기업책임과 위험관리(中)

박 필 수
(사)한국건설안전기술협회 상임고문

최근 위험관리(risk management)라는 말을 많이 사용하고 있다.

기업을 둘러싼 환경은 어느 시대에나 복잡·다양하며, 불확실성에 가득 차있다.

따라서 기업은 항상 경제환경이나 경영환경에 적응하고 그 생존을 유지하고 성장 발전을 이루어나가지 않으면 안된다.

그러기 위해서 기업은 항상 각종의 위험(Risk)을 분석하고 그것을 극복하기 위한 경영관리가 필요하다.

즉 위험관리(risk management)가 기업경영상 필요한 것이다.

이와 같은 견지에서 위험관리를 소개하고자 한다.

1. 기업의 사회적 책임과 책임 리스크

1-1 기업의 도산회피책임과 책임 리스크

위험관리의 궁극의 목적은 기업도산의 방지 또는 기업의 도산을 조성하는 각종 요인을 과학적으로 관리해 가자고 하는 것이다. 위험관리의 위치는 세가지 입장이 있다. 첫째로 위험관리를 전반관리에 포함된다고 생각하는 것, 둘째로 생산관리, 판매관리, 노무관리, 재무관리, 정보관리, 안전관리와 병열한 부문관리로서 위치를 잡는 것, 셋째로 가장 협의로 재무관리속에 포함하여 생각하여야 한다는 것이다. 이것은 위험관리의 대상으로 하는 리스크가 무엇인가에 따라서 그 위치가 달라진다는 것을 의미한다.

미국에서는 가장 중용적인 생각이 일반적이며 동태적 위험은 전반관리, 정태적 위험은 부문관리로 행한다고 하는 것이 통설인 것같다. 우리나라에서는 위험관리가 아직 정착되지 않고 있으며 우리나라의 경영의 토양에 합치한 위험관리의 이론과 기술을 연구하여야 할 것이다.

미국에서는 반드시 명확화되어 있지는 않으나

위험관리에는 보험관리형 위험관리와 경영관리형 위험관리가 있으며, 그 골짜기는 제법 크다. 그 골짜기는 빨리 메우지 않으면 안된다. 그와 함께 개개의 리스크를 골라내어 개별 리스크의 관리개발을 서둘러, 그 집대성 위에 위험관리의 시스템화를 도모하지 않으면 안된다.

그리고 기업의 사회적 책임에 대해서는 다방면에 걸쳐 논의되고 있으나 그것은 고전적인 의미에 있어서는 주주이익의 보장, 채권자의 보호, 양자의 이해조정이라고 하는 것이었다. 그러나 이와 같은 의미에서의 사회적 책임은 이윤극대화 원리에 기초를 둔 기업활동의 단순한 과제의 하나에 불과하며, 사회적 책임의 이름에 값어치가 없는 것이다. 현대의 기업활동은 각종의 사회적 모순을 야기하는 것으로, 이 모순을 해결하고 조화해가지 않는 한 이윤극대화는 말할 나위 없이 그 존재마저 부정되고 만다는 것은 말할 필요도 없다. 이와 같은 기업환경하에 놓여있는 현대기업은 좋아하든 좋아하지 않든간에 공익에 대한 배려와 사회적 책임을 의식하고 행동하여야 한다. 따라서 기업의 「사회적 책임은 단지 과도의 사이익추구의 부정과 같은 소극적인 의미를 넘어서 기업을 둘러싼 환경의 여러가지 기대를 인식하고 그 충족에 노력한다고 하는 적극적인 의미를 짊어지는 것이다」.

기업의 사회적 책임에 대해 「현대의 경영자는 이론적으로도 실제적으로도, 단순한 자기 기업의 이익만을 추구하는 것은 허용되지 않고 경제·사회와의 조화에 있어서 생산제요소를 가장 유효하게 결합하고, 값이 저렴한 양질의 상품을 생산하고 서비스를 제공한다고 하는 입장에 서지 않으면 안된다」라고 하고 있다. 이와 같은 이념에 의거, 기업활동을 수행하는 것이 기업의 사회적 책임으로 되었다.

