우리나라 위험관리산업의 리더가 되기를…

박 은 회 博士
성균관대학교 명예교수

산업에서 보험의 비중, 보험의 역사에서 무엇을 배울 것인가, 보험의 진로, 그리고 화재보험협회의 미래 順으로 말씀드리겠습니다.

먼저 산업에서 보험의 비중을 살펴봅시다.

Fortune지 선정 500대 기업에는 54개 보험회사가 포함되어 있으며, 보험분야를 포함하여 41개 산업이 500대 기업에 속해 있습니다. 54개 보험회사의 매출액은 $1조2천억으로 산업별 매출액 규모로는 1위이며, 이들 54개 회사의 매출액이 세계보험시장의 50%를 점하고 있습니다. 자산을 보면 은행은 $17조, 보험은 $5조8천억으로써 500대기업 총 자산의 3분의 2를 은행과 보험이 차지하며 모든 산업을 주도하고 있다고 하겠습니다. 업종별 종업원 수를 보면 1위 자동차는 366만명, 2위 전기·전자는 366만명, 3위 은행은 288만명입니다. 보험은 매출액이 1위이면서도 종업원 수가 160만명(세계전체는 약 500만명)으로써 7위이므로 생산성이 높다는 것을 의미합니다.

다음은 보험의 역사에서 무엇을 배울 것인가 하는 것입니다.

한자에서 재난의 災字는 물水에 불火로 구성되어 있는데, 중국에서는 최대 재난이 水災이고, 두번째는 火災로 보았던 것입니다. 역사적으로 검증되지는 않았지만 성경에 보면 노아의 홍수 때 40일간 비가 계속 내려 8명(노아와 세 아들 부부)이 살아남았다고 합니다. 그런데 한자의 배 船자는 배舟 옆에 입口를 8(八)개 붙여쓰므로 노아의 홍수 때 방주에 탄 생존자 8명과 의미가 동일한 것은 우연의 일치라 하겠습니다.

1923년 일본의 관동 대지진 때 10만명이 사망했는데, 사실은 지진에 의해서가 아니라 거의 다 화재 때문에 죽은 것입니다. 왜냐하면 지진이 발생한 오전 11시 44분 그 시각은 한참 숯불을 피워서 밥을 지을 때였습니다. 이것이 뒤집어져서 관동 일대의 주택 80%가 타버린 것입니다. 이러한 지진이 지금 동경에서 재발하면 60만명이 죽고 $1조4천억의 재산피해가 예상된다고 하는데, 이것은 지진 때문이 아니라 거의 다 화재로 인한 것입니다.

그 외 질병, 기아, 전쟁, 혁명, 교통사고가 있습니다. Swiss Re에서 발행하는 SIGMA지 97년 3월호에서 지난 25년간 세계 10대 보험사고를 보면 1991년 미국 동부지역을 강타하여 $179억의 손해를 가져 온 허리케인 앤드류, 1994년 LA North Bridge 지진($133억 손해), 1995년 고베 대지진(6,000명 사망, $6억 직접손실, 경제손실

$3,000억) 등이 있는데, 인재는 1988년 영국의 Piper Alpha 사고($27억 손해) 하나밖에 없습니다.

여기에는 교통사고, 산업재해가 빠져 있는데 교통사고로는 1년에 30만명이 사망하고 1,000만명이 부상당하며, 산업재해는 교통사고의 5분의 1 정도라고 합니다.

체르노빌 원자력발전소 사고시 1만명이 사망하였고 피난민이 10만명이며 지금도 오염이 남아 경작이 불가능하다고 합니다. 인도 보팔에서의 MIC 누출 사고로는 2,000명이 사망하고 피난민이 10만명이라고 합니다. 이러한 누계를 종합하면 결과적으로는 人災가 天災보다 훨씬 크다는 것을 알 수 있습니다.

이제는 보험의 역사를 돌아봅시다.

