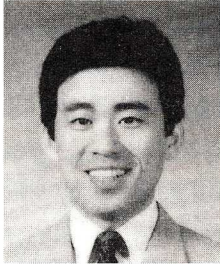


주택화재보험 활성화 방안



나 애 인

(보험개발원 화재특종보험팀장)

1 머리말

인류가 최초로 불을 발견하고 문명이 발전하기 시작한 이후 현대에 이르기까지 불은 일상생활에서 떨 수 없는 필요불가결한 문명의 이기로 간주되고 있다. 이렇듯 불은 우리의 생활을 편리하게 해주는 반면 귀중한 인명과 재산을 순식간에 앗아가 버리는 재난의 원천이 되기도 한다. '97화재통계연보(1998. 5, 행정자치부)에 의하면 1997년 국내에서 발생한 화재는 총 29,472건으로 2,195명이 죽거나 부상당하고 1,217억원의 재산피해를 입었다. 이를 1일 기준으로 환산하면 1일 평균 81건의 화재가 발생하여 6명이 죽거나 부상당하고, 약 3억3천만원의 재산피해가 발생하는 것으로 볼 수 있다. 특히 이 중 주택·아파트에서 발생한 화재는 8,021건으로 전체 화재건수의 27.2%를 차지해 가장 높은 발생률을 보이고 있고, 이로 인한 인적 손해는 사망 313명, 부상 740명이었고, 물적손해는 약 210억원에 이르고

있어 주택화재에 대한 심각성과 이에 대한 사전예방과 사후손실 보전을 위한 제도적인 대책마련의 필요성을 보여주고 있다.

반면 지난 1년간(1997.4.1~1998.3.31) 주택화재보험계약(장기보험 제외)은 총 177,408건이 체결되었으며, 이 중에서 1,065건의 화재사고가 발생하여 약 77억원의 보험금이 지급되었다. 주거형태별 사고건수는 아파트가 70.0%(746건)로 가장 높게 나타나고 있으며, 그 다음으로 단독주택이 22.9%(244건)로 높게 나타나고 있다. 또한 주택화재의 주요 사고원인은 전기로 인한 화재가 375건, 화기부주의 128건, 담배 85건, 방화 76건 등으로 나타나 화재사고는 주로 전기의 과부하(과전류), 단락(합선), 누전 등에 의한 전기사고와 화기부주의에 의한 사고임을 알 수 있다. 앞에서 언급한 바와 같이 1997년 주택의 화재건수는 8,021건이며, 이중 약 13.3%인 1,065건만이 주택화재보험으로 보상을 받았으며, 피해보상 측면에서는 전체 재산손

[표 1] 발생장소별 화재현황

구 분	발생건수 (비율%)	인명피해 (사망/부상)	재산피해 (백만원)
주택, 아파트	8,021(27.2%)	313/740	21,003
차 량	5,606(19.0%)	44/78	12,002
공 장	3,663(12.4%)	27/253	40,507
기 타	12,182(41.3%)	180/560	48,200
계	29,472(100%)	564/1,631	121,712

주) 기타에는 음식점, 점포, 사업장, 창고, 호텔·여관, 학교, 시장, 선박(발생률이 높은 순서대로 배열한 것임) 등의 장소에서 발생한 것임.

해액 210억원 중 36.7%인 약 77억원이 보험으로 보상되었다. 주택화재위험을 담보하는 보험상품으로 가정생활, 가정종합, 주택상공, 동산종합보험 등이 있으나 실적이 미미함을 고려할 때, 화재위험에 대한 보험보상률은 충분하지 못한 것으로 나타나고 있다.

한편 화재발생건수를 월별로 구분해 보면 동절기인 12월과 1, 2, 3월이 높게 나타나고 있어 겨울이 시작되는 현 시점에서 화재예방에 대한 주의가 더욱 필요할 것으로 생각된다. 화재는 철저한 사전예방을 통해서 방지할 수 있지만 화재위험 자체를 제거할 수는 없으며, 사전에 통제한다는 것은 불가능에 가깝다. 따라서 본고에서는 화재의 사전적인 예방 측면 보다는 화재발생시 입게 되는 물적손실을 사후적으로 보상받을 수 있는 보험상품 중 우리의 주거생활과 가장 밀접한 주택의 화재손해를 보상해주는 주택화재보험¹⁾을 중심으로 그 현황과 문제점을 간략하게 검토한 후 활성화 방안을 중심으로 몇 가지 제언을 하고자 한다.