이와 같은 이념은 경제의 고도성장기로 향하는 기업의 참신한 생각으로 받아들이고 있는 것이다. 그러나 1980년대에 들어서면서 경제의 고도성장의 반동 내지 부산물로서의 공해·환경오염 문제, 결함상품, 소비자문제가 대두되어 기업의 사회적 책임론은 근본적으로 재검토를 하기에 이르렀다. 그 결과로 등장하여 온 것이 기업환경이라고 하는 개념이며, 기업의 환경적응이라고 하는 문제가 검토되기에 이르렀다. 그리하여 기업의 사회적 책임은 기업을 둘러싸고 존속·발전하는 여러가지의 환경주체의 요청에 대응하여 행동하는 도의적·법률적·경제적인 의무라고 이해하게 되었다.

기업의 사회적 책임은 그 환경주체에 의해서 ① 주주에 대한 책임 ② 채권자에 대한 책임 ③·국가·지방자치단체에 대한 책임 ④ 종업원에 대한 책임 ⑤ 소비자에 대한 책임 ⑥ 지역사회에 대한 책임 등으로 유별된다.

이와 같은 환경주체에 대한 책임의 내용은 복잡다양하나 중심적인 것은 도산회피, 고용증진 및 복지향상, 이익환원, 사회적 불이익 배제 등이다.

기업이 도산하면 기업을 둘러싼 모든 환경주체에 피해를 미친다. 이 피해는 다방면에 걸쳐 연쇄반응을 야기하고, 사회문제화 되고 당해기업 및 그 경영자의 사회적 책임이 추궁된다. 그러나 경영파탄을 일으키거나 기업이 도산한 후에 기업이나 경영자의 책임을 추궁해보아도 많은 이해관계자는 충분한 구제를 얻을 수는 없는 것이다.

결국 법적 책임을 형식적으로 추궁하여도 경제적 희생을 강제하는 결과가 된다. 그렇기 때문에 기업에는 도산회피라고 하는 사회적 책임이 과해져 있다고 말할 수 있다.

1-2 도산회피책임의 내용

도산회피의 책임은 일반적으로 이윤추구와 혼동되기 때문인지, 또는 기업존속이 전제가 되고 있기 때문인지 그다지 논의되고 있지 않다.

그러나 양자는 근본적으로 다른 성질의 문제이

며, 기업이 이 책임을 이행할 수 없는 이상, 다른 어떠한 책임도 유명무실해진다. 따라서 기업의 사회적 책임의 내용은 도산회피의 책임을 정점으로 하고 구축되지 않으면 안된다. 도산회피의 책임은 당연히 사회적 불이익 배제의 책임과 직결되어 있다. 즉 현대의 기업을 크게 흔들고 있는 것은 노동운동만이 아니라 공해의 고발·금지·보상과 관련된 주민운동, 상품의 성능·가격·공급과 관련된 소비자운동 등으로서 이들에 대한 적절한 대처로서의 사회적 불이익 배제의 책임에 대한 이행이 되지 않는 한 기업은 직접·간접으로 도산으로의 길을 걷게 될 것이다.

현대의 기업은 생산 및 배급과정을 통해 크든 적든 기업내에서는 산업재해를 가져오고, 기업 외에서는 지역주민에 대해 공해와 환경오염, 일반소비자에 대해서는 결함상품의 피해를 초래한다. 그 결과 기업은 근로자에 대한 산업재해보상책임, 공해건강피해보상책임, 제조물책임 등의 법률문제에 직면케 된다. 더욱이 이와 같은 기업의 불법행위 책임은 과실책임으로부터 무과실책임으로 옮겨지고 있으며, 기업의 법적 책임이 가중되어 왔다. 이와 같은 기업의 손해배상책임 내지 보상책임은 이익환원지출이거나 공해방지투자라고 하는 사회적 책임비용과는 다르며, 기업도산을 이끌지도 모르는 거액의 출자비가 될 가능성이 있다.

최근 크게 관심을 갖기 시작한 제조물 책임에 있어서 더욱 심각하다. 기업이 도산회피라고 하는 사회적 책임을 수행하기 위해서는 이와 같은 배상 내지 보상 리스크(책임부담위험)의 관리가 필요하다.

기업의 사회적 책임은 자칫하면 이해관계의 조정이나 정보의 제공이라고 하는 것과 같은 이념적인 또는 도의적인 문제로 흐르기 쉽다.