보험의 전신은 冒險貸借라고 하며, 모험대차가 처음 시작될 때는 은행업이었습니다. 바빌로니아의 은행에서 大商들을 상대로 돈을 빌려주었는데 대상들이 물건을 사서 이집트로 팔러 가는 과정에서 죽으면 그 사람이 담보로 맡긴 재산과 처·자식은 경매시장에서 노예로 팔렸습니다. 이것을 막기 위해 생긴 것이 보험이며, 이것이 모험대차입니다.

그 당시 은행의 대출이자가 20% 내지 25%라 하면, 모험대차 비용이 15% 내지 20%에 해당하였다고 합니다. 은행 대출이자에 얹어서 받았다고 하여 Premium이라고 불렀으며, 현재 보험료란 뜻의 용어로 사용하고 있습니다. 그래서 원래는 은행업인데 Credit Risk를 Cover한 것이 보험입니다. 즉 신용위험을 담보한 것이 보험의 시작이며, 그 후 이탈리아로 건너가서 해상보험이 탄생하였고, 15세기 독일에서 화재보험이, 영국에서 생명보험이 탄생하게 된 것이며 이 3대 보험을 고전보험이라 합니다. 19세기에 와서 사회보험이 등장하고 재보험 전업회사가 생겼고, 20세기에는 자동차보험, 책임보험, 종합보험이 생겼습니다.

700년 근대 보험사를 보면 처음에는 재산분야에서 시작해서 소득분야로 보험이 발전하여 갔습니다. 생명보험은 소득보험입니다. 사우디아라비아에서는 인간의 생명은 알라신의 뜻인데 생명을 이용하여 장사를 한다고 코란 경전에 어긋난다 하여 생명보험은 금지한다고 합니다. 그런데 생명보험은 죽음으로써 잃어버린 소득을 돌려주는 것이므로 엄밀하게 말하면 소득보험 즉, Income Insurance입니다.

그 다음으로 의료보험과 상해보험 같은 비용보험이 만들어지고, 책임보험이 만들어졌으며, 오늘날 종합보험의 시대가 된 것입니다. 이것이 보험의 역사입니다.

이제 21세기에 보험은 어디로 갈 것인가를 논의하여 봅시다.

첫째, 보험상품은 Multiple 또는 Niche로 전개될 것입니다. 멀티플은 백화점과 같이 모든 상품을 진열해 놓고 파는 것이며, 니치는 전문 상품만 판매하는 것을 의미합니다. 대형회사는 멀티플로 가고 중소형 회사는 니치로 가고 있습니다. 그리고, Cross-Boarder 시대가 되니 즉, WTO 발족으로 국경이 없는 보험시대가 도래하여 해상보험과 항공보험은 벌써 국경이 없어지고 있으며 앞으로 생명보험과 화재보험도 국경이 없어질 것입니다. 그럴 경우 각국이 자기나라의 약관을 가지고 상품을 팔게 되는데 앞으로는 영문약관 중심으로 가지 않을까 생각합니다. 따라서 보험상품은 세 가지 방향, 즉 멀티플, 니치 및 표준화·세계화 쪽으로 나아갈 것입니다.

가격은 어떻게 될까요? 지금은 가격 경쟁의 시대, 가격파괴의 시대입니다. 그러나, 손해보험은 가격경쟁에 휘말려서는 안됩니다. 왜냐하면 생명보험이나 저축성 보험은 금리경쟁이기 때문에 금리를 많이 보장받을 수 있으면 가격을 낮출 수 있지만, 손해보험은 그렇지 못하기 때문입니다.

다음은 유통부분입니다. 지금 세계 4대 브로커가 세계 거대 물건을 거의 다 독점하고 있습니다. 브로커는 Risk Management 컨설팅을 할 수 있는 능력을 바탕으로 기업의 리스크를 조사·분석하고 연구합니다.