2 주택화재보험의 현황 및 문제점

가. 현황

주택의 화재 또는 폭발, 파열사고로 인한 재물(건물 및 가재도구)손해를 보상해 주는 보험상품으로는 화재손해를 주담보로 하는 주택화재보험을 비롯하여 상해나 배상책임 또는 도난손해와 함께 화재(폭발 및 파열)손해를 기본담보위험으로 보상하는 가정종합보험, 가정생활보험, 주택상공종합보험, 종합가정보험, 가정안심보험 등이 있으며, 아파트만을 대상으로 한 특화상품도 판매되고 있다.

종합보험상품은 화재(폭발, 파열 포함)위험만을 주담보로 하는 주택화재보험과 달리 보통약관에서 도난, 상해, 질병, 배상책임손해 등을 폭넓게 보상하고 있으며, 가정생활에서 필요한 각종 위험을 특약으로 담보하는 등 종합적인 위험담보를 제공하고 있으나 상대적으로 보험소비자에 대한 상품인지도가 부족하고, 보험회사의 적극적인 마케팅의 부족

[표 2] 화재위험을 담보하는 종합보험상품

보 험 종 목	주요 담보내용
가 정 생 활 보 험	- 재산손해 : 주택 및 수용가재의 화재, 폭발, 파열, 도난으로 인한 손해 - 상해손해 : 피보험자와 동일세대 친족의 화재, 폭발, 파열, 도난, 연탄가스 중독, 교통상해로 인한 신체상해 - 배상책임손해 : 주택의 소유, 사용, 관리에 기인한 배상책임손해
주 택 상 공 종 합 보 험	- 화재 등 재난손해(화재, 폭발, 파열, 차량충돌, 소요·노동쟁의 등) - 도난손해 - 풍수설해손해 : 보험금액 10% 해당액의 풍수설해위로금 지급 - 화재 등 재난사고로 지급한 임시비용 - 상해비용 : 화재 등 재난손해로 보험목적 또는 그 수용건물에 손해가 발생한 피보험자(세대를 같이하는 자 포함)의 상해
가 정 종 합 보 험	- 주택, 병용주택 및 가재의 화재, 폭발, 파열, 도난으로 인한 손해 - 상해손해 : 상해로 인한 사망, 후유장애 및 의료실비
가 정 안 심 보 험	- 가정종합과 유사
종 합 가 정 보 험	- 화재, 도난, 폭발, 파열손해 - 상해손해, 질병에 의한 의료비 - 주택의 소유, 사용, 관리에 기인한 배상책임

1) 주택의 화재위험은 장기손해보험에서도 담보되고 있으나 상품내용이 거의 유사하고, 일반 보장성보험과는 그 성격이 다르므로 논의에서 제외하기로 한다.

〔표 2〕 주택화재보험 보통약관의 주요 담보내용

- 화재, 폭발, 파열로 입은 손해
- 사고에 따른 소방손해, 피난손해(피난지에서 보험기간 내의 5일 동안 생긴 화재, 폭발, 파열손해 및 소방손해를 포함)
- 사고의 발생에 따라 필연적으로 입게 되는 잔존물 제거비용(사고현장에서 잔존물의 해체비용, 청소비용, 상차비용) 손해를 손해액의 10% 한도로 보상

등으로 판매실적이 부진한 상태에 있다.

한편, 주택화재보험은 건물의 용도가 주택으로만 사용되는 건물 및 그 수용가재에 대하여 다음과 같은 손해를 보상해 주고 있다.

주택화재보험은 보험금 지급방식에 있어서 가계성보험의 특성을 고려하여 일반적으로 적용되는 비례보상기준을 배제하고, 보험가입금액이 보험가액의 80% 이상만 되어도 보험가입금액을 한도로 실손해액 전액을 보상토록 하고 있어 보험계약자에게 유리한 보상기준을 채택하고 있다. 또한 보험계약을 체결한 보험회사가 파산하더라도 보험보증기금에서 1인당 최고 5천만원을 한도로 그 지급을 보장해 주고 있다. 그 밖에 주거생활에서 발생할 수 있는 도난, 풍수재, 전기위험, 지진, 소요·노동쟁의, 스프링클러누출손해, 급배수설비누출손해, 붕괴·침강 및 사태 등에 따른 손해보상을 소정의 추가보험료를 납입하는 조건으로 담보해 주고 있다. 이들 주요특약의 담보내용과 보험요율은 다음과 같다.