그러나 현대기업이 놓여있는 사회적 환경은 이와 같은 도의적인 책임보다도 오히려 경제적·법률적인 책임에 비중을 두도록 요청하고 있다. 기업과 관련되는 환경주체는 경제적·법률적인 책임을 기대하는 것은 말할 필요도 없다. 기업이 공해의 피해자나 결함상품의 피해자에게 충분한 보상책임을 이행하는 것이 현대기업에 과해진 최대의 사회적 책임이다. 이것이 충분히 이행되지 않고서는 어떠한 사회적 책임도 있을 수가 없을 것이다. 그러나 충분한 보상책임을 이행한 결과 기업도산을 야기한다면 이것 또한 기업이 그 사회적 책임을 이행하고 있지 않다는 결과이므로 거기에는 도산회피라고 하는 전체적인 책임이행을 수반하는 것이다.

여기에서 우리는 위험관리의 필요성을 찾아내는 것이다. 그런데 기업도산의 미시적 요인으로서 「기타」에 분류되고 있는 속에 공해와 결함상품에 의한 보상도산이 포함되어 있다.

결함상품에 의한 소비자피해의 구제를 구하기 위해 기업의 제조물책임(Product liability)을 묻는 소송 등은 기업에 큰 타격을 미치고는 있으나 기업의 도산까지에는 이르고 있지 않다. 그러나 미국에서는 소비자운동이 활발해지면서 보상도산이 나오고 있다는 것이다. 더욱이 기업책임을 기업의 법률상의 배상책임이라고는 하는 각도에서 보면 전술한 근로자재해보상책임, 공해건강피해보상책임, 제조물책임은 물론 일반기업에 있어서는 자동차손해배상책임이나 실화책임 등이 문제로 된다.

2. 제조물책임의 위험관리

2-1 제조물책임의 의의

경제의 고도성장은 여러가지의 곡절을 낳으면서도, 우리들은 일반적으로 소비수준을 향상시키고 풍요한 소비생활을 영위하여 왔다.

이것은 대량생산·대량판매·대량소비라고 하는 시스템을 전제로 하고 있다. 기업이 경영하는 생산활동은 단순히 기존상품의 대량생산이 아니라 새로운 수요를 창조하기 위해 끊임없이 기술혁신을 행하고 고성능상품의 개발을 반복한다고 하는 형태의 대량생산이었다. 또 대량판매도 판매기술을 구사하고, 복잡하고 다양화된 상품에 대해서 충분한 상품지식을 소비자에게 주지 않으면서, 과대한 광고나 PR에 의해서 매상고를 경쟁한다고 하는 형태로 이루어져 왔다.

이와 같은 기업측의 대량생산, 대량판매활동의 앞에 소비자는 상품의 선택·구조·성능·사용법을 충분히 알지 못한 채, 라이프사이클이 짧고 안전성에 문제가 있으며 광고 이하의 성능밖에 갖지 않는 상품을 반복하고 대량으로 구입시키게 함으로써 스스로 풍요한 소비생활의 충실에 향해왔다.

이와 같은 대량생산·대량판매·대량소비의 시스템이 순조롭게 유지되기 어려울 것이고, 이에 따라 소비자운동이 대두되면서 상품공해의 고발, 결함상품의 추방, 부실공사의 추방, 피해의 완전보상을 구하는 것이 일반화되어 왔다. 소비자피해는 다방면에 걸치지만, 크게 나누면 ① 상품이나 서비스의 결함에 의한 확대손해 ② 상품이나 서비스의 결함에 의한 피해 ③ 거래의 피해가 될 것이다.

①은 상품이나 서비스의 결함 내지 하자가 원인이 되어 소비자의 신체·생명·재산에 피해가 미치는 경우이다. 소비자피해의 ②는 상품하자피해라고도 할 수 있는 것으로 예를 들면 구입한 냉장고가 충분히 작동되지 않거나, 서적에 파본이 있다고 하는 경우이다. 또 소비자피해의 ③의 경우는 거래상의 피해로 부당표시나 불공정한 가격형성, 부당한 판매방법 등에 기인하는 것으로서 주로 경제적, 금전적 피해로 멈춘다. 이들의 피해는 각각 구제되지 않으면 안되지만 여기에서 문제로 하는 생산물배상책임이란 직접적 관계는 없다. 상품이나 서비스의 결함에 의한 확대피해는 반드시 의약품이나 식품에 한정된 문제가 아니라, 전기제품, 냉난방기구, 완구, 화장품, 가구, 자동차 등의 상품과 각종 공사, 건축물작업에 미치고 있다. 이와 같은 상품이나 서비스의 결함에 의한 확대피해는 방지되지 않으면 안된다. 그러기 위해서는 기업은 위험관리의 일환으로서의 PLP(Products Liability Prevention)에 기대한다는 것은 말할 나위도 없으나, 행정면에서도 소비자보호행정의 적극적인 전개가 없으면 안된다. 소비자보호행정에 관한 법률은 많지만 어떠한 방법으로 강력한 행정을 전개하더라도 기업의 PLP의 활동이 불충분하거나, 예측하지 않은 사태에 의해서 확대손해가 발생할 가능성이 있으며, 더욱이 현재에서 다음으로 이와같은 종류의 피해가 생기고 있다. 여기에서 필요한 것이 소비자보호입법이다.

