단지 변호사 자문서비스만 보장한다.

**2.2.3. 독일의 변호사 수**

인구 10만명당 변호사 수를 살펴보면, 한국은 17.4명, 일본은 17.3명으로 적은 편이며, 프랑스는 72.7명, 독일은 153.7명이며, 영국은 194.7명, 그리고 미국은 352.1명으로서 가장 많다. 독일은 인구 10만명당 판사 수가 주요국 중 24.7명으로 가장 높게 나타난 점이 특징이다.

[표 3] 주요국 인구 10만명당 법조인 수

| 구 분 | 변호사   | 판 사  | 검 사  |
|-----|-------|------|------|
| 한 국 | 17.4  | 4.6  | 3.2  |
| 일 본 | 17.3  | 2.6  | 2.0  |
| 프랑스 | 72.7  | 10.4 | 3.0  |
| 독 일 | 153.7 | 24.7 | 6.2  |
| 영 국 | 194.7 | 2.7  | 7.6  |
| 미 국 | 352.1 | 11.3 | 12.4 |

자료 : 이병희 외(2007.8), , p.31.

**2.2.4. 독일 민사재판 비용**

[표 4] 독일 민사재판 재판비용

(단위 : EU)

| 소송금액    | 1심     | 1-2심    |
|---------|--------|---------|
| 300     | 310    | -       |
| 901     | 850    | 1,683   |
| 2,001   | 1,498  | 2,492   |
| 4,001   | 2,433  | 4,752   |
| 5,001   | 2,990  | 5,834   |
| 11,0001 | 13,644 | 44,821  |
| 50,0001 | 32,951 | 110,418 |

자료 : www.das.de, 2009.

독일은 변호사보수법(RVG, 2004)에 의해서 변호사 수입료 및 재판비용이 정해져 있다. 예를 들어, 소송금액이 5,001유로 인 경우에 민사재판에서 패소 시에 원고와 피고 변호사 수입료를 포함하여 총 재판비용은 1심 비용이 2,990유로, 1-2심이 총 5,834유로로 정형화 되어 있다.

**2.3. 한독 법률비용보험시장 비교 및 시사점**

국내의 법률비용보험시장은 태동기이기 때문에 아직 통계자료가 없으며, OECD 국가에 비해서 변호사 수의 부족, 변호사 수입료의 비정량화 등의 법률시장 인프라 측면에서 부족한 상황이다.

독일은 전업 법률비용보험회사 51개사가 운영 중이며 다양한 법률비용보험상품이 공급되고 있다. 수요측면에서도 국민들의 보험문화가 성숙되어 있어 높은 보험가입률을 나타내고 있다.

예를 들어, 독일의 법률비용보험시장은 유럽 전체 시장에서 60%의 시장점유율을 나타내고 있으며, 독일의 약 50% 가정이 법률비용보험에 가입되어 있다(Heinsen, 1999). 그렇지만 독일도 법률비용보험과 관련해서 지속적인 민원이 발생하고 있어 소비자보호 문제가 제기되고 있다(Berlin, 2004).

독일과 국내의 법률인프라 및 보험시장 구조가 동일하지 않으므로 독일 사례를 국내에 그대로 적용하기에는 무리가 있지만, 독일의 보험계약자 보호장치, 도덕적 위태를 방지할 수 있는 제도 등은 모범사례로 참조할 필요가 있다.

[표 5] 한·독 법률비용보험 시장 비교

| 구분              | 한국               | 독일               |
|-----------------|------------------|------------------|
| 전업(단종) 법률비용보험회사 | × <sup>1)</sup>  | ○ <sup>1)</sup>  |
| 주보험 법률비용보험      | ×                | ○                |
| 고객 세분화된 법률비용보험  | ×                | ○                |
| 변호사, 판검사 수      | 적음 <sup>2)</sup> | 많음 <sup>2)</sup> |

주: 1) × 없음, ○ 있음을 의미함

2) 적음, 많음은 OECD 평균 기준과의 단순 비교임

**3. 독일 법률비용보험사의 국내 진출 모델**

**3.1. 보험회사의 해외 창업 이론적 배경**

본 고에서는 보험회사가 외국에 진출하는 이론적인 배경으로서 고객지향 현지화전략, 수익지향전략, 해외 신규 특화시장 개척전략, 해외 성장시장 진출전략의 4가지로 구분한다.

