

보험에 대한 국민의식과 시장개방

손해보험을 중심으로



송기철
<고려대학교 경영대학원교수>

● 물려온 경제개방 압력

86년을 계기로 해서 우리 경제는 많은 변화를 가져 오고 있다. 경제의 밝은 면이 많이 나타나고 있기도 하지만 걱정이 되는 면도 교차하고 있어서 이에 우리가 어떻게 대처하느냐에 따라 앞으로 우리의 경제는 크게 발전할 수도 있는 것이지만, 그렇지 못하면 『마의 2천불線』이란 어려운 고비에서 좌절할 수도 있겠으나 우리가 그렇게 될 수 없음은 더 말할 필요도 없다.

86년에 우리가 이룩한 경제 업적 중 큰것의 하나는 국제수지 흑자원년을 이룩한 일이다. 이 이

외에 투자재원자립 원년, 연속 6년의 풍년, 세계 12위 무역국가로의 등장 등도 높은 평가를 받을 일이기도 하지만 역시 흑자원년이 핵심이 아닌가 생각한다.

이제 우리 경제가 좋은 면을 나타내고 있음과 비례하여 적지 않아 경제압력이 들어 오고 있다. 우리는 85년에 대미무역 43억불의 무역흑자를, 86년에는 71억불의 무역흑자를 냈고 87년에도 계속 거액의 흑자를 낼 것이 내다 보이자 미국에서 여러 모로 강력한 경제압력이 들어 오고 있다.

그 경제압력이란 첫째 수출장벽을 확대시키고 높이는 일이다. 둘째는 수입관세 확대압력이다. 셋째는 우리 원화의 평가절상압력이다.

이 세가지 경제압력중 우리 보험산업이 받고 있는 경제압력은 수입개방화압력이라 할 수 있다. 이 수입개방화압력에 따라 우리 손·생보산업은 정도의 차이는 있으나 모두 개방을 하고 있으나 그럼에도 불구하고 상대방 국가들에게는 또 나름대로 불평 불만이 많은 것 같다. 우리 손보의 경우 지난 날 이미 합작형태로 미·영·일본의 손보회사에 개방했음에도 불구하고 주한미국손보 지사에게도 한국손보시장을 개방하라고 압력을 넣기 시작, 조금씩 잠식해 오기 시작하다가 특별법에 의거한 화보품 물건의 균등배분에 까지 파고 드는 국면에 이르고 있다.

한편, 정보산업에 있어서의 개방압력은 강렬했으며 미통상법 제301조에 따른 불공정거래의 첫째 대상업종으로서 처음으로 개방압력을 받은 일은 너무나도 생생한 기억이 난다. 이 개방압력에 따라 미국 1개사가 영업을 개시했고 또 미국의 1개사가 더 영업을 할 수 있도록 영업허가를 받았다. 이 이외에도 몇개의 미국생보사가 한국진출을 시도하고 있으며 서구 제국중의 몇 개 생보사와 일본 생보사도 미국과 똑같은 대우를 해달라고 개방압력을 가하고 있다는 소리도 들리고 있다.

이러한 서비스상품과 결하여 수출입 공고상 총 749만11개품목 중 수입자동승인품목수는 종전의 742만41개에서 744만8개가 되어 수입자유화율은 현재의 91.5%에서 93.6%로 2.1% 높아졌다. 88년에는 95.3%로 계속 확대될 것이 예상되고 있다. 이와 같이 시간이 흐름에 따라서 상품의 수입 개방이 확대될 뿐만 아니라 앞으로 그들이 경쟁력이 있다고 생각되는 분야인 서비스 산업 분야에서의 수입 개방화 압력은 가중될 것으로 보여진다. 따라서 금융서비스산업의 한 분야인 보험산업의 개방화 압력이 끝난 것이 아니라 앞으로도 더욱 확대될 것으로 보여진다.

● 정부와 기업에의 기대

이와 같은 보험산업개방화 압력은 앞으로도 늘 어날 것으로 예상되며 문제는 이에 앞으로 어떻게 우리가 슬기롭게 대응하느냐에 달려 있는 것으로 생각된다. 그에 대한 대응은 우선 정부가 해야 할 일이다. 그러나 정부는 이제 무조건 완전항복은 아니지만 개방방향으로 방침이 굳혀졌고 지금은 완전은 아니더라도 선별적 개방방침을 택하고 있는 것 같아 다만 그의 현명한 선별만을 기대할 수 밖에 도리가 없는 것이다.