결함상품에 의한 소비자피해에 대한 기업의 책임은 두가지의 국면을 갖고 있다. 그 하나는 제조물책임의 문제로서, 결함상품에 의해서 생긴 신체피해 및 재산피해, 결국 확대피해(결함결과책임)에 대한 손해배상책임의 문제이다. 그 둘째는 하자담보책임 또는 채무불이행책임의 문제로서 상품자체의 하자에 의해 교환, 수리, 상품회수, 대금반환 등을 하지 않으면 안된다는 문제이다.

제조물책임의 문제는 결함상품에 의한 확대손해의 피해자보상에 관한 기업책임의 문제이다. 이것은 복잡한 생산공정이나 유통과정을 통해서 대량생산, 대량소비되는 고성능상품의 등장에 의해 초래된 기업의 사회적 책임의 한 형태이다. 미국, 영국, 독일에서는 판례 등에 의해서 결함상품으로 인한 확대손해에 대해 기업의 무과실책임 또는 과실의 유무의 입증책임의 전환이 실현되고 있다.

미국에서는 최근 제조물책임과 관련된 소송이 급증하고, 연방재판소에서의 소송사건수도 증가하

면서 그 손해배상액도 거액에 달하기 때문에 기업은 그 대책에 고심하고 있다. 그 때문에 위험관리 및 그 일환책으로서의 생산물배상책임보험의 입수가 기업경영상의 중요과제로 되고 있다.

그 결과 미국의 경영자, 특히 위험관리자는 소송과 보험의 골짜기에서 우왕좌왕하고 있다는 것이다.

제조물책임과 관련된 소송에서 미국의 500기업이 받은 소송의 패인은 ① 결함공사 또는 결함상품 ② 법령준수의무 위반 ③ 과학기술상의 실수 ④ 위험이 발생하였을 때 소비자가 대응하는 적절한 지시 결여 ⑤ 광고 그대로의 상품성능 결여 ⑥ 부적절한 디자인 ⑦ 하청업자의 과실 등으로 되어 있다.

물론 이 모든 것에 걸쳐 기업에 제조물책임을 묻고 손해배상이 요구되어 보상책임이 과해진 것은 아니다. 여하튼 미국의 기업은 제조물책임의 시련을 받아 그것을 적절하게 처리하고 기업을 도산으로 이끌어가지 않도록 노력하는 사회적 책임이 강조되어 있다.

2-2 제조물책임과 무과실책임

현재는 기술혁신에 의해 지탱된 대량생산·대량소비의 시대이다. 여러가지의 상품이 매스컴이라는 강력한 광고매체를 이용하여 우리들의 일상생활에 들어와 있다. 고성능상품은 우리들의 생활을 풍요롭게 하고, 레저를 활용하는 근원이 되고 있다. 그러나 복잡한 매카니즘이나 생산공정을 거쳐 만들어진 상품에 대해서는 상품의 선택, 구조, 성능, 사용법에 대해 소비자는 잘 알고 있는 것이 아니고 그 소비과정에서 예기치 않은 피해를 받는 가능성이 나오는 것이다. 제조회사는 기업의 발전과 경쟁을 위해 항상 신제품개발에 몰두하여 왔다. 그것은 경제성과 기술성 또는 안정성과의 타협을 수반하므로 이것이 거꾸로 결함상품이 출현하는 원인이 되며 상품공해의 등장, 소비자운동의 전개로 이어지면서 사회문제화 되어왔다. 즉 광고 그대로의 성능이 나오지 않는 기계, 사용이나 손질이 불편한 기구, 고장나기 쉬운 기구, 유해하고 위험한 상품 등이 비교적 다방면에서 볼 수 있도록 되었으며 소비자의 신체, 재산에 위험을 미칠 하자 또는 결함이 크게 대두되어 왔다. 그 결과 기업은 소비자대책이나 결함상품대책, 매스컴은 각종의 계몽, 법률가는 생산물책임(제조물책임)의 법적 구성, 보험기업은 생산물배상책임보험에 중대한 관심을 갖도록 되었다.