따라서 결국은 Cyber Marketing, Carrier Marketing, Direct Marketing쪽으로 갈 것입니다. 21세기에는 가계는 Direct Marketing, 중소기업은 약간의 기술성을 필요로 하는 대리점, 대기업은 굉장한 High Tech을 갖고 있는 브로커가 아니면 보험인수를 하기가 어려워지는 시대가 올 것입니다.

Services는 어떻게 될까요? 미국에서 제일 인기 있는 회사는 State Farm입니다. 한동일이라는 피아니스트가 연주회에 갔다가 돌아오는 길에 시카고에서 피아노 연주시 입는 연미복이 든 트렁크를 잃어버렸습니다. 그날 저녁 State Farm에 전화로 가격은 $800 정도가 될 것이라고 분실신고를 하였는데 다음날 아침 $800 수표를 받았다고 합니다.

이와 같이 High Touch 서비스를 제공함으로써 미국에서 최고로 인기 있는 보험회사가 된 것입니다. 이 회사의 영업은 전부 Direct Marketing입니다. 이 회사는 "우리는 모집인도 대리점도 없습니다. 우리 회사에 오셔서 보험 가입을 하십시오. 그 대신 딴 회사보다 15% 싸게 해드립니다"라고 안내하고 있으며, 사고를 전화로 접수하면 그 즉시 현장에 와서 확인 후 현금으로 클레임을 지불하는 서비스체계를 갖추고 있습니다. 21세기에는 이런 서비스 시대가 오는 것입니다.

보험회사의 경영철학은 어떻게 될 것인가? 대형화, 종합화 또는 체계화로 갈 것입니다. AXA가 대한생명의 인수에 참여했는데 AXA는 원래 프랑스에서 두 번째로 큰 회사입니다. 이런 회사가 제일 큰 UAP를 매수해서 세계 제일의 보험회사가 되었습니다. 독일의 알리앙스는 유럽 최고의 회사인데 프랑스 4위인 AGF 인수를 위한 협의가 진행되고 있습니다. 성사가 되는 경우 알리앙스는 AXA 보다 더 커진다고 합니다. 말하자면 M & A를 통 해 무조건 대형화하는 것이 하나의 변화 물결입니다.

또 한가지는 틈새시장 즉 Niche Market입니다. 대만에 Cathay Life란 소형 회사가 있는데 수익률이 세계에서 최고입니다. 매출액의 7%를 이익으로 내고 있습니다. 그러므로 작은 회사라도 굉장히 수익률이 높은 회사는 Niche로 가게 될 것입니다.

그 다음은 Work-Out 당하는 일이 벌어집니다. Work-Out은 General Electric에서 나온 개념인데 군살을 더 빼고 노른자위만 남겨서 세계 최강으로 가는 것을 의미합니다.

그 동안 화재보험협회는 국가사회를 위해 많은 공헌을 하였습니다.

첫째, 우리 나라의 화재리스크를 상당히 줄이는데 기여했습니다. 미국의 Medical & Health Annual에 따르면 미국에서는 한해동안 화재로 4천명이 사망한다고 합니다. 우리 나라에서는 화재로 인한 사망자가 연간 500명 정도입니다. 미국의 인구가 한국의 6배이므로 미국 인구로 환산하면 연간 3천명이 화재로 사망하는 것이기 때문에 화재로 죽는 비율이 미국보다 낮으며, 결국 Fire Risk는 굉장히 낮아졌다고 하겠습니다.

둘째, 손해보험의 수지에 크게 기여했습니다. 1962년 당시 화재보험은 손해보험의 80% 비중이었으며, 그 중에서 금융Pool이 80%를 차지하였습니다. 그 때 손해보험의 사업비 비율은 40%이었고 화재로 지급한 것은 15%였는데 공동인수를 통해 사업비 비율을 개선하여 지금은 25%으로 감소되었습니다. Global Standards가 30% 내지 35%이므로 얼마나 사업비 개선에 이바지했는가를 알 수 있습니다.