다음으로 우리 보험기업의 자발적 노력에 의해서 국내진출 손보기업과의 경쟁에서 거뜰히 이겨낼 수 있는 기업체질을 강화하는 데에 커다란 기대를 할 수 밖에 도리가 없는 것이다. 그러나 그것이 일조일석에 이루어 질 수 있는 그리 쉬운 일이 아님은 더 말할 필요도 없다. 따라서 손보사의 기업체질 강화에는 상당한 시일과 노력이 요구될 것이 전망된다.

● 국민에게의 기대

이렇게 본다면 궁극적으로 볼 때에 수입개방화 압력에 대한 마지막 기대는 국민대중에 대한 기대 밖에 없지 않으나 하는 생각을 할 수밖에 없는 것이 우리의 현실이 아닌가 생각한다.

국민에 대한 기대는 그들이 우리 경제현실을 어떻게 이해 수용하고 있으며 특히 개방화를 어떻게 보고 느끼고 이에 대처하려 하고 있느냐를 음미해야 한다. 또 그 중에서도 우리 보험을 어떻게 인식하고 있으며 어떻게 우리의 보험시장 개방화를 보고 있으며 그에게 어떻게 대응하려 하고 있느냐에 문제가 있는 것으로 생각한다.

우선 우리 국민에 대한 경제현실의 의식교육이 좀 문제가 아닌가 생각한다. 경제정책당국자들로서는 항상 경제는 잘 되고 있다고 일방적인 이야기를 해왔음이 사실이다. 물론 그에는 이해되는 면이 없지 않은 것도 사실이다. 왜냐하면 사람은 손이 안으로 굽는다고 자기 자신이 하는 일 내지 한일에 대해서 잘못 혹은 실패를 지적받는 일을 좋아할 리가 없다는 것은 인간의 상정이라 할 수 있다. 따라서 약간 부풀려서 이야기하게 마련이다. 또 국민들의 사기를 높이기 위해서 약간 부풀려 바람을 넣는 경우도 없지 않은 것이다.

솔직히 이야기 해서 86년의 우리 경제는 밝은 면이 많이 부각되고 있는 것이 현실이다. 이 경제현실을 놓고 앞으로의 전망은 엇갈리고 있는 것 역시 현실이다. 낙관론적 견지에서는 3저라는 좋은 경제여건이 상당히 장기간 계속될 것이니 『가늘게 그러나 오래도록』이 좋은 여건을 길게 길게 울궈먹자는 입장이기 때문에 미국과의 마찰을 될 수 있는대로 극소화시키는 방향에서 미리 미리 이 쪽에서 알아서 개방화를 미리 앞당겨 하자는 것이 조기개방화론이라 할 수 있다.

그와는 반대로 3저라는 좋은 경제여건은 극히 단기간에 그치는 것이기 때문에 약간의 무역마찰이 있더라도 개방화를 늦추면서 무역흑자를 많이 내는 『짧고 굵게』라는 입장에서 밀어 붙이자는 의견의 사람들도 적지 않다. 정부의 견해는 말할 것도 없이 『길고 가늘게』라는 견지에서 조기개방론자들이 득세를 하고 있으며 그들의 페이스로 가고

있는 것이 우리 경제현실이다. 그러다 보니 수입 개방화폭은 생각보다는 더 급속화할 것으로 예상된다.

이러한 추세속에서 수입개방화된 양담배상황을 보고자 한다. 개방초년인 86년보다 87년에 들어 양담배판매량이 차츰 늘어나고 있다. 전매공사에 따르면 87년 4월말현재 시판될 양담배는 모두 1백 19만 7천갑으로 전체 담배판매량의 0.1%를 차지했다. 이는 86년 9월 1일 시판이 시작된 이후 12월말까지 79만 1천갑이 팔려 시장점유율이 0.06%에 그쳤던 것에 비해 같은 기간동안 51.3%(40만 6천갑)나 더 팔려, 시장점유율로 0.04% 높아진 것이다. 올들어 월별판매량을 보면 1월과 2월에는 각각 21만 24갑과 25만 44갑이 팔려, 시장점유율이 0.08%에 그쳤으나 3월에는 26만 1천갑(0.12%), 4월에는 47만 400갑(0.12%) 팔려 차츰 늘어나는 추세를 보이고 있다.