여기에서 상품의 다양화, 복잡화에 끌려 제품 그 자체의 안정성에 문제가 남아, 상품사용상의 주의부족이 상품 그 자체의 결함으로 옮기게 되었다. 그렇지만 소비자가 기업의 과실의 존재, 과실과 피해와의 인과관계를 입증하여 기업책임을 추구한다는 것은 용이하지는 않다. 현재의 상품거래의 매카니즘, 결국 복잡한 생산과정, 복잡한 유통과정의 존재는 민법이나 상법이 예정하고 있던 상품거래와는 전연 다른 성질의 것으로 변하고 있다. 여기에서 현행법하에서도, 제조물에 대해서의 기업책임에 대해 그 시대의 풍조에 적합한 해석론이 전개되어, 입법론으로는 인과관계의 추정, 거증책임의 전환, 무과실책임의 주장이 이루어지고 있다.

제조물책임과 관련된 소송의 동향은 반드시 명확하지는 않으나 피해자의 소송기술상의 불이익성이 점차 제거되는 경향이며, 일련의 공해소송에서 볼 수 있는 피해자의 구제를 도모하자고 하는 방향으로 향해지고 있다.

이와 같은 시대적 배경하에서 ① 사는 사람의 위험부담의 원칙에서 파는 사람의 위험부담의 원칙으로의 전환을 요구하고 ② 기업은 과실이 없더라도 소비자가 현실적으로 피해를 받은 경우에는 책임을 져야 하는 것이다. ③ 제조회사뿐만 아니

라 유통업자 등의 관련업자도 책임을 져야 한다고 하는 견해가 일반화하고, 소비자를 보호하여야 한다고 하는 생각이 정착되어 왔다. 그 결과 소비자 보호에 관한 법률의 제정이 필요한 것이다. 그리고 이들 법에 의해 특정제품에 대해서는 생산물배상책임보험이 사실상 강제되어야 한다. 또 특정제품 이외의 제품으로서 제품안전협회 등이 지정하는 품목에는 일정한 표시의 부착을 의무화하고 이 협회가 인정하는 상품에 대해서는 협회가 일괄하여 생산물배상책임보험에 가입하는 시스템이 필요하다. 두말할 나위도 없이 기업은 자본운영의 주체로서 생산·판매활동의 수행에 의해서 이윤을 확보하는 것이다. 그 경우에 기업은 각종의 리스크를 부담하게 되며, 그 경우의 리스크의 가장 큰 것은 손해배상책임 내지 보상책임의 부담이다. 손해배상책임 내지 보상책임은 종업원, 거래선, 일반소비자 등에 관해 발행하나 일반소비자에 대해서는 손해배상책임문제가 제조물책임의 리스크라고 할 수 있다.

이와 같은 시스템으로 하는 경우라도 현재의 상품매매의 대부분은 부특정물의 매매가 될 것이므로 제조물책임이 문제가 되는 것은 통상의 경우 대량생산된 제품이 대상이 되는 것이다. 이 경우의 소비자와 제조회사와의 사이에는 계약관계가 존재하지 않으므로 소비자가 제조회사의 책임을 추구하는 경우 불법행위책임(민법제750조)의 문제로서 처리되어야 할 것이다. 이 경우에는 당연히 과실책임주의가 되며 과실의 입증, 인과관계의 입증과 관련하여 심한 다툼이 생기며, 당해기업의 제품에 대한 불매운동 등 소비자보호를 요구하는 운동에 기업은 신용이 추락되고 매상부진이라는 경영에 압박이 가해질 것이다.