**3.1.1. 고객지향 현지화전략**

이순재에 의하면, 보험회사는 자국의 고객 기업이 해외에 진출할 때 필요한 기업성 보험담보를 제공하기 위해서 진출한다(이순재, 2006).

### 3.1.2. 수익지향전략

안철경에 의하면, 보험회사의 해외진출은 궁극적으로 수익 창출에 있다. 자국시장에서 경쟁이 치열해지고 경험과 자본이 충분할 경우에 해외로 진출해서 신규 수익을 창출하게 된다(안철경, 2004).

### 3.1.3. 해외 신규 특화시장 개척전략

보험회사는 해외진출을 통한 비용절감이나 선진 기술습득보다는 신규 시장 개척 요인이 해외진출의 주된 요인이라고 볼 수 있다(양성문 외, 2008, 보험개발원, 2008).

### 3.1.4. 해외 성장시장 진출전략

공격적인 보험회사는 성장하는 시장에 진입하여 영업범위를 국내외로 확장시킨다. 예를 들어, 미국 Liberty 상호회사의 해외 진출 목표는 공격적으로 해외 성장시장의 장점을 활용하는 것이다(Countryman, 1997).

## 3.2. 독일 다스(D.A.S.)<sup>3)</sup>의 한국 진출모델

### 3.2.1. 현지화 전략

독일 다스사의 국내진출 모델은 현지화 전략이다. 직접 99.8% 출자해서 한국에 법인(다스법률비용보험(주))을 설립(2009.6)하였는데, 아시아 최초의 전업 법률비용보험회사이다<sup>4)</sup>. 다스사는 현지 법인의 인력과 조직을 한국인으로 100% 현지화 하였다. 대표이사에 한국인을 임명하여 자본은 독일자본이지만 인력 및 조직은 철저하게 현지화하고 있다.

### 3.2.2. 특화시장 개척전략

다스사가 국내 보험환경에 부합하고, 잠재적 수요가 높은 법률비용보험이라는 특화상품으로 국내시장에 진입하는 것은 자사의 핵심역량을 최대한 발휘할 수 있는 전략이다. 다스사의 개인 및 가족용, 자영업자 및 기업용, 도로교통, 임대인 및 임차인법률비용보험은 국내 시장의 수요에 부응하는 특화보험상품이다.

외국 보험회사의 특화상품 국내시장 성공사례는 다수 있다. 예를 들어, IMF 금융위기 시기에 ING, 푸르덴셜과 같은 외국계 보험회사가 종신생명보험상품을 국내에 처음으로 도입하여 성공한 사례가 있으며, 퍼스트아메리칸권원보험회사가 권원보험상품으로 국내에 처음으로 진출(2001)하여 B2B모델을 정착한 사례가 있다.

### 3.2.3. 성장시장 진출전략

다스사는 지속 성장하고 있는 한국 보험시장에 진입하여 개인 및 기업고객에 대한 법률비용서비스를 제공하고, 수익

원천을 다양화시키는 전략을 추구하고 있다. 다스사는 비교우위가 있는 특화상품으로 성장하는 한국 보험시장에서 동반 성장하는 전략을 추구하는 것으로 판단된다.

## 3.3. 한·독 보험회사의 해외 진출 비교

삼성화재, 현대해상, LIG손해보험, 메리츠화재는 각각 인도네시아, 베트남, 중국에 현지법인을 설립하였다. 대부분 현지에 진출한 한국 기업 및 교민을 대상으로 보험영업을 하고 있다.