셋째, 방재의 High-Tech화에 크게 기여했습

니다. 방재시험연구소를 설립하여 소화기기의 품질 향상과 첨단기술을 개발하여 연구용역도 하고, 국제표준화 방향으로 여러 가지 노력을 기울여 온 것은 큰 공적입니다.

화재보험협회의 미래상, 어디로 가야 하는가에 대해 말씀드리겠습니다.

화재보험협회는 화재보험 Pool로 시작했지만 앞으로는 Risk Management Consultant로 종합적인 위험관리컨설턴트로 성장, 발전하여야 합니다.

Munich Re는 세계에서 제일 큰 재보험회사입니다. 10여년 전에 방문했을 때 전체 종업원 1,500명 중에서 기술자가 300명이고 그들 중에는 공학박사, 수학박사, 의학박사 등이 많았습니다. Munich Re는 세계 기계보험을 이끌고 있는데 지금은 로이드보다 점유율이 더 높습니다. 이렇게 되기 위해서는 기술이 없어서는 도저히 안되는 것은 분명하다고 하겠습니다.

따라서 화재보험협회도 종합 위험관리컨설팅 기관으로 발전해서 방재의 첨단기술 연구기관으로서 기술을 보급하고 교육하고 활용해서 국가의 총체적 리스크를 감소시키는 역할을 해 주시기 바랍니다.

손해보험시장에서 볼 때 특수건물 중 소형물건은 기업 자체에 맡기고 대형물건 중심으로 안전점검을 하고 Underwriting Survey를 해야 합니다. 독일의 Munich Re 기술자가 공장을 서베이할 때 동행한 적이 있습니다. 그는 Questionnaire를 가지고 가서 설계도에 기초하여 서른 개 이상의 항목을 확인한 후 현장에서 직접 보험요율을 산출하였습니다.

안전점검을 하고 언더라이팅 서베이를 해서 Rating을 할 수 있는 능력이 우리 나라에는 아직 없습니다. 저는 화재보험협회가 이것을 이끌어 주어야 한다고 생각합니다. 대형사고의 조사도 화재보험협회가 맡아 수행하면 좋겠습니다.

Munich Re가 말하는 소위 손해보험회사의 Technical Department의 역할을 수행하면 점진적으로 독립하여 자립이 가능할 것으로 생각합니다.

끝으로 경영철학에 대해 한마디하고 마치겠습니다.

산업사회는 대량생산, 대량판매를 하면 비용이 줄어들어 경쟁력이 높아질 수 있었습니다. 그러나 정보사회는 Market Share가 문제가 아니라 Market Value가 문제입니다.

지난 4월 26일자 Fortune지에서 선정한 미국의 500대 기업에서 세계 최대기업이자 미국 최대기업은 General Motors입니다. 매출액이 $1,600억, 자산이 $2,500억, 자기자본이 $150억, 이익이 $30억입니다. GM의 Market Value 즉, 주식의 시가총액은 $638억입니다. Market Value가 제일 높은 기업은 마이크로소프트사이며 1998년 말 현재 Market Value는 $4,186억입니다. 대한민국에서 상장된 주식총액이 $1,800억 정도이니까, 우리 나라 상장회사를 3번 정도 살 수 있는 Market Value를 가졌다고 하겠습니다.

그러나 마이크로소프트사의 매출액은 $145억으로 Fortune지 선정 500대기업 중 109위이고 매출액과 자산이 GM의 11분의 1 규모이며 자본금은 GM의 1.1배, 종업원 수는 27,000명으로 GM(590,000명)의 22분의 1입니다. 이는 앞으로의 정보사회에서는 덩치가 크다고 좋은 회사가 아니라는 점을 시사하고 있습니다.

따라서 Market Share보다는 Market Value 쪽으로 가야 합니다. 가치 경영을 하셔서 21세기에도 더욱 발전하시고 우리 나라 위험관리산업의 리더가 되어 주실 것을 부탁하며 축사에 대하고자 합니다.