이와 같은 다툼은 기업과 소비자의 쌍방에 불이익한 결과가 되므로 공정한 문제처리를 위해서는 기업책임의 적정화와 그 보상체제가 요구되는 것이다. 기업책임의 적정화라고 하는 것은 ① 기업은 묵시의 품질보증을 소비자에게 하고 있다는 관점에서 반증이 없는 한 기업에 과실이 있다고 하는 입증책임의 전환을 도모하는 처치 ② 기업은 소비자에게 그 신체, 생명, 재산을 해치지 않도록 배려하여야 할 신의칙상의 주의의무를 지고 있다는 관점에서 기업에 무과실책임을 지우도록 하는 처치 ③ 전문지식을 가지고 있지 않은 선의의 소비자를 보호하여야 하는 필요에서 단순한 무과실책임주의의 채용에만 그치는 것이 아니라 인과관계의 입증책임을 경감하도록 하고, 또한 그 추정성의 채용 등을 의미한다.

2-3 제조물책임의 리스크콘트롤

기업의 책임이 적정화 된다는 것은 기업에 과중한 리스크를 부담시킨다는 것을 의미한다. 이것은 필연적으로 PLP와 생산물배상책임보험의 부담이라는 위험관리문제에 봉착한다. PLP를 실시한다고 하면 다음과 같은 수순을 밟게 된다.

(1) 기업은 제품안전에 어떻게 뛰어들 것인가라고 하는 기본자세를 정한 경영이념을 확립할 것

(2) 기업의 조직내에 제품안전을 담당할 부서를 두어 제품의 안전성문제를 관할토록 하고, 그 부서의 장은 경우에 따라서는 위험관리자로 한다. 이 부서는 단순한 품질관리에 한하는 것이 아니라 기획, 설계, 제조, 판매 등의 부서와 협력하여 제품의 안전성문제를 처리한다. 그러기 위해서는 경영이념이 충분히 침투된 안전위원회를 참모기능으로 자리를 잡게 한다.

(3) 제품의 정리와 보관을 완전한 것으로 하고, 이것을 시스템화한다.

이것은 손해배상청구에 대한 유력한 대항수단이 된다. 즉 ① 진짜로 자기회사 제품에 의한 사고인가 ② 언제, 어느 제품 라인에서 만들어졌는가 ③ 어떠한 포장으로 출하되었는가 ④ 어떠한

상표가 붙어 있고, 어떠한 제품설명서가 사용되었는가 ⑤ 판매시에 어떠한 상품설명을 하였는가 ⑥ 제품개발시에 안전성에 관해 어떠한 배려를 하였는가 ⑦ 제품의 시험을 어떻게 하였는가라고 하는 것이 즉시 판명되기 때문이다.

미국에서 행해지고 있는 PLP의 수순은 대체적으로 위와 같은 것이다. PLP를 완전히 행하더라도 역시 제조물책임을 추궁받는 사고는 일어난다고 생각하지 않으면 안된다. 만약 사고가 발생한 경우에는 신속하게 사실관계를 확인할 것과 사고제품의 입수·실험 테스트 등이 필요하며 피해자와의 대응이 중요한 문제로 된다. 공정하고 신속한 문제처리를 행하기 위해서는 피해자와의 쓸데없는 마찰을 피하고 원만한 해결을 도모하여 고객과의 우호관계를 유지하며, 기업의 신용유지를 도모해 간다고 하는 기본자세가 필요하다. 그러기 위해서는 그 전제로서 생산물배상책임보험의 적절한 이용을 포함하여 위험관리의 모습을 충분히 검토할 필요가 있을 것이다.

2-4 생산적 배상책임보험의 구조

미국에서도 최근 가장 까다로운 기업위험이라고 할 수 있는 것은 정태적 위험의 하나인 배상책임 내지 보상책임의 부담이라고 하는 위험이다. 즉 산업재해, 사고, 자동차사고, 공해·제조물책임사고의 어느 것이나 그 해결에 오랜 기간을 요하고 기업에 막대한 비용이 출자되어 재정적인 악화를 초래하며 경우에 따라서는 당해기업의 신용추락으로 이어져 무형의 손해를 초래하게 된다.

이와 같은 종류의 사고에 대해서는 보험·공제기금 등의 제도에 의해서 어느 정도는 제거할 수 있다. 특히 보험에 의해서 거액의 배상금을 지불하게 되므로 도산할지도 모르는 불확정성 리스크를 보험료라고 하는 사전적·확정적 비용으로 바꾸어놓고 제거하는 것이 가능한 것이다. 그러나 이와 같은 종류의 모든 위험에 대해 보험보호가 주어지는 것은 아니고 보험용역의 내용이 복잡하므로 적절한 조건을 선정하는 데 전문적인 지식을 필요로 하는 경우가 많은 것이 현상이다.

