

화재보험의 생활화와 대중화 방안

1. 머리말

우리 인간의 경제생활은 화재, 도난, 질병, 상해, 사망 등 예측할 수 없는 위험으로부터 부단히 위협을 받는다. 안정된 경제생활에 위협을 주는 이러한 우발적 위험은 경제가 성장하고 과학기술이 발달한다고 하여도 결코 제거되거나 경감되지 않고 오히려 증대되어 가고 있다.

보험은 이와 같이 우리 경제생활에 위협을 주는 우발적 위험에 대처할 수 있는 수단 가운데 가장 합리적이며 경제적인 대처수단이라고 할 수 있다. 왜냐하면 보험이란 특정한 위험으로부터 위협을 받는 다수의 보험가입자 중에서 소수의 가입자에게 발생한 경제적 손실을 다수의 가입자에 공동으로 분담시킨다는 위험분산주의를 응용한 경제제도이기 때문이다.

그동안 우리나라는 국민 교육수준이 향상되었을 뿐만 아니라 보험업계가 부단히 노력하여 왔기 때문에 보험이 안정된 경제생활을 영위하기 위하여 필요하고 유용하다는 사실을 많은 국민들이 인식하고 있음에도 불구하고 아직까지 보험이 생활화되고 대중화되지 못하고 있다. 특히나 화재로 인한 인명의 손실과 재산상의 손실이 매년 급격히 증대되고 있는 추세에 있음에도 불구하고 화재보험이 생활화되고 대중화되지 못하고 있는 것이 오늘의 우리 현실이라 할 수



조 해 균
<한양대학교 . 보험학회장>

있다.

어떤 원인에 의하여 이같은 현상이 나타나는가를 살펴보는 것은 화재보험의 생활화와 대중화를 위한 방안을 제시하는데 필요하다.

이 글에서는 화재보험이 생활화되고 대중화되지 못하는 현실을 설명하고 화재보험의 생활화를 위한 기본적인 방안을 제기하고자 한다.

2. 보험에 대한 욕구

보험제도는 생활에 위협을 주는 우발적 위험에 대한 대비책 가운데 가장 합리적이며 가장 경제적이다. 그러나 많은 국민들이 생활에 위협을 주는 우발적 위험에 대하여 스스로 대처하지 않으면 아니된다는 욕구, 즉 '안정에 대한 욕구'를 가지지 않으면 보험에 대한 욕구가 생성되지 않으며, 보험은 생활화되지 못한다는 인식을 갖추어야 한다.

욕구라는 것은 부족감을 느끼는

감정 뿐만 아니라 그러한 부족감을 제거하려는 인간의 노력까지 포함한다.

따라서 보험보호라는 보험상품에 대한 충족은 보험보호가 존재하지 않음으로써 특정우발적 보험의 발생으로 인한 경제적인 손해에 대하여 부족감을 남기고 이러한 부족감을 제거하기 위한 인간의 노력을 의미한다.

이러한 욕구를 충족하기 위하여 실제 행동을 취할때 보험수요가 생성하게 된다.

보험에 대한 욕구는 의, 식, 주 등 인간의 기본적인 욕구충족이 현재 생활을 영위하는데 있어서만 절대 필요불가결한 것이 아니고 미래에 있어서 생활의 안정을 추구하려는 데서도 나타나게 된다. 그러므로 보험보호라는 상품에 대한 욕구는 현재의 욕구가 아니라 미래의 욕구이기 때문에 그 심도와 긴박성은 현재의 욕구보다 적어 보험이 생활화되기가 곤란하다고 일반적으로 이해하고 있다.

그러나 Brentano는 욕구의 심도와 긴박성을 규명하기 위하여 현재의 욕구와 미래의 욕구를 구분한다는 것이 잘못이라고 주장한다. 왜냐하면 화재, 도난, 질병, 사망 등과 같은 사건은 미래에 나타날 생활의 욕구이지만, 이러한 욕구에 대처할 수 있는 방안을 마련하지 않으면 현재의 생활에 불안감을 주어 결국 현재의 욕구를 생

성하게 하기 때문이다.

따라서 Jevons도 이러한 의미에서 생활의 안정을 추구하는 욕구는 미래의 욕구이지만 현재생활에서 느끼게 되는 욕구(present anticipated feeling)라 칭하였다.

그러나 보험에 대한 욕구는 미래의 욕구일 뿐만 아니라 불확실한 미래의 성격을 가지고 있다. 불안정하다 함은 위험발생여부, 보험의 발생시기, 욕구의 충족으로 인한 손해정도가 확실하지 못함을 의미한다.

이와같이 보험에 대한 욕구는 미래의 욕구일 뿐만 아니라 불확실한 욕구이기 때문에 일반적으로 그 욕구의 심도와 긴박성은 의, 식, 주 등의 욕구와 같이 현재생활에서 확실한 욕구충족을 필요로 하는 기본적인 욕구처럼 크지는 못하다.