또 올들어 4월말까지 보세용으로 팔린 양담배는 모두 2백 3만 5천갑으로 시판된 것과 합치면 양담배는 모두 3백 23만 2천갑(0.26%)이 팔렸다. 그러나 이 판매량은 당초 예상했던 시장점유율 1%에 훨씬 못 미치는 수준이다. 한편 정부는 미국의 양담배 판매 촉진을 위한 추가요구에 따라 현재 갑당 35원으로 되어 있는 양담배의 판매점 마진을 60원으로 인상 6월 1일부터 실시했다.

● 국산품 애용의 재각성을

개방화 양담배의 판매실상을 소개한 것은 우리 보험산업의 시장개방과 무관하지 않기 때문이다. 당초에 수입개방화 당시에는 우리 경제현실이 국제수지 적자시대였기 때문에 정부나 기업 그리고 국민들도 설혹 수입자유화가 되더라도 그것은 우리의 자의에 의해서 이루어지고 있는 것이 아니라 타의에 의해서 반강제로 이루어진다는 의식이 강했기 때문에 일단 개방화가 되더라도 모두가 자숙하는 마음과 좀 부족하더라도 우리 상품을 애용해서 내 자식 내 남편의 직장을 지켜야 하겠다는 선까지 생각이 미쳐 수입자유화의 파급효과가 양담배의 경우와 같이 최초에는 미미했던 것이다.

그러나 최근에는 상황이 많이 달라져 가고 있는 듯 하다. 86년에 이어 87년에도 흑자가 될 것이 예

상되고 또 낙관론의 입장에 서는 사람은 이미 우리 경제는 흑자기조가 확립되어 앞으로 꽤 오래 흑자 시대가 계속될 것이라고 떠들어 대는 경우가 적지 않아 국민들의 국산품 애용심이나 자유화압력에의 저항이 상당히 사라지고 있어서 우리 국민들의 의식이 많이 해이해 가고 있는 추세에 있다고 할 수 있다.

이러한 병폐의 일단이 바로 양담배의 매출신장이 아닌가 생각한다. 더군다나 서비스상품은 제조상품과는 달라 그의 상품특성에 있어서 보이지도 않고 포장할 수도 없는 등 국산품과 외국제품과의 식별이 아주 어렵다는 특성을 지니고 있는데 이것은 우리 손보상품의 경우에도 동일하다고 할 수 있다.

더군다나 손보상품은 미래에 걸친 상품이라는 특성까지 아울러 가지고 있기 때문에 특히 국민의 식이 자칫 오도가 된다면 우리의 손보시장이 적지 않게 잠식을 당할 우려도 없지 않다.

이런 견지에서 우선 정부의 우리 경제홍보에 과잉홍보는 제발 삼가 주었으면 한다. 경제홍보에 지나친 정치성을 가미시키지 말아야 하며 냉철한 입장에서 국민을 정말로 선도해서 무엇이 국민이 해야 할 길이나를, 그것도 간접홍보를 통해서 은근히 접근하는 태세를 확립해야 할 것으로 생각한다.

다음으로 손보기업 자체의 문제인데 외국손보기업과 모든 면에서 동등 내지 그 이상의 보험서비스가 말로써가 아니라 언행일치하는 방향에서 국민에 대한 손보홍보가 이루어져야 할 것으로 생각한다.

이것도 직접홍보 보다는 간접홍보가 바람직하다. 우리 나라의 어퍼니언·리더들을 될 수 있는 대로 많이 동원해서 우리 경제의 현실, 개방화의 현주소, 우리 손보서비스의 실태등에 대해 꾸준히 홍보를 추진하되 재삼 강조하는 바이지만 언행일치 되도록 해야 한다.

역시 최종 손보소비자인 기업, 그리고 가계의 일반대중들은 안전의 단기적 소리에 지나치게 집착하지 말고 무엇이 장기적 관점에서의大利이냐에 투철한 안목과 의식을 갖고 과감한 실천이 요망되는 시점에 있음을 재음미해야 할 것으로 생각한다.