보험기업도 과거의 사고경험이나 상대기업의 실정 등에 의해서 보험업을 행하며, 인수제한을 하는 것이 통상적이다. 그렇기 때문에 책임부담위험을 경영관리로 하고자 하는 기업에 있어서도 적절한 보험용역을 입수하는 것이 곤란하게 된다. 특히 생산물배상책임보험이 그러한 실정으로서 이 보험은 기업이 시장에서 구입하는 데 가장 곤란한 상품의 하나로 되어 있다.

또 만약 그것이 충분히 입수되었다고 하더라도 발생된 제조물책임사고의 손해가 그 보험에 의해서 보상될 것인가 아닌가의 불확실성이 남게 되므로 이것이 기업으로서는 근본적인 어려움이 되고 있는 것이다.

기업의 사회적 책임은 경영이념이라고 하는 형태로 주장되거나, 단순한 정신론이나 관념론에 멈추어서는 안된다. 기업의 사회적 책임을 문제로 하는 이상 실체적인 확실한 증거를 가지지 않으면 안된다. 기업이 그 존재를 유지하고 사회적 책임을 수행하기 위해 사전적으로는 비용지출이나 이익환원을 수반하게 되므로 그 사회적 책임을 수행하지 않고 사회에 불이익을 주었을 때에는 그 불이익구제를 위한 사회적 책임이 새롭게 생기고, 그 책임을 완수하기 위해 사후적으로 배상이나 보상을 하지 않으면 안된다. 그렇기 때문에 기업의 사회적 책임에는 비용과 위험이 필연적으로 수반하게 되므로 그것에 대한 충분한 배려와 관리가 필요하게 된다. 이제까지 사회적으로 큰 문제가 되고 기업경영의 근저를 흔들고 있다고 생각되는 제조물책임을 의식하고 논의하였다. 현 시점에서 우리나라는 제조물책임에 대해 대기오염, 수질오탁, 해양유탁 등의 공해보상책임에서 보는 바와

같은 무과실입법이 이루어지지 않고 있다. 그러나 시대의 흐름이나 소비자운동은 그것을 요청하고 있기 때문에 기업은 원하고 원하지 않고는 불문하고 위험관리를 도입할 수밖에 없을 것이고, 강제냐 아니냐는 별 문제로 하고, 생산물배상책임보험에 관심을 가져야 할 것이다. 법제의 추이와는 별도로 하고, 우리나라의 수출기업이 구미에 상품을 수출하는 경우 수입선의 기업이 매매조건의 하나로 생산물배상책임보험의 부보를 요구하여 오는 것이 신기하지 않을 것이다. 그것뿐만 아니라 우리나라의 수출기업이 구미의 소비자로부터 어느날 돌연 제조물책임을 추궁받는 소송을 제기하는 경우가 있을 수 있을 것이다.

또 구미의 보험기업이 우리나라 제품을 취급하고 있는 구미의 판매회사나 공장에 생산물배상책임보험의 보험금을 지불한 후 우리나라 기업에 구상해온다고 하는 것도 생길 수 있다. 그렇기 때문에 현 시점에서도 생산물배상책임보험의 이용 및 입수에 무관심해서는 안된다.

여기에서 생산물배상책임보험은 제조업자 또는 판매업자가 취급상품의 결함에 기인하여 소비자에게 신체상 또는 재산상의 손해(확대피해)를 주게 된 결과로서 손해배상책임을 지지 않으면 안된다고 하는 그 손해를 보상하고 있다. 상품의 결함은 ① 설계상(구조상)의 결함 ② 제조상의 결함 ③ 지시상의 결함 ④ 개발상의 결함 ⑤ 유통상의 결함 등으로 구별되어 이들의 결함이 원인이 되어 소비자가 위해를 받는다는 것이 이 보험의 전제가 되어있다. 그리고 그 결과로서 기업이 불법행위책임 또는 채무불이행책임 가운데 적극적 채권침해행위를 묻게 되는 경우 보험금지급이 이루어지는 것이다. 채무불이행에는 이행지체, 이행불능, 불완전이행의 세가지의 형태가 있다. 불완전이행 가운데 이행이 없었던 경우보다도 더욱더 많은 손해를 생기게 한 경우를 적극적 채권침해라고 한다. 상품의 결함에 의해서 다른 것에 확대한 손해는 바로 적극적 채권침해행위에 의하는 것이다.