[표 6] 국내 손해보험회사 해외 진출 현황

| 회사    | 진출 국가 | 현지 법인 이름     | 대표이사 | 매출액                    | 설립   |
|-------|-------|--------------|------|------------------------|------|
| 삼성화재  | 인니    | 삼성화재 인도네시아   | 한국인  | 11.5 <sup>1)</sup>     | 1996 |
|       | 베트남   | 삼성비나보험       | "    | 10.0 <sup>1)</sup>     | 2002 |
|       | 중국    | 삼성화재(중국)법인   | "    | 42.1 <sup>1)</sup>     | 2001 |
| LIG손보 | 인니    | LIG화재 인도네시아  | 한국인  | 804억 RUP <sup>2)</sup> | 1997 |
| 현대해상  | 중국    | 현대재산보험중국유한공사 | 한국인  | - <sup>3)</sup>        | 2007 |
| 메리츠화재 | 인니    | 한진코린도보험      | 한국인  | 5억 원 <sup>4)</sup>     | 1998 |
| 코리안리  | 홍콩    | 홍콩중개현법       | 한국인  | - <sup>3)</sup>        | 1996 |

주 : 1) 매출액 단위는 백만\$이며, 2008년 12월 기준임

2) CY08, 804억RUP(한화 93억원), 수익은 1억RUP임

3) 비공개, 4) 수익기준이며 연평균 5억원 수준임

자료 : 양성문(2008), p.53; 『보험일보』, 2009.5.16; 각 보험회사 담당자와 면담하여 조사한 내용임

현지 법인의 대표이사 및 경영진은 전원이 한국인이다. 따라서 해당 국가 기업 상대의 인력 및 영업의 현지화는 되지 못하고 있는 실정이다.

국내 손보사들은 미국 및 유럽에서 글로벌 보험회사와 직접 경쟁하는 것보다 아시아 성장시장에 진출하는 것을 선호한다고 분석된다. 아시아 가 향후 금융시장 개방화, 국민소득의 증가 등으로 성장시장이 될 것으로 판단하기 때문이다.

독일 다스사는 국내 법률비용보험의 성장 잠재력이 높을 것으로 예측<sup>5)</sup>하고 우월한 선진적 노하우와 자본력을 바탕으로 비교우위가 있는 법률비용보험이라는 특화시장에 진출하는 전략을 갖고 있다.

또한 다스사는 한국인과 한국 중소기업을 목표고객으로 하고 있는 현지화전략을 갖고 있다. 그리고 대표이사 및 경영진에 전원 한국인을 임명하는 철저한 현지화전략을 채택하고 있다.

## 4. 시사점 및 결론

본 연구에서는 보험회사가 해외에 진출하는 이론적인 배경

5) 다스법률비용보험회사 담당자와 면담결과이다.

3) D.A.S.는 독일 최초(1928)의 법률비용보험회사로서 독일 및 유럽에서 법률비용보험 시장점유율 1위이며, 유럽 16개국에 직접 진출하고 있다.

4) 독일 다스 본사의 Y. Bitter-Park과 전화 및 e-mail을 통한 조사 결과이다.

을 바탕으로 한국과 독일 보험회사의 해외진출 사례를 비교 분석하였다. 해외진출 전략 변수로서 고객지향 현지화전략, 수익지향전략, 해외 신규 특화시장 개척전략, 성장시장에 진출전략 4가지로 구분하였다.

한국 및 독일 보험회사의 해외진출 전략을 비교 분석한 결과 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

[표 7] 보험회사의 해외진출 한·독 비교

| 해외진출 이론     | 국내 보험사 | 다스사 |
|-------------|--------|-----|
| 1. 현지화전략    | -      | +   |
| 2. 수익지향전략   | +/-    | ?   |
| 3. 특화시장 개척  | -      | +   |
| 4. 성장시장에 진출 | +      | +   |

주 : -(충분하지 못함), +(충분함)

국내 손해보험회사는 해외 성장시장에 진출하는 측면에서 긍정적인 반면에, 현지화전략과 해외 신규 특화시장 개척 부분에서 충분하지 못한 것으로 분석된다. 해외진출 수익성 측면에서는 조사대상 5개사 중에서 2개사는 수익창출에 실패한 것으로 분석되었다(표 6 참조).