또한 보험가액을 재조달가액²⁾ 기준으로 사전에 협정하고 이를 사고시의 보험가액으로 하고, 보험가입금액을 한도로 손해액 전액을 지급하는 재조달가액담보특약과 계약자가 자기부담금의 설정조건으로 계약을 체결할 경우 보험료를 할인해 주는 자기부담금특약을 운영하고 있다.

그 동안 주택화재보험은 약관 및 요율체계를 꾸준히 개선해온 바 있고, 1997.10.1자로 상품의 질적개선을 위해 전면적인 상품정비를 실시한 바 있으며 주요개선내용은 다음과 같다.

약관상의 개선내용으로 첫째, 화재사고후 남게 되는 잔존물은 잔존물 제거비용담보특약으로 추가보험료 없이 담보가 제공되었으나 보험계약자에게 상당히 유리한 특약임에도 불구하고, 충분히 활용되지 못한 측면과 사고발생후 계약자와 분쟁의 소지도 있어 이를 보통약관화하여 모든 계약자에게 담보를 제공하고, 잔존물제거비용의 담보내용을 명확히 규정하여 분쟁의 소지를 제거했다. 둘째, 전기적사고담보특약의 담보내용을 보통약관화하여 전기적 사고로 인한 폭발, 화재를 추가보험료 없이 보통약관에서 담보하고, 순수한 전기적사고 위험은 전기위험담보특약에서 담보토록 개정한 바 있다. 셋째, 담보위험의 확대 측면에서 붕괴, 침강 및 사태확장담보특약, 폭우파담보특약, 스프링클러누출

〔표 3〕 주택화재보험 주요 위험확장담보특약

- 도난위험담보특약-0.350%(일반가재) 강도 또는 절도(그 미수를 포함)로 생긴 도난, 훼손 또는 망가진 손해 보상
- 신체손해배상책임담보특약-5.9%(1년간 화재보험료에 대한 비율) 특수건물의 화재, 폭발, 파열로 타인이 사망하거나 부상함으로써 건물소유자인 피보험자가 부담할 손해 보상
- 풍수재위험담보특약-0.052~0.073%(건물구조 및 지역에 따라 결정) 태풍, 회오리바람, 폭풍, 폭풍우, 홍수, 해일, 범람 및 이와 비슷한 풍재 또는 수해로 생긴 손해 보상
- 전기위험담보특약-0.148% 전기기기 또는 장치에 생긴 전기적 손해 보상
- 지진위험담보특약-0.009% 지진으로 생긴 화재 및 연소손해, 붕괴, 파손 및 파문함 등의 손해
- 급배수설비 누출손해담보특약-건물 0.015%, 동산 0.025% 급배수설비 또는 수관이 우연한 사고로 누수 또는 방수됨에 따라 생긴 직접손해 보상
- 스프링클러누출손해담보특약-건물 0.015%, 동산 0.025% 스프링클러설비나 장치가 우연한 사고로 인해 누수 또는 방수됨에 따라 생긴 직접손해 보상
- 붕괴, 침강, 사태확장담보특약-0.024%(1, 2급 건물), 0.036%(3, 4급 건물) 붕괴, 침강, 사태로 인한 손해 보상

주) 보험요율은 보험가입금액에 대하여 보험계약자가 부담하는 1년 간의 보험료의 비율을 백분율(%)로 표시한 것임.

2) 보험의 목적과 동형, 동질의 신품을 재조달하는데 소요되는 금액.

손해담보특약, 급배수누출손해담보특약 등이 새로 신설되어 보다 폭넓은 보장을 받을 수 있게 되었다.

한편, 요율상의 개선내용으로 첫째, 건물구조의 판정기준을 단순화하여 요율적용을 용이하게 하고 둘째, 복잡한 등지체계를 간소화하여 단일등지화 함으로써 행정구역 변경에 따른 등지개정의 번거로움을 해소하고 요율적용상 편의성을 제고하였으며, 이에 따라 주택이 소재한 지역(시, 군, 구, 동)별 보험료의 차등적용이 없어지게 되었다. 셋째, 최저보험료를 현실의 사업비수준을 반영하여 5,000원으로 조정한 바 있다.