3. 생활화되지 못하는 이유

특히나 화재위험의 경우에는 질병위험이나 사망위험 등과는 달리 “보험의 발생시기와 보험의 발생으로 인한 손해정도”가 불확실할 뿐만 아니라 “보험여부”까지도 불확실하다는 성격을 가지고 있다. 더욱이 화재보험의 발생은 질병위험, 사망위험 그리고 자동차 사고보험 등과 같이 빈번하게 발생하지는 않는다.

이같은 이유로 화재보험에 대한 욕구는 일반적으로 타보험에 대한

욕구에 비하여 그렇게 강하게 나타나지 못하게 된다.

그러므로 화재위험으로 부터 안정을 추구하려는 욕구가 많은 국민들의 마음속에 잠재하고는 있지만 동시에 “설마 나에게 그같이 끔찍한 화재가 발생할까”하는 기대심리와 요행심리를 가지게 된다.

따라서 많은 국민들이 화재보험의 필요성과 유용성에 대하여 올바르게 인식하고 있으며 화재보험에 대하여 안정을 추구하려는 욕구, 즉 “화재보험의 욕구”가 잠재하고 있지만, 이러한 욕구가 현실화되지 못하기 때문에 화재보험이 생활화되지 못했다.

물론 화재보험에 대한 개개의 경제체가 가지는 보험의 심도는 이들이 화재보험을 어떻게 보고 생각하는가에 따라서 상이하다. 즉 개개의 경제체가 화재보험을 숙명적으로 이해하느냐 합리적으로 이해하느냐에 따라서 다르며 미래에 나타날지도 모르는 화재보험에 대하여 낙관적이나 대비심이 있느냐에 따라서 달라질 수 있다.

그러므로 개개의 국민 계층별 화재보험에 대한 유비무한 사상의 차도를 일률적으로 구분하여 확정하기는 매우 곤란하다.

일반적으로 가계 보다는 기업이 화재위험에 대한 유비무한사상을 더 공고히 갖고있다. 기업에서는 화재위험을 올바르게 인식하고 평

가하기 때문에 화재보험에 대한 욕구가 강하여 이를 현재화시켜 보험수요를 생성하게 된다. 반면, 가계에서는 화재위험에 대하여 안정을 추구하려는 욕구를 가지고 있다고 하여도 이러한 욕구가 현재화되지 못하고 잠재된 상태로 머무르게 된다.

그럼에도 불구하고 손해보험회사에서는 일반적으로 대형기업의 화재물건과 대형건물의 화재물건만을 인수하는데 주력하기 때문에 이들을 상대로 하여 화재보험의 가입을 권유하고 설득하는 경향이 있다.

화재위험에 대하여 안정을 추구하려는 욕구를 그리 강하게 가지고 있지 않은 일반가계에 대해서는 손해보험회사가 모집인이나 대리인을 통하여 화재보험의 가입을 적극적으로 권유하거나 설득하지 않고있기 때문에 이들이 가지고 있는 화재보험에 대한 욕구는 현재화되지 못하고 잠재된 상태로 머물게 된다.

이상에서 설명한 이유들 때문에 화재보험이 저변확대되지 않아 대중화되지 못하게 된다.

4. 맺는 말

따라서 화재보험의 생활화와 대중화를 이루기 위해서는 무엇보다 다음의 두가지 사항에 유의하여야 한다.

첫째, 홍보활동을 통하여 화재

위험의 발생이 얼마나 심각한 영향을 주는가에 대하여 인식시키는데 주력해야 할 것이다.

실사 화재위험이 빈번하게 발생하지 않고 있지만 발생할 수 있는 가능성이 다분히 존재하고 있을 뿐만 아니라, 화재위험이 발생하면 그로인한 인명의 피해와 재산상의 손실이 매우 크기 때문에 본인에게는 물론 국가적으로나 사회적으로 막대한 피해를 주게 된다는 사실을 인식시키기 위하여 계속적으로 홍보활동을 수행하지 않으면 안된다.

둘째, 손해보험회사가 단기적인 경영 성장에 집착하여 일반가계보

험물건에 대한 화재보험의 인수를 경시하고 있으나, 장기적 시점에서 손해보험산업의 성장과 발전을 기한다는 차원에서 소액가계성 화재보험 물건의 인수를 위하여 적극적으로 노력하지 않으면 안된다.

보험상품은 일반상품과는 달리 눈으로 보고 만져볼 수 없는 무형상품이며 보험사고가 발생할 경우 보험금을 지급해 준다는 단순한 보험보호의 약속이기 때문에 추상적인 상품의 성격을 가진다.

또한 보험상품은 스스로 광고되고 판매되지 못하는 특성을 가지고 있다. 따라서 일반대중이 화재

위험에 대한 안정의 욕구를 가지고 있다고 하더라도 이러한 욕구가 스스로 현재화(顯在化)되지 못하고 모집인이나 대리인이 적극적으로 보험가입을 권유하고 설득함으로써 화재위험에 대한 욕구가 현재화하게 되는 것이다.

따라서 보험회사가 화재보험의 생활화와 대중화를 위하여 홍보활동을 적극적으로 수행하지 않으면 아니될 것이다.

화재보험이 생활화되고 대중화되어 손해보험산업이 지속적인 성장과 발전을 이룰 수 있기를 기대하지 않는 바이다. (●)