생산물배상책임보험에서 담보되는 배상책임은 불법행위와 채무불이행 중의 적극적 채권침해행위에 기인하는 것이다. 즉 이 보험에 의해서 담보되는 배상책임의 원인이 되는 보험사고는 ① 상품에 결함이 있어 그 결함이 원인이 되어 생긴 사고인가 ② 상품의 취급이 원인이 되어 생긴 사고가 아니면 안된다. 전자는 상품에 물리적 또는 화학적 결함이 있을 것 즉 설계상의 결함이나 제조상의 결함이 있는 것을 의미하고, 후자는 상품에 잠재하자 또는 상품설명상의 하자가 있을 것. 요컨대 지시상의 결함이나 개발상의 결함이 있는 것을 의미하고 있다. 주의하여야 할 것은 상기와 같은 결함이 단순히 존재한다는 것만으로는 보험사고라고 할 수 없는 것이다. 그와 같은 결함이 원인이 되어 딴 것에 무엇인가의 피해가 생긴 것이어야 한다. 예를 들면 전자렌지에 결함이 있어 이용자가 감전사하였다거나 전기담요에 결함이 있어 불이 났다고 하는 것과 같이 결함이 원인이 되어 사고가 생기고 그로 인해 제조회사가 배상책임을 져야 한다는 것이다.

2-5 생산물배상책임보험의 문제점

미국에서는 생산물배상책임보험이 대단히 발달하고 그 보급률도 높다고 한다. 그런데 1975년 이후 제조물책임을 둘러싼 소송이 다발하고 그 배상액도 형벌의 손해를 포함하는 탓인지 거액에 이르고 있다. 그 결과 기업의 위험관리상 절대로 필요한 생산물배상책임보험의 입수가 곤란해지며 중소기업의 위험관리자로 하여금 생산물배상책임보험은 시장에서 구입하는 것이 가장 곤란한 상품의 하나라고 할 수 있는 상태로 되었다. 이와 같은 상태에서는 기업방위는 충분하지 않을 뿐 아니라 피해자구제에 대해 불합리한 결과를 초래하게 된

다. 몇가지 문제점을 보면 다음과 같다.

(1) 상품이나 서비스의 결함에 의한 확대손해의 피해자구제에는 「가해자인 사업주의 배상책임의 담보를 통하여 간접적으로 피해자를 구제한다고 하는 생산물배상책임보험」이 타당한 것인가 아닌가

(2) 생산물배상책임보험은 어디까지나 가해자인 사업자의 민사책임을 전제로 하고 있기 때문에 만약 그 책임이 무과실책임이라고 하더라도 가해자의 특정 인과관계의 입증 등 곤란한 문제를 포함하게 되므로 피해자의 신속한 구제가 도모된다고는 말할 수 없다. 그렇기 때문에 피해자구제를 향한 이 보험의 운영이나 사고처리체제는 어떻게 되어 있는가

(3) 제조물책임을 묻는 사례가 금후 다발하고 사업자가 거액의 손해배상책임을 지게 되어 이 보험을 부보하고 있지 않기 때문에 그 손해배상자력이 결여되고 피해자구제를 도모할 수 없다는 사태가 생길 가능성이 있다. 그래서 부보율의 향상, 가입의 강제라고 하는 문제가 나온다. 이에 대해 어떻게 생각하는가

(4) 생산물배상책임보험도 책임보험의 한 형태이므로 피해자 1인당, 사고당 보험기간 등에 대해 전보한도액이 설정되지만 기업방위 및 피해자구제라는 관점에서 이것을 어떻게 할 것인가

(5) 생산물배상책임보험의 대상으로 되어있는 상품이 있다. 예를 들면 신제품으로 개발도상에 있는 생산물, 이미 제조·판매를 하지 않고 있는 생산물 및 신발매 후 일정기간내의 생산물, 수출용상품 등이다. 이것에 대해서도 서서히 이 보험의 대상으로 하여야 하는 것은 아닌지

(6) 이 보험의 대상이 되지 않은 손해로서 하자담보나 성능보증에 관한 손해 및 회수조치비용의 일부를 담보하여야 하는 것은 아닌가

일손마다 안전수칙
일터마다 안전관리