이와 같이 주택화재보험은 일반 건물이나 상가, 창고, 공장에 비해 유리한 계약조건을 제시하고 있으나 보험가입의 활성화가 이루어지지 않아 성장률이 정체상태를 벗어나지 못하고 있다.

구체적으로 주택화재보험의 FY '97 연간보험료는 약 229억원으로 화재보험 전체 보험료(3,122억원)의 약 7.3%를 점유하고 있으며, 최근 5년간 보험료 규모는 소폭으로 증가하고 있으나 성장률은 감소하는 추세에 있으며, 특히 FY '97 성장률은 9.7%로 급속히 둔화된 실적을 보이고 있다.

주거형태별 보험계약건수는 단독주택 66,495건, 연립주택 31,109건, 아파트 79,552건으로 아파트가 높게 나타나고 있으며, 보험료 면에서도 70% 이상을 점유하고 있다. 이는 아파트가 '화재로인한채해보상과보험가입에관한법률'에 의거 특수건물³⁾로 지정되어 신체배상책임담보특약부 화재보험에 의무적으로 가입토록 되어 있는 점을 고려할 때, 주택화재보험은 의무가입대상인 아파트가 상당 부분

을 차지하는 것으로 나타나고 있다. 또한 주택 중 특수건물 대상으로 지정된 아파트는 화재(폭발, 파열)손해 외에 특수건물특약에 의해 풍수재, 항공기, 차량에 의한 손해를 추가보험료 없이 보상받을 수 있으며, 보험료에 있어서도 30%의 할인혜택을 부여하고 있다.

3 문제점

주택화재보험의 활성화를 저해하는 문제점은 여러 가지가 있을 수 있으나 크게 상품력의 부재, 판매 방식의 한계성, 일반 국민의 위험관리 및 보험인식의 부족 등 3가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 상품력의 부재를 지적할 수 있다.

보험상품의 상품력은 상품내용의 질적 특성과 판매의 용이성, 보험계약체결의 용이성 및 보상의 신속성, 기타 부대서비스의 제공 등을 통하여 평가될 수 있다. 현재 화재보험은 화재라는 단일위험을 주담보로 하고, 기타 위험은 특약을 통해 추가보험료 납입조건으로 담보를 제공하고 있으나 계약자의 수요가 물리는 종합보험화 추세에 대한 대응력이 미진한 측면이 있다. 반면, 화재위험 외에 화재, 배상 책임위험 등 가정생활에서 발생할 수 있는 위험을 종합담보하는 가정종합보험, 가정생활보험 등은 상품의 인지도 및 보험회사의 적극적인 판매의욕의 부족 등으로 판매가 저조한 상태인 것으로 나타나고 있다. 따라서 일반 소비자들에게 인지도가 있는

[표 4] 주택화재보험의 연도별 성장률

구 분	FY '93	FY '94	FY '95	FY '96	FY '97
주택화재 보험료 (증가율)	10,918 (35.6%)	13,421 (22.9%)	16,983 (26.5%)	20,874 (22.45%)	22,907 (9.7%)

3) 아파트에 대한 특수건물의 범위는 주택건설촉진법에 의한 5층 이상의 주택에서 '97.6.13 법 개정으로 특수건물 대상이 16층 이상의 아파트 및 부속건물과 주택건설촉진법에 의한 관리주체에 의해 관리되는 동일아파트 단지 안에 있는 15층 이하의 아파트를 포함하는 것으로 변경된 바 있다.

주택화재보험의 담보범위와 지급조건 등의 확충을 통하여 상품력을 강화함으로써 주택화재보험을 활성화시키는 것이 필요하다.

둘째, 판매방식의 한계성이다.