다스법률비용보험회사는 한국 시장에 진출하면서 현지화전략, 특화시장 개척전략, 성장시장 진출전략의 3개 부분에서 모두 긍정적인 것으로 분석된다. 특히 국내에는 생소한 법률비용보험이라는 틈새시장에 진출한다는 점이 특징이다. 독일 다스보험회사의 국내 진출을 계기로 법률비용보험시장이 활성화된다면, 공급자 위주의 법률시장이 수요자 중심으로 일부 개편될 수 있는 전환점이 될 수 있을 것으로 기대된다.

국내의 소송건수는 매년 증가하는 추세이며, 변호사 수의 증가로 인하여 법조계 인프라도 일부 향상되었다. 법률비용보험은 개인, 자영업자, 중소기업, 운전자, 부동산 소유자, 임차인, 임대인이 목표고객이므로 잠재적인 수요는 충분하다. 이에 독일 다스법률비용보험회사의 국내 진출은 시사 하는 바가 크다고 판단된다.

향후 연구과제로서 일정 시점이 지난 후에 국내 법률비용보험시장의 발전추이를 분석하고, 법률보험시장에서 도덕적위태 방지 연구와 소비자 보호를 강화할 수 있는 방안 연구를 향후 연구과제로 제시한다.

### 참고문헌

[1] 김형기, “소송비용보험”, 보험감독원, 보험조사월보, pp. 44-67, 2월, 1996.  
 [2] 보험개발원, “국내보험사 Global화? 4대전략 아니면 문제”, 보험뉴스, 11월, 2008.  
 [3] 서대교, “보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원 방안”,

보험연구원, 연구조사자료 2008-1, p. 216, 3월, 2008.  
 [4] 신동호, “소송비용보험의 도입가능성 검토”, 보험정보사, 보험법률, 제26호, pp. 47-51, 4월, 1999.  
 [5] 안철경, “국내보험회사 해외진출 현황과 과제”, 보험개발원, 주간보험이슈 제22호, pp. 3-5, 10월, 2003.  
 [6] 안철경, “보험산업의 글로벌화 추세와 시사점”, 보험개발원, 주간보험이슈 제51호, 6월, 2004.  
 [7] 양성문 외, “보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사”, 보험개발원, 연구조사자료 2008-1, p. 14, 3월, 2008.  
 [8] 이병희 외, “우리나라 서비스업의 시장진입 현황 분석”, 한국은행, 조사보고서, p. 47, 8월, 2007.  
 [9] 이순재, “동북아 보험시장과 국내보험회사의 해외진출 전략”, 보험학회, 보험학회지, 제72집, pp. 33-76, 12월, 2005.  
 [10] 이순재, “국내손해보험사의 해외진출 전략”, 손해보험협회 손해보험, p.33, 2006.12.  
 [11] Berlin, B., Welche Rechtsschutzversicherung kassiert wie oft Beschwerden? www.andreas-buschmann.net, 2004.  
 [12] Bowers, B., The Global Bandwagon, *Best's Review* 100, pp. 52-53, 2월, 2002.  
 [13] Countryman, G.L., 해외진출과 핵심경쟁력에 의한 성장, “ILS 발표논문집(제33차)”, 보험개발원, 7월, 1997.  
 [14] Heinsen, Andreas, Rechtsschutzversicherung und Anwaltschaft im Umbruch, *VW*, Heft 2, p. 101, 1999.  
 [15] Hellman, P., The Internationalization of Finnish Financial Service Companies, *International Business Review* 5, pp. 191-208, 1995.  
 [16] GDV, *Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2008*, p. 1, 2008 a.  
 [17] GDV, *Allgemeine Bedingungen für die Rechtsschutzversicherung (ARB 2008/II)*, Karlsruhe, 2008 b.