주택화재보험의 대상은 일반 화재보험에 비해 규모가 작은 소액물건 위주로 구성되어 있어 사업비 부분에서 고정비가 상대적으로 많이 소요되는 특성이 있다. 이는 주택화재보험의 사업비율을 증가시키는 요인이 되고 있으며, 적극적인 마케팅을 제한하는 요인으로 작용하고 있다. 따라서 이를 해소하기 위해서는 사업비율을 반영하여 보험료가 충분한 수준으로 결정될 수 있도록 해야 하지만 보험회사가 과다지출한 사업비를 그대로 보험료 수준에 반영하는 것은 계약자에게 비용을 전가하는 결과가 되므로 불합리한 점이 있고, 현실적으로 감독당국의 권한에 속하는 사항이므로 요율수준의 인상에 의한 해결에는 한계가 있다. 또한 지난 주택화재보험 요율서 개정으로 최저보험료를 5,000원으로 조정했으나 현실적인 수준을 완전히 반영하지 못하고 있고, 가계성 보험의 특성상 소액계약이기 때문에 대리점, 모집인 등에게 계약인수에 대한 유인 또는 동기성이 부족한 것이 현실이다.

따라서 주택화재보험은 사업비의 절감을 통해 경쟁력을 회복할 수 있으며, 보험료 수준 또한 보험계약자가 수용할 수 있는 수준에서 결정되어야 하므로 대리점 또는 모집인, 중개인 등 일정한 고정수수료가 지급되는 판매방식으로는 수익성을 확보하기 힘들며, 사업비의 절감을 통한 경영 효율성의 제고에 의해 활성화를 도모할 수밖에 없다. 따라서 사업비를 절감할 수 있는 점두판매 또는 정형화된 상품의 Tele-Marketing 등 다양한 마케팅방법의 개발과 특화된 판매채널의 구축이 절실히 요구되고 있다.

셋째, 주택소유자의 보험인식 부재를 들 수 있다.

건설교통부통계연감(1997)에 의하면 1997년 기준으로 국내 전체 가구수는 1,113만2,700호, 주택수는 957만300호로 집계되어 주택보급률이 82.8%인 것으로 나타나고 있다. 또한 지난 5년간 연간 60만호가 매년 건설되고 있어 주택보급률은 더 증가할 것으로 예상되고 있다. 그러나 앞서 언급한 바와 같이 주택화재보험 계약건수는 17만7,160건에 불과해 보험가입률⁴⁾에 아직 미진한 것으로 나타나고 있다. 또한 매년 증가하는 주택화재건수는 화재에 대한 국민들의 안전의식과 화재예방대책의 실효성을 보여주는 것으로 판단할 수 있다. 더욱이 최근 보도내용과 같이 외국에서나 볼 수 있었던 방화(arson)가 우리 주위에서 발생하고, 외국산 목조주택이 유행처럼 번지는 상황에서 사전적인 화재위험 관리뿐만 아니라 사후적인 위험관리방법으로서 보험제도의 활용에 대해서는 더더욱 인식이 부족한 상태이다. 이러한 사회환경은 주택화재보험상품의 활성화에 장애요인으로 작용하고 있으며, 보험인식의 제고를 위한 다양한 방법의 강구가 촉구되고 있다.

4 활성화 방안

첫째, 화재보험 상품력의 강화를 통한 구매력 증대를 도모해야 한다.

주택화재보험 및 기존에 개발된 종합보험상품(가정생활, 가정종합 등)의 판매저조를 극복하기 위해서는 일반 소비자들에게 인지도가 있는 주택화재보험의 담보범위와 지급조건 등의 확충을 통하여 상품력을 강화함으로써 판매 촉진을 기하는 것이 바람직할 것으로 생각된다. 또한 담보범위의 확장은 특약형식으로 개발하여 추가보험료의 납부 조건

4) 1996.4.1~1997.3.31 사이에 장기보험에서 주택화재 담보건수는 57만 4,163건으로 집계되고 있고, 기타 종합보험의 가입건수를 반영하면 전체 가입률은 증가하지만 1997년 전체 가구수가 약 11,130만 가구를 고려할 때, 보험가입률은 미미한 것으로 판단된다.

으로 담보를 제공하기 보다는 보통약관상 비용보험금 등의 신설을 통해 보상범위를 확대하는 것이 바람직하며, 효율검증 결과 효율인하 요인이 발생할 경우 이를 직접적인 보험료 인하에 반영하기 보다는 담보범위를 확대하는 등의 상품개선으로 흡수하는 방법이 보험사의 보험료 수입규모를 유지하면서 상품에 대한 인식을 개선하고, 이를 수요로 유도할 수 있는 방안이 될 것이다. 이러한 방향은 현재 상품 개발이 소비자의 니드에 부응하기 위해 기존의 보험상품을 조합하여 단일약관화하는 Package형태로 이루어지고 있는 점을 고려할 때, 당연한 방향설정인 것으로 판단된다. Package 상품은 단일상품으로 포괄적인 담보를 제공하기 때문에 기존 상품보다 상품자체의 구매력이 높을 뿐만 아니라 보험계약자가 이용하기 편리하다는 장점이 있다. 또한 보험료 수입의 증대와 사업비의 절감 측면에서 효율성이 뛰어나기 때문에 현재 상품개발의 기본 모형으로 활용되고 있다는 점에서 충분히 고려해야 할 것으로 판단된다.

또한 주택화재보험에 대하여는 실손보상이라는 계약자에게 익숙한 보상기준의 적용을 원칙으로 하고, 이에 대한 계약체결방식을 개발하는 등 계약자의 수요를 유도할 수 있는 계약방식이 필요하다. 이러한 측면에서 가액협정보험특약의 대상을 가재도구에 대한 보험가액 평가기준을 단순화한 간이계산표를 활용하여 가재도구까지 확대하는 방법도 고려해 볼 수 있겠다.

이와 같이 주택화재보험은 가계성보험이라는 특성상 위험이 크지 않고, 계약자가 이해하기 쉬운 친숙한 조건으로 상품력을 증가시키는 것이 보험원리를 충실히 지키는 것 보다 더 중시되어야 할 것으로 판단된다. 따라서 주택화재보험도 고가형과 중저가형으로 구분하여 특화된 상품으로 개발할 필요성이 있으며, 중저가형은 완전히 정형화시켜 전문적인 언더라이팅이 필요 없이 범용적으로 판매가 가능하도록 대중적인 상품으로 개발하는 것이 필요하다. 또한 모든 계약자를 확실적인 상품의 범주에 포함

시키기 보다는 담보내용을 소비자의 현실적인 요구 수준에 맞게 확대하면서 보험료수준을 고가로 책정할 수 있는 고가형 특화상품을 개발하는 것도 중요하다.

이와 같은 상품의 자유로운 설계를 위해서는 상품을 보다 탄력적으로 운용할 수 있는 운영시스템이 필요하며, 이에 대한 운영모델로 일본 보험사들이 운영하고 있는 자유특약시스템과 같은 체제를 고려해 볼 수 있겠다.

주택화재보험의 활성화는 계약자의 수요에 대응할 수 있는 상품의 질적특성과 이를 효율적으로 운영할 수 있는 운영체제가 갖추어 졌을 때 이루어질 수 있으며, 상품력의 강화는 구매력의 증대로 이어져 주택화재보험의 활성화에 중요한 기초가 될 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 판매전략의 특화를 통한 사업비의 절감과 수요촉진을 도모해야 한다.

대리점 및 모집인을 통한 판매방식에 의해서는 모집수수료의 저가성 등으로 실질적인 판매증진을 기대하기 어려우며, 대체적인 판매방법을 개발해야 할 것으로 판단된다. 현재 최저보험료 수준이 5,000원으로 조정된 바 있으나 가계성 보험이 기업성 보험보다 상대적으로 사업비가 많이 소요되는 특성을 고려할 때 현실적인 수준으로 볼 수는 없으며, 보험료 수준에 대한 보험회사의 임의적 조정에는 제한이 있어 사업비를 절감할 수 있는 판매방식을 과감히 도입하고, 이에 필요한 정형화된 상품을 개발함으로써 사업비 절감과 판매확대라는 목표를 달성할 수 있을 것이다.

따라서 상품의 정형화를 통한 우편, 전화, 가판점, 은행 등을 통한 판매방식을 활용하고, 일반 제조업체와의 상품제휴를 통해 주택화재보험상품을 서비스목적의 부대상품으로 기능하게 함으로써 이에 따른 사업비 절감분을 가격인하로 연결하여 대량판매를 도모하는 것도 향후 주택화재보험의 활성화를 위해 필요할 것으로 판단된다.

셋째, 대국민 홍보강화를 통한 보험인식을 제고시켜야 한다.

보험상품(특히 가계성보험)의 잠재적인 소비자들은 보험상품(특히 보장성(소멸성) 손해보험)에 대한 효용과 상품내용에 대한 충분한 지식을 갖지 못한 것이 일반적이다. 이와 같은 잠재수요자는 현실적으로 자신이 처한 위험에 대하여 보험에 가입하려는 자발적인 수요동기가 부족하며, 이는 현실적으로 주택화재보험의 활성화에 커다란 장애요인으로 지적될 수 있다.

또한 보험상품 중 만기에 납입보험료의 대부분을 환급하는 장기손해보험이나 저축성을 띄는 생보상품이 계약자의 기호에 부합하고 있어 근본적으로 이러한 사회적 환경과 보장성보험에 대한 보험인식을 개선하지 않고서는 소멸성보험의 활성화는 불가능한 것으로 판단된다.

이러한 현실을 극복하기 위해서는 외부매체에 의해 잠재적 수요를 현실화시킬 수 있는 동기유발이 필요하며, 이는 적극적인 홍보를 통해 개선될 수 있다.

보험상품에 대한 홍보는 마케팅에 있어서 중요한 요소이므로 다양한 홍보방법을 개발해야 할 것으로 판단된다. 또한 범용적으로 판매하는 상품은 개별, 회사별 보다는 업계 전체 차원에서 공동으로 하는 것이 비용절감 차원에서 바람직하다.

아울러 보험상품은 무형상품이므로 실질적인 상품의 효용이 발생하기 위해서는 사고가 발생하여 보험회사로부터 보험금을 지급 받고, 이에 따라 손괴된 재물을 복원함으로써 현실화된다. 손해사정은 결국 일반 계약자들과 보험회사 및 보험상품이 현실적으로 부딪치는 접점이 되며, 이는 계약자의 보험회사에 대한 평가의 시점이 되기도 한다. 보험회사는 손해사정에 대한 좋은 평판으로 계약자에 대한 신뢰를 구축할 수 있으며, 이러한 신뢰성은 다른 보험상품의 구매에도 영향을 미쳐 시너지효과를 발휘할 수 있으므로 실질적인 홍보의 수단이 될 수도 있다.

5 맺는 말

화재사고가 다발하는 계절이 되면서 다시 한번 화재위험에 대한 경각심을 가져야할 것으로 생각되며, 화재사고에 대한 사후적 재산보전의 방법으로 보험제도의 활용을 검토해 볼 필요가 있을 것이다. 앞서 주택의 화재손해를 담보하는 주택화재보험의 상품내용 등을 검토하고, 활성화 방안에 대하여 몇 가지 의견을 제시한 바 있다. 그러나 중요한 것은 이러한 방안들이 어느 한가지만 달성된다고 해서 활성화가 이루어지는 것이 아니고, 상품력의 제고와 판매방법의 혁신 및 대국민 홍보의 강화가 유기적으로 연결되어 시너지효과를 가질 때 가능할 것으로 판단된다.

현재 보험상품에 대한 소비패턴은 보장성에 저축성을 조합한 상품을 위주로 이루어지고 있어 보험기간 만료시 일정한 환급률에 의해 보험료가 환급되는 장기보험상품이 인기를 끌고 있다. 특히 주택 화재위험이 주담보가 아니더라도 저렴한 특약보험료로 담보를 제공하는 신상품의 개발 등으로 일반 주택화재보험의 수요 전망은 그리 밝지 않은 것이 현실이며, 가격(보험료)이 높을 경우에는 시장성을 상실할 가능성도 있다. 따라서 주택화재보험의 활성화를 위해서는 일단 가격경쟁력을 구축하는 것이 우선이며, 상품력을 가질 수 있도록 담보범위 등을 확장하는 것이 바람직하다. 또한 상품의 정형화를 통해 주택이나 가재의 인수 편의성을 증대시키고 이를 사업비가 절감되는 판매방식으로 판매하면서 일반 기업체의 제조상품, 서비스상품과 연계하여 대량으로 판매하는 공동마케팅도 활성화되어야 할 것이다.

또한 일반 소비자들이 보험의 본질이 위험보장에 있으며 이를 활용할 경우 불의의 사고에 대한 든든한 대비책이 된다는 인식을 하고, 이러한 인식이 사회전반으로 확산될 경우 주택화재보험도 상당한 성장 가능성이 있을 것이다. ☉